

# マスカルチャー、サブカルチャー、ポピュラーカルチャー

—文化理論とイデオロギー概念の変容—

岡田 宏介

本稿はこれまでの欧米の大衆文化研究の理論的枠組みを再検証し、それを大きくマスカルチャー、サブカルチャー、ポピュラーカルチャーの三つの視座に分節化して把握することの意義と必要性を提起・主張するものである。とりわけ、その理論構築過程において重要な役割を果たしてきた〈イデオロギー〉の概念に着目し、物象化論から「準拠枠組み」理解を経てヘゲモニー論にいたる、その変容の軌跡をふりかえりつつ、それが文化理論に果たしてきた役割を再定位することを試みる。

## 1 大衆文化研究におけるイデオロギー概念の位置

「大衆文化」とは何か。われわれはそれをどのように眼差し、社会学の理論的な考察対象として捉えてゆくことができるだろうか。

今日、とりわけ欧米のカルチュラル・スタディーズ理論とその諸々の業績の流入をうけて、従来より大衆文化を研究することに付きまってきた、特有の罪障感とでもいうべき感覚は急速に薄まりつつあるように見える。日本のアカデミズムにおいて、大衆文化研究の占める位置はもはやかつてのように「周縁的」なものではない。大衆文化をたんに平板な商業主義の産物であるとか、通俗的で取るに値しない文化であるとする見方は、今や少なくとも支配的なものではなくなっている。かつてエドガール・モラン (Morin [1962=1979]) は、そうした従来の支配的見解を、大衆文化の真摯な考察にとって

の「知的な障害物」にほかならないと批判した。そのような「障害物」が、今日急速に取り除かれつつあることは、しかし、それ自体で大衆文化研究の意義や正当性を保証することになるだろうか。それはむしろ、大衆文化の研究をこれまであえて忌避させてきた暗黙の了解がさしあたり消え去りつつあるということにすぎないのであって、それを考察・分析していく積極的な意義が確立されるということとは、また別の問題であるに違いない。冒頭にかかげたような基本的な問いかけの作業は、したがって常に行われ続けなければならないし、研究領域がそれなりの位置を占めつつある今日いっそう真摯に議論される必要がある。

「大衆文化」とは何か。われわれはこの用語のさししめす外延を、まずはそれまでの「高級文化」「民俗文化」という二つの文化概念との対比において把握することができる。すなわち、それは一方において、かつての宮廷・教会・貴族のサロン等の管理下に創造され享受さ

れるものではなく、したがってもはやエリート  
の専有物ではありえない**ありふれた人びとの文  
化**である。他方それは、かつての共同体生活の  
安定的な全体性の中で特に意識されることもな  
く根付いていた、伝統的なデザインや材料やテ  
ーマなどで構成されるものとも異なる、**市場と  
産業的生産に媒介された新しい文化**である。そ  
れは19世紀半ば以降しだいに顕著になってき  
た「大衆社会」<sup>1</sup>状況において支配的かつ特徴  
的な文化の形態であり、そこである商品なりス  
タイルなり文化的実践なりが「人びとに支持さ  
れる」という事態、それらが繰り返し「ポピュ  
ラーになる」サイクルによって支えられている。  
逆にいえば、大衆社会状況において人びとに支  
持されないもの、いかに局所的にであれポピュ  
ラーでありえないものは、「大衆文化」の範疇  
からは消え去ることになる。われわれが何ら  
かの「大衆文化」について言及し、それを問題  
化するというとき、それはつまるところ《大衆  
社会状況において人びとの支持を獲得している  
何らかの事象》についての言及であり、問題化  
であるにほかならない。

したがって先の問いを、われわれは次のよう  
に書き換えることができる。すなわち、《大衆  
社会状況においてある商品なりスタイルなり文  
化的実践なりが「人びとに支持される」＝「ポ  
ピュラーである」とは何か、そうした事態は一  
体いかにして可能か》、と。「何かがポピュラー  
である」という、われわれの周りのごく日常的  
な風景、その認識のありようそれ自体の自明性  
が、ここでは否応なく異化され、議論の俎上に  
のせられることになる。本稿は、20世紀の社  
会学理論がこの問いにいかなる仕方で答えよう  
としてきたのかについて、そこで重要な役割を  
果たしてきた〈イデオロギー〉概念の位置とそ  
の歴史的な変容過程の考察を通じて検証してみ

たい。

なぜイデオロギー概念に照準するのか。文化  
とイデオロギーの関係をめぐる問題系は、スチ  
ュアート・ホールの「イデオロギーの再発見」  
論文 (Hall [1982]) がよく示すとおり、カルチ  
ュラル・スタディーズの主要なテーマの一つで  
ありつづけている。グレアム・ターナーによれ  
ば「イデオロギーは、カルチュラル・スタディ  
ーズの最も重要な概念カテゴリー」であり、そ  
の考察のありようはしばしば「文化をイデオ  
ロギーと同化させている」と批判されるほど徹  
底したものである (Turner [1996=1999:250])。  
しかし——それが「再発見」であったことから  
も明らかなように——大衆文化をイデオロギー  
の観点から考察することそれ自体は、決してカ  
ルチュラル・スタディーズが近年になって見出  
した専売特許ではない。イデオロギー研究とし  
ての大衆文化研究の試みは、ほとんど20世紀  
の大衆文化理論の出自とともに古く、その意味  
でカルチュラル・スタディーズはいわばその最  
新の形態にほかならないのである。したがって、  
イデオロギーの概念をひとつの参照点として、  
われわれはフランクフルト学派からカルチュ  
ラル・スタディーズに至るこれまでの大衆文化  
研究の流れを、おおまかに整理・概観してみ  
ることができよう。その作業は同時に、カルチ  
ュラル・スタディーズがそうした流れの中に何を  
付け加えたのか、従来の大衆文化研究の枠組み  
(その背後にある基底的な問い) をどのように書き  
換えたのか、という今日の問題を改めて定位し  
直すことにもなるはずである。

以下に論じていく、マスカルチャー、サブ  
カルチャー、ポピュラーカルチャーとは、そ  
うした整理・概観のなかで析出することのでき  
る、三つの主要な視座の展開・蓄積の過程をさ  
ししめしている。すなわち本稿は、大衆文化を

めぐる理論的な問いは、おおまかにマスカルチャーの視座、サブカルチャー的視座、ポピュラーカルチャー的視座という三つの視座の相次ぐ登場とその相克という観点から把握することができる、との考えを提出するものである。ここでいうマスカルチャー、サブカルチャー、ポピュラーカルチャーとは、したがって大衆文化を実体論的にさしめず名辞を意味するのではない。それらはいくまで、大衆文化を眼差し、その理論化をこころみようとする研究者の側の視座の方向性を対象化したものであることに注意されたい。そのように捉えることではじめて、われわれは近年の欧米の文化研究者の多くが、自らの研究対象をあえて popular culture と表記していることの意味を理解することができるように思われる。例えばスチュアート・ホールは、自らが分析する英国の黒人映画を (mass culture でも subculture でもなく) 一貫して「popular culture」と呼び、「popular culture」の一つとして考察している。それがたんなる用語使用の“流行”の問題ではないこと、その背景に、大衆文化とは何か、つまり《何らかの事象が人びとに支持される＝ポピュラーであるという事態は一体いかにして可能なのか》という、理論的かつ基底的な問いがはらまれていることを、以下の概観において示してゆきたい。そして物象化論から「準坳粹組み」理解をへてヘゲモニー論にいたる、〈イデオロギー〉の概念的な変遷過程が、こうした大衆文化研究の視座の問題と密接にむすびついていることを明らかにしてゆきたいと思う。

管見では、欧米における文化研究の刺激的な展開は、以下に論じるように常にイデオロギー概念を不可欠の背景として、この概念の変容過程と密接にむすびつきながら発展してきたし、研究営為の意義もまたもっぱらその視角から引

きだしてきた。マスカルチャー、サブカルチャー、ポピュラーカルチャーの三つの視座の相次ぐ登場とその相克の様相もまた、そのような文脈においてこそ、より明確に把握することができるように思われる。一方日本の文脈において、大衆文化の議論が明示的にイデオロギー概念との相関においてなされるような知的伝統はおおむね希薄であり、三つの用語／視座の間にある差異も日本語の文脈ではあまり明確に意識化されてこなかったのではないだろうか<sup>2</sup>。そのことは、日本におけるこの研究領域の継起的な発展と蓄積を阻害する、ひとつの要因となってきたようにさえ思われる。

理論的サーヴェイを中心とする本稿は、大衆文化研究のあるべき視座をめぐる問いが、イデオロギーという概念にいかなる意味を与え、それと文化との関係をどう把握するのかという主題とおよそ不可分であることを示す作業をつうじて、理論的視野ならびに今後の具体的な実証研究を行う上での礎石とすることを目指している。

## 2 マスカルチャー——資本制システムにおける支配的イデオロギーの閉域

19世紀末から20世紀にかけて、目に見えて顕著になった社会と文化の構造変容をうけて、これらの特徴が「mass society」「mass culture」と命名されるようになって以来、大衆文化(マスカルチャー)は近代文化の墮落形態として、知識人たちによる強い批判の対象となった。その展開は、トクヴィルやオルテガらによる初期のエリート主義的な批判から、マンハイム(Mannheim [1940=1962])による「合理化の果ての非合理性の噴出」の理論等へ結実し、現代でもしばしば人口に膾炙する文化批判の

常套的な“雛型”を形成していく。そしてこうした文化批判（マスカルチャー批判）の最も辛辣な様式が、フランクフルト学派、とりわけアドルノ、ホルクハイマー、マルクーゼらによって議論されたことはよく知られている。そこでは「大衆」は画一的でばらばらに分断された「マス」と把握され、その文化は産業とマスメディアに踊らされたまがいものそれとして、その価値を全面的に棄却される。これに対し、以後の大衆文化研究はおおむね、このフランクフルト学派の枠組みの一面性を批判することから出発することになる。彼らの枠組みに従う限り、大衆文化はどこを切り取っても同じ結論にいたる、否定すべき似非文化の総体としての域を出ることは決してないからである。

しかし、フランクフルト学派に対する今日の批判が、たんに彼らが大衆文化の価値を認めなかったという点、彼らの（一方で「高級文化」を理想化する）エリート主義的な傾向を論難する点にのみ向けられているとすれば、そうした批判は彼らの枠組み以上に一面的なものとなる危険性をはらむ。なぜなら、彼らが第一義的に焦点を当てたのは、文化の内容面（「低俗さ」といった側面）である以上に、その形式面（生産過程や交換・流通形式の側面）であり、それを支える資本制の構造それ自体のイデオロギー性であったからである。ここで用いられるイデオロギー概念は、しばしば指摘されるように伝統的な「虚偽意識」アプローチに近いものではあるが、しかし彼らにとって大衆文化が虚偽であるのは、たんにその内容（意識）が虚偽である以上に、それを支える物質的な諸構造それ自体の虚偽性に求められなければならない。アドルノは次のように言う。「文化の内容は純粹に文化そのものの内にあるわけではなくて、文化の外にあるもの、すなわち物質的生活過程とのその係わり

のうちにある」（Adorno [1955=1996:26]）。したがって、この観点からなされた彼らのマスカルチャー批判は、オルテガやマンハイムらが展開した「大衆によるエリート文化の破壊」への危機意識からの批判とは、まったく異なる射程をもつことを指摘しておく必要があるだろう。アドルノによれば、

精神は単に市場での自分の売れゆきを目指して態勢を調べ、それによって社会的に支配的な諸カテゴリーを再生産しているだけではない。精神が主観的に自分を商品化しないところにおいてすら、精神は客観的に既存の体制に同化する。全体の編み目は、交換行為をモデルにしていますます緊密に組み合わされる。（Adorno [1955=1996:12-13]）

つまり大衆文化のイデオロギー性は、（文化に携わる）個々人の主観の中にあるのではなくて、あくまでもそれを取り巻く客観的な構造のなかにすでに具現化されている。したがって、そうした社会的な作用連関の下では、たとえば「ある映画がどんな特殊なイデオロギー的教説を観客に注ぎ込んだかということはたいして重要ではない」（Adorno [1955=1996:28]）ときえアドルノは論じるのだ。そうした個々の作品内容にはらまれている狭義のイデオロギー性の問題をこえたところで、マスカルチャーは市場（交換行為）を通してわれわれの生活領域全体を構造化する、いわく物象化されたイデオロギーとして機能するからである。彼らによれば、今日の文化生産・流通を支配している諸々の過程は、決して透明で中立的なそれではない。マスカルチャーは、あたかも大衆の支持を（民主的な仕方）で反映した結果であるかのように自らを仮構するが、それこそ「文化産業」がわれわ

れに与えるイデオロギー的な幻像にほかならないのである。したがって、《何らかの事象が人びとにとってポピュラーである》という事態に実質的な意味はなく、彼らはそこに人びとの能動的な関与が働く余地を認めることはない。それらはあくまで構造によって保証されているにすぎない、あるいは、その自動的な帰結の問題でしかないからである。

つまりここでは、大衆文化のイデオロギー性は、あくまで現代資本制システムの物質的・構造的な作用の問題として位置づけられている。何らかの事象が「ポピュラーである」ことは、資本制のロジック、その構造的な力によってこそ保証されているとされる。したがって、アドルノらフランクフルト学派の枠組みに対して、大衆文化の「美学的」見地からの名誉回復、あるいはその「民主性」や「多様性」をたてにといった反論を試みるのでは、その本質的な批判とは決してなりえないだろう。問題は文化の内容ではなく、それを支える構造の方にあるからである。

その意味で、アドルノのイデオロギー概念が、継ぎ目のない全体性の専制を構成せずにはいられない「同一化思考」の一形式にほかならないという、テリー・イーグルトン (Eagleton [1991=1999]) の指摘は示唆に富んでいる<sup>3</sup>。フランクフルト学派の論者たちにとって、大衆文化 (マスカルチャー) は一枚岩で自己完結的な、あらゆるものを同一化してゆく支配システムとして定義されている。大衆 (mass) もまた、その同一化システムに自動的に組みこまれていく受動的な客体 (顧客) としてのみ描かれる。こうした支配と管理の体制、いいかえれば、支配的イデオロギーの完全なる閉域性に、差異や異種混淆性にひらかれた否定的理性の最も高度なパラダイムとして対立するのが、彼らにとって

は「芸術」の本質的機能であるはずであった。

イーグルトンによれば、マスカルチャーの「物象化」「同一化」の力学に対して差異や異種混淆性の論理 (=芸術) をぶつけるこのようなアドルノの思想は、「わたしたちの時代のポスト構造主義者の思想をおどろくほど先取りしている」という (Eagleton [1991=1999:266])。彼に代表されるマスカルチャー的視座において、大衆文化は文化 (芸術) を物象化し、世界を均質的に同一化してゆく資本制システムの一部であり、そのような意味において紛れもなくイデオロギー的な機能を果たすとされた。その理論的な射程は、今日においてもなお容易には棄却できない強靱さをもっている。その枠組みの乗り越え難さは、以下に論じるサブカルチャー的視座との対立において、逆説的にも証明されていくことになるからである。

### 3 サブカルチャー——日常生活世界における対抗的イデオロギーの可能性

サブカルチャー (subculture) という視座の下でなされる文化研究には大きく二つの学的伝統がある。一つはいわゆる「シカゴ学派」を中心とした都市人類学・逸脱研究の流れを汲むものであり、もう一つが70年代英国のバーミンガム現代文化研究センター (以下「バーミンガム学派」) を中心とした、労働者の若者文化研究の流れを汲むものである。その視座のありようが、先のマスカルチャー的視座といかに対照的であったかについて、たとえばサラ・ソートンは以下のように論じている。

「公衆」とは対照的に、「大衆 mass」は一枚岩で非理性的、そして政治的に操作されやすい存在としてしばしば特徴づけられてきた。

それはマスメディアや大量生産プロセスによる画一化と標準化の受動的な産物とイメージされている。サブカルチャー研究はしかし、ありふれた人びと (common people) の像を、さまざまに差異化された存在としてのみならず、さらに能動的で創造的な存在としても描き出す。(Thornton [1997:3])

サブカルチャー的視座における、大衆 (common people) の能動性や創造性に対するかような強調は、今日ではあまりに楽観的な見解としてしばしば批判的となる。ただし、少なくともシカゴ学派、バーミンガム学派のサブカルチャー研究にあって、「大衆の能動性」はたんにマスカルチャー理論の「受動的な大衆」像を反転させただけの代物ではない。この二つの学派がともに、文化の人類学的定義と手法としてのエスノグラフィーに依拠していたことから分かる通り、彼らの関心はあくまで人びとの生活・文化の「生きられた」構造の方であった。たとえばウィリアム・ホワイトにとっての酒場や街頭空間、ポール・クレッシーにとってのダンス・ホール、フィル・コーエンにとってのモッズ・ファッション、そしてディック・ヘブディッジにとってのパンク音楽は、いずれも人びとの具体的な日常生活世界の、複雑にいくんだ階層関係や象徴的な意味の秩序の内側において見出されるのである。

つまり彼らにとって大衆文化とは、上から(資本制システムの構造的作用の結果として)強制されるものというより、下から(人びとの日常生活の内側で)生み出され、いわば“生き抜かれる”ものにほかならない。いいかえれば、マスカルチャー的視座がもつばらマスメディアや大量生産システムの一部をなすものとして取り扱った大衆文化のさまざまな素材を、サブカ

ルチャー的視座は、人びとの日常的な生活世界とその象徴的な意味や価値体系の構成要素としてとらえ返したことになる。たとえばフィル・コーエン (Cohen [1972→1980]) は、60年代英国のモッズやスキンヘッズといった大衆文化 (サブカルチャー) が、当時の労働者階級の若者たちが直面していた問題状況——伝統的な労働者階級のピューリタニズムと、新しい消費の快楽主義との矛盾——を象徴的に(「魔法のごとく」) 解決する手段であったことを論じる。同様にヘブディッジ (Hebdige [1979=1986]) は、パンク音楽が70年代英国の若者たちの「コードで刻み込まれた秘密のメッセージ」であり、彼らの生活世界の「意味の地図」をなしていると論じる。

こうした立論の背景に、アルチュセール (Althusser [1970=1992]) その他によってもたらされた、イデオロギー概念のより積極的な再定義の過程——人びとの世界認識を支える「準坳粹組み」としてのイデオロギー理解——が付随していることは明らかであろう。アルチュセールにおいてイデオロギーは、もはや現実をベールで覆い隠す「虚偽」の問題ではなく、諸個人を主体として構成し、自らの経験や存在諸条件を世界と結びつけて解釈するための実践的な準坳粹組みとして機能するものとされる。あるいはそこに、たとえばクリフォード・ギアーツ (Geertz [1973=1987]) が提唱する、人類学的なイデオロギー概念との親和性を見出すこともできる。ギアーツによれば、イデオロギーとは、人びとが社会的現実を理解し、その複雑な状況のなかで自分のゆく道を探るための「象徴的な地図」を提供するものである。

サブカルチャー的視座が大衆文化のなかに見出したものもまた、これと同様の積極的な機能であったと考えることができる。彼らにとつ

て大衆文化とは、人びとの日常生活の不可欠の「資源」であって、もはや現実をベールで覆い隠す「虚偽」の問題ではまったくない。そして何らかの文化が人びとに「ポピュラーである」ことの意味もまた、ここから自動的に敷衍して解釈することが可能となる。サブカルチャーの視座にとって、ある商品なりスタイルなり文化的実践なりが、(ある種の)人びとに「ポピュラーである」のは、彼らが置かれた日常生活世界の論理との照応関係にこそ、その要因を求めることができる。つまり《ある種の文化は、それを実践的かつ象徴的に使用する人びとの日常において有意味に「生きられる」からこそポピュラーになる》というわけだ。たとえばポール・ウィリスは、「野郎ども」にとってのファッションやタバコがもつ意味を論じるにあたって、彼らがそうしたアイテムを彼ら独自のやり方で用いることを強調する。

商業主義によって一定の意味をあらかじめ与えられたスタイルが、〈野郎ども〉の手許で彼ら固有のもっと具体的な意味づけを加えられて利用されているのである。この種の風俗は、それと結びついた流行の音楽ともども、あきらかに利潤めあての商魂に端を発していることが多いし、それを追い求める若者たちの真情がつねに忠実に反映されているわけでもない。それは確かにそうだ。しかし他面では、若者たちによって取り上げられみずからのものとして使いこなされるときには、それが商業主義の動機からは予測しえなかった若者たち自身の率直な自己表現の媒体になりうることも見落とすべきではないのである。(Willis [1977=1996:47-48]、傍点は引用者)

上記でウィリスによる批判の主な対象となっ

ているのが、先のマスカルチャー的視座からの大衆文化理解であることは言うまでもないだろう。いかに商業主義に汚染された資本制システムの産物であっても、人びとはそれを自らの日常生活世界に引き入れ、与えられた意味を(自分たちの世界観に沿うように)作り変えることで換骨奪胎し、そこに対抗的イデオロギーの空間を作り上げようとする。大衆文化にもつばら(上からの)管理・操作の側面を見ようとするマスカルチャー的視座に対して、サブカルチャー的視座はそれらの人びとが涉猟し、積極的に奪用していく側面にこそ着目する。「マスカルチャー」と「サブカルチャー」の二項図式は、しばしば一般的には個々の文化の内容に応じた実体的な区別であるかのごとく用いられることが多いが、上記のウィリスの記述は、それらが大衆文化を眼差す側の視座の違い、あるいは文化とイデオロギーの関係をめぐる理論上の対立の所産であることをも示唆しているだろう。

しかしながら、その対立の現実的な帰結ははたしていかなるものだろうか。つまり、大衆文化の様々な素材の背後に隠されているのは、商品形態を媒介とする資本制システムの同一化・物象化のイデオロギーだろうか、あるいは人びとの日常生活世界とそのアイデンティティに密着した「象徴的な地図」(Geertz [1973=1987])の魅惑的な体系なのか。

この二つの論理——大衆文化のイデオロギー性をめぐる二つの見解——をまさしく正面衝突させて、パンク・サブカルチャーにおける対抗的イデオロギーの可能性を論じたヘブディッジの最終的な回答は、よく知られる通り前者による後者の吸収・統合であった。彼によれば、商品に変換され産業にフィードバックされることで、サブカルチャーは「結局、新しい習慣をいくつつくり出すことで終ってしまう」。また、

マスメディアに取り上げられてゆく過程で、パンク・サブカルチャーは自然化・平凡化され、その「本来の他者性」を飼いならされてしまうという (Hebdige [1979=1986:131-141])。

大衆文化 (サブカルチャー) の中に支配的権力に対する「本来の他者性」を見出し、それが結局は産業とマスメディアの作用によってスポイルされてしまうとヘブディッジが言うとき、大衆文化 (サブカルチャー) は、かつてアドルノらが「芸術」に与えた特権的な地位と同一のそれを占めることになる。そしてそれらは結局のところ——産業化・メディア化され、純粋な日常生活世界の論理を飛び越えるやいなや——支配的イデオロギーの閉域に吸収されてゆくにすぎないものとされる。ここにおいてヘブディッジは、先のアドルノの思想を最終的には追認・踏襲するにいたっているのが見て取れよう。またここでは、社会的な権力関係の中での大衆文化 (サブカルチャー) の「対抗性」が過剰に焦点化されるあまり、——サブカルチャー的視座のもととの出発点からすればある種の皮肉ともいえるが——こうした文化的実践は奇妙に「神話化」され、その日常的な側面は次第に置き去りにされていく。そしてこのことが、のちにサブカルチャー的視座へ向けられた盛んな批判の最も主要な論点となっていくのである。

#### 4 ポピュラーカルチャー——「ポピュラー」をめぐるイデオロギーの交渉

私がここで「ポピュラーカルチャー的視座」と呼ぼうとするものは、以上のような議論の文脈をうけて、大衆文化をそれまでのマスカルチャーともサブカルチャーとも異なる仕方で理論化しようと試みる、おおむね 80 年代以降の文化研究 (カルチュラル・スタディーズ) 一般をさ

しあたり指示している<sup>4</sup>。80 年代以降のカルチュラル・スタディーズの展開は、従来の大衆文化研究の視座、とりわけバーミンガム学派のサブカルチャー研究に対する批判的再考の過程で、次第に「ポピュラーカルチャー」という用語を「マスカルチャー」「サブカルチャー」両者にとって代わるものとして全面的に採用していくのである。ただし、同じく「ポピュラーカルチャー」という用語を使用している、論者によってその意味する内容は多様で振幅が大きく、いまだその全体像が確たる仕方で定まっているとは言い難い。したがってその様相は、ある意味では——「ポスト・マスカルチャー的」かつ「ポスト・サブカルチャー的」文化研究というように——消極的に提示されるのがより適切であるかもしれない。

しかし、その過程でなされた従来の視座の脱構築・再構築をめざす議論の中には、注目すべき多くの論点と枠組みの刷新とがふくまれている。まず「ポスト・サブカルチャー的」文脈においては、従来の「日常生活世界」に対するアプローチの全面的な見直しが行われる。サブカルチャー的視座は一般に、人びとの日常生活 (とその文化的実践) をもつぱら自律的なものととらえる一方、メディアや産業はそうした大衆文化の外側の問題、あるいはその事後の反応の問題と見なす傾向にあった。ヘブディッジにおける「産業 vs サブカルチャー」の正面衝突——そして前者による後者の吸収・統合——という図式は、このような前提があつてこそはじめて成り立つ議論にはかならないだろう。しかしゲイリー・クラーク (Clarke [1981 → 1997]) やスタンリー・コーエン (Cohen [1980]) が指摘するように、大衆文化は現実的にはつねに (すでに) 産業やメディアの働きかけと不可分に結びつきながら発生・展開しているのであつて、



バーミンガム学派が論じたモッズやパンクにしても決してその例外ではない。したがってクラークによれば、必要なのは「メディアや産業によってオリジナルなスタイルが破壊され従属させられる」という一方的な議論に終始することではなく、むしろそれらが（メディアや産業と結びつきながら）いかに人びとの間で伝達され、普及していくのかという動態的分析の方であるという。

一方「ポスト・マスカルチャー的」文脈においては、それまでの「支配的イデオロギー＝同一化」の枠組みに対して、資本制システムにおける「差異化」の論理の発見という、重要な視点の更新がなされる。これにはやはりサブカルチャー的視座の諸研究、さらにはボードリヤール、ブルデューらによる消費社会分析がもたらしたインパクトが大きい。そこでは商品交換を媒介とした資本の論理が、一方で人びとの間の「差異」に依存し、また人びとの「差異化」（＝ディスタンクション）の欲求と不可分に結びつきながら駆動するものであることが次第に明らかになっていく（Bourdieu [1979=1990]）（Baudrillard [1970=1995]）。従来の視座がおおむね称揚していた「差異」や「他者性」「異種混濁性」とは、資本の論理の外側に単純に放逐できるものではなく、むしろその内側に不可欠の駆動力として取り込まれている。ホールの言葉を借りれば「すべてを商品化していく力動というまぎれもない資本の論理のもう一方に、その論理が特殊性のもとで、また、それをとおしてはたらくものであるという、また別の側面があること」（Hall [1991:29]）が発見されたのである。

したがって、われわれはもはや、大衆文化をたんに世界の均質化をもたらす静的な支配システムと見なすことはできない。むしろそれ

は、人びとの間の固有の差異にアクセスし、またそうした差異を次々と新たに生み出してゆくことによって、ブルデューのいう「象徴闘争」（Bourdieu [1979=1990]）を日常的に喚起してゆく舞台となるからである。人びとの日常生活世界もまた、それに対抗的な仕方に対置しているというよりも、逆にそれを通じてこそ織り上げられていく空間として把握すべき対象となる。したがって大衆文化（ポピュラーカルチャー）は、差異と同一性の双方にまたがり、産業／メディアと日常生活世界の双方にまたがる、不可避に複合的な存在と見なされなければならないのである。

以上のような認識の移行の背景には、当然ながら現実に進行する社会環境の変容、大衆文化をめぐる社会状況の変化が色濃く反映している。そのひとつとして、とりわけ20世紀後期における、人びとを取り巻くメディア・情報環境の「多様化」の進行という事態があげられよう。ここでは、マスカルチャー的視座が前提としていたような、人びとの共通経験の供給者としての「マスメディア」の機能はしだいに低下・弱体化しつつあり、個々のメディアの性格はますます特殊化と断片化の度合いを強めている。一部の例外を除いて、大衆に情報を運ぶただ一つの供給源というメディア認識は、もはや適切ではなくなっているのである。したがって、それが中央集権的な支配体制のイデオロギー装置であり、大衆の均質性と受動性がこれに対応しているといったフランクフルト学派の解釈モデルは、今日ではますます受け容れがたいものとなっている。エーデルスタインが論じるように、「われわれのメディア風景が多様化しつつ増えていくにつれ、オーディエンス・メンバーが消費するメッセージはより特殊化され、同時にそれに対するオーディエンスの参加の度合いもまた

強まっていく」(Edelstein [1997:xii])。そこでは大衆=オーディエンスはきわめて多種多様なセグメントに分かれており、また「メディア」といっても決して一枚岩なものではない。要するに、今日の大衆文化は、マスカルチャー的視座において把握するには、あまりにも「サブカルチャー的多元主義/相対主義」(Irwin [1970→1997])<sup>5</sup>の様相を呈しているのである。

しかし他方において、今日の大衆文化はまた、サブカルチャー的視座においてとらえるにはもはや不釣り合いなほどに広域化し、それが生まれるやいなや商品化されメディアに媒介されながら展開していく傾向にある。今日の大衆文化がメディアや産業の機能とむすびつく度合いは、かつてのサブカルチャー研究者はもとより、20世紀前半のマスカルチャー論者が想定していたであろう範囲をもはるかに越えるほどに、密接かつ全面的なものとなっている。ヘブディッジが『ハイディング・イン・ザ・ライト』において若者のサブカルチャー研究に“別れ”を告げ、かつて自らの見解を振り返りながら「反体制的サブカルチャーという概念はパンクとともに成長し、パンクと一体化し、そしてパンクとともに死んでいった」(Hebdige [1988:8])、とさえ主張したことは、そうした現状認識を如実に反映していよう。大衆文化はもはや、それに関与しそれを支持している人びとの実態、そのアイデンティティや日常生活世界の次元に還元して説明しきれるほどに“純粹”なものともまた想定しにくくなっているのだ。大衆文化のポピュラーカルチャー的視座がおおむね共有しているのは、もっとも消極的には、以上のような認識の移行と、それと並行してなされた従来の視座の収斂的な統合がもたらした、大衆文化のイデオロジカルな複合性の認識である、ととりあえずは言うことができる。

それではそうした複合的な空間で展開してゆく大衆文化(=ポピュラーカルチャー)とは何か。そこで何らかの文化が「ポピュラーである」という事態は一体いかにして可能なのか。こうした問いを、「ポピュラー」という言葉そのものがもつ多-指示的(multi-referential)な特性に着目して考察し、それを通じてポピュラーカルチャー的視座の積極的な意義を提出しているようにみえるのは、管見ではやはりスチュアート・ホールである。ホールは「“ポピュラー”の脱構築についての覚え書」(1981)のなかで、アルチュセールの「呼びかけ」の理論ならびにグラムシのヘゲモニー論に依拠しながら、次のような問いを提起している。

しかし「ポピュラー popular」という言葉、そしてそれが指し示す集合的な主体——「人びと people」——というのは、かなり議論の余地がある。それは例えば、サッチャー英国首相がこんな文句を発言することができるというその能力によって問題化されるのである。「私たちは労働組合の力を制限しなければなりません。なぜならそれが人びとの望むことだからです」。(Hall [1981:238-239]、傍点は引用者)

ホールがここで取り上げているサッチャー首相のありふれた演説の一説は、むろんある政治的な効果をもっている。サッチャーはここで、「人びとの支持」(=ポピュラー)を盾にして(保守党政権にとって目の敵である)労働組合の力を制限しようと「私たち」に訴えかける。しかしここで彼女が言及している「人びと」とは誰のことであり、彼女が訴えかけている「私たち」とはいったい誰か。答えはむろん存在しない。ホールが述べているのは、ここで言及されてい

る「私たち」や「人びとの支持」が、なんら実体をもたない曖昧なシニフィアンにすぎないこと、そしてそれがむしろ曖昧であるからこそ現実的には広範な訴求力をもちうるということだからである。重要なのは、こうした言説の真偽の問題ではなく、それがなされることによる遂行的効果の問題、つまりそれが事後的に「労働組合の力を制限したいと思う人びと」を生み出す効果をもつことにある。「ポピュラー」とは、いわば、つねに後からやってくるのだ。

そしてこうしたメカニズムは、何も政治的言説の文脈にのみ現れるものではない。なぜならそれは、われわれが日々耳にする商品広告のキャッチコピーや、人びとの間で交わされる文化に関する語りのなかに頻繁に登場する、きわめてありふれた光景にほかならないからである。たとえば「絶賛発売中！」という広告コピーに対して、それが一体誰に「絶賛」されているのかと、その根拠を問うのはきわめて不毛な試みだろう。このコピーにおいて暗示される「これはポピュラーなものだ」というメッセージは、純粹に行為遂行的な機能をもつものとしてのみ差し出されているのであって、その「真偽」の問題は後からついてくる。そして実際「絶賛発売中」の商品のほとんどは「絶賛」されることなく市場から回収されていることも見落としてはならない。ジョン・フィスクが指摘するように、「新しい商品群の8割から9割は、その盛んな広告戦略にもかかわらず商業的に失敗する」のであり、「映画の多くは、その宣伝費を回収することにさえ四苦八苦している」有り様である (Fiske [1989:31])。このように、何か「ポピュラーである」ことは、現実的にはきわめて不確実性の高いコミュニケーション行為に依存しているのであり、したがってつねに危うい均衡の上で、その都度かろうじて成立し

ているものにすぎない。

こうして「ポピュラー popular」という言葉を、何らかの固定化された実体としてではなく、その都度さまざまな主体と節合することではじめて社会的に意味を帯びる曖昧なシニフィアンとして改めてとらえ返すことで、大衆文化 (ポピュラーカルチャー) 研究はそれまでとは全く異なる様相を呈してくる。それは、何か「ポピュラーになる／ポピュラーである」ことをめぐる文化的なヘゲモニー闘争の舞台として「人びと」の前に現れ、彼らの積極的／消極的な関与を通じて、再び「ポピュラー」の内実が事後的かつ継起的に具現化されていく場として、ダイナミックな形で定式化されるからである。今日の文化研究において、グラムシの「合意形成のプロセス」「移動する均衡」としてのヘゲモニー概念が、従来のイデオロギー概念を補完し脱構築するものとしてさかんに用いられている背景はここにある。従来のイデオロギー概念が、構造に埋めこまれた作用、もしくはある社会集団の個別の世界認識という仕方、ある種の閉域性を免れえない概念構成をもっていたのに対し、グラムシのヘゲモニーは、不断に節合と脱節合をくりかえす開放的なプロセスとして概念化されている。従来のイデオロギーがいわば「強制」されるものであるとすれば、ヘゲモニーは多様な「合意」によって獲得され、社会空間に浸透・遍在してゆく。そして「合意」によって獲得されたヘゲモニーは、流動的で可変的なものである一方、「強制」されるそれよりもはるかに強力にわれわれ自身を拘束し絡め取る。

同様に、大衆文化 (ポピュラーカルチャー) もまた、人びとの日常生活の次元において一端受け入れられるや否や「自然化」され、「自明化」されて、それ自体ひとつの「文化」としての社会的な正当性を獲得しはじめる。それは、あ

たかも「われわれの自明な欲望」をはじめから具現化したものであったかのように、われわれの前に立ち現れはじめるだろう。その過程において、ある種の商品なりライフスタイルなり文化的実践なりは、それに取り巻かれる人間をそれ以前とは別の人間に変えてしまう。大衆文化（ポピュラーカルチャー）がイデオロジカルな効果をもつとはこうした次元においてであり、そうしたサイクルがわれわれの日常生活（「意味の地図」とそのアイデンティティをどのようにに鑄直していくのか、それがわれわれ（の主体性）をいかなる場所へと導いてゆくかが、改めて問われなければならないことになる。

## 5 むすび

大衆文化研究にとってイデオロギー概念がきわめて重要な位置を占めると言う時、しばしば批判を受けやすいのは、それが「文化の問題を政治問題にのみ帰せしめる」行為だと理解される場合である。文化の問題はたんなる政治的な主義や効果の問題をこえた、人びとの美や倫理、笑いや快楽や日々の生活の彩りの問題でもあるはずだ、というように。しかしながら、そうした美や快楽や生活の彩りが、いかなる条件や社会的な作用のもとで具現化され、あるいは享受可能なものとなっているのかを改めて考察しようとする時、文化とイデオロギーをめぐる問いはやはり不可欠なものとなってくる。そして以上にみてきた文化理論の展開過程において、イデオロギーの概念は、たんに文化作品の内部にはらまれている狭義の「政治性」の問題をこえた、人びとの主体のありかたやその日常生活の組織化をめぐる問題群への射程をつねに内包していた。

われわれが、何らかの事象やスタイルが人び

とに支持されている＝ポピュラーであると言うとき、それを「ポピュラー」たらしめている社会的な作用とはいかなるものなのか。マスカルチャー的視座は、この解をもつばら商品形態を媒介とした資本制イデオロギーの物象化された強制力に求め、サブカルチャー的視座は逆に、それを人びとの日常生活世界の「意味の地図」との照応関係に見出す。ポピュラーカルチャー的視座は、むしろ「ポピュラー」という事態を諸言説の節合と脱節合のただなかにおいて生起し具現化されてゆくものと見なし、それが人びとの文化的・日常的なアイデンティティをたえず鑄直してゆく作用に目を向ける。いずれにしても、そこでは大衆文化とイデオロギーの関係性を問うことは、狭義の「政治」問題への還元ではありえないのと同時に、狭義の「文化」の枠の内側にもとどまることのない、それをこえてあらためて大衆文化を問題化してゆく視座を模索する試みであるということができる。

また、以上に論じてきたマスカルチャー、サブカルチャー、ポピュラーカルチャーの三つの視座は、単純な理論的「進化」の過程と見なされるべきではない。それらはむしろ文化を眼差す多角的な視座の「蓄積」の過程として把握されるべきものであり、マスカルチャー的視座、サブカルチャー的視座もまた、今日その理論的な有効性をうしなつたというわけではない。個々の文化の文脈によって、マスカルチャー、サブカルチャーは依然有効な見取り図をわれわれに提供する視座となりうるし、またなによりも、それらはアカデミズムの言説の枠内をとび越えて、大衆文化に携わる人びとの「生きられた」実践的思考と不可分に結びついていもいる。個々の文化の研究において、いかなる視座が有効なものとなりうるかは、言うまでもなく対象それ自体の要求や対話と不可分な関係にある。

その意味で本稿は、そうした対象との対話を行う際の、現時点での手持ちのツールの整理とその見取り図を提供することに終始したことになる。

#### 注

- (1) アラン・スウィングウッド (Swingewood [1977=1982]) は、19世紀半ば以降の社会の「大衆社会」化の要因を以下の七点にまとめている。(1) 労働の資本主義的分業化、(2) 大規模工業組織＝大量生産方式の確立、(3) 都市部への人口集中、(4) 都市化の進行、(5) 意思決定の中央集権化、(6) 広範囲にわたるきめ細かいコミュニケーション・ネットワークの整備、(7) 労働者階級への選挙権拡大に伴う政治的大衆運動の展開。
- (2) むろん、日本のこれまでの大衆文化研究において、イデオロギーへの問いは一様に希薄だったわけではない。むしろ50～60年代前後の時期においては、大衆文化のイデオロギー性の問題はこの分野の主要テーマとしてしばしば議論されていた(日高 [1961]、清水・辻村・坂本 [1969] 等を参照)。しかしおおむね80年代以降のサブカルチャー論・消費社会論の隆盛と前後して、イデオロギーをめぐる問いは大衆文化の議論から次第に抜け落ちてゆく(仲村・中野 [1985]、稲増 [1989]、宮台・石原・大塚 [1993] 等)。90年代後半のカルチュラル・スタディーズの流入は、再び文化研究にイデオロギーの語を登場させる契機となっはいるが、現時点でのそれは必ずしも(本稿が論じる)大衆文化をめぐる視座の問題と結び付けられる仕方ではなされているとは言いがたい。マスカルチャー、サブカルチャー、ポピュラーカルチャーの3つの用語の区別もまた、そこではやはり曖昧なまま併用されるに留まっている(吉見 [1998]、上野・毛利 [2000] 等)。

(3) イーグルトンいわく、「この思考形式には、もごとのユニークさや多様性を、すべて、容赦なくみずからのたんなるシュミラクラ〔模倣〕に変えてしまうか、さもなくば、みずからの境界の外へと、やみくもに排除してしまうような、パラノイア的な性格が隠されている」(Eagleton [1991=1999:265])。

(4) もともと「ポピュラーカルチャー popular culture」は、古くから「マスカルチャー mass culture」の同義語として広く一般的に使用されてきた言葉であり、とりわけ「マスカルチャー」が強い否定的含意をともなう場合、それに対して大衆文化の肯定的側面が主張される際によく用いられてきたという歴史的な性格をもっている。すなわち大衆文化を語るにあたって、これをマンハイムやフランクフルト学派とは違ったよりオプティミスティックな視点——その多様性や民主主義的性格、人びとのメディア・リテラシーの向上等——で評価しようとする批評家たちは、マスカルチャーという言葉よりもポピュラーカルチャーという言葉を好んで用いてきたのである。しかしこうした批評家たちが、マスカルチャー的視座の限界を乗り越えるような、文化研究の新たな視座や方法論を提起しえたわけでは必ずしもない。スウィングウッドが論じるように、それらはおおむね、フランクフルト学派の論者たちが強調した大衆文化のイデオロギー性という問題を、首尾よく考察の枠外に追いやった上での、きわめて消極的な現状肯定的大衆文化論の域を出ることはなかった(Swingewood [1977=1982])。

(5) 「サブカルチャー的多元主義／相対主義」とは、サブカルチャーが今日必ずしも特定の地域や集団の枠内に限定されず、むしろメディアを通じて自由に接触・選択可能な「ライフスタイル」のオプションとして機能しているような現代社会の状況を指している。ジョン・アーヴィンによれば、こ

うした事態は、サブカルチャーが広くメディアに取り上げられ、その存在が一般的に知られるようになったことから帰結した必然的な結果に他ならず、今や人びとは自分たちの生きる社会の中に多様なサブカルチャーが存在していることをすでに自覚しているという。したがって、人びとは自分自身の価値観や信念の相対性を意識せざるをえなくなり、文化価値の共有はもはや前提とはならない。アーヴィンはこれを受けて、「サブカルチャー」

に代わる新しい用語として一般に用いられつつある「シーン scene」という用語のもつ潜在的な意味とその可能性について論じている (Irwin [1970 → 1997])。

(6) 今日、文化産業側がさかんに駆使する「マーケティング」戦略とは、こうしたコミュニケーション行為につきまとう本質的な危険性／不確実性を少しでも緩和させようとする努力／実践の総体として捉えることができよう。

#### 文献

- Adorno, Theodor W. 1955 *Prismen: Kulturkritik und Gesellschaft*, Suhrkamp Verlag. = 1996 渡辺祐邦・三原弟平訳, 『プリズメン』, 筑摩書房。
- Althusser, Louis 1970 *Ideologie et appareils ideologiques D'Etat*, Sepirm. = 1992 柳内隆訳, 「イデオロギーと国家のイデオロギー装置」, 山本哲士 (監修) 『アルチュセールのイデオロギー論』:7-111, 三交社。
- Baudrillard, Jean 1970 *La Societe de Consommation: Ses Mythes, Ses Structures*, Editions Denoel. = 1995 今村仁司・塚原史訳, 『消費社会の神話と構造』, 紀伊国屋書店。
- Bourdieu, Pierre 1979 *La Distinction: Critique Sociale du Jugement*, Minuit. = 1990 石井洋二郎訳, 『ディスタンスション I・II』, 藤原書店。
- Clarke, Gary 1981 "Defending Ski-jumpers : a critique of theories of youth subcultures", Gelder, K. & Thornton, S. (eds.) 1997 *The Subcultures Reader* :175-180, Routledge.
- Cohen, Phil 1972 "Subcultural conflict and working-class community", Hall, S. et al (eds.) 1980 *Culture, Media, Language* :78-87, Hutchinson University Library.
- Cohen, Stanley 1980 *Folk Devils and Moral Panics : The Creation of the Mods and Rockers*, Oxford: Martin Robertson.
- Eagleton, Terry 1991 *Ideology : An Introduction*, Verso. = 1999 大橋洋一訳, 『イデオロギーとは何か』, 平凡社。
- Edelstein, Alex S. 1997 *Total Propaganda: From Mass Culture to Popular Culture*, University of Washington.
- Fiske, John 1989 *Understanding Popular Culture*, Boston: Unwin Hyman.
- Geertz, Clifford 1973 "Ideology as a Cultural System", Geertz, C., *The Interpretation of Cultures*, New York. = 1987 吉田禎吾ほか訳, 「文化体系としてのイデオロギー」, 『文化の解釈学II』:3-74, 岩波書店。
- Hall, Stuart 1981 "Notes on Deconstructing "the Popular"", Samuel, R. (ed.) *People's History and Socialist Theory*, London: Routledge and Kegan Paul.
- 1982 "The Rediscovery of "Ideology" : The Return of the "Repressed" in Media Studies", Gurevitch, M. et al (eds.) *Culture, Society and the Media* :56-90, London: Methuen.
- 1991 "The Local and the Global", King, Anthony D. (ed.) *Culture, Globalization and the World System* :19-39, London: Macmillian.

- 1996 "What is this "black" in black popular culture?", Morley, D., & Chen, K. H. (eds.) *Stuart Hall: Critical Dialogues in Cultural Studies* :465-475, Routledge.
- Hebdige, Dick 1979 *Subculture: The Meaning of Style*, London: Methuen. = 1986 山口淑子訳, 『サブカルチャー——スタイルの意味するもの——』, 未来社。
- 1988 *Hiding in the Light: On Images and Things*, London: Routledge.
- 日高 六郎 1961 「はしがき」, 日高六郎 (監修) 『マス・レジャー論』 :I-VI, 紀伊国屋書店。
- 稲増 龍夫 1989 『アイドル工学』, 筑摩書房。
- Irwin, John 1970 "Notes on the status of the concept subculture", Gelder, K. & Thornton, S. (eds.) 1997 *The Subcultures Reader* :66-70, Routledge.
- Mannheim, Karl 1940 *Man and Society in an Age of Reconstruction : Studies in Modern Social Structure*, London: K. Paul, Trench, Trubner. = 1962 福武直訳, 『変革期における人間と社会：現代社会構造の研究』, みすず書房。
- 宮台真司・石原英樹・大塚明子 1993 『サブカルチャー神話解体』, パルコ出版。
- Morin, Edgar 1962 *L'esprit du temps 1*, Nevrose. = 1979 宇波彰訳, 『時代精神 I——大衆文化の社会学——』, 法政大学出版局。
- 仲村 祥一・中野 収 (編) 1985 『大衆の文化——日常生活の心情をさぐる——』 (有斐閣選書), 有斐閣。
- 清水 幾太郎・辻村 明・坂本 二郎 (編) 1969 『余暇時代と人間』, 潮出版社。
- Swingewood, Alan 1977 *The Myth of Mass Culture*, London: Macmillan. = 1982 稲増龍夫訳, 『大衆文化の神話』, 東京創元社。
- Thornton, Sarah 1997 "General Introduction", Gelder, K. & Thornton, S. (eds.) *The Subcultures Reader* :1-7, Routledge.
- Turner, Graeme 1996 *British Cultural Studies : An Introduction (Second Edition)*, London: Routledge. = 1999 溝上白紀ほか訳, 『カルチュラル・スタディーズ入門——理論と英国での発展——』, 作品社。
- 上野 俊哉・毛利 嘉孝 2000 『カルチュラル・スタディーズ入門』, 筑摩書房。
- Willis, Paul 1977 *Learning to Labour : How Working Class Kids Get Working Class Job*, London: Saxon House. = 1996 熊沢誠・山田潤訳, 『ハマータウンの野郎ども』 (ちくま学芸文庫), 筑摩書房。
- 吉見 俊哉 1998 「カルチュラル・スタディーズとサブカルチャーへのまなざし」, 山田富秋・好井裕明 (編) 『エスノメソドロロジーの想像力』 :121-140, せりか書房。

(おかだ こうすけ、東京大学大学院、kosuke@kc5.so-net.ne.jp)

# Mass culture, Subculture, Popular culture

## Theory of Culture and the changing concept of Ideology

OKADA, Kosuke

University of Tokyo

kosuke@kc5.so-net.ne.jp

How can we grasp the meaning and mechanism of contemporary culture? In the academic discourses from Frankfurt School to Cultural Studies, we can extract three main perspectives namely "mass culture" "subculture" and "popular culture", from which we understand and theorize that. In this article, I focus on the concept of ideology that plays an important role in each perspective, examining the way in which the relationship between culture and ideology is theorized and problematized.



# 廣濟堂ライブラリー

※価格はすべて税別

<small>女と戦士たちのサイボーグ・ファッション史</small> <b>腕時計の誕生</b> <small>永瀬 唯 著</small> 1000円	<small>テクノロジーによる新発見</small> <b>古美術を科学する</b> <small>三浦 定俊 著</small> 1000円	<small>「個人」を超えた価値の再構築へ</small> <b>倫理の危機?</b> <small>石川 伊織 著</small> 1300円
<small>デジタル時代の想像力</small> <b>第三の眼</b> <small>港 千尋 著</small> 1000円	<small>国民服というモード</small> <b>洋服と日本人</b> <small>井上 雅人 著</small> 1000円	<small>逃げる男の恋愛史</small> <b>赤面と純情</b> <small>小倉 敏彦 著</small> 1400円
<small>マクラーハン再発見</small> <b>メディアの予言者</b> <small>服部 桂 著</small> 1000円	<small>フロイトを蹴飛ばす脚・靴・下駄理論</small> <b>脚ピエ・フェティシズム</b> <small>石塚 正英 著</small> 1000円	<small>ミュージアムの過去・現在・未来</small> <b>美術館はどこへ?</b> <small>春沢 剛巳 著</small> 1600円
<small>『大菩薩峠』をめぐる</small> <b>理由なき殺人の物語</b> <small>高橋 敏夫 著</small> 1000円	<small>心と社会の解離論</small> <b>多重化するリアル</b> <small>香山 リカ 著</small> 1000円	<small>その誕生と死</small> <b>広告都市・東京</b> <small>北田 暁大 著</small> 1400円
<small>美と快楽の身体</small> <b>フットボールの新世紀</b> <small>今福 龍太 著</small> 1000円	<small>実戦性・競技性・精神性と変容する現実</small> <b>思考する格闘技</b> <small>松原 隆一郎 著</small> 1200円	<small>紅小兵の世界</small> <b>よいこの文化大革命</b> <small>武田 雅哉 著</small> 1800円
<small>教育・環境・民族対立</small> <b>遺伝子VSミーム</b> <small>佐倉 統 著</small> 1000円	<small>靖国神社からソルトレイク・シティまで</small> <b>近代の神々と建築</b> <small>五十嵐 太郎 著</small> 1400円	<small>ファンタジーの癒し</small> <b>魔法のほうき</b> <small>井辻 朱美 著</small> 1600円
<small>埋葬に替える都市空間</small> <b>死体の解剖学</b> <small>原 克 著</small> 1000円	<small>現代日本のセクシュアリティ</small> <b>ラブホテルの力</b> <small>鈴木 由加里 著</small> 1300円	<small>〈都市〉という実験</small> <b>未来都市は今</b> <small>若林 幹夫 著</small> 1600円

〒104-0061 東京都中央区銀座3-7-6  
Tel.03-3538-7212 Fax.03-3538-7223

**廣濟堂出版**

http://www.kosaido-pub.co.jp