【273】

氏　名(本　籍)	石　田　佐恵子（いしだ　さえこ）（大 阪 府）
学 位 の 種 類	博　　士（社 会 学）
学 位 記 番 号	博 乙 第 1,360 号
学位授与年月日	平成10年 2 月28日
学位授与の要件	学位規則第4条第2項該当
審 査 研 究 科	社 会 科 学 研 究 科
学 位 論 文 題 目	**文化装置と文化主体ー現代文化研究の実践ー**
主　査	筑波大学教授　　博士（社会学）　副 田 義 也
副　査	筑波大学教授　　菱 山 謙 二
副　査	筑波大学教授　　上 笹 恒
副　査	筑波大学助教授　　濱 日出夫

論 文 の 内 容 の 要 旨

本論文全体を貫徹する主題は，タイトル「文化装置と文化主体」が示すように，ある文化領域をそのようなものとして成立させている仕掛けと，その文化の中に否応なく生きる人びととのかかわりの問題である。そして，その根底には現代社会の文化のありようにかかわる問い，また，文化の意味生成に関する問いが含まれている。

ここで「現代文化」の特徴的な側面として特に意識しているのは，「メディア」や「技術」にかかわるキーワードだけではない。むしろ，象徴的意味の体系としての文化を，より根元的な側面としてとらえている。それは，私たちの感覚や意識や意味の領域に入り込み，私たちを私たちであるようにしむけているような側面である。文化のメディア的に構成される側面と私たちの感覚や意味をつくりあげる側面について併せてとらえることを意図して「文化装置」という概念が用いられる。

「文化装置」とは「メディアによってつくりあげられる感覚・意味・意識の生産と再生産の過程」と定義される。今日では，文化装置（＝メディアとのコミュニケーション）は私たちの日常のほぼすべての領域を被っている。文化装置をとおして，私たちの感覚や意識，意味がつくりだされるとき，同時に，文化によってつくられるものとしての私たち自身が立ち現れてくる。ここに現代文化を研究する決定的な意義がとらえられる。

本論で用いられている「文化主体」という概念は，基本的に文化装置によって立ち現れてくるものであり，言説やテクストの主体としての概念である。それは，「大衆文化」「女性文化」「青年文化」などといった「担い手＋その文化」という形成で表現されるような文化領域を説明するための道具として特別に意識したものである。また，そのような文化のジャンルを特徴づけるまとまりのある集団としてその担い手たちが本来的に存在しているのではないということを特に意識して用いている。

以上を主題として，本論は以下のような構成となっている。

第1部では，本論全体に共通する視座を提供するための作業として，文化研究における理論と方法への問題関心をまとめた。

第1章「同伴者としてのカルチュラル・スタディズ」では，現在の人文社会科学において大きな影響力を持つ流れ　ーカルチュラル・スタディズー　について日本への導入のいきさつを含んで再考している。そこで，カルチュラル・スタディズの革新性について，従来の社会学に対する方法や視角そのものではなく国際的に展開される移動の観点であることを述べた。

第2章「現代文化研究のパースペクティブ」では，現代文化研究を展開するために必要な概念をいくつかとりあげ，その検討をおこない，モデルと方法を整理した。文化のコミュニケーション・モデルが再考され，文化の環流モデルの五つの過程－「表現」「フイデンティティ」「生産」「消費」「規則化」－が整理された。

第2部，および，第3部では，私たちの感覚や意識をつくりあげる文化装置としての〈有名性〉と〈青年文化〉にそれぞれ注目して，それらが現代文化の領域においてどのように作用し，どのように人びとに影響を与え，どのように変化していくのかについて考察を試みた。

第2部では，〈有名性〉という文化装置をめぐる分析研究を試みた。文化的生産物（特に映画やテレビ）の生産・流通・消費をめぐるさまざまなレベルについて，それらがどのようにして文化的意味の生成にかかわっているのか，テクスト的な仕掛けや戦略を分析することによって明らかにすることを目指した。

第3章「〈有名性〉をめぐるコミュニケーション」では，具体的に〈有名性〉が語られ表現される場のレベル，「表現」と「消費」「規則化」の各過程を接合するレベルにおいて分析がなされた。ここでは〈有名性〉をめぐるコミュニケーションの特質が明らかにされた。すなわち，〈有名性〉とは対象となるものを中心化し，人びとをメディアの共同体の経験によってたばねる作用を持つという特質である。

第4章「メディア，〈有名人〉，セレブリティ・ビジネスの歴史」では，〈有名性〉のありようと諸メディアとの関係に焦点をあわせて，歴史的視点から述べた。19世紀の活字ジャーナリズムの時代における「英雄」「天才」から，20世紀前半映画の「スター・システム」，さらにテレビ時代における「有名人」へと，〈有名性〉のありようはメディアの変化と連動して変化してきたことが明らかにされた。

第5章「〈有名性〉と欲望の力学」では，〈有名性〉をめぐる人びとの欲望，「表現」と「アイデンティティ」をめぐる接合の側面が分析された。特に「有名になりたい」という欲望と「有名なものを崇拝したい」という欲望について，それが同一の根を持つものであることを述べた。また，〈有名性〉の価値を成立させる前提となる知識の形態について述べた。

第6章「〈有名性〉の自動装置：ワイドショー」では，「表現」「生産」「消費」をめぐって，きわめて現代的な〈有名性〉の産出と消費の場所としてテレビ・ワイドショーの表現形式について，よりメディア文化研究的な視点から分析が展開された，具体的な文化的生産物である「ワイドショー」のテクスト分析を行い，その意味世界の特質を明らかにした。

第3部では，現代文化の具体的な表出形態として，特に〈青年文化〉として取り扱われてきた領域に関する議論をあつめた。

第7章「外見の時代：現代の儀礼主義」では，青年層を中心に外見にこだわりを持つ文化が成立していることの意味とその背景を「儀礼主義」という概念から分析した。そこでは第2部に共通する「メディアの共同体」という視点が採用された。

第8章「〈有名性〉にあふれる場所：情報誌による〈都市〉空間」は，〈青年文化〉に位置づけられるメディア，「情報誌」という文化的生産物の特徴から，その表現と消費がどのようなものであるかについて〈都市〉〈旅行〉に焦点づけて分析をおこなった。

第9章「現代メディアと〈青年文化〉論」では，「青年文化論」という文化研究のジャンルに関して，歴史的展開とメディア論との関連から議論をおこなった。その背景には〈青年文化〉の担い手としての「青年」の拡散状況があり，本論全体に共通する文化主体のありようが考察された。

終章では，同時代の現代文化研究にかかわるものとして本論文を位置づけるために，現代文化研究の領域で現在盛んに議論されているいくつのか問題を提示した。そこで提示された問題は，次のようにまとめられるものである。

(1)現代文化の研究を通して「現代性」をどのように語るのか，という問題。(2)「大衆文化」とみなされている文化領域を生きる人，そこに立ち現れてくる主体の場所をめぐる問題。(3)どのような個人が現代文化（メディア

文化，大衆文化）の主役となりうるのかという問題，文化の代表性の問題。(4)現代文化の研究目的をめぐる問題。

本論文の企ては，このような諸問題に対して，具体的な文化領域ー特に〈有名性〉の生成，および〈青年文化〉ーを取り扱いながら重層的に考察を進めていくことにあった。終章では要約的にそれらの諸問題についての糸口を提示した。

(1)現代文化の研究を通して「現代性」をどのように語るのかという問題については，本論のさまざまな場所でその可能性を示唆してきた。(2)「大衆文化」とみなされている文化領域を生きる人，そこに立ち現れてくる主体の場所をめぐる問題については，文化装置と文化主体という概念を考察する作業を通じて考察した。ある特定の文化領域，現代文化のジャンルは，ある表現の特徴，主題の特徴とともに認知されるが，そのとき，その文化的テクストの主体として現れるのが文化主体であった。今日の文化状況において，〈青年〉や≪主婦≫はそうした文化主体の最たる例である。(3)文化の代表性の問題については，今後展開されるべき大きな課題として示した。最後に，(4)現代文化の研究目的の重要性の増大について述べた。

審査の結果の要旨

本論文は，現代社会学の理論と実証の最尖端部分を示す秀作である。その最尖端のひとつは，イギリスを中心にした英語圏の社会学でカルチュラル・スタディズとして展開されてきているが，著者はこれに早くから着目し，イギリスへの留学によってその研究現場に親しみ，帰国後，その知見を日本のポピュラー・カルチャーの実証分析をつうじて独自の形態で展開し，その成果を本論文に集約，提示した。これによって，日本のカルチュラル・スタディズは着実に一歩前進し，また，イギリス，アメリカなどのカルチュラル・スタディズの成果との国際比較が期待されることになった。

本論文があげた学問的成果は，つぎの三点にまとめられる。

1）英語圏におけるカルチュラル・スタディズの現状は活気にみちているが，諸家，諸派の見解が入り乱れて，一見，錯綜した理論のジャングルのようである。著者は，そのなかに巧みに分け入り，適切な分析を重ねて，学問的生産性がもっとも高い，文化の還流モデルをとり出した。これは，現代の先進資本主義社会を研究するさいに，鍵概念として，「社会」より「文化」が有望であることをつよく示唆する。

2）有名性，有名人，セレブリティ・ビジネスの研究は，カルチュラル・カタディズの方法による，きわめて斬新，適切な現代人論である。社会学とその関連領域の人間論は，労働概念を機軸とする19世紀的人間論の桎梏からなかなか抜け出せないでいるが，著者はきわめて大胆に，文化とアイデンティティのかかわりをつうじて，その突破口のひとつを示唆している。

3）青年文化の研究は，カルチュラル・スタディズの方法による，もうひとつの現代人論の広がりと深まりを示すものである。これによって，人間論が新しい都市社会学，文化社会学の領域に連動してゆく可能性が示唆されている。

よって，著者は博士（社会学）の学位を受けるに十分な資格を有するものと認める。