年報筑波社会学　第16号（2004），127～131頁.

《書評》

P. D. マーシャル 著，石田佐恵子 訳
『有名人と権力――現代文化における名声』

勁草書房，2002年，412頁，4110円.

遠　藤　倫　代

今年３月、衆議院議員の田中真紀子元外相の長女に関する記事を掲載した「週刊文春」が東京地裁にプライバシーの侵害を認められ、出版禁止の仮処分を受けたことは記憶に新しい。その後、仮処分が取り消されることで決着した。この出来事では、文春側が、長女を純粋な私人ではないという点とともに、有権者の投票行動は議員の全人格を見極めたうえでなされるものであるため、真紀子議員の私生活である長女との関係が、有権者が真紀子議員について評価するための材料となるという点を主張していた(1)ことが非常に興味深い。ここでは公的領域における評価には、公的領域である振る舞いをする個人の人格のもととなる私的領域が欠かせない判断基準であるとされている。このとき、今回書評を託された『有名人と権力』はこの出来事から浮かび上がる公的領域への私的なものの流入を考える手引きになる。

本書では、明らかに公的な個人であると思われている有名人を取り上げ、現代文化における有名人という権力の作用を論じている。本書はまた、特定の有名人の個性の側から記述する一般的な見方を否定し、そのような有名人という個人や個性をめぐる言説が生産され続けること自体を問題にする。つまり、「なぜ有名人は現代文化における非常に活発な言説交渉の場なのか」という問いに貫かれている。

本書は、全３部（９章）により構成される。

まず、序文において著者は、有名人と権力という主題についてのアウトラインを提示する。著者は有名人を記号／テクストとしてみる。その視点からは、有名人は祝福／嫌悪という両義的な記号としてのみ記述でき、「有名人権力とは、社会世界のリアルなアイデンティティ構築の表現である。」という。また、有名人が表現する社会権力を確定するのはオーディエンスであるという。このような有名人を研究するためには、「言説としての有名人を通して実現する近代的な主体性（subjectivity）の表象形式の特別な観点から、文化を読むことが必要」とされている。

第１部（１～３章）では、現代文化における有名人分析に必要な概念枠組みの構築がなされている。まず、１章では、「有名人」という用語の探求に始まり、主にスターダムやリ

ーダーシップの研究が検討され、有名人という個人の側に焦点を当てたアプローチの限界が指摘される。そしてウェーバーのカリスマ概念やフロイトの指導者概念を中心に検討することで、有名人は個人性（＝個人的アイデンティティの領域）と集合性（サポート集団や追従者の領域）の境界の社会的構築に中心的かつ曖昧に作用しているという。次に、2章では、1章とは反対に、集合性の側からアプローチする。群集理論や行動心理学、マス・コミュニケーション研究などを検討することを通じて、近代文化において有名人は、非合理なもの（群集・大衆）の領域を合理化する個人性として構築されることを指摘する。さらに、カルチュラル・スタディーズが、オーディエンス構築というもう一側面に光を当てる点で示唆的であるという。3章では、ここまでで検討された有名人をめぐる概念をもとに文化権力としての有名人を分析する方法が提示されている。人々の感情という非合理な部分に強く作用する「感情権力」としての有名人の出現は、大衆からオーディエンス集団へという合理化と、オーディエンス集団の合理化という合理化の二つの形式から議論される。そして記号としての有名人は、人格を表現するものであるから、オーディエンスが有名人記号の解釈をするとともに、それにより形成されるアイデンティティをオーディエンス＝主体性と呼ぶ。以下では、オーディエンス＝主体性を分析するために、文化産業による展開（＝意思の解釈学）とヤウスの受容理論を取り入れ、特定スターについて書かれたテクストの解読と有名人に関連する商品などの受容の形式の解読（＝受容の解釈学）という二重の解釈学を試みる。

第2部（4～7章）では、文化産業の3つの領域である映画（4章）、テレビ（5章）、ポピュラー音楽（6章）において各章の前半でその領域に出現した有名人形式をそれぞれ歴史的に検証した後、その領域における特定の有名人を分析している。具体的には、映画ではトム・クルーズが、テレビではトークショウのホスト、オプラ・ウィンフリーが、ポピュラー音楽では5人組の白人アイドルニュー・キッズ・オン・ザ・ブロックが取り上げられている。7章においてこれらの分析により明らかとなった特徴が整理される。まず、映画有名人は、オーディエンスとは「アウラ的距離」をもち、情報の統制によって有名人の公的人格は守られる。そしてオーディエンスは、映画有名人に対して〈賞賛の同一化〉を行なう。次に、テレビ有名人の関心がまるでオーディエンスから出現したかに見えることは、テレビ有名人が現実的かつ同類感覚への親近性を補強するよう構造化されているからである。つまり、オーディエンスは、テレビ有名人に対して〈共感の同一化〉を行なう。最後に、ポピュラー音楽有名人とその主体性構築の重要な点は、本物らしさの要求である。また、コンサートによって本物らしさが証明され、オーディエンスと有名人の障壁が取り払われ、活発な参加を賞揚する〈関連の同一化〉が儀式化されている。以上のように、娯楽有名人は、感情世界と公的個人記号へ向かうオーディエンスの感情的愛着に激しく作用する「感情権力」である。

第3部（8章・結論）では、第2部で分析された文化領域における有名人が政治領域に

転移しているさまを分析している。娯楽領域と政治領域には公的人格の構築という点でつながるという。ここでは、主に第41代アメリカ大統領ジョージ・ブッシュ（父ブッシュ）の政治キャンペーンＣＭの分析から、映画・テレビ・ポピュラー音楽にそれぞれ特権的な公的主体のさまざまなコードが、政治領域で再利用され再定式化されることが著者によって確認される。このことにより、現代文化において、いかに権力が個人化された表象に収容されるかを示し、とりわけそのなかでどのように感情作用が機能しているかを描いている。結論では、有名人という概念は、大衆民主主義の発展と民主主義に大衆権力を取り込む協調作用に大いに関係する近代的概念である、と再定義されている。そして本書では、有名人は個人性と集合的アイデンティティの双方の意味に強く作用する場であることが何度か確認されている。そのことにより、有名人が、「私的領域の意味や重要性、公的領域の含意を定義する決定的現場」であることにつながると著者はここで主張している。具体的には、有名人の私的領域は、「公的領域のすべての表象のために真実と意味の究極的現場となるよう、構築される」、という。こうした有名人を通すことで、「出来事」は心理的構築物に矮小化され、そうした矮小化によってこそ、政治や文化が機能するようになったことを述べて、本書は閉じられている。

紹介が前後するが、本書の冒頭には、日本語版の序文が収められている。その序文は訳者の石田が訳者あとがきで触れているように9・11の前日という運命的な日付に書かれているものであり、本書が翻訳されるまでの４年間においてますます〈有名人〉が公的／私的領域の活発な言説交渉の場として重要になっていることが具体的な出来事に即して紹介されている。

本書の考察は、とりわけ最後の有名人権力が転移した政治領域の様相の分析は、近年の日本の政治分析としても十分に有用で興味深いものである。しかし、娯楽領域の有名人構築のコードがポピュリズムの政治の「道具」として回収されることによって、２部までの問題提起の面白みが低減してしまう印象を受けた。このことを念頭に置きながら重要だと考える個別の論点を３つに絞って提示したい。

まず、公的／私的という本書の核となっている概念に関することである。著者は、序文で、有名人を「残りの人々が見つめるなか、公的舞台で活動することが許されている」、と記述していることからもわかるように、端的に公／私という用語を用いて分析を進めている。ここから著者は、私的領域が公的領域の表象の解釈の決定的な要素として構築される、という知見を導き出す。この知見は、本稿の冒頭の事例の出来事を見ても妥当であるといえる。しかし、著者の公的人格の構築をめぐる記述から考えると、公的人格の解釈に使われるような私的領域は、公的人格の解釈に動員された時点で公的領域の要素へと変質しているともいえる。そこでは、私的領域は常に残余のもの、過剰なものとしてしか現れ得ない。有名人の「本当の」姿を明らかにしようという意志によって組織されている有名人の

言説は、文化産業の側から提供される私的領域の情報によって構築される公的人格が「仮面」であると思われているからこそ、絶え間なく出現するからだ。また、5章で行なわれているオプラの体重の増減（＝私的領域）について起こったマスメディアでの論争（＝公的領域）が分析されている部分では、オプラの身体変形は「広告」と密接な関係にあったことも読み取れる。著者は、そこで雑誌記事の図版を「オプラによる公的・私的世界の混合」という見出しで紹介しているが、そう単純にいえるのだろうか。公／私の境界をめぐる意味づけもまた変化しているといえるのではないだろうか。このことを考えるためにも、著者による公的／私的という概念の位置づけがなされるべきではなかったか。

次に、本書では、文化産業の側からだけの分析も、オーディエンスのみに着目する方法も、どちらかだけでは有名人をめぐるダイナミクスが汲み取れないことが強調され、オーディエンス＝主体性というキー概念がつくられている。しかし、実際の分析でこの視点が生かされているとはいえない。分析方法の提示する時点で明らかにされるように、オーディエンス構築の分析と思われる資料は雑誌記事などである。その分析からは著者には、雑誌での記述がオーディエンス一般に幅広く共有されていることが前提されていることが読み取れる。しかし、雑誌記事はしばしば文化産業との共犯関係において成り立っているものであり、著者がオーディエンス＝主体性という言葉で表現する、有名人を見ることによって獲得していくようなアイデンティティについて語るにはもう少し違った資料あるいは方法による分析が必要なのではないか。もちろん、文化産業とのせめぎあいのダイナミクスのなかでオーディエンスのリアルなすがたを捉えること、これは、本書だけの問題ではなく、受容研究に共通して存在する困難であると言えるだろう。

最後に、訳者あとがきで石田も触れているように、ジャンル横断的な分析についてである。本書では、政治／娯楽という大きな領域区分を横断した分析だけなく、娯楽領域の内部でも、映画／テレビ／ポピュラー音楽というジャンルを横断する分析を行っている。石田が評価するように、本書のようにジャンル横断的な分析をすることは、各ジャンル間のヒエラルキーを脱構築することにつながることになるかもしれない。しかし、ジャンルの自明性を前提することによって、なぜそれらのジャンル間に差異が見出せてしまうのか、という問いを隠蔽する。ここでも、文化産業側のコンテクストだけでなく、それがコンテクストとして流通することを可能とするような「しくみ」が見えるような分析が、本書の目的からは必要であっただろう。

また、本書全体の試みについても触れておきたい。個別の論点にも重なるが、有名人をめぐる言説が「人格」という点に収斂していくこと、という本書の大前提でもある点こそが、分析されるべき課題であったのではないだろうか。本書では個々の事例で「人格」なる領域に有名人言説が収斂していっていることの描写がなされている。しかし、そこでは著者が有名人構築のコードと表現するものの違いだけでなく、「人格」という言葉で指し示

されている領域にも違いが見出せる。この違いを明確にしながら分析が進められれば、結論部で触れられている、有名人を通すことによって「出来事」が心理的構築物に矮小化され、そうした矮小化によってこそ、文化や政治が機能している、という論点が説得的になるだろう。つまり、有名人言説が「人格」に収斂することと、有名人がオーディエンスの感情に激しく作用するということが、どのようにして接合されるのかをより明確にする必要がある。こうしたことによって、最後の政治領域の分析が、本書の前半部で著者によって再検討された群集理論やプロパガンダの事例とどのように異なるのかが明らかになるのではないか。

以上の論点はあるものの、本書は、現代文化をただ単に私的な趣味に還元することなく、また、娯楽産業側の操作に還元することもなく、コンテクストも含めて読み解いていく重要な試みであるといえるだろう。そのような試みは同時に、現代社会に働く新たな権力―人々の感情に強く作用することで人々を巻き込む、を読み解く試みでもあるのだ。

〈注〉

(1) http://www.bunshun.co.jp/mag/weekly325/kenshou.htm (2004/07/30現在)

（えんどう　みちよ／筑波大学大学院）