

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成24年 6月 5日現在

機関番号：13901

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2009～2011

課題番号：21520134

研究課題名（和文）映画を媒介にした消費と教育の史的関係——戦前期から占領期へ

研究課題名（英文）Cinema and Historical Relationships between Consumption and Education:
From the Prewar Period to the Postwar Period

研究代表者

藤木 秀朗 (FUJIKI HIDEAKI)

名古屋大学・文学研究科・教授

研究者番号：90311711

研究成果の概要（和文）：

本研究プロジェクトは、戦前期から占領期にわたる教育行政、映画産業、映画ジャーナリズム、映画興行、イメージ消費を考察することにより、映画に関する消費と教育の史的関係を明らかにすることを目的としてきた。この目的を達成すべく、まず戦前・戦中期における文部省の映画政策とそれに対する映画産業の対応を分析し、その交渉の過程でいかに「民衆」概念と映画観客が結びつけられ、それが「国民」として動員されようとしたかを明らかにした。また、他の論考では、1930年代から50年代にかけてのジャーナリズム、批評、社会学的研究を検討し、「民衆」よりも「大衆」という概念が映画観客と結びつけられることが多くなるとともに、その意味が戦前から戦後にかけて変化していったことを検証した。さらに、別の論考では、そうした行政や知識人の啓蒙的な言説の一方で、映画関連のイメージが1920年代から広告の発達とともに広く流通するとともに、質的にも消費の喚起に見合う形で表層イメージを組み合わせる技法を発展させ、それが戦中のプロパガンダ広告にまでもつながった経緯を明らかにした。これらの成果は、下記の学会、日本語雑誌・書籍、英文雑誌・書籍で発表してきた（一部は、未刊だが掲載は確定している）。

研究成果の概要（英文）：

This project has aimed to explore historical relationships between consumption and education in terms of cinema, through examining the educational administration, the film industry, journalism, film exhibition, and the consumption of the cinematic and non-cinematic images. For this purpose, I first analyzed the film policy of the Ministry of Education and the response to it by the Japanese film industry, and, in doing so, I illuminated the process whereby they associated the concept of “*minshū*” (or the people) with the film audiences and then attempted to mobilize them as “*kokumin*” (or the nation) into the war efforts. In another article, I examined the journalism and criticism on cinema from the 1930s through the 1950s, and then traced the vicissitude whereby they increasingly tended to associate the movie audiences with the concept of “*taishū*” (or the masses) rather than “*minshū*,” and the meaning of the concept largely transformed from the prewar period to the postwar period. Yet another article securitized the transforming visual environment from the 1920s through the early 1940s. I argued that while negotiating with the enlightenment and educational discourses by the administrative personnel and intellectuals, the images of cinema and its advertisements both dramatically expanded and qualitatively developed the technique of collage so as to titillate the consumption of movies and other related goods, and this was linked even with war propaganda in the late 1930s and early 1940s. These research results have been published or forthcoming in Japanese-language and/or English language journals and anthologies, as below.

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2009年度	1,500,000	450,000	1,950,000
2010年度	1,100,000	330,000	1,430,000
2011年度	900,000	270,000	1,170,000
総計	3,500,000	1,050,000	4,550,000

研究分野：人文学

科研費の分科・細目：芸術学・芸術一般

キーワード：大衆芸術、映画

1. 研究開始当初の背景

映画を媒介とした消費と教育の史的関係を探究しようとする本研究を開始した背景には、主として二つの問題があった。

第1に、従来の研究では、消費文化と教育が別個の研究対象として扱われてきた。一方には、南博、安田常雄、吉見俊哉などによる「娯楽研究」や「民衆史」に関する研究があるが、これらで教育の問題が取り上げられることはほとんどなかった。他方には、福島寛之、坂内夏子などによる教育に関する研究があるが、これらでは消費の問題がほとんど扱われていない。映画というメディアの重要性の一つは、消費と教育の問題が融合しているところにあるはずなのだが、このことが従来の研究ではまったくと言ってよいほど問題にされてこなかった。

第2に、従来の映画研究・メディア研究では、圧倒的に作り手と作品の分析が多かった。確かに、2000年代中頃になり、古川隆久『戦時下の日本映画』や加藤幹郎『映画館と観客の文化史』などわずかながら映画観客論が発表されるようになったが、消費と教育の問題を本格的に取り上げているものは皆無に等しかった。確かに、研究対象として観客を扱うことは多くの困難が伴う。しかし、調査・分析方法を工夫すれば有益な研究につながると考える。

このように本研究は、従来の研究では見過ごされてきた問題に正面から取り組もうとするものであった。また、本研究は2007～2008年度の科学研究費補助金研究「映画を媒介とした消費と教育の史的関係——戦前期日本」を継承・発展させたプロジェクトであったことも付け加えておきたい。

2. 研究の目的

本研究の目的は、戦前期から占領期にわたる教育行政、映画産業、映画ジャーナリズム、映画興行、イメージ消費を考察することにより、映画に関する消費と教育の史的関係を明らかにすることであった。より具体的には、

映画が社会的に影響力のあるメディアだと認識され始めた1910年代から、戦時体制下でプロパガンダとして利用されるようになった1930年代・1940年代前半を経て、占領下の民主化の動きの中でメディアが再編される1940年代後半・50年代初めを視野に収めながら、(1)映画とそれにかかわる視覚メディアの普及と広告の関係、(2)映画観客の消費活動、(3)文部省関係者をはじめとする教育関係者の調査報告や言説、(4)知識人による見解・指導、(5)その他の法的、政治的、経済的条件との関連性を分析し、消費と教育に対して果たした映画・視覚メディアの社会的・文化的役割を明らかにすることをめざした。

3. 研究の方法

主に次の4つの方法をとってきた。

第1に、映画とそれにかかわる視覚メディアの普及と広告の関係を調査・分析した。映画史の展開とともに、映画作品、映画館、映画会社それぞれの広告宣伝が発達した。そこには、映画会社の広報部のみでなく、広告会社や新興芸術家たちも参入し、消費主義的な志向と芸術的志向を融合させながら消費文化の一翼を担うようになった。そうした歴史的な過程を追った。

第2に映画観客の消費活動を考察した。映画は、モノとしての商品とは違って、一時的な体験として消費される。また、広告は、一時的な体験にお金を払う価値があることを訴える。20世紀初頭に興隆しつつあった消費文化の一つの特徴を、そうした一時的体験を次々と追い求める欲望に導かれたものとして捉え、当時の雑誌、新聞、統計資料をもとに観客の動向を分析した。

第3に、文部省関係者をはじめとする教育関係者の調査報告や言説を調査・分析した。政府機関は、何を目的に、映画観客や民衆娯楽の受容者を調査しようとしたのか。彼らは、消費、教育、娯楽の三者関係をどのようにとらえ、(大正デモクラシーの流れで芽生えた)

民主という考え方と社会統制のバランスをとろうとしていたのか。こうした観点から分析を行った。

第4に、知識人による見解・指導を検証した。映画、消費、教育の3者関係については、政府関係者以外に、教育関係者、社会学や美学の研究者、そして映画批評家・文化批評家などさまざまな立場の知識人たちが発言をしてきた。そうした発言は、映画をめぐる社会のあり方について一定の認識をもたらすとともに、その見解の相違は社会的な軋轢をも示していた。知識人の社会的役割や立場の違いを考慮しながら、その数々の言説を分析した。

4. 研究成果

主たる成果は、以下の3つの主題に分けて発表してきた。

第1に、1920年代から1940年代前半にかけての「民衆」と映画観客との結びつきについて検討した成果がある。すなわち、大正デモクラシー期から総動員体制期にかけての文部省関連の機関誌や書籍、および観客を扱った批評家や研究者の記事・書籍を調査・分析し、そこで映画観客が「民衆」と結びつけられながら、民衆観客の主体性が総動員という考え方に包摂されていく過程を明らかにした。映画観客と同一視されて理想化された「民衆」は、決して中立的・客観的な意味として規定されたわけではなく、むしろその時代の風潮との兼ね合いから理想化され、戦時期には「国民」として統合されようとした。しかし、その一方でその概念をめぐる矛盾や葛藤も様々な生じていた。こうした状況を浮かび上がらせたのが「民衆」に関するプロジェクトの成果である。これについては、学会発表⑤と図書④で発表し、また英語でも発表されることになっている(図書②)。

第2に、1910年代から1940年代前半にかけての視覚文化と映画広告の興隆についての研究成果がある。これは、戦間期の日本でいかに映画広告の大量生産と広範な流通が起こり、それがあたらしい視覚環境を生み出したかを考察したものである。そこで、映画広告にまつわる理論と実践を検証し、その過程で表層の組み合わせを巧みに操る「形象の美学」とも呼べるものが発達し利用されていたことを明らかにした。その美学は、遍在性、散漫さ、一過性を特徴とするものである。さらには、その美学が商業的な広告のみならず、戦時期のプロパガンダにまで応用されていく状況を示唆した。この成果は、イギリスの日本研究でもっとも権威のある査読雑誌 *Japan Forum* に掲載された(雑誌論文①)。

第3に、1930年代から1950年代に至る「大衆」と映画観客との結びつきについて考察した成果がある。1930年代、それまで主流の呼

称だった「民衆」に代わって「大衆」という言葉が広く使われ、映画観客はこの概念と結びつけられて言及されることが多くなった。しかし、この概念は誰もが同一の意味で使用していたわけではなかった。すなわち、戦前は「大衆モダニズム」、マルクス主義、国家主義の各立場から、戦後は「思想の科学研究会」、社会心理学、マス・コミュニケーション論、大衆社会論などの立場から様々な論じられながら、一定程度の多義的な意味を含みつつ、歴史的な文脈の中で意味を変容させていった。本研究はその過程を明らかにしたものである。その成果は、学会発表②で口頭発表し、そこで得たコメントと質問を参考に修正を加えた論考が、図書①に掲載されることが決まっている。

これらの成果はまた、部分的ではあるが、その他の機会にも生かされている。とりわけ、2007年に刊行した自著『増殖するベルソナ』(名古屋大学出版会)の英語版である、ハーバード大学アジアセンターから刊行予定の自著(図書③)では、修正の過程で本研究の成果を取り入れている。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計6件)

① Hideaki Fujiki. "Movie Advertisements and the Formation of a New Visual Environment in Interwar Japan." *Japan Forum*. No. 23, Vol. 1 (2011), pp. 67-98. (査読有)

② 藤木秀朗 「『コーヴ』と情動の文化」
『JunCture 超域的日本文化研究』2号、2011年、14-19頁(査読無)

③ 藤木秀朗 「制度へいかに介入するか——
「国立メディア芸術総合センター」構想から考える日本文化研究」『JunCture 超域的日本文化研究』1号、2010年、98-115頁(査読無)

④ Hideaki Fujiki. "Visual Historiography in Japanese Photographic Collections of the Postwar Era." *Review of Japanese Culture and Society*, no. XXI (2009), pp. 51-70 (査読有)

⑤ Hideaki Fujiki. "Review of Michael Baskett's *Attractive Empire: Transnational Film Culture in Imperial Japan* (Honolulu: University of Hawai'i Press, 2008)." *The International Journal of Asian*

Studies (Cambridge University Press), Vol. 6,
Issue 02 (2009), pp. 244-246 (査読無)

⑥ Hideaki Fujiki. “Review of 1968: Youths’
*Revolts and Their Background/ The End of the
Revolts and Their Legacy*, by Oguma Eiji
(Tokyo: Shin’yosha, 2009).” *New Frontiers in
Asian Scholarship* (The Harvard Yenching
Institute Website, <http://hyi.scribo.harvard.edu/2009/14/1968-youths-revolts-and-their-background-the-end-of-the-revolts-and-their-legacy/>(Uploaded on September 14, 2009) (査読有)

[学会発表] (計 5 件)

① Hideaki Fujiki, Xu Dongmei. “Global Film
Stardom and Transmedia: Zhang Ziyi’s Celebrity
Culture.” Symposium: Traversing Cultural and
Media Boundaries: Translation and Transmedia.
上海マート (中国・上海)、2011 年 12 月 11
日

② 藤木秀朗 「「大衆」としての映画観客——
戦前から戦後へ」シンポジウム：1950 年代に
おける戦前・戦中との連続性・非連続性、国
際日本文化研究センター (京都)、2011 年 7
月 30 日

③ Hideaki Fujiki. “Film Stars Embodying
Imperialism and Globalization: Ri Kōran and
Zhang Ziyi.” Symposium: Borderless and Youth
Culture. マギル大学・マッコード博物館 (カ
ナダ・モントリオール)、2010 年 10 月 15 日

④ Hideaki Fujiki. “Enlightening Audiences into
the National/Imperial Subject: Cinema as Social
Education in Modern Japan.” Association for
Asian Studies 62nd Annual Meeting. フィラデ
ルフィア (米国)、2010 年 3 月 28 日

⑤ Hideaki Fujiki. “Classical Japanese Cinema
and the Question of Global Hegemony.” Society
for Cinema and Media Studies Conference. ロサ

ンジェルズ (米国)、2010 年 3 月 17 日

[図書] (計 5 件)

① 藤木秀朗 「「大衆」としての映画観客」『「戦
後」日本映画論』(ミツヨ・ワダ・マルシア
ーノ編)、青弓社 (2012 年刊行予定、掲載確
定)

② Hideaki Fujiki. “Creating the Audience:
Cinema as Popular Recreation and Social
Education in Modern Japan,” in *Oxford
Handbook of Japanese Cinema*, ed. Daisuke
Miyao. Oxford University Press, forthcoming.
(2012 年刊行予定、掲載確定)

③ Hideaki Fujiki. *Making Personas:
Transnational Film Stardom in Modern Japan*.
Harvard University Asian Center (2012 年刊行
予定、出版確定)

④ 藤木秀朗編著『日本映画史叢書 第 14 巻
観客へのアプローチ』森話社、2011 年、
171-198 頁

⑤ 藤木秀朗・坪井秀人編著『イメージとして
の戦後』青弓社、2010 年、7-14、207-229
頁

6. 研究組織

(1) 研究代表者

藤木秀朗 (FUJIKI HIDEAKI)
名古屋大学・大学院文学研究科・教授
研究者番号：90311711

(2) 研究分担者

なし

(3) 連携研究者

なし