

Title	消費される「故郷」の誕生：戦後日本のナショナリズムとノスタルジア
Sub Title	The birth of consumed "furusato" : nationalism and nostalgia in postwar Japan
Author	石井, 清輝(Ishii, Kiyoteru)
Publisher	三田哲學會
Publication year	2007
Jtitle	哲學 No.117 (2007. 3) ,p.125- 156
JaLC DOI	
Abstract	In Japan, the value of rural communities changed in the 1960s-1970s. In 1950s, rural communities were negative object. Because, in prewar Japan, rural communities had supported the Emperor system and the fascism in Japan. But in the 1960s-1970s traditional rural communities had gradually praised by its excellent function. First the purpose of this paper is to explain this change. Second is to think about the relationship between nostalgia and nationalism. In order to explain this relationship, I would like to examine how rural communities (and furusato) have been related with tradition in popular song, TV program, discourse of social science and tourism campaign. Now the relationship of nationalism and tradition are theorized by cultural nationalism theory. This perspective argue that tradition strengthen national identity. But this perspective can't recognize the dynamics of traditionalization in high-consumption society. In this paper I try to explain how nostalgia have been related to tradition and how nostalgia have idealized rural communities.
Notes	特集記憶の社会学 投稿論文
Genre	Journal Article
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00150430-00000117-0125">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00150430-00000117-0125</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

— 投稿論文 —

## 消費される「故郷」の誕生

——戦後日本のナショナリズムとノスタルジア——

—— 石 井 清 輝\* ——

### **The Birth of Consumed “furusato”: Nationalism and Nostalgia in Postwar Japan**

*Kiyoteru Ishii*

In Japan, the value of rural communities changed in the 1960s–1970s. In 1950s, rural communities were negative object. Because, in prewar Japan, rural communities had supported the Emperor system and the fascism in Japan. But in the 1960s–1970s traditional rural communities had gradually praised by its excellent function.

First the purpose of this paper is to explain this change. Second is to think about the relationship between nostalgia and nationalism. In order to explain this relationship, I would like to examine how rural communities (and *furusato*) have been related with tradition in popular song, TV program, discourse of social science and tourism campaign.

Now the relationship of nationalism and tradition are theorized by cultural nationalism theory. This perspective argue that tradition strengthen national identity. But this perspective can't recognize the dynamics of traditionalization in high-consumption society. In this paper I try to explain how nostalgia have been related to tradition and how nostalgia have idealized rural communities.

---

\* 慶應義塾大学大学院社会学研究科博士課程

## 1. はじめに 農村表象の変容

1960年、『われら日本人』という5巻シリーズの写真集が平凡社から刊行される。著名な写真家による1950年以降の写真を多数収録し、多くの研究者、文化人による解説が付されたこの写真集からは、当時の「日本人」に対する様々な価値意識が読み取れる。第3巻『その社会』では、日本人の「社会的な人間関係」が対象である。農村社会学者である福武直が序を付した「世間づきあい」という章においては、農村の田植えや屋根葺き、年中行事、祭り、宴会などの写真が掲載されている。その解説は、これらは「古い村の封鎖性のなごり」であり、「村の共同扶助」も「もっと合理的な姿に変わらなければならない」と主張している。

この解説が物語るように、1960年頃、農村の風習は「前近代性」であり、「合理化」の対象であった。しかし、現在、同様の農村の風景は、観光パンフレットやテレビ番組を中心に、「日本人の心のふるさと」や「民族の原風景」として、ノスタルジアの感情と共に肯定的に描かれるものになっている。その背景にはどのような変化があったのだろうか。

R・ウィリアムズによれば、「田舎」に対する肯定的・否定的な観念の発生は、ギリシャ・ラテン時代にまでさかのぼり、歴史や文化に関係なく一般的に見られるものである。人類の歴史の中で、都会(city)との対比の下、田舎(country)には平和、無垢、純朴といった自然的な生活様式に関わる観念が凝集し、その一方で、後進性、無知、偏狭といった否定的な観念が結び付けられてきた(Williams 1973=1985: 11)。日本の歴史上でも、都会と田舎には同様の観念が結びついていた。日本で展開された文化の歴史は、「都会風の進歩の魅力へのあこがれと、土着の文化への思いとの間」を揺れ動いてきたのである(塚本 1991: 7)。

しかし、上述の写真に付された解説が物語るように、戦後のある時期まで、「田舎」は克服されるべき「前近代性」や「封建制」の象徴として否

定的に語られてきた。それは、戦前の「土着の文化への思い」が「農本主義」や「日本主義」としてファシズム体制に結びつき、戦後にその「後進性」が問題視されたためであった（塚本 1991: 72-79）。このような農村への否定的な意味づけは、1960年代から70年代にかけて大きく転換していく。そして、この時期は、日本の近代化・都市化の歴史の中で「故郷」が盛んに語られる最後の時期にも重なっていた（成田 1998: 23）。

本稿では、主に60年代から70年代に生じた農村への意味づけの変容を、流行歌、テレビ番組、「知」、観光産業における農村＝「ふるさと」に対する言説・表象を素材として跡付けていく。その際、特に「故郷」へのノスタルジアが「日本の伝統」を肯定的に描き出すレトリックやロジックを中心に分析を進めていく。このことによって、戦後日本社会におけるノスタルジアとナショナリズムの関係を考察することが本稿の目的である。

## 2. 先行研究——ノスタルジアとナショナリズム

80年代以後、「故郷」は人類学、民俗学、歴史学の領域を中心に、「文化の政治学」や「アイデンティティ」、「伝統の創造」などの概念と共に盛んに議論されてきた。「故郷」に関連する先行研究の要約、紹介も、安井眞奈美(1997)、川森博司(2001)によってなされている。そのため、ここでは、「故郷」の政治性がどのように分析されているかを中心に見ていきたい。

まず、マクロな水準での「故郷」の政治性を論じたものに、J・ロバートソン(1991, 1995)がある。ロバートソンは、埼玉県小平市の事例分析も踏まえ、どのようにして「ふるさと」という表象がナショナリズムに結びついているかを考察している。例えば、1983年に朝日新聞に掲載された国債の広告では、村の神社と鎮守の森をバックにした村祭りの様子が木版画タッチで描かれ、「いいなあ。ふるさと日本。」というスローガンが大きく付されている。1985年の国債の広告においても、祭りのために着

飾った子供の写真に、「わたしの故郷，わたしの日本。」というスローガンが添えられている。

ロバートソンによれば，これらのスローガンは，生れた場所をネイションと同一視させ，ローカリズムとナショナリズムを結び付けるイデオロギー的な作用を有しているという (Robertson 1991: 35-36). さらに，政府の「ふるさとづくり」運動が後押しする観光産業は，「故郷 (home) とネイションを同一視させる」効果を伴っており，現在の日本政府が国家の精神的な統一に向けて，地域の祭りの保護や観光政策を展開していると指摘するのである (Robertson 1995: 101). このように，ロバートソンは，「ふるさと」へのノスタルジアが国家によるナショナリズムの動員に結びついていることを批判している。同様に，M・アイヴィーも，「ふるさと」のイメージが，国家による文化的アイデンティティの強化のために流用される過程を巧みに分析している (Ivy 1995).

W・ケリーは，山形県の庄内平野の農村の「合理化」と，その中での「伝統」に対するノスタルジアの問題について論じている。ケリーによれば，日本では1960年代の後半に「田舎」に対するノスタルジアの強力な流れが生じたが，庄内の人々はその流れに抗して自らの「伝統」を生かしつつコミュニティのアイデンティティを形成してきたという。ここで問題となるノスタルジアの危険性とは，「過去だけではなく，現在をも誤って表象してしまう」ことにある (Kelly 1986: 614). ケリーの視点は，マクロレベルで発生するノスタルジアの危険性に対抗しつつ形成される，住民の「主体性」を評価するものである。

「故郷」に関連する研究の多くは，マクロな水準ではノスタルジアが有するナショナリズムとの親和性や，現実を隠蔽する機能などの「政治性」，「権力性」を問題にしている。また，ミクロな地域研究の水準においても，その「政治性」を前提とし，その中での「地域の伝統」をめぐる地域住民の「主体性」やアイデンティティの形成を論じるものが多い。後者には，

S・クウォン(1994), 太田好信(1998), 川森博司(1999, 2001), 橋本和也(1999)などがあげられる。

これらの研究は数多くの示唆を含むが、問題が2つある。まず、「故郷」へのノスタルジアが有する「政治性」や「権力性」とは何か、ということが明確ではないにも関わらず、ノスタルジアを何らかの「政治性」や「権力性」に回収する議論枠組みが前提にされている<sup>1</sup>。また、マクロ、ミクロに関わらず、アイデンティティの視点に捉われすぎると、「伝統」に関わる多様な現象を全てアイデンティティに結び付けて解釈してしまう恐れがある<sup>2</sup>。

特に、マクロな水準での「伝統」や「文化遺産」の生産・消費については、「文化ナショナリズム」の視点から論じられているものが多い<sup>3</sup>。例えば、吉野耕作は、消費社会でのヘリテージ・インダストリーにおいて、ノスタルジアを介した「伝統」の生産・消費が、ナショナル・アイデンティティにおける「過去との連続感を維持、促進する手法」を指して「新歴史

<sup>1</sup> この点については、ノスタルジアとナショナリズムの関連を指摘する議論に共通している。例えば、伊藤守はNHKの番組『プロジェクトX』を分析し、「無害なノスタルジー」が、「権力や利害関心に基づく特定の記憶や歴史像のヘゲモニックな調達のプロセス」に途を開くことになると批判する(伊藤2002: 155)。また、安部潔も同様に『プロジェクトX』を分析し、ノスタルジアが「ナショナルな矜持=『日本人であることのプライド』を何とか確保しようとする人々の欲望」に結びついていることを指摘する(安部2001: 176)。しかし、両者の議論において、その「権力性」や「危険性」がどのようなものかは明確ではない。

<sup>2</sup> 小川伸彦も、このような状況に対して「文化遺産の保存や展示は全てなんらかのアイデンティティの構築と維持にかかわると解釈するにとどまる恐れがある」と批判している(小川2002: 58)。また、ノスタルジアの分析は、個人・集合に関わらずアイデンティティの問題と対応させて論じられることが多い。例えば、F・デーヴィス(1979=1990), D・ローウェンタール(1985)などがあげられる。

<sup>3</sup> 「歴史」や「文化遺産」と文化ナショナリズムの関係を論じたものとして、R・ヒューイソン(1987), D・ローウェンタール(1991), 塩路有子(2003)などがあげられる。

主義」として理論化している<sup>4</sup> (吉野 1997: 71-75)。

この「文化ナショナリズム」の議論に対しても、先と同様の問題が指摘できる。ここでも、ノスタルジアは、「文化ナショナリズム」という「政治」に回収されてしまう。それと同時に、その論理の構造上、「伝統」の生産・消費が集合的なアイデンティティの維持・形成という議論に回収されてしまうのである。これらの研究においては、「伝統」が成立する「場」の変容や、「伝統化」それ自体の論理や構造を問うという視点が弱いのである。

本稿では、上記の問題に対して、農村の描写が肯定的な「伝統」に結びついていく際に用いられるレトリックの特徴や構造はどのようなものか、そして、「故郷」へのノスタルジアがそこでどのように機能していたのかを改めて分析していく<sup>5</sup>。克服されるべき「否定的」な「農村」は、一体どのようにして、「日本人の心のふるさと」、「民族の原風景」として肯定的に描かれるようになっていったのだろうか。このような分析を通して、戦後社会における「伝統の創造」と、1970年代以降のナショナリズムとノスタルジアの位相を考察するのが本稿の目的である。

### 3. 流行歌の中のノスタルジア

#### (1) 変わらない「故郷」

「故郷」は戦前から流行歌や文学、映画の題材として描かれてきた。そ

<sup>4</sup> 吉野によれば、「文化ナショナリズム」とは、「ネーションの文化的アイデンティティが欠如していたり、不安定であったり、脅威にさらされている時に、その創造、維持、強化を通してナショナルな共同体の再生をめざす活動」である (吉野 1997: 11)。但し、現代の消費社会においては、特定の「意図」が存在しない状況においても、「民族の独自性」が強化されうることも指摘している (吉野 1997: 256)。本稿での「ナショナリズム」とは「文化ナショナリズム」を意味する。

<sup>5</sup> 本稿では、ノスタルジアを、「現在もしくは差し迫った状況に対するなんらかの否定的な感情」を背景にした失われた価値やモノを賞賛し美化する感情、と定義しておく。この定義に関しては、F・デーヴィス (1979=1990) を参照した。

の中でも、紋切り型とも言える「故郷」のイメージを作り出したのは、唱歌『故郷』だろう。「ウサギ追いし／かの山／小鮒釣りし／かの川」の歌詞で知られるこの歌は、「固有名詞を消去した一般的・抽象的」な「イメージの形象」という特徴を有している（内田 2002: 71）。そのため、「故郷」へのノスタルジアの形象として幅広く流通していった。

このような「故郷」へのノスタルジアは、戦後の流行歌においても繰り返し歌われた。そのピークは、農業から非農業への大きな社会移動が生じ始めた 1956 年から 59 年頃にかけてである<sup>6</sup>（園部 1980: 201）。ここでは、視野を 60 年代まで広げて、この時期の「故郷」へのノスタルジアの特徴とその変化を明らかにする<sup>7</sup>。

見田宗介は、戦後の「郷愁とあこがれ」をテーマとする流行歌を分析し、昭和 31 年の『別れの一本杉』以降の歌には、「〈都会の孤独〉対〈農村のあたたかさ〉といった対比」が崩れつつあったことを指摘している。そこでは、「いつでも温かくむかえてくれる〈村〉のイメージは崩壊している」という（見田 1978: 192）。

ここで改めて、農村に残って離郷者への想いを歌った歌と、農村を離れて「故郷」を回想する歌についてみてみよう。前者には、『リンゴ村から』（昭和 31 年）、『早く帰ってこ』（昭和 31 年）、『逢いたいなァあの人に』（昭和 32 年）、『お月さん今晚は』（昭和 32 年）、『僕は泣いちゃった』（昭和 34 年）、『一ツ星』（昭和 34 年）などがあげられる。

例えば、『リンゴ村から』の 1 番と 3 番の歌詞は次のようなものである。

1. おぼえているかい 故郷の村を 便りも途絶えて 幾年過ぎた 都

<sup>6</sup> なお、新規農業就業人口は、1952 年の 40 万人から、53 年以降急速に減少し、1959 年には 17 万人にまで低下する。離農者の大部分が都市部に吸収されていった（佐藤 2004: 197）。

<sup>7</sup> 本稿での歌詞の引用は、古茂田・島田（1980）による。



- へ積み出す 真っ赤なリンゴ 見る度辛いよ 俺らのナ俺らの胸が
3. おぼえているかい 子供の頃に 二人で遊んだ あの山小川 昔と  
ちっとも 変っちゃいない 帰っておくれよ 俺らのナ俺らの胸に  
(詞: 矢野 亮 曲: 林 伊佐緒)

この歌詞から分かるように、「故郷」に残った歌い手は、都会へと出荷するリンゴに離郷者を想い、「昔とちっとも変っちゃいない」故郷へと帰るように呼びかける。ここでは、「故郷」が変わっていないことを前提に、離郷者への懐かしさや寂しさの感情が歌いこまれている。このような特徴は、「おふくろも親父もみんな達者だぜ／炉辺囲んで」と歌いだされ、「二人で帰ってコ／幼なじみも／変りゃしないよ」と呼びかける『早く帰ってコ』においても同様である。

このように、その不変性を前提に、『故郷』に見られるような典型的な農村の情景を描くという特徴は、他の歌曲においても変わらない。そこでは、「島の日暮れの段々畑」や「たばこ畑の石ころ小道」(『逢いたいなァあの人に』)、「さらさら落ち葉の秋の夜」や「豆菊のつぼみふくらみ月が澄む」(『一ツ星』)などの典型的な農村の情景が背景として歌いこまれている。ここでは、見田の指摘に反して、生まれ育った「故郷」の変化はほとんど意識されていないのである。

次に、出郷者が都会で「故郷」を歌うものには、『別れの一本杉』(昭和30年)、『哀愁列車』(昭和31年)、『チャンチキおけさ』(昭和32年)、『別れの燈台』(昭和33年)、『赤い夕陽の故郷』(昭和33年)、『母さんの歌』(昭和33年)、『南国土佐を後にして』(昭和34年)、『夢ば見ていた東京さ来たが』(昭和34年)などがあげられる。

これらの歌詞の特徴は、家族や恋人を村に残してきたことに対する心の傷みである。例えば、『別れの一本杉』の「こらえきれずに泣けたっけ／あの娘と別れた哀しさに」、や『チャンチキおけさ』の「一人残した／あ

のむすめ／達者でいてか／おふくろは」という歌詞などにその特徴が顕著である。

そしてもう一つの特徴は、ここでも「村」のイメージの崩壊という見田の指摘に反して、その崩壊はほとんど意識されていないということである。『別れの燈台』では、「いつか帰るよ／故郷の空へ」と帰郷する希望が述べられ、『赤い夕陽の故郷』でも、「懐かしい／面影の／ひとつ星も／またたくよ／小麦畑は／二人の夢を／ひそめているか／おーい／今もなお」と、歌われている。これらの歌においても、その変化はほとんど意識されていないと言ってよい。

さらに、これらの歌曲においても、都市と農村の距離を背景に、典型的な「故郷」の情景がノスタルジアを喚起するものとして歌いこまれている。『別れの一本杉』では、「一本杉の／石の地蔵さんのよ／村はずれ」が、『母さんの歌』でも、「いろりのにおい」や「小川のせせらぎ」が現在の寂しさの中でノスタルジアを喚起する構造になっている<sup>8</sup>。

## (2) ノスタルジアの変質

1956年から59年前後まで続いた「故郷」をテーマとした流行歌の特徴は、第1に、都市と農村の時間的・空間的な距離を前提に、典型的な「故郷」の情景へのノスタルジアを喚起する仕組みになっていることである。第2に、実際に農村を「故郷」とする人びとのノスタルジアを歌いこんでいたと考えられる。なぜなら、歌詞の内容は、典型的な離郷の経験を軸に構成されているからである。ここでは「離郷」によるノスタルジアが実感を持って歌われていた。第3に、「故郷」の変化がほとんど意識されていないことである。

<sup>8</sup> 「故郷」へのノスタルジアは、ナショナリズムと親和性を持つものとして議論される傾向がある。例えば、B・アンダーソン(1991=1997: 232-237)、吉本(1964)、西島(1995)などがある。しかし、これらの議論でもノスタルジアをナショナル・アイデンティティの形成に結び付ける論理構造が前提にされている。

しかし、50年代末に流行した「故郷」をテーマとした歌は、60年代にはほとんど見られなくなる。60年代の地方を題材とした流行歌として、『北上夜曲』（昭和36年）、『襟裳岬』（昭和36年）、『石狩エレジー』（昭和36年）、『佐渡恋月夜』（昭和40年）などがあげられる。『襟裳岬』は、「襟裳岬の／風と波／にくいにくいと／うらんだけれど／いまじゃ恋しい／あの人が」と歌われ、『佐渡恋月夜』も「いまでも忘れぬ／両津港」,「佐渡へとどけの／恋ごころ」と呼びかけている。

これらの60年代の地方を歌った歌には、もはや50年代の歌のような「故郷」と都市との結びつきは無く、地方は出来事の舞台としてしか描かれていない。情感の対象も「共同体的なふるさとへの人間関係—イエやムラのあたたかさへの郷愁」ではなく、「自然の風物」が美しく思い出されているだけである（見田1978:193）。

1960年以降、流行歌において、「故郷」はノスタルジアの主題では無くなっていった。それはなぜだろうか。考えられる理由の1つは、1960年頃から加速する人口流出や都市化による「故郷」自体の崩壊である<sup>9</sup>。この点は、次章において詳述する。

もう一つ考えられる理由は、「故郷」を表象する中心的なメディア自体の変化である。1953年に始まったテレビ放送は、1959年の皇太子成婚を機に一気に普及していく。この流れを受けて1960年代前半の流行歌の世界では、テレビ放送と連動した「青春歌謡」ものが次々にヒットするようになる。橋幸夫、舟木一夫、西郷輝彦の「御三家」と三田明を中心に、『高校三年生』（昭和38年）、『君だけを』（昭和39年）、『17歳のこの胸に』（昭和39年）など、枚挙にいとまが無い。その背景には、「本格的なテレビの時代への移行と大衆文化の享受者としての若者の登場」があった（市川1990:295）。それでは、1960年以降のテレビ番組において、地方

<sup>9</sup> 実際、戦後復興において、農村は都市よりも早く立ち直り、1957年頃まで都市部よりも消費水準が高かった（佐藤2004:190）。

農村はどのように描かれていったのだろうか。

#### 4. テレビの中の高度成長と「故郷」

##### (1) 「変わる」故郷と「変わらない」故郷

民俗学者の坪井洋文は、NHK テレビの『ふるさとの歌まつり』と『新日本紀行』が、離郷した人々の故郷への思いを癒したことを指摘している。特に『新日本紀行』は、自分と他人の故郷を比較することを可能にし、その差異と同質の認識によって、「都市に住む者の一体感を醸し出す」効果があったという（坪井 1986: 299）。

『新日本紀行』は、1963年にスタートする<sup>10</sup>。1964年のNHKの番組の大改定に伴い、夜9時台以降にあったものが、月曜日の7時半から8時までの時間帯に変更される。1965年7月に実施されたテレビ・ラジオ番組視聴率調査の結果では、13%を越え、その後も10%から15%台と高い視聴率を維持している<sup>11</sup>。

本節では、『庄内平野』（昭和40年）、『男鹿半島』（昭和41年）、『牡鹿半島』（昭和41年）、『京都・嵯峨野』（昭和42年）、『山と湖の5月』（昭和44年）、『霊峰とハイウェー』（昭和44年）、『雪の日・ある港—青森県深浦町』（昭和45年）などを主な資料として、1965年から70年前後に地方農村の生活がどのように表象されていたか、そこで用いられたレトリックの特徴を明らかにしていく<sup>12</sup>。

<sup>10</sup> NHK受信契約数は、1959年に400万台、60年には600万台、61年には1000万台、63年には1500万台を突破し、世帯普及率も75.9%に達する。これに比して、ラジオ放送受信契約数、映画の入場人員は激減していった（植田 1990: 153-154）。

<sup>11</sup> 番組の特徴の変化や改定の事情についてはNHK放送世論調査所（1983: 220-221）を参照した。視聴率の変遷についてはNHK総合放送文化研究所・放送世論調査所が発行する『文研月報』に記載された各年度の視聴率調査結果によった。

<sup>12</sup> 本稿では、2006年11月時点でNHKフィルムアーカイブに収録されている番組を資料として用いた。

最初に、『庄内平野』の特徴を少し詳しく見てみよう。まず、番組冒頭では江戸時代から他の地域に比して米の生産量が多く豊かであったことがナレーションされる。その背景には、秋の日の稲刈りの情景が美しく描きだされている。次に、戦前大地主として知られた本間家が、戦後の農地解放によって一企業として再出発している様子が触れられる。

さらに、その子孫が地域の医者として庄内地方の農民の体調不良が多い理由を調査しており、その原因である重労働を解消するために「農業の共同化、機械化をもっと進めなくてはならないでしょう」というナレーションが入る。次に庄内平野の従来型の農作業と、コンバインを導入した農業が対比的に映し出され、農業の機械化が浸透しつつある農村の姿が示唆されている。さらに、郷土出身の力士の試合中継を見るために農作業の現場にトランジスタテレビを持参し、手を休めて映像に見入る人々の姿が映し出される。

画面は切り替わり、農家の若い後継ぎ達が結成した楽団へと話題が移っていく。ここで、「庄内の農村でも農家の2,3男は華やかな都会に憧れ村を離れてゆきます。村に残った長男たちは単調な農村の生活に何か楽しみを見出そうと、今年の6月、この楽団を結成したのです」というナレーションが入る。

画面は、再度トラクターと稲の刈り取りの場面へと移り、新米の初出荷の情景へと切り替わる。無事に出荷を済ませた農家が行う祝いの餅つきが、「この地方の昔からのならわし」として紹介され、近所の人々や稲刈りの手伝いの人々による賑やかな宴会の情景が描かれる。最後に、「米作りに生きる松浦さんの家には、幸せがいっぱいあふれているようでした」というナレーションが入り、秋の田園風景の中を走る「新米列車」の光景が映し出され、明るいテーマ音楽によってエンディングを迎える。

『庄内平野』で描かれた農村の情景は、あくまでもこの地域に限られた固有名詞を持った出来事である。しかし、ここでの表象のレトリックに

は、他の回にも共通する特徴を指摘することができる。

第1に、農村が着実に変化しつつあることが示唆されていることである。家電製品が浸透しつつあることや、農業の機械化、合理化が進んでいる状況が肯定的に描かれている。第2に、その一方で、このような変化の中でも「変わらない」「繰り返されてきた生活の営み」を美しく肯定的に描写していることである。そこでは、農作業や関連する行事・風習、親類の宴会などが「変わらない」生活を表象するものとして用いられている。そして、これらの農村風景が「平和」で「幸せ」なものとして映し出される。

この2つの特徴は、他の回においても踏襲されている。ナマハゲで有名な秋田県の男鹿半島の冬の生活を取材した『男鹿半島』では、自然の荒々しさや出稼ぎの厳しさを描きつつ、ナマハゲを「この地方に古くから生き続けている」ものとし、正月の一家団欒の情景や祭礼風景が変わらないものとして描写される。一方で、八郎潟が「日本の農業土木技術の粋を尽くした干拓工事」によって埋め立てられ、大潟村の入植が始まっていることが知られる。この干拓事業は、ブルドーザーによる埋め立て作業の風景と共に、「大型機械化農業」が実現する「日本の農業の夢」として描かれるのである<sup>13</sup>。

そして特に、第2の特徴は、流行歌で歌われた「故郷」を実際に映像＝イメージとして人びとに提供することを意味する。『新日本紀行』は、流行歌に見られたような典型的な農村の情景を繰り返し美しく描写する。そのために、視聴者は、固有名詞を持った地方を、抽象的、一般的な

<sup>13</sup> 『牡鹿半島』でも、漁が機械化・合理化されている状況と、「祖先の霊の弔いなどに関係する行事を大切にする」漁師の姿が対比的に描かれている。

<sup>14</sup> 小林直毅は、家族が揃ってテレビを見るという経験に即して、『新日本紀行』のなかで地域の風物や人びとの暮らしを描き出していた映像や音声が、その意味として、高度経済成長期を生きる人びとにとっての、いわば『ふるさと』の風景を表象するようになる」ことを指摘している（小林2005: 146-156）。

「日本のふるさと」の現在の像として受け取ることになる<sup>14</sup>。そして、流行歌と同様に、都市と農村の時間的・空間的な距離の意識を前提にしたノスタルジアが喚起される構造になっているのである<sup>15</sup>。

## (2) 悪しき「開発」／美しい「伝統」

しかし、60年代の後半になると、高度成長の中でのモータリゼーションの進行や都市化の波によって、農村の変化は一段と激しくなる。この中で、『新日本紀行』も、「自然」や「風土」を破壊する観光化や宅地開発を批判的に描き始める。

1967年の『京都—嵯峨野』では、宅地開発や観光開発によって、「現実の嵯峨野」が都市化され、「古い嵯峨野」が「文化住宅」によって侵食されていく光景が不安げな音楽と共に描き出される。しかし、他方では、暮れの墓地の儀式が「変わらない風習」として幻想的に描かれている。

中央道の開通による、富士山麓の富士吉田市の変化を描いた『霊峰とハイウェー』や、福島県会津地方を取材した『山と湖の5月』でも、同様の図式が前提とされている。そこでは、富士山に象徴される「自然」や「風土」に根付いた生活の営みと、それを侵食する観光、開発という悪が繰り返し描かれる。『山と湖の5月』では、磐梯山をバックにしたコンバインによる春の田植えの風景が描かれ、「自然の確実な周期の中で、今人々は時を得て一気に動きだしました。季節の移動が急ぎ足ならば、人間もそれに歩調を合わせなければなりません。大地の呼吸にピッタリ合った生活がこの山里にはあります」というナレーションでエンディングを迎える。

ここには、意識的か無意識的かには関係なく、番組を制作する上での価値基準が明確に存在している。その基準とは、農業を中心とした「自然」

<sup>15</sup> 1966年の視聴率調査結果によると、『新日本紀行』の視聴率が、「事務・技術職」において高く(17.6%)、農業層において低い(ランク外)という事実(小川1966: 11)は、主に都市部の比較的高学歴層に受容されていたことを示唆している。

や「風土」に根付いた「繰り返されてきた」生活の営み＝「伝統」を、肯定的に評価し守るべきだ、という規範である。高度成長がもたらした農業の合理化や機械化は、その「歴史的連続性」を破壊するものではないとされ、批判の対象にはならなかった。しかし、モータリゼーションによる都市民に向けた開発や観光地化は、「自然」や「風土」を破壊するものとして否定的に描かれた。それは、「自然」「風土」＝「伝統」を破壊する悪として描かれているのである。

このように開発を悪、「伝統」を守るべき美德とするレトリックは、明示的であれ暗示的であれ、『新日本紀行』の農村の描き方に共通している。そして、同型のレトリックを通して全国各地の農村の「伝統」が破壊されつつある状況を描くことで、「日本のふるさと」の「伝統的風景」が急速に失われつつあることを印象づけると共に、高度成長がもたらした「害悪」への反省を促す構造になっているのである。さらに、このレトリックによって、前節で述べたような「日本のふるさと」へのノスタルジアは、「日本のふるさと」を守るべき「日本の伝統」として印象づける効果をもたらし、有することになる。

ただし、このレトリックには一つの問題がある。このレトリックは、自然や風土、農作業や年中行事、冠婚葬祭や家族団欒などを「変わらない伝統」として描くことで、各地に昔ながらの生活や人びとが残存しているような印象を与える。ここには、同じ現在でありながら、農村や農民を「過去化」する力学が働いている。仮に「伝統」を肯定的に描いたとしても、そこでは都市を進歩の先端とした「遅れた農村」という構図が前提にされているのである。

しかし、『新日本紀行』のような農村の「伝統」の肯定的な描き方は、「はじめに」で見たような、否定されるべき「前近代的農村」という言説と矛盾することになる。それでは、『新日本紀行』のレトリックと社会的な「知」におけるレトリックはどのような関係にあったのだろうか。



## 5. 消えゆく「ムラ」の思想史

### (1) 共同体解体の「理論」

戦後、1960年頃まで、日本の思想史や社会科学の領域では、日本農村の「前近代性」や「半封建制」の克服が課題とされた。その代表的な論者は大塚久雄と丸山真男であろう。

大塚は『共同体の基礎理論』において、地域的な限定をもつ一種の「生産様式」として「共同体」を把握した。それは、原始共産制的集団である「農業共同体」に端を発し、アジア的形態、古典古代的形態、ゲルマン的形態などの諸形態に区分される。さらに、アジア的共同体からゲルマン的共同体を経て、近代的な市場関係が普及する中で「共同体」は最終的に解体し、共通の「市民」が誕生するものとした（大塚 1955=1969）。大塚は、「科学的」な社会理論としてこのような理論図式を提示したが、一般的には「共同体」は否定すべき「半封建的・前近代的」な基礎集団として受容されていた（北原 1996: 49）。

一方、丸山は日本の村落共同体の「前近代性」を日本ファシズム分析の中で浮かび上がらせた。岩波新書版で版を重ねた『日本の思想』（1961年）では、「祭祀の共同」や「隣保共助の旧慣」などによって支えられる「共同体」が、『固有信仰』の伝統の発現地であり、戦前日本の天皇制の最終の「細胞」になるとして徹底的に批判される（丸山 1961: 46）。丸山のこのような主張は戦後一貫しており、同様の視点は藤田省三や石田雄などの政治思想史家にも受け継がれていった。

さらに、大塚、丸山に代表される「近代主義」の問題意識は、福武直を中心に農村社会学にも影響を与えた。福武は「共同体」を「同族結合」と「講組結合」に分類し、過小農的家族経営と地主小作関係に規定されるものとした。その特徴は、それまでの「山と水」という本源的生産手段の共同所有に基礎を置く「社会的な拘束力」だけではなく、耕地の過小性から

帰結する「生産＝生活の共同組織」を重視したことにある（福武 1949, 1956）。このような観点からは、農地改革によって地主小作関係が解消されても、耕作地の過小性が残存する限り農村の「共同体」的性格が残存することになる。そのため、農村が劇的に変化しつつあった 60 年代半ばにいたっても、「農村共同体」の残存を批判したのである（福武 1964: 95）。

しかし、1961 年には農業基本法が公布され、農業の「合理化」が大々的に押し進められた。さらに、『新日本紀行』が描き出していたように、高度成長の進展は、確実に農村に変化を及ぼしていった。1963 年と 64 年に、村落社会研究会が「むらの解体」を共通論題として選んだことは象徴的である。

その中で、島崎稔は、『日本農村社会の構造と論理』（1965 年）において、国家独占資本主義の下での「農民層分解の進展＝共同体の解体過程」を、経済学理論を援用して解き明かした。つまり、共同所有と共同労働に基礎付けられていた「共同体」が高度成長による農工間格差と農民層分解によって、事実上解体しつつあることを主張したのである（島崎 1965）。島崎は、マルクス主義と経済理論という「科学」を用いて、「共同体」の最終的な解体を印象付けた。

さらに、河村望はマルクスの「共同体」論に立ち返って、その再解釈を試みた。河村は、それまでの農村社会学が、集団や社会関係を「超歴史的・超階級的に規定し、それをイデオロギー的諸関係のうちにおいてのみとらえてきた」ことを批判する。このような状況に対して、「共同体」の解体を問題とする場合にも、その「歴史的・階級的内容」を検討しなければならないと主張する（河村 1968: 33）。

このような批判意識から、河村は戦前から戦後にかけて「共同体」がどのような「支配の機構」として機能してきたかを分析し、戦後の国家独占資本主義の下で新たな支配体制が構築されつつあると主張した。一方で、「農地改革後の部落は基本的には小商品生産者たる農民の共同組織として

存在していたのであり、部落はかかるものとして自主的・民主的に運営される可能性をもっている」として、「共同体」の社会変革に向けての可能性を評価したのである<sup>16</sup>（河村 1968: 77）。

このように、1960年代の社会科学の領域では、50年代には否定されてきた「農村共同体」の解体が具体的に「実証」され、マルクス主義の再解釈も踏まえて「科学的」に肯定されうるものとなった。その背景には、高度成長が生み出しつつある支配体制に対する、マルクス主義をベースとした批判意識があったのである。

## (2) ユートピアとしての「ムラ」

1960年代後半から70年代は社会科学の流れにも結びつきながら、柳田国男が再評価され、民俗学に注目が集まった時期でもあった。この中でも特に日本の「ムラ」の肯定的評価を推進する役割を果たしたのが、後藤総一郎と綱沢満昭である（岩本 1978: 83）。

後藤にとっての「共同体」概念は、「イエ」と「ムラ」を基底とする。「〈イエ〉意識」とは、柳田が明らかにした「日本における固有信仰である『先祖』信仰とその意識」である。このような「〈イエ〉意識」は、「わが国の社会秩序の原型」としての「本来的な意味での〈ムラ〉である『自然村』」を構成してきた（後藤 1972: 183）。そして、その「『ムラ』共同体の愛隣の精神」や「感情」は「今日でもやさしくいきづいている」という（後藤 1973: 47）。

それでは、後藤がこのような「共同体」に注目した理由とは何だったのだろうか。後藤は、戦前から戦後に及ぶ「地方学」や「郷土研究」の動きが、「日本人の精神の寄りどころ」の祖形を「ムラ」のなかに求めようとしてきたとし、次のように述べている。

<sup>16</sup> このような2つの「共同体」論は、資本主義下での「共同体」の解体を必然的法則として肯定するか、「共同体」の解体を労働と所有の同一性の破壊として批判するか、というマルクス主義の解釈の違いに基いていた（中田 1986: 10）。

近代化からとり残されたいわゆる survival としての「ムラ」に宿していた伝統的な精神や風土のなかに、日本人の、己れの祖型を求め、そこから改めて己れを認識するという精神的態度と方法が、“地方”への関心となって、その日本的集積のなかから、日本の個性と普遍性を探し求めようとしたのであった（後藤 1973: 104-105）。

ここから分かるように、後藤にとっての「ムラ」＝「共同体」とは、ただの村落ではなく、「伝統的な精神や風土」であり、「日本人」の「祖型」が残存する空間であった。さらに、「ムラ」は「自然的な人間感情が息づいていた日本『常民』にとっての悠久の共同体」であり、その回帰あるいは転生としての「ユートピアの世界」に希望を託すことで、「本来の人間性」を回復する場ともされた（後藤 1973: 105）。

綱沢は後藤に比して、より「ムラ」が有する「変革」の可能性を強調した。綱沢にとって「共同体」とは、相互扶助的な金融機関としての側面と共に、「農村社会に古くから存在する『ゆい』、『手間替』、『部落単位共同作業』や「災害に対する救済組織」という側面を有するものであった（綱沢 1969: 156）。

このような「共同体」の基底には、やはり「家」の問題があった。綱沢は、「家」によって「苦しめられた人」もいたが、それが「田舎人の生活を支え、守ってきたのも事実であった」という。そして、「この『家』の存在なくして『個人』も『社会』も『改革』もなかった」と主張する（綱沢 1969: 163）。このような「家」の再評価も踏まえ、「共同体」は、「管理化され、組織化され、疎外された現代人の魂を救済する」「オアシス」として、また、「日本の土壌から生れる日本的変革の理論」への可能性として形象化されたのである（綱沢 1974: 211）。

近代史家の色川大吉は、近代史の文脈で同様の議論を展開していった。色川はまず、「共同体」を「最小規模の地域共同体」と実体化して定義す

る。そして、そのイメージを結いや年中行事、農作業に仮託し、「人間疎外のないタンジブルな世界」として形象化する。なぜなら、高度成長がもたらした「人間疎外」という「日本の悲劇」が、「地域共同体の解体と共に進行してきた」と考えたためであった（色川 1974: 244）。そして、自身の「共同体」にかける思いを次のように述べている。

かつての部落共同体がそうであったように、生産的な勤労生活と消費生活とが共存し、個人と共同体（地域社会）の全員がたがいに役立ちあい、信頼と友情をたしかめあえるような、人間疎外のない社会が復興されなくてはならない（色川 1970: 270）。

色川は、「地域共同体」の解体が高度成長期の「悲劇」を生み出したと考え、「ユートピア」としての「共同体」を復興させる必要があることを主張した。「共同体」を復興することによって、「人間疎外」が克服されたと考えたのである。

民俗学における「ムラ」の議論は、「共同体」を高度成長がもたらした「人間疎外」や「管理化」を癒す「オアシス」、「ユートピア」として描きだした。さらに、「ムラ」の「伝統的な精神」や「風土」に「日本人」の「祖型」が残存しており、そこから「土着の変革の理論」を見出そうとしたのである<sup>17</sup>。

「共同体」の議論は、『新日本紀行』に見られたように、高度成長が生み出した「人間疎外」や「管理社会化」を悪とし、それに対置される「ムラ」＝「故郷」を美しいユートピアとして描き出した。ここでは、『新日本紀行』と同様のレトリックが、「変革」への志向を通してより明確に

<sup>17</sup> このような日本の「村落共同体」の再評価は、「伝統的」な日本の人間関係を再評価した日本人論の「肯定的特殊性の認識」の時期にも重なっている（青木 1999）。

「日本人の祖型」や「伝統的な精神」に結び付けられたのである。そして、結果的には『新日本紀行』と同様、農村を「過去化」する作用を伴っていたのである。

## 6. 消費社会におけるノスタルジアとナショナリズム

### (1) 「故郷」を消費する社会の誕生

「共同体」論や柳田民俗学がブームになりつつあった1970年、国鉄は万博後の旅客減少対策として、「ふるさと」をテーマとした全国的な旅行キャンペーンを企画した。それが、ディスカバー・ジャパンであった。この旅行キャンペーンは、国鉄の意図や旅行形態の変化に対応するため、それまでの観光キャンペーンとは異なる宣伝戦略を展開していった<sup>18</sup>。

まず、キャンペーンで用いられたポスターの特徴があげられる。それまでの観光キャンペーンは、名勝や古跡などのいわゆる観光地を中心としたものであった。例えば、日光であれば東照宮、京都であれば清水寺などの観光名所が宣伝の中心的位置を占めていた。しかし、ディスカバー・ジャパンのポスターには、どこにでもありそうな地方の農村の写真がややデフォルメされて載せられている。それはあくまでも「日本のどこか」を思わせる写真である。そして、「DISCOVER JAPAN」という文字が付され、「美しい日本と私」という言葉が添えられている。

このような特徴は、ディスカバー・ジャパンが、国鉄によるポスト万博対策であり、特定観光地ではなく全国津々浦々にまで旅行客を運ぶ必要があったために取られた戦略であった。このキャンペーンのプロデューサーであった電通の藤岡和賀夫によれば、「都会の生活に疲れてほっと一息つける場所、あるいは安らぎを与えてくれるどこか懐かしげなふるさと」

<sup>18</sup> 60年代後半、旅行の形態は、団体旅行から家族旅行へ、手段は、国鉄中心から自動車、船、飛行機と多様化し、目的も「保養、気晴らしから、美しいものを見ること、さらには旅行先で何かをすること」へと変化しつつあった（河内 1979: 154）。

を演出したという。つまり、抽象的・普遍的な「日本のふるさと」へのノスタルジアを商品化したのである。

そして、第2の特徴はそのテーマ性である。藤岡和賀夫は、このキャンペーンの意図を次のように述べている。

現代の日本の文明社会は、主としてアメリカ式の合理主義、物質主義でシステム化されているから、日本人の「こころ」が通うものではない。私たちがその社会をいっとき隔絶し、もともとネイティブな日本人の『こころ』を自分自身に発見する、それが『旅』ではなかろうか（藤岡 1972: 54）。

引用から分かるように、藤岡は「旅」を、アメリカ化されて失われたネイティブな「日本人の『こころ』」を発見するものとした。さらに、そこでテーマとなった「旅」には、「自由」や「人間的」、「自然」などの、「現代が失ったものを取り返す大きな意味がある」と述べている（藤岡 1987: 34）。

ディスカバー・ジャパンのレトリックは、『新日本紀行』や民俗学におけるものと同じであった。つまり、高度成長の中で浸透した合理主義や物質主義（「アメリカ化」）に対して、「ネイティブ」なものの持つ価値を肯定的に評価したのである。それは、ノスタルジアの観念によって、「日本の伝統的風景」を「ユートピア」として描き出すことでもあった。

確かに、ディスカバー・ジャパンは、「日本人のふるさと」を商品化した。しかし、ここでの「ふるさと」は、高度成長が生み出した「合理主義」や「巨大な管理社会」に対置された、都市では失われた「伝統的な日本」であった。それは、固有名詞を持った特定の場所である必要はなく、高度成長以前の「日本」を感じさせる場所であればどこでもよかったのである。つまり、このキャンペーンが商品化した「ふるさと」とは、固有名

詞を完全に消去した、一般的・抽象的な「伝統的な日本人のふるさと」という「風景」＝イメージへのノスタルジアだったのである。

ただし、藤岡にとって重要だったのは、あくまでも「私」の発見であった。ディスカバー・ジャパンは観光キャンペーンではなく、「実は、ディスカバー・マイセルフという心のキャンペーン」なのであった（藤岡 1987: 20）。既に、「日本のふるさと」の「発見」は、『新日本紀行』が行っていた。しかし、観光においては、見るだけではなく人びとを連れ出さなければならない。そのために必要だったのが、「旅」＝「自分自身の発見」というテレビに対抗するコンセプトだったのだ（藤岡 1987: 22）。

「発見するもの」は自然や景色や人である必要も無く、「自分自身」であった。ここでは、「日本のふるさと」は、「自分」を発見するための舞台でしかなかった。「目を閉じて… 何を見よう」というポスターのキャプションは、このことを最もよく示している。人々を全国に駆り出したのは、「ふるさとの発見」と「アイデンティティの発見」を結び付けたこのロジックにあったのである。『新日本紀行』が用いたレトリックとの最大の違いは、ここにあった。

ディスカバー・ジャパンキャンペーンは、アンノン族に代表される若い世代を中心に広く受け入れられ、1977年までのロングラン広告になる。「ふるさとの発見」を「私の発見」に結び付けたこのキャンペーンが、当時の「日本人」に訴えかける力を持っていたことを物語っている。つまり、このキャンペーンの成功が意味していたのは、個人、集団に関わり無く、「アイデンティティ」それ自体を探し続ける大量の「日本人」が誕生した、ということだったのである。すなわちそれは、自分が何でありどこに向えばいいのかが不明確になり、消費の場を通してアイデンティティを希求するような社会へと移行したことを意味していた。

そのような状況下にあっては、ディスカバー・ジャパンに現実を隠蔽する作用や、ナショナリズムを読み込んだ当時の知識人の対応は、一面的で



あったと言えるだろう<sup>19</sup>。むしろ、ディスカバー・ジャパンの成功からは、ノスタルジアやアイデンティティが置かれている、社会的な「場」のようなものの変質を読み取ることが可能ではないだろうか。最後に、ディスカバー・ジャパン以降の「ふるさと」の観光化の事例を通してこのことを考えてみたい。

## (2) ノスタルジアとナショナリズムの消費社会的転回

1973年のオイル・ショックは、観光旅行の様相を一変させた。旅行は次第に堅実なものになり、国鉄は1977年から「1枚のきっぷから」キャンペーンをスタートさせる。ここでは、「ムードを全面に押し出した“Discover Japan”に変えて低成長時代にふさわしい実利的な旅の紹介」に主眼を置くようになる（佐々木 1979: 26）。

さらに、国鉄は、1984年からエキゾチック・ジャパンキャンペーンをスタートさせる。このキャンペーンのポスターは、高野山、金沢（尾山神社の山門）、富山県八尾（盆踊り）等を取り上げた。取り上げられる地域は、ディスカバー・ジャパンと変わらない地方である。しかし、そのポスターからは大きな変化を読み取ることができる。

高野山でインドの神々と出会った。祇園祭りの山鉾にペルシャの絨毯を見た。べんがら格子の朱はベンガル湾の夕焼けの色なのだ。長崎のざぼん売りはポルトガル語の訛り。

西域の空をお水取りの篝火に想い、茶聖利休は朝顔を異国の花とめでる。ふるさと日本は刺激的だ。ドキドキするほどエキゾチックだ。旅に出て知る、ああ、エキゾチック・ジャパン。（葛野 1998: 101）

ここから分かるように、既に「日本のふるさと」は、ノスタルジアの対

<sup>19</sup> ディスカバー・ジャパンに対する知識人の批判については、藤岡（1987: 111-117）を参照されたい。

象ではなくなっている。もはや「日本のふるさと」が「歴史的連続性」を有する「伝統」としては位置づけられていないのである。

この広告が示唆しているのは、「ネイティブの中に存在している外国を示唆するだけでなく、ネイティブそれ自体が外国である」という状況である (Ivy 1995: 54)。つまり、ここに見られるノスタルジアは、「喪失やその再生に対する欲望をほのめかしていた『モダニストの正しいノスタルジア』」ではなく、「日本のイメージ」を引用して組み立てられた「パステーション」の水準で成立しているのである<sup>20</sup> (Ivy 1995: 57)。

エキゾチック・ジャパンにおいては、「伝統」が成立する際の社会的な枠組み自体が変わってしまっている<sup>21</sup>。確かに、ディスカバー・ジャパンの時代には、「ふるさと」は「失われた私」の再発見という物語の中で消費されていた。そこでは、「自分」と「ふるさと」を結び付けて、その「歴史的連続性」を確認することも可能だっただろう。しかし、エキゾチック・ジャパンにおいては、その「歴史的連続性」は、現在の「自分」とは結びつかない形で存在している。すなわち、「伝統」が成立する際の社会的な枠組み自体が多様化し流動化しているのである<sup>22</sup>。

このことは、同様にノスタルジアが成立する「場」とでも言うべきものの変質をも示唆している。R・ロバートソンは、現代社会のノスタルジアは、「大部分は資本主義的に、消費者中心主義的なイメージによって伝え

<sup>20</sup> 当時のノスタルジアの変容や、レトロ商品、キッチュ化と「日本」という表象の関連については、M・アイヴィー (1995: 54-65) を参照されたい。

<sup>21</sup> しかし、消費の場における「伝統」の枠組みが変化しつつあった同時期に、「ふるさとの風景」を、「日本人の伝統」に結び付ける「民族の原風景」論も刊行されていた (勝原 1979, 樋口 1981 [1993])。ここからは、「伝統」のリアリティを基礎付ける枠組みが多数並存している状況がうかがえる。

<sup>22</sup> このことは、旅行者の「再帰性」の増大ということにも関連している。例えば J・アーリは、「ポスト・ツーリスト」という概念によって、観光客が、「観光はゲーム」であり、「多種多様なテキストを伴ったゲームの繋がり全体だということを知っている」と主張する。彼らは、「郷土芸能」が社会的に考案されたものであり、観光によって成り立っていることを、「知ってしまっている」のである (Urry 1990=1995: 180-181)。

られた」ものとなっていると主張する。このような社会においては、ノスタルジアとナショナリズムの関係も変わらざるを得ない。すなわち、「政治的に推進された郷愁は、いまやより広く浸透し散乱した消費者中心主義型の郷愁にぴったりと埋め込まれている」のである (Robertson 1992 = 1997: 221)。

「伝統」としての「ふるさと」を消費する社会の誕生ということは、このような「場」が成立していることを意味している。こうした状況においては、第2章で見たように、「伝統」の生産や消費を、「文化ナショナリズム」という「政治」や、アイデンティティの維持・形成に結びつけるだけでは不十分なのである。

かつて「伝統」のリアリティを成立させていた「日本」という社会的な枠組み自体が、イメージ化し、流動的になった時代においては、それらに結びつきつつ構成されていた「伝統」やノスタルジア、そしてナショナリズム (ナショナル・アイデンティティ) 自体が変質せざるを得ないはずである。従って、消費社会においては、アイデンティティの維持・形成やナショナリズムという観点とは異なる分析枠組みが必要とされているのである。

## 7. 結 論

1960年代から70年代までの流行歌、テレビ番組、「知」、観光産業における農村＝「ふるさと」の表象・言説を対象として、特にその特徴とレトリックの変質を分析してきた。50年代末、流行歌は、変らない「故郷」の風景を繰り返しノスタルジアの感情と共に歌いこんだ。しかし、60年代の流行歌では、ノスタルジアの対象である「故郷」は、既に「自然」や「風土」でしかなくなっていく。このような状況において、『新日本紀行』は流行歌と同様の「故郷」を、映像＝イメージとして描き出した。但し、そこでは「故郷」の変化を描きつつ、変わらない農村の「伝統」＝「歴史的

連続性」を美しく描き出すというレトリックが繰り返し用いられていた。さらに、60年代の高度成長の開発による「自然」や「伝統」の破壊を悪とし、「農村の伝統」を守るべきものとして肯定的に表象した。このような表象のレトリックにより、『新日本紀行』は、全国各地の固有名詞を持った農村を、失われつつある懐かしい「日本の伝統的なふるさと」という抽象的なイメージとして提示したのである。

『新日本紀行』の表象と同型のレトリックは、「知」の言説においても機能していた。まず、社会科学において、1960年前後まで「農村共同体」は否定すべき「前近代」的な「伝統」であった。しかし、60年代に実際の「共同体」が急速に崩壊していく中で、「農村共同体」は、マルクス主義の再解釈も踏まえて「科学的」に肯定されうるものとなった。そして、その背景には、高度成長が生み出しつつあった新しい支配体制への批判意識があった。また、このような社会科学の流れと呼応しつつ、民俗学も、失われゆく「ムラ」へのノスタルジアを介して「共同体」=「ムラ」を「ユートピア」、「オアシス」として描き出した。そして、「ムラ」に残存する「伝統的な精神」から「土着の変革の論理」を提示しようとしたのである。

さらに、ディスカバー・ジャパンキャンペーンは、高度成長がもたらした人びとの「喪失感」や「疎外感」を巧みに宣伝戦略に取り込み、全国的なブームを巻き起こした。ディスカバー・ジャパンは、都市では失われた「伝統的な日本の風景」=「日本人のふるさと」の発見を呼びかけただけではない。その「風景」の発見と「私」の発見を結び付けて、人びとの「ふるさと」へのノスタルジアを、アイデンティティの探求に結びつけたのである。このキャンペーンの成功が意味していたのは、1970年代が、自分が何者でどこに向っているのかが分からなくなった時代、つまりアイデンティティそれ自体を探し求める「日本人」が大量に誕生した時代だったということであった。

これらの多様な言説・表象の積み重ねが、固有名詞を持った地方農村を

「日本民族の原風景」、「日本人の心のふるさと」という抽象的なイメージとして織り上げていった。それぞれの領域で「日本人の心のふるさと」を生み出した言説・表象に共通するレトリックとはなんだろうか。それは、高度成長が生み出した弊害に対して、「日本人の伝統的なふるさと」を対置するレトリックであった。「西洋」に向けての「近代化」をひた走った結果の環境破壊や管理社会化は、失われた「日本人」や「伝統」へとその眼を向けさせ、多様な欲望が交錯する地点で「日本人の原風景」を結晶させたのである。

また、このように農村を「日本人の伝統的風景」として描くことは、現在に生きる農村を、「過去化」「歴史化」する効果も有していた。高度成長への批判意識は、同時に農村を「過去化」することにつながっていった。つまり、高度成長の過程では否定された「遅れた」農村が、この時間軸を前提としたまま、肯定すべき「伝統」という評価にすりかわったのである。そこでは、地方が進歩から「遅れた」場所であるという観念には何の変更も加えられなかった。

また、ディスカバー・ジャパンにおけるノスタルジアを介した「伝統の消費」は、必ずしも「ナショナル・アイデンティティ」の再構築には結びつかないと考えられる。なぜなら、消費社会においては、「伝統」のリアリティやノスタルジアが成立する場自体が変質し、流動化しており、必ずしも集合的なアイデンティティへと結びつかない構造を有しているからである。それが、ノスタルジアを、アイデンティティやナショナリズムに回収する議論とは異なる分析枠組みを必要とする所以である。

## 文 献

- Anderson, Benedict, 1991, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London and New York: Verso, Revisited Edition (白石さや・白石隆訳, 1997, 『想像の共同体—ナショナリズムの起源

- と流行』NTT出版)
- 安部潔, 2001, 『彷徨えるナショナリズム—オリエンタリズム・ジャパン・グローバルバージョン』世界思想社
- 青木保, 1999, 『「日本文化論」の変容—戦後日本の文化とアイデンティティ—』中央公論社
- Davis, Fred, 1979, *Yearning for Yesterday: A Sociology of Nostalgia*, The Free Press (間場寿一・萩野美穂・細辻恵子訳, 1990, 『ノスタルジアの社会学』世界思想社)
- 藤岡和賀夫, 1972, 『華麗なる出発—ディスカバー・ジャパン』毎日新聞社
- , 1987, 『藤岡和賀夫前仕事 1』PHP 研究所
- 福武直, 1949, 『日本農村の社会的性格』東京大学共同組合出版部
- , 1956, 『日本村落の社会構造』東京大学出版会
- , 1964, 『日本農村社会論』東京大学出版会
- 後藤総一郎, 1972, 『柳田國男論序説』伝統と現代社
- , 1973, 『常民の思想—民衆思想史への視角』風媒社
- , 1976, 『柳田学の思想的展開』伝統と現代社
- 橋本和也, 1999, 『観光人類学の戦略』世界思想社
- Hewison, Robert, 1987, *The Heritage Industry: Britain in a climate of Decline*, London: Methuen.
- 樋口忠彦, 1981 [1993], 『日本の景観』筑摩書房
- Hobsbawm, Eric & Ranger Terence (eds.), 1983, *The Invention of Tradition*, Cambridge (前川啓治他訳, 1992, 『創られた伝統』紀伊国屋書店)
- 色川大吉, 1970, 『明治の文化』岩波書店
- , 1974, 「近代日本の共同体」鶴見和子・市川三郎編『思想の冒険—社会と変化の新しいパラダイム』筑摩書房
- 市川孝一, 1990, 「戦後大衆歌謡の系譜」南博・社会心理研究所編『続・昭和 문화 1945-1989』勁草書房
- 伊藤守, 2002a, 「グローバル化とテレビの文化政治学」『言語』31 卷 13 号
- , 2002b, 「公共の記憶をめぐる抗争とテレビジョン」『社会学年誌』早稲田社会学会 43 号
- 岩本通弥, 1998a, 「『民俗』を対象とするから民俗学なのか—なぜ民俗学は『近代』を扱えなくなってしまったのか」『日本民俗学』215 号
- , 1998b, 「民俗学と『民俗文化財』とのあいだ—文化財保護法における『民俗』をめぐる問題点」『国学院雑誌』99 卷 11 号
- 岩本由輝, 1978, 『柳田國男の共同体論—共同体論をめぐる思想的状況』御茶の水

## 消費される「故郷」の誕生

### 書房

- 加瀬和俊, 1997, 『集団就職の時代』 青木書店
- 勝原文夫, 1979, 『農の美学』 創論社
- 河村望, 1968, 「日本農村の支配機構—農村社会学における『近代化』論の批判」  
『人文学報』 64 号
- 河内正広, 1979, 「爆発するレジャー」 石川弘義編『余暇の戦後史』 東京書籍
- 川森博司, 1996, 「ふるさとイメージをめぐる実践—岩手県遠野の事例から」 清水  
昭俊他編『岩波講座文化人類学 12』 岩波書店
- , 1999, 「口承説話の管理と継承」 小松和彦・野本寛一編『芸術と娯楽の  
民俗』 雄山社
- , 2001, 「現代日本における観光と地域社会—ふるさと観光の担い手た  
ち」『民族学研究』 66 巻 1 号
- 葛野浩昭, 1998, 「観光開発と地域文化の再構成」 長谷政弘編著『観光振興論』 税  
務経理協会
- Kelly, William, 1986, Rationalization and Nostalgia: Cultural Dynamics of  
New Middle-Class Japan, *American Ethnologist*, 13(4)
- 北原淳, 1996, 『共同体の思想—村落開発理論の比較社会学』 世界思想社
- 古茂田信男・島田芳文他, 1980, 『日本流行歌史〈戦後編〉』 社会思想社
- Kweon, Sug-In, 1994, *Politics of Furusato in Aizu, Japan: Local Identities and  
Metropolitan Discourses*, Ph.D. diss., Stanford University
- 小林直毅, 2005, 「環境としてのテレビを見ること」 田中義久・小川文弥編『テレ  
ビと日本人—「テレビ 50 年」と生活・文化・意識』 法政大学出版局
- Lowenthal, David, 1985, *The Past is a Foreign Country*, Cambridge
- Lowenthal, David, 1991, British National Identity and the English Land-  
scape, *Rural History*, 2
- 丸山真男, 1961, 『日本の思想』 岩波書店
- 見田宗介, 1978, 『近代日本の心情の歴史—流行歌の社会心理史』 講談社
- Morley, David, 2000, *Home Territories: Media, Mobility and Identity*, Routledge
- 中田実, 1986, 「概説 日本の社会学 農村」 中田実・高橋明善他編『リーディン  
グス日本の社会学 6 農村』 東京大学出版会
- 成田龍一, 1998, 『「故郷」という物語—都市空間の歴史学』 吉川弘文館
- 西島央, 1995, 「想像の『にっぽん』—唱歌のつくった原風景」 森田直人他編『個  
性という幻想』 世織書房
- 小川文弥, 1996, 「層別にみたテレビの視聴状況」『文研月報』 16 巻 12 号
- 小川伸彦, 2002, 「モノと記憶の保存」 荻野昌弘編『文化遺産の社会学—ルール

- 美術館から原爆ドームまで』新曜社
- 奥野健男, 1989, 『増補 文学における原風景』集英社
- 太田好信, 1998, 『トランスポジションの思想—文化人類学の再想像』世界思想社
- , 2001, 『民族誌的近代への介入—文化を語る権利は誰にあるのか』人文書院
- 大塚久雄, 1955=1969, 『大塚久雄著作集 7—共同体の基礎理論』岩波書店
- Robertson, Jennifer, 1991, *Native and Newcomer: Making and Remaking a Japanese City*, California
- Robertson, Jennifer, 1995, Hegemonic Nostalgia, Tourism, and Nation-Making in Japan, *Senri Ethnological Studies*, 38
- Robertson, Jennifer, 1998, It Takes a Village: Internationalization and Nostalgia in Postwar Japan, Stephen Vlastos (ed.), *Mirror of Modernity: Invented Traditions of Modern Japan*, University of California Press
- Robertson, Roland, 1992, *Globalization: Social Theory and Global Culture*, Sage (阿部美哉訳, 1997, 『グローバリゼーション—地球文化の社会理論』東京大学出版会)
- 佐々木峻一, 1979, 「万博とディスカバー・ジャパン」『月刊 観光』1979年6月号
- 佐藤香, 2004, 『社会移動の歴史社会学—生業／職業／学校』東洋館出版社
- 島崎稔, 1965, 『日本農村社会の構造と論理』東京大学出版会
- 下中邦彦編, 1960, 『われら日本人 3 その社会』平凡社
- 塩路有子, 2003, 『英国カントリーサイドの民族誌—イングリッシュネスの創造と文化遺産』明石書店
- 園部三郎, 1980, 『日本民衆歌謡史考』朝日新聞社
- 坪井洋文, 1986, 「故郷の精神誌」谷川健一編『日本民俗文化体系 第12巻 現代と民俗—伝統の変容と再生』小学館
- 塚本学, 1991, 『都会と田舎—日本文化外史』平凡社
- 綱沢満昭, 1969, 『近代日本の土着思想—農本主義研究』風媒社
- , 1974, 『農本主義と天皇制』イザラ書房
- 植田康夫, 1990, 「高度成長とテレビ文化」南博・社会心理研究所編『続 昭和文化 1945—1989』勁草書房
- 内田隆三, 2002, 『国土論』筑摩書房
- Urry, John, 1990, *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*, Sage Publications, London (加太宏邦訳, 1995, 『観光のまなざし』法政大学出版局)



- Urry, John, 1995, *Consuming Places*, Routledge (吉原直樹・大澤善信監訳, 2003, 『場所を消費する』法政大学出版局)
- Urry, John, 2000, *Sociology beyond Societies: Mobilities for the twenty-first century*, Routledge (吉原直樹監訳, 2006, 『社会を超える社会学—移動・環境・シチズンシップ』法政大学出版局)
- Williams, Raymond, 1973, *The Country and the City*, Chatto & Windus (山本和平・増田秀男・小川雅魚訳, 1985, 『田舎と都会』晶文社)
- 矢野敬一, 2005, 『写真家・熊谷元一とメディアの時代—昭和の記録／記憶』青弓社
- 安井眞奈美, 1997, 「『ふるさと』研究の分析視覚」『日本民俗学』209号
- 吉本隆明, 1964, 「解説 日本のナショナリズム」, 吉本隆明編『現代日本思想体系 4 ナショナリズム』筑摩書房
- 吉野耕作, 1994, 「消費社会におけるエスニシティとナショナリズム—日本とイギリスの『文化産業』を中心に」『社会学評論』176号
- , 1997, 『文化ナショナリズムの社会学—現代日本のアイデンティティの行方』名古屋大学出版会