

学位請求論文審査の要旨

報告番号 甲 第 号

氏名 谷原 吏君

論文題目 「サラリーマン」のメディア史：大衆化と差異化の過程

審査担当者

主査 慶應義塾大学文学部教授・社会学研究科委員
博士（文学） 近森 高明
副査 慶應義塾大学文学部教授・社会学研究科委員
博士（社会学） 李 光鎬
副査 立命館大学産業社会学部教授
博士（人間・環境学） 福間 良明

I 本論文の構成

本論文の構成は以下のとおりである。

目次

1. なぜ『サラリーマン』のメディア史か
 1. 1 問題の所在
 1. 2 本論文の方法論
 1. 3 扱う史資料
 1. 4 本論文の構成
2. 戦前期における職員層とは何者だったのか：「サラリーマン」のメディア史序論
 2. 1 問題意識と先行研究
 2. 2 しがない「サラリーマン」としての職員層
 2. 3 「知識人」としての職員層
 2. 4 「消費者」としての職員層
 2. 5 戦前期における職員層の複眼的な理解に向けて
3. 1950年代及び60年代におけるサラリーマンイメージの変容過程：東宝サラリーマン映画を題材として
 3. 1 問題意識と扱う作品群
 3. 2 先行研究と本章の方法
 3. 3 『三等重役』及び「社長シリーズ」：＜出世主義＞と＜家族主義＞
 3. 4 『ニッポン無責任時代』及び「日本一シリーズ」：＜能力主義＞との共振
 3. 5 本章の結論と意義
4. 「サラリーマン」と雑誌：1980年代における「知」の変容
 4. 1 問題意識と先行研究
 4. 2 戦前から高度経済成長期：教養主義の名残
 4. 3 1980年代における知の編成の変容：『BIG tomorrow』について
 4. 3. 1 即物的な知を提供する『BIG tomorrow』

- 4. 3. 2 読者との双方向性
- 4. 3. 3 青春出版社というメディア：「人生雑誌」からの断絶と継承
- 4. 3. 4 米国由来の知見と功利主義的な人間関係観：心理主義の萌芽
- 4. 4 1980年代のサラリーマンを取り巻く競争環境
- 4. 5 1990年代以降の動向
- 4. 6 本章の結論と意義
- 5. 「サラリーマン」を支えた上昇アスピレーション：1980年代以降のビジネス雑誌
 - 5. 1 問題意識と先行研究
 - 5. 2 調査対象資料：『BIG tomorrow』と『プレジデント』について
 - 5. 3 1980年代：年齢層によって異なる在り様
 - 5. 4 1990年代：方針転換に向けて
 - 5. 5 2000年代：『BIG tomorrow』の衰退と『プレジデント』の成功
 - 5. 6 本章の考察と結論
- 6. 処世術言説は、誰がどのように読んでいるのか
 - 6. 1 本章のねらいと方法
 - 6. 2 誰がどれくらい読んでいるのか
 - 6. 3 どのように読まれているのか：読みの両義性
 - 6. 4 「肯定的な読み」に関連する要因：自己確認の参照点としてのアドバイス記事
 - 6. 5 本章のまとめ
- 7. メディア史の中の『課長 島耕作』と『半沢直樹』
 - 7. 1 『課長 島耕作』とサラリーマンの時代
 - 7. 1. 1 フィクショナルな理想としての島耕作
 - 7. 1. 2 フィクションの中のリアリティ
 - 7. 2 『半沢直樹』におけるリアリティの不在
- 8. 本論文の結論
 - 8. 1 本論文の結論
 - 8. 2 本論文の意義及び限界

あとがき

初出一覧

参考文献

II 本論文の概要

本論文は、近現代日本社会において、①「サラリーマン」という「普通の人々」のどのようなイメージが社会的に共有され、歴史的にどのように変遷してきたのかを、豊富な史資料に基づいて詳細に記述すると同時に、②そのようなイメージの共有と変遷の「合理性」を、マクロな労働人口の動態や、時代ごとの労働環境および競争構造のあり方と関連づけつつ、メディア史的視座から明らかにしようとする論文である。

本論文のメディア史的視座においては、実態としてのサラリーマンというよりも、それをめぐるメディア上の表象と、その生産・流通・受容プロセスこそが「社会的事実」として一次的対象となり、そうしたメディア表象が、なぜ、いつ、どの程度、誰に受容されたのかが一次的問いとなる。そのような問題設定のもとで主な検討対象となるのは、1950年代から60年代にかけてのサラリーマン映画と、1980年代から2000年代にかけてのビジネス雑誌であり、これらは「サラリーマンがサラリーマンをまなざす視線」を体現するマスメディアとして位置づけられる。そのうえで①これらのメディアに表象されるサラリーマン像の変遷を追いつつ、②そ

の生産・流通・受容の背景となるメディア史的・労働史的な条件を探り、③それらメディア表象と背景的事態との関連を問う、という三重の記述と分析の作業が、本論文の中核部分を構成する。

本論文は8つの章で構成されている。

序章では、以上のような問題設定のほか、メディア史や社会学において「普通の人々」を扱うことの意義をめぐる議論や、実証的な歴史記述についての科学哲学的考察、そして、映画と雑誌を主題的にとりあげることの正当性を、時代ごとのメディア受容のデータから担保する作業が展開される。

第2章では、戦後日本の「サラリーマン」のメディア史を描き出す準備作業として、戦前期における職員層が「サラリーマン」と「なる」過程を、先行研究の批判的検討をもとに記述している。

既存の研究は、戦前期において経済状況に生活を翻弄される、しがたい「サラリーマン」の姿を描出してきた。しかし職員層は、知的な読書をする知識人であり、ファッションに気を使う消費者でもあった。本章では、関連研究で言及されてきた統計資料および言説資料を再検討に付すことにより、職員層の三面性——「サラリーマン」「知識人」「消費者」——が成立しえていたこと、およびその理由を明らかにしている。すなわち職員層は、下の階層との「差異化」のために「知識」や「消費」を希求していたという構図が見出される。

第3章では、映画を素材として、東宝製作による「社長シリーズ」という「大衆化」の論理が前面化した作品と、「日本一シリーズ」という「差異化」の論理が前面化した作品を連続的に捉え直すことにより、この時期におけるサラリーマン像の「大衆化」の過程とその帰結が記述される。

分析の結果、「会社の間人間関係は民主的で家族的であってほしい」という〈家族主義〉（50年代）から「能力を発揮して出世していきたい」という〈能力主義〉（60年代）へという、サラリーマン像の転換が見出される。前者は、職場民主化への期待が醸成される一方、サラリーマン層内部での階層分化は進むという、理想と現実の間隙から生じる職場民主化への欲望と共振していた。後者は、戦後派世代における企業や組合への低い帰属意識と、個人の能力発揮による出世という欲望と共振していた。

第4章では、ビジネス雑誌『BIG tomorrow』（青春出版社）を素材として、処世術という即物的な知がメディア上で積極的に語られ、若手サラリーマン層に広く受容されたことの意味と理由が検討される。

一方で注目されるのは、青春出版社という、非エリート層向け出版社のメディア史的位罫である。大卒のマス化を背景に、同社のターゲットに入ってきたサラリーマン層を意識した青春出版社は、「人間関係に悩む若者」を想定読者として『BIG tomorrow』の誌面を構成した。他方、それを受容するサラリーマンの側では、大卒の増加でポストが不足しつつあり、処世術による細かな差異化が助長される状況にあった。加えて、小さな出世への期待が長期的に維持されやすい企業内競争構造が、非エリートを焚きつけていた。こうしたメディアの供給側と受容側双方の要因が相まって、『BIG tomorrow』に処世術を語らしめ、またそれが広く読まれたことが示される。

第5章では、ビジネス雑誌『プレジデント』（プレジデント社）を素材に、心理学的知を参照したビジネススキル言説の広まりを検討することで、サラリーマンの上昇アスピレーションを支える言説構造における連続と断絶が明らかにされる。

中高年サラリーマン層に照準する『プレジデント』は、1980年代には、歴史上の人物の成功譚を用いた修養主義的言説を主要コンテンツとしていたが、90年代後半から2000年代に、心理学的知を用いたビジネススキルの紹介へと方針転換する。修養主義から心理主義への移行に

みてとれるのは、上昇アスピレーションを支えた言説構造の連続（自己研磨への志向性）と断絶（自己研磨を捉える枠組の変容）である。ここからさらに、心理主義的なビジネススキルこそが、現代社会において「大衆化」するサラリーマン内部での「差異化」を支える語彙となっていることが示される。

第6章は補論的な位置づけである。ビジネス雑誌で語られる処世術言説は、どの程度真剣に受容されているのかという問いに、定量的なアプローチで接近するため、アンケート調査の分析が示される。分析の結果、それら処世術言説は管理職層によく読まれていることや、普段の職業生活に気疲れを感じている人によく読まれていることが明らかとなる。ここから処世術言説は多かれ少なかれ「学習メディア」として機能していることが確認できる。

第7章では、漫画『課長 島耕作』およびテレビドラマ『半沢直樹』というエンターテインメント作品を素材として、これまでの議論のなかで得られた知見を援用した分析の試みがなされる。

第8章では結論として、本論文の知見が整理され、その学術的意義が確認される。整理の軸となるのは「大衆化と差異化」という論理であり、戦前期の職員層の「読書」と「消費」による他の階層との差異化（第2章）、1950年代から60年代にかけてのサラリーマン映画にみられる〈家族主義〉から〈能力主義〉への移行（第3章）、そして1980年代から2000年代のビジネス雑誌にみられる処世術言説やビジネススキル言説の広まり（第4・5章）の、いずれにおいても「大衆化と差異化」という論理が働いていたことが示される。ここで「大衆化と差異化」とは、「サラリーマンがサラリーマンをまなざす視線」を体現するメディアがなぜ隆盛したのかを理解可能にする「合理性」であると同時に、サラリーマン自身が「我々がなぜ他ならぬ我々のようであったか」を理解可能にする「合理性」でもある。

III 本論文の評価

従来のメディア（文化）史的な研究において焦点化されてきたのは、一方では知識人の言説ないしはジャーナリズム言説であり、他方ではサブカルチャーないしはポピュラーカルチャーであった。そうした明瞭な輪郭をもつ社会的存在や文化的領域が注視されるかたわら、輪郭が曖昧ながらも量的には大きな存在である「サラリーマン」という「普通の人々」は、研究のエアポケットとなっていた。本論文は、メディア史研究の領域でこれまで顧みられてこなかった社会的存在に正面から照準するものであり、まずは研究テーマの新規性という面で画期的な論文であるといえる。

また、サラリーマンの表象を対象とする先行研究は少数ながら存在するが、それらは特定の時代や特定の表象ジャンルを扱ったものであり、対象範囲とアプローチの射程が限定的であった。戦前期を踏まえて戦後から2000年代にかけてのサラリーマン像の変容を扱う、本論のような大きな構えをもつメディア史研究は、他に類例がなく、対象範囲の広さとアプローチの包括性において、大きな学術的意義が認められる。

資料収集および分析の方法に対しては、その妥当性や信頼性などを十分に吟味した上で採用の可否を判断しており、歴史研究および社会科学研究としての規準を満たしている。

扱う素材の選定基準として、たんにサラリーマン向けのメディアというのであれば、検討すべき素材が無制限に増えてしまう。だが本論文では、「サラリーマンがサラリーマンをまなざす視線」を体現したマスメディアという限定をかけることで、素材の効果的な絞り込みに成功している。

そうしたオリジナルな問題設定のもと、①具体的な映画作品の内容やビジネス雑誌の記事内容を確認するのはもちろんのこと、②それらの作品や雑誌をめぐる制作者や受け手や批評家のコミュニケーションを示す各種の資料、さらには、それらのメディア表象が受容される背景を

なす、③サラリーマンの労働環境や競争構造を示す文献や各種データが、可能なかぎりの網羅性をもって、入念に調べあげられている。サラリーマンのメディア表象を扱った既存の研究においては、資料収集範囲がほぼ①のみにとどまるどころ、本研究では、②および③にまで大幅に収集範囲を拡張している。このような資料調査における網羅性は、多大な労力と時間を要するものであり、高く評価されるべきだと思われる。

こうした多角的なアプローチによって本論文は、それぞれの時代に映画や雑誌メディアを媒介に繰り広げられた、作り手とオーディエンスのメディア・コミュニケーションの様相を、高い臨場感と説得力をもって立体的に再構成することに成功している。そしてまた同時に、学問領域に対する貢献という面においても、多角的アプローチをとる本論文は、これまで個別的に展開してきた労働社会学とメディア（文化）史研究の双方を架橋し、新たなフィールドを拓く可能性を秘めた研究として評価できる。

映画作品やビジネス雑誌のメディア史的分析から導き出される知見は、いずれも無理のないリーズナブルな経験的知見である。メディア上のサラリーマン像の変遷プロセスが、受容の背景となるサラリーマンの労働環境や競争構造と照らし合わされることで、それらの表象や言説が、いつ、なぜ、どの程度サラリーマン層に受容されたのか、その理由と意義が、十分に説得的なかたちで説明されている。

また補論のような位置づけではあるが、オーディエンス調査によって自己啓発のアドバイス情報が、どれくらい能動的に受容され、どのような属性の人々に、どのように読まれているかを統計的な手法で分析した第6章は、第3章～第5章における発見を同時代的に裏づけるものではないが、間接的ながらその受容実態を推定させる効果があった。

「大衆化と差異化」という結論は、ともすれば凡庸にもみえるが、これは、演繹的な枠組みや視座の設定を徹底的に避けようとする——論点先取や都合のよい資料の選択・読解を避けようとする——筆者の実証主義的潔癖さと、それでも社会学の論考として仕上げるうえでは一定の体系性や整合性、ある種のストーリー性やリーダビリティを確保せねばならない、その必要性との、慎重な調停の産物と理解したい。そのように理解するならば、個別の調査からえられた経験的知見を無理なく包括し、全体の議論を一貫して理解するための合理的な読解フレームを読者に提供しえている点で、「大衆化と差異化」というまとめ方は、十分に成功しているように思われる。

しかし本論文には課題もまた残されている。

第一に、メディア史研究と労働社会学の双方について、本論文が、既存の研究群といかなる差異化を図ることができるのかを、もう少し明示してもよかったのではないか。そうすることで、従来のメディア史研究と労働社会学それぞれのパラダイムや前提をどう問い直し、いかなる新たな見取り図を示せるのかが伝わりやすかったのではないかと思われる。

第二に、1950年代から60年代については映画、80年代以降は雑誌を主要な検討素材としているが、映画の衰退後に基軸メディアとなったのがテレビであることを考えれば、テレビにあまり触れられていない点がやや不自然であり、積極的に扱わない理由について、より明示的な説明があればよかったのではないか。

第三に、分析対象とした映画および雑誌が、サラリーマンに「愛好された」ことの裏づけにはやや不安が残る。メディア史研究としては、受け手についてのデータが不足しており、もう少し厳密な考証が必要だったのではないか。

第四に、本論文の核心的な主張である「大衆化と差異化」の原理は、説明としては納得できるものではあるが、その主張はどれくらいの独自性や新規性を認められるものなのか、少し疑問が残る。また「大衆化と差異化」という原理だけで、サラリーマン像の歴史的変遷に一貫した説明を与えようとした結果、議論がやや単調になった印象がある。さらには、その原理一本

に説明を収束させようとしたことで、「大衆化」という概念（言葉）がさまざまな事象に異なる意味合いで適用されている面がある。

第五に、「サラリーマン」という、もっぱら成人男性の主体像を扱った本論文の記述と分析においては、職場でともに働く女性の会社員やサラリーマン世帯の主婦など、女性の存在が検討の視野から外されている。ジェンダー論的な観点も踏まえつつ、これら女性の存在や、権力関係をも含めた「サラリーマン」と女性との相互的な関係性に、もう少し触れる必要があったのではないかと思われる。

IV 審査結果

このようにいくつかの課題は残されているものの、本論文の学術的価値を損なうものではなく、審査委員一同は本論文が博士（社会学）を授与するにふさわしい水準に到達していると判断する。