



Title	ミドルブラウとニューレフトとの距離を測る : 1950年代イギリスの大衆読物と政治
Author(s)	山田, 雄三
Citation	待兼山論叢. 文学篇. 2015, 49, p. 1-14
Version Type	VoR
URL	<a href="https://hdl.handle.net/11094/61353">https://hdl.handle.net/11094/61353</a>
rights	
Note	

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

# ミドルブラウとニューレフトとの距離を測る

—1950 年代イギリスの大衆読物と政治—

山田 雄三

Keywords : Middlebrow / New Left / Popular Art / Mass Art / The Beatles

## 1. はじめに

「ミドルブラウ」(middlebrow) ということばが英語ではじめて使われたのは、1924 年 3 月の『フリーマンズ・ジャーナル』誌上であった。この新語は「ひたい」を意味する「ブラウ」という古英語の時代からあるなんでもないことばに接頭語をつけることで、1920 年代の文化状況を換喩的に表している。ひたいの高さ低さをたとえにして、文化的趣味を争うブラウ論争がマスコミを騒がせる 1920 年代 30 年代。似たような言語現象はほかにも起きていた。今、「マスコミを騒がせる」と書いたが、まさしくこの「マス」がそうであった。「マス」の場合、これが接頭語となって多くの新語が生まれている。『オクスフォード英語辞典』に頼って初例を拾ってみると、「マス意識」1922 年、「マスメディア」1923 年、「マス教育」1927 年、「マスエンターテインメント」1933 年、「マスカルチャー」1939 年と枚挙にいとまがない。中英語からある「マス」はそもそも、不定形なものという意味と高密度の集合体という意味で使われてきたが、この 1920 年代ごろに意味上の大きな変化が起こる。変化とは、みずからも「マス」の一部なのに、その事実を棚上げして、他人を眺めるものの見方が生まれるということである。レイモンド・ウィリアムズのことばを借りると、「マスとはいつでも他者である」というみずからを偽る視点が生まれるわけだ。さて「ミドルブラウ」にも、よ

り広い視野をえようと自己啓発を行うひとという肯定的な意味合いと上昇志向が強いスノッブという否定的な意味合いがある。そのことと「マス」という見方はどうも関係があるように思えてしかたがない。ウィリアムズにならない、次のような前提で考察を始めてみたい。「ミドルブラウと呼ばれる人びとなど存在しない。あるのはミドルブラウという呼び名だけだ」と。

しかしその前に、ミドルブラウに否定的な態度を表明した人たちの見方を整理しておきたい。まずは、ハイブラウ派と目されるリーヴィス夫妻から。夫人の *Fiction and the Reading Public* (1932) は、ノースクリフ卿が19世紀末に開始したジャーナリズム革命（文学のマスプロ化）への反応であった。彼女の過剰な反応は「ミドルマン」を論じた章に典型的に現れる。

By December 1929 the society [the Book Society] had nearly seven thousand members, and it is still growing, from which the quite unbiassed observer might fairly deduce two important cultural changes: first, that by conferring authority on a taste for the second-rate (to the Book Society the publication of *A Modern Comedy* is 'a real event in the story of modern English literature') a middlebrow standard of values has been set up; second, that middlebrow taste has thus been organised.<sup>1)</sup>

ここで彼女は、ブッククラブや書評紙などの媒介役（ミドルマン）によってミドルブラウが標準（スタンダード）化しつつある実情を批判している。つまり、かつてあった（とリーヴィス夫妻が信じる）読者共同体は崩れ、昔の読者は良質のハイブラウ小説も読んでいたのだが、その習慣を捨て、手軽に読めて安価なミドルブラウ小説にしか目を向けなくなったと考えられた。ときが進み、第二次大戦後のアフルーエンス時代には、アメリカの商業文化が流入したこともあって、文化の大衆化はますます進む。このことは労働者階級にコミットするニューレフトにも脅威に映った。リチャード・ホガートは *The Uses of Literacy* (1957) のなかで、ミドルブラウ標準の週刊誌が人気とな

り、労働者長屋に成立していた読書文化が変貌していく様子を記述している。

Thus, it seems to me evident that most of our popular journals have become a good deal worse during the last fifteen or twenty years than they were during the fifty years before; that they have disregarded or implicitly undermined worthwhile attitudes more boldly and effectively in this last twenty years of their seventy-odd years' life than they did in their first fifty years.<sup>2)</sup>

70 有余年にもわたり読書をとおして継承されてきた長屋の価値観や態度は、この 20 年ほどの（つまり 1930 年ごろにはじまる）ジャーナリズムの変化によって失われつつあるというのだ。このように見てくると、ミドルブラウは成長しつづける文化産業と結託した制作者とその顧客であって、ニューレフトと少数派エリート層に共通の敵、しかも資本のバックアップを受けた優勢な敵であったかのように思えてくる。

イギリス近代の知識人論で有名なステファン・コリーニは、この点について明確な見解をもっており、マシュー・アーノルドからリーヴィス派、それにホガートにいたる系譜をモラル批評の伝統と考えている。

Throughout, the moral confidence and the cultural pessimism reinforce each other. For example, the enthusiasm for cycling 'is valuable evidence that urban working-class people can still react positively to both the challenge of their environments and the useful possibilities of cheap mass-production'.<sup>3)</sup>

ここでコリーニが *The Uses of Literacy* から引いているのは、都市部に居住する労働者階級の自転車愛好熱である。ミドル層のあいだでマイカー利用が普及し、都市の住環境が劇的に変化するなかにあっても、都市労働者たちは

マスプロにより廉価となった自転車で、縦横無尽に市街を疾駆していた。その姿への寄り添い方がモラル批評の基本態度であったと、コリーニは指摘する。つまり、アメーバ的に増殖する文化産業主義に侵されないモラルの領域を、死守しようとした知識人の系譜があると言うのだ。そのとおりかもしれないが、これではミドルブラウは対立的にとらえられるだけで、その標準なり実践は曖昧模稜としている。そこで、本論では次のような問いを立ててみたい。敵対するミドルブラウと労働者階級という構図は、どこまで妥当なものなのか。両者の実践には、そこまでの隔たりがあるのだろうか。本論の目的はタイトルに挙げたように「ミドルブラウとニューレフトとの距離を測る」ことである。奇しくも昨年の春に相次いで他界したふたりのニューレフトがミドルブラウにどう向き合ったかを報告したい。ともにバーミンガム現代文化センター（CCCS）創設時のメンバーであったリチャード・ホガートとスチュアート・ホールとのふたりである。CCCSの初代と二代目のセンター長であった。

## II. ポピュラー・アートとマス・アート

それではホールとミドルブラウとの関係から見ていくことにする。*New Left Review*の創刊者のひとり、スチュアート・ホールは1964年にパディ・ワネルと共著で、*The Popular Arts*という中等教育を担う教師たち、および成人学習者向けの教科書を出版する。当時中等教育界には、ティーンズにとっては最大の関心事であるポピュラー商品を正面から分析した本などなかった。その意味でも *The Popular Arts* は、ふたつの点で画期的であった。まず一点目。ひとがなにを読むか、あるいは消費するか、その対象次第でブラウの区別が生まれるわけではないと彼らは考えた。どんな商品もマーケットに出回る際にさまざまにコード化されるが、どのコードで読むかでブラウは分かれるのだと主張する。たとえば、雑誌の広告を彼らが分析した興味深い箇所がある。

The stratification by 'brow' within the media is therefore reinforced by a process of grading for income and taste. If the same product is advertised right across the market, each advertisement will reflect in its style the demands of the appropriate medium. A Bri-nylon fabric is advertised in a gay, carefree manner in *Woman's Own*, but in a suave, modish and expensively restrained way once it reaches the pages of *Queen*, *About Town* or *Vogue*. Advertising contributes to cultural stratification in our society.<sup>4)</sup>

まったく同一のブリ・ナイロン素材がある場合、ローブラウの *Woman's Own* 誌では快活な気楽なトーンで商品が薦められる一方、ミドルブラウの *Vogue* 誌上は控えめなトーンで、その上品さとおしゃれ加減を説いていると、分析されている。そうすると、ラジオやテレビの普及などによって、さまざまなコードが交差し合う時代に、ブラウを固定化することはもはや不可能になってくる。ジャズひとつとっても、それをどのコードで受け取るかで、ハイブラウにもミドルブラウにもローブラウにもなるからである。

評価すべき二点目を挙げてみたい。この本のなかで著者たちは、ポピュラー文化を都市労働者の「ポピュラー・アート」として読み直すことで、アフターエンス時代の消費文化産業が売りつける「マス・アート」と区別している。次の引用で確認してみよう。

Perhaps we can define this conflict by contrasting the typical qualities of popular art with the qualities —often deceptively similar— of mass art.

Where popular art in its modern forms exists only through the medium of a personal style, mass art has no personal quality but, instead, a high degree of personalization. Chaplin indelibly imprints his work with the whole pressure of his personality, which is fully translated into his art. By contrast, mass art often destroys all trace of individuality and idiosyncrasy which makes a work compelling and living, and assumes a sort

of de-personalized quality, a no-style.<sup>5)</sup>

どうやら、ホールたちの力点は「わざ」としてのアートの方に置かれているようだ。制作された作品は消費されても、「わざ」は消尽（消費し尽くすことは）できない。チャップリンの個々の映画は消費されても、彼の「わざ」はそれを視聴する社会のなかにある、ひとつのスタイルとして確認され、継承される。ホールとワネルにとって文化とは（エンターテインメントとは違い）消尽されえないものであった。この本でジャズを論じるホールもまた、レコード盤としてパッケージ化されたジャズは消費され尽くされても、ジャズを産み出すスタイルや趣味は「抵抗」や「ノイズ」や「つぶやき」を内包しながら持続することを強調している。

このようにホールらが注目していたのは、ポピュラー商品を売り込もうとするマス・アートとは別次元で生まれるアートであったように思える。典型的な例をビートルズに求めてみたい。*The Popular Arts* が出版されたのは1964年なので、ビートルズがスターダムにのし上がった時期と一致する。ホールたちは、ビートルズがプレスリーのようなカリスマ性のある個人ではなく、グループである点に新しい文化の萌芽を見ている。武藤浩史が著した『ビートルズは音楽を超える』（2013）の帯に次のような問いかけを見つげることができる。「彼ら〔ビートルズ〕はなぜ、プレスリーのように腰ではなく、首を振った？」のかと。本文からえられる武藤の答えを見てみよう。

「ウー」と叫びながら、ジョンとポールとジョージは首を振る。そのうち、ジョンは舞台の少し離れた所で独りで、ポールとジョージは二人並んで、首を振る。体を振ることで、人と人とが文字どおり共振して、つながってゆく。ビートルズと聴衆がつながり、ビートルズ内で並んで首を振るポールとジョージがつながる。エルヴィス・プレスリーのように腰ではなく、首を振ることで、性器中心ではなく、異性性愛以外の関係を排除することなく、のびやかに広くつながってゆく。<sup>6)</sup>

ときとして窮屈になる異性愛崇拜から解放され、女子も男子もジョンもポールも首を振ることにつながるためだというのがその答えである。ホールも似たようなことを指摘していた。

The new sound was created, first, in the clubs, and the dances devised on the spot: the movements are, in fact, adaptations of the groups' performance — the jerking on the spot (because the singer cannot move from the microphone?) and the thrust with the shoulders (because the guitarist's left shoulder is free?).<sup>7)</sup>

そもそもビートルズのリズムも身振りもクラブで生まれた。プレイヤーたちはギターを肩にかけて両手は塞がっていたので、スタンドマイクから離れることができなかった。聞く側も狭いクラブ内を動き回るわけにはいかない。そうした制約のなかから、同じ場所で肩や頭をジャークするキレのある動きが即興的に生まれたと、筆者たちは指摘する。以上のように *The Popular Arts* は、ポピュラー商品の消費ではなく、使用方法（あるいはコードの作成と言えるかもしれない）に脚光を当てた点で斬新であった。

### III. ホガートとミドルブラウの距離

それではミドルブラウを痛烈に批判したホガートの場合はどうだろうか。*The Uses of Literacy* のなかの「活動のためのバネを引き延ばされて」と題された章で、労働者文化の弾力を奪う元凶として挙げられているのが、ミドルブラウの代名詞となっている J・B・プリーストリである。1951年6月の公共放送で、プリーストリは労働者に次のように呼びかけていた。

Between the raucous lowbrows and the lisping highbrows is a fine gap, meant for the middle or broadbrows; and you and I, in our homely fashion,

fill that gap nicely. We can be cosy together in it. We can talk about bilberry pie. And I take this — under whatever local name the fruit may be known — to be the best pie in the world.<sup>8)</sup>

ヨークシャーの労働者階級出身のホガートが、彼らのあいだで名物のビルベリー・パイを仰々しくもちだされて憤慨していることであろうが、ホガートはこの呼びかけに潜む恩着せがましさと侮蔑を特に批判している。しかし、プリーストリの口調と次のホガートの口調とを並べてみたら、どうだろうか。労働者階級が趣味の工作とどう向き合っているかを記述した箇所である。

In these activities, as is sometimes pointed out, working-class men still exercise personal choice, act freely and voluntarily. Their regular jobs are often undemanding and indiscriminating, but here, by their integrity and devotion to a craft, however curious some of the crafts may seem, they can be specialists.<sup>9)</sup>

労働者階級の文化をどの距離から観察しているかが違うだけで、その口調に大差は見られない。ここでミドルブラウとホガートとの距離を測ることによって、20世紀ミドルブラウの「ミドル」が意味するものについて、あらためて考えてみたい。

*The Uses of Literacy* の「俺たち」を扱う第一部と「あいづら」を扱う二部とでは声のトーンが異なることはよく指摘されてきた。ホガートは、Q・D・リーヴィスの *Fiction and the Reading Public* の方法に影響されて労働者階級の読者を対象に第二部を書き始めたものの、これでは読者たちがまったく受け身の存在に見えてしまうことに疑問を抱く。そのため第一部を書き足している。その結果ホガートは、読者たちに主体性を戻すために「好奇心をくすぐる」(curious) というキーワードを用いることになる。

But a closer examination shows that in moving towards the newer styles these magazines are moving into a narrower world. The old-fashioned magazines sought the curious and the startling; in the newer style the emphasis is much more on the simply startling, in crime, in sexual matters and in the supernatural.<sup>10)</sup>

1950年代に労働者読者のあいだで流行するミドルブラウ基準の週刊誌は、肌の露出にしても暴力にしても「唾然とさせる」(startling)要素がふんだんにあしらわれていた。シュミーズで鼻歌を歌う女性や女夫人を殴る執事など、唾然とする話を売りとしていた。奇抜な設定で読者を圧倒するマーケット戦略が働いていた。ホガートはそれと比べて、*Peg's Paper*のように労働者たちに長く読まれてきた雑誌の読み物は、唾然とさせるだけでなく、好奇心をくすぐるという大切な役目を果たしていたと考える。定番の物語を挙げると、ヒロインははじめて見る伊達男に唾然となり、その男にだまされて子どもまで産んでしまったあげくに捨てられ、最後には同じ共同体に住む理解ある男性と結ばれるといった感じである。これを読む読者は、伊達男が象徴する外の世界へと関心を広げる一方で、共同体の価値観を他方で確認していたのだと、ホガートは指摘する。つまり読書行為が個人的好奇心と社会が教える知恵との関係を確認する機会を与えていたことになる。

晩年にスチュアート・ホールは *The Uses of Literacy* を丁寧読み直している。その読み直しで特に興味深い点がある。*The Uses of Literacy* は一見すると都市労働者文化とミドルブラウとを対立関係にとらえているように見えて、実は双方を近い距離に置いて眺めていたという指摘である。

Nevertheless, even if he does not reduce one to the other, Richard Hoggart does assume that, in the earlier period, a sufficiently close relationship had come to exist between publications and their readers to allow him to represent them as constituting something like 'An "Older" Order'. Such a

mutually reinforcing relationship, he argued, could no longer be assumed between the working classes and the new forms of mass culture. . . .<sup>11)</sup>

ホガートが古き良き労働者文化を代表する読み物に *Peg's Paper* を挙げていたことは前述したが、ホガートの言っていることはよくよく考えてみると矛盾している。これらの読み物は戦前から労働者のあいだで人気があったとはいえ、そもそも大手の出版業界が彼らをターゲットに生産していたものだからだ。なぜそんなものを読むことが労働者文化になるのか。それは、作り手と受け手とのあいだに相互補完的な反応のネットワークができあがっていたからである。*The Uses of Literacy* は双方をけっして排他的に見るのではなく、都市労働者コミュニティが長期間かけて関係を構築してきたプロセス全体を俯瞰している。その点では画期的であったと、ホールは考えた。ホールは労働者の古い読書文化について、こう述べていた。

If the 'older' popular culture, however commercially organized and crude in its appeals, seemed less of an 'assault from the outside', this was not because it was an authentic product of that culture or because it could simply be imposed on working-class audiences but because it was closer to — mirrored more faithfully or, better still, worked more 'authentically' along the groove of — the habits, attitudes and unspoken assumptions of working-class cultures, and had more fully 'indigenised' itself, by long cohabitation, as it were, within the complex history of the formations of an urban-industrial corporate class.<sup>12)</sup>

ミドルブラウの読物は都市産業型の集団がさまざまに編成されていく長い歴史の過程で、すでに「土着化」していたと、ホールは考える。つまり労働者階級が読み書き能力を獲得していく過程にミドルブラウ文化は深く関わっていたわけである。ところがアフルーエンス時代に変化が起きた。その変化と

は作り手がこの共同体を離れてしまったということであった。それに次いで「俺たち」をマスと見るような視点も生まれることになる。

#### IV. ミドルブラウ再考

冒頭に挙げた問いに戻ってみたい。「ミドルブラウと呼ばれる人びとなど存在しない。あるのはミドルブラウという呼び名だけだ」と本当に言えるのだろうか。もともと骨相学由来の「ブラウ」ということば遣いは比喻にすぎず、それにもとづく分別は恣意的であった。ミドルブラウは多くの場合、相対的にしか認識されない。ハイブラウとの比較では、実験性に乏しく保守的な写実主義に写るが、ローブラウとの比較ではまじめで節度があると見なされる。ブラウによる分別をもっとも必要としていたのは、文化商品の売り手の側であって、買い手の側ではなかったように思える。20世紀のはじめから半ばにかけて実際に起きていたことを適切に表すことばは、むしろ「マス化」であるだろう。レイモンド・ウィリアムズは *Keywords* (1976) のなかで、「マス化」を次のように整理している。

It is thus possible to visualize, or at least hope for, a **mass uprising** against **mass society**, or a **mass protest** against the **mass media**, or **mass organization** against **massification**. The distinction that is being made, or attempted, in these contrasting political uses, is between **the masses** as the **SUBJECT** and **the masses** as the *object* of social action.<sup>13)</sup>

そして、この「マス化」をめぐる混乱は（ウィリアムズが指摘しているとおり）社会行動の主体になるか、それとも客体になるかのせめぎ合いを意味している。より個別化するならば、普通教育がもたらした読み書き能力をどうすれば主体的に使うのかというモダニティの問題でもあったのだ。ミドルブラウに挑発的な意味があるとすれば、読み書き能力が複数のかたちで使

われる (uses)、その可能性に満ちた広い中間地帯であるということだと思う。広い中間地帯であるということは巨大なマーケットでもあり、容易に客体化 (つまり無防備な消費者に) される危険がつきまとう。そのことへの意識はプリーストリもホガートもホールもおそらくは共有していたように思う。というのもプリーストリは、そもそもブラウ・ビジネス自体無意味だと思いつつも、ブラウ論争は終わりそうにないので、窮余の策として低高併せもつ「ブロードブラウ」<sup>14)</sup> を造語したし、ホールは消費者ではなく使用者になることを薦めていた。ホガートもまた読者が好奇心をもちつづけるかぎり、マス戦略に翻弄されることはないと考えたのだから。

[注]

- 1) Q. D. Leavis, *Fiction and the Reading Public* (London: Chatto & Windus, 1978), 23-24.
- 2) Richard Hoggart, *The Uses of Literacy* (New Brunswick: Transaction Publishers, 1998), 161.
- 3) *Richard Hoggart and Cultural Studies*, ed. Sue Owen (Basingstoke: Palgrave, 2008), 41.
- 4) Stuart Hall and Paddy Whannel, *The Popular Arts* (Boston: Beacon Press, 1964), 315.
- 5) *The Popular Arts*, 68.
- 6) 武藤浩史『平凡社新書 ビートルズは音楽を超える』(平凡社, 2013), 154.
- 7) *The Popular Arts*, 312.
- 8) Cited from *The Uses of Literacy*, 140.
- 9) *The Uses of Literacy*, 253.
- 10) *The Uses of Literacy*, 168.
- 11) *Richard Hoggart and Cultural Studies*, 21.
- 12) *Richard Hoggart and Cultural Studies*, 24.
- 13) Raymond Williams, *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society* (London: Fontana, 1976), 196-197.
- 14) J. B. Priestley, 'High, low, Broad', *Open House* (London: William Heinemann, 1930), 162.

(文学研究科准教授)

## SUMMARY

Measuring the Distance between the Middlebrow and the New Left in  
Britain in the Mid-Twentieth Century

Yuzo YAMADA

Although it has seldom been regarded as Stuart Hall's main work, *The Popular Arts* (1964) was a path-breaking text in that it tackles the unmanageable issue of the Middlebrow culture. Its authors —Stuart Hall and Paddy Whannel— were deeply engaged in both secondary and adult education when they published it in 1964. From their teaching experience, they recognized that it was inevitable to evaluate the Middlebrow culture at school, for almost all the teenagers and adults were exposed to it via the Media in their everyday life. It is worth considering the authors' attempt to differentiate 'popular art' from 'mass art'; the latter is just a marketing strategy drawn up by the Media industry, whereas the former is the urban workers' attitude to protect them from infiltration of 'mass art'. This paper is an attempt to bring into relief the close relationship between the Middlebrow culture and the New Left's project at the age of Affluence.