

## アメリカの広告を大衆芸術として説明する

American Advertising Explained as Popular Art

レオ・シュビッツァー 訳 門林岳史

Leo Spitzer / Trans. Takeshi Kadokiyashi

テクスト分析という文献学の方法は通常、芸術作品、とりわけ偉大な芸術作品に適用される。だが、いつの時代にも偉大な芸術に並んで、ドイツ人が実用芸術と呼んだ日常の芸術が存在していた。すなわち、日々の慣例の一部となり、実用的、実利的なものを美で彩る芸術である。この種の芸術はこんにちの機械主義と合理化の時代、社会的、経済的、政治的な生活の没個性的な諸々の必要性に人間が従属している時代にあつて、かつてなく代償としての役割を果たしている。美しいものの強調は、ゴムのりのボトルや紙マツチ、商品の包装に至るまで、製造のあらゆる次元に浸透しており、また、それらの商品を宣伝するのに用いられるプロパガンダの諸形態にも浸透している。そして、このように美学的に訴えかける試みに現代の広告が成功していること

いう国家の性格とその文化史がなんらかのかたちで関係してくるにちがいない。——、そういった事柄に注意が払われることはなかったのである<sup>1)</sup>。では、この応用芸術のジャンルになんら俗物的感情を抱いていない言語学に傾倒した文学

1) ——の関連で私は以下の書物を読んだ。H. F. Adams, *Advertising and Its Laws* (New York, 1916), Brewster and Palmer, *Introduction to Advertising* (Chicago, New York, 1925), H. E. Barrt, *Psychology of Advertising* (Cambridge, 1939)。

2) —— 広告がその公衆の美学的趣味に対してもつ影響を広告心理学者たちは、公衆の趣味が芸術的な対象の展示によつて教育されるかもしれないという点においてのみ認めている(Barrt, p.8)。彼らはまた、広告が注視者に「欲望の代償的な達成」を提供することができ、広告可能であることも認めている<sup>3)</sup>。これら二つの要素を一緒にし、広告それ自体が現代の人間性の諸々の美学的欲望の達成を提供することも可能であることが可能であると私なら考える。

3) ——) のような研究は、私が *Linguistics and Literary History* (Princeton Press, 1948) の序文で唱えた「インボルル化する」類いの思考を前提として要請している。あまりにもしばしば単に当たり前のも

は、幅広い公衆を魅惑した数多くの独創的な商業デザインに証拠だてられている。特に目新しく巧妙な広告の仕掛けは実際、洗練されたジャーナリストたちのあいだに見識ある反響を呼んでおり、こんにちでは効果的な広告の諸要件に捧げられた<sup>2)</sup> 研究分野が存在しているくらいだ<sup>3)</sup>。しかしながら、それらの論述においては一般的に、心理学的な要素とプロパガンダの実利的な効力が強調される一方、美学的なものそれ自体に注意が払われることはほとんどあるいはまったくなかった<sup>3)</sup>。すなわち、ある特定の広告がどのような芸術の伝統のうちにあるのかという問題、また、広告が商業的なものを超えた同時代的な諸要求をも満足させているかもしれないということ、あるいは最後に、広告という現象を歴史的に説明すること——そこにはアメリカと

史家は、現代広告の適切な一例にテクスト分析を施し、彼が文学テクストに対して日々執り行なっているのと同じようにして、諸々の外面的な特徴から「テクストの精神」としてジャンルの精神へと進むことができるだろうか。ここに実

のとされてしまう日常の細部と、それ自体は知りえないが漠然と分離されて思い浮かべられる精神的実体の両者の関係を見ること——これが、われわれの文明という、十全に動機づけられまとまりをもちて首尾一貫した有機体を理解するための第一歩である。私は信じている。アメリカの広告の場合、新造語や、心理学的なトリックないし戦略が当該の技法において展開されているさまを賞賛したり味わったりするだけでは十分ではない。細部広告と全体われわれの文明の多岐にわたり交錯する関係を見ようとしなければならぬのであつて、そうすることではじめて、この文明を身近に感じ、それを享受するわれわれの能力が増大されることになる。自身の文明を理解することにあつては、フランス人にもなみにテクスト分析の発明者ではアメリカ人よりもおおいに優位にあると言えるかもしれない。私の見るところ、アメリカ人は自分たちの文明の諸産物について、その後にある動機へと探索することがあまりないのに対し、フランス人は彼らの文明における特定の側面(フランス文学ないしフランス料理と彼ら