

1970年代以降の日本社会

——ポストモダン or 近代の第2ステージ——

西脇和彦

1. はじめに

21世紀の日本社会を情報社会と定義することに誰も異存はないであろう。「平成不況期」あるいは「失われた10年」といわれた20世紀末以降、携帯電話やパソコンの普及は著しく⁽¹⁾、第4次産業時代の到来は自明なこととなっている。ブランドやキャラクターは社会のいたるところに氾濫し、人間は情報機器と一体化し、メディア人間となっている。間接的コミュニケーション、部分的対人関係が直接的、全面的それらよりも優先する時代となった。家族内にあってもパーソナル化(=個人化)は進行し、第3次産業時代に適合的な核分裂家族(外見的には核家族であっても、構成員は各自の生活スタイルで行動するため、時間と空間の共有が極めてむずかしい家族)は常態化した。利便性の向上とパーソナル化、それらがもたらす自由、これら近代が目標としてきた生活文化の極致にわれわれは直面しているのではないだろうか。理想の実現と矛盾の噴出、この不確実な時代を社会的にはどのように理解できるであろうか。

ところで、社会学者の見田宗介は、「あしたを考える」(『朝日新聞』2008.12.31付)で、1968年に発生した当時19歳の少年Nによる連続射殺事件と2008年6月に東京秋葉原で起きた当時25歳の男性Kによる無差別殺傷事件を比較し、NとKはともに社会の下層に位置し、それが犯行に結びつく契機となったと説明できるが、それぞれの背景にある人間諸関係(見田はそれを「まなざし」にみる)は大きく異なっているという。それは、良くも悪くも関係の濃い時代と対照的に薄い時代との相異である。二つの事件には40年の隔たりがあるが、この指摘は、その間隙の社会変容の核心を衝いたものと考えられる。それは近代化という豊かさを追い求めてきた日本社会における人間諸関係の変容にほかならない。パーソナル化は物的豊かさの所産によるものであるが、パーソナル化が進行すればするほど、個人は孤人に向かうリスクを背負うことになる。自由度の増大と引き換えに、人間諸関係の密度が薄くなることは近代化の必然そして逆説でもあった。

このプロセスは、NとKの間に、やはり社会を震撼させた事件から発生順に、連続幼女誘拐殺人事件のM、新潟少女監禁事件のS、池田小学校襲撃事件のTを挿入し、N→M→S→T→Kの時系列を作ると、M以降、彼らは反社会的というよりもより社会的に深刻な、矯正が難しい脱社会的なラインにあることがわかる。いわゆるアイデンティティの拡散した孤人が生まれたのである。

こうしてみると「個人の尊重」から「孤人の誕生」へ、どちらも近代化の所産ではあるが、前者は近代の第1ステージ、後者は第2ステージあるいはポストモダンの特徴といえるのである。この移行のプロセスを社会的に検討することが本稿の目的である。なおその際、マクロな側面からメゾの局面を経由し、ミクロの人間にいたる空間軸も意識しておきたい。

2. 1970年代以降の社会構造

社会構造が情報や知識を中心とする第4次産業中心となるまでに、その前段階として、自然的ものや工業製品的モノがサービス化の渦中で、次第に、「もの・モノ」離れが顕著となる第3次産業を中心とする過渡的時代の存在があることを忘れてはならない。サービスという付加価値が高度化し、ものやモノの代替物となった究極の姿が情報および知識である。第3次産業は、第1次・第2次産業の必然の帰結であり、また第4次産業成立の必要条件でもある。

かつて未来学者の A. Toffler (1928～) は、農耕社会を第一の波、産業社会を第二の波と定義した上で、現在進行中の段階を『第三の波』(*The Third Wave*, 1980) と呼んだ。彼はいう、「至るところに腐臭が漂っている。第二の波の文明が、死に瀕して死臭を発しているのである」と(徳岡孝夫監訳, 中公文庫, 1989, p 477)。しかし彼が構想する第三の波は、情報・通信を中核としたもので、今日の IT (information technology) 革命にほかならない。

そこで、第3次産業中心の社会、すなわち別名、サービス化社会、ソフト化社会、情報化社会に適合的な社会論としては、D. Bell (1919～) の *The Coming of Post-Industrial Society* (1973, 内田忠夫他訳『脱工業社会の到来』[上][下], ダイヤモンド社, 1982) が参考となる。彼はこの社会の基本的特徴である「財貨生産経済からサービス経済の創造」を次のように説明する。

大部分の労働力がもはや農業や製造業ではなく、サービスに従事していることである。(前掲書 [上], p 25)

脱工業社会はサービスに基礎を置いている。(前掲書 [上], p 173)

サービス産業は多くの異なった種類に分けることができる。すなわち、運輸、公益事業などのような産業を直接補助するもの、金融、保険をはじめ流通や商業を扱うもの、データ処理など、専門的およびビジネスのサービスを提供するもの、マス・メディアを含む旅行、娯楽、スポーツ、レクリエーションなど、レジャー需要から派生するもの、保健、教育、政府を中心とする公共事業体サービスを扱うものがそれである。(前掲書 [上], pp 196-197)

このトレンドは日本においても70年代以降現在まで顕著である。コンビニや宅配便がこの時代に誕生し、国民生活に浸透したことも時宜にあっていただけからである。就業者の産業別比率において、第3次産業従事者が過半数を占めたのは72年であるが、安定成長期、バブル期、平成不況期と現在に至るまでその比率は増加し、2005年で就業者の約2/3は第3次産業に従事しているのである(この場合、第4次産業従事者も含む)。また文系就職人気企業でも、金融・運輸・教育・マスコミの各社がランキングの上位を占めている。

高度消費社会、高度付加価値社会も「脱工業社会」の別称にほかならない。この本質は「もの・モノ」離れ現象にあって、第3次産業以降はこの現象がまん延進行する時代といえることができる。

それでは次にこの現象の具体例に進もう。

3. カラー戦略

医療機関のフロアーが診療科別にカラーをもって識別され、病室のベッド周りやカーテンが男女別に色分けされている光景をよく目にするようになった。また、建設現場の重機さえ、今日ではカラフ

ルになっている。カラーはファッションに限らず、付加価値として重要な位置を占め、カラーが商品購入時の決定要因になることさえまれではない。住宅、自動車、電化製品、情報機器、文具……本体機能とともに、無視できない価値をカラーは持つまでになった。

このような視点から、高度付加価値の先駆として、東急新玉川線（1977～）におけるカラー戦略を紹介したい。

この戦略には「地下駅の個性化」と「出口誘導策」の2点があるが、いずれもカラーを巧みに使用した好事例といえる。

まず、「地下駅の個性化」であるが、これは新玉川線の渋谷～二子玉川間のうち、池尻大橋・三軒茶屋・駒沢大学・桜新町・用賀の地下5駅にそれぞれのイメージカラーを付加し、差異化したことを示す。各駅のカラーは次の通りである。

池尻大橋駅…柿色 三軒茶屋駅…レモン色 駒沢大学駅…若葉色
桜新町駅…桜色 用賀駅…水色

各駅の壁面にはこれらのカラータイルがはめ込まれ、各駅の「個性」が演出されている。東急電鉄はこの事情を次のように説明している。

「色彩による各駅個性の表出」（東京急行電鉄株式会社『新玉川線建設史』1980, p 687）

新玉川線においては、中間5駅のコンコースおよび乗降場壁面における磁器タイル壁面に、各駅の色を生かした彩色をすることで、この問題（西脇注：目的駅の確認）を解決した。

またもうひとつの「出口誘導策」に関連して、地下ホームの壁面はカラータイルとホワイトタイルとのグラデーションが施されている。階段（エスカレーター）出口に近づくにつれ、カラータイルが多用され、カラーの度合いが濃くなっていく。したがって、色合いの濃い方向へ進行すると出口に近づくことになる。ホワイトとカラーのグラデーションがコードになっている。このアイデアがカラータイルを用いた出口誘導策で、東急電鉄は次のように説明している。

「色彩による旅客誘導の補助」（前掲書, pp 688-689）

中間5駅の乗降場計画はすべて中央階段方式で、乗降場先端からコンコースへ至る階段までの距離は約80メートルである。そこで、乗降場に降立った旅客を同階段まで誘導する方法として、その階段部分に前出の階段表示と出口表示を設けるだけでなく、旅客の視野の大半を占める壁をその補助手段として使うことが考えられた。このため壁面に方向性を持たせる方法が検討され、階段より最遠端を全体基調色の白として、階段に近づくに従ってシンボルカラーを強くしていき、階段でシンボルカラーそのものとなる色彩計画が採用されたが、壁面材料がタイルであるため、ペイントとは異なりこうしたグラデーションの実施には膨大な経費がかかることとなるため、結局、白タイルとシンボルカラータイルを縦に交互に使い分けていわば縦縞模様とし、階段に近づくにつれてシンボルカラータイルの量を増やすことで白タイルの面積を減少させることにした。

さらにカラーは人間の感性にも影響を及ぼす。識別機能のみならず、気分を醸成する付加価値としても作用する。自動車でも電化製品でも、商品購入にあたりカラーが決定要因となることが多い。この場合、カラーは論理を超えて感性的に作用している。

アメリカの広告戦略に4F（fun, fashionable, fantastic, futuristic）の法則がある。現代の感性消費の時代には、この法則の感性に働きかける作用がカラーに付加されていることを忘れてはならない。

カラーは高度付加価値として大いに機能しうるのである。

4. 警備保障

ザ・ガードマンとは、警備と保障を業とし、大都会に渦巻く犯罪に敢然と立ち向かう勇敢な男たちの物語である……

このナレーションで始まる7人のガードマンを主人公としたTBSのテレビ番組『ザ・ガードマン』は、毎週金曜日の夜9時半から印象的なBGMとともに始まった。1965年から71年まで350回続いた人気番組であったが、主人公を演じる俳優たちは映画界からの転身者で、まさにテレビと警備保障、どちらも時代の先端を行く事象であった。この意味で『ザ・ガードマン』は画期的な番組であった。このモデルとなったのが、当時の「日本警備保障」（1983年以降セコム株式会社）である。「ガードマン」と聞くと、要人警護、美術品や貴金属類のガードをいまだに連想するが、これは当初のインパクトが強く、そのイメージが今日まで継続しているからにほかならない。現在この業界は金融から情報まで、すなわち第3次産業から第4次産業まで実に広い守備範囲を誇り、ここでも時代の先端を走っている。

創立者の飯田^{まこと}亮はいう。

セコムのビジネスは、安全・安心感の提供が象徴するように、そのほとんどが、見てすぐわかるようなモノの商品ではなく、形のないサービスばかりです。無形のサービスの意義や価値をお客様に納得してもらうには、辛抱強く飽くことのない説得力が必要でした。（飯田亮『経営の王道』中経の文庫、2007、p43）

家族機能のアウトソーシングは時代の流れに沿った必然の過程である。保護や防衛の機能も例外ではなく外部化される。それを担う組織が行政機関ではなく、民間ビジネスとして展開した業種が警備保障である。そのリーディング企業がセコムであり、サービス主体の第3次産業と情報主体の第4次産業の両者に関わり、まさに「セコムの足跡を辿ると、そこにはわが国の警備・安全・安心・情報・ニューメディアの歴史がそのまま浮きぼりにされるといっても、決して過言ではない」（坂口義弘『セコム・飯田亮の情報戦略』ぱる出版、1986、p5）のである。

この事情を実証した2ケースを紹介しよう。

日本警備保障ではセンサーを活用したSP（Security Patrols）アラームを1966年5月に導入した。その3年後、この有用性が発揮され、上掲のNによる大事件が解決し、SPアラームは一躍有名になった。リアリティ構築のため、新聞記事からその部分を引用する。

[ものいった警報装置]

Nがつかまった第一のきっかけは日本警備保障会社管制室にある警報装置だった。

この装置は契約先の学校やオフィスと有線で結ばれ、侵入者が窓をあけたりすると、電流が切れてブザーが鳴りランプが知らせる。管制室からの無線連絡でパトロール中のガードマンが車で現場にかけつける仕組みだった。

Nはそれを知らずに教室の窓ガラスをドライバーで三角形に破り、手をのばして、錠をはずしてはいった。（『朝日新聞』1969.4.7付夕刊 西脇注: 引用に際し、実名をNに置き換えた）

飯田亮はいう。

「SP アラーム」は、当社を、警備を請け負う会社から安全を提供する会社へと変えただけでなく、ネットワークビジネスの可能性を開いたという点で大きな意味を持っています。(飯田亮『世界のどこにもない会社を創る!』構成: 荒木元, 草思社, 2007, p 166)

セコムとは、Security Communication に由来するネーミングであるが、まことに情報化社会・情報社会に適合的な社名となった。その情報社会になると、位置情報提供サービス「ココセコム」が2001年4月に発売の運びとなったが、これもまた次の事件を通してその存在が知られるところとなった。毎日新聞は次のように伝える。

[容疑者2人逮捕]

27日午前10時35分ごろ、東京都千代田区丸の内内のJR東京駅で、甲府市の宝石店の男性従業員(35)から「新幹線の網棚に置いておいたバッグ2個が盗まれた」と110番があった。一つのバッグには1億円以上の宝石が入っており、警視庁が調べていたが、約1時間後、西に約15キロ離れた杉並区のJR阿佐ヶ谷駅前前で外国人の男2人を見つけ、窃盗容疑で緊急逮捕した。

バッグに警備会社の防犯用発信機が取り付けられており、容疑者の逃走経路が数分刻みで警備会社に伝わっていたという。

調べでは、従業員は岡山行きのひかり号に乗り、1~2分、ホームに降りたすきにバッグがなくなったという。(『毎日新聞』2001. 11. 27付夕刊)

「ココセコム」の有効性が実証された事件であったが、この段階において、セキュリティ産業は社会ネットワークシステムに昇華し、より第4次産業に近づいたといえる。なおこの有効性により、一躍引き合いが増加したとの記事がしばらくして掲載された。

[衛星で「見つけた!」置き引きキャッチ 東京駅で盗難1億円分の宝石、無事]

このシステムは、全地球測位システム(GPS)の衛星などを利用して、携帯電話とほぼ同じ大きさの発信器の位置を特定する。

新聞やテレビで事件が報じられると、このサービスを行っている「セコム」や「総合警備保障」に問い合わせの電話が相次いだ。セコムでは……事件を受けて今年10日から置き引きにあった場合のサービスを加えたところ、これまで金融機関や宝石商を中心に400件を超える申し込みがあった。(『毎日新聞』2001. 12. 17付夕刊)

警備も情報社会での対応が不可欠となった。このような位置情報システムは、子どもや高齢者の安全確保からペットや車の位置情報まで現代的ニーズに対応したものである。まさに、昼夜を分かたず「人々の生活を守り、人々に安らぎを与えるため、日夜活躍する」警備保障のマンマシン・ネットワークシステムである。

ここでは第3次産業のなかでも第4次産業に近接した業態を取りあげた。セコムの社会ネットワークサービスのほかにも、サンリオのソーシャルコミュニケーション(ファンシーグッズのコンシュートピア)⁽²⁾、アートコーポレーションのメモリアル産業論(家財はセンチメンタル・バリューの詰まったもの)⁽³⁾など、サービス化社会は感性を付加価値として重視する時代でもある。「もの・モノ」を扱いながらも、それからの離脱が始まる時代でもある。端的に言って、感性が高付加価値になるのである。筆者はこの段階になると、理論構成としては、ポスト・モダニズムが要請されるのではないかと考えている。もちろん近代の後^{ポスト}という意味ではなく、近代の第2ステージという意味においてである。

そこで次にこの理論仮説を考えてみたい。

5. Second modernity (近代の第2ステージ)

ポストモダンといえば、かつては近代の次に到来する時代を意味したが、現代社会学においては、近代の裡にありながらも近代がもたらした諸問題に対峙せざるを得なくなった遅れて来た近代を意味するようになった。従来の近代、すなわち第1ステージの近代と本稿でテーマとした第2ステージのそれである。中世封建的なものからの解放は前者に属し、家族・地域・職場・自治体・国民国家からの離脱さえ生じ出した昨今の時代状況は後者に属する。ポストモダンの多義性を避けるため、ここでは近代の第1ステージあるいは第2ステージという表記を使用する。

ところで、「自由になる、解放される」は、英語表記で、be free from … であるが、…部分に貧困・差別・隷属など好ましくない状態を置き、そこからの解放を実現することが当初の自由であった。中世からの解放が近代のテーマであり、自由の意味はこの文脈において成立したものである。憲法における「自由権」の保障も同様である。しかし、このような解釈は、第1ステージの近代に固有なものである。…以下が主として物的豊かさのなかで次々と解消され、be freeのみとなったとき、判断基準や行動基準を対外的に見つけることは困難となり、それらが自己再帰的になってしまうのは必然であった。こうした事象は私たちの周囲に溢れている。以下に筆者の周辺で生じている、近代の第1ステージから第2ステージへの移行、その変容を列挙した。

自由から自遊へ	価値観から価値感へ	社会化から脱社会化へ	個人から孤人へ
生産志向から消費志向へ	公私の分離から私の拡大・公私の溶解へ		
同一性から同他性へ	アイデンティティからキャラクターへ		

後者の第2ステージを研究テーマとする社会学者には、Liquid modernity の Zygmunt Bauman (1925～)、Second modernity の Ulrich Beck (1944～) らがいるが、最後に Beck の見解を紹介し、本稿のまとめとしたい。

6. Individualization

Beck には夫妻での共著 Ulrich Beck and Elisabeth Beck-Gernsheim *Individualization* (SAGE, 2008) があり、その最終章に Ulrich Beck へのインタビューが掲載されている。ここには彼の考え方が端的に述べられており参考となるので、その要点を以下に整理する。

* individualism, individuation ≠ individualization (ibid. p 202)

Individualism や individuation は近代の第1ステージに固有の観念であるのに対し、individualization は第2ステージの構成要素である。この概念は個人化でも、パーソナル化あるいは孤人化の意に近い。

現実の多様性に対応した概念や制度の再検討が必要となっているが、変容が速すぎ対応しきれない。時代遅れとなった概念がそのまま残っているケース、このような概念群を彼は zombie categories といっている。(ibid. pp 202-213)

Because of individualization we are living with a lot of zombie categories which are dead and still alive. (ibid. p 203)

現状と概念や制度とのミスマッチ，矛盾のなかでわれわれは生活している。従来の概念や制度は第1ステージの時間空間のなかにあるため，グローバル化時代には適合しえない。環境問題，不完全雇用の問題にしても，もはや一国家の枠組みで対処できる時代ではなく，従来の基準や規範はグローバル化のなかで溶解を始めた。現在はある意味でアノミー状況にある。

We are now in a situation where this first modernity is being transformed into a second modernity. The first modernity is based upon a nation-state society, ... This modernity is being challenged by four developments. First of all by individualization. Second, by globalization as an economic, sociological and cultural phenomenon. Third, by underemployment or unemployment, ... And fourth it is being challenged by ecological crisis. (ibid. p 206)

第2ステージに適合的なコスモポリタンの秩序，倫理が要請されることになるだろう。まず，再度他者との共存を図ることが必要となる。

We have to rethink society in a cosmopolitan order, redefining the essential notions of justice and solidarity. (ibid. p 211)

Being an individual does not exclude caring about others. In fact, living in a highly individualized culture means you have to be socially sensible and be able to relate to others and to obligate yourself, in order to manage and to organize your everyday life. (ibid. p 211)

A new ethics will establish a sense of 'we' that is like a co-operative or altruistic individualism. Thinking of oneself and living for others at the same time, once considered a contradiction in terms, is revealed as an internal, substantive connection. (ibid. p 212)

個人化された社会にあっても，他者に対する配慮を欠いてはならない。自他の共存は可能なのである。グローバル化時代のユートピアへの道のりは困難を極めるだろうが，私たちはその実現に向けて挑戦し続けていかなければならない。その可能性はあるのだから。

It is very difficult and therefore intellectually challenging to open up a mode of thinking and acting for realistic utopian opportunities. (ibid. p 213)

7. おわりに

日本国憲法に保障された自由権は，その濫用が禁止された「公共の福祉に反しない限り」のものである。近代の第2ステージにおいてこそ，今後この文言の出番があるのではないだろうか。この文言はもっと評価されてよい。さらにこの考え方は国家を超えてグローバル化にも有効と思われる。まさに，‘Thinking of oneself and living for others’ と「公共の福祉に反しない限り」とは同一線上あるいは表裏一体のものと考えられる。引き続き第2ステージの行方を追跡したいと思う。そして問題点があれば，それもまた是正していかなければならないことはいうまでもない。

註

- (1) たとえば、学校教育においてパソコンを扱う授業やクラブ活動が開始され、21世紀に入ると、自宅学習としてパソコンで検索しレポートを作成する課題が出されるようになった。自宅にパソコンを所有しない児童生徒に対しては放課後パソコンルームが開放されるが、使用する児童生徒はあまりいない。学外や自宅で利用できるためである。参考に「パソコンの世帯普及率の推移」を引用する。

	'94	'95	'96	'97	'98	'99	2000	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07
%	13.9	15.6	17.3	22.1	25.2	29.5	38.6	50.1	57.2	63.3	65.7	64.6	68.3	71.0

(出所: 内閣府『平成19年版国民生活白書』社団法人時事画報社, p 264 から)

- (2) ソーシャルコミュニケーションビジネスの可能性について社長の辻信太郎はこう述べている。(辻信太郎『これがサンリオの秘密です。』扶桑社, 2000)

「あなたを尊敬し、愛し、信頼していますよ」というエクспレッション(表現)をスモールギフトに託すビジネス、それがつまり、ソーシャルコミュニケーションギフトビジネスだということになります。(前掲書, p 140)

そして、その時の想いを形に表現するためのメディアがキティちゃんにはかならない。

友情を育てるビジネスがサンリオのビジネスだとすれば、キティちゃんは友情のシンボルなのです。友情の大切さ、友達がいることのすばらしさをキティちゃんに託しているわけです。だからキティちゃんはユニセフの親善大使に選ばれました。世界中に友情を広めていく大使です。(前掲書, p 109)

さらにこの友情のシンボル、キティちゃんには3つのメッセージが込められているという。(辻信太郎『いちごの王さまのメッセージ』株式会社サンリオ, 2007)

1つは、「かわいい」というメッセージ。……態度や言葉使い、心の持ち方を含めた、みんなに愛される“かわいらしさ”のことで。

2つめは、「なかよく」というメッセージ。……小さな「なかよく」が実はとっても大切だということキティちゃんの左耳の赤いリボンが表わしています。

3つめは、「思いやり」というメッセージ。キティちゃんの小さなギフトは、贈る相手にあなたのやさしい気持ちを伝えてくれます。それは、キティちゃんを持っている「思いやり」のメッセージが相手に伝わるからです。(前掲書, p 17)

- (3) アートの藤本健二はこう説明している。(藤本健二『寺田千代乃と401人の戦士たち』サンケイ出版, 1984)

引越はわずらわしい出来事ではあるが、まさにひとつの人生と新しい人生をジョイントする出来事だといえる。そこで私は引越し業を「メモリアル産業」と呼ぶことにしたのだ。

引越しという行為や出来事のもつ、人生におけるひとつのドラマとしての重さに感づかなければ、それはしょせん運送業である。……荷物を「センチメンタル・バリュウ」から捉え、運送業でない「メモリアル産業」の立場から独自業種をつくらうとした寺田千代乃の徹し方に、消費者が喝采を贈り、専門店ならではの商品力に期待したことが、ここまで短期間にアートを成長させた本質的な要因であろう。(前掲書, pp 173-174)

参考文献 (2007年以降の出版物から、なお本文で引用した文献を除く)

見田宗介「近代の矛盾の『解凍』」『思想』No. 1002, 岩波書店, 2007. 10

飯田亮『正しさを貫く一私の考える仕事と経営』PHP 研究所, 2007. 10

有馬哲夫『世界のしくみが見える「メディア論」』宝島新書, 2007. 10

高崎真規子『少女たちの性はなぜ空虚になったか』生活人新書, 2008. 1

産経新聞取材班『溶けゆく日本人』扶桑社新書, 2008. 6

Z. Bauman『個人化社会』青弓社, 澤井/菅野/鈴木訳, 2008. 7, 原著: *The Individualized Society Polity*, 2001

三田村路子『コスプレーなぜ、日本人は制服が好きなのか』祥伝社新書, 2008. 10

- 鷲巢力『公共空間としてのコンビニ』朝日選書, 2008. 10
- M. C. Brinton『失われた場を探して—ロストジェネレーションの社会学』NTT 出版, 池村千秋訳, 2008. 12,
オリジナル・マニョスクリプト: “Lost in Transition: Youth, Education, and work in Postindustrial
Japan”
- 芹沢俊介『若者はなぜ殺すのか—アキハバラ事件が語るもの』小学館新書, 2008. 12
- 吉見俊哉『ポスト戦後社会』岩波新書, 2009. 1
- 松田美智子『新潟少女監禁事件—密室の 3364 日』朝日文庫, 2009. 2
- 広田照幸監修 浅野智彦編著『若者とアイデンティティ』「リーディングス 日本の教育と社会 第 18 巻」日本図
書センター, 2009. 3
- 三田誠広『マルクスの逆襲』集英社新書, 2009. 5
- 土井隆義『キャラ化する／される子どもたち 排除型社会における新たな人間像』岩波ブックレット, 2009. 6
- 矢部謙太郎『消費社会と現代人の生活—分析ツールとしてのボードリヤール』早稲田社会学ブックレット 学文
社, 2009. 8
- 鴨下信一『ユリ・ゲラーがやってきた—40 年代の昭和』文春新書, 2009. 8

(にしわき かずひこ 文化創造学科)