

## メディア知識人を典型とする煽動行為者の範囲から見る人間類型 —承認欲求と界の戦略との関係—

松井勇起\*

### Human types seen from the range of agitators which is typical of media intellectuals: Relationship between esteems needs and the strategy of the field

Yuuki MATSUI

#### 抄録

本稿では教育社会学者竹内洋の提唱するメディア知識人論を発展させて、煽動行為者の特徴と範囲を研究する。竹内はメディア知識人を「メディアを舞台にしたオピニオン・リーダー」と定義し、承認欲求を求めてウケ狙いをする愛情乞食と説明する。しかし、実直で謙虚な堅気型のメディア知識人や、メディア知識人としては目立たない愛情乞食型及びメディア知識人でない愛情乞食型といった竹内の定義に当てはまらない存在もいる。

ピエール・ブルデューの界の理論と竹内の覇権戦略論を参照し、竹内の挙げた堅気型と愛情乞食型の人物の比較する思考実験を行うと、これらの二つの型についての承認欲求を巡る違いが判明した。さらに、ウィリアム・コーンハウザーや佐藤卓己による類型論と対照させ、ブルデューのハビトゥス論を参照することで二つの型について社会的にも言うことができることを説明した。

そして、愛情乞食型は外でメディア知識人として派手に振る舞うパフォーマー型と、組織内部で複雑なルールで他人をいじめて学内政治を行う宦官型に分けられる。両者ともに空気を読むことで優位に立ち満足することで承認を獲得する。宦官型はメディア知識人としては慎重戦略を採用し、外部からは観察しにくい。今後は実証面で更なる具体例の分析が望まれる。

#### Abstract

In this paper, I develop media intellectual theory by You Takeuchi, an educational sociologist, so as to research features and scope of agitators. Takeuchi defines media intellectuals as "Opinion leader on the media" and regards media intellectuals as a beggar for love, so to speak, approval desire. But there are many media intellectuals who are not suitable for the definition by Takeuchi. Namely there are two types. One, an honest and robust type. Another, a type of beggar for love, who is quiet media intellectuals or not media intellectuals.

According to Pierre Bourdieu's theory of the field and Takeuchi's theory of hegemonic strategy, comparing people of robust type and affection beggar type, I found a difference of approval desire between these two types. Furthermore, contrasting the typology between William Kornhauser and Takumi Sato, and referring to the Bourdieu's Theory of Habitus, Takeuchi's classification is valid not only in the field of media intellectuals but also in the general public.

Dividing beggar for love into two, there are performer type acting gorgeously as a media intellectual, and eunuch type bullying other people inside the organization using complex rules. Both of them acquire approval by satisfying the dominance in their field by reading the situation. The eunuch type is difficult to observe from the outside because it adopts a prudent strategy as media intellectual. In the future, more empirical examples are desired for the development of this study.

\* 筑波大学大学院図書館情報メディア研究科博士後期課程  
Doctoral program  
Graduate School of Library, Information and Media Studies  
University of Tsukuba

## 1. はじめに

### 1.1 問題の背景 煽動行為をする人間と典型としてのメディア知識人

本稿では煽動行為をする人間についての考察を行う。教育社会学・歴史社会学者の竹内洋は「メディアを舞台にしたオピニオン・リーダー」のことをメディア知識人と名付け、大衆に対する煽動行為を行う存在であると描いている（竹内、2018）。ここでのメディアとは、マスメディアをはじめとする不特定多数への発信を行う媒体を意味する。竹内によれば、メディア知識人は、本来は公共問題についての啓蒙を世に対して行うという存在であった。しかし、大衆社会化により、メディア受けのよい政治的主張を行って、大衆に対する煽動を行うという機能が目立つようになったと竹内は指摘している。竹内は煽動行為を行う人間を問題視したうえで、そういった人物の典型としてメディア知識人を挙げているということになる。メディア知識人として機能を持つような、煽動行為をする人間はヒトラーなどのポピュリズム的な政治家やマスコミ、デモ隊や SNS 上でのオピニオン・リーダーなど多岐にわたる（佐藤、2018）。

### 1.2 先行研究 竹内洋のメディア知識人論と堅気・愛情乞食

管見の限りでは、竹内以外にメディア知識人を定義し、メディア知識人総体を論じている人物はいない。竹内以前に、近い話題として取り上げられていたものは知識人論であり、これらは「べき論」と混在していた。<sup>1</sup>そこで、先行研究として竹内のメディア知識人論を概観することで煽動行為をする人間の特徴の手掛かりを探す。<sup>2</sup>

竹内はメディア知識人が「パフォーマー型」であることを指摘し、彼らの「ウケ狙い」ぶりを批判している（竹内、2014 2018）。竹内はパフォーマー型を、はじめから理念がある存在ではなく逆に風見鶏となって大衆に迎合することそのものが目的であると説明する。さらに竹内は官僚型という類型も提示する。官僚型は政策・理念といった情熱がないままに意味もなく規則的に保身に走る存在であると竹内は説明する。ウケ狙いが先にありその手段として政策や言論を振り回すパフォーマー型と、官僚型とは表面的に異なり対立するものの、実は現在の地位を保持することを欲する以外何もない点では同根であるとも指摘している。

竹内はそうしたパフォーマー型のメディア知識人の典型として、東大副手・読売新聞論説委員・学習院大教授

を務めた社会学者・評論家である清水幾太郎を挙げている。その上で竹内は愛情乞食をメディア知識人の「業」と表現し、「清水がメディア知識人として差異化やウケをねらったことはたしかだとしても、そうであればあるぶん、稀代の才人で、かつリフレクションの人である清水は、そうしたメディア知識人の「業」に十分に自覚的だったはずである。したがって、「火中の栗を拾う」というような清水のラジカリズムは、差異化戦略による生存戦略・覇権戦略とうらはらな形で、メディア知識人の「業」—いわゆる「愛情乞食」（伊藤整）—を払拭するための自己運動でもあったのではないかと思えてくる」と書いている（竹内、2018 364）。つまり竹内は、メディア知識人がなぜウケ狙いをするのかを、他者からちやほやされたいという欲望から見出し、メディア知識人の「業」とも、さらに伊藤整『鳴海仙吉』を引用しながら愛情乞食とも表現した。ちやほやされたいという欲望は、承認欲求と呼ばれる（斎藤、2016）。承認欲求自体は他者から尊重されたいという誰もが持つ欲望である。しかし竹内によれば、清水の承認欲求は通常よりも非常に大きいためにメディア知識人となり、その「業」の凄まじさから承認欲求のために動き続ける自身を、逆説的ながらメディア知識人的なウケ狙いを道化として行うことでその破滅的な運命から逃れようとしたという複雑さがあったと推測している。言い換えれば、清水の承認欲求は清水自身が恐れるほどに強大だったということになる。

竹内によればメディア知識人の「業」こそが、人にウケたいと願って自分にまで跳ね返る批判（リフレクション）をも繰り出すまでの承認欲求である。しかしそれは、竹内が「メディアを舞台にしたオピニオン・リーダー」という定義をしたメディア知識人が共通して持つわけではない。竹内が想定する清水のような典型的な愛情乞食としての機能を持つメディア知識人だけではなく、愛情乞食としての性質がないメディア知識人もありうるということになる。さらに、「メディアを舞台にしたオピニオン・リーダー」でない愛情乞食も存在する。以上の関係を図示すると以下の図1のようになる。図1のメディア知識人・愛情乞食が重なっているところが清水幾太郎ということになる。こうした清水のような人物はまさにパフォーマー型と呼ぶにふさわしい。

一方、謙虚な教養主義者として自民党政治家であった前尾繁三郎を竹内は紹介し、前尾の人物を讃えている（竹内、2003）。前尾は旧制第一高等学校、東京帝国大学、大蔵省を経て通産大臣などを歴任し、池田勇人の派閥である宏池会会長の座を継いだエリートである。華々

しい経歴であるが官僚としては結核にかかって一度退職し病氣療養の末復職し、復帰後も地道に地方税を扱ってきた上に、洋書や漢籍を含む新刊本・古書を集め小唄をたしなむ教養人であった。竹内は教養の機能を「エリートはまわりからちやほやされる。驕慢というエリート病に罹患しやすい。だからエリートになによりも必要なものは現実を超える超越の精神や畏怖する感性である。前尾にとって、現実の政治や官吏としての仕事を相対化し、反省するまなざしが教養だったのである」（竹内、2003 244）と書いているように、ちやほやされることの毒を中和するものであると捉えている。教養の機能は竹内も指摘するようにみせびらかし（差異化）や得をする（立身出世）という側面もあるが、絶えず自分を問い他人からは煙たがられる、「じゃまする」機能こそが大事であるとした。教養を身につけてかえって出世など世俗の利益獲得を「じゃまする」=損をする前尾は、反省に基づいてパフォーマー型である愛情乞食の俗な要素を拒絶しているとして竹内は共感している。

こうした前尾のような人物を竹内は「実直型」と名付け、その源流は「堅気」「苦労人」とする（竹内、2014）。彼らの特徴を竹内は「職場の神様とか職場の生き字引というようなノン・エリートの意地と誇りを持った人たちである。自分は御天道様に恥じない仕事をしているんだとか、まっとうな仕事をしているんだという自負を持った人々である。人様の世話になることを潔しとしない福澤のいう「独立の気力」、つまり「自分にて自分の身を支配し他に依りすがる心なき」人たちである。実直型はしばしば苦労人でもあった。「苦労人」は、年配者に懐かしい言葉だろう。辛苦をなめてきたが、それを人間的成長の糧とした人だから。人情の機敏がわかりっぱな人という意味だった」（竹内、2014 51）と表現している。前尾は学歴・職業のキャリア何れの点でもエリートであるが、地道な仕事を積み重ね総理総裁の椅子を遠ざけた様子から、苦労人としての要素を十分に満たしていると竹内は考えているようである。竹内の『革新幻想の戦後史 下』（2018）で解説文を竹内の弟子にあたる井上義和が担当し、そこで井上は竹内の『教養主義の没落』から前尾を讚える部分を取り出している。「じゃまする」自制機能の他に、学問的手続きによる事実判断で他の立場との建設的対話の可能性を井上は指摘している。井上は教養・学問の機能を「その本義は「いま・ここ」を超えた他者との謙虚なコミュニケーションにあるのだ」として、実直な堅気の持つ機能と重ねている（井上、2018）。図1の中のメディア知識人には該当しつつ愛情乞食=パフォーマー型ではないという人物が

いるとすれば、前尾のような堅気に相当するメディア知識人が該当する。前尾はメディア知識人ではなく愛情乞食でもなかったため、ベン図の外側に位置すると考えられる。こうして、表1のような、ちやほやを求めウケ狙いに走る愛情乞食と、謙虚な堅気という対比が竹内の中で出来上がっているようである。

表1 堅気型人間と愛情乞食型人間の対比

カテゴリー	堅気型	愛情乞食型
特徴	謙虚、苦労人、相対化、反省	ウケ狙い、大衆迎合、マウンティング

以上の竹内の論は1.4で後述するように、社会学者ピエール・ブルデューの理論をもとにした覇権戦略論に基づいており、理論的なバックグラウンドが存在する。しかし、これらの竹内の論は複数の論考にまたがっており、厳密な記述をしていないエッセイとして書いたものも含まれている。

さらに、図1にはメディア知識人ではない愛情乞食の領域が残っている。そうだとするならば、承認欲求の満足のさせ方はメディア知識人的な振舞いだけではない方法があるということになる。この領域の愛情乞食、すなわち竹内が扱ったパフォーマー型でない愛情乞食の在り方についても探求が必要である。つまり、表1は非常に単純な類型であり、両者のさらに詳しい特徴や愛情乞食型内部のさらなる区分、竹内が提示するも説明不足なままで終わった官僚型をどう組み込むかについて問題が残っている。

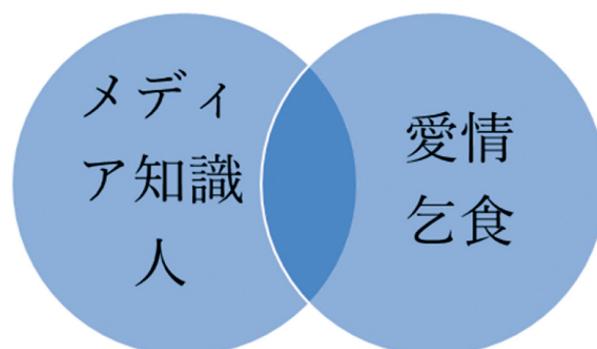


図1 メディア知識人と愛情乞食の関係

### 1.3 臨床心理学における自己愛性パーソナリティ障害の特徴

竹内の提示した愛情乞食には、臨床心理学分野で同等の概念が存在する。それは自己愛性パーソナリティ障害と呼ばれる（丹野・石垣・毛利・佐々木・杉山、2015）。パーソナリティ障害とは社会適応などの点で難がある人

間のことであり、パーソナリティ心理学と呼ばれる人間性格の類型論（特に、アイゼンクラによる性格5因子論）に基づいて判定される。その中でも自己愛性パーソナリティ障害は、対人関係での協調性に関するものである。協調性が低い場合は分離性と呼ばれ、自分の独立性を押し出すものの、極端な場合は人に冷淡になる。自己愛性パーソナリティ障害は分離性が極端に強く出ている場合である。

歴史的に自己愛性パーソナリティ障害はナルシズムという言葉で古くから表現されており、ジグムント・フロイトやエーリッヒ・フロムなど著名な心理学者も含めて数々の考察がなされた末に、アメリカ精神医学会による最新のパーソナリティ障害のカテゴリー分類表(DSM-V)としてまとめられた。DSM-Vによれば、自己愛性パーソナリティ障害の特徴は誇大性・賞賛されたい欲求・共感の欠如（他人の気持ちを認識しないこと）であるとまとめている。自己愛性パーソナリティ障害の人物は周囲を振り回し疲弊させるが、威張り散らし賞賛を得続けることでようやく保たれるような脆弱で不安定な自己の持ち主という側面もある。

こうした自己愛性パーソナリティ障害の持ち主は非行や犯罪などの反社会性行為に結びつきやすいとされている。そして自己愛性パーソナリティ障害の持ち主を相手にすると周囲や組織が疲弊する。しかし、これらは臨床心理学上のケーススタディとして扱われている。社会科学の観点から自己愛性パーソナリティ障害の人物が社会にどのような影響を与えるかについては、社会心理学者エーリッヒ・フロムが『悪について』（1964=2018）で悪性ナルシズムとして扱っているのみである。フロムは悪性ナルシズムのメカニズムを、何かを成し遂げるといふ達成によるものではなく、財や名誉あるいは健康や美など所有する対象に対してうぬぼれることで他者や社会との照合なくナルシズムを悪化させていき、自己中心的な性格が制御不能になっていくと論じている。その上でフロムはヒトラーを例に挙げて、ヒトラーの悪性ナルシズムがドイツ人であるというプライド以外存在しないドイツ人のナルシズムをくすぐり集団ナルシズムを形成していったことを説明している。このときヒトラーもドイツ人もお互いが承認を与えて共犯関係にあった。つまり、自己愛性パーソナリティ障害の持ち主は迷惑な厄介者であるものの、絶大な人気を集めるのも容易であるというパラドキシカルな構造がここから導ける。

フロムの理論を清水幾太郎らメディア知識人に代入するとどうなるのだろうか。愛情乞食として承認欲求に飢

えた清水は、フロムの理論とは異なり学問やメディア知識人としての実績を着実に積み上げてきた。しかし、清水は売れっ子の「売文屋」として様々なメディアに進出し読者からの人気を集め、竹内によれば清水はウケを狙ってきた。ヒトラーとドイツ人のナルシズムを媒介した共犯関係は清水と清水のファンとでも成立する。<sup>3</sup>ここから、自己愛性パーソナリティ障害気質の人物が民主主義の世の中で人気を獲得し、組織や集団の中で空気を操作して影響力を掴みやすいという、旧来のデマゴグ論（例えば、ローピア、1959=1984）として語られていたテーゼが再現する。竹内が挙げる清水のような愛情乞食型のメディア知識人もまた、デマゴグと同様に人気を獲得し組織や集団の中で空気を操作して影響力を発揮する人物として描かれる。ただし、本稿ではデマゴグ論の先行研究の調査が不十分であり、デマゴグとメディア知識人の親和性の指摘にとどめる。

#### 1.4 本研究の目的 煽動行為をする人間と愛情乞食の関係と社会学理論との兼ね合い

メディア「知識人」といっても丸山眞男が「芸能人の文化人への昇格」「文化人の芸能人化」を指摘する（丸山、2006）ように、必ずしも学者・評論家・作家といった職業の人物だけが知識人として分類されるわけではない。竹内も丸山の指摘を現代に当てはめて「テレビ文化人が公共知識人化し、公共知識人がテレビ文化人化」を指摘し（竹内、2014）、北野武や爆笑問題といったお笑い芸人が公共知識人としても機能していることを説明している。

さらに、昨今のSNSが社会に影響を与える状況下では「名前が売れている人」だけが影響力を持っているわけではない。アラブの春をはじめ、国家権力の側にいる人間や知名度が高い人間ではない人物による情報発信が社会的変動を引き起こすことが容易になった。ポール・ラザースフェルドとエリフ・カツによる限定効果論（影響力の二段階仮説）（ラザースフェルド・カツ、1955=1965）によれば、マスメディアが流す情報はそれぞれの社会の中にあるオピニオン・リーダーを媒介に間接的に影響をするという。限定効果論はマスメディアの力がより強かった時代に形成された議論でありラザースフェルドとカツの想定するオピニオン・リーダーとは一般人の中のリーダーを想定している。それを竹内がオピニオン・リーダーの意味をより普遍化して扱っているように、SNS全盛の時代になったことでますますオピニオン・リーダーの個々の力が強まったと考えることも可能である。強力効果論（限定効果論が想定しているよりはメ

ディアの影響が強いとする諸説であり、限定効果説が通説となる前の弾丸効果論にやや接近した)の立場から考えても、あるオピニオン・リーダーが作り出した言説がアジェンダ・セッティングをし、沈黙の螺旋(孤立への恐怖から少数派が沈黙してしまうという理論)を起こすことはありうる。以上のことから、現代では煽動行為をする人間は著名なメディア知識人でなくても影響力を発揮するということである。ここに1.3で説明した自己愛性パーソナリティ障害論を考慮すると、自己愛性パーソナリティ障害の持ち主がヒトラーのような知名度のある政治家や清水幾太郎のような著名なメディア知識人でなくても、無名ながらメディア知識人として世の中に影響力を発揮し、デマゴグとして君臨しうるということが想定される。

そこで、メディア知識人論として煽動行為をする人物を研究した竹内の先行研究(2014、2015、2018)の問題意識を継承しつつ、本稿ではメディア知識人論の研究を深めるために煽動行為をする人間全般の特徴と範囲を研究することを目的とする。本稿でも政治家・官僚や企業人などの話題が出てくるが、煽動行為を行う人間の範囲はメディア知識人が典型例であるというだけであり、事実上人間すべてに拡大しうる以上、狭義のメディア知識人以外の人間にもそれらも適用するからである。

とはいえ、メディア受けを狙い大衆を煽動するという機能を人間全体が持つものであるとは到底言えない。では、煽動という行為を行う人間か否かという基準は何だろうか、という問いを起点に考えていきたい。さらに、煽動行為をしないタイプの愛情乞食など愛情乞食のタイプの分類をより進めることも行う必要がある。本稿ではデマゴグ論と異なり、特定の人物を丹念に追って記述することやデマゴグが依拠する力の源泉としてのポピュリズムを総体として扱うのではなく、「ポピュリズムを引き起こす愛情乞食」という観点に立つ。

煽動行為と愛情乞食の機能がわかることによって、メディア知識人を筆頭とする煽動行為をする人間や愛情乞食が社会にどのような影響を与えるか、手掛かりを掴むことができる。愛情乞食型の人間が引き起こす影響は清水幾太郎など著名人のケースが多かったが、本稿によって組織や集団一般での事例分析に役立たせることができる。そしてこのことは真っ先に著名人などの典型的なメディア知識人研究にとって有用たりうる。以上が本稿の意義である。

## 1.5 本稿での方法論

ちやほやを求める愛情乞食、というタイプの人間につ

いてはピエール・ブルデューの議論と類似している。ブルデューの論点は差異化をする人間の本性とその社会的機能であった。転覆戦略とは差分を発生させることで界内部の地位逆転を狙うものであり、差異化と密接に関係している。竹内はメディア知識人論を論じる際にブルデューの理論から多くの概念・用語を借用しており、その上で竹内独自の論を展開している。2.2で述べる竹内の覇権戦略論はブルデューの界(英:field、仏:champ)やハビトゥス、文化資本などについての論を前提にしたものである。

また、ブルデューの議論<sup>4</sup>は必ずしもメディア知識人問題に限定されるわけではない、一般的な論点として意図されたものである。そこで研究の方法として、知識人の見栄の張り合いによる差異化を、承認欲求の獲得手法という観点から定義しなおし、知識人論に限定されない人間一般の愛情乞食と堅気という分類の検討を行う。堅気型と愛情乞食型の承認欲求の獲得方法、差異化の行い方がどう異なるか、それによってどのような影響を及ぼすかを探求することが竹内の先行研究を深化させることにつながる。

以上で行われる研究手法は先行研究を洗う文献調査により思考実験を行い、概念を分類することであり、その目的とするところは研究枠組みとして理念型の構築を行うものである。思考実験とは、ある状況を想定した上で理論から導かれるはずの現象を思考のみによって推論する方法である(岡本、2013)。思考実験は物理学者エルンスト・マッハが提唱した概念で、先にいる遅い亀を速いアキレスが追いかけても追いかけた分だけ亀が進むのでアキレスは追いつかないと結論付けられるゼノンのパラドックスなど、数多くの事例が存在する。この思考実験により、堅気型の人間と愛情乞食型の人間がブルデューらの理論の上でどう動くのかを考えることが可能である。これにより、堅気型と愛情乞食型の分類及び愛情乞食型内部の分類の精緻化を行うことができる。

本稿での思考実験はブルデューや竹内の理論と堅気型・愛情乞食型の区別を清水と前尾の例を考察しながら深めていくものである。

## 2. 差異化論

### 2.1 ピエール・ブルデューの差異化・階層再生産論

フランスの社会学者ピエール・ブルデューは、人が「界」の中でいかに勝ち残るかを戦略と呼んでいる。界とは、フランス語で champ、英語では field に相当する、組織・価値体系・規則によって構成される人間の集合であり、

有り体に言えば業界である。この界では権力・利益・正統性のある立場などの財獲得を巡って互いを差異化しながら、おのおのの持つ手札としてのリソースを使いながら争いが行われることになる。

ブルデューの主題は階層再生産である（石井、1993）。ブルデューはその際に、日常生活をしていく中で習慣化される知覚・思考・行為であるハビトゥスという概念を用いて理論化する。出身家庭における階層による文化資本の違いによっておのおののハビトゥスが形成され、親から子へと相続されることで階層が維持されていく構造を分析している。そして、そのハビトゥスの違いはつまるところ他との差異をつくることへと意識的にも無意識的にもつながっているとブルデューは結論付けた（ブルデュー、1979=1990、ブルデュー・ヴァカン、1992=2007）。ブルデューの論考は知識人たちであっても当てはまる（ブルデュー、1984=1997）。

2.2 竹内洋の覇権戦略論

竹内はブルデューの理論を応用し、界の中での争いを覇権戦略論と定義し清水幾太郎を中心とする戦後日本のメディア知識人分析に用いた。竹内は知識人界内部のヒエラルキー・象徴資本の量から正系と傍系の区分をし、正系を優勢な側で傍系を劣位な側とした。竹内は知識人の中での正系・傍系基準は学歴・キャリアの資本として旧制高等学校を経て旧帝国大学出身であるか専門学校などであるかによって区分する。そして、家庭からの継承文化資本として山の手出身か下町出身かにより下町出身者に対してさらに傍系としての属性を見る。これらをまとめると表2のようになる。どちらも満たす丸山眞男は正系の中の正系で、東大を出ても下町出身であった清水は継承文化資本が乏しく、正系の中の傍系であると竹内は分析した。その上で、正系は権力の維持を、傍系は権力の奪取を企てやすくなる。優位な正系による守りの戦略を慎重戦略、劣位な傍系による界を揺さぶる攻めの戦略を転覆戦略とした。清水幾太郎は典型的な転覆戦略を採用したメディア知識人である（竹内、2018）。<sup>5</sup>

表2 竹内による学歴資本・継承文化資本を軸にした知識人類型

	学歴資本+ (旧帝大出身)	学歴資本-
継承文化資本+ (山の手出身)	正系	傍系
継承文化資本- (下町出身)	正系的傍系	傍系的傍系

その上で、劣位な傍系の多数派は実はそのように転覆

戦略を採用しないことも竹内は指摘している。竹内は、そのような人物の大部分は正系の作るヒエラルキーに従うことでお零れをもらう分相応戦略を採用するとした。以上の竹内が挙げる戦略と正系・傍系との関連性をまとめると表3のようになる。竹内は表3にまとめた各種の戦略と正系・傍系との関連性を清水らメディア知識人の分析に用いているが、これは元来ブルデューの『リフレクシヴ・ソシオロジーへの招待』や『政治』、『ディスタクシオン』などに分散している界と戦略についての論考を竹内が整理したものであり、メディア知識人に限らず人間一般に当てはまる前提でブルデューは考えている。

表3 竹内による界の戦略

	正系	傍系
界の秩序を重視	慎重戦略(多数)	分相応戦略(多数)
界を揺さぶる	言及なし	転覆戦略(少数)

正系でも界を揺さぶる場合はありうるが、竹内はここには言及していない。そのため、表3において、正系で慎重戦略を採用する場合は多数派であると仮定した。また竹内は清水を転覆戦略の典型例と説明するが、清水は正確には正系的傍系であり、知識人の界全てを揺らす傍系的傍系の吉本隆明や清水と同様の正系的傍系だが保守思想の持主であったがためにより周辺に位置付けられた福田恆存もまた転覆戦略の例として見なしているなど、竹内が考えるところの「転覆戦略に見合う傍系」とはあくまで正系的正系「以外」であるということとなる。竹内によれば、清水は吉本・福田に比べて徹底さを欠く都合主義的なもので、知識人には庶民を盾にする一方で庶民には知識人ぶるという差異化戦略を行うものであることである。

2.3 覇権戦略論から見える転覆戦略採用の理由

ここでは清水と前尾を対比させながらブルデューと竹内の理論を考察する思考実験を行う。傍系であっても多くは分相応戦略を採用する、ということは転覆戦略を採用し派手に活動をする人は人間全体の中では少数ということになる。つまり、竹内が愛情乞食型の例として挙げる清水幾太郎のような劣位であることが転覆戦略を採用することにつながったケースは、竹内の理論が典型的にきれいに当てはまった少数例であるというのが実際のところであろう。

逆に、竹内が堅気型の人間として挙げる前尾の例を考えて竹内が挙げた例同士の比較を試みる。前尾は学歴とキャリアは十分にエリートであり、東京帝国大学法学部

を卒業し大蔵官僚としては地味な税務畑を歩いた。これは典型的な慎重戦略であると解釈できる。しかし、大蔵省時代からの先輩であった池田勇人によって主税局長に出世させてもらった恩もあり共に吉田茂のもとで政治家に転身した。前尾は大臣や自民党幹事長などを歴任し、池田から宏池会会長の座も受け継いだ。自党内の争いでは劣位に置かれた。池田とは違い己が総理総裁になることを積極的に目指さなかった。佐藤栄作四選目の1970年の総裁選の際に、佐藤は前尾に前尾派を優遇すると言ったため出馬を見送ったが、佐藤に反故にされている。結局、総理総裁を狙う野心を持つ後輩大平正芳とは派閥に対する考え方が異なり対立するようになっていき、最終的には派閥の長の座を奪われた。自党内でも有数の学識者で教養人、そして前尾と池田以外で宏池会を率いつつ首相に就任した人物は、前述の大平と宮澤喜一がいる。逆に宮沢・竹下登と並んでニューリーダーと呼ばれ首相候補ながらも総裁選を一度見送った安倍晋太郎は、リクルート事件の余波により総裁選に出るチャンスを失ってしまいそのまま病没している。安倍は岸信介の娘婿で、その岸を引き継いだ福田赳夫の清和会会長を引き継いだ人物であるが、行動の仕方は宏池会会長であった前尾に近い。こうした例から、勝負所で勝負に出られるか否かが総理総裁の椅子への分かれ道だったと言える。勝負所での勝負をすることは抜き差しならないゼロサムゲームの権力闘争そのものであり界の秩序を揺らすことに直結し、慎重戦略と合わないものである。前尾は1968年の総裁選では佐藤に挑んでいるが、二位の三木武夫を下回る票であり、ここから大平との対立が始まった。竹内は、前尾の持つ豊かな学識・教養は逆に総理総裁の座を遠くさせることに貢献してしまったと分析している。それは大平や宮沢と違い、場を揺さぶる覚悟にブレーキがかかってしまったからである。

さらに清水と前尾の野心について比較を行って思考実験する。すると、以下のことが分かる。清水は野心家であり転覆戦略を採用した。前尾は池田の後継として宏池会の長になり党三役や大臣を経験したものの、首相にならず三権の長ながら名誉職扱いの衆議院議長となったのが最後のポストであった。そして、清水は強烈的承認欲求があり他人から認められるべく走り回りラディカルな主張を行ったが、前尾は常に教養によって己を律した。清水も同様に学識豊かな教養人であるが、ちやほやされることを好んだ。つまり、清水と前尾の違いとは、承認欲求を抑えることができるか否か、もしくは承認欲求が目的であるかよりよく生きることが目的であるかの違い、という点に求められる。

以上の思考実験から、覇権戦略の要は正系・傍系という象徴資本の差に基づくヒエラルキーを基礎にしながらも、個別の承認欲求に対するスタンスに基づいていることであるとわかる。タルコット・パーソンズの行為類型論では自己充足的（consummatory）・道具的（instrumental）という区分があるが、堅気・愛情乞食と承認欲求との関係ならば、堅気は承認欲求を持つものあくまで二次なので彼にとっての承認欲求は道具的で、愛情乞食は目的そのものなので自己充足的となる。

## 2.4 堅気型・愛情乞食型の区分け

謙虚な前尾が堅気であり、メディア上で目立つ清水が愛情乞食であるという二項対立はどこまで一般的に語りうるものであろうか。このままではただ一つのケースに過ぎない。そのため、手がかりとなりうるような個人の集合体である社会や雰囲気について、似た二項対立としての理論と突き合わせることで検討する。具体的にはウィリアム・コーンハウザー『大衆社会の政治』（1959=1961）と佐藤卓己『輿論と世論』（2008）を扱う。コーンハウザーと佐藤の理論はデマゴグに操られやすい社会と健全な操られにくい社会という観点での分類を行っているものであり、堅気型と愛情乞食型の違いが社会や雰囲気の側面ではどう現れるかを考察する際に適切である。

コーンハウザーは「エリートへのアクセス可能性」と「非エリートの操縦可能性」の二つの軸で以下の表4のように四つの社会に分類した。

表4 コーンハウザーの社会類型

	エリートへの アクセス可能性大	エリートへの アクセス可能性小
非エリートの 操縦可能性大	大衆社会	全体主義社会
非エリートの 操縦可能性小	多元民主主義社会	伝統的社会

コーンハウザーは大衆社会のことを、近代化により中間集団が溶解し個人が社会的連帯を失いバラバラになっている状態であると説明する。そうした大衆社会では、大衆はエリートに接近しやすいものの、エリートによって操作されやすい危険性を持っており、それがそのまま一党独裁的な勢力が権力を握れば全体主義社会になりかねない状態であると分析している。こうした社会では清水のような愛情乞食型のメディア知識人や政治家がデマゴグとして活躍しやすい。それに対して前尾のような堅気型の人物は受けにくい。コーンハウザーの類型に当

てはめれば愛情乞食型は非エリートの操縦可能性が大きい大衆社会や全体主義社会で活躍しやすいということになる。竹内がメディア知識人を大衆社会論として語っているのも共通の背景を持つ。

コーンハウザーは社会の分類を行ったが、佐藤は人間集団の雰囲気の種類を行った。佐藤は輿論（よろん public opinion）と世論（せろん popular sentiments）を対比的に論じる。佐藤によれば、輿論は熟慮された公的判断であり、世論は感情的な気分に基づく空気である。前尾のような教養による理性的な反省は輿論に、清水のような大衆を煽るラディカルな主張は世論と親和的であると言える。

コーンハウザーの論はあくまで社会の分類論であり、佐藤の論も人間集団の意見の性質についての分類論である。この二つの論の二項対立を転用し、一人の個人の気質として、謙虚な堅気と承認欲求に飢えて目立つ愛情乞食という形で、人間の分類論としてまとめることができる。社会の分類と人間の分類を完全に同一視してよいか、という疑問は成り立ちうる。しかしブルデューの界の理論によれば、ある人間集団にはハビトゥスとして特徴的な傾向があり、それは個々の人間をも規定するものである。つまり、ハビトゥスを媒介する形である属性を持つ個々の人間とその属性を持つ人間の集合は結びつくものであるということであり、ブルデューは個人と社会の二分論を批判しハビトゥスを媒介にした相互依存を主張する（ブルデュー・ヴァカン、1992=2007）。これに従えば、堅気型・愛情乞食型それぞれの属性を持つ個々の人間と属性を持つ人間の集合はハビトゥスによって結びつく。そのため、例えば愛情乞食型の人間で自己の承認欲求にある程度抵抗を見せる行為をする場合は、ハビトゥスがあくまで傾向である以上、ありうると説明がつく。

承認欲求自体は、解脱した仏教僧等、偉大な宗教家とされるような例外的な人物を除けば、どのような人物であっても存在する。そして、現代社会化により家や会社などの共同体が溶解することで他者からの承認を得にくくなり、人間は孤立し不安になる（斎藤、2016）。自殺者や孤独死の増加や平均寿命の低下など様々な悪影響を及ぼす（石田、2011）。つまり、承認欲求が満たされるか否かは社会的な要因も強く影響しており、承認欲求が満たされにくい現代（土井、2014）では誰もが愛情乞食に接近している状況であるとも考えうる。そのため、堅気の人の承認欲求と愛情乞食の承認欲求の違いは、共同体などによって満たされやすいか共同体などがあっても満たされにくいという閾値の違いや、承認欲求が満た

されている状態ならば他人に承認を与えることをしやすいかそうでないかである、と言うことが可能である。

アメリカ精神医学会による最新のパーソナリティ障害のカテゴリー分類表（DSM-V）でも、自己愛性パーソナリティ障害の気質とは協調性が著しく低い分離性の極端な発現と考えられており、協調性の高低はグラデーション状になっているとしている。つまり、堅気型と愛情乞食型の違いは明確であるというわけではなく、連続的であるということになる。そのため、承認欲求の充足可能性は堅気型と愛情乞食型の違いはあくまで相対的なものであるに過ぎない。その上で承認欲求が充足しうる堅気型は、承認欲求が充足した時に余裕が発生して他者に対して協調的になり承認をできる側になることができる。これまでに出てきた堅気と愛情乞食の違いを、表1をもとに承認欲求に関する事項を付け加えた表5としてまとめると以下ようになる。

表5 堅気型人間と愛情乞食型人間の対比 承認欲求の違い

カテゴリー	堅気型	愛情乞食型
特徴	謙虚、苦勞人、相対化、反省	ウケ狙い、大衆迎合、マウンティング
承認欲求	二の次 道具的	目的 自己充足的
承認欲求充足可能性	相対的に高い	相対的に低い
承認欲求の充足	充足時に他人を承認	充足しない

### 3. 考察：堅気型・愛情乞食型二項対立の再検討

#### 3.1 愛情乞食型の範囲の拡大

たとえ正系の人物が慎重戦略を採用する場合でも、マウンティングの欲求と無縁でない場合も存在しうるということが指摘できる。マウンティングとは、集団内での序列明確化を目的とする猿の馬乗り行為から転じて、「自分の方が立場は上であり優位である」ことを言葉や態度で示すことを意味する（瀧波・犬山、2017）<sup>6</sup>。例えば、東大卒かつアカデミア内部で主流派に位置づけられるような学者や共産党中央の幹部といった、アカデミズムの世界や政治集団内において安泰な立ち位置にいる人物の多くが慎重戦略を採用する。その地位自体がマウンティングのツールとして強力に働くからであり、それだけで差分を見せつける欲望を満足させることができる。

その意味では、竹内の正系・傍系分類の基準に従う場合であっても、正系なのに場を揺らすタイプや、傍系な

のに分相応の戦略を採用するタイプの存在があるという事実から、マウンティングの欲求の度合いという変数がより重要なものとして浮上する。例えば、マウンティングなど関係なく己の研究を探求したり、政治的生命を全うさせたいという率直な野望は正系傍系問わず場を揺らす行為につながりやすい。そうすると、逆に正系で慎重戦略を採用する人物の中にも、一皮剥けばじつは前尾のような堅気タイプではない、マウンティングを存分に行っている愛情乞食タイプも存在するということになる。これは図1で描いたような、「煽動行為をするメディア知識人ではない愛情乞食」と同じカテゴリーである。例えば、学者もしくはメディア知識人としてはあまり目立たなくても、学会や大学組織内でパワハラをして院生や助教をいじめるようなタイプが該当する。いじめは、している側からすれば弱い相手に対して優位に立ち全能感を得るという快樂を得られる行為である（内藤、2001、鈴木、2012）。いじめというマウンティングを行って快感を得ることを日常的に行う彼らは、誇大性・賞賛されたい欲求・共感の欠如という自己愛性パーソナリティ障害の典型である。誇大性は相手に対して優位であることを示すことによって満足し、賞賛・ちやほやされたい欲求は優位であることを示し相手を屈服させ認めさせることで満足し、共感性の欠如は相手側の苦痛をそもそも認知しないことによってそれぞれ当てはまる。つまり竹内のメディア知識人論は、表6で書かれているような華々しい転覆戦略と地味な慎重戦略とを対比的に捉えずぎているように思われる。さらに、竹内の想定していた愛情乞食からくるメディア知識人＝パフォーマー型論も、マウンティングと自己愛性パーソナリティ障害の観点から考えるとやや狭かったように思われる。そこで、メディア知識人として慎重戦略を採用する目立たない愛情乞食型についての考察を3.2で行う。

表6 竹内による界の戦略（表3の再掲）

	正系	傍系
界の秩序を重視	慎重戦略（多数）	分相応戦略（多数）
界を揺さぶる	言及なし	転覆戦略（少数）

### 3.2 愛情乞食型の区分け 宦官型とパフォーマー型

それでは、目立たない愛情乞食型とはどのような存在であろうか。愛情乞食型は承認欲求が強く、界の内部で優劣の差を見出しマウンティングすることが特徴である。清水のようなタイプはその中でも場を移して華々しいことをすることでその目的を果たそうとする。した

がって、目立たない愛情乞食型とは場を移して華々しいことをせずに慎重戦略を取りながらも界内部で上位にいるようにマウンティングをするということになる。換言すれば、外に出ずに内部でスクールカーストなどのヒエラルキーの上位にいることで承認欲求を満足させるタイプである、ということになる。彼らは面と向かっては好かれにくい、場全体の中ではむしろ良い扱いを受けやすい。そのような人間の類型として、沼上幹の組織腐敗論（沼上、2003）が参考になる。

沼上は組織の腐敗パターンとして、組織内ルールのプロとしての「宦官」に着目している。「宦官」たちの中には、単にルールを盾にして人をなじるだけの小役人タイプから、多様なルールを見事なまでに駆使して組織内政治を生きる社内政治家まで多様なタイプが存在する。「宦官」たちは顧客満足とか、技術蓄積、生産工程の効率化といった企業本来の活動とは関係ないところで権力を掌握していく。企業内で行われる様々な立ち話や、時にはフォーマルな会議の場で、ルールを盾にして「素人」たちを「宦官」たちが批判したり、酷評したり、いじめたりといった場面が見られるようになる。批判されている「素人」を自分の身に置き換えて「自分は周りから批判されないようにしましょう」と多くの人が思い始める。いじめられている「素人」を見て、他の「素人」たちは恐怖する。衆人環視の中でコトバで追いつめられる。この恐怖と周囲の人々の冷ややかなまなざしがルール運用のプロたちの権力基盤である」（沼上、2003 184-185）と宦官の性質を沼上は詳細に生々しく描いている。「素人」とは、ルール・規則に精通し悪用する宦官と比べて、ルール・規則に詳しくないという意味である。もちろん企業実績重視の「武闘派」と対立するが、プロジェクトの失敗リスクがある武闘派に対してルールを運用しかいくぐる宦官にはリスクは存在せず失敗をしない。よって、ルールを徹底的に破壊し人事を刷新するなどの組織改編をしない限りは、宦官が武闘派に勝利してしまうと沼上は論じている。

こうした宦官は、「界内部で優劣の差を見出し、マウンティングをする」という愛情乞食の特徴に合致しつつ、「外に出ずに内部でヒエラルキーの上位にいる」点でパフォーマー型である清水のタイプとも異なる。このパフォーマー型に属する人間の中でも知識人に該当する人間は、メディア知識人として派手な活動をする。一方宦官型は、沼上の挙げた例を学会・大学で活動する知識人に置き換えれば、学会・大学の中で細かいルールや会議の際の口八丁手八丁を駆使して権力政治・パワハラなどを行う象牙の塔的な学者である。竹内が「持続的地位保

持以外、いいたいこと、したいことがはじめにあるわけではない点で、パフォーマー型と官僚型は同型の異種にしかすぎない」(竹内、2014 50)と書いている官僚型は本稿での宦官型に近く、パフォーマー型と官僚型は同根であるとも指摘していること、は1.1で本稿は既に述べた。しかし、何故官僚型が持続的な地位を欲するのか、という理由が愛情乞食的な性質によるものとのような関係にあるのか点は説明していない。また、単に規則的に保身に入るだけでなく、規則が身につけてない素人をいじめるというマウンティングの性質については触れておらず、規則遵守が少なくても建前上は合理性の観点から目的とされていることなど官僚と宦官型の差異も大きい。この点を加味すると竹内の定義する官僚型よりはこちらの宦官型の方がパフォーマー型との相違点をはっきりさせる点ではより適切である。

愛情乞食型としての性質は己の都合よいように空気を操作する、己が上位に来るようにする、そのことで承認を獲得し満足するという観点から考えてもパフォーマー型・宦官型は同一である。その上で、その対象が組織や集団の外にある世論なのか、それとも自分の属する組織・集団の内部なのか、という戦略の違いがパフォーマー型と宦官型を分ける基準である。両者の異なる点をまとめると表7のようになる。竹内が愛情乞食の例として挙げ

表7 愛情乞食型内部の区分分類 宦官型とパフォーマー型

類型	宦官型	パフォーマー型
特徴	組織内部、規則悪用	組織外、派手な示威行動
メディア知識人としての戦略	慎重戦略的になりやすい	覇権戦略的になりやすい

た清水がパフォーマー型だったのは、清水の所属組織たる学習院大や自前の研究所などを大きく飛び越えて雑誌や新聞など幅広い場でも活躍する、わかりやすく目立ちやすかったという事情が大きい。それに対して宦官型はその場ではヒエラルキー上では上位に位置し華やかであるものの外に対しては目立ちにくく、竹内のようなメディア知識人研究では観察しにくい対象である。表7にまとめたように、宦官型がメディア知識人として動くことは少ないが、メディア知識人として動く場合は慎重戦略的に行動しやすく、目立つパフォーマー型とは対照的である。もちろん両者のメディア知識人としての行動はブルデューの理論などの通り、地位や文化資本にも影響するため、あくまで他の変数と合わせたいうえで考えるべき一つの傾向である。

### 3.3 山本七平の空気論と宦官型の関係考察

パフォーマー型に比べると宦官型の人間は一人では目立たず自分の組織の外での影響力が弱いと、軽く見られやすい。宦官型は一見パフォーマー型のような派手な戦略を採用しないため、堅気型の中に混ざっている。しかし安定した組織・集団内において宦官型の人間が一定の勢力として存在するようになると話は変わってくる。組織や集団で定められた規則を複雑化し駆使して、組織や集団内部でより上位に立とうとする。上位に立つことができた場合、人事権や予算権といった根幹となる権力を握ることもできる。パフォーマー型とは異なりわかりにくい分対策も取りにくく、かえって厄介な存在であると言える。

沼上はこうした人間を宦官と名付けたが、宦官の元の由来を考えれば、中華王朝を腐敗させて専横してきた歴史が示す通り、乱世の勢いで強権による鎮圧をした場合こそあつけないものの、そうでない限りは強力な存在である。

沼上の提案する宦官対策は中華王朝で宦官が減んだのと同じ方法、つまり強権によるルール変更と人事刷新である。宦官対策の必要性が分かるころには手遅れになっていることも多く、まだ間に合う場合でも組織・集団の大手術が必要となり、そのために多大なコスト・犠牲を覚悟しなければならない。それはパフォーマー型であるメディア知識人が得意とする世論操作とは違う次元のようにも一見思える。

しかし、加藤秀俊の以下の指摘「私は、これまで何回か、民衆の実感を無視しては、社会改革のための組織はむつかしいのでないか、という意見を書いてきた。(中略)本当は日常の実感と体制変革の原理とが、どこかで結び合わされなければならないのではないか。ふたつのものは、連続しているのが正常なのではないか。(中略)民衆の実感の延長線上で革命の論理が展望されるという方式こそが、正しい組織論だ、と言っているのである」(加藤、1958)を読めば、むしろ宦官型とパフォーマー型は「空気の操作」という意味でも連続しているものであると説明できる。

空気とは、評論家の山本七平が指摘したものである(山本、1983)。山本は空気を合理的な判断を停止させることができるような絶対的な決定であると説明する。戦前の忠君愛国も戦後の民主主義も絶対的な命題として自明なものとして拘束し、疑うものには反逆のレッテルを貼って村八分にすることができると山本は説明する。山本は空気に「水を差す」ことで空気が一気に解消されることも指摘したが、水は蒸発して空気になるように、結

局はその水は別の空気でしかないとしたうえで空気の交代劇こそが日本の姿であると結論付けた。

加藤秀俊は「この実感なるものは知識社会学流にいえば「虚偽意識」と呼ばれるものであることが少くはあるまい。しかし、こうした「虚偽意識」をもふくめて民衆が日常生活のなかでもっている実感とはぜんぜん性質のちがった原理を、ひょいと取り出し、そのかたくなな原理をとるか、それとも実感のほうをとるか、さあどっちだ、という二者択一的なやり方で組織の問題をとり扱う方法が、過去の日本の革命家の思想だったように私は思う。一方をとれば他方は全く成り立ちえないというのではことは重大だ。そこで大多数の民衆は実感安住の道をえらぶことになって革命の理論と切れてしまった」（加藤、1958）と書いている。

「虚偽意識」も含めた「かたくなな原理」とは、加藤はマルクス主義を念頭に置いた理論信仰（丸山、1961）に該当するものを考えている。そこから見える実感とは、結局のところは臨在感により同情的な気持ちになるという空気のことである。加藤は、組織の改革には空気を把握したうえで理論と結びつけることが必要であると主張していることになる。

こうして空気を読んで問題を解決することは有用性があるが、宦官型の場合はどうであろうか。宦官は組織内部でルールやコミュニケーション能力を生かすことで、自己利益のために構成員の空気をうまく読み込んで悪用しているというように考えることもできる。宦官型が読み込むのは組織・集団の構成員の空気であり、パフォーマー型が読み込むのは組織や集団になってない世論の空気である、ということになる。空気を読んで生活する現代人の特徴に鑑みれば、空気を操作できるパフォーマー型も宦官型も猛威を振るうのはむしろ当然のことである。

組織や集団内部の空気を握り気に入らない人間をいじめて劣位に置いて、自分は役に立たないルール解釈を駆使することで上に立つことで満足する宦官型は平和な状態での組織・集団内部では強力である。

## 4. まとめと結論

### 4.1 まとめ

本稿で展開した議論をまとめる。本稿は煽動を行う人間についてメディア知識人論を発展させつつ、煽動行為をする人間の特徴と範囲を分析・考察することが目的であった。

そのために、竹内のメディア知識人論を参照し、メディ

ア知識人の煽動行為の本質を竹内はどのように記述しているかを確認するところから始めた。その結果、メディア知識人の「業」として愛情乞食と記述していた。

その上で竹内は堅気型・愛情乞食型という分け方を事実上行っている。本稿では竹内の考察からさらに進めて、堅気型は実直・苦勞人・教養による相対化と反省が特徴であり、愛情乞食型はウケ狙い、大衆迎合、マウンティングが特徴であることを見出した。竹内は愛情乞食型を清水幾太郎などのメディア上で大衆を煽動するメディア知識人を典型に見出した。しかし一方で竹内は、メディア知識人の定義を「メディアを舞台にしたオピニオン・リーダー」としているように、メディア知識人とは必ずしも愛情乞食型の特徴を持つタイプではない。そこで、図2のベン図を書くことによりメディア知識人でない愛情乞食型の存在が理論上あることを本稿は見出した。

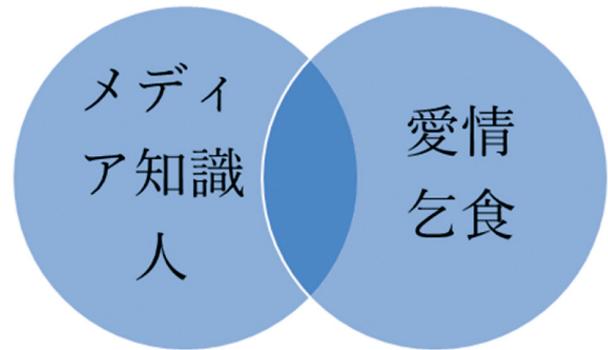


図2 メディア知識人と愛情乞食の関係（図1の再掲）

ブルデューの界の理論と竹内の覇権戦略論を検討し、竹内が堅気の例として挙げる前尾と愛情乞食の例として挙げる清水の出世野心を比較した。さらにコーンハウザーと佐藤卓己の理論での二項対立と個人の類型としての堅気型・愛情乞食型分類を、ブルデューの個人と社会の相互影響論であるハビトゥス論により結び付けて、一般的に言いうる類型であると説明した。それにより、堅気型と愛情乞食型の違いは、承認欲求が目的か否か、充足可能性の高低、充足時の他者への承認可能性といった承認欲求を巡る戦略であるとわかった。

さらに本稿で見出したメディア知識人ではない愛情乞食型について考察を行った。竹内の覇権戦略論でいうところの慎重戦略を採用することが承認欲求を満たすことにつながるということであり、沼上の宦官論を踏まえて、宦官型と名付けた。宦官型は清水ら界を揺らすメディア知識人を典型とするパフォーマー型とは異なり、組織内部の空気を的確に読んだうえで他の組織構成員をいじめたり、威圧するという外に出ずにマウンティングをする

タイプ（類型）である。なお、竹内が取り上げた官僚型は承認欲求のために界内部で優劣を見出しマウンティングする存在であるという点を竹内は指摘していない。この点を考慮すると、官僚型よりも宦官型と名付ける方が適切である。宦官型でもメディアに出てメディア知識人をする場合も存在するが、覇権戦略的になりやすいパフォーマー型に比べるとメディア上では大人しく慎重戦略的になりやすい。以上をまとめると見出した類型同士の関係は図3、分類は表8のようになる。

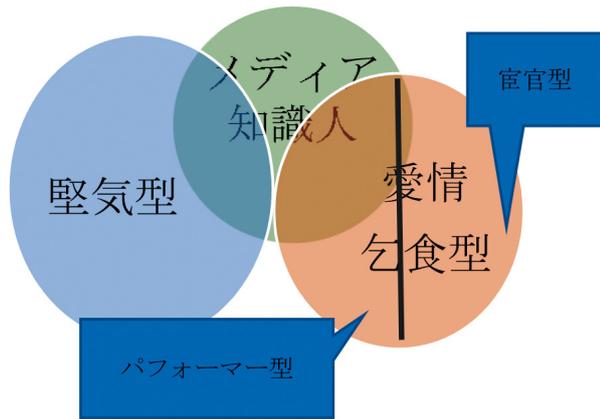


図3 メディア知識人・堅気型及び、愛情乞食型であるパフォーマー型と宦官型の関係

表8 堅気型と愛情乞食型の対比及び愛情乞食型内部の区分分類

カテゴリー	堅気型	愛情乞食型	
特徴	謙虚、苦勞人、相対化、反省	ウケ狙い、大衆迎合、マウンティング	
承認欲求	二の次道具的	目的 自己充足的	
承認欲求充足可能性	相対的に高い	相対的に低い	
承認欲求の充足	充足時に他人を承認	充足しない	
内部カテゴリー		宦官型	パフォーマー型
内部カテゴリーの特徴		組織内部、規則悪用	組織外、派手な示威行動
メディア知識人としての戦略	慎重戦略的になりやすい	慎重戦略的になりやすい	覇権戦略的になりやすい

4.2 結論

本稿での結論は以下の通りである。

第一に、メディア知識人であれ政治家であれ一般人であれ、自己愛性パーソナリティ障害の概念を用いて堅気型と愛情乞食型とに分けられる。堅気型は承認欲求が満たされうる存在であり、承認欲求が満たされた状態ならば他人に承認を与える上に謙虚である。それに対して愛

情乞食型は承認欲求が満たされないためその不満を解消しようとウケ狙いや大衆迎合、マウンティングなどを行うことで社会に悪影響を与えうる。

第二に、愛情乞食型内部でもパフォーマー型と宦官型の二つの類型に分かれる。パフォーマー型は竹内がメディア知識人の典型として挙げた清水のように、メディアに露出して派手なパフォーマンスを行うことで界を揺らし勝利することを目指し、そこから人気を集めて承認欲求を満たす。ここには従来デマゴグやポピュリストとして挙げられたヒトラーのような政治家や SNS 上で「いいね」を多数集めて悦に入る無名の人物に至るまで共通する。一方宦官型は外に出て人気を得ようとするパフォーマー型とは違い、組織や集団の内部での影響力拡大を目指す。外でのパフォーマンスによってマウンティングをするパフォーマー型に対して、宦官型のマウンティングは陰湿なタイプのいじめによるものである。

第三に、メディア知識人の戦略との関連である。竹内は堅気型を慎重戦略的、愛情乞食型を覇権戦略的であると考えている。本稿では竹内の論に修正を加えて、愛情乞食型内部の類型であるパフォーマー型と宦官型とはメディア知識人の戦略が異なること、宦官型はメディア知識人としては慎重戦略的であることを示した。

最後に、本稿の展望と限界について記述する。竹内が挙げた清水のようなパフォーマー型は派手で目立つため、容易に観察できる。しかし、宦官型は組織内部でマウンティングをする手前外部からは観察しにくく、慎重戦略を採用する堅気型と間違えやすい。そのため、組織や集団内に宦官型の人間がいることによって弊害が起きることを見過ごしやすい。つまり、宦官型の人間を発見し分析することは難しい。

本稿によってこうした宦官型の特徴が明確化された。そのため、宦官型の人物そのものや宦官型と他との比較について分析しやすくなる事象が今後増えてくると思われる。この点は本稿のオリジナリティである。宦官型の発見により、周囲にも社会にも厄介な個人が、ヒトラーや清水幾太郎のような有名人から社内のお局様のような無名の人物に至るまで幅広いことが判明し、彼らを考察する手掛かりが得られた。例えば、メディア知識人論であれば個々のメディア知識人同士の関係性や思想と堅気型・パフォーマー型・宦官型との関係を考察に用いることができる。

なお、あくまでも煽動行為の観点でメディア知識人論をみることの意義付けを明確化し、メディア知識人論と一般の人々に共通する問題を見るのが本稿の目的であった。さらにそのことによって竹内の粗雑な部分の精緻化

を図ろうとした。つまり出発点はメディア知識人論あるいは知識人論で、本稿のあとの展望として考えられる終着点もメディア知識人論となる。したがって、煽動やプロパガンダや宦官を扱う政治学や社会学・心理学の先行研究を完全にフォローして出発したわけではないので、そこに対して新たな何かを加え差別化に成功できているかという若干疑問であり、その点が本稿の限界点の一つといえる。

またメディア知識人として通常想定される職業である学者や評論家でない、政治家の前尾繁三郎を堅気型の典型として示し、逆に愛情乞食型としては典型的なメディア知識人である清水幾太郎を挙げた。学者、評論家と政治家以外の職業でメディア知識人になる例・ならない例を他に示せなかったのだが、この点も竹内のメディア知識人論を出発点とし、なおかつ思考実験のみに基づいて考察したために生じた本稿の限界である。

さらに、あくまで本稿は堅気型と愛情乞食型、愛情乞食型内部にいるパフォーマー型と宦官型という枠組みを作ったに過ぎない。分類の基準として他の変数の見落としはないか、他の類型も存在する、という形で類型自体がアップデートされる必要がある。さらに有名人と一般人を跨ぐ共通項を見出すあまり、有名人の愛情乞食型と一般人の愛情乞食型の違いについて考察できていないなど、本稿で行った思考実験の範疇を超えるものについては制約が残る。

改善のためには、他の社会科学諸分野の理論をさらに検討しつつ、具体的な人物を対象に分析をして、どこがうまく当てはまり、当てはまらないかを検討していく必要がある。よって、今後は煽動やプロパガンダや宦官を扱う政治学・社会学・心理学の先行研究をより十二分にフォローし、具体的なメディア知識人を個別に検証する作業を通じて分類枠組みの検証を行う必要がある。

## 参考文献

石井洋二郎. 差異と欲望. ブルデュー『ディスタンクシオン』を読む. 藤原書店, 1993, 364p.  
石田光規. 孤立の社会学 無縁社会の処方箋. 勁草書房, 2011, 228p  
井上義和. 「隠れ保守」の生き残り戦略. 革新幻想の戦後史 下. 中央公論新社, 2018, p.333-341.  
ヴェブレン・ソースティン. 有閑階級の理論 増補新訂版. 高哲男訳. 講談社, 2015, 432p.  
岡本裕一朗. 思考実験 世界と哲学をつなぐ75問. 筑摩書房, 2013, 272p.  
加藤秀俊. 中間文化論. 中央公論. 1957, 72, 3, p.252-261.

加藤秀俊. “加藤秀俊データベース”. 江藤淳への返信. <http://katodb.la.coocan.jp/doc/text/2372.html>, (参照: 2018/03/20).  
コーンハウザー・ウィリアム. 大衆社会の政治. 辻村明訳. 1961, 東京創元社, 286p.  
斎藤環. 承認をめぐる病. 筑摩書房, 2016, 338p.  
佐藤卓己. 輿論と世論 日本的民意の系譜学. 新潮社, 2008, 350p.  
佐藤卓己. ファシストの公共性 総力戦体制のメディア学. 岩波書店, 2018, 352p.  
鈴木翔. 教室内カースト. 光文社, 2012, 308p.  
瀧波ユカリ, 犬山紙子. マウンティング女子の世界 女は笑顔で殴りあう. 筑摩書房, 2017, 316p.  
竹内洋. 教養主義の没落 変わりゆくエリート学生文化. 中央公論新社, 2003, 278p.  
竹内洋. 大衆の幻像. 中央公論新社, 2014, 323p.  
竹内洋. 革新幻想の戦後史 上. 中央公論新社, 2015, 369p.  
竹内洋. 革新幻想の戦後史 下. 中央公論新社, 2015, 377p.  
竹内洋. 清水幾太郎の覇権と忘却 知識人とメディア. 中央公論新社, 2018, 423p.  
丹野義彦, 石垣琢磨, 毛利伊吹, 佐々木淳, 杉山明子. 臨床心理学. 有斐閣, 2015, 726p.  
土井隆義. つながり煽られる子どもたち ネット依存といじめ問題を考える. 岩波書店, 2014, 88p.  
内藤朝雄. いじめの社会学理論 その生態学的秩序の生成と解体. 柏書房, 2001, 302p.  
沼上幹. 組織戦略の考え方 企業経営の健全性のために. 筑摩書房, 2003, 221p.  
長谷川眞理子, 山岸俊男. きずなと思いやりが日本をダメにする 最新進化学が解き明かす「心と社会」. 集英社インターナショナル, 2016, 296p  
バング・ジュリアン. 知識人の裏切り. 宇京頼三訳. 未来社, 1990. 323p.  
東谷暁. 山本七平の思想 日本教と天皇制の70年. 講談社, 2017, 287p.  
藤本一勇. “訳者解説にかえて「表象の政治」をめぐるアポリア ポストモダンの未完のプロジェクト”. 政治. 藤原書店, 2003, p.165-186  
ブルーム・ポール. 反共感論 社会はいかに判断を誤るか. 高橋洋訳. 白揚社, 2018, 319p.  
ブルデュー・ピエール. ディスタンクシオン I 社会的判断力批判. 石井洋二郎訳. 藤原書店, 1990, 512p.

- ブルデュー・ピエール. ディスタンクシオンⅡ 社会的判断力批判. 石井洋二郎訳. 藤原書店, 1990, 492p.
- ブルデュー・ピエール. ホモ・アカデミクス. 石崎晴己, 東松秀雄訳. 藤原書店, 1997, 404p.
- ブルデュー・ピエール. 政治. 藤本一勇, 加藤晴久訳. 藤原書店, 2003, 186p.
- ブルデュー・ピエール, J.D. ヴァカン・ロイック. リフレクシヴ・ソシオロジーへの招待 ブルデュー、社会学を語る. 水島和則訳. 藤原書店, 2007, 418p.
- フロム・エーリッヒ. 悪について. 渡会圭子訳. 筑摩書房, 2018, 235p.
- 丸山眞男. 日本の思想. 岩波書店, 1961, 192p.
- 丸山眞男. 新版 現代政治の思想と行動. 未来社, 2006, 585p.
- ラザースフェルド・ポール, カッツ・エリフ. パーソナル・インフルエンス オピニオン・リーダーと人びとの意思決定. 竹内郁郎訳. 培風館, 1965, 405p.
- リースマン・デイビッド. 孤独な群衆 上. 加藤秀俊訳. みすず書房, 2013, 384p.
- リースマン・デイビッド. 孤独な群衆 下. 加藤秀俊訳. みすず書房, 2013, 336p.
- ローピア・リチャード. マッカーシズム. 宮地健次郎訳. 岩波書店, 1984, 366p.
- 山本七平. 空気の研究. 文藝春秋, 1983, 237p.

## 註

- <sup>1</sup> ドレフュス事件により第三共和政下のフランスを二分する論争が発生し、フランス国内では知識人とは何かという話題が議論された。この時にジュリアン・バンダが、あるべき知識人の理想像と当時のフランスでの政治的な議論に流される現実の知識人とを対比して論じた（バンダ, 1927=1990）。
- <sup>2</sup> ブルデューもメディア知識人という言葉を使っている。しかし、ブルデューはメディア知識人について明確な定義をしていない。ブルデュー『政治』の訳者藤本一勇の解説を読み込めば、ブルデューは新自由主義的な言説・用語・概念を操りテレビなどで企業の利益を擁護する知識人のことを念頭に置いているようである。

- <sup>3</sup> こうした清水の言動とその社会的影響力は、現代の臨床心理学的な判断基準で自己愛性パーソナリティ障害と明確に判断できない。あくまで、そうした要素が見えるということを描き出すことができるのみである。
- <sup>4</sup> ブルデューは集団相互の界のなかでの闘争を念頭に置いて理論形成をしているが、ブルデューが社会観察をする際はアルジェリアやフランスの一地方の農村など個別具体的な社会と人物を描くところから始めるなど、個人と社会の相互連関性を踏まえている。ブルデューはこうして個と社会のどちらかを優先する見方を拒否し、個人間の闘争に集団や社会の影響を見つつ同時に集団や社会内部での個人間の闘争を見るという、ブルデュー自身が「関係論的」と呼ぶ見方を採用している（ブルデュー・ヴァカン, 1992=2007）。それに対して竹内の覇権戦略論は個人間の闘争を主題にした上で社会がどう影響するかという見方に立っており、ブルデューの関係論的な見方は異なる。
- <sup>5</sup> 旧帝大卒か否か（学歴資本）、山の手出身か下町出身か（継承文化資本）、という軸以外にも旧帝大教授になったか否かなど様々な軸が考えうるが、竹内は学歴資本と継承文化資本をメディア知識人分析では用いた。その理由は明確には示されていない。
- <sup>6</sup> マウンティングという単語はアカデミックな文献で使われていない。アカデミック上で使われている、似たような単語にはソースティン・ヴェブレンの顕示的消費がある。しかし顕示的消費には見栄の張り合いや見せびらかしなどマウンティングの該当する要素があるものの、資本主義社会の構造分析の目的のために用いられている。更にマウンティングには「優位性を示して相手に上下関係を一方的に強制する」といういじめに基づいた権力闘争的側面が含まれているが、顕示的消費はあくまで社会的地位を誇示する側面が強く関係性の強要という側面は弱い。そのため、純粋に「承認欲求を満たすために優位性を見せつけて強制する」行為としてマウンティングが最も適切であると筆者は考えた。

(平成30年3月30日受付)

(平成30年8月3日採録)