

モータリゼーションへの意志

——ナチズムにおける自動車と近代性——

田 野 大 輔

はじめに

二〇世紀は自動車の時代であり、そのスピードとダイナミズムに進歩を見いだした時代であった。とどまることを知らないモータリゼーションの波が社会全体を呑み込んでいくなかで、自動車は未来を約束する近代性のシンボルとなった。しかし自動車はまた、戦車や航空機の開発にも寄与して戦争を近代化し、悲惨をきわめた二つの世界大戦をもたらすことになった。そればかりでなく、自動車が放つ独特の魅力は、ナチズムの独裁をささえた大衆的な熱狂の原動力でもあった。今日でもなおヒトラーの業績として神話化されているフォルクスヴァーゲン計画、アウトバーンの建設——そしてこれがやはり神話化されている失業者の激減をもたらした——は、自動車にたいする大衆の憧れに訴えたからこそ、大きな支持を勝ち得たのである。だとすれば、自動車に託された文化的な願望のありかたがあらためて問い直されねばならない。これによってはじめて、人々を熱狂の渦のなかに巻き込んだナチズムの魅惑の力学を解明する手がかりが得られることになろう。そしてその際には、自動車が体現する技術的進歩の理念がいかにナチズムをささえたのかという問題を設定して、ナチズムの近代性という争点にも踏み込んでいく必要がある。近代化が進歩への一方通行ではないとすれば、近代そのものの両義性——よくもちいられる表現を借りれば「近代化過程のもつヤヌスの顔」[ポイカート, 1994: 160]——が問題とされなければならないのである。

ナチズムの近代性という争点をめぐっては、これまでも活発な議論がかわされてきた¹⁾。この議論に先鞭をつけたのは六〇年代に発表されたR・ダーレンドルフとD・シェンボウムの研究であり、そこではナチズムがその反近代的な意図に反して急進的な近代化の担い手となり、「意図せざる社会革命」を達成したことが指摘された [Dahrendorf, 1965; シェンボウム, 1978]。こうした研究の延長線上に、近年ではナチズムが意図的に近代化を促進したとするM・プリンツやR・ツィテルマンなどの研究もあらわれた [Prinz/Zitelmann, 1991]。なかでもツィテルマンは、ヒトラーがドイツの近代化をめざした革命

家であったとして、「意図された社会革命」のパラダイムを明確にうちだしている [Zitelmann, 1987]。しかし、ナチズムによる近代化が意図されたものであったかどうかという点で見解に違いはあっても、これらの研究はいずれもナチズムの意図ないし目標を近代と反近代という二項対立によって一義的に把握している点では同じであり、ナチ・イデオロギーの内部にある矛盾、ひいては近代化過程それじたいに内在する矛盾を問おうとする視点が希薄であった。ナチズムは近代性にたいする全面的な拒否でも肯定でもなかったものであり、T・マンがつとに指摘したように、ナチズムの本当の意味で特徴的で危険な側面は「たくましい時代即応性と能率的な進歩性が過去の夢と混じりあっていること、すなわち高度に技術的なロマンティシズム」[マン, 1990: 32] にあった²⁾。こうした両義的な関係に着目したJ・ハーフは、ナチ・イデオロギーのなかでドイツの伝統的な反近代主義・ロマン主義・非合理主義が近代テクノロジーと結びついていたことを指摘し、これを「反動的モダニズム」とよんでいる [ハーフ, 1991: 2f]。この概念は近代性にたいするナチズムの矛盾にみちた態度をよく説明しているのだが、問題はその説明の背後にある「ドイツ特有の道」という前提にある。ハーフにとって「反動的モダニズム」とは特殊ドイツ的な現象であり、すべてはドイツの近代化の不足、ないしは西欧からの逸脱として説明されるのである [Ibid.: 14ff]。しかし少なくともモータリゼーションの分野にかぎれば、ドイツにおける発展は近代化の一般的傾向とおおむね一致していたし、そもそも西欧型近代を規範的な基準とするハーフの視点からは、近代それじたいの問題性が見えてこない。D・ポイカートがいうように、ナチズムとはドイツの近代化の不足がもたらしたものではなく、むしろ「近代化の危機」への対応の産物であり、その意味では近代化過程のひとつの重要な段階であった [ポイカート, 1991: 19]。くりかえしていうが、問題なのは近代そのものがもつ両義性である。

このように価値中立的な立場から近代性の概念をとらえ、具体的に第三帝国におけるモータリゼーションの展開を考察することによって明らかにしていく必要があるのは、ナチズムが自動車の問題に関してなにを約束し、それがなぜ国民大衆にとって魅力的であったのか、そしてナチズムの近代性がある際にどのような役割をはたしたのかという点である。さきにあげたハーフの研究でもこの点は問われていない。彼の「反動的モダニズム」の概念はもっぱら知識人とエンジニアの言説から構成されたものであり、そうした近代性のありかたがなぜ大衆を魅了したのかという問題にまでは踏み込んでいないのである。われわれが解明しようとしているのはナチズムにおけるドイツ国民の熱狂の歴史であり、その熱狂が少なくともその一部を自動車に負っているとすれば、自動車が体現する近代性の理念がいかに人々の心をとらえ、それがいかにナチズムの独裁の糧となったのかという問題が考察の焦点とならねばならないだろう。結論を先取りしていえば、ナチズムの構想が一二

年もの間にわたって——いやそれどこか帝国の崩壊後も——人々の心を惹きつけたのは、そこに彼らなりの「近代のプロジェクト」[フライ, 1994: 254] が提示されていたからではないだろうか。これを明らかにするために、われわれはナチズムの政治文化に表現されたモータリゼーションへの意志を考察したい。ここで「意志」というのは、それが文化的な願望を反映したものであり、それゆえ解釈学的に読みとり可能であることを意味する。そこで考察にあたっては、とくに芸術や広告、デザインといった文化領域に見られる自動車のイメージに焦点をあてたいとおもう。これらのメディアによって表現されたイメージを、メディアごとの差異にも留意しつつ具体的に読み解いていくことで、ナチズムの構想がより明確になるとおもわれるからである。いうまでもないことだが、自動車とはたんなる輸送手段ではない。R・バルトが「現代におけるゴシック大聖堂」とよんだように、自動車はひとつの時代の文化の象徴でもある。そこにはナチズムが追い求めた近代性のヴィジョンとドイツ国民の文化的な願望が投影されている。それゆえ、自動車というイメージを分析することによって、ヒトラーの独裁をささえたドイツの文化的状況が浮き彫りになってくるとおもわれる。

ドイツにおけるモータリゼーションの展開を文化的な視点から考察した研究としては、W・ザックスのすぐれた先駆的研究 [ザックス, 1995] のほか、J・ペツチュの著作 [Petsch, 1982] やH・グラウザーの論考 [Glaser, 1986] などがある。しかしながら、これらの研究においては近代の両義的性格にたいする視点が希薄であり、それゆえナチ・イデオロギーとモータリゼーションとの矛盾にみちた関係が十分に論じられていない。また、従来の研究ではナチ体制下のドイツの文化的構造を明らかにしないままモータリゼーションの問題が論じられているため、なぜナチズムの約束があれば人々の心をとらえたのかという点について満足のいく回答を提示できていないといえる。したがって、ナチズムの文化政策全体との関連でモータリゼーションの問題を考察することがわれわれの課題となろう。このような点に留意しつつ、以下ではまず、自動車というイメージをめぐるナチ時代の文化的構造を素描する。ついでナチズムのモータリゼーション構想における二つの重点、すなわちアウトバーン建設とフォルクスヴァーゲン計画をとりあげ、自動車というイメージに投影されたモータリゼーションへの意志がどのような性格をもつものであったのか、そしてそれがなぜ人々の心をとらえたのかという問題を考察する。これによって、ナチズムにおける近代性の両義的な様相が明らかにしていくとともに、彼らの「近代のプロジェクト」が究極的には大衆消費社会を志向していたことをしめしたいとおもう。

1 民族共同体とモータリゼーション

首相に指名されてまもない一九三三年二月、ヒトラーは恒例のベルリン・モーターショウの開幕式を訪れ、ドイツ首相としてはじめて式辞を述べた。そのなかで彼は大規模な自動車道路建設計画を発表したが、この演説は新政権にとって自動車の問題がいかに重要な位置を占めているかを如実にしめすものだった。ヒトラーは民族共同体を自動車化するという目標をもって登場したのである。ここで提唱されたアウトバーン建設計画、そして一九三四年以降に明瞭となるフォルクスヴァーゲン構想が、ヒトラーの政策の二本柱であった。ドイツの民衆に車をあたえ、ドイツ全土に自動車道路を敷こうという彼の約束が当時の国民の耳にどのように響いたかを理解するためには、ナチ時代にいたるドイツのモータリゼーションの展開を見ておく必要がある。

ヴァイマル時代までの自動車にたいする大衆の意識をひとことで特徴づけるとすれば、それがきわめて両義的なものであったといえることができるだろう。一九世紀末に登場して以来、近代性と技術的進歩の象徴である自動車は一貫して人々の憧れの的であり、優雅でありながら冒険心をくすぐるその独特の魅力ゆえに、自動車は輝かしい未来の偶像というべき地位をすでに確固たるものとしていた。とくに「黄金の二〇年代」はかつてなかったほど自動車熱が高まった時代であり、自動車レースが人々の熱狂をかきたて、自動車を題材とした詩や小説がジャーナリズムをにぎわし、さらに自動車は婦人雑誌の常連として、車ばかりでなく化粧品やファッションの広告にもたびたび登場した。当時、アメリカではすでにT型フォードの大量生産がはじまっており、ドイツでも大衆的なモータリゼーションが進行しつつあった。フォードにならってドイツの自動車メーカーもこぞって大衆車の生産を開始し、自動車は人々が手をのばせばとどこそこなところまで近づいていたのだった³⁾。しかし大衆の願望を征服した自動車は、現実には一握りの金持ちだけが所有しうる贅沢品であり、国民の圧倒的多数にとってはまだ高嶺の花であった。ヴァイマル時代にドイツの自動車総数は一九二四年の一三万台から一九三二年の四九万台にまで増大し、自動車は大衆的な消費財へと成長しつつあったとはいえ、統計的に見れば自動車の所有者は国民の約一パーセントにすぎず、他のヨーロッパ諸国とくらべても遅れをとっていた〔ザックス, 1995: 64〕。自動車はまずもって特権階級のステータス・シンボルであり、所有者の関心はこの贅沢品によって享樂的な生活スタイルを楽しみ、そこに彼らの社会的な優越性を誇示することにあった。したがって自動車は、人々の憧れをかきたてると同時に階級的な憎悪の対象となり、社会の上層と下層の間の対立を激化させたのである。自動車によって静謐を乱された住民が抗議の声をあげただけでなく、二〇年代には自動車は都会の喧噪を増大させる「アスファルト文化」の権化として激しい批判をあびた。保守派に属する人々

は、自動車を資本主義の「破壊的」な精神と「退廃的」なヴァイマル共和国を体現する存在とみなし、これを声高に非難したのであった。こうした批判はナチズムの一部にも受け入れられ、実際にもシュトラッサー兄弟を中心とするナチ党の左派勢力は車を乗りまわす特権階級の贅沢を激しく攻撃していた [Schütz/Gruber, 1996 : 34]。このように憧れと反感が入り混じった当時の両義的な感情は、とりわけ「アメリカニズム」という言葉に集約されている。この概念は経済危機の解決策として注目をあびたフォードイズムが約束する輝かしい未来を提示するものであったと同時に、人間を墮落させる資本主義と自由主義の魔力をも暗示するものだったからである。

ヒトラーの表明した自動車政策は、まさにこうした大衆の両義的な感情に強く訴えるものだった。とくに、あらゆる国民に車をあたえようというフォルクスヴァーゲン計画は、長年にわたって自動車の大衆化を待ち望みながらも幻滅を味わってきた国民の感情の、まさに核心をついていた。いまや大衆的なモータリゼーションという夢が総統の手によって現実のものとなり、それまでは高嶺の花だった自動車があらゆる人々の手のとどくところに近づくのだ。一九三四年のベルリン・モーターショウに際して、ヒトラーは次のように述べている。「自動車がたんなる特権階級の独占物でありつづけるかぎり、ただでさえかぎられた可能性しかもたない何百万という尊敬すべき勤勉かつ有能な同胞がこの交通手段の利用からも排除されると考えることは苦痛である。……われわれはかつて車につきまっていた階級的な性格、さらに残念ながら階級を分断させる性格を自動車から取り去らねばならない。自動車はもはや贅沢品にとどまるのではなく、消費財にならねばならない！」

[ザックス, 1995 : 103]。それまで自動車は大衆の憧れをかきたてるとともに階級間の距離を生みだしたもののだが、ヒトラーはこの距離を解消し、ドイツの労働者にも自動車を提供しようと誓ったのである。このような階級差の解消を視覚化したのがフォルクスヴァーゲンであり、それはヒトラー自身の言葉を借りれば「ナチ民族共同体のシンボル」 [Domarus, 1965 : 867f] であった。ヒトラーは格安な乗用車の製作と普及を提案することによって国民の渴望をみたすと同時に、自動車から贅沢品としての性格を払拭することによって、「尊敬すべき勤勉かつ有能な同胞」にふさわしい乗り物にすると約束したのであった。総統の約束が民衆の心を惹きつけたのは、それまで自動車というイメージをめぐって大衆の心のなかに醸成されてきた感情のなかに共鳴板を見いだしたからにほかならない。

とはいえ、統計を見るかぎり、ヒトラーの約束ははたされなかった。ドイツの自動車総数は一九三二年の四九万台から一九三九年の一五〇万台へと約三倍にまで増大し、その増加率はイギリスにくらべるとやや高かったが、それでもアメリカの増加率よりは低かった [Schäfer, 1981 : 153]。アメリカでは自動車の年間生産台数が四〇〇万台にせまり、すでに二三〇〇万台が路上を走っていたのだった。一九三四年の段階でアメリカでは五人に一

人、フランスでは二二人に一人が自動車を所有していたのにたいし、ドイツではただか七五人に一人が所有していたにすぎなかった [Schütz/Gruber, 1996:142]。ドイツの自動車の普及率は大きく遅れをとっており、近代消費社会の水準にはとうていおよばなかった。このように大衆的なモータリゼーションという夢がヒトラーの手によっても実現されなかったとすれば、むしろ彼の約束が国民の胸によびおこした期待感に注目する必要がある。これまでの研究の多くが対象としてきたように、自動車が実際にどれだけ普及したかということではなく、むしろ自動車をめぐるイメージがどのようなものだったかが考察の焦点とならねばならない。その意味では、当時の雑誌に掲載された次のような記事に注目する必要があるだろう。「総統とともに、総統によってはじめて、自動車はドイツで民衆的なものになったのだ」[Schäfer, 1981:153]。国民の目に映じたナチズムの魅力の少なからぬ部分が、こうした自動車のイメージにもとづいていたのだった。ヒトラー自身もまた、自動車が国民の支持を獲得するための絶好の手段であることを認識していた。数多くの発言のなかで彼はつねに自動車に精通した専門家としてふるまったし、選挙キャンペーンに際しては自動車に乗って全国を飛びまわったのである。メルツエデスのオープンカーの助手席に立ち、熱狂する群衆のなかを右手をあげて進むヒトラーの姿は、彼の演説の具体的な内容以上に大きな印象をあたえたといつてよい (図版1)⁴⁾。ヒトラーはみずからの支配のために自動車の独特の魅力を存分に利用したのであり、その意味では国民的な規模にまで拡大したモータリゼーションへの意志がナチズムを成立させた原動力のひとつであった。

しかもヒトラーにとって、モータリゼーションとはナチ的理念そのものの具現化を意味するものでもあった。彼は一九二七年にすでに次のように語っている。「われわれは世界のモータリゼーションの時代に生きている。……それはますます人間と動物の力をモーター駆動の機械の力に置き換えはじめている」[Zitelmann, 1987:359]。そしてこの「われわれがもはやその規模をうかがい知ることのできない大変革」は、彼によれば文化創造者としてのアーリア人のみの手によるものであった [Ibid.:359]。G・L・モッセが指摘するように、ファシストたちは「ラジオと映画、そして自動車を支配の手段、すなわち新たなファシストの人間のエラン・ヴィタールとみなしていた」[Mosse, 1980:134] のだった。だとすれば、自動車の体現する理念がどのような意味でナチズムと親和性をもっていたのかということが明らかにされなければならない。これを考えるうえで、一九〇九年に発表されたF・マリネッティの『未来派宣言』はきわめて示唆に富むものである。彼は次のように提唱している。「われわれは世界の栄光はひとつの新しい美、すなわち速度の美によって豊かにされたと宣言する。爆発的な息を吐く蛇にも似た太い管で飾られた自動車……散弾に乗って駈けるかのように咆哮する自動車は、『サモトラケのニケ』よりも美しい」[折口, 1997:77]。この宣言文には自動車というイメージの核心をなす理念、二〇世紀を特徴づ

ける新しい美学の原型をみとめることができる。すなわち、スピードへの意志である。エンジンをうならせながら疾走する自動車は現代の芸術作品であり、その独特の魅力は息を呑むようなスピードがもたらす陶酔的な興奮にあった。そもそも自動車は、アクセルを踏むだけでどこへでも自由に移動することを可能としたがゆえに熱狂的に受け入れられたのであった。この際限のない可動性という特性によって、自動車には距離の克服をめざす冒険心と何物にも縛られない解放性が結びついたのである。自動車が体現していたのは、車を運転するということは一種の冒険であり、勇氣と筋力を要求する男性的行為であるという理念であった（図版2）。

こうした勇敢なドライバーというイメージは、そのままナチズムの自画像にもあてはまるものであった。一九四三年に突撃隊の最高幹部V・ルツェが自動車事故で不慮の死をとげたとき、ヒトラーはこの有能な党の同志がみずからの人生に「男性的な決着」

[Domarus, 1965:2010]をつけたことを賞賛したが、このことは第三帝国における自動車のイメージのありかたをよく物語っている。つまりここでは、自動車がもつ非情さや男らしさ、そのスピードが、ナチ的な理想の人間像と同一視されているのである。とくにナチ自動車運転者団は、そうした準軍事的なイメージによって特徴づけられていた（図版3）

[Schäfer, 1981:153]。ヒトラーがよく口にしたスローガンに「クルップ鋼のように固く、革のように粘り強く、グレーハウンドのように速くあれ」というものがあったが、この理想を見事なまでに体現していたのがほかならぬ彼らなのであった。このような理想的イメージがいかに関民に支持されたかは、ナチ時代の自動車レースにおける熱狂的なスピード崇拝を見れば明らかになる（図版4）。三〇年代にはR・カラッキオーラやB・ローゼマイヤーといったカー・レーサーが国民的なヒーローとなったが、彼らはまさしく冒険心と勇敢さを具現する人間であり、それがナチズムの理想像として称賛されたのである⁵⁾。しかしまた、ここには当時の自動車のイメージがいかに関義的なものであったかが如実にしめされている。というのも、大衆のスピード崇拝は勝利したレーサーを進歩のヒーローたらしめたと同時に、他方ではレーサーの死をもおそれぬ勇敢さを美化したという意味で、それはヒトラーが称賛した戦士の理想像、模範的な前線兵士のイメージと結びつくものだったからである。しかも、自動車のメカニカルな美しさを理想とした三〇年代の自動車崇拝は、人間を物質化して戦争機械たらしめようとするナチズムの冷酷な意図とも融合しうるものだった。

自動車をめぐるこのような両義的なイメージを、ゲッベルスの表現を借りて「鋼鉄のロマン主義」[ハーフ, 1991:6]とよぶことができる。宣伝大臣として文化全般にわたる後見人をもって自任した彼は、近代テクノロジーのなかに新しいロマン主義を見いだしたのであった。もっともこの「鋼鉄のロマン主義」はゲッベルスのみの創案によるものではな

く、ヴァイマル時代の保守革命家たちが主張していたイデオロギーの延長上にあるものだった。E・ユンガーやC・シュミットをはじめとする右翼知識人たちは——それまでの文化ベシミストたちが技術を魂のない文明の産物とみなして敵視したのとは対照的に——技術と文化を和解させることに努力し、近代技術をドイツ的なロマン主義の具現化として崇拝する文化的前提を準備していた [*Ibid.*: 2ff]。そして、こうした彼らの思想がヒトラーを中心とするナチズムの政治的実践に大きな影響をあたえたのである。J・ハーフは、こうした技術的進歩と反動的ヴィジョンの結びつきがナチズムの本質的特徴であったとして、「反動的モダニズム」という概念をもちいている。しかし「反動」というのは非常に誤解をまねきやすい表現である。すでに見たように、近代性にたいするナチズムの対応はたんなる「反動」という言葉によっては十分に説明しうるものではないからである。そもそもヒトラー自身、「率直に言って、わたしは技術の虜だ」[Zitelmann, 1987: 361]と公言するほどの技術崇拝者であり、その心酔ぶりには「反動的」なものはほとんど見られない。R・ツイテルマンが指摘するように、ヒトラーの進歩信仰とオブティズムは保守革命の理論家たちとは無縁のものであったというべきであろう [*Ibid.*: 360]。だとすれば、われわれはむしろナチズムにおける近代性を、進歩にたいする信仰と野蛮なイデオロギーとが表裏一体をなすようなきわめて両義的な性格をもつものとしてとらえる必要がある。近代そのものがもつ「ヤヌスの顔」こそが、考察の対象とならねばならない。

こうしたアンビヴァレントな近代性がナチ時代の文化の通底音となったことは、広告やデザインといった具体的な文化領域に目をむければ明らかになる。当時の自動車の広告やポスターをざっと見渡したかぎりでも、近代技術の産物たる自動車がたびたびアルカイックなナチ的象徴——ハーケンクロイツや帝国の鷲、古典様式の彫像や建築など——と同一視されていたことがわかる(図版5)。メルツェデスにいたっては、自社の車をギリシア的彫像になぞらえて「力強い美の表現」とよんだほどであった(図版6)。一九三九年のベルリン・モーターショウのポスターもまた、ナチ的な古典様式の建築を背景にして地球の上を疾走する二台のスポーツカーを提示している(図版7)。ここでは自動車のスピードとダイナミズムのなかにナチズムの支配が象徴されているのである。また、一九三七年に開催されたパリ万国博覧会のドイツ・パビリオン——A・シュペーア的设计によるこの古典主義的建築の頂部には巨大な鷲がそびえていた——には、ドイツ文化の象徴としてメルツェデスの超モダンなスポーツカー「銀の矢」が展示されていた(図版8)。こうした特徴は自動車ばかりでなく、さらにはアウトバーンのイメージにも見いだすことができる。たとえば一九三六年のアウトバーン展のポスターでは、たくましいギリシア的男性の彫像がアウトバーンそのものと同一視されていた(図版9)。近代の両義的性格をこれ以上ない純粋さで例証したのが、ほかならぬこの「総統の道」であった。次にわれわれは、アウトバーン

建設の意義を具体的に見ていくことにしたい。

2 総統の道

ヒトラーが提起した「帝国アウトバーン」の構想は、かつてドイツで類例を見ないほど大規模な道路建設計画であった。計画での総延長は七〇〇〇キロにおよび、このうち三八七〇キロが実現された [Stommer, 1982: 30f]。この巨大プロジェクトはなによりもまず恐慌期のドイツ経済を立て直すための施策であり、公共事業の推進による雇用の創出と失業者の吸収をねらいとするもの——いわばヒトラーの「ニュー・ディール」——であった。F・トートの指導のもとで実行に移されたこの事業は短期間のうちにかなりの成果をおさめ、関連産業の景気は急速に上向くことになった。労働者にはふたたび仕事が舞い込み、ナチ政権成立時には六〇〇万人以上いた失業者の数も、一九三五年には三〇〇万人以下に激減し、一九三七年の秋までにこの数字はさらに五〇万人以下に低下したのである。もっとも、この帝国全土を覆う道路網というプランはひとりヒトラーの独創によるものではなかった。一九二六年以来、すでに長年にわたってハンブルク・フランクフルト・バーゼル間の自動車専用道路の計画が練りあげられており、ヒトラーはみずからの目的のためにこれを実行に移したにすぎなかった [Ibid.: 23ff]。しかし彼は、この計画をドイツ民族の壮大なヴィジョンへと発展させることで、人々の心を奪うことに成功したのである。その際の演出もまた実に効果的だった。一九三三年九月に催されたアウトバーン起工式でヒトラーはみずから鍬入れをおこなったが、ナチの機関誌『デイ・シュトラッセ』によれば、「それはたんなる象徴的な起工式ではなく、真に労働という名に値するものだった」(図版10)。彼はラジオを通じて叫んだ。「さあはじめよう！ ドイツの労働者よ、仕事につけ！」[ザックス, 1995: 91]。この言葉が数年来不況にあえいでいた人々の耳にどのように響いたかは想像に難くない。

一般にいわれるように、戦時中にアウトバーンがある程度まで軍事的な役割をはたしたことは事実である。K・レルマーはアウトバーン建設の目的が主として軍事的なものであったとしているが、ナチ指導部がこの事業を国土防衛・原料供給という軍事的観点から把握していたことは様々な資料から確認できる [Lärmer, 1975: 119]。しかし、ヒトラーがアウトバーン建設の侵略的意図に言及したことはなく、計画された区間の多くも軍事目的からすればむしろ不適切で、国境にむかう路線の建設が優先されたわけでもなかった(図版11)。戦時期にもアウトバーンは前線までは拡張されなかったし、ドイツ軍は最後まで鉄道輸送に依存していた。そもそも修復が困難なアウトバーンの施設は軍用には適さず、戦争末期には敵軍に利便をあたえる可能性をおそれて国防軍みずからこれを破壊したほどで

あった。国防軍指導部の見解によれば、アウトバーンは「戦争指導にとっては不必要で無意味」[Schütz/Gruber, 1996: 89]なのであった。以上のような点を考えると、アウトバーンの建設においては直接的な軍事計画は二義的な役割をはたすのみであったといえることができる [Stommer, 1982: 31]。むしろ、軍部の懐疑的な態度にもかかわらずアウトバーン建設に固執したことは、ヒトラー自身が——軍事的考慮にかかわりなく——アウトバーンそのものに魅せられていたことをしめしている。そのことは、戦時中に対空防衛上の理由からアウトバーンを黒く塗装しなければならなかったことについて、ヒトラーが述べた次のような言葉によっても明らかである。「わたしがアウトバーンをどれだけ気に入っているかを知っている者なら、もはやその美しく広く白い路面の上を車で走行できないことがわたしにとっていかにつらいかが想像できるだろう」[Picker, 1977: 634f]。したがって、われわれが考察する必要があるのは、この新たな自動車道路のイメージであり、それがどのような理念を体現していたかということである。

この点を考えるうえでの示唆をあたえてくれるのは、アウトバーン建設を指導したドイツ道路局総監F・トートの次の発言である。「アドルフ・ヒトラーの道は政治的統一の表現である。たしかにこの道路は技術の成果ではあるが、そればかりでなく民族の理念の物質的・政治的表現でもある。すなわち、ひとつの民族・ひとつの帝国・ひとりの総統という理念である」[Schütz/Gruber, 1996: 62]。ナチズムにとってアウトバーンとは国民の統一の象徴であり、W・ザックスがいうように「均制化」の空間的表現なのであった [ザックス, 1995: 99f]。「民族共同体」が現実のものとなるためには、ドイツ全土をつらぬく自動車道路によって帝国内のあらゆる地域を結びつける必要があった⁶⁾。ヒトラーの報道担当官であったW・バーデが主張するところによれば、アウトバーンは「ナチ革命そのものと同様に、完全無欠かつ力強く国土をつらぬくのだ」[Ibid.: 96]。もっとも、アウトバーンは首都一極に集中するかたちで建設されたわけではなく、むしろそれは分権主義の克服という観点で把握されていた。「帝国アウトバーン事業団」の組織図を見るかぎり、この事業は一五の都市を拠点として実行されたことがわかる (図版12)。ベルリンを中心として放射状に道路を建設するのではなく、道路網を全国に張りめぐらせ、各都市をたがいに結びつけることによって初めて、国民を一体化することが可能となるはずであった。いいかえれば、アウトバーンによる国民統合が執拗に叫ばれたことは、それだけドイツ国内の地域的相違が大きく、社会の均一化が困難だったことを暗示している。そのことはヒトラーの次のような発言からも読みとれる。「帝国アウトバーンは交通に適したものであるばかりでなく、政治的に見てもすでに今日きわめて価値が大きいことが証明された。その功績は、ドイツ内の国境を最終的に排除し克服したことである」[Picker, 1977: 633]。『ディ・シュトラッセ』誌に掲載された「帝国アウトバーン——われわれの時代の表現」という標題の論

説にも、同じような説明が見られる。「総統の道は交通の大動脈に発展するだろう。それはドイツ民族を政治的・経済的にひとつのより強固な統一体に溶接するばかりでなく、分権主義的思考の最後の残滓をも一掃することになろう」[ザックス, 1995: 95]。

ともあれ、ナチズムがアウトバーンに投影したのは、「民族共同体」という標語に凝縮される均質的な社会のヴィジョンであり、そのヴィジョンじたいは——ナチ・イデオログたちが喧伝した反近代的な「血と土」のロマン主義にもかかわらず——すぐれて近代的なものであった。この空前の道路建設計画は、効率的な交通システムの樹立によって機能性の観点から社会全体をひとつに統合しようという試みの表現であり、そのかぎりでは一九世紀のオスマンによるパリの改造と同様だったからである。重要なことは、そうした近代的ヴィジョンがナチ的理念そのものとして表明され、ナチ支配の象徴として機能したことである。アウトバーンの建設は技術の成果を誇示するだけでなく、第三帝国の栄光をしめす文化的な偉業であるべきだった。「総統の道」はナチ的世界観と「ナチ的労働のリズムとエトス」[Glaser, 1986: 19]を体現するものであり、ドイツ民族に永遠の名声をもたらす記念碑、「帝国のピラミッド」[Stommer, 1982]たるべきなのであった。支配の象徴としてのアウトバーンは、いうなればナチ・イデオロギーを鉄と石とコンクリートによって具体化したものであったのである。

そればかりか、この史上最大の道路はたんなるコンクリートの道であってはならず、むしろドイツの景観と調和し、その美しさをいっそう高めるものでなければならなかった(図版13)。それゆえ、アウトバーンはF・トットの見解にしたがえば一個の「芸術作品」であった。「ナチ的技術観によれば、道路とは建築物とちょうど同じように芸術作品である……このような文化意志から、景観にたいするわれわれの関係も決まってくる。すなわち、道路を景観に適合させ、木立や灌木を考慮しなければならないのだ!」[ザックス, 1995: 101]。報道官のW・バーデはさらに明確に——しかもさらなる大言壮語をもって——これを次のように説明している。「それはまた世界で最も美しい道路、高貴なドイツの景観を飾る最も高貴な装飾品でなければならない。ドイツの景観を背景として、この道路は粋をつくした指輪を飾る宝石のように輝くのだ。……したがって、道路ではなく芸術作品が生まれなければならない。……総統がそのようにお望みなのである。人類の歴史においてはじめて、総統は道路を自然の径や人工の道という領域から芸術の高貴な領域へと高めるのだ」[Ibid.: 96f]。この主張には、W・ベンヤミンがいうところのナチズムの本質、すなわち「政治の美学化」[ベンヤミン, 1970: 44]が如実にしめされている。アウトバーンという「芸術作品」のなかで近代技術とドイツ文化が結びつき、その逆説的な結合によってヒトラーの支配が正当化されるのである。こうした技術と文化の結合を「反動的モダニズム」とよぶだけでは不十分である。むしろそこでは、ナチ的レトリックのもとで近代的ヴィジヨ

ンが近代技術を手段として実体化されているのだ。このような両義性はとりわけアウトバーンの橋梁建築にあらわれており、R・シュトマーの研究が明らかにしたように、そこでは近代的な構造原理と伝統的な建築資材とがモニュメンタルな建築様式のなかでひとつに融合していたのである [Stommer, 1982: 72ff]⁷⁾。景観をそこなうことなく、むしろこれと優美に調和するように設計されたアウトバーンは、帝国全体を「芸術作品」につくりかえようとするナチズムの途方もない構想をしめすものであったといえよう。

アウトバーンが実際に芸術の領域にまで高められたことは、ナチ公認の芸術展として一九三七年から毎年ミュンヘンで開催された「大ドイツ芸術展」にアウトバーンを主題とした絵画が多数出品されたことにあらわれている (図版14)。そればかりか、一九三六年には「芸術におけるアドルフ・ヒトラーの道」と題する展覧会がミュンヘンで開催され、「アウトバーン画」は時代を代表する新しいジャンルを構成することになった (図版9)。アウトバーンの理想的景観を題材としたこれらの絵画は、風景画の伝統的要素を画面構成に取り入れることによって、技術の成果である自動車道路を美しいドイツの景観と融合させたのであった (図版15)。しかしながら、ナチズムが芸術の領域に受け入れることのできた近代技術はアウトバーンだけであった。熱烈な技術賛美にもかかわらず、自動車をはじめとするその他の近代技術が芸術の対象となることはなかったのである。これはナチズムの文化政策に関する従来の研究でもほとんど強調されてこなかった事実なので、このことを少し考えてみたいとおもう。「大ドイツ芸術展」を支配したのは過去を理想化する農業ロマン主義の牧歌的風景や前近代的な手工業者像であり、自動車を主題とした作品は一度も出品されなかった。「アウトバーン画」でも自動車はまったくえがかれないか、風景のなかに小さくえがかれるのみで、前景に登場することはなかった。さらにまた、第二次世界大戦の勃発とともに増加する「戦争画」においてさえ、戦車や飛行機を投入した技術戦の光景を題材とすることは比較的少なく、むしろ「支配人種」のイデオロギーどおりの英雄的な戦士が主人公であった。以上の事実から考えると、アウトバーンが「建築芸術」たりうる例外的な存在であったのにたいし、基本的にナチ芸術には近代技術が入り込む余地はなかったということができよう。近代技術の産物である自動車はナチズムを権力の座へと押し上げた反近代的な情念と和解することはなかったのであり、熱烈な自動車愛好家であったヒトラーにとっても、それは芸術という崇高な領域にはふさわしくないものであった。むしろ自動車は芸術をはなれた場でそのイメージを形成し、人々の願望を征服することになった。その場とはすなわち、大衆消費に結びついた広告やデザインの領域である。次にこの大衆消費という観点からフォルクスヴァーゲン計画を考察していくことにしたい。

3 国民車の構想

アウトバーンとならぶヒトラーの自動車政策のもうひとつの柱は、フォルクスヴァーゲン計画である。すでに見たように、あらゆる民族同胞に車をあたえようというこの計画は、自動車の大衆化をもとめたドイツ国民の願望に強く訴えかけ、国民に総統への忠誠を誓わせるための手段を提供したのであった。一九三四年に発表されたこの「国民車」の構想は、翌年には具体的な計画となり、一九三八年には試作車が完成してミュンヘンとウィーンでの展示会に登場することになった [Schäfer, 1981: 152]。さらに一九三七年からは「自分の車を運転したければ、週に五マルク貯金せよ！」というスローガンのもと、フォルクスヴァーゲン購入のための積み立て貯蓄がはじまった (図版16)。その貯蓄プランによると、毎週五マルクを積み立てていけば四年半後に一台のフォルクスヴァーゲンが手に入るようになっていた [ザックス, 1995: 114]。当時はK d F (喜びを通じての力) 車とよばれていたこの車には実際にかなり多くの購入希望者があらわれ、貯蓄者の数は最終的に三三万人——このうち半分以上の人々が月給三〇〇マルク以下の家族であった——にのぼり、払い込まれた総額も二億八千万マルクに達した [Glaser, 1986: 18]。H・D・シェーファーが指摘するように、この三三万人という貯蓄者の数はナチ体制にたいする国民の信頼のあらわれとみてよいであろう [Schäfer, 1981: 152]。この資金をもとに一九三八年五月に今日のヴォルフスブルクに自動車工場の礎石がおかれ、翌年末にはこの地に巨大なフォルクスヴァーゲン工場とそこで働く六万人の従業員の都市が出現した (図版17)。だが、待望の車を手にした人はひとりもいなかった。一九三九年九月に第二次世界大戦がはじまったためフォルクスヴァーゲンの量産は中止され、四〇年以降この工場では軍用ジープだけが生産されたからである。W・ザックスがうまく表現しているように、車で移動する民族同胞というイメージは突然軍国主義的な色彩をおび、強要された国民総動員へと変わったのだった [ザックス, 1995: 114]。

ナチ体制は結局のところ「国民車」の構想を実現することができなかった。いつの日かすべての国民が自動車を所有する時代が来るだろうという約束にもかかわらず、国民は誰ひとりとしてフォルクスヴァーゲンを所有することはなかったのである。アウトバーンの上を走ったのは戦車とトラックだけであり、フォルクスヴァーゲン工場の生産ラインの上を流れたのも軍用ジープだけであった。だが、それでは民族共同体を自動車化するという構想はもっぱら軍備のみを目的とするものだったのだろうか。たしかに、ヒトラーが自動車の軍事的利用の可能性を考慮していたことは事実である。一九四二年に彼はE・ロンメル将軍の勝利について、側近に次のように語っている。「ロンメルの勝利は、砂漠の戦争はモーターとモーターの戦争になることをわれわれがいちはやく認識したために可能となっ

た。……そのためにわたしは、フォルクスヴァーゲンを使って必要な試みをおこわせたのである」[Picker, 1977: 534f]。しかしこの発言は戦時中になされたものであり、少なくとも戦争の開始にいたるまでは、軍事目的が前面にでてくることはなかった。むしろヒトラーは、フォルクスヴァーゲン計画を基本的には大衆消費の文脈で見ていたのであった。一九三四年のベルリン・モーターショウに際して、彼は次のように述べている。「いまや、ますます多くの車を生産することが、ドイツ自動車産業に課せられた重要な課題である。これによって百万規模の新たな購買層が開拓されることは間違いない」[ザックス, 1995: 109]。一九三六年のモーターショウでは、彼は「ドイツ国民はアメリカ国民とまったく同じ要求をもっている」[Schäfer, 1981: 152] と述べて国民の消費欲に応じる用意をしめしているし、実際にも一九三九年には翌年度の一〇万台以上の生産を約束していたのだった。

戦争をめざした急速な軍備拡張にもかかわらず、ヒトラーは国民の消費願望を満足させる必要があった。「バターのかわりに大砲を」とはいっても、「民族同胞」こそが彼の政治に諾否の判断をあたえる審判者であったから、彼らの声に耳を傾けないではいられなかった。ゲッベルスの宣伝省もまた、国民にたいして非政治的な領域をみとめる方針をうちだしていた。それゆえ、三〇年代には現代的な消費財がかなり普及することになったのだった。H・D・シェーファールの研究が明らかにしているように、コカコーラの消費でさえこの時代にかなり伸びたし、ジャズやハリウッド映画が人気を博し、ラジオが量産されて急速に普及した(図版18)[Schäfer, 1981]。体制にたいする少なくとも消極的な忠誠心をつくりだす役割を演じたのがこれらの消費物資であり、フォルクスヴァーゲンもまたこうした文脈のなかに位置していたのである。とはいえ、現代的な消費財の提供はゲッベルス流の実用主義にもとづく国民への譲歩であったばかりでなく、少なくともその一部はナチズムがみずから追い求めた近代消費社会のヴィジョンによっても特徴づけられていた。ヒトラーはアメリカの大量生産の方法に感嘆して次のように述べている。「アメリカ人は自動車工場をも最小限の人員で運営している。ドイツで最初のそうした工場がフォルクスヴァーゲン工場であった」[Zitelmann, 1987: 357]。大量生産にもとづく消費社会のありかたすべてをヒトラーが是認したわけでないにせよ、そもそも大衆消費が彼にとって不可欠の権力基盤をなしていたことはここで強調しておかなければならない。というのも、国民に規格化された消費財を供給することによってはじめて、「あらゆるドイツ人を国家的な生産過程に組み込む」[ザックス, 1995: 108] ことが可能となるからである⁸⁾。そして、この役割をになう消費財のひとつが——「国民受信機」とならんで——フォルクスヴァーゲンなのであった。

ヒトラーがいかにフォルクスヴァーゲンを重視していたかは、この車の製作にかけた彼のなみなみならぬ熱意からもうかがえる。彼がもとめた国民車の条件とは、燃費が低く、

家族用の四つの座席をもち、空冷式のエンジンを搭載し、時速一〇〇キロの走行が可能であり、そしてなによりも重要なことは、価格が一〇〇〇マルク以下でなければならないというものだった [Ibid. : 109f]。すでにこの条件からして、この車は消費財たるべきものであった。こうした厳しい条件をみたす乗用車を設計するために白羽の矢を立てられたのが、F・ポルシェであった⁹⁾。ポルシェの考える国民車とは、従来の車をたんにスケールダウンしたものではなく、大型車にひけをとらない独自の完成度をそなえた小型車のことであった。一九三八年に国民の前に登場したフォルクスヴァーゲンは、外観からしてすでにこの車が体現する理念を雄弁に物語っていた (図版19)。「尊敬すべき勤勉かつ有能な同胞」という理想像に対応して、この新しい車のデザインには単純さ、誠実さ、簡素さ、信頼性といった基本的特徴があらわれていたからである [Petsch, 1982 : 99ff]。地面をはうような低い車体、単純で堅固な構造、そして装飾を排した簡素な外観が、この車から完全にステータス・シンボルとしての性格を払拭し、まさに「民族同胞」にふさわしい車としていたのだった。ヒトラーがいかにこの車に満足していたかは、次のような発言からもわかる。「フォルクスヴァーゲンは未来の車だ。フォルクスヴァーゲンがエンジンをうならせながらオーバーザルツベルクの山道を駆け上がり、大きなメルツェデスのまわりに蜂のように群がって追い抜く様を見るだけで、人は感銘をうけるだろう」[Picker, 1977 : 535]。彼の予言的中したことは、戦後この車が二〇〇〇万台という自動車史上最高の販売実績を記録したことによっても明らかであろう。

この車のデザインには流線型が採用されていたが、これもヒトラーの提案によるものであった。「それは甲虫のような外観をもたねばならない。自然が流線型によってできあがる様を観察するだけでいいのだ」[Schäfer, 1981 : 152]。とはいえ、流線型は当時のドイツのみならず世界を席卷した支配的な様式であり、それはバウハウスが追求した近代性の理念、すなわち機能性のなかに美をもとめるノイエ・ザッハリヒカイトの理念の延長線上にあるものだった。その意味では、フォルクスヴァーゲンは時代の精神に完全に適合していた。しかし従来の研究では指摘されてこなかった点であるが、そうした近代的ヴィジョンがナチズムの支配の象徴として機能したところに、これまでもくりかえし論じてきた近代の両義性があらわれているといえることができる。エレガントな曲線をえがく流線型のボディは、空気抵抗を減らすための設計であったというよりはむしろ、ドイツが誇るこの車の——ひいてはそれを生みだしたナチ体制の——近代性と技術的進歩をデモンストレートするためのものであった。空気力学上の問題が考慮されていたことはたしかであるが、それ以上にこの車体はスピードへの意志を象徴的に表現したものだだったのである [Petsch, 1994 : 75]。流線型はフォルクスヴァーゲンだけでなく、メルツェデスの「ロードスター」やアドラーの「アウトバーンヴァーゲン」のような高級車にも採用され、小型車から高級車にい

たるまで、この時代の自動車のデザインを特徴づけた（図版20）。さらには自動車ばかりでなく、ラジオやアイロン、電気スタンドやドライヤーさえもが流線型を基調とするものとなり、三〇年代のプロダクト・デザインを支配することになった。

こうしたことは、ナチズムが大衆消費に関わる文化領域においては近代性を選択的に受容していたことを意味している。二〇年代からの大衆消費社会への志向は三〇年代にも引き継がれ、ナチ体制のもとで抑圧されたどころか、むしろ積極的に促進された。たしかに「退廃芸術」は美術館から一掃され、バウハウスの建築家は追放されたが、バウハウスの伝統をひく現代的なスタイルはひきつづき工場や交通施設などの実用建築、機能的な家具や消費財の生産、さらに広くデザインや広告などにもちいられた〔ポイカート, 1991: 306〕。多くの消費物資の現代的デザインは継承され、ノイエ・ザッハリヒカイトの機能的デザインやアメリカ的な生産美学でさえ進んで受け入れられたのであった〔Petsch, 1994: 70f〕。D・ポイカートが鋭く指摘しているように、ナチズムはイデオロギー的に重要な芸術という崇高な領域と、大衆消費に関わるモダンで機能的な文化様式とを区別したにすぎなかった〔ポイカート, 1991: 306f〕。「退廃芸術」にたいする攻撃から、彼らの文化政策を一般化してはならない。ナチズムはけっして近代性を全面的に否定していたわけではなく、ナチ体制下の文化を特徴づけていたのは非連続性と連続性の併存なのである。

このようなアンビヴァレントな関係は、三〇年代の雑誌に掲載された写真や広告にもはっきりとしめされている。そこでは、冒険を期待させるような好戦的なイメージと個人的な消費欲に訴える牧歌的なイメージとが共存していた。たとえば、ナチ自動車運転者団の機関誌が準軍事的な印象をあたえる写真や記事を掲載していたのにたいし、ドイツ自動車クラブの機関誌はなごやかな雰囲気強調し、ドライブやピクニックといったアメリカ的な理想像を提示していた（図版3・21）〔Schäfer, 1981: 153〕。また自動車広告を見ても、「われわれは国民に奉仕する」〔Borscheid, 1991: 98〕とか「平時も戦時も勝利に次ぐ勝利！」〔*Ibid.*: 102〕という好戦的なコピーがナチ的な感情を表明する一方で、「君のK d F車」という宣伝文句のもと車から身をのりだして笑顔で手を振る女性をえがいたフォルクスヴァーゲンの広告など、消費生活への憧れを表現したものも数多く見られる（図版22）。いうまでもないことだが、ナチ体制下の広告はすべて当局によってチェックされていた。一九三三年九月の経済広告に関する法令の公布で、あらゆる広告の監督が広告事務官に委託された〔*Ibid.*: 97〕。この「広告の危機」〔*Ibid.*: 98〕ゆえに、体制の意向に迎合するような広告が増えたこともたしかである。しかし三〇年代の自動車広告においては、軍国的なイメージやナチ的なアルカイズム、慎ましさを節約の強調など、内容的に見れば多少の力点の変化はあったが、その一方で様式においては即物的な硬さを強調するスタイルが基本的に受け継がれており、その点で二〇年代との連続性が明らかである。たとえば、表現主義の影響

をうけたB・ロイタースのようなデザイナーは、ヴァイマル時代にはバウハウスのような広告を製作していたが、三〇年代にも同じように即物的なスタイルで流線型の自動車を古典的な円柱と結びつけて提示している（図版23・24）。これと同じように、長らく著名なデザイナーとして第一線で活躍していたL・ホールヴァインもまた、ユーゲント様式に由来するそのスタイルがナチ党による仕事の依頼で変わることはなかった（図版9・25）。さらにまた、広告の様式ばかりでなく内容的にいても、節約を呼びかけていたナチ当局がアメリカ的な生活様式を理想化するような広告をも許容していたことは興味深い。個人的な消費欲に訴える広告の内容は二〇年代とほとんど同じであった。

ヴァイマル時代の自動車のイメージを特徴づけたのは女性的なエレガンスであり、それは数多くの広告において車のかたわらで微笑む貴婦人が主題となったことにあらわれている（図版26）[Glaser, 1986:14]。W・ザックスはこれを、当時の自動車がしだいに消費生活のなかに組み込まれつつあった状況を反映したものと説明している。着飾った女性のイメージこそが魅力的な消費生活を象徴していたから、女性と自動車を密接な連想で結びつけることによってはじめて、自動車は消費財としての地位を確固たるものとすることができたというのだ [ザックス, 1995:74]。このテーゼはナチ時代の自動車広告の一部にもあてはまるようにおもわれる。自動車を消費の観点でとらえていたナチズムにとって、二〇年代の女性的なエレガンスは消費生活のモデルとして利用しえたはずだからである。実際にナチ体制下でも、こうした優雅なイメージがメルツェデスやアドラーといった高級車の特徴づけていた。慎ましさを印象づける大衆車が脚光をあびる一方で、三〇年代は華麗なクラシック・カーが全盛期をむかえた時代でもあり、高級車はいかかわらずステータス・シンボルであった [Glaser, 1986:15]。そればかりか、運転席に座るモダンな女性、あるいは召使いをしたがわせた車に乗り込む貴婦人が、依然として広告に好まれるイメージであった（図版18・27）。

しかし、このように従来のイメージとの連続性が見られる一方で、それでもなおフォルクスワーゲンの広告には、従来にない新しい消費社会の理念というべきものが見いだされる。この車の広告に登場するのは貴婦人ではなく、地味な服装をした中間層に属すると見られる人々であり、多くの場合は家族であった（図版19）。そもそも四つの座席をそなえたフォルクスワーゲンの設計じたいが、家族での利用を前提としたものだった。従来の研究では指摘されてこなかった点であるが、広告のなかで家族が主人公となっていることは、ナチ体制による大衆消費のありかたを如実に物語っている。家族こそが「尊敬すべき勤勉かつ有能な同胞」、つまり小市民たちの安住の地であり、彼らの慎ましい消費生活——D・ポイカートのいう「正常」な余暇活動 [ポイカート, 1991:310] ——を象徴するものだった。広告に登場する人々が一様に微笑んでいるのも、理由のないことではない。この

車は庶民の消費生活への憧れを象徴していたのであり、ナチズムが約束する未来へいざなう導き手だったのである。この未来とは誰もが車に乗って自由に移動することが可能であり、誰もが観光客になることができるような可動性にみちた世界であった。そして、そのイメージが実際に三〇年代の旅行ブームをひきおこしたのだった¹⁰⁾。すでに一九三四年のベルリン・モーターショーでヒトラーは、国民が自由に車を使うことができれば「とりわけ祝祭日などに彼らが今まで体験したことのないような大きな喜びを味わうことができるはずである」[ザックス, 1995: 103]と述べていた。自動車は「喜びを通じての力」を生みだすはずだというのだ。もちろん、そこには国民の全面的統制という意図があったことはいまでもない。車に乗った家族の微笑ましいイメージの広告には、次のような宣伝文句が見える——「君の次の休暇は自分のK d F車で」(図版28)。フォルクスヴァーゲンは、戦後の核家族を基盤とした大衆消費社会の幕開けを告げるものだったのである。

おわりに

以上の議論から、ナチズムにおける近代性の様相が明らかとなった。アウトバーン建設とフォルクスヴァーゲン構想のなかにわれわれが見いだしたのは、近代性がナチズムの独裁をささえるという逆説的な関係であった。技術的進歩を体現する自動車はナチズムにとっての理想像であり、彼らのエラン・ヴィタルであった。さらに自動車は消費財として、国民に総統への忠誠を誓わせるための手段を提供した。これによってナチズムは広範な大衆の心をとらえたのである。「われわれは世界のモータリゼーションの時代に生きている」[Zitelmann, 1987: 359]という認識をもっていたヒトラーにとって、近代性は必要不可欠であった。総統と国民の間に直接的な結合をうちたてるためにも、社会生活を均一化し、人々の行動様式を画一化する必要があり、近代化の推進は急務であった。好むと好まざるとにかかわらず、ナチズムは近代化の一般的な発展傾向、すなわち大衆消費社会へむかう傾向を強化する役割をはたしたのである。

このように技術的進歩が独裁的政治をささえるというナチズムの両義的性格をみとめるとすれば、次に問題となるのはこれをどのように評価するかということであろう。一部の歴史家はこうした両義性を意図的な文化の道具化に帰している。三〇年代の消費文化を分析したH・D・シェーファーによれば、ナチ体制の戦争にむけた軍備拡張が可能となったのは、国民の消費願望に応じてある程度の自由領域を許容したからであり、ラジオや映画、ジャズやコココーラなどといった現代的な消費物資が生みだした人々の享乐的な態度、すなわち「分裂した意識」こそが、体制を安定させるための大衆心理的な安全弁の機能をはたしたのだという [Schäfer, 1981]。このような解釈にたいして、われわれは部分的にし

か賛成できない。というのも、ここでは三〇年代の文化に見られる近代性がナチ・プロパガンダによる全体主義的操作のための手段であり、ナチズムの真の目的——すなわち「生存圏」の征服をめざす反動的な政治——を隠すための手段にすぎないことを前提としているからである。そのような側面が見られることはたしかであるが、それだけでは自動車の体現する近代性がナチズムのセルフ・イメージの一部を構成していたことが説明できない。ヒトラーにとっても、現代的な消費財は国民の人気を取るための「パンとサーカス」であったばかりでなく、彼自身がおもいえがいていた近代的な消費社会を実現するための不可欠の条件でもあった。もちろん、R・ツィテルマンのいうような「革命家ヒトラー」というテーゼが問題とならないことはいうまでもないが、ファシストたちがいっていた近代性のヴィジョンが彼らなりに真剣なものであったことは否定できないであろう。「大衆操作」という観点からのアプローチの問題はまた、ナチズムを特徴づけた近代の両義的性格が以前からの連続性のうえに立っていたことを見落としている点にもある。そのような両義性はすでに世紀転換期からヴァイマル時代にいたるまでのドイツの文化を特徴づけた基本傾向であり、ナチ時代のみに見られた傾向ではない。様々な統計データから判断しても、ナチズムは近代化の長期的趨勢からはずれてはいなかったし、文化的に見ても一般に想定されるよりも強く時代状況に結びついていた。ナチズムの近代性が欺瞞であるとか、カムフラージュにすぎないと指摘するだけに終わってはならない。「プロパガンダ」という観点を取り去ったあとに見えてくるものこそ、ナチズムの近代性の問題にほかならない。

ヒトラーが国民に約束したのは秩序と調和ある進歩であり、近代と文化の宥和だった。近代なるものが一枚岩ではなく、それぞれの国に独自の近代化過程があることをみとめるとすれば、ナチズムの構想にも彼らなりの「近代のプロジェクト」を見いだすことができよう。西欧型近代を規範的な基準とするがゆえに、「ドイツ特有の道」という解釈が生まれてくるにすぎない。たとえば、景観との調和を考えたアウトバーンの設計を、たんに「反動」という言葉に還元することができるだろうか。そもそも、工業化が遅れて始まった後進国の近代化は先進国のそれとくらべて急激であり、必然的に自国のアイデンティティとの文化的摩擦が生じるため、近代にたいする激しい反発が生じる。そのような状況のもとで近代性を自国の文化のなかに組み入れようとする試みは必要不可欠であり、まったく通常の反応である。そこにはたんなる「反動」としてはかたづけられないようなラディカルな近代批判も含まれうる [小野, 1996: 14f]。アウトバーンやフォルクスヴァーゲンに表現されたナチズムの構想もまた、そのような意味ですぐれて「近代的」なのであった。ヒトラーを権力の座へと押し上げたのが反近代的な情念であったとしても、彼自身はそれを共有してはならず、農業ロマン主義の牧歌的生活へもどるつもりはなかった。「血と土」のレトリックにまどわされてはならない。ファシストたちは彼らの言葉で語ったにすぎない

のだ。それどころか、ナチ体制下の文化に見られる反近代的イメージそのものが近代化の原動力を象徴的に表現したものだたと解釈することさえできる。「伝統の発明」論をもちだすまでもなく、イデオロギー的な正当化のために古いシンボルをもちいることはすぐれて近代的な行動基準であり、過去が理想化されているからといって、そこに反近代的な情念だけを読みとる必要はない。ハーケンクロイツや帝国の鷲、古典様式の彫像など、数多くの自動車の広告に登場するアルカイックな象徴は、自動車を創造する近代化の原動力を象徴しているのだ。メルツェデスはギリシア的彫像が象徴する「力強い美」の「表現」だったわけである（図版6）。

ナチズムが社会の根本的・包括的な近代化をおこなわなかったのはたしかであるが、近代化の長期的な発展傾向は——部分的にはナチズムによって意図的に、部分的には彼らの意図に反して——継続された [ポイカート, 1991: 403]。ナチ体制が存続した一二年間という期間では真の変化は把握できないが、モータリゼーションをはじめとするいくつかの分野では近代化が推進されたことが確認できる [フライ, 1994: 250]。たしかに「退廃芸術」は撲滅されたが、同時に消費文化の領域では近代性が積極的に受容され、大衆消費社会へむかう傾向は継続された。D・ポイカートがいうように、ナチズムによる「近代のプロジェクト」は「近代化と合理化とに内在する特定の傾向を強力に推し進めながら、他の傾向を徹底的に排除することによって、近代化の路線を修正しようとする試みであった」 [ポイカート, 1994: 159]。したがって、ナチズムを反近代感情の噴出とみなす見方も、逆に急進的な革命的近代化の担い手とみなす見方も、どちらも近代そのものがもつ「ヤヌスの顔」への問題意識が欠落している点で不十分である [Ibid.: 160]。われわれは、近代をポジティブな側面とネガティブな側面とが表裏一体をなす両義的な存在として把握し、近代化過程それじたいに内在する矛盾や緊張に注意をむけなければならない。ナチズムを考えるうえで問題となるのは、こうした近代そのものがもつ両義的な性格であり、社会・文化・政治・経済などといった様々なレベルにおける近代化のテンポの違いであり、つまりは進歩と反動の結合が近代化の典型的現象であることをみとめることなのである。

注

- 1) ナチズムと「近代性」をめぐる議論を概観したものとして、とりわけ山口の論考 [山口, 1973] のほか、最近の研究動向をあたえるものとしてM・プリンツと小野の論考を参照 [プリンツ, 1995; 小野, 1996]。
- 2) K・D・ブラッハーもまた、ナチズムの固有の特徴が「急進的な政治化と非政治化された専門化、反動的な政治的ロマン主義と現代の技術的進歩の賛美」の「根本的矛盾」にあるとしている [ブラッハー, 1975: 919ff]。
- 3) ヴァイマル共和国のもとで自動車市場は急速に拡大し、二〇年代にはハノマーク・BMWディクシー・4 P S オペルなどといった手頃な価格の小型車がつぎつぎに市場に投入された [Glaser,

1986:16]。これらの車はいずれも性能の点では未完成であり、長期にわたって販売実績をあげることはできなかったが、それでも小型車の販売によって自動車の購買層が拡大し、ドイツのモータリゼーションは実現にむかって進みはじめることになった。しかもこうした試みはヒトラーのフォルクスヴァーゲン計画に直接的な影響をあたえたのであった。ちなみに「フォルクスヴァーゲン」という名称じたい、今世紀初頭から使われていた表現であった。

- 4) W・ケンボウスキはヒトラーを目撃した人々の証言を集めたが、そのいくつかはヒトラーの乗ったメルツェデスが当時の人々に大きな印象をあたえたことをしめしている [ケンボウスキ, 1973]。
- 5) とはいえ、ドイツ・グランプリなどといった国際レースの観衆の熱狂には、ナチ的な準軍事的イメージばかりでなく、ヴァイマル時代と同様の平和主義的なインターナショナリズムも見られた [Glaser, 1986:19]。
- 6) 興味深いのは、ヒトラーがアウトバーンの意義を鉄道と比較して考えていたことである。彼によれば、鉄道では「たくさんの駅を経るため今日でもまだ部分的に旧来の地方的相違が目立つ」のにたいし、アウトバーンでは「アルプスから北海まで三つの休憩所を経るだけ」[Pickrer, 1977:633] でいいので、国民統合のうえでは効果が大きいというのだった。
- 7) とはいえ、このような技術と文化の融合がつねにバランスを保ちつづけたわけではない。アウトバーン建築はしだいにモニュメンタルな壮大さへの傾向を強め、ますます空虚な形態におちいることになる [Stommer, 1982:74]。
- 8) ヒトラー自身、技術の領域における規格化の必要性を明確に認識していた。彼は次のように述べている。「何百万もの人々により高い生活水準をあたえようという願いから、必然的にわれわれは規格化へとむかわざるをえない」[Zitelmann, 1987:361]。
- 9) 小型車の開発に並々ならぬ関心をいだいていたボルシェは、すでにツェンダップとNSUのために設計をおこなっていた。スターリンさえもが彼の才能に注目し、ソヴィエト人民のための車の設計を依頼してきたほどである。ボルシェとヒトラーおよびスターリンとの関係については、折口の著作を参照 [折口, 1997]。
- 10) この関連では、余暇組織のKdF（喜びを通じての力）が催した団体旅行が人気をよび、労働者をふくむ数多くの国民がこれに参加したのもこの時代であった。戦後の観光熱はすでにナチ体制下ではじまっていたのである。

文献

- ベンヤミン, W., 1970, 「複製技術時代における芸術作品」, 『ベンヤミン著作集2』 (高木久雄・高原宏平訳), 晶文社
- Borscheid, P., 1991, Autowerbung in Deutschland 1886-1945, in: Pohl, H. (Hrsg.), *Traditionspflege in der Automobilindustrie*, Stuttgart.
- ブラッハー, K. D., 1975, 『ドイツの独裁 (上・下)』 (山口定・高橋進訳), 岩波書店
- Dahrendorf, R., 1965, *Gesellschaft und Demokratie in Deutschland*, München.
- Domarus, M. (Hrsg.), 1965, *Hitler. Reden und Proklamationen 1932-1945*, 2Bde, München.
- フライ, N., 1994, 『総統国家』 (芝健介訳), 岩波書店
- Glaser, H., 1986, Elf Konfigurationen aus der Kulturgeschichte des Automobils, in: Zeller, R. (Hrsg.), *Das Automobil in der Kunst 1889-1986*, München.
- ハーフ, J., 1991, 『保守革命とモダニズム』 (中村幹雄・谷口健治・姫岡とし子訳), 岩波書店
- ケンボウスキ, W. (編), 1973, 『君はヒトラーを見たか』 (到津十三男訳), サイマル出版会
- Lärmer, K., 1975, *Autobahnbau in Deutschland 1933-1945*, Berlin.
- マン, T., 1990, 『ドイツとドイツ人』 (青木順三訳), 岩波書店
- Mosse, G. L., 1980, Faschismus und Avantgarde, in: Grimm, R./Hermand, H. (Hrsg.),

Faschismus und Avantgarde, Königstein.

小野清美, 1996, 『テクノクラートの世界とナチズム』, ミネルヴァ書房

折口透, 1997, 『自動車の世紀』, 岩波書店

Petsch, J., 1982, *Geschichte des Auto-Design*, Köln.

——, 1994, *Kunst im Dritten Reich*, Köln.

ボイカート, D., 1991, 『ナチス・ドイツ——ある近代の社会史』(木村靖二・山本秀行訳), 三元社

——, 1994, 『ウェーバー 近代への診断』(雀部幸隆・小野清美訳), 名古屋大学出版会

Picker, H., 1977, *Hitlers Tischgespräche im Führerhauptquartier*, Berlin.

Prinz, M./Zitelmann, R. (Hrsg.), 1991, *Nationalsozialismus und Modernisierung*, Darmstadt.

プリンツ, M., 1995, 「ナチズムと近代化」, 『総力戦と現代化』(山之内靖ほか編), 柏書房

ザックス, W., 1995, 『自動車への愛』(土合文夫・福本義憲訳), 藤原書店

Schäfer, H. D., 1981, *Das gesplante Bewußtsein*, München.

シェーンボウム, D., 1978, 『ヒットラーの社会革命』(大島通義・大島かおり訳), 而立書房

Schütz, E./Gruber, E., 1996, *Mythos Reichsautobahn*, Berlin.

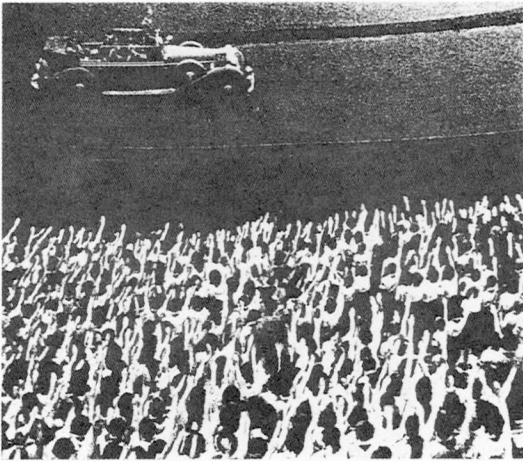
Stommer, R. (Hrsg.), 1995, *Reichsautobahn. Pyramiden des Dritten Reichs*, Marburg.

山口定, 1973, 「『近代化』論におけるファシズムの問題」, 『歴史学研究』第397号

Zitelmann, R., 1987, *Hitler. Selbstverständnis eines Revolutionärs*, Stuttgart.

付記

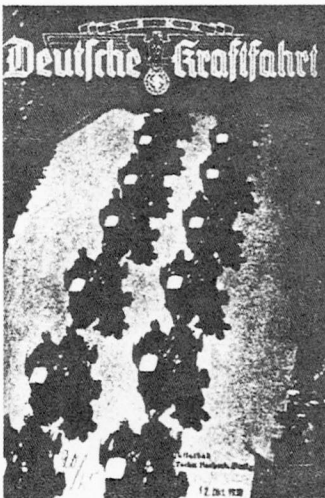
本稿はミュンヘン大学1997年度夏学期の近代史ゼミナール “Automobilisierung. Über die wirtschaftliche, soziale, politische und kulturelle Reichweite eines Modernisierungsprozesses in der deutschen Zeitgeschichte” における筆者の報告 “Automobilismus und »Reaktionäre Modernität«” にもとづいたものである。報告の際に得たH・G・ホッカーツ教授をはじめとする方々の貴重な批判と助言にたいして、ここであらためて謝意を表したい。



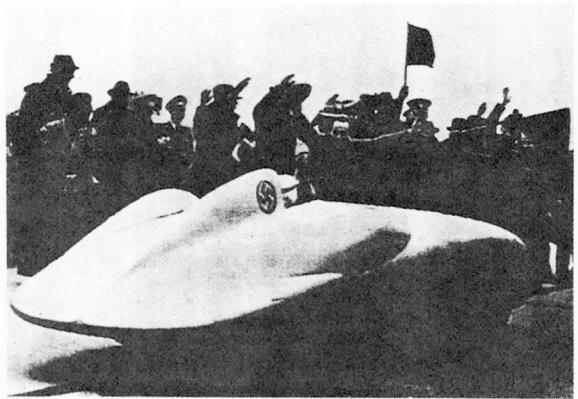
図版1 ヒトラーのメルツェデス



図版2 モーターショウのポスター（1911年）



図版3 『ドイチェ・クラフトファールト』の表紙（1938年）



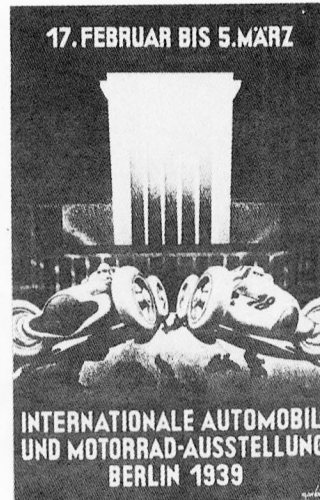
図版4 R・カラッキオーラと「銀の矢」



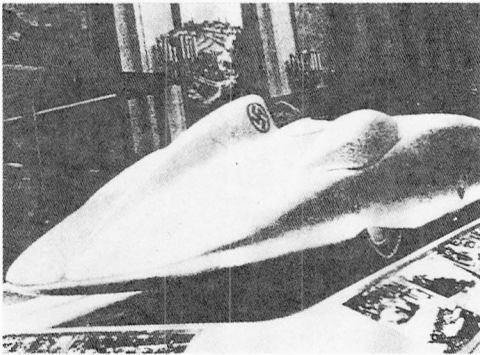
図版5 アウト・ユニオンの広告（1938年）



図版6 メルツェデス・ベンツの広告（1941年）
「力強い美の表現」



図版7 モーターショウのポスター（1939年）



図版8 メルツェデスの「銀の矢」



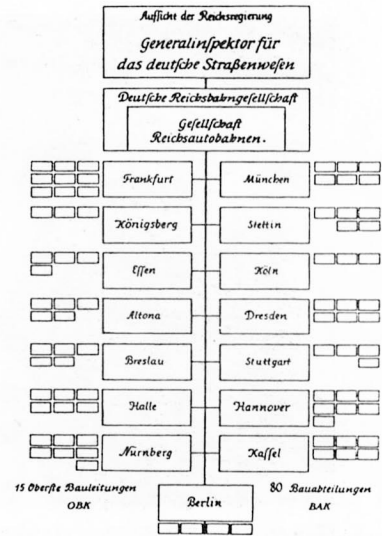
図版10 アウトバーン起工式



図版9 アウトバーン展のポスター（1936年）
（L・ホールヴァイン）



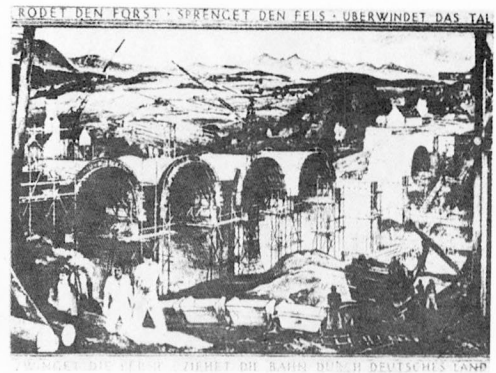
図版 11 アウトバーンの路線図（1939 年）
（太線が敷設済）



図版 12 アウトバーン事業団の組織図（1936 年）



図版 13 アウトバーンの理想像（写真）



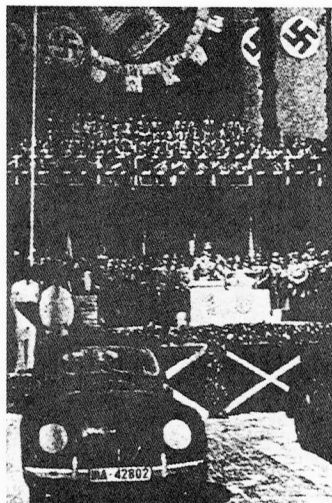
図版 14 アウトバーン画（1940 年）
（C・T・プロッツェン）



図版 15 アウトバーン画（1938 年）
（E・フーパー）



図版 16 K d F のポスター (1937 年)
「自分の車を運転したければ、週に五マルク貯金せよ！」



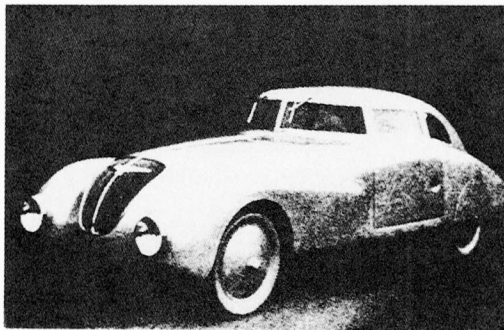
図版 17 フォルクスヴァーゲン工場定礎式



図版 18 コカコーラの広告 (1938 年)



図版 19 K d F のパンフレット (1939 年)



図版 20 アドラーの「アウトバーンヴァーゲン」



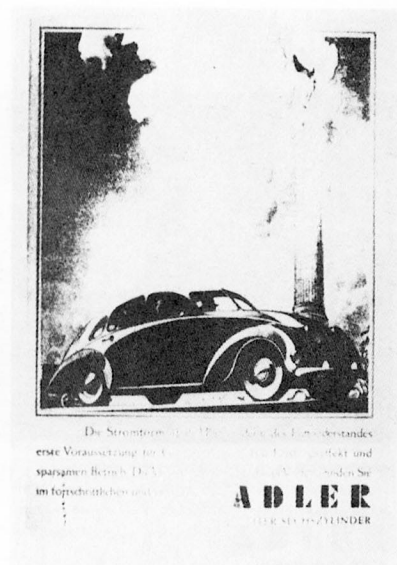
図版 21 『モトアヴェルト』の表紙（1938 年）



図版 22 K d F のポスター（1938 年）
「君の K d F 車」



図版 23 ブレナボーアの広告（1928 年）
（B・ロイタース）



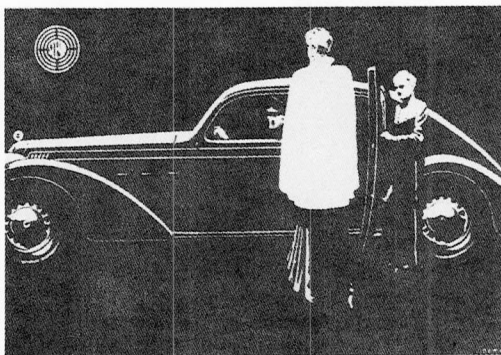
図版 24 アドラーの広告（1937 年）
（B・ロイタース）



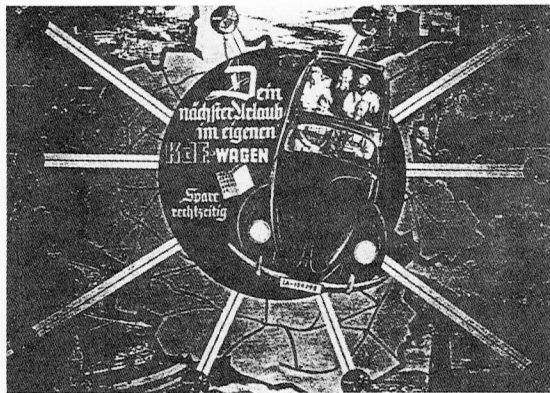
図版 25 アウディのポスター（1912年）
（L・ホールヴァイン）



図版 26 『ディ・ダーメ』の表紙（1924年）



図版 27 『ディ・ノイエ・リニエ』より（1939年）



図版 28 K d F の広告（1939年）
「君の次の休暇は自分のK d F車で」

The theory of social personality is the standpoint when using life history. The task of the theory is to synthesize the entire process of personal evolution from elementary causal facts. Thomas and Znaniecki regard personality as a dynamic process which consists of temperament, character and life-organization. Based on the definiteness of character and life-organization, three types of personality are constructed, namely, Philistine, Bohemian and the creative individual.

The life history used in *The Polish Peasant* is the autobiography written by Wladek Wiszniewski, a Polish immigrant during the early part of the 20th century. We can recognize three stages in his life. The first stage is the period of establishing the basis of his personality by way of his social instincts and family background. The second is the Bohemian period because of the desire for new experience and the lack of a definite social frame. And the third is the Philistine period because the desire for new experience gives place to the desire for security.

By studying Wladek's life history in terms of the theory of social personality, the authors show the typical personal evolution of the culturally passive mass which constitutes in every civilized society the enormous majority of the population. They believe that the Philistine is not suited for life in the modern society. They want to find a way to produce a creative individual who can adapt and be compatible to new situations, pursue a diversity of interests and also maintain a consistency of activity.

Der Wille zur Motorisierung: Automobil und Modernität im Nationalsozialismus

Daisuke TANO

In diesem Aufsatz geht es um die kulturelle Reichweite der Motorisierung im Dritten Reich. Den kulturpolitischen Grundzug des Nationalsozialismus hat J. Herf als »Reaktionäre Modernität« charakterisiert, d. h. als Mischung von reaktionärer Politik und technischer Modernität. Aber dieser Begriff ist irreführend, weil sich die Haltung der Nationalsozialisten zur Modernität nicht einfach als »reaktionär« definieren läßt. Eher sollte man den an sich ambivalenten Charakter der Moderne, der von D. Peukert

als »Janusgesicht des Modernisierungsprozesses« gekennzeichnet worden ist, zur Diskussion stellen, um das Wesen des Nationalsozialismus zu erklären. Darüber hinaus soll hier klargemacht werden, daß sich Hitlers Diktatur auf diese ambivalente Modernität stützte, die das deutsche Volk bis zum Zusammenbruch des Dritten Reiches faszinierte und nicht zuletzt im Autobahnbau und im Volkswagenprojekt ihren Niederschlag fand.

Hitler trat mit dem Ziel an, eine motorisierte Volksgemeinschaft zu schaffen. Er gelobte, auch dem deutschen Arbeiter zu einem Wagen, dem Symbol der Modernität, zu verhelfen und damit die spannungsgeladene Distanz zwischen den Schichten auszugleichen. Das war eine lockende Verheißung der NS-Zukunft. Der »Führer« betrachtete das Automobil und andere Technologien als Mittel der Herrschaft, als »élan vital« des neuen faschistischen Menschen. Das Autobewußtsein des Dritten Reiches ist daher wohl als »stählerne Romantik« zu kennzeichnen, wie Goebbels es nannte. Hier läßt sich die Ambivalenz der nationalsozialistischen Modernität ganz klar erkennen, d. h. die Synthese von technologischem Fortschritt und diktatorischem Herrschaftsanspruch.

Die Reichsautobahnen, »die Straßen des Führers«, sollten nicht nur »Pyramiden des Reiches« sein, sondern auch Symbol der Einheit der Nation, der räumliche Ausdruck der Gleichschaltung. Hier spiegelte sich die ganz moderne Vision einer integrierten Gesellschaft, der die Nationalsozialisten nur ihren eigenen Ausdruck gaben. Darüber hinaus sollten die Autobahnen nach Auffassung von F. Todt »Kunstwerk« sein, das den Versuch darstellte, Technik und Kultur zu versöhnen und die NS-Ideologie in Stahl, Stein und Beton zu materialisieren. Während aber die NS-Kunst grundsätzlich technologiefrei war, mit Ausnahme der Autobahnen, sah Hitler den Volkswagen eher im Kontext des Massenkonsums. Der Volkswagen sollte ein solides Gebrauchsgut sein und daher in seinem Design Einfachheit, Bescheidenheit, Zuverlässigkeit und Sparsamkeit darstellen. Bei seiner Stromlinienform, die die Geschwindigkeit formal zum Ausdruck brachte, ging es darum, den technologischen Fortschritt und die Modernität des Regimes zu symbolisieren. Im Gegensatz zur Kunst, wo mit der Ausrottung der »entarteten« Kunst Modernität nicht mehr thematisiert wurde, trat in der Autowerbung jedoch der moderne Massenkonsum als Hauptthema auf, in dem sich die Sehnsucht des Volkes nach einem bewegteren, individuelleren Leben widerspiegelte. Der Nationalsozialismus verstärkte also die Tendenzen zur Massenkonsumgesellschaft, denn die atomisierte Masse kam ihm höchst gelegen.

Zusammenfassend läßt sich sagen, daß der Wille zur Motorisierung im Dritten

Reich wohl als das »Janusgesicht« der Modernität zu charakterisieren ist. Problematisch ist nur die Bewertung dieser Ambivalenz. Dieser ambivalente Charakter eignet sich nicht als Erklärungsmodell für Verschleierungspraktiken oder Lügenhaftigkeit des Nationalsozialismus. Im Gegenteil zielten die Nationalsozialisten selbst auf einen Fortschritt in Harmonie und Ordnung, die Versöhnung von Moderne und Kultur. Unverkennbar ist allerdings, daß diese Vision an sich im höchsten Grade modern ist. Man kann sogar die archaischen Elemente der NS-Kultur als Ausdruck der Modernisierungstriebkraft interpretieren, weil es ein ganz moderner Verhaltenskodex ist, zur ideologischen Legitimierung alte Symbole zu benutzen. Letztlich handelt es sich um die Durchmischung von progressiven und regressiven Tendenzen als typischen Phänomenen der Modernisierung.

Formation of Ethnicity in multi-culturalism: 'Formal Ethnicity' and 'Multi-racialism' in Singapore

Satoshi NABEKURA

This study aims to consider the ethnic formation in multi-culturalism. For this purpose, the experiment of 'Multi-racialism' in Singapore is examined for concrete discussion.

In Singapore, the government itself promotes and tries to fix the four distinctive ethnic identities, that is, 'Chinese', 'Malays', 'Indians' and 'Others' which are effective components of Singapore nation. Singapore government therefore classifies all the people to one of them. By doing so, the government tries to integrate national unity of Singaporean. For the Singaporean government, the existence of plural ethnic groups becomes an advantage to the nation building.

In order to consider 'Multi-racialism' in the context of formation of ethnicity, this paper has reviewed and classified theories of ethnicity into three models, that is, subjective / objective model of 1970s, primordial / instrumental model of 1970-80s, continuous / discontinuous model of 1980s. This study would like to point out the limitations these models and put up an alternative, which I call formal / informal model. 'Formal ethnicity' is created and manipulated by state power for efficient domination