
「イベントは文化記号装置」その主体と客体

EVENT is Culture-Semiotic-Equipment its Subject and Object

JEPC イベント総合研究所所長・東京富士大学教授
Jepc Event general laboratory representative
Tokyo Fuji University

小坂善治郎
Zenjirou Kosaka

はじめに

イベントは社会にどのような価値を持っているのだろうか。これまで、イベントの意義については深く理解していた。改めて問うつもりはなかったが、このたびの東日本大震災の遭遇と電力の不安定化の現実に、イベント等の自粛という現象が生まれた。果たして、イベントは社会にとって無用なものだろうか。多くの疑問がよぎった。だが、すぐに各地でイベントが開催されるようになり、今は多くの活力を生んでいる。このことから、この機だからこそイベントの意義と価値について考察する意味がある。

このテーマに沿って研究を続けていると、イベントは、この世の人類が存在することと同時に、その価値があって、今日までさまざまな社会状況の変化の中でも多様な形態を持ちながら現在まで続いている。

その主な点は、人類には文化という強い関係とつながりが重要であった。別の方法で表現すると、イベントは社会生活の中で文化を求める多様な人に「文化記号装置」を用意して、大きく機能していたし、またし続けている。

研究の背景

イベントがコミュニケーション・メディアであると同時に、そのためにイベントの場が社会の中での文化記号装置として機能することが大切になる。イベントはイベントを創る主体となる人たちがいて、同時に、客体となるさまざまな支援機能

とによって形成（構築）される。だから、優れたイベントであるためには、さらに「時代」や「歴史」という社会的背景を捉えて「今」を関連づけておくことが前提となる。そのために、近未来を予測し予告するための記号装置を創り持ち得られるか、ということが義務づけられている。

このようなことから考えてみると、イベントは自分たちがそのような時代（歴史）の中で、生きてきたか、その中でいままでより文化記号装置を創るためのテクノロジーの革新を先取りしてきたかを常に確認する必要がある。そして、一方でテクノロジーの革新への要請を日常生活の場や産業社会の中より一歩先に求め続けることである。

なぜ、イベントが文化記号装置でなければならないのか。並木信義（1979）は産業社会と文化との関連の重要性を次のように述べている。

「産業構造は、人間の生活の物的・サービスの基盤である。

人間の暮らし向きが産業構造を決める。

この基本的立脚点をわきまえない議論がいかにも多いことか。

そして人間の暮らし向きにかかわることはすべて文化的な事象である。

文化的な事象の背景にある人生における価値の領域こそが、われわれにとって真実重大なことでなければならない。

かくて産業構造を理解するということは、一方の極においては、個々の具体的な商品、サービスについての知識と、他方の極においては、人間の文化、人生における価値、つまり人間とは何かと

ということについての判断という両極端にまたがる領域の究明を要請されることを意味する。」

この論からすると、文化は産業社会の形成の基盤であるといっている。特に文化の発信ということになるとイベントが大きく機能する。イベントは文化記号装置といえる所以である。

並木(1979)は、その点につき、未来的に大きな指針を次のように述べている。

「石油危機前の日本株式会社のキャッチアップに際しては、米欧産業の表面的なあり方のコピーで足りたが、これから日本人の生活の充実を目指すには、暮らし向きと産業との関係の考察を深めなければならない。

日本は従来も、てんやわんや文化であったのだが、今後は、同じてんやわんやにしても、主体的にこれを受け止めるという姿勢が必要である。このためには、それこそ、文化の全領域、すなわち政治、経済、社会、技術、芸術そして価値意識についての垣根を取り払った徹底的な検討が必要である。」

このような産業社会は人間の営み(主体)の要請によって、文化的であることを基盤に置いている。故に記号装置は文化的(客体)でなければならない。

さて、2011年3月11日のマグニチュード9.0の地震と津波の大きな災害となって生活の営みに大きな打撃を投げかけた。生活形態が一変した多くの人々がさまざまな状況の中で、文化記号装置であるイベントは、いかに考えられるのだろうか。

しかし、このような厳しい状況の中で人々は徐々に精神的な明るさを求めるようになってきている。それが大きな勇気づけの力の一つになっていることは確かである。文化記号装置(イベント)は、物理的なさまざまな事象の回復がままならない中で、ともかく大きな役割を各地で演じている。この点は人類が生活を営みを始めた太古から今日まで歴史の中からも読み取れる。

・研究の課題

震災の歴史とイベント

日本史の中で震災は、極めて多くの事実がある。震災や疫病による被害が大きく重なった安政年間(1854~60年)は特に語られている。安政元年(1854年)はペリー来航によって日本が開国した機でもあるが、マグニチュード8.4の東海大地震と南海大地震があり、7.4の豊予大地震が起きた年である。当然として津波は、主に太平洋沿岸に大きな被害を生んだ。さらに安政2年(1855年)にはマグニチュード6.9の安政江戸大地震があり、安政3年には10万人の死者を出した台風が伊豆半島から江戸を直撃した。安政4年にはインフルエンザの流行、安政5年にはコレラの伝染(これは米艦からの経由といわれている)によって、大多数(10万から30万人)の死者を出している。安政6年には「安政の大麻疹」(いわゆるはしかである)の流行があった。次々と人びとを苦しめたのである。

このような社会の状況は極めて厳しいものであったが、日本は開国を進め、「文明開化」を迎えることになった。文明開化は、西洋の文明と文化を積極的に採り入れて近代化を促進したことは事実である。その中で、万国博覧会が1851年(嘉永4年)にロンドンで開催された。1853年(嘉永6年)にはニューヨーク万国博覧会が開催され、1855年(安政2年)にはパリ万国博覧会シャンゼリゼ産業宮を主会場に開催された。

日本における安政年間は厳しい状況に関わらず西洋では、博覧会に限らずさまざまなイベントが開催されている。その影響は、厳しい中の日本においても、時々刻々と情報が入ってくるようになって、1862年(文久2年)でのロンドン万国博覧会への幕府の使節団が参加した。この事実は福沢諭吉「西洋事情」で紹介されている。このように博覧会に限らずイベントは、時代の流れを読みながら新しい社会を構築しようとした。

・研究の結果

客体としてのイベントテクノロジー

イベントは人の営みである。これを主体と呼ぶ。その主体に対し、イベントはさまざまな装置を場

として創る。これを客体と呼ぶことにする。

客体であるイベントは、さまざまなテクノロジーによって支えられている。イベントの長い歴史の中から概観すると多様なことと、諸技術の進歩とが連動している。

1900年（明治33年）の「パリ万国博覧会」はトロカデラ公園で開催され、万博中の万博と呼ばれてエッフェル塔とともに有名である。パリの街には地下鉄が走り、万博会場には動く歩道など、電力を使った新しい技術が登場し、まさにマシンテクノロジーの華々しさといった表現がぴったりのようであった。この中で、人々をびっくりさせたものの一つに、トリックのショーがある。これは映像を上手に使ったもので、つまり映画の公開だった。1930年代のフランス映画黄金時代の幕開けとなった契機といえる。

その少し前、1893年にシカゴで「コロンブス万国博覧会」がアメリカ大陸発見四百年記念として行われた。電機をふんだんに使用した、新しいエネルギーの存在をアピールしたといわれた。

新エネルギー（電気）とマシンテクノロジーの進展はさまざまな目的に適合するようにひろがりを持ちつつ、イベントを創りあげてきた。

日本においても、さまざまなイベントが創られているが、明治36年（1903年）に「第五回内国勧業博覧会」が大阪・天王寺で開かれ、初の夜間会場でイルミネーションが登場した。さらに、さまざまな試みがあり、正面ゲートに光の文字が流れ、噴水にも五色の照明が当てられ、日本での本格的な電気時代を迎えることを予告したといえる。さらに、「不思議館」も人気を呼び、アメリカの人気女優、カーマンセラールによるダンスショーが行われた。音と照明と映像の織りなす、初めての幻想に魅せられた舞台づくりであったといえる。

また、明治40年には「東京勧業博覧会」が上野で開かれ、夏目漱石の「虞美人草」にも会場のイルミネーションなどの描写が生々しく書かれている。

さらに日本では、イベントにとってハンドクラフト的機能に面白いものがたくさんあった。「から

くり」「貝とか口ウ細工物」から「写し絵」「幻燈」そして「パノラマ館」などである。これらはとても面白い仕掛けで楽しいものばかりで、「ジオラマ」は現在にもこの手法が活かされている。これらの仕掛けや使い方を説明すると、大変面白いもので、各種のイベントをつくっていたことになる。客体として大きく機能していた。

シカゴ万博から100年、イベントはどうなったのだろうか。一言で言うなら、マシンテクノロジー（古くはハンドテクノロジー）で拡大されたイベントが、急速に発達した電子テクノロジーによって文化記号装置の変化と拡大化をもたらしていることである。

マイクロエレクトロニクスに象徴される科学技術の進歩は、身近の家電製品やオーディオは当然のこととして、通信情報技術を発展させ、私たちの生活を変化させつつある。当然電子テクノロジーはイベント支援機能にも不可欠な「音」、「光」、「映像」といった分野に、またそれらを中心としてさまざまなイベントをつくる機能を統合させ結合する「システム」に大きな進歩をもたらした。いったい、この電子テクノロジーはどこまで進むのが深化しつつある。

星野克美（1992）によると「電腦インターフェイス」として次のように説明している。

「情報通信、オーディオ・ビジュアルのハイテク進化が超小型化、携帯化、移動化を推し進め、機械と人間がますます一体化・結合化し、機械が人間の分身になる。また「ブレンシュミレーター」として「情報の記憶・検索・加工・伝達、視聴覚情報の記録・複写などの技術や機械が進化し統合化し、人間の頭脳の代替模擬装置のようになっていく」と述べている。

1. 人間と文化

文化とは、いったい人間にとって何であろうか。菅野仁（2010）は文化について、ジンメル（Georg Simmel）の論説を基にして次のように述べている。

モダン文化論の基本的構図 「主体の文化」と「客体の文化」

「文化」とは第一に私たち一人ひとりが身に帯びているいろいろな能力（それは知的能力だったり、情緒的センスだったり、総合的判断力だったり、身体的能力だったりする）を意味する。つまり「文化」とは、「自然」界に生きる動物たちとは違う人間に固有な生活様式を身にまとっている個々人のあり方のことを指す。ジンメルはそれを「主体の文化」と呼ぶ。つまり第一義的には文化とは「主体の文化」なのである。

しかし、人間は自分たちの力だけで自己を文化的に洗練させていくことは出来ない。自分たちの生命活動を通して自分たちの外に、客体としてのさまざまな形成物（それを具体的なモノの形を取ることもあるし、直接的には触れられない「制度」という形を取ることもある）を作り上げる。人間たちが自分たちの営みを積み重ねて自分たちの身のまわりに作り上げた事物や制度のことをジンメルは「客体の文化」と呼ぶ。

2．文化変化の過程

米山俊直（1970）は「ある個別文化が変化するということは、その文化の既存のシステムの構成要素に、あたらしく別の要素のあるモノが加えられ、組み込まれることにより、また従来の構成要素のあるものが脱落したり、機能的に変化したりすることにより、その文化のシステム全体が変化していく過程であるといえる。マードック（1965）は、この過程を、つぎの6つの過程を含むものとする。

新しい文化様式の創造 発明（invention）・発見（discovery）などによる革新（innovation）、その様式の伝播（diffusion）、異なった文化的集団の伝達あるいは借用（borrowing）。

その結果としての、ある文化的集団内におこる伝播。すなわち社会的受容（social acceptance）。

その結果生ずる文化様式全体の再編成。すなわち統合（integration）。

以前からの文化要素の消失・脱落・機能転化。新しい要素との交替。すなわち選択的排除

（selective elimination）。

この新しい様式の世代をこえた継承。すなわち社会化（socialization）。ないしは継承者の養成（education）。

このモデルは、文化変化の機能を分析的にみていく場合に適切である。」

3．文化の変容

米山俊直（1970）は、「文化変容は、その接触する文化の本来持っていた社会構造、技術水準、世界観などの性格によって、影響のされかた、変容のあらわれかたが異なってくる。また、変容が起こる場合には、外的条件とともに内部からの変容をうながす条件（動機づけなど）が必要となる。変容は、接触した文化の全体を再統合していく場合と、部分的な要素の導入に終わる場合とが予想できる。まったく相似の文化になってしまう場合は、同化（assimilation）と呼ばれるが、逆に文化接触の結果、一方が他方を拒否したかたちで、反動的に変容を拒むこともありえよう。これらのさまざまな条件から、文化変容は現実には複雑な過程をとって多様な結果を生むのである。」と述べている。この点は、イベントを文化装置としてつくりあげるプロデュースシステムにとっても、この文化の変容が多くの影響を生む。その解説に力を入れることになる。

4．イベントの形態素と意味素

私たちの生活の中で、文化を保存しようとしている。一方で常に何か新しい文化を創り出そうとしている。また、私たちの生活は科学という研究成果によって進歩・発展してきている。科学とは一般的に自然科学と社会科学である。21世紀になろうとしているときから、研究する「文化科学」という理論的形成が主張されるようになった。この根本的なベースとして記号論の応用の研究開発ともいえるものである。

星野克美（1995）は、「記号論の考え方ですと、文化は目に見える形と目に見えない意味が一体となって、成り立っている。たとえば、イベン

トを想像してみると、それはある形をなしてイベント空間として形成されており、その根にはイベントを開発すべきコンセプトという意味がある。コンセプトと形から成り立つのが文化記号としてのイベントである。」と述べている。

イベントは形（装置）とイベントで主張すべきコンセプトが一つの文かコードによって結ばれて、そこに新たなイベント空間をつくっていると考えられる。私は、イベントは「一回生起の創造事業」と主張しているのは、この点にある。

なぜかという、イベントの構造形態は「形態素」、意味（コンセプト）は「意味素」という単位から成り、それから、その時々において複雑にコード（記号）によって結ばれている。

このように文化を構造として捉えると、構造要素である形態素と意味素をさまざまな形で組み換えることができる。実はそこに常に新しい（一回生起として）文化を創造することができるわけである。

この点に注目すると、イベントの装置を形成するテクノロジー（3D、CG、ハイビジョンなど）は常に新しく進歩している。イベントツールの開発と進歩が起きている。一方で、イベントの企画・開発のプロセスも社会環境の変化によって多様な要請がある。このような状況の中でイベントは常に進歩しつづけることを求められている。ここに「イベント文化科学」といった視点に立ち、科学的に工学的に処理することが多くなってきている。「イベント工学」への研究が求められ、その確立が進みつつある。

・ 研究の考察

1. イベント装置と文化の要素

今日の高度消費社会においては、イベントに対応する文化の要素について、星野克美（1995）は、「具体的には、知性、美性、体感性、脳感性、精神性です。」と述べている。

この5つの要素について、星野教授の言及を敷衍しながら説明する。

「美性」というのは、商品のデザイン性、店舗

空間やイベントの文化性や美意識などである。「知性」というのは、教養的研究を踏まえて、イベントなどを表現していくことである。「体感性」というのは新しい技術がもたらす身体的感覚性のことである。人間には頭もあり感性もあり体もある。さらには身体に根ざす五感がある。イベントでは匂いまで演出したり、エレクトロニクスの技術で視聴覚を刺激するまでになっている。

「脳感」というのは、これらの五感の刺激が究極的には脳で統合されることである。脳生理学によると、エンドロフィンという快楽物質の分泌を促進するような状況において、人間は美的なエクスタシー、スリルや体感ゲームのようなエクスタシーを感じることである。脳を攻め、脳で感じるまで訴求することができるように構築することが必要である。イベントも来場者の脳の中まで訴求する演出が必要である。

「精神性」とは、内面的・心的世界、精神世界を志向し、そこに充足感を感じることである。映像・音響のサブリミナル効果を狙ったレーザーディスクなどによって、リラクゼーション、瞑想、快楽幻想などを演出することである。

したがって、消費者の知性から精神性に至るようなニーズにイベント空間も対応して必要がある訳である。

こうしたニーズは合成されて、人間性次元、文化性次元、感覚性次元の「もてなし」の志向となって現れてくる。星野克美（1995）はこの点を「もてなし文化」と主張して、この関係を図4-1のようにまとめている。イベントの装置はこのようにして作り出されることになっている。

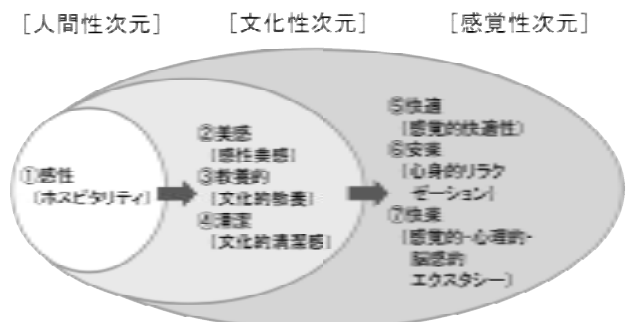


図1.「もてなし文化」の体系

2. イベントは文化の実験装置

平野繁臣(1995)はイベントの主要な意義として、「イベントはその時代の先端を行く文化の実験室である。あるいは社会に対する文化の実験装置としての役割を担うというふうに考えてはいいのではないだろうか」と述べている。また、「イベントは技術の文化化を推進する機能を果たすと考えていい」とその考えを述べている。

この点について平野(1995)はつぎのように補足して解説している。「それぞれの時代の先端技術というのは、単なる技術として存在する間は本物ではない。それが大衆化し、地域の暮らしの中に溶け込んでいくことによってそれぞれの地域にそれぞれの地域の文化を生み出していく。言い換えると、技術の文化化が進んでいくということで初めて意味を持つことになってくるというふうに考えられる。この意味でイベントというのは技術の文化化を推進するための非常に大きな役割を果たすことができる。」

一般的博覧会では、常に技術・文化の実験の場として、生活文化化に貢献してきている。シカゴ万博が電気、パリ博のエスカレーター、エレベーターなどなどである。日本は世界の万博の場で日本文化の発表の場として大いに利活用をしたのは特質に値する。

小林一三(1995)は「資生堂の文化活動とイベント」について解説している。その中で、企業の文化化の推進によってつくられた企業文化を特に意識したのは、1986年にパリで開催した「資生堂広告美術展」であったという。この企業が保有していたポスターやさまざまな資料(アールヌーボー調のデザインなど)を展示公開のイベントを実施した。その結果、記録的な入場者で大きな評判を得たということである。フランスが本来には自分たちのものと思っていたデザインやそのコンセプトが、いわば逆輸入のようなかたちで、日本の企業によって展示されたことにびっくりされた。

そのイベントは大変目新しく評判を呼んだということで、この企業価値が「文化」をキーワードによって大きく高められたということである。

この結果は、この企業に資本力、技術力、人材力という経営資源に「文化」という要素を主張することとなった。

このイベントによって得た結果、この企業は企業ポリシーに「企業文化」を徹底的に取り入れ、その企業ポリシーをイベントによって発表しつづけて、企業活動に大いに貢献した。

このような企業文化活動のイベントは、さまざまな多くの企業で展開されている。当然のこととして、生活者に新しい文化の支持を受けて、そのことが生活の満足度に貢献していることである。イベントには、さまざまなところで、局面で「生活の質(QOL)」を高めていることになっている。

3. イベント文化と脱日常性

イベントは、私たちの日常生活の中によい感動や感銘をつくることができる。特に文化活動はその中心になる。しかし、私たちの生活の多くはストレスや活発な思考を止める事象が極めて多い。このような現象を考察したのに「フッサール現象学」が特質される。文化イベントを考える前提として、この「フッサールの現象学」を解釈しておく。

今日の認知科学の基礎を築いたといわれるドイツ的学者エドモント・フッサール(1859-1938)は、彼が創始した現象学において、認識のメカニズムを次の図2に示すように説明している。フッサールは、認識の対象となる頭脳の外部に存在する諸々の現実の世界を「生活世界」と呼んでいる。この生活世界は頭脳の外部に存在する現実世界であるが、決して絶対的・客観的に存在する強固なものではなく、“万物を流転する”ごとく、つねに生き生きと変化する世界である。このような生きた生活世界を認識しようとするとき、人間の頭脳はこの世界に対峙し、厳密なる認識的行為をしようとすることを試みが、その結果として、人間の頭脳の内部に現実の生活世界を投影する「認識世界」が形成される。(星野克美 1991)

このような頭脳内部において営まれる認識的作業、つまり認識的現象をフッサールは「現象」と呼んだわけである。今日でいえば、このような認

識現象は、「認知科学」の対象とする認知のメカニズムに相当するものである。

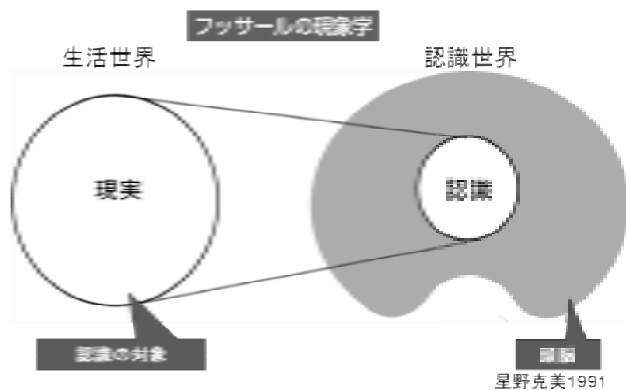


図2.フッサールの現象学

フッサールの現象学は、科学の根源的方法、つまり「科学する」ということが、頭脳内部においてどのように生起するのかを解明した革命的な科学であったのである。分かりやすくいえば、人間の頭脳が科学する、その科学する頭脳の認知科学的メカニズムそのものを科学の対象として、厳密な認識論的研究を打ち立てようとしたわけである。

つまり、フッサールは現実の生活世界は日に日に変転をし、変化するということに、重要な注意を払わなければならないと警告している。なぜなら、現実に変化しているのに対して、その現実を認識することによって、頭脳の内部で形成される認識的思考が、ともしれば硬化し固定観念かすることになって、科学そのものが現実から遊離した硬直的存在になってしまうからである。このことを解釈すると図3のようになる。

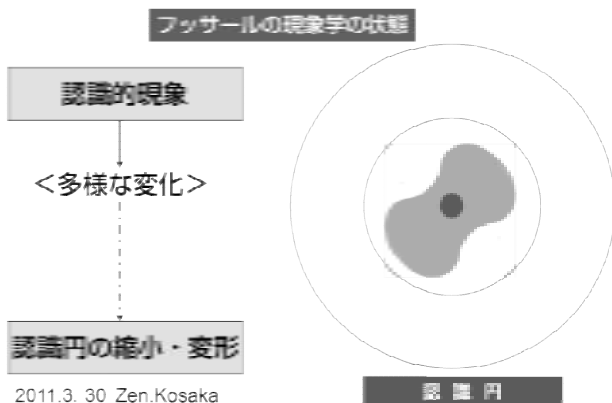


図3.フッサール現象学の状態

ここで、「認識円」が固定化・変形したものを健全な状態に戻すことが大切になる。

「フッサールの判断中止(エポケー)」についてイベントの効用がある。フッサールは日に日に変化する現実に対して、科学者がすでにあった認識的思考をいったん空白化し、認識的判断を中止する。いわゆる「判断中止(エポケー)」ことを提案している。つまり、すでに存在した現実とそれに対応する認識的思考は、もはや過去に存在したものにすぎない。現在新たに生起している現実に対しては、新たな認識的思考を形成しなければならない。としている。

このことを可能にするのに「イベント」の脱日常性を活用することができる。

イベントは、我々の日常生活の中で、起こり得る認識の領域に何らかの効用を生み出している。スポーツ・エンターテイメントイベントなどは大いに、この点に活用される。この解釈をした図4の通りになると考えている。その場合のイベントの効用は図5のように解釈できる。

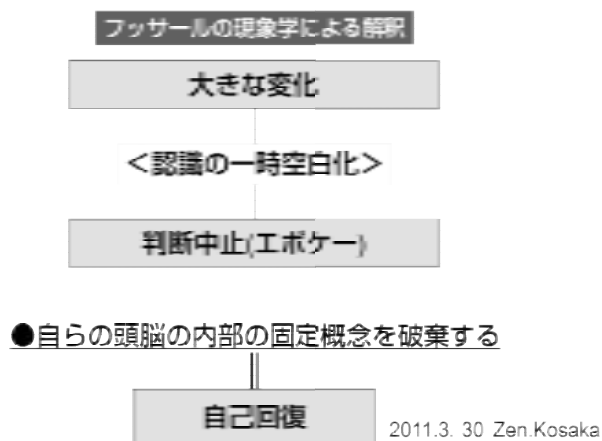


図4.フッサールの現象学による解釈

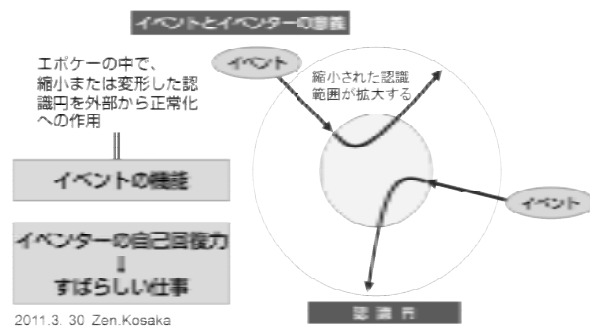


図5.イベントとイベントターの意義

イベントは、非日常性や脱日常性の特徴があることによって、さまざまな自己回復力を生み出している。

・今後の課題

これまで、数 10 年間に亘り「文化とは」といったことに考えをしつづけてきた。ずいぶん前になるが、戸田義雄(1974)は「文化の概念は学者によって多少の出入はある」としながらも、平井正(1976)は「共通の認識としては、(1)文化を社会的・集団的に見ていること、(2)歴史的に獲得せられたもので、過去からの遺産であり、社会的伝統であるとする事、(3)統一体であるとする事、の三つが挙げられる。」としている。なかなか難しい概念であるが、よく吟味することによって文化の様子は捉えられた。

文化の論争は、なかなか複雑性があることも確かである。その主な理由の一つは、平井の云うように「社会的伝統であること」にもあるようである。例えば、一人の天才的な芸術家の制作活動に対し、とかく厳しく「それは文化ではない」といったようなケースである。

さて、「イベントは文化記号装置」としたことは、それでいいのだろうか。本文では平野繁臣先生の「イベントは文化の実験装置である。」の説に納得がいて少々安堵している。しかし、このテーマは、さらに「文化記号装置」の「意味素」と「形態素」という単位を研究して、構造解明に近づくことに努める必要がある。

引用・参考文献

- ・内野吾郎・戸田義雄編「民族と文化の発見」大明堂 1978
- ・Ewen, S., *All Consuming Images*, Basic Books 1988
- ・岡星竜美「イベント企画の基本構造」(JEPC イベント総研選書)リベルタス・クレオ 2010
- ・菅野仁「ジンメル・つながりの哲学」NHK 出版 2010
- ・小坂善治郎「イベント戦略の実際」日経文庫 1991
- ・小坂善治郎「イベントは一回生起創造事業」『イベント研究 3』JEPC イベント総研 2010
- ・小坂善治郎「イベント企画要素 6 W 2 H の成立

経過の意義の研究」『実践経営 47 号』実践経営学会

- ・小林一三「資生堂の文化活動とイベント」JEPC 編『イベント戦略データファイル』追録 第一法規出版 1995
- ・近藤隆雄「サービスマネジメント」生産性出版 2006
- ・Siedion. S., *Space, Time and Architecture*, Hayvard U. P., 1949
- ・J. H. Steward, *Theory of Culture Change*, University of Illinois Press, 1955
- ・G. P. Murdock, *Culture and Society*, University of Pittsburgh Press, 1965
- ・戸田義雄「日本の感性」日本教文社 1974
- ・西研「フッサー現象学の核心 哲学的思考」ちくま書房 2005
- ・並木信義「日本文化の経済学」ダイヤモンド社 1979
- ・米山俊直「文化の動態」蒲生正男他編『文化人類学』8章 有斐閣 1970
- ・夏目漱石「虞美人草」新潮文庫 1951
- ・吉見俊哉「博覧会の政治学」中公新書 1992
- ・中藤保則「遊園地の文化史」自由現代社 1984
- ・平野繁臣・暁臣「イベント富国論」東急 AG 出版 1987
- ・平野繁臣「国際博覧会歴史事典」内山工房 1999
- ・平野繁臣「21 世紀のイベント展望」JEPC 編『イベント戦略データファイル』追録 11~12 号 第一法規出版 1995
- ・Fox, R. W. and T. J. J. Lears, eds. *The Culture of Consumption* Pantheon Books, 1983
- ・Hoyne D., *The Great Museum*, Pluto Press, 1984
- ・平井正編著「文化と文明の哲学」学文社 1976
- ・星野克美「21 世紀のイベントの展望」JEPC 編『イベント戦略データファイル』追録 11~12 号 第一法規出版 1995
- ・星野克美「流行予知科学」PHP 1991
- ・三越編「三越 100 年の記録」2005
- ・山口昌男「仕掛けとしての文化」精工社 1980
- ・山口昌男「道化の民俗学」新潮社 1975