

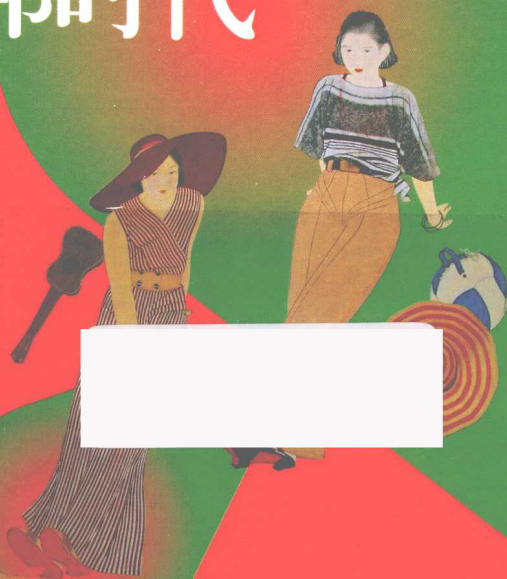
大正文化

帝国の
ユートピア

帝国日本的 乌托邦时代

[日] 竹村民郎 著
欧阳晓 译

世界史的转换期
与大众消费社会
的形成



上海三联书店


大正文化

帝国日本的 乌托邦时代

世界史的转换期
与大众消费社会
的形成



[日] 竹村民郎 著
欧阳晓 译

 上海三联书店

图书在版编目(CIP)数据

大正文化:帝国日本的乌托邦时代/[日]竹村民郎著;欧阳晓译. —上海:上海三联书店,2015. 1

ISBN 978-7-5426-4673-6

I. ①大… II. ①竹…②欧… III. ①文化史—研究—日本—1912~1926 IV. ①K313.44

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 047798 号

大正文化——帝国日本的乌托邦时代

著 者 / [日]竹村民郎

译 者 / 欧阳晓

责任编辑 / 彭毅文

装帧设计 / 王丹青

监 制 / 李 敏

责任校对 / 张大伟

出版发行 / 上海三联书店

(201199)中国上海市都市路 4855 号 2 座 10 楼

网 址 / www.sjpc1932.com

邮购电话 / 021-24175971

印 刷 / 上海新艺印刷有限公司

版 次 / 2015 年 1 月第 1 版

印 次 / 2015 年 1 月第 1 次印刷

开 本 / 890×1240 1/32

字 数 / 280 千字

印 张 / 9.25

书 号 / ISBN 978-7-5426-4673-6/G·1328

定 价 / 38.00 元

敬启读者,如发现本书有印装质量问题,请与印刷厂联系 021-56683130

「好有文化」的大正

刘
柠

在回溯、检讨日本近现代史的时候，我毫不掩饰对大正时代的心仪。一个主要原因在于，那不仅是一个方方面面都令人联想到当下中国的年代，而且是一个“好有文化”的年代。换句话说，大正时代有不同的面向：既有被称为“大正民主”的、锐意推进宪政的“实的”一面，也有被称为“大正浪漫”的、文学艺术勃兴的“虚的”一面。而笔者的关切，更多集中在“务虚”层面，诸如新闻出版、都市化及伴随着现代消费社会的确立，在生活方式和文化上的变化，等等。其中，理论上自然也涵盖了“大正浪漫”的全部外延——简而言之，即“文化大正”。

“大正”，是史上最羸弱、短命的天皇嘉仁在位时期的年号，取意自《易经》，所谓“大亨以正，天之道也”。大正时代，有狭义与广义两种划分：狭义者，单指大正天皇在位的时期，即从一九一二年七月三十日至一九二六年十二月二十五日，不到十五年；广义者，则泛指从明治末年日俄战争以降，到昭和初年“满洲事变”（即“9·18”事变）爆发——大致相当于从1905年到1931年，即二十世纪初叶三十年左

右的光景。可别小看这三十年，日俄战争一役，日本向世界证明了其“文明”的实力，向亚洲证明了黄种人可以打败白种人的“种族”实力，从而一举挣脱了“黑船袭来”以降，由西方列强加诸其身的一系列不平等条约，进而跻身列强，平起平坐；短短数年间，领有南库页岛及其附属岛屿，攫取东清铁路，吞并朝鲜——地图扩大了数倍，一跃成为与欧亚大陆山水相连的“大陆国家”，战略野心也急速膨胀。适逢一战，欧洲疲惫，为日本带来巨大商机，明治期确立的“通商国家”战略扮演了重要角色，晚近制定的优先发展重化学工业的产业政策“歪打正着”，日本迅速成为“亚洲工厂”，并向“世界工厂”迈进。产业转型的推进，带动了都市化的发展，大阪、东京成为大都会，郊外开始出现卫星城，面向有闲阶级和上班族的娱乐休闲产业需求旺盛——正如彼时的商业广告“今日帝剧，明日三越”所表现的那样，一个大众消费社会已初步成形，并呈现火火的发展势头。

消费是文化的营养液，有消费活动便会有消费文化。于是，白桦派、《赤鸟》主义、岩波文化与讲谈社文化等精英主义文化应运而生。一九二二（大正十一）年，朝日新闻社在日本新闻同业者中率先引进可自动折页的高速滚筒印刷机（美国 Richard March Hoe 公司制），取代了原先的马里诺尼型（MARINONI）印刷机，效率大大提高。至大正中后期，《大阪每日》、《大阪朝日》等大报的发行量已突破百万份。一九二五（大正十四）年创刊的《国王》（*King*）杂志，系讲谈社出版的大众娱乐刊物，也是日本史上首次发行突破百万册的杂志（1928年11月增刊号发行150万册），堪称战前出版史上的奇迹。这些文化，无一不具有相当的生命力和持续性，有些延续至今仍远未式微，如岩波书店、讲谈社和《朝日新闻》；有些虽然在历史中湮灭，但其“变种”犹在，且影响力了得（《国王》模式具有极强的示范效应，广为“克隆”，今天日本很多流行娱乐杂志都继承了其“DNA”）。东洋虽然求“新”进取，却并不厌“旧”，甚至有种根深蒂固的怀古趣味，从某种意义上说，是保守到家的保守主义（这也是为什么那个国家有那么多百

年老店，乃至千年老店的主要原因)。文化学者竹村民郎发现，百年来，上班族们所穿的西装，除了款式上略有调整外(如彼时是“裤子的腰间部分比较宽，往下则变细的款式”)，“在颜色方面，从鼠灰色的西装受欢迎这点上来看，大正时代上班族的喜好与现代是相同的”。

确实没有哪个时代像大正时代的日本人那样，言必称“文化”，念兹在兹到了凡事皆文化的程度，从“文化锅”、“文化瓦斯炉”、“文化服装”，到“文化住宅”、“文化村”、“文化学院”，等等，不一而足。但倘若据此认为，彼时所谓的“文化”只是一枚“看板”的话，那就大错特错了——“看板”说，至少是不了解日人对文化，特别是舶来文化的决绝而彻底的探究态度。举个最简单的例子：西装和西餐，都不是日本的传统文化，而是西洋的事物。但日人经过吸收、消化，融入自己的智慧，却做出口味纯正的西餐和适合东洋人体形的西装，诚可谓“青出于蓝而胜于蓝”，不失为一个再创造。已故著名历史学家家永三郎说：“所谓文化，是由人，即社会或构成社会的个人创造并享受之。文化包含三个方面，即创造的功能、做成之物和享受的功能。三者既紧密相连，又有某种程度上各自独立的一面。”而竹村民郎则认为：“对大量使用‘文化’一词的大正人来说，文化不是抽象的思想、宗教或艺术，而是由社会、经济基础中产生的精神。因为这个缘故，大量生产下所产生的报纸、杂志、电影……就是文化。以无线电技术高度发展为媒介所产生的广播放送，也在这层意义下属于文化。”

如果说，作为历史学者，家永三郎的定义侧重文化的起源及其发生机制的话，文化学者竹村民郎则从大正时代这个横断面切入，更偏重文化本身的特性。他认为，大正文化有三个明显的特征，即文化的商品化、大众化和中立性。他以大正时期的杂志文化代表——讲谈社的《国王》杂志为例，指出：正如可尔必思、国际牌插座、森永牛奶糖一样，这本以美国大众社会的现代生活方式为卖点的、“三分摩登味与新鲜感”的新锐杂志也是作为商品贩卖的。其次，虽然以美国大众文化为卖点，但杂志定制发行的对象，是日本都市社会的新兴阶层，

因此是“美国大众文化与日本传统社会道德接枝的成果”，“通过编辑这个严密的过滤装置，以均质化商品的姿态呈现在世人眼前，不只在 上流家庭的书斋，或是上班族的茶水间可看到，甚至被放在农家的暖房旁”——是谓大众化。至于所谓的中立性，其实是比较可疑的，这方面最有代表性的是报纸。如以所谓“不偏不党、公平稳健”的八字方针为标榜的《朝日新闻》，在一些特定的时期，也未能逃脱以“客观、中立”为名的权力追随，甚至在二战时自觉不自觉地扮演了战争协力者的角色。“新闻界巧妙地回避权力批判与自由的表述，而去追求人类共通的性、犯罪记事、耸动照片。再以性、犯罪记事、耸动照片为基调，追求最大的发行量，造成新闻社间相互竞争激化。……文化中立性招牌的背面，深刻地刻画了文化的商品性。”尽管仍然存在各种各样的问题，但竹村民郎认为，商品化、大众化和中立性这种“三位一体”的文化现象的存在本身，正意味着日本大众文化在大正时代初步确立的事实。报纸杂志、新闻出版，虽然在此前已经出现，且具有相当规模，但真正成为现代意义上的大众传媒，却是在这个时期。而“脱活字媒体”——电影和广播放送的出现，更是对大众文化的传播起到了推波助澜的作用。一九二五年，诗人萩原朔太郎投书《中央公论》杂志，描述了他生平头一次面对广播时的奇妙感受：“……我原以为广播是个不可思议的东西，能原样不变地传送人声。但这个不自然的机械声，让我简直无法相信这就是广播。”萩原自然不会想到，一个由广播放送开启的崭新时代，正徐徐拉开大幕。这个裹挟着巨大能量，未来发展方向却不甚明晰的时代，将在二十年后某个夏日的午后戛然而止。而这落幕的信号也是通过无线电广播传递而至，名曰“玉音放送”。

但如果大正期的的大众文化仅仅是以对美国大众文化的“嫁接”为卖点的话，其实是难给人以“好有文化”的感觉，难称得起“文化大正”，也难有穿越后世的生命力的。照竹村民郎的研究，作为将“美国的大众文化，与对家、国家的因循主义（一致性、顺从性）为基调的传

统社会道德接枝的成果”，仅仅构成了大正文化的基础。而作为大正文化的“上层建筑”——“以内在为对象的白桦派、大正教养主义的特征，则是将欧洲文化与反对以家为象征的家父长制相结合的成果”，这一块堪称是“文化大正”的精髓。

大正期最主要的文学现象是白桦派和教养主义（或称“教养派”）。一九一〇（明治四十三）年，由武者小路实笃、志贺直哉等作家创刊的同人刊物《白桦》周围，集结了一群青年作家、艺术家，如有岛武郎、有岛生马、里见弴、柳宗悦、犬养健、长与善郎、梅原龙三郎、岸田刘生等。因他们主要以《白桦》为创作平台，史称白桦派。白桦派作家（艺术家）有共同的知识背景，很多人出身于贵族学校学习院，却对曾出任学习院院长的乃木希典所代表的武士道精神和明治时期的国家主义思潮深恶痛绝。他们受夏目漱石精神的感召而走上文坛，呼吸着一战后的景气繁荣和“大正民主”所带来的自由空气，一扫此前自然主义的阴暗、宿命论的厌世观，主张“打开天窗、拥抱社会”。思想上，他们有选择地接受了欧洲文化的影响，汲取了以福楼拜、莫泊桑、易卜生、托尔斯泰、印象派为代表的十九世纪浪漫主义、自由主义、人文主义的营养，自觉摒弃了虚无主义、存在主义等现代思潮，有很强的人道主义色彩和乌托邦倾向。如武者小路实笃倡导的社会实验——新村建设运动，甚至对中国的自由主义知识分子（如周作人、梁漱溟等）也产生了很大影响。

教养主义者（全称为“大正教养主义者”）与白桦派颇有相通之处，精神核心同为夏目漱石，实际上泛指漱石周围的一群具有极高文化艺术修养的高级知识分子，如石川啄木、安部能成、寺田寅彦等。他们均接受一流的精英教育，多有留学西洋的背景，精通中国古典和西学，既能写漂亮的俳句和汉诗，又长于丹青，主张通过学问和艺术的修炼，内化为精神气质，从而养成高度的人格。其集大成者，就是被尊为“国民作家”的文豪夏目漱石。无论是白桦派，还是教养主义者，当时都有一种虚幻的文化感觉，认为理想的东洋文化与十九世纪

欧洲文化具有同质性。因此，他们真诚地“向往所有人取得市民权、享受自由的欧洲化社会，持续与仍在家父长制压倒性影响下的日本的‘家’的现实奋斗”。也因此，他们从骨子里蔑视“被大众文化征服”的美国文化。然而吊诡的是，正是这群对明治维新以降，甚嚣尘上的国家主义说“不”的文化反动者们，在他们“至纯”的乌托邦理想的背后，恰恰暴露了其价值体系中的“脱亚”性格。而这一点，也正是被明治期的国家主义意识形态洗脑的结果。

回头重新检讨大正期文化，我们发现，在移植了美国流行文化要素的大众文化与对十九世纪欧洲文化一往情深的精英文化之间，确实有一道显赫的鸿沟和不小的张力，但两者之间也并非完全没有过渡与调和。从这个意义上说，竹久梦二的存在至关重要。

竹久梦二，这位明治、大正年间天才而短命的画家、诗人，虽然从未受过一天正规艺术教育，却用他那感伤的画笔，描绘了一个时代，被称为“大正的歌麈”。尤其是他笔下的那些长着瓜子脸和长长的眼睫，面带哀怨表情的吴服美女，既是对日本传统的致敬，同时也是对一个前所未有的、动荡不安的大时代无声的预言。正因为这一点，所谓“梦二式美人”才超越了传统日本画中美人画的范畴，成为“大正浪漫”的象征。

另一方面，梦二的成功端赖艺术媒介的发达——他是大众媒体的宠儿。而惟其媒体在大正时代才做大成真正意义上的大众传媒，艺术家如果早生或者晚生几年的话，其成功度可能都会大打折扣。所以，这位早逝的天才也是幸运的。笔者在拙著《竹久梦二的世界》一书中曾如此评论道：“梦二刚好在从明治末期到昭和初年，日本现代史的薄明时分精彩地绽放之后，忽然坠落，像樱花一样短暂。眼看栈桥伸向浓雾深锁、方向未知的前方，自揣无力走竟漫漫长途的旅人，在桥头停下了脚步。幸也罢，不幸也罢，都是命定的。”

竹久梦二短促的一生像极了大正时代：太急了，都来不及总结；太美、太醜、味道太复杂，乃至都无法总结。也许，我们只能说：孕育

了梦二的大正“好有文化”，而“文化大正”的如假包换的 Logo，就是竹久梦二。

是为序。

二〇一三年五月十四日凌晨

于帝都望京西园

前 言

近来,围绕二十一世纪日本总体构想的讨论正得到深入展开。日本人一向视民主为日本复兴的象征,虽然担负着以过劳死、单身赴任、无偿加班等为表征的高强度劳动,实际的休闲时间却依然得到了增长。在仓促工作与仓促休闲的竞争中,建立了以大众传媒为媒介的大众文化。

现代日本的动画、漫画、电子游戏、日本料理、室内设计、音乐等所象征的大众文化被认为很酷(帅),在广大海外儿童和年轻人,甚至成年人中享有广泛的人气。据称,日本大众文化所表现出来的文化、美的意识、设计能力,加上世界各国对日语感兴趣的人不断增多,使得日本正逐渐成为一个软性能量大国。就世界范围掀起的这股“日本风”(Japonism)现象,美国的道格拉斯·马格瑞(Douglas McGray)指出“一九九〇年代日本在文化层面形成了新的超级能量”,他将日本的“文化力”与国民生产总值(GNP)相提并论,称之为“Gross National Cool”(GNC),即“国民总魅力度”(「日本經濟新聞」二〇〇三年九月二十二日)。丸红经济研究所采用马格瑞先生的这一提法,将GNC定位为文化产业市场,并以数值来表现其规模。

丸红经济研究所的研究认为,休闲产业包括在文化产业里。二〇〇二年休闲产业市场规模为:娱乐市场 55.9 兆日元、观光旅游市场 10.9 兆日元、爱好与创作市场 11.6 兆日元、体育运动市场 4.6 兆日元,合计达 83 兆日元。另有教育研究 34 兆日元,调查情报服务

业 10 兆日元,以及包括法律、财务、会计、土木建设、设计行业在内的“其他行政事务服务”23 兆日元,广告市场 8 兆日元,广播电视 3 兆日元,加上卡通角色相关商品市场的规模,可以推算出整个文化产业市场规模高达 164 兆日元(参见上述「日本經濟新聞」)。

受现代通货紧缩的不良影响,二〇〇二年休闲产业市场比一九九七年缩减了 7%。但是,随着日本漫长的徘徊期终将接近尾声,可以预计,消费复苏与社会革新的杠杆,应该能不断搅动并激活休闲产业市场。

因此可以想见,二十一世纪的大众文化今后也将会继续发展下去。当然,道格拉斯·马格瑞所赞赏的现代“日本风”现象是不是真的很“酷”,必将会引起充分的关注。

有人认为,二十一世纪的日本将有可能远远超过曾孕育出千利休、小堀远州、俵屋宗达以及狩野派的豪华绚烂的桃山文化。我觉得,即便暂且承认日本文化革命的可能性,其质量上的水准仍值得怀疑。

今天,我们即使拥有创造出洗练并具有独创性的文化的可能性,但仅将目光聚焦在大众文化单纯数量的发展上,这很难说是正确的做法。此外,大众文化作为谁都可以参与的开放性文化,也持有自由主义的另一面。换句话说,现代民主与大众文化是同一枚硬币的正反面,思考现代大众文化的将来时,必不可剥离舍弃这一关系。

如果要从日本民主与大众文化的关系里抽出一个显而易见的问题来讨论的话,那就是现代民主与大众文化的虚构性。拉丁美洲文学的代表之一、曾任国际笔会会长的秘鲁作家马里奥·巴尔加斯·略萨(Jorge Mario Pedro Vargas Llosa)就上述问题说过:

文学是一种娱乐,同时也是一种知性挑战。如果只是纯娱乐,文学的命运就会一落千丈。影视等观众是接受者,在惯于迎合的人的世界里,自由能留存下来吗? (「朝日新聞」 夕刊

一九九九年一月四日)

正如巴尔加斯·略萨尖锐指出的,现代日本的民主与文化也终将将其虚构性呈露于阳光下,开始呈现其赤裸裸的真实面貌。

为了正确而不是恣意地对日本现代民主与大众文化进行再评价,很有必要对人类与历史进行深入考察。然而,所谓对人类与历史的深入考察到底是什么呢?那样的东西究竟存在吗?我打算从尽可能接近上述问题的最传统的角度,探讨所谓大正民主与“大正文化”再评价。也就是说,为了再评价当今的民主与大众文化,首先有必要对其根源,即大正民主与“大正文化”的特征进行整体把握。

大川一司研究组(大川一司、高松信清、山本有造『国民所得』東洋經濟新報社 一九七四年)将“大正时代”的经济发展进行量化,算出了当时国内生产总值的成长率。根据该计算结果,一九〇八年到一九一七年,日本本土的经济成长率为3.09%,一九一三年至一九二二年为5.21%,一九一八年到一九二七年为1.50%,一九二三年到一九三二年为2.35%。

从战后高度成长的水准来看,这些数字非常低。然而,从当时的国际水准来看,“大正时代”日本本土的经济成长率算是高的。伴随着经济的高度成长,农村人口向城市的流动日益显著。其结果是工业从业人员增加,然后这些人员又从工业向服务部门流动——商务、专门职业、商业、运输、服务业。与今天相比,虽然当时社会劳动关系中封建气息还很强烈,但全国性的城市化发展逐渐促进了伏案工作的工薪族社会的形成。另外,日本农业的发展也使得国内食品生产大大超过人口需要并高速增长。

以日本经济新条件的出现为背景,在“大正时代”,所谓大正民主运动势头高涨。同时,广告词“今日帝剧,明日三越”所象征的那个消费社会,在日本首次出现了。从这样的社会状况里浮现出来的,是白桦派、《赤鸟》主义以及岩波文化与讲谈社文化。

这么一来，大正民主·“大正文化”和现代民主·现代大众文化很可能被理解为同心圆的构造。可这并非简单的同心圆，请把它们想象成画着弧线螺旋上升的样子。

当然，在日本的同时代史研究上，将大正天皇在位的十五年划分成“大正时代”的做法在学术上毫无意义，这已经是一个常识。也有人采用“大正民主期”或者“大正民主的时代”来作时期划分，而不是“大正时代”。

我在这本书里，将暂且撇开学术上的时期划分，沿用“大正时代”、“大正文化”的表述。因为日本明治、大正、昭和、平成这些年号，事实上已经渗入了国民意识、理念等文化领域。同时也希望读者们理解，沿用这些表述不过是一个捡便宜的办法而已。

由“大正民主期”这一时期划分的采用，可见在“大正时代”再评价方面，对以大正民主运动为重点的民主主义的积极评价，得到了学术界的重视。这个角度关注的是战后民主主义与所谓大正民主的连续性，具体来说，即视美浓部达吉、吉野作造为民主主义的中坚力量，强调即便到了今天也必须积极继承他们的思想遗产。

但是，从以政治史为中心的观点出发，划分出大正民主期，这不是最适当的做法，我对此怀有疑问。历史的方法、时期划分等终究也只是一种假定。对那种假定是否正确抱有疑问并不会构成障碍。不，我甚至认为对既有方法和概念等怀有疑问，更能带来学术上的进步。

最近，庆应大学名誉教授速水融也谈到，“‘大正民主’实在是个容易招致误解的命名，我甚至觉得还不如不用。……要我说，至少在政治局面上，大正期怎么也称不上是个民主主义的时代。”（速水融、小嶋美代子『大正デモクラフィー—歴史人口学で見た狭間の時代』文春新書 二〇〇四年），且让我把它附记于此。

希望读者能通过本书，了解到我怎么思考“大正”这个时代，怎么看待时期划分的成立依据。用一句话来概括我叙述“大正文化”时采

取的方法,那就是重视将文化当作行为来把握。从这个视点出发,在本书中我将从产业、技术、社会组织、价值观四个侧面来把握文化的全貌。

换言之,本书要探讨的基本主题是:“大正时代”日本经济的惊人成长如何改变了日本人的生活水准?同时又使普通日本人的想法、教育、衣·食·住、性等等与生活密切相关的各个方面产生了怎样的变化?

在“大正时代”经济发展的过程中,人们在不断扩大的服务部门找到了新的雇佣机会,但劳动条件普遍恶劣。另外,无论公营还是私营服务部门所提供的服务,其质量跟欧美先进国相比都明显薄弱。因此,当时人们在休闲、文化生活、健康、衣·食·住方面的满足度很低。

现在,即便我们已经在很大程度上解决了上述从“大正时代”延续至今的课题,但到目前为止还不能说我们已经找到了全面解决问题的方法。关注现代文化与“大正文化”的连续性,为日本文化再评价提供一个视角,这正是本书写作的出发点。

目录

序言 「好有文化」的大正 刘 柠
前言

第1章 大正人的一天

大正九年五月

大正九年五月的家庭生活 / 报纸划时代的发展 / 战争的余烟 / 经济萧条的暴风雨 / 市营电车站 / 交通拥挤的背景 / 高桥财政的崩溃 / 十二点的午炮 / 消费的殿堂——三越百货 / 大正时代如何洗衣 / 日本妇女的家务劳动 / 电影与歌剧之都 / 大正九年卖座的戏 / 一片混乱的城市——东京

1

第2章 巨大城市东京的诞生

1 东京大正博览会

博览会开幕 / 规划未来 / 工业化与人口革命 / 向工业国腾飞 / 城市人口的发展 / 日本再开发运动

25

2 从萨长内阁到政党

护宪运动与大正政变 / 拥护宪政·打破阀族

3 大东京建设规划

建设大东京的新计划 / 两位实业家 / 金融王的执着 / 东京湾的填海计划 / 海里捞金

4 夜间开发

走向水主火从时代 / 城市新光明 / 第三个「夜间发展期」 / 大东京的交通网

第3章 暴发户辈出

1 技术革新

第一次世界大战与技术革新 / 国铁的危机 / 丹那隧道动工 / 大事故频出 / 挑战魔鬼隧道 / 自动连接车钩的

49

采用 / 英法的铁路技术

2 新型人类

可尔必思是初恋的味道 / 可尔必思成功的基础 / 服装革命的武器 / 缝纫机业界的革新者 / 附加插座与自行车用灯 / 革新者群像与财阀

3 暴发户与大米

暴发户经济景气扩大 / 三大船业暴发户 / 暴发户时代的生活 / Made in Japan (日本制造) 的由来 / 惊人的通货膨胀时代 / 米骚动和对暴发户的袭击 / 国民的最低要求 / 日本自由主义的弱点

第4章

大量消费型社会

1 迈向大众社会

大量消费时代的到来 / 工薪社会的形成 / 充实的消费生活 / 甲子园棒球的起源 / 宝塚歌剧与酱浇饭 / 百货商店的「穿鞋入内」 / 面向大众社会

2 衣食住合理化

由和服到洋服 / 对洋装的排斥 / 女性的职业参与 / 制服与简易服 / 面包的普及 / 大正的三大洋食 / 咖啡馆的大众化 / 肉类消费量低下 / 最大的社会问题 / 文化住宅与现代客厅

3 作为道德规范的设计

大众化的人 / 管理社会的诞生 / 指南书大流行 / 第一次国势调查 / 地铁之父 / 统计的价值

第5章

大正文化的成立

1 文化的商品化

文化的商品化 / 秘诀是三分洋气 / 大众文化的精神 / 第一号明星 / 广播时代拉开帷幕 / 以中立性为名的权力追随 / 明治文化的代表漱石 / 大众文化与教养主义 / 日本文化的脱亚性质

2 如何对待性

大正时期的性意识 / 游廓的实态 / 日本姑娘的出生地 / 荷风与梦二 / 最耻辱的公娼制度 / 洲崎游廓事件 / 救世军与三业公会的对立 / 杂志《廓清》的荣耀