

ナショナル・シンボルの複層性—雄鶏と獅子の共示と心性

安達 未菜（東海大学）

1. ナショナル・シンボルの多様性

ナショナリズムが進展する 19 世紀、ヨーロッパでは新たな国民概念の創出により、さまざまな仕組みや装置をもって国民アイデンティティの形成が促された。各国では、一つの歴史起源に基づく多くのナショナル・シンボルが登場した。本報告で扱うナショナル・シンボルは、国民全体の行動・心理傾向を代表するものとして紙面などで度々人々の目に触れ、現在も国章や紋章で用いられ、国民的なアイコン (Icon) として使用され続けてきたものである。一例として、フランスではオリンピック・スポーツ委員会 (CNOSF) のエンブレムに用いられ、ラグビーやサッカーのユニフォームで国民に親しまれている雄鶏 (le coq) がある。

2. 「ナショナル」の意識の複層性

ナショナル・シンボルに対し、地域ではリージョナル・シンボルが使用される。国民国家ではこのように階層的に位置付けられたシンボルが公定的な捉え方であるが、各シンボルの基調には近代国家の視点では捉えきれない複数の歴史が混淆し、複層的な民衆の心性が見出せる。本報告ではフランスを事例に、シンボルを通じて形成される民衆の意識を検討する。具体的には、雄鶏と獅子 (le lion) に焦点を当てる。二つのシンボルはそれぞれに、一方ではガリア起源の国民的、他方では古代ギリシア・ローマ起源の地域的性格をもつが、深層にはフランク王国とアルル王国の歴史、さらに、百年戦争時代のイングランドとの関係も見出せる。この歴史認識を基盤とし、民衆の多様な解釈に応じて多層なコノテーションの次元が見出される。

3. シンボルから成る民衆の心性

上で述べた複層的なシンボルの解釈を通じて、過去の歴史や文化に根ざした感情や意識が民衆に芽生えていると考えられる。ここに、近代以前の社会を構成していた共同体のアイデンティティが、現代にも継受されている様相が見出される。すなわち、「ナショナル」なシンボルを検討することは、歴史に根ざした民衆のアイデンティティを紐解くことに繋がる。これは、ひいては民衆の心理、情動に基づく行動、歴史事象を解釈する手立てになると考える。

参考文献

ティエス、アンヌ＝マリ『国民アイデンティティの創造十八～十九世紀のヨーロッパ』斎藤かぐみ訳、工藤庸子解説、勁草書房、2013 年。

安達未菜「19 世紀フェリブリージュにみる地域主義の展開—ミストラルとルーマニーユの「地域意識」とその影響—」博士論文、東海大学大学院文学研究科、2020 年。