

埼玉学園大学・川口短期大学 機関リポジトリ

ヴェブレンの消費論：衒示的消費

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2017-08-21 キーワード (Ja): キーワード (En): Consumption, Institution, Veblen, Conspicuous, Consumption, Evolution 作成者: 内田, 成 メールアドレス: 所属:
URL	https://saigaku.repo.nii.ac.jp/records/948

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.



ヴェブレンの消費論

— 衞示的消費 —

A Study for Veblen's Theory of Conspicuous Consumption

内 田 成

UCHIDA, Minoru

1. はじめに

ソースタイン・ヴェブレン (Thorstein Veblen, 1857-1929) は、制度派経済学の創始者であり⁽¹⁾、J・R・コモنزおよびW・C・ミッチェルらと共に制度学派の建設者のひとりとしても著名である。⁽²⁾ ところでヴェブレンは、その処女作『有閑階級の理論』⁽³⁾ において、有閑階級の発生、成長の過程、その思考習慣や生活様式の特質を明らかにした。しかしこの著作は、「有閑階級」の行動分析を中心にしながらも、実は資本主義文化のさまざまな側面を究明し、批判しようとしたものである。しかも、この著作で展開されている消費論は、単なる有閑階級の消費にとどまらず、現代 (ヴェブレン用語では金銭文化) における消費を考える上でも多くの示唆を与えてくれると考えられる。⁽⁴⁾

そこで本稿において私はアンドリュー・トリッグの論文「ヴェブレン、ブルデューと衞示的消費」を採り上げ検討することとした。⁽⁵⁾ というのも、トリッグの所説はヴェブレンの「衞示的消費」に対する最近の問題提起を3つの立場に要約し、それらを批判的に検討することにより、ヴェブレンの「衞示的消費」の

特徴とその有効性を明らかにする、と考えられるからである。

2. 衞示的消費をめぐる3つの問題

トリッグは論文の冒頭でヴェブレンが「処女作『有閑階級の理論』を発表してから100年以上経つが、本書はいまだに新古典派の消費理論に対する強力な批判を象徴している、といえる。彼は新古典派のアプローチにより前提されているよう受動的な個人の静的な効用の極大化の考え方とは対照的な選好が社会的なヒエラルキーにおける諸個人の地位に関連して社会的に決定される進化論的な枠組みを展開した。」と述べている。確かにヴェブレンは『有閑階級の理論』において「諸個人は社会階層のより高い地点に位置するその他の諸個人の消費パターンと張り合う。そのような張り合いを支配する社会的な基準である制度は、経済やその社会的な構造が長い時間を経て進化するにつれて変化する」と述べている。⁽⁶⁾

ところでトリッグによれば、近年において衞示的消費の理論は主として3つの異なる立場から批判を受けてきている、という。それら3つの主要な問題は以下のように要約でき

キーワード：消費、制度、ヴェブレン、衞示的消費、進化

Key words : Consumption, Institution, Veblen, Conspicuous Consumption, Evolution

る。⁽⁷⁾

第一のものは、ヴェブレンのアプローチは社会的ヒエラルキーの頂点からの消費パターンの「トリックルダウン」にあまりにも限定的に依存し過ぎているが、消費の主導者は社会階層の底辺にいる人々であり、衒示的消費論は贅沢品にのみ適応されるために消費理論としては一般性を欠いている、というものである。

第二に、ヴェブレンの時代以来、消費者はもはやその財産（富）を人目につくように誇示しない。むしろ社会的地位はより複雑で微妙な方法それとなく伝えられる、というものである。

そして第三に、ポストモダンの考え方では、消費者行動はもはや社会的階級の地位によってではなくて、社会的ヒエラルキーに跨るライフスタイルによって形作られる、というものである。

トリッグはこれら3つの立場からの議論がヴェブレンの衒示的消費の概念についていかに不正確に述べているのか、またその全体的な理論枠組みとの関連でそれをいかに採り上げているかを問題としている。さらに、これらの議論に対する現代的対応を展開するために、ピエール・ブルデューの考え方を利用する可能性を吟味している。⁽⁸⁾ トリッグの狙いはヴェブレンとブルデューの基礎的な考え方を慎重に吟味することにより、衒示的消費理論の擁護およびその拡張の可能性を展開することにある。トリッグの所説はヴェブレンの衒示的消費理論の紹介、それに対する主要な3つの批判の紹介、そして最後にそれぞれの議論の吟味という構成になっている。では、トリッグの所説にしたがって見てゆくことにしよう。

3. ヴェブレンの衒示的消費理論

ヴェブレンの衒示的消費理論は有閑階級の進化に基づいている。その構成員は働くことを要求されないで、労働者階級によって生産された余剰物を使用する。ひとたび社会が余剰を生産し始めると、私有財産と社会的地位との関係が次第に重要になってくる。ヴェブレンも述べているように「ある人の名声を維持するためには、蓄積をすること、財産を獲得することが不可欠になってくる」⁽⁹⁾。ある人々は財産を所有し、その他の人々は財産を所有しない、というヒエラルキーが発達する。財産を所有することは、このヒエラルキーの中で地位および名誉、尊敬の地位を得ることである。すなわち、財産を持たない者は社会的な地位も得られない、ということになる。

もちろん、財産の蓄積は、ある人が効率的な働きをする能力があり、生産的であるということを示す。すなわち、金銭的な事柄において優れた能力を示すことである。しかし、ヴェブレンは、相続した富は効率的な働きをする能力を通じて得られた富よりも社会的地位さえ与える、という。すなわち「これがいっそう洗練されると、祖先やその他の先祖からの譲渡により受動的に獲得された富が、所有者自身の努力で獲得された富よりもさらにいっそう名誉あるものとなる」⁽¹⁰⁾。貴族の家族により所有されている古い財産は最高の社会的地位を与えられる。というのも、それがその蓄積のために必要とされた労働から最も隔離されて齎されたからである。

富から地位への変換の鍵となるのは、有閑階級の構成員の社会的なパフォーマンスである。社会的な地位は、社会のその他のメンバーがある個人の社会における地位を作り、

この地位を確立するためには富を誇示しなければならない、という判断から導き出される。トリッグによれば、ヴェブレンは、はなはだしい有閑活動を通じて個人が富を誇示できる方法と消費やサービスへの浪費的支出を通じて個人が富を誇示できる二つの主要な方法を同一視した、という。これら二つの誇示のタイプを貫いている議論の筋道は、ある場合には、それは時間や努力の浪費であり、その他の場合には商品の浪費である。そのような浪費的活動に従事しうするためには、有閑階級の構成員が彼らの富と社会的地位を見せびらかすことは不可欠な方法である。⁽¹¹⁾

原則的に人々はこのいずれかの方法で彼らの富を見せびらかすことができる。このために必要なのは、閑暇の程度や持っている物について広まる噂に対する効果的なネットワークである。ヴェブレンは人々がより流動的になるにつれて、共同体の中の人々の社会的な緊密さがなくなる、と主張する。より流動的な社会においては、人々はその他の人々が従事している閑暇活動についてさほど十分に知識を持たなくなる。したがって、商品の消費を通じての富の見せびらかしは閑暇の見せびらかしよりも重要になる。⁽¹²⁾

ヴェブレンはこのタイプの行動を「衛示的消費」と呼んだ。人々は富を社会のその他の構成員に示すために人目につく消費支出する。重要なことはヴェブレンが衛示的消費を金持ちにとってだけでなくすべての社会階層にとって消費者行動を決定する際の最も重要な要因と考えられたことである。つまり、上層階級によって課せられる名声の規範は、殆んどいかなるも障害なしに、社会構造全体を通じて最低の階層に至るまで、その強制的な影響力を及ぼすのである。「その結果、それぞ

れの階層の構成員は体面の理想として、次のより高い階層において流行している生活体系を受け入れる。そしてその理想にふさわしい暮らしをするために全力を注ぐ」とヴェブレンはいう。⁽¹³⁾ それぞれの階層は、最も貧困な人々でさえ衛示的消費に関与するための圧力を被り、その上の階層の消費行動と張合おうとする。それゆえに「最後のこまかい装身具や最後の金銭的見栄が捨てられないうちは、非常に大部分の卑屈と不快が耐え忍ばれるであろう」。⁽¹⁴⁾

そこでトリッグはヴェブレンの衛示的消費について次のように結論づける。「消費を通しての地位へのこの探求は決して終わらない。人々は常に彼ら自身を他人から区別するためにあたらしい消費財を得るために努力しなければならない」。⁽¹⁵⁾

4. 衛示的消費に関する諸問題

トリッグによれば、歴史家は衛示的消費の理論を18世紀のイングランドでの産業革命と符合する消費者革命を説明する際に使用してきた。たとえばウェッジウッドはヨーロッパの貴族階級のメンバーに彼の陶器を使うように説得することで18世紀の間の陶器に対する消費者ブームを扇動した、といわれているが、この解釈に対しては、その他の陶器の製造業者がウェッジウッド手本にしていないうし、その他の製造業者は彼ら自身のビジネスとは独立した製品保管所や流通ネットワークを使っていた、という反論もある。さらに、陶器に関する論争にもかかわらず、多くのその他の商品にとって、見栄が生ずる機会さえ存在しない、と主張するものもいる。⁽¹⁶⁾

実際、いくつかの商品には社会階層のトップからの「トリックルダウン」とは反対の

方向における見栄が存在するかもしれない。この現象は起源を合衆国にもつ消費財であるジーンズの事例を使って説明される。ジーンズはまさにアメリカの産物であり、それゆえに富と繁栄を連想するけれども、この製品の社会的起源は労働者階級に由来するということが指摘しうる。大量生産の消費アイテムとしてのジーンズの本来の成功は、上層階級の行動の結果のために生じたわけではない、というのである。⁽¹⁷⁾

このようにヴェブレンの批評家に共通するテーマのひとつは、消費パターンの「トリックル・アップ」が「トリックル・ダウン」同様に重要である、ということである。つまり街示的消費理論は、その適応が特定のタイプの奢侈品に限定される、という限界をもつ嗜好および選好の伝達という一方向の焦点を持つあまりに狭い見方である、と考えられた。⁽¹⁸⁾

20世紀における消費者行動の諸変化は街示的消費理論がさほど適切なものでないこと論証してきた、という考え方もある。1930年代の大恐慌の到来は、メイソンによれば、富裕階級がその消費を見る方法を変えた、という。街示的消費は富を見せびらかす手段として、その効力を失ったし、戦後の期間もまた金持ち階級にとっては、勃興してくる中産階級の支出力からその消費を区別するためにより困難な時期であった。ヴェブレンの批判家にとって、富裕階級と高所得の中産階級によるさほどこれ見よがしでない行動の結合は、街示的消費論の重要性を一層減ずるものである。⁽¹⁹⁾

トリックによれば、この批評をもう一步進めると、社会的階層と消費の関連は消失してしまった、ということになる。例えば、メイソンにとって現代の資本主義の発展のもとで

は、「ライフスタイルが社会的集団の構成員の指標として重要となってきたおり、これらの集団のアイデンティティは社会的階層や固定された社会的な地位の集団により課せられた古い制約から自由であり、相応しい消費パターンを受け入れることにより確保されている」。ポストモダン主義の下では、「ライフスタイルへの社会的構造の分解」が存在する。諸個人は今や商品に対して彼ら独自の意味を自由に投影するし、個人的なイメージが見せびらかしや競争よりもより重要となっている。「消費は今や個人の義務である。市民や労働者として存在するわけではなくて、消費者として存在する」ヴェブレンのアプローチは現代の消費者社会の新しい文化的構造との関連においては、不適切なものであり、時代遅れのものと考えられた。⁽²⁰⁾ 以上がヴェブレンの「街示的消費」についての3つの問題提起の概要である。

5. ひとつの擁護：ヴェブレンとブルデュー

トリックによれば、これらの批判に対して、街示的消費理論を擁護する二つの主要な方法を明確に述べることができる。まず、第一にわれわれはヴェブレンの著作で展開されている方法をより厳密に吟味する必要がある。ヴェブレンのアプローチに対する批判家の見解には誤解や簡略化しすぎがある、といえるからである。

第二に、ブルデューの研究は街示的消費理論に現代的展開を与えている、と考えられる。それはヴェブレンの枠組みのより精緻な側面に基づいて構築されている。したがってヴェブレンとブルデューの関連を比較することにより、街示的消費のモデルがその部分を形成

するより一般的な枠組みが展開しうる。ヴェブレンの批判家により提起された3つの問題のそれぞれについては順次考察してゆくことにしよう。⁽²¹⁾

トリックル・ダウン効果

考察すべき最初の問題は、トリックル・ダウンモデルは限定的すぎる、という非難である。というのも、社会的ヒエラルキーの底辺から嗜好の「トリックル・アップ」も存在しうるからである。そこでトリックは、この非難に対する衛示的消費理論の擁護を展開する際に、ヴェブレンとブルデューの関連を探ることからはじめる。⁽²²⁾ ヴェブレンの有閑階級の様々な階層についての分析の要点は、確立された上流階級の一員が、いわゆる「成金」の人々と彼ら自身とは区別するために累積された文化を使う、ということである。⁽²³⁾ 文化は有閑階級という最高の階層に入るための障壁を与える。ブルデューにとって考察すべき重要な要因は、社会的地位の異なった階層で得られる文化資本であった。文化資本は芸術的ならびに知的伝統の生産物に関する蓄積された知識のストックと定義できる。それは教育的訓練および社会的な教育を通じて学習される。社会的構造における不平等がいかに教育システムにおいて再生産されるかは、教育の範囲外で獲得される文化資本の主要な役割は特権階級というバックグラウンドから子供のすぐれた能力を説明するさいによく用いられる。⁽²⁴⁾

トリックによれば、この教育についてブルデューは「文化資本の獲得はブルジョアの会員の地位およびその権利および義務へのアクセスを与えられる資格において客観的需要として記される。高度な文化資本をもつ諸個人

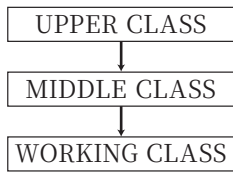
の審美的な嗜好は、差別の指標を行使することを通じて社会的階層における地位を確保するのに良く使われる。趣味は差別と評価のために獲得された傾向である。差別の課程により確立し違いを際立たせるために、また認知を確実にするために。さらにこの差別化のプロセスは衛示的消費よりも強力であり、より一般的な排除の手段を与える」と述べている。⁽²⁵⁾ ヴェブレンはより明確に商品およびサービスの消費に焦点を合わせていたけれども、彼の趣味についての審美的な本質の強調はその社会理論においてより一般的に趣味を考慮することを可能にしている。ヴェブレンは「時間と精進とを必要とする。それゆえにこの方向において紳士になされる要求は有閑生活をいかに適切な方法で見せかけの有閑の生活をするかを学ぶという仕事のために多かれ少なかれ困難な精進に変えてしまう傾向にある」と、この審美的な能力の涵養について述べている。⁽²⁶⁾

ブルデューにとって、区別を達成するためには趣味は常に否定的な現象であった。それは一般的であるものを批判あるいは差別化することに基づいている。⁽²⁷⁾ 社会的階層のより高い地位にある人々は、社会階層の底辺にいる人々と自分たちを区別しがちであるのと同様に、ブルデューによれば、底辺にいる人々も彼ら自身の価値観と趣味を持っている。その分析では、労働者階級の人々は必要性あるいは有用性のあるものに関心をもっているし、このことは社会階層のより高い地位にある人々の文化的趣味に対抗する大衆文化論の基礎を与える。トリックによれば、支配的な上流階級と被支配的労働者階級との間にあって、上流階級の趣味を得ようと熱望している中流階級の役割をブルデューは吟味している。中

産階級の趣味もまた「大衆的な」労働者階級の趣味とは対照的に否定的に公式化される。しかしながら、上流階級にとっては中産階級の趣味から彼らの社会的な地位を差別化し、維持することが必要とされた。⁽²⁸⁾

図-1 趣味の伝達

(a) The trickle-down model



(b) The trickle-round model

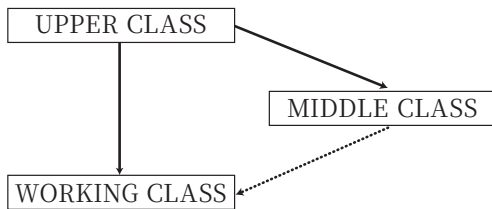


図1は社会的階級間の趣味の伝達に関する二つの選択的モデルを比較している。図1の(a)はヴェブレンのトリックル・ダウンモデルである。このモデルでは趣味が上流階級から中産階級や労働者階級階層へ伝達される。しかしながらブルデューにとっては、むしろ趣味の「トリックル・アップ」が存在する。上流階級の趣味はしばしば大衆的労働者階級の嗜好から引き出され、さほど洗練されていない中産階級に伝達される。図1(b)では一方方向的趣味のフローの代わりに、伝達は循環的であり、ある程度までトリックルダウン効果を受け入れるが、社会的地位のフロート現象を認める。⁽²⁹⁾

しかしながら、トリックによれば図1の

(b)において中産階級から労働者階級への趣味の「トリックル・ダウン」に関して、ヴェブレンとブルデューとの間の相違点を示す破線が存在する。ヴェブレンが労働者階級は資源の欠如により妨害されるが、張合いの本能的衝動に支配されると論じたのに対して、ブルデューは彼の大衆文化の観念を発展させ、労働者階級は社会的階層のより高い社会的地位の人々に抵抗し反対する、と主張する。一方で、これは大衆文化の重要性の増大を考慮したヴェブレンのフレームワークをアップデートしたものと見做すことができる。他方、ブルデューのフレームワークはトリックル・ダウン効果の可能性を退けるさいにいくらか柔軟性がない。図1はヴェブレンとブルデューの間の類似点と相違点を吟味するための基礎を与える。それは同時にそのトリックル・ダウン（モデル）の対応物と匹敵するトリックル・ラウンドモデルのもっている潜在的な柔軟性を強調する。⁽³⁰⁾

6. 衒示的消費の緻密さ

トリックによれば、衒示的消費理論が緻密さを欠いているという非難に対して、ヴェブレンとブルデューの双方から強力な反論の根拠を導き出すことができる。ヴェブレンはあらゆる社会階層の消費者が、たとえ意欲的な中産階級でさえ、必ずしも衒示的な消費を意識的にしようとはしない、と次のようにいう。「近代社会の多くの人民にとっては、肉体的快楽のために必要以上の費消をおこなうことの直接の理由は、自分達の目にみえる消費が金がかかっているという点で、他のものを凌駕しようとする意識的な努力ではない。それはむしろ、消費する財貨の量や等級の点で、因習的な体面の標準にかなった生活をしよう

とする願望である」⁽³¹⁾

衒示的消費が課する無意識的な文化的影響力は下着や台所用品のような門外漢には見ることさえない高価なアイテムを購入する傾向によって説明される。体面の標準は、諸個人がその行動において他人に印象付けるために必ずしも人目につく必要のないあらゆるタイプの消費にまで拡大する。張合いは「間接的に」作用する。

ところでトリッグによれば、ヴェブレンのアプローチにおけるこの無意識的な行動の側面は、ブルデューのフレームワークでも維持されている。ブルデューの出発点は学習制度である。そこでは、その利点が特権階級に属する教育を持つ子供により享受され、強化された文化資本がある意味で当然である、という神話が生まれる。高度な文化資本の利点は、あからさまに誇示されるのではなくて、むしろ当然それぞれの学生に授けられている個人的な長所に帰せられるべきものとして解釈される。⁽³²⁾

この教育の分析を構築するさいにブルデューは、ハビトゥスという概念を導入した。これはもろもろの性向の体系として、ある階級・集団に特有の行動・知覚様式を生産する規範システムのことである。ひとびとの活動を組織化する原理は、それはハビトゥスを構成しているが、異なった状況下で進化する制約や不確実性に依存しているが、長い年月をかけて少しずつ順応しうる。しかし、諸個人は彼らの行動を導いている文化的影響力を自覚しない。⁽³³⁾

また「衒示的消費を論じたヴェブレンとは対照的にブルデューは、大部分のシグナルは無意識的に送られる。というのも、それらは気質やハビトゥスを通じて学習されるからで

あるか、あるいは文化的コードの意図することのできない分類上の結果である、と考えている」という見解もある。⁽³⁴⁾ しかしながら、この解釈はヴェブレンのアプローチを単純化し過ぎている。というのも、事実ヴェブレンも衒示的消費を無意識的な活動と見ているからである。ブルデューのハビトゥスの概念はヴェブレンの衒示的消費の高度な分析において与えられている考察のひとつを公式化したと見るべきであろう。⁽³⁵⁾

7. ポストモダンのライフスタイル

トリッグによれば、近年において、ヴェブレンらの制度主義経済学と新しいポストモダンの伝統との間の関連に関していくつかの論争がなされてきた。⁽³⁶⁾ 『有閑階級の理論』においてヴェブレンは「ライフスタイル」という言葉をつかわなかったけれども多様なライフスタイルが存在する可能性を見過ごさなかった、ということは言及すべきである。彼は「スタイルの変化」および「生活の体系」に非常に緊密に関連していた。ブルデューは、文化資本およびハビトゥスというコンセプトを使うことで理論的な枠組みを構築することができた。そこでは、異なった社会的集団のライフスタイルが社会的階層との関連で理解することができる、と考えた。まず、第一にハビトゥスは、諸個人の行動に影響を与える特定の原則を通じてライフスタイルをグルーピングする要素がいかに存在しうるか明らかにする。第二に異なったタイプのライフスタイルは特定の文化資本と経済資本との結合と関連している。ライフスタイルはヴェブレンの場合のように、階級階層の垂直的地点に対してのみ関連しているだけでなく、社会的階層を水平的にも横断している。これがポストモ

ダンニストによる消費を社会的構造のない複数のライフスタイルの集合物に変えるための努力に対応する首尾一貫した基礎を与えている。⁽³⁷⁾ ブルデューにとって特に文化資本という高度なストックを保有する文化人は、現代芸術、クラシック音楽にハイブラウな趣味を発揮しがちである。特に高度な経済資本のある人々は、高い文化資本に関連する必要なスキルを欠いているが、より中流知識人の趣味を行使しがちである。たとえば、クラシック音楽に関連して、彼らはクラシック音楽の完全な理解に必要な社会的な教育を欠いている。正当な社会的バックグラウンドを持たない人々にとって、彼らのクラシック音楽についての知識を完成するためには、映画の領域はより便利な表現の手段を与えてくれる。芸術の一形態として、映画はクラシック音楽ほど正当ではない。⁽³⁸⁾

図-2 ブルデューのライフスタイルの分類

		文化資本	
		+	-
経済資本	+	Lifestyles A	Lifestyles B
	-	Lifestyles C	Lifestyles D

ブルデューは経済資本あるいは文化資本のいずれかに特化している人々に加えて、双方のタイプの資本をもっている人々の特定のライフスタイルを分類する。図2はブルデューの社会的空間を単純化したバージョンである。この図から文化資本と経済資本の4つの可能な組合せがあることがわかる。ブロックAはポジティブな経済資本と文化資本を持つ人々を含んでいる。弁護士や建築家のような消費財における効果な趣味のための経済的資源と

正当な文化を理解するためのノウハウの双方を持ちうる人々である。その反対の極にあるのがブロックDである（そのライフスタイルは経済資本も文化資本も持っていない労働者階級と結びついている）。ブルデューによれば経済資本と文化資本の制約は人々がブロックDからブロックAに移行することを困難にしている。残っている対角線上のブロックであるブロックBとCは、二つの資本タイプのうちのひとつが欠けている諸個人のライフスタイルを表している。ブロックBでは諸個人はポジティブな経済資本をもっている。これは、例えば沢山のお金を儲けるが、芸術に何ら関心を示さないスモールビジネスの人々と言える。他方ブロックCは多くの金を儲けない（否定的経済資本）が、恐らく特権を持つ教育法からベネフィットを得ていたり、根気よく美術館を訪問したり、劇場に行く小学校の教師のような人々が含まれる。⁽³⁹⁾

長い時間がかかるがブロック間のクロス・モビリティもある。例えば、スモールビジネスであるが低い文化資本(ブロックB)を持っている家庭は、その資産をその子供のための教育を手に入れることに流用するかもしれない。その場合、彼はブロックCのライフスタイルを展開しようとしている。そして、ブルデューにとって重要なことだが、社会的流動性の別の事例は、主として文化産業やサービス産業で働いている「新中産階級」である。初期の文化資産の低い蓄積は「現存している趣味のヒエラルキーに関連した不快感を彼らに与えるにもかかわらず、同時に文化的差別化や合法化（ポストモダニズム）の新しい分裂性のある配列を彼らに主張させるあるいは少なくともそれに満足させる。それは彼らに経済的、社会的および文化的フィールドにおけ

るその興味を促進させうるし、それに対応して階級構造それ自体の再構築を始める。⁽⁴⁰⁾

この社会的移動性を強調している点はヴェブレンと殆んど同じ垂直的な社会的な地位の構造に帰結する。例えば、中産階級の中では階級の断片が存在する。そのあるものは成長し（新中産階級）、あるものは没落する（農場主）。「最も古い階級あるいは階級の断片が農場や工業および商業の経営者のような没落する階級であることは偶然ではない」。⁽⁴¹⁾ 没落しつつある階級の断片の諸個人は、変化に抵抗する手段として保守的な趣味あるいは時代遅れの趣味を受入れる傾向がある。

新中産階級はより革新的で、実際その変化を形成するのに役立つ。ヴェブレンは、その進化論的アプローチに変化を受入れたが、彼の社会的地位の構造の垂直的性質は、その構造におけるそれぞれの地点で支配的である階級内の規範が存在することを意味している。例えば、低中産階級の世帯では、その規範は働く人のためにあるが、「中産階級の婦人は、いまでも、その家庭と主人の世評をよくするために代行的閑暇の仕事を続けている」とヴェブレンはいう。⁽⁴²⁾ これはすなわち、より特権ある階級の婦人たちは、彼らが働くかどうかに関してかなり余裕がある、というブルデューの観察とは対照的である。階級の断片の存在は、社会的階層における特定のポイントを普遍的に横断するのと同じ支配的な規範が存在しない、ということの意味する。

ブルデューの解釈では、ライフスタイルの動的な性質は階級構造の分析に包含されうる。文化的形態および経済的形態という資本の二重の役割は、ブルデューのフレームワークにおいて異なったライフスタイルにおける変化の分析を可能にする。⁽⁴³⁾ このフレームワーク

の柔軟性は、ハビトゥスにかなう諸原理の範囲内で諸個人が社会的移動性に対する闘争一部分として正当なライフスタイルを形作ることを可能にする。それゆえに、ポストモダンとして特徴づけられるライフスタイルがどのように諸個人のアイデンティティとの関連で進化するかは、必ずしも社会的階層とヒエラルキーのカテゴリーの豊富を要件としないトリッグは見做している。⁽⁴⁴⁾

8. 結 論

これまでトリッグの諸説に従って、衍示的消費理論の批評家により提起されてきた3つの主要な問題を考察してきた。それぞれの問題をヴェブレンの理論のオリジナルな概念およびブルデューの現代的貢献を吟味することにより検討してきた。そこで、トリッグはこれまでの議論をまとめて次のように述べている。

まず、第一にその理論が社会的階層の頂点から底辺への趣味の一方向的な「トリックルダウン」のためにあまりにも限定的である、と言われてきた。この問題は社会的移動性に対するバリエーションとしての文化に関して、ヴェブレンにより与えられてきた重要性を発展させることにより論じられてきた。ブルデューは蓄積された知識のストックとしての個人の趣味を解釈するために文化資本の概念を導入した。諸個人は、社会的階層における特定の地位を確保するために必要とされる文化資本を獲得することを可能にする戦略を採る。趣味の形成に関してこのアプローチを採ることによって、ブルデューは社会地位の底辺から頂点への趣味のフィードバックが存在することを示し得た。上流階級は、文化資本の不十分なストックのために競争することが困難で

あるとわかっている野心的な中産階級のメンバーを出し抜くためにしばしば社会的地位の底辺のひとびとの趣味を選ぶ。限定的なトリックルダウンモデルとは対照的に、より一般的なトリックルアラウンドモデルがブルデューのアプローチにより示唆されている。⁽⁴⁵⁾

トリックルダウン問題に関連した二番目の非難は、衒示的消費理論が緻密さや精巧さを欠いているということに対してであった。第二次世界大戦後の期間中、消費者はヴェブレンの時代よりも富を見せびらかすことをさほど公然と証拠立てなくなった、という。しかしながら、ヴェブレンの時代においてさえ、ヴェブレンは支配階級の上流階級の階層が、その消費行動において洗練された趣味を実践している、ということを確認している。事実、あらゆる社会階層にとって衒示的消費は、意識的な活動ではなくむしろ諸個人の行動に社会的な圧力を行使する体面の標準と看做された。このアプローチの公式化はブルデューのハビトゥスの概念の展開により与えられる。それは不確実で変化する環境での無意識的な意思決定に影響を与える一組の原理である。第三の問題は衒示的消費理論が現代の資本主義を特徴づけている多様なライフスタイルを論じるのにはあまりにも限定的であるというポストモダンの著者による非難である。ヴェブレンは、その分析で異なった「生活体系」やファッションの「スタイル」を確認しているが、相対的に新しいコンセプトであるライフスタイルについては明白に考慮していない。さらにヴェブレンのモデルは、これらの生活体系を社会的階層の異なったポイントに応じて、垂直的に見ている。ポストモダニズムによって現代的反応は、ブルデューによる異なった

ライフスタイルの分析により与えられている。個人により保有されているハビトゥスの概念を使用し、文化資本と経済資本を区別することで、このモデルはライフスタイルが社会的階層を横切り、水平的に変化するということを明らかにした。さらに、このフレームワークの中では社会的構造は諸個人の行動を決定するし、それにより決定される。ブルデューは文化産業やサービスに関連した産業で働いている新しい中産階級の進化を分析できた。⁽⁴⁶⁾

9. トリッグの所説の検討

以上がトリッグの所説の概要である。ヴェブレンにとって、人間は本質的に社会的であり、習慣的であると考えられた。消費行動に含まれる制度は「大多数の人間に共通した固定して思考習慣」であった。そして特に特定の消費行動が社会的地位に依存し、それは時間と場所が特定なものとして分析する必要があると考えた。⁽⁴⁷⁾ ヴェブレンにとって消費はひとつの制度であったが、トリッグの所説には制度論についての論究が全くない。ヴェブレンの消費論は消費過程の社会性のもつ意味を解明している点に特徴がある。つまり「衒示的消費」がその意味を持つのは、消費する物の持つ意味が社会的に承認されていることが前提となる。そして、このようなアプローチは現代の消費社会における例えば「ブランド」を説明する上でも意味を持ってくる。現代社会では物是他者との差別化のためにばかりでなく、同化のためにもひとつの規範としての消費が重要性をもってくるからである。現代の消費社会において衒示的消費は、ヴェブレン時代のように特定の階級のものではなく、むしろ大衆の消費行動の中にも見られる

点も指摘すべきであった。

またトリッグは、ブルデューの社会学を特徴づけている文化資本やバビトゥスの概念と取り上げ、衛示的消費に対する批判に対する反論を試みているが、ブルデューは「新古典派思想が非常に染込んだ視点をもっているし、制度的な視点との融合は不可能ではないにしても、難しい視点である」という指摘もある。⁽⁴⁸⁾ このような点についても何ら検討されていない。また、エジェルによれば、ブルデューは「ヴェブレンの貢献を認識し損なっている」という。さらにエジェルによれば、ヴェブレンはその消費理論を大衆消費社会の出現以前に展開し、19世紀後半のアメリカの新興にわか成金に特に言及しそれを説明したが、ブルデューは1960年代および1970年代のフランス全階級構造に基づく広範囲に及び大規模調査のデータおよび経済資本同様文化資本をヴェブレンの考察の上に築いた。それゆえに、多くの点において、ブルデューの貢献はヴェブレンの補完するものである、という。⁽⁴⁹⁾ つまりブルデューの貢献はヴェブレンの築いた制度理論に基づく堅固なフレームワークの上に構築された衛示的消費論なしにはなしえなかった、といえる。トリッグはこの点をもっと明確に指摘する必要があった、といえよう。

注

- (1) Erich Roll, *A History of Economic Thought, Third Edition* (Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc) p.439. (隅谷三喜男『経済学説史 下巻』有斐閣、昭和四十五年六月十日初版第三刷発行、248頁)。わが国における主要なヴェブレン研究としては、次のものが挙げられる。小原敬士著

『ヴェブレンの社会経済思想』岩波書店、昭和四十一年三月二十五日、第一刷発行、松尾博著『ヴェブレンの人と思想』ミネルヴァ書房、昭和41年6月20日第1刷発行、中山大著『ヴェブレンの思想体系』1974年5月20日第1刷発行、松本正徳著『ヴェブレン研究』未来社、1971年2月20日第1刷発行、高哲男著『ヴェブレン研究 進化論的経済学の世界』ミネルヴァ書房、1991年4月20日第1刷第1刷発行、および宇沢弘文著『ヴェブレン』岩波書店、2000年11月28日第1刷発行。

- (2) 制度学派については、たとえば、次の文献を参照されたい。久保芳和著、第10講「アメリカ経済学」小林昇編『経済学史』有斐閣双書、昭和50年1月30日初版第13刷発行、169-174頁。George H. Soul, *Ideas of The Great Economists* (New York: Viking Press, 1952) 多田基・小林里次訳『偉大なる経済学者たちの思想』政文堂、昭和53年4月10日四版発行、195-216頁。Richard T. Gill, *Evolution of Modern Economics* (New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1967) 久保芳和訳『経済学史』現代経済学叢書、東洋経済新報社、昭和53年6月30日、第14刷発行、92-98頁。また制度学派を含むアメリカ経済学史の全体像に関しては、田中敏弘著『アメリカ経済学史—新古典派と制度学派を中心として—』見洋書房、1993年11月10日初版第1刷発行を参照されたい。グルーチャーによれば、ヴェブレン、ミッチェルやコモンズらの第二次世界大戦後出現したエヤーズ(Clarence Edwin Ayers, 1891-1972)、ガルブレイス(1908-)やミュルダール(Gunnar Myrdal, 1898-1986)など次の世代の制度派経済学を「新制度経済学」あるいは新制度主義と呼んでおり、ヴェブレンらを「旧制度派」あるいは「旧制度主義」と呼んでいる。ところが1970年代以降「新しい制度主義」が殆どしてきた。すわなち、コースやウィリアムソン、ノースらのことである。これらの新しい制度主義の特徴はその多くが主流派経済学の諸前提をそのまま受け容れている点で、新制度派とは異なるが、両者を混同している場合もある。というのも「新制度主義」は“Neo-Institutionalism”であり、「新しい制度主義」は“New Institutionalism”である

が、邦訳するとどちらも新制度主義となりうるからである。この点については、田中敏弘、前掲書、215～226頁。および馬渡尚憲著『経済学のメソドロジー』平文社、1990年4月26日、第1版第1刷発行、364頁。を参照されたい。

- (3) Thorstein Veblen, *The Theory of Leisure Class : An Economic Study of Institutions* (New York : Macmillan & Co. Ltd. 1899). 本稿ではケリー版 (Reprint of Economic Classics) を参照している (Augustus M. Kelly, Bookseller, New York 1975) 尚。邦訳にはいくつかのものがあるが、前掲の小原敬士訳『有閑階級の理論』を参照している。ドーフマンによれば、『有閑階級の理論』は7章ごとに二つの分に分かれる。前半は「社会主義論における若干の無視された問題」の前半に手を加えたもので、金銭文化における張合いの動機の性質を論じている。」Joseph Dorman, *Thorstein Veblen and his America 7th edition*, (New York : Augustus M. Kelly Publishers) 1972. 八木甫訳『ヴェブレン：その人と時代』ホルト・サウンダース・ジャパン、1985年9月30日、第1刷発行、251頁。

- (4) この点について間宮は「ヴェブレンの消費論の独自性は、効用理論とは異なって、それが消費過程それじたいのもつ社会性をもののみごとに解き明かしていることにある。彼の消費論は有閑階級の消費現象に関するものであり、必ずしも消費一般に及ぶものではないが、それにもかかわらず消費という、人と物とが織りなす小宇宙をほとんど完璧といってもいいほどに構成している」と述べている。間宮陽介著『モラル・サイエンスとしての経済学』ミネルヴァ書房、1986年2月20日第1刷発行、121頁。

- (5) Andrew B.Trigg, “Veblen, Bourdieu and Conspicuous Consumption” *Journal of Economic Issues*, 2001, March, XXXV, p.99.

- (6) *Ibid.*, pp. 99.

- (7) *Ibid.*, pp. 99.

- (8) トリッグによれば、ブルデューは社会学者であり人類学者でもある「フランスの主導的な当代の社会的理論家」といわれている。(Cf. R.Shusterman, “Introduction : Bourdier as Philosopher.” in *Bour-*

dier : A Critical Reader, edited by R Shusterman (Oxford : Blackwell, 1999) pp.1-13. ブルデューとヴェブレンとの関連はすでに検討されており、例えばキャンベルはブルデューを「消費専門の最も重要な現代理論家」であり、その主要著作『ディスタंकシオン：社会的判断力批判』(1984)を「その性質および重要性において、ヴェブレンの『有閑階級の理論』に匹敵する」と述べている。Cf. Cambell “The Sociology of Consumption” in *Ac-knowledging Consumption*, edited by D.Miller (London :Routledge, 1995) pp.96-126. しかしながら、この両者の関連は制度主義者の文献ではさほど広くは認識されてきていないし、例えば、ブラウンによる最近のヴェブレンの批判的再評価論文集では、なんらブルデューの著作への言及を含んでいない、という。(Cf. D.Brown., ed *Thorstein Veblen in the Twenty-First Century* (Aldershot : Edward Elgar, 1987). ブルデューの『ディスタंकシオン』に関しては、例えば、石井洋二郎著『欲望と差異－ブルデュー「ディスタंकシオン」を読む』(藤原書店、2002年2月20日初版第4刷発行)を参照されたい。

- (9) Veblen, *The Theory of Leisure Class*, p.29. 小原訳『有閑階級の理論』34頁。

- (10) *Ibid.*, p.29. 同上訳書、34頁。

- (11) Trigg, *op. cite.*, p.101.

- (12) ヴェブレンは、こう述べている。「それゆえに、現在の発展傾向は、閑暇にくらべて、衡示的消費の効用を高めるような方向にむかっていることは明らかである。また、見苦しくない生活のひとつの要素として消費を強調することや、それが世評の手段として役立つことは、個人の人間的な接触がもっとも広く、人口の移動がもっとも大であるような社会の部分において、いちばんであるということも注意すべきである。……消費は田舎よりも都会の方が、生活の標準のいっそう大きな要素となる」(Veblen, *The Theory of Leisure Class*, pp.87-88. 小原訳、87～88頁)。

- (13) *Ibid.*, p.84. 同上訳、84頁。

- (14) *Ibid.*, p.84. 同上訳、85頁。

- (15) Trigg, *op. cite.*, p.101.

- (16) *Ibid.*, p.103.
- (17) *Ibid.*, p.103. 確かにジーンズの起源は労働者階級に起源を持つものであるが、さまざまなメーカーブランドがでてきたり、現在では一本150～1000ドルもする「プレミアムジーンズ」が米国や日本では人気がある。いわゆる「高級ジーンズ」が売れている。今やジーンズは普及品であると同時に高級品となり、「衡示的消費」の対象となっている側面もあるといえよう。この点については、たとえば、朝日新聞、2005年9月16日「米国発トレンド最新情報」を参照されたい。
- (18) *Ibid.*, p.103.
- (19) *Ibid.*, p.103.
- (20) *Ibid.*, pp.103-104. ポストモダンの考え方は、それまでの科学的、客観的心理に対して、相対的な認識に立つ考え方といえる。また文化的価値、審美的な価値といった、主として消費者の主観的な判断に基づく価値を重視する。快楽的消費や利他的消費はこの典型といえる。この点に関しては、上田拓治著『マーケティングリサーチの論理と技法』日本評論社、1999年12月10日、第1版第1刷発行、303～306頁。および和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦〔著〕『マーケティング戦略[新版]』有斐閣アルマ、2000年9月30日新版第1刷発行、120～123頁。などを参照されたい。
- (21) Trigg, *op. cite.*, p.104.
- (22) *Ibid.*, p.104.
- (23) *Ibid.*, p.104.
- (24) 石井洋二郎は文化資本について「ひと口でいえば、経済資本のように数的に定量化はできないが、金銭・財力と同じように、社会生活において一種の資本として機能することができる種々の文化的要素のことである。」(石井洋二郎、前掲書、25頁)。
- (25) Trigg, *op. cite.*, p.105.
- (26) Veblen, *The Theory of Leisure Class*, pp.74-75. 小原訳『有閑階級の理論』76頁。
- (27) Trigg, *op. cite.*, p.105.
- (28) *Ibid.*, p.106.
- (29) *Ibid.*, p.106.
- (30) *Ibid.*, p.108.
- (31) Veblen, *The Theory of Leisure Class*. p.103. 小原訳『有閑階級の理論』101頁。
- (32) Trigg, *op. cite.*, p.109. ブルデューのいう「ハビトゥス」は「習慣」とは異なる。というのも、ブルデューにとって「習慣」とは反動的、機械的、自動的で再生産的と考えられるからであった。これに対して「ハビトゥス」は、ある階級・集団に特有の行動・知覚様式を生産する規範的システムと考えられた。各行為者の慣習行動は、否応なくこれによって一定の方向づけを受け規定されながら、生産されていく、と考えられた。ブルデューの「ハビトゥス」については、石井洋二郎訳『ディスタンクシオン。[社会的判断力批判]』259～343頁および石井洋二郎、前掲書、123～180頁、第3章「ハビトゥスの構造と機能」を参照されたい。
- (33) *Ibid.*, p.109.
- (34) *Ibid.*, p.109.
- (35) *Ibid.*, p.109.
- (36) *Ibid.*, p.110.
- (37) *Ibid.*, p.110.
- (38) *Ibid.*, pp.110-111.
- (39) *Ibid.*, p.111.
- (40) *Ibid.*, p.112.
- (41) *Ibid.*, p.112.
- (42) Veblen, *The Theory of Leisure Class*. p.81. 小原訳『有閑階級の理論』82頁。
- (43) Trigg, *op. cite.*, p.112.
- (44) *Ibid.*, p.112.
- (45) *Ibid.*, p.113.
- (46) *Ibid.*, p.113.
- (47) 加藤秀俊著『余暇の社会学』PHP研究所、昭和59年2月13日第1刷、17～50頁。
- (48) Wilfred Dolfmsa, “Mediated Preferences How institutions affect consumption”, *Journal of Economic Issues*, Vol.XXXVI No2 June 2002, p.450.
- (49) Stephen Edgell, *Veblen in Perspective His Life and Thought* (New York :M.E Sharp 001) pp.110-111. ブルデューはその著『ディスタンクシオン：社会的判断力批判』の中で特にヴェブレンには言及していないが「衡示的消費」という言葉は使っている。