

英語は個人化の手段となりえるのか —消費社会の功罪からの一考察—

吉見明子

抄録

1980年代頃から、日本人女性の間で、英語が私生活および職業生活における自己を確立する際の手段として捉えられている。しかし、その背景を探ると、消費社会が女性たちに英語へと駆り立てる過程が見えてくる。一個人としてのアイデンティティの提示を迫られ、英語をその手段とし、奮闘するもの、女性たちの間ではいくつもの溝が生じている。さらに、昨今の自己責任の風潮のもとでは、その溝を埋めることができないことから閉塞感が漂っている。本論文では、英語による私的成就の危険性を考え、先行研究であるベラーの『心の習慣』に依拠しつつ、解決の手がかりを探す。

キーワード

消費社会、平等化、個人化、日本人女性、英語、自律、つながり

Can English Help People to Individualize? —Thinking from Good and Harm Brought by Consumer Society—

Yoshimi, Akiko

Abstract

Since the 1980's, some of the Japanese women have regarded English as the tool, which they believe might enable them to establish their identity in their private life or their careers. However, considering the background, it turns out that consumer society has urged them to learn English or have the fine command of English. They try to do so, and unexpectedly there are various gaps among them. Besides, these gaps have brought us depression and the like, under the strong feeling that one must be responsible for one's selections or decisions. I suspect that selecting or leaning English only for the aim of establishing one's identity can be dangerous. In this paper I try to solve these problems, mainly referring to "HABITS OF THE HEART" by Robert Bellah.

Key Words

consumer society, equalization, individualization, Japanese women, English, autonomy, solidarity

目次

はじめに	第3節 アメリカナイゼーションと英語
第1章 生産財としての英語、消費財としての英語	第3章 消費社会の負の側面—個人化—
第1節 2種類の語り	第1節 消費市場の多様化とその結果
第2節 溝の種類	第2節 個人化の行き過ぎ(1)
第3節 溝を生み出すもの	第3節 個人化の行き過ぎ(2)
第2章 消費社会の正の側面—平等化—	第4章 つながりと自律
第1節 女性格差	第1節 何が問題なのか
第2節 平等化と中流意識	第2節 理論的枠組みと事例を手掛かりに
	第3節 つながりと自律の関係づけ

はじめに

アメリカ開拓時代の女性たちが、ニューイングランドで機械生産された布地をもたらした行商人を「救世主」のように思ったと言われている。彼女たちは家事や育児の傍ら蠟燭や石鹼を作り、糸を紡ぎ、リネン布地を織り、裁断し、手縫いして、家族全員分の衣服やベッドシーツを作らなければならなかった。その事情を考えると、先の行商人は彼女たちにより安楽で快適な生活を垣間見せたのだから救世主に見えるのは当然であろう。しかし、この「救世主」の出現は、開拓地の生活の厳しさを軽減しただけではない。それまでは自分たちの過酷な生活は神がそのように取り決めたように思われ、これまでもずっとそうであったし、これからもそうでなければならぬものとして捉え、全く抗議せず、黙々と働いていた女性たちの意識を変革させたのである。それはやがて抗議の運動と自由を求めて立ち上る契機にもなる。

時代と場所を変えて類推を試みると、現代の日本では、英語が女性たちにとって「救世主」に見えるようである⁽¹⁾。女性向けのネットサイトやメディア、雑誌、書物に、英語と女性の2つのキーワードが並ぶのをよく見かけるから、そのような雰囲気があることは確かである。それを裏付けるかのように、英会話教室などの英語産業を支える消費者の多くが女性である。

それでは、いつ頃から日本人女性たちの中で英語熱が広まったのかと考えると、海外留学をする30歳前後の日本女性たちが相次いだ1980年代末を起点とすることができる。一般的には、この時期の好景気と、女性の高等教育化や経済力の高まり、それに付随する意識や行動の変化といった諸々の事情が重なり合って、女性たちを海外留学へ駆り立てたと理解されるだろう。その他に、女性をターゲットにした英語産業によるマーケティング戦略も考えられる。

本論文では、そのような社会状況、すなわち大衆規模で家電や住宅、車などのスタンダード・パッ

ケージを買いそろえて行くことに幸福感を見出すという消費社会が終わり、個人単位で高い水準の消費を行う、という意味での高度消費社会を迎えた状況に注目し、女性が英語に向かう動機や過程を考察する。そうすることで、女性と英語に関して、新たな見方を提示できるだろう。同時に、女性にとって英語が救世主に見える現代社会の一面を捉えることができるのではないだろうか。

第1章 生産財としての英語、消費財としての英語

第1節 2種類の語り

ここでは、女性たち自身の語りから、女性と英語との関連性を考察した、北村文の『英語は女を救うのか』を先行研究として取り上げる。英語に関わる女性たちの語りと言え、すでに英語産業や雑誌やサイトなどの女性向けメディアを通じたものがあり、それらを目にする機会は多い。それらは、英語には魔法の力があると喧伝し、ハッピーエンドを約束するように、英語に救われた女性たち、つまり成功例のモデルを提示している。

一方、「救われない」ストーリーもすでに人類学者や社会学者によって指摘されている。留学したものの日本で学習する場合と同じくらいの英語力しか身につかない、または帰国して就職活動を始めた際に知る「もう日本ではまっとうに生活できない自分の経歴」⁽²⁾などが挙げられている。

この「私は英語に救われました」と「英語は私を救ってくれませんでした」という2つの語りは対照的であるが、それを北村は「登場するあまたの女性たちはそれぞれ生き立ちも性格も大いに違おうだろうに彼女らのライフストーリーはどれもこれも似通っているのはとても奇妙だ」と指摘する。つまり対照的な語りであるが、その口調が同じであることに注目して、「できごとを順序よく並べて、いらぬところを削ぎ落として、できあがったものだから分かりやすい」が、省かれてしまったものは何か、と考える⁽³⁾。それを36人の女性た

ちへのインタビューから見出そうとする。その過程で、この女性たちが英語を志向している点を除いては、彼女たちの間に溝が存在していることに気付く。そのタイトルから、溝は、英語に救われた女性と救われない、もしくは、救われなかった女性との間に生じたものであると容易に予想できるが、北村はその他にいくつかの溝を発見している。

第2節 溝の種類

英語産業が一大産業である現代社会において、英語に向かう女性には次の2つのタイプに分けられる。ひとつは英語を「生産財」として生計を立てる女性たちであり、もうひとつはその対極にあるストレス解消や趣味の手段として英語を楽しむ女性たちである。後者の場合、英語産業が売り出す英語を買うので、英語を「消費財」として捉えることができる。両者に具体例を与えると、英会話スクールという場所で、前者が英語を資本として売る教師であり、後者は、英語という資本は持たないが購買力という経済的な資本を用いて、英語を消費する生徒ということになる。彼女たちの間で、英語が資本として教える女性から学ぶ女性へと受け渡されていくことから、英語を通じて「救う—救われる」という関係が生じるように見える。

なお、英語が上記の意味以外で「消費財」となる場合もある。将来、英語を生産財にするために学ぶ女性や仕事上英語の習得が必要となる女性である。すると、英語が「消費財」である女性間に、連帯感どころか、その学習の動機と意欲の違いや、上達の度合いも異なるから、溝が生まれるのは当然であろう。さらには、このように多様な期待や要求をもつ女性たちに応えなければならない、英語が「生産財」である「教える」立場にある女性も引き裂かれるような思いをする。加えて、「生産財」を持つ女性達の間でも、業種の違いに加えて、帰国子女かそうでないか、総合職か一般職か、

既婚か未婚か、子供がいるかいないかといった違いから、相互の理解が困難になり、隔たりが生じる。以上の、女性間に横たわる数種類の溝を北村は発見し、彼女たちの英語との関係が「救う—救われる」に収斂できるかどうかを疑う根拠が明らかとなる。しかし、この多様な溝を見つけてしまった以上は、その溝に目を凝らし、それが生じる理由が互いの立場の違いだけなのかを本論文では考え直したい。

第3節 溝を生み出すもの：先行研究での結論

その前に、北村が考える溝の原因を理解しておく必要がある。北村は英語産業の中でも、商業的な英語について考えるため、英会話スクールや英語関連の資格対策学校に対象を限定している。なぜなら、そこでは、講師と生徒が教える—教えられるという役割を演じていることが強いられる場所であり、それゆえに両者の間が虚構に満ちていることを指摘している⁽⁴⁾。具体的に言うと、英語という資本を有していない生徒たちの間で、あこがれの英語講師像が生じる一方、講師側は自らの体験より知り得た、英語によって救われない現実があることを隠しつつ、生徒たちに期待される役割を粛々と演じているのである。しかしながら、ここにもう一つのディバイドが生じる。英語を学ぶとは、買うことでもあることから、先ほどの「学ぶ—教える」という文化的な序列が一瞬にして「買う—売る」という経済的な序列に転ずることもある。どちらが上か下かというよりも、二つのディバイドが絡まり合っているのが現状である。

このように、リアリティが隠され、虚構に満ち、両者の関係が複雑に絡み合った場所では、すぐそばにいてもというのに「救う—救われる」関係を作ることができない。それは、両者がお互いに英語が資本となることを意味を考え、それを伝え合う機会が奪われているということである。

英語は女性たちを救うようで救わず、結びつけているようで隔てているもうひとつの理由を北村

は次のように考えている。それは、女性たちが既存のイメージに頼って、相手側を判断してしまう、あるいはそう仕向けられる点であると結論を下す。

しかし、英語に関わる女性たちの間に断絶ができてしまう原因は上記の2点のみと考えてもよいのだろうか。さらに、イメージに頼らざるをえないのはどうしてなのかも考える必要がある。

最後に北村は、英語によって救われたかどうか、という問いに対する、36人の女性たちの答えはあいまいでどっちつかずで複雑な様子から、「アンビヴァレントなものもデスパレートなものも私だけではなく」⁵⁾と女性たちに気付いてもらうことで、彼女たちが隔たりを越えて、出会い、つながることを希求している。本論文では、先に生じた2つの疑問、女性の間にある断絶の他の理由と、イメージが先行する理由、そして、つながるために必要な要素、北村が提示する自他の複雑性や多様性への積極的な理解について掘り下げて考えてみる。

第2章 消費社会の正の側面—平等化—

第1節 女性格差を生み出すもの

前章より、英語を生産財にする女性と消費財にする女性の間ばかりではなく、英語を資本とする女性たちの間で、また消費者同士の間で、いくつもの溝が生まれ、ますます深まってしまう様子が見られた。当然ながら、英語を媒介にしなくても、女性たちの間にある隔たりは、「教育をどこまで受けるか、結婚か非婚か、子供をもつかもたないか、専業主婦と勤労女性との間、総合職か一般職か、正規就業か非正規就業か、はては美人か不美人か」によって各種各様の格差が生まれることがすでに指摘されている。その他にも女性間の格差は男性が父親として、または夫としてほとんどの場合に関与していると検証されており、一方で、女性自身の積極的な選択の結果によって生じる格差も注目されている⁶⁾。本論文では、女性が英語を選択していることから後者の格差に焦点を当てつつ、溝について考察する。

溝の大きさに程度の差こそあれ、それはいつの社会でも存在してきたが、それを宿命として従うしかなかった。しかし、社会状況が変わり、女性たちが積極的に選択し始めると、彼女たちの間に新たな格差が生まれる。まずは、人々がその格差を意識するようになった事情を考える必要がある。その際、現状を以前と比較することは有益である。前章で挙げた社会状況の二分法—消費社会を、基礎的消費に重点が置かれる社会状況と、基礎的消費財が行き渡り、市場が飽和状態となり、新たな消費財や消費の動機を作り出すことに重点が置かれる状況—によって比較することにする。日本社会では、前者と後者を、西洋先進諸国の経済水準に日本が追いつき、国民の大半が中流意識を持つようになった時期によって分けることができるであろう。

この、いわゆる一億総中流意識は、敗戦後の、アメリカ総司令部による民主化革命の流れから生まれたと推測できる。そのうちの、農地改革や財閥解体が平準化した大衆社会をもたらし、これによって家電や車などの耐久消費財やマイホームの普及、高等教育への志向が大衆規模で可能になる⁷⁾。これらがすでにアメリカで体験されているものであること注目すると、アメリカナイゼーションの日本での浸透が、政治的・経済的領域のみならず、社会的・文化的領域においても達成されたと考えられる。その浸透を担った媒体が、テレビや写真を多用する雑誌などとするならば、それと比較されることの多い文字中心の書物と照らし合わせて考えることは有効ではないだろうか。書物の場合、読者は自ら文章を読み、それを理解し、咀嚼することが必要となる。対照的にテレビや雑誌などのメディアが視聴者に伝えるのは視覚イメージであり、それを視聴者は、受動的に受け取ることになる。

アメリカの物質的な豊かさや、自由で平等な雰囲気を広く浸透させる力を考えると、文字よりもメディアの方が大きいと言える。メディアが伝え

る平等という雰囲気は、やがて人々の間の平等・不平等をめぐる意識を覚醒させることになる。以前は互いを別の種類の人間のように見なしていた、つまり両者間に格差があっても、それが気にならなかった状況から、全ての人が自分と同じ人間であると知ると、他者との間にある違いに敏感にならざるをえなくなる⁸⁾。この平等化こそが、先の、格差を意識する原因なのである。それでは、格差を格差のまま放置できない平等意識は、日本人女性が積極的に英語を選択することとどのような関係を持つに至ったのかという問題に移ろう。

第2節 平等化と中流意識

平等・不平等をめぐる意識が高まると、人々の中には自分との間に隔たりを見過ごすことができない人もいるかもしれない。その場合、この平等という意識は、他者との間に差異が見られるならば、何としてでもその差を埋めなければ、と人々を駆り立てることもある。もちろん、中にはそれほど平等意識に過敏に反応しない人も存在するだろう。しかし、本論文の研究対象である英語に向かう層としての女性たちの出現を考えると、平等意識が女性たちにもたらす力は見過せるほど小さいものではないだろう。

それでは、この平等化と女性との関係について焦点を当ててみよう。

戦後の日本で男女平等を目指して、女性たちの地位と向上を促したのは第二波フェミニズムであると一般的には理解されるが、本論文の研究対象である英語に向かう女性たちがその影響を受けたと断定できるだろうか。この点を確認するために、仮に、女性の権利を求めるフェミニズムが女性を英語への志向を促したと考えてみよう。

最も詳細な調査報告書である『エスノログ』の第13版によると、現時点で世界には約6,700の言語が存在する。その中には、数多くの言語が絶滅の危機に瀕している一方で、英語のように、国際政治や外交の場面でも、また国際マス・メディ

アでも優勢な言語が存在する。現代ではそれが英語である。この状況は英語以外の言語と、英米の文化以外の世界の多様な文化についての関心を人々の意識から締め出すことになり、権利や権力が男性に一極集中している状況と何ら変わりはない。さらに優勢言語に依存して権利を勝ち取ること自体、その権威を強化させることになり、一方でその周縁的立場の言語や文化を弱体化させ、ひいては弱者を再生産することになる。フェミニズムはこれと似た立場にいる女性たちの地位を改善すべく生まれたのだから、その理念に反して、女性たちを支配的な英語へ突き動かしたとは考えにくい。

すると、フェミニズム以外に男女平等を実現する他の要素を考えなおさなければならない。その際には、英語が女性たちを突き動かし始めた社会状況を見ることで有効な見解が得られるかもしれない。その象徴的な事例として1980年代末に見られた「OL留学」という現象を取り上げてみよう。

それについては様々な意見があり、その中のひとつに、日本人女性のライフパターンの変化が挙げられている。一昔の世代の女性たちには、学卒後→OL→退職→結婚というパターンが主流であったが、1980年代末になると、学卒後→OL→退職→留学というパターンも見られるようになる⁹⁾。ここに、ライフスタイルの多様化と積極的な選択が見られるが、それらを可能にしているものの正体は何か。この女性たちが生まれ育った背景に目を凝らすと、フェミニズムの高揚とともに消費社会の到来が見えてくる。先に述べたように、前者が彼女たちに及ぼした影響力はそれほど大きくはなく、またアメリカのリヴ運動と比較した場合、日本でのその規模もまた大きくはない。したがって、後者に注目する必要がある。1980年代末の社会状況を概観してみよう。

戦後からオイルショックまでの、都市部での急速な高度産業化は、生産市場と、その外側にある家庭というシステムの2つの車輪によって可能に

なったことはすでに上野千鶴子を始めとする家族社会学者たちによって明確にされている。生産者は一人分の働きで、家事専従者である妻を含む家族給を生涯にわたって企業から受け取るが、それがせいぜい家族4人分くらいを養うものであることから、子供が2人までという核家族が成立し、平準化する。「市場の間接統制のもとに、出生抑制を、どんな国家的な強制力にもよらず、たった一代代でなしとげた」¹⁰⁰ のであり、少子少産化は女性側の自由意思によるものではなく、家族給とそれによって限られる家族成員の数、そして、都市部での限られたスペースがその原因である。ここにはまだ女性の自由意思や英語を志向する態度は生まれにくい。

1973年のオイルショック以来、経済は低成長期に入るが、内閣府の「国民生活に関する世論調査」で自分の階層帰属が中流であると意識する日本人が9割を超え、1979年の国民生活白書では国民の中流意識が定着した、と評価していることから、いわゆる一億総中流社会と呼ばれるものをここに見ることができる。さて、日本で、英語を志向し始めた女性たちが生まれ育ったのはこのように安定した社会状況においてである。女性と社会状況の関係が明らかにできるのではないだろうか。

核家族が中流意識を持つに至るには、衣食住が満ち足りている以上の、何かが必要となる。一般的には、家電や住宅などの耐久消費財所有や、少なくなった子供に対する高等教育化などの生活水準が、中間意識をもたらすと考えられている。それでは、どのように、それらの耐久消費財を国民の大部分が望み、購入するに至ったのだろうか。テレビの中でこれらは、アメリカ人たちの豊かな暮らしを彩る小道具として用いられている。このように伝えられる豊かな家庭生活に必要なモノというイメージは、当時、低成長期に入った日本で迫られている内需拡大の策にヒントを与える。つまり幸福なイメージが先行する商品を生産し、核家族の間で普及させれば現状を改善できる。

やがて日本でも、誰もが同じ消費財を購入し、アメリカ的な豊かさを享受できたかのように見え、中流意識が購入者の間で高まる。それは、人々の間に不平等が見られない、ということでもある。戦前までの日本社会では、経済成長の受益者は寄生地主や財閥同族に限られ、この不平等の度合いが貧困の最大の原因を生み出し、日本人の大部分が貧困に苦しまなければならなかった。しかし、戦後の農地改革や財閥解体によって、不平等もたらす貧困がある程度は解消され、高度経済成長においてはその受益者が大幅に増え、その後の消費が推奨される社会では人々の間に中流意識だけではなく、平等意識も高まることになる。

第3節 アメリカナイゼーションと英語

しかし、無限に見えるそのような消費にも限界が生じる。大量生産が可能になるいなや、豊かになるためのスタンダード・パッケージも行き渡り、消費市場は飽和状態を迎えることになる。そこで新たな商品開発と消費者を開拓する必要が生じる。歓迎すべき消費者は、可処分所得と可処分時間を最も多く持ち、ある程度の層を成す存在であり、この対象者に商品戦略を合わせればよい。市場がターゲットにしたのは、それらの条件を満たす、就労の未婚女性たちである。その象徴的な例として、1977年に創刊された女性雑誌『クロワッサン』を挙げてみよう。前述したように、日本の個々の家庭が、幸せを象徴するモノの購入を目標とする風潮は自然発生したものではなく、メディアを通じて、先に豊かな生活を送っていたアメリカのライフスタイルの影響を受けている。家族の幸福のために必要と思われるモノの購入がある程度実現した日本に、今度はアメリカから「女性の自立」ブームが輸入される。アメリカでは、1970年以降の、男女の関係や社会の在り方を変えることを目指した女性解放運動の中から女性誌の創刊が相次ぎ、その内容は「男性と同等の地位と給料を獲得するための職業選択や資格習得方法、同僚や上司

との付き合い方、出世できる服装選び、仕事と家事・育児の調整方法など、女性が働く際に直面する諸問題への具体的言及が特色である¹¹⁾。

前述した写真を多用した日本の女性向け雑誌とは異なり、アメリカの雑誌は文字を中心としている点も特徴的である。この、女性が働くことは生きることと同じくらい当然になりつつあるアメリカ型の自立が、消費に力点が置かれる社会が到来したばかりの日本に輸入されると、その社会状況にふさわしい形に変形せざるをえない。雑誌『クロワッサン』は新しいライフスタイル、結婚以外の生き方があり、実際に結婚していない文化人の優雅な生活様式を伝える。その際、「新しい生き方」モデルたちの業績や仕事を通じた「生き方」を文字ではなく、そのファッションや暮らしぶり、愛用の品々など写真を多用しながら紹介する。この新しい生き方のイメージを見て楽しむことに力点が置かれている点もアメリカの雑誌とは異なる。

さて、その雑誌の読者はそれをどのように受けとるであろう。とりわけ、『クロワッサン』が読者層としてターゲットにしている若い女性たちに注目すると、彼女たちは右肩上がりの経済成長期を背景に、少子少産化の家族の中で生まれ育ったことで、タテマエとしては男女平等の教育を受けている。男女雇用機会均等法が施行される前に就職しているため、キャリア志向は芽生えていない。メディアから伝えられるアメリカは、自由で平等な雰囲気を持ち、消費を享受しており、『クロワッサン』に紹介されているようなハイグレードな生活様式が一般的であるように思われる。ここに、アメリカナイズされて英語好きになることと、新しいライフスタイルへの志向が少しずつ距離を縮めて行く様子が伺える。

実際に、女性の生き方と英語の関係について、英文科専攻の女子学生への調査結果から、「英語の好きな女性をいうのは、考え方もアメリカナイズされているところがある」ことが分かる。メディアが伝えるアメリカの雰囲気と雑誌『クロワッサ

ン』の影響を受けたと思われる「都会的で気楽なライフスタイルを望む女性と、英語のできる女性には共通点があるのではないだろうか¹²⁾」と思われる。

ただし、ここで大きな変化が生じる。結婚を否定し、一人で生きる女性の生き方を提案する雑誌『クロワッサン』のロールモデルの一人が突然結婚する。さらに、男女雇用機会均等法が制定され、同時にバブル経済が到来すると、『クロワッサン』は時代にそぐわないということで、その編集内容と読者層を変更せざるをえない。しかし、雑誌はそのように簡単に変更できても、その影響を受けて、優雅な生活を謳歌してきた女性たちは結婚の機会を逃したまま、30代に突入している。キャリアについて考える機会も逃していたところに、職場では、キャリア志向の女性たちが総合職として参入してくる。すると、自分が何者であるのか分からなくなり、また居場所を見つけることもできずに、転職や海外留学によって逃避する未婚女性が増え、この状況は『クロワッサン』が描く幻想に惑わされたということ、「クロワッサン症候群¹³⁾」と名付けられる。その後、「OL留学」という言葉が生まれ、様々な識者によって今日でも語られている。しかし、『クロワッサン』に影響を受けたと推定される55年から60年生まれの女性たちの現在の未婚率は高くない。すると、影響を受けた女性たちは数としては少ないが、歴史上、象徴的な事例であったため注目を受けただけなのである。

事実、北村がインタビューをした女性たちの中に、『クロワッサン』の影響を受け、アイデンティティ・クライシスに陥り、OL留学を体験した1955年から1960年生まれの女性が存在しないので、自らの語りを聞くことができない。それでは、『AERA English』や年に一度は英語特集号を発行する『an・an』に登場する女性たちの語りに耳を傾けることは有益であろうか。先に述べたように、一般職OLで留学経験もなく「普通だった

私」が英語と出会い、苦闘し、やがてバイリンガルになると、英語が救われない日常からの「救世主」であると強調する語りは始まりと終わりが真っすぐであった。その中に削り落とされた部分があることはすでに指摘されている。例えば、大半の同士たちは英語に救われなかった、海外留学したものの、日本の英会話スクールに通っているのときほど変わらない程度にしか英語が身につかなかった、帰国後、就職活動に苦闘した、などの語りは英語産業にとっては当然不利なので隠されなければならない。

こうして、自由や平等の概念を運んできた媒体としての英語に先進性だけが残るのである。

第3章 消費社会の影の側面：個人化

第1節 消費市場の多様化とその結果

1986年に男女雇用機会均等法が施行され、キャリア女性が増えることが予想された。しかし就労継続志向が高まることがなかった。なぜか。日本では育児期に仕事を中断すると、その後の再就職では周縁的労働になる場合がほとんどである。それが就労し続ける意欲を低下させる原因であると考えられる。それでも、日本で少子化が進む様子は、同年齢層の女性がキャリアを追求し就労継続志向を著しく高めて、育児期に仕事を中断することもなく、少子化も解消した先進欧米諸国から見ると謎であろう。両者の女性の何が異なっているのでしょうか。

さらに、日本で均等法と同時に労働者派遣事業法が成立していることは、派遣、契約、臨時、短期雇用のような非正規雇用も拡大していることを意味する。雇用市場が拡大し、学卒後就労する女性が増えることにはなるが、メディアが取り上げるのは当然ながら、日本初としてニュースの価値をもつ均等待遇で総合職に就く女性たちである。

さて、女性の就労が増えることは、彼女たちが「基本的な生活コストは親に負担してもらおう」¹⁴⁾ という恩恵にあずかるならば、その可処分所得と時

間が有り余るということになる。そのような女性こそ、飽和状態を迎え、新たな消費者層を探していた消費市場にとっては、間違いなく「救世主」であり、彼女たちの嗜好に合った新たな商品を開発しさえすればよい。ここで、個人単位で市場が消費を楽しむという第2段階の消費社会が始まる。

後に展開されることになる「このような消費市場における多様化は、女性のライフスタイルの多様化に対応している」¹⁵⁾ ことから、女性のライフスタイルの多様化が商品の多様化を先行しているのではないことに注意しておきたい。

ライフスタイルの多様化は、市場に出回る様々な商品を彩ることによって加速され、ますます消費が自己顕示的になり始める。均等法が施行されたとは言え、その待遇を受ける女性の数はかなり限定的であり、大部分の女性は仕事で自己実現が果たせず、自分を歓迎してくれる消費市場に身を委ねることになる。それは裏返せば、生涯を通じてのキャリア維持や追求が不可能であるがために、好むと好まざると、彼女たちの人生設計は結婚を射程に入れざるをえない、とも言える。この点で、労働を通じて自己実現を果たしていく欧米先進諸国の同年齢層の女性たちとは、働く意味が大きく異なり、若い日本人女性たちは市場が提示する消費による自己実現を追求することになる。これによって、自己利益を最優先する若い女性たちが増えたと評価されるが、それを好意的に見ようが、あるいは批判しようがいずれにせよ、歴史上初めてのことであるから、注目を受けるのは当然である。

さて、英語と女性との関係はどうであろうか。好景気の中で、海外旅行も留学もたやすくなると、以前からあった欧米を崇拜する雰囲気が高まりを見せる。その象徴的な事例として、星条旗をまとった若い日本人女性が「アメリカン・ドリーム」というタイトルがつけられた就職案内のパンフレットの中で次のように語る。

「交換留学から帰ってきた友人が見違えてステ

キにみえたから。つまらない自分を変えたかったから」、「夢物語を実現に変える期待を抱かせる国」であるアメリカへ行き、確かな成果を得て、「夢物語は、信じることができれば、現実味をおびてくる」⁶⁶。

日本での周縁的労働と職場環境と比較すると、アメリカは個性や創造性、自己表現が最優先事項であり、好きなように生きる権利が何よりも尊重されているように見える。ただし、これは、英語産業やその関連事業による宣伝文句である。英語を身につければ日本人女性にもアメリカ人と同じような権利を得ることができると促しているにすぎない。

多様な消費財を享受できる時代にあって、一人の人間としての「生き方」も自由に選択できる。しかし、選択できるかのように見えても、実際に日本社会においては実現が困難である。すると、言語領域において世界的優位性をもつ英語を星条旗のように身にまとうことで、自己実現が可能のように思えてくる。ただし、英語産業が勧める、英語を習得するという消費が自己顕示のためではなく、何が消費の新たな目的となるのだろうか。

第2節 個人化の行き過ぎ(1) アメリカの場合

前章で見たように、女性同士の格差が父親や夫に左右される一方で、女性自身の積極的な選択によっても格差が生じるという見解もあるが、この場合の選択は市場から促されるものである。市場が提供する消費財の中に、英語や留学があり、それを選択するか否かによって、女性間で格差が生じると考えられる。

しかし、日本に先立って大量消費を享受するアメリカは20世紀後半からすでに消費社会による負の側面が顕在化していた。以後、移民の増加や、環境破壊問題、同時多発テロ、サブプライム問題につづくリーマン・ショックなど、強国としての座を20世紀の間維持してきたアメリカがその足元

から揺らぎ始めている。

これらの社会問題の源泉は何かと問い、それがアメリカ人の心の底に深く根を下ろした個人主義と密接な関係があるという仮説を立て個人主義についての再考を行ったのがベラーである。

個人の平等が推し進められると、「諸個人が自らの利益を最大化すべく自発的に契約をむすぶところに」功利的個人主義の源泉が現れる。同時に、「自己に有益なものを見つけ出すには自己の欲望や感情に耳を傾けなければならないということから」表現的個人主義も生まれる。他方で、平等化の進行や、個人の諸権利や自律性の追求は、以前、この2種類と共存してきた聖書的・共和主義的思想—個人を共同体や伝統といった大きな全体性との関係においてみてゆく個人主義—がもつ不平等を非難することで、その思想を弱体化させたという経緯がある⁶⁷。

そのように平等化によって強化される功利的個人主義や表現的個人主義は、物質的生活の改善を飽くことなく探求するような新しい社会的・経済的状況の中でさらに展開していくことになる。その結果は、ベラーがインタビューしたアメリカ人の中に、私的・公共的生活を捉える際に、功利主義と表現主義の両方の要素を融合させた個人主義的な語りが見出されていることに見出される。

平等化の進行と自律性の追求は、このような自分の固有性にこだわり、強い自意識をもつ個人から成り立つ社会を作り出し、私的な目的追求のために公的世界から退却してしまう、という個人を生み出すばかりでなく、むしろこうした個人は公共的生活ばかりでなく私的生活もまた支えることができるのかという心配も引き起こす。なぜなら、一人ではどうにもならない問題に直面した場合、セラピストにカウンセリングを依頼するが、セラピストは問題解決にあたっては、「自分を知ること」「そのことを通じて、自分と他者の関係を調和あるものにしていく」ことを勧める。しかし、それは、他者との関係改善には自己を熟知する必

要があるということになる¹⁸⁾。それはセラピーを受けることで、奥深い袋小路に入ってしまうことでもある。アメリカでは20世紀後半以降に、セラピストの数とその社会的地位が著しく上昇したと言われるが、その理由がそこにある。

第3節 個人化の行き過ぎ(2) 日本の場合

日本ではどうであろう。アメリカ的な状況がみられるようになるのはバブル経済後の1990年代半ばからで、個人という人の在り方についての人々の意識に変容がみられる、といういくつかの指摘がある¹⁹⁾。まず、それ以前の1980年代を見よう。この時代は、前述したように、個人単位の消費への移行期であり、消費傾向は、嗜好や趣味がアイデンティティを形成するかのように、「身の回りを個性的なモノで固める」ことになる。この場合のモノは実質的な物ではなく、自己表現の手段、自分を表す記号となっていく²⁰⁾。この時、均等法が施行されたが、その雇用市場が限定的であったため、「キャリア志向」の女性が著しく増加することなく、「情報・サービスなどの成長部門に膨大な女性向けの雇用機会が生まれ、(中略)とりわけ未婚女子労働力市場で、自分の収入を自分のためだけに使える〈強い消費者〉を生み出した」²¹⁾。その象徴的事例として、本章では1988年に創刊された女性雑誌『Hanako』を取り上げてみよう。その創刊のキャッチ・コピー「結婚とキャリアだけじゃイヤ！」であり、コアとなる読者層を「都市圏で働いている可処分所得が十分にある27歳のフツの未婚女性とし」²²⁾、これまでの女性たちに迫っていた結婚か仕事かという二者択一を無効にする。それどころか、両方を志向しつつ、さらにそれら以外の「何か」をも追及し、享受できることを提案する。この新しい発想は、消費社会に生まれ、平等意識を高めながら育った女性たちを後押しすることになる。以後、「私という言葉が女性雑誌でやたら使われる」²³⁾ようになり、女性たちが一個人としての意識をこれまでにない

ほど高めるのである。

しかし、そのように消費社会が好景気と手をつないでいる状態が終焉を迎えれば、どうなるのか。それは、以前のように消費によって「自己実現」が果たせないこととも相まって、モノによる自己表現を否定するようになる。すると、今度は、何が自己を確立するための手段となるのか

平等化が進行し、一個人としての意識を高める人が増えると、自分自身が特別な存在であること、つまりオンリーワンであることを認識し始め、他人と同程度には特別な存在として扱われることを求めるようになる。ここには、抑圧するものに対して、高らかに掲げる理念であった「個人」ではなく、また自身の、社会関係の網目の中での一存在としての意識もなく、自分自身が唯一の価値基準となる。言い換えると、あらゆる社会関係の起点が自分自身ということにもなり、「自分らしさ」にこだわりを持ち始める。そして、「自分らしさ」を確定するために、自分の内面へ奥深く分け入っていく。この「自分探し」は、他者から成り立つ社会を視野に入れない、ということになる。それゆえ、問題が生じて、自分で選択し、決定したために、自らがその責任を負うものだと考えるようになり、やがてはマクロレベルで「自己決定・自己責任」を謳われるようになる。

そうすると、個人の間で格差や溝が生じる。一見すると、それらは自己決定の結果である。しかし、その源泉を探っていくと、これまで見てきた消費社会における平等化の拡大、そしてその結果としての個人化の進行が格差や溝を生み出していることが分かる。個人による積極的な選択と決定を享受できる人の数は、歴史上最多である。ただし、それは個人単位での消費が可能な成員を一人でも多く増やすことが、飽和状態に陥った状況を改善する必要に迫られていた消費社会の策略であることに注目したい。平等であるという意識に基づいて「自律的」に思考し、行動できる可能性を女性にまで浸透させたのは消費社会であることも

忘れてはならない。

これほど平等意識が高まっている上に、「自己責任」としての個人による解決が自明視されている社会にあっては、人々の間に溝をさらに深めることは許し難く見える。この意識こそが、女性たちの間にますます隔たりを生み出し、英語に限らず手にするものを何でも二者択一的な「救う、救われない」対象として捉えてしまうのではないだろうか。

第4章 つながりと自律性

第1節 何が問題なのか

さて、個人単位の消費が可能になった1980年代から、自己顕示のため、もしくは自己充足のために、日本人女性の間で、手段として用いられることが多いのが英語である。その背景には、消費社会の中で一大産業として成長しつつある英語産業と、消費の意義や方法を教える雑誌があることをもう一度強調しておく。英語が、母語である日本語では果たすことのできないような、何か権威あるもので、それによって固有の「生き方」もしくはアイデンティティーを獲得する際の有用な手段となるように見せる過程はどのようなものであるのか。

先行研究は、「英語を武器にして、自己実現をはかる女性たちは確かにいる。しかし、重要なのは誰もがそうした恵まれた環境や転機を手に入れられるわけではない²⁰⁾」にもかかわらず、「英語を武器にするには」というメッセージを発しつつける英語産業に注目している。「英語を武器に」というメッセージには、武器を身につけなければ、生きていけない、生きていくためには、武器が必要、というメタメッセージが含まれていることになる。それは個人による努力が必要であり、自分だけが英語を身につけて、そうではない人の上に立つことをも意味する。もし、英語が武器にできなければ、その武器を持つ人との間に格差が生じ、それはまた自己決定の果ての結果であるがゆえに、その責任は自分で取らなければならない、という

ことにもなる。英語は日本人女性に光も投げかけるが、一方では影も落とす。それは、英語を取り巻く、あるいは英語を勧めるものの正体—消費社会—こそが、光と影の両側面を持って、女性たちに近づいてくるのである。

どの社会にも増して、「自律的」に考え、選択し、行動することが求められるところにおいて、女性たちがその通りに行動しようと試みた結果、女性たちの間に溝が生じ、その溝を乗り越えることができないならば、その「自律性」にこそ、何らかの問題があるのではないだろうか。

さらに、第1章第3節で生じた疑問、つまり英語に関わる女性たちの間に溝ができる原因は、溝のそれぞれの側にいる女性たちの間にリアリティが隠されている点と、相手の立場や思いをイメージで判断する傾向にしてしまう点であったが、この2点だけがその原因であるのか。そして、なぜイメージに頼らざるを得ないのか。これらの疑問は「自律性」と何らかの関係をもつかもされない。

それについて考えるために、次節ではすでに「自律性」の問題に取り組んでいるいくつかの見解に依拠しつつ、溝を埋めるような「自律性」の可能性について検証していく。

第2節 理論的枠組みと事例を手がかりに

「自律性」の先行研究としては、アメリカではベラーによる『心の習慣』があり、日本でもその影響を受けた宮島喬・島園進による『現代日本人の生のゆくえ』がある。両者とも、次なる世紀に向けて登場しつつある人々の生き方を、その心の在り方から探ろうとし、彼らの「生き方」についての考えを聞き取り、それに基づいて現代人の「自律」と「つながり」について検討しようとしている。とりわけ、アメリカでは、個人主義はその文化の核心に位置しており、その個人主義に含まれる自律の概念が日本でもある程度、人々が受け入れ、志向するところとなっていることに注目し、「自律的」に生きていくには何が必要なのか

を人々へのインタビューを通して考察している。

その際、ベラーは、「個人と共同体はどちらかが強くなれば、他方が弱くなるようなゼロサム状況にあるものではない。むしろ、ある種の強い個人主義を支えるにはある種の強い共同体が必要である」⁹⁵と、また宮島たちも「個々人が自律的に生き、行動していこうとすると、孤立しては弱い。つながりがあってこそ、自律が可能になり、意義あるものになる」⁹⁶という見解を持っている。そのような立場から見ると、英語に関わる女性たちの間にある溝は、何よりも「つながり」が欠けていて、その状態で「自律的」であろうとすることに問題があるということになる。この、消費社会における個人化に促される「自律」は、宮島が依拠しているスティーブン・ルークスの「個人の思想や行為は、自らの決定によるものであり、彼の統制の及ばない機関や原因によって決定されるものではない」⁹⁷という「自律性」とずいぶんかけ離れている。やはり、「自律」について問い直す必要がある。

とは言え、ベラーや宮島が提唱する「自律」と「つながり」の関係は、一見すると片方がもう片方を阻むように思われる。ベラーの言う「強い共同体」の中であって、どのようにして一個人としてあり続けることができるのであろうか。自ら所属する共同体からの紐帯が強ければ強いほど、個人が自律を保つことは不可能ではないのだろうか。

まずは、この逆方向を示す「自律」と「つながり」をベラーたちがどのように関係づけているのか、その理論的枠組みを立て、検討する必要がある。

ベラーたちは、さまざまな社会的立場にあるアメリカ人にインタビューをし、彼らの語りから、両者を人々がどのように関係づけているのかを見出そうとしている。前章で取り上げたように、現代のアメリカで、手段の合理性や個人的欲求の重要性を強調する功利的個人主義と表現的個人主義が主流となり、「人間はたがいに相手を必要とし

ている」と感じながらも、個人の独立性がなくなることの恐れている。この個人主義が人々を社会から切り離し、互いを孤立させ、社会的に取り組むべき問題を個人に帰する傾向を持っていることは前述したように日本でも見られる。

さて、そのような個人が「自律」と「つながり」を関係づけるためにはどうすればいいのか。まず、日本人の「生き方」についての考え方は大雑把ではあるが、2つの方向性が見出される。自己実現や個性を重視するタイプと、人々との共同性を尊重するタイプに分かれ、両者をつなぐことに意識を向けることはない。宮島が語らない片方についての考えを促すと、それについて考え始める傾向が日本人にはある。この2方向性は、アメリカで主流の2つの個人主義—功利的個人主義と表現的個人主義—という分かれ方とは異なる。そもそも、アメリカの2つの個人主義は混じり合うこともある。そして、功利主義的個人主義は日本では出現しにくい、という見解もある。欧米先進諸国における産業の発展には功利主義が必要であったが、日本の場合は、産業の発展は国家目標であるために、集合主義が必要とされてきたという事情がある⁹⁸。

それゆえに、同じように個人化が進行し、人々が孤立した状況を迎えていても、日本人とアメリカ人のそれぞれの「生き方」についての考えを分けて見る必要があるであろう。

まず、日本人に関しては、「自律」と「つながり」の関係づけにおいて「非常にバランスがよい」と宮島が評価している回答者、とりわけ本論文での研究対象である女性たちと同年齢層の女性を見てみよう。

ケース1：40代未婚女性 都市計画コンサルタント

建築事務所でニュータウン計画を手掛けるうちに既成市街地開発に興味をもち、その開発には住民の参加が必要であると考え、住民たちに呼びか

け、ともに既成市街地について考えあう。さらに外国人滞在者の住居問題にも携わるようになり、その言語や文化を自主的に学び、地元住民と外国人をつなぐ役割を果たしている²⁹⁾。

ケース2：30代半ば既婚女性

長年にわたる不妊治療を主体的に選択した結果断念する。その過程で、不妊をめぐる社会状況に疑問を持ち、大学で研究し始める。自分の経験や研究結果が社会に還元され、不妊で悩む人々を解放する助けになれば、とカウンセリング機能を備えた医療コーディネーターを目指している³⁰⁾。

この女性たちと、これまで見てきた英語によって分かれている女性たちとの違いは何か。ケース1の女性は自分の関心を明確にする一方、それを他者の視点から捉えようと、その両方を仕事を通じて結びつけようと努力している。個人の努力や奮闘が賛美される現代社会にあっては、ケース2の女性の不妊治療の断念は「諦め」としてマイナスの評価を受けるだろう。しかし、彼女は不妊治療という個人的な体験から、「治療しない」という選択の可能性を見出し、そういう選択肢も含めた多様な不妊治療を不妊外来を訪れる夫婦に提示したいと考えている。どちらの女性も、自己の確立だけを目指し、そのために何かを達成しようとしているのではない。苦難や他者との関わり合いの中に自分の役割を見出し、それを果たすことで自分の「生き方」を定めているのである。

一方、ベラーがインタビューした中で、あの2つの個人主義に偏らず、「私的な成就と公共的な参加を対立するものではないと考えている人々も大勢いた」³¹⁾。そのうちの二人を挙げてみよう。

ケース3：市民リーダー

イタリア系移民であるために、偏見や差別を受け、それらの手痛い記憶とともに自分のルーツを捨て、アメリカナイズしようとしていた。しかし、

町の行政委員会に選ばれたことがきっかけで、民族を越えて、町全体の福祉を代表するのが自分の義務であると考えようになる³²⁾。

ケース4：経済民主主義運動家

長年の主婦としての役割が強かったため、特に個人のアイデンティティを意識していなかったが、政治的活動に関わることで、意識が変革する。しかし、ラディカルに自律性を追求するのではなく、父母から受け継いだ政治への関心と、労働組合事務員としての経歴を活かすことで自己の責任を理解している³³⁾。

ここから分かることは、自己とは、過去を捨てて自力で成功することで得られるものでもなければ、自由に表現することで提示できるものでもない。自己は、それまで自分がもっていたものの結果であり、そして、伝統をともにする他者たちによって伝えられ、範を示されてきた徳に基づく意識、他者を世話する責任を持って初めて現れるものである。この人々から、対極にあるつながりと自律の関係づけをどのように捉えるのか、最後に理論的に考えてみよう。

第3節 つながりと自律の関係づけ

消費社会は拡大しつつあった平等思想を利用し、消費者の増加を目指して、人々にそれぞれ固有の「生き方」があり、それを追求することを促した。それは、一般社会の動態や自身を取り巻く共同体から、ワン・クッションおいたところでの個々人のうちに自閉した個別主観的な幸福の追求というイメージをもつ。個別化された幸福を良し、とする風潮はやがてはその模索に成功する人と苦難を強いられる人を生みだす。この人々の間に横たわる格差や溝が、個人の責任のもとでの解決が望まれつつも、解決不可能な場合、問題が積み重なって社会には閉塞感が漂い、「希望喪失」³⁴⁾と思われる状況が蔓延化する。

さて、ベラーや宮島は、この状況を打破するヒントを自らインタビューした人々の中に見出す。その際、一見すると対極にあり、どちらかが強くなれば片方が弱くなりそうな、「つながり」と「自律」の関係づけの可能性を提示する。

現代社会において、様々な経験や考えをもつ人が存在するという事は、他者性や多様性に触れ、お互いの価値観の違いや異質性を理解する機会が以前よりも大幅に増えているという考え方もできる。それが現代社会の強みとして捉えられるならば、現代人は「多様な他者とのつながりの中で実現される自分らしい在り方として表象される」⁶⁰「自律性」を得る可能性がどの時代よりも高まっていると考えることができる。他者性や異質性を受け入れ、その上で自分に何ができるのかと考え、その中での自分の役割を見出そうとする、つまり自ら負うべき責任を自覚し、責任を負うことを厭わない態度こそ、スティーブン・ルークスが理想とする「自律」ではないだろうか。

また、自ら体験した挫折や失敗、修正を無駄であると判断するのではなく、同じように苦境に立たされている人々を救うのに役立つのでは、と想像し、発想を転換させる人々もいる。このように、溝の向こう側を想像する力、あるいは、向こう側にいる人を理解しようとする態度こそ自律的であると言えるのではないだろうか。もしそうであるならば、英語に関わる数々の女性たちが、溝を深め、向こう側をイメージで判断してきたのは、そのような想像力や理解の欠如、ひいては自律性が欠けていたからということになる。他者を想像し、理解するという自律的な姿勢がなければ、他者との関わり合いの中から、自分の役割を見出すことは不可能であろう。

したがって、本論文の出発点である、英語が女性を救うかという問題に戻ると、消費社会による個人化の奨励によって、私的成就のために、あるいは他者との卓越化のためだけに英語を身につけようすると、成功者と失敗者の間に数々の溝が

生まれ、お互いを理解することもなく、ますます溝は深まる。しかし、北村は「同じような経験をしているだろう未知の他者とのつながり」⁶¹が溝を埋めることができると期待しており、本論文では、その見解に「つながり」と「自律」の関係づけを付け加える。もし、英語による「自律」を目指すならば、それは自己自身において獲得されるものではなく、自分の周囲にある他者性や異質性を認め、受け入れ、それらとの積極的な「つながり」から見出される自身の役割と責任を全うすることでようやく獲得できる、という結論に至る。

(注)

- (1) 北村文『英語は女を救うのか』勁草書房、2011年、25項。
- (2) 速水健朗『自分探しが止まらない』ソフトバンククリエイティブ、2008年、74項。藤田結子『文化移民』新曜社、2008年、219項。
- (3) 北村、前掲書、42項-48項。
- (4) 北村、前掲書、95項。
- (5) 北村、前掲書、172項-173項。
- (6) 橋木俊詔『女女格差』東洋経済新聞社、2008年、30項。
- (7) 富永健一『日本の近代化と社会変動』講談社、1990年、223項。
- (8) 宇野重規『〈私〉時代のデモクラシー』岩波書店、2010年、10項。
- (9) 津田幸男『侵略する英語反撃する日本語』PHP研究所、1996年、145項-148項
- (10) 上野千鶴子『家父長制と資本制』岩波書店、1996年、207項。
- (11) 井上輝子「女性雑誌に見るフェミニズム—アメリカとくらべると—」『女性とメディア』世界思想社、1992年、116項
- (12) 松原淳子『英語できます』文芸春秋、1989年、242項。
- (13) 松原淳子『クロワッサン症候群』文芸春秋、1988年。
- (14) 山田昌弘『パラサイト・シングルの時代』勁草書房、1999年、35項。
- (15) 上野千鶴子「女の戦後文化史」『岩波講座近代日本の文化歴10 問われる歴史と主体』岩波書店、2003年、263項。
- (16) Karen Kelsky., Women on the Verge, Duke University, 2001, pp.98-99.
- (17) Robert Bellah., Habits of the Heart: Individualism and Commitment in American Life, University of California Press, 1985 (= 島藺進・中村圭志訳『心

- の習慣—アメリカ個人主義のゆくえ』みすず書房、1991年、175項。)
- (18) 宇野、前掲書、78項。
- (19) 宇野、前掲書、59-60項。速水、前掲書、23項。
- (20) 上野千鶴子『〈私〉探しゲーム』筑摩書房、1987年、85項。
- (21) 上野、前掲書2003年、256項。
- (22) 椎根和「Hanako と80年代とは何だったのか『現代日本文化論 8 消費と欲望』岩波書店、1997年、82項。
- (23) 速水、前掲書、176項。
- (24) 北村、前掲書、125項。
- (25) Bellah、前掲書、7項。
- (26) 宮島喬・島蘭進『現代日本人の生のゆくえ』藤原書店、2003年、117項。
- (27) 宮島、前掲書、14-15項。
- (28) 富永、前掲書、156項。
- (29) 宮島、前掲書、386-391項。
- (30) 宮島、前掲書、109-117項。
- (31) Bellah、前掲書、99項。
- (32) Bellah、前掲書、192-193項。
- (33) Bellah、前掲書、194-198項。
- (34) 玄田有史・宇野重規『希望学(1)』東京大学出版会、2009年、145項。
- (35) 宮島、前掲書、21-21項。
- (36) 北村、前掲書、169項。

参考文献

- Bauman, Z., *ConsumingLife*, Polity Press, 2007.
- , *Liquid Life*, Polity Press, 2005.
- , *Liquid Modernity*, Polity press, 2001. (= 森田典正訳『リキッド・モダニティ』大月書店、2001年)
- , *The Art of Life*, Poloty press, 2009. (= 山田昌弘解説、高橋良輔・開内文乃訳『幸福論』、作品社、2009年)
- 間々田孝夫『消費社会のゆくえ』有斐閣、2005年
- 見田宗介『現代社会の理論』岩波書店、1996年
- 白波瀬佐和子『生き方の不平等』岩波書店、2010年
- 津田幸男『英語支配の構造』第三書館、1990年
- 山田昌弘『希望格差社会』筑摩書房、2004年