

<論 説>

「文化研究」と「マーケティング研究」

—独自のマーケティング理論開発を目指して—

堀 越 比呂志

目 次

はじめに

1. 文化研究の系譜

2. 文化研究の対象と方法

3. 対象と方法における混乱の調停と制度主義的個人主義

(1) 多様な研究対象を整理するための基本的な研究対象と集計レベル

(2) 方法についての対立とその調停

4. 「文化研究」と「マーケティング研究」

(1) 文明と文化の区別とマーケティング論の特徴

(2) 独自のマーケティング理論の開発とマーケティング・マネジメント

おわりに

はじめに

本論文では、まず、文化研究の外観を示し、それを研究対象の観点から整理するために、様々な文化研究に共通な基礎的な研究対象を選び出し、それと社会的集合レベル上の違いという軸を掛け合わせ、個々の研究成果内に現れる様々な研究対象ごとの成果を位置づけることのできる対象マトリックスの作成が試みられる。次に、このマトリックス上に位置づけられた研究対象ごとの研究成果をまとめ上げる理論構築の方法が検討される。そこでは、社会科学において長い間続いてきている方法論上の対立が、制度主義的個人主義の立場において解消されることが示される。そして最後に、文化研究とマーケティング研究の関係が考察され、そこでマーケティング独自の理論が開発される可能性と、そのための研究の方向性が示される。

1. 文化研究の系譜

文化は人間行為の所産であり、それゆえ文化研究は自然と対置される人間に関する多様な問いをその根底に持っており、多様な学問分野を生み出してきた。そうした研究の系譜を顧みると、人間に関する問いのいくつかは古代から問われ続けていたものであり、それは主として物とは違う人間の精神性に焦点を当て宗教や哲学の分野で考察が続けられてきたといえる。しかし、その考察が「学」として登場するのは18世紀の啓蒙の時代で、「人間学（独：Anthropologie, 英：anthropology）」の名のもとに人間の精神的側面、認識や理性の問題を体系的に分析したのが

I. Kant(1724-1804)である。そしてその頃、人種分類の体系化を目的とした研究分野が登場し、同じく「anthropology」の名のもとに展開する。この流れは人間の精神的側面を扱う人間学とは異なって、人間の生物学的側面に自然科学的な方法でアプローチするものであり、「anthropology」はより広義の意味を持つことになった。日本ではこの広義の意味での「anthropology」を「人類学」と呼んで「人間学」と区別するようになる。

大航海時代以来、ヨーロッパにおいて様々な民族との接触から未開民族の文化の調査が盛んになり、こうした民族誌 (ethnography) 的知識の集積のもとに 19 世紀半ばに民族学 (ethnology) という分野が確立される。またそれとともに、18 世紀後半、フランス革命や産業革命が起こり、資本主義の進展による近代化と都市化が進むにつれ、19 世紀後半には C. R. Darwin(1809-1882)の『種の起源』(1859 年)の影響のもとで H. Spencer(1820-1903)を中心に社会進化論が登場し、人間社会の文化的進化を論じる研究者が登場する。その代表的研究者がイギリスの E. B. Tylor(1832-1917)である¹。この Tylor の影響の下、イギリスでは J. G. Frazer(1854-1941)らが文化的優劣を前提とした研究を展開し、それを「社会人類学 (social anthropology)」という名称で呼ぶようになる。こうした研究の動向はアメリカにおいて L. H. Morgan(1818-1881)などによって展開された。

その一方で、進化主義における自文化中心主義 (ethnocentrism) や人種差別的傾向への反動として、急激な社会変化とともに消滅していく伝統文化への憧憬や民族主義の高まりから、多様な民間伝承を記録として残そうとする民俗学 (Folklore) という研究分野が欧米各国で登場した。また進化主義的民族学における進化の根拠のなさを批判し、伝播主義という新たな立場の研究も登場した。これは、異なる文化の間の共通性や類似性を空間的な人の移動による文化の伝播の結果と考える立場であり、「中心」から「周縁」への伝播という空間軸で捉える点に新しさがあった。しかし、イギリスを代表する「極端な伝播主義者」においては、低段階から高段階へとという時間的視点が残存してそこに進化論的視点が指摘され、「アメリカ民俗学」においては、同様の空間的視点をとった研究において、「高層文化から低層文化へ」という視点が入り込み、文化的優劣の視点の残存が指摘された (小長谷 [2009], p. 13)。

20 世紀になるとイギリスにおいて、B. K. Malinowski(1884-1942)と A. R. Radcliffe-Brown(1881-1955)による新たな社会人類学として、「機能主義人類学 (functional anthropology)」が登場し²、Malinowski は、1922 年に『西太平洋の遠洋航海者 (Argonauts of the Western Pacific)』を発表

1 民族学が登場した 19 世紀後半に逸早く進化主義的な展開をした Tylor の研究は、特定の未開民族の民族誌的記述を超えて、多様な原始的民族における宗教が社会を形成する機能を持ち、イギリスの発展した社会基盤を考える上での基礎であるとみなしており、その広い視野から後の社会人類学の端緒的成果と考えられ、文化研究の総称としての文化人類学の父とされている。

2 既述のごとく、「社会人類学」という用語は J. G. Frazer(1854-1941)が用いた用語だが、その内容は異なるものの、Malinowski や Radcliffe-Brown らの研究動向にも用いられ、より広い意味内容を含んだ形で定着することとなった。

し、同年に Radcliffe-Brown は『アンダマン島民 (The Andaman Islanders)』を発表する。どちらも参与観察による民族誌的調査方法を用いるが、実証主義の傾向の中で登場したフランスの社会学者 É. Durkheim (1858-1917) の社会学理論を継承し、文化を個人の外部に存在する全体的実在と規定する理論的構想を展開した。これらの成果をうけて、フランスでは、Durkheim の甥である M. Mauss (1872-1950) が、1925 年に『贈与論』を発表し、未開社会における贈与には個人を超えた全体的関係性から影響を受けた文化的意味があることを指摘した。これらの人類学は、社会的制度の共時的な関係に焦点があり、進化論的視点を抜き取り、人類社会の多様性ととともにその構造的等質性を追求するという点で、記述を主とするそれまでの民族学から抜け出てその内容はより理論的になっていった。

アメリカでは、F. Boas (1858-1942) によってより広範な内容を持つ総合人類学 (general anthropology) の提唱の下で、人類学の 4 つの部門として、1. 先史考古学 (archaeology)、2. 言語学 (linguistics) ・ 言語人類学 (linguistic anthropology)、3. 生物人類学 (biological anthropology)、4. 民族学 ・ 民俗学 ・ 文化人類学 (cultural anthropology) が示され、以後アメリカにおいてこの分類が定着する。この分類でも明らかなように、「文化人類学」の名称は人類学の下位分野に位置づけられ、後にそれまでの文化研究の総称として普及していくのであり、生物学的な側面を研究する分野は「生物人類学 (biological anthropology)」あるいは「自然人類学 (physical anthropology)」と呼んで区別されるようになる。Boas もまた文化相対主義の立場から進化主義の人類学の批判をし、その文化人類学的研究においては民族誌的な記述に専念する姿勢を見せたが、伝播主義的な視点に立って、精緻な空間的文化的伝播を分析し、アメリカ歴史学派と呼ばれる研究動向も生み出した。Boas は 1902 年に設立されたアメリカ人類学会の立ち上げにも尽力し、「アメリカ人類学の父」と呼ばれている。

以上、文化研究の系譜において、「人間学」、「人類学」、「民族学」、「民俗学」、「社会人類学」、「文化人類学」といった名称が登場しているが、人類学の下位分野として文化人類学があり、文化人類学とはほぼ同じ研究領域として民族学や社会人類学があるといえる。「文化人類学」という名称はアメリカ由来のものであり、これら文化研究の総称として用いられる傾向もあるが、イギリスやフランスでは「社会人類学」、その他のヨーロッパでは「民族学」が主として用いられている。民俗学は主として伝承記録に焦点が当てられており、民族学の下位分野といえる。人間学は、これら人類学の下位分野として位置づけられた文化研究とは区別されるようになり、20 世紀になってから、M. Scheler (1874-1928) が中心となって「哲学的人間学 (philosophical anthropology)」と名付けられ、別の分野として確立されていく。

ところで、Boas の 4 分類において、中心となる人類学の 2 大分野は生物人類学と文化人類学であり、先史考古学や言語学はそれを補完する関連分野といえる。ここで、言語学とともに併記されている言語人類学とは、主として、人類学において対象となっている社会での言語活動を記述する研究分野であり、むしろ文化研究の総称としての文化人類学の下位分野として位置づけら

れるべきである。しかし、このような言語人類学的研究動向とは違って、イギリスやフランスでの社会人類学においては、文化的行動やその産物をすべて言語あるいは記号とみなして研究するという動向が出現するのであり、1950-60年代ごろから、言語学や記号学の方法に依拠し、文化的現象の奥に潜む意味の解説を試みる研究動向が登場する。そのきっかけを作ったのがフランスの社会人類学者 C. Lévi-Strauss(1908-2009)であり、先住民族の親族関係の研究の中で、様々な親族関係の根底に「女性の交換」という意味を生み出す共通の意味構造が潜んでいることを明らかにし、神話研究に移ってからは、そこに人間の感覚的経験において共通する二項対立があることを明らかにし、「アメリカ大陸先住民族と民族史家の区別が生じえないレベルで神話を読み解く」(近藤〔2009〕, p. 445) ことができると宣言した上で多くのフィールドワーク的観察を行い、様々な神話の中に見出せる、人間に普遍的に共通する認識構造を確認しようとした。彼の研究方法は F. de Saussure(1857-1913)からの影響が強く、Saussure が言語活動の背後にある規範的言語構造であるラングを明らかにしようとした手法をもとに、文化現象の背後にあるより普遍的な共時的意味構造を明らかにし、未開社会の行為の意味を読み取ろうとした。こうしたアプローチは構造主義と呼ばれ、そこには多分に S. Freud(1856-1939)からの影響もあり、次第に人間の無意識レベルにおける象徴の意味を明らかにしようとする動向を生み出していく。構造主義は、文化研究として、C. Geertz(1926-2006)、V. W. Turner(1920-1983)、D. Schneider(1918-1995)らによる象徴人類学、R. Barthes(1915-1980)の文化記号論といった研究動向を生み出しただけでなく、さらに J. Lacan(1901-1981)の構造主義的精神分析なども生み出すことになり、他の分野にも幅広く影響を及ぼしていくことになる。

しかし、こうした構造主義の動向は、しだいにその中に残存していた実体主義的傾向を徹底的に排除しようとする動きへと転じ、ポスト構造主義という研究潮流を生み出すことになった。ポスト構造主義という思想潮流は、M. Foucault(1926-1984)、J. Derrida(1930-2004)、G. Deleuze(1925-1995)、F. Gattari(1930-1992)を筆頭に研究がすすめられ、人間的理性中心主義や西欧中心主義と対決しそれを乗り越えようとしたのであり、普遍的な形而上学的諸体系が隠蔽してきた具体的な側面を明らかにし、多様な意味の生成における変化に注目した。すべての社会現象が実体ではなく差異を生み出す豊饒な意味生成として流動しているという考えがその根底にあり、固定的な歴史解釈を排して、具体的な歴史的個別性への関心の高まりを生み出した³。このポスト構造主義という知的動向は、流動的で多様な歴史解釈という認識方法を意味するとともに、実体的な閉じて固定化した体系から生み出された暗黙裡の形而上学的解釈の根底にあるイデオロギーを批判し、それに抵抗する形で現実での多様な生き方を肯定するという実践的な活動を含んでいる。前者の流動的で多様な解釈という研究としては、J. Baudrillard(1929-2007)の文化記号論があ

3 しかし、構造主義的と解釈される Saussure においては、言語には差異しかないという主張とともに、個人の言語活動としてのパロールもラングとともに指摘されており、ポスト構造主義の芽はすでに Saussure の中に潜んでいたといえる。

り、後者の研究としては、文化活動の背後にあるイデオロギー的意味を暴き出しそれと対決するという、70年代以降盛んになったカルチュラル・スタディーズという研究動向がその典型といえるだろう。

以上の構造主義およびポスト構造主義の一連の動向は、社会科学方法論における言語論的転回に影響を与えることとなり、言語による実在の公共的構成という構成主義や、H. G. Gadamer (1900-2002) の相対的な歴史的先入見を強調する新たな解釈学が注目されるようになり、体系的で普遍的な知識に対する疑念、一面的な機能の記述や進歩史観への批判を促す思想的潮流として、より広く「ポスト・モダン」と呼ばれるようになる。

2. 文化研究の対象と方法

さて、以上のような系譜をたどって様々な研究成果が蓄積されてきた文化研究であるが、その研究対象や方法はあまりにも多様で混乱しており、整理が必要である。それゆえ以下では、これらの文化研究の内容を研究対象と方法という観点から整理していくことにする。ここで対象とは、記述の際に関心をもった見地によって選択された研究対象とともにそれを解釈したり説明したりする際に登場する新たな研究対象のことも指す⁴。一方、方法とは理論構築の方法を意味し、記述的に導出されたそれら諸対象を関連付けて生み出された解釈や説明の構想全体を指す⁵。

人間学では、人間に共通の知的能力の存在を研究対象としている。Kant は『純粋理性批判』において外界の自然科学的認識を可能にさせる人間のア・プリオリな能力として、時空内で感覚器官によって外界を経験する能力である感性、それら経験を純粋概念と経験概念によって整理して経験と概念を結びつける能力としての悟性の2つを想定したうえで、経験を飛び越えた次元での推論能力を狭義の理性として区別し、人間の認識の限界を明らかにした。ここでは、ミクロ的な人間一般の内部に存在する認識能力が研究対象とされている。Kant はこの心の知の側面とともに、心の他の側面である情に伴う判断力について『判断力批判』、意の側面である規範的能力について『実践理性批判』を著し、総合的な人間学を打ち立てた。そこでは、外界の物的状況の客観的認識である心の知の側面と、それとは断絶して主観的な規範に基づいて行為を繰り出す心の意の側面を連結する段階として、価値的判断を行う心の情の部分を位置づけるという理論構築

4 基本的に様々な研究成果は、研究対象として複数の対象を含み持つのであり、その研究を研究対象から単純に特徴づけることは難しい。例えば、「セブン-イレブンの企業行動の流通構造に与えた影響」といった研究のように、そこにミクロの対象とマクロの対象が同時に含まれている場合、その研究をミクロ的とかマクロ的とか特徴づけるには判断が必要である。通常は、帰結における対象レベルをもってその研究を特徴づけることが多く、この例の場合はマクロの研究と判断されることになる。この点に関して詳しくは堀越〔1999〕を参照のこと。

5 科学哲学において方法論というと、理論のテストの方法を指すことが多いが、社会科学や人文科学においては理論構築の方法が述べられることが多く、混乱が生じやすい。それゆえこの区別は重要である。これについて詳しくは、堀越〔2016〕、堀越〔2020〕を参照のこと。

の構想がうかがえる（熊野〔2017〕）。

民俗学、民族学、社会人類学、文化人類学では、特定の民族や小集団に関するフィールドワークの記述が共通して存在し、目の前に展開される実際の諸行為や、行為の結果生み出された物的産物が研究対象とされ、その様々な側面のうち民族や小集団の成員としての特徴と思われる側面が選出され、その多面的な記述的成果が蓄積される。そうした側面を選び出し記述する方法として、未開の「無文字社会」においては、研究者の感性的能力や保有する知識との対比に基づいてそれらの対象の独自性を記述していくしかないが、何らかの文書が残されているかあるいはコミュニケーションが可能でその内容を再現して記述可能であるならば、それらの資料をもとにその民族の特徴をより内在的に書き留めることができるようになる。そうした言語的内容を持った伝承記録を主たる研究対象として文化的産物を記録していくのが民俗学である。

民族学・社会人類学・文化人類学の中でも、既述の進化主義的な研究や伝播主義的研究においては、特定の未開社会における個人や様々な物的産物の民族的側面の記述だけに終わらずに、未開社会から発展した様々な段階の社会も研究対象とされ、そのより広い記述的資料を基にそれらの社会的特性を通時的発展としてまとめ上げるという理論構築の方法が採用されている。そこでは文明と文化の区別はなく、社会の文明的進化に重きが置かれ、それに押されて消えていく未開文化の記録という「救出人類学」的性格の研究内容となりがちであり、その文明的側面が強調された自文化中心主義的解釈や説明が行われることになる。しかし、そこにおける構想としての進化の意味が明確ではなく独断的であるため後に批判されることになる。

そうした根拠のない自文化中心主義的な研究を批判し、イギリスの Malinowski や Radcliffe-Brown が展開したのが機能主義人類学であり、フランスの Mauss が展開したフランス社会学派もこの流れに属する。これらの諸研究における方法は、社会学者 Durkheim からの影響を強く受けており、そこで説明や解釈の際に登場する研究対象として、社会の多くの成員の特定の集合行為あるいはそれに影響を与える存在として全体的な社会的存在を共時的に仮定しているという点で共通している。しかし、この全体的な社会的存在を共通の研究対象としながらも、その社会的存在をどのように考えるか、そしてその説明や解釈の際にそれらの存在を説明する新たな対象をどのように関連付けるかにおいて、それぞれ異なった理論構築の方法が提唱されている。

Durkheim は、社会の成員の行為に影響を与える全体的な社会的存在として集合意識を仮定し、それを社会的事実と呼んだ。社会的事実は、法律、宗教、道徳といった諸制度の中で示される諸様式の表象であり、社会の成員がそれを感得し従わざるを得ない観察可能なルールの集合的表象と考えられている。そしてこの社会的事実の生成を説明する方法として、機能主義的説明を嫌い（新・大村・他〔1979〕, p. 82）、そうした集合意識が主として人口学的な人間環境によって規定されるという因果構造を想定した研究構想を提示した（安田〔1974〕, p. 20, pp. 322-337）。さらに、その集合意識は個人の心理学的理論から導き出すことのできない、それゆえ個人的要素を超えた創発的なものと考えられて、その方法の構想において心理学的説明が否定された。

Malinowski, Mauss の研究対象は、文明化された社会を主として研究する Durkheim とは違った未開社会であり、特に Malinowski においては文明と文化の区別のないまま民族学的伝統の下での分厚い民族誌的記述を行うのが特徴的である。Malinowski や Mauss は、それら記述された対象をつなげる理論構築の構想において Durkheim の構想を受け継いで文化的諸要素の総体的まとまりとしての存在を仮定してそれを研究対象とはしているが、Durkheim が考えた時空的に同一の社会に住む人々の集合的経験の表象という意味とは違って、より広く、そしてごった煮的に文化行為の結果としての産物すべてを文化的総体と考えている⁶。さらに、その産物すべてが個々の成員の欲求を充足する手段として存在していると考え、文化的総体が成員の欲求充足に貢献するという関係を機能と呼ぶ。ここでの機能分析は、機能をとらえる基準点が個人のレベルに求められているのであり、Durkheim とは異なり、社会的事実としての心理を同定するために心理学的接近が有効と考えられている（藤吉 [1994], p. 92）⁷。そうした機能の分析とともに、諸制度の分析も主要な理論構築の方法として提唱されているが、その分析も結局は制度を人間の普遍的な心理法則に結び付ける構想となっている（安田 [1974], p. 379, pp. 382-383）。この研究構想のもとで、Malinowski や Mauss はクラヤポトラッチという贈与的慣習を研究した。そこでは、そうした慣習が、お互いの功利的欲求を満たすことに機能している経済的交換とは異なって、人と人との間の情緒的つながりや関係を維持したいとする欲求を満たすことに機能している社会的交換であるとしてそれらを区別し、そこから対人関係において作用する独特の道徳が社会のために創出されていることの重要性を指摘した。このように、具体的研究の展開では、研究対象として、物的な機能的価値の実現を目的とした経済的交換よりも、人間関係における情緒的価値を目的とした社会的交換に焦点が移動しており、文明と文化の区別がなされ、文化に焦点が当てられているといえる。

Radcliffe-Brown の関心が向けられる全体的存在としての研究対象は、直接的に観察できる安定的な制度状況の総体である関係のネットワークが考えられており、より理論的な対象として絞り込まれていて Malinowski よりは限定的であるが、そうした全体的存在を集合意識と考えた Durkheim とも異なっている（Ekeh [1974], 訳, pp. 16-17）。Radcliffe-Brown はこの制度の総体としての全体的存在の維持という目標に対してより下位の文化的制度や諸行為が貢献していることを機能と呼び、その関係を考察するという機能主義的方法を提唱した。この Radcliffe-

6 Malinowski は、文化を「道具・消費財・種々の社会集団の憲章・観念や技術・信念・慣習からなる統合的全体である」（安田 [1974], p. 379）と考えている。この総体としての文化の定義は、文化人類学の父と呼ばれた Tylor [1871] の以下に示す素朴な定義と似通っている。「文化あるいは文明とは……社会の成員としての人間（man）によって獲得された知識、信条、芸術、法、道徳、慣習や、他のいろいろな能力や気質（habits）を含む複雑な総体である。」

7 このように、文化的行為の機能的要件がその社会の成員の欲求に対応するという Malinowski の立場は微視的機能主義と呼ばれるのに対し、R. Radcliffe-Brown は社会体系独自の欲求としての機能的要件を想定している点で、巨視的機能主義と呼ばれる（小室 [1974], p. 39）。

Brown の機能主義は後に構造－機能主義と呼ばれ、T. Parsons (1902-1979) によってさらに精緻な理論構築がなされることによって、後のアメリカ社会学の研究の主流を築き上げることになる。この構造－機能主義の方法は、Malinowski の機能主義とはその機能の方向が違うのであり、文化的行為のより上位のまとまりを維持するための機能という形で、その機能がマクロ的な構造のレベルに求められているという点で異なっている⁸。

一方、構造主義の潮流を生み出した Lévi-Strauss において、『親族の基本構造』(1949) の頃の前期の研究では、Saussure のラングに関するその当時の解釈から、実体的意味コードの全体的体系としてのラングを彼の構造主義の研究対象と考えていた節があるが(小阪・竹田・他編著 [1984], p. 138; Ekeh [1974], 訳, pp. 52-57), 『野生の思考』(1962) 以降の後期の Lévi-Strauss の研究では、その中心的研究対象が、人間精神に普遍的に共通する特徴へとシフトする。彼の前期の研究では外的存在としてのラングからコードを読み込み、構造を維持している中心的制度として女性の交換という慣習を指摘するという研究であった。しかし後期の研究になると、構造の意味は、そうした外部に存在する実態的構造を指すことから、人間に共通して存在する無意識的領域を含む普遍的精神構造の意味に変化していったのであり、Saussure よりも Freud の研究構想に強く傾倒していったと考えられる⁹。それゆえ、その後期の構想は、人間の普遍的な心理への還元を目指す Malinowski や Mauss に近くなったといえるだろう。そこでは物的な実体的内容とは違った象徴的な意味を確認することが中心的方法となっている。Geertz らによる象徴人類学や Barthes の文化記号論、そして Lacan の構造主義的精神分析は、既述のように同じ対象と構想を持っているといえるだろう。

しかし、この Freud の構造主義でもまだ人間の精神構造の実体的存在を仮定しており、形而上学的思考が残存していると批判したのがポスト構造主義であり、このタイプの研究に当てはまるのが Baudrillard の文化記号論だといえる。そこでの対象からは人類学的な過去の社会や文化の研究という枠は取り去られ、現前の社会や文化に対象が限定されるとともに、徹底的に実体主義的認識が排斥され、言語によって公共的に構成された意味の世界のみが対象とされている。それゆえ、その研究構想では、実体を離れた多様な意味生成を生み出す様を描くという反実在論的構想になっているといえる。カルチュラル・スタディーズもその実践的主張を除けば同様の対象と研究構想を持っているといえるだろう。

8 「A ならば B である」という命題において、A は B の十分条件、B は A の必要条件というが、機能的説明とは目的論的に必要条件を述べる論理構造になっており、因果的十分条件を確定した論理構造ではないという点を理解しておくことは重要である。例えば、「マッチを擦れば火が出る」という因果的命題に対して、「火が出たならばマッチが擦られた」というのが機能的説明の基本的論理構造であり、論理学では後件の誤謬といわれている。マッチが擦られたことは火が出たことの必要条件でしかなく、火が出ることの一因でしかない。

9 この指摘は、後期 Lévi-Strauss と Durkheim との相違においても指摘できる (Ekeh [1974], 訳, pp. 54-57)。

3. 対象と方法における混乱の調停と制度主義的個人主義

(1) 多様な研究対象を整理するための基本的な研究対象と集計レベル

実証主義的傾向の下での文化の研究における基本的な対象は、参与観察により記述された個々の成員の「行為」であり、その研究成果はそれらの様々な側面の記述と、それを基にしたうえでの類似的集合パターンとしての「集合行為」の選択的記述である。それは大量観察にもとづいた実証的記述といえるかもしれない。そして、こうした成果は文化研究だけでなく、人間行為が作り出す現象を研究するすべての科学的研究の根底をなす経験的研究成果といえる。しかし、この民族誌的な雑多な記述的成果だけに終わらずに、どうして個々の行為がそうした集合行為になるのかを説明したり解釈したりする、より理論的な研究をめざすためには、新たな研究対象が必要になる。

まず、そうした新たな研究対象として登場するのが、Malinowski や Mauss が想定した個人的欲求の存在場所としての「意識」、その集合的合成として Durkheim によって社会的事実と呼ばれて、個人の外に表象として存在すると想定された「集合意識」、Freud に強く影響を受けた後期の Lévi-Strauss、そして実は Saussure においても普遍的言語能力として考えられていたランゲージュの存在様態としての「無意識」、そしてその他の構造主義論者の中でしばしば登場することになる、社会からの影響を受けてその個人的無意識よりも深層に存在して個人の意識に影響すると考えられた、C. G. Jung (1875-1961) 由来の「集合無意識」である。さらに、個人の外に存在し、個人的意識や集合意識を規定するとされるルールとしての「制度」が、Durkheim, Malinowski, Radcliffe-Brown, Mauss そして前期の Lévi-Strauss に、方法的対立があるにもかかわらず共通して登場する。さらに、構造主義およびポスト構造主義においては、Saussure の想定した言語間にあるルールの総体としてのラングの存在様態として、言語の構造やその内容が示される「言語的産物」が重要な研究対象になり、既述の言語論的転回を引き起こすことになる¹⁰。

以上を構造的にまとめると、文化を研究する際の人文科学や社会科学における中心的な認識対象は、第1に、「行為」と「集合行為」、第2に、それを結びつける新たな対象として、「意識」と「無意識」およびその集合的对象としての「集合意識」と「集合無意識」、第3に、意識に影響を与える個人の外的存在としての「制度」と「言語的産物」が登場しているといえる。これらの研究対象に加えて、意識の中身をより詳細に論じるために、Kant の主張を取り上げて、行為につながるより中心的な研究対象を明らかにしてみよう。

Kant をはじめとする「人間学」の流れは文化研究の主流である文化人類学とは区別された研究潮流になってしまったが、実は貴重な文化研究の成果であったと考えざるを得ない。Kant は物的な自然にはない意識の中身における認識能力として、「感性」、「悟性」、「理性」の区別をし

10 この言語論的転回を的確にかつ鮮明に研究した成果が、R. J. Bernstein [1983] である。

ている。さらに、Kant は、認識から行為を生み出す能力として「判断力」という生命体特有の能力を想定して認識と行為を結びつけている。生命体は状況を変える何らかの行為を繰り出せるという点で単なる物体とは異なっており、その行為は目的のもとでの手段という形で体系化されており、その目的は価値あるものとして主体的に選ばれている。この価値付けという能力こそ、Kant が「判断力」と呼んだものである（熊野〔2017〕, pp. 65-67）。

生命体は、存在するためにはまず何よりも物的な因果関係に基づいた状況が必要とし、存続に必要な価値ある物的世界と必要ではないあるいは危険で価値のない物的世界を、感覚器官を通して本能的に切り分けていく。これがいわゆる「身わけ」である（丸山〔1983〕, pp. 250-268）。「身わけ」という能力によって、生命体は単なる物とは異なり、本能によって物的に不必要な状況をさけながら必要な状況を探索して適応する行為をすることができる。ここにおける能力が、Kant において「感性」と呼ばれた認識能力といえる。これは、現代風に言えば、遺伝子に組み込まれた記憶による感覚的判断といえるかもしれない。しかし、人間は高等な言語を持つことによって、外界を言葉によって切り分け、その外界の世界における因果関係をも認識できるようになる。これが「言分け」である。この「言分け」という能力によって、人間は、単に本能によって物的に不必要な状況をさけながら必要な状況を探索して適応する以上に、外界を客観的に認識し、外界の存在物の間の因果関係も認識し、さらにその物的状況进行操作するという過剰な行為を生み出せることになった。こうした言分けにおいては、感性によって得られた表象と概念を結びつけそれを統一的に認識する能力が仮定されており、それが Kant において「悟性」と呼ばれた能力である。そして Kant はさらに、この悟性による認識を基に推論能力としての「理性」が加わって、自然の世界の予測を可能にする法則的認識が達成されたとする。これはまさに、真理の対応理論に基づいた経験科学の方法を示しているといえるだろう。心を知・情・意の3層からなっていると考えれば、これは知の領域においてなされる認識であり、ここで目的論的判断力¹¹によってなされる真偽の判断によって¹²、物的な帰結が目的として価値づけられることにより、行為が生み出されるのである。

こうして、まずは物的自然世界における状況認識とその価値付けに基づいて行為が生み出されるようになるが、人間の理性は、情の領域における美醜や意の領域における善悪という判断を基に生み出される行為にも推論をめぐることになる。そこでは、物的な帰結を生み出すわけではないが、人間の心の中に生じる快楽を伴う精神状況の実現を目的として価値づけた上で、行為が

11 この目的論的判断力には、言語学という換喩的変換が対応しており、後に述べる直感的判断力には隠喩的変換が対応している。前者は例えば、「王様」から「王冠」へと実体的に関連するものへの意味の変換をする場合の記号のシグナル的機能であるのに対し、後者は「王様」から「権力」へと象徴的意味変換をする場合の記号のシンボリック機能といえる。

12 大文字の真理としての判断、すなわち真理の完全なる正当化がア・プリオリに可能と考えた Kant とは違って、それはあくまで判断であり、非正当化の立場をとって、真理の接近説を唱えたのが Popper であった。

生み出されることになる（熊野〔2017〕, p. 66）。これらの行為は直感的判断によって導かれており、行為自体が目的となり、「目的なき合目的性」（熊野〔2017〕, p. 30）として特徴づけられる。

以上から、意識の中で認識と行為を結びつけるのは判断力による価値づけなのであり、個人のレベルにおける価値→行為という関係が浮かび上がり、この2つがより中心的な研究対象として措定できるだろう。

さらに、そうした個人の意識において生じる価値が多くの人間において一致した全体的状態として登場することになる「集合意識」や、意識としては存在しないが、人間の心の根底に普遍的に存在している「無意識」が多くの人々の中に同時に表れるとされる「集合無意識」が仮定されることによって、あるいは多くの人間に行為を指示するルールとしての「制度」が個人の外に存在すると仮定することによって、集合行為が説明されることになる。しかし、「集合意識」や「集合無意識」そして「制度」がどのように生じたのか、またルールとしての「制度」がどうして多くの人々に守られているのかに関しては説明が不十分になり、個人とは無関係に行為を規制する形而上学的な存在としてそれらを登場させることにより具体性がなくなり、経験科学的な説明からは後退する。

しかし、個人のレベルで価値に基づき行為が生み出され、行為が繰り返されるとともに慣習となり、その行為のルーティン化を意識的に生み出すためにルールが作り出され、そのルールが逆に個人の行為を規制するようになるということは極めて日常的に経験されることである。そこでは、行為の目的となる個人の価値との関係でルールが判断されて、矛盾なくルールが承認されればルールに従って行為が出されるのである。ただし、この自分の決めたルールを破っても、他者に迷惑がかからない限り、外部から文句を言われることはない。しかし、この個人的ルールが価値あるものと映って他者も模倣するようになれば、そこに個人を超えた形で自生的な集合行為パターンが生まれることになる。そして、この段階では、お互いの行為を監視し、その逸脱を指摘するという状況が付加されるようになる。M. Weber(1864-1920)は、市場関係においても、こうしたルールに基づいた行為パターンを認めており、交換という物的授受の利益を確実にするために結ばれる契約によって双方の行為が規制されることを認めている。しかし、このような市場における慣習による当事者同士の自由な契約は、法や慣例のような通常の制度とは区別されている。それは、法や慣例においては、行為違反が生じたときにサンクションが加えられることが公に認められているからである。だが、個人の行為のルーティン化において生みだされたルールも、自由な市場契約において結ばれる慣習的なルールも、行為を規制する同じルールであるという意味で制度と呼ぶことにすれば、ルールが基本的に個人から提案されるという事実を基に、コミュニケーションを通して他者との間で提案されたルールがどのように承認され、その結果その成員の行為をどのように規制するようになるのかを明らかにし、より経験的に上位の社会的集計レベルでの制度の生成やその変更を説明する道を開くことになる。このように制度を単純にルールと考えれば、制度は行為の社会的集計レベルとは関係なくなり、制度はどの集計レベルでも生

じていることになる。制度が集団や国家といった高次の集合体の集計レベルだけに存在している
と考えることは、出来上がった結果としての制度だけを考え、本質主義的に「制度」の意味を固
定化することによって、制度が社会的成員を規制する側面のみを強調することになり、それが形
成されていく過程や制度の変化の分析を見失うことになる。それゆえ、ルール発生の出発点とし
て個人レベルのルールも制度と考え、ルールは個人から発せられるものであるという点を明確に
することは、文化研究にとって重要であり、個人レベルの制度も重要な研究対象となるのであ
る。

以上のように考えると、すべての人間行為の現象の根底には、個人レベルでの基本的モデルと
して価値→行為→制度の3つの研究対象の関連が共通して存在していると考えられる。これに社
会的な行為集合の広がりとしての集計レベルを考え、とりあえず個人—集団—国家（以上）とい
うレベルの区別をかけ合わせ、研究対象のバリエーションを示したのが〈図表—1〉である。そ
こでは、人間行為研究における個々の研究成果内に現れる様々な研究対象ごとの研究成果を腑分
けして位置づけることができ、その成果の内容を整理して新たな統合を目指す基礎を提供できる
と考える。こうした作業は、文化研究に限らず、人間行為が作り出す現象を研究するあらゆる研
究分野での個々の研究成果の内容を適切に理解し、マーケティング研究と結びつけていくために
は、どうしても必要な作業といえる。そしてこの作業を進めていくことがマーケティング研究に
おける独自の理論構築の構想を促し、それを用いたマーケティング実践をよりの確なものにして
いくことになるだろう。そしてこの構想を実現するためには、さらに方法における混乱を調停し
なければならない。その際に、最後に残った中心的研究対象である「言語的産物」が調停の鍵と
なる。次にこの点を考察していこう。

〈図表—1〉研究対象のマトリックス

	制度	行為	価値
国家			
集団			
個人			

(2) 方法についての対立とその調停

文化研究の系譜で登場していた研究者の間では、様々な論争がおこり、方法的対立が生じている。その1つが、社会科学の方法論において長年続いてきている、方法論的個人主義と方法論的全体論（方法論的全体主義）との間の対立である。

J. Agassi [1960] によれば、2つの立場の間にはそれぞれ〈図表—2〉のような主張がなされているという (p. 244)。

〈図表—2〉全体論と個人主義

(a) 全体論	(b) 個人主義
1. 社会はその部分以上の「全体」である。(全体論)	個人のみが目的や利害を持つ。(個人主義)
2. 「社会」は個人の目的に影響を与える。(集団主義)	個人は所与の環境の下で自らの目的にふさわしい方法で行動する。(合理性原理)
3. 社会機構は個人の行動に影響を与え、制約する。(制度分析)	社会機構は個人の行為の結果として変化させることができる。(制度改革)

そして、「4. もし「全体」が存在するなら、その時その全体はそれ独自の目標と利害を持つ」(p. 245) という命題が全体論で付加的に主張された場合にのみ、上記3つの主張が対立を起こすと分析している。

その上で、個人主義と一体となっていた心理学主義と、全体論と一体になっていた制度主義を引きはがし、個人主義—全体論、心理学主義—制度主義という2つの軸から、〈図表—3〉のような4つの方法論的立場を導き出す (p. 246)¹³。

〈図表—3〉方法論の4類型

	個人主義	全体論
心理学主義	a	c
制度主義	d	b

a は心理学主義的個人主義、b は制度主義的全体論、c は心理学主義的全体論、d は制度主義的個人主義、である。

a の**心理学主義的個人主義**は、社会が個人の外に創発的に存在するという考え、すなわち命題4で示された主張を否定し、社会的現象をすべて個人の心理現象と物理的環境に還元して説明しようとするプログラムである。この類型としては、既述の Malinowski や Mauss、そして後期の Lévi-Strauss が当てはまると考える。彼らは制度を含む集合的現象を全体的存在として考察はするものの、結局はその制度さえも人間の普遍的な心理に還元しようとする構想を堅持しているか

13 「psychologism」は「心理主義」と訳されることもあるが、この文脈では心理学に基礎を置くという意味を強調するために、「心理学主義」と訳することが多い。

らである。その他にも、通常は、社会学者の G. Simmel(1858-1918)や G. C. Homans(1910-1989)がその代表と考えられている。

bの**制度主義的全体論**は、命題4を認めて全体の目標を仮定し、それとの関係で個人の行為を考えていくプログラムであり、まずもって、Durkheim がここに当てはまる。Durkheim は、集合意識を挙げてはいるが、その心理学的な研究を否定し、むしろ従わざるを得ない超個人的な社会構造を想定し、そこから集合意識を経由して集合行為を説明しようとしているため、この部類に属する¹⁴。Agassi [1960] では K. Marx(1818-1883)と社会人類学における機能主義学派がここに属するとされているが (pp. 249-250)、前述のように機能主義学派の Malinowski や Mauss はむしろ心理学主義の傾向が強いため、この類型には該当しないと考える。しかし同じ機能主義学派の内でも Radcliffe-Brown は、Durkheim の構想をさらに洗練させて受け継いでおり、ここに当てはまる。そして、同様の構造 - 機能主義的社会学をアメリカで展開した Parsons もここに属するといえる。

cの**心理学主義的全体論**は Agassi が検討の対象外とした立場だが、ここに属する稀有な例として集合無意識を仮定する Jung のプログラムや Plato の国家論を想定している (p. 246)。

dの**制度主義的個人主義**は、科学哲学者 K. R. Popper(1902-1994)が「状況分析」あるいは「状況の論理」と呼んだ理論構築の方法であり、方法論上の対立を調停する構想であるとされ、Agassi が推奨する立場である。

制度主義的個人主義は、個人的行為から社会現象を説明するという個人主義の立場にたつとともに、制度を全体的存在と切り離して仮定し、個人の状況に知識として存在すると考え、全体の目的ではなくその知識としての存在が個人に影響を与えているとする点がポイントである。それゆえ全体的目的を仮定した制度主義的全体論の主張のように、「社会」が人間を支配する巨大な実体的有機体のように存在し、それ独自の目的を押し付けてくると考えるのではないし、制度の存在を考慮せずに人間に普遍的な心理的本性と物理的環境の存在のみを仮定する心理学主義的個人主義とも相違する。

ここで重要なのは、次の3つの存在の次元の違いである。物的動きとして感覚器官によって取り込まれる際の物的対象としての行為の存在、個人の意識内に現れる行為に関する様々な表象の存在、そしてその意識が身体外に作り出した行為に関する言語的内容の存在の3つは、それぞれその存在様態が違うのであり、区別されるべきだということである。通常の心身二元論を超えてこの点を指摘したのが、科学哲学者 K. R. Popper であり、彼は物理的对象あるいは物理的状态で

14 Durkheim は、人口密度、法律、世論といった、すでに出来上がっていてそれに従わざるを得ない個人の社会的状況から社会的事実である集合意識を説明し、そこから集合行為の発生を説明しようとしているのであり、むしろ Popper の提唱した制度主義的個人主義のプログラムとして解釈できるようにも思える。しかし、そこで考えられている制度は、すでに作り上げられた過去の制度であり、個人が制度を変え、新たに作っていく側面は捨象されているといわざるを得ず、その内容を異にしている。

ある「世界1（または第1世界）」、心的状態または行動性向の世界である「世界2（または第2世界）」、そして、人間の知的産物、特に科学および芸術作品の客観的内容の世界である「世界3（または第3世界）」を区別する。そして、世界1と世界3はそれぞれ自立した外的存在であり、世界2とそれぞれが相互作用するが、世界1と世界3の間に直接的な影響関係はない。世界3は、世界2を経由してのみ世界1に影響を与えられるとともに、世界2を経由して世界1からの影響を受けるのである（Popper [1972], 訳, pp. 175-177)¹⁵。

「制度」は、単に行為を規制するルールを意味し、「言語的産物」が織りなす世界、すなわち世界3の住人であり、明文化された法律や慣例のような既存の制度は、個人が何かの組織に所属してそれが世界3から学習され世界2の意識内に取り込まれると、通常は負のサンクションが強いいため、その制度が行為の前提として判断され、世界1としての行為を規制することになる。しかし、判断力が生み出す価値も、実は世界3の住人として存在しており、既述のように、それを世界3との相互作用によって学習して自己の世界2の中に価値体系として取り込み、それをもとに世界1的行為が行われる。そしてそれが繰り返されるようになると、そこに規則性を発見するとともに意識的にルーティン化を行うための規範的ルールが生み出されることになる。こうした個人が自分の行為のルーティン化に伴って生み出す規範的ルールとしての制度が、世界3との相互作用による学習によって、他者との相互行為にとっても利益があると判断されて世界3に向かって個人から提案された場合、それを他者が受け取ってそのルールに従うと利益があると判断されれば、そのルールは承認され自生的に浸透していき、集合的次元での新たな制度として登場していくことになる。こうした制度発生とともに、そこではさらに相互の期待を裏切るような逸脱行為を規制するルールが承認されるとともに、そのルールにおいてその逸脱行為を行った場合のサンクションが明確にされることによって、そこに法や慣例としての制度が登場してくる。こうした展開は、市場的交換において、公法としての刑法に上積みされるように私法としての商法が生み出されてきたという経緯が対応するだろう（新・大村・他 [1979], p. 81）。しかし、こうした法や慣例としての制度は、逸脱行為を規制するためだけに制定されるとは限らず、分業的連帯のために組織が形成され、そのもとで行われるべき行為を推奨あるいは命令する制度としても制定されていく。すると、その組織で従わざるを得ない制度と既存の従わざるを得ないと思われていた旧制度との間との関係を、様々な個人が世界3との相互作用を通して判断せざるを得なくなり、2つの制度の間での並立、対立、変更といった様々な意思決定がなされることになる。そうした意思決定が収斂した結果、組織的規模をもって繰り返される集合的行為は、新たな制度的環境を生み出し、既存の制度と対峙して新たな影響を及ぼすことになる。このように、人間は既存の制度の中で行為を出さざるを得ないが、それに隷属し続けるわけではない。既存のルールと新

15 通常存在論における二元論者とは違って3つの世界を仮定する場合、その実在的という用語の内容は拡大されている。自立した世界3の実在性は、世界2を通して世界1に影響を与えられるという点で実在的なのである。この点については、以下を参照。Popper [1976], 訳, pp. 262-267。

たに提案されたルールは世界3で存在し、新しいルールが学習されるとともに既存のルールが変更されてより上位の制度に影響を与えていく過程も存在するのである。このように、個人レベルで生み出されるルールも制度と考えれば、個人レベルでのルールとしての制度が世界3の住人となることにより、より上位のレベルで新たな制度を生み出していくという、制度変化の動態的説明ができるようになる。同時に、その過程で個人や組織が対面していたと思われる世界3の分析を通して、世界2に登場する様々な価値の現状の分布状況を共時的に確認し、その強度の変遷を通時的に分析することによって、どんな価値が発信可能かを歴史的状況から明らかにする研究を促し、それらのパターン化によって価値と状況の間の理論的関係の探求も追及されることになる。

こうして、制度主義的個人主義は、制度を個人の行為環境に存在する知識と考えることによって、すなわち、4つの命題に登場する、「社会」や「社会機構」という用語を「世界3」に入れ替えれば、1(a)と1(b)、2(a)と2(b)、そして3(a)と3(b)の主張を、それぞれ無理なく接合できるのである。制度主義的個人主義の方法と特徴づけられる「状況の論理」について、Popperは次のように述べている。

「他の人びとの活動の共感的理解または感情移入または再演（追体験）といった主観的手続き（コリングウッド）、あるいは他人の目的や問題をわがものとすることによって他人の状態にわが身をおく企てなしには、理解をすることはできない、ということが一般に信じられている。この見解とは反対に、私はこう主張する。最終的に達せられた理解の主観的状态とまったく同様に、それにいたる心理的過程はそれが根をおろしている第三世界の対象の用語によって分析されなければならない。」(Popper [1972], 訳, p. 186) 「私は再演の心理学的過程を非本質的なものとみなす。時としてそれが歴史家にとって一つの助け、彼の状況的分析の成功の一種の直観的チェックとして役立つことを私は認めるけれども。」(同訳, p. 212)

「……われわれの状況分析ではわれわれは具体的な心理的経験を「目的」もしくは「知識」といった抽象的でタイプの状況要素に置き換えるのである。」(Popper [1967], 訳, p. 215)

ここで、人間行為を知的産物から理解するという「状況の論理」において重要な点は2つある。第1に、歴史的に存在している具体的な個人の行為や集合行為のパターンに関心を持ち、それらが直面していると思われる制度や価値に関する知識的成果を世界3の中に探し出し、それを用いてより客観的に理解することができるという、歴史的科学の課題を可能にするという点である。第2に、同じような知的産物に対面する状況であれば、すなわち、多くの人が同じ世界3の状況にいれば、行為における規則性が生じると予測できるのであり、それゆえ、価値や制度に関する特定の状況的知識パターンの下で特定の行為パターンが生じる法則的規則性に関心を持って理論的研究を進めることが可能になるという点である。そして、こうして生み出された理論的モ

デルは、再び具体的な歴史的事実の記述や歴史的仮説のテストのために用いられることになる。Popper は、この理論的関心の下でそのモデルをテストし、その予測とのずれを説明する別のモデルとの接合を進めていくために、以下のような「ゼロ方法」という理論化のための方法を提案する。

「『ゼロ方法』というのは、介在する諸個人が、すべてまったき合理性をもつという仮定（そしておそらく十全な情報をもつという仮定）の上にモデルを構築して、人々の現実の行動がそのモデルの行動とどれほど偏差するかを、一種のゼロ座標として後者を用いながら評価する方法のことを意味している。この方法の一例をあげると、（例えば伝統的な偏見などの影響下における）現実の行動と、経済学の方程式が叙述する『純粋な選択の論理』に基づいて予想されるモデル行動とを比較することである。たとえばマルシャクの興味ある『貨幣の錯覚』なるものは、このような見地から解釈していいであろう。」（Popper [1957], 訳, pp. 212-213）

そして、Popper は、この方法において法則的役割を持つ合理性の原理の取り扱い方に関する方法論的規則を次のように主張する。

「……わたくしはよき方法論的政策と実践とは、われわれの理論の不成功の責任を合理性の原理に負わせないことであると考えている。すなわち、われわれは合理性の原理でなく状況モデルを検討することによってさらに多くのことを学ぶことができるであろう。こういった方法を支持する第1の論拠は、われわれのモデルはわれわれの行動の適合論理よりもより興味深く、より情報量に富み、はるかにテストしやすいということである。……そういった方法を支持する第2の論拠として、合理性の原理は偽であるにもかかわらず、一般に十分に真実に近いことがあげられる。……第3の論拠とは、合理性の原理を別のものと置きかえようとする試みがいずれも、モデルを作る際に恣意的なものになるように思われるということである。」（Popper [1967], 訳, p. 218）「……われわれは心理主義を受け入れることなく、個体主義者たりうるのである。合理的モデルを構築する『ゼロ方法』は、心理的な方法ではなくて、むしろ論理的方法なのだ。」（Popper [1957], 訳, p. 237）

ところで、以上の Popper の主張は、Weber の主張と酷似している。Weber はまず、以下のよ

うに述べて、Popper と同様、心理学主義を否定し制度主義を主張する。

「我々は、特定の状況に直面した人間のとり、ある点で同じような反応の様式が当の状況によって大いに『助成』される、という一般的に妥当する判断をきわめてしばしばくだすことができるのである」（Weber [1906], 訳, p. 204）「人間の心理的な性質の分析から出発して、社

会制度の分析にまでもすすむことなどはできない相談であって、むしろ逆に、社会制度の心理的な前提と結果とを明らかにしようと思うならば、社会制度を正確に知っており、社会制度の諸関連の科学的な分析をまえもっておこなっていなければならない」(Weber [1904], 訳, p. 89)

このように Weber は、状況と反応の合理的関係に注目し、むしろ心理学的合法則性は社会学的合法則性による理解の達成を妨げると主張する。ここで、Weber にとって心理学とは、状況に対する反射的な反応といった刺激－反応型の心理学や、Wundt が主張したような究極の心理状態としての本能と行為の関係を論ずるような生理学的とでもいえる心理学が想定されており、それらは主観的に考えられた意味が存在していない行為説明であり、理解の彼岸にあるとされる。さらに Weber は、彼の「理解的方法」において、Popper の「ゼロ方法」とそっくりの方法を提唱するのであり、以下のように述べている。

「行動の非合理的感情的な意味連関が行為に影響を及ぼす場合、すべてこういう意味連関は、先ず、行為の純粹目的合理的過程を観念的に構成したうえで、それからの偏向として研究し叙述すると非常に明瞭になる」(Weber [1922], 訳, pp. 11-12)

Weber は、行為の類型として、目的合理的行為、価値合理的行為、感情的行為、伝統的行為の4つを挙げており、これらは合理性の高いものから低いものへと配列されている。目的合理的行為とは、物的な因果的事実に対応して明確な結果（物やサービス行為による物的な結果）を目的とした合理的明晰性を持った行為であり、因果的適合性と意味適合性を持った行為とされる。それに対し、価値合理的行為は明確な物的な結果としての目的が意識されておらず、意味適合性のみを持った行為であり、ある価値に向かってなされる目的志向の行為として理解可能であり、その価値は感情移入の明確性を持って理解が可能であるとされる。そして、感情的行為と伝統的行為はともに意味適合性をも持たない非合理的行為とされ、どちらも意味的方向を意識的に持つ上記2つの行為を偏向させた偶然的原因として感情移入的に理解される。しかし、伝統的行為は正に意識外の無意識的行為であるが、それが意識的に維持された場合は感情的行為に近くなり、感情移入的に理解することが可能になる。また、感情的行為は異常な刺激に対する無思慮な反応である場合が多いが、意識的に感情の発散として行われる場合は価値合理的行為あるいは目的合理的行為として理解されることになる」とされている (Weber [1922], 訳, pp. 39-40)。

上記の Popper の「ゼロ方法」に酷似した引用において、偏向を判断する基準となる「純粹目的合理的過程」とは、この4つの行為類型のうちの目的合理的行為の純粹形であり、その因果適合的かつ意味適合的な側面を理解するとともに、他の3つの行為がそこにどのように影響していくのかを、感情移入を交えて理解するというのが Weber の理解的方法なのである。

さらに Weber において、集合的な社会行為の秩序は、「意味内容が相互に相手を目指し、それ

によって方向を与えられた多数者の行動」(同訳, p. 42)としての社会的関係にあって、その関係が永続的な場合が想定されている。この永続的な関係は秩序を生み出すが、この秩序の安定性は「内的に保証された効力」と「外的に保証された効力」という点から考察される。

「効力」とは、秩序が行為に及ぼす影響であり、「実際に支配される可能性」(同訳, p. 50)であり、特定の行為の価値を自ら認めて自らの行為を規制する場合が「内的に保証された効力」であり、特定の行為を行った場合の報奨という正のサンクションや、違反に対するメンバーからの非難や処罰という負のサンクションが履行されることが公的に認められている場合が、「外的に保証された効力」である。

「内的に認められた効力」としては、集団の成員において伝統的行為や感情的行為が意識的に固執されて感情の一致を持った場合と、同様に集団の成員において価値合理的行為や意識的に行われた伝統的行為や感情的行為において絶対的価値としての一致が生じた場合、の2つが考えられる。どちらも、感情的な一致や美や善といった究極的規範価値による一致(同訳, pp. 57-58)をもって集合的行為現象が生まれるとされるのである。前者では感情的同一性が認められるだけでそこに明確な目的意識がないのに対し、後者では行為のかなたに明確に目的が意識されているという点で相違はあるが、どちらも行為自体が目的となっている点では同じであり、そこに明確な物的変化としての結果が目的として措定されているのではない(Weber [1922], 訳, p. 40)。

「外的に保証された効力」としては、正当性がサンクションを伴ったルールとして公に認められた、法や慣例の下での集合的行為が想定されている(同訳, p. 54, p. 59)。

こうした秩序の形成とは別に、効力が存在しなくとも結果的に秩序を生み出している場合として、目的合理的行為が純粋に行われた場合が考えられるのであり、これはその目的を達成するための手段の必然性、すなわち因果適合性が想定されているために結果として秩序が生み出されている場合である(同訳, p. 48)。

こうして、Weberにおいて、集合的行為における秩序は、1) 目的合理的行為の追求¹⁶、2) 感情や究極的価値における一致という内的に保証された効力の同時発生、3) サンクションを意識

16 価値合理的行為に阻止されない純粋な目的合理的な行為の理想型は、市場での経済的交換の中に強く出現する。しかし、現実の経済的交換は完全に純粋な目的合理的行為として出現することではなく、常に価値合理的行為がそれを阻止する場合が多い。F. A. Hayek は、それでも交易の拡大によって、交換を達成させようとする個々人の間での努力の自生的な結果として「拡張されたルール」が生み出され、市場行為におけるより目的合理的な自生的秩序が生まれてきていると考えている。特にそのルールの中心には、個人的所有に関するルールの施行に強制を限定する政府による制度化が存在し、それが保証されるとともに、人間本来の部族的な本能である連帯と利他主義の規律の他者への押し付けが制限され、より目的合理的な行為の自生的秩序が確立されていくと考えている。そこでは、部族的なルールの、個人の自由に基づいたより目的合理的なルールへの転換が考えられているのであり、この分析は、本能と理性の間の分析として位置づけられている(詳しくは、Hayek [1989] を参照のこと)。しかしこうした純粋経済学的な功利主義的傾向において、エゴイズムによるニヒリズムの助長、アノミーによる欲望の無軌道化によって自殺が増大すると指摘したのが Durkheim であった(新・大村・他 [1979], pp. 97-102)。

した外的に保証された効力による強制、の3つによって説明されていると考えられる。そして Weber において、これら3つの秩序の説明は、1) のモデルを構成しそれを基準とした上で、2) と3) の秩序がそこにどんな偏向を加えているのかという、Popper の「ゼロ方法」と同じ視点から行うことが目指されているのであり、この秩序のうち、2) は感情移入によって確認されるのである。

このように、Popper と Weber の主張の外観や意図はほぼ同じであるといえるのだが、そこには極めて重要な相違が存在している。

Weber において、状況と反応の間の因果的關係が示され、意味適合的であつ因果適合的に理解できるのは、目的合理的行為とそれによって生まれる自生的な秩序だけであつた。価値合理的行為や感情的行為、そして感情的行為と伝統的行為が意識的に行われた場合、そしてそれらの内的効力が同時に発生して集合行為が形成された場合においては、意味適合的に感情移入の明確性を持って理解されるのみとされた。これに対し、Popper は既述のように、価値あるいは感情といった心理的成分をも徹底的に状況に置き換えて理解の客観化を追求するのであり、その際に、「世界3」あるいは「第3世界」という考えを重要視したのである。Weber においては、Popper の「世界3」といった発想がなかったために、従来の二元論の中での主観主義的発想が残ったのだといえるだろう¹⁷。感情移入によって、行為者の心理を分析者の同様な心理に置き換えることによって満足するのではなく、行為者自身の知的産物や行為者に影響を与えたと思われる知的産物群を丹念に探索するほうが実り多く、その論理的関係を調べることによってより経験的で客観的な説明が可能になるのである。Popper の「世界3」という考え方は、この点を明確にさせるといえる¹⁸。

17 Agassi [1960] は Weber をどこに位置づけるかで迷っている。彼は Weber を心理学主義的個人主義にも制度主義的個人主義にも解釈できるとするが、カリスマについての Weber の理論を例示し、それが「伝統的な心理学主義の改良的バージョンである」(p. 259) とし、結局心理学主義的個人主義に位置づけている。そして、Weber を制度主義的個人主義として解釈しても、外的抗力としての制度のみで解釈することになり、問題の狭い範囲にしか適用できないとしている。確かに、外的抗力とともに内的効力をも考察に入れて最終的な感情移入という確認方法を取り入れたことにより心理学主義が残存していると指摘し、その難点を解決したのが Popper であるということを本論文でも示した。しかし、本論文における Weber [1904] からの引用を考えれば、彼の本来の意図は制度主義的個人主義にあり、その姿勢は「理解」にとどまらずに「社会科学法則の定立」という関心に彼を向かわせ、歴史的理解以上の理論的成果を生み出すことになったのであり、Agassi がいうように「個人主義と心理主義との混乱が引き起こされていた時代においては、確かに最良のものであった」(p. 261) といえる。Weber におけるこうした展開について詳しくは下田 [1980] を参照。

18 社会学者 Parsons は、「合理的な手段を科学的知識にもとづいて選ぶことができるのと同様に、目的もまた科学的知識にもとづいて選ぶことができるとする立場」(富永 [1995], p. 62) を「極端実証主義」と呼び、その下位類型として「合理主義的な形態」と「反主知主義的な形態」の2つを挙げている。彼は、これらの立場に対する批判的反応を示して主意主義的行為論に移行したが、それは世界3という発想がなかったためだと思われる。Popper の状況の論理は前者の「合理主義的な形態」に似ているが、世界3という発想から生み出された Popper の「ゼロ方法」は、主意主義にとどまらずに、より経験的な研究に向かうことを可能にしている。

以上から、文化にかかわる様々な研究者の成果を〈図—1〉の様々なセルに腑分けした上で、それらを適切に接合できる方法は制度主義的個人主義の構想であり、具体的には Popper の「状況の論理」であるといえる。

4. 「文化研究」と「マーケティング研究」

(1) 文明と文化の区別とマーケティング論の特徴

既述のように、Kant において行為を生み出す上での意識における中心的部分は価値であり、判断力によって行為を生み出す目的として措定される価値には、真偽に基づいて物的な帰結に価値を置く場合と、美醜や善悪という心的な帰結に価値を置く場合があり、意識的行為は物的な帰結を目的とした行為群と心的な帰結を目的とした行為群に大別できるといえる。前者によって形作られるのは文明であり、後者によって形作られるものが文化であり、この区別は文化を的確にとらえるためには重要な区別であると考ええる。初期の文化人類学者において見受けられるように、文明と文化の区別をせずに両者を総称して文化と曖昧に使う場合も多いが、それでは人間の生み出したものすべてが文化ということになり、文化研究の内容が曖昧になる。そして、文明的進化という考えをそこに滑り込ませることになり、進化主義的文化論になりやすい。文化は、あくまで心の情や意の状態やその変化にかかわる現象であり、その点で様々な文化が固有の展開をしていると見なすべきであり、人間が存続するための物的状態やその変化にかかわる行為としての文明とは区別して分析が進められるべきである。「価値の選択、提供、伝達」(Kotler & Keller [2006], 訳, pp. 44-45) という価値提供プロセスをマーケティング行為と認識する現代的マーケティング・マネジメントを考える上でも、その価値の内容をより細かく分析する段階に来ており、以上のような文明的価値と文化的価値の区別は重要になってくる。

ところで、Popper の「ゼロ方法」や Weber の「理解的方法」においても同様な区別がなされていると考える。Popper において基準として想定したのは、すでに引用でも示した通り、「経済学の方方程式が叙述する『純粹な選択の論理』」であった。Weber も同様に、純粹目的合理的記述をしているのが経済学であると想定している。Weber は次のように述べている。

「経済的行為の過程には非常に顕著な規則性が数多くあるが、これらは、決して、効力を持つと信じられた規範に従ったためでもなく、慣習に従ったためでもなく、ただ、事柄の性質上、当事者の社会行為の様式が彼らのノーマルな主観的に評価された利益に平均的にもっとも良く合致しているためであり、彼らがこの主観的な見解及び知識に従って行為しているためである。自由市場の価格形成における規則性は、その例である。市場関係者は、自分の類型的な主観的な経済的利益を目的と考えて、手段としての行動をそれに従わせるのである。このように、彼らが純粹目的合理的に行動すればするほど、或るサークルの人たちが実際には拘束力のあると思っている規範や義務に従った行為に比べて、遥かに安定度の高い場合が多い。……こ

の現象は、特に経済学の領域で非常に注目され、やがて、科学としての経済学の成立の源泉の一つになった。」(Weber [1922], 訳, p. 48)

経済学は、貨幣経済における、人、商品そして貨幣の間の関係を取り扱い、特に交換行為による商品および貨幣の量的変化に焦点が当てられ、その理念型が形作られている。いわゆる限界革命以後の主流派経済学は、マルクス経済学とは違って、主観的な使用価値が前提とされているが、それを商品や貨幣の量的および品揃えの結果に代替し、そうした物的変化、すなわち交換価値を目指した目的合理的行為に焦点を当て、その行為の均衡としての価格理論を導き出すというのがその中身になっている。あらゆる商品は、購買者の主観的欲求の充足としての使用価値の実現をめざして作り出されているが、その主観的欲求充足のためになされる交換において、経済学が注目するのは商品や貨幣の取り合わせと量的調整である。このように、結果としての量的な交換価値の実現を目指した目的合理的行為として示されるのが経済的行為の理念型である。主観的使用価値は所与なのであり、それが実際にどのように形成されているのかという点に関して経済学的理論は答えない。これに対し、この交換価値の基である主観的使用価値に現実的に焦点を当て、それを理解しようとしたのが Weber であった。彼は、既述のように、純粹目的合理的行為としての経済的行為に「内的に保証された効力」としての価値と、「外的に保証された効力」としての制度的圧力がどのように影響を与えているのかを、感情移入を交えて理解しようとしたのである。経済的行為は、商品やサービス行為、そして貨幣が引き起こす物的結果が想定された目的合理的行為であり、これは文明的行為に対応しているのに対し、「内的に保証された効力」によって繰り出される行為は、Kant が指摘した「目的なき合目的性」の下で生じる行為であり、美や善のような心の情や意に対する心的な帰結を目的とした行為に対応し、それゆえ文化的行為を意味している。それゆえ、Weber においては、Kant と同様に、経済的合理性に基づく文明的価値に対し、内的に保証された効力における文化的価値がどのように関係しているのかという問題が探求されているのであり、さらにそこに外的に保証された効力としての制度がどのように影響を与えているのかという社会学的問題が追加されているのである。Popper は、経済的行為の理念系に偏向を生み出す状況要因について詳しく論じてはいないが、従わざるを得ない制度的状況とともに、それを変える可能性のある価値に関する知的な状況が、世界3からの影響という形で想定されていると考えられる。そして、Weber において内的に保証された効力とは、価値を受け入れた心理的状态を指しているのに対し、Popper においてはそうした心理的状态は徹底的に世界3の状況に還元することが提言されているは既述の通りであり、この点が Kant や Weber との違いであるといえる。すなわち、Popper においては、Kant における情や意、Weber における感情や究極的価値といった心的な要素が、制度とともに世界3の知的状況として一元化されているのである。しかし、この点を除けば、Kant, Weber, そして Popper の間には、密接なつながりがあるのであり、そこでは、共通して、経済的価値と非経済的価値の関係、すなわち文明的

価値と文化的価値の間の関係が問われ、それらの行為への影響が関心の中心にあるといえる。

さて、あくまで所与とされた使用価値のもとで、商品と貨幣の取り合わせや量における最適な調整という結果に対する価値づけを求めるのが経済的交換であり、その均衡的結果として価格が登場するのだとしても、その価格は前提とした使用価値に依存している。そして、実際の主観的な使用価値は、すべての人に共通の価値を示すものではなく、同じ商品に対して様々に異なった状況の下で主観的使用価値が出現する。壊れたブリキのおもちゃに何の使用価値も感じない人もいれば、それを自分のかけがえのない思い出として高い使用価値を感じている人もいるのである。したがってそこには、前提とされる使用価値の違いごとに、異なった市場が存在しているのである。それゆえ、実際の具体的な交換状況を理解するためには、ある時空間的な状況においてどのように使用価値が決まっているかの分析が必要となる。この考察は、市場を完全異質市場と考え、市場を細分化し、ターゲットを決め、それに基づいてプランを決めるという、実践的なマーケティング・マネジメントにとっては、極めて必要な分析となる。

こうして、実践的動機から発生したマーケティング論においては、物的な交換価値に焦点を定めた経済学とは異なり、より現実的な使用価値の分析に焦点があてられる。そして実際、マーケティング論においては、研究がそのように展開されてきたのである。そこでは、文明的価値と文化的価値の区別に対応して、機能的価値と情緒的価値の区別がなされその関係が論じられてきている。ミクロ・マーケティング論のパイオニアである Shaw [1915] においても、差別化されたブランド品の特殊な市場状況が注目されており、ブランド品における「装飾品や装備のすばらしさ」や「良い嗜好の雰囲気」といった情緒的価値の付与の重要性を指摘しているのである。Shaw は次のように述べている。

「差別化に用いられる方法はたくさんある。例えば、時々ほんの少しの改良を加えるだけで、商品がその使用法に一段とうまく適合する場合がある。装飾品や装備のすばらしさが利用される場合もある。新しくて一層便利な包装の仕方が用いられる場合もある。流通業者が商品に関する良い嗜好の雰囲気を作り出したり、消費者に不満を与えないことを保証する均一な品質についての評判を確立したりする場合もある。あるいは『サービス』や消費者への特別な便益に依存する場合もある。」(Shaw [1915], 訳, p. 44)

この伝統は、戦後のミクロ的マーケティング論の中にも受け継がれていくが、目の前の実践的志向が先行し、情緒的価値の分析は市場細分化の基準を明らかにするために、アンケートなどによる使用価値の違いに関する現状記述に重点が置かれ、その実践も短期的な戦術になりがちであった。そこには、情緒的価値が特定の範囲でどの程度の重要性が持たれ、それが経済的な機能的価値にどのように影響を与えているのか、といった詳細な共時的分析とともに、その状況が歴史的にどのように展開してきたのかという通時的分析も含めた、より構造的な分析は見当たらない。

い。しかし、こうした構造的な分析は、企業活動のグローバルな展開の進展とともに異質な文化状況下の市場に出会うことによって、より戦略的な対応を促し、その重要性を増してきているのである。この失われていた構造的な分析の部分を補填するためには、経済学理論にこれまでの文化研究の成果を適切に導入する必要がある。そのために提示された研究方法が、Weberの理解的方法であったといえるが、そこにおける感情移入という恣意的な方法による独断の意味付けから抜け出てマーケティング研究を経験科学として成立させるためには、Popperの世界3という考え方の導入による客観化が必要なのであった。こうした方法的観点から研究を進めていくことによって、「交換」という同じ対象を研究しつつも、使用価値内で、機能的価値と情緒的な価値がどのように関わりあっているのかを明らかにするという、経済学とは異なった研究課題を明確にした研究成果が期待できるのであり、より現実に近づいたマーケティング論独自の理論開発が可能になると考える。

(2) 独自のマーケティング理論の開発とマーケティング・マネジメント

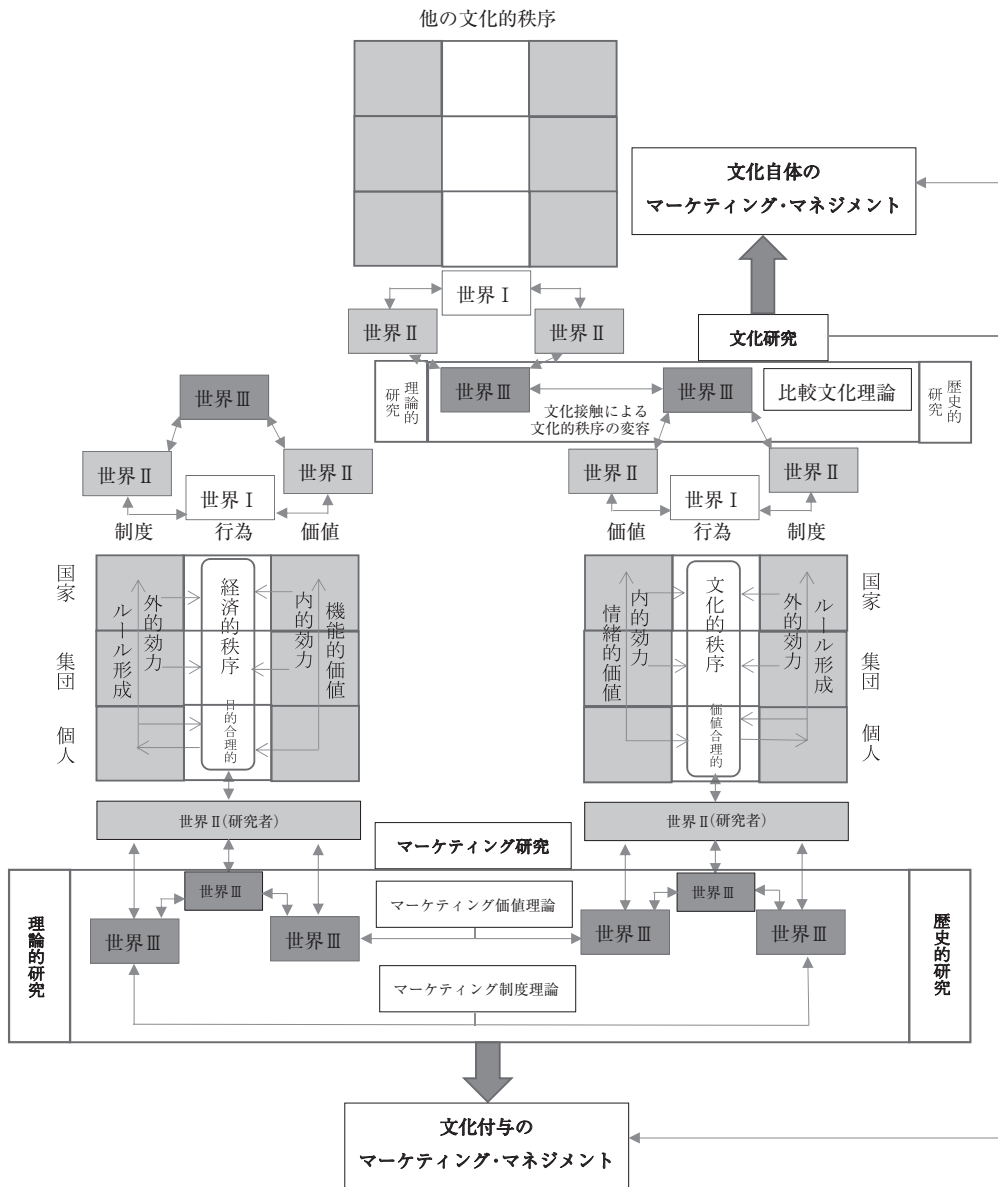
文化研究とマーケティング研究の関係を、Popperの世界1、世界2、世界3の区別という発想をそこに重ね合わせて示し、マーケティングの独自の理論開発の道と、それとの理論的研究および歴史的研究の関係、さらに実践的研究としてのマーケティング・マネジメントとの関係を示したのが〈図表—4〉¹⁹である。以下、この図を基にこれらの関係を説明していこう。

前項の考察では、Kantにおける悟性的知識による価値づけ→Weberにおける目的合理的行為における価値づけ→WeberとPopperにおける経済的価値→マーケティングにおける機能的価値→文明的価値という流れと、Kantにおける情や意による価値づけ→Weberにおける価値合理的行為による価値づけ→WeberとPopperにおける非経済的価値→マーケティングにおける情緒的価値→文化的価値、という2つの流れが確認でき、文明と文化の区別の重要性が指摘された。〈図表—4〉では、それが「経済的秩序」と「文化的秩序」の区別として示されている。

さらに前項では、この区別を前提に、文明的価値である機能的価値と文化的価値である情緒的価値の2つが使用価値の中でどのように関係しているのかという問題が、マーケティング研究の生成の当初から研究の中心にあったことが示された。それは、経済学的に言えば、市場価格以上の価格での商品やサービスの販売を可能にするか、市場価格での販売量を増加させるために、いかに消費者の需要曲線を右上方にシフトさせるのか、という差別化の問題として登場したのであり (Shaw [1915], 訳, pp. 46-56), 機能的価値の変更や付加とともに情緒的価値の付与による差別化が考察されてきたのである。製品が同一でそれがもたらす機能的価値を一定とし、情緒的価値に惑わされずにその機能的価値のみを追求する経済人を仮定するならば、価格は一点に収斂するだろう。しかし、マーケティング活動によって個別の需要曲線に影響が与えられ、新たな部

19 この図は、堀越〔2020〕p. 60の〈図表3—1〉を大幅に加筆修正したものである。

〈図表－４〉文化研究とマーケティング研究



分市場が生み出されているのが現実であり、現実の市場は常に異質な市場が併存しているといえる。それゆえ、マーケティング実践においてなされる活動は、文明的な機能的価値に新たな機能的価値を付与するとともに、文化的な情緒的価値をどのようにそこに付与するのかという問題を共に追及するマネジメント活動であるといえる。〈図表－４〉では、これを「文化付与のマーケティング・マネジメント」と呼んで、それを従来から行われてきている実践的研究として示している。

そして、この文化付与のマーケティング・マネジメントを実現するためには、交換において機能的価値と情緒的価値の関係を分析するマーケティング価値理論²⁰と、その価値をもとに行為が繰り出される際の経済的制度と文化的制度の関係を分析するマーケティング制度理論の2つが必要になることが示されている。そこでは、既述のように、個人が世界2として感じている価値やルールがより上位のレベルに伝播されながらそれぞれのレベルで効力を持つようになって行為を規制するという様子が研究されるとともに、この承認された制度や価値によって維持される秩序も、個人レベルから発せられた制度や価値の提案の展開によって変化を余儀なくされるという様子も研究される。それが〈図表—4〉においては、研究対象としての観察可能な世界1の行為とそれを繰り出す世界2の中に矢印によって示されており、同じく世界2的存在である研究者が、世界3との対応を確認しながらその様子を分析するという研究状況も示されている。こうした分析が、経済的秩序と文化的秩序それぞれにおいて分析された上で、その2つの行為体系の関係が価値及び制度それぞれにおいて探求されて、前述の2つの理論が構築されていくことになる。マーケティング価値理論においては、機能的価値と情緒的価値の関係が理論的に追及され、マーケティング制度理論においては、経済的制度と文化的制度との間の関係が理論的に追及される。これは、経済的秩序を研究する経済学に文化研究の成果を重ね合わせる作業といえるだろう。こうして生み出された理論的構成物は、マーケティング研究独自の理論となるのであり、理論的分析の対象としてのパターンの事象の説明のために利用されるとともに、具体的な出来事を説明する歴史的分析のためにも用いられることとなる²¹。マーケティング研究における歴史的研究においては、交換にかかわる経済的制度と文化的制度の間での現状での並立、対立、変更の様子が共時的に確認されるとともに、その交換行為に与える影響の強度が通時的分析によって明ら

20 この研究は、Popperの状況の論理と世界3論の観点に立てば、従来のように、形而上学的な断定で終わったり、感情移入によってテストを終了したりせずに、より経験的に研究可能である。世界3の中から、機能的価値と情緒的価値の関係に関する研究を探索し、それをもとにその構造に関する仮説を立てるとともに、その心理的状況に追い込んだ状況設定を考えた上で、経験的実験をするのである。D. KahnemanとA. Tverskyがノーベル経済学賞を受賞したプロスペクト理論もこの手順を踏んで、人間の負の効用に対する錯覚を状況を特定化した心理実験を行い一般化した。しかしそこにおいて重要なのは、その錯覚を起こす心理状態よりもその状況的パターンのほうにある。この点を認識せずに心理学で終わってしまったのが行動経済学である。同じくノーベル経済学賞を受賞したR. H. Thalerのナッジ理論も、洗脳を想起させるような心理的誘導に重点を置くが、どちらも混迷をきたして批判が続出している。どちらにおいても重点を変えて、心理学を社会学に置き換える探求に進むべきであり、実効性のある制度的改革の研究に進むべきだと思う。この方向性を指摘したのが、Popperの漸次的社会工学の提唱だったと考える。

21 理論的分析も歴史的分析も、同一の構造を持っている。それは、普遍法則 (I) と初期条件 (C) からなる説明項と、そこから導き出される被説明項 (E) という仮説—演繹構造である。理論科学と歴史科学の違いは、前者が法則に関心がありそれをテストするということに関心があるのに対して、後者は単称的事実を見出してそれをテストすることに関心があるという、関心の相違にある。理論的構成物を用いない歴史研究はありえない。

かにされる。さらに、これら交換における制度状況を変える可能性のある価値がどのように分布しているのかを共時的に分析するとともに、その交換に与える影響の強度が通時的に分析される。こうして、2つのマーケティング理論を中心とした理論的研究と歴史的研究を内容とするマーケティング研究は、マーケティングにおける実践としての文化付与のマーケティング・マネジメントの基礎を提供することになる。

このマーケティング研究は、独自の理論の開発のために、Popperの世界3の存在を念頭において研究が進められる。人間が生み出すあらゆる現象は、世界2に登場する価値と制度に規制されたうえで、物的な動作としての行為となって目の前に現れる。その行為は世界2によって知覚され、世界3と相互作用しながら言語化されてそこに書き込まれる。そして、世界2に存在していると思われた価値と制度も、実は世界3との対応の中で書き込まれてきているのであるが、それは書き手の手を離れて自立し、様々な個人の世界2に影響を与えることになる。この言語的産物の内容は、言語を読み取る能力があれば、研究者が世界2の中で経験的に確認できる。それゆえ、世界2の存在としての研究者は、制度や価値に関する世界3における理論的成果と、世界1に現れた行為からの直接的な経験およびその世界3での成果との対応を検討しながら、経験科学としてより客観的に研究を進めていくことができるようになる。それゆえ、アドホックに世界2の心理的構成概念を拾いあげ、部分的現状の記述に過ぎないような結果に終始する実証研究をいくら産出しても、様々な矛盾した結果が示されるだけで、理論を生み出すことはできないだろう。機能的価値と情緒的価値の関係という問題を明確に設定した上で、それらの世界2的心理を生み出した世界3での状況を批判的に検討し理論構築を推進していくためには、実証的研究もその心理学主義から脱する必要がある²²。

ところで、マーケティング実践の範囲が国外に拡大し、新たな文化的状況に対面するにつれ、より専門的な比較文化理論が必要になり、こうした専門的文化研究の成果を適切に導入することによる補強が必要になってきている。

さらに、マーケティング研究において、芸術消費、快楽消費といった文化的消費の研究が70年代ごろから台頭し、90年代以降に、いわゆる「コンテンツ産業」がそれを後押しするように拡大してくると、文化的な情緒的価値を体験することを主目的とする商品のマーケティング・マネジメントがにわかに注目されるようになる。そして、経済政策としてそれを後押しする政府の「クール・ジャパン」に見られるように、政府によって日本の文化自体の情報発信が行われるようになると、そのマネジメントもマーケティングが担うことになる²³。このような動向におけるマーケティング・マネジメントは、文化的な情緒的価値自体を販売したり、そのアイデアを送信したりするマーケティングである。これを従来からの「文化付与のマーケティング・マネジメント」と区別して、「文化自体のマーケティング・マネジメント」と呼ぶことにすれば、マーケ

22 この点に関して、詳しくは堀越〔2006〕を参照のこと。

ティング・マネジメント研究は今後この2つの方向で進展していくと考えられる。もちろん、アイデアを送信する場合も、例えば、産児制限というアイデアを伝えるために避妊具を配布したりするであろうが、それが主目的ではない。また、コンテンツ産業の製品は物的基盤を持っているわけで、心の情や意の部分に訴える内容を再現するための物的部分の機能性は問題にされるだろうが、それが主たる目的ではない。その目的の違いから、文化自体のマーケティング・マネジメントは、文化付与のマーケティング・マネジメントとは内容が異なってくると考える。そのため、この区別は重要である。

機能的価値を持った製品やサービスの販売に重点が置かれていた時代は、製品の機能的価値を革新したり追加的に付加したりする形でマーケティングが進展してきたが、競争の結果コモディティ化が進むと、差別化の軸は情緒的価値に移り、文化付与のマーケティング・マネジメントの重要性が増大してきた。そして現在では、コンテンツ産業や文化的サービスの増大により、文化自体のマーケティング・マネジメントが重要になってきている。

そして、この文化自体のマーケティング・マネジメントを成功させるためには、より詳細かつ専門的な文化自体の研究の成果が必要になるのであり、このマネジメントを実践する際の基礎となる研究は、基本的に文化研究それ自体になるといえる。そして、この成果は、文化付与のマーケティング・マネジメントに対し、それが製品の機能的価値に影響を与える限りにおいて内容を補強することになるだろう。

このように、文化自体のマーケティングが増加してくるとともに、文明と文化の区別を明確にすることがますます重要になってきている。そして、この区別を明確にしたうえで、使用価値内で機能的価値と情緒的な価値がどのようにに関わりあっているのかという問題を中心に据えて、理論的研究と歴史的研究が組織的に展開していく中でこそ、マーケティング論独自の理論開発が実現されるのであり、実践的マーケティング・マネジメントにもよりの確な指示を提供できるよう

23 これは、Kotlerの主張する「ソーシャル・マーケティング」に対応している。彼によれば、「ソーシャル・マーケティングとは、社会的アイデアの受容に影響を与えるように計画されたプログラムの設計、実施、および統制であり、それは製品計画、価格設定、コミュニケーションそしてマーケティング・リサーチの考慮を含んでいる」(Kotler and Zaltman [1971], p. 5) とされる。これは彼がマーケティング概念の拡張を主張した際に、伝統的マーケティングの研究対象以外にマーケティング・マネジメントの技術を適用する、新たに登場した研究領域として指摘したものである。これに対し、Kotlerが「ソーシャル・マーケティング」と区別した「ソシエタル・マーケティング」、そしてLazerの主張する「ソーシャル・マーケティング」は、機能的価値を持った製品に企業の社会的責任を付加するマネジメントであり(Lazer and Kiley [1973], p. 4), 「文化付与のマーケティング・マネジメント」に属するといえる(この点に関して詳しくは、堀越[1983a,b], 堀越[2005]第3章を参照のこと)。コンテンツ製品のマーケティングは、「文化付与のマーケティング・マネジメント」に近いように見えるが、そこにおける商品は、機能的価値よりも、情緒的価値の再現を主目的にしているものであり、使用価値における機能的価値と情緒的価値の逆転がおこっている。そうした特殊な市場におけるマネジメントは、その内容である情緒的価値の伝達と消費者におけるその実現が主たるマネジメントとなり、やはり「文化自体のマーケティング・マネジメント」と考えるべきだろう。

になると考える。

おわりに

本論文で明らかにしたことは以下の点である。

- ①文化研究内で出てくる主要な研究対象は、第1に、「行為」と「集合行為」、第2に、それを生み出す「意識」と「無意識」およびその集合的対象としての「集合意識」と「集合無意識」、第3に、意識に影響を与える個人の外的存在としての「制度」と「言語的産物」である。
- ②意識内の構造を明らかにした最大の功労者は Kant であり、そこで認識と行為を結びつける能力は「判断力」による価値づけであるとされている。これを前提に、意識内に登場するルールを制度としてそこに組み入れ、個人レベルでの基本的行為モデルを、価値－行為－制度と単純化した。
- ③この基本モデルと、社会的集合レベル上の区別として、個人－集団－国家という軸が掛け合わされたマトリックスを作成すれば、人間行為研究における個々の研究成果内に現れる様々な研究対象ごとの研究成果を腑分けして位置づけることができる。
- ④そうしたマトリックス上の研究対象間を無理なく結びつける方法を示しているのが制度主義的個人主義であり、それは Popper が提唱する「状況の論理」に対応している。この理論構築の構想のポイントは、同じく Popper が提唱した世界3の理論を背後に持っており、制度や価値を知識的内容である世界3の住人として存在すると考え、それを世界2の存在としての人間が理解できるという点で影響を与えていると考える点にある。制度や価値をこのように世界3の住人として考えれば、永らく続いてきた方法論的個人主義と方法論的全体論の対立を解消でき、無理なくそれぞれの研究成果を結びつけることができる。
- ⑤さらに Kant, Weber, Popper における研究構想をたどってみると、価値における文明的価値と文化的価値の区別が重要なことが分かる。そこでは、Kant における悟性的知識による価値づけ→Weber における目的合理的行為における価値づけ→Weber と Popper における経済的価値→マーケティングにおける機能的価値→文明的価値という流れと、Kant における情や意による価値づけ→Weber における価値合理的行為による価値づけ→Weber と Popper における非経済的価値→マーケティングにおける情緒的価値→文化的価値という、2つの流れが確認でき、Kant, Weber, そして Popper の間には密接な関係があることが示された。
- ⑥このように考えると、同じ交換を研究対象としていても、交換価値に焦点を置く経済学とは違って、マーケティング研究では、その中心的問題として、当初から使用価値内の機能的価値と情緒的価値の関係に関心が持たれてきたことが指摘され、文明的価値と文化的価値の関係という問題がマーケティング研究独自の問題として存在していることが示された。
- ⑦この経済学との違いは、独自のマーケティング理論開発の可能性を示すものであり、マーケティング・マネジメントの基礎となるマーケティング研究は、マーケティング価値理論とマー

ケティング制度理論を中核に持つ、マーケティングの理論的研究とマーケティングの歴史的
研究の総体として展開していくものと思われる。

- ⑧マーケティング・マネジメントは、その発生の当初から文明的な機能的価値を中心に、そこに
新たな機能的価値を付与するとともに、文化的な情緒的価値をどのようにそこに付与して差別
化するのかという問題を追及するマネジメントだったのであり、それを「文化付与のマーケ
ティング」と名付けた。
- ⑨しかし、最近では、コンテンツ産業や文化的サービスの増大とともに、選択、提供、伝達する
価値において情緒的価値を中心としたマネジメントが登場し、提供する価値の逆転現象が起き
て、マネジメントの内容に変化が生じてきている。この動向を従来の「文化付与のマーケティ
ング・マネジメント」と区別して、「文化自体のマーケティング・マネジメント」と呼ぶなら
ば、今後この方向でのマネジメント研究がますます増大していくと思われる。

〔参考文献〕

- 新睦人・大村英昭・宝月誠・中野正大・中野秀一郎著〔1979〕、『社会学のあゆみ』有斐閣。
- 熊野純彦〔2017〕、『カント 美と倫理のはざままで』講談社。
- 小阪修平・竹田青嗣・志賀隆生・永澤哲・西研編著〔1984〕、『別冊宝島④わかってほしいあなたのための現代思
想・入門』JICC（ジック）出版局。
- 小長谷英代〔2009〕、「残存からの脱却」『現代民族学研究』（現代民俗学会）第1号，pp.7-17。
- 小室直樹〔1974〕、「構造—機能分析の理論と方法」青井和夫編『社会学講座1—理論社会学—』，pp.15-80。
- 近藤宏〔2009〕，「『神話論理』の解説に関する一考察」『Core Ethics：コア・エシックス』（立命館大学学
院先端総合学術研究科），pp.443-451。
- 下田直春〔1980〕，「方法論的主観主義と客観主義」『科学哲学13：社会科学と哲学の間』早稲田大学出版部，
pp.7-21。
- 富永健一〔1995〕，『行為と社会システムの理論—構造・機能・変動理論を目指して—』東京大学出版会。
- 平敷令治〔1967〕，「ラドクリフ・ブラウンによる原始宗教の研究」『沖大論叢』（沖縄大学）7(2)，pp.1-24。
- 藤吉圭二〔1994〕，「モースの『全体性』概念の検討：『贈与論』を契機として」『京都社会学年報』（京都大
学）第1号，pp.83-96。
- 堀越比呂志〔1983a〕，「コトラーの概念拡張論の構造—その方法論的吟味の予備的考察—」『三田商学研究』
26巻1号，pp.120-130。
- 〔1983b〕，「コトラーの概念拡張論の方法論的再吟味—マーケティングにおける理論と実践—」『三田
商学研究』26巻2号，pp.94-114。
- 〔1999〕，「マーケティング研究におけるミクロとマクロ」『青山経営論集』第33巻第4号，pp.103-
127。
- 〔2005〕，『マーケティング・メタリサーチ—マーケティング研究の対象・方法・構造—』千倉書房。
- 〔2006〕，「消費者行動研究の展開と方法論的諸問題—行動科学的研究プログラムの帰結—」『三田商学
研究』（慶應義塾大学商学会）第49巻第4号，pp.231-248。
- 〔2007〕，「マーケティング研究における歴史的個性への関心」『三田商学研究』（慶應義塾大学商学
会）第50巻第2号，pp.91-108。
- 〔2008〕，「マーケティング研究の行為論的基礎と制度」『三田商学研究』（慶應義塾大学商学会）第51
巻第4号，pp.291-308。
- 〔2016〕，「社会科学方法論におけるポパーとハイエク」『批判的合理主義研究』（日本ポパー哲学研究会

- 事務局機関編集部) Vol. 8. No. 2, pp. 9-20.
- 〔2020〕, 「文化のとらえ方とマーケティング—Weber と Popper の視点から—」 KMS 研究会監修・斎藤通貴・三浦俊彦編著『文化を競争力とするマーケティング—カルチャー・コンピタンスの戦略原理—』中央経済社。
- 丸山圭三郎〔1983〕, 『ソシュールを読む』岩波書店。
- 安田三郎編〔1974〕, 『原典による社会学の歩み』講談社。
- Agassi, J.〔1960〕, “Methodological Individualism”, *British Journal of Sociology*, Vol. XI, No. 3, 1960, p. 246.
- Bernstein, R. J.〔1983〕, *Beyond Objectivism and Relativism: Science, Hermeneutics, and Praxis*, University of Pennsylvania Press (丸山高司・木岡伸夫・品川哲彦・水谷雅彦訳『科学・解釈・実践—客観主義と相対主義を超えて』岩波書店, 1990)。
- Ekeh, P. P.〔1974〕, *Social Exchange Theory*, Heinemann Educational Books (小川浩一訳『社会的交換理論』新泉社, 1980)。
- Hayek, F. A.〔1989〕, *The Fatal Conceit: The Errors of Socialism*, The University of Chicago Press (渡辺幹雄『ハイエク全集Ⅱ—1 致命的な思いあがり』春秋社, 2009)。
- Kotler, P. and G. Zaltman〔1971〕, “Social Marketing: An Approach to Planned Social Change”, *Journal of Marketing*, Vol. 35 (July), pp. 3-12.
- Kotler, P. and K. L. Keller〔2006〕, *Marketing Management 12th edition*, Prentice Hall (恩蔵直人監修・月谷真紀訳『コトラー&ケラーのマーケティング・マネジメント 第12版』ピアソン・エデュケーション, 2009)。
- Lazer, W. and E. J. Kelly〔1973〕, *Social Marketing*, Hmewood, Ill., R. D. Irwin.
- Popper, K. R.〔1945〕, *The Open Society and its Enemies*, Routledge & Kegan Paul, London (内田詔夫・小河原誠訳『開かれた社会とその敵：第一部・第二部』未来社, 1980)。
- 〔1957〕, *The Poverty of Historicism*, Routledge & Kegan Paul (久野 収・市井三郎訳『歴史主義の貧困』中央公論社, 1961)。
- 〔1963〕, *Conjectures and Refutations: The Growth of Scientific Knowledge*, Routledge & Kegan Paul (藤本隆志・石垣壽郎・森 博訳『推測と反駁—科学的知識の発展—』法政大学出版局, 1980)。
- 〔1967〕, “La Rationalité et le Statut du Principe de Pationalité”, dans E. M. Claassen (éd.) *Les Fondements Philosophiques des Systèmes Economiques*, Paris (水野博志訳「合理性と合理性の原理の規約」『福岡大学商学論叢』第30巻第1号, 1985, pp. 213-223)。
- 〔1972〕, *Objective Knowledge: An Evolutionary Approach* (森 博訳『客観的知識—進化論的アプローチ』木鐸社, 1974)。
- 〔1976〕, *Unended Quest: An Intellectual Autobiography*, Fontana/Collins (森 博訳『果てしなき探究—知的自伝』岩波現代選書16：岩波書店, 1978)。
- Shaw, A. W.〔1915〕, *Some Problems in Market Distribution*, Harvard Univ. Press (丹下博文訳・解説『市場流通に関する諸問題〔増補改訂版〕』白桃書房, 1998)。
- Weber〔1904〕, “Die ‘Objektivität、sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis’”, *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, 3, Aufl, 1968 (出口勇蔵訳「社会科学及び社会政策の認識の(客観性)」『世界の大思想3 ウェーバー政治・社会論集』河出書房新社, 1973)。
- 〔1906〕, “Kritische Studien auf dem Gebiet der kulturwissenschaftlichen Logik”, *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, 2Aufl, 1951 (森岡弘通訳『歴史は科学か』みすず書房, 1965)。
- 〔1922〕, “Soziologische Grundbegriffe”, *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriß der verstehen Soziologieden*, 5. Aufl, besorgt v. Winckelmann, J. J. C. B. Mohr, 1972 (清水幾太郎訳『社会学の根本概念』岩波文庫, 1962)。