

消費社会と学歴社会

——記号による地位表示——

薬師院 仁 志

La société de consommation et la société de “carriérisme scolaire”

—La manifestation du statut par des signes—

YAKUSHIIN Hitoshi

I. 問題の所在

日本の激しい受験競争は、ますます過熱する様相を呈しているように見える。高等学校受験や大学受験における競争が厳しくなっているばかりではなく、近年の受験競争が小・中学校や幼稚園の段階にまで拡大してきていることは、周知のとおりである。最近の文部省調査もまた、その一端を示している。それによると、67.1%もの中学三年生が学習塾へ通い（1993年度文部省調査）、小学生と（公立）高校生の家庭教師・学習塾費も、この十年間で約三倍に跳ね上がった（1992年度文部省調査）とのことである。別の調査（「子どもの教育に関する調査」三和銀行、1994年1月調べ）では、学習塾・家庭教師といった補助教育を受けている子どもの割合は、中学生で73.4%に達するという結果さえ報告されている。また、その調査では、年収に占める教育費の割合が、五十代では約24.3%と家計の約四分の一に達し、教育費に負担を感じている親の割合は、全体の49.3%にも上るという結果が報告されている。しかも、（その調査によると）今後の教育費について、57.1%の親が「必要に応じて増やしていきたい」と答えているのである。日本では、なぜこれほどまでに教育が求められ、これほどまでに熱心な受験競争が生じるのであろうか。

常識的に考えれば、受験競争が激しいのは、日本が学歴社会であるからであり、より高い学歴を獲得すれば将来の見返りも大きいからだということになろう。つまり、受験競争への参加は、将来に対する投資として理解できるというわけである。たしかに、受験生やその親たちの心には、たとえ漠然としたものであれ、将来の地位に対する期待や不安が潜んでいるに違いない。しかし、物事はそれほど単純ではない。一方では、次のような事実もまた、指摘されているのである。

学校段階別の賃金格差は先進国、途上国のどちらと比べてもわが国の方が小さい。大卒が中卒の何倍にも当たる高い初任給をもらうこともないし、生涯所得の額もほとんど変わらない。……有名大学卒業のご利益は依然大きいという見解もあるようだが、このヨコの学歴格差も昔とは比較にならないほど縮小したし、外国と比べてもはるかに小さい。フランスのように出身校によって採用当初から俸給額や地位に露骨な差をつけられることもなければ、アメリ

カのように理工系と人文系など大学の専攻分野によって平均給与額が大きく違うといったこともない。(市川1990:174頁)

現在の日本は、学歴の機能低下にもかかわらず、受験競争がますます激しさを増すという、いささか逆説的な事態に直面しているのである。このような事態に際して、この事態を何とか説明しようとして、さまざまな解釈が試みられてきた。そして、それらの試みの多くがたどりついた結論は、経済的収益性や地位達成効果から逸脱する部分を、地位表示や社会的威信に対する欲求へと回収することであった。もちろん、それが誤りであるというわけではない。しかし、そのような理解が、事実の限られた一面しかとらえていないことはたしかであろう。なぜなら、そのような理解には、なぜ学歴が威信をもちえるのか、なぜ人々が学歴による地位表示を求めるのか、についての説明が欠けているからである。

本稿の課題は、現代日本において、学歴によって地位を表示するなどという営みがいかにして可能になり、なぜ人々がそのような地位表示を求めるようになったのかという問題を、J. ボードリヤールの消費社会論を手掛かりに分析することである。ボードリヤールは、われわれの社会を消費社会として位置づけ、その特徴を次のように記述している。

消費社会、それは地位移動の可能な流動的社会である。幅広い層の人びとが社会階梯をよじのぼり、ひとつ上の地位に到達すると同時に文化的要求を抱きはじめるが、それはこの地位を記号によって表示したという欲求にほかならない。(Baudrillard 訳書1979:153頁)

この記述は、現代日本についても当てはまる。つまり、幅広い層の人々が、社会階梯をよじのぼろうとし、その地位を記号によって表示しようとしているのである。すなわち、日本においては、「文化的要求」や「記号によって地位表示しようとする欲求」という、消費社会に固有の経験が、学歴や教育という局面で強く現れていると言えるのである。

Ⅱ. 中流幻想という現実

本章では、学歴による地位表示を考える前に、まず日本人の地位に対する意味＝感覚を考察する。日本では、国民の大部分が「中流意識」をもっていると言われている。実際、1992年度の「国民生活に関する世論調査」でも、国民の九割以上(90.2%)が、自分の生活程度は世間一般からみて「中」程度だと答えている。同調査において九割が「中」と答える傾向は、ここ二十数年間変化が見られない。しかし、ある意味で、それは「共有された幻想」(犬田1982:46頁)にすぎないのかもしれない。つまり、「中」の指示する実体が不在なのである。同じ「中」でも、中産階級というのは自営の専門職や中小企業主、金利生活者などを指したのであって、「親から継承したかなりの財産をもち、人なみ以上の水準の生活をむりをしなくてもできる」(犬田1982:35頁)という具体的条件を満たす人々のことであった。この定義にしたがうならば、たとえば一流企業に勤めていようとも、一流ブランドを身につけていようとも、一流メーカーの耐久消費財をどれほどもっていようとも、賃労働によってしか生活できないのであれば、それは中産階級などではなく、無産階級にすぎないのであって、上中下で言えば「下」でしかないはずなのである。現代日本の「中流」は、中産階級を規定したような具体的条件を満たしていない。その意味で、「かつての『中産』は一つの社会的事実だ……だが現在の『中流』は……一つの理想像(イメージ)」(犬田1982:47頁)だということになるのである。すなわち、現実には国民の大部分が

「下」なのであって、九割が「中」などという意識は「共有された幻想」にほかならないという解釈が成り立つのである。

しかし、中流意識が九割という調査結果は、多くの人々が現実の生活格差を誤認し、中流というイメージに騙されていることを示しているわけではない。むしろ、九割以上の国民が「中」、「中の中」だけでも過半数を越える（53.6%：1992年）などという事態は、いかに多くの人々が現実の階層構造に鈍感であるのかを物語っているのである。すなわち、「（経済的）不平等がもはや問題にならないという事実」（Baudrillard 訳書1979：58頁）を示しているのである。人々は、現実の生活格差を誤認しているのではなく、そんなことをあまり問題にしていないのだ。たしかに、人々は「自分は中」とであると答えているのであって、「九割の人が中」とであると答えているのではない。だが、たとえそうであっても、少なくとも上・中・下を区別する客観的な座標軸が不在であるということは事実であろう。客観的な座標軸が存在しないか、問題にされていないからこそ、〈現実〉には生活格差が存在し、〈中〉の大部分が〈実際〉には〈下〉であるにもかかわらず、九割以上の人々が「自分は中」だと意識するような事態——中流意識の共有幻想——が可能になるのである。

中流の人々は、〈現実〉の生活格差を誤認しているのではない。むしろ、多くの人々にとって、〈現実〉の生活格差など関与的な現実ではないのである⁽¹⁾。人々の日常経験は、〈現実〉の生活格差など度外視した水準で、すなわち中流〈幻想〉のなかで営まれているのである。自分が「中」とであるという幻想こそ現実なのであり、人々にとって現実的な経験が成立するのは、この幻想の内部においてなのである。消費社会においては、人々の欲望が渦巻く領域、現実性なるものが成立する場が変容しているのである。したがって、学歴による地位表示という問題を考える際も、中流意識という共有幻想のなかで成立する〈地位構造〉が問題になるのであり、人々の間に〈現実〉に存在する地位構造を考えるだけでは不十分なのである。

補足しておく、先に引用した「国民生活に関する世論調査」では、資産の程度に関する質問でも、八割以上（82.3%：1992年）の人々が、世間一般から見て自分は「中」程度だと答えており、「下」と答えた者は約一割（11.1%：1992年）にすぎない。資産格差の拡大が指摘される昨今、生活程度の中流意識とあわせて考えてみると、日本では、自己や他者の認識において、具体的条件に裏づけられた格差がいかに注目されていないかが理解できるであろう。人々が求める〈地位〉は、もっと別の次元にあるのである。

Ⅲ. 学歴の表示する〈地位〉

現代日本において、人々の階層帰属意識は中流幻想の中に融即しているかもしれないが、地位をめぐる競争が全く起こっていないわけではない。むしろ、受験や学歴獲得というチャンネルを通じて、人々は激しい〈地位〉競争を繰り広げているのである。だが、その地位とはいったい何なのか。学歴の地位表示機能といったところで、表示すべき地位そのものがいかなるものであるのかは、それほど自明でも明確でもないのである。

たしかに、現在の日本における学歴は、地位を表示する記号となっているのであろう。しかし、それは、19世紀ヨーロッパ諸国において教育や学歴が果たしていた地位表示機能とは全く別物なのである。ちなみに、19世紀ヨーロッパ諸国において、教育や学歴が果たしていた地位表示

機能は、以下のようなものである。

学校がはたしたの、上昇移動や地位取得の手段としての、専門的訓練に裏づけられた学歴の賦与機能、すなわち地位形成機能よりも、一定の地位をすでもち、あるいは新たに取得した身分集団（具体的にいえば中産階級）の子弟に対して、その地位にふさわしい「教養」（身分文化）を象徴するものとしての教育を与えるという、地位表示的な機能であった。（天野1983：45頁）

これに対して、現代日本における——あるいは消費社会的な状況における——学歴は、（学歴の）外部にそれ自体として実在する「一定の地位」を表象する記号ではない⁽²⁾。差異が実在する地位の間に存在し、それが記号に代置されているのではないのである。現在の日本では、よじ登るべき社会階梯を規定する「客観的な座標軸」が存在しないのであるから、表象すべき「一定の」地位そのものも存在しえないのである。学歴は、他人との違いを示し、地位を表示する機能を担った記号でありながら、何らかの具体的地位を表象するものではないのである。むしろ、現在の日本では、表示すべき地位そのものの方が、（学歴という）記号に媒介されてはじめて現れるのである。この場合の記号は、何らかの実在を指示する表象ではなく、他の記号との差異しか表示しないという点で、空虚な示差的記号であると言うことができる。消費社会において、地位を定める根拠となる「各人の間の差異」は、〈現実〉に裏づけられた具体的条件に基づいて規定されるのではなく、人工的な記号が人々を差異化することによってはじめて生まれるものなのである。ボードリヤールは、次のように述べている。

個人間のなくすことのできない独特な現実的差異にもとづいて働くのではない……各個人の必然的に相違する固有の内容と存在を取り除き、差異表示記号として産業化と商業化が可能な示差的形態を代置する……。 (Baudrillard 訳書1979：120頁)

消費社会では、個人間の差異そのものが、記号の水準で生じているのである。〈現実〉の地位を規定する客観的な座標軸が実定性を喪失するなかで、指示対象を欠く、空虚な示差的記号の間に生じる差異だけが意味や価値をもつのである。言い換えれば、空虚な示差的記号が人々を差異化することによって、はじめて各人の〈地位〉が現れるのである。現代の社会システムの働きは、「個人間のなくすことのできない独特な現実的差異」を廃棄し、「諸個人を差異のシステムと記号のコードに組みこむこと」 (Baudrillard 訳書1979：122頁) にほかならない。すなわち、産業化と商業化が可能な人工的な記号の世界で人々を差異化し、位置づけ、管理しているのである。したがって、ここで問題にしているのは、衍示的消費や学歴による権威づけなどといった事柄ではない。「消費はもはや個人や集団の単なる権威づけの機能ではない」 (Baudrillard 訳書1979：121頁) のである。

問題となるのは、威信・地位・差異表示の動機づけではない。このレベルは現代社会学によって大いにとりあげられたが、伝統的心理学の成果の擬似社会学的拡大の域を出ない。(Baudrillard 訳書1982 a：71頁)

基本的な問題は、各人や各社会階層を位置づける客観的な座標軸が重大な意味をもたないなかで、「地位と生活程度の追及が記号の上に成り立っている」 (Baudrillard 訳書1979：116頁) という事態なのである。すなわち、地位や生活程度など、各人の社会的位置づけが、記号を通じてしか、記号との接触によってしか与えられないという事実が重要なのである。

Ⅳ. 記号による地位表示

よじ登るべき社会階梯を規定する客観的な座標軸が存在せず、確固たる目標を喪失したような状況のなかで、われわれは、人工的な記号と接触し、それによって自分の〈地位〉を表示すること以外、自己の社会的な位置づけを確認することができないのである。ボードリヤールは、次のように述べている。

誰もが自分のルックを求めている。自分の存在証明を引き出すことができなくなったので、もはやみずからの存在を気にかけることも、見られているかどうかを気にすることさえせずに、ただ外の世界に自分のイメージを示すほかはないのだ。……誰もが自分のイメージのプロデューサーになれる。(Baudrillard 訳書1991：36-37頁)

消費社会において、人々の手にしうる〈地位〉や〈威信〉は、人工的に生産された記号との接触による「自分のイメージ」でしかない。現実に関心している地位を記号によって見せびらかすのではなく、空虚な記号の先にある（かもしれない）、点線で囲まれた淡いイメージとして浮出する〈地位〉や〈威信〉を手にしてはじめて、自己の社会的な位置づけが得られるのである。人々にとって、外の世界に自分のイメージを示すほかは、自己の〈地位〉を確認する手段がないのである。このような事態が、具体的な営みの水準において、地位を記号によって表示したいという欲求を現象させるのである。現代の社会システムは、「誰にも自分の社会的威信を確認したいという気持ちを起させて他人と比較させる」(Baudrillard 訳書1979：73頁)のである。指示対象を欠く示差的記号が意味や価値をもつのは、他の記号との差異によってのみであるから、結果的に、各人は他者との違いを追い求めて競争することになる。示差的記号との接触によって自己の地位を表示し、他者との差異としての「自分のイメージ」を確認すること——たとえそれがどれほど不確かなものであっても——それが消費社会における固有の営みとしての「記号による地位表示」なのである。受験競争の舞台では、自己の社会経済的地位を向上させるという目標でさえ、自分が現実の社会階梯をよじ登ることではなく、自分の社会的イメージを手にし、それを飾りたて、プロデュースすることなのである。

また、消費社会においては、物やサービスを購入する行為にしても、それらは、ある記号との接触なのであり、「自分のイメージ」を得ようとする営みなのである。人がある対象 (objet) を手にしようとするのは、主体の側にその対象 (に内在する効用) に対する欲求が先在するからではない。「欲求とはけっしてある特定のモノへの欲求ではなくて、差異への欲求 (社会的な意味への欲望)」(Baudrillard 訳書1979：95頁)なのである。消費社会においては、あらゆる物 (objet) が、その〈消費者〉を意味づけ、彼のイメージをプロデュースし、彼の〈地位〉を表示する記号になっているのである。その意味で、学歴や教育を求める営みだけではなく、あらゆる消費行動は、各人の〈社会的な位置づけ〉を規定するためのテストなのである。ボードリヤールは、以下のように述べている。

われわれの生活をとりまくすべての機能的なモノ (objet) は、みなそれ自体がテストである。……モノは人びとの役に立つのではなく、人びとをテストする。(Baudrillard 訳書1982b：131頁)

受験は、人々に社会的な位置づけを付与する、テストの典型なのである。学歴についても、それ自体としての効用——たとえそれが象徴的な効用であっても——が重要なのではない⁽³⁾。学歴と

いう記号が生み出す差異（から生じる意味づけ）のみが関与的なのである。われわれは、実在としての対象（objet＝物）にかかわるのではなく、人工的な記号（となった対象）にかかわっている。逆に言えば、あらゆる対象（objet）は、記号の世界に場所を得てはじめて、われわれの〈欲求〉がそれらに向けられるようになるのである。その欲求は、物の機能性や効用に向けられているのではないという点で、一種の「文化的要求」と言えるのである。あらゆる消費対象は、社会的にコード化された〈文化的〉地位を表示する記号として求められるのである。ボードリヤールは、次のように述べている。

膨大な「教養」用具は、ますます激化する地位獲得競争に歩調を合わせたこの要求にまさに対応しているのだ。こうした文化の実体は、その内容が自律的な行動を養い育てるのではなくて、社会的移動のレトリック、つまり文化とは別の何ごとかをめざす要求、というよりはむしろ社会的地位のコード化された要素としてのみ文化を求める要求を養う限りにおいて「消費される」。(Baudrillard 訳書1979：149頁)

いずれにせよ、ある物事が消費社会における現実になるということは、それが“消費させる対象（objet）”になるということなのである。ボードリヤールの言葉をつづけよう。

現在われわれが、商品レヴェルの唯物論を越えて立ち会っているのは、宣伝とメディアとイメージをつうじてあらゆる事象が記号化される事態だ。(Baudrillard 訳書1991：27頁)

消費される物（objet）になるためには、物は記号にならなくてはならない。……それはその物質性においてではなく、差異において消費される。(Baudrillard 訳書1980：246-247頁)

製品はひとつひとつ切り離されたのでは（自動車でも電気剃刀でも）、それ自体としては価値をもたない……。それらの集合的配置や全体の輪郭、モノとモノの関係、総体的「遠近法」だけが意味をもっている。(Baudrillard 訳書1979：65頁)

われわれは、記号の世界に生きている。そして、その中にしか現実を見出せなくなっている。われわれの経験領域が変容しているのである。消費社会における〈現実〉は、人工的な記号によって切り取られ、それによって映し出されたイメージにすぎないのである。ある意味で、このイメージや幻覚こそ、消費社会における固有の現実なのである。消費社会における諸現象を解明するためには、何よりも、この変容をとらえなければならないのである。

ただし、教育や学歴、およびあらゆる消費の対象に、何の機能的価値も象徴的価値も存在しないというわけではない。どのような社会においても、人間が生活している限り、人々が機能性や効用を求めることは当然であろうし、人々が威信や地位に動機づけられることも事実であろう。しかし、それらのことは“どのような社会においても”当てはまることであり、それらの事実によって現代日本社会に固有の状況——たとえば教育や学歴の領域における消費社会的状況——を社会学的に理解することはできないのである。このことに関連して、ボードリヤールは次のように述べている。

欲求や自然的効用が存在しないというわけではない。——現代社会の独自の概念である消費はそんなこととは無関係であることを理解すべきだというのだ。(Baudrillard 訳書1979：98頁)

V. 学歴というイメージ

学歴は、何らかの現実を表示したり象徴したりするものではない。それは、指示対象の欠落した記号にすぎないのである。むしろ、学歴という記号を通してはじめて、各人に社会的な位置づけを付与することができるのである⁽⁴⁾。つまり、記号のほうが、その指示対象であるかもしれない〈現実〉を支え（造りだし）ているのである。今や、卒業証書は学習の証ではなく、能力は学歴に比例するものではなく、給料は生産性に比例するものではなく、資産は個人の収入に比例するものではない。そして資産価値もまた、〈現実〉に裏づけられた価値ではない。土地や株の値段は、意味もなく指標化された数値にすぎないがゆえに、急騰したり暴落したりすることが可能なのである。ボードリヤールは次のように指摘している。

《実在》する学習を代償とせず、知と等価でもなく卒業証明書を発行しようとする考えは、大学の責任者にとってパニックだ。これは政治をくつがえすようなパニックではなく、価値がその内容から分離し、形式通りに、ひとりでの機能するのを目のあたりにするパニックだ。（Baudrillard 訳書1984：193頁）

賃金は今ではもう何かとの等価でも、何かに比例するものでもない。（Baudrillard 訳書1982b：43頁）

そのような状況のなかで、学歴という示差的記号が、各人を差異化し、社会的に意味づけているのである。現実の社会経済的地位を規定する客観的な座標軸が意味をもたないなかで、人工的な記号のレベルにおいて、人々が差異化されているのである。だからこそ、人々は地位表示記号としての学歴を求めるのである。教育投資は、自分を写し出すイメージに対する欲望に支えられているのである。価値観が多様化し、絶対的な目標が設定できないような今日の状況のなかで、自分を写し出すイメージだけが、人々の存在証明となっているのである。逆に言えば、現在のわれわれが手にしうる現実とは、せいぜい自分を可視的なイメージと接触させるぐらいのことなのかもしれないのである。人々は、学歴にそそがれるまなざしによって可視化されていると同時に、自分を可視化したまなざしによってしか世界を認識することができないのである。消費社会においては、人間がイメージのなかで生きていると言えるのかもしれない。

現在の状況は、一方に地位表示記号としての学歴があり、その外部に、記号から独立した現実の地位構造があるというものではない。むしろ、記号が先行することによってはじめて、それが指し示すべき地位構造（の人工的なイメージ）が現れるのである。この場合、地位表示記号が〈現実〉の地位構造を正しく映し出しているか否かなどという問いは、そもそも無効なのである。だから、学歴の収益率がどうであれ、将来の社会・経済的地位に対する学歴の効果がどうであれ、人々はそんなことに見向きもしないのである。たしかに、学歴という記号は、それが淡く映し出すイメージのなかで、豊かな生活を指示することであろうし、威信の高い職業的地位を指示することもあるかもしれない。それは、真でも偽でもないのだ。真／偽は、客観的な判断基準に基づいてのみ決定されるものであり、人工的な記号の領域では、そんな区別さえ成立しないのである。

また、ある（地位表示）記号と接触したいという欲望は、その記号の指示する対象を手に入れたいという欲望と、しばしば混同される。しかし、両者は厳密に区別されなければならない。学歴という記号は、その内容が空虚であるがゆえに、さまざまな指示対象が追捕されうるのであ

る。実際、教育や学歴などに対する欲望には、金銭や職業的地位や威信誇示や能力表示や社会的順応など、無数の動機が追捕されている。しかし、そんなことは本質的な問題ではない。大事なことは、学歴に対する欲望が、現実獲得した金銭や職業的地位や能力によって埋め合わされることはないということである。記号によって指示されたイメージに対する欲望は、それ以外のものではないのである。金銭であれ地位であれ能力誇示であれ、具体的な目的に対しては、必ず別の手段を考えることができる。しかし、たとえ大金持ちになろうとも大臣になろうとも、どれほどの知識を身につけようとも、博士号を取ろうとも、学歴の埋め合せにはなりえないのである。学歴に投資する人々にとって、学歴という記号が指し示してくれる人工的な現実の方が、〈実際の〉金銭や地位や能力よりも切実な現実なのである。

たとえば、東京大学を卒業した者だけに何らかの具体的特権が保証されるというのであれば、ごく一部の人々のあいだでは激しい競争が起こるかもしれないが、多くの人々は容易にそれを締めることができるかもしれない。この場合、東京大学卒業の学歴は、具体的かつ有限な報酬にしか結びつかないからである。具体的で有限な報酬に対しては、その代りになるものを考えることができる。しかし、学歴は、指示対象に先行する空虚な記号にすぎないがゆえに、何物にも置き換え難いのである。記号の指示対象の位置には、無限の「報酬」が置かれうると言ってもよいであろう。空虚な記号は、何でもありうる抽象的なイメージ／欲望を誘発するのである。

Ⅵ. 中流幻想と一流願望

一流企業への就職という点だけから見れば、学歴は実質的な効用をもっているようにも見える⁽⁵⁾。たしかに、一流企業への入社に関しては、有名大学が有利なのであろう。だが、「多数の受験生の潜在意識にあるのは、漠然と一流企業に勤めるといった」(竹内1993: 180-181頁)ことでしかない。つまり、それはあくまでも「漠然」とした希望にすぎず、現実の一流企業サラリーマンの姿を見、それを理解し、そのような生活を具体的目標にしているわけではないのである。まして、一流企業に入ればバラ色の人生が待ち受けているなどとは誰も考えないであろう。人々は一流企業への入社によって得られる具体的利益を計算しているというより、多くの人々にとって「エリート社員であることや、優等生であることなども結局は趣味の問題」(室井1988: 138頁)でしかないのである。すなわち、受験生やその親たちにとって、大企業や一流企業もまた、ひとつのイメージにすぎないのである。一流企業へ就職するため有名大学を目指すというのは、あるイメージを別のイメージに置き換えただけのことである。「中流」幻想が支配する社会のなかで、「一流」大学や「一流」企業といったイメージだけが、人々の羨望の的になっているのである。

実際、〈労働者階級〉の出身者が、学歴を獲得することによって、一流企業のホワイトカラーになることもあるであろう。しかし、それが具体的に何を指示するわけでもない。そこに〈現実〉の階級移動があったわけでもないし、そもそも〈現実〉の階級など、消費社会における関与的な現実ではないのである。仮にそれを上昇移動と呼ぼうとも、中流の内部にとどまったまま、自己のイメージをステップアップさせたということだけでしかないのである⁽⁶⁾。そこには、一流企業というイメージ、肩書というイメージに自分自身を接触させることによって得られる刹那的な充実感のようなもの以外、何も存在しないのである。いずれにせよ、イメージの方が、それが

指し示すべき現実を支えるほかはないのである。人々は、イメージによってしか自己を意味づけることができないのであり、出世も上昇移動もイメージを通じてしか語れないのである。

かくも多くの人々が受験競争に参加し、学歴というイメージを手にしたいと望んでいるのは、イメージに騙されて現実を見失っているからではないのである。むしろ、多くの人々にとって、イメージこそ現実なのである。なかでも、学歴というイメージは、人々にとって最も現実的なイメージなのである。学歴によって自己のイメージを演出し、飾りたてることこそ、自分の存在証明を引き出す手段となっているのである。

受験や学歴の領域だけではなく、現在の日本では、あらゆる消費場面に「一流」が登場している。一流ブランド、一流デザイナー、一流メーカー、一流企業、一流店、一流レストラン、……等々。これらの多くも、その一流としての実体や内容が関与的なのではない。一流は“非”一流との間の差異を表示する記号にすぎず、人々は一流の具体的内容以上に、その記号が映し出すイメージに惹かれているのである。

Ⅶ. おわりに

ボードリヤールは次のように述べている。

車を買う行為は、個人史的動機、技術的動機、功利的動機、心理象徴的動機（過剰代償、攻撃性）、社会学的動機（集団規範、威信・順応・独創性への欲望）に分解されることになる。すべての動機が互いに同じ程度に《真実》であるのは、最悪のことである。それらの中から偽の動機を見いだすことは困難だろう。しばしばそれらは明確に矛盾しあう——安全欲求／危険欲求、順応欲求／区別欲求、等々。それではどれが決定的な動機なのか。それらの動機をどのように構造化し階層化するのか。努力のあげく、われわれの学者たちは、かれらの循環論法を《弁証法化する》べく必死になる。……このような混乱が癒しようもないことはたしかなことである。さまざまなレベルで得られた諸成果（欲求、社会的野心、役割、消費のモデル、準拠集団、等々）は、無益ではないにしても部分的で危険なものである。

（Baudrillard 訳書1982a：70-71頁）

学歴や受験といった問題に関しても、同様のことが言える。学歴の機能低下と並行して学歴の獲得を求める受験競争が激化するという逆説的な事態に直面したとき、学歴にはさまざまな効用が“発見”され、それに対する多様な動機が“発見”されてきた。しかし、それらの発見は、無益ではないにしても部分的で危険なものである。

現代日本の受験競争から理解しなければならないことは、現実性なるものの基準が変容しているということなのである。われわれの置かれている状況は、まず現実が存在し、その現実に対して人々のまなざしがそそがれ、それに基づいて現実に対する象徴やイメージが構成されるというものではない。一方に現実があり、他方にその現実を指し示すイメージが存在するのであれば、そのイメージの虚／実を判断することができる。しかし、もはやそんなことさえ問題にできないのである。むしろ、消費社会においては、現実そのものがイメージの世界に回収されてしまっているのである。すなわち、「われわれが生きていると感じられるためには、幻覚を手段とするほかはないということなのである」（Baudrillard 訳書1991：128頁）。幻覚こそ、われわれに与えられた現実なのである。たとえそれが、いつ崩れるかもしれない豊かな社会のなかだけで見ること

が許される幻覚であったとしても。

【注】

- 1) もちろん、人々の生活水準を厳密に指標化し、中流意識の幻想を告発することはできるであろう。しかし、社会学者の厳密な計算によってしか見えてこない階級など、人工的なイメージのひとつにすぎない。
- 2) しかも、学歴が身分文化を象徴する教養に依拠しているのであれば、かくも多くの人々が受験産業に殺到する必要はない。まず身分文化といった実体的内容——たとえそれが恣意的だとしても——が存在し、次いでそれを表示する象徴が求められるのではないのである。身分文化や教養は、記号の指示対象として存在するはずのものとして、記号の先に淡く映し出されるにすぎない。それらは、実体のないイメージなのである。
- 3) 「投資の収益率など考えにも入れず、スネを細らせて、子どもを大学にやる親がいかにか多いか」(天野1986: 206頁)。つまり、人々は学歴の効用を誤認しているのではなく、そんなことを問題にしていないのである。
- 4) 日本では、人々の「まなざしは、階級ではなく、学歴にそそがれる」(竹内1993: 172頁)のである。ここで言う「まなざし」とは、世界がそのなかで認識される領域を構成する、社会的な営みのことである。つまり、人々のまなざしこそ、その社会における現実世界を照らし出す光なのであり、その社会において何が現実として認識されるのかは、人々のまなざしが何にそそがれるのかにかかっているのである。日本では、学歴(という記号)にそそがれるまなざしを通して人々が可視化され、認識可能な形で分類されている。すなわち、人々は、学歴/記号を通して自己および他者の社会的位置づけを認識するのである。大げさに言えば、ある人物が何者であるのかは、その人物の学歴を通じて理解されるというわけである。だからこそ、「日本の受験競争は出世やお金の社会経済的地位効果を目標にするだけでなく、それ以上に『出自』(出身階級)獲得競争」(竹内1993: 170頁)だということになるのである。
- 5) 「大企業への入社はすべての大学に開かれてはいるが、その開放度は傾斜的だから、有名大学はかなり有利になっている」(竹内1985: 219頁)。
- 6) 上昇移動かどうかは、本人の抱くイメージの中か、さもなければ社会学者の厳密な計算の中でしか判断できない。

【文献】

- 天野郁夫 1983 「教育の地位表示機能について」, 日本教育社会学会編『教育社会学研究』第38集, 東洋館出版社。
- 1986 『試験と学歴—努力信仰を超えて』, リクルート。
- 市川昭午 1990 『日本の教育第6巻 教育改革の理論と構造』, 教育開発研究所。
- 犬田 充 1982 『日本人の階層意識—中流の読み方・とらえ方』 P H P 研究所。
- Baudrillard, Jean 1968 *Le système des objets*, Gallimard. = 1980 宇波彰訳, 『物の体系』, 法政大学出版局。
- 1970 *La société de consommation : ses mythes, ses structure*, Gallimard. = 1979 今村仁司・塚原史訳, 『消費社会の神話と構造』, 紀伊國屋書店。
- 1972 *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Gallimard. = 1982 a 今村仁司・宇波彰・桜井哲夫訳, 『記号の経済学批判』, 法政大学出版局。
- 1976 *L'échange symbolique et la mort*, Gallimard. = 1982 b 今村仁司・塚原史訳, 『象徴交換と死』, 筑摩書房。
- 1981 *Simulacres et simulation*, Galilée = 1984 a 竹原あき子訳, 『シミュラクルとシミュレーション』, 法政大学出版局。
- 1990 *La transparence de mal-essai sur les Phénomènes extrêmes*, Galilée. = 1991 a 塚原史訳, 『透きとおった悪』, 紀伊國屋書店。

業師院：消費社会と学歴社会

- 室井 尚 1988 『メディアの戦争機械—文化のインターフェース』, 新曜社。
竹内 洋 1985 「企業と学歴—学歴の社会学—」, 柴野昌山編『教育社会学を学ぶ人のために』, 世界思想社。
——— 1993 『パブリック・スクール—英国式受験とエリート』, 講談社現代新書。