

消費の多義性と家政学の方法 乗本秀樹（三重大）

目的 家政学は、生活の場や人生という活動、とりわけ消費活動の管理に重点を置いて展開してきた。その方法と成果は、生活設計、消費者教育、あるいは地域形成にも生かされつつある。だが、消費という行為は、生産の場にも適用可能な一義的管理の視点だけでは覆いつくせない。まずは、そうした部分を掘り取り丁寧に解釈する努力が必要ではないか。そのことによって、消費の人間的な意味ひいては人間の発見や、問題解決をめざす家政学により豊かな展開が望めるのではないか。

本研究は、以上の展望のもとに、消費の多義性を示すこと、ならびに家政学のより豊かな展開のためのヴィジョンを得ることを目的とする。

方法 消費行為についての観察をもとにし、家政学、経済学、文化人類学、哲学などの領域に展開される消費論を比較考察する。そして、〈物の意味〉〈生活世界の様相〉〈人間存在の様相〉などに留意しつつ、消費の意味を一覧的に整理する。

結果 消費には、「意味以前の意味」「実用性・資源としての意味」「記号としての意味」「環境としての意味」「身体と同化する物」などの意味があることがわかった。もちろん、これらの意味は客観的に存在したりいつも認識されるものではない。日々の真摯な営みや行為のうちに読みとれるものであり、解釈的とらえられるものである。そして、家政学は主として「実用的・資源としての意味」を主題としてきたのであるが、その他の意味が人間という存在の特質に深くかかわるものである限りは、それらを掘り取ろうとする努力や感受性の展開を軽視してはなるまい。