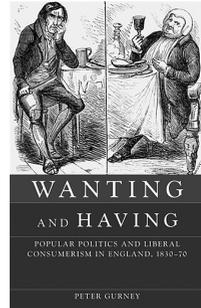


書 評

Peter Gurney, *Wanting and Having:
Popular Politics and Liberal Consumerism
in England, 1830-70*

(Manchester: Manchester University Press, 2015)

眞嶋 史叙



ピーター・ガーニー著『欠乏と充足——イギリスにおける民衆政治運動と自由主義消費者運動——1830年～1870年』（原題：*Wanting and Having: Popular Politics and Liberal Consumerism in England, 1830-70*）は、19世紀中葉に大きな盛り上がりを見せた民衆政治運動（＝チャーチスト運動）と自由主義消費者運動（＝反穀物法同盟）の対立と共通点を明らかにして、近代的な消費者像がいかにつくりだされ、政治的に利用されてきたかを論じた本である。エセックス大学でイギリス社会史を講じるガーニーは1996年に『イギリスにおける協同組合文化と消費者政治運動——1870年～1930年』（原題：*Co-operative Culture and the Politics of Consumption in England, 1870-1930*）を刊行している。本書はその前段階の時代を扱っており、消費者協同組合運動へ関心が2冊に通底している。本書では、協同組合運動やオーウェン主義者の活動に触れつつ、広くチャーチスト運動と反穀物法同盟の両端、また根源的には新救貧法を巡る論争へと行きつ戻りつしながら、ディケンズやグラッドストンの言説も含め、19世紀イギリスにおける広範な思想の広がりや射程に入れて、それぞれの異なる政治的立場のなかで、消費者の扱われ方にいかなる違いがあったかを検討をしている。かつて「労働」の言葉が、19世紀の社会変革を論じる上で重要な概念であったが、いまや「消費」の言葉がその役割を担う時代になった。19世紀の労働運動にまつわる思想を消費者の観点から読み直すことが本書の目的であるといえる。

本書は8章立てになっている。それに前書きとエピローグがつく。第1章は、1846年7月の穀物法廃止が宣言された場面から始まる。マンチェス

ター公会堂の500人を超える聴衆を前に、反穀物法同盟のリチャード・コブデンは穀物法廃止の歴史的意義を唱え、ジョン・ブライトは「新秩序の始まりだ」と訴えた。この自由市場主義的な「新秩序の始まり」が、第1章のタイトルとなっている。この動きに対抗したチャーチストらは、市場の法則に基づく自由貿易ユートピア的な秩序を受入れず、政府やコミュニティにより保護される「真の政治経済」あるいは「モラル・エコノミー」を求めたが、商品の自由な取引自体に反対だったわけではない。本書では、18世紀に消費者として浮上した中産階級に続き、19世紀労働者階級の政治的アイデンティティと混交させながら新たな消費者像を浮かび上がらせていく。第1章では、本書の構成と全8章の概略を示し、研究対象として第一回選挙法改正から第二回選挙法改正までの期間を扱うことを明らかにする。選挙権の拡大が模索されるなかで「消費者」がいかに重要になっていったか——「消費者としての市民」(citizen consumer)が浮かび上がってくる。

第2章は、1842年から1843年にかけての不作の冬に発せられた「パンがないのならジャガイモに喜びを感じればよい」というオクスフォード大学教授の言葉にはじまる。この教授は保護貿易推進派であった。「ジャガイモに喜びを感じる」という言葉は1843年2月発行の反穀物法同盟の新聞 *The Struggle* にこの大学教授を揶揄した風刺画のタイトルとして登場する。1842年のゼネスト(点火栓抜き暴動)を皮切りに、チャーチストのみならず、反穀物法同盟も「飢えた労働者」のイメージを多用し始めた。政治的な解決を模索したチャーチストとは違い、自由貿易で商品が自由に流通するようになれば、消費者としての労働者も恩恵を受けるだろうと主張する。しかし、このように「モラル」と「経済」との間に線引きをすることは、「貧民」を自己アイデンティティとするチャーチストには受け入れられないものであった。

第3章では、1834年の新救貧法の成立へと戻り、いかにしてこの法が人間として最低限の生活の保障を切り崩し、政治的アイデンティティとしての「貧民」をつくり出したかに迫る。章タイトル「アンドーヴァー救貧院の共食い」は、骨粉肥料を製造していた救貧院に収容されていた貧民が、材料の骨を奪い合っただけでかじっていたという事件に由来する。新救貧法

のもと、救貧法委員会を中央官庁として救貧行政が行われるようになったが、その事務局のエドウィン・チャドウィックは、「最下級の労働者以下の待遇」を示す院内救済の食事内容6案を考案する。[私の計算によれば、全国各地の状況に対応すべく考案された6案の間には一日1600kcalから2200kcalまで開きがある。]事件が発覚したアンドーヴァー救貧院は公式には最上位の案を採用していたのも関わらず、傲慢な看守が適正な配給を行っていなかった。このスキャンダルは衝撃的であったものの、発覚した1845年にはチャーチスト運動の新聞*Northern Star*などはあまり注目しなくなっていた。追い込まれた貧民の野蛮性と慈悲の必要性を訴えるような運動から、貧しい消費者による自主的なガヴァナンスあるいは「真の民主主義」を求める運動へと進化していたからである。

第4章は「民主主義の大義のために」と題するが、この言葉は暴動派チャーチストのサミュエル・ホルベリーの葬式で5万人の参列者を前に埋葬された真鍮板に彫られた文字であった。民主主義がいかにも広く暴動派、急進派、理性派までもを束ねる概念として利用されるようになっていったか。特に際立つのは、一方で反穀物法同盟があまりにも非民主的で、少数の指導者の独断で運動が進められていたという点である。チャーチスト運動の指導者らが掲げる民主主義の信念は、ディケンズや諷刺画家ジョージ・クルックシャンクに揶揄され、あるいはコブデンら中産階級の政治指導者に懐疑的に捉えられようとも、全ヨーロッパ的な革命運動の広がりにも勇気づけられ、強固に深化していった。1848年にチャーチスト運動が瓦解したあと、その大半が民主主義の代わりに消費者主義を掲げた自由主義運動にすんなりと吸収されたと解釈するのは誤りであるとガーニーは主張する。

第5章では、チャーチスト運動のなかで、早い段階から独自の急進的な消費者運動が拡大していった経緯を叙述している。実践的な戦略として用いられたのが、「排他的取引」(exclusive dealing)である。生産者の実践的な「安息月(=ゼネスト)」戦略と対になるものであった。民主主義の大義を支持する商店以外をボイコットしていくという「排他的取引」が運動全体のなかで占める位置を確認することは、消費者運動としてチャーチズムを読み直す作業のなかで重要である。その意味で第5章は本書の中核を

なす章である。排他的取引は1820年代にアイルランドの宗教対立で戦略的に用いられたが、その後イングランドにももちこまれて、1838年にはチャーチスト指導者ファergus・オコナーが演説で戦略の有用性を説いている。その後自分たちで協同組合方式の商店を運営するという戦略へと移っていく。1844年のロッチデール先駆者協同組合店舗の設立は、社会変革運動のなかで政治的なものと経済的なものを区別することに繋がり、その後チャーチスト運動の脱政治化を進めたとして批判を受けたが、競争を排除して経済的な民主化を進めるという戦略的な期待を、チャーチストらの間に扇動することに繋がった意味は大きかったとガーニーは考える。

第6章は、ヴィクトリア朝における消費者像の変容の具体例として、ディケンズ小説をもちい、オリヴァー・ツイストが「もう少しください」とお粥 (Gruel) を請う場面からはじまる。新救貧法制度への鋭い批判を繰り出し、通常、人道主義的、社会主義的と思われたディケンズの貧困へのまなざしは、その後変化する。『クリスマスキャロル』や『チャイム』などのクリスマス本は、*Northern Star* 紙に「貧困の詩人」として絶賛されるが、ガーニーが問題視するのはそこに描かれる自由貿易主義的な豊穡のユートピアとしてのクリスマス像である。『チャイム』はディケンズ小説のなかで最も政治的プロパガンダに接近した作品だという。その後、鉄道ブームの最中に出版された『ドンビー父子』など自由市場主義のもつ倫理的問題点に踏み込んだ作品もあるが、中産階級の読者は主にディケンズの自由主義的な人道的センチメンタリズムの側面にのみ、表面的に共感していたとみるべきであろう。

第7章では、中産階級の消費者がいかにして自由貿易主義の思想を受入れていったか、具体的には反穀物法同盟が1845年にコヴェント・ガーデンで開催した全国物産展 (National Anti-Corn Law League Bazaar) を例に挙げて検討している。この物産展では、全国46都市とロンドン12地区の商品をブースで販売し、17日間の開催期間中に17万人の買い物客を呼び込んで、入場料やグッズ販売 (反穀物法同盟ロゴ入りハンカチなど) から2万5千ポンドの収益を上げた。同盟の資金集めの方法として有用だっただけでなく、自由貿易主義のもたらす豊穡な未来像の一端を垣間見せることで、選挙権のない女性たちを消費者として動かし、中産階級の購買力を政

治的な力に転換させるのに効果があった。それが本書冒頭の1846年の穀物法廃止へと繋がった。1851年の万国博覧会がこの路線での自由貿易主義の人気拡大に貢献したことはいうまでもない。

最終章である第8章は、1862年から1863年にかけて発生した「綿花飢饉」(Cotton Famine)に言及して、労働者階級の消費者像を浮き彫りにする。1859年時点で40万人もの労働者を雇っていたランカシャー綿業地帯が、過剰生産とアメリカ南北戦争による綿花不足が影響して、深刻な恐慌に見舞われた。問題はこの恐慌に対する緊急支援のあり方である。1840年代のアイランドの大飢饉の際にも緊急支援で20万ポンドが集められたが、ランカシャーの綿花飢饉は合計でその10倍の200万ポンドもの支援金を集めることに成功している。数年前に200万人もの餓死者を出したインドの飢饉ではなく、一人も餓死者がでていないランカシャーの飢饉にこれだけの支援が集まったのは、綿業の繁栄で中産階級に匹敵する生活水準に迫りつつあった労働者家庭が、急に家具や衣類を売り払わなければならないほどの一文無しになってしまったからであった。終盤に暴動も発生したが、支援物資配給所から略奪をする程度にとどまり、制御不能になった市場主義を非難する政治運動へ拡大していくことはなかった。

以上、ガーニーは本書を通じて、いかにヴィクトリア朝のイギリスにおいて近代的な消費者像が生み出されてきたかを論じているが、その分析対象が消費者の消費行動そのものではなく、かつて労働運動の物語として語られてきた政治行動と、それを叙述し宣伝した新聞や批評文、諷刺画にあるところが、読者の期待を超えて興味深い。本書には随所に合計20もの、新聞挿絵や諷刺画が挿入されていて、消費者像を理解するのに役立つ。19世紀の消費を考える上で、メディアとマーケティング、消費の諷刺と礼賛が果たした役割が大きかったことは言うまでもない。

— 学習院大学教授