

Henry James の描く大衆消費社会のなかの個人

The Ambassadors の Strether の “taste” の追求

中 川 優 子

19世紀後半，とくに南北戦争後，アメリカは大量生産の導入により，消費社会へと突入し，経済がめざましく発達，それにともない大富豪が登場した。そのような新興成金の多くがヨーロッパへと渡り，膨大な数の美術品を買いあさったことは有名である。Henry James はそのようなアメリカ人の姿を多くの作品に描いた。

Simon J. Bronner は “Reading Consumer Culture” に，富を得たアメリカについて次のように書いている。

The rise of a consumer culture and the wealth that accompanied it created cultural, societal, and individual dilemmas. Wealth was power, and to show this intangible relationship, wealth was made tangible. The accumulation and display of goods expressed the power to manage people by directing production through consumption. It also provided something that the absence of family name and breeding could not — taste. (13)

つまり当時のアメリカでは，富める者は，商品を購入するという消費行為で消費の方向性を決定づけ，それらを “display”(展示)することにより人への影響力を誇示し，もてる力を見せびらかすとともに，歴史が浅いゆえに自分たちにはない家柄にとって代わるもの，言い換えるなら家柄や育ちのよさがあればそ

なわっているはずの“taste”(趣味)を示したのである。そこで“taste”を得ようと、ヨーロッパの調度品などを購入し、自分たちにはない部分を補おうとしたのである。そして洗練された消費による“taste”の習得で、アメリカは「野蛮な状態」から脱却し、新しい豊かな文明へと導かれるというのである。ある意味でこれはみせびらかすための物のディスプレイである。Thorstein Veblenは“conspicuous consumption”(「誇示的消費」)とそれを皮肉った。

この“taste”ということばは、Jean-Christophe Agnewによると、アメリカでは19世紀後半に消費文化の発達とともによく用いられた(141)¹⁾。またこの“taste”の習得こそが、Henry Jamesのいわゆる国際テーマの小説で、多くのアメリカ人たちがより「高度な文化」とされるヨーロッパで目指したものである²⁾。*The Ambassadors* (1903)もそんなアメリカ人の姿を描いた作品である。

主人公Lewis Lambert Stretherがパリにやってきたのは、Newsome夫人の息子Chadをアメリカのマサチューセッツ州のWoollettに連れ戻すためである。しかし、彼は同時にパリのスペクタクルに魅了され、夢中になる。パリといえは、1855年以来、4回も万博が開催され、テクノロジーの進歩の紹介などによる「事物教育」をおこなう大衆消費社会の最先端にあった。対照的にウレットでは、まだ生産活動と消費活動が完全に分離されているとはいえ、Stretherは急に最先端の消費社会に紛れ込んだことになる。そこで彼のとった行動とは、Bronnerのいう“taste”を追い求めるものである。ところが彼の後から来るウレットの他の使者たちや彼の友人のWaymarshのパリに対する姿勢は異なる。それはChadや彼をたぶらかしたとウレットの信じるMadame de Vionnetに対する態度に反映され、物語を展開させる。そしてVionnet夫人とChadの関係を性的なものだと決めつけていたウレットの見方が正しかったと判明し、Stretherは経済的安定の約束されたNewsome夫人との結婚の機会を失う。ここで、Stretherは自らの道德観の見直しを求められたといえる。そこで本論ではStretherと他のアメリカ人たちが、消費社会の最先端といえるパリで何を、あるいはどんな“taste”を得ようとし、得たのかあるいは得なかったの

かを論じ、大衆消費社会のなかでの個人のあり方をみていく。

*The Ambassadors*は1899年前後と推定されるパリを舞台とする。JamesはStretherにラ・ペ通りやリュウ・ド・セヌ沿いにあるリュクセンブルグ庭園、ルーブル美術館、ギムナジウム劇場やカフェ・リッシュのような最高級のレストランのあたりを散策させることで、読者にパリの華やかさを提示している。当時のパリは、そのスペクタクルぶりが特徴である。ただし“the vast bright Babylon”(118)にたとえられるように、そのような魅力が人を墮落させると考えられた。なぜならパリの町は、宝石のように“*It twinkled and trembled and melted together, and what seemed all surface one moment seemed all depth the next.*”(118)からである。つまり、そのままゆさで人を幻惑させ、本当の姿がわからないようなイリュージョンをつくりだすというのである。これは贅沢に対する憧れと、贅沢による墮落に対する警戒心を呼び起こす。

Stretherははじめは禁欲的なニューイングランド的良心に縛られ、躊躇するが、やがてそれから解放され、パリで“taste”を追求し始める。彼にとってパリとは“taste”を求める場なのである。それはこの時55歳の彼が25歳で南北戦争が終わってまもない頃、パリに妻と訪れた時にすでに見られた。当時なけなしのお金をためて、パリの“the high culture”(116)を習得しよう、そのために文学の本を購入し、それらを読んで、消化し、またやって来ようと考えていたのである。この時のレモン色の表紙の本は“the mere sallow paint on the door of the temple of taste that he had dreamed of raising up”(117)を象徴し、Stretherがウレットで編集している、経済、政治、倫理中心の、文学を重んじない緑色の表紙の*Review*と対照的である。彼の文学へのこだわりは、パリでの散歩中、例えば18世紀フランスの作家ミュルジュの登場人物たちを思い描いたり、オデオン座前の本屋で文学書や古典を前にたたずんでいたたりする(117)ところにもみられる。

このようにStretherが“taste”を求めるのは、自分の富の威信をひけらかすの

を最終目的にするのではなく、むしろ文学のような形のない、精神的な豊かさを得るためである。書物にしても、内容を消化することが前提で、昔、購入したレモン色の本についてそうしていないことに罪悪感を感じている。また彼が人との交流にとくにパリで注目しているのも、同じ傾向を示す。Chadの友人のLittle Bilhamに有名な“Live all you can”(215)と話した園遊会で彼が感動したのは、偉大な彫刻家Glorianiに出会ったことである。同じ場での芸術家、批評家、劇作家との出会いもそうである。Chadの仲間の議論でも、Stretherは人と人の意見のぶつかり合いに注目している。またそれより前に、パリ在住のアメリカ人ではあるが、Bilhamに引き合わされた貧しい画家たちとの会話での“its overflow of taste and conviction and its lack of nearly all else”(147)を楽しむ。

かといって、Stretherが大衆消費社会に反発しているわけではない。そういうパリだからこそ、彼のこのような“taste”の体験は可能なのである。フランスの消費革命について書いているRosalind H. Williamsによると、消費というものは、18世紀にはごく一部の貴族やブルジョアジーが生活様式で規範を示し、「文明」の理想を想定することに意味や目的をもっていたという。それが産業革命と消費革命により、一般大衆も自由に消費できる楽しみを得られるようになった(8 12)。Stretherはこの大衆消費社会の“the democratization of luxury”(Williams 11)の恩恵にあずかっているのである。そして大衆消費の環境とは、消費者が一時的に富裕のファンタジーに浸ることのできる場所だ(Williams 91)と考えると、ピューリタンの抑圧の残るウレットから離れたパリこそ、Stretherにとっては消費文化の体験には絶好の場所なのである。だからこそ文学にも、興味を示すことができるのである。そして文学は形がないものゆえに、Wickeに言わせると、市場体系の外にあると思われ、“his little totem of reassurance”(108)となりえるのである。

ただし書物とて、消費の対象であるし、ウレットで失敗者としてレッテルづけされているStretherでさえ、経済ことば(“economic language”)に支配され

ている。経済的価値観が当時お金同様にすべてを支配していたからである³⁾。実際、レモン色の本にしても、購入しなければ、内容を消化できない。七十冊の、赤と金色のピクトル・ユーゴの全集も、“a miracle of cheapness, parted with, he was assured by the shopman”(274)と、購入したことが強調されている。つまり、Stretherの本の購入も消費の行為であることにはわかりないし、“giving the rein for once in a way to the joy of life”(274)という彼の喜びも示されている。この場合、“taste”を習得するというのは、Williamsのいう、消費をとおしてのファンタジーの実現(98)なのである。一見お金では得られそうにない内面の充実を得たり示したりするにも外的力の富が必要なのである。ここにStretherのかかえる、大衆消費社会の個人としてのジレンマが存在する。

Stretherのこの“taste”の真価が問われるのが、彼のVionnet夫人に対する見方においてである。彼が彼女を肯定的に評価したのは、彼女の部屋を見たからである。ナポレオン帝政時代の“old Paris”(236)そのものであるその住まいの内部には、作家のシャトーブリアンやスタール夫人、詩人ラマルチーヌの世界だと彼が憧れる革命後の名残とおぼしき豎琴やたいまつなどの印がついた数々の調度品が飾られ、彼は“supreme respectability”(237)を感じる。Bronnerのいう物のディスプレイにStretherは彼女の“taste”をよみとるのである。“rummaged and purchased and picked up and exchanged, sifting, selecting, comparing”(236)が明らかにおこなわれたMaria GostreyやChadの部屋のディスプレイとは異なり、Vionnet夫人の部屋にあるのは、過去からひきつがれたもので、それこそアメリカ人が欲した家柄を示す。それらを見てはじめてStretherは彼女を評価するのである。ただし、Vionnet夫人もパリ同様につかみどころがない。“various and multifold”(256)とクレオパトラにたとえられるように、彼女はその時その時によって異なった見え方をする。Stretherにとって、彼女もパリ同様に、一種のイリュージョンなのである。

「洗練された」Chadも、Stretherにとって、同じく一種のイリュージョンである。通俗的で邪悪で“brute”であったのが、信じられないほど洗練された立

派な紳士になったと印象づけられる。Vionnet夫人との関係について“virtuous”「道徳的にやましくない」、つまりプラトニックだといいだしたのはStretherではなくBilhamであるが、そうだとStretherに思わせたのは、Chadがその時に作りあげたといってもいい状況、Glorianiの園遊会に具現された、まばゆいパリである。“Chad’s manner was the fathomless medium”(181)とあるように、彼もわかりにくいのである。

ではStretherがパリのまばゆさに惑わされ、ChadとVionnet夫人の関係を誤る一方で、どうしてウレットの後続の「使者たち」のSarah PocockたちはChadやVionnet夫人に騙されないのか。もともとウレットはモラリストティックで、Chadに対するVionnet夫人の影響を否定的にしか見ていなかった。そのウレットを体現しているのがChadの母親のNewsome夫人で、Stretherは“moral swell”(102)と呼んでいる。必要な時には電報などに大金を使うが、少なくとも彼女には贅沢を罪悪視するピューリタンの傾向がある。また財産があまり自慢できる方法で得られたのではないので、そのお金を浄化するために、彼女はStretherが編集をしている批評雑誌の資金をすべてだしている。よってBronnerのいう、消費による“taste”の習得をこのNewsome夫人が一番求めているともいえるが、楽しむことを罪悪視していることから、消費文化とは無縁という印象が強い。

それが娘のSarah Pocockの世代になると、お金の使い方に消費という行為を意識しておこなっているといえる。パリに到着すると、まずは観光をし、ショッピングなのである。実際、Bronnerによると、消費が当時推進されたという。1891年に経済学者George Guntonは、George Vanderbiltの250部屋もある大邸宅を例にあげ、このような消費という教育手段により、“the way to a new direction of devoting American wealth to the uplifting of the American standard of taste and social cultivation.”(qtd. in Bronner 23)と主張した。またBronnerは「よい生活」とはそれまで以上に物質的に定義されるようになり、“the accumulation of goods appeared to offer status, mobility, and self-confidence”(25)と消費する者に自

信を与えるとも指摘している。だからこそ、伯爵夫人である Vionnet 夫人に対して “And then you know I've been to Paris. I *know* Paris.”(336) と助言を断る Sarah の発言には彼女の自信のほどがみえる。

消費が自信を与えるよい例として、正統のピューリタンの末裔といわれる Milrose 出身の弁護士 Waymarsh があげられる。彼は Strether と Maria Gostrey と一緒にイギリスで散歩の時に、突然宝石店に飛び込み、何か高い買い物をして、晴れ晴れとした顔をしてでてくる。Strether たちはこの行動をウェイマーシュのピューリタンの傾向、ヨーロッパを邪悪視する傾向から “the sacred rage”(85) と呼ぶ。ヨーロッパを敵視して、高い品物をとにかく購入し、満足するというのが、ヨーロッパ文化を精神的に理解しようとし、しようとしてもできない彼の反抗、そして限界であるといえる。そして「購入する」という行為で、やっと優越感にひたることができるのである。よってその彼が水をえた魚ようになるのは、Sarah たちが登場してからである。Strether は Maria に彼の行動を次のように話している。

“The Parisian place, the feverish hour, the putting before her of a hundred francs' worth of food and drink, which they'll scarcely touch — all that's the dear man's own romance; the expensive in francs and centimes, in which he abounds. And the circus afterwards — which is cheaper, but which he'll find some means of making as dear as possible — that's also *his* tribute to the ideal.” (370)

Waymarsh が楽しんだのは、Bignon's のような高級レストランでの食事とお酒、それも大金を使っていることに意義があるのである。最高級の消費をすること、つまり見せびらかすための、“conspicuous consumption” とみえるが、実は Veblen の考えたものとは少しちがう。なぜなら彼らは食後にはオペラ鑑賞や芝居見物ではなく、サーカス見物を予定していて、その “taste” は Strether

のような「上品な」ものではなく、大衆的なのである。つまり彼らの行動は、Veblenのいう有閑階級のものとはちがひ、大衆消費社会による、より新しい「贅沢の民主化」の一現象といえる。よってMariaが“Floating her over in champagne? The kindness of dining her, nose to nose, at the hour when Paris is crowding to profane delights, and in the — well, in the great temple, as one hears of it, of pleasure?”(370)と表すように、彼女らにとってのパリとは快樂の殿堂なのである。

要するにSarahやWaymarshは、Stretherのようにパリの「より高度な文化」の精神性に興味がないということである。SarahもStretherの助言なしにはあるが、それなりに“taste”を追っていることは、当時の最も重要な文学誌とされる*Revue des Deux Mondes*がホテルの部屋のテーブルに一冊置かれていたことで提示されているが、会話には文学に関する話はいっさい登場しない。そのうえ彼女はVionnet夫人を軽蔑し、彼女から何もえようとしない。Sarahの周囲はアメリカ人のみである。まるでパリの人間から何も得るものはないと言っているようである。彼女たちの行動は、Vionnet夫人たちの「ブルジョア的消費」⁴⁾とは一線を画する、あるいは挑戦を投げかけているといえる。だからStretherのように、彼女の多様性という魅力に惑わされることはない。Sarahの夫Jim Pocockが、唯一Vionnet夫人とわざわざ会ったりするが、それは彼女の性的魅力に魅了されたからであり、彼女の“taste”のせいではない。そのうえ、彼はもっぱら娯楽、低俗なVarieties座に行きたがるという享樂的な経験を追求する。結局はウレットの商業主義にともなう通俗性を残したままなのである。

ではVionnet夫人により洗練されたように見えるChadはどうなのか。確かにGlorianiも感心する“wonderful taste”(249)を示す絵を部屋に飾っていたり、高価なたばこを吸ったりして、Stretherに昔とのちがひを印象づける。またMamie PocockにJames自身が若い頃に好んだフロマンティーヌの画集を買い与えたりしてもいる。しかしその“taste”の提示、「上品な消費」は外観、つま

り身だしなみや部屋の装飾のみで、彼の表す“taste”の下には“brute”が存在するのである。それを証明するのが、Vionnet夫人を見捨てる点である。Chadは、結局“an unnerving spectacle”(Wicke 109)に終る。

ただし、そのようなChadだからこそ、大衆消費社会のアメリカにはぴったりの人物といえる。ウレットが彼に望むのは、広告に携わり、ウレットの事業の拡大に貢献することである。この頃のウレットは、巨大化した工業生産地であり、その生産する製品についてはうまく戦略をたてれば、市場を独占できる(96)とある。ただし、その生産する製品が何であるかは最後まで明かされない。小さくてとるに足らない、ばかげたもっともよくある日用品、要するに大量生産され、当たり前前に消費されるのにふさわしい日用品なのである。ただこの時期は、ちょうど不況もたびたびあり、経済も停滞気味であった。そんな時期だからこそ、Chadが必要なのである。Wickeのこトバを借りれば、ウレットのそういう日用品だからこそ広告によって“the auratization”(104)を付与する必要があるのである。そして人の目を惹きつけるというのがこの頃の広告の役割で、視覚的効果をねらうようになっていたとすると(Lears 18)、パリのスペクタクルを学んだChadが適格な人材なのである。

William Greensladeが説明するように、Chadには求められるものを察知して提供するという才能がそなわっている(107)。確かにGlorianiの園遊会を経験して、Stretherも彼は“how to make a presentation”(209)を知っていると認めている。Chadはこの時、Stretherが一番喜ぶ「人」によるスペクタクルをつくりだしたといえる。そしてSarahたちのために開いたパーティでは、なかなか聞けないような歌手に歌を歌わせたりして、“the whole circle of his society”(388)を提示して彼女たちを大いに満足させる。Bilhamによると、“she’s pleased with it as with his capacity to do this kind of thing But she wants him to show it *there*.”(391)という。ここで彼女のお眼鏡にかなったのは、Greensladeに言わせると、“[Chad] lays on a spectacle which appropriates their image of luxury and returns it magnified in a suffocatingly luxurious form”(107)

だからである。Glorianiの園遊会が人、とくに芸術家のスペクタクルであったなら、Sarahたちのためのパーティは、贅沢というスペクタクルといえる。BilhamがSarahは“the sound of expensive music”(391)を聞いてChadをウレットで活躍させようと決心したと言っているように、Chadが贅を尽くしているのが評価されたのである。ただし彼女がこの成功をウレットでそれ以上のものとして簡単に再現できると考えられるのは、パリの文化の精神性の習得を全く考慮していないからである。

Chad自身は、広告の仕事をすることに意欲的である。広告について調べに出かけて行ったロンドンからパリにもどったChadは、Stretherに広告は“the great new force”(504)で、製品の売り上げを左右するものだと言ふ。大量生産、大量消費の“roaring age”(504)にはふさわしい媒介だという。彼は広告を“art”(504)とさえ呼ぶ。“With the right man to work it *c'est un monde*”(505)と、広告がすべてを支配するともいう。そして現実には20世紀はまさにそのような時代となった。

その広告もスペクタクルも本質的には同じで、真の姿、真の人間関係を隠す役割を果たすといえるであろう。Stretherがランビネーの絵の景色を求めて散策した田舎で見た二人の姿から、真の関係を見ることができたのは、そこはスペクタクルとは無縁で、豪華さもなく、人を惑わすものもなかったからではないか。確かにRichard Salmonが主張するように、Stretherはボストンのトレモント通りで購入できなかったランビネーの絵に対する欲望につき動かされて、この田舎に一日がかりの散策に出かけてきて、その欲望が彼の見方に大きく影響している(50-51)。彼はまるでキャンバスを埋めていくかのように、景色を楽しんでいる。そしてその絵の世界にふさわしく、“as if these figures... had been wanted in the picture”(461)とChadとVionnet夫人が登場し、二人の本当の関係が彼の目にも明白になる。

作中、何度も“virtuous”ということばにいろんな解釈が提示されたり、ウレットの他の使者たちがChadが洗練されたと認めてくれないのに、Mamieだけ

はことばにださなくてもわかっていると信じ込んだりする点に、Stretherも自分がChadとVionnet夫人のつながりを美化していることをうすうす意識していたことが読みとれる。それでも二人の関係を美化したのは、そういう洗練された関係の可能性を否定するウレットの価値観を認めたくなかったからである。しかし二人の姿を知って、彼は驚愕する⁵⁾。ここでStretherは大きな精神的危機を迎える。一度パリの消費社会で獲得したモラリスティックでない、コスモポリタンの道徳観，“taste”に対する信頼性の見直しを迫られたといえる。確かにどんなに調度品をディスプレイし、よい“taste”を示しても、それは人間の内面を反映するわけではない、洗練されたわけでないということである。いくらStretherが最後に彼女の部屋で、“the objects about would help him, would really help them both”(475)と彼女を信じようとしても、Chadのことを思って泣き崩れるVionnet夫人に失望や哀れさを感じ、幻滅せざるをえない。それでも彼はChadにVionnet夫人を棄てるなど説く。

Strether自身、Newsome夫人に見限られていてもウレットへの帰還を決める。Mariaに言ったように“to be right”(512)のためである。“Not, out of the whole affair, to have got anything for myself”(512)だからと言う。そして彼の帰還は、Mariaの部屋の調度品がかもしたず“taste”つまり“beauty and knowledge”(512)を棄てることになる。しかしパリに残ることを選択すれば、Chadと同じく不道徳でいながら、消費文化を享受することになる。Stretherのコスモポリタンの道徳観はゆらがなかったということである。

そしてパリに残ったなら、StretherはWaymarshと同じ運命をたどることになったであろう。WaymarshはSarahの誇示的かつ大衆的な消費行動の流れにのまれてしまい、Stretherに損になることを言うなど忠告する時には、Stretherにそのミルローズの声がなんと弱々しいことかと思わせるにいたる。それは彼が大衆消費社会に圧倒され、快楽主義、物質主義に走り、ピューリタンの倫理観を含む自己のアイデンティティを失い、生気を失ったことを示す。

ある意味でStretherは、見方が間違っていたおかげで“real life”を経験した

といえる。Jackson Learsが説明するように、価値観多様の時代ゆえの不安をぬぐうために、多くのアメリカ人が“real life”を求めた(10)。Jamesのヒロインたち⁶⁾も“revitalized sense of selfhood”(Lears 10)を求めた。それが悲劇的な結果になったとしても、ある意味で本当の「生」を満喫したといえる。Stretherの場合、パリで物質主義、ChadやSarahたちの例にあるような大衆消費社会によって生み出された残酷さや欺瞞ぶりに直面させられ、彼の道徳観は危機を迎えたが、物質的に大きな代償を支払いながらも、屈しなかった。それにより、彼は自己のアイデンティティを再認識したのである。ただ彼の最後の姿にはあまりにもむなしさが強い。

Jamesは*The Ambassadors*において新しい消費文化に翻弄される個人を描いている。価値観の激変で、Stretherは一人パリの「高度な文化」の“taste”を習得するも、それがアメリカでは何の評価もされない。ウレットの他の「使者たち」は、ただ「大衆消費」にいそしむのみである。その姿には通俗性しか見いだされず、Stretherと同様に、読者にも大衆消費社会よってもたらされた「贅沢の民主化」についての幻滅をもたらす。物を蓄積し、陳列しても、当時Guntonが提唱したような“taste”，つまり洗練された文化を得られない。結局は、外観だけでの「高度な文化」でその下にあるのは、低俗なあるいは野蛮な商業主義である。大衆消費が進めば進むほど、Sarahたちの例にあるように贅をつくしてもその粗野な本質は隠しきれない、いや隠さなくなるといえる。

冒頭のBronnerの説明をあてはめると、より高度な文明を築くため、生産が消費主導なら、製品は消費に足る“taste”をそなえていないといけないといえる。ウレットの製品も消費者の“taste”にあわせるように、「上品な消費」の対象として、より洗練されたものでなければならない。しかしウレットはそのようなことに目をむけることはせず、むしろ広告に注目した。Learsによると、注意をひくための視覚的効果をねらった広告は、1900年代初期には、次の段階として消費の方向付け、つまり消費者の欲望を形成することを強烈に押し進

めたという(18)。20世紀アメリカを支配したのは、ウレットと同じメンタリテイだったのである。Jamesは*The Ambassadors*で、このようなメンタリテイのアメリカの大衆消費社会を批判したといえる。そしてこの批判は、マナーの欠如なども含めて、*The American Scene*でより展開されたのである。

注

本論は日本英文学会第72回大会 第6部門シンポジウム「アメリカ文学と消費文化社会」(2000年5月21日 立教大学にて)においての発表を大幅に加筆修正したものである。

- 1) Agnewによると、Richardson Wrightは“taste”ということばをよく用い、家の中を装飾することで、住人は都市の狭い部屋の閉鎖感を紛らわせたと説明している。またインテリアが住人のさまざまな人格を表すと考えたともいう。Richardson Wright, *Inside the House of Good Taste* (New York: McBride, Nast, 1915) iv 参照。
- 2) *The American*, *The Wings of the Dove*, *The Golden Bowl*などが挙げられる。
- 3) Garciaは*The Ambassadors*は、人間の意識を形成する経済的、政治的、歴史的力が人間生活のあらゆる面で作用し、世紀の変わり目にアメリカの価値基準は台頭しつつあった商品文化によって形成されたことを説明したと述べている。(Garcia 154)
- 4) Williamsによると、「ブルジョアの消費」(“bourgeois consumption”)とは旧来の貴族のサークルに由来し、19世紀末に上流ブルジョアジーの最も典型的な消費モデルとなったものである。(108) それに対して「大衆消費」(“mass consumption”)がある。
- 5) Wickeはランビネーの絵の見方をするStretherを18世紀的視点に囚われていると解釈している。確かに文学への執着も「上品な消費」であり、Chadたちより古い嗜好である。(110)
- 6) *The Portrait of a Lady*のIsabel Archerは“free exploration of life”を求め、牢獄のような結婚を経験する。*The Wings of the Dove*のMilly Thealeは、不治の病であるゆえに、“full life”を求めてヨーロッパにやってきて、財産をねらうKate Croyたちに騙され、死をむかえる。

Works Cited

- James, Henry. *The Ambassadors*. New York: Penguin Books, 1986.
- Agnew, Jean-Christophe. “A House of Fiction: Domestic Interiors and the Commodity Aesthetic.” *Consuming Visions*. 133-155.
- Bronner, Simon J. *Consuming Visions: Accumulation and Display of Goods in America, 1880-1920*. Ed. Simon J. Bronner. New York: W. W. Norton & Co., 1989.
- . “Reading Consumer Culture.” *Consuming Visions*. 13-53.
- Garcia, Claire Oberon. “The Shopper and the Shopper’s Friend: Lambert Strether and Maria

- Gostrey's Consumer Consciousness." *The Henry James Review* 16 (1995): 153-71.
- Greenslade, William. "The Power of Advertising: Chad Newsome and the Meaning of Paris in *The Ambassadors*." *English Literary History* 49 (1982): 99-122.
- Gunton, George. *Principles of Social Economics, Inductively Considered and Practically Applied, with Criticisms on Current Theories*, New York: G. P. Putnam's Sons, 1891.
- Lears, T. J. Jackson. "From Salvation to Self-Realization: Advertising and the Therapeutic Roots of the Consumer Culture, 1880-1930." *The Culture of Consumption: Critical Essays in American History, 1880-1980*. Ed. Richard Wightman Fox and T. J. Jackson Lears. New York: Pantheon Books, 1983. 1-38.
- Salmon, Richard. "The Secret of the Spectacle: Epistemology and Commodity Display in the *The Ambassadors*." *The Henry James Review* 14 (1993): 43-54.
- Veblen, Thorstein. *The Theory of the Leisure Class*. 1899; New Brunswick: Transaction Publishers, 1992.
- Wicke, Jennifer A. *Advertising Fictions*. New York: Columbia Univ. Press, 1988.
- Williams, Rosalind H. *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*. Berkeley: Regents of the Univ. of California, 1982.
- ロザリンド・H・ウィリアムズ著 吉田典子・田村真理訳 『夢の消費革命』工作舎 1996年

(本学文学部助教授)