

孤独で不安な社会のファッション：
デイヴィッド・リースマン『孤独な群衆』のファッション論

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 大阪市立大学経営学会 公開日: 2021-12-10 キーワード (Ja): リースマン, 孤独な群衆, ファッション, 性格類型 キーワード (En): 作成者: 富澤, 修身 メールアドレス: 所属: 国際ファッション専門職大学
URL	https://doi.org/10.24544/ocu.20211210-004

Title	孤独で不安な社会のファッション：デイヴィッド・リースマン 『孤独な群衆』のファッション論
Author	富澤, 修身
Citation	経営研究. 72(3); 147-166
Issue Date	2021-11-30
ISSN	0451-5986
Textversion	Publisher
Publisher	大阪市立大学経営学会
Description	

Osaka City University

In April 2022, Osaka City University and Osaka Prefecture University merge to Osaka Metropolitan University

孤独で不安な社会のファッション

—— デイヴィッド・リースマン『孤独な群衆』のファッション論 ——

富 澤 修 身

目 次

- 1 はじめに
- 2 スミス、ヴェブレン、リースマン
- 3 リースマンが論拠とした諸研究と社会像
- 4 リースマンの社会的性格類型論、ファッション論、自律性
- 5 評価
- 6 むすび

1 はじめに

本稿はデイヴィッド・リースマンの『孤独な群衆』¹⁾をファッション論の視点から検討する。同書で用語としてファッション（邦訳書では流行、原書では fashion）が多用されているわけではないにも拘わらず、あえてこうした取り上げ方をする理由は以下の3つである。

第1に他人指向型性格を強調するリースマンにとってリーダーとフォロアーの共存によって成立するファッションはコアコンセプトであった。ファッションはある意味で他人指向の象徴であるからである。

第2にリースマンは絶えずソースタイン・ヴェブレン（『有閑階級の理論』）との違いを強調した。と同時に後の1960年代半ば以降の自己表現手段としてのファッション論とも異なる。つまり、リースマンのファッション論はヴェブレンのファッション論と1960年代半ば以降のファッション論の中間に位置している。しかも中間に位置しているだけでなく、リースマンが展開した自律性 autonomy の視点はその後の自己表現につながる内容も含意している。それゆえリースマンはファッション論史のなかに位置付ける意義があると言える。

第3は現代的意義である。孤独への恐怖と不安を背景に持つリースマンの他人指向型性格類型は現代日本の若者の指向に極めて類似している。2020年には新型コロナウイルス禍の下での同調圧力も指摘された。リースマンの問題意識と処方箋は、より根本的にはフェイクと迎合による民主主義の危機が叫ばれる現代にも通用する問題意識と処方箋ではないかという視点である。

リースマンは、社会心理学、消費社会論²⁾、消費者行動論など幅広い分野から取り上げられ

てきた³⁾。しかも原書出版から70年を経過しても参照され続けている内容豊かな源泉といえる⁴⁾。とりわけ消費社会論からの接近が中心であるが、さらに分け入ってファッションの視点で掘り下げた研究は管見の限り見当たらない。加えて筆者としては、先行の多くの著作とは異なり、リースマンを豊かさの中の自律性不在、仲間集団 peer-group への適合を指摘しただけでなく、仲間集団（の力）からの脱出・克服、自律性の獲得（の可能性）を論じた点で重要と考える⁵⁾。ファッションと自律性をキーワードとする本稿の意義は以上より明らかである。

以下、第2節ではリースマンとアダム・スミスの関係、リースマンのヴェブレン評価をみることでリースマンの立ち位置を確認する。第3節ではリースマンの立ち位置を論拠づける同時代の研究・著作を取り上げる。『孤独な群衆』の中で取り上げられている経済学・経営学に関連する著作を中心に確認する。第4節ではリースマンの性格類型論とファッション論を取り上げる。そして、自律性への方向性を確認する。第5節では本稿で論じた内容を踏まえてリースマンのファッション論の評価を行う。最後に第6節で次稿に繋げるまとめを行う。

なお、以下の本論文中で『孤独な群衆』の邦訳頁を示す場合は、加藤秀俊旧訳（リースマン、1964）の頁数のみを表記する。同新訳（リースマン、2013 上下）の頁数を表記する場合はその旨を示す。訳語の原語については原書（Riesman, 1961）を参照しているが、参照頁数の表記は省略した。

2 スミス、ヴェブレン、リースマン

2.1 スミスとリースマン

リースマンはいくつものキーワードを駆使しているが、ここでは同調 conformity と流行 fashion を取り上げる。前者は人間の行動 conduct と性格 character を問うたアダム・スミス（『道徳感情論』）の共感あるいは同感 sympathy 及び適合性 propriety に通じるものがあり（富澤、2019、82 頁）、後者は後述するようにスミスとほぼ同じ内容で用いられている。また、スミスの「見えざる手 invisible hand」は『孤独な群衆』にも内部指向型社会と関わって幾度も登場している（例えば 100、101、114、147、164、169、185、246、274 頁）。そしてその後の他人指向型社会と関わってこれに取って替わる手 hand として「お愛想 the glad hand」⁶⁾の役割を強調した。

知の源泉の1つとしてスミスを踏まえていることは明らかであろう。

2.2 ヴェブレンとリースマン

リースマンは、いくつかの箇所（xxi、3、16、232 頁）でヴェブレンの時代との違いを取り上げている。それは、自身の主張を消費論のなかで大きく際立たせるためである。そのために消費論の権威であったヴェブレン（とその時代）との相違をかなり意識していたと言える。要点は、ヴェブレンの顕示的消費（者）とは異なる、仲間集団への同調であり、目立つことは危

陰であるという消費（者）像であり、許されるのは限界的差別化という消費である⁷⁾。また、レジャー leisure を重視する点では両者は共通するが（46, 132 頁）、その内容はまるで異なっていた。リースマンではレジャーは大衆のものになっている（232 頁）。

3 リースマンが論拠とした諸研究と社会像

3.1 リースマンが論拠とした諸研究

リースマンは 1960 年 11 月付けの序文で多くの研究者のデータや解釈に多くを負っているとした（ix 頁）。表 1 を見よう。同表には、同書中で参考文献としては記載されていないものも

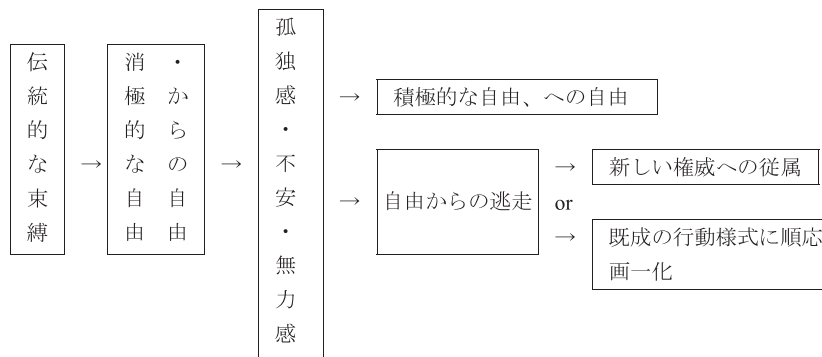
表 1 リースマン（1964）の立ち位置

(先行の権威者) T. ヴェブレン : 顕示的消費 (1899)	(典拠) K. G. ユング : 性格類型 (1921) E. フロム : 社会的性格 (1941) E. チェンバレン : 独占的競争 (1933) A. A. バーリ & G. C. ミーンズ : 所有と支配の分離 (1932) G. E. メイヨー : 人間関係論 (1933)、モラール ホーソン実験 (1927~32年) J. パーナム、C. クラーク、P. ドラッカ : 新中産階級 C. クラーク : ベティ＝クラークの法則 (1940) D. カーネギー : 人を動かす (1937) J. ホイジंगा : ホモ・ルーデンス (1938) A. F. ベントレー : 圧力団体論 (1908)	(同時代の研究) J. K. ガルブレイス : 拮抗力 (1952, 56) ゆたかな社会 (1958) A. H. マズロー : 心理 (1954) C. W. ミルズ : パワーエリート (1956)
(時代を表現するキーワードの例示) ・後期資本主義、独占的競争、オートメーション、人間関係論 ・大衆文化、マスメディア、イメージの消費、ことばの流通 ・ゆたかな社会、新中産階級、レジャー、アメリカ的生活様式 ・拒否権行使グループ、圧力団体、権力の分散 ・孤独、不安、仲間集団、同調過剰、偽りの個性化		

注) 表中の括弧内の数字は関係する書名ないしキーワードに関わる原書の出版年（但しホーソン実験は除く）。ユングとベントレー、ホイジंगाは参考文献としては紹介されていないが、あえて表中典拠欄に載せた。

出所) 筆者作成。

図1 フロム『自由からの逃走』のシェーマ



注)「からの自由」の原語は freedom from、「への自由」の原語は freedom to である。
出所) 筆者作成。

あげておいた。

大きな問題関心、分析枠組みについては、フロムの『自由からの逃走』(図1参照)と『自我のための人間』から決定的影響を受けている(vii頁)⁸⁾。大衆社会の危うさ(迎合による、結果としての自由の喪失)視点と言ってよいだろう。

消費の場面での限界的特殊化 marginal differentiation では、E. チェンバレンの独占的競争を下敷きにしている(38頁)。

新中産階級については、J. バーナム、C. クラーク、P. ドラッカーなどがすでに取り上げてきたとしている(16頁)。

大株式会社からなる後期資本主義の時代と私的競争資本主義の時代における私有財産の位置づけの相違についてはバリー&ミーンズの『現代株式会社と私有財産』⁹⁾を参照し(102頁)、出世の面ではもやは私有財産は必須の条件ではなくなったとした。

仕事の場では人間関係の中で他者に受け入れられやすいスキル¹⁰⁾の獲得が不可欠となっているが、参加によって仕事に喜びを見い出させようとするメイヨー(G. E. Mayo)に対しては手厳しい評価を下した(252頁)。士気 morale の役割についても否定的である(249頁)。

拒否権行使グループに関わってはJ. K. ガルブレイスの『アメリカの資本主義』に、マスメディアの影響に関わっては同じくガルブレイスの『ゆたかな社会』に言及している(xxvi, xxxi頁)。

性格は異なるが、D. カーネギーの『人を動かす』をも論拠付けとして用いた(136頁)。

表1にはベントレーの圧力団体論を載せておいた。『孤独な群衆』にはベントレーの名前は登場しないが、圧力団体 pressure groups という表現は用いており(151頁)、リースマンの権力起源理解と1901年のマッキンレー大統領の暗殺によりあからさまな階級支配が消滅した

との記述（192 頁）を踏まえた。

以上は、表 1 に見るようにガルブレイスの『ゆたかな社会』とベントレーの著作を除けば、1930 年代及び 1941 年の著作である。

3.2 リースマンが前提とした社会像

リースマンが同書で用いた経済社会認識を表す用語は明らかにヴェブレンの時代とは異なる。同書に登場するキーワードをあげると、＜後期資本主義、独占的競争、官僚制、人間関係論、オートメーション＞群、＜若者、大衆文化 popular culture、大衆芸術 popular arts、映画、ラジオ、漫画、マスメディア＞群、＜ゆたかな社会、新中産階級、レジャー、遊び play、趣味 taste、交流 exchange、競争的消費、流行 fashion＞群、＜拒否権行使グループ、権力の分散＞群、＜孤独、不安、仲間集団 peer-group、他人指向、過剰同調、適合、潜在的個性の喪失、仮面 mask、承認欲求、自律性＞等であり、大きな括りとしては大企業体制、大衆文化・マスメディア、ゆたかな社会、圧力団体政治（権力の分散）であり、これらを貫くのが孤独と不安、そして他人への同調（迎合）指向と言える。

リースマンの根底にある危機意識の表明は以下の通りである。「人間は生まれながらにして自由で平等である、という考え方はある意味では正しいが、ある意味では誤解をまねくいい方だ。じっさいのところ、人間はそれぞれちがったようにつくられているのである。それなのに、おたがいがおなじようになろうとして社会的な自由と個人的な自律性をうしなってしまうのだ」（新訳下、247 頁）。「安住してしまって目標を持たなくなってしまった」（283 頁）とも述べている。

他方でリースマンの人間への信頼は以下の通りである。「たったひとつだけわたしが確信していること……自然の恵みと人間の能力には無限の可能性があり、人間の能力はそれぞれの人間の経験をじぶんじんの力によって評価できるだけのものをもっている……」（新訳下、247 頁）と。

以上の危機意識と人間信頼を繋ぐ作業が『孤独な群衆』による分析とビジョンと言えよう。

4 リースマンの社会的性格類型論、ファッション論、自律性

4.1 リースマンの章別構成

「この本は全体的に言えば、伝統指向から内部指向を経て、他人指向型に到る（社会的性格の：引用者補注）歴史的変化を論じた書物」（viii 頁）であり、対象は新中産階級 the new middle class（viii 頁）としたが、アメリカ生活は同時期の低所得層にとっても満足いくものであった（155 頁）。

章別構成は表 2 の通りである。社会的性格の形成と内容を扱った第一部と自律性にとっての障害とその乗り越えの論理を扱った第三部¹¹⁾は分かりやすいが、第二部は分かりにくい。し

表2 リースマン（1964）の章別構成

第一部 性格
第1章 性格と社会の類型
第2章から第4章では性格形成の人間的要因を扱う（30頁）
第2章 両親と教師の役割
第3章 仲間集団
第4章 物語の供給者たち：マスメディア
第5章から第7章では人口の初期的な減退局面での大人の仕事と遊びの性格変化を考える（98頁）
第5章 内部指向型の人生
第6章 他人指向型の人生
第7章 他人指向型の人生（2）
第二部では性格の変化の理論をアメリカの政治に応用する（151頁）
第二部 政治
第8章 政治のスタイルから見た3類型、 性格の政治的現れ方
第9章 政治的説得
第10章 権力のイメージ ← 新しいタイプの人間
第11章 アメリカ人とクワキトル族 権力と パーソナリティのイメージをもう少し考えてみる
他人指向的な人間は権力ではなく何を求めているのか（223頁）。 第12章から第15章はより自律的な社会的性格がうまれてくるための 方法を模索しながら、中産階級の仕事と遊びの世界について考えを述べた （282頁）。第13章と第14章は自律性確保のための障害物（245、246頁）。 第三部 自主性（新訳では自律性）
第12章 適応と自律性（新訳では適応か自律か？）
第13章 偽りの人格化：仕事の場面での自律性への障害
第14章 私生活化：あそびの場面での自律性の障害
第15章 才能：あそびの場面での自律性の障害
第16章は、自律性の意味をはっきりさせる（282頁）
第16章 自律性とユートピア：ユートピア的思考方法

注）括弧内の数字は旧訳の頁数。各章の右側の見出しは、必ずしも目次の見出しと一致しない。
出所）筆者作成。

かし、リースマンの主張が消費を前提とする仲間集団、同輩集団¹²⁾に依存しており、社会は生産（その前提としての生産手段の所有・非所有）を前提とする階級ではなく、テイスト taste を共有する集団で成立していて、階級支配とは異なる権力構造が生じていると論じられる。階級ではなく、団体や組織——拒否権行使グループ veto groups——による支配構造と言えよう。しかも他人指向型の社会では同調と絶えざる変化により権力構造は不安定さと大衆扇動の危うさを抱え込むことになる。こうした新しい権力構造理解は経済社会の認識にも大きな影響を与えている。

4.2 リースマンの社会的性格類型論

社会的性格類型の前提として2つの革命理解がある（表3）。2つの革命によって、第1の革命に先立つ第1期、第1の革命と第2の革命に挟まれる第2期、第2の革命以後の第3期に区分できる。それぞれの時期の社会的性格 social character¹³⁾として、伝統指向型 Tradition-directed Types、内部指向型 Inner-directed Types、他人指向型 Other-directed Types をあげた（表4）。内部指向型は生産の社会であり、他人指向型は消費の社会である¹⁴⁾。生産の社会から消費の社会への移行は、生産がそれまでのように重要な営みではなく、ゆたかな社会、ゆたかな経済になったとの認識がある¹⁵⁾。仕事 work はそれほど必要でもなくなった（132頁）。キャデラックはだれもが買える車になり（134頁）、ものを所有することへの熱意がなくなった（212頁）という時代認識である。

他人指向型性格が生まれる論理は図2のようである。ゆたかな社会の出現が出発点である。

表3 リースマンの2つの革命と時期区分

第1の革命以前	第1の革命	第2の革命 (もう1つの新しい種類の革命)
14世紀より前 伝統的生活様式	14世紀から19世紀 伝統的生活様式から 切れていく革命	始まったばかり 高度の工業化、後期資本主義、 官僚制、ゆたかな社会
伝統に適應する社会	生産の時代	消費の時代
伝統が支配する社会	階級支配の時代	拒否権行使グループによる支配

出所) 筆者作成。

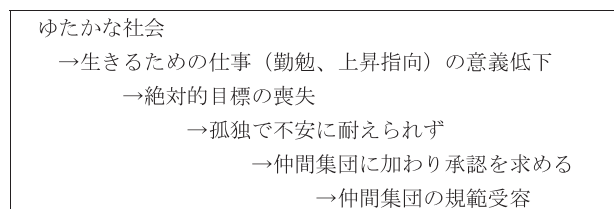
表4 社会的性格の歴史的類型（ヨコ軸）と適合の3様式（タテ軸）

	伝統指向型	内部指向型	他人指向型
適應型（の人間）	11	12	13
アノミー型（の人間）	21	22	23
自律型（の人間）	31	32	33

注) アノミー型とは不適応型のこと。

出所) 筆者作成。

図2 ゆたかな社会の中の他人指向の論理



出所) 筆者作成。

孤独と不安が他人指向の動機となっている点は図1のフロムのシェーマと重なっている。

4.3 第3期の他人指向型性格と承認欲求

(社会的性格)

個人の性格ではなく、社会的性格が論じられた。社会的性格とは、『性格』のなかのさまざまな社会諸集団に共通で、かつ、現代の社会科学者の多くがいうように、それらの諸集団の経験からうまれた部分のことなのである。社会的性格とは、さまざまな階級、集団、国家の性格、ということだ。わたしがこの本で使うのも、この意味においてである」(4頁)。この社会的性格は社会過程と性格構造との相互関係性を重視し、ナチスの台頭を下層中産階級の社会的性格から説明したフロム(1951)を継承したものである。

(孤独と仲間集団 peer-group)

確乎たる、人生における仕事上の目標がありその実現のために孤独に耐えられる第2期とは異なり、第3期の性格では、こうした目標がなくなることにより孤独に耐えられず、群衆(his crowd¹⁶⁾)のなかで孤独を和らげる必要がある(145頁)。仲間集団¹⁷⁾に所属することが必須となるのである。アダム・スミスとヴェブレンは身分や資産の多寡によって区分される階級、特に上層階級を念頭に置いていたが、リースマンの場合は、この仲間集団が大きな位置を占めている¹⁸⁾。そして仲間集団にはソシオメトリックな仲間集団と気質や(自律的な)趣味 taste といった事情で繋がる仲間集団の2つがあり、前者が大きな存在となる(61頁¹⁹⁾)。

(英雄の交替)

英雄 hero は産業の指導者 Captains of Industry から消費とレジャーの指導者たち Captains of Consumption and Leisure へと変化した(新訳下84頁;旧訳194頁では偉人と訳出)。

(承認欲求と流行 fashion)

A. H. マズローの欲求5段階説のなかの第4段階である承認欲求が以下のように幾度も指摘されている²⁰⁾。

承認 approval への激しい心理的欲求(18頁)、人からよく思われたい(203頁)、人から認められたい(218頁)、仲間たちから愛されること(125頁)、承認 approval を得るための競争(72頁)という具合である。

この承認欲求が同調を介して流行 fashion に繋がることは見やすい道理であろう。

(規範と趣味 taste)

仲間集団の規範 norm に合わせる(46頁)。規範 norms は仲間集団から与えられる(126

頁)。同輩集団があらゆるものの判断の基準 measure (72 頁) であり、「仲間から受けとる変動きわまりない趣味 fluctuating tastes による消費」(69 頁) となる。

(適合、過剰同調)

大事なのは勤勉 industry・勉強 learning ではなく、グループへの適応 (54 頁) である。「他人」と違うのは危険 (65 頁)、「必要なのは……仲間たちの持っている好み preferences とその表現のされ方をマスターすること」(64 頁) となる。

比喩的な表現ではあるが、拘束衣を着せられる strait-jacketed (284 頁)、同調過剰 over-conform (283 頁) でもある。

(違いすぎは危険)

ちょっとした違いである限界の特殊化 marginal differentiation はよいが、違いすぎてはだめとなる (38 頁)。1 人だけ輝くのは絶望的であり危険である (126 頁)。

(潜在的個性 potential individuality の喪失)

結果的に潜在的個性を大部分失いかけている (69 頁)。

(character、personality、individuality)

以上の様な性向によって character とは異なる、外部との関わりを持つ性格を意味する personality に大きな役割が与えられる²¹⁾。personality は過大になったり overpersonalized (251 頁)、虚偽となったり false personalization して (243, 245 頁) individuality と対立し、その克服が自律性の獲得に到るとの論理である。この論理で重要な点は「克服」のプロセスである (後述)。

4.4 リースマンのファッション論と服装

リースマンは仲間集団に適応しようとする第 3 期を論じる際、邦訳では流行と訳され、原書では fashion を用いてその特徴を論じた。

(道徳や慣習の代用としての流行 fashion)

リースマンは流行 fashion は道徳や慣習の代用であるだけでなく、目まぐるしく変わるとした (18 頁)。これはアダム・スミスのファッション理解とほぼ同一である (富澤, 2019, 74, 83 頁)。

(流行 fashion と限界の特殊化)

目まぐるしく変わる流行 rapidly changing fashion が君臨し支配権を持つ (18 頁)。流行の移りゆき swings of fashion に高度に鋭敏な反応 (63 頁) を示し、流行遅れ unfashionable を恐れる (120 頁)。流行 fashion から取り残されまいと努力し (65 頁)、新しい流行 new fashions をすみやかに採用する (65 頁)。

他方でリースマンは限界の特殊化も認めた。その際、上流階級の服装 dress に見られたぎこちないカジュアル性 strained casualness と労働者階級の衣装 dress に見られた同じくぎこちないフォーマル性 strained formality といった例をあげた (66 頁、strained の訳を変更してある)。

(目立つのはタブー)

スミスが強調した虚栄心 vanity やヴェブレンが強調した顕示的消費とは異なり、金持ちと思われることをいやがり (211 頁)、人目に立つというのは overt vanity 最大の悪徳 (62 頁)、「きどっている high-hat と思われることへの恐怖感」(144 頁) を指摘した。

(反抗の服装、カジュアルへ、多様性へ)

内部指向的規範への反抗的態度 resentful refusal の表れとしてのズートスーツスタイル (新旧訳ではともに「あんちゃんスタイル」と訳されている) の服装と作法 costume and manners of the zoot-suiter (28 頁)²²⁾ を指摘した。位置付けは異なるが、反抗的態度を表現するファッションは 1960 年代後半により明確になることは周知である。

もう 1 つの動向もあげた。夜会服 evening dress を着ない、スポーティーな衣服 sport clothes、自分がきどっている high-hat と思われることへの恐怖感、スポーツシャツ sport shirt や普段着 casual dress を着るということはその男がいい男だということの証拠 (144 頁) といった指摘である。つまり、カジュアルとスポーツがキーワードとなっている。

以上の例は衣服表象の持つ反抗性と同調性を示している。

明示しているわけではなが、多様な仲間集団に属し多様な顔 a multiface policy (126 頁) を持つようになると、服装・服種・ファッションも多様性をもつようになる。

以上は、ヴェブレンの富裕さを示そうとする顕示的消費とはまったく異なる消費指向と言える。

なお、衣服 clothes 面での同調は外見的 external なものであって、他人指向型の場合にはむしろ内面的 inner な経験の質に注意を払うとした (19 頁)。そしてこの注意が服装に反映されることになろう。

(ファッションのプロセス)

流行のプロセス the processes of fashion という表現は用いているが (65 頁)、階級的にはより広く時間的にはより速く (65 頁) という以外その内容は示されていない。流行の発生がすでに触れた仲間集団内での承認欲求による事は分かるが、ファッションはなぜ変わるのか——目まぐるしく変わる流行 rapidly changing fashion、流行の影 swings of fashion、流行の移りゆき swings of fashion (18, 25, 63 頁)——についての論理の説明は見当たらないが、デザイン・生産・分配を立ち所に可能にする機械や組織ができあがっているとした (65 頁)。

4.5 浪費 waste、競争的消費 competitive consumption

浪費については多くの箇所ではないが、言及している (15, 143 頁)。

経済的には浪費的 (15 頁) だが、多く消費しすぎてもだめ、少なく消費してもだめとした (69 頁)。競争的消費 (67 頁) は限界の特殊化として行われ、性的競争 sexual competition (異性を引きつける能力) として行われた (134 頁)。

しかし、スミス、ヴェブレンにあった公共性への視点は確認できない。但し以下の様な言い回しはしている。社会のタテマエ official doctrines を押しつけられず、拘束衣 strait-jacketed を着なくてすむとすれば「もっと大きな近隣とか生活様式全体といったようなものに関心を持つようになるにちがいない」(284 頁) と。

4.6 女性と若者

新しく解放された女性 the newly liberated が出現したが、「まだだいぶ時間がかかりそうだ」とした (261 頁)。解放の内容については明示しているわけではないが、文脈から判断すると「女性が男性と仕事や遊びでの領域でまったく歩調を合わせながら平等につきあっていけるようになる」(261 頁) と理解してよいだろう。ヴェブレンの場合は女性の仕事参加に伴い生じる新しい女性像に期待を掛けていたが、リースマンも女性の自律性獲得で仕事への参加の選択肢を示しつつも、その内容からして積極的な評価は読み取れない (263 頁)。

他方で女性は「これ見よがしの消費という古いパターンにしがみついているのかもしれない」(144 頁) とも述べている。

私生活化は女性が郊外住宅に専業主婦として閉じ込められる状況を意味しており (262 頁)、交流を妨げるから自律性の獲得にとって障害と位置づけられた。

若者という点では、「今日ではティーンエイジャーが大人たちを指導する」(71 頁) とした。

4.7 マスメディアと大衆文化、二重の役割

(マスメディアの役割)

マスメディアとしてあげられたのは、映画、漫画 comics、ラジオ、その他大衆文化メディ

ア一般 (17, 42 頁) であった。マスメディアは、ことばとイメージの消費を拡大させ (17 頁)、消費の教師 (178, 269 頁) となり、少年少女のあるべき姿を創りだし (87 頁)、家庭内のあり方についての判例集のごときもの (46 頁) であるとした。

また、「子どもたちはマスメディア……から、そして自分の仲間から両親の行動としてあるべき姿を学ぶことができる。そしてそこで学びとった親たちの行動規範を自分の親たちに要求する」(42 頁)。他方、「親たちは自分を指導してくれるものとしてマスメディアを使う」(42 頁) のであった。

(広告)

広告の影響力低下を指摘した (212 頁)。この点は、依存効果を強調した同時代のガルブレイスの主張とは異なる。

(大衆文化、二重の役割)

マスメディアにのるコンテンツである大衆文化は、集団への適応と人々に方向付けを与える役割 (影響力) とを担っている (137, 140 頁)。

映画は集団への適応のために参照された (137 頁) と同時に、人々を解放する役割 (271 頁) をも持つと指摘した。同じく漫画本 comics は反抗の道具にもなり得る (97 頁) とした。そして、マスメディアは自主性 autonomy を育てるのではないか、独立を力づけるものになるのではないか (97 頁) と問いかけた。

4.8 第3期のなかの自律性

(自律性の定義)

自律性 autonomy は「個人がさまざまなモデルだの、経験だのを自分自身で選びとって、それぞれに自分の性格 character を作りあげてゆく人間の力」(xxxvii 頁) と定義した。選択できる人間 (226 頁) であり「自由を持つことのできる性格をもった人間」である (233 頁)。リースマンの自律性 autonomy はフロムの自発性 spontaneity を継承している。

(遊び play と交流・社交性)

リースマンは、第3期の他人指向型の性格がもつ他人の価値への寛容性を高く評価した (20, 231 頁)。そしてこの選択の自由度を高め、各人が有する能力の可能性²³⁾を実現するためにも、愛²⁴⁾や生産的仕事 work の自発性 spontaneity、さらに連帯 solidarity を強調したフロムとは異なり、消費ないしレジャー、遊びの世界での才能開花に期待した²⁵⁾。生産の場は分業とマニュアル化で才能を開花できる場ではすでにないし (132 頁)、オートメーション (252 頁) によって人間の場もなくなりつつあるとの認識が背後にある。それゆえ遊びを支援する相談係

counselors²⁶⁾の役割も強調した（280 頁）し、自律性は趣味の交流 taste-exchanging から（278 頁）、さまざまな可能性の中で自分を考える（230 頁）ことで育まれるとした。

他人指向型の生き方の遊びには2種類ある²⁷⁾。つまり「個人的で活力に満ちて、ファンタジーの豊かな遊び」と「もっぱら他人との人づきあいのための儀式的とでも言って差し支えないような遊び」（268 頁）である。リースマンはもちろん前者の遊びに期待する。そこで職人的な技能を磨き the pursuit of craft、属する仲間集団以外のさまざまな集団や市場 the market に目を向けるに違いない（273 頁）とした。ここでの市場とは趣味の交流の場 area of taste-exchange ないし友情の市場 friendship market のことである（259, 273 頁）。社交性 sociability の場と言ってもよい。リースマンは社交性を重視し、社交性の欠如はその過剰より深刻な問題とした。背後には、「もし他人指向型の人間が自律性を求めているとするならば、かれはそれを独力で達成することが出来ないのである。かれは常に友人を必要としている」（258 頁）との認識がある。

（自律性指向）

第3期の自律性指向（表4の3行3列のセル）は儀式的な圧力と実際の客観的な圧力との不均衡 disparity から生まれてくるとする（224 頁）。付和雷同的な人づきあい（55 頁）、仮面 mask（248 頁）²⁸⁾を被った「偽りの個性化（新旧訳では人格化）false personalization」²⁹⁾と現実の自分ないし自我意識 self-consciousness（242 頁）との不一致と言ってもよからう。そして、この自律性指向は1960年代後半に一挙に顕在化する。リースマンが1969年版へのまえがきで指摘している若者たちの反抗運動である（新訳上74 頁）。そうした点でリースマンの第3期の自律性は、すぐ後の時代を予見していたといえよう³⁰⁾。

5 評価

以下では、前節までの『孤独な群衆』の整理・紹介を踏まえてリースマンの議論、特に「偽りの個性化」について3点に分けて評価する。

第1に、現代の若者について他者への過剰なまでの気遣いと迎合が言われて久しいが、こうした社会的性格のもつ危うさを考えると、孤独で不安な社会を真正面に据えた上でのリースマンの自律性論は今こそ評価に値する問題意識と言えようが、論点も抱えている。

リースマンの自律性論の特徴は、他人指向の場である仲間集団「からの自由」を強調し、仕事の間ではなくレジャー活動のなかで相談係 counselors（280 頁）の指導により能力を高めつつ交流することによって自律性が育まれるとする点にある。他方で仲間集団の中で承認を得ようとする自分は、他人に好意的に受け容れられるように自己演出する自分であり、「偽りの個性化」であるとする。要するに仲間集団を迂回し、自由な余暇活動でのスキルアップと自由な交流・社交に自律性発芽の可能性を認めている。ゆたかな社会のなかでこうした可能性は十分

にあり得るし、現実にも認められる。それは消費的生活から創造的生活への、生活の芸術化への歩みのひとつと言える。

しかし、一番身近な仲間集団（生活と仕事の場でのそれ）内での「偽りの個性化」のもつプラスの可能性を問う論理もあってよいのではないか。つまり、人間が私的個人的存在であるとともに社会的存在でもあることから、自律性と他人指向は二律背反ではなく³¹⁾、個性の豊富化ないし包摂性の視点から理解することができよう。ある時点での自律性 a は、その成長過程での自律性であり、仲間集団という社会のなかで他者を受容することでより高次ないし異次元の自律性 b に変化する。その意味で自律性 a の殻を打ち破るインパクト要因として他者受容（寛容性）は重要と言えよう。いままで気づかなかった自分の新発見と言ってもよい。ファッションの領域での仮面効果（仮面がいつのまにか実態化する現象）を想起すると分かり易いだろう。「偽りの個性化」ないし仮面には、自己を偽り続ける仮面と新しい自己を生み出す契機となる仮面の2種類があると言える。

第2に、同調と反抗という2つのベクトルが作用しうる、表現伝達手段としてのファッションの視点からは以下の通りである。歴史的には身分表現、富裕表現といったタテ型社会の表現伝達手段に続いて、ヨコ型社会である大衆社会の中で各個人が自身を表現伝達する手段としてのファッションが生まれる（ファッションのパラダイムシフト）。ここにリースマンの論理を入れると、自律性を有する個性表現としてのファッションはいきなり生まれるのではなく、まず他人に好感を与えるために他人指向型で仮装の自己を演じるパーソナリティ³²⁾・ファッションが生まれ（画一性 conformity）、次いでこの画一性「からの自由」として自律性を踏まえた個性的あるいはアイデンティティ・ファッション（多様性）が続くと言えるのではなかろうか。ここでも反面教師としての「偽りの個性化」を経てその否定として個を反映したファッションが生まれる。つまり偽りの個性化があったからこそ自我意識のファッションが生まれた。大衆社会の誕生と個性的ファッションの誕生にみられる時期のずれは、上述の自己表現（偽りの個性化を含む）としてのファッションの内容変化と結びついていると言えよう。『孤独な群衆』はファッション面ではこのように画一性に関わらせて位置付けることができよう。具体的には sports clothes、sport shirt、casual dress などカジュアルとスポーツをキーワードとしての確に指摘していた。ファッションリーダーとなる英雄 hero の交替と若者の登場についても明示した。

第3に、共感を主張したスミス、顕示的消費とそこからの女性の自立の方向を論じたヴェブレンとの関連は以下の通りである。①スミスの共感は同調性という概念でリースマンに受け継がれた。スミスの共感は2つの意味を含んでいたが、そのうち受動的ないし追従の共感をリースマンの他人指向型の同調性は受け継いでいると評価できよう。②ヴェブレンは女性の男性への経済的従属と女性の経済的・人間的自立の方向性を論じたが、リースマンは男女に関係なく、そして経済面とも関係なく³³⁾、他人指向型社会的性格の中から生まれる他人への同調（フロ

ム的に言えばニセの自己 pseudo self) と自己 (フロム的に言えば本来の自己 original self) との対立から生まれる自律性の可能性を論じた。この点は模倣から創造への飛躍の論理に近似している (富澤, 2013)。③社会的性格に関わる時代認識としてはスミスの時代とヴェブレンの時代を同一視しつつ、その次の時代を扱ったのがリースマンであった。スミス、ヴェブレン、リースマンの立ち位置は以上のように評価できよう。なお、公益の視点では、スミスとヴェブレンは浪費視点を強く含んでいたが、「ゆたかな社会」を念頭に置いたリースマンの場合は、こうした視点は皆無ではないがかなり弱いと言えよう。ただし、リースマンが、自身大きく依存しているとしたフロムと同様、「ゆたかな社会」の中の他人指向型性格に強い危機感を有していたことは付言しておこう。

6 むすび

本稿が取り上げた縮約版の原書は約 60 年前に出版されたが、そこに描かれた状況は今日の日本の若者に酷似している。それゆえ同書で提起された自律性確立の希求も今日共有できる問題提起と言える。本稿で同書を取り上げた所以である。

ファッション論の視点からみると同書の別の重要性が確認できた。大衆消費社会の誕生はまず消費の画一化を生み出し、後に多様性へと展開するが、リースマンは第 5 節で評価したように時代を反映して前者の画一化の論理を取り上げていたと言える。これに続く課題は当然この画一化が多様性ないし個性化へと展開する論理を明らかにすることであるが、次稿ではこの課題を取り上げることとしたい。

なお、リースマンの著作と並ぶ 1950 年代の著作としては、ガルブレイスの『ゆたかな社会』³⁴⁾、A. H. マズローの『人間性の心理学』を挙げることができる。両著作のうちガルブレイスの『ゆたかな社会』は『アメリカの資本主義』とともに 1960 年の縮約版序文では触れられたが (xxvi, xxxi 頁)、マズローの『人間性の心理学』については触れられていない。両文献については、ファッション論史の視点から今後適宜取り上げる予定である。

注

1) 同書の原書 *The Lonely Crowd: A Study of the changing American character* 初版は 1950 年に、原書縮約版は 1961 年に出版された。群衆ないし群集 (crowd) の定義を 1 つ紹介しておく。群集とは「不特定多数の人間が共通の動因、あるいは興味・関心のもとに、偶発的・突発的に一定の局限された空間に集合している状態をいう」(小川監修, 1987, 63 頁)。

リースマンは、群衆 crowd より集団 (例えば、peer-group) を用いているが、crowd を用いている例を挙げれば以下の通りである。「他人指向の人間は孤独であることにたえられない。そして、その孤独感を和らげるためにかれは群集 his crowd の中にまぎれこむ」(リースマン, 1964, 145 頁)。

2) 消費社会論の変遷については池田・中根 (2006) が分かりやすいが、今求められているのは個人に収束する消費社会論の変遷ではなく、公益性視点からの消費社会論の変遷ではなかろうか。

3) 小川監修 (1987) では社会心理学の主要文献とされ (323 頁)、「他者志向型」も見出し項目となって

いる(198頁)。杉本編著(1997)では、消費者行動研究における代表的な研究例の1つとしてリースマンの性格類型、とくに他者志向型に言及した(但し、社会的パーソナリティの3タイプとして紹介したが、リースマンの原文ではパーソナリティではなくキャラクターを用いている)(180-181頁)。ボードリヤール(2015)のP. K. メイヤーによる序文で、同書がデュルケム『社会的分業論』、ヴェブレン『有閑階級の理論』、リースマン『孤独な群衆』といった著作の系列中に位置を占めているとあるように(10頁)、『孤独な群衆』は消費社会論の主要著作の位置づけを与えられている。吉見(1996)では、リースマン『孤独な群衆』は、「消費社会を生きる人間の態度や価値観、他人との関係性や情報との接触パターンについての鋭利な分析である。……他人指向型人間に集約されるリースマンの議論は、社会心理学的枠組からの消費社会分析の可能性と限界を同時に示している」(200頁)とした。間々田(2000)では、「大衆消費社会と他人志向型人間」のなかで、リースマンを取り上げた(119-120頁)。田中(2015)では、社会学の名著とリースマン『孤独な群衆』を紹介した上で、頁数を割いて「マクロ視点からの消費」のなかで他人指向型性格を紹介した(222-225頁)。井上(2018)では、準拠集団が消費者行動に与える影響に関する代表的な研究としてリースマンの「他者志向の消費」をあげた(242-243頁)。

- 4) 例えば張(2020)がある。
- 5) 「私は少なくとも他人指向的な状況の中から自律性が発展してくるだろうという可能性を感じる」(リースマン, 1964, 242頁)と述べている。同様の表明は他の箇所(例えば同240, 258頁)にも見られる。
- 6) 旧訳では「よろこびの手」(114, 194, 203, 216, 246, 248, 249, 253頁)と訳されている。経営史家であるアルフレッド・チャンドラー, Jr. の邦題『経営者の時代』の原題は周知の通り *Visible Hand* である。ここでも明らかにスミスの *invisible hand* が意識されている。
- 7) 顕示的消費 *conspicuous consumption* は、例えば 69, 105, 106, 144, 236 頁に見られる。
- 8) フロム(1951)から1箇所紹介しよう。「自由は近代人に独立と合理性をあたえたが、一方個人を孤独におとし入れ、そのため個人を不安な無力なものにした。その孤独はたえがたいものである。かれは自由の重荷からのがれて新しい依存と従属を求めるか、あるいは人間の独自性と個性 *individuality* ともについた積極的な自由の実現に進むかの二者択一に迫られる」(4頁)。ここでの「新しい依存」とは「強制的画一化 *compulsive conforming*」「機械的画一化 *automaton conformity*」のことであり、*conformity* はリースマンの訳書で同調性と訳出されているキーワードである。
- 9) 参考文献(バーリ&ミーンズ, 2014)に従い表記を少し変えた。
- 10) 経営学ではロバート・カッツによりヒューマンスキルが論じられた。Katz(1955)は2つの意味で興味深い。1つはサブタイトルに見られるように、パーソナリティよりむしろスキルを重視した点、もう1つはテクニカルスキル、コンセプチュアルスキルと並んでヒューマンスキルを剔出した点である。同時代のリースマンの立場からは、他人指向型のパーソナリティもヒューマンスキルとともに批判の俎上に上る。
- 11) 第三部のタイトルは旧訳では「自主性」と訳されているが、原語は *autonomy* で、旧訳では「自律性」と訳出されている語の原語と同一である。
- 12) 旧訳では仲間集団、同輩集団と訳されているが原語は *peer-group* である。新訳では仲間集団に統一された。
- 13) 同調性の様式 *mode of conformity* とも表現した(5頁)。「その社会の諸制度が個人の中にその社会にふさわしい性格を植え付けてゆく」(xiv頁)とした。
- 14) 大量生産と大量流通の後期の段階(65頁)とか後期資本主義(102頁)とも述べている。
- 15) 「われわれが住んでいる現代社会では物質的生産の技術的問題の解決はおよそ先が見えている……そ

れは人間がかつての時代におけるほど仕事というものに深く注意を払わないでもよいということであり、同時に仕事以外の領域に関心を働かせることができるようになったということである」(245頁)。

- 16) 注1を参照。仲間たち (jury of peers) について、「同時代のアモルフ amorphous で移り変わりのなはだしい」と形容している (125頁)。
- 17) その性格付けについては、大都市で進む階層化が集団を生み出し、同じ年齢、同じ社会的階層 social position から構成されるとし (60頁)、同じ年齢、同じ皮膚の色、同じ階級 class といった明らかな特徴を有するが、個人的な部分では必ずしも共通性を持たないとした (258頁)。
- 18) 仲間集団以外に“上流”人 a “higher” circle、マスメディアの匿名の声も他人にあげている (18頁)。いずれにせよ同時代人である (17, 18頁)。
- 19) 旧訳では同輩集団と訳されている。
- 20) 承認と他人指向型性格に関しては樋口 (2004) がある。同論文では「自律性にいたる方法についてはその困難さをリースマンは語るだけで、積極的には何も語らないままに終わっている」(87頁)としたが、リースマンはその論理は示していると言ふべきであろう。また、「リースマンが待望する『自律型』という新しい社会的性格の特徴はあるのだろうか、まだその片鱗すら我々は認めることができない」(90頁)としたが、『孤独な群衆』の出版後の1960年代後半のカウンターカルチャーの時代を想起すれば、「その片鱗すら我々は認めることができない」とは言い過ぎではないだろうか。
- 21) パーソナリティについてはユングの外向的パーソナリティを継承していると思われる。ただし、参考文献としての紹介はない。
- 22) zoot-suit とは1940年代に米国の若者が着用、大きな肩パット、膝までの長い上着丈、裾の細くなっただぶだぶのパンツが特徴である (大沼ほか監修, 2002, 20頁)。
- 23) 潜在的個性とも表現した (69頁)。
- 24) 「愛は『好むこと』ではなくて、その対象の幸福、成長、自由を目指す積極的な追求であり、内面的なつながりである」(フロム, 1951, 131頁)。
- 25) 遊びやレジャーに関わる部分は次の通りである。「現代においては遊びでは……それ自身、生活技術 art of living における熟練と能力を開発する領域にだんだんなっているのである」(257頁)。「他人指向型の人間の遊びの中にはさまざまな才能開発の機会があるように思われる。……普通おまわられているよりもはるかに積極的に自主的で本格的なものでありうるのだ」(269頁)。「レジャーの経済の中で自律的な人生をつくってゆこうという私の提案」(275頁)。「他人指向型の人間が自律性を獲得するためには遊びというものはきわめて重要なものだ」(280頁)。
 ホイジンガは遊びの定義の1つに自由な活動であることをあげ、また遊びと美との結合傾向を指摘した (ホイジンガ, 1989, 21-23, 26, 31頁; 小川, 2000, 172, 181頁)。
 美術史家の辻惟雄氏は、以下の通り「遊び」について述べた。「まじめさや厳しさといったイメージでくくられることが多い日本文化の根底には遊びの精神がある。奇想の絵師たちの作品にも遊び心が満ちている。江戸絵画のみならず日本美術全体を見渡しても遊びは重要なキーワードだ」(辻惟雄「私の履歴書 ㊦」『日本経済新聞』2021年1月26日付)。
- 26) 新訳ではコンサルタントと訳されている。
- 27) 内部指向型の人生の遊びにも、高いレベルへの逃避と低いレベルへの逃避の2種類があるとした (108頁)。
- 28) 仮面 mask は145, 208, 242, 248, 284頁でも用いられている——仮面と訳されているが、原語が cloak、disguised の場合もある (64, 270頁)。その使用頻度は低いが『孤独な群衆』のキーワードの1つと言ってよい。フロムでも表現は guise、veiled force、mask、mask-like expression と多様である

が、同様と言える。またフロムは「にせの pseudo 自己」と「本来の original 自己」、「にせの行為」と「本来の行為」、「にせの感情」と「自発的な感情」というように対比している（フロム, 1951, 224, 269 頁）。

- 29) 偽りの個性化については、社交性の過剰現象とも述べた（258 頁）。仮面とはほぼ同じ意味で顔 face を次のように用いてアイデンティティ危機に触れた。「他人指向の人間はいろいろな顔を使い分ける」「自分はいったいだれなのか」と不安に襲われる状況を描いた（126 頁）。相手の受けとめ方あるいは自分自身の対外的イメージ発信に関わる性格表現である personality については、Nystrom（1928）でも言及している。
- 30) 「うまくいった場合には他人指向的な人間は自律的になろうとする」（224 頁）。
- 31) リースマンも他人指向の全面否定ではなく、他人指向を取捨選択できるところに自律性を認めている（225, 226 頁）。また、「他人指向型のもっている思いやりだの、感受性だの、寛容の精神だのといったような積極的な価値を忘れてはいけない」（xii 頁）とした。
- 32) リースマンは虚偽の個性化 false personalization と表現した。仮面使い分け型自己演出と言ってよいだろう。
- 33) 「主婦たちも工場にいくよりもいい方法があるに違いない」（252 頁）と述べた。
- 34) 「ゆたかな社会」はガルブレイスでは the affluent society であるが、この用語が頻出しているリースマンの場合は a society of abundance である。

参考文献

- 池田昌恵・中根光敏（2006）「消費社会論の変遷」『広島修大論集・人文編』第 47 巻第 1 号、1-20 頁。
- 井上崇通（2018）『消費者行動論 第 2 版』同文館出版。
- 大沼淳・荻村昭典・深井晃子監修（2002）『ファッション辞典』文化出版局。
- 小川一夫監修（1987）『社会心理学用語辞典』北大路書房。
- 小川純生（2000）「ホイジンガの遊び概念と消費者行動」東洋大学『経営研究所論集』第 23 号、167-186 頁。
- 杉本徹男編著（1997）『消費者理解のための心理学』福村出版。
- 田中洋（2015）『消費者行動論』中央経済社。
- 張姫爽（2020）『『経済人』から『組織の人間』へ——リースマン『孤独な群衆』に表れた産業社会の変容』東京外国語大学『言語・地域文化研究』第 26 号、229-245 頁。
- 富澤修身（2013）『模倣と創造のファッション産業史』ミネルヴァ書房。
- （2019）「アダム・スミスのファッション論」大阪市立大学経営学会『経営研究』第 70 巻第 2 号、73-91 頁。
- （2020）「アダム・スミスとソースタイン・ヴェブレンのファッション論比較」大阪市立大学経営学会『経営研究』第 71 巻第 2 号、49-67 頁。
- 樋口善郎（2004）「承認と他人指向」『京都大学文学部哲学研究室紀要 Prospectus』7, 74-93 頁。
- ホイジンガ, ヨハン／里見元一郎訳（1989）『ホイジンガ選集 1 ホモ・ルーデンス』河出書房新社。
- ボードリヤール, ジャン／今村仁司・塚原史訳（2015）『消費社会の神話と構造 新装版』紀伊國屋書店。
- 間々田孝夫（2000）『消費社会論』有斐閣。
- 吉見俊哉（1996）「overview 消費社会論の系譜と現在」（井上俊・上野千鶴子・大澤真幸・見田宗介・吉見俊哉『岩波講座 現代社会学 第 21 巻 デザイン・モード・ファッション』岩波書店、193-234 頁）。
- Berie, Adolf A. and Gardiner C. Means（1932）*The Modern Corporation and Private Property*, New

- Jersey: Harcourt, Brace & World, Inc. (A. A. バーリ・G. C. ミーンズ／森泉訳 (2014)『現代株式会社と私有財産』北海道大学出版会).
- Chandler, Alfred D. Jr. (1977) *The Visible Hand*, Cambridge, Mass.: Belknap Press (アルフレッド・チャンドラー, Jr.／鳥羽欽一郎・小林袈裟治訳 (1979)『経営者の時代』東洋経済新報社).
- Fromm, Erich (1941) *Escape from Freedom*, New York (E・フロム／日高六郎訳 (1951)『自由からの逃走』東京創元新社).
- (1941) *Escape from Freedom*, New York: Holt Paperbacks, Henry Holt and Company.
- Galbraith, John K (1956) *American Capitalism* (ジョン・K・ガルブレイス／新川健三郎他訳 (1980)『ガルブレイス著作集① アメリカの資本主義／大恐慌 1929』ティビーエス・ブリタニカ).
- (1958) *The Affluent Society*, Boston: Houghton Mifflin (ジョン・K・ガルブレイス／鈴木哲太郎訳 (1960)『ゆたかな社会』岩波書店).
- Katz, Robert L. (1955) "Skills of An Effective Administrator — Performance depends on fundamental skills rather than personality traits," *Harvard Business Review*, Vol. 33 No. 1, pp. 33-42.
- Nystrom, Paul H. (1928) *The Economics of Fashion*, New York: Ronald Press.
- Riesman, David (with Nathan Glazer and Reuel Denney) (1961) *The Lonely Crowd, Abridged edition*, New Haven: Yale University Press (デイヴィッド・リースマン／加藤秀俊訳『孤独な群衆』(みすず書房、1964年). なお、同一訳者による改訂訳が2013年にみすず書房から(上)(下)2分冊で出版されている(リースマン、2013上下と表記)。

Fashion in a Lonely and Anxious Society

Osami Tomizawa

Summary

In this paper, we examine David Riesman's *The Lonely Crowd* from the perspective of fashion theory. In Section 1, we discuss three points regarding the significance of taking up *The Lonely Crowd* at present times. In Section 2, we review Riesman's stance by investigating the relationship between Riesman and Adam Smith and Riesman's evaluation of Thorstein Veblen. In Section 3, we discuss studies and writings contemporary with Riesman that validate his stance. In this section, we mainly examine books on economics and business management cited in *The Lonely Crowd*. In Section 4, we address Riesman's character typology and fashion theory. At the end of this section, we review the direction toward autonomy. In Section 5, based on the content discussed above, we evaluate Riesman's theory of fashion.