

舞台芸術をめぐる文化経済学的考察

—その方法論的基礎—

塩田真典

I はじめに

ある特定の文化・芸術が市場経済すなわちビジネスの世界と出会うことによつてどのような事態が生じるのであろうか。例えば、それまで王侯貴族や国家の手厚い庇護の下にあつたオペラやバレエ等の芸術分野がその庇護から離れ、市場と遭遇したときには何が起つたか。これは十八世紀後半から十九世紀前半にかけて西ヨーロッパ諸国で実際に起つた出来事である。この「文化・芸術と市場経済との遭遇」によつて、そのジャンルは何らかの意味で変貌を遂げることになるはずである。しかしながら、その変貌の方向を事前に予測することはきわめて困難である。そのジャンルが市場化、商業化されることによつ

て、広く社会に優れた文化を普及させる、つまり一般市民、消費者を趣味の洗練という形で教化することもあれば、逆に消費者の今の嗜好に過剰に適応し、俗化、大衆化、芸能化してしまふこともありうる。市場に委ねればすべてがうまく解決されるとも、すべてが墮落してしまつとも、一概にはいえないのである。要するに、このような課題に対しては通常の経済学的な意味における一般法則めいたものは無いのかもしれない。しかし、そのような事態の推移を左右し規定する何らかの要因は存在するはずである。それを見極めるためには、文化史にみられるいくつかの事例を検討しなければならない。

これは明らかに文化経済学的なテーマである。本稿では議論を近代

西欧社会におけるオペラ、バレエ等の芸術ジャンルのあり方に限定するが、「文化・芸術と市場経済との遭遇」をめぐっての事例は限りなく列記できよう。今日的な事例なら、スポーツのプロ化もそれに相当する。また、映画はその誕生から今日に至るまで市場の中で育まれた二十世紀の代表文化であり続けた。その場合、かつてのソヴィエト連邦や市場経済導入以前の中国等、旧社会主義諸国における映画制作のあり方との比較が貴重な示唆を与えてくれるかもしれない。このように、このテーマについて考えるヒントは現代社会の中にも散見されるようである。

Ⅱ 新古典派経済学の不備

1 動態性という課題

このようなテーマに経済学的アプローチを試みる場合、主流派の経済学すなわち新古典派経済学は分析装置として有効でありうるのか。市場経済に対する新古典派の接近法は機械論的市場観という概念に集約できよう。それは市場システムを機械の比喩に見立てて分析しようとする接近法である。

本来、市場とは、需要する側(買手)の多数の意思と供給する側(売手)の多数の意思が遭遇する場といえよう。そこに展開されるのが「需要と供給の世界」なのである。その世界を分析する基礎的な用具が入門書等でおなじみの需要・供給表である。市場という場で需要

と供給が出会い、そこでいろいろあつたりしても最終的には均衡に至る。そのいろいろあつたりするプロセスのことを経済学では動的調整プロセス、もしくは市場プロセスと呼ぶ。ただし、そのプロセスは均衡に至る途中過程にすぎぬものと新古典派ではみなされている。均衡は経済学的な意味における理想状態を表す。それはすべての経済資源が無駄なく有効活用される状態、つまり効率的資源配分が最大限達成された状態を意味し、そこにおいてわれわれは社会的厚生を最大限享受できるわけである。

市場経済とは、効率的資源配分を確約してくれるとても貴重な社会装置であり、多数の市場から構成されたそのシステムは一般均衡解をもたらず巨大な計算機に喩えられる。市場における日々の営みは複雑な連立方程式を解く作業に代置される。それゆえに、このような市場経済の把握のなされ方を機械論的市場観という。しかしあいにく、その種の議論は市場経済の営みの一側面しか語ってはいない。つまり、それは人々の嗜好や企業が保持している技術水準、経済資源の所在とその所有権等が当面変化しなければ、という前提条件の下での静態的な議論にすぎないわけだ。特定の文化・芸術が市場に取り込まれるプロセスでその質が変容し、人々の嗜好に影響を及ぼす、と同時に人々の嗜好が文化・芸術の質に影響を及ぼす、といった類の相互作用、これは明らかに市場経済が生み出す動態現象であるが、この側面が積み残されている。

さらに、需給分析をベースにした新古典派の経済学には、ある程度

の社会経験を経た人なら知っているはずの、あるいは薄々感付いているある事実認識が欠落している。それは何か。

普通、経済学者は需要・供給曲線を描くことから議論を始めるのだが、需給曲線の位置と形状が既に判明しており、かつそれらが各取引者にとって周知の事実になっているとすれば、経済問題はともシンプルなものとなる。要するに均衡値を計算し、そこで取引を実行すればよいだけ、となる。各取引者に需給曲線なるものの実体が解っているならば、日々の営業活動には何の苦労もないはずだ。しかし、現実の生きた経済においては、需給曲線の位置も形状も定かではなく、たとえそれらが推定できたとしても、人々の嗜好の変化や技術進歩によって刻々と変化してゆく。そのような状況下でわれわれは様々な経済問題を解決していかなければならない。これらの事実に対する認識が新古典派体系には欠落している。

買手、売手、双方とも市場での経験を経る前に需要者、供給者として客観的な形で存在しているわけではない。つまり、生活者としてのわれわれは実際の市場経験を経ることによって初めて自らの欲望を刺激され、そのことにより潜在的な欲望に気付かされ需要者、消費者となる。同様、ビジネスを志す人々も市場経験をを経て消費者の欲望つまりニーズを察知し、ライヴァルたちの動向を知り、それらに対処すべく戦略を練り、商品を開発し、供給者となる。

具体的な市場経験を語る前に、きつちりと確定された理想的な生産計画や消費計画があるわけではなく、それらの計画に含まれる構成要

素は市場での競争経験の中で徐々に見出され創造されてゆくものなのである。したがって、市場で練り広げられる一連のプロセスは、新古典派が説くような均衡へのたんなる調整プロセスではなく、何が生み出されるのか事前には予測しがたい動態性(ダイナミズム)を内にはらんだプロセス(動態的プロセス)なのである。

新製品や新しい生産方法の出現もオペラやバレエ、ミュージカルの新作の出現も経済学的には同じ範疇に属する。つまり、それらは市場における動態的プロセスの産物だといえる。ただし、議論をこの次元に留めるならば、文化・芸術作品も他の商品と同列に取り扱われるわけであるから、新製品の出現という現象を新古典派流の抽象化された数理モデルで処理できるかもしれない。しかし、ここでの議論は文化・芸術が市場と遭遇することによって生じる質的変容を検討することであるから、分析はその対象の具体的内容、質的な次元にまで及ぶことになる。当然、議論は市場経済をめぐる抽象レヴェルから脱し、具象的なレヴェル、動態的プロセスが練り広げられる市場、つまりビジネスの現場に降り立たなければならぬ。では、その現場にどのようにアプローチすればよいのであろうか。

2 ビジネスの現場の情景、現場の知識

ダイナミズムを生み出す市場、すなわちビジネスの現場は、それを研究対象としてみた場合、具体的なレヴェルではどのような形で把握されてきたのであろうか。どうやらそれは、従来の研究を踏まえる

と、以下の三つの次元の議論から構成されているようだ。

- a 消費者間の相互作用をめぐっての議論
- b 消費者と生産者ないし流通業者との相互作用をめぐっての議論
- c 供給者（生産者、流通業者等から成る）間のライヴァル的なせめぎ合いをめぐる議論

以上である。

これら三つの議論が対象とする諸現象が複雑に絡み合つて展開されるのがビジネスの現場の情景となる。

a は従来、社会経済学の研究対象とされてきた分野であり、T・ヴェブレン、W・ゾンバルト、H・ライベンシュタインらによつて分析が試みられてきた。⁽²⁾そこにおいては、消費者の自己顕示、見栄の張り合い、ブーム等の諸現象がバンドワゴン効果、スノップ効果、ヴェブレン効果といった概念を用いて説明されている。

b は、流通経済学、消費者問題研究等の分野で研究対象とされ、生産者、流通業者と顧客とのコミュニケーション、クレームの処理、消費者の潜在的ニーズの吸い上げ等がテーマとして取り上げられる。

c は、I・M・カーズナー、D・ラヴォア等の新オーストリア学派の市場経済学が研究対象とするテーマである。⁽³⁾新古典派流の完全競争市場においては、一企業の競争相手は匿名の多数となるわけだが、新オーストリア学派の定義するライヴァル競争的市場における競争相手は識別可能な貌をもつた多数となる。ここでは、競争はたんなる価格競争に終始するのではなく、製品差別化、ノレン、ブランド、企業イ

メージ等が加味された複雑な形をとる。

以上 a b c 三つの議論は、市場経済が内に抱え持つ動態性という同一の課題に対し、具体的なレヴェルにおける三つの異なつた視点から考察したものだといえよう。例えば、単独の商品あるいは特定の商品群をめぐつてのブーム現象を考えてみる。それは、視点 a からみると、消費者サイドにおける他者へ乗り遅れまいとする行為、バンドワゴン効果、あるいは見栄の張り合いといった行為の側面から把握される。視点 b に立つと、企業の広告宣伝活動による消費者への働きかけ、さらには消費者の潜在的ニーズの吸い上げとそれに基づいた新製品の提案、つまり企業と消費者とのコミュニケーションに基づいたブーム形成の共犯関係という側面に焦点が絞られる。もちろん、ブームにおいて特定の消費者を顧客として共犯関係に囲い込もうとする一企業の戦略は、他のライヴァル諸企業の動向抜きには語れないという意味において、視点 c による考察が不可欠となる。

以上のことから、競争的市場が生み出す動態現象に対し、a は消費者どうしの競争という側面に、b は消費者と企業との情報の交換すなわちコミュニケーションという側面に、c は企業間競争という側面に、それぞれ現場に近い視点から焦点を当てているということが解る。消費者行動をめぐつての社会経済学的考察、消費者と企業とをめぐつての流通経済学的考察、新オーストリア学派の市場経済学による考察、これら三つの知的成果は文化経済学における事例研究の中で統合されなければならない。統合されることによつて、特定の時代・地

域・社会に組み込まれた市場の営みがきわめて具体的なレベルで解明されることになろう。

このようなビジネスの現場に深く身をさらし、経済活動に従事している人々が会得した知識、これをF・A・ハイエクに「現場の知識」と呼ぼう⁽⁴⁾。それは一般法則についての科学的な知識とはいえないが、「ある時と場所における特定の状況についての知識」であり、現場で経済活動に従事する人々にとっては貴重な資産となりうる知識でもある。それはまた、あらゆる職場で理論的な訓練を終えた後、われわれが職業生活の中で学ばなければならない類の知識であり、具体的には「人々についての知識」であり、「地域の状態についての知識」であり、「特殊な事情についての知識」でもある。この種の知識は数字や数式、記号、言語等で第三者に客観的に伝達できるような知識、いわゆる形式知のみから成るのではなく、皮膚感覚や第六感による状況認識をも含む概念なのである。したがって、現場の知識は「暗黙知」をも包括する。

このような知識が現場での経済活動にとってクリティカル意味をもつことは、ある程度の社会経験を積んだ人々にとっては自明のことのように思われよう。しかし、このような認識はハイエクが論文「社会における知識の利用」(1945)を発表した時点においては、少なくとも新古典派経済学の世界においては自明ではなかったし、今日においても、社会経済システムを公的視野からコントロールしようとする立場の人々、つまりエリートたちの間では必ずしも自明ではないよ

うである。ならばこそ、人々がそれぞれの活動する現場で、各自が分散保有しているはずの「現場の知識」をいかに有効活用できるかというところが、市場経済システムの運行にとってクリティカルな意味をもつ、このことが強調されなければならない。このような認識は経済システム論のみならず、文化経済学における議論においても妥当する。

少し事例に即して考えてみる。十八世紀後半ウィーンでオペラ作曲家として活躍していたW・A・モーツァルト⁽⁵⁾にとって、「現場の知識」とはどのようなものを指すのか。需要サイドaからみると、当時(一七八一―一七九一年)のウィーンやプラハの聴衆の音楽的嗜好、支配者であった皇帝ヨーゼフII世やレオポルトII世の音楽的嗜好、他地域の領主、支配者との文化政策面での威信をかけた見栄の張り合いの実情についての知識がそれに相当するだろう。

需要サイドと供給サイドとのコミュニケーションという次元でいえば、それはオペラ創作において一般聴衆や支配者の嗜好を作品に組み込み、興行的に成功に導こうとする一連の作業を円滑に図るために必要とされる知識である。具体的には、当時の政治状況や宗教上の寛容度、検閲制度についての知識、ベストセラーの小説や戯曲等の知識、パートナーとなりうる台本作家の力量、動員可能な歌手たちの能力、声質、キャラクター等についての知識、さらには宮廷作曲家、宮廷詩人、宮廷劇場監督等、宮廷人たちの人事動向についての知識がそこに含まれよう。

ライヴァル競争的側面cという視点からいえば、それは当時モ

ツアルトと競い合ったライヴァルのオペラ作曲家たち、A・サリエリ、マルチン・イ・ソレル、G・パイジエツロ、D・チマローザ等といった人たちの動向についての知識である。

では、ウィーン時代のモーツアルトはこれらの「現場の知識」を有効活用し、オペラ作品を興行的成功に導いたのであるか。これが、筆者の取り組もうとしている文化経済学的課題の一つとなる。この課題についての議論の展開は後に回し、本筋、方法論的基礎に戻ろう。

今までの議論をかんがみると、市場という場においては、供給者、需要者双方とも、「現場の知識」抜きにその立場を保持し、事を有利に運ぶことはできないし、新たなものを創造することはできないという認識に至る。市場における文化・芸術という分野に議論を限定するならば、「現場の知識」が別の「何か」と結合したときに、新たな文化の創造という動態現象が生ずる、このような形式で論じられることになる。新しいタイプのオペラやバレエの出現も、この意味においては、イノヴェーションの一種として把握される。市場経済がはらむ動態性に着目することによって、われわれは創造性という課題に直面する。いま必要とされるのは、経済学を新古典派流の効率性重視の経済学から創造性重視の市場経済学へと転回させることなのではないか。

3 先行研究

では、従来の新古典派経済学では、この動態性という課題にどのよ

うに対処してきたのか。結論から述べると、そこにあつては、動態現象は与件の変化として処理されるか、内生性が試みられるかのいずれかでしかなかった。

与件の変化とは、「人々の嗜好が変わつたとしよう」、「ある種の技術進歩があつたとしよう」などと想定し、それ自体の説明を他の学問分野、社会学、工学、美学等に委ねるやり方、学問的外部委託、学問の分業への依拠である。しかし、この種の方法論は経済学と他の学問分野、例えば美学とが交錯しうる領域、本稿で試みようとしている研究領域の存在余地を許容しえない。

内生化とは、動態現象を経済理論のみによって説明しようとする試みであり、イノヴェーションをもたらず企業者の活動自体を内に組み込んだモデル、内生的成長モデル等がそれに相当する。しかし、あいにく内生化の試みは高等数学を用いた数理モデルの形をとり、きわめて抽象度が高い。したがって、この方法は過度に一般化されすぎ、抽象度が高すぎることがネックとなり、文化・芸術の固有性、つまり特定の時代・地域・社会と結びついた経済活動やそこでの文化の営みといった側面が排除されてしまふ。

このように、いずれの方法論もわれわれが抱えている文化経済学的課題に対処しえないわけである。もちろん広義の経済学分野において、ある程度具体的な次元で、つまりビジネスの現場に近い領域で動態現象にアプローチする方法が先行研究の中に全くないわけではない。そのいくつかを列記してみよう。

経済的諸要因が文化のあり方を規定するという意味においてならば、決定論的ではあるが、カール・マルクスの理論は無視できない。ついで、マルクスの動態論を意識しつつそれに対抗すべく構築されたJ・A・シュンペーターの一連の議論『経済発展の理論』⁽⁶⁾、『資本主義・社会主義・民主主義』⁽⁷⁾におけるそれも、とりわけそこで展開された企業者論は文化経済学研究にとって貴重な示唆を与えてくれる。

すでに言及済みだが、ここで改めてF・A・ハイエクの名をあげておく。彼は先述の論文「社会における知識の利用」において「現場の知識」という概念を経済学に導入したという意味で、本稿での研究にとっては最重要人物である。ハイエクを起点とした新オーストリア学派の市場経済学は筆者の考える文化経済研究に方法論的基礎となりうる要素を提供してくれる。

J・R・ヒックスが『経済史の理論』⁽⁸⁾の中で展開している議論は、新オーストリア学派の経済学に対し補完的な関係に位置づけられるのではない。つまり、新オーストリア学派の論理を歴史的時間という文脈の中で展開させると、後期ヒックスのような形をとらざるをえないのではない。ヒックスもまた歴史研究の中で経済変動と文化活動の波との間の関連性について興味深い言及を残している。

最後に、R・H・コース、O・E・ウィリアムソンたちの研究、新制度学派のアプローチをあげておかなければならない。⁽⁹⁾彼らの研究は、従来の経済学において与件を構成している様々な制度それ自体の変化に経済理論的アプローチを試みたものであり、そのような方法論

は多様な文化・芸術を生み出す社会制度、基盤について文化経済学的考察を試みるに際し貴重な示唆を与えてくれる。

III 寓話的方法論

1 ハリネズミの知とキツネの知

先述したような先行研究の成果を踏まえつつ動態現象にアプローチを試みるためには、経済学は効率性重視の経済学から創造性重視のそれへと転回が図られなければならないのだが、もちろんこのような試みは、言うは易し行ふは難しの典型であろう。それは、歴史研究の中で膨大な資料や事例の山に埋没することなく、逆に高度に抽象化されたモデル内に回避することもなく、市場経済が生み出す創造性という課題にアプローチできる方法論の模索なのである。

筆者としては、文化・芸術の経済分析にふさわしい抽象化の方法論として、数学的抽象化ではなく寓話的抽象化を提唱したい。ここでは、政治哲学者アイザイア・バーリンのエッセイ『ハリネズミとキツネ』⁽¹⁰⁾を参照することによって、寓話的抽象化の方法論的な可能性を探ってみよう。バーリンは当該エッセイで、トルストイの小説『戦争と平和』を取り上げ、その物語中にいささか不器用に挿入されている歴史哲学的考察に着目する。

その本質において、現実世界の多様性をきわめて具象的なレヴェルで微細に描き分ける才に長けたトルストイが、なによえ歴史哲学とい

う形而上学的課題にかくも拘泥するのか。パーリンは古代ギリシアの詩人アルキポコスの残した謎の言葉を手掛かりに考察を開始する。

「キツネはたくさんを知っているが、ハリネズミはでかいことを一つだけ知っている」。

ハリネズミの大きな知とは何か、キツネの多くの知とは何か。パーリンは必ずしもハリネズミの知をキツネの知の上位に序列付けることはしない。ここに、ハリネズミの知とは、世界を貫く普遍的、体系的、原理的なものを求めて止まない精神、知のあり方を指す。他方、キツネの知とは、世界がはらむ多様なものをその細部に至るまで識別し見極めようとする精神、知のあり方を指す。もちろん、この二つの知的属性は同一の人物の中に混在しているというのが実情である。しかし、あえて図式化すると、ハリネズミ族とキツネ族に分かれ、プラトン、ダンテ、ヘーゲル、ドストエフスキー、ニーチェたちはハリネズミ族に、アリストテレス、シェークスピア、ゲーテ、バルザック、トルストイたちはキツネ族に分類できるとパーリンはいう。

この種の議論を経済学者にまで拡張すると、多分J・M・ケインズはキツネ族に、P・スラッファはハリネズミ族に分類されよう。

パーリンは当エッセイにおいて、本質的にキツネ型作家であるトルストイが、なにゆえ歴史哲学というハリネズミ的課題に取り組もうとするのかを解き明かす。つまり、パーリンの『戦争と平和』についての論考は、トルストイという一人の偉大な作家の中で起こったキツネ的精神とハリネズミ的精神との相克のドラマという形をとる。

先程、人間をハリネズミ型とキツネ型に類型化したのが、ハリネズミ型の人間が常にハリネズミとして振舞うわけでもなければ、キツネ型がキツネとして振舞うわけでもない。一人の人物の中に二つの精神が同居することも当然ありうる。したがって、ハリネズミとキツネの出会いの寓話は二人の人物の出会いという形式をとる場合もあれば、一人物の中で二つの精神の出会いという形式をとる場合もありうる。

ここでの文脈で述べると、キツネの知とは、オペラやバレエが興行される現場を取り巻く状況についての様々な知識、「現場の知識」を意味する。他方、ハリネズミの知とは、作曲や振り付け、演出等、芸術作品の創造に不可欠な知識、体系的、原理原則的な知識を意味する。単純化すれば、キツネは現場主義者、ハリネズミは原理主義者であり、議論はこの両者の遭遇と相克の物語という形式で展開されよう。

では、この寓話的手法によって、文化史上のどのような疑問が解き明かされるのか。以下において文化史上の素朴な疑問をいくつか列記してみよう。

2 私の考える文化経済学的課題

①F・シューベルト（一七九七～一八二八年）とG・ビゼー（一八三八～一八七五年）はともに天折の天才といわれている。シューベルトは十九世紀前半のウィーン、ビゼーは十九世紀中葉のパリと、各々の活躍時期と地域は異なるものの、両者とも美しいメロディーを紡ぎだ

す才に長けていた。メロディーメーカーであるということはオペラを作曲する際の重要な資質の一つとなりうる。かくして、ビゼーは《真珠とり》《カルメン》でオペラ作曲家として後世に名を残した。然るに、シューベルトは多数の歌曲、シンフォニー、室内楽曲やピアノソナタ等では名を残したものの、オペラ作曲家としては知られてはいない。近年の研究によると、彼はオペラ作品での成功を願い、未完も含めて十九にも及ぶ劇作品を手がけたことが判明している⁽¹⁾。なぜビゼーはオペラ作曲家として認知されたのに、シューベルトは認知されなかったのか。ハリネズミとキツネの遭遇寓話がこの謎を解く鍵を提供してくれるのではないが。

②オペラ作曲家としてみた場合、G・ドニゼッティ（一七九七～一八四八年）の多作とM・ムソルグスキー（一八三九～一八八一年）の寡作をどう理解すればよいのか。前者は生涯に七十以上の作品を残したのに比し、後者はわずか四作品、しかも《ボリス・ゴドゥノフ》を除いた他の三作品は未完のままである。ドニゼッティは十九世紀前半、イタリアの諸都市、パリ、ウィーンを活動の場とした。ムソルグスキーの活動は十九世紀後半のロシアに限定される。

この両者の差異は個性の違いのみに還元できるだろうか。アルコール中毒の自己破滅型天才作曲家ムソルグスキーに対し、黙々とルーティンワークをこなす職人作曲家ドニゼッティ、という具合に。あるいは、両者の置かれた社会経済的背景の差異に還元できるのだろうか。オペラ興行が制度化された地域で活動できたドニゼッティに対

し、オペラ後進地域ロシアでの活動を、つまり暗中模索、試行錯誤を余儀なくされたムソルグスキーといった具合に。

環境因子、性格因子そのいずれもが一面の真理を示唆してくれはする。が、その人物の置かれた社会経済的背景と彼の性格付けが与えられると、すべてが決定論的に説明できるといったものでもなからう。ここには、人間の自由意思という問題が積み残されている。遭遇寓話はこの種の課題に光を当ててくれる。作曲家、この場合ハリネズミに喩えられるであろう作曲家がオペラ興行の現場を熟知するキツネの知を受容する、しない、あるいはどの程度受容するか、という問題は彼の自由意思の領域に属するであろうから⁽²⁾。

③オペラ作曲家としてのモーツァルトを考えてみよう。今日的視点に立つと、ウィーン時代（一七八一～一七九一年）のモーツァルトは《フィガロの結婚》《ドン・ジョバンニ》《コジ・ファン・トゥッテ》《魔笛》といった傑作オペラをものにした天才と認知されているのだが、当時の状況下で、しかもオペラ興行の世界に話を限定すると、彼は必ずしも一人勝ちのゲームを繰り広げていたわけではなかった。サリエリ、マルティン・イ・ソレル、パイジエツコ、チマローザといったライヴァル作曲家ひしめく中で彼は興行成績のトップを勝ちえたわけではなかったのである。しかもその晩年、《皇帝ティトゥスの慈悲》という今日オペラハウスのレパートリーにめつたに乘らない不人気オペラを残しているではないか⁽³⁾。この不人気オペラと傑作オペラとを隔てるものは何か。それを天才の気まぐれに帰すべきか、あるいは

は、オペラ・ブッフア、ジングシュピールといった大衆的要素をもつた様式と、オペラ・セリアという当時においてさえ時代遅れになりつつあった様式との差異に帰すべきか。以上二つの要因は、とりわけ後者はまったく的外れというわけではないが、より着目すべきは、モーツァルトが常に優れたオペラ台本を捜し求めてはいたものの¹⁴、自ら台本を執筆することはなかったという事実である。多分、傑作オペラが生み出された背後には優れた台本作家との出会いと実り豊かな協働作業の存在が推定できよう。しかし、このハリネズミとキツネの遭遇事例はモーツァルトの「天才神話」によって隠蔽されがちであるようだ。

3 ハリネズミの音楽とキツネの音楽

以上三つの事例において、ハリネズミとは、キツネとは各々誰を指すのか。例えば、モーツァルトやシューベルトがハリネズミで、台本作家や興行師（インプレサリオ）等、興行関係者がキツネといった具合に等号で結び付けることは必ずしもできないにせよ、作曲家たちが主としてハリネズミの知に近い領域で、そして劇場関係者たちがほぼキツネの知の領域で、各々仕事をしていることは認めなければならぬ。

「芸術としての音楽」という視点に立つと、オペラやバレエ等のジャンルはシンフォニー等とは異なり、何がしかの不純なるものを含んでいるかのようにみられがちである。つまり、それらは市場経済に

近接したジャンルであり、それだけに商業主義に墮する、流されやすい、といった具合にみなされるわけである。どうやら、こういったジャンルは、「不易流行¹⁵」という言葉が妥当する世界であるようだ。ここに「不易」とは、永遠に変わることのないもの、普遍的なるもの、古典となりうるものを、「流行」とは、絶えず変化する時代の流れに乗ったものをそれぞれ指し、しかも両者は別個に在るのではなく、流行の中にこそ不易なるものは潜んでいるという発想である¹⁶。

オペラにせよバレエにせよ、それらは直接「不易」なるものを追求するのではなく、まずは「流行」を求め、しかる後に「不易」となる場合もありうる、といったジャンルなのである。十八世紀から十九世紀にかけて、芸術としての音楽作品も徐々に市民社会に普及浸透していくわけだから、オペラのみならずあらゆるジャンルの音楽作品は商品としての性格を併せ持つことになる。しかし、とりわけその制作に多大のコストを要するオペラは純粋な芸術創造行為としてではなく、制作資金を回収するために市場価値、商品としての価値を備える方向で創造されなければならない。したがって、オペラ作品は「不易」を狙いたがる作曲家（ハリネズミ）と「流行」に詳しい市場関係者（キツネ）との協働作業という形をとらざるをえない。ここにキツネとは、先述したように興行関係者を指すのだが、具体的には興行師、台本作家、音楽ジャーナリスト、サクラ等が含まれてくることになる。

ただし場合によっては、ロッシーニやマイアベーア、オッフェン

バックのケースにみられるように、作曲家自らがギツネに変身することもありうる。また逆に、ベートーヴェンやベルリオーズのケースにみられるように、オペラ興行の世界においては「不易」ばかり狙いたがる芸術至上主義的作曲家にはお呼びがからなくなる。このような次第であるから、いかに作曲の才に恵まれていても、その才のみによって優れたオペラ作品は生み出しえないという事情が推測される。

つまり、天才作曲家といえども優れたオペラ台本なくしては作曲できないし、興行世界についての知を欠く場合、苦戦を強いられる。

では、作曲家にとってオペラ作品を手がけるという行為はどのような意味をもっていたのであろうか。ベートーヴェン以降の十九世紀に焦点を絞り、独逸の音楽史観に立つと、オペラと対峙するジャンルは多分シンフォニーである。シンフォニーは芸術音楽の世界における最高の形式であり、それを手がけることは芸術としての音楽の作曲技術の奥義を窮めることを意味する。⁽¹⁷⁾ここに作曲技術は、その本質において、体系的、原理的な性格のものであり、それゆえ、学問と同様、学習過程によって修得可能なものである。優れたシンフォニーをものにするには、作曲家にとっては純粹芸術の世界における名声を獲得することを意味した。シンフォニーを音楽芸術の最高の形式とするこのような価値観は、十九世紀中後期にはドイツ、オーストリアからフランス、東欧、北欧、ロシアといった周辺諸国にまで波及する。

それに対し、オペラ等の劇場作品を手がけることは、市場での評価すなわち世俗の名声を求めることを意味する。シンフォニー vs. オ

ペラ という図式は 超俗 vs. 世俗 という対概念とパラレルな関係にある。では、シンフォニーが權威を確立する以前の十七～八世紀においてはどうであったか。超俗に相当するのは宗教音楽となろう。つまり、作曲家の超俗志向は「神」への奉仕から「ミューズ」への奉仕へと十九世紀のロマン主義の時代に切り替わったのである。しかも、このロマン主義の時代には、世俗（お金）と超俗（名譽）の関係をめぐって、「金も名譽も」ではなく「金が名譽か」という対立の図式が好まれるようになり、またこの図式が芸術家の生き様を語るモデルとして用いられる。芸術家が神格化され、神話が生み出される土壌が出来上がる。⁽¹⁸⁾



1 図 ルイ・ガレ 絵画 [芸術と自由]

このような時代の文脈の中でオペラ作曲家は世俗と深くかかわる芸術家となる。作曲家はオペラを創るためには、原理的、体系的な知識、作曲技術に加えて、世俗の事情に精通していなければならない。

後者は世相の動向、聴衆の好み、興行のしきたり、ライヴアル作曲家たちの動向といった正に興行現場の知識を指し、それらの多くはその性質上、作曲家が現場での体験を経る前にかじめ学習によって獲得できる類の知識ではないのである。ハリネズミである作曲家はオペラをものにするためにはキツネの知を必要とする。かくして、オペラが創造される現場では、ハリネズミはキツネと遭遇しなければならぬ。キツネの知は現場での体験学習によってしか会得できない類の知であり、それゆえ現場での体験学習の機会に恵まれない作曲家は苦戦を強いられる。要するに、シンフォニーがハリネズミの音楽だとすると、オペラはキツネの音楽だといえるのではないか。

4 ルイ・ヴェロンのビジネスモデル

J・R・ヒックスが『経済史の理論』で指摘しているように¹⁹、制度化された市場においては必ず専門化された仲介者（商人、仲買業者）が存在していなければならない。彼は生産者と消費者を仲介する主体なのである。オペラ興行の世界においては、消費者とは聴衆、生産者とは主に作曲家、演奏家、歌手、台本作家等を指す。仲介者とは、この場合、プロの興行師を指す。さらに、プロ化した台本作家や台本作家のオフィスが存在する²⁰。このような世界では、ハリネズミとキツネ

の遭遇は制度化された形で実現する。オペラの制作は制度化され、一つのビジネスとしてシステムティックに行なわれる。

十九世紀、文化的にはロマン主義の時代、それは同時に西欧諸国においては、急速な経済発展の時代でもあった。経済発展は金融資本家、産業資本家といった新興ブルジョワジーの台頭をうながす。とりわけ、フランスにおける七月革命（一八三〇年）はそのような時代の潮流の中で起こりえた事件であったのだろう。その革命後、旧貴族階級に代わり社会の中枢を占めるに至った新興ブルジョワジーの潜在的ニーズを探り当て、オペラという分野で新たなサービスの提供を試みた人物がルイ・ヴェロン²¹である。彼はパリ・オペラ座監督の座に民間人として初めて登用される。今日でいう公営部門の民間委託、アウトソーシングに相当する。

パリ・オペラ座は、従来より、国家の文化的威信をかけた表看板ではあったものの、慢性的赤字体質にあった。ルイ・ヴェロンは監督就任後、オペラ座の機構改革に次々と新機軸²²を出すが、改革の眼目はあくまで出し物となるオペラ作品それ自体である。従来の出し物は王侯貴族を客に想定したオペラ・セリアの流れを汲む作品群であった。それらの受容には旧体制（アンシャン・レジーム）的価値観と古代ギリシア・ローマ文化についての古典的教養が必要とされる。もちろん、新興ブルジョワジーにはそのような素養は欠けているから、彼らにとってそれらの作品群は退屈で魅力を欠いた代物でしかなかった。ルイ・ヴェロンが求めたのは、彼ら新興ブルジョワジーにも理解でき、

かつ魅力的であるような作品群であり、またそれらを上演するにふさわしい劇場なのであった。彼の機構改革のモットーは「パリ・オペラ座をブルジョワジーのヴェルサイユに」することであり、そこでの出し物として開発された魅力的新商品が「グランド・オペラ」なのである。彼の辣腕により、パリ・オペラ座はわずか三年程で黒字体質に变身する。⁽²³⁾

結局、ルイ・ヴェロンは、新興ブルジョワジー、いわゆる成金階級の貴族文化、高級文化へのあこがれ、潜在的な需要を機敏に探り当て、それに見合った魅力的ブランド商品「グランド・オペラ」を開発し、それを消費できる文脈と場を提供したわけである。彼の手により、オペラハウスは新興ブルジョワジーのハレの場、顕示的消費の場となる。ここに新たなビジネスモデルが誕生する。このモデルは後に、急速に経済発展を遂げる地域において、オペラ文化の伝統にかかわりなく適用されることになる。⁽²⁴⁾

IV 台本作家とは何か

先述の議論において、ルイ・ヴェロンは明らかに興行師の仕事を担当している。つまり彼はキツネ族である。キツネは優れたハリネズミを見出さなければならない。G・マイアヘア、F・アレヴィ、D・オペールといったグラント・オペラ作曲家たちがそれにあたる。しかし、興行師と作曲家が出会っただけではオペラは生まれない。台本作

家にお呼びがかかるはずだ。では、台本作家とは何者か、ハリネズミか、キツネか。興行師等の興行関係者からみるとハリネズミ的だが、作曲家の側からはキツネ的に見えてしまう。彼は両要素を併せ持つ又工的な存在だといわざるをえない。オペラの観客の眼には作曲家や歌手、演奏家ほどには触れないのだが、オペラをビジネスとらえ、経済学的視点から考察する場合、台本作家の存在は着目に値する。

十八世紀のウィーン宮廷詩人ピエトロ・メタスタージオ⁽²⁵⁾のケースにみられるように、オペラ・セリアの全盛時代には台本作家の社会的地位が高いという状況もありえた。その場合には、作曲家ではなく台本作家の名が売り物となる。つまり、偉大なる台本作家の作品に作曲家が音楽を付加したという体をとるわけである。しかし、十九世紀に入ると作曲家の地位向上とともに台本作家の地位は低下していく。オペラ制作の現場は作曲家主導へと切り替っていくことになる。では、このような状況下で、台本作家に要求される資質とはどのようなものが、列記してみよう。

① 文学的素養

様々な古典作品に通じており、悲劇や喜劇のパターンを熟知していなければならない。さらに、言語固有の音声構造上の美的側面を引き出し、韻を踏むという作業ができなければならない。十八世紀においては、ロレンツォ・ダ・ポンテにみられるように、台本作家は元司祭であるケースが多い。古典文学的素養は司祭になるための教育課程で身につけることができるから。十九世紀には作家くずれがこの分野に

進出する。もちろん、作家として大成しておれば、台本など手がけることはないのだが。

② 音楽的素養

当然ながら、台本作家が音楽固有の論理に通じていなければ、作曲家との協働作業は難しくなる。この作業が不首尾に終わった場合、よく起こることだが、音楽的クライマックスと演劇的クライマックスとがうまくかみ合わず、ちぐはぐな感じを与える。

③ ドラマづくりのセンス

これはたんに文学的、演劇的なドラマづくりのセンスを指すのではなく、音楽劇としてのセンスを意味する。それゆえ、この資質は①と②の合成物といえよう。小説や戯曲とは異なりオペラの場合、登場人物の性格やストーリー展開は主として音楽的表現に委ねられることになるから、それらはよりシンプルに切りつめられていなければならぬ。とりわけ、ストーリーの展開は小説や戯曲よりシンプルでありかつ起伏に富んだもの、コントラストをきかせたものでなければ観客を惹きつけることはできない。つまり、ある種のケレン味が要求されるのである。

④ 世情に通じていること

当該地域における人々の好みやベストセラー、政治情勢、宗教上の諸問題、検閲制度、興行世界のしきたり等に精通していなければ、時流に乗りうるようなオペラの台本作成は望めない。

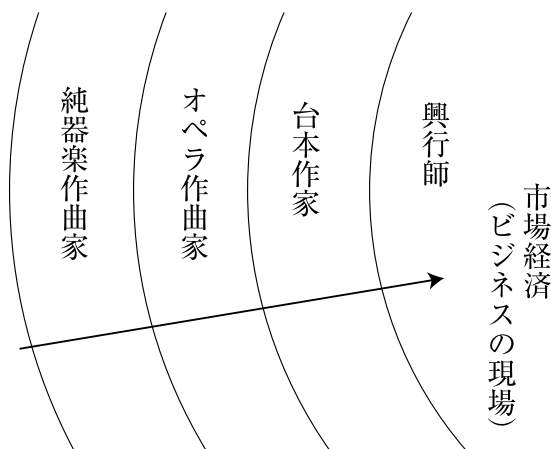
以上の条件をかんがみると、オペラの台本とは、鑑賞用の文学作品

などではなく、オペラという市場向き商品のいわば設計図のごときもどみなされよう。したがって、台本は文学的才能、閃きだけでは成りえず、ある種の専門的、職人的知識が必要とされる。ただし、専門性という点では、作曲家ほどではないにせよ、その代わり作曲家以上に「現場の知識」を必要とする。結局、台本作家は作曲家に比し、よりキツネの性格が強いという先述の事項をここで再確認することになる。

どのような領域においてであれ、彼が純粹に芸術のための創作を志向するのであれば、出来上がった作品が受容されるであろう社会の状況、現場の事情など顧慮することなく、つまり時流におもねることなく、己の理想に殉じ、自己完結的な作業に没頭すればよいわけである。多分、これが芸術家についてのロマン主義的イメージなのである。しかし、オペラ作品はそれが生み出された地域社会へのその時点での受容が条件付けられる。作品が受容されるためには、作曲家や作家が地域社会の状況に歩み寄ることが要請される。つまり、彼らに必要とされる資質とは、その社会とビジネスの現場への適応能力なのである。適応能力それ自体は生得的な資質かもしれないが、その能力を高めるためには現場での体験学習を経るしかない。したがって、彼らがプロのオペラ作曲家、台本作家としての職人的技量を身につけるためには、体験学習ができるような制度化された市場の存在が不可欠となる。十九世紀におけるパリがその典型であろう。

要するに、作曲家や作家は現場に関してたくさんを知ってい

なければならぬわけである。ハリネズミとしての芸術家はキツネ化しなければならぬ。もしくは、キツネと遭遇しなければならぬ。ハリネズミがキツネ化する場が制度化された市場なのである。市場経済というビジネスの現場を引力圏の極に据え、登場人物を大まかに配置すると、2図のようになる。



2図

V いくつかの遭遇事例と今後の課題

以下で文化史上興味深い遭遇事例を簡単に紹介しておこう。

1 W・A・モーツァルト vs. ロレンツォ・ダ・ポンテ

かねてより優れたオペラ台本を探し求めていたモーツァルトは、改宗ユダヤ人のヴェネツィア出身元司祭、いまは訳あってウィーンの宮廷に流れ着いたダ・ポンテと遭遇することによって、ウィーン時代の傑作オペラ《フィガロの結婚》《ドン・ジョバンニ》《コジ・ファン・トゥット》三作をものにする。二人の出会いには当時のハプスブルク帝国皇帝ヨーゼフ二世の役割が大きい。

2 W・A・モーツァルト vs. エマヌエル・シカネーダ

モーツァルトはシカネーダとはザルツブルク時代から面識があったらしい。彼らの出会いの最大の成果は、シカネーダ自身が台本を書いたとされる《魔笛》である。ここではシカネーダを興行師とみなしておくが、彼自身は劇場経営者、歌手、役者、台本作家等を兼任するはなはだ定義しにくくも興味深い人物である。⁽²⁷⁾ 劇場関係者にはこのような多才な人物が多い。

3 G・ロツシーニ vs. ドメニコ・バルバイヤ

抜け目のない興行師の典型といえるバルバイヤはロツシーニ、ベッリーニ、ドニゼッティ、メルカダンテ等、有望な作曲家の才能を見抜きその売り出しに成功する。それ以外にも、ミラノ・スカラ座にカジノを併設するというアイデアを実践する。⁽²⁸⁾ ベートーヴェンが活躍していた時代のウィーンでロツシーニ・ブームを引き起こした影の仕掛け人はバルバイヤである。ロツシーニは後年バルバイヤと別れるが、パリに移リイタリア座の監督を務めたり、サロンで若手作曲家たちのア

ドヴァイザー的な役割を担ったりしていることから察するに、かなりキツネ化した作曲家だったのである。多分、彼はバルバイヤから「たくさんのこと」を学んだはずである。

4 J・オツフェンバック vs. H・メイヤック、L・アレヴィ
 パリで活躍したユダヤ系ドイツ人作曲家オツフェンバックは、ロツシーニから「シャンゼリゼのモーツァルト」「お金に眼がくらんでモーツァルトになり損ねた男」と揶揄されたように、かなりキツネ化してしまつた人物である。⁽²⁹⁾したがって、台本作家のコンビであるメイヤック、アレヴィとオツフェンバックの組み合わせはハリネズミとキツネの遭遇としてではなく、キツネどつしの戯れという比喩で語るしかない。彼らが生み出したオペレッタ作品《美しきエレヌ》《パリの生活》《青髭》《ラ・ペリコール》《山賊たち》は第二帝政期のパリで大ヒットする。これは当時の社会に過剰適応してしまつたケースかもしれない。

5 J・ビゼー vs. H・メイヤック、L・アレヴィ
 ビゼーはオツフェンバックとは異なり、ハリネズミ型の作曲家だが、オペラ興行の現場について知識を得る機会には充分恵まれていたようである。ビゼーと台本作家メイヤック、アレヴィとの出会いは傑作オペラ《カルメン》を生み出す。《カルメン》はプロスペール・メリメの小説『カルメン』とは明らかに異なる。原作がどのように改変されたかを仔細に調べることによって、当時彼らが直面していた社会状況を詳しく知ることができる。

6 G・マイアベア vs. ルイ・ヴェロン
 マイアベアとルイ・ヴェロンの出会いは、台本作家ウージェーヌ・スクリーブとの出会いと並んで、グラント・オペラという商品を語るうえで欠かすことはできない。彼らが生み出したヒット作《悪魔のロベール》《ユグノー教徒》等は、今日、グラント・オペラの典型とみなされている。これらは実業家的才覚を備えた作曲家マイアベアと当時勃興しつつあつた新興ブルジョワジーの好みを熟知していた台本作家スクリーブ、劇場監督ルイ・ヴェロンの協働作業によつてもたらされたきわめて市場性の高い商品なのである。マイアベアは作曲家としては、生前に比べると今日、低く評価されがちだが、彼はオペラを総合ショービジネスとしてとらえた実業家的作曲家であり、その意味において、ロマン派の孤高の清貧に甘んじる芸術家像の対極に位置する人物であつた。

7 G・ヴェルディ vs. フランチェスコ・マリア・ピアヴェ
 ヴェルディはいうまでもなく十九世紀を代表するオペラ作曲家であり、興行現場での体験豊富なキツネ的才覚を備えた人物でもあつた。「強烈な劇的場面に遭遇すると、ヴェルディはそのさなかにまっしぐらに突進する。まるで狂つた雄牛のごとくに⁽³⁰⁾」という当時の批評は、誇張はあつてもこの作曲家の一面を的確にとらえている。おそらく、ヴェルディが台本作家に求めた要素の一つは、自己の創作意欲をかき立ててくれるような劇的場面の提供という点にあつたのだろう。ヴェルディの書簡集⁽³¹⁾を読む限りにおいては、ヴェルディが作家に要求を出

し、ピアールヴェがそれに答えるという、あくまで作曲家主導型の関係であったようだ。このコンビは《エルナーニ》《マクベス》《ラ・トラヴィアータ》《運命の力》《リゴレット》等の力作を生み出す。

8 G・ヴェルディ vs. A・ボイト

ボイトはたんなる台本作家ではなく、高名なオペラ作曲家でもあったわけであり、このコンビはピアールヴェとのそれは異なり、ほぼ対等なパートナーシップの関係をとる。ヴェルディからボイトへの要求だけではなく、ボイトからヴェルディへの要望もあつたりして、意見交換は双方向性の形をとる。彼らの協働作業はヴェルディ晩年の二つの傑作オペラ《オテロ》《ファルスタフ》に結実する。両作品とも原作はシェークスピアの戯曲である。原作と台本を比較検討することによって、同じ劇場作品であっても演劇と音楽劇との違いを知ることができる。

9 I・ストラヴィンスキー vs. S・ディアギレフ

二十世紀を代表する作曲家ストラヴィンスキーにとつて、芸術に造詣の深い興行師ディアギレフとの遭遇の意味は限りなく重い。ディアギレフによるバレエ音楽委嘱によって、ストラヴィンスキーは作曲家として大きく飛躍する。《火の鳥》《ペトルーシユカ》《春の祭典》といった有名な作品はすべてディアギレフのロシア・バレエ団（バレエ・リュス）のために作曲された。これをきっかけにストラヴィンスキーは西欧諸国に名を馳せ、また生涯バレエの世界とかわりを持つことになる。前衛総合芸術としてのバレエを標榜するディアギレフの

バレエ・リュスは、二十世紀前半西欧の諸都市を文化的に席卷し、バレエブームを引き起こす。バレエ・リュスは前衛性のある種の大衆性を併せ持ったきわめてまれな存在として、文化経済学的に興味ある研究対象である。⁽³²⁾ ちなみに、ディアギレフは今日でも志の高い興行関係者にとつてアイドル的存在であり続けている。

以上列記された遭遇事例を個々に精査することによって、われわれは何を知ることができるのであろうか。音楽を芸術という視点からとらえると、オペラやバレエ等のジャンルは市場に近いという意味において、周縁に位置づけられることになる。作曲家はそれらのジャンルを手がけることによって芸術の中心から周縁へと移動し、市場経済に接近する。接近することによって、キツネと遭遇することを、あるいは自らキツネ化することを余儀なくされる。では、出来上がった作品中にその遭遇の成果はどのような形で残されているのだろうか。それは対象となる時代、地域、社会、当事者の個性等によって個々様々というしかないのだが、それでもそれらを貫く共通の概念が存在する。それは一語に要約すると、「市場の見えざる手の痕跡」ということになるうか。われわれが探さなければならぬのは「見えざる手の痕跡」にまつわる諸形態なのである。

それらは例えば、オペラを作曲する際に動員された作曲技法の中に見出されるかもしれない。オペラに使われている音楽のスタイルを分析することによって、当時の聴衆の好みや流行り歌、歌手たちが修得

していた歌唱法や技術水準、その他様々な興行現場の事情を知ることができる。また、オペラ・ブッフアやオペレッタではよくあることだが、その本筋とは関係のないところで何の脈絡もなく奇妙なアリアが挿入されているケースが見つかるかもしれない³³。それらは多分、どうしても出演させなければならなかった歌手ないしタレントのために用意されたアリアであり、そこに興行現場の事情が刻印されている。

今日、オペラは芸術作品として鑑賞の対象となっているが、その作品中には当時の興行現場の事情を知るうえで貴重な資料が、想像する以上に含まれていると考える³⁴。音楽以外で痕跡を発見できそうな資料はオペラの台本である。これはすべてのオペラ作品に適用できるわけではないが、オペラの原作が小説や戯曲等の形で存在する場合、原作と台本とを比較検討することによって、市場の見えざる手がどのように働いたかを検証できる。原作が戯曲であるケース、《フィガロの結婚》(原作・ボーマルシェ、台本・ダ・ポンテ、作曲・モーツァルト)、《オテロ》(原作・シェークスピア、台本・ボイト、作曲・ヴェルディ)、原作が小説であるケース、《カルメン》(原作；メリメ、台本・メイヤック、アレヴィ、作曲・ビゼー)、《ラ・トラヴィアータ》(原作・小デュマ、台本・ピアールヴェ、作曲・ヴェルディ)等、研究対象には事欠かない。

その制作に莫大なコストを要するという点から考えて、オペラは小説や演劇に比し、明らかに市場からの諸力をより強く受けざるをえない。したがって、オペラ化に際し原作がどのように改変されたのか

を、個々のケースに即して仔細に調べることによって、オペラ制作者たちが彼らの生きた時代・社会の中でどのような障害、課題に直面し、それをいかに解決し、ないし回避したのかを知ることができる。直面した課題や解決法は、もちろん時代、地域、社会が異なれば、それに応じて異なるし、また対象が文化・芸術作品であることからも分かるように、制作者たちの個性や価値観によっても異なる。ただし、それらの事例に共通するのは、市場からの諸力が常に存在すること、その結果としての市場性と文化・芸術性の相克という事態が生じること、またそのような状況下でいかに芸術性を担保しうるかという課題に直面しなければならぬということ、以上である。これらについて個別に検討することが、方法論から脱して後の筆者の研究テーマとなる。



ロレンツォ・ダ・ポンテ
(1749-1838)



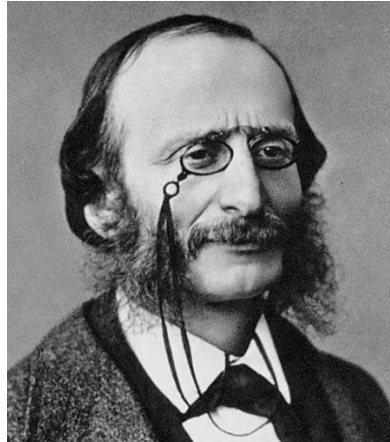
エマヌエル・シカネーダー
(1751-1812)



ジョアッキノ・ロッシーニ
(1792-1868)



ドメニコ・パルバイア
(1778-1841)

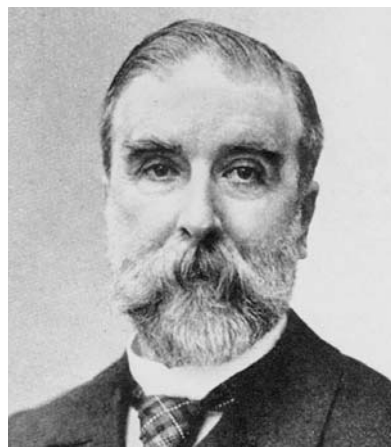


ジャック・オッフエンバック
(1819-1880)

3 図 キツネたちの肖像



アンリ・メイヤック
(1831-1897)



リュドヴィック・アレヴィ
(1833-1908)



ジャコモ・マイアーベア
(1791-1864)



ルイ・ヴェロン
(1798-1867)



セルジュ・ディアギレフ
(1872-1929)

注

- (1) 機械論的市場観という概念に関しては、塩田眞典著『市場・企業・企業者精神』晃洋書房、二〇一〇年、第一〜四章、参照。
- (2) ソースティン・ウエブレン著、高哲男訳『有閑階級の理論』筑摩書房、一九九八年。
- ヴェルナー・ゾンバルト著、金森誠也訳『恋愛と贅沢と資本主義』論創社、一九八七年。
- H. Leibenstain, "Bandwagon, Snob, and Veblen Effects in the Theory of Consumers Demand," in H. Leibenstain, *Beyond Economic Man*, Harvard University Press, 1976.
- (3) I. M. Kirzner, *Discovery, Capitalism, and Distributive Justice*, Basil Blackwell 1989.
- D. Lavoie, *Rivalry and Central Planning: The Socialist Calculation Debate Reconsidered*, Cambridge University Press, 1985.
- (4) F. A. Hayek, "The Use of Knowledge in Society", *The American Economic Review*, Vol.35, No.4, 1945.
- (5) モーツァルトについては文献は数多いが、ここでは、メイナード・ソロモン著、石井宏訳『モーツァルト』新書館、一九九九年、を代表例にあげておく。
- (6) J. A. Schumpeter, *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, 1934. (塩野谷祐一・中山伊知郎・東畑精一訳『経済発展の理論 上・下』岩波書店、一九七七年)。
- (7) J. A. Schumpeter, *Capitalism, Socialism and Democracy, Third Edition*, Harper and Brothers, 1950. (中山伊知郎・東畑精一訳『資本主義・社会主義・民主主義 上・中・下』東洋経済新報社、一九六二年)。
- (8) J. R. Hicks, *The Theory of Economic History*, Oxford University Press, 1969. (新保博訳『経済史の理論』日本経済新聞社、一九七〇年)。
- (9) R. H. Coase, *The Firm, the Market, and the Law*, The University of Chicago Press, 1988.
- O. E. Williamson, *The Economic Institution of Capitalism*, The Free Press, 1985.
- (10) アイザーク・バリン著、河合秀和訳『ハリネズミと狐―戦争と平和』の歴史哲学』岩波書店、一九七七年。
- (11) 井形ちづる著『シューベルトのオペラ―オペラ作曲家としての生涯と作品』水曜社、二〇〇四年、参照。
- (12) ヘルリオーズやワグナーのちづるに商業主義的な方向への妥協を拒み、芸術至上主義路線を貫く作曲家も存在した。彼らの生き方がロマン主義的芸術家のイメージを形成し、神話化される。その場合、彼らが芸術活動の経済基盤をどこに求めたかが、文化経済学の新たな研究課題となる。
- (13) この作品は、レオポルトⅡ世のボヘミア王即位を祝うために作曲された戴冠記念オペラであるゆえ、オペラ・セリアの形式をとる。台本は、エトリク・メタスタジオのものにカテリーノ・マツォーラが手を加えたもの。《ティトゥス》は現代のオペラハウスにレパートリーとして定着しづらい不人気オペラではあるが、第二次大戦後、再評価の気運が高まりつつあり、著名な指揮者や演出家により取り上げられる機会もある。
- (14) モーツァルトが父レオポルトにあてた手紙(一七八三年五月七日、ウィーン)に次のような記述が見られる。「…今、当地ではイタリア風のオペラ・ブッファがまた始まって、大変な人気を呼んでいます。…私は軽く百冊、いやそれ以上の台本に目を通しましたが、一つとして満足できるものは見当たりませんでした。少なくとも、あちこち大きく直さなければならぬでしょう。作者がそれを引き受けるつもりだとしても、おそらく、始めっから新しいのを書く方が楽でしょう。それに新しいのがいいにきまっています。…」(柴田治三郎編訳『モーツァルトの手紙(下)』岩波書店、一九八〇年、九四ページ)。

- (15) 松尾芭蕉の俳諧の理念の一つとされており、門人の去来、土芳、許六らの俳論『去来抄』で説かれている。
- (16) 経済学者ケインズにも同様の主旨の発言がみられる。「経済学者たちは、四つ折り版の榮譽をひとりアダム・スミスだけに任せるべきであつて、その日の出来事をつかみとり、パンフレットを風に吹き飛ばし、常に時間の相の下にものを書いて、たとえそれが不朽の名声を得ることがあつても、それは偶然によるものとしなければならぬ。」(大野忠男訳『ケインズ全集第十巻 人物評伝』東洋経済新報社、一九八〇年、二六四ページ)。
- (17) 大崎滋生著『文化としてのシンフォニーⅠ、Ⅱ』平凡社、二〇〇五～八年、参照。
- (18) ルイ・ガレの絵画「芸術と自由」、参照。これは多分、売れない藝術家をロマン主義的なメガネを通して見た場合の典型的なイメージなのである。現代のわれわれの眼には何やら少女マンガ風に映るのだが。
- (19) ヒックス、前掲書、第三章「市場の勃興」、参照。
- (20) 例えば、グラランド・オペラの代表的台本作家ウージェーヌ・スクリープは大勢の弟子たちを抱え、「工房」のような形で台本を制作していたらしい。台本を提供した作曲家は、マイアベーア、アレヴィ、オペールからヴェルディにまで及んでおり、その生涯にオペラだけで一三〇本以上を手がけた。
- (21) ルイ・ヴェロンの人物像については以下の文献に詳しい。
アンヌ・マルタン＝フュージェ著、前田祝一監訳『優雅な生活(トウ＝パリ)、パリ社交集団の成立 一八一五―一八四八』新書館、二〇〇一年。
- (22) 新機軸を列記すると以下のようになる。
① オペラハウスの改装。
② 定期会員券の売り上げ比率を上げるための様々な方を編み出す。例えば、バレエの踊り子の楽屋を特別定期会員に開放する等。
- ③ サクラの積極的活用。
④ 音楽ジャーナリストの買収(マスコミ裏対策)。
⑤ オペラ座にカジノを併設し、その上がりでオペラ制作資金を捻出する。
- ⑥ グラランド・オペラの開発。
詳細については以下の文献を参照。
岡田暁生著『オペラの運命―十九世紀を魅了した「一夜の夢」―』中央公論社、二〇〇一年。
ミヒヤエル・ヴァルター著、小山田豊訳『オペラハウスは狂気の館―十九世紀オペラの社会史』春秋社、二〇〇〇年。
- (23) ヴェロンは一八三五年には監督の座を退くが、その在任中に九十万フランの私財を築く。私悪ならぬ私益すなわち公益を实践した人物であつたらしい。
今谷和徳・井上さつき著『フランス音楽史』春秋社、二〇一〇年、参照。
- (24) アマゾンの中心部に位置する都市マナウスには、十九世紀末、オペラハウス、アマゾナス劇場が建つ。その時代、ゴムに対する世界的な需要増により、この地域は急速な経済発展を遂げており、多数のゴム成金が生まれていた模様である。日本においても二十世紀後半、パブル景気の最中に第二国立劇場(オペラハウス)が建つ。同様、中国においても一九九〇年代、上海に豪華なオペラハウスが建ち、二十一世紀に入つても大都市に同様の傾向が見られ、顕示的消費の場を提供している。
- (25) イタリア生まれの台本作家、詩人(一六九八～一七八二)。一七二九年ウィーンに招聘され宮廷詩人となる。ウィーンにいた半世紀の間、彼の名声は高まり最も有名な台本作家となり、あらゆる時代を通じてオペラ化された作品が最も多い作家となる。モーツァルトの以下の五作品はメタスタジオの台本に基づいている。《救われたベトゥーリア》(一七七一年)、《シビオーネの夢》(一七七一年)、《ルーチヨ・

- シツラ》(一七七二年)、《牧人の王》(一七七五年)、《皇帝ティトゥスの慈悲》(一七九一年)。
- (26) 改宗前の名はエマヌエーレ・コネリアーノという。ダ・ポンテの生涯については、以下の文献に詳しい。
S. Hodges, *Lorenzo Da Ponte: The Life and Times of Mozart's Librettist*, The University of Wisconsin Press, 2002.
- (27) 原研一著『シカネーダ伝―『魔笛』を書いた興行師』新潮社、一九九一年、参照。
- (28) このアイデアは後に、ルイ・ヴェロンによってパリ・オペラ座でも実践される。
- (29) 二十世紀に入り、様々な側面からの再評価の気運著しいオッフェンバックであるが、その社会的側面からの議論に関しては、以下の文献に詳しい。
ジークフリート・クラカウアー著、平井正訳『天国と地獄―ジャック・オッフエンバックと同時代のパリ』せりか書房、一九七八年。
ダヴィッド・リッサン著、高橋英郎・東多鶴恵訳『オッフエンバック―音楽における笑い』音楽之友社、二〇〇〇年。
- (30) 『ボストン・イヴニング・トランスクリプト』一八八二年三月二十七日より。(ニコラス・スロニムスキー編、伊藤制子・大田美佐子・栗原詩子・小岩恭子・古後奈緒子訳『名曲悪口事典―ベートーヴェン以降の名曲悪評集』音楽之友社、二〇〇八年、一五五ページ)。
- (31) アルド・オーベルドフェル編著、マルチェット・コナーティ校閲、松本康子訳『ヴェルディ―書簡による自伝』カワイ出版、二〇〇一年。
- (32) 塩田真典「文化企業者ディアギレフの仕事―その文化史の意味と経済的意味―」『文化経済学』第三巻第三号、二〇〇三年、参照。
- (33) オッフエンバックのオペレッタ《地獄のオルフェ》第三幕に挿入されたジョン・ステイックのアリア「ぼくがボイオティア国王であったとき」は、「コメディ―フランセーズからやって来た人気俳優バツ

シュのために書かれたものである。

- (34) モーツァルトのオペラ《ドン・ジョバンニ》第二幕第十三場「晚餐のシーンで流される音楽中に、ライヴアル作曲家たち、マルティン・イ・ソレルのオペラ《樁事》のアリア〈何という喜び何という楽しみ〉、シユゼッペ・サルティのオペラ《トロンビに油揚げ》のアリア〈子羊の羊飼〉のメロディーが引用されている。

