

## 「豊かな」社会の統合的把握を めざして(上)

梅澤直樹

Naoki Umezawa

滋賀大学 / 名誉教授

水俣病などの環境汚染問題が、あるいはダムや原子力発電所の立地問題などが教えているように、環境問題の考察には社会経済学的アプローチ、すなわち当該問題を取り巻く経済・社会構造に鋭い関心を寄せ、さらに社会学など他分野にも開かれた広い視野を備えた経済学からのアプローチが欠かせない。しかも、この経済・社会構造への関心が、資本主義か社会主義かといった体制的問題を超えて、「近代」という時代の再審を内包するものであることも、やはり水俣病や原子力発電所の立地問題が教えてくれていた。したがって、「開かれた」経済学が備えるべき視野は、社会学など隣接社会科学のみならず、哲学や社会思想、あるいは歴史学といった人文科学分野へも及ぶべきこととなる。また、そうした社会経済学としてまず注目されるべきものにK.マルクスの経済学があることも、かつて確認した<sup>1)</sup>。

だが、現代における環境問題の考察においては「豊かな」<sup>2)</sup>社会ないし消費社会についての検討が必須であるにもかかわらず、『資本論』に使用価値や消費をめぐる立ち入った考察は見出されない。

1) 拙稿(2020, pp.38-43)、拙稿(2023, pp.67-68)を参照。なお、「マルクスの経済学」という表記は、そこに含まれていた多面的な要素のなかにその後の「マルクス経済学」がうまく開花させえなかったポテンシャルがなお埋もれていることを意識して、両者の区別を図ったものである。拙稿(2022)参照。

2) 現代の消費社会がほんとうに豊かな社会と言えるのかは、バブル景気最中の1980年代末に暉峻淑子『豊かさとは何か』が大きな反響を呼んだように、さらに遡っては高度経済成長末期に既に、「モーレツからビューティフルへ」や「のんびり行こうよ俺たちは」などのCMが時代の空気の変化を鋭敏に映して経済成長に邁進してきた従来の生き方に疑問を投げかけたように、かねてから問われているところであり、本稿でもカッコ付きの豊かさという意味で、このように表記している。なお、時代を映したCMについては、深川英雄(1991)が興味深い考察を展開している。

3) 比較的早期に現代の「豊かな」社会の考察に取り組んだ例外として、馬場宏二『富裕化と金融資本』(1986)や成瀬龍夫『生活様式の経済理論』(1988)がある。前者は、過剰富裕という興味深い論点をも提起しているが、重点は方法論、とく

また、それを継承したマルクス経済学も現代消費社会についての掘り下げた考察をほとんど展開してこなかった<sup>3)</sup>。

環境問題研究に即せば、たとえば、マルクス経済学を基盤に出発して独自の環境経済学を確立した宮本憲一氏のぼあい、たしかに「社会的共同消費手段」の考察を進めてその独占資本主義下での貧困化を鋭く告発したり、都留重人氏を踏襲しつつ「Labor からWorkへ」といったかたちで「豊かさ」を問い直したりするとともに、その独自の中間システム論の一要因に「生活様式」を位置づけている。だが、それも、J.K.ガルブレイスの依存効果論を踏まえた、「現代社会では消費者は経済において主権をもっておらず」という問題への論及に留まり、「豊かな」社会における消費者自身の変容といった問題には立ち入っていない<sup>4)</sup>。

それに対して、社会学者J.ボードリヤールは、マルクス派が史的唯物論に立脚して下部構造としての生産諸力や生産諸関係の考察に関心を集中させ、現代消費社会の内実の考察を疎かにしていることを批判し、記号論に則って現代社会における「消費」という営みの変容、それに照応した消費者の変容を鮮烈に描き出した。『消費社会の神話と

構造』は1970年に刊行された著作ではあるが、ポスト産業社会の消費者は各商品の使用価値を求めているのではなくそれらが帯びる社会的意味を求めているのであり、諸商品はそうした存在としてモノと化し、消費者はそうしたモノのシステムと戯れているとする考察は、いまなお鋭い。そのことは、SNSで発信して「いいね」を得たいためにちょっと見栄えのするスイーツを買って写真を撮ればもはやたいて口もつけずに放置するといった、現代日本の消費者の振る舞いが端的に示している。

とはいえ、日本におけるそうした記号消費の展開過程を具体的に追ってみると、消費者の主体性をめぐるボードリヤールが理念化した像と少し異なる様相も見えてくる。さらに、ボードリヤールはマルクス派を批判し、ポスト産業社会を主導しているのはもはや生産世界ではなく消費世界であるとして消費世界の考察に焦点を絞ったが、消費者は労働者などでもあるわけで、現代において労働の世界などがどのように変容しているかと切り離して消費主体の有り様を十全に理解しうるか疑問が残る。むしろ、「生活者」<sup>5)</sup>として総合的に捉えてこそ、現代の消費者をより十全に理解しうる場所があるのではないか。

に宇野弘藏氏の段階論の現代的改訂を図ることに置かれていた。

それに対して、後者は、生産様式を偏重してきたマルクス経済学に生活様式という独自の領域を確立させることをめざした労作であり、「家族と生活手段の結合」(pp.19-20)という生活様式の定義に立脚して、資本主義的経済システムの下での、また独占資本主義の下での生活様式について、地域経済や家事労働にも視野を広げ、さらにグローバルにも目配りしながら考察している。現代における消費行動の変容の理解という本稿の問題意識とはすれ違い、また基本的にオーソドックスなマルクス経済学に則っているものではあるが、本稿での考察及びしたたかかつしなやかなメタシステムという資本主義的市場経済システム解釈を踏まえて、閉塞状況にある現代の消費社会からの脱出口を探る際には教えられるところも多いと解される。

さらに、A.ヘラー (1976, 邦訳1982) は、初期マルクスから晩年のマルクスまでの欲求論をフォローしつつ、マルクスの欲求論の多面性や変遷を、「連合した生産者」の社会の欲求構造」がどのようなものであるか、またそこへの移行は資本主義的市場経済システムの下でどのように準備されてゆくか

を焦点に、丹念に考察したものである。マルクス解釈に専心して展開されているのでやはり上述のような本稿の問題意識とはすれ違いますが、マルクスの欲求論を理解するうえでは興味深い。なお、本稿注61をも参照。

ちなみに、消費の世界に目をやることは、資本主義社会の生成という歴史の考察にとっても興味深い。川北稔(2010, 第1章、第4章)など参照。

4) 宮本憲一 (2007, pp.65-66)。拙稿 (2023, p.69, p. 70, pp72-75)。

5) 天野正子 (1996) は、中流層の広がりとともに労働者階級という視点が訴求力を失っていったなかで、それに代わるものとして「生活者」という言葉が内容が曖昧にしたままに時代の「お守り言葉」として濫用された事態を批判して、消費者やさらには国民、市民といった言葉では表せない「生活者」独自の意義を積極的に模索し、「生活の全体性を把握する主体」であるとともに、現代の「生き方」の転換を模索する「日常実践」の担い手として措定した (pp.4-14)。興味深い見解であるが、ここではさしあたり前者の「全体的な主体」の意味で用い、後者については第V節であらためて立ち戻りたい。

そこで、次節においては、ボードリヤールの消費社会論とともに、ボードリヤールが批判した「人間学」的な消費主体の捉え方の典型としての若きマルクスの生産者＝消費者論、さらにボードリヤールの消費社会論に学びつつ、カルチュラル・スタディーズからも刺激を受けて、現代の消費主体の断片化した主体性とその孕みうる綻びを掘り下げようとした浅見克彦説、という三様の消費主体論について考察してみる。(以上 本号)。

ついで、第Ⅲ節では、日本において記号消費社会が展開してくる具体的過程を追ってみる。ここでは、北田暁大氏や田村正紀氏などのアカデミックな立場からの考察とともに、博報堂や電通といった現代消費社会の仕掛け人の立場からの考察にも目を向ける。それらの考察からは、記号消費社会における消費者の主体性をめぐるちょっと興味深い様相が見えてくる。さらに、日本における記号消費の展開には若者や女性が大きな役割を果たしてきたこととともに、その背景には家族のあり方や女性の社会との関わり方など消費行動を包む社会の変容が存在したことをも確認しておきたい。

第Ⅳ節では、「主体性」という論点に注目したとき、労働の世界でどのような状況が展開されてきたのかについてまず考察する。ここでは、熊沢誠氏をはじめとしたアカデミックな立場からの考察をも参照しつつ、斎藤茂男氏や鎌田慧氏の、現場を訪ね歩いていわば肌感覚で捉えた労働世界のルポルタージュに注目したい。また、若者の置かれていた状況を知るために、教育や学校のあり方に視線を伸ばす。さらに、1960年代末から1970年代初頭にかけての若者の社会への向き合い方の変化についても考察を試みたい。そして最後に、当時の

女性が置かれていた状況について、ジェンダー視点に立って振り返ってみる。

第Ⅴ節では、以上のような考察を総括するとともに、それを踏まえながら、資本主義的経済システムはしたたかかつ柔軟性を備えたメタシステムであり、また市場経済システムは重層的かつパッチワーク的なシステムであるという、筆者の資本主義的市場経済システム論を踏まえて、環境問題の解決に向けたライフスタイルの転換への糸口について若干の検討を試みてみたい。

## Ⅱ 消費主体の三様の捉え方

### 1 マルクス説のぼあい

よく知られているように、経済学研究を始めたばかりの頃のマルクスの著作『経済学・哲学草稿』では、まさに「人間学」的な労働疎外論が展開されていた。資本主義的経済システムの下では、人間は、労働の成果としての生産物において、また労働過程そのものにおいて、さらに人間の本質をなす「類的存在」という規定において、疎外されるというわけであるが、その核心は第3の類的存在としての人間が蒙る疎外にあった。

すなわち、人間が類的存在であるとは、人間が「おのれ自身のそれであれほかの事物のそれであれ類をおのれの対象とする」<sup>6)</sup>ということの意味するが、ここに言う「類」は「類的性格」と言い換えられうるものであって、事物を他の事物と差異化して特定の類として括らせる、その類の本質的性格を指す。また、人間にあっては「自由な意識的活動」こそが類的性格とみなされていて、だからこそ、人間は、本能的な、肉体の直接的欲求に即した一面的なかたちでしか対象に働きかけえない動物とは

6) K.マルクス(1844a, 邦訳2005, p.315)。

異なって、意識を働かせて対象の類的性格を認識し、それに照応した働きかけを行なうことができる、つまり「類をおのれの対象とする」というわけである。さらに、そこには、人間はそうした類的性格を備えているからこそ、さまざまな対象に「普遍的」に働きかけることができるし、それぞれの種の類的性格を活かした「自由な」働きかけ方ができるという人間性についての理解も込められていた<sup>7)</sup>。

こうして、人間が自らを類的な存在として現実には実証するのは、対象世界への働きかけ、労働においてということになる。だからまた、労働の成果としての生産物における疎外も、労働過程における疎外も、こうした人間の類的性格の解釈に即してあらためて振り返られることとなっている<sup>8)</sup>。

さらに、こうした3つの労働疎外の考察に続いて、第4の疎外として「人間からの人間の疎外」が追求されてゆく。「人間がみずからの労働とその生産物とおのれ自身とにたいしてもつ関係にあてはまることは、人間がほかの人間と彼の労働とその対象とにたいしてもつ関係にもあてはまる」<sup>9)</sup>という認識を導きの糸とするこの考察は、『経済学・哲学草稿』においては資本主義的経済システムを念頭に展開されていった。それに対して、パリ時代に『経済学・哲学草稿』と並行的に執筆された経済学研究のためのノートのなかのいわゆる「ミル評注」においては、市場経済システムを対象に展開されている。のみならず、ここでは、消費活動もまた視野に収められていて、そのことが「人間の人間からの疎外」に興味深い論点をもたらしことともなっていた。

すなわち、「ミル評注」においても、人間の主体性の問題はまず労働に即して論じられている。人間は元来は「かれの欲求、彼の資質、かれの手も

ちの自然的素材が直接にかれをかりたてて生産にむかわせたもの」を生産していた。したがって、労働は「かれらの独自の実存の確証」でもあった<sup>10)</sup>。だが、「私的所有と私的所有との抽象的な関係」としての「交換」<sup>11)</sup>が広がり、交換の仲介者たる貨幣が支配者となると、労働は営利労働へと転化し、労働行為が「生産者にとって自己自身の人格性をみずから享受することであり、自己の自然的資質や精神的目的の実現であるかどうか、といったことは、全く偶然的で非本質的なこととなる」<sup>12)</sup>と。

見られるように、主体性についてのマルクスの捉え方は、『経済学・哲学草稿』と同様にきわめて「人間学」的である。と同時に、「かれの欲求、かれの資質」あるいは「独自の实存の確証」といった言葉が示すように、主体性は「各人の個性」に即して発揮されるものであることが明確化されている点も注目される。そして、こうした認識が、消費者として発揮される人間の主体性や、それに基づいて形成される消費者と生産者との人間関係の解釈にそのまま応用されることとなっている。

すなわち、マルクスは、消費者の欲求について次のように論じていた。ある事物を欲求することは、「その事物が私の本質の一部をなしているということ」を明白に立証しているのであって、その事物は、「それなしですますことはできないし、またすますことを望まないもの、換言すれば、私の定在を完成し、私の本質を実現するのに「不可欠」なものなのである<sup>13)</sup>、と。人間があるものを欲求する(want)のは、自らが自らたりうるためにその事物が欠けている(want)からこそこのことというわけである。つまり、消費という営みもまた、自らの個性、人格性の実現、陶冶にいそしむ営みと認識されていたのである。

7) 同上邦訳(pp.316-317)。

8) 同上邦訳(pp.316-318)。

9) 同上邦訳(pp.318-319)。

10) K.マルクス(1844b, 邦訳1970, p.103. なお、文中の傍

点は原著のもの。以下同様)。

11) 同上邦訳(p.89)。

12) 同上邦訳(p.103)。

13) 同上邦訳(p.100)。

さらに、そうした消費についての認識は、消費者と生産者との本来的な交流のあり方を次のようなものと想定させた。消費者にとって生産者は、自らの個性の実現のために、自らが自らたりうるために必須のものを提供してくれる、自らの「不可欠の一部分」という大切な存在と信じられる、と。生産者の側から言えば、自らがそのように大切な存在であると消費者によって「知られ、かつ感じられており」、したがって消費者の「思惟と愛とにおいて私自身を確証するすべを知っている」と意識する喜びを味わうことができるというわけである<sup>14)</sup>。

だが、貨幣が支配し、労働が営利労働に転化した世界では、消費者と生産者との関係も疎外される。「私自身が私の対象物とどうみても人間的な関係にないのだから、人間としての貴君は私の対象物とはまったく無関係である」。具体的には、生産者にとって価値、効力をもつのは消費者の所有する等価物＝貨幣だけであって、「貴君の需要と貴君の占有している等価物とは、私には同等の、つまりどちらでもかまわない名辞」ということになる。「われわれには人間の言葉がわからない。それはまったく役に立たない」というわけである<sup>15)</sup>。と同時に、消費者も、生産者を自らが自らたりうるために必須のものを提供してくれる「大切な存在」とはもはやみなさない。むしろ、貨幣で支配しうる、自らの「諸欲求につかえる奴隷」、自らが欲求する「対象物を生産するための手段、道具に等しい」存在<sup>16)</sup>、に貶めるのである。

これらの叙述からは、マルクスが生産物のやり取りを生産者と消費者とのコミュニケーション行

為として捉えていたことがわかる。労働は、自己実現の営みというばかりでなく、人間が「真に共同的な存在(Gemeinwesen)」<sup>17)</sup>であることを確証する営みとして、二重の意味で人間の本質に関わるものと捉えられていた。しかも、そうした把握のうちに、消費という営みについての「人間学」的な主体性論が活用されていたのであった。

さらに、これらの叙述は、先に引用した「人間からの人間の疎外」論を導く糸の明快な適用であり、生産者のあり方と消費者のあり方、生産の世界と消費の世界を表裏一体のものとしてマルクスが捉えようとしていたことを示している。『経済学・哲学草稿』での、労働者は労働過程において疎外されているからこそ「労働以外のところではじめて自己のもとにあると感じる<sup>18)</sup>」という記述も、想起されてよいであろう。

最後に、その当否はともかく、マルクスが使用価値、ひいては消費についての立ち入った考察を経済学の課題の外とみなした理由も見えてくる。資本主義的市場経済システムを経済システムの独自の歴史的形態として解明することがマルクスにとっての経済学の課題であったかぎり、かつ市場経済システムの歴史的形態性は交換＝等置、そこに成立する抽象性にこそ見出されると理解された以上、具体性と不可分な使用価値は経済学の課題の外とみなされたのである。こうした思考が『資本論』にも継承されていることは、冒頭でのかの労働価値説の論証の仕方からも容易に看取されよう<sup>19)</sup>。

14) 同上邦訳(pp.117-118)。

15) 同上邦訳(pp.115-116, pp.117-118。なお、pp.112-114をも参照)。

16) 同上邦訳(p.104, p.116)。

17) 同上邦訳(p.96)。

18) 前掲邦訳(p.313)。

19) ただし、価値実体を抽象的人間労働に求める論拠については同じ冒頭章にもうひとつの見方があり、この後こそマルクスの経済学として活かされるべきものであったと筆者は解している。拙稿(2022)参照。

20) J.ボードリヤール(1970, 邦訳新装版2015, p.163, pp.164-165をも参照)。

21) 同上邦訳(pp.156-158)。

22) 同上邦訳(pp.161-162, pp.165-166)。

## 2 ボードリヤール説のばあい

次々と更新されてゆく「最小共通文化（「消費社会の市民」から脱落しないためのモノのパッケージ）」<sup>20)</sup>の「ルシクラージュ（再学習）」<sup>21)</sup>に追われながら、多様な刺激にすばやく連続的に反応してモノと戯れる消費者たち<sup>22)</sup>、だからまた「ガジェット」<sup>23)</sup>や「キッチュ」<sup>24)</sup>が氾濫する世界というボードリヤールの現代消費社会の描写は、たしかにこの社会の特質を鋭く衝いている。

また、世界情勢の変動が断片化され、編集され、さらにはスペクタクル化されたりしている「ニュース」とさまざまな「コマーシャル」とが「組織的に羅列」され、それらが「記号のレベルでの等価性」を帯びさせられるニュース番組<sup>25)</sup>に象徴されるように、「現実に生きられた——一回限りの——出来事」としての性格を「中和」し、「互いに意味を補完しあい指示しあう同質の各種のメディアからなる多元的な世界で現実の世界を置きかえてしまう」ことこそを、マス・メディアの機能として剔抉する舌鋒は鋭い<sup>26)</sup>。こうしたマス・メディアの働きによって、「世界の徹底的な虚構化」ないし現実世界の「全面的なイメージ化」が遂行され、現代世界は「疑似イベント」、さらに「ネオ・リアリティ」へと変容し、「自己実現」的に再生産されてゆくわけである<sup>27)</sup>。

さらに、「豊かな社会のアノミー」として取り上げられる「暴力」と「疲労」についての言説も興味深い。いずれも上記のような消費社会の必然的随伴物であって、消費社会の維持・再生産を支えると同時に、それを破壊ないし掘り崩す可能性をも秘めた、「両義的」性格のものを読み解かれている<sup>28)</sup>。

こうした消費社会論が消費という営みの「人間学」的な解釈と相容れないことは明白であろう。そもそもボードリヤールは、とりわけJ.K.ガルブレイス説をひきあい、欲求の人間学的な解釈と明確に対置して自らの記号論に則った消費社会論を展開していたのであった<sup>29)</sup>。

周知のように、記号というのは、一群のものを「差異化」してその関係性を表す「システム」である。すなわち、記号においては「意味されるもの」に含まれるいずれかの要素と「意味するもの」に含まれるいずれかの要素とが個別的に結びつくのではなく、前者の諸要素を差異化したシステムとそれに照応して構築された後者のシステムとが結びつく。したがって、ボードリヤールは、個別の欲求とその対象としての消費財を結びつけるガルブレイスや人間学的仮説などを批判して、記号化した現代の消費においては欲求ではなく「欲求のシステム」が問題であることを繰り返し論じている<sup>30)</sup>。

さらに、差異化を構成する視点、区分の入れ方は、対象とする諸財の固有の属性に必ずしも縛られない。むしろ、多様でありうる。それに応じて、固有の属性や機能でみればまったく異なるものが等価物、代替可能物として同じ区分のうちに括られたり、逆にそれらの近しいものが差異化されて異なる区分に配分されたりといったことが生じる。

ボードリヤールが注目する「社会的地位や威信の表示」、それと一体となった「集団の統合」という視点<sup>31)</sup>から、身近なかたちで例を挙げてみれば、マイホームで自らの社会的地位や威信を表現しようとするとき、たとえば駐車場に置くクルマ、屋内

23) 「潜在的無用性と遊び的な組み合わせによる価値をあわせもつモノ」とされ、ライター付き万年筆などが例に挙げられている(同上邦訳p.15, p.179)。

24) 「悪趣味で質の悪いものがいのの総称」とされ、「コピー、イミテーション、ステレオタイプ」などとして、さまざまなところに見出される(同上邦訳p.175)。

25) 同上邦訳(pp.199-202)。

26) 同上邦訳(pp.203-204)。

27) 同上邦訳(pp.207-210, pp.212-213)。

28) 同上邦訳(pp.306-311, pp.322-326)。また、マス・メディア論と絡めて、同上邦訳(pp.30-32)をも参照。

29) 同上邦訳(pp.96-99, pp.103-109)。

30) 同上邦訳 (pp.96-99, pp.105-107, pp.140-141 など参照)。

31) 同上邦訳 (p.105, pp.140-144, pp.170-172, p.176, pp.299-300, p.323) など参照。

のインテリア、前庭の植栽や庭石といった、固有の属性、機能の異なる消費財が等価物となりうる。さらに言えば、豪邸に平凡なクルマという組み合わせで、見せびらかしのクルマなどに惹かれる成り上がりの中間上層階級ではないことを示威する「メタ消費」<sup>32)</sup>さえある。属性としてはまったく同じクルマが、駐車する家との組み合わせしだいでまったく異なる社会的意味を担うわけである。

こうして、記号化され、モノと化した諸商品は、個々の消費者の欲求と向き合うのではなく、なんらかの視点で差異化された諸商品の「システム」として向き合うことになる。しかも、差異化された諸商品のシステムはたえず組み替えられてゆく。こうして、人々と諸商品のシステムとの関わりは、前近代において共同体の結束を再生産するために営まれた「象徴」的蕩尽や、自らの「人格性」と具体的に結びついた欲求に従っての財の選択とはまったく異質とみなされる。ボードリヤールは、直上のような「情熱」をもつての「享受」とは区別されたものとして、「好奇心」に導かれた現代人の諸商品のシステムとの「戯れ」を、言い換えれば「コミュニケーションと交換のシステム」、「絶えず発せられ受け取られ再生される記号のコード」、そうしたものとしての「言語活動」を、「消費」と呼んだのである<sup>33)</sup>。欲求や財の属性と結びついた自然的効用が存在することは認めるが、現代社会固有の概念である「消費」は「そんなこととは無関係であることを理解すべき」<sup>34)</sup>というわけである。

では、そうした「消費」社会における「消費」者の主体性はどのように解されるのか。ボードリヤールは言う。彼らは「コード化された価値の生産と交換の普遍的システムに入り込み、……知ら

ないうちにこのシステムのなかで互いに巻き込み合っている」<sup>35)</sup>と。商品ばかりでなく「消費」者もまた、個々の存在するのではなく、むしろシステムの一員と化しているというのである。

こうして、消費社会においては、「消費」者の個別的、独自の主体性など幻想ということになる。だが、現代の消費社会は、ボードリヤール自身論及しているように<sup>36)</sup>、個性化、自分らしさの発見を誘い、そのサポートを謳う広告に溢れているし、「消費」者もそれを求めている。この状況をどうみるか。

ボードリヤールは、こうした広告やそれに惹かれる「消費」者に反問する。髪の毛の色調をほんの少し変えるだけで見つかるほどあなたの「私自身」は薄っぺらいのか、むしろそうした行為は、地位やセンスの「限界差異」を体現して提供されてくるモデルのいずれかと一体化すること、「コードへの従属」、「諸価値の流動的階梯」への組み込まれにほかならないのではないかと。そもそも、ボードリヤールにとっては、「かけがえのない特質と特別な重みをもった絶対的価値」としての「個性」など、「すでに死滅して」現代世界から放逐されてしまっているのであった<sup>37)</sup>。

のみならず、「消費」者にとって、自身のアピールや面目の発揮はもはや「大して重要ではない」。むしろ、他人の同意、承認を得ることこそが問題なのであって、「同意への盲信」が「自己確証への盲信」に取ってかわろうとしているのが現代<sup>38)</sup>とも、ボードリヤールは解していた。

このように、「流動的階梯」へと編成された諸商品のシステムがまずあって、「消費」者はマス・メディアにも誘われながらそれに追従してゆくというのがボードリヤールの見方である。たしかに、ボー

32) 同上邦訳(pp.136-137)。

33) 同上邦訳 (p.142.pp.182-185. なお、p.18, p.35, p.47, p.53, p.107, p.114, pp.138-139, p.143, p.182, p.302などをも参照)。

34) 同上邦訳(p.115)。

35) 同上邦訳(p.114)

36) 同上邦訳(pp.129-130)。

37) 同上邦訳 (pp.130-132, p.134, p.138, p.140, pp.145-146)。

38) 同上邦訳(p.301. さらに、pp.298-300, p.302をも参照)。

ドリヤールも、「消費」者がときにはマス・メディアに抵抗し、「モノの『鍵盤』」を利用して「自らの欲求」を「巧みに演奏」すること、あるいは、マス・メディアが期待するものとは「逆の反応」さえしばしば引き起こすことに気づいていた<sup>39)</sup>。だが、そうした営みも、先に引用したように、「知らないうちに……互いに巻き込み合っ」てシステムの一員と化している総体的な運動の一環と位置づけられていたというわけである。

こうして、ボードリヤールは、現代の「消費」者を、悪魔と取引する自らの像や影さえ失って、像を写す鏡の代わりにショーウインドウをのぞき込む存在として描く。そこでは、「消費」者は「大量の記号化されたモノ」を見つめ、「記号の秩序のなかへ吸い込まれてしまう」。「ショーウインドウ」は、「個人を映し出すどころか吸収して解体してしまう」のであって、「消費」の主体は個人ではなくて、「記号の秩序」だというわけである<sup>40)</sup>。

みえたようなボードリヤールの「消費」についての考察は、たしかに鋭いところをもっている。前近代や産業社会における「享受」と対置してポスト産業社会としての現代の「消費」を捉えようとしている点では、体制を超えて「近代」を問う<sup>41)</sup>という視点からも注目に値しよう。

だが、それは現代消費社会の特質を理念像として尖鋭に描こうとしただけ、やや一面的にもみえる。たとえば、先述したクルマとインテリアと前庭は、社会的地位や威信を示す記号としては等価物であるとしても、マイホームの持ち主はやはり自らのそれなりの個性に即してそれらのいずれかを選ぶのではないかというように、現代においても消費者の個性、主体性が完全に意味を失っているとか、

消費者は鏡に映す像さえもたないとかとは必ずしも言えないのではないか。このあたりのところを、次節では日本における消費社会の状況を追うことで検証してみたいのだが、その前に、ボードリヤールに学びつつカルチュラル・スタディーズからも教示を得て、現代における消費者の主体性について少し異なる見解を提示している浅見克彦説についてみておこう。

### 3 浅見克彦説のばあい

浅見氏もマルクス経済学研究から出発している。だが、「消費者が創造的に消費を戯れ、能動的にその悦びを追求する関係をビルト・インしている点にこそ、大衆消費社会の支配構造の強みがある」<sup>42)</sup>と把握した浅見氏は、生産の世界を偏重して現代の消費世界の考察をなぞりにしてきたマルクス経済学に飽き足らず、ボードリヤールやカルチュラル・スタディーズに目を向けた。ただし、浅見氏は、カルチュラル・スタディーズのなかにはともすると受け手による情報の「対抗的読解」を偏重する論説もあることを批判し、「広い意味でのポリティカル・エコノミー政治経済学」の問題領域をも視野におさめて、両者あいまって「文化支配の総体的な把握」を追求すべき<sup>43)</sup>というスタンスに立っている。

『消費・戯れ・権力』(2002)も、タイトルが明示しているように、うえに引用したような問題把握の下に著されている、現代の消費者の営みが経済・社会の支配構造をいかに支えているか、またどこに綻びが見出されうるかを、マス・メディアの機能に注目しながら考察しようとしたものであるが、消費者の主体性をめぐっては次のような認識が展開されている。

39) 同上邦訳(p.106)。

40) 同上邦訳(pp.338-340)。

41) ただし、産業社会はまぎれもなく「近代」であって、「消費」という視点からポスト産業社会の特質のみに注目するより、自然との向き合い方といった生産や労働の世界にも目を向けるべきであろう。

42) 浅見克彦(2002 p.216)。同上(p.12, p.135, p.180など)をも参照。

43) 同上(p.85)。同上(p.87, pp.93-94, pp.97ff. pp.103ff. p.114, pp.117ffなど)をも参照。



まず、浅見氏はカルチュラル・スタディーズ、とりわけS.ホールに倣って、情報の受け手が一定の能動性を発揮することに注目する。「受け手も、メッセージの意味の生産者」<sup>44)</sup>というわけである。先に触れたようにボードリヤールもこうしたメッセージの受け手=消費者の能動性に気づいていなかったわけではないが、浅見氏はこの契機に積極的に着目しようとしている。

ただし、そのように能動性を発揮しながら現代の消費者が現実に行なっていることは、「『恣意的』で『決定性』をもたない差異的な文化価値の追求」という、記号化したモノのシステムとの戯れであり、「諸々の差異的な消費をライフスタイルにまとめあげることで、消費のレベルでの差異的アイデンティティを形成」し、「己れ自身の社会的存在」として「ディスプレイ」しようとするものと解されていた<sup>45)</sup>。この限り、ボードリヤールが描いていたところと基本的に変わらない。じっさい、浅見氏は、ボードリヤールの商品論を「さまざまな不備を考慮したうえでも、いまだに通り過ぎることのできない古典」と評価している<sup>46)</sup>。D.リースマンを引きつつ、そうした消費者の営みは「『限界的』次元での競争的な差異化」の追求であり、「他律的で流動的な他者との関係によって『個性』を成り立たせようとするものであると指摘している<sup>47)</sup>。したがって、うえの引用にある「ライフスタイル」とか「アイデンティティ」も、「まとまり coherence をもった同一性を可能にする内面的基準の追求を棚上げ」した「『限界的』な差異の束」でしかなく、「舞台設定のシタッ

クスのちがいに応じて、くるくると異なるパラダイム的な差異を演技的に身にまと」ったものにすぎないとみなされている<sup>48)</sup>。

とはいえ、そのように、消費者の営みの実態はボードリヤールが描いたところと基本的に変わらないとしても、情報の受け手の能動性に着目した浅見氏にはボードリヤール説とは異なった光景も見えてくる。

すなわち、上述のように舞台設定に応じて次々と異なる自己を演じてゆく消費者のあり方をすんなり受け入れるポストモダン論を批判して、浅見氏は、能動的に振る舞う消費者の主体性に目を向ける。ホールに倣って、「ポストモダン状況における自己も、刻々と変容するものではあれ、あくまでまとまりのあるアイデンティティを追求する存在」<sup>49)</sup>と理解するのである。それでいて、彼らは現実には「他律的で流動的な他者との関係」のなかで生きている。こうして、現代の消費者は、「まとまりのあるアイデンティティ」を求めつつもそれが得られないで「めまい」や「きしみ」を覚え、不安に苛まれ、「自己の分裂と飛散の危機と背中合わせに、コミュニケーションの快楽を半ば強いられつつ追求している」存在ということになる<sup>50)</sup>。つまり、現代の消費主体は、「全体を統合する『求心性』をもちえていないが、その『求心性』の不在を自らについて自覚する『中心』を保持し、何とか自身の不安と危機に対処する態勢を追求する」<sup>51)</sup>存在というわけである。

44) 同上(p.59)。同上(pp.27-29など)をも参照。

45) 同上 (pp.140-141及び p.152)。同上 (p.138, pp.144-145など)をも参照。

46) 同上(p.146)。

47) 同上(p.152)。

48) 同上(pp.152-15)。同上(pp.177-179など)をも参照。

49) 同上(p.235)。ポストモダンの論調の批判としては、同上 (pp.230-240, pp.250-251など)をも参照。

50) 同上(pp.225-229)。

51) 同上(p.237)。

しかも、そのように不安と危機に対処する態勢を求めようとしても、やはりそれは得られないというのが浅見氏の見解である。この点、浅見氏は、A.ギデンズに依拠して「ライフスタイル」を自己アイデンティティとして評価するY.ガブリエルやT.ラングを批判して次のように述べている。ライフスタイルと言ってもそれは安定的で強固なものではなく、アイデンティティと呼ぶに値しない、と。そうした議論は、「諸個人が自らのありようを反省的にモニタリングしながら、自己選択によってライフスタイルを構築する」という文脈でアイデンティティを捉えたものだが、「自己選択」といってもさまざまな他者とのそのつどそのつどの「駆けひき」を意識しながら遂行されるものであり、そこでは「それぞれに独自の『遊び』のやりとり」があり、「互いに独立の『ルール』」が機能している以上、「自らが選択した諸価値に全体としての統一性を与えることは困難」であって、自己の「断片化と飛散」は避けられないというわけである<sup>52)</sup>。

こうして、現代の消費者は、主体性ないしアイデンティティ、それなりの人格的な個性を求めつつ、消費の世界にそれを求めることはできず、そこでの「飛散した自分のありよう」を「着脱できる役割としてつきはなす」しかない。だが、それは「『遊び』の闘技場とは別のどこかに『本当の』自分をもとめる」ことでもであると浅見氏は解する<sup>53)</sup>。かつ、その「別のどこか」すなわちシェルターとしての「親密性の世界」においてさえ、「演技的に差別的な文化価値で身をつつむことをたたきこまれている」現代の消

費者は、結局、思わず「演技の殻」をかぶってしまい、不安から逃れることはできない<sup>54)</sup>。その結果、現代の消費者は、「シロアリが家屋の骨格を蝕む」ように次のような4つの形態で「現代の文化的支配構造の基盤をゆるがす」こともありうる<sup>55)</sup>、と浅見氏は見るのである。

まず、「自分を袋小路に追い込んだ文化的差異化の戯れの大波」に対していわば居直ったの「自暴自棄的な反乱」<sup>56)</sup>。第2に、なにもかも「たががはずれた文化的差異化の狂乱で吹き飛ば」して、「真にジャンキーとなる試み」<sup>57)</sup>。第3に、「あくまでアイデンティティの防波堤を築きあげる」ために、「親密性の関係の確保に集中」<sup>58)</sup>。最後に、親密性追求の努力をも放棄し、「『本当の』自分を繭のなかで維持する試み」<sup>59)</sup>である。

このように、浅見氏は、表面に表われてくる消費者の営為についてはボードリヤール説と基本的に変わらない像を認めつつ、カルチュラル・スタディーズ、とりわけホールに触発されて、情報の受け手が発揮する能動性に積極的に着目することで、現代の消費者もそれなりの人格的な個性を追求する存在であること、換言すれば悪魔と取引する影を喪失してしまっているボードリヤールの消費者ではないことを見出した。

かつ、そのようにそれなりの人格的個性を確立しようとはするけれど、現実には差異化したモノのシステムのなかで「遊ぶ」存在であるかぎり、自己の「断片化」ないし「飛散」という事態は避けられず、またシェルターとしての親密圏にも安らげない。結

52) 同上(pp.241-244)。なお、「遊び」が相手との「やりとり」ないし「相互作用の妙」によって成り立つものであり、そこには「『あいだ』のメカニズム」が働くものであることについては、同上(pp.176-177)を参照。

53) 同上(pp.264-265)。

54) 同上(pp.268-269)。

55) 同上(p.273)。

56) 同上(p.271)。具体的には、脛かじりたちによる豪華ファッションの戯れ、つかの間の熱狂と浪費にふけるスポーツ・イベントなどが挙げられている。

57) 同上(p.272)。

58) 同上(pp.272-274)。これは、恋愛や婚姻制度などの社会秩序を問い直し、社会制度の改変にむかわざるをえないと解されている。

59) 同上(pp.174-275)。ひきこまれてしまうと「馴化をうながす有効な手だて」がないだけに、「文化の支配構造にとってはもともと性悪」であり、権力も「重大な関心」を寄せざるをえないと解されている。

局、現代の一般的な消費者は、めまいや不安から逃れられないままに、システム化したモノの世界で演技者として「仮の自己」を着脱しながら生きているというのが、浅見氏の描く現代消費社会像というわけである。

だが、こうした浅見説には次のような疑問もわく。たしかに、浅見氏が例示しているように、現代人は、仕事の間では国際派を演じ、食事では和食を好むというように、舞台に応じて「自己」を使い分けているところはある。だが、それは戯れるとか遊ぶとかというとは少し異なって、大切な「自己」を守るために仕事の間ではやむを得ず「自己」を押し殺して演技しているだけかもしれない。少なくとも、私たちはいくつかの「自己」を序列付けながら使い分けていて、その序列付けのうちにそれなりの人格的な個性やライフスタイルを反映させていることはありうるのではないか。つまり、現代の消費者も、追求するだけでなく、それなりに安定した、統合的自己、ライフスタイルを確立し、それを序列化した演技の使い分けのなかに反映させている可能性もあながち否定できないのではないかというわけである。

最後に、浅見氏が現代消費社会論を広義の政治経済学の領域と統合的に構築すべきと主張していたことに関連して、氏が現代の経済システムからくる「労働苦や環境破壊や都市問題といった矛盾への不満や不安」を「埋め合わせる」ために、「消費の楽しみと悦び」の世界がしつらえられている側面に論及していることにも<sup>60)</sup>、第IV節との関連で留目しておきたい。

#### 4 小括

次節への架橋として、三人の説をもういちど簡単に比較してみよう。まず、マルクスは、人間の本質についての独自の解釈、すなわち意識を高度に発達させて対象の類的性格を把握しうることでそれを活かしつつ対象に普遍的かつ自由に働きかけることができ、自己実現を果たすことができるという人間学的な解釈を消費という営みにも適用することで、それが消費者の人格的な個性に根ざす欲望の発現であるとともに、生産者と消費者とのコミュニケーション行為であることを説いた。

また、そうしたコミュニケーション行為としての側面は、貨幣が支配する市場経済システムの下では疎外されると捉えられていたが、「われわれには人間の言葉がわからない、それはまったく役に立たない」と叙述されていたように、さしあたり消費が消費者の人格的な個性に根ざす欲望の発現であることに変化は認められていなかった<sup>61)</sup>。ガルブレイスの依存効果論は、現代資本主義の下では生産者の主導でこの側面にも変化が生じることを示したと言えよう。

それに対して、ボードリヤールは、人間学的仮説が個別の欲求とその対象としての消費財をダイレクトに結びつけていることを批判し、商品が「記号」と化した現代の消費においては、欲求ではなく「欲求のシステム」が問題となっていることを強調した。現代における「消費」は、前近代の共同体における「象徴」的蕩尽や、自らの「人格性」と具体的に結びついた欲求に従っての財の選択といった享受とはまったく異質なものであって、「絶えず発せられ受け取られ再生される記号のコード」、そう

60) 同上(p.216)。

61) ヘラーは、資本主義的経済システムの下での欲求の疎外について4つの論点を挙げ、そのうちの「質と量」の考察において、『経済学批判要綱』においてはマルクスも、資本の増殖欲に適うか否かという観点から加速される欲求と萎縮させられる欲求があること、あるいは、貨幣は質的な欲求をも量化さ

せ、量化させないものは萎縮させることを論じていたと指摘している(前掲邦訳 pp.54-57)。

62) 鳥越皓之氏は、環境問題に関わって住民調査を重ねるなかで、「行動」という外形的に現れたものは「たまたま、あるいきがかり上そうなった」だけで、条件しただけで現れてくる他の選択肢もあったのではないかと、したがって伝統的な社会学の

したものとしての「言語活動」にほかならないというわけである。

だからまた、「かけがえのない特質と特別な重みをもった絶対的価値」としての「個性」など、「すでに死滅して現代世界から放逐されている」とみなされたし、現代の消費者は悪魔と取引する自らの像や影さえもはや失っているともみなされたのである。

他方で、カルチュラル・スタディーズから触発を受けた浅見氏は、消費行動の表面に表われてくる姿は基本的にボードリヤール説と変わらないけれども、現代の消費者もそれなりに人格的個性を追い求める存在であるとする。ただ、その願望は叶えられず、結局、「自己」の「断片化」や「飛散」に伴うめまいや不安から逃れられないままに、システム化したモノの世界で演技者として「仮の自己」を着脱しながら生きているというわけである。

こうした3説を比較したとき、現代の消費者は記号化したモノのシステムと向き合い、選択を行なっているというボードリヤールや浅見氏の指摘は、たしかに現代消費社会の特質を鋭く衝いている。だが、現代の消費者は自らの影さえ失っているとか、「断片化」した「自己」のもとでめまいや不安を避けられないという解釈にはいささか疑問も生じよう。

すなわち、浅見氏が着目したように現代の消費者も人間であるかぎりそれなりの人格的な個性を追い求めているとすれば、ボードリヤール説は現代消費社会を鋭利に理念化しようとしたあまりいささか単純化し過ぎたと思える。他方で、浅見説についても、たとえば次のような疑問が生じる。まず、

断片化しつつ、相互に補完し合っただけならバランスを得ているという人格の統合のかたちがあるかもしれない。あるいは、断片化した自己に序列をつけながらそれなりに統合された人格的な個性ないしライフスタイルをメタ・レベルで保有し、その下でさまざまな選択を行なっているかもしれない。また、先の食事の例に即せば、和食と言っても、反国際派というより、小さい頃からなじんだおふくろの味に惹かれているのかもしれない。そしてそれは、行為の基底にある「経験」が培ってきた「生活意識」に注目するという鳥越皓之氏の主張<sup>62)</sup>と通じるところがあるし、そうしたレベルでの統合的人格ないしライフスタイルを考えることもできるのではないかと。

さらに言えば、浅見氏が、政治経済学との相互補完の必要性論とも絡めつつ、消費者の能動性に着目することで光を当てた、「社会的な意味構成の主導権」をめぐる「ヘゲモニー」争い<sup>63)</sup>も、こうしたメタ・レベルないし深層レベルでの争いをも視野に考察されるべきではないであろうか。

のみならず、そうであるとすれば、現代消費社会の閉塞状況からの脱出口を、「豊かな社会のアノミー」としての暴力や疲労に求めるのでもなく、あるいは「自暴自棄の反乱」などに求めるのでもなく、むしろ人びとがそれぞれに抱くそれなりに人格的な個性の質を問い直すという方向で展望することも不可能ではないであろう。その際には、人間的なコミュニケーションの一定の回復への道も開かれてきそうである<sup>64)</sup>。

立脚するところの、行為を「分析の基礎単位」に設定してそこから考察を展開する「行為論」的アプローチには限界があり、むしろ他の行動をも潜在的可能性として内包するような、行動の根源にある「経験」にまで遡るべきであり、その経験が培う「生活意識」に注目すべきと提唱している（鳥越1989 pp.20-21, pp.31-36など参照）。

63) 浅見（前掲書pp.50-51. 同書pp.93-94, pp.98-99, pp.114-115などを参照）。

64) この点は、K.ポラニーの自由論や独自の機能的社会主義論とも重なるところがあり、広い視野で脱出口を探るという点でもちょっと興味深い。若森みどり（2011 pp.31-33など）、G.デイル（2019 pp.140-143.）、拙稿（2023 p.80）を参照。

そこで、次節では、こうした可能性の探索をも遠望しつつ、日本における現代的な消費社会の展開過程を追ってみることとしよう。

#### 参考文献

- ◎ 浅見克彦 2002『消費・戯れ・権力』社会評論社
- ◎ 天野正子 1996『「生活者」とはだれか』中公新書
- ◎ 川北稔 2010『イギリス近代史講義』講談社現代新書
- ◎ デイル, G. 2016(邦訳2019) 若森みどり, 若森章孝, 太田仁樹訳『カール・ポランニー伝』平凡社
- ◎ 暉峻淑子 1989『豊かさとは何か』岩波新書
- ◎ 鳥越皓之 1989「経験と生活環境主義」 同氏編『環境問題の社会理論』御茶の水書房、所収
- ◎ 成瀬龍夫 1988『生活様式の経済理論』御茶の水書房
- ◎ 馬場宏二 1986『富裕化と金融資本』ミネルヴァ書房
- ◎ 深川英雄 1991『キャッチフレーズの戦後史』岩波新書
- ◎ ヘラー, A. 1976(邦訳1982) 良知力, 小箕俊介訳『マルクスの欲求理論』法政大学出版局
- ◎ ボードリヤール, J. 1970(邦訳2014) 今村仁司, 塚原史訳『新装版 消費社会の神話と構造』紀伊國屋書店
- ◎ マルクス, K. 1844a(邦訳2005) 村岡晋一訳『経済学・哲学草稿』(『マルクス・コレクションI』所収) 筑摩書房
- ◎ ——— 1844b(邦訳1970) 杉原四郎, 重田晃一訳『マルクス 経済学ノート』未来社
- ◎ 宮本憲一 2007『新版 環境経済学』岩波書店
- ◎ 若森みどり 2011『カール・ポランニー』NTT出版
- ◎ 梅澤直樹 2020「環境問題への社会経済学的アプローチ再考」『大和大学 研究紀要』第6巻
- ◎ ——— 2022「資本主義的市場経済システムとは」『彦根論叢』433号
- ◎ ——— 2023「環境社会経済学の先駆者たち」『滋賀大学環境総合研究センター研究年報』Vol.20

