

〈研究論文〉

過剰同調社会論の試み（中）

——探究のためのノート——

小 沼 堅 司

- I. 「管理民主主義」のなかでの保守回帰——分析の視点——
- II. 同調の培養基盤——同調社会における「個性」と「自治」の貶価——
- III. 「甘え」社会とその病理——閉塞化と不安における原理感覚の喪失と〈タレ流し〉の精神——
- IV. 日本人の「進歩」性——危機のセラピーかそれとも「ドレイ文化」か——（以上5月号）
- V. 歴史意識の「古層」（丸山真男）——「牧人＝司祭型」権力（M・フーコー）との対比において——（以下本号）
- VI. 日本語の人称詞における私的二人称の関係——「われ」の過剰と個人の埋没——
- VII. 「豊かな」社会あるいは「消費社会のテロル」——ボードリヤールの分析の意味——
- VIII. なぜ「中流」か——「中間」色を分泌するメカニズムと「管理された自主管理」の矛盾——（以下11月号）

V

記紀神話における「産む」の過剰とおおらかな欲望自然主義は、日本人の独特のエネルギーの源泉をなしている。『古事記』の「国土生^くみ成^なさむ」というイザナギ（伊邪那岐）イザナミ（伊邪那美）の二神による国生みの神話は、農耕社会における豊饒儀礼と結びついた生・宇宙的なエネルギー信仰¹⁾の一つとあってよいが、この生・宇宙的生成観はまた独自の進化的発展観（進歩の観念ではない）の母胎をなしている。歴史は「おのずからなる」という生成の単線的な継起であって、無限の適応を可能にする「進化」の表象と結びついているからである。この生成＝発展の中で、生・宇宙的エネルギーの発揮は、その儀礼化された形態である祭によく示

されているように（神輿の先棒争い、石合戦、水かけ祭、けんか祭など）躍動的な集団的競争をうむ²⁾。これらの儀礼は、集団的興奮（orgy）をかき立てつつ生命力の象徴である性的エネルギーの発散を公認化することによって、集団的エクスタシーを昂揚させる。そしてこの「いきほひ」としての祭のエクスタシーの中での情念の解放は、生命力への憧憬^{あこがれ}と期待を支えつつ現実の日常生活における労苦を耐えさせる。この「ハレ」と「ケ」の聖・俗循環は、日本人の根源的な宗教感覚をなしているといわれるシャーマニズムにおけるヒトガミ信仰のミコ（聖）とそのおつげを解釈するサニワ（俗）という聖・俗の人的区別に起源をもつといてよいが、生成における生・宇宙的エネルギーの周期的発散の期待を人々に抱かせつつ日常的労働（「ケ」）の時間を支えているのである。このような「ハレ」と「ケ」、「祭」と「労働」という時間による生活行動の区別と、ムラ内の「掟」と「旅の恥はかき捨て」という生活行動空間による二重倫理の区別とが、閉じられた農耕社会の特有のダイナミズムを形づくってきた。

丸山真男氏は、その画期的な労作『歴史意識の「古層」』³⁾において、「近代に至る歴史意識の展開の諸様相の基底に執拗に流れつづけた思考の枠組」を歴史意識の「古層」と名付け、その古層を形成している「なる」・「つぎつぎ」・「いきほひ」という三つの基底範疇を折出して、それらの連関を解明している。氏は、記紀の宇宙と国土神の発生論において「なる」発想が「うむ」論理にも滲透していること、「うむ」を不断に「なりゆく」過程にひきこむこの「なる」の発展は、「生・成・変・化・為・産・実」のすべての意味を包括していること、そして有機物のおのずからなる発芽・生長・増殖における「なる」優位の原イメージが同時に「歴史意識をも規定していること」を、まさに日本人の歴史意識の「問題」性として分析している。

このような「なる」の論理が「つぎつぎ」の発想と親和して歴史の範疇として集中的に表現されるのが「血統の連続的な増殖過程」であった。「次」も「継」も同じように「つぎ」であるが、「いやつぎつぎに」は、親子の「継承」だけでなく「縦・横をふくんだひろがり」における皇室の血統の継続性と時間的〈無窮〉性を意味していた。この「末広がりの増殖」は、皇室のみではなく摂関・武将の家から本願寺「一家衆」、さらには各種の「家元」に至るまで一般化する「重大な価値意識」なのである。

「いきほひ」は、気・胆気・威・威福・権・勢・権勢などの漢語の意味だけでなく、「いきほひ＝徳という用法」に示されるように日本人の「価値意識」を規定している。とくに「生成・増殖・活動のタマあるいはヒ（霊力）への信仰を媒介として〈なる〉のカテゴリーと連動」するとき、より一層高い価値序列をえる。さらにこの生成・増殖の霊としての「いきほひ」が漢語における「孫子」的な力学的運動量^{モメンタム}としての「勢」と癒着するとき、「時勢」あるいは

「天下之大勢」という「日本の歴史意識および価値判断においてきわめて流通度の高い範疇」を形成するようになる。

こうして「つぎつぎとなりゆくいきほひ」は、「日本の歴史意識の古層をなし、しかもその後の歴史の展開を通じて執拗な持^{パツソ・オステイナート}続底音としてひびきつづけてきた思惟様式」であった。しかもこの歴史的オプティミズムはあくまで生成の「線型な継起」であって、それゆえにこここの古層は、未来に理想社会をおきそれから逆算して現在をその目標への段階として位置づける西欧的な「進歩史観」のいう進歩ではなく、無限の適応を可能にする「進化」の表象と親和している。それは「おのずからなる」という自然的生成の観念である。このような進化の歴史像の中核をなすのは永遠の「いま」である。次々となりゆく過程として観念された過去は不断にあらたに^{リアー}現在し、未来は常にこのような「いま」の「いま」からの「初発」に他ならない。このような線型な自然的生成観における「いまこなる」現実重視は、「今の世は今のみのりをかきこむ」(宣長)受動的服従の側面と「勢に乗じ」たエネルギーな能動的実践の側面とを併せもっている。しかも一見すると相矛盾するかの如くみえるこの態度は「刻々の〈いま〉を中心とする同方向的な進行において世界をとらえる精神傾向によって奥底で結ばれている」のである。「いま」の重視は経験的リアリズムを可能にし、「いきほひ」のエネルギーは「近代日本を世界の最先進国に位置づける要因」であるかもしれない。しかし他面では、あらゆる理念への釘付けから解き放たれて移ろいゆく瞬間の享受として、所与の現実への卑俗な適応に墮すかもしれないのだ。さらにまたこのような「いま」の現実重視は、現世的ゴリヤク(御利益)信仰と結びついて、ついにはデモクラシーをも利益民主主義へと変質させてしまうであろう。

日本のような「豊饒」な農耕社会、しかもほとんど家畜を用いない集約的な手耕の小農法の生産形態にもとづく定住農耕社会と対比して、苛酷な「目には目を」という戦闘者の誓約集団を基盤とする「牧畜型」社会では、「産む=生む」ことにまつわる一般的禁欲が戒律として成立する。そこではM・フーコー⁴⁾が「性と権力」において、性の言説化(それは性のアール、即ち性関係あるいは性器によって最大の快楽をひきだすことを探求する性愛の術ではない)を「牧人=司祭型」権力の発生の重要な契機として挙げたように、欲望ナチュラリズムは厳しく抑えられざるをえない。首長=羊飼いと臣下=「羊の群」との依存と支配の関係として成立する牧人=司祭制(pastorat)は、地中海東部世界、エジプトやメソポタミア、アッシリアとりわけユダヤ社会において見い出される権力のメカニズムであった。そこではユダヤ教において神はその民族の羊飼いであり、エホバの民はエホバの羊の群であったように、またイスラエル

の初代の王・ダヴィデが神の手から民族の羊飼いととしての使命を授けられ、羊の群が「羊の小屋」に戻り神の懐に帰るときその民族としての救いが得られるとされたように、羊飼いと羊の群のテーマは宗教的・社会的・政治的なテーマであった。この「牧人型」権力は、第一に、通常政治権力と異って領地に対して及ぶのではなく、その権力の対象は移動する群の中にいる個々人であった。第二に、他の勝利者的権力と異って、その最も重要な機能は征服や勝利ではなく羊の群を養うこと、つまりよい牧草を与え泉まで導いて水を飲ますという個人と集団の生活を保障することであった。第三に、牧人は牝羊一人一人の救済のために自らを犠牲にしなければならないのであって、本質的に「個人を目指す (individualisant)」を特徴とするものであった。

キリスト教は、ローマ帝国内で一つの政治的・社会的な組織力となったときこの「牧人型」権力を導入した。M・フーコーは、キリスト教社会におけるこの「牧人=司祭体制」の組織化をつうじて、四世紀以降の西洋世界の歴史、とくに「性」の歴史にとってきわめて重要な結果をもつメカニズムが発展していった、という。つまりこの「西洋社会に構造的に大きな作用を及ぼした権力」は、キリスト教会の制度化、教会内部での階層秩序の確立、「羊の群」である信者に対して来世や罪や救済といった信仰の総体をめぐって個々人の内面をはっきり見ることが責務とする「牧人=羊飼」である司祭の確立、とともに形成されたものである。この権力の形成とともに、「すべての社会が古来体験してきた権力の古い法制度的構造、つまり法に違反すれば罰せられるという構造に、それよりは遙かに細かく厳密かつ微妙なもう一つの形の行動分析、もう一つの形の有罰化、もう一つの形の断罪が付け加わったわけであり、それを遂行するのが個人に救済を義務として強制することのできる〈牧人=司祭〉であり、救済のためには個人の行動の全てを知りそれを監視し、少なくとも絶えざる監視と管理の力を個人の行動の全てに及ぼし得る立場にある〈牧人=司祭〉に他ならない⁵⁾。」しかもこの「牧人=司祭」は、「他者に対して〈絶対の服従〉を要求することができる人物」なのである。そのためには牧人=司祭は、真理と道徳の「教師 (maitre)」として、キリスト教徒を内部つまり「魂」の中で個人の最も深層の秘密の部分で生起していることすべてを知っていなければならない。この個人の「内面性」についての認識を、牧人=司祭は、キリスト教徒固有の「全的かつ恒常的な〈告白〉という実践の義務」=「己が魂の内密の部分で起きたすべてのことを言う義務⁶⁾」をつうじて得る。つまり牧人=司祭型権力は、「告白」=「告解」という技術によって個人の「主観性」をはっきりさせ、「個人が己の意識に対してもつ関係を構造化する必要があった⁷⁾」のである。この宗教に由来する権力においては個人は、主観性の形成つまり自己の弱さ・身体・性についてたえざる覚醒状態にある自己の意識を形成することによって、主体であると同時に、あるい

は主体であることによって隷属しているのである。こうして主体 (subject) は文字通り臣民 (subject) である。この〈主体化＝隷属〉、しかもキリスト教的肉体つまりたえざる墮落と誘惑の危険にさらされた「警戒すべき何物か」としての〈性〉についての「告解」による言説化を通じて再生産される〈主体化＝隷属〉こそ、牧人＝司祭型権力の最奥の成立根拠であった。だからこそこの権力は、個人形成という手続きを不可欠の前提としていたのである。

フロイトと精神分析が出発点としたのは、一九世紀後半の精神病理学において、さらには同時代の西洋社会において、極めて重要になっていた奇妙な現象、つまり主体が自己の過去あるいは身体を忘却ないし否認するという「ヒステリー」の現象であった。フロイトは、これを、主体の一般的な自己忘却・否認としてではなく、主体による自己の「欲望」の忘却・否認として捉えた。これに対してM・フーコーは、これと正反対の現象、つまり性の領域にまつわって、文化的・社会的レベルにおいて存在した「過剰な知 (sur-savoir)」という現象に注目し、この「性についての知の過剰産出」をその固有の起源と固有の形態において分析しようとしたのである。この「知の過剰」こそ、既述の「牧人＝司祭体制」のもとでの良心の検討や告解の実践を通して行われる「主体内部の」真理の産出の帰結に他ならなかった。この主体の真理の契機を剔抉することによってフーコーは、欲望と権力という二極的な対立の構造において、「性」をもっぱら権力によって抑圧されるものとして捉えるH・マルクーゼやW・ライヒの分析から離れてゆくのである。彼らは、権力の役割・機能を、抑圧の原理の視点から、つまり欲望を禁止し、排除するものとしてのみ分析した。その効果として、権力は、排除作用、ヒステリー化、隠蔽作用を及ぼすことになる。それに対してフーコーは、欲望と権力との間に主体の「真理」を介在させ、「性」を三極構造においてとえようとした。その結果かれは、権力の作用を「禁止」という否定の側面だけでなく、直接的な生産性（真理という生産的側面）において分析することになったのである。すなわち「〈禁止〉や〈拒否〉の役割ではなく、〈権力〉と〈管理〉のメカニズムの設置」という事態であり、「それは同時に〈知〉のメカニズム——個人の知、個人についての個人自身による知のメカニズムでもある⁸⁾」という経緯であった。

「見る」ことの攻撃性を強調したのはJ・P・サルトルであったが、このような強さとしての主体の論理と倫理の基底には、フーコーの謂う「主観性の強制」のメカニズムがあったように思われる。対照的に我国の文化にあっては、「見る」ことの〈非礼〉性と主体の自己滅却とが強調される。既に本稿の第二節で述べた「厳しい〈意志〉の世界と〈情〉の世界、闘争の世界と共生の世界、〈父〉社会と〈母性〉社会の対比」は、自然的生成＝進化の観念の基底にある「歴史意識の古層」にまで垂鉛をおろして分析されねばならないのである。

次節において私は、我国における「見る」ことの攻撃性の社会的非難や「主観性」の強制的否認の事態とそのメカニズムを、日本語組織における著しく対象依存的（他者中心的）で非対称的な対人関係の言語的形態に即して分析してみたいと思う。人称詞をはじめとして敬語、助詞、助動詞にまで及ぶ日本語組織の構造の中に、自己意識の日本的形態、つまり人格的主体性に対する直接的関係性の優位のもとで常に相手にととの「相手」でしかない「自己」の日本的な在り方の最深の秘密が含まれているからである。その際、人称詞の用法を中心として、「私的二項関係」における「私」意識の過剰と主体の自己滅却という逆説的な事態に焦点をさしぼる予定である。

注

- (1) エリアーデ（堀一郎訳）『大地・農耕・女性』を参照せよ。
- (2) 石田雄『日本の政治文化』52ページ。
- (3) 丸山真男『歴史意識の「古層」』（『日本思想史体系・歴史論集』解説第1章）。
- (4) M・フーコー「〈性〉と権力」、『政治の分析哲学』、渡辺守章「性的なものをめぐって——『知への意志』を読む」、フーコーと渡辺の対談「哲学の舞台」（いずれも、M・フーコー、渡辺守章『哲学の舞台』に所収されている）、『現代思想』1978年7月号所収のM・フーコー「性と権力——講演と討論」、また『知への意志』第1章「性の科学」（渡辺訳『海』1977年3月号）を参照。
- (5) 前掲書『哲学の舞台』139—140ページ。
- (6) 同、142ページ。
- (7) 同、169ページ。
- (8) 前掲雑誌『現代思想』での討論参照。

VI

私はさきに、日本人の集団主義の ethos を指摘して集団への個の埋没あるいは和合といった。（第二節参照）だがより正確に言えば、「われ」の意識は日本人にあってはむしろ過剰なのである。この「われ」意識の過剰と個性の埋没という一見すると相反するように思われる現象について、以下日本語における人称詞の構造とその用法の特色を手掛りとして¹⁾ 考察してゆきたいと思う。なぜなら、日本語の人称詞の構造と日本人の自我意識の構造とは密接な関連を有するだけでなく、さらにこの関連は、日本社会の家族的構造や人間関係のあり方を反映しているからである。

日本語の人称代名詞と英語やドイツ語、フランス語など西欧各国語で用いられている人称代名詞を比較して、私たちがまず最初に気づくことは、西欧諸国の人称代名詞は、同一の歴史的起源に遡ることができ、しかも一人称代名詞はただ一種類（〈I〉、〈ich〉、〈je〉）、二人称代名詞は原則として二種類（英語は〈you〉のみ、ドイツ語とフランス語は自己との心理的距離の増減に

応じて、それぞれ《Sie》と《du》,《vous》と《tu》の2つ)しかないのに対し、日本語の人称代名詞の場合には、種類がひじょうに多い(しかもそのどれをとっても、現代から古代まで遡ることはできず、多様な歴史の変遷を経てきている)という事実である。しかも西欧各国語の場合、対話という言語行為において、ごく特殊の場合を除いて、人称代名詞が必ず用いられる(省略される場合でも、それに属する動詞や助動詞の人称変化によって潜在的には常に表現されている)のと対照的に、日本語の人称代名詞においては、種類が多いにもかかわらず極力これを省略しようとする傾向が強いただけでなく、対話の相手によっては使うことができないか、親族名称や地位名称のみしか用いることができない場合が多い。この対人関係用語 (terms for interpersonal relationships) の使い分けの構造は、日本語に特有の極めて興味深い問題であり、日本社会における自己認識のパターンを析出するのに役立つように思われる。西欧の各社会において、話者が自分のことをたとえば《I》と言語的に自己規定することは、自分が対話という言語行為における能動的主体であることを明示する行為であり、相手を《you》と称して言語的に対象規定することは、相手を受動的主体として位置づけるという意図を含んでいる。この人称代名詞による言語的自己規定は、主体が、相手が誰れであろうと、相手が不在であろうと、いついかなる事情においても、自己同一的な不変の自己であることを意味している。自己のアイデンティティ主体性は、相手の存在の認識以前に既に前提されているとっていい。このように言語行為の能動的主体として自己を規定する西欧語の絶対的規定は、話者の地位や職業、身分、年齢に関係なく行われる。同様に、人称代名詞によって相手を受動的主体として規定する際にも、相手の具体的な属性とは無関係である。相手は、自己にとっての相手であって、具体的にどのような人であるかに左右されない。いわば、自己にとっての相手として、徹底的に自己中心的(ego-centric)に抽象されたものが、西欧語の二人称である。それ故、対話において話者と相手とは、たんに言語行為における能動的主体と受動的主体として抽象的な役割のみを担う存在として関係し合うのであって、この点では、相手の立場や相手との関係という具体的な対人関係のあり方によって、自分に対してどの人称代名詞を用いるか、また相手に対していかなる人称代名詞を用いるか、あるいはそもそも人称代名詞を用いることができるのかどうかが決定的に異なる。

このように、徹底して「自己中心性と抽象的他者性」(木村敏)という特色をもち、《I》の並存ないしは相互置換という言語的關係(A=I→B=you, A=you←B=I)を切り結ぶ西欧語の人称詞の構造と対照的に、日本語における人称詞の用法は著しく他者中心的(alter-centric)であり対象依存的である²⁾。例えば、いま人稱詞が使われる関係場面を親族内の場面と親族外のフォーマルな組織とに分けて考察すると、親族内関係場面においては奇妙なことに、目下の

者は目上に対して人称代名詞を使って直接呼ぶことはできない。子供や弟妹は、それぞれ父母、兄姉にむかって「あなた」とか「君」とか呼ぶことは許されず、必ず「お父さん（パパ）」「お母さん（ママ）」、「兄さん」「姉さん」というような親族名称を用いるのが普通である。逆に目上の者が目下の者に話しかける場合には、例えば兄が弟にむかって「弟ちゃん野球しようか」とか、両親が娘（息子）に対して「娘（息子）明日デパートにつれて行ってやるよ」などとは言えないように、今度は一切の親族用語を用いることはできず、名前か「君」「お前」などの人称代名詞を使用する。こうみえてくると、親族あるいは家族内で人称代名詞で相手と呼ぶことができるのは、目上の者だけに限定され、目下の者は目上に対してもっぱら親族用語を使うという仕組みになっていることが分る。しかもその際、日本語における親族名称は、たんに呼びかけの機能を果す呼格的用法だけでなく同時に人称代名詞的の用法をも含んでいる。英語などでも、例えば「ダディ」や「マミー」など目上の者に対して親族語を用いるが、その際の用法は呼格的用法に限られて人称代名詞的に用いられることは殆んどない。(Mother! Do you like it? とは言っても Mother! Does Mother like it? とは言えない)

さらに日本人の親族用語の用法には、鈴木孝夫氏³⁾が「親族名称の虚構的使用」と命名した興味深い現象がみられる。例えば、母が自分の年長の息子を「お兄ちゃん」と呼んだり、夫が妻を、また逆に妻が夫を、それぞれ「お母さん（ママ）」「お父さん（パパ）」と呼び、さらに祖父母が自分たちの息子あるいは娘を呼ぶに際して同様に父母概念を含む言葉を用いるという事態である。これと全く同じ現象が、家族内の対話で話者が自分を言語的に規定する際にもみられる。父が子供と話するとき自分を「お父さん（パパ）」と呼び、兄が弟にむかって自己を「おにいちゃん」と呼ぶように、目上の者が目下に対して話をする時には、しばしば親族体系内の地位指示名称を用いて自己規定している。このように実際の関係とは矛盾するような親族用語の虚構的用法に共通してみられる構造は、目上の者は自分と相手の関係を自分の立場から眺めるのではなく、子供しかも最少年の子供の立場に心理的に同一化して規定することである。三世同居の家族において、祖父母が自分の息子・娘を「お父さん（パパ）」「お母さん（ママ）」とよび、息子・娘が自分の父母を「おじいちゃん」「おばあちゃん」と呼ぶのも、逆に祖父母と父母が自分たちのことをそれぞれ「おじいちゃん」「おばあちゃん」「お父さん（パパ）」「お母さん（ママ）」と呼ぶのも、子供＝孫を基準にしているからである。母親が自分の年長の息子を「おにいちゃん」と呼び、その息子自身もしばしば自分のことを「おにいちゃん」と呼ぶ場合も同様に、弟つまり家族内の最年少者の立場に同調しているからである。このような親族語の虚構的用法にみられる対象との心理的同一化が如何なる意味をもっているかについての考察は後に譲ることにして⁴⁾、次に親族外のフォーマルな組織（例えば企業）における人称詞の用法

を簡単にみておこう。

目上・目下という上下の基準による親族内での人稱詞の用法の原則は、親族外の関係場面においてもほとんどそのままあてはまる。もちろんその場合には、親、子、孫といった世代による上下区分は存在せず、例えば企業における社長—部長—課長などの地位区分、学校における先生—生徒の役割（資格）区分があるだけであるが、この地位＝役割基準の上位の者に対しては、「課長」（あるいは「〇〇課長」）とか「先生」（あるいは「〇〇先生」）とは言えても「あなた」「君」などの人稱代名詞を用いて呼ぶことはできない。同様に、課長や先生は、部下や生徒に対して家族名（「〇〇君」など）か代名詞を用いることはできるが、しかし家族内で兄が弟を「弟」と呼ぶことができないのと同様に生徒を「生徒」と呼ぶことができない（企業の上司も部下に対して「係長」などというよりも、家族名か代名詞で呼ぶ方が普通である）。この構造は、自分を役割地位を示す名称で呼ぶ場合にも同じであって、先生は生徒に対して自分を「先生」と言えるが、生徒は自分たちのことを「生徒」とは自称できない。このように、親族の内と外のいずれの関係場面においても、人稱代名詞を含めた日本語の対人関係語の用法は、世代・地位・役割（資格）の基準による上下の区別によって厳格に規定されている。しかもこの区別は、さきに兄と弟の例で示したように、年齢の上下や入学・入職の前後関係によってより細分化されているのであって、ここに日本語的世界に独特の「先輩」—「後輩」というペアとなった対人関係用語が生れてくるとともに、「〇〇君」→「〇〇さん」といった接尾語の違いによってその差を微妙に指示することが行われるのである。この点は、同僚 (colleague) や同世代の者が平等な集団関係を切り結ぶ西欧語の世界と決定的に異なっているのであって、日本語的世界においては上下という縦の関係がいわばじゅず繫のようにどこまでものびているのである。

このようにみえてくると、自称詞、対称詞どちらの場合でも、日本語の人稱代名詞には多様な「自己」表現（私、僕、おれ、あたし、自分、うち、てまえ、おのれ、おいら等々）や他者表現（あなた、君、お前、貴様、貴殿、貴下等々）の種類が存在するのであるが、それらの使用は実際には、上下の関係およびその関係における自己の位置や立場によって制限されていたり使い分けを強いられたりしているということが分る。つまり著しく他者中心的 (alter-centric) であるだけでなく、「非対称的」なのである。この点、ヨーロッパ語の世界における対人関係様式においては、例えば王様と乞食が対話しても両者のもつ人間的属性や身分的關係とは無關係に相互に自己および相手を人稱代名詞で呼ぶことができるのとは対照的である。西欧各国語の人稱代名詞の場合、対話者相互の言語的關係はあくまで「交換的 (reciprocal)」で「対称的 (symmetrical)」であるのに対して、日本語のそれは「非交換的 (non-reciprocal)」であり

「非対称的(asymmetrical)」なのである⁵⁾。日本人は、対話の相手を抽象的他者とは見做さないので、自他の関係を貫く或るハイアラキイの体系内での地位や立場に応じて自己と相手を言語的に定位しているのである。逆に、ハイアラキイの中の相手と自己の関係が未定であるような場合、或いは素性が分からないような見知らぬ他人や社会的に位置づけるべき手掛りがない場合、自他を言語的に定位することが困難となり或る種の不安定感に襲われることになる。自他の関係が未定であったり、面識はあっても比較的疎遠な人に対して、私たちがしばしば「おたく(様)」とか「おたくの会社」などと無色の呼掛け語を用いるのも、このような戸惑と不安を回避しようとする無意識的な努力の現われとっていい⁶⁾。ともあれ非対称的な自他の関係の決定は、人称(代名)詞の用法だけでなく、敬語の用法(適切な語彙、敬体動詞形や敬讓助動詞形の選択)、さらには全身的な態度や表情など非言語的行為までにも微妙な影響を及ぼしているのである。

このような人称詞の構造は、余りに具体的(非抽象的)な対人関係の様式に規定されているのであって、私たち日本人は、常に「私」を直接相対する他者との関係に対応させて表現し行動している。つまり他者との関係において自己のおかれている地位、立場にあわせて振舞っているのである。自分のおかれている立場の中で「私」の分限を守り、序列に順応して自己を表現しかつ行動するというこの関係の在り方の中に、日本人における「私」意識の過剰と主体としての個人の埋没という一見相反するが如き現象が生れてくる原因がある。故森有正氏はかつて、関係の親密性と関係の垂直性(上下関係)を特有の性格としてもつ日本語並びに日本社会の私的二人称的關係＝「二項方式」について、次のように語ったことがある――

この二項方式というのは、二人の人間が相互に二人称同士として関係しており、それがすべての関係の基礎になっているということなのである。

自分をたえず相手によって見られているものとして意識し(つまり相手にとっての二人称として)、相手もまたそういう自分にとっての二人称であることを意識している。それは丁度、二枚の鏡を向かい合わせたようなもので、どこまでも限りなく相互に映し合うのである。その場合、二項(二つの二人称)は、必ず上下の関係で並んでいる。君一臣、親一子、師一弟、先輩一後輩など、そしてこの上下の関係は既成社会のそれなのである⁷⁾。

こうして、既に述べたように日本人の言語的人間関係においては、話者の言語的自己規定は、相手との関係によって規定されるというように著しく対象依存的である。そしてこの関係は、

故森有正氏がいうように本質的に二項的、固定的である。言い換えれば、私たちの心理構造においては相互の関係における役割期待が固定されていると見てよい。さらにまた話者は、このような役割期待を了承しつつ自己を相手に同調させ、順応することを求められている。それ故自他の対立を前提とする文化におけるように、対立する個と個の間の意志を交換し利害を調節する手段としての言語の機能は、必要最小限に抑えられることになる。「察しがいい、悪い」とか「気がつく、つかない」とかいう非言語的な「察しの文化」、「気の文化」が成立し、「・・・らしく」や「・・・のくせに」という役割固定化の心理構造が根強いゆえんである。同時に他方では、この役割期待の固定化と同調化の機制は、その最深部においては親族名称の虚構的用法にみられるような対象同化の心理構造と結びついている。ともに他者中心的視点によって自他の対立関係を回避しているのである。

それ故さきに述べた日本人の「私」意識の過剰は、私的二人称的關係におかれた自我のいわば宿命なのであって、主体としての個人の埋没という現実といささかも矛盾するものではない。そして故森氏のコトバを借りていえば、この私的二項關係は、「個人が孤独の自我となるのを妨げると共に、孤独に伴なう苦悩と不安を和らげる作用を果すのである。また二人の人間が融合することによって、責任の所在が不明確になるのである。これは内容的には孤独の苦悩を和らげることと同じである⁸⁾。」私的二項方式あるいは日本人にとって唯一の私的存在の形態である「間柄的存在」(和辻哲郎)においては、「私」(一人称)はあくまで「汝」すなわち二人称としての相手にとっての二人称となり、端的に一人称としての主体性を棄てて相互的な二つの「汝」の關係の透明さを確認し合うからであり(先えば「腹を割って話をする」という日本語の表現)、主体性は直接的(無媒介的)關係性にとって代えられるからである。日本社会の「安定的」性格は、このような關係性の優位に求めることができよう。だがさきの「腹を割って話をする」ことが〈割腹〉のイメージを連想させるように、この關係は、醒めた主体の孤独と自由を許さない程に強制的でありうる。そして既に考察したように、關係の兩項が既成の社会秩序に規定されそれを内容として含むが故に、安定性は、既存秩序への受動的服従=同調の強制の上に成立するのである。もし故森有正氏の思索の究極の主題である「經驗」を、主体による「自己」の定義として理解して誤ちがないとすれば、私的二項關係は、このような「經驗」の精神的結晶を阻み続けてきたと見てよい。現代日本の文明がたえず「速度」を氣にして熟成を許さず、常に「(安)普請中」であり続けているのは、この經驗の精神(史)的結晶とその一つ一つの積重ねではなく、經驗が直接的な「体験の思い出」としてそのつどに消費され、消費されることによって「物化」されてしまうこと(經驗の疎外態としての「体験談」の隆盛)によるのであろう⁹⁾。

こうして私的二項関係における私たちの直接性信仰は、自他の関係だけでなく、日本社会の経験のあり方、さらには社会観と自然観¹¹⁾を貫いているものである。二項関係における「私」の経験は、〈一人称—三人称〉関係の意志的な「不断の緊張状態」とそこに孕まれている「苦悩的要素」(森有正)からの逃避を意味し、最も深いところでは安楽と享楽の追求に基づいている(いわゆる「欲望ナチュラリズム」の問題)。このような「私」は、三人称的關係を基とする社会關係の厳しさとクールさは不得手であり、三人称的他者とのある乾いた關係は、「温もり」を欠いたものとして嫌われるか、さもなくばその反動として「殷懃無礼」な振舞いによって処理される。このような私たちの人稱的關係のあり方は、我国における「社会」のあり方を反映しつつ同時にそれを規定しているといつてよい。私たちの「社会」は、「この二項關係の無数の集合によって分節されている¹¹⁾」からである。さらに(引用を重ねて)いえば、二項關係にある「自我」は、「社会を構成する単位としての個の中核ではなく、私的二人稱の一方の極としての自我なのであり、こういう自我の集合は社会ではなくして、巨大な共同体であり、それは根本的に構造を欠くアモルフな集合に外ならない¹²⁾」からである(例えば「都市計画」や「土地社会主義」の思想の不在の問題)。

このように私的二項關係のアモルフな集合として存立する日本の「社会」において、「差異の社会的論理」と「管理されたナルシズム」を重要な戦略とする現代の大衆「消費社会」の論理がどのように貫徹するか、次節でJ・ボードリヤールの初期の著作を手掛りにしてみたいと思う。消費の現代的戦略は、発達した資本主義諸国には多かれ少なかれ共通にみられる現象であるが、これまで繰り返し分析してきたように同調志向の文化が根強い日本の社会においては、とくに苛酷な姿をとって現われる。戦後日本の社会においては、自動車その他の耐久消費財の急速な普及にみられるように、異常なほどの「デモンストレーション効果」(ガルブレイス)が発揮されてきたが、現代消費社会の論理は、本節で考察したような著しく「対象依存的な」文化においてこそ最もよく貫徹しようといつてよいであろう。つまり「お隣様にもお買上げ頂きました」という訳だ。劣悪な都市装置と薄ぺらな都市文化、それに悲惨な住宅状況の中で、あたかもそれのみが唯一自らのアイデンティティを証明するものであるかのように流行に走りバーゲンセールに殺倒する人々の群れ、そこに私たちが見出すことができるのは、消費における個性的な選択ではなく「個性化」のシンボルに操作された画一的な同調行動である。また無限の可能性と自律的な可逆性をもった青少年たちの内面世界に「暴力的に」侵入するテレビとそのコマーシャルは、「物」が本来もっている原質や太古の祖型あるいはそれらの生成過程(「生産過程」)だけではない、どれほど工業化された農業であっても自然の有機性から離れるこ

とはできないから)を丸ごと根こぎにし、かれらの想像力を窒息させてしまう。現代的想像力は、私たちに於いてかろうじて「パロディ」としてのみ存命しうるにすぎず、それさえも多くは没意味的な完製品の物象性を告発するだけの射程距離をもたない(ということは、物象化の世界の掌の中で踊っているにすぎないことを意味する)。だから現代においては想像力は、その豊かな自然性、原初的な抽象性、弾力的な可塑性を奪われて、人為的に操作、増幅されるに至っている。しかし私たちは、もはやそれを想像力とよぶことはできないであろう。ともあれ次節において、「豊かな」社会あるいは「消費社会のテロル」についてのボードリヤールの分析の意味を検討することにしよう。

- (1) 本節前半部でふれた日本語における対人関係用語とその用法における規則的なメカニズムについては、言語社会学者鈴木孝夫氏の一連の論稿に負っている。とくに『ことばと社会』、『ことばと文化』を参照。また後述の「自己中心性」と「他者中心性」の対比については、木村敏『人と人との間——精神病理学的日本論』第4章「日本語と日本人の人間性」に負う。他に多田道太郎「話すことと書くこと——日本語と日本人の心理」、作田啓一「言語と社会——日本語動詞の抽象的性格」、「人間と言葉——日本語の呼称選択と関係場面」(いずれも『日本語と日本文化』所収)も、鈴木氏とは異った視点からではあるが、本節と関連するところが多い。
- (2) この対象依存型の言語的自己規定は、後論で検討するように、自他の対立を回避する視点と比べてよいが、自他同一化の心理構造は、別の面からみれば観察する自己と観察される対象との峻別を避けることを意味している。私はかつて、これとは対立的な西欧市民社会の原理的には自律的な社会的意志交通関係の機制を、アダム・スミスの「同感」と「観察者」という中枢範疇に即して解明し、そこから経験的に築きあげられてゆく市民社会の「文法原理」=規範の体系とその作用=妥当様式を帰納的に分析したことがある。そこで明らかにしたように、西欧市民社会の文化においては、行為者と観察者の立場の交換の論理のみならず、行為する自己と観察する自己との主体の自己内分割と相互規定の論理が内包されている。いわば自他の区別の超克ではなく、自他の対立の相互的調節の論理である(その方法が契約というコトバ=記号による意志と利害の相互承認の社会的客観化である)。拙稿「アダム・スミスの道徳哲学における政治思想」(『専修法学論集』第25号所収)を参照。
- (3) 鈴木孝夫『ことばと社会』49ページ、同『ことばと文化』158ページ以下。
- (4) 1つだけ付言しておけば、この心理的同一化は、同一化の心理を共有する場としての日本家屋の「茶の間」の重視にも現われている。「茶の間」は、家所属員の「へだて」のない直接的な「間」^ま関係を実現する空間的な「間」であるからである。この点については、「貰い子妄想」という日本人に特異な精神病の症状を日本人の自己意識と家族意識の特異な関係に即して分析した木村敏『人と人との間——精神病理学的日本論』第5章2節「貰い子妄想」を参照。
- (5) 鈴木孝夫『ことばと社会』24ページ。
- (6) 同、42, 54ページ。
- (7) 森有正『バリだより』31, 52ページ。
- (8) 森有正『経験と思想』(全集第12巻)70ページ。
- (9) 「経験の物化」、「経験の疎外態」というコトバは、藤田省三氏による。私自身、氏の創造的な著書『精神的考察』、とりわけここでの文脈に沿っていえば、それ自体として氏の戦後の基礎経験と知的経験のあざやかな再生力を示している「戦後の議論の前提——経験について——」、「批判的

理性の叙事詩——アドルノ『ミニマ・モラリア』について——, 「新品文化——ピカピカの所与——」および「昭和」とは何か——元号批判——」などの諸論稿から多くを学び、文字通り私の「経験」の中に消化していきたいと思う。

(10) 外国語の翻訳とその消化という日本語の問題からこの「社会」観, 「自然」観の問題を考察する場合, 柳父章氏の労作『翻訳の思想——「自然」と NATURE』および『翻訳語成立事情』(とくに第1章「社会」, 第2章「個人」, 第6章「存在」)が大変示唆に富み, 学ぶところ大である。

(11) 森有正『経験と思想』76ページ。

(12) 同『パリだより』100ページ。(傍点は引用者による)

VII

記号としての物を消費する現代社会の構造をラディカルに批判しているJ・ボードリヤールが指摘したように, 現代における〈商品〉は, 200年前にアダム・スミスが『諸国民の富』において富の実質的内容として規定したような単なる機能的な便益品や便宜品ではない。〈伝統的〉商品は, 交換価値にして同時に現実的な使用価値であった。それは, あたかも伝統的な定義における記号が「意味されるものの使用価値」を有していたのと同様に, なお具体的目的性を保持していた。生産された対象と主体との独自の究極的な関係, つまり生産物を消費する目的性は, 記号における「意味された価値」と同様に, 実在していた。ボードリヤールによれば, 独占システム(ガルブレイスのいわゆるテクノストラクチュア)の成立とともに, 商品の領域でも記号領域の場合と同じ転換が生じた。記号の伝統的な定義によれば, 意味するものは意味されるものを指示し, 記号は「使用価値」ともよびうる「意味された価値」を指示していた。それは, なお「座標軸をなす心理学(および哲学)をともなった意味作用の古典的時代」である。しかし今や独占段階では, 「記号の使用価値」は消滅し, 何ものをも指示せず, 他の諸記号にだけ反響するという極限的な構造論的真理に達する。その時現実全体は, 「記号神祕的^{セミウルジック}操作と構造論的シュミレーションの場」となる。記号の領域における〈実在〉の喪失と同様の現象が, 商品の領域でも生ずる。即ち生産物の合目的意味づけ=使用価値が消滅し, 諸々の欲求は自立性を失って「コード化」される。使用価値は, 「交換価値のアリバイ」でしかなくなる。こうして独占システムは, 競争の擬制によって支えられ, 生産のヘゲモニーはいたるところで供給と需要の弁証法という擬制に支えられるようになる。そこでは競争は, 「需要の管理」, 「コードによって管理された社会化として制度化される」に至る。こうして独占時代の消費は, 「豊かさの現象学」とは相貌を異にし, 「戦略的管理・予測的先取り・弁証法の吸収・自己矛盾によるシステムの類似療法の様式」へ移行する。

独占段階を生産諸手段の独占としてではなく(これは決して全面的ではないから), 「コード

の独占」, しかも〈問い=答え〉の巨大な操作的管理をおこなうシステム自身による独占として理解するボードリヤールは, 独占段階への移行を, 「資本主義の競争段階の拡大以上」の事態, 「完全な再構造化と別種の論理」をもたらす転換として押える。かれは次のように述べている——

この転換は, 商品形態から記号形態へ, 一般的等価の法則の下での物的生産物交換の抽象からコードの法則の下でのあらゆる交換の操作化への移行にかかわる。記号の経済学への移行に際しては, あらゆる価値の単なる〈商人的淫売〉などは問題にならない(このような見方は, つまるところ1848年の『共産党宣言』の有名な章句のロマン派の見解である。つまり, 資本主義は, 芸術, 文化, 労働といったあらゆる人間の諸価値を踏みじり, 金もうけの種にするという利潤にたいする批判的ロマンティズムである)。問題となることは, 価値からコードの指導権の下での記号としての交換価値への移行であり, すなわち搾取の構造よりもずっと巧妙でずっと全体主義的な管理と権力の構造である。なぜなら, 記号は, 商品の共示義以上のものであり, 交換価値への記号学的補足以上のものであるからだ。それは構造的操作に適わしい操作的構造であって, それに比べれば剰余価値の量的秘密も無害なものにみえてくる。記号の超イデオロギーと意味作用の全般的操作化——これは今日いたるところで, 構造言語学, 記号学, 情報科学, サイバネティクスといった主要な新学問によって承認されており, またこれらの諸学は, システムの理論的基礎として古い経済学を駆逐してしまった。コードの象形文字をあやつるこの新しいイデオロギー的構造は, 生産的エネルギーをあやつったイデオロギー的構造よりもずっと解読しにくい。意味と差異を産出する能力をあやつるこの操作は, 労働力をあやつる操作よりもラディカルである¹⁾。

このような〈実在〉(使用価値)との究極的な関係を喪失した操作的記号としての〈モノ〉を消費する現代社会の論理と構造について, 以下『消費社会の神話と構造』に則してみたい。ボードリヤールの出発点にあったのは, 現代社会における〈記号化されたモノ〉に対する告発であった²⁾。高級時計が, 正確に時を刻むという有用性以上に社会的ステータスのシンボルとして機能し(あるいは機能するかの幻想を与え)他者との差異表示記号として機能するように, あるいはまた性行動が, 種族保存という本来の目的性を喪失して〈記号としての性器〉の享乐的消費に墮してしまうように, 〈モノ〉の記号化は, 〈モノ〉の本来の有効性(使用価値)を喪失させてしまう。私たちは, このような倒錯した消費において, 人間の内なる自然性(human nature)をも蝕んでしまう。〈モノ〉の記号性が, 人間の外なる自然と内なる自然を

蔽い隠し、擬似自然を演出して生の現実との交流を遮断してしまう。否、現実全体が巨大なシュミレーションの装置とされてしまうのである。この記号性＝シュミレーションの世界において、私たちは、例えば入学試験において偏差値というシュミラクルに翻弄され、有名ブランドによって〈自発的な〉選択の差異を画一化させ、あるモードやつくられたコードに順応して自己を美的に価値あらしめることなどにみられるように、非自然的な〈指數的価値〉に身をすり寄せるといふ没主体性の不幸を日々味わっている。このように、欲求が自立性を失ってコード化された現代の消費社会における産業化と商業化は、各個人の必然的に異なる固有の内容と存在を取り除き、そのような現実的差異の喪失状況をふまえて「差異表示記号」としての〈商品〉を夥しく分泌する。記号としての〈商品〉は、個性の喪失状況をふまえて擬似的な差異化による〈個性〉化の幻想を売り込んだり、あるいはまた、自然を解体したあとで、〈緑の都市〉や〈憩いの広場〉と命名されるようなコンクリートのムラの中に何本かの樹木を植え噴水を引き川のせせらぎの音や鳥の鳴き声をながすことによって、記号としての〈自然〉を復活させるように、じつにさまざまな役割を演じることができる。こうして記号としてのモノは、謂わば「幸福や権威などの要素としての役割を演じている。後者こそは、消費の固有の領域である。ここでは、他のあらゆる種類のモノが、意味表示的要素としての洗濯機（自動車その他と言い換えてもよい—引用者注）に代ることができる。象徴の論理と同様に記号の論理においても、モノは、もはやはっきり規定された機能や欲求には全く結びついていない。というのはまさしくモノは、社会的論理にせよ欲望の論理にせよ、まったく別のものに対応しているのであって、それに対してモノは、意味作用の無意識で不安定な領域として役立っているからである³⁾。」

たしかにこのような消費の固有の論理は、現代資本主義のある事態、つまり——ガルブレイスの『新しい産業国家』に従って要約的にいえば「利潤の極大化」と「生産の合理化」との間の矛盾ではなくて、潜在的に〈無限な〉生産力と生産物売りさばく必要との間の矛盾に直面した現代資本主義の問題を反映している。現代の巨大企業は、市場調査、動機調査等の経済的並びに社会心理学的装置やその他の手段（宣伝、マーケティング、条件づけなど）によって、「購買者から意志決定力を奪い取り、それを自由自在に操作できる企業の側に移すこと」を必要としている。「このようにして個人の市場行動や社会一般の考え方は、生産者の必要とテクノストラクチャーの目標に順応するのであって、この順応は大企業体制の本質的な特徴なのである。それは、大企業体制の成長に伴ってますます重要となる⁴⁾。」ガルブレイスは、これを、消費者が市場を通じて生産企業に影響力を行使するという「公認の因果連鎖」と対比して、「逆転した因果連鎖」と呼んでいる。かれは、このごまかしのカラクリを暴くことによって消費者の「自由裁量的」主権という根本的な神話を批判し、選択の自由が消費者に強制されると

いうメカニズムを別出したのであった。

だがガルブレイスの批判は、事態の反面だけしか明らかにしていないように思われる。かれは、「真の」欲求と「人為的アクセル」によって歪められた欲求とを区別し、消費者の画一的な同調行動における「疎外」を分析したが、なぜ消費者は易々と人為的に操作されてしまうのか、そしてなぜ大企業体制の戦略にからめとられてしまい、「逆転された因果連鎖」のシステムの全くの受動的な犠牲者になってしまうのか、逆にいえば、なぜ消費者は大企業体制の差し出す釣針に容易に食いつくのか、といった〈豊かな〉消費社会の裡に含まれる問題を別出するのに必ずしも成功してはいないからである。これらの点については、さきほども引用したJ・ボードリヤールの「消費的自我」^{エゴ・コンスマンス}を包絡している「差異化の社会的論理」の分析が示唆的である。

現代における「記号としてのモノ」の消費システムは、例えば次のような相貌をもって現われる——

どんなに要求の多い女性でも、メルセデス・ベンツがあれば個性的な好みと欲望をきつと満足させられるにちがいません！ シートの皮の色や車体の色から、ホイール、スタンダードあるいはオプション仕様の数多くの便利な装置にいたるまでの付属品のすべてが彼女を満足させるでしょう。男性も、車の技術的特性や性能がとくに気になるとはいえ、やはりよこんで奥様の願いをかなえてあげようとなさることでしょう。ベンツを選んだあなたの趣味のよさに奥様がうっとりするのを見て、あなたは誇らしく思うはずです。お好みによって76色697種類の内装のベンツのなかから、あなたのベンツをお選び下さい……………。

自分の個性を発見してそれを発揮すること、それは本当に自分だけの楽しみを発見することです。そのためにはほんのわずかのものがあれば十分。私は長いことかかってやっと気がつきました。髪の毛をほんの少しだけ明るい色合いにすることで、私の肌や眼の色にぴったり合ったハーモニーが生まれるということに。このブロンドのヘア・カラーを私はレンタルの染髪シャンプー・シリーズのなかから見つけました……………。本当に自然なレンタルのヘア・カラーを使うようになってから、私は変わったのかしら。いいえ、今までよりずっと本当の私になったのです⁵⁾。

この二つの文章は、ボードリヤールが「ル・モンド」紙と女性週刊誌から引用したものである。私たちは、現代日本においてもこれに類した宣伝の文章を無数にひろい集めることができる。

これらのひたすら差異化と〈個性〉化（「自分の個性を発見する」、あるいは「本当の私になる……」）を訴える文章は、現代において進行している事態の真相を私たちに物語ってくれる。この差異の多様化と〈個性〉化のレトリックは、じつは「個性が存在しないという事実」を暴いているからである。「他者との差異の崇拜」は、現実的差異の喪失の上に成り立っており、「ここでは自己を他者と区別することは、あるモデルと一体となること、ある抽象的なモデルやあるモードの複合的な形態にもとづいて自己を特徴づけることに他ならず、しかもそれゆえにあらゆる現実の差異や特異性を放棄することでもある⁶⁾。」これは、「各個人の必然的に相違する固有の内容と存在を取り除き、差異表示記号として産業化と商業化が可能な示差的形態を代置するからにはほかならない⁷⁾。」なぜなら「産業の独占的集中は人々間の現実的差異をなくし、個性と生産物を均質化し、こうして同時に差異化の支配への道を開くことになった⁸⁾」からである。こうしてボードリヤールは、消費を「差異的価値の一般化されたコードの制度化⁹⁾」として定義するのである。

ボードリヤールの謂ゆる消費社会のなかに構造化された「差異化の社会的論理」のもとでは、あらゆる欲求は、「記号と差別の客観的社会的要求に従って再組織される」ことになる。ここでは差異化と〈個性〉化は、各個人に対して強制される。平準化の波に洗われた匿名の諸個人は、自らの個性とアイデンティティを、「オプション仕様」のメルセデス・ベンツや「ほんの少しだけ明るい色合い」のレシタル染髪シャンプーなどの集中的あるいは散在的な記号のなかで、記号の力によって抽象的な形で再創造しようとし、結局はより完全な無名性のうちに埋没してしまう。もちろんこの強制として働く「限界的な^{マージナル}差異が、依然として厳格なヒエラルヒーに服従していることは事実である。さきの二つの広告の文章に登場する女性がおそらく決して出会うことがないように、限界的な差異は、「差異表示用具の分配の一般的法則」によって支配され、最も厳格な社会的差異によって規定されている（階級の論理の貫徹）。しかしある社会的に許容された領域においては、差異のシステムと記号のコード化によって、現代社会の消費システムは、「統合と規制の無意識的な装置¹⁰⁾」を有効に働かせることができる。そうして消費は、あらゆるイデオロギーにとって代ることができ、未開社会の宗教的儀式がそうしたように、社会全体の統合を引き受けるのである。例えば、「自分だけのために特別に設計された洗濯機が欲しいと思ったことのない主婦がいるでしょうか」、ある宣伝はこう語りかける。かくして何十万もの家庭の主婦は、それぞれが自分だけのために特別に設計された同一の洗濯機を夢みることになる。あるいはまた、「あなたが夢みる肉体、それはあなた自身のからだです」というブラジャーのすばらしい同語反復の宣伝文句は、「個性化されたナルシンズムのあらゆる矛盾の集中的表現¹¹⁾」である。「あなた」は、自己陶酔的に「本当のあなた自身」にな

ることによって「押しつけられた」モデルに同化しようと努め、消費システムの命令に最も忠実に従うからである。消費社会における個人のナルシズムは、「何ら順応主義と矛盾するものではなく、まさにその正反対」なのである。なぜなら「あなた」は、自己の美しさ、魅力、肉感など自然的価値によって自己満足にふけるのではなく、モデルに体现される「自然らしさ」、エロティシズム、体の線、色っぽさなどの「指数的価値」に支配されているからである。「あなた」の自己自身に対する関係は、記号（消費の対象である女性的モデルを構成している記号）体系によって媒介される関係に取って代られ、このコードに順応して自分の「指数的価値」を高めようと努めるからである¹²⁾。

「差異化の社会的論理」を内蔵する消費システムは、一見するとそれ自体では秩序と統合を目指しているようには見えない。それは、平準化と平等を拒否する〈個性〉化と特異性を訴えるだけではなく、〈反秩序〉の情念にも語りかけるからである。かつてライヘンバッハは『科学哲学の形成』において、0と1の組合せで全ての観念や知識を情報化するコンピュータに象徴されるような科学技術文明の乾いた秩序＝科学的言語と、エントロピーを増大させる絵画的言語とを峻別したが、現代の消費社会は、秩序言語の巨大な産物の販売のためには、〈自由〉、〈解放〉、〈美〉などライヘンバッハの糾弾して止まない無秩序の言語（絵画的言語）と精神を擬似的に演出し、エントロピーの増大＝反秩序の情念をも巧みに利用して取り込もうとさえする。そして必ずそれらの擬似的な〈自由〉や〈解放〉を演出するコトバには、何かしらの性的象徴が付着している。抑圧されたリビドーの貯蔵庫である「無意識」の裡にひそむ〈解放〉のイメージ、言い換えれば「現実原則」たる抑圧としての文明に反逆する「快楽原則」の実現のイメージをくすぐり、それに語りかけることによって自らの〈商標〉への最短距離へと消費者を誘導しようとする。その結果として消費者は、擬似的な〈自由〉と〈解放〉のイメージの中でナルシスティックな心理的叛乱の代償を手に入れる、という効果を生むかもしれない。例えば〈暴走族〉という疎外された青少年たちの〈破壊衝動〉の玩具（車）を提供するというように。しかしこの〈解放〉のイメージが擬似的であるのは、解放の総体性をズタズタに切断し、このバラバラな解放の部品を記号化して一般的なコードに制度化し、この制度化された記号コードの枠内で〈自由〉な〈個性〉的選択が許される、という仕組みになっているからに他ならない。性的象徴についてもそうだ。

今日広告をはじめとするマス・メディアには、性が氾濫している。あらゆるモノに性的な幻覚がまといついているように見える。例えば——「ヴァンプ役の女優が取手や管など陰茎と精液を連想させる小道具を使って、体を何度もよじらせながらオルガスムスに達する様子を徐々にクローズ・アップする水道の蛇口のコマーシャル」、あるいはまた、「シャンパンが一本にバ

ることになる¹⁴⁾。

こうして肉体、美しさ、エロティシズムは、〈売り上げ〉を増やす力をもつことになる。なぜなら、「欲望の力が合理的操作の可能な記号としてのモノの需要に変えられるためには、個人は自分の肉体を再発見し、自分の肉体に自己陶酔的に熱中する必要がある（形式的快感原則）」からだ¹⁵⁾。さらにまた肉体への熱中は、「他人との競争に勝つという意味でも経済的にも有効な投資となっている」からである。その時肉体は、一つの資産として管理され、「社会的地位を表示するさまざまな記号の形式のひとつ」として操作されるのである¹⁶⁾。

このような肉体の解放＝再所有とりわけ女性の管理されたナルシシズムは、しばしば「女性の解放」と混同され易い。かつて、女性の道徳的・性的抑圧が、社会的隷属機構によって歴史的に規定され、支えられてきたように、肉体の解放は、論理的にも歴史的にも女性の解放と緊密に結びついているというわけだ。しかし、現代の消費社会において肉体の解放が肉体のモノ化と記号化でしかなかったように、かつて性的に隷属を強いられた女性は、今度は〈性的に〉解放されるに過ぎない。女性の「解放」が進めば進むほど、女性はますます「自分自身を自分の肉体と取り違える」ようになる。いわば、「表面的に解放されただけの女性が、自分をやはり表面的に解放されただけの肉体と混同する¹⁷⁾」のである。この女性と性の解放との混同によって、既成秩序は、両者の真の要求に内在する危険な弁証法を相殺する。それ故にこそ、モノ化され記号化された肉体の解放を通じて、女性は自らを消費し、モノ＝記号としての商品を消費するのである。現代消費社会において、性の解放が秩序解体の危機をもたらさないのも、管理されたナルシシズムを媒介として消費社会の戦略の中に封印されてしまうからだ。いわば、肉体の再所有は、個人の社会への統合の心理的な装置として機能しているのである。

ボードリヤールがいうように、性は本来、全体的かつ象徴的な交換という構造をもつ。私にはさきに、現代の消費社会は、〈自由〉、〈解放〉などの絵画的言語（無秩序＝反秩序の言語）とその精神を擬似的に演出し、エントロピー＝反秩序の情念をも巧みに利用して取り込もうとさえするが、それが擬似的であり操作的であるのは、現実的な解放の総体性をズタズタに分解し、このバラバラな解放の部品を記号化して一般的なコードに制度化し、この制度化された記号コードの中で〈自由〉な〈個性〉的選択が許されるという仕掛けになっているからだ、と述べた。

（19ページ）性についても、全く同様である。性そのものが私的消費の対象となっている場合はもちろん、広告の中で氾濫するエロティックな表現においても、性的交換の全体性と象徴性は解体され、統辞法を奪われてバラバラに切り離された一連の性的記号の人為的組み合わせが行われているにすぎない。売り上げをのばすために性を利用する広告業者は、かれらの唯一

のメッセージである商標へと消費者を誘導するために、これらの性的記号を利用するのである。未だ消費者に知られていない新製品やどのみち他の商品とあまりちがわない競合商品売りこむ場合に、性的メッセージによって、広告の訴える力を強化しようとするのは、見易い道理である。例えば——男性器のコピーであるリップスティックで、充血した女性器の象徴である唇をまっ赤に塗りたくなる女性（口べに）、グラマラスな水着の女性をこっそり盗みどりする若い男（カメラ）、妖麗な女性がセクシーな媚びを売ってそばに立っている自動車、後背位の性交スタイルで若いセクシーな女が寝そべっているソファ、かわいい「ブリッ子」歌手がにっこりふり向いて「よそ見しないで、私に決めて」と呼びかけるデジタル時計の広告など、例をあげればキリがない¹⁸⁾。その際、女性を対象にした商品であっても 性的メッセージの発信者がおしなべて女性であるのは、女性[・]は男性の視線を内面化して他の女性を眺めるからである。そして広告の中でモデルの女性が性的服従のメッセージを発信しているのを見ても不愉快に思わないのは、社会における性関係を反映していると同時に、モデルに同一化してナルシズムを味わおうとするからである。（フロイト流に言えば、モデルを対象化したいという男の視線を自らの内なる鏡に照らしだして、同一化のナルシズムにふける、というメカニズムである。）それ故、女性と性の「解放」の混同が進めば進むほど、この管理されたナルシズムは、その特権的な媒介契機を増し、ますます深化するわけだ。

本節では、ボードリヤールの初期の著作を手掛りに、記号としてモノを消費する現代社会の構造を、コトバと性の記号にまで垂鉛を下して分析し、消費行動における「管理された自発性」と「操作された個性」という同調の現代的形態を剔抉しようとした。

第四節において分析したように、キリスト教における救霊原理の個人化、つまり「己が魂の最も内密の部分で起った全てのことを言う義務」として確立された個人的懺悔の秘蹟とそれを執行する司祭制度は、意識の高度の個人化をもたらすと同時に靈魂崇拜の厳格な精神主義的教義を維持してきた。靈魂を中心とする救済の個人的図式と社会の統合という、この精神主義的イデオロギーの歴史的文脈においては、旧くはアダム派から19世紀の実証哲学者の集団＝サン・シモン学派に至るまで、肉体はそれ自体破壊的力をもった価値であり、たえざる矛盾と苦闘の源泉であった。「人類教」の教父アンファンタンを中心とするサン・シモン学派は、自由恋愛による一種の多婚制を説いただけでなく、ある種の宗教的売春による「愛の宗教（la religion d'amour）」、つまり司祭夫婦による「精神と官能による教育」を説いて、最後には瓦解していったのである¹⁹⁾。

肉体の諸価値が市民権を得て、靈魂崇拜に代る肉体崇拜＝肉体のフェティシズムが、社会的

統合の重大な現代的戦略となった今日、同調の形態は、矛盾的な様相をおびる。即ち、心理的装置としての肉体の再所有を媒介とする〈画一化された個性化〉と〈強制された自由〉、そして〈操作された解放〉という事態である。これは、たんなる言葉の遊びではない。遊びではないが故に、現代の喜劇的な矛盾の悲劇があるのだ²⁰⁾。

このフロー経済レベルにおける消費行動の均質化の現象は、現代日本においては幾つかの重要な社会的、政治的なインプリケーションをもっている。例えば、この消費生活の均質化と平準化は、龐大な生活の「人並」意識を生み、今や国民のじつに九割が自分の生活水準を「中流」と位置づけている。さらにまた、この国民の中流意識を最も重要な社会学的根拠として、
「新中間大衆社会」(村上泰亮)の成立が説かれ、70年代以降の多党化現象とその後半以後顕著になった国民意識の「保守化」の実態とを説明する原理を、この「新中間階層」の肥大化の裡に求めようとする理論的試みが企てられるに至っている。それだけではない。この「新しい中間階層」は、現代の高度産業社会における唯一の「歴史的主体」としての位置を与えられ、この階層の柔軟な「保守性」を媒介として歴史が向かうであろう、もしくは向かうべき究極の「方向づけ」の役割をも委ねられてもいるのである²¹⁾。このような「新しい中間階層社会(論)」をどうみるべきか、そこで進行している実態は何であるのか、次節において「生産」の領域における集団的同調主義の論理とその社会的、政治的意味に即して検討しよう。私の考察の基本的視点は、「政策構想フォーラム」の人々とは異って、現代日本における国民意識の「保守化」現象は、超先進的な「管理社会」体制の成熟をもたらす重要な政治的条件となりつつあるのではないかということにある。即ち、私生活中心主義の「生活保守主義」にみられる現状肯定の感覚とその背後にある不安や悲哀の意識とを、「管理された自主管理」として明らかにするという視点である。

- (1) J・ボードリヤール(宇波彰・今村仁司訳)『生産の鏡』112—3ページ。

一般的なコードの支配下での操作的記号による巧妙な「全体主義的管理と権力の構造」については、同書121—138ページをみよ。

テクノストラクチャ的合理化を伴うシステムの集権化は、意思決定に与る「多機能的テクノクラートという柔軟な組織」と「無責任な大衆」との分離=分裂を構造化する。このシステムの集権化とテクノクラートのピラミッド化の過程は、同時に「監禁の場所としての市民社会」の完成を意味する。なぜなら、システムの周辺を割り当てられる階層やマージナルな世代の〈反乱〉を抑圧し、社会的支配の戦略を刻みこんでいる「コードの強制」に対する抵抗——人種コードに対する黒人や移民の反乱、性コードに対する女性の反乱をも含む——を排除しなければならないからだ。工場・学校・郊外・事務所・病院・美術館これら全てのものの背後には、「アジールやゲットウ」が「真実の意味での合理化された社会の最も純粋な形式」としての横顔をのぞかせている。かつて西欧合理主義の開始期においては、全ての狂気とペストが監禁されたが(ミシェル・フーコー『狂気の歴史』および『監視と処罰——監獄の誕生』参照)今日の市民社会では穏やかな人間が嚴重に監視さ

れ、管理の全般化が完成している。

- (2) J・ボードリヤール（宇波彰訳）『物の体系——記号の消費』。
 - (3) J・ボードリヤール（今村仁司・塚原史訳）『消費社会の神話と構造』93ページ。
 - (4) ガルブレイス（都留重人監訳）『新しい産業国家』246ページ。
 - (5) J・ボードリヤール『消費社会の神話と構造』110ページ。
 - (6) 同，113—4ページ。(7) 同，120ページ。(8) 同，114ページ。(9) 同，121ページ。
 - (10) 同，122ページ。(11) 同，123ページ。(12) 同，123—5ページ。(13) 同，216—7ページ。
 - (14) 同，196—7ページ。(15) 同，197ページ。(16) 同，191ページ。(17) 同，202ページ。
 - (18) これらの豊富な事例（イラストやコピー入り）とその分析については，上野千鶴子『セクシー・ギャルの大研究』を参照せよ。
 - (19) パザールほか（野地洋行訳）『サン—シモン主義宣言』。サン—シモン教の運命については，R. K. Pankhurst, *The Saint-Simonians, Mill and Carlyle*, (London, 1957.) を参照。
 - (20) 逆にいえば，だからこそ西欧各国において深く浸透しつつある「静かなる革命」，とくに若い世代の間に顕著になりつつある「脱物質主義的価値」志向は，「消費社会のテロル」に抗する重要な価値意識の変動でありえたのである。さらにまた，従来の産業社会の「獲得的価値」に代って「自己実現に関わる価値」を追求する人々の多くは，革新政党支持者であって，その意味ではこの価値変動は，西欧社会の政治変動の重要な要因の一つであった。R・イングルハート（三宅一郎他訳）『静かなる革命』参照。
- 日本においても各種の世論調査が示しているように，とくに若い世代において価値観の変容がみられるが，それが例えば「自分の趣味に合った暮らし方」を求める私生活志向となり，さらに「家族の団らんを大切にす」家族志向へと屈折して，生活の現状に「満足」し政治的には保守志向の意識を形づくっているという点において，イングルハートのいう「ポスト・インダストリアルな価値観」とは位相を異にしている。それは，今なお本節で述べたような「オプション仕様の個性化」という現代消費社会のソフトな戦略を脱しているとはいえない。山口定氏は，従来は無党派層を形成してきた若者に徐々に浸透しつつある「保守回帰」傾向を，老年層の固い自民支持と区別して「消極的保守化」と規定し，その意味内容を次のように解釈している——「今日の若者たちの〈保守化〉は〈近代〉から〈伝統〉へと回帰しようとするイデオロギー的な〈保守化〉ではなく，むしろ〈伝統と近代〉という明治以来の日本近代化過程における意識形成の基本軸そのものが溶解したうえでの——ひよわな自我を内実とした——多分に非政治的な私生活中心主義的現状肯定の感覚の表明である」と。（『朝日新聞』1981年3月10日夕刊。なおより詳しくは同氏の『世界』1979年12月号の論文「政治転換期における青年の価値意識」を参照されたい。）
- (21) 佐藤誠三郎，公文俊平，村上泰亮「脱保革時代の到来」（『中央公論』1977年2月号）参照。

神奈川県川崎市多摩区東三田2丁目1番1号 電話(044)911-8480(内線33)

専修大学社会科学研究所

(発行者) 三輪 芳 郎

製 作 時 潮 社

東京都文京区本郷2丁目12番6号 電話(03)811-8024
