

〔論文〕

メディアの政治学・序説（3）

竹内成明

竹内

成

明

目次

I 経験（第三六号）

第一章 経験とメディア

第二章 二重の関係性

II 経済（第三七号）

第四章 経済とメディア

第五章 影の経済

III 文化（本稿）

第六章 父親と経済

第七章 文化のなかの経済

（1）生活のオリエンテーション

（2）商品と文化

（3）文化・経済行動

第八章 値値産出

（1）魅惑する力

（2）産出する力

（3）消費する文化

第九章 祝祭の時空

「商品物神の秘密」

（1）メタマニエラの政治学・序説（3）

- (3) (2) 價値づけられた労働
(3) 價値づけられた消費

第七章 文化のなかの経済

(1) 生活のオリエンテーション

人間の生活は、個体と種の保存を目的とした生命活動でありながら、生命を越えた何ものかによって方向づけられ、様式化されている。ふつうその何ものかは、△観念△とか△象徴体系△とか△文化△という名で指示示される。一般的にはそう名指すよりほかにないけれど、いま現にそうであるように、それらによって意味されている領域が個体の物質代謝を越えたところにあると了解されているかぎり、それらがどのようにして生命活動を方向づけているのか、その仕組みを理解する道が閉ざされる。

経済（あるいは「生計」）は、各人の物質的な欲求充足に動機づけられているだけではなく、それ自身を一つの全体活動（社会的物質代謝）として維持し、あるいは発達させる△力△をもっている。いまのところその△力△は、資本主義社会では、経済それ自体の法則的な力（スマスの「見える手」以来、経済学が探究してきた諸原理）、それ以前の社会では、資本主義社会の成立期をよくめて、文化的な拘束力であると了解されている。いわゆる「経済外強制」は、武力や裁判権等の支配力にかられず、家父長制や臣従誓約、報恩慣習などの制度的な拘束力と、その下層にあってそれを支えている宗教的、あるいは神話的（共同体的）な集合意識を含んでいた。

資本主義経済の法則的な力と、それ以前の文化的な拘束力については、それぞれ無数に論及されている。しかし両者の関係については問題関心の外におかれているか、あるいは現代社会の文化不在に対する批判（または反省あるいは概

曇）という関心領域のなかにあって、両者を同じ位相に置いてみると視点はないにひとしい。ただ以下で触れるように、未開社会の文化的拘束を、経済それ自体がもつへ力▽としてとらえようとする視点があつて、本稿はそれに拠りながら、資本主義経済の内在的な力を文化的拘束としてとらえかえそとするものである。

経済を全体活動として維持しているへ力▽は、個々の生産・消費活動を全体に向けて位置づけている（オリエンテー^トしている）と考えられる。個々の生産・消費活動と、個体と種の保存を目的とした生命活動とは、暮らしのなかでは同じ一つの活動である。とすれば、経済それ自体のへ力▽と、生命活動を方向づけている生命を越えたへ何か▽とは、無縁であるはずがない。かつての文化的拘束が、かつて個々の生命活動を方向づけていたへ何か▽であることについては、ここで問い合わせる必要はないだろう。問題は、現代社会における経済それ自体のへ力▽と、文化的なへ何か▽との結びつきにある。

かつての文化的拘束は、政治的な強制としても現われていた。いわゆる「経済外強制」は、暴力装置をふくむ政治体制として作用していたのであり、その政治的強制を文化的拘束が支えていた。それに対して現代の政治的強制は、経済に左右される行政的強制であつて、経済に対する拘束ではないかのよう見える。だがそれは、前回述べたように、経済全体のなかに自らをくらまし（ミスティフィケートし）、各人の暮らしのなかで日常的言動のかたちをとつて現われている。「子どもは学校に行くのがあたりまえ」と思っている母親や「自分はまともに生きてきた」と信じている勤勉な父親たちの言動は、学校生活や社会生活の一般的な在り方に対する子どもの身体的反撥を抑圧し、それを受け入れさせるよう働いていたから、政治的ミスティフィケーションであった。生活の一般的な在り方に経済のオリエンテーションが現われているとすれば、政治的ミスティフィケーションは、経済のオリエンテーションを正当化する情報ということになり、その正当化に文化的拘束が働いていると考えられる。

母親、父親たちが共有している常識は、暮らしの一般的な在り方についての共同主観的な指標であり、子どもに対する

る彼らの言動は、その共同主観性を媒介しているといえる。常識は文化の一つの形態である。どのような形態であるかについては、以下ゆっくり考えていくことにして、とりあえず彼らの言動が、文化のある形態を媒介しているという点に着目しよう。媒介することとに、ミスティフィケーションの働く場があり、そこに文化と経済の関係がほの見えている。

媒介される文化は、常識に限らず、多様でありうる。父親は自分の価値観にしたがって、子どもの登校拒否を受け入れ、励ますこともできるわけだ。だがどのような価値観が正しく、どのような文化が政治的ミスティフィケーションになるかを言うことは難しい。たとえば精神文化と物質文化、内面的価値と外面的価値に分けてみても、現代では芸術作品が商品化され、貴族文化が観光の対象になっているし、逆にファンションが時代精神を象徴し、アニメのなかに人生が表現されているような状況である。文化のクラス分けが状況に適合しないわけだ。そういうたったクラス分けよりも、社会学的にたとえば、各人の生活を導くモデルとしての文化と、各人の生活にしみついている所与としての文化に分けて考えてみると、ほんの有効だろう。それでも現代では、理念的なモデルと日常生活のなかのモデル（服飾、車などのモデル）との境界があいまいであって、あらためてそういうたたな状況を全体として認識することから始めなければならないことになる。

そこで以下では、媒介される文化ではなく、文化を媒介する行為（あるいは過程）に焦点があたられる。媒介されるものを規定せずに、△媒介すること▽を記述するのは無謀であるかもしれない。あえてそれを試みるのは、物質代謝もまた社会的に媒介されていて、その媒介が文化的営為であったという歴史があるからであり、経済との関連のなかでとらえかえしていくば、いまは見えなくなっている文化の働きが見えてくるかもしれないという期待がもてるからである。

(2) 商品と文化

文化を媒介するといえば、現代の私たちは反射的にテレビやビデオ、CD、都市建築、工業デザインなどを思い浮か

べ、それらを映画、演劇、絵画、書物、コンサート、あるいはかつての住居や織物などと比較する。文化が物質的メディアとの関連でとらえられ、メディアの量産可能な物質性が文化を商品にし、大衆に接近しやすいものにするとともに、文化価値を市場価値に従属させているなどと言われたりする。そういった指摘は、たしかに現代文化がおかれている状況を指し示してはいるけれど、状況の追認であるにとどまる。

商品化されている文化は、文化のすべてではない。たとえば「境界芸術」といわれる文化の風俗的な領域や、習慣としか意識されていないような日常的な表現領域が、右のような指摘では視野の外におかれている。風俗や習慣も媒介されて伝えられているにもかかわらず、その媒介性が認識の対象にならないわけだ。風俗・習慣を媒介しているのは、物質（衣裳や生活道具等）だけではなく、それを身につけ、用いている身体でもあって、この身体はまた、欲望し行動する主体でもある。商品化されている文化のはあいも同様であって、媒介のどこかで、欲望し行動する身体が関わっているはずである。その関わり方が、メディアの物質性だけでは見えてこない。

現代社会では欲望が解放され、衣食住にかかわるすべての商品が、必要よりも嗜好の対象になり、したがって文化的な意味を担っているとも言われる。商品は、使用価値ではなく表示価値において求められ、表示価値は財としての希少性よりも、大衆的には記号としての差異性において選択される。差異は、デザイン、色彩、イメージなどの感覚的因素と、ブランドなどの象徴的因素によって示されているので、大衆の消費行動がそのまま文化的行為になっているわけだ。いわゆる「消費文化」の到来である。この指摘も、たしかに現代文化がおかれている状況を指し示しているけれど、状況をつくりだしているものの認識からは、ほど遠い。

「消費文化」はとらえにくい。豊かさのなかにいる者ならだれでも、自分の日常に即しそれと指定できるものであり、その意味での実在であるけれど、たとえば芸術作品がそうであるような、自存的対象としての実在ではない。たとえどんなにファッショナブルなドレスであっても、その一着のドレスは、それ 자체として価値をもつのではないか、他の

ドレスとの差異において価値をもつからである。芸術作品も記号表現であるけれど、表現が目的であることが、それに自己完結的な現示性を与えている。その現示性が、商品ではない。

また商品である「消費文化」は、記号としての差異性が、言語のばあいとちがつて流動的である。服飾や車などで周知のように、流動をつくりだすことが記号表現としての商品の目的であるとさえいえる。商品世界には、安定したパラダイム（差異群が形成している連合関係）はなく、生産者も消費者も、それぞれ自らの行動を通じて、パラダイムを形成しつつ、かつ同時にそれを解体している。いま現代思想で語られている「戯れ」（文化の物象化された形態の、「欲動」による解体）は、「欲動」を「欲望」と読みかえれば、商品世界では日常的に実践されることになる。⁽¹⁾

「消費文化」は、文化の限界的な領域にありながら、「限界芸術」と言われる文化領域に対立している。かつての風俗・習慣は、世紀を越える時間の流れのなかで、安定的に維持されてきたことが特徴であり、それゆえに文化であった。いま商品に表示されている感覚的要素と象徴的要素は、商品間差異の流動のなかにあって、意味されるもの（シニフィエ）としての安定を失い、記号としての形態（シニフィアン）だけで浮遊している。味覚の差なしに食品の差異があり、想像力抜きでブランドが消費される。衣食住にかかわる文化が、衣食住を身体から浮遊させ、文化としての安定性を失わせているわけだ。

文化が消費されているのであれ、消費が文化になつてはいるのであれ、「消費文化」は、生産と連動している。前回に見たように消費は生産と連動することで経済全体をシステム化し、経済の政治性を晦ましていた。本稿ではそれと同じ政治性が、文化の側から照射されることになる。

(3) 文化・経済行動

未開社会であれ、文明社会であれ、経済が社会的な物質代謝であるかぎり、生産・流通・消費にかかわる各人の行動

は、経済全体に向けてオリエンテートされていると考えられる。それぞれの生活の側からいえば、日常的にくりかえされている労働と、隣人や他人との財・サービスの交換において、それぞれの意志を越えた力⁽¹⁾が働いていることになる。

未開社会のばあい、このへ力⁽²⁾には、たとえばヘハウ⁽³⁾という名が与えられている。モースによれば、ヘハウ⁽³⁾とは「贈り物を流通させる力、贈られ、返されることを強いる力」である。ただし原住民にとっては明瞭なはずのその「力」の内実も、人類学者にとっては不分明であり、諸説があるけれど、どれも決定的な答えであるとは言いにくい。モースにしたがつて、とりあえずここでは「靈の力」とみなしておき、以下議論の展開に応じて訂正していく。

ヘハウ⁽³⁾が文明の言語で把握しがたいのは、それに相当するものが文明社会のなかにはないか、あるいはあっても言語下に隠されているかの、いずれかであるからだろう。実際に資本主義經濟のもとでも、商品を「流通させる力」、販売し購入することを「強いる力」は働いているのだから、その「力」をヘハウ⁽³⁾とはまったく異質なものとみなすか、あるいはヘハウ⁽³⁾に相当するもの（ただし言語下に隠されているもの）とみなすかが、議論の分かれ目になる。前者であれば、たとえば社会成員の合理的な利益追求が、商品を「流通させる力」ということになり、後者であれば、消尽本能あるいはタナトス⁽³⁾が、強迫的に商品交換を促していることになる。

マルクス主義経済学も近代経済学も、資本主義社会を「経済外強制」のない社会とみなしている。資本主義經濟は、生産と消費をめぐる需給関係と、貨幣を媒介にした商品交換の関係が連結していることで、システムとして自立し、運動として自己発展的である。そのシステムのなかにいなかぎり生活できないという点で、それは社会成員に対して強制的であるけれど、その中にいるかぎり成員は自らの意志で生活できるという点で、それ以外の強制から自由だということになる。

たしかに近代初期の労働者は、農村を追われた都市貧民であるかぎりにおいて、封建制の拘束から自由であり、共同

体的な意識を引きずつてはいても、その根は絶たれていた。同時にその自由は、手元の（可処分）生産物から切り離されることであり、共同体的な相互扶助からも引き離されることであったのだから、生活財の商品購入と、労働力の商品化を余儀なくされる。その意味で、「経済外強制」から解き放たれた労働者は、そのまま経済強制のもとにおかれたりすることになる。

他方、近代初期の企業主は、ヴェーバーによれば、プロテスタンティズムの精神を共有していた。宗教という文化的拘束が、彼らを勤勉にし、経営の合理化を促すことで、資本制社会を準備していたことになる。だがその精神も、資本が拡大し利潤が増大するにつれて、形骸化し、「精神なき専門家、心情なき享受家」たちの時代になる。中世文化にとって代わったプロテスタンティズムの拘束も、利潤追求という経済強制によって破られてしまうわけだ。

けれどもいま現在、発達した資本主義経済のもとでは、労働者も資本家も、純粹に経済的な強制に従っているとはいえない。商品を購入しなくては一日たりとも暮らすことができず、労働力を商品として売らなくては明日の暮らしが成り立たないのだから、その点では労働者の条件に変化はない。だが商品が氾濫している状況のもとでは、商品購入も労働力の商品化も、そのままで文化的営為として現われる。商品は文化的（差異表示的）価値で選ばれ、労働力は文化（教育）によって商品化される。他方、資本の側でも、利潤追求の経済的条件に変化はないにもかかわらず、経営者が文化的動向に敏感でなければ、目的を満たすことができなくなっている。前回に述べたように商品はメッセージであり、經營主体は、一人のファンション・デザイナーと同じように、「消費文化」の担い手になっているわけだ。

いうまでもなく、「消費文化」は、プロテスタンティズム文化とは、また未開文化や中世文化のいずれとも、等置できるようなものではない。それどころかそれは、たとえばヴェーバーにとっては「精神」も「心情」もない者たちの文化であって、「文化」という名にも値しないことになる。それは、宗教的、あるいは共同体的な集合意識とはおよそ無縁であり、かといって個人の美意識というほど確かなものでもない。価値選択の基準が伝統や内面にあるのではなく、流行とかト

レンドとかいわれる社会性のなかにあり、つねに流動しているからである。

にもかかわらず、それは経済を動かしている。それは経済成長の産出物であるのではなく、いま現に経済を成長させている動力であり、あるいは少なくとも近代以降、経済を成長させてきた動力でもあつたはずである。生産の量的拡大は、それ 자체としては何ものも（利潤さえも）産出しない。生産の拡大は消費の拡大に支えられ、消費の拡大は、消費者一人一人の欲望が、それまで生活の外にあった対象へ向かうことから始まる。たとえわずかであろうと生活習慣の変化を受け入れる心の動きが、広く大衆のなかに現われてこないかぎり、経済は成長しない。中世文化が崩壊し、プロテスタンティズムも形骸化していく過程のなかで、大衆の心を動かし、経済を方向づけていたのは何か。

(1) この比喩は暗示的であり、次回にあらためて取り上げる。

(2) M・モース『贈与論』、有地亨・伊藤昌司・山口俊夫訳『社会学と人類学I』弘文堂。

(3) 栗本慎一郎『幻想としての経済』青土社。N・O・ブラウン、秋山さと子訳『ヨロスとタナトス』竹内書店。

第八章 価 値 産 出

(1) 蔽惑する力

「文化のフェティシズム」という考え方がある。未開社会の呪物崇拜や、性的フェティシズム、あるいは貨幣に対する物神崇拜にかぎらず、フェティシズムは人間文化の全体に遍在し、その病的症状の原因になつていて。現代の「消費文化」は、ニセモノ（コピー、シミコラーケル）で成り立つていているけれど、ホンモノに対してニセであることが悪なのではなく、ホンモノ信仰もまた、ニセモノ信仰と同様、フェティシズムだという主張である。⁽¹⁾ この主張に従えば、未開文化も中世文化も近代文化も、すべて「消費文化」と同じ位相、ただし否定的な位相のもとにとらえられる。

主張の根柢には、文化がすべて記号表現であり、現実を超えた虚構であるにもかかわらず、実体的形象をもつことで、人間存在に働きかけるという認識がある。実体的形象のなかに（プロテスタンティズムのばあいは、イエスの「言葉」に）、人間を超えた価値（真理であれ、美であれ、力であれ）を見てしまえば、それがフェティシズムになり、人間の意識と行動を呪縛することになる。資本主義経済も、この認識に従えば、その当初から虚構に呪縛された意識と行動によつて成り立つていたことになる。

だが、「フェティシズム」という概念には、未開社会の文化に対するヨーロッパ文化の側からの蔑視がつきまとつている。フェティシズムによる呪縛は、魅惑でもある。魅惑するものであるゆえに、呪縛されるのであって、その魅惑の側面を、「フェティシズム」の概念は捨象している。フェティシズムは、実体化されている価値を取り扱つてしまえば、ただの木片であり、下着であり、貨幣であるにすぎず、異形の偶像であつても、動物等の変形であることを越えない。だからそれらが人を呪縛するためには、生活のなかでそれらを価値づけていく行為が先行していなければならず、その価値づけを共有すれば、それらは呪縛するものよりも、魅惑するものとして現われる。フェティシズムが呪縛するものとして現われるのは、価値を共有しない者、未開人に対する近代ヨーロッパ人、性的倒錯者に対するいわゆる正常者、ユダヤ教徒に対するキリスト教徒、あるいはカトリックに対するプロテスタントにおいてであつて、「フェティシズム」と名づけることには、それぞれ異文化に対する貶価と、貶価している自己に対する無批判が含まれている。

フェティシズムと呼ばれる物は、それぞれの生活のなかで価値をもつ。たとえばヘハウゼは、贈られる物と返される物、あるいは土地と森に宿る「靈」であつても、人を直接的に呪縛するような力はもたない。流通すること、あるいは「もとの古巣」へ帰ること以外には、それ自身では積極的に何ともおこさないわけだ。お返しをせず、流通を阻害すれば、病氣になると怖れられ、あるいは阻害者に対して、制裁が祭司（呪術者）に委託されたりする。罰するのは自然あるいは社会であつて、健康という自然の生、交際という社会的な生が損なわれるのだから、部族民のそれぞれは、生

活を安定的に維持するためには（つまりは幸せであろうとして）、ヘハウの力に従つていたと言える。

ヘハウは、したがつて生活を方向づけていく魅力だということができる。ただし現象的にそう言えるだけであつて、その魅力の実質はいぜんとして不分明である。それは贈り物に宿りながら、物から物へ、物から森へ、森から獲物へ、次々に転移し、転移することで人を幸せにする。個々の生活を安定させるだけではなく、部族社会を全体として安定的に維持する。転移することで、部族民が連帯し、連帯することで秩序が維持されているのだから、モースはその力に、経済的であると同時に、道徳的、政治的な価値の源泉を見ることができた。だが、それを諸価値の源泉と見るためには、なおさらその力の内実を、「靈」という観念的産物に求めていいるだけでは足りないのである。

ヘハウは、記号表現としては虚構であるけれど、文化としては実在的な根拠をもつ。レヴィ・リストロースによれば、ヘハウは、贈られ・返される一つ一つの物に宿っている力、あるいは贈り・返す一つ一つの行為において現われる力を、意味しているのではない。⁽²⁾それは物と行為のどこにも実在していない。にもかかわらずそれが物と行為を指してい るように思われているのは、物と行為を総合している「交換」が、実在しているからである。「交換」は、それを構成している部分に先立つて与えられている「原初的な現象」である。ただしそれに適合する言語記号はない。記号の「意味作用（シニフィアン）」と「意味内容（シニフィエ）」の重なり方は、それに先立つて与えられている現実に対しても、かならずしも適合的であるわけではない。その不適合を補うために、「意味内容」が特定されない「浮遊する意味作用」が、表象されてくる。この概念もあいまいだが、とりあえずここでは論理的に、部分をそれが属する全体で表わす記号と考えておこう。どこにでも宿り、転移するヘハウは、同時にそれをそうあらしめているものを、表わしていることになる。

総合としての「交換」は、社会を成り立たせている「意識されていない構造」であり、社会生活を動かしている「規則」であるとレヴィ・リストロースはいう。「靈の力」やその他何であれ、観念的表象が交換を促しているのではなく、「意

識されていない構造」がますあって、それが人々の行動を規制している。言語的に明確に把握されているわけではないけれど、それによつて規制されている行動の結果が、贈与の習慣であつて、結果をつくりだしているものこそが、人間科学の探究しなければならない目標であるというわけだ。

△△△△△といつ「流通させる力」は、ここで一気に、資本主義経済に内在するという法則的な力に近づく。それは社会を、経済的、道徳的、政治的に安定させている根源的な「規則」であり、科学によつてやがて把握される隠された実在なのである。だが、たとえ△△△△△が総合としての「交換」を表わすものであり、総合が部分に先行しているとしても、それを社会に内在的な「規則」であると断定することはできない。総合的なのは生活習慣であつて、習慣が規則性の外観を与えていたのももしかりである。⁽³⁾ 総合としての「交換」とは何が、あらためて問題にされなければならないわけだ。

(2) 「商品物神の秘密」

資本主義社会では、経済それ自体が強制力をもつといふ。だが不思議なことに、マルクスはその強制力に「フェティシズム」という名を与えていた。商品社会において人々の欲望を支配しているのは、商品という形態に秘められている特有の「力」であり、それはフィティッシュがもつっているのと同じような力だというのである。

△△△△△この有名なマルクスの言葉は、商品の交換価値を解明する論理だと受けとめられている。交換価値は商品に宿つているように見えるけれど、労働がそのまま生産物に対象化されて交換価値になるのではない。生産物が交換されるなかで、具体的な労働が人間労働として一般化され、それが価値として商品に形態化される。価格として現われる価値量は、労働をめぐる社会的諸関係によつてきまり、それが商品を相互に関係づける。関係づけているのは労働の社会的性格であるにもかかわらず、人々の目には、商品それ自体が社会的なものであり、相互に関係しているように見える。

価格という生産物のいわば仮面にすぎないものが、それ自身に備わる品格として人々の上に君臨し、生産主体であるはずの人間を、隸属させる。これが商品形態のもつ秘密だというのであった。

いうまでもなくこの説明では、「フェティシズム」は比喩的な意味しかもっていない。たとえ一方で想像力の產物が、靈の宿る偶像になつて人間を支配し、他方で現実の社会的生産が、価値をもつ商品間の關係になつて人間を支配しても、前者についての論理がそのまま、後者の事実を説明してくれるわけではないからである。マルクスはただ、商品間の価値関係に、人間を越えた「力」が働いていることを認め、その「力」が、靈的世界において働いている力に比較できるものであることを示唆しただけであった。

比較のおよぶ範囲は、以外に広い。たとえばヘハウのもつ力と商品形態の「力」とは、社会的にほとんど同じ働きをしているように見える。どちらも交換される物（贈り物、商品）のなかにあって、人々を魅惑することで、それを流通させている。それが自分のもとにつくることで生活が潤い、それを流通させることで社会が安定的に保持されているからである。ヘハウも交換価値も、それを無視すれば、死が訪れる。それゆえに人々はそれに呪縛されているよう見えるけれど、呪縛する主体は贈り物や商品それ自体のどこにも実在していない。にもかかわらず総合としての「交換」が、少なくとも贈与の習慣、商品交換の習慣として実在していて、それがヘハウと交換価値の母体になつていると考えられる。

そのように社会的な働きでは同じようでありながら、それぞれに対するモースとマルクスの評価は、異なる。前者は、ヘハウが社会を安定的に維持しているゆえに道徳的・政治的価値の源泉であるとみなしていたのに対し、後者は、交換価値が社会を維持し成長させているゆえに、人間本来の協働性（目的性と計画性）に対して破壊的に働いていると考えている。この対立は、それぞれ当面している社会に対して肯定的か否定的かという態度の違いからばかりではなく、ヘハウと交換価値、あるいは贈与の習慣と商品交換の習慣との違いに由来しているのであって、だからむしろその違

いを知ることのほうが、「商品物神の秘密」と言われていることがらの秘密を、明らかにしてくれるのではないかと思われる。

「商品物神の秘密」は、労働の社会的性が物象化されるところにあると言っているけれど、社会的性がそのまま直接的に商品に実体化されるわけではない。実体化されるのは、「一般的価値形態」と呼ばれているものである。少し議論が面倒になるけれど、商品社会における経済と文化の接点が、実はそのところにあるように思われるのでも、以下必要なかぎりにおいて、その論理をたどっておこう。

「一般的価値形態」は、個別的で偶然的な商品交換が連鎖的に拡大し、無数の商品交換になるところから生じてくる。生産物は、はじめから等しい労働量をもつものとして交換されるのではない。『資本論』の例をそのまま使うと、リンネル二〇エレが上着一着と交換されるとき、交換という行為のなかで、上着がリンネルに等しい価値をもつ実体として現われ、その価値体を鏡にして、リンネル自身の価値（「相対的価値形態」）が現われる。鏡のなかで、上着一着を生産した裁縫労働が、リンネル二〇エレを生産した機織労働に等しいものとして現われ、たがいの労働を等しいものにしている労働（対等な人間としての労働）が、価値の内実になる。

価値のその相對的性格は、拡大した商品交換においても変りなく、Aという商品は、B、C、D…のそれぞれを価値鏡にして、相對的に価値をもつにすぎない。けれどもそのような商品間の連鎖関係は、逆に商品B、C、D…のそれぞれが、Aという価値鏡に対し、相對的価値を現わすことでもあり、したがってAは、それ以外の無数の価値を現わす実体になる。同時に、B、C、D…を生産した様々な労働は、Aを生産した労働と等しいものとして現われ、すべての労働を等しいものにしている労働（平等な人間としての労働）が、価値の内実になる。これが「一般的価値形態」である。

商品Aは、商品B、C、D…のどれとでも置き換えられるが、使用価値をもつことよりも、他の商品に対する価値鏡

であることがその特質なので、交換の連鎖のなかで特定の商品（金、銀）に限定されることになり、その量が価値の尺度（貨幣）になる。同時に各人の私的な労働が、社会的な労働として現われ、それが各商品の価値を形成することになる。労働の社会的性質は、交換を経由することで、商品関係という物象化された姿をとり、その姿をもつことではじめて、価値を形成するものとして現わされてくる。

以上の論理には問題が二つあって、いずれもすでに指摘されている。⁽⁴⁾ 一つは、拡大された「相対的価値形態」から「一般的価値形態」への移行が、現実的にも論理的にも成立しないという点である。商品Aの生産者が、それを商品B、C、D…と次々に交換していくことはありえても、B、C、D…の生産者すべてが、それぞれの商品を必ずAと交換することはありえない。一人の生産者が次々に求めるごとに、すべての生産者が一つを求めるごとに同じではない（金、銀は、貨幣になつてはじめて、生産者すべての交換対象になる）。したがつてこの移行は、現実的な過程ではない。また論理的にも、前者の過程は交換が拡大していく平面での問題であり、後者は拡大した関係を統合する体系化の問題であつて、拡大の論理から統合の論理を導くことはできない。したがつて個別的な商品交換が拡大していく過程から、「一般的価値形態」は現われないことになる。

もう一つは、最終的に現われる貨幣が、最初の個別的な交換の前提になつているという点である。このばあいは例自体に問題が含まれている。リンネルが上着を価値鏡にするのは、どちらもすでに労働の生産物として市場に登場しているからである。もしそうでなければ、交換は当事者間での主観的な等価感に拠るだけであつて、物から物へ（客観的に）価値が映し出されていくことにはならない。人間労働が交換対象に映し出されるのは、交換する物が交換を目的とした労働の結晶であるからであつて、貨幣を媒介にした商品交換が、すでに習慣として定着していることを前提にしている。たとえば近くで採取された自家の果実が上着と交換されたりすれば、上着に映し出されてくるのは植物自身の生産労働（繁殖力）と採取行動になり、人間労働が「一般的価値」の内実であるという論理がくずれる。

論理はくずれても、商品交換が貨幣を媒介にして成り立つてゐるという事実はくずれない。資本主義經濟は、交換を目的とした（貨幣を前提とした）労働による生産物を、市場で交換し、その交換の過程で人間労働が交換価値の内実（一般的価値）として現われ、したがつて貨幣をつくりだしながら、交換を目的とした労働の生産物を、市場に送りだすことで成り立つてゐる。これはいわば、その動力をそれ自身の運動によつてつくりだしてゐる永久機械であつて、

(3) 産出する力

レビューストロークのいう「浮遊する意味作用」は、概念としてあいまいである。商品のように、記号としての形態（意味作用）が、使用価値をもつ実体であれば、表示価値（差異による価値）が使用価値から剥離してくることはありうる（現にいま日常的に生じている）。だが言語記号の「意味内容」（差異による意味）は、もともと指示対象に密着し

ているわけではなく、言語記号はいうならば本来的に浮遊している。つまりそれが安定した「意味内容」をもつてゐるのは、日常の言語行為のなかで、記号間差異に変動の生じないことがコミュニケーションの条件になつてゐるからであり、持続されていることが、言語記号を価値づけているわけだ。どうせんヘハウ／も、マオリ族の日常生活のなかでは安定した意味内容をもつてゐたはずである。

サーリンズによれば、ヘハウ／は「浮遊する意味作用」であるどころか安定した意味内容をもち、しかも理解を超えた「靈の力」ではなく、理解可能な自然の力を意味していた（山内利訳『石器時代の経済学』法政大学出版局）。彼は、モースが無視してしまつた第三者との関係に注目する。贈り物を受けた者は必ずお返しをするが、贈与者（A）に直接に返すのではない。受贈者（B）はその贈り物を「他のだれかに与える」。「長い時間が過ぎ」、その第三者（C）は別の贈り物をBに与える。この贈り物が、最初の贈り物のヘハウ／であり、だからBはAにそれを与えねばならない。そう原資料は語つてゐるといふ。時間をかけてCを通過していくなかで、ヘハウ／は別の贈り物（お返し）として具体的な形態をとるわけだが、この贈り物は最初の贈り物を「はるかに上まわるもの」であつて、Cを通過することが「成果」を産むということになつてゐる。この「成果」は、いわば時間が勝手に産みだしてくれるものであつて、Bにとつては何も努力せずに得られた「利益」になる。だからそれはそのままAに返さねばならないのだと、部族民は考えていたというのである。

贈与についての部族民のこの考え方（サーリンズはそれをパラダイムと呼ぶ）は、供儀のパラダイムでもある。供儀のばあい、Aにあたるのは祭司であり、祭司は森（B）に供物（獲物の鳥）を安置する。時がたつと森は鳥で豊かになります、狩人（C）が鳥を獲つて、そのうち何羽かを祭司に寄進する。贈与のばあいにBからCを経過することで「成果」が得られたようだ、ここでは森と狩人を経過することで、祭司のもとに時間の「産出物」がもどつてくるわけだ。森に安置された供物は「森の繁殖力の有体の化身」であつて、ヘハウ／は繁殖力とその結果を表わしていることになる。

商品交換が剩余を産みだすように、ここでは贈与と供儀がともに「より以上のもの」を産む。ただし商品交換では、商人のばあいには地域間の価値の隔差が、産業資本のばあいには労働力商品と生産物商品の価値の隔差が、剩余を産みだしているのに対し、ここでは単に、時の隔たりが剩余産出のもとになっている。そこに、商品交換と贈与交換の基本的な相違がある。

時の隔たり、つまり時間は、剩余を産み出す。自然の繁殖力については述べるまでもないだろう。そのばあいそれによって得られる剩余は、人間にとつての剩余であって、したがつて人間は、自然に対して負債をもつ関係になる。その関係意識の表現が、供儀である。贈与のばあいはどうか。贈り物が女性であれば、時間が産むものは明瞭だろう。子どもの生誕も成長も自然の力である。同時に妻（母）である女性は、その労力で糸を紡ぎ、布を織る。自然の贈り物が手元にあり、人がそれに働きかけていれば、そこに「より以上のもの」が現われる。自然の贈り物のかわりに人から贈られた物でも同様であり、人がそれに手間ひまをかけていれば、そこから「より以上のもの」が生じてくる。その持続的な働きかけが、このばあいの繁殖力である。さきの例でCがBに与える物は、Bが最初の贈り物に手間ひまをかけていれば産出されていたであろう成果に、見合う物であったと理解できる。だからこのばあいの剩余は、贈り物が人の手を通してくること、つまり手間ひまをかけていることから生じているのであって、受贈者はその時間に對して負債をもつ関係におかれる。その関係意識の表現が、贈与に對する返礼の習慣である。

手間は、費やされる時間であり、その間にかけられる労力を意味している。だがそれは、労働と同じではない。第一にそれは△ひま▽と両立し、あるいはむしろ△ひま▽と溶けあつてゐる。△ひま▽のなかでの労力が手間であるとすれば、労働は△ひま▽と対立し、△ひま▽を押しのけてしまう労苦である。手間はまた、いわば目の前にある物（あるいは者）との対話として成り立つてゐる。相手（物あるいは者）のいうことを聞かなければ、その行為が成り立たないから、手間ひまがかかるのであって、労働のように自分の目的にしたがつて物を裁断し改変してしまう行為ではない。し

たがつて第三に、手間ひまをかけられたものは、自然の繁殖力が産みだしたものと同様、ただ使用価値をもつだけではなく、みずからの価値をそれ自身で表現している。それはただの生活用品であつても、同時に「貴重品」であり、それゆえにそれが△△△であるわけだ。

供儀は自然の時間に対する負債意識の表現であり、贈与と返礼は人の時間を通つてくることへの負債意識の表現である。その表現行為、つまり文化が、そのままで社会的物質代謝になつてゐる。商品の生産と交換もまた社会的物質代謝であり、同時に「価値」を産出している。だが商品は「貴重品」ではない。「価値」ではあるけれど「貴重品」ではないこと、そこに商品交換の文化的な特殊性がある。

(1) 丸山圭三郎『文化のフェティシズム』勁草書房、同『フェティシズムと快樂』紀伊國屋書店。

(2) C・レヴァリーストロース『マルセル・モース論文集への序文』(M・モース前掲書所収)

(3) ブルデュが引いてゐる例をまた借りすれば、「列車は規則的に二分遅れる」と「列車が二分遅れるのは規則である」とは同じではない(P・ブルデュ、今村仁司・港道隆訳『実感覚』みすず書房)。

(4) 柄谷行人『マルクスその可能性の中心』講談社文庫、吉沢英成『貨幣と象徴』日本経済新聞社。ただし以下の記述は、両著の指摘によりながら私なりに筋立てなおしたものであり、コンテキストはそれぞれ異なる。

第九章 消費する文化

(1) 祝祭の時空

資本主義経済における剩余は、労働者という労働力商品の価値と、その労働者が実際に働くことで生産物に与えた価値との隔離から生ずるといわれる。これもまた時間が産み出す価値であつて、具体的にそれは、労働者が働く労働時間

から、労働力商品としての価値生産に必要な労働時間を差し引いた時間で、量られている。

だがこの時間は、へひま／＼を排除していることで、繁殖と手間の時間とは質的に異なっている。一方は線状に伸び、等量に区切られていく時間であり、他方はおのずから成りゆき、まためぐりくる時間である。区切られた時間のなかで労働は、等量のエネルギーを出しつづける機関に等しく、めぐりくる時間のなかで手間は、とき満ちれば果実を産み出す。労働の時間は、余暇のためにあり、手間の時間は、祭りを待つ。余暇と祭りの違いが、生産労働と手間の労力との文化的な差異といえよう。

祭りを余暇に変えてしまうのは、商品交換の習慣である。商品交換は、地域による産物の違いにはじまり、その違いが交換による剩余（「より以上のもの」）を産み出す。うぜんこの剩余は、地域住民にとっては、生活を何らかの意味で豊かにするものとして現われる。産物の違いは、それぞれの地域における生活様式を異ならせ、風俗・習慣の違いをもたらしている。そのため交換する者は、近隣間交渉であっても、それぞれの伝統的な生活様式を越えたところで、交換という関係行為そのものにおいて、その関係をつくりだし、維持していかなければならない。古代、中世の市（マーケット）は、そのような関係の場であった。

市は、たいていは社寺の庭や門前など、宗教的権威に保護された特別の場所であり、日常の暮らしとは異質な時間、祭日や市の日など、統治権力によって定められた特別の時間であった。それは現実空間のなかにありながら、生活の流れから離脱した時間であり、めぐりくる現実の時間でありながら、日々の労力から人を解放する場所である。生活区域とも日常的時間とも異質な時空間のなかで、産物の意味が変わる。

市を管理していたのは、その場所を支配している権力であるけれど、市を実際に担っていたのは、そこに運び込まれてくる物財であり、あるいは呼び売りや大道芸である。小売商や交易商、あるいは香具師や芸人たちのつくりだす喧騒と、並べられた物財のかもしだす幻惑が、市に活力を与える、それを祝祭的な時空間にする。市に出向く近隣住民にとつ

て、物財は購入されるものである以上に、芸と同様、目を楽しませ心を浮きたたせるものであった。いわば一つ一つの商品に祝祭がはりついていたのである。⁽¹⁾

欲望は、祝祭的時空のなかで醸成される。あるいはすでに暮しのなかで待ち望まれている祝祭、想像的時空間のなかでの祝祭が、欲望の母体になる。物財の使用価値は、欲望の対象を限定し、商品を選択する基準にはなっても、欲望そのものを生みだし、交換に向かわせるものではない。祝祭の場、あるいは時があつて、その場を訪れ、その時がくれば、交換を期待できるということ、いいかえれば想像の時空で欲することが、人を商品という現実の対象に向かわせていたわけだ。

想像的時空は、日常の暮らしを意味づける。毎日の生活を成り立たせているのは、それぞれの生活習慣に即した経済（生計）であり、それもまた想像的時空、いわゆる「共同幻想」を基軸にしている。市の魅惑が波及するにつれて、伝統的な共同幻想のなかに、それとは異質な想像的時空が入りこみ、共同幻想を内側から変質させる。そこから市場経済への道が開かれてくる。

商品の交換価値は、ただたんに物が交換されることからだけでは生じない。たとえば果実と上着が交換されるとき、果実は上着の使用価値を、上着は果実の使用価値を、それぞれ自らの価値にしているだけであつて、交換される物がふえても、それぞれの交換で同じことが繰りかえされるだけである。にもかかわらず異なる物のあいだを通じて比較できる価値（交換価値）が生まれてくるのは、交換される物が、市という時空のなかにあることで、生活のなかで祝祭的な意味をもつからである。

交換価値のもとになるといわれる「社会的労働」は、個別的な労働の一般化という操作の結果として現われるものであつても、交換の時点では、交換される物の比較の基準にはなりえない。果実を上着に交換する農民は、上着を手に入ることで多少なりとも改善される生活と、果実にかけられた時間（繁殖と採取の手間）とを、秤にかける。上着を果

実際に交換する職人も同様であり、秤にかけられているのは、それぞれの側での、それにかけられてきた時間（経験）と、交換したあの生活イメージ（願望）である。交換を成立させるのは、経験と願望との、したがってまた生産に費やされた労力と、その報酬である明日との等価性、それぞれの側での主観的な等価性であるわけだ。

それぞれの側での等価性は、交換という現実の相互行為のなかで、交換する者と交換される物のあいだを交差するかたちで、出合う。その交差によって、交換される物が等価であると認定される。主観的な等価性が出会い、重なることで、交換される物に等価性が付与されるわけだ。費やされた労力は共同体経済（生計）のなかにあり、それ自体としては比較を越えている。ただ、共同体経済でのいくばくかの余剰が、交換の条件（生活イメージが生成してくる物質的条件）になつているのだから、交換はまた、それぞれの労力を交差のなかにおき、労力を共同体経済から引きずりだす。市とはそのように、費やされた労力と明日のイメージが織りなす網の目、交換する人と交換される物とが交差する二重の網の目であり、費やされた時間とその産出物は、その網の目にからみとられることで、市場経済を形成していく。

商品交換を全体として統合しているのは、市という祝祭的時空であり、貨幣は暮しのなかでの祝祭の象徴である。市が不在であり、生産物や所有物が共同体経済のなかに位置づけられているだけでは、物財は△△△をもつても、交換価値はもたない。交換価値は市とともに現われ、そして△△△がもつていたのと同じ△△△、商品を流通させる△△△を、共同体世界を越えて發揮する。交換価値は、市という拡大された商品交換のなかで、いわば具体的に一般性を獲得する。商品の一つが貨幣になるのは、それが市を構成する部分でありながら、市を象徴しているからである。市を象徴することで、それは費やされた労力と明日のイメージを具体的な形像において媒介する。その媒介性が商品を流通させる△△△の源である。△△△が「より以上の物」であり、「貴重品」であったから、贈り物が贈られ返されいたように、貨幣は、それが生活において祝祭的な意味をもつから、商品を流通させる。貨幣とは、経済的価値であるよりもさきに、文化的な価値だったのである。

ところで、秤にかけられている生活イメージは、日々の労力によって成り立っている伝統的な生活様式の内側にあるものではなく、市という時空間のほうに取りこまれている。その時空間が生活のなかでどれほどの比重をもつかによって、費やされた時間（イメージと等価におかれる労力）に対する評価が変わる。比重が増えれば（市の魅力が強まれば）、共同体経済のなかでの剩余への願望も増大する。剩余が、待たれるものから欲するもの、みずから作りだすものになり、必然的に生活様式そのものを変質させていく。市が市場になり、祝祭的時空間が日常的時空に拡散してしまったとき、交換価値はあらためて別の意味、政治的な意味をにないはじめる。

(2) 価値づけられた労働

待たれている剩余を、みずから作りだす剩余に変えてしまうのは、「勤勉」の文化である。いま日本の父親たちはたいてい勤勉である。戦後しばらくは食べるためであつたとしても、豊かになつた今なお「朝から晩まで」働き、働くことのほかにみずからの營みをもたない。勤勉が彼らの文化だからである。

父親たちの勤勉は、戦前からの「タテ社会」の人間関係とそのモラルにもとづく労働であつて、だから彼らは会社に忠実なエコノミック・アニマルにしかなりえなかつたのだと、よく言われる。戦後のいわゆる近代主義者たちが主張してきたのも、その観点であり、労働を方向づけている封建的人間関係を、自律的な個人間の対等な関係に置き換えていくことが、彼らの課題であつた。だがその労働の理念、ヨーロッパの近代初期に現われた「勤勉」と、父親たちの勤勉とは、言われるほどに対立するものではなく、むしろ同類であるよう思われる。

西欧近代の「勤勉」は、プロテスタンティズムの禁欲の精神に基づいていたといわれる。世俗内禁欲は、教徒を職業労働に専念させ、他人のためにより良いものをより安く生産すること、つまり合理的経営に向かわせる。消費が節約され、利益は生産に再投資されて、結果として資本を拡大的に再生産していく。この過程は、そこだけを取り出してみれ

ば、プロテスタンティズムには原罪の観念があり、にもかかわらず魂の救済が保証されていなかつたので、禁欲が価値づけられていたのだとも言われる。たしかに禁欲は価値づけられねばならなかつた。世俗的禁欲は、欲望の禁庄ではなく、多様に溢れ出る人間身体の欲望を一つの目的に集中する行為である。だから禁欲を価値づけるとは、一つに集中されるエネルギーを価値づけることであつて、その価値づけを、洋の東西におけるそれぞの文化的観念が担うことになる。

つまり行為の目的が、それぞの文化的条件のなかにある観念〔魂の救済〕であれ「家内息災」であれ)に求められていても、それによって価値づけられねばならなかつた行為そのものが、すでに禁欲の意味を保証している。同じように商業の発達が、共同体経済とその中での人々の生活を不安定にしていた状況があり、支配されている者たちにとっては、ただ働くことだけが生活の危機をのりこえさせる唯一の道であつた。ひたすら働いている現実が、多様に溢れ出る欲望を断念させていたのであって、その断念をプロテスタンティズムや石門心学が価値づけていたことになる。

「勤勉」は、価値づけられた労働であり、価値づけているのは、商品経済の浸透にみまわれた生活主体である。共同体経済が安定し、伝統的な文化が生活を十分に意味づけているかぎり、その生活様式とは異なる生き方は現われてこない。たとえ生活が危機的な状況に追い込まれても、それにかわりうる生活イメージがなければ、新しいモラルは採用されないという条件が、また非生産者であつても、貨幣さえあれば(労働力が商品化されれば)生活できるという条件が、危機にみまわれている生活主体を「勤勉」に向かわせる。まじめに働けば、新しい世界が開かれるのだ。

実際に洋の東西を問わず、「勤勉」は成功者たちをつくりだし、その成功が彼らの労働を社会的に価値づけていく。だれでもその気になりさえすれば、勤勉であることができる。多様な欲望のもとにあつて人それぞれが思いのままに放

富農層の行動と変りない。⁽²⁾

出し、人それを異ならせているエネルギーが、勤勉のもとで等質になり、欲望を一点に集中できることが、人間としての価値、人を同等にしている価値になる。近代的価値として現われてくる「自律」と「平等」の観念は、集中する能力とその同等性に基づいていたのであり、それゆえにまたその「自律」は自己規制でしかなく、「平等」は機会の均等でしかありえなかつた。機会を利用できず、職につけない者、生活の危機をのりきれない者は、勤勉でない者、怠け者とみなされ、人間としての価値さえ剥奪される。勤勉であること、欲望を一本に集中することが人の道になり、人々を内側から支配することになる。

価値づけられた労働は、自然のなかで費やされていた時間から離脱し、時間そのものを対象化する。無駄な時間は排除され、集中された等質のエネルギーで充たされて、時間が線状に伸びていてるものとして視覚化される。つまり時計の時間のなかで、身体エネルギーは物理的エネルギーと同じように計量可能なものになり、労働は定量のエネルギーを出しつづける機関として、資本主義経済という永久機械の部品になる。

対象化された時間のなかで、剩余はおのずから産出されるのではなく、労働によって生産されるものになる。同時に祝祭的時空も、待たれるものから作り出すものになり、次々に生産されていく剩余が祝祭的時空を拡大し、日常世界を覆いはじめる。だがこの剩余は、森の繁殖力と人の手間がもたらしてくれるものではなく、対象化された時間を手段にすることで、生産される。自然と人間にに対する負債意識が消える。以後人々は、自然と人間から受けた負債を返すことなく、生産された剩余を消費する。資本主義経済とは、自然と人間にに対する債務を無視する文化であり、それゆえにこの文化は、最初から政治的な意味を担つていたのである。

(3) 価値づけられた消費

いま若い世代は、働くことよりも余暇を楽しむことを生きがいにしている。彼らにとって労働は消費の手段にしかす

ぎず、労働それ自体に価値はない。父親たちは若者たちに「勤労意欲」がないといい、若者たちは父親たちを「エコノミック・アニマル」という。だがこの両者もまた対立しているのではなく、むしろ同類である。

余暇は、手間と融合しているへひま／＼とちがつて、暮しとしては何もしない時間、空白の時間である。同時にそれは生産労働に対立している時間でもあって、空白であるゆえに、自分でそれを充実していくことのできる自由な時間、自己実現のために使える積極的な時間として、評価される。だがこの「自由」も、「勤勉」が断念を価値づけていたばかりと同様、むしろ先行してしまった現実の空白を価値づけている観念だということができる。

つい最近まで、余暇はレクリエーションの時間であった（父親たちにとっては今でもそうである）。それは再創造という意味で、観念的に自発的で能動的な時間であったが、実際には生産労働で使い果たされたエネルギーを再補充する時間であった。「勤勉」が価値であるから、それに含意されていた「自律」がレクリエーションの自発性に対応し、自発的にエネルギーが再補充されていたわけだ。だがその「勤勉」は、物理的時間のなかにあることで、身体労働としては機械の働きに等しく、そして機械のほうがより以上の剩余を産み出すことになつたいま現に、身体労働はしだいにオートメーションにとってかわられている。それに応じて、勤労というエネルギーの集中は、工程を管理し、機械と資源を開発する能力のほうに転じられてくる。身体的エネルギーよりも、精神的エネルギーの集中が要求されているわけだ。

レクリエーションからレジャーへの移行は、その転化に対応している。レジャーは精神の集中が解かれる時間、気散じの時間とその行為であって、そこでは欲望が多様に解放される。欲望の解放はそれ 자체が価値であり、レクリエーションがそうであつたような生産労働への従属から離脱し、自立する。若者たちは労働から自由である。だが同時に手間ひまをかける労力からも自由であつて、解放された欲望は、欲望達成への努力とともになわず、過程を省略することで満たされる。省略された過程を埋めているのが、カタログやマニュアル、そしてレジャー産業であるのはいうまでもない。勤労という集中の時間と、余暇という解放の時間は、一対であり、相互に依存することで社会的物質代謝を成り立た

せている。集中と解放は、生産と消費であり、いいかえれば価値づけられた行動が、経済を全体として方向づけていることになる。価値づけは資本主義経済とともに始まり、近代的諸価値は、経済の方向転換にともなう危機と空白のなかで、方向転換を導き、かつ支えるものとして現われてきたことができる。そのなかで宗教意識（プロテスタンティズムや石門心学）が積極的な役割をはたすが、経済成長のなかでその役割は、成長を価値づける媒体（ジャーナリズムとマス・メディア）に移行する。

資本主義経済がそれ自身の法則をもつかのように現われるのは、労働が価値づけられることで、計量可能なエネルギーの集中に化していたからであり、加えて科学をはじめ知的労働の全体が、同じ価値意識のもとにおかれてきたからである。学校教育は、労働力商品の生産工場であるよりさきに、余暇の時間と対になつた文化的営為の場として、個々の生命活動を方向づけている。

余暇の時間になれば欲望は解放されるが、過程が省略され、欲望の対象だけが開発されつづけているので、欲望するエネルギーはむしろ衰弱しつつある。欲望は、想像されたものと満たされるはずの欠如との距離において現われ、強められる。その想像的時空を、いまマス・メディアとショッピング・センターに展示されている差異が埋めつくし、次々に満たされる欲望が、暮しのなかでの欠如を、欠如として意識させない。祝祭的時空が暮しの時空を、影の世界、反価値の世界にしているからである。

欲望とは、環境世界に対して溢れ出ていく関係意識である。達成の過程が省略されているということは、自然と人間に対する関係行動が省略され、委ねられていることであって、それに応じて関係意識をもつことまでが省略される。供儀と贈与がそうであったように、社会的物質代謝が自然と人間にに対する関係意識のなかにあり、その意識が一人一人の生命活動において表現されているかぎり、その活動は自然と人間に対立しない。だが欲望の解放として価値づけられた消費行動は、関係の表現であることをやめる。多様に欲望する身体は、多様に消費するだけの身体になり、自然と人間

が消費の手段になる。

「消費文化」とは、文化であることをやめようとしている文化である。無限に増殖しつつある記号間差異、つまり交換価値は、欲望を使用価値から浮遊させ、食と性さえも、身体から遠ざける。消費財は、それが使用価値としてあるかぎり、触れられ、音を立て、臭いを発しながら、暮しのなかでそれ自身を表現している。生活手段であると同時に自身を表現する存在であることが、生活財を文化にし、またそれとのつきあい方を文化にする。だが過程を省略した欲望は、物と関係をもたず、人との関係もつくれない。映像に刺激され映像によつて満たされる性欲が象徴しているようだ、それは自らと戯れる。

自ら戯れる「消費文化」は、価値を産出しない。にもかかわらずそれは交換価値をもつことで、文化としての顔を保ちつづけ、人の生命活動を方向づける。身体から浮遊し、関係をつくれない文化的な営為は、逆にそれが身体を拘束し、関係を支配していくことにおいて、政治的である。

- (1) M・バフチーン、川端香男里訳『フランソワ・ラブレーの作品と中世・ルネッサンスの民衆文化』せりか書房。G・ヘルダッハ、U・シリング、石井和彦訳『市場の書』同文館。
- (2) 安丸良夫『日本の近代化と民衆思想』青木書店。