

消費社会神話と資本主義

望 月 和 彦

「人生まれて静かなるは、天の性なり。物に感じて動くは、性の欲なり。夫れ物の人
 を感ずるは、窮まりなし。而して人の好悪^{きだ}節めなければ、即ち是れ物至りて、人、物
 に化せらるるなり。人、物に化せらるる者は、天理を滅ぼして、人欲を窮むる者なり。」

——『礼記』「楽記篇」

「生物や人間に根本的問題を突きつけるものは、必要性ではなく、その反対物、奢侈
 である。」

——G・バタイユ『呪われた部分』

はじめに

私たちは、別の機会に、ボードリヤールの消費社会が、彼がもともと批判
 の対象としていた資本主義社会ではなく、社会主義社会により適合すること
 を見た¹⁾。その際、ボードリヤールの消費社会モデル自体の評価は意図的に行
 わなかった。単に、彼が資本主義社会を批判するために考案した社会モデル
 が、社会主義社会を批判するモデルとしても有効であることが示されたにす
 ぎない。それでは、なぜこのようなことが起こったのか。ボードリヤールは、
 社会主義を批判するために消費社会モデルを主張したわけではなかったが、
 結果的には、彼のモデルは社会主義を痛烈に批判するものとなった。本稿で
 は、このような意図せざる結果はなぜ生まれたのかを考えることにする。

ボードリヤールの思想は、哲学的・文化人類学的であって、本来の経済学

1) 望月 [22] 参照。

とはその思考法において趣を異にする。従って、これを経済学の立場から批判することは、余り意味がないと思われるかもしれない。両者の拠って立つ発想の基盤が異なるからである。だが、彼の主張が、真・善・美の哲学的命題や記号論の範囲を超え、現実経済の批判となっているかぎりにおいて、そして彼の思想的影響の大きさを考慮すれば、経済学の立場から彼の主張を吟味することが全く意義のないことではないと考える。

イデオロギーとしての消費

私たちは、経済活動とは、商品の生産・流通・消費を指し、これらの経済活動は、その商品のもたらす効用のためであると考えている。だがボードリヤールによれば、人びとの経済活動は、本質的には、記号の生産であり、記号の交換であるという。それは通常のエコノミクスが前提とするように、効用をもたらすのではない。私たちは、商品が効用をもたらすために、それを生産し、消費していると考えているが、それはそう思いこんでいるためであって、実際には、いくら商品を購入しようが、欠乏感を充足することはできないというのである。物的消費が人間性の回復（彼の言葉で言う「至高のかたちであること」）にはつながらないという考え方は、すでにバタイユに見られる²⁾。

ボードリヤールは、このバタイユの議論をさらに進めて、消費の本質を物質の消費ではなく、記号の消費であると説く。私たちが行っているのは、効用をもたらす財・サービスの交換ではなく、単に記号の交換なのである。現代社会において、財・サービスは、そのもたらす記号的な意味のみをもって存在意義を有するにすぎない。消費とは記号なのだと言はれる。この消費社会のイメージは、現在でも多くの信奉者を持っている。

ボードリヤールによれば、豊かな社会における消費とは、一種の記号でしかなく、その消費による満足というのは所詮幻想に過ぎないのだという。彼によれば、「実際、豊かとか潤沢とかは、幸福の記号が積み重なったものにな

2) バタイユ [12]。

ぎない」(ボードリヤール [18] 21ページ) のである。そこには、財のもつ効用という側面とは全く異なる側面が強調される。そして消費とは、本質的に、財の効用に関わるものではなく、記号的意味に関わるものなのだと説く。すなわち、

「こうして洗濯機は道具として用いられるとともに、幸福や威信等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な領域である。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に取って代わることができる。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。」(ボードリヤール [18] 93ページ)

そして消費は、その人が属する階級・階層によって規定されているとする³⁾。つまり人々のライフスタイルは、階級や階層によってあらかじめ決められおり、人々はその決まりに従って消費するというのである⁴⁾。この消費幻想は、生産者の側からも語られる。バッチェラーは、インダストリアル・デザインについて、次のように述べている。

「デザインはつねに虚構であることを知らねばならない。虚構は常に嘘なのである。」

3) ボードリヤールは、「他方では、文化変容をうけた諦念的な階級の文化的構図があって、この階級の相対的な社会的上昇の結果生じた文化要求は、ものや物神崇拜の中で悪魔祓いされるか、あるいは少なくとも集団の呪術的・経済的諸制約によって縛られた文化的妥協の中で払いのけられる。それが消費の素顔であり定義それ自体である。」と述べ、消費と階級の間に密接な関係があると主張している。

ボードリヤール [19] 41ページ。

4) このような消費行動は、人間のねたみに基づくとベルは主張する。

「ルソーは、『第二の対話』で、不平等の心理的起源を鮮やかに説明してみせた。それは、「孤立した」人間が集まりはじめて、最も強く、最も美しく、最も上手な踊り手や、最も上手な歌い手が、取り分以上に不当な分け前にありついた時に現れる。ねたみが表面に現れる。最も美しいもの、あるいは最も技にすぐれたものに似せるために、他の人びとは装うことをはじめめる。不細工でみにくいものを被うために化粧品を用い、見せかけが事実よりも重要視されるようになる。もしも消費が地位に対する心理的競争を表すものならば、ブルジョア社会とはねたみの制度化であると言える。」

ベル [16] 59-60ページ。

というよりむしろ幻想である。映画と同様に、幻想は事態をはっきりと照らし出した
りあるいは曖昧にしたりするために用いられる。しかし、そうしなければならないの
だ。そのことで人間に刺激を与えたり元気を与えたりし、顧客を喜ばせるかもしれな
いからだ。」(バチエラー [13] 227ページ)

ボードリヤールによれば、現代社会における消費の価値は差異化にあり、
人びとが消費を行うのは、この差異の階層を上るためである。まさに人びと
は、ニーチェ的な「権力への意志」によって駆り立てられるのだ。この差異
化のもっとも明白な表現は、モード(流行)である。モードによって何もの
も本質的に変化することはなく、深化することも進歩することもない。ただ
表面的な現れ方が切り替わるだけなのである。ボードリヤールにとってモー
ド(流行)とは、彼のいう消費の意味、すなわち社会階級の上昇の一つのエ
ピソードにすぎないのである。

このように消費は効用とは無関係であり、ほとんど無意味ともいえる差異
化によって成り立っているというのである。「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」というのである。カリフ
ォルニアにやってきたフィリピン人たちが俄然働き出すのは、アメリカには
彼らの欲望を刺戟する財・サービスが豊富にあって、それらを獲得しようと
して働くからだというガルブレイスの主張は誤っており、民主主義国アメリ
カにおける階級やカーストのなかに巻き込まれ、その階層を上げようとして
働くのだとボードリヤールは主張する⁵⁾。

大量生産の社会においては稀少性よりも差異化の方が重要なのである。記
号自体には稀少性はない。消費が無限に可能なのも、差異化によるものであ
る。現代社会は、ほぼ無意味な差異化を求めて際限なく記号が作り出され、
それが際限なく消費されていく社会なのである。私たちはまさにバーチャル
リアリティの世界に生きており、世界各地で起こっている戦争や飢饉や自然
災害といった悲劇もまた記号化されたメディアを通じて「消費」されている

5) ボードリヤール [18] 88ページ。

のである。メディアを通じてしか情報を入手しえない私たちには、それらの悲劇が、真正なドキュメンタリーであるのか、「やらせ」が入っているのか、それとも全くのフィクションであるのか、判断することはできない。

私たちが陥っている今日の状況は、すでにニーチェが前世紀末に冷やかに予言していた。彼は、記号化された社会に生きる人々を次のように記述している。

「私たち「客観的な者」。——最もはるかな最も疎遠な存在や文化への門を私たちに開いてくれるのは、「同情」ではない。そうではなくて、それは私達の親しみやすさや無邪鬼さなのだ。それらは「同情」では決してなく、反対にこれまで人々が（激昂しあるいは感動し、ないしは敵意をふくんで冷ややかにながめたりして——）苦しんでいた百の事物を楽しんでいるのである。あらゆるニュアンスをふくんだ苦悩がいまや私たちにとって面白いものなのである。かくして私たちは、苦悩をまのあたりにして私たちが心の奥底から揺さぶられ涙をさそわれるときですら、断じて同情心ある者ではない、——このゆえに私たちは決して助けようとは思わないのである。」（ニーチェ [10] 127-128ページ。傍点は原著者）

このように、ある意味で私達の存在を規定している感情ですら、記号化され、その本来の意味内容を失なってしまうのである。

このような記号を生産するプロセス自体も、通常の意味の生産としてとらえることはできない。効用という実感が否定され、すべては、交換価値というレッテルだけが意味をもっている社会では、生産過程自体も記号化されている。生産や消費過程は、効用とは無関係な交換価値に従って、実行されていく。これを彼はシュミレーションと呼ぶ。

記号の交換価値

記号として物が生産され、記号としてそれらが交換され消費される現代社会においては、物の使用価値は、効用に基づくのではなく、交換価値の体系の中で決定される⁶⁾。個々の財の持つ効用や記号的意味は、個別に存在するのではなく、前者においては交換価値体系の、後者においては記号システム全

体において総体として決定されるのである⁷⁾。これは物を記号としてみる立場からは当然のロジックとして出てくる。記号自体には、内在的価値、本源的価値はない。記号の意味は、記号体系の中の相対的な位置関係によってのみ規定される。物が、記号化したとき、物自体の価値は消失し、物の価値は他の物の価値との相対関係によって決まる。すなわち交換価値である。ボードリヤールのモデルにおいては、物の価値は、先ず交換価値から決定されていくのである。私たちが、物に価値を見いだすのは、その効用(=使用価値)ではなく、交換価値のゆえなのである。従って、私達が消費するのは、それによって何かを享受するためではなく、既に与えられた価値観のもとで消費幻想を満たすためである。

「この仮説によれば、パラドキシカルに見えるかも知れないが、消費は享受を排除するものとして定義される。社会的論理としてのシステムは享受の否認という基盤の上に確立される。そこでは享受はもはや合目的性や合理的目的としてではまったくなく、その目的が別の所にあるプロセスの個人的レベルでの合理化として現われる。おそらく、享受とは自立的で最終的な自己目的としての消費を定義するはずのものであろう。ところが、消費とはけっしてそんなものではないのだ。人びとは自分のために楽しむけれど、消費となるとけっして自分ひとりでというわけにはいかない(そうした見解は消費についてのあらゆるイデオロギー的論議によって巧妙に仕組まれた消費者の幻想である)。人びと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こみ、すべての消費者は無視されて、このシステムのなかで互いに巻きこみあっている。この意味で、消費は、言語や未開人の親族体系と同じように意味作用の秩序なのである。」
(ボードリヤール [18] 96-97ページ。傍点引用者)

6) 「必要(使用価値)は、政治経済学に外在する、具体的で比較不可能な実在ではなく、それ自身交換価値の体系から導かれ、同一の論理に従って作用する体系なのである。」

ボードリヤール [19] 196ページ。なお、この個所を含め、引用文は必要に応じて訳を変えている。

7) 「今日、もの自身が示す文脈と無関係に、モノがそれだけで提供されることはほとんどない。このために、モノに対する消費者の関係が変化してしまった。消費者はもはや固有の有用性ゆえにあるモノと関わるのではなく、全体としての意味ゆえにモノの全体(un ensemble d'objets)とかかわることになる。洗濯機、冷蔵庫、食器洗い機等は、道具としてのそれぞれの意味とは別の意味をもっている。」

ボードリヤール [18] 14ページ。

この社会における経済的価値というものは、制度によって規定されているというのである。この考え方のルーツは、明らかに構造主義思想にある。構造主義の祖であるソシュールは、言語もまた制度であると考えていた。湯浅は、ソシュールの考え方を次のように要約している。

「<言葉というシーニュ>はきわめて独特な記号であって、人々が相談して取り決めた海上信号のような記号体系ではなく、いわゆる社会的制度（多数の賛成によって変わることもありうるような）でもなく、まったく「恣意性」としていつのまにか定まった記号体系だ。つまり「なんら自然的な絆も根拠もなく」定まっており、ただ相互間の差異化の関係性としてのみ価値づけられているので、その記号システムはつねに「体系性」としてだけ働く。だから部分部分、要素要素の総和ではない。一見個々の記号（たとえば語たち）がそれだけで<意味する>ように思えても、実は必ず体系全体の<作動様式>と連動してのみ<意味する>。」（湯浅博雄 [24] 259ページ）

ボードリヤールは、言語記号のこのような恣意性・体系性を価値体系にも当てはめようとするのである。言語体系が、その端緒は恣意的であるにもかかわらず、それが一旦成立すれば、人々に強制的に受け入れられるように、価値体系も、恣意性を持ちながら、人々に所与のものとして強制されるのである。人々が言語なしに意志疎通や思考ができないように、価値体系なしには経済活動を営むことはできない。

このような体系では、需要があるから価値が生まれるのではなく、価値が規定されて初めて需要が生じる。逆に、価格がゼロになれば、供給も停止するが、需要もまた消滅する⁸⁾。これは彼によれば、欲望は価値という幻想のなかで生じるものであるからであり、価値は交換を通して生まれるからである。かれは記号化した財・サービスの交換によっては決して欲望は充足されず、^{マンク}欠落のままであると主張する⁹⁾。これはバタイユが、消尽すること、つまりそ

8) 「実際、無償^グというのは、経済面の用語の意味の上で、供給を消去してしまうし、ついでに需要自体も同じくなくなってしまうのである。それは、つまり無償^グというのが、価値の論理のなかのどこにも立脚していないということなのだ。この（価値の）論理の埒外にあると、ひとは何の〈欲求〉ももたない。」（傍点原著者）
ボードリヤール [19] 282ページ。

の物的効用を破壊するような仕方、すなわちそのような行為以外の何物も目的としないような仕方、消費することによって、人間は優越感をえるといったのとほぼ同じ考え方である。

効用から切断された記号としての財・サービスは、本来的に私たちの幸福とは何の関係もない。私たちは、ただ、そのような記号を消費することによって幸福になるという幻想を抱いているだけなのである。その意味で、すべての財・サービスは、シミュラクル (simulacre: 見せかけ, 幻影) に過ぎない。

このように、ボードリヤールによると、私たちは、ある幻想によって蓄積を行い、役にも立たない効用を求めて生産をつづけているのである。そのようなことを産業革命以来約二百年にもわたってつづけてきたというのだ。その間、私たちはまったく救済されていないし、これからも救済されることはない。

このようなボードリヤールの現代社会批判は、根本的なものであり、経済学的前提を根底から否定している。だが、別のところで論じたように、彼の社会モデルは、本来資本主義社会を近似しようとしてつくられたのであるが、実際には、資本主義社会よりも社会主義社会によりフィットするものであった¹⁰⁾。そしてその社会主義は、その内部矛盾によって崩壊し、資本主義に転換したのである。これは、彼の社会モデルの内部にも、いくつかの問題点があることを意味している。それらが結局は、一方では社会主義を崩壊させ、

9) このことについてボードリヤールは、次のように書いている。

「獲得することは、享受を決して満足させなかった。……

欠落というのは、いつでも他人に決して義務を果たさないことであり、また他人がこちらに対して義務を果たさないことでもある。(投資〔精神集中〕が、商品あるいは幻覚のようなものになっている) 価値の過程の中で、誰も誰に対しても義務を果たさず、何ものも何にも働きかけない。というのも、すべてが何らかのものに等しいからであり、各々が、少なくとも自分自身に等しいということを保証されているのである。ただ価値のみが交換される。すなわち、価値自体のなかで変わる。そして等価法則に従って、価値の項としての個々人や物が交換される。

ボードリヤール [19] 283-285ページ。

10) 望月 [22]。

他方では資本主義の社会を安定化させているのである。それはいったい何か。消費社会を安定化させるメカニズムについて以下考察する。

消費社会における競争の記号的意味

ボードリヤールによれば、私たちが消費行為を行うのは、それがもたらす効用のゆえではなく、消費自体の持つイメージのゆえであり、それは実は幻想にすぎない。その幻想は、生産者、さらには社会全体から植えつけられたものであるということになる。

人々は広告に欲望を刺激されて、不要なものを買わされる存在なのである。商品売る企業は、消費者に選択の自由や個性を強調するが、それはあくまでも生産者によって強制されたものであり、本当の選択の自由や個性などは存在しないのである。存在するのは、生産者によって作り上げられた差異でしかない。人々は、自ら選択していると思っているが、実はその選択は強制されたものだというのである。

「このように自分のことを「幾重にも重ねあわす」定式（自分で自分自身を個性化する……！）は現在進行中の事態の真相をうち明けてくれる。真相をあからさまにできないためにもがいているこのレトリックのすべてが語っていること、それは個性が存在しない〔誰もいない〕という事実にはほかならない。……このもはや存在しない個性、失われた審級が、今や「個性化」されようとしているのである。差異の多様化、つまりメルセデス・ベンツや「ほんの少しだけ明るい色合い」やその他数多くの集中的あるいは散在的な記号の中で、記号の力によって抽象的な形で復活しようとしているのはこの失われた存在であり、それは総合的な個性を再創造し、結局は最も完全な無名性のうちに砕け散る。なぜなら、差異とはもともと名付けようのないものだからである。」（ボードリヤール [18] 112ページ）

このように、人びとが「個性」と思っているものは、実は、人為的に作られた差異でしかなく、それは本当の個性でも何でもないものであり、最終的には「無名性」の中に埋没してしまうのである。そのような消費行為は、単なる交換ではなく、実は生産者から消費者への一方通行なのである。

「そして、消費という一般化された秩序は、もはや与え、返し、あるいは交換するということが許されないばかりか、ただ受け取り、使用する（私有化、個別化した使用価値）という秩序以外のなにものでもない。この意味において《消費》財もまたひとつのマスメディアなのである。……生産物とメッセージの消費、これこそ消費財が作り出す抽象的な社会関係なのであり、応答と相互（互酬）性のあらゆる形態に投げかけられた禁止宣告なのである。」（ボードリヤール [19] 222ページ）

このように、彼の社会モデルでは、大量生産された製品は、マスメディアによる情報の一方的提供と同じく、生産者から消費者に一方的に供給されるのである。

現代経済を生産者による完全支配として捉えるという考え方自体は、ボードリヤールに限らず、頻繁に主張されている。例えば、湯浅によればバタイユも次のように考えていた。

「近・現代の産業社会において、＜同質性＞の基盤をなしているのはなにか。それはまず＜生産活動＞だ。資本制生産では、生産手段を所有する階級（生産手段を購入し、設置・維持し、労働者を雇う資本＝貨幣を所有する人々）が、生産活動を主導する。それだけではなく、生み出された生産物を商品として流通させる仕方、それに応じて消費される仕方も導いている。大衆は「自分で好きなように消費している」と思っているかもしれないが、基本的には「資本」が商品として流通させたいものを——そして再生産の拡大が円滑に進行するよう企図しているものを——消費している。それゆえ生産-拡大再生産の活動が社会の中心を占め、流通（交換）過程も消費過程もその中心軸に即してオルガナイズされる。」（湯浅博雄 [24] 87-88ページ）

このような主張の背後には、人間の精神自体（上部構造）が、モノすなわち生産力（下部構造、土台）によって規定されるとする唯物論的考え方があることは明らかである。さらに大沢のように、資本主義が人々の意識世界をコントロールするだけでなく、無意識世界まで作り出したのだと主張する論者もいる。

彼は、「資本を、単に経済的な価値に関する現象と見なすのではなく、（社会的な）規範と相関した価値とそれをもたらす社会構造一般に関わるダイナミズムとして理解するのである。このように隠喩的に拡張された意味におけ

る資本を、ここでは〈資本〉と表記しておこう。〈資本〉の商品経済への射影が、教義の資本なのである」(大沢真幸 [4] 115ページ) と〈資本〉を定義し、その価値基準である審級 (instance) が〈資本主義〉社会ではダイナミックに変化していくと述べた後、フロイトが未開人には無意識がなく、文明人のみが無意識をもつといったことを次のように解釈している。

「未開人が無意識をもっていないとされたのは、その無意識を証言する他者が、「われわれ」文明人であり、未開人にとって端的に外的なものにとどまっているからである。他方、〈資本主義〉の下にあるわれわれが無意識を所有することができるのは、われわれがそれに対して「転移」する他者として、未来に待っている第三者の審級の存在を想定することができるからである。そうであるとすれば、無意識の心的な内容とは、まさに〈資本〉が与える想像力、〈資本〉によって構成された想像力である、というべきではないだろうか。19世紀が終わるまで実質的には無意識が発見されなかったのは、述べてきたような〈資本主義〉の熟成がその前提だったからではないだろうか。」(大沢真幸 [4] 156-157ページ)

このように、大沢もまたボードリヤールと同じく、資本主義における人々の行動の中に他者への依存を見出すのである。本稿では、人間の「無意識」領域まで議論することはできない。が、果たして、生産者や社会が本当にそのような幻想を消費者に与えることができるのだろうか。

製品のブランドイメージは、確かに記号として理解することはできる。だが、異なる財やサービスを単なる記号的差異として捉えきれぬのだろうか。つまり洗濯機と冷蔵庫の差は記号的な差異なのだろうか。そこでは財の持つ本来の効用の差を無視することはできないように思われる。もちろん、効用は、あくまでも主観的な存在であり、観察したり計測することがそもそも不可能な概念であるために、このような主張に対して、効用があくまでも幻想に基づいていると主張することは可能である。だが、どれほど効用の主観性に依拠しようとも、財・サービスの相互関係を全て幻想で片づけることはできない。

すべての財は、互いに代替的、または補完的關係にある。この關係は、主

観的観念である効用のほか、生産技術にも由来しているので、いくら記号論に依拠しても、これらの関係を否定することはできない。そして少なくとも、生産過程においては、ボードリヤールの主張は妥当しない。彼の主張はあくまでも消費にのみあてはまるのである。たとえ生産者は消費者に幻想を与えようとするとしても、生産者自身は幻想を持つことはできない。なぜなら、財という記号を作り出すための技術制約は最低限認められねばならないからである。生産者は幻想の上に工場を建て、機械を買うわけではない。この技術関係だけからでも財同士の代替関係・補完関係を導くことができる。そこでは、ある財の消費は、必ず、他の財の消費を抑制したり、促進したりする効果を持っているのである。そして異なる財は異なる企業によって販売されている。つまりある独占企業があつて、それがすべての財・サービスを供給するわけではない。すると、自由社会では企業同士で必ず競争が起こる。この競争は、同一または類似の財同士の競争ではなく、全く異なる財同士の競争であり、普通は明確な競争関係にあるとは考えられていない。従つて、たとえ個々の市場で独占が成立していても、競争自体は排除できない。

例えば、競争といえば、同じ自動車市場におけるトヨタ対日産というようなものが競争と考えられるが、実は、同じ輸送サービスを扱う者として、自動車産業には鉄道・バス・航空機といった産業が競合しているのである。またバイクや自転車産業も自動車産業と競合関係にある。人を運ぶ需要を生み出すという点で見れば、物流や情報システムも自動車産業と競合・補完関係にあるといえる。また輸送システムを支える道路などの社会基盤、つまりインフラに対する投資によつても自動車需要は影響を受ける。逆に、ガソリン価格の上昇は、自動車需要に対して悪影響を与える。このように人間社会に流通するすべての財・サービスは、複雑なネットワークによつて互いに結びつけられている。そして人間は、これらの財・サービスにおける代替・補完関係の全てを把握することは出来ない。

ボードリヤールは、この経済プロセス全体を「シュミレーション」として徹底的に皮相的に取り扱うのだが、このシュミレーション自体が彼のいう消

費幻想(彼の言葉でいうシミュラクル simulacre)をうち破っていくのである。すべての財の記号的な位置づけおよびその交換価値が総体として決定されるといっても、それは常に変動していくのであって、その意味では永遠に未決定な部分が残る。彼はシステムにおける合理性の貫徹が逆にシステムの崩壊に導くと述べているが、もともとこのシステムは、合理性が貫徹できないような変動システムなのかもしれない。

ボードリヤールは、消費はあるライフスタイルに沿って行われると考えているようだが、そのライフスタイルを構成する財・サービスは、実は互いに競合関係にあり、トータルに消費者を欺くことはできない。消費が記号であるとして、その記号の意味を失わせるのもまた他の財の消費なのである。つまり財の競合関係によって、記号の意味が創造されると共に破壊されていくのである。それ故、ボードリヤールのいうような、欲望の差異化とか階級構造というものは、日々破壊され、新たになっていくし、その方向性も実は定めようがないのである。

ボードリヤールは、記号はある価値体系の中に位置づけられていると考えている。理解をやすくするために比喩を使えば、あるライフスタイルはメッセージであり、財という記号はそのメッセージを構成する単語とすることになる。ところが、その記号同士には一種の文法関係が存在しており、一つの記号が変化すると、その文法関係にしたがって、多くの記号が変化していき、メッセージの内容が大きく変わってしまうのである。そしてその変化のバリエーションは無限であって、少なくとも資本主義社会では、誰もその変化をコントロールすることはできない。

自由社会におけるライフスタイルも実は多様である。例えば、ある人は、自然や健康という記号に大きな意味を見出すだろうが、他方では機能を重視する人もいる。さらにはこれらのことにほとんど関心を示さない人もいるだろう。つまりライフスタイル同士も矛盾しているのである。そして個々の生産者は、共謀関係にあるのではなく、競合関係にあるのであって、常に他の生産者がこしらえた記号を破壊する必要にかられているのである。このよう

な状態では、消費者は、いかなる幻想も抱くことはない。幻想はすぐさま他の生産者によってうち破られることになるからである。これが自由社会の利点であるということができよう。ボードリヤールは、豊かな社会は幻想であるといったが、自由な社会における豊かさは幻想でも何でもない。先にも述べたように、幻想は常にうち破られていくのである。ノイマンも、民主社会においては、宣伝も自由競争原理にさらされると述べている。

「デモクラシー諸国における宣伝は、意見の流布に当たって、他の対立する諸体制との自由競争に当面する。実際、政治社会において、自由競争の結果、殆んど自動的に究極的調和に達するという信念が、デモクラシーの宣伝の公理であるが、これは自由放任経済の根本信条と全く相通じるのである。」(ノイマン [11] 201ページ)

情報を統制し、人びとの思考そのものも管理しようとした社会主義ですら、人びとに豊かな社会という幻想を与え続けることはできず、ついには自壊してしまっただけである。いわんや自由社会において人びとが持つのは幻想ではないことは、人びとの思考や期待が多様であることから明らかである。ボードリヤールの主張が成り立つためには、人々は同じような幻想をもっていなければならない。だが、市場経済において、人びとが同じ幻想を持っているときには、市場取引がそもそも成り立たないのである。そこには「不用品」や「中古品」という概念もなければ、それらを扱う市場も存在しないことになる。

市場においては、売り手と買い手が存在しなければならない。売り手と買い手が存在するためには、そこには嗜好や期待に違いがなければならないのである。もしある商品の価格が上昇するとだれもが考えているとき、その商品を今売る人は誰もいない。株式市場で言えば、買い気配のまま推移して、実際の取引は成立しないのである。ボードリヤールの消費社会分析においては、あたかも生産者は社会の外部に存在するもののように扱われているが、現実には、生産者は別の局面では消費者でもあり、両者を截然と分離することはできない。

人々は広告によって消費の選択を広げている。広告を見ることで、新たな効用の存在を知るのである。人々の利用できる財・サービスの種類が爆発的に増大している今日、広告というものがなければ、人々は自分の求める財・サービスを自ら探さねばならない。それ自体、コストのかかるものである。結局、財・サービスの情報伝達コストを生産者が負担するか消費者が負担するかという問題となる。広告宣伝は、情報伝達コストを生産者が負担するという意味で消費者にとって利益なのである。広告宣伝によって、消費者は居ながらにして、商品情報を手にすることができる。

広告宣伝は、メディアを媒体にするものであるから、広告宣伝も記号に頼らざるを得ない。だからといって、広告宣伝の対象である消費それ自体も記号であるというのは、明らかに論理の行き過ぎである。

生産者は単に、自らの生産する財・サービスを広告宣伝するだけではない。人々の消費パターンは、日々開拓されている。効用は、生産者によって絶え間なく創造的に作り上げられているのである。これが進歩の一つの側面を構成している。生産技術情報を持っているのは消費者ではなく、生産者であり、どのような商品が開発可能かも生産者のみが知っている。そして生産者は、新しい商品を消費者に提案していくのである。

そして生産者の提案する新商品のすべてが消費者に受け容れられるわけではない。いくら広告宣伝を行っても、売れないものは売れない。消費者には、買わない選択があり、日々それを十二分に行使している。消費者が常に生産者によってコントロールされるというのは物事の一面しかとらえていない議論である。

消費者は、自分の効用や欲望を完全に知っているわけではない。新たな製品、新たな財・サービスの組み合わせによって、自分の効用が増大することを知るのである。広告を否定するものは、このような消費の新たな革新を否定するものであり、生活の向上を否定しているのと同じである。事実、社会主義国においては、資本主義社会で流行遅れとなったようなライフスタイルを維持していたのであり、消費面において、革新的なものは見られなかった

のである。

このような広告が必要になったのは、財・サービスが大量生産されるようになり、自らの需要を生み出していない限り、生産物を大量に販売することができなくなったからである。大量生産とは、大量の複製品の生産でもある。ベンヤミンは、この複製品の氾濫をアウラの欠如という理由で否定的に受け取っていたが¹¹⁾、彼のこの主張自体は、すでに19世紀末のイギリスで起こった「アーツ・アンド・クラフツ・ムーヴメント」で行われていた。この運動では、機械で作られた物は、人間の精神が欠如しているために、人間性の特性から見て本物ではないとされたのである¹²⁾。だが、この複製の氾濫は、ボードリヤールのいう差異化と矛盾する。彼のいう差異化に最も適しているのは、近代以前の手工業製品の世界なのである。つまり彼のいう消費社会と差異化とは、実は矛盾しているのである。

自由と主体性

今日の豊かさを批判する人たちの多くは、人々の主体性を否定している。ボードリヤールも、「主体の自立およびその鏡面像たる客体の自立」を仮定したことが、これまでの経済学や形而上学での際限ない同義反復的思弁へと導いたとして、これを否定している¹³⁾。主体性を否定した上で彼は、「消費の原

11) ベンヤミン [17]。

12) バチエラー [13] x-xi ページ。

13) ボードリヤール [19] 66ページ。

さらに彼は、言語活動についても人間の主体性を拒否している。

「発話の個人的欲求があるから、言語活動があるのではなく、むしろ逆にはじめに言語活動がある」というのである。

ボードリヤール [19] 72-73ページ。

今村も、「今や、人間科学・社会科学によって確認された根本的事実、すなわち構造が「主体」をつくる、構造の作用や関係の結節点としてのみ「主体」は存在する、という事実は疑いありません」(今村 [3] 32ページ) と述べ、構造主義において主体性は否定されていると主張し、さらには「現在、構造主義を否認するものは、どんな形のものであれ、反動的であります。科学的知の前進を阻止するものは反動的であって、こうした反構造主義の立場は、政治的反動と共犯関係に入ります」(今村 [3] 35ページ) と、構造主義を批判するものを全て反動的であるとして、批判を封じようとしている。

則と目的が享受でないことの最良の証明の一つは、享受が今日では権利や楽しみとしてではなく、市民の義務として強制され制度化されているという事実である。」(ボードリヤール [18] 99ページ) と主張するのである。つまり人々は幸福であることを強制され、幸福になるように日々追い立てられているのである。まさに人々は生きているのではなく、「生かされている」のだ。彼は、「選択の自由が消費者に強制される。」と述べている。ボードリヤール批判の一つの焦点は、この「主体性の欠如」にある。これはボードリヤールだけでなく、多くのマルクス主義者にも共通してみられるところであり、ボードリヤールを引用するのもこの主体性の欠如のところであることが多い。史的唯物論では、歴史のダイナミズムの根源を非人間的な生産力に求めているところから、人間の主体性が失われていくのだが、ボードリヤールの場合には、人々のもつ価値観が、システム、つまり資本によって刷り込まれることによって与えられるというところから出発する¹⁴⁾。

「消費者の無意識的で自動的な基本的選択とは、ある特定の社会の生活スタイルを受け入れることなのである（したがってそれはもはや選択とはいえないのだ！——消費者の自律性や主権についての理論はまさにこのことによって否定される）。」(ボードリヤール [18] 82ページ)

このように、ボードリヤールは、はっきりと、消費者の選択や消費者主権の存在を否定しているのである。

効用か、シミュラクルかの違いは、人間に主体性を認めるか否かに帰因する。もちろん、構造主義的立場をとるボードリヤールが人間の主体性について、実存主義的立場をとるわけではなく、主体性は当然のことながら否定される。湯浅によれば、同じく構造主義的思想を持つバタイユは主体性について次のように考えていたという、

14) もちろん、マルクス主義にしてもボードリヤールにしても、すべての人間から主体性が失われているわけではない。ある特殊な人々はこのような状況の下でも主体性を獲得しうるのである。ボードリヤールの場合には、彼自身がそのような主体性をもった人間であるということになる。

「実際、「私はつねに＜本来的な同一性＞として現前している」のだろうか。＜私という人間＝個人＞personneの統一性や整合性・一貫性は、それほど確実だろうか。デカルト以降の思想・哲学（の本流）が、たとえばヘーゲル哲学がそうみなしてきたように、「人間」はいつも（そして既に）＜自己の意識＞なのだろうか。定立された＜主体＞なのか、その＜能力＞なのか。すなわち言葉に関わる能力、理性的にふるまい、作業する能力、＜労働＞する能力なのか。たしかに「人間」はそうにちがいないのだが、しかしそれが人間の総体なのだろうか、そこからずれ動く部分、溢れ出す部分があるのではないか、その領域はどうしても「私＝自己へと結びつけられない」ので、夜闇の中に隠れ、「言葉と理性の光」はそこまで射し込まず、いわばかき消されたようになっていないか。そうバタイユは問いかける。」（湯浅博雄 [24] 51-52ページ）

この暗闇の部分、フロイトのいう「エス」（無意識領域）と合致すると思われるが、主体となる人間個人の中に、意識ではコントロールできない部分があることは確かなのである。その意味で、完全な主体性なるものはあり得ないというのは正しい。私たちは自分自身ですら完全にコントロールできているわけではなく、エスと呼ばれる無意識によって行動している部分もある。

功利主義が成り立つためには、個々人が自分の効用を知っていることが前提になる。ところが、ボードリヤールたちによれば、個人は、主体性を持っておらず、自身の効用すら実は知らないのである。もしくは、経済学は、合理主義的行動を分析する。ところが、人間の心理には、合理的な部分の他に、フロイトのいう「エス」、バタイユのいう「異質性」*hétérogénéité* があり¹⁵⁾、それは合理では測ることはできない。つまり功利主義では人間行動を完全に説明することはできないというのである。自らの効用を知らない人間が、主体的に行動することはできない。またそこにおける自由意志も無意味となる。

このような主体性の否定は、カルヴィニズムの「予定教義」における自由意志の否定と共通している。例えば、1647年の「ウェストミンスター信仰告白」(《Westminster confession》) 第9章(自由意志について) 第3項には「人

15) 湯浅によれば、異質性とは、共約不可能で、対象として「客観的にその同一性を定め」る所からはみ出してしまうものであり、概念にならない概念である。

湯浅博雄 [24] 82ページ。

間は罪の状態への墮落によって、救いをもたらすべき靈的善へのすべての意志能力を全く喪失してしまった。したがって生まれながらの人間は、全く善に背反し罪のうちに死したもので、みずからの力で悔い改めあるいは悔い改めにいたるようみずから備えることはできない」(芹川博通 [8] 116ページ)とある。ボードリヤールの思想の背後には、このような原罪意識があると考えられる。

宗教では、人を生かしている他者は神であり、それ自体善なる存在であるが、ボードリヤールにおける他者とは、資本主義であり、それ自体悪なる存在なのである。この他者が、人々の欲求を決定し、それを人々に押しつけ、人々はこの他者から逃れられないまま、その価値観を受容し、あたかもそれが自分の価値観であるような幻想を抱き、消費にふけるのである。そこではニーチェ的な「意欲」は消え失せてしまっている。だが不思議なことに、階級上昇の意欲だけは残っているというのである。

彼の理論の特徴は、その全体性にある。それは消費活動にもあてはまる。「〔消費とは〕活動的で集団的な行動であり、強制であり、モラルであり、制度でさえある。消費とは一つのまとまった価値システムであって、システムという用語が集団統合と社会的管理の機能として含みもっているすべての要素を伴っている」(ボードリヤール [18] 101ページ)のである。記号の意味は、その体系の中での相対的な位置で決まるのであり、人々に刷り込まれている価値観自体も、全体として与えられている。そこには、労働者も資本家もない。労働者と資本家が同じ言葉を使うように、彼らは同じ価値観を刷り込まれているのである。資本主義のシステムは、資本家も労働者も同じように包摂している。労働者が幻想のなかに生きているのであれば、資本家も同じ幻想のなかに生きていなければならない¹⁶⁾。

16) 実は、ボードリヤール自身は、ここまで極端には考えていないかもしれない。彼自身、「もっと深いところでは次のような根本的差別が存在している。つまり特定の人びとだけが、環境に内在する諸要素（機能的な生活、美的素質、高い教養）の自立的で合理的な論理に接近できるという意味の差別だ。」

ボードリヤール [18] 65ページ。

この価値観は、社会全体がその構成員に対し、生まれたときから施す教育によって刷り込まれていく。この価値観は、言語体系に含まれているので、人間がその言語を使って、物事を表現したり思考するようになった時点で、必然的にその価値観に取り込まれることになる。それ故、私たちは、この価値観から逃れるすべはないのである。

逃れることのできない全体主義社会

何をどれだけ作るか、また消費するかという最も根本的な経済問題は、価格セットという価値体系が与えられない限り解くことはできない。それ故、価値体系が生産、交換、消費を規定すると言うことは近代経済学の見地から見ても正しい。その価値体系たる人間の欲望は、真空の中に存在しているわけではない。欲望は、外部的な要素によって規定される。それは社会的に規定されているといってもよいし、階級的に規定されているといってもよいだろう。ボードリヤールが言うように、「意味が発生する源泉は、自立的で自覚的なものとしてア priori に与えられた主体と合理的目的に合わせて産出された物との関係、つまり選択と計算の視座から合理化された固有の意味での経済的関係では断じてなく、計算ではなくてコードによって体系化される差異、主体そのものではなく社会関係が根ざすところの差異的構造のうちにある」(ボードリヤール [19] 73ページ) と認めてもよいし、この差異構造を「イデオロギー」と呼んでもよいだろう。通常の経済学では、このような価値体系は所与として扱い、その中でどのように生産・消費が行われるかを分析す

つまりここでは彼は、消費の本当の意味を知っている人たちが存在するといっている。そして彼によれば、消費は差別の階層社会における上昇運動なのである。そこでは、ニーチェの「権力への意志」と同じメカニズムが働いている。

だが、論理的には、言語を通して与えられた価値観の外部にいるような人間を想定することはおかしいし、彼自身、そのような人たちは具体的には一体誰なのか、どのようにして価値を創り出すのかについては何も述べていない。もしそれができるといっているのであれば、その人は、ニーチェのいう「超人」なのである。なぜなら、彼は新しい価値を作り出す者であるからだ。だが、明らかに、ボードリヤールは、消費社会において価値を作り出す人間を高く評価しているわけではない。

る。ボードリヤールは、その価値体系自体を問題にする。彼がいうには、自由社会においても価値は強制されているというのである。今村のいうように、「イデオロギーとは無意識なのである」¹⁷⁾。

民主主義もしくは自由主義社会における言論の自由が幻想であるという批判それ自体はなにも目新しいものではない¹⁸⁾。

消費者から選択の自由を奪い奪うことができれば、ボードリヤールの消費社会が生まれる。これを具現化したのが社会主義体制であったことは既に別のところで述べた¹⁹⁾。消費者から選択権を奪うには、完全な独占体制による単一製品のみの供給——例えば、国民服のようなもの——による方法および、人為的に作られた慢性的な物不足下での製品の押しつけ（とりあえず行列に並んで何でも手に入るものを買うようにさせる）という方法の二つの方法がある。もちろん、これに各種のメディアを通じた単一のライフスタイルの宣伝が加わる。これによって「洗脳」された国民は、実質的な選択の権利も与えられず、それに対する不満も抱かされないようにされるのである²⁰⁾。

このように大衆をプロパガンダによってコントロールできるという発想自体が、実は全体主義的発想なのである。このことは1939年にドラッカーが主張していたことなのである。

「しかしそのようなことよりも、大衆がプロパガンダに毒されやすいことがファシズム蔓延の原因であるとする近視眼的な自己欺瞞の方が、はるかに重大な問題である。

17) 今村 [3] 127ページ。

18) これについてカーは次のように述べている。

「民主制国家ないしそれを運営する集団が、大衆の意見を形成し方向づける操作を全然やらないわけではない。全体主義の宣伝家は、マルキストであれ、ファシストであれ、民主主義諸国において享有されている意見の自由が幻想性のものであると強調し続けている。大衆の意見に対する民主制と全体主義国家との姿勢に見られる差異の堅い下層は依然としてそのままであるが、この大衆の意見こそ危機の時代における決定的要因となってくることがわかるであろう。しかし、両体制とも、大衆の意見に最高の重要性を認める点では合致しているのである。」

カー [5] 244ページ。

19) 望月 [22]。

20) このような社会主義体制の特質については、既に別の所で論じた。

望月 [21]。

なぜならば、そのような考え方こそが、ファシズムを支持する論拠となるからである。……

ファシズムとの闘いは、民主と自由、権利と尊厳のための闘いである。大衆が、プロパガンダによってそれらの権利を放棄させられうる存在であることを認めることは、このわれわれの信条に根拠がないことを意味する。それならば、むしろわれわれ自身がナチスやファシストになった方がましである。そのほうが、個人の自由の喪失を嘆く一方において大衆の反乱を恐れる二流貴族たるよりも、少なくとも真面目であって害も少ない。

プロパガンダの毒から守るためと称して大衆に自由と意志を認めないことは、ファシズムそのものである。」(ドラッカー [9] 10-11ページ)

ボードリヤールのいうプロパガンダとは、通常宣伝よりもはるかに根本的かつ徹底的である。それは価値観のプロパガンダであり、その媒体は言語そのものであるからだ。私たちは、このプロパガンダから決して逃れることはできないように仕組まれているというのである。だが、このプロパガンダを社会全体として、より徹底的に、よりあらかさまに行ったのが、全体主義社会であり、社会主義社会であった。

だが、宣伝が万能でないことは、当の全体主義独裁者自身が気づいていたことであった。ノイマンによれば、全体主義における宣伝も、民衆の意図を汲むことから始めなければならなかったのである。それがない宣伝は決して成功することはないというのである。

「たしかに宣伝技術が現代の権力獲得の途の最も有効なものの一つとなった。しかし、この現代の魔術師が民衆に影響力を持つためには、民衆の深い不平、不満に何とか答えねばならぬ。その答え方の当否は別とし、少なくとも彼の誘導に対する民衆の抵抗力を打破する必要がある。

この点に於ては、政治宣伝は商業広告と異なるところがない。政治宣伝が特に奇蹟を行うのではなく、それが成功するか否かは、長期的には商業広告と同様の条件によるのである。先づ民衆の必要に応えねばならぬ。その解決が誤っているかも知れぬが、とにかく解答がなければならぬ。また市場を見出さねばならぬから、無制限な可能性などありはしない。」(ノイマン [11] 195-196ページ)

このように、いくら宣伝技術が進もうとも、宣伝は万能ではないのである。

だが、このような主張を無視して、あえて宣伝が万能であると強弁する背後には、人間のもつ主体性の徹底的な否定がある。そこでは、人々は完全に受動的な存在であると規定されるのである。そのような主体性の否定は、人間性の否定であることはカーのつぎのような主張からも明らかであろう。

「もし、原因結果の継起が、事態の「科学的余地」を可能にするほど十分厳密なものであるなら、またもし、われわれの思考が、われわれの地位や利害関係によって変更できないほどに条件づけられているのであるなら、行為も思考もともに目的を持ちえないものとなる。ショウペンハウエルは「これらの絶え間のない諸変化の錯雑したなかをくぐりぬけて、今日も昨日もそして永遠に同じ途をとる変わることのない同じ存在をつねに眼前にしているのだ」という洞察に、真の歴史哲学が存する」と言っているが、もしそうなら、受動的な瞑想だけが個人に残されているということになる。そのような結論は、人間が自己についてもつ最奥の信念に反することは明らかである。

人間にかかわる事柄が、人間の行為と思考とによって方向づけられ修正変更され得ることは自明である。それがきわめて基本的な原理であるのは、それを認めないとすれば、人間として生存することにならないと思われるからである。」(カー [5] 180ページ)

ボードリヤールの主体性の否定は、彼の哲学的思索の産物である。彼にとって死とは生の相反物ではなく、死と生は象徴的に交換されるという。彼にとって、死と生は等価物であって、死＝終わりではない。「他方の極、象徴界の極でも、死／無は存在せず、生と死は可逆的である。意識の個人的主体の極微の空間においてのみ、死は不可逆的意味をうけとる。」(ボードリヤール [20] 376ページ)

ボードリヤールのように、価値を徹底的に相対化していけば、やがて生も死も観念上では相対化され、このような主張になるのであろう。だがこのような主張が彼以外の人間に対してどれだけの説得力を持ちうるかはなはだ疑問とせざるを得ない。このような考え方の背後では、「個人」という存在は消え去っている。そのような中では、もはや個人はなんの意味をももたない。個人がなければ主体性もない。事実、ボードリヤールにとって、人間は資本主義というシステムに仕える存在でしかない。

「工業化の局面では、労働力はわずかの費用で手心を加えずに収奪される。剰余価値の搾取のためには、欲求の活性化など無用である。次の段階に入ると、資本は諸矛盾（過剰生産、利潤率の傾向的低下）に直面して、まずは大量破壊、赤字、破産によって蓄積を活性化させて、つまり生産関係や権力構造を危機におとし入れる富の再分配を避けることで諸矛盾をのりこえようとした。資本は破裂寸前になってようやく、単に労働力としての奴隷ではなく、消費者としての個人という新型の奴隷を出現させるだけのことなのである。」（ボードリヤール [19] 85-86ページ）

つまり消費者の出現は、資本の都合によるというわけだ。そして個人の主体性をあくまでも否定する。

「分析の諸項目をひっくりかえして、個人への第一次的準拠をやめるべきである。なぜならこの準拠自体が社会論理の産物であるからだ。個人が自分自身についてもつきられた知覚のレベルにまで個人を構成しつくす社会構造から出発すべきである。そうすれば、人間が自分自身の欲望に直面できる場所はどこにもないことがはっきりするだろう。……人間が飲み食いし、家に住み、繁殖する〔再生産される〕のは、システムが自己を再生産するために人間が再生産されることを必要とするからである。システムが人間を必要とするのだ。システムが奴隷をもって機能できるなら、《自由な》労働者など存在しないだろう。システムが無性的な機械奴隷をもって機能できるなら、性による再生産〔生殖〕などはない。システムが人間を食わせなくても機能できるなら、人間のためのパンすら存在しないだろう。この意味で、われわれは全員、このシステムの枠内で生きのびるものである。」（ボードリヤール [19] 87-88ページ）

このように、ボードリヤールのイメージする社会とは、自由意思をもった個人が存在せず、社会の外部に存在する意思をもった者がその社会を完全に支配するという、まさに完全な全体主義社会であり、それは別の所でも触れたように、資本主義社会ではなく、社会主義社会に完全に具現されたのである。

消費社会モデルにおける構造主義的構造

ボードリヤールの消費社会モデルは、明らかに、構造主義的認識論に立っている。元来構造主義は、言語体系の分析を通じて、言語の背後にある人間

の認識構造を暴き出そうとするのであるが、ボードリヤールの場合には、この手法を経済システムに適用しようとしている。つまり交換価値によってシステムとして構成されている経済の構造を明らかにしようとしているのである。限界分析に基づく近代経済学では、経済社会の本質的側面が切り捨てられていると構造主義者たちは考えるのである²¹⁾。

ボードリヤールの社会モデルの目的は、経済活動に潜む深層心理の領域、つまり無意識の世界であり、この無意識の世界は、言語と深く結びついている。この無意識の世界をはじめて本格的に取り上げたフロイトも、言葉の語源をよく例に挙げて説明しているところからも、無意識と言語には密接なつながりがあることがわかる。経済行為の無意識世界を導くために言語体系を援用しようとするボードリヤールの試みもある意味では正攻法といえるだろう。

ソシュールは、言語における能記 (signifiant) と所記 (signifié) の双方に恣意性を認めた。ものの概念のくくり方も恣意的ならば、その概念の名付け方も恣意的だというのである。さてそのような恣意性が経済活動にも見いだせるだろうか。ボードリヤールは、見いだせると主張した。彼にとって、使用価値も交換価値も恣意的なものであり、それは言語の場合と同じ様なものだということである。

「構造というのは文節恣意性と対応恣意性をもつルールであるが、そのルールによって色々なものが拘束されて、ある安定な配置をとる。その配置のことを我々は「構造の布^{コンフィギュレーション}置」と呼ぶ」(池田清彦 [1] 184ページ) と池田は書いているが、経済という「布置」は外面的には全く安定していないの

21) 今村は、この点について次のように述べている。

「限界派経済学の近代経済社会観は、マス空間としての市場の視角から切り取った経済社会像なのである。しかし、このマス空間としての市場は、近代経済の諸構造の一断面図でしかない。市場の概念がとらえるかぎりの現象は量的形式化が可能であっても、「市場」の網の目からもれおちるものは、量的処理不可能として切すてられる。ところが、もれおちる諸構造こそ、近代経済社会の本質的場面をなす。そしてそこに、数量化的形式化とは異なる別種の形式化の手続きが、新たに構想されねばならなかった。」

今村 [3] 82ページ

が現実である。そのため、安定した構造に行きつくためには、経済現象を捨象したメタ経済学の次元に移動しなければならない。

そのため、ボードリヤール自身も、個々の商品の交換価値を分析するのではなく、文化人類学の成果に依拠しながら、その交換の性質を哲学的に分析することに主眼をおいている。だがそうすることにより、交換価値はいつの間にかどこかにいってしまい、彼の分析の枠組みから消えていくのである。これは言語学の世界でいうならば、言語分析から出発はするものの、意味論や統語論をいきなり飛ばして、すぐに認識論に入っていくようなものである。そして認識論を論ずる場合でも、必ずしも言語から入っていく必要はない。それは構造主義という考え方が近代特有のものであることから明らかである。

彼が行っているのはメタ経済学とでもいうべきものであり、人間の経済活動の哲学的分析なのである。だが、その構造自体は、実は彼の消費社会分析から生まれたものではなく、文化人類学の分析枠組みを使っている。少なくとも交換価値からは彼のメタ経済学は出てこない。彼の交換分析には交換価値は必要ない。その理由は、彼の分析枠組みでは交換価値を扱うことができないのである。何故なら、これまで述べたように、交換価値自体が変動常ならぬものであり、また商品イメージ自体も、競争によっていくらでも変化するものであるからである。言語における言葉の意味内容もまた長期的には変化するものの、交換価値ほど不安定なものではない。この点で、言語を経済へのアナロジーとして利用するのは明らかに限界がある。だからこそ、ボードリヤールも、交換価値を扱うことを断念したのであろう。

ボードリヤールも、他の構造主義者と同じく、無意識のレベルに焦点を合わせる²²⁾。そしてこの無意識の世界において、記号交換は、問題を孕んでい

22) フロイトによれば、「無意識はもはや、そのときに潜在的だったものに対する名称ではありません。無意識とは、独自の願望の動き、独自の表現形式、およびそれ以外の世界では活動していない独自の心的機制をもった特殊な心的領域」のことである。

フロイト [15] 272ページ。

るというのである。諸悪の根元はこの記号交換にあって、宜しく象徴交換にもどれということである。だが、疑問となるのは、それほどに救済とは無縁の記号交換が何故起こったのか。私たちは、無意識のレベルで行動が規定されているならば、そのような救済感のない記号交換に移行しないはずである。私たちは、文明化によってより幸福になったと感じているが、ボードリヤールはそれは幻想だといい、再び象徴交換の世界にもどるべきだという。このようにボードリヤールは、その無名性を特徴とする市場交換を否定し去るのである。だが、今日の私たちの「豊かな」生活をもたらしたものは、市場を通した無名的な交換なのである。ボードリヤールは、その「豊かさ」を幻想であるとして否定するので、市場交換自体も否定されていくのであるが、この背後には、現在の私たちの生活より原始的な社会の生活の方が優れているという、相対主義的な価値の転倒がある。このような転倒は、観念的な世界では面白味もあるのかも知れないが、現実生活でどれほどの説得力があるかは大変疑問である。別の所でも述べたが、ボードリヤールに限らず、現代の私たちのライフスタイルを批判する人たちは数多くいるが、それをエーミッシュのように自分自身の生活の中で実践している人はほとんどいない²³⁾。

もし私たちの行動が本質的に無意識のレベルで決定されており、その無意識のレベルでは文明化と幸福は無関係であるとすれば、何故私たちは文明を起したのか。ボードリヤールの分析には、この歴史的変化の説明が決定的に欠けている。それは生産力の発達のせいなのか。それでは生産力はシステムにとって外生的な要因なのだろうか。むしろそれは、生活を良くしようとする人間の努力の結果ではないのか、もしくは、人間が持って生まれた好奇心の産物ではないのだろうか。この点、生産力の発展が外生的であると仮定している史的唯物論と同じ欠点を持っている。

ボードリヤールの立脚する構造主義は、事象の本質を構造であるとするという点で、一種のイデア論であり、プラトンの方法的本質主義と共通する性

23) 望月 [23]。

質をもつ。ボードリヤールの議論自体は、記号という現象を徹底的に追求しているが、その背後にあるのは、記号という体系であり、その体系を規定する構造が人間の行動を本質的に規定しているという点で、これは方法的唯名論ではなく、本質論なのである²⁴⁾。イデア論と違うのは、イデア論の場合には、イデアを認識する主体というのがあったのに対して、構造主義の場合には、本質を構成する構造が主体を規定するという点にある。

主体と客体の区別を止め、物事は主体と客体の複合体によって構成されているという構造主義的な認識論に立ってもなお、人間世界が機械論的に決定されて行くわけではない。つまり人間の主体性が全くなく、物事があらかじめ定められたプログラム（これも構造のうちであるが）に従って自動的に決定されていくとは考えられない。もしこのようなことを認めれば、すべての知的営みの意義はなくなってしまう。私たちの思考が構造によってすでにある程度の制約を受けること、さらに私たちの行動規範の中には、潜在意識の支配する部分があることを認めてもよいが、だからといって、人間の行動がすべて個人の意志とは無関係に行われているということとはできない。

主体性が認められない社会で、意思決定を論じるのは無駄であるし、すべての現象が幻想であるのなら、経験論は無意味となる。ボードリヤールの言説は、その意味で、経済学を含むすべての社会科学を否定する含意をもっている。だが、バタイユが主張するようには、自己同一性は簡単に否定できるものではない。私たちは、確かに、自分自身を完全に意識化できていない。つまり自分自身を隅から隅まで知っているわけではない。だからといって、ここからすぐに自己同一化を否定することはできない。かりに精神的には自己同一化を否定しても、肉体的には自己同一化を否定することはできない。人間の肉体は、抗原抗体反応や拒絶反応に見られるように、外部からの侵入

24) 佐々木によれば、「本質をとらえ、それを定義によって記述するという本質論に対比されるのが方法的唯名論であり、後者は事象の記述と説明に関心を集中するものである」ということであり、このような方法的本質論と方法的唯名論は、佐々木によるとポパーによるプラトン批判に出てくるといふ。

佐々木 [6] 190ページ。

者を識別し、これを攻撃・排除するように出来上がっているからである。つまり肉体的には、自己同一化は存在する。精神的には自己同一化ができなくて、肉体的にはそれができるとなれば、人間においては肉体の方が精神よりも優れているということになろう。精神面での自己同一化を否定していけば、アイデンティティーを確認するために、肉体的なもの、感覚的なものに頼らざるをえなくなる。それは結局、自らが依拠する文明や文化を全面否定することに他ならないのである。

選択の自由の意味

たしかに、資本主義社会では、ボードリヤールがいうように、消費者には、生産者に対して、どのような財・サービスをどれだけ、どの価格で提供してほしいかを伝えることもできなければ、それを強制することも当然できない。消費者に与えられているのは、目の前にある商品を買うか買わないかという選択だけである。だが、実はそれで十分なのである。自由がどれだけの意味を持つかは、その自由によってどれだけの効果をもたらされるかによってきまる。一見、最低限の自由であるように見えても、それが社会のあり方を決定することもあるのである。消費者の買わない自由がまさにそれに当たる。

また、人間の行動を規定する価値体系がこのように外生的に与えられたからといって、人々が動物のように、本能的に全く同一の行動パターンを取ることを意味するかということそうではない。ボードリヤールの主張は、価値体系が外生的に決定されると、生産・消費パターンも外生的に決定されるということである。彼の主張は、言ってみれば、セー法則の通用する世界であって、供給が需要を作り出しており、その供給が外生的に決定された価値体系によって規定されているというものなのである。実際の資本主義経済は、彼がいうような決定論的なシステムにはなっていない。

現実には、そのように規定された枠内で、人々は選択する。それが選択の自由なのである。枠組み自体はいずれにせよ選択はできない。その意味では人間は不自由な存在なのである。完全な自由をもつのは、絶対神のみである

う。だが、人間は本質的に不自由な存在なのであるから、この点で自由がないからといってすべての自由の意味がなくなるわけではない。われわれの認識形式自体が、すでに（すなわちアプリオリに）与えられたものであって、選択の自由は無い。また人間関係を律するためには、ある形式が必要なものであって、完全な自由のもとでは、人間は互いに理解し合うことはできない。

美学では、「美は形式の形式 (die Form der Form)」であるとされている。美という感覚的なものですら、形式がなければ意味をなさないのである。形式とは拘束であり、美とはその拘束のなかで自由を表現するものなのであって、まったくの自由のなかには美は存在しない。

人間社会を考えても、無制限な自由は、すなわち無秩序であり、それ自体人間社会を瓦解させるものである。これを容認するのは、無政府主義者のみである。それ故、自由がないこと自体は、何ら問題ではなく、どれだけの自由がわれわれに残されており、その自由がどれだけの効果を持っているかが問題となる。

従って、人間に自由意志があるかどうかという大問題に直接答えなくとも、以下に述べる選択という行為は、大変限定された自由ではあるが、それでも経済活動にとって非常に大きな意味を持っているのである。そしてこの自由は、生産力の増加と共に増大しているとも考えられる。いわゆる「ポスト・モダン」は効率の否定という側面が見られるが、その効率が否定できるのも、人間の自由度が高まってきたからと考えることもできるのである。つまり効率を否定するだけの余裕が出てきたのである。

ボードリヤールの主張が正しければ、人間には主体性はないことになるが、例えば、宗教的に「生かされている」と感じたとしても、だからといって、人間から主体性が完全になくなるわけではない。ボードリヤールの主張は、宗教的な主張と同じく、人々の日常感覚を転倒させて、「回心」を求めるものであるが、宗教が善なるものを求めるのに対して、ボードリヤールは、悪なるものを措定した人間行動理論であるが故に、人間社会は必然的に破滅に向かうという結論を導くことになる。そして資本主義体制内では決して「救済」

はありえないのである。もちろん、資本主義的構造がうち破られたからといって、次に現われる構造が人間を救う構造になるという保証はどこにもない。その実例が現存社会主義であり、そこではボードリヤールが批判した消費社会構造がより明確な形で再編成されていたのであった。

人々の欲望の構造は始めから規定されているし、具体的な商品の種類も限定されている。人々のもつ選択の権利とはこのように規定され、限定された範囲内での選択の自由なのであり、無限定的な選択の自由など始めから存在しない。そしてこの限定された選択の自由ではあっても、人々にとっては大変重要なのであり、生産者にとっても死活的な重要性を持つのである。すなわち、それは競争を生み出す。競争が消費社会の幻想を崩す働きをすることは既に述べた。そもそも広告自体は、供給が需要を上回るようになった時点で、必然的に生まれるものであり、そこに生産者の主体性を認めなければならぬという理由はどこにもない。生産者自身が広告するように強制されているともいえるのである。

ボードリヤールは、交換価値が使用価値を規定するといっているが、近代経済学においては、消費者が行動を考えると、ある価格（＝交換価値）でその商品を買うかどうかを決めるのは、交換価値自体ではなく、使用価値（＝効用）なのである。効用自体は、通常は顕在化しないが、消費者が商品を購入するときのみ、それは顕在化する。ボードリヤールのいうように、交換価値＝使用価値だとすれば、ある市場価格のもとですべての消費者はその商品を購入するということになるが、そのようなことはあり得ない。ある交換価値のもとでの需要量を決定するのが使用価値なのである。ボードリヤールは、このような考え方を否定する。彼によれば、人々は自分の使用価値を知らないのである。つまり自分が何を欲しているかは本当は知らないというのである²⁵⁾。彼らの欲望は、従って、交換価値によって規定されている。そして需要量は、生産者によって規定されると考える。生産者による消費者のコ

25) ボードリヤール [19] 285-286ページ。

ントロールは広告を通して行われる。

だが、選択の自由のある消費者は、いくら広告されても、気に入らなければ買わない。当然のことである。広告したからといってすべての商品が売れるわけではないのも言わずもがなの常識である。つまり消費において差異化だけが重要なのだとしたとしても、どんな差異化であってもよいというわけではない。どのような差異化を選択するかは、広告をする生産者ではなく、それを受け取る消費者が行なう。そしてどの差異を消費者が選択するかには生産者の生存がかかっているのである。意味がいくら他律的に決定されているとはいっても、生産者がそれを完全に知っているわけではないのであり、またその意味を完全にコントロールすることもできない。そして意味自体が相互依存的であり、多くの場合、競合関係にあることはすでに述べたとおりである。

ボードリヤールにしても、またバタイユにしても、生産力の増加という現象に惑わされ、この現象が普遍的なものであると考え、そこから生じる過剰という問題をどう処理するかのみを考察したところに問題があるように思える。実際には、社会主義諸国のように、消尽を繰り返した結果、豊かになるどころか、生産力の増加がストップし、体制自体が崩壊したわけであり、生産力の増加は、外生要因ではなく、やはり体制内部で決まる要素であると考えざるをえないのである。バタイユには、過剰もしくは横溢の概念しかなく、稀少性は否定されているが、いくら経済が発展しようと、稀少性の問題は解決されていないのが現実なのである。もし稀少性が問題にならないのであれば、効率の悪い社会主義経済が崩壊する必然性はなかったにちがいない。

人間は、もともと自由ではない。完全な自由などありえない。福田恆存がいうように、自分が不自由な存在であることを自覚するところから人間の自由が生まれる²⁶⁾。私たちには、選択できる部分と選択できない部分がある。

26) この点について、福田恆存は次のように述べている。「それは言ひ換へれば、人間には自由がないといふ事の自覚に過ぎず、その自覚に徹した時にのみ、人間は人間としての自由を獲得するといふ事である。本来の意味の自由とはさういふもの

その選択できる分野での自由のあるなしが人々の幸福にどれだけ重要な意味を持っているかを示したのが社会主義体制の内実であったのである。私達の生を強制されたものと見なす論理の行きつく先は、すべての価値からの解放であり、それは「ニヒリズム」と呼ばれるものである²⁷⁾。

井尻千男は、福田恆存を論じている中で、差異化について次のように述べている。

「かつての美学が道徳律を含みうるような共同幻想であったとすれば、今日の消費社会の美学は、共同幻想を寸断する差異化のゲームに変質しているのである。その美学の行きつくところは、善悪を問えず、美醜を問えないばかりか、ただ勝手気ままの正当化に役立つだけである。一部の経済学者は、差異化こそが消費経済を持続させうる唯一の理屈だと信じている気配だが、もしそうだとすれば、病的な経済合理主義者だった光クラブの学生社長と大差なく、そこからはニヒリズムの腐臭が立ちのぼるばかりである。しかし、そんなことは一部の経済学者か社会学者か消費社会の幫間が知っていることにすぎず、庶民はやがてその種の差異化ゲームの空しさに気づき、そこから身を引くことになるだろう。」(井尻千男 [2] 180ページ)

井尻のいうように、差異化の根底には、善悪の判断、美醜の判断基準を無くした相対主義というニヒリズムが潜んでいるのである。

おわりに

精神分析的にいえば、通常のエconomicsは、意識化された世界を表すのに対して、ボードリヤールの社会モデルは、無意識の世界を説明しようとしてい

なのである。その意味で、自由とは人間存在そのものの二重構造を端的に表してをり、人間であることと同義語をなすと言ってよい。人間は自由であって自由ではない。人間は自由でありえないが自由でありうる。この自由といふ言葉の両義語的性格にまつはるアイロニーとパラドックスのために、私たちはマクベスのやうに惑はされるのである。」

福田恆存 [14] 182-185ページ。

27) ニーチェは、ニヒリズムについて次のように書いている。

「ニヒリズムとは何を意味するのか？——至高の諸価値がその価値を剥奪されるということ。目標が欠けている。「何のために？」への答えが欠けている。」

ニーチェ [10] 22ページ。

るとも解釈できる。無意識の世界から見れば、効用や欲求は交換という現象を説明するためにこしらえあげたフィクションであるといわれれば、その通りなのである。消費にまつわる効用論も記号論も、どちらもフィクションによって成り立っていることには変わりはない。記号論にしても、消費者が記号として消費を行う動機づけとなっている差異化の根底にある「社会的順位と威信」も所詮フィクションなのであるからである²⁸⁾。いずれにしても、消費者の心理を直接知ることにはできない。それだからこそ、両者とも現象の分析から入っていくのである。そしてそれぞれ消費現象を解釈する理論を組み立てる。そのどちらが説得力を持つかは、理論の首尾一貫性ととも、それによる現実の説明力がどれだけあるかにかかっているといえる。

先にも述べたように、人間の行動には、無意識によって起こされるものがあることは事実である。だがだからといって、全ての人間の行動は無意識もしくは社会構造によって作り上げられた観念体系によるのであると主張することは明らかに行きすぎであろう。

ボードリヤールの主張が正しいのであれば、人間はよかれと思って営々と積み重ねてきたことが全く無意味であったということになる。これは無意識レベルにおいても矛盾ではないのか。何故なら人間の創意工夫という行動自体も無意識レベルに起源があるかもしれないからである。フロイトはこれをエロスであるとした。

さて、ほんとうにボードリヤールのいうように、使用価値=効用なるものは幻想にしかすぎないのだろうか。彼の理論の根底となっているフロイト流の精神分析においては、実は逆のことが語られているのである。すなわち、フロイトは夢の本質が願望充足であると断言している。

「それゆえ、夢は決して単なる決意や警告ではなく、つねにある無意識的願望の力を

28) 「諸個人(あるいは個人に擬せられた諸集団)が意識的にせよ前意識的にせよ社会的順位と威信を求めることは、事実であって、このレベルの分析のなかで考慮されなければならない。」

ボードリヤール [19] 71ページ。

だが、ここにいう「事実」の根拠は何か。

借りて決意や警告などが古風な表現に翻訳され、これらの願望を充足するために姿を変えたものなのです。」(フロイト [15] 289ページ)

夜の心的活動である夢が願望充足であるならば、昼の心的活動の本質が効用増加であって悪いはずはない。さらにいえば、フロイトは幼児の性衝動を快感原則によって解釈している²⁹⁾。彼の精神分析の根底をなす性衝動は、突き詰めていえば快感原則である。

「われわれは、われわれの「心的装置」の働きに、ある主要な意図が認識されるかどうかと問うて、まずおおざっぱに、その意図は快感獲得にあると答えておきます。われわれの心的活動はすべて快感を求め、不快感を避けることに向けられている、つまり、自動的に快感原則によって規制されているように思われます。」(フロイト [15] 54-55ページ)

これは効用理論と同じものであるということが出来る。すると、フロイト流の無意識分析に依拠しているボードリヤールの社会モデルも、突き詰めていけば、快感原則の上に成り立っているとも言えるのである。したがって、ボードリヤールが効用を否定することは、大変奇妙なことである。なぜなら、それは実は自らのモデルの依拠する基盤を否定しているのと同じだからなのである。

もっとも、この快感原則が、人間の場合、後天的に形成されるという点で、ボードリヤールが行おうとした構造主義的アプローチの可能性が出てくるとは否定できない。性の欲動とは異なって、自我欲動の場合には、後天的に規制されていることについてフロイトは次のように述べている。

「自我欲動にとっては、不快感を避けるという課題は、快感獲得という課題と同じ価値をもつものとして、これに並置されます。自我は、直接的な満足を断念したり、快感の獲得を先へのばしたり、一部の不快感に耐えたり、一定の快感の源泉を完全に放棄したりすることが避けがたいことを知るようになります。このように教育された自我は「分別がついた」のであり、もはや快感原則には支配されることなく、現実原則

29) フロイト [15] 405-407ページ。

に従います。この現実原則も結局は快感をえようとしているのですが、それはしかし現実を顧慮することによって保証された快感なのです。もっともその快感はその獲得の時点が延期されかつ減少させられたものではありません。」(フロイト [15] 55-56ページ, 傍点著者)

このように、効用の基盤となる価値観も内生的にではなく外生的に決定されるという点で、ボードリヤールの主張と共通するところはあるが、それでも、これはあくまでも使用価値と読み替えることのできるものであって、ボードリヤール的な交換価値に縮約されるような性格のものではない。

エスという暗闇を人間精神の中に認めたフロイトですらも、認識論における懐疑論を無政府主義と呼び、それは観念の世界では説得力をもっている、現実の世界に適用された途端に説得力を失うのだと述べている。従って、フロイト自身も、主体性を否定してはいない。主体性や自己同一性に対する懐疑論は、フロイトも言うように、「すべてのクレタ人は嘘つきである」という言明と同じく、自己言及を含んでいることから、論理的におかしくなる。つまり「すべての現象は幻想である」という言明をどう証明するのか。この言明自体を含む現象が幻想であるのであれば、この言明が真であることを証明することはできない。また「自分は自分ではない」と言っている「自分」とは一体何か。すべてを幻想であるといったり、構造もしくは関係によって決定されるという判断をする「主体」は何か。主体が否定されているときに、どうすればそれが判断できるのか。そして自由に対する懐疑論も、それを現実に適用すればただちに、その虚構性を露見させるのである。

元来、無意識の世界を思弁的なアプローチで扱うことは限界がありすぎる。分子生物学や動物行動学のような明確な対象と観察者が分かれるような接近法ならともかく、対象と観察者、つまり客体と主体の分離を否定した上で現象を観察するのではなく、無意識を分析することは、不可能といってよい。

人間の行動を根本的に説明しようというのであれば、無意識に焦点を当てるよりも、人間行動を遺伝子レベルで説明したり、動物行動学を人間に適用する方がよほど「科学的」であろう。もとより客観的对象になり得ない無意識

を、主体-客体の区分を否定する構造主義的認識論のもとで人間行動の主因とすること自体に問題があるのである。このようなアプローチからは、アドホックな理論しか生まれえない。それでも仮に無意識を考慮に入れたボードリヤールの社会分析枠組みから、有益な含意がもたらされるのであれば、そのようなアプローチにも意義があるとしなければならないだろう。が、先にも述べたように、彼の分析は、資本主義社会よりも社会主義社会の方により適合的であったのであり、そして社会主義自体はその内部矛盾により、自壊してしまったのである。

他方、彼が本来、消費社会神話を通して批判しようとした資本主義社会は、未だ崩壊していない。なぜそれが崩壊しなかったのか、彼の消費社会神話分析がなぜ資本主義社会に通用しなかったかは、これまでの行論で明らかである。彼は批判の対象を誤っていたのであった

さらに、このような理論は、全て「反証不可能」であるから、ポパーの基準からすれば科学的命題ではないということになる。

このように、ボードリヤールの消費社会神話の議論の背景には、自己言及に依拠した「倒錯した」思想が見いだせるのである。これを現代の社会経済の分析に用いるときには、その「危うさ」に十分注意を払わねばならない。ボードリヤールの主張を借りて資本主義社会を批判する人びとにも同じことが当てはまるであろう。

参 考 文 献

- [1] 池田清彦『さよならダーウィニズム』講談社選書メチエ 1997年。
- [2] 井尻千男『劇的な精神 福田恆存』徳間文庫 1998年。
- [3] 今村仁司『現代思想の基礎理論』講談社学術文庫 1992年。
- [4] 大沢真幸「<資本>の想像力」井上俊ほか編『現代社会の社会学』岩波書店 1997年。
- [5] E・H・カー 井上茂訳『危機の二十年』岩波文庫 1996年。
- [6] 佐々木毅『プラトンの呪縛 二十世紀の哲学と政治』講談社 1998年。
- [7] J・A・シュンペーター 中山・東畑訳『資本主義・社会主義・民主主義』新装版 東洋経済新報社 1995年。

- [8] 芹川博通『経済の倫理』大修館書店 1994年。
- [9] P・ドラッカー 上田惇生訳『「経済人」の終わり』ダイヤモンド社 1997年。
- [10] F・ニーチェ 原佑訳『権力への意志』上巻 ちくま学芸文庫 1993年。(原典：F. Nietzsche, *Der Wille Zur Macht*, Alfred Kröner Verlag Stuttgart, 1964.)
- [11] S・ノイマン 岩永・岡・高木訳『大衆国家と独裁——恒久の革命』みすず書房 1998年。
- [12] G・バタイユ 生田耕作訳『呪われた部分』二見書房 1973年。
- [13] R・バチャラー 楠井敏朗・大橋陽訳『フォーティズム 大量生産と20世紀の産業・文化』日本経済評論社 1998年。
- [14] 福田恆存「自由と平和」『福田恆存評論集』第6巻 新潮社 1966年。
- [15] S・フロイト 高橋・下坂訳『精神分析入門』上巻 新潮文庫 1987年。(原典：S. Freud, *Vorlesungen zur Einführung in die Psychoanalyse*, Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main, 1991.)
- [16] D・ベル 林雄二郎訳『資本主義の文化的矛盾』上巻 講談社学術文庫 1976年。
- [17] W・ベンヤミン 野村修編訳「複製技術の時代における芸術作品」『ボードレー』岩波文庫 1994年。
- [18] 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』紀伊国屋書店 1979年。(原典：J. Baudrillard, *La société de consommation*, Éditions Denoël, 1970.)
- [19] J・ボードリヤール 今村仁司・宇波彰・桜井哲夫訳『記号の経済学批判』法政大学出版局 1982年。(原典：J. Baudrillard, *Pour une critique de l'économie politique du signe*, Édition Gallimard, 1972.)
- [20] J・ボードリヤール 今村仁司・塚原史訳『象徴交換と死』ちくま学芸文庫 1992年。
- [21] 望月和彦「社会主義の歴史的立場づけに関する一試論」『桃山学院大学経済経営論集』第39巻第3号 1997年12月。
- [22] 望月和彦「消費社会神話と社会主義」『桃山学院大学経済経営論集』第39巻第4号 1998年3月。
- [23] 望月和彦「成長の限界論とその背景」『桃山学院大学経済経営論集』第40巻第1号 1998年6月。
- [24] 湯浅博雄『バタイユ 消尽』講談社 1997年。

The Myth of Consumption Society and Capitalism

Kazuhiko MOCHIZUKI

In his famous book, "The Society of Consumption", Jean Baudrillard claimed his famous theory that consumption as such is a sign. It isn't made for the utility which it is alleged to bring, but for escalation of the social class. We can't really enjoy consumption because we are forced to pretend to enjoy it. The utility of it is simply an illusion. The consumption is the consumption of signs rather than goods and services. He finds no relation between price and utility, nor exchange value and use value.

According to him, all goods and services have their symbolic meaning, that is the purpose of consumption. And there are only exchange values. They make supply and demand. The exchange values are determined structurally. We can't escape from the system of exchange values because they are deeply implanted in ourselves. It is a kind of ideology.

So we can't feel our consumption is enforced. They shape our criterion of behavior or way to see the entire world through the acquisition of language.

We can't dispute against him because we can't explain the utility definitely nor measure it. It is simply a subjective notion. So if someone claims that it comes from somewhat, not from personal satisfaction, we can't controvert against him. The only one thing which we can do is to give him no agreement. There are, however, relations

which don't depend on such subjectivity. That is the technical relation. All goods and services depend each other substitutely or complementary. Such relations come from not only utility but also technical (physical) conditions.

And they give rise to competition in capitalist countries that negate any illusion each other. Baudrillard puts emphasis on advertising, but it is not omnipotent. Even if producers often deceive consumers through advertising, the former can't deceive the latter eternally.

Baudrillard denies people of the subjectivity, that is the ability of decision making. People always depend someone else. In the event his claim leads us to a nihilism.

His theory contains a self-reference. Such theory is indisputable but indeterminant as well. And it is not a scientific hypothesis by the Popper's criterion. So it is inadequate to apply his theory to our economic life.

(もちづき・かずひこ／経済学部助教授／1998年10月9日受理)