

# 記号的生産-消費社会と人間の危機

犬塚潤一郎

生活文化学科 情報文化研究室

## Environmental and Human Crisis of Symbolic Marketing

Jun-ichiro INUZUKA

*Department of Human Sciences and Arts, Jissen Women's University*

To avoid a crisis that Marx predicted, capitalism has been improved. Fordism and the financial policy was achieved rapid development of industrial society. However, the market would naturally have physical limitations. Market is not able to be expanded indefinitely. The creation of the symbolic market, economic growth became possible to overcome this constraint. Symbols and credit creation technology, made possible the growth of the market, as it were neutral to its own physical limitations. However, humanity and the earth continues to be a concrete existence even if regarding the market as sign. As the limits of its contradictions, brought the crisis of global environmental crisis and human nature. On the criticism of the ontological structure of these two crises, we must envision our new society.

**Key words :** symbolic market (記号的市場), environmental crisis (環境危機), symbols (象徴), localization (ローカリゼーション)

エネルギー・資源危機、気候変動などの環境問題は、人間社会の“外側”を取り巻くものという意味での“環境”の課題ではなく、もはや地球全体が人間の居住圏内となった状況においての、人間社会の問題である。さらにそれは、人間活動の結果によってもたらされた外的危機状況であるだけでなく、同時に人間と社会の内的危機でもある。

従来、人間の責任を問うこと（倫理）の及ぶ範囲は、自然-都市-人間という世界観（関係モデル）の上に築かれてきたが、現代社会では、それが決定的に変化してしまっている<sup>1)</sup>。数多くの神話や文芸作品を通じて、不安定でうつろいゆく人の一生や社会のゆくえは、悠久不変の自然の上での、あるひとつの刹那的な出来事として描かれてきたものである。しかし今日の社会の、そして人の命運は、この地球そのものの未来と深く重なってしまっている。ある一生やある社会、ひとつの文明の問題を考えることに、人類と生態系の全体と未来とを賭けざるをえないような状況を迎えているのである。

しかし実際のところ我々は、環境問題をこの途方も

なく巨大な責任のもとに受け止めているのだろうか。相変わらず個人や社会のスケールで、豊かさや生きづらさの問題として捉え続けているのではないだろうか。雇用や消費生活の維持、経済の発展など、比較すれば卑小な課題群に、本質的な問題性が繰り返し陥れられ続けている。

問題の全体を取り落とし、空間的にも時間的にも視野を極小化した行動原理。それこそがこの危機を生みだしたものでありまたかつ、危機対処へと向かうことに人を難しくさせているものである。本稿ではそれを、資本主義市場の構造的変化と人間の“世界”の変化に由来することとして捉え直し、問題構造へのパースペクティブを得ようとするものである。

### 危機のスケールと主体の不一致

地球の資源状況や気候変動・生物多様性減少などに関する観測情報は、危機の進行が急速で、対応に余裕がないことを告げている。またそのことが、個別の情報の解釈には種々の差異があるとはいえ、大方において認められていることも確かだろう。しかし、具体的

な社会行動をみれば、そのスケールも速度も、論じられる危機認識・意識に釣り合うようなものではない。

直接的な対応として、ただちに経済活動の縮減が必要であることは誰の目にも明らかである。化石燃料や金属資源を限界まで消費し、温室効果ガス排出を増加し続け、生物種の絶滅と生態圏の縮小をし続けている活動を変えなければならないのである。

しかし、誰が変えるのか、いや“誰から”変えるのかといったときに主体が明らかになってこない。この世界の経済活動を統括する主体などなく、個々のプレイヤーである企業や政府は、相互に競争関係にある。その様相はまるで、先に競争を降りるのは自ら選んだ死であり、その選択をとらないためには全体の死を早めるのもやむなしとして、この先の明らかな状況に目を閉じて、自滅の道を邁進するごとくである。自分がよければよいとは言うにしても、その“自分”の認識が、あまりにも矮小である。

さらにそこには、自分の組織や集団の維持という利己的で短視眼的な理由だけではなく、全体に目を向けたかのような理由付けもある。第一に雇用の問題。経済活動の縮減は、企業の雇用者数の恒常的な縮小を意味し、先進国の社会不安としてすでに顕在化している失業問題を大幅に悪化させる。また、人類規模という大きなスケールでみた場合にも、歴史の上では全世界で数億人台での安定・微増傾向であった世界人口が、18世紀半ば、つまり産業革命という工場制機械工業の導入（＝化石燃料の大量使用）による産業の変革の時期から、10億人の壁を突破して急激な増加に転じ、250年後の現在には70億人を越えるに至ったのであるが、それを逆行する経済縮減すなわち産業（と化石燃料使用）の縮小は、人口の縮小、すなわち世界人口を構成する数十億の人間の現実の生存困難を意味することになると考えられる。そのような舵取りが許されるのか。また、経済成長の状況は世界的に格差のある状況であって、物質的に貧しい地域に対して発展の権利を認めないのは公正なことなのかとも問われる。実際のところ、先進国と途上国では、それぞれの生活様式がもたらす国民一人あたりの環境侵害量は数倍、数十倍の開きがあり、途上国の経済成長が進めばエネルギー・資源消費は加速度的に増加し、増加人口に数倍の係数を掛けたインパクトを環境にもたらすのである。

経済縮減が先進国では失業と社会不安・騒乱を、全

世界では数十億人規模の人類生存危機を、そして貧しい国々にとっての経済成長の機会喪失を意味するのであれば、誰がそれを主導する・選ばせるのか、ということが問われる。しかし方向転換しなければ、人類が総体として自滅する方向へ急加速を続けていることも明らかではないのか。

このジレンマに立ち向かうことが我々の迎えている状況である。対応のためには多面的で多様な方法がとられる必要があるだろう。しかしその対応の速度を上げまた合意形成を行うためには、それを難しくしている、人々の意識の下部にある認識の問題を問うことが必要であると考えられる。本稿では、この状況を生み出している経済活動の構造を再整理することからこの認識の問題を問いたいと考える。その上で、経済縮減が、エネルギー・資源利用を単線的に捉えるような、豊かさから貧しさへの方向ではないこと。そしてまた一方で、人間の内面の危機への対処でもあり得ることを明らかにするための、基礎的準備としたい。

### 資本主義の社会的・構造的変化

まず、現代の経済活動のモデルとして捉えられる資本主義について、その社会的実現のあり方の変化に目を向けたい。とはいえ、本稿の基本的立場は経済学的論考を行うことではなく、人間社会の存在論的構造に着目することから問題圏を明らかにすることである。以下の論考において経済学上の用語・概念と多少食い違うものもあり得る。もとより産業革命以降の新たな経済社会状況を説明するものとしての資本主義の概念<sup>2)</sup>も、現実の社会システム自体がこの間一様でもないため、説明モデルとしても不変のものでもないだろう。要は社会の構造変化をモデル的に捉えるためのものとして、資本主義と呼ばれるものの内的変化に目を向けたいのである。

例えば、資本主義というモデルの基本にあるのは、資本が機械設備などの生産手段に結びついて利潤や剰余価値を生む社会システム、という見方であって、その資本および生産手段の所有者である少数の資本家と、生産手段を持たず自分の労働力を商品として売って賃金を得るしかない多数の労働者、という2つの社会成員を仮定することにはじまる。ケインズはさらに、この二者を、資本を提供する者（投資者）および労働力を提供する者（労働者）と捉え直し、対して提供さ

れる資本と労働力を需要する者、つまり生産手段を構築し事業として運用する、企業者という成員を加えた。しかし一方、昨今の先進諸国内で世界的に拡大する格差批判の向かうところ（1%の人々）には、投資者でも、企業者でもない、（高給を得る）労働者が多く含まれている。問題視される格差はむしろ労働者間にも認められ、またその一方で、民主社会と労働の自由市場を基に、貧しさを自己責任に求める言説が繰り返されもすることにこそ、今日の問題の所在が顕れている。

資本主義のモデルは今日世界を覆うようになったが、これが欠陥のないものであるとみなされたことなどなく、その進行が不可避的にもたらす綻びを補うように、修正や対策が進められてきたのであるが、我々はいよいよその原理的な限界に至ったのか、あるいは新たな修正・補完の課題とすべき何ものかがあるのかを、明らかにする必要がある。

よく知られているように、マルクスは資本主義に内在する矛盾として、過剰生産による恐慌の発生が不可避的であることを指摘した。資本主義による社会は、矛盾を抱えたまま進行するため、そのうち支えきれなくなった矛盾の爆発として恐慌が訪れるというのである。恐慌は必ずしも社会システムの破滅ではなく、過大となった生産体制の停止など矛盾の解消も意味するので、一端ご破算となった社会は再び回復の局面へと向かうこともできる。しかし構造的矛盾を抱えたままでは、結局のところ同じサイクルを繰り返すことになると考えられた。

その構造は次のように単純化できる。資本は基本的に利潤の拡大を求めるものであり、また自由市場では他の資本との競争により、その利潤追求傾向は強制的に強められる<sup>3)</sup>。結果的に生産力の発展が永続的に目指されることになる。そして他方、利潤の拡大志向は、事業上のコストとなる労働者への賃金を低減させる傾向を持つことにもなる。そしてこのふたつからもたらされるのは、拡大する生産力と縮小する購買・消費力との組み合わせとなり、結果として過剰生産の事態を招いてしまうのである。これは資本主義というモデルの構造的な傾向・矛盾であり、恐慌は必然的に引き起こされるというのだ。

その通りであるとすれば、社会は周期的に恐慌を迎え、またそのサイクルも生産技術の発達によってまず

短期化するとも考えられる。しかし実際には、経済社会はより長期の、そしていっそうの拡大を続けてきたのである。

生産力と消費力の不整合は、消費力の増強の工夫によって解消することができる。企業者が、労働者への賃金支払いを増すようにすることがその基本的な方法である。フォーディズム<sup>4)</sup>は、大量生産を可能にした生産システムであるだけでなく、大量消費を可能にした社会システムでもあった。生産能率を高めるための科学的管理法は、生産性に応じた賃金支払いシステムも取り入れることで、労働者の士気を高めるだけでなく購買力も高めたのである。大量生産が大量消費に結びつき、大量販売からもたらされる増加した資本が開発・設備投資に向けられることでさらなる生産性向上が実現するという、社会的な拡大再生産体制が生まれた。この生産性向上を生産力と消費力の双方の拡大に結びつける経営モデルは自動車生産だけでなく、住宅や家電など工業一般に及び、工業化社会の高度成長を実現したのである。さらに加えて、市場競争の不安定さを補い労働者の生活を安定的なものにするための社会保障制度など、政府の財政出動が消費拡大を安定化させる役割を果たした。

以上のように、このフォーディズムと財政の組み合わせによる改造が、19世紀的なものから20世紀的なものへと、資本主義を作りかえたものと見ることができようが、この第2段階の資本主義も、市場の飽和という限界を抱えている。生産過剰は購買力の限界だけではなく、必要の充足という消費の限界によってもたらされる。そして資本主義はこの限界を突破するために、必要が満たされたうえでさらなる需要をいかに“つくり出すか”という新たな課題を設定したのである。言い換えればそれは、まだ商品を購入していない潜在的な消費者を求めるというのではなく、すでに購入してしまった（需要を満たした、あるいは需要のない）人にもう一度需要をつくり出すという、市場の、外側への拡張ではなく内側への作り替えという、課題構造転換である。

必要に対する欲望が満たされた状態の人間に対し、新たな欲望を植え付けるのは容易なことではない。それを可能にしたのは、直接個人に働きかけるのではなく、人が生きる生活環境を作りかえることが可能であり有効なことへの着目による。プロバガンダ<sup>5)</sup>とは、

今日、政治的主義・思想の宣伝や、しばしばデマを指して、使われる言葉である。現代のパブリック・リレーションズの父とされるエドワード・バーネイズ<sup>6)</sup>は、政治家および企業が選挙および消費行動に影響を与えるやりかたとしてこのプロパガンダを手法化した。

「それではここで、プロパガンダの私の定義付けを述べることにしよう。現代におけるプロパガンダとは、「大衆と、大企業や政治思想や社会グループとの関係に影響を及ぼす出来事をつくり出すために行われる、首尾一貫した、継続的な活動」のことである。ある特定の状況を作り出し、何百万人もの人々の心にイメージをつくり出すこの活動は、非常に一般的に行われている。実際のところ、現在では、この活動なしにはいかなる事業も遂行できない」(『プロパガンダ教本』 pp.49-50)。

人間の必要は環境との関係によってもたらされるものである。そして人間の環境は、客観的・物理的なものからだけではなく、観念・意味の体系(象徴)からなるものである。そこで人が生活する環境の意味体系に影響するような活動を行うことによって、人間の環境を変化させ、新たな必要を生み出すことが可能になると考えられた。新たな環境を迎えた人は、古い環境で必要としたものをもはや不必要と見なし、新しい環境に合う別のものを、あたかも自らの意志によるものとして、必要と感じるのである。

人間の“世界”が物理的な構成要素(自然環境)によってのみなるのではないことは、今日記号学やメディアの学によって明らかにされてきた。いうまでもなく20世紀が視聴覚メディアの時代であり、メディア装置を通して伝えられたイメージによって人々の世界が構築される度合いが拡大したことはよく知られている。

「現代文明が複雑になるにつれて、私が言う「姿の見えない統治機構」の必要性がますます高まることが実証されてきた。それに伴い、大衆の意見をコントロールするのに利用できそうな技術が開発され、発達してきた。印刷機と新聞、鉄道、電話、電報、ラジオ、そして飛行機。これらを駆使すれば、ある考えを急速に広めるどころか、瞬時にアメリカ

全土に伝えることができる」(同 p.33)。

人は何が欲しいという欲求を自分の内面のものとして感じつつも、その実“姿の見えない統治機構”に支配されているのである。バーネイズがプロパガンダと呼んだ、世間で受け入れられている習慣を変える技術、つまり人間の環境を変える技術は、今日の企業活動では不可欠のものである。

物理的な世界に対する記号の世界の特徴は、世界の改変を妨げる抵抗がはるかに小さいことである。建物を建て替えたり地形をつくり変えることに比べれば、絵を描き変えるのははるかにたやすいことだ。今日まで必要だったものがまったく不用なものになり、昨日まで知らなかったものが今ではなくてはならないものと感じられるようになる。必要を満たす充足を到達点とするのではなくて、手に入れたものを直ちに破棄し新たなものを欲するという、無限サイクル的な消費の拡大メカニズムが生まれたのである。

しかし、企業が労働者に支払える賃金も、それに応じて増大を続けてゆけるわけではない。購買力自体に自ずとある限界を突破するための仕組みも必要である。信用創造と呼ばれる金融の技術がそれを担った。未来からの借金、そして借金返済不能のリスクを分散し不可視のようにする手法が、現実の貨幣量をはるかに超える消費力を生み出したのである。いやむしろ、それこそが現実であるとイメージされる世界(人間の環境)をつくり出したのである。

この記号と金融の技術によって作り上げられたのが第3の資本主義であると言えるだろう。それは、産業・財政資本主義に続く記号・金融資本主義の時代である。そしてその世界を生きることが、人間という存在のあり方を大きく変えることになったと考えられる。

## 市場社会と人間の変化

上記に見た資本主義の内面構造の変遷を、市場活動のアクターである企業と、そこで働く人間存在の様態から考え直してみよう。

資本主義市場の本質的な原理は、自由競争である。極端に図式化してみれば、その理論モデルは数学的な抽象性を基盤として、無限・非状況的であることを特徴としている。一方人間の社会は有限・状況的であり、その差異が矛盾として蓄積し限度を超えると崩壊の危

機を迎えることになる。その危機を脱するために、資本主義は新たな仕組み・技術を取り入れてきたのだが、それは市場構造を、そしてそこで活動する企業の行動原理を、また企業で働く人間存在を、どのように変えてきたのだろうか。

企業と社会（および人々）との関係は、市場において形成される。すなわち、商品の市場および労働の市場である。ここではまず、商品市場に目を向けることから始めよう。もちろんあらゆる産業が市場にあるのだが、ここではその原型として工業製品を考える。

市場は需要と供給が出会う場所である。そして企業と社会・人々との関係は固定的ではない。市場の第一の特徴が自由な競争にあるからである。需要者の参加によって市場が拡大することができるように、供給者もまた市場に参加できる。商品供給に参加した企業間の競争は、商品価格の低下につながる。つまり企業からすれば、利益率が次第に低下してゆくことだ。生産性向上により原価率を下げる努力をしても、何らかの方法で市場参入を制限するか寡占状態を作り上げない限り<sup>7)</sup>、つまり競争状態がある限り、収穫逡減は避けられない。高い利益率の維持のためには、新商品開発が不可欠である。市場は本質的に希少性の分配を機能とするのだから、“新しい”ことは飽和を打開することでもある。

新しさはどこから生まれるのだろうか。工業化社会の製品は、その根拠を技術開発に求めてきた。技術開発のペースが利益率低減の度合いを補うことが期待されてきたのである。しかしどのような商品領域にせよ、技術的な成熟に達するにつれて新しさの開発が困難になってゆく。新しさの開発に別の根拠が必要になってくるのである。

外形や色などのデザインはその働きを担う。もとより服飾ファッションは14世紀中頃から生まれ、その拡大と加速の様相は資本主義の歴史を辿る上での主要な指標のひとつでもある。工業製品の新しさの根拠としてデザインを受け入れられるだけの経緯を、社会は十分に経てきていた。

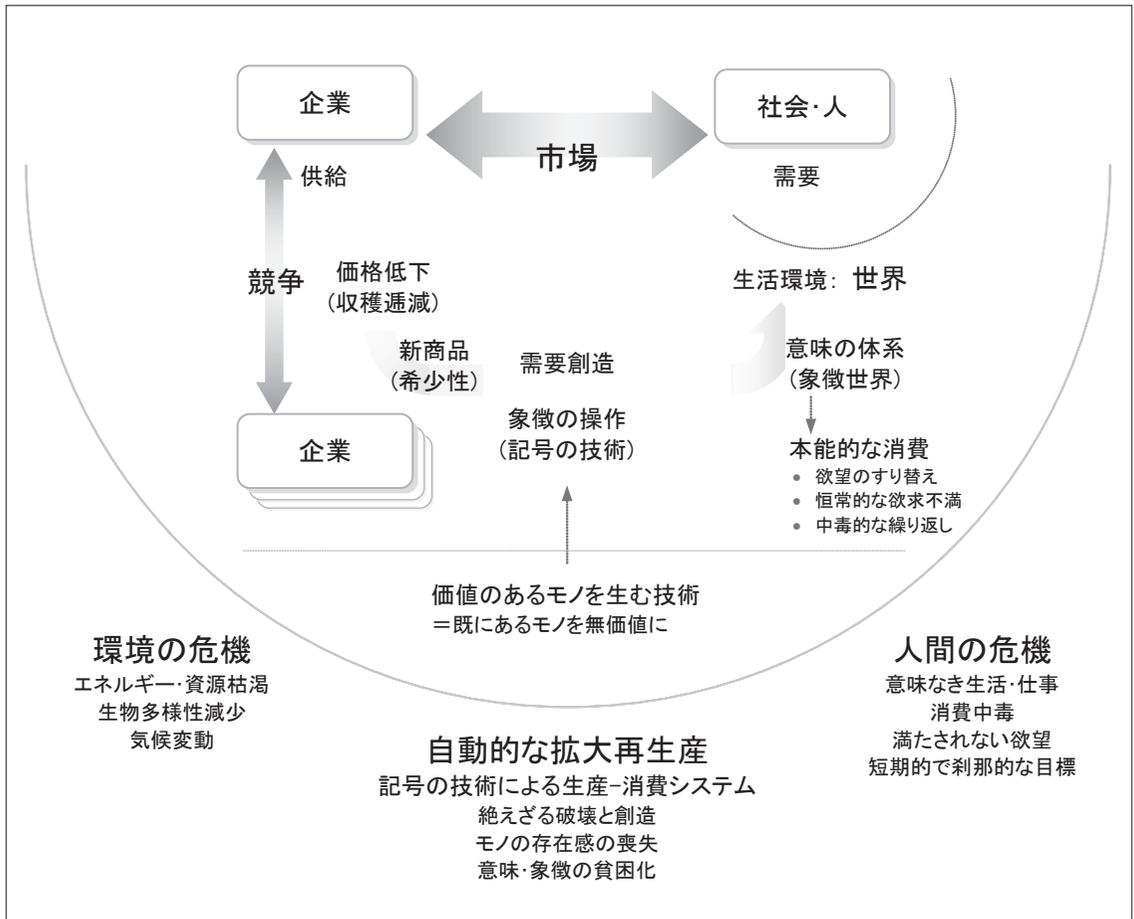
しかし一方、新しい商品のその“新しさ”が価値であると、なぜ社会・人は認めることができるのだろうか。新しさとはすなわち未知であって、価値的には中立であるはずだ。それが価値あるモノとして認められるためには、それを評価する“新しい”価値体系が先んじ

て社会・人の内に成立していなければならない。市場の規模と速度とが拡大した現代社会では、この価値体系のコントロールこそが企業の市場活動の中心となるのである。バーネイズの呼ぶプロパガンダ（パブリック・リレーションズ）、現在のマーケティング<sup>8)</sup>は、その活動を指している。価値体系の支配を行うことができれば（ブランド経営<sup>9)</sup>など）、それは市場参入制限に変わる独占を果たすことができる。そして人の意識に関わるこの手法には、法的制約（独占禁止法＝競争法）を課すことにも難しさがあるのだ。

そして、情報技術が発達し、ソフトウェアが工業製品の主たる構成要素のひとつとなることによって状況はさらに変化する。もとよりデザインという人の行為の対象は、外観だけにとどまるものではない。工業製品であれば内部構造の設計、そして実際に使われる場のありようの想定をも意味するものである。一方工業製品としてのソフトウェアでは、それら、外形、内部構造、利用スタイルという3つのデザイン領域が、互いに分離できないように結びついている。そして、一般の工業製品にソフトウェアが組み込まれ、さらにはソフトウェア（つまりデザインの客体化）が製品価値、つまり新しさの主要な部分を担うようになると、むしろ製品を構成する材料としての物質性さえも、ハード（物質の堅さ）ではなくソフトであること（デザインの要求に合わせる柔軟さ）を求められるようになった。デザイン性（ソフトさ）は、今日、総体として捉えられる工業製品の本质をなすものとなったのである。

ハードウェア生産だけでなくソフトウェア生産においても工業的な成熟がみられるようになると、つまりプラットフォーム化が達成された領域が生じると、デザインという言葉の持つ工業的な特質よりも、より価値観や意味関係の製品化に関わる“アイデア”という言葉が工業生産における重要性を増すようになる。

今日、工業生産で利益を生むのはアイデアである。そして商業的利益のためには、そのアイデアに惹きつけられる消費者の数が重要である。そこで、より多くの消費者を惹きつけるために、メディアへの投資が必要となる。今日の生活環境としての人の世界づくりに、TVであれインターネットであれ、メディアの担うところが大きいからだ。その意味では、今日の工業生産は、ファッション産業よりはむしろ映画産業に近いところまで、構造を変化させていると言えるだろう。



### 意味世界の操作と消費：企業と象徴

新商品の“新しさ”が価値に結びつくモノとして認められるためには、それを承認する価値体系が商品に先んじて必要である。それが何を意味するのかを社会集団内で共通に認識されている記号、つまり意味体系をなす記号を、象徴 symbol<sup>10)</sup>と呼ぶ。レヴィ=ストロースやモースの人類学、ロラン・バルトの社会現象分析に知られるように、記号のシステム (= 構造) としての文化の働きは構造主義・記号学的方法の発展とともに研究されてきた。

現代社会では、古代・中世におけるような神話的な象徴は影を潜め、象徴作用は生活環境の中で有意には認められないように見える。しかし、バルトの研究<sup>11)</sup>が明らかにしたように、広告や流行、政治的言説などの中に明らかな象徴作用が認められる。それらがあるとは認められないのは、神話のように大きく安定した

ものではなく、次々と生まれては消えてゆくものであるから、という理由からだけではない。かつての社会生活と神話世界のように意識において分かたれたコントラストをなすものではなく、商品によって作り上げられた現代の社会において、モノと象徴との区別がつかなくなっているためである。

商品はもはや、モノとして人々の前に現れたりはいしない。登場する以前に、あらかじめ生活環境における位置づけを与えられて、つまり社会の意味の体系 (象徴の世界) における新たな象徴であることを準備されてから消費者の前に現れる。そうでなければ新しい商品は、消費者の世界の中には存在しないも同じであるからだ。消費者の世界がメディア装置によって作り上げられ運営されてゆく社会では、メディア産業への適切な投資によって容易にそれを実現することができる。企業はそのような記号の技術に習熟することなく

ては象徴の市場競争を乗り切ることはできない。

しかし、この活動には根本的な問題性がある。それは、どれほどソフト化されていようと、工業製品は物質であり続けるということである。

人の生活環境としての意味体系・象徴世界が絶え間なく作り替えられてゆくときに、それを構成する商品としての工業製品が、次々と購入されては破棄されてゆく。製品の価値がソフト的なものに占められていようと、製品は物理的な材料でできている。そして人間活動は有限の地球の上で行われているのである。拡大し加速する象徴の消費活動は、物質としての地球環境を消耗してしまう。

仮に全ての商品が素材レベルでリサイクルされたとしても、それを行うためにはエネルギーが必要である。また、製品と材料の輸送にも燃料が必要である。今日の主要なエネルギー源であり、そして運輸に使われるエネルギー源のほとんどを占める化石燃料は、資源としてピークアウトの危機にある。

地球環境危機への対応には、工業における象徴作用のコントロールを直ちに縮減する必要がある。市場の飽和を打開するための、意味世界の作り替えという試みは、環境制約の下に持続不可能なのだ。

### 中毒性消費と世界の無意味化

市場におけるメディア装置の拡大と記号作用の管理技術の発展は、自然環境の危機だけではなく、消費者としての人間の危機も引き起こす。自分が帰属する世界の意味体系が、常に商品と共に作りかえられてゆくのである。象徴を容易につくり出すことができることが、市場競争の中で拡大と高速化を増しながら繰り返される。その結果もたらされる象徴の消耗は、人が流行遅れの商品に対して抱く感情に代表されるだろう。それは過去のものに対する懐かしみ（別の価値）などでは全くなく、無視（無価値）ですらなく、軽蔑であり嫌悪（負の価値）なのである。

なぜ私は、あの憧れ、欲しいと願い、気に入っていたものを、今は嫌悪するようになったのだろう。その問いに応えることのできる消費者がどれほどいるだろうか。正と負の両面において、消費者の意識はメディア（姿の見えない統治機構）に支配されているのである。

そして支配しているのは支配者たる主体ではなく、

市場というシステムなのである。システムとはここで、ハイデッガーが着目したサイバネティクスのように、構成要素間のやりとり連鎖によって自律的制御構造を持つものを指す<sup>12)</sup>。

自動機械的な市場がつくり出す象徴世界の中で、欲しいと欲望し、嫌いと破棄する。マーケティングは意志への働き方をいっそう高度にし、未知のものを受け入れやすくする。はたして私は何ものであるのかということは、私の記憶、すなわち私の世界経験に基づくものであるのだが、その経験の多くがメディアと商品世界によってなるときに、私とは一体誰であるのか。そのことは今日、多くの消費者が、自分の個性を商品の選択によって実現しようとしている行動にもみることができだろう<sup>13)</sup>。

商品世界は意味の輝きと喪失とを絶え間なく、しかも多量に高速に繰り返す。そのような商品によって構成される象徴世界を自分の生活環境として生きるとき、人は世界へのパースペクティブを、空間的にも時間的にも、失ってしまうだろう。そしてそのような無意味な世界を生き続けてゆくためにも、消費を繰り返してゆかなくてはならない。現代における人間の危機は、この無意味化する世界を消費中毒によって生き続けることである。

### 生産手段としての人間性

このような社会にあって人は消費者であるだけでなく生産者である（労働市場へ自らを供給する者である）。そしてその生産の場は企業である。現代の生産者は、かつての農業者や手工業者のような生産手段を自分で所有（または借用）していた人々とは違うだけでなく、工業化社会においてモデル化された、巨大な資本投下によって実現された生産設備・機械に、部品のように組み込まれる人々とも、また異なった状況にある。それは、自分自身の人間性を生産手段として投入している姿である。

ハイデッガーはサイバネティクスをモデルとして、情報ネットワークによって制御が相互接続された自律的なシステムに、人間が機械と同じように接続される状況を描いて見せた<sup>14)</sup>。今日それは現実化しているように見えるが、その際の人間は、かつての機械部品のような働きを期待されているわけではない。かつての機械は、設計され組み立てられたとおりに動くもの

であったが、情報ネットワークに接続されたシステムの一部をなす機械は、“スマート”であることを要求されている。工業製品におけるスマートとはすなわち、状況を判断し制御を変更することができるアルゴリズムを備えたチップを内蔵していることである。システムに組み込まれた人間は、このスマート・マシンと同様の特性、すなわちフレキシビリティとコミュニケーション能力を要求されている。

フレキシビリティとは、状況に合わせて対応できる柔軟さのことである。そこで問題は、それがどの程度の幅を持つものなのかということだ。消費の象徴世界が、手に入れたもの（意味を与えられたもの）を即座に不用なものにする（無意味にする、さらには負意味を与える）ように管理・運営されるのであれば、生産に携わるものはそれと同程度以上の速度を持って、自らの生産の意味体系を、詰まるところ生産の技術体系を、変更してゆかなければならない。

そのような能力の発揮が人に要求することは、現代の消費者が世界経験と記憶になる世界観を喪失することになるのに対応するように、技術の経験と蓄積による統一的な生産能力を放棄することである。むしろ蓄積と統一は、変化の要求への抵抗となるものとして忌避されなければならない。クリエイティビティは破壊とセットなのである。そしてコミュニケーション力とは、このフレキシビリティとの組み合わせで必要となる、多数多様に変化する関係のなかで協調行動を可能とする能力を意味することになる。

伝統的な社会の中では、人間は自分の人生を経る過程で、何者かになることを目指してきた。職業はそれの社会的指針であり鑄型である。しかし今日の職業は、人材を何ものかに固定してしまうことを競争力の欠如として嫌う<sup>15)</sup>。産業の環境が変わるからではなくて、産業は消費者の意味体系を変えることによって存続するからである。新しいものを継続的に送り込まなければならない。またそれは未来からの借金からなる金融技術からしても、取り立てを避けるためには、常に予定されているものとは異なる未来を描き続けなければならないという必要からのものでもある。

生産活動に従事する以上は、少なくともその間は何者かになることに取り組みながら、商品世界の絶えざる変化のために、その何者かであることを直ちに放棄すること。それはいわば実存としての人間にとどまり

続けることである。しかし実存哲学者の実験のような生き方を、どれだけの職業人が自分の人生として生きてゆけるのだろうか。

今日の経済格差批判は、労働者のなかにも1%と99%の差を見いだそうとする<sup>16)</sup>。それは、システムに組み込まれたその姿が、スマート型かそれ以前のダム型マシンのようなものなのかに対応するものである。ダム・マシン（愚かな機械）としての労働者は、国際労働市場の価格圧力に曝されながら、国内の高速消費市場を生きるという、齟齬に直面せざるを得ない。私が私らしくあるという個性の実現が、主に商品選択という手段でしかなしえない社会において、不十分な購買力は“私”の危機でもある以上、貧しさは物質性よりはむしろ精神性の問題、存在論的な欠乏感として人を襲うのである。

可能的存在であり続けることは人間の自由の本質に関わるとともに、生物としての人間が不安定で危険な存在であることにも繋がる。この人間性の両義性そのものが今日の生産の担い手の特性として活用されている。その姿はまさに、根源的な人間性が生産手段とされている姿であるといえるだろうが、このことを、社会的生産のスケールで見直してみたときに、資本主義が、人間性の持つ破壊性と問題性を解放してしまっていることにも我々は気付くだろう。

単純化した進化論や生態学のモデルから示されるようには、人間は自然環境に適応した生物ではない。むしろ人間の生存に適した環境（社会）を、自然環境を素材として作り上げ、個体としてはその二次的環境である社会に対しての優れた順応性を見せる生物が人間である。そしてこの二次環境は固定的ではなくまさにうつろいゆくという開放性を特徴としている。その意味で人間は「環境を持たない」<sup>17)</sup>生物である。

環境に組み込まれた動物と異なり、人間は生態学的な生存のコンテクストから乖離して居る。作り上げられた環境に順応できるフレキシビリティと、新たな環境を作り上げることができるクリエイティビティは表裏のものであり、また、より良いものを作る自由を持つという善とともに、破壊を繰り返すという悪ともなりえるという両面性を持つ。この可能性としての両義性が人間性の本質である。

この人間性の現れは、自然環境と生態系から見れば実に不安定で危険な存在である。そして“創造的破壊”

を記号の速度とメディア的柔軟さで拡大した資本主義は、二次的環境の刹那的創造を繰り返しつつも、自然環境と生態系を全体的規模で恒久的に破壊し続けているのである。

### 記号性の削減とローカリゼーション

上記にみてきた、現代の資本主義社会の特徴・構造である記号的生産－消費は、地球資源とともに人間の象徴世界を急速に消費させる。そしてそれが人間性の本質にも関わることであることから、地球環境危機への対応力を人間存在から奪ってしまっている<sup>18)</sup>。

経験と記憶の喪失状況は、未来への想像力の減退でもある。例えば今日の企業が将来計画を立てる際の未来視野は、現事業であれば3ヵ月～1年、短期1～3年、中期3～5年、長期5～10年といったものが目安となるだろう。これは商品世界の変化に応じたものである。そしてこの企業の中で生産に携わり、商品世界を生活環境として生きる人間にとっての未来はどのようなものだろうか。例えばそれは、現未来10年程度、近未来10～50年、中未来50～1000年、遠未来1000年以上というような、文明や人類の未来を想像するスケールのものからは大きくかけ離れてしまっているだろう。このような未来への認識力の減退は、未来への無責任につながるものである<sup>19)</sup>。

環境と人間の二面の危機へ対処するためには、新しい生産－消費のモデルが必要である。以下に、そのための検討のための指針となるものをあげて本稿を閉じたい。

現在の市場システムは次のようにまとめることができるだろう。

#### 記号的生産－消費のシステム：

- 企業活動の構造：  
競争－創造的破壊－無限の拡大再生産
- 生産のシステム：  
モノの生産性技術＋記号の技術
- 記号的消費の循環：  
意味・象徴の喪失－人間と社会の解体
- 人間のいない世界：  
消費者化－無責任－自分と環境にとっての危険

対応して、以下のことをあらためて検討すべきである。

- 消費の縮減：  
記号的消費分を除いた消費生活の経済規模を明らかにする。
- 生産の縮減：  
記号的生産（バリエーション型商品）を除き、プラットフォーム型の商品生産に限定した場合、環境へのインパクト、資源利用の持続可能性はどのように見積もれるか<sup>20)</sup>。
- 労働における人間性回復：  
技術が強要する無意識的な世界観を批判し、作るための知の獲得・形成につながる労働形態を作り上げる。
- 消費中毒の解毒治療：  
意味・記号性・象徴を消費するのではなく、持続するあり方。

そのうえで、人として生きるための社会を目指すためには、次のことが目標となるだろう。

- 環境の問題：  
エネルギー・素材の開発。  
社会・経済・ライフスタイルの転換。
- 人間の問題：  
新しい生の様式。  
この社会に人間であることを問う。

その実現のためには、具体的な政治・経済体制として、ローカリゼーションを選択すべきだろう。

ここでローカリゼーションとは、グローバリゼーションに対するもので、経済成長政策・観念に対する脱成長 la décroissance 思想を掲げる経済哲学者セルジュ・ラトゥーシュの考えに準拠したい<sup>21)</sup>。そこでは以下に挙げる8つの再生プログラム、10の政策案が提示されている<sup>22)</sup>。

1. 再評価
2. 概念の再構築
3. 社会構造の再構造化
4. 再分配

5. 再ローカリゼーション
6. 削減
7. 再利用
8. リサイクル

- ①エコロジカル・フットプリントの回復
  - く中間的消費の削減
- ②輸送における外部コストの内部化 く環境税
- ③移動の縮小 くローカリゼーション
- ④伝統的農業生産の再生
- ⑤生産性向上を労働時間の削減と雇用の創出に
- ⑥人間関係に基づく財の生産促進
- ⑦燃料の浪費削減
- ⑧広告支出の罰金化
- ⑨科学技術のイノベーションへのモラトリアム設定
- ⑩貨幣の再領有化

本稿の論理構成からすれば、第一に重要なことは「1. 再評価 réévaluer」である。これは、今日の記号的生産の技術である生活環境・意味世界の作りかえ（＝欲望の再生産）技術に対する批判と読み替えることができる。続く「2. 概念の再構築」や「3. 社会構造の再構造化」はむしろその結果としてもたらされるべき概念目標である。

そしてその具体的な方法・道筋となるのが「5. 再ローカリゼーション relocaliser」である。地域化とは、資本と商品（生産と消費）とを地域内にとどめることであり、これが資源と雇用の問題に対する基本的な解となるものである。そしてそれは、経済的な面だけではなく同時に、政治的（社会）かつ文化的（人間）な面を意味する。それは人間関係（都市）の作り直しであり関係的存在としての“人間”の再生である<sup>23)</sup>。

現代の競争的市場と意味体系の作りかえ操作は個人（の消費）に向けたものである。（本来）経済は、社会の共通的な資本の共同利用の最適化を図ることであるが、（現在）消費は、個人的な限りない行動の集積としての大量消費とみなされているのである。地域化すること、すなわち経済活動を目の行き届く範囲にとどめることは、それゆえに、間（＝関係、共通的存在）としての人間存在を問い直すことになる。

つまりそこには、関係的人間存在モデルを基盤として、間・共同からはじめる共有論を発展させる必要が

あるだろう。これは従来の、個人的存在論に基づく、私有の延長としての共有論とは異なる概念セットとなるものである。人間を世界の内において捉える存在論では、“ある”（存在）が基本概念となり、そこから判断と行動とは、“すべて”と“未来”との繋がりにおいて行われる。価値世界の秩序（コスモス）がいつも問われるので、人は広い範囲と長い時間で考えることが習慣となる。それはこれまでの、人間に対する世界を外から（対象化して）捉える存在論とは異なるものである。対象化されたものに対しては“もつ”（所有・使用）が基本概念である。そして自分の所有になるものと所有でないものとの、両面の無責任、つまり環境・社会・未来への無責任というありよう（行動基準、生活習慣）を結果したのである。自然と人間とのつながりを断片化し商品化すること。それは価値的に中立の世界（ユニバース）を生きるということである。

経済活動を個人間の市場を通じた取引とみる経済観は、本来人間関係とみるべきもの、例えば会話や食事の内容ささめ、商品としての知識や料理とみなし、家族の愛情に基づく相互行為を時間給的なサービスとみなすような見方、つまり労働と非労働との区別を消滅させるような見方を人の意識に根付かせてしまった。我々が何を所有し交換できるのかという見方を離れ、我々が何でありどのようなようにあるのかと問い直すことが必要である。

そして、地域化が経済、政治、文化の各層に及ぶことは、言い換えれば、地産地消の対象が食糧やエネルギー、物財にとどまらず、人材や教育、技術、レジャー、エンターテインメントなど、広範囲に及ぶということを意味しよう。地域の自立という時の地域性を、公共の領域としての全体性において捉えなければならないのである。

逆に見れば、自由主義的な資本主義が発展させてきた高度な生産力が、物質性の領域にとどまらず、社会・集団的なものを破壊してきたことに目を向けるべきなのである。脱成長の思想とは、「成長の原理を根本から問う」ことである<sup>24)</sup>。その過程を通じて、社会を主体のない自滅へと向かうシステムとした、資本主義の想念を放棄する手段を見いださなければならないのだ。それは、我々の社会を構成している経済的な社会制度を個々に放棄することではなくて、経済を新しい意味関係に置き直すことであり、それらを組み込む別

の論理を見つけ出し、組み込み直す方法を構想することである<sup>25)</sup>。

エネルギー・資源危機、環境問題は、人間社会のありようの問題である。そしてそれは、記号・金融資本主義へと発達してきた経済の様態の問題である<sup>26)</sup>。畢竟それは人間・社会の新しい生の様式を構築することを課題として浮き彫りにする。つまりは、いかに生きるかを考え、世界に何が起きているかを知り、生きるに値する人生・社会を構想する知の再構築を行うことが問題なのだ。それは、人間であることを社会的絆に見だし、人間の意志、主体性、責任を問いつけることである。

## 注

- 1) 地球環境問題を、倫理の問題、人類の未来に対する責任として捉え直したのは、ハンス・ヨナスである。『責任という原理』加藤尚武訳、東信堂(2000年)、p.9、p.14、p.22。
- 2) 例えばブローデルはその大著『物質文明・経済・資本主義 15 - 18 世紀』(みすず書房、全 6 冊、1985 - 1999)で、今日のグローバル化した資本主義の起源を長期的な歴史時間から見る。本稿では 20 世紀後半からの質・構造の変化に特に注目する。
- 3) 負ける＝市場を去ることにしないためには、利益をあげ拡大することが必須という、生存競争をモデルとした強迫観念。
- 4) ヘンリー・フォード一世によるフォード・モーター Ford Motor Company の創業は 1903 年、組立工程にベルトコンベアを導入し流れ作業を実現したのが 1913 年。その科学的管理法による生産方式が普及していったのは第 2 次大戦後、50 年代頃からであり、高度成長経済の基盤をなしたとみられる。
- 5) propaganda : 17 世紀初ではキリスト教の外国伝道、およびそのための機関、学校を指した。語源にあたる propagate は、植物を挿し木で増やすことを意味している (<L. propagatus, propagare の過去分詞)。
- 6) Edward Louis Bernays (1891 - 1995)。Propaganda, 1928, Horace Liveright, 『プロパガンダ教本』、中田安彦訳、成甲書房、2007 年、(『プロパガンダ [新版]』、2010 年)。
- 7) ソフトウェア産業など、収権増モデルにあると見えるものも、知的財産権保護という制約による。
- 8) ドラッカーは「マーケティングの理想は販売を不要にすることである」と何度か繰り返している(『断絶の時代―来たるべき知識社会の構想』、『マネジメント―課題・責任・実践』、『未来への決断―大転換期のサバイバル・マニュアル』)。企業が売るのはなく、商品が自ずから売れる、顧客がすぐにも買おうとするものを供給することがマーケティングであるという。その実践方法として、顧客を理解しようとするのではなくて、消費者の意識世界を商品を必要とするものに変えてしまおうとするのが現代のマーケティングである。
- 9) ブランドは PR 活動のかたちとしての現れである。社会・人にとって未知の、すなわち価値の定まっていない新しい商品に対して、その価値を保障する指標として働くことが期待されている。
- 10) symbol の語源は、ギリシア語の symbolon で、割符を意味し、さらに共同体を示す場合にも用いられた語。
- 11) 『現代社会の神話』 Mythologies, 1954、1957、みすず書房、下澤和義訳(2005年)。『表徴の帝国』 L'Empire des signes (1970)、宗左近訳、新潮社(1974年)、改訂新版、ちくま学芸文庫(1996年)。
- 12) ハイデッガーが論じているサイバネティックスとは“規制循環”(相互に関係する諸事象を双方から規制すること)という制御構造によってオートメーションを実現する工学的仕組みである。システムの自動制御とは、仕組み的には相互連鎖の無限に繰り返してである。
- 13) 個性的であらねばならないということは、現代人にとってひとつの社会性である。自分のファッションについて何も気をつかわないというのは、それがその人の個性であると認められるのではなくて、だらしないとか非社会的であるとの指標になる。しかし個性的であるその人の見かけとは、実質上、大量生産品の中からの選択によってしか実現できないのである。
- 14) 「サイバネティックスによる世界投企は、(科学的探求に)先んじて、算定可能なあらゆる世界事象の根本特徴は制御である、と仮定している。ある事象を他の事象によって制御することは、通信の伝達によって、すなわち情報によって媒介される。制御された事象の方も、それを制御している事象にそれ自体のことを折り返し報告する限り…制御は情報のフィードバックという性格を持つ」『芸術の由来と思索の使命』1967年(『技術への問い』関口浩訳、平凡社、2009年所収)、p.193。
- 15) パオロ・ヴィルノは、このような人間の特性を、生物学・進化論の用語借用して、ネオテニー(幼態成熟)とモデル化した。『ポストフォーディズムの資本主義』柱本元彦訳、人文書院、2008年。
- 16) 批判される 1%はネットで儲け、批判する 99%はネットで結集する。それぞれの行動は同じ原理と装置を利用している。
- 17) ヴィルノ、p.185。
- 18) 生産・消費の両面で人間性が消耗される構造では、従来の文化論的レジャーの課題も有効性を失ってしまう。従来レジャー論は、特定の行動様式や信念に埋没した状況の人間に対して、全体性を取り戻し人間性を

回復するための課題とされてきたが、問題は部分と全体ではなくて、生産-消費の両面で人間性そのものが損耗する危機なのである。

- 19) 「1000年に一度の災害への備え」は、その言葉の意味において「何もしない」ことであった。
- 20) 資源やエネルギーを従来の4分の1にして同じ生産量を確保するファクター4、同じくファクター10など、環境効率の目標を数値化して資源生産性を高める取り組みが、ファクターXとして語られている。(1991年シュミット=ブレイク、1992年ローマクラブ)
- 21) *Survivre au développement*, 2004 および *Petit traite de la décroissance sereine*, 2007 の翻訳の合本として、『経済成長なき社会発展は可能か? - (脱成長) と (ポスト開発) の経済学』中野佳裕訳、作品社 (2010年)。
- 22) *ibid.* 8つのプログラムについては pp.172-182、10の政策については pp.219-222 および pp.13-18。
- 23) オーギュスタン・ベルクは、和辻の人間論 (個人ではなく共同体性に目を向ける) をひきながら、日本語の“人間”が人 (個人) と間 (間柄、関係) の2つの意味からなることを度々指摘している。
- 24) *ibid.* p.246. 生産力が破壊的なものであることは、それが自由主義的な資本主義によるものか、生産主義的な社会主義によるものかを問わない。
- 25) *ibid.* pp.247-248. 逆の事態として、エコロジーが従来の経済システムに組み込まれること、つまりエコロジー産業やエコロジー・ビジネスとして自然環境や生命、身体を経済化・産業化・商品化することに注意を向け抵抗しなければならない。
- 26) 経済の様態の問題と断定したところで、問題解決への道が明らかになるわけではない。新たな、現実的な枠組みを提示する必要がある。詳述は別稿で試みたいが、経済活動とエネルギーの関係の組み直しにひとつの方向性を検討したい。  
人類史的に見て、産業革命期を境に人口増加や経済成長の問題が特異な段階に移行したことは明らかだろう。産業革命とは、エネルギーという見地から見て、化石燃料 (炭化水素) と酸素との化学反応 (燃焼) から運動エネルギーを取り出す、エネルギー変換の技術革命である。工業生産とは、取り出された仕事によって物質の秩序を変えることであると見ることが出来る。  
このように、工業化をエネルギーと物質の秩序に還元してモデル化すると、それを生命現象とのアナロジーに重ねることもできるだろう。  
エントロピー増大の法則に従う物理現象と異なり、生命は内部の秩序を作り出す (エントロピーを減少させる) 活動である。しかしそれは生命体を閉じた系としてみた場合であって、生命体と環境との関係から見れば、生命体は環境からエネルギー源 (低エントロピー) を取り入れて、代謝を通じて熱や廃棄物 (高エントロピー) を排出することで、生体内の低エントロピーを

成長・持続している。環境全体から見れば、エントロピー増大の (熱力学的死の) 方向へと進んでゆくことになる。地球の生態系がこれまで死滅せず発展してきたのは、系の外である太陽からのエネルギー (電磁波) によって大気や海洋の循環が維持され、植物が光合成 (電磁波のエネルギーを化学エネルギーに変換) することができるためである。ごく単純化すれば、地球と生態系とは、そのようなひとつの系のバランスとしてみる事ができる。ひとつの生物としてみれば、人間の活動もその系の中で自ずと規模が制限され、人類史の大半で人口増加のペースがごく小さく、経済発展と呼ばれるべき成長も顕著ではないこともそのことと重なる。

一方産業革命は、エネルギーの利用を生体の内部から外部 (社会) へと拡張した、いわば生命現象の外部化・物質化であると見ることが出来るだろう。しかもそれは、生命体とは異なり、巨大化に対する内部的な限界をもたないものである。本稿ではそれを、資本主義の2段階の変容として論じた。

しかし、地球および生態系との関係からみるとき、この外部化 (工業化社会の発展) は、バランスしていた系の循環と相容れないものである。生命体の廃棄物は他の生命体への入力となり、またその全体 (生態系) の廃棄物 (熱) は地球の熱・物質循環の入力となるが、一方、工業および工業化した農業を含む産業活動の廃棄物は、その大半が他の生命体への入力にはならず、その活動の拡大は森林破壊、土壌喪失、生物多様性減少など、生態系を顕著に縮小させ、排出物と排出熱は地球の熱循環にも顕著な影響を及ぼしている (気候変動)。

このようにみると、環境制約とは、資源・エネルギーの減少・枯渇問題ではなく、系としてのエネルギーバランスの (つまりエントロピーの) 問題である。巨視的にみれば、工業的生産は生態系と地球に対してはエントロピー増大をもたらす現象でしかないということである。

熱源や食糧のように、人間の経済活動における財は低エントロピー (生命活動の源) である。工業製品も同じように低エントロピー (秩序づけられたもの) と同列にみなされるが、生態系や地球の活動循環に接続しない (廃棄物でしかなく、活動を縮小・妨げる) ことが問題なのである。

一方、本稿にみたように、現代の経済活動は、物質的秩序 (工業的生産) から意味的秩序 (記号的生産) へと移行している。危機を先鋭化させているこの記号性にこそ、逆に経済の作り替えの可能性をみる事ができるのではないか。それは、熱力学的な低エントロピー財と、情報理論的な低エントロピー財とを、意識的に分離した二重経済体制の可能性である。

低エントロピー物質 (=財) とマネーによる経済体制から、情報・組織の秩序 (低エントロピー記号) を財とする経済システムを分離することにより、物質的経済成長と人間の社会発展の道筋を連える方法を構想する試みである。