

生きられる社会における美の概念と責任 ー風景論と倫理

犬塚潤一郎

生活文化学科

The Concept of Beauty and Responsibility in society today - Ethics and the Theory of *Fukei*

Junichiro INUTSUKA

Faculty of Human Life Sciences

Modern is a system which has had a fundamental flaw, as Mesology revealed. So the industrial activities, which is performed based on the underlying principle of this system, have the risk of disrupting both human society and the natural environment. It will be able to envision the *Fukei* theory of business activities, as Mesology has evolved that theory based on the issue of cities and regions as a space to live. But to that end, it must be analyzed in advance, the concept of beauty, and the context in which that concept has been greeted with modern society. In this paper, I discuss the concept of beauty in modern society with a production system of Coding, and that the concept would lead ethics aimed at regeneration of the community.

Key words : 風土学 mesology, 企業倫理 corporate ethics, 美の概念 the concept of beauty, 風景 *paysage*, コード化した生産システム a production system of Coding

はじめに

緊迫化する環境・社会危機に対して、人間はどのように対応するのか。社会発展の原理が同一である間は、直面する課題への対処は改善・発展型のものとなるが、今日の問題は従来の原理の基盤をなすものが危機に陥ったことにあり、原理の変更が求められているものと考えられる。具体的なレベルでの対処を追求するためにも、基礎構造の明確化と、それに基づいた価値判断および行動の原理の確立が急務である。

従来の原理に基づく社会発展の主たる担い手は、工業化やグローバル化などに象徴されるように、産業主体たる企業である。政治と生活、そして都市や法律・制度も、産業の発展と経済成長を軸として再編成されてきた。今日その持続不可能性が問われるに至っても、産業活動の急速な縮小は社会危機の現実と結びつくものとして恐れられている¹。

極端な不安定に陥ることなく新しい体制への変化を目指すのであれば、この企業の行動原理の再構築こそが、現実的課題として浮かび上がってくるだろう。それは、企業活動の基礎づけという意味での産業・企業

倫理を、人間と社会の存在論的探求に基づいた新たな次元において作り直すことである²。

そのための研究として本稿のよりどころとするのは、自然環境との相互関係から社会を構造的に分析するとともに、人間の存在論的探求をすすめる風土学の見地である。地理学の基盤のうえに、和辻哲郎によって提唱された風土・風土性という哲学的概念を起点として、オギュスタン・ベルクによって体系的に展開されてきた風土学 *mésologie* は、ある特定の都市や地域など具体的な各々の社会の成り立ちを明らかにするとともに、主客二元論的な近代的主体のモデルを越えて、自然及び他者との相互関係からなる人間存在についての基礎的視野を提示している。

その風土学から導かれる探求のひとつが風景論である。風景 *paysage* とは、人間が環境に対して向ける審美的な眼差しによるものである。それは、環境の物理的・客観的な特性・外観を基盤としながらも、眺める主体にとっての自分自身の居る場所とそのあるべき姿についての主観的で共同体的な価値判断に基づいたものである。環境との相互関係にある人間とは、環境に

よる影響を受けながら環境に対して作用してゆく存在であり、人が住む具体的な地域・都市の風景はその相互作用の過程を通して個別的に形成されてゆく。

人間の作用・行為における他の生物との違いは、それが技術的知、すなわち未だ無いものがあるべきものとしてあらかじめイメージする能力によることである。それが機能や用途といった実利的な基準だけでなく、美しさや善きことという抽象的な価値基準を備えたときに、それは人の風景への眼差しとなる。そこには、アリストテレス―ハイデッガーの“技術という知”に対して、“風景という知”が想定されるのである。

風景論はそこで、具体的な特定の都市や地域についての物理的・形態的であるとともに歴史的・文化的な成り立ちを、自然環境の条件と技術及び価値観・世界観の相互関係として構造的に明らかにしてゆく新たな文化論として展開されるが、そのことが結果として、現代の都市・地域が風景という知を欠くものであることを顕わにもするのである。

技術が人間存在に固有なものであるとしても、技術という知がもたらす世界観は西欧の古典―近代社会、そして今日のグローバル化した産業社会に特徴的なものである³。一方、景観、光景、景色、眺め・眺望、見晴らし、あるいは国見などと区別される風景の概念は、あらゆる文化・社会に共通にあるものではなく、また固定的なものでもない。各社会の文化的・歴史的なアイデンティティと結びつくものである⁴。

一方風景が、生きられる実践のうちにはなく、絵画的な鑑賞の、さらには観光地や映像として消費の、あるいは日常とは切り離された保護の対象となるとき、風景という知は失われ、生きられる空間は統一的な美の調和を欠いたものになってしまう⁵。

もとより自然環境が物理的な存在のままに人間に現れることはなく、それぞれの社会がそれぞれの文化固有の“自然”を持つのである。そして環境のうちの様々なかたち・存在を通じて、文化体のなかで共有される普遍的な特性として取り出されたものが、その社会にとっての自然なのである。風土学はこの自然と人間との間の固有の関係をそれぞれの風土として考察するものであるが、風景を問うこと、すなわち生られる空間の質を問うことは、その風土的存在である人間の生き方と社会のあり方とを実践において考える、倫理

的問いなのである。

環境・社会危機のもとでの人間活動の実践基準として、倫理の問題を考察するにあたって、この風景論の持つ概念構造を基礎とすることができるのではない。いわば風景論の社会・産業的応用を進めることが、本研究の基礎的視点である。本稿ではそのための予備的考察として、基礎原理にあたる“美”の概念について整理し、価値概念としての美の今日的状況进行分析するとともに、新しい倫理基盤構築の可能性について検討するものである⁶。

1. 古典：美と善、媒介するエロース

環境・社会危機の存在論的探求が明らかにするのは、人間の“世界”（象徴的母型とその表れ）を変えようとする必要である。人は表れとしての世界の中の生を生き、その“現実”は幾層もの主体のレベルでの相互関係であるため、世界の再生とは、技術、政策、規格および文化・価値の複合としての社会活動（産業・都市）を実践的に問うこととなるだろう。そして、“美”を、それら諸面を貫通する基礎的問いとして立てることができるのではないだろうか。

そのような視点からここでは、美の概念を倫理との関係において考察してゆきたいのだが、第一歩としてまず高名なプラトンのエロース論からはじめたい。

プラトンは『国家』における善のイデア論において、イデア *idea* のみが真の意味での有であり、知識 *episteme* はこれを対象として成立するとする。一方、人間が日常生活を送る感覚界にあるのは有と非有の中間にあるもの（ありかつあらぬもの）であり、それらを対象とするのは思惑 *doxa*（知識でも無知でもない中間）であるとす⁷。

一方『饗宴』篇において語られるのは、（単なる欲求ではなく）美 *kalon* への欲求であるエロースについてである。感覚界において美が特別のものであることは『パイドロス』において語られている。感覚界において人が見るもの（影像）のうち、美だけは光り輝いていて明晰に視覚に映る。人はこの世の美を見て、真の美を想起するのである⁸。『饗宴』において語られるのは、この美を求めるところを通じて、感覚界からイデア界へと通じる道である。エロースとは美への欲求であり、最初は感覚界にある美しい（秩序ある）ものに向かわしめるのだが、しだいに美そのものへ向かう

て飛翔することを助ける媒介者 *medium* の働きをすることになる⁹。

また、アイデアと人との関係は知識を通じてのことであるのだが、美しいものは秩序 *kosmos* あるものである。エロースは思考対象に対する認識能力に関わることになる。エロースは美しいものへの欲求であるとともに段階が進むに応じてその秩序をうみだすもの、秩序の根源へと向かう愛知者の性格を強め、ついには「真の徳を生むこと」¹⁰に至ることになる。具体・特殊なものから普遍へ、秩序・調和の原理へと向かうのである。

プラトンのエロース論はこのような道筋を通して、現実世界から原理へ、感覚的なものから真の存在へ、美的な価値を追い求めることから真の徳へ至る道を明らかにしようとする。このことは後の時代の、美を真理と、さらに善と関連付ける思考の傾向の基礎をなすものであるといえよう¹¹。

また一方、以上の論の枠組みのうちでは、真の美と語られているものは真の有として、存在論的に提示されている。美はエロースの志向対象であり、それ自体が実在なのである。そこに論を定めれば、あるいは小林秀雄の芸術評論『当麻』におけるかの有名な一節も思い浮かぶだろう。

「美しい『花』がある。『花』の美しさといふ様なものはない。彼の『花』の観念の曖昧さに就いて頭を悩ます現代の美学者の方が、化かされてゐるに過ぎない。」

比喩的な言い回しを含む短文の解釈には慎重であらねばならないが、世阿弥の「花」を論じるその考察の中で、小林は観念そのものを志向対象とすることを批判し、プラトンのような飛翔を避けて、精神性と物性との間の緊張関係のうちに、すなわち身体に、とどまり続けることを選択したものと考えられる。

小林秀雄における倫理と美の一致は、個人の意志が普遍的な精神に出会おうとする試みとして、「倫理的でない美はない」と語られるとしても、物性・身体とのつながりを断たずとどまる姿勢は、プラトンの美を通しての善のアイデアへと純粋な精神性を目指す道とは異なるものである。そして両者の理論的な枠組みの差異の基盤に、名詞・形容詞が存在の賓辞 *katēgoroumenon*, *predicate* となる言語と、述部があくまでも（主語という存在の属性ではなく）文の話者の

主観のうちにとどまり続ける言語との、違いをみることもできるだろう。

この点は後に、現代の倫理を考察する上で重要であるが、ここではプラトンの枠組みが、美を人間の認識構造から解き明かし、美しいものへと惹かれる心が、その対象を自分のものとしようとする過程で美そのものの理解へとすすみ、ひいては世界の内的な秩序・規範の理解、すなわち道徳的な価値へと至るプロセスを説明するもので、知と真との一致の過程を通して美と善の一致をみるという、ひとつの定式をつくり出していることを確認したい。その意味では、「美しく」が「よく」生きると同義にとられる意志の美学が武士道（為政者の規範）など日本においても一定の共有をみてきたことと対応すると見ることもできる。

現世的欲望を離れて真理に至り、而して現実社会に秩序を取り戻す道が、美を求める欲望の他の欲望にない愛知の力であるというのである。

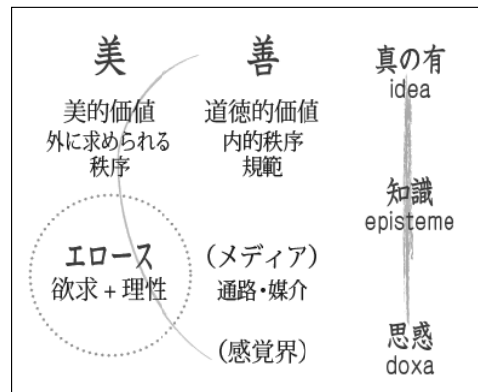


図 1：プラトンのエロース論

ひるがえって今日、人は互いに美を競い合う商品に満ち溢れた世界を生活している。この絶えまなく押し寄せる美のなかで、欲望からアイデアへの道筋については皆目見当もつかないような状況に陥っているのはなぜなのか。

2. 現代：美と真の乖離

美の探求を通じた知的な営み *theoria*（観想・理論）が向かう真理 *aletheia* は、ものごとの本質である。この定式が社会において共有されなくなった現代に至るまでの過程を辿る前に、現代の知が我々に明らかにしている（現前させている）世界について確認しておこう。



図2：真理と知的営み

プラトンにとってのアイデアは、感覚界にあるものとは独立して存在する概念的実在として考えられたが、アリストテレスは、形・性質を与える形相 *eidos* と素材である質料 *hylē* とを分離しないという意味で、真理を内在的なものと考えた。その考え方が、世界を単なる存在の集まりではなくダイナミックな生成のシステムとしてみる世界観を生み出したのである。

一方、コンピュータを手に入れた人間にとって、知識はコードへと変換可能なものとなった。そしてそれは、アリストテレスの世界観とは別の、ひとつの生成のシステムを出現させることになったのである。

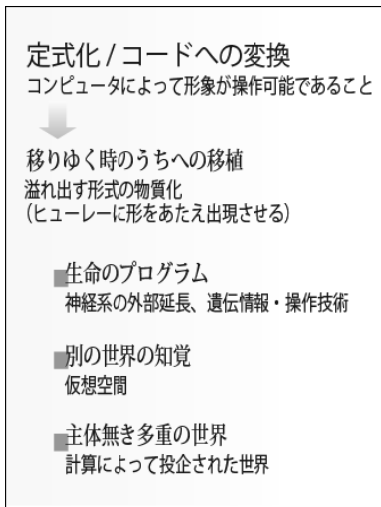


図3：コード化する概念の物質化

コンピュータは、紙とペンのような単なる思考のための道具ではなくて、思考対象たる形象を操作可能と

し、形 *form* (*eidos* 形相) を材料 (*hylē* 質料) にあてる現実的な生産手段である。ある概念を記述したプログラムは、現実の物の世界を動かし生産を行う。大規模生産を自動化した工場生産から私的な3Dプリンタまで、ディスプレイに描かれた形は製造工程(材料の製品化)に直結し、考えられた形が物となって現れてくる。知の対象となる形象を物質化する手段の発達は、それが誰の目にも明らかのように、私たちを取り巻く商品世界を、まさしく思考の速度で出現する物質によって溢れさせている。

物質からなる私たちの現実世界は、コードによって生産された物によって充満しているが、その物を生み出した秩序はコードの操作の側にあるので、プラトンが想定したアイデア界のようなひとつの普遍的秩序ではなく、恣意的な思惑の秩序化を構造とする散逸的で多重なものである。そこに“誰か”という秩序の根源たる主体を明確に見つけることも原理的に困難な、互いに競争しあうだけの自動拡大再生産のメカニズム(資本主義)だけが実体化したものである。

商品の流行を競うことで物として生みだされつつける散逸的で多重な秩序は、私たちにいくつもの別の現実世界の知覚を必然的に強いることになる。自分の属する世界が実体としてひとつの秩序のうちに捉えられてきたことは異なり、それはあたかも、人が生きる空間が多重に仮想化され、生きることは仮想空間の間をシフトしてゆくことであるように思わせる、社会的な実感を現代人にあたえるようになっている。

さらにこの仮想化は、生の基礎原理にも及んでいく。すでに生命現象の基礎は情報化され、コードとして操作可能なものである。考えたことのコード化、生命体も含め存在するもののコード化、つまり物質と精神の両面におけるコード化は、知の対象となる知識が、もはや人間の社会を基礎付け、人の生き方を秩序づける基盤としての真理とは、およそ関係のないものであるという状況をつくりだした。

道徳は知の基盤を持たない、というよりは知と真理との乖離が社会現実の上に生じ、如何に生きるべきかを知に問うことが構造的に不可能になってしまったのである。

この社会的実感が共有されている状況は、商品生産の技術的な変容にも見て取ることができる。

美を求めるプラトンの愛は、出産 *tokos* への愛へと

つながってゆく。美しいものを得ようとするところから善いことを生みだそうとすることへとかわってゆくのである。一方アリストテレスは学問的知 *episteme* と制作知 *techné* とを区別したが、技術という知の内実も今日にいたって大きく変化している。

技術という知は、自然によって存在するもの、必然によって生成するものではなく、つくる人の側に原理があって、理論的に考察すること *theōrein* を基礎とするものである¹²。この姿勢は、感覚される世界の事象との間に理論的な距離を置くことである。それゆえに、先にみた物質や生命という自然のコード化につながる、現象の背後にある原理の認識と記述、計算し掌握する志向が生まれたのである。

そのような姿勢が近代の工業技術を生んだとする考えは一般のものであるが、現代的な工業生産の基礎原理は、そこにとどまるものではない。

西洋に生まれた工業生産体制は、ある時期より東洋の生産原理によって深刻な危機を迎えることになった。よりユーザーフレンドリーで手に馴染む商品群の登場である。東洋の技術は、具体的な事物に対して理論的距離を設けることよりも、具体的な経験を重視する。先の小林の姿勢に通じるように、制作物の完成は、芸術的な超越よりも、技芸的な質を極めることへと向かう。あくまでも現実のものの中に表現者の自己を溶融・滅却することが目指されるのである。

そのような技の産物である東洋的な工業製品は、実利的・美感的な商品として市場での成功を導いたのであるが、それはすでに、ポスト工業化を迎えたといわれるこの産業社会において、洋の東西を問わず企業者に求められる成功のための必須技術となっている¹³。

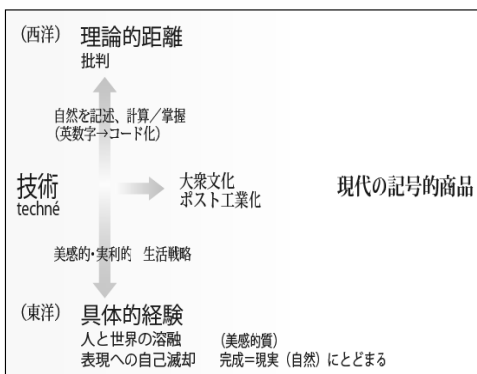


図4：東西の技術の本質的差異と融合

現代の際限なき形象による商品産出は、この二重の原理的転換、すなわち知のコード化と美の現世化によって、現実化しているとみななければならないだろう。今日の商品は従来の意味での製造によって生み出されるのではなく、形象・概念の技術的な投射 *projection* である。知と真との乖離がそのように徹底的なものとなる時、現実世界の価値は真理に根拠を持つものではなく、コードによる投企 *project* に基礎づけられるものとなるといえるだろう¹⁴。



図5：生産・製造ではなく投企へ

3. 現実世界：善いことの多元化と流動化

自身が生きる現実世界の価値観が、普遍のものによって根拠づけられていると信じられるような社会を、私たちは生きてはいないだろう。多文化社会は相対主義を主張し、コード的に投企される商品の流行は価値観を絶え間なく消費するように仕向ける。主要な行動指針は、真理の追求ではなく“マネジメント”である。

善いことは多元的に捉えられ、しかもそれは動的である。それゆえに、この関係の総体を見極めながら流れに沿って自分の位置をうまく動かしてゆくことが求められるのである。企業についていえば、この‘関係のマネジメント’が社会的責任 CSR 活動の基本原則となる。CSR 活動を計画するにあたっての最初の一步は、自社と関わるすべての関係者 *stake holders* を図式的・構造的に捉えることである。そして次に、それぞれの利益を最大化するための現実的な方法を業務遂行のシステムに組み込んでゆくための方策が追求されることとなる。そしてこの構造は固定的なものではなく、現実の事業活動の推移および関係者との関係の変

化に応じて、動的に取り扱われる必要がある。その意味では、CSR活動はビジネスを補完するためのものではなくて、ネットワーク的な事業環境におけるマーケティング行動と一致するように進化してゆくものだろう。

関係のマネジメントの具体的な現れは、以上のように特定の一企業においても動的に変化するものであるとすれば、産業社会における無数の各企業の活動はそれぞれに特殊なあり方をするようになる。実際のところ今日、法人という主体そのものが合併と分割、集合と離散を繰り返しながら変容を続け、アイデンティティの所在を明示することが困難になりつつある。株式、社名・ブランド、経営陣、従業員、すべては売り買いの対象である。

このような現状について、“多元的”と呼ぶことも不適切であろう。むしろ徹底的な“流動化”を基礎モデルとして、そのうえでなお流動化に弱い要素を指摘してゆくほうがより適切な見方だといえよう¹⁵。自然環境の要素、そして個々の人間、また人々のつながりは、流動化への耐性が強いとはいえない。具体的な自然環境・生態系は、土地や資源のように交換可能な物質ではなく、それぞれの個人と社会は固有のものである。環境破壊、人間と社会の危機は、それらを取り替え可能と見る流動化のモデルからもたらされるものである。

この流動化という現実のもとでは、重要なことは多元化か一元化かという対立図式ではなくて、個別的な集団、共感と共有のアイデンティティをつくり出すことが課題となるだろう。そして“美”の再生への期待はそこに生まれるのである。なにかを“美しい”と思うことは、プラトンの・西欧的な愛知の道、あるいは小林的・東洋的な物と精神の緊張と融合に向かうにせよ、現実の主観的感覚への現れであるとともに、共有される普遍的な判断でもある。そこには共感を、つまり現実世界に秩序を、つくり出す働きが期待されよう。

しかし問題がそう容易ではないのは、このような社会変化が商品生産と市場のみによってもたらされるものではなく、より広く根源的な、現代の知の状況によるものとも考えられるからだ。例えば思考のパラダイムの変化にあたるような現代の科学に特徴的なことをあげてみよう。まず物理学における物質とエネルギー

についての捉え方、それはかつてのように、両者に存在と力能といった明白な違いをもたらさない。両者は相互に交換可能である ($E=mc^2$)。現代人にとってよく知られたこの知識について問われるべきは、このことを生きられる世界の実感において理解することが人にとって可能なかということである。数学や論理記号を使うことによって、いわば容易に表現・操作可能なこの新しい知識は、自然科学の世界観と技術の領域を飛躍的に拡張させたが、人の生きる生活世界の現実には新たな秩序をもたらす“真理”でもあったといえるのだろうか。同じように素粒子物理学・量子力学がもたらした、物質・エネルギーの粒子性と波動性の二重的な性格も、理論的な理解と実体としての認識の間には容易に飛び越えられない裂け目がある。合わせて、現代の生物学における生命と発現は、直接的に感じられる生とはほとんど無関係な、抽象原理となってしまったようであるし、社会科学が統計と法則によって組織化している社会現象を、本やスクリーンの向こう側に見ることはできても、こちら側の現実とのつながりの確かさを支えるものは不明なままである。

いわば今日の科学が我々にみせる世界の実相は、現代芸術における抽象絵画を風景や人物の代わりとしてみせられていることと大差がないようである。

人間の世界に価値の秩序をもたらさない“真理”を追求する科学は、それ自体において価値不問である。このような知的探求を象徴として、生活や社会活動など、精神のあらゆる領域から人の生としての現実感が失われること、それが流動化によってもたらされる人間の新たな感覚界である。この問題について今少し考察をすすめたい。

4. 技術知：制作と人間の場の問題

技術という知が制作に先んじて完成したものを思い描くように、道具はあらかじめそれを使用する制作の様態を人に準備させる。そして制作の場、生産のシステムは鋳型のように、新たな人間の形式に人を嵌め込むことになろう。職業がその人をつくるということである。

人の制作は手から道具、そして機械へと変化してきた。あるいは、古人類学が教えるように人間の手がむしろ道具と切り離せないものであるとすれば、道具なしの手というものは理論上の仮説でしかないかもしれ

ない¹⁶。一方機械の登場は、道具の時代とは異なる大きな変化をもたらした。人は、自分の制作の用のために道具を手に入れ、身体能力を外化させるが、機械はその性能を最大限に機能させるためにその周りに人を集め材化するのである。道具は仕事場という区画を世界につくり出すが、機械は資本・エネルギー・資源の集積と労働者の集住をつくり出す。製造機械の登場によってつくり出された会社と現代都市は、それ以前の人の組織や都市と姿は似ていても、本質的に異なるものである。

さらに人間の社会は、新たな制作の手段の時代を迎えている。従来の機械とは存在論的に区別されるべき、コードを取り扱う“装置”である¹⁷。写真技術にはじまりコンピュータへと進化すると、この人間の神経系の延長ともいえる映像や情報を記録・生成・操作する装置は、会社や都市の実体さえも無視するように、関数的・関係的な仮想世界を多重的につくり出してゆく。見るもの＝映像、話すこと＝情報コミュニケーション、つくること＝アルゴリズム/デザインなど、人間の精神活動の多くがこの仮想世界を“手応えのある現実”とみなして遂行される。その世界で“生きる”ことは、壊せば容易に元には戻らない傷つきやすいモノ、生きられる身体、家族や他人とのつながり、年を重ねる人生など、それまでは意識せずともまづ感じ取られた社会の基盤となるような現実感を、あえて考察の対象としなければならないような“ないもの”としてしまう。従来の人間集団における規範、モラルを支えてきた根拠としての身体的で社会的な感性はここでは無用・無力である。

重要なことは、この仮想世界がすでに産業的生産の主たるフィールドとなっていることである。実体的な人の組織や都市は、結果的に秩序を失ってゆくことになる。個人にとっての必要は、集団や場への帰属よりも、コードの解釈と再生産能力に集約されることになる。そして、生きられる場の空虚が伝統的な社会の絆をなしていた公共空間の破壊をもたらしてしまっていることも、多くの眼に明らかだろう¹⁸。

5. 現代社会：市場と責任の問題

情報化が進む社会の市場の構造変化をめぐっては、プロシューマー論など生産者と消費者の間での主役の交代として論じられたことがあった。しかし今日の

市場の特徴は、むしろ主役となるべき主体が見当たらず、市場システム自体の自律性と自己調整的性格が一層強化され続けていることである。どのような仕事に就くか、何をつくるか・行くかなど、労働の方向性を決定するのは価格である。事業を産み育てるように資本に命令するのは利率率である。もはや、技術開発によって良いものをつくり出す、あるいは消費者の需要に応じるようマーケティングを行うといった、生産と消費の基準ではなく、市場における競争の原理が全体を支配する。そこでは労働者と同じように資本家も無力である。

競争の原理に自由のイデオロギーが結びつくときに、それが徹底的に破壊的なものに変じることが誰の目にも明らかである。しかし競争者たちがそれに抵抗することをしないのは、競争に敗れることへの恐怖とともに、破壊が自らの直接的な行為の結果とならない範囲において、市場システムが全面的な責任免除をあたえるという仮説あるいは幻想によるためである。市場競争の遂行が、現実の社会現象として強制や暴力を引き起こしたとしても、当事者には現実感としてそのつながりが認識されないという事態さえ度々引き起こされている。

このような今日的市場競争には次の特徴が見て取れるだろう。

効率性という価値基準

独占を許さない市場の公正さは、競争を類似あるいは同質のもの間のものであるとする。革新的な製品もいったん市場に受け容れられれば即座にライバルが登場する。競争は価格に一元化され、あるいはそれを逃れたければ絶えず差異性をつくり出すことが必要となる。企業の対応能力に敏感な資本市場が、企業経営にいつそうの価格対応と差異生産の速度を強いることになる。

競争が速度を競うものになると、行動の価値基準は“効率性”を問うものとなり、この擬似的な価値が真善美のような本来の観念的なものを覆い隠すようになる。現実のビジネス活動においてその現れは複雑である。装置の時代では、機械時代の単純な工業生産ラインの効率化だけではなく、状況への対応性、意味の伝達能力、意欲の向上・維持や精神の集中など、およそ人間性の基本に至るまでもが効率化のための技術の対象となる¹⁹。今日の労働者は、肉体、才能、あるいは

身につけた特殊能力など、“何か”を差し出すのではなく、状況への柔軟な対処と要素を次々に結びつけてゆく能力（フレキシビリティとコミュニケーション能力）を要求されているのだが、これは人間という種に特有な能力であり、つまりは“私”を差し出すことなのである。

また一方、市場が仮想世界の特徴を深めることによって、需要側の精神にいかにか働きかけるかということが、差異性の生産の目的と一致して考えられるものとなる。従来と異なるものは異なるがゆえにそのままでは、需要側に意味あるもの（欲しいもの）として実体化することがない。差異化の技術は製品生産技術である前に、需要側の意味体系・精神世界の作り替えを伴う記号操作の技術でなければならないのである²⁰。

差異化の必要は工業生産のモデルを大量生産大量消費から多品種少量生産にいったん変更したが、市場のグローバル化が仮想世界化の進展とともにすすむことによって、再び大量生産大量消費へと、しかしながらそれは記号の速度で更新されるかつてない高速度流動化体制へと、変化を遂げることになったのである。

この新しい世界では、個性や創造性、欲望といった言葉の意味は、従来の人間世界でのものとは異なり、市場の効率性という基準に準拠したものとなる。個性の発揮は消費を通して行われ、欲望が市場を中心とした生活世界に生まれる今日、個性が大切にされる世界の実質的現れは、人々における全体主義的で順応主義的な傾向にこそみられるだろう。

効率の降格

20世紀半ば、カール・ポランニーは産業社会における人間の自由と効率に問題について「自由な社会では、唯一の指導原理である効率の降格が不可欠である」（傍点原文）と指摘している²¹。経済過程における効率の低減は、「自由の費用」とみなして実行されるべきであると述べる。効率を経済の全面的な原理とするのではなく、経済の内に位置づけ直すことが必要であると主張するのである。

対応して、自由を、政治的分野や知的な分野にとどまらせることなく、日常生活の分野に、「産業の分野そのものに導入することが考えられるべきである」と述べる。彼の考察する自由のプログラムは次のものである²²。

- A 良心的拒否 産業における自由
- B 人身保護 非収奪
- C 自由な休暇 労働契約
- D 技術の欲求への対応
 効率損失の最小化を通して
- E 市場から自由な領域を社会的領域へ拡大

ポランニーは「なぜ西欧は、新しいより人間的な文化という良き生活を、効率に代わる目的として設定しないのだろうか？」という問題提起で小論を閉じるが、道徳的・哲学的な秩序の問題、産業社会における良き生活の問題は、今日人類の課題であろう。

ポランニーの問題提起が十分に社会で受けとめられることなく、逆に破滅的な危機が鮮明となるまでに進行する事態となったのは、競争の原理＝効率という価値基準の拡大の速度が、人間的な文化と自由の問題を考察する社会意識の速度をはるかに凌駕したためである。そしてそれが擬似的にもせよ価値の基準であるがゆえに、人の精神を変容させ、自由を求める力を主体のうちでも社会的にも相対的に縮小させたためである。民主主義における主権の概念が、代議制による参政権という制度への還元によって、深く問われることなく物質的財とサービスの購入を保障する市場の自由に意識として一元化されたものとみることもできよう。

このような、人間の自由が市場によって回収されるという状況には、一方で新たな技術的局面が訪れてもいる。

個別的マーケティング

コードを取り扱う“装置”の発達と市場の記号化の進展は、マーケティングの対象を、統計的なマスから情報化された個へと変更することを可能にした。市場のハイパーセグメント化と呼ぶべき状況である。

大量生産とマス市場を脱し、多様なニーズに応じることができるよう市場をセグメント化して捉えようとすることは、情報化技術の社会進展がある一定の段階に達するまで、ビジネス側には多大なコストを伴うものであり、体系的な解決は困難であった。

しかし今日、状況は一変している。人間の社会活動の情報化の進行は、まずセグメントのリーダー層に現れ、その後その行動様式の社会浸透が進み、いよいよ

ほとんどすべての個人の行動が情報ネットワークに接続されるようになりつつある。

マーケティングのセオリーは、概念的なセグメンテーションからサンプル調査へとすすめる図式ではなく、まず最初にすべての個の行動を情報として収集し、それらの統計的処理からセグメントを浮かび上がらせるように、方向性として逆転することになった。マーケターに必要とされるのは、概念化・抽象化を行う構造主義的能力よりも、膨大なデータを処理する技能となった。

意味よりもデータが構造化に結びつくという手法の変化は、それが市場の技術である以上、生産様式だけでなく消費の様式にも変化をもたらすことになる。データとしての傾向、すなわち個 *singularity* (この私) ではなく特殊 *particularity* (1 データ) として扱われることは、消費という繰り返される行動、さらにその繰り返し速度の高速化を通じて、消費者側の主体の行動と精神の構造を変化させずにはいない。企業労働だけでなく、日常生活が企業の活動に奉仕させられる構造が生まれ社会的に固定化されてゆくようになる。他方、市場競争の原理と効率の価値基準は、企業の側の責任を免除するようにみせる。商品への欲求は個人の側の自由であるという原則である。

しかし、コード的生産と世界の仮想化、記号的市場技術の発達、人間の世界(意味体系)の基盤である記号体系に直接働きかけるものである以上、今日の人間の欲望は、市場の技術によって動的につくりかえられてゆくことになる。流行をつくりだす技術とは、欲しいという感情を生む価値観を記号体系の操作によってつくりだすだけでなく、既に手に入れてしまったものを、その同一性は変わらないまま逆に嫌悪するように、記号体系を再変容させる技術である。欲しいものが次々に現れるためには、手に入れたものは次々に嫌悪するように、価値体系を変化させてゆかなければならない。

このような個人の主体における変化は、消費におけるだけでなく、先にみたような労働の組織や生活の共同体空間にも共通の、統一的なものである。都市の時間空間が超人間化し、社会的なものが抹消されること。労働が有機的に分割され個が特殊・専門化すること。精神と行動の統合的な身体の制御のもとに消費が現実化すること。これらが全体として人間の欲望を主

体的なもの、認知的なものから、反応的なものへと変質させてゆく。

今日、巨大な情報処理技術と網羅的な情報ネットワークとによって可能となった、ビッグデータとして捉えられる人間社会の様相は、ほとんどフェロモン(化学物質)への反応によって全体が統御される昆虫の世界と変わりがないようである²³。

近代の技術の本質と市場との結びつき

近代社会の発展を通じて、人間の生存の持続の構造は、自然および共同体との連関から、個人と市場との機能的関係に置き換えられてきた。市場は、人格的人間関係を商品と商品の関係として客体化するが、その背景にあるのは、近代の技術が、技術 *techné* の本質を現実の社会に発現させ、地球と共同体とを、すなわち自然と社会および人間を、存在から材に転換させてきたことである。

技術は本来人間の安全・自由・豊かさを増すためのものであるが、この複雑な社会においては逆に、技術の危険性が主要な問いとなる。複雑さが意図せざる結果を招くことは原理的問題であり、巨大化はその影響を非限定的で社会の破滅につながりかねないものとする。複雑高度化する技術はいつそうその制御を専門的機関にゆだね、管理が中央集権化することから、日常の幻想的な安心と裏腹に、事態が生じた場合の理解できない恐怖を引き起こす。

ポランニーが言うように、技術の適用を社会において縮減する努力こそが、人間の自由において問われるべきなのだろうか。

美への問いは、この選択の主体をつくりだすためのものである。美は象徴すなわち個的でありかつ社会的な、すなわち共有の循環のうちにある。美への参加の主体を問い直すべきであろう。そのためにはまず、美の歴史における社会からの自立性について確認しておく必要がある。

6. 現代における美の課題：自立性

印欧語の言語的性格によりギリシア語では存在の属性(形容詞、中性単数)がそれ自体抽象的な認識の対象(属性抽象名詞)として捉えられることから、美しいものの根拠としての美 *καλόν* (*kalon*) を存在とみなして追求する傾向は、プラトンのイデア論

に見られたとおりである。美は愛 $\epsilon\rho\omega\varsigma$ (eros) すなわち認識の欲求の能力の志向の対象として、人間の認識の構造から説明される。対して人間の美的活動としての制作の原理を説明するのが模倣 $\mu\iota\mu\eta\sigma\iota\varsigma$ (mimēsis)、つまりものの起源・本質の再現前 representation という考えである。アイデア論に基づいて図式的に見れば、自然はアイデアの模倣であり、人間の制作物はさらにその模倣ということになる。一方、実在としてのアイデアを批判し、形相と質料の結合としての実在論を基盤としたアリストテレスにおいては、ものそのものの中に起源の記憶が保持されているという考えから、模倣は自ずからなる自然の本性の再現ということになる。このような形而上学と自然学を基盤として、人間の美的制作活動を内在主義の美の概念によって捉えることが、その後の芸術観を規定するものとなった。プラトン、アリストテレスの違いはあれ、模倣の概念では、人間活動が生み出す美的なものの根拠である美は、自然に（プラトンではさらにアイデアに）起源を持つのである。

しかし今日の芸術観では、芸術作品の美の起源は描かれるモノ・自然の内に求められるのではなく、芸術家自身の内面にこそ求められるべきであると考えることが大方の見方の一致するところであろう。美しい風景を写し取ったと見られる作品は絵はがきと誹られ、作品に要求されるのは芸術家の独創性である。芸術行為とは主観的意味付与であり、作品は芸術家の記憶を保持するものとなる。

このような起源の転換を歴史的には、人文主義的な学術的理解を通じて芸術と人間的な知の統一的な人間観が生まれた時代に、また政治経済のうえでは大学・科学の場合と平行するように芸術家も、宗教から宮廷・国家へ、そして市場へと、依存関係を変化させてきた時代の変化に見ることができるだろう。自由な市場のプレイヤーは自立する個である。作品市場が生まれ発達するにつれ、芸術家自身が自身の理性への認知と社会的地位とを、同時に要求するようになる。内在から関係へと、つまりは自然を補完する別の美しきものとして、人間の制作する美が自立する過程で、自然と芸術の切断が進んでゆくのである²⁴。

先に知識のコード化の過程で美と真との分化を論じたが、理性理念と美的理念の区別は、カントによる

「概念抜きで観念する構想力」の考察にも見られるだろう。善いことと美しいことの統一性の破棄は、芸術家にとって、美を社会的責任から自由にして自立させることを可能にしている。真理とも善とも無関係な美的作品の価値の根拠はもっぱら市場の価格となる。そして市場は価格へと転換するための判断基準を必要とするが、その要求は芸術批評を行う専門知への依存として現れる。

制作者の天才の重視、市場への依存と社会的責任の免除など、美の自立の意味するところはこれまで見てきた問題の基礎構造とほとんど同じものである。そこには、自由の実現を求めてきた近代の具体的な人間の歴史がみられるだろう。

人間の歴史において“個人”と“自由”の目標は、束縛と収奪をもたらす社会からの、そして苦難を強い自然からの、個人の解放を意味してきたものとみなすことができよう。近代とはその社会的な客体化の取組であり普遍的な原理の社会的実現を目指すものである。それを推し進めてきたのが、自己調整的な self-regulating 市場の拡大のもとでの物理的（自然環境）・社会的（身体性）制約を突破する技術の発展である。

このような全体的把握の上で、美と社会の再生の問題を論じなければならない。

7. 風景を問うこと：美の再生へ

もとより古代ギリシア語の美 kalon と現代英語の美 beauty や漢語の美、日本語の古語、現代語のうつくしなど、美は人間にとっての基本的な価値概念のひとつでありながら、言葉は互換のものではない。それでいてカントが言うように、美的判断は主観的でありながら普遍的であると納得されもする。

美は真理や善と関係づけられやすく、カントも美しいものが道徳的に善いものの象徴であると、芸術美に対する自然の美の優位を通じて語る。しかし概括すれば近代は全体として美を感性として他の価値概念から切り離す過程であり、そのことが現代の深い問題性を象徴してもいよう。人間営為のほとんどが市場を通じ産業に結びついて編成されるこの社会は美しいものに満ちているが、この徹底的に特殊な美は個人の感性を絶えず揺さぶるだけで、真実とも善き社会とも何の関係もない。それらは消費の繰り返しの加速材であり、人として生きることの持続とも何ら関係しない。

モリス²⁵は、生活と労働の芸術化による社会進歩を説いたが、それは便利さ *use* と美しさ *beauty* という二つの要素を結合する総ての試みを意味するものである。優れた建築や制作を可能にするのは、品物一個を作るのにも一人の人間の全体を投入するやり方であり、多くの人達の部分々々を小出しにするのではないと彼は論じた。

しかし、今日の生活と労働を支配する主要な概念のひとつが美であることは事実であるとしても、モリスが示した方向とは逆にその生産様式は徹底した分業化による生産性向上であり、生み出された美は絶え間なく消費され続ける。美しさをまわらない商品を見つけるのがほとんど不可能であるかのように、多量の美を生産・消費するこの社会の、生活と労働の実質は貧困である。真とも善とも関係のない消費される美は、効率という第一の価値基準に対して付随的な付加価値にしかあたらない。

絶対的な存在 *idea* が自らを相対的な存在の内に投影するという古代のモデル（プラトン）。そして絶対者（神）の投影を、意識だけに固有のものとした中世神学のモデル（アウグスティヌス）²⁶。そして近代はそれを反転し、意識は環境の上に自由に自己を投影できるものとなり、意識そのものが絶対的なものとみなされるようになった（デカルト）。しかし今日、意識の主体とその対象はともに（二元論、二つの中心）、価格を通しての需要と供給の関係づけという市場システムの要素でしかない。近代の人間という主体の巨大化が今日の環境・社会危機の根本原因であるという見方もされるが、むしろ市場というシステムの自立的な拡大再生産プロセスが、主体（人間）と客体（自然）の双方を磨り潰していると見るべきではないだろうか。

風土学 *mésologie* は、自然環境と人間存在の相互関係としてなる人間社会（世界）を探求するものである。その概念的基礎となる風土性 *médiance* のモデルでは、環境は人間の存在構造の一部となり、人間の世界の具体的現れである風土 *milieu* は、人間から環境へ、環境から人間へと、二重の（通態する *trajection*）プロセスとして捉えられる。絶対者から意識への（古代・中世）、意識から制作物への（近代）、2つの逆方向の投影モデルは、風土学では、技術（外面化：投影 *projection*）および象徴（内面化：内射・取り入れ

introjection）の2つの概念に取り纏められる。

ベルクによる風土学の展開は、まず具体的な領域の地理学的探求として、特定の（特に日本の）風土 *milieu* の研究としてはじまり、後に人間の居住圏が地球のサイズに拡大しているという現実から、人間と地球環境との相互関係としての風土 *écoumène* 概念へと拡張されてきた。その過程で、特定の風土の研究から浮きあがってくる損なわれた風土性の問題が、生きられる空間の質を問う風景の課題として生まれた。空間の構成を問う景観などの他の概念と比較し、風景は審美的概念であることを特徴とする。対して近代性の技術的本質は空間の無効化と時間への集約であり、その意味で現代都市は建築の美的モチーフを欠き、風景として空虚になりゆく。

また一方、人類の居住圏としての風土の研究からは、人間の存在論的探求が方向付けられてきた。我々は存在論的な風土 *écoumène* の構図のもとに、人間の具体的な社会現象としての風土 *milieu* における風景論的探求を行うべきだろう。その際に、都市・地域などの空間的人間社会を対象領域とする地理学的風土学と対照的に、組織体的風土学として、企業や事業体など組織的人間社会を対象領域とする各々の風景論を問う試みが試行されるべきだろう。

事業活動における象徴性と共同体の回復

今日の企業経営において、“責任”の意味をより本質的なレベルで問い直すことが必要である。事業活動が市場の原理のみに成り立っているのではなく、自然環境および人間社会を基盤としているという事実認識に基づけば、企業の存続、持続的な事業遂行は、健全な環境・社会無くしてはあり得ないことは明らかな現実である。

市場の自立性という仮説は、企業経営者や事業従事者にとって、環境や社会など市場外に対する責任からの自由の感覚をもたらし、しばしば無責任な結果に結びついてきた。コンプライアンス *compliance* の重視と呼ばれることも、罰則や規制強化への対応という文字通りの法令遵守とどまるのであれば、それは主体としての責任を問うこととは何の関係もない。

風土学は、存在論という基礎的な次元に遡って人間と自然環境との関係を明らかにしてきたが、現代の産業主体こそ、この知見を自身のものとし、新たな行動

様式を生み出すべき第一の主体であるだろう。近代が根本的な欠陥を抱えたシステムであることの認識は、まず産業主体のものであるべきであり、対応するように経営システムを革新する責任がそこにはある。企業倫理 *business ethics* や行動規範 *code of conduct* と呼ばれるものが生まれてくるべきはそこからである。

美は、人間のうちではまず個人的・主観的なものである。それでいて美は、シンボルとして共有され、また美の表明を通じて社会的価値概念形成への参与を伴うものである。個人の自由の表れであるとともに共通の価値体系形成における責任をも意味する。都市や地域など、生きられる空間の質に目を向け直そうとするときに、それを風景として捉える“美しさ”への視点、人々に問題の存在と所在とを、さらにそれに対する責任を明らかにしてきた。産業主体の実質を担う個人にとって、同じように自分が携わる事業行為の、美を問うべきではないだろうか。

特定の風景とは、単なる目に映る映像 *image* ではなくて、自然環境と人間存在の相互関係の、ある具体的な総体の表象である。事業も同じように、環境・社会との相互関係にある人間営為の総体として考えられるべきである。価格に還元される商品ではなくて、人の価値として感じられる新たな風景をそこに見出すことを問うべきである。

その問いは事業者のものであるとともに、同時に生活者のものでもあるだろう。それは、責任を担うことを通しての自由であり、人格関係としての共同体社会の倫理と共同体の基盤を形成するものである。

今日人は、大きな物語（価値体系）を信じられなくなった時代・社会を生きているという。そのような、個的なものの判断・行動のスタイルからはじめなければならない私たちにとって、美は、(1) 感性・主観的なものとして、(2) 象徴、共有、参加を担うものとして、(3) 秩序、真理を求める動因として、新しい公共性を築くための原理となるものではないだろうか。

風景の問いは、人間存在と社会を、自然・地球との相互関係として捉えなおすことに気づかせ、失われた調和・美の再生をめざすことの必要を明らかにした。そしてそれは必然的に、現代の都市空間の根柢としての産業社会の基礎構造へと目を向けさせたのである。私たちが自分自身の問いとして受けとめるべき

とは、美と倫理との、芸術と社会との、そして分断された人間の生と社会・自然との関係の再総合、つまり“世界”の再生の実践的問いである。

- 1 企業における事業経営は、資本の原理に基づいた市場競争の自律性の拡大（自由化）をめざして、その行動・圏域基準を定める法律の改訂を伴いながら、領域的および空間的に拡張してきた。一方、自然環境とともに社会・人間性に関する現代の二重の危機は、その基礎原理に内在する構造的欠陥によってもたらされたものである。資源枯渇や環境破壊などの地球環境問題と経済・金融危機や格差などの社会問題が、同一の原理によってもたらされていることについては、拙稿、「環境と人間 - 二重の危機の存在論的構造と克服の課題 -」, 実践女子大学生生活科学部紀要 48, pp.27-38, 2011.03
- 2 社会における危機認識は、企業の事業活動遂行にも影響をあたえ、対応する経営方針として企業の社会責任 (CSR, Corporate Social Responsibility) 問題への取組が浮上してきた。しかし多くの場合それは、基本的な行動原理の変更を伴うものではなく、補完的な対処とみなされている。現実が必要とされていることは、基礎構造の変化についての認識のもとに、新たな倫理をつくりあげ、その適応領域として産業の倫理を問い直すことである。CSR を、企業 - 市場構造から、企業 - 社会構造への関係変化として捉えることもできる。このモデル変更についての考察は、拙稿、「企業の社会責任とネットワーク社会における存在構造」, 実践女子大学生生活科学部紀要 40, pp.44-53, 2003.04
- 3 アリストテレス - ハイデッガーの技術論に基づいた現代の世界観の課題については、拙稿、「技術的世界観の新たな地平」, 比較文明 27, pp.61-73, 行人社, 2011 年
- 4 風景の概念はあらゆる文化・社会に共通にあるものではなく、それを持たない文化・社会もある。日本における山岳風景の美学は、7 世紀以降に中国からの文学・絵画の影響を受けた奈良時代からのもので、一方西欧においてはロマン派に代表される 18 世紀を通じての変化において確立される。『日本の風景・西欧の景観』オギュスタン・ベルク、篠田勝英訳、講談社現代新書、1990 年、pp.90-100 参照。
- 5 『風景という知 - 近代のパラダイムを超えて』オギュスタン・ベルク、木岡伸夫訳、世界思想社、2011 年
- 6 筆者は、滋賀県主催による『国際 AKINDO 会議 2001』（「時代を変革する AKINDO - 多面的な企業の価値を求めて」2001 年 10 月 23-25 日）の総合企画を担当するにあたって、関連事業として大学生向けの社会事業育成支援事業「ビューティフル・ビジネスプラン・コンペティション」を企画した。“美 *beauty*” の概念を事業計画に基礎づけるものであるが、海外からの国際会議参加者による理解に比して、国内の一般事業者からの反応に

- は少なからず戸惑いが感じられた。価値概念としての美とビジネスの遂行原理とがかみ合わないとの認識である。「国際 AKINDO 会議 2001 報告書」, 滋賀県, 2001
- 7 『国家』, プラトン, 478d
- 8 「美は、他のもろもろの真実とともに、アイデア界にあるとき、燦然と輝いていたし、また、われわれがこの世界にやって来てからも、われわれは、美をわれわれの持っている最も鮮明な知覚を通じて、最も鮮明に輝いている姿のままに、とらえることになった」『パイドロス』, 250d
- 9 「神々と人間の間であって、両者のあいだを仲介し、間隙をみたしていることによって、全体は自己と結合している」『饗宴』202e
- 10 『饗宴』212a
- 11 シラーの倫理的美学など。
- 12 『ニコマコス倫理学』, アリストテレス, 第6巻第4章, 1140a
- 13 米 Apple 社の iPhone/iPad の成功に象徴されるように、徹底した物質性へのこだわりによる生産様式、すなわち“ものづくり”は、日本企業に固有のものではなくなっている。
- 14 ここでの投企（プロジェクト）の概念は、ヴィレム・フルッサーによる。『サブジェクトからプロジェクトへ』, 村上淳一訳, 東京大学出版会, 1996年
- 15 現代社会の特徴を“液状化” liquid というメタファーによってモデル化したのはジグムント・バウマンである。Liquid Modernity, Polity Press, 2000『リキッド・モダニティー液状化する社会』, 森田典正訳, 大月書店, 2001年; Liquid Life, Polity Press, 2005『リキッド・ライフ—現代における生の諸相』, 長谷川啓介訳, 大月書店, 2008年; Liquid Fear, Polity Press, 2006, 『液状不安』, 澤井敦訳, 青弓社, 2012年他。本稿では、個人と組織がその中を泳ぐというメタファーにより“流動化”と表している。
- 16 『身ぶりと言葉』, アンドレ・ルロワ＝グーラン, 荒木亨訳, 新潮社, 1973年（ちくま学芸文庫, 2012年）
- 17 フルッサーは、機械の概念では説明しきれないとして、装置の概念を提起した。『写真の哲学のために: テクノロジーとヴィジュアルカルチャー』, 深川雅文訳, 勁草書房, 1992年
- 18 『生きる思想』イバン・イリイチ, 桜井直文監訳, 藤原書店, 1999年より「I 希少性・ニーズ・コモンス」から「静けさはみんなのもの」を参照。
- 19 パオロ・ヴィルノは、「人間動物の普遍の生物学的特徴が、現在の生産過程において前代未聞の歴史的な重要性を帯びようになってきた」「ポストフォーディズムでは、人間的自然が、歴史的に特定されるひとつの社会状況の対象もしくは第一質料となる」と述べる。『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, p93
- 20 現代の産業活動を基礎づけている原理についての考察は、拙稿、「記号的生産 - 消費社会と人間の危機」, 実践女子大学生生活科学部紀要 49, pp.53-64, 2012.03
- 21 Aristotle on an Affluent Society, 1959, 「アリストテレスの豊かな社会論」, 『市場社会と人間の自由: 社会哲学論選』カール・ポランニー, 第15章 pp.295-311 所収, 若森みどり, 植村邦彦, 若森章孝訳, 大月書店, 2012年
- 22 ibid. pp.308-309
- 23 無数のつぶやき (tweet)、GPS で捉えられる携帯端末の位置、学歴・職歴・趣味・行動の履歴。さらには、極小化したコンピュータがあらゆるものに埋め込まれることで、モノが勝手につぶやきだす (IoT, Internet of Things)。
- 24 芸術の自律性の歴史的過程については、ニクラス・ルーマン『社会の芸術』, 馬場靖雄訳, 法政大学出版局, 2004年（新装版2012年）に詳しい。特に pp.417-441
- 25 ウィリアム・モリス William Morris, 1834-1896年
- 26 アウグスティヌスは、全ての存在を良きものとする。例えば『告白』第7巻13章（岩波文庫版では pp.241-242）