

芸術と商業主義

白山 定雄

sadao SHIRAYAMA

(美術教室)

序 論

意志作用の一つとして、他人の行動にたいして拘束、強制、管理、指図、規定など、制限や指導を加えようとする行為を支配という。

支配欲求が人間にとって本質的欲求であるかどうかといった問題については、ここでは言及しない。しかし、この欲求の表現が、家庭から国家にいたるまで、広域な分野にわたって遍在していることは、周知の事実である。この支配欲求は、権力と帯同して、強力な支配関係を形成する。権力の格差を、支配力の格差としてエンジョイするために、支配力を合理的に統制し、階級的に支配関係を形成するのが、その表現の一般的なかたちである。

服従の強制を行使できる資格あるいは能力を権力とよんでいる。権力を、その優劣のグラデーションによって配分した、一つひとつが下世話に「権力の座」とよんでいる権力による支配表現の場である。この場を地位とよんでいる。それぞれの地位は個人と対応する。個人に配分された権力の度合を身分という。身分は地位によってきまる。「権力の座」にすわる個人は交代しても、その座は不変である。権力をもつということは、その座を占拠することである。したがって、その座を去ることは、その座が専有する権力を放棄することを意味する。デモクラシーでは、権力専有の功罪あるいは是非を、流行に倣って、周期的に問うことを原則としている。しかし、権力の座を去っても、ひとたび行使した権力の表現は、これを名誉として顕彰し、末ながく称賛しようとする。

地位は権力の分化、そして支配関係の分化と対応する。その多岐多様な分化は、権力による支配関係を隠微なまでにデリケートにする。しかし、基本的には、同等の身分が二つ以上存在することはない。支配関係は、それが不鮮明になることをもっともおそれる。

「権力によって支配する」ということは、「有無をいわず服従させる」ことである。支配関係の順序あるいは秩序を明示する手段のうちで、もっとも主要なものに「命令」がある。命令の不履行にたいしては、死刑をふくむ、相当のペナルティの強制をもつてのぞむのが常道である。

支配の対象となる、あるいはその表現の素材となる人間を領民といい。領民を国民、県民、市民などとよび、戸籍や住民票をもうけて、つねに彼等の存在を確認し、身分証明書、旅券、資格認定証などを発行して、行動を規制するというような図式の支配関係を、制度により、体制として維持しようとする表現を、今日多くの国家にみる。

むかしから、権力による支配関係表現は、これを呪術的に自明として了解させようとする

るとき、「特権」すなわち特別に優遇される例外的優越権力を、それぞれの地位に応じてもうけ、その行使をみせびらかすことを手段として利用してきた。今日でも、たとえば帝王、皇族、貴族といった旧体制の残滓を温存して、それらにたいし、あるいは国家公務員をはじめ、国家表現に参加するものにたいし、相応に特権をあたえ、その行使をそれに利用するというやり方は健在である。

国家はその強弱、大小を問わず、戦士と武器を擁して、領民としての国民への支配と、他の国家への権力の示威とに腐心する。

資本主義国家では、権力も商品であり、権力価値はその商品価値によってきまる。いいかえると、権力は金権力であり、したがって、権力の行使はカネの行使というかたちをとる。政治がカネの搾取に努力するのは、権力がカネによって維持され、行使できるカネによって評価されるからである。

政治団体から労働組合にいたるまで、またゲリラ、マフィア、ヤクザからチンピラにいたるまで、権力による支配関係をエンジョイしようとする集団は、それぞれに、その表現を国家表現に倣う。国家表現のバリエーションを、それらの表現のバリエーションにみる。

資本主義は商品表現の対象、すなわち商品の生産と消費に参加する人間を大衆とよぶ。大衆には、領民とは異なり、戸籍をはじめ、行動を規制するようなものは、基本的には、不要である。大衆は不特定多数であることを原則とする。商品と対応する人間は、権力からも、支配関係からも自由であり、人種や民族を問われることもない。商品が要請するのは、個人の自由な選択とカネである。大量生産と大量消費は、地球上のすべての人間を、大衆として、商品表現へ開放しようとしてきた。

権力による支配関係、行動の階級的規制といった、国家主義表現に遍在する、閉鎖的な一般的傾向は、あらゆるものを商品化し、自由と平等とを全人類に開放することを課題とする資本主義表現とは、ことごとく対立する。したがって資本主義国家とよんでいる、資本主義表現を国家経済の基盤とする、国家主義表現は、いうなれば矛盾の表現であるといってもよい。今日、経済が原因でおこる国際的トラブルのおおかたは、つまるところ、この矛盾を原因としている。

これら二つの表現と対応して、芸術にも、表現に二つのかたちがある。伝統芸術およびそのエピゴーネンは、しばしば集団を結成し、権力による支配関係をエンジョイする。権力の呪術が評価を左右し、表現は権力に応じて評価される。また権力は価格によってあらわされ、権力と価格とは相関し、その関係は容易に変わることがない。これにたいし、デザインには永続を約束されるような権力や支配関係はない。それと対応するのは商品価値のみである。商品価値が価格をきめる。しかし商品価値を喪失すれば、その存在は消滅し、忘却される。伝統芸術、およびそのエピゴーネンの権力表現は、国家表現におけるそれに倣い、特権を弄び、それを名誉として末ながく称賛する。したがって、芸術表現にたいする評価も、末ながく変わることがない。

特定の個人、集団、法規、教義、観念、伝統、風俗、学説、技能・・・といった存在が、それぞれ、その判断や意志の有無にかかわらず、服従、承認、了解などを、自明なこととして要請できる勢、能力、あるいは傾向を「権威」といつている。権力は、特権を行使するよりどころとして権威を欲する。そして権威は特権を期待する。特権と権威、そして同

時に、それらを表現する場の呪術的形成は、権力による支配関係表現が、つねに背負われている課題である。特権と権威からの自由を、その表現の基本的条件とする資本主義は、したがって、特権と権威が跋扈することをおそれる。

43

権力の表現を、領民から上納という名目で搾取した金品や、領民の使役によって営んでいたところでは、生産者が上納に価する生産品をエンジョイするということは、基本的にはありえなかった。芸術もその例外ではなく、今日でも伝統芸術は、この傾向の残滓をなお多くとどめている。

大量生産と大量消費のメカニズムを核とする資本主義体制では、その存在と発展は、大衆の商品表現への参加の度合によってきまる。ここでは、大衆は生産者であると同時に消費者、被搾取者であると同時に搾取者、使用人であると同時に主人である。商品表現に権力や支配関係を介在させることは、資本主義の基本的姿勢ではない。しかし権力や支配関係を商品価値へ転換するために、商品を価格によって明示し、権力あるいは金権力の優劣を、支配関係の上下と対応させる。このことは、資本主義による、権勢欲求や支配欲求にたいする抑制が原因となっておこるコンプレックスを消散させるプロセスが、あるいは願望を充足させるプロセスが、商品表現であるように誘導するため、呪術的手段としても有効である。

デザインには、上納を念頭においた表現はない。その成果は、これを生産者をふくめ、大衆へ配分する。

権力による支配関係表現は、規制により、個人にたいして相応に、欲求あるいは意志の抑制を行使する。この表現は、いかなるかたちにして、自由をもっとも嫌う。これにたいし、多様な商品の大量生産と大量消費は、欲求あるいは意志の、野放途なまでに開放された、表現の自由によってのみ可能である。

44

物質的個体としての商品の存在は触覚的、筋肉感覚的である。触覚や筋肉感覚に誘導される即物的認識は、幼児的であるが、粘着力のつよい印象と、確乎たる実体的存在感をあたえる。また大衆の日常生活、わけでも家庭生活において消費されることを前提として生産される商品の機能、性能、快適さといったような功利的価値は、一般的であり、親しみやすい。したがって、商品表現と同一視される資本主義の存在は、難解な教義によることなく、その正当性を直截に了解させる。これにたいし、権力や、権力による支配関係は、けんかかすもうなどによって勝負を競い、優劣を決定し、それを序列によってあらわすとか、身長や体重の長短、軽重などの序列によってあらわすといったように、触覚や筋肉感覚を手段として合理的にあらわすというならばともかくとして、これを論現的に了解することは至難である。これまで国家は、領民を素材とし、外にむかっては、戦争というけんかによって権力の優劣を競い、内にたいしては、体罰、すなわち触覚的、筋肉感覚的ペナルティにより、権力を一方的に行使して、それぞれ支配関係を形成するなど、その存在とその正当性を、それらの感覚によって了解させることを常道としてきた。しかし資本主義は、商品表現をとおして、家庭的団楽主義、個性を核とする、個体適合的価値の表現の自

由を主張する個人主義、商品表現拡張としての博愛主義を遍在させて、暴力による権力の競合や、制度による全体主義的統制を忌避させる傾向を一般化した。国家表現は転換を余儀なくされた。国家は、それが管理指導する学校教育に、そのもっとも単純なかたちをみるように、資本主義の視線におびえながらも、スポーツ競技をはじめ、国家的催事を盛行させるなど、つとめておだやかな方法によって権力やそれによる支配関係を納得させ、国家の存在とその正当性を了解させるための呪術的活動に、その表現の大半を消費している。

ともに同時代芸術でありながら、音楽や文芸と比較して、造形芸術が商品表現の影響を受け、あるいは積極的にそれに参加できた理由は、造形芸術が物質的表現であったからである。また造形芸術が、文学的表現をすてて、単純な形式的表現へはしり、原始芸術、未開芸術を復興し、幼児的表現を好遇した主要な理由の一つに、それらの共通分母としての触覚的、筋肉感覚的特性をあげることができる。

45

「花を摘んでいる人」であると、摘むというはたらきをしている人を、「花を摘ませている人」であると、摘むというはたらきを強制している人を、それぞれ「摘む」、「摘ませる」という作用の「主体」という。また「水は火を消す」というとき、「火を消す」という性質をになう水を、その性質の「主体」という。さらに「手がつめたくなっている」というとき、「つめたくなっている」という状態をになう手を、その状態の「主体」という。つぎに「いま気温は32℃である」、「これは美しい」、「これは、値段のわりに、ものがよくない」というような表現を可能にする、認識、判断、評価、吟味などといった活動において、活動、あるいは活動の作用の中心となるもの、その中枢にあるもの、その原因となるもの、その基準となるもの、そのプロセスを主導するもの、それをコントロールするものなど、いい方はいろいろあるが、それなくしては、その活動が成立しないもの、それをかんがえることができないものを、その活動の「主体」という。

さてここで、これらの「主体」に共通するところは、それが個体であろうと集団であろうと、つまるところ物質的存在、あるいはそれを表象させるような存在であるということである。このような意味の「主体」は、Aristoteles の hypokeimenon にはじまる。Aristoteles は性質、状態を具有するもの、思索、感情、意志をはたらかせるものを hypokeimenon とよんだ。ラテン語の subjectum は、「下にあるもの」、「基盤となるもの」を意味するが、hypokeimenon と同じ意味で使用されることが多かったようである。ノミナリズムのなかで、subjectum は物質的個体として、「性質がそれに属するもの」、「感覚的あるいは感性的なもの」となる。しかしその後、認識論わけでも経験論の展開のプロセスで、その意味を objectum のそれと交換し、個人主義的傾向をつよめる。そして啓蒙思想において、意識あるいは認識をコントロールするはたらき、またはそのはたらきをになうものとして、いわゆる「主観」の意味をもつようになる。それからは、「主体」の定義も主観的となり、学究に配せて、多様に分岐することになる。日本語の「主体」は、西周による、それらの訳語である。

「その女の美しさが、沈滞した生活に活気をもたらした」、「彼の営利能力が彼を成功させた」などというときには、物質としてのもの、あるいは物質的個体としてのものではなく、性質や能力が「主体」である。観点、作用点あるいは力点を変えると、一般に情況は

逆転する。

資本主義は、一貫して、商品表現における機能的性能としての能力の人格化となることを個人に要請し、そして、その能力を主体とする活動体、あるいは能力体となることが、それぞれに自由になることであり、おたがいに平等になることであり、それを遍在させることが、博愛であると教えてきた。

46

性能は機能を前提とし、機能は性能を期待する。「機能的性能」を「能力」とよんでいう。「能力」という概念の中枢にあるのは、「機能」である。

資本主義は、機能を日常的機能として了解する。日常的機能というのは、日常生活という、この生命の表現において、その目的に適合する作用、すなわちはたらしきのことである。日常生活というのは、大衆が毎日くりかえす衣食住の活動である。それは毎日くりかえす、商品表現としての、あるいは商品表現のための活動であるといってもよい。資本主義体制では、生活とは日常生活のことである。この生活には流行があり、さらにそれは、毎日、生活表現を多様に变化させること、多様な商品のバリエーションと対応することを期待している。したがって、生活は不連続の連続として表現され、くりかえされる毎日を特色づけ、印象づける。このようなかたちの生活が、商品消費の手段であることはいうまでもない。

資本主義体制を維持する日常生活は、国家主義体制を特色づける、軍事、教育、宗教、伝統あるいは慣習などが、国民に要請する儀式的表現を根幹とする、特殊な生活と対立する。一般に国家は、その表現のプロセスで形成された多くの儀式的表現を温存する。そして国家表現の形態は変わっても、国家表現そのものは健全であり、永遠であることを、儀式あるいは儀式的表現をリズムカルにくりかえすことによって、呪術的に了解させようとする。祝祭日など、特殊な「日」における生活表現がその好例である。いいかえると、古いまじたりをそれぞれの体制に適合するように変形し、これを制度によって規定し、「変わった」という印象と、「変わらない」という印象とを呪術的に操作し、その存在と、その正当性をつよく印象づけようとする。資本主義体制には、いわゆる特殊な「日」はない。毎日が平等であり、自由であることをたてまゑとする。

また国家主義は、国家表現の目的は国民生活の福祉であり、そのために、国家の安寧秩序の保持とその防衛とが、つねに焦眉の課題であると説き、その線上で、その表現理由とその正当性とを、了解させようとする。これにたいし資本主義は、永続を前提とする制度はもとより、権力による規制はこれを忌避し、体制も、これを鮮明に浮彫りにすることを躊躇する。商品の存在を、開放された流行によって印象づけ、商品表現の開放こそ、福祉を保証するものであり、開放された商品表現の永続によってのみ、開放された生命の享受の永続が可能であると説き、資本主義は、商品表現と生命表現の自由と平等のほかには、これといって期待するものはないことを了解させようとする。この表現に参加する人間を大衆とよぶとき、国民と大衆との相違は、国家主義と資本主義との相違と対応する。

福祉はつまるところ「たのしい」、「おもしろい」、「しあわせ」といった感情的価値に還元される。福祉のかたちは呪術的に形成され、表象を帯同する。国家主義が表現に一様性と不変を要請するのにたいし、資本主義は、多様性と変化を要請する。これら二つの表現

のかたちは、資本主義国家において、倫理を二分する。それらの相違は、福祉の二つのかたちでもある。

47

資本主義体制においては、営利適合的な機能と性能とが、すべての存在を評価する基準であり、すべてのものの存在理由を、そこに収斂させる。営利適合的な機能と性能とは、あらゆる表現に内在し、資本主義体制をそのヒエラルヒーとして形成しようとする。それが同時に、給料、わけまえあるいはシェアなどのヒエラルヒーの形成であることはいうまでもない。

そのうちには、みせかけの機能と性能とをふくむとしても、資本主義が誘導する商品は、これを機能と性能の分化、それも主として、日常的機能と性能の分化のバリエーションとしてみると、その性格が鮮明に了解される。商品の、その名に価する価値は、この機能と性能によってきまる。しかしこの価値は、すなわち商品価値は、周期的に生滅をくりかえしながら、流れゆく価値である。

機能か性能が、あるいは機能と性能が変わらなければ、商品を変えることはできない。それは流行を形成することができないということでもある。機能と性能の創造によってのみ、商品の創造が可能である。それらを創造する機能と性能が、生産における個人の機能と性能であり、個人の商品価値である。機能と性能は商品価値として、商品を表現し、個人を表現する。商品の消費においても、その機能と性能が個人の商品価値を評価する。

商品表現における個人の機能と性能、すなわち生産と消費における個人の機能と性能は、生産手段の開発をふくめ、プラクティカルな機能と性能を開発する機能と性能と、それを流行として開発するデザインの機能と性能とに大別される。

商品の機能と性能、それを生産的に開発する機能と性能、それを消費的に開発する機能と性能、それらはともに営利表現の機能と性能が分化したものであり、個人の機能と性能を素材とし、エネルギーとして消費することにより、はてしなく拡大しようとする。

48

人間の活動能力は、おおざっぱに、物理的活動能力と、生理的活動能力と、認識、感情、意志といった精神的活動能力とにわけられる。能力とは、活動それも主として目的適合的活動を遂行する場合、その活動をになう力のことである。目的適合的活動が、その活動のプロセスと成果とを検討し、反省する活動を、同時にその活動のうちにふくみ、二つの活動が一つの活動を、いわば共同しておこなうような場合、それを私は目的適合的表現とよんでいる。

一般に「おれがやる」というようなとき、「おれ」を「やる」の主体とよんでいる。「おれ」とは特定の個人のことであるが、それは物質的存在としての個体ではなく、個体における、活動能力であるというようにかんがえることができる。いいかえると、「おれがやる」というときの「やる」の主体は「おれ」であるが、しかし表現をするのは、個体としての「おれ」ではなく、「おれの能力」であるから、「おれがやる」ということは「おれの能力がやる」というように、表現の主体を能力として、了解することができる。多様な表現を個人について考察するとき、一つひとつの表現を鮮明に浮きたたせようとする

き、この了解は有効である。一般には、勢力のつよいものを、重要視するものを、その主体とすることが自然である。

表現が単一の能力によって遂行されることは少ない。多くの場合、表現能力は、いくつかの能力によって編成された、いわば能力の共同体としての編成体である。この編成体が、個々の表現で、その主体として作用する。登山と描画とでは、さらに同じりんごを描いても、伝統芸術における描画とデザインにおける描画とでは、要請される能力が異なる。個々の多様な表現にたいし、そのつど、それに適合する能力を編成する。この編成体における個々の能力の作用の調整は、それらの能力のあいだの、いわば合議によっておこなわれる。その機能のメカニズムは、「委員会」のそれと比較するとわかりやすい。この委員会をとりしきる、いわば委員長が個性である。「登山」は地図を解読する能力、気象を予知する能力、地質を利用する能力、身体の生理を管理する能力、ロープをはじめ用具を操作する能力、つよい意志、安定した感情・・・など多くの能力を必要とする。必要な能力が欠けていたり、それらが目的適合的に作用しなかったりすると、登山は失敗する。その場合、その失敗の責任は個性にある。個性は、つねにその編成体の作用のプロセスと成果とを評価し、つぎの表現にそなえる。編成体の機能的性能を高めるということは、個性の機能的性能を高めるということでもある。また個性は、表現をかさねることにより、個体にひそむ可能性としての能力を了解し、これをプラクティカルな能力として育成する。くりかえすならば、個性は個体適合的に能力を習得育成し、それを目的適合的に編成し、表現を誘導する能力、あるいはすべての個体的能力をコントロールする能力であるということが出来る。個々の表現におけるその主体を自我とよぶとき、個性は上位の表現における主体として、上位の自我とよぶことができる。

表現は、それに適合する能力を、能力はそれに適合する表現を、それぞれ期待する。新しい表現の創造は新しい能力の創造と、新しい能力の創造は新しい表現の創造と対応する。個性はつねに、新しい能力を編成すること、すなわちそれを創造することを要請されている。生きることが表現であり、表現が能力による表現であるかぎり、能力の選択、習得、育成は、人生におけるもっとも主要な課題である。下世話に言えば、なにができるかによって、人生の大筋はきまるのである。

49

「自我」という概念の成立には、個性がそれぞれ、個体適合的に、能力を形成あるいは表現することが可能である、というかんがえが前提となっている。

くりかえすならば、個性は、たとえばスカラーをベクトルへ転換するように、多くの能力のうちから、特定の目的に適合する能力を選択し、編成する能力である。個人に適合する能力を形成するということは、個性が個体適合的に能力を習得し育成するということと、特定の目的に適合する能力を、個体適合的に編成するということである。

個体的作用能力としての個性を、同時に社会的作用能力として、その特性を評価しようとするとき、これを人格とよぶことがある。人格を知識的人格、感情的人格、欲求的あるいは意志的人格として三分し、それぞれを自律的能力として育成しようとするのが、生産力の高い機械設備を手段とし、工業と商業のメカニズムを統合し、産業を画期的段階へ誘導した、資本主義による人格形成の特色である。それは生産、宣伝、消費という商品表現

のプロセスにおいて、それぞれの機能を合理的に区別して発展させることが、営利的に有効であると判断したからである。この傾向は、すでに Baumgarten や Kant の精神能力への論及に指摘される。一般に啓蒙思想は、人間の能力を、資本主義適合的な機能的性能として明確にし、正当化することを、もっとも主要な課題としていたようにおもわれる。創造を神の手から奪った天才は、啓蒙思想の人格化というべきである。

50

言葉の生滅、あるいはその意味の分化のプロセスをたどることによって、思索と、その成果としての思想の傾向と、それを要請した制度や体制の傾向とを了解することができる。それは「自我」についてもいえる。

「自我」は主として哲学の課題として、その概念は、つまるところ学究のかずだけあるといってもよいほど、多岐多様に表現され、あるいは定義されてきた。しかし近年、「自我」は哲学をはなれ、心理学の課題となった。ふるい自我は、ふるい哲学とともに消えていった。

ここで注目するのは、新しい「自我」の概念の多岐多様なバリエーションではなく、哲学から心理学への、その課題の移行である。この移行の動機としては、自我を論証の思索の能力の主体、すなわち分別、分析、比較、概念的論証・・・といった能力、わけても普遍的な法則的表現能力の主体としてではなく、むしろ感情や欲求を表現する能力の主体として、それも反省的、意志的表現というよりも、むしろ衝動的、しかもしばしば反射的衝動の主体として了解しようとする傾向を優勢にさせた、商品表現におけるなりゆきあげられる。この場合、論理的、規範的能力として、理性とよんでもよい自我は、その表現から普遍性を放逐し、感情や欲求に追従し、むしろ感性に接近しようとする。心理学は、自我を商品表現、わけても、論理的、規範的説得を無力にする流行表現の能力として、その主体として、もっともふさわしいかたちで説明しようとする。ここでは、個性は、感情や欲求の自由な活動に動揺する、理性としての自我をコントロールする社会的、道徳的能力として、理性の作用と流行とを対応させ、その作用の正当性は、これを流行に倣わせることによって了解させようとする。

今日哲学が衰弱し、心理学が旺盛であるのは、「自我」にもみられるように、心理学が、このんで営利表現に適合するような理論を展開し、その商品価値を高めているからである。心理学には過去も未来もなく、つねに現前する情況に固執し、鼻先の表現を説明する科学として、いずれの社会においても、体制的性格のにおいをつよく発散させている。

物質としてのものである商品による強烈な説得力を、その表現のうちにふくむ資本主義は、国家主義のように、その存在を理論によって、呪術的に論証するというような、まわりくどい手段によらなくても、その存在を自明として了解させる力がある。しかし、いかなる存在も、つねにそれを闡明にする、新しい理論を期待している。資本主義は、商品価値の高い理論を期待している。

51

すべてのものが、商品となっているところでは、生活は、すなわち生きるということは、商品を表現することである。表現によって、自我と個性は、すなわち個人の能力の質、量、

呪術では、それに代って示唆や暗示があたえられ、これが表現のプロセスを誘導する。

個人に要請される能力が単一である状況では、個人と個性と自我とは、単純にオーバー・ラップし、いわば一心同体である。しかし多様な表現が交錯し、個人が複数のそれらと関係することを要請される状況では、個性は、多様な呪術に誘導され、自我を複数に分化させ、ときには矛盾した自我をふくめ、多様な自我すなわち能力を混在させることを余儀なくさせる。自我をコントロールする個性の作用あるいは活動が低下すると、個人の表現は、分裂的様相を呈するようになる。

53

集団の存在を前提として、そこで特定の個人が無制限に、独断で、権力の行使ができる自由を確立しているとき、そのような状況を実現しようとしているとき、そのような状況を想定して論議をしているとき、その行為そのものはもとより、その維持と発展を主張し、それへの積極的参加を説き、これを正当化する理論を形成するなど、これを容認し、これに追従する行為や思想をふくめ、それらの表現態度や傾向を絶対主義という。これにたいし、特定の個人ではなく、特定の集団が、その全体の利益や存続のために、それに適合する観念を捏造して、構成員の個々の活動をつねに統制しようとする場合のそれを、全体主義という。絶対主義は、しばしば全体主義としてあらわれ、全体主義は、その表現のプロセスに絶対主義を誘引することが多い。これらは、ともに権力表現の典型的なかたちである。権力表現の範例は、国家表現である。ここでは、権力作用の欲求としての権勢欲求は支配欲求と共同して権力のヒエラルヒーとしての、支配関係を形成する。そして、表現は、いわゆる格式として制度によって統制される。いいかえると、身分や地位に応じて、表現は、基本的には、単一な形式すなわちユニフォームを強制される。したがって個性に活動の自由はない。営利表現には流行による形式的制限はあっても強制はなく、流行の生滅、商品のバリエーションの多様性に対応して、個性に、選択をふくむ表現の自由がある。

権力表現では、表現のパイロットとしてのアイドルは、制度的に絶対不変であり、永続を要請されるのにたいし、営利表現におけるそれは、いわば流行表現のパイロットとして、不変と永続を嫌う。流行表現では、アイドルの生滅と対応して、個性は自我を分化させ、自我を生滅させる。個性はアイドルに倣うように、自我の表現をコントロールする。商品と対応して、自我もまた不連続の連続であり、コントラストをもって対立する。自我の生滅は、感覚的には、個人の、いわば豹変を印象づける。アイドルも自我も交代は生滅を意味する。アイドルは多様な表現を自我に要請する。このことは、営利表現の自由のために、自我は流行表現の自由という重荷を背負わされるというように、いいかえることもできる。いうまでもなく流行以内であるが、表現の自由は、営利表現の原理である。流行表現は、そのために個性が編成した能力としての自我によってきまる。個性は、直接ことにあたる自我の活動によって評価される。自我の編成とその生滅は、コマーシャル・デザインの呪術により、アイドルがこれを誘導する。個性は、アイドルの表現に敏感に反応しながらも、個人の日常生活がそのために破綻しないように、表現をコントロールする。企業は商品表現への永続的参加が杜絶しないように、流行に配慮する。収入とつり合った商品を提供するよう、一つの形式の流行にも、収入のバリエーションに価格のバリエーションを対応させる。結果としては、同じような呪術的情况をまねくとしても、これは権力の階級的表現

傾向は、多様な目的適合性としての、機能と性能を鮮明にすると同時に、生活をさまざまなかたちで了解させる。

か・か・わ・り・あ・いをもつことを関与という。二つ以上のものが共通分母のうえでか・か・わ・り・あ・いをもつことを関係という。商品との関与とは、流行との関与である。流行を表現しようとする意志が発動しなければ、流行的自我は形成されない。自我は表現のか・ず・だけ存在する。表現のか・ず・だけ存在し、流行とともに生滅をくりかえしてゆく。

国家表現には、たとえ資本主義国家といえども、基本的には流行はない。支配欲求表現、わけでも権力による支配欲求表現としての、階級的支配関係表現は、構成員の活動を統制することを本願とし、しかもその関係を、いわばラーメン構造として、永続させようとする。したがってここでは、能力の習得や育成、自我の編成、個性の作用といった、いわば能力表現はいちじるしく制限される。しかしひとたび編成した能力は、これを放棄する自由を許されず、その永続的所有を強制される。

個々の流行表現に応じる能力として、商品表現における自我のい・の・ち・は・み・じ・か・い。個性は、当面する自我の作用を評価し、つぎの表現を展望する。自我を編成し、それをコントロールするという作用をとおして、個性は、上位の自我として、その能力を発展させる。表現においては、個入はつねに自我として活動する。個人はそのと・き・ど・き・に、自我として評価される。下世話にきく、「あ・い・つ・は、この仕事にはむ・い・て・い・る・が、あ・あ・い・っ・た・し・じ・は・さ・っ・ぱ・り・だ・め・だ」という声が、それである。個人はいわば二つの自我の名目人である。

能力表現としての、充実した生活の条件は、目的適合的であると同時に、個体適合的に習得し、育成した能力を、目的適合的であると同時に個体適合的に編成することである。

能力を目的適合的に編成する能力としての個性は、したがって、新しい表現や表現に特殊性が要請されると、積極的に作動する。

流行のリズムは、自我の生滅のリズムである。流行による生活の表現は、多様な自我を流行適合的に編成して、あるいは編成しながら、それとか・か・わ・り・あ・いをもつことである。流行的生活は、不連続の連続として表現される。自我は、生きるプロセスで了解される一つの不連続な生活、すなわち特殊な生活の一つひとつと対応し、それを可能にする能力であるということもできる。

個人の商品価値は、自我の営利適合的作用によって評価される。個性は、自我の作用を評価し、同時にその商品価値を高めようとする。商品価値が主要な人生価値である。権力による支配関係表現では、個人の生活は身分や地位によってきまるが、営利表現では、それは営利適合的能力、すなわち営利適合的機能と性能によってきまる。

52

目的適合的情動を充填し、その情動のエネルギーを快適に消費するプロセスが、同時にプラクティカルな活動のプロセスであるように誘導するわ・ざ・を、呪術といっている。行為や認識のプロセスを誘導する、いわばパイロットとなるものが、アイドルである。たとえば、一般に尊敬している人、信じている人、惚れている人などの行動や思想には盲従し、羨望している人のそれには追従しようとする。要するに恍惚や羨望の対象がアイドルである。怨念や憎悪のエネルギーを、アイドルに導かれて消費するプロセスは、喧嘩や戦争が常道とする手段である。呪術は、かならずしもアイドルを必要としない。アイドルなしの

と対応する、商品の価格のバリエーションとは、基本的にはべつの表現である。

54

くりかえすならば、資本主義体制においては、自我は商品価値として、すなわち営利的成果を目的とする能力として、商品表現適合性によって、いいかえると、商品の生産と消費に適合する能力の程度によって評価される。その適合的能力としての自我を編成するのが、個性である。個性は、個体としてさけることができない、能力表現傾向を、同時に商品価値という客観的価値として表現する能力であるといってもよい。個性は、商品価値を表現するために、それに適合する能力を個体適合的に習得し、さらに個体的特質のうち、商品価値表現に適合する、可能性としての能力を選出し、これを育成し、商品表現適合的自我の編成にそなえる。商品とは、商品価値をもつものの総称である。資本主義の商法では、商品は、基本的にはすべて流行商品であり、商品価値は、営利を流行によって表現するという目的に適合する、功利性の程度によってきめられる。流行の営利的成果の程度を流行価値という。資本主義は「天才」の名により、神から「創造」を漸次奪取しつつ発展してきたが、産業革命により、神を滅亡させて創造主の座についた。そして「創造」を大衆へ開放した。「創造」は、日常語として巷にあふれることとなった。ここで「創造」あるいは「創造的」とは、個性が、表現における個体的特殊性を、商品表現の基本として、あるいはその典型として、呪術的に一般化することである。このことは、商品価値傾向を表現することであるといってもよい。Einstein は思索の傾向を、Picasso は感情の傾向を、それぞれ商品価値として一般化したという意味で、それらの表現は、これを「創造」とよぶことができる。

個性は、商品表現では、すぎ去った流行は、これを忘れ、完成に長年月を要する表現や、採算が不明確な表現は、これを避ける。流行が商品表現に遍在しているところでは、表現は短期に、あるいは短い周期で決算できることが要請される。たとえば、長編小説、大規模なオペラ、大伽藍などは、浪費が可能であり、しかも、長年月にわたって、それを支えている体制的情况に変化がないということと、その傾向に適合的であるということを前提として、それぞれ表現が可能である。資本主義に追従する表現は、基本的には、日給、週給、月給といった短期の、周期的決算と対応し、その期間内で採算がとれる表現にかぎられる。たとえば Wagner の、大がかりで、しかも華麗な表現は、彼のパトロンがそれれ好む国王であったことにより、Tolstoi の、長く饒舌な表現は、彼が安定した国家体制における貴族であったことによる。

個性は、個体的表現の主体として、自我を主観的に編成し、活動させる傾向をまねがれることができない。認識、記憶、印象そして忘却すらも、ときには歪曲や誇張、省略といった作用をうける。わけでも感情は、もっとも主観的能力として、この傾向を強調し、それを功利的に利用しようとするようなときには、つねに主役として登場する。コマーシャル・アートの呪術が、商品表現において誘導する了解、判断、選択などは、すべての個性に遍在する、感情適合的作用傾向を利用して、はじめて可能である。

個性によって編成された、目的適合的能力が主体となっておこなう表現が、商品表現として発展してきたところでは、個体的表現は、日常生活を場として営まれる、大衆の表現という一般的表現の一つにすぎない。営利適合的な機能的表現において、個人がみせる、

その性能としての能力は、個人の能力的側面をコントロールする、その主体である個性が、個体適合的に習得育成してきた能力を、表現目的に応じて選択し、編成した能力体である。この能力体が、個々の表現において、その表現を遂行する能力である。そして、この能力が、その表現を遂行するという意味で、この能力を、その表現の主体とよぶ。このことは、個人が能力によって表現をおこなうのではなく、能力が、個人を使役して表現をおこなうということである。しかしこの自我は、つねに個性によってその活動を評価され、コントロールされる。これら二つの関係は、母親と子供の関係になぞらえられる。

人間が共有する一般的特質を、人間性とよんでいる。すべての個人は、人間のひとりとして、人間性から自由ではない。ある個人が、たとえば猿の一般的外観と類似した特徴をもっている、「彼は猿である」と叫ぶ。彼を人間のひとりとして判断するのは、彼の存在や表現に、人間性を了解するからである。しかし地方、個人は個体として、たとえ同一の表現を要請されても、個体適合的に、個体に固有の能力傾向によって表現するであろうということが類推される。

個性は、個体に固有の能力傾向としての特殊性を了解し、一般的目的表現を、個体的目的表現としてクリアし、個体的目的表現を、一般的目的表現としてクリアする。それは一般的価値を特殊な価値へ、特殊な価値を一般的価値へ、それぞれ転換する能力であるといってもよい。個性は、個体的特殊性を表現に誘うことにより、それを鮮明にすると同時に、個性もまた、それによって鮮明に浮きたつ。個体的特殊性は、多くの目的適合的表現の経験をかさねることにより、漸次あきらかになる。個体的特殊性を了解する個性は、表現に失敗することがない。

55

資本主義による国家表現では、国家主義の典型ともいうべき、いわゆる帝国主義の表現にみられたような、好戦、侵略、殺戮、掠奪、破壊、征服、搾取と豪放な浪費といった荒わざは萎縮し、人心をかえりみない傲慢な、強迫的態度は消えうせ、これに代って、冗長多弁な対話、姑息なかけひき、こまかい打算、決定の巡遊、雑言、いじわるといった女性ごのみの表現傾向がそれを誘導する。そして人気に腐心し、他人の表情をうかがい、陰険に行動する茶坊主か、宦官もどきの政治家の集団と、それに追従する権力マゾヒストのむれを跳梁させる。

商品の消費の場としての日常生活では、流行、商品価値や価格、広告による宣伝などの甘誘にたいする敏感な反応、商品の選択におけるえりごのみ、他人の生活にたいする関心、商品を話題にした談合や噂、といったことをエンジョイすることも生活のうちである。商品表現がもつばら家庭を核とする日常生活で営まれることのなりゆきとして、女性特有の性癖や生活態度が、資本主義体制における表現を主導するようになった。

国家表現の女性化は、英雄や偉人を追放し、閨房から女性を政治へ勧誘した。この傾向は、感情の自律的表現領域としての芸術において、とくに顕著である。表現を気分が先導するようになり、その結果、芸術は久しく忍耐にささえられて発展してきた、重厚な技術を失うこととなった。そして、評論のソフィスティケーションの呪術によらなければ了解できないほど、安逸な表現を存在させることとなった。巨匠、文豪、楽聖が消えた。さらに理性的感情に代って形式的、感覚的感情が、崇高や悲壮は忘れられ、羨望、嫉妬、怨念

芸術と商業主義

といった女性ごのみの日常的情動が人心を魅了し、同時に女性の芸術家を輩出させた。学術も、その例外となることはできなくなってきた。商品表現の自由と平等は、表現の女性適合的形成というかたちを現出させたのである。

(つづく)

(昭和63年9月5日受理)