

2013年度政治経済学

小倉利丸 *

2011 年 10 月 9 日

概要

社会科学における「理論」とは一体何なのだろうか？あたりまえのようにして抽象的な理論を前提にして、現実の社会現象を分析しているが、理論という仕掛けは、必ずしも自明のものでもなければ、確定したものでもない。今回は、現実そのものは把握できない複雑なものであること、この現実を「抽象」という方法で理論とすることの意味と限界を述べ、最後に商品論を論じる上での理論的枠組に言及する。

2 方法について

2.1 現実という対象の難しさ

2.1.1 前回のまとめ

「商品」という身近な「モノ」を取り上げながら、この講義では、多くの人々が当然のこととして受け入れている「豊かさ」や「経済成長」という考え方の再考を目的としている。前章で述べたように、私たちが抱いている「豊かさ」や「成長」の観念は、世界規模で共有されている人類に共通する目標になっているが、同時に、資本主義的な市場経済がこの2世紀の間に達成してきた急速な成長（市場経済の拡大）が極端な格差を生み出してきただけでなく、将来にわたって、人類が求める「豊かさ」や「成長」を格差なしに先進国レベルの水準で実現することも事実上不可能であるということも明かなことである。にもかかわらず、この不可能性の深刻な事態を回避するために必要な方向転換については、先送りされつづけてきた。逆に、多くの人々は、自分さえ（自分の国さえ）「豊かさ」になればよいとか、「豊かさ」や「成長」の競争でトップに立つことだけを目指すような「豊かさ」や「成長」への期待を自己の感情に内面化し、抗いがたい欲望として抱きつづけてきた。その結果として、遠くない将来、経済のシステムそれ自体が破綻せざるをえないことは十分に予測できるにもかかわらず、その原因はおろか、こうした「豊かさ」や「成長」を促す競争の枠組への反省すら不十分なままにその日暮しのような対応に終始しているようにみえる。

この講義では、「豊かさ」や「成長」を必須のこと、あるいは当然のこととして人々が受け入れ、自己の感情の基本的な性向とするメカニズムを明らかにする。このメカニズムを解明するから、この問題解決のための前提となる従来とは異なる社会認識を構築することが目的である。言い換えれば、資本主義的な市場経済がなぜこうした格差と「豊かさ」や「成長」をいわば宿命のように受け入れるような人々の意識を形成してしまうのかを解明することを目的とする。前章で述べたように、市場経済を前提とする（肯定的に評価する）経済学の枠組では、この問題に的確に対応できないばかりか、むしろ現在の「豊かさ」と「成長」を正当化する学問的な支えを与えてきたのが経済学であったといっても過言ではない。もし、そうだとすれば、経済学が前提してい

* ogura@eco.u-toyama.ac.jp 携帯 070-5553-5495

る諸条件や概念、人間類型をいったん退けて、再度、基本的な概念そのものから再考することが必要になる。

「商品」を取り上げるのは、こうした目的にとって、私たちの最も身近にあり、私たちが「豊かさ」や「成長」を実感するものとして私たちの生活を取り巻いている商品が、私たちの「豊かさ」や「成長」の欲望をどのようにして形成しているのかを徹底的に分析することが必要だからである。

今回は、こうした商品についての批判的な分析に入る前に、社会科学が社会という曖昧模糊とした対象を分析するための方法について検討する。社会をどのように「観察」し、どのようにその「本質」とか「法則」とか「メカニズム」とか「構造」などなどを抽出することが正しい方法なのか、という点については、社会科学の分野や立場によって様々であって、方法それ自体についての合意があるわけではないので、この講義で採用する「方法」を確定しておきたい。

2.1.2 「現実」を理論的に理解するための「枠組」と「方法」

社会の具体的な現実、無限に複雑であり一時といえども同じ姿でとどまっていることはない。全ての人々はその人に固有の名前を持ち、他の人にとってかわることのできない固有の人生を歩んでいる。このことは、企業（以下では「資本」という概念を用いる）でも同じであり、皆固有の名前を持ち、固有名詞をもった諸個人が集団として（お互いの利害が一致しているとは限らない）のまとまりを持ちながら「仕事」（以下では「労働」と呼ぶ）をしている。仕事の内容も、皆異なり、どれひとつとして、瓜二つのことなどは存在しない。社会とはこうした固有のものの集合であって、それらは「一つ」にはならない無限の多様性そのものである。現実とはあくまでこのような無限に複雑で不断に変化を続けることそれ自体であり、したがって、現実を現実としてそのまま把握することも、表現することもできないのである。

こうした現実のなかの固有の存在としての諸個人が、「豊か」なのか「貧しい」のか、などと論じることができるのは、何かの「方法」によって「豊かさ」や「成長」を評価して、判断するからである。人々がこうした無限な現実を実際には分類したり何らかのカテゴリーによって多様なものをひと括りにするなどして、この多様性を単純化して「理解」しようとするからである。

前回参照した一人当りのGDPとかエネルギー消費といったデータは、現実の単純化の方法であり、それ自体は現実そのものではなく、「現実」に生きている固有名詞をもった一人一人の生活は多様だろうが、おおよそのところでいえば、富裕国の人々の所得と貧困国の人々の所得は72倍もの差があるようだ」というものである。たとえば、ドキュメンタリー映画で誰か特定の人物を主人公に、その人の豊かさとか貧しさを映像として記録する場合、こうした映像は、統計的なデータとぴったり一致することはない。ある特定の一人のひとの経験は、その人にとってかけがえのないものであり、大変重要なことである。往々にして、社会科学は、こうした固有名詞をもったひとりひとりよりも統計的にまとめられた数値の方が大切だとみなしがちだが、こうした一人ひとりの人生をひとまとめにして「数値化」して、数値によって個々人を判断するのは、実は本末転倒なことである。現実の複雑さと多様性を尊重すれば、人であれものであれ、これらを相互に比較することすれ容易ではないはずなのである。社会科学が本来対象としなければならないのは、こうした現実がかかえている問題を解明することであるべきなのだが、同時に、現実を現実そのものとしてまろごと把握することは不可能でもある。ここに、社会科学が自然科学にはない究極の限界と困難がある。

だからといって現実を理解しようとする努力を断念することはできない。人間は、現実の無限の複雑さのなかで、現実を理解したつもりになって現実と関る以外になく、「現実はいくつものことだ」という何らかの理解なしには生きられない存在だからである。

2.1.3 たとえば「言葉」やコミュニケーションの果す役割

しかし、このような意味での「現実」によってしか社会を見ることができないとすると、社会がどのような人間集団としての性質をもっているのかという社会を一つのまとまりとして認識することすらできない。たとえば言葉について考えてみよう。人間が社会を理解するときに、言語（書き言葉と話言葉^{*1}）を用いることは避けられない。そしてこの言語は、そもそも現実のなかにある人間が用いるコミュニケーションの「道具」であると同時に、現実を概念化するための機能も担う。例えば、色を例にとろう。どのような色にどのような言葉をあてはめるのかは、言語によって異なる。日本語では、雪の「白」を表現する言葉は「白」だけだが、降雪期が長い北方民族の場合、雪の「白」を表現する言葉が複数存在する。四季がはっきりしている日本の言語は、英語に比べて色彩の表現が豊かだとも言われている。色の分類は、文化や環境で異なるとすれば、その理由は、言語は、無限に複雑な現実を認識するために、対象を分類してひとつのカテゴリーとしてひとつの言葉をこれにあてはめるということだろう。こうした言語の機能を用いて、それぞれの地域で生活する人々の認識が作られている。もう別の単語の例を挙げよう。日本語で「お母さん」とか「ママ」という呼称は、親族組織のなかで子どもからみた女親を指すのが正式の使用法だが、日常言語の世界では、子どものいる夫婦の間で、夫が妻を呼ぶときにも用いることがよくある。こうした文化がない社会の人たちにとっては「妻が母親!？」とびっくりされる。同様に「社長」という言葉も、サラリーマンの大衆文化の世界で、飲み屋などで飲み仲間を冗談半分で持ち上げる場合に「社長、一杯どうですか」などと言う。これも文脈を理解できない場合、そのように呼ばれた人が本当の社長だと誤解されるかもしれない。こうしたどうでもいいようなことが、市場経済のなかでは重要な意味を持つことがある。市場経済は学問の世界ではなく、大衆の世界であり庶民の生活の世界でもあり、多くの人々が日常言語でおこなうコミュニケーションの世界を通じてしか市場（とりわけ消費市場）は機能できない。このような日常的な生活世界の言語の使用は固定されたものではなく、それ自体もまた日々変化する。後に詳しく述べるように、広告とは、こうした生活世界への資本による戦略的な介入と意味作用であり、この資本の介入が、人々を消費者というカテゴリーとして形成し、人々の欲望を形成する契機を与える。その最もわかりやすい例が「流行」現象だが、この流行や広告については後に述べることにする。

2.1.4 データは現実ではない

この現実そのものに対して言語が果す役割を上のように捉えたとすると、一見客観的に見える学問上の言語（概念）や法律、データなどについても、見方を変える必要があることになる。統計データは、現実そのものではない。国内総生産（GDP）などの統計データを元にして「日本経済」の概観をまず説明することを出発点にすることもできるかもしれないし、日々の経済ニュースの話題（最近であれば、財政危機や為替相場の動向など）を手がかりにすることもできるかもしれない。あるいは、私たちの日常生活のなかで「経済」にかかわる出来事（日々の買い物など消費活動の経験や、就職活動で直面する労働市場の問題など）から「経済」が直面している問題をきっかけとして分析を開始することも可能であろう。

新聞記事の経済欄に掲載されているような出来事を「経済問題」とすれば、こうした経済問題を手がかりとして、経済全体の状況を把握し、経済が抱えている問題にアプローチする方法もありえる。経済主体の固有名詞（トヨタ自動車とかマイクロソフト社とか、あるいは、日本銀行とか世界銀行、あるいはあなたの名前、わたしの名前も、具体的な経済行為主体としての意味をもつだろう）が具体的にどのような経済活動を行い、それがそのような意義と問題をもたらしているのかを、具体的に説明することができる。しかし、他方で、この

^{*1} 書き言葉と話言葉とは、同じ言葉でもその機能が異なる。この点は後に検討する。

ような具体的な個々の出来事を積み重ねただけでは、経済がもつ一般的な仕組みがどのようなものなのかを理解することができたということにはならない。

しかも、これら個々の具体的な事象についての具体的なデータを積み重ねれば、経済の実態が理解できるわけでもない。たとえば、あなたの日常的な経済活動を日記につけて、日々の経済を詳細に書いたとしよう。昨日、駅前のマックで200円のコーヒーを買ったとか、8時半に出勤して、9時に取引先と商談をして、5時に退社したとか…。このような詳細な経済活動の事実をいくら積み重ねても、なぜコーヒーの価格が1万円ではないのかとか、なぜ会社で働くと賃金が得られるのかとか、といった個々の経済活動を支えているそもそもの経済のメカニズムそのものを説明することにつながってはいかない。

こうした様々な経済の具体的な事象をふまえて、その背後にある仕組みを明らかにすることが「理論」の役割である。自然科学であれば、様々な現実の自然現象を前提にしながら、これを実験などの手法を通じて、一定の自然界のルール（法則）を見出すことができるが、社会を分析する場合には、自然科学的な実験の手法を用いることが可能とはいえない。

無限に複雑な社会を分析する社会理論は、実験の代わりに「抽象化」という作業を通じて、個々の具体的な固有名詞を伴った事象を一般名詞に置き換えて、一般的な経済の事象を説明できるような体系を構築する。トヨタ自動車ではなく、自動車産業を、自動車産業の代わりに製造業を、製造業のかわりに「資本」という概念を使う。会社で働くあなたやわたしの固有名詞に替えて、「労働者」という概念を使う。こうした「抽象」という作業は避けられないのだが、しかし、何をどのように「抽象」的な理論として組み立て直すのか、ということになると、その考え方は一つではないし、一つにはならないのである。

2.2 目に見える経験的な事象の背後にある構造-理論の意義

2.2.1 現実の抽象化とその問題点

「抽象」という作業はどのようなことなのかをもう少し詳しくみてみよう。社会科学が考察の対象としているのは、あくまで具体的な現実としての社会現象でありながら、この現実を抽象的な理論なしには理解することができない。これは、ある事柄を別の事柄に置き換えることによって、置き換えたものを用いて、置き換えられたものを分析するという方法をとっていることになる。「リンゴ、ミカン、ナシ」を「果物」というカテゴリーにまとめて、「果物」を分析することによって「リンゴ、ミカン、ナシ」を分析したことにする、という方法であるが、果物を分析してもリンゴの全てがわかるわけではない。しかし、目指さなければならないのは、「リンゴ、ミカン、ナシ」がそれぞれ、個々のモノとして現実においてどのようなかを正確に把握することであるとするれば、「果物」というカテゴリーが果しうことは全体のごくわずかの部分にすぎないだろう。社会現象を「抽象」化（理論化）することは、避けられないことである一方、抽象化＝理論化によって捉えられた内容が全てでなければ、現実を正確に写す鏡であるわけでもないのである。

もうひとつ別の例を挙げてみよう。刑事事件で捜査機関が犯罪の証拠を集めて、被疑者を特定し、裁判所がこの証拠や被疑者の証言などをもとにして犯罪の事実を認定し、有罪か無罪かを決定する場合、具体的な事実を積み上げれば、事件の真実を再現できるように見える。しかし、物的証拠や当事者や目撃者の証言は事実の一部でしかない。とりわけ明確さに限界があるのは、行動を起すに至った人間の心理がどのようなものであるのか、という点である。犯罪の軽重にとって動機は重要な影響を及ぼすが、動機は言葉で語り尽せるとは限らないからだ。感情が関与する問題は、理論を越える部分を持つ。客観的な事実をいくら積み上げても、人間の行動を規定する心的な側面は明かにしえない。

経済と呼ばれる分野での人々の行動や表現も、同様であって、ある商品がある価格で売れたという事実は確

定できても、なぜその人がその商品を買ったのか、購買の動機は推測するか当事者の主観による理由の表明によるしかなく、この動機形成のメカニズムを客観的に説明することは容易ではないのだ。しかし、「豊かさ」とか「成長」の経済が大きな問題を抱えている現在、人々がなぜ「買う」のか、という問いは、この問題の解明にとって本質的に重要な問題であって、この難問をどう解くか、が社会科学には問われているともいえる。

具体的な事象は、理論構築にとって不可欠な前提となる。しかし、具体的な固有名詞を一般名詞に置き換える抽象化、理論化は、容易ではない。こうした理論化のなかで、現実の経済現象からは見出せない、現象の背後にある「なにものか」を発見することがなければ、理論化の役割は果たしたことになる。経済学にかぎらず、社会理論は、こうした背後の「なにものか」を説明するために、日常生活では用いないような固有の概念を使うことがある。たとえば、剰余価値という概念は、日常生活では用いないが、マルクスの経済理論では不可欠の概念である。また、日常生活で用いる言葉、たとえば、商品、貨幣、資本なども、理論的な定義では、日常生活とは異なる意味を含む。

理論が構築されると、今度は、この理論を手がかりに、現実の具体的な事象を分析し、説明しなければならない。こうした理論の枠組があってはじめて、個別具体的な人々の行動がどのような経済的な意味（意義）をもつかが理解できるようになる。具体的な事象のなかで、何が重要なのか、重要性の序列は、この理論化に大きく依存している。例えば、長年、経済学は性別や人種の構成を無視した理論を構築してきた。他方で、現実の経済では、性別や人種に関する深刻な不平等が生じていたのだが、この問題の解明がおろそかになってきた。

前所述べたように、従来の経済学の理論に用いられる概念であっても、学派や論者によってその定義は異なる。近代経済学とマルクス経済学の間でも、商品（財とサービス）、貨幣、資本、労働、市場といった概念とその相互関係についての考え方には、相互に共通性がないとさえいえる違いがある。

2.2.2 下向法と上向法

マルクスは、具体的な事象から抽象化を経て「理論」を構築するプロセスを下向法と呼んだ。そして、理論を踏まえて、再度現実の具体的な事象を分析することを上向法と呼んだ。そのような社会理論も、その理論が生まれる初期には、研究者や理論家は「下向法」によって理論化を試みるが、いったん理論化の蓄積ができてくると、「上向法」によって現実の分析が精緻化されるようになる。実際には、この下向と上向が頻繁に繰り返し替えられながら理論が洗練され、現状の分析も精緻化されることになる。

理論化が、抽象化を意味することに一つの重要な「落とし穴」がある。抽象化とは、不要と考えられる要素や重要性の低い要素を省く手続きをとるから、分析者の価値観に左右される。しかしいったん成立した抽象的な理論は、あたかも普遍的に通用するかのような外観をもってしまい、この理論から排除された要素を軽視してしまう結果を招きがちだ。たとえば、19世紀の経済学は、理論化の過程で、性別を重要ではないと考えて、理論から排除した。現実の経済現象では、男性であるか女性であるかという性別は、所得の格差、所得を得られる職業における差別、家事労働をめぐる女性の負担など、重要な問題をもたらしていたのだが、このことにマルクスも含めて経済学者は十分な関心をもたなかった。この性別をめぐる経済問題の深刻さに気づかれるようになるのに一世紀を要した。環境問題も同様で、経済における環境問題への関心も20世紀後半になって、ジェンダー研究やエスニック研究、環境研究といった学際的な研究の進展があって始めて議論されるようになる。人種・民族と経済との関わりにもこのことはいえる。

ジェンダーに関する不平等や貧困問題は、市場経済だけを分析しても限界があり、家族や婚姻制度、家庭内部の労働（家事、介護、育児などの支払われない労働）などを含む性別役割分業や性別に関する偏見を含む価値観の分析が不可欠である。こうなると、既存の経済学の理論は役に立たないので、理論の再構築が必要にな

る。「抽象」という作業を再検討することになる。

人種に関しても、人口上多数を占める人種 (あるいは民族) が経済的に有利な地位を占めることで生じる人種間の摩擦は、深刻な社会問題であるが、その背景には、人口の移動 (奴隷貿易、強制連行、戦争による難民、経済移民など) の歴史的な背景など、政治や文化を視野に入れなければ理論化ができない。

環境の問題は、自然と人間の相互依存関係を視野に入れなければならない。経済学は、市場経済の主流をなしてきた工業やサービス業を暗黙の前提として自然を含めたシステムの安定は考慮しなかった。環境経済学が経済学の一分野として確立してくるのは、1970 年代ころである。ここでも、自然科学者や社会学者なども含む学際的な研究なくしては成り立たなかったといっていよい。

こうして新たな問題が「発見」されることによって、従来の抽象化そのものが批判・反省されて、従来にはなかった新たな理論が構築されることがある。既存の理論とは異なる体系をもつことも珍しくない。再度無限に多様な現実を見直し、そこからの「抽象」の方法を見直し、理論構築に必要な前提を組み直すことになる。マルクスの言う、下向と上向という方法は、繰り返し行なわれることになる。

2.2.3 理論の内的な構造

「抽象」的な概念を使えば何でも理論になるわけではなく、記述される内容の相互の関係をどのように論じらるかで、理論と呼ばれることもあれば、文学と呼ばれることもある、ということになる。理論として現実を記述する前提には次のような論じ方がある。

1. 因果関係として記述する。A という結果を生み出した原因が B にある、という論述。
2. 相互依存関係として記述する。A と B が同時に生じ、しかも相互に依存関係にあって、どちらかを原因、他方を結果とみなすことができない場合。
3. 相互に矛盾する要因が生み出す新たな状況として記述する。相互に矛盾する A と B の相乗作用や、相互の力関係によって記述する。
4. 現実との関係で検証できない概念を挿入して記述する。現実には「証拠」となるものは見出せない理論の世界が構築する諸概念を用いた記述。

これらの方法が理論化にあたって様々に利用されることになるが、この講義での記述では、三番目と四番目の方法を重視する場合がある。経済や社会関係では、相互に利害が対立する場合があります、これは力関係が内在する権力=政治関係でもあるのだが、これは、人間社会の構造を理解する場合には重要である。また、現実にあるものとの対応がない概念が重要な意味を持つ場合がある。マルクスの価値の概念のように、一見すると市場の価格現象との対応がありそうな概念であっても、価格の量と価値の量の相関関係を現実の世界から抽出することはできないし、現実との対応関係の有無によって、価値の理論の妥当性を評価することも間違っている。特に、人々の意識に関する問題を論じる場合には、目に見えない事柄を扱うことになるので、現実との対応が見出せない場合がある。精神分析におけるフロイトの「無意識」の概念はその有名な例だろう。この点は、「豊かさ」や「成長」といった概念にも実は当て嵌まる問題である。「豊かさ」を現実によって実証するためには、一定の価値観を前提することになるが、この価値観は、「イデオロギー」という厄介な問題へのアプローチなしには論じえない問題でもある。

2.2.4 商品論にとって必要な「抽象」の枠組

この講義では、商品を対象として「豊かさ」や「成長」という私たちが囚われている欲望を再考してみるのが、どのような「抽象」化をする必要があるのだろうか。出発点に置くのは、商品とその買い手、商品とそ

の売り手になる。ここで想定されている買い手と売り手は、同一人物を前提とする。資本主義社会の大半の人々が市場に関わる関わり方は、消費者として商品を買う買い手であると同時に、この購入に必要な貨幣は、自己の「労働力」を売ること（会社に雇用されて賃金を得ること）で入手する。多くの人々は、多様な商品の買い手である一方で、売り手としては「労働力」という特殊な商品の売り手でしかない。一人の人間は、市場において消費者であり労働者でもある。こうした人間が市場で行動するなかで、「豊かさ」や「成長」の観念を形成する。人間は一人では生きられないから、純粋な意味での「個人」を対象にすることはできないが、問題の解明の出発点に置く、シチュエーションは、上記のような「個人」である。これは、人類の歴史で長い歴史をもつ市場経済一般に当て嵌まる想定ではなく、もっぱら 19 世紀以降世界規模で拡張してきた資本主義に固有の市場経済における「個人」である。

このような「個人」を前提とすると、次のようなことが視野に入ってくる。

- 商品の売り手と買い手の間での「商品」を巡る「欲望」と「豊かさ」の観念の形成
- 「労働力」の売り手としての「個人」が自分の人生のある時間を資本の目的のために費やすことがもたらす問題。

これらの内容は、かなり複雑なものになる。そして、一般に経済学が対象とする価格をめぐる問題も、価格の「量」の問題としてだけでなく、むしろその意味に焦点をあてて検討する。そして、市場の取引に欠かせないもうひとつの要素、貨幣についても、これらの検討を通じて貨幣とは何なのかを検討する。