

## クール資本主義とは何か？

——ジム・マグウィガンが描く現代世界の一つの文化的側面について——

梅原宏司

### 1. はじめに

現代世界の文化において、「クール」という言葉は重要なキーワードのひとつとなっている。そして日本では、「クール・ジャパン」という言葉が世間にあふれている。しかし、その「クール」という言葉の内実は必ずしも明らかではない。ふつうは「カッコよい」などと解されるが、それだけではないように思われる。では、その「クール」という言葉の中身はいったいどのようなものなのだろうか。また、「クール」という言葉によって、覆い隠されているものがあるのではないだろうか。これが、本論文の問題意識である。

本論文は、こうした問題意識に従いつつ、イギリスのカルチュラル・スタディーズの研究者であるジム・マグウィガン (Jim McGuigan) が2009年に出版した著書“Cool Capitalism”で提出した‘cool capitalism’ (本論文では「クール資本主義」という訳語を当てる) という概念について、その可能性と限界を探る試みである。この本のテーマは多岐にわたっているが、本論文では特に『「クール』という概念をマグウィガンがどのように考えているか』という問題を取り扱いたいと考えている<sup>1)</sup>。

ジム・マグウィガンは、イギリスの研究者であり、メディア研究・文化政策研究などを主なフィールドとしている。これまでの著書に“Cultural Populism” (1992)、“Modernity and Postmodern Culture” (1999, 2nd edn 2006) (日本語訳では『モダニティとポストモダン文化』

村上恭子訳、2000年、彩流社)、“Rethinking Cultural Policy” (2004)、“Cool Capitalism” (2009)、“cultural analysis” (2010) などがある。

マグウィガンは、もともとはハーバースの公共圏論などの影響を受けつつ、文化政策における「文化的公共圏」の議論を展開していた研究者である。しかししだいにマルクス主義的な側面を強め、新自由主義の経済的・文化的批判を展開するようになっていく。そのため、“The birth of museum”の著者であり、現代の文化・文化政策をミシェル・フーコーの「規律」概念から説明するトニー・ベネットと論争を続けている<sup>2)</sup>。

後述するとおり、マグウィガンは基本的に「クール資本主義」を新自由主義と同一のものと考えているが、デヴィッド・ハーヴェイなどの経済学者や、アントニオ・ネグリなどの哲学者とは異なり、社会学的なカルチュラル・スタディーズの一環として“Cool Capitalism”を執筆している。また後述するとおり、“Cool Capitalism”には消費文化批判としての目的があるため、ギー・ドゥポールやジャン・ボードリヤールなどとも議論が重なる面がある。しかし、マグウィガンの議論には、従来の消費社会論とはまた異なる重要な主張が含まれていると筆者は考えている。本論文は「クール」という概念を明らかにすることで、この主張の可能性と限界を明確にし、当初の問題意識をいくぶんとも明らかにしようとする試みである。

## 2. クール資本主義とは何か

### 2. 1. “Cool Capitalism” の構成

まず、“Cool Capitalism” という本の構成と概略を説明しておきたい。“Cool Capitalism” は、序論と6章からなる書物である。

まず序論では、「『クール』について」と題して、「クール資本主義」の概念について概略を述べている。

第1章「資本主義の精神」では、カール・マルクス、マックス・ヴェーバーにはじまる「資本主義の精神」の研究がどのように進められてきたか、そしてマルクスやヴェーバーの時代から「資本主義の精神」がどのように変化してきたかを論じている。

第2章「大いなる拒否」では、19世紀以来、芸術・文化界と資本主義がどのように関わりを持ってきたかを論じている。いわゆる「芸術家」は、一見資本主義に対して「大いなる拒否」をもって接してきたとされている（マグウィガンは、資本主義に対して激しく反発してきたロマン主義の芸術の伝統を挙げている）。しかしその反面で、マグウィガンは資本主義に対する拒否を行ってきた芸術家の作品が高い価値を持つ商品として取引され、芸術作品が資本主義の中の商品として位置づけられてきたことも論じている。これをマグウィガンは「拒否と統合の弁証法」と呼んでいる。そしてマグウィガンによれば、現代の「クール」な芸術作品は、完全に資本主義の中の商品として扱われている。

第3章「消費文化」では、ソースティン・ヴェブレンやピエール・ブルデューらの「顕示的消費」の概念が取り上げられ、消費者のフェティシズム（特に「クール」な商品へのフェティシズム）が論じられている。

第4章「市場価値」では、新自由主義化した世界経済の中において、「クール」な芸術や文化がどのように新自由主義を支える商品として機能しているかが論じられている。

第5章「労働生活」では、新自由主義と重要な関わりをもつ「ポスト・フォードイズム」との関わりにおいて、この世界を生きる人々の生活がどのように資本主義に支配されているかという問題が論じられている。

第6章「反資本主義の再検討」では、アントニオ・ネグリやマイケル・ハートの思想<sup>3)</sup>、またラテンアメリカにおけるサパティスタ<sup>4)</sup> やウゴ・チャベス政権<sup>5)</sup> など、現代の主な反資本主義思想と運動が検討されている。ただしマグウィガンは、これらの運動に対する明確な評価は下していない<sup>6)</sup>。

若干先取りしていえば、この書物を通して一貫しているのは、1960年代以降の資本主義（新自由主義）が絶えざる「個人化」を行っていること、またそれまでの資本主義と比べて格段に「快樂主義」的になっているというマグウィガンの主張である。「クール」とは、この「個人化」「快樂主義化」を重要な要素とするものである。

それでは、「クール資本主義」の中における「クール」という概念のくわしい検討に入りたい<sup>7)</sup>。

### 2. 2. 「クール」とは何か

序章の「『クール』について」の冒頭で、マグウィガンは「クール資本主義」と「クール」を以下のように定義している。

クール資本主義とは、不満を資本主義自体に統合することである。「クール」とは、今日の資本主義の前-局域<sup>8)</sup> である。今日の資本主義は文化的アピールに惹きつけられる人々のためのものである。しかしとりわけ、多くの場合にフラストレーションを抱えながらも、資本主義文明の果実に憧れる人々のためのものである。(McGuigan 2009: 1)

この場合の「不満」(disaffection) は、この箇所では説明がないが、この論文を通じて考察する

通り、芸術家や若者が社会システム一般に対して抱く不満である。この不満（あるいはフラストレーション）を資本主義に取り込み、資本主義体制を維持し拡大していく過程を、マグウィガンは「クール資本主義」と規定しているのである。

続いてマグウィガンは、ロバート・ファリス・トンプソン (Robert Farris Thompson) や、ディック・プーンテイン (Dick Pountain) とデヴィッド・ロビンス (David Robins) の研究成果を引いて、「クール」の意味がアフリカのヨルバ族に由来することを述べている。プーンテインとロビンスによれば、「アフリカでは、クールとは聖なるものの領域に属するものであったが、ひとたびアメリカに渡ると、個人のスタイルを通じて、労働に対して消極的に抵抗することへと展開した」のである (McGuigan 2009: 3)。プーンテインとロビンスによれば、この消極的抵抗は、例えば 1960 年代の公民権運動の中で、ジャズなどの黒人音楽のスタイルの中に現れ、そこから 20 世紀後期の若者文化へと広がっていった。その特徴は「ナルシズム、超然としたアイロニカルな態度、快楽主義」であり、社会システム一般への反抗として現れたのである。マグウィガンはプーンテインとロビンスの考えを引き継ぎつつ、これを 1960 年代にアメリカに広まったカウンターカルチャーの特徴としている (McGuigan 2009: 4)。

## 2. 3. 「クール資本主義」—新自由主義の世界の文化的側面として—

### 2. 3. 1 「クール資本主義」の精神

マグウィガンは“Cool Capitalism”の主要な関心が資本主義の文化的側面に置かれていること、そして「より早い時期の資本主義のプロテスタンティズムの倫理が、どのようにより大なる快楽主義的な倫理に取って代わったか」ということであると述べている (McGuigan 2009: 8)。では、先に述べた「クール」さは、どのように資本主義の精神となったのであろうか。

第 2 章でマグウィガンは、マルクス、ついで

ヴェーバーを論じつつ、ヴェーバーの「禁欲主義的なプロテスタンティズムの倫理が資本主義の精神である」という考えを全面的に肯定する。マグウィガンによれば、このような資本主義の精神が大きく転換するのが、1960 年代であった。マグウィガンは、この精神の変容は、リュック・ボルタンスキー (Luc Boltanski) とイヴ・キアペッコ (Eve Chiapello) の共著“*The New Spirit of Capitalism*”によって説明されると述べている。

ボルタンスキーとキアペッコは、資本主義の精神には 3 つあるとする。1 つ目はヴェーバーが分析した禁欲的な資本主義の精神であるが、これはボルタンスキーとキアペッコによれば、19 世紀から 20 世紀前半までの自由放任を理想とする資本主義と結びつく。2 つ目は社会民主主義的福祉国家の精神であり、これは 20 世紀中盤から後期までの「組織資本主義」と結びついている。そして 3 つ目が、「情報化時代」あるいは「ポスト産業化時代」における「ネットワーク」と「接続」という概念と結びついた精神である (McGuigan 2009: 22-23)。

この「ネットワーク」と「接続」と結びついた、もっとも新しい資本主義の精神のポイントは、これが資本主義に対する批判と強く結び付いているということである。ボルタンスキーとキアペッコは資本主義に対する批判のタイプを、芸術的なものと社会的なものに分けている。芸術的なものは、資本主義に対する「幻滅」、「非正統性」、そして「被抑圧」の感覚として特徴づけられ、いわゆる「1968 年」に世界を席卷した社会運動の精神とされる。これに対して社会的なものは、「貧困」、「不平等」、「エゴイズム」に反対する感覚としてとらえられ、階級闘争と階級の連帯によって遂行される。しかし、社会的な資本主義批判は失敗し、芸術的な批判が生き残ったというのがボルタンスキーとキアペッコの説である。ただし、それは皮肉にも、企業幹部によって受容された。すなわち、1980 年代に起こった労働の「フレキシビリティ化」と「非正規雇用化」（これは、経済

学や社会学で「ポスト・フォードイズム」とされる現象である)が、「ネットワーク」と「接続」というキーワードと結びついて広まったのである。「ネットワーク」と「接続」というキーワードは、「組織資本主義」に抑圧されない自律的な個人が自由に結びつきながら働くというコンセプトを生み出した。しかしそれは、強力な労働組合(「労働者階級の連帯」)に支えられた社会民主主義的福祉国家体制の「組織資本主義」が、個人化された新自由主義的資本主義によって取って代わられたということでもあった。ボルタンスキーとキアペッコは、このことが、資本主義の芸術的批判(「1968年の左翼の精神」)が、資本主義に吸収されてしまったことを意味しているとする(McGuigan 2009: 26-27)。すなわち、組織資本主義の芸術的な批判が、新自由主義的な資本主義を補完する役割を担ったのである。

マグウィガンにとって、ボルタンスキーとキアペッコの議論は、資本主義を支える働き方の精神の変化を説明するものである。この前提に立って、マグウィガンは芸術の社会的存在の変化をとらえながら、「クール資本主義」の精神の分析をさらに進めていく。

マグウィガンによれば、19世紀以降の芸術は「産業資本主義の出現と、それと結びついた知的な激動によってもたらされた文明」に対する批判的な機能を担った(McGuigan 2009: 45)。こうした機能は、ロマン主義的・ボヘミア的な芸術家の行動によって表現された。しかしながら、そこには「拒否と統合の弁証法」が働いていた。芸術家の制作物は商品化され、資本主義社会の中で取引されており、芸術家はこれによって拒否の立場を取りながらも、資本主義に統合されていたのである。20世紀の中ごろになると、この弁証法は、左翼的・共産主義的な芸術家の作品が資本主義社会の中で高く評価され、商品として流通したり、モニュメントとして利用されるという形を取るようになった。マグウィガンはこの事態を、パブロ・ピカソ、ディエゴ・リベラ、フリーダ・

カーロ<sup>9)</sup>を例にとって説明している(McGuigan 2009: 58-72)。しかしマグウィガンによれば、芸術は組織資本主義の時代までは、「実質的にはビジネスの対立物であった」(McGuigan 2009: 75)。

しかし、マグウィガンは1960年代以降のポップアートとコンセプチュアルアートの出現(それはアンディ・ウォーホルの出現によって象徴される)とともに、こうした事態が変化したと考える。この2つの芸術の潮流は、広告との境界線を失い、資本主義と消費文化にたやすく利用される存在となった。そして、芸術の資本主義システムへの拒否は、表象としては維持されつつも、資本主義システムへの統合と批判の中和というプロセスに引き入れられた。そして芸術とビジネスの距離は縮まった(McGuigan 2009: 75)。

マグウィガンはこうした事態を、“Young British Art”の推移をたどることによって説明している。“Young British Art”は、サッチャー時代のイギリス保守党と結びついて保守党の選挙広告を担い、また保守党政権の助成金を得て大きく発展した。また、他にも多数の快樂主義的な企業広告を担い、それと並行して作品を発表していったのである。その過程で、“Young British Art”の芸術家たちは、単なる芸術家から、企業家として、そして資本主義と消費文化の「おとり」として存在するようになった。マグウィガンはこれを以下のように言い換えている。

“Young British Art”は、運動というよりは態度を表明するものであった。それは資本主義的な蓄積と消費文化への誘惑と結びついたクールな態度であり、また資本主義と消費文化以外のオルタナティブを想像しないという態度であった(McGuigan 2009: 81)。

すなわち、“Young British Art”は、20世紀中ごろまで見られた、芸術家の資本主義の拒否という要素をまったく持たず、無批判に資本主義を受け入れている。また芸術とビジネスが相反する

という考え方もまったく覆され、芸術とビジネスは完全に結びついている。この両者が、「クール」という態度の重要な要素なのである。そしてマグウィガンによれば、こうした事態はイギリスだけで起こったことではなく、世界中で起こったことであった。アメリカのカウンターカルチャーにおいても、同じことが起こったのである<sup>10)</sup>。

そして、マグウィガンは、今日の「資本主義の精神」をもっとも具現化した企業として、ステイーヴ・ジョブズが創業したアップルを挙げている。

アップルは、「もっともクールな」企業のひとつであり、イノベーション、収益性、そして反抗的なスタイルを備えている。アップルのユーザーは自分自身を「アウトロー」として励ましており、同じ商品ばかりを金庫に配分する企業資本主義から、どうにかして自分を引き離そうとしている。「クール」とは事実上、今日の資本主義の支配的なトーンである。企業はカウンターカルチャーの伝統を統合してきており、「抵抗」という記号を市場で製品を売るために展開している。元来の「資本主義の精神」がしばしばピューリタンのプロテスタントイズムであり、満足を引きのばすことと厳しい労働によって特徴づけられるならば、「新しい資本主義の精神」はよりはるかに快楽主義的であり、実際問題として「クール」なのである。直接の満足を消費の場で求められ、売られている。消費者は実のところ、ハイテクと「クール」な商品の光に惹きつけられ、自分たちが「異なっており」曖昧ながらも反抗的なトーンを持っていれば、自分のすべての欲望を満足することを約束されるのである。ここでは個人の自律性と、より複雑な概念である「個人化」というものに大きな強調が置かれているのである (McGuigan 2009 : 124)。

つまり、アップルは、消費者のシステムへの反抗（「アウトロー」）を取り込んで商品化しつつ、企業イメージとしても採用しているのである。これが新しい「資本主義の精神」なのである。

ここまでのマグウィガンの議論を、いったん筆者の言葉でまとめてみよう。

1960年代の社会的大変動（それは「1968年」の世界的な社会運動に象徴される）は、資本主義への批判のあり方を大きく変えた。この時代を境に、資本主義（マグウィガンによれば、組織資本主義のことである）への批判のあり方は、圧倒的に芸術的なものへと姿を変えた。しかし、個人に対する抑圧や資本主義への幻滅を特徴とする芸術的な批判は、自律的な個人が形成する「ネットワーク」というかけ声とともに、情報化時代の資本主義（すなわち新自由主義）に回収されてしまったのである。

そして芸術のあり方自体も、それと並行して大きく姿を変えた。組織資本主義時代まで存在した芸術の「拒否と統合の弁証法」は大きく変化し、芸術は表面的にシステムを拒否する態度（すなわち「クール」な態度）を取りつつ、資本主義と快楽主義的な消費文化に回収されることになった。ナルシスティックで快楽主義的なカウンターカルチャーも、同じように表面的に反抗的にシステムを拒否する態度を取りつつも、資本主義に取り込まれることになった。このようにして、システムへの「拒否」（それは記号でしかなくなっている）と「快楽主義的な消費」の両立という「クールな態度」に支えられた資本主義の精神が生まれ、発展してきたのである。ゴッフマンの用語を使えば、カウンターカルチャー・反抗的な態度、あるいは「ネットワーク」などのパフォーマンスが「クール」な前-局域であるのに対して、それを資本主義のために商品化しつつ支えるシステムが裏-局域である。

それでは、マグウィガンは、こうした「クール資本主義の精神」がどのような世界を生んでいると考えるのだろうか。

### 2.3.2 「クール資本主義」の世界

マグウィガンの議論の対象である「クール資本主義」とは、これまでの記述からもわかるように、実のところ新自由主義と同じものを指している。ただし、デヴィッド・ハーヴェイなどの経済学者が経済構造や国家の役割などから「新自由主義」を説明するのに対し、マグウィガンはアップルなどに象徴される、反抗的な態度を取り込んだ「クール」という概念から、今日の資本主義（すなわち新自由主義）の特性を分析しているのである。

マグウィガンは、ピエール・ブルデューとロイク・ワクランの議論を援用して、現代の資本主義の言説と文化を現す「ニューリベラルスピーク」<sup>11)</sup>の特徴を分析している。以下の表に現れている二項対立が、ニューリベラルスピークの特徴である。

国家		市場
束縛		自由
閉鎖的		開放的
硬直性		フレキシブル
不動性		ダイナミック、流動性、自己変容
過去、流行遅れ	→グローバリゼーション→	未来、新奇さ
停滞		成長
集団、圧力団体、全体論、集団主義		個人、個人主義
画一主義		多様性、真正性
独裁的・全体主義的		民主的

(McGuigan 2009 : 139)

マグウィガンによれば、この図は、左側の過去になったとされる「国家」から、グローバリゼーションを経て、右側の進歩したとされる「市場」の側へ移行しているという、現代の言説の内容を表わしているものである。国家はあらゆるマイナスのイメージを表象させ、市場はあらゆるプラスのイメージを現す。そして右側の「自由」で「個人主義」的な市場の世界は、そのまま「クール資本主義」の言説と文化の特徴と同じだとされるのである。この「クール資本主義」と「新自由主義」の同一視は、第3章で後述する通り、マグウィガンの議論の可能性と限界を表わしていると

考えられる。

また、マグウィガンは、現代の消費文化を「クール」という観点から分析している。この分析は長大になるためここでの説明は省略したいが、ただひとつだけ挙げておくならば、マグウィガンにとっての現代の消費文化のキーワードは「クールへの誘惑」(McGuigan 2009 : 108)ということである。現代の「クリエイティブ産業」の特性もここに帰せられる。すなわち、現代のクリエイティブ産業は、世間にあふれるクールなものを追い求める「クールハンティング」を不断に行っており、それを絶えず商品化しているのである(McGuigan 2009 : 110)。ただし、このようなマグウィガンの消費文化の分析は、ギー・ドゥボールの「イメージを商品の最高形態とする」スペクタクル的消費資本主義の分析、またジャン・ボードリヤールの「シミュラークル」を軸とする消費社会分析と大きく重なっており<sup>12)</sup>、これがやはりマグウィガンの議論の可能性と限界を表わしていると考えられるのである。

それでは、マグウィガンの議論の可能性と限界を、詳しく分析してみよう。

## 3. クール資本主義論の可能性と限界

### 3.1. 可能性—「資本主義の精神」というとらえ方について—

まず、マグウィガンの議論の可能性としては、現代の消費資本主義の文化における「クール」な身ぶりが、どのように資本主義に統合されてきたのかということについて、新しい視角をもたらしたということである。システムへの「反抗」がイメージ化されて消費文化に統合されるという議論自体は、これまでのドゥボールやボードリヤールの消費社会論でも行われてきたものであるが、これは「イメージ」「シミュラークル」という視角から行われてきたものであり、メディア論・芸術論・記号論的な発想から出現した議論である。それに対してマグウィガンは、「反抗」の統合を、

システムを支える「資本主義の精神」の変化として、議論の俎上に乗せたのである。

筆者は、この「資本主義の精神」というとらえ方が、多くの可能性を秘めていると考えているが、とりわけ、現在組織論や社会運動論などで大きく取り上げられている「ネットワーク」という概念を新たに検討することを可能にすると考えている。「ネットワーク」の概念は、従来の画一的・階層的な組織や社会運動から、自由な個人の連合としての組織や社会運動への変化を表わすものとして礼賛され、社会のあり方を大きく変えてきたものと考えられてきた。

しかしマグウィガンは、「資本主義の精神」の変化という視角を導入することによって、「ネットワーク」が実はシステムに反抗する「自由な個人」を、資本主義の中へ再統合させる役割を果たしてきたという議論を提出したのである。これを言い換えれば、「ネットワーク」は、資本主義の枠内では大きく社会を変化させたが（組織資本主義からクール資本主義へ）、商品化のメカニズムに基づく資本主義という枠組み自体は何ら変化させなかったということである。

このような視角は、「ネットワーク」概念が実際にどれだけ社会のあり方を変化させたのか、またそれはどのような変化であったのかということについて、再検討を行うことを可能にするのではないかと考えられるのである。

### 3. 2. 限界

ここまで、マグウィガンの議論の可能性について検討してきた。しかし筆者の見るところ、マグウィガンの議論ではとらえられない現代社会・現代文化の側面も存在する。マグウィガンの限界は筆者の考えるところ、「資本主義の精神のとらえ方」と「個人化の側面のみ」に焦点を絞っていることである。以下では、それをくわしく検討していきたい。

#### 3. 2. 1 はたして資本主義の精神は、最初から禁欲的だったのか？

マグウィガンは、ヴェーバーのテーゼである「プロテスタンティズムの倫理としての、禁欲主義的な資本主義の精神」を、まったく検討することなく受け入れ、議論の前提としている。そして、この精神が「快樂主義」へと変貌したことが、現在のクール資本主義の重要な要素であるというのである。

しかし、「資本主義の精神」についての議論は、ヴェーバーだけが展開したわけではない。ヴェーバーと同時代の経済史学者ヴェルナー・ゾンバルトは、当初から資本主義の精神は快樂主義に支えられていたのではないかと議論を展開している。具体的には、ゾンバルトは『恋愛と贅沢と資本主義』において、ヨーロッパの社交界における奢侈・贅沢を重視し、これらが商品化のプロセスを促進して、資本主義が生まれたという議論を展開しているのである。

この議論は、マグウィガンの快樂主義的なクール資本主義の側面と通じるところがあるのではないだろうか。言い換えれば、マグウィガンが「資本主義の精神」をヴェーバーのテーゼに限定しているのは、マグウィガンの議論の重大な限界なのではないかと考えられるのである。この点は膨大な歴史的考察を必要とするため、これ以上この論文では扱えないが、今後も考察し続けたいと考えている。

#### 3. 2. 2 「コミュニティ」開発の資源とみなされる「文化」—「個人化」の裏の面—

これまで見てきたように、マグウィガンは、現代の文化の特性を「クール」に見出し、それを資源として現在の新自由主義が「クール資本主義」として機能していると考えている。その際、マグウィガンの観点では、「個人化」が重要な役割を果たしている。新自由主義における国家の撤退と市場の万能さを讃える言説（マグウィガンのいう「ニューリベラルスピーク」）では、国家・組織資

本主義から解放されたクールな「個人」が重要な要素となっているのである。

しかし、実際には現在の新自由主義の局面における「文化」は、「クール」「個人化」を強調するだけではとらえられない側面を持っているのである。ここでは、ジョージ・ユディシー (George Yudice) の「グローバリゼーションの中におけるコミュニティ開発の資源としての文化」という問題系を紹介して、マグウィガンの議論では見えなくなってしまう現代世界の文化の様相を考えてみたい。

ユディシーは、その著書“The expediency of culture” (2003) において、「資源としての文化」という問題系を立てている。この「資源」とは、新自由主義時代に国家がさまざまな領域から撤退したため、空白となる「市民社会」<sup>13)</sup>・「コミュニティ」を開発するための「資源」である。

ユディシーは、1999年に書かれた、世界銀行総裁ジェームズ・ウォルフエンゾーンの「開発の全体論」を例として引いている。この「全体論」とは狭義の経済的な発展だけでなく、個人の「トラウマや喪失」、「社会的孤立」、「自己尊重の維持」などをもケアするものである。これらの問題は先進国 (特に貧困地域) でも発展途上国においても深刻であるため、観光や工芸品、文化遺産などの「文化」を資源として、開発のために役立てようというのがウォルフエンゾーンの主張である (Yudice 2003: 13)。こうした考えは、ロバート・パットナムの「ソーシャル・キャピタル」 (社会関係資本) の主張と結びついて、コミュニティ開発と統合の資源として「文化」を活用しようという主張につながっていく (Yudice 2003: 14)。そして新自由主義時代に、国家に代わってこの領域を任されるのがNPO/NGOや財団などの非営利組織なのである。ユディシーはこの前提に立って、さまざまな地域の文化政策と文化の展開を検討していく<sup>14)</sup>。

ユディシーが取り上げる事例と理論は、新自由主義時代の「コミュニティ」という集団におい

て文化が負わされた役割を説明するものである<sup>15)</sup>。これは非営利組織や政府の文化的側面における役割を重視したものであり、マグウィガンの「個人化」とそれに支えられた消費文化によってのみ新自由主義を特徴づけるやり方とは異なるものである。

しかし、ここで重大なのは、ユディシーが取り上げるコミュニティの「集団性」の様相と、マグウィガンが取り上げる「クールな個人化」の様相が表裏一体であるということである。マグウィガンが取り上げる「クールな個人化」した消費文化の様相は、きわめて重要な側面ではあるが、あくまで今日の世界における文化の一側面に過ぎず、そこだけを見ていては覆い隠されてしまう側面がある。それが、ユディシーが取り上げる、政府や非営利組織によって担われている「集団性」の様相である<sup>16)</sup>。この両面を合わせて、はじめて新自由主義時代の文化を多面的に考えることができると、筆者は考えている。

#### 4. 今後の展開—「クール・ジャパン」の解明に向けて—

ここまで、マグウィガンの「クール資本主義」論の可能性と限界を検討してきたが、現代日本に生活するわたしたちにとって最後の問題として残るのは、「クール・ジャパン」現象が、はたして「クール資本主義」論とどのように関係するのかということである。

そもそも「クール・ジャパン」という用語は、アメリカのジャーナリストのダグラス・マッ格雷イ (Douglas McGray) が2003年5月に中央公論に掲載した<sup>17)</sup>〈「ナショナル・クールという新たな国力」世界を闊歩する日本のカッコよさ〉という論文にさかのぼるものとされている。この論文は、従来日本で支配的な文化潮流であった「アメリカン・クール (アメリカのカッコよさ)」から、日本がさまざまな文化を融合させて作り上げた「ジャパニーズ・クール (日本のカッコよさ)」

<sup>18)</sup>へとトレンドが変化しているという趣旨である (Mcgray 2002: 130-132)。そしてマッグレイは「ジャパニーズ・クルのキーポイント」について以下のように説明している。

二〇〇一年、私は三カ月間かけて日本各地を訪れ、さまざまなアーティスト、映画監督、科学者、デザイナー、文化系の専門家たちをインタビューしてまわった。彼らの多くは、日本文化が海外で勢力を持っていることに驚いているように見えた。彼らには外国の観客をほとんど眼中にしない傾向があり、むしろ話題にしたのは外国からのインスピレーションのほうであった。時々、現代日本に日本的な要素がほとんどないと述べるのが、あたかも奇妙な誇り、一種の謙遜であるかのように感じられることがある。皮肉なことに、その点が、広がりを見せているジャパニーズ・クルのキーポイントなのかもしれない (Mcgray 2002: 135-136)。

ここからわかるのは、「ジャパニーズ・クル」という用語が、内発的なものでなく、欧米からの視線によって名指されたものであるということである。「奇妙な誇り、一種の謙遜」というのは、欧米からの視線に名指された当惑の要素も混じった対応だと言えよう。

そして、マッグレイはジョセフ・ナイの「ソフトパワー」概念を引きながら、この「ジャパニーズ・クル」が大きな力を持ち、日本のソフトパワーとなる可能性に触れ、この論文を終えている<sup>19)</sup> (Mcgray 2002: 135-136)。マッグレイは「クル・ジャパン」という言葉はこの論文では使用していないものの、ここから「クル・ジャパン」という用語が生まれたとされている。

その後、この言葉は日本政府によっても採用され、行政用語・トレンド用語となったが、筆者の見る限り、どのように「ジャパニーズ・クル」が「カッコいい」のか、また世界の「クル」と

いう言葉・潮流とどのように関連しているかということ、マッグレイの考察以上に深められず、「クル・ジャパン」という記号のみが突っ走っているように考えられる。

この問題は非常に根深いものと考えられる。というのは、欧米のジャーナリストであるマッグレイが名指した日本の「クル」の中に、マグウィガンという「クル資本主義」の不可欠な要素である「システムへの反抗的な態度の統合」がどれだけあるのか、明確な判断を下すことが困難であるからである<sup>20)</sup>。

たとえば日本のさまざまなサブカルチャーに、どれだけ「反抗的な態度」が存在するのだろうか<sup>21)</sup>。また、いわゆる原宿系ファッションのように、社会からの逃避ともとらえられる「カワイイ」カルチャーをはたして「反抗的な態度」としてとらえられるだろうか<sup>22)</sup>。これははなはだ不明確である。そもそもマッグレイの論文に限っていえば、「システムへの反抗的な態度」を日本の芸術家や文化人に見てとることは難しい。これらの材料から考えて、少なくともマグウィガンの「クル」の定義を、外から名指された日本の「クル」な文化現象に機械的に当てはめることができないことだけは確かである。

今後、日本の文化・文化政策で一大トレンド用語として定着している「クル・ジャパン」という現象をきちんと分析し考察するには、マグウィガンがいう反抗的な態度としての「クル」と、内発的な言葉でない「クル・ジャパン」の「クル」がどのように重なり合い、どのように相違するかを考えていくことが必要であろう。本論文ではこの問題提起のみにとどめざるをえないが、他日詳細な考察を行いたいと考えている。

## 注

- 1) 本論文の執筆にあたっては、北山晴一、稲垣聖子、塩田典子、平川すみ子、関谷亮、浅沼小優、堂坂香月の諸氏に懇切丁寧なアドバイスをいただいた。今回はすべてのアドバイスを生かすことはできない

かったが、今後の研究にも役立てたいと考えている。深く感謝を申し上げたい。

- 2) ベネットは「ミュージアム」を、人々に社会的な規律を教え込み陶冶する装置として考えている。この発想はフーコーの『監獄の誕生』からインパクトを受けたものである。ベネットはこの「規律」概念から現代社会・現代の文化を説明するため、「新自由主義」という視角は重要なものではない。これがマグウィガンとの重要な差異であり、両者を特徴づけるものである。またベネットは、カルチュラル・スタディーズの研究者がより政策策定・政策論議のプロセスに参加すべきと考えており、そうしたプロセスから距離を置くべき（新自由主義に巻き込まれるため）とするマグウィガンと論争を続けている。
- 3) ネグリとハートは、共同して“Empire”（和訳『帝国』）、“Multitude”（和訳『マルチチュード』）、“Commonwealth”（和訳『コモンウェルス』）の三部作などを執筆している。彼らは従来の「労働者階級」などの、緊密に結合した反資本主義の主体に対して、自由な個人の連帯である「マルチチュード」という解放の主体を想定し、それに基づく反資本主義運動の試みを提唱している。彼らの理論と呼応する（ただし必ずしも彼らの理論にのっとって行われたのではない）とされる政治運動は、後述するサパティスタ民族解放軍、1999年にシアトルで開催されたWTO閣僚会議に対抗する「反グローバリズム運動」、ダヴォスで開催されている「世界経済フォーラム」に対抗する「世界社会フォーラム」などである。いずれもきわめてゆるい連携のもとにさまざまな反グローバリゼーションを掲げる集団が「ネットワーク」的に集まったものである。また後述するラテンアメリカの諸左翼政権なども、ネグリやハートは重視している。ただし「マルチチュード」はきわめてあいまいな概念であるという批判も根強い。
- 4) サパティスタ民族解放軍は、北米自由貿易協定（NAFTA）に反対して、1994年1月1日にメキシコのチアパス州で蜂起したゲリラである。当初サ

パティスタは「メキシコ全体の社会主義革命」「チアパス独立」などを唱えず、チアパスの先住民運動としての性格を持ち続ける努力を行った（ただし指導者のマルコス副司令官は白人とされている）。その後、サパティスタは全世界の反資本主義・反グローバリゼーション運動と連帯する意志を表明し、さまざまな集団とのネットワークを作る努力を行っている。

- 5) ベネズエラでは、1999年に当選したウゴ・チャベスが、反米社会主義を掲げる「ボリーバル革命」を推進している。チャベス政権は独裁的であるという批判も根強く受けているが、世界の反資本主義・反グローバリゼーション運動の拠点のひとつとみなされている。またチャベス政権に限らず、ラテンアメリカでは社会主義を掲げる左翼政権（ただしその内容には非常に差がある）が続々と誕生しており、その中でもブラジルの労働者党政権は、ネグリの注目するところとなっている。
- 6) マグウィガンは、明確に反資本主義・反新自由主義の観点をもってこの本を執筆している。しかし、彼自身は、1990年代のように「文化的公共圏」などのオルタナティブを明確に示すことはしていない。これはマグウィガンが、「クール資本主義」がオルタナティブをたやすく許容しないほど強くと考えている（後述する通り、クール資本主義はシステムに対する芸術的反抗をも統合してしまうとマグウィガンは考えている）ためと考えられる。この問題については、今後もさらに考察し続けていきたいと考えている。
- 7) 本論文では序章から第2章までの部分を扱う。第3章から第6章までは、後述する通り既存の新自由主義批判や消費社会論と実質的にはあまり変わらないからである。また、マグウィガンは文化の変遷と「労働」「働き方」の変遷の関連をも扱っているが、これは他日を期して検討したいと考えている。
- 8) 原語はfront region. もともとはアーヴィング・ゴッフマンの概念で「特定のパフォーマンスを準拠点とした場合、そのパフォーマンスが行なわれる場所をいい表わす」（ゴッフマン 1959: 125）も

のである。これに対して、「特定のパフォーマンスに対して、当該パフォーマンスが人に抱かせた印象が事実上意識的に否定されている場所」が「裏-局域」(back region)あるいは「舞台裏」(back stage)である(ゴッフマン 1959: 131)。ここでの引用文ならびに用語の訳は、石黒毅に従っている。マグウィガンは裏-局域が何であるかを語っていないが、おそらくは「クール」を商品化しつつ、システムを支えるモノとして用いる資本主義のメカニズムのことでありと考えられる。

- 9) ピカソはフランス共産党員であり、スペイン内戦以後はフランコ政権に反対して、国外で亡命生活を送った。しかし、ピカソの亡命生活は彼の作品の高い価格に支えられ、大変裕福なものであった。マグウィガンはピカソの資本主義社会からの逸脱の姿勢を指して「彼はクールの早期の具現化(原語はavatar=引用者注)であった」(McGuigan 2009: 60)と述べている。またリベラはメキシコ共産党書記長からトロツキストに転向したが、共産主義者であり続けた。彼はメキシコやアメリカで壁画を多く制作し、その中にはヘンリー・フォードの息子やネルソン・ロックフェラーなど、いわゆる「資本家」から委嘱された作品も含まれていた。カーロも確信的な共産主義者であったが、多くのファンと高い作品の評価(金銭的にも高かった)を受け続けていた。マグウィガンによれば、この3人の思想と作品の評価の関係は「拒否と統合の弁証法」の興味深い実例を提供してくれるのである。
- 10) マグウィガンはここで主にアメリカのジャズやラップなどの黒人文化の消費文化への統合を考えている(McGuigan 2009: 96-99)。しかし筆者は、戦争や社会システムに反抗して形成されたジーンズスタイル、ミニスカート、パンク・カルチャーやフラワー・チルドレンが消費文化の中に統合されていった過程も、マグウィガンの考えに当てはまると考えている。近年では、チェ・ゲバラのTシャツなどでのアイコン化も、これに当てはまるだろう。
- 11) これはおそらく、ジョージ・オーウェルの『1984年』に出てくる、体制の範囲外のことを思考不能にする言語「ニュースピーク」から命名されたものである。
- 12) ドゥボールは、『スペクタクルの社会』などの著作を通して、文化産業によって生産されたイメージが氾濫し、イメージ自体が商品として流通する状態を現代消費社会の特徴とした。またボードリヤールはこの観点をさらに進めて、オリジナルのコピーとしてのイメージが氾濫した結果、もはやオリジナルとコピーの区別が無効になった状態を現代消費社会の特徴と考えた(この「オリジナルとコピーの区別がつかない」イメージが「シミュラクル」と呼ばれる)。たとえば、オリジナルの「芸術作品」というものは、情報として流通するうちにコピーが重ねられ、無数のイメージとなってしまうため、もはや存在しないのである。
- 13) ユーディシーのいう「市民社会」とは、「安定と政治的正当性を求める新自由主義の必要と、社会的構造調整の側面での生き残り目的に向けての草の根の組織の形成」に起源を持つものである(Yudice 2003: 95)。この「草の根の組織」というのはいわゆるNPO/NGOや財団などの非営利組織であり、これらの組織が国家や企業・国際組織と形成するアリーナが、ユーディシーのいう「市民社会」である。この概念は機能的な規定であって、当為・理想的規定でないことに注意していただきたい。
- 14) ユーディシーの検討は主題も地域も多岐にわたるが、ここではブラジルのファンク文化の検討を引きたい。ブラジルではカーニバルで行われるサンバなどの音楽が長年「国民的音楽」として国家によって保護されてきたが、1980年代以降、ファンクなどの音楽がリオ・デ・ジャネイロなどの大都市において流行してきた。この流行は、リオにおける数々の社会問題をファンクというジャンルにのせて批判するものであった。そしてそれが、ファンクを支援する国内外の非営利組織と結びついて、国家や自治体の施策に大きな影響を与えて

いるのである (Yudice 2003: 109-132)。ユーディシーによれば、これらの動きは、国家によって国民統合・コミュニティ統合に動員されてきたサンバという資源と、それに対して非営利組織に支援されるファンク (こちらは草の根のコミュニティ形成の資源として考えられる) のヘゲモニー闘争としてとらえられるのである。

- 15) 日本においても、「コミュニティ」「地域」「まちづくり」という概念と「文化」という概念は、1970年代以降の「文化行政」「文化政策」において常に結びついてきた。この過程はユーディシーの議論と重なり合うものであるが、日本独自の文脈によるところも大きいので、ここでは省略し、他日の検討にゆだねたい。さしあたり、筆者の研究である (梅原 2012) を参照していただきたい。
- 16) 注 14) で取り上げたブラジルの例を挙げれば、サンバもファンクもれっきとした消費文化である。ただ、これが国家やコミュニティの「文化資源」として作用すると、それは単に「クールな個人化」の消費文化にはとどまらない様相を示すのである。サンバが国家の資源であるのに対し、ファンクは草の根の社会批判として機能し、この両者の絡み合いが都市における文化のヘゲモニー闘争として現れるのである。
- 17) 最初は英文でアメリカの外交専門誌 “Foreign Policy” (May/June, 2002) に “Japan’s gross national cool” として掲載され、翌年に神山京子の訳で中央公論に掲載された。
- 18) マグレイが「アメリカン・クール」の実例としてあげるのは、アメリカ産のナイキやニューバランスなどのスニーカー、音楽、スターバックスなどである。一方「ジャパニーズ・クール」としてあげられているのは、マンガ・アニメの専門店「まんだらけ」とその中にある「銃を構えるびちびちの小妖精たち、かわいらしいモンスター、トランスフォーマーなど」(Mcgray 2002: 130-132) の「カワイイ」とされるキャラクター、宮崎駿の『千と千尋の神隠し』などのアニメ、いわゆる J-ポップ、またソニーのミニディスクプレーヤーな

どの電子製品である。しかしマグレイは基本的には実例を記述するのみで、本文に引用した文章以上の考察は行っていない。

- 19) ソフトパワーとは、武力などの「ハードパワー」に対して、国家の総合的な魅力 (外交の力、文化の力) などによって発生する力のことである。そして、ナイ自身は日本の「ソフトパワー」の可能性にきわめて懐疑的である。それは、日本が植民地支配の責任や戦争責任を取ろうとせず、そのためにアジア諸国から疑惑の目で見られているからである (梅原 2010: 86-87)。しかしマグレイはそのことについては全く述べていない。また、日本ではナイの「ソフトパワー」概念が「文化力」へと矮小化されて使用されている (梅原 2010: 86-87) が、それはマグレイのこのような不完全な記述にはじまるものと考えられる。
- 20) マグウィガンがいう「クール」という言葉は、アフリカ系アメリカ人などが自分たちの文化・態度を表現するために使用し始めた言葉であったことに注意しなければならない。
- 21) ここでは、セグメント化された日本のサブカルチャーをひとまとめに扱うことの危険性が存在する。例えば、現代美術でもはやされている村上隆などの作品と、さまざまなアニメ・マンガ・ゲーム、さらにファッションなどはひとまとめに扱えないであろう。また、マグレイが挙げている宮崎駿について言えば、彼と高畑勲がキャリアの初期の 1968 年に制作した『太陽の王子 ホルスの大冒険』は、ヴェトナム戦争への反対を込めたアニメであり、明確に反体制的な作品であった (いわばマグウィガンの「社会システムへの芸術的批判」に当たるであろう)。こうした日本のカウンターカルチャーの通時的な推移も考えに入れる必要があると思われる。
- 22) 少なくとも、「カワイイ」カルチャーを、パンクファッションと同列に考えることはできないと思われる。ただし、日本国内と海外では「カワイイ」商品の受け取り方に大きな差があると考えられるため、ひとつの視角からだけ考えることは危険で

あろう。

### 参考文献

- Goffman, Erving, 1959, *The presentation of self in everyday life*, New York: Doubleday anchor books  
(= 1974, 石黒毅訳『行為と演技—日常生活における自己呈示—』誠信書房.)
- Mcgray, Douglas, 2002, "Japan's gross national cool", *"Foreign Policy"* (May/June, 2002) (= 2003, 神山京子訳「〈ナショナル・クールという新たな国力〉世界を闊歩する日本のカッコよさ」『中央公論』2003年5月号: 130-140)
- McGuigan, Jim, 2009, *Cool Capitalism*, London and New York: Pluto Press
- Yudice, George, 2003, *The expediency of culture: uses of culture in the global era*, Durham: Duke University Press
- 梅原宏司, 2010, 「日本における『ソフトパワー』の構想と限界—『21世紀日本の構想』懇談会報告書から見ると」『Social Design Review』Vol.2: 80-95
- 梅原宏司, 2012, 「日本国家の歴史における『文化』という記号の変容—『文化』が指し示すものはどのように変化したか」『Social Design Review』Vol.4: 32-46

