

# 文化の変容に関する覚え書き

塩田 眞典

## I 文化資源か、文化資本か

通常、文化資源といった場合、どのようなものを指し、連想するの  
か？ まずは、美術館、博物館、図書館、コンサートホール等々、文  
化活動のために造られた諸施設が想起されるかもしれない。だが本来  
は、生産目的や生活の用途のために設けられた倉庫や駐車場、店舗と  
いった類のものであっても何らかの文化的な活動のために用いられる  
のであれば、それらは文化資源ともなりうる。それだけではない。美  
しい都市の景観や夜景、地域の景観も文化資源といえよう。たとえ  
ば、お洒落の似合う神戸や京都の街並み、美しい里山や棚田の景観、  
さらに分かりやすい例を挙げれば、富士山のような自然もまた文化資  
源である。

しかし、定義はこれら有形のモノのみに限定されるわけではなく、

無形の社会制度やしきたり、人々の取り結ぶ人的ネットワークも状況  
に応じて文化資源のカテゴリーに収まってこよう。地域固有の祭りは  
明らかに文化資源である。地縁、血縁関係、学閥、さらにはサロンや  
クラブ等で形成された社交集団も様々な文化活動に寄与しているとい  
う意味においては文化資源となりえている。一般化して述べると、文  
化資源とは、人々の文化活動のために利用可能な様々な人的・物的資  
源を指す。

話を元に戻す。先に述べたように、文化的な営みという目的のため  
の諸施設や道具類のみが文化資源なのではない。当初存在しているは  
ずのものは、山や河、海岸や森林といった自然一般、および過去の経  
済活動の成果として蓄積された経済資源一般、となる。それらの一  
部が文化資源として知覚され有効活用されることによって、文化的、

芸術的価値が創造される。この一連の動きは文化・芸術的創造力の所産である。

たとえば、ある地域の自然や諸施設が芸術イヴェントに有効活用され、一定の成果を収めたとしよつ。ここに芸術的価値が創造されたことになる。さらに、それに惹かれ多くの人々がその地域を訪れたとする。結果、その地域は経済的にも潤う。そのイヴェントの副産物として経済的成果もたらされたことになる。そこに着目しその種のイヴェントを定期的に企画したとする。毎期一定の経済的成果が見込まれるとなれば、その種の文化資源は資本化されたことになる。結果、その地域の経済活性化がはかられる。この後段の動きは経済的創造力、つまり企業者精神の所産である。前段の文化的創造力と後段の経済的創造力が結合したものが文化企業者的な精神となる。つまり、文化企業者とは、経済活動と文化活動の結節点ないし境界領域に位置し、両活動を仲介することによって、経済的採算性つまり市場性を保ちつつ、文化的価値を追求する主体であるといえよう。

文化活動のために利用可能な経済資源一般が乏しければ、文化的な営みもおのずと低調にならざるをえない。逆にいえば、高度な文化活動の華は豊かな経済資源ストックを土壌として開くのではないか。J・R・ヒックス<sup>(1)</sup>がかつて指摘したように、どの文明圏においても通常、経済活動のピークが文化活動のピークに先ずるようである。

この種のタイムラグが生じる原因は三項目ほど指摘できる。第一に、経済活動のピークを過ぎると、市場において需要の価格弾力性が

低下するという事態が生じる。値下げ競争によって良いモノをより安く大量に、といった戦略がもはや通用しなくなる。高度成長期にすでに人々の物欲は満たされ飽和してしまっているわけだから、彼らが意識し求めるのは一定の機能をもつモノではなく、モノに付随する社会的意味の側なのである。分かりやすくいえば、車をたんなる移動手段として購入するのではなく、むしろ一定タイプの車を所有し乗ることが社会的にどのような意味をもつかという側面に人々の意識が向かう、ということなのである。つまり、ブランドイメージが強く意識され、それゆえ生産物、サービスの差別化が企業にとって喫緊の課題となる。人々の意識は実用的なモノの消費にではなく、モノに付随する社会的意味、イメージ、物語の消費、さらにはコトすなわち文化的意味を有する体験の消費へと向かう。当然、それらを供給する側にもそれに対処できるセンス、文化力が求められる。人は「衣食足りて礼節を知る」ように「衣食足りてコトすなわち文化・芸術を識る」のであるろうか。

このような事態の進展に応じて人々の創造的才能の受け皿もそれまでの政治・経済分野から文化領域へと移行する。ヒックスいうところの「活気」の移行が第二項目として指摘できる。この段階においては、文化・芸術分野で活動する人々を経済的に支えるだけの物的、人的資源がすでにその社会には蓄積されている。経済成長のプロセスで蓄積された株式、社債、国債等の富、有閑階級の存在と主に彼らによって形成される社交ネットワーク、サロン等の存在が高踏的文化を

育む母胎となりうる。このような「活気」の移行を社会・経済的に支える制度の存在、これが第三項目として挙げられる。これはフロー経済からストック経済への移行の産物なのである。

## Ⅱ 食文化という事例<sup>(2)</sup>

文化資源、文化資本をめぐる議論を一般論から脱してもう少し分かりやすい事例に即して考察してみよう。たとえば食文化である。この分野においても、先述したタイムラグの命題が当てはまるようだ。

それにしても人は、①食べるために働くのか？ ②働くために食べるのか？ ①では「食べる」が目的、「働く」がその手段、②では逆に「働く」が目的、「食べる」が手段となっている。

極めて貧しい生活レベルにおかれた場合、人は食べるために働かざるをえない。この場合の「食べる」とは、「生きる」つまり生存を維持するというに等しい。やがて生活水準が徐々に改善し始めると、向上への意欲が刺激され、人は②働くために食べる。食べることは手段にすぎず、ファーストフード的な世界が出現する。食事はガソリン補給と等しい行為となる。さらに事態が好転し豊かになると、再び人は「食べる」ために働く、あるいは働かなくても「食べる」という事態に至る。ここに「食べる」とは、たんに生命を維持するという意味ではなく、食文化をそれも豊かな食文化を享受するという意味をもつ。このような段階を事態①ではなく③と定義してみる。

こうした事態の進展は一個人の人生のみならず、地域社会の歴史やさらに広く文明史においても該当する。要するに経済がある程度豊かになると、生活を楽しむ余裕が生まれ、その一環として日常生活の中でも食事それ自体を楽しむことが出来るようになり食文化の華が開く。もちろん、未開な社会であっても、祭りのようなハレの日には豊かな食材を人々が共食するという意味では食文化が存在するのではあるが、日常生活においては、文化以前の事態①が該当する。

ある程度社会的安寧が達成され、経済が繁栄に向かうと、食文化も華を開く。そのプロセスで様々な文化資源が有効活用されてゆくことになる。では、食文化にとっての文化資源とはどのようなものを指すのであろうか。

まず指摘しておかなければならないのは、食文化を支えるための人材、たとえば料理人を確保し、多様な食材を安定的に調達するためのルートの存在である。それは具体的には、整備された安全な街道、道路網、鉄道網、定期的な海路や水路、空路等の存在である。さらに、多様な食材が日々取引される場、市場それも規模の大きな市場が存在しなければならぬ。それらはたんに食文化に貢献しているだけではなく、その地域に定期的に経済的収益をもたらしているわけだから、文化資本とも定義できる。

当然ながら地域固有の食材や陶磁器、漆器等の食器類もその範疇に入る。料亭、レストラン、喫茶店、居酒屋や屋台、大衆食堂等々、食事のための施設はいうまでもなく、その他町家や銀行の建物、学校や

消防署のような公的施設も場合に依じてそれらを改装することにより食文化のための資源となりうる潜在的可能性をもつ。

しかし、こういったモノばかりが文化資源なのではない。料理人たちによって創造され伝達、伝承された調理技術は最重要の文化資源である。ただし調理技術は、現代においては科学に接近しつつあるとはいえ、いまだ科学技術ではなからう。それは伝統芸能や様々な楽器の演奏と同様、暗黙知を含むゆえ、その伝達、伝承は人から人への直接的接触がベースとなる。したがって、多様な人々の往来、交流がなければ、豊かな食文化は開花できない。その意味において、物資の輸送のみならず人々の自由な往来が保障されるような社会資本の整備がその前提を成す。

調理技術の創造、伝達、伝承はたんに専門家である料理人のみによって担われるのではない。そのプロセスは料理人とそれを味わう人たちとの相互作用によって進行する。そのプロセスにおいて料理文化は変容を遂げ多様化、進化し発展する。ならば、食文化、あるいは料理をめぐる文化といったほうが良いのかもしれないが、それが変容し発展するためには、味の分かる人たちが集団で存在していなければならない。食事がたんに生理的欲求を満たすための行為ではないとすれば、つまり事態が①ではなく③にあるとすれば、食事は一つの文化的行為であるとみなされる。味の良し悪しは、生理的レベルではなく、文化的なレベルで受け止められ、論じられ、判定される。

ここに、味が分かるとは一つの食文化の体系を識るということであ

り、一つの文化が在るということは、その地域の人々に「感覚をベースにしたある価値観が共有されている」ということを意味する。「感覚をベースにした価値観の共有」とは、この場合「感覚の共有」と同意なのである。

「はんなり」とした…、という表現がある。主に関西地域で用いられる言葉であり、ある種独特の落ち着いた華やかさを表す。それは視覚や聴覚、味覚等に用いられたりもするのだが、それら個々の感覚を越え全体の雰囲気や述べたりするときにも使われる。会食の場の「はんなり」とした雰囲気、といった具合に。会食の場に居合わせた人々はその独特の雰囲気、感覚を共有しているのである。地域固有の文化とは、そういった類のものであり、その地域の人々の「感覚の共有」をベースに成り立つ。このことはもちろん、食文化において最も了解しやすい、腑に落ちやすい事例で存在する。

### Ⅲ 文化資本

文化資本とはどのようなものを指すのか。ここで強調すべきは、文化資本なるものは、当初から必ずしも客観的な形で存在するものではない、ということである。それは資本財一般の中に潜在的に含まれているものでなく、それを文化資本とみなすか否かは、その資本財の活用の方法如何にかかっている。

理論上、資本財の価値Ⅱは以下の式で定義される。

$$\Pi = \frac{\pi_1}{1+r} + \frac{\pi_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{\pi_n}{(1+r)^n}$$

ここに、 $r$  は利子率、 $\pi_1 \sim \pi_n$  は当該資本財がもたらす将来収益の流れ、 $n$  は資本財の耐用年数を表す。したがって、 $\Pi$  は将来収益の割引現在価値に相当する。

このような数式で表されると、あたかも客観的なデータのようにみえてしまう。しかし、 $\pi_1 \sim \pi_n$  はあくまで当該資本財のある特定の目的で活用しようとする企業者の予測する数値にすぎない。

いま、ここにコップがあるとす。コップは普通、水やジュース、アルコール等の液体を飲むための容器として用いられるが、それ以外にも筆立て、花生け、照明器具、さらには楽器たとえばグラスハモニカとしても活用可能である。それをどのように用いるかは所有者の考え方、判断次第である。

コップを資本財に見立ててみる。コップでいえることは造船所、コンサートホール、倉庫等にも適用できる。造船所はロックコンサートの会場として、コンサートホールは入学式や入社式、その他様々な催し物の会場として、倉庫はギャラリーや工房としても使用できよう。

それらの諸施設をどのように用いるかによって $\pi$ の値は異なってくるはずである。完全競争一般均衡モデルを前提とするのではない限りは、その資本財を活用しようとする企業者の主観によってその値は異なってくる。つまり、これらは客観的数値ではなく、主観に基づいた数値ではないわけである。しかもこのことは資本財一般について該

当することである。

では、文化資本の場合はどうか？ 文化資本がもたらすであろう将来収益が $\pi_1 \sim \pi_n$ であるなら、それらはたんなる金銭的数値ではなく何らかの意味において文化的価値を含んだ数値となるはずである。人々が特定の文化に抱く価値観がその数値に織り込まれることになる。

文化資本の場合、それが生み出すはずの価値、すなわち将来収益の流れとは、特定の文化に対し地域社会の人々が抱く価値観、つまり「人々に共有された価値観」に基づいて算定されることになる。

この場合、文化企業者は彼の主観のみに基づいて将来収益を推定するわけではない。さりとて、推定のベースに確たる客観的データがあるわけでもない。彼が拠り所とするのは、恣意的な主観でも確たる客観でもない領域、人々に共有された価値観となる。当該資本財を用いた計画がその地域の伝統に根ざした類のものであるならば、文化企業者にとって、共有された価値観はすでに与えられており、さらにそれを補強する試みが求められることになる。しかし、その計画にまつわる価値観がまだ人々の間に形成されていないとなれば、彼は人々の感性、知性にアクティヴに働きかけ、説得し、新たな価値観の形成に寄与しなければならない。

前者は、伝統文化の継承、深化、多様化の試み、後者は、新たな文化の創造、つまり文化上のイノベーションに相当する。そのいずれの試みも、文化企業者的な精神が介在しなければ成就しえない事業なのである。

#### IV 文化の連続性と非連続性

文化の連続性とは、ある特定の文化が継承された上で深化し多様化しつつ変容していくプロセスを指す。そのプロセスにおいても創造的な精神は介在する。それに対し文化の非連続性とは、それまでの伝統文化の大胆な読み換え、そこからの逸脱、それまでには存在しなかった新しい文化形態の創造を指す。

非連続性に着目すると、たとえば音楽のジャンルでならば、一八世紀末から一九世紀初頭におけるヴィーン古典派音楽の成立<sup>(4)</sup>、二〇世紀初頭アメリカ合衆国におけるジャズの誕生、同じく一九四〇年代末から五〇年代にかけてのロックミュージックの誕生<sup>(5)</sup>が挙げられよう。

食文化の歴史においてもそのような事例は枚挙のいとまもない<sup>(6)</sup>。では、どのような政治・社会・経済的背景の下で文化の連続性が保たれたり、非連続性が生じたりするのか<sup>(7)</sup>。

第二次大戦直後の廃墟と化したヴィーンを舞台にしたキャロル・リード監督の映画『第三の男』(一九四九年)には次のような台詞が出てくる。「こんな話があるぜ。ボルジア家の三〇年、争い続きのイタリアでは、ミケランジェロ、レオナルド・ダ・ヴィンチ、ルネサンスが開花した。兄弟愛のスイスでは五〇〇年の民主主義と平和で鳩時計止まりさ。じゃあな<sup>(8)</sup>」「このような台詞を言い残し、密売人ハリ・ライムは大観覧車の前から去る。

天才か、鳩時計か？ この二者択一的命題はたしかに一面の真理を衝いているようだ。戦乱や動乱は普通の人々には不幸な事態ではあつ

ても、そのような環境の中から天才的な着想に基づいた文化史上のイノベーションが生み出されたりもする。逆に平和の幸福感は文化史的には停滞しかもたらさない。

本当にそうか、これは極論ではないのか？ 四六時中戦乱に明け暮れていたのでは、文化・芸術に関わるような精神的余裕は保てないのではないか。逆に平時であるからといって、その社会が全般的に精神弛緩状態つまり平和ボケの状態に覆われているわけでもなからう。平時にも不確定要素、不確実性は存在する。しかも平和な時代であればこそ、それらの要素に対する恐れが精神的緊張を強いる。したがって、事の実情はもう少し複雑なものとなる。

ある国や地域が動乱の時代にあるとしても、すべての人々が年中戦に明け暮れているわけではなく、平和が保たれる時や場所が充分に存在し、人が文化・芸術に関与できる精神的余裕も自ずと生じたのではないか。ただし、そのような状況下で生み出された文化は、平時のものとは多分に異なり大胆な非連続性をはらんだものとなる可能性が高い。しかもこのことは、ルネサンス期のイタリアにもわが国における戦国末期から安土桃山時代にも該当する。

他方、国や地域が平和な時代にあるとしても、全国、全地域一律に平和で覆われているはずもなく、不幸な事故や事件は散発的に起こりうる。さらに、日常生活の中で人は誕生と死にまつわる様々な出来事を体験する。それらの出来事が人の心をさざ波のように打ち、ある種の緊張感、刺激をもたらす。そのような環境の下、人々は文化に關与



リーデル社のワイングラス・カタログ

する。そこにあっても、伝統的な文化を継承しつつも、当たり前のことではあるが、創造的な精神は介在する。それは、文化の連続性を保ちつつ伝統的な文化の洗練、深化、多様化という方向に誘う。

話をコップの比喻に戻す。コップを飲み物の容器として使い続ける。これが文化の連続性に当たる。議論を食文化に限定しても、その文化が継承されゆくプロセスにおいても、ちよつとした創意工夫が積み重ねられることによって、洗練され深化し多様化してゆく。たとえば、リーデル社のワイングラス・カタログを参照してみよう。このワイングラスの多様な形態の背後に飲酒文化の洗練・深化・多様化といった一連の現象が読み取れよう。同様のことは、抹茶茶碗やその他茶道具の多様な形態からも読み取れるはずである。

コップを筆立て、花生けや照明器具、楽器等の用途で用いる。これが文化の非連続性に当たる。そこにあつては、コップはもはや「コップ」ではない。それまで存在していた要素、この場合にはコップだが、その大胆な読み換え、組み換えといった作為がそこには伴う。ささやかながら、これが文化史上のイノベーションに喩えられる。

もちろん、連続性、非連続性、文化がそのいずれの方向に変容するにせよ、当初コップに喩えられるところの何かが存在していなければならぬ。様々な社会資本ストックの存在、それらは過去からの経済活動の成果としてのストックであり、モノばかりではなく制度や人的ネットワークも含まれるのだが、そのようなストックの存在こそが豊かな文化活動の前提条件となる。つまり無から有は生じない。それゆ

え、ヴィーン、パリ、ロンドン、ニューヨーク、京都等、古くから存在する諸都市から意外にも前衛的な文化・芸術が生み出されたりもする。それらの諸都市には伝統という名の大胆に読み換え、組み換え可能な諸要素が豊富に存在しているから。

映画の台詞「平和な時代が鳩時計しかもたらさない」とは、あきらかに誇張でしかないわけだが、たしかに平時と動乱を抱えた時代とは生み出される文化には質的差異が認められるようである。平時には、ある限定された文化領域内での、つまり伝統が継承された上での洗練、深化、多様化といった質的变化が見受けられるのに対し、動乱を抱えた時代には、特定の文化領域を越境した大胆な読み換え、組み換え作業、つまり文化史上のイノベーションが頻発する。

## V 価値観の揺らぎ、危機意識と文化の変容

文化の行方を規定する要因として何が指摘できるのであろうか。当然、それを育んだ時代背景が挙げられよう。より厳密には、政治・社会・経済を包摂した時代背景の質、さらにはその質的変貌ということになる。

ただしその際、時代背景を、戦時か平時かと二分化し、二者択一的に論じるのは、いささか単純化の誘いを免れない。人々が抱く危機意識、危機感に着目してみる。危機感が戦時、動乱時に高まり、平時には消失すると断定できるのか。戦時には明らかに危機感が高まる

が、平時に消失するわけでもない。

ここで、「人々の間で共有される価値観」の揺らぎをヒントに考えてみよう。その種の揺らぎは、程度の差こそあれ、いつの時代にも見受けられるものであるのかもしれない。しかしその揺らぎが頻発し、激しくなると、危機意識が生まれる。そのような事態が生じた歴史的事例を「戦時か、平時か」の二分法から離れいくつか特定してみる。

わが国であれば、(1) 戦国末期から安土桃山時代にかけての期間、(2) 幕末から明治期にかけての期間、(3) 第二次大戦敗戦から高度成長期に至る期間、等が挙げられる。

(1) が生み出した文化的事例の一つとして、干利休による文化的貢献、茶道様式の完成と懐石料理という新しい食文化への貢献を挙げしておく。

(2) から生まれたもの、それを一語で要約すると、欧米の文化がわが国の社会に取り込まれる際の独自のスタイル、つまり取り込まれ方の独自性ということになる。和洋折衷の住宅の構造、(伝統的衣類(着物)と洋服の混在した生活スタイルと人々の仕草、欧米の食材を和風にアレンジした食文化等々である。そこにみられるのは欧米の文物を急速に取り入れなくてはという人々の強迫観念と伝統文化とのせめぎ合いの産物なのである。

(3) 敗戦による伝統的な価値観の崩壊とその後が生じた急激な経済成長がもたらした文化的産物、とこれは定義できる。そこに展開されたのは高踏的文化であるよりも大衆もしくは庶民レヴェルに目線を合わ

せた独創的な文化であった。自動車や様々な家電製品、インスタント食品等が急速に普及し、多くのヒットソングや映画のヒット作が生み出され、大衆的テレビ番組が数多く制作・放映される。それらの多くは当時にあつては、低俗、通俗、画一的、白痴的といった言葉で批判されたりしたのだが、今日的な視点から考察すると、極めて独創的な頭脳が生み出した成果物であり、作品群であつたことが判明する。

つまりこの時代、文化企業者的精神は、一部の特権的なエリートや富裕層にはなく、広く大衆レヴェルにそのハケ口を見出したのである。

世界史に眼を転ずると、そのような歴史的事例は枚挙のいとまもないが、あえていくつかの事例を挙げてみよう。たとえば、ルネサンス期のイタリア半島、宗教改革時の西ヨーロッパ全域、フランス革命、産業革命期の西ヨーロッパ、二〇世紀前半、戦間期（一九二〇～三〇年代）の欧米社会といったところが想起される。本稿では、現代と文化的に深く繋がりをもつ戦間期の欧米社会に着目し議論の焦点を絞る。

その時代、第一次大戦が終結したという意味では一応平和が保たれているものの、それは波乱含みの平時なのである。第一次大戦によって一九世紀的な政治・経済システムは崩壊する。敗戦によって中欧に君臨したハプスブルク帝国は崩壊し小国に分裂、同じくドイツ帝国は崩壊し共和政に移行、ロシア革命により帝政ロシアは消滅し新たに社会主義国ソヴィエト連邦が成立する。英国は戦勝国ではあつても大英

帝国としての国力は衰退し、世界金融の中心はロンドンからニューヨークに移行、その結果アメリカ合衆国が新たな経済大国として台頭する。ただし戦間期には、一九世紀的旧秩序は崩壊したものの未だ新しい秩序は確立されてはいない。それは極めて不安定な暗中模索の時代なのである。

政治・経済システムが不安定であるがゆえに、証券市場におけるバブルの破裂が大恐慌を招いてしまう。平時といえども人々が抱く時代の空気感は今と似てそのテンションを高める。危機意識の高まり、不確実性への不安、懸念、新秩序への渴望といった言葉で表される気分が漂う。しかもそのような気分は、政治・経済領域のみならず社会一般、文化・芸術領域、さらには社会科学や自然科学等の学問領域にまで越境する。そして、戦時、平時を問わずその時代を生きる人々の危機意識が高まると、文化もより過激な方向に傾斜しがちとなる<sup>10)</sup>。

この時代における政治・経済システムの解体と変容は、それと連動しつつ社会制度や人々の生活様式、行動様式にも変化を促す。ここに、マクロ的にいえば、危機を回避し管理しようとする時代の要請が生まれ、より狭義にはそのような状況に対処しようとする社会的ニーズが生まれ、さらにそれらが具体的な形をとれば、新たな財・サービスに対する市場需要が生まれる。危機をコントロールしようとする試みには、創造的精神が要請される。つまり危機管理とは創造的行為なのである<sup>11)</sup>。それらの行為は広義には、ルートヴィヒ・フォン・ミーゼス<sup>12)</sup>というところの「投機」的精神、J・M・ケインズ<sup>13)</sup>というところの「ア二

マルスピリット、企業者精神の所産なのである。

戦間期に生まれた分かりやすい具体例を二〜三取り上げてみよう。

J・M・ケインズ(一八八三〜一九四六)による『雇用、利子および貨幣の一般理論』の出現は一九三六年のことである。彼は、この時代、不安定化してしまつた先進資本主義国の経済システムへの大胆な対策を提案している。第二次大戦後、彼の提唱した対策は、その全てではないが、マクロ経済学の中に不況対策マニュアルのような形でテキスト化された。

ミクロ的な例を挙げるとすれば、シャネルの仕事である。ガブリエル・シャネル(一八八三〜一九七二)が服飾デザイナーとして活躍し始めるのは一九一〇年代の事であつた。<sup>(13)</sup>彼女が手掛けた衣装デザインは、第一次大戦時より始まつた女性の社会進出と連動している。つまりそれは、ベル・エポック期にみられた装飾過剰な衣装ではなく、よりシンプルで機能的、活動的なデザインとなっている。明らかに彼女の仕事は衣装デザインという狭い領域に限定されるものではなく、他の文化領域、たとえばバレエやモダンアート等の動向、さらには社会の動向と連動、共鳴しつつ行われている。

より包括的な文化運動を取り上げてみよう。ヴァルター・グロピウス(一八八三〜一九六九)によって開始されたバウハウスの運動(一九一九〜一九三三)<sup>(14)</sup>も戦間期の出来事であつた。二〇世紀に入ると先進資本主義国では、科学技術の進歩と工業化の進展により、多種多様な機械類が社会に出現する。職場では従来存在しなかつたような複雑

な工作機械や事務機械の活用がはかられ、街中では自動車に集約される新しい交通手段が出現し馬車等の古い乗り物を駆逐する。さらに家庭内には、ラジオや掃除機、トースター等の調理器、その他多様な家電製品が侵入する。つまり、様々な次元で「機械」が社会を覆いつくす。もちろん機械は便利なものである。つまり、多様な機械類によって社会は利便性を享受できる。しかし他方、急激な機械類の出現と普及によって職を奪われる人々も出てこよう。しかも、従来からの働き方や生活様式さらには街の景観等と抵触し、人々に心理的抵抗、圧迫感呼び起こす。とりわけ後者は文化的な課題といえよう。

社会は機械と、あるいは機械という言葉に集約される工業化という事態と、どう折り合いをつけるのか。この課題と取り組んだのがバウハウスであつた。<sup>(15)</sup>バウハウスはたんなる工業製品のデザイン研究所であつたのではない。機械を古い価値観や生活様式、景観に適合させようと試みたのではない。バウハウスの理念はその逆に「機械の時代」にふさわしく生活空間や街の景観を再構築していこうとする発想と繋がる。さらに敷衍すれば、社会を新しい時代にふさわしく形の上で変革していこうとする前衛的な思想に基づいた運動であつたともいえる。形(フォルム)も思想をはらむものであるから。

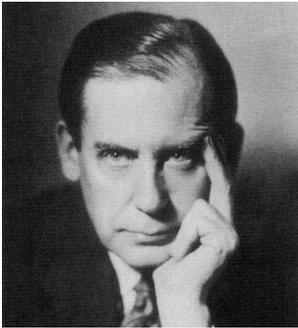
そこで生み出されたものは、過剰な装飾を排した極めてシンプルで機能的な形態の家具、用具、機械製品そしてビルや住宅等の建築物であつた。それらは機能的でしかも美しい。つまり機能美が追求される。その目的のために、ヨハネス・イッテン、パウル・クレイ、ヴァ



ヴァシリー・カンディンスキー、1929年



ヨハネス・イッテン、1921年



ヴァルター・グロピウス、1928年頃



パウル・クレー、1927年

『バウハウス』245～247ページ

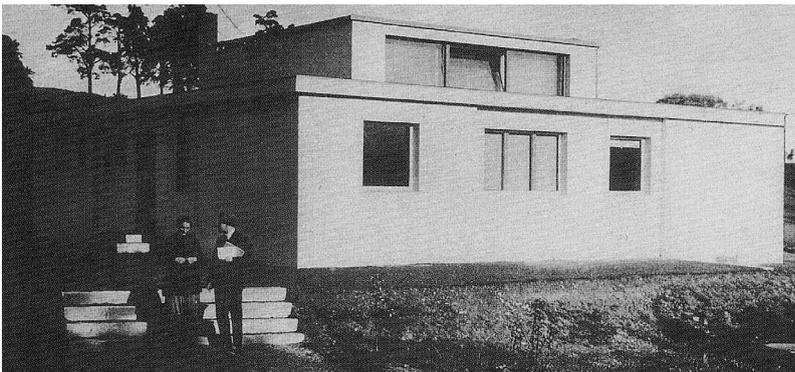
シリィ・カンディンスキーといった前衛抽象画家たちがバウハウスに招聘される。このように社会を未来に向かって過激に変革していこうとするバウハウスの運動は、他の革命的芸術運動、ロシア・アヴァンギャルドや革命思想運動とも呼応共鳴する。<sup>(16)</sup> またそれとは逆に、保守的な思想や運動と激しく対立することにもなった。

ここではアドルフ・マイヤーの実験住宅を取り上げてみる。<sup>(17)</sup> 余計なものを全て削ぎ落とし、機能的に切り詰められた住宅内にキッチンが組み込まれている。作業台やガスレンジが据え付けられ、水道や給湯

器が取り付けられた、この工業的に規格化されたキッチンの延長線上に現代のシステムキッチンが位置づけられよう。ところで、このようなキッチンから、どのような食文化が生まれるのであるうか。

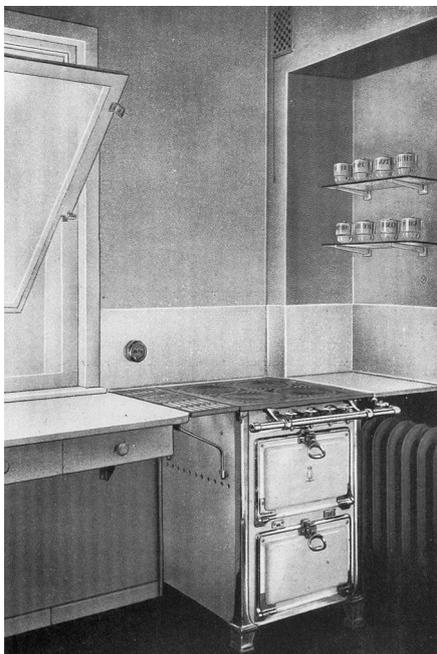
抽象的、概念的に述べると、それはおそらく工業的に規格化された機能的で効率的な食文化となるう。もう少し具体的に述べると、食品産業部門であらかじめ加工された食材類、たとえば缶詰、瓶詰め、インスタント食品等を組み合わせ、電気やガスを用い、さほど習熟を要さない単純作業によって短時間で出来る上がる料理類に集約される文化となるう。

機械の利用による作業の効率化、これは生産現場に止まらず家庭内にまで及ぶ。これはまた炊事に限らず、掃除、洗濯、庭の手入れ等々、様々な家事労働全般に適用される。作業の効



モデル・ハウス、1923年 ゲオルク・ムッペ(構想)、アドルフ・マイヤー(企画、施工)

『バウハウス』106ページ



台所 流し台、戸棚、作業台、1923年

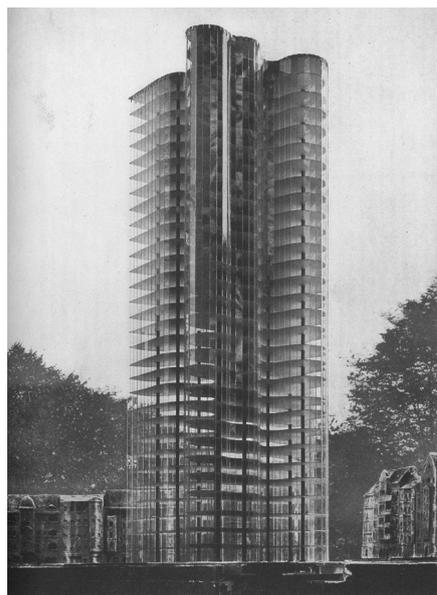


台所 ガスレンジを含めた部分図、1923年

『パウハウス』 54～55ページ

率化によって時間が節約され、空いた時間はより有意義な活動に充てられる。こうして主婦は家事労働から解放され、有意義な社会活動、創作活動へと向かう。一部の特権的な身分ではない普通の女性が多様な社交、ボランティア活動、文化・芸術活動にも参加できるようになる。これが工業化された社会における戦間期の将来構想に連なる。もちろんその一部にすぎないのだが、パウハウスの実験住宅は女性の社会進出という動きと連動した将来構想の一部を構成するものとして理解できよう。

こうしたパウハウスの運動は新たに成立したナチス政権による学校封鎖（一九三三年）という事態で終結する。しかし、戦間期に試みられたパウハウスの実験運動が生み出したもの、ガラスと鉄骨とコンクリートで構成されたビル、工業的に規格化され無駄を極力排した機能

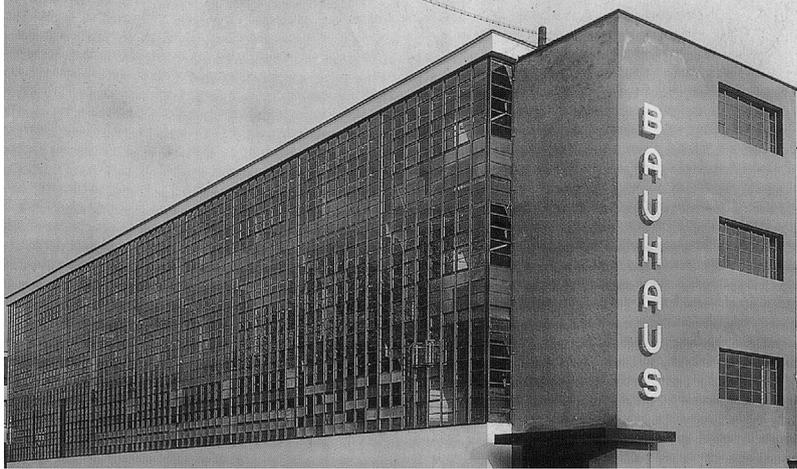


ミース・ファン・デア・ローエ、ベルリン鉄とガラスによる高層ビルのためのモデル、1921年

『国際建築』 49ページ

的な住宅、金属製パイプで作られた椅子や机等の家具類、抽象的デザインのオブジェのような照明器具、モンドリアンの抽象画のようなシステムキッチン、これらは全て今日の日常空間を満たしている。つまり、バウハウスは未来を形の上で先取りした、二〇世紀の「形」を創造した実験運動であったといえる。

これら様々な物類の形態は人々のライフスタイル、行動様式を規定してしまふ。では、形が行動を規定するのか？ その逆なのか？ おそらくは、一般化して言えば、形と行動は相互依存の関係にある。しかし、戦間期には形態と行動とが齟齬をきたしていたのではないか。行動様式



バウハウス館 工房棟、1926年

『バウハウス』122ページ

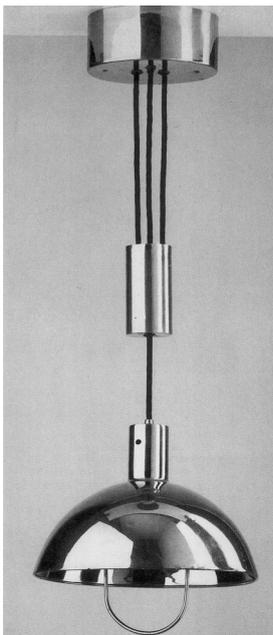
の変化が現状の形と抵触する。逆に、形の過激な変化が従来からの行動様式に抵触し、様式に変化を促す。この時代、生産現場、公共空間さらには生活空間においても、形態と行動とのせめぎ合いが生じていた。



グロピウス邸の居間

『バウハウス』130ページ

結局、効率性、機能性、機械化といった概念が二〇世紀前半の文化に様々なレヴェルで刻印を残している。「機械化が図られるべきである」「機能的であれ」「効率的であれ」という観念が人々の心に取り憑く。当然、食文化にもこれらの観念は浸透する。機械化された機能的なキッチンで効



マリヤンネ・ブランド、ハンス・ブルツィレンベル 昇降装置付吊りランプ、1926年

『バウハウス』155ページ

率的に製造された食材類を用いて調理された料理の数々、それらに象徴される文化は、極力無駄を排した画一的食文化、食生活、ダイエット的食生活、さらにそのような食文化が目指す理想的体型、無駄を排したスリムな体型、そのような体型を包み込む衣装デザイン等々、といった具合にそれが及ぼす領域を侵食拡大させてゆく。このようにして抽象的概念は分野を越境し二〇世紀の文化全般を覆いつくす。では今日、文化はどのような状況にあるのか。

もちろん今日の状況は二〇世紀前半に生み出された型の延長線上にある。たとえば、かつての「機械」がその発展系であるAI（人工知能）に置き換えられ同種の議論が展開される。AIの活用によってすばらしい未来が拓ける、否、AIによって職が奪われ人間の知能は退化する、われわれはAIとどう折り合って生きてゆけばよいのか、等々である。楽天論、悲観論、議論はその両極の間を揺れ動くというのが現状である。このような状況を考察する際に、先述の二〇世紀前半の事例が参考になるのではなからうか。

## VI 「需要・供給の世界」と文化の変容

経済学者は物事を「需要・供給の世界」に引き込んで理解し処理しようとする思考癖があるようだ。ここでも、あえてそのような癖に従い、特定の文化の生成、変容、消滅等の現象を「需要・供給の世界」のタームで考察してみよう。

近代社会にあつては、特定の文化には必ずそれに直接、間接に付随する財やサービスがあり、その市場が存在する。たとえば、茶道には茶の市場、茶器の市場があり、飲酒には、酒の市場、酒器の市場、飲酒の場とそれらにまつわるサービスを提供する市場が存在するように。それゆえ、ある文化が社会に定着しているということは、それにまつわる市場がその社会に確たる形で存在していることを意味する。ここでいう確たる市場とは、一方に当該財の生産者、他方に需要者つまり消費者がそれぞれ存在し、独立した流通業者が両者を仲介するような制度化された市場を指す。このような状況すなわち需要と供給が安定した形で存在する状況を事態(A)と定義しよう。(A)は特定の文化が安定した状態で社会に定着している状況と対応している。

需要と供給は一応存在はするのだが、それらが揺らぎやすい状況、つまり与件が絶えず小さくではあっても変化するような状況、つまり少々ダイナミックな状況、これを事態(B)と定義する。(B)は特定の文化がある枠内で、洗練され深化したり多様化したりする状況と対応している。(B)は再び(A)へと復帰することもありうる。その文化が新たな変種(ヴァリエーション)を生み出し定着したのである。あるいは、事態が(B)から(C)へと移行する。

事態(C)においては、需要と供給が相互に質的影響を与え合い融合する。ここでは、文化を創造し発信する側、供給側と文化を享受する側、需要側との役割分担があいまいになり、場合に応じて需要側が供給側に、つまり発信する側に転じたりもする。新しい文化が生まれつ

つある現場では、このような事態が生じやすい。したがって、事態(C)は(B)から移行するとは限らない。そのようなケースが文化の非連続性という用語で語られる。

新しい文化が生成しつつあるプロセスにおいては、「需要・供給の世界」は未だ成立してはいない。人々は自分たちが何を具体的に欲しているのか自覚のないまま未知の何かに対し漠然とした願望、期待を抱いているにすぎない。これはいまだ需要という形をとってはいない。他方において、人々の願望、期待に応えようと試行錯誤しつつ新しい文化を創造しようとする人たちが存在する。彼らはいまだ供給者とはいえない。しかし、新しい文化が生み出される「場」においては、この両者を仲介するような人たちがおり、彼らが相互作用しつつ融合できるような社会制度が存在する。彼らは需要者でも供給者でも仲買人でもない。いまだ確たる市場は成立していないから、これは「需要・供給の世界」ではない。結局、「需要・供給の世界」とは、文化創造という現象に焦点を当てた場合、事後的な概念にすぎないのである。

特定の文化・芸術をめぐる議論においては、それを創造する側に焦点を絞り分析されることは多々あっても、享受する側からの議論は近年増えつつあるとはいえ、比較的稀である。しかし、この種の現象を理解するためには、両側面への目配りが必要となる。需要と供給、あるいは需要以前の状況と供給以前の状況、といった具合にである。

新たな文化・芸術が立ち上がる「場」には、必ずそれを享受しようとする人たちが潜在的な形で存在する。彼らはいわゆる「分かる人たち」なのである。彼らは将来、需要者になるであろう人たちではあるが、今は未知の何かを欲しているにすぎない。彼らが漠然と欲しているものは、自分たちが生きている時代の気分、雰囲気、空気感に根ざしている。その時代を生きる人々が感覚や感情をベースに共有している価値観、それも半ば無意識、無自覚の価値観が「時代の気分」を醸成する。時代の気分とは漠然とした捉えどころのない概念ではあるが、それは文化の様々なジャンルを越境し、文学、音楽、絵画等の作品群にその痕跡を残す。

時代の気分は、それが結晶化すれば思想にもなりうるのだが、思想以前であれば、時代が変われば儂くも消失してしまう。それはその時代を生きる人々には空気のようにあたりまえではあっても、次の世代には必ずしもそうではない。芸術作品が時を経て古典化してしまった場合、われわれに分かりづらなのはその作品を生み出した時代の空気感なのである。その作品のみの分析からそれを推定できない場合、その作品と同時代に生み出された他ジャンルの作品群から推定するしかない。ここに推定されたもの、それは様々な文化・芸術作品群を育む「場」「土壌」なのであり、それへの理解なくしては、個々の作品を時代の文脈の中で総合的に述べることなど出来はしない。

## 注

- (1) J・R・ヒックス著、新保博・渡辺文夫訳『経済史の理論』講談社学術文庫、一九九五年、一〇一ページ、塩田眞典「近代ヨーロッパ都市社会における感覚の共有と文化の創造」『大阪商業大学商業史博物館紀要』第一四号、二〇一三年、参照。
- (2) わが国の食文化に関しては、以下の文献を参照。  
石毛直道『日本の食文化史―旧石器時代から現代まで―』岩波書店、二〇一五年。  
熊倉功夫『日本料理の歴史』吉川弘文館、年。  
河野友美『食味往来―食べものの道』中公文庫、二〇一五年。
- (3) たとえば、北前舟(廻船)による昆布の流通ルート等が挙げられる。河野、前掲書、参照。
- (4) パウル・ベッカー著、松村哲哉訳『オーケストラの音楽史―大作曲家が追い求めた理想の音楽―』白水社、二〇一三年、2章 古典派のオーケストラ、参照。
- (5) 中村とうよう『ポピュラー音楽の世紀』岩波新書、一九九九年、参照。
- (6) 熊倉、前掲書にそのような具体例が多数掲載されている。
- (7) 文化における非連続性を示す事例も、精査すれば連続性を示唆する痕跡が認められる。それは大胆に飛躍した連続性ともとれる。結局、連続性、非連続性の仕分けは論者の分析目的に応じてかなり恣意的にならざるをえない。
- (8) グレアム・グリーンによる同名の小説には、そのような台詞は存在しない。ハリー・ライムを演ずるオーソン・ウェルズはその台詞を条件に出演を快諾したらしい。「俺にも言わせろ」という次第。
- (9) 熊倉、前掲書、参照。
- (10) この時代の空気に言及した文献として以下のものが挙げられる。  
モードリス・エクスタインズ著、金利光訳『春の祭典―第一次大戦とモダン・エイジの誕生』TBSブリタニカ、一九九一年。
- (11) ただし、危機管理マニュアルに従った行為はそうではない。危機が管理されたならば、それはもはや危機ではないからである。
- (12) ミーゼスは「投機」の意味を金融論的に狭く限定してはいない。Speculationとは、将来に思いを巡らし手当てをしようとする人間の行為全般を指す。したがって、金融的な投機行為はその一部を指すにすぎない。  
ルトヴィヒ・フォン・ミーゼス著、村田稔雄訳『ヒューマン・アークション』春秋社、一九九一年、参照。
- (13) 成美弘至『20世紀ファッションの文化史―時代をつくった10人―』河出書房新社、二〇〇七年、シャネルの章、参照。  
シャネルはディアギレフ・バレエ団で衣装デザイナーの仕事も行なう。その際、パブロ・ピカソやイーゴリ・ストラヴィンスキーとも知己を得、創作上の刺激を受ける。  
塩田眞典「文化企業者ディアギレフの仕事―その文化史の意味と経済的意味―」『文化経済学』第3巻第3号、文化経済学会〈日本〉、二〇〇三年三月、参照。
- (14) マグダレーナ・ドロステ著、マリコ・ナカノ訳『パウハウス』タツシエン・ジャパン、二〇〇二年、参照。  
パウハウス運動に関してはそれ以外に以下の文献を参照。  
アドルフ・マイヤー編、貞包博幸訳『パウハウスの実験住宅』パウハウス叢書3、中央公論美術出版、一九九一年。  
ヴァルター・グロピウス著、貞包博幸訳『国際建築』パウハウス叢書1、中央公論美術出版、一九九一年。
- (15) パウハウスの運動は当初からある種の矛盾を抱えていた。それは、工業化しつつある社会とどう折り合うのかという課題と芸術至上主義から脱し生活の中に芸術を取り戻そうとするアーツ・アンド・クラフツ運動から引き継いだ課題との対立である。前者はグロピウス、後者はイッテンに代表される。グロピウスは企業との提携を目指し市場志向的であるのに対し、イッテンは芸術志向的であり、結局この対立に

よりイッテンはバウハウスを去る。こうした過程を経て、バウハウスは工業化された社会の将来イメージの構築へと走る。

(16) 海野弘、解説・監修『ロシア・アヴァンギャルドのデザイン―未来を夢見るアート―』パイ・インターナショナル、二〇一五年、参照。

(17) 厳密には、ゲオルク・ムッフェ設計、アドルフ・マイヤー、ヴァルター・マルヒ建築指導。アドルフ・マイヤー編、貞包博幸訳、前掲書、参照。

