

2011年
11月8日
火曜日

増永俊一 教授 (アメリカ文化・文学)

変わるもの、変わらないもの

「大学は「コンビニ」か?」

コンビニは今や私たちの生活に欠かせないものとなった。食品、日用雑貨からATM、果てには宅配便の取り次ぎまである。文字通りコンビニエントな店だ。便利さと共に特徴的だと思えるのは、その商品構成の目まぐるしい変化である。この間あった商品がもう棚にはなく、代わって別のメーカーの商品が置かれている。弁当は季節毎にその内容を変える。コンビニは、移り気な「消費者」の要求に忠実に応え、日々変化し続けることでその命脈を保っている。

現代の消費社会の象徴とも言える「コンビニ」だが、個人経営の日用雑貨店といったものは古今東西に存在した。19世紀アメリカを代表する作家、ホーソーン『七破風の屋敷』にも、現在の「コンビニ」を彷彿とさせる「セント・ショップ」というものが早くも登場している。

ニューイングランドで代々続いた名家が没落し、現在の住人は経済的に行き詰まった挙げ句、日用雑貨と

食品の店、「セント・ショップ」を開業する。しかし、この「ベンチャービジネス」はあつという間に立ちゆかなくなる。ところが、従姉妹が老婆に代わって切り盛りするようになった途端、この店は繁盛店に生まれ変わる。成功の秘訣は従姉妹が口にする「renew」と「supply」という言葉にある。消費者の「需要」を正確に推し量り、商品を「入れ替え(renew)」、間違いないくそれを「供給(supply)」してゆく。この個人商店の繁盛ぶりは、実に見事な資本主義の成功例であり、現代の消費社会の魁とも言えよう。

しかし、現在の消費至上主義の拡大は、このやややかなセント・ショップの繁盛とは比較にならない。大学もそれらと無縁ではいられない。いつからか、「学生も消費者だ」と喧伝され、授業料に見合ったサービスというコスト意識が言われるようになった。授業料を年間授業回数で割るというコスト意識。対価に見合っ

たサービスかどうか問われる。では、チャペルも矢張りそのコスト意識によって検証され、計量されてゆくのだろうか。

フランスの思想家ボードリヤールは『消費社会の神話と構造』の中で「ルシクラージュ」(Le Recyclage)という用語を使っている。「ルシクラージュ」とは、「時代の動きに合わせて常に更新」してゆくことを迫られ、さもなければ「脱落」するという現代の消費社会を特徴づける概念である。企業はもとより、知識や文化にまで、この果てしない「再教育」と「更新」が要求されている。この「ルシクラージュ」は「シクル」(cycle・周期)とも関わる。消費者は、常に服装やモノや自動車を取り替えるように義務づけられている。パソコンも然り。そうしなければ、「その人は消費社会の本物の市民ではない」と指摘される。そして、この「流行の周期」が、「個人の内在的な資質」には何一つプラスにならない

いことを喝破し、「知識のルシクラージュ」にまでこの消費の論理が及んでいるのではないかと憂慮する。人は変わらなければならない、そして、社会も大学も変わらなければならないのだらう。しかし、「改革」こそが唯一の正義であるかのような現在において、一連の変化は果たして本質的な変化なのであるか。それは、根深い「消費」の精神に根ざした単なる「移ろい」ではないだらうか。『伝道者の書』もまた、人間の営みの悲しさを語る。一方、イザヤ書は、それと対照的に「変わらないもの―不変」の存在を宣言する。「草は枯れ花はしほむ。だが、私たちの神の言葉は永遠に立つ」。

消費社会の現在、この聖書の呈示する世界観は我々にどう響くのであろうか。

「真理」とは、決して消費される「モノ」ではないのである。