

博士学位請求論文

＜教育＞言説と主体化

〔論文概要書〕

早稲田大学大学院教育学研究科
博士後期課程(単位取得満期退学)
教育基礎学専攻教育学Ⅴ研究指導

高橋 均

＜本論の目的＞

我々はこの社会において、常に何らかのカテゴリーに帰属することを求められている。大人、子ども、母親、父親、青年、サラリーマン、教師、生徒等々、さまざまなカテゴリーが存在するが、我々はそれらのいずれかに、あるいは複数のカテゴリーに同時に自らを位置づけることを余儀なくされる。しかし、なぜ我々はそのような事態を当然のものとして受け入れているのだろうか。なぜ、我々は常に特定の「主体 subject」として、この社会に自然に位置づけられていくのだろうか。

このような問いに対して、一定の解答を与えるのが「主体化論 theory of subjection」である。主体化論は、諸個人が特定の場所を占め、特定の役割を自ら能動的に遂行していく社会的存在、すなわち、諸個人が「主体」として構築されるメカニズムを明らかにすることを企図する。主体化論は、主体が一貫した同一性を保っているという見解を退け、諸個人が知識 knowledge・イデオロギー ideology・言説 discourse によってはたらきかけられる限りにおいて、主体が成立するという見解を採る。主体化論において主体は、「脱 - 中心化 de - centered」された存在、すなわち、知識や言語、イデオロギーを獲得・内面化することで初めて、特定の役割を遂行することが可能となる存在として描かれるのである。

主体化論の意義は、イデオロギー・知識・言説が、諸個人を主体へと編成していく権力を媒介しており、そのことが社会秩序あるいは階級間の不平等な関係の維持・再生産に寄与しているという視点を切り拓いた点にある。主体化論の嚆矢として位置づけられるのは、マルクス(Marx, Karl)のイデオロギー論を構造主義的に読み直した、フランスのマルクス主義哲学者アルチュセール (Althusser, Louis)によって 1970 年代に展開された「イデオロギー的主体化論」である。アルチュセールは、諸個人が、生きられた関係 lived relations としての「イデオロギー」を通じて主体として編成されていくという、主体化のメカニズムを理論化し、主体が存在することによって、資本主義的社会機構の維持・再生産が可能となっていることを明るみに出した。

フランスの思想家・哲学者フーコー(Foucault, Michel)は、同時期に、「言説は何であって、何ではないのか」という議論を周到に繰り広げ、言説という用語に独自の定義を与える一方、「権力-知」およびそれを具現化・可視化する言説を通じた主体化過程に関心を寄せ、「言説的主体化論」を練り上げていく。

主体化をめぐる議論におけるフーコーの言説論の貢献は、何かを書き語るという言説実践あってこそ、初めて主体が存在しうることを示した点にある。諸個人が何かを語ったり、自己が何者であるかを認識することが可能となるのは、限られた言説空間、あるいは諸言説のレパートリーの内部においてであって、言説空間の外部で自らが何者であるかを認識したり、新たな知覚の対象を作り出したりすることはできない。フーコーが開示したのは、言説が諸個人に対する認識・行動の限界を課すという、言説それ自体の権力性であり、言説に内在するこの権力を通じて、諸個人は「主体」となるという。

フーコーの言説論の検討からは、ふたつの論点が導き出される。第一に、彼自身が行った言説の定義それ自体が相当に難解であったこともあり、研究者のスタンスに応じて多様かつ多面的な言説の定義が生み出され、その結果、当該概念の実証的研究への適用をめぐる研究者間に混乱がもたらされてきたという点。第二に、フーコーの提示する言説分析の手法は、ある言説空間において、「何が語られ、何が語られないのか」を探究することを目指す「言説一元論」であり、そこでは言説編成にかかわる社

会構造・階級諸関係といった社会的要因は、全く問題になされないまでも、捨象される傾向にあるという点。こうした視点からのフーコーの言説論の検討は、言説を社会的分析へと援用可能なかたちで再定義することの必要性を喚起する。

もっとも、諸個人を特定の社会的存在として構築していくものとしての知・イデオロギー・言語への関心は、アルチュセール以後の主体化論に始まるものではない。知識・イデオロギー・集合表象といった客観的实在を諸個人が内面化することを通じて、特定の「社会的存在」が生み出されるという視点は、すでにデュルケーム(Durkheim, É.)の「認識社会学」やマルクス(Marx, K.)の「虚偽意識論」、マルクス理論を批判的に発展させ「知識社会学」をうち立てたマンハイム(Mannheim, K.)、そして現象学的視点を基調としながら社会と個人の弁証法的関係を描いたバーガー(Berger, P.L.)らの「現象学的知識社会学」によってうち出されている。いわば知識社会学と主体化論の両者には、どのように諸個人が社会的存在(主体)として編成されるのかという共通の解明課題が存在している。したがって、主体化論の検討にさいしては、知識社会学諸理論まで遡る必要がある。

さて、知識社会学諸理論とイデオロギー的／言説的主体化論の対比からは、二つの主要な論点が浮かび上がる。第一に、イデオロギー的／言説的主体化論においては、知識・言説の正当性や制度化を説明する視点が総じて弱いという点。第二に、知識社会学は知識の正当化・制度化の説明を与える一方で、知識の伝達・獲得や内面化過程を描く視点が総じて弱いという点である。主体化論と知識社会学は、相互に補完されるべき「理論的不在 theoretical absence」を抱えている。

こうした「理論的不在」を補完するという観点から、本論ではその難解かつ洗練された理論で知られる、イギリスの社会言語学者・教育社会学者バーンステイン(Bernstein, Basil)によって展開された言語コード理論から^{ヘリ・ゴシ・ツク・デ・イスコーズ}＜教育＞言説論への展開に着目し、知識社会学諸理論・イデオロギー的／言説的主体化論の統合理論として、バーンステイン理論を新たに読み直す。この作業を通じてうちたてられるのは、社会的事実としての「言説の厚み＝言説的事実discursive fact」が、諸個人を外側から拘束すると同時に諸個人に内面化され、その過程を通じて主体が構築されていく過程を明らかにする「言説の構造化理論theory on structuring of discourse」である。

バーンステイン理論をふまえた「言説の構造化理論」の妥当性は、実証的分析への適用を通じて初めて確かめられる。そこで、本論では「育児エージェント」および「青年」の主体化というふたつの領域を事例として扱い、それぞれ領域は異なっても主体化の装置(原理)は共通しているとする理論的仮説の妥当性を、実証的検討を通じて確認する。

日本の教育社会学／社会学の領域においては、フーコーの言説論のインパクトのもと、90年代以降、言説分析の可能性が模索され始め、言説を表題に冠した論文が増加するが、マクロ・ミクロレベルを統合した、言説の構造化という視点から、言説を通じた主体化のあり方を実証的に分析した研究はほとんどみられない。日常的には可視化することの困難な言説の構造化過程を白日のもとにさらすという作業を通じて、言説分析が、我々が「いま、ここ」に「主体」として在ることの権力性それ自体の問い直しへとつながることを示すこと、それが本論の目的である。

＜本論の構成と各部・各章の主な内容＞

本論は、バーンステイン理論の可能性について理論的考察を行う第Ⅰ部(第1章～第3章)と、理論的考察をふまえて、育児雑誌・婦人雑誌上の言説の分析を通じて、育児エージェントをめぐる主体化の諸相やその背後に横たわっている権力諸関係について考察する第Ⅱ部(第1章～第3章)、青年向け雑誌上の言説の分析を通じて、現代の青年の主体化の様相が資本主義的機構の維持・再生産過程と不可分な関係におかれていることを指摘する第Ⅲ部(第1章～第3章)の、全3部から構成されている。

第Ⅰ部：理論的考察

知識社会学から＜教育＞言説論へ——B・バーンステイン理論の可能性——

第Ⅰ部では、知識社会学諸理論およびイデオロギー的／言説的主体化論を収斂しうるバーンステイン理論の可能性について考察し、本論においてバーンステイン理論を中心的な分析枠組みとして援用することの意義について論じる。

第1章 バーンステイン理論への収斂Ⅰ：知識社会学の系譜

第1章では、代表的知識社会学の理論的意義および課題を指摘したうえで、それらがバーンステイン理論へと収斂される可能性について示唆する。

デュルケームの知識社会学への貢献は、「カテゴリー」の社会統合機能を明らかにした点にあるが、「カテゴリー」の社会的起源という問題が未解決のまま残されている。

マルクスの知識社会学への貢献は、虚偽意識論を提示することで意識が生産諸関係・社会的存在によって規定されることを示した点にあるが、なぜ特定の社会集団が特定の意識・世界観を採用することになるのかという問いを未解決のまま残している。

マンハイムは、マルクスの虚偽意識論を批判的に継承し、意識と社会的存在の具体的な対応関係に焦点を当てる「存在被拘束性」の概念を提示したが、自由に浮動するインテリゲンチヤという価値自由の社会集団を称揚することによって、マルクスの虚偽意識論が犯したのと同じ轍を踏んでいる。

バーガーらは、こうした知識社会学の展開における諸難点を解消すべく、シュッツの現象学的社会学の視点を基調としながら、日常生活世界における知識の「外在化—制度化—内在化」過程を通じて、現実が社会的に構築される様態を描き出した。しかし彼らは、日常生活世界の知識を偏重的に扱う一方で、学問的知識を周縁に追いやるというジレンマを抱えている。

本章では、このような知識社会学上の理論的課題を克服・収斂しうる視点が、バーンステイン理論に埋め込まれていることを指摘する。

第2章 バーンステイン理論への収斂Ⅱ：主体化論の系譜

第2章では、構造主義・ポスト構造主義の学的潮流のなかで展開されてきた、アルチュセールおよびフーコーによる主体化をめぐる議論を整理し、それらの理論的エッセンスがバーンステイン理論へとどのように収斂されるのかについて論じる。

バーンステインは、アルチュセールによるイデオロギー論およびフーコーによる言説論から影響を受けていることを明言しているものの、それらの理論的エッセンスの多くは実際には暗黙に導入されている。そこで、本章では、アルチュセールによるイデオロギー論およびフーコーによる知の考古学的分析や「言説の秩序」をめぐる議論

を詳細にレビューしつつ、それらの理論とバーンステイン理論の共通性について考察していく。

一連の考察から指摘されるのは、①アルチュセールのイデオロギー的主体化とバーンステインのコード的主体化の基本的メカニズムの共通性、②アルチュセールのイデオロギー装置・国家装置の概念化とバーンステインによる象徴的統制のエージェント／エージェンシーの概念化の類似性、③アルチュセールによる「理論的イデオロギー*idéologies theorique*」・「イデオロギー一般*idéologies en général*」の区別およびフーコーによる「知識*connaissance*」・「知*savoir*」の区別が、それぞれバーンステインによる「垂直的言説*vertical discourse*」・「水平的言説*horizontal discourse*」の区別に対応している点、④フーコーが提示する言説編成の規制システム「言説の秩序」と、バーンステインの提示する＜教育＞言説の規制的編成原理「＜教育＞装置」との間に、言説の排除・禁止をめぐる共通した視点が含まれている点である。本章では、バーンステイン理論が、イデオロギー的／言説的主体化論によって提示された主要な論点を収斂させる可能性をもつことを指摘する。

第3章 バーンステイン理論の展開と知識社会学・主体化論の収斂

第3章では、再生産論 *reproduction theory* の系譜のなかでのバーンステイン理論の展開過程を整理し、フーコーの言説論やブルデュー(Bourdieu, Pierre)の文化的再生産論への批判を通じて、バーンステインが言説の伝達・獲得構造に焦点を当てた分析枠組みを発展させてきたことを指摘する。また、バーンステイン理論が知識社会学および構造主義的主体化論のパースペクティブを収斂させる可能性をもつ、言説の社会的分析にとって有益な分析視角を提供しうる理論であることを論証する。

さらに、バーンステイン理論の検討をふまえつつ、諸個人を特定の主体へと編成していく作用、すなわち、従来「主体化」と呼ばれてきたものを＜教育＞として再定義する。バーンステインの＜教育＞概念は、マクロレベルとミクロレベルとを統合・接合したパースペクティブから主体化を捉えることを可能にするものであり、この点において従来の主体化をめぐる議論を一步先へ進めるものである。

言説分析においては、分析対象となる言説が社会に浸透し、諸個人を外側から拘束するような強制力をもっているのか、すなわち、分析対象としての言説が社会的事実としての言説、つまり「言説的事実」と呼ぶにふさわしい資格を備えているのかどうかは常に問われることになる。「言説的事実」という視点は、デュルケームのいう「社会的事実」とフーコーのいう「言説の厚み」とを接合させたものであるが、バーンステイン理論にあっては、実証的検討において問われる「言説的事実」という視点が論じられていない。バーンステインの＜教育＞言説論に「言説的事実」という視点が接合されるとき、バーンステイン理論は、より十全な分析枠組みをもつ「言説の構造化理論」として、新たに位置づけ直されることになる。

第Ⅱ部：実証的検討①

主体化装置としての育児雑誌メディア——垂直的育児言説から水平的育児言説へ——

第Ⅱ部では、明治期から現代(2005年)までの、育児雑誌・婦人雑誌上の育児言説の変容を概観し、科学的育児知識を基盤とした、啓蒙的性格を持つ「垂直的言説 vertical discourse」から育児エージェント間の「いま、ここ」を基調とした水平的連帯や日常性を基盤とする「水平的言説 horizontal discourse」への移行のなかで、どのような育児エージェントのあり方やしつけ・教育方法が望ましいものとして称揚・正当化されてきたのかについて考察する。

第1章 戦前期の婦人雑誌にみる母親をめぐる<教育>^{ペダゴジー}

第1章では、明治期から昭和戦前・戦中期における、婦人雑誌上の育児言説の歴史の変容を概観する。分析対象とするのは、『家庭雑誌』『婦人界』『婦人世界』『育児雑誌』『主婦之友』の全5誌の掲載記事である。

まず、『家庭雑誌』『婦人界』『婦人世界』の掲載記事を通じて、明治期における育児言説の特徴が抽出される。明治期においては、中間層以上の階層に属する「婦人」を中心に営まれる「家庭 home」のイメージが称揚され、婦人によってなされる育児に対して、こと細かい配慮と規制のまなざしが向けられていく。明治期の婦人雑誌の登場と興隆は、「婦人」あるいは「母親」であることが社会への貢献に繋がっていくことを自覚していく過程、すなわち女性自らがその進歩的役割・社会的価値に目覚めていく過程を反映している。

次に、大正期における育児言説の特徴が、『育児雑誌』『主婦之友』掲載記事を通じて抽出される。これらの雑誌では、医学的・教育学的・心理学的知識を基盤とした垂直的育児言説が主流であり、また、教育方法 pedagogies に関する言説としては、子どもの主体性を重んじ、暗黙の統制を通じて子どもの成長を促すことを称揚する教育方法、すなわち、バーンスティンのいう「見えない教育方法 invisible pedagogy」を称揚する言説に正当性が付与される。当時の婦人雑誌上においては、科学的・合理的育児知識を身に付け、子ども本位の育児やしつけを全面的に担当する「良妻賢母」あるいは「母性的育児」が称揚されている。

また、階層論的視点から、『育児雑誌』の掲載記事を手がかりに、同誌の購読者層の分析がなされ、『育児雑誌』上の言説が一阪神間という地域的限定はあるものの一新・旧中間層に属する人々によって受容されていたことが明らかにされる。

昭和戦前・戦中期における『育児雑誌』『主婦之友』にみられる育児言説は、国家政策との結びつきを強め、産み育て殖やす存在としての母親というイメージを称揚していく。『育児雑誌』『主婦之友』は、私的領域を基盤としながらも、公的な言説を流布させていく「国家のイデオロギー装置」、すなわち、国家の意図を中継することによって、母親の役割を一元的に統制する装置として機能していたことが明らかとなる。

一連の分析から、戦前期の育児エージェントは、社会構造の変容や国家政策の意志を直接的に媒介—戦中期にその直接性はいっそう強められる—する「垂直的言説」を通じた<教育>によって、国家政策として生み出された「想像上の主体」を具現化し、国家の末端組織を担い、下支えする主体として編成されてきたことが指摘される。

第2章 現代の商業育児雑誌にみる母親をめぐる<教育>^{ペダゴジー}

第2章においては、商業育児雑誌が次第に興隆を始める1970年代以降における育児雑誌上の言説の変容に焦点をおく。分析対象の育児雑誌は、『ベビーエイジ』・『プチタンファン』・『わたしの赤ちゃん』・『Como』・『ひよこクラブ』・『たまひよこっこクラブ』の全6誌である。代表的な商業育児雑誌上の言説の特性や発行部数の年次推移、そして育児雑誌の基本的役割・機能について確認したうえで、育児雑誌編集者や子育て中の母親たちのインタビュー調査データも交えつつ、育児雑誌上における母親の主体化のあり方をめぐる変化についての考察がなされる。

戦後の育児エージェント、とりわけ母親は、商業育児雑誌が登場した1970年代においては、依然として権威をもった専門家によって提示される正当な育児知識を通じて、啓蒙されるべき存在として位置づけられている。1970年代の育児雑誌においては、アカデミックな用語が頻繁に登場する、垂直的言説による記事構成が支配的であることから、当時の育児雑誌が、正統な育児のあり方を提示し、それを垂直的・一方向的に伝達するメディアとして機能していたことが指摘される。

1980年代に入るとこうした育児雑誌の機能に次第に変化が生じ始める。育児雑誌は、従来の啓蒙的・垂直的育児言説の伝達装置から、共感的・水平的育児言説の伝達装置へと変化していく。80年代以降、日常生活世界の話し言葉指向の水平的言説による誌面構成がより前面に押し出され、いまや、育児雑誌は育児をめぐる母親たちの不安や嘆き、そして喜びの共有空間としての意味を持ち始めている。

こうした言説の変化の背後には、女性の高学歴化、すなわち、自ら能動的に言説を語る存在である女性たちからなる、新たな社会集団の台頭という、社会構造の変化がある。今日の母親たちは、水平的育児言説を通じて創り出される水平的連帯感のなかで、母親のあり方を自ら問い模索しながら育児の指針をみいだし、母親役割それ自体を流動化しつつある。

水平的育児言説は、母親たちの「今、ここ」をダイレクトに伝える、当事者性に依拠した言説であるが、問題はこの水平的育児言説が、垂直的育児言説として再文脈化され、政策レベルへとどのように引き上げられるかということである。「正しい育児」「良き母親」といった基準は、母親同士の水平的連帯の中で生み出されるべきものであり、「当事者性」が最優先されねばならない。育児雑誌の新たなポテンシャルは、「当事者性」に依拠した言説の生産・再生産装置として機能しうるという点にある。育児雑誌上の水平的言説がローカル＝局域的領域に閉じ込められない限りにおいて、よりいっそう育児エージェントのリアリティにいっそう寄り添った政策を生み出すための資源として機能する可能性をもつ。

第3章 父親をめぐる<教育>^{ペダゴジー}の諸相——「戦略としてのヴォイス」の可能性——

第3章では、1970年代以降の「父親の育児参加」をめぐる言説を事例として、父親の育児参加言説の内在的構造に焦点を当てた分析がなされる。分析対象は育児雑誌上の記事、インタビューから得られた父親たちの語り、および公的文書である。

母親をめぐる育児雑誌上の育児言説が「見える」主体化装置から「見えない」主体化装置へと移行してきたのに対し、父親をめぐる育児雑誌上の育児言説(父親の育児参

加言説)は、つねに「見える」主体化装置として機能している。ここには母親と父親の主体化をめぐるタイムラグが認められるが、このタイムラグは母親と父親の性別役割分業の非対称性を示唆している。

90年代以降、本格的な少子高齢化社会の到来がいわれるなかで、「父親の育児参加」をめぐる言説空間において、母親・父親たちのローカルな生活世界のみならず、国家政策や経済領域においても「積極的に育児する父親」としての父親の主体化を企図する言説が語られている。つまり、父親の育児参加という言説をめぐる、国家(政府)領域・経済領域・ローカルな領域とそれぞれの領域において、それぞれ異なったやり方で、父親を望ましい育児エージェントとして主体化しようと企図するヴォイスの生産、つまり、父親の育児参加の程度をめぐる境界画定の闘争としての「戦略としてのヴォイス」が絶えず展開されている。

「父親の育児参加」の言説空間は、絶え間ない境界画定の闘争により編成される、永遠に終着点なき言説空間である。そうであるがゆえに、それは容易に権力が介入しうる起点となる。国家・経済的領域といったマクロレベルの言説は、絶えず「戦略としてのヴォイス」が展開されているローカル＝局域的な生活世界における育児エージェントの「当事者性」を往々にして不問に付す。いまや、父親たちの育児参加という私的な営みが、その外部のロジックに取って代われようとしている。本章では、一連の分析から、今日の父親の育児参加をめぐる疎外状況を問い直すためにも、父親たちの当事者性・生活世界に根ざした父親自身のヴォイスを、育児言説空間によりいっそう響かせていく「戦略としてのヴォイス」の重要性が指摘される。

第Ⅲ部：実証的検討②

<ロンリネス>生成装置としての青年雑誌メディア——現代青年の社会化課題の変容——

第Ⅲ部では、恋愛をめぐる言説が増大し、恋愛について語ることが商業的価値を持ち、その結果として、私的生活領域においていっそう恋愛が主題化されていく状況(社会の恋愛化)を背景として生じている、青年の社会化課題の変容に焦点が当てられる。「社会の恋愛化」を示す顕著な事例として、「クリスマスの恋愛化」の動向を取り上げ、青年が消費者として主体化されていくなかで、青年の社会化過程に「作られた」社会化課題・到達課題が挿入されるに至ったことが明らかにされる。

第1章 クリスマス習俗をめぐる新聞言説の変遷：1945－2005年

第1章では、主要全国新聞四紙(読売・朝日・毎日・日本経済新聞)に掲載された記事をもとに、クリスマスにおける人々の消費行動をめぐる新聞上の言表を年代ごとに分析し、日本社会において終戦直後から現代に至るまで、クリスマス習俗がどのような人々によって、どのように営まれてきたのかを概観する。

戦後約60年の間に、クリスマス習俗は一貫して資本の自己増殖過程に組み込まれ続けてきた。終戦直後から60年代における新聞上では、クリスマス習俗は宗教的かつ厳かで敬虔な行事でなければならないという規範意識がその基調をなしている。

70年代には、新聞言説という公論の場において、商業主義化されたクリスマス習俗を批判的にみるまなざしは後景に退き、やがてクリスマス習俗は資本主義社会のなかで消費主義的に意義をもつものとして次第に制度化されていく。とくに80年代以降には、青年がクリスマスにおける中心的な消費主体として位置づけられ、新聞上の言

説において、青年のクリスマス期における消費活動がクローズ・アップされるようになる。

また、新聞上の広告言表の検討から、広告が呼びかける中心的対象が、「男性サラリーマン」(1950年代～)、「家族」(1960年代～)、「青年層」(1980年代～)へとシフトしてきたことが明らかにされる。こうした変化の背後には、消費者としての「主体化」を企図する「言説の厚み」の存在が確認される。新聞記事および新聞広告上の言表の分析から、最も購買力のある社会集団をクリスマスにおける消費の中心的主体として編成しようとする「想像上の主体」を称揚する言説が厚みを増し、それが現実のものとして再現される過程が示される。

第2章 青年向けライフスタイル提案誌にみる恋愛とクリスマスの接合

第2章では、青年層によく読まれている代表的青年誌に焦点が当てられ、青年誌上において、クリスマス習俗の中心的消費者として青年を編成していくことを企図する「呼びかけ」が繰り返されてきたことが明らかにされる。

青年男性・女性向け雑誌 10誌(男性向け:『平凡パンチ』『週刊プレイボーイ』『POPEYE』『Hot Dog Press』『Men's non・no』/女性向け『ANAN』『non・no』『JJ』『Can Cam』『Olive』)上の言説が分析され、言説間の「類別 classification」の強弱という観点から、クリスマスと恋愛との類別が強い記事と弱い記事との分類がなされ、記事の分類別・年代別頻度が検討される。

とくに80年代以降にクリスマスと恋愛の類別の弱い言表、すなわち、「恋愛化されたクリスマス」言表の著しい増大が確認される。また、広告上の言表においても、同様にクリスマスと恋愛の接合を促す言説の増大が確認される。青年誌は、青年層を「恋愛化されたクリスマス」における消費主体へと組み入れていく、青年の主体化装置として機能していることが実証的に示される。

資本の自己増殖運動は、消費のための重要なイベントとして「クリスマス」を位置づけ、「恋愛を消費する主体」を広範囲に編成してきた。資本主義的生産関係と強い関連性をもつ青年誌上の記事や広告において、クリスマス期に恋愛することを至上の価値とする言説が「厚み」をもって語られることで、「ふたりきりで過ごすべきクリスマス」あるいは「恋愛化されたクリスマス」は自明化され、社会的事実として青年を外側から拘束するに至っている。いまや、男女ふたりきりの親密な空間を編成することを至上の価値とするという規律＝「想像上の主体」を内面化し、それを実現することに囚われる青年が多数出現している。

恋愛を通じた性役割・アイデンティティの確立は、青年の重要な社会化課題のひとつであるが、「恋愛化されたクリスマス」は、青年の社会化過程に「クリスマスを恋人と過ごすことで、大人になる」という新たな到達・達成課題を挿入するに至った。ここには、「社会的・経済的」なロジックが「教育的 educational」なロジックへと読み替えられ、再配置される過程がみいだされる。

第3章 対抗言説の諸相

第3章では、クリスマス習俗をめぐる言説のヴァリエーションおよび諸言説間の対抗的關係についての検討がなされる。

終戦直後からクリスマス期において人々を消費行動へと誘う言表が絶えず生産され続けてきたが、その一方で、資本主義的社会機構に組み込まれたクリスマスへの対

抗的言説も同時に語られていく。それらは大きく二つの類型に分類することができる。

第一の類型は、消費主義・商業主義化するクリスマスへのアンチ・テーゼという文脈で語られる言説である。この類型の言説では、「外国においてクリスマスは家庭や教会で静かに過ごすにもかかわらず、日本では飲酒をして騒ぐだけなのはいかなものか」と疑問を呈する視点や、「クリスマスは静かに、キリスト教の精神に思いを馳せながら家族的祝いをするのが本来のあり方である」といった視点が埋め込まれ、本来の宗教的意義を勘案すれば、クリスマス習俗が商業的性格を帯びるのは好ましくないという規範意識が称揚される。

第二の類型は、教育的意義をもつものとしてクリスマス習俗を再編成することを企図する言説である。この類型の言説の特徴は、クリスマス習俗を、その背景にある宗教的精神・意義を子どもに学ばせる重要な機会にすべきであるという教育的意識が称揚されている点にある。クリスマスを単なる消費活動に終わせるのではなく、諸個人に宗教的・道徳的態度を目覚めさせ、「正しい人間」を作るための年中行事としてクリスマスを位置づけ直すことで、規範的人間像を再確認することが企図されている。

一連の検討から、消費主義・商業主義化されたクリスマスへの対抗的意味をもつ、「クリスマスの脱宗教化・商業主義化批判言説」「クリスマスの教育化言説」が、終戦直後から絶えず語られてきたにもかかわらず、そうした言説が、何ら対抗的意味を確立しえず、脱宗教的・商業主義的言説が支配的な位置を占めるに至る経緯が明らかにされる。

また、そうした動向のなかで、クリスマスと恋愛のイメージが接合された「恋愛化されたクリスマス」が称揚され、そのイメージに同化することが、青年の新たな社会化課題となっていく過程が示される。現代青年がクリスマス期に語る孤独感は、そうした課題を達成できないという「社会化の失敗」を表象している。

インタビュー調査の語りからも明らかとなるように、現代青年が語る孤独感とは、資本主義的機構の維持・再生産の過程のなかで恣意的に挿入された、社会化課題の副産物である。この意味において、現代青年が語る孤独感とは——積極的に選び取られる孤独感としての「ソリテュード」とは区別される——資本主義機構以外にその基盤をもたない、空虚な孤独感としての＜ロンリネス＞である。

＊

本論における一連の分析を通じて、明らかとなったのは、ドミナントな社会集団、あるいは資本主義的機構は、それらの維持・再生産に不可欠な、「諸個人を主体として編成する主体化の権力」を、言説を通じて作動させるということである。本論では、

「育児エージェント」と「青年」をめぐる＜教育＞^{ベ・ダ・ゴ・ジ・エ}というふたつの異なった領域の背後に共通して、諸個人を「主体」へと仕立て上げる言説の生産・配分・構造化を司る＜教育＞装置^{ベ・ダ・ゴ・ジ・エ・ツカ・テ・イ・ダ・イ・ス}が存在することが示され、バーンステイン理論の妥当性が再確認された。

＜教育＞装置は、恣意的かつ偶然的な言説を、あたかも自然なものであるかのように諸個人に押し付け、制度化し、特定の主体を生み出していく装置である。とりわけ、マス・メディアを通じて生産される言説は、その言説の制度化過程において、それ自体が作られたという事実を絶えず覆い隠し、世界それ自体を自明化されたものとして

現前させる。本論の分析において、育児雑誌上の「水平的育児言説」および青年誌上の「恋愛化されたクリスマス言説」に優越性・正当性がみいだされるように、＜^{ペダゴジー・ツク・テ・イグ・アイス}教育＞装置は言説カテゴリー間に境界線を引き、特定の言説を排除・禁止すると同時に、特定の言説に厚みを付与していく。そして、＜^{ペダゴジー・ツク・テ・イグ・アイス}教育＞装置を通じて出現する社会的事実としての言説(言説的事実)は、絶えず「想像上の主体」を作り出し、それへの同一化の欲望を諸個人に喚起する権力としてたち現れ、諸個人がそれぞれ置かれた文脈において、「想像上の主体」を内面化していくことで「主体」が生み出されていくことになる。我々が何らかの主体であることは、社会の維持・再生産にとって必要不可欠な条件であり、機能的要件であるが、このことは同時に、諸個人が権力諸関係から逃れることのできない宿命を負っているということを示唆している。問われなければならないのは、その言説は果たして誰のためのものなのか、その言説は誰の利益に寄与しているのかということである。

主体化装置がときに恐ろしいのは、自明性によって徹底的に枠づけられた世界に諸個人を位置づけ、諸個人が別様の仕方での思考することを困難にするからである。本論において理論的に提示し、また、その有効性・妥当性が実証的に確認された「言説の構造化」過程を明らかにするというアプローチは、「何らかの主体にならなければ、つねに何者かでなければ、自らの存在＝アイデンティティを確認・肯定できない」という息苦しさにも似た感覚を抱かせるものの起源を突き止め、つねにすでに主体であることを相対化することへとつながっていくだろう。

本論を通じて、言説は「主体化」をめぐる議論において不可分なものであり、諸個人を「主体」として編成していく社会的過程、そして、その根幹をなす営みである＜^{ペダゴジー}教育＞を分析するさいの、不可欠な分析対象であることが確認された。言説の構造化のパースペクティヴを主軸とした言説分析は、「我々が何らかの主体として在るのはなぜなのか」という、「いま、ここ」に主体として在ることの権力性をめぐる問いへの答えを提供しうるポテンシャルを有しているのである。