Osaka University Knowledge Archive

Title	アートとコミュニケーション : 芸術人類学へのもうひとつの入り口
Author(s)	池田, 光穂
Citation	Co＊Design. 2019, 4, p. 1-20
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/71351
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

Osaka University

アートとコミュニケーション：芸術人類学へのもうひとつの入り口

池田光穂（大阪大学COデザインセンター）

Art and Communication: An Alternative Introduction to Anthropology of Arts

Mitsuho Ikeda (Center for the Study of Co* Design, Osaka University)

この論考は、「芸術」を普通の人間たちの営為であることを再認し、芸術家と称する人たちやその人たちを支える市場による独占から奪還することを目的に書かれたものである。具体的には、芸術――ここでは視覚表象芸術が主となる――を、普通の人間たちの営為とするために文化人類学という学問を手がかりにして、芸術作品じしんが主張する美の概念について批判的に考察し、さらに美というものを人間に対する呼びかけと応答という観点から考え直し、人間を対象とする文化人類学が、人間が作り出した芸術を対象とする芸術人類学という学問領域に読者を誘うという挑戦を試みる。その目標は、知の汎用性の技法（アーツ）を学ぶ大学院生へのカリキュラムの内容への提言に向かっている。

This research note aims to recapture the concept of arts to ordinary people, especially university students, from artists and other related professionals who dominate the market of art industries. By introducing to elementary concepts of cultural anthropology, the project begins to rethink and criticize the modern stereotype for fine arts as supreme activity by human being. The author introduces the story that any kind of arts products have potential to call to people, then he explains that people has no choice but to response to them that can be analyzed as communication process. A various ethnographic and historical cases are submitted to readers for verifying these cognitive processes in artistic activities. The project postulates that class for anthropology of arts can be suitable for students that want to learn transferable skills in any kind of academic area of post-graduate curricula.

キーワード ―― 文化人類学、アート、美なるもの、視覚表象、芸術作品

Keyword ―― cultural anthropology, fine arts, the esthetic, visual arts, opus of arts

- The sky above the port was the color of television, tuned to a dead channel. - William Gibson, *Neuromancer*, 1984［2004:3］
- Ethics and aesthetics are one and the same. – Wittgenstein, *Tractatus Logico-Philosophicus*, 6.421.［1921］

1　文化人類学とその認識論的ツール

冒頭にかかげた2つのエピグラムをみてほしい。ひとつは、「港の空の色は、空きチャンネルに合わせたTVの色だった」（黒丸尚 訳）。脳に接続された端子を光ファイバー経由で直接インターネットに接続する生体ハッカーの生き様を描いた世界初のサイバーパンク小説『ニューロマンサー』の冒頭の文章である。空の色がVDT（Visual Display Terminals）のホワイトノイズで表現されているところが、僕たちの新しい視覚認知の様式の到来を予言している。もうひとつは、それよりも60年以上前に書かれた、ウィトゲンシュタイン『論理哲学論考』の最終部近くに登場する謎めいた章句でもともとはドイツ語で、Ethik und Ästhetik sind Eins（倫理学と美学はひとつである）と記されたものである。ちなみに6節の冒頭は真理関数（命題関数）の定義からはじまっており6.4は「すべての命題は等価値である」という章句のみである。僕は学生時代に「倫理学と美学はひとつである」の章句に出逢って今日に至るまで、この言葉に呪縛されている。

さて、僕の専門は文化人類学である。文化のことを中心にさまざまな角度から人間を考える学問（=人類学）が、文化人類学である。文化人類学のことを考えるのに、ドーナツの例から考えてみたい。チョコ・スプレーというドーナツがある。名前を聞いてもわからない人が多いが、本場のアメリカではちょっとしたドーナツ店ならよく置いているものだ。写真をみるとああ、あれかと分かる人がいるだろう（写真1.の左右）。ドーナツの表面にチョコを掛けて、それが固まるまでに色とりどりの細いチョコチップをまぶしたものが、チョコ・スプレーである。そしてチョコ・スプレーは僕の考える「文化」の全体像のことである。掛けられたものとそれにまぶされている2種類のチョコは、一方は褐色で他方は細やかな色鮮やかさを持ちそれらのコントラストが綺麗だ。しかしチョコ・スプレーの美味しさを根本的に決めるのは、文化というドーナツの本体の生地の固さ／柔らかさであり、それがチョコレートとの調和を決定づけるのである。ドーナツ店や揚げ職人という本体部分が変わると、同じ材質でできたにも関わらずチョコ・スプレーの味が変わる。あるいは色とりどりにスプレーされるチョコの微妙なコンビネーションは、ドーナツ本体の生地の食感に大きく影響を受ける。文化人類学者は、このドーナツの本体部分を調べあげる職人である。チョコ・スプレーの装飾の部分の分析は、言語学や生理学や心理学などの他の分野の専門家が得意としており、文化人類学はそれらの知見を不可欠としていると、僕は考えている。

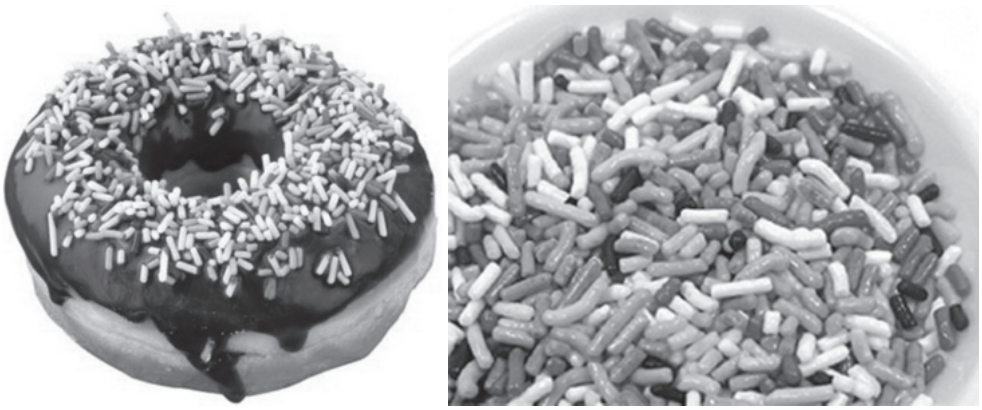

写真1. チョコスプレー・ドーナッツとその素材

では、肝心の本体をなす文化（culture）とはいったい何であろうか。文化とは、人間が後天的に学ぶことができ、集団が創造し継承している認識と実践のゆるやかな「体系」ないしは、そう理解できる概念上の構築物のことである。文化は、人間の社会的活動、およびその産物である。つまり人間を取り囲む自然環境以外のものはすべて文化の領域にある。僕たちが今、キャンパスの中で、眼にしているもの、アスファルト、靴、背中に背負ったデイバッグ、図書館の建物、キャンパスでの授業とその内容、教室、教授のレクチャー、教科書、パソコンの端末、スマホを動かす身体動作、お喋り、インターネットの向こうにある広大な情報と世界、クラウド上の自分のファイル、友人と交わすメール情報、自分の言葉を正しく相手に伝えることを基礎づける文法的知識、学んだこと、これから学ぶ知識の内容、そして本章で扱われる芸術や美的感覚などなど……。これらのことは、すべて人間の文化の領域に属する。

それらのものは、僕たちが後天的に身に付けたり、自分および他者による制作活動の結果生み出されたものである。僕たちはそれらを分類する。例えば、建物、乗物、生き物、書物などと名づけることができるが、それは人間が文化を分類する能力があるからである。分類項目（=カテゴリー）と呼ばれるが、そのような分類を思いつく知性（カテゴリー能力）もまた人間が学習できる文化の能力なのである。つまり、文化とは人間が造りだしたものすべてをそう呼ぶのである。なお、文化によく似た言葉で文明というものがある。これは考古学や歴史学で名づけられてきたものである。ある固有の文化システムが広域的な社会空間のなかで創造され、その社会空間が地球的なサイズに広がった文化現象を文明と呼ぶ。文明は、人間の文化の創造性と伝達普及が相互に関連づけられたより大きな体系性をもっているとも言える。

2 文化と「美なるもの」について

人間によって創造されかつ持ち得る文化の数は無数にあるために、文化を複数形で呼んで、文化人類学者は、それらのまとまりを諸文化（cultures）と言うことがある。この見解は、文化というものは多様な広がりがあるが、同時に異なったまとまりを持つという意味で「文化的多様性」（cultural diversity）があると言われる。世界の文化は、どこをとっても唯一のひとつの形をとるものではなく、多種多様な文化がある。その文化分析の対象のひとつを「言語」にたとえると、世界には数千の言語がある。言語構造は人間の思考パターンを規定することが明らかであるために「世界の文化の数はどれくらいあるのか?」という質問には、言語の数をもって世界には数千の文化の種類があると僕は答えるようにしている。

哲学者のカントは『判断力批判』［1790］において、次のように言った。美というものが僕たちにはどうも感じとることはできるが、それは果たして学問的に把握し、分析し理解することが可能だろうか。つまり言葉を使って美というものを論理的に説明することができるだろうか、と。僕たちは日常から「言葉にできない美」や感情をしばしば抱くという経験的事実をもつ。だから、言葉で表現できない経験というものがあり、その最たる実例が美であると思い込んでしまいそうだ。だが、それに諦めないカントは、美（＝美なるもの）について考察するために、趣味という人間の能力があるではないかと反論する。趣味とは、美しいものを美しいと判定する人の能力である、と。そして、美（反対語は醜である）の判断は、良いものだ（反対語は悪いものだ）という判断とよく似ており、それはともに自分にとって快適かそうでない（＝不快である）かに由来すると指摘している。このような趣味判断は個人的にも関わらず多くの人間に共通するではないか、つまりこの能力は人間の共通の感覚（*sensus communis*）に由来するのである——これを「趣味判断の普遍妥当性の要求」という。たしかにカントの言う通りである。しかし、ここでの問題は、具体的な体験や現実から説明する文化人類学者は、カントの理詰めの主張をそのまま鵜呑みにしてよいのかどうかということだ。

文化人類学者は、社会文化や歴史によって美的判断が共通性を持ちながらも実際には（*de facto*）多様性があるために、趣味という能力形成もまた、それぞれの文化の影響を受けているはずだと反論する。カント的な枠組みを一旦受け入れた上でも、なおかつ、美の相対性を調べたい文化人類学者は、何を美しいと思うのか、何を良いと考えるのか、そしてなにがその文化に育つ人たちに快適なのか、つまり、僕たちと他者の趣味判断の共通点と相違点を明らかにするために、人々に具体的な質問を通して調べるだろう。

さて、ではそのような趣味の文化的多様性は、どのような観点から具体的に調べることができるのか。文化人類学者はしばしば、レンズ＝つまりメガネ（lens）の喩えを使って解説する。すなわち、人間は素直に（＝普遍的に）身の回りの出来事を受け入れることができない。人間が世界をみるのは、ある種のメガネ（眼鏡）のようなものを通して世界を把握するのであり、そのメガネ＝レンズは文化によって異

なった度数をもっているようだ。残念ながら、人はレンズを外して事物を素直に（つまりありのままに事物を）みることができない。しかしながら、多種のレンズを通してみること――それを異文化比較法という――で、相対的な見方をとることができ、自分たちがもつ偏見や偏りを軽減することができる（ベネディクト［2008］）。たとえば、こんな方法である。本多勝一や石毛直道らは、ニューギニアのイリアンジャヤの高地に出かけて、まだ鉄器が十分に普及していないダニ族の人たちと生活を共にした。彼らは当時、人気のあった女優たちの写真を複数持参して「どの女性がもっとも美人か？（＝好きか）」と尋ねた。彼らの好みは明らかに当時の日本における人気とは異なった偏りをみせた（本多［1981］）。

このような文化的な美的趣味の判断の違いにみられる多様性から、文化人類学者たちが得た結論は、世界は文化的多元論（multiculturalism）になりつつあるという認識である。異なった集団どうしが出会った時には、人間の文化は人間同士の趣味判断の結果、良いと判断するものは大胆に自分たちの文化に取り込むが、嫌なものは徹底的に嫌悪する傾向がみられる。調査を通して、世界の多様な文化制度に精通すればするほど、多様な文化のそれぞれには利点も欠点もあり、どちらがよいという優劣をつけることができないという独特の見解を持つに到る。このような見解を、文化相対主義（cultural relativism）という。文化的相対主義は他者の文化も公平に観ようとする態度なので倫理的態度でもある。そこから多種多様な文化は、優劣をめぐって争うことなく共存すべきだという考え方である文化的多元論が生まれる。他方で、それぞれの文化の世界にどっぷりと浸かっている人は、そのような相対的な見方に到達できず、自分の文化が一番すぐれているという偏見を持ち続ける。このような偏見を、自文化中心主義（ethnocentrism）という。これは文化相対主義とは、基本的に相いれないものとされている。ただし自文化中心主義は、自文化への尊敬やプライドとは異なる。なぜなら前者（＝自文化中心主義）は、他者の文化を退けようとするが、後者（＝自文化に尊敬の念をもつこと）は文化的多元論に従いながら他者の文化を尊重しつつも自分の文化の良さを改めて受け入れることができるからである。

美的判断を含めて文化は、どのような場所で議論されているだろうか。言語によるコミュニケーションがおこり、かつ言語活動が可能になる社会的空間のことをコンテクストあるいは文脈（context）と呼ぶ。多くの言語活動では、何をどのような場所で発語するか、つまり文化の文脈に大きく依存するために、発話者も聴取者も、この文脈に関する情報収集とそれにもとづく適切な行動上の発話戦略に敏感である。美について調べようとして、実験的あるいは経験的手法をつかって「人間にとって美とはなにか?」ということを明らかにする際に重要なことは、対象としての美が存在する文化的背景、知識水準や意図を事前に十分に把握し、状況に応じて反応の観察や対話を通して、適切な観察や追加の情報収集を柔軟におこなっていくことにある。このような認識の持ち方あるいは身体的構えを、我々は文化的感受性（cultural sensitivity）が備わっているという。

僕たちあるいは研究対象の人たちの文化的背景をもとに、その人の行動をその人が属する文化に基づいて「過度に一般化する」ことはしばしば誤りを導くことがある。例えば「日本人だから寿司が好きだろう。韓国人だから焼肉が好きだろう」という見解が、文化的一般化（cultural generalization）のひとつである。このような一般化は反証実例（「僕は日本人だが寿司は嫌いだ。絶対的に焼き肉を好

む」）をあげることで先の一般論が誤りであることを簡単に指摘することができる。つまり、文化的一般化は、その人の発話の中身を推論するために重要な参考資料になるが、逆に、その情報に縛られるとそのレンズから自由にならず、実際の意味把握に失敗どころか明白な誤りを導くことになる。「すべての日本人が寿司好きであるのは自明のことであり、ましてや寿司嫌いは日本人ではない」という主張をすれば、これは一般化を通り越して、論理的に誤った判断、つまり誤謬をしていることになるからだ。

だがしかし、美的判断の場合では奇妙な一般化がまかり通っている。ダ・ヴィンチの名画《モナリザ》は美女であるという命題がそれにあたる。「ダ・ヴィンチのモナリザを世界の名画でないと言う人はいない」という一般化がそれである。そこには作品としての名画性と、モナリザは永遠の美女という一般化が混在している。モナリザの作品性は、モナリザのモデルの美人さからくるのか?それとも天才ダ・ヴィンチが描いたものが、当代きっての美女だったのか?の、峻別は不明瞭である。その時には質問を分解してみるのがよいだろう。モデルとなっている「モナリザを美人と思うか?」（=美的判断）、あるいは「モナリザが好きか?」（=趣味判断）を問えば、肯定から否定まで様々な意見が百出だろう。そこからわかることは、名画という判断と（モナリザのモデルもまた絵画も）美的に美しいという判断は異なるという事実である。

文化間の違いを固定化し、根拠の薄い主張をすることを文化的ステレオタイプ（cultural stereotype）という。文化的ステレオタイプは、自文化中心主義から生まれることが多く、また、異文化・異民族への差別と偏見の原因になることが多い。ただし、どのような社会や集団においても、自分たち以外の人たちをステレオタイプで観る思考パターンがみられ、また「さまざまな事件」を通して新しく生まれることがあるために、完全に廃絶することは困難である。文化人類学の専門家においてもしばしば、このステレオタイプという罠に陥りやすい。そこから自由になるために、文化というものはその社会にみられる個々の現象が連関した全体的な総体であり、個々の現象を見る時にも、また大きな総体を見る時にも、僕たちは文化的バイアスつまり自分たちの固有のレンズを外してありのままを見ることができないと自覚することが重要である。その意味では人間とはどんな状況においてもデフォルトでは〈近視眼的動物〉にほかならず、さまざまなレンズを上手に使うことで初めて世界をなるべく客観的に相対的に、つまり中立に扱うことができる。そのような反省をつねに心に抱いて、利用できる限りの分析的ツールをつかって文化（ここでは「美なるもの」）を眺めようという態度を通して、さまざまな「美なるもの」に対する人間の認識の可能性を引きだすことができる。

3 コミュニケーションとは？

コミュニケーション（communication）の語源は、ラテン語のコミュニス（*communis*）すなわち共通したもの、あるいは共有物（common, コモン）に由来すると言われている。これは、コミュニケーション

の本質を理解する上で重要なことである。従って「時間的位相における推移のなかで、情報やデータが『共通のものとなる』という現象一般」のことをコミュニケーションとここで定義することができる。

マルクス主義は、人間の経済活動における生産手段の〈共有〉を目標とした社会運動論であった。マルクス主義者たちはその運動が結果的に私的所有の廃絶を生じるだろうと予測するだけでなく、人間の人為的な活動（=革命）をとおして、そのような未来を早期に実現しようとした社会実験に着手した。その意味ではマルクス主義は理論から実践が生まれるのではなく、実践から理論が生まれるというユニークな性格を持っていた。だが、それがどうしてコミュニケーションと関係するのだろうか。カール・マルクス［1845］はいう、生業手段の増大（=生産）は、再生産（=生殖）活動を活性化させ、人口の増大につながることになる。人口の増大は人間のあいだの「交通」（*Verkehr*, intercourse）を前提とする。マルクスによると、この交通とは、交換、交易、関係のネットワーク、コミュニケーション、戦争や交渉そして性交（セックス）のことを意味する。交通は、再度また人間たちの生産によって決まる（=規定される）のだ、と。ここで抑えておくべきことは、交通（=コミュニケーション）をさらに促進するために生まれた理論は、産みだした実践により、新たな理論の交換（=コミュニケーションの交通）を必要とすることだ。マルクスによる160年以上も前の予言は人類の共通の理想としての共通・共感・共同という一体性が強調されているが、人間社会の発展はコミュニケーションの増大にほかならないということを適確に表現している。Network Control Program を使っていたローカルなタイムシェアリング・システムを動かすためのARPANET が、TCP/IPというプロトコルとWWW（World Wide Web）というハイパテキストシステムを採用することで、インターネットという全く別のグローバルなコミュニケーション手段ができてしまったことと、実はよく似てはいないだろうか。通信量の増大への計算機の負荷を分散し解消させることを目的としたシステムが、WWWというメディアを地球上に瞬時に膨大な情報に載せて伝送するものへと、量的にも質的にも根本的に大変化したのであり、そのことは結果的に人間のコミュニケーションの様相を根本的に変えてしまったのだ（レヴィンソン［2000］）。

コミュニケーションの日本語への翻訳は多様で辞書をみても、伝達、報道、文通、伝染（cf. communicable disease）、連絡、情報、通信、交通（コミューター）などがあり、何かが伝えられていることを指し示している。しかし、これは伝えられることを通して、「何かが〈共有〉される」というある事態の結果、ないしはその進行のプロセスのことを意味していると理解したほうがよい。したがってコミュニケーションのもっとも適切な翻訳は「伝達共有過程」ないしは「伝達の共有」というのが、もっとも語義に叶ったものになる。ここから展開すると、コミュニケーションはメッセージの相互のやりとり、ないしはそのようなやりとりの結果〈ある事象が共有されている状態〉になったということになる。

ノーバート・ウィナーはメッセージを次のようにそっけなく定義している。つまりメッセージとは「時間内に分布した測定可能な事象の離散的あるいは連続的な系列のこと」であり「電気的・機械的な方法、あるいは神経系などによって伝送されるもの一切を含んでいる」と（ウィーナー［1962:11］）。このような〈情報の共有性〉の確保について、もっとも簡潔で合理的なモデルを与えたのが、クロード・シャノンとワレン・ウィーバー［2009］であった。情報が正しく伝わったり、伝わらなかった（言い換えると、情報が

共有されたり、共有されなかったり）するには、情報の発信者と受け手が、別々の存在であるということが、このモデルの前提になる。それらの間で、情報がやりとりされ、最終的に〈共有〉されるわけである。シャノンは情報を数学的にとらえ、電気通信的なモデルで表現した。それによると情報源は確率過程として理解され、エントロピー関数により情報量を定義した。

シャノンとウィーバーの理論の要衝は情報をいかに迅速かつ正確に伝えることを実現するという数学モデルの創案にあった。しかし、人間を含む生物一般や、生物の体内のシステムにおいても、このような機能プロセスはよく観察されるために、コミュニケーション一般のもっともシンプルで合理的なものとして利用することができる。それは情報源（「情報発信者＝符号器（transmitter-encoder）」）は、伝えたいメッセージを選択し、それを信号に変え、コミュニケーションチャンネル（コミュニケーション媒体で、音波、電線、電波、インターネットのケーブルなど）を通して、受信体（「受信者＝復号器（receiver-decoder）」）に送られる。この伝達過程で、情報はさまざまな妨害をうけ、正確に伝えられないことがある。それをこのモデルはノイズと定義する。受信者は受け取った信号を再びメッセージに解読して、情報発信者の発したメッセージを理解しようとしている。情報発信者のメッセージと受信者による解読内容が合致した（共有された）時、コミュニケーションが成立したというのである。シャノンとウィーバーのコミュニケーションモデルをすっかりそのまま援用して、符号と復号の過程として、美的コミュニケーションに当てはめると図. 1のようになる。図のなかで、カントがいう論理的に表現できない趣味判断にもとづく「美なるもの」という感覚のうち「審美的霊感A」（esthetic inspiration A）は、芸術家によるものであり、鑑賞者である僕たちが感じる「美なるもの」という感覚が「審美的霊感B」である。芸術家＝作品製作者は自分が感じ取った審美的霊感をエンコード＝符号化し、はじめて美的メディアの中で表現行為が

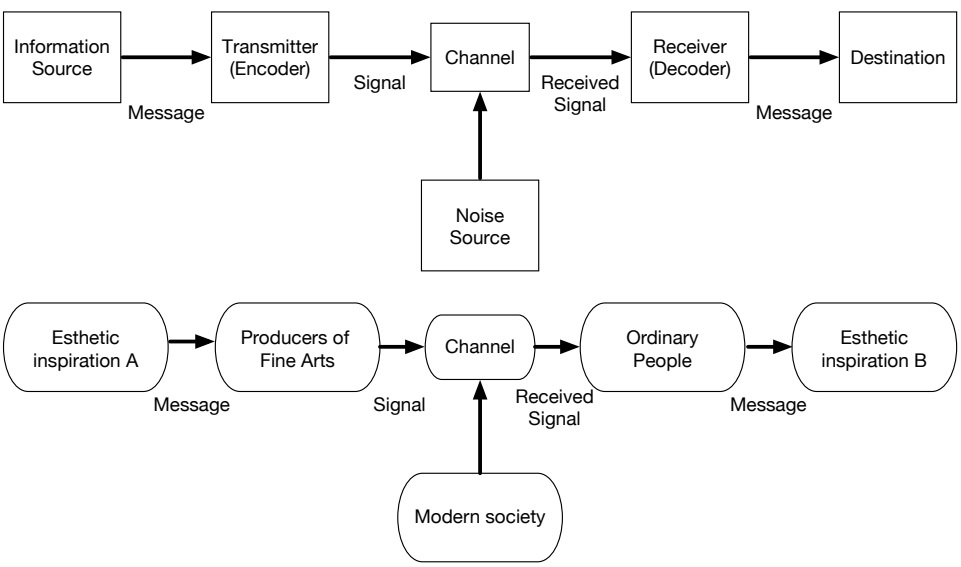

図1. 美的コミュニケーション（シャノン＝ウィーバーモデル［上図］を援用した）

可能になる。他方、受容者である僕たちも、そのメッセージをデコード=復号化し、つまり芸術家が投げかけた暗号を解読しなければ審美的霊感を感じとることができないのだ。ここでは美的コミュニケーションの共有化の度合いで美的コミュニケーションが成功したか否かを判断できる。すれ違いがおこり、作者が美しく描いたつもりでも、受け手（=依頼者）が美しく感じなければコミュニケーションは失敗する。つまり美的コミュニケーションもまた美的情報量の関数として定義可能になることがわかる。

シャノンとウィーバーは1949年に『サイエンティフィック・アメリカン』に寄稿した「分析的コミュニケーション・スタディーズ」と冠した論文において、コミュニケーションについて次のように書いている。

> コミュニケーションという言葉は、ある精神（マインド）が別の精神に影響を及ぼすようなものによって引き起こされる諸手順のすべてを含む、はなはだ広い意味において、ここで使われることだろう。もちろん、コミュニケーションには、書かれ話された言葉（スピーチ）のみならず、音楽、絵画芸術、演劇、バレー、それどころか、すべての人間行動までも包摂している。ついでながら言うと、コミュニケーションをさらに広い定義でとらえることは妥当なものとなるだろう：つまりそれには、あるメカニズムが別のメカニズムに影響を与えることによる手順を含めてもよい（例えば、航空機を追跡し想定される将来の位置を計算する自動装置は、その航空機を追尾する誘導ミサイルに影響を及ぼすように）（Shannon and Weaver［1949:3］=シャノンとウィーバー［2009:15-16］）（訳文は筆者による）。

シャノンとウィーバーによる、この『サイエンティフィック・アメリカン』論文が重要な点は、彼らのコミュニケーションの定義について「情報論的で狭量である」という従来の大方の人が批判する見方は純然たる彼らに対する誤解に由来することを示している。シャノンとウィーバーもまた、コミュニケーションの過程は経時的あるいは因果的に複雑な状況を生起するものであるという僕たちの常識と共通していることを、ここで改めて確認しておこう。実際２人のコミュニケーションの数理学者のうち、シャノンは先端的なことを説き、ウィーバーは彼のすばらしい理解者であり、シャノンの数学理論を巧みな比喩を使って適切に表現したと言われている。それまで、いったい誰が航空機を追尾するミサイルをコミュニケーションしていると喝破しただろうか?

人間がおこなうコミュニケーションを僕は、人間コミュニケーションあるいはヒューマン・コミュニケーションと呼ぶ。人間コミュニケーションを成り立たせる媒体は社会である。コミュニケーションがうまくなりたたない時、それをコミュニケーション不全あるいは和製英語ふうに「ディスコミュニケーション Ⅰ」と呼んでおこう。コミュニケーション不全とは、想定されたコミュニケーションのアウトカムが不十分・不完全・不能のいずれかである。ただし、語の厳密な意味でのディスコミュニケーションには、それ以外にコミュニケーションのアウトカムに関する価値評価がゼロ（零）のようなコミュニケーションの様態を含むことがわかる。これは送り手の情報がノイズによって100%置き換わり、かつ受け手が「たぶんこのようなことだろう」と勝手に解して、それでいて両者のあいだで不都合が起こらない状態のことである。言い換えるならば、完全にコミュニケーションがなくても、双方あるいはどちらか一方はコミュニケーションの価値評価に関す

る判断を継続している状態である。これを「ディスコミュニケーション II」と呼んでおこう。この事例は、コミュニケーションを広範な現象とみるシャノンとウィーバーの知的遺産を正しく引き継いだ論理的帰結である。奇妙な符合であるが、美術館の前で、抽象芸術あるいは現代芸術の作品の前で佇む人達は、このディスコミュニケーション状態にあると言えるだろう。

文化人類学者のクリフォード・ギアーツは「厚い記述」という論文（Geertz［1979:6-7］）の中で、まばたきを例にして、コミュニケーションにおけるメッセージの送受信におけるメッセージの解読過程について有名な議論をおこなっている。

少年がこちらをみて、目配せとしてのウィンクした時には、我々はそれを彼がいたずらを成功させて、こちらに合図を送ったものとして解読することもできるし、他方で、ただ単に眼にゴミが入ったということも考えられる。このメッセージを正しく解読し、情報を〈共有〉するためには、メッセージの送り手の少年と、それをみて二通り（あるいはそれ以上の可能性）の解釈をおこなう観察者である〈私〉との関係性や、それらがおこなわれた社会的文脈を考慮する必要があるということだ。これもシャノンとウィーバーのいう、ある精神（マインド）が別の精神に影響を及ぼすということであり、その影響を与える要素（ノイズ）として文脈を考えることだ。

メッセージは多義的に解釈（解読）される可能性があり、また偶然の現象（眼にゴミが入る）と必然の現象（自己自身と彼の間の関係や出来事がおきた時の状況からそのように判断できる）を、文化人類学者はさまざまな状況を手がかりに解釈しなければならない。それが、ギアーツのいうところの文化の理解にほかならない。文化人類学の観点からみて、人間コミュニケーションについての研究はまさに（冒頭で主張した）文化についての研究にほかならないことを示しているのである。

4　人類にとって〈いわゆる芸術作品〉とは？

西南フランスの旧石器時代の遺跡ラスコー洞窟の1万7千年ほど前に描かれたとされる壁画や、2万4千年前のものとされるオーストリアのヴィレンドルフのヴィーナス像（写真1.）のように、現代人の美的感覚からみても、考古学的価値に劣らず「審美的価値」があるとみなされる「芸術作品（art work）」がある。これらは正確に言うと今日的な意味で芸術作品として制作されたという証拠がないために、呪物や神に対する捧げものといったものかもしれないと言われている。今日の芸術作品やまたその大量に作成された複製や模造が、家庭のリビングに飾られて人々の心を潤すように、芸術作品というものはさまざまな意味と機能をもちつづけている。その意味で古代のそれらの宗教的な目的をもった遺物も、それを見たり、保持したりした人々にさまざまな複合的な意味をもたらしたことは言うまでもない。すなわち、人類の歴史の中に芸術作品が登場した時から、その作品がもつ個人的・共同体的・人類普遍的な

機能は最初から複合的な意味（＝多義性）をもっていたのだろう。

第2節で述べたように、美しいものは感性的なもので、言語による完璧な説明は期待できないものの、我々が美しいものを良いものや、心地良さと分類しているものは、同じカテゴリーに属し、それらは趣味という判断能力に根ざしているというカントの指摘について触れた。しかしカント以前から、神学者や宗教家たちによって、芸術は香しき文化の創造の賜物であることはさまざまなところで指摘されてきた。多くの場合は、それらは形相（かたち）を通して、我々の感情や心に直接訴えかける超越的なもの――つまり神がそのような美的なものを与えた――というふうに理解されてきた。僕たちが薄暗い御堂の中でくすんだ仏像と体面した時に、心が洗われる経験をもつのは、美と宗教的敬虔さが共存していた頃の名残だとも言える。

写真1. ヴィレンドルフのヴィーナス像（Venus of Willendorf）
出典はWikipedia https://en.wikipedia.org/wiki/Venus_of_Willendorf

華麗な芸術作品は、個人が所有したり、楽しんだりするものではなかったので、多くの場合、寺院や教会などに、聖像や聖画の形で、つまり崇拝対象として収納されていた。そのような時代では、聖像が美しいというよりも、敬うものであるという意識のほうが優越していたことは想像するに余りある。つまり敬う気持ちが、やがて「高貴なるものは美しいに違いない」という判断を生むのである。宗教的に聖なるものには作者性が希薄である。聖なるものは作者性を超越すると言うのは多くの宗教家の主張である。実際は、寺院や教会にある芸術作品は、大作が多いことから、個人の作者（画家や彫刻家）が製作して注文に応じていたのではなく、絵画や彫刻工房において、親方と弟子たちによる製作過程を通してでき上がっていた。そのため、それらの宗教的芸術作品は、親方の名前（ミケランジェロやラファエロを想起せよ）の作品で今日呼ばれてはいるが、実際のところ分業体制で製作され、また個人の作者性よりも、工房の作者性において名声や格付けがなされていた。

僕たちは工業製品を利用するときに、よもやそれを崇拝する態度をもつことはなく、その機能や実用的価値を大切にする。しかし、同時に、自動車や家電製品はスタイルの良さにより購入を決めたり、あるいはメーカーのブランドにより選んだりすることがある。現代の我々が、自動車や家電製品を購入する際に、自分の好みを表現するのに、言葉で上手に説明できないが、好きか嫌いかの比較判断が容易にできるように、カントのいう趣味（*Geschmack,* 英訳ではtasteと訳されている）の判断能力が、それらの傾向性を形づくっているのである。このような好みは、時代により流行り廃りがあり、社会集団でまとまっ

た傾向があり自分の属している集団の「好み」と他の文化的集団のそれが違うこともよく知られている。つまり、そのような好みの集団的特性は、我々が属している文化の産物なのである。好みが造りだしている選別の過程が、我々の言うところの文化というものを形づくっているとも言える。

さて、文化人類学者は異文化の研究をするが、これまでの研究者がフィールドワークの地に赴く先は、伝統的な社会と呼ばれるところであった。もちろん、今日の伝統的な世界も、伝統的な慣習や文化を保ちながらも、国家制度に組み込まれたり、工業文化の影響を受けたりしている。また、ニュースやインターネットを介して、西洋の近代世界の生活の様子についても知られている。彼らの生活に関するそれらの情報がこちらの我々の社会に届くのと同じくらい、我々の生活の様子（=情報）も彼らに伝わっている。情報と資本の世界循環つまりグローバリゼーションの時代を彼らと我々は一緒に生きていると言える。

文化人類学者が伝統的社会の「芸術」を捉える際には、かつては「未開芸術（primitive art）」というテーマを調べていると言われた（ルービン［1995］）。つまり、彼らの芸能や舞踊や、そこで使われるユニークでカラフルな仮面や伝統的衣装（あるいは民族衣装）、あるいは共通するデザインが、未開芸術の代表だとされた。それらは様式化されており、文明社会における装飾芸術との関連性や共通性も指摘されて、伝統意匠（traditional design）とも呼ばれる。未開芸術は、それぞれの文化を共有する社会集団（=民族）の芸術なので、民族芸術（ethnic art）と呼ばれる。とりわけ未開という言葉が、素朴であると同時に「遅れている」というニュアンスから避けられるようになってから以降は、好んで民族的=エスニックと言われることが多い。民族芸術であるエスニック・アートという用語は日本語としても定着しており、今日の我々がエスニック調という文様やスタイルあるいは素材のテイストなどをさす場合のオリジナルの「作品（art work）」のことを指す言葉である。民族芸術に魅了された人類学者たちは、熱心に彼らの社会に生活を共にしながら調査――フィールドワーク――をして、多数のスケッチを残したり、また、収集したりして、自分たちの社会に持ち帰った。

文化人類学者は、伝統社会に長期滞在して、彼らの文化に関する膨大な記録をその現場に立ち会いながら収集するが、民族芸術の意匠（デザイン）は、その社会の宇宙観や社会観、あるいは時に彼らが口伝えで伝える神話の内容を表現するものであることもまた発見する。クロード・レヴィ=ストロースという文化人類学者が残した『悲しき熱帯』の中にあるブラジルの高地に住むカデュヴェオ族（Caduveo）の女性の顔の文様は有名である（写真2. 図2.）。ここでは男女の分業が明確で、文様を描くのは女性で、男性は彫刻のみをおこなう。さて、この顔の文様はこの民族の独特の様式をもつが、歴史記録によると、18世紀中ごろのイエズス会の宣教師たちが当時もまた彼らが熱心に何時間も顔に文様を描いて、それに熱中する記述がある。その宣教師（修道士）はそんな時間を切り上げて食べ物を採集したり作物をつくったりするために精をだしたほうがよいとアドバイスした時に、抗議の言葉をあげたという。カデュヴェオの人は言う:「馬鹿なことを言うんじゃない、もし我々が顔に彩色していなかったら、まるでジャングルの中の動物と変わらないではないか!」。1935年当時400近くのデザインをカデュヴェオの女性に描かせて収集したレヴィ=ストロースによると、カデュヴェオのデザインは150年たらずの間ほとんど変化せずに受け継がれていたという。カデュヴェオの装飾とデザインは、男と女により民族芸術の

担当がわかれているように社会のあり方をすべて二元的な対立で分類する思考法に支えられているというのである（レヴィ=ストロース［2001:329-339］）。

大阪府吹田市にある国立民族学博物館（民博）を訪れてみると、文化人類学者たちが収集した実にさまざま民族芸術の「作品」が展示されている。しかし、実際の展示では、稀な例外を除いて、それらの多くは製作者の個人名はなく、その民族名と時代が記載されているのみである。もちろん、僕たちがそれらを芸術「作品」としてみるのではなく、文化の「展示物」（=文化の表象）として扱っていることを知っているために、大きな違和感がない。つまり、民族学博物館に展示されているものは、博物館の学芸員もそして観客である僕たちも、それらが芸術品であるとは認識していない。にもかかわらず、エスニック・アート愛好者は、足しげく博物館に通っている。時にはスケッチをしたり、スマホで写真を撮ったりしている。そのような愛好者の中にはプロ・アマチュアを問わず芸術家がいて、全体を模写したり、自分の作品のなかに取り入れたり、また、そこからインスパイアーされた作品を熱心に創りだしている。オーストラリア先住民アートなど民族集団の伝承や決まりで禁じられた一部の「作品」を除いて、民博は一般の美術館とは異なり一般的にスマホ撮影は可能なのである。日本の美術館で絵画作品をスマホで撮ろうとすると、監視員から制止されること請け合いだ。はたして、民族学博物館の作品は、芸術なのか、それとも文化の展示物なのだろうか?

この認識の違いを考えることは、決して瑣末なことではない。なぜなら、芸術の定義をめぐって20世紀初頭に、〈博物館に展示されているもの〉と〈美術館に展示されているもの〉が、思わぬ機会において出会い、それらの2つのジャンルの間で、予想もできないような形（=表象）のやり取りがなされていた

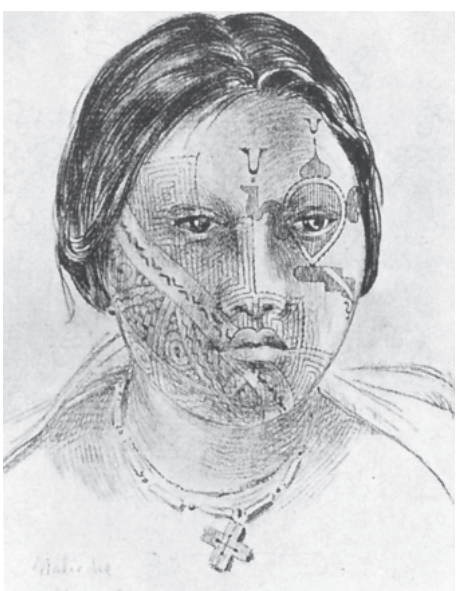

写真2. カデゥヴェオ族の女性の文様（『悲しき熱帯』より）

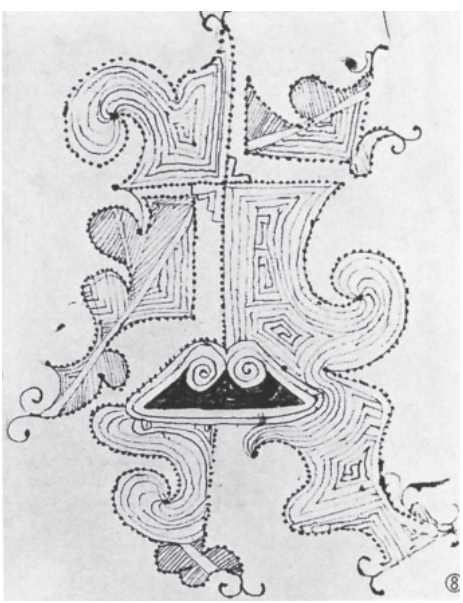

図2. カデゥヴェオ族の女性の文様（ボジアーニ（1895）によるスケッチ［写真2.］と現地人が描いた顔面装飾のスケッチ,『悲しき熱帯』より）

からである。この背景の事情をよくのみこむと、文化人類学者が、いったいどのようにして芸術の問題に踏み込み、その研究（=芸術人類学）を可能にするのがよくわかるようになるだろう。

5 芸術人類学への招待

冒頭で、文化とは、人間が後天的に学ぶことができ、集団が創造し継承している認識と実践のゆるやかな「体系」ないしは、そう理解できる概念上の構築物と僕は定義した。これまでの僕の説明から、読者の皆さんは民族芸術も現代芸術もまた文化とよばれる広い範疇（ジャンル）に入るものであることが理解されているのではないかと思う。したがって、現在問題になっている、民族学博物館の展示物が、どのような過程を経ると民族芸術になり、また、どのような過程を経て現代芸術になりうるのかについて解説してみよう。

ヨーロッパではフランス革命に代表されるような市民革命を通して、芸術や工芸品と呼ばれるものが、それまでの王族や貴族あるいは教会の専有物から、市民も所有することが可能になってきた。市民革命とは、それまでの封建的身分制度を打破したことである。ここで言う打破とは、端的には市民の武装蜂起による「革命」のことをさす。その結果、社会の構成員が「国民」として平等な権利をもち、社会の活動に自由に参加することができることを可能にした。他方で、国家は市民的権利と自由を保証するために、市民に対するさまざまな義務規定を設けた。その義務規定は、国民の登録と納税義務、義務教育、徴兵制度などである。国家は、そのような義務を果たした国民を順次、国政への参加を認めるように制度を整備した。

市民的平等が達成された社会が到来したのちに、重要な課題となったのが経済活動（=労働）と所有（=可処分）の自由である。これには何がもっとも重要かというとさまざまな議論があるが、就業（=労働）の自由、お金を儲ける自由、儲けたお金を使って物産を所有する自由、所有物を自由に処分できる自由である。これらをまとめると「経済活動の自由」を市民が手に入れることができたということになる。これにより新聞や書物が（義務教育を通して識字能力を得た）市民のあいだに定着することになった。いわゆるマスメディアの誕生である。その芸術は、徐々に洗練されて、安価で大量生産が可能になった印刷技術のおかげで、書物と共にみんなが楽しむことができるようになった。

例えば、それまではキリスト教の聖画は、教会の中で飾られることで、崇敬を得ていた。数少ない巨大な作品としての聖画や聖像は、巨匠によって作られ、芸術的な意味よりも宗教的な意味のほうが凌駕していたという。そのような作品が放つ圧倒的なパワーを、20世紀前半の文明批評家ヴァルター・ベンヤミン［1995］はアウラ（オーラ）が宿っていると表現した。しかし、その本物とそっくりなミニチュアの聖画が印刷されるようになって、その聖画が家庭のなかの小さな祭壇——日本風に言えば神棚である——に掲げられ、灯明がともされるようになると、複製聖画そのものよりも、聖画の前で僅かばかりでも

本人が敬虔な気持ちになることが重要になる。複製聖画には、大作の本物が放っていたアウラがもはや失われている。人々は、教会の大作のアウラのまえで敬虔な気持ちになるが、そのためには教会にわざわざ足を運ばなければならない。他方、アウラのない複製聖画でも家庭の中で人は気軽に「ちょっとした敬虔」な気持ちになることができる。

アウラのある作品は市民革命後にも登場することがある。市民革命後の反動——政治体制が昔に戻ること——ではあるが、その実例が、ルイ・ナポレオン・ボナパルトがジャック=ルイ・ダビッドに1801年から5枚も製作させた《アルプスを越えるボナパルト》である。この絵画は、それぞれ2.5×2メーターを超える大作である。これらの絵画は、個人によって好き嫌いはある——このことが作品自体の宗教的アウラ性が明らかに後退しているのである——だろうが、そのサイズや理想化された英雄のポーズなど、現代においても観る者を圧倒するアウラをもっている。しかしながら、この名画が複製化され、ちょうどA4サイズのクリアフォルダーになったらどうだろうか?　アイコンとしてのナポレオンの雰囲気はあるが、本物の絵画がもつアウラはもはやない。

市民革命後は、学校教育の中で芸術技法が教えられるようになり、工房による絵画や彫刻のようなものが大衆化する。作品のサイズは小さくなり、経済力をもつようになった市民が、個人の画家に注文して家族の肖像（ポートレイト）のような作品を、家庭の居間にも飾られるようになる。そして、そのサイズの絵画の注文に画家たちが応じるようになる。市民向けの芸術市場の誕生である。

このような芸術の市場化は、現在における工業製品——例えば自家用車や家電製品——と似て、人気のある画家の作風が急速に売れ、また栄枯盛衰がみられるようになる。人や時代によって人気不人気があるということは、言い方を変えると、かつての大作の聖画のようにアウラが共通なものだったものが変化していること、つまり、アウラの多様化とアウラの個人化というものが始まったことを意味する。

前節の終わりで、民族芸術と前衛芸術の出会いについて予告しておいた。すこし前ふりが長くなったのは、これまで解説してきた芸術の本物らしさや真拍感（ともにauthenticity）をもたらすものとしてのアウラ（オーラ）の概念について予備知識が不可欠だったからである。

さて、19世紀の終わりから20世紀初頭にフランスで『図解新ラルース事典』（1897-1904）が出版される。ここにいくつかの新しい美術用語が収載されるのが、そのうちのひとつがプリミティヴィズムである。この事典では、ルネサンス以前のイタリアとフランドルの芸術様式のみをその用語として示していた。しかし、1934年にウェブスター英語辞典でこの用語が取り上げられるようになると、この用語には自然への回帰という意味を込めて「未開生活が優れていることへの信仰」と定義さるようになる。西洋世界の植民地主義時代（1500-1776年期）あるいはその後の帝国主義時代（1800-1905年期）において、西洋世界からは軍人や植民者たちに伴い、武器を含むさまざまな物資が、非西洋の世界に届けられた。他方、荷を下ろした貿易船は、今度は西洋への帰還に際して、さまざまな原料物資に積み込んだと共に、伝統的工芸品や民族がつくった彫像や仮面なども積み込んだ。それゆえ、世界の民族の伝統工芸品や仮面などが大量に西洋世界にもたらされるようになった。エキゾチックな工芸品などの文物は、それまで東方のアジアや中近東から運ばれてきてオリエンタリズムという趣味——つまりそこに美的な判

断をもたらすもの――を西洋人たちに形づくった。オリエンタリズムのうち日本の浮世絵や美術工芸品への趣味はジャポニズムと呼ばれた。初期の文化人類学――民族学と呼ぶことが多い――の先達は、それを民族芸術（ethnic art）と呼んできた。

プリミティヴィズムはそれらのオリエンタリズムとは画して、それ以外の非西洋地域とりわけ中南米やアフリカのものが多く、また、オリエンタリズムに馴染んでいたコレクターや観賞家の度肝をぬくような斬新なデザインのものが数多くあった。それらのコレクションは、武力侵攻によって西洋人たちに略奪されたり、二束三文で購入されたりしたものだった。日本では当時の、明治期の神仏分離と排仏毀釈によって神仏習合の工芸品が廃棄されたりしたが、それらの作品は西洋に流れた。そして第二次大戦の敗戦によっても大量の美術工芸品がアメリカに流れた。いずれにせよ、西洋人の間で、そのような民族芸術の工芸品が好まれ商取引されるようになりプリミティヴィズムという嗜好を形成していった。

しかしプリミティヴィズムのインパクトをもっとも大きくうけたのはキュビズムという芸術運動に取り掛かっ

写真3. パブロ・ピカソ作《アヴィニョンの娘たち》（1907）Wikicommons より

写真4. ウィリアム・ルービン編『20世紀美術におけるプリミティヴィズム（I）』淡交社，1995年より：（左）パブロ・ピカソ《鏡の前の少女》（部分）1932年。（右）クワクワカワク族の仮面（カナダ・ブリティッシュコロンビア州の部族），ベルリン民俗芸術博物館蔵。

ていたパブロ・ピカソやジョルジュ・ブラックの前衛芸術家たちである。キュビズムの美術史上における最大の貢献は、それまでの具象画がひとつの視点（パースペクティヴ）しかもっていなかった――言い方を代えるとレンズと眼の類似点にもとづく写真のような写実的な絵画様式――を完全に破壊し、ひとつの平面の中に複数の角度からの視点のものを込めるという大革新をおこなったことにある。その代表作が、ピカソの《アヴィニョンの娘たち》（*Les demoiselles d'Avignon*）であり彼は1907年に仕上げた（写真3.）。バルセロナのアヴィニョン通りにある娼館の5人の裸の売春婦たちを描いた作品であるが、彼女たちの身体と背景は大胆な構図をもちデフォルメ（変形）されている。また女たちの顔は漫画のように単純化されているが、それらの顔は、明らかに黒く歪んで変形している。それもそのはずである。ピカソやその友人たちがコレクションしていたアフリカのいくつかの仮面や彫像作品からその形がとられたものなのだ（写真4.）。

キュビズムの作品は、当初、驚きと失望をもって芸術界にもたらされたが、この技法がもつ伝統的な絵画技法をから脱却し自由に作者のイマジネーションを込めた可能性に人々が気付くのにそれほど時間がかからなくなった。マスメディアがキュビズムをめぐる論争を紹介したからである。またキュビズムの芸術的価値に「投資」するブローカーたちも、キュビズムの流行の援軍になった。つまり作品の中にある種の芸術の解放と創作のためのエネルギーが感じ取られるように大衆の解釈が誘導され、また多くの芸術家がその手法を真似て作品を製作するようになった。また、それらの芸術作品も次第に市場価値をもつようになり、その作品の求め手の要求によって、キュビズムという芸術ジャンルも洗練し確立していったのである。つまり、キュビズム派は、20世紀初頭の西洋芸術にとっての「革命」の担い手になっ

たのである。

キュビズムという文化的様式の誕生は、なぜ文化人類学者にとっても、そして芸術を対象とする人類学的研究（＝芸術人類学）にとっても重要なのか？　それは、従来の芸術創造の概念が「自然」の形相の模倣ないしはシンボルとして捉えられてきたことに対して、「自然」を映し出すというための芸術の目的の根本的放棄を意味したからである。ここでいう「自然」とはプラトンのイデア論のように抽象化された実体のことをさし、真理や事物の本性と同義であった。芸術というジャンルでは、人間が持ち得るあらゆる可能性を試すのなら、実際のところ何を表現してもいいし、何のために表現するのかという目的意識などを必要としなくても、人間は「自然」なるものを探究することを通して自由になれることを示したからである。他方で、キュビズムは、芸術の創作性を人間自身に取り戻したとも言える。

このような解放感をもつ芸術様式は、ヨーロッパでその後席巻するようなファシズムや全体主義のように、社会の規律のためには個人の自由は犠牲になってもいいのだという政治思想には蛇蝎のように嫌われた。実際に、ナチスは侵攻したフランスにおいて美術館収蔵品や個人が所蔵する芸術作品などを組織的に略奪し、ベルリンに建設する予定のヒトラー美術館に収集するために大量に移送していった。しかし、そのなかでユダヤ人芸術家の作品や、キュビズムのような芸術作品は「退廃芸術」であると認定されて、密かに焼却処分されたりした。その誕生の歴史を知らなければ、子供による稚拙な作品のように見えてしまうキュビズムをわざわざ選びだして焼却するというナチスの悪魔の所業が、観方を変えればとても滑稽のようにも思える。だが、それは現代人にとって新たなアウラをもちはじめた前衛芸術、つまり人間創作における重要なエポック（契機）を踏みにじる大いなる過去の悲劇的破壊であったことは言うまでもない。

人間の文化的行為としての芸術作品の創造。そのことについて僕たちは未ださまざまな解釈の仮説でしか説明することができない。芸術的創造も人間の文化であると主張する芸術人類学は、西洋にのみ形容詞のつかない〈芸術〉の本質があるという伝統的な芸術学や美学に対して、〈芸術〉は歴史や地理的広がりを超越して、さまざまな様態があるのだということを主張する。そして人間――時には象や猿の「画伯」に登場してもらう――が表現し得るあらゆる美的行為の本源について探ろうとする。そのような芸術の本質的起源は、人間が美的人間（*Homo esthetics*）であることを獲得してきた人類進化学の知見（e.g. 渡辺［2016］本書の各章）を導入することにより、〈美的なるもの〉の意味の広がりが、これまで僕たちが想定してきた以上の多様で広範囲にわたることも今後は証明されていくであろう。ここまでくれば、脆くも人間の（普遍的共通の）文化的行為としての芸術作品の創造とその受容の共通感覚があるということを暴露してしまい、先に、カントの普遍主義と人類学の相対主義を対比的に描いていた僕のこれまでの戦略は、振り出しにもどったのだ。西洋中心的なカントのドグマを振りかざすのは問題があるが、共通性をもつと判断せざるを得ない美的感覚を隠して違いを過度に強調する相対主義も大いに問題があることになる。これをブリッジするために、美的経験を享受する人間の身体の共通性という観点から、ハンス・ベルティンク『イメージ人類学』を紐解く必要性を原稿作成の途中で感じたが、これは今後の課題としたい。

最後の最後に唐突だが、冒頭で触れたチョコ・スプレー・ドーナツのことを思い出してほしい。あの写真（写真1.）のドーナツは本物なのだが、チョコ・スプレーについている色とりどりのチョコチップの素材は、本物の写真ではない。食物のディスプレイを販売しているサイトから引用した人工物（プラスチック）の写真なのだ。僕たちはその写真が「食べ物=チョコ」のはずだという固定観念があったから、そのように錯認して当たり前のように見過ごしてしまったのだ。ちょうど、モナリザもまた実在した――つまりかつては血の通った人間の女性としての――絶世の美人だと僕たちは信じ込んでいるように。もちろん実際にモデルがいたことを首肯してもなお、『モナリザ』はダ・ヴィンチの創作物であり、絵の具で描かれた平面画なのである。そのような定型化された思い込みを、僕たちは「認知」と呼んでいる。芸術人類学の挑戦とは、そのような人間の認知構造に斬り込んでいくものでなければならないだろう。

謝辞

本論考を渡辺公三（1949-2017）先生の霊前に捧げる。大阪大学COデザインセンターの外部評価委員を僕が2017年夏前にお願いした時には、先生にはすぐに快諾をしていただき年度末に委員会でお会いするのを楽しみにしていた。しかし同年12月16日に闘病の末、逝去された。早くから中央アフリカ（現、コンゴ共和国）のクバ王国の民族誌研究に従事され同地域での医療人類学研究もある。僕は先生が『文化人類学事典』（弘文堂，1987）の項目「物質文化」に書かれた「人間の現象は物質性に浸透しつくされている」という言葉にまさに呪縛されて一気に「物神化する文化：文化遺産のグローバルな流通について」『三田社会学』5:17-28,2000.を書き上げた。その後も、老人遺棄と嬰児児童殺しに関する論文では先生の翻訳になるピーエル・クラストルの著作にお世話になり、先生に外部委員をお願いする時には、クバの近隣の人々であるレレの民族誌の専門家であるメアリー・ダグラスの評伝を書く際にも、もう随分前に書かれたはずの先生のダグラスの著作に関する現代に通じる鋭いコメントに舌を巻いた記憶がある。それ以外でも大学の職務においても学問においても、さまざまなところで御厚誼をいただいた。先生から受けた恩義には僕の生涯を終えるまでに十分返せるかどうか心もとないが、それでもなお「ありがとうございます!」と今後も言い続けるだろう。

文献

- ベルティンク，ハンス（2014［2001］）『イメージ人類学』仲間裕子訳，東京：平凡社．= Belting, Hans（2001）*Bild-Anthropologie: Entwürfe für eine Bildwissenschaft*. München: Fink.
- ベネディクト，ルース（2008［1934］）『文化の型』米山俊直訳，東京：講談社．= Benedict, Ruth（1934）*Patterns of culture*. New York: Houghton Mifflin.
- ベンヤミン，ヴァルター（1995［1935］）「複製技術時代の芸術作品」久保哲司訳，浅井健二郎（編訳）『ベンヤミン・コレクションI』583-640，東京：筑摩書房．= Benjamin, Walter（1935［1936］）*Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*（published as, French Translation, "*L'œuvre d'art à l'époque de sa reproduction méchanisée*"）.

Zeitschrift für Sozialforschung, Jahrgang V:40-68, Paris: Félix Alcan.
- Geertz, Clifford（1973）*The Interpretation of Culture*. New York: Basic Books.
- ギブスン, ウィリアム（1986）『ニューロマンサー』黒丸尚訳, 東京：早川書房. = Gibson, William（1984）*Neuromancer*. New York: Ace Books.
- 本多勝一（1981［1964］）『ニューギニア高地人』朝日新聞社.
- カント, イマヌエル（2015［1790］）『判断力批判』熊野純彦訳, 東京：作品社. = Kant, Immanuel（1913［1790］）*Kritik der Urteilskraft*. Leipzig: Felix Meiner.
- レヴィンソン, ポール（2000）『デジタル・マクルーハン：情報の千年紀へ』服部桂訳、東京：NTT出版. = Levinson, Paul（1999）*Digital McLuhan: A guide to the information millennium*. London: Routledge.
- レヴィ=ストロース, クロード（2001［1955］）『悲しき熱帯I』川田順造訳, 中央公論新社. = Lévi-Strauss , Claude（1955）*Tristes tropiques*. Paris: Union générale d'éditions
- マルクス, カールとフリードリヒ・エンゲルス（1974［1845］）『ドイツ・イデオロギー』廣松渉編訳, 東京：河出書房新社. =Marx,Karl and Friedrich Engels（1845-1846）*Die deutsche Ideologie : Kritik der neuesten deutschen Philosophie in ihren Repräsentanten, Feuerbach, B.Bauer und Stirner, und des deutschen Sozialismus in seinen verschiedenen Propheten*. hrsg. von Wataru Hiromatsu. 1974. Tokyo: Kawade Shobo Shinsha.
- ルービン, ウィリアム編（1995）『20世紀美術におけるプリミティヴィズム：「部族的」なるものと「モダン」なるものとの親縁性（I, II）』小林留美ほか訳, 京都：淡交社. = Rubin, William ed.（1984）*"Primitivism" in 20th century art: Affinity of the tribal and the modern*. New York: Museum of Modern Art.
- シャノン, クロードとワレン・ウィーバー（2009［1949］）『通信の数学的理論』植松友彦訳, 東京：筑摩書房. =Shannon, Claude E. and Warren Weaver（1949）*The mathematical theory of communication*. Illinois: University of Illinois Press.
- 渡辺茂（2016）『美の起源：アートの行動生物学』東京：共立出版.
- ウィーナー, ノーバート（1962［1948］）『サイバネティックス：動物と機械における制御と通信』池原止戈夫ほか訳, 東京：岩波書店. = Wiener, Norbert（1948）*Cybernetics, or, Control and communication in the animal and the machine*. New York: Hermann.
- ウィトゲンシュタイン, L.（1975）『論理哲学論考:草稿1914-1916:論理形式について』奥雅博訳, 東京: 大修館書店. = Wittgenstein, Ludwig（1922）*Tractatus logico-philosophicus*. with the introduction by Bertrand Russell. London: Routledge and K. Paul.

（投稿日：2018年7月31日）
（受理日：2018年10月15日）