

「無形労働 (Immaterial Labor) 」 試訳

Maurizio Lazzarato

本書は Lazzarato 氏の論文の日本語訳 (の試み) である。書籍 *Radical Thought In Italy* 中に含まれ、WEB 上でも見ることができる¹。英語からの訳である。Lazzarato は、A. Negri や P. Virno とともに活動しており、書籍「帝国」等にも無形労働概念は現れている。しかし、必ずしも同一の立場に立っているわけではない。よく知られているように、G. Tarde からの影響がここでは強く表れている。脚注及び[]で示された部分は訳者の恣意に基づく補足。最後の補足 (Notes) は、Lazzarato によるもの。なお、ほぼ全訳である。なお、一部、イタリア語版も参照した。

- 1 実証的研究がかなり進み、労働者の組織に関して新しい形式が導き出されつつある。論
- 2 理的な思考の蓄積とともに、近年における労働とはどのようなものか、それによって生ま
- 3 れる力とは何か、ということについての新しい概念を作り出すことができるようになって
- 4 きた。

¹ <http://www.generation-online.org/c/fcimmateriallabour3.htm> に英文がある (英訳者は、Paul Colilli と Ed Emory)。

1 技術的・主体的に労働者階級の政治的な構成を定義する試みを通じて得られた結果から、
2 無形労働概念を表現することができるようになった。その定義とは次のものである。
3 「無形労働とは、商品中の"情報"と"文化"に関する内実を、生み出す労働である」。無形
4 労働という概念には、労働の持つ2つの異なる側面が関係している。商品の「情報」とい
5 う側面は、労働者の生産プロセス中で生じている変化に関係している。第二次産業および
6 第三次産業の大きな会社において、労働者に必要となる技量は、サイバネテックスや計算
7 機制御（および上位者、下位者とのコミュニケーション）により重きを置かれるようにな
8 っている。もうひとつの商品の文化的な内実を生み出す活動に関しては、一般的には、「仕
9 事（work）²」とみなされない活動に関係している。それらの活動とは次のものである：
10 文化的・芸術的規準、ファッション、趣向、消費者のもつ規準、そしてより戦略的には、
11 公衆³の意見を定義し確立することである。ブルジョアと彼らの子孫たちの領域にあった
12 ものが、70年代の終わりには、「公衆知性」と定義する領域に移動した。このため、労働
13 （生産組織）の構成、管理、規則ばかりではなく、より深化した形で、知識人の役割や
14 機能および社会の中での彼らの活動に対して影響を与えている。

15 1970年代初頭に始まった「大転換(great transformation)⁴」は、疑問を生じるま
16 さにこれら用語を変化させた。肉体労働は、知性と定義できるものを含むようになり、新し
17 いコミュニケーション技術は、知識を持った主体を必要とするようになった。それは、知
18 的労働が資本家の生産という規範の支配を受けるようになったという単純なことではな
19 い。新しい「公衆知性」が存在し、それは資本家の生産における必要性和、労働に対する
20 闘争が生み出した「自己-価値増殖（self-valorization）⁵」の形態を組み合わせたもの
21 として生まれている。古い二分法（精神と肉体労働、有形物を生産する労働と無形労働）で
22 は、生産活動の新しい性格を捉えそこなう。

23 概念対実践や、労働対創造性、作者対観客といった分離は、「労働プロセス」内部で超
24 越されると同時に、「価値増殖のプロセス」内部で、再び政治的指令として[同一のもの
25 として]埋め込まれる。

² ハンナ・アレントに従うと「仕事」とは、永続性を持ったものを作る活動（「人間の条件」）

³ public は、Tarde 的意味（何らかのメディアを通してつながりを持つ個人の集合）で訳語として定着している「公衆」で統一した

⁴ 68年5月のできごとを想起せよ。当時の学生たちが求めていた世界にはならなくとも、欧州では確実に意識の変化が生じていたと考える。意識が変わった「いつもの朝」。大転換はここでは、Karl Polanyi の同名の書籍（最近新しい日本語訳も出ている）を呼び起こさせる。もちろん、直接の関係はないが、ポリフォニーを構成している。

⁵ Valorization は、価値増殖の意。（cf. [MAC98]「労働過程」は資本の「価値増殖過程」と対にされ、もっぱら使用価値をうみだすという限定された観点から、どのような社会にも妥当するものとして人間労働の特性を論じる。）ここでは、一般に用いられる資本家のそれ（拡大再生産によるもの）ではなく、疎外されている労働者自身の価値増殖という意味。無形労働に関しては、自己価値増殖により不断に変化することが必要となる。

1 1. 再構築された労働者

2 20年間に渡って大工場が再構成(restructuring)された結果、奇妙なパラドックスが
3 生じた。まず旧来のフォード主義⁶型労働者を否定する。同時に、生産における(ますます
4 知的になる)生きた労働が中心であることを認識する。その双方に基づいた種々の異な
5 ったポストフォード主義者モデルが作られてきた。今日の再構成された巨大企業におい
6 ては、労働者の作業は、様々なレベルで、異なる代替案や、その中での選択に関する責任の
7 程度を選択する能力が求められている。コミュニケーションについて語る社会学者が用い
8 る「インターフェイス」概念は、この種の労働者の活動に対してまずまずの定義を与えて
9 いる。ここでのインターフェイスとは、異なった職能間の、或いは異なったチーム間の、
10 或いは異なった階層上の位置間等にあるインターフェイスである。現代の管理技術が求め
11 ているのは、「工場の一部となっている労働者の心」である。労働者の個性や主体性は、
12 組織や指令に対して反応しやすいものでなくてはならない。労働の質や量に寄与するのは
13 無形性であると。これまでの[単純]労働者から情報の制御や情報を扱う、或いは意思決定
14 を行う能力を必要とする労働への変化は、工場内の階層に応じた影響を労働者に及ぼして
15 いる。しかし、この変化は、不可逆プロセスとして現れる。労働は、このように生産的な
16 共同を活性化し管理する能力として定義される。このフェーズにおいて、労働者は、「活
17 動的な主体」になることを期待されている。単純な命令に従うのではなく、種々の生産の
18 機能を調整する主体として、である。ここでは、集会的な学習プロセスが、生産性の中心
19 となる。我々はもはや既存のジョブ機能を組み合わせたり調整したりする方法を見つける
20 というのではなく、全く新しい方法を探す必要がある。

21 しかしながら、主体性とその集会的形式、構成とその発展という問題は、組織内での労
22 働において、社会的階層間で直ちに衝突を招く。次の点を強調したい。私が記述したいの
23 は、再構成に関するユートピアではなく、社会階層間の衝突の生じる現実の場所と状態に
24 ついてである。

25 資本家は、主体に対して、媒介なしに命令を発行する方法を見つけたいと考えている。
26 タスクの事前記述や定義は、主体性の事前記述に変化する。西洋の社会における新しいス
27 ローガンは、我々は「主体になる」である。参加型の管理は、権力の技術であり、「主体
28 のプロセス」を作り制御する技術である。主体を単にタスクを実行するものにとどめてお
29 くことはもはやできない。次の領域における主体の能力が必要になる；「生産のための生
30 産」の状態に適合可能な管理でありコミュニケーションであり創造性といった領域である。
31 従って、「主体になる」というスローガンは、階層と共同間や、自律と命令間の対立を減

⁶ グラムシ「アメリカニズムとフォードイズム」参照(「現代の君主」ちくま学芸文庫 pp.349-384)。彼が
フォード主義という言葉を作ったと云われている。

1 らすこととはほど遠い。実際、高い次元で対立は再度提起される。なぜならば、そのスロ
2 ーガンが動作すると、個々の労働者の個性と衝突するからである。まず、我々はここで権
3 威者たる発話を行うことになる：自身を表現しなさい。話をしなさい、コミュニケーション
4 をとりなさい、協力しなさい、等々である。その「調子」は、テーラリズムにおける上
5 位者の指令と同じである。変わったのは、中身である。第二に、もし、ジョブや責務を（丁
6 度、かつて労働の「科学的」研究においてこころみられたように）厳格に記述することが
7 もはやできないのであれば、逆に、ジョブがいまや共同や集会的な協調を必要とするので
8 あれば、生産の主体はコミュニケーションできなくてはならない。即ちワークチーム内で、
9 主体的な参加者とならなければならない。コミュニケーションにおける関係（垂直方向に
10 おいても水平方向においても）は、その形態と内実の両方において、完全に定義されたも
11 のとなる。それは「情報の循環」に従属し、それ以外のものであることを期待されない。
12 主体はコード化とデコード化の単なる中継器となる。そこでは、送信されるメッセージは、
13 管理によって完全に正規化されているコミュニケーションの文脈の中で、「明らかで曖昧
14 さのない」ものでなくてはならない。命令を強制する必要性とそのことに伴う権力の行使
15 は、規範的なコミュニケーションの形態をとる。

16 「コミュニケーションにおける主体となれ」と強制する管理は、初期の精神労働と肉体
17 労働（或いはアイデアと実行）の厳格な分離以上に、より一層全体主義的になる。なぜな
18 らば、資本家は価値の生産において、労働者の個性や主体性ですら取り込む方法を探して
19 いるからである。命令が主体に届いている、或いはコミュニケーションプロセスに届いて
20 いる状態を、資本は常に望んでいる。ワークグループ内で、労働者は自身の制御とモチベ
21 ーションに責任を持つべきであり、親方が介在する必要がないようにしなくてはならない。
22 親方の役割は、そのことを促進する人間として再定義される。実際、雇用者はこのことに
23 より生じる2つの問題に強い関心を持っている。一つは、生産における共同の唯一の形態
24 として、自律性と労働の自由を認識するように強制されている。一方で、同時に、資本家
25 にとって死活問題となる力の分散をさせないことである。ここでの力とは、新しい労働の
26 質やその組織が意味するものである。今日の管理者は、生産における要求に適合するよう
27 に労働者の主体性をコード化することを、考慮に入れている。一旦この[コード化という]
28 変換が成功するならば、個々の労働者やその集会的な関心やそれに伴うものが識別できな
29 くなるという事実を隠蔽することに成功する。

30 私は労働者階級の労働を抽象活動⁷として定義した。今日では、それは主体性の適用を

⁷ 単に時間で計る活動ではなく、コミュニケーションせよといった指令に伴う活動等を含んでいるとして「抽象」活動としている。cf. Marxの抽象的人間労働、抽象的労働とは、商品の有用性から逆算した人間労働。具体的人間労働と対比される。商品を作るのは具体的人間労働であるが、その大きさが必ずしも商品の有用性を決定するわけではない。また、各商品は異なった具体的人間労働からなるため、その比較のために抽象化を行う。一方「帝国」でネグリたちは、情報化とともに、（コンピュータを皆が使用し生産するということにより）全て

1 含んでいる。誤解を避けるために、次のことを付け加えたい。この生産活動の形態は、高
2 度な技術を持った労働者にのみ限定されるわけではない。今日における労働力の使用価値
3 に関係し、より一般的には、脱工業化社会においては生産的な全ての主体の活動の形式に
4 関係してくる。高度な技術を持った労働者や資格を有した労働者において、「コミュニケー
5 ーションモデル」は既に与えられており、そのモデルに従っている。また、その潜在能力
6 は既に定義されているということが出来るかもしれない。しかし、若い労働者、「不安定
7 労働者」、失業中の若者においても、我々は純粋な実質的能力を扱う。その能力は未決で
8 あるが、脱工業化社会の生産的主体としての全ての特性を既に持っている。これは、空で
9 もないし、非歴史的でもない。むしろ、次のことに開かれており、潜在的能力がある。歴
10 史的起源や先行するものとしてのフォード主義労働者の「労働に対する闘争」、近年では、
11 社会化、教育編成、文化的自己増殖のプロセスに関する潜在能力である。

12 労働の世界におけるこの転換は、生産の社会的サイクルを研究するとより一層明らかにな
13 なる：一つには「拡散する工場」や生産の脱中心化であり、他方には第三次産業化
14 (tertiarization⁸) の様々な形式がある。世界規模の生産組織内部における無形労働のサイ
15 クルがどの程度まで戦略的役割を引き受けようとするかを計ることができる。労働者に
16 対する研究/概念化/管理等といった種々の活動は、全ての様々な三次産業の活動と共に、
17 コンピューター化されマルチメディアネットワーク化されている。これらの言葉で、我々
18 は、生産サイクルや労働の組織化を理解しなければならない。科学的労働を工場や第三次
19 産業の労働と統合することは、生産性の主たる源の一つとなり、そうすることは生産サイ
20 クルにおける成長要因になりつつある。

21 2. 古典的定義における無形労働

22 ポスト工業化経済(ここでの経済は、産業と社会を一体のものとして考える)は、「無
23 形」物の生産という古典的形式によって示される。AV 製品、広告、ファッション、ソフ
24 トウェア製作、写真、文化的活動である。これら活動は、古典的な**労働**や**労働力**では括る
25 ことができない。なぜならば、(文化及び情報を含んだ)知的技術、(創造性やイメージ
26 や技術的であり手作業的でもある労働を結合する)手先の熟練、(社会的な関係を管理し、
27 その一部でもある社会的な協力関係を構築する)企業家技術を組み合わせた活動だからで
28 ある。この無形労働自身は、密接に集合した形態として自身を構成する。無形労働は、ネ
29 ットワークや流れの形式でのみ存在し得るということができるかもしれない。無形労働の
30 生産サイクルは、明らかな形で目に見えない(なお、ここでいう、生産サイクルというの

同一の具体的人間労働になりつつあるのでは、と指摘している(邦訳 pp.376-377)。

⁸ WEB 版の英文は綴り字間違い。もともとはイタリア語 *terziarizzazione*。

1 は文字通りで、工場主義者の偏見を捨て去るならば、ある特定の生産サイクルということ
2 になる)。それは、有形労働が工場の壁に囲まれて定義されているのとは異なっている。
3 無形労働が行われる場所は、外部であり、大きな社会の中である。その場所をあえて呼ぶ
4 なら「無形労働の“たらい”」となる。小さな、とても小さな(最小単位は一人であるよ
5 うな)「生産ユニット」が、特定のその場限りのプロジェクトを組織する。そして、特定
6 のジョブの期間だけ存在する。資本家が必要とする時のみ、この生産サイクルは動作する。
7 ジョブが終了するとそのサイクルもまた解消する。(個々人は)再生産を可能とするため、
8 そして生産能力を増すためにネットワークや流れの中に帰って行く。不安定さ・多大な搾
9 取・移動性・階層は、都市における無形労働の最も明白な特徴である。彼らには自営業者
10 (自己雇用)というラベルが付く。しかし、我々がそこで確認することは、彼らは知的な
11 プロレタリアートということである。また、そう見なすのは彼や彼女を搾取する雇用主に
12 よってである。この種の労働存在において、労働と休暇の時間を区別することはますます
13 困難になってきているといってもなんの意味もない。生活が、労働と区別が付かなくなっ
14 ていると考えた方が良い。

15 この労働形態は、現実の管理的機能によって特徴付けることもできる。

16 次の2点が管理的機能にとって必要である。

17 (1) 社会的関係を管理する能力

18 (2) 無形労働の“たらい”中で社会的関係を引き出すこと

19 無形労働においては、(商品の文化・情動的実を生み出すことの出来る)職業上の能
20 力のほかに、自身の活動や他の無形労働との協調関係を(生産と管理のサイクルの中で)
21 調整することが、この種の労働力における質となる。これは「生きた労働⁹」の真の変異
22 であり、テイラ主義者¹⁰の組織モデルとは全く異なる。

23 無形労働は、生産と消費の間の新しい関係(インターフェイス)となる。生産における
24 共同と消費者との社会的関係の活性化は、コミュニケーション中、或いはコミュニケーシ
25 ョンのプロセスによって物象化されている。それは、要求やイメージや消費者の嗜好など
26 に形式を与え物象化する。作られた製品は逆に、要求やイメージや嗜好を生み出す元とな
27 る¹¹。無形労働による商品生産(その本質的な使用価値は情報・文化に関する実質として
28 価値)の特徴は次の点にある。消費という行動によって商品は破壊されない。むしろ大き

⁹ 例えば「賃労働と資本」三章を参照。「...それが資本になるのは、直接的な、生きた労働と交換されることにより、自立した社会的な力として、すなわち社会の一部のものとして、自分自身を維持し、増殖することによってである」(新日本出版)。生きた労働というのは、人間が自分自身で行う労働そのもの。対比として、資本は死んだ労働と云われる場合があり、死んだ労働は生きた労働より優位にあると云われる。

¹⁰ 科学的な管理手法。工場における生産管理の基本。ジョブを行うための標準手法を開発し、各ジョブに作業者を割り当て、ジャマが入らないように設定する。効率を上げれば、給与が上がる!(という幻想)

¹¹ 例えば、グラムシの「反転する実践」を参照。対象を生み出すことで環境が変化し、主体はそのままでは存在できない。

1 くなり、変形し、消費者の「イデオロギー¹²的」そして文化的な環境を作る。無形労働に
2 おける商品は、物理的能力を拡大するというより、利用者そのものを変えてしまう。無形
3 労働は、何よりもまず、「社会的関係(創造・生産・消費の関係)」を生み出す。このこ
4 とが成功したときのみ、その活動は経済的な価値を持つ。また、物質労働では「隠されて
5 いる」何かを、直ちに明らかにする。即ち、無形労働は商品を生み出すばかりではなく、
6 真っ先に、資本関係を生み出す¹³。

7 2.1. 無形労働の生産における相互作用の自律性

8 私の検討中の仮説は次のものである。無形労働サイクルは、その開始点として、社会的
9 な労働力を必要とする。独立で、それ自身の仕事とビジネス単位を組織することのできる
10 労働力である。産業[界]は、この新しい労働力を形成したり[新たに]作ったりはしな
11 い。しかし、存在するものを持ってきて、それを自分たちに合わせる。この新しい労働力
12 に対する産業界の動きは、労働力に関して、独立した組織や「自由な企業家精神に基づく
13 活動」といった存在を前提としている。この議論を進めると、労働の組織化に関するポス
14 トフォード主義段階における労働の性格についての議論が必要になる。この問題に関する
15 経済学者たちの中心的な見方は、次のようなものである。無形労働は中央集権化している
16 産業が認める組織の形態内で動作する。しかし、2つの異なる見方があり、一つは、新古
17 典派の分析を拡張したもの、もう一つはシステム理論に基づくものである。

18 前者では、込み入った市場の問題を再定義することにより問題を解決しようとする。こ
19 こでは、コミュニケーションにおける現象や組織の新しい次元を説明するために、協調関
20 係や労働の強度だけではなく、解析変数(人類学的変数? 無形変数?)を用い、その上で
21 他の最適化目標の導入等を行おうとする。実際、新古典派モデルは、一般均衡理論¹⁴が課
22 す均一性に関する制約なしで済ますことがかなり困難である。労働の新しい現象、組織/
23 コミュニケーション/自発的相互作用の潜在力、主体に含まれる自律性、ネットワークの
24 独立性といったものは、物質労働と産業経済を不可分に考えている一般[均衡]理論にお

¹² イデオロギーとは、一般的には「単に思想傾向、政治や社会に対する考え方(広辞苑の第三の意味)」である。Marx的用法では異なっており、生活によって規定される、或いは逆に生活を規定するような諸観念等を指す。反射的な定義であることに注意が必要である。「人間達は彼らの諸観念、諸思想などの生産者であるが、しかし彼らは、彼らの生産諸力とこれに照応する交通とのある特定の発展によって、交通のはるか先の諸形態にいたるまで条件付けられているような、現実的な、活動する人間たちである(ドイツ・イデオロギー、新日本出版社)」

¹³ 古典的な考えでは、資本は賃労働者を使い自己増殖する。ここでは、資本の中でプロセスが閉じている。一方で、無形労働においては、社会に対しての広範な影響から、複数の資本が関与することになる。もちろん、このことは、物質労働においても同様だが、無形労働ではより顕著に表れる。

¹⁴ 完全競争市場下で、需給が均衡するための条件を求めるための理論。しかし、需要-供給の均衡ではなく、生産-消費を対峙させるべきというのがここでの趣旨

1 いては、予知できないし、予知可能でもない。今日、新しいデータが使えるようになると
2 共に、ミクロ経済学はマクロ経済学に対抗しており、古典的モデルは、新しく、簡約する
3 ことができない文化人類学的現実によって[その意味を]失いつつある。

4 市場の制約を考えず、組織に対して最高位を与えるシステム理論は、労働の新しい現象
5 や特に無形労働の出現に対してより開かれている。最も発達したシステム理論によれば、
6 組織は、物質/無形や個/集合といった要素のアンサンブルとみなすことができ、これら
7 要素によってグループは目標に到達する。この組織化プロセスが成功するためには、自発
8 的ないしは機械的な規則の導入が必要となる。ものごとを社会的共同の視点から見るこ
9 とは可能であり、無形労働は広範な有効性があり、[この議論に]受け入れ可能である。し
10 かし、この視点は、[古い]組織化された労働のイメージに未だ結びついている。経済視
11 点で効率的である社会的な場所(言い換えると目標に合致している活動)は、集合的な認
12 知機構に関連していうと剰余とみなさざる負えなくなる。社会学と労働経済学は、共にこ
13 の位置から切り離すことができない。

14 無形労働の分析と組織の記述を行うには、新古典派学派やシステム理論学派のビジネス
15 理論の前提を越えることが必要と考えている。そうすれば、無形労働の[持つ]生産的な
16 共同における優れた自律性のための空間を定義することができるようになる。そうす
17 ることで、[前述のような]学派を超えて、構成的である「人類社会学(anthropo-sociology)」
18 の視点を明確に確立できる。

19 この視点が社会的生産において支配的になれば、生産モデルにおける連続性に対する割
20 り込み[手段]を持つことに気づく。このことによって(ポストフォード主義の多くの論
21 者によって示された立場とは異なって)、新しい資本主義の史的段階や、その蓄積過程と
22 再生産のプロセスにおいて、この新しい労働力は単なる機能を果たしているということ
23 はないと信じている。この労働力は、労働の人類学的現実において、或いはその意味の再
24 構成において生じた「静かなる革命¹⁵」の結果である。資本家と労働者の契約的關係にお
25 いて、賃労働や直接的(組織への)従属は、もはや主要な形式とならない。様々な形を持
26 った自営でかつ自律的な労働が、主要な形式となる。起業家でもある一種の「知的労働者」
27 が、常に[内容が]変化し、時空間上で[構成の]変化するネットワーク内部に組み込ま
28 れる。

29 3. 無形生産のサイクル

30 これまでに、いわば「ミクロ経済学」とでもいうべき観点から、無形労働の概念を分析

¹⁵ Ronald Inglehart に同名の書籍がある(1977)。人々の価値観が、物質重視から自律性(autonomy)や自己表現重視に変化していることを、様々な地域の調査結果から示した。

1 し、構築してきた。次に、より広範な生産サイクルの観点で無形労働について考えること
2 により、これまでは余り考慮していなかったポストテイラ主義生産における一連の特性に
3 ついて考えることができるようになる。

4 ここでは、価値増殖のプロセスが、社会的コミュニケーションの生産過程とともに、如
5 何に見いだされるようになるかということ、そして、価値増殖とコミュニケーションの2
6 つの段階が、直ちに社会的・場所的(territorial)次元を持つのは如何にしてかというこ
7 とを示す。無形労働の概念は、生産における共同を拡大することを前提としており、かつ
8 結果としてそうなる。この共同は、コミュニケーションの生産と再生産を含み、かつ最も
9 重要な内実である主体性を含んでいる。

10 フォード主義は、資本の再生産サイクル中に消費を含む。同様の言い方をすれば、ポ
11 トフォード主義は、コミュニケーションを資本の再生産サイクルに統合する。厳密な経済
12 学的観点において、無形労働における再生産サイクルは、資本論の第二巻に示される Marx
13 の再生産スキームと同様に、真性のケインズサイクルによって定義される生産と消費の位
14 置をずらす。それはいまでは、生産-消費関係の再定義とでもいうべきものがある。[ケ
15 インズのいう]供給と需要の転置というよりも、生産-消費の再定義についていまこそ語
16 るべきである。先に述べたように、消費者は、受胎の時から、製品の製造に組み込まれて
17 いる。消費者は、もはや商品を消費([即ち]消費行動として商品を破壊する)するとい
18 うことに限定されない。逆に、消費は、必要条件であり、新しい製品のためにも生産的
19 あるべきである。消費は、第一に情報の消費である。消費は、製品の「実現化」である
20 ばかりか、とりあえずコミュニケーションという言葉で定義される一つの現実でもあり社会
21 的プロセスでもある。

22 4. 巨大な産業とサービス

23 無形労働における生産サイクルの新しい特徴を理解するために、次に巨大な産業及びサ
24 ービスと比較を行う。もし、無形物の生産が直ちに我々にポストテイラ主義の生産の秘密
25 を明かすならば(すなわち、明らかにしたいのは、無形労働の構成要素である社会におけ
26 るコミュニケーションと社会的な関係が、生産に関わること)、いかに新しい社会的な関
27 係が産業やサービスを刺激し、いかに古典的な意味での「生産」の構図が再組織化される
28 か、を精査することになる。

29 4.1. 巨大な産業

30 脱工業化した企業や経済は、情報の操作を行うことで成立した。それは(19世紀の企
31 業がそうであったように)生産過程における内部の労働監視や、原料市場(原料には労働

1 力も含まれる)の監視をするということよりも、生産過程の外側にビジネスの焦点を置い
2 たことによる。即ち、販売と消費者との関係である。生産する前に、製品を売らなくては
3 ならない。自動車産業のような「重」工業ですら、販売ネットワークが受注した後、クル
4 マは製造される。この戦略は、情報の製造と消費に基づく。重要なコミュニケーションと
5 市場戦略は、情報を集め循環する(市場を作る)ために集められる。テイラ主義者とフォ
6 ード主義者の生産システムにおいて、規格化された日用品を大量生産することで、フォ
7 ードは、次のように言うことができた。黒いT5モデルと別の黒のT5モデルのどちらでも
8 顧客は選べるのだと。「今日、規格化された日用品は、もはや成功のレシピとはいえない。
9 偉大なる低価格シリーズのチャンピオンであった自動車産業自身、特異性[のある車種を
10 そろえた]。そして、品質が高い新産業となったことを誇りたがっている。」[1] 多く
11 のビジネスにとって、生き抜くためには、より広いビジネス上の空白地帯を探し続けるか、
12 製品を少しずつ変えていかなければならない。

13 革新は、もはや労働の合理化に必要なものというだけではない。そうすることがビジネス
14 における指令でもある。脱工業化時代における商品とは、生産者と消費者を含んだ創造
15 的プロセスの結果であると考えられる。

16 4.2. サービス

17 工業分野から「サービス」分野(巨大な銀行サービス、保険など)に目を転じると、ブ
18 ロセスの特徴はより明確になる。我々は、サービスが巨大化しているばかりか、「サービ
19 スの関係」もまた発展していることに気づく。それは、テイラ主義者の組織におけるサー
20 ビスを超えて、生産と消費間の関係を統合することによって特徴付けられるが、消費者は、
21 商品を形作る場面に対してより積極的に介入する。サービスという商品は、社会的構築物
22 であり、「概念化(conception)」と革新の社会的プロセスになりつつある。サービス
23 産業において、いわゆるバックオフィスの作業(古典的にはこれがサービス)は消え、顧
24 客と[直接]関係するフロンオフィスの仕事が増える。このように、人的資源は[過去の]
25 ビジネスとして考えている領域の外側に振り向けられてきている。近年の社会学的分析に
26 よると、サービス部門によって扱われる製品が、無形製品として特徴付けられる程、工業
27 化組織が持つ製品と商品の関係性のモデルからますます遠ざかる。生産-消費関係の変化
28 は、サービスを生産するテイラ主義者の組織に影響を及ぼす。なぜならば、労働の中身と
29 分業に関して疑問を生じさせるからである(何かを考えた後、実行するという一方的なブ
30 ロセスにも影響を及ぼす)。もし、生産というものが、消費者の介入を含んでいるならば、
31 そして、永続的に進化するものであるだとすると、サービスの生産という基準を定義する
32 ことが困難になり、同様に、生産性の「客観的な」測定法を確立することが困難になる。

1 4.3. 無形労働

2 前節までに述べた脱工業化経済(巨大産業と第三次産業を含む)の特徴は、「(適切な)
3 無形」の生産形態によって際立つ。AV 製品、広告、ファッション、ソフトウェア、販売
4 地区の管理などを考える。それらは製品と市場或いは消費者との特別な関係によって定義
5 できる。我々は、テイラ主義者のモデルから遠いところにいる。無形労働は、継続的にコ
6 ミュニケーションの形態と状態を作り、修正する。その後、その形態と状態は、逆に、製
7 品と消費間の関係を調整するインターフェイスとして働く。無形労働は、何よりも先ず、
8 社会的関係を産出する。無形労働は、商品を作るばかりではなく、資本関係を作り出す。

9 もし、今日の生産が、直接的に社会的関係の生産であるならば、無形労働の「原料」は、
10 主体であり、そこに主体が生き再生産する「イデオロギー的」環境でもある。主体の生産
11 は、社会的な制御の道具でのみあることを止め、直接的に生産的なものになる。なぜなら
12 ば脱工業社会のゴールは、消費者、即ちコミュニケーションする人を「活動的な」もの
13 として作ることである。無形労働者は、消費者の要求を満たすと同時に、要求を作り出す。
14 無形労働が、主体と経済的価値を生み出すという事実は、いかに資本家の生産が我々の生
15 活に侵入し、経済・権力・知識における全ての対抗者を打ち負かしているかということ
16 を示している。社会的なコミュニケーションのプロセス(と主要な内実、主体の生産)は、
17 ここでは直接的に生産的になる。なぜならば、ある意味で、それは生産を「生産する」か
18 らである。「社会的」なもの(更にはより社会的なもの、即ち言語・コミュニケーション
19 等)が「経済的に」なるプロセスは、まだ十分に研究されていない。結局次のようになる。
20 先ず、我々は、主体の生産を分析することになじんでいる。それは、次のように定義でき
21 る。特に「自己に関係した」構成的な「プロセス」であり、それは、フランス哲学におけ
22 るポスト構造主義のある血統を引いたものとして、知識と権力に着目した生産の形態とな
23 る。しかし、この分析は決して資本家の自己増殖の形態と十分に交差しない。他方、1980
24 年代において、経済学者と社会学者(及びそれ以前のイタリアのポスト労働者主義
25 (post-workerist)の伝統)のネットワークは、「生産の社会的形態」の広範囲に及ぶ分
26 析を行った。しかし、その分析は、価値増殖の内実としての主体の生産を十分に統合しな
27 かった。ここでは、ポストテイラ主義の生産は、生産的共同の活性化及び商品の「文化的
28 な」内実の生産という両面において、主体を労働に結びつけることで正確に定義する。

29 5. 芸術的モデル

30 社会的コミュニケーションの生産プロセスは、如何に形成されるか。このプロセス中で、
31 主体の生産はどのように生じるか。如何に、主体の生産が、消費者/コミュニケーション
32 する人の生産となり、また消費し/コミュニケーションする能力となるか。無形労働はこ

1 のプロセス中でいかなる役割を持つか。私の仮説は次の通りである：**コミュニケーション**
2 **の生産プロセスは、直ちに価値増殖のプロセスになる傾向がある。** コミュニケーションは、
3 過去において、基本的に言語とイデオロギー及び文芸的生産の組織化によってつくられて
4 いた。今日、コミュニケーションは、工業製品を伴うことで、特定の技術（知識、思考、
5 イメージ、音、言語といった再生産技術）によって再生産され、新しい生産様式の運び手
6 である組織の様々な形態や「管理」を使って再生産される。

7 社会的コミュニケーションを形作るプロセスと「経済」に包摂されるプロセスを把握す
8 るためには、これまでの生産の「モノ」モデルではなく「芸術」モデルに基づく方が有益
9 である。ここでは、「作者」、「再生産」、「受容」がキーワードになる。このモデルは、
10 伝統的な経済のカテゴリでは曖昧になる傾向がある。これから示すようにポストテイラ主
11 義者の生産手段の「固有の差異（本論 6 章）」を構成する側面を明らかにする[2]。「芸
12 術的／イデオロギー的」生産のモデルは、小規模な社会学的なモデルに変換される。それ
13 らは、その社会的変換によってもたらされるあらゆる限界と困難さを伴う。作者／再生
14 産／受容のモデルは、2重の変換を必要とする。1 番目。この3つの段階は、社会的形態
15 によって直ちに特徴付けられなければならない。2 番目。この3つの段階は、実際の生産
16 サイクルの分節化として理解されなければならない[3]。

- 17 ● 「作者」は、その個別性を失い、工業生産プロセスに変換される（分業、投資、
18 指令などとともに）。
- 19 ● 「再生産」は、収益性の要請に従い、大量の再生産となる。
- 20 ● 受け取り手（の「受容」）は、消費者でありコミュニケートする人となる。

21 知的活動の経済における社会化と包摂のこのプロセス中で、「イデオロギー的」製品は
22 商品の形態を帯びる傾向がある。しかし、次のことを強調したい。資本家のロジックに基
23 づくプロセスに包摂されること、（無形労働の結果としての）製品を商品に変換すること
24 は、芸術的製品の特殊性、即ち、著者と受け取り手の創造的な関係を失うことにならない。

25 6. 無形労働サイクルにおける固有の差異

26 無形労働の生産サイクルを作り上げている各「段階」における固有の差異について簡潔
27 に示す。それは、(1) 無形労働自身 (2) イデオロギー／商品としての製品 (3) 公衆／
28 消費者 である。これらを、「資本」の再生産についての古い形式と関連付ける。

29 無形労働に関して：それが「作者」である限りにおいて、**生産的相互作用における徹底**
30 **的な自律性**を強調する必要がある。無形労働において、労働と労働力に関する古典的な定
31 義は疑問となる。知的技術、肉体的技術、企業者の技術という異なる種類のノウハウを合
32 成することが必要であるから。無形労働は、ネットワークや流れとして存在している集合
33 形式となる。資本化の論理の中で、この共同の形式及びこれら技術の「使用価値」をその

1 論理に従属させることは、無形労働の構成における自律性や意味を取り去ることにならな
2 い。逆に、無形労働は、Marx の公式である、少なくとも一つの「説明 (exposition) の
3 新しい形式」を要求する対立や矛盾といったものに開かれている。

4 「イデオロギー的製品」は、全ての点において商品となる。イデオロギー的と云う用語
5 によって、製品は現実の「反映」であると特徴付けているわけではない（現実を正しく意
6 識しようが間違っていて意識していようが）。イデオロギー的製品は、その逆で、新しい現実
7 の層を生み出す。人間の力と知識とアクションが交差する場所がある。新しい見方を持つ
8 ことや知ることは、新しい技術を必要とする。更に、新しい技術は、見ること、知ること
9 の新しい形式を必要とする。これらのイデオロギー的製品は、社会的コミュニケーション
10 形成過程の内部に存在する。即ち、それらは、これら形成過程の結果であり、前提である。
11 イデオロギー的製品の集合体は、人間のイデオロギー的環境を構成する。イデオロギー的
12 製品は、その特殊性を失うことなしに商品中に移し変えられる。即ち、**それらは、つねに**
13 **誰かに向かっており、それらは「完全に意味し続け」**、このように、それらは「意味」の
14 問題を提起している。

15 一般公衆は、消費者（聴衆／顧客）のモデルになる傾向がある。公衆（読者、音楽を聞
16 く人、テレビを見る人といったユーザという意味）は、二重の生産力に関わる機能を持っ
17 ている。最初に、イデオロギー的製品の受取人として、公衆は、生産プロセスの構成的要
18 素である。二番目として、公衆は、製品「生活の場所」が与えられる受領によって生産的
19 であり（別の言葉では、社会的コミュニケーションに組み込まれ）、生き、発展すること
20 ができる。**受領は、この点で、創造的な行動であり**、製品の一部である。製品を商品にす
21 ることにおいて、「創造性」の二重の過程をやめることはできない。むしろ、あるがまま
22 にみなさなければならないし、それを制御し、自身の価値へそれ自身に従属させようとす
23 る。

24 製品を商品に変換するときに、取り除くことができないものは、「**できごとの特徴**」で
25 ある。その**できごと**は、製作の開かれたプロセスにあり、無形労働と公衆の間で確立し、
26 コミュニケーションによって組織化される。

27 もし、無形物における革新が、製作の開かれたプロセスに導入されたならば、将来的に
28 消費し、絶え間ない変革のために企業者は、公衆／消費者が生み出す「価値」を引き出す
29 よう仕向けられる。これらの価値は、生きていることの様式、存在の様式、それらを支援
30 する生活の形式を前提とする。これらを考慮することで、2 つの主要な帰結が得られる。
31 第一に、価値は、「動作するよう仕向けられる」。イデオロギー的製品の商品への変換は、
32 生活の形態において生み出される社会的なイメージを曲げ、屈折させる。しかし、同時に、
33 商品は、それ自身製品であるということに限り、力を持たない。二番目の帰結：生活の形
34 態（その集成的・共同的形式において）は、革新の源となる。

35 無形労働サイクルの各「段階」の分析によって、仮説をより進化させることができる。

1 「生産力がある」のは、社会関係の総体（ここでは、著者－労働－聴衆関係によって表現
2 した）である。それは「意味」を直接的に働かせる様々なモダリティに従う。この種の生
3 産の特異性は、生産と消費の間に新たな関係を構築することによって、生産プロセスの「形
4 式」上に刻印されるばかりか、このプロセスへの資本家の占有が妥当性を持つのか、とい
5 う問題を提起する。この関係は、経済学には、決して記述することができない。「経済学」
6 は、正規化・標準化の形式でのみこの関係における形式と製品を記述することができる。
7 創造性や革新に関わる要素は、生活の形式のみが生み出す価値に密接に紐付けられている。
8 脱工業化社会における創造性と生産性は、一方では、生活の形式とそれらが生み出す価値
9 の間の弁証法中に、もう一方では、それらを構成する主体の活動中にある。シュンペータ
10 ー的企業者が彼／彼女自身のうちに見つける革新の能力は、その存在の妥当性を失ってい
11 る。なぜならば、資本家である企業者は、無形労働の形式や内実を生み出さず、革新も生
12 じさせないからである。

13 経済学にとって、無形労働の活動を管理し規制する、また、公衆／消費者を制御し創造
14 するための手段を作るたった一つの方法がある。それは、コミュニケーション・情報技
15 術・組織化プロセスを管理することである。

16 7. 創造と知的労働

17 これまでの短い考察によって、[一般の]創造のモデルや知的労働の広がりに対して疑
18 問を呈することができるようになる。また、「個人」の表現としての創造性や「上流」ク
19 ラスの世襲財産としての創造性という概念を超えることが可能となる。無形労働による生
20 産物が単に「生産的」となる時に考えられたジンメルとバフチンの作品は、無形労働と社
21 会の関係に全く異なる2つの方式があることを我々に示している。最初に、ジンメルは、
22 肉体労働と知的労働間の区分を示し、知的労働の創造性に関する理論を提示している。第
23 二に、バフチンは、資本家が規定のものとして[主張する]分業を受け入れることを拒否
24 し、社会的創造性の理論を精緻化している。ジンメルは、模倣という現象を用いて、或い
25 は階層関係によって制限され指令される区別によって、「ファッション」の機能を説明し
26 ている。このように階層の上位レベルの人々がファッションを作り、下級クラスがそれを
27 模倣する。ファッションはここでは障壁のように働く。常に破壊されるが故に絶え間なく
28 現れるような障壁である。この概念に従うと、無形労働による創造は社会の特別なグルー
29 プに限定され、模倣以外では拡散しないという興味深い結果をこの議論から得ることがで
30 きる。より深いレベルにおいて、このモデルは、肉体労働と知的労働との間の対立を基盤
31 とする分業を受容する。その対立において、一方[肉体労働]には規制があり、もう一方
32 [知的労働]には、創造と革新の社会的プロセスの「神秘」がある。もし、このモデルが、
33 (ジンメルの理にかなった予想に影響を与えた)大量消費の誕生の瞬間に、無形労働の市

1 場のダイナミックスに多少なりとも関係していたという可能性があったならば、脱工業化
2 社会における無形労働と消費者－公衆の関係に対する説明の役には立たなかったであろ
3 う。一方で、バフチンは、肉体労働と知的労働の分離を超えるものとして、無形労働をと
4 らえていた¹⁶。そして、創造性の社会的プロセスとしてのありようを示した。実際「審美
5 的生産」の研究において、バフチンと他のレニングラードサークルのメンバは同じように
6 社会に焦点を当てていた。

7

8 本論は、無形労働についての社会的サイクルの理論を発展させるためのもっとも有効な
9 一連の調査である。

10

Notes

11

12 1. Yves Clot, "Renouveau de l'industrialisme et activite philosophique," *Futur*
13 *anterieur*, no. 10(1992);¹⁷

14

15 2. 生産の創造的要素及び社会的要素は、私が「芸術的モデル」を使用することを勇気
16 づける。興味深いことに芸術的アクティビティ（状況主義者が続く）や、或いは、工場の
17 伝統的アクティビティ（イタリアの労働者主義が続く）を通して、人はこの新しい労働概
18 念に行き着く。これらはともに、まさに Marx の概念である「生きた労働 (living labor)」
19 に依存している。

20

21 3. 「19世紀の終わり頃から、芸術的生産と再生産及び受容は、集合的形式である」と、
22 ウォルターベンヤミンは分析していた。彼の作品について考えるために立ち止まることは
23 できないが、無形労働とその再生産の形式についての系譜のもとがそこにはある。

24

25

(訳：伊藤昌夫)

¹⁶ 例えば、次の文「芸術と生活は同じものではないのだが、しかし私の中でひとつにならなければならない。
私の責任の統一のうちでひとつにならなければならないのである」(芸術と責任, ミハイル・バフチン全著作第
一巻)

¹⁷ 「産業革命と哲学的活動」