

贈り物の文化論

高木 ※※

※※※ Takagi

中京大学現代社会学部現代社会学科

学籍番号 c11※※※※

1. 研究主題 ——私の関心——

我々は、日々の生活を過ごす中で数多くの人々と関わりを持つ。人付き合いというものは、我々が生きていく上で重要な鍵となるものだ。自分の人生をより良いものとするためには、人間関係を大切にしていかなければならない。しかし、一言に人間関係を大切にするとと言っても、この人付き合いというものは大変厄介である。そもそも、知らない他人と関わりを持つこと自体に抵抗を感じる人も少なくないだろう。たとえ顔見知りになったとしても、そこから良好な関係を築いていくのは簡単ではない。どのようなきっかけで、今まで築き上げてきた関係が拗れてしまうか分からないものである。このように複雑な関係性の中で、我々はどのような生き方をしているのだろうかと考えた。

人間関係の具体的な例として、家族や友人、恋人、上司と部下の関係などを挙げていく中で、共通してみられる事象が存在することに気付いた。それは、贈り物という文化の存在である。ほとんど誰しものが、誕生日にプレゼントを貰ったという経験があるだろう。クリスマスにはプレゼントが貰えるものだという認識も、幼い頃から植え付けられている行事の一つだ。これらの贈り物は、家族や友人、恋人などといった個人から贈られるものもあれば、学校や会社から贈呈される場合もある。お中元やお歳暮といった習慣も、親戚関係や仕事関係を良好に保つために必要とされている贈り物の一つだ。結婚式に出席する際にはご祝儀を納めなければならない一方で、受け取った夫婦は引き出物を返さなければならないという性質も、人間関係に贈り物が深く根付いていることを象徴しているように見受けられる。

このように、贈り物という文化はより良い人間関係を築いていく上で重要な役割を果たしていると考えられる。今回私は、この贈り物の文化に焦点を当て、贈与という行為が人間関係にどのような効果を発揮しているのかを考察していく。

2. マルセル・モースの「贈与論」

(1)マルセル・モース

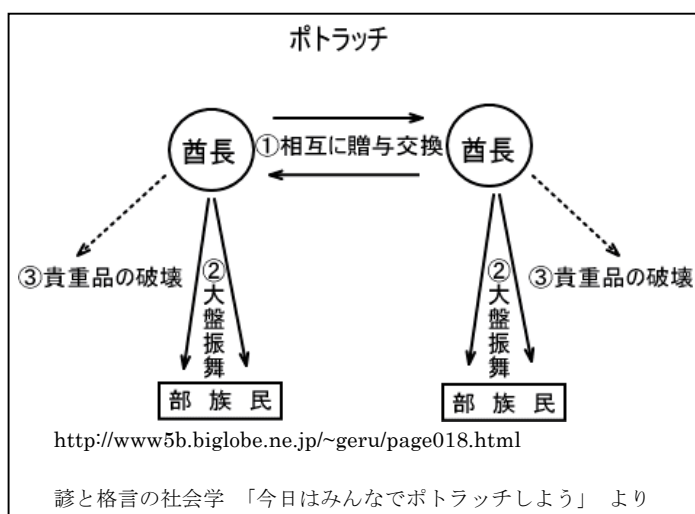
贈り物文化について研究をする上で、なくてはならない原点となる人物として挙げられるのがマルセル・モースである。フランスの社会学者である彼が発表した「贈与論」は、その後の民俗学や文化人類学を発展へと導き、現代思想に多大な影響を与えている。彼はこの「贈与論」の中で、『未開あるいはアルカイック（古風・素朴）といわれる社会において、受け取った贈り物に対して、その返礼を義務づける法的経済的規則は何であるか。贈られたものに潜むどんな力が、受け取った人にその返礼をさせるのか。』という問題に着目し、膨大な数にのぼる民族誌を詳細に検討して、贈与文化を論じている。

(2)ポトラッチから考える贈与の義務

「贈与論」では、ポトラッチと呼ばれる儀式が取り上げられている。ポトラッチ (potlatch) とは本来、アメリカ北西部のインディアン部族が扱うチヌーク語であり、食物を与える、消費するという意味がある。このような言語を扱っていた部族たちは極めて富裕であったため、部族間で頻繁に祝祭を執り行っていた。祝祭の目的は、表向きには互いに親交を深めあうというものであった反面、競争相手や敵対関係にある部族たちに自らの権力の大きさを見せつける場であったのだった。

ポトラッチにおける主催者の役割は、このためにわざわざ呼び出した他の部族の有力者に対して、自らが出来得る限りの豪華な贈り物をする事だった。ここで言う豪華さというのは、どれほどの量を用意できたかが判断される。贈り物を受け取った有力者は、今度は自らが主催するポトラッチの場において、以前受け取った贈り物と同等、もしくはそれ以上の量を返さなければならない。また、自らが束ねる部族民たちに対して、どれほど豪華な振る舞いをすることができるかということも、ポトラッチにおいて試されている。相手を圧倒させる目的で奴隷を殺し、その量を競うといった残虐な儀式もあったと地域によっては言われている。これらの儀式によって、主催者である首長は自らの部族や村、家族における権威を保ち、自らの部族内および他の部族における首長間の地位を維持することができるのである。

このことは要するに、自らが返礼を行うポトラッチにおいて、十分な贈り物を渡すことができなかつたときや、身内への振る舞いが貧相であった場合、彼はポトラッチの敗者となり「面子」を失うということだ。しかし彼らには、より多くの贈り物を返すこと以外に自らの地位や権威を守る術はない。贈られた物を受け取るという義務も彼らには課されているのだ。贈り物を拒むことは、お返しをすることを恐れていると見なされるからである。自分が十分な贈り物を返すことができずに敗北することを予め宣言しているようなものであり、その時点で彼の名は落ちてしまうのだ。最悪なのは、返礼の義務を怠った場合である。この場合、彼は負債のために奴隷になる他に道はない。ポトラッチは借りであり、借りを返すことができない者は地位を失い、自由人であることを失うのだ。



このようなポトラッチという儀式の様子からも見えてくるように、数多くの未開社会において確認された贈与体系を研究していく中で、贈与にはいくつかの義務があるということをモースは述べている。以下に挙げるのが、贈与を巡る3つの義務である。

- 1 贈り物を与える義務（提供の義務）
- 2 それを受ける義務（受容の義務）
- 3 お返しの義務（返礼の義務）

いずれの義務も、現代の贈与文化に当てはめることが可能であると言えるだろう。研究主題の中でも例に挙げた、結婚式におけるご祝儀と引き出物の関係というのは、この3つの義務を説明する上で最も分かりやすいかもしれない。結婚する側も結婚式に出席する側も、互いに贈り物を与え、それを受けてお返しをするという義務のもとに、このような結婚式におけるマナーを守っていると言えるわけだ。また、これらの義務を怠ることが、現代社会の人間関係においても好ましくない行動であることは明らかである。年賀状やメールなど、返事が来ないと不快に感じたり、送られたにもかかわらず返事をしないでいると落ち着かなくなるなどといった経験は誰もがあろう。このような経験には、贈り物を貰ったらお返しをしなければならないという暗黙の義務感が、贈り物そのものを「借り」

と感じさせているということが言える。贈り物の性質から考えれば、贈られた物を返さないということは、贈り物として受け取っていないということと同義である。つまり、贈り物を受け取らないという手段は、この「借り」を作らないことによって特別な人間関係を築くことを拒否していることになるのだ。このことを理解した上であえて義務を犯し、関わりを絶とうとすることは往々にしてあるだろう。このように、モースが示した贈与を巡る3つの義務は、現代社会における人間関係にも結び付く確かなものであると考えられる。

3. 中世の日本社会から見る贈与文化

(1) 第四の義務

モースの「贈与論」の中には、贈与を巡る四つ目の義務とも呼べる役割が述べられている。後に、モーリス・ゴドリエによって「第四の義務の忘却」と評されたその役割とは、神や神々を代表する人間に対してなされる贈与というものだ。地上に存在するあらゆる生物、物、そして財貨などは、かつてこの地上で生きていた死者の霊の物であり、ひいては神の物であるという考え方から発生した贈与の義務である。これまで解説してきたように、贈与とは相手と相互に行われるもので、いわゆる契約のようなものであると言える。人と人が贈与という契約を結ぶ中で、すべての物が死者や神の物であるとするならば、人が本来契約すべきは死者や神々ということになる。彼らに対して贈り物をしないということは、地上に存在するすべてを創り上げてきた者たちへの裏切りとなり、彼らの怒りによって引き起こされたあらゆる災厄に見舞われてしまう、と考えたのである。それでは、どのような贈与関係を結ぶのかというと、それは破壊や犠牲といった形で行われる。ポトラッチの儀式の中で、奴隷を殺すことで自らの財産の豊富さを誇示するものがあつたが、これには霊や神々に供犠を捧げるという目的も含まれているのだ。

第四の義務とはつまり、死者の霊や神々に向けて供犠を捧げることで日頃の感謝をし、見返りとして平穏を手に入れようとするものなのである。このことに関して、モースはその存在に気付きながらも明確な位置づけを行なわなかった。先に彼が指摘した3つの義務と比べ、神話的要素が大きいなどの点から贈与の義務としては認めなかったのである。確かに、人と人との贈与の中に内在する可能性としての義務と言えるため、あらゆる贈与関係における義務とは考え難い。しかし、正月の初詣などで願掛けを行う際、私たちは賽銭箱に小銭を投じる。より確かなご利益を得たいと考えたときには、小銭ではなくお札を包んで奉納することもある。これらの事実を見てみると、少なくとも日本人の中には、神に

対する贈与というものが文化として存在しているということは明らかである。

(2)中世日本の税制における第四の義務

確かに、日本の歴史を振り返ると、この第四の義務である神への贈与が発端となり、それが税として成り立って行った事例がいくつか存在している。古代の税制である租は、唐の税制を真似したものであるとされているが、その内容は日本古来の奉納制度から発生したとも考えられている。櫻井英治は「贈与の歴史学」の中で、石母田正による租の発生源流についての考察を、『古代の首長が神を代表する人格として共同体に挑むことにより、土地＝領域の唯一の所有者になりえたこと、また収穫された稲が穀霊＝稲魂をもつと考えられていた「呪術宗教的」な生産物であったこと——石母田はこの二つの理解にもとづいて、租が土地からの収穫物の一部を初穂として神の代理人たる首長に貢納する慣行から発生したものである。』とまとめている。このことはまさに、贈与の第四の義務が税に転化されたものであると言えるのだ。

また、かつては神への贈与から発生した税でありながら、その後世俗的な用途に充てられるようになったケースとして、有徳銭が挙げられる。有徳銭とは、富裕層にのみ賦課された税金のことである。有徳銭の起源の一つに、祭礼費用を抛出させる馬上役というものがあったのだが、その馬上役に選出されるのは、祭礼を行う地域に住む者で「闕」のついた有徳人であった。「闕」とは縁起が悪いということであり、つまり、金持ちの中で良くない行いをした者に祭礼の予算を出させることで、災いを祓おうということなのである。この例は、災いを呼び寄せる元となる者に負債を払わせるという形であったが、このような祭礼にかかる莫大な予算を少数の人間に任せるということは、名声にも繋がっていたと推測される。有徳人にとっては、祭礼の費用をすべて負担することができる程に財産を保持しているのだという証明をする打って付けの機会でもあるのだ。このような目論見が有徳人の懐を緩ませる要因になっていたとも考えられるが、少なくとも平安時代に機能していた馬上役には、「神に対する贈与」と祭礼を行うための「税」という要素があったのである。

しかし、行いの悪い者から選出するという制度には不満も多くあり、鎌倉時代後期から南北朝時代になると、当時最も富裕であるとされていた金融業者である土倉に馬上役を賦課しようとする動きが出てくる。このことが、後に室町幕府が導入する土倉役や酒屋役に繋がり、有徳銭そのものの世俗化が進んでいくことになるのだ。すなわち、今までは祭礼などの神仏事における費用という名目であった有徳銭が、飢饉などによる窮民救済や国家施設の修復費などという世俗的目的を明らかにした上で徴収されるようになったのである。

このような形の有徳銭が成り立つようになったことには、民衆の有徳思想が大きな要因になっていたと考えられる。有徳思想とはつまり、「富める者が支払うべし」という考え方である。この思想は、お金持ちを有徳人と呼んでいたことから説明がつく。「有徳」は「有得」と表記されることもあり、この時代の人々にとって人徳の「徳」と所得の「得」はほとんど同じ意味を持っていたのである。つまり、「富める者は喜捨をしなければならない」、「富める者は貧者を救わねばならない」、「富める者はその富を社会に還元しなければならない」などといった考え方を、中世の日本の民衆は持っていたのである。これらの思想は、現代においても当たり前のように言われることがある思想だ。お金持ちにはいい人であってほしい、金を持っているのだからいいことをするべきだという民衆の強い思いが、有徳民に「贈り物を与える義務」を強いていたのである。つまり、このような状況になった有徳銭は、直接的な贈与ではないにしても多くの民衆に代わって財産を提供していることになるため、「有徳人から民衆への贈与」という「税」に変化したと言える。神に対する贈与が起源であった有徳銭が、人から人への贈与という形をとるようになったのだ。

(3)折紙と信用

中世の日本では、正式な贈り物をする際には折紙と呼ばれる目録を添付することが義務付けられていた。江戸時代に美術品や刀剣などの鑑定書として用いられたことから、保証済みで確かなものという意味を持った「折り紙つき」という言葉の語源にもなっている。この折紙というシステムは、単純に物を与えるというような贈与に対する解釈を改めさせるものなのであった。

折紙が使用されていた室町時代では、現金を贈る都合ができたとしてもいきなりは贈らず、先に折紙を送った後に現金を届けるという方式が一般的であった。現金が届けられると、受け取った側は清算が済んだ証として折紙を返却することになっていた。このように、折紙は贈与をする旨を予め伝える役割と、今でいう領収書の役割を担っていたことになる。しかし、折紙を送ってから実際に現金を贈るまでの期間にはこれといった制限はなかったと言われている。それどころか、折紙を送った後数年に渡って現金を贈与しなかった事例もあったのだ。つまり、贈る現金の当てがない状況でも贈与を行うことが可能になってしまったのである。贈る側にとっては、繰り返される様々な贈与関係に猶予期間が生まれることは大変望ましいことであった。また、折紙に条件を記載することによって、その条件が満たされるまでは贈与を遅らせることも可能となったため、贈られる側は結果を残さなければ贈り物を受け取ることができなくなってしまったのである。儀礼としての折紙

は、贈与における上下関係の強制力を緩和させる役割を果たしていたと言えるのだ。

折紙の持つこのような能力は、これまでにない異様な贈与の様相を呈することとなった。贈与の相殺が可能になってしまうのだ。例えば、本来十貫文支払われるべき年貢が、これまでの働きなどを鑑みて幕府から送られていた折紙八貫文の支払いをしない代わりに、二貫文で済まされたという話がある。これが可能であったならば、折紙を送られた側が同じ額の折紙を送り返すことによって、現金の移動なしで二つの贈与を終わらせてしまうことまでもが可能であったということである。これはもはや、贈与が崩壊していると言っても過言ではない状況と言えるかもしれない。金銭の贈与という目的を達成することなく贈与関係を成立させた折紙は、時が経つにつれて経済環境を脅かす黙視できない対象として厳しく目をつけられるようになり、支払までに数年かかるなどという事態は起きなくなったそうだ。しかし、物や金銭といった実物ではなく、「信用」そのものが贈与の対象になっていると考えることによって、折紙は贈与の本質にある人間関係とのつながりを可視化したと言えるのではないだろうか。

4.現代日本の贈与文化

(1)3つの形を持つ贈与文化

第二次世界大戦後、日本は新たな民法の中でこれまでの家制度を否定し、個人を重要視する社会体系へと変化していった。これによって、個人単位での贈与というものが盛んに行われるようになり、新たな贈与文化として日本に定着していったのだ。

現在日本で行われている贈与文化は、中元や歳暮といった近代以前から継承されているものもある一方で、近代以降に欧米諸国から受容された文化というものも数多く存在する。キリスト教の祭日であるクリスマスを始め、家族の誕生日や結婚記念日を祝うなどといったものは、近代以降に欧米から伝わり定着した贈与の機会である。また、欧米から受容された贈与文化の中でも、バレンタインデーは日本独自の変化を遂げた贈与機会であると言える。日本におけるバレンタインデーの独自性として特筆すべきは、返礼の日としてホワイトデーを作り出したということだろう。

このような贈与の様子から、日本文化が持ち合わせる3つの属性を見出すことができる。近代以前から伝承され続けている中元や歳暮といった贈与関係は、過去から現在への文化の連続性を象徴している。その一方で、欧米で行われていた贈与文化を受け入れ、楽しむことのできる可変性を持っていると言える。そして、既存の贈与文化から新たな贈与機会

を創り出したことは、日本文化における創出性という属性を表しているのだ。現代日本の贈与文化は、連続性、可変性、創出性という3つの属性から成り立ったものなのである。

(2)特殊日本的な義務という義理

日本で行われるバレンタインデーは、近年様々な形態が登場しているものの、基本的には女性が男性にチョコレートを渡す日ということになっている。渡されるチョコレートには様々な意味が込められており、恋愛感情を持った異性に対して渡されるのが本命チョコと呼ばれるのに対し、友人関係や会社の付き合いなどで渡されるチョコレートは義理チョコと呼ばれる。この義理という概念は日本人特有のものと考えられており、日本で行われる贈与関係の根幹にもなっていると言える。

アメリカの文化人類学者であるルーズ・ベネディクトは著書『菊と刀——日本文化の型』(1946)の中で、義理は「特殊日本的な義務」と言う見解を示した。また、「人類学者が世界の文化のうちで見いだす、あらゆる風変わりな道徳的義務の範疇の中でも、最も珍しいものの一つである」と述べている。義理という言葉は、人として守るべき道理や道義という意味を持つことから、それそのものが負債であるという捉え方もされている。義理はいずれ返さなければならない負い目であり、このことはモースが指摘した贈与における返礼の義務に根差した概念であると言える。

(3)日本式バレンタインデーとは

バレンタインデーの起源には、ローマ帝国時代の聖ヴァレンティヌスに由来する説など諸説存在するため、今回の研究において明言は避けようと思う。しかし、はっきりと言えるのは、日本のバレンタインデーは西欧のそれとは異なる構造を持った、日本独自の贈与文化であるということだ。このことは、小笠原祐子が著書「OLたちの<レジスタンス> サラリーマンとOLのパワーゲーム」の中で記した、欧米諸国の人々へのインタビュー結果から明らかにすることができる。

第一に、贈り物そのものに違いがある。前述したように、日本ではチョコレートを贈ることが通例となっているのに対し、欧米ではメッセージカードを贈り物とすることが一般的である。また、贈り手と受け手の関係についても、女性から男性への一方通行的な贈与という印象は薄い。そして、最も大きな違いと考えられるのは、職場での贈与はほとんど実施されないという点だ。配偶者や恋人に限らず、家族や友人といった親しい関係の人に対して贈り物をすることはあっても、オフィスにまで持ち込み、上司に配り歩くといった光景は見られないのだという。このことは、日本人が抱える義理という心理的束縛が、贈

り物をするべきだと判断する関係の幅を拡げてしまったのだと考えられる。本命と義理という区分がなされたのも、バレンタインデー本来の意味付けから一線を画すものであることを宣言しなければ、あらゆる勘違いを引き起こす恐れがあったからなのだろう。文化の創出性と呼ばば聞こえは良いかも知れないが、欧米の開放的な価値観に煩わしさを付加してしまっただけで、日本人らしさの感じられる展開であると言える。

(3) 職場における義理チョコの性質

日本でバレンタインデーが女性から男性へチョコレートを贈る日と言われるようになったのは、モロゾフを初めとした製菓会社の宣伝によるものだとされている。しかし、義理チョコは前述したような日本人らしさが生み出したものであり、その性質も一筋縄ではいかない点が見られる。

義理とはいえ、社内でチョコレートを受け取るということは、自分の日々の評価や信頼の証であると捉えてもおかしくない。もちろん、そういった意味が含まれていることは間違いない。どれだけの量を手にするかで人気度が量れるバロメーターとしての役割を果たしているだろう。しかし、チョコレートに含まれた真意は、贈る側である女性にしか分からないものだ。つまり、仮に悪意が込められていたとしても、男性は喜んで受け取ってしまうのである。このように、チョコレートは外観だけでは意味が明確ではないという多義性があると考えられる。

また、チョコレートが人気度のバロメーターになっているということは、チョコレートが少ない人ほど人気度が低いことになる。しかし、それを特定の誰かのせいにするにはできないだろう。そもそも物を貰うという行為は、本来ならば特別な事象であるために、貰えなかったからといって積極的に抗議することはできない。それに加えて、バレンタインのチョコレートには匿名性が備わっている。一人の男性が受け取るチョコレートの数は、一人一人の女性がその男性にチョコレートを贈ろうか贈るまいかを考え、意思決定した上の総和なのであって、一人の女性の意思には還元できないのだ。

(4) ホワイトデーと義理チョコの難点

義理チョコが多義性、匿名性という性質を發揮し得るのは、ホワイトデーという日が定着しているからに他ならない。ホワイトデーの起源は、製菓会社がマシュマロメーカーとタイアップして企画されたのが始まりと言われ、マシュマロの白い色からホワイトデーになったと考えられる。しかし、現在では特定の何かを贈る日とは決まっていない点がバレンタインデーと異なる。それ故に、チョコレートよりも物質的に価値の高い物を贈るべき

であるのか、はたまた相手を慮った物を贈る方が良いのかどうかということで、世の男性は頭を抱えることになるのだ。

ホワイトデーは、モースが指摘した返礼の義務を具現化することになったが、バレンタインデーという贈与機会を改悪したと言わざるを得ない。チョコレートを贈るというのは、能動的な行為である。チョコレートを贈る相手として、幾人もの男性の中から特定の男性を選んだということの意味する。それは、例え義理チョコであったとしても、義理を感じている相手として選ばれたことになる。そのことを受けて、選ばれた男性が何か贈り物を返すという行為は、お互いがより良好な関係を結ぶ上でごく自然な流れであると言える。しかし、ホワイトデーによって返答を強要されることで、男性の贈る行為は受動的なものにしかなくなる。つまり、ホワイトデーの贈り物は「バレンタインデーのチョコレートをありがとう」というメッセージでしかなくなってしまうのだ。

贈答の行為の持つ意味が借りを返す余地を残さないのであれば、男性がどんなにホワイトデーの贈り物によって女性への借りを精算したいと願っても、完全に精算し尽すことはできない。義理チョコは、贈る側にとって負担となると同時に、贈られた側にとっての負債とも言えるのである。近年では、この様な行事に関わることは生産性の低下を引き起こすとして、社内での義理チョコの配布を禁じてしまう企業も現れている。友チョコや逆チョコなどといった、従来のルールに反したバレンタインデーの形が流行していることから、義理チョコの煩わしさはさすがの日本人にも耐えきれないものであったのかと思わされる。

4.研究成果 ——私の主張——

私は今まで、贈り物という文化に深い関心を持ったことはなかった。わざわざ勉強をするまでもなく、私たちの周りには贈り物が飛び交っていたからである。幼い頃に信じていたサンタクロースをはじめ、私は今まで多くの贈り物を貰い、また贈り物を渡してきた。また、社会には多種多様な贈り物の文化が存在しており、それらはより良い人間関係を築いていく上で欠かすことのできないものであると考えてきた。しかし今回、個人研究において様々な贈り物に関する研究や事例を見ていく中で、私は贈り物の一面しか見ていなかったのだと感ずることになった。

私は、贈り物は受け取った相手に対して作用するものであるという認識を持っていた。親しくなりたい相手との距離を縮めるため、感謝の気持ちを伝えるために贈り物は贈られ、

相手はそれを受けて心を変化させる。中には、嫌いな相手が嫌な思いをするようにわざわざおかしな贈り物をして、相手の気分を害させ関係が終わることもあるだろう、と。しかし、ポトラッチの例から考えてみよう。あの儀式の目的は相手との交流を深めるためというのは口実であって、本当の目的は自らの権力の強さと財産の豊富さを相手に見せつけることだった。この時の贈り物の役割は、更に多くの贈り物を与えなければならないというプレッシャーを相手に与えることだ。問題は、最後にポトラッチの勝者となるのはどちらなのかということである。最後に贈り物を受け取った者、つまり、更なる贈り物を返すことができなかつた者はポトラッチの敗者となる。贈り物は相手に作用すると考えると、この場合、より多くの贈り物をして相手に負けを認めさせたと言える。要するに、勝ったのは贈り物を贈った側なのだ。贈り物をする事で、自らの地位と名誉を守ったのである。

このことから、贈り物は自分のためにするものと考えられるのではないだろうか。親しい相手へのプレゼントは、相手を喜ばすことで自分と相手との関係を良好に保つためである。多額の寄付をするということは、問題解決への手助けであると同時に徳のある人物であるというアピールともなるのだ。すべての贈与関係において、このような思考を用いるのは極端であるかもしれない。被災地支援や各種援助募金などに対して、真剣に考え無償の心を持って取り組んでいる人もたくさんいるだろう。贈り物に相手を慮る要素がないと言っているわけではない。道徳的には明らかに歪んだ思考だがしかし、実際に人に何かを与えるということは、それ自体が善意であろうが悪意に塗れていようが、自分にとって有益な関係に仕向けることや、自らの名声を高めることに繋がってくるのだ。結果的に考えれば、相手に作用すると言うよりも、自分に作用すると言った方が正しいのだと私は思う。

また、贈り物と人間関係との繋がりを見ていくことで、ある特殊な贈り物に対して危機感を感じるようになった。いわゆる、「自分へのご褒美」というものである。課題になっていたことを達成したときや、落ち込んでしまうようなことがあったときに、自分自身を褒めたり励ましたりする意味を込めて、普段は手を出せないような高価な品やお菓子を買った経験がある人は多いと思う。確かに、何事にも一定の目標を設定することは重要であり、その目標を達成した証を手に入れたいと思うのはおかしいことではない。アスリートがメダルや記録を目指すように、人々は自分が結果を残している、頑張っているという証明を求めるのだ。しかし、「自分へのご褒美」は本当に「ご褒美」と言えるのだろうか。

褒美とは褒めて与える金品のことだ。つまり、贈り物である。先ほど贈り物は、結果的には贈り主が自分自身のために行うものだと結論付けたが、受け取った側にとっての贈り

物は表面通りの意味を持つと言える。褒美を受け取った側にとっては、相手の意図はともかくとして褒められたということになるのだ。他者からの評価は、自分がやってきたことへの証明となり得るだろう。これに対して「自分へのご褒美」は、自分で自分に贈り物をする、すなわち自分が得をするために褒美を贈り、受け取った自分は褒められたと喜ぶというとんでもない空間ができあがるのだ。「ご褒美」などと銘打ってはいるが、他者の評価を無視した自己満足に過ぎないのである。このまま「自分へのご褒美」を繰り返していても、自己評価によって作り出された殻を破ることはできない。

なぜ諦めにも似た「自分へのご褒美」というものが流行ってしまうのか。それは、現代の人々が他者に対して無関心にならざるを得ない状況が原因になっているのだと思う。自分が生きることによって精いっぱいになってしまっていて、周りの人々のことを気にしてられない。それでも、誰かに認めてもらいたいという気持ちはある。せめて自分だけでも、自分のことを認めて生きていかなければ辛い。このような苦悩を和らげる方法として、自分にご褒美をあげるような人々が増えているのではないだろうか。

昨年三月に東日本大震災が発生し、「絆」という言葉を耳にする機会が増えている。私は、この「絆」が流行りの言葉として安易に持ち上げられてしまっているのではないかと感じている。人と人との関わり合いは、日々の生活を豊かにしていくためには必要不可欠なものであり、贈与行為が重要な鍵となっていることをこの研究の中で示してきた。つまり、贈与関係を正しく理解することが、本当の意味での「絆」を考えていくということに繋がるのではないだろうか。「絆」を深めていきたいと願うのであれば、贈り物をしてみることで大切なものが見つかるかもしれない。

参考文献

- 1) Marcel Mauss(1925):Essai sur le don = (2009) 吉田禎吾・江川純一訳 『贈与論』 筑摩書房
- 2) 桜井栄治(2011):中央公論新社 『贈与の歴史学』
- 3) 伊藤幹治(2011):筑摩書房 『贈答の日本文化』
- 4) 小笠原祐子(1998):中央公論社 『OL たちの〈レジスタンス〉 サラリーマンと OL のパワーゲーム』

参考 URL

- 1) 諺と格言の社会学 「今日はみんなでポトラッチしよう」(岡本太郎)
<http://www5b.biglobe.ne.jp/~geru/page018.html>
- 2) ウィキペディア フリー百科事典 『有徳人』
<http://ja.wikipedia.org/wiki/有徳人>
- 3) 語源由来辞典 『折り紙つき』
<http://gogen-allguide.com/o/origamitsuki.html>
- 4) ウィキペディア フリー百科事典 『バレンタインデー』
<http://ja.wikipedia.org/wiki/バレンタインデー>