

随想 今時の若者は……

社会を構成する大人の責任

加藤 宏光

二〇一〇年二月二十一日の日
本経済新聞に京都大学岩井八郎
教授の論説がある。彼は、若者
のライフスタイルを、いくつか
の著書を参照しながら分析して
いる。このページは刊行されて
いる書物を紹介することを主眼
としている。それ故に、これら
の書物を一読さえしていない著
者がここでテーマにあげて述べ
るのは僭越であることは十分に
承知している。それでも敢えて
ここに取り上げたいのは、マス
コミの持つ影響を考えてみたい
からである。

彼はこの消費行動を若者の「元
気のなさ」に結びつけている。
「リーマン・ショック以来の経
済低迷にたいする自己防衛だけ
ではなく、それ以外の何かがあ
るようだ」と考え、最近刊行さ
れている若者の生念に関する書
物での理論展開をもとに彼の考
えを述べたものである。その前
提となる若者の行動傾向とは、

- 車を欲しがらない
- ブランド品に関心がない
- 酒よりスイーツを好む
- 休日は旅行や遠出より自宅近
辺で過ごす
- 今を楽しむより将来に備えて
貯蓄する

といったものである(山岡拓、

『日経プレミアシリーズ』二〇
〇九年)。

それによれば、今、述べた嗜
好を持つ二〇代の若者が増えつ
つあり、こうした人たちは贈り
物で家族、友人との親密性を維
持し、親しい友人とはメールで
なく対面で会話してコミュニケー
ションを図るという。一生懸命
働き、地位を確認するための浪
費をするよりも「まったりした
穏やかな暮らし」を目指す。

また、『偶然ベタの若者たち』
(関沢英彦著、亜紀書房・二〇
一〇年)より、二〇代で、慣習
やしきたりに従うのは当然、安
定した暮らしが欲しいと望む傾
向が高まり、偶然を活用する力

を失っている。すなわち、「予
期せぬ出来事をチャンスに変え
る柔軟性の喪失が目立つ」との
説を引用し、この原因を携帯電
話や電子メールの浸透によって
変化した若者の人間関係に求め
ている(『近頃の若者はなぜダ
メなのか』、原田曜平・光文社・
二〇一〇年)。それによれば、
「多くの人との網の目に埋め込
まれた結果、若者は多重的な人
とのネットワークを維持するた
めに『小さな消費』を多量にし
ている」というのである。多重
的なネットワークからはじき出
されないようにするために、自
己主張を控え元気がないと見え
る生活姿勢に行き着くのだそう

だ。

さらに、このようなネットワークでは「既視感(経験していないのに経験しているように錯覚する現象)」が蔓延する。未経験な事象をネットワーク間で得た情報からすでに経験したように感じ、それを否定的に評価することが、消費離れや安定志向につながる、としている。

近年若者間で終身雇用、専業主婦を肯定する保守的な意識が高まっているそうである(『なぜ若者が保守化するのか』山田昌弘著、東洋経済新報社・二〇〇九年)。山田氏によれば、「既視感の視点からみて、雇用の自由化や男女平等な競争の中で敗北している自分の姿をみたように感じ、それに疲れて安定志向に走っている」としている。

岩井教授はこの論説の結びに「若者たちがこうした仮想の競争に疲れて、身近にみる安寧な生活に嗜好を偏らせているのではないか」「予測は難しいが、次の変化を待ってみたい」とまとめている。

読者の方々は、この論説に対してどのような印象を持たれるであろうか?!

この論説が「読書」というベージで、刊行されている書物を紹介することが主題であることを割り引いても、著者の印象は「不愉快」の一語に尽きる。

確かに「今時の若者は：」と言いたくなることを経験することとは多い。あげつらえば、

●電車やバスで老人や妊婦へ席を譲らない

●コンビニ前の路面にしゃがみ込んで飲食する

●ブランドかぶれのティーンエージャーが「援交」と称する売

春で金を得ようとする

云々

しかし、夢を奪っているのは社会を構築している大人である。会社である。

同じく日経の記事で、昨年の名目GDPが四七〇兆円である、と報道されている。二〇年前の水準だそうである。では二〇年遡ってみよう。一九九一年はバブル経済の真っ只中であった。

日経の平均株価が三万円を上回っていたのである。冷静に考えれば、世界的レベルでは地獄の底にいたわけではない。

日本の失業率は五%あまり。アメリカでは一〇%を超え、ヨーロッパでは一五〜一八%の高い数値に比較して、どれほどの影響であろうか? ちなみに、好況下での失業率でも三%程度はあった。これからすれば、二・五ポイント増えたことになる。

新たな失業者にとっては、今が楽な時代ではあるまい。それは著者だって理解できる。しかし、新たに増えた二・五〜三ポイントの失業者が国を崩壊させるほどのインパクトであろうか。

大手新聞をはじめとするマスコミはインターネットにその場を奪われて苦境にある、と昨週末のNHKラジオニュースで聞いた。日経新聞がインターネットにすべての報道を有償で提供するのだそう。これも、苦境を打開するための策である、と伝えられた。

被害者意識をかき立てることで、容易に耳目を集められることは明らかである。

しかし、悲観的観測をマスコミがこぞって言い立てることが、どれほどリーマン・ショック以降のデフレ傾向に拍車をかけたのだろうか。大手マスコミはその責任をどれほど認識しているのだろうか。

著者の会社には一〇代から二〇代の若者が多く働いてくれている。彼らは場を与えられれば、仕事に責任を持つことがいかに生き甲斐に繋がるかを実感して、生き生きと毎日を過ごしている。著者に言わせれば、夢を与えられない人間が小さくまとまるうとするのは当たり前であり、本人より社会を構成する大人の責任の方が遙かに大きい。

先に挙げた著書のそれぞれの目でなく、論者にもマスコミが社会に与える影響に対する責任の自覚があるのであるか??