

■第三章 「場」の機能■

1 「場」が我々にもたらしたもの

江戸中期に惣村社会が形成されて以来、固
 定的な社会関係を構築し、そこを離れては生
 存できないという条件のもとで、我々は様々
 な動機づけを得てきた。農村共同体や職人仲
 間や藩といった「場」を設定し、一生を通じ
 てそこに生きるという前提が、孤独を避けた
 いという心理を媒介として、勤勉に生産活動
 をするという行動様式に連結していた。明治
 維新後、新しい国民国家というシステムが生
 まれたが、それはどこかで惣村共同体に接続
 する性質のもので、工場や戦場での動機づけ
 も、結局のところ、故郷の惣村共同体での自
 己像という問題に還元される。戦後、惣村共
 同体は解体していったが、今度は「会社」が
 有力な「場」として浮上し、江戸中期以来の
 勤勉性が維持された。
 子どもたちの生活空間にも、このような社
 会全体のメカニズムに対応する各種の低位シ
 ステムが生まれ、それぞれの時代で「場」と
 いう生活空間に馴致させる工夫がこらされた。
 近代的な学校も例外ではなく、それは機能集
 団でもあるが、同時に惣村共同体的な関係で
 満たされてもいるという、いささか奇妙な組
 織となった。

2 「場」の解体の予感

若者たちが大人となにほどか違う感受性や
 行動様式をもつことは、特別珍しいことでは
 ない。例のピラミッド伝説(ピラミッドの内
 部の壁に「最近の若者はどうしようもない」
 と書いてあったという真偽不明の話)を引
 張りに出すまでもなく、いつの時代にも共通す
 る現象と言っている。しかし、昨今、
 我々が経験している世代間較差はその中でも
 かなり大きなものではないかと感じる。「援
 助交際」や「おやじ狩り」や「けらっちょ狩
 り」(ホームレスに対する暴力)といった現
 象を見るにつけて、何か根本的に感受性の異
 なる世代が出現したような印象をもたざるを
 得ない。若者たちに何が起きたのだろうか。
 若者たちは「次の時代」に大人たちよりも
 一足先に適応を開始する。我々が「若者文化」
 と呼んでいるものは、実は時代の変化への適
 応のスピードの落差がもたらすものである場
 合が非常に多い。今、我々が目前にしている
 「次の時代」が、「戦後体制」の「次」でも
 なく、「一九四十年体制」の「次」でもなく、
 実に三百年目にして迎えた「元禄体制」の
 「次」ならば、若者たちが少々大きな変化を
 見せたとしても不思議はないと納得がいくの
 ではないか。
 それは要約すれば日本のコミュニケーショ

確かに奇妙ではあるが組織としての効率は
 必ずしも悪くなかった。特に教師と生徒の間
 のコミュニケーションの効率はよかつたと言
 えるだろう。教師には惣村共同体から継承し
 た「宿親」という性質と、国民国家の権威の
 惣村共同体における代理人という性質とが両
 立っており、この前提だけで教師はコミュニ
 ケーションの労力をかなり負担免除されてき
 たと見ることが出来る。時に親身な身内とい
 う一体感が、気持ちのわかり合いを軸とする
 コミュニケーションを確保し、また時に権威
 を帯びた存在とそうでない存在という地位の
 落差が、夕テ社会的コミュニケーションを確
 保した。識字率の高さに見られるような初等
 教育の成功は、このような条件のもとに実現
 された。
 しかし、いまや、こういう「場」を軸とし
 たシステムも、江戸中期から数えれば約三百
 年ぶりに曲がり角にきているようだ。昨今の
 若い世代を見ていると、そんなことを感じる。

人の解体という現象である。互いに濃密な対
 人関係にとり結ばれ、相手の気持ちがかかる
 距離感の中で、是非を論ずるよりは互いに譲
 り合い、自己主張よりは和を重んずる。そう
 いう関係は、人々が一つの社会的関係の中に
 全身で帰属することで初めて可能になる。そ
 の母体が十七世紀中ごろに出現した惣村社会
 である。人々が何代にもわたって一つの関係
 に困り込まれ、そこを離れては生命の維持す
 るに困難であるというメカニズムの中で、我々
 はこの特異なコミュニケーショ・モードを
 身につけた。
 惣村社会が出現した時、軌を一にして「勤
 勉革命」が起きた。勤勉に働く日本人という
 イメージはこの時生まれた。自分一人がなま
 けるわけにはいかない、という相互監視を通
 じて、日本人の勤労観は画期的な変化をとげ
 る。共同体の一員として安定した身分を保証
 されたいという動機が、日本人を労働へと駆
 り立てた。だから、日本人は惣村共同体的な
 関係の裏打ちがあつて初めて「まともな」働
 くことができる。「野麦峠」や「女工哀史」
 の世界はどうだろうか。非人間的な労働環境
 は、確かに、惣村共同体とはほど遠い。しか
 し、彼女たちの心は工場ではなく、故郷にあ
 るのだ。彼女たちが過酷な労働に耐えること
 ができたのは、故郷に錦を飾りたいとか、父
 母に少しでも楽をさせたいとか、村の他の娘

が働きに出ているのに自分だけとどまるわけにはいかない、といった故郷の共同体に起源をもつ動機があったからだ。戦後は、急速な都市化によって惣村共同体が解体するにつれて、企業そのものの方が共同体化していった。な労働慣行の定着がそれを示している。しかし、そのようにして作られた豊かな社会は、共同体的な関係にしがみつかなくとも生きていける、という新たな選択を招いた。企業の側にしても、成長の頭打ち感が、経営の合理化の必要性を意識させ、共同体的な労働環境が見直されつつある。我々は三百年目に於いてようやく、惣村共同体的なものから解放されようとしている。自由といえば自由だが、不安でもある。「頼りにできるのは自分だけ」、そんな気分だ。

若者たちが生きる「次の時代」は、まさしく、そのような時代なのだ。「気持ちのわかり合い」なんて悠長なことを言っていたら、はたしてサバイバルしていけるのだろうかとか考えるのは、実に健全な精神の現れである。日本の社会の基本的な枠組みが変化しようとしている。

3 〈世間〉から〈市場〉へ

「気持ちのわかり合い」を基本原理とする惣村共同体的な世界を我々は〈世間〉という言葉で意識することが多い。職場という〈世間〉。〈近所〉という〈世間〉。業界という〈世間〉。また「世間様」などと言えば、漠然と社会全体を思い浮かべることが出来る。その〈世間〉の解体が環境の不透明性を急上昇させている。とはいっても、我々は行動する時、何らかの形で自分が生きる環境の論理を認識しなければならぬ。そんな中で、若い世代が〈世間〉に代わるものとして発見したのが〈市場〉なのではないだろうか。

最近の若者たちを観察していると、彼らは自分を一個の商品と考えているのではないかと、この印象がある。〈世間〉の退潮によって不透明になった社会の中で、自らの行動の原則を探す時、最後にかろうじて見いだしたのが〈市場〉原理であったのではないだろうか。

援助交際の経験をもつ女子高生は、その経験を「自分の値打ちがわかった」という言葉で語る人が多い。この言葉は、将来独立を目指す若者たちの言葉と共通する。「大きな組織にいるよりも、小規模でも独立した方が自分の値打ちがはつきりとわかる」と彼らは言う。

思えば我々旧世代は〈世間〉の中でゆつく

りと自己像を築いてきた。〈世間〉の目に自分がどう写るかを頼りに自己像を把握し、よりよき自己像を得ようと時間をかけて右往左往することができた。しかし、〈世間〉なき時代を生きる世代にとって、自分の姿を映すべき「鏡」は、もはや〈市場〉しかないといつてもいいだろう。彼らが「値打ち」と言う時、それは必ずしも金銭に換算できる要素だけを指しているわけではないが、それを含め〈市場〉が発信するメッセージを頼りに、彼らは自己像を獲得しようとしているように思える。それはまさに、市場と商品の関係のよ

4 〈市場〉育ち世代の動機づけのメカニズム

日本人の就労意識と〈世間〉とが不可分の関係にあることはすでに述べた。若い世代の就労意識を素材として、〈市場〉育ち世代の動機づけのメカニズムについて考察してみよう。

〈世間〉の後退は、就労意識にどのような影響があるのだろうか。仕事を通じて自己像の核となるようなものを獲得できる若者たちにおいて、大きな変化はないだろう。ヒックト作を世に送り出すゲーム・デザイナー、先

端的なソフトウェア技術者、オリジナリティが身上的なアーティスト、あるいは社会全体の設計や運営に関わるテクノクラート、こういった職業にある人々は、いつの時代であっても強い内発的な動機をもっており、さしたる変化はないだろう。問題は平均的な人々だ。この層はこれまで〈世間〉に由来する動機づけを頼りに働いてきた。それは積極的な動機にはならないとしても、勤労意欲を底固めする役目を果たしてきた。それがうまく機能しなくなったら、と考えると悲観的にならざるを得ない。自己という「商品」を換金する、という以上、意義を労働に見いださないとすれば、労働の質も、生産性の高さも期待できない。何よりも、くすぶったような働き方しかできない社会は不幸だ。社会主義社会のポスターのような労働者像は絵空事でしかないが、多少なりとも内発的な動機づけといふものがあつた方がいかに決まっている。ごく普通の若者が、「人の役に立つ仕事をした」と言うのをしばしば聞く。平均的な勤労者にとつて、もはや積極的な動機づけがほとんどないという状況で、何か特別な意義のある仕事をイメージしようとする、看護や福祉といった職種しか思い浮かばないのだから。〈市場〉でかろうじて獲得した自己像の貧相さに気づく時、彼らは突如、半ば自己修養的な労働を自分に課そうとする。〈世間〉

の後退は、(市場)でおぼろげに、しかも瞬間的に自己像を確認するしかないという状況を招き、さらにその状況が、極端な「愛」や「修養」へと短絡させる。(市場)から得られるお手軽な自己像と折り合いをつけて「まったり」と生きる覚悟をするか、自己修養の連鎖に自分を追い込むか、という選択を彼らは迫られている。八十年代の若者たちのように「リッチになりたい」とあるいは「かっこいい仕事をしたい」といったシンブルな動機づけが意味をもっていた時代になつかしささえ感じる。

5 (世間) なき時代の孤独

(世間)という居心地のよいシェルターを失った我々は、誰しも、ちよつとした孤独感を味わっている。(市場)から得られる自己像ではそれを癒すことはできないだろう。むしろ、孤独感を増幅する可能性の方が高い。(世間)なき時代の孤独感を埋め合わせるには、結局、非(市場)的な生活空間を拡大していくしかないさそうだ。

使命感を動機とするポランティア活動は長続きしない、という定説は謹聴に値する。だとすれば、ポランティアの動機が(市場)では得られない種類の自己像の獲得にあるとし

ても、何ら問題はないはずだ。しかし、先に述べたように(市場)で明瞭な自己像が得られない「あせり」が、若者たちを極端な自己修養へと短絡させている。これでは使命感型のポランティアと同じになってしまう。職場からポジティブな自己像を獲得できるのは、ごく希なケースだということ。それを深く認めるべきではないだろうか。それが短絡反応を回避する唯一の手段だ。この点からも、職業教育にあたって「やりがい」を過剰に強調することには反対せざるを得ない。(世間)という生活空間を失い、もう後戻りできないとすれば、(市場)は基本的に(市場)でしかなく、それ以上のものになることは希だという「あたりまえ」の事実を受け入れる時期に来ている。

職場を一つの(世間)と受け取る感受性は、若い世代にはもはやない。このことはほどなく上の世代にも波及していき、日本の企業組織は、この面からも共同体的な関係を捨てることになるだろう。これまで日本の企業組織は、共同体に由来する勤労意欲にもたれかかり、敢えてメンバーを動機づける努力をかなり免除されてきた。しかし、これからは、企業は(市場)なみの就労意識でも必要な利益を確保できるシステムを開発するか、それ以上の就労意識を引きずり出すテクニクを開発するか、という選択を迫られるだろう。