第1部

若者文化をよむ

若者文化研究委員会

最終報告

目　次

はじめに …… 7

Ⅰ．若者像の変遷と背景 …… 10

1．「団塊の世代」の青春――全共闘運動とその遺産　10

（1）団塊の世代の不安と不満　10

（2）全共闘運動とは何だったのか　11

（3）対抗文化とその遺産　13

2．70年代の青春　16

はじめに――ある同窓会の光景から　16

（1）「情報と消費の申し子」――二つの子ども期を生きて　17

（2）「宴のあと」で――もしくは自尊心の病について　19

（3）大人になった「谷間の世代」　21

3．80年代以降の若者像の変遷　22

はじめに――ライフベクトルとフォーマット　22

（1）新人類期――高度消費社会と若者関係の始まり　23

（2）ポスト新人類期と社会システム化　29

（3）団塊ジュニア期――わけのわからないやつらが「わけのわからない」と思う世代　32

（4）結語　35

Ⅱ．等身大の物語・等身大の社会――若者たちの社会感覚のありよう …… 36

はじめに　36

1．若者たちにとっての社会への関与　37

2．社会・生活・自我　42

3．像を結ばない他者　44

4．等身大の物語・等身大の社会　46

Ⅲ．「女の子」という「若者」たち

――性意識の変化と日常の意識の変化の関係、もしくはオヤジのための女の子入門 …… 49

1．なぜ「女の子」なのか？　49

2．「女の子」とは誰か　50

3．きょうび白木屋事件は起こらない　51

4．70年代～90年代へ　52

5．さりげなく主体　55

6．だが問題もある　58

Ⅳ．若者文化の諸相 …… 60

1．リズムへの欲望――音楽・スポーツ・若者　60

2．素人による文化圏――コミック同人誌即売会から見た創造と消費　72

3．家族・学校・事件　83

4．メディアとしての海外旅行――若者における海外フリーツアーの意義　94

5．都市空間のなかの若者像　105

資料 …… 114

1．若者文化早わかりのためのキーワード　114

2．各世代のプロフィールをイメージするための事項とキイワード――若者文化の変遷　122

3．是非読んでほしいブック・ガイド　124

はじめに

まず最初に、この研究グループが「文化」ということばをどう意味づけしているか、その説明をしておきたい。

われわれの考える文化は、社会学と文化人類学の定義にほぼ等しい。つまり「文化とは広い意味での生活様式である」。立ち入っていうと第一に、人間の生活に不可欠かつ必要なもの・こと（衣食住をイメージしていただけるといい）とそれらの間の関係（たとえば冠婚葬祭のさい、結婚式をどこでどんな服装でどういう形式・手順で行うか）、これを社会的に支えるシステム・制度・装置が含まれる。第二には、生活行動のパターン。たとえば喜怒哀楽の感情を表現するときの広い意味のしぐさ等々が含まれる。第三に、広い意味の人間的欲求・欲望を充足させてくれる「対象」が含まれる。たとえば音楽作品の演奏・再生（手段）は心のなかのなにかを満たしてくれる。この音楽に類するもののすべて（芸術作品やある種の学問）。第四に、こうしたものとこと、さらには人間の行為を意味づける根拠になるもの。価値観・思想・宗教・神話・伝説・伝統、風俗・習俗・規範の体系も含まれる。そして第五に、これらのこと・もの・行為・価値体系に直接・間接にかかわっているけれど、いずれにもそっくり属しているとはいえないことば・言語、そして記号体系（交通標識をはじめとするさまざまな標識類等々）。以上は、文化が社会や人間にとってどんな役割を果たし、どんな意味をもっているか、に着目した定義づけであるから、たとえば社会的存在としてのテレビの役割はここにあげた五つのいずれにも該当している。

次に「若者文化」と「若者」。ある年齢層――われわれとしては十代・二十代の人々を想定しているが――にのみ、顕著かつ固有にある文化と考える。少し前までは「若者」ではなく「青年」が使われていた。今でも教育学・心理学・社会学の文献・資料で「青年」が使われることがある。もちろん「青年文化」も。明治期から戦後の60年代まで、ほぼ十代後半から二十代前半までの人々を青年と呼んでいた。いいかたをかえると学業を終えた後、結婚するまでの人々が青年であった。彼らは地域社会や企業である役割を負っていて、成人とはいくらか違った行動様式を要求（期待）されていた。この全体からいくらか偏った行動のスタイルあるいは生活パターン、つまりは文化が「青年文化」であった。そして構造的に青年文化は全体文化に含まれ従属していた。人々は学業を終えると一定期間この文化のなかにいて、ある年齢に達したり、結婚して、青年文化を「卒業」する。いいかえると青年文化とは与えられた「通過儀礼」であり、人は生涯そこにいるわけではないし、青年自身がこの文化を変革したり創造したりすることなどありえなかった。

60年代は、先進国で若い世代が叛乱を起こした時代であった。既存の体制の批判と否定と拒否、その意思表示としての音楽・絵画・映像作品の創造、衣服・髪型・化粧・アクセサリー等に関しての「自前性」、エスタブリッシュメントに対抗する新しいライフスタイルの創造・顕示、成長拒否、以上にかかわる意識・意思の過激かつ暴力的な表現行動等々が先進諸国で同時に噴出した。これらをまとめてひとつの「文化圏」とみなすと、もうこれは全体文化に含まれかつ従属するものではなかった。むしろ全体文化に対抗し、自立し、ときには逆に働きかける文化であった。そして多くの人々が、生涯この文化にとどまる意思を表示していたから、もはや通過儀礼でもなかった。かくしてこの文化圏を「若者文化」と呼んだのである。いうまでもなくこの文化圏の住人が「若者」であった。

60年代に起こったことのひとつ、ファッション・流行業界の伝統的なメカニズムと無関係にその外側で、つまりは若者文化のなかで、「ジーンズ」という衣装が作られ流行し、そして定着する、その後で全体文化に浸透し普段着になって「衣の文化」となる——この事態は、若者文化の創造性・独自性のみならず、全体文化と若者文化の画期的ともいうべき構造的関連を端的に示している。この構造は、この30年間健在であって、若者文化の文化的創造性・生産力は、全体文化いや成人文化のそれを凌駕しているだけでなく、相変わらず浸透力も大きいし、文化的先導性とでもいうべきものも強い（たとえば「流行は女子高校生から始まる」）。

60年代から現在まで、この四半世紀の間、文明・時代・社会・文化の変動（進歩・発展？）が目まぐるしい。この間、変動の尖端のところには、いつもここでいう意味の若者がいたし、若者文化で起こったことは次の段階でほぼ確実に全体文化のものになった。したがって、時代の変貌を予測したかったら、若者と若者文化を観察するのが近道——これは今でも変わっていない。若者文化あるいは大衆文化など、社会と時代の表層に漂ううたかたにすぎないというけれど、この四半世紀、そのうたかたが全体文化に浸透し、各世代のライフスタイルになってしまった実例に事欠かない。「若者文化論」が、文化論や消費社会論の有力なジャンルになって当然であった。

話をもどす。全体文化と若者文化が対等になり、構造的に横並びになった結果、全体文化に対する若者文化の「異文化性」が濃厚になった（逆も真）。かくして五千年前からの常套句「今時の若者は……」にもうひとつ意味が付加された——「若者はもはや日本人ではない」。一面では全体文化は若者文化に浸透されるだけでなく、若者のほうににじり寄った。当然である。若者文化圏の人口の急増ということもあるのだから。他面では全体文化もしくは既成の大人文化と若者文化との、いうならば文化衝突が、社会の随所に出現した。家庭でも教室でも職場でも、そしてボランティアの現場でも。全体文化対若者文化という衝突の構図のもとで、今まで書いてきたことからも明らかなように、若者のほうが心理的に優位になる。この事態を前にして、とりあえず全体文化のなしうることは、若者文化を理解すること——でしかない。本研究・本報告も、当然のことながら、この文脈に属している。

わが研究グループは、いずれも社会学・文化論を専攻していて教壇に立っている。教師である以上若者（文化）論はともかく、彼ら

に対する理解は不可欠であるのだが、われわれは若者文化を対象として論ずることに特に興味と関心をもっている。ひとたび若者を論じようとすれば、関連のデータは、各種あってそしておびただしい。本報告では、読者の理解に役に立つだろうという立場から、データを選択し、領域を限定し、報告の構成をしてみた。読者の立場からみると、落ちているあの問題・この問題があるはずで、これらについては諸般の事情で割愛せざるをえなかった。他日を期すしかない。

さて、全体は四部の構成になっている。第一部では、60年代以降成立した若者文化圏の90年代までの歴史的動態を「若者像の変遷」という形でとりあげている。第二部は、90年代半ばの若者の、今ここでの生活意識・社会意識を浮き彫りにし、この若者はどんな若者なのか、彼らの性格分類を試みた。第三部は「女の子という若者」。60年代以来の「若者論」は、さしたる理由もなかったのだが「男の子」を暗黙のうちに主たる対象としていた。そこで見落としのあった「女の子という若者」を対象にして、「男の子」とは多少、いや場合によっては大変に違う「女の子文化」を論じてみた。第四部では、すぐれて「メディア人間」である若者の「生活メディア空間」での意識と行動とその背景を考えた。とりあげた「空間」は、家族・事件、音楽・スポーツ、マンガ、旅行、都市空間である。いうまでもなく若者の棲息する「生活・メディア空間」などいくらでもある。ここでは五つに、メンバー五名の関心領域に限定せざるをえなかった。若者はこの五つの空間で、どんな横顔を、どんな相貌をみせているか。随所に「素顔」の一端がみえているはずで、ぜひ読みとってほしい。

読者もまたわれわれ同様、日常的に若者（文化）に接している。そこで垣間見た横顔・素顔があって、われわれがとらえきれなかった像もあるのでは、と思う。「こんな顔もある」という指摘をしていただきたいし、さらに質問・批判・反論を期待している。

さてこのグループ、小谷、藤村、新井、木谷がポスト団塊の世代に属し、中野はヒトケタ世代である。若者とその文化については、この世代差によるイメージの差、さらにはそれぞれの間のイメージ差は否定しがたい。だから、月1回の研究会、合宿のときの研究会のディスカッションはしばしばスリリングであった。それだけに討論から各自が得たものは大きい。議論は白熱したけれど、3分に1回の割合で笑声が起こるという雰囲気は変わらなかった。そのなかでわれわれはひとりひとり、「現代という時代」に思い馳せていた（と思う）。相当につっこんだ討論ではあったけれど、ついに同意に達しないということもあって、各章・各節には執筆担当者が署名していて、それぞれが独立の論文である。それに、われわれは自分の担当箇所については責任を負いたいとも思っている。

こうしてわれわれは、プロジェクト進行の二年間、大変稀有な、しかも相当に有益な経験をすることになった。この機会を与えてくれた教育総研のみなさんには、あらためて感謝の意を表したい。どうもありがとう。

（中野　収）

Ⅰ．若者像の変遷と背景

1．「団塊の世代」の青春 ——全共闘運動とその遺産

（1）団塊の世代の不安と不満

1）「父と子」の葛藤——学生反乱の通奏低音

「団塊の世代」とは、45（昭和21）年から、49年にかけて生まれた、戦後ベビーブーム世代の別（異？）名である。彼らの特徴は、元気のよいことである。その元気のよさの故に、この世代は、60年代末の学園紛争の主役ともなった。

しかしながら、この世代の元気のよさは、彼らの抱えこんだ、すさまじいフラストレーションの裏返しでもある。高すぎる人口圧の故の、「芋の子洗い」の学校生活。そして、高校・大学と、入試のたびに待ち受けていた激烈な競争。こうした試練にさらされることによって、彼らのなかには、競争心と闘争心とが植えつけられていった。そして、社会に対する言いようのない不満も、同時に彼らのなかに、刻み込まれていったのである。

「団塊」は、親の世代に大きな反発を抱いていた。彼らの親たちとは、言うまでもなく「戦中派」である。純粋戦後世代たる「団塊」と、親の世代との価値観の断絶は、覆うべくもない。「団塊」にとっての親たちとは、「封建遺制」の象徴だったのである。そのうえ、敗戦で信念の崩壊を経験した父親たちには、「頑固親父」の一貫性が欠けていた。しかも、彼らには、「従軍慰安婦」問題が象徴するような、後ろめたい戦争体験がある。「戦中派」は、道徳的権威を根本的に欠いていた。わが子にとっての「壁」として立ちはだかる資格を、彼らはもたなかった。自己の成長のうえで、敵手であると同時にモデルであるような「父」の不在。このことが、「団塊」の苛立ちを、一層大きなものにしていった。

学生反乱は、世界的な現象であった。そして、「三十から上は信用するな」という標語が示すように、学生反乱には、世代間闘争としての側面がある。凄惨な第２次世界大戦は、敗戦国だけでなく、世界中の「父」の権威をも、大きく傷つけていた[1)]。学生反乱とは一面で、権威なき「父」に対するベビーブーマーたちの、巨大な異議の申し立てであった。そして、学生反乱は、60年代末の、世界的な好況期に勃発した。このことが示すようにベビーブーマーたちは、「父」の世代が築いた物質的繁栄と経済的な豊かさそれ自体に、苛立っていたのである。もちろん日本の「団塊」も、その例外ではなかった。

注１）中井久夫「学園紛争とは何だったのか」（中井　1995『家族の肖像』みすず書房）

2）豊かさが広げた内面の空洞――高度経済成長がもたらしたもの

「戦中派」は二度、なし崩しに「転向」している。「軍国主義者」であった彼らは、一度は「民主主義者」となった。そしてほどなく彼らは、「エコノミック・アニマル」に変身する。馬車馬のように「戦中派」が働いた結果として、奇跡のような高度経済成長は達成された。しかし高度経済成長自体が、やはり後ろめたいものだったのである。

高度経済成長は、豊かさの成果の公正な分配をめざすものではなく、ひたすら経済規模の拡大を志向するものであった。その結果、日本人が手にしうる富の総量は、この期間に飛躍的に増大したのである。しかし、経済的繁栄の陰で、弱者たちは踏みつけにされていった。その典型が、水俣病に代表されるさまざまな公害病だ。そして、この時代、多数の中卒労働者（「金の卵」）たちが、大都会の孤独地獄に呻吟していたのである。

また、「平和国家」を標榜しながら、日本ほど冷戦から利益を得てきた国も、他にない。日本の経済成長は、近隣民族の不幸を奇貨として達成されたものなのである。戦後復興は、朝鮮戦争がもたらした特需景気の賜物である。また、ベトナム戦争で、アメリカが民需産業を空洞化させているスキに、日本製品はアメリカ市場を席巻していった。

弱者の犠牲の上に獲得された「豊かさ」が、居心地のよいものであるはずがない。それと同時に、「豊かさ」それ自体が、「団塊」世代の苛立ちを生んでいたのである。敗戦直後、世界の最貧国だった日本は、「団塊」世代が青春の盛りを迎えた68年に、自由世界第2位の「経済大国」に成り上がっている。所得水準が急速に向上し続けた結果、青年期に至るまで、彼らは慣れ親しんだ生活様式をもつことができなかった。その結果、「団塊」世代のなかには、「自己規定困難」（中井久夫）が常態化してしまった。皮肉にも「豊かさ」は、この世代が抱えていた内面の空洞を、さらに押し広げていったのである。

空前の繁栄に酔い、「豊かさ」を謳歌する日本社会。しかし、「豊かさ」の達成は、管理システムの完成をも意味していた。確立された社会システムは、若者たちのなかに、閉塞感を生み出していく。大学を出ても、灰色のサラリーマンになる他の可能性は見出せない。エリートになれたとしても、退職金や最終ポストが、容易に計算されうるのだ。こんな人生の、どこが面白いのか……。若者たちの胸の奥には、こんな不満が渦巻いていた。

60年代の半ばから、日本も本格的な大学大衆化の時代を迎えている。それは、「団塊」世代の大学進学の時期とも重なりあうものだ。すでにみたように、この世代は大きなフラストレーションを抱えた、火薬庫のような代物だった。それに火をつけて爆発させたのが、当時の、世にもお粗末な日本の大学だったのである。

（2）全共闘運動とは何だったのか

1）全共闘運動の意義について

68年から69年にかけて、日本の多くの大学が紛争の嵐のなかにまきこまれていった。そのなかで、もっとも世間の耳目を集めたのが、日大と東大（とりわけ医学部）の紛争である。日大においては、水増し入学と、その結果としてのマスプロ授業の常態化で、学生たちは、きわめて劣悪な勉学の環境に置かれていた。にもかかわらず経営者一族（派）は、経理を操作し、みずからの私腹を肥やすことに熱中していた。他方、東大医学部の教授たちは、

ほとんど封建的ともいうべき特権を享受する一方で、研修医や助手、さらには入院患者たちを無権利状態にとどめ置いていたのである。「大衆大学」日大と「エリート大学」東大。その病理のあらわれ方は、もちろん異なっている。しかし、大学が、学生の存在を無視して、特権の護持に汲々としていたという点で、両者は共通していた。大学の醜悪な実態が白日のもとにさらされた結果、この二つの大学での学生の決起は、当初、世間の同情と共感とを集めたのである。そして、類似の構造は、日本のすべての大学に多かれ少なかれ存在していた。最盛期には、日本の約8割の大学が、紛争状態に突入していった。

紛争の主役を演じたのが、「全共闘」(全学共闘会議)である。学生たちによる決起による混乱のなか、当局は無能さを露呈し、大学には管理の空白状態が生じる。しかし、自治会や生協など、既存の組織は、セクトの草刈り場と化していて、一般学生の意向を代表する能力をもたなかった。「ノンポリ」の一般学生が決起し、自然発生的かつ草の根的に自治組織を発足させたこと。それが、全共闘運動の特徴である。クラスやサークルから選出された代表者たちが、闘争方針を熱く論議する。大学への「怒り」とともに、学生たちが初めて経験する自治の「喜び」が、運動の高揚をもたらした。その出発点において全共闘運動は、暴力と破壊ではなく、連帯と自治と討議とを志向したのである。

2)「父親殺し」と「父親探し」

自治と連帯とを志向した全共闘運動は、何故、セクト間の抗争と「ゲバルト」の泥沼にはまりこんでいったのだろうか。「自己否定」という言葉は、この謎を解く一つの鍵となるであろう。青年期のアイデンティティ確立。それは、親の世代から受け継いだ同一視と価値意識とを精算して、若者がみずからの自己像と価値観とを築いていく過程である。このプロセスで、若者は「自己否定」への強い欲求を抱く。そしてその場合、否定の対象となるのは、彼らの「内なる両親」。親の世代の支配の残滓なのである。

自己否定への欲求も、親の世代の支配からの逃走も、若者たちにとってはノーマルなものである。問題は、「団塊」の若者たちが、親の世代から受け継ぐべき何ものももたなかった点にある。親たちは、封建遺制の化身であり、内面の一貫性にも欠けている。だから、若者たちは、親から受け継いだ同一視や価値意識のすべてを破棄して、ゼロからアイデンティティ形成をやりとげる必要性を感じていた。歴史的遺産からまったく切れた無の地点から、自己を築いていかなければならない。先行世代とのきびしい「断絶」の認識が、若者たちの自己否定への欲求を、際限のないものにしていった。そして、その結果引き起こされるアイデンティティ・クライシスも、それだけ深刻なものとなっていく[2)]。

ヘルメットに角材(ゲバ棒)、そして覆面という、日本の学生活動家に特有のスタイルも、彼らの直面していたアイデンティティ・クライシスの深刻さという観点から説明することができる。学生たちのアイデンティティは、自己否定の結果、無に帰している。覆面は、「顔をもたない」という、彼らの自己認識の象徴だ。そして、度重なる自己否定によ

注2) R.J.リフトン「青年と歴史」(E.H.エリクソン編・栗原彬監訳 1973 『自我の冒険』 金沢文庫)

ってみずからを苛んだ彼らは、他者に対しても、容易に攻撃的になることができた。常に自分を責めているわれわれは、いかなる他者に対しても、暴力を行使する権利を有する。こうした歪んだ「権利意識」の故に彼らは、常にヘルメットとゲバ棒とを手放さなかった。過剰な自己否定の結果、学生たちはすさんでいった。討議と自治とを目的とした全共闘運動は、いつしか暴力の行使それ自体を、自己目的とするようになったのである。[3)]

紛争の期間を通して、学生たちの攻撃性は教授たちへと向けられていった。全国のどこのキャンパスでもみられた教授たちのつるし上げは、学生たちにとってみれば、「父親殺し」の儀式ではなかったのか。教授たちは、専門知識で武装し、学問と世俗の権威を身にまとっている。しかし、みずからに備わった人間的な威厳で、学生たちを感服させることのできた教授は稀であった。とりわけ「進歩的」知識人の多くは、学生たちの嘲笑の的となった。胆力と一貫性に欠ける人間とみられたためである。逆に、単身安田講堂に乗り込み、学生と渡りあった「タカ派」林健太郎東大文学部長は、全共闘から高い評価を得ている。このエピソードは、学生たちの求めていたものが何であったのかを、はからずも物語っている。彼らは、「真の父親」を渇望していたのである。若者たちにとっての全共闘運動は、「父親殺し」の儀式であると同時に、「父親探し」の旅でもあったと言えよう。

学生たちの鬱屈した攻撃性は、絶えずその発露の的となる「敵」を求めていた。自治と連帯を標榜していても、当然それはうまくいかない。すぐに仲間割れが始まるからである。しかし、学生たちは「栄光ある孤立」にとどまる、自我の強さをもたなかった。そこで小さなセクトを作るが、その関係が永続することはない。かくして、セクトの分裂と内ゲバの悪夢のような循環に、全共闘運動ははまりこんでいった。この結果、運動は一般学生や世論の支持を失い、70年代に入ると終息の方向へとむかっていった。そして、あの連合赤軍事件によって、完全に息の根を止められることになる。

（3）対抗文化とその遺産

1）遊戯性、モラトリアム志向、やさしさ ——対抗文化の「心の習慣」

筆者はこれまで全共闘運動を、生真面目でパセティックなもののように、描いてきた。だが、バリケードの日々は、一面で陽気な「お祭り」だったのである。祝祭的で遊戯的な要素が、この闘争には横溢していた。「とめてくれるなおっかさん。背なで銀杏が泣いている。男東大どこへ行く」。無名時代の橋本治の名コピーである。また、東大全共闘と討論した三島由紀夫は、みずからを笑うことのできる、全共闘のユーモアのセンスに対して、舌をまいていた。硬真面目な「旧」左翼とは、一味違うユーモアのセンス。もしくは、支離滅裂ないい加減さ。それが、全共闘の、あるいは「団塊」世代の持ち味であった。

「団塊」世代は、明らかに新しい若者たちであった。それまで若者（青年）と言えば、大人に成り急ぐ「出世主義者」だと考えられていた。ところが、彼らの身なりはどうだ。長い髪。ボロボロのTシャツとGパン。なよなよダラダラした物腰。明らかに「大人にな

注3）「管理社会と学生運動」（作田啓一　1973『深層社会の点描』筑摩書房）

る」ことを拒否している。そう、「団塊」世代は、その心性において、「モラトリアム人間」の走りだった。そして、キャンパスでの数々の「蛮行」にもかかわらず、一人の個人としてみたときの彼らは、まぎれもなく、やさしい若者たちであった。そして、当時全盛だったフォークソングの歌詞が示すように、「やさしさ」がこの時代のキーワードだった。遊戯性、モラトリアム志向、そしてやさしさ。彼らは、大人に成り急ごうとはしなかった。むしろ、みずからの内なる「ガキっぽさ」や「女々しさ」を臆面もなく誇示したのである。そしてこの新たな心性は、全共闘運動と呼応して、対抗文化のうねりを生んでいった。[4)]

もちろん、全共闘や対抗文化の人たちが、「団塊」の若者のすべてではない。当時の大学への進学率は20パーセントそこそこである。「金の卵」と呼ばれた中卒労働者も少なくはなかった。彼らは、否応もなく「大人になる」ことを強いられていた。彼らにしてみれば、みずからの「女々しさ」・「ガキっぽさ」にしがみつける学生たちは、階級的憎悪の的でさえあっただろう。満足な教育を受けることができず、犯罪に走り、獄中で「知」に目覚めた連続射殺犯、N.Nは、後にこう記している。「全学連嫌いだ。全学連坊ちゃん育ちだ」。

たしかに全共闘運動や、対抗文化の担い手の若者たちは、「坊ちゃん・嬢ちゃん」であった。恵まれた家庭で大切に育てられた彼らが、受験戦争という形で、早くから過酷な競争原理にまきこまれていく。その過程で彼らのなかには、傷つくことへの敏感さ（やさしさ）と、過酷な現実をジョークにして茶化す習性（遊戯性）と、競争が恒常化している大人の社会への嫌悪感（モラトリアム志向）とが育まれていった。そして、こうした対抗文化の「心の習慣」は、豊かさが全面化していった後続の世代のなかでは、若者たちの支配的心性として定着していったのである。今の若者は「団塊ジュニア」と呼ばれている。そして、「団塊」の人々は、「いまどきの若い者はわからない」と口癖のように言う。しかし、何のことはない。「いまどきの若者」の思考と行動のパターンは、すべて萌芽として、「団塊」のなかにもあった。この意味で、「団塊」の人々は、生物学的にだけではなく文化的にも、「いまどきの若者」の「親」なのである。

全共闘運動の過程で、「父」（大人の男）のだらしなさが、白日のもとにさらされていった。そこで、「女々しさ」や「ガキっぽさ」が抑圧の軛を解かれ、文化の表舞台に躍り出すことには、何の不思議もないだろう。抑圧を解かれたのは、若者たちの内なる女性性（やさしさ）だけではなかった。他の先進諸国と同様、日本でも学生反乱は、フェミニズムに大きな刺激を与えたのである。その刺激は、二重の意味をもっていた。産業社会の周辺部分の異議申し立てとしての学生反乱は、大いに女性たちを力づけた。周辺的な存在が団結し、さまざまな要求をかかげていくというモードを、まず女性たちは全共闘に学んだのである。しかし、バリケードのなかは、同時に男社会でもあった。男たちが闘争方針を討議し、女たちが「飯炊き」をする。バリケードの内側も、性別役割分業という点では、外の世界と変わりがなかった。全共闘の闘士たちの、この言行の不一致は、女性たちを憤慨させた。こうして皮肉にも、バリケードは、

注4）対抗文化の心性とそれをめぐる言説については、拙編著を参照されたい（小谷敏編著　1993　『若者論を読む』世界思想社）

フェミニズムを準備する苗床としての役割を果たしたのである。

2）180°の転向と90°の転向[5)]
――「団塊」世代のいま

60年代末からのラディカリズムの大波は、連合赤軍事件とオイルショック後の不況によって、完全に息の根を止められた。このラディカリズムは、実は「坊ちゃん・嬢ちゃん」のラディカリズムだったのである。ヒッピームーブメント華やかなりしころ、巷には「あんな連中は、不況になればたちまち姿を消してしまうだろう」という声があった。残念ながらこの「予言」は、的中してしまう。全共闘運動は、「ゲバ棒をふりまわすぐらいの奴の方が、見所がある」という、企業人の感覚に支えられていたところがある。好況で喰うには困らない。活動歴は、傷にならないのだ。だから彼らは、安んじて「暴れた」。

「真の父」を求める学生たちの旅は、挫折した。この挫折は、同時に、西欧的・市民的公共性を日本に根づかせることの、挫折をも意味していたように思う。学生たちは、戦後啓蒙の権威を、それこそ笑いのめし、地に堕とした。しかし、それに代わる何物も提示することはなかったのである。東大紛争の最中の、「キャラメル・ママ」の出現は、まさに象徴的な事件であった。紛争の後、学生たちは日本的な「地母神」（グレートマザー）の風土に飲み込まれていく。彼らを迎え入れた「地母神」とは、この国の大企業体制であった。そこで彼らは、「ゲバ棒をふりまわすぐらいの……」という企業側の期待に見事に答えたのである。学生運動の「闘士」は、「企業戦士」となった。「カイシャ」という母の胸に抱かれた彼らは、そこを男たちの共同体として、女性たちを排除し続けたのである。

「団塊」世代は、身勝手な人たちである。他人には、きびしく「一貫性」を要求する。しかし、自分たちの側には、まるでそれがないのだ。求道者のような顔をしていながら、突然身をひるがえすエエカゲンサ。硬直した精神を、「ズッコケ」の視点から批評してみせる遊戯性が、対抗運動の神髄であった。しかし、あろうことか彼らは、大企業体制からの「ズッコケ」の立場からも、「ズッコケ」てしまったのである[6)]。紛争後、活動家たちの多くは無原則に「転向」した。彼らの立脚点は180°正反対の方向に移行してしまった。

「企業戦士」へと転向した彼らは、「父」たちと同じように物質的利益の追求を第一義とする、「エコノミック・アニマル」に堕していった。彼らは家庭では、「父」とは比べ物にならない、良きマイホーム・パパとなった。しかし、彼らは忘れたのであろうか。親たちに対して、「家族帝国主義」なる罵声を浴びせていたことを。「ニューファミリー」の「団塊親」（宮台真司）たちは、わが子をペットのように手なずけ、その自立を阻んでいる。わが子の受験やスポーツの結果に一喜一憂する、「教育パパ」・「ステージ（グランド）パパ」が、この世代には、掃いて捨てるほどいる。そして、極めつけは「団塊」教授たちである。かつては、「大学解体」を叫んだ彼らが、いまや「本学『生き残り』のために」奔走している。これ以上にマンガ的なる光景も、

注5）この表現は、芹沢俊介に負っている。

注6）「ズッコケからのズッコケ」という問題は、鶴見俊輔が提起したものである。鶴見『思想とは何だろうか』（1996晶文社）所収の、野坂昭如との対談を参照。

またとないであろう。

紛争が激化した68年当時、日本社会は「昭和元禄」と呼ばれる好況と頽廃のさなかにあった。強い自己満足の空気が、支配していた時代でもある。赤塚マンガの人気キャラクター、「バカボンのパパ」が連呼した「これでいいのだ」というフレーズは、当時の時代精神を巧みに言い当てている。学生たちといえども、同じ時代の空気を吸っていた。なるほど、「団塊」世代は、突然手にした「豊かさ」に対して、後ろめたさや居心地の悪さを感じていたことだろう。しかし、彼らの圧倒的多数には、豊かさを放棄して赤貧の昔に帰るつもりなど、さらさらなかったのだ。「革命」によって、「豊かさ」を完全に葬り去る。そんな決意をもった学生は、ほんの一握りであった。それ故、そうした少数派は、孤立化し、過激化していった。「豊かさ」の味を覚えた「団塊」世代は、さらなる「豊かさ」を求めて、大企業体制に魂を売り渡していく。「団塊」世代のなかに芽生えた、「これでいいのだ」という自己満足の空気は、後続の世代によって拡大再生産されていった。

この小稿の筆致は、「団塊」世代に対して、不当に辛辣なものであったかも知れない。全共闘の闘士たちは、すべてが「180°の転向」組ではない。不毛な左翼運動からは離れながら、産業社会の支配的な潮流とは、はっきりと異なる方向に歩みを進める。そんな「90°の転向」組も、少数ながらたしかに存在する。さまざまな地域のなかでの、彼らの運動がなければ、この国は、どこまで悪くなっていたことだろうか。そして、今日、彼らの主導する運動は、単なる「抵抗」や「反対」から、代案提示型のそれへと成熟しつつある。「天下大乱」、そして「世直し」の時代がやってきた。そんな現在、かつて「全共闘」を立ち上げたこの世代の経験は、やはり貴重なものなのである。

（小谷　敏）

2．70年代の青春

はじめに——ある同窓会の光景から

のっけから私事で恐縮だが、この正月二日、鳥取市立S小学校の同窓会に参加した。私の卒業は、1969年。27年ぶりの再会である。久しぶりに会う、旧師・旧友の姿は変わり果ててはいたものの、会が始まると、少年の日々が鮮やかに蘇ってきた。

同窓会らしく、一人一人がマイクをとって、小学校時代の思い出やら近況を語っていく。小学校時代の思い出として、最も多く語られたもの。それは、当時の担任たちの、すさまじい体罰の嵐であった。1組の担任は、拳骨でコメカミをグリグリやる。2組の担任は、とにかくいきなり殴る。3組の担任は、棒を膝の下に敷いて正座をさせる……。豪雪の朝、朝礼での態度が悪いと言われ、グランドを裸足で10周（！）させられたこともあった。「みなさんの時代はよかった。陰湿ないじめなどありませんでした」。3組の担任はそう言っていた。しかし何のことはない。先生が生徒を、毎日いじめていたようなものである。

これほど体罰が横行しながら、べつだん登校拒否になる子どもが出るわけでもなかった。やはり、当時の先生には、まだまだ権威があったのだろう。何より親たちが、この3人の教師に、全幅の信任をおいていた。当時のこと、大学を出たような親は稀である。それに、鳥取市の真ん中のこの小学校では、母親

たちの多くは、商家のおかみさんだ。忙しくて子どもにかまけている暇などはない。「うちは、丁稚や徒弟に出したつもりで、子どもを学校にやっとりますけぇ。先生方で（わが子を）煮るなり、焼くなり、好きにしてつかんせえ」。ＰＴＡでこう言った母親もいたらしいが、これがおかみさん方の、意識の公分母だったのである。学校で体罰を受ける。母親にそのことを話す。すると、「それは、お前が悪いけえだ」と逆にこっぴどく叱られた。そんな記憶がわれわれには共通してある。

どんなに体罰を受けようとも、われわれにとって学校は楽しい所だった。そして、先生たちを好いてさえいたのである。３人の先生たちが、基本的には好人物であったことはもちろんだ。だが、それだけではないだろう。当時、女子にもてもての青年教師で、いまは校長先生に「出世」されたＹ先生は、その「秘密」をこんなふうに語ってくれた。「わしらが、カーブの投げ方を教える。絵の上手な描き方を教える。草や木や昆虫の名前を教える。それだけであんたらは、目を輝かしてくれた。わしらを尊敬して、ついてきてくれた。でもいまは、もういけん。学校の外に、そんなことをもっと上手に教えてくれるもんは、なんぼでもおる。教師は太刀打ちできん。もうわしらには、子どもをひきつける力がないだ。だけぇ、体罰っちゃあなことをすりゃあ、たちどころに子どもらは離れていくだ」。

Ｙ先生の分析は、卓抜なものだ。かつての学校や教師は、子どもたちの文化的体験の、大きな源泉だったのである。言うまでもなくそれらの体験は、子どもたちにとって魅力的なものだ。だから、先生たちがいかに体罰を繰り返そうと、その魅力の方がはるかに勝っていた。しかし、いまや文化的な情報・体験を提供する媒体は、街にあふれている。そのうえ、大卒の親など珍しくもない。これでは先生方が、権威を保てるわけがない。そして、昔よりもはるかに「教育熱心」になった親たちが、学校や教師を鋭く監視している。「煮るなり焼くなりご随意に」などと言う親は、どこにもいない。教師「冬の時代」である。

「あんたらのころまではよかった。あんたらが卒業してから、子どもらは大きく変わった」。このＹ先生の言葉は、あながち社交辞令というわけではないだろう。しかし、われわれが小学校在学中に、子どもの世界の地殻変動は、決定的に進行していた。そして私たちの世代が、すでに「変質した子どもたち」だったと言わなければならないのである。

（1）「情報と消費の申し子」——二つの子ども期を生きて

私（56年生まれ）の記憶のなかで、子ども時代は、東京オリンピック（64年）を境に二つの時代に分かれている。オリンピック以前、鳥取の街には、まだまだ車も少なかった。たまに車が通ると、排気ガスの匂いをかいで、その後をついて走ったりしたものだ。要するに、すべてが貧しかった。しかし、空き地や野原の類にも事欠かなかったし、貸本屋や駄菓子屋など、子どもたちの「社交場」（斉藤次郎）も健在だった。子どもたちは学年を超えた遊び集団を形成し、「がき大将」がそれを仕切っていた。子どもたちにとっての「黄金時代」だった、と言ってもよいだろう。家々の垣根はまだまだ低く、昼食や夕食の食卓には、よくよその子がまぎれこんでいたものである。コミュニティが確実に存在し、地域ぐるみで子どもを育てるという美風が、まだこのころには残っていた。

しかし、こんなアルカイックな時代にも、情報化は水面下で、着々と進行していったのである。皇太子「ご成婚」によるテレビの爆発的普及は、59年から翌年にかけてのことだから、われわれは、物心つくとテレビがあった世代に属している。そして、テレビの普及と時を同じくして、最初の少年週刊誌（『少年サンデー』）が創刊された。

東京オリンピックを境に、周囲の景色は激変してしまった。まず車が増えた。65年には、この国の車の保有台数が、一千万台を突破。67年には、交通事故の死者数が一万人を数える。「交通戦争」という言葉が聞かれるようになったのも、このころのことである。街路はもはや、子どもたちにとって、安全な遊び場ではなくなってしまったのである。そして、高度成長期の開発熱は、わが地方都市にも及び、空き地や原っぱの類を、子どもたちから取り上げていった。学校の外での遊びの拠点がなくなれば、異年齢の子どもたちの遊び集団は、成立しなくなる。「オリンピック以降」、「がき大将」は姿を消していった。効率第一の開発主義が、子どもたちの外遊びを、衰退させていったのである。

「オリンピック以降」、「戸外」は子どもにとって、危険でつまらないものになっていった。他方、テレビやマンガ週刊誌などのメディアは、ますます発達を続けていった。その結果、「屋内」の世界は、ひどく面白いものに変わっていったのである。こうして、子どもたちが「メディア漬け」になり、「室内動物」と化していく。そして、高度成長の結果、日本の家庭もずいぶんと豊かになった。親たちはそれが愛情の証と信じて、小遣いをふんだんに与えはじめる。子どもたちの「可処分所得」は、飛躍的に増大していった。かくてわれわれは、「情報と消費の申し子」となった。先行世代のもちえない、メディア・リテラシーと消費のセンスとを、幼時から、自然に体得していったのである。

この時代（昭和40年代前半）、子どもの変質を指摘する声が、さかんに聞かれはじめる。まず「教育ママ」。少子時代である程度豊かになると、親の関心は子どもに移行していく。わが子を「よい学校」から「よい会社へ」……。そんな親に尻を叩かれ、塾通いや習い事に走る子どもが増えていく。そして、「鍵っ子」。団地の共働きの核家族では、家のなかにも近所にも、子どもを迎える大人（友人）が誰もいない。それまで子どもは、群れているもの、騒々しいものと相場が決まっていた。しかし、この時代、「孤独な子ども」という「新種」が、人々の眼差しに、浮上していったのである。さらに、「肥満児」。遊び仲間もいない鍵っ子が、ただ小遣いだけを潤沢に与えられている。テレビやマンガを読みふけりながら、ボリボリお菓子をむさぼり食ったあげくに、ぶくぶく太る……。このころ、子どもたちは、「室内動物」化し、「孤立」化し、「親のペット」となっていった。その意味では、いまの子どもたちとわれわれとは、完全に地続きなのだ。

「家業」――それ故にコミュニティ――が、かなり長く生き残っていた、S小学校の校区では、変質の進行は、まだ緩やかだったのだろう。そして、「情報化」といってもいまに比べれば幼稚なものであり、文化情報の源泉としての学校の地位を脅かすほどではなかった。それが、Y先生がわれわれに抱いている、牧歌的な印象につながっているのだと思う。しかし、私のまわりでも、当時こんな光景は、日常化していたのである。友だちが何人か、

わが家に集まった。さりとて、何かをして遊ぶわけではない。ただみんな黙ってマンガを読んでいる。このマンガ本を、テレビゲームに置き換えれば、それはそのまま、いまの子どもたちの姿になるであろう。

(2)「宴のあと」で
——もしくは自尊心の病について

1)「ポスト全共闘」か、「プレ新人類」か
——「谷間の世代」の青春

こうして話はようやく、われわれの青春時代にたどりつく。私は、「あさま山荘」事件の直後、72年に高校に入学している。そして、高校2年の11月には、オイルショック。75年に大学に入り、東京に出てみると、新宿の高層ビル街は、「省エネ」とやらで暗く灯をおとしていた。この光景は、当時の世相を象徴するものとして、いまでも私の記憶に焼きついている。われわれの世代は、学生反乱と高度成長という、二つの大きな「宴」が終わった後で、青春の歩みをはじめている。そして、大学卒業を控えたわれわれを待ち受けていたのは、空前の就職難であった。

こうした時代背景をみてもわかるとおり、われわれの青春は、およそ威勢のよいものではなかった。われわれほど、若者論の標的となった世代はなかった。そして、論者たちがわれわれに下す規定は、そろいもそろって情けないものばかりだったのである。「しらけ世代」。「カプセル人間」。「n無主義」。「僕って何」(三田誠広)。「モラトリアム人間」(小此木啓吾)。「オブローモフ」(笠原嘉)。「やさしさ(の世代)」(栗原彬)……。かっこいいのは、最後のものぐらいではないだろうか。終刊まぎわの朝日ジャーナルは、昭和30年代前半生まれを、「谷間の世代」という名称でくくっていた。うまいネーミングだと思う。われわれは、個性強烈な二つの世代——「団塊」と「新人類」——の谷間に挟まれた世代である。そのために、しばしば割を喰ったのである。

先行世代に責任転嫁をするつもりはないが、われわれの世代のなかにアパシー(しらけ・無関心)が蔓延していたのは、明らかに全共闘運動の反動である。全共闘の人たちは、熱く盛り上がった。そして、体制に対して、異議の申し立てを行った。しかし、その結果たるや、安田講堂やあさま山荘が象徴する全面敗北であった。若者たちが熱く盛り上がっても、社会の支配的な力の前では、無力なものでしかない。そして、セクト的な「連帯」は、内ゲバとリンチ殺人の陰惨な結末を迎える。これが、全共闘運動の残した「教訓」であった。だとすれば、全共闘の挫折の後で青春の歩みをはじめた世代が、「盛り上がること」や「連帯」に対して、徹底的に「しらけ」てみせたのも、故なきことではないだろう。

われわれは、たしかに「谷間の世代」であったと思う。その社会や政治に対する意識のあり方が、全共闘の敗北によって規定されているという点で、われわれは「ポスト全共闘(団塊)」である。しかし、「情報と消費の申し子」たるわれわれには、「プレ新人類」としての顔もあった。それにしても「カプセル人間」とは、よく言ったものである。このネーミングは、われわれの後者の側面をよく言い当てている。個室というカプセルのなかで、「孤立」した若者たちが、深夜ラジオへの投書を通して、リスナーとしては「連帯」しているのだ。教室やサークルなど、具体的な対人場面では「しらけ」を貫きながら、メディアを介したバーチャルな次元では、熱く盛り上がっていく。人間よりも、メディアに親和性を覚え

る若者たち。「カプセル人間」のベクトルの延長線上に、「新人類」が、「おたく」が、そして「メディア・キッズ」とも称されるいまの若者たちが、位置づけられていくのである。

2）自尊心の病理
――「モラトリアム人間」と呼ばれて

そして、78年、「モラトリアム人間」という言葉が流行語になっている。いつまでも大人になることなく、自分のアイデンティティを未決のままにとどめようという心理。それが、若者を中心に、いまや日本人のなかに広く巣喰っているというのだ。何故、若者たちが大人になることを忌避するのか。小此木啓吾の分析は、明快なものだ。社会が全体として豊かとなり、「正業」に就かなくとも、喰うぐらいは何とかなる。それに、生産ではなく消費を中心に回っていく経済（消費社会）に移行した結果、生産に従事していないことが、何の後ろめたさももたなくなった。ただ拘束的であるだけの企業社会が、若者にとって魅力あるもののはずがない。だから、彼らはモラトリアムにとどまろうとする……[1]。

小此木氏の仰せのとおりである。当時大学４年生で進路決定を迫られていた私は、この論文を読んで、ひどく感心したものだ。大学院進学という自分の決定のなかにも、多分に「モラトリアム延長」の気分は、含まれていたと思う。まだ、上に進むのならよい。私のまわりには、いつまでも大学を卒業しない連中がごろごろしていた。笠原嘉は、こうした「長期留年学生」たちを、「現代のオブローモフ」と呼んだ。平均以上の能力がありながら、無為に日々を送る彼らの姿を、19世紀ロシア小説の主人公の姿になぞらえたのだ。彼らは、すべてにおいて何もしないわけではない。学校の授業に出て試験を受けるという、学生としての「正業」を選択的に忌避している。そして、アルバイトや部活動では、相変わらずの有能さを発揮しているのだ。学業やさまざまな活動で「黄金時代」をもつ彼らは、高い自尊心をもっている。自尊心があまりにも高く、そして傷つくことを恐れるが故に、学校の教室という、「正業」での戦いの庭に出ていくことができなくなる……[2]。

いやはや、情けない若者たちである。われわれの世代をここまで情けなくしたもの。それは、「甘え」と「肥大した自尊心」であろう。高度成長の結果、日本の社会は十分に豊かになっていた。豊かな社会のかもしだす微温的な雰囲気のなかで、われわれの世代は、まどろんでいた。そして少子化の結果、親たちも甘くなっていたのだ。われわれの世代は、寛容な社会と親とに甘えていたのである。「坊ちゃん・嬢ちゃん」でチヤホヤと育てられれば、自尊心も肥大していくだろう。そして、幼いころからテレビ桟敷のオーディエンスとして、世界を睥睨する気分にひたることが、わが内なる「万能感」（小此木啓吾）を肥大させていく。しかし、「万能感」など幻想でしかない。現実に触れれば、高すぎる自尊心は、ものの見事に粉砕されるだろう。そんなことは、みんなわかっていた。だから、「モラトリアム」という名のシェルターに逃げ込んで、自己の幻想を守ろうとしたのだ。

われわれは、「やさしい」若者であった。「やさしさ」とは、全共闘世代から引き継いだ心性である。しかし、全共闘のときには「世界

注１）小此木啓吾　1978　『モラトリアム人間の時代』　中央公論社
注２）笠原嘉　1978　『青年期』　中公新書

の若者」に向けられていた、やさしさにもとづく連帯の感覚が、この時代には、「四畳半」の広さにまで収縮してしまう。閉じた小宇宙のなかで親密な他者とともに、互いの傷口をなめあう「やさしさ」。しかし、これは、欺瞞的な「やさしさ」だろう。本当に大切なのは、他者ではなく自分なのだから。この世代の「やさしさ」が、「変革」へとむかわなかったのも道理である。そして、互いに傷つけあうことを極度に恐れる「閉じたやさしさ」は、後続の世代へと受け継がれていく。

（3）大人になった「谷間の世代」

再び、同窓会の場面にもどろう。私たちのころからであろうか。「男の子より、女の子の方が元気がよい」と言われはじめたのは。その図式は、27年後のいまも続いていた。やはり女性たちの方が圧倒的に元気だった。彼女たちは、実に活き活きと、人生を渡っている。圧巻は美人のCちゃんだ。阪神大震災で被災し、家と夫の仕事を失った。いまは一家で、彼女の実家に身を寄せている。しかし、まったく暗くない。泣き言の一つも出ない。見事なものである。

男たちのなかでは、かつての劣等生たちが元気だった。「生涯ヒラ巡査」がモットーのI君は、子どもに空手を教えたり、ボランティアをしたりの充実した日々。家業が倒産して四苦八苦の男もいたが、「喰うぐらいは何とかなるさ」と、開き直っている。

哀れをとどめたのは、かつての秀才君たちである。どうしたわけだか理系が多い。すると否応もなく、コンピュータとの付き合いを強いられる。これが日進月歩の世界で、若い連中からの突き上げがすさまじい。そして、上からはきびしいノルマを課せられて、日々ストレスにさらされているという。上には責められ、下からは突き上げを喰う。「谷間の世代」の宿命である。まだ四十前なのに、彼らには例外なく入院歴がある。「仕事が死ぬほどつらいときには、みんなの顔を思い出す」。慶応出のB君は、真顔でそう言った。競争がきびしければ、降りればよさそうなものである。しかし、子どものときから常に競争の「勝者」であり続けた彼らには、なかなかそれができない。秀才君たちは、その高すぎる自尊心の故に、技術革新の無限地獄にはまりこんでしまったのだ。「出世と幸福の総和は一定である」。悪童どもの27年後の姿をみていて、私の頭には、そんな「法則」が浮かんだ。

しかし、「谷間の世代」であることは、デメリットばかりではない。アルカイックな世界の記憶がある。同時に「情報と消費の申し子」で、いまの若者に通じる部分も大いにある。これは強い。田中康夫、泉麻人、秋元康、そして浅田彰をも含めて、80年代消費社会のオピニオン・リーダーたちの多くが、私と同い年（75年高校卒業組）の人間である。若者の気分がつかめる。理を尽くして上の世代の説得ができる。そして、何といっても方法的に「しらけ」てみせた世代である。「距離をとる」習性が身についているから、自分の言説の効果も、クールに測定することができる。優勢なるものの「谷間」に位置する、マージナル・マンとしての特性を、彼らはフルに活用したのだ。

かの「尊師」もまた、「谷間の世代」の人間（55年）だ。そして、その言動が示すように、彼は疑いもなくわが同世代人である。「米軍の毒ガス攻撃」などと全共闘まがいのことを言ったかと思えば、アニメ狂いの「おたく」的部分もある。そして、彼はみずから

のマージナル・マン的な資質を生かして、世の中の享楽的な空気に違和感を覚える、幅広い層の人々（「おたく」科学者、やくざ、自衛官、全共闘くずれ）を糾合したのである。

「尊師」がそうであったように、子ども時代に聞いた、全共闘の発する片言隻句が、われわれの世代の耳の底にはこびりついている。彼らの運動の愚かな結末を、われわれは心から軽蔑した。それが「しらけ」の身振りを生んだのである。しかし、私自身、彼らの主張と行動には、共鳴する部分も少なくはなかった。もちろん、まだ子どもだから、詳しいことはわからない。しかし、権力への反逆は、勇気ある行為だと思った。そして、彼らが言うように、いまのこの世の中はどこか絶対におかしいと、思ったものである。

田中康夫の言動は、その意味で興味深い。彼は『なんとなくクリスタル』で、ブランドブームの幕を開けた人物である。その彼が、神戸でボランティア活動をはじめる。そして、震災以後の行政や大手スーパー、そしてマス・メディアの対応に、峻烈な批判を浴びせていくのだ。若いころは、「しらけ」てみせた。しかし、中年になって、全共闘によって刷り込まれた「世直し願望」が頭をもたげてきた。彼の言動は、そんなふうにも読める。そういえば、鹿児島の石橋保存運動で先頭に立ったのも、「谷間の世代」の人たちだった。

「オリンピック以前」のアルカイックな世界は、子どもたちにとっての天国であった。実際、クルマの数をいまの十分の一に減らして、あのころのように子どもを野放しにして育てることができれば、いま言われている学校や子どもの問題のかなりの部分が、氷解するだろう。時計の針を逆に回すことは、絶対に不可能なのだろうか。「資本主義よりも速く」と、憑かれたように言っていた浅田彰も、中年に差しかかって、心境に変化が生じたらしい。環境問題に関連して、たしかこんな意味のことを言っていた。冷蔵庫も、自動車もない生活にもどる必要があるのかも知れない。われわれの世代までは、まだそんな時代の記憶がある、と。アルカイックな時代の記憶を光源としながら、新しい社会の設計図を引いていくこと。それが、「谷間の世代」の知性がになうべき課題であると、私は考えている。

（小谷　敏）

3．80年代以降の若者像の変遷

はじめに——ライフベクトルとフォーマット

本章では80年代以降の若者のライフスタイル変容を消費社会化、情報化の脈絡から論じる。そのさい、明瞭化を期すため時期を約5年単位で三分類することで単純化をはかり、各世代をになった若者にちなんでそれぞれを名目上、順に新人類期（82～85年）、ポスト新人類期（86～90年）、団塊ジュニア期（91～96年）と名づけ、各々についてその関連性を考慮しながら論述する。

ここでは以下の前提にもとづいて議論をすすめてみたい。第一にライフベクトルとフォーマットという考え方である。人間にはライフベクトル＝意識的に志向する行動・思考傾向と、フォーマット＝身体化し無意識に機能する行動・思考傾向が存在し、活動全体はこの二つの関数としてあらわれる。第二にライフベクトルは長期にわたって支持されてゆくに従い、フォーマット化する。すなわちライフベクトルとして持ち込まれた諸活動は、日

常生活のなかでさながら大気のように自然なものとして内在化・身体化されることで、それは無意識に作用するフォーマットとなる。ただし、そのようになるためにはある程度の期間を要する。第三にこのタイムラグが結果として世代間格差を形成する。第四に80年代以降、上記のような流れをもって急速かつ着実に若者の間に浸透していったイデオロギーがミーイズムであり、これを多様な側面から推進したのが消費化・情報化である。以上の四つである。

（1）新人類期
――高度消費社会と若者関係の始まり

1）フォーマットとしての近代主義

80年代前半に登場した若者は、これまでの若者像とはまったく異なった行動傾向を備えていると指摘された。簡潔に述べれば、旧来の常識では理解不能な行動をさまざまな側面で行なう存在と大人たちには映ったのである。当時の新入社員を一例にとれば、残業をしない、付き合わない、指示しないと仕事をしない、さしたる理由もなく突然仕事を辞めてしまう等々が指摘された。このような行動・思考様式の特異性から、この時代の若者はそれまでの人間像とは一線を画するという意味合いを込めて「新人類」と呼ばれた。まずこの若者像の分析から考察を進めよう。

新人類が幼年時代にフォーマットとして植えつけられたもの、それは高度経済成長に裏打ちされた合理性と効率性を旨とする近代主義、より明瞭に表現すれば“目的達成のために今を耐える”という「物語」であった。「人類の進歩と調和」を賛歌した大阪万国博、テクノロジーの進化が豊饒な未来を予期させる月面着陸、栄光のため血と汗を流し涙を拭かずに努力を続ける星飛雄馬を主人公とした“巨人の星”を典型とするスポーツ根性アニメ・ドラマ等、高度経済成長はあらゆる側面から新人類を近代主義づけにしたのである。周辺環境におけるインフラストラクチャーの充実化もこの物語を新人類にとってリアルなものとして映しだしていた。

また新人類は共同体の不在、すなわち隣近所との関わりがないなかで育った本格的な世代でもあった。言いかえれば、個人主義を思考・行動の最底辺のフォーマットとする世代の出現でもあった。したがってそれは孤立化志向＝一人でいることを快適に思う傾向、そして個性の絶対化＝個性的であることがなによりも大切と考える傾向としてあらわれる。具体的には個性的であるために他者の関与を避ける、つまり「押しつけ」を嫌う、さらにこのようなスタイルを維持するためにみずから他者に関与することもしないという姿勢を生む。もちろん、それ以前の世代にもこのような個人主義的傾向、いわゆるカプセル化傾向は存在した。だが何事につけても「わたし」を基本とし、最終的にも「わたし」へ帰着する新人類のフォーマットは、その質において以前の世代とは一線を画すものであった。たとえば団塊の世代の思考・行動は個人を基本にしながらも最終的にはあくまでも「われわれ」[1]の思考・行動へとそのベクトルが向けられていたし、またポスト団塊世代も同様に「あなた―わたし関係」[2]へと向けられていた。

注1）全共闘のアジテーション演説は、まず「われわれは」から始まるのが常であった。

注2）70年代前半に流行した、いわゆる「四畳半フォーク」ミュージックは、おしなべて彼と彼女二人の内向的な私生活を歌い、これが当時の若者に高い支持を得ていた。

これら新人類以前の世代は個人主義を標榜するライフベクトルの背後で、共同体的性質を強く引きずる傾向をフォーマットとして備えていたのである。

このような新人類における共同体の不在は、それ以前の世代との断絶要因となった。すなわち旧世代にとっては新人類が身勝手な「わけのわからないやつら」と映り、一方、新人類世代からすれば共同体的な重層的人間関係を求め、共同体と同一化しようとする旧世代はどこか「理屈っぽい」存在に思えてしまうのである。

だが新人類的な「個」を重視する傾向は以後の世代の性格に共通するトーンとなると同時に、その傾向に拍車をかけていくことになる。

2）ライフベクトルとしてのミーイズムの立ち上げ

1960年前後生まれのこの世代が実際に社会から新人類と呼ばれ始めるのは83年からであるが、新人類世代が若者文化の中心として台頭するのは1980年頃である。

新人類がみずからの若者文化の立ち上げとしてまず開始したのは旧世代文化の否定、より明瞭に表現すれば「わたし」を重視して他者に介入しないという立場にもとづき、これと反対の要素によって彩られる旧世代文化を拒否、あるいは無視することであった。

これを傍証する若者を取り巻く現象をいくつかとりあげてみよう。80年、突如として若手漫才師による漫才人気、いわゆるTHE MANZAIブームが起こる。70年代まではそのスタイルの古さから人気凋落の一途を辿っていた漫才が突如として人気を得た背景には、若手漫才師たちが繰り広げるネタの新奇性があった。それらのほとんどが既成の秩序をパロディ化するものだったのだ。また、83年に放映されたスポーツ根性物語を踏襲した大映テレビ室制作のドラマ「スチュワーデス物語」も、製作側の意図に反して視聴者である若者たちが根性をパロディ化することで大受けをとった。団塊の世代のように旧世代に明らかなアンチテーゼを突きつけることこそなかったが、このように既成秩序を笑い飛ばし、無視することによって、きわめて静かなかたちで旧世代のモードは否定された、というか無視され葬り去られたのである。

また80年は団塊・ポスト団塊のヒロイン山口百恵が引退し、代わって新人類が支持することになる松田聖子がデビューした年でもある。百恵は時代と「寝た」女、聖子には時代と「添い寝」した女というメタファーが与えられている。この違いは共同体的な運命に引きずられる「わたし」を快と感じるか、不快と感じるかの相違に支持のポイントがある。当然、不快と感じる新人類は「ブリッ子」としてアイドルであることを演技し、社会におもねることのない聖子を時代のヒロインとして選択したのである。

さて旧世代のモードが葬り去られたからには、今度は新人類独自の文化が立ち上げられなければならない。新人類が文化として築こうとしたものは必然的にライフスタイルとして身体化している「個の絶対視」を拡大するものだった。そしてそれは極言すればミーイズム＝社会より個人の利益を常に優位におくイデオロギーをライフベクトルの軸に据えたものとなった。またこれを立ち上げる原動力は消費化と情報化にほかならない。なかでも消費化の影響は甚大であった。一方、情報化の強い影響を受けるのはむしろ新人類以降の世代である。

3）ミーイズムの二側面——ヘドニズムと個性化

新人類においてミーイズムは二つの側面から成り立っている。

第一はヘドニズムの側面、すなわち楽しいこと、面白いこと、快適なことを最重視し、これらに忠実になることである。この心性の背後にあるのは明らかにみずからがそれによって培われた、近代主義が内在させている「手段に対する目的の優位性」という論理の否定にほかならなかった。それゆえ根性や社会的責任などの「重く」「ツラく」「クライ」ものが徹底的に嫌われ、「軽く」「ラク」で「アカルイ」ものが志向されるのである。

この傾向を助長した一つはマス・メディアである。80年代前半、マス・メディアはヘドニズム性を前面に押し立てながら若者を取り巻くメディア・シーンを席巻した。西武・PARCOは「おいしい生活」「ほしいものが、ほしいわ」、フジテレビは「おもしろくなければテレビじゃない」「軽チャー[3]」等のコピーで、月刊『宝島』は「へんたいよいこ新聞[4]」「VOW」等のコーナーでヘドニズム性を若者に煽ったのである。必然的に、このような「サブカルチャー」を構成するメディアは高い人気を博し、出版・放送界は親密性と憧憬をこめてカタカナで「ギョーカイ」と呼ばれ、若者たちが就職を希望する人気業種となった。

第二は差異化の側面である。新人類にとって個性化とはまずは「人と違っている」ところにポイントがあった。この意識を煽ったのはもちろん、前述の個性化フォーマットだが、これに80年代に入ってからの消費の爆発がドライブをかけたのである。20代となって年齢的条件及び時代状況の変化によって可処分所得を増大させた新人類は、みずからの個性表示を商品による差異化に求め始める。そしてこのような傾向を敏感に感じとったマーケティング業界が新人類の消費にターゲットを当てた、いわゆる「感性マーケティング」戦略を開始する。豊かで人並みなものはみな揃えている若者にとって、消費の動機は必要性＝使用価値ではなく、みずからの個性を彩ること＝記号的価値に求められるという立場である。当時、マーケティングで盛んに議論された分衆・少衆といった、これからの「あるべき」消費者像は明らかに当時の若者をそのイメージとして射程に入れていた。そしてそのさいのキータームは「多品種少量生産」であった。誰もが一様になってしまう少品種大量生産では、個性を商品で表示する分衆＝若者には支持されない。それゆえこれからはなるべく多くの種類を少量ずつ提供するべきだという立場である。

この立場にもとづいて実際にさまざまな商品が企画され、消費物として流通していった。たとえば当時若者を中心にヒットしたホンダのCITYという車。その突出した前高ゆえに既存の自動車とはまったく違って見えるスタイルから、所有することでみずからの個性を示すことが可能とみなされた。また80年代前半に出回り始めたパソコンは、それを使いこなせるかどうかには関わりなく、所有することでみずからが人とは違った情報化の最先端的存在であることを自他双方に確認させることが可能であった。まさに個性的であることはライフベクトル的に絶対的なものとなったのである。

このようなヘドニズムと差異化からなるミーイズムを信奉する新人類にとって、理想の

注3）「軽い」と「カルチャー」をかけあわせたもの。
注4）「たいへんよいこ」の言い換え。

職業はコピーライターだった。楽しく、軽く、しかも個性的でラクといった当時のミーイズムの理想として映ったのだから、彼らが崇拝されるのも無理のないことだったのである。またポストモダンを標榜したニューアカデミズムの旗手たちも同様の扱いを受けた。浅田彰や中沢新一、栗本慎一郎といった学者、評論家たちがマス・メディア上を軽やかに舞いながら、みずからの論を個性的に語った。しかもその内容は新人類が抱くミーイズムをある意味で徹底的に助長するもの、あるいは少なくとも新人類にはそのように解釈可能なものであった。やはり彼らもまた時代のヒーローと新人類には映ったのである。

4）感性=ライフベクトルとしてのミーイズムとフォーマットとしての近代主義の関数

新人類はミーイズムをライフベクトルとしてかかげた。しかしその後のミーイズム進展から逆照射すれば、実はまだヘドニズムと個性化の徹底は十分ではなかったと言わねばならない。

共同体の存在しないなかで育ったことで個人主義がまずフォーマットとして前提されているといっても、新人類は行動のさい、社会という全体性を欠如させているわけではまだなかった。このように述べる根拠は新人類がライフスタイルとして身体化しているもう一つのフォーマットが成人になった新人類の思考・行動に大きな影響を与えている点にある。そのフォーマットとはむろん、ミーイズムのライフベクトルによって徹底的に否定しようとしている、高度経済成長に裏付けられた近代主義である。

近代主義は共同体の代替となる社会認識を新人類に与えている。すなわち新人類にとって社会という全体性への実感は共同体のフィードバックではなく、前述した高度経済成長という「物語」によって支えられるという構造になっていたのである。換言すれば誰もが合理的で、効率的で、献身的かつ、禁欲的にふるまうことで社会が進歩し、それによって個人と社会が調和した明るく豊饒な未来が約束されるというフィクションを新人類は成長期に「インプリンティング」され、このフィクションによって社会と個人の明瞭な関係を見て取ったのである。

ところがこれがフォーマット化していると、新しく立ち上げられたライフベクトル＝ミーイズムと奇妙な融合を起こす。その結果、新人類には世代独特のヘドニズムと差異化志向が生まれることとなった。

まずヘドニズムであるが、これは「楽しむ」ことを金科玉条とするスタイルとなった。楽しむという目的のために、その楽しさを必死に説明するのである。すなわち楽しさは「楽しさ」として自己、そして他者に明示化することが不可欠であったのだ。だからこそ、これが楽しいとマス・メディアが提示したものは、みずからにとって本質的に「快」であるか否かはさておき、「快」なものとして理解しようと一生懸命楽しむべく努力したのである。換言すれば「楽しい」と記号化されたものを近代主義的に楽しもうと試みたともいえよう。これは楽しさ＝欲望を禁欲的に享受するという、明らかに矛盾し、硬直した「楽しさ」にほかならなかった。

必然的に楽しさはきわめて不自然でわざとらしいものとなった。ゆえに新人類のヘドニズムというライフベクトルは後の世代から自分たちが旧世代に対して批判したのとまったく同じことばを浴びせられることになる。つ

まり新人類は後に、理屈っぽく胡散臭い存在として疎んじられるのである。おそらく上記した西武・PARCOやフジテレビのコピーは今日の世代からすればあたりまえすぎて、コピーとしては少しも関心をひきおこさないのではなかろうか。

一方、個性化の方も実に矛盾に満ちた性質を帯びていた。個性的であることをみずからが認識するための必要条件は個性的でないものの存在である。ここからの差異によってわれわれは個性を認識する。新人類の場合にはこの「個性的でない」存在が、高度経済成長時代に志向された「人並み」志向として他者[5]によって形成されていた。そして「人並み」であることを嫌悪し、前述したようにそのような人たちとは自分は違っていることを示すことを個性化とみなしたのである。当時の言葉を用いれば「ダサいやつらに差をつける」ことが結果として個性化につながった。当然、このような個性化は記号消費と強い親和性を持つことになる。人が持っていない商品を所有することによって、自分は「ダサくない」「個性豊かな」人間との実感を得ることが可能だからである。また『宝島』などが繰り広げていたサブカルチャーも、とにかく記号価値＝普通とは違っているところ、にポイントがあった。たとえばヘタウマは素人の描くような絵の筆致に個性を見いだし、さらにはマズウマ＝まずいけれどやめられない駄菓子的おいしさといった分類を生み、「VOW」はアバンギャルドで無意味なものへの関心をもっぱらとりあげた。換言すれば、新人類の個性は高度経済成長をが支えた社会＝ダサく凡庸で人並みの大衆、の存在を意識することによって初めて成立する個性でもあった。

また「人並みでない」といったところで必ずしも唯一無二の絶対的個性を求めていたわけでもないのが、新人類の個性化のもう一つの矛盾点である。新人類の差異化志向の背後には、その果てに差異化を承認する人間を要求するという側面も存在した。すなわち、人と違っているダサくない自分である必要がある反面、自分がダサくないセンスのよい人間であることを理解する少数の人間をも必要としたのである。分衆・少衆論を立ち上げた藤岡和賀夫の「人と同じではいやだ、かといって自分のセンスを解かってくれる人がいないのもさびしい。だから大衆は細分化して少衆となる」という指摘は、このような新人類の個性化志向を的確に指摘している。そしてここでも記号消費は新人類にとってきわめて都合のよい消費行動パターンとなった。たとえばパリ店でのみ売られるルイ・ヴィトンのバッグは、「ヴィトン」という記号の他に「日本では売られていない」という記号性が加わる。これを身につけることで前者の記号性は一般のダサいやつらに差をつけ、後者のそれはパリだけにある本物と日本でも作られている「偽物」（実はライセンス生産されているのでこれも立派な本物なのだが）を見分けるセンスのよい少数の仲間へのみずからのセンスを示すメッセージとなったのだ。

このような現象の傍証としてあげられるのが81年にベストセラーとなった田中康夫の小説『なんとなくクリスタル』であろう。麻布、六本木、青山といったファッションセンス溢れる街並みを徘徊し、センス豊かに消費する主人公は新人類の支持を得ることになった。

注5）たとえば60年代、３Ｃ＝カー、クーラー、カラーテレビを買い揃えようとするような心性を備えた大衆がこれに該当する。

またこの本でとりあげられたショップはすべて実在するものであり、それらが脚注で紹介され、読者がそこへ実際に出向いて「センス」豊かな感覚に浸れるのも魅力であった。

こうしてみると個性化の基盤、そして個性化の先双方に近代主義フォーマット、つまり高度経済成長によって形成された社会の全体性へのイメージが存在していたことがわかる。それゆえ逆にこの立場からすると極端な個性化はむしろ「ダサい」と疎んじられることになった。新人類は人並みにならぬよう、また突出しすぎないよう細心の注意をはかりながらコミュニケーションを行なったのである。岩間夏樹は、上記のような他者を前提とする個性化を「共同体の共同性の無い新人類が行なった消費による共同性の確認」と説明している。

そしてこのような「センスのよさを楽しもうとする心性」は当時、「感性」という言葉で言い表され、80年代、若者を取り巻くもっとも重要なキータームの一つとなった。だがそれはともすれば鼻持ちならないスノベリズムとみえないこともなかった。

5）感性マーケティングの失敗
——若者像の読み違い

83年、藤岡の発言に端を発する感性マーケティングは、以降、アパレル、外食、ビール、文房具、人形、電気製品などさまざまな商品で展開される。だが結局そのほとんどは失敗の憂き目に会うこととなる。原因は二つ考えられるだろう。

一つは、これは分衆・少衆—大衆論争で大衆論側につくTBSも指摘していたが、感性マーケティングの基本である多品種少量生産が明らかに資本の論理と逆行していた点があげられる。少品種をなるべく大量に販売するのが利潤を高める原則であり、これとは逆である多品種少量生産は明らかに矛盾した戦略であった。

だが、新しい消費者層を前提にしたのが感性マーケティングであるのだから、上記の指摘を完全に受けいれることには留保の余地があろう。むしろ、新人類のフォーマットとライフベクトルの二重性を読み切れなかったところに感性マーケティングの失敗はあったのではないか。

分衆・少衆—大衆論争のなかで再び大衆概念を持ち出したTBS側は、若者が大衆的要素と分衆的要素を分有させていると指摘している。状況に応じて二つを使い分けるというのである。これを本章での議論の前提に該当させればフォーマットとしての近代主義は人並みとして均質性にもとづいた大衆的行動・思考を新人類に働きかけ、一方、ライフベクトルとしてのミーイズムは分衆的なヘドニズムと個性化を志向させたということになる。意識上ではヘドニズムと個性化を志向するが、要するに身体がついていかないのである。

つまり新人類にとってミーイズムは相当な経済的・時間的経費を注ぎ込まなければならない、等身大ではない背伸びしたライフベクトルであったのだ。結局、消費社会の加速と中心となる価値基準の社会から個人への180度転換のなかで、新人類は均質性と差異化を混乱させ、自己を見失い、分裂させたというのが正直なところだろう。それゆえ、感性マーケティングがどんなに記号価値を標榜していったとしても、新人類の行動がそれに全面的に従うことにはならなかったのである。記号消費はあくまでも「あるべき理想の消費状態」としてのプロパガンダの域を脱することはなかった。その結果、新人類の一連の不自然な諸傾向が出現し、また感性マーケティン

グも空回りしたのである。

（2）ポスト新人類期と社会システム化

1）大衆の顔を持った新人類の出現

さて、新人類の後の世代、すなわち65年前後生まれの世代にもさまざまなネーミングが施されたが、「新人類」のような世代を語るうえで傑出したタームが出現することはなかった。それはある意味でこの世代と前世代の質的相違がさほど感じられなかったことを象徴している。それらタームのなかでもっとも頻繁に用いられたのは、まさにこの事情を物語るように「ポスト新人類」という、消極的なネーミングだった。

だが一瞥すると80年代後半の若者であるポスト新人類が起こした諸現象は、新人類のそれとは大分異なっているし、正反対の性質を持つように思えるものが多い。特徴づける現象を年代順にいくつか列挙してみよう。86年、少年ジャンプの発行部数が400万部を突破。同年、プロデューサー秋元康がアイドル生産システムを確立。秋元のプロデュースするおニャン子倶楽部が音楽ヒットチャートの上位を独占する事態が発生。さらに精神世界にまつわる文献がこの時期から若者に支持されるようになる[6]。87年、朝シャンブーム。これによって入浴＝シャンプーの習慣が完成する。洗髪という行為は、衛生さの維持から単に気持ち良さという記号消費となった。同年、シェア不動と言われていたビール業界でアサヒビールが若者をターゲットにしたビール・スーパードライを発売。大ヒットとなり、以降ビール業界の構図が描き換えられることになる。88年、ホイチョイ・プロダクションが、かつて加山雄三の演じた『若大将シリーズ』のリメイクの色彩を強く前面に出した娯楽映画「わたしをスキーにつれてって[7]」を発表、評論家の酷評をよそに若者の人気を博す。そしてここから消費娯楽としてのスキーが一般化する。松任谷由美、サザン・オールスターズのアルバムがこの年を境にコンスタントにミリオンセラーとなり始める。89年、ブランド物バーゲン品や海外ブランドのアイスクリーム購入のために若者がショップの前に長蛇の列を作る行列現象が発生。90年、イタリアンレストラン人気、通称イタ飯ブームが起こる等々。

これら現象に共通するのは、かつてあった、いわば横並びの「大衆」のイメージである。これは確かに個性化を志向し、同じであることを拒絶した新人類とは違ってみえる。事実、この時期そろそろ30代にさしかかり若者文化から撤退を始めた新人類には、後継者たちがノッペラとしており、また消費に追い回されている「甲斐性のない連中」に見えたはずである。

しかしポスト新人類が近代主義とミーイズムというフォーマットとライフベクトルを備えていた点は、実は新人類と何ら変わるところはない[8]。つまり「同じ穴のムジナ」であ

注6）オウム真理教（当時オウム神仙の会）が本を出版し始めたのもこの年である。

注7）スキーというスポーツを純粋な遊びと認識させ、ゲレンデを中心に消費レジャーの快適性を賛歌したこの映画はさまざまな側面で80年代を象徴する。主人公は西武プリンスホテルに宿泊し、ユーミンの音楽に合わせてアフタースキー＝スキー以外のスキー場での娯楽一般、でアバンチュールを楽しむ。彼の上司は若大将シリーズでカッコ悪い典型として登場した若大将の宿敵・青大将を演じた田中邦衛であったが、このキャラクターは80年代においてはきわめてカッコイイ存在として描き直されていた。

注8）オウム真理教が指導者層＝新人類、信者＝ポスト新人類という組み合わせが中心であったことは両世代の相同性を象徴的に物語る。

り、だからこそ「ポスト」新人類なのである。むしろポスト新人類と新人類が異なってみえたのは社会状況の変化によるところが大きい。

2）社会システム化の急激な進行
——個性化基盤の二重喪失

新人類は、いわば高度消費社会幕開けの第一世代であった。それゆえそれ以降の世代に比べれば彼らの消費欲望を支える社会情報のインフラストラクチャー整備は不十分である。たとえば記号的価値にターゲットをあてた商品を開発しても、それを販売して効率的に利益をあげることも、また流通手段に乗せることも容易ではなかった。多様な情報・消費物の恩恵を受けられるのは大都市圏の一部の人間に限られていた。それゆえ今日からすれば新人類の情報や商品の選択肢はまだまだ少なかったといってよい。

一方、80年代後半以降、社会情報化は急激な進展を見せる。メディア機器のコンピューター化が進み、またメディアの絶対数も増大する。だがそれよりもポスト新人類に最大の影響を与えたのはコンピューターネットワークの整備による物流の情報化にあるといえるだろう。すなわち物流が徹底的にコンピューター化されることで物流の合理化・迅速化がはかられ、全国のあらゆるところで膨大な種類の物資や情報を安価に調達することが可能になったのだ。これによって80年代後半、多品種少量生産は資本の論理に矛盾することのないシステムとして完成する。つまり多品種少量生産でもペイする情報・物流の流れが出来上がったのである。そして若者の前には空前の量の商品と情報が撒き散らされた。

こうなるとヘドニズムと個性化のためのインフラは十分整備されることになる。まさに新人類的なミーイズムは容易に達成されるかに見えた。だが情報化による情報、商品の多様化は意外にもポスト新人類を混乱に陥れるという結果を生んでしまう。

新人類のライフベクトルであるミーイズムはヘドニズムと個性化から成り、これがポスト新人類にも踏襲されていることは先に述べた。これら要素のうち、情報化進展によって危機にさらされたのは個性化の脈絡である。情報化による情報・商品の多様化はあらゆるものを細分化・相対化していった。それに従ってポスト新人類は誰もがみずからの嗜好に忠実になり、またその嗜好に社会システムが応えてゆく。必然的に個々の嗜好はバラバラになった。だが、それによって個性化を支える二つの基盤が消滅する。一つは「ダサいやつら」である。もはや誰もがバラバラなのだから人並みは存在しなくなったのだ。これでまず自分が人と違っているかどうかは不確かなものとなる。もう一つは、自分のセンスをわかってくれる「感性」豊かな人間である。これもあまりに細分化したために見つけることが限りなく困難になり、差異化確認のもう一つの基盤も失われた。換言すればそれは近代主義が共同体の代替として立ち上げた社会イメージの終わりであった。また新人類的なやり方では個性を確認する手立てがなくなってしまったということでもあった。

しかし、ポスト新人類のミーイズムは新人類のそれと質的に同じものである。社会的イメージを持ち続けることはフォーマットのなかにプログラムされている。それゆえ、このような困難な状況にポスト新人類は二通りのやり方で対処していった。

3）差異化とバブルの饗宴
――金銭への絶対化

一つは、それでも無理やり他者の存在を確認し、また他者の目をチェックする既存のスタイルを維持するというものである。これが上記したさまざまな「大衆」的現象を引き起こした。マス・メディアの提供する情報・商品に対するチェックが半ば強迫観念となったのである。だが、多くのポスト新人類がこのような戦略に出れば出るほど、戦略はますます無意味化することとなる。メディアによって新しい流行モードが流布され始めると、ポスト新人類はそれをわれ先にとチェックする。その結果、流行は瞬間的に大爆発を遂げるとともに、あっという間に鎮静化する、すなわちその周期がどんどん短縮化するのである。ミリオンセラーとなるアルバムも、1年をかけてというよりも発売3か月程度で達成され、あとは急激な売上低下をみせるというように。そして流行は短いがゆえにトレンド＝傾向・流れゆくもの、と言い換えられ、目まぐるしい展開をみせてゆく。「ナウい」ものがあっというまに陳腐化し「ダサイ」ものとなるのだ。さらにはこの「ナウい」ということばまでが「ダサ」くなり、死語化するというオマケがつく事態さえ生んでしまう。

これでは差異化はますます困難になるばかりである。結局、この「ダサいやつらへの差異化による個性化戦略」は90年前後にカリカチュアを残して終焉する。その幕を引いたのはバブル景気による未曾有のカネあまり現象にほかならなかった。すなわち、差異化は最終手段として誰もが判別可能となる金銭による差異へと辿り着いたのである。外車や高級車、そしてとびきり高いブランド品を持ち歩き、やはりとびきり高いレストランで食事をすること。こういったことが半ば無意味に繰り広げられたのである。

この事態を象徴するのが90年に発生した「平成のクリスマス」と呼ばれる饗宴（狂宴？）だった。これを少々茶化しながら展開してみよう。

クリスマスイブ。彼は彼女とのデートのために、およそ次のような一日を演出した。

彼女をクルマで迎える。カーステレオでかける音楽はもちろん、発売1か月間もないユーミンのニューアルバム。ドライブはヨコハマ。山下公園か港の見える丘公園、あるいはベイブリッジで港の夕暮れを楽しんだ後、本日は予約客のみに限っているイタリアンレストランへ。メニューはクリスマススペシャルディナーコースのみゆえ、隣の客に運ばれてくる料理を見れば自分の料理が判明する。レストランはツーショットの客専用にして営業効率をあげようという目論見から、この日だけはテーブルがすべて二人掛けになっている。ワインはイタリアンレストランにもかかわらず、なぜかとっくにトウのたったフランスワイン、ボジョレー・ヌーボー、デザートは間違いなくティラミスである。カタログ的な話題で盛り上がった後、彼が彼女へ差し出すクリスマスプレゼントはティファニーのオープンハートネックレス。これも三越で行列し、やっとの思いで手に入れたものだ。食後、二人は首都高速横羽線、湾岸線をクルマでとばし、行き着くところは浦安のベイエリア、外資系高級ホテル群である。

このようにしてポスト新人類は一晩数十万を消費、というか蕩尽した。新人類のスノベリズムはここにきてとうとうその姿をあらわにしたのである。

しかし周知のように、このような饗宴はバ

ブル崩壊によって資金源が断たれるとともに幕を閉じる。新人類的ミーイズムもここで終わりを遂げ、90年代に入るとポスト新人類は若者文化から撤退する。近代主義からなる社会の全体性を最後までフォーマットとして切り離すことのできなかった人間の断末魔的状況がここにはあった。

4）おたく化——新たなフォーマットの萌芽

ポスト新人類のもう一つの対処法は、他者との差異化から降りるという戦略だった。すなわち社会に背を向け、その代替として多様な情報のなかの一つを選択し埋没することで、さながら箱庭のようなミクロコスモスを形成するやりかたである。

社会の全体性についてのイメージ消失のなかで、これはある意味で画期的な戦略だった。情報化社会のシステムが提供するミクロコスモスにうずくまることでそれなりの自己イメージを確認でき、かつみずからの社会に対する視線・関心を遮蔽できたからである。また情報化によって整備されたネットワークを辿っていけば、同じコスモスに埋没した「感性豊かな」人間と互いのセンスを確認できることも魅力的だった。情報による社会システム化はこのようなライフスタイルを80年代後半実現可能にしたのである。ただしこの戦略はいわば大きな社会へのアプローチを停止させることであり、それゆえ、当該世界に埋没すれば、それだけ個人は社会イメージを希薄化させることになる。だがポスト新人類はフォーマットのなかに社会イメージを内在させている。したがってこの戦略をとることは後ろ向きの行為であることをある程度自覚せざるを得ない。この後ろめたさから彼らは「おたく」というネーミングを与えられ、当初、ひたすら新人類のネガ的な「クラい」存在として扱われることになった。このイメージを助長したのが幼女連続誘拐殺人事件の被告Mであることはいうまでもあるまい。

だが、このおたく的スタイルは新人類とは異なるフォーマットとライフベクトルの萌芽でもあった点、前者の対処法より未来への可能性を開いていたといえる。なぜならこのスタイルは行動のさい、そのリファレンスとして社会イメージを拒絶した、換言すれば他者志向の個性化をやめたからである。そして行動基準は内面にむかっていった。すなわち純粋に快であることが行動の主要なモチベーションとなったのだ[9]。ここにきてミーイズムは近代主義の呪縛から逃れ純粋なヘドニズムとなることで、個人は次第に欲望に対してより自然で自己、そして身体に忠実になっていく。ミーイズムはその内実を大きく変えつつあった。

89年末、高度経済成長の通奏低音であるテクノロジー神話をポスト団塊からポスト新人類にまで深く浸透させた漫画界の巨匠、手塚治虫が死去する。あたかも若者における近代神話フォーマットの崩壊を象徴するかのように……。

（3）団塊ジュニア期 ——わけのわからないやつらが「わけのわからない」と思う世代

1）近代主義の完全消滅

90年代に入って新しく登場した世代は、その親の世代の呼称をもじって団塊ジュニアと

注9）それゆえ、彼らの入り込む世界は、しばしば社会的にはまったく無用で役にたちそうもないものとなったが。

ネーミングされた。団塊の息子・娘たちであるのだからその数が以前の世代よりも多く、それゆえ今後、社会的に大きなインパクトを与えることが予想される世代として注目を浴びている。

90年代前半の若者をめぐる現象の主だったものを以下、列挙してみよう。90年、この時期から全国各地にカラオケボックスが急増。カラオケはその後、完全に若者の間に定着していく。91年、ディスコ・ジュリアナ東京開店。お立ち台ギャルが話題となり、このスタイルが全国主要都市のディスコに普及する。同年、『ぴあ』に代わる情報誌『東京ウォーカー』（関西地区では『大阪ウォーカー』）が創刊。情報量を『ぴあ』よりも減らし、その分の紙面を情報の読み方＝マニュアルに振り当てることで首都圏若者の必携アイテムとなる。92年、この頃より音楽チャートではミリオンセラーが頻発するようになる。ヒットチャートには新たなミュージシャンたちが次々と出現し、曲名・名前を当の若者さえもがすべてを覚えることは容易でなくなった[10]。93年頃から顕著になるのがファッションにおける変化である。ファッションは統一モードがなくなり、多様化を見せ始める。70年代風からストリート・キッズ、グッチャー、シャネラーに至るまで、ファッションは細分化されて統一感を失っていった。ファッションではさらに茶髪、ボディピアス、入れ墨といった、かつてなら奇抜、あるいは不良の記号とみなされたスタイルが支持される。また、パンツを風俗グッズ店に売って小金を得るブルセラ女子高校生、さらに売春で豊かな消費生活を過ごす「援助交際」ハイティーンも登場する。これらの茶髪・ボディピアス少年やブルセラ・売春少女は当事者の若者に罪悪感やグレているという意識がないのが特徴であった[11]。そして95年、阪神大震災への若者ボランティア結集と、オウム事件の発生となる。

さて、これら若者をめぐる諸現象はどのように捉えられるだろうか。

藤竹暁は団塊ジュニア世代をポスト万博（大阪万国博を示す）世代と表現し、それ以前とはまったく異なった世代と指摘している。これはすなわち高度経済成長の影響の有無が世代間の断絶を生んでいると主張しているのだが、本章もこれと同じ立場をとり、これを「団塊ジュニアにおける近代主義フォーマットの完全消滅」と言い換える。

また彼らの成長期において特徴づけられる社会的背景は社会情報化＝社会システム化の一層急激な進行である。情報化は情報ネットワークを至る所に張り巡らせて、生活の利便性をますます向上させ、マクルーハンの言うグローバル・ビレッジ化を急速に推進させていく。情報と商品はさらに細分化され多様化され、80年代末にポスト新人類たちが混乱に陥った状況に一層の拍車がかかるのである。これによってもはや金銭すらもが差異化のツールとして有用でないという状況にまで、社会の全体性はまったく見えなくなった。

このような高度情報化と高度消費化のなかで生まれ育った団塊ジュニアは、それまでライフベクトルであったミーイズムを近代主義に代わってフォーマット＝あたりまえ、として受け入れ始めるようになる。つまり、90年代に入って近代主義も共同体もフォーマットとしない若者が出現したのである。それゆえ

注10）この流れは例えば小室哲哉プロデュース作品に象徴されるように、今日においてますますその傾向を強めている。
注11）ブルセラに関しては93年、朝日新聞上で論争が繰り広げられている。

団塊ジュニアは楽しくないことはやらない。ただしその楽しさの基準は新人類のように意識的に選択してやらないのではなく、結果として楽しくないことに手をつけていないだけなのだ。

団塊ジュニアの行動傾向にはおたくとの共通点がきわめて多い。とりわけ特徴的なのは関心がもっぱら自分にしかむかっていない点である。おたくとの相違点は降りていることからも降りている、つまり高度経済成長が形成した「物語」の影響を拒絶するのではなく、知らない点にある。それゆえポスト新人類のおたくが備えていたような後ろめたさ＝「クラさ」が存在しない。90年代に入って、おたくはポジ化し、テレビクイズ番組「カルトQ」のカルトキングや「テレビチャンピオン」のラーメン王、温泉通等、メディアに出現する特定分野のエキスパートといったおたく的キャラクターに人気が集まることになった。

2）ミーイズム、その熟成と変質

こうしてミーイズムのなかに残されたのが純粋ヘドニズムとリファレンスなき個性化である。

まずヘドニズムはおたくが立ち上げた純粋な快を志向する傾向を踏襲した。快楽追究にブレーキをかけるものなどもはや存在しない。欲望にまかせて大量の情報のなかからみずからが意識、無意識に必要とするものを選択する。選択肢は無限大にあり、しかもそれは社会的に均質な価値しかない。よって選択基準はみずからにとって快適なものを「なんとなく良い」という、ナルシシズムに忠実ではあるが自分でも判別のつかない不明瞭な感覚で選択する。それは新人類と同様主体的な選択ではあるが、当人には主体的に選択している意識は薄い。むしろ快適であることが基準にあり、前述したように選択されたものは単にその結果でしかない。

消費傾向も変化を見せていると言わねばなるまい。バブルがはじけ、金銭的な消費の規模が縮小したといっても、団塊ジュニアにおける消費生活は着実に定着し進化を見せている。

80年代半ば、山崎正和は今後趨勢となるであろう消費傾向についておおむね次のように述べている。消費の対義語は生産である。だがこの関係は商品に限定された場合にのみ該当するのであって、時間の消費に関してはこの関係があてはまらない。今後の情報化の進展にともなって消費の概念は後者の側の比重を高くするだろう。この主張を含む全体の議論に関しての評価は留保するとして、少なくともこの脈絡での山崎の予測は90年代、団塊ジュニアたちによって実現されたといってよいだろう。

団塊ジュニアは金銭でなく純粋な楽しみで、すなわちこだわりがなく、理由もないが「楽しい」からということで商品や情報、行動パターンを選択する。そして消費を必ずしも商品に限定しない。また、バブル後であっても商品に関しては膨大な量と種類が市場に出回っている。これは情報化が価格破壊現象をもたらしたからである。すなわち、流通が徹底的に合理化されることで消費物の多くがさらに多様化すると同時に、生産を海外に移転することでコストを大幅に削減可能となったのだ。快適なもの、キモチイイものをバブル崩壊の後にあっても、いやバブル期以上に即座に購入することができる。要するに、欲しくても手が届かないものなどほとんどないのである。

必然的に団塊ジュニアの行動は社会的脈絡が欠落し、快楽性を前提したものになる。それゆえジュリアナのお立ち台は、素人がみずからを露出することを快に感じた女性がいたからステージに殺到した、カラオケは歌っている自分が“快”ゆえに通いつめる、『東京ウォーカー』は情報検索という面倒臭さを省いてくれるから購読する、ファッションはわたしが気分がよいから選択する、ブルセラ・援助交際はカネで快適な消費生活ができるからするのである。これらすべてには、かつてあった社会的道徳や倫理はまったく通用しないし、若者のほうでもそのような意識を持ち合わせていない。そしてこれらの商品や情報は一人では寂しいゆえ、群れていることで仲間であることを確認する、しかしプライバシーは侵害されたくない、というミーイズムを最大化させながらも連帯を可能にするきわめて表面的で都合のよいコミュニケーションアイテムともなった。

一方、個性化は比較する他者を失い、最終的に既存の自己との差異化に辿り着く。私が築き上げてきたわたしに対し、新しい私がどの程度差異化しているか、これが個性化を確認する指標となった。まさに社会のフィードバックが存在しないナルシスティックな個性化といえる。そしてこのような個性化志向が結果として、あっという間に集合し、あっという間に解散する震災ボランティアや一連のオウム事件という象徴的な事態を引き起こすことになる。前者は既存の自己との違いを確認するために非日常空間＝震災地へと繰り出し、献身的に活動することで「個性化」した「新しい自己」を確認し、後者は自己追究の結果大量殺戮を行なった。やはりここでも社会全体に対する視線は欠落している。そして自己追究は身体的経験というヘドニズムと接続している。団塊ジュニアはミーイズムをフォーマット化し、新しいミーイズムを立ち上げたのである。

（4）結語

以上、新人類以降の若者の変化を「近代主義フォーマット」の消滅と「ミーイズム」というライフベクトルの立ち上げ及びフォーマット化のプロセスとして描いてきた。現在、団塊ジュニアがどのようなライフベクトルを立ち上げようとしているのか、それは現時点では明らかではない。だが現在のナンデモアリ状況に一定の方向性があらわれたとき、そのライフベクトルは新人類のときと同様明瞭なものとなるだろう。そしてその方向性はすでに何らかの形ですでにあらわれているはずである。

（新井　克弥）

〈参考文献〉

藤岡和賀夫　1984『さよなら、大衆。～感性時代をどう読むか』PHP

TBS調査部編　1986『「新大衆」の発見』東急エージェンシー

藤竹暁　1994『若者にとって幸せとは～満足社会のゆくえ』有斐閣

山崎正和　1984『柔らかい個人主義の誕生～消費社会の美学』中央公論社

岩間夏樹　1995『戦後若者文化の光芒』日本経済新聞社

Ⅱ　等身大の物語・等身大の社会

若者たちの社会感覚のありよう

はじめに

80年代の思想潮流のキーワードのひとつはポスト・モダンであった。建築の領域などを起点として使われ、やがて思想の領域に用いられだしたこの言葉には、良きものとしての「近代」や主客二元論を疑い、多義的で相互に構成しあう関係性のなかで認識をはかろうとする側面があった［藤村，1992］。その潮流の論客のひとり、J.F.リオタールは、「物語」という概念を用いて、そのようなポスト・モダンの動向を象徴的に位置づけようとした。ここで言う「物語」とは社会的な諸制度や知のあり方を正当化する役割を果たす言説のこととされる。彼は、まず前近代社会を、社会秩序の創設という過去の歴史の原初的行為によって現実を正当化する「神話的物語」の時代とし、つづく近代社会を、無知からの啓蒙による解放や労働疎外からの革命による解放など未来の理想によって現実の行動を正当化する「大きな物語」の時代とした。しかし、ポストモダンの時代を象徴する「小さな物語」は、従来の正当化の物語が失墜し、いかなる正当化の物語も成立しえないなかにおいて、正当化の不可能性を正当化するパラドキシカルな物語として現れてきているのである［Lyotard，1979＝1986］［長谷，1993］。唯一の正しさを独占できる物語が何もなくなってしまったのである。

リオタール流に言えば、日本の1990年代は「小さな物語」の時代であるといってよかろう。思想や主張がなにか絵空事のように感じられる社会。未来や理想というものが焦点を結びにくい時代。それは、何かを語ることが無力感にとらわれてしまったことに等しい。社会全体がそのような薄い空気に満たされ、自己形成の課題そのものが成立しにくいなかで、若者たちは呼吸していかなければならない。本稿の課題は、そのような若者たちにとって、「社会」とはどのような感覚のものなのか、そして、それを支える「物語」はどのような形式をもっているのかについて暫定的な解答を求めることである。

議論を進めるに先立ち、ここで「物語」や「社会感覚」という言い方をする含意についてふれておこう。まず、第1に「物語」について。先にリオタールの規定についてふれているが、歴史的文脈との関連において規定されたそれを、もう少し広く一般化して述べるならば、現実や想定された出来事や事態を時間的順序あるいは因果関係に従って一定のまとまりをもって叙述したものとして位置づけられる。私たちは自分の人生を位置づけ、自分なりに納得するための物語を必要としており、その物語を通じて世界と自己との関係を意味づけている。世界をまたにかけ、ビジネスのしのぎを削る「ヤング・エグゼクティ

ブ」という物語、3LDKのマンションでやさしい夫と明るい子どもたちに囲まれる「専業主婦」という物語、国と家族を守るために戦地に赴く「出征兵士」の物語などなど。一方で、物語は経験されたことによって構成されるだけでなく、経験の意味を構成していく動因でもある。そのことの適切な比喩として、井上俊がひくW.モリスの引用があげられる。「人生は与えられたピースを組み合わせて図柄をつくる普通のジグソーパズルではなくて、むしろピースを自分の糸鋸で切り出しながら同時に自分なりの図柄をつくっていく作業」なのである［井上，1996，23］。物語と経験は相互的に織り成されているのであり、経験の意味を問うさい、私たちは特定の物語をインデックスとして引き出してくることになる。

第2に「社会感覚」について。社会学では一般に人々の行為を規定するものとして社会構造を設定するのがひとつの考え方である。社会学は心理学との対比では「環境が人間をつくる」という発想を色濃くもっており、マクロな集合現象として把握されるものがそれである。しかし、近年、従来の社会学の発想に認識論的問題提起をしつつあるエスノメソドロジーは相互行為による事態の達成に焦点をおくとともに、実体的社会を廃する議論を本格的に展開してきている。エスノメソドロジーの研究者のひとりK.ライターに「社会的構造感」という考え方がある。それは、社会は構造という実体として存在するのではなく、それを私たちが“あるかのように”感じ、語り、ふるまうものとしてあるという発想である。そういうものとして、社会は自分自身の知覚とは独自の実体で“あるかのように”感じられるにすぎないのである。ゆえに、それは「感」「感覚」といったほうがよいものである［Leiter，1980＝1987］。社会学にとって、社会構造という概念は行動や意識の社会的規定性を論じるときの重要な概念であるが、それは社会学者の仮説にとってそうだというのであり、若者たちのリアリティのなかで、そのように規定されているという実感は薄い。そこで、人々を拘束する社会への明確な意識というよりは、自分たちを取り巻き、漠然と存在しているものへのイメージという意味で、社会意識より社会感覚という言葉を用いたほうがより実態に近づくのではないかと考えられる。

1．若者たちにとっての社会への関与

若者たちの社会への感覚やそのなかでの生き方を問うていくために、ひとまず、その具体的な題材を国際比較と世代比較のデータのいくつかに求めてみよう。

総務庁青少年対策本部の国際比較調査に目を向けてみる[1]。11か国の比較調査において、「自国のために役立つと思うようなことをしたいか」と問うている。日本は半数以上の6割に近いものが「したい」と答えているが、それは11か国中8番目の比率にとどまり、「そのためには私自身の利益を犠牲にしても

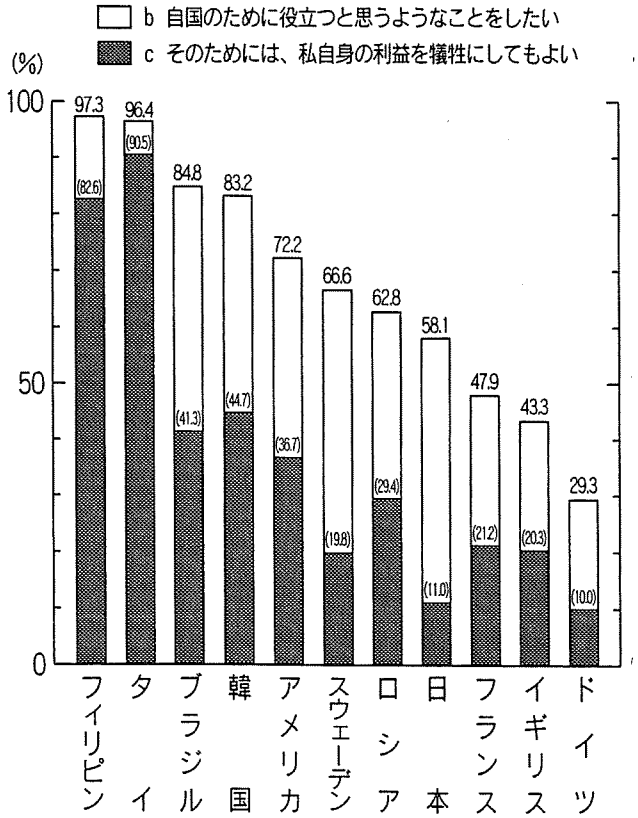
注1）ここで用いる総務庁青少年対策本部の調査は、［総務庁青少年対策本部、1991］と［総務庁青少年対策本部、1994］である。前者は1989−90年に日本・アメリカ・（旧）西ドイツの3か国でおこなわれた調査であり、後者は1993年に11か国（日本・アメリカ・イギリス・ドイツ・フランス・ロシア・スウェーデン・韓国・フィリピン・タイ・ブラジル）の18歳〜24歳の各1,000サンプルを回収目標におこなわれた調査である。

よい」とするものはほぼ1割、その順番は下から2番目となる。全体的には犠牲的に献身したいと考えるものが1割、限定的に貢献したいと考えるものが5割、貢献を考えていないものが4割という別れ方をすることになる。見方を変えれば、社会への関与によって自己の利益を損なうことを9割のものが否定していることになる（図表1）。

一方、社会に対して不満をもったとき、どのような態度をとるかについて問うた設問では、日本の若者たちは「積極的な行動をとる」の比率が11か国中10番目と低く、「積極的な行動はとらない」の比率はスウェーデン、タイに続く3番目の高さで5割をこえている。「関わりあいをもたない」というものも2割に達している（図表2）。社会に対して不満をもってもとりたてて行動に出ないし、無関係の態度をとるものの合計は7割におよぶのである。「積極的な行動をとらない」という回答の人たちにその理由を問うと、3分の2のものが「個人の力で及ばぬ」と答えており、その比率は11か国中最も高い（図表3）。

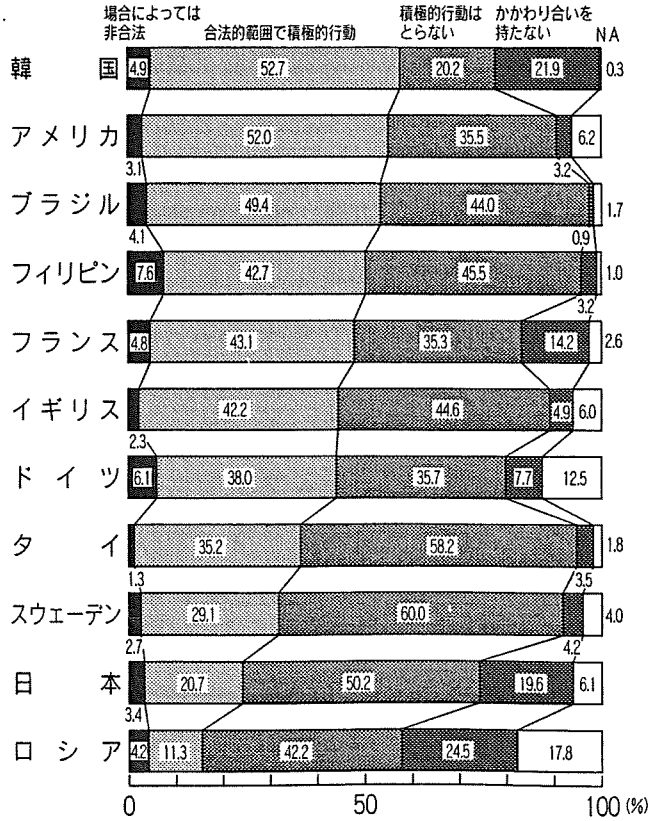
個々人の力が集積すれば社会的な何かを動かしていけるという有効性感覚が薄いのが日本の特色である。ただし、非積極派のなかでの同様の傾向は韓国・タイにおいても見られるので、「日本の特徴」という理解には一定の留保が必要である。現代の若者たちの成長過程において、彼らの周囲の環境は、社会的には高度経済成長から高度消費社会へという流れのなかにあり、個別には各家庭での消費のユートピアの完成（小谷敏・別掲論文）とさらなる消費の個人化の浸透によって、準備万端整えられてきた。常に用意されつくした

図表1　自国と自分との関係（b,c：肯定するものの割合）



[総務庁青少年対策本部，1994，59]

図表2　社会に対して不満を持ったときの態度

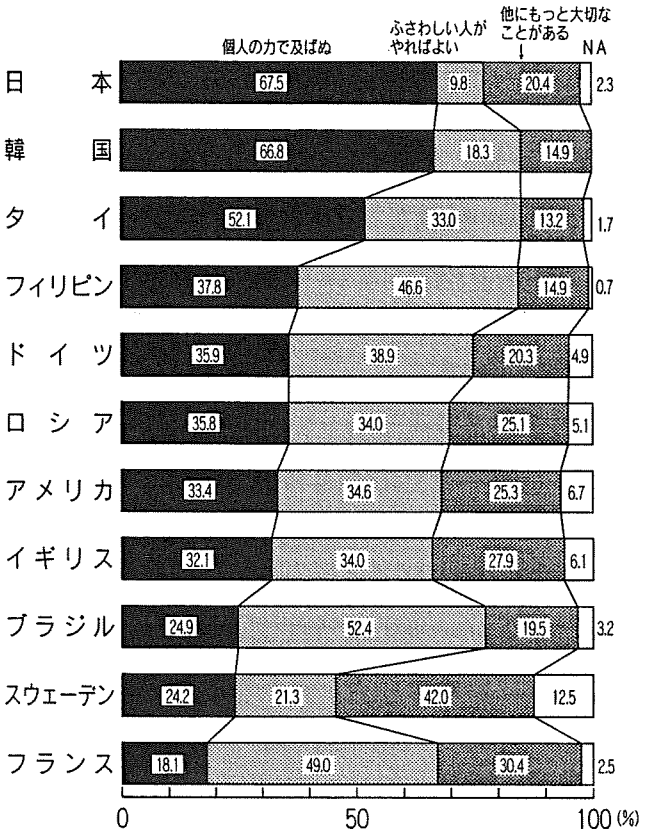


[総務庁青少年対策本部，1994，60]

環境に接してきた彼らにとって、その環境はみずからが要因のひとつとなってつくりあげていくものではなく、完成品を感性的な快・不快によって採用あるいは拒否するという対象にすぎないのである。そして、いちいちつくりあげていくというよりも、選択範囲を変更するだけのほうが効率もよいのである。選択肢の多様さがつくりだした「心の習慣」は、困難を乗り越え、社会を切り開くという態度を植えつけるにはいたらなかった。

他方、社会にでてから、自分が成功するために重要なものは何かについての考え方を問うた設問がある。他国と同様、日本でも「個人の努力」「個人の才能」に比率が集中しているが、日本の特色はその2つに劣らず、「運やチャンス」をあげる比率が他国より圧倒的に高いことであり、わずかな差だが日本では「運やチャンス」が「個人の才能」を抜いて2番目の位置にある（図表4）。

図表3　積極的な行動をしない理由



［総務庁青少年対策本部，1994，61］

図表4　社会にでての成功に重要なもの（2つまでのMA）

	身分・家柄・親地位	個人の才能	個人の努力	学歴	運やチャンス	NA	実数
日本	3.5	50.1	72.6	11.5	50.2	0.8	1,053
アメリカ	14.5	43.9	69.0	55.0	9.6	0.3	1,002
イギリス	8.9	56.9	66.8	40.2	19.2	0.4	1,070
ドイツ	15.5	65.7	59.4	14.8	30.8	3.6	2,784
フランス	26.4	51.7	55.6	31.5	30.6	0.2	1,018
スウェーデン	9.5	58.6	69.6	42.4	17.3	0.7	1,000
韓国	18.7	77.4	71.1	20.9	4.6	—	1,000
フィリピン	13.0	56.6	74.9	43.4	11.2	—	1,000
タイ	36.1	66.8	70.3	16.3	10.3	—	1,000
ブラジル	15.5	42.2	53.2	34.7	33.4	0.5	1,424
ロシア	22.2	49.0	47.9	18.8	33.7	2.0	1,060
参考 日本（第2回）	4.8	48.5	68.2	14.1	43.8	2.7	2,010
参考 日本（第3回）	3.2	50.0	73.9	7.8	47.3	1.5	1,021
参考 日本（第4回）	3.8	52.1	65.5	12.3	51.8	1.1	1,082

：当該国内第1位、□：第2位

［なお、第2回～第4回の選択肢1は「身分・家柄」である］

［総務庁青少年対策本部，1994，96－97］

また、同青少年対策本部がおこなった日・米・西独の3か国の調査では、努力の結果に対する予想が調べられている。努力すれば達成できると考えられていることは、アメリカ、(旧) 西ドイツとくらべて、「一流大学に入る」「大企業に就職する」「お金持ちになる」などではかなり低く、わずかに「恋愛結婚をする」で2か国にならぶだけである。恋愛結婚への期待のみがナイーブなほどに高いことが象徴的である（図表5）。

努力が重要であると考えつつも、運や偶然の影響もかなり認められ、それでいて見通しがききすぎる日本社会においては、ジャパニーズ・ドリームの成立する余地は少ないと若者たちは考えている。努力を価値づけつつも、きわめて努力の結果については悲観的であるが、両者は、運や偶然の影響を媒介とすることによって認知的な不協和をきたさずにすむ。社会において努力は、結果を問わず努力そのものに意味があるとする動員的機能を果たすものとなっているのでもある［藤村, 1995］。

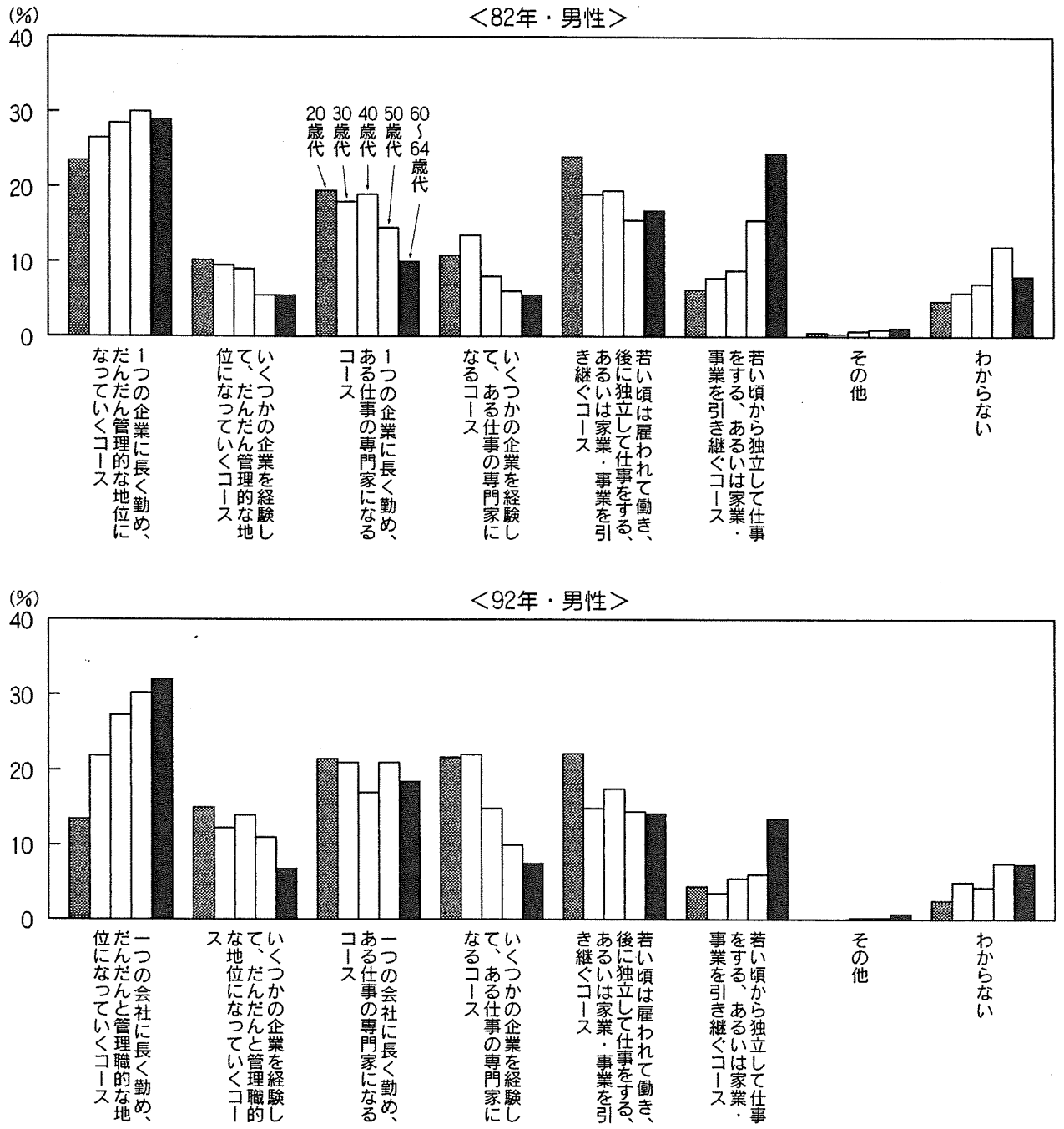
では、その努力が動員される企業社会で働くことについてはどうか。仕事に対する意識を問うた総理府調査を年齢階層ごとに見てみると、ひとつの企業に長く勤め、だんだん管理的な地位につくという志向が若年層で大幅に減少していることである。同時に、若い頃から独立あるいは家業・事業を引き継ぐという志向が各年齢層でかなり減少し、また、若い頃は雇われるが後に独立・家業・事業引き継ぎも全体に微減しており、自営業など独立

図表5　努力すればできること（%）

	必ずできる	たぶんできる	たぶんできない	絶対できない	NA	合計（総数）
[一流大学に入る]						
日本	4.1	15.1	36.5	44.1	0.3	100.0 (764)
西ドイツ	9.8	40.1	23.3	16.4	10.3	100.0 (377)
アメリカ（男）	22.6	43.1	18.0	7.6	8.7	100.0 (629)
[大企業に就職する]						
日本	5.1	28.4	45.9	19.6	0.9	100.0
西ドイツ	16.2	55.2	11.9	4.2	12.5	100.0
アメリカ（男）	29.7	55.0	6.5	1.6	7.2	100.0
[お金持ち（上位10%）になる]						
日本	5.2	17.5	43.7	32.9	0.7	100.0
西ドイツ	7.7	26.5	28.4	14.9	5.0	100.0
アメリカ（男）	28.6	45.6	13.0	3.3	9.4	100.0
[プロのスポーツ選手になる]						
日本	4.1	12.6	32.9	49.9	0.7	100.0
西ドイツ	5.6	17.8	28.1	43.5	5.0	100.0
アメリカ（男）	16.5	31.0	28.3	18.8	5.4	100.0
[恋愛結婚をする]						
日本	34.4	44.9	13.7	6.0	0.9	100.0
西ドイツ	34.7	46.2	3.7	1.9	13.5	100.0
アメリカ（男）	48.8	40.4	2.7	1.6	6.5	100.0

［総務庁青少年対策本部, 1991, 132−135］

図表6　「男性の歩むコース」として望ましいと思うもの



(備考)

1．総理府「勤労意識に関する世論調査」(1982年、92年) により作成。

2．回答者は、82年は全国20歳以上65歳未満の有職者2,679人、92年は全国20歳以上の有職者2,380人。本図では、男性の解答のみをとりあげている。

3．82年の設問は「世の中には、仕事のコース（職業キャリア）がいろいろあります。一般的にいって、『男性の歩むコース』で最も望ましいと思うものをこの中から1つあげてください。」、92年の設問は「世の中には、仕事をしていく上で、いろいろなコースがあります。あなたは、一般的にいって、『男性の歩むコース』として、どのようなコースが最も望ましいと思いますか。この中から1つだけあげてください。」である。

[経済企画庁，1995，76]

志向は弱まっていると言える。その一方、ひとつの会社であるいはいくつかの企業を経験して専門家になるという回答が増加しているという傾向が強く現れている（図表６）。これらの特徴をまとめれば、一社主義から専門職志向への流れと、独立志向よりは組織志向への流れの２つが交錯しているということになる。それは、会社中心志向から仕事中心志向への流れともまとめられるかもしれない。「自分らしさ」への大いなるこだわりのなかで、仕事でも自己を表現する機会をもちたいとする発想はあるのだが、決して独立独歩の独立志向というわけではない。みずからリスクを負うことは避けたいが、ハイアラーキーのなかで歯車のように位置づけられることも避けたいという感じがそこにはある。

２．社会・生活・自我

若者たちにとって社会とは自己の利益を損なわなければかまわないものであり、不満を感じても積極的な関与をしない対象となっている。その一方で、学校社会や企業社会は結果を問わずに無限に努力を要求する「努力主義の心性」に満ちている。そこからの異なる道として専門職への志向があるのだが、それもあくまで組織の庇護を確保したうえでの仕事志向ということになっている。若者たちにとっての社会はひとまずそのようにデータ的には確認されるのだが、そこに一端のかいまみえた社会・生活・自我の関係はどのように生成されてきたものなのだろうか。これらの関連について土井隆義に整理のいきとどいた論考があるので［土井，1995］、それを参考としながら、その関係の流れを時間的展開も含め概観してみよう。

70年代初頭まで、日本は高度成長路線の延長上で、豊かさをめざして所得や生活の向上が目標とされ、そのための活力が社会にみなぎっていた。高度経済成長は各家庭を耐久消費財購入の格好の単位とし、欧米をモデルとした生活様式の導入や生活水準の上昇はほどなく達成された。その時期は、社会に明確な目標のあった時代であり、未来という言葉に意味のあった「大きな物語」の時代でもあった。引き続く高度消費社会への移行によって、産業的には多品種少量生産が、文化的には軽薄短小が時代の傾向となり、目標は容易に手に入るようになり、むしろ選択しうる目標の数や範囲の増大が私たちを悩ますようになった。耐久消費財の買い替えにあわせたわずかなマイナー・チェンジ、レジャーや自由時間の使い方へのこと細かな演出、ありあまるほどの選択肢の提供はわれわれを瞬時熱中させつつも、それらの相対的価値を互いに低めあう方向に作用していく。しかも、目標を達成したからといって、ストイックな我慢の少なさもあいまって、その達成感は減退しており、たとえ魅力があっても即座に限界効用は逓減していく。目標選択の基準の不在と達成の魅力の減少は何を目標としてよいのかわからない時代を生み出してしまったのである。「ほしいものがほしい」という広告コピーは時代のその気分をえぐり出している。

その一方で、たえざる歩みを要求する規範は存続していた。それを支えていたのは「人並み化」の物語とその論理的帰結である。“高い目標ではなく、人並みでよいから、そこまでは頑張りたい”という「人並み化」の物語はそれ自身では、社会的な起動力をもつものに見えない。しかし、この「人並み水準」

の設定をあらゆる階層がみずからの生活水準の少し上に置くとしたら、より下の階層がより上の階層の水準に追いついたと思うとき、より上の階層はさらに上の階層を目標水準としてもっと先に行っていることになり、終わりなき追い上げを開始せざるをえないことになってくる。そのような性向を日本人が保持し続けるなか、高学歴・学校歴－大企業をめざすという学歴社会的コースも強固に残存しつつ、新しい目標たる美しさや健康、心の豊かさなどをめざす試みにおいてもパラノイア的な傾向は変わらない。結果を問わない日本型努力主義は、目標設定が難しさを増すがゆえに、何かにむかって進んでいるという「充実感」そのものを目標としていく。充実感が目標だとしても、それへいたる道はたくさんあり、目標達成への手段の過剰性にねざして、豊かさのアノミーともいうべき不安が助長される。それは、生きる世界に手応えがなくなっていることを示してもいる。「豊かな社会とは人を前向きに駆りたてるドラマチックな成功がなくなっただけではない。後ろから駆りたてるドラマチックな失敗もない社会である」[竹内, 1993]。

リアリティの薄い社会は、アイデンティティの薄さをも帰結する。したがって、そこからの若者たちの模索の方向は、社会改革からアイデンティティ探しへと変化していった。彼らにとって大事なことは自分を知るということなのである。それは母港を探そうと漂流する船のようなものであった。その目的にとって、貧・病・争をあばき批判することを主要原理としてきた従来型の社会思想はなんら魅力あるものにみえない。困難をバネにアイデンティティを獲得する方途は閉ざされているのである。彼らが求めているのは、主役である自分自身を説明してくれる個別の物語なのである。そこから大きく分けて2つの方向が登場する。ひとつは、高度消費社会が彼らに提供する各種のアイテムをアイデンティティの彩りとしていく方向であった。しかし、そのアイテム群のあてどない更新は、若者たちにアイデンティティとは到達点なのではなく、わずかにヴァージョン・アップされた模造品にすぎないことを教えてしまった。それは、母港もまたひとつの停泊港にすぎないことに気づかされてしまったことなのでもある。固定したパーソナリティというよりは取り換え可能なキャラクターというほうが、現代のアイデンティティ拡散の時代をよくしめす概念となりつつある[伊奈, 1995]。

もうひとつの方向は、自分と関わりをもちながら決定論的な考えをしめす物語へ再び依拠することである。しかし、産業社会をめざす物語は当然、またマルクス主義の物語なども頼るべきなにものにもなりえなかった。では、何を物語の起点とするのか。アイデンティティの探索にはごまかしや汚点があってはいけない。余計なもののない、純な自己でなければならない。そのような方向をめざす彼らにとって、社会は汚れており、純粋なのは自然だけである。しかし、その自然環境ももはや開発され人工化されたものにしかすぎなくなっている。そのようななかで、唯一残っている自然が自分たちの身体である。言語化・社会化された自己を削ぎ落としていくことで純粋な身体に到達できる。身体感覚とは他者との関係性を前提とせずに、自己を確認できる感覚であるからである。その行き先をつきつめていけば、宗教団体の儀礼や修行の実践行動で得られる実感にいたるということになろう。そして、宗教団体は普遍的な運命

や個人的な因縁の物語を提供してくれる［芳賀・弓山，1994］。もちろん、そのような団体に関与していく若者たちは全体のなかでは少数にとどまる。しかし、決定論的な物語を離れて、身体を絡めてのアイデンティティ確認という点まで範囲を広げるならば、自己開発セミナー、音楽やスポーツ、性行動、ヴォランティア活動なども連続線上の程度の差異ととらえることもできる。

困難が軽減され、豊かさを享受してしまった社会では、それを前提として生まれてくる世代にとって、生活上の目標が不明確になり、困難を乗り越えることで自我形成を達成することはできない。関心の中心は自己確認へ向けられざるをえない。システム化され、すべてが遠くで動いているように感じられる社会へ関心を向けるためには大いなる想像力を要求される。社会から生活へ、そして生活から自己へ。そのような関心の変化を縮小ととらえるか、深まりととらえるかは判断が別れるところであろう。

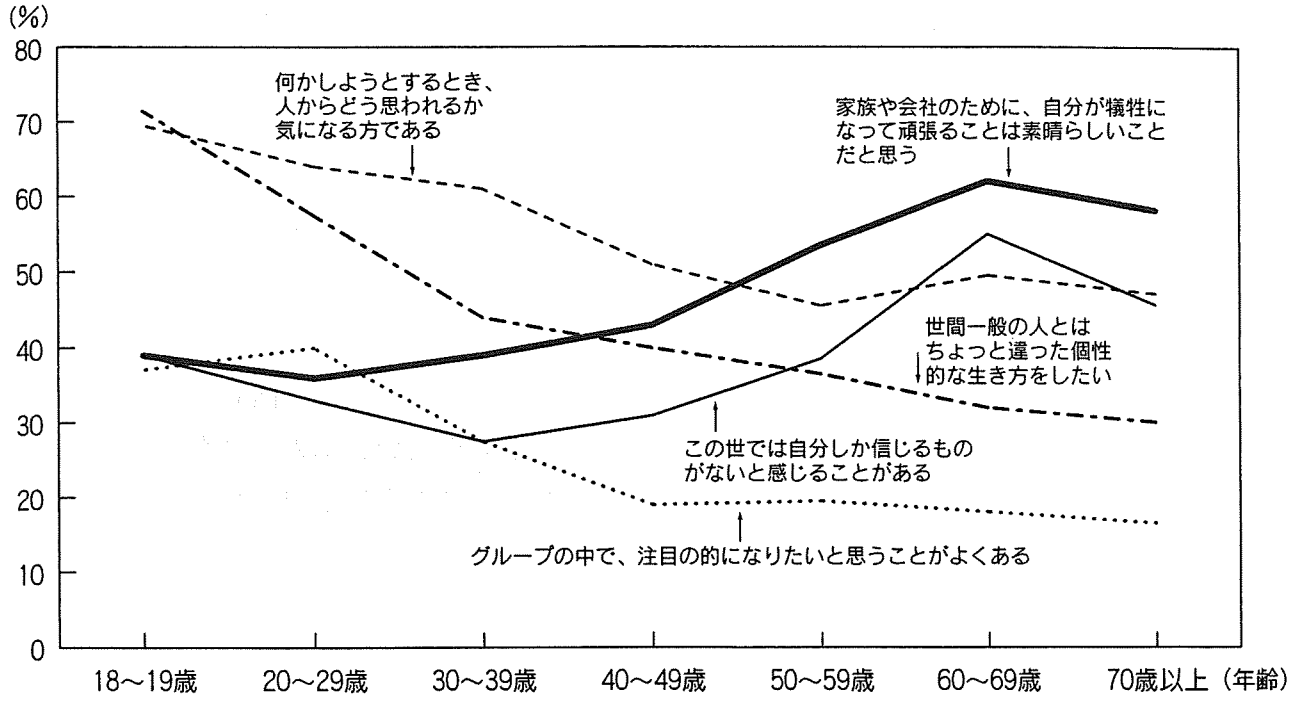
3．像を結ばない他者

社会改革の物語から自己確認の物語へ。高度経済成長期以降の若者たちにとっての課題は変化してきた。その一方で、自己確認は容易に達成されない。なぜなら、自分のアイデンティティ確認に利用できる社会的目標が存在しない以上、自己確認をみずから達成しなければならないからである。確認したいはずの自己の出来具合を評価できる自己が存在するとは論理上定義矛盾となってくる。

そのような状況を如実にしめす傾向が、若者たちの日常生活や生き方への意見のなかに見られる。東京都生活文化局がおこなった調査を年齢階層ごとに見ると、そこでは、「世間一般の人とはちょっと違った個性的な生き方をしたい」と考えているものが若者では多いのと並んで、「何かしようとするとき、人からどう思われるか気になる方である」という回答も若者のほうで多くなっている（図表7）。この2つの回答の傾向を、整合させて理解することもできれば、矛盾させて理解することもできる。若者たちは個性的で他者に差異をつけた生き方を望んでおり、当然それは他者の賞賛の視線を前提とすると考えるのが前者の理解であり、個性的で他者に差異をつけた生き方を望むのだが、その差異が他者から非難を受けないかどうか心配である、さらにはそれが個性的であるかどうかの判断を他者にしてもらわざるをえないと考えるのが後者の理解である。どちらの理解にしても他者の評価が個性を規定・保証するという位置づけをもっていることにかわりはない。

自己確認の物語のはずが、そのような他者評価への強い関心があるのはなぜだろうか。実は、その他者が明確に像を結んでいないからこそ、言い換えれば、他者が見えなくなっているからこそ、他者評価への関心が強まると考えられる。日本の近代と組織・個人の連関を歴史的に検証している佐藤俊樹によれば、西欧流の個人の主体性やルールを設定する代わりに、お互いをわかりあう能力（心情反射作用）を設定して日本の近代社会は形成されてきた。他者の気持ちや痛みを理解するなかで関係をつくろうとする性格をもった個人が、自発的に組織に内閉することが、日本の社会の重要な柱であった。そこで働いていたのは長期的にみての利害の拡大・均衡である。将来の大きな見返りを前提に、他者の心

図表7　年齢により異なる日常生活や生き方への意見



(備考)

1．東京都生活文化局「都民の生活意識と生活行動等調査」(1994年) により作成。

2．それぞれの質問に対する「まったくその通り」「どちらかと言えばその通り」との回答の合計の割合。

[経済企画庁, 1995, 151]

情を思いやるという性向である。しかし、そのようなわかりあいのメカニズムは80年代以降崩壊にいたりつつあり [佐藤, 1993]、それは若者において如実である。

たとえば、「やさしい」という現代若者たちにとっての基軸的価値の表現においても、電車で老人に席を譲らないことが、その人を老人として扱わないやさしさだという考え方がされたりするようになる。相手に不用意に気を配らず、その気持ちに立ち入らないことで、相手との滑らかな関係を保つことがやさしさであり、べたべたした人間関係は拒否されるようになってきている。言葉はお互いを傷つけうる危険な道具なのであり、あたりさわりのないコミュニケーションを保ちつつ、言葉を介在させず沈黙で気遣いをしていくのである。もちろん、相手が意思表示をしてくれたならば、それにあわせたやさしさを示す用意はしている。キタナイ、ズルイ、ヒドイなどと感覚的に表明される倫理観のなかにうっすらとある彼らにとっての社会の常識は、「状況的誠実性」とでも呼べるものかもしれない。状況さえ設定されれば、誠実に対応するのだが、みずからその状況をつくろうとはしない。そして、そのようなやさしさは優柔不断をももたらす。なぜなら、自分が決断して行為をした結果が失敗にいたって後悔することは避けられるべきことであり、それは自分で自分の気持ちを傷つけるという自分にやさしくない結果になってしまうからである [大平, 1995]。

社会とは他者のことであるとも言われる。戦後、子どもたちにとっての他者が周辺から次第に消えていった。直系家族制から夫婦家

族制への考え方の変化は核家族を一般的なものととらえさせることとなり、そのなかで祖父母が家庭から消えていった。また、出生率が低下し、子どもの数が２人という家族が多くなり、戦前の平均５人という数値と比較して、きょうだいが消えていくことになった。それらと同時平行的におじ・おばが消えていき、労働力の地域移動が活発化することにより、社会的おじ・おばたる地域共同体が崩壊していった。もちろん、核家族となっても、そのなかで父親は他者として登場しうる存在であった。それは父親が家庭に社会という名の規範をもちこむ存在であったからである。しかし、父親は企業社会にどっぷりつかり、家でのごろ寝が一般的になってしまい、父親の権威は薄れていった。いまや、その他者役割を果たさざるをえないのが母親であり、その母親自身が学校社会しか経験していない場合、家庭にもちこまれるのは学校社会の規範ということにさえなる。

他者が子どもたちの周辺から消えることで、言い換えれば、周囲の人間が子どもたちに他者的機能を果たさなくなることで、社会化のモデルとしての「重要な他者」を位置づけることはできなくなり、その深まりとしての「一般化された他者」＝規範・道徳も像を結びえなくなってきていると考えられる。それは、G.H.ミード言うところのゲーム段階にいたらず、プレイ段階にとどまることになり、人間関係のルールは一般的なものというより、相手との常なる状況変化のなかで勘案・理解しなければならないものとなる。相手がどう思うか、常に気にしていながら、その他者イメージが適切でないため、その的ははずれていくことになる。そのようなことで心を煩わされないためには、距離感をもった人間関係でやさしさを示していくほうが効率がよい。そして、そのような距離感がある分だけ、他者理解の可能性はまた遠のいていくというパラドックスに満ちてもいるのである。

他者の織り成されたものとして自我をとらえ、その形式の相違によって、その系譜をピューリタニズム、スノビズム、ダンディズムにわけて分析する浅野智彦の議論によれば、各々のイズムの特徴は、回心の真正を試す内面への無限の問い、隣人の是認による真の自分の析出、他者を拒む固有な独自性としての虚無であるとされる［浅野，1995］。高度消費社会がもたらしたスノビズム的な差異化は、バブル経済の崩壊とともに意味が薄れていった。その先は他者の是認を超越しようとするダンディズム的スタイルになるはずだったのだが、そのような拒否すべき他者というものが明確に実像化されないまま事態は進行しつつある。しかし、ダンディズムの成立さえ拒否する無邪気な他者観こそ、淡々とした虚無の状況ということになるのかもしれない。

4．等身大の物語・等身大の社会

マクロな社会現象に積極的に関与しようとはせず、ミクロな社会たる他者像も十分に結びえない若者たち。大きな物語が崩壊し、小さな物語のリアリティもひとつひとつ消滅していくとき、若者たちにとって残された物語は、等身大の自己という物語にならざるをえないということであった。自己を過大に評価して、できもしない理想に向けて生きることもなく、自己を過小に評価して、ウジウジ悩むこともない。

物語が等身大になるということは、そこから切り出されるジグソーパズルのピースによってつくられる社会も等身大のものたらざるをえないのかもしれない。彼らにとっての社会も、また等身大の人間関係の範囲のものとなってくる。それは、社会の縮小とも言える。先に見たように企業や集団は拘束されるものではなく、みずからが使いこなしていくものと位置づけられつつある。就職の超氷河期と称される近年の状況においても、若者たちの一部は何ごともなかったかのようにフリーターの道を選んでいく。彼らにとって都合のよい物語の分岐点を歴史の偶然が用意してくれたかのようでもある。「将来のことを考えて」という脅しは効かない。企業から放り出されてもなんとか生きていける世界を日本社会はつくりだしてしまっており、そのことに人々も気づきはじめたからである。多くの若者たちにとっては、特定の企業・集団に没入的に基盤を置くのではなく、複数の人間関係を操作的に使いこなし、ひとつの色に染まらず、独自の色も出さず、微妙な色合いのバランスのなかで生きていくということが志向されてもいる［佐藤，1993］。等身大ということが目前の出来事から事を考えていくこととととらえるならば、それは声高に理想だけが語られ、実は足元がおぼつかなかった大きな物語よりもかなりましなことであるのかもしれない。もちろん、角度を変えて見れば、それは「身近な問題から」という、ひとつのイデオロギーであることもまた事実である。他者さえ見えにくい社会において、マクロな社会イメージは容易には結実しにくかろう。

もちろん実際に社会はあるのだが、欲望を規制・制御するものでなくなった社会は、もはや顧客としてゲーム感覚で接するものとなってきているとも言える。「観客民主主義」という言い方がある。テレビ各局が80年代後半以降、報道を重要な柱のひとつとし、国民の政治的関心を促そうという意図もこめた番組づくりをするようになってきている。そのため、国政選挙においては事前ならびに当日に向けて各種の状勢分析・解説・討論や選挙速報が数時間にわたる番組として放送されている。しかし、そのような番組は確かに視聴率も高いものとなっているのだが、そのことが投票率の増加に結びつかない。人々がいわば観客として政治をゲーム観戦のひとつのように楽しんでいる、そのことを評して「観客民主主義」と言われる。テレビに映し出される社会は遠くのゲームのようでありながら、地域共同体の崩壊した今、そこに登場する人物たちは隣人より日常的に頻度高く接している他者なのだというパラドキシカルな様相を呈している。

もちろん、阪神・淡路大震災でしめされたようなヴォランティア活動を通しての社会へのかかわりのように、若者たちのなかにある種のエネルギーの出口を求める志向があるのは確かであり、それが大きな力になりうることも確かである。しかし、それは倒壊した家屋やビル群、避難所での切迫した生活という非日常的な災害ユートピア的状況のなかで起きた出来事としての理解が必要である。それへの介入の障壁が低下するという状況が設定され、それを等身大と感じられたとき、他者への、社会への物語的関与はおこなわれていくのである。そのような状況設定が他の領域でどれほど可能かということが、若者たちの社会関与の可能性を問うことにもなろう。

社会へ関与せず、他者像が結びえないという性向は若者たちのなかの一部にある傾向を

強調したにすぎない。それは、若者たちの成長・社会的（？）登場にともない、日本社会が今後さまざまな社会感覚とその物語をもつ人々に分解していくことの予兆かもしれない。そのこと自身は今後21世紀での経験に向けて開かれた問題である。冒頭で、本稿を暫定的な解答と位置づけた理由もそこにある。

（藤村　正之）

〈参考文献〉

浅野智彦　1995　「近代的自我の系譜学Ⅰ」『岩波講座・現代社会学２　自我・主体・アイデンティティ』岩波書店、107－119

土井隆義　1995　「身体の拡張、社会の縮減」『imago』６－８、青土社

藤村正之　1992　「ポストモダンという物語」川崎賢一・藤村正之編『社会学の宇宙』恒星社厚生閣

藤村正之　1995　「生得：努力：偶然＝３：５：２」高橋勇悦監修・川崎賢一・芳賀学・小川博司編『都市青年の意識と行動』恒星社厚生閣

芳賀学・弓山達也　1994　『祈る　ふれあう　感じる』IPC

長谷正人　1993　「大きな物語／小さな物語」井上俊編『現代文化を学ぶ人のために』世界思想社

伊奈正人　1995　『若者文化のフィールドワーク』勁草書房

井上　俊　1996　「物語としての人生」『岩波講座・現代社会学９　ライフコースの社会学』岩波書店、11－27

経済企画庁　1995　『国民生活白書・平成７年版』大蔵省印刷局

Leiter, K.,　1980＝ 1987　A Primer on Ethnomethodology（高山眞知子訳『エスノメソドロジーとは何か』新曜社）

Lyotard, J.F.,　1979＝ 1986　La condition postmoderne（小林康夫訳『ポストモダンの条件』水声社）

大平　健　1995　『やさしさの精神病理』岩波新書

佐藤俊樹　1993　『近代・組織・資本主義』ミネルヴァ書房

総務庁青少年対策本部　1991　『青少年の友人関係』大蔵省印刷局

総務庁青少年対策本部　1994　『世界の青年との比較からみた日本の青年』大蔵省印刷局

竹内　洋　1993　「日本のメリトクラシー」『岩波講座・社会科学の方法Ⅷ　システムと生活世界』岩波書店、239－268

Ⅲ.「女の子」という「若者」たち

性意識の変化と日常の意識の変化の関係、もしくはオヤジのための女の子入門

1. なぜ「女の子」なのか？

〈本来〉という発想で語るなら、このようなタイトルを持つ章は必要ないとも言える。「若者」「文化」と言った時点で、そこに「女性」も入っているはずなのだ。かつてフェミニズムが「女医」「女教師」という言葉（＝発想）に問題提起をしたように、「女若者」という発想も、それ自体がすでに女性の問題を体現していると言える。本来なら、当報告の前半の世代論及び後半の各論のすべてに、「たまたま女性という性別を持っているところの若者」が語られてしかるべきなのだ。もしくはすべての項目が「男性」「女性」の振り分け式になっているというのも一つの〈方法〉かもしれない。トイレのように——これはジョークではない。かつて帝国大学には女子トイレがなかった。そもそも「学生」「教員」「職員」という言葉はそのまま「＝男性」であったからである。女子職員を雇うようになったときに設計者に改造を依頼したところ、「大学に女子トイレを作るとは思わなかった」と感慨を洩らしたそうである。現在なら、建物を造るときに二種類のトイレを作るという発想の方が「前提」「ふつう」となるだろう。

文化、ということなら旅館の浴場にたとえてもいいかもしれない。かつて旅館では男湯の方が大きいと相場が決まっていた。軽井沢のある温泉は、「男湯と同じ広さの女湯」を売りにしたくらいである。あれは70年代のことだった……と、雑談をしているようでいつのまにか本論になだれこんでいくのだが、女性文化というものはつねに存在したが、それが「文化の表舞台」に出てくるのは、実にこの70年代のことであった。

さて、ここで、この節のタイトルの問いかけをふりかえろう。

なぜ「女の子」なのか？

若者論の構造のなかにあえて「女性」という切り口を求めて設置したことの理由は上記のとおりだ。ではなぜ私はここで「女の子」という単語を選んだのだろうか。

実を言えば私個人はこうした単語の選択にあまり固執しない。「女の子」でも「若い女性」でもいい。だが、それでも、この章については「女の子」を選んでみた。

この単語は一時はフェミニズムから問題にされた。会社で女性社員のことを「女の子」と呼ぶ。いくつになっても「女の子」だ。これが問題になったことの根は女性と労働の関係にある。つまり、男性は年齢とともに昇進していくが、女性は何年勤めても同じ補佐的な仕事をするだけであるということ。また、男性が新卒で入社したときに、「男の子」と呼ばれはしなかった。つまり「男」とは一人

前であり、女性のつく職種は「事務職」というのは書類上のことで、実際には「女の子」という職種についていたのである。だから40歳でも50歳でも「女の子」なわけだし、それは「一人前」の範囲外の職種であった。

こうした労働問題は現在まで連綿と続いている。女性の総合職への道も多少開かれた（この「総合職」という概念自体が、男女雇用機会均等法制定の後に性別格差の構造を急変させないために編み出されたテクニックの一つではある）。だが、不況になってからの大卒女子の就職が「氷河期」と呼ばれるように、基本構造はなんら変わっていない。

だが、女の子たち本人は変わってきた。従来の概念に従うのでもなく、それを逆手にとるのでもなく、いま、10代20代の女性たちは「女の子」している。この言葉の響き自体が変わったのだ。その変化に焦点を当てようというのが、この単語を選んだ理由の一つ。

もう一つの理由は、当研究会でのこのような指摘と要請に応えたものである。「10代20代の女性たちとは年齢性別において対極にある人々、つまり中高年の男性にとって、今時の女の子は別個の生き物のようである。その人たちに、この生き物の紹介をしてほしい。さらにそのさいに『性』を一つのキーワードとすること。性に関する意識のちがいが、女の子をわからなくしていることの基本にあるのではないか」。この指摘と要請は私にはむしろ新鮮であったし、その視点を意識することでより鮮明に見えるものもあると考えた。そこで、「オヤジ」たちから見たこの生き物の名称として、という意味でも、「女の子」の単語を採用することにした。

2．「女の子」とは誰か

もう15年前のことになるが、「女子大生ライター」として売り出した人がこぼしていたことがある。「編集がわたしの原稿読んでこう言うんだよね、『もっと女子大生らしさってものがあるだろう』。わたしが女子大生なんだっつーの」

本来、「女の子」というのは、「女性という性別を持った若年層」のことに他ならない。そして、それだけのはずである。

だが、それだけではない「女の子」はメディアに飛び交っている。ジュリアナで踊れば「イケイケ」（男の欲望のままの性交に簡単に応じる）と直結したがり、ブルセラや売春ということが出てくれば、買う男性の側や売買の機構にはいっさい目をつぶって、女の子が「不道徳」になったと嘆きながら覗き見的な喜びに満ちた報道の仕方がされる。

私はここではこうした恣意的な「女の子像」をとりあげるつもりはない。そうした「女の子像」は、それを作り出した人々の問題を投影しているものであって、むしろ「女性という性別を持った若年層」とは異質のものだからだ。

こうした恣意的な「女の子像」を作っているのは、「オヤジ」たちである。したがって、彼らの「女の子像」から「オヤジの検証～オヤジとは誰か～」を行なうのはじつはたいへん興味深いことなのだが、この研究会の性格上、それは役割の外である。

生身の女子高校生たちはこんなふうに言う。「おじさんたちって、テレビでやってるみたいに、わたしたちのこと性的対象として見てるの？」「○○先生とかもそうなのかな」

「今朝また痴漢にあっちゃった。うちのおとうさんもどっかの女子高生に迷惑かけてないでしょうね！」……女の子について語っているつもりの媒体はじつはその切り方によって自分の実体をにじませ、女の子たちはそれを敏感に察知している。「近ごろの女の子は～」という論議を通して生身の女の子から見られているのは「おじさんたち」の方である。しかも「おじさんたち」は、固有名詞を持たない「女の子」というイメージを見ているのに、女の子の方は「○○先生」「うちのおとうさん」と、個人を名指しで認識するほどに現実的である。

私たち「若者」でない者（おじさんとおばさん）が若者を論じようとするとき、その事実に鈍感であっては、結局鏡にむかっているのにすぎず、「若者」を見ていることにはならない。

さて、そういうわけで、私はここで、他者からの恣意性をぬぐい去った、「わたしが女の子だっつーの」という生身の「女性という性別を持った若年層」のことを論じようとつとめるものである。

3．きょうび白木屋事件は起こらない

いまの女の子たちの性意識、というと、こんなふうに考えられる。

「たとえいまパンツというものがなかったとしても、白木屋の惨事は起こらない」

白木屋デパートで火災が起こり、上階に逃げ遅れた人々がいた。消防士が布を張って飛び降りるように言ったが、多数の女性がそのまま焼死した。当時和服の下にパンツをはいていなかった時代で、これをきっかけにこの洋物下着が普及したと言われている。

いまの女の子たちなら、それは多少ためらいはするだろうが、パンツをはいていなくても飛び降りるだろう。

ここに、〈女性にとっての女性性器の意味〉の変化を見ることができる。

性器というのは人間の肉体の一部をさす言葉だ。そしてそれはそのように存在しそのように機能する。だがまた、それ以上の意味や価値を付加されて、社会体制や人間の意識に深い関連を持つものでもある。

白木屋から飛び降りなかった女性たちが自分の体にどんな意識を持っていたかを簡潔に言えば、それはまず、自分のものではない。夫もしくは夫となる男性のものであり、その家を継ぐ男の子を産むためのものであった。これは社会通念であっただけでなく、大日本帝国憲法と民法がそのように発想・制定・運用されていたのだ。その目的のために貞操観念が生まれ、その観念に殉じたのが白木屋事件である。

ここで女の子にとっての「体」というものを、月経観の変遷から見てみよう。月経は思春期に起こるものであり、そのことと「女性」としての生活や意識の関連も深いものだ。また、具体的な現象であり、変化が見やすいので、一つの目安として見てみよう。

古くは『たけくらべ』のラストシーンで、美登利が初潮を迎えて、売られるべき「体」を得て「女」に「なる」ことが描かれた。

白木屋の時代はまた月経が貶められた時代でもあり、月経の血を吸わせた布は人目につかないところに干さなければならなかった。

戦前に思春期をすごしたある女性はこう言っている。「月経は不浄なものだと教えられ

ました。だから初潮を迎えたとき、『自分は不浄なものになってしまったのだ』と暗い気持ちになりました。不浄なものとはつまり『女』です」。彼女はこの思いを何十年の後に語ったのであり、そのときは口にもできなかったのだ。戦争中物のない時代には月経の手当ても非常に大変だったわけだが、それが語られたのは70年代になってからだった。

戦後世代は少なくとも「男女平等」と「謳った」思想と法律の存在する社会で月経を迎えた。だが、母親たる上の世代の反応その他のために、月経は「女性である自分に否定的な感情を抱かせる」ものとして、多くの女の子に存在し続けた。月経と「女は損」という考えとは直結して語られていた。自分自身と自分の体を大切にしたいという考えと、「損」「いやだ」という感情との折り合いをつけるべくあがいた女性は少数ではない。

それが少しずつ変わっていったのは、60年代から始まった「アンネナプキン」に代表される生理用品の発達だ。これが月経中の女性の動きやすさ過ごしやすさをサポートするようになり、今日に至るまで進歩し続けている。

さらに70年代には生理用品のコマーシャルが明るくテレビに流れた。これは大きな転機だった。月経が「日常的なこと」になったのである。「不浄なもの」との差はいかほどだろうか？

80年代に月経を迎えた世代には、それまでの女性の持っていた「暗さ」「重さ」が確実に減っている。月経には個人差があるが、痛くて面倒なものだ、というのは多かれ少なかれ、ほとんどの女性の実感だと思う。だが、別の言い方をすれば、確実にこの「実感」だけになりつつある、と言える。

そして今90年代、70年代に思春期をすごした親を持つ子どもたちが初潮を迎えつつある。ここにはすでに前世代の暗い月経観の継承は希薄だ。女性だけでなく、男性もだ。テレビのコマーシャルを見ながら育った男の子にも、「不浄」という感覚は理解できまい。

こうして、女性の体は女性の体に戻った。

体は体であって、それ以上でも以下でもない。少なくとも、他人から価値を付与されたものではない。そして体は自分のものだ、心がそうであるように。

白木屋の女性たちが命を賭して守ろうとしたものを、いまの女の子たちは最初から持っていないのだ。

4．70年代～90年代へ

時代論が、主として男性視点から語られるとき、それはかならずしも女性の「その時代」とは一致しない。女性にとっての時代論を簡単になぞってみよう。

たとえば、若者が目的を失って脱力した時代として語られやすい70年代は、女性にとっては〈兵どもが夢の跡〉とでも言うべきものだった。60年代の学生運動は「われわれ」という一人称複数を多用したが、その「われわれ」は主として男性のことだった。フランス革命の人権宣言がのちに男権宣言と批判されたように、なんの疑問も持たずにそうしていたのだ。だが、その男性的方法論が終わった後の70年代に何が起きたか、その一部は前節で述べた。この時代、フェミニズムは女性に「自分の体を知る」というごく身近なことから語りかけ、世界女性会議が開かれ、女性が男性とは別の独自の線上で思考し行動することが始まった。70年代フェミニズムはその声

高（に見えた）部分だけが表面的に誇張され、男性のみならず、下の世代の女性からも批判的な見方をされる今日このごろであり、またその批判はまったくはずれているとも言いきれないのだが、それでも、フェミニズムはもっと日常的・個別的なところに、確実に成果を残していると言える。それを改めて「イズム」と意識する必要のない自然さこそがそれが「成果」である証である。

80年代はいろいろな意味で過剰な時代だった。経済状況も然り、ファッションや音楽の傾向なども、攻撃的できらびやかだった。過剰さの利点は底上げだ。たとえばこの時代はアマチュア文化隆盛の時代とも言える。バンド・ブーム然り、コミック同人誌即売会の林立然り。それらは、数の点でも値段の点でも楽器がずっと入手しやすくなったことや、ワープロやオフセット印刷の普及でこれも技術の点でも値段の点でも本が作りやすくなったことなどに支えられている。

90年代……ここで80年代と90年代との境は必ずしも数字どおりでは考えていない。80年代のバブル経済が続いていた90年代初頭は、80年代的なもののフィナーレであったと言えるだろう。そして現在進行中の90年代の課題は、過剰性の遺産は何か、ということになっていくだろう。

ここではこの流れを、それぞれの時代の「キーウーマン」などを手がかりとして、具体的に文化の面から考えてみたい。

70年代のキーウーマンと言えば、音楽の荒井（松任谷）由美と中島みゆき、コミックの萩尾望都・大島弓子などがあげられる。

これらの人々をくくってしまえば、「女流」「女文化」という断りなしに、支持され影響力を持ったクリエイターであったということだ。

音楽の世界ではそれ以前に美空ひばりなど、「女」というくくりが無意味になるだけの実績を持った人が存在し、評価されていた。そういう点では表現者としての女性はある程度の地位を築いていたと言える。だが、作詞作曲など「作り手」の役割は圧倒的に男性のものだった。それが60年代の「シンガー・ソングライター」というスタイルのあたりから変わってくる。そして、荒井や中島は、自分の言葉を、自分のサウンドに乗せ、それが「女」という修飾句なしに「歌」として受け入れられ、そして今日に至るのである。職業に「女」と冠することの無意味さをフェミニズムは論理によって主張したが、彼女らはそのまま「シンガー」であり「ソングライター」だ。

そして彼女らの特徴は、そうしてメジャーになったことだ。たとえば60年代のロックシーンはカルメン・マキの存在抜きには語れないだろうが、彼女はマイナーなミズ・ヒーローだった。荒井・中島は、性別問わず、また年齢的にも広がりのあるファン層を持っている。「メジャー」ということは男性によって形成された社会通念と商業主義のなかで地位を占めたということだ。

また、萩尾望都・大島弓子らが新感覚派と呼ばれて活躍したこの時代には、男の子が少女漫画を読むことがごく普通になった。60年代は少年漫画隆盛の時代で、それを読む女の子も少なくなかったが、逆のケースはまずなかった。

彼女らは作品として優れたものを創り出し、そのことによって支持され影響を与えたのだ。70年代、フェミニズムは、女性向けの

雑誌やテレビ番組も男性が制作している商業構造に問題提起をし、同じとき、文化の面では女性が作り手の側にまわり始めていたのだ。

80年代は70年代の延長として、従来の「女」の枠とはちがった女性たちがメジャーな舞台に出始めた。

たとえば山田邦子。彼女に関しては、小倉千加子氏が『アイドル時代の神話』でまさに私と同じ評価をしていることに驚いた。70年代、権利を主張し、足手まといになるだけが女の能じゃない、と言っていたころ、小倉氏も私も思っていたのだ「女が笑われるようにならなきゃ本物じゃない」。

小倉氏はこう言う。「人が人を笑うのは、笑われる人がある高みから落ちるからであり、笑う側は落ちている人間によって心理的利得を覚えるからである」。

これは裏を返せば、落ちるべき高みにいない女は、落ちてみせることができない、ということである。山田以前の女性のお笑い芸人たちはどこかにペーソスとか、そういった下位者であることをカバーするものを付随させていた。

だが、山田は一人で、すかっと爆笑させるのだ。

これを小倉氏は「教室芸」と呼ぶ。山田が中学から女子校で、つまり女であることが下位者であることにならない社会ですごしたことを指摘する。そこで、同じ地面の上で女を笑うことのできる観衆（＝女）を得て、芸を磨いたのだと。

これは一つの正しい指摘だろうが、学校の外の女の子たちの社会そのものがそのように動きつつあったとも言えると思う。山田邦子は70年代後半に思春期をすごしている。自分の「女」についての暗さや重さが希薄になった世代に属しているのだ。そして、若い女が持つべきとされたある種の「羞恥」とも無縁だったのだ、笑わせる方も笑う方も。

ところで、山田をキーウーマンとすると、80年代以降の女の子たちの持つ特徴をほかにも見いだすことができる。

「教室芸」つまり「素人芸」だ。これは教室でウケた芸をそのままプロの世界に持ち込んだもののことだが、逆を言えば素人の世界にそれだけの芸が爛熟したのだとも言える。80年代は素人の時代である。バンドにしてもコミックにしても、そして最近規制されてしまった原宿の歩行者天国にしても、享受者も創造者も素人であり、さらに場を設ける者も素人である、という文化圏が、コマーシャルの文化圏とは別のところに存在するようになったのだ。かつてそういうものはプロへの前段階だったかもしれない。だが、それはプロにはない別個のものを創造したこともあれば、それをコマーシャリズムに乗せようという気もなく、ときにプロになってもその文化圏からは離れない、という素地ができてきた。

そしてこの、素人の場・素人がやるという発想が、女の子たちのフィールドになった。素人は「一人前」でなくてもいい。誰でも参加しやすい。そして文化の「主体」として動き始めていた女の子たちは、これをみずから楽しみ始めたのだ。

バンドといえばなんといっても男の子のものだったが、女の子のバンドもたくさんできた。ロックファンの女の子はいてもエレクトリックギターを買うのは圧倒的に男の子だったが、女の子が買うのもそう珍しくはなくなった。コミック即売会では創造者としても享

受者としても、量的にも質的にも性差はない。

さらに、レディースと呼ばれる女の子の暴走族も登場した。彼女らは男の子のバックシートから降りた。たかがゼロハンであったとしても、自分たちで走り始めたのだ。

「女には権利はないのよ、ドン、男たちが与えてくれたもの以外はね。男はずっと攻撃的で、力があって、この世界を動かしている。このつぎに大きな危機がやってきて男たちがうろたえれば、わたしたちの権利なんてものは消滅してしまうわ。（中略）女はただ生き残ろうとしているだけ。男の世界というマシンの隙間で、一人二人とばらばらに生きているの」（ジェイムズ・ティプトリー・ジュニア『男たちの知らない女』より）

80年代は過剰な時代だった。だから男たちが女に与えてくれる隙間も大らかで、「マドンナ・ブーム」など華やかな舞台もワザワザ用意してくれた。だが、それが終わればもう氷河期だ。

90年代は過剰な80年代のもたらした財産をどのように生かしていくかが課題となってくる。だが、女の子にかぎらず、90年代の文化の特徴は〈自然体〉にあるかもしれない。

山田邦子以来、「笑われる女」はテレビに定着し、「女を捨てた」と評されるタレントも複数いるが、この「女を捨てた」という表現の軽さはどうだろうか。60年代以前にはこの言葉には悲愴感があったろうし、70年代ならラディカルな思想性があったろう。だがいまは「女」という言葉そのものが、その「タレント」の前には軽い修飾句に過ぎない。「捨てる」べき内容がすでにないからである。

そして、山田邦子はそれでも当初はその特異な容貌で売り出したが、「美人女優」が「いわゆる美人女優」らしいスタイルで登場しているとはかぎらなくなった。ＣＭのＵＦＯ仮面ヤキソバニーの松雪泰子、あるいは山咲千里など、むしろ古風なくらい正統な美女の容貌を持ちながら、平気で「ぶっとんで」いるのである。

また、飯島愛は男性向けのセクシータレントとして出発しながら、自分のような者は芸人生命は短いと平気で言うし、オヤジのもの言いがいやらしいと平気でいやな顔をする。

こうした女性たちの感覚の変化を、ある視点から考えてみたのが、次節である。

5．さりげなく主体

90年代初頭、ジュリアナ東京の全盛時、お立ち台で踊る女の子たちがマスコミで取り沙汰され、「みずから過剰な露出度で踊る」ことが、不思議なこととしてとらえられていた。

「なぜ彼女らは平気であんなことをするのか」というアプローチがほとんどだったが、ここではまず「なぜそれを不思議だと思うのか」というところから始めてみよう。この「不思議」と思う感覚には二つあったと思う。一つは「女性が自分から下着や肌を露出する」ことに対する驚き。そして次の段階での、驚きは「下着や肌を露出しているのに、『男の視線』のためではない」ということだった。つまり、そこには「女性自身は下着や肌を露出したがらないものであり、それをするのは男性の要請にこたえたり、媚びたりするときである」という発想・感覚が基本にあったのだ。この発想と感覚は男性が持っていたのみならず、女性のものでもあった。

ここで思い返したいのは、「90年代に白木

屋の惨事は起こらない」説である。女性の体は単に女性の体になった。

そうなる以前は男性の種々の使用目的のために付加価値が施され、その付加価値を通してしか女性は自分の体を、さらには自分自身を見ることができなかった。だから、その線上で考えれば、その付加価値の分類に沿って、下着や肌を露出することは淑女から娼婦へ〈転落〉することであり、〈男の欲望を受け入れる存在〉になることだった。

こうした論理的分析はすでに70年代に終わっており、90年代の女の子たちはフェミニズムなんかうざったいと言いつつ、すでにそうした理論さえ必要とせず、自分の体は自分のものに決まっているのである。

ジュリアナにおいて、露出は装飾の一部である。彼女たちは自分を華やかに表現することを自分で楽しんでいる。

「楽しんでいる」と言えるのは、それが本人の意志によって選択可能なものだからだ。ジュリアナにいないとき、ある者はスーツを着ており、ある者はジーンズ、ある者はいつもボディコン……「派手な衣装で踊っている」からといって、なんらかの「一定の種類の女性」に規定できるものではない。共通項は「派手な衣装で踊るのが好き」ということだけだ。

男性はそこに自分たちの視線が不在であることにとまどう。女性が着飾るのは男性のためでなければならず、露出している女性は「男を誘っているのだ」という論理は痴漢の弁護のときにも使われた。そうではない、と女性たちが言語や論理で解説したとき、耳を傾けた男たちと傾けなかった男たちがいたわけだが、ジュリアナの光景は理屈抜きに、「女性は自分のために着飾って楽しい」という事実を膨大な数によって見せつけたのだ。彼女たちが「見せつける」などという言葉とも程遠い、そのことがある種の（多くの？）男性を驚かせたし、そうした感覚以前の女性をも驚かせたかもしれない。

男性の視線を、彼女たちがまったく無視したわけではない。適度なそれは、効果的なライトのように彼女たちを酔わせたろう。

ここでもう一つポイントになるのが「適度な」という基準だ。

かつて女性には性欲がないと言われ、あると言えばどんな男にもすぐやらせる、というノリで受け止められたものだ。女性が自分の性欲やセクシュアル・ファンタジーを自認するのに時間がかかったのは、それらをそのノリと切り放してからでなければ自分のものとできなかったからだ。

だがいま、そういう色合いの発言をする男性がいたとしたら、田嶋陽子のみならず、飯島愛からも「な〜に言ってんの！」と言われるだろう。田島がそれでも男性と議論しようとするのは前世代的インテリ的誠実な弱点であって、飯島なら一言でおしまいである。

こうした変化は「視線」の変化で説明できる。

かつて女性は「見られる」受け身の存在であった。受け身でしかなかったので、「見られる」ことの質は、「見る」主体である男性任せだった。

だが、いまや女性の感覚は「見られる」より「見せる」、そしてそれも「見せる」も「見る」側を基準としたものではなく、自分を基準にしたもので、「表現する」という言葉を軽くしたニュアンス、というのが近いかもしれない。

また、女の子ははっきり「見る」側にもまわり始めた。

この女の子の「見せる」と「見る」が融合したのが、70年代後半以来の女子プロレスの変化と生成である。女子プロレスはもともとお色気見世物で、フリークショー的風俗産業の一環のようなものだった。だから初期の頃は非力な女がつかみ合ってみせるだけのものでしかなかったのだが、76年のビューティーペアの出現で、状況は変わってくる。ビューティーペアは芸能的色彩を持ち、宝塚的な人気で女の子のファンをつかんだ。それから中高生の女の子のファンが急増し、84年のクラッシュギャルズのころには女子プロレスは女の子のものだった。そうしたなかで女子プロレスは、戦いを見せるショーへと変化し、きっちりとプロレスの型と技を持ったものになってくる。そして、80年代後半からは、男性のプロレスファンが女子プロレスを格闘技として評価するようになった。女子プロレスはもともとアメリカから入ったものだが、現在アメリカと日本とでは質も評価もレベルもちがっている。アメリカのそれが従来の延長線上にあるのに対して、いま日本で女子プロレスを見に行くのは、女性にしろ男性にしろ、格闘技ファンだ。

そして女子プロレス界には“最強の男”神取忍もいる。彼女は全日本柔道三連覇の実績を持つ実力派だ。「オトコ」というのが、そのスタイルの比喩表現であって、性別ともジェンダーロールとも関係ないのは誰もがわかっていることだ。そして神取は男だ！　と生物学的男性たちがほれぼれとその技を見ているのである。かつて東京オリンピックの「東洋の魔女」たちは爪を伸ばしてマニキュアを塗っていたという秘話がある。「わたしたちは体が大きくて、運動をしていて、男みたいだと言われたくなかった」という一種の悲愴感は、華美なジョイナーにも“最強の男”神取忍にも無縁のものだ。

いま、『anan』は「抱きたい男・抱かれたい男」の特集をしている。受け身だけでない女、抱かれるだけでなく抱く女、というのは70年代にはフェミニズムの命題であった。90年代には日常的ミーハー感覚で普通の女の子の読む雑誌に載っている。

ここで私が自分の授業のなかで見た女の子たちの感覚を一つ紹介したい。私は高校生年齢の生徒が通う専修学校で「国語」の授業を担当している。その高3にあたるクラスで、中城ふみ子のこの歌を詠んだ。

焼きつくす口づけさえも目を開けて
受けたるわれをかなしみたまえ

野暮を顧みず簡単な解釈をすれば、「恋に燃えながら、のめり込みきれない自分、それを恋人に訴えている」くらいか。「かなしむ」は「悲」であり「哀」であり、また古語の「愛しむ」であるだろう。内容の深みは知らず、この簡単な解釈は、生徒たちもできると思った。

ところが、わからない。なにがわからないかというと……

T「目を開けて口づけを受ける、っていう表現は、どんな気持ちのこと？」
S「相手の顔見たいんだよ」
S「顔見てキスした方が楽しいじゃん」
T「じゃあ、目を閉じてるのと、目を開いてるのと、くらべたら？」
S「目開いてる方が積極的」

S「目を閉じてるって、あんまりキスしたくないんじゃない？」
S「えー、わたしは閉じた方が好きだよ」
S「閉じてキスした方がロマンチックで、開いてる方がセクシー」

彼女たちにはすでに、口づけを「受ける」という感覚もない。この歌が読解できなかったのは学力の問題もあるのではという指摘も受けた。が、「学力によってはじめて読解できる」ということは、逆に言えば「自分の日常的な感性ではない」ということになる。

彼女たちのこうした感性は、男の子のそれと表裏である。かつて「かわいい」と言われて男性は怒ったものだが、30代つまり70年代に思春期をすごした世代以降は気にしない。男の子が眉を整えるのも流行っているが、男の子だって、おしゃれという形で自己表現するのを楽しむタイプもいるのだ（ちなみに『ａｎａｎ』の「抱きたい男・抱かれたい男」で、95年の上位に名を連ねているのは、「見られ上手」な男たちである。これはなかなかおもしろいのだが、別の論稿を待つ）。

もう少し年齢を下げて考えると、『セーラームーン』抜きに90年代は語れない。こうしたものは時代をきれいに反映する。

たとえば、『リボンの騎士』のサファイアや『ベルサイユのばら』のオスカルのように男装しているわけでもなく（「男装の麗人」の弱点が「女の心」にあるのはコメディアデラルテの喜劇もこれらの漫画も変わらなかった）、「女の子」の姿とノリのまま軽々と「ヒーロー」になってしまい、ヒーローであっても「普通の女の子」であるセーラー戦士たち。「いざというとき助けに来てくれる」憧れの男性タキシード仮面さまがいて、わくわくどきどきして、しかしその気分だけで、実は大して助けてもらっていなかったりする。女の子からみれば、おいしいところだらけの構造なのだ。ミニスカートとピンクがトレードマークのウサギちゃんには、「女の心」はぜんぜん弱点ではないのである。

かわいい女と強い女は両立しないかに言われた時代もあった。だが、ウサギちゃんはかわいくてかっこよくて、さらにきれいな男の子と、女同士の友情まで持っているのだ。

こうして上の世代がたたかってかちとった主体性を環境として、90年代の女の子たちは生きている。そしてこうしたさりげなさは、上の世代の女性たちも、この時代のものとして、いくぶんかずつ共有している。

6．だが問題もある

当然のことだが問題はある。この章は問題点を指摘することを目的としなかった。女性のことを語ろうとするととりあえず問題点から始めるのは必ずしも現実を浮き彫りにしないし、とくに若年層を理解しようとするときには逆効果だ。だから、示唆するにとどめる。

問題は大きく二点ある。

一つ。70年代以来時代を追って流れを見てきたが、20年や30年では問題が全部なくなることはない。というよりむしろ、「問題」というものは大多数が変化した後にも残るものである（だから、「問題」から全体を見渡すという方法は不正確になる場合もあるのだ）。さりげなく主体性を持った女の子たちだが、まだ男の子との間には格差があり、いざとい

うときに引いてしまう。たとえばベッドの上で、コンドームをつけてほしいの一言が言えない、というようなことさえまだ解決されたとは言えない。いまの女の子たちだって、まだまだ「女」をひきずっている者・部分も珍しくはないのだ。

もう一つは、さりげないから出る問題。「いまは女の子の方が強い」というおとなの嘆息を本気にとってしまうこと。そのため、女はいまでも「男の社会というマシンの隙間」で生きているに過ぎないという自覚や問題意識がない。男女の基本的体力差はかわりないし、法律や経済に絡む格差はまだ深刻である。大卒女子の就職が氷河期で、女性の平均賃金は男性の6割を割り、離婚もしくは未婚・非婚で子どもを認知して、母親が子どもを引き取っている場合、養育費を払っている父親は14%でそれに対する法的強制力はなく……などなど、女性が一人で生きていくときの保障がきわめて貧弱である状況など、自分の現実となるまで関心もない。

ただ、このさりげない女の子たちがまた、さりげなくしたたかであるのではないかと期待するものではある。

（木谷　麦子）

Ⅳ. 若者文化の諸相

1. リズムへの欲望 ——音楽・スポーツ・若者

はじめに

ウォークマンを聞きながらリズムをとる若者、ゴアテックスのウェアを着込みスノーボードを自在に乗り回す若者、街中にあふれるカラオケ・ボックスにグループではいっていく若者たち。若者文化の考察にとって、音楽とスポーツは欠くべからざるトピックスとなってきた。それは、履歴書の趣味の欄に、「○○音楽鑑賞」や「△△スポーツ愛好」と儀礼的に書く以上の意味をもつものとなってきている。本稿の課題は、そのような音楽文化とスポーツ文化が日常化していく内実を考察するとともに、そこに若者たちが求める意味やそれらの領域における行為者の諸類型を析出することである。なお、若者文化のなかでの比重の違いもあり、本稿では音楽文化のほうに多少重点をおいた論述をしていくこととする。それらの課題の考察を通して、音楽・スポーツと若者たちの生き方の間にはどのような連動性があるのかという問題に接近していくこともはかっていきたい。

(1) 音楽を呼吸する若者たち

日本の音楽文化は1960年代に大きな変容期をむかえた。その変容のスタートは若者文化の隆盛の時期と対応している。その後、若者たちの行動から異議申し立て的要素が薄れていき、彼らが高度消費社会の消費行動の主要な担い手に変質していく過程において、音楽文化はむしろ若者たちの生活世界のなかでの比重を増加させてきた。現在では、音楽が日常化したことに加え、各自のライフスタイルと密接に結びついたものとなっており、その多様化・細分化もいっそう進んできている。そのような多様化・細分化は若者たち自身がいくつかの類型のもとで、その担い手として進めてきたものでもある。ここでは、まず、そのような若者たちにとって音楽が日常化している状態をいくつかのデータから確認しておこう。[1)]

まず、最初に彼らが音楽をどのように意味づけているのかを見ておこう。3つまでの複数回答を許してたずねた結果では、音楽の意味づけでもっとも多いのが「雰囲気を作ってくれる」の70.4%であり、それに「疲れをい

注1) 東京都杉並区・兵庫県神戸市で無作為抽出された15～29歳の若者たち2,500名に郵送でおこなった調査にもとづいている（表1～3）。実施時期は、東京92年12月～93年1月、神戸93年7月、回収1,116票であった。なお、結果の詳細については、高橋勇悦監修・川崎賢一・芳賀学・小川博司編『都市青年の意識と行動』恒星社厚生閣を参照していただきたい。

やす」57.3%、「自分を励ます」52.6%、「空気のようなもの」41.8%がつづく（表1）。音楽が流れているのが「空気」のように自然であり、そこでは雰囲気を作ってくれる曲の世界にひたるとともに、自分を解放し、勇気づけてくれるような効果が果たされていることになる。

次に、音楽はどのよう場面で利用・享受されているのだろうか。その場面を問うと、回答選択肢のなかで比率の高いものは、「好きな音楽をテープに録音」71.3%、「好きな音楽のテープ・CD購入」68.1%の2つであり、これに「車に乗る時は音楽をかける」53.5%、「月1回カラオケにいく」45.6%、「週1回FM放送を聞く」40.1%が続く（表2）。小川博司は、これらの回答と他の設問との関連から、現在の若者たちにとって音楽が享受される状況を、a．カラオケ場面、b．ドライブ場面、c．バンド場面にわけている。そして、各々の場面は、カラオケ場面でよく音楽を享受するものはCDレンタルやテープ録音の設問と有意な相関をしめし、また、ドライブ場面でよく音楽を享受するものはFM受信やテープ録音と、バンド場面でよく音楽を享受するものはCD購入やヘッドフォン・ステレオの利用と相関をしめすと指摘されている［小川，1995a］［小川，1995b］。とくにバンド場面でよく享受するものはカラオケ場面と別の質をしめす層であることになる。これら3つの場面は、カラオケ場面＝音楽のユーザー、ドライブ場面＝音楽のリスナー、バンド場面＝音楽のプレイヤーと位置づけられ、音楽との接し方の3つの類型ととらえることができる。リスナーたる場面にはドライブ場面だけでなく、あまりにも一般化した個室での聴取場面をくわえ、個的空間でのリスニングとまとめてもよいかもしれない。

若者にとって音楽が重要なのは、それを聴

表1　音楽の意味づけ（3つまでのMA）　(%)

教養として大切	9.4	疲れをいやす	57.3
自分を表現	20.7	勉強などをはかどらせる	23.0
雰囲気を作ってくれる	70.4	空気のようなもの	41.8
自分を励ます	52.6	自分と仲間を結ぶ	12.7

表2　音楽利用のスタイル　(%)

ヘッドホンステレオの利用	35.3	特定の音楽家に夢中	29.6
月1回はCDレンタル利用	27.6	バンド活動	4.7
楽器を演奏	23.4	好きな音楽をテープ録音	71.3
週1回FM放送を聞く	40.1	年数回コンサート・ライブに	26.7
将来は音楽関係の仕事	5.7	月1回カラオケ	45.6
音楽サークルで活動	4.3	好きな音楽のテープ・CD購入	68.1
車に乗る時は音楽をかける	53.5	年数回ディスコに	7.3

表3　「周囲の人以外であなたに影響をおよぼした人」（領域ごと）　(%)

音楽	10.5	政治・経済	8.7	文芸	6.6	演劇・芸能	6.2
社会	4.7	スポーツ	4.4	アカデミズム	3.2	想像上の人物	3.1
美術	3.0	報道・評論	1.4	その他	4.6	不明・いない	43.5

取する意味、時間や場面の多さにとどまらず、歌詞の内容やミュージシャンの生き方を通じて、彼らの価値観やライフスタイルにかなりの影響をおよぼす場合があることにあらわれている。周囲の人以外であなたに影響をおよぼした人は誰かと一般的に問うた質問で、個別の名前をあげてもらった。その名前を領域ごとに整理してみると、音楽の領域が最も多く10.5％であった。不明・いないが43.5％いることを考えれば、名前をあげた人の５人にひとりはミュージシャンからおおいに影響を受けたと認めていることになる（表３）。個人名でみていくと、坂本竜馬、織田信長、徳川家康など歴史上の人物が上位をしめるなか、若くして死んだ尾崎豊の名が３位にはいり、他にも、チャゲ＆飛鳥の飛鳥涼、ドリームズ・カム・トルーの吉田美和など、ビッグヒットを飛ばしたミュージシャンの名があがっている［高橋，1995］。ミュージシャンは若者たちにとって現代の偉人なのでもある。

空気のようにいくつかの場面に浸透している音楽、若者たちはその音楽に自分の価値観やライフスタイルまでの影響をみいだすところまできている。そんなことがデータからは確認される。そのような音楽と若者たちの関係が形成されてくるまでの時間的経緯について、以下では検討してみよう。

（２）音楽文化の展開

１）1980年代以前

現代の若者たちにとっての音楽文化を考えるにあたっては、1980年代以降のその動向に直接は目を向ければよいであろうが、音楽と若者との関わりを考えるうえでは、それ以前の20年間ほどにも着目する必要がある。60年代・70年代における、その特徴を要約的にまとめれば次の３つになろう。

①ビートルズの登場とそれを引き金とするグループサウンズ・ブームやエレキ・ブーム。「失神」という言葉が当時の熱狂ぶりを伝えるキーワードでもあった。②異議申し立てからニューミュージックへ。ときに大学紛争と時期を同じくしたフォークソングやカントリーソングのメッセージ性の強い歌詞には体制や管理への異議申し立ての志向が色濃く表現されていた。しかし、その後、日常生活のひだを歌う叙情派フォークや四畳半フォークが登場し、異議申し立ての時代との対比で「私生活主義」と評される世界をつくっていった。その私生活主義とも関連しつつ、社会的メッセージの主張を前面にだすよりも音楽性を重視しようとする志向をもったものとしてニューミュージックが登場してきた。この時期、メッセージよりは音楽性を志向しようとしたミュージシャンたちの一部が、90年代においても音楽シーンをリードする存在となっていることは興味深い。③音楽の日常化。ディスコを起点に、アップテンポでサウンド志向の音楽にあわせるダンスミュージックが成立し、その後のコンサートやカラオケ・ボックスでのノリにつながる感覚が用意されていった。また、ＦＭ局の成立や高感度なラジカセとテープの普及によって、視聴者の側でエアチェックが可能になり、そこでの行動は後のレコードやＣＤをレンタルしての録音とみずからのセレクションによるテープの作製という行為の下地をつくることにもなった。

以上のようにまとめられる60年代・70年代の動きだが、音楽文化が全面展開する80年代・90年代との比較ではいまだ助走期に過ぎ

なかった。

2）1980年代

1980年代に大規模に展開をはじめ、若者たちの日常生活に浸透していく音楽文化を物語るものとして、ヘッドフォン・ステレオ、コンサート、カラオケの3つのトピックスに着目することができる。以下、それらがもつ意味にふれていこう。

①ヘッドフォン・ステレオ

ＳＯＮＹが「ウォークマン」という商品名のヘッドフォン・ステレオを売り出したのは1979年である。それは電化製品を個人でもつという個電化のはしりでもあった。ヘッドフォン・ステレオの登場初期にはそれが自閉的装置であるという批判がなされ、人々からコミュニケーションを奪うものだといわれた。そのような側面がまったくないとはいえないが、むしろコミュニケーションを必要としない自閉的環境こそが先に成立していたのであり、その隙間をうめるべくヘッドフォン・ステレオが登場し、若者たちの潜在的ニーズを顕在化させたと考えるほうが自然であろう。

一方、身近に持ち歩く装置たるヘッドフォン・ステレオの隆盛は私たちに環境音楽という発想をうえつけることにもなった。交通機関の音、商業的な広告音、遊戯施設の音など都市は音に満ちている。しかし、音が満たされていたとしても、それが本人にとって不快なものであるならば、それは雑音にすぎない。そんな音環境をみずからの好みの音に制御しかえしていくという側面がヘッドフォン・ステレオにはあった。頭蓋を好みの音で満たし、風景と音のドッキングしたサウンドスケープ（音風景）として周囲を視聴し感じていくこと、その結果、みずからの身体が宇宙であるかのように感じられる［小川，1990］。そんな効果がヘッドフォン・ステレオでは可能になった。好みの音を携帯する時代をヘッドフォン・ステレオは切り開いていった。好みの音の制御とその携帯という論点は、ヘッドフォン・ステレオが90年代半ばに携帯電話やＰＨＳが普及するための地ならし的機能を果たしたという仮説も成り立たせる。好きな人からかかってくるのは声という音なのだから。

②コンサート

テープの高品質化やＣＤの登場など、オーディオ装置と媒体メディアなどハード面の進展の結果、音楽は「いつでも・どこでも」同じ音を聴かせるものになってしまった。音楽の複製文化の一般的普及ともいえるわけだが、それは、アウラをおびた「いま・ここで」のライブ性の喪失と並行するものでもあった。そのことは、ミュージシャン本人の実身体と失敗をもふくめたパフォーマンスを確認できるコンサートの希少性を高めていくことになった。

地方自治体の文化行政への着目の結果あるいはバブル景気時の企業の文化投資の結果として、各地にコンサート・ホールが増設され、ミュージシャンたちは全国規模でコンサート・ツアーをおこなうようになってきた。さらに、大幅な観客動員は、日本武道館・西武球場・東京ドーム・横浜アリーナなど大ホールの完成やスポーツ施設の多目的使用などによって可能となってきた。もちろん、そこでの音質は期待できるものではなくなり、コンサートはむしろ「ひと汗かく」ためにノリにいくようなものになってきた。ミュージシャンにとってはどの会場でするかがステイタス・シンボルともなり、参加者からみればコンサートをお祭りとして楽しむ雰囲気が濃厚

になってきた。会場周辺で売られるグッズ群が、彼らを縁日の気分に盛り上げてくれる。ミュージシャンによっては、そのサクセス・ストーリーや音楽への思い入れによって、若者たちに生き方の手本をしめすような立場を求められるものも現れるようになってきた。その結果は、先にデータで確認したようなミュージシャンを準拠人としてあげるものの多さである。

コンサートの特徴は大音量にある。屋内であれば幾段にも重ねられ、屋外であればクレーン車でつりあげられるような大型ＰＡ装置が、その機能を発揮する。さらに、ホールの音の跳ね返りは残響となり、身体に対して後ろからも大きな振動が与えられる。その結果、前からも後ろからも振動を与えられた身体は反応を求められる。そのような振動に満ちたコンサートでは、ノっていくことがあたりまえの行為となっていく。会場につめた多くのものたちが演奏開始直後からあるいはミュージシャンが登場した瞬間に総立ちになり、こぶしをふりあげ、スタンディング・オベーションをして盛り上がっていく。ノッて立つのではなく、立ってノルというのが、コンサートでの若者たちの身体技法である。ヘッドフォン・ステレオでは内側からきていた音が、コンサートでは外側からやってきて自分の身体をつつんでいく。そこには身体的振動を通じて、ノリ自体を楽しむパフォーマーたちの共同体がある。

そのようなコンサートのチケットは、「チケット・ぴあ」など情報産業の電話予約などで入手することが一般化した。全国から電話回線でアクセスすることを可能にしたこの方法により、人気ミュージシャンのチケットは発売後１時間もしない間に完売するようになった。多くのものにとって、その間、電話回線はつながらず、つながったときにはチケットは完売してしまっている。電話という方法によって、可能性としてすべての人にチケット入手の道を開くことが、コンサートの希少性をさらに演出することになる。

③カラオケ

1970年代に遊興設備として離陸を開始したカラオケは、当初、カラオケ＝中年男性＝酒場＝演歌＝ヘタというような等式を成立させ、「おじさんカラオケ」としてスタートした。しかし、そのようなカラオケのスタイルは、1980年代にはいって大きく変化してきた。82年にビデオディスクやＣＤに媒体が変化し、音声のデジタル化とともに音と映像の合体が可能になった。映像に歌詞が表われ、歌うべきところで文字の色が変わっていく消し込み方式が一般化していくことになった。また、86年にはカラオケ・ボックスができはじめ、酒抜きでも歌うことができるようになり、歌うということが自立することになった。カラオケ・ボックスが各地にできることになり、それは予定して行くものというよりは、息抜きに、気が向いたから行くという気軽なものに変化してきた。そして、カラオケ・ボックスは、一般に時間単位の歌い放題という明快な料金システムをとり、割勘にすればかなり安くすみ、明るい雰囲気の個室は見知らぬ他者の目を気にしないで歌えるという、若者たちの人気をかちえる条件をそろえてきた。

そのような80年代以降のカラオケの隆盛は、コミュニケーション論的側面と音楽論的側面の２つから考察することができる。コミュニケーション論的側面から考察してみよう。ひとつに、カラオケの場は自己表現の場

でもある。どの曲を歌うかという選曲、また、どのように歌うのかというパフォーマンスによって自己が呈示される。そこでは、従来のイメージ通りの顔が呈示される場合もあれば、意表をついたもうひとつの顔が呈示され、そのことがウケをとったり、賞賛をあびたりすることになった。そのような自己呈示がおこなわれる間、他のメンバーは選曲リストをめくっていたり、リズムをとりながら画面に見入っていたり、お酒を飲んでいたり、隣席の人と話をしたりと、個々別々の行動をとっている。いわば、他人が歌うのをまじめに聞いてなくてもいい、そのような個々バラバラの行動を許容するカラオケは会話のなさを補う装置でもあり、それは家族におけるテレビの果たす機能と類似している。

カラオケの場合、誰が決めたわけでもない2つのルールがあるといわれた。a．ひとつのカラオケの場では同じ曲を歌ってはいけない。同じ曲を歌うことは優劣をつけることになってしまい、その場になじまない。誤って同じ曲がかかってしまった場合は即座にキャンセルされる。自己呈示は他人を出し抜いておこなわれるわけではない。b．他人が歌っているときは、間奏部分と曲の終わりで拍手や喝采をおくる。歌っている間は個々に行動していても、歌われない箇所ではその場にいてみんなが関与していることを演出するために拍手がなされていた。しかし、次第にこの合間と終わりの拍手はなされなくなってきているという。拍手による演出こそ他人行儀なのであり、カラオケ・ボックスに一緒に来ているということが親しさをしめしているのであり、無理やりの拍手は必要ではない。そんな拍手はオジサン宴会にこそふさわしいものである。同じカラオケを一緒に聞いて盛り上がるということよりも、同じ場所に一緒にいるということで集団帰属感は達成されていくのである。自己呈示という個人主義的要素をもち、ボックスで仕切られた集団行動という要素をもちながらも、個人主義とも集団主義ともいえないあいまいなバランスのなかにそれはある。私たちは、そのような状態を〈みんなぼっち〉と呼べるかもしれない［藤村，1996b］。

音楽論的側面からは次のことがいえる。まず、消し込み方式が一般化することによって、歌詞がディスプレイにでないと歌えなくなってしまった。そのことは若者たちのコンパでの歌の消滅と連動している。歌詞を記憶していないから、歌詞が表われないところでは歌えないのである。酒場でのコンパは話しのみに終始するしまりのないものとなっており、各種の批判をあびるイッキ飲みは若者たちが歌ではなくまとまれるわずかな機会なのでもある［藤村，1996a］。一方、カラオケ・ボックスで歌われる歌は、ノリとシャウトのなかで、振動による身体的快楽が重視され、そのことは歌のなかでリフレインされるサビ部分の重視につながる。サビが後半にあるのではなく、歌いだしから即サビにはいっていくような、曲の冒頭からノレる歌が好まれる。2年連続『日本ゴールドディスク大賞』を受賞した売上げNO.1のグループｔｒｆなど、小室哲哉プロデュースの楽曲は全編これサビといわんばかりのノリの良さをしめしているし、B'z、ZARD、T-BOLAN、WANDSなど、会社「ビーイング」を中心に売り出される楽曲は、ノリを誘発する音の組み合わせとして、完全に商品管理された音楽でもある。

（3）音楽享受の行為者類型と90年代の動向

1980年代にさらに音楽が日常的に浸透するようになった結果、70年代までの動向にくわえて、若者たちが音楽を享受するさいの、4つの行為者類型群がそろうことになったといえよう。その4つとは、リスナー、パフォーマー、ユーザー、プレイヤーである。

リスナーは基本的な音楽享受のあり方であり、個室での聴取やドライブ場面での雰囲気づくりなどにみられるものである。70年代のＦＭエアチェックや80年代のＣＤのレンタル利用の普及などによって、各自がセレクトした曲目・曲順で音楽を楽しむという趣向が確立した。パフォーマーとユーザーは明確に区別できるものではないが、ノリよくコンサートを楽しむものとして前者が、カラオケでの自己表現的な利用として後者がイメージされている。プレイヤーは文字通り、バンドなどを組んで演奏していくことである。60年代後半でのギターの弾き語りやシンガー・ソングライターの登場をきっかけとしつつ、コードという壁がすべての人をユーザー化させずにきたものが、手軽なエレクトリック・メディアの普及により、バンド形成は一定比率をしめしている。

90年代における、これらの4つの行為者類型の並列は、各世代の音楽との関係のありようの累積として、音楽世代論的にも考察できるかもしれない。音楽をみずから演奏するものとするプレイヤーの登場は団塊の世代に、各種のメディア装置やコンサート・ホールの完成ともあいまってリスナーとパフォーマーは新人類世代に、そして、カラオケ・ボックスの普及によるユーザーの成立は団塊ジュニア世代に対応するとも考えらえる。1960年代以来の音楽文化と若者たちの結びつきは、4つの行為者類型として音楽を楽しむということを可能にするまで、全面展開してきたといえるのである。

そのような行為者類型の成立ともあいまって、90年代の音楽文化は、すでに一部内容的には含まれている80年代の延長上にあるとともに、以下のような4点の特徴をより明確にしてきているといえるだろう。

a．音楽のファッション化。誰か特定のミュージシャンに入れ込むというよりは、複数のミュージシャンを状況にあわせて、季節にあわせて、ＣＤの発売にあわせて、記号のように消費していくようになった。その志向は「ノンセクトラディカル」との対比で、「ポリセクトライト」[小川, 1990] とも位置づけられる。カラオケでの、場にあわせた選曲が要求されることが、さらにその傾向を加速する。

b．振動としての音楽。ヘッドフォン・ステレオやコンサートに代表されるように、エレクトリック・メディアの一般的普及により、私たちは内から、外からの振動によって身体的快楽をえるようになった。声を出し、ノッていくということでの身体技法の再編成が、ディスコやダンス・ミュージック、コンサート総立ち現象、カラオケ・ボックスで果たされている。95年には、さらにラップ音楽が流行し、明治時代のオッペケペー節にも似て、日常感覚をリズミカルに歌う新たな表現形式ともなってきている。

c．メディア・ミックス現象の本格化。91年にＴＶドラマとのタイアップで、「ラブストーリーは突然に」「ＳＡＹ　ＹＥＳ」が300万枚に迫るビッグヒットを飛ばし、ＴＶドラマ・

ＣＭとの連動、カラオケ練習用ＣＤ購入という新たなミリオンセラーの売り出しスタイルが確立した。70年代前半の「およげたいやき君」「女の操」「黒ネコのタンゴ」などのビッグヒット以降、200万枚を越えるようなミリオンセラーは困難であり、音楽の多様化傾向がしめされてきていたのだが、全国民が口ずさむような歌が不在にもかかわらずミリオンセラーは造作もなく達成されるようになってきた。しかし、その場合でも多くは300万枚に達することはなく、高度消費社会の飽和点が100万枚から200万枚の途上にあることをしめしていよう。

ｄ．映像を前提とした音楽視聴。ＭＴＶやカラオケでの映像、ＴＶドラマやＣＭでのタイアップがあいまって、音楽は映像を重ねて聴くものになってきた。しかし、そこでは映像が流れているならなんでもよいという雰囲気もあり、歌にあわせての映像シナリオという形のものは不在である。通信カラオケで、異なる曲でも同じような映像が繰り返し表われることで、その様相は加速されることになった。歌だけで充分という歌謡曲番組はほぼ崩壊し、映像なしの３分間の歌に人々がたえられなくなっていることも注目されよう。

（4）スポーツ文化の展開と行為者類型

スポーツが私たちや若者たちにとってなじみ深いものになってきたのはいつ頃からだろうか。音楽と同様、その助走期を60年代に求めることができるかもしれない。ひとつには、その時期のビッグ・イベントとしての1964年東京オリンピックが日本のスポーツ文化に、それにとどまらず日本社会にもった意味の重さという点があげられる。東京オリンピックは敗戦から立ち直った日本を世界にしめす機会であり、国民がさまざまなスポーツに接し、日本人選手の活躍に沸くとともに、皇太子ご成婚につづきＴＶの普及がさらに促進されたメディア・イベントの機会でもあったのである。もうひとつ、60年代は子どもたちの好きなものが「巨人・大鵬・卵焼き」とあげられる時代でもあった。巨人のＶ９，大鵬の優勝32回、さらには釜本邦茂ひきいる日本サッカーのメキシコオリンピック銅メダルなど、その後スポーツ史において長く語られるスーパースターが活躍した時代でもあった。60年代から1972年の札幌オリンピックまでのスポーツ界の動きは、日本の高度経済成長期の期間ならびにその社会的風潮とも重なり、多くの人々の記憶にやきつけられることになった。

そのようなビッグ・イベントとスーパースターの60年代の経験を経て、70年代以降、「見るスポーツ」いわゆるスペクテイター・スポーツが次第次第に定着してきた。それにひと役買ったのはＴＶ中継である。定番である夜のプロ野球中継や春夏の高校野球にとどまらず、ゴルフ、テニス、マラソン、駅伝、競馬など、日曜日にはチャンネルを回すのに忙しいという状態がつくりだされることになった。スポーツ中継はＴＶ放映をする側から見れば安定して視聴率をかせげる一方、スポンサーとなる企業側からは冠大会や企業選手での大いなる宣伝効果を期待できるものでもあったからである。娯楽にＴＶ視聴をあげるものが多い日本において、ＴＶでのスポーツ観戦は手軽な息抜きでもある。そのようなテレビでのスポーツ中継の進展はメディア論的に考えても、現場が重要でメディアが伝えるものは虚像にすぎないというオリジナル＝コピー論の発想に疑問を呈するものとなった。

マラソンなどを代表例として、現場にいても試合や勝負の全体像はわからず、テレビの前の視聴者のほうが全体像がよくわかっているという現象が日常茶飯事化してきている。

そのようなＴＶで「スポーツを見る」スペクテイター的行動は若者に限らず日本全体のなかで進行している事態であるが、各地でのスタジアムの整備もあいまって、若者たちは皆が群れ集う場所として現場でのスポーツ観戦にかけつけるようになってきた。そこでおこってきたのが、スポーツ選手のプレイを見て楽しむという行動から、現場での応援自体をパフォーマンスとして楽しむ行動への変化である。スペクテイターであったはずの観客（オーディエンス）はパフォーマーに変化してきているのである。フェイス・ペインティングをしチームフラッグを振り回すＪリーグのサポーターたちの応援や、プロ野球ヤクルト・スワローズ応援団の傘ふり東京音頭、阪神タイガース応援団の六甲おろしの歌唱など、さらには盆踊りの輪にはいるのと等価ともいわれるスタジアム全体でのウェーブなど、祝祭空間としてのスタジアムはパフォーマンスの共同体と化していく［杉本,1995］。そこにあるのは、ゲームをおこなう選手たちが主役で、それに声援をおくる受け身の観客がいるという設定ではなく、ゲームを楽しみながらも、選手やゲームと対等の形で、主役として応援という形式を使って自己表現をするパフォーマーたちがいるのである。「サポーターは12番目の選手」という言い方はその対等な主役性を象徴する言葉でもある。パフォーマンスはスタジアムにおいておこなわれ、その現場にいかなければ、その楽しみは味わうことができない。ＴＶ中継などメディアの媒介によって失われたアウラを求めるという意味では、スタジアムとコンサートは若者たちにとってほぼ等価といってよいであろう。

実際に、観戦やメディア視聴がおこなわれているスポーツをデータで確認してみると、３つほどのことが指摘できる（表４）。第１はプロ野球が全体でも20代でも50％台と比率が高いことであり、いわば日本文化のなかでプロ野球の位置を考察する必要のあることがわかる。第２には、プロサッカーリーグ・Ｊリーグが93年に発足したこともあって、観戦・メディア視聴の対象としても、その比率が伸びてきており、とくに20代では47.0％と、全体での比率21.7％の２倍を越える数値となっている。その結果、プロ野球とＪリーグは若者たちのなかでほぼ拮抗する人気をしめるようになった。ただし、Ｊリーグ・ブームはこのデータの調査年の94年以後沈静化しているといわれ、ブームのピークの数字として理解すべきかもしれない。第３には、20代のものでテニスが8.0％と５位に登場していることであり、後に述べるように「するスポーツ」としての人気の高さと対応するような形で、観戦や視聴がおこなわれているといえよう。

従来スポーツは、学校教育の伝統もあり、“精進”“根性”や“人格陶冶”との兼ね合い

表４　観戦やメディア視聴するスポーツ　（％）

全体	プロ野球	59.0	大相撲	48.0	サッカー	21.4	バレーボール	10.1	マラソン	7.8
20代	プロ野球	53.0	サッカー	47.0	大相撲	16.1	バレーボール	12.9	テニス	8.0

中央調査社「人気スポーツに関する意識調査」1994.4 全国20歳以上1,408人

で、スポーツというよりは体育という側面が強調されて語られてきた。それに対して、メディアの進展が「見るスポーツ」という側面をきわだたせ、スポーツを私たちにとって魅力的なものとして登場させてきたのだが、日本全体が豊かさを享受する高度消費社会の時代になって、余暇の一領域として、健康という目的に向けて、格好の消費対象としてなどいくつかの要因がからまって、「するスポーツ」へも私たちは誘なわれることになった。1960年代のボウリング・ブームなどを走りとして、手軽に楽しむスポーツとして、70年代のママさんバレー、80年代にはいってのジョギングやエアロビクス、90年代にはいってのアウトドア・ライフなどが順次流行のターゲットとなった。そのような流行の動きとも関わりながら、ここ20年ほどテニスとスキーは人々の希望の集中するスポーツでもあった。若者にとってテニスとスキーは多面的な機能を果たすものであり、それらを服装のファッションであるいはそれ自身趣味のファッションとして楽しんだり、男女の出会いの場として恋愛やアバンチュールを求めたりがそこでの働きでもあった。スポーツ・ウェアにもファッション界のブランド商品が押し寄せる一方、そのスポーツ・ウェアが格好の良いタウン・ウェアとして日常的に着られるものになってきた。さらには、スノーボードやマリン・スポーツなど、スピード感・リズム感を求めて、若者たちが求めるスポーツ群は新展開してきてもいる。彼らは、決して一流のプレイヤーをめざすわけではなく、イメージの良いもの、交際の道具となるものとして、スポーツを手軽に楽しみ、みずからの日常のアイテムとしてきている。その意味で、彼らは単純に身体を動かすというレベルを越えて、ファッション性やイメージ性をふくむ広くとらえてのスポーツ文化のユーザーであるといってよいだろう。

「するスポーツ」はデータ的にはどのような位置づけができるだろうか。実際におこなったスポーツを見てみよう（表5）。全体での比率と20代の人たちの比率を比較してみると、全体での1位ウォーキングが24.3%であるのに対し、20代での1位ボウリングは42.5%をしめており、20代の5位・軽い水泳が27.2%とようやく全体での1位の数値と接近してくる。「するスポーツ」に関して20代の人たちでの比率の高さが目につき、若者たちが「するスポーツ」によく接していることがわかる。次に、20代のもののなかで上位3位までにきているボウリング、海水浴、スキーは友人・恋人などとのつきあいの一方法としてのスポーツの位置づけをよくしめしており、同時にスポーツが彼らにとって手軽なファッション的要素をもったものでもあることを暗示させる。データからも、イメージと交際道具としてのスポーツという側面が確認される。

「するスポーツ」の頂点に立つのが、プレイヤーのなかでも選ばれたスポーツ・ヒーローたちである。しかし、ここ30年間ほどのス

表5　おこなったスポーツ　(%)

全体	ウォーキング	24.3	体操	21.1	ボウリング	18.5	軽い競技	18.3	海水浴	13.3
20代	ボウリング	42.5	海水浴	37.5	スキー	35.0	軽い競技	34.7	軽い水泳	27.2

総理府「体力・スポーツに関する世論調査」1994.9全国20歳以上2,211人

ポーツ文化の展開は、ヒーロー像の変遷をともなっていた。王や長嶋、大鵬のスーパー・ヒーローの時代から、田淵、原、江川といった戯画化されつつ愛されるスポーツ・タレントの時代へ、そして今また、イチロー、野茂(NOMO)、ノルディック・スキー複合の世界チャンピオンの荻原健司選手らのような高度な専門性を競うプロフェッショナル・ヒーローの時代へと、時代の大きなうねりのようなものとして、人々の沸き立つ対象は変化してきた。王や長嶋、大鵬の時代には、彼らが想像を絶するプレイヤーであるがゆえに、求道者的ふるまいを求められ、皆の理想像として倫理的な言葉をもって語られた。しかし、高校野球をはじめとする女子学生のおっかけが一般化する70年代後半以降の時代に求められたのは、アイドルになりうるスポーツ選手であった。好プレイと珍プレイをともにこなす、近づきやすいタレントが必要とされたのである。それは、スペクテイター・スポーツの確立にともなう、プレイヤーの側とスペクテイターの側の相乗的な変化であったのかもしれない。その時代すらも越えて、90年代にいたり、スポーツがスペクテイトされ、スタジアムでパフォームされることがあたりまえになった時代に、むしろ、プレイヤーたちはみずからをラクな形で維持するために、スポーツそれ自身を楽しみながら、何かの代名詞としてではなくプレイするようになってきている。注目されてつぶれてしまうのではなく、注目されるほど、状況を楽しみ、逆に競技に集中し、最高の力を発揮していく。いまや、イチロー、野茂、荻原選手ら、自意識過少のヒーローたちの時代となったのである[小谷, 1995]。彼らはスポーツをスポーツとしてのみ楽しみ、最上のプレイヤーとしての結果を出しているにすぎないにもかかわらず、90年代の日本社会の閉塞状況は、彼らにその突破口となる人物像を見ていることもまた確かである。

以上、見てきたように、スポーツ文化の展開においても、若者たちの日常生活のなかに必要不可欠のアイテムとしてそれが浸透していくとともに、スペクテイター、パフォーマー、ユーザー、プレイヤーという行為者類型を成立させるところまできているのである。

(5) まとめにかえて ——〈リズム〉の社会学に向けて

私たちは、音楽文化とスポーツ文化の領域において若者たちの享受の仕方を行為者の4類型として確認してきた。音楽文化においては、リスナー、パフォーマー、ユーザー、プレイヤーの4類型、スポーツ文化においては、スペクテイター、パフォーマー、ユーザー、プレイヤーの4類型である。2つの領域におけるこれらの類型は並列的にほぼ重なるものと考えてよさそうである。注目すべきは、このなかで音楽やスポーツが若者たちの日常生活に浸透した結果、パフォーマーやユーザーという新しいカテゴリーとそこでの行動を成立させてきたことである。それは、プレイヤーとリスナーあるいはスペクテイターという、ときには主体・客体として役割分離されがちな行為者ではなく、みずからが当事者として音楽やスポーツを享受する行為者という、文化享受の異なるあり方をしめすことにもなったのである。

1960年代以降の若者文化がしめしてきた方向性のひとつは、思想や言語への不信であった。重厚長大から軽薄短小へといわれる、その動向は、軽やかに戯れるコミュニケーショ

ンと距離をとったコミュニケーションを求めていくこととなった。核家族や学校での同学年など、同質性をおびた集団での軽いコミュニケーションを前提として成長してきた若者たちにとって、その延長上にあるのが、ノリやリズムにもとづくコミュニケーションである。若者たちにとって、音楽やスポーツはそれを端的にしめす行為領域であった。具体的には、飲み会でのイッキ、スタジアムのウェーブ、コンサートの総立ち状況などがそれにあたる。ノリやリズムは軽やかに戯れるコミュニケーションを加速させるとともに、一方でそれは慣れなさや異質性をおびた距離をとったコミュニケーションを一気に突破する。そこでおこなわれているのは、相互に波長をあわせる関係である。A.シュッツは、音楽を共同創造過程と位置づけ、そのなかで波長をあわせる関係は、「他者の内的時間のうちの諸経験の流れを相互に共有し合い、生ける現在を共に生き、この共に生きることを『われわれ』として経験することによって確立される」と述べている［Schutz, 1964=1991, 240-241］。ノリやリズムにもとづくコミュニケーションは身体を使う共通行為によって熱中した「われわれ経験」を提供してくれると考えられる。高度消費社会が用意した、パフォーマーやユーザーという新しいカテゴリーの成立がそのようなリズムにのっていく行動を容易に可能にしたといえよう。

コミュニケーション不全と称される時代に若者が求めるメタ・コミュニケーションは、「群れながらひとり」という〈みんなぼっち〉的なコミュニケーション［藤村, 1995b］と、「性（エロス）」と「振動（リズム）」によって達成される相互同調的なコミュニケーション［西原, 1995］なのかもしれない。ただし、そこで求められているものは、自我論の側面から見れば、一貫したアイデンティティへの希求というものより、瞬間的な生きる感覚の確認という程度のものになってきているのであろう。また、社会関係の側面から見れば、そこでの相互同調関係も、瞬間的なわれわれ関係といえ、その場とともに消えいくものともいえる。

若者たちが音楽とスポーツを通じていわば〈リズム〉を求めるということが、現代社会での生きづらさを象徴するものなのかどうかについての結論は保留される。ひとまず、〈リズム〉という概念を用いることで、音楽文化とスポーツ文化を同じ視角のもとで検討することが可能になるばかりでなく、それにとどまらず、生き方の希求というひとまわり大きい文脈で考察することの必要性を私たちに提起するといえよう。本稿はその提起までで終わる。

（藤村　正之）

〈参考文献〉

藤村正之　1995「〈現実〉規定形式としてのメディア」門脇厚司・宮台真司編『異界に生きる少年・少女』東洋館出版社、159-186

藤村正之　1996a「〈みんなぼっち〉のコミュニケーション」『月刊少年育成』1996年5月号、大阪少年補導協会、近刊

藤村正之　1996b「〈みんなぼっち〉の世界」藤村正之・富田英典編『〈みんなぼっち〉の世界』恒星社厚生閣、近刊

小谷　敏　1995「世紀末の若者たち」『教育総研年報95』国民教育文化総合研究所、211-220

宮台真司・石原英樹・大塚明子　1993　『サブカルチャー神話解体』パルコ出版
西原和久　1995　「シュッツと『音楽の現象学的社会学』の意味」『現象学年報』10、日本現象学会、33-48
小川博司　1990　「聖なるものとしての音楽」高橋勇悦・藤村正之編『青年文化の聖・俗・遊』恒星社厚生閣
小川博司　1995a「青年の音楽生活」高橋勇悦監修・川崎賢一・芳賀学・小川博司編『都市青年の意識と行動』恒星社厚生閣、81-93
小川博司　1995b「音楽化社会における仕事と遊び」『岩波講座・現代社会学20　仕事と遊びの社会学』岩波書店、115-130
Schutz,A., 1964=1991 Collected Papers Ⅱ（「音楽の共同創造過程」『アルフレッド・シュッツ著作集3　社会理論の研究』渡部光・那須壽・西原和久訳、マルジュ社）
杉本厚夫　1995　『スポーツ文化の変容』世界思想社
高橋勇悦　1995　「青年の準拠個人」高橋勇悦監修・川崎賢一・芳賀学・小川博司編『都市青年の意識と行動』137-154

2．素人による文化圏――コミック同人誌即売会から見た創造と消費

（1）商業ベースとは別個の市場の成立

80年代は経済的にもある種の過剰性を持った時代だった。それを世間は「バブル」と呼んだ。そうした過剰さが生み出すものは一見過度にきらびやかではかなくも見えるものだが、過剰さにいいところもある。それは余分な文化が生まれることであり、余分な人々が文化創造・享受することである。

「文化人」という言い方があるように、文化はある一定の社会的・経済的・知的ステイタスを持った者の間で創造・享受されるものだ、という感覚が存在した。もちろん「文化人類学」というように用いられる「文化」の意味はこのかぎりではなく、あらゆる風俗習慣を含んでいる。しかし一般にはある「ジャンル」で認識できるものを文化と呼んでいる。

そして、そういう文化にはある「階層」が存在した。

一つは「芸術」と「大衆文化」である。文芸には純文学と大衆小説という分類があったし、音楽なら明治以降はヨーロッパ古典音楽が前者で、それ以外は後者だった。美術では絵画とイラストレーション。映画は、近代になってから誕生し、後者から出発して、前者の方にまで評価を広げたものだ。

だが、現代はこの境界が曖昧になって、上位文化と下位文化の区別なく享受する人がごく普通になっている。かつて尾上柴舟が「短歌滅亡論」を唱えたとき、短歌は滅びるか、という新聞アンケートに芥川龍之介はこう答えている。「斎藤茂吉のような歌人がこれからも出れば、滅びないだろう」。要はジャンルの形式の問題ではなく、実のある作品を生み出す才能が出るかどうかだ、ということだが、短歌は今日まで生き残っている。問題は、その作品がおもしろいか、いいものか、自分に合うかということなのだ。

もう一つの階層が「プロ」と「アマ」である。

この境界は、前者が職業的、後者が非職業的（＝趣味）ということになる。ただ、たと

えば短歌などは歌人と呼ばれる人でも、それで「飯を食って」はいない。斎藤茂吉も精神科医だったのだ。ここではもう一つ、「レベル」と「評価」がつけくわわる。つまり「プロ」と認識されるためにはそれなりの「レベル」が必要であり、また、（多くの人に）高く「評価」されることが必要なのである。

そして文化が語られるとき、「プロ」の生産した文化を基準に語られることが多いが、実際にはどのジャンルでも「アマ」の文化の広がりにはかなりなものがある。80年代に注目されたバンド・ブームなどをはじめとして、商業ベースとは別の線上に存在する文化圏は随所に存在する。

こうして、二つの意味での階層をなくした文化を考えるのに、ここでは、コミック同人誌即売会を中心に見ていこうと思う。

これは、二重の意味で、従来の「階層」では下位の側にあったはずのジャンルである。

まず「まんが」は下位文化の代表のようなもので、ひっくるめて俗悪というらく印を押されてきた。だが、日本のまんがは膨大な読者層と生産量を持っている。どの文化でもこうした裾野の広さは、「俗悪な」ものも生み出すと同時に、完成度の高いものの出てくる土壌にもなるものだ。かくてまんがの世界はその斎藤茂吉や与謝野晶子を輩出し、一言でくくれないかなり多様なものになった。

作品は多様化し、享受者の側は自分に合ったものを選択する。

かつてまんがの価値を説明するのに、「芸術の域に達した」と表現する人もいた。だが、娯楽を旨とする文化を「下位」に閉じ込めきれなくなったいま、まんがはまんがのままに一つの文化として成立している。

まんがが特に好きだという子はじつはそれほど多くはないかもしれない。だが、アニメを含めて、まんがに触れずに育つ子どもはまずいないといっていい。そういう意味で、まんがはもはやベーシックな文化である。

そのまんがのなかで、同人誌は素人のものであるということで、従来商業作品の下位におかれてきたものだが、ここのところ、同人誌は一つの文化圏を作っている。同人誌のファンというのも一つの層を作っている。

（2）まんが大国ニッポン

同人誌の話に入る前に、商業ベースのまんが文化の大勢を鳥瞰する試みをしてみよう。

あるアメリカの映画監督が来日したとき、テレビでインタビューを放映していた。そのとき、日本の識者が彼にこう聞いた。「日本映画の低迷は何が原因だと思いますか？」。するとその監督は破顔一笑して言ったものだ。「日本映画は低迷なんかしていない。『風の谷のナウシカ』や『アキラ』があるじゃないか！」。喜々としてそう叫んだ彼を、識者は何ともいえない顔で見つめていた。「だってそれはまんがじゃないか」と思ったのかもしれないし、あるいはそれらのタイトルすら知らなかったのかもしれない（ちなみに二つともアニメーション映画である、念のため）。

この監督はジョージ・ルーカス、『アメリカン・グラフィティ』『スターウォーズ』などの監督である。彼は黒沢明のファンで、撮影資金に窮していた黒沢を、スティーブン・スピルバーグらとともに支えて、『乱』を撮らせたという逸話を持つ人物でもある。

日本人はよく「世界のクロサワ」と言いたがる。それをいうならば、「世界のミヤザキ」

であり（宮崎駿『風の谷のナウシカ』脚本・監督）、「世界のオオトモ」（大友克洋『アキラ』原作・監督）なのである。カンヌで賞はもらっていないが評価は高く、大友は今度アメリカの出版社の招きで『スーパーマン』のコミックを１冊描くそうである（「世界のＮＯＭＯ」というのも日本人は大好きだ）。

この話を持ち出したのは、文化の階層制のなかでまんがを切り放して低く評価する時代じゃないよ、という例なのだ。ルーカスはしょせん娯楽監督ではないかという声も聞こえそうだ。だが、『七人の侍』こそ、娯楽映画の王道であり、あの時期の研ぎ澄まされた大衆性こそが、黒沢のクロサワたる所以なのだ。

いま、まんが文化圏には大別して二つの媒体がある。紙媒体（雑誌・単行本）とアニメーションだ。この二つはたがいに関わり合いを持ったり、別個に動いたりしている。たとえば宮崎は、『ナウシカ』のほかに『となりのトトロ』『カリオストロの城（ルパン３世）』などを撮っている。この人は『ナウシカ』に関しては紙媒体でも書いているが、もともとアニメーションの人である。大友克洋は紙媒体のまんが家で、『アキラ』もまんがのアニメーション化ということになる。また、押井守は『うる星やつら』などのアニメーション監督だが、『赤い眼鏡』などの実写映画も手がけた。

ここ十年ほど子どもたちには欠かせない作品となった藤子不二夫の『ドラえもん』は、雑誌連載のまんががテレビアニメ化されて両方の媒体で親しまれている。これは現在ではメジャーな作品では一般的なパターンだと言える（ちなみに世界で一番売れている本は聖書、二番目が『ドラえもん』だそうである）。

もちろん、一方の媒体だけで、その媒体の特性を生かした形で享受されている作品も多数ある。

紙媒体のものもアニメーションも、幼児向けのものから少年向け、少女向け、成人男性向け、成人女性向けと大別できるが、しかもそれらの分類はかならずしも読者層とはイコールではなく、単にジャンルの名称と考えた方がいいかもしれない。また内容も、娯楽性の高いもの、カルトなもの、批評性のあるもの、ナンセンスなものなどさまざまある。

現在の紙媒体のまんがのスタイルは、基本的に手塚治虫が完成したものの子孫であると言える。つまり映画的手法を持ち込んだ動きのある画面構成とドラマ性を持った〈ストーリーまんが〉だ。その一方で、四コマなどのいわゆる〈コマまんが〉も80年代ごろから、新境地の作品を輩出している。

また雑誌にしても、大部数のメジャー指向・商業主義のものから、少部数のマニアックなものまで、さまざまある。

というわけで、形式的にも内容的にも質的にも、幅は非常に広い。

さらにほかのジャンルとの関わりもある。紙媒体とアニメの相互の関わりにはすでに触れたが、テレビアニメの主題歌に人気歌手の曲を使うことが普通になり、音楽業界とも関わるようになった。たとえば『スラムダンク』のZARD、『地獄先生ぬ～べ～』のB'zなどで、これはＣＭやドラマの音楽での同様の傾向と同じく人気の相互作用を狙ったもので、実際成功しているようだ。ファミコン、おもちゃとの連携も大きい。

また、テレビのドラマにも、まんがを原作としたものがいくつもある。最近では『ザ・

シェフ』『イグアナの娘』などか。

『美味しんぼ』はもともと紙媒体のまんがだったものが、アニメにもドラマにもなって放映された。またこのまんがは、ここ数年のグルメ・ブームの火つけ役とも言われている。人気番組でエミー賞候補にもなった『料理の鉄人』も、その系譜に生まれたものかもしれない。

また、大学の獣医学部を舞台にした『動物のお医者さん』（佐々木倫子）が連載されたときは、獣医学部の受験者数がはね上がったという。バスケット部の入部者が増えたと思ったら『スラムダンク』（井上雅彦）が、卓球部が人気だと思ったら『稲中卓球部』が連載されていた。現在サッカー黄金世代と言われている選手たちは、『キャプテン翼』（高橋洋一）の最初の連載のときに少年時代をすごしている。

たとえばバスケット人気は、ドリームチームなどＮＢＡブームとも連動しているわけだが、井上雅彦はデビュー作ですでにバスケットを描いている。これは作者の趣味と時代の傾向が一致したところで作品が商品化され、それがブームを形成した形だ。佐々木の獣医ものにいたっては、世間に獣医ブームの兆しがあったわけではない。たんにこの作者が無類の動物好きで、用もないのに作中に動物を出してくるので、編集者がいっそ動物の話にしたら、というところから始まったものだ。

もう一度海外に目を向けると、そこでの浸透度もかなりのものだ。

アジアでは紙媒体もアニメも日本のものが大人気で、フランスのテレビでは朝から〈うさぎちゃん〉が「je shuit seler moon」とやっているようにヨーロッパでも高い視聴率を取っている。『ドラゴンボール』（鳥山明）は日本でも絶大な人気を誇ったが、海外でも同じらしい。アメリカのコミック・ファンの間では「ジャパニメーション」という造語が生まれたと聞いたのは10年前の話で、最近のアメリカの〈おたく〉は「アニメ」と言うそうだ。さらにこの章のテーマであるコミック同人誌文化もアメリカには伝わっていて、こうした日本の同人誌のことを語るのに、相手がまんがファンならば、「fanzine」と言わなくても「ドージンシ」と言えば通じるそうである。

また逆に、日本でもごく少数ながらアメリカン・コミックス（アメコミ）やヨーロッパのカーツーンのファンもいて、専門店もある。アメリカのアニメーションはテレビでもふき替えで流れているが、紙媒体のものが翻訳されることはまずないと言ってよく、これらは原作の輸入である。

逆に、日本の紙媒体のまんがが海外で翻訳されているケースは多い。横書きの言語が多いわけで、本の開き方にあわせてページを左右反転させて印刷し、流れが左から右になるように作り替えて横書きのセリフを入れている。絵が逆になってしまうわけで、作者としてはあまり気持ちのいいものではないようだし、登場人物がほとんど左利きだったりするわけだが、それで売れているのである。こまかいことだが、アメリカではコミックはカラーなのが普通で、日本のまんがを輸入するとあちらの業者がアメコミ風の色をつけて出版する。日本まんがの通のなかには、「せっかくの美しいペンの線が消える」と不満な人もいるそうだ。

さて、このように、鳥瞰すれば果てしない広がりを見せるまんが文化圏のなかに、同人

誌文化は根づいている。これは商業ベースでは消費者である人たちが、創造者の側にまわるという点で、特徴的なスタイルを持っている。

（3）同人誌即売会の流れ

いま「同人誌」と言えば、それは即売会で売っているような「同人誌」のことだ。

私の教室で、こんなことがあった。

T「梶井基次郎が自分の同人誌を島崎藤村に送って……」

S「梶井基次郎って、オタクだったの？」

オタクと言えばオタクかもしれない……とへんなところで納得してしまうのだが、つまり「当時同人誌というのは」と時代説明が必要なのである。

同人誌即売会とは、同人誌を売りたい人たちがブースを並べ、買いたい人たちがそこに買いに来る、というもので、それを主催する者がいて存在する。諸費用は、同人誌を売るブースを取る者が支払う参加費と、それ以外の参加者が支払う入場料（パンフレット購入である場合が多い）で賄われる。

コミック同人誌即売会の老舗は、1975年以来開催されている〈コミックマーケット〉である。これは〈コミケット〉〈コミケ〉と略称され、現在は８月と12月の年二回の開催で（〈夏コミ〉〈冬コミ〉）、それぞれ二日にわたって行なわれる。延べ参加者数は25万～30万、全国から集まる。初期は参加サークルもまだ少なく、大学漫研などが中心だったが、現在は個人を基本にグループやユニットなどの参加が主流である（こうした参加単位を〈サークル〉と総称する）。

〈コミケ〉以後、コミック同人誌の即売会は目覚ましく増えた。

一つはオフセット印刷が発達し、ワープロも普及し、比較的低価格で手軽にきれいな誌面作りが可能になったこと。また印刷所の側も、同人誌は新たな顧客層だったから、技術的にも価格的もに対応するようになっていった。

同人誌即売会は社会規模の文化祭のようなもので、主催者は実行委員会を名乗っている。巨大化したのちは会社組織になったものもあるが、そもそもの「スピリット」はアマチュアのそれである（むやみな会社化には参加者からの批判があったりする）。

つまり、即売会を開きたいと考えれば、誰でも開くことができるのだ。会場の用意や参加サークルの募集などの実務能力と、とりあえずある程度の資本などは必要だが、規模を広げすぎなければ、できることである。

こうして、80年代には即売会は全国に広がった。最初の〈コミケット〉は東京で、大規模なものや種類が豊富なのは東京と大阪だが、規模を問わなければ即売会は全都道府県に存在したし、かなりの都道府県で複数の即売会があったはずである。

この形態の文化の飽和状態まで達したのか、経済の動きも関係があるのか、バブル崩壊以降、数はある程度減ってきた。が、〈コミケ〉をはじめ、主流になるいくつかの即売会は相変わらず盛況であり、むしろまだじわじわと膨張しているようにも見える。

数が林立した時代には種類も増えた。

〈コミケ〉は現在最大の同人誌即売会で、ブースの数は約１万５千、そのための応募数は３万にのぼるという。それだけに、デパートである。あらゆる「ジャンル」がそこにある。創作もあれば、いまや同人誌の定番であ

るパロディもあり、内容でもゲーム系、ＳＦ系、芸能系、などもあり、コミックにかぎらず小説誌のための「文芸」というジャンルもあり、まんがのキャラクターの仮装をするコスプレ（コスチュームプレイ）もＯＫである。

それ以外の即売会は、〈コミケ〉式の総合ジャンルのものでもそれぞれの傾向を持っているし、もっと小規模の即売会なら、最初からジャンルを特定している場合が多い。

たとえば〈Comic City〉と〈コミック・レボリューション〉は、どちらもジャンルは特定していない大きな即売会だが、前者は女性、後者は男性向けが強い。

〈コミティア〉は、創作同人誌だけの即売会で、ブースの数も1,000に抑えている。〈蘭〉にいたっては創作オンリーでブースは50。スタッフは正装で、全参加者にコーヒーサービスがある。巨大即売会に失われた、「中身を見て、ゆっくり選ぶ」ことを大切にしようという明確なポリシーを持っている。

パロディ系は――この「パロディ」というのは本来の意味とは少しちがう。ある作品（まんがが多いが小説や映画もある）のキャラクターに思い入れし、自分なりのサイドストーリーを作ってしまうというものだ――『セーラームーン』とか『スラムダンク』など人気のある作品だけの即売会があり、さらにそのなかで特定キャラクターや特定カップリング（後述）だけの即売会も開かれている。このパロディ系は〈コミケ〉でも圧倒的なスペースを占めているが、即売会の「数」からいっても、圧倒的だろう。逆に、「創作」オンリーの即売会は、東京・名古屋・大阪などにしかない。たとえば「大阪」とは、一地方自治体のことではなく、より広範な場所から人が集まる、という特性をもった「土地」を意味する。創作系はそこでしか開けないが、パロディ系はもっと狭いエリアを対象として開ける土壌を持っているということだ。

それから小説・文芸というジャンル。一時は「同人誌」といえばコミックのことだったが、近年、小説の人気も高まっている。まんがと小説を組み合わせた誌面の作り方はもう一般的だ。また、独自の販売ルートを持たなかった従来的な小説同人誌が参入してきた例もある。こうして96年には、小説オンリーの即売会も開かれた。

コスプレは90年ごろから独自のイベントを持つようになった。コスプレのお祭り的なところは「同人誌を売り買いする」という即売会の主目的とはややちがうところにあるため禁止している即売会もあり、コスプレーヤーと、その写真を撮る人のマナーをめぐっての対立もあった。こうしてコスプレーヤーはもっと自分たちの趣味を生かせる形態を求めた。かくして出てきたのが「ダンパ」（ダンスパーティー）という形式だ。これはコスプレをしている人だけが入場でき、流れる音楽はアニメやゲームなど、コスプレの元になった作品のものだ。参加者がステージで出し物をすることもある。うまいＤＪがみんなをのせたりするのは普通のディスコと同じだが、コスプレのダンパは他のダンパとちがって、場所にはこだわらない。場の造りより、参加者のコスチュームが主な目的なのだから。

また、コミック同人誌を手に入れたい場合には即売会の他に、各サークルが通信販売をしているのが普通である。また、都市部の書店でまんがのスペースが大きいところや（「書泉ブックマート」など）まんが専門店（「まんだらけ」など）では同人誌を扱っているし、同人誌の専門店もある。

このように、同人誌文化はかなりの人数を動員しつつ、さまざまな形で動いているのだ。

即売会の参加者を見渡すと、10代～30代。創作系の方が平均年齢が高い（〈コミケ〉では二日のうち日曜日を創作系のブースにあてている。社会人が多いからだそうだ）。これから、上限の年齢を上げながら、多くのティーンエイジャーを創作者・享受者として、この文化はまだしばらくこの形で展開していくだろう。

（4）やおいと素人

同人誌全体を語るだけの紙幅はないので、ここではそのなかから「やおい」「ＪＵＮＥ」と呼ばれるジャンルを中心にして、それを通して「素人」の文化を考えたい。

数からいうと「パロディ」が多いと書いたが、そのなかでは、男性によるものでも女性によるものでも、「Ｈ系」が多い。また「男性向け創作」と呼ばれるジャンルはオリジナルのポルノグラフィであり、女性の側のそれに対応するものは「オリジナルＪＵＮＥ」と呼ばれるジャンルである。男性はすでにさまざまな表現媒体でポルノグラフィを創造・享受してきた。レンタルビデオ業を支えているのはアダルトビデオで、日本のテレビでは女性の乳房が映るといって欧米の人が驚くくらいだから、男性文化の文脈では、こういうジャンルがあるのは珍しくもなんともない。

だが、女性が性を楽しむ文化というのは歴史が浅く、そういう意味では同人誌においてそのジャンルが突出しているというのは、注目すべきことかもしれない。

そして、女性によるこのジャンルの特質は男性が創造してきたポルノグラフィとはいろいろな点でちがっている。だからこそ、ここではそれをとりあげたい。

その前に「Ｈ系」全般の位置づけについて簡単に述べておく。

90年代初頭、有害コミック規制問題が起きたころ、即売会もそのやり玉にあがった。この即売会の開催会場になっていた幕張メッセはコミック同人誌即売会に貸し出すことを拒否、千葉県はその後二度にわたって「青少年育成条例」の印刷物の表現規制を強化している（幕張を会場にしていた即売会はその後晴海の見本市会場に場を移し、96年３月まで「晴海」は即売会の代名詞だった。会場移転にともなって、今後は「有明」になるだろう）。

この後、各即売会では自主規制を行なった。性器は描かない、性交描写のあるものは成人指定をし、18歳未満には売らない、これに反した場合は、主催者がそのサークルの発売を中止させる、というようなことである。

地方自治体からの同人誌に対するこうした圧力には多少きなくさいものも感じないではないのだが、それはまた別の論旨である。

女性による、恋愛～ポルノグラフィのジャンルの特質は、それが男性同士の関係で描かれるところにある。

このスタイルは70年代の少女まんがから始まったもので、萩尾望都『トーマの心臓』を序章とし、竹宮恵子の『風と木の詩』ではハードな性交シーンも描かれていた。前者はしみじみとした名作だし、後者は寺山修二が「ゴシックロマン」と賞賛した長編で、いずれも作品としてのレベルが高く、少女まんがの隆盛を決定づけたものと言える。前者はドイツ、後者は19世紀フランスの全寮制の学校

を舞台にし、一種透明な異世界を構築していた。少し遅れて吉田秋生『カリフォルニア物語』はニューヨークを舞台とした現代的ストーリーのなかで、青年たちの姿がリアルな形で描かれていた。また、小説でこうした方法をはっきりと打ち出したのは中島梓だった。

そのあたりを基盤とし、形や質を変えながら、今日まで続いているのだ。

また「オリジナルＪＵＮＥ」というジャンルの名称になり、「女性による男同士もの」の代名詞になっている『ＪＵＮＥ』というのは82年に創刊された、女性向けの少年愛ものまんが・小説の商業誌で、現在は後出の雑誌が多数ある。この雑誌には中島なども深く関わっているが、これ以降、女性のための男同士ものはジャンルとして成立し、「耽美派」というと谷崎潤一郎ではなくて、このジャンル内での流れをさす言葉になっていった。

「やおい」という言い方もある。これはもともと同人誌の世界で「やまなし、おちなし、いみなし」を意味したものだが、つまりはストーリーよりＨシーンを重視したものや、作品としての完成度の高くないものをさした言葉だった。

現在「女性による男同士もの」をさす言葉は「やおい」と「ＪＵＮＥ」があるわけだが、この二つは同義に使われることもあるが、ときに微妙に使い分けられ、また重なっており、明確な定義は難しい。「ＪＵＮＥはオリジナルで、やおいはパロディ」「ＪＵＮＥは耽美で、やおいは日常的」「ＪＵＮＥはストーリー性が強くて、やおいはポルノっぽい」などなど。

ここでは、パロディとしての「やおい」に焦点を当ててみる。

ここのところやおい（パロディ）で一番人気だったのは『スラムダンク』だ。これは原作が一番人気だったのと連動しており、商業誌で他の作品が台頭し始めたのと軌を一にして、やおいにも同じような動きが出ている。またまんが以外に、小説・映画・ゲーム、また現実のミュージシャンやスポーツ選手などをモデルにしたものなど、なんでもござれだ。

まんがをもとにしたやおいで興味深いのは、それが少年まんがであることだ。日本は同性文化の発達した国だから、男同士の友情が描かれるし、男ばかり出てくるものも珍しくない。女が出てきてもそれはお飾りで、男同士の関係は別個に成立しているのである。というわけで、それを見ながらLOVE&SEXの視点で読み替えるという方法論なのだ。

何が最も興味深いかといって、レディスコミックもあるが、女性のためのポルノグラフィというのは商業的にはほとんど定着していない。それなのに〈コミケ〉では、おそらく「やおい」が最も多くスペースを占めているのではないだろうか。

数があるだけあって、その傾向も完成度もかなり差があるが、「やおい」の原義が示すとおり、この方法はかなり簡単にもできるものなのだ。

何かを読んでそこからいろいろ想像や妄想を広げるというのは、誰しもやっていることだろう。それをそのまま紙の上に書くだけである。だから、それ「だけ」のものもたくさんある。つまり、ストーリーもろくになく、画面は真っ白でデッサンもあやしく、想像の断片を書いただけのもの。オリジナルを創るだけのセンスやテクニックがなくても、同じように参加できるのだ。

一方、非常にレベルの高いものもある。画

力にしても文章力にしても、十分オリジナルができるだろう人もやおいでやっていたり、オリジナルもやりながらやおいはやおいでやっていたりする。そういうレベルのものになると、ドラマチックなもの、コミカルなもの、ハードなもの、洒落たもの、シュールなもの、「パロディ」と一口にいってもいろいろなタイプの味がある。

またパロディの場合、キャラクターや状況の設定は原作にあるから、描かなくていい。うまい作家になるとそういうものも原作にない部分を自分なりに描いて、その人のその世界を構築してしまい、そこにまたファンがつく。そしてそれに触発されたものが作られ、やおいがやおいを生むという構造もあったりする。

ここでおもしろいのは、やおいとＪＵＮＥの曖昧性というのは、言葉の定義だけではないのだ。

同人誌で人気のある作家が商業誌でも描くようになるというのはどんな世界でもあることだが、実はプロになった人間が同人誌もやっているというのは最近珍しくなく、そこに素人文化の爛熟を見ることができる。だが、このやおい・ＪＵＮＥというジャンルに関してはそれがちょっと特別なのだ。雑誌『ＪＵＮＥ』などの商業誌に同人誌の紹介欄があって、そこにその雑誌の掲載作家の同人誌も掲載されている。プロ作家が他人の同人誌のファンで、買い集めていたりするのも珍しくはないケースである。

さらに、『ＪＵＮＥ』誌上で人気のある連載もの、最近では秋月こおの小説『富士見二丁目交響楽団シリーズ』などは、パロディの同人誌もたくさん出ているが、それが原作の載っている雑誌『ＪＵＮＥ』に紹介されている。そして、『ＪＵＮＥ』企画・〈コミティア〉実務協力という形で、「オリジナルＪＵＮＥ同人誌と、『ＪＵＮＥ』掲載作品のパロディ同人誌のための即売会」というものが96年５月に催されることになった。もう、ＪＵＮＥがやおいを生みやおいがやおいを生みやおいがＪＵＮＥを生む世界である。

この種のプロとアマの世界の渾然一体となった交流は、一面で女文化の狭さ・商業誌の素人っぽさを表しているとも言える。作家を抱えるだけの経済力は商業誌になく、描ける作家は大手出版社に引き抜かれたりすることもある。だがまた、商業誌に掲載されている作家自身が楽しみながら同人誌を作ったり、読んだりしていることも事実である。

そういう意味では、やおいはまさに一つの女の子文化なのである。

内容の面も少し見てみよう。

性的幻想を主軸にしながら、男性のそれとはちがう。それは「男同士」という設定であるという点にある。なぜ男同士なのか、という問いがここに生まれる。

男性向けのものは、明らかに「女性の体」に関心を示したポルノグラフィであるのに、女性のものは「男同士の関係」を作品の外から眺めたり、自分を仮託したり、という形だ。またパロディの場合、「カップリング」というものに非常にこだわる。またカップルの「攻め・受け」というのも重要な要素だ。「うちは『花道攻め・流川受け』です」「あ、うちは『流川攻め・花道受け』なんです」などという会話がかわされる。ちなみに前者は「花×流（はなる）」後者は「流×花（るはな）」と呼ばれる。

そしてやおい少女たちはまんがを読みながらアニメを見ながら、「やおいなシーン」を

見つけては一喜一憂するのである。最近ではアニメの方にそういうファンを意識した部分があったりする。

こうしたカップル幻想は男文化のポルノグラフィではあまり見られないもので、ここから女性の性意識を探ると、多数の、そして上記のような細かい作法を創出したような王道の(?)やおい・ＪＵＮＥ少女たちはむしろ保守的な女性なのではないかとも思えてくる。

「やおいなんて死んでしまえばいい」……これは『CHOISIR』というフェミニズム系のミニコミに佐藤雅樹氏が書いた文章のタイトルだ。ゲイの立場から、勝手に眺められる側からの不快感を表明したものだ。これは92年５月号に載った文章だが、ここから同誌では「やおい論争」が現在まで続き、その論争だけをまとめた別冊が、現在三冊にまでまとめられ、〈コミケ〉ではやおい系のスペースで売られている（ここでは「やおい」というのは「女性向け男同士もの」全般をさして使われている)。

佐藤氏はあえてそのように問題提起し、それはこれだけの論争を呼ぶだけの重要な指摘であったわけだが、佐藤氏に対する女性たちからの返答には女性の性の抑圧の歴史がにじみ、しかしそれだけではやおいをめぐる女性とゲイとの関係を語ることはできず……となる。だが、このミニコミを読み、さらにこの論争に参加しているのはある程度の知識や意識を持った女性で、自己解体する作業をしているが、多くの女性はそれをしないままに、創造・享受し続けている。

この論争は、このジャンルに関する重要な示唆と検証となっていくだろう。

ただ、佐藤氏はこのような形で問題提起したが、商業誌にしろ同人誌にしろ、やおい・ＪＵＮＥを愛読している人のなかには、レズビアンもゲイもヘテロセクシュアルの男性もいるのである。これも表現の一つである以上、ある程度以上の完成度を持ったものは、単に「男同士」ものという以外の個性を持っており、その部分で読者を持つということは、不思議ではない。また、一般の少女まんががすでにそういうテイストを持っているのだから、その延長として読むことは可能である。

ある高校生男子はまんが家西炯子のファンである。もともと少女まんがが好きで西に出会った。彼女の作品をそろえていくうちに、男性同士ものがあった。もともと『ＪＵＮＥ』で描いていた作家なのだ。「ちょっと驚きましたけど、作品が良かったから。あの人の描く線好きなんです。ストーリーやセリフもいいし」。作品としての評価の前には、「男同士」という設定に対する違和感などないのだ。彼は西の絵が載っているからと雑誌『ＪＵＮＥ』を購読するようになった（ちなみに西の作品はアメリカでも翻訳されたそうだが、そういう記事が『ＪＵＮＥ』に載っていたと私に教えてくれたのは彼である)。

中島梓は、『ＪＵＮＥ』誌上で84年から「小説道場」という、投稿を扱う企画を担当してきた。だが、96年２月号でそれは終了した。中島は、このジャンルを作ったときには、男同士ものという「アナーキーなもの」によって、「抑圧され傷を受けた少女たちのパワー」が道場に結集してくる、そのことに興奮を覚えた、と言っている。しかるにいま男同士ものは市民権を得て、「明るい学園ＪＵＮＥ」ばかりが集まってくるようになり、彼女はもうここには「アナーキーなもの」は求め

られなくなったとして終了を決めたのだ。

この事実が示唆するものはさまざまある。「少女たち」自身が変わったのだということ、それから「男同士もの」といわず、ごく少しずつではあるが、ゲイやレズビアンの生身の声が聞こえ始めたこと、などなど。

小説道場の最後に榎田尤利の『夏の塩』という作品が載ったのは暗示的だった。中島はこう書いている。「(この作品には) 大勢の人が、それも男だけでもなく少年だけでもなく、女性もちゃんと住んでいる——つまり「他者」が存在している——ああ、だからこの小説はＪＵＮＥである必然性がないのかもしれない」。

別の言い方をすれば、ＪＵＮＥというジャンルが、中島の創設したものとは別に機能し始めているということではないだろうか。『夏の塩』にはインド人と日本人の混血でイギリス国籍の青年が出てくる、じつに自然に。彼はじつに自然に異質であり、この作品が小説としてすぐれているのはこの点だ。異質な人間が日常をともにしていること、それを慌てず騒がずそのまま描く視点は、「リブ」という問題提起の後に、女性もゲイもむかい始めたところなのではないだろうか。

また、レズビアンとバイセクシュアルの女性のためのラディカルな文芸誌や、レズビアンによる文芸とまんがのミニコミもあり、それらはポルノグラフィックなものも扱っている（ゲイによる同様のものは私の見たかぎりではないが、ゲイはすでにそういう内容を含んだ商業誌を複数持っている)。

商業構造のなかではまだまだ手弱い女性が自分のために社会思想からポルノまで（実は女性が自分のためにポルノグラフィを創造することはすでにラディカルな発想・行動であったりするのだが）表現していく、その媒体として、同人誌は貢献してきたし、いま以上の可能性を持っているのだと言える。

(5) やりたいことしかやりたくない、でもやるときはやる

「やりたいことしかやりたくない、でもやるときはやる」(栗原知代)

これはレオナルド・ディカプリオら、アメリカのアイドル的（でも実力派）の若手男優を評した言葉だ。私は、同人誌をめぐって10代20代と接触してきて、彼らもまったくそうだと思う。これは自主制作でＣＤを出している音楽系の若者たちにも言えることだ。

自分のやりたいことをやる、やりたいようにやる、書きたいものを書く、または読みたいものが世間にないから自分で書く、すごい作品というわけじゃないけど思い浮かんだから紙に印刷してみる……。

そのようにものを創造していく。「～歳までに作家になれなかったら筆を折る」というような発想はいまやほとんどない。「プロ指向です」という若者はたくさんいる。プロをめざす夢や努力はかわらない。だが、プロであることがイコール「描く」ことや「演奏する」ことなのではない。それを離れても「描く」こと「演奏する」ことはありえるのだ。

30代の人間はあるいは会社に勤めながら同人誌を作り、あるいはプロになっても同人誌を続け、あるいは同人誌を作らずにプロになったのだがおもしろそうだから同人誌をつくってみ、そしてティーンエイジャーとブースを並べている。

何人のティーンエイジャーがこうした素人文化の担い手として創造・消費を続けるかわ

からない。だが、やめるならやめていいし、戻りたければいつでも戻っていい。それは他人が査定するのではなく、自分がするかどうかだ。それが素人の文化圏の特質なのだ。

（木谷　麦子）

3．家族・学校・事件

（1）鏡としての若者、鏡としての事件

凄惨な事件が起きるたびに、人々の耳目は、そこに集まる。野次馬根性の故か。「明日はわが身」の恐怖心からか。もちろんそれらも、無視しがたい理由ではある。しかし、そればかりではないだろう。どんなグロテスクなものであっても、事件は、その時々の世相を何がしか反映している。人々は、自分の生きる時代を映し出す「鏡」として、事件に注目するのだ。そして、若者たち自身が、大人たちの姿を映し出す「鏡」であるとすれば、若者たちの引き起こす事件がもつ意味は、いよいよ無視しがたいものとなるであろう。

60年代の末には、若者たちによる凶悪犯罪が、あいついで起こった。N．N．の連続射殺事件と、W．Y．の横須賀線爆破事件。この二つの事件が生じた時期は、皮肉にも、全共闘運動の最盛期と一致している。全共闘運動は、学生たちの、すなわち恵まれた階層出身の若者の反乱であった。これに対して、N．N．やW．Y．の事件は、「金の卵」たちの反乱と呼ぶべきものである。華やかな生活を夢見て上京しながら、都会の生活になじむことができず、周囲の繁栄から取り残され、孤独地獄に陥った「中卒」青年。これらの事件は、そんな彼らの、時代や社会に対する怒りの表現として起こった。

それでは、オイルショック以降の時代に目を転じてみよう。金属バット殺人事件（80年）。コンクリート詰め殺人（88～89年）。連続幼女誘拐殺人事件（88～89年）。浦和息子殺し事件（91年）。若者が主役となった凶悪事件の名称を、ランダムに列挙したとき、一つの特徴があることに気づく。それは、家族が被害者と加害者に別れたり、家庭が惨劇の舞台となっているものが多いことである。

オウム事件の主題の一つにも「家族」があるだろう。「出家」を強要する教団と、それを引き止めようとする家族の葛藤。メディアは、教団の「マインド・コントロール」を強調する。若者の自由意志に反して家族から引き離し、無理やりに「出家」させた。それが世間で流通している、オウムについての「物語」である。しかし、はたしてそうだろうか。「親のペットのままでいいのか」。高学歴の若者たちに、出家を勧めるさいの、「尊師」の殺し文句である。彼らは「親のペット」である自分自身に飽き足らず、そして、「平和で満ち足りた」家庭に愛想づかしをして、オウムに飛び込んだのではなかったのか。だとすれば、彼らの「出家」は、形を変えた「家出」である。このようにオウム事件は、家族をめぐる闘いであった。そして、はからずもこの事件は、日本の家族の脆弱性と、若者を自立させる仕掛けを欠いた、この社会の問題性とを、浮き彫りにしていった。こうして、オイルショック以降のさまざまな事件を概観したとき、若者たちの怒りの矛先が、かつての「社会」から、いまは「家族」へと向けられていることを、否定する者はいないだろう。

上にあげたさまざまな事件は、われわれに、不気味さを感じさせる。事件の多くが、「模

範的」家庭を舞台に生じたこと。それが、不気味さの所以である。人も羨む家庭のなかで、人間の業とも思えぬ凶悪事件が、いとも簡単に起こってしまう。日本の家族は、そこまで深く病んでいるのだろうか。そうだとすれば、家族の病根となっているものは何か。そんな疑問に答えることが、この小論の課題である。そのための予備作業として、われわれが生きる「戦後家族」とは、いったい何であったのか。それを、まずは問うてみることにしよう。

（2）戦後家族とは何だったのか

1）戦後家族の「心の習慣」

現代の日本の家族制度の基礎は、マッカーサーの戦後改革にさかのぼる。戦後改革のなかで、旧民法下の家制度は否定された。その結果、婚姻はもはや、家と家との結合ではなく、男女の自由な契約にもとづく、純然たる私法的行為として位置づけられたのである。自由な男女の契約に基礎を置く家族。それは、核家族でしかありえないだろう。日本社会の核家族化は、いわば二段構えで進められていった。理念は、戦後改革のなかで、アメリカから移入されたものの、実際的な意味での核家族化の進展は、高度経済成長期を待たなければならなかった。

農村の過剰人口を都市に吸収し、安価な労働力として活用することで、工業化を押し進めていく。人口問題を工業化によって解決することが、戦後日本の経済政策の最重要課題であり、それに成功した結果、あの奇跡とも呼ぶべき、高度経済成長が達成されたのである。そして、高度成長のプロセスは、二重の意味で、日本の家族のあり方に、根本的な変化を加えていった。若年人口が大量に都市に吸収されていくことで、農村共同体の絆は崩壊し、そこに基礎を置いていた伝統的な「家」も、同時に解体していった。他方、都会に流れていった若者たちは、それぞれの都市で結婚し、家庭を築いていくが、それは必然的に地域に根をもたない、カプセルのような核家族となる。50年代の末に叢生した、「団地族」が、日本の核家族「第一世代」であったと言うことができよう。

戦後改革の成果を全否定しようとする、保守的な政治家の言辞が、これまで後を絶たなかった。しかし、マッカーサーの戦後改革は、日本人から大歓迎を受けたのである。戦前の天皇制国家は、個人の自由を抑圧するだけのヒドイものだったから、その軛を全面的に破壊してくれる戦後改革を、日本人は歓迎した。家制度も、戦前の日本人を縛っていた、大きな軛の一つであった。個人は家のために、そして個々の家は、天皇制国家という大きな「家」のために、奉仕を強いられ、犠牲となる。絶えざる「滅私奉公」を個人に求める家制度に対して、日本人は心底ウンザリしていた。そして、このことが家族についての日本人の「心の習慣」に決定的な刻印を及ぼすこととなった。すなわち、戦前の反動から日本人は、家族を徹底的に私的な領域と考えるようになったのである。「世界は二人のために」(68年)。そして「こんにちは赤ちゃん」(63年)。高度成長期の、この二つの流行歌は、戦後家族の「心の習慣」を巧みに表現している。家族とは、自由な男女と、二人の「結晶」たる子どもが築く「愛のユートピア」だ。核家族の現実的基盤だけではなく、そのイデオロギーもまた、高度成長期に整えられていったのである。

戦後家族は、公的領域に対してだけではなく権威に対しても背を向けていった。厳めし

い「家長」のイメージは、もはや過去のものである。ものわかりのいいパパ。専業主婦のやさしいママ。高度成長期に、アメリカのホームドラマが提示した理想的な家族像が、戦後家族の規範となった。このイメージは、「友達のような家族」という、団塊世代の「ニュー・ファミリー」のなかにも、受け継がれていく。社会的に共有された理想や、家族内の「権威」抜きに、次世代を産み育てることは、はたして可能なのか。公的領域にも、権威にも背を向けた戦後家族は、そうした自覚もなしに、一つの実験にとりくんでいった。

2）戦後家族の経済的意義

戦後家族は、みずからを徹底的に私的領域と考えた。しかし、その戦後家族は、皮肉にも日本の経済成長に大きく貢献したのである。関曠野も指摘するように、細胞分裂を繰り返し、増殖していく核家族という形態はそれ自体、経済成長に適合的である[1)]。大家族であれば一つで済むさまざまな家庭用電化製品も、夫婦の数だけ必要になってくる。それに、そもそも4～5人乗りの「マイカー」などは、核家族化しなければ、まず普及する可能性のない消費財であろう。モータリゼーションと核家族化の同時進行は、決して偶然ではない。

そして、家族も集団である以上、達成すべき共通の目標を必要とするはずである。しかし、「家業」をもたず、地域との結びつきを欠き、守るべき「イエ」なる観念を失った戦後家族には、そうした目標が存在しない。そこで高度成長期に日本の家族は、3S（洗濯機・掃除機・炊飯器）・3C（カー、クーラー、カラーテレビ）に代表される消費財を獲得することを、家族の目標に置き、一体感の源泉としたのである。戦後家族は、より高次の消費財の獲得という夢を紐帯として、生きてきた。戦後家族の建前は、「愛のユートピア」であった。しかし、その内実は「消費のユートピア」であったと言うべきだろう。

人がまっとうに育つためには、理非曲直の区別を、しっかりと子どもに教え込む必要がある。善と悪とを峻別する準拠枠となるのは、社会的に共有された理想であろう。また、親たちに何がしかの権威があってこそ、家庭内のしつけは、はじめて有効性をもつ。だとすれば、公的な領域にも、権威にも背を向けた戦後家族は、たちどころに「人作り」の危機に直面するはずである。しかし、経済成長が持続している間には、この国の「人作り」は、まだまだうまくいっていた。それは、経済成長と消費財の購入とが、「社会的に共有された理想」や、家族内の「権威」の代用を果たしていたからである。父親の権威は、車やカラーテレビなど、新しい、魅力ある消費財を購入することで保たれていた。そして、子どもたちは、親の世代よりも豊かになるという、「ジャパニーズ・ドリーム」を信じて、勉強に励む。豊かになる（より高次の階層に上昇する）という目標が明確であったから、正直・勤勉・清潔等々、産業資本主義に適合的な徳目の注入も容易だった。解体過程にあったとはいえ、共同体に根をもつ伝統道徳の記憶も人々のなかに、その痕跡をとどめていた。だから、この時代には、学校にも秩序が保たれていたし、高度工業化社会をになう主体の育成も、順調に行なわれていたのだ。そして、母親たちは、より豊かな社会に生きるであろ

注1）筆者は、関の家族論から、大きな示唆を受けている。彼の家族論のエッセンスは、「イエ社会と日本人」（1994『国境なき政治経済学へ』社会思想社）に示されている。

う、わが子に夢を託して、子育てにはげむ。生産現場から疎外された女たちは、母として「受験戦士」の、そして妻としては「企業戦士」の、それぞれ「銃後」を支える役割をになったのである。この時代には、女たちの生きる意味という問題も、まだ深刻にはならなかった。

高度経済成長は、海外の市場を席巻することによって達成されたものではない。むしろ、巨大な国内市場の形成こそが、高度成長の本質である。都市に吸収された若年労働力が、カプセルのような核家族を形成した。その核家族は、高い消費性向をもつものであった。いや、そんな生やさしいものではない。「消費」こそが、戦後家族の本質だったのである。そして、戦後家族が消費財の購入に熱中した結果として、豊かさの果実は、拡大再生産を可能にする原資として、大企業に回収されていく。高度成長を可能にしたものとして、これまでは日本人の「勤勉さ」や「器用さ」、そして「高い技術力」があげられてきた。しかし、消費のみを生きがいとした、奇妙な家族の存在を抜きにして、高度成長はありえなかった。この意味で戦後家族は、高度経済成長の「影のＭＶＰ」なのである。

3）家族の危機と「荒れる学校」

戦後の核家族化は、経済成長の成果であり、また核家族化それ自体が、経済成長を促進していった。このように、戦後家族と経済成長とは、一体のものだったのである。だとすれば、高度経済成長の終焉とともに、戦後家族が深刻な危機に直面するのは、自明の理である。そして、戦後30年近くが経過し、高度成長の結果として農村共同体が完全に消滅することによって、それまで日本人の行動を律する規範として機能してきた、伝統道徳の記憶も、人々のなかから完全に払拭されてしまったのである。家族の危機と、規範の消滅。その結果として、子どもの問題が噴出していった。

思春期の子どもたちは、「人生とは何か」「社会・世界とは何か」といった疑問に直面する。そして、遠からず社会へと乗り出していく彼らに対して、社会（大人）の側は、肯定的な未来のビジョンを示す責務がある。しかし、より以上の豊かさの追求という夢が消え去った後、それに代わるいかなるビジョンも、この社会はもちえなかったのである。「生きるに値する人生とは何か」。そんな子どもたちの疑問は、宙づりにされたままだ。希望の見えない未来を前に、子どもたちが「荒れる」のは、むしろ当然のことである。70年代の末、子どもたちの「荒れ」は、まず家庭内暴力や自殺という形であらわれた。そして、80年代には、「荒れる学校」が世間の耳目を集めるようになる。

80年代の「荒れる学校」には、「文明の衝突」としての側面がある。この時代、学校の側は、相変わらず「禁欲の原理」に依拠していた。将来のよりよい生活を手にするために、「いま」の欲望を抑え、知的訓練に勤しむ。「禁欲の原理」とは、このように定式化しうる信念のことだ。ところが、60年代以降に生まれ、貧しさを知らぬ子どもたちにとって、この「禁欲の原理」は、およそ説得力を欠くものであった。子どもたちは、すでに「快楽の原理」の世界の住人となっていたからである。メディアからは、欲求の即時の充足を促すメッセージが垂れ流されている。そして、子どもとその家族とは、そうした欲求を充足する充分な経済力をもっている。だとすれば

何故、「いま」を犠牲にしてまで、刻苦勉励しなければならないのか。それは、子どもたちにとって、理解不能の事柄であったに違いない。にもかかわらず、79年の共通一次試験の発足をもって完成した偏差値体制は、学校（とりわけ中学校段階）での選別と競争とを、一層激しいものにしていった。勉強する必要さえ感じられないのに、過剰な競争を強いられ、その結果によって「輪切り」にされていく。これはまさに、「不条理」と呼ぶ他ない事態である。おそらく、この不条理感が、子どもたちを荒れさせたのであろう。

（3）戦後家族の「不安」と「倦怠」——受験戦争を引き込むもの

80年の11月に起こった「金属バット殺人事件」は、社会に大きな衝撃を与えた。「一流大学から一流企業へ」。そんな人生航路が自明視されてきた名門家庭の、成績面ではあまり振るわなかった次男坊。彼が、両親を金属バットで殴り殺してしまった。この事件の、どこがそんなに衝撃的だったのだろうか。それは、単に事件の凄惨さのためばかりではないだろう。成績が人間の価値を決め、出来の悪い子は、家族のなかでさえ認められない。そんな家族のあり方が、この社会のなかでは「例外」ではなく、むしろ「標準」と化している。そうだとすれば、同様な事件が、どんな家庭で起こっても不思議はないのだ。何故かくも、受験競争は過熱化するのだろうか。その「犯人」は、「資本の要請」などではあるまい。むしろ家族のなかにこそ、その謎を解く鍵はあると、筆者は考えている。

受験競争を引き込んでいるのは、戦後家族の脆弱性である。戦後家族は、戦前の「ムラ」や「イエ」の拘束を桎梏と捉え、あらゆる社会的紐帯からの逃走をはかってきた。その結果として、カプセルのような核家族が叢生したのである。しかし、一切の社会的紐帯から切り離された家族のあり方は、自由なようでいて、その実、きわめて脆弱なものである。コーンハウザーが示したように、地域や職業団体等の中間集団に包絡されない個人や家族は、容易に全体社会の支配に屈してしまう。中間集団の規範は、全体社会の価値感を相対化する機能をになう。ところが、孤立した核家族はそうした拠り所をもたない、「甲羅のない蟹」の如き存在である。こうして日本の家族は、学校とマスメディアが媒介する、全体社会の価値意識の圧倒的な影響力のもとにさらされるのだ。価値意識の一元化は、人間を計る尺度の一元化をも意味している。かつて、職業集団と地域と家族とが一体であった時代には、おのおのの中間集団が、固有の価値基準を、すなわち人間を計る尺度をもっていた。「この子はいい職人（商売人）になれる」等の言い回しにみられるように、成績以外に子どもを評価する尺度が、まだ生きていたのである。しかし、こうした言い回しも、高度成長によって、「家業」から「職業」への移行が完了すると死語になってしまった。いまや日本の家族は、学歴以外に人間を計る尺度を、まったくもたないのである。

そして、孤立した戦後家族は、万が一のときのためのセーフティーネットを欠いている。万事がうまくいっているときには、なるほどこの家族は、豊かで幸福だろう。しかし、一家の主の失業や病気でつまずいたときに、親族や地域からの、いかなる支えも期待できないのだ。このために、根強い脱落恐怖が、戦後家族にはつきまとう。社会の大きな潮流の、せめて尻尾にでもくっついていなければ

生きていけない。そんな強迫観念に、戦後家族は取りつかれてきた。

戦後家族の脱落恐怖を一層強化していったのが、オイルショックであった。当時、日本企業は、「減量経営」のスローガンのもと、工場労働者の首切りを盛大に行なっている。それに際して、労働組合は、労働者の権利を守ろうとはしなかった。企業内組合である日本の労組は、むしろ積極的に解雇に協力していったのである。私見によれば、「減量経営」の経験は、大きなトラウマとして日本人のなかに残った。労組はもはや頼りにはならない。弱者の人権を守ってくれる何物も、この社会には存在しないのだ。「減量経営」を境に、日本の社会から一切の連帯感が失われてしまった。エゴイスティックな自己保身の傾向が、にわかに強まっていく。「エリートにならなければ生き残れない」。そんな親たちの焦燥感が、受験戦争を過熱させていった。70年代に完成をみた偏差値体制は、大量の答案処理を可能にするコンピュータの発達と、社会の全般的保守化との合作なのである。

受験競争は、戦後家族の脱落恐怖の所産である。そして、オイルショック以降、受験競争は一層過熱化し、早期化する傾向をみせている。今日では、有名幼稚園の受験風景（お受験）は、秋の風物詩として、すっかり定着している。こうした現象を説明するさいに「教育投資」といった経済学の用語は、意味をもたない。幼稚園受験など、エリートになるための「投資効率」という観点からは、ナンセンスな代物でしかないからである。オイルショック以降の受験戦争のさらなる過熱化と早期化には、戦後家族の空洞化が拍車をかけている。先にもみたように、高度経済成長の終焉の結果、戦後家族は「より以上の豊かさ」という、集団としての目標を失ってしまった。そんな戦後家族が、一体感の源泉として引き寄せたのが、「受験戦争」ではなかったのか。受験戦争は、いまや「銃後」をも含めた「総力戦」となった。お父さんが勉強をみてあげる。お母さんが夜食を作る。そして何といっても、「総力戦」には経済的な裏付けが欠かせない。近代国家が国民意識の高揚の手段として「総力戦」を利用したように、オイルショック以降の戦後家族は、受験戦争への参戦によって、かろうじてその空洞を埋めている。

いまや、日本の家族は、「イベント家族」となった。共通の目標を欠いた日本の家族は、連続的にイベントを打つことによって、かろうじて家族としての体裁を保っている。この狭い国土にあふれる約7,000万台の車は、家族の空洞化の所産であろう[2)]。週末にドライブをして、ファミレスで不味い飯を食う。そんな空疎なイベントが、家族のまとまりを示す「儀式」と化しているからである。家族に焦点を定めた商品は、どれも大ヒット中だ。いまや受験も、家族を活性化させるイベントの一つと化している。

家族の「不安」とともに「倦怠」が、受験戦争を引き込んでいる。そして、「受験的なるもの」は、勉強以外の領域にも広がっている。サッカーのブラジル留学や宝塚受験のブ

注2）全国の先生方には、「クルマの害について」一度真剣に考えていただきたい。クルマの普及が、どれほど子どもたちから自由な時間と、それに付随する遊び仲間と、自由な時間とを奪ったことか。それを思えば、受験制度についてあれこれ議論するよりも、クルマに依存しないライフスタイルの構築を考える方が、子どもの問題の解決のためには、はるかに意義深いのではないか。

ームは、その好例である。子どもを東大に入れることも、スポーツで成功させることも、タカラジェンヌにすることも、いまや等価なのである。それらはすべて、「親の自慢」で、「家族の夢」だ。かつては、受験戦争の背後に潜む、「教育ママ」たちが揶揄されたものである。自分の人生の空疎さを埋め合わせるために、わが子に精力を注ぎ込んだ母親たち。しかし、いまや「チチロー」（イチロー選手の父）が象徴するように、広範化した「受験的世界」で目をひくのは、父親たちの活躍ぶりである。家族ばかりではなく、日本の男どもの人生そのものが、いまやひどく空洞化してしまっているのだろう。

（4）何が少年たちを強姦魔にしたのか ——女子高生コンクリート詰め殺人事件

1）女につけをまわす男、子どもにつけをまわす大人

88年に起こった、コンクリート詰め殺人事件[3)]。この事件は、80年代以降に起こった、若者の事件の問題性を集約的に表現している。

事件の概要は、こうである。88年11月。アルバイト帰りの埼玉の女子高生が、路上で4人の不良グループに誘拐され、足立区内の少年（グループの一人）宅に監禁される。少女は彼らから繰り返し、暴行・強姦を受けたあげく、翌89年の年明け早々、衰弱死した。彼女の死体はコンクリート詰めにされ、東京湾の埋め立て地に捨てられていた……。

この凄惨な事件を引き起こした犯人の少年たちは、崩壊家庭の子どもたちであった。そして、その「崩壊」の責めは、父親が負うべきもののようだ。仕事、仕事で家庭を顧みない、社会人としては模範的な、「仕事中毒」の父親たち。あるいは、外に女を作り、妻子を残して家を飛び出した父親……。こうして「父親不在」となった家庭のなかで、彼女たちは、母親と「父親代わり」の二役を演じることを強いられていく。そのフラストレーションと不安から、彼女たちは、子どもに体罰を繰り返している。こうした家庭環境のなかで、少年たちの人格の歪みが形成されていった。しかも少年たちは、学校生活のなかで、猛烈ないじめや体罰にさらされている。この事件の加害者たちは、実は暴力の被害者でもあったのだ。実際、この少年たちが、学校時代に教師や先輩から受けた暴力は、凄まじいものである。日本を訪れる外国人たちは、「やさしい人たち」の住む「平和な国」だと口々に言う。そんな国の家庭と、「優秀」とされる初等・中等教育のなかに、おびただしい暴力が溢れているという事実には、ただただ驚く他はない。

男（父親）の無責任のつけが、女（母親）にまわる。そして、女は虐待という形で、そのつけをわが子にまわす。そして、まったく無関係な少女が、死をもって最終的な支払いを強いられた……。これが事件の基本構造である。「父」の不在と「母」の肥大。それは戦後家族に一貫した傾向である。「父」は「企業戦士」、もしくは単なる給料の運搬人であり、家族に責任を負わない。「母」は、その双肩に、家族についての全責任をになう。日本の「母」は、自分の人生のすべてを、家族に捧げるのである。これは、彼女たちに巨大なフラストレーションを強いるものだ。日本の「母」は、その満たされない人生の故に、

注3）この事件の事実関係の記述にあたっては、『かげろうの家』（横川和夫・保坂渉　1990　共同通信社）を参考にした。

子どもたちを抑圧する者ともなる。そして、父親不在の傾向は、企業の「生き残り」が至上命題となったオイルショック以降、一層強化されていった。その意味からも、「父の不在」が一因となったこの事件は、日本の家族の抱える問題を、端的に示すものとなっている。

そして、この事件の記録をみたときに気づくのは、母親たちの過剰なまでの責任感である。実際、イベント家族で能天気に、おもしろおかしく暮らしているのであれば、それほど事柄は深刻化しないだろう。そんな家族で育てば、子どもがスポイルされ、無責任で無能な人間に育つ可能性は高い。しかし、イベント家族のお気楽なトーンと、こうした凄惨な事件とは、決して結びつくものではない。多くの母親たちは、実は思いのほか「まじめ」なのだ。子どもたちに対して、過剰なまでの責任感をもっている。だが、子育てで悩む彼女は、カプセルのような核家族のなかで孤立している。周囲のサポートは、期待できないのだ。いや、夫でさえ、苦悩を共有するパートナーとはなりえない。先行世代の伝承にも期待できないうえに、メディアからの過剰な子育て情報が、彼女たちを直撃する。いよいよ、どうしていいのかわからなくなるのだ。かくして、「まじめ」な母親ほど、孤立感と無力感と、そして母親としての責務を十全に果たしえていないという、罪責感に苛まれることになる。この罪責感が、多数の「教育ママ」を生み出す温床となっている。また、罪責感のもたらすフラストレーションが、母親を子どもの「虐待」へとむかわせても、何の不思議もないのだ[4]。「責任感の強い」、「まじめ」な母親は、模範的にみえる。どうやら模範家庭に問題が噴出する秘密は、このあたりにありそうである。

2）メディア・ポルノ・性犯罪

4人の不良グループが、一人の少女を監禁し、数十日にわたって強姦を繰り返す。この事件は、日本の性犯罪史上においても、稀にみる凶悪事件として記憶されるべきものであろう。少年たちは、何故かくも残忍な強姦魔に育ったのか。少年たちは、ポルノビデオを頻々と視聴しており、この犯罪のヒントも、そうしたビデオから得たとされている。それ故、この事件の直後には、ポルノを糾弾する気運が盛り上がった[5]。確かに、ある種のポルノのなかには、「女は男の快楽に奉仕する、性の奴隷である」という、女性に対するあからさまな蔑視を含むメッセージをもつものが少なくない。では、彼らを強姦魔にしたてたのは、ポルノ・ビデオだったのだろうか。

少年たちの成育歴をみるならば、女性との間に、円満な関係を結びえない人たちであったことは、想像に難くないのである。性行為から快感を得て、それを他者と分かちあう。そのためには、他者に対する絶対的な信頼感が必要だろう。そうした信頼感は、幼児期の、

注4）「『親はなくとも子は育つ』という諺が完全に忘れさられてしまったようなこの状況においては、ズボラで無自覚な親をもった子どもだけがしあわせである。強い自覚と責任感をもった親、すなわち親コンプレックスにとり憑かれた人間こそが子どもを徹底的にいためつけるのである」（関曠野 1995『教育、死と抗う生命』太郎次郎社　72～73頁）。

注5）フェミニストの側からこの事件について寄せられたポルノ批判については、門野晴子他編著 1990『女子高生コンクリート詰め殺人―彼女のくやしさがわかりますか』を参照されたい。また同書においては、興味本位のマスコミ報道がもたらした被害者へのセカンドレイプとも言うべき、人権侵害が問題にされている。そして、マスコミ報道それじたいが、興味（男）本位のポルノグラフィーだという本書の指摘は、正鵠を得たものだと筆者は考える。

とりわけ母親的人物との一体化によって得られる幸福感（ユーフォリア）と、深い関連がある。しかし、少年たちの家庭環境をみるとき、彼らがそうしたユーフォリアに浸れた可能性は小さい。また、彼らは「父親不在」の家庭で育っている。現実には父親がいても、それは、少年たちを暴力でいたぶるだけの存在だった。少年たちには適切な男性性のモデルが欠けていたのである。こうした境遇で育った少年が、「男らしさ」を暴力や攻撃性と同一視するようになっても何の不思議もないだろう。女性を愛する能力を欠いた彼らにとって、ポルノ・ビデオからのメッセージが、性犯罪の方へと、背中を押す役割を果たしたという推論も、この事件の場合、まったく的外れなものだとは思えない。

しかし、ポルノへの関心の集中は、かえって事件の本質を、見誤ることになりはしないだろうか。たとえ、ポルノの教唆・刺激があったとしても、二十歳に近い若者が、それを模倣したのだとすれば、年齢不相応な未成熟さという他あるまい。一人の少女を監禁し、暴行・強姦を繰り返す。その過程で彼女の肉体が傷つき汚れ、それを自分たちが持て余すようになるであろうことに、思いも至らなかった彼らの想像力の貧しさ。それこそが、驚くべきものではないのか。「他者」への想像力を、根底から欠いた少年たち[6]。しかし、今日の家族のあり方をみるならば、そんな人間が育つのは、むしろ必然でさえある。

「厚い壁」によって外部から隔絶された西欧の近代家族においては、家長（父）が絶対的な権威として君臨していた。そして、フロイトやパーソンズが指摘したように、家族のなかの「父」の権威は、社会の権威を体現していたのである。西欧近代家族は、家庭内で社会の代理人として、すなわち子どもにとっての「他者」として、その前に立ちはだかったのである。日本の家族（少なくとも庶民の）は、西欧におけるような「父」の伝統をもつものではない。しかし、高度成長以前の日本の家庭の垣根はきわめて低く、地域に対して開かれた、いわば「オープンシステム」であった。子どもたちは、地域のなかで、文字どおり「他者」に揉まれて育つ。そしてまだ貧しかった日本の家庭には、子どもを永くわが家に囲い込むゆとりはない。こうして子どもたちは早くから「世間」に解き放たれ、懲りるほど「他者」と出会ったのである。しかし、現代においてはどうか。日本の家族の「父親不在」は繰り返し述べてきたとおりである。家族のなかに「他者」は存在しない。しかもいまの子どもたちは、かつてとは異なり、20年以上にわたって、「世間」からも隔絶されて育つのである。子どもたちは、「他者」と出会う機会をまったく奪われてしまっている。そんな彼らのなかに、どうやって「他者」への想像力が育つというのか。

筆者は、単純な反ポルノ論に与するものではない。しかし、今日の状況は、やはり憂慮すべきものだと思う。今日、性的な情報や刺激は、文字どおり氾濫している。しかし、驚くべし。まだ、この国のほとんどの学校では、まともな性教育さえ、なされてはいないのである。親がわが子に対して、性について語りかける。そんな流儀が成熟する兆しも、まっ

注6）愛知県の中学1年生、O君をいじめ自殺に追いやった少年の一人は、O君の祖父に対して、川で溺れるO君を見るのは、「楽しかった」と述べたという。これなども子どもたちの、「他者に対する想像力の欠如」を示す、端的な事例であろう。

たくみられない。かつて、思春期の子どもたちにとっての「野性」の性教育となっていたのが、同性・同年齢の友人とのワイ談であった。しかし、「お上品」で「やさしい」いまの若者たちの間では、それさえなされていない可能性が大きい。いまの多くの若者たちは、性についての基本的な知識さえ欠いている。もちろん、性を自分の人生と関係づける「哲学」など、持ち合わせてはいない。そんな彼らを、さまざまなメディアから吐き出される、おびただしい性的な情報や刺激が、日々直撃しているのだ。これで問題が生じなければ、その方が不思議である。氾濫する性的な情報や刺激は、若者たちのなかに過剰な性への関心をかきたて、一部の者たちを、強姦や売春などの方向へと暴走させている。あるいは逆に、性を不潔なものと感じ、性行為それじたいを忌避する若者たちをも、同時に生み出している。コンクリ殺人や、「M」(連続幼女誘拐殺人)事件、そしてオウムの「性の狂宴」や、性に焦点を合わせた統一教会の教義など、80年代以降の若者の事件に「性」の問題が大きな影を投げかけている理由の一端は、このあたりにありそうだ。

(5) 家族と学校の再生のために

1)「学校幻想」と「学校の空洞化」

中学時代にグレていた主犯格の少年は、柔道の選手として活躍し、一度は更生する。しかし、推薦で入った高校の柔道部で軽量の彼は、先輩たちの凄惨なリンチにあう。それに耐えられず、柔道部を退部。直後に退学した。高校時代に受けた暴力と、中退がもたらした挫折感が引き金となって、彼は果てしなく転落していった。この少年を追いつめたのは、「学校幻想」の圧力である。「高校を出ていない人間は落伍者だ」。そんな観念が世の中を支配していて、子どもや家族にとっての、大きな圧力になっている。学校には、行きたいものだけがいけばよい。そして、また勉強がしたくなればいつでも学校に戻ってこられる。そんな柔軟な社会のあり方こそ、構想すべきではないか。

「学校幻想」の解体は急務である。しかし、事態は決して単純ではない。「学校幻想」と同時に、「学校の空洞化」も、際限もなく進んでいるからである。今日、知的訓練においてさえ、学校は完全な機能不全に陥っている。そして、外部の機関に、その機能の多くを流出させつつあるのだ。学校よりも、塾通いを喜ぶ小中学生。あまりにも高度で、お経にも等しい授業を聞かされる、「底辺(高)校」の生徒たち。そして、ダブルスクールの大学生。いまや学校は、勉強する場所ではなくなってしまった。知的訓練においてだけではない。名だたる「管理教育」県、鹿児島の夜の繁華街では、制服姿の女子高校生が、跳梁跋扈している。そして、路上に座り込み、これみよがしに煙草をふかす、やはり制服姿の男子高校生。もちろん、厳格な校則は、いまだに多くの学校に存在している。しかし、違反者があまりにも多い。だからカラオケ・ボックスへの出入り、茶髪、ピアス等々の「取締り」を、学校の側はすつかり放棄してしまった。子どもたちに規範を与えるという面でも、学校の空洞化は著しい[7)]。

夜の街を闊歩しながら、制服はちゃんと身に着けている。規則への「従順」と「逸脱」

注7) 学校の規律が空洞化したなかで、過剰な「使命感」に目覚めた一部の教師が、暴力化している現実があるように思う。

とがないまぜになった、この光景は象徴的である。いまの高校生に、学校への「反逆」という意識はまったくない。若者たちのスタンスは、「反学校」ではなく、「脱学校」である。生徒たちの手によって、学校の規則や権威は、完全に無化されてしまった。「大学解体」は、全共闘のスローガンであった。ああ、因果はめぐる。彼らの子どもたちは、学校の「解体」を、無自覚のうちに達成した。立派な外観をとどめてはいるが、その内部をシロアリに喰い荒らされ、倒壊寸前となった建造物。それが、いまの学校の正味の姿だ。

学校を空洞化させていった若者たち。では、彼らは、学校からの自立を果たしえているのだろうか。とんでもない。親の世代だけではなく、若者たち自身が、「学校幻想」に取りつかれている。だから、どんなに勉強が嫌いでも、専門学校や短大・大学への進学を希望するのだ。そして彼らは、教師や学校に対して、法外な要求を加え、強い依存を示すのである。「もし金八先生がいてくれたら、ぼくはこんなふうにはならなかった」。家裁の審理で、そう述べた少年がいたらしい[8]。「理想の教師像」から、現実の教師を裁断し、みずからの不甲斐なさを免罪する思考習慣。これもまた、「学校幻想」の産物である。何故、若者たちまでもが、学校にしがみつくのか。それは、彼らのなかに、人生の夢や理想を育んでいく力を、いまの日本の社会と家族とが、まったく欠いてしまっているからである。未来を夢見る力をもたない、日本の若者たち。彼らには、学校と、その延長線上にあるベルトコンベア・システムのような人生以外、何も見えてはいない。だから若者たちは、自分たちが空洞化させてしまった学校に、いつまでも寄りかかることをやめないのだ。

2）家族と学校の再生のために

以上の議論の過程で、家族と学校の問題をめぐる、いくつかのキーワードが、浮かび上がってきた。まず、「他者に対する想像力の欠如」である。では、若者たちのなかに、「他者」への想像力を育むために、何をなすべきなのか。家族内部における「父の復権」は、およそ現実的ではない。また、「家」制度の復活など、もちろん論外である。しかし、かつてのように家族を「オープンシステム」に戻していく可能性は、真剣に追求されるべきであろう。「可愛い子には旅をさせろ」。「親はなくとも子は育つ」。これらの諺は、永遠の真理を含んでいる。家族がわが子を囲い込むのではなく、地域に、「世間」に育ててもらう。そんな昔には、もう戻れないのだろうか。

もう一つは、「学校幻想の肥大化」と「学校の空洞化」というパラドクスである。いまやこの国の社会は、充分な力を蓄えている。にもかかわらず、社会の側が、昔ながらの学校のイメージにしがみつき、すでに、「死に体」の学校に、教育の責任のすべてを押しつけている。この現状は、ナンセンスの極みである。学校の側も、できることとできないこととの区別を、社会に対して明確に宣言するべきだろう。そのうえで、家族や地域社会との間での、役割分担の再調整をはかるべきだ。

筆者がここで述べた、学校の役割の再定義とは、テクノクラート主導のシステムの再調整などで、すむことではない。「豊かさの追

注8）「金曜テレビの星―3年B組、それぞれの旅立ち」（TBS系列96年4月26日放送）のなかでの、武田鉄矢の発言から。

求」に代わる、いかなる夢も理想も築きえなかったこと。今日の、家族と学校の病根はそこにある。「生きるに値する人生とは何か」。「日本人は、どんな『民族』になりたいのか」。そんな大論争が、国民的な規模で巻き起こらない限り、この国の家族と学校の再生など、絵に描いた餅という他ないのである。

（小谷　敏）

4．メディアとしての海外旅行——若者における海外フリーツアーの意義

（1）若者と海外フリーツアー

1）若者に定着する海外旅行とそのスタイルの多様化

現在、わが国は年間1,500万もの人々が海外に繰り出している。日本人の年間海外渡航者数は80年代前半には400万人台にすぎなかったが、90年代に入り1,000万人を超え、いわゆる“海外旅行ブーム”となった。増加の要因は円高、航空会社・旅行会社の価格競争、ディスカウントチケット店の普及による費用の低廉化などによるところが大きい。

そして現在、海外旅行は若者にとっても日常的なレジャーとなっており、毎年夏や春になると多くの若者が海外旅行へと出かけている。たとえば大学生にとって“卒業旅行は海外へ”という傾向は、いまやライフスタイルの一つとして定着したといってよい。必然的に、旅先や旅行スタイル（パッケージ、フリーツアー、語学研修、ホームステイ等）も多様化の一途をたどっている。

本章では、若者の対海外旅行意識、とりわけアジアへの「フリーツアー」＝航空チケットのみを購入し、訪問国を資本が提示する旅行スタイルにとらわれず自分の意志に従って周遊する旅、に対する意識について、「個性化志向」と旅行スタイルにおける「メディア影響度」に焦点を当てながら考察を行う。そのさい議論の拠り所とするのはタイ・バンコクにおける旅行者の実態調査と筆者の15年間のフリーツアー経験である。

2）旅行意識の変化——80年代と90年代・差異化志向とその消滅

80年代以前にもフリーツアーという海外旅行スタイルは存在した。だが当時は海外旅行がまだ普及しておらず、しかも旅行者はパッケージツアーを利用するのが一般的であり、このような旅行をする若者はごく少数に限られていた。というのも旅行地に関する情報がきわめて少なく、フリーツアーをするためには自分の力だけで情報を集めなければならなかったのだ。つまりそれなりの知識と経験が必要とされ、一般の人間が気易く入り込める領域ではなかったのである。しかし80年代に入ると上記のような社会背景の変化によって海外旅行は一般化し、フリーツアーも急激な人気の高まりを見せる。[1)]

注1）みずからの意志に従って自由に旅をするというスタイルが若者の間に普及し始めたのは、70年代初頭頃と思われる。国鉄（現ＪＲ）の旅行キャンペーン“Discover Japan”が日本国内各地を周遊する魅力を説き、これに乗じて雑誌“anan”“nonno”が萩、津和野など、これまであまり知られていなかった「穴場」的観光地を紹介、これが女性を中心とした若者たちに支持されたのである。80年代の海外フリーツアーの高まりは、このような旅行スタイルが社会状況の変化によって海外に広げられていったとみなすことができるだろう。

こうした状況のなかで海外に関する情報がマスメディアに氾濫するようになり、旅行情報誌やガイドブックなど数多くの旅行メディアが出版されることになった。そして、フリーツアーの高まりを支えたのは『地球の歩き方』に代表される各種のフリーツアー向け旅行ガイドである。これらガイドは若者に対し、フリーツアースタイルを唱道し（もっぱら自分で創る旅の独自性と貧乏旅行の有意義性、換言すれば費用をかけなければそれだけ現地の人々や文化に触れられるオリジナルな旅が可能になることを強調していた）、そのためのマニュアル提示を行ったのである。これによって多くの若者が貧乏旅行スタイルに追随し始めた。

その結果、フリーツアーはメディアの出現をはさんで“自由旅行”の内実を変質させていくこととなる。それは旅行メディア普及以前のフリーツアースタイルとは質を異にするものであった。ガイドブックの登場によって、フリーツアーはもはや“わからないままに手探りで彷徨するアドベンチャー”ではなくなったのである。

さて、若者文化論では、80年代の若者行動を解明するためのキーワードが“差異化消費”であったと指摘している。豊かな社会に育ったこの時代の若者にとって、消費行動の動機は「人並み」であることよりも「他人とは違っていること」、つまりみずからの「個性」「感性」を示すことにあるといわれた。事実、当時市場には記号的価値を前面に打ち出す商品が出まわり、これらを若者たちは先を争うように購入したのである。

そして海外旅行もこのような消費行動の一環として認知され始めていた。とりわけフリーツアーは当時の若者にとって差異化戦略のための格好のツールとみなされた。若者はみずからの個性を表示するため、あるいは他者との差異化をはかるため、自分で創る旅＝フリーツアーを選択し、世界のさまざまな地域へとむかったのである。

「個性化をはかるための手段としての海外旅行」という位置づけは、とりわけアジアを中心とする“エキゾチック”な地域へ出かける若者に顕著だった。つまり、「普通」の若者ではなかなか出向こうとしない海外へ、しかも旅行者が限定されるアジアへ、そしてさらに「独自性」を強調するフリーツアーという旅行スタイルをとることで「他者に差をつける個性化」をはかることが可能であると考えたのだった。

だが90年代に入ると、このような差異化戦略としての海外旅行の位置づけは相対的に低下する。その要因としては以下の二点があげられるだろう。

①海外旅行のさらなる普及による、海外旅行そのもの。他者への個性・独自性表示機能の低下。上記した海外旅行へむけての好条件が揃い多くの若者が海外へと繰り出すようになったため、海外旅行は単なるありふれたレジャーの一つとなり、旅行を経験したからといってそれが自慢のタネにはならなくなった。つまり資本が若者に海外旅行による差異化を煽り一大消費マーケット化することで、逆に結果として海外旅行の差異化機能を限りなく微小化させてしまったのである。

②若者における「他者」との差異化志向の減退。90年代、情報化と消費社会化の進展は、情報、消費物を社会に氾濫させ、これらの細分化を徹底した結果、誰もが他人とは違った情報・消費物を容易に手

元に置くことが可能となり、「他者」との差異化が無意味化したと若者文化論は指摘している。細分化・多様化が常態となり、もはや他者と比較しなくても誰もが人とは違っている、というシステムを社会の側が作り上げてしまったのである。これによって90年代、若者は他人との差異化に意味を見いださなくなり、他者に対する視線を欠落させてゆく、という現象を起こし始める。その結果、現代の若者においては「個性的であること」への志向は以前にも増して高まっているが、「個性化」志向は「他者」への依拠が減退し、代わって「自己」との差異化によって達成する方向へとシフトしつつあるという。

さて、これらの前提をふまえれば、以下の事態が予想されよう。若者が他者との差異化手段としてフリーツアー、しかもアジア旅行を選択することの価値は消滅する。よってフリーツアー人気、アジア人気は下落する。一方、純粋消費としての海外旅行、つまり円高メリットを生かした豪華リゾートやショッピングを主体とする旅行、そしてパッケージツアーが流行する。

しかしながらこのような事態は現在必ずしも該当しない。安宿街には以前にも増して多くの日本人若者が徘徊している。旅行形態の多様化とともにフリーツアー客もパックツアー同様年々増加し、旅行ガイドが薦めるような「貧乏旅行」を行う若者もますます増加傾向を示している。これに応じてフリーツアー向け旅行ガイドも一層の細分化がはかられている。となればフリーツアー、そして海外旅行の位置づけは質的な変化を遂げていると考えるのが妥当だろう。

(2) 調査概要

上記のような問題意識のもと、現代の若者にとっての海外フリーツアーの意義を探るべく現地での実地調査を試みた。「若者はなぜ、あえてフリーツアーを、そしてアジアを選択するのか」の解明が中心目的である。はたして90年代の若者にとって、海外旅行はどのように位置づけられているのだろうか。以下はその調査概要である。

目的：若者における海外フリーツアーの意味
～バンコク・カオサン地区の定点観測

調査項目内容：若者におけるフリーツアーの実態と意義

①フリーツアー旅行者の属性と、その一般的な旅行スタイル。
②旅行者にとっての海外旅行の位置づけ。個性化・自己追究との関わりの脈絡に焦点をあてる。
③旅行におけるメディア影響度。とりわけ旅行者のガイドブック使いこなしの実態を探る。これは個性化の問題と関連する。

調査地：タイ・バンコク（カオサン地区）

バンコクにおいてフリーツアー旅行者の宿泊地域は数か所の狭い範囲に限定されている。とりわけバンコク市街中心、王宮の真北に位置するカオサン地区はバンコクにおけるフリーツアー向け安宿街の中心地的存在として世界中の海外フリーツアー客の間では有名であり、ガイドブックの多くが宿泊地域として相当な紙面を割いている。これによって“外人観光客”はもちろん、多くの日本人もこの地区に宿泊する“租界”的存在となって

いる。したがって、フリーツアー旅行者を観察するには格好の場所といえる（ちなみに95年８月の調査では同地区に一日平均60～70人、96年３月では150人程度の日本人若者を観察可能であった）。

調査対象：現地でフリーツアーする日本人若者
調査方法：インタビュー調査及び質問紙調査
調査日程：第１回＝95年８月（インタビュー調査、調査者数31名）、
第２回＝96年３月（質問紙調査及びインタビュー調査、調査者数316名）[2)]

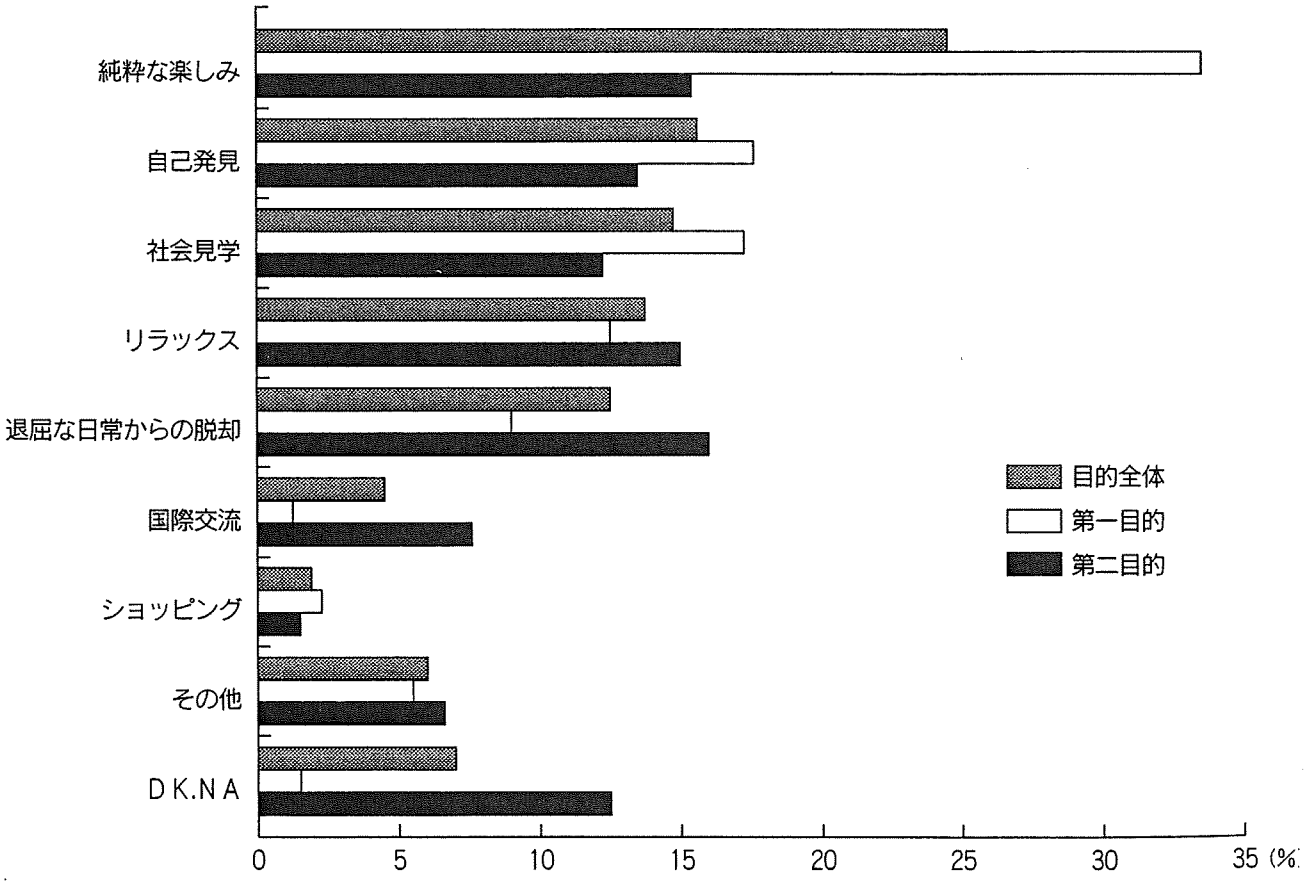
（３）調査結果

１）旅行者の属性と一般的な旅行スタイルについて

まず旅行者の一般的傾向についてみてみよう（以下の数値は無回答者を除く）。

①旅行者のプロフィール。平均年令は21.68歳、属性は大学・大学院生80.8％、無職10.0％、会社員4.6％専門学校生1.0％、その他3.6％で、男女比は男：女＝77.9：22.1であった。このデータは、フリーツアーが主に大学生[3)]、しかも男性が卒業旅行として享受している特殊なレジャースタイルであることを物語る。フリーツアーはモラトリアムを謳歌できる大学生だ

図１　旅行目的



注２）以下報告のデータに関してはすべて96年３月のものである。
注３）ちなみに無職や会社員と答えた者も大半は大卒であった。

けの特権といえるであろう。

②旅行スタイル。平均旅行日数は14.22日、現地での旅費は7.72万円、一日の旅費は480.42バーツ（約2,000円強）、生活費の内訳は宿泊費：食費：交通費：遊興・雑費＝3.28：3.04：1.69：1.99。物価が安いタイとはいえ、この費用ではホテルはファン、水シャワー、テレビ無し程度の設備、食事も大衆食堂、あるいは屋台でラーメンや焼き飯といった類の食事、さらに市内の移動手段はノーエアコンのバス利用が基本となる。まさに貧乏旅行といった表現が適切な旅行スタイルを90年代の若者も踏襲しているといえる。平均海外旅行回数は3.11回であった。

③旅行の目的。重要度順に二つ回答してもらった。順位は全体では純粋な「楽しみ」26.1％、「自己発見」16.6％、「社会見学」15.8％、「リラックス」14.8％、「退屈な日常からの脱却」13.4％の順だが、第一目的として選ばれたのは「純粋な楽しみ」が33.8％で比率として抜きんでており、次いで「自己発見」17.9％、「社会見学」17.5％となる。そして第二目的となると「退屈な日常からの脱却」が18.2％と最頻値を示し、以下「純粋な楽しみ」17.5％、「リラックス」17.1％、「自己発見」15.3％と同程度の比率が続く。

さて、このデータは質問紙調査に先立って実施した95年８月のインタビュー調査から筆者が得た二つの感触を裏付けるものとなった。一つは、若者が旅行に対して気楽な感覚を持っているが、かといって純粋に消費的というわけではなく、旅行から自分にとっての何か、自己についてのオルタネティブを得ようとしている点である。しかもそれは真摯な姿勢で追究するというより、あくまでもリラックスしながらなのである。「純粋な楽しみだけれども、自己発見もね」といったところだろうか。

もう一つは「海外には何かがありそうだ」という感覚を抱いてる点である。新しい何かを求めて退屈な日本から海外へ、という感覚はほとんどの若者に共通しているように思える。ただし具体的な対象が存在するわけではなく、とにかく漠然と海外に行けば「なんだかわからないけれど、何かが得られるだろう」と思っているらしい[4]。強いてその「何かを」を表現すれば“自分の可能性を求めての旅”ということになるだろうか。この可能性についてはおおよそ二つの側面があるようだ。

(a) 自己発見としての旅。日常とは異なった環境に身を置くことによって、自分はどのように変化するのか。自分には何ができて、何ができないかについての可能性、つまり自己の能力を確かめに海外へとむかう。「旅は新しい自分を発見させてくれると思う」は80.4％、「旅は自分を別の自分に変えてくれる」は52.6％が肯定的な回答であった[5]。ただしこれは「自分を別の存在に変えてしまう」のではない。というのも「現在の自分が非常に好きだ」と回答する者が70.0％にも及んでおり、現状の自己自体は肯定されているからだ。それゆえフリーツアーはすでにある自己の可能性を確認する、あるいは潜在的な能力を引き出すメディアとして位

注４）「旅の計画をあらかじめ決めてある」のは33.6％であった。

注５）以下はいずれも「思う、ややそう思う、あまり思わない、思わない」のうち、「思う、ややそう思う」と答えた若者の比率である。

置づけられることになる。フリーツアーは“自己のバージョンアップ”のための手段といったところであろうか（ちなみにフリーツアーを何度も経験している者は、旅行にあまり自己の変化を期待してはいないようだ。大きな期待を抱いているのはフリーツアー初体験者であった。また社会人も純粋な楽しみとして旅行を受けとめている者が多かった）。

またインタビューから、若者たちが“等身大”で旅行をする傾向も感じられた。妙に背伸びしたところがない。あるいは背伸びしているときも、自分が「背伸びをしてみる」という自覚のもとに背伸びする。とにかく、かつての海外旅行者のように肩に力が入っていないのである。

(b) 退屈さからの逃避としての旅。旅の目的のうち第二の目的として「『終わりなき日常』からの脱却」と答えた者が比較的多かったのも印象的だ。「日本にいては何もできない、日本では惰性に流され、しかも暮らしにくくて全然自由じゃない。だから日本の自分は本当の自分ではない」[6]。そこで海外へ出ることで「自分を出す」。こういったインタビュー回答も多かった。そしてこのような発言をする若者は一様に現代の若者に対して批判的な発言をする（「あいつらみんな死んでるんじゃないの？」「いまのやつらは一人じゃ何もできない」など）。どうやらみずからが社会のなかで抑圧されている状況を、強くではないが、なんとなく自覚しているらしい[7]。ちなみに現代の若者像を旅行者に尋ねてみると「キャラクターが非常に多様化している反面、本質的なところではみんな似たり寄ったり」「どんなに個性的なつもりでも結局、大きな枠のなかにいることになる」などの指摘をする若者が多かった。

2）個性化の一手段としてのフリーツアー、だがその基準はあくまで自己との差異化にある

次に、若者たちが個性についてどのような位置づけをしているかを聞いてみた。個性的であることへの重要性をみると、「個性的でありたい」が83.7%、「自分は人より個性的」が58.3%、「人と違っていることは重要」が72.6%と、いずれも非常に高い比率を示した。次に個性化の手段としてのフリーツアーの位置づけをみてみると「フリーツアーとパッケージツアーは質的に異なる」が92.3%、「フリーツアーはパッケージツアーより価値のある旅行スタイルである」が81.0%、さらに「質的に異なる」と答えた者のうちフリーツアーにより高い価値を置く比率は85.2%であった。フリーツアーはやはり個性化の一手段として位置づけられているようだ。そしてこれをさらに裏付けるデータが「フリーツアーは就職活動に影響する（あるいは「した」）と思う」という質問項目で、肯定こそ全体で54.8%と半数をやや超える程度であるが、そのうち「思う」が31.1%でもっとも多く、「思わない」が19.8%で最少であった。フリーツアーの個性表示機能は若者によってはいまだにある程度有効なものらしい。

一方で、80年代の若者のフリーツアースタイルにみられた傾向とは異なるデータも見受けられる。80年代、若者たちは旅行地で同じように旅行する日本人の若者に出会うことに

注6）以下の引用はいずれも95年8月及び96年3月の調査でインタビューをした若者の言葉。
注7）「現在の自分に満足している」と答えたのは43.5%であった。

ある種、両義的な思いを抱いていた。旅先では日本語を使わない日が何日も続くため、日本人に出会うことはコミュニケーションが交わせ安堵する瞬間となった反面、差異化の基準が常に他者にあったため、日本人に遭遇することは「自分だけが知っている場所」を他の日本人も訪れているという現実を知ることにもなった、つまりみずからの個性化がはぎ取られる瞬間ともなったからである。それゆえ個性・独自性を志向する若者は、ガイドブックの推奨する安宿を意図的に避け、人一倍貧乏旅行をするという行動に出たのだった。ところが、今回の調査では「できれば日本人が多く宿泊する宿は避けたい」が42.0%（うち「思う」15.8%）と過半数を割り、「ガイドブックで大きく扱っている宿泊施設は避ける」が21.8%、「旅費は安くあげられれば、それだけ旅行の醍醐味も増す」が39.9%と低い数値を示した。また「ガイドブックの指示どおり旅行ルートをまわることに抵抗がある」は56.5%と比較的高いが、「あまり思わない」という回答が32.0%で選択肢中最も高い比率を示したのである。

これは今日の若者にとって旅先の日本人への意識が、基本的に日本で街を徘回する一般の人に対する意識と何ら変わるところがないことを示唆している。つまり同じように旅する日本人はかつてほど差異化確認の指標ではなくなっているのだ。若者論で指摘される「他者」を基準にした差異化戦略の減退は、フリーツアーにおいても裏付けられたことになる。

要は次のようなことがいえるのではないか。個性化・差異化の重要性を説く若者は相変わらず多いが、それはあくまでも当初の仮説どおり自己との差異化、要するに“自己バージョンアップ”感覚なのである。必然的に、他者に対する視線の欠落傾向＝他者に対する無関心度は高い。そこに日本人がいようがいまいが、旅行スタイルが同じであろうがなかろうが関心がないから問題ではないといった認識ではないのだろうか。「旅行中、なるべく多くの旅行者と会話の機会を持つようにする」という質問には86.5%が肯定的な回答をしたのに対し、「旅行中なるべく日本人と会話の機会を持つようにする」では60.2%と比率が低下している。インタビューでも「日本人がいようがいまいが、自分の旅とは関係がない」「必要とあれば日本人とコミュニケーションすることもあるが、用もないのに互いに声をかける必要などない」といった回答を多く耳にしている。それぞれがバラバラにフリーツアーを楽しんでいる印象を受けた。

つまり彼らにとって肝腎なのは“自分らしさ”である。この“らしさ”は必ずしも他人に認められる必要はない。要はみずからの判断基準で“自分が自分らしい”こと、自分から見て自分が「個性的」と思えることが重要なのだ。それゆえフリーツアーは自由に計画が立てられる、言い換えれば束縛されないことが魅力となる。また自分らしさへのこだわりは、旅行のあらゆる側面に配慮される。たとえば『地球の歩き方』の提示する情報に対して、一定の距離をとりながら関わるというスタイルも共通する[8)]。そして旅先で日本ではなかなか得られないさまざまな「体験」を実感し（この「体験」に、メディア環境に浸った日常の生活では決して得られない「身体的」

注8）たとえばホテルの選択にしても、ガイドを参考にはするが、必ず自分の目でルームのワンチェックを入れるなど。

体験が含まれていることはいうまでもない)、新しい自分の可能性を発見する。「自分らしい」旅をしているいまの私は輝いている。まさに「自分」がここにある、ということになろうか。

3）メディア影響度と個性の正体

さて、若者たちが楽しみながらこのような「個性」や「独自性」を発揮し、「自己」を発見することにフリーツアーの意義を認めていることがどうやら見えてきた。しかし彼らが「個性化」を志向することと、実際に個性的な旅行を行っているかどうかは別の話である。次にこれをメディアの影響度との関連から分析してみよう。

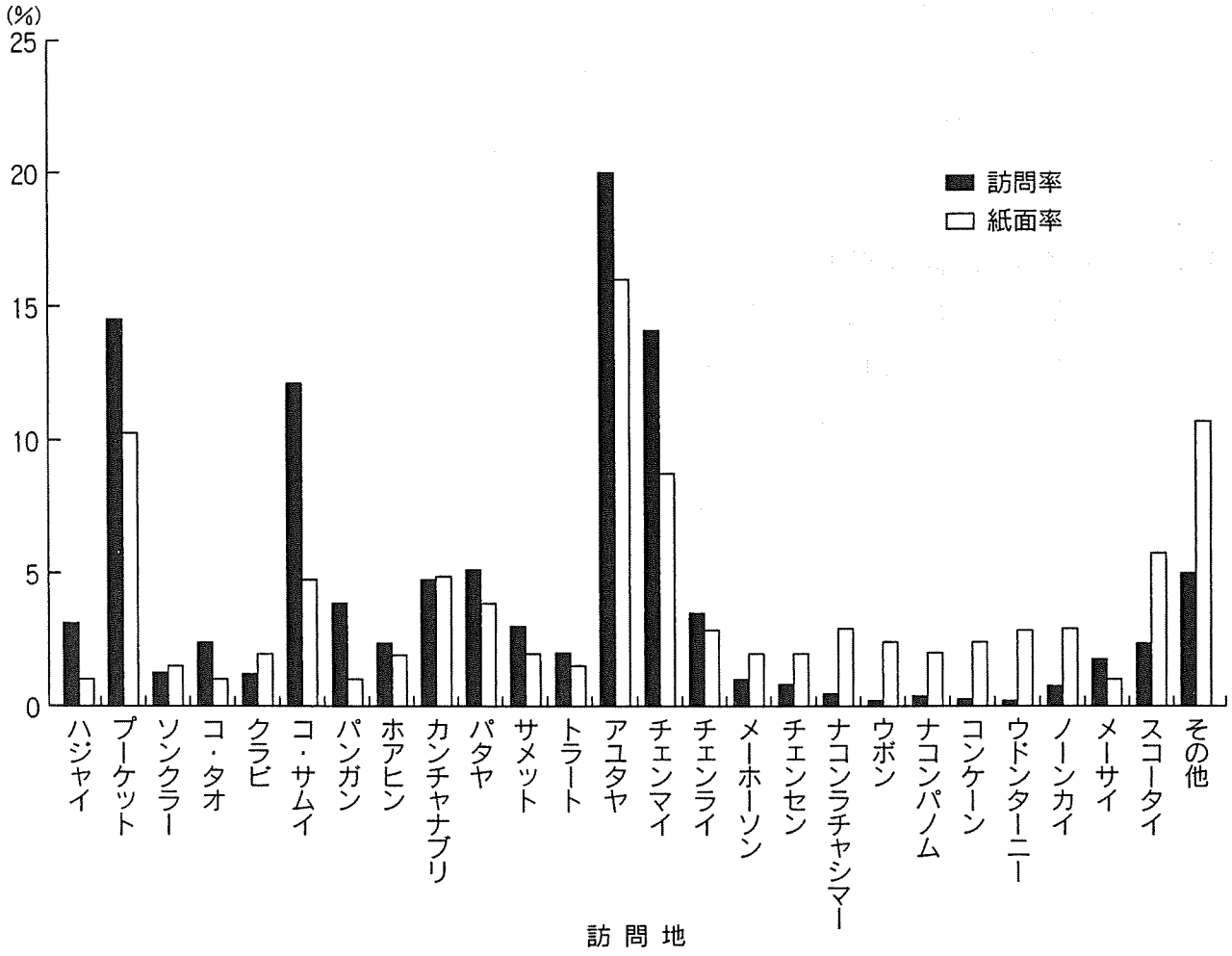
まず再び属性についてみてみよう。フリーツアーする若者は大学生がほとんどであることは指摘しておいたが、さらにもう少しこれらを読みこんでいくと興味深い事実につきあたる。彼らの所属する大学の所在地は東京圏：関西圏：その他＝61.5：23.5：15.0の比率。しかもいわゆる東京六大学、東都大学、関関同立に片寄っており、その他に分類される大学も、ほとんどが札幌、仙台、名古屋、福岡に位置していたのである。次に「学校や職場でフリーツアーのポスターやチラシを目にしたことがある」と答えた比率は全体では39.4%であるが、これを属性別に集計してみると大学生の場合は46.8%、それ以外が22.0%、さらに大学所在地別では東京圏52.3%、関西圏42.0%、その他37.5%であった。また「自分が所属する環境で海外旅行をする人間は多い」という質問には69.7%が肯定し、しかもはっきり「思う」が44.6%と高い数値を示し、さらに大学生では肯定が73.1%とやや率が上昇する。大学所在地別では東京圏77.1%、関西圏82.0%、その他43.7%であった。ここからフリーツアーは情報化が徹底している大都市圏の比較的高偏差値の大学生に顕著に見られる旅行スタイルであることが読みとれる。[9)]学生たちは必ずしも海外フリーツアーという旅行スタイルを独自に発見したのではなく、充実したメディア環境のなかでこれを選択したのである。

次に旅行の独自性について。旅行スタイルにオリジナリティが存在するか？　ここで気になるのはガイドブックの存在である。その所持率は90.6%であり、『地球の歩き方』の所有率は、全体の78.1%、ガイドブック所有者全体では86.2%にも達した。もはや『地球の歩き方』はフリーツアー旅行者の必携メディア、つまりフリーツアーと『地球の歩き方』はセットなのである。もちろん、ガイドブックを持ち歩くからといって、それだけで画一的で個性のない旅行スタイルとは断定できない。ガイドブックを道具として使いこなせれば必然的に独自性が生まれるからだ。また前述したように若者たちのガイドブックに対する位置づけはあくまで「参考にしながらも、従順にはならない」というものだった。では彼らはこれをどのように使いこなしているのだろうか。

そこで、ガイドブックと若者の旅行スタイルの距離を測定するために次のような分析を試みた。①質問紙に訪問する旅行地すべてを記入してもらい、都市・地域別の訪問頻度を集計する、②『地球の歩き方』で紹介されている都市・地域の紙面量の比率を集計する、

注9）しかも若者の所属する学部のほとんどは文系であった。

図2　若者の訪問地と『地球の歩き方』の紙面量比較



③両者の相関をみる。その結果が図2のグラフである。[10] 結果は一目瞭然、二つのデータは見事に同じ形を描いている。これは若者自身が独自な旅をしていると思っていても、結果として資本の用意した旅行スタイルをなぞっているに過ぎないことを意味している。二つの相関係数は0.8387と非常に強い相関を示した。フリーツアーは決して「自由」な旅行ではない。むしろそのプロセスはハプニングを含めてすべてそれまでのフリーツアー旅行者のデジャブなのかもしれない。[11]

(4) まとめ——自己追究という物語消費、そしてディスコミュニケーション

若者にとって海外旅行目的は多様化しているが、アジアへの海外フリーツアーに対する「差異化」「自己追究」、つまり「個性化」「私探し」の一手段としての需要は相変わらず高い。だがそれらの意味内容は80年代とは変化を見せている。他人の視線への想像力が欠落しがちな現代の若者にとって、自己追究は「他者」との違いからというよりは「既存の自己」との違い、いわば「バージョンアップ」

注10) バンコクが調査地であったため、データからは除外したことをお断りしておく。
注11) 筆者はカオサン地区で100人以上の若者にインタビューを行ったが、そのさい、まったくといってよいほど同内容の体験談を何度も聞かされる経験をしている。

を求めて行われる。もとより自己の存在は「好き」であり、肯定しているのだから自己変革を望んではいない。それゆえ、フリーツアーで重要視されるのは「人との違い」ではなく「自分らしさ」である。このポリシーのため、旅行者はそれぞれが個々にバラバラの旅行を行う。現象として生じるのは、旅行先で遭遇した日本人との情報交換の減少、そして日本人旅行者に対する無関心である。[12)]

情報収集の代替として旅行中、参考にするのはガイドブックとなる。今日、旅行産業の提供する情報はフリーツアーに関しても細部にまでいき渡っており、また現地でも観光客の受け入れ態勢が整っている。[13)]「冒険」はカネとヒマさえあればお手軽に体験可能なのだ（しかしこれも“参考”にはするが“信用”することはなく、ガイドブックの情報に対して一定の距離をとりながら利用する。そのとおりに行動することは「自分らしくない」のである）。必然的に結果として、旅行中の対人的なコミュニケーション契機はいっそう減少する。[14)]となれば結果として「頼りにしていない」ガイドブックへの依存度は高まり、マニュアルが細分化された範囲でのみ「体験」は多様化し、個性も多様化・細分化することになる。一方、コミュニケーションは減少するので、多くの人々との交流から生ずる独自性の高い経験は生じづらい。よって最終的に、フリーツアーのパターンは同質化＝おたく化（多様化しつつも均質化する）する。だがこうして得られた“改訂バージョン”の「私」は「体験」をバックボーンにしているため、価値相対化のなかで育ったゆえに絶対的な価値観を持ちづらい若者にとってはかけがえのない実体験となり、新しい自己の獲得と映る。このような「自己獲得」経験は帰国後、旅行経験を尋ねられれば他人に語りはするが、自分からあえて積極的に語ろうとはしない。自分自身が満足することが最優先されているからである。[15)]

結局、海外フリーツアーにおいては「個性化」「自己追究」という行為そのものが消費のひとつと化しているのではないだろうか。多くの若者にとって海外フリーツアーは必ずしも純粋な快楽・消費に向けられているのではなく、とりあえず自己イメージの形成に向けられている。これは調査前の前提を大きく覆すものであった。しかしそれは、その気になりさえすれば獲得・購入可能な程度の「新しい私」なのだ。このような“軽い自己”で若者は十分に満足するとなれば、彼らにとって自己そのものが「物語」消費の対象と考えられないこともない。部分的にであれ自己を購入するための一手段としてフリーツアーが存在する。つまりフリーツアーもやはり改めてメディア化しているといえるのかもし

注12）これは80年代的な「拒絶」ではない。80年代は他者の視線への意識を前提にした個性化が、ひるがえって日本人を「拒絶」する態度をとらせることになっていた。

注13）カオサンにある多くの旅行代理店の敷地面積は2坪程度ときわめて狭く、しかも見た目は納屋のような安普請なつくりであるが、多くの店内にはコンピュータ端末が設置されており、各種チケットが即座に発券されるようなシステムが整っている。

注14）かつては旅先で日本人に会えば必ず言葉を交わしたものだった。

注15）インタビューのさい、印象的だったのは、若者たちが旅行談を筆者に向けて延々と語り続けたことである。2～3時間楽しそうに話しを続ける若者が多く、しかもそれは自慢話と言うよりも、モノローグに近いという印象を受けた。彼らが語ろうとしている相手は筆者ではなくもう一人の自分だったのでは？

れない。

70年代に始まる若者のツーリズム志向は80年代、情報化、消費化の流れに沿って一般化・多様化をみせた。その結果、90年代に入ると旅行は若者にとってきわめてありふれたライフスタイルのひとつとなり、旅先は国内から海外にまで拡大、旅行する若者の年齢層も中学生にまで裾野を広げた。[16] 必然的に旅行先、旅行スタイルも多様化・細分化を遂げ、さまざまな地域に、さまざまな嗜好に応じて、それぞれが思いのままに旅を楽しむようになった。

だが若者たちのツーリズム志向の背後には、消費化と情報化からなるシステム社会のなかで、そこはかとなく「自由だけれども自由でない」ことへのフラストレーションが潜んでいるように思われる。言いかえれば旅行とはこの不自由さから逃れ、自分を感じ、個性を実感する方法、すなわち自己及び他者との差異化の手段として位置づけられる。この点では共通しているのではないだろうか。

このような位置づけはたとえスタイル、旅先が異なっても変わることはない。これらは単にベクトルの違いでしかないのである。ベクトルは若者それぞれがおかれたメディア・周辺環境によって規定される。たとえば女子短大生やOLであればハワイやバリ島、パリ、ローマ、タイの場合ではツアーの多くが組み込むリゾート・プーケットへむかう傾向が高まる。むろん、その多くはパッケージツアーである。要は若者それぞれを取り囲む諸環境が「差異化の手段」としてこれら旅行地・スタイルを提示し、これを若者が選択したにすぎないのである。

また差異化の実感は若者それぞれが個人的に設定する基準からのステップアップによって感じられることになる。すなわち、地方に生活する若者にとっては東京が、海外旅行未経験者にとっては海外旅行そのものが、パッケージツアー経験者にとってはフリーツアーが、フリーツアー経験者にとってはアジアやアフリカがそれぞれ差異化のためのフロンティアとなるのである。基準はあくまでも相対的・個別的なものなのにすぎない。

そしてフリーツアー志向はこれらの欲求がもっとも強く押し出されたものといえるだろう。個性的であろうとして、なかなか個性的にはなれない。そこで海外旅行を、さらに「自分で創る旅」＝フリーツアーを、そしてアジアを選択することで独自性を実感しようとするわけである。

だがその個性化の最先端であるフリーツアーまでもが、実は情報化社会と資本主義によって周到に準備されたものであり、したがって、そこで形成される「個性」もあくまで「システム社会」という“お釈迦様の手のひら”のなかで用意された“既製のもの＝パッケージ”とならざるを得ないことを今回の調査は明らかにした。フリーツアーは、多くの若者にとってもはや「フリーツアー」という名のパッケージツアーへと変質したといえるのかもしれない。

（新井　克弥）

注16）たとえば卒業旅行は、高校生では国内の名所であり、大学生ではこれが海外となる。

5．都市空間のなかの若者像

（1）都市空間大好き

読者にしてみれば、いささか意外と思われるエピソードから話を始めよう。筆者の住む山梨県東端の小都市のこと。ウィークデイの午後、高校の下校時のローカル普通列車の一輌は男女高校生に占領され、そこに治外法権的とでもいうべき空間が現出する。禁煙区間であるが車内はタバコの煙でかすむ。座席にすわる・つり皮をもって立つといった乗車状態ではなく、床にしゃがんだり、ひじ掛けに腰をかけたり。その傍らで女子高校生がお化粧をしている。ときには、隅のほうで戯れている男女高校生もいるが周囲は無関心。たまたま乗り合わせた乗客は眉をひそめて前後の車輌に移り、乗務員は毎度のことで放置している。

ＪＲの列車のなかの一輌とみれば、これは異様である。しかし、当人たちには日常的で、しかもこの空間は学校と家と塾とのすきまにある「自由」な空間なのだ。彼らの日常的な生活時・空間の一郭に設けられた、いくぶんか非日常性を帯びた空間であり、ささやかな性と脱規範（タバコとお化粧）と暴力性（乗務員も手がつけられない）が許されている。というわけで、彼らからすれば、これは異様ではない。彼らの日常の生活時・空間に組み込まれていて、習慣的なもので、そして遊びの場であるのだから。これと連続していて同等同質の空間が、問題のカラオケスタジオである。車内にあったことのすべてがそこにもある。いうまでもなく、中・高校生の余暇時間で一番多いのが、このカラオケである。

さらにこのカラオケと接しているのが、修学旅行や週末の「原宿」である。女子中学生が登場する。これと接続しているのが、かつて話題になり社会問題化し、おそらく現在は常態化している週末の「シブヤ」であり、ここの主役は男子高校生である。昨今は渋谷も、新宿をはじめとする私鉄ターミナルに成立する空間とともに「風俗産業」が盛んで、その一方の当事者が女子高校生である。シブヤでは、あの車内にあったことどもの規模がふたまわりぐらい大きくしかも大量にあり、かつ「現象」の「温度」が決定的に高い。遊びの祭祀性がより濃厚になっているとでもいうべきか。そして、原宿もシブヤも、車内とカラオケ同様、学校・家・塾がつくる空間のすきまである。しかし彼らはこここそ「解放区」「オレタチの広場」と思っている。大人たちにいかに異様とみえようとも。

こうした中・高校生と空間との関係の形態は、やはり修学旅行や週末行動の「ディズニーランド」にもみられる。ここでは遊びの遊戯性・ゲーム性・ヴァーチャル性が濃厚であり、しかもグッズ・ブランド・アクセサリー、つまりは広義のものと若者のある種の関係が顕在化する（これと同じ地平に「死体人形」ブームがある）。「ディズニーランド」における遊戯空間性と地続きのところにコンサート・イベント・おっかけ空間があり、さらにスポーツ（観戦）空間がある。それぞれに遊戯性・祭祀性・ゲーム性が含まれていて（成分比は異なるが）、他の空間同様、欲求の充足とカタルシスがある。

以上、エピソードと実例をあげてきたが、ここでは、若者と空間、とりわけ都市空間との関係形態から若者の行動と心情の実態の捕捉と描写を試みる。ここにあげた空間は、再

三いうように、学校・家・塾のすきまであり、いくぶんか非日常性を帯びた空間であり、遊戯性・祭祀性をもった空間であり、性と暴力と逸脱が許されている「自由」空間であり、同時に彼らの日常の時・空間に接続している空間である。カラオケボックスからディズニーランドまでに共通しているものをもう一度いいなおすと都市（空間）性であって、情報・メディア・記号性といった属性や、人工性・消費性がまといついている。結論をいうとそれ故に「都市」は若者にとって親和的なのである。この親和性は、今日の都市空間と若者の両者のもつ条件を前提に成り立っている。

現代文化の特徴はといえば、上記のように、都市性、人工性、消費性、そして情報・メディア・記号性ということになる。若者を離れてみれば、これらを享受しているのは、実はわれわれ自身でもあり、しかもこのわれわれはそこに居心地よく安住しているフシがある。都市を享受しているのは、ひとり若者のみならず。が、この点で若者は「先をいっている」。だからというべきか、都市空間に若者のもうひとつの「横顔」を発見することができる。

（2）都市空間の変質――若者文化の「場」

バブル前後からバブル期にかけての文化・社会現象の特徴を示すいくつかのキイワードのひとつに「東京現象」があった。各地の主要都市・中小都市・いや全国津々浦々までが「東京化」している、つまり都市化・人工化・情報化・メディア化・ファッション化・消費化が「東京」を先頭にして、各地で同時に同質的に進行しつつある、ということを意味していた。実際、列島の文化・社会状況を全体としてみるかぎり、起こっていることがらをさすことばは「東京化」以外になかった。「地方性」「地方の時代」「町並保存」「町名変更反対」「ふるさと再建」が声高に、ときにはヒステリックに叫ばれたことは、「東京化」の進行が急速かつ強力であったことを物語っている。バブルは崩壊したけれど、そしていまさら「東京化」「東京現象」とはいわないけれど、地域社会とライフスタイルの「東京化」は着実に進行中である。「地域おこし」「町おこし・村おこし」がジャーナリズムで美談扱いされているのが、またしても証拠である。

「東京現象」「東京化」は、ある時代の一過的な社会・文化・風俗現象をさして使用されたにすぎないが、その意味しているところは、あるいはその内包は、決して表層のうつろいだけではない。この国で高度経済成長と消費文明化が同時進行し始めた時期の都市社会（空間）の重要な特徴を、実は意味していた。

東京オリンピックとこれに触発された事態が表象していることは、東京という都市空間の文化構造的な変化であった。さらにいえば、近代都市の現代都市への転換、あるいは都市におけるモダンからポストモダン。これを筆者流にギリギリ切りつめていうと、「変態（メタモルフォーシズ）の常態化」である。

実際、60年代このかた、東京という空間では、不断に変形・変貌・変容・変化が起こっている。道路・交通路、そこにほどこされるアクセサリーの数々、街路の構造と景観、建造物の新築とリフォーム、建物の外装・ディスプレイ・付属物の変更、私鉄ターミナル等のサブエリアの開発と名称の変更そしてファッション化、道を移動するひと・もののたたずまいの不断の変容、エリア全体のメディア

化・情報化の進行等々、東京はこの30年余り、ずっと変わり続けている。この東京の変貌ぶりについては、なんらかの理念にもとづいて形成されたヨーロッパの都市の秩序・均衡・調和を重視する立場からの批判がある。東京（の変貌）は無秩序であり、猥雑であり、アナーキーである、と。しかし、東京の変貌の意味は、秩序－猥雑といった次元のものではなく、これだけでは片づかない。

高度成長で生活の物質条件がほぼ充足される一方、他方で精神と心情を規制する文化的拘束が弛緩し始めたとき、ごく普通の人々が求めていたのは、主観的な生の実感と心と感覚の快感であった。人にとって実感と快感を実現してくれるのは、当たり前のことだが、連続する適度な刺激である。刺激は主体と環境の広い意味の緊張関係から生まれる。緊張関係は、比喩的にいうと、主体と環境の間の相対速度から生ずる。つまり、主体と環境の双方がベクトルの異なる「移動」（変化）をしたとき、緊張が発生し刺激が大きくなる。いまにして思うに、60年代になって、予定調和的にとでもいえばいいか、両者の「移動」が始まる。東京（都市）の変貌は、この環境の側の移動・変化の典型のひとつであった。環境の、そして東京の変貌・変化・移動が「変態」にほかならない。

東京は変態を始めた。変態が可視的なエリアに人が集まり始めた。だから、広義の広場・街頭の視覚的・聴覚的景観を一定のインタバルで意識的に変換させ、人を集めようとし、そして成功した。東京を全体としてみると、今でもどこかでなにかがいつも変態している。東京も、そのなかのサブエリアもそうであるけれど、全国の各都市で、多かれ少なかれあるいは程度の差こそあれ、変態が進行した。変態には、都市空間の物理的構造の変化、祭・イベント・行事・事件等々の意図的なものや偶然的なものの出現、空間を移動する人やものそしてそのパターンの変化が含まれている。

それだけではなかった。60年代はまた、社会的にも個人の生活の場面でも、情報化・メディア化が本格的に進行し始めた時期である。情報とメディアが、低廉化し、量的に増加し、かつ人々の生活空間・生活行動と有機的に結合し始めた。つまり、人々のメディア・情報需要が急激に増加した。これまた予定調和的としかいいようがないが、都市はこの需要に応えた。つまり、都市空間は、より大量により迅速により効率よく、メディアと情報を供給し始めた。メディアと情報供給に関しても全国的な「東京化」が進行中であるけれど、この点に関しての格差は残っている。たとえば、70年代に始まる「雑誌化」「雑誌ブーム」に関しては格差があり、いまだにある種の雑誌は地方での入手に時間がかかっている。ちなみに、今若者に「東京と地方との差は？」と訊けば、多くがメディア・情報格差をあげ、ある種の雑誌の入手が「一週間遅れる」と答えるはずである（今、若者のライフスタイルには雑誌は不可欠）。メディアも情報も、定義上というか、本性上というか、意外性を本質としていて、だから変態を促すものである。都市空間にメディア・情報があるということは、空間の変態を促す作用が存在するということである。都市空間にメディア・情報装置が組み込まれていたともいえる。都市はこの装置があって初めて現代都市になる。

しかし、話はここで終わらない。70年代になるとはっきりと、消費社会が顕在化し始め

る。欧米の前例をみるまでもなく、物質的な「豊かさ」がある水準に達すると、ほぼ必然的に起こる事態である。消費社会になるとどうなるか。すでにおびただしい説明が繰り返されているが、要するに、あらゆるものから使用価値もしくは機能的価値が消滅し、記号的価値とも付加価値とも意味ともいうべきものが肥大し、そして人々はなによりもまずものに意味を求める。人々の欲望・欲求は意味にむかう。

記号論的に表現すると「意味は差異から生まれる」。80年代、この国で消費文化の成熟がひとつのピークに達するのだが、この事態に対して「差異化の狂奔」ということばが使われていた。人々はいかに意味を求めたか。

ところで、意味を産出するもの、産出を促すもの、可能にしてくれるもの、これは定義上メディアである。メディアであるテレビ・新聞・広告……から人が読みとっているものは、総称して意味である。同様に、人は化粧・表情・態度・衣服（ファッション）に、さらには店頭に配列されたさまざまな商品に、街頭に並ぶ店々のディスプレイとその配列に、あるエリアを構成しているさまざまな建造物の配列に、街路に配置されたさまざまな表示物に、そしてエリア内を移動する人ともの（クルマ等々）のつくるパターンに、意味を読んでいる。この意味を読むという心理的もしくは記号論的文脈からするかぎり、テレビとブティックの店頭は等しい。つまり、都市空間そのものがメディアなのである。

意味が差異であるならば、意味の産出量を増やすためには（実際80年代にはこの意味の産出が激しく競われていた）、差異を意識的につくり表示すればいい。都市空間の60年代に始まる変態は、この差異の創出であった。特に80年代には、人々の欲求・欲望あるいは需要に先まわりして、差異の創出・表示が行なわれた。こうして、都市空間はさらにメディア的になり、差異創出のメカニズムを装置として含むようになった。これが現代の都市空間である。

都市空間内の名所・旧蹟、古い町並み・地名、伝統的な行事・祭等々は、意味（差異）創出のメカニズムにとって有効であるかぎり、「復活」し保存される。決してそれ自体に価値があるからではない。そしてもちろん古いものに限らない。経済的な要因から完全に自由にはなっていないけれど、都市空間の変態、空間でのあらゆる差異の創出は、意味の供給という文脈で実行されている。

変態が繰り返され、エリア＝町並みの表情が常にうつろい、差異が次々に噴出し、ものと人の移動が激しくなり、各種情報の密度が上昇する——つまりは都市空間のメディア化が進むと、当然のことながら特定のエリアの統合的で固有の意味がなくなる。たとえば「ほおずき市」に伝統的な年中行事の意味などない。つまり、多様な意味が錯綜し、かつ意味が常時入れ換わり、意味の相殺作用を行なっているのが都市空間なのだ。こうして都市空間は、価値的にニュートラルになり、無重力空間になる。都市における「自由」の現代的姿態が現われてくる。

メディア化は、当然のことながら、情報化も含意している。もちろん、真実で有用なあるいは道具的な情報が大量かつ機能的に、すべての人々に平等に利用されるべく流通し分布している、ということだけではない。同時に、都市空間には、結果として価値的に相殺される、戯れ愉しむだけの消費情報が氾濫している。情報化のもうひとつの側面である。さら

にこれには、機能性や使用価値が消滅し記号化してしまったもの、つまりは情報と等しくなってしまったものも含まれる。こうした情報の氾濫・高密度は、比喩的にいうと「情報圧」を高め、心と意識に作用する浮力が大きくなる。都市は、その棲息者に対して自然や地面や物質からの隔絶・浮遊感を与える。

「変態」から「浮力」まで、現代の都市空間は、こうした働き・メカニズムを内蔵した。だから、多くの若者が都市を好む。この項で長々と現代都市の諸相と諸特徴を描いてきたのは、若者にとっての都市、彼らの好む都市とは、そもそもなにか、を明らかにしたかったからである。ここではこれに対応する若者の意識のほうにはいっさいふれなかったけれど、明敏な読者は、以上の叙述から若者の「横顔」の一端を明確にイメージされたことだろう。

（3）都市にむかう若者の心性

なぜ、多くの若者が都市なのか。前々項で描いたさまざまな「都市空間」で若者はなぜそうなのか。ここでは逆に若者の意識と心情の側面から描いてみよう。

若い世代が、異文化もしくは異文化の産出物を、その形・スタイルにおいて取り入れみずからのライフスタイルに組み込む、そのさいにそのものを発生させた文化的母体というか文脈など無視し、いうならば「形から入って」模倣し取り組む。これを始めたのは60年代からである。取り込みの対象は、60年代でいえば、先進各国の若者の「60年代の現われ」であった。ロックであり、ドラッグであり、性と暴力のスタイルであり、ジーンズであり……であった。個々のアイテムの文化的背景や意味を剝奪させて形だけを取り入れる、この独特の異文化接触の形態は、80年代に本格化し現在ではごく当たり前になった「海外旅行」にまで及んでいる。若者には、すでに日本固有の文化の知識や自覚などなく、実は背負っているはずの日本の文化と旅行先の異文化との差異や両者の対立などにまったく無頓着、要するに異文化を感性的に観察し体験し、好き嫌いの感覚で対応する。だから好きなら何回も訪れるし嫌いなら二度といかない。いずれにしろ、異文化とのこうした関係の仕方などにまったく疑問をもたない。そして春・夏・冬の休暇に入ると、前項で指摘した「差異を求めて」外国に出かける。

この一連のことがらは、マクルーハンのグローバライゼーション（地球化・世界化）を連想させる。つまり、異文化がのっぴきならぬ対立関係を続けながら、そして異質さを維持しながら共存する国際化ではなく、異質性の上に大量の同一情報をかぶせ外見上同一化し、各地域（国家・社会）を同質性の高い「村落」にしてしまうという世界化である。この世界化は、文化・伝統、民族・言語・宗教等々に規定される国家や国境や、あるいは社会・文化の差を克服するのではなく、異質さをおおいかくし消滅させる。ついでに国家意識、社会意識、歴史意識等々も希薄化させる。是非の問題ではない。戦後教育の、あるいは戦後の精神風土の「成果」である。ちなみに世界化は20代の若者の国政選挙投票率十数パーセントの原因のひとつである。これを若者の心性のグローバライゼーションと呼ぼう。この心性にかかると、すべての言語、芸術的表現、宗教、規範・価値・伝統、総じて文化が、優劣や序列や中心・周縁の差などなく、同等の選択の対象として並列される。

パーソナル化したラジオ、そのラジオの深

夜番組によってひとつの「共同体」ができたのは60年代である。ヒイキの放送局・番組・ＤＪを結接点にして、各地の受験生、高校生が投書や電話によって、相対的に閉じた「おしゃべりの場」をもった。日常の会話の世界では話せない話題を交換する「もうひとつの広場」ともいわれた。顔を合わせたこともない若者が、しばしばニック（ペン）ネームを使ってもっとも親和的なコミュニケーションをする。これは、ラジオというメディアの低廉化・個人化・個室化、つまりはメディアとしての進化が可能にしてくれたことではあるが、もうひとつ若い世代の親・兄弟、親類縁者・地域住人、教師、学校友達とつくる「共同体」の弛緩・解体が背景にある。こうした物理的にも伝統的人間関係的にも離れている相手とのより親密な集団＝共同体が、電話・パソコン通信・電子メール・FAX・ポケベル等々をメディアにして、作られ続けている。この「間接的共同体」は特に若い世代でごく普通であり、顔をつき合わせているより親密度が高いと主観的には自覚されている。この意識のありよう、心性のベクトルをローカライゼーションと呼ぼう。もちろん、伝統的なローカル＝地域ということばの含意はまったくない。いうならば脱家族化し、脱地域化し、脱学校化した意識の持ち主が、高度化したメディア装置を生活内在化させて作る「共同体」である。個々の共同体への参加者があくまでも少数派であるから「ローカル」なのだ。かつては「幻のコミューン」と呼ばれたが、ここでは別称として「メディア共同体」という名を与えておこう。このメディア共同体が成立しうるのも都市空間、都市的状況においてである。いやメディア共同体自体、大変に都市的であり、都市空間的なのである。

60年代の物質的豊かさ実現と併行していたものに、核家族・少子化・個室化が、そして先述の脱家族・脱地域が、あった。戦後教育思想の影響もあって、若い世代の「ひとり行動」、今でいう「個人化」が顕在化する。全生活時間のなかで、「ひとりでいる時間」の割合が増加する。これをプライバタイゼーションと呼ぼう。個食・個寝・個乗・個遊・個飲……というライフスタイル。端的にひとりだけの空間で数多のメディアを身近に置きながら（メディアを装着して）、そのメディアと対話することを好む、むしろそのほうが愉しくて充実していると思う。プライバタイゼーションとは、そういう心性のベクトルのことである。

グローバライゼーションのひとつ、海外旅行の場合も、グループでというのはごく稀で、２人か１人が圧倒的に多い。孤立した行動なのだ。メディア共同体（ローカライゼーション）でもそこにいるのは、彼／彼女ひとりである。心性のベクトルは個の外部にあるものを向いているけれど、この心性をともなう行動は孤立している。この個人化・孤立志向は、70年代以降に使われたキイワード、ミーイズム、ナルシシズム、コクーン人間、カウチポテト、オタク、さらには社会拒否症候群等々からみて明らかなように、先進国に共通の現象である。

心性のベクトルが外部を向いていて、外在するものに特殊なインティマシイ（他者との親しみ）を求めているけれど、行動の形態は個人化・孤立化を好む――これは60年代以降、若者に顕著に現われ、以後着実に「進化」しているライフスタイルである。このライフスタイルにとっても、都市空間・都市的状況は快適であり、プライバタイゼーションはむ

しろそこにのみ成立可能である。

世界化とメディア共同体化と個人化、これらは60年代以来の若者の心性の主要なベクトル成分である。60年代の若者（団塊の世代）と今日の若者（団塊ジュニア、メディアキッズ、「渋谷系」）とは、そのプロフィールにおいて相当に違う。しかしこの三つのベクトルはずっと維持され、もっといえば着実に強化されてきた。この心性にとって、都市空間はある意味で唯一のすみかであり、だから前項のような都市の変質があり、そういうものとしての都市が定着したのであった。

都市空間を志向する心性の前提であり、都市化にエネルギーを供給していたのはいうまでもなく欲求・欲望であり、いいなおせば戦後の心情――精神風土のなかで原則的に肯定されていたある人間的自然＝人間性である。しかも、この風土のもとでは、生得的なものとは個体のもつ可能性であり、それはほとんど個性に等しかった。こうして欲望・欲求は善で、反対にその容れものでありしばしばこれを規制し抑制する自我と超自我は悪とみなされたフシがある。したがって、公言こそされなかったが、教育・学校・教師・受験・塾等々は必要悪。逆に生活時・空間のはざまに成立する「自由時間」は善である。自由時間での行動は広義の余暇・消費行動であるから、余暇・消費・遊び・スポーツ等々が論理的・規範的に肯定される。60年代に叛乱した若者の主張のなかに、暗にというべきなのだろうが、スクエアな時間に対して自由な時間を、仕事に対して遊びを、生産に対して消費を道徳的に肯定すべきであるという「思想」が含まれていて、叛乱自体は挫折したけれど、この「思想」は70年代以降、着実に風土化した。

こうして消費文化が形成され生活文化に浸透し、消費社会への転換が始まり、「消費人間」が登場する。団塊の世代は消費人間第一世代である。「消費は美徳」。ものもことも、情報もメディアも時間も、出来事も事件も犯罪も、政治も経済も国際も、環境も生態系も自然も、ほかならぬ人間も、そしてその生死も、今やすべてが消費の対象である。加えて物質的豊かさは、この消費文化の全人口層への拡大と均霑を促した。これは資本の論理でもあったが、遊びと消費を抑制する倫理的・規範的根拠がそれ自体消滅し始めていた。

遊びとしての純粋消費という「生活倫理」をいち早く受け容れたのが、60年代の若者である。もちろん、一方で多くの若者は学校と受験と就職を受け容れる。しかし同時に、そのほとんどが消費と遊びにこそ生の実感があるという「思想」に共感している。対立するこのふたつの「倫理」が共存することについては批判もあるけれど、多くの若者は「仕事の世界」と「遊びの世界」の両方に安住している。居心地の悪さに深刻になっている少数もいるけれど。そしてこの安住が、今や、ライフスタイルになっている。

このライフスタイルにとっても、前項で描いた都市空間もしくは都市的状況は快適である。とにかく都市空間には消費の対象が氾濫している。都市空間そのものが、すでにして記号化・情報化・メディア化しているわけで、特に若者の純粋消費にとって「願ったり、かなったり」なのだ。「変態」から「浮力」までを可能にしてくれる都市空間は、遊びと消費にとって、それにともなう自由と逸脱の願望にとって、大変によくできている。「消費」を中心に置いた倫理的心性と都市空間の変貌との間には、相乗作用・相互補完・予定

調和的関係がある。

若者に限っていえば、やはり都市空間のメディア化との親和が重要である。彼らの遊びと消費の対象は、圧倒的に記号・情報・メディアであり、一見もの・ことが対象でも実はその記号性や意味が相手だからである。遊びと消費におけるメディア志向にとっても、都市空間はよくできている。比喩的にいうと、メディア活動を活性するための「電源」というか、コンセントというか、プラグというか、そういうものが十分に用意されている。“Tokyo Walker”でも『ぴあ』でもいい、そこに表示されているものは、まさにこの「電源」であり、「よくできている」といわざるをえないその数の多さである。中間報告でふれたように、新・新人類以下世代はすぐれてメディア人間的であり、「メディアキッズ」である。「電源」の数多用意されている都市空間は、この彼らにとってやはり「よくできている」遊戯場であり、メディアキッズの棲息地でもある。

（4）都市空間の遊戯性

都市空間での遊びと消費に若者は生を実感している、と書いた。その意味は、通学の車内での「自由」や、カラオケボックスでのノリや、コンサートやシブヤでの刺激が欲求・欲望を充たし、カタルシスになるということである。

多様な要求充足は結構なことだ。しかし、この作用の特徴のひとつは、個別の行為そのものと充足・カタルシスに常に相対感がともなうこと、ときには相対感にさいなまれることである。つまり「今、たまたまここで遊んでいるけれど、本当にこれがしたかったかどうか自分でもわからない」。自意識やアイデンティティが稀薄になり、価値が相対化した当然の帰結である。もうひとつ、カラオケもシブヤもクセになるというか、遊びの必然として習慣性なるものがある。この習慣性と相対感の相乗作用の結果、ふたつのことがらが出てくる。

第一は、ことばの深い意味での遊戯性。たまたま遊んでいるだけ、オモシロがっているだけということ。だから遊戯性のまたの名は劇場性。つまり、若者の都市空間での遊びは劇場的なのだ。コンピュータゲームはもとより競技場やコンサートの熱狂も、ブルセラも、暴力・暴走も……すべてパフォーマンスなのである。背後にあるのは、社会的規模の劇場社会、劇場国家、劇場文化、劇場犯罪。かくして都市空間での若者の遊びは劇場遊戯である。「消費の全対象との戯れ」という名のパフォーマンス。ところがこのパフォーマンスにとっても都市空間は恰好である。こうして都市は劇場都市になる。

第二。若者が都市空間に本格的に登場したのは70年代後半で、その時点ではまだ大人の用意したもので遊んでいたといっていい。ところが80年代も後半になると、「積極的」に遊びのスタイルを「創造」し始めた。カラオケスタジオ、コンサート・競技場のパフォーマンス、シブヤのアナーキズム等々。これらは文字通り「消費者先導」であった。「積極性」「自発性」の動機は充足度や刺激度や快感の最大化であって、特にシブヤやシブヤ的空間に、ブルセラ・デイトクラブ・売春的行為が、ドラッグ（結果として暴力団とのかかわり）が、偶発的あるいは意図的な暴力行為が、頻出する。60年代の若者の性と暴力とドラッグは、エスタブリッシュメントに対する反逆のシンボルであり、「異議」というメッ

セージを負っていた。もちろん、相対的な非日常的空間での刺激の最大化という意図がなかったとはいわない。これに対して80年代以降は、たとえば性的逸脱をシンボル化しメッセージ化することの「社会的意義」などない。いやなによりもまず、たとえば暴力行為のメッセージ化など当人にとってダサイのである。ドラッグもまたなにかの手段などではなく、刺激を与えてくれる快楽にすぎない。だから刺激度が落ち、苦痛をともなうことがわかればやめる。性と暴力とドラッグの意味の文脈が変わってしまった。こうして刺激と快適とオモシロサを求めてアイテムの交替が常態化する。ブルセラから売春への変化は、主観的には交替であって「価値的上昇」ではない。なんのことはない、この交替は例の「差異化」に等しい。よりよいもの、よりすぐれているものへの「進化」などではなく、いうならば目先を変えているだけ。80年代、消費社会で起こっていたのと同じことがらが、若者の都市空間でも起こっていたのである。

60年代以来このかた、若者の主たる棲息地は都市空間である。カラオケから始まってRV車で行った先の自然も、スキー場も、テニス合宿も、海外旅行先も、みんな都市であって、そこにしつらえてある装置による空間の価値的無重力化が、したがって心の浮遊が、少なくとも彼らにとって可能な場であり、だからこそ彼らの多くにとって快適な場所である。しかし、圧倒的な少数派がいる。彼らにとっては都市空間の現在のありようが、いや若者文化そのもののありようが居心地が悪く、不安定で、やるせなさと不安を生む。現代文化、とりわけ若者文化の特徴であるアイデンティティ消滅、価値の相対化、モラトリアム、個人化等々が根っこのところにある。都市空間はこの不安の強化・増幅装置にもなっていて、不安が肥大し濃縮されたとき、その先の容れものがカルト（集団）である。比喩的にいうと、カルトは現代文化・若者文化・都市空間に発生する小さなポリープである。

（中野　収）

〈参考文献〉

中野収『都市の「私物語」』有信堂1993
中野収『大衆文化論』岩波講座「日本通史第20巻」1995
中野収『若者像の変遷』岩波講座「現代社会学・ライフコースの社会学」1996

資　料

1．若者文化早わかりのためのキーワード

●モラトリアム

モラトリアムとは、本来「支払い猶予」を意味する金融用語である。フルタイムの社会的な役割から免除された若者たちが、さまざまな試行錯誤の果てに、自分自身にふさわしい役割を選び取る。第二次大戦前まで、モラトリアムは、一部の恵まれた階層の若者のみが享受しうる特権的な期間であった。しかし、高等教育の大衆化の結果、モラトリアムは「制度化」される。そして、学生生活の期間は、「よい学校」→「よい会社」という、人生のエスカレータの一部に組み込まれていく。モラトリアムは、自由な役割実験の期間ではなくなってしまった。60年代末の学生紛争は、そのことへの若者たちの苛立ちの表明であった。70年代以降、今度は**「モラトリアムの永続化」**が、若者たちの夢となる。「大人」の社会には何の希望もない。自由で豊かなモラトリアムは天国だ。大人になりたくない。子どものままでいたい。いまの若者たちの行動を支配しているのも、この願望である。

●アイデンティティ

エリクソンは、**アイデンティティ**を青年期の発達課題として位置づけている。子どものころ、親や教師から与えられた、断片的な同一視を再構成して、独自の自己像・価値観を築き上げる。それが、アイデンティティの意味するところである。しかし、複雑化し、変動の加速化された現代社会のなかで、一貫した自己像や価値観を保ち続けることは、容易ではない。また、この社会のなかでは、大人の定義も、子どもから大人への移行を保証する儀式も、存在しない。その「危機」が顕在化した60年代末、皮肉にもアイデンティティ論は脚光を浴びた。いまの若者たちは、アイデンティティの感覚など、はなから必要としていないようにさえみえる。たしかに、彼らは、ロールプレイ感覚で、一つの「私」から別の「私」へと、自在に変身していく。しかし、彼らもまた、**「本当の自分」**という観念に呪縛されている。それを求めて、旅に、ボランティアに、そしてカルトへと赴くのだ。

●全共闘運動

60年代末、日本の大学を紛争の嵐が駆け抜けた。ノンセクトの学生たちが、自発的に闘争組織（**全学共闘会議＝全共闘**）を築く運動スタイルが、このとき流行した。また、60年代末の学生反乱は、世界的な現象でもあった。ベビーブーマーの進学による大学大衆化。旧態依然たる大学。学生たちは、不満の固まりとなっていた。そこに、ベトナム戦争が起こった。世界の若者たちは、ベトナム人民とアメリカの若者に連帯して立ち上がった。そし

て、大人たちの築いた巨大システムと、その構成要素となった大学のあり方を告発したのである。学生反乱は、ベビーブームと先行世代との世代間闘争でもあった。しかし、「30」を過ぎた後、この世代は大量転向を遂げていく。「企業戦士」に変貌した日本の「団塊」。ミッテラン政権に大量入閣した、「5月」の英雄たち。そして、かつて徴兵忌避者だったビル・クリントンの存在は、この世代の本質を雄弁に物語っていよう。

●対抗文化

60年代末の学生反乱は、若者たちの独自の文化運動をももたらした。**長髪とジーンズ**、**フォークソング**、**ヒッピームーブメント**、**フリーセックス**、そして**ドラッグ**。大人社会の俗物性と管理主義に「対抗」する、自然と内面（東洋文化）への志向、幼児性の肯定等々の特徴を、この文化運動はもっていた。「反乱」の挫折とともに、対抗文化も終息する。しかし、自然志向は**エコロジー**に、内面への志向は**カルト**に代表される「心」への関心という形で、今日にも受け継がれている。そして、**パソコン**もまた、**対抗文化の遺産**だ。権力が独占するコンピュータを、民衆の手に。70年代の半ば、そんな野望をもつアメリカ西海岸の若者たちは、最初のパソコンを作った。今日、コンピュータ産業においては、幼児性を色濃くとどめた若き天才たちが、旗手となり、巨富を手にしている。幼児性の肯定という対抗文化の理想は、この超先端技術の世界において、実現されたのである。

●やさしさ

60年代末の学園紛争は、**「心やさしい若者たち」**の反乱であった。豊かな家庭のなかで大切に育てられ、傷つきやすい心をもつ若者たちが、ベトナムの殺戮に憤った。このため、「ベトナム反戦」は世界の若者の合言葉になり、同時に学生紛争も、世界的な現象となったのである。対抗文化の時代以降、「やさしさ」は、若者のなかでの揺るぎない「心の習慣となった。しかし、「反乱」の挫折以降、「やさしさ」も変質をとげていく。虐げられた他者への同情にもとづくミリタントな「やさしさ」は、過去のものとなる。70年代、**「やさしさ」は自己愛**の別名となる。閉じた小宇宙のなかで、互いの傷口をなめあう「やさしさ」。そして、今日、「やさしさ」は他者への不関与と同義語だ。他者に介入することは「やさしくない」。なぜならそれは互いの心をかき乱し、関係性に波風をたてるからだ。電車のなかで老人に席を譲る。そんな行為はいまや、「やさしくない」のだ。

●遊戯性

遊び心、もしくはユーモアのセンス。これは若者文化の基本的な特性の一つである。「対抗文化」の時代、遊戯性は、生真面目で硬直した大人の世界を笑い飛ばす、文化批判的な機能をもっていた。しかし、権威の大半が崩壊した後、「道化」であった遊戯性は、「王」の地位に成り上がる。80年代、「一行〇十万円」のコピーライター神話が示すように、遊戯的なセンスは巨富を生む素となった。**「マジ」**なことはダメで、ふざけているほうがエライ。この時代には、そんな倒錯すら生まれた。「マジ」に物事を考え、学ぶ姿勢を示すものは、「クライ」・「ダサイ」の大合唱に打ちのめされる。**遊戯性の専横**が、80年代以降の学校の問題の根幹に横たわっている。面白いこと、楽しいこと。それはいまの

若者たちにとって、絶対的な善なのである。だから、ボランティアや社会運動など、「マジ」な領域に関わる若者たちでさえ、その動機を「楽しいから、好きだから」と答えるのだ。

●ボランティア

1995年は、**「ボランティア元年」**となった。阪神大震災の被災地に、全国から多数の若者たちが、ボランティアに駆けつけたのである。彼らは、「楽しいから」・「自分の（経験を広げる）ために」と、その参加の動機を語っていた。この**「ニューウエーブ」**たちは、被災地神戸で大活躍をした。薬害エイズ問題の告発で、先頭にたったのも、若者たちだった。使命感に呪縛されて「暗く」なり、偽善の匂いにつきまとわれた日本の社会運動。活動じたいを楽しむという若者たちのスタンスは、そんな「伝統」とは無縁のものだ。しかし、「楽しい」という動機づけだけで、長期に及ぶ複雑な活動をにないきれるのか。それが、彼らへの疑問である。ともあれ、若者のなかには、公共の事柄に関与したいという欲求が、確実に芽生えている。**「職業としてのボランティア」**（NPO）に関心をもつ若者も、急増中だ。この新しいフィールドに、彼らはどんな足跡を残すのだろうか。

●カルト

80年代の半ばから、明治維新、敗戦直後につづく、近代日本史上３度目の**「新宗教」ブーム**がつづいている。空前の豊かさのなかでの**群小教団（カルト）**の繁茂。それが、このブームの特徴である。今回のブームの担い手は、若者たちである。科学技術万能の風潮の裏返しとして、若者たちの間では、オカルトへの関心が根強い。教祖が、若者のなかに眠る「超能力」を発掘していく。彼らはそのことで、みずからを「選ばれし人間」と錯覚し、「衆生救済」の使命感さえ抱くようになる。「選民意識」と「使命感」とが、教祖への絶対的帰依に結びついたとき、彼らは、テロリストになった。オウムの事件では、高学歴の若者たちが、多くの凶悪犯罪に関与していた。そして、この教団は、グロテスクな階級制が支配する、全体主義集団だったのである。戦後50年の日本社会は、人作りと民主主義的なエートスの形成に、失敗しつづけてきた。オウム事件は、それを端的に物語っている。

●個性化幻想（個性化志向と個性の虚構性）

個性的であることは若者のみならず、今日では日本人全体の至上命題と化しており、個性を踏みにじることは何人たれとも許されぬ行為となった。たとえば教師が学校の秩序や規律を維持するために生徒の行動を制限すれば、それは「個性化を踏みにじる行為」となり、生徒はもちろんのこと、親からも抗議を受けることになるという事態を生んでいる。いまや個性的であるためなら**ナンデモアリ**の状況が出現しているのだ。

だがこれはある意味で歴史の必然的結果である。戦後民主主義は日本人に個人の自由・平等の理念を唱導し、さらに資本主義の発展がこれを実践するかたちで消費物を普及させた。これによってそれまでの共同体的世界が否定され、個人の欲望が全面的に肯定されることとなった。すなわち社会に対する個人の優位が所与となり、さらにこれが消費化、情報化にともなって加速されることで、**個の絶対的優位**が成立したのである。

もっとも**システム社会**は、このような個性

化のさらに先を行く。システムは情報や商品を多様化、細分化することで、あらゆる個性化志向に対応する商品群とマニュアルを整備したのである。個人はこの膨大な選択肢のなかからみずからの感覚にフィットしたものを選択し、これに従うことで「自分だけしかもち得ない個性」を獲得＝購入することになる。この個性は少なくとも、自分の周辺では唯一無二のものとなる。だからこれら個性はシステムによって生産された、いわば“既製品”。それゆえどこかで同じ商品群とマニュアルを選択する者が存在し、そのさい、二人の個性はほとんど同じものとならざるを得ない。システム社会はもはや“個性”までもシステムの一部として取り込んでしまうほど巨大化しているのである。

●エディプスコンプレックス・マザコン・母胎回帰

フロイトによると、幼児は生理的欲求実現のための母親への依存から、母親独占の強い衝動をもつ。ところがこの衝動は父親によって抑圧されるので、父親への嫉妬心・反抗心へと変質する。と同時に母親を独占する父親の「力」に同一化したいという願望をもつようになる。これが、**エディプスコンプレックス**。

近代社会では、家族共同生活の場からの父親の消滅は否みがたく、母親と子どもの関係が濃密になり、子どもは母親の「テリトリー」に緊縛され、感性から思考・価値観までが母親のそれに同一化する傾向がある。これをユングは**マザーコンプレックス**と呼んだ。

現代社会の場合、豊かになった「母親のテリトリー」は大変に居心地がいい。子どもたちはこの安住から去りがたく、社会化・成人化を拒否し、進学・就職等の「危機的常態」におちいったとき、「母親のテリトリー」へ逃避したがる。それが現代の**母胎回帰**。ところが「テリトリー」での安住は、母親への感性的・価値的一体化を必ずしも意味しないから、母親との無限抱擁のなかで母親に反撥し反抗するという矛盾した傾向がしばしば観察される。強く依存し全面的な庇護を求めながらの過剰・理不尽な反抗は、母親・家庭という場に限らず、現代社会の随所で観察される。

●カプセル人間・コクーン人間・カウチポテト・オタク・ミーイズム・個人化

60年代の後半だったか、小さな繭型のカプセルに入った薬が登場した。団塊・全共闘世代の日常生活や「闘争」場面での集合形態と個の存在形態をみていて、思い思いの姿勢で薬瓶のなかにおさまっている**カプセル**を連想せざるをえなかった。この「カプセル性」とでもいうべきものが、全共闘世代の個と個の関係、日常的コミュニケーションのスタイル、マスメディア接触、生活環境との相互作用、そして個の存在の姿態をよく説明してくれる。

80年代アメリカでメディアの高度化、コンピュータの常用がカプセル化を顕在化させ現実化させる。「**繭（コクーン）**」のなかにこもってしまう、こもっていても生きていける——**コクーン人間**の登場であった。もちろん、家族や周囲との相互依存的、共同的関係を極小にできる社会的条件が整備されたからでもある。特にアメリカと日本で顕著であるのが興味深い。終日個室でテレビ・コンピュータと戯れる若者を、アメリカでは**カウチポテト**といい、日本では**オタク**という。ただし、この両者まったく等しいとはいえないが。

社会や周囲との接触を極小にして成立する生活。この生活から形成される感性と価値観は、社会を十分に意識したうえでの個人主義、意識的に社会より自我を優先される自己中心主義とは異なり、「私」とごく近接された周囲だけを「自分の世界」と観念している。これがいわゆる**ミーイズム**の核心である。

孤立をより好む感性と意識、「私的世界」での定住を許してくれる社会、個でいることをより快適にしてくれるさまざまな文化的・メディア的装置、これら三つの条件が、生活のすべての場で「ひとりでいること」を促しつつある。個食、個飲、個遊、個乗、個寝……そして空間からメディアまでもの個人所有（専有）――これを称して**ライフスタイルの個人化**という。

●メディア化・もの化

「都市空間も個室もメディアである」と断言したのは、60年代の若者、つまりは団塊の世代であった。当然のことながら、衣服も髪形も化粧もアクセサリーも、だから環境を構成するすべてがメディアであった。狭い意味でのメディア（テレビ、マンガ、レコード、雑誌、新聞等々）とこれらとが同じものという含意である。つまり、自然の景観から都市や個室のたたずまい、身につけているものすべて、そしてテレビ・音楽等々までが、「意味との戯れ」という点でまったく同じなのである――**ものみなメディア化**。この認識は「人間の前では森羅万象すべてが記号である」という記号論のそれと一致している。

80年代、「手作り」「ものへの執着・偏愛」「男の生活を充実させるもの」等々がブームになった。「手作りログハウス」、有名ブランドの「アウトドア・アイテム」から、衣服・アクセサリーまでを含む「**ものブーム**」。行き過ぎたメディア化・記号化へのリアクションとしての**もの化**（ものへの回帰）と評価された。ここで連想されるのが究極のもの化としてのブルセラ。なんとなればこれらのものはフェティッシュに限りなく近い「特定の意味」を付与されているのだから。とすれば、もの化とは広義の**フェティシズム**を含意しているわけであり、いうならばメディア化のヴァリエーションにすぎない。ものに任意に付加された意味との戯れ・遊び――豊かに成熟した現代文明の所産？

●コンピュータ関連用語

若者の間ではビデオゲームやコンピュータで使用される専門用語が日常生活でもしばしば用いられている。以下、主だったところを列挙してみよう。（1）**「～モード」**　コンピュータの基本的な操作方式が複数ある場合、その方法の一つを意味する。たとえばキー入力ではかな入力モード、ローマ字入力モードがある。これが転じて現在の自分の状態の表現方法、「～中」の言い替えとなった。モードはTPOに応じて切り替えて使用する。たとえば恋人とのコミュニケーションでも「恋愛モード」と「友達モード」があり、その都度、異なったロールプレイングをする。（2）**「クリアする」**　一定のレベルまで目的を達成すること。（例）「就職で二次面接まではクリアした」。元の意味はゲームの一定段階までたどり着くこと。（3）**「経験値／HP（ヒットポイント）／ステイタス」**　ドラゴンクエストに代表されるロールプレイングゲームのキャラクターの力を示す数値。戦いを繰り返すことで数値があがり、画面上のキャラクターが強靭な戦闘力を獲得する。このキャラクタ

ーを自分に投影することで自分の現在の能力の程度を意味するようになった。相応の能力に達するようになれば「経験値があがる」、そうでなければ「まだ経験値が足りない」ということになる。(4)**「リセットする」**　何らかの原因でプログラムの動作が停止し、修復の可能性のない場合、コンピュータを初期の状態に戻すこと。転じてはじめから全部やり直すこと。(5)**バグる**　失敗すること。「バグ」はプログラム中の誤り・不良のこと。失敗して頭にきたときには「バグ野郎（＝バカ野郎)」と言う。(6)**攻略本**　ビデオゲームの内容は年々向上し、もはや独力では先に進むことができないほど複雑化している。そこでゲームを円滑に進めるための**マニュアル＝攻略本**がソフト発売と時をほぼ前後して発売される。これがマニュアル本全般をあらわす言葉となった。たとえば英語の教科書ガイドは「英語攻略本」となる。

●ビジュアル

いつの時代にも（正確には文字言語が重視されてから)、ビジュアルな絵画表現・映像表現は大人世代から虐げられてきた。**マンガ**と**テレビゲーム**はその代表格である。マンガのなかには「有害コミック」などと形容されて時代を賑わしたものもあるが、いまや父親が買って読んだ『少年ジャンプ』を子どもに渡す時代である。子ども文化として位置づけられてきたマンガは、マンガを習慣的に読む人たちの年齢上昇とともに、おとなも子どもも楽しむものとなってきた。マンガは、雑誌・単行本として出版社にとってのドル箱的商品にとどまらず、アニメやキャラクター商品などでのメディア・ミックス化が進み、巨大ビジネスの道を歩んでいる。テレビゲームもファミコンという商標でお茶の間で楽しめるようになり、もう10年が経過した。悪影響がとりざたされるなか、テレビゲームをする子は外遊びもし、テレビゲームを媒介に友達が増え、行き来も増すというデータもあれば、塾にいくまでの細切れの時間で遊べ、友達に迷惑をかけない装置だという指摘もある。大人世代が**ビジュアルなもの**に抵抗しようとも、子どもたちや若者たちはそれに親しみ、みずからの生活に位置づけていく。

●占い

自分で何を目標にしてよいかわからない時代に指針を与えてくれるように感じるのが**占い**である。実はいたるところに占いが用意されている。占い師の存在だけでなく、ゲームセンターの占いマシーン、おもちゃ屋の占いグッズ、本屋の占い本や雑誌コーナーなど、いつでもどこでも占いに接することができる。占い専門雑誌は小学生から大学生、ＯＬまで年齢段階別に準備されている。そこでは、総合運・恋愛運・成功運などが示され、自分に自信をもち、自分で決断し、相手に積極的に関わっていけば運が開けるという行動の指針が与えられる。言われなくてもわかっているけど、言ってくれるとありがたい、しかも自分に向けて。宗教が誰でもがあてはまる普遍的な運命を明らかにするのに対し、占いは**星座**や**血液型**、さらには前世での因縁で決められる個別的な運命をときあかし、束の間勇気や希望を与えてくれる。自分の運が花開く夢は毎週・毎月試され、その結果、夢の実現可能性は無限に先延ばしされる。自分の存在と進むべき方向が不確実な時代に、先天的・生得的な要因で自分の個性や本質を決めてくれる解釈装置が占いなのである。

●**イチロー／野茂**

オリックス・ブルーウェーブのイチロー選手、ロサンゼルス・ドジャースの野茂英雄選手はいまや日本のプロ・スポーツを代表する選手となり、調査でも各世代の支持を集める大相撲の若ノ花、貴ノ花さえしのぐ人気を得ている。**イチローの振り子打法、野茂のトルネード投法**という野球界の常識をくつがえす独特のプレイ・スタイル、勝敗よりプレイを楽しみたいという彼らの姿勢は、皆と同じにガンバルことが支配的だった日本のスポーツ観を、ひいては行動観まで大きく変えつつある。二人のつくりだす個性イメージはトリック・スター的なイチロー、名前のごとくスーパー・ヒーロー的な野茂と異なっているが、何かを背負ってではなく、スポーツそのものの高度な技術の競いあいに人々は酔いしれている。バブル後の経済不況や政党政治の末期的症状のなか、かろうじてスポーツ・イメージに社会変革の期待が寄せられる時代になっている。

●**ウォークマン**

戸外で音楽テープを歩きながら聞けるように、携帯用テープレコーダーの小型・軽量化をはかったSONYが1979年に売り出したのが、その名も「**ウォークマン**」＝歩く人だった。正確にはヘッドフォン・ステレオというものなのだが、その商標名のインパクトが私たちの脳裏に強く焼きつけられている。普通のイヤホンではなく、両耳をふさぐヘッドフォン・スタイルがかっこよいのだが、大人世代にとってそれは会話を遮断する装置に映った。電車のなかでのシャカシャカと漏れてくる音は周囲の人にとっては不快でもあり、ときに暴力事件にまで発展することもあった。値段の低廉化もあって、若い世代の多くのものがかばんのなかにヘッドフォン・ステレオをしのばせているといってよいだろうが、歩きながら聞くというスタイルは危なさもあって多少薄れてきている。テープにとどまらず、**ＣＤやＭＤの携帯プレイヤー**も普及をはじめており、音質の良さが競われる時代に入っている。

●**セクシュアリティ**

広義の「性」を表す言葉。「**セックス**」は「性別」「性交」など生物学的といわれる面をさし、「**ジェンダー**」は社会的に認識される性別の特性や、狭義には性役割をさす。「**セクシュアリティ**」はより精神的な意味で「個々の性の在り方」を表し、アイデンティティとのつながりも深い。セクシュアリティという言葉を意識的に用いたのはフロイトからだが、一人の人間の根元的なものを考えるうえで出てきた概念で、のちの精神分析・哲学・文学など、人間性を問題としていくジャンルで深められてきた。したがって、「セックス・ジェンダー・セクシュアリティ」というように性を表す三分類の用語のように用いられるが、セックスとジェンダーをも含み込んだ、総体としての概念であるといえる。

一方、「セクシュアリティ」＝「セクシュアルオリエンテーション」（「性的指向」。ヘテロセクシュアル・バイセクシュアル・ホモセクシュアルなど、性愛の対象による分類）として使われる場合もある。

●**おたく**

マニアックな趣味人をさす言葉。語源は、そういう人たちのなかに二人称に「おたくは……」という言葉を用いる人が目立ったとこ

ろからきている。**おたく**は社会機構に順応できない人という意味合いも広がったが、これは語源からも推察できる。「あなた」「きみ」「おまえ」など、日本語の二人称は相手との上下関係と連動して用いられるものだが、「おたく」はそうした構造をもたない。趣味の前には社会的上下関係を問題にしない発想の人々ということもできる。趣味以外には神経を使わないタイプの人も多いので、おたく＝ぱっとしないファッションというイメージも広がったが、もちろんおしゃれで「おたくな」人たちもいる。コンピュータ、マンガなど、インドア系の趣味の人に用いられるため、80年代には**「根暗」**とも結びつけられたが、明るい／暗いという80年代的判断基準自体が消失した90年代にはおたくからもそのイメージが消えつつある。

●女子高生言葉

主として10代の女性たちの使う俗語。そういうものはいつの時代もあるわけだが、昨今の**「女子高生ブーム」**のなかで、マスコミなどでことさらに一つのジャンルのように取りざたされるようになった。実際には男性も使っている表現でも「女子高生」と冠されるあたりがそれを示している。**「超〜」**（非常に〜である）、**「〜系」**（〜的なもの、〜のようなもの。一種の婉曲表現としても用いられる）などは現実の10代の会話のなかから生まれてきたものだが、**「アムラー」「渋谷系」**など概括的な言葉はむしろ雑誌などのメディアが主導し、それを読者の若者層が使った時点で**「女子高生言葉」**と呼ばれるものになった面もあるようだ。10代の女性・男性の使う俗語は、むろん世代的な傾向はあるが、それぞれのタイプや趣味によって異なっている。そういう点でも、俗語としての構造自体には特に目新しい点はない。上の世代が使わなかった言葉を使うため、上の世代には新しいもののように認識されるだけである。

2．各世代のプロフィールをイメージするための事項とキイワード――若者文化の変遷

		プレ団塊（～60年代前半）	団塊（60年代後半）
コミュニケーション	スタイル	理性的 ←……討論によって相手の人格に踏み込む……→ 暴力的	
	関与度	全人格的 ←……	……
	関係性	共同体的因襲に依存	個人主義を集団主義的に押しつける
	仲間意識	互いに社会の一員	われわれ（連帯）
対社会意識	スタンス	エリート→理性的に批判 庶民→一心同体	異議申し立て
	責任感	責任を持たされることが大人である （エリート→それによって権力獲得が可能） （庶民→ひたむきに責任を守ることが大切）	強く抱きながらも最終的には他人に転嫁
	ミーイズム	未発達	他者を巻き込むことで実現 ……
社会側の若者への位置づけ		次世代のエリートと庶民	社会への反抗者
都市	若者の生活空間	住み込み、賄い下宿、喫茶店、雀荘	学生寮、キャンパス
	都市的生活領域	首都圏大都市・県庁所在地 ……	
消費動機		他者追従・人並み願望	
異性意識		エリート＝男女平等意識の主張、 庶民＝家父長制の残滓（「清く、正しく、 逞しく」と「清く、正しく、美しく」）	エリート＝男女平等意識の主張、 ウーマンリブ（女性解放）、 庶民＝男性優位の継続
ファッション		制服、親の買い与えた衣類 スラックス（ズボンをはく自立した女性）	選択肢少ない （ミニスカート、パンタロン、長髪、サイケデリック、《社会へのアンチテーゼ》） ＶＡＮ設立（男性ファッションの萌芽）
若者の起こした事件・犯罪の特徴		貧困からの脱出	社会への苛立ちと反逆 （永山則夫連続射殺事件、東大紛争、よど号ハイジャック）
メディア	メディア機器	ラジオ、レコード（EP）	パーソナルラジオ（深夜放送） レコード（LP） モノクロテレビ
		……	
	青春ＴＶドラマ	なし（日活、東宝系の青春映画）	「これが青春だ」
	文学と若者	「太陽の季節」（石原慎太郎） 「されどわれらが日々」（柴田翔）	「邪宗門」（高橋和己） 「個人的な体験」（大江健三郎） 「二十歳の原点」（高野悦子）
音楽	傾向	ロカビリー、青春歌謡（御三家）、演歌	反戦フォーク、アングラミュージック、ビートルズ、カレッジフォーク、演歌
		……	
	ツール	歌声喫茶、ジュークボックス	エレキギター、フォークギター
時代の星	女性	美空ひばり、樺美智子	吉永小百合
	男性	石原裕次郎、加山雄三	巨人、大鵬
	若者の位置づけ	憧れのスター／別世界の住民 ……	
私さがしの自由旅行（フリーツアー）	旅行地	—	離島など国内辺境地、 インド（ごく少数）
	旅行者の属性	—	全共闘敗残組
	若者の位置づけ	—	新たなるコミューンを求めて
マンガ文化	社会的位置	大人文化から自立した子ども文化の萌芽	反体制、サブカルチャー、 悪書追放の対象
	発展	月刊誌（少年、ぼくら）、貸本屋	週刊誌 （サンデー、マガジン、キング、 少女フレンド、マーガレット）
	若者の位置づけ	自己同一化の対象 ……	

ポスト団塊（70年代）	新人類（80年代）	団塊ジュニア（90年代）
なれあい、「やさしさ」を媒介とする。討論回避	商品、情報を媒介としたトレンド・カタログ会話	会話をせず、空間やメディアを共有して群れる
→ 間接・断片化		
→ 対人コミュニケーションの対メディアコミュニケーション化		
仲間同士のウエットな関わり合い	一人の時と仲間といる時で私を使い分ける	群れてはいるがそれぞれは孤立している
私　ー　あなた（パートナー）	私中心／互いを自己実現手段の道具とする（個を際だたせる道具）	私中心／仲間内でも私は私・みんなぼっち（さびしさを回避する道具）
逃避	社会に対する個人の優位	社会意識の希薄（他者に対する想像力欠如）
とにかく責任を課せられたくない	社会に対する責任はある程度感じて従うも、最終的には個人利益を優先させる	自分自身についての責任感は強いが、社会に対してはなんら責任を感じない
→ 他者を視線から欠落させることで実現		
モラトリアム人間	消費・情報のフロンティア	システム社会の1ビット
下宿・アパート ディスコ	コンビニ、ファーストフード、ファミレス、ゲームセンター、ワンルームマンション	カラオケボックス、クラブ、ディスカウントストア、ゲームセンター、コンビニ、ファーストフード、ワンルームマンション
東京化 → 全国各地の地方都市		
対幻想の共有	感性・個性表示	感覚へのフィット
私生活における共同体構成員	マニュアル・メディア媒介型恋 愛ゲームによる自己達成の相手、 フェミニズム（女性性の主張）	若者意識における男女平等または 女尊男卑、社会構造における男尊 女卑（就職氷河期での女性就職難）
長髪、Tシャツ、ジーンズ、 スニーカー、ミディスカート	多様化を見せるも一定のモードが存在 （テクノ、ワンレン、ボディコン、パンク） 男性における長髪の衰退	さらなる多様化のためナンデモアリ （茶髪、ロン毛、チビT、70年代ファッション、ボディピアス、タトゥー……）
社会からの逃避 （あさま山荘事件）	目標喪失＝愉快犯、家族崩壊の末路、学校・家族への反逆 （金属バット殺人事件、幼女連続誘拐殺人事件、女子高生コンクリート詰殺人事件、 9の字事件、北海道SOS事件、オウム真理教事件）	
ラジカセ オーディオコンポ	ヘッドフォン・ステレオ、ワープロ、 ビデオゲーム、ビデオデッキ、 パーソナルテレビ	ミニコンポ／CDラジカセ ポケットベル、携帯電話／PHS （通信機器のパーソナル化）
→ 小型化・多機能化・コミュニケーションツール化		
「俺は男だ」「飛び出せ青春」 「俺たちの旅」	「3年B組金八先生」「スチュワーデス物語」 「ふぞろいの林檎たち」「男女七人夏物語」 「東京ラブストーリー」	「高校教師」「家なき子」 「愛していると言ってくれ」
「僕って何？」（三田誠広） 「赤頭巾ちゃん気をつけて」（庄司薫） 「コインロッカーベイビーズ」（村上龍）	「なんとなくクリスタル」（田中康夫） 「構造と力」（浅田彰） 「ノルウェイの森」（村上春樹） 「サラダ記念日」（俵万智）	「キッチン」（吉本ばなな） 「深夜特急」（沢木耕太郎・文庫本化） 「遺書」（松本人志）
四畳半フォーク、ニューミュージック 日本語ロックの成長期 シンガーソングライターの一般化 洋楽ロックの普及	ニューミュージック全盛 アイドルシステムの確立 とアイドル人気の凋落	急激な多様化の進行とトレンドの不在 小室哲哉プロデュース ミュージシャン全体の技術向上
→ 多様化・細分化・ノンジャンル化・サウンド重視＝歌詞表層化		
バンド化	キーボード、シンセサイザー	カラオケ、DTM
松任谷由美、中島みゆき、山口百恵	松田聖子、山田邦子	吉田美和、安室奈美恵
原辰徳、江川卓、田淵幸一	ビートたけし、タモリ	NOMO、イチロー、SMAP
→ 等身大のヒーロー／ヒロイン		
国内の穴場（ユースホステル利用）	海外（欧米中心）、国内（北海道）	海外（世界各地）、国内（自転車、バイク、徒歩等によるツーリング）
女子学生	大学生	大学生、社会人、フリーター、 高校生、30代サラリーマン
「美しい日本」と「美しい私」の発見	他者との差異化による個性化	自己のバージョンアップ 退屈な日常からの脱却
子どもにおける性解放の先鋒	資本による消費市場としての認知 世代超越文化化	メディアミックス（マンガ、アニメ、ゲーム）戦略による巨大ビジネスマーケット化
文化としての少女マンガの離陸、 低年齢向け週刊誌、劇画の普及	20代向けヤングコミック、レディースコミックの成立、少年ジャンプ400万部突破、 コミックマーケット隆盛	多様化、古典名作アニメの複数世代共有文化化、少年ジャンプ600万部突破、 グローバル化
→ 純粋消費物化		

3．是非読んでほしいブック・ガイド

[中野収]

●エリクソン『自己同一性』小此木啓吾編訳（誠信書房1973）

若者をめぐるさまざまな問題の背景にあるのは、近代＝高度産業社会である。50年代の繁栄の極点にあったアメリカ社会のなかで若い世代で何が起ころうとしていたか。この本でむしろ時代というものを透視してほしい。

●小此木啓吾『モラトリアム人間の時代』（中央公論社1978）

「大人になれないのか？　ならないのか、ならしてもらえないのか？」、本当は？　教育の現場で猖獗を極めるモラトリアム（人間）が精神医学者の眼にどう映っているか。その背後にある時代は？　いろいろなことが読みとれる本だ。

[小谷敏]

●ギトリン『60年代アメリカ』（彩流社1994）

●『全共闘白書』（新潮社）――60年代の若者

学生反乱は世界的な現象であった。その意味するところについて、みずからがアメリカ新左翼運動の闘士であった、T・ギトリンの『60年代アメリカ』は、われわれに多くのことを教えてくれる。筆者（小谷）は、本報告で全共闘世代に辛辣な批判を加えた。しかし、『全共闘白書』をお読みいただければ、筆者の批判が決して不当なものではないことを、おわかりいただけると思う。

●栗原彬『やさしさのゆくえ――現代青年論』（ちくま学芸文庫）

●三田誠広『僕って何』（集英社文庫）――70年代の若者

この時代の若者論のなかでは、栗原彬『やさしさのゆくえ――現代青年論』が手に入りやすい。文学作品のなかでは、三田誠広『僕って何』が、わが世代の情けなさを浮き彫りにしており、秀逸である。

●『息子殺し』（太郎次郎社1993）中沢新一編集

●『オウム真理教の深層』（imago1995）――家族、学校、事件

空洞化した日本の家族。エリート高校教師夫妻による息子殺し事件を素材としながら、その実態に鋭く迫った『息子殺し』は、必読の書。また、数ある「オウム本」のなかでは、『オウム真理教の深層』が、最も読みごたえがある。

[新井克弥]

●岩間夏樹『戦後若者文化の光芒』（日本経済新聞社1995）

●小谷敏『若者論を読む』（世界思想社）

●『ポップ・コミュニケーション全書』（PARCO出版1991）

●稲増龍夫『フリッパーズ・テレビ――TV文化の近未来』（筑摩書房1991）

●中野収『若者文化人類学』（東京書籍1990）

●大平健『豊かさの精神病理』『やさしさの精神病理』（岩波書店1990、1995）――80年代以降の若者像

若者像の歴史的変化を知るためには『戦後若者文化の光芒』が、また若者論という世界を知るには『若者論を読む』が役に立つ。

若者の諸側面を描く文献としては、メディアとの関わりに焦点をあてたものに『ポッ

プ・コミュニケーション全書』『フリッパーズ・テレビ』がある。ミーイズムについては『若者文化人類学』が詳しい。また『豊かさの精神病理』『やさしさの精神病理』は現代の若者における新しいコミュニケーション・スタイルを臨床の立場から報告している。

●『地球の歩き方』（ダイヤモンド社）

●沢木耕太郎『深夜特急』（全四巻　新潮社1986）

●蔵前仁一『ゴー・ゴー・アジア』（凱風社1988）

●『ホテルアジアの眠れない夜』（講談社文庫1994）

●小林紀晴『Asian Japanese』（情報センター1995）——メディアとしての旅行

フリーツアーという旅行スタイルを知ろうとするのであるのならば、まず旅行者のバイブルである『地球の歩き方』シリーズを手にとることをおすすめする。若者の旅行スタイルの大半はこの文献で記述されている内容の範疇にあるからだ。フリーツアーを若者に広めた文献としては、みずからの海外旅行体験を綴ったものとして『深夜特急』『ゴー・ゴー・アジア』『ホテルアジアの眠れない夜』がある。また『ASIAN JAPANESE』は自分探しのフリーツアーをする若者に焦点を当てたドキュメント。若者の旅についての価値づけがよくわかる。

［藤村正之］

●小川博司『音楽する社会』（勁草書房）

若者たちにとって音楽が生活にしめる比重はきわめて高い。その高さを、その成立・展開・意味にわたって考察しているのが本書である。本書は80年代後半までの話だが、その後の展開は、同氏に『メディア化社会の音楽』（音楽之友社）がある。

●宮台真司・石原英樹・大塚明子『サブカルチュア神話解体』（PARCO出版）

ここ30年間ほどのサブ・カルチュア（下位文化）の変化を、メディア・コミュニケーションの変容という観点から、音楽・マンガ・性行動を題材に社会システムの予期理論に関連づけて解き明かしたのが本書である。

●杉本厚夫『スポーツ文化の変容』（世界思想社）

余暇・レジャーの増大、見るスポーツの一般化、それらを取りこもうとする社会システムのありようなど、「健康」「体力」や「美」が逃げがたいイデオロギーとなりつつある今、本書は「体育」という視線を乗り越えたスポーツの社会学研究を模索している。

●伊奈正人『若者文化のフィールドワーク』（勁草書房）

若者研究の問題点のひとつはどうしても都市部の大学生が語られがちになるという点だが、本書には地方都市（岡山）の若者たちのモノグラフがいくつかもられており、その根のはり方と焦燥感がともに語られている。

●大平健『やさしさの精神病理』（岩波新書）

やさしさは70年代以降の若者文化をしめすキーワードでもあり、異性に求める理想の人柄の重要な形容詞である。しかし、そのやさしさは若者たちの人間関係の変化とともに変わりつつある。その変容を精神医学者の目からとらえたものが本書である。

●岩間夏樹『戦後若者文化の光芒』(講談社)

●小谷敏編『若者論を読む』(世界思想社)

60年代の熱き時代以降、さまざまな若者たちが登場し、私たちにさまざまなキーワードを提供し、そして、通り過ぎていった。90年代にはいり、その流れを簡潔に振り返る仕事がまとめられている。前者は団塊の世代、新人類世代、団塊ジュニア世代の特徴をその行動やコミュニケーション・スタイルから明らかにする研究であり、後者はそれをとらえようとした研究者たちに視線を向ける知識社会学的研究である。

[木谷麦子]

●小倉千加子『アイドル時代の神話』朝日文芸文庫

時代と文化を考えるために……。

●『フェミニズム批評の現在』「ニュー・フェミニズム・レビューVol. 2」(学陽書房)

女性文化の概観。

●石子順の著作

●大塚英志の著作

●唐沢俊一の著作

橋本治『花咲く乙女たちのキンピラゴボウ』(河出文庫)

マンガ評論の古典・力作として、あるいは最近の傾向を知るために。

●藤子不二夫『ドラえもん』

マンガ作品の基本。

●佐々木倫子『動物のお医者さん』、いがらしみきお『ぼのぼの』、森脇真珠味『踊るリッツの夜』、杉浦日向子『百日紅』、関口夏央十谷口ジロー『「坊ちゃん」の時代』、はるき悦巳『じゃりんこチエ』、山岸淳子『日出づる処の天子』

それぞれの人が自分に合った作品に出会うことが「読む」こと。ちなみに私の母(大正12年生まれ)のお気に入りのいくつかが上記。

●若者文化研究委員会●

委員長	中野	収(法政大学)
幹事	木谷	麦子(文化学院)
研究委員	小谷	敏(鹿児島経済大学)
	藤村	正之(武蔵大学)
	新井	克弥(法政大学)