

盛り場・比較文化考

アメリカ・オーストラリアで暮して

杉本良夫

何事につけ、初体験は長く深く心の奥に刻印を残す。外国の盛り場に、初めて身を置いたのは、もう十八年も前のことになる。成人したばかりで、右も左もわからなかった。

アメリカの東海岸、ワシントンとニューヨークの間にあるフィラデルフィアの場末。その一角のバーの光景が、アメリカの盛り場を考えるとときのひとつのテコとなる。カウンターのむこうには、頭のはげあがったオヤジがひとり。ニコリともしないで、立っている。カウンターのこちら側には、中年から老年の男性が数人。ほとんど無言で、黙々とウイスキーをあおっている。ときどきグラスが空になると、何枚かの硬貨をとり出して、差

し出す。すると、バーテンのオヤジが、それをわしづかみにしながら、一杯ついでやる。無言でことが進み、ときどきジュークボックスが、大きな音楽を、バーいっばいとどろかせる。

東京からのひとり旅で疲れてはいたがこの光景は日本の酒場との鋭い対比を、心にわきたたせるに十分だった。日本の飲み屋はたしかにちがう。とまり木のむこうには、必ず女性がいて、笑顔でサーブスする。湯気の出ているおしぼり。客の間の盃のやりとり。煮えたっているオデン。ハシをつつきあう鍋料理——どこから見ても、日本の酒場はあたたかい。それに比べて、アメリカのバーは冷えきっている。これが第一印象だった。

× ×

この夜から時が流れ、成人して以来、三分の一を日本で、三分の一をアメリカで、残り三分の一をオーストラリアで、くらしした勘定になる。旅行者として、ヨーロッパやアジアの街も歩いた。ふりかえてみて、あの第一印象は、半分当たっており、半分見当ちがいだという気がする。何がどうなのか。

盛り場を考えるとときに、それが社会の中の他の二つのシステムと、どうつながっているかを、考える必要がある。ひとつは家庭、もうひとつは職場だ。

家庭にいない父親、盛り場に——日本

家庭にいない父親、盛り場に——日本
夫婦が単位の欧米
性産業は女性の未解放に基礎
日本の盛り場は職場の延長
欧米のパーティーと日本の酒宴
背景に人間関係の考え方のちがいが
高層ビルと屋台店——その未来は？

日本文化を本だけで勉強したアメリカやオーストラリアの学生が、日本にやっ来て来て、一番はじめに発見するのは、厳密に言えば、日本の家庭には父親がいな、ということだ。このことは、彼らを驚かせる。無理もない。モノの本によれば、日本は家族を尊ぶ社会ということになっていて。確かに、英語の教科書には「日本ではイエが、もっとも大切な機能をはたす単位である」と書いてある。

そういう通念をもとにして、日本の家庭、とくにその大半をしめるサラリーマンの家庭を見れば、奇妙なことばかりが目につくのは、もっともだ。第一、父親が家族全員と夕食を共にする日は、一週間の半分もない。彼が夜半を過ぎて帰宅

することは、日常茶飯事だ。彼は育児にほとんど参加せず、子供の精神的成長とも離れた所でくらす。

このような観察と日本人の家族尊重という通論とは、逆説を通りこして、完全に矛盾する。日本の男性は、世界の工業国の中で、もっとも家庭をかえりみない種族とってよいだろう。妻の病弱を理由に引退する政治家、家庭の平安を言いわけに一線を去る実業家——そういうケースに、欧米文化圏ではよく出くわすが、日本ではほとんど例がない。彼らの方に、ずっと色濃い「イエ第一主義」があり、われわれの間では、イエは二義的な存在となっている。日本の盛り場の繁栄は、この日本男性の家庭との断絶に、構造的な基礎を持っているのだ。

× ×
イエをかまえた成人男性が、連夜盛り場をうろついているとすれば、欧米社会では、完全に異端者だ。フィラデルフィアの飲み屋で目を見はってから十八年たっても、その光景が欧米の盛り場の典型型であると考えられるのには、根拠がある。そこでは、盛り場の常連は、社会の中で正統性を保障された中堅サラリーマンではない。離婚者、同性愛主義者、身よりのない老人、中年の未婚者——いづれにしても、イエという環境から、もっとも遠くでくらししている人たちだ。イエ

が社会の中で第一義的であればあるほどこの人たちの異端性は増加し、社会の告発者としての意味も大きくなる。

アメリカやオーストラリアにおいて、正統性を認められた小市民が、いわゆるツキアイをくりひろげるのは、盛り場ではない。それは、通常パーティーと呼ばれる形式をとる。舞台は家庭であり、主役は主婦である。ふつう週末、つまり金曜か土曜の夜、あちこちでこの種の際際がくりひろげられる。何十人という人たちを呼ぶ場合から、一夫婦を招待する場合まで、形はさまざまだ。はっきりしているのは、夫婦一単位でやって来ること。未婚者の場合でも、異性をつれて出かけて来る。このような風景を見なれた人にとつて、男性一色で埋めつくされる日本の飲み屋は、独特でもあり、異様でもある。

× × ×
仕事から、こういうパーティーに招待する人たちの間に、日本研究をしている学者がいる。その奥さんたちが、ほとんど口をそろえていう日本社会の印象は「日本では、男性と女性との世界が、完全に隔絶してしまっている」ということだ。「日本にはゲイシヤという存在があるでしょう。日本では男性に対して経済機能になう主婦と情緒機能を果す水商売の女性が、役割分担をしている面がありま

すが、わたしたちの社会では、主婦がその両機能を同時に行っているのです」としたり顔で、しかしなかなかうがったことをいう、オーストラリア人の婦人もいた。

「日本へ行っていちばん不愉快なのは、夫だけが盛り場へ招待されることです。わたしには、ゴハンを温めながら、夫の帰宅を待つ日本の奥さんの気持がよくわかります」という女性もいる。この発言は典型的だ。盛り場に参加できない人の目から見つめたとき、盛り場の意味はしだいにはっきりする。

夫婦が単位の欧米

しかし、よく観察してみると、客として盛り場にあらわれる女性は、けっして少なくはない。ピヤガーデンにはいわゆるOLがいる。ディスコにも女子大生がいるではないか。

それはそうなのだが、問題は彼女たちがほとんどすべて未婚の女性だという点にある。独身貴族などという語句もあって、彼女たちは大いにはぶりがよいが、結婚という儀式を境に、盛り場の街頭から姿を消す。家庭でパーティーをするという習慣もないから、結婚した女性の交友圏は、同じような立場のおかみさんだということになる。既婚者の男性と女性

の社交の世界が、判然として交わることのない二つの独立した生活圏として存在すること。これが日本の成人社会の一大特色なのだ。

欧米社会では、この二つの世界がもっと重なりあっている。そのひとつの原因は、家族同士が夫婦や家族を単位にして招待をしあうという習慣にある。この点から見ると、家族に背をむけてハシゴ酒などをやっている日本の男性はなかなか「個人主義者」だ。いつも夫婦単位で組になっている欧米人は、このレベルでは集団主義者だといえる。

夫婦集団主義は、例えば欧米のストリップ・ショウに行ってみるとよくわかる。観客は大半が男性ではちがいないが、同時にかなりの数の夫婦が連れだつて見に来ている場所がよくある。女性の裸体美を男女そろって観賞するというのは、かなり通常のことと属しているといつてよい。ナイト・クラブやキャバレーにも男女のカップルでやって来ていることは多い。観劇・音楽会・映画などは夫婦単位で行かなければ、異常者と考えられる。

「それにしても、日本人の家庭は他の家庭を食事などに招待しませんね。必要があつても、家に呼ばずに、料理屋とか食堂とか、外で済ますことが多い。親類などの場合を除いて、日本人のイエはまる

で城のようですね——こういった英国人の友人は数多い。イギリスの「家庭は城」という通念からすると、こうした観察は、大いに考えさせられる。こんな現象をもとにして、彼らは日本社会を「閉鎖社会」だと考えたり、日本人の価値観を「排他的」とみなしたりする。

こういう断定は、相対的をえている。

しかし、社会構造や価値体系で説明のつかない部分も残る。例えば日本の住居構造がそうだ。招待、招待というけれど、狭いアパートで二家族がいっしょに食事など出来ない家も多い。マンションなどと名前だけは立派だが、中は狭くて、自分たちの家族だけでもひしめきあっている場合が少なくない。日本のGNPが資本主義社会の第二位になり、国際収支の黒字がどんなに伸びていても、住宅事情はいわゆる先進国の中で最低だろう。オーストラリアでは、持家率が八割以上。ブルーカラーの労働者でも、日本の会社の部長さんの二倍以上の大きさの家に住んでいる。アメリカの家はもっと大きい。

そういう物理的な制限の下では、盛り場は家庭の機能の一部を代行する。欧米では家庭の中で行われることが、日本では専門店によってとってかわられる。大都市に無数にちらばっている喫茶店はそのもつともはつきりした現われだ。金権者を対象とした料亭とよばれる存在も、

家庭の社交機能の代行専門店である。

こうして、イエが広い交際機能を失ったとき、結婚した女性はその中に閉じこめられる。その裏側で同時に進行する現象として、盛り場の繁栄がある。

性産業は女性の未解放に基礎

社会全体における成人男女の世界がどれだけ分離しているかを調べてみれば、盛り場において性産業がどれだけ企業として成立するかがわかる。売春、ピンク・サービス、ブルー・フィルムといった性産業は、世界のどの都市の盛り場にもあるのだが、その隆盛度はそれぞれ社会の性生活の構造、とくに一般社会における女性の解放度と、強い負の相関関係を持っている。

五年以上くらしアメリカのビッツバーグ、オーストラリアのメルボルンの両都市に限って観察してみても、金銭の授受によって女性の性的サービスを買う店は、盛り場をさがせばいくらかも見つかる。いちばん一般的なのは、マッサージ・パーラーと呼ばれる店で、名目的には個室でマッサージをしてもらうことになっているのだが、実質的には売春の場所である。日本のトルコ風呂とやや事情が似ているといつてよい。いくつかの名の知れた通りには、売春婦が何人も立って

いて、そうした場所で取引の成立することも知られている。組織暴力と手を結んで、女性をあっせんするバーもあるといわれる。ボルノ映画の上映館もずらりと並んでいる一角がある。

しかし、こういう光景も、東京・横浜・大阪などの歓楽街とくらべると、ずっとスケールが小さい。活気に欠けているし、繁盛の度合がずいぶん低い。その根本原因は、一般大衆が性行為のために、盛り場の世界を比較的必要としていないことにあると思われる。

見合い結婚という制度を持たない欧米の若者は、十代の後半から将来の伴侶を探すための生活サイクルの中にはいる。通常デートと呼ばれるものがそれだ。週末を中心に、彼らは男女交際を楽しむと共に、少しずつ性の経験も積んでいく。こういうことは統計をとりにくいので断定的なことはいえないが、いまいるオーストラリアについていえば、大学生で卒業するまでに全く性交経験のない男女学生は十人に一人もいないのではないだろうか。それらの経験は、男性の場合、いわゆる水商売の女性を相手にして発生するのではなく、ほとんどの場合、女友だちとの間でおこる。避妊ピルはかんたんに薬屋で手にはいり、避妊知識もほとんどの若い女性は十分に持っているので、婚前性交についての女性の側の不利さも

しだいに少なくなっている。性の解放が日常生活の中で進行するとき、夜の盛り場における性は、しだいに不用なものになっていく。

欧米の盛り場をさまよるのは、このような社会の主流を占める性関係から疎外された人びとの群だ。日本と比較して、欧米の盛り場で多いのは、性商売を目的とする女性ではなく、いわゆるボーイ・ハントのためにあらわれる普通の女性である。最近のアメリカ映画「ミスター・グッドバーを探して」に見られるように、男性の目から見れば好餌と思われることはあっても、このような女性は自らの行為の目標と結末についてはっきりした自覚と責任をもっており、その限りにおいてきわめて自立的である。

欧米の若者をとらえた女性解放運動がこの情勢に拍車をかけている。この運動の広がりには、実は一九六〇年代後半にアメリカに発生したブラック・パワー運動に遠因を持つ。そのスローガン「黒は美しい」という呼びかけは、二十世紀後半のさまざまな社会運動の根底をゆさぶる革命性を持っていたと思われる。それまでの人種解放運動では、白人社会の枠組を認めたくなくて、その中で有色人種がどれだけの分け前を取ってできるかが問題だった。「ブラック・イズ・ビューティフル」という主張は、白人優位の前提を突

き崩し、既存のモノサシを逆転させて、何を美しいと感じるかという人間文化の深層にせまる挑戦をとげたのだ。

人種問題と女性問題は、差別の論理において、おたがいに相似形である。皮膚の色、生物としての性という、生まれたときからついてまわり全く修正の余地のない基準によって、あらゆる日常生活上のコースを規定するのが、この二つの差別構造に共通している。その意味で、ほとんどの社会において、女性黒人なのである。ブラック・パワーの視点から女性問題を考えるとき、そこにコペルニクスの転回がおこる。女性問題の核心は、男性が制度化した枠組の中でより高い賃金や地位を女性が獲得するという問題だけではなく、女性が男性よりも本質的に劣っているという神話を、社会のあらゆる局面で打ちくだくことに的がしぼられなければならない。

こうして、全く男女平等の原則にもとづく同棲、公平な家事分担、性行為における女性のイニシヤティブなどが、若者の日常生活の中しだいに広がり、根をおろしてきた。大学の学生寮では、同じ階に男子学生、女子学生が共に隣り合う個室でくらししており、食事の準備から皿洗いまで、男も女も同じように自らの役割をつとめている。妻が働き、夫が育児や家事をひきうけるという夫婦の形もそ

う珍らしいことではなくなった。

このような欧米社会での性関係の変化に照らしてみると、性的フラストレーションの商業的解決の場としての盛り場の機能的必要性は、しだいに低下している。逆にいえば、日本の大都市に林立する性産業の施設は、性の自由を象徴するものではなく、むしろ社会全体の中の性の未解放、とりわけ女性における性の未解放を構造的基盤としているのだ。ソウル・台北・バンコク・マニラなどの夜の盛り場で、日本でもなおおかんたんに性を金銭によって購買することが出来るのは、これらの国の一般社会における性の抑圧、女性の未開放が、日本社会でもりももっと強く維持されているからに他ならない。

日本は先進工業国の中では、盛り場における女性の商品化が最も広範囲におよんでいる国である。そのことはまた、日本社会が女性差別については、人種問題における南アフリカ連邦やロシアと似た位置にあることを示している。

日本の盛り場は職場の延長

家庭から切れて盛り場を徘徊する日本男子は、職場とは切れていない。多くの会社員にとって、盛り場は職場の延長だ。仕事から解放されて、自分の選択で楽し

む場所ではなく、形を変えた仕事場なのだ。

最近国鉄の中にあられた国鉄コンテナの広告ポスターは、この関係を見事に象徴している。そこには、若いサラリーマンが三人、どこかの飲み屋で一杯やっている写真が一枚。タイトルは「きょうぐらい早く帰ってやれよ」となっている。この下に説明文がついていて、「ツキアイも仕事のうち」と考える、ものわかりのいい奥さんが、引越しの万事を、便利なコンテナに依頼したという筋書が書いてある。何のことはない。転勤辞令の出た亭主が、引越しの前夜まで、職場の友人と飲みあかしているという設定である。このポスターは、家庭との断絶・職場の延長という日本の盛り場の構造的特性を、あますところなく描いている。しかも、このような広告が、何百万という人間を輸送する大国鉄の中のもっとも目にふれる所に、何百となくぶらさげられているという事実こそ、日本の盛り場の構造が、正統イデオロギーとしても、強い力を持っていることの証明である。

× ×

盛り場が職場と地つづきになっていることは、会話の形を見れば、すぐはっきりする。

「課長、まあ一杯つがせて下さい」
「次長、それではごちそうになります」

こうしたやりとりの中で、職場における地位・役割を示す肩書きが、私的交際の話し言葉の中にまで、大手をふって登場する。まさに「ツキアイも仕事のうち」である。

オーストラリア人はアルコール好きで五時に仕事が終わると、パブと呼ばれる酒場はしばらくの間、にぎわう。仕事の同僚とつれだつときもあり、そうでない場合もあるが、パブでの会話は、姓ではなくて名前の方で進行する。相手が上役でも、日本流に言えば、

「太郎、今日の仕事はどうだった」
「一郎、このごろ調子はどうかだい」

といった具合に話しかける。仕事が話題にのぼることもあるが、職務上のボジション名が、盛り場での談笑の中にも織りこまれるということは、とても考えられない。

もっとも、社会学者の調査した価値観の国際比較研究によると、オーストラリアは世界中でもっとも平等主義志向の強い社会だといわれる。大学でも、学生と教員が名前呼び合うことは普通のことだ。新任の外国人教授が、

「ミスター・ジョーンズ」

「ミス・スミス」

と、ていねいに苗字を呼んでいたら、

「デービッド、質問があります」

と、学生が教授をファースト・ネームで

呼んできた——といって驚いていたというような話など、枚挙にいとまがない。

社会全体がそういう調子だ。だからその角度から日本の盛り場を見れば「部長」「係長」などとやりあっているサラリーマンは、遊びの場においても、職場での序列をもとに概念構築をつづけているとしかいいようがない。非労働の世界に、労働の世界の論理が完全に貫徹し、見事に組織化されている。

欧米のパーティーと日本の酒宴

貫徹の成功ぶりは、このような目に見えない論理が、歌う、踊る、抱く、といった原始的感情をまきこんで、進行するという点にある。

酒の席での日本の男性の行動で特徴的なのは、座が進むにつれて、歌い出すこと、踊り出すこと、肩たたきがはじまることだ。カラオケがまたたく間に日本全国の盛り場を制圧したのは、このような志向を根底にしている。飲むほどに、酔うほどに、「バカになって騒ぐ」ことが奨励される。

「バカになる」ことが規範となる文化の底流には何があるのだろうか。この問題を解くために、日本型の酒宴の対極の形として、欧米型のパーティーをもう一度考えてみるとよい。大型のものになると、

そのほとんどは立席で、招待客はグラスを片手に、人の波の中を歩きまわるのが典型だ。たとえば、あなたがこういう場所へ招かれたとする。会場へ入っていくと、初めに飲物のならんでいる一角へ歩いて行って、アルコールのはいったグラスを手にはしないと、まず何となく落ちつかない。それから会話の相手になりそうな人を見つめる。知人がいれば、まずそいつをつかまえる。うまくいくとだれかがあなたを見つけて、話しこんでいる人たちの輪の中へ呼びこんでくれるかもしれない。話題は通常何でもない天候の話、冗談話、身辺雑事のとりとめのない話、要するにそう深い意味もない話を、話術たくみに話すというだけのことだ。あまり一般的でなく、あまり個人的でない、いわば無害な話題が一番よろしい。プライベートな悩み事をぶちまけるなどというのは愚の骨頂だ。

ところで、それから先である。いままで、あなたと話していた人が、だれかを見つけるとサッとそちらの方へ移動して話しはじめ。アレッと思っていると、見知らぬ人が近寄ってきて話しかけてくる。こうしてクルリクルリと対話の相手が変わって、浅く広く人と人が顔をあわせるのが、欧米型のパーティーだ。濃度のうすい会話、出くわす人の数の多さ、以前に会ったこともない人のなれなれし

さ、それらの特徴がこの種のパーティーの基調をつくる。ガヤガヤという会話は何時間もつづくが、誰かが歌い出したり、踊り出したりすることは、そのためのビヤホールやダンス用の会場でない限り、まずないといっているだろう。そんなことをはじめれば、正気であるかどうか疑われる。

反対に、正気でなくなることを目ざすのが日本の酒宴である。「ハメをはずす」ことの出来ない個人は、その中では異端者となる。

「山田、そろそろ一曲歌え」

「係長、得意のドジョウ踊りをひとつ」などという掛け声は、すこし会が進むと、必ずあちこちから起る。こういうときに通常の自己から、阿呆な形をしたもうひとつの顔に、即座に転換できる人間が賞賛的となる。

このような現象の裏には、人間の間のコミュニケーションについての日本人の信仰に近いひとつの前提がある。それはこうだ。日常生活の中では、自己は合理的理性に包圍されている。したがって「本当の自分」があらわれて来るためには、この理性の囲いをとりはずしてしまわなければならない。本当のコミュニケーションは、困いはずすことからはじまる。酒はその手伝いをするもっとも有効な武器というわけだ。「今夜こそ腹を

わって話そう」とか「真情を吐露しよう」などという言葉のやりとりは、脱理性を前提とするコミュニケーションこそ、密度が高く真実のものだという確信に裏打ちされている。

理性の困いのはずれたことの証明は、「ハメをはずす」「バカになりきる」という形を顕示することによってはじまる。

歌い、踊り、話の内容はしだいに私的なことに移る。夜の盛り場で酔いつぶれている人、肩組みあって放吟している人、終電車で疲れはてて眠っている人——彼らは、こうした形のコミュニケーションに全力投球して、力つきた人たちである。

欧米の繁華街にも、酔っぱらいはおり、酔いくずれた人は数多い。その数は日本の街頭ほど多くはないにしても、少なくはない。しかし、彼らの大部分は他人との交流のはてにそうなったのではない。むしろ、一人で飲みつづけた場合が多い。精神の不安定、孤独、不安感をまぎらす手段として、彼らは酒場にあらわれ、飲み進むうちに、酔いつぶれてしまう。盛り場における酔っぱらいは、日本の場合、集団参加を徹底した果てに発生するが、欧米では個人的孤独を回避しようとする努力の末にあらわれる。日本では酔っぱらうことの出来ない男性は成人としての完成度が低いと見られがちだが、欧米では酔っぱらってしまう人間は、自ら

をコントロールすることの出来ない意志薄弱な欠陥人間とみなされる。

背景に人間関係の考え方のちが

このような対照を考えるとときに、ちょっとおもしろいのは、住む社会によって「心」というものの概念規定がちがうということだ。英語にマインド (mind) という言葉がある。心、精神、感じ方といった意味だが、先日同僚とつれだつて、パブで談笑していたとき、このマインドが体のどこにあるかが問題になった。若い日本人の留学生がいっしょに来ていて「それは当然心臓にあるでしょう」という。ところが、まわりにいたオーストラリア人、アメリカ人、イギリス人の全員が、「いや、マインドは絶対頭にある」といって譲らない。

日本人は「心と心が通じ合う」というとき、心臓や腹を思い浮かべても、頭を想像するということは、ちょっと考えられない。本当の人間の間の気持の伝達は、首から下で行われるはずなのだ。欧米人はちがったふうに考える。人間同士が理解するためには、はっきりした言語表象を伴わねばならず、そのためには頭脳の回路を通じて組み立てられた明確な概念をおたがいに交換しあうことを必要とす

る。「心」は頭にあつても、けつしておかしくはないわけだ。欧米の盛り場に、カラオケがなく、酒宴の踊りがなく、高歌放吟が少ないのは、こうした底流を基礎としている。

さらに一步を進めていけば、人間同士がどの程度「一体」となれるかについて文化圏によって期待度がちがうのではないだろうか。もう十年近く前、アメリカにいたころ、韓国の友人が、痛烈な話をしたことを思い出す。

「朝鮮半島は、絶えずいろいろな国の支配下にあつた。中国。日本。アメリカ。ところが、この三国の支配の形がちがうんです。中国は貢物をおさめていて、反乱さえおこさなければ、とくに直接統治の必要を認めない。日本は徹底した丸がまえ主義で、言語から生活習慣のレベルに至るまで、植民地を完全に日本化しなければおさまらない。いっしょに住んで、生活の隅々まで日本人が朝鮮人を監督するという形です。アメリカ人は『生態的分離型』つまり、自分たちだけのアメリカ村を作つて、生活レベルの支配は朝鮮人にまかせる。米国内の白人の黒人支配にも似かよつた形がありま

す。それにアメリカをモデルにした制度改革を、『アメリカは世界一』というイデオロギーにもとづいて強行する」。

中国については、かなり時代もかけ離

れているし、残念ながら知識も経験もなくて何ともいえないが、この分析は、日米文化の比較については、たしかに根底を打っていると思う。その含意のひとつは、日本人は全面的な「一体化」、全面的なコミュニケーション、全面的な献身が可能であると考えており、アメリカ人はそれらはすべて部分的にしか可能でないと考えている点にある。その限りでは、彼らのツキアイの中には、ディスコミュニケーションを前提とする思考様式が組みこまれているのだ。欧米人につき合った日本人が彼らを「何となく冷たいなあ」「ドライだなあ」「水くさいなあ」と感じることもあるのは、このような人間関係についての前提の差に根拠がある。

盛り場の存在をささえる力のひとつが人間との出会い、人間の絆を求める人びとの願望にあるとすれば、トータルな関係を探求して歩く日本人で充満する日本の盛り場は、欧米のそれに比べて、より長く活力を維持することになるだろう。

欧米社会が、部分的なツキアイ関係を基調としているのには、歴史的な背景がある。そこでは、国家の境界線、民族の境界線、言語の境界線が、それぞれ完全に重複していない。スイスではドイツ語とフランス語が主要言語であり、他の言葉も併存する。イギリスもアングロサクソンあり、アイルランド人あり、スコッ

トランド人あり、多様な民族からなる。まして、北米・南米・太平洋などの新世界社会は、旧世界社会からの移民によって国家が形成されたため、当然数多くの人種・民族・言語が一国内に共存している。

ここオーストラリアでも、右隣りはイタリヤからの移民家族、左隣りはギリシヤからの移民家族といったふうに、近所にいろいろな国からやって来た人たちがくらしている。小学校にしても、子供たちの両親の中には英語を母国語としない人は数多い。だから二つ以上の言語体系の中で幼・少年期を送る子供たちはたくさんいる。こういう環境の中で、あらゆる文脈を包括する完全なコミュニケーションが、人間の間に成立するという前提をもつてくらすことはむずかしい。

このような背景の中に生まれた欧米の盛り場は、多民族、多言語、そして多くの文化的価値の交錯する場所となる。ニューヨークの繁華街へ行つてみるとよい。そこでは、アメリカ本土育ちの白人だけでなく、プエルトリコ人、黒人、東洋人、ヨーロッパ人などが入り乱れている。耳にする言葉も各国語があり、英語ですらさまざまなアクセント、多様ななまりでいっぱいだ。

こういう状態と比較するとき、右を見ても左を見ても日本人、聞こえてくる言

葉は日本語ばかり、という日本の盛り場は、その活気にもかかわらず、単調な「日本一色」というほかはない。国家・民族・言語の圏を示す区切りの線が、ほぼ完全に重なり合っている日本という社会は世界の中でもかなり特殊な条件の下にある社会なのだ。

高層ビルと屋台店——その未来は？

進行する資本主義の高度化の中で、このような文化的特殊条件は、しだいに力を失っていき、各国の歴史的伝統にかかわらず、脱工業社会はどこでも似たような社会構造、価値志向を示すようになるかどうか。これは現在の社会変動論の大難問である。たしかに日本の盛り場ひとつをとってみても、その景観は年々変わりつつある。チェーン・ストア方式の

食堂や酒場の登場。スーパーマーケットの隆盛。飲み食いの世界でのクレジット・カードの使用。ジュークボックスの設置。こうした現象は、工業国の盛り場に共通の形態として、過去の文化的伝統にかかわりなく進行してきた。ロンドンであらうと、フランクフルトであらうと、東京であらうと、その事情は似かよっている。

商業資本が工業資本を先導して近代化を進めた後発工業国である日本では、さまざまな形の余暇産業が日本人の遊びの世界をきわめてたくみに組織化することに成功している。遊園地・ゴルフ場・水泳場・スキー場——どこへ遊びに出かけても、金がかかるような仕組みなのだ。オーストラリアでは、一日ゴルフをして遊んでも千円はかからないという話に驚く人が多いのはあたりまえだ。一杯二百

五十円、つまり一ドル以上するコーヒーを売る店が日本の喫茶店以外、世界のどこにあるだろうか。

この商業資本の異様な強さが日本を欧米諸国に追いつかせた原動力であり、日本を欧米に似せて作ろうとする推進力となるだろう。しかし、日本社会をつらぬく二重構造は、商業資本の構造の中に生きている。盛り場の仕組の中にも貫徹している。光輝く数十階の高層ビルの頂点でステーキをほおばる人びとのその真下で、屋台店でおでんをつつく人たちがいる光景の中に日本の夜のおもしろさがあるのだ。この対照は日本社会をこの世紀にわたって攪拌してきた二つの力、近代産業を推し進める大企業と伝統的土着産業を維持する小企業の共存する姿を示している。巨視的に見れば、明治以後の日本の歴史は、前者が後者を利用しつつ押

しつぶしていく過程であった。

いまから先、たとえば半世紀の後、二〇三〇年の日本の盛り場は、どんな姿をしているだろうか。マクドナルド、ケンタッキー・フライド・チキン、セブン・イレブンなどが隆盛をきわめているとすれば、これまでの日本史の延長線上にある。反対にそのときなお、赤ちようちんがあり、夜なきソバがあり、石焼きイモがあり、それが力となっているとすれば、日本の文明史は多くの近代論者の予測からはずれた所にあり、世界の文明史に独自の貢献をしていると思われる。盛り場の景観は、そうした意味で、日本の位置を計測するひとつの羅針盤だといえるだろう。

ヘラトロップ大学社会学部助教授
オーストラリア・メルボルン