

日本人の



第2部 忘れもの 15

名望家の つとめ



井上章一
国際日本文化研究センター教授

私は、昔風のいわゆる長屋で、幼時をすごした。持ち家ではない。大家に家賃をおさめる店子(たなご)の家で生を受けた。生年は、1955(昭和30)年である。ようやくこれから高度成長がはじまるうかという時期であった。物心ついた頃にはまだ昔の暮らしぶりも残っていたと思う。

上下格差を世の中は認めなくなっていた

例えば、私の家にテレビはなかった。だが、幼い頃から見ていた記憶はある。大家の館には早くからテレビが置かれていた。店子の子どもたちはしばしば招かれ、それを見せてもらったことが

民主化の進行と格差の解消が名望家たちのノーブルリス・オブリージという観念を失った。



高度経済成長期、日本人は格差の解消と民主化の進行を支えられ、豊かさを手に入れた。1970年当時の四条烏丸界隈。

きたのである。今、近所にいる名望家の家へテレビを見に行く子どもはあまりいないだろう。そんなみつともないまねを、うちの子にはさせられない。と考える親が今は多数を占めている。テレビくらいは我が家にも置いておこうと、たいていの親は思うだろう。

また、名望家のほうでも考え方は変わってきた。近所の子どもにテレビを見せてあげるくらいは、自分たちの務めである。私

ちは思われていたのだからそれくらいは世間にも心をとくたくほうがいい、とそう考える富豪はほとんど減っている。ひとこと言えば、今の世は民



民主化がテレビのセールスを変えた

主化されたのだ。一握りの豊かな人々があまり恵まれない人々に施しをする。そんな上下格差を世の中は次第に認めなくなっていた。誰もが等しくテレビを家に置くほうがよいと、そう見なされるようになったのである。

古風な格差社会の考え方が残っておれば、テレビの売り上げは膨らまない。受信機のセールスを大きくするために、店子にもテレビを買わせる必要がある。うちは分相応に大家の館で時々見せてもらえばそれでいいという、そういう姑息な庶民根性からは抜け出してもならなければならない。

そう、高度成長は、そんな心理のからくりにも支えられて羽ばたいた。店子たちが、うちも大家と同じようにテレビを持つんだと、思うように仕向ける。もう大家の館へ見せてもらいになんかいかないぞ、とうぬぼれるようにそそのかす。

テレビはそういう時代を経て、一家に一台広がった。よりいっそう売り上げを伸ばすにはどうしたらいいか。チャンネル権が家長ににぎられる状態を解体して、パーソナルテレビを売るしかない。事実、世の中はそうなった。家庭内でも進んだ民主化がテレビのセールスを変えたのである。

テレビに限ったことではない。あらゆる商品は、格差の解消と民主化の進行を支えられ、売り上げを伸ばしてきた。それがそれが圧倒的な国民総生産の増大をもたらしたのである。その一方で、我々は名望家たちのノーブルリス・オブリージという観念を失った。様々な絆も断ち切られてきたと思う。経済成長が止まった今、あらためてそのことをかみしめたい。

※身分の高い者はそれにふさわしい社会的責任と義務があるという、欧米社会における基本的な道徳観。

戦後、日本人は物の豊かさと引き換えに大切なものを忘れてきたのではないだろうか。日本人が忘れつつある価値観が今も生き続ける千の都・京都から温故知新の知恵を発信する。(毎週日曜日に掲載します)

きょうの季寄せ(十月)

十月や
けさは鶯啼
藪の空

風 芝



鶯の鳴き声を文字化した句に「茶の「鶯ひよりひより神の御立げな」がある。陰暦10月には出雲に神が集うと考えられ、いわゆる「神無月」、一茶の神の御立はこのことを念頭においている。「鶯の笛」と音色を聞き做したのは近代俳人川端茅舎にて、10月には小春とも称し、掲句は小春日和の中、鶯の鳴き声のびやかにいかにものどかな景である。(文・岩城久治)

「きょうの心伝」

国澤知之
元全社役員 京都市伏見区/70歳

五感

日本に季節感がなくなった、と言われるようになって久しい。旬にしか食べられなかった食材は、今や養殖や冷凍でいつでも食べられる。落ち葉が汚いからと、街路の並木は紅葉の頃には枝を払われる。自然を自然のまま慈しむことに、私たちがいつしか不感ずるようになったようだ。

日本人の風流心が失われたと嘆くことはたやすい。しかし、本当に季節感はなくなったのだろうか。野を歩く自分の足音。例えば、秋から初冬にかけてなら、枯葉を踏みしめる音から、霜柱を踏む音に変わっていく。五感を精いっぱい働かせていると、気温や景色や食材以外にも、季節は実に様々なところに在るものだ。なくなったのは季節感ではなく、実は私たちが人間の五感を研ぎ澄ませた想像力のほうではなからうか。科学の進歩に甘え、心を空虚にした。「感じる」ことを放棄したのである。

「きょうの心伝」募集

●あなたの思う「日本人の忘れもの」は何ですか? 暮らしの中で忘れてはならないと思う日本人の心の系譜や、伝えたい京都に残る心遣いなどを寄せて下さい。京都新聞社で選考、公開する場合があります。原稿は返却いたしません。タイトル(12文字以内)と本文(400文字以内)、郵便番号、住所、氏名(匿名は不可)、職業、年齢、電話番号を明記し、〒604-8577 京都新聞 COM「きょうの心伝」係まで。E-mail: kasunenon@nhk-kyoto-np.co.jp Fax: 075-26212200 ●日本人の忘れものは、京都新聞ホームページ/kyoto-np.jp/kyo_nm/info/nwc/よりご覧いただけます。

Design Your Energy 大阪ガス

天然ガスで、暮らしが、街が、未来が、スマートに!

大阪ガスは、豊富でクリーンな天然ガスで、青い地球を守りながら、「未来の暮らし」を、スマートにしてゆきたいと思ひます。

人と自然とエネルギーが「調和」した暮らしへ。

快適、便利で、資源を無駄なく使う「賢い」暮らしへ。

子供たちの笑顔が絶えない「安心」な暮らしへ。

そんな私たちの想いをこめたスローガン「ガ、スマート!」。

天然ガスで、暮らしが、街が、未来が、スマートになってゆきます。

が、スマート!