

ティナ・ローゼンバーグ著

『クール革命 貧困・教育・独裁を解決する「ソーシャル・キュア」』早川書房(2012年)

「ピア・プレッシャー (peer pressure)」という言葉がある。「仲間からの圧力」を意味する。同僚が残業をしているのに自分だけ先に帰りづらい、とか、中高生が友達から「お前も吸えよ」と言われてタバコに手を出す、などの例がわかりやすい。人は、身近な周囲の人＝仲間とうまくやっていくために、あるいは、グループの中で尊敬されたい、悪く思われたくない、という動機から行動を修正したり、考えを変えたり、果てはアイデンティティの変容をもたらすこともある。人間が「社会的動物」と言われる所以である。

「プレッシャー」や「圧力」にはネガティブな語感がある。また、ピア・プレッシャーが青少年犯罪増加に関与していることは様々な研究によって証明されている。しかし、ピア・プレッシャー自体はいいものでも悪いものではなく、要は使い次第である。その強力な作用はポジティブな目的のために動員することができるし、それによって大きな変化を起こすこともできる、というのが本書の基本的なスタンスだ。

著者は、困難だと思われていた問題に解決をもたらした事例に共通する要素として、ピア・プレッシャーの(多くの場合戦略的な)利用があることを見出し、そのようにして社会の「病」を癒すことを「ソーシャル・キュア」と呼んでいる。世界各地のさまざまな事例を取り上げて、「ピア・プレッシャーはいかにして世界を変えようか」(原書名の副題)その過程をつぶさに追っている。

ソーシャル・キュアが必要なのは、人間が非合理的な生き物だからだと著者は言う。喫煙の害をいくら教えても、若者の喫煙率は下がらない。なぜか。若者にとって喫煙は反抗の象徴であり、同年代のクール(カッコいい)なグループに加わる手段になっているからだ。大人から喫煙の害をしつこく説かれたら、むしろ反発する。おとなしく従うのはクールじゃない。クールでないヤツと思われたら、仲間に入れてもらえない。だとしたら、彼らに喫煙を思いとどまらせるためには、同じ目的を達する別のルートを用意してあげればいい。アメリカで1990年代末以降大きな成果をあげた10代向けの禁煙運動では、「たばこを吸わないクールなティーンエイジャー」がピア・グループを結成し、「若者はもう操られない」というメッセージを発信して、たばこ業界への反抗を表現した。このキャンペーンでは、たばこ業界の広告やマーケティング手法をまねて、大きな効果をあげた。

この例をはじめ、ソーシャル・キュアの成功例の多くは、ピア・プレッシャーだけでなく、営利企業にならったブランディングなどのマーケティング手法を使っている点が興味深い。南アフリカの青少年のHIV予防を目的としたキャンペーンや、セルビアの独裁政権を倒した政治運動などもその例である。特に、若年層にアピールしようとする場合に大きな効果を発揮する。

有害な、または無益なものに分かっていても、慣れ親しんだ行動(あるいは行動しないこと)を変えるのは難しい。思い込みや固定観念や習慣が、変化を妨げる。大きな変化には、たいていの場合アイデンティティの変容が伴う。依存症からの回復をめざす自助グループや、著者が本書中の事例でもっとも印象深い変容として取り上げるインドにおける地域健康プロジェクトの活動では、アイデンティティの変容と行動の変化が相互に作用し、人生を変えるような経験が織りなされていく。インドの事例では、カースト制度の下でダリット(不可蝕民)として差別と迫害を受け最低の生活を送っていた女性達が、訓練を受けヘルスワーカーとして村人に尽くし、尊敬を勝ち得て、充実した人生を送っている事実が感動的である。

仲間の力、集団の力を利用して問題を解決していく、という点では、労働組合はソーシャル・キュアの先駆者とも言える。東日本大震災以降の「つながり」「絆」への注目もあり、労働組合の強みを発揮できる領域が少なくないことを、あらためて思われる。本書には、労働組合の活動を活性化するヒントが数多く含まれている。ピア・プレッシャーの戦略的利用と、マーケティング的手法を上手に組み合わせることにより、組合運動にさらなる可能性が広がるのではないかと、という期待を感じさせる。想像力を刺激される本である。(湯浅 論)