

流行と同調圧力

校長 相川保敏

近年、小学生を中心に「ポンボンドロップシール」に代表されるコレクション系シールが大きな流行となっています。



ポンボンドロップシール(イメージ)

透明感のある立体的なデザインの可愛さと「収集する」といった要素が子どもたちの心を強く惹きつけています。あるメーカーでは、令和7年3月の販売から11月まで累計1300万枚以上を出荷したとされ、シール商品としては異例の大ヒットになっています。

店頭に並んだとたんに売り切れるという現象もみられ、高額転売・偽物も問題になっています。1月12日付の中日新聞の朝刊に、名古屋港水族館のオリジナルシールが販売価格の6~7倍で転売されているという記事が掲載されました。ポンボンドロップシールの流行は一種の社会現象と言えるほどになっています。

さて、このような現象は単なる遊びや趣味の一形態にとどまらず、日本社会に特徴的とされる「同調圧力」の在り方を考える上で、教育的に重要な示唆を与えていると考えます。

まず、同調圧力のプラス面に目を向けると、流行の共有は子ども同士の関係形成に一定の役割を果たしていると言えます。同じシールを持っている、同じ話題で盛り上がれるという経験は、集団への帰属意識を高め、仲間意識を育む契機となります。特に低学年の児童にとって同調は「みんなと同じである」という安心感につながり、学校生活への適応を助ける側面があることは否めません。普段からも同じ遊びをした、同じ場所に行った、同じものが好きだといったことから話題が生まれたり、さらには仲間意識が生まれたりする経験はだれもが持っていることでしょう。こうした点から流行は、子どもたちが「共通の話題」を持つための非常に大きな媒介となるわけです。また、日本の学校文化は、集団の中で調和を保ちながら行動することを大切にしています。学校生活において「同じことを

する、同じことができる」といった同調圧力は、ルールを守る、協働して物事を行うといった集団での社会性や協働性を育んでいく上で一役買うことになります。こうした点から、流行は子どもたちにとって人つながる経験、社会とつながる経験を助長していく側面があると言えます。

一方で、同調圧力のマイナス面も見過ごすことはできません。例えば、流行している商品を「持っていない」「興味がない」ことで、子どもが集団から距離を感じたり、疎外感を抱いたりすることは十分に考えられます。さらに流行が強まるほど、その商品に対する魅力よりもみんなが持っているという理由の方が強くなっていくこともみられます。「みんなが持っている」「みんながやっている」と言葉が表すように、子ども自身の選択よりもみんなと一緒にしたいという同調意識が自分の好みよりも優先されてしまう危険性があるからです。ここには、日本の同調圧力がもつ「同じであることを求める力」が、自分の思い、個の尊重と衝突する側面が表れていると言えます。

本年度、相山女学園大学4年の磯山朋花さんが、本校の児童(2・4・6年生対象)に、同調圧力についてのアンケート調査を行いました。意外にも高学年より低学年の方が「表面的な同調傾向」(内心は同意していないなくても周囲に合わせる行動)が強く見られました。一方で、高学年になるにつれて自己表現への意識と同調との間での葛藤が高まる傾向が見られています。急速に広まる流行の現象は、日本社会に根付く同調文化の縮図とも言えると思います。そこには、人つながっていこうとする力を育てる可能性と、個を縛る危うさの両方が含まれているわけです。学校教育において重要なことは流行や同調そのものを否定することではなく、むしろ「同じであることが安心になる場面」と「違っていてもよい場面」があるということを子どもたちに示し、自ら意識的に区別できるようにしていくことだと考えます。同じであることに安心しつつ、違いを尊重できる感性こそ、これから社会を生きる子どもたちにとって不可欠な力となります。ご家庭でも、こうした意識について触れていただけると幸いです。