

もっとも基本的な消費者教育とは？

大学生協連会長理事 庄司興吉

人は、消費することをつうじて自己をつくり、社会をつくる。何を食べ、何を着、どこに住むかはもちろん、何を見、何を聞き、何を読むかによって、自分が何であるかを決め、自分が生きる社会のあり方を決めていく。コーラを飲みながらハンバーガーを食べ、Tシャツとジーンズを着て電車や車で移動しながら、テレビを見て、イヤホンでロックを聞き、スポーツやファッションにかんする多様な雑誌を読む若者たちが、今日のグローバルな消費社会をつくってきた。

大学はそのなかで、少なくないキャンパスがそうであるように、昔から続いてきた世界があることを見、講義を聴き、本を読み、人間と自然と社会について考えることを教えようとしてきた。何という古ぼけた消費だろう。多くの大学が誇りにする図書館は賞味期限切れの本でいっぱいだし、自然科学系の実験室や研究室は昔ながらに雑然としている。教員たちの講義ですら大半はどこかで聞いたようなことばかりだ。

しかしそのなかに時折、とてつもない深さを感じさせるものがある。この宇宙はそもそもどうしてできたのか。人にはなぜ体重があるのか。人の口をついて出るある種のアイデアが、なぜ論理と実証の力で宇宙の生成発展から人類史の展開の要までを説明するのか。人は人類の知的遺産を消費しながら、いつのまにかとてつもない生産を、画期的といえるような創造をおこなっていることすらある。

消費社会の消費の極で、それを巨大な生産に展開する、賭を孕んだ知的営みをくり返しているのが大学である。大学生協はそれを、もっとも基礎的な消費生活の協同をつうじて支えている。そのことを学生に理解させることこそが、もっとも基本的な消費者教育なのではないであろうか。

(Campus Life 19, 2009.6)