

建設時評

体験という名のメディア

東北大学大学院 情報科学研究科

准教授 平野勝也

相も変わらず、マスメディアでは公共事業批判が展開されている。正鵠を射た批判もあれば、それは曲解と思えるものまで、様々である。去年は特に凄かったように思う。道路特定財源の議論が山場を迎えていたからであろう。国土交通省の対応も、実に迅速機敏であった。福利厚生費でマッサージチェアを買うことが批判されるやいなや、その是非を議論する前に、全国から福利厚生のための諸施設がことごとく消えていったそうだ。筆者がたまにお世話になる国土交通省の研修所では、いつの間にかテニスコートが駐車場になっていた。ちょっとした企業の研修所ならテニスコートぐらいあるものと、筆者は思っているのだが、なぜ国土交通省の研修所ではダメなのか、実は全く理解が出来ない。

役人も人間、ぼやくこともある。国土交通省が、こうした曲解とも思える批判を受ける度に、「あの報道はないよな」との嘆きを耳にすることがある。それくらいで止めておけばいいのに、「今の世論が公共事業批判、役人批判に傾倒しているのは、メディアのネガティブキャンペーンのせいだ」とまでぼやいてしまう方もたまにおられる。しかし、語弊を恐れずに言えば、公共事業は、国家であり、権力である。有史以来存在しつづける公共事

業に関わる人間の全てが、完全に清廉潔白だった時代など、一度もなかったのではないか？ 卑近な言い方をすれば「権力は腐敗する」ものである。にもかかわらず、何故これほどまでに、世論は傾くのか。政治不信ならぬ、「土木不信」と言えるような状況である。疑獄や汚職の報道なら、別に今に始まったことではない。そう考えると、メディアのネガティブキャンペーンは、今の世論の原因でないことは明らかである。

では、その「土木不信」の原因は一体何か。その答えは、昨年9月に小欄に余談として書かせていただいた「土木屋が体験という名のメディアを有効に利用できていない」ことにあると思っている。

* * *

話は変わるが、ここ15年ほどの年月をかけ、全国の大学から「土木工学科」なるものが消滅して行っているのをご存じだろうか。今や「土木工学科」という名称は、風前の灯火である。高度成長期には100を超える数があった「土木工学科」も、2005年に筆者が調べた時点で、既に9つの大学にしか存在していなかった^(※)。筆者の勤める東北大学でも、建築学科と大同合併し、今や「建築・社会環境工学科」である。土木の「土」の字もない。2005年以降もいくつかの大学が、ついに「土木工学科」から改名したとの話を聞いたので、今や「土木工学科」という名称は、数えるばかりであろう。つまるところ、「土木」という名前では、もはや学生が集まらないのである。その結果、各大学思いのままに、「都市」、「環境」、「システム」、「デザイン」など格好いい言葉を並べた学科名へと改名しているのが実情である。少子化の時代、少しでも多くの学生を集めなければと、随分前から大学は戦々恐々としているのだ。

では、こうした「土木不人気」の原因は何であろうか。これも、筆者は、「体験という名のメディア」の問題であると思っている。百聞は一見にしかずの諺通り、人は、自らの体験を最も信用する。土木技術者は、社会基盤という、市民の日々の生活に様々な体験を提供している。体験が提供され、それを通じ

て人々が何かを思うなら、これは立派なメディアである。しかも、それは、人が実体験として何よりも信用をおく「体験という名のメディア」である。

学生に人気のある学問分野は総じて、体験というメディアがうまく作用しているように思う。例えば機械や精密機械の分野は、開発した製品使用という体験を通じて、例えば、「こんなに小さいのに、こんなことができるんだ!」、といった技術革新という名の感銘を市民にもたらし続けてきている。筆者もソニーが初代ウォークマンを発表し、店先で手に取って見たときの驚きをよく覚えている。そして、そう言った感銘が「自分もこんなもの、いやもっとすごいものを作りたい」という志の形成につながっているのではないだろうか。

体験というメディアは、こうした、「もの」を通じた体験だけではない。例えば、医者になりたいと思う若者が多いのも、自ら医者にかかり、病気を治してもらったときの体験と無縁ではないだろう（もちろん、出会った医者が金持ちだったというのも影響しているだろうが。それも体験である。）。

かくして、「もの」や「ひと」を通じた体験という名のメディアは、静かに、しかし強烈に、人々の心の中に訴えつづけているのである。

* * *

高度成長以降、土木技術者は、どのような情報をこの体験という名のメディアを使って市民に伝えてきたであろうか。まず、どこにでもある標準設計の構造物は何らの感銘を生まないことは確かであろう。初めて高速道路ができたとき、新幹線ができたときは、もちろん感銘を生んだであろうが、それ以降は何もないように思える。唯一、阪神・淡路大震災の後、神戸から東北大にきた学生が「地震を経験し、地震に強い街を作りたいと思って土木を選んだ」というのを聞いたぐらいであろうか。そして、前回（12月号）の小欄に書いたとおり、時を同じくして、標準設計が、土木を「無名碑」にした。標準設計では、誰も「自分の設計だ」とは言えなくなっ

まったのである。そう考えると、土木技術者は現在、「もの」、「ひと」双方の体験というメディアを全く使っていないに等しいのではないか。

学生の「土木不人気」も、一般市民の「土木不信」も、結局、この「感銘なき体験」が引き起こしていると考えるのは早計であろうか。もし、そこに感銘があれば、「地震に強い街づくり」だけでなく、美しい橋や生物が沢山いる水辺など、多種多様なこんな「もの」を作りたいという志を持つ学生が出てくるだろう。そして、一般市民も、たとえばマスコミがネガティブキャンペーンを張ったとしても、現在のような「土木不信」に陥ることなく、「そう言う悪い事する人もいるんだね」で済む話ではないのだろうか。筆者も教員の端くれであるが、ニュースをよく見ていると、実は教員の不正だの破廉恥だのネガティブなニュースは多いのである。しかし、そのせいで、教員全体が不信感を抱かれる状況にはまだ至っていない。尊敬できる先生という、「ひと」を通じた体験という名のメディアの賜であろう。

この、「もの」と「ひと」という体験を充実することが、遠回りのようであるけれども、結局、「土木不人気」も「土木不信」も解消する近道なのではないだろうか。なにせ「百聞は一見にしかず」である。体験という名のメディアを充実させる。これは、とりもなおさず、一人一人の土木技術者が、誇れる（名前を出して恥ずかしくない）仕事をしていくことに他ならない。

無い知恵を振り絞ってあれこれ考えてみたが、答えは案外簡単などころにあるものである。しかし、その簡単なことが、きちんと実行でき得る体制に、今の公共事業がなっていると、断言できる状況ではない。

(※) 筆者が担当した学科名称の変遷（平野勝也：『土木工学科』はどこへゆくのか』土木学会誌2005年7月号 pp14-17）のほか、この号は、土木教育の変遷について興味深い論説が多いので、やや古い号で恐縮だが、是非一度御覧頂きたい。