

コミュニケーション論再考 VI

——「コミュニケーション不全」社会における食の役割——

中 村 義 実

はじめに

今日、ひきこもりや児童虐待等に象徴される人間関係の希薄化、心の葛藤をめぐる問題、突きつめれば、「コミュニケーション不全」の問題が深刻の度を深めている。例えば、精神科医の斉藤環氏は、ひきこもりと児童虐待について、それらが日本の児童・青年期における二大問題であり、「いずれも件数が急増しつつあり、領域横断的な問題であるがゆえに、社会・文化的背景を考慮に入れた組織的対応が急務である」と指摘する。さらに、「将来的には今以上に自己中心的な親が増加」するゆえに、「問題の緊急性が躊躇する余地を与えない」との切迫感に溢れる警告を発する⁽¹⁾。

最近、立て続けに発生した社会事件に目を差し向けると、斉藤氏の警告は決して誇張とは思えない。2004年11月には、茨城県内で同日のうちに2件の両親殺害事件が発生した。伝えられるところでは、犯行に及んだ息子（19歳と28歳）は両者ともに、ひきこもり状態を続けていたという⁽²⁾。また、その一月ほど前には、インターネットの自殺サイトを通して知り合った10～30代の男女7名がワンボックスカー内にて集団自殺をするという事件が埼玉県で発生し、社会に大きな衝撃を与えた⁽³⁾。

2001年開催の「第31回日本コミュニケーション学会（CAJ）年次大会」にて、「現代社会とコミュニケーションの問題—コミュニケーション学は何ができるのか」というテーマのシンポジウムが行なわれた⁽⁴⁾。パネリスト諸氏⁽⁵⁾がその席でコンセンサスとして確認したことは、大まかに言って、今後のコミュニケーション研究が「人と人のつながり」という観点により深い関心を注ぎ、社会への貢献を果たしていくべきであるとの認識であった。

その席の議論においてとりわけ私の興味を引いたのは、コミュニケーションをハレとケで対比させて捉える視角である。社会におけるコミュニケーションに関わる問題の多くは、コミュニティの衰退や、人間疎外等の、人間生活のケの側面に密接につながっている。しかるに、従来のコミュニケーション研究は、ケの側面に真剣に向き合ってきたであろうか。どちらかと言えば、現実生活から遊離したハレの側面に焦点が当たる傾向がなかったか、と

の問題意識が一部パネリスト⁽⁶⁾により示された。

『大辞林（第2版）』⁽⁷⁾によれば、ハレとは「表立って、はなやかなこと」、「正式・公式なこと」、一方、ケとは「改まった場合ではない、日常的なこと」とある。従来のコミュニケーション研究を特徴づけたのは、英会話や国際理解という用語に連想される先端的なハレのイメージである。それらの内実は、現実生活に根ざしたケの世界とは切り離されたコミュニケーション論が展開する傾きがあったことは否めない。

今後のコミュニケーション研究に質的転換が求められるのは社会的な要請と言えよう。「ハレからケへの移行」は、そのあるべき質的転換の一要素を端的に示すコンセプトであるように思われる。コミュニケーションという用語は、ラテン語のcommunis（英語ではcommonness）、すなわち「共有」という語源が示唆するように、共同的・社会的な性質を付帯する⁽⁸⁾。社会のあらゆる現象を見据える姿勢は、コミュニケーション研究の基本前提になるであろう。

本稿は、食を切り口にしたコミュニケーション研究を試みる。食は日常生活の基本をなし、人間にとって根源的、かつ不可避の営みである。ケの領域を代表する営みに属するがゆえに、コミュニケーション研究において必然的に浮上しうるテーマであると考えてよい。「ハレからケへの移行」というスタンスを意識する時に、食は、誰しもが直面を余儀なくされるテーマであろう。

私の主たる関心は、食文化の変容が人間コミュニケーションにいかなる影響をもたらしうるかを探ることにある。日本の食文化もまた、近年の情報化やグローバル化の大波にさらされ、あたかも社会の変化を映し出すかのように著しい変容を遂げた。食の変容が社会の変化といかに連動してきたか。本稿はその考察から論を起し、今日の「コミュニケーション不全」を生み出す背景に、食の矮小化や歪曲化という問題が潜んでいる可能性を示したい。

さらに、佐伯胖氏（青山学院大学教授・東京大学名誉教授）の「文化的実践への参加」という概念を軸に展開される教育論に依拠して、同僚であるマーク・フランク氏（敬和学園大学講師）の食を通じた教育実践の意義を考察する。できれば最後に、「コミュニケーション不全」社会に向き合うためのコミュニケーション教育のあり方について何らかの提案ができればと思う。

本稿の作成に際しては、フランク氏から多大な協力と有益な指摘をいただいた。ここに記して謝意を表す。また、あらかじめお断りしておくが、私は食の研究者でも専門家でもなく、食そのものを論じる資格も能力もかなり限られている。誤りや見当違い等に対しては、率直なご批判をいただければ

幸いに思う。

1. 現代社会を映し出す食文化

近年、著しい変容を遂げてきた日本人の食生活を検証することは、そのまま日本社会そのものの変容を映し出す鏡になりうる。「コミュニケーション不全」という現代社会の病理を食の観点から考察することの意義はそこにあると思われる。この項では、ファストフード、グルメ、ダイエットという近年の日本人の食現象を特徴づける固有の「ブーム」を簡略に分析し、それらが「コミュニケーション不全」の温床となる現代社会の構造にいかにか密着した現象であるかをみてゆく。

a. ファストフードと「マクドナルド化する社会」

近年の食生活の変容を最も象徴的に映し出す現象が、ファストフードブームであろう。様々なファストフード店が街中に林立し、幅広い層の顧客で店内が賑わう情景はもはや日常になった。マクドナルドやケンタッキーフライドチキンというアメリカ企業の名前が社会に浸透しはじめたのは1970年代の中頃からであり、以降ファストフード産業は急成長を遂げた。1971年創業の日本マクドナルドは1982年には、国内外食産業における売上第1位の地位を獲得し、今日もその地位は揺るがない⁽⁹⁾。その国内店舗数は1980年が264、1990年が776、2000年には3598と驚異的な伸びを示した⁽¹⁰⁾。牛丼、すし、弁当等の和風ファストフードもほぼ同時期に急成長し、今日では、洋風ファストフードに引けを取らない市場規模を保有する⁽¹¹⁾。

ジョージ・リッツア氏（メリーランド大学教授）は、『マクドナルド化する社会』（1999年）⁽¹²⁾において、ファストフード産業の原理を「合理的システム」と捉え、その内容を「効率性、計算可能性、予測可能性、制御の追求」という四次元から説明する。手短かに述べると、利潤を最大にするための効率化を徹底し、あらゆる価値を数字に定量化し、どこでも常に変わらない商品とサービスを供給するためのマニュアルを整え、機械により人間の行動の制御を計るシステムである。氏は、マクドナルドが驚異的な成功を収めた根拠はこの四次元にあるとみる⁽¹³⁾。

さらに、氏は上述のファストフードの原理が、ファストフード産業界を越え、教育、娯楽、政治、家庭等、社会のあらゆる領域で一般化していくと指摘し、その現象に同書のタイトルでもある「マクドナルド化する社会」という名称を与えた⁽¹⁴⁾。マクドナルドはもはや単なる一外食産業としてではなく、「合理的システム」という価値の象徴として、世界の民族固有の文化を

侵し、地球規模で価値観の均一化を促進しているとし、氏はそのような現象に警鐘を鳴らす⁽¹⁵⁾。

「マクドナルド化する社会」現象は、近年の日本社会経済の動きそのものをも象徴するとみて間違いあるまい。効率とスピードを追い求め、利潤を最優先する経済が、近年の市場に競争原理至上主義を根づかせてきた。「簡単、便利、安価」の追求が、一方で消費者のニーズとなり、他方で企業の利潤追求のモデルパターンになる。かくして、生産者と消費者の双方が、大量生産、大量消費、大量廃棄の上に成り立つ経済システムを強化する道筋が固められる。

ファストフード店と同時並行的に伸長したのは、今やファストフードをしのぐ規模に成長したと言われるコンビニエンスストア⁽¹⁶⁾であり、広大な駐車場を備えた郊外型ショッピングセンター⁽¹⁷⁾である。これらの産業の隆盛とそれをもたらす人々の消費行動はリッツア氏の述べるところの「マクドナルド化する社会」の中核に位置づけられる現象とみてよからう。

近年、頻繁に聞かれる「価格破壊」や「リストラ」という現象も、「マクドナルド化する社会」がもたらした必然的な副産物であると考えられる。弱肉強食という苛酷にも映るシステムを内部増殖させながらも、「簡単、便利、安価」を追求する「合理的システム」の魔力は、もはや抗しがたいほどに今日の企業と消費者の双方を支配しているように思われる。その「魔力」が、経済の領域を越え、日常生活の人間関係のあり方やコミュニケーションスタイルまでも支配するという可能性は決して否定できないであろう。

b. グルメと「モノのデモクラシー」

ファストフードブームと並び着目される食の現象に、グルメブームがある。テレビ番組では、高級な食材を使用して料理を競う番組⁽¹⁸⁾が人気を誇り、情報誌では、おいしいお店のランキングが頻繁に特集される。マスメディアで話題になった料理にありつこうと人々が長い行列を作る光景がしばしば話題になる。いささか奇妙ではあるが、ファストフードにおける安価へのこだわりが、グルメでは高価へのこだわりへ反転する傾向がある。

ここで、混乱を避けるために、グルメの概念を整理しておく。佐藤昂氏によれば、グルメは「本物」と「偽者」の2種に分類される。前者は、地球の生態と環境にあった心と身体にやさしい料理を控え目な値段で食するあり方で、「エコ・グルメ」と呼ばれる。後者は、装飾性や新しい感覚で流行としてもはやされた料理や、限られた貴重な食材を金に糸目をつけずにかき集めた料理を高額で食する「似非グルメ」と呼ばれる⁽¹⁹⁾。本稿で使用するグ

ルメの概念は、専ら「似非グルメ」のほうに限ることをお断わりしておく。

グルメブームという食の現象は、ブランドブームというモノの社会現象に重なり合うところがある点に着目したい。高級ブランドとして名高いルイ・ヴィトンの専門店が2002年、東京にオープンした当日、その開店前に1400人が列を作り、その日だけで1億2500万円の売り上げに達し話題を呼んだ⁽²⁰⁾。メディアは、日本人のブランド信仰を様々に論じたが、その中には、ルイ・ヴィトンの年間売上上の9割近くが日本人による消費であるという事実⁽²¹⁾や、ブランド品を衝動的に次々と購入することで欲求を満たそうとするブランド依存症の「病」が増加しているという現象が述べられている⁽²²⁾。

佐伯啓思氏（京都大学大学院教授）は、現代社会を「モノのデモクラシー」という視点から分析する。氏の視点を手がかりにして、グルメやブランドがもてはやされる現代社会の構造を考察したい。

氏は、その著『アメリカニズムの終焉』（1998年）⁽²³⁾において、もともとは「政治の平等」を意味した「デモクラシー」が、現代社会においては、生活の均質化、所得分配の平等を旨とする「モノのデモクラシー」に変容したと捉える⁽²⁴⁾。

氏の述べる「モノのデモクラシー」は、人々が、「商品」という共通のモノを買い、同じような生活をする社会に立ち現れる。そこでは、モノを買うことによって人々が結びつく「消費コミュニティー」が形成される。「生活水準」という観念が生き方の新しい指標となり、「消費」という行動により人間は生の実感を得る。かくして、新しいモノを買うことで生活の向上を確認することが、「消費者」としての人間のアイデンティティになるのである⁽²⁵⁾。

このシステムにおいては、巨大メディアによる「広告」という仕掛けが多大な影響力を持つ。人々は、刺激的な広告の影響を受けながら「共通のモノ」を買うことで、生きがいや安心感を満たそうとする。その結果、「消費コミュニティー」は、同じモノ志向の「お互いに似通った人々の群れ」という様相を帯びることになる⁽²⁶⁾。

こうして、モノの拡張そのものが生活の価値となった時、伝統ある地域文化の価値は薄れ、新しく購入するモノの「質量」が自己アイデンティティの規定に影響を与えるようになると考えても不思議はない。「価格破壊」による安価なモノが「量」による安心感をもたらしてくれるとすれば、「流行」にのった高価なモノが「質」による満足感をもたらしてくれると考えられよう。

世界史上、類のないスピードで所得水準の総中流化を実現した戦後日本社会は、ある意味ではアメリカ以上に徹底した「大衆消費社会」を築き上げた⁽²⁷⁾。

その過程において一層の拍車がかけられたのは、地域文化に根ざす自己アイデンティティの崩壊であり、その趨勢が、共同体意識に支えられたコミュニケーション活動の衰退に連結したことは容易に推察できる。

モノへのこだわりを象徴するブランドブームの背景には、「モノのデモクラシー」が容易に浸透する日本社会固有の土壌が横たわっていたと考えられる。同時に留意すべきことは、食のモノ化という現象であろう。すでにふれたように、今日、食の情報の多くは、モノ同様に「広告」という媒体を通して人々に送られる。人々の食生活は、マスメディアという巨大な力がもたらす刺激に多大な支配を受けるようになった。近年進んだグルメブームは、食が「モノのデモクラシー」に巻き込まれていくあり方であったと捉えることができよう。

c. ダイエットと「共同幻想」

現代社会にみられる特異な食現象として最後に取り上げたいのが、とりわけ若い女性の間にも蔓延するダイエットブームである。2002年国民栄養調査の統計によれば、ダイエットをしている人は女性全体の54%に上り、実際には体形が「やせ」である10代の女性のうち41%がもっと体重を減らそうとしているとの数字が示されている⁽²⁸⁾。周知のように、若者向け雑誌や新聞の折り込み広告には、ダイエットを煽らんとする広告が目につく。拒食症や過食症といった「摂食障害」の増加も深刻化しており、患者たちはしばしば病との壮絶な格闘を強いられている⁽²⁹⁾。

ダイエットは、表面的には、「美しくなりたい、異性にもてたい、ファッションが似合うようになりたい」等の純粹な「乙女心」に起因すると考えられがちである。しかし、ダイエットの問題は、その規模の拡大ぶりや病の深刻さに鑑みても、個人の病理として問題が片付けられるほど単純ではないことは明らかである。

作家の中島梓氏は、『コミュニケーション不全症候群』（1995年）⁽³⁰⁾の中で、ダイエットが、オタク現象と並び、「コミュニケーション不全」の典型的症例であると分析する。ダイエット、オタクの双方ともが、厳しい「選別・競争」にさらされる現代社会を生きぬいていくために編み出された「適応のための不適応」現象であるとみる⁽³¹⁾。氏は、オタクとダイエットにみられる「不適応」という性質を、以下のように対比して説明する。

まずオタクは、現代社会に居場所を見出すことができずに、現実への適応をあきらめてしまう「適応不能」として捉える。競争社会における劣等者としての自分を受け入れ、社会に背を向けた「落ちこぼれ」が、その代償とし

て、アニメやゲーム等の虚構の世界に自己を押しこめ虚構の「適応」を作り出そうとするのがオタクの行動様式であるとする⁽³²⁾。

一方、ダイエットを、社会からの無言の伝達に過度に従おうとする「適応過剰」であると捉える。「体重が軽い方が価値が高い」という「無言」のメッセージが「強固」に社会に存在しており、そのような性質を持つメッセージを「共同幻想」とみなす。とりわけ真面目な優等生タイプが、その真面目さゆえに、忠実に「共同幻想」を受け入れようとする傾向があるという⁽³³⁾。ダイエット少女たちが深刻に求めているのは、何よりも「社会に受け入れられる」ことであると指摘する⁽³⁴⁾。

かようにして、氏は、オタクとダイエットを共に「コミュニケーション不全」と位置づけ、異なる文脈の中で生み出される同列の「適応のための不適応」現象として捉える。マスメディアやファッション雑誌に華々しく登場する細身の人気女優やモデルたち、また氾濫するダイエット推奨の広告等が織り重なり、「やせているほど幸せになれる」という「共同幻想」が膨張するのは不思議なことではない。また、「学歴・収入が高いほうが幸せになれる」という昔ながらの「共同幻想」もまた、「選別・競争」がより苛烈に進む現代社会において、とりわけ男性側に依然重くのしかかっているように思われる。

学歴や収入、外見、性格等、選ばれる側の基準がより多岐化し、社会、学校、家庭のいずれの場でもランクづけが進行することにより、自己疎外感を味わう個人の数には必然的に増加するだろう。中島氏は、「共同幻想」が、そのような自己の不確かさや不安定感をとりあえず解消するための「手形」として働きうる、と推察する⁽³⁵⁾。それゆえ、ダイエットブームは、現代社会において、オタクやひきこもりの増加と軌を一にして進行していく現象であると考えられよう。氏は、「共同幻想」を作り上げる社会構造そのものが「コミュニケーション不全」という病を生み出したと結論づける⁽³⁶⁾。

2. 「本来の意味」を喪失した食文化

前項で試みたのは、ファストフード、グルメ、ダイエットという三つの食現象と「コミュニケーション不全」の関係性を、現代社会という文脈にのせて、簡略にスケッチすることであった。いずれもが、複数の要因の絡み合わせで生じるであろう奥の深い現象であるがゆえに、それらのスケッチの妥当性は容易には計れない。しかし、それらの諸現象の背景にあるものは、競争原理至上主義や物質至上主義に組みこまれた現代社会の構造であることは疑う余地がなかろう。ここで着目したいのは、それぞれの現象において、食を

供給する側と、供給されたものを食する側のつながりがほぼ遮断されている、という共通のあり方である。

大雑把に言えば、ファストフードの場合は「うまい、やすい、はやい」⁽³⁷⁾が命であり、空腹感が安価で手軽に満たされればそれでよいとする。グルメは、おしゃれ感覚や贅沢感覚を楽しみ、話題のお店やメニューというモノの情報に価値を見出す。ダイエットに至っては、体重を減らすという目的に過度の関心が注がれ、食するという行為が、その目的に従属化する。いずれの場合も、食する側が、お皿の向こうにある農の世界を思い描くことから切り離されている傾向は否めない。

食する、という人間にとって根源的な行為に備わる本来の意味がそこではおしなべて失われているのではなかろうか。それでは、「本来の意味」とは何か。次に引用するジョゼ・ボヴェ氏の言葉は、その輪郭を描き出す上でヒントになる。

食するとは、商業的な行為ではない。誰にとっても、親密な日常の行為、「人間の生存」と「世界の関係」を忘れてはならない行為。あらゆる文化、信仰、哲学、宗教において、食べ物に何らかの儀礼的行為を伴うのは、食べ物が世界との関係を規定するからだ⁽³⁸⁾。

また、辺見庸氏による以下の一節も、一般的に認識される食の意味に再考を促す。

どのような階級の人間であれ、人は食べなければ生きていけない。それゆえ、食べるということが非哲学的で形而下的問題とされ、高い次元で考えられてこなかった。しかし、基本的な営みの方が本当は哲学的ヒントを多く秘めている。食は戦争、国家、社会、人間のあらゆる問題を含んでいる⁽³⁹⁾。

両者の言葉に示唆されているのは、食や農という営みの神聖さや哲学性である。食は私たちの命を育てるものであり、農は私たちの命を維持する産業である。両者に「神聖さ」が宿るのはそれゆえである。日本人の文化や精神性の源をたどれば、古来より営んできた食や農のあり方に深いつながりを持つことは論をまたない。

また、食するという行為は、食する側が他の生物の命を奪うプロセスである。自然界の緻密で壮大な食物連鎖のシステムの一環に人間の食生活が位置

づけられる。そこに備わるのは食と農の「哲学性」である。自分の食を知ること、人と人、人と社会、人と自然、人と歴史のつながりを知るための端緒になる。

ファストフード、グルメ、ダイエットの諸現象の進行は、かような食の神聖さや哲学性がことごとく奪われる過程であったとみることができよう。一昔前の人々が、神聖さや哲学性をことさらに意識した食生活を行っていたと主張するつもりはない。ここで押さえておきたいことは、上述の「本来の意味」を備えた食文化に接する機会が、今日、著しい減少を被っているであろうという事実である。

社会のエートスは、多くの人々が「機会」を共有することにより形成されていくものであろう。「機会」の変化は、前項で示したように、食が商業化や工業化の流れにすっぽりと包み込まれ、農とのつながりが遮断されるプロセスにおいて進行したと考えられる。

食は人間の根源的な行為であるとともに最も身近な文化でもある。食のモノ化が進み、その食文化が本来備わるべきはずの神聖さや哲学性を喪失した時、人間のコミュニケーション活動にも影響が生じうる。人間は、コミュニケーションによって文化を学習し、文化を通じて適切なコミュニケーションの活動方法を学ぶ⁽⁴⁰⁾。文化とコミュニケーションは表裏一体の関係であるがゆえに、基盤になる文化に歪みが生じた時に、コミュニケーションにも歪みが生じうる。

小泉武夫氏（東京農業大学教授）は、現代日本人の急激な食文化の変化に警鐘を鳴らす一人である。氏は『食の墮落と日本人』（2001年）⁽⁴¹⁾において、「食生活が乱れるとその人の体調が崩れるのと同じく、国民の食の周辺が乱れてくるとその国の社会も崩れてくる」⁽⁴²⁾と指摘する。氏は、近年のいわゆる「切れる」人々の増加が、食の乱れに密接に結びついていることを示す⁽⁴³⁾。また、「金があるんだから買ってあげればいい」との横着な発想が食糧自給率⁽⁴⁴⁾を低下させ、生命維持産業としての農業を矮小化する傾向を生んだことを指摘する⁽⁴⁵⁾。

食の「墮落」が、「単に食の世界だけにとどまるものではなく、ひいてはこの民族の存亡にかかわるきわめて重大な現象である」⁽⁴⁶⁾と述べる氏のコメントはいささか誇張に響くものの、「社会の崩れ」と「食の乱れ」に相関があるという指摘は十分に留意すべきである。

作家の藤原智美氏は、『家族を「する」家』（2000年）⁽⁴⁷⁾において、「食の共同性」の衰退をコミュニケーションの危機に結びつける。人々のつながりを築くためのコミュニケーションの場として太古の時代から重要な役割を果

たしてきた「食卓」が、外食産業の発展とともに「家庭のメインテーマから滑り落ちた」⁽⁴⁸⁾と表現し、現代の「食卓」の様相を次のように描写する。

日々、積み重ねられる「食」ほど、その家族の「内実」が辛辣に露出してくるものはないだろう。食卓はその家庭の姿を表現している。愛情だけでなく、憎悪、倦怠、嫌悪、無気力があらわれるのも食卓である。(中略)「食」が人間を支える根本であるという事実は少しも変わっていないと思う。だが、いまの住まいには、それを確認する場としての「食卓」すら機能しなくなりつつある⁽⁴⁹⁾。

今日、家庭という、最も暖かい感情の交流がなされるべき空間で着実に進行している食の現象は、一人で食事をする「孤食」や、三食、特に朝食を取らない「欠食」、コンビニやインスタント食品の普及による「深夜食」などであるという⁽⁵⁰⁾。

1982年放映のNHK特集「子供たちの食卓」は、当時において、すでに食生活の変容を問題視した。長距離通勤や共働き、進学競争の進行に伴い、大人不在の食事をする子供たちの増加や、食卓に並ぶ料理の数が減少を示す調査結果が紹介され、「想像を超える実態」に視聴者は驚きを示したという⁽⁵¹⁾。

それからほぼ20年を経た現代における「想像を超える実態」が記されていると思われる著書が、岩村暢子氏の『変わる家族 変わる食卓』(2003年)⁽⁵²⁾である。氏は、1960年以降生まれの主婦を対象とした食卓調査⁽⁵³⁾を行い、普通の家庭の日常の食卓の「激変」の実態をまとめた。食の簡便化、外注化の著しい進行が、現代主婦の食に対する価値観や感覚の「激変」と裏腹の現象になっていることを同書は浮き彫りにしている⁽⁵⁴⁾。

かようにして、現代に根づきつつある食文化は、食の基本とも言える家庭の「食卓」の地位の相対的低下を招いてきたという事実は否定できない。家族の絆が生まれるはずの「食卓」が機能しないということは、最も根源的なコミュニケーションの場の喪失をも意味しうる。

競争原理至上主義がもたらす「マクドナルド化する社会」、物質至上主義を生む「モノのデモクラシー」、社会へのいびつな適応を駆りたてる「共同幻想」は、ファストフード、グルメ、ダイエットという現代社会に固有の食文化を形成した。それらのいずれもが、食が本来備えているはずの神聖さや哲学性の喪失を促進した。気がつけば家庭の「食卓」という聖域をも破壊しかけている現実さえもたらした。現代社会における「コミュニケーション不全」の病理はその傷口を拡大しつつあり、人間の根源的な行為としての食が

与える影響はもはや無視できなくなっているのではないか。

食の教育という意味合いで使用される「食育」という用語が最近注目を集めている⁽⁵⁵⁾。「コミュニケーション不全」への対抗策として、食の領域に求められる役割は、端的に言って、食するということの「本来の意味」を人々の心と生活の中に回復させうる機会を創出することにある。次項では、そのための施策を、「食育」の一実践例を足がかりにして考察してみたい。

3. 「文化的実践への参加」によるコミュニケーション活動

私の勤務する敬和学園大学では「クッキングサークル」というサークルが2002年度に立ち上がった。2004年度からは「CBSC (Connections Between Students and Community)」と名称を変え、マーク・フランク氏を実質上の顧問として活動が続いている。大学敷地で有機農業の畑作り、畑で栽培された食材や地域の旬の食材を利用しての料理、地元の農家とともに行なう米作り等、活動は多岐に渡る⁽⁵⁶⁾。サークルの歴史が浅いため、それらの実践の成果については未知数の部分が多い。ここでは、氏の実践の理念を明確にした上で、その意義と今後のコミュニケーション教育への示唆を探ることに力点を置きたい。

CBSCの活動のバックボーンにあるものは、近年日本でも広がりを見せている「スローフード・スローライフ」運動である。フランク氏は、食を地元文化の財産として捉え、以下の問題を提起する。

新潟は自然に恵まれ、農、漁業も盛んであり、スローフードの可能性に満ちた土地。酒、みそや漬物などの発酵食品といった日本食は今や日本の宝であり、世界に発信する財産だが、その財産を新潟は多く持っている。だが、その価値に地域は気づいているだろうか⁽⁵⁷⁾。

「スローフード」という用語は、もともとは1986年にイタリアの田舎町で始まった運動で、ファストフードへの抵抗感から生まれた言葉である。良質な素材を提供する地場生産者をグローバル企業から守ろうとする運動が、単なる「ファスト」の否定を超え、土地に根づいた食文化に喜びを求め、次世代につなげようという世界的な運動に広がりつつあるという。ファストフードへの「省察」は、効率や利益優先の価値観に支配された現代社会を見直すあり方を導く。「大量生産・大量消費・大量廃棄の社会」から「心とものを大事にした急がない社会」へと価値観の転換を図るスローライフ運動はスローフード運動の延長線上に位置づけられる⁽⁵⁸⁾。

スローフード・スローライフの実践が、例えば、先に論じたファストフード、グルメ、ダイエット現象への力強い対抗軸となることが期待できる。それらの実践を通して、命を支えるものを作る生産者の側と、命を与えてくれるものを食する消費者の側、すなわち農と食の結びつきが実現に向かう可能性が導かれる。

それらの営みは、現代社会を覆う「コミュニケーション不全」を打破していく可能性を宿しているように思える。コミュニケーション健全化の鍵は、端的に言って、社会を構成する一人ひとりの「生きる力」を養うことにあろう。その「生きる力」の内実について、佐伯胖氏が『「学ぶ」ということの意味』（1995年）⁽⁵⁹⁾、および『情報化時代における真のコミュニケーション』（2003年）⁽⁶⁰⁾において提示する「文化的実践への参加」という概念を軸に考察を進めたい。

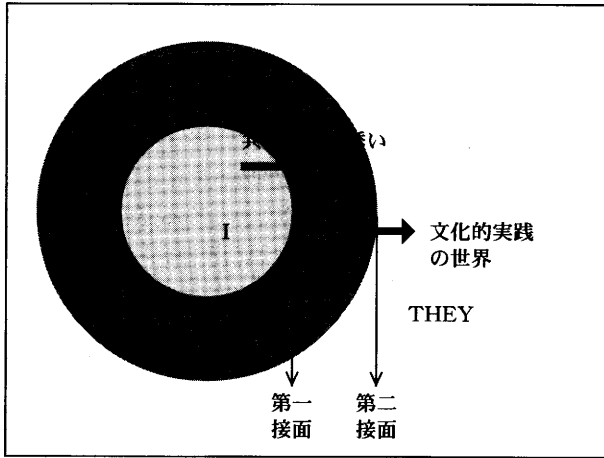
「文化的実践への参加」は、フランク氏が氏の実践において中核に位置付けている理論である⁽⁶¹⁾。また、私も拙稿「コミュニケーション論再考V」⁽⁶²⁾において、「学び」の本質とは何かを論じる文脈中にこの概念を取り上げた。ここでは、より詳細にこの概念のエッセンスを解説し、CBSCの活動の意義について私なりの考察を加えてみたい。

「文化的実践への参加」を論ずるに当たり、まずは「文化」という概念に留意を払わなくてはならない。佐伯氏は、人と人の「関係づくり」の中に「文化」の本質があるとする独自の見解を示している。「文化的営み」とは、学習者が知識や技術を身につけることではなく、他者との関係を作り出し、その関係を広げていく営みであると捉える⁽⁶³⁾。

ここで氏は、「集団主義」や「個人主義」というあり方を、他者との「関係づくり」の類型として位置づける。皆々がいっせいに同じことを、というタイプの「集団主義」や、個々が自分の好き勝手に、というタイプの「個人主義」について、氏は、そのどちらもが「他者と対話することが大切だ」という考え方、発想は出てこないとし、それらが「コミュニケーションの喪失」をもたらすと指摘する⁽⁶⁴⁾。

「集団主義」や「個人主義」におけるコミュニケーション行為の限界を論じた上で、ポジティブな「関係づくり」を導くあり方として、氏が提示するのは「共同体」という概念である。「共同体」は、一人ひとりがお互いを大切な存在として認め合い、一人ひとりの自分探しを支える場として捉えられる。そこでは、対話により、自分と相手が共に変わっていく、学びあっていく過程が尊重される。それぞれの立場や考え方を生かして、それぞれが世の中のために良かれということに取り組むための「実践」がそこにはある。そ

図1 「学びのドーナツ」



の実践において、「コミュニケーションは本物になる」と氏は主張する⁽⁶⁵⁾。

この「文化的実践への参加」のプロセスは、「学びのドーナツ」として図式化される(図1)⁽⁶⁶⁾。「自分」(I)と「外の世界」(THEY)がいきなり対峙するのではなく、その中間に、自分の固有の大切さを分かってくれる人、自分の存在を肯定し自分の主張に耳を傾けてくれる「他者」(YOU)の存在がある。私たちが「外の世界」に踏み出す時に、「YOU的他者」の「共感」を必要とする。すなわち、YOUと結びついたIがWEになり、「ただ仲良しよ」というレベルを超え、何かよい目的のために、外に向けて一步踏み出す。「文化的実践への参加」はその段階で成立するのである⁽⁶⁷⁾。

CBSCの活動の主要な狙いは、そのような「外の世界」であるTHEYに向けての実践としてのコミュニケーション活動を根づかせることにある。そのための第一歩は、「第一接面」を越えるための営みになる。すなわち、まずはメンバー各々が対話を通して「YOU的他者」の存在を確認しあう。食や食文化について様々な角度から互いに考え合い、学び合うプロセスを経て「第二接面」へと向かう。

IからYOUへ、YOUからTHEYへ、という発展の図式は、自らの従事するコミュニケーション活動の段階を示す羅針盤として機能しうる。「コミュニケーション不全」とは、この「第一接面」を越えられない段階に位置づけられるとみなして差し支えないだろう。「生きる力」は、まさにこの発展的プロセスを経て築かれていく人間関係の中で、段階的に培われていくと考えられる。

「生きる力」とは、より具体的に表現すれば、「人間関係を作る力」であり、「社会に適応していく力」と言ってよい。「コミュニケーション不全」を開くための教育は、「生きる力」を与えるための実践にある。そのためには、教育現場において「第一界面」そして「第二界面」を段階的に突破していく力の養成をより意識することが求められる。「再考V」でも論じたが、それは、自分の個人的な「頭のよさ」を高めることと次元を異にする⁽⁶⁸⁾。

この視点は、とりわけ語学教育を含めたあらゆる意味でのコミュニケーション教育に適用されるべき要諦であるように思える。フランク氏は、サークル活動のみならず英語授業においても、学生と「共同体」の関わりを形成・発展させていく実践を地道に積み重ねている。それらの実践報告は氏自身の論考および地域コミュニティにおける講演において示されており、今後の反響に注目したい⁽⁶⁹⁾。

蛇足になるが、私自身、フランク氏と時に連携を図りながら、勤務校の担当ゼミで「マクドナルド化する社会」の功罪をテーマにした授業をここ数年試みている。日常に溶け込む「マクドナルド化」現象に批判的考察を向けることにより、学生から様々な興味深い反応が導き出されるのを観察している。この実践について論を展開することは後日を期したい。

4. 結びに代えて

本稿は、「コミュニケーション不全」の病理を、日常の最も基本的な営みの代表とも言える食の領域に視角を据えて考察を試みた。逆説的になるが、ケの領域にこそ、汲めども尽きぬ価値が内包されており、自己の人格や社会性の形成に少なからぬ影響を与える可能性があることを論じた。

ファストフード、グルメ、ダイエット現象等の近年浸透してきた日本人の食現象は、地球規模、社会規模で価値観が均一化する趨勢の中で生み育てられた。それが同時に物語るものは、地域に根ざす自己アイデンティティの崩壊、家庭の食卓の無味乾燥化等の現象であった。それらが、多かれ少なかれ、人間の「生きる力」の衰退に影響を与えたことは疑い得ない。

市場原理がますます勢いを増す経済の流れに抗して、その流れにすでに組み込まれた「新しい」食文化を根本から変えていくことは決して容易な営みではあるまい。しかし、今日、様々な社会の病理が拡大する中で、食により深い眼差しを注いでいく必要性が確実に増大しているように思われる。

島村奈津氏は、「自分の食卓から世界を変えていく」ことが「スローフード運動の醍醐味であり、間口の広いところである」と述べる⁽⁷⁰⁾。「スローフード運動」が「スローライフ運動」につながりをもたらしているように、フ

ードとライフは必然的に融合していく。競争や物質にがんじがらめにされた「ライフ」の変革を「フード」から手がけるという発想は、「コミュニケーション不全」の克服に一定の効力を発することが期待できる。

「食育」が狭い範囲の知識習得やその場限りの体験学習の枠を越え、「生きる力」の育成に結びついた時に、食するという行為の「本来の意味」が浮かび上がるであろう。その過程におけるコミュニケーションは、佐伯氏が以下に指摘するように、自分と他者の関わり合いを土台として展開するだろう。

コミュニケーションというのは、自分というものを、他者のまなざしの中で見直すということである。自らを他からの目で見直すことによって、新しい自分を発見し、新しい自分を創り出す。(中略)他の人から見れば、(自分は)小さいものに過ぎない。そういうものの中でわたしは、単に情報を交換するだけでなく、自分を変えてくれる可能性のある他者、そういうところで学び合うパートナーとして他者との学び合いをすることである⁽⁷¹⁾。

佐伯氏の「文化的実践への参加」の教育モデルは、現代社会を覆う病理に対処しうるコミュニケーション教育に向けての羅針盤的役割を果たしうと思う。本稿で紹介したフランク氏の実践がその試金石の一片として働くことを期待したい。

註

- (1) 齊藤環「主張する弱者にも寛容さを」『中央公論』中央公論社、2004年6月号、41頁。
- (2) 「19歳、両親殺害容疑で逮捕 鉄アレイで頭殴る」『朝日新聞』2004年11月25日。
「両親と姉 殺害容疑 28歳長男を逮捕」『朝日新聞』2004年11月26日。
- (3) 「若い男女7人自殺 車内に遺書・練炭」『朝日新聞』2004年10月13日。
- (4) 2001年6月10日、東京経済大学にて開催。
- (5) パネリストは、発言順に、前田尚子氏（神田外語大学講師）、池田理知子氏（国際基督教大学準教授）、工藤定次氏（青少年自立援助センター理事長）、John Maher氏（国際基督教大学教授）、Donald Gordon氏（ハワイ大学教授）の計5名。
- (6) この見解は前田氏、池田氏により示された。
- (7) 『大辞林（第2版）』三省堂、1999年。
- (8) 岡部朗一「コミュニケーションの定義と概念」橋本満弘・石井敏編著『コミュニケーション論入門』桐原書店、1993年、55頁。
- (9) 佐藤昂『いつからファーストフードを食べてきたか』日経BP社、2003年、49-

- 53頁、112頁。
- (10) 「日本マクドナルド」のホームページ参照。ちなみに、「Food 104 Magazine」のホームページによれば、「日本マクドナルド」の2000年の年間売上は4313億円で、第2位（「スカイラーク」の2421億円）以下を圧倒的に引き離しての首位である（http://www.mcdonalds.co.jp/company/company_f.html・<http://www.food104.com/>）。
- (11) 佐藤、前掲書、88-90頁。
- (12) ジョージ・リッツァ『マクドナルド化する社会』正岡寛司訳、早稲田大学出版部、1999年（原書 George Ritzer, *The McDonaldization of Society - An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life : Revised Edition*, Pine Forge Pr, 1995）。
- (13) リッツァ、前掲書、30-35頁。
- (14) リッツァ、前掲書、17-18頁。
- (15) 『「マクドナルド化現象」に警鐘 京都で国際シンポ』『新潟日報』2001年8月28日。
- (16) コンビニエンスストアは、今日40000以上の店舗と7兆円を越える年間売上を持つ。この数字は、日本マクドナルドの年間売上の約20倍である（佐藤、前掲書、179頁）。
- (17) 郊外型ショッピングセンターは、1980年代後半から全国各地にオープンした。それらは外食チェーンの新しい立地としても機能し、例えば、1990年代のマクドナルドの多店化戦略を驚異的な成功に導いた（佐藤、前掲書、213頁）。
- (18) 例えば、日本テレビ「どっちの料理ショー」、フジテレビ「SMAP×SMAP」など。
- (19) 佐藤、前掲書、167頁。
- (20) Dana Thomas, "Addicted to Japan - Vuitton has Tied its Fate to the World's Riskiest Rich Nation." *Newsweek*, October 14, 2002, p.41.
- (21) Thomas, *ibid.*, p.41.
- (22) "Modern Living and its Modern Addictions." *The Daily Yomiuri*, September 6, 2003.
- (23) 佐伯啓思『(増補版)「アメリカニズム」の終焉』TBSブリタニカ、1998年、125頁。
- (24) 佐伯、前掲書、125頁。
- (25) 佐伯、前掲書、114-116頁。
- (26) 佐伯、前掲書、114-115頁。
- (27) 佐伯氏は「モノのデモクラシー」が20世紀のアメリカにおいて「大衆的な規模での産業化」の進行とともに生み出されたとし、これを支える独特の思考様式を「アメリカニズム」として捉えた。その上で、当のアメリカ以上に「アメリカニズム」の浸透に成功したのが近年の日本社会であると論じる（佐伯、前掲書、113頁、130頁）。
- (28) 「若い女性やせ過ぎ深刻」『新潟日報』2003年12月25日。
- (29) 斉藤環『NHK人間講座：若者の心のSOS』日本放送出版協会、2003年、53-66頁。
- (30) 中島梓『コミュニケーション不全症候群』筑摩書房、1995年。
- (31) 中島、前掲書、37-39頁、139頁。

- (32) 中島、前掲書、78頁。
- (33) 斉藤氏も、拒食症がもともと几帳面で完全癲が強く努力家の十代の少女によく見られると指摘している（斉藤、前掲書、2003年、58頁）。
- (34) 中島、前掲書、151-156頁。
- (35) 中島、前掲書、160頁。
- (36) 中島、前掲書、190頁。
- (37) ちなみに、「うまい、やすい、はやい」は、日本最大手の牛丼屋である吉野家のキャッチフレーズ。自社のホームページにて、「客観的データや論理的思考をコミュニケーションの手段として使う」ことが「吉野家文化」であると述べ、「うまい、やすい、はやい」という優先性の高いテーマを集中特化する戦略はそれにより生み出されたと述べる（<http://www.yoshinoya-dc.com/about/index.html>）。
- (38) ジョゼ・ボヴェ&フランソワ・デュフル『地球は売り物じゃない』新谷淳一訳、紀伊国屋書店、2001年、11頁。
- (39) 2003年1月2日、NHKラジオ第一にて放送の「新春インタビュー」より要約して抜粋。
- (40) 石井敏「文化とコミュニケーション」石井敏他編『異文化コミュニケーション・ハンドブック』有斐閣、1997年、6頁。
- (41) 小泉武夫『食の墮落と日本人』東洋経済新報社、2001年。
- (42) 小泉、前掲書、i頁。
- (43) 小泉氏は、朝食をきちんとする生徒と宿題をきちんとする生徒の相関関係を示す統計を紹介している。また、ミネラルの不足が精神的安定を奪い闘争心を高めるといふ動物実験の結果を紹介している（小泉、前掲書、20頁、22-24頁）。
- (44) 1960年に79%だった日本の食糧自給率（供給熱量）は、2000年には40%まで低下し、その40年間で、国民一人当たりの米の消費量が半減し、肉類、牛乳・乳製品、油脂類はそれぞれ3.5~5倍強に著しく増えた（足立恭一郎『食農同源-腐蝕する食と農への処方箋』コモンズ、2003年、18-22頁）。
- (45) 小泉、前掲書、49頁。
- (46) 小泉、前掲書、v頁。
- (47) 藤原智美『家族を「する」家』プレジデント社、2000年。
- (48) 藤原、前掲書、172頁。
- (49) 藤原、前掲書、175-176頁。
- (50) 「重要さ増す『食』指導」『新潟日報』2003年10月7日。
- (51) 小泉和子『ちゃぶ台の昭和』河出書房新社、2002年、114-115頁。
- (52) 岩村暢子『変わる家族 変わる食卓』勁草書房、2003年。
- (53) この調査は、1960年以降に生まれ、首都圏在住で、子供を持つ主婦を対象に、1998年から2002年まで毎年1回ないし2回実施され、計111人2331食卓のデータに基づく（岩村、前掲書、2頁）。
- (54) 岩村氏は「まえがき」にて次のように述べている：「朝は起きないお母さん、お菓子を朝食にする家族、昼食を一つのコンビニ弁当で終わらせる幼児と母、夕食はそれぞれ好きなものを買ってくる家族などをはじめ、テレビでも雑誌でも取り上げることのなかったごく普通の家庭の激変ぶりがこの調査によってはじめて見えてきたと思っている。」（岩村、前掲書、ii頁）。
- (55) 最近の動きとして、2004年1月、中央教育審議会が、全国の小中学校などで食を

- 指導する「栄養教諭」制度の創設を柱とする答申を河村文部科学大臣（当時）に提出した（『食の先生』小中学校に登場）『朝日新聞』2004年1月21日）。
- (56) フランク氏の実践は、『新発田市生涯学習協会会報（創生）』（マーク・フランク「私の人生体験－英語を通して食育を」2004年7月号）や『新潟日報』（「危険な食へ力強い対抗軸」『新潟日報』2004年2月19日）でも紹介された。
- (57) 前掲「危険な食へ力強い対抗軸」。
- (58) 「心豊かにゆったりと スローライフの風」『新潟日報』2003年2月12日。
- (59) 佐伯胖『「学ぶ」ということの意味』岩波書店、1995年。
- (60) 佐伯胖『（第45回学校代表者協議会基調講演）情報化社会における真のコミュニケーション』（2002年11月9日・青山学院大学がガウチャー記念礼拝堂）キリスト教学校教育同盟、2003年。
- (61) Mark Frank, "Engaging Food, Engaging Community: Deschooling with Food in the English Classroom," *The Journal of Engaged Pedagogy* 4, 1, 2005 を参照。
- (62) 拙稿「コミュニケーション論再考V－『自らを育てる学び』を導くアイデンティティ教育－」『敬和学園大学研究紀要』第13号、2003年、114－115頁。
- (63) 佐伯、前掲書、1995年、94－95頁。
- (64) 佐伯、前掲書、2003年、15－17頁。
- (65) 佐伯、前掲書、2003年、18－22頁。「文化的実践への参加」の詳細は、佐伯、前掲書、1995年、132－172頁、207－212頁参照。
- (66) 佐伯、前掲書、2003年、23頁。
- (67) 佐伯、前掲書、2003年、23－27頁。「学びのドーナツ論」の詳細は、佐伯、前掲書、1995年、65－78頁参照。
- (68) 拙稿「コミュニケーション論再考V」115頁。
- (69) フランク氏の論考については、Frank, *ibid.* 2005の他に、本誌所載のMark Frank, "The Shibata Project: A Frairian Approach to Community Based Research in the ESL Classroom," *Bulletin of Keiwa College* 14, 2005 を参照。また氏の最近の講演「一番地球と人に優しい生き方」（新発田市農業委員会主催公開講座、新発田市生涯学習センター、2004年12月4日）が『日本農業新聞』に報じられた（『人に優しい農業』学ぶ 女性の社会参画へ講座 新発田市農業委）『日本農業新聞』2004年12月9日）。
- (70) 島村菜津『「スローフード」を流行語で終わらせない』『草思』2004年6月号、31頁。
- (71) 佐伯、前掲書、2003年、12－13頁。