

令和 6 年 6 月 7 日現在

機関番号：11301

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2021～2023

課題番号：21K01897

研究課題名(和文)食農コミュニケーションの現状と課題：支配的表象と語りづらさの社会学

研究課題名(英文)Sociology of dominant representations and difficulties in communication between food and agriculture

研究代表者

徳川 直人(Tokugawa, Naohito)

東北大学・情報科学研究科・教授

研究者番号：10227572

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,900,000円

研究成果の概要(和文)：食農間のコミュニケーションをはかろうとする建設的な試みにおいても、生産者・消費者ともに、すれちがいやギャップに戸惑うことが増えている。本研究では、第一に、コミュニケーションに介在する「支配的な農村イメージ」として、「ロマンティックな表象」「烙印としての村」「自動農業の夢」「フードファクトリーの悪夢」といった相互に対立する4類型を析出した。第二に、「支配的消費者像」として「公衆」型、「大衆」型、「分衆」型、「卓越追求」型、とう4類型を取り出した。第三に、これらの組み合わせによって、生じるディスコミュニケーションのパターンを析出した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

言語と相互行為に関する社会学に、議論的アプローチと呼ばれる方法を適用し、それを食農コミュニケーションの領域に応用したのが本研究である。記号やイメージの強力な作用といっても、没主体的な人々の意識がそれによって浸透されている、といったものではない。実は、記号やイメージそれ自身のなかに矛盾も葛藤も存在していて、それゆえ、それをを用いようとする能動的な試みの中にも意図せず矛盾や葛藤が現れる、というのが本研究の結論である。そのすれちがいのパターンが明らかになれば、コミュニケーションにおいて気をつけておくべき危険ポイントの一覧(いわばハザードマップ)として応用できるであろう。

研究成果の概要(英文)：Even in constructive attempts to promote communication between food and agriculture, both producers and consumers are increasingly confused by misunderstandings and gaps. In this study, first, we extracted four mutually opposing types of representations of rural life and agriculture that mediate communication: "romantic images," "village as stigma," "dream of automated farming," and "nightmare of the food factory." Secondly, we extracted four types of images of consumer: the "public" type, the "masses" type, the "divided masses" type, and the "pursuit of excellence" type. Thirdly, we extracted patterns of miscommunication that arise from combinations of these types. These are a result of an application of a discursive approach to the sociology of language and interaction.

研究分野：社会学

キーワード：コミュニケーション 食農コミュニケーション 支配的表象 相互行為

## 1. 研究開始当初の背景

「食と農の社会学」分野において、「消費者と農業・農村との関係性が希薄になり、切り離されて、都市消費者にとって農業・農村の姿が見えなくなっている」という問題、つまり「見えない農」ないし「都市と農村の分断」が指摘されて久しい。

この食と農との懸隔は、今日、いっそう深刻なレベルに達している。それはたとえば、農村が災害で痛手を被っても「他所から買えばよい」と考えて安心したり、農の衰退を目の当たりにしながらもなお、それへの支援を「不公平な保護・優遇」と捉えたりしてしまう都市消費者における解釈枠組みの問題として現れている。食農間のコミュニケーションをはかろうとする建設的な試みにおいても、実態とかけ離れた美化されたイメージが飛び交っているなど、生産者・消費者ともに、すれちがいやギャップに戸惑うことが増えている。

食と農に関する「新しい倫理」が唱えられるのも、その懸隔に由来する没モラル状況やすれちがいゆえのことであろう。実際、今後の日本の農業・農村の将来展望を考えようとするときにも、この懸隔を解消し、食と農をつなぎ直すほかに、道は見いだしにくい。これを本研究では食農コミュニケーションの観点から取り上げることにする。

ただし、第一に、この懸隔はただの「不可視化」ではない。都市消費者にとって農村・農業がただ「見えなくなっている」というより、特定の「像」が与えられており、上のようにロマンティックな農業・農村像が「見えている」こともまた重要な問題である。

他方、日本の場合、美化されたイメージばかりではなく、農業や農村は負の烙印としても存在している。たとえば現在の日常会話で「ムラ」という比喻表現は、閉鎖的・封建的といった否定的なニュアンスを帯びている。農業・農村についても「生産性の低い小規模経営」「進取に乏しい保守性」「保護に甘えた経営」「既得権への固執」などと類型化しうる固定観念も広く見られる。

さらに、それを反転させた将来像として、大規模化、自動装置化などを推し進めるべきだという観念もまた広く存在する。それはかつて将来社会の「夢」として描き出されたものであったが、今日のそれは現実的に作動している力の表現であるだろう。

このような「支配的な表象」、つまりロマンティックな食農表象、烙印としての農、スマート農業の夢などが、消費者また農業者の経験において如何なる現実的な配置状況にあるのか、それを解明することがまず必要であると考えた。

第二に、食と農の社会的懸隔という場合、相手の顔が「見えていない」のは消費者側だけではない。生産者にとってもしばしば消費者は不特定の多数である。この相互の不可視化は、古典的な社会学から引けば、「社会的分業の病理的形態」の一つと考えることができるし、「自己と意味の喪失」の問題でもあろう。その中で農業者が抱く疎外感も深刻な問題である。

しかし、この場合もただの不可視化ではない。より安価なものを選択するのが消費者にとっては合理的な行動なのだという「支配的な消費者像」が、そこにかぶせられている。この中で農業者が経験する語れなさの感覚も、重要な研究課題であった。

## 2. 研究の目的

「農はいま何をいかに語りうるか」という社会学的研究課題を追究するため、「食農コミュニケーション」が陥りがちな「ディスコミュニケーションのパターン」を、いわばハザードマップのように浮かび上がらせることが、本研究のねらいであった。

つまり、食と農との懸隔という課題を、コミュニケーション的に捉え直したうえで、「いかにしてわかりあえるか」の前に「どんなすれちがいが起こっているか」を経験的に把握して可視化するところに本研究の目的がある。

特に、そのおり、食農のコミュニケーションを、生産者と消費者が直接に対面する場だけでなく、シンボルに媒介された相互行為としてとらえれば、そのコミュニケーションにおける「支配的な食農表象」「消費者に関する社会的表象」などの作用をも浮かび上がらせることができるだろう。

## 3. 研究の方法

理論的には、1) 筆者の依拠する「シンボリック相互行為論」の「シンボリック」に、メディアにおける支配的表象という課題を挿入し、2) 社会意識論的・認識論的というよりも記号学的・情報論的な視座を取り入れ、3) 支配的表象といっても葛藤や競合を含み、甲論乙駁の理屈やレトリックが飛び交う、と想定する「議論的アプローチ」を、これに組み合わせる。

具体的には、1) インタビュー記録の再編： 筆者がこれまで従事してきた農村調査のインタ

ビュー記録から、従来、農民意識論的に経営状況と関連させられてきた「意見」「志向」についての回答を、社会的な言説状況・議論状況への反応であると読み取ることができないか、再集計をはかる。必要・可能なら、追加インタビューを試みる。2) 質問紙調査：大学の教室状況等にて「日本の農業・農村のイメージ」や「食農由来の言葉の認知度」などに関する質問紙調査を試みる。3) 資料収集：身近な日常生活の中に見いだされる支配的な食農表象 商品のパッケージ、テレビドラマやアニメやゲームなどで典型的に描かれがちな図像、子供のころから親しむ度合いの高い唱歌に描かれた農場像、あるいは、種々の形の農村バッシングの言説 を収集し、類型化する。

これらを通じて、食と農のあいだのコミュニケーションが陥りやすいと推測できるすれちがいを類型化し、一覧化するのが、本研究の具体的な作業課題である。

#### 4. 研究成果

第一に、種々の資料分析・事例分析から、「支配的な農業・農村表象」についてとりだすことができた。すなわち「ロマンティックな食農表象」「自動農業の夢」「烙印としてのムラ」「フードファクトリーの悪夢」という4類型である。これら複数の表象は「競合・葛藤」とするとともに場合により恣意的に「相互補完」しあう関係にもあり、それゆえこれらの表象の使用にも固有の動学と政治が発生する。ここに生じる意図せざる地位強制やラベリングなどが語りづらさの経験に影響していることを明らかにした。また、それが農家の語りにも「議論的でレトリカルな」性質を生じさせていると分析できた。

第二に、「支配的な消費者像」についても、先行研究から、安価で便利なものを追求する「功利主義的・大衆的消費者像」、社会構造や環境問題について配慮をおこない消費者運動に参加する「公衆的消費者像」、自己の指向性に準拠した文化的消費にコンサマトリーな充足を感じる「分衆的消費者像」、さらに自他の差異を追求して卓越性を獲得しようとする「卓越追求型消費者像」を設定することができた。

第三に、これらの表象の作用について、資料やインタビュー結果の再解釈をおこなうとともに、それらの各々、および、これらの組み合わせにより、どのようなすれちがいが生じているか、そのパターンを描き出すことができた。

このように、1) コミュニケーションに介在する「支配的な農業・農村イメージ」として、「ロマンティックな表象」「烙印としての村」「自動農業の夢」「フードファクトリーの悪夢」といった相互に対立する4類型を析出し、2) 「支配的消費者像」として「公衆」型、「大衆」型、「分衆」型、「卓越追求」型、という4類型を取り出した。そして3) これらの各々において、および組み合わせによって、生じるディスコミュニケーションのパターンを析出することができた。

全体として、相互行為に関する言語論的社会学に議論的アプローチを適用し、それを食農コミュニケーションの領域に応用したのが本研究である。記号やイメージの強力な作用といっても、没主体的な人々の意識が単一の観念によって浸されているといったものではない。実は、記号やイメージそれ自身のなかに矛盾も葛藤も存在していて、それゆえ、それをうみようとする能動的な試みの中にも意図せざる矛盾や葛藤が現れる、というのが本研究の結論である。そのすれちがいのパターンは、コミュニケーションにおいて気をつけておくべき危険ポイントの一覧(いわばハザードマップ)として応用できるであろう。

このことについて、出版を意図した書物用の原稿を準備することができたので、今後、出版という形での公開、一般社会への還元を試みてゆく計画である。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計0件

〔学会発表〕 計0件

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
--	---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------