

琉球大学学術リポジトリ

消費者教育テキストからみた南太平洋諸国のアメリカ的消費文化への批判

メタデータ	言語: 出版者: 琉球大学アメリカ研究センター 公開日: 2012-06-19 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 花城, 梨枝子, Hanashiro, Rieko メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/20.500.12000/24681

消費者教育テキストからみた南太平洋諸国の アメリカ的消費文化への批判

花 城 梨枝子
教育学部教授

庶民における異文化受容は、イデオロギーの前に、衣食住等の生活そのものの中にあられる。南太平洋諸国では、18世紀のヨーロッパ探検隊による侵略の時代を経て、20世紀に入って英国やフランス、アメリカ、日本等、諸外国からの植民地という形で異民族支配を経験しており、さらに現在ではアメリカの影響が大きく、生活必需品の多くはアメリカから輸入されている。そこで、ここで取り上げたテキストの一つにも「Cola or Coconuts? (コーラ、それともココナッツ?)」というタイトルがつけられている。つまりアメリカ的消費文化を代表するコーラと、島の伝統的な固有文化を代表するココナッツを対比させて、自分たちの消費生活を考えさせるキーワードとしている。消費生活のアメリカ化が進む中で、最近南太平洋諸国で出版された消費者教育関連の図書の中に、そのアメリカ的なものに対する批判的な記述があることに気づいた。本報では、ニュージーランドを含むサモア、パプアニューギニア、ソロモン諸島、フィジー、キリバチ等の南太平洋に浮かぶ島嶼国で使用されている消費者教育関連の図書からみたアメリカ的消費文化への批判について述べたい。ここで取り上げる下記の本は、価値観をも含めたグローバリズムのさらなる進展を前に、画一的に進む世界水準の暮らしが、人間の真の豊かさに寄与できるかを見直して欲しいと問題提起している。使用したのは、Consumers International が South Pacific Consumer Protection Programによって女性向けに出版した本と中・高校生向けの本、さらにInternational Organization of Consumers Union (Consumers Internationalの旧名) によってSouth Pacific Consumer Protection Projectとしてだされた消費者教育リーダー向け資料集の以下3冊であり、英語だけでなく一部は現地の言葉で書かれている。

- ① "Behind Our Smiles -Pacific Island Women's Consumer Education Resource Book"
(女性向け消費者教育テキスト Printed by:Victoria Print, Petone, NZ, 1994)
- ② "Cola or Coconuts? -Consumer Education for Pacific Students"
(中・高校生向け消費者教育テキスト Printed by Victoria Print, Lower Hutt, NZ, 1996)
- ③ "The informed Consumer - A Resource Book for the People of the Pacific"
(消費者教育リーダー向け資料集)

本報での直接的な引用は、"Behind Our Smiles"は①、"Cola or Coconuts?"は②、"The informed Consumer"は③とする。従って、例えば(②55)は、"Cola or Coconuts?"の55ページ引用となる。但し、"The informed Consumer"は、リソースマテリアルであり、消費者教育の資料として各地域でコピーして配布することを考えてか、残念ながら発行所や発行年だけでなくページも付されていない。ただ、その出版がConsumers International の旧名であるInternational Organization of Consumers

Unionを使っていることと、内容的に①や②とオーバーラップする部分もあることから、出版年は、①や②が出版された年とそう遠くない1990年代前半ではないかと推測される。③の引用はできるだけその箇所が特定できるように、例えば(③序文)のように記述した。

また、テキストの発行が90年代であることから、ここでみられる消費文化への批判は、厳密にはアメリカという一地域への批判ではなく、よりグローバルな広がりを持つものであると考えられることから、“アメリカ的”と表現した。さらに、ここで南太平洋諸国を取り上げたのは、それらの国々が、沖縄県と同様に水に囲まれた小さな島々の集まりであるということと、異民族の支配を経験しており、ここで指摘されていることが、沖縄県におけるこれからの消費生活を考える上でも多くの示唆に富んでいると考えたからである。

消費者の権利には、基本的な生活の必要が満たされる権利、安全の権利、知らされる権利、選択する権利、意見を聞いてもらう権利、救済される権利、健全な環境の権利、消費者教育を受ける権利の8つがある。ここでは、そのうち、生命の安全と環境という2つの切り口でアメリカ的消費文化の影響をみてみたい。

戦後の沖縄でもそうであったが、庶民を魅了するアメリカ的豊かさの最初のもは、食べ物である。生命の安全は、基本的に食物の消費でなりたっているが、その食物のほとんどが現在では商品となっている。「私たちの食べ物の多くはアメリカからくる。味もいいし、ご飯はタロよりも料理しやすい。しかし、そのために私たちの多くは、病気である」また、「以前は、爆弾テストのためにガンにかかったり、子供たちが変になったりした(子供の失明率が世界で一番高い)が、今は、砂糖と心臓(sugar and heart)の問題になっている。」(①23)と、新しい食生活が健康障害をもたらしていると指摘している。同じ南太平洋でもまだ昔ながらの食生活を捨てていない地域では、そのような弊害はみられない。例えば「Nukulaelaeでは、coconut palms, pandanus, hardy shrubs, pulaka, cassava, bananas, pumpkins and papayaのような昔からある作物を食べており、特によく食べるのはpulakaと魚である。Nukulaelaeでは、乾期には雨水をためていないと水が不足したりしてたいへんだが、それでも年寄りたちは、みんな長生きしている。」(①24)とある。ここで述べられているのは、伝統的食生活からアメリカ的食生活への転換とそれをもたらす健康障害である。繊維質、ミネラル、ビタミンを多く含んだ食物から、缶詰や油脂類、砂糖を多く含んだ食物によって、糖尿病や心疾患が問題となっている。これは個人レベルでの健康障害というだけでなく、国レベルで問題が発生している地域もある。例えば、トンガでは、「女性のほぼ半数、男性のほぼ三分之一が病的な肥満になっている。」(①32)という。このような民族をあげての健康障害には、体質が関係している。人間のDNAには本来生まれ育ったところの影響が、刷り込まれている。食物供給が不安定な地域に生きてきた人々には、飢餓になっても生きていけるように、エネルギーを節約する遺伝子があるとの仮説がある。世界の一部にまだ飢餓が存在するとはいえ、南太平洋諸国はすでにそれを脱しており、もはやエネルギーを節約する必要はない。しかし、食物が安定供給されても、遺伝子は簡単に変化するものではないので、どうしてもエネルギーが過剰になり、それが肥満や生活習慣病を招くことになるという。南太平洋諸国ほどではないにしても、油脂類

の多用による健康問題の発生は、男性の平均寿命が全国4位から26位に転落し、長寿に影がさした最近の沖縄県の状況ともオーバーラップしている。

沖縄県での嗜好の変化には、アメリカ軍による占領の影響があるといわれている。戦時中の食糧難で栄養不良に陥っていた沖縄では、アメリカ軍のCレーション、Kレーションと呼ばれる野戦食や配給された脱脂粉乳で栄養状態の改善がみられた。また米軍の駐留を通してケチャップやマヨネーズ、ステーキとアメリカ的な食物がたくさん入ってきた。そのころの影響が、現在の沖縄県の、ポーク缶、ベーコン、ツナ缶、ハンバーガーの消費量日本一につながっていることはよく知られている。沖縄の高齢者は、ツナ缶をツナとはいわず、トゥナーと英語的に発音する。伝統的な食事であるはずのチャンプルーにも、ポークやツナが入れられ、結果的にそれが油脂類の過剰となっている。

以上のような食生活の変化による栄養過多という新しい健康問題もさることながら、生命の安全に関わるさらなる消費者教育的視点は、商品情報の提供のされ方である。輸入食品のラベルは、当然のことながらその国の言語であり、島の言葉でかかれていない。科学技術の発達により、多くの商品は、それがどのようなものであるかを一目では判断できなくなっている。自然のもののように見える鶏卵であっても、鶏への配合飼料を変えることで栄養価や黄身の色を変化させており全くの自然ではない。つまり、現代の消費者はラベル無しでは、商品を正しく認識できない。従って、消費者が商品を正しく認識するには、情報が必要でありそれが商品ラベルである。このラベルが、一般庶民の知らない言語で書かれていたらどうなるのであろうか。商品が理解できないということは、生命の安全が確保できないことでもある。これは庶民の購入する生活必需品だけでなく、開発援助の寄付によって送られてきた商品でも同様のことがいえる。貧しい国は、援助によって得た商品のラベルが不適切であっても文句をいいにくい。しかし、消費者の生命安全のためには、「外国語で書かれている商品はわからない」と、援助国にはっきり言うべきであると主張する。従って、「ラベルが外国の言葉で書かれている場合には、ボイコットしよう。地域の新鮮な果物や野菜や魚を買うキャンペーンをはり、さらに、政府にラベルに関する法律をつくるようロビー活動をしよう」(③The informed consumer)と"ボイコット"という過激な発言も出ている。

南太平洋諸国のアメリカ的食生活の背景には、沖縄と同様もうひとつの伏線がある。それは土地の収奪である。占領によって土地を奪われたために、固有種作物が減少している。「Majuroでの食べ物問題は、以前はみんな庭で作物を植えてそれを食べていたが、アメリカ人がやってきて日本人を追い払い、滑走路をつくるためにブルトーザーで土地をならしてしまった。その後は、この地域独自の作物を植えていた庭はなくなってしまった。」(①23)と述べる。土地を奪われれば、そこで食料としての作物を植えることができないから、商品として売られているものを買わざるをえない。ここで銃という表現はないが、沖縄でも銃とブルトーザーで住んでいた土地を奪われた。アメリカが、自由と民主主義を広めるために、未開発と考えている地域を占領する時には、同一のパターンがあるのであろうか。未開発だとアメリカが判断した人々には、最初から人権はないので、それを無視することに躊躇しないのかもしれない。アメリカに対する皮肉は、様々な行間で垣間見ることができる。例えば、「Yanksが映画ス

ターのリタ何とか (Rita Somebody) の名前をとって、現在Ritaと呼ばれている島の本当の名前Darritである。」(①23) とある。ここでのYanksという、アメリカ人を揶揄した表現自体が、地域の地名・言語が強大な権力で奪われていくことに、どうしようもない腹立たしさを感じていることがわかる。大国は大国であるが故に、弱小国への傍若無人な振る舞いを傍若無人と気づいていないのかもしれない。次は、環境の側面でアメリカ的なものに対する批判をみよ。

消費者の権利のうち、特に近年、最も深刻な権利侵害が、健全な環境を享受する権利である。のどかで平和にみえる南太平洋地域であるが、その実態は危険廃棄物の海洋投棄、核実験で、先進資本主義国のゴミ捨て場になっている。軍事大国アメリカは、その力を維持するために多くの実験を南太平洋でしている。「世界で最も大きいマーシャル島のKawajalein珊瑚礁は、"世界で最も大きいキャッチャーのミット"と呼ばれている。なぜならカリフォルニアからの大陸弾道ミサイルをいつもキャッチしているから。」(③序文) とある。さらにその批判はアメリカだけではなく、日本にも向けられる。「放射性物質の廃棄に関して強い法的規制を持っている日本とアメリカの両国は、最近、放射性物質を南太平洋に捨てる計画をしている。ジョンソン島のアメリカ施設は最近神経ガスをそこで燃やした。」(③consumer information fact) と述べる。しかし、化学的な汚染以上により深刻になっているのは、海面上昇による島の喪失、つまり自分たちの国そのものが無くなってしまふ事態である。水位の上昇をくい止めるためNukulaelaeでは、コンクリートの壁を海岸線につくった。それでも海水の浸入で土に塩分が入り、土地では作物が育たなくなっている。Numumeraではcoconut palmsが育たなくなった。TuvaluでもPulakaが育たなくなった。そして主要な作物がだめになったことで、住民はますます輸入の食物に頼らざるをえなくなった。また、Pulakaのような主要な地域固有の作物は、単なる食べ物以上の意味を持っている。Pulakaは「家族のアイデンティティと民族のプライド、生存のためにも重要である」(②56) にもかかわらず、それがもう育たないのである。しかも、このような生きていくための存在基盤を失うという深刻な事態は、自分たちの責任ではない。これは、アメリカだけではなくすべての先進資本主義国にかかわることだが、豊富なモノを生産する経済活動は、一方では、"ecological refugees"も生産している。これからの消費者教育の方向のひとつに、自らの消費の影響力を地球規模で考えることのできる消費者の育成がある。海の彼方にある国の存亡を、自分たちの生産・消費・廃棄のあり方と無関係ではないと自覚できる消費者でなければ、地球市民としての共生は不可能であろう。

ここで、本報の主旨であるアメリカ研究の範囲を逸脱しているかもしれないが、消費生活、生活のあり方を規定している価値観について考えてみたい。生活や価値観がグローバルに画一的に標準化していく時の問題点を考えると、どうしてもカルチャーを支えている価値観について触れなければならない。また、アメリカの生活・思想は、その世界的画一化に、最も大きな影響力を持っていると考える。人間が生きていくためには、モノの消費を必然とする。衣食住等のモノの消費なしに生存できる人間は一人もいない。しかし、モノの消費の仕方は、モノを取りまく地域の伝統や精神世界のあり方、つまりカルチャーと切り離す事ができない。モノのあり方に、ココロを持つ生身の人間を介在させていくと、便利、効率という、近代的価値とはおよそかけ離れたところにある不便で手間隙がかかることも、もう一つの豊かさであることに気づく。この3冊のテキストは、対象者を変えた三部作となっているが、そこに貫

かれているのは便利で効率的なアメリカ的豊かさへのアンチテーゼとして、これまで古くさい、遅れているとみなされてきた地域の固有性や伝統的文化の再認識である

価値観は、生活における消費の仕方に具現化する。前述したPulakaを例にカルチャーについて考えてみたい。「カルチャーにおける食べ物の役割を理解することは、そのカルチャーと価値をより深く理解する重要なステップである」(①27)と述べ、食べ物の提供に、広範囲な互惠, reciprocalがみられることについて触れている。互惠, reciprocal, とは, give and takeのようにgiveされただけをtakeするというのではなく、与えっぱなしの場合や受けとりっぱなしの場合も含め、必要な人に必要なだけ分配されるやり方である。季節がはっきりわかれている所では、動・植物資源を、それが育つ時に注意深く育て、それが取れなくなった季節のために保存しなければならない。人々は季節の合間をぬって土地を耕作し、収穫物を保存するが、それを分配する時の第一優先順位は、直接的な家族で他人ではない。しかし、「南太平洋の人々の食物はシーフード、根菜類、フルーツなどの保存がきかないものに頼っているために、それがたくさん取れる時には、それを家族や親戚、コミュニティの人々とシェアしている。そのシェアすることが、将来の社会的な恩義にもつながる。」(①27)という。食べ物の分配の仕方に、カルチャーが現れている。このようなシェアをするカルチャーについて、例えば中高校生を対象にした"Cola or Coconuts"でもThe Pacific Way=太平洋のやり方とThe Way of the Marketplace=市場のやり方ということで、以下のような対比をしている。(②51)

The Pacific Way

Communal, Consensual, Cooperative, Reciprocal, Spiritual

The Way of the Marketplace

Individual, Confrontational, Competitive, Profit Seeking, Secular

資本主義社会共通のやり方として、個人重視、挑戦、競争、利潤追求、現実的といった価値観に対して、南太平洋では、共同社会、同意、共同、互惠、精神的といった価値観が重要になっており、それがpacific islanderのやり方であると述べる。どの国もグローバル化の波から逃れることはできない。後戻りはできないが、後ろを振り返らなければ、あるべき未来も見えない。その時に重要なことは、歴史である。「If yadon't know ya history; ya don't know where ya coming」(②39)であるから、歴史を知ることによって自らのカルチャーへの誇りも持つことができる。消費生活のあり方も、単にモノが豊富にあることが豊かなのではなく、「そのカルチャーやそこでの価値観との調整」(②52)無しには豊かさを確保できない。ここに述べたアメリカ的消費のもたらした健康障害や環境問題のように、その地域独自の大地、海、動・植物、さらに伝統的な文化、習慣、価値観、言語を排除した画一化は、真の豊かさをもたらさないことを示唆している。

最後になるが、ここで取り上げた本のひとつである"Behind Our Smiles"は、その目的に、「太平洋諸国の女性をエンパワーして、家族、コミュニティ、環境を安全で健康な持続的で公正なものにする」(④序文)こと、さらに女性は「家族、文化、環境に関する知識を次の世代に渡していくための批判的な役割がある」(①56)と、女性の読者に焦点をあてて書かれている。そのために、そのタイトルや序文

にもあるように「Behind Our Smiles, Women of the Pacific, are inheritors of a legacy: Guardians and protectors of our sacred Pacific beings.」と女性の役割を強調した表現なども出てくる。しかし、消費をしない人間がないように、女性だけが消費者ではない。男性も高齢者も子どもも同様に、消費によって生を全うしており、消費生活におけるエンパワーメントは、女性だけを対象にすべきではない。現状では、女性が男性に比べて、より消費の役割を担っているという現実根ざして書かれたと考えるが、しかし、そのことがジェンダーバイアスを持っていることも明らかである。

(はなしろ・りえこ、家政学)