

エスニシティを売る技法

ある日本人移住者の芸術活動から

下茂英輔(北海道大学大学院文学研究科博士課程)

本発表は、カナダにおける日本人移住者のエスニシティを資源人類学的アプローチから明らかにすることを目的としている。1990年代初め以降、トランスナショナルな人の移動に注目が集まると共に、日本から海外へ渡った移住者に関する研究も行われるようになった。従来の研究では、彼/彼女らの日本人としての帰属意識は、移住後も変わらない、もしくはホスト社会との接触によって強化されることが指摘されてきた。ところが、現地調査の結果、必ずしも「日本人」としての固定的なアイデンティティに固執することなく移住生活を送る人々の存在が浮き彫りになってきた。本発表では、これまであまり語られることのなかったトランス・エスニックなアイデンティティを保持する移住者に焦点を当て、彼/彼女らにとってエスニシティが持つ意味について報告する。尚、本発表は2003年11月15日~30日、2004年3月2日~31日、2008年5月12日~2009年4月24日の約14ヶ月の西部カナダ(バンクーバー、カルガリー、エドモントン、レスブリッジ)でのフィールドワークの結果に基づいている。

本発表で事例として取り上げるのは、1974年にカナダに移住したジェフ鈴木氏(仮名)である。鈴木氏はバンクーバーで画廊兼ブティックを経営して今年で21年目になる。発表者は、鈴木氏のもとでアシスタントとして接客、販売補助、清掃、商品作成の補助などを行った。参与観察期間は2009年1月から4月までの3ヶ月間である。鈴木氏は現在、「East meets West(東洋と西洋の交わり)」というテーマで芸術活動を行っている。このテーマにいたるには次のようなプロセスがあった。移住当初は、歌舞伎や着物などのいわゆる日本的な文化を前面に押し出した作品が主だった。しかし、客層の8割に当たる白人女性にとって、それは独自のであると同時に特異的でもあった。そこで、これまでのスタイルに西洋的な色彩や画法が加えられ現在のスタイルが確立された。

完成した作品の販売方法では、3つの点が重視されている。一つは、言語運用力、もう一つはコミュニケーション力。そして、ネイティブ感覚の習得である。接客は英語で行われるが、ブロークンであってもいかにそれを運用するかが重要となる。また、英語運用力と不可分なのが、鈴木氏が「スウィング(swing)」と呼ぶ客とのコミュニケーション力である。作品の説明を通した様々な会話によって「売り手/買い手」という「冷たい」関係が溶解し、客との共感点が作られることで販売の可能性は増す。最後に、販売実践に実益をもたらすのが西洋的な生活スタイル、価値観などの中で生まれ育った人々が持つネイティブ感覚(「ホワイトネス(whiteness)」)の習得である。ホスト社会の人々の琴線に触れるもの(鈴木氏の作品でいう「West」)の理解は、現地の人々に馴染みのある作品を作り出すという点で重要な役割を担っている。

以上の考察から、「日本人」としての帰属意識が希薄な鈴木氏にとって、エスニシティは移住社会を生き抜くための「資源」と捉えられる。しかし、資源としてのエスニシティは、必ずしも意図通りに活用できるとは限らない。2008年9月のリーマンショック以降の世界的不況の波は、鈴木氏のビジネスにも押し寄せた。社会が逼迫した状況下では、いわゆるエスニックなものは差し迫って必要ではない代物として扱われ、発表者が参与観察を行った期間に絵が売れることはなかった。そこで重要な役割を果たすのが、鈴木氏がインドやタイ、中国などで集めた衣類、装飾品や小物、そして手作りのカードなどである。鈴木氏はこれらを「ブレッド&バター(Bread & Butter)」「(日銭を稼ぐもの)」と呼ぶ。エスニックなイメージがその時々、社会的背景に左右されるのと同様に、資源化後の効果はとりわけその時代の経済的な影響を受ける。ここでは、こうしたエスニック資源を補助する代替物を、「代替エスニック資源」と呼ぶ。

現地調査の結果、次の点が明らかとなった。まず、エスニシティ論への「活用する」という視点の導入は、本質主義と構築主義の二項対立的な議論の循環を避ける一つの抜け道として有効と考えられる。次に、ホワイトネスの獲得、代替エスニック資源を念頭に置くと、これまでの資源論では二つの重要な点を見過ごしていたことがわかる。第一に、資源化を促進するためには活用が行われる社会的背景をどれだけ導入できるかが鍵となる。第二に、一時的にでもエスニック資源が活用を終え、新たな資源が生成するまでには、それをバックアップする代替資源が大きな役割を果たしている。

【カナダ、日本人移住者、エスニシティ、資源】