

エルケ・シュヴェート

民藝と工藝物産（クラフト）

——民藝研究の新たな方向のための考察——（3）

河 野 眞（訳・解説）

III. 実態把握の試み

III.1. 予備的考察

種々異なった概念を挙げてゆくとかなり大きなリストになるが、これ自体が、先にスケッチで示した定義の難しさの表れである。素人藝術（Laienkunst）、農民藝術（Bauernkunst）、土俗的（民俗的）な藝術、ポピュラー藝術、大衆藝術（volkstümliche, populäre und Massenkunst）、これらについては先にふれた。美術工業（Kunstindustrie）、手工藝術（Handwerkskunst）、工業的な形態作り（industrielle Formgebung）、応用藝術と装飾藝術（angewandte und decorative Kunst）といった語彙にも注目した。最後に、一例にとどめたが、〈キッチンという素敵な名称〉²⁶⁵も取り上げた。かく、概念は多彩であるが、そこからだけでも、確立した定義や矛盾の少ない定義が乏しいことは一目瞭然である。これは、専門内部の理解にも、幾つかの専門分野にまたがる理解にもあてはまる。近似した現象に対して異なった概念が存在したり、まったく異質な事象に似たような概念が用意されたりしている。ある種の重なりがみとめられてきたのは、民藝と素人工藝（Volks-und Laienkunst）、また手仕事（Handwerk）と工藝物産（Kunstgewerbe クラフト）くらいである。この事実は次の仮定にいざなうだろう。すなわち、実態の洗い出しを試みるにあたっては、お役所用語的な収まりの悪さはあるにせよ、上記の諸概念を手掛かりに先ず方向付けをさぐることに、また諸現象を大雑把に整理するにはそれらを活用すること、である。しかしまた、これらの概念をリアルな事象に適用するのは厄介きわまることも、幾つかの事例において示すことになるだろう。

テュービンゲン郡ロッテンブルクを発って、*ホーエンツォレルン・ヘッヒンゲンの田舎

265 Clement GREENBERG, *Avant-Garde and Kitsch* (1963), S.102.

を過ると、特に目に入るのは、ランゲンディンゲンに作られた色彩豊かな庭地である。ここでは、色づけしたミニ民家が、花々と灌木の茂みにはさまれて立っている。大きめの樹木のあいだには、シュヴァルツヴァルト風の家屋や丸太小屋風や中世の城館風などに合わせて、兎や、プラスチック製の小さな騎士像や、民俗衣装の人形や、矮人のフィギュアが置かれている。これらの建物と景観を造ったのは、ラインハルト・シュトローベル (Reinhard Strobel) という年金生活者である。彼は、病気のために工場勤めを辞めなければならなくなった。そして5年前から、〈ホビー〉に打ち込んでいる。当初、彼は地元の小動物飼育クラブの活動的なメンバーとして、やや大きな兎小屋、次いでもっと小さなものを作っていた。クラブのメンバーは、主にカレンダーの写真を参考にして製作していた。またそれ以上の刺激を、ラインハルト・シュトローベルはもとめなかった。〈正にファンタジーだよ〉、と彼は言う。同時にそれは、総合的で困難な作業でもあった。ひとつの小屋を仕上げるのに、彼はほとんど2週間の作業をした。ラインハルト・シュトローベルは自ら〈手藝屋〉(Bastler)と名乗った。村人に尋ねると、実際そう言われていたことも判明した。ここで、整理を試みよう。つまり、アードルフ・シュパーマーやレーオポルト・シュミットに倣えば²⁶⁶、これは民藝 (Volkskunst) ないしは素人工藝 (Laienkunst) の範疇に入ることになる。

さらに細部まで観察すると、また別の位置付けができることになる。ラインハルト・シュトローベルが見るからに誇らしげに語ったところによれば、彼には〈顧客〉がいる。つまりその家屋模型を売っており、値段は平均して50マルクから60マルクである。彼の〈手藝屋〉としての仕事の顧客は、近隣だけでなく、遠方からもやって来るらしい。また、例えばシュヴァルツヴァルト風のミニチュア・ハウスを売るときには、その設営だけでなく、周囲の場面がそれに合っているかに注意を払う、とも言う。小高い場所であることが大事で、それに石や灌木や花々である。ホビーの細工物ながら、金儲けになっているのである。となると、生業と言ってもよい。さらに、一人で手懸けているこの生業の製品に広義の概念である工藝 (Kunst 藝術) を当てはめるなら、工藝産業の所産ということになるだろう。一面では民藝 (Volkskunst) と素人工藝 (Laienkunst)、他面では工藝物産、ランゲンディンゲンのラインハルト・シュトローベルの作品は、少なくともこの二種類の区分に合致する。もっとも、それ

266 しかしこの種の現象への言及は概して簡単で短い。参照, Adolf SPAMER, *Sachsen* (1943), S.81f.; Leopold SCHMIDT, *Volkskunst in Österreich* (1966), S.66.; また民衆工藝研究では、多くの場合、これとは違った位置付けに出会う。すなわち、精々、素人工藝 (Laienkunst) の産物とされるのである。参照, Konrad HAHM, *Grundzüge der deutschen Volkskunst* (1934), S.413. 〈シガー・ボックスの蓋をぎざぎざに、今では一般的ではなくなった黄色のシガー・リボンをカーテンに使って X 状の王様の城にする〉のは〈沈み込んだ造形作品〉(gesunkenes Bildwerk. [訳注]ハンス・ナウマンの理論)で、〈ノン・カルチャー・グッズ〉(Unkulturgut) でしかない。

以上の分類をおこなうには、また別の事例を挙げる必要がある。

シュヴァルツヴァルトのフォークロアとして数えられるのは、民俗衣装やブラスバンドのような派手なものだけではない。重要な部分となっているものには、他に、木彫、ガラス細工、陶器、藁の編み細工、さらに種々の土産物があり、いずれも〈シュヴァルツヴァルトの民藝〉の謳い文句を掲げている。そのなかで特にめざましく、国内外で知られているものに、カッコウ時計（Kuckucksuhr）がある²⁶⁷。それを手懸けている作者を訪ねると、〈シュヴァルツヴァルトの民藝〉という言い方と結びついた観念を修正しなければならなくなる。彼自身は、〈長い冬場の雪に閉じ込められた農家で製作にいそしんできた〉シュヴァルツヴァルトの農民²⁶⁸ではないからである。たとえば、オーフェンブルク郡オーバーナウに近い小村に住む時計作者は、職人として修行をした手仕事職人である。彫刻を学んだ学歴があり、彫刻・木彫協会の会員でもある。しかし、その彫刻家の手法は手仕事そのものではない。仕事場には、予め形取りした板が山と積まれている。もう一種の板は、カッコウ時計の輪郭がしるされ、屋根と時計の文字盤が付いているが、それらは土台の板に一例に留めてある。彫刻家は、物差しで計りながら、土台に並んだ板に次々に浅彫りをほどこしてゆく。それはまるでベルトコンベヤーの上での流れ作業を思わせ、事実、部分ごとの作業の積み重ねのため、同時に出来上がる。彼の仕事はそこまでで、時計の組み立てと取り付けは別の工房でおこなわれる。したがって下請けであり、この民藝の作者にして学校で学んだ手仕事職人は、工業労働者ということになる。

第三の事例は、レームスタールの村落である。そこに、ヘルマン・パウジンガーが見つけ出して〈工藝物産的な民藝工房〉²⁶⁹に分類した仕事場がある。工房主の女性は藁細工を作っている。クリツペの他、さまざまな動物模型もある。なかでも、大小さまざまな星形は細工が多彩で、彼女の得意のレパートリーである。ヘルマン・パウジンガーはこうまとめている²⁷⁰。

藁で星を作ったのは自分が最初だと彼女は言う。もっともそのきっかけは、農民学校で教えていた〈民俗学者〉と知り合いになったことだった。戦争の前か、戦争が始まって

267 このカッコウ時計の今日の形態は19世紀の産物であるが、学問的な文献には民藝としては挙げられていない。ここでは、この問題に立ち入る必要はないであろう。なおシュヴァルツヴァルトカッコウ時計については次のパンフレットに数種類の文献が収録されている。参照、*Der Museumsfreund*, 2 (1962).

268 Inge SCHROTH, *Von der Uhrenschildmalerei in Furtwangen und Umgebung*. In: *Der Museumsfreund*, 2 (1962), S.23–28. bes. S.23.

269 Hermann BAUSINGER, *Zur Kritik der Folklorismuskritik* (1966), S.64.

270 Hermann BAUSINGER, *Zur Kritik der Folklorismuskritik*, S.62.

まだ数年の頃だったか、その学者がこう言った。〈私の生命の樹に何か藁細工をつけた
いんだが〉。そこで彼女は、いろんなものを藁で作った。そのなかで、突然、星の形が
できていた。

したがって、ここでもまた、素人工藝的な作業としての細工物作りが生業的な生産、すなわ
ち工藝物産へ伸びていったのである。その製品は民藝（Volkskunst）の範疇に入れることが
できようが、それは、伝承された民藝作が見本となったことに加えて、製品が今日では民藝
として売り買いされているからでもある²⁷¹。しかし、関係する範疇への分類はこれで終わり
ではない。藁細工の作り手であるその女性は、手仕事の工藝価値において質の高いものであ
ることを主張した。それに応えたシュトゥットガルトの州産業局は、彼女の作品を展示品に
加えてある種の保証をあたえた。

ここでは民藝と工藝物産の概念をめぐるスペクトルをスケッチ程度であれ輪郭として提示
することを課題にしているが、以上の数例はそのちょっとした断面でもある。同時に、困難
が伴うこともまたここで示された。学問が既に用意していた主要な概念には問題が多いこ
と、また幾つかの概念が重なってくることを、これらの事例は示唆している。さらに別の面
からの困難もある。それらの概念に多様な理解があり得、それがために質の違った位置付け
も起きることになる。かくして、学問的な概念理解には到底そぐわない区分が現れたりす
る。生産者自身がそれを口にすることもあれば、周囲の状況によることもある。さらにそう
した学問的な分類とは相容れない区分けが、消費者への広告あるいはジャーナリズムの文化
批判・工藝批判によってなされることもある。対象自体も、ここでスケッチしたように複雑
であり、概念区分でもさまざまな可能性があり、さらに概念理解は複合的である。ここでの
実態把握の予備的な試みからだけでも、かかる諸問題が明るみに出る。もっとも、それはそ
れで、〈プレ・パイロット研究〉の成果として、経験的な研究作業なりの重みをもつだろう。
さらに言い足せば、経験的な研究作業の課題は、もはや、既存の形態から得られた概念やカ
テゴリーによって現在の様態を理解することにあるのではない。目的は、むしろ、概念やカ
テゴリーの適用可能性を批判的に検証し、場合によっては、新たな設問設定や新たな装置に
よって置き換えることにあるであろう。

271 同上、バウジンガーによれば、その際、藁細工の売り手が、〈新しい民藝〉と表示せず、〈昔
ながらの民藝〉と称している可能性も推測できる。

III.2. 検証

ヘルマン・パウジンガーは、1962年にこう書いた²⁷²。

諸現象が多様になり新しくなってもいるが、これは、体系的な様式から程度はともあれエッセイ的な様式への移行をうながしている。そして非体系的なものや不完全なものとして論告される怖れがあるとして、それに妨げられずに、常に何かに着手し、この現代世界から一齣をつかむのでなければならない。

この教説は、経験的社会研究の矛盾をあおりかねないにせよ、民俗研究者の表白として、この専門学がかかえるジレンマの記録でもある。この学問分野は、対象領域の広さに比して、資金面でも人員面でも装置は不十分である。経験的研究が中途半端にとどまらざるを得ないところでは、エッセイズムが屢々逃げ場の役目を果たす。本書もまた、そうした仮説性を負っている。個々の点ですら限界にぶつかる恐れがあり、ここで関心を喚起する諸形態を一部にせよ把握するにはとうてい十分ではないとも見えよう。にもかかわらず経験的研究であれば、特定の前提の下にすぎないにせよ（すなわち特殊な形態と特別の目標設定のなかでなら）遂行できたのだった。

種々の準備研究が作業の最初の階梯になるだろう。それによって能う限り包括的な見渡しができるようになりはしたが、それは逆に諸現象の性急な判断と分類に歯止めをかけることにもなるだろう。検証者が、その個人的な位置、また特に社会文化的な位置によって決定的に条件づけられていることについては、ここでは詳細に論じるべくもない。多くの論者の一人をあげるなら、最近それに言及したのはペーター・アテスランダーだった²⁷³。

自己の価値体系から他者の価値体系を推し量る危険に陥ることなく、文化的価値を適切に把握するのは至難のわざである。

そうなると、対象をできるだけ数多く認識することが〈価値自由的な〉理解と判断を得させると主張することもできない。しかしそれはまた、ある種の価値の違いに到達するための前

272 Hermann BAUSINGER, *Volkskultur und industrielle Gesellschaft* (1962), S.17.

273 Peter ATTESLANDER, *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Berlin 1969. (Sammlung Götschen 1229/1229a), S.127. なお筆者の学問的な観点が、出自すなわち北ドイツの大都市のプロテスタント教会系の官吏の家庭であったことに影響されるのは当然である。また学業の地が南西ドイツの町であったことも同様である。しかしこれらは決定因子ではない。

提であろうし、それを見る立場にある研究がかかわる〈現実のその部門〉²⁷⁴の幅を広げてくれることにもなるだろう。それゆえ、〈断言してもよいが〉、試みるのは、現象学に近い手法、あるいは経験型分析研究の手法である。これは、社会をめぐる批判理論の意味において、学問対象に距離をとることを意味している。

検証のための予備研究をおこなったのは二つの局面においてであった。まずは、先行研究の包括的な把握であった²⁷⁵。それは民藝研究として刊行された文献だけでなく、藝術社会学と文化社会学、また藝術史と美学の諸分野における先行研究をつぶさに追うことであった。現今の諸現象をめぐる研究文献を点検しても、それらの多くは懐古的であったり、現状の動向をネガティブに価値づけしていたりして、必ずしも生産的ではない。それに対して、雑誌のコラムを追うのは目を開かせてくれることにつながった。とりわけイラスト誌の『すてきな住まい』(Schöne Wohnen)、『暮らしの雑誌』(Zu Hause)、『住宅』(Das Haus)の三誌がそうである。それと並んで、女性誌のなかのその種のコラムも探してみた。やはりイラスト誌の『貴女のために』(Für Sie)は1950年代初め以後のナンバーを通覧することができた²⁷⁶。最後に、豊かな世界を見せてくれたのは、〈お土産とプレゼント〉や〈ショーウィンドウ〉だった。

ドキュメント分析による補完では、観察とインタビューなどの状況に即した検証をおこなった。北ドイツの大都市と南西ドイツの小都市において幾つかの店舗を訪れて、店主や顧客と会話を交わしたのが視野の拡大に役立った。〈手仕事工芸〉(Kunsthandwerk)の名称の下で商店が扱う品々のいわば〈カタログ〉は重要な手がかりとなった。扱われている商品の多くを記録することができたのだが、また写真撮影にまでたどり着いたのは高々50点ほどにとどまった。当然ながら、店主たちにも野心があって、選び抜いたものしか撮影させてくれなかったからである。カタログ作りで最も厄介だったのは、顧客の趣味の検証、さらに一般的な好みや特殊の好みの特定、とりわけ作り手や仕入れ先を突きとめることだった。この分野をめぐる競争が、質問に答えてもらえない最大の原因だった。同種の経験は、商売の実態の調査でももつことになった。解決する道となると、作り手とコンタクトをとるしか

274 Peter ATTESLANDER, *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Berlin 1969. (Sammlung Götschen 1229/1229a), S.30. なおアテスランダーはここでは特にカール・R・ポッパーの理論に従っている。後者の次の文献を参照, Karl R. POPPER, *Logik der Forschung*. Tübingen 1966 (Einheit der Gesellschaftswissenschaften, 4).

275 これに関して詳細に参考文献を挙げるのはあきらめる。なお全般的な参考文献のリストは本書の巻末を参照されたい。

276 関係者の好意によって、これらのナンバーを編集の段階で見ることができた。また編集者との会話の中で有益なヒントを得ることになった。

かった。その可能性が見つかったのは、地域的、また国際的な見本市においてであった。ミュンヘンの手仕事見本市、またフランクフルト・アム・マインで秋と春に開催されるメッセを訪ねたのである。

消費財として商品提供される工藝品や用品の多彩な世界を見ることができたのは、特に見本市であった。メッセ文化の研究者の思考が眩惑に負けてきたのも無理がない。^{*}〈大衆文化〉や〈文化産業〉といったコンセプトを受け入れてしまいそうなほどの誘惑である²⁷⁷。そうした狭隘な見方を矯正してくれたのは、作り手に対しておこなった質問調査であった。そして物作りの多彩さを知るにつれて、物品とその消費に代わって、関心が向かう先は生産へと移って行った。

検証の準備作業には、なお三つめの観点があつた。状況に合わせた質問と観察、またドキュメント分析において立ち現れたのは、素人による物作り、殊に手藝であり、〈Do-it-yourself（手作り／日曜大工）〉運動であった。手藝に関する多種多様なイラストやパンフレット、そして〈手づくり〉運動の案内書や雑誌やお稽古コースが、この種類の現象に追加された。学問研究や調査研究の成果もそれを裏づけてくれた。余暇の過ごし方では、スポットとされる特定の場所に次いで大きな意味をもつのが、若者たちの手藝や手仕事であることを、多くの質問調査をもとに明らかにしていたのはエーリヒ・ヴェーバーだった²⁷⁸。アレンスバッハ統計研究所が公開する文献からも同様の傾向を知ることができた²⁷⁹。筆者がおこなった質問調査も、余暇活動に関するそうした実態を確認することになった。エーリヒ・ヴェーバーに従うなら、余暇の拡大と共にホビー運動や手作り運動の広がりが急速かつ恒常的にその勢いを増していることになる²⁸⁰。また USA の趨勢もそれを証明しており、アーヴィン・オットマル・クリステンゼンがこんなことを書いている²⁸¹。

USA の歴史上、今日ほど藝術と手仕事への関心が高まったことはなく、クリエイティブなアマチュアの数がこれほど多かったこともない。

ここでの準備研究の進展につれて、さらに目にはいつてきた領域がある。結果を手短く概

277 本書の先行箇所を参照、II.3. 「終焉後の民藝」（『言語と文化』第36号、p. 242-247）

278 Erich WEBER, *Das Freizeitproblematik der Forschung* (1963), S.96-104.

279 年刊誌の次のナンバーを参照、*Jahrbuch für öffentliche Meinung Allensbach*, hg. von Elisabeth NOELLE und Erich Peter NEUMANN, 1947-1955, S.45.; 1957, S.151.; 1958-1964, S.188.; 1965-1967, S.53.

280 Erich WEBER, *Das Freizeitproblemogik der Forschung* (1963), S.258.

281 Erwin Ottomar CHRISTENSEN, *American Crafts and Folk Arts* (1964), S.86f.

括的に言うなら、すこぶる複合的で見渡しがきかない諸形態の多様性こそその特徴になる。それゆえ検証作業において把握できたのは断片にすぎず、またテーマに沿った限りであり、地域的にも限定的であるほかなかった。とまれ三つの領域から、準備作業において特に重要と見ることができた重点について調査結果を挙げてみたい。最初の調査領域は、そうした品々を〈クラフト〉や〈手工藝〉や〈工房作品〉の名称の下に商う店の店主を対象にしている。なお店主に関する項目は抜粋にとどめたい。それは、彼らが多く品の品々をあつかうのではなく、関心を引くような品物を売るだけだからである。もっとも、店主の関心は、調査者にとっては、好個の出発点となる。それを見渡すことによって、商品の一般的状況や、彼らの顧客の願望や好みを知ることになるからである。

二番目の調査領域は、これらの工芸品や消費材の生産者に関係する。調査対象は、さまざまな方面の多数の事業所であった。しかし職種では、特殊な種類を対象に選んだ。最後に選び出したのは、版畫師と木彫家である。なぜなら、これらの手仕事あるいは工房は、手づくり品の多彩な諸形態を視野に置く上で特に適しているからである。そして最後に、三つめの領域として前庭手藝の調査を組み入れた。素人仕事 (Laienarbeit) の領域では、検証作業が特に困難であった。手引きになるような先行研究も方法論も乏しいからである。それらはレジャー社会学や民俗学の分野のものであり、それゆえ突きつめると伝統習俗となった特定の藝術形態にばかり目が向かい、ここでの関心とはやや異なっている²⁸²。もっとも家屋の前庭での手すきび (Basteleien im Vorgarten) を選んだのには、幾つかの理由がある。ちなみに筆者は、本稿を始める前からすでにその種類の材料をあつめていたが、それは別にしても、前庭での手すきびは、使うことができるデータの数が特に多い。それは前庭が多くの人々の目にふれるものであり、また見てもらうことを念頭につくられているからである。さらにそれを手がける人たちは、出来栄に自信を持っていて、インタビューにもたやすく応じてくれ、それどころか会話を望んでさえいる。

重点的な検証を選択したことによって調査範囲は限られたが、それでも一人で調査をするには広すぎた。そのためテーマを活かす代わりに、地域を絞り込んだ。また作業効率を勘案して、バーデン=ヴュルテムベルク州を選んだが、これには別の理由もあった。職業別住所録の最新版が刊行されて膨大な数の住所データが使えることになり、調査の基礎ができたのである。先にも強調したように、概念があいまいであれば、それが検証作業にも影響せずにはおかない。言い換えれば、明確な区分がなされていない場合、アドレスの集計も不確かに

282 特に次の文献を参照, Leopold SCHMIDT, *Volkskunst in Österreich* (1966).; DERS., *Volkskunst und Volksbrauch* (1968).; Herbert SCHWEDT, *Lebendige Volkskunst heute* (1966).; Johannes KÜNZIG, *Volkskünstlerische Betätigung im Jahresbrauchtum* (1966).

なるほかない。その点で、バーデン＝ヴュルテムベルク州の職業別住所録は例外だった²⁸³。〈工藝物産（工藝手仕事）〉の二重名称の下、427件の事業所と生産者のアドレスが記載されていたのである。もちろん、これについても先ず確かめる必要があった。そこで地図上の分布を、住所カードと重ね合わせた。そして幾つかを抽出して、住所の記載を、職業表示と電話帳で突き合わせた。その結果、特殊な手仕事あるいは職業の部類で挙がってくるものについて、さらに詳しい事情が判明した。またその数が実際よりも小さいことも明らかになった。そして漏れを少なくするために、職種で拾い、また手仕事の名称で拾えるアドレスを併せた。具体的には、131件の〈木彫り師／木彫家〉を追加することができた。それによって558件のアドレスが手元にあつまった。これはかなり大きな数であり、事例検証を量的に確かなものにしてくれた²⁸⁴。

その558人に、三種類のアンケート用紙を送って文書を通じた検証をおこなった²⁸⁵。もとよりアンケートの限界は計算に入っていた。文書による質問における最も大きな問題点の一つは、返送率が非常に低くなることにある。そのリスクを回避する方法はアンケートを短くすることで、そのため最大4頁にまとめた。質問の主旨が見てとれるようにし、簡潔で分かりやすい形式に整えた²⁸⁶。その効果もあったと思われるが、回収率はかなり高くなった²⁸⁷。

工藝物産制作（工藝手仕事）	47.3%
木彫り師／木彫家	64.9%

283 *Landesadrefßbuch Baden-Württemberg. Industrie, Gewerbe, Handwerk, Handel, Freie Berufe, Behörden, Wirtschaftsorganisationen. Ausgabe 1967.* Hg. auf Grund amtlicher Unterlagen und eigener Erhebungen. Karlsruhe und Stuttgart 1967.

284 ある種の比較と修正の可能性をあたえてくるものとしてゲルト・シュピース（Gert SPIES）が南西ドイツの陶工とその手仕事についておこなった調査を挙げおきたい。

285 本書の末尾に収録したアンケート調査の用紙を参照。

286 送付にあたっては、アンケートの目的を説明した私信形式の文書を添え、また料金前納の返信用封筒を同封した。また2か月後に催促をおこなったことにより、回答の回収率は高くなった。

287 回収率にばらつきが大きいのは、インフォーマントの関心の差異が著しいことから説明できよう。これは、口頭での検証作業によって確かめられた。木彫家や木版畫師が開放的であるのは、利害関心の集団として強い組織性と相互のコミュニケーションによるところがあると思われる。また〈クラフト作家（Kunstgewerbler）〉と〈手仕事工藝家（Kunsthandwerker）〉はアンケートに慣れているようであるが、それは、かなり頻繁にメッセを経験する協会に属していることによるのかもしれない。生産者と店舗主と会話を交わしたが、却ってそうした質問への回答を断られることがあった。

留意すべきもう一つは、そうしたアンケートから得られる結果についてである。この点で、ペーター・アテスランダーが、文書による質問が向いているのは〈簡単な事実〉の確認に過ぎない、と言うのはもっともである²⁸⁸。しかし統計調査の目的は、まさに生の材料に依拠することにある。できるだけ多くの多人数に質問をおこなうことによって、それまで知られていなかった領域についてはじめて輪郭が得られるはずである。そのため質問の大半は、制作された製品あるいは販売された製品はどれだったか、その職種を選んだ理由、学歴、さらにその地域の他の事業所に移る可能性などとなった。インフォーマントが回答しやすくするため、また比較検討の材料をそろえるために、敢えて図式的な質問形式にまとめた。それと共に、複数選択あるいは単数選択の質問を設け、また二者択一形式も使った。これらの質問形式としたのは、一般的なデータに加えて、特殊な意見をも得るためであった²⁸⁹。そのため「バーデン=ヴュルテムベルク州における工藝物産（クラフト）」では、たとえば次のような質問項目が入ってきた。

あなたは、自分を〈クラフト作者（Kunstgewerbler）〉あるいは〈手仕事工芸士（Kunsthandwerker）〉と名乗っていますか。……

あなたは、この二つの呼名が同じだと思いますか。はい、いいえ。……

はい、の場合：どうして両者は同じものを指すとおもいますか。

いいえ、の場合：どうして両者は違うのでしょうか。—— なお、これには自由回答の欄をも設けた²⁹⁰。

特に自由回答の整理・分類にあたっては、郵送による調査に加えて直接のインタビューによって補う必要性が生じた。そのために選んだのは35人だった。もっともその選び出しにあたっての観点はさまざまだった。インフォーマントの自己理解が特に興味深いものであるケースについては、改めて質問をおこなうことによって補完する必要があった。またそれによる修正も見込まれた。解答のなかには、誤解をしていたり、こちらが設けた術語をよく理

288 Peter ATTESLANDER, *Methoden der empirischen Sozialforschung*. Berlin 1969, S.105f.; Elisabeth NOELLE, *Umfragen in der Massengesellschaft. Einführung in die Methoden der Demoskopie*. Reinbek bei Hamburg 1963 (rde, 177/178), S.162–164.

289 本書巻末に収録したアンケート用紙「バーデン=ヴュルテムベルクにおける木版畫」には最後の質問として次の項目がある。「あなたは、自分が制作した作品をどう呼んでいますか？……藝術作品、手仕事作品、民藝品、クラフト……」

290 この可能性をしばしば活用した。まあこの質問群に答える詳細な手紙を受けとったこともあった。

解していないものも含まれていた。口頭でのインタビューという三つめのカテゴリーは、アンケートに回答しなかった店主と生産者から抽出した人々に対して実施した。そこでの会話は、アンケートの一部を基本にしておこなわれた。しかし、まったく自由な会話のかたちで図式化していないインタビューになったケースもある。

なお口頭での質問となったなかの多くは、第三の対象領域である庭手藝に行き着いた。特別の調査が必要になったのは、アドレスが不明だったことだけが原因ではなかった。この種の営為を指す一般的な名称がなく、〈前庭手藝〉(Gartenbasteleien) も説明的な補助概念であった。そのため文書による質問も要領を得ず、それはたとえば市役所でもそうであった。かくして、近隣だけでなく、やや遠方まで出張してデータを集めた²⁹¹。しかも対象者を見つけるために、その都度、同じ地域の別の場所をも調べるようになった。インタビューは、キーワードを中心にマニュアルに沿って実施した。すなわち、そうした手わざ (Bastelei) への見本の有無や動機、また作り手の年齢・職業、さらに家族の中あるいは同じ地域に手わざに堪能な人がいたのかどうか、といったことである。とは言え、それによってバーデン＝ヴュルテムベルク州のすべての前庭手藝を把握したわけではないのは当然である。しかし、その形態の数量的な分布についてある程度の手ごたえを得るために、*ヴァンゲン、ウルム、チュービンゲン、エメンディングゲン、ホルプの諸郡については、郡内のすべての町村体を訪ねて前庭手藝を調べるようになった。

検証作業とその準備作業の報告が示したのは、現今ひろまりを見せる種類の対象について情報を集め、それらに〈民藝〉(Volkskunst) や〈クラフト〉(Kunstgewerbe) の名称をあてはめることが何よりも大事というわけではない。膨大な量のデータを処理しなければならなかったが、それによって得られたのは、対象そのものについての情報だけでなく、それらの商品提供・消費・生産にかんするデータであった。それに加えて、調査は、この経験型の試みの中心的な観点が、分類可能性と法則を問う可能性にあったのである。

III.3. アンケート調査結果の集計

III.3.1. デコレーションとしての実用工藝とその消費

工藝品や飾り物、プレゼント用品や土産品、ありとあらゆるそうした品が盛り付けられたショーウィンドウは正に目もあやである。売り場の多彩で多様なことはそれに以上で、ところ狭しと品物がひしめき合っている。手彫りの木彫類を見ても、パロック風の小さな天使像があらゆるサイズでつり下がっている傍には、大きな操舵輪が置かれている。そうかと思う

291 〈前庭手藝〉(Gartenbasteleien) に関する幾つかのヒントを、筆者はチュービンゲン大学ルートヴィヒ・ウーラント研究所新聞資料室に負っている。

と、*デューラーの合掌の手がある。*エルツ山地のくるみ割り人形の隣には、*マックスとモーリッツ、それに黒人像と牧歌的な狩人も手彫りで380マルクである。クリッペ（クリスマスの飾り人形）、木製玩具、それに鄙びた彩色の胡椒挽きも挙げなくてはならない。木彫では、十字架のキリスト像から愛らしい羊まで。とは言え、木製品の分野からすれば、そんな程度ではとうてい挙げた部類に入らない。同じく金属製品も劣らず豊富である。錫の燭台は古いのもあれば新しいのもあり、その隣には現代のエナメル細工が色とりどりに輝いている。ありとあらゆる鋳鉄製品の横には石油ランプや真鍮細工や銀製品が並んでいる。さらに店の一隅にはバティックの布や手織り地やプリント布があざやかな色どりを見せており、そこには農夫の着るブルーの上っ張りのそばに、カジュアルの服が何着か掛かっている。中東の革のバッグやさまざまな色の装身具もそこに花を添えている。そして最後に、と言っても数え尽くしたわけではないが、多くの小物も見ておこう。たとえば、陶器製の猫、都市風景を表した灰皿、藁や鞆皮でこしらえた動物。それどころか、鞆皮でこしらえた魔女が箒の柄にまたがって、毛糸を編んだ赤い猿と一緒にぶら下がっている。違ったサイズ、作り方もさまざまな民俗衣裳人形も、松ぼっくりの矮人と一緒に立っている。天井には、*フォークロリズムの人形劇とでも言うべきか、夏初めの行列の模型が掛かっている。

このスケッチは、もとより大よそのイメージにすぎない。断片的ながら、また他の種類の店でも同じことが分かって、大規模な見本市やメッセをちょっとぶらついて同様の印象が得られよう。また多少とも批判眼をきかせたジャーナリストが皮肉な格好の材料でもあらう。事実、フランクフルト・メッセは〈最大級の国際ブティック〉と呼ばれたりしている²⁹²。ミュンヘンの手仕事メッセ（Handwerksmesse）も〈外国のパザールと高級ショッピング・センター〉の〈ごちゃ混ぜ〉だと言う²⁹³。特に毎年、特派員たちがこき下ろすのはヴィースバーデン・メッセで〈お土産とプレゼントの国際サロン〉と評される。そこでは、各地からやって来た文化評論家たちが〈文化のゴミの山^{つむ}〉²⁹⁴、〈弱いお頭のデモンストレー

292 次の『回報』紙上の新聞記事「キッチンと藝術 —— フランクフルト・メッセ：国際旅行ブティック／ノルディック・ルックと農民スタイル」（1968年9月4日）を参照，In: Südkurier, vom 4.9.1968.

293 次の『シュトゥットガルト新聞』紙上の記事「手仕事メッセのスターファイター：ガーデンノームと国際デザイン —— 〈パザール〉」（1966年5月13日）を参照，In: Stuttgarter Zeitung, vom 13.5.1966.

294 次の『シュトゥットガルト新聞』紙上の記事「鳴き音の鹿が頭を挙げる／〈合掌する手〉のオルゴール時計 —— 土産品・プレゼント用品メッセを歩く」（1966年10月17日）を参照，In: Stuttgarter Zeitung, vom 17.10.1966.

ション〉、あるいは〈気分が悪くなるキッチュづくし〉²⁹⁵などと呼ぶものが所せましと並んでいる。その見本は、さしずめ名高い*ガーデンノーム（庭の矮人人形）であり、また*貝殻函だが、後者は海水浴場の人気グッズとばかりは限らない。さらに*樹皮付き木板への繪付けもある。これらは思い出のグッズとしてはクラシックである。

それに輪をかけたと言うべきか、牧歌的な都市デュースブルクの最も目立つランドマークは梨だという。

実際、新聞の記事ではこう記される²⁹⁶。

もちろん、そんなことは長続きしない。シュトゥットガルトへの訪問客は、ビール樽のラベルでは、*テレビ塔に上部バイエルンの家屋とウスユキソウ……といった組み合わせに一先ず我慢している。

その記者は同じメッセで、藝術、それも有名な藝術作品をも見つけ出した²⁹⁷。

*ナウムブルクのウータが30年間のマスクから解放されて藝術の殿堂に戻された。その代わり、デューラーの合掌の手が交換に渡された。ヴィースバーデンでは、それが陶器皿に印刷された「毎日のパンを今日も我らに授け給え」の銘文や、壁の格言〈働け、そして禱れ〉となっているのを見出す（工場主がより重視するのはもちろん働く方である）。樹皮付き木板はレーゲンスブルクからの挨拶だと言い、板面にスリップ・ウェアで顔料を盛り上げている。さらに唐檜板に金属彫刻をつけ、そこに音楽も入っているものがある。時計が仕込まれており、バッハ原曲のグノーのアヴェマリアである（シューベルト版を選ぶこともできる）。

要するに、この他にも、ありとあらゆる新奇やおふざけを挙げなければなるまい。たとえば*〈セクシー・アン〉は〈モダンな塩ビ人形で、指で押すと水着のブラが外れる〉ようにで

295 Rudolf FRENZEL, *Gute Reiseandenken von heute. Eine Sonderausstellung des Bremer Focke-Museums, Sommer 1960* (1961), S.98.

296 次の『シュトゥットガルト新聞』紙上の記事（前掲注294）を参照。

297 『シュトゥットガルト新聞』紙上の記事（前掲注294）。

きている²⁹⁸。

とは言え、短いながらもあれこれ例示するのは、これ位にしておこう。アネクドットふう
に珍奇なものを何度も追うのは、それ自体リスクが大きすぎる。とまれ、提供されるものが
多彩であり、それらの境界が定かでなく、見る角度によってその都度ちがった様相を呈する
ことでは、この分野は正に万華鏡である。他面では、見渡せば分かることだが、幾つかの一般
的なメルクマールにまとめることができる。先ずそれらは〈細工物〉(Artefakte/artifact)
である。すなわちデコレーション的あるいは(ないしは)用の機能をもっている²⁹⁹。さらに、
第一のカテゴリー群を、対象の外面の形態と造形から導き出すことができる。すなわち、あ
らゆる時代、またあらゆる国と地域の藝術様式が寄り集まるのは、家具だけでなく、デコ
レーション性のある用の藝術でも同じである。それと並んで、多数の物象が、エキゾチシズ
ムな物産あるいは民藝物産の方向を向いている。現今の諸形態に刻印を及ぼしているのは
19世紀もそうである。とりわけ、リアルリスティックでセンチメンタルな手法に造形され
た物品はその影響を証しており³⁰⁰、また同じく歴史的な回顧は*歴史主義として作用した³⁰¹。
特に大きな意味をもつのは、近い時代に起きたユーゲントシュティル・デコで、それはポッ
プ造形と屢々結合してあらわれる。またこのキーワードと共に、一般の理解では〈モダン〉
な様式形態の方向にあるものとして特徴づけられる一つの分野が示唆されよう。ここでは、モ
ダンで機能的な見本(たとえばバウハウスの所産)に倣う物象と、モダンで抽象的な諸形態
(たとえばキュビズムや表現主義にはそれが責務とされる)とを区分することができる。最
後にまた別のグループを挙げれば、それは〈自ずからなる様式〉において生成する物象、す
なわち手仕事や手すきび(Basteleien)に起源を負う物象とみなし得る種類であろう。

298 次の『シュヴァルトツヴァルト急報』紙上の記事「キッチン(俗美)・クンスト(藝術)・クック
クックスウーレン(郭公時計)」(1967年10月18日)(前掲注294)を参照, In: Schwarzwälder
Bote, vom 8.10.1967.

299 この関連では、アメリカの藝術社会学においてもちいられている概念〈アーティファクト〉
(artifact/Artefakte)を援用することもできよう。この語なら、ドイツ語としてはまだ価値的
な負荷をもっていないからである。これについては例えば次を参照, Bruce A. WATSON,
Kunst, Künstler und soziale Kontrolle (1961).

300 ヘルマン・パウジンガーはセンチメンタリティの〈支配的な大きさ〉を指摘し、〈文化にか
かわる新たな学問分枝のいずれもが取り組むことがとめられる〉と言う。参照,
Heramnn BAUSINGER, *Volkskultur in der technischen Welt* (1961), bes. 147–151. [邦訳] ヘルマン・
パウジンガー(著)河野(訳)『科学技術世界のなかの民俗文化』文楫堂 2005, p. 220–228.

301 これについては、19世紀アメリカの開拓時代(Pionierzeit)の家屋が事例になる。今日、19
世紀のコロニアル・スタイルの家具のイミテーションがつくれ、〈アメリカ初期のスタイル〉
として提供されている。

デコレーション性のある用の細工物の提供、またそれへの需要に関する詳細なデータが得られたのは、バーデン＝ヴュルテムベルク州の〈工藝物産（クラフト）店〉での調査であった³⁰²。ちなみに、それらの店が好んで掲げる看板は、〈繪入り長持ち〉(bunte Truhe)、〈陳列棚〉(Vitrine) あるいは〈ブティック〉(Boutique) などである³⁰³。また〈貴店が最も多く販売する品物を答えて下さい〉という質問に対して特に挙げられたのは、コスチューム・ジュエリー (Modeschmuck)、セラミック用品 (とりわけ花瓶)、グラス、テーブル・クロス、木製品・金属の小物であった。さらにインフォーマントの店主たちに対してなされた二番目の質問は、(彼らが読める限りでだが) 今後も常に顧客を見込める品物は何かについては、比較対象が可能なカタログを作成することができた。なおそこで頻繁に



ブティックのショーウィンドウ：エメンディンゲン郡
ヴァルトキルヒ
(Waldkirch, Kreis Emmendingen)

挙げられたのは、コスチューム・ジュエリーとグラスであった。それに続くのは、テーブルクロス、焼物、木製の小物、銅や錫の品物である。

解答にばらつきが出たのは、それらの店で売られる品物の評価についてであった。公開質問のタイプによる最初の諸事例を集計するあいだに、内々の質問を選び、それも複数回答あ

302 検証でもちいた、完全に回答欄をすべて埋めているものは45件で、そのうち35件は中小都市で店舗を営む店主、残り10件は大会の店主である。

303 店舗のうち57.8%が店名を名乗っている。具体的には5店が「陳列棚」5店が「繪入り長持ち」4店が「ブティック」、またその他に「藝術の居間」や「小物函」(Kasette) がある。

るいは選択回答ができる形に組み立てた。ここに挙げた品物のリストでは、ある種の区分のなかではあるが、できるだけ多くの種類の物象を挙げた。

テキスタイル：壁絨毯，パティック布，手織り布，衣類，枕カバー

ガラスと陶器：クリスタルガラス，エナメル描ガラス，ガラス・ジョッキ，繪付けをほどこした農民陶器，プランター，ファエンツァ・ジョッキ，バイエルン風鼓型ジョッキ (Seidel)，新兵ジョッキ (Rekrutenkrug)，田園風のコーヒーセット，イタリア風スープ鉢 (キャベツの形状など)，陶器の時計

木製品：カッコウ時計，木製ボウル，デューラーの合掌する手 (木彫)，ロシアのマトリョーシカ，エルツ山地のクリッペと鉦夫のフィギュア，聖者立像，香辛料棚，農民家具，様式家具

金属製品：民俗衣裳の人形，麦藁の星，クリスマスツリー飾り，都市景観の灰皿，貝殻函，樹皮付き板繪 (梨樹)，繪葉書，オルゴール時計，松ぼっくりのフィギュア ([訳者補記] 樹種はシラビソ／いわゆる樅)

これらの質問群の評価の集計は次のリストである (数値は頻度順)。

1. 木皿	34	11. 灰皿	16
2. 錫の容器／農民陶器／フラワーベース／ 室内プランター	28	枕カバー	16
3. ガラス・ジョッキ／麦藁星／クリスマス ツリー飾り	28	12. 農民家具	14
4. 銅の容器	25	壁掛け絨毯	14
5. 手織り布	25	13. 聖者像	13
6. 衣類	24	14. オルゴール時計	11
7. ロシアのティーサーヴィス	22	15. デューラーの合掌 (立体模型)	10
8. ファエンツァ・ジョッキ	21	16. バイエルンのビール・ジョッキ (鼓型)	8
9. パティック布	20	17. 古い電話機	6
エルツ山地のクリッペ (聖誕の組人形)	20	18. 繪葉書	5
香辛料棚	20	19. 新兵ジョッキ	3
10. 繪付けグラス	17	* コールコブフ焼 (陶器)	3
ロシアのマトリョーシカ	17	陶器の時計	3
		貝殻函	3
		樹皮付き板繪	3
		20. カッコウ時計	2

こうしたカタログはそれ自体，一定の結果を示唆している。もちろんどう評価するかは相対的でしかないが，多少の考察はできよう。このリストを概観すると，よく名前が挙がる貝



テュービンゲンのブティックの店先



あるブティックの光景（雑誌『貴女のために』1996年第23号，p. 3）

殻函や樹皮付き板繪は下位によく顔を出す程度である³⁰⁴。多くの店主は多少とも工藝的・藝術教育学的な野心をもっており、それが統計の確度を押し下げている面はあるにせよ、これらの品目は（繪葉書やカッコウ時計についてもそうだが）他の州でも見られるものであり、土産物店やプレゼント小物店の定番と考えてよいだろう。

なおリストの上位に位置する多彩な物象については、それまた違ったさまざまなカテゴリーで取り上げることができるだろう。それらは、一面では用の物象（雑器）類で、たしかに装飾をとまなつてはいるが、デコレーションが唯一の機能というわけではない。それらの機能に重点を置くなら、いわゆるアーティファクトというカテゴリーで特徴づけることもできる。ここで挙げた事例では、麦藁星やクリスマス・ツリーの飾り物がそれにあたる。見方を変えると、繪付けをほどこした農民陶器や農村風のコーヒー・セットが上位に位置するのも同じである。このアーティファクトのカテゴリーが意味するのは、今取り上げている分野のなかでも、現下の流行的な文物で、特にこの場合はフォークロアの性格にある流行である（Folklore-Mode）。アンケート用紙でも、この現象については、幾つかの質問を組み合わせた。今後の展開や顧客の予想される希望についての質問などである。そのさい、モダンな手仕事に加えて、特に農民工藝と民藝についても質問項目を設けた。またフォークロアの波については別に質問を準備した。それによれば、1950年には、インフォーマントの店主たちが農民陶器を扱うことはなお稀であったが、1960年にはすでにかなり度合いが高まっていた³⁰⁵。

ちなみに、雑誌『すてきな住まい』は、1961年に*ヴィルヘルム・ライブルの繪畫を載せて、そこにキャプションをつけた：「農民部屋では時間は止まっている」³⁰⁶。そしてこう綴る。

304 樹皮付き梨の板繪と貝殻箱にチェックを入れたアンケートの回答者の一人は、こう書き加えている。〈これらの品々、それにキッチュを、シーズン中は自分の店の向かいにあるスーパーマーケットに置いている。ちょっと気の利いた陶器を並べる常設の棚だが、評判は良い。お客さんを少し教育しなくてはいけないが、それもうまくゆく〉。

305 この結果はドキュメントを分析することによって得られる。イラスト誌『すてきな住まい』と『貴女のために』、またその前身誌を1950年から通覧すると、1960年代初め以後、フォークロアの領域の文物への関心が高まることが明らかになる。その前段階は1950年代半ばからすでに現れていた。たとえば1956年には「プレゼントは喜びの元」というコラムがあり、エルツ山地のオルゴール時計や〈すばらしい騎士型クッキー（Springerle）〉について書かれている。後者については、ちょっと中世へ返ったかのようだ、と言う。同年には、またミニチュア家屋を扱ったコンスタンツェの『すてきな住まい』特集号のなかで、〈畑と牧草地にはさまれた田舎へ逃避〉としてリフォームした農民家屋を推奨している。さらに1958年にはイラスト誌『貴女のために』には、〈上古の民藝〉が掲載された。

306 『すてきな住まい』次の号を参照、In: *Schöner Wohnen*, 1961, H.8, S.32f.

50年前には、都会人は、農民家屋のなかにある品々をガラクタと呼んでいた。今日、都会人は、彩色した農民の衣裳棚をもつのを自慢する。

農家の衣裳棚や陶器やガラス器や布類が広く一般の関心を呼んでいるだけではない。たとえば〈フォークロア・タペストリー〉も人気があり、〈田舎のチェック文〉あるいは〈民藝モチーフの素晴らしい布巾〉—— 1966年のことだが、洗剤メーカーがこれらを取り合わせて販売を図ったことがあった³⁰⁷。『すてきな住まい』でも、農民工芸への愛着、〈農村への志向〉は、一時の流行に終わるものではない、との論説が見受けられた³⁰⁸。

洗練が過ぎると質朴に興味がわき、贅沢になると質素の価値が分かってくる。

事実、似たようなモチベーションには頻繁に出逢う。たとえばスペインの農村家具には、こんな説明が添えられる³⁰⁹。

私たちのモダンなインテリアのしつらえは、形態も色彩も材質も、磨きがかかり、繊細になる一方である。そのため、素朴で気さくに作られた戸棚や、農家風の朴訥な食卓で心地よくバランスをとろうとする人々がいるのは、少しも不思議ではない。

もっとも、農村の工芸物象は、モダンな造形とのコントラストのこともある。これについても一例を挙げておこう。1966年にシュトゥットガルトの*ホルテン・デパートは、チロール地方の農民家具の販売に向けて広告を出した。その新聞全紙を占める写真には、次のスローガンが添えられた³¹⁰。

ハイパーモダンな型通りの即物性、そこから離れたことを目で確かめるのは心地よい

307 次の『シュトゥットガルト新聞』紙上の広告を参照、*Stuttgarter Zeitung*（1966年11月25日版）：そこには次のように記されている。〈ドイツでただ一つのもの。濃厚な質の民藝。色どり豊かなプリント布はスウェーデンの農民工芸のオリジナル通り。ポーランド東部の民藝モチーフを忠実に映している〉。

308 『すてきな住まい』のコラム「農村風にセットしたテーブル」In: *Schöner Wohnen*, 1960, H.11.

309 『すてきな住まい』のコラム「スペインから：農村家具」In: *Schöner Wohnen*, 1965, H.9.

310 次の『シュトゥットガルト新聞』紙上の広告を参照、*Stuttgarter Zeitung*（1965年5月11日版）：そこには次のように記されている：〈イメージを完璧にするために〉……〈ツンフトの民俗衣裳〉も売り払われた。

—— 私たちがしたいのは、家にロマンを取り入れること。

もちろん古い農民家屋に住むことによって、都会生活の〈追われる毎日〉から、逃れることができる、という言い方がされることもある³¹¹。

田舎の空間、田舎の家具、そのなかで暮らすのは、現代人には数々のメリットがあるだろう。広告のスペシャリストを信じるなら、何よりもそこでの世界は、フォークロアの〈くつろいだ気分〉³¹²をあたえてくれることにある。たとえば家具について、〈くつろぎの晴れやかさ〉が謳われる³¹³。ベッドやテーブルクロスも〈田舎の心地よさ〉をあたえてくれる³¹⁴。それと並んで大きな役割を果たすのは〈ロマン〉(romantisch)の語である。この〈ロマンティズムの息吹〉³¹⁵はたいてい、おばあちゃんの頃への哀切を湛えた回顧と結びついている。いわゆる〈古き良き時代〉である³¹⁶。

ここに挙げた幾つかのモチベーションは、先に言及した19世紀末の〈民藝における心の平安〉を、驚くほどの近似性において思い起させる。その当時、大都市の富裕な市民層がこれらの工芸物象に夢中になったのだった。そして今日、それは広範な人々に愛好されるまでになっている。すでに大手の通販会社が民藝をあつかっている。それどころか農民自身が、彼らの〈モダンな住まい〉に新しくつくられた本物の農民家具なるものを買い求めている。もっとも、この言い方では、変化過程の階梯にまでは踏みこんでいない。実際には、時代推移、地域性、社会的な条件によって細かな差異があるはずだが、ここではそれらを追っているわけにはゆかない。なお言い添えれば、この拡大過程は、*フォークロリズムならびにエキゾチシズムの現象と関係しているはずである³¹⁷。しかしまた、19、20世紀の*歴史折衷主

311 『暮らし雑誌』のコラム「古い農民家屋でのモダンな暮らし」 In: Zuhause, 1967, H.6, S.84–88, bes. S.84.

312 『すてきな住まい』の農民家具の広告の説明：〈農民の居間と云えば、そうしたインテリアを語り、そうしてくつろいだ気分を思い浮かべる。素朴、情感の通った美しさ……重圧にも強く、自然な優美がある〉 In: Schöner Wohnen, 1967, H.6, S.24.

313 次の『南ドイツ新聞』紙上の広告を参照, Süddeutsche Zeitung (1967年2月10日版).

314 次の『シュトゥットガルト新聞』紙上の広告を参照, Stuttgarter Zeitung (1967年2月27日版).

315 『すてきな住まい』のコラム「スカンディナヴィアとアメリカのロマンティシズム」 In: Schöner Wohnen, 1966, H.5, S.69.

316 『すてきな住まい』のコラム「カラフルなしつらえ：朝食のテーブル」 In: Schöner Wohnen, 1968, H.8, S.128f.

317 〈フォークロリズム〉の現象については次のヘルマン・パウジンガーとハンス・モーザーの諸論考を参照, Hermann BAUSINGER, Zur Kritik der Folklorismuskritik (1966).; Hans MOSER, Vom

義の一局面をも形づくっている。

フォークロア・モードは、装飾性を併せもつ用の工藝の分野における現下の諸現象の一例にすぎない³¹⁸。この事例は、さまざまな理由から興味深い。先ず、クラフトあるいは手仕事工藝と規定される物象が民藝と重なるとすれば、分類の試みそのものに問題があることが浮かび上がる。しかし他面では、この事例は、新たな設問を手中にする可能性を示唆している。それは、*ハンス・ナウマンの理論、すなわち文化物象の沈み込みとして解されている文化諸形態の拡大現象へと目を転じさせる³¹⁹。しかしまた特に現代のイノベーションとディフュージョンへも導いてゆく³²⁰。それと共に、社会の諸々の集団や層序における受容と消費へも注意を向けさせる。それゆえ設問は、対象の記述と把握を後にして、人々の消費を関心の中心に据えることへとつながることになる。

アンケート調査のなかで〈クラフト店〉への質問は、手がかりをつかむという以上ではなかった。そう位置づけた主な理由は、売り手の棚、それと関連して商品提供と売れ行きを調べただけだったからである。もっとも他にも、扱い店の中間マージンも調査することになったが、これも一般的な情報にとどまっている。消費問題の少なくとも手がかりを探るために、回答は、大都市からの回答と中小都市からの回答に分けて分類した³²¹。それでも、分散した見解を網羅的にとらえたとは言えない。商売の状況が数年前に較べて77%上昇したと回答したのは、大都市の店主も中小都市の店主も同じであった。また将来の見通しについては、35.5%が〈横ばい〉と答え、24.4%が、経済状況によると回答した。

Folklorismus in unserer Zeit. In: Zeitschrift für Volkskunde 58 (1962), S.177-209.; DERS., *Der Folklorismus als Forschungsproblem der Volkskunde.* In: Hessische Blätter für Volkskunde, 55 (1964), S.9-57. [邦訳] ハンス・モーザー（著）河野（訳）「民俗学の研究課題としてのフォークロリズム」河野『フォークロリズムから見た今日の民俗文化』創土社 2012, p. 363-448.

318 調査は、歴史的でエキゾチックな物象にも該当する。質問調査の結果は、ドキュメント分析から得られた推測とも合致する。これらの諸形態は1950年にはまだまったく（あるいは稀にしか）売れなかったが、1960年と1967年には屢々買い手が得られた。

319 Hans NAUMANN, *Grundzüge der deutschen Volkskunde* (1922).; DERS., *Primitive Gemeinschaftskultur.* (1921).

320 次の諸文献を参照, Hober G. BARNETT, *Innovation: The Basis of Cultural Change.* New York – Tronto 1953.; Everett M. ROGERS, *Diffusion of Innovation.* New York 1962.; James S. COLEMAN / Elihu KATZ / Herbert MENZEL, *Medical Innovation – A Diffusion Study.* New York 1966.; Klaus KIEFER, *Die Diffusion von Neuorientierungen. Kulturosoziologische und kommunikationswissenschaftliche Aspekte der agragsoziologischen Diffusionsforschung.* Tübingen 1967 (Heidelberger Sociologica, 4).

321 大都市として扱ったのは次の諸都市である。シュトゥットガルト、フライブルク、ハイデルベルク、カールスルーエ。

アンケート調査の集計は、大都市と中小都市では店主たちの回答には違いがみられた³²²。たとえば、顧客が今後のぞむものは何かという質問に対する回答がそうである。選択肢として次の項目を設定した。農民工芸品・民藝品、由緒をもつ様式工芸品、エキゾチックな（外国の）物産、モダンな手仕事工芸品。

	総回答率	大都市	中小都市
モダンな手仕事工芸品	45.2%	46.7%	44.7%
農民工芸品・民藝品	22.6%	20.0%	23.4%
由緒をもつ様式工芸品	20.9%	13.3%	23.4%
エキゾチックな物産	11.3%	20.0%	8.5%

この一覧表を見ると、大都市の店主たちの多くが〈モダンな手仕事工芸品〉や〈エキゾチックな物産〉に印をつけ、他方、〈農民工芸品・民藝品〉と〈由緒をもつ様式工芸品〉は中小都市の店主たちが比較的多く選んだことが読みとれる。さらに興味深い差異を見せるのは、インフォーマントである店舗が扱う品目に関する集計結果である³²³。

この表から、先ず順位として注目すべきものを挙げよう。たとえば田舎風のコーヒー・セットは大都市では第3位であるが、中小都市ではようやく第7位である。同様の対比は、衣類や壁掛け絨毯でもみとめられる。逆にクリスタル・グラスは中小都市では第4位に顔を出す、大都市では第6位である。麦藁星や手織り布も中小都市の方が好まれるようである。そうした差異は買い物の習慣の違いを示唆していると共に、そのなかでもばらつきがあるようである。田舎風のコーヒー・セットのような品目は、調査の時点では、大都市では好む人が多いのに対して、中小都市の店々では辛うじて顔を出すという程度である³²⁴。ちなみに麦藁星は、大都市ではすでに1950年代終わりには人気があったが、やがて徐々にファンタジー色のクリスマス飾りにとって代われ、1967年には何とか商品として第7位につけているが、同年の中小都市では第3位である。そうしたばらつきから、買い物習慣を規定し

322 ここでは、アンケート調査で得られたすべてのデータを挙げたわけではない。回答が不完全で集計が難しいものも含まれていたからである。また意見分布を見るには有意ではないものもあった。例えば設問Ⅳは、大多数の回答者（店主）が、顧客がモダンな住宅をモダンな雑貨（*Gebrauchskunst*）や古い様式工芸・民藝・農民工芸の品々でデコレーションをほどこすことと推測してしまっていた。

323 順位は第9位までとしたのは、大都市ではこれ以下の回答はなかったからである。

324 そうした差異への事例をもう一つ挙げるなら、エナメル彩色のカトラリーがそうである。それへの愛好については、アンケートⅢ.b.において例証を挙げた。調査時点では、この品目は大都市ではたいそう売れていたのに対して、中小都市では稀であった。

全体の品目順位		大都会の品目順位		中小都市の品目順位	
1. 木皿	34	衣料品	9	木皿	26
2. 錫の容器	28	木製ボウル	8	農民セラミック	23
農民セラミック	28				
ブレンダー	28				
3. ガラスのジョッキ	27	ブレンダー	7	手織り布	22
麦藁づくりの星	27	田園風のコーヒーセット	7	麦藁づくりの星	22
クリスマスツリー飾り	27	錫の容器	7	クリスマスツリー飾り	22
4. 銅の容器	26	ガラスのジョッキ	6	クリスタル・グラス	21
				ガラスのジョッキ	21
				ブレンダー	21
				農民セラミック	21
5. 手織り布	25	壁掛けタペストリー	5	銅の容器	19
クリスタル・グラス	25	バティック布	5		
		農民セラミック	5		
		ファヤンスのジョッキ	5		
		香辛料棚	5		
		麦藁づくりの星	5		
		クリスマスツリー飾り	5		
6. 衣料品	24	クリスタル・グラス	4	ファヤンスのジョッキ	16
		絵付けグラス	4	エルツ山地のクリッペ	16
		ロシアのマトリョーシカ	4		
		エルツ山地のクリッペ	4		
		灰皿	4		
		オルゴール時計	4		
7. 田園風のコーヒーセット	22	手織り布	3	バティック布	15
		バイエルン風の樽型ジョッキ	3	衣料品	15
		農民家具	3	田園風のコーヒーセット	15
		様式家具	3	香辛料棚	15
		骨董の電話受話器	3		
		シラビソ(椀)笠のフィギュア	3		
8. ファヤンスのジョッキ	21	枕カバー	2	枕カバー	14
		新兵ジョッキ	2		
		コールコブフ焼	2		
		陶器の時計	2		
		民俗衣装の人形	2		
9. バティック布	20	聖者の立像	1	絵付けグラス	13
エルツ山地のクリッペ	20		13	ロシアのマトリョーシカ	13

ているある種の恒常性を推測することもできるだろう。一例はクリスタル・グラスが中小都市において第3位を占めることである。もっとも、そこでの解釈には慎重を期しなければならない。と言うのは、クリスタル・グラスは、おばあちゃんの時代にはすでに最もモダンな品物として住宅雑誌でさかんに宣伝されていたからである。

以上は、分析のための手がかりとして挙げた。実際には、さらに補足と拡大が必要にな

る。なぜなら、大都市と中小都市の対比は差異を手掛かりであり、カテゴリーとして幅がありすぎるからである。たとえば、〈大都市〉と言っても、その購買者の範囲は多少とも特定の社会階層や集団と決まっているところがあると共に、そこでまた買い物習慣と好みのばらつきが推測されるからである。同じことは、中小都市についても言い得ようし、その場合、地域的な差異の他にも、社会的差異にも注意しなければならないからである。興味深いのは、ある女性店主の書き込みである。やや一般化された書き方ながら、彼女は、特に社会階層が大きな意味をもつことを記した。

当地は工業が盛んなために、労働者の人たちが多いのですが、彼らがクラフトの語で考えているのは、木で作った水鳥や藤や葦やで編んだ壁掛けなのです。一方、若い人たちは、ユーゲントシュティルや*オブ・アンド・ポップを欲しがります。そして知識人は農村風とモダンに向かいます。

この証言は、次に何を調査すべきかを示唆しているところがある。様相を綴り、物品のカタログを作ることだけが、現今の実態把握の課題ではない。もっと大事なものは、人々の時代的・地域的・社会的因子を組み込んだ受容と消費の問題である。この設問は、後に総合的に考察するときにもあてはまる。さしあたり、取り上げた対象の作り手について検討しようと思う。

訳 注

- (167) ホーエンツォレルン・ヘッヒンゲン (das hohenzollerische Hechingen) ……ランゲンディンゲン (Rangendingen) : ヘッヒンゲンは中世末以来、一帯が後にドイツ東部にブランデンブルク選帝侯家・プロイセン王家を築くホーエンツォレルン家の発祥地であり、中心都市ジークマリンゲン (Siegmaringen) と共に小領邦として存続し、1850年からは第一次世界大戦後までプロイセンの飛び領土であった。一帯の小地域と共に1952年にバーデン＝ヴュルテムベルク州に編入された。ヘッヒンゲン市の人口は2万人弱でツォレルンアルプ郡 (Zollernalbkreis) に属する。ヘッヒンゲンの北西約8 km に位置するランゲンディンゲンも同郡に属する町村体で人口は5千人余り。
- (173) 〈大衆文化〉(Massenkultur) や〈文化産業〉(Kulturindustrie) といったコンセプト：大衆 (Masse, mas) は20世紀前半には有力な概念で、オルテガ・イ・ガセトの『大衆の反逆』(José Ortega y Gasset, *La rebelión de las masas*, 1929) の他、藝術・民藝関係のドイツ語圏の論客ではヴィルヘルム・フレンガー (Wilhelm Fraenger) が1920年代から東独期までもちい、さらにリヒャルト・ヴァイスの『スイスの民俗学』(Richard Weiss, *Volkskunde der Schweiz*, 1947) はその成功した事例である。しかしヴァイスの主著の後、〈大衆〉概念の不確かさや、現代の状況を大衆文化と規定することの無理が指摘され、1970年頃には、百科事典の見出し語からも〈大

衆文化）は削除されるようになった。〈文化産業〉はホルクハイマーとアドルノによって提唱された概念であるが（前掲訳注）、資本と消費者の間の論理としては時代状況に合わないことが各方面から指摘され、学術的なターミノロジーとしては比重が低下した。

- (177) ヴァンゲン (Wangen), ウルム (Ulm), テュービンゲン (Tübingen), エメンディンゲン (Emmendingen), ホルプ (Horb) の諸郡：いずれもドイツ南西域バーデン＝ヴュルテムベルク州の郡名。
- (178) デューラーの合掌 (Düreres Betende Hände)：アルブレヒト・デューラーが1508年に描いた合掌する両手のインク畫, アルベルティーナ (ウィーン) の所蔵。
- (178) エルツ山地のくるみ割り人形 (erzgebirgischer Nußknacker)：エルツ山地はザクセン州のチェコとの国境に近い山地。古くから鉱山で栄えたが、近代に入って鉱山が下火になると共に木彫など冬場の副業である家内作業が発達し、ドイツの代表的な木彫工藝品の産地となった。くるみ割り人形は特にエルツ地方の木彫の代表として知られている。
- (178) マックスとモーリッツ (Max und Moritz)：繪本作家・詩人ヴィルヘルム・ブッシュ (Wilhelm Busch 1832–1908) が1865年に発表した児童漫畫。いたずらな少年二人を主人公として非常な人気を博し、今日まで版を重ねている。漫畫というジャンルを切りひらくことになった作品の一つでもある。
- (178) フォークロリズムの人形劇 (folkloristisches Puppentheater)……夏初めの行列 (Sommertagszug)：フォークロリズムは、伝統行事などが現代の文化・社会のなかで、それ以前とは違った機能と意味でおこなわれることを言う。そうした脈絡で民俗行事の行列が人形で再現されている。夏初めの行列は、主に南ドイツにおいて、復活の主日の3週間前の日曜 (英 Laetare Sunday) に、冬夏交替の意味でさまざまな形態で催される。ただし、冬夏交替の意味に原型と見ることには批判があり、またキリスト教以前に遡らせる古典的な解釈も実証的に否定されている。
- (179) ガーデンノーム (Gartenzwerg 英 Gardengnom 庭の矮人人形)：庭にデコレーションとしてあしらわれる小人の置物で陶器製が多い。現在では小人は「白雪姫と七人の小人」で知られた作りが好まれ、読書やサッカーボールを蹴っている形など多彩である。ドイツ人の小市民性のシンボルとして、揶揄気味に〈これぞドイツ的〉(typisch deutsch!) とみられ、販売のキャッチ・コピーにも使われてきた。なお “gnom” は元はロシア語。
- (179) 貝殻函 (Muschelkästchen)：薄い木版やボール紙でつくられた小箱の蓋に貝殻を貼り付けた小物入れ。
- (179) 樹皮付き木板 (Rindenscheibe)：樹木の幹あるいは枝を薄く輪切りにして樹皮 (Rinde) を縁にのこした板面に名所旧跡などの繪を描くもので、土産品の定番である。斜めに輪切りにして木板 (Scheibe) を楕円形にすることが多い。
- (179) テレビ塔に上部バイエルンの家屋とウスユキソウ：テレビ塔はシュトゥットガルトのシンボルで高さ217m, 1956年にオープンした。他方、上部バイエルンの家屋とウスユキソウ (Edelweiss) はアルプス (ここではバイエルン) のシンボル、それが組み合わせられているのはシュトゥットガルト人には面白くない、という文脈。
- (179) ナウムブルクのウータ (Uta von Naumburg)：ウータ・フォン・パレンシュテット (Uta von Ballenstedt 1000–1046), マイセン伯エッケハルト2世の妃を指す。ナウムブルク大聖堂には、大聖堂の成立にかかわった12人の施主の一人としてウータの1200頃に制作された石像が伝わる。ナチ時代には、中世の遺品では珍しく表情豊かな歴史上の女性の像として、ドイツ女性の

理想とみられ、また男性の理想像と見られたバムベルク大聖堂の騎馬者像とペアでも称揚された。そのためよく知られていたが、アメリカのディズニー・スタジオが映画「白雪姫と七人の小人」(1937年封切)において、邪悪な継母のモデルとしてウータをもちいた。王妃はナウムブルクの石像と近似した顔立ちと装いで登場し、やがて毒林檎を得るために醜い魔法使いの老婆に変化する。マスク云々は、その歪んだ容貌を指している。第二次世界大戦後の1957年に西ドイツでは石像通りのウータの凛々しい全身像のデザインの切手が発行されるなどのイメージの変化が図られた。ここでの文意は、ディズニー映画で歪められたウータの顔が元に戻ったことを言う。

- (179) セクシー・アン (Sexi-Anna) : 1968年に映画デビューし、1960年代にはセクシーなヴォイスで歌手としても人気を得たスウェーデン系のアメリカの女優アン＝マーグレット・オルソン (Ann-Margret Olsson 1941-L) を指すようである。
- (180) 歴史主義 (Historismus) : 一般に言われる19世紀後半の思潮としての歴史主義とも重なっているが、ここでは特殊な要素に着目したドイツ民俗学のヘルマン・パウジンガーの学説を踏まえている。近・現代人の歴史観は、歴史のなかの特定の一場面 (多くは繪になる名場面) を浮き立たせることで、多くの時代祭りはそうした心理作用によって成り立っているとされる。
- (182) コールコプフ焼 (陶器 Kohlkopfkeramik) : コールコプフは〈馬鹿・まぬけ〉の意味で、特定の農民陶器がその名前と呼ばれてきた。ここでは南西ドイツ、バーデン＝ヴュルテムベルク州テュービンゲン郡など数か所の民窯を指すようである。
- (184) ヴィルヘルム・ライブル (Wilhelm Leibl 1844-1900) : ケルンに生まれ、ブルツブルクに没したドイツの畫家。油彩を手がけ、19世紀末のドイツ畫壇においてリアリズムを代表した畫家として知られる。
- (185) ホルテン・デパート (Warenhaus Horten) : デュッセルドルフに本社を置く大手のデパート・チェーン。
- (186) フォークロリズム (Folklorismus) : 民俗行事や習俗が、伝統社会のなかでもっていた意味と機能をはなれ、たとえば現代社会のなかで新しい意味と機能をもっておこなわれることを指す。1964年にハンス・モーザーによって提唱された。
- (186) 歴史折衷主義 (historischer Eklektizismus) : 19世紀後半から20世紀初めの諸々の藝術様式の傾向を指す。歴史に消長した諸々の様式を都合よく組み合わせる面では折衷主義であるが、ポジティブに見ると選択主義ともなる。ネオゴシック、ネオルネサンス、ネオバロック、ネオロマンティズムなどで、建築や装飾工藝について言われることが多い。ドイツ語圏では歴史主義 (Historismus) と二重写しで屢々解される。
- (187) ハンス・ナウマンの理論すなわち文化物象の沈み込み : ゲルマニストで民俗学者であったボン大学教授ハンス・ナウマン (Hans Naumann 1886-1951) がスローガ的に言い表した理論。文化的上層で創出された文化物象が、下層で受容され (=沈み込んで) 民俗文化が形成されるという考え方で、この表現は単純化されているが、原理的には今日にいたるまでドイツ民俗学の基本理論となっている。
- (190) オブ・アンド・ポップ (Op und Pop) : オブはオブ・アート (Op art)、バウハウス系のクラフトを指すことがある。