書評

# メーガン・ウォーナー・メットラー『地下鉄で日本へ——米国の日本文化に対する魅了 一九四五—一九六五年』

Meghan Warner Mettler, *How to Reach Japan by Subway: America's Fascination with Japanese Culture, 1945–1965*

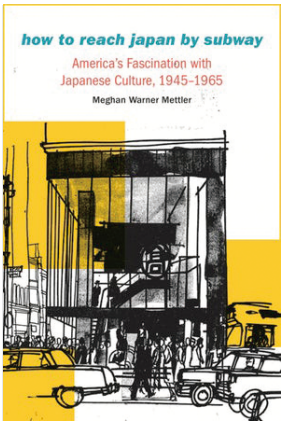
ジェイソン・モーガン

紀元前一四六年のコリントスの戦い以降、ギリシャ語圏が徐々にローマの一部になりつつあった。腕力や武器でギリシャを制覇できたローマだが、ギリシャと比べて文化、文明的に明らかに劣る。ローマの有名な文人ホラティウス（紀元前六五—紀元前八年）が、その差を指してこう書いた：

Graecia capta ferum uictorem cepit
et artes intulit agresti Latio.
（虜になったギリシャが野生的な勝者を虜にして、
野暮ったいローマに文明を教えた。）

最近読み終えた本を読んでいた時に、頻繁にこのホラティウスの一言を思い出した。本書は、まさにそのコリントスの戦いとその後の発展に似た状況を描写する。激しい戦いの末に、アメリカという帝国が腕力や武器で日本を制覇した。しかし、日本と比べて文化的、文明的に明らかに劣る（日本列島のほとんどの都市を的にして空襲した米軍が日本文化の首都、京都を敢えて残すことにしたことがその劣等を暗黙に認めたとも言えよう）。アメリカの虜になった日本だが、アメリカが勝利して間も無くかえって日本文化ブームがアメリカ大陸で波紋を広げ始めた。野暮ったいローマが「捕虜」の弟子になって文明を教わった。

この戦後日本文化ブームがメットラー女史の新著のテーマだ。とても流暢で親しみ易い英語でメットラーは日本文化のアメリカでの浸透のし方を巧妙に分析する。この一年で読んだ本のうち、



University of Nebraska Press, 2018

メットラーの新書はトップ5の一冊で、是非お勧めしたい本だ。合わせて七章を通して在米日本文化の受け入れの沿革を紹介する。

第一章では、「渋い」の概念のルーツやその歴史的文脈を扱う。戦後日本文化ブームは、いきなりか偶然に爆発したわけではない。戦前、そして戦中でも複雑な日米関係を考慮に入れながら、メットラーは、アメリカの人種差別的な「日本」に対する見方とアメリカの階級、ジェンダーを同時に説明して、アメリカの日本占領の考え方とその文明の背景をも考える。

第一章でしっかり敷いた基盤の上に本の残りの構造が建てられる。第二章は、「サムライ映画」がアメリカで大人気を集めた理由などを掘り探って描いている。未だに多くのアメリカ人が、例えば黒澤明の映画を日本文化を代表するものと思っているが、メットラーによるとそれが大勘違いだ。日本の映画監督、スタジオなどはもちろんビジネスとして映画を作成しているので、できるだけ観客の好みを察してそれに合わせた映画を作ろうとする。例えば「羅生門」が、アメリカで日本に対する印象を作った一つの大きな映画だが、実はその映画は日本では人気を集めていなかった。「日本」を観ていると思っていたアメリカ人観客、「日本」を見せていると思っていた日本の映画業界、そして「日本」のイメージを傀儡化しようと挑んでいた占領軍、アメリカ外交などの影響がそれぞれ合流して「羅生門」を生産した。立場によって見方が変わってくる筋を持つ有名な映画が出来上がった流れは、まさに「羅生門」らしい。

メットラーが頻繁に繰り返して言うポイントだが、このように誤解や期待はずれを重ねて戦後の日米が関係を築いてきた。第三章は、一九五〇年代アメリカに流行っていた生け花や盆栽の歴史を説く。占領軍の一員として日本へ派遣されたアメリカの将校たちと一緒に来日した奥さんたちは言葉、文化など一切わかっていない外国に住むようになったが、言葉がわからなくても楽しめるお花、植木鉢で培う植物などに興味をもつようになった。その結果、多くの米軍将校の奥さんが生け花や盆栽を習い始めた。

日本では生け花と盆栽は、特に「女性」の芸ではない一方で、アメリカの性別役割を背景に考えると「お花」はどちらかというと女性の分野だ。主人の日本での滞在期間が終わって一緒にアメリカに帰った婦人たちが日本で習った趣味を続けたくてアメリカでの生け花クラブ、盆栽クラブなどを立ち上げた。その過程でアメリカで生け花、盆栽のイメージが女性らしくなった。

第三章の延長線として、第四章では「渋い」ものがどうやってアメリカでマーケティングされたかが説明される。例えば、一九五〇年代下旬と一九六〇年代上旬に流行った「障子」と「火鉢」は、日本で知られている物と若干異なる。そのまま運輸して販売しても売れないことに気づいて、アメリカの市場に合うよう

にこの商品が色々加工されたわけだ。見た目のいい障子でマンハッタンのアパートを飾りたい米国人がいたが、やはり竹と紙で出来た普通の障子はニューヨークでよく使われるスチーム暖房に耐えられない。なので、マンハッタンで開店した高島屋百貨店は木材、ファイバーグラスやプラスチックの障子を売ることにした。（高島屋まで地下鉄で行けたことから「地下鉄で日本へ」と言うマーケティング・キャンペーンが始まったようだ。）火鉢も、石炭で食べ物を焼くことに楽しい面もあるのに対して、アパート内で炭火焼きが無理と思う主婦もアメリカでは多くいたから、結局電気火鉢が誕生してよく使用されていた。「障子」と「火鉢」は、似たようでありながら異なる物になった。

ここで強調しなければならないのは、戦後日本の現実と、アメリカ人が持っていたイメージのギャップの大きさだ。大きさと言うよりも、「激しさ」がもっと相応しい。当時の日本は必死に再発展、再建、再出発する真っ只中で、東京をはじめ街々で摩天楼が着々と空に昇って、工業、金融、交通などが再び栄えている国だった。そういう超モダンな国は、「障子」や「火鉢」どころか車、洗濯機、マンション、新幹線での出張、海外旅行などを欲していた。だから、「日本文化」を「発見」していると思っていたアメリカ人がなんとも面白い。メットラーの解釈によれば、永遠に過去に留まる日本は女性らしい日本で、男らしい戦前、戦中の日本と違って脅威にならず、アメリカの手に落ちていた。占領軍、そして日本の有識者がわざとその柔らかい日本のイメージを作り出していた。アメリカの消費者が購入していたのは、日本の単なるファンタジーに過ぎなかった。

色んな勘違いがあったが、最も誤解されていた日本文化の分子は多分「禅」だ。「禅」と言うのは、意外とアメリカと深い関係がある。次の第五章、第六章では、メットラーが「禅」の在米の根っこの下ろし方について説明する。ここでメットラーは、「オリエンタリズム」という概念に沿った論調を発展する。

「オリエンタリズム」とは何か、聞いたことのある人は少なくないかもしれないが、具体的に何を意味するのか。大英帝国がインド、エジプト、アラビアなどに膨らんだことに伴って、支配していた地域の文化、宗教、言語などに興味を持った「オリエンタリスト」が西洋で登場した。誠意を持って異文化を研究、経験したい人がほとんどだったと思うが、一九七九年に出版されたエドワード・サイードの『オリエンタリズム』という本でオリエンタリストが強く批判される。進歩しつつある西洋と対照的に据えられている「東洋」は、彼らの目から見ると永遠に子供っぽく、単純、未発展、精神的かつミステリアスに見えたが、それは大きな間違いであるとサイードはきつく指摘した。

アメリカでも、「東洋」が「精神」の場だとロマンチックに唱え

る人物はもちろん居た。しかし、そういう人物は詐欺に過ぎないという印象が強い。例えば、マダム・ブラヴァツキーというロシア人がアメリカでテオソフィーという新宗教を宣教し、「東洋」の知恵を発信していると本人は言っていたが、見極めやすいペテンでほとんど信じられなかった。つまり、狭義のオリエンタリストは、アメリカで意外と珍しかった。

ところが、禅の場合は違う。第一次、第二次世界大戦を通してアメリカはキリスト教、ユダヤ教の信仰を失い、異なる信仰を探す人が多くなった。釈宗演、鈴木大拙などの学者や臨済宗の先生が戦後アメリカで禅を宣教し、その教えがインテリやカトリック神父などの中で人気を集めた。有名なアメリカ人修道士トマス・マートンが禅学にはまってカトリック信者に座禅を勧め、アメリカ詩人ゲリー・スナイダーが禅の詩を英訳し禅の美学を広告し、そして大金持ちのナンシー・ウィルソン・ロスが禅坊主になってアメリカ人を日本へ招き禅の研究を広めた。彼らは、詐欺師ではなく、アメリカ版オリエンタリストだった。本気に東洋のことについて勉強がしたかった。

これらの人々の活動などを受けてアメリカ社会全体が禅に興味を持つようになった。障子、火鉢、映画などと同じく、本物の禅がアメリカ化する流れで変形して「ゼン」、つまりアメリカ版禅、に切り替えられた。禅という宗教、伝統などがその個性を失って、一般的な考え方として捉えられた。ゼンは、アメリカ人にとって斬新かつクール、平等的かつインテリっぽい、古くて新しい一風変わった風だった。禅についてほとんど分からないアメリカ人でさえも、ゼンという言葉を散々に使うようになった。宗教の味が希薄した一方、文化の味が濃くなった。例えばピアノの音楽家ジョン・ケージは、四分三十三秒までも及ぶ全く静かな「音楽」を作成して、それはゼンの音楽だと説明する。モリス・グレイヴスという画家が墨をでたらめに紙にこぼし滲ませた作品をゼンアートと位置付ける。そして小説家のジェー・ディー・サリンジャーやジャック・ケルアックがあらゆる英語の文法を破って「突然」の小説を「そのまま」書いて、それをゼン小説と言っていた。多少禅を研究していた彼らも、やはり「禅」ファションの波に便乗したといえよう。さらに続けると、結局アメリカ全国がその禅から抽象したゼンという概念をもっとシンプルに砕いて、Zenが時勢になった。アメリカの民衆的なテレビ番組にもいわゆるビート（つまり、Zenの生活ぶりをする人）が登場したことで禅の堕落が完璧になった。どうしても、日本文化がアメリカに上陸するとアメリカの特徴を身に着けてしまう傾向が強い。

最後の第七章では、メットラーがそのあとの「日本文化」の発展を考えて、特に「ゴジラ」という映画の東西での解釈の擦れ違いを考える。「ゴジラ」は、日本の立場からみると非常に有意義な

映画で、戦争の恐ろしさや核兵器の危険などを説教する作品だが、アメリカ人には、「ゴジラ」は単なる怪獣映画に過ぎないと思っている人がたくさんいる。要するに、戦争で負けてなかなかその経験を忘れられない日本と、戦争で勝って直ぐにその過去を流し去らせたアメリカと、互いに理解しようとしても理解し難いところがたくさん残っていた。ここでメットラーの本の題名の潜在する皮肉が浮かんでくる。「地下鉄で日本へ」というマンハッタン高島屋のマーケティングがあったが、当然、地下鉄で日本まで届かない。アメリカで味わった「日本」は、結局日本ではなかった。

ちなみに、一つ気になる点がある。メットラーの本の参考文献を見るとほぼ一〇〇パーセントの資料が英語で書かれていることに気付いて違和感を感じた。確かにこの本は「アメリカの歴史」の本と類似しているが、アメリカがどれだけ日本を勘違いしていたかと明らかにしたい意志で書かれた本として、英語の本のみを使用するという選択肢が少々腹に据えかねる。昔の「東洋」を研究する人は、できる限り現地の言葉を覚えて研究活動を行なっていたが、サイードなどからの批判を受けてあえて現地の言葉を勉強しない学者が増えている気がする。メットラーの本は、英語だけで日本を研究できるかできないかの実験として書くことを試みた本として、どちらかというと大成功で収まったと思う。が、英語圏の本のみを参考にして書かれた本に見える「日本」の定義には不安を抱く。結局、それはアメリカ人が想像した「日本」を超えることができるのか。言い換えれば、虜になった日本が勝利者アメリカに文化を教えたが、アメリカはその教えだけを持ち帰り、お世話になった先生の存在を忘れているではないかと改めて確認したい。