

## 解題

イレーネ・ゲッツ「工場・企業および官僚制組織の民俗学—その経験的調査方法と位置づけ—」

及川 祥平

OIKAWA Shohei

クリスチャン・ゲーラット

Christian GÖHLERT

本稿は『民俗学の方法 (Methoden der Volkskunde)』収録、イレーネ・ゲッツ (Irene Götz) の「Empirische Erhebungen in Industriebetrieben und bürokratischen Organisationen」の全訳である。

訳者らは2010年のアルブレヒト・レーマン (Albrecht Lehmann) の日本民俗学会における招聘事業以降、レーマン氏が編者に加わっているドイツ民俗学の方法論の概説書『民俗学の方法』の翻訳に取り組んでいる。その成果の一部は既に本誌2号にも掲載している通りであるが、同書はドイツ語圏民俗学の状況が簡易にまとめられており、ドイツ語圏の大学でもテキストとして使用されている。ここに翻訳したイレーネ・ゲッツ論文もまた同書の一部であり、ドイツ語圏民俗学における工場・企業研究の調査法を詳述するものである。日本でいえば、現在の生業研究の手法をまとめたものといえよう。

イレーネ・ゲッツはルートヴィヒ・マクシミリアン大学ミュンヘン (ミュンヘン大学) およびアルベルト・ルートヴィヒ大学フライブルク (フライブルク大学) で民俗学およびゲルマニステーク、歴史学を学んだ後、1988年にミュンヘン大学でバイエルン州における伝統文化をめぐる論文 (未刊行) をまとめ、修士号を取得した。同大学民俗学研究所に勤務しつつ研究を続け、『企業文化—文化の立場からみた大規模パン工場の労働世界 (Unternehmenskultur. Die Arbeitswelt einer Großbäckerei aus kulturwissenschaftlicher Sicht)』で1994年に博士の学位を取得している。1998年からはフンボルト大学ベルリン (ベルリン大学) に移籍し、同大学に提出した『いくつかのドイツ・アイデンティティ—1989年以降における国民の再発見 (Deutsche Identitäten. Die Wiederentdeckung des Nationalen nach 1989)』によって2003年に教授資格を取得している (同書は2011年刊行)。ベルリン大学およびレオポルト・フランツェンス大学インスブルック (インスブルック大学) で客員教授を務めた後、2007年にミュンヘン大学にもどり、民俗学・ヨーロッパエスノロジー研究所の教授に就任している。

ゲッツの専門はドイツにおける民族主義とドイツ人アイデンティティおよび労働・労働者文化、現在における生業の変遷である。とりわけ、後者の関心領域がここに訳出した論文と関わるわけであるが、ゲッツはドイツ語圏民俗学における企業でのフィールドワークのパイオニアである。ドイツ民俗学会の「労働文化専門部会」の代表者であり、また『民俗学雑誌 (Zeitschrift für Volkskunde)』および「労働と日常 (Arbeit und Alltag)」というシリーズの編者の一人でもある。

本論文を一読いただければ明らかなように、日本では90年代以降、国立民族学博物館を拠点と

して経営人類学が議論を蓄積してきた企業文化・組織文化に対し、ドイツ語圏では民俗学(=ヨーロッパ・エスノロジー)のもとでの議論が行なわれている。すでに指摘されているところではあるが、ドイツ語圏では民族学ではなく民俗学が文化人類学と接合しており、日・独民俗学の比較作業を複雑にしている。注意すべきことは、ドイツ語圏民俗学の学史的展開が、第二次産業・第三次産業の組織における調査を導いたという点であろう。無論、それは経営学やアメリカの人類学の動向を意識したものでもあったわけであるが、ドイツ語圏民俗学は、文化人類学であるがために企業文化の研究が行なわれ得たわけではなく、自文化研究を志向する民俗学であるがために、生業研究を企業文化研究へと展開させた。この点はゲッツの整理する研究史をたどれば明瞭である。ドイツにおける民俗学への反省的考察の中で、生業研究の対象を農業に限定すべきではないことは60年代～70年代にかけて自覚されていたはずであったが、そのような課題は必ずしも十全に解決されていなかった。80年代後半から90年代にかけて、とりわけ、ゲッツのアプローチをきっかけとして、企業文化研究が民俗学の研究領域としての位置付けを確かなものにしていったとみることができる。70年代～80年代のドイツ語圏民俗学における日常学化および文化概念の拡張もこのような動きの背景にある。

ひるがえって、日本の民俗学の動向をかえりみると、ドイツとの相違を強調できる点として、第一次産業をめぐる研究を引き続き深め続けた点をあげることができる。とりわけ、第一次産業の「いま」を継続的に把握し続け、複合生業論の構築や科学技術の浸透を分析し続けてきた成果は、日本の民俗学が誇るべきものといえる。また、大きな潮流を形成するには至っていないものの、第二次産業およびその従事者をめぐる研究も散見する。第三次産業の研究は、いささか立ち遅れている印象が強いが、企業と神社の関係、または企業の祭りへの参加、スーパーやコンビニが主導していく新しい年中行事の創出や季節感の演出に留意する諸議論の中で、企業の存在を分析の視野においたアプローチが行なわれており、今後の系統だった深化が期待される。特に、企業を構成する従業員集団を、文化を形成し保持する主体と見なす研究が求められることになろうか。

ゲッツの文章にもうかがえたように、企業を対象とする議論において想定される困難は、研究倫理の問題である。企業に勤務し、かつその企業を素材に研究するということを雇用者に理解してもらうには相応の努力が求められよう。無論、思惑を偽って調査をすることは許されない。また、今日の日本企業には、ブラックと称される従業員の取り扱いや、ハラスメントなどの様々な難しい問題が存在する。

調査者として企業に入ることは、大きな挑戦であるともいえよう。だからこそ、ドイツ語圏においてそうだったように、企業のフィールド化は民俗学の方法を再考する契機になるものと思われる。ここからは営利活動と学問との関係という大きな課題も浮上する。応用志向の問題を、日本の民俗学はどのように考えるべきであろうか。または、大学ないし大学院で民俗学を専門的に学んでいった人材が、一般企業においてその知識やスキルを活かすということを民俗学はどのように考えることができるだろうか。もしくは、そのような問題を考えるべき時期は未だ到来していないのだろうか。民俗学的知識の還流という現象は、民俗学が大学制度の中に位置を占めた瞬間から、想定せねばならない問題であった。話者があらかじめ民俗学的知識を有しているということに調査の場で直面するという問題だけではない。話者が大学や大学院で身に付けた民俗学的知識や技術をアカデミックではないかたちで利益の追求に活かそうとする状況をも視野におく必要があるように思われる。

日本の民俗学においても、ゲッツが示す課題は、実はすでに無縁のものではないということを強調しておきたい。