

＜書評論文＞

トランスナショナルなアイデンティティと食の実践 —— ロシアで生まれイスラエル・ドイツへ移動したユダヤ人 ——

Julia Bernstein
*Food for Thought:
Transnational Contested Identities and Food Practices of
Russian-Speaking Jewish Migrants in Israel and Germany*
(Campus Verlag, 2010)

安 井 大 輔

はじめに

人の移動現象と移動する人々を対象とした研究は、移民の出身地域の多様化に伴い、マルチエスニックな状況や複層化したアイデンティティを分析考察するようになりつつある(安井 2012)。そして移民のアイデンティティに深くかかわるナショナリズムやエスニシティ、階級、ジェンダーはしばしば彼らの食文化と結びつけて論じられてきた。アイデンティティ・マーカーとしての食の研究は、特定の食材、料理、クッキングブックやレシピとそれらに関する言説を対象に、隠喩／換喩、意味を歴史、社会背景によって説明する。そして、食が差異を強調して集団の境界を明確化すると同時に、集団を結びつける作用をもつことが明らかにされてきた。移民を論じるのに食文化は重要な要素となっている。

ユダヤ人とその文化を対象とした研究は数多くあるが、本書はそのなかでもソビエト連邦(以下、ソ連)で生まれ育ちイスラエルとドイツへ移住したユダヤ人という移動する人々を対象とした比較研究であり、食を介して彼らの個人的・集合的な所属意識の流動性、可変性、相反性を明らかにする独創的なエスノグラフィーである。

ソ連ではベレストロイカとその後の連邦の崩壊にいたる社会的混乱から 1990 年代を通

じて大量の移民が生み出された。なかでもソ連に暮らしていたユダヤ人は、アメリカと並びその多くがドイツとイスラエルに移住した。彼らロシア出身のユダヤ人は、ユダヤ人でありロシア人であり、かつイスラエルやドイツという新しい受け入れ国の国民であるという多面的・重層的なアイデンティティを持つこととなり、複雑な状況に陥り逆説的な希望と欲望に直面することとなった。

本書は彼らの日々の生活に光を当て、移民と各国のナショナル・アイデンティティとの間で結ばれる複雑な関係を詳細に追っていく。特に「ロシア」の食料品やパッケージ、それらの販売および消費の形式に注目する。これらの描写を通じて移民の動的な社会・経済的および文化的な生活世界とその世界に生きる移民の自己定義が分析される。移民は時に競合するようないくつかの異なる社会に所属することになる。この社会状況に対応するためトランスナショナルな関係性が重要な役割を果たしていることが見いだされる。

本書の著者 Julia Bernstein は文化人類学と社会学を専門とする研究者である。2012 年現在、ドイツのケルン大学の講師を勤めている彼女は、モノ文化や食消費の分析を通じて、移民過程やポスト社会主義国の社会やアイデンティティの変化を研究している。

1 本書の構成

本書は全 8 章からなる。以下、各章の内容を紹介しよう。

序章にあたる第 1 章では本書の概要が紹介される。移民と食を対象とする先行研究の検討、問題設定、調査手法、比較の観点および調査対象者の一般的情報が述べられる。調査対象であるロシアで生まれ育ち、イスラエルとドイツへ移動（移住）したユダヤ人移民（以下、対象者）がどのような人々であるかが紹介され、本書の目標はユダヤ人であることが彼らの具体的な社会生活で何を意味するのか、ソ連のユダヤ人としての感覚・理解がイスラエル・ドイツへの移動のあとどのように変化したのかを明らかにすることであるという。

第 2 章では、社会主義の国から資本主義の国へ移住した対象者の反応を扱う。ソ連の脆弱な食料供給システムに苦しめられていた彼らは、西側の豊かで安定したシステムに驚くとともに自分たちのものと異なる消費文化と大量消費社会に不協和を起こす。本章ではロシア食品店で行われる日々の消費実践を分析し、社会主義システムから「資本主義世界での生活」に移行した結果の行動パターンの変化について論じられる。

第 3 章では、消費社会であるイスラエル、ドイツにおいてソ連時代に形成された生活習慣が調整される過程に焦点が当てられる。かつての生活がどれほど苦しいものだったとしても、生活の中で作られた消費に対する考えや技術は移動したのちも形を変えて継続され

る。本章では移動前に描かれた物質的に豊かな生活の夢が移動後いかに修正されていくのかをみていく。そのためにソ連で物質的・経済的欠乏を表すために使用されていたさまざまな用語が、新しい社会でどのように再使用されるのかを分析する。

第4章と第5章では、第3章で取り上げた消費に対する観点に基づき、ロシア食品店における消費の形式や考え方についての議論が展開される。4章では、イスラエルとドイツにおけるロシア食品店の商品にみられる多様で時に競合するイメージが分析される。チョコレートやチーズなど食品パッケージの写真が紹介され、その表象とそれらに関する語りから文化的・社会的な所属の感覚について議論する。特に食品がホーム（故郷）やホームランド（故国）を喚起させる作用に焦点が当てられ、ロシア食品店の持つ多面的な意味が詳述される。続く5章では、4章でみた多面的なイメージが競合することで引き起こされるトランスナショナルな矛盾が分析される。この分析からは異なる国レベルでの語りが、いかに同じ枠組みの中で共存するのかとともに、いかにイスラエルやドイツへの移民の集合的アイデンティティに関わる役割や位置づけをめぐる葛藤を引き起こすのかが示される。特に国民食とされており、かつ異なった社会的文脈で境界を越えアイデンティティの象徴となっている豚肉とキャビアの消費に焦点が当てられる。ここで論じられているロシア食品店は、従来のエスニックビジネス研究において指摘されてきた、グローバルに展開されるトランスナショナルな大企業や移民居留地の閉鎖的なニッチ産業といったビジネス像とは異なる。緊密な親族ネットワークはないものの代わりに高等教育歴や豊富な人的資本を有し、小規模でありながらも国境を越えた活動を展開しロシアの雰囲気を再現しているこれらの店にはヴァーチャルでトランスナショナルな居留地という新しい概念が適合すると著者は主張している。

第6章では、ソ連のユダヤ人であることがいかに移動され、再構成され、行為されるのが検証される。著者によると、ソ連においてユダヤ人であることは「可視的な他者」「有用な人材」「イスラエル国家に憧憬を抱くもの」「ユダヤ人になろうとすること」という四要素から構成されるという。本章では、これら四要素がイスラエルとドイツという異なる文脈で解釈され、それぞれの国でロシア語を話すユダヤ人として生きることがどのようなものであるのかを *triple trans-Jewish affiliation* という概念に基づき議論する。

第7章では、ドイツで暮らすロシア語を話すユダヤ人の日々の生活における第二次世界大戦とホロコーストの意味およびトランスナショナルな実践を扱う。ドイツに暮らすソ連出身のユダヤ人の集合的・個人的アイデンティティを構成する三つの語りの共存や統合および相反が問題とされる。三つの語りとは、「ソ連における第二次大戦の勝利者としての語り」「ホロコーストの語り」「ドイツにおけるナチスの過去についての語り」である。ホ

ロコーストと第二次大戦に対する認識について、ドイツに暮らす対象者とイスラエルに暮らすユダヤ人が比較される。本章では、トランスナショナルな人生の経歴の中で、それぞれの国での過去の出来事についての公式の記憶と政治的な語りと社会的世界の構築が衝突する状況の下、移民がどのように反応するのかが示される。

第8章では、ロシア語を話すユダヤ人が新しい環境で生活することで生じるような、二つの社会的世界が同時に存在しつつ競合するという多角的な矛盾と逆説を提示し議論する。逆説に対応するための自己の位置づけと個人的戦略を分析し、このエスノグラフィー全体をまとめ、最後に本書の理論的貢献と今後の課題が述べられる。

400ページを超す本書の内容をすべて詳述するには紙幅の限界があり、論点を絞って取り上げざるをえない。本稿では、2節で本書の研究手法と対象者について紹介し、3節では食に関する事例について要約し、最後に本書の位置づけを考察する。

2 研究手法と調査対象者

本書はロシアとイスラエルとドイツにまたがるマルチサイティッド・エスノグラフィーの手法で描かれた比較研究である。主な調査手法はロシア食品店での長期的参与観察と対象者へのインタビューである。参与観察ではロシア食料品店で売られる食料品を包むパッケージを収集するとともに、オーナーや従業員および店を訪れる客たちへインタビューを行っている。インタビューは二年間かけてイスラエルとドイツの対象者の家を訪問して行われ、すべてロシア語で実施された。対象者の数はイスラエルではハイファ市の30家族55人であり、年齢は48歳から65歳であり、その多くは50歳以上である。ドイツではStandstadt市⁽¹⁾の30家族57人であり、年齢は46歳から65歳である。Standstadt市に暮らすユダヤ人の多くがソ連からの移住者である。著者自身、ソ連出身のユダヤ人でありイスラエル、ドイツで暮らした経験を持つ移民であり、彼女は自身の社会化、パーソナリティ、個人的来歴がフィールドから受け取る情報を理解するのに重要だったと述べている。

ここで対象者の来歴と彼らを取り巻く環境をみておこう。1990年から95年にかけてロシアからイスラエルへの大きな移動の波があり、ドイツへの出移民は1995年から始まっている。彼らロシアから来たユダヤ人はイスラエル、ドイツ双方でユダヤ人ではなくロシア人として扱われる傾向があり、シオニズムやホロコーストの過去ゆえに彼らは本来受け入れられるべき存在であるにもかかわらず、実際のところ望まれざる客とされていると

⁽¹⁾ 個人の特定を避けるために市の名前は仮名にされている。

いう。彼らの多くは経済的・社会的な混乱を避け生活水準の上昇を求めて移住し、移住先の消費文化の洗礼を受けている。主な対象者である年長者は高等教育を受けた専門家でありながら、言語的な障壁もあって移住前の専門知識を生かした仕事に就くことができず社会階層の底辺に位置付けられている。一方でロシア語話者のコミュニティに参画し、CIS（独立国家共同体）、イスラエル、ドイツのユダヤ人の親戚や友人たちとトランスナショナルなネットワークを作り活発な接触を保っている。

3 移民の食の多面性と相反性

3-1 ロシア食品のパッケージ

移民は移住先の社会や移民居留地のなかで葛藤し、独特のアイデンティティを編成する。日々の生活における変化が移民の食に反映される。故郷の味は昔の記憶を喚起させるが、対象者も食を通じて失った故郷を新しい社会に再び築こうとする。食料品についての語りとその語りで醸成される故郷イメージは“true fiction”（Clifford 1986）として機能する。こうした働きは新しい社会に適応しようとする移民のエージェンシーを象徴しており、著者は「食（身体）を通じて考える」行為と位置付けている。特にロシア食料品の食品パッケージや販売方法および食品についての語りに注目することで、移民の自己定義を考察する。

移住先のイスラエルやドイツのスーパーマーケットではロシアで体験していたように品物が少なく長時間行列を待つこともなく物品を購入することができる。しかし対象者は慣れぬ品々に囲まれ落ち着かず、何を食べてもおいしく感じられず、ホームシックやホームレスの感覚に陥るという。そのような心理状態の移民にとって「息ができるようになる」場所がロシア食品店なのだ。ロシア語で会話することができ、故郷で親しんだ品々に触れることができる空間に行くことで故郷にいるような気になれるという語りが紹介されている。こうしたノスタルジーに訴えかけるパッケージが数多く作られている。

ただし「故郷の味はおいしい」という移民の嗜好は、あくまで社会的文化的文脈の中で解釈されるものであり、単なる懐古趣味にとどまるものではない。たとえば *Doktorskaya* [ロシア語で Doctoral の意] Sausage という安価なソーセージがある。これはソ連時代に菜食主義者が食べていたと冗談で語られていたような粗悪品だが、今なお移住先の食品店でも人気商品である。こうしたソ連の生活において忌み嫌われていた食品は CIS から訪ねてきた友人に紹介され、逆にこんなものまで売られているということから新しい社会の豊かさを示す指標ともなっている。一方で、社会主義社会で身につけた節約や精神性を重んじる価値観を思い起こさせ西側の物質的な消費文化を戒める役割を持ってい

る。

また政治的アイコンが登場する品々が数多く紹介される。レーニンやスターリンなどソ連の政治家の肖像写真が印刷された食品や雑貨、ミサイルの形を模した Red Army Vodka などの商品が、対象者にとってノスタルジックなものと感じられている。これらの商品は非ロシア人には皮肉ととられている一方で、在外ロシア人にはロシアと結びつくポジティブなものを受け止められており、かつての政治体制に批判的なものであっても疑問を呈する者はいない。この心理には移住先の社会で周縁化され、失った誇りや栄光を取り戻したいという対象者の置かれた社会状況が反映されているが、一方で十月革命やポリシェビキといった政治領域の用語とは結びつけられずまた政治的な主張とも結びつきはしない。むしろかつての自分たちの生活が再収集された記憶や経験とつながられている。食品は食品として、（直接触れて食べることのできる範囲にとどまる）身体的限界として昔の楽しい思い出とのみ結びついたただおいしいものとして消費されている。

赤の広場、クレムリン、赤と金の色といったソ連イメージは連邦崩壊後のロシアイメージにも連続して用いられている。現在のロシアのナショナルなシンボルは移民の文化的指標としても引き続き用いられることになる。しかしながら、ナショナルなイメージを構成するロシアのマジョリティによる言説のいくつかはロシアのユダヤ人の歴史に対する態度と矛盾するものでもある。たとえばロシア食品パッケージにはコサックの姿が描かれることも多いが、彼らはユダヤ人虐殺の指揮者でもあった⁽²⁾。こうした反ユダヤ主義を想起させる食品を移民が入手するのは、剥奪状態にある彼らの葛藤に関係している。出移民の理由の一部にナショナリズム化の進むロシアで高まる反ユダヤ主義があるものの、ロシアで形成された嗜好性も含めた価値観は彼らの身に染みついていもいる。それゆえに、パッケージの暗喩する反ユダヤ主義に気づきつつも故郷の味を求めてしまう。

こうした場合、有名なブリア＝サヴァランの「どんなものを食べているか言ってみたまえ。君がどんな人であるかを言いあててみせよう」(Savarin 1825=1967) という言葉は、対象者の苦悩を説明できないことになる。彼らは反対に「何を食べているか」と「自分が何者か」とは無関係であると考え、矛盾に対応しようとする。ナショナリスティックなロシア食品とその表象のもつ歴史的な意味との関係を指摘した著者に対し、対象者の一人は「大事なのはパッケージの絵ではなく味だから」「悪い印象を消去し結びつけないようにする」と語る。このように対象者は身体に残るロシア性とパッケージの反ユダヤ主義の双方

(2) たとえばウクライナ・コサックの指導者であったボフダン・フメリニツキー (1595-1657) はポーランド・リトアニア共和国に対する独立戦争を起こした英雄とされ食品パッケージに描かれることもあるが、同時にユダヤ人大量虐殺の指導者でもあった。

に対応するために、元のイメージを無視したり修正したりする戦略を採用している。

3-2 トランスナショナルな移民のナショナルフード

対象者にとってロシア食品店はロシアの文化や歴史を感じさせる場所であるとともにイスラエル、ドイツの文化・歴史が交錯する場所でもある。食とネイションのつながりを問う研究（代表的なものとして Appadurai 1988; Mintz 2003 など）は幅広く行われているが、食の実践を介した移民によるナショナルな語りの構築・修正の研究は未開拓の分野である。トランスナショナルな現実を生きる移民にとってナショナルフードを取り巻く言説は矛盾することもある。本書ではこうしたトランスナショナルな食の実践に含まれるナショナルな語りの共存と衝突についても検証される。

その例として取り上げられるのが豚肉である。ユダヤ教では豚は不浄な生き物と考えられ、食べることを禁じられてきた。一方、ロシアとウクライナでは「正しく」「真正で」「正統的な」肉とされる豚肉やポークソーセージはナショナル・アイデンティティを形成する中心的な役割を果たしており、世俗化の進んだロシアのユダヤ人の間でも豚を食べることはユダヤ人であることと切り離して考えられてきた。が、イスラエルとドイツでロシアからの移民が豚を食べることは異なる意味を持つ。イスラエルではロシア出身ユダヤ人は人口の2割を占めるほど多く、豚肉を提供するロシア食品店や食堂は非ロシア出身者の基準や嗜好にも影響を与えている。彼らの豚を食べながらもユダヤ人になろうとする姿勢は、文化的同質性を求める厳格な宗教者からは受け入れがたいものとみなされ、豚肉を提供するロシア食品店主はユダヤ人でないと考えられることさえある。またドイツでは地元の非ユダヤのドイツ人に豚肉を食べるユダヤ人はユダヤ人なのかと問いかけられ、ユダヤ人になることは何を意味するのか悩む場合がある。

ただしイスラエルでは豚の消費に対して議論が続いているものの、ロシア出身ユダヤ人も（豚肉を食べることがタブーでない）世俗化したユダヤ人も多いため、豚肉食の禁止はユダヤ人であることの絶対的な必要条件ではなくなっており、イスラエルに暮らしていることをもって彼らはユダヤ人として認知される。一方、ドイツでは相対的な人数も少なく、非ユダヤのドイツ人から集団としては（ユダヤ人ではなく）ロシア人とみなされるがゆえに、自発的な豚肉食の禁止などを行いユダヤ人になろうとすることが求められる。

こうしたナショナルな言説の違いから、彼らのアイデンティティにも変化がみられる。ドイツでは正統的なユダヤ人であらしめる圧力があるため象徴的なものだけでもユダヤの伝統と文化に関心を示すものが多いが、イスラエルではイスラエルに「帰還」して暮らすことでユダヤ人であることが担保されるためにシナゴグ（ユダヤ教の会堂）に行か

ない者も多い。さらにドイツでは永住権を得るのに定住期間が必要で、その間ドイツに暮らしながらもロシアやイスラエルにも所属するトランスナショナルな故郷感覚が維持される。一方、イスラエルではシオニズムイデオロギーの元、どのようなユダヤ人も正統的ユダヤ人国民となり集合的アイデンティティの一部として包摂される。そのためユダヤ人アイデンティティに関してはドイツの対象者のみ葛藤が続くことになるという。

おわりに

本書はマクロな故国とメゾ・ミクロな故郷の関係を軸に、食を手がかりに移民とナショナル・アイデンティティのあいだの複雑な関係を提示する。ユダヤ人でありロシア人でもありかつ新しい受け入れ国の市民でもあるという多様かつ重複的なアイデンティティ状態に移民がどのように対処しているのかを明らかにしている。

それぞれの地域で共有される文脈、そして移民ならこうあるべきという期待に応じ、移民として、そして／または異国に住まうロシア語を話すユダヤ人としての「私たち」というカテゴリーがどのように展開されるのかが議論される。イスラエルとドイツどちらの国においても、「私たち」となることは対象者が地域からのまなざしにさらされ二項対立的で序列化された固定的カテゴリーを受け入れまいとする過程でもある。というのも、それは、自分たちがローカルな社会階層の底辺にいる移民という現在の地位を受け入れることになるからである。こうした特有の疎外感を抱える移民にとって、移民居留地におけるロシア語を話す人々のトランスナショナルなネットワークは安心感を与えられる場所となる。ここで移民は故郷と通じる感覚を探し求め食品パッケージのような母国イメージを醸し出す表象を生み出していく。そして資本主義世界への新規参入者、かつてのソ連知識人、ロシア文化の体现者、「ユダヤ人」といった多面的なアイデンティティを再定義し、修正し、行為するようになる。

このように本書は全体として、送り出し国と受け入れ国という少なくとも二つの所属を持つ移民が「私たち」としての想像の共同体のカテゴリーを参照する方法を論証してきたものといえる。想像の共同体はあらかじめ人々の心の中に存在しているのではない。たとえば想像上のものであったとしても、それは安心できる場所を作り出そうと人々が日々くりかえす実践から生みだされたものなのだ。数々の食品や広告というマテリアルと人々の語りに基づき、異なる国民食が衝突し共存する状況と、その状況に対する実践を描き出す本書は、国際的な人の移動が加速するなかで複雑化する移民と食の研究に対し、一つの方向性を示しているように思われる。

本書は移民個々人の生活を通して見えてくる日常的な問題に焦点を当てているために、その背後にある各国の移民統合政策と移民のトランスナショナルな性格との相互関係性については十分には取り上げてはいない。しかしながら、周縁化された移民が競合する所属関係に対処し、いかにトランスナショナルな実践を行っているのか、その多層的で動的な過程を比較し緻密に記述することで、ロシア出身ユダヤ人という一枚岩にはとらえられない対象の多様性と共通性を描写することに成功しているといえるだろう。

参考文献

- Appadurai, Arjun, 1988, "How to Make a National Cuisine: Cookbooks in Contemporary India," *Comparative Studies in Society and History*, 30 (1) :3-24.
- Clifford, James, 1986, "Introduction: Partial Truths," James Clifford and George E. Marcus (eds.) *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*, pp.1-16, Berkley: University of California Press.
- Mintz, Sidney W., 2003, "Eating Communities: the Mixed Appeals of Sodality," Düring Tobias, Heide, Markus and Müheisen, Susanne (eds.) *Eating Culture: The Poetics and Politics of Food*, pp.19-34, Heidelberg: Universitätsverlag Winter.
- Savarin, Brillat, 1825, *Physiologie du Goût, ou Méditations de Gastronomie Transcendante; ouvrage théorique, historique et à l'ordre du jour, dédié aux Gastronomes parisiens, par un Professeur, membre de plusieurs sociétés littéraires et savantes*, Paris. (= 1967, 関根秀雄・戸部松実訳『美味礼讃』岩波書店.)
- 安井大輔, 2012, 「多文化混交地域のマイノリティ——接触領域の食からみるエスニシティ」『ソシオロジ』社会学研究会, 57 (2) :55-71.

(やすい だいすけ・博士後期課程)