OUKA
The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	重なり合う二つの「伝統」 : 米国先住民ホピの宝飾品産業におけるデザインの応用と流用
Author(s)	伊藤, 敦規
Citation	デザイン理論. 2012, 59, p. 130-131
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53465
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

重なり合う二つの「伝統」
米国先住民ホピの宝飾品産業におけるデザインの応用と流用

伊藤敦規／国立民族学博物館

2010年現在，アメリカ合衆国（以下，米国）政府は約550の先住民集団を承認しており，アリゾナ州北東部に保留地を有する人口約11,000人のホピはその一つである。ホピは，米国人類学会の形成基盤であった民族学局の研究者などによって，およそ120年前から調査・研究対象となってきた。文化人類学的には，天水耕作，儀礼，言語，社会組織，そしてさまざまな美術工芸品（籠，土器，木彫人形，テキスタイル，絵画，宝飾品など）といった観点からその名が知られている。

さて，本稿で注目する宝飾品（銀細工）に関して言えば，米国南西部には，ホピに限らずナヴァホやズニなどのように，銀やトルコ石やサンゴといった稀少石を素材とするジュエリー制作を行う民族集団がいくつか存在する。そして，彼らが制作する作品群は，一般的に「インディアン・ジュエリー」と呼ばれる。ただし，親族集団のシンボルであり，かつ神話に登場する動植物や自然現象のデザインと，デザインを起こした銀板を糸鋸で切り抜いた後にもう一枚の銀板に貼り合わせる「重ね合わせ技法」という制作技法との組み合わせは，ホピに特徴的な表現形態といえる（ホピ様式）。

そもそもインディアン・ジュエリーは，米国南西部先住民が日常的に，そして諸種の儀礼時に装飾品として身に付けていたものであった。それらはサンタフェ鉄道の開通をはじめとする20世紀初頭の当地の観光開発化の過程で，白人の観光業者が観光商品としての価値を見出し，土産物として流通させていった歴史がある。1960年代後半以降は，ハリウッド・スターやヒッピー等がファッションや傾倒する思想（例えば反原発）を表現するための一要素として採り入れた。近年では日本国内での消費が顕著である。

一般的に民族集団が制作する美術工芸品は，その来歴が伝統的なものと捉えられがちである。ところが，ホピの宝飾品は必ずしもそうとはいえない。その理由は，第一に，重ね合わせ技法が1930年代から1940年代の米国政府の対インディアン政策，特に社会経済開発政策の一環として創出されたことである。当時まだ近隣の民族集団の制作技法を踏襲していたホピの銀細工作品は，ホピ製か否かを容易に判断する基準がなく，そのため「一民族一特産品」を創出しようとした国家政策の格好の対象となったのだ。第二に，第二次世界大戦中の物資不足が解消された後に，ホピ保留地内に建てられた復員軍人職業訓練学校において銀細工制作のデザインを指導したフレッド・カボーティというホピの画家が，遺跡から出土した土器に描かれた意匠や文様にホピ性を見出し，新規に銀細工作品に応用したことである。このように，ホピ様式を構成する技法もデザインも，歴史上のある時期に，近隣の他の民族集団の様式との差異を強調する商品化を前提として，人為的に創りだしたり応用したものであった。

その後，需要の増加とホピの作家の間での技術の普及に伴い産業は成熟していった。換言すれば，銀細工・宝飾品制作を生業とする作家の数が増加していった。1970年代には作品の完成度もあがり，チャールズ・ロロマのように抽象的な作品を手がけたり，そうした

ホピ様式の作品（国立民族学博物館蔵）

作品に抽象的な題号を付す作家も表れた。彼の作品は，米国を訪れる国賓への贈答品として選ばれることもあった。つまり，ホピの銀細工や宝飾品は，単なる当地の土産物やファッションの一要素としてだけではなく，国家を代表とする文化資源として政府に認められたということもできるのである。

こうした状況もあいまって，市場では，ホピ様式＝ホピ製＝手作業＝高品質＝希少＝高額といった認識が高まっていく。近郊都市まで150km も離れている保留地に暮らす多くのホピの人々にとって，村落で儀礼を司り，農作業に勤しみながら，必要な現金を都市での労働をせずに獲得できることは，作家本人のみならずその家族や親族というコミュニティ全体の維持と将来的展望を抱けるという側面からも喜ばしい状況であった。

しかしながら一方で，高額ながらも需要が高く供給量の少ないこと，さらに消費者の間でデザインと技法からなるホピ様式の認知度が高まっていったことで，招かざる状況も生じた。ホピの人々が手がける作品だけではなく，ホピ様式を流用する模倣品や，生産者を偽る偽装品が市場に混在するようになっていったのだ。

もちろんホピの作家間でも模倣はしばしば行われている。しかし，そうした模倣はオイとオジ，イトコ同士といった特定の親族間での同意に基づく教育目的の行為である。デザインを流用したり，鋳型に溶解した銀を注いで複製を作る簡易な方法とは根本的に異なるものなのだ。また，ホピの銀細工・宝飾品作家は，ホピ様式によってホピ製を保証しているわけではなく，個々の作品の裏面などに制作者を示す落款（ホールマーク）を刻印する。偽装品とは非ホピが製造したものをホピ製と騙る場合と，落款を模して特定の作家作品を騙る場合とがある。

ホピの宝飾品産業史の初期には，遺跡から出土した土器に描かれた意匠の応用という，史実に基づかない過去とのつながりとしての伝統性を，トップダウン的にホピの間に普及させていった。近年では，模倣品・偽装品の流通という状況に対して，独自の様式を自分たちが育んだ知的財産とみなし，その排他的使用権を主張するようになってきた。ホピの人々は，非伝統的来歴であるホピ様式の創出過程という過去の出来事に加え，それを継承してきた民族集団としての集団性や政治経済史にも目を配りながら，ボトムアップ的にホピ性の主張を行っているのである。

ホピ様式の作品（右）と，デザインや技法や落款を模したコピー商品（中，左）