



京都市の文化政策における一つの課題

ー鑑賞者開発という視点ー

河 島 伸 子

1 文化政策の基本的課題

京都の文化的豊かさは、国内外を通じて広く知られるところである。神社・仏閣といった歴史的建造物と庭園、彫刻や絵画などの芸術作品から、そこで催される行事の数々、能楽、舞、雅楽などの古典芸能、茶道や華道などの生活文化、そして人々の暮らしに息づく京都独特の生活美に至るまで、枚挙にいとまがない。さらには、現代文化、アート、ポピュラーカルチャーなどの世界においても、京都は日本の文化活動の重要な発信地としての地位を占めている。

これらの中には、京都市の文化政策における重点的対象として何らかの支援を受けているものもあれば、特に支援の対象にはなっていないも

かわしま のぶこ 同志社大学経済学部教授。東京大学教養学部教養学科（国際関係論専攻）卒後、電通総研研究員、英国ウォーリック大学文化政策研究センターリサーチフェローを経て、1999年より同志社大学にて、文化政策論及び文化経済を教える。社会政策・行政学修士（ロンドン・スクール・オブ・エコノミクス、大和新渡戸フェローシップ）、法学修士（ロンドン・スクール・オブ・エコノミクス）、文化政策学PhD（ウォーリック大学）。共著に後藤和子編『文化政策学』有斐閣（2001年）、川崎賢一・佐々木雅幸・河島伸子著『アーツ・マネジメント』放送大学教育振興会（2002年）、電通総研編『企業の社会貢献（フィランソロピー）個人・企業・社会の共生』日本経済新聞社（1991年）、電通総研編『NPOとは何か』日本経済新聞社（1996年）など。

のもある。文化政策を正当化する理論としては、「その卓越した活動・遺産が、市場システムの中だけでは生き残ることができない恐れがある。逆に言えば、市場の欠陥を補うために政府が介入する。」という考え方があるため、市場の中で発達していけるタイプの活動が政策対象からはずれることには特に問題はない。あるいは、生活様式のように、立派な文化でありながら、そもそも市場や政策的介入といったものとなじまないタイプのものもある。

さて、文化政策には、もう一つ、重要な基本的考え方、目標がある。それは、「優れた文化をなるべく多くの人に共有してもらうこと」である。誰もが等しく全ての文化的ジャンル、活動に常にふれていなければならない必要は、もちろんないのであるが、せっかく優れた文化的所産物があるのであれば、それをなるべく人々にとって近づきやすい形に持っていくこと、さらに既にそれにふれている人々にとっての経験、文化との関わりがより深いものとなるように工夫することは、重要な政策課題であると言える。このような政策領域を私は「鑑賞者開発」と呼んでいる。

従来の地方自治体における文化政策、文化行政においては、「市民の誰にとってもわかりやすい文化の紹介」をまんべんなく行うことは、前衛的・実験的活動の育成に比べて賛同を得やすい、安全な政策として優先的地位を占めてきた。しかし、ここでいう鑑賞者開発とは、比較的多くの人の共感を得やすいタイプの芸術表現も、そうではない先鋭的な表現も含めて、それらに対する人々のアクセスを少しでもよくし、人々と文化とのパイプを太くしていくことである。このような政策目標は、中流社会的な意識が強く、社会的な差異が意識されにくい日本社会においては明確に意識されることが少なかったが、人種や社会階層がはっきりと分かれている欧米の文化政策においては、第二次大戦以後、常に重要な

課題とされてきた。

確かに、文化的な活動への興味は、ある意味では個人的嗜好の問題であり、そこに政策が介入していくことは余計なお節介であるように思われる。また、今日ではインターネットの発達などにより、情報は山ほどあり、人々が何かに興味を持てばそれを得ることは比較的容易にできる。しかし、果たして文化に対するアクセスは、それほど平等であると言えるのであろうか。もし不平等であるとすれば、そしてその原因、すなわち文化に対するバリアが特定できるのであるとすれば、その解決に向かうことは重要な政策課題であろう。

2 ユーロパ諸国における文化政策

(1)文化へのアクセスを妨げるバリア

この問題に早くから取り組んできたユーロパ諸国においては、このような文化へのアクセスを妨げるバリアを次のようなものであると考えてきた。第1は、地理的な要因である。もっともわかりやすいものであるが、文化活動を楽しむ機会が自分の行動範囲にない、という問題である。これに対する文化政策には、具体的には、全国各地を巡回する文化団体の設立支援（イギリス）、全国各地を巡回するコンサートなどの活動を企画運営する組織の設立（スウェーデン）、全国各地における文化センターの設立（フランス）、遠隔地における文化施設までの交通費補助（イギリス）などの形態をとった。これらの政策は、しかし、期待されていたほどの効果を上げず、文化への参加比率は高まらなかった。

第2のバリアとして考えられたのは、経済的な要因である。通常、政府の芸術文化関係に対する公的支援は、公演などにかかる経費への補助

と考えられており、それによりチケット代の低下が想定されている。しかし、それだけでは不十分であり、むしろ消費者に対する直接的な補助金としてバウチャー制度が考えられた。これにより、一定の範囲内で、どの公演に出かけても消費者が通常より低い料金で楽しむことができるため、経済的バリアを取り除くことができると思われるが、実際のところは、バウチャーがなくてもいずれにせよ文化活動を楽しむことに積極的な人だけがそれを利用するという結果に陥るため、あまり効果的な制度ではない。

第3のバリアとして想定されたのは、特に身体的障害を持った人々にとっての、物理的アクセスの問題である。文化施設にスロープを設けたり、ミュージアムなどで展示品に点字の表記や音声ガイドを加えていく、といった活動がこれにあたる。我が国においても近年はこの面でのアクセスは改善されている。これらはそれなりに重要なものであるが、実は物理的な面での改善だけでは、障害者にとってのアクセスは必ずしもよくなるものではない。アクセスを阻む障害を取り除くだけでは不十分で、彼らに積極的に働きかけなければ参加は促せないのである。

私がイギリスで取材した例では、身体障害者が文化を楽しむための手助けをするNPOがあり、ボランティアの人々により、身体障害者を文化施設まで送迎するサービスを提供している。このようなサービスがなければ、どれほどスロープやエレベーターを設置して観客を待っていても、結局、実効性は低い。このNPOの場合、サービス利用者とボランティアの興味になるべく一致するようアレンジし、両者が一緒に楽しめるように工夫されている。さらには、身体障害者にとって必要な種類の、文化施設に関する情報の提供も必要である。公演や展覧会などのイベント情報、そして文化施設の身体障害者用設備に関する情報を、目が不自由な

人々も内容を把握できるような形で提供していかなければ、前述のような‘エスコート・サービス’も効果を発揮できない。

第4番目には、上述の点に関連するが、情報面でのアクセスを改善していくことである。ある程度文化に興味を持っている人々に対してなら、街角のポスターやリーフレットは効果的だが、これらのものはそもそも基本的に興味を持っていない人の目には入ってこない。ところが、身近な人間から直接「この公演が面白かった」などと聞くと、そうかな、と思うものである。そのような口コミネットワークを積極的に整備する、スコットランドのエディンバラにある鑑賞者開発サポートセンターの事例を取材したことがある。この団体では、タクシー運転手、ホテルの従業員、美容師などに対する文化参加の機会を提供している。実際、これらの人々は、文化イベントに出かける度に、自分なりの判断を形成し、お客さんたちに情報を伝えているという効果を生んでいる。

(2)文化へのアクセスを妨げるバリアの根本的な問題

さてここまでは比較的わかりやすいもので、文化政策あるいは文化の現場にいる人々が資源を注ぎ込むか否かという問題である。文化的享受の機会を平等化しようとする政策には、しかし、より根本的、構造的な難しさがあるため、どれほど上述のような経済的要因や地理的、物理的要因を取り除いたところで、「来る人は来るが、来ない人は来ない」という状況は大きく変わらないのである。

その理由の第1は、フランスで1960年代からブルデューら社会学者の研究が明らかにしたように、「文化資本＝文化を楽しむための基本的知識、能力」の不平等という問題がある。この不均衡を正すためには、表面的なバリア除去策ではなく、「文化享受能力」を高める政策が実は必要と

されていたのである。文化的機会を享受するか否かを決定づけるのは、贅沢的消費のできる可処分所得の有無ではなく、むしろ「文化享受能力」すなわち「記号」の解読能力の有無である。芸術文化においては、作品の意味・面白さは記号として隠されていて、その記号を読み解く力がある人ほど、鑑賞が楽しめる、ということである。もちろん芸術の中には、またポピュラー文化の多くは、知識や技術がなくとも感動したり楽しめたりするものは少なくない。しかし、その作品がおかれている文化の文脈、作品のメッセージ、メッセージの社会的背景、アーティストの評判、テクニックの素晴らしさなどの観点において、わかりやすい情報があれば、それらを総合して現在目の前にある作品をどう理解・鑑賞したらよいのか、手がかりが得られる。そのような情報は、長年の家庭教育と学校教育の中で教えられていくものであり、これを豊かに持つ親の子供は、自然と文化資本を継承し、文化の鑑賞者となるのである。このような仕組みに対して修正を加え、文化資本が少ない人々に対してそれを与えるためには、文化団体が大人（そして子供、若者）に対して積極的に教育普及活動を行わなければならないのである。

次に、どれほど具体的なバリアを除去しようとも文化の享受、文化への参加が平等になっていかない理由の第二は、文化政策が普及させようとしている「文化」そのものの問題であるとヨーロッパでは考えられるに至った。文化政策における「文化」の定義があまりに狭いこと、すなわち社会的に優位な立場にある層が考える、ヨーロッパに正統なオペラや音楽、美術といった文化に限られている。一方で、移民が増え文化的に多様な社会になっている現状に、文化政策は対応していなかった。この問題への認識が高まり、その後多種多様な集団から発生した多様な文化を政策対象として認めようという方向に動いた。

この問題は特に欧米のように人種的に複雑で、かつ社会的・経済的階層が明確に意識されている社会に特有な問題のように思われるが、我が国に全く無関係な問題だとは言えない。学校教育における音楽や美術の中で紹介されていて、国民の多くが「優れた歴史的作曲家、美術家」と認識している人々や作品がそのように位置づけられているのは、なぜだろうか。そのような評価は自然に生まれたものではなく、ある種の権力的構造を反映して長年の日本の教育、文化の中で固定されてきた序列である。特に今日のように、多文化化が進む地域において、このような文化的序列を保持し、これに違和感を持つ人々のニーズに応えないでよいとは言えない。我が国において多文化社会という言葉が聞かれるときには、例えば「韓国の文化の紹介」というレベルにとどまることが多い。より掘り下げて、在日韓国人の歴史や、彼らから見た日本社会の変化を描くような展示といったものがあって初めて、平等な立場で彼らの文化を受け入れて市民に意識を喚起していけると思われるが、そのような視点に出会うことは少ない。

(3)鑑賞者開発

多文化社会としての経験を踏んできたヨーロッパ諸国、特に1980年代後半からのイギリスにおいては、労働党が政権について以来、文化と社会政策とが近い関係になりつつあり、社会的に阻害された人々（失業者、高齢者、少数民族、貧困者など）の福祉を総合的に向上させるため、彼らをも取り込んだ文化活動のあり方が模索されつつある。90年代後半には、鑑賞者開発プロジェクトへの公的特別助成金制度が生まれた。この資金を使って、例えば、通常はコンサートホールや劇場で催される芸術文化事業は、ショッピングセンター、高齢者介護施設や学校、病院、パ

ブやクラブなど、多くの人々にとってより身近な場所において、無料でカジュアルな形態で行われるようになった。また、市の中心にある広場などで、地域の文化事業の見本市的なイベントも開かれている。

ここにおける論理は、「偶然に芸術の面白さに目覚めた人々」が、次には能動的にチケットを購入し、‘本来の’劇場で鑑賞するようになる、というものである。前述の助成金制度が効果を上げ、イギリスではこのようなイベントが盛んになり、鑑賞者開発運動は一種のブームとなった。しかし、「偶然見たアートが面白いと思った」段階から「情報を収集し、チケットを購入する」という能動的行動との間には、実は大きなギャップがある。また、パブやクラブではカジュアルに楽しめたイベントが、いざ本来の劇場に戻ると、実はある種の服装や立ち振る舞いが要求される場所で、「窮屈である」「ここは私の場所ではない、私の文化とは違う場所だ」と感じる人が多いことも経験的に知られている。そもそも鑑賞者開発は、時間が非常にかかる事業であり、発掘された興味を持続的に伸ばして維持していくことには、大きな投資が必要とされている。創造活動は鑑賞者が育っていて初めて意義があるものの、短期的には、「創造そのものへの投資」と「鑑賞者開発」とは、限られた資源の配分においては対立関係にある。さらに、文化享受能力は幼児期からの家庭内教育と学校教育とを通じて長年にわたり育てられていくものであり、この部分における差異を真に平等化することは不可能に近い。鑑賞者開発は、このような根本的な課題を抱えた政策課題であり、文化政策及び文化団体の運営にとっては未開拓の領域である。しかしながら、文化政策の流れ【研究開発→生産→流通→消費】において、消費は、生産と流通さえ整えば自然と起こるものではないことは今日よく知られている。消費自体、すなわち一般市民の芸術享受能力自体を育てることは、ともすれば正当

化が苦しい立場に追い込まれる文化政策が、21世紀において持続的に発展していくための重要課題の一つなのである。

3 京都市における鑑賞者開発

さてそれでは、京都にどのような鑑賞者開発があるとよいと思われるのか。第1に取り組むべきは、文化消費行動に関する需要と実態の調査である。具体的には、まず、既存の施設において、利用者が何を欲しているのかを調査していくことである。情報提供のあり方、チケットの購入方法、建物へのアクセスのしやすさ、建物内部の案内の親切さ、建物の外部・内部の雰囲気、トイレやカフェ、売店などの位置と設備・メニュー・品揃え、公演演目の内容・開始時間と終了時間など、チェック項目は多岐にわたる。文化施設が一旦起動すると、職員には外部者の目で見直すことが難しくなる。時折これら全てにわたり利用者の立場にたって評価しなおし、サービスの改善につとめていくことは文化施設の責務であろう。このような考え方により、顧客・利用者のニーズを無視した、一方的なサービスの供給を最低限に抑えることができる。

次に、文化施設の利用者の属性をとらえ、それがどの程度偏っているのか、あるいは地域全体の人口構成を代表しているのか、見極める必要がある。そして、現在の鑑賞者と非鑑賞者に対するインタビュー調査を通じて、それぞれの人々の文化への期待、需要を探っていくことである。英米では、文化施設の利用者は、中年以上の比較的裕福で高学歴の人々に偏りがちである。我が国でも同じパターンを示すとは限らないが、利用者がある一定以上の所得階層（あるいは年齢層、特定地域住民）に偏ってはいないか、そしてそれが団体のあるべき姿と齟齬をきたさないか、

そのような偏りが生じるのはなぜか、を点検する必要はある。

我が国でむしろよく見られるパターンとしては、年代による偏りが大きいということであろう。例えば京都の伝統文化的な公演であると、若い人たちが、親と同年代の人々が集まるところに近寄りたがらないのは当然とも言える。もっとも、実は彼らは、若いだけにさまざまなことに興味を持っており、能などにも潜在的に関心がないわけではない。しかし、何も知らない自分が行くと場違いで恥をかくかもしれない、また観ても意味がわからないかもしれない、そもそもどの公演がどこでやっている、どのようにチケットを買ったらよいのかもわからない、ということが少なくない。情報面ではインターネットなどを通じて簡単に得ることもできるかもしれないが、発信されている情報が彼らの関心をひくようにできていない限りは、鑑賞者層を広げることには決してならない。

市の広報誌などには、京都市が助成している公演のお知らせなどが一覧として載っているが、情報としてあまりに無色であり、元々関心ある人が気づくだけである。市の文化政策として具体的にできることとしては、市の助成対象であるか否かを問わず、とにかく京都に毎日起こっている、寺社で行われる行事まで含めた文化的イベントの情報をとりまとめ、違ったタイプの人々向けに編集し直して、発信していくような団体をつくることである。一つずつの文化団体ではできることに限りがあり、また、市の助成対象であるか否かということは鑑賞者側には関係のないことであり、京都の文化全体をとりまとめる、市とは違った第三者機関が必要とされる。そもそも京都に来る観光客で文化的イベントに興味のある人が、さてどこに行こうか、何をしようか、と考えたときに、観光案内所はあまり役立っているように見えない。より信頼できる、その手の情報が集約した場所があれば、京都の文化活動の活性化につながるで

あろう。これは、チラシなどが置いてあり、質問に答えてくれる人がいて、さらにチケットも購入できるような物理的な「場所」であればさらによいが、ウェブ上やメール配信サービスなどでカバーできることもかなりあると思われる。

さらに、上に少しふれたように、固定客以外の人々には、自分が行っても楽しめるのか、意味がわからなくてつまらないのではないかと、という不安があるので、それを取り除くことが文化団体には期待される。京都で活躍する文化団体、芸術家の中には進んで自分たちの活動をいわば大衆化しようとしている人々もいて、これは大いに歓迎すべきことだと思われるが、おそらく業界内部ではこの「大衆化」を否定的にとらえる向きもあり、微妙な立場に立っているのではないかと。美術館などでも立派なカタログを販売するよりも、むしろ簡単な解説パンフレットを無料で配布したり、あるいはガイド・ツアーやオーディオ・ツアーを無料で提供して、足を運んだ人々の鑑賞体験をより深く、豊かなものにしていくべきである。これは文化団体の現場での努力の話になるが、費用面で公的助成があれば、動きは一層活性化するであろう。

4 まとめ

以上、海外の事情を含めながら、文化的鑑賞者の開発という政策目標の重要性を論じてきた。文化鑑賞をするかしないか、は最終的には個人の自由であるが、意思決定における自由を保障し、その幅と機会を最大化するためには、それ以前にある構造的なバリアを取り除いていかなければならない。中でも文化の中身そのものというバリア、鑑賞すべき文化の内容やそのイベントの場でのふるまいに関する知識がないことから

くる不安、恐怖といったバリアは、固定客を中心に活動している文化供給側にとっては理解しがたいものであろう。しかし、鑑賞者開発に取り組み、普段とは違ったタイプの観客にも接していくことは、文化団体、アーティストにとっても大きな刺激となるはずである。自分たちにとっての常識への挑戦があり、活動の意味そのものを問われるかもしれないので、鑑賞者開発は彼らにとって不安をもたらすこともある。しかし、そのようにしてもまれることにより、文化的な質の向上も望めるであろう。こうしてみると、鑑賞者開発という文化政策の目標は、最初に述べた「文化の質的向上」という文化政策における第1の目標にも沿うと言えるのである。