

人文系学生のための文化情報発信の知と技法

高 安 啓 介

(准教授, 愛媛大学法文学部人文学科)

Culture-Information Literacy for Humanities Students

Keisuke TAKAYASU

(Associate Professor, Faculty of Law and Letters, Ehime University)

はじめに

本論の目的は、人文系の学生にとって文化情報発信をテーマとした授業がどのような意味をもつのかについて考察することにある。そこで一例として、2010年度に愛媛大学法文学部人文学科でなされた授業「文化情報発信の知と技法」を取り上げて、この授業がどのような背景のもとで実施されたのか、どのように設計されたのかについて紹介したい。またその紹介のなかで、文化情報発信とはそもそも何のことであるのか、文化情報発信について学ぶという授業がどのようなものかを明らかにする。もっとも、愛媛大学にかぎらず、人文系の大学教育において、学生たちが出来上がった知識をたんに吸収するだけでなく、学生たちがみずから知識を作り上げ、それをさらに外に向けて発信できるようになることは、ますます重視されているようにみえる。本論はそうした傾向にたいして一つの提案をおこなうものである。

授業の背景

愛媛大学法文学部人文学科は、現在まで8項目のディプロマポリシーを掲げてきたが、そのうちの4つの項目は次のように定められている。「(4)人文学の知を実践の力へと高めることができる。(5)社会における自分の役割を自覚することができる。

(6)人文学の知をもって地域社会および国際社会のニーズに応えることができる。(7)生きた文化や生きた社会を創ることに寄与できる」。これらの教育目標は、「専攻コース」と「副専攻型プログラム」とを組み合わせて学ぶというカリキュラムに対応したものである。学生たちは「専攻コース」にて、人文学の各専門分野の学びを深めるとともに、「副専攻型プログラム」では、実社会のなかで人文学の知を生かすために必要なことを学んでいく。「副専攻型プログラム」のほうは、6つのプログラムからなるが、そのなかの一つ「人文学総合プログラム」は、現代社会における人文学の意味について学生と教員とが一緒に考えるという趣旨のものである。私はこの「人文学総合プログラム」の世話人という立場から、このプログラムの趣旨にふさわしい授業をあらたに設ける必要を感じていた。おりしも、2009年末に、松山の「アート NPO カコア」のメンバーから、松山の文化情報発信拠点「アートプラットフォーム・えひめ」についての説明を受けていた。そして、そのプロジェクトの意図について知るにつれて、人文学科の教育のために、この取り組みをうまく生かせるのではないかという考えにゆきついた。そこで、2010年前学期に、「アート NPO カコア」と共同で、「文化情報発信の知と技法」という授業をもつことになった。そして、授業がおこなわれるまえに「アート NPO カコア」の担当者とお互いの関心を確認し合い、授業を具体化するために、計5回の

話し合いをもった。

授業の目的

愛媛大学法文学部人文学科のディプロマポリシーに定められているように、人文系の学生たちの学びの目標は、出来合いの知識をたんに吸収するだけでなく、文化にまつわる知識や情報を自ら作り上げ、外に向けて発信できるようになることにある。このように、学生の「主体性」を開発するための教育への要求は、企業においても、学生自身においても、たしかに高まっている。したがって、愛媛大学法文学部人文学科のカリキュラムにおいて最も重視されるのは、学びの集大成としての卒業論文である。ここでは、自ら作り上げた知識を、他人に分かるように仕上げるのが要求される。そしてそのかぎり、人文系の学生、とくに哲学・芸術・文学・文化・歴史について学んでいる学生が、その力を最もよく発揮できるのは、文化情報発信の場であると言えるだろう。そしてまたそのかぎり、文化情報発信の知と技法について学ぶという授業は、人文系の学生にとって意味深いものとなるはずである。授業を通して、地域社会においてどのような文化発信もしくは文化情報発信が必要とされているのか、その担い手になるうえで何が必要かを、学生たちが自ら見出すことが出来るならば、将来のキャリア形成にも何らかの意味を持つことになる。人文系の学問は、しばしば、一般の会社勤めにはあまり役立たないといわれるが、こうした授業は、ごくひかえめにいって、学んだことを社会と結びつけるアイデアを提供できそうである。文化情報発信について考えるということは、文化をコミュニケーションの観点から考えるということである。コミュニケーションとは、意味や情報の伝達という含みと、人と人との交流という含みを持っている。すなわち、文化情報発信というとき、文化にまつわる知識や情報をいかに伝達するかにとどまらず、それによって、人と人との結びつきをどう構築するかということも視野に入る。

授業の設計

2010年度に愛媛大学法文学部人文学科にておこなわれた授業「文化情報発信の知と技法」を例として紹介する。全15回の授業は、「報告書」と「企画書」

の2つの課題を中心に組み立てられる(表1参照)。まず全15回の前半は「報告書」の作成に向けられる。学生たちにそこで課されるのは、実際の文化情報発信の例となるものを取り上げて、それを分析して「報告書」にまとめることである。まずその準備として、第3回目から第7回目にわたって、各回2名ずつ、計10名のゲストがそれぞれの分野の問題について話をした。授業に参加いただいたのは、アートNPO代表・美術館学芸員・文学博物館学芸員・ダンサー・演劇支援団体代表・デザイナー・新聞編集者・テレビキャスター・企業メセナ担当者の方々である。学生たちは、ゲストのそれぞれの見方に学びながら、自らの「報告書」をまとめる準備をおこなった。「報告書」の作成にあたっては、美術・文学・思想・歴史など、各自の専門分野にかかわる例を見つけるよう勧めた。また、文化情報発信の例を分析するにあたっては、4つの点に留意することを求めた。それは、何のために・何について・誰に向けて・いかにして、という点である。学生たちは、2件以上の例を1件につきA4用紙1枚の「報告書」にまとめて、グループ報告会の回に持ってくることになっている。第8回目では、学生たちは6人程度のグループに分かれて、自分のもってきた例を紹介し合うとともに、課題をおこなうときに感じた困難とその解決法について話し合った。この授業後、学生たちは「報告書」をいまいちど持ち帰って修正をおこなった。第9回目においてふたたび、美術・文学・思想・歴史といったように、文化情報発信の分野ごとのグループに分かれ、自分のもってきた例を紹介し合った。たとえば、日本思想を学んでいる学生が神社や寺の情報発信について報告したり、デザイン史研究を行っている学生がデザインミュージアムや家具メーカーのホームページについて報告したりと、さまざまな例があがった。

全15回のうちの後半は「企画書」の作成に向けられる。参加者たちにさらに課せられるのは、文化情報発信の拠点づくりの計画を立てて、それを「企画書」にまとめることである。「企画書」の作成にあたっては、場所からの発想をうながすために、2つのことを前提とした。ひとつは、松山からの文化情報発信であること、もうひとつは、まちなかに拠点となる施設をもうけることである。第11回目では、学生たちは、大学からそれほど離れていない松山中心部にくりだして、文化情報発信の拠点となりうる

表1 配布物の例

文化共生論 水曜3限 12:50-14:20		2010 前学期	
文化情報発信の知と技法			
授業の目的			
文化／アート にかんする情報をみずから作り出す			
文化／アート にかんする情報をみずから発信する			
文化／アート をコミュニケーションの観点から考える			
授業の目標			
文化情報を発信するための知と技法をもちあわせている			
文化情報の発信者としての自覚をもっている			
自分が学んでいることを現代社会と結びつけて考えることができる			
生きた文化や生きた社会をイメージすることができる			
スケジュール			
第01回 04/14 文化情報発信について：授業のねらい			
第02回 04/21 文化情報発信について：課題の説明			
第03回 04/28 文化情報発信の現状：博物館および美術館からの情報発信			
第04回 05/12 文化情報発信の現状：演劇とダンスの情報発信			
第05回 05/19 文化情報発信の現状：デザイナーからみた情報発信			
第06回 05/26 文化情報発信の現状：公共メディアの情報発信			
第07回 06/02 文化情報発信の現状：アートプロジェクト系の情報発信			
第08回 06/09 報告書の完成－グループごとの報告会			
第09回 06/16 報告書の完成－グループごとの報告会			
第10回 06/23 企画準備：アートプラットフォームえひめの事例紹介			
第11回 06/30 企画準備：松山中心部における情報拠点さがし			
第12回 07/07 企画準備：上記フィールドワークをふまえた企画立案			
第13回 07/14 企画書の完成－グループごとの発表会			
第14回 07/21 企画書の完成－グループごとの発表会			
第15回 07/28 まとめ			
授業の課題			
報告書の作成：何のために（目的） 何について（内容） 誰にむけて（受信者） どのように（手段と方法）			
企画書の作成：何のために（目的） 何について（内容） 誰にむけて（受信者） どのように（手段と方法）			
何のために	何について	誰にむけて	どのように
異なる分野どうしの交流 地域の活性化のため 現代芸術の理解のために 伝統文化の理解のために	美術・建築・デザイン 音楽・ダンス・演劇 伝統芸能・歴史 映画・写真 文学・小説・俳句	美術愛好家 芸術家・デザイナー 特定の地域の人々 子ども・お年寄り 大学生	雑誌・本・論文 ウェブサイト・ブログ 展示 ワークショップ

場所を見つけ、広さや周辺環境などの調査をおこなった。第12回目では、学生たちはその調査結果を持ち寄って、グループで検討を行った。そしてその作業を受けて、学生はそれぞれA4用紙1枚の「企画書」とA3用紙1枚の「プレゼンテーション資料」を作った。A4用紙の「企画書」は、文章によって企画内容を伝えるものとし、A3用紙の「プレゼンテーション資料」は、周辺地図・施設の平面図・写真やイラストを掲載するものとした。

授業記録の作成

上に述べたように、上記の授業の前半では、計10名のゲストにそれぞれの分野の問題について話をしていた。それは、学生たちが課題に取り組むまえに、出来るかぎり異なる分野の人たちに文化情報発信の意味について話してもらうのがよいと判断したためである。また、愛媛大学のように地域文化への貢献がもとめられる大学では、地域における文化情報発信の意味を問うことが大切だと考えて、とくに、地域文化の振興のために活躍されている方々に来ていただいた。もともとこの試みは「アートNPO カコア」がこれまで築き上げてきたネットワークに負っている。その意味においても「中間支援」を担うNPOとの共同作業はたいへん有意義なものとなった。

ゲストが登場した授業では、1人ないし数人の学生がきちんとした授業記録をとり、教員がそれを手直しして、次週に配布することを心がけた。それは、前回の授業のふりかえりに役に立った。またこのように記録をとっておけば、次に同じ授業をおこなうときに、これを出発点として授業を進めることができるだろう。以下では、ゲストに登場していただいた各回の授業内容を紹介することで、文化情報発信ということは何がとくに問題となるのかを明らかにしたい。この種の授業をおこなうときに学生とともに考えるべき重要な論点をそこに見出すことができるだろう。

アート NPO

第1回目の授業では、松山において「アートNPO カコア」の運営にたずさわってきた徳永高志氏と田中教夫氏に参加していただいた。上に述べたよう

に、この授業はこの団体と共同で企画されたものだからである。そこでまず手始めとして、徳永氏にアートNPOがどんな活動をする団体であるのかについて説明をしていただいた。とくにその説明のなかで重要なポイントとみられたのは、アートNPOが、文化情報発信の主体として特別な位置にあるということである。アートNPOの仕事は、一言でいえば、中間支援である。それは、アートを媒介として、芸術家どうし、芸術家と市民、行政と地域と人々を、たがいに結びつけることである。しかし、アートといっても一筋縄ではないところに、当事者たちは困難を感じるという。すなわち、現代アーティストは、先鋭な意識を持っていなければならないほど、新しい世界を切り開こうとするあまり、社会の通念を突き抜けてしまうものである。その一方で、多くの市民は、自分たちも参加しやすい、もっと穏やかなアートをもとめるのが常である。そしてアートNPOもまた、強い個性や主張がぶつかり合う論争の場をつくることと、人々がたがいを認め合うような融和の場をつくることを、同じくらい大事なことだと考える。このバランスをとるのは難しいことではある。しかし、それはメリットでもある。というのも、アートNPOは、さまざまな関係、さまざまな対立のただなかであって、いろんな情報が交差する場となるはずだからである。したがって、アートNPOは、文化情報発信の主体としても、重要な役割を果たすことができるだろう。

ミュージアム

第3回目の授業のテーマは「博物館および美術館からの情報発信」である。英語のmuseumは、日本語では「博物館」と「美術館」の2通りに訳され、それぞれ区別されてきたが、近年では両者のあいだの流動化が進んできたので、「ミュージアム」の名をかかげる施設も少なくない。この回では、「坂の上の雲ミュージアム」学芸員の石丸耕一氏と、「町立久万美術館」学芸員の神内有理氏にゲスト参加いただいた。両氏には、学芸員としての活動内容を紹介していただくとともに、文化情報発信としてどんなことに取り組んでいるのかについて報告していただいた。両氏の話において共通するポイントは、ミュージアムとしてくられる施設それ自体が、文化情報発信の場であるのだから、文化情報発信がそもそ

も何のためなのかを問うことは、ミュージアムの根幹にかかわることだということである。また、チラシ等による催しの案内、展覧会カタログの発行、ホームページ上の収蔵品目録なども、ミュージアムの文化情報発信とみることができる。これらの在りかたについて考えることもまた、ミュージアムと市民とのあいだの距離をより縮めるために不可欠である。

印象深かったのは、美術館学芸員の神内氏のおこなった一つの指摘である。すなわち、作品について詳しく説明しすぎると、入館者が作品をとおして独自に考えを深める機会を奪ってしまい、入館者に解釈を強いたり、分かったような気にさせたりしてしまうのではないかという懸念である。そこで、2010年の久万美術館の「鉄を叩く－多和圭三」展では、言葉にはならない「わからない」ことをテーマとして、「わからないがゆえにすごい」ということを入館者が感じられるような情報発信を心がけたという。この指摘は、学生とともに考えを深めてくべき課題となるだろう。

上演芸術

第4回目の授業のテーマは「演劇とダンスの情報発信」である。この回には、「シアターネットワークえひめ」の鈴木美恵子氏と、コンテンポラリーダンサーの三好直美氏にゲスト参加いただき、上演芸術 performing arts のかかえる固有の問題について話していただいた。上演芸術はそもそも、上演の場の人々が居合わせて、時間と空間をみんなで共有することが、何よりも重視される分野である。したがって、上演芸術の情報発信では、集客こそが大きな関心事となってくる。そしてそのために、演劇とダンスを代表する両氏からは実際の活動にまつわる生々しい話を聞くことができた。たとえば現代では、ウェブサイトが情報発信の主流となりつつあるが、上演芸術では、依然としてチラシが重要な伝達手段でありつづけている。チラシは手元に残るので見てもらえる可能性が大きいのと、チラシの減る量から人々の反応をうかがい知ることができるからである。学生のなかには、サークル活動で、演劇・ダンス・吹奏楽・落語などを行っている者もいて、その意味で、上演芸術は、学生の関心をひきつけやすい分野であったようである。議論のなかでは、活動場所の確

保や、人材の育成といったように、上演芸術の存立そのものが困難であるという問題にまでおよび、そのための文化情報発信のありかたが問われた。

デザイナーの仕事

第5回目の授業のテーマは「デザイナーからみた情報発信」である。この回では、映像作家でありデザイナーでもある山内知江子氏と、グラフィックデザインを中心に手がけている藤岡直樹氏にゲスト参加いただいた。両氏ともに、職業としてデザインにたずさわってきた経験から、アートとデザインとの区別をとくに強調していた。アートにおいては、アーティストの自己表現が重んじられ、出来上がった作品については、多様な解釈がゆるされる。これにたいして、デザインのなかでも、ポスターやチラシなどを手がけるグラフィックデザインでは、情報の発信者としての依頼者のもとにに応じなければならないし、情報の受信者への配慮も欠かせない。いわば、伝えたい情報が正確に伝わるように、つまり誤解をあたえないようにすることがもとめられる。デザイナーの立場からみたとき、文化情報発信とは、文化にまつわる情報を、分かりやすく整理してまとめ、視覚に働きかけるかたちで提示することだという。デザインの仕事は、けっして、イメージの操作に終始するものではない。以上のことから、文化情報発信について考えるときに、デザインの仕事の内実をおさえることは、学生たちにも欠かせないことが明らかになった。

マスメディア

第6回目の授業のテーマは「公共メディアの情報発信」である。私も含めて人文系の研究者もまた、学生とともに、新聞やテレビといったマスメディアの文化情報発信のありかたに注意深くならなければならないだろう。それによって、マスメディアをうまく活用したり、マスメディアの限界について知ったり、他の伝達手段の可能性を見出したりできるようになる。この回には、愛媛新聞社記者の武田泰和氏と、あいテレビ・ニュースキャスターの林和香子氏に登場いただき、両氏の仕事の紹介とともに、新聞とテレビのそれぞれのメディアの特質、そしてとくに、文化情報にまつわる問題について話をいただ

いた。その要点は、以下の通りである。

新聞はまず、紙媒体のマスメディアとして長い歴史をもつ。近年、若者を中心とした新聞離れが進んでいるといわれるが、日本では定期購読者にささえられて、新聞はいまなお主要な公共メディアでありつづけている。新聞は、公共メディアとして影響力をもちうるので、信頼のおける情報源であることがもとめられる。そのため、新聞紙面が出来上がるまでには、何重もの確認作業がおこなわれている。新聞の文化紹介などでとくに取り上げられやすいのは、新しい出来事のもりこまれた話題や、子どもや若者が主役のほほえましい話題や、紙面に季節感をあたえる話題であるという。当事者が面白いと思っけていても、記者の目からみて記事になりにくいことも多々あるという。

テレビからの情報は、視覚にうったえる部分が多いので関心を集めやすいが、過ぎ去っていく性格のために忘れ去られやすい。また、テレビからの情報は、文字・映像・音楽・音響・声といった複数の要素からなるので、聴衆の注意はどうしても散漫になる。そこで、発信する側は、伝えたいことを明確にするとともに、情報過多に陥らないよう配慮することがもとめられる。テレビの画像は、もともと動くものなので、テレビの本性に適っているのは、動きをもった対象である。テレビによる芸術文化紹介などでは、作品のようなモノよりも、特徴あるヒトに焦点をあててストーリーをもたせたほうが番組をつくりやすいという。そしてそこには、おのずとドラマとしての演出がともなう。

アートプロジェクト

第7回目の授業のテーマは「アートプロジェクト系の文化情報発信」である。アートプロジェクトという語は、多くの学生にとっては耳慣れないが、アートプロジェクトは、アートと市民とのあいだの距離を縮めていくうえで無視できない動きとなっており、文化情報発信という点においても注目すべき分野となっている。そこでこの回では、アサヒビール株式会社でメセナ活動を担当してきた根本さき奈氏にゲスト参加いただき、メセナとは何か、アートプロジェクトとは何かという話に始まって、根本氏の活動のなかで、メセナとアートプロジェクトと文化情報発信とがいかに強く関連しあってきたかについ

て説明がなされた。とくに、企業による文化支援という話題は、一般企業への就職を考えている多くの学生にとって刺激になったようである。根本氏のお話と質疑応答のなかで、次のことが明らかになった。

今日のいわゆる現代アートでは、作品自体よりも、作品制作の過程のほうに重点がおかれ、さらに、作品というよりも、出来事をもたらそうとする志向が強くなっている。それにともない、アートの性格も、見るアートから参加するアートへ、どこへでも持っていけるアートから、その場でしかありえないアートへと変化しつつある。近年、アートプロジェクトの語がよく使われだしたのは、この語が、現代アートのこうした諸傾向を一言で表すからであろう。したがってアートプロジェクトは、その本質において、地域に根ざしたものである。そして、アートプロジェクトがとくに、地域にあるものを発見し、それを魅力あるものとして提示するならば、それ自体がすでに立派な情報発信となる。さらに、地域でおこなわれるアートプロジェクトについて知ってほしい、見にきてほしいというときには、ちらしやウェブサイトによる2次情報発信がおこなわれる。

アサヒ・アート・フェスティバル、略してAAFは、全国のアートプロジェクト相互のネットワークづくりに主眼をおいた催しである。2002年に始まったAAFは、パトロン型のメセナからパートナー型のメセナへの移行をしめすものであり、参加企業であるアサヒビールは、支援というよりも、全国のアートNPOとの協働をうたっている。現在、アートによって地域の魅力を高めようとするプロジェクトが応募のなかから絞り込まれ、それぞれのプロジェクトの代表者たちがフェスティバル全体の企画にあたっている。AAFはまず、地域のアートプロジェクトとともに、地域の文化資産などの情報を、全国に向けて発信する機会となっている。さらに、各地域どうしの交流をうながすプログラムも組まれている。これは、地域どうしが相互に情報共有できるまたとない機会であるが、そのことがまた、自らの地域について自省する機会にもなっているという。またAAFのウェブサイトでは、参加団体がそれぞれのプロジェクトについて直接発言し、意見交換できるようになっている。このように、AAFは、組織運営の面でも、情報発信の面でも、中心をもたないことを旨としており、参加者の自発性にゆだねられ

ている点で、ほかに例を見ないものだという。

ま と め

文化情報発信をテーマとする授業の一例をここに紹介した。たしかに、私の専門が美学・芸術学であったので、話題が「アート」に集中しがちであったことは否めない。しかしそこで、話題の中心に上がったのは、「芸術」ではなく、あくまで「アート」であった。すなわち、英語でいう art にたいして、日本語では「芸術」と「アート」との区別があるが、前者がとくに確立されている芸術ジャンルを指すのにたいして、後者のほうはもっと柔軟に身近なものを含みこむものである。「アート」のほうは、文化の一領域というよりも、伝達手段とみなされることもある。思想や歴史もまた「アート」のかたちをとって目に見えるようになることもある。したがってそのかぎり、文化情報発信について考察するとき、「アート」がその中心にくることは必然であるともいえる。

本来こうした教育実践について問題提起をおこなうときには、先例や先行研究にあたるべきだったかもしれない。しかし本論ではまず、この授業にご協力くださった方々から得た知見を優先することにした。ご協力くださった方々には心よりお礼を申し上げます。このように、文化情報発信についての授業によって大学と地域の連携をはかることができるというのも、大きな長所であるにちがいない。