

ロンドンオリンピック文化プログラムと博物館

London 2012 – Culture and Museums

ヘドリー・スウェイン

(アーツカウンシル・イングランド博物館事業総括責任者代理)

講演日：2017年9月22日（土）

会場：京都国立博物館平成知新館 大会議室

※講演録（日本語）は当日の発表内容に基づき作成したもので、英語原稿と異なる部分があります

今回はお招きいただきありがとうございました。
まず、皆さまには3分半のロンドンオリンピック開
会式の映像をご覧いただき、オリンピック文化プロ
グラムの雰囲気を味わっていただいてからプレゼン
テーションを始めさせていただきたいと思います。

[動画鑑賞]

オリンピックの事をお話する前にその雰囲気を
味わっていただこうと思ったわけですが、まず覚えて
おいていただきたいのは、このロンドンオリンピ
ックは誰もが酷いものになると思っていたにもかか
わらず、実際はほとんどの人が素晴らしいと思うも
のになったということです。とても高くつきましたが、もし何かを上手くやりたいと思うならたくさん
のお金を使わなければいけないものなのです。他に
覚えておくべきことは、政治家がアーティストなど
に口出しをしなかったことです。[先ほど見た映像
の]全ては、政治家ではなくアーティストによって製
作されました。それはとても重要なことで、もしク
リエーティブな仕事をしたければ、クリエイティブ
な人たちに任せるのです。政治家は、彼らを信頼す
る勇気を持たなければなりません。それがロンドン
オリンピックでは実現したわけです。

繰り返しになりますが、この度は、博物館、そし
てロンドンオリンピック文化プログラムにおける博

物館の役割について、お話しする機会をいただきあ
りありがとうございます。オリンピック文化プログラム
において博物館の役割は比較的小さかったのです
が、文化プログラム自体は非常に重要だったと考
えています。今回、最初にロンドンオリンピックの一
般的な事について簡単に触れてから、文化プログラ
ムへの全体的なアプローチと効果についてお話し
したいと思います。そして次に、その中での博物館プ
ログラムの詳細・そしてイギリスの博物館界にと
つてのレガシーについてお話し、最後はオリンピック
文化プログラムに関わる上で、挑戦となる点、また
よい機会になる点を顧みて締めくくりたいと思いま
す。

ロンドンオリンピックとオリンピック文化プログラ ム

2012年のロンドンオリンピックは大成功だったと
考えられています。イギリスやロンドンは、それぞ
れの最高の状態をお見せしたとされているので
す。確かに私たちはスポーツやメダル獲得という点
においてよくやりましたが、同じく重要なのは、私
たちが友好的な歓迎をし、プロフェッショナルだ
ったという点です。そのカギは、オリンピックに付随
したアートや文化活動であるオリンピック文化プロ
グラムでした。これには会場の選定も含まれてお
り、多くのスポーツが重要史跡で行われました。

オリンピック文化プログラムで最も重要な部分は、開会式と閉会式です。北京オリンピックでは盛大で壮観だったため、これについては非常に心配する人もいました。最終的には問題なかったわけですが、ここで覚えておくべきは、多くの人がオリンピックはお金の無駄遣いで恥になると考えていたということです。

アートや文化にとって重要なことは、そういった式典や付随する文化プログラムが、国のセールスポイントとなるような世界クラスのアートや文化を、イギリスは催すことができると示したことです。今でも私たちは、アートや文化への投資を呼びかけるのに、これを例として使っています。

ロンドンオリンピック文化プログラムではイギリス全土で500のイベントが開催され、ロンドン2012フェスティバルで最高潮に達するよう4年にわたっての実施となりました。イベントの費用は、9700万ポンド（約147億円）を超え、アーツカウンシル・イングランド、レガシー・トラストUK、オリンピック宝くじの分配機関から資金調達されました。関連した公的資金は、実質国営宝くじから出、その一部はオリンピックに使用された土地をのちに売却し、再び宝くじに払い戻されました。

多くの意味で、オリンピックを他と別ものにさせたのは、その文化面でした。開会式や閉会式、五輪マークやメダルなしでは、オリンピックはただの大きなスポーツイベントにすぎません。

オリンピックを開催する都市は、どの都市も文化プログラムを実施するものと期待されています。元々アートが古代オリンピックの一部だったこと、そして1948年までは芸術家にもメダルが授与されていたことを思い出させるものでもあります。

そして、ロンドン2012のために、イギリスをけん引する文化的リーダーから成る評議会が設置されました。オリンピックの主要組織と同じビルを共有して密につながり、同じ運営構造の中に組み込まれた

のです。多くのプログラムは、文化の世界での様々な要素をとらえようとするもので、様々な資金提供機関が関わりを持ちました。そして当時、これらは委員会がたくさんあり、それぞれ発言権を持つ官僚的なものだと感じられました。また、文化生活すべての側面をカバーすることを試みる感覚でもあったのです。元々、オリンピック文化プログラムは10のメインプロジェクトとたくさんの小規模な取り組みから成る予定でした。これらには、アート関係の Artists Taking the Lead, 場所を発見する Discovering Places, 短編映画関係の Film Nation: Shorts, 音楽関係の New Music 20x12, 博物館で行われた Stories of the World 世界の物語, そして World Shakespeare Festival がありました。これらの多くに一般参加者が関わり、例えば Film Nation では短編映画を作る若者を対象とし、Stories of the World では博物館と関わる若者たちを巻き込んで行われました。ここで重要なことは、イベントがイギリスの全国各地で開催されたことです。

北京オリンピックは、ロンドンでのオリンピック開催が決定した時にはまだ開催されていませんでしたし、特に中国に特化した内容となっていました。ロンドンに向けて教訓となったのは、文化面も強く押し出し成功した2000年開催のシドニーオリンピックと1992年のバルセロナオリンピックでした。特に、イギリスとオーストラリアは文化的に強いつながりがありますので、私たちは主にシドニーに注目しました。実際に、シドニー文化プログラムに関わった数人にはロンドン大会にも関わってもらいました。

早い段階での明白な問いは、オリンピック文化プログラムが誰に向けてのものであるか、でした。そして、その目的や成功の基準についても考えました。

他で開催されたオリンピックから分かっていたことは、大会期間中には、多くの地元の人たちは混乱を避けるために町を出、通常の観光客は減ることです---人というのは混乱や混雑を避けたいものですから。そして、スポーツを見に来る人はスポーツを見に来るのであり、他の事には興味がないとい

うことも分かっていました。これらのことを踏まえて、シドニーからは驚くべき内容の助言がロンドンにありました。それは、大会期間中に博物館は閉館し、建物自体を他の用途に使うことを考慮してはどうかというものでした。これは、実際に一部ロンドンでも起こったことで、例えばロンドン博物館の分館でありオリンピック・パークに近いドックランズ博物館は、大会期間中は閉館し、ドイツオリンピック協会に事務本部やパーティー会場として場所を貸し出し、そこから収入を得ました。

また、似たような助言で、もし博物館で特別プログラムを組むのであれば、大会期間の前後に組むべきで、ロンドンオリンピックが開催される2012年ではなく翌年の2013年に組んでもいいのではないかというものもありました。これは、2012年には誰もロンドンに来ないし、オリンピックは世界に向けてロンドンの宣伝になるだろうから、実際の訪問数は翌年に増えるだろうという論理に基づくものでした。

結局のところ、ロンドンの文化プログラムはスポーツイベントを強化するものとして位置づけられました。イギリスの広告塔としての役割を果たし、祝賀ムードを高める。文化プログラムは、2012年を通して、イギリスの人々、そして大会参加者のために行われたのです。

しかし、オリンピック文化プログラムは計画段階で大きくなりすぎ、手に負えなくなったといっているでしょう。イベント数も多すぎた上に、それぞれに統一されたテーマもなかったのです。

学芸的に浮遊しているような感覚だった時期に、最終的に形となった文化プログラムを実施するために新リーダー体制が敷かれました。既に準備されたプロジェクトの多くはそのまま実施されることになりましたが、焦点は「ロンドン2012フェスティバル」というブランド名を冠した、人目を引くような少数のイベントに当てられました。その中には、当初から予定されていたStories of the World「世界の物語」の一部だったプロジェクトも含まれてはいたのですが、全ては含まれておらず不満も出ました。

同様に、最初は文化プログラムに何の関係もなかった博物館プロジェクトも、ロンドン2012フェスティバルの国際的評価を上げるために、そのフェスティバルの一部として開催されました。

またパラリンピックについては、イギリスがパラリンピックに重要性を置いていることを示すためだけではなく、スポーツと同様にアートや文化の世界でも同じようなバリアが障がい者には存在していることを強調するために、パラリンピックの文化的要素もまた重要であるとみられていました。そして一つ、永続的な博物館のレガシーとして、障がい者スポーツが本当の意味で始まった場所であるストーク・マンデヴィル・ホスピタルに常設の文化遺産資源・博物館が作られました。

ブランド化

オリンピックに関連するイベントや企画展で必須なのは、それらがオリンピックと視覚的に関連が出てくるということですが、これは人が思うよりかなり複雑です。

国際オリンピック委員会（IOC）はオリンピック・ブランド、特に五輪マークを驚くほど強固に保護します。彼らにとって無断で五輪マークを使った組織を訴えることは日常的にあることですし、使用許可を得るにも時間のかかる承認階層が存在しているのです。また、オリンピック委員会は公式スポンサーもしっかりと保護します。このような環境では、これからオリンピックに関わる組織が公式スポンサーとライバル関係にあるスポンサーを持っている場合は、問題となってきます。例えば、ペプシがオリンピックのスポンサーとなっている場合、コカ・コーラをスポンサーとして持っている博物館は、協力し合うことが非常に難しくなるということです。

ここで、ロンドン2012の主催者は大変賢く立ち回りました。彼らは、「サブ・ブランド」というものを含めたブランド化戦略を考え出したのです。五輪マークやオリンピックという名前自体は含まないけれども、オリンピックと関連していることが分かるようなものということで、IOCの合意を取り付けま

した。[例としてロンドン 2012 ロゴを指しながら]これには五輪マークが明らかにありますよね。でもブランド化戦略としては他に形や色や文言全体で一つのロゴとしました。ですので、もしこのロゴから五輪マークを取り除いても、これがロンドン 2012 のことだと認識できます。この五輪マークがないロゴだと、オリンピック委員会の使用許可を得なくてもいいというわけです。面白いのは、ロンドン 2012 ブランド化戦略が発表された当初は、関係者にとっても不評だったのですが、その内受け入れられ、好評になったというところなんです。そして、この戦略のおかげで毎回 IOC に許可を取る必要がなくなりました。関連するプロジェクトには、「2012 オリンピックに触発されたもの」というカテゴリーでブランド化さえできたのです。オリンピック文化プログラム自体にも「ロンドン 2012 フェスティバル」というサブ・ブランドができました。

ロンドン文化プログラムが博物館と共に実施したプロジェクト：Stories of the World 世界の物語

ロンドンオリンピック文化プログラムにおいて、博物館が関わったメインプログラムは、Stories of the World 世界の物語です。今は無くなっている組織ですが、博物館・図書館・文書館評議会、略称 MLA が作ったコンセプトで、プロジェクトの実施自体は 2011 年に MLA からその機能を引き継いだアーツカウンシル・イングランドが担いました。私は、そこでプログラムの開発と実施の大部分を担ったわけです。

この文化プログラムはイギリスの地方博物館の強みとロンドンオリンピックの本質的価値観の上に作りだそうとする試みでした。その価値観とは、若者の重要性であったり、イギリスの博物館コレクションの多様性や人口の多様性、そして世界を歓迎するというものを重要視するものです。

コンセプトは比較的単純なものでした。博物館の仕事としては、まず世界から収集したモノや世界から影響を受けたモノのコレクションを選び、その一要素またはテーマを決めます。そして、イギリスの若者だけではなく、そのコレクションの出所である

地域の人にも関わってもらい、展示や関連イベントを開催するというものです。例えば、もし中国コレクションを利用するのであれば、中国自体もそうですが、イギリスに住む中国人コミュニティ、そして地元の若者とも協力して、展示やイベントを企画するようにということです。

MLA は、プロジェクトを監督し最終選定を行う外部委員会として、主に博物館以外から選ばれた人を据えました。それを専任の MLA 職員や一般の博物館がチームとして支えたのです。博物館によっては、MLA が持つルネッサンス・プログラムの助成金をもらってプロジェクトを実施したところもあります。

他には、National Youth Agency 全国青少年協会という、若者に意見を聞いたり助言をしたりする政府組織が、若者の声が反映されるようにと尽力しました。

監督を担当する委員会会長のリズ・フォアガンは、このプロジェクトの目標をこう要約しています。

「本プロジェクトは3つの持続的効果を見込んでおり、それは、イギリスの文化財がそれに未来を見出す人のためにより豊かな意味を得ること、新たな考え方が伝統的な博物館展示に反映されること、そして若い世代が新たにそしてより深く、ご近所さんが継承してきたことに繋がりを持つことです。」

結局 9 プロジェクトが選定されたのですが、これらは 61 の博物館によって、130 のさまざまな展示が実施されました。2 万 2000 人の若者が何らかの形でプロジェクトに関わりました。

その例として3つあげると、マンチェスターやイギリス北西部での布地や織物に特化した Global threads 世界の糸、南東部の博物館での若者にキュレーションしてもらった人類学コレクションに関する World Stories 世界の物語、そしてヨークシャーで実

施された長距離貿易に注目した Precious Cargo 大切な積み荷というプロジェクトがありました。試算されています。

他には、ルートンでのトラック・アートというプロジェクトがあり、パキスタンの都市カラチのアーティストとパートナーを組んで、地元のトラックをパキスタンのタクシー風にデコレーションしました。ここで、オリンピックのスポンサーシップとブランド化において一つ難しかったことは、オリンピックの公式車両スポンサーの BMW が、このプロジェクトで他のメーカーの車を使うことに異議を申し立てたことです。

もう一つ、リスクが高すぎるという理由で、オリンピック委員会に却下されたプロジェクトもあります。エクセター博物館は、性というものが時代や世界の地域によってどう扱われてきたかということに関するプロジェクトをやりたいのですが、却下されました。自由主義であるはずのイギリス社会ですが、これに関しては、特に若い世代が関係してくるオリンピックにはふさわしくないとみなされたのです。

全体的な成果としては、たくさんの展示が行われたことでしょう。良いものもあれば、あまり成功しなかったものもありますが、大切なのは本当に多くの若者グループと交流したことだと思います。

すでに触れましたが、2012年にこれらのプロジェクトが実施されたころには、オリンピック文化プログラムはロンドン 2012 フェスティバルに進化していました。Stories of the World 自体はオリンピックに関連付けられていましたが、実際には公式にフェスティバルの一部として実施されたプロジェクトは数件で、新たに作られたロンドンの大規模機関によるプロジェクトが、フェスティバルに含まれるということも起こりました。

レガシー

レガシーの重要性も色々と取りざたされており、オリンピックでの支出がスポーツだけでなく町全般の持続的な改善や利益的变化になるといったものです。

アートや文化にとって、ロンドンオリンピックが持続的なレガシーをもたらしたのは間違いありません。主に開会式や閉会式を通して、私たちがいかにかクリエイティブなショーを作ることにかけているかをイギリス中に気づかせてくれたのです。特にクリエイティブな人たちが政治家に邪魔されずに十分なお金を使えた時はそうでした。

大きな教訓として学んだことは、第1に、本当にいいものを作ろうとするなら、きちんとそれにお金をかけるということ、そして第2に本当にクリエイティブなものを作ろうとするなら、アーティストを信用する勇気が必要ということです。2000年にあったイギリスのミレニアム・セレブレーションではズレたことにお金を使い、無駄遣いだったと皆思っていますし、政治的な干渉のせいでクリエイティブな要素が大きく妥協されたという経験がありますので、今回の二つの教訓は特に説得力を持つことになりました。

博物館にとっては、レガシーは控えめなものではありませんが、Stories of the World を通して、間違いなく若者や多様な背景を持った人たちと関わる事への自信には繋がったはずで。

現在のイギリスの博物館では、若者に関わってもらい意見を言うてもらうことなしにプロジェクトをやろうとする者は誰もいないでしょう。同じように、どの博物館も、展示やプログラムの対象となるコミュニティーに相談もせず意見も言ってもらわなまま実施しようと思うことはないと思います。ちょうど今、このようなことがロンドン博物館のリニューアルに向けて反映されています。たくさんあるロンドンのコミュニティー全てを巻き込もうとしており、彼らの経験を捉えようと、新しい収集プロジェクトが進行中なのです。

さいごに

これからオリンピックに関連する博物館プログラムに携わる方への私の進言は

- 複雑で官僚的な手続きが、特にブランド化にはついて回ることを知っておくこと
- 自分の博物館の何がユニークなのか、そのユニークな点がオリンピックの大会精神にどう通ずるのかを考えること
- もしあなたが来館者の増加のことだけを考えているのだとしたら、自分の観客が誰であるのか、自分の実施意図が何であるのかをよく考えること
- これが自分の文化を世界に披露する素晴らしい機会であること、そしてその機会を楽しむこと
- 官僚的手続きは簡単なものにし、博物館のクリエイティブな人がクリエイティブになれる幅を持たせること
- ただし、統一したテーマは必要です
- 成功がどんなイメージなのか、それをどう計るのか。つまり、そのプログラムの成果として、日本の博物館が10年後にどう変わっているのか、をよく考えることです。

そして一番大切な事として、どうぞ世界からのスポットライトを浴びる瞬間を楽しんでください。

(訳：西記代子 | ICOM 京都大会準備室研究員)