

芸術作品の社会的創造過程と企業社会への示唆

——英国王立音楽院による「学術校訂」と「演奏習慣」の相克研究（含む実演）——

株式会社 博報堂 ブランド・イノベーションデザイン局 森 泰規

1 目的

この報告の目的は、広告会社で、ブランド創造を中心として経営課題解決に資するサービスに従事している実践者としての筆者が、将来への展望に手ごたえを感じたいクライアント企業向けに、芸術作品の社会的創造過程が有効な参照点となることを示すことにある。

企業社会というのは、それ自体が一つの社会であり、そこには濃淡の差はあれ固定概念としての「組織風土」があり、それは過去の成功（失敗）体験等を通じ組織的に学習され、染みつき、ある程度「当然の前提」とされている。これは、真の企業課題を捉え、それを創造的に乗り越えて行くための桎梏となることが多く、また不祥事の際に元凶として指摘されることがしばしばである。この固定概念を脱却するための提案活動が筆者には求められている。

2 方法

方法選択の経緯：既存の思考枠内で「組織風土」を相対化するのは難しいため、あえて親しみの薄い分野を例に挙げる。それが芸術作品である。報告者自身が演奏家としての経歴を有することも背景にはたらく。

方法選択時の仮説：作品（作者）はそれ単体では解決せず、社会的に評価が固定化して後に受容される（つまり「社会的に創造される」）ものである。だから、定説を形成しながらも乗り越え、常に創造的に再生産されている（特に古いものほどその傾向が強い）ものではないか。そしてこのことを示すことができれば、企業の担当者にとっては意外性を伴って受け入れられ、自社の「組織風土」を相対化するきっかけとして有効な方法論になるのではないか。

具体手法：そこで、英国の王立音楽院がアンソニー・バートンの企画に拠り 2000 年前後に行った「何が正当な演奏解釈であるのか」という基準を定めようとした意欲的な取り組みを参照する。同楽院はバロック時代、古典派時代、ロマン派時代の3つに区分し、特に「古典派時代」には、クリストファー・ホグウッドら演奏家・音楽学者として優れた実績を残した人材が検討を行った。

3 結果

同企画は「古典派時代」の表現について、演奏家の残した記録、当時の器楽の実態に照らした「学術校訂」と、長らく演奏家がよしとしてきた実践の蓄積（「演奏習慣」）とを二極に置きながら、いずれかに教条的に結論を置くことを慎重に回避した。代わりに、奏者が自らの判断に拠り主体的に判断を行うしか方法論がないとしながら、＜絶え間ない検証（の過程や対話の場）それ自体がむしろ標準を生み出す＞のであり、その努力を怠るところに創造的な活動は生まれない、と結論としたことが分かった。実演報告する（W.A.Mozart / Klarinettenkonzert A-dur KV 622）

4 結論

芸術作品を例にあげると、企業社会と言う社会の固定概念「組織風土」を再創造していく可能性、その際求められるのが組織員の主体的な意思決定と、内外との健全な対話（情報の流通）、そして、絶え間ない検証の過程であることが、直感的に理解されやすいと判断した。

文献

A Performer's Guide to Music of the Classical Period (2001) ABRSM, London, UK.