

都市の自己イメージの変化と都市再生

——英国グラスゴー市の文化政策の経験より——

渡 部 薫

1. はじめに

——本稿の目的

都市再生あるいは都市の活性化の方策として、今日の脱工業化あるいは文化経済化という時代文脈において文化を用いたアプローチが一般化しているが、その一つとして文化を都市のイメージ戦略に結びつけて再生政策を展開する方法がある。一九八〇年代以降のヨーロッパの工業都市の再生手段として数多く見られたアプローチである。英国のグラスゴー市はそのような方策を採ってきた都市の一つで、長期的な経済の衰退やそれによりもたらされた社会の荒廃から立ち上がり都市の再生を図るために、従来の工業都市のイメージを打ち破り、新しく文化都市とし

て再構築するという目的を掲げ、イメージ戦略を中心とした文化政策を展開した。工業都市から脱皮し、代わりにサービス産業を振興させ、新しい産業の形成を図るためには、ツーリストや新規投資を誘導することが必要だが、そのためには、グラスゴーに付きまとうネガティブなイメージを払拭し、新しいイメージを再構築することが課題だったのである。

現実には、グラスゴーでは、ツーリズムを中心としたサービス産業が拡大するとともに、新しい産業の形成が進むことによって、経済的な再生に成功している。しかし、グラスゴーの文化政策の経験を分析すると、イメージ戦略については、直接的に意図した外部に対する効果だけではなく、その後の経済の活性化を生み出す土壌となるグラスゴーの地域社会自体の変容をもたらしたことに重要な意義があったように思われる。すなわち、イメージの再構築はグラスゴーの外部に新しいイメージを提示するだけではなく、グラスゴーの市民に対して肯定的なメッセージを含んだ新しい自己イメージ（その地域に住み活動する市民が地域に対して抱くイメージ）を提示することによって、地域社会が変容する契機をもたらしたのではないか。そして、そこから、地域社会の活性化、経済活動の活性化を招き、新しい産業への取組みが可能になったと考えられるのである。

本稿は、都市のイメージ戦略が、その地域の自己イメージの変化を通じて地域社会の変容を導く可能性について検討を行うものである。そこで、地域イメージの変化が地域社会に対してグラスゴーの文化政策の経験に見られるような地域社会の変容をもたらすと仮定し、そのような作用を説明する論理、メカニズムを導き出すことを目指すことになる。

2. 理論的考察

ここでは、まず、地域イメージが地域社会に与える影響に関する先行研究についてレビューを行い、次に、地域イメージの変化がその地域の市民にどう受け止められるかという問いを起点に、新しい地域イメージがもたらす地域社会へのインプリケーションについて理論的考察を行なう。

2-1. 地域イメージについての先行研究

地域イメージあるいは都市のイメージについては、ケヴィン・リンチを嚆矢として今日まで数多くの研究が行なわれている。都市計画や地理学における研究は、地域イメージがどう構成されているかについて、住民の意識や空間構造、環境要因との関連について分析しているものが多い。地域活性化との関係においては、対外的なイメージについての議論が中心となっている。ここでは、グラスゴーの文化政策の本来の狙いがそうであったように、イメージは地域マーケティングの主要な道具として位置づけられ、対外的な効果を引き出すという視点からその効果の分析が行なわれている。

その中で、田中美子の地域のイメージ・ダイナミクスの議論は、地域イメージの地域社会に与える影響にも目を向けた議論を行っている。田中は、対象となる地域に対して外部が持つイメージと地域住民が持つイメージとの差異に着目し、まず、その相互作用の中から地域住民の間で地域についての共通認識が形成され、そうした中から地

域アイデンティティが結晶化されるとする。そして、その形成過程において市民の間に「われわれ感情」が醸成され、これが求心力となって協働的な努力の方向を提示し、地域アイデンティティの確立と地域の自発的活動との間で相互作用が生じるといふ円環的連鎖が形成され、地域の活性化が促進されると論じている（田中一九九七）。この議論では、地域イメージが地域アイデンティティの形成過程を通じて地域の活動を誘発する可能性を指摘している点において注目値する。しかし、外部が持つイメージと地域住民が持つイメージとの相互作用の中からどうして地域アイデンティティが形成されるかについて、説明する明確な論理を持たない。また、そのような相互作用や地域アイデンティティの形成は常に起こるものではない。それが起こる状況、そしてその状況下で地域アイデンティティが形成されるメカニズムについて考える必要がある。さらに、地域アイデンティティの確立と地域の自発的活動との間で相互作用が生じることについての説明も、「われわれ感情」という一般的な表現を中心とする説明にとどまり、それ以上に分析的な論理を提示していない（ibid.: p45）。この節では、田中とは異なり地域イメージの「変化」が地域社会に与える影響に対して照射を行なうが、ここでは、田中の議論が明確にしなかった地域イメージと地域アイデンティティ形成との関係、地域イメージと地域内の相互作用との関係を説明する論理を提示することを一つの狙いとする。

2.2. 地域イメージの変化に市民はどう反応するか

地域イメージの戦略的創出に伴う自己イメージの変化が地域社会に対してどのような影響を与えるかについて考察するために、まず、地域の自己イメージの変化、あるいは新しい自己イメージの出現に対して市民はどう反応するかについて検討したい。ここで、自己イメージとは、都市の構成メンバーである市民たち自身の、自分たちが住

み活動を行う都市に対して持つ集合的なイメージ、ある程度間主観化されたイメージである。

議論の前提として地域イメージとは何かについて考えてみたい。地域イメージは、簡単にいうと、地域について様々な解釈の可能性・変異がある中から選択的に構成された表象といえることができる。しかし、ここでは、表象にとどまらず、イメージには何らかの意味付与がされていると捉える。例えば、かつてグラスゴー市に対して抱かれていた工業都市というイメージには、一九世紀であれば力や技術、繁栄という意味づけがされていたが、一九七〇年代、八〇年代ころには、単調な労働、公害、モントーン、衰退や荒廃という意味付与がされるようになっていた。したがって、地域イメージは、地域についての一つの意味づけを伴った表象と定義することができる。地域イメージの中でも市民が自分たちの地域に対して持つ自己イメージは、付与されている意味が重要であると考えられる。なお、意味は解釈の結果だけではなく、解釈枠組としての働きも含まれており、それを通じて解釈を行うという働きをすることに留意したい。

それでは、変化した地域の自己イメージ、新しいイメージに対して、市民はどのような反応をすると考えられるであろうか。都市の自己イメージの変化とは、自分たちの都市についての再定義であり、その意味づけが変わったことを意味する。市民は個人それぞれ地域についての意味解釈としての地域イメージを——関心の持ちよう、度合いは異なるとしても——抱いているが、その従来から持っているイメージとは異なる戦略的に新しく創出されたイメージが提示されることで、地域に対する意味解釈に揺らぎが生じることになると考えられる。このとき、市民個人としては、A・個人の持つ地域イメージを修正し、新しいイメージを受容する、B・新しい地域イメージに対して問いを投げかける、さらには、C・新しい地域イメージを拒否する、あるいは、D・関心がなく何も反応しない、という反応・態度が考えられる。なお、Cのケースについては、市民個人が最初から単純に拒否反応だけ示す

ということは考えにくく、多くの場合は、Bのように新しいイメージに対して問いを発するような反応を伴うことが考えられる。その点において、Cは、Bの拒否的な姿勢が強いケースであるということが出来る。

このような反応（新しいイメージを受容れる、新しいイメージに対して意味を問う等）が起きることは、地域社会にとつてどのようなインプリケーションを持っているのであろうか。上述したように、地域イメージは地域についての一つの意味づけを提示するものであるため、新しい地域イメージが地域社会にもたらす変化とは、イメージを通じた意味の受容に伴う反応がもたらすものとして捉えられるのである。このイメージを通じた意味の受容をめぐる問題に対して、解釈主義的社会学の視点¹に基づく議論を導入して考察を行いたい。この解釈学派といわれる社会学の流れは、意味の社会学とも称されるように、個人の行為や社会的関係の中に潜む主観的な意味を重視し、社会的世界が能動的な人間主体による意味づけによって構成されること、有意義な行為によって生産されることを強調する。これによると、現代社会に生きる意味を重視する個人という視点から、地域社会のメンバーである市民たちにおいて、提示された意味によって地域についての意味づけについての覚醒が生じ、自分の持っている地域に対する意味解釈を修正するとともに改めて意味を問う動きが現れると考えることができる。しかし、解釈学派の立論に対しては、アンソニー・ギデンズや今田高俊が論ずるように、主観的な意味や動機を偏重しすぎており、物質的な活動が視野から欠落しやすしい等の批判も挙がっている。²「意味ばかりを追い求める行為者像」（今田二〇〇一・p 二二八）は、「私探し」や自己実現を希求する人たちが多い現代においても現実的ではない。意味が提示されることや意味を問うことだけでは社会に変化をもたらす大きな動きは現れにくいのではないか。それが具体的な活動を伴うことで地域社会に実体的な影響をもたらすと考えられるのである。本稿は、基本的には社会における意味づけというものの持つ意義を重視するものであるが、都市の経済的再生に対する関心に基づくため、意味には具体的な

内実を与え、社会的に表現されるための実体的な活動・関係を伴うことが必要であると見る視点に立つものである。なお、以下の議論においては、地域の自己イメージの受容が地域社会にもたらす作用について、本稿では都市の再生や活性化を問題にしており、基本的立脚点として都市という地域社会が何らかの社会的な価値の生産・供給に関わる活動から構成されていると見るため、考察の対象としては市民といってもそのような活動を行う市内のアクターに焦点を置いて検討を行う。

2.3. 新しい地域イメージの受容と地域の変容

まず、A・個人のもつ地域イメージを修正して変化したイメージを受容する、という選択について考えてみたい。地域イメージを何らかの意味付与されたものとして捉えるとき、それを受けとめる市民については、その意味を解釈するための解釈枠組³を備えていると考えられる。人はそれぞれ自分自身や身の回り、さらには社会に起きている事象についてどのように受けとめ、どう意味解釈するかを指示する解釈枠組を備えている。人は何らかの現象について知覚したとき、それぞれの持つ解釈枠組を活用してその現象の意味解釈を行うのである。個人を超えて社会的に共有されたものとして、価値や規範、道徳、思想、その他もの見方・考え方等、いわゆる観念的に構成されたものとしての文化あるいは意味体系が存在するが、個人の持つ解釈枠組とは、このような意味体系の影響を受けている、あるいは、意味体系の一部が取り込まれているということが可能である。では、この解釈枠組という概念を用いると、変化した地域イメージを受容することの持つ意味はどう説明されるのであろうか。ここで、解釈主義的組織シンボリズム論に基づく坂下による組織文化の生成についての議論を参照したい。

坂下は、シンボリック相互作用論を下敷きにして、次のように説明している。組織においては、組織成員はそれ

それ手持ちの意味体系を持つているが、組織内で行われる行為というシンボルに対して、組織性員はその手持ちの意味体系を参照しながら意味解釈を行うのである。「こうしたシンボルの意味解釈を通じて、はじめに手持ちの意味体系は新たな意味を付与されたり付与されなかつたりするが、前者の場合には意味体系は新たに構成し直される」(坂下二〇〇二…p一九五)という過程を経て、意味体系が組織成員間で間主観性を帯びていく、そしてこの間主観化されたものが組織文化であるというのである。坂下のいう手持ちの意味体系とは、本稿でいう解釈枠組に当たるが、ここで注目したいのは、シンボルの意味解釈を通じて新しい意味が発生し、それを通じて意味体系が再構成されるという点である。こうして再構成された意味体系が間主観化したものが組織文化であるから、これは組織文化の変容につながることになる。

坂下は明確には論じていないが、このような過程は、手持ちの既存の意味体系すなわち解釈枠組では当該シンボルを適切に意味解釈できないため、解釈枠組は変化することでそのシンボルを処理し、新たな意味を受容することになると捉えることができるのではないか。もし「既存の解釈枠組では適切に意味解釈できない」というのがなく、文字通り単に「新たな意味の付与」ということでしかないのであれば、日常的に起こることであり、これによる解釈枠組の変化をことさら論じるのであれば、組織文化は頻繁に変化することになる。これは、解釈枠組や組織文化をどう捉えるかという概念規定の問題にもなるが、これらはある程度確立され固定されたものでなければ、現象についての意味解釈も不安定になり、明確な対応も立てられないことになる(個人の解釈枠組としてはそのような状況も考えられるが、組織文化としては考えられない、少なくとも意味を持たない)。したがって、坂下のいう新たな意味の付与とは、既存の解釈枠組では対象となるシンボルを適切に意味解釈できない状況において解釈枠組が変化することによって生じるものであると考えられるのである。さらに、単に既存の解釈枠組では適切に意味解釈で

きないというだけであれば、当該シンボルを扱わない、捨象することや、現行の枠組を無理やり適用して解釈することもできる。そうしないということは、それが内包する新しい意味に積極的な意義を認めている、評価していると解釈することができるのではないか。¹⁾そのため、その意味を適切に導き出すような新しい解釈枠組を採用する、あるいはそのように修正すると解釈することができる。ここで、意味には上述したように解釈枠組の働きも含まれているため、新しい意味の受容とは、それ自体が新しい解釈枠組を受け容れるということでもある。いずれにせよ、既存の解釈枠組は調整あるいは修正されることになる。

この議論を援用すると、新しい地域イメージの受容については次のように論ずることができる。政策等により戦略的に提示された地域イメージは地域についての何らかのメッセージという明確な形の意味を含んでいるが、Aのケースにおいては、その地域の市民は、その意味を額面どおり受け取るか、あるいは自分の解釈を大きく加えるかは別として、その地域イメージを受容する。その新しい地域イメージに付与された意味が、既存の解釈枠組では適切に処理できないため、その意味の受容に伴って、その意味に関わる解釈枠組を加える、あるいは既存の解釈枠組を修正することになる。ここで、市民が地域イメージという地域に関する意味づけを受容することによって解釈枠組を変化させるということはどういうことを意味するのであろうか。坂下の議論では、組織の成員が持つ手持ちの意味体系の変化が間主観性を帯びる、すなわち、集合的に現れるとき組織文化の変容を意味するということであった。組織の成員という個人はそれぞれ身の回りや社会的な事象を解釈するための手持ちの意味体系すなわち解釈枠組を持っているが、そのうち組織に関する部分が間主観的には組織文化を構成することになる。同様に、地域に住む個人においてもそれぞれ解釈枠組を持っているが、その地域に関する事象に対応する部分を集合的に括つてみると、そこにある共通性あるいは一定の傾向が認められる場合、それがその地域の文化ということになる。したがつ

て、新しい地域イメージとその内包する意味が受容されるということは、個人の持つ解釈枠組の地域に対応する部分が修正されることであり、これが集合的に、間主観的に現れる場合、地域の文化が変容することになる。⁵⁾ここで一つ疑問に感じられるのは、地域イメージを通じて新しい意味を受容するということだけで市民の解釈枠組の変化、ひいては地域の文化の変容をもたらすことがはたして実際に起こるのであるかということである。すなわち、新しい地域イメージを受容することで地域の文化が実際に変化するのであるか、変化するとしてもどの程度のものなのであるか、という疑問が残るのである。換言すると、イメージの受容という認知上の現象が、人々の現実の行動や関係に関わる文化に実際にどのような影響を及ぼすことになるのであるか、という疑問である。この問題については、後ほど検討したい。

では、そのような同じ方向の解釈枠組の変化が集合的に起きること、すなわち、解釈枠組の変化が間主観化されることは、どのように説明されるのであろうか。これは、解釈主義パラダイム一般が解答に苦慮してきた問題である。坂下は、シュッツの他我の一般定立⁶⁾という命題を引用して、組織において組織成員は相互に時間及び空間を共有している対面状況にあるため、意味解釈や解釈枠組は互いに近似したものになる、と論じている。この議論自体説得力に欠けるところがあるが、地域についてはさらに、組織と違って他の集合体と区分する最大のメルクマールが空間的境界であり、成員である市民間を関連づける枠組が不明確な集合体であることを加味しなければならず、これとは異なる説明が求められる。地域の持つそのような特性を考慮すると、地域において市民間で地域に関する解釈枠組みの間主観化が起きるためには、ある一定の状況が生じていることが必要であると考えられる。地域が個々の市民にとって一つの重要な環境として認知され、その中で市民間の相互作用が行われるような状況である。通常、人々は自分たちの住み生活している地域に対して特別意識することもなく、地域に対する帰属感やアイデンティティ

が希薄である場合が一般的だからこそ、何らかの状況によって地域についての個々の市民間の共通の関心が生まれ、それによって市民間の相互作用を伴いつつ地域に対する認知枠組が活性化されることが必要なのである。そのようにして市民間に地域のメンバーとしての自己認識が広く現れ、地域に対してもそこで自分たちの生活が支えられている、お互いに生活の基盤として共有し合っているという共通認識が生まれることで、地域内において解釈枠組みあるいは文化の波及、共有化が可能になると考えることができるのではないか。

ところで、このような解釈枠組の変化を伴うような新しい地域イメージの受容は、実際にはスムーズに起きると思えない。新しい地域イメージが内包する意味と地域についての従来の意味解釈との間で葛藤が生じると考えられておもしろくない。上述したように解釈枠組はある程度固定化したものであるから、簡単に変化するとは思えないのである。多くの人たちは、新しい地域イメージに対して従来の解釈枠組を適用して、当初は違和感を覚えることになる。次第にこの違和感を乗り越えて新しいイメージに意義を認め受け容れていくとしても、そのプロセスにおいて地域とはどう意味づけられるべきかを問うことになる。もしここで、地域の意味づけが市民にとって重要な問題として捉えられる場合、その意味づけをめぐる市民間で相互作用が起こると考えられる。新しい意味の受容、そして解釈枠組の変化とは、このような意味づけをめぐる動きを伴いながら行なわれるのである。このように、A・個人のもつ地域イメージを修正して新しいイメージを受容する、という選択は、多分に、B・新しい地域イメージに対して問いを投げかける、という動きを伴うものである。

2.4. 新しい地域イメージによる地域の意味を問う動きの喚起

次に、B・新しい地域イメージに対して問いを投げかける、という選択について考えてみたい。ここでは、新し

い地域イメージが地域についての意味を問う動きを喚起することを通じて地域社会に変化をもたらす可能性について、片桐の自己カテゴリーによる集合体形成の議論を援用して検討を行いたい。

片桐は、家族やエスニシティ、コミュニティなどの集合体が自己カテゴリーに基づいて形成されることを、自己カテゴリー化論を下敷きにして認知社会学として論じている。カテゴリーとは、ある対象を一つの類型あるいは典型として認知する枠組であり、自己カテゴリーとは、自己をめぐる類型的な認知の枠組を指す。本稿の言葉でいうと、自己についての一種の解釈枠組である。この自己カテゴリーに着目して、ジョン・ターナーらは、自己や他者を集合体の成員としてカテゴリー化するとき集合体が形成されることを、社会心理学的実験によって検証している（山田一九九三）。このような実験に基づいて、自己カテゴリー化論は、自己カテゴリー化という集合体の成員としての認知によって、それぞれの成員において集合体の成員として行為が規範的に方向づけられることによって集合体が形成されると主張する⁹⁾。そこには、成員は、「自分の持つカテゴリーを肯定的に評価し、同様に、同じカテゴリーに括られる他の成員に対しても肯定的に関与し、協同的である」（片桐二〇〇六・p.一九）という仮定が潜んでいる。

片桐は、自己カテゴリー化論の基本的な主張を認め、その上で、人はあるカテゴリーに基づいて自己が何であるか、どのような集合体の成員なのか、その成員として何をすべきか、といった意味づけを持ち、そしてそれに基づく相互行為の中で集合体が形成されると論ずる。しかし、そこには自己カテゴリー化論に対する次のような批判が含まれている。まず、カテゴリー化が肯定的な評価とのみ結び付けられており、カテゴリー化を調和的なものとしてその過程における多様性や権力的な側面が考慮されていない、さらに、自己カテゴリー化により形成される集団は「心理学的な集団」として現実の「社会的な集団」は別に存在する、すなわち、知覚とは独立する現実を認め

ていると批判する。後者の批判は、自己カテゴリー化論の基本的組み立てに関わるものである。片桐は、家族を例に取り、「家族は、その成員の意味づけや行為を離れて『物理的客体』としてあるのではない。『家族とは何か』というイメージをそれぞれの成員が持ち、そのイメージに基づいて家族としてどうすべきかの行為を組み立てていく中で、家族は形作られていく」(ibid.: p.130)と論じている。すなわち、集団はそれに対して成員が持つ意味づけという知覚的行為に基づいて成員間の相互行為を行う中で形成されてくるのであって知覚と現実とは異なるものではないのである。そこには、イメージや言説を離れて集合体があるのではないという主張と、それらが成員間の相互行為を引き起こすことによりイメージや言説の集合体は「現実」化するという主張を見ることができる。

前者の批判については、片桐は、集合体の成員のカテゴリーは一樣ではなく、ある集合体のカテゴリーについて、成員間で異なるイメージを持つことが考えられるが、その場合、成員はそれぞれのイメージに基づいて異なる行為を自己や他者に求めることになる、と論ずる。そして、国民や民族、ジェンダーといったカテゴリーの意味内容をめぐる闘争に見られるように、カテゴリー化が集合体を形成する過程は一義的なものではなく、むしろカテゴリー化の競合の中で集合体が形成される、という視点を提示する(ibid.: p.130-2)。本稿は、意味の作用を重視するものの、実体的な関係を伴うことで意味のある現実が構成されるという考え方に立つため、片桐の議論に基本的に同意するものである。⁽¹⁾

この議論を本稿の議論に適用した場合、集合体の形成とは地域アイデンティティの再構築を指すことになる。新しい地域イメージにより新たに地域としての集合体が形成されるということは通常考えられず、認知社会学等の論ずる集合体の形成が地域について意味するのは、枠組の不明確な地域という集合体が新たなアイデンティティを構築するということである。したがって、新しい地域イメージはその意味内容について地域というカテゴリーをめぐ

る闘争あるいは競争を地域内に生み出し、その過程における相互作用の中から地域アイデンティティが再構築される、と論じられることになる。地域イメージはある地域についての、例えば、X市というカテゴリについての意味内容、あるいは、グラスゴー市の文化都市というイメージのようにそれ自体をカテゴリと捉えることができる。新しい地域イメージが政策等により提示されるということは、地域についての新しい意味、あるいはカテゴリとしての解釈枠組が提示されることになる。市民としては、その意味あるいはカテゴリに基づいて、どのような行動が期待されるのかを示されることになる。しかし、市民はそれぞれ地域についての何らかのイメージ——その中核にはある程度間主観化されたイメージが存在する、少なくとも何らかの形で個々人の持つ地域に対するイメージに影響している——を既に抱いており、新しいイメージはその従来のイメージと衝突することになる。地域というカテゴリをめぐると、すなわち、地域の意味づけをめぐると考えられるのである。

この地域の意味づけをめぐるとは、地域という集合体においては非常に重要である。なぜなら、組織に比べてその成員、すなわち市民全体に関わる明確な目標もなく、他の集合体と区分する境界や成員間の関係を規定する枠組も明確に持たない地域という集合体においては、上述したように、通常、人々は自分たちの住み生活している地域に対して特別な意識することもなく、地域に対する帰属感やアイデンティティが希薄である場合が一般的だからである。提示された地域の新しいイメージが内包する意味が、市民それぞれが地域に対して抱いていた意味とぶつかるるとき、それまでは漠然とした形で抱いていた意味が意識化され、ある程度明確なものになり、ときには具体的な形で表出されることにもなる。このように市民の地域に対する関心を覚醒させ、さらに、もしこの地域の意味づけが多くの市民に重要なものとして捉えられる場合、地域の意味づけをめぐるとは、地域に対する認知枠組が活性化され、地域をテーマにして市民間で相互作用が生み出されると考えられるのである。それは同時に、地域

について自らが抱く意味を投影する／具体化するための活動が誘発される、あるいは活性化される可能性を意味する。また、この地域の意味づけをめぐる動きに伴って市民の地域に対する認知枠組みが活性化されたり、市民間の相互作用が展開したりすることは、前節2.3.で解釈枠組みあるいは文化の波及・共有化をもたらす一つの条件として措定した、アクター間に地域のメンバーとしての自己認識や地域に対する共通認識を生み出す契機になると考えられる。したがって、このようなプロセス——地域アイデンティティ再構築の運動を意味する¹²⁾の進行によって地域のカテゴリーについて何らかのコンセンサスが形成される場合、すなわち、相互作用を通じて地域の意味づけが一定の方向に確定された場合に、新しい地域イメージが契機となって生まれた意味や解釈枠組みが地域内に共有化されることになる。なお、この意味や解釈枠組みは必ずしも提示された地域イメージの内包していたものとは限らない。地域の意味づけをめぐる相互作用の中で修正・調整されたり、あるいは、競合している意味づけの中から地域イメージが内包する意味づけとは異なる意味づけが選択されたりすることも考えられる。さて、2.2.で見たように、地域の中には、C（新しい地域イメージを拒否する）やD（関心がなく何も反応しない）という反応・態度もある。しかし、ここで論じているような動きが地域の中で展開し、広がっていく場合には、CやDのような反応を取っている人たちの中にはその動きに巻き込まれ変化していく人たちも多数現れてくると考えられる。

以上の議論を整理すると次のようになる。すなわち、新しい地域イメージは、一つは、市民がその受容を通じて内包する新しい意味を受容することによって市民の解釈枠組の変化をもたらすという動きを導くが、もう一つは、新しい地域イメージが提示する地域についてのカテゴリーが地域の意味づけをめぐる地域アイデンティティ再構築の動きを喚起する場合には、それによって地域内で市民間の相互作用を生み出すことになる。そして、新しい意

味の受容は多分に地域の意味づけを問う動きを伴うことから、これらの二つの動きは互いに関連し合って進行し、変化した解釈枠組が市民間の相互作用と地域に対する共通認識に媒介されて波及していくが、その過程でもし地域の意味づけが確定される場合には新しい解釈枠組みが共有化されることになり、地域の文化に変化をもたらすことになる。これは、新しく政策的に提示された地域イメージが地域の変容を導くとした場合、そのメカニズムについての一つの仮説を提示するものである。ただし、この仮説には、これまでの議論で見てきたように多くの検討事項と条件が伴う。

まず、2.3で論じたように、新しい意味を受容するだけで地域の文化が実際に変化するのであるうか、変化するとしてもどの程度のものであろうかという問題がある。これは、イメージの受容という認知上の現象が、人々の現実の行動や関係に関わる文化に実際にどのような影響を及ぼすことになるのであろうか、という疑問である。第二に、地域イメージが内包する地域のカテゴリーあるいは意味づけが提示されることによってどうして地域の意味づけをめぐる動きが集散的に起こるのかという基本的問題について考える必要がある。地域社会においては、2.2で見たD（関心がなく何も反応しない）という状況は一般的に見られるからである。この問題は、地域イメージを受けとめる地域の側の状況だけでなく、地域イメージ自体のあり方や提示の仕方についても関わることである。これは、仮説が成り立つための条件でもある。第三に、地域のカテゴリーの提示によって地域の意味づけをめぐる動きが起きたとして、どこまで意味のある相互作用が起きるのであろうか。これは、地域の領域をどこまで見るかという問題にもかかわってくるが、地域内の部分的な——一部の領域の人たちにおいてという意味で——相互作用にとどまるのではないかという問題を含んでいる。ここには、仮説にもあるように、地域の意味づけが確定する場合という条件が絡んでくる。このことから、地域の意味づけをめぐる競合から生み出された相互作用によって必ずしも解釈枠

組の共有化が進むとは限らないのではないか、あるいは、解釈枠組の共有化が部分的にしか見られないということも考えられるのではないか。これらの検討事項以外にも、この仮説が論じる地域社会変容のメカニズムは、新しい地域イメージが提示されれば常に起動するものではなく、仮説の中にも一部含まれている（地域の意味づけをめぐる動きが集散的に起きること、地域の意味づけが確定されること）ように、多くの条件が整ったときに起動すると考えるべきである。これらについては、後述するグラスゴウの文化政策の分析によって検討したい。

3. 事例の分析：グラスゴウの文化政策の経験と解釈

この章では、前章2.4で得られた地域イメージの変化が地域社会の変容を導くメカニズムについての仮説に基づいて、本稿の考察の契機になった英国グラスゴウ市のイメージ戦略を中心とした文化政策による都市再生の経験を事例として取り上げ、分析を行う。

3-1. 文化政策による脱工業化のロジック

まず、脱工業化を図るためにグラスゴウ市（Glasgow）が一九八〇年代以降に文化政策を採用し、展開していった論拠となるロジックを検討したい。

グラスゴウ市の都市再生の手段としての文化政策は明確な海図に基づいて実施・展開されたのではなく、手探りの中から選り取り、展開されていったといわれている。しかし、その考え方は、基本的には次のように要約するこ

とができる。すなわち、消費環境を整え文化消費を拡大するとともに、市のイメージを再構築することによって新規投資を誘導し、新しい産業の形成を図る、というものである。後者の点について論じると、グラスゴーのそれまでのイメージは、戦後社会において次第に形成されていった工業都市に対するネガティブなイメージに加えて、経済的な衰退と失業、その結果のまちの荒廃と暴力に結びついていた。製造業の職の喪失を補い、経済を再活性化させるためには、新規投資を誘導し、新しい産業を形成するとともに、関連するサービス産業を拡大しなければならぬが、そのためにはグラスゴーに付きまとうそのようなネガティブなイメージを払拭し、新しいイメージを再構築する必要があったのである。

ここで構築しようと試みられた都市のイメージとは、住む場所、働く場所として望ましい地域というイメージに結びつくものであった。投下資本によって形成される新しい産業を支える技術と能力のある人たちを引き付けるためには、都市における生活の質やライフスタイルについて望ましいイメージを抱かせる必要がある。この生活の質やライフスタイルのイメージに大きく関わる要素が、文化と環境なのである。物理的環境の荒廃や社会的不安を取り除くだけでなく、文化的環境の形成や歴史的環境の整備、文化施設の整備等により文化的環境を形成することが、生活の質についての望ましいイメージの形成に貢献すると考えられたのである。このような文化的環境の形成は、また、文化消費やツーリズムの拡大につながり、サービス産業の発展をもたらすと考えられた。そのため、イメージの再構築は、都市のマーケティング戦略に沿ったイメージ・キャンペーンやイベント等の実施とともに、市内の環境整備を必然的に伴うのである。ただ、このようなグラスゴーの文化政策による都市のイメージの再構築は、基本的には、グラスゴーの外に対して向けられたものであり、あくまでツーリストや資本を誘導するために試みられたものであって、市民に対して行われたもの、自己イメージの再構築のために行われたものではなかったことに

留意したい。

3-2. グラスゴー市の文化政策とその成果

ここでは、一九八〇年代以降に取り組まれた文化政策の展開を追い、その成果について見てゆきたい。

1) 文化政策以前の状況

グラスゴーは、スコットランド西部地方の中心として、人口約五八万人（二〇〇二年）、都市圏人口一八〇万人（英国内第四位）を擁する英国の主要都市である。産業的には、一八世紀後半以降工業都市として発展してきたが、現在ではスコットランド最大の都市として首都エディンバラ（Edinburgh）と並んでスコットランドの経済、文化、観光、商業において中心的な役割を果たしている。政治的には二〇世紀においては労働党が市政を長く支配してきた。

グラスゴーは、二〇世紀初頭には、造船業を中心に、機関車、ミシン、鉄鋼などの重工業が相互に関連しながら発展していた。しかし、第一次大戦後以降、グラスゴーの経済は下降していく。第二次大戦後は、戦後復興と冷戦、とりわけ朝鮮戦争の影響を受け、グラスゴーの経済は大きく回復した。しかし、新しい産業が台頭してきたわけではなく、依然として造船業をはじめとする重工業に依存していた。一九六〇年代には、再び経済は長期下降傾向に転じ、六〇年代、七〇年代を通じて製造業は大きく衰退した。一九七一年から一九八三年の間に製造業の雇用全体で四五％縮小し、八〇年代初頭には、構造的な高い失業率に悩まされるようになっていた。グラスゴーにおいて問題だったのは、古い産業が衰退して雇用を喪失していく一方で、雇用を創出する新しい産業が創造されなかったこ

とである。他方で、このようなグラスゴー経済の拡大・衰退の歴史的展開において、製造業の繁栄と人口の集中を背景としてサービス産業が次第に拡大し、グラスゴーの中心部においては、周辺地域を後背圏として持つ商業地域が形成されていった。また、経済的繁栄がもたらした富を背景に、偉大な公共建築物や博物館、美術館、図書館などの施設が建設された。

一九七〇年代の後半頃、このような状況において、都市再開発は、都市の更新を狙って市周辺部の住宅開発に重点がおかれていた。しかし、一九八〇年代に変わる頃、都市財政が逼迫している状況において、新規投資ではなく既存ストックの再利用に目が向けられるようになり、次第に都心部の重要性、とりわけ芸術や文化へのアクセスに恵まれているその環境の重要性が再認識されるようになっていった。

2) 文化政策の展開

①文化政策の開始とマイルズベター・キャンペーン

八〇年代に変わる頃、経済の構造変動は明らかであり、これについての認識がグラスゴーの脱工業政策の展開を開始させた¹⁵⁾。グラスゴー市では約四〇年にわたって政治的分裂が顕著であったが、グラスゴーの新しい経済基盤を希求する必死な思いがこの分裂に橋渡しをし、市は、当時のネオリベラル的な政策の趨勢ともあいまって民間セクターを活性化させる方向に乗り出していく。そして、八〇年の選挙で市政に返り咲いた労働党のグラスゴー市庁(Glasgow District Council)において脱工業政策が開始され、その具体的な方法として、文化を都市再生政策に結びつけることが模索されていった。

グラスゴーの文化政策の成果は、政策のイニシアティブに基づくといわれている。そこには、各種の行政団体や

民間団体の協力関係を見ることができ、政策の主体としては、グラスゴー市庁 (Glasgow District Council) が中心となって、それより広域的な地域を担当するストラスカライド地方庁 (Strathclyde Regional Council) 国家行政機関の地方組織としてスコットランド芸術協会 (Scottish Arts Council) やスコットランド開発機構 (Scottish Development Agency)⁽¹⁷⁾、公共——民間のパートナーシップ団体であるグラスゴー・アクション (Glasgow Action) 、『グラスゴー旅行委員会 (Greater Glasgow Tourist Board) 等との間で政策内容に応じて様々な連携を取りながら準備作業や一連の文化政策が展開されていくことになる。スコットランド開発機構は、国からの補助金獲得において非常に重要な役割を担っていたが、とりわけ物理的な再生事業や施設整備において大きな働きをすることになる。グラスゴー・アクションは、民間の資金提供を始めとする協力において重要な役割を担っていた。まず、準備段階においては、スコットランド開発機構やグラスゴー市庁が中心となって都心部やインナー・シテイの物理的改善事業を行っていった。

グラスゴーの文化政策は、一九八三年のグラスゴー市庁によるマイルズベター・キャンペーン (Glasgow's Miles Better campaign) の開始に遡る。このキャンペーンは、グラスゴーにつきまとう失業や犯罪に悩まされる衰退した工業都市という従来のイメージを一新し、新しいイメージを再構築することを目的としていた。先述したように、製造業の職の喪失を補うためには、新規投資を誘導し新しい産業を形成するとともに、関連するサービス産業を拡大することが必要とされたが、そのためには、衰退する製造業、暴力や酔っ払い、都市の腐敗と結びつくようなグラスゴーのイメージを変える必要があった。マイルズベター・キャンペーンは、グラスゴーには過去に蓄積された誇るべき芸術的、文化的遺産があるのだから、それらを前面に出し都市の利益のために使うべきであるという考えに基づき、そうすることでグラスゴーの文化的イメージを創出することを狙ったものであった。

マイルズベター・キャンペーンと歩調を合わせて、八〇年代前半は、個別のプロジェクトやイベントが進行し、それに伴って文化活動が活発化していった。特筆すべきプロジェクトは、一九八三年開設のバレル・コレクション博物館 (Burrell Collection Museum) と同年に開始された芸術祭・メイフェスト (Mayfest) であろう。バレル・コレクションは世界的にも貴重な文化遺産や芸術作品を誇る博物館であり、メイフェストは翌八四年には一〇万人のヴァイジターをもたらすグラスゴウの年間最大のイベントとなっている。一九八五年には、スコットランド展示会議センター (Scottish Exhibition and Conference Centre) が開館する。既にグラスゴウには、スコットイッシュ・オペラ、スコットイッシュ・バレエ、スコットランド国立オーケストラ、BBCスコットイッシュ・シンフォニー、市民劇場、その他様々な演劇団体などの文化的資源が存在していたため、八〇年代前半の一連のプロジェクトやイベントも加わることで、ツーリズムや都市マーケティングにとって重要な資源がさらに加算されたとともに、グラスゴウの文化的イメージも徐々に向上していくようになった。

②ヨーロッパ文化首都

一九八〇年代半ばにグラスゴウの文化政策に関する調査が行われている。スコットランド開発機構の委託により行われたマッキンゼイ社の調査が一九八四年と八五年に発表されるが、そこでは、文化供給の奥深さや都市中心部の開発ポテンシャルが認識され、引き続き都市中心部の環境を更新し、質の高い施設整備の推進や文化活動の促進などを行うことで、都市のイメージをさらに改善し、ツーリズム産業を拡大していくことが提案された。

このように、グラスゴウ経済における文化の重要性があらためて確認され、一九九〇年のヨーロッパ文化首都 (European Capital of Culture) を目指したキャンペーンが開始される。文化首都指名のプロモーションの目的

は、英国内外の人々そしてグラスゴウの市民に「活気があり、繁栄した大都市」(Booth and Boyle 1993: p31)であることを示すことであった。八三年に始まったマイルズベター・キャンペーンによるイメージ・キャンペーンは、一般に広まっていたグラスゴウの粗野で物理的に魅力のないまちというイメージを打ち破ることに貢献したが、今度のキャンペーンでは、文化的豊かさのイメージを広めることを狙いとしていた。こうして、グラスゴウの文化政策は、少なくとも一九九〇年までは都市の国際的なプロフィールを改善するために使われることになる。年間イベントのヨーロッパ文化首都は、このような目的に合致していた。指名を得た都市は、文化首都を飾るためのふさわしい文化イベントを行うだけでなく、「ヨーロッパの文化首都」という権威のある称号を得ることになる。ここで注目すべきは、それまでにヨーロッパの文化首都をつとめてきた都市は、アテネ、フィレンツェ、ベルリン、パリなど既にその文化資産・活動に対する国際的な評価が確立された都市であったが、グラスゴウの場合は、文化首都という称号をそのような都市になるためのステップとして、文化ツーリズムを備えた国際的な脱工業都市としての名声を獲得するために利用しようとしたことである。グラスゴウは、ヨーロッパ文化首都の、文化を通じて都市再生のための触媒としての潜在性を最初に見出した都市であるといえる。

ヨーロッパ文化首都への正式な立候補は、一九八六年に、数多くの民間文化団体や公共機関の支援を得て、グラスゴウ市庁と公共―民間のパートナーシップ団体であるグラスゴウ・アクション(Glasgow Action)の協同によって行われた。一九九〇年のヨーロッパ文化首都の開催地は英国に決まっていたが、英国内のどの都市になるかは立候補した都市間のコンペティションによって決まるのである。一九九〇年の文化首都という目標は、既存のパフォーマンス・イベントの質、芸術文化団体の活動、高いグレードの美術館の数、その他既存の文化インフラの質によって支えられるものであったため、それまで蓄積され、整備された文化施設や文化活動・イベントに加えて、新たな

イベントを加える必要が感じられた。

一九九〇年の文化首都年は、英国内外からの大きな注目を浴びるものであること、イベント・ベースであること、文化ツーリズムを惹きつけるものであることが強く打ち出された。グラスゴーは有力な文化資源を持っているにもかかわらず、旅行会社によるスコットランド・ツアアの企画において特に目当てにされてはいなかったため、この流れを変える必要があった。グラスゴーは優れた文化事業を有していたが、メイフェスト以外には国際的にアピールできるようなものはなかったため、国際ジャズ・フェスティバル、合唱祭、フォーク・ミュージック&ダンス・フェスティバルなどが新しく創設された。また、アーバンデザインの観点から都市景観の再整備の必要性が認識され、グラスゴー・シティ・イニシアティブ (Glasgow City Initiative) と名づけられた都市開発プロジェクトが施行されることによって、多くの物理的改善が行われた。一九八八年には、それまでにはない国家的な規模のイベントであるグラスゴー・ガーデン・フェスティバル (Glasgow Garden Festival) が開催され、その成功はさらにグラスゴーの新しいイメージを、とりわけ旅行者たちの間で広めることになった。一九八九年には、この年新たにオープンしたセント・イーノック・センター (St. Enoch Centre)、新交通博物館 (New Museum of Transport) を含めて、グラスゴーの博物館全体で二八〇万人の入場者を数えたが、これは、ロンドンに次いで英国内二番目の数字である。市外からの旅行者についても、一九八二年ではグラスゴーには約七〇万人しか来ていなかったが、一九八九年には二三〇万人にまで上昇している。

一九八七年には、主催権を得ていた英国内の都市間のコンペティションを勝ち抜いて一九九〇年のヨーロッパ文化首都がグラスゴーに決定される¹⁸。同年には、九〇年に向けて、グラスゴー市庁においてフェスティバル・ユニット (Festival Unit) が設立される。それは、文化首都年を目指して既存の活動をコーディネート及び刺激すると

ともに新たなプロジェクトを加え、グラスゴー市における文化活動の基盤を拡大させることを狙ったものであった。文化活動への支援は、名のある芸術家や活動団体だけでなく、草の根的な活動やコミュニティ・ベースの活動にも広く展開されていった。こうして、グラスゴーでは九〇年に向けて多くの文化関連事業が展開されていったが、これらに加えて、グラスゴー・ロイヤル・コンサートホール (Glasgow Royal Concert Hall) がヨーロッパ地域開発基金 (European Regional Development Fund: ERDF) の支援を受けて建設されている。

ヨーロッパ文化首都年当年については、グラスゴー市庁の公式の発表によると、三、四三九の公式イベントが開催され、約七〇〇のグラスゴー市の文化団体と二二、〇〇〇人の関係者、市民が主催者側として参加している (Glasgow District Council 1991)。イベントは、視覚芸術や音楽、パフォーマンス芸術 (演劇等) に加えて、グラスゴーに関係する歴史、デザイン、建築、造船、宗教、スポーツなどから構成されている。パフォーマンス芸術や視覚芸術では、四〇の主要な事業が行われ、また、延べ三、九七九の演劇、三、一二二の演奏、一、〇九一の展示会、一五七のスポーツイベントが開催されている。

ヨーロッパ文化首都年の短期的な成果としては、期待されたツーリズムにおいて顕著な成績を収めたということが出来る。数々のイベント、パフォーマンスは合わせて九〇〇万人の観客を数えている。重要なのはイメージ形成への影響であるが、文化首都年はこの点においても大きく貢献をしている。新しく変わりつつあるグラスゴーの姿は、ツーリストを通じて伝えられただけでなく、文化首都年のプログラムは何時間にもわたってテレビ放映され、何千もの新聞・雑誌記事が現れた。グラスゴーに関する資料集も新しく発行されている。グラスゴー外部の評価としては、ロンドンやイングランド南東部における調査では、グラスゴーの「急速に改善されている都市」というイメージが文化首都年以前と比べて一五%上昇している (Myerscough 1991)。

③九〇年以降の文化政策

ヨーロッパ文化首都年はイベントや文化施設への入場者数、グラスゴー市への旅行者数などの短期的な成果ではなく、グラスゴーの「文化首都」としてのイメージを内外に大きくアピールするという成果をもたらした。その点において文化首都を中心としたイメージ・キャンペーンは成功であったといえよう。その後九〇年以降の特筆すべきプロジェクトやイベントとしては、九一年に新たなプロモーション・キャンペーンとしてグラスゴー・アラブ (Glasgow's Alive campaign) の開始、九六年にグラスゴー・ヴィジュアル・アート・イヤー (Glasgow Year of Visual Arts) の開催とモダン・アート美術館 (Gallery of Modern Art) の開館、九九年には英国建築及びデザイン都市年 (UK City of Architecture and Design) の実施とスコットランド最大のショッピングセンターであるブキャナン・ギャラリー (Buchanan Galleries) のオープンなどが挙げられる。また、九〇年の文化首都年の経験から、グラスゴーの文化や経済に長期的な影響をもたらすようなインフラ整備が引き続き行われた。

九〇年代の初めころ、グラスゴーの文化政策は、グラスゴー経済の活況を招いたとはいえ、ツーリズム等の消費志向の政策に偏っていて、文化生産への効果が乏しいという批判の声が挙がっていた。しかし、ヨーロッパ文化首都年の成功とその後のグラスゴーの文化都市としての確立は、文化生産者の間においてグラスゴーの文化生産環境としてのポテンシャルに対する関心呼び起こすことにもつながったといわれている (Fleming 1999)。グラスゴー市庁は、このような関心に応えるべく、創造産業の直接的な支援策にも乗り出していく。九九年の英国建築及びデザイン都市イベントでは、デザイン等のローカルな創造的活動を刺激し、創造的産業の基盤形成を目指す試みを行った¹⁹⁾。また、引き続き物理的な開発が行なわれ、クライド川南岸のパシフィック・キー (Pacific Quay) で

は、デジタル・メディア・クォーター (Digital Media Quarter) やグラスゴー・サイエンス・センター (Glasgow Science Centre) が整備され、(J)にはBBCがそのスコットランド本部を移転している。デジタル・メディア・クォーターでは、デジタル・コンテンツの生産者や放送・出版事業、通信技術関係の企業等を収容している。他に、eコマース事業やソフトウェア・デザイン企業のクラスター化を目指すデジタル・デザイン・キャンパス (Digital Design Campus) やテレビ局のチャンネル四 (Channel 4) が主導する、若い独立したマルチメディア開発の研究者を支援するためのリサーチ・センター (Research Centre) 等の試みも始まっている。ここでは、グラスゴー大学やグラスゴー美術学校及びその関連する研究機関との間で公式・非公式にわたる連携や交流が行われており、研究で生まれた知識が創造産業の育成に貢献することが期待されている。

このように、九〇年以降は、引き続き都市再生、あるいは都市経済と結びつく形の文化政策は継続されたものの、その重点は、次第にイメージ戦略から離れて、文化的基盤そのものの形成に置かれるようになり、さらに、創造産業形成への直接的な支援に目が向けられるようになっていった。

3) 文化政策の経済的成果

ここまでの文化政策の成果を検討するために、八〇年代以降のグラスゴー経済に関するデータを見てみたい。³⁰⁾なお、以下に掲げるデータは、ツーリズムや商業のように直接文化政策が影響したと思われるものばかりではなく、影響が実証されてはいなくても、文化政策が目指した成果であり、文化政策の展開以降に現れたものであることから文化政策の何らかの影響が推測されるものも含んでいる。

①支出

まず、支出については、文化政策と一括りにしても、実際には多くの領域にまたがっており、さらに、政策に関与した主体も公民併せてかなりの数にのぼるため、正確な数字はつかめていない。おおよそには、文化政策の開始以来八〇年代においては、グラスゴー市庁を中心に、ストラスクライド地方自治体やスコットランド芸術協会からの支出も加えて、公共的には毎年約二〇〇万ポンドが文化関係の支出に当てられた。文化政策の中でも最も重要なイベントであったヨーロッパ文化首都については、九〇年の文化首都当年には、文化関係の支出額は約五四〇〇万ポンドに達している。内訳は図表1の通りである。他にも八〇年代以降、上述したような大規模な文化施設の開発を行なっているため、併せると巨額の数字になる。

②ヨーロッパ文化首都の短期的効果

ヨーロッパ文化首都年の効果については、グラスゴー市庁等の委託を受けて行なったマイヤズコフの調査によると、短期的な効果として、一、〇三〇万から一、四一〇万ポンドの純収益をもたらし、五、三五〇から五、五八〇人分の年間雇用を生み出した。一つの雇用あたりの公共支出は、七、二八六ポンドで、他の雇用支援策と比べてか

図表1：ヨーロッパ文化首都年（1990年）の文化関係支出

支出主体	支出額（£m）
グラスゴー市庁	35.0
ストラスクライド地方庁	12.0
民間企業	5.5
英国政府芸術図書館	0.5
ERDF（ヨーロッパ地域開発基金）	0.5
総計	53.5

出典：Booth and Boyle, 1993（原資料：Correspondence with Robert Palmer, Festival Unit: Scotland on Sunday 2,3 December; Glasgow 1990, Fact Sheet No.8）

なり効率的なものと評価されている (Myerscough op.cit.)。文化首都年の長期的な効果についても、ツーリズムや文化産業、その他グラスゴー経済全体への影響について論じられているが、他の文化政策から選り分けて析出することは困難なため、ここでは八〇年代以降の文化政策に含めて論じたい。

③ 経済全体の変化

ヨーロッパ文化首都年の短期的な効果はあったものの、九〇年代初め頃はツーリズムや関連するサービス産業を除くと明確な経済的効果は現れておらず、また、創り出された雇用にしてもツーリズムやレジャー産業に関連するものが多いため、その労働の質が問題とされていた。その後九〇年代半ば以降、英国経済の回復及び成長にも牽引されてそれら以外の産業も順調に発展してきている。

経済全体の変化としては、一九八一年の雇用者総数三六一、〇〇〇から、一九九三年の三〇八、七〇〇へ一旦下がったものの、二〇〇二年には三七八、〇〇〇人に増加している。特に、一九九八年からの四年間で一〇・八%の伸びを示しているが、これは英国の都市の中では五番目に位置する。ただし、人口はこの間、一九八一年の七七四、〇〇〇人から二〇〇二年の約五八〇、〇〇〇人にまで低下している。失業率は過去一〇年間で一〇・三%低下し、二〇〇二年には、約六%となっている。失業率の改善は大きいものの、英国平均と比較するとなおやや高い水準にとどまっている (二〇〇二年の英国の平均失業率五・一%)。産業構造は八〇年代以降の二〇年間に大きく変化している。サービス産業はその雇用者数の全産業に占める比率において、一九八一年の六八%から二〇〇一年の八四%へと増加している。特に顕著なのは、金融・保険、ビジネス・サービス、公共サービス等である。このサービス産業増加の傾向はOECD諸国に共通する傾向であるが、グラスゴーはこの流れにうまく乗ってこの二〇年間に工業

図表 2：英国主要都市の雇用の変化 1998～2002年

1	カーディフ (Cardiff)	+ 17.5
2	マンチェスター (Manchester)	+ 17.1
3	ニューキャッスル (Newcastle)	+ 15.2
4	エディンバラ (Edinburgh)	+ 11.4
5	グラスゴー (Glasgow)	+ 10.8
6	ブリストル (Bristol)	+ 10.6
7	リーズ (Leeds)	+ 9.6
8	リバプール (Liverpool)	+ 8.6
9	シェフィールド (Sheffield)	+ 4.5
10	バーミンガム (Birmingham)	+ 3.4

資料：ONS/NOMIS

都市から脱工業都市に大きく変身したといえる。それを反映して、製造業は全体的には大きく縮小し、雇用は全産業の九五％、付加価値総額は一三％となっている。

文化政策が直接的に影響するツーリズム産業は、一九九九年には全産業の七％の雇用を占めている。一九九一年から九八年にかけて英国内からの旅行者は八八％増加、九一年から九七年の間に海外からの旅行者は二五％増大している (Scottish Tourist Board 2002)。文化政策は、文化イベントを創造し、その基礎となる文化活動を活性化させたが、これらの取組みと相乗的に演劇や音楽などのライブ・パフォーマンス、ショッピングなどの商業活動も拡大・発展していった。上述したように博物館の入場者数が英国内ではロンドンに次いでおり、九〇年の文化首都年以降も旅行者数が増大している。グラスゴーは英国の都市ではロンドンに次ぐツーリズムの目的地になる

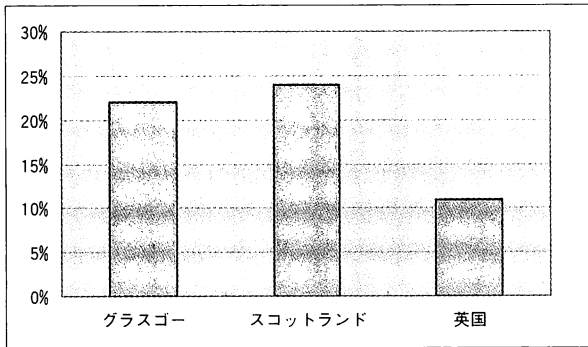
とともに、やはりロンドンに次ぐ商業の街になったのである。²¹⁾注目すべきは、グラスゴーへの新しい投資によって雇用が生み出されていることである。一九九二年から二〇〇〇年の間に一〇二件の国内からの投資があり、二〇、〇〇〇人の雇用（主に金融、通信等）を生み出している。海外からの投資も一九九〇年代後半から始まっている。グラスゴーは、この新企業形成においても英国内五番目とい

う高い位置にランクされている。英国やその他先進国の趨勢を反映して、知識集約型高付加価値産業も拡大しているが、一例として、バイオサイエンス産業は一九九五年から一九九九年の間二五%生産拡大している。

④ 創造産業

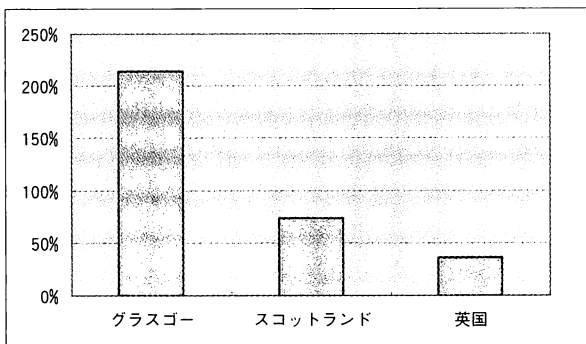
都市型の新しい産業の代表格であり、文化との関係が強い創造産業についてはどうであろうか。九〇年代の初め頃は、ヨーロッパ文化首都年を始めとする文化政策は、文化消費の拡大を文化生産にリンクすることに失敗したといわれていたが、その後創造産業も次第に成長してきている。グラスゴウの創造産業についての詳細な経済的データはないが、二〇〇一年では一〇〇〇を越す企業が直接的に一七、四〇〇人の雇用を抱えており、

図表 3：知識産業雇用者の成長率 1998～2001年



出典：Glasgow City Council, 2003, *Upbeat Glasgow 2003*
(原資料：ABI 2002)

図表 4：ICT産業の事業者数の成長率 1998～2001年



出典：Glasgow City Council, 2003, *Upbeat Glasgow 2003*
(原資料：ABI 2002)

グラスゴーの全雇用の約四・六%を占めている。関連して、知識産業 (Knowledge Industries) については、市の全雇用の一八%をしめる約七〇、〇〇〇人を雇用しており、一九九八年から二〇〇一年の間に二二%増加している。また、情報通信産業 (ICT Industries) については、同じ期間に雇用で一〇〇%以上、事業者数で二一四%増加している。今見たような創造産業、知識産業、情報通信産業間の関係は明確ではなく、相互に重複している部分があると思われる⁽²¹⁾。ただ、全体的に、創造産業やその関連した知識集約的な産業が近年拡大しつつあり、グラスゴーの一つの主要な産業領域になってきているということが出来る。

このような変化に対する文化政策の貢献を、それ以外の要因 (グラスゴー市の経済政策や英国経済全体の状況等) と選り分けるのは困難である。しかし、直接的な目に見える効果としてツーリズムやサービス産業の拡大をもたらしたことは上述した通りであり、共通認識となっている。また、長期的な影響については、ヨーロッパ文化首都年から一〇年以上経過した時点において、アンケート調査等によって、グラスゴー市の産業界の人たちを中心にグラスゴー経済の活性化を導いたと認識されていることが確認されている (Garcia 2005)。

4) 地域社会への影響

文化政策がもたらしたと思われるグラスゴー社会の変化について検討してみたい。まず、地域の自己イメージについては、先述のマイヤズコフの調査によると、グラスゴー市民の間で、ほとんどの人がヨーロッパ文化首都年のプログラムはグラスゴーのイメージを改善したと答えており、六一%の人がその結果、「生活するのに楽しい場所」になったと答えている (Myerscough op.cit.)。このような前向きな変化は、その後の文化政策の継続もあって、短期的、一時的な変化にとどまらず、その後定着して、市民の抱くグラスゴーのイメージを変化させることになっ

たといわれている。⁽²⁴⁾

対外イメージに関しては、メディアのカバレッジを見る必要がある。先述したように、文化首都年をめぐることは、多くのメディアが取上げたが、グラスゴー大学文化政策研究センターはグラスゴーのヨーロッパ文化首都年の影響についてメディアの報道・取上げ方を分析している。この研究によると、文化首都年の当年である一九九〇年一年間の新聞・雑誌の記事内容は、四八%が肯定的、二三%が中立的、一九%が批判的なものとなっている (Centre for Cultural Policy Research, University of Glasgow 2004)。当センターは、新聞・雑誌は悪いニュースについて報道・掲載する傾向があることから、ここに見る数値はかなり肯定的なものが見ることができているのではないかと評価している。また、国際的な報道の大部分は、グラスゴーが文化都市としていかに変身したかについて論じている。これらの報道は、長時間にわたって放映されたテレビ放映とともに、グラスゴーの対外的イメージを形成するだけではなく、グラスゴー市民自身の自分たちの都市に対する自己イメージ形成に大きく影響したものと考えられる。

しかし、文化政策が創り出そうとしメディアも基本的に同調した、グラスゴーの「文化都市」という新しいイメージは、これについて疑問視する声も生み出し、グラスゴーのアイデンティティについて多くの異論を喚起した。疑問の声は多くは左翼陣営から発されていたが、なかでも、左翼的な傾向の思想を持つ芸術家や著作者、その他有名人がゆるく結びついて構成されたワーカーズ・シティ (Workers City) という団体が批判の先鋒となっていた。この団体によると、ヨーロッパ文化首都年のほとんどのプログラムがグラスゴーという労働者階級の文化的遺産にふさわしくないのであった。グラスゴーのアイデンティティはグラスゴーの労働者階級が受けた辛苦の歴史やこうした条件が育んだ政治的急進主義や社会的公正感にルーツがあるというのである。さらには、文化政策の打ち出

す文化がエリート層のライフスタイルやツーリスト、潜在的投資家の中核となるミドルクラスの嗜好に合わせており、多数者である労働者階級の真の関心を覆い隠していると批判するのであった (Boyle and Hughes 1994: p464)。文化首都年のプログラムの中でも、「グラスゴウのグラスゴウ」(‘Glasgow’s Glasgow’) というグラスゴウの歴史を扱った、文化首都年の中で最も費用のかかった展示イベントは、さらに広い範囲の社会的な議論を生み出した。そこでは、グラスゴウの産業的・政治的歴史が間違った方法で提示されている、あるいは、グラスゴウの産業の歴史が一連の絵画的文化に矮小化されているという批判が現れている。こうした中で、都市の遺産がどのように解釈され説明されるべきかについて、とりわけクライド川やグラスゴウの造船業の歴史を中心に広範な議論が展開されていった。中でも、船舶の建造と進水の物語を扱ったザ・シップ (‘The Ship’) という文化首都年の中で最大級の演劇イベントをめぐって議論は頂点に達している。もともとクライド川や造船ヤード、労働者階級のコミュニティに対してはグラスゴウ市内には強力な神話が残っていると信じられていたが、このイベントはこのような神話に基づいて造船業の経済的、政治的、文化的重要性を誇張しているのではないか、さらに、誤ったノスタルジックなイメージをかき立てているのではないかという批判が市内に巻き起こった。ただし、イベントそのものは興行的には好評を博している (Booth and Boyle op.cit.: p38-9)。

また、九〇年代の初めころまでは、文化政策がグラスゴウ経済の活性化に成功し新しい雇用を生み出したとしても、経済に関わる構造的な社会問題は何ら解決していない、富裕層と貧困層の分裂は未だ手つかずのままである、という趣旨の批判がやはり左翼的なアカデミズムを中心に多く投じられている。他にも、文化政策、とりわけ文化首都年については、「地理的な周縁部や社会的な弱者が接触したり参加したりする機会を拡大すること及び地域で育まれてきた文化を代表するプラットフォームとしての機能を果たすことに失敗した」(Garcia 2004a: p108)

という側面が指摘されている。文化政策自体は、実際には、文化を広い意味で捉え、恵まれていない地域コミュニティの文化活動を支援し、その資金を地元の芸術家や草の根的な団体を支援するために広く分配していたのである。しかしながら、文化は、あくまでグラスゴウの経済的再生という目的のための道具として利用していたため、イベントのプログラムは潜在的な経済的利益やメディアの報道、ツーリストへのアピールを狙っており、コミュニティ開発や市民の自己表現は二の次であったことも指摘されている。そのため、結果的には、エリート的な芸術家に偏向するような支援になってしまったのではないかといわれている (Garcia 2004b)。

イメージ再構築とともに文化政策の直接の目的とされた文化環境の整備・改善については、多大な費用を投じて、度重なる文化施設の整備、都心地区を中心とした再開発事業の施行や都市基盤の改善、文化活動の振興策を通じて文化環境は大いに向上したということができる。これと連動して、整備された環境を背景に都心地区を中心に商業が活性化され、文化と結びついて優れた文化消費環境を形成している。文化活動については、専門職業的な芸術活動だけでなく、上述した文化政策のあり方をめぐる批判もあって、お仕着せでない文化を表現する活動としてコミュニティ・ベースあるいは市民的な基盤に立った文化活動が拡大している。以上に加えて、文化政策、とりわけそのイメージ・プロモーション・キャンペーンは市民を元気づけたこと、文化政策全体の評価として、市民においてグラスゴウ市民としての自覚が活性化されたこと、市内の芸術家やビジネス界の人たちにおいて自信や地域の誇りが回復されたこと等も指摘されている (Booth and Boyle op.cit.; Garcia 2005)^(注)。

3.3. 文化政策の意義

以上見てきたように、グラスゴウ市の文化政策を用いた都市再生策が展開された80年代後半以降、グラスゴウ

社会及び経済には次のような変化が現れた。第一に、グラスゴーに対して持つ市民のイメージは、大いに改善された。第二に、文化消費が拡大し、ツーリズムが発展した。第三に、新規投資等により企業形成が増大したが、なかでも知識産業や創造産業の発展が顕著である。これらの変化は、必ずしも文化政策に原因を求めることができるに限らないが、文化政策が少なからず関与していることは否めないであろう。

文化政策による脱工業化のロジックを再掲すると、イメージ戦略を中心にして、消費環境を整え文化消費を拡大するとともに、市のイメージを新しく再構築することによって新規投資を誘導し、新しい産業の形成を図るというものであった。それに対して、実際にグラスゴーの文化政策が展開し、グラスゴー経済に変化を与えたと考えられるプロセスは、次のように整理することができる。すなわち、戦略性と明確な目標を備えたイメージ・キャンペーンの強いイニシアティブのもとで、グラスゴー市のエネルギーや資源を集中的に文化に投下して、数々の文化施設の整備、歴史的文化遺産の再発見、都市の景観やインフラの整備、文化活動の刺激策、イベントの開催などが統合的に進められていった。その結果、文化環境、消費環境が整備され、文化活動が活発化し、イメージ・キャンペーンにより押し出されたイメージの宣伝効果もあって、文化消費やツーリズムが大いに拡大した。新しく形成された文化環境やイベントを通してグラスゴーのイメージは再創造され、そのイメージに基づいて新規投資が誘発され、新しい産業が発展するようになったと考えられる。創造産業については、当初、グラスゴーの文化政策は消費志向に偏り、その成果が文化生産に結びつけられていないと評価されていたが、グラスゴーの文化都市としての確立は、グラスゴー内外の文化生産者たちの目をグラスゴーの文化生産環境としてのポテンシャルに向けさせることにつながったように、この産業の創造・発展の礎を築いた、もしくはその方向への流れを作ったといえることができる。

基本的には、グラスゴーの都市再生のプロセスは文化政策のロジックに沿って展開したと解釈することができる。

上段の整理はそれを裏付けている。しかし、重要なのは、少なくとも本稿の目的に照らして注目すべきは、このロジックに付け加えて、創造された新しい地域イメージは、単に市外の資本やツーリストに訴えるだけではなく、市民の自己認識に変化を与え、地域社会の活性化を導いたと考えられることである。文化政策はイメージ・キャンペーンを中心に展開され、そこで創り出した新しい文化的なグラスゴウのイメージをグラスゴウの外に対してだけではなく、市民に対しても投げかけることになった。そして、グラスゴウ市民は、それを裏付けるべく整備された文化環境と次々に打ち出される様々な文化イベントを目の当たりに経験するだけでなく、文化首都年を中心にして数多くのメディアが変わりつつあるグラスゴウの姿を多くは肯定的なスタンスで報道したため、市民はそうした報道の影響をも受けることになったのである。⁽²⁶⁾

市民は、また、文化政策に込められた政策主体の強く真剣なメッセージ、すなわちグラスゴウの進む方向についての意志、理想像というグラスゴウに対する意味づけからもインパクトを受けていると考えられる。パディソンによると、グラスゴウのイメージ・キャンペーンの狙いには、市民の士気を高めることが含まれており、そのためにグラスゴウ市庁は自身がグラスゴウの変革に積極的であることを市民に示そうとしたのである (Padison 1993: p346)。これについては、グラスゴウと同じような文脈において実施されたニューキャッスル・ゲーツヘッドの都市再生プロジェクトが提示した象徴的な意味をめぐって、ステイーブン・マイルズが論ずる次のような主張が参考になる。「政策担当者も地域住民も同様に、自らを（プロジェクトが提示する）想像された地域像、この場合では、脱工業化の未来像に同調させようとしている」(Miles 2005: p923)。この議論を援用すると、文化政策が提示したグラスゴウの新しい地域イメージは、同様に、脱工業都市、文化都市としての未来の明るい肯定的な展望を市民に与え、多くの市民はそのイメージにグラスゴウの未来を仮託しようとしたのだと考えられる。

しかし、文化政策からは、そのような肯定的な明るいメッセージを受け取った人たちばかりではなかった。グラスゴウの新しい自己イメージは、必ずしも一つにまとまっていたわけでも、文化政策が狙ったイメージがそのまま受容られたわけでもなく、それを問い直す動きも伴いながら形成されていったと考えられる。そして、文化首都年における最大の演劇イベントであったザ・シップが結果的に、「目的感、工芸・技術、コミュニティの伝統、誇り、社会主義的理想の面影などの重要な都市の記憶を強化することに貢献した」(Booth and Boyle op.cit.: p39)といわれているように、文化政策とその提示した都市の自己イメージは、市民の間に議論を巻き起こすことでかえって都市のアイデンティティを活性化することになったと考えられるのである (Ibid.: p42)⁽⁶⁾。

このように、文化政策による新しい地域イメージの創造は、都心部を中心とした物理的改善、文化環境等の整備による生活環境の向上、文化活動の活発化等を伴いながら、市民の自己認識を変えることで自信を回復させ、自分たちの都市への愛着をかきたてることになったといえることができる。また、その一方で地域イメージの提示する意味をめぐって論争を引き起こしながら、かえって地域への自覚を促し、地域社会を活性化させることで、グラスゴウ社会の基礎的な構造に変化をもたらしたといえるのではないか。もちろん、文化政策がこのような変化にどれだけ貢献したかを特定することはできない。その中でも自己イメージの再構築がどう関わったかについては、なおさら検証することは困難である。しかし、イメージ構築をはじめとする一連の文化政策が地域に対する自覚を促し、誇りを回復させ、地域社会を活性化させることで、「沈滞」から「創造」へという流れを起こしたこと、そして、この流れがなければ経済の創造的な動きも生まれなかったことは否めないのではないか。例えば、ヨーロッパ文化首都年から一五年ほど経過した現在でも新しい産業の形成、とりわけ知識産業あるいは創造産業が増えていることは、グラスゴウの文化的風土に変化が現れたと考えることができる。他の産業についてもいえることだが、特に文化事

業者（創造産業事業者）は、それ固有の行動スタイルに適合的な社会環境において生まれ、発展すると論じられている。³⁰したがって、それまでグラスゴーでは、かつての造船業をはじめとする大生産組織適格的及び労働組合指導的、あるいは長い経済的停滞時代に形成された行政依存的な思考・行動のスタイルが支配的であった状況から、現在では、起業家的³¹あるいは文化事業者に適合的な自己の探求や自己表現の追求を優先するような思考・行動スタイルが優勢となるような状況へと変化した、少なくともこのような思考・行動スタイルが活躍する環境が拡大してきていると考えることができるのではないか。

34. イメージ再構築の解釈及び検討

以上の考察を整理すると、「グラスゴーの地域イメージの再構築は、他の一連の文化政策を伴いながら、地域社会の活性化や経済の再生につながるようなグラスゴー社会の変化を導いた」という推論を導くことができる。この推論を、24. で検討した地域イメージの変化が地域社会の変容を導くメカニズムについての議論を用いて検討してみたい。24. では、新しい地域イメージが地域社会にもたらす作用について仮説が提示されたが、それに対する検討事項も挙げられている（Page）。それらを整理すると次のようになる。第一に、新しい地域イメージを受容することで地域の文化が実際に変化するのであろうか、変化するとしてもどの程度のものであろうか。第二に、一般に地域に対する関心が希薄な中でどうして地域の意味づけをめぐる動きが起こるのか。第三に、地域の意味づけをめぐる動きが起こったとして、どこまで意味のある相互作用が起きるのであろうか、あるいは、このような相互作用によって変化した解釈枠組の共有化が進むといえるのであろうか。これらに対する解答を考えつつ、仮説の妥当性を検討してみたい。

まず、文化政策が創造した文化都市というグラスゴアの新しい地域イメージは、イメージ・キャンペーンやそれに伴う文化プロジェクトの実施、文化環境の整備を前にして、押し付けられたイメージに対して意味の是非を問う動きを伴いながら、マイヤズコフやグラスゴア大学の調査に見るように市民は全体としては受容していったと考えられる。新しい地域イメージは従来のグラスゴアのイメージとはかけ離れていたため、心理的には少なからぬ抵抗を伴ったと考えられるが、市民は長い停滞状況からの脱出を導く希望をそのイメージや文化政策の中に見出し、結果的には多くの場合受容れることになったのではないかと。ここで、第一の検討事項に照らして、このような新しい地域イメージの受容によってグラスゴアの文化が実際に変化したのかについて考えたい。仮説に基づけば、文化都市という地域イメージに内包されている新しい意味は、市民が持っている既存の解釈枠組（グラスゴアという地域に対応する部分）では処理できないため、この地域イメージを受容することは、新しい意味を解釈すべく解釈枠組の変化をもたらすことになる。これは、集合的には、グラスゴアの地域の文化——ここでは、現実認識の枠組や現実に向き合う姿勢・志向性等——が部分的とはいえ変容したことを意味する。

理論的にはそう説明されるとしても、実際にはどのような変化、あるいはどの程度の変化をもたらしたのであるか。具体的には、前節3.3.文化政策の意義 (Bosch) で見たように、新しいイメージに込められている明るい肯定的な未来像、それまでの沈滞状況から文化都市として再生していくという姿勢、あるいは本来誇るべき文化を持っているのだというメッセージが受容されることでそれまでグラスゴアの社会に支配的だった地域の文化に変化をもたらす、社会や経済の活性化に必要な肯定的、積極的な姿勢・考え方、文化政策が目指す新しい産業にふさわしい考え方・行動の仕方がグラスゴア社会に浸透していく一つの契機になったと考えることができるのではないかと。すなわち、文化都市という地域イメージは、地域の文化の変容を推し進めたというよりも、変容への流れを作ったと

解釈できるのではないか。そして、その変容を具体的に推進していったのが、一連の文化政策やそれとタイアップした経済的な政策だったのではないだろうか。その点では、新しい地域イメージはあくまで地域の変化を導く一つの契機に過ぎないということがいえよう。やはり、意味だけではなく機能を伴うことが必要なのではないだろうか。地域イメージという地域についての意味づけを具体化させる文化政策等の行動が伴うことで地域の文化の実質的な変容が実現すると考えられる。グラスゴーでは、他にも異なる意味づけがある中で、次々と行なわれる文化政策はそれらの意味づけを排除・圧倒することで、文化都市というイメージが内包する意味やそれに関係する考え方や行動の仕方をグラスゴー市民に浸透させていったのではないであろうか。

次に、新しい地域イメージは、仮説に従うと、グラスゴーという集合体カテゴリーについて文化都市という意味づけを行なうことを意味し、これに対して市民の間にグラスゴーという地域の意味づけをめぐる動き、すなわち意味づけの競合、闘争を生み出すことになる。実際にグラスゴーでは、文化都市というイメージをめぐる市民の間に広範な論争が生じ、また、グラスゴーの意味づけや文化の内容をめぐる批判と対案が提示されたように、まさに地域アイデンティティ再構築の動きを喚起したといえよう。さらに、お仕着せでない自分たちの文化を表現しようとする自発的な活動も活発化した。このように、新しい地域イメージは、文化都市という意味解釈を提示することによって、希薄化されていたグラスゴーという集合体カテゴリーを活性化させることで、地域をテーマにした市民間の相互作用や地域の活動を活性化させた、少なくともその方向に影響を与えたことは否めないのではないかと。なお、第二の検討事項については、地域の意味づけの動きが起きる条件として後ほど検討を行う。

第三に、仮説においては、地域の意味づけが確定した場合には市民間の相互作用と同じ地域のメンバーであるという地域に対する共通認識に媒介されて解釈枠組の波及・共有化が起ると論じている。第三の検討事項でも問う

ているように、新しい地域イメージによって生じたこのような相互作用はグラスゴー社会において解釈枠組の共有化をもたらしたといえるのであろうか。残念ながらこの問題については検討する直接的な材料がない。これまで見てきたように、市民の間に文化都市という地域イメージをめぐってグラスゴーという地域の意味づけを問う動きが起こり、市民それぞれが抱くグラスゴーに対する関心が高まり、認知枠組みや地域アイデンティティは活性化されたかもしれないが、そこから地域についての意味づけが確定・共有化されたかどうかは定かではない。グラスゴー全体を対象とした場合、かなり大きな地域社会を対象とすることになるので、そこで活動する多様な（領域の）アクター全体をカバーするような地域についての意味づけが共有されるとは考えにくい³²。しかも、文化都市という意味づけに対しては激しい論争が起こっている。しかし、ここでグラスゴーの経済や産業を支えるビジネス界や行政関係のリーダーたち、あるいは文化政策の重要な対象となつた芸術家や文化事業者を対象を絞ると、一連の文化政策の実行とそのため協力関係に基づく相互作用を通じて、市民としてグラスゴーという地域にとともに関わっているという共通認識が形成されていったのではないか³³。すると、その中で議論等の相互作用を伴いながら文化都市というカテゴリーについてのコンセンサスが形成され、すなわち、地域についての意味づけが確定することで、解釈枠組が共有化されていったと推論することができる。実際に、グラスゴーでは、文化政策は市内のビジネス界の人たちや芸術家・文化事業者においては概ね肯定的に評価されている（Garcia 2005 op.cit.）。その一方で、市全体としては左翼的な傾向の考え方の人たちを中心に文化政策や文化都市というカテゴリーに異議を唱える人たちも多く見られたが、一般的には、マイヤズコフの調査が示すように過半数の人たちはイメージの変化を好意的に捉えている（Myerscough op.cit.）。現在においては、グラスゴー市の内外においてグラスゴーの文化都市としての位置づけが確立され、文化政策の進行とグラスゴー経済の高揚とともに文化都市というカテゴリーはグラスゴーの社会

に浸透していったと考えられていることから、解釈枠組もビジネス界のリーダーや文化事業者等を超えて市内のアクターに広く共有化されていったと考えられることができるのではないか。

ただ、解釈枠組みあるいは文化が地域全体に共有化されることには、必ずしもこだわる必要はないと思われる。地域社会の変化にとつて重要なのは、地域の文化が一つの方向に変化することではなく、本稿の都市の再生・活性化という関心においては、その地域社会のネガティブな状況を変えること、そしてそれと深い関係にある地域の文化を変えることにある。その場合、多様な見方・考え方や志向性が出てきてその中で共通点が見いだせないとしても、地域に対してポジティブな姿勢・関わり方が出てきて競い合うことで、地域の文化を全体としてポジティブな方向に方向づける契機となると考えられる。その点においては、グラスゴウの文化政策は政策的に提示した文化都市というイメージに対して多くの反論・対案を喚起することで、地域に対するポジティブな姿勢・関わり方を引き出すことができたことに大きな意義があったといえるかもしれない。

以上の検討から、グラスゴウが対外的にアピールするために戦略的に創出した文化都市という新しい地域イメージは、自己イメージとして地域の市民に提示されることで上述したメカニズムを起動させて地域社会の活性化をもたらし、経済の再生につながるようなグラスゴウの地域の文化の変容を導いたと推論することができる。2.4.で考察した地域イメージの変化が地域社会の変容を導くメカニズムについての仮説は、グラスゴウの文化政策の経験については概ね妥当すると考えられるが、ただし、この検討には多くの推論を伴っている。また、修正すべき点、留保すべき点も見出せる。すなわち、新しい地域イメージの受容に伴う個人の解釈枠組への影響は、それだけでは変化の契機になったとしても、実体構造的な施策を伴って初めて解釈枠組の変化をもたらすということが出来る。また、変化した解釈枠組の共有化については、資料からは確認できず、また、グラスゴウのアクター全体では対象が大き

すぎて仮説を適用することは困難である。ただし、グラスゴー経済や産業、文化の中核となる人たちに対象を限定した場合、その中で共有化が進み、少なくともその範囲内において地域の文化を変容させることになったと考えることができる。

さて、グラスゴーにおいては、一部留保付きではあるものの全体としては仮説が論じるメカニズムに沿って地域社会や地域の文化の変容をもたらしたと解釈することができるが、イメージ戦略や文化政策が常にそのような結果を導くとは考えにくい。むしろ、グラスゴーの文化政策やグラスゴーという都市自体がもつ何らかの個別的な要因が、当該メカニズムを作動させるための条件を満たしていたと考えることができる。それでは、そのような条件とは、どのようなものが考えられるのであろうか。当該メカニズムに即して考えると、第一に、2.2で論じたA（個人の持つ地域イメージを修正して新しいイメージを受容する）の議論から、政策が投げかける新しい地域イメージの持つ意味がインパクトの強いもの、それまでの市民が持っていた解釈枠組から外れるもの、処理できないものであることが挙げられる。第二に、第一の検討事項に対して既に論じたように、やはり新しい地域イメージを受容するだけでは地域の文化の変容にいたることは考えにくく、その意味づけの方向に沿って変化を推進する具体的な肉付けとなるプロセスの進行が必要である。第三に、B（新しい地域イメージに対して問いを投げかける）の議論そのものだが、第二の検討事項でも問うているように、新しい地域イメージが地域の意味を問う動きを喚起することが必要である。これについては、新しい地域イメージ自体においても、地域自体においても条件を考えることができる。第四に、A、Bの二つの反応それぞれから生まれる動きが、小さな動きではなく、大きな動きとなるような政策側の要件があること、あるいは地域の側がそのような動きを拡大させる状況にあることを挙げることができる。ある程度大きな動きにならないと、市内の相互作用も個人の解釈枠組の変化や共有化も小さな範囲にとどまること

になると考えられる。C（新しい地域イメージを拒否する）やD（関心がなく何も反応しない）の反応の人たちを巻き込むためにも、大きな動きになることが必要である。

グラスゴーの文化政策は、第一の条件については、文化都市という、それまでのグラスゴーについての意味解釈では考えられないイメージであったこと、しかも、それがグラスゴー経済の今後の方向性に関わるような政策に結びついてきたことが、既存の解釈枠組を揺るがすようなインパクトを与えることにつながったということが出来る。

第三の条件については、文化都市という地域イメージは、グラスゴー市庁を中心とする政策主体が今後のグラスゴーの進むべき方向、あるべき都市像として創出したものであり、当然、グラスゴーという都市の全体的な枠組の方向性に関わる意味あるいは意志を表象したものであるから、地域についての意味やカテゴリーを問う動きを喚起しやすかったと考えられる。地域の側においては、グラスゴー市民の間にグラスゴーの過去や伝統に対する強いこだわり、文化都市という新しいイメージでは打ち消される労働者の都市としての誇りが残っていたことが、新しいイメージを問い直すとする動きを誘発することで、地域を主題化し、地域アイデンティティを活性化させることになったということができる。第二、四の条件については、政策主体の強い意志と結束、巨額の投資に支えられた大規模なイベントと環境整備、文化活動への支援という形で進められた文化政策が、第一、第三の条件を強力に支え、グラスゴー市を大きく揺るがす変化をもたらしたといえるのではないか。とりわけ、ヨーロッパ文化首都年は、国際的に注目される大イベントであり、内外のメディアの注目を集めたため、市民は、その目を通して、グラスゴーという自分たちの都市を対外的に位置づけることで、グラスゴーのアイデンティティについて自覚するようになったと考えられる。その点において、メディアの果たす役割は大きいということが出来る。地域の状況についても、グラスゴー経済の衰退によりもたらされたそれまでの深刻な沈滞状況が大きな変化を希求していたと考えることがで

きる。それに対処する政策の方向性やそこで提示される地域のカテゴリーについては異論があつたとしても、変化を望んでいたことに関しては、階層等のグループの違いを超えてグラスゴー全体に共通する状況であつたといえよう。グラスゴーのイメージ戦略は、このような特殊な状況に支えられていたため、地域社会や地域の文化に影響を与えることになつたと考えられるのである。

4. まとめ

本稿は、地域イメージの変化が地域社会や地域の文化の変容を導く可能性を説明する論理を導出することを目的として考察を行い、その上でグラスゴーの文化政策の経験を事例として分析を加え、次のような知見を得た。すなわち、新しい地域イメージは、その裏づけとなる政策やプロジェクトを伴うことによつて、一つは、市民がイメージの受容を通じてその内包する新しい意味を受容することによつて市民の地域に対する解釈枠組が変化する契機をもたらし、もう一つは、新しい地域イメージが強い意味づけをもち、提示される市民の側にも地域の意味づけに対するこだわりがある場合、その提示された地域についてのカテゴリーは地域の意味づけをめぐる地域アイデンティティ再構築の動きを喚起し、それによつて地域内で相互作用を生み出すことになる。そして、第一の新しい意味の受容は多分に第二の地域の意味づけを問う動きを伴うことから、これらの二つの動きは互いに関連し合つて進行する。ここで、対象を地域内の経済関係者等の、共通の基盤を持つ人たちに絞ると、その中で相互作用を伴いながら共通認識に基づいて解釈枠組の波及・共有化が展開することで地域の意味づけについて一定のコンセンサスが形成

される場合には、地域の文化の変容を導くことになると考えられる。ただし、地域内で広くコンセンサスが形成されなくても、地域に対する様々な考え方や志向性が競い合うことで地域の文化が変化する契機となると考えられる。

このような考察結果について、留意すべき点、あるいは課題を提示したい。まず、第一に、本稿は、地域イメージが地域社会にもたらす影響を説明するメカニズムについて考察することを目的としたものであり、そのために仮説の構築とその検討を行ったが、仮説の検証までを目指したものではない。これについては、別途綿密な調査が必要である。第二に、本稿の考察は、文化政策等に伴う地域イメージの変化が地域に与える作用に焦点を置いたものであるが、地域イメージの変化はあくまで地域の変化をもたらす一つの契機になるものであり、それだけで変化を生み出すと考えることは現実的ではない。グラスゴーのケースでは、条件として考察したように、その他の文化政策、とりわけ文化環境の整備や文化活動の活性化という、先行したイメージに対する実体の構築活動やそれへの市民、各種団体の協力、そして何といても市を挙げての大々的な取組みがグラスゴーの変化を生み出すことに大いに貢献している。自己イメージの作用に基づくロジックは、このような政策、努力と一緒にあって、地域社会の変容、そしてグラスゴーのケースに見るような新しい産業に適合的な地域文化の変容をもたらすことができると考えられるのである。第三に、この点に関連するが、本稿の主張する地域イメージの変化が地域社会の変化をもたらす可能性を具体的に検討するためには、その条件の詳細な検討が必要である。グラスゴーのケースについては、グラスゴー特有の事情がかなり有利な条件としてはたらいたと推論することができる。議論を一般化するためには、異なる事情を持つ都市の事例においても検討する必要があるといえよう。第四に、地域イメージが市民に受容され、本稿で論じたような自己イメージの作用に基づくロジックが展開する上で、メディアの果たす役割が大きいことである。とりわけ、地域に対する関心が希薄な人たちに対して、地域の意味づけをめぐる動きを起動させるという点

において大きな影響力を持つているということが出来る。第五に、グラスゴーの文化政策は、グラスゴー市民の自分たちの都市に対して持つイメージを、大きくは、そして主要な趨勢としては、上述したような肯定的な未来像に同調させていったと考えられるが、その一方で、文化政策は、富裕な階層と貧しい階層との間の格差を拡大したともいわれており、両者の間のグラスゴーに対して持つイメージには大きなギャップが生じたことも考えられる。この点についても分析を加える必要がある。

〈注〉

(1) 解釈主義社会学とは、アンチ機能主義的の社会学を標榜する、現象学的社会学、エスノメソドロジー、シンボリック相互作用論などの理論を総称する言葉である。

(2) 今田は解釈学派(今田によると意味学派)の主張に対して、次のように批判している。「(意味学派は)意味を捉えるにあたり、主観主義の誤謬と制度的視点の欠落に陥っているために、どうしても社会を構想する言語の整備ができないでいる。主観主義の誤謬に陥っている最大の原因は、意味ばかりを追い求める行為者像にある。……意味学派は、社会をあたかも意味や言語からなる世界であるかのように扱うため、観念世界の操作で現実世界を再構成できるかのような錯覚をもたらし」(二〇〇一・p.二一八)。しかし、後述する片桐雅隆の議論や解釈学派の主張を組織論において展開している坂下昭宣の議論を見る限りでは、現実の社会的な相互作用との関わりにおいて意味的世界を捉えており、今田の批判は解釈学派のすべてに該当するものではないように思われる。

(3) 別の言葉でいうと、認知マップや認知枠組、解釈図式に相当するものである。

(4) ここで問題となるのが、現在持っている解釈枠組では適切に解釈できないような新しい意味に対してどうやって積極的

に評価することができるのであろうかという点である。これについては明確な答えを出すことができないが、個人の持っている解釈枠組は必ずしも体系だっただけでその体系から外れる意味を排除するというほどに整然としたものではないという点に関わってくるように思われる。曖昧な部分があったり、相互に矛盾するような解釈を生み出す複数の意味体系が同居していたりすると考える方が現実的である。しかも、対象となる現象が当初はそれほど影響力がなかったものの、その後拡大・発展したりすることで個人の解釈枠組内部の異なる意味体系間の力関係が変化し、それによって新しい意味を評価するような意味体系が優位になると考えることができる。

(6) ここで、地域の文化といっても価値や規範、人々が共有するものの見方等、多様なものから構成されているが、ここで論じているのは個人が持つ解釈枠組みが問主観化されたものとしての地域の文化であるから、直接的には価値や規範よりも物の見方ないしは現実認識の枠組に影響することになる。しかし、そこから価値や規範が変化する契機が生まれることも考えられる。

(6) 他者の一般定立とは、①他者は行為者と同様の自己解釈構造を持つ、②他者の意識の流れは行為者のそれと同時に持つ、という命題である。この命題が成り立つのは、A・他者は行為者と時間及び空間を共有している対面状況の「同僚者」であるか、B・他者が行為者と時間のみを共有している「同時代人」である場合である(坂下二〇〇二、p195)。

(7) 似たような状況の集団の中で文化が共有化されていくメカニズムについては、異なる組織間における組織文化の影響関係について論じている新制度派組織論の議論が参考になる。新制度派組織論は、解釈主義的社会学の強い影響を受けており、組織の形成における認知的側面を重視する立場に立脚して、組織成員のものの見方、あるいは現実認識のあり方といった認知的なレベルの文化の形成における社会的文脈の役割を強調する。その主張のエッセンスは、組織はその組み込まれた社会的文脈においてももの見方ないしは現実認識の枠組みが形成されるというもので、社会的文脈として組織を取り巻

く文化的な枠組みを組織フィールドと概念化してその中で現実認識の枠組みとしての組織の文化が波及していくと論じている(佐藤・山田二〇〇四)。もう少し説明を加えると、個々の組織は、特定の組織間に相互作用とそれに伴う高い密度の情報やり取りに加えて、共通認識が備わったとき、個々の組織を括る共通の文化的枠組み、すなわち組織フィールドを認識し、お互いをその中の共通メンバーとして認め合うことで、組織フィールドが一種の準拠集団のはたらきをしてある組織の持っている文化が模倣等を通じて波及し、共有されていくと論じている(DiMaggio and Powell 1983)。これは、社会に夥しい数の組織がある中で、特定のカテゴリの組織間において業界団体等のある種の共通の文化的枠組が形成されることで、その枠組にかかる組織間で文化が波及することを説明するものであり、そこで対象としている組織間の関係をめぐる状況は本稿で対象としている地域内の市民間の関係をめぐる状況に類似している。したがって、この議論を地域の市民間の文化の波及・共有化の問題に適用した場合、まず、地域内において組織フィールドのような共通の文化的枠組が形成されることが必要であり、そのためには、アクター間の一定の相互作用に基づいて共通認識が形成されることが必要になると考えることができる。

(8) Bの動きの結果、C・新しいイメージを拒否する、という選択になることも十分ありうる。

(9) この主張が衝撃的なのは、自己カテゴリー化があれば、他の諸事象が欠けていても集合体が形成されるということである。それまで集合体を支えていると考えられてきた共有価値の存否が集合体の形成にほとんど影響を与えないというのである(山田一九九三)。

(10) あくまで「現実」はイメージや言説によって構成されるが、相互行為によって実際の社会関係もイメージ等にそって形成されてくるということである。

(11) 本稿は、基本的に片桐の主張を認めるものの、集団が本稿で取り上げる地域社会のように社会的なプレゼンスが大きく、

- 様々な制度とかかわりを持ち、多様なアクターを抱え、そして資源を伴う場合、単にイメージに基づく相互行為によるだけで集合体が形成されるとは考えにくいといわざるを得ない。やはり、何らかの現実的な行為を伴う後押し（政策、プロジェクト等）が必要であると考えられる。これについては、後述する事例の分析の中で検討していく。
- (12) 新しく提示された地域イメージの内包する意味が地域アイデンティティを活性化することに関する議論については、渡部（二〇〇七）を参照。
- (13) もちろん、すべての市民おいてではなく、多くの市民においてコンセンサスが形成されることを意味する。また、コンセンサスの内容についても、意味づけの内容に関して大体の方向において一致するということである。
- (14) イメージ・キャンペーンのプロセス自体については、後述するように、市民の士気を高める狙いが込められていた。
- (15) 以下の記述は、主に次のインタヴュー及び資料に基づく。グラスゴー大学文化政策研究センター・研究員ビアトリック・ガルシア氏 (Beatriz Garcia) へのインタヴュー（二〇〇四年二月一〇日）；グラスゴー市役所・開発及び再生事業部長リチャード・ケアンズ氏 (Richard Cairns) へのインタヴュー（二〇〇四年二月一〇日）；Booth, P and Boyle, R. (1993); Bianchini, F., Greenhalgh, L. and Landry, C. (1991); Mavet, I. (2000); OECD (2002); Centre for Cultural Policy Research, University of Glasgow (2004); Garcia (2004a, 2004b, 2005)
- (16) 国家的に一九四六年に設立された英国芸術協会 (British Arts Council) のスコットランド支部。河島によると、芸術協会は準公共団体的組織で、文化政策の推進主体である。一〇〇%政府からの資金で成り立っており、芸術や文化の支援のためにその資金を文化団体やプロジェクトに対して配分を行なうことを重要な役割とする（河島二〇〇二）。
- (17) 一九七五年に、スコットランド開発機構法に基づいて設立された、スコットランドの経済開発を戦略的に推進する役割を担う独立行政法人である。具体的には、スコットランドにおける経済開発や都市再生、競争力強化、技能開発、雇用促

進などをその役割としており、国からの補助金をその裁量によってスコットランド内の様々なプロジェクトに配分する。第II章第4節で取り上げた地方開発機構 (Regional Development Agency) は、スコットランド開発機構をモデルにして創設されたイングラント・ヴァージョンである。しかし、この法人はその後廃止され、Scottish Enterpriseに改組されている。

(18) 他にヨーロッパ文化首都に立候補してコンペティションの対象になった都市は、バース、プリストル、ケンブリッジ、カーディフ、エディンバラ、リーズ、リバプール、スウォンジーである。なお、リバプールは、グラスゴーから一八年遅れて二〇〇八年のヨーロッパ文化首都になっている。

(19) 以下の記述については、Fleming (1999) 及びGlasgow City Council (2003) に基づく。

(20) 以下の記述は主に次の資料に基づく。OECD (2002) 及びGlasgow City Council (2003)、Glasgow City Councilホームページ (2004)。

(21) 英国の情報会社Experian社がBritish Council of Shopping Centresの承認のもとに発表したNational Retail Ranking for 2003によると、グラスゴーのショッピングの目的地としての位置付けは、商業地の規模及び質の点から、ロンドンのウェスト・エンド地区に二番目にランキングされている。

(22) 残念ながら、これらのデータに見られる創造産業、知識産業、情報通信産業の定義については明らかではない。そのため、知識産業は、創造産業や情報通信産業を含むのか、創造産業と情報通信産業との関係はどうか等、三者の関係が不明である。

(23) Centre for Cultural Policy Research, University of Glasgow (2004) 及びガルシア氏 (Beatriz Garcia) へのヒアリング (前掲) に基づく。

- (24) 例えば、'ニューヨーク・タイムズ'は、'Newly scrubbed off soot, the city bustles with cultural events, commerce and fresh hope' (*New York Times*, 25 June 1989) 'シドニー・モーニング・ヘラルド'は、'Glasgow's reputation as Scotland's biggest dirtiest, slummiest, most violent city is no more... The ghost of an ugly past has been laid to rest' (*Sydney Morning Herald*, 13 July 1989) 'ロサンゼルス・ヘラルド'は、'The ugly duckling of Europe has turned into a swan' (*Los Angeles Herald Examiner*, 27 August 1989) 'ヴァンクーヴァー・サン'は、'From tough industrial town to cultural macca' (*Vancouver Sun*, 10 March 1990) と報じている (Garcia 2005)。
- (25) なお、当センターの分析はテレビの報道にまでは及んでいないが、一般の人たちに影響力のあるテレビ報道は新聞・雑誌よりも表面的な事実を取り上げる傾向が強いため国際報道と同様にグラスゴーの変身ぶりを大きく伝えていたものと考えられる。
- (26) 'Glasgow's image improvement has also led to the belief that local artists and business groups have regained their "self-esteem" and confidence in the city.' (Garcia 2005: p107)
- (27) もともとグラスゴーには、産業革命以来蓄積された富や活動実績が有形の文化財や無形の文化活動という形で市内に残されていたが、それまで有効には活用されていなかった。イメージ・キャンペーンによって、グラスゴー市民自体が、このような文化資源を再発見、再認識し、それらを新しくイメージ再構築や文化都市としての実態構築につなげることができたのである。
- (28) 地域についての自己イメージは、田中が論じているように、地域の外部で形成されたイメージと内部で形成されたイメージとの相互作用により変化していくと考えられる (田中一九九七)。
- (29) 文化政策が創造したグラスゴーの地域イメージを市民がどのように受容していったかについては、以上の議論を踏まえ

て試論として次のように推論してみたい。このイメージに対して市民や行政、経済活動等のアクター等が取ったと想定される態度を分類すると、次の三つのタイプを考えることができる。一つは、新しいポジティブなイメージを希求する気持ちが強く、新しい地域イメージを肯定的に見る、あるいは受容する。これは、グラスゴー市庁等の政策担当者はもちろん、企業経営者層や自営業者等に多かったと思われるが、当然、それ以外の市民の間にも多く見られたと思われる。二つ目は、それまでのグラスゴーの古いが、かつての誇りも伴うようなイメージ、端的には工業と労働者の都市というイメージに固執しようとする気持ちに基づくもので、労働者層に多かったと思われる。三つ目は、グラスゴーの衰退したネガティブなイメージに引きずられるもので、自信喪失やあきらめが同居しているものである。これらの態度は、人によって明確に分かれているというよりも、一人の市民の中に三者間の強弱の違いはあっても同居していたと考えられる。そして、文化政策の展開は、この三つの態度の間に大きな葛藤を生じさせるが、これによってグラスゴーという都市自体が市民にとってテーマ化するのである。それまで特に問われなかったグラスゴーとは何か、グラスゴーのアイデンティティとは何か、大きな問題となって来たのである。政策が進展するにつれ、市民等は、行政の持つ強い意志、新しいイメージを支える物理的環境の変化や文化事象を目の当たりにし、メディアによる肯定的な報道を耳にすることによって、次第に文化都市という新しい地域イメージを肯定する態度が強くなっていったと考えることができる。

(30) 創造産業事業者と社会環境との関係については、Florida (2002) を参照されたい。

(31) ガルシアによると、多くの文化事業者がヨーロッパ文化首都年によって自信を得るとともに、より起業家的に行動することを学んだと答えている (Garcia 2005: p857)。

(32) もちろん、注13にもあるように、仮説自体も市民全体の意味づけの共有を意味しているのではなく、多くの市民におけるものであることを意味している。ここで言いたいのは、行政や文化事業者等の一部の人たちだけではなく、多くの

分野の人たちにわたる意味づけの共有については難しいということである。

(33) 注7で論じた一種の組織フィールドが形成されていたと見るのができるのではないだろうか。

〈参考文献〉

尾藤章雄、一九九六、『都市の地域イメージ』、大明堂

Booth, P. and Boyle, R., 1993, 'See Glasgow, see Culture', in Bianchini, F. and Parkinson, M., (eds.), *Cultural Policy and Urban Regeneration : the West European experience*, Manchester University Press

Boyle, M. and Hughes, G., 1994, 'The Politics of Urban entrepreneurialism in Glasgow', *Geoforum*, vol.25-4

Centre for Cultural Policy Research, University of Glasgow, 2004, *The Cities and Culture Project: The Long Term Legacies of Glasgow 1990 European Cities of Culture*, University of Glasgow

出口敦、二〇〇二、『都市のメンテナンスイメージ』、URC都市科学vol.52、福岡都市科学研究所

出口将人、二〇〇四、『組織文化のマネジメント：行為の共有と文化』、白桃書房

DiMaggio, P. and Powell, W., 1983, 'The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields', *American Sociological Review*, vol.48

Ebert, R., Gnad, F. and Kunzmann, K., 1994, *The Importance of 'Cultural Infrastructure' and 'Cultural Activities' for Creative City*, Comedia

_____, 1994, *The Creative City: Concepts and Preconditions of a Creative City*, Comedia
Florida, R., 2002, *The Rise of the Creative Class*, Basic Books

説
Garcia, B., 2004a, 'Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future', *Local Economy*, vol.19, no.4
——, 2004b, 'Urban Regeneration, Arts Programming and Major Events: Glasgow 1990, Sydney 2000 and Barcelona 2004', *International Journal of Cultural Policy*, vol.10, No1
論
——, 2005, 'Deconstructing the City of Culture: The Long-term Cultural Legacies of Glasgow 1990', *Urban Studies*, vol.42, no.5/6

Glasgow City Council, 2003, *Urbbeat Glasgow 2003*, Glasgow City Council
——, 2004, Glasgow City Councilホームページ, 2004年11月3日, factsheet 2004, <http://www.glasgow.gov.uk/>
Glasgow City Council and Scottish Enterprise Glasgow, 2004, *Glasgow Economic Monitor Spring 2004*, Glasgow City Council

今田高俊、二〇〇一、『意味の文明学序説』、東京大学出版会

石見利勝・田中美子、一九九二、『地域イメージとまちづくり』、技報堂出版

片桐雅隆、一九九六、『認知社会学の構想——カテゴリー・自己・社会——』、大明堂

河島伸子、二〇〇二、『イギリスの文化政策』、上野征洋編『文化政策を学ぶ人のために』、世界思想社

Maver, I., 2000, *Glasgow*, Edinburgh University Press

Miles, S., 2005, 'Our Tyne: Iconic Regeneration and the Revitalisation of Identity in NewcastleGateshead', *Urban Studies*, vol.42, no5/6

Myerscough, J., 1991, *Monitoring Glasgow 1990*, Report prepared for Glasgow City Council, Strathclyde Regional

Council and Scottish Enterprise

OECD, 2002, *Urban Renaissance Glasgow: Lessons for Innovation and Implementation*, OECD Publications

大久保昌二、二〇〇二、『都市論の脱構築』、学芸出版社

大澤善信、一九九八、「脱国民的シティズンシップと文化的アイデンティティ」、*国際社会科学研究* vol.2

Paddison, R., 1993, 'City Marketing, Image Reconstruction and Urban Regeneration', *Urban Studies*, vol.30, no.2

坂下昭宣、一九九九、「組織シンボリズム研究の視圈」*国民経済雑誌*、第一七九卷六号

——、二〇〇二、『組織シンボリズム論…論点と方法』、白桃書房

——、二〇〇二、「組織文化はマネジメント可能か」*国民経済雑誌*、第一八六卷六号

——、二〇〇三、『意味の組織論』としての組織シンボリズム論」*組織科学*、第三七卷二号、組織学会

佐藤郁哉・山田真茂留二〇〇四、『制度と文化』、日本経済新聞社

高橋正泰、二〇〇六、『組織シンボリズム…メタファーの組織論』、同文館出版

田中政光、二〇〇三、「意味体系としての環境」、*組織科学*、第三七卷二号、組織学会

田中美子、一九九七、『地域のイメージ・ダイナミクス』、技報堂出版

上野千鶴子、二〇〇二、『構築主義とは何か』、勁草書房

——、二〇〇五、『脱アイデンティティの理論』、上野千鶴子編『脱アイデンティティ』、勁草書房

渡部 薫、二〇〇六、「都市の脱工業的変容と文化政策——英国グラスゴー市の経験から——」、*日本都市学会年報*、第三九卷

——、二〇〇七、「地域の主題化とソーシャル・キャピタルの形成——意味の視点からの考察——」、*日本都市学会年報*、第

説

山田真茂留、一九九三、「組織アイデンティティの現代的変容」、組織科学、第二七卷一号、組織学会

——、一九九六、「価値統合モデルを求めて——組織統合の社会学的メカニズム——」、組織科学、第二九卷四号、組織学会

論

——、一九九八、「組織のパフォーマンス——組織アイデンティティ論の新展開——」、広報研究、第二号、日本広報学会

——、二〇〇三、「構築主義的組織間の彼方に——社会学的組織研究の革新——」、組織科学、第三六卷三号、組織学会