

## サブカルチャーとビジネス

——小劇場演劇の「商業主義化」についての組織論的分析——

佐藤 郁 哉

ブライアンが誕生に一役買った「ポップ・ブーム」は、一九七〇年代になって「ロック産業」へと変貌した。音楽に付随する形で、いやむしろインパクトの点では、しばしばそれをしのぐ売行きを示したのが、周辺企業を作る短命な関連商品だった。オーディオ・テープや煙草のメーカーを始め、世界的なソフトドリンク会社などは、ビッグ・イベントのスポンサーなどになって、ポップ・シーンに多額の金を注ぎ込んだ。それは裕福なティーエージャーのファンにアピールする確実な方法だった。カセットの普及はもちろん、Tシャツ、バッジ、服などの関連商品のおかげで、かつてない勢いでポップスは商業化されていった。マネージャー、プロモーター、レコード会社などは、個性や本質など無視して音楽を売り込み、莫大な利益を上げるようになった。(レイリコルマン 林田ひめじ訳『ピートルズをつくった男——ブライアン・エプスタイン——』新潮社 一九九二年 五四四頁)

## 一、商業主義の正体

イデオロギー的搾取と商業的搾取——イギリスの社会学者スタンレイ・コーエンがその著『民衆の悪魔とモラル・パニック』（一九八〇）で指摘したように、若者のサブカルチャーは、ともすればこの二種の搾取の餌食になる。

イデオロギー的搾取は、社会評論家や政治家による搾取である。彼らは、若者の突飛なファッションや行動を材料にして、自分の信じている価値やイデオロギー的立場を擁護したり強化しようとする。その好個の例は、「若者は時代を映す鏡である」という紋切り型の喩えを使って、若者の行動に反映された（と彼らが勝手に解釈する）時代の病因に対する対策や政策を訴える評論家や学者の言説に見ることができる。

一方、商業的搾取とは、商業資本がサブカルチャーのテーマやモチーフをたくみに生かした製品（ファッション製品、小物、レコードなど）を大量消費のアイテムとして商品化することによって利潤をあげ、それらのモチーフやテーマが持っていた意味や衝撃を陳腐化させてしまう事をいう。どんな過激なメッセージやスローガンも、商業放送の深夜枠でディスク・ジョッキーによって連呼され、こざれいなTシャツにプリントされ、子供が学校で使う下敷きに矮小化されたキャラクターの台詞として刷り込まれるようになる時、その意味は摩耗し衝撃は薄れてしまう。

コーエンは商業的搾取に関してはサブカルチャーのテーマに関連して生産される製品の問題を中心に論じているが、もう一方には、サブカルチャーの核となる活動自体が大がかりな利潤追求の渦に巻き込まれていき、その過程においてそのメッセージや文化的意義が変質していくという現象もある。これがいわゆる「サブカルチャーから産業へ」へという変化にともなう商業化ないし商業主義化（commercialization）である。特に、音楽や美術あるいは演劇のように、サブカルチャーの核となる部分に芸術的活動や表現活動が含まれている場合には、その商業主義化はしばしば厳しい批判にさらされる。

そのような場合、商業化を糾弾する論者の批判はしばしば、サブカルチャーを搾取する商業資本だけでなく、サブカルチャーの担い手たちにも向けられる。すなわち、商業化批判論者によれば、担い手たち自身が目先の利益に惑わされて芸術家としての魂を「資本」の側に売り渡すことが少なくないというのである。

たしかに、音楽にしろ美術にしろ、若者の内発的な表現欲求を核として発生したサブカルチャーが、効率と利益の追求を至上命題とするビジネスのシステムに組み込まれた末に新しい表現を生み出すバイタリティを喪失していった例は枚挙にいとまがない。これがサブカルチャーの場合にかぎらない事は、たとえば、はじめは衝動的で斬新な切り口を持っていた映画作品が、その焼き直しに過ぎないパート2やパート3が作られ実につまらないものになっていく例を見ても明白である。言うまでもなく、「売れば売れるほどツマラなくなった」という批判を浴びることは分かってはいても、利益を追求する限りにおいては、実験や冒険を回避してある程度以上の収益が見込めるものをくり返し制作した方が得策なのである。

こういった意味で、商業化批判論には、ある程度真実をついているところがある。

しかしながら、商業主義化批判論には、ともすれば文化活動におけるあらゆるビジネスや経営の論理を十把ひとからげに悪者にし、やみくもに否定するきらいがある。言葉をかえていえば、商業化批判論は、しばしば極めて粗雑な「芸術対商業」という二項対立的論理によって組み立てられ、またその底には甚だしく単純なイデオロギー的前提が存在することが稀れではないのである。

日本の小劇場演劇は、一九八〇年代に何度目かの「ブーム」をむかえ、その中でサブカルチャーから一種の産業へとテイクオフする機会に遭遇したと言えるが、同時にまさにそのような粗雑な商業主義化批判にさらされてきた演劇ジャンルでもある。この一九八〇年代における小劇場演劇の変貌について丹念に記述し、またその意味と意義を商業

主義化論を一種の対立仮説として分析としていくことは、日本の小劇場演劇の変化の実相を明らかにするだけでなく、「芸術と商業」（あるいは「芸術とお金」「文化と経済」）の関係という、古くて新しい問題について考えていく上でも貴重な知見を提供するだろう。

## 二、小劇場ブーム

図1には、いわゆる小劇場「第三世代」ないし「第四世代」とよばれる劇団の中でも代表的な、夢の遊眠社、第三舞台、遊●機械／全自動シアター、キャラメル・ボックスの四つの劇団の、創立から一九九三年までの各公演における観客総動員数を示した<sup>1)</sup>。これを見ると、かつては通常の公演では一万人前後の動員が限度といわれていた小劇場系の演劇公演が八〇年代に入って驚異的な伸びを示した事が分かる。中でも、トップバッターの夢の遊眠社と第三舞台は数万人の動員を達成することすらあった。このようなトップ集団の劇団の活躍に刺激されて、一九八〇年代には二〇代を中心とした若い世代による小劇場の旗揚げと公演が続き、あまり正確な推計ではないが一時期は東京だけでも劇団数は二〇〇〇を越え、また東京およびその近郊で上演された演劇公演の総数は年間三〇〇〇にも及んだ<sup>2)</sup>と言つ。そして、この中からは、先輩格の劇団と同じようにきわめて短期間のうちに数千人という動員を達成し、また中には遊●機械／全自動シアターとキャラメル・ボックスのように結成後四、五年で常時一万人をこえる観客動員を果たした劇団も出てきたのである。しかも注目に値するのは、この現象が起きたのが新劇団——いわゆる「新劇」の劇団——の観客動員が都市部で伸び悩み低迷していた時期であったという事である。

これが、一九八〇年代のいわゆる「小劇場ブーム」を象徴的に示す観客動員の増加である。演劇誌や若者向けメディアは逸早く一九八三年前後からこのブームの担い手となった当時二〇代から三〇代前半の若者を中心とした劇団の活

動についての記事や特集を組み、さらに八六、七年頃からは一般誌や新聞でも盛んに小劇場演劇についての特集が組まれるようになった。また同じ頃から、小劇場観劇のためのマニュアルのような体裁をとった単行本やムック、あるいは劇団主宰者の戯曲集、エッセイ集、役者の写真集などが盛んに出版され、公演を記録したビデオも市販されるようになった。劇団の主宰者や小劇場系の役者が雑誌や新聞、テレビなどに登場する機会も多くなり、中にはコメンテーターや一種の文化人としての役割を果たすようになった者も出てきた。

この若い世代による演劇公演の人気の上昇と一九八〇年代の未曾有の好景気は時期を同じくしており、これが小劇場シーンに関わった若者たちにそれまでの日本の演劇人には思いもよらなかったいくつかの機会を提供した。八〇年代は、「パブルの時代」であったとともに文化活動に対する一種の「大盤振舞い」の時代であったとも言える。多くの企業が文化活動に資金やその他の資源を提供するようになり、いわゆる「冠公演」が盛んに行なわれるようになった。そして話題性に富む若者の小劇場活動は企業の関心を引くようになり、は

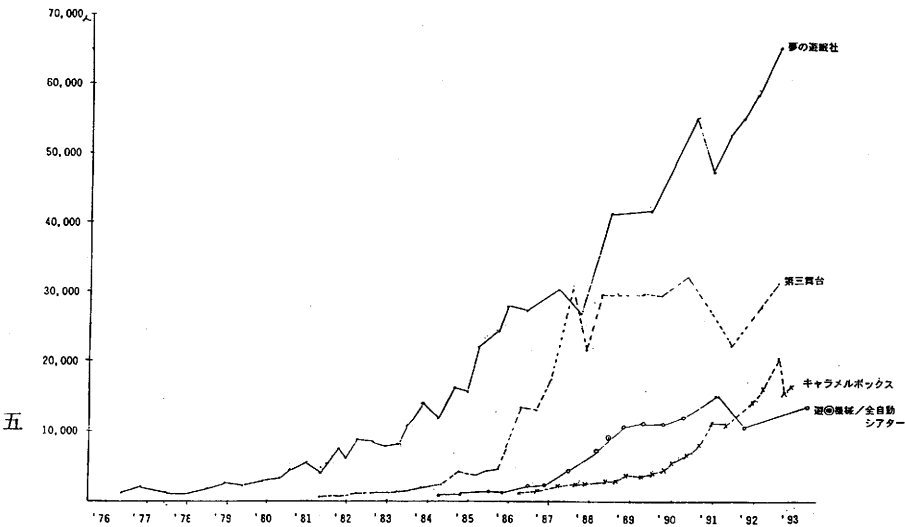


図1 小劇団動員数の推移 (1976-1993)

はじめは音楽を中心に行なわれていた冠公演や企業による後援や協賛などの資金助成が、演劇にも及ぶようになったのである。

直接的な資金助成にとどまらず、ホールの建設という点でも、八〇年代の好景気は芸術集団に新たな資源と機会を提供した。企業や各地の自治体は「文化の時代」や「ゆとり」のかけ声のもとに、あるいはまたいわゆる地域起こしや地方からの「文化の発信」という政策の一環として盛んにホールや劇場を建設するようになり、その結果「ホール・インフレ」とまでいわれるようになった。若者の小劇団は、しばしばこのような新しいホールでの公演や各地で開催されたドラマ・フェスティバルに招待された。

この他に、八〇年代の経済状況と小劇場シーンとの関連については、しばしば、この経済状況が若者の雇用状況にもたらした影響を指摘する場合がある。つまり、「芝居で食えなく」ても、不定期のアルバイトで何とか生活している「フリーアルバイター」が八〇年代に入って大量に演劇シーンに参加したというのである。同じような事は、この時期に小劇場演劇の観客となった青年層についてもあてはまるといえる。バブル経済は、若者層の可処分所得を増やし、これが観客層の拡大につながったとされる。

また、評論家やジャーナリストの中には、この時期に小劇場演劇が盛況になった要因の一つとして、若手の小劇場演劇の担い手がテーマとして「自分探し」をとりあげ、これが時代の鏡となって同世代の観客にアピールしたと指摘する者もいる。すなわち、「政治の時代」が終焉した後の豊かな「飽食の時代」にあつて、小劇場の担い手と観客の双方に共通する、社会心理的状況、特に政治に対する無関心とそれと表裏一体になった自分自身に対する過度の関心が「自分探しの旅」という、この時期の小劇場公演にみられる共通のテーマの背景になっているというのである。

### 三、商業主義化論

前節で述べたように、話題性といった点においてもまた実際の興行の実績から言っても「成功」をおさめた若手の小劇団の担い手が一部の評論家やジャーナリストから「商業主義」の嫌疑をかけられるのは、それほど不思議な事ではない。というのも、ある種の芸術がごく限られたファンやエリート層だけでなく比較的広い層の人々に受け入れられ、またある程度以上の採算性や経済性を獲得した時には、必ずといっていいほど商業主義の嫌疑がかけられるからである。奇妙なことに、その嫌疑は、実際にその芸術活動が芸術性を犠牲にする形で経済的利益をあげるようになってどうか、あるいはまたその活動の狙い手の動機がどのようなものであるかという問題とは全く別であることが稀ではない。

若手の小劇場演劇の担い手に対して批判的な評論家やジャーナリストは、新しい世代の演劇人たちが「小劇場」という名称を使うことさえ拒む場合さえある。これらの評論家やジャーナリストたち——その多くが、彼ら自身一九六〇年代から七〇年代にかけて小劇場シーンに何らかの形で関わった経験がある——にとっては、一九六〇年代から一九七〇年代にかけての小劇場演劇が理念型であり規範なのである。

たとえば、代表的な演劇評論家の一人であり著書に大部の労作『日本現代演劇史』（全八巻。うち六巻が既刊）がある大笹吉雄は、『小劇場』の消滅<sup>②</sup>という文章の中で次のように論じている。

念のためにいい添えておけば、歴史的な「小劇場」の基本的な在り方は、それが実験的であることと、コマーシャルイズムとはどんな意味でも無縁であるということである。

大笹は、この文章の中で、一九六〇年代後半から一九七〇年代にかけての、「第一世代」の演劇人（寺山修司、唐十郎、鈴木忠志、佐藤信など）による小劇場演劇を理念型ないし理想的な形態とみなし、それに対して一九八〇年代のいわゆる「小劇場ブーム」の中で一躍脚光を浴びて登場してきた第三代とよばれる演劇人たち（野田秀樹、鴻上尚史など）による芝居はその理念型から大きく外れたものであり、小劇場としてのアイデンティティを失ったものとなっている。

彼は、演劇誌や新聞などさまざまな媒体で折にふれて同様の指摘を繰り返している<sup>3</sup>。そのいくつかの発言から、彼が「歴史的にも実体的にも、そういう存在の仕方としてしか、存在が許されないもの」とまで断言する、理念型としての小劇場演劇の要件を割り出してみると、左の三点になる。

### ① 実験性（前衛性）

② 「演劇運動」としての性格——あるいは、理論（演劇論・文化論・社会論・組織論）ないし理念と演劇活動の一体性

### ③ 非商業性

彼は、この三項目を規準にして、「小劇団」と「小劇場演劇」、つまり、公演主体の規模と上演される演劇の内容および質とを峻別すべきだとする。つまり、大笹にとって八〇年代の小劇場ブームとは、小劇団による芝居のブームではあっても「小劇場」の理念を体現する演劇公演のブームではなかったのである。

この大笹の指摘ときわめてよく似た発言は、彼とは一見立場をまったく異にし、時には同じ芝居についてまるで正



反対の劇評を書くこともある劇評家たちの文章にも見いだすことが出来る。

たとえば、西堂行人は「小劇場は死滅したか」と題するエッセイで、小劇場演劇の実質が失われてしまったことを自明の事実としてとらえている。彼によれば、小劇団は、小劇場という言葉があてはまらないほど大きな規模の劇場を使うようになり、新劇系の大劇団を凌ぐほどの動員数を達成し、さらに創作や劇団運営についての緊密な集団体制を解消していく中で実験性を喪失していったという。そしてまた「非商業主義というお題目とも無縁の経済的基盤さえつくりつつある」という。西堂は、このアンクラ運動の衰弱が「新左翼以降の文化革命の雲散霧消と軌を一にした現象である」とし、演劇を支える理念が消滅した後に残ったのは、「資本主義のシステム装置」であるとする。

同じように、菅孝行は、「アンクラ演劇とは何であったか」というタイトルの文章で、初期のアンクラ演劇の中には「人間を変え、生活を変え、文化を変える者として演劇を考え、表現・批評のそれぞれのレベルで実践するのだ」という共通理解が存在していたと主張する。彼によれば、このアンクラの「文化革命」としての性格は十年ほどのあいだに（つまり既に一九七〇年代に）「資本」によって商品化可能な形に、またマーケットの拡大に寄与する形に変質させられて行く中で失なわれ、演劇は社会や文化への侵犯性を殺がれていったという。

七字英輔は、「理念なき演劇を超えて」と題されたエッセイでさらに図式的な形で小劇場の変質について論じている。彼は、この文章の中で八〇年代の小劇場演劇史を「仲間うちの同志的結合によって始められたものが、次第に集客を競う準プロの劇団と化し、やがて大衆化されていく過程」と概括し、それを別のところでは「『小劇場』の商業演劇化」（二七頁）および「商業主義」（三〇頁）と呼び、これを「バブル経済の産物」としてとらえている。彼によれば、小劇場の本来の存在理由は表現欲求の充足それ自体にあるという。これに対して八〇年代の小劇団は集団維持のために経済原則を優先させるようになり、商業演劇と何の区別もなくなってしまうという。

ここでは、たまたま同じ演劇誌からの引用が続いたが、一九八〇年代の若手の演劇活動に関する同様の主張や指摘は、他の雑誌や新聞の記事にも頻繁に見い出すことが出来る。これらの議論と主張の背景には、小劇場演劇および小劇団の性格の変化に関する次の二つのどちらかの現状認識がある。

① 純粋な芸術活動を主目的とした非営利的な組織から営利目的の商業演劇的な組織への変質

② 芸術活動を維持するための手段的な活動の比重が本来の目的である芸術活動の比重を凌駕する形での変質

目的自体の変質(①)という強い意味での変質としてとらえるにせよ、あるいは目的と手段の転倒(②)という比較的弱い意味での変質としてとらえるにせよ、これらの現状認識は基本的に小劇場演劇の変化の本質を、以下のような辞書的定義に要約できる「商業主義(コモーションイズム)への傾斜としてとらえている——「使用価値あるいは文化的価値を無視し、市場における交換価値・金銭価値に過度に指向する行動様式」<sup>③</sup>。したがって、これらの議論をまとめて「小劇場演劇の商業主義化論」と名づけることができるだろう<sup>④</sup>。

#### 四、大衆社会／文化論としての商業主義化論

たしかに、さきあげた観客動員のグラフやマスメディアで盛んに話題になった小劇場の冠公演についての報道をみると、商業主義化論者の指摘にも一理あるようにも思えてくる。しかし、いうまでもなく動員数の増大や冠公演への参加はそれだけでは必ずしも芸術性の放棄に結びつくわけではない。本当に、商業主義化論者がいうように、小劇

場演劇は八〇年代に入つて広範な大衆性を獲得し、商業主義化していったのだろうか？ また、本当にかつてのアン  
グラ演劇は実験的であり、かつ「運動」としての性格を色濃くもっており、また非商業主義的である事によって先鋭  
的な表現を達成し、それに対して、八〇年代の小劇場演劇は商業主義に毒されることによつて先鋭性を失つていつた  
のだろうか？ 商業主義化論者の議論をもう少し詳しく検討してみると、実は彼らはそれほど説得力のある議論を展  
開していないことが分かる。(以下にあげる問題点に該当する実例については、本論文の後の部分で折にふれて簡単  
に紹介していく)

まず第一に、このような議論の中では、具体的にどのような現象や傾向を指して「商業主義」と言っているのが  
必ずしも明確になっていない事が多い。「商業主義」は、時には興行形態や劇団関係者の基本的な姿勢の変質を指し  
ているが、別の時には作品や演技の質と内容についての評価であり、さらにまた別の場合には観客構成の変化を指し  
ていることもある。商業主義化論者は、そのそれぞれの変化の内容について具体的なデータをあげて論ずることもな  
ければ、これらいくつかの側面における変化の相互関係について詳しく検討する事もない。

第二に、商業主義化論者は、小劇団関係者を芸術以外の営利の追求や世俗的な名声・人気の獲得に走らせる(と彼  
らが考へる) 当の「システム」について具体的な検討を行なっていない。いくつかの団体や組織が(劇団、商業演劇  
資本、広告代理店、マスメディアなど) 一種の悪役として登場するが、それらの組織や団体が具体的にどのような形  
で「共謀」して小劇場演劇を大衆消費の一アイテムに加工していったかという点については、全くといっていいほど  
分析がなされない。たいていの場合、「大衆消費社会」や「大衆社会」というような実に大ざっぱな言葉が共謀と共  
犯のシステムを指す抽象的なレッテルとして使われるだけである。

第三に、商業主義化論者は、彼らが商業主義の波に翻弄される存在として描く小劇団の集団構成を単純化してしま

いがちである。彼らの書くものを読むと、それぞれの劇団は集団としての明確な境界を持ち、主宰者——作家と演出家を兼ねることが多い——が、営利の追求や商業化をも含めてあらゆる方針を決める強力なリーダーとしての権限を持っているかのような印象を受ける。実際には小劇団の活動には実に多様なタイプと役割の人々（劇団所属の役者・スタッフ、外部スタッフ、常連の出演者、外部制作会社など）がさまざまな資格で関わり、さまざまな段階にその意思決定過程に関わっている。したがって、ある特定劇団がたとえ本当に「商業主義に走ってしまった」と言える場合があつたとしても、それを個人の意思や意向と同列に論ずることはできないはずなのである。この点が、商業主義化論者には見落とされがちである。

商業主義化論者の主張は、このようにさまざまな点で重大な難点を抱えているのだが、ここでさらにそれぞれの点について具体的な実例をあげてそれらの難点について詳しく吟味していても余りフェアでもなければそれほど生産的でもない。というのも、彼らの主張はその根拠や前提を明らかにしながら論を進める「論証の話法」というよりは、自らの議論の正当性をレトリックを駆使して主張していく「修辞の話法」としての性格を色濃くもっているからである。したがって、もっと生産的なのは、彼らの議論の根底にある図式を明らかにし、その図式を構成する要素について詳しく検討していくやり方である。そのような検討を進めていく中で明らかにするのは、商業主義化論者の議論は、大筋では、古典的な大衆社会／文化論の図式および「芸術対商業」という二分法的図式にのっとっているといふことである。

古典的な大衆社会論は、近代資本主義社会の発展にともなう産業化や都市化という社会変動に加えて、一国規模のマーケットやマスメディアの発達などが、伝統的なコミュニティを解体させ人と人との密接な接触を断っていったと主張する。人々は、かつての地域社会や階級社会の中で持ちえていた密接で生き生きとした接触と、そのような人間

関係に根ざした文化とを失い、孤立したアトム集合であるマス（大衆）として存在するようになる。そのような自ら文化を生み出す力を失った大衆が享受するのは、大量の均質化した複製文化としての大衆文化である。

この大衆文化の中味に関しては、保守的な大衆文化論者と左翼的な論者とは若干見解が異なる。保守的な論者の場合には、大衆文化の中味は、かつての階級社会で培われた洗練された階級文化（class culture）ともあるいは地域社会の中で育まれた豊かな民衆文化（folk culture乃至regional culture）とも切り離された大衆の低レベルの消費と気晴らしのための欲望によって決められると考える。これに対して、左翼的な論者の中には、大衆操作の陰謀をたくらむ文化的・政治的支配層が一種の「パンとサーカス」的な麻薬として与えるものこそが大衆文化の実質を規定し、人々はそれを盲目的かつ従順に受け入れるものと想定する者が少なくない<sup>10</sup>。

小劇場演劇についての商業主義化論の場合にも、右の二つのタイプの大衆社会論のテーマはしばしば登場してくる。しかし、この場合は伝統的な大衆文化論とはやや異なり、大衆文化状況によってとってかわられたとされる古きよき時代の文化は階級文化や民衆文化などではなく、特定の観客と小劇場演劇の担い手との密接なつながりである。つまり、一九八〇年代に入って失われてしまったと商業主義化論者が考えるのは、一九六〇年代から一九七〇年代初め頃にはたしかに存在していたとされる、少数ではあってもよき理解者かつ同志であり同時に鋭い批判者であった観客——つまり「大衆」とは対極の存在——と、表現衝動や表現欲求の充足と文化的価値の追求を第一の目標におき、経済合理性とは無縁の第一次集団的性格を色濃くもっていた芸術集団とのユートピア的結合である。

現在多摩美術大学助教授でありエッセイストとしても活躍している萩原朔美は、一九六七年から一九七〇年までのあいだ、寺山修司が主宰していた劇団・天井棧敷に舞台監督や演出家あるいは役者として関わっていた。彼自身は商業主義化論者とは言えないが、彼が八〇年代の小劇場演劇に観客として立ち会った時に感じる違和感について述べた

文章の次のような一節は、商業主義化論者が大衆文化論の図式で説明しようとした状況がどのようなものであるかをよく伝えている。

「アングラ」などというネーミングと、汚い小劇場空間に、目をキラキラさせた男ばかりの客、その客のポケットには、平凡パンチと朝日ジャーナルが入っていた七〇年代。ところが今は、ファッショナブルな女の子が中心の客席には、仄かにオーデコロンの匂いが漂っているのだ<sup>①</sup>。

同じような状況を佐伯は、「MUNKS」の別の号では「アフター5で女の子が芝居を見に行くというような現象」と表現し、これが「メディア的に実現」されたものだとしている<sup>②</sup>。扇田昭彦によれば、これは「無頼の観客から大衆的観客へ」という変化であり、次のような変容としてとらえることができるという——「かつては無頼の知的マイノリティの観客が相手だった小劇場演劇が、大企業が協賛に乗り出すくらい大衆的なマジョリティの観客を獲得するようになった」<sup>③</sup>。

萩原は、右にあげた文章の数箇所、第一世代の前衛劇の現場にたずさわっていた者の目で見たと時に八〇年代の小劇場の客席で感じる違和感を表明している。彼が特に当惑をおぼえるのは、役者と観衆のあいだに成りたっている、対立を欠いた「穏やかな関係」である。七〇年前後に頻発した役者と客のあいだの緊張関係やトラブルは全くなく、両者の関係はタレントとファンの関係に近い。芝居の中で出てくる笑いも七〇年代のシニカルな笑いでなく寄席の笑いに似たものになっている。対立の欠如は、芝居の最中の舞台と客席のあいだの関係に限らない。入場システムについても同じようなことは言える。つまり、あらかじめ整理券をもらってから入場するだけではなく和気あいあいと座

席を詰めるという光景に如実に表われているように、劇団と客との間に成立しているのは「対立どころか協調、友愛の世界」なのだという。

萩原は、このような状況について「かつての小劇場に客として足を運んだ世代の人々が、このシーンを目撃したら、一体何と思うだろうか」としているが、たしかに同じような印象についての記述は、商業主義化論者の文章の中にもくり返し出てくる。

商業主義化論者の大衆社会論的図式には、小劇場演劇の担い手と観客との関係だけでなく、それを取り巻くより広い文脈の社会状況についての前提も含まれている。それをまとめると、次のような特徴をもつ四種の社会組織単位間の関連としてとらえる事ができる。

- ①社会全体の「システム」（あるいは特にそのシステムの中核にいるエリート層の基本的志向）  
文化的価値を押しつぶしながら、「市場」「資本」あるいは「ビジネス」の原理にのっとって経済合理性だけを追求
- ②国および自治体（あるいは「政」と「官」）  
かつては芸術集団の反体制的な志向を圧殺しようとしていたが、今やそれを「文化振興」や「文化政策」の名のもとに、よりソフトな形で支配や利権の道具として利用
- ③エンタテイメント業界および冠公演や「メセナ」を提供する企業  
芸術を道具として利潤を追求。あるいは一種の免罪符として芸術を利用
- ④大衆（観客）Ⅱ「大衆消費市場」

非合理的情緒と盲目的な欲望を持ち、質の高い芸術ではなく末梢的な刺激やセンサーショックナリズムを中心とした低レベルの娯楽を受動的に享受

論者によって主にとりあげる組織単位の種類や力点の置き方は異なるが、大衆社会論的な商業主義化論は、一方では社会全体のシステム、「政」と「官」、企業の三者については、経済合理性の追求や「陰謀」によって特徴づけられるきわめて理性的かつ自覚的な存在としてとらえる。これとは対照的に、大衆は、盲目的で受動的な存在として想定されている。そして、商業主義化論者の批判は、主にこのような環境にあつて芸術家ないし芸術集団がとる行動様式やその背後にあるとされる基本的な価値態度に向けられる。ある場合には、芸術集団や芸術家が、社会システム、行、政、あるいは企業に取り込まれもしくはそれらに迎合して、自ら芸術表現のあくなき追求よりは経済合理性とビジネスの論理を追求する一種きわめて「理性的」な存在となつてしまふ事が、「初心を忘れ」てしまった墮落としてとらえられる。また別の場合には、これとは正反対に、芸術家自身が愚昧で非合理な大衆に近い存在としてとらえられる。つまり、豊かな社会の到来は、小劇団の担い手自身が大衆のただ中から登場し、大衆が持っているものと同じような嗜好や文化レベルの演劇を無自覚的に提供する事を可能にしたというのである。

もっとも、「政」と「官」②や企業あるいは「資本」③の側にどれだけ理性的で意識的な権力志向や功利計算を想定するかという点については、論者によってかなり見解が異なる（また、同じ論者でも場合によっては全く違った説明の仕方をすることもある）。中には、次にあげる佐伯隆幸のように、特定のエリート層の陰謀を仮定せず、何からの抽象的なシステムに陰謀のありかを求める場合もある。



いや、俺は資本そのものが主体性を持っていて、それが問題というより、資本もメディアに踊らされていると思うんだ。メディアこそが権力を持っている。ところがメディアの側も情報を集めているだけですよ、という無権力の状態、あるいは無意識の権力だから厄介なんだ。ようするに、だれも真面目じゃないんだよ<sup>14</sup>。

つまり佐伯は、一種の究極の悪役として、保守的な大衆社会論者が想定する盲目的な大衆文化市場とも、左翼的な大衆社会論者が想定するエリート層の陰謀とも異なる、より大きなシステムによる若者文化の取り込みを想定しているのである。最終的な陰謀のありかを特定の個人や階層ではなく社会全体の「システム」に求めることから、佐伯の発言に代表される商業主義化論のこの側面を「システム陰謀論」と呼ぶことが出来るかも知れない。

同じようなシステム陰謀論の発想は、さきあげた、西堂や昔の主張にも見ることが出来る。西堂は、「小劇場は死滅したか」と題するエッセイで、演劇を支える理念が消滅した後に残ったのは「資本主義のシステム装置」であるとし、同じように昔は、アングラの文化革命としての特質は十年ほどのあいだに「資本」によって商品化可能な形に、またマーケットの拡大に寄与する形に変質させられていく中で、社会や文化に対する侵犯性を殺ぎ落とされていったとする。

システム陰謀論にみられる顕著な一つの特徴は、特定の個人や集団、組織あるいは階層の陰謀にかえて抽象的な「システム」を諸悪の根源とみなすことよって、本来必要なはずの論証作業のかなりの部分を省略してしまうところにある。つまり、佐伯の言う「無意識の権力」にしろ西堂の「資本主義のシステム装置」にしろ、あるいは昔のいう、小劇場演劇を商品化可能な形に加工していく「資本」にせよ、具体的にそれがどのような組織や団体を指し、またそれらのどのような仕組みとその働きによるものであるかは彼らの議論の中でほとんど明らかにされていないので

ある。

以上の佐伯、西堂、菅の議論は右にあげた五つの社会組織単位の内、おもに②と③について取り扱っているが、同じような論証上の不備は、他の社会組織の性格に関する商業主義化論者による主張についても言える。実際、日本の社会科学的研究の現状を見る限りにおいては、これまでのところ、それぞれの組織が実際に右にあげたような特徴をもっているかどうかについては定説と呼べるようなものはない。確かなデータと説得力のある論理でそれぞれについて論じた研究は極めて少ないのである。しかしながら、商業主義化論者たちは、それを自明の前提として論を進める。

要するに、「システム」にせよ大衆消費市場にせよ、商業主義化論者の議論においては余りにも多くの前提が具体的なデータや証拠を示されなままにブラックボックスとして処理されているのである。

##### 五、文化生産論と芸術界論

八〇年代における小劇場演劇の変貌の実相を明らかにしていくためには、商業主義化論者がブラックボックスにしてしまっている部分を実証研究を通して詳しく検討していかなければならない。つまり、商業主義化論者が速記法的に使う「資本」や「システム」という言葉をパラフレーズしてその意味内容を明らかにし、また一方では具体的なデータや資料を論拠としてあげて議論を進めていかなければならないのである。そのような分析にとって非常に有効なのは、一九七〇年代から今日にいたるまで主に欧米の研究者たちが中心になって展開してきた「文化生産論」および「社会的世界論」とよばれる二つの社会学的視点である。

これらの視点をとる社会学者たちは、音楽、演劇、出版、映画などさまざまな文化関連業界における文化生産のメカニズムについて、実際にそれぞれの業界や芸術家集団の活動に参加しながら、その実体験を通して、文化生産のプロセスには様々な人々や集団、組織が多様な役割と利害関心とで関わっている事、また、文化生産の間の関係には実に多様なタイプがある事、を明らかにしてきた。つまり、彼らは、芸術というものは、多様な人々と集団や組織が時には協調しあい時にはせめぎ合いながら形成する諸力の場から生み出されていく事を明らかにしてきたのである。

文化生産論の視点からすれば、文化とは、とらえどころがない「システム」が生み出す抽象的な実体などでは決してなく、どこかで、誰かが、ある一定の時間の幅の中でつくり出すものである。そして、この視点をとる社会学者たちは、産業社会学、組織社会学、職業社会学などの知見や理論と技法を動員して、「文化がつけられる現場 *milieux* の状況がいかに文化の形態と内容に影響を与えるかという問題を焦点として」分析する<sup>15)</sup>。

社会的世界論は、文化生産論と密接に関連した多くの前提を共有している。しかしながら、文化生産論がどちらかといえば明確な輪郭を持った組織体の中で行なわれる文化生産に研究の焦点をおくのに対して、社会的世界論は「空間的な境界や成員性の規準が明確ではない、浮動的で分散的な社会的結合の形式」<sup>16)</sup>を対象とする。つまり、地域や組織あるいは集団などの境界に限定されずに人々が関わり、また、誰がメンバーであり誰がそうでは無いかについて明確には決められないような社会現象である。「社会的世界」は、日本では比較的なじみの薄い社会学的概念であるが、現実には日常語にも「シーン（音楽シーン、演劇シーンなど）」「サブカルチャー」「業界」「芸能界」などのように社会的世界の特徴をもつ現象をさす言葉はふんだんにある。そして、本論文の主要テーマの一つである「演劇界」は、まさにそのような現象としてとらえる事ができ、社会的世界論の中でも特に「芸術界 *art world*」論とし

てとり扱われている対象の一つとして考えることができる。

文化生産論と芸術界論のさまざまな主張のうち特に本論文の問題との関連で重要なのは、芸術活動に関わる「合理性」に関わる部分である。この二つの社会学的視点は、経済的合理性と組織運営上の合理性に関するさまざまな通念に対する批判を含んでいるのである。

一方では、文化生産論は、芸術生産のメカニズムに対して組織論的分析を適用し、芸術集団と一般の企業の経営過程にはかなりの程度に共通の特質が見いだされることを指摘することによって、文化生産にまつわる神秘的なベールをはぐ。同じように、芸術界論は、社会から隔離し孤独に創造活動を行う天才的な芸術家 $\checkmark$ という神話を脱神話化する。つまり、芸術界論を援用する社会学者は、個々の芸術家の活動が実際には芸術界全体の社会的ネットワークによってもたらされる資源や補助的な活動によってはじめて可能となる事、また、創造や表現の革新は個人の天才的なひらめきだけでなくそれを評価し意味づける活動や、その活動の基礎となる約束事を前提としている事などを事例をあげて立証していくのである。このように文化生産論と芸術界論は、芸術活動の社会的側面を明らかにする事によって、一見合理性とはほど遠いように見える「芸術」や「天才の仕事」の中に実はきわめて合理的な側面がある事を明らかにする。

その一方でこの二つの視点は、芸術家や芸術集団とはきわめて対照的にみえる企業体などの組織が必ずしも合理的に運営されているわけではないことを指摘する。実際、企業などの組織に関するいくつもの事例研究は、「アナーキー的組織 organized anarchy」「意思決定における屑籠モデル garbage can model of decision making」「制限付きの合理性 bounded rationality」——紙幅の関係でそれぞれの概念についての詳論は省く——などが組織体には頻繁に見られる事態であることを明らかにし、また組織運営における目標やテクノロジーが実はしばしばきわめて不明確な

ものであることを示している。同じように、文化生産論にもとづく研究は、いわゆる「文化産業」やエンタテイメント・ビジネスが必ずしも経済的・組織的合理性の原理にしたがって運用されているわけではない事を明らかにしている<sup>17)</sup>。芸術界論の発想にもとづく実証研究も、同様に、芸術界においては、芸術の創造あるいは芸術作品の評価や「流通」に関わるさまざまな集団・組織のあいだでの利害、目標、あるいは了解事項のすり合わせや調整こそが常に懸案事項となる重要な問題であり、集団・組織間のネットワークの作動原理は、とうてい商業主義という漠然とした言葉でひとくくりにできるほど単純なものではない事を示している<sup>18)</sup>。

著者は、一九九一年の夏以来、この文化生産論と芸術界論の基本的発想に拠りながら、若手の小劇団を対象としてフィールドワークを行なってきた。その結果は<sup>19)</sup>、八〇年代に生じた小劇場演劇ないし小劇団の変化については、小劇団という芸術集団の組織特性と行動原理を一方におき、他方には現代演劇および文化活動をとりまく環境の変化を、おいて、その双方の関連を社会学的組織論の概念やアイデアを援用しながら分析していくアプローチが有効であることを示している。

どのような理論的立場から組織分析を行なう場合であっても、まず初めに組織の境界を設定し、組織サイズを「画定」しなければならぬ。この前提を小劇場演劇のケースにあてはめてみる時にたちどころに明らかになるのは、いわゆる「劇団」は小劇場演劇の商業主義化というような問題を扱う際の分析単位としては余りふさわしくないという事である。じじつ、通常この問題を扱う際に「小劇団」と呼ばれるのは、公演チラシや演劇年鑑などに印刷される劇団のメンバー・リストにのせられる主宰者と役者、それから数人の技術スタッフと制作スタッフからなる場合が多い。しかし、実際の公演の際にはこれらのメンバーの他に常連のようにして加わる「外部」の役者やスタッフが存在する。その役者やスタッフはフリーランスの場合もあれば、他の劇団やスタッフ会社に属している場合もある。また逆に、

劇団のメンバー・リストに名前があげられているメンバー（特にスタッフ）が他の劇団の公演に半レギュラー・メンバーのような形で参加することも稀れではない。したがって、小劇場演劇のあり方の変化を、特に劇団の組織体としての行動とその変化を中心にして議論していく場合でも、この複数の劇団やスタッフ会社、あるいはフリーランスの演劇界構成員の間のネットワークのあり方の変化についての検討を抜きにしては、非常に不十分な分析しか出来ない事になるはずである<sup>20</sup>。

ところが、商業主義化論者たちは、社会文化状況一般についてはこれをブラックボックスとして処理してしまう一方で、具体的な芝居づくりの現場の変質について論ずる場合——この場合、彼らは不十分なながらも程度の根拠をあげてはいる——には、個々の劇団を単位として論を進める。つまり、議論が芝居づくりの現場の変化に及ぶ際に、彼らは、これを個々の劇団（およびその構成員、特に主宰者）の行動原理の変化として次の五つの面における変化としてとらえるのである。

- ① 観客動員の拡大
- ② 公演収入以外の収入のしめる比重の増大（「営業」活動・企業等の助成金など）
- ③ 制作・マネジメント部門の役割の拡大
- ④ 劇団制の解体
- ⑤ 作品の中味の変化

ここでは紙幅の関係でそれぞれの変化についての議論の具体例の紹介は控えるが<sup>21</sup>、商業主義化論の骨子は、八観

客の数を増やし①、公演収入以外の収入の増加をはかり②、またそれに対応してマネジメント部門を強化することによって③、経済性や経済効率を追求したが、その結果として、密度の高い演劇表現を支えていた劇団の枠組みを解体させ④、ひいては上演される芝居の中味をやせ細らせてしまった⑤。Vという主張にある。この主張を構成する一つ一つの命題についてはある程度あたってはいる部分もあるかもしれない。しかし、これが果たして全体として事実在即した命題となっているかどうかについては、これまでのところ説得力のある根拠は示されてはいない。またそもそも商業主義化論者は、あくまで個々の劇団についての断片的な情報を中心にしてこの主張を提示しているのであり、議論の前提は余り適切なものとは言えない。

右にあげた五つの面における変化とそれと関連の深いその他の変化を劇団を単位としてではなく、実際の公演を行なう際に活性化される演劇界のネットワークを中心的な分析単位として検討してみると、小劇場演劇の変化は商業主義化論者の主張とはかなり異なるものであったと考えることが出来る。つまり、八〇年代の小劇場演劇の変化のうちで最も重要なものの一つは、比較的小さな規模のネットワークで生産されていた演劇公演というものが、より大きな組織間のネットワークの中で行なわれるようになっていったことである。

演劇生産の場の拡大は、一方では新たな表現と創造の機会を提供するが、他方ではその場自体を維持するためのコストの増大などの新たな問題を生じさせる。また、その変化にもなって演劇生産に関わる人々が年齢を増し、同時にアマチュアではなくプロとして演劇活動に関わっていく展望が開かれたことが新たな問題を生みだし、これもまたコストを増大させることになる。商業主義化とよばれる現象は、この「演劇生産のエコロジー」を形成するネットワークの拡大と人々の関与の仕方の変化にもなって生じる問題やコストの増大に対応する、劇団という組織体の側での対応をさしているものとして考えるべきなのである。

そして、この変化は、若手の小劇団の「自然史 natural history」として描き出すことが出来る。

## 六、小劇団の自然史

若手の小劇団は、多くの場合、はじめは学生や演劇養成所出身者の数人が中心となつて旗揚げした、きわめてアマチュア的な性格の強い劇団である。すなわち、それぞれの劇団のメンバーにとつて演劇とは生活の手段というよりはやみがない表現欲求の発露の場であり機会なのである。この、小規模であること、アマチュア的事であること、そしてメンバーが若いということは、一方ではさまざまな制約と制限をとまなうが、他方では彼らにとつて何よりの武器となる。つまり、このような組織構成とそれを取り巻くネットワークのあり方は、いくつかの点で、創造活動にとつては最も効率的であり、また経済的な面でも利点が多いのである。

小規模であるということは、ふつう△小さな規模の劇団が小さな劇場で比較的小数の観客を相手に芝居を行なう▽ことを意味する。規模の小さは、創造上の実験や表現の革新を至上の価値とする芸術集団の場合、さまざまな利点がある。まず、小さいことは「小回り」がきくことである。たとえ極端に先鋭的な表現を行なつたとしても、限られた上演期間のあいだに限られた客を相手に芝居を行なつている限りはその経済的リスクは比較的小さい。また、何度でもやり直しがきく。つまり、「失敗する権利 right to fail」を行使できるのである。メンバー間のコミュニケーションにとまなうコストという点でも、公演のために役者やスタッフを新規に集めて行なうよりは気心の知れた者同士で行なう方が能率的である。

経費という点でも、駆け出しの小劇団は、マンパワーのほとんどを自前ないしそれに近い形で調達できる。全体の人数が少ない状況にあつては、仮に劇団内に「演出部」「衣裳部」あるいは「制作部」というようなセクションが名



目上あったとしても、一人がいくつものセクションを兼ねたり、公演情報を掲載したダイレクト・メールを送る時には全員が作業にあたるというように、未分化な分業状態にあるのが通例である。これは、少人数、小資本で公演を行なうためには、最も手っとり早いやり方であるし、多少の状況の変化にも即応できるという利点もある。つまり、公演規模が小さい内は、これが最も効率的な形態なのである。劇団外から助力をおおぐ場合でも、他の小劇団からの「助っ人」に名目程度の謝礼や実費だけでスタッフ・ワークを手伝って貰ったりすることもある。また、小劇団のあいだには、仕込やバラシという、特に人手が必要な時には、無償で「たたきに行く」ような関係があり、またボランティアの「お手伝いさん」という存在もある。つまり、マーケットの原理以外にもとづくマンパワーの調達によって公演活動を行なうことが出来るのである。

言うまでもなく、このマンパワーという点での効率性の前提には、メンバーや外部から公演に参加する者たちが年齢的に若くまた基本的にアマチュア的な志向を持っているということがある。二〇代ないし三〇代で学生の身分にある時、あるいはまた社会人になっても比較的自由になる時間が多くまた扶養すべき家族もまだ持っていない段階までは、全くの無報酬、それどころか逆に稽古場や事務所を維持するための経費や公演の赤字分を拠出するような形で関わり方が可能である。彼らにとつては、表現活動に関わることそれ自体が報酬となり、小さな劇場での観客からの直接的な反応が何よりの喜びとなるのである。

しかし、以上にあげた「小」であることのいくつかのメリットは、それぞれ裏返しのような形で創造活動における限界をも内包している<sup>②</sup>。学生の間や旗揚げ前後の二、三回の公演は、「熱気」や「盛り上がり」でやっていけるが、それ以上持続してロングレンジの展望のもとに豊かな創造性と先鋭的な表現とを維持していくためにはいくつかのハードルを越えていかなければならない。それが出来ない場合には、公演自体が次第に間遠になり、劇団としての実質を

失っていくことになる。(実際、旗揚げ前後の何回かの公演のみで解散していく劇団の数は少なくない)

まず第一に、小さな劇場での公演にとどまり回転資金が小規模な段階にとどまっている限りは、創造の場としての物理的条件を確保していく事がきわめて困難である。学生劇団の場合には、大学内の部室や講堂を稽古場や教室として無料ないしそれに近い形で使用することも出来るが、それもメンバーのほとんどが大学を卒業してしまえば難しくなる。現在も多くの劇団は、公民館や貸しスタジオを転々としながら稽古を行なっているが、そのような場合、移動や連絡のコストや使用上の制限条件が創造活動のネックになっている。また、衣裳や照明、大道具などの資材や機材の置き場の確保も切実な問題である。さらに、自前の稽古場や倉庫が無いことに加えて専用の事務所が持てない(多くはメンバーの誰かのアパートなどが仮の事務所になる)ことも、メンバー間や劇場、外部スタッフとの事務連絡や宣伝・広報関係の業務を行なう上で大きな制約となる。

マンパワーという点でも、「小」の段階にとどまることにはさまざまな限界がある。学生劇団の場合は、卒業・就職の前後に多くのメンバーが劇団活動から身を引いていくが、社会人劇団の場合も、メンバーのほとんどが三〇代以上になり仕事の上でも家庭生活でも責任が重くなってくる頃に大きな転機が訪れることになる。さらに、アマチュア的な劇団でとどまり自前のマンパワーでやりくりしている限り、そのマンパワーの技能レベルを越えた公演を行なうことは非常に難しい。解決策の一つは、外部のすぐれた才能を雇入れる事であるが、それも資金上の問題から困難である。さらに、観客からのフィードバックという点でも、いつまでも小さな枠の中で固定した特定の観客を相手に公演を続けていくことは、創造上でも集団内部の志気という点でもデメリットがある。

これらのいくつかの問題を解決するために多くの劇団が目指したのが、観客の大量動員による経済基盤の確立と公演自体の定期化である。劇団として演劇活動を続け、また「小」であることの制約をクリアしていくためには、徐々

に劇場を大きなものにした公演期間を長くしていく事によって経営基盤の確立をはかっていくことが重要になってくるのである。また、大量動員を果たし長期にわたって公演を続けていくことは、劇団の社会的認知を高め、企業の後援や協賛あるいは「冠」など公演収入以外の収入を獲得する上でも効果的であり、さらにこれは、個人的なレベルでも、劇作家や演出家あるいは俳優がマスメディア等での活動によって生活を支える基盤をつくり出す可能性にもつながる。

八〇年代の小劇場ブームは、こうした小劇団創設時に特徴的にみられる存在形態と戦略が、未曾有の好景気という経済状況、そしてまた「バブル」とも呼ばれた消費ブームとうまくマッチした結果として出現した現象であると言える。また、夢の遊眠社や第三舞台などによって「三千人の壁」「四千人の壁」などと呼ばれていたいわゆる動員の「壁」が次々に乗り越えられ驚異的な動員が達成されていった事は、後続の劇団にも組織運営上の一つのモデルを示すことになった。

このような大量動員の戦略によって公演の規模が大きくなるにつれて、それまでの劇団の枠を越えた人材が俳優やスタッフとして参加するようになってくる。既に述べたように、小規模の公演を行なっている間でも実際には外部からマンパワーを調達している事が多いのであるが、劇場の規模が大きくなり使用するテクノロジーが高度かつ複雑なものになればそれに見合った技術スタッフを外から調達することが必要になり、また時には観客動員の戦略として集客力のある俳優を他の劇団や芸能界などから「借りて」くることも行なわれる。逆に、劇団の社会的認知が高まれば、俳優にとっても技術スタッフにとっても劇団の公演以外の活動の機会が多くなってくる（マスメディアで俳優が活躍すれば、それだけ集客力が高まるという側面もある）。このようにして、大量動員によって経済的自立を目指した戦略は、一方では劇団を中心とした演劇生産のネットワークを拡大し、また他方では劇団の枠自体をゆるやかな

ものにしていく方向に働くことになる。

また、観客動員の増大や劇団員の映放活動への進出の結果生じた最も重要な変化の一つとして、制作・マネジメン卜部門のもつ比重の増大がある。市場規模と公演自体の規模が拡大し、交渉相手（チケット取次業者、外部スタッフ、企業、助成団体など）が多様化する中で、制作的な業務の幅が質・量ともに拡大してきたのである。学生劇団ないしセミプロ的な劇団の段階では、制作は、役者やスタッフが兼任する「雑用係」的な側面を持つことが多い。しかし、事務所を構え会社化したり多額の資金を運用するようになって、プロの劇団としての陣容を整えるようになれば、フルタイムの専任スタッフが制作業務を取り仕切る必要が生じてくる<sup>(2)</sup>。一言でいえば、小劇団も（大劇団やオーケストラやオペラ団体と同じように）芸術家集団としての顔だけでなく経営組織としての顔が要求されるようになってきたと言えるよう。そして、その経営組織としての顔を代表するのが、制作部門の重要な役割となってきたのである。

以上を要するに、八〇年代に特に目立った活動をした劇団は、運用する資金という点でもまた組織構成という点でも、ある意味では営利を目的とする経営組織と似通ったものになっていったと言える。しかし、このような変化の表面だけを見て、△芸術を志向するサブカルチャーで始まったものがビジネスの論理によって支配されるようになってしまった▽と考えるのは速断である。ましてや、これを商業主義という言葉でとらえるのは明らかに誤りである。というのも、小劇団組織の内外の状況には、本質的にその方向での変化を妨げるいくつかの要素があるからである。

まず第一に経済資源という面から考えれば、演劇に限らず実演芸術というのは、きわめて労働集約的な「手仕事」の産物であり、上演ごとに多数の人手を要するという事情がある。舞台の上に立つ役者だけでなく、毎回の上演に立ちあう主要な技術スタッフとそれを補助する助手的なスタッフ、さらに劇場の事務や接客の人手も入れれば、単純に

計算して、観客一〇人に対して一人の人手がかかることも稀ではない。レコードやビデオのような媒体による複製芸術が一度ソフトを作ってしまったばそれをほとんど無限に販路に乗せることが出来るのに対して、これは経済効率という点からすればきわめて効率の悪い生産の仕方である。

第二に、使える劇場の絶対数という問題がある。どんなに労働集約的ではあっても、ロングラン公演が実現出来る場合には、ソフトの制作に要した資金を回収しさらにそれ以上の利益を出す事も不可能ではないのであるが、「ホール・インフレ」と呼ばれる事態にも関わらず現実には小劇団の演劇公演にとって使いやすくまた過去の公演の実績や劇場自体の施設設備および人的資源からして集客能力の高い劇場の数はきわめて限られている。特に東京およびその近郊の場合は、定評のある劇場は何年も前から公演予定が入っていることが多い。

第三に、絶対的な観客マーケットの規模の問題がある。たとえ人件費と劇場の問題がクリアできたとしても、はたしてロングラン公演を行なえるだけの大量の観客を動員できるかどうかという疑問が残るのである。すでに見たように、商業主義化論者は、小劇場演劇が八〇年代初頭前後から「大衆的なマジョリティーの観客」を獲得したことを前提として論を進めているが、本当にそのような規模のマーケットが成立しているかどうかに関しては、実は、確かなデータは今のところ提供されていない。むしろ、さまざまな資料は、その逆の事実を示唆している。たとえば、チケットセゾンの安藤光夫は、小劇場演劇の常連の観客数を六万人から七万人と推定し、マーケットの規模については、一年に二〇億円程度と推測している。これに対する商業演劇の売上は年間四百億円だという<sup>2)</sup>。たしかに、歌舞伎座の一月あたり四万人から五万人という観客動員と比べても、小劇場演劇が「大衆的なマジョリティーの観客」を獲得しあるいは「大衆消費」の対象になったという表現には少なからぬ誇張が含まれていると言わざるを得ない。また、それだけの集客を誇っている商業演劇自体の場合でさえ、欧米式の無期限のロングランはほとんど行なわれず、

また商業演劇にしろ既成の新劇団にしろ、公演収入だけでは組織としての収支の帳尻が合いくい事を考えあわせてみても、小劇団が大量動員によって経済的に自立することはきわめて困難であるといえよう<sup>25)</sup>。

さらに第四番目として、小劇団においては、経済合理性とはあいれない側面をもつ、芸術集団特有の「現場」の論理が集団としての行動を強力に支配しているという事実がある。その原理を一言で要約すれば「非合理性」であり、それは芸術創造および芸術家のパーソナリティ（ないしライフスタイル）、そしてまたそれらを前提として構成される芸術界の性格と深い関連を持っている。したがって、劇団の経営管理には、必然的に「本来管理不能なものの管理 management of the unmanageable」という困難な課題が常につきまとう事になる。自前のマンパワーで処理できていた間は多少の無理もきくが、これが次第に大規模の公演になってくると、関わる人数も増え、スタッフワークも含めて現場的な要請の種類も増えてくるため、それを調整する役割を担う制作・マネジメント部門の仕事は複雑かつ困難なものになっていく。管理が困難である以上、効率と採算を至上命題とするビジネスの論理にしたがって公演を行なっていくのは至難の技となる。

このように、舞台芸術を代表とする、ライブ・パフォーマンスを中心とする芸術集団は本来的に公演収入のみで組織を維持しメンバーの生活を支えていくことはほとんど不可能に近いのである。欧米の場合には、この赤字分のかなりの部分を政府や自治体、財団あるいは私企業や個人の助成がカバーしている。日本の場合も、既に述べたように八〇年代にかなりの数の企業が劇団の公演に資金を提供するようになり、また、一九九〇年には政府と民間企業の出資によって国立劇場内に「芸術文化振興基金」が発足し、また各地の自治体が財団を設けて公演を援助するようなシステムも徐々に出来上がってきた。しかしながら、このような助成は単発の公演単位に対してのものが多く、芸術集団の活動自体を援助するようなシステムは一部の自治体や財団による先駆的な試みの段階にとどまっている。

以上、主に経済資源と劇団という組織の関連を中心にみた結果の示すところによれば、八〇年代における小劇場シンの変化は必ずしも「商業化」や「商業演劇化」という言葉が示唆するような、文化的価値が経済的合理性によって損なわれる形で進展した変化であるとは言えない。むしろ、八〇年代の小劇場ブームは、興行資本や新劇団以外の劇団が行う演劇についての社会的認知を高め、またそのような演劇に対する潜在的マーケットの規模をある程度拡大したという点では演劇生産にとって好ましい結果をもたらしたといえよう。しかし、視点をかえて今度は分析の単位を演劇界全体に拡大してみると、必ずしも演劇文化にとって望ましい変化ばかりだったとは言えなかった事が明らかになる。それは特に演劇人のプロ化という問題に関連している。

すなわち、必ずしもあらかじめ意図した結果では無いにしても、小劇場ブームを通して劇団の枠がゆるくなり、演劇公演をめぐる演劇界のネットワークが拡大した事は、演劇人が劇団という従来の所属集団を単位としてではなく同一の職能を単位とした横のつながりを形成する専門職集団として結束する可能性を意味していたといえるのである。これは、従来の劇団を中心としたアマチュア的な芝居づくりの持つ制約を越えて、プロフェッショナルな結合による質の高い演劇が可能になることをも示唆している。

しかし、今までのところ事態は必ずしもそのような方向には向かっていない。もともと日本では、欧米にくらべて初等教育から高等教育にいたるまで演劇についての学校教育は量的にも質的にもきわめて貧弱な状態にあり、それを補完する形で、劇団が俳優についても技術スタッフあるいは制作スタッフについても貴重な人材供給源だったのである。特に新劇団は、演劇界のみならず映画やテレビなどエンタテイメント業界全体にも貴重な人材を供給してきた。しかし、この新劇団が七〇年代から八〇年代にかけて公演活動や興行実績という点で低迷した事もあって、今や演劇人の育成は深刻な危機に陥っている。一方それにかわって八〇年代に一躍脚光を浴びた小劇団は大量動員の戦略をと

りまたメンバーの劇団以外の活動が増える中で劇団としての凝集性を失い、人材養成機能が低下していったところが多くなっていった。すなわち、劇団といっても、実質は年に二回ないし多くて三回の公演の一月前後にメンバーが集まって共同作業をするプロデュース集団とあまり変わりはなく、またかつては持っていた研修制度のようなものも次第になくなっていったのである<sup>(26)</sup>。

これだけを見ると、八〇年代には演劇人のプロとしての養成基盤は全体として弱体化してきたといえそうである。しかし一方では、近年演劇に限らず舞台芸術一般の人材を養成しプロとしての教育を行なおうという動きも出てきた。たとえば、制作・マネジメント的な業務については、自治体や二、三の教育機関を中心として「アーツ・アドミニストレーター」の専門的な教育および再教育の機会を設ける動きが活発化してきた。また、演技やスタッフ・ワークに関わる部分では、いくつかの自治体などでスタッフ養成のコースを設けるところも出てきた。

総合的な組織という点でも、一九九二年に劇作家協会が結成され、他方では、劇団の枠をこえたプロデュース公演が盛んになり、制作業務が多様化する中で、一部では小劇場界の制作者同士の横のつながりがインフォーマルな形で形成されつつある。

もっとも、これらはいずれも八〇年代の終わり頃から九〇年代初めにかけてやっと始まった動きであり、いまだ試行の段階にとどまっている。各種の協会にしても本格的な組合的組織としては成長していない。役者の場合にいたっては、小劇団所属の俳優のような人々を中心とした組合組織はいまだ存在していない。

いずれにせよ、個々の組織体内部のいわば「縦のつながり」とプロフェッショナル集団による「横のつながり」との関連、特にその力関係は、文化生産を担う組織に限らず組織体一般とその成員の行動原理と実際のパフォーマンスのあり方を規定する上できわめて重要な要素である。特に文化生産に関わる組織や「社会的世界」の場合には、これ



は△とだけ組織の枠を越えた共通の技術やコミュニケーションの体系が形成されるか▽という問題と深く関連しており、他方では異なる職能にたずさわる人々のあいだの力関係が変化していくことでもある。これは演劇の場合でいえば、△演技やスタッフワークについてどれだけスタンダードな技術や知識の体系が築けるか▽という問題であり、さらにはまた△劇作、演出、演技、テクニカルワーク、制作・マネジメントなど演劇をめぐるさまざまな仕事の間の相対的な力関係と報酬の分配のあり方はどうあるべきか▽という問題とも深く関わっている。いずれの場合も、今後の演劇界の動向を占う上で大きな問題となっていくことであろう。

## 七、結語

小劇場の第一世代の代表的な劇作家の一人である別役実は、野田秀樹が『野獣降臨』で第二七回岸田戯曲賞を受賞した際の選評でこの作品を「プラスチック製のファンタジー」と形容し、また次のように評している——「極めてアツケラカンとしていて、どうやらアメリカの現代絵画におけるポップ・アートのような趣きを呈している」<sup>27</sup>。そして、この手法が「決してリアルな手触りを感じさせたくない状況に対する不信感の表明」によって逆説的に生み出されたものであるとし、また、別役自身の立場としては、演劇の本来の力は、それがポップ・アートになり得ないところにあると信じていると述べている。

一方、別役自身は、この評言をさかのぼること約四半世紀、すなわち一九六〇年頃に彼ら自身が早稲田の学生劇団に寄生するような形で芝居を始めた後に喫茶店の二階に劇場を作って芝居をするようになったのは、当時の中小劇団の活動形態としては異例だったという旨の発言を一九六七年にしている<sup>28</sup>。すなわち、当時の、中小劇団の典型的パターンとしては、共同生活をして地方公演をしながら、一年に一回程度東京に帰ってきて公演をやるというイメージ

だったというのである。

これからすれば、公演が経済的に成り立つかどうかは別としても、小劇場演劇は既に一九六〇年頃には東京という都市社会の中だけで存立できる基盤を獲得していたと言える。それは、実験的な演劇が地域社会の文化とも階級社会の文化とも異なる都市を中心としてつくられ享受される若者文化の一つとして成立する根拠を獲得した事を示唆している。

つまり、商業主義化論者たちが指摘するように、たしかに八〇代の小劇場演劇は、そのマーケットの基盤という点では大衆文化（マス・カルチャー）として成立する背景を持つていたと考えることが出来る。しかし、これまで見てきたように、彼らの言う意味での大衆文化という性格づけは必ずしも適切ではない。別役はやや否定的な意味でポップ・アートという言葉を使っているが、mass cultureと同じく大衆文化と訳される「ポピュラー・カルチャー popular culture」ないし「ポップ・カルチャー pop culture」（この二つの語のニュアンスにもかなりの違いがあるが）には、肯定的な意味あいが含まれることも多い。すなわち、「マス」はエリートの陰謀に手もなく乗せられる無個性の塊としての大衆であるのに対して、popularには「人々」、つまり顔をもった庶民というニュアンスがある。つまり、ポピュラー・カルチャーには上層階級の独占ではない「庶民」自身の文化という意味あいが含まれているのである<sup>(29)</sup>。

本論文でみてきたように、商業主義化論者の主張の背景には、対抗文化としてのかつての小劇場演劇（運動）そして「前衛」や「アンガラ」へのノスタルジーがあるように思える。小劇場演劇は本当にはたして一九八〇年代に大衆消費のアイテムと化してしまったのだろうか？ それとも、小劇場ブームには、演劇そのものが、限られた少数の好事家だけでなく広い範囲の人々が享受する芸術になる契機が含まれていたのだろうか？ これらの問題を明らかに

するためには、演劇という文化生産に関わる多様な人々・集団・組織の行なう仕事がより大きな社会と文化の枠組みという環境の中で相互作用しながら形成する生態学的な場とその変化とを子細に検討していく必要があるだろう。それはまた、今後の小劇場演劇の行く末について検討していくためにも、どうしても欠かせない作業となるであろう。

### 【謝 辞】

本研究は、日本証券奨学財団とセゾン文化財団の研究助成によって行なうことが出来た。両財団の御厚意に深く感謝いたします。フィールドワークの実施にあたっては、劇団遊●機械／全自動シアターの皆さん、とりわけ同劇団のプロデューサーであった梅田潤一氏にはひとかたならぬお世話をいただいた。また、ニューヨークにおける取材に際しては、高萩宏氏（元夢の遊眠社・現高萩事務所）に全面的なご協力とご支援をいただいた。記して感謝の念を捧げます。

なお、右の財団や人々には、このフィールドワークを計画・遂行し、また本論文を執筆する上での完全な自由を保証していただいた。したがって、本論文の内容についての最終的な責任は全て著者である佐藤に帰せられるものであり、いかなる事実誤認や不適切、不穏当な表現も全て著者のみが責めを負うべきものである。

### 注

- (1) 各劇団のデータは、それぞれ次の資料によった。夢の遊眠社——野田秀樹『定本・野田秀樹と夢の遊眠社』（河出書房 一九九三年）、第三舞台——『日経エンタテイメント』一九九二年二月一九日号、遊●機械／全自動シアター、キャラメル・ボックス——劇団提供資料。なお、ここにはいわゆる「本公演」のみをあげており、実験的な性格の強い公演やイベント的なものは除い

である。また、動員数はいわゆる「動員力」だけでなく公演の性格あるいは使用する劇場の席数によっても変化するので、このグラフはあくまでも大まかな目安に過ぎない。

- (2) 『テアトロ』 一九八九年二月号。
- (3) たとえば、「袋小路に入った日韓現代演劇」『朝日新聞』一九九一年十一月六日付、「小劇場の変遷と無限の可能性」芝居おたすけプロジェクト編『芝居がやりたい』JICC出版局 一九八九年 九二頁。
- (4) 『テアトロ』一九九三年九月号。
- (5) 『テアトロ』一九九二年九月号。
- (6) 『テアトロ』一九九二年十一月号 二二一―三〇頁。
- (7) たとえば、「座談会演劇ブームを読む」『新劇』一九八六年九月号、『MUNKS』一―四巻の各巻、『夜想32 戯曲の力』（ペヨトル工房 一九九三年）。
- (8) 福武直他編『社会学辞典』有斐閣 一九五八年（綿貫譲治による定義）。辞書の定義としては、これでも十分かもしれないが、この定義からは下にあげるようないくつかの項目がより精緻な分析と実証研究を通して解明されるべき問題として浮かんでくるだろう――①市場とはいったい何を指しているのか？ 果たして文化的価値を損なうのは、すべての市場原理なのか、それとも大衆市場だけなのか？ ②「過度」とはどの程度の事なのか？ それを判定する権限を持つ文化的ゲートキーパーは誰なのか？ ③「行動様式」の主語は何か？ 芸術集団やその関連団体において具体的な個々の行動方針について実際に意思決定を行うのは、誰なのか？
- (9) そのような議論の中では、商業主義あるいはコマースリズムという言葉自体は使われていないことも多い（かわりに使われているのは、「商売上手」や「経済性の追求」という表現である）。しかし、経済性のために芸術性を犠牲にしたと主張する点に

おいては、同様の主張を行なっている事がある。

- (9) DiMaggio, Paul "Market Structure, the Creative Process, and Popular Culture: Toward an Organizational Reinterpretation of Mass-Culture Theory," *Journal of Popular Culture* 11 (1977): 436-437. Brautinger, Patrick 1983 *Bread and Circuses: Theories of Mass Culture as Social Decay* Ithaca and London: Cornell University Press; Rosenberg, Bernard & White, David M. (Eds.) 1965 *Mass Culture: The Popular Arts in America* New York: Free Press.
- (11) 萩原朔美「第五次小劇場ブームが語る時代の気分」『知識』一九八七年十一月号 二九八頁。萩原は「香山修司の世界」(風鳴の公編 情況出版 一九九三年 一三四頁)でも同様の発言をこつらる。
- (12) 「討論Ⅱ——何が演劇を語るのか(続)」『MUNKS』一九九二年第二号 七頁。
- (13) 扇田昭彦「現代演劇の展望」『別冊太陽 現代演劇60'S~90'S』 六頁。
- (14) 『MUNKS』一九九二年第二号 七頁。
- (5) Peterson, Richard A. 1979 "Revitalizing the Culture Concept" *Annual Review of Sociology* 5 (1979): 153.
- (6) Gilmore, Samuel 1990 "Art Worlds: Developing the Interactionist Approach to Social Organization" Becker, H. & McCall, M. *Symbolic Interaction and Cultural Studies* Chicago: University of Chicago Press.
- (7) DiMaggio, Paul & Powell, Walter "The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields" *American Sociological Review* 48 (1983): 156; Powell, Walter W. 1978 "Publisher's Decision-Making: What Criteria Do They Use in Deciding Which Book to Publish?" *Social Research* 45 (1978): 227-252.

- (18) Hirsch, Paul M. 1972 "Processing Fads and Fashions: An Organization Set Analysis of Cultural Industry Systems" *American Journal of Sociology* 77 (1972): 639-659; DiMaggio, Paul "Market Structure, the Creative Process, and Popular Culture: Toward an Organizational Reinterpretation of Mass-Culture Theory," *Journal of Popular Culture* 11 (1977): 436-437; Hirsch, Paul M. 1978 "Production and Distributions Roles among Cultural Organizations: On the Division of Labor across Intellectual Disciplines" *Social Research* 45 (1978): 315-330.
- (19) 一九九一年九月から九三年三月までは東京の中堅劇団Yシアターで制作業務を中心としたインテンシブな参与観察的研究を行い、九三年以降は文献調査と聞き取りを中心にしたイクステンシブな調査研究を行ってきた。その成果の一部については、佐藤郁哉「芝居をつくる力(1)(2)(3)」【UP】一九九四年六、七、八月号参照。
- (20) これについてより詳しくは、拙稿「芝居をつくる力(1)(2)(3)」【UP】一九九四年六、七、八月号参照。
- (21) それがまた、今後著者が調査活動の中で劇団の事例研究を通してさらに明らかにしていくべき重要な課題でもある。
- (22) 以下本文であげるものの中には、芸術集団に限らず組織のサイズと組織のパフォーマンスのあいだの関係一般に関わる問題もあるが、特に芸術集団という文化生産にたずさわる組織特有の問題も含まれている。(Cf. Peterson, Richard & Berger, David "Entrepreneurship in Organizations: Evidence from the Popular Music Industry," *Administrative Science Quarterly* 16 (1971): 97-106; DiMaggio, Paul "Market Structure, the Creative Process, and Popular Culture: Toward an Organizational Reinterpretation of Mass-Culture Theory," *Journal of Popular Culture* 11 (1977): 436-452.; Dubin, Steven C. 1987 *Bureaucraticizing the Muse* Chicago: University of Chicago Press.)
- (23) したがって、俳優や技術スタッフの場合とは正反対に制作スタッフは劇団への帰属性が強まる場合が多い。

- (24) 『月刊アサヒ』一九八九年八月号。
- (25) ここでは、主に東京およびその近郊を中心にした観客マーケットを想定しているが、既存の劇団との利害の対立などから小劇団の場合には地方の観客マーケットを開拓することも困難であるという状況がある。
- (26) 加納幸和・平田オリザ・宮城聡・安田雅弘 利賀フェスティバルP4シンポジウム資料。
- (27) 『新劇』一九八三年三月号 九七頁。
- (28) 『悲劇喜劇』一九六七年六月号 七四―七五頁。
- (29) Gans, Herbert 1974 *Popular Culture and High Culture* New York: Basic Books.