

原著論文

伝統文化の「盗用」と文化デューデリジェンス

—広告をはじめとする表現活動において「文化の盗用」非難が
惹起される蓋然性を事前精査する基準定立の試み—

北島 純

社会構想大学院大学 コミュニケーションデザイン研究科 教授

要 旨

本論文は、広告をはじめとする表現活動が「文化の盗用」の非難を浴びせられるリスクを回避するために必要な考慮要素を、ジェームズ・O・ヤングの文化的盗用論、文化的植民地主義論及び無形文化遺産保護条約制度を参考にして検討したものである。伊ヴァレンティノのCMが非難を浴びた事案等の検討を通じて、無形文化遺産保護条約の規定する無形文化遺産一覧表の該当性、広告内容の強度性、不当な危害・不快感の有無、強者の視点への偏り（少数者への配慮）、広告市場の客観的状況と歴史的コンテキスト、広告当事者の「声」の想起（対話性）という要素が、伝統文化に関わる広告等の表現活動の適切性を事前判断する基準になりうることを論じた。

キーワード：文化の盗用、少数伝統文化、文化的植民地主義論、無形文化遺産、広告デューデリジェンス

1. ディオールと「文化の盗用」

2022年7月、フランスの高級ファッションブランド「ディオール」(Dior)が韓国ソウルで開催した「2022年ウィメンズ・フォール・コレクション」(Fall 2022 Collection)¹⁾で発表されたプリーツスカート（折りひだ付きスカート）が、中国のSNS微博で批判を浴びた²⁾。明朝（1368-1644）及び清朝（1644-1911）時代に使われていた中国の伝統衣装である「マミアンスカート」(mamianqun pleated skirt, 中国での通称は「馬の顔」スカート)にデザインが酷似しているにもかかわらず、「発想元」としてマミアンスカートについて明示していないことから、「文化の盗用」にあたるという非難を浴びたのである³⁾。

ディオールは2021年11月にも、上海の展示会で公開した中国人モデルの写真が「小さい目」を強調するイメージであったことから「中国人に対する侮蔑」にあたるという批判を浴び、写真使用の撤回に追い込まれている⁴⁾。その文脈の中で中国社会にディオールに対する不信と批判の土壌があったとも言えるが、今回は、中国文化に対する「侮辱」というだけでなく、明確に「文化の盗用」という観点からの批判が生じているのが特徴だ。上海日報は「無形文

化遺産保護機関は法的手段を追求する権利を有している」という弁護士のコメントを報じている⁵⁾。

近年、広告等の表現活動において注目を集めているのが「文化の盗用」すなわち「カルチュラル・アプロプリエーション」(Cultural appropriation)という概念である。Cultural appropriationという用語は「文化の盗用」または「文化の流用」と訳出されることが多いが⁶⁾、一般的に、何らかの表現活動を行うにあたって、多数派・支配的な立場にある者が、少数派・従属的な立場にある者の文化を、敬意を払うことなく「流用」したり、歴史的な脈脈を無視して「引用」したりすることへの非難をいうとされている⁷⁾。

そうした非難は、アーティストによる表現活動やファッション広告の分野で顕著となっている。例えば2019年6月には、アメリカの芸能人キム・カーダシアン (Kim Kardashian) が下着ブランド「キモノ (KIMONO)」を商標登録しようとしたところ「文化の盗用」であるという批判を浴び、撤回に追い込まれた⁸⁾。2021年3月には、イタリアのファッションブランドであるヴァレンティノ (Valentino) がウェブCMを公開したところ、動画中に着物の「帯」のような物を日本人モデルがハイヒールで踏んでいる描写が含まれていたことに批判が殺到し、ヴァレン

ティノはプロモーション動画の公開を停止し公式に謝罪を表明した⁹⁾。

その批判において多用されたキーワードが「文化の盗用」であった。日本の伝統文化である着物に対する「敬意の欠如」が消費者の反発と批判を招いたというにとどまらず、非難の核心には「文化の盗用」という概念があったのである。今回のディオールによる「馬の顔スカート」の「盗用」という批判もまさにこうした「文化の盗用」という問題構成の中に位置づけられるべきものである。

しかし今日では、これまで「文化の盗用」という非難が典型的に想定してきた「少数民族の伝統文化」が主題となるような内容の広告だけでなく、必ずしもそうした「多数派一少数派」の関係に立つとは言えない内容の表現活動までもが、「文化の盗用」と称する非難に晒される事例が増えてきている。そのため「文化の盗用」という場合の「内容」と「外延」が曖昧となり、広告をはじめとする表現活動に対する「文化の盗用」の非難が生じる限界をあらかじめ想定することの困難性が増していると言ってよい¹⁰⁾。では、どのような基準を用いれば、かかる想定 of 困難性を克服できるものであろうか。広告を制作する段階で事前にそのような非難の潜在的可能性を認識できれば、市場において非難を浴びせられる事態を一定程度回避することが可能となるだろう。

そこで本論文では、そのような「非難の潜在的可能性」を認識する手法としてのデューデリジェンス (due diligence, 精査) の基準を検討する。具体的には、「文化の盗用」論の嚆矢となったジェームズ・O・ヤングの『文化的盗用と芸術』を簡潔に紹介しつつ、無形文化遺産保護条約の法的枠組みを参照することで、広告という営利的表現活動における「文化の盗用」批判のリスクを判断する基準を検討していく。

2. 文化的盗用論と文化的植民地主義論

2-1. ヤングの『文化的盗用と芸術』

「文化の盗用」について議論の出発点とされるのが、2008年に出版されたカナダ・ビクトリア大学哲学科のジェームズ・O・ヤング教授 (James O. Young) の著書「Cultural Appropriation and the Arts」¹¹⁾ (『文化的盗用と芸術』) である。ヤングは同書の中で、道徳的・美的問題に対する哲学的探求という立場から文化的盗用について次のように論じている。

まず「盗用」(Appropriation) についてヤングは、OED (Oxford English Dictionary) が「物事 (thing) を私的所有物 (private property) とすること」¹²⁾ と定義していること、そしてほとんど全ての芸術家がアイデア、モチーフ、プロット等を他の芸術家から流用または借用 (borrow) していることを指摘した上で、「文化的盗用」とは、異なる文化

の境界線上で生じられる問題¹³⁾ であり、「ある文化の構成員がアウトサイダーであるにも関わらず、他の文化の構成員 (インサイダー) によって生み出された要素を自らのものとして取り入れること」であると説明する。その上でヤングは、文化的盗用を次の5種類に分類している¹⁴⁾。まず、彫刻や絵画のような「有形の芸術作品」(tangible works of art) の所有が移動する類型である。次に、楽曲、物語、詩等の「無形の作品」に関する盗用である。「コンテンツの盗用」(Content appropriation) はその典型である。例えば黒澤明監督がシェイクスピア戯曲からプロットを借用 (borrow) して映画で再利用した場合、彼は「コンテンツの盗用」に関与していることになるという。続けて、コンテンツの盗用の下位概念として、他文化から芸術的着想の一部を取り入れる「スタイルの盗用」(style appropriation) がある。例えばアフリカ系米国人でないミュージシャンがジャズやブルース作品を作曲している場合である。更に、「モチーフ (着想) の盗用」(motif appropriation) がある。ピカソがアフリカ彫刻から着想を得て「アビニヨンの娘たち」(1907) を作成したように、芸術家が全く同じスタイルの作品を作成する訳ではないが、自分以外の芸術文化に「影響」を受けた場合に生じる文化的盗用の類型が「モチーフ (着想) の盗用」にあたる。最後に「題材・描写の盗用」(subject appropriation) がある。フィクション、ノンフィクションを問わず、自分以外の文化についての叙述 (描写) がなされる場合、芸術文化作品自体が盗用されている訳ではないとしても、文化的盗用と言いうる¹⁵⁾。特に、アウトサイダーが一人称で他文化の構成員 (インサイダー) の生活を表現する場合、それは「声の盗用」(voice appropriation) と呼ばれる (ただし題材・描写を盗用したからといって、他文化のインサイダーが何かを奪われるとは限らない)。

ヤングによるこのような分類は、過度に単純化されているようにも思えるが、同時にヤングは、文化の可変性 (mutability)、重複性 (overlapping of cultures)、相互浸透性 (interpenetration) 等を認めた上であえて類型的な分類を試みていることに留意が必要だろう。芸術表現の主体を「アウトサイダー」と規定し、その部外者による表現が、引用、言及あるいは盗用されるところの他文化の構成員 (インサイダー) と「どのような関係」に立つかに着目して、その関係性のあり方を緻密に検討して類型化を果たしていることが特徴である。

ヤングによれば、全ての文化的盗用が道徳的・美的に間違っていると断言する訳ではない。シェイクスピア戯曲に着想を得た黒澤明監督の傑作映画のように、「異文化間の影響の波紋」(ripples of cross-cultural influences) として肯定的に評価することが可能であり、「道徳的に悪意がない」(morally benign) と言うべき「文化的盗用」が存在しうる。

これに対して、文化的盗用が道徳的に間違っていると言えるのは、それが、時に窃盗 (theft) や攻撃 (assault) とも言うべき形態を取ることによって、文化のインサイダーに「経済的機会の喪失」、あるいは意にそぐわない「同化」や「プライバシー侵害」といった「不当な危害」(unjustifiable harm) または「不当な攻撃」(unjustifiable offensive) を与える可能性がある場合である¹⁶⁾。つまり「インサイダー」にとって「危害や攻撃の不当性」があるか否かが、道徳的に許容されない「文化の盗用」のメルクマールになるというのである。

その上でヤングは、先住民族や少数民族に関わる文化的問題の多くは、実は「文化的盗用」ではなく、人種差別、外国人排斥、宗教的不寛容等の「偏見」に起因しているに過ぎないと指摘する。大英帝国による植民地エジプトの文化遺産強奪のような「有形作品の物理的窃取」は論外としても、それ以外のコンテンツ、スタイル、モチーフ (着想)、題材・描写の盗用はむしろ、「敬意と礼節」(respect and politeness) を伴っている限りは、文化間の理解促進に貢献し、道徳的・美的に擁護することが可能であるものが多いと結論づけている¹⁷⁾。

このようなヤングの文化的盗用論は、「盗用」の語義を出発点として、文化的盗用が問題となる局面を「有形作品」、「コンテンツ」、「スタイル」、「モチーフ (着想)」、「題材・描写」という5類型に分類した上で、莫大な美術史的知識を駆使して芸術作品の「盗用」事例を広範に検討したものである。演繹的に包括的な理論体系を構築するというよりも、広範囲な事例研究を通じて文化的盗用が問題となる場面を切り分けて、もっぱら美学及び道徳の観点から文化的盗用の内実を解きほぐそうとした研究であり、帰納的な論旨の展開は妥当なものであると評価できる。それゆえ文化的盗用に関する議論はその後、ヤングの業績を前提とするようになったと言って良いだろう。

しかし同時に、ヤング自身が繰り返し強調しているように、あくまでも文化的盗用を道徳および美学の見地から検討する哲学的研究であり、文化的盗用として明確に非難されるべき対象が「植民地からの美術品強奪のような有形作品の窃取」に限られ、その他の文化的盗用は、「不当な危害または攻撃」を与えているか、「敬意と礼節」を伴っているか、という抽象的な基準で判断されることになる。

2-2. 文化的植民地主義論

このような美学的な立場からの文化的盗用論とは別に、「文化の盗用」に関わる非難の背景にあるもう一つの立場として、「文化的植民地主義」に基づく立場がある。古くはフランツ・ファノン (Frantz Fanon) の『黒い皮膚・白い仮面』(1952)に代表される植民地主義の糾弾や、エドワード・サイード (Edward Said) の『オリエンタリズム』(1978)

が提示した帝国主義的言説の表象分析は、言説 (discourse) の背景にある政治性と権力的関係性に焦点を当てて文化的表現の分析を行う道を開き拓いた。今日の「文化の盗用」論の一部は、そうした文化的植民地主義の発想を意識的にあるいは無意識的に踏まえているようにも思われる。

例えば、2018年11月にイタリアのファッションブランド「ドルチェ&ガッバーナ」(Dolce & Gabbana) が上海で実施する予定だったファッションショーの宣伝広告として3本の動画¹⁸⁾を公開したところ批判が殺到した事案がある。これは、中国人モデルと思われる風貌の女性が中国の伝統音楽風のBGMが流れる中で、戯画的に巨大化されたピザ、パスタ、カンノーロ (シチリア発祥の伝統菓子) を長い箸で食べようとして上手く行かず苦笑する姿を描いたCMであるが、「中国人に対する嘲笑」を意味しているのではないかという批判がSNSで相次ぎ、ドルチェ&ガッバーナは最終的にショーの中止と謝罪動画の公開に追い込まれた¹⁹⁾。

この事案は確かに、ヤングの文化的盗用論が指摘するように、「敬意と礼節」を伴わない表現が不快感を中国の消費者に与えたために社会的批判を招いたとも言える。しかし、当時の中国社会で「大国意識」が高まり「愛国路線」が政府主導で強化されていた政治状況を踏まえると、単に消費者が主観的な不快感を催したというだけでなく、客観的な社会的文脈の中で国策としての愛国路線に反するものとして理解されたがゆえに「炎上」したと言うべきであろう。つまりドルチェ&ガッバーナの事案は政治的・権力的契機が介在した事案であり、愛国路線に冷水を浴びせるような欧州アパレルメーカーによる宣伝に、一種の「文化的帝国主義の残滓」が見出されたがゆえに広告制作側の想像を超える反発を招いたものと言える。

このように文化的帝国主義論の発想は、ヤングの文化的盗用論の道徳的・美学的抽象性を補うものとして援用することができる。ただし同時に、文化的言説の背景にある政治的・権力的契機を検討する際の補完的な論拠になりえるとしても、それだけで全てを説明できる訳でもない。例えば前述したヴァレンティノが炎上した着物の帯の事案は、日本人消費者の不快感を催したという以上の政治的・権力的要素があったとは言い難いようにも思える。そこで以下では、ヴァレンティノの帯事案を更に詳細に検討したい。

3. ヴァレンティノ CM 事案

伊ヴァレンティノ (Valentino) によるウェブCM炎上事案が発生したのは、2021年3月である。著名な日本人モデル Kōki、が出演したCMは、ヴァレンティノのクリエイティブ・ディレクターであるピエールパオロ・ピッチョーリ (Pierpaolo Piccioli) が手掛けた「DIVA キャンペーン」²⁰⁾の企画として制作されたものだった。CM撮影担当

のフィッシュ・チャン (Fish Zhang) 氏はインスタグラムの投稿で「寺山修司の映画『草迷宮』に発想を得た」と記していた (現在は削除済み)。

寺山修司監督の映画『草迷宮』(1979) は、泉鏡花の同名小説『草迷宮』を下敷きに制作された映画で、主人公が砂丘に敷かれた長い赤帯の上を駆け抜けるシーンが日本映画史に残るシーンの一つになっている。この映画における「赤い帯」が、ヴァレンティノのCM動画に登場する「帯のような物」の「モチーフ」(着想) になっており、その意味でヤングの言う「モチーフ(着想)の盗用」に該当する表現と言える。CM動画の中では「帯のようなもの」は唐突に登場するだけであり、具体的な説明はない。そのことがかえって、着物の帯をハイヒールで踏むというシーンの意味合いが何かということを見る者に想像させる。つまり、そこにある文化的表現は、説明が不在であるがゆえにむしろ表現の受領者に与えるインパクトは強くなっているといえる。そのような意味でこれは言わば「強度の表現」になっている。

これに対してCMを視聴する側の客観的状況はどうであったか。映画『草迷宮』は1979年に制作された映画であり、寺山修司が主催したアンゲラ劇団「天井桟敷」は演劇史の教科書に載る存在としてならともかくその実態を知る消費者は少なくなってきた。それゆえCM制作者(ヤングの用法に従えば「アウトサイダー」と言える)の意図がどのようなものであるか、「インサイダー」たる寺山修司を言わば「換骨奪胎」して「モチーフ」(着想)を「借用」しようとした制作者側の狙いが受容され得るような客観的基盤および社会的コンテクストは「脆弱」になっていると言えるだろう。

非難の殺到を受けてヴァレンティノはCM動画の公開を停止し、3月30日には公式に謝罪を表明したが²¹⁾、その際にヴァレンティノ側は公表した謝罪文の中で「日本の文化を冒瀆するような意図は全くなく、このシーンで使われた布も、着物の帯ではありません」と述べている。これに対して西陣織工業組合(京都市)や博多織工業組合(福岡市)は「日本文化の原点ともいえる帯をハイヒールで踏み歩くなど日本文化を著しく冒瀆するもの」という非難を加えている。これは、ヴァレンティノによる表現活動が日本の伝統文化に対する「攻撃」だと見なされた事例ということができる。そして、そのような反発の根底にあるのは、帯(のようなもの)を土足で踏みつけるという、日本文化に対する敬意と礼節を欠く表現に対する不快感であったと言える。

今回のCMを制作した当事者は日中の混成チームであり、受容した側はもっぱら日本市場の消費者、文化的表現が参照されたのは寺山修司、モチーフ(着想)の直接的な出典は寺山修司がフランスのオムニバス映画『プライベート・コレクション』の一つとして制作した映画である。し

たがって当事者間の関係性は複雑であり、ヤングのいう「インサイダーとアウトサイダー」の分類がそのまま当てはまる事案とは言えない。また、当事者間に政治的・権力的契機が存在するとも言えない。文化的植民地主義論が想定するような支配—従属関係は今回の事案には見出し難く、西陣織・博多織の工業組合の非難文には伝統文化の担い手としての矜持こそ見いだされるが、そこに「劣位の立場」からの異議申し立てというニュアンスは感じられない。

しかし、着物という日本の「伝統文化」の象徴が踏み込まれる形で使われたからこそその反発だったということは明らかであろう。これが例えば日常用品である通常のタオルであった場合、果たして今回のような炎上が起きたであろうか。タオルを踏むことに対する反発は大衆社会の中で様々な反応が想定でき、例えば今治タオルを踏むことに躊躇や反発を感じる人もいれば、風呂上がりに日常的に消耗品としてタオルを踏んでいる人もいるかもしれない。それに対して、着物の帯は「伝統文化の象徴」の一つであるからこそ、帯を踏むことに対する伝統文化の担い手という特定の集団からの反発が典型的に想定され得る。大衆文化と異なり、関与する当事者が比較的に「少数」となる伝統文化では、「文化の盗用」を構成する「不快感」が生起されるか否かは、消費者一般ではなく、伝統文化の担い手である「少数の当事者の反応」に依存する割合が高くなる。つまり伝統文化に関わる表現においては、文化の盗用として非難を浴びるリスク(危険惹起の蓋然性)が「典型的に高まる」という推定が成り立つと言える。これは少数民族の文化でも同様であろう。

このようにヴァレンティノ帯CM事案を分析して分かるのは、文化に関わる表現の機微性(sensitivity)を判断するにあたっては、「表現の内容と強度」や「広告受領側の社会的状況」だけでなく、「誰がどのように受領するのか」という、広告の制作・発信側と受領側との間の「関係性」も重要な要素になるということである。

しかし、文化の盗用という非難を回避するためにどのような基準で、広告をはじめとする表現活動を行えばよいかという判断は必ずしも容易でない。そこで以下では、「少数民族の伝統文化」に関わる規範的枠組みの典型として、国際法上の議論を参照していく。

4. 文化の盗用の判断基準

4-1. 少数民族の文化

「文化の盗用」の判断について、ヤングは「不当な危害または攻撃」を与えているか、「敬意と礼節」を伴っているかという基準を提示している。しかし、前述したように、かかる基準は過度に抽象的であり、少なくとも表現活動をこれから行おうとする者にとっての具体的な事前判断基準としては十分なものとは言えない。そこで以下では、ドル

チェ&ガッバーナ事案における「中国伝統文化の長箸」やヴァレンティノ事案における「日本文化の帯」に共通して見られる「民族文化」に焦点を当て、一つの試論として「少数民族の文化」および「無形文化遺産の保護」に関する国際法規範の枠組みを参照して、「文化の盗用」の批判を避けるためにはいかなる要素を考慮すればよいかを検討していく。

まず、少数民族の文化については、国連人権規約（International Covenants on Human Rights）の自由権規約（市民的及び政治的権利に関するB規約）が次のように規定している。

第二十七条

種族的、宗教的又は言語的少数民族が存在する国において、当該少数民族に属する者は、その集団の他の構成員とともに自己の文化を享有し、自己の宗教を信仰しかつ実践し又は自己の言語を使用する権利を否定されない。

このB規約27条は「少数民族の文化享有権」を規定していると解されているが、この少数民族の文化享有権を一つの根拠として、少数民族文化の価値を肯定した著名な裁判例が我が国には存在する。北海道・二風谷におけるダム建設に関わる土地収用裁決の取消訴訟において、アイヌ民族の文化を不当に軽視ないし無視しているとして事業認定を違法であるとした裁判例²²⁾である。同判決は次のように判示している。

先住民族とは、歴史的に国家の統治が及ぶ前にその統治に取り込まれた地域に、国家の支持母体である少数民族と異なる文化とアイデンティティを持つ少数民族が居住していて、その後右の少数民族の支配を受けながらも、なお従前と連続性のある独自の文化及びアイデンティティを喪失していない社会的集団であるといえることができる。

（中略）

現在アイヌの人々は、我が国の一般社会の中で言語面でも、文化面でも他の構成員とほとんど変わらない生活を営んでおり、独自の言語を話せる人も極めて限られているものの、民族としての帰属意識や民族的な誇りの下に、個々人として、あるいはアイヌの人々の民族的権利の回復と地位向上を図るための団体活動を通じて、アイヌ民具の収集、保存、博物館の開設、アイヌ語の普及、アイヌ語辞典の編さん、アイヌ民族の昔話の書物化、アイヌ文化に関する講演等を行い、アイヌ語や伝統文化の保持、継承に努力し、その努力が実を結んでいることが認められる。

(3) 以上認定した事実を総合すれば、アイヌの人々は我が国の統治が及ぶ前から主として北海道において居住し、独自の文化を形成し、またアイデンティティを有しており、これが我が国の統治に取り込まれた後もその多数構成員の採った政策等により、経済的、社会的に大きな打撃を受けつつも、なお独自の文化及びアイデンティティを喪失していない社会的な集団であるといえることができるから、前記のとおり定義づけた「先住民族」に該当するといえるべきである。

この二風谷ダム判決は、アイヌの先住民族性の判断基準として、アイヌによる「独自文化とアイデンティティの保持・継承」の事実の有無を用いている。つまり、少数民族が文化享有権を侵害されたかどうかの判断根拠の一つとして、独自文化とアイデンティティが現に存在し、その保持と継承の努力が営まれているかという基準が定立されているのだ。この基準はあくまでも少数民族の文化享有権侵害の有無に関わるものであるが、しかし、「文化の盗用」が少数民族の文化について典型的に問題視される蓋然性が高いと言えることに鑑みると、間接的に「文化の盗用」という非難惹起の判断基準として参考になると言えよう。

では、そのような「文化の現存在性と保持継承努力の営み」をいかに判断すればよいか。この点については、個別のケースごとに考えるという立場もあろうが、ここでは、一般的な基準を定立しようとする観点から「無形文化遺産保護条約」における登録リスト制度を参照したい。

4-2. 伝統文化

「無形文化遺産の保護に関する条約」（Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage）は、「世界遺産条約」による有形文化遺産保護に加えて、伝統芸能をはじめとする無形（インタンジブル）の文化遺産を衰退や消滅等の脅威から保護することを目的として2003年10月にユネスコ（国際連合教育科学文化機関、UNESCO）総会で採択され、2006年4月に発効した国際条約である（日本は2004年6月に条約締結）。

この条約は、口承による伝統及び表現、芸能、社会的慣習、儀式及び祭礼行事、自然及び万物に関する知識及び慣習、伝統工芸技術といった無形文化遺産について締約国が保護措置を講ずることや、「人類の無形文化遺産の代表的な一覧表」（Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity）や「緊急に保護する必要がある無形文化遺産の一覧表」を作成して国際的な無形文化遺産保護の体制を整えることを要求している。この一覧表が、「伝統文化」に関わる表現活動に対する「文化の盗用」の観点からの非難惹起の蓋然性を「事前に判断する基準」として参考になるのではないかと考えられる。というのも、かか

る一覧表に掲載されている文化遺産は、保護に値する実質を備えていることを各国政府が内部審査しており、「伝統文化の現存在性」と「保持・継承努力の営み」が、少なくとも国際機関に提出されるレベルでの確度を持って存在していると推認できるからである。日本で2022年4月現在、無形文化遺産として登録されているのは22件²³⁾に過ぎないが、全世界では530件にのぼる²⁴⁾。

もとより無形文化遺産保護条約における「一覧表」制度が内包する権力的契機と政治性には留意が必要である。箴島(2017a)によれば、無形文化遺産保護条約に先行する世界遺産条約(Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage(1972年採択、1975年発効))は「顕著な普遍的価値」(Outstanding Universal Value, OUV)²⁵⁾という観念に立脚していたところ、世界遺産リストに登録された資産がヨーロッパに偏重していたことから、かかる地域的不均衡の是正等を図るためには「代表性」がより重視されるようになったことを背景に、登録の政治的利用が見られるようになったという。その反面、世界遺産条約における価値的階層化を否定し「代表性」を重視して制度設計されたはずの無形文化遺産保護条約でも、シーリング(上限規制)等の導入によって、代表性よりも国家を代表する無形文化遺産としての「顕著性」が重視されるようになってきているという。

このような「パラドキシカルな現状」、すなわち世界遺産と無形文化遺産の普遍性と代表性、顕著性と平等性をめぐる条約価値の交錯と近接をもたらしたのは、箴島(2017a)が指摘するように、遺産リストへの「登録制度」自体が内包する条約加盟各国間の権力的契機と審査の政治化であり、少なくとも文化的植民地主義の発想からは、「一覧表」を所与の前提として利用することには留意が必要となろう。

しかし「文化の盗用」という非難惹起の蓋然性審査という見地からは、「一覧表」に登録されること自体の妥当性や登録における価値的評価の問題とは別に、一覧表搭載という外形的事実が参照に値する基準になり得る。それはあくまでも伝統文化や少数文化の「現存在性と保持継承努力の営み」を推認させる一つの判断材料として参照するものだからである。文化遺産保護制度の実効性や理念的正統性とは別に、文化の盗用という非難が惹起される蓋然性がある領域に該当するか否かを事前に定型的に判断するための基礎資料として、無形文化遺産保護条約に基づく目録・一覧表が利用できると思われるのである。

無形文化遺産保護条約に基づく一覧表に記載された伝統文化のコンテンツ、スタイル、モチーフ(着想)そして題材・描写を、広告を始めとする表現活動において言及しようとする場合、一覧表に記載されているという事実が、「伝統文化の保持・継承の努力の営み」が現に存在していること、そしてその営みを担っている「当事者」がいることを

推認させる。つまり、一覧表掲載の伝統文化については、当該具体的な当事者の受け止め次第では「文化の盗用」という非難を浴びせられるリスクが「類型的」に想定できるのである。その想定によって、「文化の盗用」という非難を回避するために必要な事前の自己検証が一定の割合で可能になるであろう。

もちろん全ての表現物が、そのような無形文化遺産保護条約に基づく「代表的な一覧表」に掲載されている訳ではない。しかし、一覧表記載の事実から「伝統文化の保持・継承の努力の営み」が存在していることを推認するというプロセスは、伝統文化、少数文化に関わる表現(特に機微に触れる表現)を公開するにあたって、表現内容の適切性を担保するために「利用可能な手続き」でもある。その手続きを仮に「文化の盗用」という非難を回避するために必要な表現内容の事前精査(文化デューデリジェンス)と呼ぶ場合、その内容は次のようなものになると考えられる。

5. 「文化の盗用」非難を避けるためのデューデリジェンス基準

まずは、表現内容に「無形文化遺産一覧表」に該当する伝統文化が関係していないかを客観的に調査することが必要になる(①一覧表該当性判断)。該当すれば、伝統文化や少数文化の「現存在性と保持継承努力の営み」が推認され、「文化の盗用」の非難を浴びるリスクが類型的に高まるという第一次な推定がなされると言える。

次に、②表現内容の「強度」性を判断する。インパクトの強い「強度な表現」は、ヤングがいう「敬意と礼節」(respect and politeness)を欠くものとして、「文化の盗用」の非難を受けるリスクが高まるであろう²⁶⁾。

その上で、③「不当な危害または攻撃」を与える可能性があるかを検討する。表現の受領者に具体的な不快感が生じる事態を想定できる場合は、文化の盗用という非難を浴びる蓋然性は高まる。それに対して、「不当な危害または攻撃」を与える事態を想定できない場合、次の段階として、表現活動の発信側と受領側との間の「関係性」が妥当なものになるかを検討するために、以下のような補助的基準を援用して判断することが必要になろう。

まず、④広告内容が「強者の視点に偏っていないか」という観点である。文化的植民地主義論からの非難を想起させる内容となっていないか、少数者への配慮(ケア)があるかどうか重要となり、植民地支配や人種差別の歴史的経緯に基づいた「表現内容と態様の評価」が必要となる。

また、⑤広告を展開する市場を取り巻く「客観的な状況」を出来る限り正確に把握する必要がある。愛国主義が喧伝されるようになった中国市場か、それともBLM(Black Lives Matter)運動後の北米市場なのかで客観的な状況は異なる。政治的・権力的契機の影響を判断するには、当該

市場の背景にある「歴史的文脈」(コンテキスト)を把握しているかが重要となろう。

最後に、⑥ステーキホルダーの「声」を想起できているかという要素に配慮すべきであろう。ヤングのいう「インサイダーとアウトサイダー」という二分法にとどまらず、表現のコンテンツ、スタイル、モチーフ(着想)、題材・描写の引用元を含めて、表現活動に関与する全ての者がどのような反応をするか(声を上げるか)を具体的に想起する作業の「密度」が重要となる。抽象的な基準であるが、そうした「対話的検証」をどれだけ高密度で事前に行っているかが問われるであろう。

以上の考慮要素を総合的に踏まえて判断することが重要だ。例えば、日本の「帯」を題材としたヴァレンティノ事案で言えば、無形文化遺産リストの中に「小千谷縮・越後上布」と「結城紬」という日本の伝統的着物がリストアップされていたことを照合していれば、「帯」を題材とする場合の「文化の盗用」非難リスクを「典型的」に想定でき(①)、さらに、帯を土足で踏みつける表現シーンの「強度」が日本文化に対する「敬意と礼節」を欠くという非難を惹起させるリスクを想定できた(②)ということになる。

このようなリスク想定は、日本社会の構成員(日本人)であれば「当たり前の常識」であり、わざわざ無形文化遺産リストを参照するような手間をかける必要はないという指摘もあろう。しかし、そうした「常識」が通用する射程は限られている。例えば、機械式時計の制作(Craftsmanship of mechanical watchmaking and art mechanics)がスイス・フランスで、サウナ(Sauna culture)がフィンランドで無形文化遺産として登録されていることは「常識」で理解していても、同時に、ラクダの競争(Camel racing)がUAE(アラブ首長国連邦)で、トリュフの採掘(Truffle hunting and extraction)がイタリアで、「イヌイットの太鼓踊りと歌」(Inuit drum dancing and singing)がデンマークで無形文化遺産として登録されていることに思いが至る人がどれだけいるであろうか。530件に上る具体的な無形文化遺産リストとの照合作業は、そうした伝統文化を題材に取った広告をはじめとする表現活動が、グローバル市場で「文化の盗用」の非難を浴びるリスクを「典型的」に軽減させ得るのである。

6. まとめ

本論文は、広告をはじめとする表現活動が「文化の盗用」の非難を浴びせられるリスクを回避するために必要な考慮要素を、ヤングの文化的盗用論、文化的植民地主義論及び無形文化遺産保護条約における一覧表制度を参考にして検討した。本論文で提示した考慮要素は一つの試案であり、あくまでも具体的基準を検討するための前段階として示したものに過ぎない。基準の精緻化は今後の研究に俟ちたい

と思う。

ヴァレンティノのCM事案では、モチーフ(着想)を得た寺山修司の作品に対する一定の理解が制作者サイドにあった様子は伺われるが、「着物の帯」という日本の伝統文化の象徴を「踏みつける」表現が「文化の盗用」非難を惹起する可能性にまでは想像力が及んでいなかったようにも思われる。それはおそらくディオールによる「馬の顔」スカートの事案でも同様であろう。これらは要するに広告制作におけるリスク管理の失敗であり、その制作過程であるべきデューデリジェンス(事前の精査)が不在であったためであると評価できる。前述の①から⑥に示した要素を踏まえた精査(文化デューデリジェンス)と総合的判断を、伝統文化に関わる表現物の制作作業と並行して行うという過程自体が、文化に対する「敬意と礼節」への「想像力」を強化することになるとも言える。少数民族や伝統文化については相対的にマイノリティーであると言えるがゆえに、歴史的経緯と現状に対する配慮が格別必要となる。そのような意味で文化と歴史に対する「対話性」をいかにして広告制作をはじめとする表現活動に取り入れるかが問われている。

注

- 1) FASHION PRESS (<https://www.fashion-press.net/news/87654>) (2022年7月20日確認)
- 2) 微博でハッシュタグ「#迪奥被指抄袭中国马面裙#」(Diorは中国の馬の顔のスカートを盗用したと非難された)は1367万回、「#传统文化被盗应被正视#」(伝統文化の盗用は真剣に受け止めるべき)は2533万回閲覧されている(2022年7月21日時点)。
- 3) 上海日報電子版(<https://www.shine.cn/news/nation/2207208218/>) (2022年7月20日確認)
- 4) BBC日本語サイト記事2021年11月24日(<https://www.bbc.com/japanese/59399099>) (2022年7月20日確認)
- 5) 上海日報英字版電子版(<https://www.shine.cn/news/nation/2207208218/>) (2022年7月20日確認)は無形文化遺産保護機関に言及する弁護士の発言を次のように報じている。“Zhang Jiawei, associate partner with Shanghai Shenkang Law Firm, told Shanghai Daily that both the features and its source of inspiration should be taken into account in determining whether a product has infringed intellectual property rights or not. China’s intangible cultural heritage protection institutions have the right to pursue legal avenues, Zhang added.”。
- 6) 「アプロプリエーション」の訳語として、文化の「盗用」とするか「借用」または「流用」とするかについては議論が分かれるが、本稿では文化の「盗用」で統一した。この点につき、「アプロプリエーション」の訳語が「流用」から「盗用」へ変遷した経緯をデザイナーのジョン・ガリアーノ等の事例を基に論じた論考として、池田純一(2020)が重要である。「文化の盗用」という訳語を用いるメディア記事の実例として、堂本かおる(2019)、グリーンバーグ美穂(2019)、池田純一(2020)、小林知代(2018)、志田陽子(2021)、REINA SHIMIZU(2020)、白山羊(2019)、ステファニー・ソー(2018)、SOCHA MILES(2021)、渡辺一暁(2018)、渡辺由佳里(2020)等がある。これに対して「文化流用」の訳語を用いる先行研究として家田崇(2021)を参照。
- 7) カルチュラル・スタディーズの観点からアプロプリエーション

- ンの意義について論じた先行研究として浜名恵美 (2001). 参照。
- 8) BBC NEWS JAPAN 記事 2019.6.26 (<https://www.bbc.com/japanese/48767764>), 朝日新聞GLOBE+ 記事2019.7.2 (<https://globe.asahi.com/article/12502594>) (2022年7月20日確認)
 - 9) ヴァレンティノ社twitter公式アカウント (@MaisonValentino) 2021年3月30日投稿 (<https://twitter.com/MaisonValentino/status/1376885356658896897?s=20>) (2022年7月20日確認)
 - 10) 北島 (2020) によれば, コンプライアンスを「法令遵守」に加えて「社会規範や社会的要請への対応」という側面も含意して考える場合, 「社会の要請」という抽象的な概念を採用しているがゆえにその外延が不明確にならざるを得ない。コンプライアンス自体が何らかの評価基準を提供すると考えるのではなく, コンプライアンスはあくまでも背後にある関係法令や社会的規範または社会的要請といった, 実体的判断の基準となるものを再言及するという「転送機能」を果たすに過ぎないと考えなければならぬとされる。「文化の流用」についても広告コンプライアンスという観点からだけでは何らかの判断基準が抽出されるのではなく, コンプライアンスという観点から参照される何らかの外部的な価値基準を特定することが重要である。
 - 11) Young, James O. (2008). *Cultural Appropriation and the Arts*, Wiley-Blackwell.
 - 12) “The making of a thing private property...; taking as one’s own to one’s own use.” (Young, J.O. (2008), p. 4)
 - 13) ヤングは文化的「盗用」(Appropriation)を, 文化的「流用」(cultural borrowing)や文化的「交換」(exchange)と区別する説を許容できるとしている (p. 5)。
 - 14) Young, J.O. (2008), pp. 5-9
 - 15) 渡辺一暁 (2018). はヤングによる文化的盗用の分類を①物体の盗用, ②内容の盗用, ③主体の盗用の3分類として理解している。このうち「主体」の盗用は, 正確には「主題(題材・描写)」の盗用だと考えられる。
 - 16) Young, J.O. (2008), p. 18
 - 17) Young, J.O. (2008), p. 158
 - 18) 2022年7月20日現在, 3本の動画はドルチェ & ガッバーナの微博 (Weibo) 公式アカウントからは削除されているが, 報道記事の中には資料として動画が引用されているものがある。米国公共ラジオ局 (National Public Radio, NPR) 2018年12月1日記事参照 (<https://www.npr.org/sections/goatsandsoda/2018/12/01/671891818/dolce-gabbana-ad-with-chopsticks-provokes-public-outrage-in-china>) (2022年7月20日確認)
 - 19) WWD サイト記事 2018年11月23日 (<https://www.wwd.com/articles/745196>), FASHION NETWORK サイト記事 2018年11月21日 (<https://jp.fashionnetwork.com/news/-ドルチェ-ガッバーナ-が中国で炎上-上海でのショーは中止へ, 1037672.html>) (2022年7月20日確認)
 - 20) 「DI.VA」は, 女神・歌姫という意味の「ディーバ」と「異なる価値」(Different Values)を掛けた言葉とされており, Kōki の他に, 韓国ではNetflixドラマ『愛の不時着』主演女優のソン・イェジン, 中国では人気女優クワン・シャオトンが起用された。
 - 21) ヴァレンティノ社twitter公式アカウント (@MaisonValentino) 2021.3.30 投稿 (<https://twitter.com/MaisonValentino/status/1376885356658896897?s=20>) (2022年7月20日確認)
 - 22) 二風谷ダム事件札幌地裁平成9年3月27日判決 (札幌地方裁判所平成5年(行ウ)9号判決)
 - 23) 能楽, 人形浄瑠璃文楽, 歌舞伎 (伝統的な演技演出様式によって上演される歌舞伎), 雅楽, 小千谷縮・越後上布, 奥能登のあえのこと, 早池峰神楽, 秋保の田植踊, チャッキラコ, 大日堂舞楽, 題目立, アイヌ古式舞踊, 組踊, 結城紬, 壬生の花田植, 佐陀神能, 那智の田楽, 和食: 日本人の伝統的な食文化, 和紙: 日本の手漉和紙技術, 山・鉾・屋台行事, 来訪神: 仮面・仮装の神々, 伝統建築工匠の技: 木造建造物を受け継ぐための伝統技術の22件である。
 - 24) 文化庁サイト (https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/shokai/mukei_bunka_isan/) (2022年7月20日確認)
 - 25) 箧島大悟 (2017a) は, 「文化の多様性をも考慮し, 個々の文化を最も顕著に代表する」という意味での「傑出した「普遍性」及び「代表性」の双方の価値を含んだ「普遍的代表性 universal representativity」を意味する」とする世界遺産委員会の解釈 (UNESCO 1977) について, 「universal という語に, 普遍的かつ代表的価値といういわば相反する価値が結合した意味を付与し, 地域不均衡における代表性にも配慮した解釈であるとしている。
 - 26) 既存の価値観を揺さぶる表現を多用するファッション広告やアーティストの制作物の領域で文化的盗用が問題となるのは偶然ではないと言えよう。

参考文献

- 朝日新聞 (2010). オピニオンインタビュー——日本文化のデジタル化——, 2010年2月13日 (土) 朝刊21面.
- 家田崇 (2021). ファッションに関連する文化流用と差別表現, 南山法学44(2), pp. 1-38.
- 池田純一 (2020). 文化の盗用と寛容——多様性の時代に, クリエーションはどこに向かうのか?——, VOGUE 電子版2020.2.20. <https://www.vogue.co.jp/lifestyle/article/2020-02-20-tolerance-to-respect> (2022年7月20日確認)
- 箧島大悟 (2017a) 「世界遺産の価値における普遍性と代表性—世界遺産委員会の議論とその変遷—」日本建築学会計画系論文集, 第82巻, 第731号, 2017年, pp. 272-281
- 箧島大悟 (2017b), 世界遺産と無形遺産—交錯する二つの条約とその問題—, 文化資源学, 2017, 15巻, pp. 49-59
- 北島純 (2020). グローバル広報とポリティカル・コンプライアンス, 社会情報研究第2巻第1号, 2020.10.6, pp. 13-23.
- 北島純 (2021). モデル Koki, の炎上 彼女が踏んだ「着物の帯」の2つの意味, デイリー新潮, 2021.4.6. <https://www.dailyshincho.jp/article/2021/04061120> (2022年7月20日確認)
- グリーンバーグ美穂 (2019). キム・カーダシアン問題で考える「文化の盗用」と「文化の尊重」の境目, 朝日新聞GLOBE+, 2019.07.11. <https://globe.asahi.com/article/12522014> (2022年7月20日確認)
- Toshiyuki Kono, “The Impact of Uniform Laws on the Protection of Cultural Heritage and the Preservation of Cultural Heritage in the 21st Century”, Martinus Nijhoff Publishers, 2010
- 小林知代 (2018). WORLD WATCH Washington D.C 映画から作られる日本人像「文化盗用」の批判も週刊エコノミスト 2018.6.12, p. 58
- エドワードサイード (1993). オリエンタリズム 上・下 (今沢紀子訳, 板垣雄三・杉田英明監修), 平凡社.
- 志田陽子 (2021). リスペクトか盗用か 民族文化と模倣法学館憲法研究所コラム 2021.10.18 <http://www.jicl.jp/hitokoto/backnumber/20211018.html> (2022年7月20日確認)
- REINA SHIMIZU (2020). 「文化の盗用 (Cultural Appropriation)」, その不完全な用語が担うものとは。【コトバから考える社会とこれから】 2020.8.31. <https://www.vogue.co.jp/change/article/words-matter-cultural-appropriation> (2022年7月20日確認)
- 白山羊 (2019). 時代を読む社会下着ブランド「KIMONO」炎上と日本人「文化の盗用」が理解できないアエラ, 32(37), pp. 29-31
- ステファニーソー (2018). ファッション業界は「文化の盗用」をしているのか? BBC 日本サイト <https://www.bbc.com/japanese/features-and-analysis-46313401> (2022年7月20日確認)
- SOCHA MILES (2021). 「文化の盗用」問題に切り込む 異文化にインスピレーションを求めるのはタブーなのか?, WWD 2021.2.8. <https://www.wwd.com/articles/1174247> (2022年7月20日確認)

- ハミッドダバシ (2017). *ポスト・オリエンタリズム——テロの時代における知と権力——* (早尾貴紀, 洪貴義, 本橋哲也, 本山謙二訳), 作品社.
- 堂本かおる (2019). 日本人が知らないアリアナ・グランデ「文化の盗用」批判の背景とは——多様性時代に豊かで新しい文化を創り出すには——, 文春オンライン2019.2.25. <https://bunshun.jp/articles/-/10843> (2022年7月20日確認)
- 中村俊介 (2019). *世界遺産——理想と現実のはざままで——*, 岩波新書.
- 七海ゆみ子 (2012). *無形文化遺産とは何か——ユネスコの無形文化遺産を新たな視点で解説する本——*, 彩流社.
- 西村幸夫・本中眞 (編) (2017). *世界文化遺産の思想* 東京大学出版会.
- 日本経済新聞 (2017). *STYLE FASHION——キモノで紳士服 繊細な世界生む——*, 2017年9月24日 (日) 朝刊12面.
- 浜名恵美 (2001). *シェイクスピアとジェンダー——序説——*, 言語文化論集, 57, pp. 31-45
- フランツファノン (2020). *黒い皮膚・白い仮面 新装版* (海老坂武, 加藤晴久訳), みすず書房.
- 本谷裕子 (2020). *織りと装いの文化とその集団的知的所有権を守る戦い——グアテマラ中西部高地・マヤ先住民女性の事例から——*, 慶應義塾大学法学研究会.
- Young, J. O. (2008). *Cultural Appropriation and the Arts*, Malden, MA, Wiley-Blackwell.
- Young, J. O. (2014). *Brunk, Conrad G., The Ethics of Cultural Appropriation*, Malden, MA, Wiley-Blackwell.
- 渡辺一暁 (2018). *文化的盗用——その限界, その分析の限界——*, *フィルカル: Philosophy & culture: ——分析哲学と文化をつなぐ——*, 3(2), pp. 34-512.
- 渡辺由佳里 (2020). 「文化の盗用」は何か問題で, 誰なら許されるのか? あるベストセラーが巻き起こした論争 *Newsweek 電子版* 2020.8.4. <https://www.newsweekjapan.jp/watanabe/2020/08/post-68.php> (2022年7月20日確認)

Traditional Cultural “Appropriation” and Cultural Due Diligence : Criteria for Pre Risk Due Diligence of “Cultural Appropriation” Accusation in Expression Activity including Advertising Creative

Jun Kitajima

Abstract

By reference to James O. Young’s research of Cultural Appropriation and using the point of view from Cultural Colonialism and scheme of Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity, this paper tried to analyze the criteria of cultural appropriation in expression activity including Advertising. Based on the case study for Valentino’s advertising case, Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity, intensity of expression, unjustifiable harm and offensive, bias to the strong, objective situation and historical context of market, recollection of stakeholders’ voice could be the criteria for preventing of accusation of cultural appropriation in expression activity including advertising regarding traditional cultures.

Keywords: Cultural Appropriation, Minority Traditional culture, Cultural Colonialism, Intangible Cultural Heritage, Advertising Creative Due Diligence