

## くる 包まれた『マハ』の肉体

小林 英 樹

イエズス会の僧侶による検閲制度が厳しかったために、スペインには十九世紀に至るまで目立たない小さな表現は別にして画面の中央に堂々と裸婦を描いた作品はない。重い処罰を覚悟してまで女を裸にして描く勇敢な画家はいなかったのだろう。例外として、いずれも宮廷首席画家であったベラスケスとゴヤにのみ一点ずつの裸婦像があるが、そういった馬鹿げた制度を嘲笑うかのように大胆に女を描いたのはゴヤの方だけであった。

ゴヤによる『着衣のマハ』と『裸のマハ』は、いずれも腕を後ろに組み、体をベッドに横たえる同一のポーズをとりプラド美術館に並んで展示されている。このほぼ等身大の大きさの『マハ』に扮する女性は一体誰なのか、アルバ公爵夫人という説もあるが定かではなく、いまだに謎に包まれている。ほぼ確かなことは、『裸のマハ』に関しては、ゴヤは『着衣のマハ』の依頼主である夫の目を盗んで『マハ』を裸にし（あるいは『マハ』がゴヤの前で進んで裸になったのか）、秘密裏に仕上げたということである。つまり、『裸のマハ』は、単に画家が注文に応じモデルを美しく描いたといった代物ではなく、ゴヤと『マハ』の共同作品的なものとして解釈した方がいいかもしれない。いかにも醜聞の絶えなかったゴヤにふさわしいエピソードでもあるが、そんなことで人類の傑作が生み出されるならスキヤングラスな話もまんざら悪くはない。

本来、道徳や倫理は文学や芸術を含めて創造的表現を拘束することはできない。いつの世も可能性の自由を追求しようとする者は、自らの内にうずうずしている様々な要求や欲望、あるいは好奇心を満たすための冒険と実験の旅に発たなければならない。だからこそ、人間の表現はどこまでも広がっていける無限性を有している。

ところで、スキヤングラスな興味とは反対に、性的魅力が勝っているのは『着衣のマハ』である。鑑賞者の視線は衣装を纏った体全体を流れていった後、自然に『マハ』の顔で止まる。白粉で厚化粧した顔、幾分か上気したような頬紅で薄く染めた頬、愛らしい真紅の唇。『マハ』は惚れた男に媚を売るような濡れた眼差しでじっとこちらを見つめている。その挑発的な態度が知らずに男の支配欲を呼び覚ます。それはゴヤの『マハ』への感情でしかないのに、作品の前に立った男たちの中でゴヤの情念が交錯してしまうのだ。

コスチュームが白く純潔であればあるほど初々しさを増す包まれた『マハ』の肉体。『マハ』の豊かな胸の下あたりを締めつける桃色のサッシュ。ここでは肉体を隠すコスチュームこそが男の欲望を掻き立てる必須の道具としての役割を果たしている。紳士然とした男どもも『着衣のマハ』の前で思わず固唾を飲み、想像力で『マハ』の衣装を剥ぎ取ってしまっているのである。

(こばやし ひでき/工学部教授)

- p.1. 包まれた『マハ』の肉体 ■ p.2. クリスマスの楽しみ ■ p.3. ブランド知識 購買意思決定競争優位 ■ p.4. 洪水伝承と『ギルガメシュ叙事詩』 ■ p.5. 情報と資料探しのエキスパートを目指して ■ p.6.-7. 図書館利用要望アンケート結果報告 ■ p.8. 「旅」

# クリスマスの楽しみ

## — シカゴ追想・3 —

君島東彦

日本では年末という、ベートーヴェンの第9交響曲と忠臣蔵であるが、クリスマス・シーズンのシカゴ——より広く欧米キリスト教世界——に欠かせないものが3つある。「くるみ割り人形」「クリスマス・キャロル」、そして「メサイア」である。

E.T.A. ホフマンの物語にチャイコフスキーが音楽をつけ、イワーノフが振り付けたバレエ「くるみ割り人形」は、クリスマス・イヴの出来事を描いているので、世界中でクリスマス・シーズンに上演される。日本でも、松山バレエ団、牧阿佐美バレエ団、東京バレエ団など、それぞれが上演している。夏休みに「くるみ割り人形」を上演するスターダンサー・バレエ団のような例もある。

シカゴの「くるみ割り人形」は、1965年以来、マコーミック・プレイス（幕張メッセのような施設）の中にある劇場で上演されてきた。シカゴのバレエ団は弱体だったので、この「くるみ割り人形」は毎年シカゴ内外の人材を一時的に集めて制作された。わたしが見た1987年の公演の目玉は、カナダ国立バレエのヨーコ・イチノとデイヴィッド・ニクソンだった。最近では、ジョフリー・バレエ団がシカゴを本拠地とするようになり、シカゴ派建築の古典として名高いオーディトリウム・シアターで、毎年ジョフリー・バレエ団が「くるみ割り人形」を上演している。

「クリスマス・キャロル」はもちろんディッケンズの小説であるが、ドラマ化されていて、英米ではクリスマス・シーズンによく上演される。シカゴの「クリスマス・キャロル」はグッドマン・シアター（シカゴ演劇界の中心）のプロダクションで、わたしが見た1987年は10年目だった。我利我利亡者スクルージが慈悲、献身という価値を発見するストーリーは、確かにクリスマスにふさわしい。財産を支配しているのではなく、財産に支配されているスクルージが、生きた人間に共感を抱くようになるプロセスを見るのは気持ちが良い。グッドマン・シアターの「クリスマス・キャロル」は単純明快で「けれん」に満ちており、いわば猿之助の歌舞伎といったふうである。

クリスマスの音楽といえば、イエス・キリストの生誕を祝う音楽で、最もよく演奏されるのは、バッハの「クリスマス・オラトリオ」とヘンデルのオラトリオ「メサイア」である。シカゴでもいくつかの団体が「メサイア」を演奏するが、わたしが聴いた中ではシティ・ミュージックのものがベストだった。

シティ・ミュージックはシカゴのさまざまな音楽団体の中でわたしが最も好きだったものである（残念ながら、もう解散してしまった）。彼らは18

世紀の楽器を使って18世紀の音楽を演奏した。18世紀の音楽（たとえばバッハ、ヘンデル、モーツァルト）を19世紀の偏向から解放し、その原形をできるだけ忠実に再現しようとする運動が、ここ数十年、世界中で盛行しているが、シティ・ミュージックもその1つだった。原形の再現は楽器の吟味にとどまるものではなく、編成の大きさ、演奏スタイルなどあらゆるところに及ぶ。日本にもバッハ・コレギウム・ジャパンなど優れた団体がある。

しかし、18世紀の原形を復元しようという単なる博物館的興味で音楽をやるとしたら、それはあまり面白いものではないだろう。シティ・ミュージックの音楽はそのようなものではない。18世紀の音楽を再発見することによって、彼らはもっと大事なものを再発見した。19世紀的なルーティンを取り除く過程で、彼らは音楽をつくりだす人間の主体性を回復したのである。シティ・ミュージックの演奏を聴いて、わたしはそう感じた。世界最高の性能を誇るシカゴ交響楽団などの場合、音楽をつくりだす主体が、高度のテクニック、高性能の道具の中に埋没してしまうおそれがないとはいえない。

シティ・ミュージックの「メサイア」は説得的このうえなかつた。この音楽が比類のないドラマを含んでいること、そしてそれは極めて視覚的であることを再確認させてくれた。わたしは確かに、オールド聖パトリック教会の空間に、イエスが生まれ、侮辱され、処刑され、復活するのを「見た」のである。

（きみじま あきひこ／法学部教授）

お薦めの「本」

三浦雅士『身体の零度』講談社選書メチエ

桜井圭介『西麻布グダンス教室——舞踊鑑賞の手引き』白水社

松田智雄『音楽と市民革命』岩波書店

中野雄『丸山眞男 音楽の対話』文春新書

寺西肇『古楽は私たちに何を聴かせるのか』東京書籍

平田オリザ『芸術立国論』集英社新書

内田義彦『ことばと音、そして身体』藤原書店

札幌舞踊会のウェブサイト

<http://www1.ocn.ne.jp/~buyoukai/>

北海道演劇財団のウェブサイト

<http://www.h-paf.ne.jp/>

毎年8月札幌コンサートホール（キトラ）を会場

にして開催される「札幌古楽の夏音楽祭」

<http://www1.ocn.ne.jp/~mino/festsapporo.html>

# ブランド知識 購買意思決定 競争優位

伊藤 友章

前稿では、ブランドを消費者の記憶の中にある知識構造としてとらえることが、ブランドを理解する上での出発点である、と考えた。このように考えるのならば、ブランドが競争優位に繋がる論理を理解する場合、消費者のブランド知識が、購買意思決定の局面において、どのように影響し、その結果、当該ブランドが付与された製品が他社製品よりも、何故選択されていくのか、といった手順で考えるのが適当であろう。すなわち、ブランド知識→消費者の購買意思決定→競争優位の因果関係で考えるのである。

消費者行動論のテキスト（例えば、杉本徹雄編著「消費者理解のための心理学」福村出版、清水聰著「新しい消費者行動」千倉書房）に従えば、消費者の購買意思決定プロセスは、概ね、①問題の認識、②購入候補となる各製品（選択肢）の情報取得、③取得した情報を基にした各製品の評価、④製品の選択、⑤選択した商品の使用、使用後の評価、といった段階が想定されている。そして、ここで競争優位とは、消費者にプレミアム価格でより選択される製品を提供することによって、もたらされる。競争優位を獲得するためには、消費者の重視する評価基準で高水準を達成することを意図してマーケティング戦略を構築していくことである。しかし、消費者は、購買意思決定の際に、その製品のありとらゆる特徴（製品属性）を等しく評価基準として考慮した上で、購入製品を選択するわけではないし、評価基準自体が明確であるとは限らない。そのように考えると、マーケティング戦略では、自社に有利な評価基準を消費者が重視するように働きかけたりすることも必要であろう。近年のマーケティング戦略の文献（D. イアコピッチ編著「マーケティング戦略論」ダイヤモンド社、第五章 G. カーペンター, etc「マーケットドライビング戦略」）では、前者を市場ドリブン型の戦略、後者を市場ドライビング型の戦略といった分類が提唱されている。二つの立場ごとに、ブランドが競争優位をもたらすメカニズムを考えてみよう。

まず前者の立場からブランドが競争優位をもたらす論理を考えるならば、購買意思決定における情報処理負担の削減や知覚リスクの削減といった消費者の購買意思決定の支援的な役割が強調され

る。多くのブランドに関する書物を読んでも、まずこの点が指摘されていることに気がつくであろう。認知度が高く、そして好ましくかつユニークな連想を強く抱かせるブランド（K. Keller「戦略的ブランドマネジメント」東急エージェンシー出版部より）を製品に付与させることは、消費者に、選択肢集合に含まれるブランドを識別させ、さらにその製品の属性の充足水準を実際に調べたり、確認したりしなくても、確信を持って購買させることを可能にする。あるいは、そのブランドのこれまでの評判などの連想は、「このブランドなら、まず安心だ」といった具合に、信頼の証として機能し、購買意思決定における知覚リスクの削減にも貢献したりすることになる。この論理は、消費者の購買意思決定の評価基準は、選択肢の製品に付与されたブランドとは独立して、明確に存在していることを前提にしているが、後者の考え方を採用すると、選択肢に付与されたブランド、ひいてはそのブランドに関する知識に消費者の購買意思決定における評価基準自体が依存している、というふうになる。つまり、そのブランドから連想する製品属性等が、その製品市場での新たな消費者の評価次元を形成する可能性がある、と考えるのである。例えば、花王のエコナというブランドを、食用油で愛用していた消費者は、健康に良い、自然派……などといった連想を有しているかもしれない。そのエコナブランドが新たにマヨネーズの新製品に付与され、市場導入されることで、従来のマヨネーズの選択の際の評価次元に、エコナブランドから連想する属性が新たな評価次元（健康への配慮など……）に加わることになることが考えられる。この新たに加わった評価次元が、消費者にとって優先順位の高い次元となった時、その製品市場で、エコナブランドが付与された製品は、競争を有利に展開することが出来るのである。2002年9月24日付の日経流通新聞によると、エコナマヨネーズは他社製品の3倍以上の価格であるにも関わらず、発売後二週間余りで、すでに10%以上のシェアを確保しているという。ちなみにマヨネーズに含まれる油のカロリー自体はどれも同じ量であるらしい。（つづく）

（いとう ともあき／経済学部助教授）

## 洪水伝承と『ギルガメシュ叙事詩』

桑原俊一

日本の各地にはかつて暴れ川と呼ばれた川が少なくなかった。豊平川もその一つである。風は吹き荒れ、洪水とあらしが国土を飲み込んだ。つむじ風と洪水がやってきて激しく牡牛が天から下るように襲いかかる。濁流は人間をすべて粘土とかしてしまっただ。このような描写をもつ多種多様な洪水伝承が世界中に残されている。欧米諸国で最も親しまれている洪水物語といえば聖書が伝える「ノアの洪水」伝承であろう。クリスマス・カードをはじめ、絵画（代表的なものにバチカンのシスターナ礼拝堂におけるミケランジェロの「洪水」）、文学（例えばランボオの「洪水後」）や音楽（例としてストラヴィンスキーによる「洪水」）にもお馴染みのテーマである。しかし聖書の洪水物語に稀有な歴史があることを知る人は多くはない。日本においてはなおさらのことである。

前8世紀のギリシアの詩人ホメロスによる叙事詩『イーリアス』や『オデュッセイア』に先立つこと千数百年以前に壮大な世界最古の英雄叙事詩が古代メソポタミアで書かれていた。それが『ギルガメシュ叙事詩』である。この叙事詩が脚光を浴びることになるのは古代メソポタミアの都市ニネベの発掘が契機であった。フランス領事P. ボッタが1842年に発掘を始め、後にイギリスのA. レヤードが加わる。イギリス、フランスの凄まじい発掘争奪戦が展開される。その後、イギリスが発掘を継続して、彫像品をはじめ何万点にも及ぶ夥しい量の楔形文字の粘土板が大英博物館に運び込まれた。ニネベはイラク北部、モースルからティグリス川を渡って約500mにある古代アッシリアの首都（センナヘリブ王が前700年ころ建設して、前612年の滅亡まで存続した）であった。

大英博物館の粘土板は長い間そのまま放置されていた。独学で楔形文字の習得をしたジョージ・スミスは銀行券刻印師から大英博物館アッシ

リア学部門の助手として働くことが許される。ある日のことである。一枚の粘土板が彼の人生を一変させる。いやそれどころか欧米世界を震撼させることになった。彼の手にした一枚の粘土板の描写は果たして『聖書』が書き記す「洪水物語」（創世記6章—10章）の一部と極めて類似するではないか。洪水の後、方舟はニシルの山（聖書はアラトの山）に漂着する。神の命令に忠実であった義人ウトゥナピシティム（聖書のノア）は方舟に設えられた窓を開けて鳥を放ち、大地の乾き具合を見計らう（8章6節—12節）。ジョージ・スミスは1812年12月3日聖書学考古学協会で論文を発表した。彼の発見と発表はあまりにも衝撃的であり、キリスト教世界にとっては晴天の霹靂であった。聖書の記述こそが世界最古の書物であり、それゆえにこそ神の天地創造論も支柱を得ていたのである。当時の英国文化から見れば、メソポタミアは異教徒の地であり、異教の神々の登場する東方であったにすぎない。粘土板の文学作品の中に聖書の「洪水物語」が存在するなど誰が信じえたであろうか。なぜなら欧米の人々にとって聖書をめぐる最大の関心事は聖書の正しさを証明することにあつたのだ。

ジョージ・スミスの発見と発表から130年余り経たず、『ギルガメシュ叙事詩』は当時の世界、つまり東地中海の広範囲にわたって読まれて、親しまれていたことが分かっている。叙事詩は本来11の書板3000行から構成される壮大な英雄譚であった。ギルガメシュを主人公とし、永世希求に向けて数々の冒険と友情を繰り広げる物語なのだ。洪水物語はその11番目の書板にあたる。今日主要な国々の言語で翻訳出版され、既に日本語の出版もなされている。一読を乞う。

（くわばら としかず／人文学部教授）

# 情報と資料探しのエキスパートを目指して

福田都代

本学の図書館学課程は司書と司書教諭の養成を目的として1970年に開設され、北海道内の四年制大学においては最も早くからおかれた課程である。当初から図書館の現職者などを科目等履修生として受け入れてきたため、道内の公共図書館や大学図書館の司書や学校図書館で司書教諭として活躍しているOB・OGも少なくない。開設の経緯やOB達と図書館学課程との関わりについては「北海学園大学図書館学課程開設25周年記念誌」（1995年刊）を参照されたい。

図書館法施行規則の改正により、本学では司書の養成に関し、1998年から新カリキュラムで開講している。また司書教諭については1999年より新カリキュラムに移行した。以前の図書館学課程は2部のみで開講され、一つの科目を数日間通して講義し、次の科目に移るといった集中講義に近い形態をとっていたため、2部の学生にとっては受講しにくい開講形態であったが、現在は1部の5講目にも開講されているので、1部や2部の学生には受講しやすくなっている。

図書館学は日本で初めて講義されてからまだ百年にも満たない新しい学問である。情報や知識を体系的に組織化し、効果的に活用する学際的な学問であり、単に図書館の仕事の基礎だけを学ぶものではない。最近では情報化社会の進展と共に、情報活用能力（情報リテラシー）を育成することに主眼がおかれるようになった。情報活用能力とは、問題の認識、次に情報の探索、そして情報の評価、最後に情報の効果的な利用という4段階を包含する。本学の図書館学課程のいくつかの科目はこの情報活用能力の育成に対応している。

インターネットの出現以降、情報の洪水社会となっている現代において図書館司書は利用者に対し、印刷媒体や電子媒体の様々な情報資源に対す

る情報コンサルタントや知識ナビゲーターのような役割を担うことが今後ますます要求されるだろう。司書の仕事は一見楽そうに見えるが、実際は知力も体力も要する仕事であり、時代の動きに敏感に反応し、日々研鑽を積み重ねなければつとまらない仕事なのである。

図書館学課程の受講者の中で、図書館への就職を希望する者は多いが、近年の就職状況は、全国的にみてもとりわけ厳しいものがある。全国の大学や短大で毎年、約1万5千人の司書資格取得者を輩出している。公共図書館は全国で毎年40館から50館が新設されているにもかかわらず、正規職員として新規採用された数は、この1年間で70名足らずである。大学図書館は臨時職員の割合を増やしたり、一部の業務を外委託して派遣職員を雇用し始め、正規職員の募集はまれにしか発生しない。総合的学習の導入と共にその重要性が増しつつある学校図書館については来年4月以降、12学級以上の小中高校に司書教諭の配置が義務づけられた。しかし、司書教諭をサポートする学校司書の配置は残念ながら学校図書館法に含まれていない。岡山市や箕面市のように市内の全公立学校に学校司書を配置した先進的な自治体もあるが、北海道ではそのような自治体はまだない。従って道内では公共図書館への就職を目指す以外に司書となる可能性はごく限られているといえよう。

本学で図書館学を学んで資格を取得するのは図書館の世界へのほんの入り口にすぎないのである。学生時代に情報活用能力を身につけておけば、社会に出てから様々な局面で役に立つことがあると考える。そのためにはふだんから大学の図書館を大いに利用して、様々な情報源にふれてほしい。

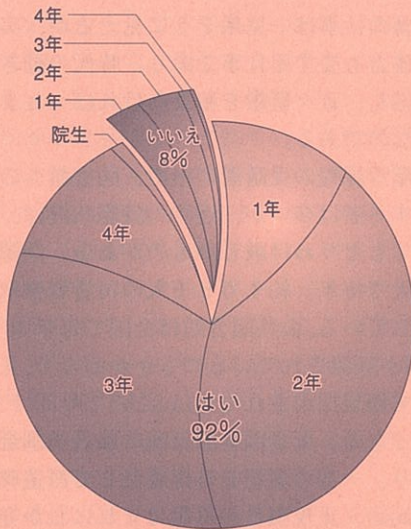
（ふくだ いくよ／経済学部教授）

# 図書館利用要望アンケート結果報告

6月4日に開催された図書委員会において本学附属図書館をめぐる現状を把握し、図書館サービスの改善及び図書館の将来像を検討するために、図書館利用者からの率直なご意見・注文・提案を伺うことになり、学生の皆様にアンケート調査を行いました。

アンケート対象者 1,082名

## I. 貴方は本学図書館を利用したことがありますか？

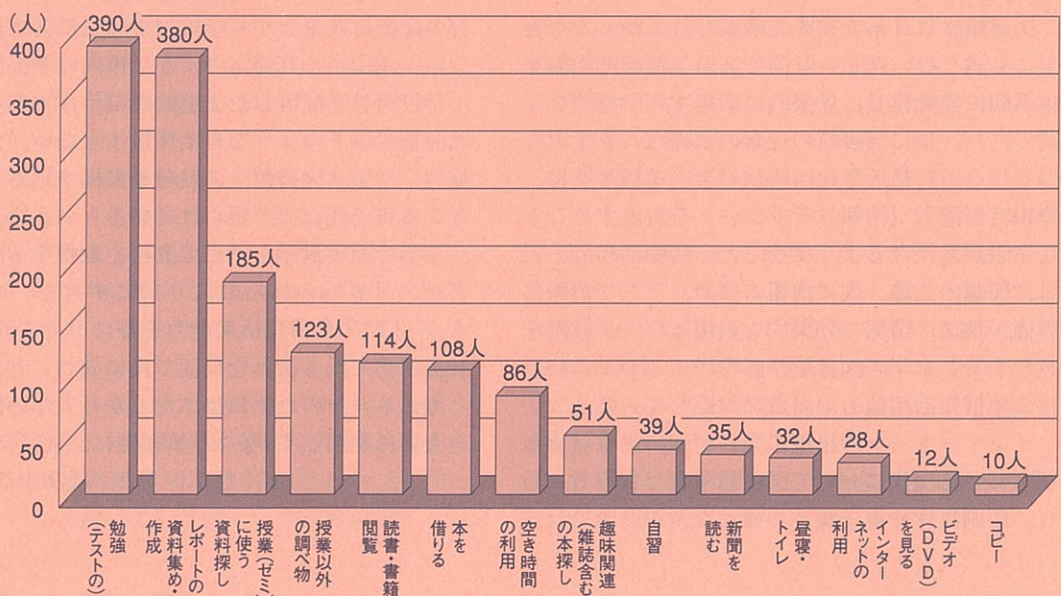


## II. I. で「いいえ」と回答した人へ 図書館を利用しない理由は何ですか？

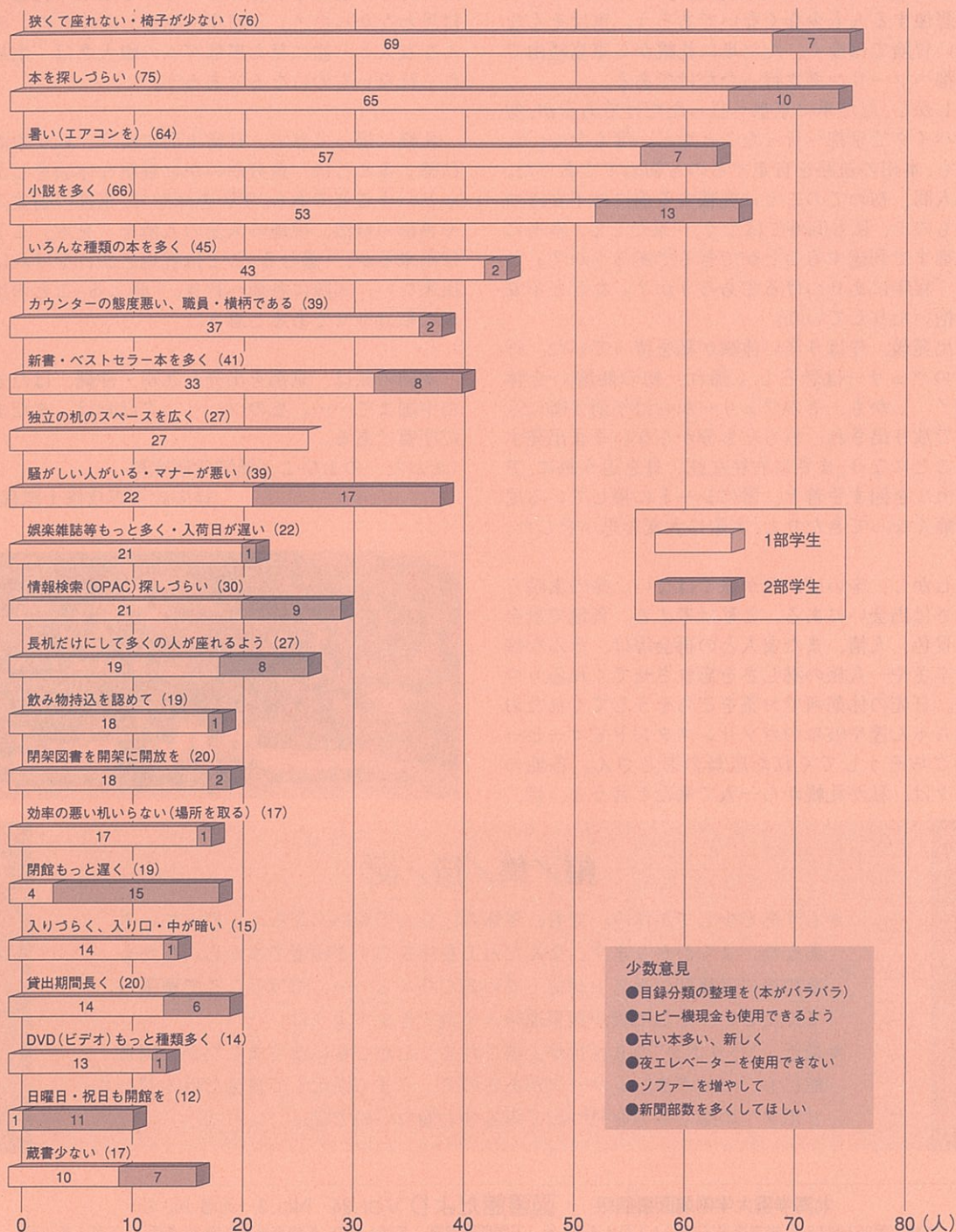
用事がない	11人
使いみちがない (他の図書館利用)	7
利用の仕方がわからない	7
時間がない (仕事などで)	7
入り口が入りづらい	4
読書は嫌い	3
カード発行が面倒くさい	3
人が多すぎる	2
静かすぎる	2
図書館の場所がわからない	1
本が少ない	1
職員の態度が不親切	1

## III. I. で「はい」と回答した人へ

### ① 図書館をどのような目的で利用しますか？ (複数目的可)



②図書館利用にあたり不便に感じたこと、改善してもらいたいことなどはありますか？



1部学生  
2部学生

- 少数意見
- 目録分類の整理を(本がバラバラ)
  - コピー機現金も使用できるよう
  - 古い本多い、新しく
  - 夜エレベーターを使用できない
  - ソファを増やして
  - 新聞部数を多くしてほしい

# 「旅」

太田延彦

全行程1,500 km。10日間で走破！突然こんな話をされて、どんな大冒険をしてきたのか？と想像する人も少なくないであろう。実はそんな凄い冒険ではなく、ただ単に札幌から東京経由で京都へツーリングに行っただけである。

しかし、ただ単に京都へ行っただけであるが、勿論バイクで京都へ行ったことなど一度もなく、しかも、本州の道路を自走するのも初めてであった。

人間、初めてのことに挑戦する前には不安はつきもので、私も例外ではなく、「果たして、本当に京都まで到達することができるであろうか？」とか「寝床にありつけるであろうか？」などと不安を抱いたりしていた。

出発後、やはり辛い体験が私を待っていた。行きのフェリーは恐ろしく揺れ、初の船酔いを体験！しかも、そのフェリーからは午前4時に八戸で降り出され、右も左も分からないまま出発することになり、まさに右往左往。日を追う毎に、アクセルを回す手首と、常にシートに接している尻が痛くなってきたりと、実際に大変な思いをした。

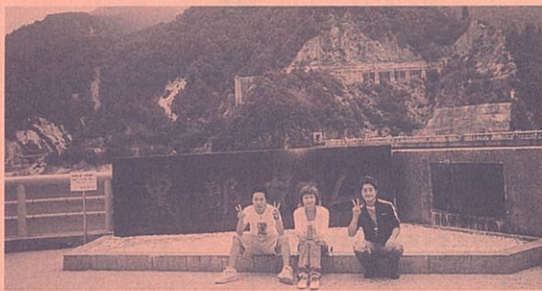
しかし、辛いばかりが旅ではない。旅の素晴らしいさは出会いにある、と私は考える。各地で出会う景色、人情、また友人との再会等は、そんな旅の辛さや一人旅の淋しさを忘れさせてくれるものだ。日光の休憩所でお茶をごちそうしてくれたおばちゃん達や岐阜のガソリンスタンドでコーヒーをごちそうしてくれた店員のおじさん。各地の人々は、私が札幌から一人で来たと言うと、皆、

あたたかく接してくれた。また、札幌から本州へ出て行った友人を訪ねると「マジで来てくれるとは思わなかった！」と喜び、歓迎してくれた。そんな友人と一緒に見た黒部ダムの雄大さは一生忘れられないものになるであろう。

札幌に帰ってきて、日常生活に戻り、私が率直に感じることは、自分がいかに貴重な体験をしたかということである。TVを介して、京都の街並みや黒部の自然、現地の人達の人情を「見る」ことは出来るが、「感じる」ことは現地を訪ねなければ出来ない。実際に各地へ行き、「感じる」ことの出来た私は幸せであると思う。

今回の旅は、京都を出発し九州・沖縄、はたまた中国まで……。私のツーリング計画は、まだまだ序盤である。

(おた のぶひこ／経済学研究科  
経済政策専攻修士課程)



## 編／集／後／記

\*もうあと少しで冬休み。でも、冬休みはなんて短いんだろうと思っているあなた、よくわかります。なんとって夏休みの1/4程度ですから。しかもその後には後期のテストが待っているんだから……。だけどこここで頑張ってください、そして皆が無事進級・卒業できますように。

\*最近、「ハリポタ」の2話目が上映されましたがご覧になりましたか。図書館にも「ハリポタ」シリーズがあるので、うまく活用して自分だけの「ハリポタ」の楽しみ方を見つけてみるのも面白いのでは。

北海学園大学附属図書館報 図書館だより Vol.24 No.3 (通巻163号)

本館 〒062-8605 札幌市豊平区旭町4丁目1番40号 工学部図書室 〒064-0926 札幌市中央区南26条西11丁目1番1号  
☎(011)841-1161 本館内線 270~275・279・129 工学部内線 813・814 印刷所：(株)アイワード