

ツーリズムにおけるインタープリテーションの役割

安 福 恵 美 子

はじめに

近年、文化遺産や自然環境に対する関心の高まりを背景として持続可能なツーリズム形態を模索する動きがみられるなか、ツーリズムにおけるインタープリテーションの役割が注目されている。本稿では、ツーリズムにおけるインタープリテーションの役割について考察するため、まず、インタープリテーションの理念と実践について述べる。そして、ヘリテージ産業との関わりにおいて変化したイギリスのヘリテージ・インタープリテーションの役割をみていく。最後に、インタープリテーションをツーリズムの重要な構成要素の一つと捉える立場から、観光対象（アトラクション）とツーリストを結ぶコミュニケーション手段としてのインタープリテーションの役割について考察する。

インタープリテーションの理念と実践

アメリカの国立公園においてその基礎が築かれたといわれるインタープリテーション（解説）は¹⁾、1957年、チルデン（F. Tilden）によって著された *Interpreting Our Heritage* の出版によって、その概念が広く知られるようになった。この著書には、ビジターの好奇心や興味を喚起するために、さまざまな媒体を利用してヘリテージ・サイトを呈示することがインタープリテーションの目的であることが書かれている。チルデンによって示されたインタープリテーションの概念は、ヘリテージの呈示について語る

ための重要な概念となっている。

チルデンは、インタープリテーションを「情報を伝えるだけに留まらず、ビジターの直接体験やさまざまな媒体によって、対象が持つ意味やその背景を示すことを目的とした教育活動である」（Tilden 1977 p. 8）と定義している。彼は、インタープリテーションの核となるのは教育であることを強調する一方で、それはインフォーマルな形で行われるべきであると考えていた。「休暇を楽しむ人は説教はされたくないものである」（p. 111）という表現からは、インタープリテーションはそれを受ける人が自ら望んで受けるものである、とチルデンは考えていたことがわかる。

インタープリテーションの目的を教育活動であると述べるチルデンであるが、彼はインタープリテーションを教育を超えたものとして捉えていた。彼は、インタープリテーションの中心となる二つの概念をつぎのように示している（p. 8）。一つは、インタープリター自身が心得ておかなければならないこととして示された「インタープリテーションは、対象に対する一般的な説明ではあらわれてこない事象を明らかにすること」である。そして、もう一つは、インタープリターがビジターと接する際、気をつけなければならない心得として示された「インタープリテーションはビジターが示す好奇心を見逃さずに捕らえることによって、ビジターの人間性を高めるために活かされなければならない」である。

チルデンは良いインタープリテーションを行うための六つの原則を示している。そのなかで、

1 番目と2 番目,そして4 番目として示されているつぎの三つの原則は,インタープリテーションについて語るときにチルデンが強調している点として取り上げられることが多い。まず1 番目として挙げられているのは,「インタープリテーションは,目の前に存在している,あるいは説明している対象とビジター各自のパーソナリティや経験とが何らかの関わりを持つように行われなければならない」である。2 番目は,「情報を与えるだけではインタープリテーションとはならない。インタープリテーションは情報に基づくものであるが,両者は全く異なっている」である。そして,三つ目が,原則4 番目の「インタープリテーションは啓発することを目的とするのであって,指示することではない」である。

チルデンは,インタープリテーションは第二の目的を持つことを認識していた。それは,対象となる資源の保護に対してインタープリテーションが行う貢献である。彼は自分が国立公園の管理マニュアルのなかで見つけたというつぎのような表現によって,その考えを示している。「インタープリテーションによる対象に対する理解,理解による対象に対する重要性の認識,そして,認識による対象の保護」(p. 38)。チルデンは,この心理学的な表現によって,インタープリテーションはビジターの態度の変化を促すこと,そして,それが結果的に対象に対する理解と保護につながることによって,教育という目的を超えることを示した。

チルデンによるインタープリテーションの定義をさらに広げ,インタープリテーションを「保護に関わるメッセージを伝えることを目的として,場所の意義をビジターに説明すること」(Aldridge 1989 p. 64)と定義するアルドリッジは,サイト・インタープリテーションをその核として捉える。そして,インタープリテーションは,人々や事象をそれがあべき環境というコンテキストに置くこと,つまり,すでにそのルーツを失ってしまった対象の意義を再び示すことによってその起源や由来を回復することで

ある,と述べる。このように,チルデンと同様,アルドリッジは,インタープリテーションは対象に対するビジターの意識や理解を高めるとともに,ビジターの行動や態度の変化を促すものであることを示している²⁾。

インタープリテーションは,教育という役割以外に,ビジター・マネジメントとしての役割をもつ。たとえば,世界観光機関(WTO)は,国立公園においてインタープリテーション・プログラムが無いのは,客を自宅へ招き入れながら客を置いたまま自分はどこかへ消えてしまうのと同じだ,という表現によってインタープリテーションの役割を示し,インタープリテーションは保護区域に対する理解や支持をビジターに求めるためのマネジメント手段であり,ビジターがその場所を訪れてよかったと思うようにさせる役割をもつと述べている(World Tourism Organization & United Nations Environment Programme 1992 p. 36)。

ビジター・マネジメントとしてのインタープリテーションの役割は,インタープリテーション・プログラムという形においてその実践が各施設や機関において示されている。たとえば,「国際文化観光憲章」においては,自然および文化的ヘリテージの保全のためには,インタープリテーション・プログラムが必要であることが謳われている³⁾。また,インタープリーションの手引き書には,インタープリーション・プログラムの有無やその質によってビジターの体験や経験の質が左右されるという表現がみられるなど,インタープリテーションはビジターの体験や経験に関わる重要な役割を担っていることが強調されている⁴⁾。

イギリスでは,60年代からおもに国立公園を中心として自然保護のメッセージをビジターに伝えるためにインタープリテーションが行われるようになったが,それは自然保護運動の枠組みのなかで行われていたため,教育というよりもビジター・マネジメントのための手段として捉えられていた。インタープリテーションを手段としたビジター・マネジメントには「ソフト」

と「ハード」の二種類があるという（Light 1991）。まず、ソフト・ビジター・マネジメントの目的は、インタープリテーションを通じて、田園が直面している問題についてビジターに関心を持ってもらうことによって、彼らの保護意識を高め、マネジメントに対する協力を得ることを目的としている。一方、ハード・ビジター・マネジメントは、インタープリテーションのための施設を作ることによって、自然保護が必要な地域のエコシステムに与えるビジターの影響を減らすことを目的としている。

このように、イギリスにおけるインタープリテーションは、ビジターに対する啓発や対象が持つ意味を明らかにするという教育的な面よりも、保護に関わるメッセージを伝えるというビジター・マネジメントの面が強調されてきたが、その役割は大きく変化していく。

イギリスにおけるヘリテージ・インタープリテーション

イギリスにおけるインタープリテーションは、田園という自然環境を対象とする第一段階と都市などの人工的環境を対象とする第二段階に分類される（Light 1991 p. 4）。田園において行われていたインタープリテーションが、広い範囲のサイトを対象としたものへと変化していった第二段階には、つぎのような過程がみられる。まず、ヘリテージ・サイトにおけるインタープリテーションは保護についてのメッセージを伝える手段として始められた。ところが、産業博物館などのような近代的なサイトには、多数のビジターを受け入れることができる施設が多く、さらに、その展示物も保護という点では急を要するものはあまり無いことから、ビジター・マネジメントのためのインタープリテーションの役割は小さくなっていった。その結果、80年代に到来したヘリテージ・ブームとともに、インタープリテーションにはチルデンによって提唱された教育的要素が復活したが、一方で、自然環境や人工的環境におけるビジターの

楽しみに貢献するという役割が加わった。それは、ビジターはサイトにおいて楽しい経験をすることによって、サイトの保護に関するメッセージを快く受け入れるようになるからであり、さらに、再び訪れるビジターの数を増やすことにつながるからである。

ヘリテージ産業の登場とヘリテージ・インタープリテーションがパラレルな関係にあることを指摘するブレンティスとライトは、イギリスのインタープリテーションの実践に大きな変化が起こったその要因として、ヘリテージの意味や意義を説明するための教育活動を目的としたサービスの一つとして、それまでおもに行政やボランティアによって行われていたインタープリテーションが、徐々に民間のセクターによって行われるようになったことを指摘する（Prentice and Light 1994 pp. 204-205）。そして、ヘリテージ産業によって取り入れられようになったインタープリテーションが、つぎのような六つの明確な役割を持つようになったことを示す。

<インフォーマルな教育>

インタープリテーションは、ヘリテージという観光対象（アトラクション）を訪れることによってインフォーマルな教育を求めるビジターに対応する役割を持つ。

<エンターテイメント>

当初、インタープリテーションはエンターテイメント的な要素を持たなかった。ところが、競争が激しいヘリテージ産業において、ビジターの満足度を保証するために、民間セクターによってインタープリテーションのエンターテイメント的要素が強調されるようになった。さらに、テクノロジーが駆使され、オーセンティックな歴史的「経験」が創造される傾向がみられる。

<プロダクトの開発>

エンターテイメント的価値が重要視されるようになったインタープリテーションは、ヘリテージという観光対象（アトラクション）に対するビジターの理解を手助けする役割より、サ

イトを訪れたあるいはこれから訪れようとする人々に対して観光対象（アトラクション）をさらにアピールする役割を持つようになった。このことから、インタープリテーションは製品開発の一手段となることによって、観光における「付加価値を持つプロダクト」として捉えられるようになった。

< プロモーション用 >

インタープリテーションのための媒体が、サイトのプロモーション用に使用されているアトラクションがみられる。

< 経済活性化への貢献 >

80年代、地域の経済的発展に対するヘリテージ・ツーリズムの貢献が強調されるなかで、インタープリテーションはビジターに対してサイトの重要性を伝えると同時に、地域における将来計画を住民に伝え、彼らの積極的な関わりを促す役割を持つようになった。

< プロパガンダとPR >

インタープリテーションは、PR用手段としてだけでなく、プロパガンダとして使用されることがある。

ここで示されているのは、ヘリテージ産業の発展と結びついたインタープリテーションがビジターの満足度を高めるため、プロダクト開発のための媒体として重要な役割を獲得したことである。インタープリテーションは地域活性化のためのツールとしての役割を獲得したが、その背景には、地域住民のヘリテージに対する意識を高めることによって、その保護に積極的に関わらせようとする意図がみられる。このように、田園という自然環境を対象としたビジター・マネジメント、そして都市などの人工的環境を対象として行われていた教育的役割に対して、プロパガンダやPR用媒体としての役割が加わったことによって、インタープリテーションはその重要性をさらに高めるようになった。

イギリスにおけるインタープリテーションの新たな役割について述べるブレンティスとライトは、インタープリテーションに対する評価

の重要性についても言及し、ヘリテージ・インタープリテーションに対する評価がインタープリテーションを絶えず変化させるダイナミックな特性を持つことを示す（Prentice and Light 1994 p. 206）。さらに、彼らは、インタープリテーションに対する評価が投資効果につながるによって、インタープリテーションがビジターの楽しみや満足という面において果たす役割が強調される傾向にあることを指摘している。

ヘリテージ産業との関わりにおいて変化したヘリテージ・インタープリテーションの役割は、ツーリズムとインタープリテーションの密接な関係を示すものである。インタープリテーションは、「ツーリズム、レジャー、さらにはPR産業によって利用されている（なかにはハイジャックされたと言う者もいる）」（Uzzell 1989 p. 3）という表現や、イギリスにおけるインタープリテーションは、戦後急速に広がったレジャー、ツーリズムおよび旅行というコンテキストにおいて捉えられるべきである（Light 1995 p. 121）、という指摘は、インタープリテーションが観光対象（アトラクション）の構築との関わりにおいて考察される必要があることを示している。

アトラクションとサイト・インタープリテーション

チルデンによって示されたインタープリテーションの理念は、その実践において教育やビジター・マネジメントの手段として、さらに、イギリスでは、ヘリテージ産業の発展とともにツーリズム・プロダクトの構築に関わるストラテジーとして新たな役割を担うようになった。

インタープリテーションは、ヘリテージ・ツーリズムやエコツーリズムと呼ばれるツーリズム形態の重要な構成要素である⁵⁾。ヘリテージとしての自然や文化は、人々のまなざしを受ける対象という点において同じ過程をたどる。それは、両者とも、マークされ、あるいは助成を受ける対象となり（同時の場合もある）、解説さ

れることによって人々に呈示されるからである (Olwig 1989 p. 133)。

インタープリテーションは、注目されなくなった観光対象 (アトラクション) を活性化させ、付加価値を与える役割を担う。場所のユニーク性やその意義を広めることはツーリズムにおいて広くみられる特性である。インタープリテーションはツーリズムにおけるマーケティングのための有効な手段として、「特別な場所」における「ビジターの経験」を創造するための重要な要素となる。

チルデンはインタープリテーションについて述べる際、「直接体験」や「ビジターの経験」という表現を使用している (Tilden 1977 pp. 8 - 9)。「経験」はインタープリテーションについて語るときのキーワードである。たとえば、インタープリテーションの手引き書にはつぎのような表現がみられる。「知識が豊富で熱意を持ったナチュラリストによって案内されるツアーは、ビジターにとって忘れがたい経験となる。そのため、ツアーが生涯の思い出となることを考えた場合、ツアー料金はわずかに感じられるであろう (Ham 1992 p. 186)」。このような表現には、インタープリテーションがビジターの経験や楽しみをマネジメントするための一つの要素となっているだけでなく、ツーリズム・プロダクトそのものとして捉えられていることが示されている。

インタープリテーションについては、「誰のインタープリテーションか (Uzzell 1988 p. 261)」という問いかけにみられるように、ステレオタイプ化された捉え方をビジターに強要する危険性が指摘されている (Light 1991 p. 10)。それは「ある人にとってのインタープリテーションは、他の人にとってはプロパガンダにもなりうる」(Aldridge 1989 p. 65) からである。政治的・経済的・社会的背景からインタープリテーションを捉えるヘリテージ・マネジメント側や市場における価値を高め、マーケティング戦略としてインタープリテーションを捉えるツーリズム・オペレーター側など、ヘリテージの呈示

に対しては、さまざまな立場がみられる。

ツーリズムというコンテキストにおいて、インタープリテーションは、ビジター (ツーリスト) と観光対象 (アトラクション) を結ぶコミュニケーション手段である。チルデンによるインタープリテーションの概念には、対象に対するビジターの好奇心を喚起することの重要性が示されていた。彼が示した「啓発 (provocation)」や「開示 (revelation)」という表現は、インタープリテーションに関する論考においてしばしば引用され、その概念の重要性が強調されている。たとえば、「啓発」に関しては、ビジターの感情や想像力に訴えるインタープリテーションの役割の重要性が強調され (Craig 1989, Uzzell 1989 頁¹⁾、インタープリテーションはビジター (ツーリスト) 自らが豊かな想像力をもつことによって、個人の経験を豊かにするための有効な手段となるべきであることが示されている。一方、「開示」に関しては、インタープリテーションに対する逆説として、インタープリテーションをするな、という表現によって示される (Uzzell 1989 p. 9)。それは、インタープリテーションの手法がうまくなればなるほど、受け手は受動的になることによって、対象に対する好奇心を失うからである。ここで強調されているのは、一つのサイトについてのインタープリテーションをするだけでは不十分であるという考えかたである。それは、ビジターが一つのサイトで学んだことを基に、他のサイトに対して自らインタープリテーションを行うことができるようにすること、つまり、インタープリテーションの受け手であるビジター自身がインタープリターとなるようにすることを示す。ビジター自身をインタープリターにすることはアクティブなツーリストの創造である。

ツーリストが訪れた場所を特別の場所であると感じるように行うことが重要とされるサイト・インタープリテーションは、ツーリズムという「場」の構築に関わる。ツーリストを魅了して引きつける (アトラクトする) アトラクションとツーリストを結ぶサイト・インタープリ

テーションは、レジャー活動を行うツーリストの行動に影響を与える一方で、インタープリテーションに対するツーリストの評価はインタープリテーションの役割そのものを絶えず変化させるダイナミックな特性を持つ。

おわりに

近年、ツーリズムにおいて注目されるインタープリテーションは、チルデンによって示された概念を基として、自然環境や文化遺産の保護を目的とした実践がさまざまな施設や機関によって行われている。イギリスのヘリテージ・インタープリテーションにおける役割変化の過程には、ヘリテージ産業とインタープリテーションの密接な関係がみられ、インタープリテーションの商品化傾向が示されていた。エンターテインメント的要素を持つインタープリテーションは、ツーリストの楽しみや満足と大きく関わることから、ツーリストの経験の創造、さらにはリピータ創造のツールとなる。

インタープリテーションに対する論考には、チルデンによって示された概念を基として、ビジターの感情や想像力に対して働きかけるインタープリテーションの役割が強調されている。インタープリテーションがアクティブなツーリスト創造のための装置という役割を果たすとき、自然や文化という観光対象（アトラクション）を呈示する側とツーリストの間には相互作用的なダイナミズムが生まれる。

注

- 1) 今日のインタープリテーションの道筋をつけたのは、アメリカのロッキー山脈においてネーチャーガイドとして活躍していたミルズ（E. A. Mills）であったといわれているが（『インタープリテーション入門 自然解説技術ハンドブック』16ページ）、インタープリテーションのアイデアは最初にスイスで考え出され実行されたものであるという（『日米インタープリテーション研修会2000報告書 エコツーリズムとインタープリテーション』

24ページ）。

- 2) インタープリテーションに対する定義は他にもみられる（McArthur & Hall 1996 p. 90）。さらに、インタープリテーション・オーストラリア協会（Interpretation Australia Association）による定義（McArthur & Hall 1996 p. 90）やイギリスのヘリテージ・インタープリテーション協会（Association for Heritage Interpretation）による定義（Black 2001 p. 124）がみられる。
- 3) International Cultural Tourism Charter: Managing Tourism at Places of Heritage Significance. <http://www.icomos.org/tourism/charter.html> 2001,12,18.
- 4) たとえば、「インタープリテーションに対するプランニングを行うことは、ビジター経験のプランニングを行うことを意味する」や「インタープリテーションについて考えることは、ビジターの経験について考えることと同じである」という表現がみられる（The Division of Interpretive Planning, Herpers Ferry Center 1998 Planning for Interpretation and Visitor Experience. p. 2 より。 <http://www.nps.gov/hfc/pdf/ip-ve.pdf> 2000,4,20）。
- 5) イギリスにおけるヘリテージ産業とインタープリテーションの密接な関係は、たとえば1990年代のオーストラリアやニュージーランドにおけるエコツーリズム市場とインタープリテーションの関係としても捉えることができる。
- 6) たとえば、人間の感情に訴える「ホット・インタープリテーション」（Uzzell 1989 p. 46）という表現がみられる。

参考文献

- Aldridge, D. 1989 How the Ship of Interpretation was Blown Off Course in the Tempest: Some Philosophical Thoughts. In Uzzell, D. ed. *Heritage Interpretation Volume 1: The Natural & Built Environment*. London: Belhaven Press.
- Black, G. 2001 Hows of Concept Design. In Drummond, S. and I. Yeoman eds. *Quality Issues in Heritage Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

- Craig, B. 1989 Interpreting the Historic Scene: The Power of Imagination in Creating a Sense of Historic Place. In Uzzell, D. ed. *Heritage Interpretation Volume 1: The Natural & Built Environment*. London: Belhaven Press.
- Drummond, S. and I. Yeoman eds. 2001 *Quality Issues in Heritage Visitor Attractions*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hall, C. M. and S. McArthur eds. 1996 *Heritage Management in Australia and New Zealand (2nd Edition)* Melbourne: Oxford University Press.
- Ham, S. H. 1992 *Environmental Interpretation: A Practical Guide for People with Big Ideas and Small Budgets*. Golden: North American Press.
- Herbert, D. T. ed. 1995 *Heritage, Tourism and Society*. London: Pinter.
- インタープリテーション協会 2000 『日米インタープリテーション研修会2000報告書 エコツーリズムとインタープリテーション』 インタープリテーション協会。
- Light, D. 1991 *The Development of Heritage Interpretation in Britain*. Swansea Geographer 28: 1-13.
- 1992 *Notes on Evaluating the Effectiveness of Interpretation*. Swansea Geographer 29: 99-108.
- 1995 Heritage as Informal Education. In Herbert, D. T. ed. *Heritage, Tourism and Society*. London: Pinter.
- McArthur, S. & C. M. Hall, 1996 *Interpretation: Principle and Practice*. In Hall, C. M. and S. McArthur eds. *Heritage Management in Australia and New Zealand (Second Edition)* Melbourne: Oxford University Press.
- 日本環境教育フォーラム監訳・解説 1994 『インタープリテーション入門 自然解説技術ハンドブック』 小学館。
- Olwig, K. R. 1989 *Nature Interpretation: A Threat to the Countryside*. In Uzzell, D. ed. *Heritage Interpretation Volume 1: The Natural & Built Environment*. London: Belhaven Press.
- Prentice, R. and D. Light 1994 *Current Issues in Interpretative Provision at Heritage Sites*. In Seaton, A. V. ed. *Tourism: The State of the Art*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Tilden, F. 1977 *Interpreting Our Heritage (Third Edition)* Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Uzzell, D. 1988 *The Interpretative Experience*. In Canter, D. et al. eds. *Ethnoscapes: Vol. 2, Environmental Policy, Assessment and Communication*. Aldershot: Avebury.
- ed. 1989 *Heritage Interpretation Volume 1: The Natural & Built Environment*. London: Belhaven Press.
- World Tourism Organization & United Nations Environment Programme 1992 *Guidelines: Development of National Parks and Protected Areas for Tourism*. World Tourism Organization & United Nations Environment Programme Joint Publication.

(2001年12月12日受理)