

aica JAPAN NEWS LETTER 第4号

美術評論家連盟会報



特集「美術館と観客」

目 次

・座談会「美術館と観客」	山本育夫・南鳩 宏
—NPOとボランティアの活動を巡って—	建畠 哲 (司会)
・都市渋谷とBunkamuraの場合	木島俊介 (50音順)
・美術館と入場者	瀬木慎一
・美術館と観客	中原佑介
・疎外された観客	前野寿邦
・美術館建築と観衆	
—神奈川県立近代美術館の場合—	水沢 勉
・観客の独裁権	小倉正史
・潜在的市民ニーズとしての美術館	曾 章
・館長の意識改革を望む	中川健造
・デフォルト美術館と大衆資本	山本和弘

会員短信欄 (50音順)

天野一夫 飯沢耕太郎 早見 昂 藤井久栄 三頭谷鷹史 吉田豪介

2003

美術評論家連盟

座談会「美術館と観客」

—NPOとボランティアの活動を巡って—

山本育夫・南嶌 宏・建畠 哲

建畠 今日は「美術館と観客」というテーマで、熊本の美術館の学芸員をなさっている南嶌（宏）さん、それからキュレーターの経験がおありですけれども、今は美術館の教育活動を扱っている雑誌を編集していらっしゃり、NPOで美術館にかかわるような問題をリサーチされている山本（育夫）さん、このお2人をお招きして討議をしようと思います。

観客という問題ですけれども、読者論というものは文学理論の中でかなり大きな比重を占めているんですが、美術において観客問題というのが話し合われたり、論じられたりすることがこれまで少なかったような気がするんです。多分文学においては読むということは主体的・能動的な行為であるけれども、美術作品を見るというのは受動的にしか思われていなかつたのかもしれません、最近、美術館の性格も変わってきましたし、作品の性格も変わってきて、観客の問題をポジティブに考えたほうがいいという状況が訪れつつある。それが多く、今回のテーマが設けられた背景だと思います。

ご自由にお話しいただいていいのですが、まずはこちらから質問させていただきます。南嶌さんは熊本に新設された美術館のチーフキュレーターをやっていらっしゃる。僕も一度行きましたけれども、あの美術館は市民に向けて開かれたといふか、市民との関係を非常に重んじているような活動方針をとっていると思うんですが、ご自分の美術館の問題から口火を切っていただけますか。

南嶌 前提として、行政のやっている美術館と、プライベートな美術館とでは全く性格が違ってくると思います。後で山本さんからもお話をあらうと思いますが、観客からの評価が出てくるというのは、あくまで公立の美術館であるからであり、プライベートな美術館だったら、つくった人間の美意識を自由に表現すればいいわけで、だからも文句を受け付ける必要もないわけです。しかし、日本の場合は、美術館というと公立の美術館というのが美術館を指すようになっているものですから、いま建畠さんがおっしゃった市民もか

なり限定された市民であり、そのときにおのずとニュアンスが変わってくるような気がします。

僕が今おります熊本市現代美術館は、美術館の中でも極めて限定された公立の美術館であるということで、当然、僕らがやるべき仕事も限定されるわけです。あるいはやらなければならない仕事が明確になってくると言うべきかもしれませんけれども、そういう意味では、熊本市民というような見える対象を何よりも意識せざるを得ない、またしなければいけないという立場での仕事になるわけです。

しかし、本当に限定されるかというと、不思議なところで実はそうではなくて、それに限定していけばいくほど、ある種匿名の市民というものが見えてくる。あるいはそれに応じ得る美術館というのが、行政あるいは公立の美術館でもできるのではないかという、可能性を感じ始めているところです。

実際、行政も非常に柔軟に対応してくれたということもあって、僕は僕なりに真剣にネゴシエーションもしました。そういう意味では、始まったばかりでよちよち歩きですけれども、やはり一つの形をつくるならば、その責任を果たしたいと思っています。

建畠 地域市民を対象にして活動すればするほど、そこに匿名性が見えてくるとおっしゃいましたけれど、具体的にどういう……。

南嶌 熊本市民だけにキャラクタライズされるようなものは現実的ではないわけです。もちろん、あくまでも線で引かれた枠の中に住んでいる人から税金をいただいて、できているわけで、「市の美術館なんだから、税金を払っている私たちに使わせろ」という人たちがいても、いいわけです。しかし、幸いに、そういう意見はほとんどありません。匿名という形容がいいのかあれでけれども、税金とは関係のないところで仕事をしていく可能性を実は行政が持っている。ただ、その前の段階で、今までの美術館というのはそのプレッシャーで負けてしまったのではないかと。

建畠 その匿名性というのは、ポジティブにとらえていいんですね。

南嶌 そうです。美術館というのはその匿名性との闘いといえるのではないでしょうか。

建畠 なるほど。では、山本さん。南嶌さんがキュレーターの立場からだとすれば、山本さんはどちらかといえば観客の立場から美術館を見ていらっしゃる。

山本 僕は12年前まで山梨県立美術館に勤めていました。主に現代美術の展覧会をしたり観客と対応するような仕事をしていました。その後異動

になりましたので、それを機に公務員をやめまして、隔月刊行誌『ミュージアム・マガジン・ドーム』という、美術館や博物館の教育活動にテーマを特化した雑誌を企画し、幸い日本文教出版社という美術の教科書をつくっている老舗の会社が版元になって下さいました。その後、12年間、編集長として自分の目で全国のミュージアムの教育活動を紹介してきました。70号まで発行しています。

また4年前から、山梨県の64市町村を自分でまわって、毎号2つのまちを紹介する雑誌・季刊『まち見物誌ランデブー』を企画し、こちらはコミヤマ工業という会社が版元になって下さいました。というわけでこの12年間は、自分の目で回って取材して紹介するという、大変わがままな雑誌の編集長として過ごしてきたというわけです。

ミュージアムをずっと取材していくつか気がついたことがあったんです。その話が今回のテーマと合致するかどうかわかりませんけれども、ちょっとその話をさせてもらいます。

まずミュージアム一これは主に公立の、ちゃんと税金をもらってつくっている美術館で起こってきたこれまでの出来事ですね、展覧会を初めとして教育活動やボランティア活動なども含めての活動ですけども、皆さんご存じのように、歐米のミュージアムの在り方を咀嚼し、吸収してきた30年だったということができるでしょう。

そこで見えてきたことは、極論しますと、ミュージアムの皆さんのが基本的にあまりリアルな観客を想定してこなかった。これは僕自身も取材して反省している一番大きなところだったんですけども、こんなミュージアムがあったらいいな、という理想に向かって、懸命にがんばってきたことは認めますが、実際にミュージアムに訪れるリアルな観客を想定しての活動、ミュージアムづくりではなかった。少しきつい言い方をすれば、自分たちの満足のために活動してきた、という面が強かったのではないか。

そのことがはっきりしたのは、国立館の独立行政法人化が決まったあと、国立館の研究官たちが、相当数、大学や公立美術館に「移動」していったのを目撃したときでした。この現象はいろいろな取り方ができると思いますが、巷にいたぼくたちは、彼らはある意味でミュージアムを捨てた、というふうに見えました。そういう時代が来たんだなということが、すごくはっきり見えたという気がしました。つまり、かれらは国立館で研究をしその成果を発表したかった人たちだった。独法化して観客のことを考えなければならぬ時代が来ると感じたとき、そういう意味で、彼

らはミュージアムを捨てたわけです。

この動向は、当然、今年、地方独立行政法人法が可決されましたから、今度は地方で起こるでしょう。地方の公立館が観客とどのように向き合っていくかはまだわかりませんが、観客を単に数値として考えるような考え方ではなく、もっとしっかりととした実在する生身の人間としてとらえる視点が大切なことはいうまでもありません。もちろん、観客のためと称して、実は自分たちの利権を守るためにだけの学芸員像も、捨てなければなりません。

学芸員の在り方にも変化が見えてきました。展覧会活動をしている人でも、教育活動している人でも、そこでいろんな話題性のある展覧会を組んだり、教育活動をしつづけていきますと、当然ステップアップしていくわけです。つまり、どこかの美術館で成果を上げると、ほかの美術館にステップアップしていく、あるいは大学へ行くということが相当頻繁に見えるようになってきたのです。昔ではなかなか考えられなかつたことなんですけれども、一度就職したミュージアムに固定しないで、よその県に移動するという傾向も、最近ははっきり出てきています。僕はそれはとてもいいことだと思っていますが、一方で視点を地域に置いてみた場合には、問題もあります。

地域の税金で学芸員を育てているという意識に立ったときに、学芸員が地域に還元していく部分がどうも少ないよう見えてしまう。地域の投資が終わって、いよいよこれから管理職としてがんばってもらおうという時期に皆さん移動されていきますから、そうすると、学芸員がいなくなつたミュージアムはどうのように建て直したらいいのか、という問題が生じてしまう。その方が優秀であればあるほどこの問題は大きいのです。

そうでない物語として、地域に視点を置かなくて見ていきますと、そこにはとてもおもしろい活動をした人たちの像が見えてきますけれども、地域のほうから見ますと、これからおもしろくしてくれるところでいなくなってしまう。つまり信用できないぞと。あるいは、彼らはいずれ10年ぐらいいたつたらいなくなるんだから、という視点を地域の側がしっかりと持っていないと、そういった自然過程といいますか、そういう動き方に対して対応できないと思います。南島さんは熊本の出身ではないですよね。

南島 コテコテの信州人です。

山本 そうですよね。ですから、今の話の中では、熊本の市民から考えれば、よそから来たすぐれた人たちということになると思います。そこで多分、何がしかの物語をつくって、ちゃんと市に貢献して、またどこかへ行くかもしれませんね。

観客といふか市民サイドが、学芸員といふものはそういうものなんだといふにはっきり知っているのと知っていないのとでは違うと思うんです。そのことを市民側もはっきり理解した上で考えるべきなんですね。

そうすると、例えば、半分は地元の人を雇ってほしいとかという問題も出てくると思います。彼らはそこで死に場所を決めて骨を埋めるだろうという人と、そうじゃないけれども非常に有能ですから地域が必要としているんだという、この二つのバランスをうまく考えていかないと、ある時期……。例えば山梨の場合でも10年間で学芸員はほとんど入れかわってしまいましたから、そうなると、地域におけるミュージアムの理念とかを継承していく問題は、どういうふうに考えたらいいんだろうかということが一つ僕が思ったことです。

そういう反省をしている時期に、日本にもNPOという法人組織が生まれたわけです。県とNPOとの協働というようなことがあちこちで行われるようになってきました。これからは地元のNPOが公共施設と協働していくというスタイルが普通になっていくだろう。としますと、例えばミュージアムの中で半分ぐらいの人たちが10年とか20年のスパンで移動するとしても、地元にいる人材をNPOというかたちでミュージアムの中にある程度参加できるようなシステムにしておけば、ある程度は市民のためのミュージアムという理念を守ることができます。兵庫の人と自然の博物館のように、モデルとしては博物館とNPOとが仕事を分担していくようなイメージがこれからもっと起こってきていいのではないか、起こりつつあるのではないか、あるいは起こったほうがいいのではないかということですね。そういう意味で、僕はNPOの可能性を見ているわけです。

建畠 山本さんは何で美術館をおやめになったんですか。

山本 僕がやめたのは単純に異動命令が下りたからですね。

建畠 違うところへ？

山本 ええ。僕は美術館にいたかったものですから、その異動に対してもちろん不満がありました。もともと学校にいましてミュージアムに来た人間ですから、再び学校現場に戻るよりは巷のほうに出たいと考え、その選択をしたということです。

*観客の達人を育てるNPO

南島 いま地域と美術館の関係が出てきて、確かに美術館の多くは公立ですから、自治体の税金で運用しているわけですね。だから、地域サービ

スということを離れては美術館はあり得ないんですけれども、具体的にタックスペイヤーとして、観客のほうから見ると具体的にはどういうことが期待されますか。

山本 まずこれまで観客サイドは美術館に対してこうしてほしいと、ほとんど何も発言してこなかったわけです。つまり、観客サイドは美術館に対して、美術館はこうあってほしい、と要望してもいいということを学習したことがなかったわけですね。それに、美術館に携わっている人たちも、この20年間で勉強を始めたばかりの制度だったですから、自分たちでミュージアムを回していくことだけで精いっぱいだったわけです。特に地域の美術館の場合は、初めは展示室だけあればいいだろうというところから始まっているですから。ましてや観客サイドが美術館はこうあるべきだなどということを真剣に考える機会もなかったわけです。

僕らが今NPOをつくって観客の学校というプロジェクトを始めたのは、観客サイドが観客の達人になるための勉強をしないとならないと考えたからです。観客も勉強しないと、とてもミュージアムを評価するなんてことはできないわけです。ミュージアムに対しても、展覧会に対しても、いいのか悪いのかがまずわからない。

ただ、この10年、ミュージアムサイドも観客に目を向けることの必要性は理解してきたわけですけれども、わかっていないながら後回しにしていたり、あまり積極的ではなかった。観客はあまり知恵を持たないほうがいいという考え方もありますよね。無知なままでいたほうが余計なことを言い出さないですから。そういう意味では、法人化があってこの国が大変な状況になったおかげで、初めて観客ももうちょっとしっかりしなければいけないぞという視点をやっと持てたといえるかもしれません。ですから、この時期になってNPOが生まれ観客サイドが自前で展覧会について考えたり、ワークショップについて考えたりしようというような機運が出てきた。ボランティアよりもより積極性のある、専門性のある、責任のあるグループを、NPOと考えていただいたらいいと思います。

建畠 知恵を持ち始めた観客の美術館に対する要望というのは、具体的にいえば幾つか見えてくるポイントはあります？

山本 いま評価の問題がいろいろ取りざたされていますけれども、これから美術館側は観客の要望に積極的に耳を傾けるべきですし、観客側も美術館に対して要望を出す。あるいは要望を出すだけではなくて、使い勝手が悪くなり行政が放りだした施設の活用を考えるということもあると思い

ます。学校に空き教室ができたと同じように、ミュージアムも空き展示室ができるということも起こっているわけです。予算も少なくなりましたし、年間5本やっている展覧会が3本になりましたりということが起こっているわけです。

そうしますと、先ほど言ったようにミュージアムから脱出する人も出てきます。そうすると、ミュージアムをだれが守るかといったときに、観客サイドで「その空き展示室を貸してください」と要望することもでてくると思う。僕らは実際空き教室を使って学校の中いろいろなイベントをやっているんですけども、それと同じ発想にたち得るわけです。空けておくのはもったいないですかね。

あるいは、お客様がほとんど入らないのにこうこうと電気をついているような状況があるとしたならば、その地域は逆に時間帯をずらして8時とか9時までやっていて朝はあけないとか、いろいろな選択肢が考えられるわけですね。そういう時間帯はNPOが運営するということも可能なわけです。つまり観客サイドのほうに重点を置きますとこれまで見えていなかった可能性が見えてくる。学芸員だけでは運営できないところをサポートすることも可能なわけです。そういう要望は自分たちで見つけ出す必要がある。観客サイド自身が「観客とは何か」ということを自分たちで発見していく過程を通らないと、なかなか協働はうまくいかないと思いますね。そういうことが、ミュージアムとNPOなどと、これから始まろうとしているのではないかと思っています。

建畠 学芸員のほうから見ると、知恵を持ち始めた観客、あるいは知恵を持ってほしい観客の対応というのはどうなのですか。

南篤 お話を聞いていて僕はちょっと違和感を感じました。観客というのは確かに民意の主体ですよね。だから、美術館に関心を持たなかった、批判もなかったというのは、美術館の問題というより、もっといえば近代日本の中での民意の問題なんですね。いま山本さんのお話に、僕は戦後の民主主義のもっと大きな根幹にかかわるところの教育、つまり大衆が大衆としての意識、市民が市民としての意識、そうしたものの欠如をうまくコントロールしてきた国家への憎悪みたいなものを深読みするわけです。それは多分山本さんの昔のアーティスト——今もアーティストだけれども——時代からのコミュニケーションに関わっていたことなどが影響しているんだと思うんですね。そうでないと、その辺の市民団体の代表みたいに勘違いされてしまう。しかし、そうでない背景が山本さんにはあるから、「ドーム」にしても、いま見せていただいた活動も、そうした文脈で考えるべきだと

というのが僕の印象なんですね。問題の根はすごく深いと思います。それは観客がだめなのではなくて、美術館にかかわってきた人間がやっぱりだめだったということでもあるんです。批評界もそうですけれども。本当のところで、ある種の権力みたいなところと闘ってこなかった。だから、例えば連盟でも新国立美術館のことについて論議したときも、そうした戦いがみられなかった。この団体の性格からいって、本来ならちゃんとしたステートメントを出すべきでした。国際美術評論家連盟の総会はいまだにそうした申し立てから始まる会もあるわけです。そして、それがこの連盟の生命線をかろうじてつなげているわけです。しかし、それもなかった。それは具体的に、なおかつ象徴的な意味を持つことになったはずなんですが、やはり残念なことでした。そして、それは今日のテーマと無関係ではなくて、僕らはキュレーターであり、評論家であると同時に観客でもあるわけですよね。つまり、奇妙な二者の責任を背負っているわけで、その器用な使い分けが自己責任という作業を中途半端にしてきたのではないかという気もします。

また、さきほどの成果を地元に還元するとかという問題ですが、僕はこれが五つ目の立ち上げとなる美術館ですから、そういう意味では一番地元を裏切り続けた男になるのかもしれません(笑)。しかし、移動の力のない者はそれはそれでやはりだめだとも思うのです。働いてみたい海外の美術館もありますし、一緒に仕事をしたい海外のキュレーターもたくさんいます。それに、おそらく公立美術館の財团化が進むと、美術館のキュレーターであり、大学教授であり、会社の非常勤取締役という人材もどんどん出てくるのではないでしょうか。そして、何よりも展覧会の成果、研究の成果というものは、もうすこしだけ大きなレンジで測られるべきだと思います。

たまたま今年のベニスピエンナーレのサブタイトルが、僕は「観客の絶対権力」と訳しているんですが、「The dictatorship of the viewer」。今回のフランチエスコ・ボナミは、確かに観客は今まで不在だった、観客がどう判断するか、つまりキュレーターやアーティスト、そしてもう一つ観客という、その関係をもう一度復活させてというニュアンスで……。展覧会としては僕は失敗だと思いますけれども。

その中で一つおもしろかったのは、建畠さんもごらんになったと思いますけれども、チエコの作家ですね。これは『東京新聞』にもちょっと書いたんですけども、カメラ・スクーラ (Kamera skura) という作家。4メートルぐらいあるんですけど、巨大なイエス・キリストが真ん中から

つり輪を一生懸命やっているんです。これは磔刑なんですが、その壁のところに、実際はサッカーのスタジアムか何かの応援しているやつが両方に映っています。つまり「イエス・キリスト頑張れ」というふうに非常に無責任に応援を送っている観客なわけです。でも、イエス・キリストの苦悩はその観客には絶対にわからないわけです。

これは今回の展覧会を背面から照射していたなと思った。つまり、観客というのは、言うことは言うんだけど、責任をとるという形の参加は絶対にしてこない人たちである。そこも踏まえるべきだと思うんです。「あなたたちは絶対に責任をとらないだろう」ということを、キュレーターなり批評家が言い、そこでぶつかり合うべきだと思います。その衝突もなかったという感じがした。この作品は裏から見ても非常におもしろい作品でもあったんですけど、そのことをもっと言ってぶつかり合う。そうすると、おれは観客なのか、それとも企画している側なのかというのが、もうちょっと明確になってくると思う。その衝突、それこそコンフリクトという文字が出ていますが、衝突が今までなかった。

山本 その話はとてもおもしろいと思います。南鳩さんがせっかく市の美術館におられるわけですから、お願ひがあるんですけれども、これまでの観客が責任を持てないというのは、これまでが観客が責任を持てないようなシステムだったからです。

なぜ僕らがNPOをつくったかといいますと、NPOというのはきちんと法人組織として認められているので、責任を持った活動をするわけです。企業とは違って非常に柔軟な集合体なんですけれども、やるときには責任を負う。例えば僕らはちゃんと法人登記していますので、何かあったときには損害を僕らが負わなければならぬ。つまり責任を持ったボランティア、責任を持った観客を引き受けているというわけです。

ところが、例えばNPOがミュージアムと何かと一緒にやろうとしますね。どんな形でもいいですけれど。そうすると幾つかの問題が出てきます。先ほどもちょっと触れましたけれど、NPOサイドがまずかかわろうとしたときにミュージアムが拒絶する場合が起こってきます。あるいは認知する、一緒にやろうという場合も起こってきます。あるいは、NPOが制度として中に入ってしまう場合も起こってきます。幾つかのパターンがあるわけですけれども、責任を負うからかわらせてくれと言われたときに、ミュージアムサイドは、制度の中にNPOのような組織をきちんと位置づけることが大事なんですよ。こここのところを位置づけてくれると、大きな可能性が見えてくるわけで

す。

南鳩 展覧会やるとか。

山本 ええ。展覧会をやるなり、ミュージアムの運営までNPOが参画することは十分あり得るわけです。図書館などの場合は、NPOに業務を委託している場合もあるんです。究極の像としては、公務員を少なくしてその分をNPOに委託する。そうすると、行政側としては公務員をある程度リストラでき人件費が減らせます。そして、NPO集団に任せることによってコストも落とせる。コストを落とした上でかなりおもしろいこともするということになってしまいますと、行政サイドとしてはNPOと組んだほうが楽なんですね。それがいいとは言っていませんが、楽だという発想があり得るわけです。それになによりもNPOは市民の代表的なイメージが強くあるし、事実、そういう面が強いわけです。

通常僕らが考えていた行政は学芸活動をいろんな点で圧迫する人たちだった。ところが、NPOが出現してからは、行政の人たちはNPOと組んでしまったほうが、いろいろと言うよりは早いだろうと考えるようになった。ただ、NPOの実力がまだ未知数なので、まだまだいろんなことがあると思いますけれど。逆に言うと、この物語の中では行政サイドは学芸員を切り捨てるという場面があり得るわけですし、すでにそういう動きがでているわけです。

そのことに気づきますと、学芸員たちがNPOと組むことに対して、ある種の職荒らしのような感じを持つことがありますとありますけれど。そうすると、NPOとうまく組めない。

もう一つの問題は、ミュージアムと一緒に組んで仕事をしようとするとミュージアムサイドはミュージアム化ということをするんですよ。つまり、南鳩さんが僕らのNPOと一緒に仕事をしようとしますと、ある時点で公的な機関にいる南鳩さんのほうが、「いや、それは無理だよ。これはできない」ということをいわなければならないシーンが生まれてしまう。

建畠 ミュージアム化というのは？

山本 ミュージアムに化けさせるということですね。ミュージアムのようになってほしいと。ミュージアムようになってくださったら一緒にやりますよということなんです。

いい例があります。これまで行われてきたボランティア制度。これはボランティアをミュージアムの中に組み込むことによって、ミュージアムの活動のサポートをしてもらおうというわけですが、矛盾点も出てきた。学芸員さんは自分たちの責任としてボランティアさんを学芸員に近づけるような教育をしますから、そういう流れの中では

ボランティアさんはいつも学芸員よりも遅れた存在になってしまいます。手がかかるし、無責任なんだよという声がいつも聞こえています。しかしこれは、学芸員がボランティアの本当の意味を理解していないから起こっていることなんです。だから、このシステムはもとから破綻しているわけです。この環境の中では学芸員さんたちは必ず優位に立つわけです。

ところが、ボランティアさんはもっと別なものを目指せるわけです。先ほどアマチュアリズムの話が出ましたけれども、ボランティアさんはミュージアム化されなくていいんです。ミュージアムができるなどをボランティアさんたちは潜在的に要望するチカラを持っているわけですから。観客の代表としてミュージアムに籍を置いているという面が忘れられているわけです。学芸員がボランティアを、ある意味で無知であったり、いろんなことがわからない連中だ、世話をやける連中だ、教育しなければならないという存在に見ている限りは、彼らの価値は光を放たないわけですね。そうではない。

つまり何を言いたいかというと、ボランティアさんというのは観客の代表者です。ですから、わからないことはわからないと言わせてあげほしい。例えば作品解説が難しくてわからないと言つたら直すぐらいのことを考えていいいんだけれど、この20年間作品解説に見出しがついた美術館はありませんし、大きな字で読みやすい工夫をした美術館はほとんどありません。これは恐るべきことです。作品解説一つにも、恐るべき縛りがあるわけです。いったい誰がそうさせているのでしょうか。

あるいはちょっととした、作品を見るうえで役立つ、無料か、100円くらいのガイドブックを常設しているミュージアムも生まれませんでした。こういう、観客にいちばん近い細部が肝心なのです。ここが変わらないかぎり、その美術館が開かれているなどといっていても信用できない。ミュージアムというシステムは恐ろしく強固な保守的なシステムなのです。そして専門家集団が利権を手放さない場所、といいうい方さえできるような気がします。開いているというなら、制度として市民参加を考えるべきです。どんなにきれいごとを言っても、そこをまず認知してくれないと新しい時代のミュージアムの在り方の物語は進まないのです。

建畠 しかし主体的なNPOの活動とボランティア、観客の三者を必ずしも等号では結べないと思うんです。NPOはNPOで非常に重要な意味があるし、今までのボランティア活動は美術館の教育枠の中に入っています、その中で一端を担うという従属

関係の中である種の役割を担う人たちです。ところがNPOになると、自分たちで主体的な活動を美術館の中に積極的に踏み込むというところまで、当然欲望が膨らんでくると思います。それはそれで非常におもしろい状況だし、美術館の変革の一つの契機にはなると思います。ただ、それをもって観客一般の問題にするのではなくて、観客が持つ能動性というのはNPOが持つ能動性とはちょっと違うと思うんですよ。NPOは必ずしも観客とは言えるかなという感じがするんですね。

ある意味では、すべてを自主的に運営しようという主体ですから、美術館の求心力に引かれていくというより、美術館の中に自分たちのオルタナティブをつくってしまうみたいな、あるいは美術館の中の分でオルタナティブにしてしまうみたいな……。それはおもしろいモチベーションだと思いますけれども、観客問題と重なるかな。

山本 僕らは「観客の学校」というものをつくったわけです。観客の学校というのは、観客が観客の達人になるための学校であると同時に、観客について観客でない人が考えることができる学校なんですね。これは一つのモデルです。

非常に具体的な話になってしまふんですけど、観客の学校のような、観客が入りしたり、学芸員さんが入りしたりできるような場があれば、そこでお互いがお互いについて謙虚に学び合える、そこでつながれるのではないかというイメージを持っています。

観客の学校の一つのプログラムとして「ミュージアムの通信簿」というプロジェクトを最近やったんです。第一回目は東京国立近代美術館でした。僕らサイドで「美術館というものは観客の立ち位置から見るとこんなふうに見えている。あるいは美術館をするとときにこれだけのチェック項目があるんだよ」ということをみんなで出し合ったんです。そしてそれを「ミュージアムの通信簿」というかたちにまとめてみた。これをもってミュージアム体験をすると、これまでとは異なった体験ができるというわけですね。

これまでのほとんどの観客は、ミュージアム体験をしていたのではなくて展覧会体験をしていたといえるかもしれません。その展覧会体験にしても、展覧会の見方や作品の見方は実はほとんど教えてもらっていないかった。印象派とか国宝とかというキャッチフレーズ以上のものをミュージアム側は観客に教えてこなかったわけです。

さて展覧会体験だけでなくミュージアム体験をすることになりますと、当然観客は広報の問題とか駐車場の問題とか、レストランはあるかとかおいしいとか、ショップはどうなんだという項目が気になってきます。

通信簿を持ってミュージアム体験を果たすと、こんなことも体験の中に入っているんだということを体験できるわけです。ここに通信簿の意味があると思います。そうやって観客を育てる効果が生まれるわけです。理想的な観客というのはこれから生まれると僕は思っています。こういう手当てをいくつかやっていかないと、トータルにミュージアムを体験できるような観客はなかなか生まれないです。

建畠 新しい観客をつくろうという試み。

山本 そうですね。いわゆる文化NPOが国内にも既にいくつか生まれています。僕らのような考え方をしているかどうかはともかくとしても、アーティストたちがつくれたNPOとか、結構できていると思います。そういうNPOが多分これからいろいろな形でミュージアムとコラボレーションするような場面が出てくると思います。兵庫県立人と自然の博物館ではもうNPOが自立して、博物館の学芸員さんたちと一緒にほとんど学芸員さんと同じような活動を展開しています。もちろん学芸員さんとは異なる展開をはたしているわけですが、両者がうまく共存する方向に動いているようです。

こうした展開の中で、やっぱり学芸員さんたちのほうにはジレンマがありました。一つは、NPOに任せて大丈夫なんだろうかという不安。もう一つは「任せて大丈夫?」の意味の中に、「任せてしまったらおれたちの居場所がなくなるかもしれない」というジレンマがあったこと。

ところが、やってみたらそうではなくて、すみ分けが自然に行われました。つまり、NPOができることと、学芸員さんたちができるることは、それぞれ歴然としてあるわけです。僕ももちろんそう思います。そこは敵対するのではなくて、すみ分けしていく。そしてそれぞれがそれぞれのお客さんなりファンをつくっていくということで、このNPOが10万人もの集客力を持つようなものになっていく。そういうことが起こっているわけです。

この辺には、今まで学芸員さんたちが「雑芸員」と自分で揶揄しながらもさまざまに利権を手放さなかったという事情があるわけです。利権は手放すべきです。そして自分たちが本当にやりたいことをはっきりと見定めるべきです。そういう意味で、こうした分業は、日本のミュージアムのこれまで持っていたスタイルから次のステップへと大きく展開を促すような可能性を持っている気がしています。

*制度か、個人か

建畠 どうですか、南鳩さん。学芸員とNPO

のすみ分け理論。

南鳩 整理しないといけないところが幾つかあるんですが、山本さんの気持ちはすごくわかります。しかし、本質の外にあるような気が直感としてします。それに一般論じゃなくて個別に話をすべきだというのが僕のやり方なので、群れとしての組織には戸惑いを感じます。美術館の問題は結局は個人の問題なんです。意識ある人間を通しでネットワークをつくっていく以外ないのでしょうか。

建畠 美術館のほうから呼びかける?

南鳩 呼びかけるというか、極めて原則的に人間と人間のつながりしかないので、今もNPO代表の山本さんと会っているわけではないんです。

「山本さん」と会っているんです。多摩美の建畠さんと会っているわけじゃなくて、「建畠さん」と会っているというところで、僕は場づくりをしてきたつもりです。社会の問題としてというときには、どうしてもそういう言い方をしないといけないのかもしれませんけれど、そういう意味では、話を聞いていると違和感はあるんです。「それだったら、山本さん、一緒に何かやりましょうよ」と言うほうが戦いの場としてリアリティがある。

山本 南鳩さん、それはダメんですよ。制度として、副館長として、NPOの理事長として対応しないとダメなんですよ。

南鳩 結局そういうんですよ。なんだかウラ権威主義みたいです、それは。副館長ならだれでもいいということですよね、それは。

山本 ただ入れればいいわけじゃないですよね。制度としてきちんと位置づけていかないといけない。

南鳩 ただし、NPO代表だからではダメで、やはりそこにある種の質が問われる。制度は後から付いてくる。また、そういうものでなければ信用できません。

建畠 NPOが激増して、美術館のある種の運営主体になっていくときに、それがひしめいてきたりする。

山本 たくさん出てきて、いろんな形で、さまざまなNPOがミュージアムとコラボレートしていく時代が来ると思う。

建畠 そうすると、また困難な問題がそこに生じてくる可能性がある。NPOが組み込まれることによって、ある部分が解決するのは事実だけども、あまり楽観的にはなれない部分がある。いま萌芽状態だから、これを伸ばしていくこうのとはとりあえずいいとして、この先に理想的な未来が来るかどうかはわからないですね。とりあえず一つのおもしろい試行としてどうなるか。今は博

物館の話だけれど、美術館ではそこまで入ったことは聞いたことがないので、そこまで踏み込む美術館が出てきたときには観察はしてみたいとは思います。ただ、その先に理想的な地域美術館のあり方の未来が見えてくるかというと、それは一つのケースで、一般的的な回答にはならないかもしれませんね。

南鳩 正しい観客をつくるというのはどこか無理があると思うんです。「正しい」……何て言いましたっけ？

山本 「正しい」じゃないですよ。観客の達人をつくる。

南鳩 それも何かごまかしがあるような気がするんです。すごく悪い観客もいていいわけで…

山本 多分そうでしょう。

南鳩 ある意味での達人かもしれませんけれども。とにかく美術館のありようがおくれ過ぎていて…。

山本 そういうこともあるかもしれませんね。

南鳩 これをよく制度のせいにするのですが、繰り返しますが、結局、人なんです。世界の美術館を見れば、大小関係なく、いい美術館はやっぱりいいキュレーターが一生懸命やっていますし、いい環境もつくっている。

山本 そのとおりです。ところが、いい学芸員さんたちがいなくなってしまうことがあるわけですよ。いなくなると途端にその運動が消えてしまうということがよくあるわけです。ですから制度の中に位置づけないといけないわけ。

南鳩 私たちは会社を作っているのではないのです。

山本 制度を保障して、南鳩さんの言うように、ほかの館に移っていただければ。

南鳩 制度は絶対にそれを保障しません。何となくそれでつながるようなあれだけれど、山本さんが抜けたら山本さんの後だれかができるかというと、できなかつたわけですよ。

山本 いやいや、必ず誰かが代行していくわけです。

南鳩 全然意味が違うんですよ、それは。

山本 もちろん一概に制度だけの問題では解決しないと思います。さっき南鳩さんは、NPOがいろいろできたときに、そこで選別することがあるかもしれないとおっしゃった。ところが、ミュージアムサイドが選別するんじゃないんですよ。NPOが制度の中に位置づけられていくわけですから、いっしょに考えていくというかたちになると 思います。

建島 NPOというのは、よくも悪くも、エゴイスティックであると思うんですよ。エゴイステ

ィックというのは……

山本 ミッションを持っているということですね。

建島 そういう意思を持った集団。その人たちがみずから美術館に乗り込んでいくのは テストケースとしてはおもしろいし、一つの可能性が開けてくる。今はいいから、おもしろいとは思いますけれども、美術館の一般論じゃないというのは、美術館という組織は、もしさういうふうになってくれば美術館じゃなくなってくるわけですね。というか、もっと極端に言えば僕はなくなってしまっていいと思っている。美術館は100年や200年の包容力はあるだろうけれど、未来永劫あるかどうかはわからない。ただ、いま言われている美術館の本質の中には、学芸員主体に運営する、専門職が牛耳るヒエラルキーのようなものがあるわけです。それを解体してしまうということは、“直ちに”美術館がなくなるということにつながっていくのではないか。

山本 もしそれがなくなるということであれば、一度なくなったほうがいいというのが僕らの考え方ですね。なぜ僕らがNPOを想定したかといふと、実は毎年学芸員資格を取って、あるいは海外まで行っているんな勉強してきた人たちが、なかなか日本のミュージアムに入れないという現状があります。僕はインターネット上でこの何年かかけてメーリングリストをつくっているんです。いま1000人ぐらい集まっているんですけども、その中にも、かなり優秀な連中がいるわけです。この人たちが優秀なんだけどミュージアムに入れない。そういう人たちが僕らの活動に参加してくれているんです。

こういう人たちがいるからこそ、問題提起といいますか、モデルがつくれるわけで、そういう人たちが集まって、シャドーミュージアムをつくつたらいいと思っているんです。僕はそれを「勝手にミュージアム」と言っているんですけども、ミュージアムと一緒に組むんではなくて、ミュージアムが持っている資産は私たちも自由に使うことができるという発想に立って、例えば南鳩さんのところで展覧会が行われていたと。その会期中にその展覧会の作品を使って、私たちの「もう一つの展覧会」をつくることが可能だというふうに発想するわけです。

考えてみると、展覧会というのは、基本的にある順路に従って作品が並んでいる場所ですね。

南鳩 かつては。

山本 そうでしょうか、おおかたのミュージアムではまだまだこういうスタイルで展覧会が組まれていると思います。そうすると、学芸員さんたちの考えは、カタログの中とタイトルに反映して

いるくらいのものでしょう。僕らはその作品を見て、1ヵ月間の会期中に、その作品を使って別の展覧会を夢想するゲームを考えて、ガイドブックをつくる。それを持って美術館を訪れる。美術館の迷惑にならなければ、自分たちが何をつくって美術館を訪れてもいいわけです。そういうゲームをしてみようと考えています。

先日、東京国立近代美術館のエヴァリュエイションツアーをしたときも感じたんすけれども、ミュージアムの皆さんのが想定している観客像がまだハイレベル過ぎる。言い方の問題もあるので、こういう言い方をすると問題はあるかもしれませんけれども、展覧会の作り方やカタログの作り方、ミュージアムのつくり方が難し過ぎる。一般のお客さんに見せるのでしたら、あらゆることをもう1回考え直さないといけないと思いました。キャブション一つとっても、観客をばかにしているとしか思えないようなキャブションが多過ぎるような気がします。この20年間ほとんど変化がなかった。僕はじれったくて(笑)、「それじゃ、自分たちでやろう」と。セルフガイドも、100円とかで簡単に手に入る冊子を用意してくれているミュージアムがあまりにも少ないわけで、置いてくれないんでしたら、自分たちでガイドブックをつくろうというふうに気分としてはなっているんですね。

南嶌 NPOで入っていってというような言い方よりも、山本さん、もっとはっきりと「この美術館はだめだからおれたちはつぶすぞ」と言うべきだと思うんです。

山本 それは全然ないです(笑)。僕らの場合は……

南嶌 ないとすると、逆にずるいような気がするんです。やはり、美術館をどこかで恐れているような気がします。

山本 味方につけたらかなり有力なサポーターになり得る可能性がある。

建畠 山本さんは美術館を愛しているのよ。

南嶌 愛憎は厄介なんです(笑)。

山本 憎はないです(笑)。

*ボランティアのアンガジュマン

南嶌 うちは僕を含めて6名の学芸員、2名のアシスタント、8名でやっています。ボランティアは300人います。実質的には100人弱の人が活動してくれているんですが、それもいろんな活動がありまして、本当によくやってくださっているんです。NPOみたいな法人にはなっていませんけれども、「キャンキーズ」という独立したグループをつくってもらって、僕らは時々要望を出すぐら

いで、基本的に独立させています。

山本 そのボランティアの活動というのは具体的にはどういうものですか。

南嶌 いろいろな種類があるんですけど、ホームギャラリーという図書館がうちの目玉ですから、そこで何か事故があったりしたらいけないので、そこをずっと管理してくれる、あるいは図書の整理。約8000冊そこにありますから。それから、キッズサロンといってチビちゃんコーナーがあるんですが、そこの子供たちの面倒を見てくれる人。簡単な印刷物をデザインしてくれる、短大でちょっと美術をやったんだけれどもという方に、アートボランティアとして入ってもらう。それから、通訳ボランティア、夜は8時まで開館して、毎晩7時からピアノ・ボランティアの方々のコンサートが毎晩。来年まで予定が入っています。また、市内のいけばなの先生方にお願いしての「いけばな」ボランティア、これはすべてウェブサイトで見ていただけますが、とにかくこのキャンキーズなくして、わが熊本市現代美術館は成り立ちません。

山本 観客とインターフェースのところは無理?

南嶌 これは徹底的に学芸員にやらせていました。それをやっている美術館は勘違いをしているといいたいですね。それをやらせると、さっき山本さんがおっしゃったように、学芸員の次の順番づけをすることになってしまいます。ボランティアはもっと違う仕事があるはずです。だから、観客への解説対応は、もちろん、僕が先頭に立ってやっていますけれども、まず学芸員が責任をもってやる。そういうのは徹底しようと思っています。だから、それをボランティアの人にとっての、うちは多分やらないと思います。

そのかわり、それぞれの生活の中で2時間、3時間だけ割いていただいて、ちゃんと部屋もつくってあるんですけども、楽しみながらお手伝いしてもらおうと思っています。交換ノートもありまして、ここはこういうふうにやったほうがいいですよというのをびっちり書いてもらって、大いに参考にさせていただいている。

これは『肥後っ子美術新聞びいなす』といって、学校の子供たちと連動してつくる「ちびっ子新聞」なんすけれど、これは打倒『ころころコミック』。今の若い先生は、小学館の『ころころコミック』で大体育って大きくなつて先生になつてゐるんですけども、これは開いてみれば、それこそウンコだのチンコだの、そんなのしか出てこない、非常に低俗な、PTAで怒られるような雑誌なんすけれども、どうして子供たちをここまで熱狂させるのか。芸大の博士課程で漫画を、千葉大の修士課程で美術教育を研究した二人にや

らせてるんです。あと、これは校長先生キュレーター化計画といって、市内の校長先生85人を全部キュレーターにしてしまったという新聞ですけれども、こんなばかばかしいやつを……。そして、全活動の責任を僕がとるということなのです。

ようするに、ガタガタいう前に毎晩ぶっ倒れるまで働くというその姿に、周りの人間、つまりアシスタント・キュレーターもボランティアの人も、そして何よりも市民が信用するかどうかということだけなんです。そして、その信用をひとつひとつの展覧会から目立たない小さな仕事まで、具体的な形として出していこうと。5時で閉める美術館なんて、もう許されない時代ですよ。ぜひ、次の通信簿は熊本を徹底的にやってもらいたいぐらいの気持ちです。

あとは大衆ということで考えると、今は皆さん、元気な、美術館に来られるような方をイメージしますけれども、熊本・菊池恵楓園というハンセン病の療養所がありまして、ここに昭和28年にできた絵画クラブがあります。今度、その展覧会をするのですが、こういう人たちの存在がまったく従来の美術館の観客から抜け落ちていた……。

山本 この絵は各施設に置いてあるんですか。

南嶺 もともと菊池恵楓園の人たちがかいてきたものなんですが。

建畠 そこに行けば、ある程度まとまって見られるという……。

南嶺 いや、見られないんです。それぞれが2疊ぐらいの小さな物置小屋みたいなところで描いてきたんです。なかなか外には出たがらない人ですから、キャンバスも額も自分でつくったり……。でも、本当に感動的な……。そういう人たちとは今でいう美術館の観客の中にさえ入っていないわけですよ。そこまで考えると、観客も最初から付帯条件をもらってかかわっているというような、既に豊かな観客であるということだったんですね。もうちょっとときめ細かく見ると、僕たちが見落としている人たち、あるいは美術館は本当はこの人たちに見せなければいけないんじゃないかという、観客のことを忘れてるんです。問題は山ほどありますけれど、一つ一つ小さい形でやっていくしかありません。でも、そのことが響く人が確実にいるということは、本当にうれしいし、勇気づけられます。

建畠 山本さん、NPOのミッションというお話をですが、メンバー全体の意思一致みたいなものはどうやって取り持っていくんですか。

山本 これはものすごく差があります。自分が立ち上げているので、僕の思いが一番強いわけですけれども、僕はこの10年ぐらいの間にいろいろ

考えてきたことなので、新しく入った人がすぐぼくと同じようなミッションを持つことはもちろん不可能です。NPOの場合はいわゆるプロ集団とは違いますので、何回かガイドツアーなどを重ねているうちに、だんだんわかってきて、あるときに僕らよりも全然新しいことを考え出すという、とても流動的な組織をつくる可能性があるわけです。

また、こういうことをしたいと思った人がいた場合、自分たちの考え方と基本的に合っていれば、その人のことを全面的に支援してやっていきますので、ある人がリーダーになったり、別の人気がリーダーになったり、変わっていくわけです。ミッションはうたってありますけれども、いきなりわかるなんてことはないので、それぞれの仕方で咀嚼(そしゃく)していってわかっていくやり方。ですからスローテンポでつくっていくような。基本的には巷にある文化資源を自分たちにとって使いやすいものにしていくというのが、ミッションです。

建畠 熊本のボランティアの人たちの場合のミッションは?

南嶺 もちろん美術が好きとかというのは皆さんあるんでしょうけれども、それ以上に社会参加ですね。アンガジュマン(engagement:社会参加)のリアリティーみたいなものをいかに今の人たちが求めているかというあらわれとして、これだけ300人も集まってきたるんじやないかと思うんです。そのとき、美術館というのは、彼女たち、彼らたち——おじいさんもたくさんいますけれども——何か自分ができそうだと思わせる可能性を持った場所であるということではないかと思います。

僕ら一切押しつけない。それぞれの社会参加の場所としての美術館である。だから、あくまでも主体あるいは目的は彼女自身、彼ら自身の中にはあって、またそれがボランティアであることの存在理由ではないかという気がします。だから、ミッションというよりももっと個別な社会参加。これは彼らにしてみれば非常に政治的な営みだと思うんです。それを美術館でうまく使ってもらう。そのぐらいで僕は距離を持っているという感じですね。

*美術館と集客力

建畠 これまでボランティア、NPOを中心にお話しを展開してきましたが、この問題は美術館の将来を考える上では非常に大きなポイントだとは思うんですが、おそらくは90%の人たちは普通の観客なんですね。その人たちは美術館で教育された

がったり、休みをただ楽しむだけでよかつたり、何も主体的にかかわるとか、美術館の将来をどうするかということじゃなくて、文化施設をただ楽しみたいと。そういう人たちが大事なわけです。NPOやボランティアの人たちは非常に大きな要素だけれども、美術館はそのために存在しているわけではないので。そういう観客像、つまり普通の観客像に対して、やっぱり美術館は誠実に対応していかなければならぬ。しかし不用意にそれを延長させていくと、大衆動員、入場者数至上主義という問題がまたぞろ出てきてしまう。これは両刃の剣という面があるとしても、一般観客というものを美術館は一方では見据えていかなくてはいけません。その辺については美術館としてはどうですか。

南篤 熊本の場合は、タイミングということもあって、建畠さんに見ていただきましたけれども、僕が建築をデザインし直してしまったわけです。声を大にしていいますが、建築家に美術館は作れません。ここはエントランスがそのまま図書館になっているんです。僕がこういうのをつくりたかったんです。うちは常設展示室というのがないので、ホームギャラリーと呼んでいる図書室とか、そういうところにパーマネントコレクションや建築と一緒にになった作品を展示していくというふうに、フリーゾーンが極めてぜいたくにできています。

さっきもありましたけれど、美術館に行くというのは、展覧会を見るというふうに誤解される。それも正しいんですが、そういうふうに一義的にとらえられてきたことに対して、美術館に行くということはもうちょっと多様な意味があるということで、フリーの場所で本を読んだり漫画を読んだり、何となく作品をぱーっと眺めたりという場所をものすごく充実させたつもりです。これは今までの美術館批判の一つのあらわれという意図もありました。

実際にそこには24万人が来てくれました。これは正確な数字です。しかも、ただ来て帰ってくるのではなくて、滞在時間が非常に長いです。熊本ということもあるかもしれません、展覧会のほうに入ってくれたのは、2~3日前までの統計でいうと7万人強。でも、熊本にしては結構入ってくれているなと思います。

絵を見なくても一日たたずんでいてもいいんだというような楽しみ方をもうちょっと知ってもらう。この50年間何もやってこなかったからなんでしょうけれども、今はまずそれだと思ったんです。それががあれば、その中から自分の選んだ部屋にそれぞれ入っていく。いきなり部屋に入れといふ方法論ばかりとってきたのでだめ。見たくもな

いのにこんなふうに首根っこをとって「見ろ」と言わされたって、楽しくないですよね。

でも、それをやってきたのが今までなので、学校教育の中でも、「よし、美術館に行くぞ。でも絵は見ない。今日は美術館のにおいだけかいであってくるぞ」という先生がいてくれたら、もっと変わっていたはず。それをまず熊本でやってるんです。「夏休みちびっ子大学」でも、今まででは学校の先生とかアーティストを呼んできて先生をやってもらおうですが、そのうちの2人は養護学校の児童が先生になります。子供たちに教えられないんだけれども、一緒にやるという先生役。それから、パーカッションをやる人を呼んてきて、楽器をたたいてもらうのではなくて、美術館じゅうをたたいてもらいました。30人ぐらいのちびっ子と行列をつくって美術館じゅうを楽器にしてしまったんです。

とにかく美術館はもっと遊べるよ、敷居の高いところじゃないくてというような意識で。だから、こここのコンセプトは人間の家ということを標榜しているんです。格好悪いこともたくさん詰まっている場所だけれども、自分の場所としてというところで24万人来てくれたのは少しは希望があるかなというような意識でいるところです。

建畠 熊本の場合に成功したのは、美術館はもちろん展覧会をやる場所なんだけれども、美術館という施設自体をメディアにしてしまった。さっき言った例えば館中をたたいて回るということもそうだし、入り口のロビー兼図書室の設計のうまさですね。なるほどと感心したんですけども、美術館は建物自体が一つのメディアであって、それを積極的に利用する。それが入場者に直接はね返らないという問題はもちろんあるけれども、公立美術館だから、そこで楽しむ人たちが出てくれば税金が還元されることになる。あそこに人が来るというのは多分、美術館の味方もふやすだろうし、また美術館の違った喜びもふえてくるだろうから、そこから何人が展示室に入っていくと。

南篤 前号の特集でいえば、いかに美術館の人間が建築家の横暴を許してきたかということにもなってくると思います。そのときに、NPOではないにしても、もっと市民のいろんな発想を受けとめられ、それをまた建築家に言えるような学芸員というか、美術館の中に勇気のある人間がいたら、もうちょっと変わっていたと思います。

建畠 山本さん、素朴な市民の観客というと、どういうケースが。

山本 ジブリ美術館の出している『熱風』という雑誌があるんですけど、ジブリの編集部の人がやはり同じテーマで何か書いて欲しいということで、書かせてもらいました。そこでも書いたの

ですが、鉄腕アトムでもジブリでもドラえもんでも、そういうテーマをミュージアムが取り込んでいくということに対しては僕は基本的には賛成です。

つまり、今まで来たこともない人たちに、ミュージアムはしばらくまみれたほうがいいというふうに思うんです。研究する人たちにとっては、もしかしたら辛いこともあるかもしれませんけれども、10年間ぐらいはがまんして欲しい。これまでほとんど観客について考えてこなかったわけですからね、これからは集客ということを徹底的に勉強して欲しいですね。集客効果の上がる展覧会を組めば余剰の部分が出ますから、自分たちのやりたい展覧会もできるわけです。

自分たちのやりたい展覧会ができるからといってミュージアムから逃げていくのではなくて、やはり「逆境のミュージアム」という時代の洗礼もちゃんと受けて、やるべきことを徹底的にやってみる。先は見えないけれども、あらゆる手段をこうじていろんなことをやってみる。そういうことを徹底して1回通過しないと、人間と同じでやはり成熟しないのではないかと思います。

ですから、学芸員さんは好機が訪れたと考えて、少なくとも10年ぐらいはやる気になって、これから的是非像をつくるために、「悪魔とも手を結ぶ」気概をもって、あらゆる手段をしてみるべきですね。嫌々やるのではなくて積極的に本腰を入れてやってみて欲しい。可能性は山のようにあるわけです。その先で、ミュージアムとは何かということをまた考えればいいわけで、そんなに慌てて考えたって、どうせどこか外国でやっているようなことを引用するくらいしかできないですから、猿まねはもうやめて、自分が自分たちの国なり町でやれることを最善を尽してやればいいじゃないかと思います。

建島 学芸員主体で観客動員を展覧会にかけてみると、その発想があつてもいいと思うんですけども、今それを言うことが日本で危険なのは、南鳩さんの美術館は学芸員の裁量度が多いだろうけれど、最近、学芸員の裁量度が非常に減ってきてしまって、単なる展覧会実行機関ですべての企画が上からおりてくるような場合に、そういうことを言うのを躊躇してしまいます。大量観客動員を目的とした展覧会はやってもいいと思うんですけども、その経緯が、学芸員から「悪魔とも手を結ぶ」という感じでやるというところがあればいいんだけど……。

南鳩 悪魔と手を結べたら大したもんですよ(笑)。

建島 そこまで踏み込むようなところで主体的に突っ込んでいけばいいんですけども、逆の現

象が起きていますよね。もう学芸員には任せておけないと。そういう学芸員であったのがいけないんだといえば、そういうこともあるんだけれども、事実上はすべてが上からおりてる……。

山本 そういうことはあちこちで起こっていますよね。

建島 そのときに、毒を食らわば皿までと言えるほどの学芸員の立場があれば、非常におもしろいことができるかもしれない。山本さんの意味はよくわかるんですが、政治的に突っ込んでいくことを避けてきたこと自体が、日本の美術館の問題だというのはわかるなんだけれども、日本はある意味で強力なピューロクラシーの国だから、自治体によってはとてもそんなことを言えるような状況じゃないということもある。

南鳩 前は、日本の美術館はこういうところが問題だとよく思いましたし、言いましたけれども、現実的に熊本という場所でやっているときに考えるのは、この美術館をいい美術館にしようということだけなんです。そうすれば見えてくれる人は見てくれるし、的を外れた批判もありますけれども、それをちゃんと受けとめられる。ここでひとつ、小さいけれどちゃんとしたもの、当たり前の美術館という言い方をするんですが、をつければ、それが違う形でつながるだろうという実感を持ってやっている。だから、学芸員採用にしても、本当に細かいところまで目を配って、とりあえずこの美術館を何とかしようという思いなんですね。

建島 そのほうが健康的かもしれないね。

南鳩 そうですよ。

建島 常に美術館の機構の問題にしてしまうと、いつも同じことで堂々めぐりしている感じだから、とりあえずおもしろい美術館。

山本 結局、公務員である限り逆らえないんですよね。ミュージアムの場合は組合も何もないですから。ですから言われたとおりになるほかはない。闇ったなんてこと聞いたことないですよ。1人長野の博物館に勤務していた方で不当な異動を命じられ、そのことに対して県と闘っている先生がいます。僕と似たようなケースだったんですけど、彼はそれを裁判に持ち込んでもう何年も闘っているんです。こういう人は例外で、まあ公務員で闘うなんてことは至難の技ですよね。ということは、答えははっきりしていて、公立のミュージアムサイドからは革命は起きないということです。南鳩さんみたいな人が副館長でいるようなところは可能性があると思うんですが(笑)。

南鳩 僕だって見えないところで涙してるんです(笑)。

山本 僕も僕なりに考えた挙げ句、結論として

は外部でサポーターをつくらないとダメだという気がしています。中で変わろうというのはなかなか難しい。いい意味での外圧が必要なんですよ。

建畠 今日は観客論が、もっぱらNPOとボランティアの話という予想外の展開になりましたが、それはそれで有意義でした。編集サイドとしては、他に作品と観客というテーマ、つまり受動的な鑑賞ではなく、観客参加型の作品の問題とか、企画と観客のギャップ、あるいはメディアと観客というような問題を用意してはいたのですが。

南嶺 えー、これからが本番だと思ったのに(笑)。

建畠 でもなかなか他のところでは聞けない話題だったので、十分に意味はあったと思います。どうもありがとうございました。

(2003年7月25日東京文化会館にて収録)

都市渋谷とBunkamuraの場合

木島俊介

「美術館の今を考える」という前回第3号の特集に続いて、今回のテーマは、美術展の内容と観客の受容様態を考察することにあるという。このテーマもやはり、今日、美術館の運営が危機に瀕しているという認識からもたらされたものなのだろう。実は私の所属している地中海学会でも昨年、慶應義塾大学三田キャンパスにおいて「メセナの現在と未来——文化擁護のアイデアとシステム」なる特別研究会を開催した。福原義春氏の基調講演に続く私の司会で、樺山紘一、永井一正、三枝成彰の各氏によるシンポジウムである。演壇をおりたところでの各氏の本音はほとんど悲観的で絶望的なものである。これは皆様とて同じ事だろう。世界のほとんどの文化施設というものがその利用者から直接得る収入は総経費の20%前後にしか過ぎない。これは明白な事実だ。独立行政法人化前のデータだが、東京国立博物館の総経費25

億円に対して収入はわずか2億円でしかない。これは10%以下ということとなる。それではどうするか、国家支援に頼るフランス型か、企業や個人の支援に頼るアメリカ型か。しかし後者の場合も税制上の優遇措置によって収益が可能となっているのであってみれば、結局国家が支援していることになるのである。つまるところは、国民の一人一人が徴収されている税金の一体何%が文化施設の運営に配分されるのが妥当かということに帰結するだろう。

私もこんな問題で相談を受けたり、講演を依頼されたりするのでもううんざりなので、もっと直接的な解決策を喻え話として言ってみたりする。例えば私が、ピカソの作品100点を外国から借りてきて、文化村の美術館で100日間展示したとする。どれだけの経費がかかるか。ピカソ作品1点の評価額を10億円としましょう、なにしろ一昨年のニューヨークのオークションでは、彼の21歳のときの作品〈腕を組んだ女〉が66億円で売れたのだから。文化を求める人はこれくらいお金を払うのです。さてこの展覧会の総経費は6億円ほどでしょう。一人1000円の入場料でこれをカバーしようとすれば、一日6000人の入場者が必要です。これでは文化村美術館には入りきらない。ではどうするか、答えは簡単です。入場料を3000円にすればよい。3大テノールのS席に10万円払う人もいるではないですか。文化が必要な人はピカソに3000円払い、3大テノールに10万円払えばいいのです。人間の意識改革の問題です。

話がそれてしまったが、東急グループが渋谷に総合的な文化施設（正式にはBunkamura）を創設しようと考えたときの目的ははっきりしていた。グループのヘッド・クウォーターが置かれているこの街に西武百貨店やその系列のパルコが進出してきて若者路線をとりはじめた。東急グループは大人の街が子供達に荒らされるのを危惧したのである。だが実は、われわれの学生の時代からここは若者の街だった。百貨店のひとつやふたつで都市が変容するのかどうか私には疑問だが、1989年に、文化村という大人のための総合的文化施設が出来たからといって都市が変容するものではないことは皆様もよくご承知のとおりである。

ともかく大人のための文化施設をめざして、わたしたちは文化村を運営してきて15年が経ったのである。美術評論家連盟の皆様同様に私も現代美術に強い関心を抱いているし、現代美術が大人のものでないとは決して想ってはいない。しかしここでもやはり、経済の原則が働いているのである。文化村において最も入場者の多かった展覧会は1991年の『ミレー展』で60万人。こうなるともう一度やることになるわけで、今年の『ミレー3

大名画展』で50万人。ところが1992年の『パナマレンコ展』、これは私が最も楽しんだ展覧会だったがここに数字を書くのははばかられる惨状である。

ところで、Bunkamuraを運営している東急文化村は小さな株式会社であって、これを運営するには実に複雑なシステムが働いている。それゆえ、60万人の入場者で収支が合うということにはならないし、1万人の入場者では困るということにはならない。要はシステムとビジネスの問題として60万人の方を選んでいるだけである。

こんな問題は語りたくないという普段の鬱憤から筆が滑って、おそらく編者の求められた内容に至らないまま紙数を費やしてしまった。大人の美術館をめざした効があつてかどうか、Bunkamuraにはご婦人方がよくおいでになる。事前に御連絡下さる丁寧なご訪問者の伝言はたいていこうである。「これからまいりますから、受付に招待券預けておいて下さる」。文化村というシステムの中では、このような方にも礼を失せぬようおいでいただいているわけである。これが双方の意識の程度である。

関心、つまり文化趨向の変化にある。第一の方はかなり改善されつつある。それよりももっと重大なのは、国民の方ではないか。

B そういうことを聞くと、逃げ口上のようにだが、たしかに、行政の側には、美術館をテーマ・パークと同一視しているのではないかと疑われる場合もあるな。

A 週って本源を探ると、大美術館のほとんどすべてが1980年代のいわゆるバブルへ向かう期に建設されていたことを忘れてはならない。極度の放漫な財政を以て、施設の巨大化を各地が競つた状況の所産であるということで、当時最大の東京都現代美術館についてみると、建物面積が3万3515平米もある。

B 比較するとどうなるか。たとえば、パリで、ルーヴル美術館を例外として、ずられと並ぶ立派な美術館のなかで最大のオルセ美術館が2万650平米。ヴェルサイユ宮殿ですら1万9000平米でしかない。

A それよりはるかに巨大な箱を作つて、一体、何を入れようと施政者はしたのかと改めて問いたいね。すべてが如何に非現実的だったかは説明するまでもない。「初めに建物ありき」で、入場者が少ないのでその後の運営者はたまたものではない。最近では事業費までどんどん削っているよ。

B その通りとは思うが、現にあるそれらの施設を維持していく以上、収入の増加を図る以外にはどうしようもないではないか。

A しかし、この最大の出費の原因を処理せず、代々の運営者に人を入れろ、入れろと督励しても、出来ることは限られている。ましてや、この不況下であり、テーマ・パークすら次々に潰れている。

B そんなことを聞くと、ますますすべてが不可抗力のようだよ。

A いや、あくまでも実際問題として対処しなければならない。ちょっと考えれば分かることだが、日本の美術館は、歴史のある少數の博物・美術館を除くと、コレクションで多數の人を集められるところは皆無と言つていい。一年を通して、テーマの異なる可能な限り大型の企画展を次々に開催していかなければ、人は足を運ばない。それも可能な限りボビュラーなものでなければならぬ。極端に言うならば、ミレー、ルノワール、モネ、ゴッホなどだったら、毎回でもいい。

B それが実情だとしたら、この現実はどうやつたら変えられるのだろうか。

A 今のところ、大美術館の取つている方策は、美術領域内の一定数のボビュラーなテーマの繰続と反復、それに加えて、その時々人気のある

美術館と入場者

瀬木慎一

A 美術館の入場者の減少はどうにかならないか、と方々から声が上がつてゐる。ここ10年間の減少がいちじるしく、2001年では一館あたり平均5万1294人までに半減している。

B 他方では、大規模な展覧会が上位争いをしている。昨年だと、国立西洋美術館のブラド美術館展が51万6711人でトップ。2位の奈良国立博物館の東大寺のすべて展が41万9240人。3位の東京都美術館のマルク・シャガール展が35万5219人。

A まさに雲泥の差だ。

B どうしてそんなことになるのか。

A 一つは美術館側の理解と努力の不足ということで、この方は確かに指摘されて然るべき点がなくはなかった。もう一つは入場者である国民の

サブカルチャーのテーマの導入、加えて大企業との提携展といったところだ。

B それによってかなり入場者が増加しているというではないか。

A しかし、事柄はそう簡単ではない。その種のことをやれる美術館がいくつあるか。やれるのはマス・メディアと提携できる、やはり少数の大美術館にすぎず、美術館全体の問題の解決にはなりえない。東京ですらいくつもない。そもそも業績を数だけで考えることはできないし、かりに数でとらえるとしても、ごく一部への集中によって全国に何百とある一般美術館の問題を解決することにはならない。

B 美術館は興行ではないことは分かるが、それならばどれだけの人が入ったらしいと言えるのか。

A 行政もそこが極めて曖昧だ。別に基準というものはない。それにしても、不思議な国だな。そもそも美術館に人が来なくなったというのは、ひとり日本だけの現象なのだよ。どこの国の美術館にも財政問題はあるが、入場者が激減しているという話は聞かない。

B ちなみに、先に出たオルセ美術館の入場者数は?

A 270万人前後。ルーヴルとなると580万人前後。参考までにルーヴルの収支を見てみると、総予算は約6億フラン(約120億円)と膨大だ。それに対して、入場料その他の収入は1億2500万フラン(約25億円)、不足分は全部、国の予算と補助金で埋めている。

B え? 収入はたったの5分の1程度しかないの。600万人近くも入場者があるというのに。

A ルーヴルだからこそ、そんなに多額な収入があるのだよ。他はそうはいかない。日本の美術館では、せいぜい経費に対して10分の1もあればいい方ではないか。

B そうだとすると、利用者の側にも相当な問題があることにならざるをえない。国民は一体どこまで美術館を必要としているのか、と疑問になるな。

A 何故、人々が美術館に足を向けないのか、もっと言えば美術に眼を向けないのかという根本問題に踏み込まなければ、この隘路は突破できないと思う。

A 行政もこの点に総体的に取り組んで、一国あるいは一地方の文化政策を練り直す必要がありそうだな。

美術館と観客

中原佑介

「美術館と観客」というテーマですが、まずもって「観客」とはなにかということをはっきりさせておく必要があると思います。

「美術館と観客」というのであれば、観客とは美術館で美術作品を見るひとたちということで説明はつきるように思われるがちですが、これだけではまったく不十分です。より正しくは、この場合観客とは美術作品を見るために料金を払うひとたちを指します。これは別に美術にかぎりません。映画であれ演劇であれスポーツであれ、なにかを見るのに料金を払うというのが今日観客であるとの基本的条件です。

ただし、美術作品の場合、料金を払わずに見るというひとがいます。美術評論家連盟の会員は多分そうだし、美術家など展覧会の招待状を貰ったひとびとも同様です。こういうひとたちは例外的な観客、あるいは特権的な観客であって、観客一般と同列に見ることはできないと思います。そして、このちがいにもう少し触れるならば、こうした少数の特権的観客と一般的の観客には、そこに一種のヒエラルキー的な差異があると見られているという事実があります。つまり、前者は美術作品を見ることについて専門的であり、後者はそうではないというようにです。なお、こうした観客の差異化は映画など他の分野についてもまったく同じです。

ここで、美術館ではなく画廊で展示される美術作品を見るのは原則として無料だということに触れておきます。画廊というのは基本的には作品を商品として(つまり売ることを目的として)展示しているわけで、美術館のように見せるということを目的として作品が展示されているわけではないという大きなちがいがあります。(ただし、アート・フェアは美術作品の市場であるにもかかわらず、入場料をとるという慣習が一般化しています。これは何故?)

観客は作品をみるのに料金を払う、これは教育とよく似た仕組みです。教育はなにかを教わるのに料金(授業料や謝礼など)を払う。美術館は学校とはちがいますが、なんなく一種の教育施設であり、美術作品はこれまた一種の文化的教材で

あるという印象が強いように感じられます（教育委員会と美術館の関係）。いずれも見ることに関して有料ではあるけれども、映画や演劇やスポーツなどとくらべても美術はこの教材的特色が、もっとも濃厚とはいえないでしょうか。現在、美術館の入館者数が激減してきたことに対処するため、美術館の教育的機能に注目し、中小学生と美術館の結びつきを重視する動きがひろまっていますが、私はこの動きをあまり評価しません。要するにそれは美術館をもっと徹底して学校にしようという動向だからです。

冒頭の「美術館と観客」というテーマに戻れば、今日感じられているのは「脱教育施設」としての美術館、教育の生徒でない観客への欲求と願望のように思われます。ここ数年来、国際展や美術館の企画展でビデオやプロジェクトを中心として映像の作品が激増し、賛否両論をよびおこしたことは周知でしょう。私はあの現象はあたらしい表現形式として映像がクローズアップされたのではなく、（美術の新ジャンルとしての映像はずっと前に登場していました）映像を手段とした美術家側の主導による、絵画彫刻を母胎としてきたこれまでの展覧会からの離脱現象だと見ています。ただし、観客はまだそれにうまく対応できていません。

そして、この見ることに料金を払う観客が、今日無料で美術作品を見るという機会が増えているということに最後に触れておこうと思います。ひとつは野外の作品、都市のなかに設置される彫刻（いわゆるパブリック・アート）はそのひとつですが、これは観客がまだ生徒タイプを脱していないので、無料だということであまり関心をもたないという傾向が強い。もうひとつ、これは美術家が非美術家と共同して制作するコラボレーションの作品。（これは美術館内、屋外という区別は関係ない）たとえば、妻有アート・トリエンナーレに見られる地元のひとひととの共同製作はそのひとつです。

そんなものはきわめてローカルなものだという意見もあるでしょう。私はそれでいいという考えです。美術館は潜在的に作品の普遍性ということを念頭においていると思います。観客もまた作品の普遍性を知ってほしいと。しかし普遍的なのは美術と特定の人間集団との関係であって、美術作品の形式そのものではありません。形式は常にローカリティーをおびています。

現代美術をとりあげる美術館の入館者の数は世界的に減少しているといわれています（ロンドンのテート・モダンのように、常設展示が無料であるところは観客は減っていません。しかし、同じテート・モダンの企画展示は観客が少ない）。

平たつといいかたをすれば、それは観客にとって美術館というもののイメージがとらえどころのない漠然としたものになってきたからだと思います。展覧会のいいわるいではない問題です。私はテート・モダンへゆけば企画展を見ます。しかし、それは特権的観客としてです。

問題は美術作品の観客の一般論ではありません。有料の観客が美術館に料金を払ってまでゆくことはないと思うようになってきたのはなぜかという具体的な問題です。

疎外された観客

前野寿邦

美術館の様々な活動の中でも特に重要なものは常設展及び臨時企画展の組織であろう。常設展はたいていの場合、世界のあるいは地域の美術史の流れに沿って展開してきた運動や傾向あるいはそれらの中で傑出した作家達をとりあげて展示する形をとるが臨時に開催される展覧会の場合も、基本的にはこれとそれほど変わりないといえるであろう。また多くの美術館関係者は一元論的な歴史観に基づいて構築された美術史観をその拠り所としているため、歴史的事実として公認されていない運動や傾向あるいは作家達の仕事はほとんど無視されるか、あるいはその中で無視し得ない場合には本流から外れた流れ、特殊な動き特異なあるいは異端的な作家といった評価を与え、時間が解決してくれるのを待つ傾向がある。

このような前提のもとで、観客と美術館の関係について考える場合、歴史的な事実として公認されているものを展示する美術館関係者とこれを見る者の関係はあくまで一方的なものしか成り立たないといえるであろう。歴史的な事実として公認されているものは当然良いものであり、見る者はこれを知識として理解すべきものであり、受け入れるべきものなのである。見る者は展覧会の企画の段階で何らの意見を求められることもなく、た

だ潜在的な入場者として漠然と存在するだけで、当初から阻害されていると言える。しかも、美術館側はある美術館で入場者数で成功した展覧会があれば、それとおなじような展覧会を企画すれば成功するであろう、外國の有名な美術館で企画した展覧会なので集客力が高いであろう、今までこの傾向の展覧会を行えば必ず成功している、この作家は知名度が高いので入場者が多いであろう、といった希望的観測に基づいて展覧会を企画することが多い（大きな企業がスポンサーになる場合、もう少し綿密な企画書と簡単な市場調査をする必要があるかもしれない）。ある意味で見る者はあくまで入場者の数字としてしか扱われていないという印象を受ける。

美術館が一般大衆に美術や美術史の知識をより豊かにするため、一般大衆を対象に教育的な活動を行うのは重要なことである。美術館は芸術作品の保管と美術の啓蒙をその主な機能としているからである。しかし美術館が過去の公認された歴史的事実のみにとらわれていると、芸術のなかで最も重要な役割を占めている制作活動を軽視する傾向が現れる。歴史的事実は一定の時間が通過すれば、確定されるものである以上、まだこれに至らないものについては、どうしようもないという非能動的な意識が働くようになる。しかし歴史的事実として公認された作家達はその将来に不安を抱きながら価値評価の定まらない時期にあっても作品を制作し、コレクターに販売しながら生活を営んでいたことを忘れてはならないであろう。

さて現代の作家達はどうなのであろうか。歴史的事実として公認されていない現代活躍中の作家の仕事については、これを評価するしないは、多くの場合、関係者のコンセンサスあるいは趣味に関わっているといえるのではなかろうか。

画商が重要な役割を持つようになるのは、大雑把にいえば19世紀後半から20世紀前半になってからのことで、それまではコレクターや発注者との間の直接取引が主であった。そして美術館が避けることのできない機関として機能するようになるのは20世紀半ばころであろう。問題は美術館の機能の内容が20世紀の初めから今日にかけて大きく変化してきたことである。一箇所に作品を保管することを主な目的として作られた美術館は、当初はコレクションを展示する場所であったが、やがて展覧会を展示する会場としても使用されるようになっていた。しかし、これはごく限られた人たちを対象にしたものであったし、美術史のあるいは芸術的な観点から見て、偏向性の強いものであつ

たといえる。ところが、近代・現代の美術館はその対象とする観客の層がより大きくなつたばかりか、芸術の啓蒙あるいは教育といった理念に基づいて作品のコレクションが行われるようになつた。そして展覧会は多くの人たちを会場にひきいれることができが必須条件のなかに取り入れられ、より興行的な性格を帯びてくるようになる。本来の意味が二次的に扱われ、作品や作家の仕事が価値評価の最も大事な基準ではなくなり、興行的に成功すること、つまり入場者数を増やし、経済的な効果に重点が置かれるようになる。

このようなコンテキストのなかで、一般の観客と展覧会や常設展を組織する美術館関係者の間に成立し得る関係とは何であろうか？一般的の観客といっても、芸術について一般的な知識をもった人達もいれば、偏向した知識を持った人達もあり、まったくなんの知識も持たない人達もいるという事情を考慮すれば、美術館関係者は不特定多数者を対象に展覧会を企画せざるをえないであろうし、観客側からすれば、このような様々な立場に置かれた観客の全てを満足させるような企画に出会うのは非常に稀なことであろう。この二者の間に成立し得る関係とは、展覧会のテーマに関する情報をより多くもっている企画者側の情報提供者と情報享受者の関係であり、情報享受者の方がより多くの情報を持っている場合には批評者の関係となるであろう。しかし情報享受者が批評をおこなったとして、それが一体何の役に立つか考えるべきであろう。展覧会は一過性のイベントと同じ性格のものであり、終了してしまえば、そこで構成された内容はカタログや出版物はのこっても、削減してしまう。同じようなテーマに基づいて別な展覧会を組織した場合に出来上がる内容は決して同じものではない。それは企画者の意図に従って大いに変わるものである。展覧会に関する批評はこのような様々な見方による体験を繰り返すことにより、作品や作家、あるいはテーマに関する情報量をふやしていく、そこから作品や作家に関する価値評価を作り上げ行くといえるし（雰囲気的なコンセンサスの成立）、テーマの核心に近づいていくといえる。

従って芸術に関する特定の研究テーマを持って展覧会を見る観客は芸術の消費者とはいえないであろう。しかし、漠然と芸術に興味を持つ観客は芸術の消費者になり得るであろう。新しいもの、ニュース性のあるもの、話題になっているものをただ単にみることを追求する人達の数は膨大である。それは別な分野で言えば、一つのシーズン中に催されるあらゆるコンサート、あらゆる演劇、映画その他の文化的なイベントを見ないと気が

すまない人達と同じことである。しかし、それだからといってこれらの人達を軽視する根拠はない。このような態度は芸術の世界のある側面を反映していると考えられるからである。

芸術を消費の観点から捉えようとすれば、芸術作品を単なる消費の対象とすることになり（芸術的商品として消費することになり）、ひいては芸術活動を他の創造的活動と同一視するようになり、芸術活動の独自性が消滅してしまう恐れがある。従って、私は消費という観点から芸術を見ることには同意できない。否、芸術を消費の観点から見れば一体何が得られるのだろうか。

芸術というものは卑近な見方をすれば、消費の対象になり得るかもしれないが、それがどのような意味を持つのであろう。マーケッティングに基づいて、芸術を消費するためのプログラムを組む必要性を感じている人たちがいるのであろうか？芸術を消費するということはただ多くの作品を見るることを意味するとかんがえられるが、消費という概念には消耗、使い捨てといった内包的意味が伴うものである。果たして芸術は消費されることによって、消耗したり、使い捨てられたりしてしまうのだろうか？芸術の消費という概念は芸術の流行現象の部分のみをとらえた表現ではないのだろうか？芸術には論理的な言語表現では伝えきれない内容がありにも豊かで、ある作品の一面だけをとらえて自分なりに理解したとしても、そこからはみ出で言葉にならない部分がより大きくなるという性質があると思われるのだが。消費という概念は作家の創造的な仕事を考慮しない場合に出てくるものではないのだろう。

実際に観客と情報提供者としての美術館側の間に成立する関係は、情報享受者である前者が一方的に疎外されるそれしかありえないのではないであろうか。立場を変えて、大多数の情報享受者である観客が情報提供者より多くの情報をもっている場合には美術館の機能はどのようなものになるのであろうかという仮定について考えると、問題がより明らかになるかもしれない。それは一般人が図書館に接するときのような関係に近いものかもしれない。図書館にある情報の大半は知識としての情報であり、芸術作品に関する情報とは言語表現の形で伝えられない部分が多いという点で大きな違いがあるにしても。美術館も知識としての情報を提供する機能を備えているので、美術館がこの機能を強調すれば自ら図書館とそれほど違わない機関になるであろう。

この数十年の間に現代美術を扱う美術館が増えてきているという事実は否定できないことである。その仕事の価値がまだ確定していない現代美術家を取り上げて美術館で展覧会を開く場合、会場はある意味で未知の創造の場となり、そこに成立する関係は、情報提供者としての作家と情報享受者の間に流通する情報が流通しないかも知れないし、その量が少ないかも知れない、またその質や次元についても互いの思想と現実の間に差異がてくるかもしれない。このように交換される情報量が僅かで、現実をめぐる観客と作家の間に質や次元の点で差異があらわれるような場では、作品と深く交流することなく、眺める目にするだけになってしまう可能性がある。

しかしこのような場を設けない限り、将来価値評価される作家の仕事が残っていないことは明かである。過去の歴史的に価値評価の確立した作家の作品を見る観客と、まだ価値評価が確定されていない作家の作品を見る観客の間には大きな落差があるといえるであろう。ここでは美術館側と観客はむしろ作家とその作品に対応することになると言うほうがより適切である。いずれにしても、作家やその仕事に関するコンセンサスを作り上げていくのは、美術館関係者、評論家、画商、観客であるのは言うまでもないことである。美術館側あるいは展覧会の企画者は展覧会や展示作品に関する趣旨やキーワードを明確に提示し、観客が作品をより適切に捉え、感じ取る体験を繰り返しながら、批評の目をもって作品に接する態度をとることができるようになければ、観客と美術館側の関係は一方的なものから双方的なものとなって、もう少し刺激性の高い展覧会を企画することができるのでないかと思う。

美術館建築と観衆

——神奈川県立近代美術館の場合——

水沢 勉

鎌倉の鶴ヶ岡八幡宮の境内に、日本で最初の本格的な近代美術専用の美術館施設が建設されたの

は、いまから半世紀以上さかのぼる1951年のことである。設計は坂倉準三（1904-1968）。まず正方形のプランをもつ「本館」部分が11月に竣工した（現在葉山に新館のオープンを本年10月に控え、鎌倉の建築の名称はすでに「本館」ではなく、「鎌倉館」と改称されている）。この戦後占領期の終わりに建設された、すぐれたモダニズム建築については、多くの論評、研究がある。また、平成28年で期限切れを迎える鶴ヶ岡八幡宮と神奈川県との借地契約が、どのようにこの美術館建築の保存と関わるかは、新たに多くのひとたちの関心を呼び覚ましつつある（すでに高階秀爾東京大学名誉教授を代表とする、建築の現状保存を求める市民運動「神奈川県立近代美術館100年会」が2001年11月に発足し、現時点では会報『小さな箱・大きな声』が第2号まで発行され、公式ホームページ<http://www.kinbi100.net/>も開設されている）。

朝鮮戦争をきっかけとする日本の戦後復興の第一歩と重なるようにして建てられた美術館建築ではあったものの、肝心の建築資材は乏しかった。しかし、むしろそれを逆手にとって、軽量で、開放性の高い建築が生まれることになった（もちろん、これには、1937年のパリ万国博覧会の日本館でグランプリを獲得したパヴィリオン建築に関する、坂倉一流の洞察と知見が生かされている）。建築家の林昌二さんが「いつおとずれても発見のある建築」「建築の未来を指し示しているような建築」というコメントを「神奈川県立近代美術館100年会」の2002年5月2日の見学会で最後に語っていたように、維持費もさして必要としない、自然環境と透過しあうような、まれにみる建築であると、老朽化のための学芸スタッフとして日々のさまざまな苦労をとりあえず描くとして、朝の澄んだ空気のなかにたたずむすがたに触れるたびに思う。とりわけ夜明けの杜のなかにうかびあがる、その佇まいは忘れない。あるアンケートで「あなたの桃源郷は？」という質問に、わたしは迷わず「朝の鎌倉近美」と書いた。いまから10年以上前にドイツの美術関係者のグループが日本の美術館の現状を視察に来日したとき、たまたま最後に鎌倉の美術館を訪れ、「最初につくった美術館が建築としては規模もデザインも一番良い」という趣旨のブルフ・ヘルツォーゲンラート氏（現ブレーメン・ケンストハレ館長）からのコメントに同席していた多くのひとたちが賛意を表していたことも印象深かった。

当時の経済状況を思い浮べ、翌年開館の国立近代美術館が文部省買い上げ作品という潜在的なコ

レクションを持っていたのに比べれば、当然とはいえ、開館の時点で、この県立美術館には既存のコレクションはいっさいなく、また、購入費も用意されていなかった。いうならば展示専用の空間であり、収蔵機能も備えず、しかも、一階部分はフリーゾーンとして解放されていた。いまから思えば、いかにも1950年代的な解放感あふれるメッセージがそこには込められていたのである。

困難な条件のもと、神奈川県立近代美術館は、まずこの坂倉設計の美術館によって「観客」を作りはじめた。見方を変えるならば、美術館建築そのものが、最初の、そして、いまなお最大の（そしてもっとも美しいものに数えられるべき）「コレクション」であったということも可能であろう。

ほぼ原型が残されている1950年代初めの美術関係施設は、現在、ほとんど残されていない。1964年前後、1970年前後、そして、最近のバブル期の好景気にもかかわらず、この建物は、スクラップ・アンド・ビルトの荒波にさらわれることなく、奇跡のように残された。借地という、普通あまり好条件とはいわれないであろう制限、芸術文化にあまり強い関心を示さなかつた、長洲一二県知事による県政が長期間（1975-1995）にわたって続いたことも、逆説的にだが、幸いしたともいえよう。

いま、ほぼ一万点に達しようというコレクションのうち、戦後のものを中心に、約3000点を葉山の新しい美術館に移動させつつある。あの小さな美術館が、別館（1984年開館）を持つとはいえ、いかに過重な負担を強いられていたかが、引越しという労働によって実感することができる。より機能性の高い美術館施設を葉山に持つことによって、鎌倉は、本来の「軽さ」を取り戻しつつある。手入れのゆきとどいた古さが、かえって新しい観客を生みだしていく。そのような美術館と観客との風景が、10月の葉山新館オープンを受け、11月に堀内正和展で再開する鎌倉に、離続こそを力とする文化の基本的なあり方として展開していくように念願し、行動しなければならないと思う。

観客の独裁権

小倉正史

今年（2003年）のヴェネツィア・ビエンナーレのテーマは「Sogni e Conflitti 夢と対立」そして「La Dittatura dello Spettatore 見る人の独裁権」というものであった。spettatore を観客ではなく「見る人」としたのは、対応する英語では「The Dictatorship of the Viewer」であり、viewer の語が用いられていたからである。モダニズム以降のアートがさまざまなエクトルで夢を求め、それらが相互に対立・衝突する現在のアートの様相をそのまま投げ出したのが「夢と対立」であり、それを「見る人」の判断ないし関心の有無に委ねるというのが「見る人の独裁権」ということであろう。ヴェネツィア・ビエンナーレは規模の大きな集合企画展であり、話題性とスペクタクル性が強いのであるから、観客もまたそうした期待のもとに入場するにちがいない。だが、現代の視覚表現に視線を向けることが重要なのだということで、spettatore に対応する英語の単語が spectator や audience ではなく、viewer になっていたのである。ビエンナーレの主催者側は、あたえられたものを受動的に見るだけなのかもしぬれない観客 spectator ではなく、もっと積極的に見ようとし、なにかを見いだそうとする人を期待したのである。

ここで思い出されるのは、クロード・レヴェクが、フランス語での spectateur よりも「visiteur 訪れる人」の語のほうを好むと言っていたことである。彼の場合には、作品を見ることだけでなく、作品（インсталレーション）のなかに入り込むことが求められていた。だから「訪れる人」ということであった。訪れたうえで、なにかが感知され、伝えられればよいというのである。また、小沢剛の「カプセル・ホテル」は、そのなかに人が寝そべることができるし、滞在することも原理的には可能な作品である。このようなことは、現代美術の世界ではめずらしいことではなくなつた。そのなかで特に有名なのは、展示されたキャンディーやポスターを持ち帰ることを人にすすめたフェリックス・ゴンザレス＝トレスの例であろう。こうした場合の作品は、視覚的な対象であることをやめたわけではないが、もっと直接的な関

係を人との間に結ぶことのできる方向に向けられている。そこでの「観客」は、観客として見ること以上のリスポンスあるいはリアクションすることを求められるのであり、観客という語がそぐわないようと思われることにもなるのである。

美術館や展覧会は、このように見ること以外の行為を観客にうながす作品を受け入れて、展示をすることになり、作品と観客をつなげる媒介者としての役割に複雑な要素が組み入れられている。絵画や彫刻といった旧来の形式の「美術」ではないものを展示しなければならないし、新しいとされ、話題を集めているものに目配りをしていかなければならない。それはまた、できるだけ多くの人を美術館や展覧会に動員しなければならないという、文化産業の一端を担う施設・行事としての現代的な美術館や展覧会に対する要請に答えることになるだろう。90年代以降の美術の流れが、よりよく人の眼をひきつけ、人と直接的な関係を結ぼうとしていることは、大きな社会・文化的なコンテクストを踏まえてのことにはちがいないからである。イヴ・ミショーがベンヤミンの「人間の社会のありかたが変化するのと同時にその知覚の仕方も変化する」を引用しながら言っているように、知覚の仕方の変化が今日の「アート」と「観客」をもたらしているのであり（cf. Yves Michaud, *L'art à l'état gazeux, Essai sur le triomphe de l'esthétique*, Paris, Editions Stock, 2003）＊、アートは人との関係のうえでなにかの体験をもたらすことに重点をシフトし、観客もまたそのような体験を求めて美術館や展覧会を訪れるようになった（あたかも情報誌を手に観光地をめぐるツーリストのように）。この「観客」は、もはや現代美術の歴史や理論にはおかまいなく、マスメディア（美術館や展覧会もマスメディアに含まれる）が提供する情報を処理するしたたかな能力を身につけている。そしてさらには、インタラクティヴの名のもとに、アートのありかたに影響力を行使することにもなっている。「見る人」たち、あるいは「訪れる人」たちは、すでに独裁権を手に入れているのである。このような状況に対して、今日の日本の美術館や展覧会は、どのような展望のもとに対応しているのかという問題を突きつけられているのである。

*イヴ・ミショーはアートが作品というような実体物から蒸発して氣化していると言っている。これは彦坂尚嘉の氣体分子説を想起させて興味深いが、彦坂の説はアートについてよりも作品に即しているように思われる。

（投稿）

潜在的市民ニーズとしての美術館

前 章

1はじめに

美術館に勤務するものにとって観客の動員数がテレビ番組の視聴率同様どうしても逃れられない数字である。美術館の評価が定量評価と定性評価の導入によって、様々な評価軸を設定し、これまでと異なった価値観を加味してきたが、入館者数ほど美術館運営の支持率のパロメーターとなるものは、今のところ見出しえるのが現状であろう。

しかしながら入館者が見込める展覧会が、必ずしも斬新で研究成果への評価がなされた内容というわけではなく、何らかのステレオタイプ化した、人気の要素を備えたものであることも事実であろう。そこには美術館の観客の層と鑑賞の動機と言う見えない要件が潜んでいる。入館者数に反映する条件としては、作家のポピュラリティー（知名度の高い印象派、ポスト印象派の画家等）、作品のお宝度（国宝、重要文化財等）、内容のアミューズメント性などが考えられる。また、これらの条件が整えば必ずしも入館者増につながるわけではなく、展覧会タイトルの設定や広報宣伝などでブームに火がつく要素もあるだろう。それでも、人気があって内容も評価される展覧会があるのも確かであり、異なった指標で客観的な数値を提示し得なければ結局入館者数至上主義を覆すことは困難だといえよう。

資本主義の市場原理になぞらえればニーズの高い展覧会は結果的にも入場者が多いはずである。市民サービスの観点からすれば人気のない展覧会などもってのほかで行政自ら市民ニーズに沿った展覧会を実施すべきことは当然の責務だということになる。

2. ある展覧会から

この夏、東京都現代美術館で象徴的とも言える2つの展覧会が開催された。「ジブリがいっぱい」と『田中一光回顧展』である。ともにファインアートからはずれた企画であったが、その内実は大きく隔たっていた。開館時間前には夏休みとあって親子連れが長い行列を作っていた。入り口

を駆り合わせていた会場は当然ながらジブリで、田中一光ではなかった。筆者は、まず入りやすい田中一光展を見ることにした。安藤忠雄が会場構成をした展示はペットボトルを展示壁にしたというユニークなもので、田中一光という稀有なグラフィックデザイナーの軌跡をたどる格好の企画であった。それぞれの時代におけるエポックメイキングなポスターは現在でも新鮮であったが、ジブリを待つ長蛇の列からは想像できないほどの閑散とした会場で、これがわが国のグラフィックアートをリードしたデザイナーの仕事に対する観客の評価だとすると寒々しい気分にさせられた（幸い田中展も7万人を超えて成功裏に終わったが）。そもそもポスターのデザインは大衆に受け入れられ親しまれた媒体であったはずではなかつたか。

一方現在最も人気のあるアニメーションを生み出すスタジオジブリは、オスカー受賞という快挙も手伝い会場内は混雑を極めた。宮崎駿作品への人気は日本の文化に対する海外のまぎれもない評価であり、そのこと自体に異論を挟むつもりはない。ここで問題なのは展覧会を構成する主体としての美術館がジブリの何を見せ、何を伝えようとしたかである。日本の美術館のルーツが見世物小屋から派生したとしても少なくとも美術とは何かという問いを展覧会そのものに内包していなければアミューズメントパークと化してしまうだろう。展覧会にアミューズメントやエンターテイメントを持ち込むことはあってよいが、そこに見るべき何かがなければ美術館の存在そのものが怪しくなってくる。絵画があらゆるものを見対象としているとしても、あらゆるもののが絵画ではないように、美術館や展覧会が成立する構造がそこにある。スタジオジブリの制作した造作物を所狭し、と並べ壁面に関連記事を拡大して貼り付け、屋外に遊園地よろしく遊具やキャラクターを配置しても、それは展覧会とは呼べないのでないか。それでも入館者が20万人に達したこと、トップダウンで実施したこの企画は数の上からは成功したことになるであろう。しかし果たしてジブリの入館者の何パーセントが田中一光展を観覧したのだろうか。さらに言えばジブリの観覧者が、美術に興味を持つというベクトルがそもそもここにはあるのだろうか。美術館の普及や啓蒙という意味で人を寄せて美術になじませるためにという免罪符もここでは通用しないのではないか。このポイントを棚上げして観客のニーズや美術館の存在意義を語ることはその活動の意義を放棄することにつながるであろう。

3. 観客の成立

美術館の歴史そのものが浅い日本に、美術館ら

しきものが誕生して80年足らずである。ましてやコレクションの公開や企画展が実施される近代美術館の登場となると、ようやく50年余りに過ぎない。見世物としての美術が人口に膾炙した江戸時代末期から明治にかけて見世物小屋はもっともテクノロジカルな仕掛けや事物がある場であった。博覧会の歴史をひもとくまでもなく、そこには諸国の威信をかけた技術力の誇示の場でもあった。同時に美術という概念すら存在しなかった日本が、性急に美術なる範疇を作り上げ、自国の書画や仏像といった旧来の技能に西欧の芸術（美術）のポジションをあてがった。その後の様々な論争は、近代日本の未完成な自画像をいかに「らしく」見せるかといつたいびつな營為であったと言えなくもない。

ここで、わが国の近代における美術の受容と醸成について論じる紙幅はないが、少なくとも言えることは、美術館という機関・施設を真に必要とした市民が形成されるに至っていないという現状を明確に踏まえる必要がある。美術がなければ個人の生命に関わるわけではないが、それは市民社会を支える共同体としての文化を支える不可欠なものである。この認識がなければ美術館など砂上の楼閣に過ぎず、美術を享受する市民の成熟に至らぬ時点でその存在を否定されてしまいかねない。

社会福祉施設が少數の人々のために設置されたとしても我々のニーズと無縫なので不要だとは誰も言わないだろう。なぜなら、福祉は数に還元できない潜在的なニーズや意義が包含されているからである。美術館も文化遺産を保管・調査・研究・公開する機関として潜在的な知や美の蓄積を過去から現在、未来に向けて構築している。美術館における観客とは顕在化した入館者数だけでなく、個人の内奥で変質した意識と今後美術を必要とする人々にとっての可能態として捉えなければならない。人類の營為のエッセンスとしての美術がポピュラリズムを超えて存続するためには、たとえ時間がかかるても美術と美術館というシステムの必要性を熟知する成熟した観客の成立をこそ目指さなければならないし、そのことを訴える働きかけが、今肝要なのである。

（投稿）

館長の意識改革を望む

中川健造

美術館は中小零細企業であると認識して運営に当たるべきである。美術館に足を運ぶが、館長が入り口で来館者に挨拶をしている姿を見たことがない。館長は開幕式の式典で高いところで挨拶をするのみである。同じく学芸員も館内で来館者に説明をしている姿を見ることはない。学芸員の胸には名札は付いていない。つまり来館者へのサービス精神は全くない。そのせいか、不思議なもので美術館には笑顔が消えている。白けた、よそよそしさが漂っている。来館者同士の語らいの声や、来館者と学芸員の語りの言葉が聞こえなくて、シーンと静まり返っている。こんな光景は日本の美術館の伝統のようである。笑顔と語らいのある美術館に変えていきたいものだ。美術館は入館者の減少が言われているが、サービス精神の欠如した美術館が意識改革をしてサービス精神を取り入れなければ入館者の減少を回復することは難しい。館長を先頭に美術館の関係者は美術館内を歩き来館者へのサービスに努めるべきで、特に館長自ら積極的に意識改革をして美術館の運営精神を変えることが急務である。館長自らが第一線に出て来館者のニーズにこたえるべく改革をして、経費の削減を図らなければ美術館は衰微の一途をたどるであろう。白い壁に一列に作品を並べる展示パターンは40年間変わっていない。常に展示する絵の中心を150センチの位置にして展示することも40年間変わらず同じである。銀座に展開されているエルメスやグッチの店舗の展示方法は常に斬新で来訪者を楽しませている。十年一日の美術館には残念ながら明日はない筈である。優秀な学芸員の発想の転換に期待したい。それは、来館者の増加につながる一里塚である。大学時代からの友人であった（故）岩崎吉一氏（東京国立近代美術館次長）は、我家を度々訪ねてくれ、私と歓談したものである。その際、彼は「美術館を見たいが、今この地の美術館はどんな展覧会をしているのか」と、私に問い合わせるのである。私が答えると何時も、「ああそうか」と言っただけで腰を上げない。「巡回している作品で、同じことなんだなあー、地方の特色ある画家の作品展が見たいと

思ったんだ」。彼は、何時も少し寂しそうであった。そんな会話の中で「特色のある美術館を作り、運営をしたら楽しいなあ」と語り合つたものだ。昨今は、私立の美術館が経営難から閉鎖を余儀なくされているが少し発想を変えてみたら如何だろうか。美術館の運営は愉快で楽しいものである。その楽しさは、まず展示替えの時にある。絵画の架け替えを館長自らが行うこととする。展示の方法で作品は、より生き生きとするのである。実物の作品を自ら展示することで頭に描いた絵画作品の配列では満足することが出来なくなる。最初に描いたイメージと大いに異なるものである。現場で自らが展示作業を行わないで、それを遠くから眺めて指示しているだけでなくて館長自ら陣頭指揮をすることで素敵な美術館の展示が完成する。この作業が美術館では一番大切であるが美術館では行われてなく、業者に委託しているだけである。展示作品の配列は常に変え、やりえることで美術館内に楽しさがにじんでくるものだ。自ら作品の重複感を感じながら展示を行うことで展示作品に愛着が生まれるものである。そして、作品の解説に思いを込めて短い文章にまとめてキャプションを作り、来館者に提供する。美術館としての作品解説をして来館者への鑑賞の一助とすべきである。ただ単に作品制作年度と題名のみを書いてきたのが従来の展示であったが美術館としての意見を説明してキャップキャプションを作るべきだと思う。美術館への来館者の立場にたって、より美しく配列展示することに努めたいものである。学芸員は図面の上に配列をするのみで終わることなく、それを基に自ら飾り付け、状況を見て現場で再度変更することが大切なことである。サービスの欠如が添っているのが現行の美術館である。中小零細企業であるとの認識の上で事業展開をすることが必要である。

美術館もリピーターの観客が増えなくてはならないが、美術館での冷ややかなイメージが積み重なっているので期待できない。そこで、美術鑑賞は楽しいものであるとの環境作りをしなくてはならない。一段と高いところにあるという認識を体質としてはいませんか。そのくせ実体が伴っていないので妙におどおどしている。第一線に立って鑑賞者に感謝する気持ちで汗を流さなくてはならない。意識改革を館長自らなし文化芸術の時代をリードしたいものである。

(投稿)

デフォルト美術館と大衆資本

山本和弘

美術館とはロングターム・キャピタルである。投下された資本を短期で回収しようと思うこと自体、明らかな誤りである。それどころか、その資本は目に見える形では永遠に回収されないかもしれない。しかし、それは確実に循環している。

実は、美術にまつわる活動は非営利どころではなく、基本的に「贈与」から成り立っている、というのが芸術経済学のハンス・アビングの主張。商品と貨幣を交換するトランザクション、すなわち市場経済が一般的である今日、与えるだけで見返りを求めるのが芸術活動であり、経済的側面からみた場合、市場原理が当てはまらない例外が芸術、というわけだ。とすれば、畢竟、問題はその資本の調達方法にある。ポピュリズムの極みとして、ひたすら入館者を増やして塵も積もれば山となる方式で短期の資本回収を狙って自滅するか、ロングターム・キャピタルである、という事実を直視して回収不要の剩余(その実、マーケットにおける戦略的経費!)を資本として社会全体から調達するか、答えは明白であろう。

*

さて、ユーロ圏では階級的に上流のアトリエートである19世紀に起源をもつ丈夫な鞄などを一般大衆ももつことができ、かつ誰がとってもさほど違和感のない国、とっても平等な日本には、美術館における観客=大衆という錯覚が根強くある。確かに観客は大衆に含まれ、大衆というエマルジョンの中に広く分散しているのだ。だが、もし正確な調査データをとることができれば、その観客のスタンダード・ディヴィジョンの分布図はまるで雪舟の秋冬山水図のようになるだろう。美術館の観客とはそういう人たちなのだ。この標準偏差は時代の流れとともに裾野を広げていく。これには資本ではなく、悠久の時間が必要となる。さらに、このデータをクラスター分析や因子分析などを用いて、よりハイパーな次元で解析すれば、大衆の中の観客の中の鑑賞者、をより鮮明

に抽出することが可能となるだろう。しかし、良質の鑑賞者の明確化は、良質の美術館の孤立化とリンクし、芸術のサバイバルの困難化を招き、いわば大衆買収化の時代への反逆との烙印を押されかねないのである。同じ18世紀に起源をもつ大量生産品と芸術、それぞれのマーケティングの困難性の違いはここにある。

例えば、芸術も経営も学ばない人は、ファッション・コングロマリットのLVMHの雇われディレクターMJに弄ばれているのではないか、と村上隆氏を心配したり、妬んだりもする。だが、氏の批評性は芸術に無意識的の敵意を抱く大衆を手玉にとるマーケティングの勝ち組を、さらに手玉にとる強かな巧みさと、巨大資本を芸術という零細キャピタルでウッチャーチャル痛快さにある。芸術vs.大衆との最終決戦のリングに氏はいち早く登っているといえようか。美術館の経営もまた、ようやく頭を使うべきときにきたことは、氏の示唆に富む活動ひとつとっても明白にわかることだろう。

ここにあるのは大衆社会ではなく、大衆が文化権力を掌握した社会なのだ。

*

「美術館は死んだ」。こんな素敵な言葉を発した人物がいる。発信者はヨーゼフ・ボイス。もちろん、ここでいう美術館とは、日本の百貨店立美術館のことでも、国公立美術館のことでもない。なんだ、美術館って、やっぱり死んでたのね、と納得するのはまだ早い。なぜなら、ボイスはけっして否定的に「死んだ」といっているわけでもないからだ。がしかし、彼が活動の拠点とした大学もまた、経費削減を余儀なくされ、営業活動に力点をおかざるをえない状況は世界共通のようだ。哲学などの金にならない学問や美術館などの金を生まない施設は、ハイそれまでよ、というわけだ。

このままでは美術館がトキのように絶滅してしまう、としたらそれも運命。大衆文化が芸術を完全に飲み込む瞬間を目の当たりにできるのは貴重な機会だろう。そのとき美術館は最大の観客を獲得するとなれば、これまた倒産した百貨店の閉店セールがごったがえしたことの彷彿させるだろう。つぶれた美術館がやがてアウトレット・ショップとして蘇り、あるいは不滅のパチンコ産業にM&Aされ、生まれ変わる。19世紀発のアナログ娯楽消費装置の中でも、マーケティングの勝利の象徴であるグローバル・ブランド遊園地を横目でみながら、ベンヤミンの洞察したバッサージュの末路がきわめて日本的に終息することはスペクタクル以外の何ものでもないだろう。

それでもなお、美術館は観客とともに、リフォーメーションでも、リボリューションでも、リコンストラクションでも、リセットでもない、次の一手を欲している。

*

焦眉の急、いま必要なのは美術館という例外的経済をマーケット全体でいかに息づかせるか、社会の中でいかに循環させるか、ということであろう。美術館経営のデフォルトが、一般新聞紙上で盛んに揶揄される今日だが、やるべきことは簡単だ。キュレーションとマーケティングの双方に通じ、その戦略的経営を可能にするディレクターを起用する、ただそれでよい。そのとき、前世紀以降、勝者の定石である化石エネルギーの独占が吐き出すあぶく錢を羨望することも、皆様のNHKよろしく強制的な年貢取り立てという愚挙を理想として待望することもなく、大衆の資本をハッピーな形で芸術へ、と移行させることが可能となる。ピンチではなく、チャンス、なのである。具体的戦術はそのCEOが語るだろう。

え、そんな人材いるかって？

(投稿)

短 信 欄 (50音順)

ない回路でこの不可解な美術館を破壊しそして再び創造してゆくのか。それは作家とともに考えるべき大きな課題として、有為の者は美術館の内外で不斷にそして深くかんがえているはずである。それが制度論を踏まえた批評の深度でもあるはずなのだ。

天野一夫

美術館学芸員の端くれとして13年以上勤務していた私にとっては、殊のほか日本の美術館の存在は、そのままにこの国の美術自体の在り方を、観念論ではなく、實際上ダイレクトに反映したものとして痛感することがしばしばであった。美術館とは人も知るように近代的な制度的装置であるのだが、その事は近世以前からの生活の中の関係実態の中での造形の在り方が、解体され、一旦、官製のものとして改良し今一度「美術」として上から授けられたことを意味する。まさに美術展の会場としての「美術館」という箱は明治以来、その手本を産出してきたことになる。たしかにこの国における「美術館」は、市民の内側から自発的に出てくる我々意識の中でのものになっていない。なっていたとしても、それは抽象的なものにとどまる。それは多くの無知と誤解と文化的な不毛に取り巻かれてもいるだろう。無性に寂しき存在である。現代の美術館はそのような近代以来のこの国の美術の在り方を身に受けて（作家と同様に）、それに内部的に抗してゆかなければならぬだろう。

現在の美術館は、ワークショップ・ボランティアと様々の手段で市民を巻き込んでゆこうとする。おもえば、美術館はかつてこんなにも観衆に親切ではなかったが、しかしそれでもでしゃばらない素地の姿は充分楽しめたものだ。それに対して、現代の日本の美術館は、一方で行政的なエクスキューズの匂いを持ち、あまりに親切でなし崩し的に市民レベルに寄り添おうとするようにさえ思え、そのこわばって差し出された手は時に気持ちの悪いものにさえ感じられることがある。

今や、独立行政法人化した国立博物館でも近世以前に戻ったかのような立て続けの出開帳的な古美術展が目に付き、他方、現代美術の作家等によるワークショップや展観が始まられている。このような事態は再び液状化したような場の中で、あまり館じたいの必然性の感じられない、サービス化あるいはその多角化を示して余りあるだろう。そしてその渦中で創造的な研究とアグレッシブな批評性を反映した、表現としての展観が衰えてゆくとしてら。行政としてのお仕着せの仕事と市民の間で、只でさえ遊離しがちな美術はどこに行くのだろうか？根底的な孤立感を味わいつつも、どのような仕掛けを設定してゆき、もう一つの見え

今書き下ろしで本を一冊出そうとしている（中央公論新社刊）。テーマは「デジグラフィ」。といっても首をひねられる方が多いのではないだろうか。

「デジグラフィ」というのは、実は僕の造語である。写真=フォトグラフィに対して、デジタルカメラによって撮影されたり、スキャニングによってデジタル化されたりして出現してくる画像のことを指す。普通は「デジタル写真」と称されているのだが、僕は前からその呼び方に違和感があった。というのは、一見同じようでも写真とデジタル化された画像の間には大きな違いがあるからだ。

たとえばデジタルカメラで撮影した画像はボタン一つであつという間に消去することができる。画像を改変したり合成したりするのも自由自在である。アナログ写真はそうはいかない。切り刻んでも、焼いても、消しても痕跡が残ってしまうし、画像を変更するには大変な手間と時間がかかる。それはいうまでもなく、デジタル画像が数値化された非物質的なデータの集積であり、アナログ写真の物質性とはまったく異なる特性を備えているからだ。

そこで、この非物質性を基本とする画像のあり方を、フォトグラフィに対して「デジグラフィ」と呼んでみようというのが僕の基本的なアイディアである。写真と「デジグラフィ」をあえて対立させ、比較してみると何が見えてくるのか、もしかするとそこにはこれから先の映像表現を考えいく上で、大きなヒントが隠れているのではないかと思っている。

飯沢耕太郎

東京のオペラシティで「ガール！ガール！ガール！」展を見た。作品がどうであれ若い女は元気だなあ。ポーラ美術館は男の視線という光を浴びる「女たち」展で幕をあけ、銀座のポーラアネックスの男の視線を問題にしない自立的に光り輝く女のアーティストの展覧会へと展開した。文芸誌

「スバル」の「死の都ブリュージュ」のローデンバック特集に、永井荷風は外遊の折「酔えば腰、職業婦の腕を枕にして眠る」とあるのを見て、今どきの赤坂真理の小説などは逆に知的な女が「知覚」というと「近く」と理解する娘の体育会系の男の腕を枕にして眠るのを想いだした。荷風は自意識過剰だけど女は自然体だ。大文字のイデオロギーか媚薬のデカダンスかの選択ではちょっと窮屈。カラダが望む日常感覚の自然な欲望で肩の力を抜いて生きるほうが楽だし生産的かも。女はそう生きやすいのだろう。マティスの言葉を流用して私が企画した「安樂椅子と雲とを・・・」展（文房堂ギャラリー、9月～10月）では、タイトルは安樂死を連想させるのに出演者4人全員女になつたのもわかるようだ。20世紀美術のイデオロギー「抽象」を別の位置へずらすべくアブスト・グループの作家たちとの共同企画「コンクリート・ワークス」展（ヴィジョンズ、10月）も行う。作品をどう消費するかという「使い方」でカラダ的日常感覚vs.大文字のイデオロギーという構図は克服できそうだ。

早見 勿

最近気になることがあります。ひとつは、多くの公立美術館が企画展の費用はあっても、購入予算はゼロのこと。これは美術館の存在理由から見て

誤っています。（問題は予算の仕組みにあります。）美術館に課された文化の継承と育成の責務の一端が美術作品の購入・収蔵であり、人々へのその還元と共有の形が常設展示です。コレクションは美術館のメインです。購入も常設展示も軽んじられません。

いまひとつは、独立行政法人となった国・公立の博物館や美術館で、上の役所ばかりに目を向けていたお役人までもが来館者によく目を向けたのは結構なことですが、勢い、人寄せパンダ的なショウを企画したり、「らっしゃい、らっしゃい」とばかり、（フレーズも）おかしな展覧会をすること。赤字転落しないための涙ぐましい努力なのでしょうか。その館のポリシーはどこにあるのでしょうか。今日、私達はゆとりがなさすぎます。なればこそ、ゆったりとした常設展示室で作品と向き合い、心が癒される美術館がほしいのです。

美術人口は地域住民の数パーセントにすぎません。入館者数を増やしたいのなら、美術館に無関心の人たちに積極的に働きかけ、子供も大人も、昼間は仕事を持つ人も、誰もがいつでも気楽に入りできる、朝から夜まで開いている美術館にし

てはどうでしょう。ここで、（社会）教育だの（生涯）学習だと云々されることはごめんです。でも、これ、ますます人とお金がいるでしょうかねえ。

藤井久栄

今年の4月に美学出版から複眼的美術論『前衛いけばなの時代』を出版した。1950年代に勃興した前衛いけばなを題材にしているが、いけばなと美術を横断する思索を試みたつもりである。両者の関係には不幸がある。ジャンルの壁と流派制度の障害ゆえに、いけばなの前衛運動は美術側から本格的な関心が払われないまま、例えば勅使河原蒼風は疑惑にまみれ、中川幸夫の評価が遅れに遅れた。いけばなと美術の関係をもう少しまつとうなものにする必要がある。

昨年、勅使河原宏の一周年忌行事「大連花、草月場所」で、草月会若手の上野雄次が宏遺作の花器を鉄棒で真っ二つに割り、椿一輪をそえるという行為におよんだ、私は上野の人柄を知っているので、その行為を単なるスタンダードプレーではないと判断している。宏の遺志に応えるための逆説的行為であり、閉塞状況への批判といけばな的美意識が絡み合った表現行為と見る。結果は草月会除名。遺作破損に罪はあるし、本人も覚悟していたことがあるのでそれはよいとして、上野が伝えたかったメッセージを誰が受け止めるのかという問題は残る。いけばな界は触れたがらないであろうし、美術界にとってはあくまで他人事である。このままでは彼の変革の志が宙に浮く。かつての中川幸夫の孤立を連想させてしまうのだ。

三頭谷鷹史

妙に印象に残ったことがある。もう3年も前だが、勤務する市立小樽美術館で「前衛と反骨のダイナミズム」展を開催したときのことである。オープニングに、小林多喜二の同志として活動し、多喜二に従った伊藤ふじ子を、後に妻にした政治漫画家の森熊猛本人や、加藤悦郎の長男や寺島貞志の娘が集まっていた。彼らは久しぶりに美術館の壁に並んだ70年も昔の作品を、懐かしそうに観ていたことは当然なのだが、それ以上に、彼らが何十年ぶりかの再開を、興奮を抑えきれないほど懐かしがっていたことに驚いた。

1930年代、特高警察が執拗にプロレタリア系の活動家を追跡していた頃から、彼らは家族ぐるみでひっそりと暮らし、いかにも近所付き合いの様

態を見せて往来したろうと推測できる。それだけに親密だった当時の想い出がとめどなくわき上がりつて来たのだろう。

そういえば展示作品にも、逼迫した状況が刻印されていた。美術館に展示されるほどの作品は、通常はパーフェクトな保存状態で上質な額装に護られているものだが、大月源二の代表作「告別」には中央の裂け目が目立ち、ほかの多くの作品も固く巻かれたキャンバス皺が痛々しい来歴を物語っていた。そのような中で近代美術資料館から借用した岡本唐貴の大小のトランクが、官憲の弾圧から自作と資料を守り通そうとした芸術家の強い意志と矜持を秘めて、鈍い光を発しているように見えたことを、今思い出している。

吉田豪介

編集後記

「観客」についての特集号をお送りします。前号（no.3,2002）では「美術館の今を考える」の特集を組み、日本のバブル経済以後の現状を座談会と会員の執筆原稿でまとめました。

今回は、「観客」を主題にしましたが、この主題は前号の特集とリンクするもので、バブル以降の観客の視線と動向がどのように変化したか、という気がかりな問題を取り上げました。

美術展覧会の観客減少傾向が著しく、美術館、関係団体、個人が危機感をつのらせていますが、問題解消までには大分時間がかかりそうです。

いうまでもなく、美術作品とは「見られる」ということによって生命が吹き込まれ、また保たれているのですが、だれの眼にも晒されなくなったりたときは、ただそこにあるものだけになってしまいます。「観客」の存在がいかに重要かがわかるといふものです。

座談会には、特定非営利活動法人つなぐNPOの山本育夫氏をゲストにむかえ、会員の南島宏、建畠哲の両氏の三者で活発な「観客論」を交わしていただきました。さらに5人の会員に執筆を依頼し、4人の会員投稿を得ました。なお、今回は投稿希望が予想外に多く、ページ数と予算の関係で先着順とさせていただきました。

森口 陽

aica JAPAN NEWS LETTER 第4号
美術評論家連盟会報
価格 500円

2003年10月18日 発行

発 行 美術評論家連盟 (AICA JAPAN)

〒102-8322 東京都千代田区北の丸公園3

東京国立近代美術館内

電話03-3214-2561 FAX03-3214-2576

代表=計生一郎

編集長 森口 陽

編集委員 草薙奈津子 高島直之 建畠 哲

ヨシダ・ヨシエ

協 力 小林季記子 (事務局)