

## ポストモダン時代におけるミュージアム・イメージの拡張

村 田 麻里子

### The Expansion of Museum Image in Postmodern Japan

Mariko MURATA

#### Abstract

This paper aims to describe the evolution of postmodern museums in Japan. Mainly in Europe and the United States, the so-called postmodern museums are expanding: they are mega, spectacular, and popular. In Japanese museums, however, postmodernism evolved in a different way: as a dissociation of museums and its image. In other words, while the 'hakubutsukan' administration could not literally pursue the postmodern movement, spectacular and fashionable images of museums are presented and represented through the media, affecting people's museum image. It is the aim of this paper to outline this phenomenon, and to reconsider why postmodern museums in Japan came out to be this way.

Keywords: museums, postmodernism, image, 'hakubutsukan' administration

#### 抄 録

本稿では、ポストモダン時代を迎えて拡張し続ける欧米のミュージアムの波と、それに連動して起きている日本独特のポストモダン現象を描き出すことを目的とする。近代主義的な拡張への欲望を焼き直すような形でメガ化・スペクタクル化・ポピュラー化する欧米のミュージアムとは異なり、主に行政機関として運営されてきた日本では、そのような拡張は起こり得ない。その結果、日本ではミュージアムそのものが拡張するかわりに、メディアを媒介とするミュージアム・イメージが拡張しているのではないだろうか。日本のミュージアムのポストモダン現象とは、このような言説と実体の乖離、または二重構造としてむしろ説明することができるのである。それは高度に成長したメディア社会を反映した事象であると同時に、実はこれまでの日本の博物館の歴史を現代的な形でなぞりなおしたにすぎない。一連の過程を通して、日本におけるミュージアムの意味について再考する。

キーワード：ミュージアム、ポストモダン、イメージ、博物館行政

1. はじめに
2. グローバリゼーションとミュージアムの拡張  
拡張するミュージアム  
モダンからポストモダンへ  
ミュージアムから美術館へ——視覚文化と国際主義
3. ミュージアム・イメージの拡張  
日本のミュージアムをめぐる2つの状況  
「冬の時代」の博物館行政  
モードとしてのミュージアム
4. 言説と実体の乖離が意味するもの
5. さいごに

「スペクタクルとは、イメージと化すまでに蓄積の度を増した資本である。」

— ギー・ドゥボール

## 1. はじめに

ミュージアムは、モダニズムと切っても切れない関係にある——少なくとも、90年代に入るまでは、そのように言うことができた。しかし、その後のミュージアムは劇的な変化を迎え、もはや「ポストモダン時代に入った」との認識が押し寄せている。この変化をひとまず目に見えるかたちで体現しているのが、ヨーロッパやアメリカの各地で急増している巨大で奇抜なミュージアム建築（表1）と、カフェやショップといった展示以外の部分の充実ぶりである。ミュージアムはかつての啓蒙主義的な重たさや堅苦しさを捨て去り、より軽やかで楽しく、大衆にアピールする空間へと変貌を遂げ、それにより世界中から観光客を引き寄せている。

こうした新しい世代のミュージアムにみられる「メガ化」や「スペクタクル化」さらには「ポピュラー化」といった現象の波は、日本へも押し寄せている。海外における一連の増改築で、日本の建築家が活躍していることもその牽引役となった。実際にポストモダン世代のミュージアムが日本列島にも複数誕生している。それらの情報は、雑誌、新聞、テレビなどのマスメディアを通じて、華やかで明るいイメージと共に私たちの元に届く。とりわけ雑誌媒体では、国内外のミュージアムが美しい写真と装飾された文言で繰り返し紹



図1 ニューミュージアム (米・ニューヨーク). 箱を積み上げたような奇抜な概観は SANAA によるデザイン. (筆者撮影, 以下同様)

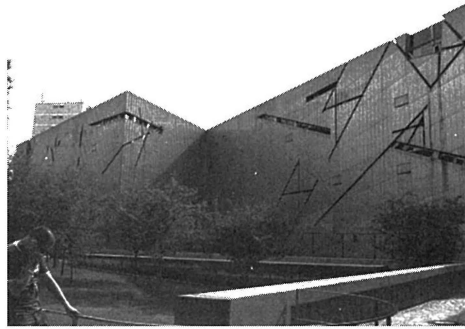


図2 ユダヤ博物館 (独・ベルリン). 建物にはいくつもの亀裂が走り, 凄惨な歴史のメタファになっている.

介されてきた。

しかし、それが日本におけるミュージアムの実体かという点、状況はだいぶ異なる。日本のミュージアム＝「博物館」は公立の施設が大半で、その運営は公的な制度や予算に規定されているのが現状である。この不況下において、予算は削減されることはあっても、増えることはまずない。さらに独立行政法人制度と指定管理者制度の導入により、運営は厳しさは増すばかりである。一見華やかな言説とは裏腹に、ミュージアムの現場は苦しい状況に追い込まれている。その意味で、新しい世代のミュージアムにとって輝かしい未来があるということはなさそうである。

その結果、日本では、言説としてのミュージアムの拡張現象が起きているように思う。それはミュージアムそのものの拡張というより、ミュージアム・イメージの拡張である。ミュージアムは、「知的」で「お洒落」な空間であることや、ミュージアムに休日に出かけることが「豊かな」ライフスタイルであることが、メディアを通じて言説として構築される。それはミュージアムに向ける私たちの「まなざし」を構成し、同時にミュージアム自体の振る舞いや、そこに生起するコミュニケーションにも作用する。拡張されたミュージアム・イメージは、あたかもミュージアム自体が拡張しているかのように消費される。結果として、言説を身体化した一部の新しい世代のミュージアムと、そうした言説から取り残された多くの旧来型博物館が、断絶し、乖離したままに並んでいるのが、現在の日本のミュー

表1 2000年以降のミュージアム開館例

開館	ミュージアム	建築家	種別	国	都市
2000	テート・モダン	ヘルツォーク&ド・ムーロン	新築(再利用)	イギリス	ロンドン
2000	大英博物館(グレートコート)	ノーマン・フォスター	改築	イギリス	ロンドン
2001	ビューリッツァー美術館	安藤忠雄	新築	アメリカ	セントルイス
2001	ユタヤ博物館(新館)	ダニエル・リベスキンド	新築	ドイツ	ベルリン
2002	インベリアルウォー・ミュージアム・ノース	ダニエル・リベスキンド	新築	イギリス	マンチェスター
2002	兵庫県立美術館	安藤忠雄	新築	日本	兵庫県神戸市
2003	ローゼンタール現代美術センター	ザハ・ハディッド	新築	アメリカ	シンシナティ
2003	森美術館	リチャード・グラックマン	(設計)	日本	東京都港区六本木
2004	ニューヨーク近代美術館(MoMA)	谷口吉生	増築	アメリカ	ニューヨーク
2004	サムソン美術館リウム	OMA,ジャン・ヌーヴェル,マリオ・ボッタ	新築	韓国	ソウル
2004	金沢21世紀美術館	SANAA(妹島和世+西沢立衛)	新築	日本	石川県金沢市
2004	地中美術館	安藤忠雄	新築	日本	香川県直島町
2005	デ・ヤング美術館	ヘルツォーク&ド・ムーロン	新築	アメリカ	サンフランシスコ
2005	ウォーカー・アートセンター	ヘルツォーク&ド・ムーロン	新築	アメリカ	ミネアポリス
2005	パウル・クレア・センター	レンゾ・ピアノ	新築	スイス	ベルン
2005	国立ソフィア王妃芸術センター	ジャン・ヌーヴェル	増築	スペイン	マドリッド
2005	オードロップゴッド フランス印象派美術館	ザハ・ハディッド	増築	デンマーク	コペンハーゲン
2005	九州国立博物館	菊竹清訓+久米設計	新館	日本	福岡県太宰府市
2006	デンバー美術館(新館)	ダニエル・リベスキンド	新築	アメリカ	デンバー
2006	トレド美術館ガラスパビリオン(別館)	SANAA(妹島和世+西沢立衛)	新築	アメリカ	トレド
2006	パラッツォ・グラッシ	安藤忠雄	新築(再利用)	イタリア	ベネチア
2006	青森県立美術館	青木淳	新築	日本	青森県青森市
2006	ケ・ブランリー美術館	ジャン・ヌーヴェル	新築	フランス	パリ
2007	アクロン美術館	コープ・ヒンメンブラウ	増築	アメリカ	アクロン
2007	ニューミュージアム	SANAA(妹島和世+西沢立衛)	新築	アメリカ	ニューヨーク
2007	デンバー現代美術館	デヴィッド・アジェイ	新築	アメリカ	デンバー
2007	ロイヤル・オンタリオ博物館	ダニエル・リベスキンド	増築	カナダ	トロント
2007	プラド美術館	ラファエロ・モネオ	増築	スペイン	マドリッド
2007	ルールミュージアム	OMA	改築	ドイツ	エッセン
2007	国立新美術館	黒川紀章	新築	日本	東京都港区六本木
2007	サントリーミュージアム	隈研吾	新築(設計)	日本	東京都港区六本木
2007	坂の上の雲ミュージアム	安藤忠雄	新築	日本	愛媛県松山市
2007	横須賀美術館	山本理顕	新築	日本	神奈川県横須賀市
2008	ブロード現代美術館	レンゾ・ピアノ	新築	アメリカ	ロサンゼルス
2008	ネルソン・アトキンス美術館(新館)	ステイブ・ン・ホール	新築	アメリカ	カンザスシティ
2008	コロムバ・ケルン大司教区美術館	ピーター・ズントー	増築	スイス	ケルン
2008	十和田市現代美術館	西沢立衛	新築	日本	青森県十和田市
2009	シカゴ美術館	レンゾ・ピアノ	増築	アメリカ	シカゴ
2009	パリッシュ美術館	ヘルツォーク&ド・ムーロン	新築	アメリカ	ニューヨーク
2010	ボストン美術館(新館)	ノーマン・フォスター	増築	アメリカ	ボストン
2009(予定)	国立21世紀美術館	ザハ・ハディッド	新築	イタリア	ローマ
2009(予定)	ボンビドゥーセンター・メッス(分館)	坂茂	新築	フランス	メッス
2009(予定)	ルーブル美術館分館(ルーブル・ランス)	SANAA(妹島和世+西沢立衛)	新築	フランス	ランス
2011(予定)	マイアミ美術館	ヘルツォーク&ド・ムーロン	新築	アメリカ	マイアミ
2011(予定)	ブザンソン芸術文化センター	隈研吾	新築(再利用)	フランス	ブザンソン
2012(予定)	テート・モダン・エクステンション	ヘルツォーク&ド・ムーロン	増築	イギリス	ロンドン
2012(予定)	グッゲンハイム・アブダビ	フランク・O・ゲーリー	新築	アラブ首長国連邦	アブダビ
2012(予定)	ルーブル・アブダビ	ジャン・ヌーヴェル	新築	アラブ首長国連邦	アブダビ

\*廻るとキリがないので2000年以降とした。また当然全てを網羅したものではない

ジウム風景である。

このように書くと、あたかも欧米に比べて日本のミュージアムが遅れていると一蹴しているように聞こえるかもしれないが、それは本意ではない。また、マスメディアが現状とは異なる情報を流しているなどと言っているのでもない。記号としてのミュージアムが膨らませるイメージと、それに伴うイメージ産業の肥大化こそ、日本におけるミュージアムのあり方について多くをもの語っている。ここではこうした現象そのものを、日本のミュージアムの現状として捉え、着目してみたい。

これまでの論考 (村田、2009) でみてきたように、日本の「博物館」は、明治維新以降その歴史を積み重ねてきたインスティテューション (制度・組織) であり、もっか起きている現象も、当然その歴史性のうえに成り立っているはずである。そうした観点から考えると、むしろいま起きている現象こそが、日本におけるポストモダン時代のミュージアムの存在の仕方だといえる。本稿では、上記のようなミュージアム・イメージの拡張について、言説と実体とをすり合わせながら、いまの日本のミュージアム状況について検討していく。

以下、本稿の構成である。

まず「2」では、20世紀以降の欧米圏のミュージアム動向を大まかに振り返り、モダニズムからポストモダニズムという流れを歴史的に概観する<sup>1)</sup>。また、昨今のミュージアム建設ラッシュが、ミュージアム (museum) 全般というよりむしろ美術館 (art museum) に限定的である現状を見据え、その理由について考察する。

続く「3」では、そのような欧米圏からの影響を確実に受けている日本のミュージアム状況について検討する。まずは今の日本の「博物館」の状況について概観する。そこから浮き彫りになるのは、ミュージアムが二極化している現状である。次に、この二極化の一方を担うミュージアム・イメージの拡張について、雑誌媒体におけるミュージアムの言説分析を行いながら検討する (主にファッション誌とライフスタイル誌を取り上げる)。いったいミュージアム・イメージとはどのようなもので、なぜそうしたイメージが創出されるのかについて考えたい。そのうえで、こうした乖離現象、あるいは二重構造が何を意味す



図3 アムステルダムスキポール空港には、国立美術館のミュージアムショップと小さな展示室がある。



図4 ルーブル美術館（仏・パリ）の中庭につくられたペイによるガラスのピラミッド。

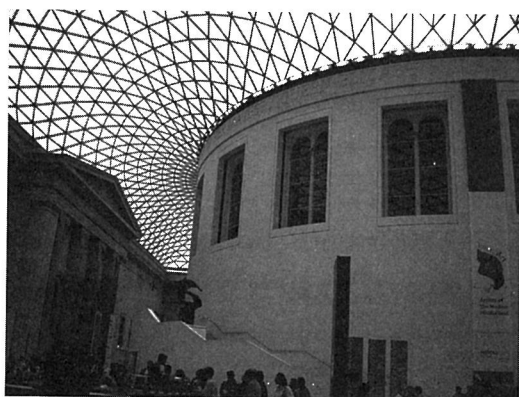


図5 大英博物館（英・ロンドン）、コートヤードに屋根をつけて空間を再生させた。



図6 MoMA（米・ニューヨーク）、ニューヨークの狭い土地と旧館の構造を有効活用した谷口吉生による増改築。

るのかについて検討してみる。そこでは、日本におけるポストモダン時代のミュージアムの特徴がみえてくるはずである。

ちなみに本稿は、現在執筆中の「ミュージアムのメディア論」構想の一部をなすものである。これまでに執筆した内容に言及する際はなるべく再度解説するよう心がけたが、それでも若干唐突に聞こえたり、読みにくい印象は免れないかもしれない。関連するこれまでの論文(村田、2007・2008・2009)は、参考文献一覧に挙げておいた。

## 2. グローバリゼーションとミュージアムの拡張

### 2.1 拡張するミュージアム

グローバリゼーションは世界を「狭く」した。あらゆる境界線が溶け出し、垣根が取り払われ、人・モノ・情報が絶え間なく往来するようになった。とりわけ娯楽を目的とした人の移動、すなわち観光産業は拡大しつづけ、その結果、ミュージアムにも大量の観光客が送り込まれている。そして、それに応えるかのように、あるいはそれを貪欲に吸収するかのように、ミュージアムは拡張しつづけている。

かつてフレデリック・ジェイムソンは、ポストモダンとは「大学、美術館、アートギャラリーのネットワークと基盤を征服している支配的高級モダニズム」に対抗する明確な反動であり、また「高級文化(ハイカルチャー)とポピュラーカルチャーをはじめとするあらゆる境界線や差異の消滅」であると説いた(ジェイムソン、2006:12)。実際、ミュージアムはモダニズムの申し子であり、啓蒙主義や教養主義の結実した空間である。しかし、昨今では、ミュージアムにそびえたつ「高級モダニズム」の壁は決壊し、文字通りの大衆と、大衆文化が流れ込んでいる。そしてその流入をミュージアムは積極的に引き受け、さらに誘致し、自分たちの糧にしようとしている。

ペイによるガラスのピラミッドが賛否両論を巻き起こした1993年のルーブル大改造、大英博物館の改修やテート・ギャラリーの拡張を織り込んだロンドンのミレニアムプロジェクト(2000年)、谷口吉生の建築デザインが好評を博した2004年のニューヨーク近代美術館(MoMA)リニューアルオープン。これらはその変化を象徴するほんの一例だ。いずれも、混雑の解消や導線の確保、展示空間や収蔵庫の拡大を目的とした増改築である。ペイのピラミッドは、中庭にあたるナポレオン広場を掘ってエントランスを設け、そこから客をいれて四方に散らすための仕掛けだ。大英博物館は、しばらくデッドスペースとなっていたコートヤードにガラス張りの屋根をつけ、やはり大量の客を裁ける空間になっている。テ

ート・ギャラリーは、コレクションを時代に分けて複数館へと分散させ、新たに火力発電所を改装したテート・モダンをオープンさせた。これにより、荒廃したサザーク地区の再開発を狙った。もっかテート・モダンは館内の過密状態と収蔵庫不足を解消するために、さらなる拡張工事に着手しており、2012～16年の完成を目指している。ニューヨーク近代美術館（MoMA）は、ただでさえ手狭なニューヨークで、土地の売買という資産運用によってまわりの土地を入手し、その面積をほぼ1.5倍も拡張した。将来的にもこの「不動産ゲーム」は継続され、さらなる展示スペースの拡張が図られる予定だという。

いや、単に館自体が巨大化しているだけではない。ミュージアムの外（たとえば街中や空港など）にコレクションを展示する空間やショップが独立して設けられ、地方都市には分館が建設されている（たとえばルーブル・ランスやポンピドゥー・メッス）。拡張の動きは国内にとどまらない。昨今話題になったグッゲンハイム・ビルバオや、ルーブル・アブダビ計画はいずれもブランド力を有すビッグネームの美術館が国外進出を目論んだものだ。もはやミュージアムの分厚い壁を、「開かれた館」への障害物だと捉える見方は完全に消えうせつつある。むしろそれらの拡張は、奇抜で大胆なビジュアル効果とミュージアムブランドとが織り成す一大スペクタクルとして効果を発揮している。

90年代に始まった未曾有のミュージアム建設ラッシュは、21世紀を迎えてはや10年経とうとしている今も、その動きを加速させながら続いている。ここでいう建設とは、主に増築や改築を主としながら、分館や新館建設をも含む、いわばミュージアムの建築的な拡張をさす。こうした現象を表層的に形容すれば、それはミュージアムのメガ化であり、スペクタクル化である。しかし、それは、より本質的には、ミュージアムという「場」の意味の変化を示唆する。ミュージアムは市民革命以来背負ってきた啓蒙的で「市民のため」の教養を押し付ける威圧的な空間から、よりマーケット志向で娯楽重視の観光スポットへとシフトしている。それは、さらに突き詰めていくと、社会におけるミュージアムの意味自体に変化が起きていることを意味する。

その変化を一言で説明することも、ひとつの大きな枠の中で語ろうとすることも、この多様な時代状況下ではもはや不可能である。しかし、そこにはいくつかの共通した現象がみられるのも事実である。

## 2.2 モダンからポストモダンへ

より正確には、この大きなうねりの出発点は1977年のパリ・ポンピドゥーセンターの開館にまで遡る。ジョルジュ・ポンピドゥー大統領（当時）の強い意向でつくられたこの施



設は、建築家レンゾ・ピアノとリチャード・ロジャースによる鉄筋や配管むき出しの奇想天外な建築と、図書館・美術館・フィルムセンターなどの文化施設を複合的に束ねるといふ発想で話題を呼び、今日にまでつながるひとつの新しいモデルをつくった。その意味で、それまでの近代型ミュージアムからの脱却は、ここに始まるといえる<sup>2)</sup>。しかし、昨今のミュージアム現象がこうした流れと地続きにあるとはいえ、90年代以降の現象は、やはり70~80年代の動向とは切り離して語られることが多い（より明確にポストモダンへと移行したという意味において）。

「ポストモダニズムの到来は美術館の立場を根本的に変えた。…（中略）…もともとモダニズムは美術館にふさわしいものであった。階層性、年代順配列、秩序、各目別分類を好む美術館は傾向として、モダニズムと同じものを好んでいたが、一方ポストモダニズムは主義として、反階層性、反年代順配列、反秩序、反分類の立場であった。」  
（シュバート、2004：67）

ここでは、これまでミュージアムを貫いてきた価値観が大きく転倒しつつある状況が端的に言い表されている。すなわち、モダニズムの申し子であった美術館がその延長線上に迎えることになったポストモダンという状況の変化の大きさと、それによる混乱が指摘されているのである。では、具体的にはどのようなことか。概観の変化もさることながら、重要なのは展示空間や展示の概念が変化してきたことである。

「いずれにしても、私たちが提起しているのは、「ホワイト・キューブ」という言葉に集約されるようなモダニズム的なディスプレイ概念、そのための固定的な枠組みとしての美術館デザインといったものを超えて、現代の文化を織りなしている複合的な知の錯綜の中に、「美術館」と呼び慣わされてきた装置を乗り出させてゆこう、ということである。」（太田ほか、2000：26-27）

「ホワイト・キューブ」は、しばしばモダニズムを代表する展示空間の有り様として語られる。四方を取り囲む真っ白い壁と、天井からの光源——それは展示室の壁を絵画がびっしりと埋め尽くしていた19世紀以前の展示室とは対照的な光景として、ミュージアムを近代的な空間につくりかえていった。ブライアン・オドハティによれば、印象派以降の絵画が遠近法を脱し、明確な中央（消失点）と縁をもたなくなったのに呼応して、壁がフレーミング

の役割を果たすようになった結果だという (O'Doherty, 2000)。ホワイト・キューブの壁は主張せず、作品を最大限に引き立てる展示空間として一部のアーティストたちに依然として人気がある。しかし、90年代以降、インスタレーション、ビデオアート、パフォーマンス・アートをはじめ現代アートの表現方法が多様化し、従来型のホワイト・キューブではそれらを収めきれないという感覚が蔓延しはじめる。シュバートが指摘した「階層性、年代順配列、秩序、各目別分類」といったモダニズム的価値観が、徐々に受け入れられなくなってきたのだ。この感覚は、以下でも共有されている。

「私は、文字どおり「ポストモダン」と呼ぶことのできる21世紀の美術館の来るべき地平は、まさにこの「第三世代の美術館」<sup>3)</sup>と「空想の美術館」<sup>4)</sup>の相似と相違、両者の合間に見出せるのではないかと考えている。モダニズム的な価値観に従った作品の収集・分類から、フレキシブルな空間原理を生かして、現代美術の最前線ともより密接に連動した再構成を重んじた空間への移行——これこそが、現在世界各地で新築・増改築のラッシュをむかえている多くの美術館にもっとも顕著に認められ、また「ヴァーチャル・ミュージアム」の可能性にも対応した傾向なのではないだろうか?」(暮沢、2002: 211-212、下線は引用者)

ここでも、ミュージアムがモダニズム的な価値観から次の段階へと移行しつつあることが、展示空間と、そこに展示される現代美術の変化に沿って説明されている。そして、昨今のメガミュージアム現象がそれと連動した動きであるとの認識がみられる。つまりモダンからポストモダンへの以降は、アートの潮流と深く関わっているのである。

アートの潮流に呼応したミュージアムの変化——この流れをつくったのは、ニューヨーク近代美術館 (以下、MoMA) である。1929年、リリー・P・ブリス、メアリー・Q・サリヴァン、アヴィ・A・ロックフェラーという3人の女性コレクターの個人コレクションを基盤にして開館した当時は、モダンアートなど見向きもされなかった。そんな中、辣腕をふるったのが初代館長のアルフレッド・H・バーである。バーの元でMoMAは文字通りモダンアートの流れをつくっていった。ジャクソン・ポロックらの絵画と、それを後押しするクレメント・グリーンバーグらの美術批評によってMoMAが抽象表現主義運動の拠点となったことは、よく知られている。しかしおそらくバーの一番の功績は、モダンアートという枠組みを、今につながる視覚文化 (ビジュアルカルチャー) 全体に広げたことであ

る。絵画・彫刻という従来の部門に加え、写真・建築・工業デザイン・映画などが、モダンアートの範疇として大胆に取り入れられた。中でも建築部門は複数の展覧会を通じて、新たなデザイン概念を強力に提唱して行った。そんな MoMA 発の「インターナショナル様式」<sup>5)</sup> がその後のモダニズム建築の基本原理になっていったことは、知られるとおりである。つまり、今のアートの潮流とミュージアムがセットで語られる系譜は、元を正せばここで出来上がったのである。

MoMA の出現にいたるまで、芸術都市を誇っていたのは、圧倒的にヨーロッパであった。18世紀後半はパリ、19世紀後半はロンドン、そして20世紀始めはベルリン。一方のアメリカのミュージアムは、ヨーロッパのスタイルを真似た新古典主義の重々しい建物の中に、ヨーロッパから買い漁った作品を収めていただけだった<sup>6)</sup>。しかしナチスの台頭は、すべてを変えた。ベルリンは徹底的な打撃を受け、それまで一大コレクションを築きあげていた博物館島のミュージアムからは、作品が散逸していった。そして、多くの作品が新天地アメリカへと流れていった。戦争によって廃墟と化したヨーロッパを尻目に、ヨーロッパの形式を真似てミュージアムの基礎がつくられていた新世界アメリカは、戦火を逃れた。そのことが幸いして、いっきに芸術の拠点として注目されるようになったのだ。気がつくと、アートの拠点は完全にヨーロッパからニューヨークへと移っていた。もちろん、その牽引役が MoMA だったことは言うまでもない。

ヨーロッパの巻き返しはここからはじまる。アメリカに対抗する新しい概念、新しい原理が必要とされる中、そのテコ入れのために登場したのが、ポンピドゥー・センターだったのである。

1977年に開館したポンピドゥーは、先にも述べた通り複合施設であることを特徴とした。すなわち、美の殿堂であることをやめ、美術館・図書館・フィルムセンター、さらにはドアの向こうに広がる街との仕切りのない施設であることが目指された。開催された企画展は「パリー・ニューヨーク展」「パリー・ベルリン展」「パリー・モスクワ展」といった按配に、敢えて今世紀の芸術運動を複線で捉えようとするものだった。打ち出されたコンセプトの随所に、MoMA への対抗意識が伺える。

ポンピドゥーは、再びヨーロッパに注目を集めることにある程度成功した。そして、シュバートによれば、このポンピドゥー以降は、もはやミュージアムの歴史を単線で語ることはできないという。

「少数の美術館が「指針を示す」のではなく、今日では多数の美術館が特別の文化的、

国家的、政治的、経済的状况に対して  
独自の見方を展開するようになった。」  
(シュバート、2004：72)

すなわち、MoMAのミュージアム界における独占的な位置が緩和され、さまざまな価値観をもつミュージアムが誕生しはじめたということである。そしてヨーロッパにとっては、戦後引きずっていた「古いヨーロッパ」からの脱却と再生を意味した。折しも70年代のヨーロッパは戦後復興と経済再

建が順調に進み、世界的な旅行ブームに乗って観光客が押し寄せはじめる。

こうして今につながるアメリカとヨーロッパ両者のミュージアム建設ラッシュが始まったのである。ヨーロッパのミュージアムをして急速にポストモダンに向かわせた原因は、過去（戦争の傷跡）との決別と、アメリカへの対抗心だったといえる。

世界のミュージアムを塗り替える次なるきっかけをつくったのは、なんとといってもグッゲンハイムの存在であろう。館長トマス・クレンズのもと、グッゲンハイムは世界各国に分館を設ける戦略を展開した。ニューヨーク五番街にあるグッゲンハイム美術館以外にも、ソーホー地区の分館（1992年開館、2001年閉館）、イタリア・ベネチアのベギー・グッゲンハイム・コレクション（1979年開館）、グッゲンハイム・ベルリン（1997年開館）、ラスベガスのグッゲンハイム・ラスベガス（2001年開館、2002年閉館）とグッゲンハイム・エルミタージュ・ミュージアム（エルミタージュのコレクションを借りてきてラスベガスに展示するというプロジェクト。2001年開館、2008年閉館）と精力的に活動を広げた。さらにスペイン・バスク地方のビルバオ館は2007年に開館し、フランク・O・ゲーリーの奇抜な建築が話題を呼んだ。

全般的に経営がいまひとつ成功しなかったことも災いし、そのあまりのビジネス的な手法に「フランチャイズ方式」との非難を浴びたが（ミュージアム界には一方でビジネスに対するアレルギーがある）、いまの拡張路線の先鞭をつけたことは間違いない。もともとアメリカのミュージアムは大企業や個人の寄付によって賄われており、こうしたビジネス手法はどの館にとっても無縁のことではない。公的資金が投入されているヨーロッパのミュージアムでさえ、寄付金をいかに集めるかは常に課題だ。その意味で、グッゲンハイムは

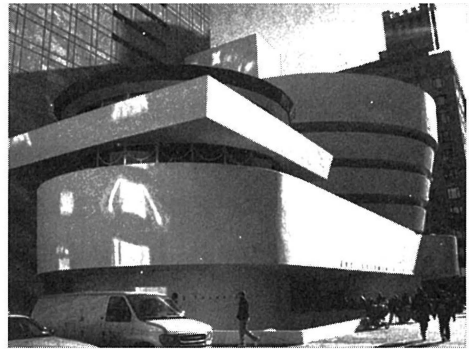


図7 グッゲンハイム美術館（米・ニューヨーク）の奇抜な建築は、50年の歳月を経た今でもひと際目を引く。

グローバル化に対応した、ひとつのミュージアム・ビジネスモデルを先取りしていたといえる。この頃から、アメリカのミュージアムは、教育機関としての存立を強調・強化する軸から、観光・エンターテインメントの軸へと着実にシフトしはじめた（より厳密には、教育とエンターテインメントが矛盾しないものとして提示され始めた、といったほうが正確かもしれない）。

ミュージアムの拡張は波及した。大きな傾向としては、アメリカの地方都市に続々と新築が建設されているのに対し、歴史的な街並みを残すヨーロッパでのミュージアムでは、増築や改築も多くみられる。しかし、新築は既存の建物を改築するよりはるかに負担が少ない。古い建物の改修は技術的にも難しく、かつデザインに制限がつくため、建築家は自分の理想を追求しにくい。それに加え、ミュージアム建設を手がけた政治家やスポンサーが自分の名前や寄付金を新しく目立つ形で使ってほしいと望むのも当然のことだ。昨今の建設ラッシュの背景には、ビジネス以外にもこうした社会的・政治的なベクトルが働いている。

また、ひとつの館の拡張計画自体も、多岐にわたる。たとえばルーブルの拡張計画には今のところ3つの方向性が提示されている<sup>7)</sup>。ひとつは、分館をつくるかたちの拡張モデルである。これはランスという古い炭鉱都市（決して文化的に裕福とはいえない）に敢えて白羽の矢をたて、町おこしを兼ねたルーブル・ブランドの普及を目的としている。もうひとつはパートナー関係を結ぶ、という方法である。一定期間コレクションや展覧会を提供する方法で、たとえば日本では毎年ルーブルのコレクションを出展する展覧会を組織している。また、アメリカのハイ美術館とは3年間の契約を結び、新ウィングに順次ルーブルのコレクションを展示している。そして3つ目の拡張として、ルーブル・アブダビ計画があげられる。この計画は、外国への進出という以上に大きな意味がある。というのも、これはコレクションと名称（ブランド）を貸し出す、という拡張モデルなのである。すなわち実際のミュージアムは、アブダビで独立しており（コンサルティングは行うが）、一つ目のモデルのような分館とは区別される。さらに、ルーブルのみならず、オルセー美術館やポンピドゥー・センターなど複数のフランスの国立ミュージアムから作品を貸し出すかたちになるという。その政治性や効果はともかくとして、フランスの全土からアブダビに作品が送り込まれるこの構図は、新しいミュージアム・モデルであるといえる。

ちなみに、ルーブルのみならず、2012年にアブダビにはあわせて4つの美術館ができる計画だ。残る3館は、グッゲンハイム・アブダビ、海洋博物館、そして国立博物館である。アブダビはまさにミュージアムの拡張を象徴する都市なのである。

こうして、モダニズムの時代を経て、ミュージアムはポストモダン時代へと突入した。もっか、拡張の時代の真っ只中であるということが出来る。

ここまでかなり乱暴にだが、モダンからポストモダンへと欧米のミュージアムの歴史を概観してみた。こうした流れに対し、当然批判もある。とりわけとどまることをしらない拡張路線（近年ではアジアにも波及している）には、商業主義に走りすぎている、日和見的な拡張でヴィジョンがみえない、新植民地主義だ、などといった辛辣な声が多方面から聞こえてくる。これらはどれも一理あるが、一方で、もはやかつての教育的で啓蒙的な装置にミュージアムを戻すことは出来ないのも事実である。資本主義とグローバリゼーションの流れに、ミュージアムだけが逆らうことはできない。

### 2.3 ミュージアムから美術館へ——視覚文化と国際主義

ところで、ここまで20世紀の欧米のミュージアムの歴史を、あたかも美術館しか存在しないかのように語ってきたことに違和感を覚えたかもしれない。というのも、筆者はこれまでの論考では、ミュージアム（museum）の一種類である美術館（英語に訳せば art museum）に特化して書いてくることはしなかった。むしろミュージアムというインスティテューション（制度・組織）を意図的に束ねる概念を模索してきた。しかし、現代のミュージアム事情を語るにあたって、ここでは「美術館」にフォーカスせざるをえない状況が生まれている。

なぜなら、このミュージアム建設ラッシュの主役は、圧倒的に美術館だからだ。いまや美術館は他のミュージアムと比べて一人勝ちの様相を呈している。それは一義的には中国をはじめとするアートマーケットの拡大とセットで語られるが、究極的には、いまのポストモダン現象が、MoMAを軸としてアメリカがミュージアム界の覇権を握ったモダニズムの時代の延長線上にあることを意味している。モダンからポストモダンというポンピドゥー以降の流れそのものも、源流はMoMAが作り出したモダンアート＝視覚文化全般、という枠組みから逃れることはできない。アートを中心としてミュージアムが動くことは、約束されたのだ。その意味で、シュバートの言うとおり、「ポストモダニズムはモダニズムの変形」（シュバート、2004：67）なのだ。

いや、単に美術館が主役というだけでは、いまの現象は説明しきれない。それだけでなく、いまやすべてのミュージアムが美術館になろうとしているのである。人類学博物館（民族学博物館）、科学博物館、自然史博物館、民俗博物館を含む、すべてのミュージアム

が、である。もはや単なる教育や啓蒙のためにミュージアムを存続させることは不可能に近い。ミュージアムが観光地になり、大衆化するということは、エンターテインメントを期待されることを意味する。そしてエンターテインメントにならなければ、運営＝経営は成り立たないところまで来ている。たとえばパリのケ・ブランリ美術館における、民族誌資料からアート作品へという方針の転換は、その代表例である<sup>8)</sup>。民族の風習や文化をそのまま語っても人は見向きもしない。「エキゾチック」な展示物は、よりエキゾチックにみせることが「正しい」選択なのである。科学館や自然史博物館もしかりである。恐竜の骨ですら、惑星のモデルですら、デザイン的に美しく展示されていなくてはならない。それはギー・ドゥポールのいうようにまさになにもかもがスペクタクル化された状態である。

ところで、すべてのミュージアムが美術館化されてゆくにあたって、もうひとつの側面も見逃せない。それは、ミュージアムの拡張の必然として、国際主義にならざるをえないという状況と関係している。ミュージアムのアート化現象は、多文化主義（マルチカルチュラルリズム）の流れと連動しているのだ。グローバル化で世界が狭くなるにつれ、異文化に対する敬意や尊重は、今や国家の共存と反映にとって不可避の選択肢である。世界中の観光客を集めて収益を得なければ、すでに大事業となっているミュージアムはまわらない。自国の外（他国）に分館をつくるなどの事業展開も、当然ここには含まれる。その意味で、過去の植民地主義的な「まなざし」や、人種的・文化的にセンシティブな問題を必ずしも喚起しなくても済むアートは、いまの潮流に適している。もちろん、これはあくまで相対的ということにすぎない（アートがそのようなメッセージを含まないと言っているのではない）。しかしデザイン重視のプレゼンテーションすることで、歴史性・政治性を排除したことへの批判を免れる、ということは十分にありうる。それはもはや植民地主義の歴史は語らないという選択肢である。脱歴史主義・脱植民地主義と視覚文化とは、密接につながっているのだ。

もちろん、それでもミュージアムは異文化の問題を完全に免れることはできない。そもそもその成り立ちが、そうはさせてくれないのである。たとえば先に取り上げたルーブル・アブダビ館をめぐる議論になっているのが、ひとつにはヨーロッパの拡大路線であり、もうひとつは、ヨーロッパのキリスト教文化をめぐるものである。言うまでもなく西洋文化の成熟は、東洋の植民地化という拡張政策によって成立した文化である。したがって、この期に及んで再びアブダビにそのようなものを建設するのかといった批判が一部からは上がっている。ルーブルの持ち込む作品に関しても議論がある。イスラム圏においてキリストを崇める作品を展示することや（もとよりイスラム圏は偶像崇拜を禁止している）、女性の

裸体を題材にした絵画を持ち込むことへの懸念が指摘されている。こうした文化摩擦は避けられないからこそ、西洋の過去をずっしりと背負うミュージアムが、一瞬で視覚的な快楽をもたらすデザイン重視にシフトしていくのはむしろ必然といえる。

このように、ポストモダン世代のミュージアムのひとつの特徴は、あらゆるミュージアムの美術館化現象であった。それには、資本主義に伴うスペクタクル化と、グローバリゼーションにともなう多様化・脱植民地主義化が深く絡んでいる。

### 3. ミュージアム・イメージの拡張

#### 3.1 日本のミュージアムをめぐる2つの状況

こうしたポストモダン現象は、欧米の動向に常に敏感な日本にも波及している。ここからは、日本におけるミュージアム<sup>9)</sup>をめぐる動きが、欧米とどのように共通するのか／しないのか、という観点から考察する。

これまで、日本のミュージアムは公共物という側面が強すぎて、奇抜な建築が誕生する土壌はなかった。しかし、2000年を過ぎたあたりから、急速に変化がみられる。2003年の森美術館、2004年の国立国際美術館、2005年の金沢21世紀美術館、同年の九州国立博物館、2006年の青森県立美術館、2007年の国立新美術館およびサントリー美術館（ともに六本木ミッドタウン）、2008年の十和田市現代美術館…。その変化は、これまでの欧米圏におけるじわじわとした動きとは対照的に、突如、爆発的に起きている。つまり歴史から徐々に醸成したというよりも、欧米圏から押し寄せた波に乗じて、という感が強い。増築ではなく、新館建設が多いことも、突然の変化を象徴しているように思われる。



図8 国立新美術館（東京・六本木）。故・黒川紀章による巨大な建築。

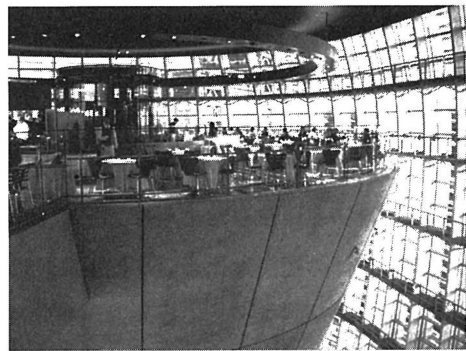


図9 国立新美術館内の高級レストラン「ポール・ボキューズ」はまるで天空に浮いたよう。



おしゃれなカフェやレストランの併設、ミュージアムショップのグッズ開発など、細部の充実ぶりも目に見張るものがある。それらはガラスを多用した開放的な空間づくりやショーウィンドウのような美しい演出といった建築的・空間的な側面とセットである。そのほかコンサートやファッションショーを開催する館や、子供や親子を対象とするイベントを数多く開く館も増えている。ウェディングが挙げられるミュージアムもある。

たとえば2007年に開館した国立新美術館は、なにかと話題をさらっている。故・黒川紀章最後の作品となったこの巨大なガラス建築は、都心の一等地にありながら14000平方メートルもの広大な展示スペースをもつ。ミュージアムのメガ化が目に見える、日本最大規模の美術館だ。最大の特徴は、国立でありながら、かつ「美術館」と銘打ちながら、コレクションをいっさい持たないという点である。博物館法において博物館（美術館を含む）とは「歴史、芸術、民俗、産業、自然科学等に関する資料を収集し、保管し、展示して教育的配慮の元に一般公衆の利用に供」（第2条、傍点は引用者）す機関であると規定されていることから、いかに例外的かがわかる。コレクションの内容が館としての価値につながるという考えが支配的な中、公募団体への会場提供と大掛かりな展覧会（しばし新聞社や放送局が主催し、評価の安定した大物作家を冠する）のみを扱うという方針を打ち出した。館がコレクションを持たないことが、どれだけの経費節減につながるかは想像に難くない。作品の購入・品質管理・記録・修復をはじめとする維持費は、点数が増えれば増えるほどかさむ。収蔵庫のスペースも必要だ。そこを端から「放棄」して大規模展覧会の開催を可能にする空間と経費を創出する方法は、その良し悪しは別として、日本におけるポストモダン世代のミュージアムの特徴をよく表している。

さらに、コレクションを持たないミュージアムのショップは、館から独立したオシャレな情報発信の場を意識した展開をみせている（デザイン家具やグッズを仕入れて販売している MoMA デザインストアを髣髴とさせる）。館内に高級フランス料理「ポール・ボキューズ」が入ったことも話題を呼んだ。ここはいつも中年女性客で賑わっている。

それに加え、当館が圧倒的にファッション誌に登場する回数が多いことも、新しい世代のミュージアムであることを象徴している。館内に車をまるごと入れて展示した写真や、ファッションモデルを立たせた写真など、ミュージアム空間をあたかもファッションとして受容する傾向がみられる。

しかしその一方で、多くのミュージアムがこうした流れとは無縁に存在している。いや、むしろミュージアム・イメージの拡張から取り残されているミュージアムのほうが圧倒的に多いのである。実際、学芸員の声に少しでも耳を傾ければ、このような華やかさは微塵

もないことがわかる。むしろ、それとは全く逆に、きわめて厳しい経済状況が現場に押し寄せていることが伺える。

「それ（厳しい運営状況に追い込まれている現状）を肌で感じている学芸員や美術関係者たちの「冬の時代」という危機感と、若者も含めた一般の利用者たちが受けとめる、一見、華やかなミュージアム文化のイメージは、かなりのギャップがあると思います。」（岡部あおみ、森美術館のインタビューに答えて（森美術館（編）、2008:158））

つまり、日本のミュージアムには二つの顔があることがうかがえる。ひとつは華やかでファッションナブルなミュージアムの顔、そしてもうひとつは、厳しい「冬の時代」にいるミュージアムの顔。この「ギャップ」がなにを意味するのかに関しては後にしっかり考えたいが、ここではひとまず「冬の時代」の舞台裏についてみてみよう。

### 3.2 「冬の時代」の博物館行政

日本のミュージアム＝「博物館」は、明治期の文明開化の一環として誕生した。そして誕生以来、日本社会における象徴的・記念碑的な意味合いを一貫して背負われてきた<sup>10)</sup>。当初は西洋に匹敵する近代国家の象徴として建設されたものであるが、戦時中に西洋文化が否定されてからは、帝国イデオロギーの象徴であることを求められてきた。さらに戦後は民主主義と「もはや戦後ではない」豊かな日本の象徴として、その数は爆発的に増えた。

現在の日本の博物館の基本的な地図が総体として出来上がるのは1980年代である。1969年には260館だった博物館は、1975年には1307館に膨れ上がり、さらに1982年には2080館になっている<sup>11)</sup>。この時期、全国の地方自治体は先を争うように博物館の建設に着手し、その結果、日本列島にいわゆる「ハコモノ」が相次いでつくられた。各方面から「ハコモノ行政」と揶揄され続けながらも、バブルの波に乗って博物館は増え続け、それはバブル崩壊後もおさまらなかつた。これはひとつには、構想から建設に至るまでにタイムラグが生じたことに起因するだろう。長期的に計画されていたものが、バブル崩壊後も継続してつくられたのである。しかし、そればかりではない。誕生以来ずっと背負われてきた記念碑的な意味合いがここでも重要だったため、経済の打撃を超えて一定数は継続してつくられたのである。各都道府県は、「豊かさ」を競い合い、横並びの発想でのこうした博物館建設を次々に行った。建物を建てた後の運営費が建設費以上に必要となってくることは、ほとんど顧みられなかつた。いわば街中に多くみられる石碑や銅像——記念碑として一度設

置すれば終わりだが、既に意味の風化したものが多い——と同じ発想でつくられてきたのである。言わずもがなであるが、バブル崩壊後、大幅に削減されていったのは、博物館の運営予算である。運営費であれば、建設費と比べても弾力的に経済状況を反映させられる。こうして立派な建物と、切り詰められた運営予算という組み合わせが多く発生した。これが博物館が「冬の時代」に突入した経緯である。

ポストモダンの華やかな言説の流れに取り残されたミュージアムの大半はこうした乱立期に立てられたものである。例外もあるが、敢えて枠をつけるとすれば、それは地方にある公立の博物館であるといえるのである。

こうした現場における厳しい現実とは、よくみると一見華やかな新設の博物館にでさえ波及している。たとえば2007年に開館した沖縄県立博物館・美術館では、当初の構想は紆余曲折を経て、大幅なダウンサイジングを強いられた<sup>12)</sup>。沖縄という土地柄政治的な思惑が渦巻いたこともその原因ではあるが、やはり一番の理由は財政難である。また、滋賀県では平和祈念館計画は暗礁に乗り上げたまま<sup>13)</sup>。実際、財政に目を向けると縮小や変更が余儀なくされる例が少なくない。ミュージアムはある程度の敷地と、物理的な建造物と、中の組織の全てが揃わなくては成立しないが、支出から考えていくとさまざまな縮小・変更が行われ、結局当初の整合性がとれなくなってしまうのである。

90年代に入り、もうひとつの現状が博物館を襲おうとしていた。それが、行政から博物館運営が切り離されるという方向性である。先にみたように、公共事業的な発想から建設費は支出されても、運営費という博物館建設後に果てしなく続く費用に関してはあまり想定されていなかった。バブル崩壊後に急激に減らされてきた運営費だったが、ここにきて、博物館は自らの運営費を「稼ぐ」ように宣告されるのである。それが国立博物館の独立行政法人化と、公立博物館の指定管理者制度である。前者は国立の博物館を束ねて法人化するというもの、後者は公立博物館の運営を実質上民間に下請けする、というもので、いずれも博物館が運営面において国家から「自立」を求められる方向にシフトしていることを示すものである。

国立の博物館（および美術館）をそれぞれ統合して独立行政法人が誕生したのは2001年である。独法化した館は、国からの補助である「運営費交付金」と「自己収入」で運営される。つまり、これまでのように国の補助も受けるが、それ以上に自助努力で収入を上げられることを強く求められているのだ。このこと自体は、館の自覚を促すという意味では必ずしも悪いわけではない。しかし問題は、努力によりこの自己収入が上げれば上がるほど、次期のノルマ（自己収入予算額）が上がり、一方で運営費交付金は下がるという事態が起き

ていることである。さりとて、そうした圧力下で館が自助努力を放棄することは許されないことは想像に難くない。したがって、長いスパンでみれば、国が行政から博物館をじわじわと切り離そうとする策だといえる。こうした状況下で一部の博物館は平常展の観覧料の大幅な値上げにも踏み切っており、その負担は市民が負うことにもなっている。

一方、指定管理者制度は2003年に導入されたもので、公立博物館の管理運営を企業やNPOなどの民間にも開放する制度である。多くの自治体がこの制度の導入に踏み切ったのは、これが大幅な経費削減につながるからである。数年ごとに公募をかけて管理者を指定しなおすこの制度の表向きのメリットは、競争による運営の効率化とサービスの向上であった。しかし、結果としてスタッフが頻繁に変わってしまうため、博物館のノウハウが蓄積されず、活動の質の低下が指摘されている。実際に博物館を長期的な視点で育む姿勢は失われ、むしろ効率的な経営のみが追求されるかたちになっている。

このような厳しい状況のさらなる進行を端的にあらわす事態が、つい最近別の形であきらかになった。2008年の博物館法の改正をめぐってである。1951年に制定されて以来、博物館法はさまざまな問題点を抱えながらもほとんど変わらずにきた。たとえば登録制度の不備や博物館資格課程の機能不全など、アンバランスや時代との不適合が、度々関係者の間でも指摘されてきた。そして半世紀ぶりの大改正として期待された今回の法改正は、結局は期待はずれに終わった。理由を一言で言えば、法制度の変更がいまの国家予算に負担をかけることになるからだ。たとえば、現行の法令では、国立の博物館が正規の「登録博物館」に属さず、「博物館相当施設」になってしまうというおかしな事態があるが、もしこれを改めて登録博物館に格上げしようとする、問題が生じる。登録博物館は、入館料は「原則無料」と規定しているが、いまや独法化した国立博物館はもはや自己収入を上げることを求められており、「原則無料」を追求することは到底不可能である。このように、あれこれ算段していくと、法制度の改善に向けた財政措置を講じることが全くできなかったのである。

こうした状況下で多くの博物館が喘いでいることは、疑う余地がない。もちろん、博物館が危機感を持つことは負の面ばかりではなく、今までみられなかった様々な工夫や取り組みがあちこちの館でみられはじめているのも事実ではある。しかし、そもそも博物館というものが行政機関として日本に取り入れられたことに鑑みれば、ここにきていきなり自立を促しても、多くの国立・公立の博物館はそのような組織基盤や基礎体力を持ちえない。その設立当初より、行政から降りる予算を大前提に、館の活動を行ってきたからである。(さらに深刻なことは、市民の側にもそのような意識が育っていないことである。博物館を

市民が支えるという発想がなければ、このシステムは崩壊するであろう。)

貴重な資料を保存・公開しているという理由で経営論理からは度外視されてきたはずが、ここに来て自分たちで運営＝経営していくことが要請されるという状況は、博物館をして、ひとつの方向に確実に向かわせている。それが、マネジメントという名を借りた急速な商業化である。

近年、博物館の提供するものを「サービス」を呼び、来館者を「お客様（顧客）」と呼ぶ傾向が一部にみられる。マネジメントや経営の観点から博物館を語ることが頻りに増えた。その名も「日本ミュージアム・マネジメント学会」が、現在の日本の博物館業界において活動的であることも、この流れに沿うものである。また、これまで以上に行われている新聞社主催の大型企画展も目に留まる。次々と開催される大型展覧会は、どれも大量の来館者数を動員しており、「冬の時代」は錯覚かと思わせる。しかも、多くが海外の大型ミュージアムからコレクションをいっせいに借りる類のものだ（たとえばプラド美術館展、ルーブル美術館展、オルセー美術館展、大エルミタージュ美術館展、などのようにそのままミュージアムの名を冠したもののほか、グリ展やフェルメール展などのような形もある）。こうした現象から、一見博物館業界全体が活気付いているようにみえても、それはたとえば一部の大型美術館に限られていたり、集客を見込んである程度「一般受け」する企画や展示ばかりが並んだり、学校の子供たちや団体客を招いて来館者の数を維持している場合が多々ある。華やかになったようでいて、実はその基礎体力を徐々に縮小させている可能性すら否めない。が、それはさておき、博物館が商業的な施設へシフトしていることは間違いない。

では、博物館の教育的側面はどうなるのだろうか。博物館に関連する法令は戦後に整備され、若干の修正を除いては今日までほぼ変わらずに來たが、そこでは社会教育施設としての位置づけが明確に定義されている。社会教育法の第9条には「図書館及び博物館は、社会教育のための機関とする」とあり、博物館法はこの規定を受けて成立したものである。博物館は長年ここに自負をもち、自らの拠って立つところを規定してきた。しかし、既に多くの関係者が指摘しているように、博物館はもはや市民を啓蒙する施設ではなくなりつつある。そして市民のために存在していた博物館という大義名分そのものが、崩れ去りつつある。

もちろん、この商業化へのシフトという流れは、日本の博物館行政の方針によって余儀なくされた選択肢でもある。それによって出口をなくした博物館がいっせいにこの方向を向いたというだけのことに過ぎない。また、こうした日本の博物館行政の流れは当然欧米

のミュージアム事情に倣ったものであるから、ミュージアムの商業化は世界的な傾向である。しかし、従来欧米のミュージアムのような運営形態や経営方針を取らない日本が、ある部分だけ欧米以上に急速に商業色に染まっている印象を受けるのは、西洋のミュージアムが根幹で背負う「ミュージアムの思想」を全く背負っていないゆえの「身軽さ」でもあるだろう。元来ミュージアムとは、西洋が大航海時代に突入してこのかた膨大な時間とエネルギー（世界を蒐集することへの飽くなきの欲望）を費やすことで作り上げてきた近代装置である。そこには、帝国主義と博物学という西洋近代特有のパラダイムが密接に絡み合いながら根を張っている<sup>14)</sup>。しかし、明治期に日本に輸入された時点でそうしたパラダイムは捨象され、純粋な行政組織として輸入された。その結果、日本の博物館は時代によってその象徴するところを変化させる「身軽さ」を持ち合わせることになり、明治期には近代国家の象徴として、戦時中には帝国イデオロギーの象徴として、戦後は「もはや戦後ではない」経済大国の象徴として機能してきた。そして今、ポストモダン化の流れの中で、日本の博物館は、高度資本主義社会の「豊かさ」の象徴へと転身を遂げているのではないだろうか。だからこそ「サービス業」という論理にあっさり転進することもできるのである。

このような「冬の時代」という現状と、「3」の冒頭に挙げたミュージアムの様子との間にはかなりのギャップがあることがみてとれる。さらにいえば、このギャップとは、一方に「冬の時代」型のミュージアムがあり、他方に華やかなポストモダン世代ミュージアムがあるという、これまで説明してきた図式にとどまらない。ひとつのミュージアムが、両方の軸を併せ持っている場合もある。先に例を挙げた国立新美術館は、そのよい例であろう。華やかイメージのなかにあるのと同時に、独立行政法人という組織の側面を持ち、ここには既に乖離があるのだ。

その意味をさらに考えるべく、ここからは華やかな言説のなかのミュージアムについて考察してみよう。そのうえで、この「ギャップ」の意味について考察したい。

### 3.3 モードとしてのミュージアム

二極化した日本のミュージアムのうちの、もう一方にフォーカスしてみると、そこには上記に述べたような厳しさは全く想像できないような風景が広がっている。ここでは、スペクタクル化したミュージアムのひとつの要素ともいえる、アート化・ファッション化という軸が諸外国に比べても、ひときわ顕著に立ち現れている。

ポストモダン時代におけるミュージアム・イメージの拡張 (村田)

表2 ミュージアムを扱った主な雑誌一覧<sup>15)</sup>

雑誌名	号数 (日付のあるものは毎月2回)	出版社	雑誌のコピー	表紙の主要なキャッチコピー	総頁数	関連ページ数	追記
ドマーニ Domani	2009年 5月	小学館	働く女性のファッション・バイブル	実は世界有数の美術館エリア 上野に憩う	364頁	p289～297	
エクラ éclat	2009年 5月	集英社	サヴィを卒業した大人の女性へ	総力特集：好奇心がとまらない！欲ばり旅はART&EAT (1. 浅田美代子の瀬戸内アート探検, 2. 必訪「食」のアドレスつき全国美術館ガイド, 3. 2009話題の展覧会17)	186頁	p80～p99, p100～107	
リシェ Richer	2009年 2月	京阪神エルマガジン社	サヴィを卒業した大人の女性へ	大阪・京都・神戸の美術館 現代芸術から寺院の天井画までお散歩気分です！	146頁	p14～79	
クロワッサン croissant	2008年 7月25日	マガジンハウス	女の暮らし方、男の暮らし方	いい宿、料理、おみやげを愉しみながら美術館を、訪ねる旅。	200頁	p14～49, p62～71, p79～104、 別冊付録	別冊付録(保存版)美術館の余韻にひたって、のんびりと大人の宿・ホテル
リシェ Richer	2008年 6月 増刊号	京阪神エルマガジン社	サヴィを卒業した大人の女性へ	21人のおとよき大阪・神戸・京都から行くクチコミ旅	154頁	p12～19	
エクラ éclat	2008年 6月	集英社	知性も経験も、輝きだすのは今。	大特集：アートは、今日が一番おもしろい大人の遊び場「美術館」へ！／Fashion：ドレスコードは「美術館ワンピース」	300頁	p24～86、 p98～107	読者層が「40歳後半～50歳の女性」であることを明記している
エルマガジン Lmagazine	2008年 5月	京阪神エルマガジン社		特集：ちょっと、美術館まで。3	162頁	p8～47	同じ特集の3回目にあたる
和楽 waraku	2008年 5月	小学館	「和」の心を楽しむ	特集：「美術館列島」ニッポン	212頁	p24～75	
エスクアイ 日本版 Esquire	2008年 5月	エスクアイアマガジンジャパン	Art of Living	日本の美術館と日本の芸術を楽しむ旅。アートの聖地巡礼。	300頁	p78～147	
タイトル Title	2008年 4月	文芸春秋		特集：バリ美術館散歩。街はまるごと美術館！アートで旅するバリの休日。	152頁	p18～113	
ブルーナス BRUTUS	2008年 2月15日	マガジンハウス		すいすい理解る現代アート。	152頁	p26～58、 p94～121、 特別付録	特別付録 UBSアートコレクション展ガイド
エスクアイ 日本版 Esquire	2007年 3月	エスクアイアマガジンジャパン	Art of Living	成田発、知られざる エリートミュージアムへ。	218頁	p42～111、 p116～127、 p153～167、 特別付録	特別付録「JAPANESE MUSEUMS 45」
ペン pen	2007年 2月15日	阪急コミュニケーションズ	with New Attitude	完全保存版 1冊まるごと、ルーブル美術館。	152頁	p32～93	

そのことを象徴しているのが、少し異常にも思えるファッション誌やライフスタイル誌におけるミュージアムの表象のされ方である。このところ、雑誌媒体において頻繁にミュージアムが取り上げられるようになった。とりわけ女性向けのファッション誌やライフスタイル誌における取り上げ方は特徴的である(表2)。それ以外にも建築雑誌、グルメ雑誌、観光雑誌をはじめ、実に多様な種類の雑誌に登場する。いずれもミュージアムを記号として取り上げ、ミュージアム・イメージが形成されるのに大きな役割を果たしていると思われる(論文の構成上、ここでは取り上げることが出来ないが、建築とデザインの雑誌『カーサ・ブルーナス』(マガジンハウス)におけるミュージアムの取り上げ方は、質・量ともに特筆すべきものがある)。

そもそもなぜこれらの媒体に、衣服や化粧品に並んでミュージアムが取り上げられるのか、ということを考えていくだけでも、ミュージアムに付与される記号がどのようなものであるかがわかるだろう。モードとしてのミュージアムは、こうした媒体を通じて言説化してゆく。その結果、ミュージアムは実体よりも、むしろミュージアムに付随するイメージが先行して拡張している感がある。

並木誠士は「消費されるのは美術館が作り出すイメージ」（並木ほか、p19）そのものであるとして、次のように指摘する。

「現状における美術館の変容を明らかにしようとする場合、実体としての美術館のありように注目しただけでは十分ではない。美術館という制度や概念から形成されてきたイメージについても観察の対象とする必要があるだろう。そうでなくては、大きく変容する社会が、美術館に求めるものの実像を理解することはできないはずだ」（並木ほか、p20）

では、こうしたイメージとはどのように創出されてきたのだろうか。そしてそれはいかなるイメージなのだろうか。その最大の「現場」を、国内で発行されるおびただしい量の雑誌媒体に求めることができるのである。

女性向けのファッション誌やライフスタイル誌における言説が、女性の身体を成形するプロセスに作用していることは、ジェンダー論やファッション論では既に広く議論されている<sup>16)</sup>。こうした言説は「美しさ、かっこよさ、女性らしさ、男性らしさ、健康、スリム、流行、個性、正しい服装などの規範をつくり出す」（成美、2001：8、傍点は引用者）ことで、女性たちの身体やアイデンティティに直接作用していく。たとえばジェニファー・クレイクは、ファッション誌に掲載された衣服の選び方、化粧の仕方、社会（職場や家庭）での振る舞いや目指すべき体型などを消費する過程で、女性のなかに「女性らしさ」の規範を身体化させていくのだと指摘する（クレイク、2001年）。井上輝子らは、70年代の日・米・メキシコの女性雑誌の種類・読者層・内容・構成などをつぶさに比較分析することで、そうしたプロセスを実際に可視化してみせた（井上輝子・女性雑誌研究会、1989年）。

ミュージアムがこうした女性誌という媒体で取り上げられるとすれば、それは女性の身体イメージが表象され、規範化されていくプロセスにおいてなんらかの役割を果たしているということである。実際に、ミュージアム・イメージの創出は、こうした女性文化と切っても切れない。ミュージアムに来るのは当然女性ばかりではないが、それでも女性の割



合は圧倒的に高く、また拡張するミュージアム・イメージは、女性中心に形成され、消費されている感がある。

そもそもミュージアムがファッションの文脈で取り上げられること自体、きわめて示唆的な現象である。ミュージアムがこれらの雑誌に登場し、言説を拡張させていくプロセスは、3つの状態として説明できる。まず、ファッションやライフスタイルの文脈でミュージアムが表象されることで、特定のイメージをミュージアムに付与する。次に、ミュージアム（にいくこと）が知的でオシャレなライフスタイルの一環として提案されるなかで、衣服や化粧と並んで女性の身体やアイデンティティをつくりだす一翼を担う。そして3つ目に、そうしたミュージアム言説を、ミュージアム自身も身体化してゆく。すなわち、雑誌がミュージアムのイメージをつくり、そのイメージを身体化した女性たちがオシャレな気分ミュージアムを訪れ、ミュージアムもそのイメージに応えるべく、そのようなサービスを展開する。これらは互いに分かちがたく結びつき、循環しながら、言説としてのミュージアムを形作ってゆくのである。

では、実際には、どのようなミュージアムが、いかに取り上げられているのだろうか。換言すれば、どのような構造でもって、ミュージアムのイメージ形成は行われるのだろうか。分析にあたって、紙面に登場するミュージアムを、写真と文字（解説）とに分けて考えてみよう。本来なら両者が密接につながっていることは承知しているが、ここでは言説に重きを置くために、また厳密を期すために、文言のほうに着目して分析したい<sup>17)</sup>。

文字（解説）には写真ほどのインパクトはないが、言説をつくる「意図」のようなものは、写真以上にはっきりと伺える。少しまわりくどいかもしれないが、ここではロラン・バルトが記号論的な手法を用いて行った緻密な雑誌分析を援用して、ミュージアムがいかに雑誌においてファッションとして取り入れられているかを説明してみたい。

バルトは『モードの体系』（みすず書房、1972年）において、モード雑誌には2種類の衣服——写真やデッサンで提示される「イメージとしての衣服」と、記述されて言葉になった「書かれた衣服」——が掲載されており、それらは同一のものを指し示しているながら、同一の構造を持っていないことを指摘した。そして「書かれた衣服」、つまり言語による衣服の記述がどのような構造でもって現実のもの以上の記号的な意味を帯びていくかを詳細に分析した。ここで「書かれた衣服」の体系は単なる言語（ラング）の体系ではない。

「雑誌がある衣服をことばによって記述するというとき、それはもっぱらひとつの情報を伝えるためである。その情報の内容が〈モード〉だ。」（バルト、1972：20）

衣服の記述が単なる現実の言語化を超えて、それ自体が「モード」であることを意味し、さらにその体系によって「人々に与えようとしている世界とモードの表象」になる<sup>18)</sup>。言語学のモデルを複数組み合わせる方法にはきわめて系統的(=体系的)だが、ここで重要なのは、「書かれた衣服」によるモードの体系が、そのままミュージアムにも当てはまるということである。雑誌に取り上げられたミュージアム言説はまさに「書かれた衣服」と同じ方法で、モードの体系を作り上げる役割を果たしている。

バルトは、モードの陳述を、言語学のひとつのモデルである「入れ替えクラス」で説明する。彼によれば、それは2種類の集合しかない。ひとつは〈競馬場ではプリントが全盛です〉〈午後にはギャザーが必要です〉というように、入れ替え可能な「世界」と「衣服」が関係づけられることで「モード」が説明されるモデル。ここでは競馬場・午後が「世界」をあらわし、プリント・ギャザーは「衣服」である。これは〈アクセサリーが春をつくる〉といった逆さまのパターンでもかまわない。

「競馬場では プリントが全盛です」

世界 衣服

「午後には ギャザーが必要です」

世界 衣服

「アクセサリーが 春をつくる」

衣服 世界

もうひとつは〈短いボレロ、丈はウエストまで〉というように(「世界」抜きの)衣服だけの記述。ここではこの「衣服」が「デモーデ(遅れている)」ではなく、「モード」であることが暗に示唆されているのだという(つまりモード/デモーデという入れ替えモデルが隠れている)。しかも、上記の例で言えば、アクセサリーが春を本当に作り出すのではなく、春「に値する」というきわめて曖昧な関係(「等値」関係と呼ぶ)で一向にかまわないのだという。

説明がいささか長くなったが、これをミュージアムの記述に当てはめてみよう。ライフスタイル誌『エスクアィア日本版』(2007年3月号)には、《成田発、知られざるエリートミュージアムへ。》という特集が組まれており、ミュージアムの写真とともに、たとえば次のような記述がみられる。





ムから教育施設という要素は、どんどんそぎ落とされていく。

このように、「モードとしてミュージアム」が語られることは、ミュージアム・イメージの拡張の典型例であるが、それ以外にも「かわいいカフェのあるミュージアム」、「知的な趣味としてのミュージアム」、「家族で休日に出かけるミュージアム」、「観光スポットとしてのミュージアム」など、メディアを通じて付与されるイメージは多様である。

こうした一連の言説による拡張を、単に雑誌のなかのこと、として片付けることはできない。結局はこうしたメディアにおける表象が、私たちとミュージアムとの接点になっていることは紛れもない事実だからである。私たちはもはやミュージアムを直接的に受容するなどということはあるにない。それは常にメディアの喚起するイメージとセットなのである。

その意味でいえば、我々の経験はブーアスティンの言うように完全にメディア化され、実体よりも幻影（原典では image）をみているのだと確かにいえる。しかしそれは決して疑似的なイベント（「疑似イベント」）ではない。むしろ、メディアを通じてひとつの「現実」として構成され、身体化された経験なのである<sup>21)</sup>。

#### 4. 言説と実体の乖離が意味するもの

ここまで、ヨーロッパにおけるミュージアムのポストモダン化がどのような現象なのかを踏まえたくて、日本のポストモダン現象を対比的に描こうとしてきた。

「2」でみてきたように、西洋では、ミュージアムのポストモダン現象とは、メガ化、スペクタクル化、ポピュラー化といった現象として立ち現われてきた。それはまさしく「ミュージアムの思想」の根幹にある世界の蒐集や、拡張のエネルギーの現代版ともいえるべき現象である。一方、日本においては、いまの博物館行政のなかではミュージアムの拡張は実質的には起き得ないこと、かわりにミュージアム・イメージの拡張（イメージの中では国内と海外のミュージアムの境界線はない）が、主に雑誌などのメディアを通じて行われてきたことを、「3」を通じて明らかにしてきた。こうして日本におけるミュージアムのポストモダン現象は、独特の形態を取ることになる。

その形態とは、ミュージアムの言説と実体の乖離、あるいは融合することのない二重構造である。華やかなミュージアム言説と、その言説を身体化したミュージアムが一方ではあり、もう一方ではそうした言説とは無縁の「冬の時代」のミュージアムが沢山ひしめく。

あるいはまた、華やかな言説をまといながらも、内実は「冬の時代」に直面しているミュージアムというの、これまた現状である。さらに、言説とは全く無縁の「冬の時代」型ミュージアムにも、明らかにグローバル化の波と資本の論理は及んでおり、ここにはファッションになりそびれたミュージアムの組織としての現実が露呈している。

いずれにせよ、このイメージと実体の乖離こそは、日本におけるミュージアムというものとしての存在、その意味をよく表しているといえる。象徴（イメージ）としてのミュージアムはいくらでも求められ、膨らみ続けるが、それは実体としてのミュージアムとは全くの異次元にあり、折り合うことはないのである。

実はこの状況は日本の博物館の状況としては決して珍しいものではない。本稿以前の論考で考察してきたように<sup>22)</sup>、博物館という組織は明治初期に文明開化の象徴として日本に「輸入」され、着手された。しかし、なかなか完成しないまま、やがて政治闘争に巻き込まれて構想自体が縮小・消滅してしまったという経緯がある。当時渡欧した使節団は、文明国の誇る科学技術と帝国主義の祭典であった博覧会とミュージアムに圧倒されて帰国し、日本政府はこれを逐一実施するべく事務局を設けて動き出す。しかし、博覧会は実施されるものの、それとセットで構想された博物館はなかなか実現しなかった。一度のイベントである博覧会とは異なり、博物館建設には蒐集への飽くなき欲望と、コレクションの体系化への情熱が必要である。また、博覧会のような特効薬にはならないにもかかわらず、莫大な費用がかかる。やがて政治抗争が起きるなか、結局博物館構想は徐々に縮小され、完成時には当初の大きな夢からはみる影もないものとなった。このように、近代国家のシンボルとして建設されようとしたミュージアムは、実体性を帯びようとしたとたん困難と無理解にみまわれ、失速してしまったのである。その意味で、日本の博物館はその設立当初から、実体とイメージは乖離していた、ということができる。

大正期に入ってから、皇室関連の記念事業として博物館が次々と建設されていった。その理由はここでは割愛するが、こうして博物館＝記念という構図は確固たるものになっていった。大規模なミュージアム構想が再び政府内で注目されるのは、戦時体制期である。既に1930年代後半から東亜の理念を流布するための展覧会が各地で開催されていたが、大東亜博物館と国史館という二つの博物館建設構想は、いずれも大日本帝国の国体の精華を象徴する機関として政府の肝煎りで進められた。両者ともかなり案は具体化していたが、ひとたび実現に向けて動き出すと、どちらも頓挫してしまう。これには政府内の思惑の違いや戦争の混乱・資金難といった原因も当然あるが、それ以上に、実体としての博物館を練り上げてゆく情熱と根気、あるいは必然が、政府関係者にはなかったのである。ここでも

実体よりも象徴としての存在が先行して進められたのである。

戦後になると、GHQの手によるファシズム体制の解体、すなわち「民主国家」として再出発に向けていっきに整備が進み、民主主義を啓蒙する機関としての博物館は驚くほど早い時期から復興した。博物館の法令化が進むのもこの時期である。さらに、その後は「もはや戦後ではない」日本の象徴として数が増えていったことも、先にみたとおりである。

このように、日本では博物館という組織は常に象徴としての想像力をおおいに掻き立ててきた。いつの時代も、人々を魅了する「イメージ」は持ってきたといえる。したがって建設構想は生まれるのだが、では実体が何か、というところへの関心はそれに比例することとはなかった。

そして今回、ヨーロッパから押し寄せたポストモダンの波（ミュージアムの拡張）は、日本ではミュージアムそのものの拡張ではなく、ミュージアム・イメージの拡張という形で展開している。そのイメージは「冬の時代」をますます背負う実体をよそに、メディアを通じてモードとして膨らみ続け、豊かな像を構成した。

強調しておかなくてはならないのは、確かにメディア社会の到来が今回のようなイメージと実体の乖離現象を構造的に可能にしているが、より本質的には、それは日本におけるミュージアムの在り方を可視化する現象だという点である。その意味で、イメージと実体の乖離という現象、一元化されない二重構造は、過去の歴史を繰り返しているだけと言うことも可能なのではないか。

雑誌媒体におけるミュージアム・イメージの拡張は、「日本におけるミュージアムのポストモダン化」現象といえる。かつて、やはりファッション誌である『マリ・クレール（日本版）』にフーコー、デリダ、ガタリなどに関する吉本隆明や小林郁夫らの評論（主に書評）が頻出した時期があり、ポストモダンは日本にはファッションとして「輸入」された、という皮肉がだいぶ聞かれた<sup>23)</sup>。現在同じような受容の仕方がポストモダン世代のミュージアムに関してもなされていることは、興味深い。日本のポストモダン世代のミュージアムの本質は、どこまでもモードであり、華やかな言説なのである。

## 5. さいごに

本稿では、世界的なミュージアムのポストモダン現象を確認したうえで、それが日本においてどのように展開しているのかについて考えてきた。日本の現在のミュージアム状況は、いつの時代もそうであったように、実体とイメージが奇妙に乖離した現象として言い

表すことができる。そして本稿でみてきたような、メディアを媒介にして構造化された90年代以降の乖離現象こそは、日本のミュージアムをめぐるポストモダン現象といえることができる。

ポストモダン時代を、ジェイムソンのように美術館やギャラリーなどの「高級文化（ハイカルチャー）とポピュラーカルチャーをはじめとするあらゆる境界線や差異の消滅」であるとするならば、ミュージアムは今後ポピュラーカルチャーの中でますます再編されてゆく、ということができる。もはやミュージアムを純粋にミュージアムのなかだけで考えることはできない。それはなにかもが資本化してゆき、メディア化してゆく「スペクタクルの社会」<sup>24)</sup>のなかにおけるミュージアムの宿命でもある。その意味でいえば、日本のポストモダン世代のミュージアムほど、ドゥボールの予想した社会を先取りしているものはないのかもしれない。

最後に、まだ萌芽であり、本稿では取り上げることはできなかったが、ミュージアムのポストモダン現象は日本にとどまらずアジア全体に波及している。とりわけ中国、香港、韓国では、日本以上の大型ミュージアムが誕生していることを付け加えておく。

#### 注

- 1) 欧米のミュージアムの歴史的な流れに関しては、主にシュバート、K(著)松本榮寿・小浜清子(訳)『進化する美術館——フランス革命から現代まで』(玉川大学出版部、2004年)を中心にその他の参考文献を参照した。
- 2) ポンビドゥーは建築様式としては後期モダニズムに属す。
- 3) 建築家・磯崎新による美術館の区分。第一世代の美術館は18世紀末までに成立した王侯貴族の私的コレクションを公開する目的のもの、第二世代は第一世代が創出したアカデミーの権威に対する意図的な反抗として生まれた美術運動と関わるもの、第三世代は第二世代(=近代美術館)に対する批判の上に成立し、1960年代以降の現代美術の動向と関わるもの。(磯崎新『造物主議論—デミウルゴモルフィズム』鹿島出版会、1996年)
- 4) 小説家でフランス文化相も務めたアンドレ・マルローが1947年に提示した概念。印刷技術・写真技術によって、世界中に散らばる芸術作品を併置・比較することが可能になった状況を指してそう呼んだ。昨今のバーチャル・ミュージアムやデジタル・アーカイブの文脈で再注目されつつある。(アンドレ・マルロー(著)小松清(訳)『東西美術論1 空想の美術館』新潮社、1957年)
- 5) ヨーロッパの機能主義建築のエッセンスを組み合わせて、それを全く新しい概念として提唱したもの。大理石とガラスを多用し、装飾をなるべく廃した規則的なデザイン。MoMAが極めて政治的に新しいデザイン原理を再構成したものといわれている。
- 6) アメリカにおけるヨーロッパの古典主義を背負った建築は、ジョン・ラッセル・ポーブによるワシントンのナショナル・ギャラリーに代表される。
- 7) 森美術館のインタビューにルーブル美術館文化推進局長クリストフ・モナンが答えている。森美術



館 (編)『大型美術館はどこへ向かうのか? — サバイバルへの新たな戦略』慶應義塾大学出版会、2008年

- 8) ケ・ブランリ美術館の変化に関する詳細は、村田麻里子「蒐集する「まなざし」——「芸術＝驚異陳列室」からケ・ブランリ美術館まで」(『京都精華大学紀要』第34号、2008年)を参照されたい。
- 9) 以下では「ミュージアム」と「博物館」の両方を状況に応じて使い分ける。厳密な線引きは難しいが、主に行政的な側面や日本独自の制度として言及する場合に「博物館」という語を使用する。
- 10) 以下に要約する日本の博物館の詳細に関しては、村田麻里子「ミュージアムの受容——近代日本における「博物館」の射程」(『京都精華大学紀要』第35号、2009年)を参照されたい。
- 11) 日本博物館協会 (編)『博物館白書』昭和49年版、日本博物館協会、1983年、および日本博物館協会 (編)『博物館白書』昭和57年版、日本博物館協会、1983年。
- 12) たとえば朝日新聞「琉球の悲願、曲折経て船出 沖縄に初の県立美術館」2007年11月3日などを参照。
- 13) たとえば朝日新聞「平和祈念館 もったいない? 滋賀県構想15年超、知事交代で白紙」2007年12月11日などを参照。
- 14) 詳細に関しては、村田麻里子「蒐集する「まなざし」——芸術＝驚異陳列室」からケ・ブランリ美術館まで」および「ミュージアムの受容——近代日本における「博物館」の射程」(いずれも前掲)を参照されたい。
- 15) 2007年1月から2009年6月までの女性向けファッション誌及びライフスタイル誌で、ミュージアムについて表紙で言及しているものを対象とした。
- 16) たとえばジョアン・フィンケルシュタイン (訳) 成美弘至 (訳)『ファッションの文化社会学』(せりか書房、2007年)や、成美 (編)『問いかけるファッション——身体・イメージ・日本』(せりか書房、2001年)にはそのような論文が複数掲載されている。また、ジェンダーの観点から論じたものについても枚挙にいとまがない。
- 17) イメージに関しては、どんな題材をどのように切り取り、どのようなアングルや大きさで、何と組み合わせ提示しているのかを分析する必要がある。これを本稿に盛り込むと冗長になるため、やむなくカットした。
- 18) どのように、という部分に関しては、バルトが同時的体系のモデルを使って4段階に分けて説明しているが、本稿では詳細は割愛する。
- 19) もちろん、バルトの分析では「イメージとしての衣服」と「書かれた衣服」はより同一のものであり、ミュージアムといういかようにでも写せるものを衣服と同じ形で扱うのに多少の無理があることは承知している。しかし、それでも構造はきわめて近いといえる。
- 20) 森美術館、国立新美術館、サントリー美術館の3つはアートトライアングルと呼ばれる。これにさらに21\_21デザインサイト (これは正確には博物館ではない)を加えた4つが六本木ミッドタウンのミュージアムである。
- 21) だからといって、私たちがメディアのつくる言説に一方向的にミュージアム・イメージを押し付けられているわけでは決してない。生産されるミュージアム・イメージは、私たちがどのようにミュージアムをみたいか、という問題と直結している。私たちが少しでもそのように思わなければ、そもそもそのような言説は生まれ得ないからである。
- 22) ここでは唐突に聞こえるかもしれないが、この部分は日本にとって結局ミュージアムとはどのような存在かを考察する筆者の「ミュージアムのメディア論」の構想では重要な部分である。以下で述べる歴史はかなり端折る結果になるので、詳しくは村田麻里子「ミュージアムの受容——近代日本における「博物館」の射程」(『京都精華大学紀要』第35号、2009年)を参照されたい。
- 23) とりわけ1980年代後半から90年代初めにかけて、映画・文学・演劇・音楽などに関する本格的な批評

が積極的に取り上げられており、その一環としていわゆるポストモダニストたちによる書評が「今月の本」コーナーで数多く掲載された。読者の声を拾う巻末の「マリ・クレール通信」では、そうした特集や批評に対する好意的な感想や、実際に公演やミュージアムに出かけた体験が寄せられ、「知」がファッションとして受容されていた様子をうかがい知ることができる。92年を境に一連の企画は方針転換がなされ、内容も柔らかく、分量も少なめの現在のかたちに近づき始める。

- 24) ドゥボールは、近代以降の高度資本主義社会の到来を予想し、これを「スペクタクルの社会」として批判したが、もはや私たちの世界全体が、こうした「まなごし」によって再編されていることは、疑う余地がない。

#### 【参考引用文献一覧】

- 井上輝子・女性雑誌研究会『女性雑誌を解読する COMPAREPOLITAN — 日・米・メキシコ比較研究』垣内出版株式会社、1989年
- 太田泰人『美術館は生まれ変わる — 21世紀の現代美術館』鹿島出版会、2000年
- 太田泰人『新版・美術館は生まれ変わる — 21世紀の現代美術館』鹿島出版会、2008年
- 暮沢剛巳『美術館はどこへ? — ミュージアムの過去・現在・未来』廣済堂出版、2002年
- クレイク、ジェニファー（著）成美弘至（訳）『女性をつくり出す仕組み — 女性らしさの技法』『問いかけるファッション — 身体・イメージ・日本』成美弘至（編）、せりか書房、2001年
- グレイソン、ジェイムス『ミュージアム・デザイン』オーム社、2001年
- ザイガー、ミミ（著）松岡智子（訳）『ニュー・ミュージアム — 現代美術・博物館建築の旅』鹿島出版会、2007年 Mimi Zeiger, *New Museums: Contemporary Museum Architecture around the World*, Universe Publishing, 2005
- シュバート、K（著）松本栄寿・小浜清子（訳）『進化する美術館 — フランス革命から現代まで』玉川大学出版部、2004年 Shubert, Kartsen, *The Curator's Egg: The evolution of the museum concept from the French Revolution to the present day*, One-Off Press, 2000
- 高階秀爾・蓑豊（編）『ミュージアム・パワー』慶應義塾大学出版会、2006年
- ドゥボール、ギー（著）、木下誠（訳）『スペクタクルの社会』筑摩書房、2003年 Guy Debord, *La Société du Spectacle*, Éditions Gallimard, 1992
- バルト、ロラン（著）佐藤信夫（訳）『モードの体系』みすず書房、1972年 Roland Barthes, *Système de la Mode*, Éditions du Seuil, 1967
- ブーアスチンティン、ダニエル（著）星野郁美・後藤和彦（訳）『幻影の時代 — マスコミが製造する事実』東京創元社、1974年 Daniel J Boorstin, *The image, or, What happened to the American dream*, Atheneum, 1962
- フィンケルシュタイン、ジョアン・成美弘至（訳）『ファッションの文化社会学』せりか書房、2007年 Joanne Lynn Finkelstein, *After a Fashion*, Melbourne University Press, 1966
- フレデリック、ジェイムソン（著）合庭惇ほか（訳）『カルチュラル・ターン』2006年 Frederic Jameson, *The Cultural Turn*, Verso, 1998
- 並木誠士・中川理『美術館の可能性』学芸出版社、2006年
- 成美弘至（編）『問いかけるファッション — 身体・イメージ・日本』せりか書房、2001年
- 日本経済新聞社（編）『日経 五つ星の美術館』日本経済新聞出版社、2007年
- 蓑豊『超・美術館革命 — 金沢21世紀美術館の挑戦』角川書店、2007年
- 村田麻里子「ミュージアムにおける「モノ」を巡る論考」『京都精華大学紀要』第33号、2007年

- 村田麻里子「蒐集する「まなざし」——「芸術＝驚異陳列室」からケ・ブランリ美術館まで」『京都精華大学紀要』第34号、2008年
- 村田麻里子「ミュージアムの受容——近代日本における「博物館」の射程」『京都精華大学紀要』第35号、2009年
- 森美術館 (編)『大型美術館はどこへ向かうのか? —— サバイバルへの新たな戦略』慶應義塾大学出版会、2008年
- 吉井仁美『現代アートバブル——いま、何が起きているのか』光文社、2008年
- 建畠哲・三浦雅士「大航海インタビュー 美術館 その絶頂と奈落——1980年代の現在」『大航海』No.68 《特集1980年代》 2008年9月、新書館
- Barrenche, Raul A., *New Museums*, Phaidon Press Limited, 2005
- Frankel, David・Hruska, Libby (ed) *The New Museum of Modern Art*, Department of Publications, The Museum of Modern Art, 2005
- O'Doherty, Brian *Inside the White Cube: The Ideology of the Gallery Space (Expanded Edition)*, University of California Press, 2000
- Prior, Nick 'Having One's Tate and Eating It: Transformations of the Museum in a Hypermodern Era' *Art and its Public: Museum Studies at the Millenium*, Andrew McClellan(ed), Blackwell Publishing, 2003
- 『ミュージアム・マネジメント学会研究紀要』第5号(2001年12月)～第12号(2008年12月)
- 『JMMA 日本ミュージアム・マネジメント学会会報』No.21(2001年6月)～No.51(2009年2月)
- その他各種ファッション誌・ライフスタイル誌・観光雑誌・グルメ雑誌など