

國學院大學學術情報リポジトリ

ミュージアムの展示における映像と娯楽：
國學院大學博物館学講座開設60周年記念特集：
博物館・博物館学の諸問題 2

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2023-02-05 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 見留, 武士, Mitome, Takeshi メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.57529/00000330

ミュージアムの展示における 映像と娯楽

見留武士

はじめに

近年、博物館や美術館（両館を包括的に扱う場合には、以下「ミュージアム」と記す）における特別展・企画展と言った期間の限定された展示において、「体感」や「体験」を謳ったものが見うけられる。これは、企画としての展示タイトルではなく、集客を意識した宣伝文句や展示の概要説明の中に認められ、展示ポスターやチラシ、ホームページ（以下、「HP」と記す）等に記載されている。また、記載にあたっては、これらの「体感」・「体験」を展示企画における一つの目玉として、強くアピールするものが多く見られる。

この「体感」・「体験」を謳う事例は、2017年の現状において、映像を駆使した作品を配する展示に、その鑑賞体験として用いられることが観察され、ミュージアムが従前から手掛けてきた「体験型展示（体験展示）」⁽¹⁾とは一線を画したものとして、意図的に用いられている新しいことば（用語）と捉えられる。なお、鑑賞体験における「体感」・「体験」の語の使用は、ミュージアムでの展示にのみ用いられるものではなく、ミュージアム施設以外を会場とした展示にも広がりを見せている。

そこで、本稿では、「体感」および「体験」の語を用いた展示の事例について、観察とともに検討を行い、ミュージアムが抱える今日的な課題を考えてみたい。

1. 「体感」および映像「体験」を謳った展示

1.1. サブカルチャー作品の映像展示

「体感」・「体験」の語は、展示会場内に映像作品の鑑賞、特に同時に展示ブースに居合わせたすべての鑑賞者を包み込むような大掛かりな映像作品の鑑賞を含んだ展示の中で用いられている。このため、まず初めに、「体感」のアナウンスを行った展示事例を確認したい。

最初に「体感」の語をアナウンスした大規模な展示としては、「ONE PIECE展」が挙げられる。この企画は、2012年3月20日～6月17日に森アーツセンターギャラリーで開催された。サブタイトルとして、「原画×映像×体感のワンピース」が掲げられ、鑑賞者に配布された公式パンフレットの表紙にも「体感」の文字がデザインされた⁽²⁾(写真1)。本企画の展示作品は、点数の上では連載マンガとして展開中の『ONE PIECE』の原画が最も多く、これと並んで登場人物の等身大フィギュアや物語の舞台を物語での設定上の大きさに再現した立体作品、物語の追体験を狙って用意された映像作品としてのパノラマシアター等で構成されている。なお、「それぞれの正義」のコーナーブースにおいては、巨大複製の原画がマンガのコマの形に切り抜かれ、ブース全体を無数に取り囲み、音響と赤い光の演出が同時に加えられることによってマンガの世界観の「体感」を迫っている。



写真1 ONE PIECE展の公式パンフレット

ここで『ONE PIECE展 公式図録 記憶—ETERNAL LOG—』⁽³⁾中の展示説明に記載された「体感」の語を確認しておきたい。記載は、以下のとおりである⁽⁴⁾。

- a エントランスゾーン：ずらりと並んだ海賊旗と、リアルに再現された（海賊船）サウザンド・サニー号のマストで構成されている。〔中略〕高さ約7.5メートルあるマストの下で、(主人公)ルフィたちの航海を体感することができる。
- b 冒険パノラマシアター：旅の記憶と冒険の楽しさ、そして圧倒的なスケール感を全体で体感させてくれる映像は約4分。
- c モニタールーム：(物語設定上の実寸に復元されたモニタールームにおいて)33のモニターで、ルフィが(兄)エース救出を目指して大暴れる様子、それに乗じて発生した脱出劇を（大監獄）インペルダウン側の視点で体感できる。
- d 海底の楽園—魚人島—：中央の柱には、魚人島の巨大なグラフィックが貼られ、壁面ではインタラクティブアートが体感できる。〔中略〕(海底世界での主人公たちをそれぞれに覆う大きなシャボン玉のような)コーティングに

入った一味（の画）に（観覧者が）触れると、（映像上を）ピンボールのように跳ねまわる。

上記の展示作品を観察すると、a・cが立体造形作品、b・dが映像作品ということになり、どちらも従前にはなかった大規模な展示装置となって展開されていることが共通する。

次に、「ONE PIECE展」に続いて「体感」の語を用いた展示として、同じ連載マンガ作品に発する企画である「進撃の巨人展」を挙げるができる。この展示は、2014年11月28日～2015年1月25日に上野の森美術館で行われた。展示の構成では、「ONE PIECE展」と同様に、マンガの原画を主要な作品として最も多く配置している〔写真2〕。これに加えて、オープニングシアター、物語世界で登場人物が使用する武器や装置ほかの原寸復元での立体作品、超大型巨人のバストアップ部分をリアルスケールで復元した（展示室にめり込む大きさの）ジオラマ作品等が展示された〔写真3〕。また、展示会場に隣接した別会場においては、360°体感シアター「哮」としての映像体験が展開された。

『進撃の巨人展公式図録』⁽⁵⁾に記載された「体感」の語は、次のとおりである。

- e オープニングシアター：巨人から身を隠す恐怖を、身を以って知ることができる〔中略〕。映像と連動して起きる、破壊による振動と風、調査兵の亡骸が（巨人によって）天



写真2 進撃の巨人展における原画展示の状況



写真3 超大型巨人のリアルスケールジオラマ

井に投げ捨てられるといった演出によって、『進撃の巨人』の恐怖を目と耳と肌で感じ取れる、**体感型シアター**である。

- f プロジェクターを用いた立体機動体験：壁3面に投影されたパノラマ映像によって、(主人公たちが空を滑空するための装備である)立体機動装置での戦いを**体感**。眼前いっばいに広がる映像が、観る者に平衡感覚を失わせる。映像は「進撃の巨人展」用に描き下ろされた新規アニメーションである。
- g 360°**体感シアター**「哮」:(鑑賞者が自らの目元に)最新のヘッドマウントディスプレイ(を装着して、約4分半の映像を鑑賞する)[中略]デジタルコンテンツ。[中略]トロスト区を奪還するまでのアクションを、一兵士の視点で体験できる。上下左右の360°全方向を自由に観られるのが特徴。

「進撃の巨人展」における「体感」のアナウンスは、e・f・gのいずれもが映像体験を伴う展示装置であり、提供作品であることが観察できる。

以上のことから、ミュージアムの展示における「体感」のアナウンスは、マンガを企画の端緒としたサブカルチャー作品の展示に始まり、大規模な映像装置を展開する場合とヘッドマウントディスプレイを用いる場合の違いはあるものの、複数方向からの映像によって観覧者の全身を包み込み、物語世界に没入させる映像体験を目指していることが観察される。また、a・cにみられる立体造形作品についても、物語の設定上の大きさでの実寸に復元(造形制作)が行われ、それらの造形の傍らに自らの身を置くことによって、やはり観覧者の物語世界への没入を狙うものと考えることができる。つまり、サブカルチャー作品の展示企画における「体感」の語のアナウンスには、“観覧者の物語世界への没入”という共通点を見出すことができ、そのような世界観を展示ブースに再現・提供できているとミュージアム側が判断した際に用いられた語であると確認することができるのである⁽⁶⁾。

1.2. デジタルアート集団による映像作品の展示

次に、デジタルアート集団としてそれぞれに映像作品等を駆使した体験型のイベントを制作・提供(発表)しているチームラボ(teamLab★)と、モーメントファクトリー(MOMENT FACTORY)の展示を見ていきたい。チームラボ⁽⁷⁾は、2001年から現在まで、本稿に扱うデジタルアート作品の制作のみならず、テクノロジー開発と文化発信の両面を念頭に事業展開を進めている。2017年3月には、富山県美術館に「Digital Information Wall(デジタルインフォメーションウォール)」を設置し、同館が収蔵するポスターコレクションのうち3,000点を、大型タッチパネルサイネージの本システムにおいてデジタル展示する(インタラクティブギャラリー)とともに、同館のデジタルフロアガイドをも本システムで展開している⁽⁸⁾。チームラボの事業展開からは、一般社会に対する汎用の情報技術(テク

ノロジー)とデジタルアート制作(文化)のボーダレス化を指摘することができる。

チームラボの作品がミュージアムで開催された展示の中で「体感」としてアナウンスされた事例には、2017年4月8日～9月24日まで日本科学未来館で実施された「ディズニー・アート展 《いのちを吹き込む魔法》」がある。展示の冒頭に配置された5枚の大型スクリーンにそれぞれ、プロジェクターによって鉛筆描写の原画が投影されたもので、投影された原画はアニメーションの動画として映像展示されている。「宙に浮かぶスクリーンと人が呼応したとき、アニメーションが動き出す!」として、ディズニー・スタジオ「体感型!いのちを吹き込むペンシル・テスト」とのアナウンスが行われた⁽⁹⁾。また、本展の特設Webサイトには、企画者のコメントとして「「ディズニー・アート展 いのちを吹き込む魔法」にチームラボによる様々な体験型インタラクティブ要素が加わることを、我々ウォルト・ディズニー・アニメーション・リサーチ・ライブラリーは大変ワクワクしています。〔後略〕」との文章を掲載している⁽¹⁰⁾。

チームラボは、上記の展示以前にも日本科学未来館での展示を行っており、2014年11月29日～2015年5月10日まで開催された企画展「チームラボ踊る!アート展と、学ぶ!未来の遊園地」を挙げるができる。この企画は、チームラボのデジタルアート作品7点からなる「踊る!アート」のコーナーと、独立したイベントとしても日本各地、世界各国で展開されている「学ぶ!未来の遊園地」(8作品)をコーナーとして同時に設定し、公開した展示である⁽¹¹⁾。デジタルアート作品には、インタラクティブデジタルインスタレーション、アニメーション、インタラクティブアニメーションインスタレーション、デジタルワークとしての作品分類があり、「学ぶ!未来の遊園地」の作品では子どもの描いた絵がスキャンされ、展示作品の中に取り込まれ動き出す「お絵かきタウン」や「お絵かき水族館」、子どもの足の運び(着地点)にデジタル映像が反応し色や描写を変化させる「天才ケンケンパ」、無数の光の大玉(ボール)が触り・転がすことによって音を出し・色を変える「光のボールでオーケストラ」、テーブル大の装置の天板の位置に投影されたデジタル映像を触ることにより映像中の小人や牛が歩みを変えてゆく「小人が住まうテーブル」、同様に天板の位置に置かれた積み木を動かすことによって描写された線路や橋・道路や川がコースを変え、その中を電車や車・船・飛行機が走り・飛んでゆく「つながる!積み木列車」等が出品された。しかし、同展示においては「体感」のアナウンスはなされておらず、「同じアート空間の中で、自由に体を動かし互いに影響を与えながら、共同的で創造的な「共創」の体験を楽しむことのできる場」とのアナウンスが行われ、「体験型の知育空間」を発信している。科学館としての日本科学未来館で、このような展示を実施することは、実験を館における体験学習の主要な柱の一つとして位置づけ、従来から展開してきた同館の展示(体験型展示)の趣旨とも極めて連続性が高い展

示企画であったと理解できる。

また、同展に後続して「学ぶ！未来の遊園地」部分が、独立した催しとして日本において全国各地で展開されているが、こちらについても、同様に「共同で創造する「共創」体験を通じて、子どもの創造性を育む体験型知育空間」との位置づけがなされた〔写真4〕。なお、「チームラボアイランドー学ぶ！未来の遊園地」としての独立した開催の場合には、ミュージアムのほかショッピングモール等を会場とした開催も多く、展示会場としてのミュージアムと、それ以外の特設会場との区別はなく、会場のボーダレス化をも指摘できる。

会場のボーダレス化の視点では、2017年7月28日～9月10日まで複合商業施設の渋谷ヒカリエで開催された「チームラボジャングル & 学ぶ！未来の遊園地」が挙げられる。「本展は、光のアートに包まれる超幻想空間での体験型音楽フェスティバル「teamLab Jungle - Light Art and Music (チームラボジャングルライトアート&ミュージックフェスティバル)」と、世界中で累計500万人以上を動員している「学ぶ！未来の遊園地」による大規模な展覧会です」として、同時開催された両者の開催時間を同じ会場の中で区切り、「光のアートに包まれる夜」としての「Art NIGHT」である「チームラボジャングル」と、「親子で楽しむ昼」としての「Kids NOON」の「学ぶ！未来の遊園地」とに分けて実施された。なお、「チームラボジャングル」については、「光のアートに体ごと没入し、光に触れて音楽を奏でる、参加没入型ミュージックフェスティバル」の記載も認められる⁽¹²⁾〔写真5〕。

これらのチームラボの展示から「体感」および「体験」の用語使用を見てみると、①ミュージアム



写真4 学ぶ！未来の遊園地での「つながる！積み木のまち」



写真5 チームラボジャングルの状況

が従前から研究・実践してきた体験型展示としての「より効果的な博物館学習・教育」の延長線上に位置づけることのできる知育空間としての体験（体験型知育空間）のほか、②インタラクティブなディズニーアニメーションとしての体験（体感）、③参加没入型ミュージックフェスティバルとしての体験に、その使用が認められる。つまり、従来型の体験型展示に準じる体験としての①のほか、そこからは脱した②・③の「体験」および「体感」が現在、既に使用されているものと観察されるのである。

次に、モーメントファクトリー（MOMENT FACTORY）の展示を見ていきたい。モーメントファクトリー（以下、「MF」と記す）とは、「カナダ・モントリオールを拠点とする体験型イベントのスペシャリスト集団」で、「[サグラダ・ファミリア大聖堂]「シルク・ドゥ・ソレイユ」など、映像、照明、建築、音響、特殊効果を駆使したショーやイベントを、世界各地で350件以上も作り上げてきた」とされる。日本におけるMFの展示としては、2017年1月28日～5月21日まで「日本橋・兜町・茅場町アートプロジェクト」の一環として行われた展示の一つで、日本橋茅場町の空きビルを会場として実施された「食神さまの不思議なレストラン展」を挙げるこ

とができる。この展示は、「見る・聴く・香る・触る・食べる。五感を刺激する「和食」をテーマにしたアート展覧会」との趣旨のもと、「デジタルアートと和食の融合」や「五感を使ったアート体験」をアナウンスするとともに、「見て食べる体験型デジタルアート」を謳っている。会場構成については、展示空間とレストラン空間とに大別され、展示空間は「「和食」をテーマに、最先端の映像技術や特殊効果で、ミステリアスでファンタジックな世界を表現」し、「自身の足で歩き、見て、聞き、触れるといった、インタラクティブな空間を楽しめ」と説明された⁽¹³⁾〔写真6〕。壁面や巨大スクリーンに投影されたデジタルアートは、観覧者が映像に触ることにより音響とともに変化するインタラクティブな作品であり、インタラクティブなデジタルアートの点においてチームラボの作品と共通している。



写真6 食神さまの不思議なレストラン展でのデジタルアートの状況

また、同じく「日本橋・兜町・茅場町アートプロジェクト」の一環として、「スーパー浮世絵 江戸の秘密展」が「食神さまの不思議なレストラン展」とフロアを変えて実施された。こちらの展示については、「高精細デジタルデータ化」され

た浮世絵を「最新の映像技術で動かし、巨大化させ、立体空間として表現」、「浮世絵本来が持つエンターテインメント性を再び蘇らせようとする新しいアート展」として、「デジタルデータを使用し、まるで浮世絵の世界に迷い込んだかのような没入感を体験」できるとされた⁽¹⁴⁾。

ここで、上記に見てきたチームラボおよびMFの展示事例から、そこにアナウンスされた「体感」および「体験」について、その状況を確認するとともに、前節に観察したサブカルチャー作品の映像展示等での用語使用も含めて、現在の状況を類型化しておきたい。

チームラボの展示では、①として示した従来型の「より効果的な博物館学習・教育」の延長線上に位置づけることのできる知育空間としての体験が存在している。また、②としたインタラクティブなディズニーアニメーションとしての体験（体感）については、MFの展示におけるインタラクティブな大型映像のデジタルアートとの共通点が認められる。この形態については、観覧者がデジタル映像を前にすることによって、映像作品が変化し、能動的なアート体験を促すものである。③とした「チームラボジャングル」については、「参加没入型ミュージックフェスティバル」とされ、デジタルアート作品の公開ではあるものの、その提示方法において展示とは一線を画しており、独立した形態と言えよう。

また、サブカルチャー作品の展示として前節に示した大型映像や巨大立体造形を用いた“観覧者の物語世界への没入”の「体感」については、「スーパー浮世絵 江戸の秘密展」で展開された浮世絵を「映像技術で動かし、巨大化させ、立体空間として表現」することによって、「まるで浮世絵の世界に迷い込んだかのような没入感を体験」することとの共通性を指摘でき、第4(④)の形態と言える。マンガの物語世界と浮世絵世界との違いはあるものの、巨大な映像を駆使して観覧者を包み込み、没入感を体験させるという点で共通している。

以上のように、現在展開されている展示においては、①・②・④のかたちで「体感」や「体験」の語が発信されている。また、アートフェスティバルの位置づけにあるため、展示とは一線を画しているものの、③においても「体験」がアナウンスされている。なお、音響を含めた映像作品で観覧者を包み込む④と、光のアートを音響とともに展開して観覧者を包み込む③については、「没入感の体験」において共通性を見出すことができる。つまり、展示等の観察からは「体感」「体験」の用語使用において、現在4つの類型を指摘することができるのである。なお、①については、「より効果的な博物館学習・教育」の延長線上に位置づけることができ、知育空間としての従来型の体験といえるものの、②・③・④については娯楽性やエンターテインメント性が強く、従来のミュージアムにおける「体験」からは脱した新しい形態の「体験」であるといえる。言い換えれば、従前に比して娯楽性が高い展示企画でもある⁽¹⁵⁾。そこで、次にミュージアムと娯楽の関係を確認したい。

2. ミュージアムにおける娯楽

2.1. ミュージアムと娯楽に関する研究と展示の現況

展示に関連してアナウンスされている「体感」や「体験」には、従来からミュージアムが研究・実践を重ねてきた「体験型展示」の範疇では明確に説明することの難しい事例が認められた。それは端的に言えば、より娯楽性の高いものへの用語活用の広がりにある。そこで、ミュージアムと娯楽の関係について、これまでの研究とともに背景を探りたい。

ミュージアムにおける娯楽の位置づけについての研究は、充分に行われてきたとは言いがたく、決して多くない。その中で駒見和夫氏は、2003年の論考において⁽¹⁶⁾、ミュージアムに対するアンケート分析を行うとともに、国際博物館会議<The International Council of Museums (以下、「ICOM」と記す)>で1951年に制定された『国際博物館憲章』における「公衆の慰楽」の記載、同年に我が国で制定された『博物館法』に記載される「レクリエーション」、1960年の第11回ユネスコ総会で採択された「博物館をあらゆる人に解放する最も有効な方法に関する勧告」(以下、「1960年勧告」と記す)での「大衆の娯楽」、1989年採択の『ICOM規約』における「楽しみ」等の記述について、それぞれの文脈の中で比較・分析を行い、「この“慰楽”“レクリエーション”“娯楽”“楽しみ”は異なる言葉であるが、『広辞苑』(第4版)をひくと〔中略〕、いずれもほぼ同意味と捉えられる。このうち、“娯楽”は、すべての内容をおおむね包括する表現といえる」と述べている。また、『国際博物館憲章』での「公衆の慰楽」と、『博物館法』での「レクリエーション」とを比較し、「前者では、「公衆の慰楽」を、収集品や資料・標本類の公開の目的に位置づけているのに対して、後者については、「レクリエーション」が目的としての必要な諸事業の1つに置かれており、付加的な印象を受ける」と指摘しており、重要な指摘と言えよう。この点について、駒見氏は更に2016年の論考で⁽¹⁷⁾、博物館法と2007年に改訂された現行の『ICOM規約』とを比較し、「博物館法をみると、博物館の定義では目的と機能の関係が明瞭に示されていない(博物館法第2条)。ゆえに、博物館における教育と娯楽は別個の役割とみなされ、対時的に捉えられてしまう。けれども、国際博物館会議の定義に表れているように、学びと楽しみを融合して捉える活動によって、博物館は公教育機関の役割を果たせることとなるのである」と論を進めている。なお、ミュージアムにおける娯楽の役割として、「社会的存在としての博物館・美術館の根幹は、公教育機関であることといえる。したがって、博物館や美術館における娯楽性は、学ぶことの動機付けや学習の促進を見据えたものでなければならないと考える。さもなければ、遊園地やテーマパークなどのアミューズメント施設との違いがなくなってしまう」との考えが示されている⁽¹⁸⁾。

また、駒見氏の2003年論考を参考にしながら、博物館における教育を“楽しみ”との関係の中で検討した山口加奈子氏の論についても、ミュージアムにおける娯楽の位置づけを正面から扱った研究といえる⁽¹⁹⁾。「これからの博物館の在り方に関する検討協力者会議」によって2007年に提出された『新しい時代の博物館制度の在り方について』の「集めて、伝える」博物館の基本的な活動に加えて、市民とともに、「資料を探求」し、知の楽しみを「分かちあう」博物館文化の創造への記載に着目し、「ここでは「知る楽しみ」という、“知ること”の目的としての“楽しみ”が明確に挙げられている」と指摘した。更に駒見氏も検討した倉田公裕・矢島國雄両氏による「博物館の対社会的活動は、「教育」「普及」といった大上段に振りかぶった堅苦しいものではなく、楽しめるものとして組織され、これに参加してくる人々に、アミューズメントを感じさせながら、学習を促すものに行なければならないであろう」との指摘⁽²⁰⁾から、「博物館における楽しみには、感性的“楽しみ”と知性的“楽しみ”が存在すると考えられる」と述べ、更に倉田公裕氏による「知的な刺激と娯楽としての楽しさ」をあわせ持つ場所としての博物館の指摘⁽²¹⁾について、「知性的“楽しみ”と感性的“楽しみ”をさしているのではないだろうか」との解釈を行っている。そして、「感性的“楽しみ”をきっかけとして、利用者の心を惹きつけ、知性的“楽しみ”へと発展させていくことはできないだろうか」との提起とともに、「教育にばかり目を向けるのではなく、もっと根本の“楽しみ”を追求し、そこから生まれる学習を博物館では作り上げていく必要がある」と述べるに至っている。

駒見氏・山口氏のほか、矢島氏についても、ミュージアムにおける娯楽や楽しみを学習につなげていくことの立場において一致している。その一方で、「もっと根本の“楽しみ”を追求」することを述べている山口氏の論は、娯楽や楽しみに対して一歩踏み出している感もある。しかし、駒見氏の2003年の論考と、山口氏の2014年の論考の間には11年以上の時間の経過がある。この間、2003年6月～8月に京都国立博物館で開催された「アート オブ スター・ウォーズ展」を契機として、それ以降、SF映画のほかマンガ・アニメのサブカルチャー作品を扱ったミュージアムの展示が格段に増えている事実がある⁽²²⁾。その一つの現れが、本稿の第1章第1節(1.1.)に記した「ONE PIECE展」や、「進撃の巨人展」であり、現在のミュージアムが展開するこれらの展示の状況を鑑みても、娯楽や楽しみを再度、検討すべき時期に至っていると考えるのである。

次に、社会学の立場から戦争に関わる博物館を検証した古市憲寿氏がおり、ミュージアムにおける娯楽への発言があるため見ておきたい⁽²³⁾。古市氏は、「現代の博物館は、他のエンターテインメント施設との競争をしないとならない。[中略]いかにして人々に博物館に来てもらうことができるのか。キーワードは、「ディズニー化」だ。社会学者たちは現代社会のあらゆる場所で「ディズニー化」が進展していると指摘する。ショッピングモール、ホテル、空港などのあらゆる都市

開発においてディズニーランドっぽい演出が施されているというのだ「博物館も集客を目指すのならばディズニーランド化していくしかない。〔中略〕博物館ともテーマパークとも言えない施設が全世界で増えている」と述べ、博物館のディズニーランド化は「そもそも「博物館」の理念からして、それは決して間違ったことではない。博物館の定義にはユネスコ総会での勧告や国際博物館会議規約が参照されることが多いが、そこにはいつも「大衆の娯楽と教育のための施設」といった文言が入っている。博物館というのは、教育施設でありながら、楽しむために存在している場所なのだ」としている。そして、「2007年に採択された最新の国際博物館会議の定義でも「education」「study」「enjoyment」が博物館の目的として掲げられている」と指摘する⁽²⁴⁾。

ここで参考にユネスコの1960年勧告、ICOM(国際博物館会議)の現行規約(2007年改訂)、我が国の博物館法、加えて2015年11月のユネスコ第38回総会で採択された勧告(以下「2015年勧告」と記す)について、それぞれの娯楽等に関わる部分を見ておきたい。

博物館をあらゆる人に解放する最も有効な方法に関する勧告

：第11回ユネスコ総会(1960年12月)採択
「博物館」とは、各種方法により、文化価値を有する一群の物品ならびに標本を維持・研究かつ拡充すること、特にこれらを大衆の娯楽と教育のために展示することを目的とし、全般的利益のために管理される恒久施設、即ち、美術的、歴史的、科学的及び工芸的収集、植物園、動物園ならびに水族館を意味するものとする。〔大衆の娯楽：原語「the public for its delectation」〕

ミュージアムとコレクションの保存活用、その多様性と社会における役割に関する勧告

：第38回ユネスコ総会(2015年11月)採択
ミュージアムという語は、「社会とその発展に奉仕する非営利の恒久的な施設で、公衆に開かれており、教育と研究と娯楽を目的として人類と環境に関する有形無形の遺産を収集し、保存し、調査し、伝達し、展示するもの」と定義される。したがって、ミュージアムは人類の自然的・文化的な多様性を表象することを目的とし、遺産の保護や保存そして伝達においてきわめて重要な役割を果たす機関である。〔娯楽：原語「enjoyment」〕

ICOM規約：2007年8月改訂

博物館とは、社会とその発展に貢献するため、有形、無形の人類の遺産とその環境を、研究、教育、楽しみを目的として収集、保存、調査研究、普及、展示をおこなう公衆に開かれた非営利の常設機関である。

〔楽しみ：原語「enjoyment」〕

博物館法：1951年12月制定

第2条 この法律において「博物館」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（育成を含む。）し、展示して教育的配慮の下に一般公衆の利用に供し、その教養、調査研究、レクリエーション等に資するために必要な事業を行い、あわせてこれらの資料に関する調査研究をすることを目的とする機関

上記に示したICOMの現行規約やユネスコの2015年勧告には、古市氏も指摘するように「enjoyment」が規定されている。ただし、ユネスコの1960年勧告については、「the public for its delectation」の語に「大衆の娯楽」の訳が与えられており、国際的なミュージアムの規約・勧告類のすべてにおいて「enjoyment」の語が用いられているわけではないことを確認できる。『オックスフォード現代英英辞典』(7th edition：2005年)によると‘delectation’はフォーマルな語としての「enjoyment or entertainment」と説明されている。ICOMの現行規約とユネスコの2015年勧告において「enjoyment」の語が使用されていることを考慮すれば、1960年勧告の「delectation」についても「entertainment」ではなく、「enjoyment」に準じて用いられた語と理解することができる。

一方、我が国のミュージアムに関わる法令類では、明確に「娯楽」を規定したものが無い。博物館法の第2条に見られるように、我が国においては「レクリエーション等」との言葉の中に「娯楽」の要素をも含んでいることになる。事実、『広辞苑』(第6版：2008年)においても、‘レクリエーション’は「仕事や勉強などの精神的・肉体的な疲れを、休養や娯楽によって癒すこと。また、そのために行う休養や娯楽」と説明されている。

しかしながら、本稿の第1章(1.)で見えてきたように、現在の我が国のミュージアムにおいては、従前に比べて娯楽性の高い展示が次々と実施されている。これは、前章で類型化した②・③・④の形態に顕著であり、以前は使われていなかった「体感」の言葉がアナウンスされ、「体験」についても従来型の「体験型展示」の中では説明を完結することが難しい展示が多く行われている。前章に扱った「ONE PIECE展」と「進撃の巨人展」を例に採れば、両者はサブカルチャー作品を用いた企画であり、それぞれの作品世界への没入体験（作品世界の「体感」）を来館者に提示した展示である。没入体験を目指すため、作品世界の「テーマ化」が強ク打ち出された展示とも捉えられ、極めて高い娯楽性を持つサブカルチャー作品の展示として、その娯楽性を全面に押し出した企画と言える。マンガという学習には結びつきにくいサブカルチャー作品の「娯楽」への没入・体感を求めるものである以上、どちらかと言えば学びというよりも遊びの範疇にあるといえる。つまり、学習に結び付けていくことが極めて難しく、従来型の体験型展示と同じ身

体感覚に訴える手法にはあるものの、学習に結びついた（学習を促す）体験型展示の中で考えることが難しいと言わざるを得ない⁽²⁵⁾。我が国のミュージアムに関わる法令の中には現在、明確な「娯楽」の規定はないものの、その一方で、現実としては極めて娯楽性の高い展示が実施されているのである。

このため、我が国においても、国際的なミュージアムの規約類と同様に、法令・規約上に「娯楽」を明記すべき時期が到来していると考えるのである。もちろん、我が国のミュージアムは、社会教育機関の位置づけにある。社会教育機関である以上、社会教育の場でなければならない。では、娯楽性が極めて高いサブカルチャー作品を、どのように考えればいいのかだろうか。一つの考え方を、次に提示したい。

2.2. ミュージアムの展示におけるサブカルチャー作品の位置づけ

サブカルチャー作品に関わる展示が現在、我が国のみならず、海外においても行われている⁽²⁶⁾。マンガやアニメに顕著なように、サブカルチャーに関わる作品は、娯楽性が極めて高い。しかしながら、この娯楽性の極めて高いサブカルチャー作品の展示企画が、国内のミュージアムで乱立してきており、展示の意図（開催趣旨）や必要性・内容の充実度等にも、それぞれの展示でばらつきが認められる。一方で、現在は評価の時代と言われ、ミュージアムが自己点検のほか外部評価を取り入れることが、「博物館の設置及び運営上の望ましい基準（2011年12月 公布・施行）」といった比較的新しい関係法規に規定されている。このようなサブカルチャー作品展示の現況について、山本哲也氏は「優れた展示が多々あるのに、逆にどれも一緒くたにされ、人寄せパンダとしか利用者の目に映らなくなってしまふ危惧さえ感じるのである」と述べている⁽²⁷⁾。

ミュージアムが外部評価を求められ、展示の来館者数が評価における一つの指標であることは否定できない。しかし、集客をねらい、展示意図の深化や内容の充実を二の次とするような企画を肯定することはできない。マンガやアニメを端緒とした展示が乱立して、社会に浸透しつつある一方、サブカルチャー作品はその娯楽性ゆえに教育や学習の促進には直接結びつきがたく、ミュージアムの展示においてどのように位置づけるべきか熟考する必要があると考えるのである。

サブカルチャーの作品は元来、マンガでの出版、アニメでの放映に顕著なように、広く社会に発信することを目的としている。このため、マンガにおいては書籍として大量生産・大量消費され、アニメも再放送が可能のように唯一性を保持していない。また、現代文化としての同時代性の只中にあるため、時の経過とともに同時代的な作品への熱狂が薄れ、それとともに作品評価が変化し、失われ、忘れ去られる危険性すら孕んでいる。少なくとも、従来、ミュージアムが展示してきた「作品の希少性」という価値観の中においては、サブカルチャーの作品は対極にあると言わざるを得ない。対極に位置する作品である以上、新しい価値観

に則った重要性を作品に見出す必要に迫られていると考えるのである。

そこで、我が国のサブカルチャー作品を俯瞰してみると、世界的な視点に立てば、これらは紛れもなく現代日本の文化コンテンツとして、広く受け入れられ、そこに育った世代の人々に影響を与えた作品であると言える。つまり、現在の日本から発信される文化の主要なファクターとの認識に揺らぎはなく、現代文化としては無視できない作品である。このことから考えれば、サブカルチャー作品は自らの国の文化を知り、世界の人々とコミュニケーションを深めることのできるコンテンツであり、広い意味でそのための教養を深めるコンテンツと位置づけることができるのではないだろうか。「教養教育」という言葉があるものの、上述のように極めて娯楽性が高い作品類であるため、教育の範疇に位置づけられるのかについては慎重にならざるを得ない。しかしながら、文化的な価値の高さに目を向けることによって、乱立するサブカルチャー作品の展示企画に対して、また展示意図の構築に際しても、一定の方向性を示せるものと考えるのである。

おわりに

本稿では「体感」・「体験」の用語アナウンスを行う現在の展示に着目し、その類型化を行うことによって、従来の「体験型展示」の枠には収まりきらない、娯楽性の高い展示にも用語活用が広がっていることを明らかにした。また、娯楽性の高い作品類の展示は、サブカルチャー作品の展示を中心に、その数を増やしている。一方、ミュージアムに関わる国際的な規約・勧告類には「enjoyment」の記載があるものの、我が国の関連法規類の中には訳語とされる「娯楽」は規定されていない。このような現実の諸要因を受け入れれば、我が国の関連法規類においても「娯楽」を明確に規定すべき時が来っていると結論づけた。

国際的な規約・勧告類の中に用いられている「娯楽」にあたる英単語を見てみると、そこには「entertainment」でも「amusement」でもなく、「enjoyment」の使用を確認することができる。つまり、このことから考えても、エンターテインメントを全面に押し出したミュージアムのアミューズメント化はふさわしくない。本稿の中では、展示施設がミュージアムに留まらず、商業施設等を含めてポダレス化してきていることも指摘したが、今後のミュージアムは必ずしも教育には結びつきがたい、その一方で文化的な価値を見出すことができるサブカルチャー作品のような資料にも目を向けて、それらを実物で展示することを主眼とすることによって、ほかのアミューズメント施設との差別化を図り、社会教育施設として生き残っていく道を探ることが求められると考えるのである。

註

- (1) 体験型展示（体験展示）は、展示室で行われる資料の観察である見ること、すなわち視覚を中心に展開される学習活動を、視覚以外の聴・触・嗅・味感覚をも用い、五感を使った身体全体で展示資料を感受することによって、体験的に理解に導こうとする展示の形態であり、より効果的な学習や教育の観点から研究・実践が行われてきた展示手法と捉えられる。
佐々木和博「体験展示」全日本博物館学会編『博物館学事典』雄山閣 2011年8月参照
- (2) 集英社編『ONE PIECE展 公式パンフレット 体感 —ADVENTURE LOG—』朝日新聞社 集英社 東映アニメーション アサツキー・ケイ 2012年3月
- (3) 集英社編『ONE PIECE展 公式図録 記憶 —ETERNAL LOG—』朝日新聞社 集英社 東映アニメーション アサツキー・ケイ 2012年4月
- (4) a～gまでに記した本文記載において、丸括弧および括弧内の語句は、筆者が加筆した。
- (5) 諫山創 週刊少年マガジン編集部 監修『進撃の巨人展公式図録』講談社 ムービック 2015年3月
- (6) 「ONE PIECE展」の展示をプロデュースした洪恒夫氏は、同展のコンセプトとして「シェア＝分かち合い」をキーワードとしたことを述べ、「漫画は本来、一人一人が読み、体験するものですが、その体験を、様々なアイテムやツールを駆使して提供することを目指しました」とし、更に「『ONE PIECE』を生み出した作者のマインドを、来場者の方がシェアする機会を提供することを目指しました」として体験の提供を述べている。
洪恒夫「コンセプト」集英社編『ONE PIECE展 公式図録 記憶 —ETERNAL LOG—』2012年4月
- (7) チームラボは、「プログラマ、エンジニア、CGアニメーター、絵師、数学者、建築家、ウェブデザイナー、編集者など、デジタル社会の様々な分野のスペシャリストから構成されているウルトラテクノロジスト集団。アート・サイエンス・テクノロジー・クリエイティビティの境界を越えて、集団的創造をコンセプトに活動している」とされる。
チームラボWebサイト<www.team-lab.com> 2017年7月26日閲覧
- (8) 前掲 註7 チームラボWebサイト
- (9) 「ディズニー・アート展 <いのちを吹き込む魔法>」展示入場者配布用チラシ 日本科学未来館 2017年4月
- (10) ディズニー・アート展 <いのちを吹き込む魔法>特設Webサイト<<http://da2017.jp/special-teamlab.html>> 2017年8月17日閲覧
- (11) 本展示は、2017年8月5日～9月24日までの会期で高知県立美術館においても開催されている。出品は「踊る！アート」3作品、「学ぶ！未来の遊園地」4作品で、会場規模の問題からであろうか、日本科学未来館での開催時より点数がやや縮小されている。
なお、「踊る！アート」の作品として「追われるカラス、追うカラスも追われるカラス」が冒頭に題される作品が日本科学未来館・高知県立美術館の両館に出品されているが、同様の作品が2016年7月30日～2017年1月9日まで森美術館で行われた「宇宙と芸術展：かぐや姫、ダ・ヴィンチ、チームラボ」にも出品され、本作品を上映するための展示室において4分20秒のインタラクティブデジタルインスタレーションが展開された。
<<https://www.youtube.com/watch?v=a9Uyk4H4bQw&feature=youtu.be>> 2017年8月17日閲覧
- (12) 「タイトル presents teamLab★ Jungle & 学ぶ！未来の遊園地」宣伝チラシ 2017年
- (13) 「食神さまの不思議なレストラン展」宣伝チラシ 2016年
- (14) 「スーパー浮世絵 江戸の秘密展」宣伝チラシ 2016年

- (15) 日本科学未来館では、2016年4月に常設展示の大幅なりニューアルが実施され、「問い、考え、行動する」のコンセプトのもと、従来の「体験型」を更に進展させた「経験型・思考型」の展示を展開したことが述べられている。このことから、本稿に検討する「体験」における娯楽性への拡大とは別の観点においても、ミュージアムにおける従来型の「体験」が再検討されてきていることを指摘できる。
- (16) 駒見和夫「博物館における娯楽の役割」『和洋女子大学紀要』第43集（文系編）2003年3月
- (17) 駒見和夫「博物館と教育」中村浩・青木豊編『観光資源としての博物館』芙蓉書房出版 2016年3月
- (18) 前掲 駒見「博物館における娯楽の役割」2003年3月
- (19) 山口加奈子「博物館における教育と“楽しみ”の関係性」『國學院雑誌』第115巻 第8号 國學院大學 2014年8月
- (20) 倉田公裕・矢島國雄『新編 博物館学』東京堂出版 1997年8月
- (21) 倉田公裕『博物館学』東京堂出版 1979年3月
- (22) 見留武士「博物館の企画展示にみるサブカルチャー資料の動向」『国府台』15号 和洋女子大学文化資料館 2011年6月
- (23) 古市憲寿「誰も戦争を教えてくれなかった」講談社 2013年8月
- (24) 引用した古市氏の記載の中には、アラン・プライマンによって発表され社会に受け入れられた「ディズニー化（ディズニーゼーション）」と、古市氏が自らの言葉として述べた「ディズニーランド化」の2つの用語がある。註23の書籍は一般に向けたものであり、平易な内容説明を行うために「ディズニーランド化」の語をも用いたものと考えられる。プライマンの述べる「ディズニー化」の柱の一つが「テーマ化」であり、「カジノやレストランのように、対象となる施設や物体をそれとはほとんど無縁のナラティブ（物語）で表現すること」として説明されている。また、博物館のテーマ化についてもプライマンは言及し、「規範例として専門博物館に顕著に現れている。ある意味で、博物館は常にテーマ化されていると言えるが、普及し専門化するにつれて、テーマ化された施設に類似してきている」と述べ、続けて古市氏の言う「博物館ともテーマパークとも言えない施設」と同義と理解される「博物館らしからぬ博物館」例を提示したうえで「折衷的な博物館の多くは、一般的なテーマにもとづく特別展を開催している。〔中略〕多くの批評家が指摘しているように、テーマパークと博物館の区別がますます曖昧になっており、博物館のテーマ化に拍車をかける傾向がある」と指摘されている。
- アラン・プライマン著 能登路雅子監訳 森岡洋二訳『ディズニー化する社会 文化・消費・労働とグローバリゼーション』明石書店 2008年6月
- (25) 見留武士「サブカルチャー資料の展示にみる図録提供の多様化」『国府台』20号 和洋女子大学文化資料館 2016年6月
- (26) 大英博物館で日本マンガの星野之宣『宗像教授異考録』をモチーフにした展示が2009年11月に行われて以来、欧米を中心に海外のミュージアムでも日本のアニメ・マンガ作品の展示企画が行われている。
- (27) 山本哲也「サブカルチャーと博物館」『博物館研究』第49巻 第8号 日本博物館協会 2014年8月