

メディアとミュージアムの関係性について

重本 **

***** SHIGEMOTO

中京大学現代社会学部現代社会学科

学籍番号 C11.....

1. はじめに：研究主題（私の関心）

思えば、芸術という分野に関しては幼少期から触れてくる機会が多かったような気がする。両親とも芸術に関心があったし、特に父は美術系の大学を卒業したということもあってか、自宅で絵を描くこともあった。そんな親の血を受け継いだのか、もしくは影響されて成長したのか私も物心付く前から絵を描くことが好きだった。小学校の高学年の頃から美術館が楽しい場所だと思えるようになり、それからは自分でも積極的に足を運ぶようになった。頻繁ではないが、美術館や博物館に行くことが今でも好きだ。そして、最近ミュージアム内でよく目にする音声ガイドや映像解説についても気になっていた。特に、最近の音声ガイドは凝っていて有名な俳優をガイド役に起用するといった試みも行っている。何故、芸術作品などを鑑賞する場であるミュージアムにはこうもメディアが多いのか。そうした疑問から私はメディアとミュージアムを個人研究のテーマに定めた。ミュージアムとメディアが交差するということが一体どういうことなのか、研究していく。

テーマを決めて、まずはミュージアムとメディア関連の文献を読んでいくことにしたのだが、読みすすめていくうちに知らないことの多さに驚かされた。振り返ってみると、今までこんなにも難しいことを考えながらミュージアムを訪れ、作品を鑑賞したことは一度としてなかった。ただ単純に美しさや技術の精密さ、雰囲気などを感じ

て自分が好きな作品を見つけて楽しむ。そうした娯楽としてしか芸術を見てこなかった。そして今まで私が考えていた芸術との差異にも驚いた。私は芸術と聞くとまず絵画、そして西洋の宗教画などを思い浮かべる。芸術とは神聖で崇高なものであり、画家がその魂を込めて描いたものだと考えていたのだ。だが、次々に明らかになっていく芸術作品の側面は私が考えていたものとは異なるものだった。『どの時代の芸術も、その時代の支配階級の利益に奉仕する傾向を持つ。』（イメージ 視覚とメディアより抜粋）とあるように芸術は人間を主軸に考えられていて、資本主義に依存した商業的な役割を持っている。描いた絵が表現するものよりも、依頼で描いた絵を売却して得た金銭のほうが当時の画家にとって重要だったのだ。しかし、今まで私はその絵画の背景を読み解くことをしてこなかった。娯楽として絵画を見るだけで満足してしまっていたし、何より画家は健全なる精神のもと崇高な絵画を描くという私のステレオタイプがそれをしなかった。娯楽としてではなく学問として、視点を切り替えて芸術を見る。その切り替えがまずは必要となった。

2. 絵画に隠された男性の欲望と遠近法による欲望の助長

まず、博物館に所蔵されている作品、主に絵画についての歴史や役割を見ていくことにした。それこそ100人いれば100人ともが違う絵を描くように、画家によってキャンバスは何色にも染まれるし、どんな姿にもなれる。今まで私たち人類が歩んできた歴史の中で膨大な数の絵が描かれ、生まれた。それと同時に絵に描かれるモチーフ、対象がカテゴライズされてきた。宗教上の目的で描かれたものであれば宗教画。安置された食べ物や食器などを描いたものは静物画。裸の女性を描いたものであれば裸婦画、となる。そして絵画を含む芸術は、ほとんどがその所有者の欲望と密接に結びついている。特にこのルネッサンス期はその特徴が強くうかがえるのである。

私が調べていく中で最も興味深かったのは女性の話だ。見る見られる、そして男女の関係性や女性のヌードの話などがとても興味深い内容だった。

繰り返し描かれる主題として、女性ははずせないものだ。断言することはできないが絵画には男性よりも女性を主題にしたものが多いのではないだろうか。男性を主題にした絵画というのも勿論存在する。しかし、男性が描かれていたとしてもそこには女性と共に描かれているなど、男性だけが描かれているというものは少ない気がする。どうして女性をモデルにしたものが多いのか。きっとそこには深い理由が隠されているのだろうと考えていたのだが、「イメージ 視覚とメディア」では「画家が裸の女

性を描くのは画家が彼女の裸を見るのが好きだからである。」「それは鑑賞者＝男性のため」と冒頭でばっさりと切り捨てられてしまう。そんなに単純で即物的な理由なのかと俄かに理解することはできなかった。しかし、読めば読むほど興味深い内容で、この章を読み終える頃には深く納得することができた。

そもそも男性と女性とでは期待されている役割が違う。かつての欧州では勿論、現在の日本でも男性と女性では社会的存在、存在感の趣が異なる。男性の場合、それはその能力の有望性に左右される。（能力とは、例えば道徳的なものであったり肉体的なものであったり、感情的、経済的、性的なものなどが上げられる）彼の能力が大きく確かなものであれば彼の社会的存在はそれに比例して目立つものとなるが、逆に弱く不確かなものであれば、彼の存在感は薄いとされるのである。これは今でも変わらないように思える。運動や勉強ができる、かっこいいといったここで言うところの能力が大きく確かなものを持つ男の子は昔からクラスを中心にいた。これに対して女性の場合は彼女自身の態度によって決まってくる。自分に対して何がなされうるか、なされえないか。彼女の行う全てのことが自身の社会的存在にそのまま寄与されていくのだ。その仕草、声、意見、表情、服装、選ばれた環境、趣味などからそれは構築されていく。挙動の全てがそのまま社会的存在になるのだというから、女性は気が気でなかったのではないだろうか。しかしどうして女性は男性のように能力から社会的存在が規定されなかったのか。様々な要因がそこにはあるが、女性が家庭に押し込められているという状況が一番大きな要因だ。女に生まれるということは男性の庇護のもとと限られた空間のなかで生活していくという時代。家庭に押し込められた彼女たちは男性のように純粋に能力で判断されることはない。社会的存在のほとんどが内面ではなくパッと見の外見的なもので構成されてしまう。そうした環境下のもとで彼女たちは知恵をしばり自分たちの社会的存在を作りあげていったのだ。

常に受身の存在であった女性の中には観察者と被観察者の二つの成分が存在する。自分が他人にどう見えているのか、どう振舞えばいいのか。彼女は全てを観察しなくてはならない。何故なら他人の目にどう映るのかということは彼女の人生の成功に大きく関与しているからである。『彼女が自分だと感じているものは、実は他人が彼女だと思ふことに取って代わられている。』（「イメージ 視覚とメディア」より抜粋）女たちは自分を注意深く観察することによってどのように他人に扱ってもらいたいのかを示す。わかりやすく例を挙げよう。ある女性が冗談を言ったとする。こうし

た場面は普段からもよく目にすることがあるだろう。この場合、彼女は面白い話を他人に聞かせたいのではなく、面白い話を好きな自分を他人にどう扱ってもらいたいかをほのめかしているのである。彼女たちの挙動は全て自分をどう扱ってほしいか、それによってなされている。『男は行動し、女は見られる。男は女を見る。女は見られている自分自身を見る。(中略)彼女のなかの観察者は男であった。そして被観察者は女であった。』(「イメージ 視覚とメディア」より抜粋) こうした背景から女性は光景となり、数々の絵画の主題となっていったのだ。

多くの油彩画が描かれたルネッサンス期には光景となった女性ももちろん多く描かれた。それと同時に絵画を購入し所有する人間が増加、その所有者のほとんどが世帯主の男性だった。このことから既に女性が絵画の主題として多く描かれていたことが容易に想像できるが。彼女たちは絵画の中でも家庭内に押し込められるように額縁に押し込められ見られる存在として扱われている。私たちがしばしば目にする裸婦画。その中の女性たちは男性のため、所有者のためにポーズをとらされ、誘惑しなければならぬ。『女性は男の欲望を充足させるために存在し、自らの欲望は満たされることはない。』(イメージ 視覚とメディアより抜粋) このように、絵画の中で女性たちは男性にとって都合よく扱われてきた。例えそこに彼女たちの恋人と一緒に描かれていたとしても、彼女たちは恋人を見ることはできない。本当の恋人である所有者や鑑賞者と考えられている者の存在する絵の外を見つめ、彼の感情や欲望への服従を示す。そうした絵を見ること、または見せびらかし、客人を羨ましがらせることで彼ら所有者や鑑賞者の自尊心や支配・所有の欲は満たされた。まさに男性のために描かれた芸術であり誇示のための道具ともいえるかもしれない。例外はあれども、男性たちの欲望から女性は何度も永遠の主題として描かれてきたのだ。

女性の絵画の話から所有・支配・誇示などの欲望が垣間見えたと思う。これらの欲望は絵画の需要と結びつき芸術の発展へと貢献した。その中でも特に油絵は大きく成長した。まるで手を伸ばせば触れられるかのような質感やきめの細かさなどを非常にリアルに忠実に表現することができた。そのため油絵はそれまでのテンペラ画やフレスコ画ではできないような特別な生活を表現することが可能となる。写真が登場するまでの間、油絵は対象を最も本物らしく表現する唯一の方法だったといえる。そのリアルに描かれた絵画を所有するということは、ただ単に絵を所有するということだけではなく、自分の裕福な生活を忠実に表現してくれるということにも繋がった。例え

ば静物画。そこには果物や魚介類、食器や色々な道具などが見られる。それらを描かせて自宅に飾るという行為は描かれているものを所有し、配置するという行為と非常に類似している。加えて描かれているものは全て金銭で買うことの出来る物であり、どれも所有者の富を表すようなものばかりだ。本物らしく描かれた絵画を所有することによって所有者たちは自らの富や生活様式を誇示したのである。（これはT・B・ヴェブレンの述べる誇示的消費の一種であると考えられるかもしれない。）

生活様式を誇示する為の主題は他にもあった。動物画や風景画、建築物を描いたものなどもその役割を果たした。動物画の場合描かれる動物はなんでもいいというわけではない。動物の血統を強調するために野生の動物ではなく家で買われているような動物を描かせるのだ。毛並みの良い犬や馬がそこには描かれる。風景画の場合は自分の土地を再認識する為を描かれる。キャンバスに広がるこの広大な土地は自分達のものである、その確認のために土地と所有者が共に描かれている作品もある。このように人間の所有の欲望は様々なものに及び、限りがなかった。絵を自宅の壁という壁に飾るような当時の芸術愛好家たちは自分達が所有するかもしれない様々な風景・眺めを提供してくれるものとして絵を収集した。自分が世界で価値があると認めた全てのものを手の届く範囲で再構成するのである。今風に分かりやすく言うなら、自分の部屋を自分の好きなものだけで埋め尽くしたいという願望だろうか。好きなアイドルのポスターを壁に貼っている（場合によっては壁一面に）というのもそれと同様だ。収集家や所有者・鑑賞者にとって絵画とは周囲に自慢できて様々な眺めを提供してくれる額付きの金庫だったのだ。

今まで述べてきたこの、所有したいという欲望は絵画の技法のひとつである遠近法の誕生によってここまで強力なものに変化したと考えられる。なぜならば遠近法とは私たちの視覚を外化する視点だからだ。本物そっくり描かれた自分たちの世界。本来ならば私たちはその中にいるはずの人間だ。けれどそれを外から眺める。眺めることができる。そうして自分たちの世界を外から眺めることに慣れてしまった私たちの目は世界を所有したいという意識や欲望に繋がっていく。『遠近法によって世界をミニチュア化し、額縁のなかに閉じこめ、所有したいという近代に特有な目の欲望はこうした流れから生じるのである。』見るということは単純に目で見るということだけではなく、文化や社会によって、作られている。遠近法によってより所有したいという欲望は強化され、世界は視覚至上主義へと転身を遂げていった。視覚至上主義の世

界で欲望はさらに膨れ上がっていく。その世界で現在私たちは携帯やカメラを片手に更なる所有物を探すのだ。さてここからはメディアの話をしていこうと思う。今まで述べてきた「見たい」「所有したい」という欲望はメディアの発達と非常に密接に結びついている。

3. 携帯付きカメラの侵入と撮影による欲望の置き換え

日本で急速に普及した携帯電話。最近では、日本の総人口を携帯電話の普及率が上回ったという報道も見られたし、スマートフォンの登場で携帯電話は本来の電話という機能を飛び越えて更なる進化を遂げつつある。携帯には様々な機能が搭載されているが、その機能のひとつとしてカメラに注目したい。携帯電話を所持していれば、いつでもどこでも思い立ったらすぐに写真をとって保存、送信することができる。デジタルカメラよりも気軽に持ち歩けるカメラ付きケータイは場所を選ばずどこにでも自由に入出入りする。そうして様々な場所に侵入していった。美術館や博物館も例外ではない。ごくたまに写真撮影可能な施設もあるが美術館や博物館は著作権や作品、鑑賞環境の保護のために基本的に写真撮影ができないようになっている。携帯が普及し始めた頃、いや、カメラ付きケータイが普及し始めた頃、こうした館内での撮影行為というのは問題になったようで当時の朝日新聞にもこれらの問題に関する記事が掲載された。いささか古い記事なので詳細は分からないが、その当時の美術館や博物館関係者にとっては相当頭を悩ませた問題だったらしい。撮影禁止の注意書きをしても撮影者は後を絶たず、入館の際は携帯の電源を切るように求めるという苦肉の策を講じるも記念撮影をする人はやはり多く見られた。『館によっては所蔵品を並べる常設展では撮影可能だ。だが、海外から作品を借りる大規模な展覧会になると、著作権と作品の保護上、「私的撮影禁止」が契約に盛り込まれることがある。横行すれば違約金や展示期間中の作品引き揚げという措置もあり、深刻だ。』（撮影横行、カメラ付き携帯に悩む美術館 asahi.comより抜粋）といったように、鑑賞者のモラルの欠如のためにこうした事態が生じているということが報じられた。だが、ここには先ほどから述べている私たちの視覚的欲求・所有欲に基づいて起こった事態だとも考えられるだろう。

『そもそも私たちはなぜミュージアムを訪れるのか？ それは、珍しいモノを「見たいから」である。では、なぜ「見たい」のかと言えば、それは自身で「所有し」毎日見ることができないからである。故に、私たちはミュージアムに足を運び、展示物

と出会うことでその欲求を満たしている。つまり、ミュージアムにおける「見る」という行為は、強く「所有すること」と結びついているのである。』（artscapeより抜粋）私達は見たいという欲望を所有によって解決できない場合、写真を撮るという行為によって欲望を満たしているのだ。撮った写真を後から見返したとき私たちはその写真を自分のものだと認識、判断する。そして自分のものに写る展示物を自分の所有物のように感じるだろう。私達は珍しいものを撮影した写真、またはデータとしてそれを所有する。こうした写真は先ほどの静物画でも示した額付きの金庫とされた絵画と趣が似ているような気がする。もっと身近な例を挙げよう。友人と一緒に街へ出かけて、どこかのカフェに入る。そこで注文したケーキがとても美味しそうと思わず写真を撮る。私はこうした行為も同じような欲望から起こる行為だと思う。これは、このケーキをまた見たい、そのために所有したいという欲望がシャッターをきらせているとは考えられないだろうか。また見るために所有して見たいものを撮った写真、データで代用し欲望を満たす。自宅のペットが可愛くて写真を撮る、という場合も同様だ。その可愛い瞬間を私たちは所有したいと感じてシャッターをきる。二度とないその瞬間を切り取り所有するのだ。お金を払って購入した料理は所有できたとしても永続的にそのままの外観を保ってはいられない。いつかは腐ってしまう。そして芸術作品の場合はそれを購入し所有するほどの資金を持つ人はそういないだろう。けれど、その欲望をほとんどの人は持っているのだ。いつでも食べられる家庭料理や、自分で既に所有しているものを写真にとることがほとんどないのは写真に撮らなくても簡単に所有が可能だからだ。珍しいから見たいし撮りたい。所有したい。そうしてカメラ付きケータイはミュージアムに侵入してきた。

さて、ここで芸術の持つ一回性という性質を取り上げたい。一回性、それはオリジナルの作品をもとに製作された二次的なもの（複製・模写など）には芸術的価値は認められないというものだ。これはきちんと形のある作品に限らず演劇・オペラ・ミュージカルなどのパフォーマンスにも当てはまる。この場合はデータとして録画された演劇には価値は認められないということになる。ここでメディアという観点で芸術作品と演劇とを比較すると、芸術作品の方が圧倒的に影響力は大きい。何故なら、芸術作品は永久に存在し続けることが可能だが、演劇はそうはいかないからだ。長い目で見た時にその伝播力は圧倒的に前者が強い。（しかしそれもネットと比べてしまうとネットの圧勝となってしまふのだが。）しかし、現在私たちは、テレビで有名な絵画

を頻繁にテレビやネットで目にする。もちろんそこに映るのは本物ではあるが、ディスプレイを通して見ている以上それは一種の複製品だ。それを無意識のうちに理解し私たちは見る。同時に私たちは評価する。本物と同等の評価を複製品に下すのだ。一回性を持つ芸術もテレビやネットを通して見られることで、コピーが本物と同等の価値を持つメディア・アートになってしまうのである。つまり私たちが写真を撮って後に見る作品はメディア・アートになるわけだ。美術館などで購入したポストカードも、ネット上にアップされた画像を印刷したものも同様にメディア・アートなのである。

また、私は偽物が出回っているという現状も所有の欲望とは無関係ではない気がしている。偽物で満足してしまう人々がいるのはそうした欲望があるからなのではないだろうか。海賊版にしても、ブランド品の偽物にしても偽物がこうも出回るのは、所有したいという気持ちをうまく利用しているといえる。中国の人が偽物を平気で作るのも使うのも、ある意味本物と同等の価値を偽物に下しているからかもしれない。偽物は私たちの欲望を巧妙に刺激している。それはメディア・アートも同様なのだ。

最近、めっきりCDを購入するとが減った。聴きたい音楽はネットですぐに購入できるようになった上に、データとして何万曲も小さなプレーヤーに入れて持ち歩けるのだから、必要がないのだ。私たちはディスクを所有することからデータを参照するようになってきている。この動きは、かつて、絵画を所有することしか、目に焼き付けることしかできなかった私たちがカメラを持って撮影をしてデータとしてそれらをいつでも参照できるようになった動きと類似しているように思う。（写真として現像するのではなくデータとして所有・CDに焼くなど）そしてその写真やデータをネット上にアップしたりしたりすることで他人と共有したいと思う気持ちはさながら最近流行の音楽フェスで音楽を他人やアーティストと共有して盛り上がりたいという気持ちと関連性があるのではないか。こうした時代の流れもミュージアムとメディアの関係性を述べていくうえでは関連があるのではと私は考えている。

4. 音声ガイドにおける考察

音声ガイドは最近普及し始めたニューメディアだ。冒頭でも記したように最近の音声ガイドにはガイド役に有名人を起用している。基本的にあまり音声ガイドを利用することはないのだが、一番最近利用したのは俳優の佐々木倉之助がガイド役を務めるものだった。彼はガイドとして一部の絵画を説明するだけでなく、絵が描かれていた時代の行商人を演じながら特定の絵を説明していた。あの時はなんとも思わず、た

だミーハーな気持ちから音声ガイドを利用するに至ったのだが、あれは音声ガイドのウリ、そして展覧会全体をプロモーションするための手段のひとつだったのだろう。その他にもその絵画展のためだけに著名な演奏家の作曲した音楽をガイド中のBGMに使用するなど、なんだか豪華な音声ガイドだった。

音声ガイドの歴史を見ていくと、ヨーロッパやアメリカで1950年代に導入されたことから始まる。開発、導入に至ったきっかけとしては、館内に配置してある説明文や作品情報を全て読む来館者がいないことやスムーズに作品を鑑賞できるようにするため、などだそうだ。日本でも1960年代に音声ガイドが提供された。しかし、ここから約30年もの間、音声ガイドが普及することはなかった。その30年の間に欧米では音声ガイドは更なる進化を遂げていく。電波からカセットテープ、CDから携帯を使ったダウンロード・サービスなどの技術面だけではなく、作品の情報をいかに分かりやすく伝えるか、といった内容の質も重視されるようになった。俳優などを起用した音声ガイドはアメリカでは1970年頃から存在し、大成功を収めた。音声ガイドに関する意識がとても高い欧米では、現在無料でこれを貸し出す美術館・博物館が増えてきている。音声ガイドのメリットは海外の美術館に行っても母国語で作品情報が聞けること、パネルやキャプションよりも分かりやすく記憶に残りやすい形で情報を伝えることができるなど様々ある。そしてガイド役に有名人を起用するということは、収益はもちろん、リピーターを増やすという効果も発揮する。一方デメリットとしては先入観を植え付けることである。説明された作品を説明どおりの解釈で見る。音声ガイドの分かりやすい説明なら尚更鵜呑みにしてしまうだろう。加えて、（これはキャプションやパネルにもいえることだが）全ての作品を解説してくれるわけではないので、説明のない作品は説明のある作品と比べるとそれほど価値はないのかと考えてしまわないだろうか。こういった点で見ると音声ガイドは作品の楽しみ方を限定してしまっている気がする。しかし、あまりに情報が無いというのもまた、作品を理解しにくい場合もある。さじ加減が難しい問題ではある。こうした点も含めて音声ガイドに関しては発展途上の日本。内容の充実、質の向上、様々な言語に対応するなどの改善が必要とされている。

音声ガイドに関しては資料がなかなか見つからず、苦戦している。しかし、音声ガイドについて周囲の人間と話していくことで、あるひっかかりを感じた。それは、美術的分野に詳しい人にも、そうではない人にも両方のニーズがあるのではないかとい

うことだ。詳しい人は更に詳しく知ろうという目的で。詳しくない人は、時間がないからという理由で借りる人もいるだろうし、せっかく来たのだから・現地に行かなければ2度と見れないかもしれないという（言い方は悪いが）貧乏性から借りる人もいる。

ミュージアムでの音声ガイドの役割は、歌舞伎やオペラでの音声ガイドとはまた性質が違う。あらすじを教える劇場での音声ガイドは、物語を分かりやすくするが、それは分かりやすくこそすれ、先入観を与えることはない。物語から感じるものは人それぞれ違うが、物語のあらすじは10人中10人がだいたい同じように理解するはずだ。それとは異なりミュージアムでの音声ガイドは先入観を与えて、2度と自分の感覚では見れなくなる。勿論、それでかまわないという人も多くいるだろう。だが、その善し悪しはひとによって異なってくるのだと思う。

5. 新しい動き・残る課題

最近では侵入してくるメディアに対しての受け入れ態勢を整え始める動きもあるようだ。『美術館の企画展示で鑑賞者に写真撮影を許可する動きが、東京で出始めている。これまで美術館では、常設展も含め、撮影できない場合がほとんどだった。新サービスの背景には、多くの人がカメラ付き携帯電話を持ち歩き、インターネットを使いこなすようになった変化もあるようだ。（中略）さらに今回、インターネットで画像を共有する「フリッカー」というサイトに、同展の公式ページを作った。会場で撮った写真をネット上に寄せてもらおうとの狙いだ。利用にはフリッカーへの登録が必要だが、一定のガイドラインの範囲内ならば、鑑賞者は写真をページに載せることができ、ほかの人が撮った写真も自由にダウンロードできる。優れた写真を同館のウェブサイトを使う予定もある。』排除、抑圧ではなく、受容することでより良い環境作りに繋げていく。美術館にとってプラスに働くようにメディアを利用できるならばこれほどいいことはない。しかしやはり課題は残されている。『たとえば、著作権侵害につながりかねない絵画や写真の接写をどうするか。最近のカメラでは動画も撮れるため、映像作品までが録画されかねない。また、行列ができるような展覧会では、撮影行為が鑑賞の妨げになるかもしれない。』カメラ付きケータイが普及し始めた際にも問題になった、著作権や鑑賞環境については未だこれといった解決策は見受けられない。『それでも両美術館が撮影許可に期待する要因に、ネットでの口コミ効果がある。鑑賞者が気に入った作品をネット上で紹介すれば、それが新たな鑑賞者を呼び込

むかかもしれないからだ。撮影機器の進化とネットの拡大が、美術の楽しみ方を変え始めている』（全てasahi.comより抜粋）間違っただけの使い方をすればメディアのデメリットばかりが目立つようになる。デメリットを目立たせず、メリットを活かすのは私たちの意識、行動にかかっている。

6. むすび：研究成果（私の主張）

何かを見たいという気持ちは人間の欲望の中でも一番強いものかもしれない。それはこの個人研究を進めていくうえで気付いたことのひとつだった。今まで人間は五感全てを平等に使って生活しているのだと思っていた。いや、野を駆け狩りをしていたかつては平等だったのかもしれないが、現代社会では圧倒的に視覚を使う機会が多く、娯楽ひとつとっても視覚にかかわるものが多い。携帯を見る、時計を見る、テレビを見る、ネットを見る……。私たちの生活は何をするにもまず見ることから始まっている。人間は見るという行為にとっても強く執着している。それは、かつての死体の展覧会や万国博覧会、百貨店などが大成功を収めた例からも明らかであるし、日常生活には無くてはならないものとなっているテレビやパソコン、携帯の成立とも無関係ではないだろう。人間の視覚的欲望や所有の欲望はメディアの発達を支えてきたひとつの大きな柱だ。私たちは珍しいものを見たいし、所有したい。その珍しいものを所有する手段として最適なものがカメラなのである。カメラによって切り取った絵を所有する。そして見る。カメラは加速度的に私たちの視覚的欲望を増大させていった。所有したい珍しい作品が多く存在するミュージアムにそのカメラという手段が侵入することは必然的で、避けられないことだったのかもしれない。

ミュージアムでは視覚という感覚を最も使用する。嗅覚や雰囲気を感じながらミュージアムを見るという記述も何かの本にあったが、それでもやはり視覚に偏って鑑賞をしているはずだ。そこから見えてきたことはルネッサンスから続く人間の視覚への飽くなき欲望とカメラという欲望の消費手段だった。特にカメラは調べていけば調べるほどに新しいことがわかる。奥が深いメディアだ。普段私たちが何気なく行っていた写真を撮るといふ行為にはこんなにも欲望が複雑に絡みあっていたのだ。そうであれば、ブログに写真を載せる、SNSを通じて写真をアップするという行為をこれほど多くの人々がしていることにも納得がいく。彼らは自分が所有しているものを見せびらかしたいという欲望に突き動かされて写真をアップしているのである。誰かから写真の反応をもらうのが嬉しいのも、見せびらかすことができたという確認がとれ

るからなのではないだろうか。

今回の個人研究では芸術作品の性質を理解すると同時に、カメラ・視覚という存在が大きく関与していることが分かった。卒業論文ではそうしたカメラや視覚に重点をおいて、視覚論などの本を参考にするとともに、自分でも美術館などへ足を運んでいくことを考えている。

参考資料

John Berger. (1972): Ways of Seeing, Penguin Books = (1986) 伊藤俊治
「イメージ～Ways of Seeing 視覚とメディア」 PARCO出版

中野京子 (2011) : 「怖い絵 泣く女偏」角川書店

三井秀樹 (2002) : 「メディアと芸術 デジタル化社会はアートをどう捉えるか」

集英社新書

Barbara Maria Stafford. (1996) : GOOD LOOKING Essays on the Virtue
of Images, MIT Press=(2004) 高山宏「グッド・ルッキング イメージング新世
紀へ」

Barbara Maria Stafford. (1994) : ARTFUL SCIENCE Enlightenment
Entertainment and the Eclipse of Visual Education, MIT Press=(1997) 高
山宏「アートフル・サイエンス 啓蒙時代の娯楽と視覚教育」

「★阿修羅♪掲示板 撮影横行、カメラ付き携帯に悩む美術館 asahi.com」

<http://www.asyura2.com/2us0310/bd30/msg/144.html>

「artscape ミュージアム・ノート 侵入するニューメディア」

http://www.dnp.co.jp/artscape/artreport/note/m_0712.html

「asahi.com (朝日新聞社) 撮って楽しむ美術展 カメラOK、変わるルール」

http://www.asahi.com/culture/news_culture/TKY201004070240_01.html

「ART&PART 歴史から学ぶ音声ガイド導入のメリット」

<http://www.artandpart.co.jp/support/merit.html>