ポスター美術館の誕生
――現代フランスのポスター受容と文化政策――

吉　田　紀　子

序

フランスのポスターは一般に、1860年代後半より、ジュール・シェレ（Jules Chéret: 1836～1932年）やアンリ・ド・トゥルーズ＝ロートレック（Henri de Toulouse-Lautrec: 1864～1901年）等の先駆者たちが、カラー・リトグラフ印刷による大型の絵入りポスター[1]の制作を進め、その後、19世紀末のアール・ヌーヴォーの時代を経て、両大戦間期のアール・デコの時代に至るまで、様々な傾向のポスター・デザイナーが輩出したことで知られている。

従来、こうしたポスターの歴史に関しては、美術史やデザイン史の領域では、個々のデザイナーの様式を分析する研究が中心を占め、そこでは、広告媒体としてのポスターの多様性が十分に意識されていたとは言い難い。実際、ポスターの機能や効果は、社会史や経済史、あるいは社会学やコミュニケーション理論の領域が担う研究課題でもあり、近年、フランスの状況に関しても目覚ましい研究成果が報告されている[2]。しかし、そうした進展にも関わらず、フランス社会におけるポスターの受容ないし評価の特殊性は、複数の学問領域を横断する関心事であるためか、それともフランス国内の研究者にとっては認識しにくい対象であるためか、むしろ遠見にされてきた感がある[3]。本稿はポスター美術館の設立を軸にして、ポスターをめぐる概念と制度について論ずることにより、この問題の検証に先鞭をつける試みである。

ポスター専門の美術館を設立する計画は、すでに第三共和制下の1898年に、美術官僚のロジェ・マルクス（Roger Marx: 1859～1913年）によって提案されていたが[4]、第二次世界大戦後の1960年代になって漸く、美術行政の正式な課題として扱われるようになった。1978年に産業先進国でも最初のポスター美術館（Musée de l'Affiche）がパリに誕生し、その後1982年には広告美術館（Musée de la Publicité）へと改称した。本稿では、ポスター美術館を傘下に収める装飾芸術中央連合（Union Centrale des Arts Décoratifs）の議事録に基づき、まず、美術館開館に至るまでの一連の経過を明らかにする。次いで、この過程で示された芸術性を重視するポスター観が、美術館開館後、広告産業の実情に即していかに変化していったのかを分析する。最後に、1981年に成立したフランソワ・ミッテラン（François

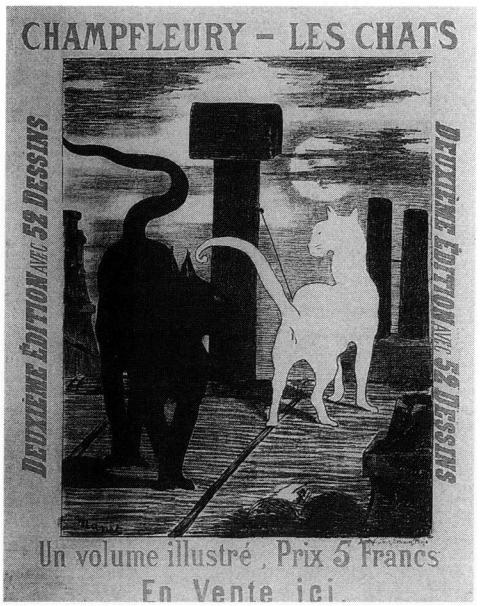
Mitterrand: 1916〜1996 年）社会党政権による文化政策が、1982 年の広告美術館への改称にいかに関与したのかを、文化省（Ministère de la Culture）[5] 発行の官報と文化相の演説資料から検討する。これにより、19 世紀末から受け継がれたフランス特有のポスター評価が、美術館の設立と政府の文化政策を通して、公に認知されるまでの経緯を明らかにすることが、本稿の目的である。

1. 最初のポスター専門美術館

① ポスター・コレクションの形成

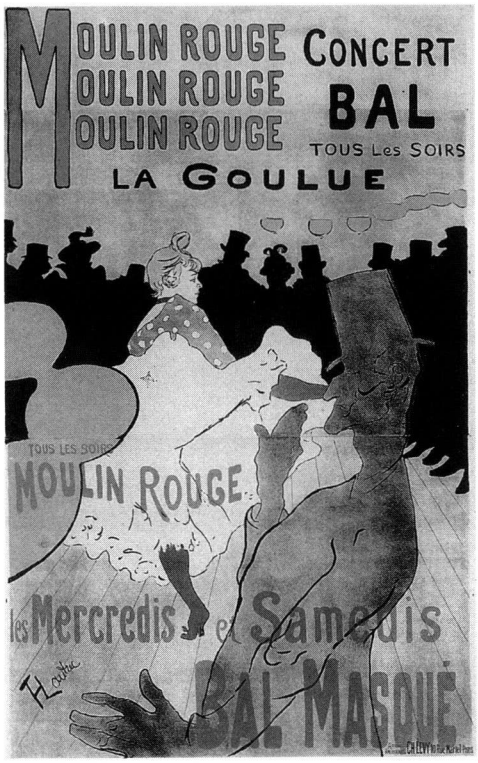
1978 年に開館するポスター美術館は、19 世紀末に収集され、20 世紀前半に装飾芸術中央連合の図書館に遺贈された 3 つの個人コレクションを、基礎コレクションとしていた。そもそも 1880〜1890 年代は、生涯で 1,000 点以上のポスターを描いたシェレに加えて（挿図 1）、エドゥアール・マネ（Edouard Manet: 1832〜1883 年）（挿図 2）、ピエール・ボナール（Pierre Bonnard: 1867〜1947 年）（挿図 3）、トゥルーズ＝ロートレックといった（挿図 4）、いわゆる画家たちも、ポスター制作に没頭した時代であった。ポスターは当時、次のように批評を通して、美術品としても高く賞賛されていた。

挿図 1. シェレ、≪テアトロフォン（劇場電話網）≫、1890 年、127.5 × 90.5cm、カラー・リトグラフ、広告美術館（パリ）：ジョルジュ・ポシェ遺贈



挿図 2. マネ、≪シャンフルーリー著『猫』（小説）≫、1868 年、55.5 × 44cm、カラー・リトグラフ、広告美術館（パリ）：ロジェ・ブラウン遺贈

挿図 3. ボナール、≪フランス・シャンパーニュ(シャンパン)≫、1891 年、80.5 × 61cm、カラー・リトグラフ、広告美術館（パリ）：ジョルジュ・ポシェ遺贈



挿図 4. トゥルーズ＝ロートレック、≪ムーラン・ルージュ（キャバレー）≫、1891 年、195 × 123cm、カラー・リトグラフ、広告美術館（パリ）：ジョルジュ・ポシェ遺贈

「ポスターは制作技法から版画として分類されるが、絵画に勝るとも劣らない豊かな芸術的効果を示しうる。これは何としても繰り返し述べなければならないことである。美術作品の質は表現の手段とは別に存在するものなのだ」[6)]。

ポスターは収集の対象になり、専門書や専門誌が刊行され、展覧会が開催され、専門のギャラリーで売買されていた[7)]。1891 年には、この熱烈なポスター愛好現象の呼び名として、“アフィショマニ（ポスター・マニア）”という新語が登場し[8)]、また 1896 年には、ポスター収集家の出現について次のように証言されている。

「10 年前にはまだ少数だったポスター収集家が“大軍”になった。彼らは、絵入りポスターがこの世紀末により重要な地位を占めるだろうと理解して、思い切って、逸早くポスターを手に入れたのだ」[9)]。

この“アフィショマニ”の時代に形成されたポスターの個人コレクションは、20 世紀に

入り愛好熱が冷め、さらには収集家本人が死去すると、残された家族には途端にかさばる荷物になってしまったのであろう。1901年にはジョルジュ・ポシェ(Georges Pochet)の収集した約7,000点のポスターが[10]、1919年にはモーリス・ブケ(Maurice Bucquet:?〜1921年)による収集が、そして1941年にロジェ・ブラウン(Roger Braun:1862〜1941年)による1,300点余りが、装飾芸術中央連合の図書館に遺贈されたのである[11]。

装飾芸術中央連合とは、"用の中の美"を創出して芸術と産業を結び付けることを目的に、1882年に、産業応用美術中央連合(Union Centrale des Beaux-Arts Appliqués à l'Industrie)と装飾美術館協会(Société pour un Musée des Arts Décoratifs)が合併して設立された公益法人である。初代会長のアントナン・プルースト(Antonin Proust:1832〜1905年)は、当時の経済状況にかんがみて装飾芸術振興の必要性を認めていたレオン・ガンベッタ(Léon Gambetta:1838〜1882年)内閣において、文化行政てこ入れ策として1881年に新設された芸術大臣を務めた人物である。従って、装飾芸術中央連合はあくまでも民間組織であるが、装飾芸術の振興という政府の意図を託された、極めて公共性の高い団体であった[12]。

現在、ルーヴル美術館と棟続きのマルサン翼に本部を置く装飾芸術中央連合は、1905年に装飾美術館(Musée des Arts Décoratifs)を創設する一方で、1904年には、1875年に産業応用美術中央連合が開設していた図書館を引き継いで、同敷地内に移転させていた。図書館は日中だけでなく、夜間も午後7時から10時まで入館無料で開館し、装飾芸術の製造に携わる労働者たちが、就業後でも学習の場として利用できるように配慮されていた[13]。ここでは、建築や装飾芸術全般に関する書籍だけでなく、版画や写真といった紙状の平面作品が閲覧できたが、これらの資料の大半は連合内外の有志による寄贈品であった[14]。年間利用者数は1894年の時点で、前年を1,300人上回り6,416人に上っている[15]。さらに1902年には、図書館が「新収蔵品の数量と価値、利用者数において前例を見ないほどに盛況を呈している」[16]と報告されている。

同じく紙状であるポスターのコレクションが、装飾芸術中央連合の図書館に遺贈されたのは、まさにこの時期からであった。3つのコレクションの中で、ポスター美術館の設立に最も大きな影響を与えるのは、ロジェ・ブラウンのコレクションであったと言える。彼の遺言に従って、ポスターと併せて、彼の書棚を埋めていた大量のポスター関連の書籍が図書館の所蔵となったからである。ブラウンは、生前の1908年に著書『絵入りポスターの書誌学・図像学』を発表し、この中で1880年代までさかのぼり、ヨーロッパ各国とアメリカ合衆国で出版されたポスターをテーマにした本や雑誌と、当地で開催されたポスター展覧会のリストを制作している[17]。彼が所蔵していた書籍類は、このリストの内容とほぼ一致している[18]。ブラウンが散逸を嫌い、ポスターと一括で寄付させた書籍の数々、そしてポスターに関する出版物や展覧会の詳細な記録は、"アフィショマニ"の熱狂と価値判断を後世へと伝えながら、個々のポスターに対する理解を導く雄弁な参考資料となっていくのである。

② 美術館という公認システム

数十年の間、手着かずの状態で収蔵庫に眠っていたポスター・コレクションを、装飾芸術中央連合自身が文字通り再発見するのは、1960年代に入ってからのことである。1950年代後半には、フランスの広告産業が第二次世界大戦直後の低迷から脱して戦前の水準を回復し、新世代のポスター・デザイナーが業界に新たな活気をもたらす一方で[19]、美術の世界においては、アメリカのポップ・アートから影響を受けたヌーヴォー・レアリスムが、ヴィルグレ(Villeglé: 1926年〜)を中心に、実物のポスターを画面に挿入することにより、芸術に生々しい現実感覚を取り戻そうとしていた[20]。こうしてポスターに対する関心が再び高まる中で、装飾芸術中央連合は1963年より、装飾美術館を会場にして、国内外の近現代のグラフィック・アートをテーマにした展覧会を積極的に開催していく。ポスター美術館が開館する前年の1977年までに、この分野に関する11の展覧会が企画されたが、その半数近くは図書館所蔵のポスター・コレクションを紹介するものであった[21]。また1974年からは、ポスター・コレクションの主要作品から構成された『フランス・ポスターの3世紀』展が、フランス外務省の後援を受けて、ドイツ、ポーランド、ソヴィエト連邦、アメリカ合衆国、カナダに巡回した[22]。さらに展覧会の開催と並行して、ポスター・コレクションの目録作成も開始された。

展覧会による作品の公開と世論の反応、目録作成が徐々に明らかにするその実態は、装飾芸術中央連合に自らのポスター・コレクションを見直させ、それが独立した美術館を創設するのに相応しい質と量、さらには各国のポスターを揃える国際的な性格を備えていることを再認識させていく。その過程では、将来のポスター美術館が果たす使命も見定められていく。すなわち、基礎コレクションが網羅する19世紀後半のフランスのポスターを、そこに芸術的創造を見出す“アフィショマニ”の文脈の中で再評価することを、活動指針として確認するのである[23]。装飾芸術中央連合図書館の主任管理官としてポスター美術館の開設準備を指揮し、開館後はその初代主任学芸員を務めたジュヌヴィエーヴ・ガエタン=ピコン(Geneviève Gaëtan-Picon: 1916〜1996年)は、こうしたポスター観を次のように説明している。

「19世紀後半から、ポスターは一つの文明現象になった。ポスターが“街角の美術館”という役割を担って誕生したのはフランスであり、ポスターのために偉大な芸術家たちが才能を捧げ、大いなる発展をもたらしたのもフランスである」[24]。

ブラウンが遺贈した、ポスターの芸術性を賞賛する19世紀末の文章の数々が、こうした価値観の再構成と継承を可能にしたことは想像に難くない。広告媒体であるポスターは、専

用の美術館を授けられることによって、あたかも純粋な鑑賞の対象のごとく、観衆に受容されることになる。思想史家のクシシトフ・ポミアン（Krzystof Pomian：1934年～）の言葉を借りるならば、美術館とは「有用性というものが永久に追放されているように思われる奇妙な世界」[25]であるがゆえに、ポスターもそこでは本来の用途が剥奪され、使用価値をもたない美術品としての在り方が強要される。ポスターの芸術性を強調する“アフィショマニ”の礼賛は、この美術館という保管と聖別のシステムを通して、公認されていくと言ってよいであろう。

1978年2月13日、産業先進国で最初のポスター専門美術館が、文化相ミッシェル・ドルナノ（Michel d'Ornano：1924年～）とパリ市長の臨席の下、パリ10区のパラディ街に開館した[26]。開館記念展には、諸外国を巡回して好評を博した『フランス・ポスターの3世紀』展が凱旋した。

2. 広告美術館へ

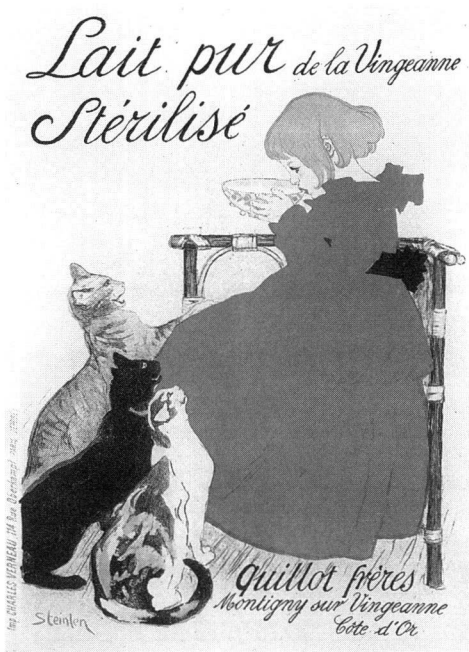
① ポスターはメチエ・ダール（工芸、芸術関連の職業）か？

パラディ街18番地に開館したポスター美術館は、1889年に建造されたファイアンス陶器製造販売会社の店舗を、建物として再利用していた（挿図5）。内部施設の整備を任されたのは、ナンシー出身の建築家ジャン・プルーヴェ(Jean Prouvé：1901～1984年）であったが、彼は美術館に必要な設備を3階各層に機能的に配置する一方で、内装には、建物元来のアール・ヌーヴォー様式を保存するように努めた[27]。見事に修復された中央階段や、陶板で飾られた美しいエントランスの中で、開館記念展『フランス・ポスターの3世紀』展は開催され(挿図6)、シェレ（挿図1)、トゥルーズ＝ロートレック（挿図4)、テオフィール＝アレクサンドル・スタンラン（Théophile-Alexandre Steinlen：1859～1923年）（挿図7)、アルフォンス・ミュシャ(Alphonse Mucha：1860～1939年）（挿図8）等は、「多彩色のポスター芸術に最初に関心を寄せ、この新芸術にかつてない成熟をもたらした」[28]と紹介されたのである。観衆は、これらのポスターが制作された19世紀末の室内装飾に包まれて、“アフィショマニ”時代のポスターが特別に重要な位置を占めることを、大変効果的に印象付けられていったに違いない。この展覧会は、約3ヶ月間で33,723人の来場者を集めている[29]。

ポスター美術館が装飾芸術中央連合の一部門として開館したことも、自国のポスターの芸術性に光を当てるという美術館の方針に、説得力を持たせたのではないだろうか。装飾芸術中央連合は、宝飾細工、金属工芸、ガラス器、陶磁器、家具、壁紙、絨毯、レースといった、フランス伝統の“良き趣味”と“高い芸術性”で飾られた産業製品の振興を目的に設立された団体であり、現在では、4つの美術館、1つの図書館、3つの学校を運営している。1世紀以上も前から、定期的に更新される協定によって国と連携し、その運営費の大部分、投資的

挿図 5. ポスター美術館正面写真、1978 年、広告美術館（パリ）

挿図 6. ポスター美術館展示室写真、1978 年、広告美術館（パリ）



挿図 7. スタンラン、≪ヴァンジャンヌの殺菌牛乳≫、1894 年、139 × 100cm、カラー・リトグラフ、広告美術館（パリ）

挿図 8. ミュシャ、≪香水噴き“ロド”≫、1896 年、44.5 × 31.5cm、カラー・リトグラフ、広告美術館（パリ）

経費のすべては国家予算から引き出される代わりに、その所蔵品は国家コレクション――つまりは国有財産――に相当するものとして位置付けられてきた[30]。

実際、ポスター美術館の設立と活動方針の決定には、1970年代における装飾芸術中央連合の路線変更が大きく関係していた。同連合は、1955年の『ピカソ：ゲルニカとアヴィニョンの娘たち』展を皮切りにして、装飾美術館の主任学芸員フランソワ・マテイ（François Mathey: 1917〜1993年）を中心に、現代美術の展覧会を先駆的に開催し成功を収めていたが、1975年に認可された国立ジョルジュ・ポンピドゥー芸術文化センター（Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou）の開館によって、その役割を譲ることを余儀なくされた[31]。1975年と1977年の国との協定更新に際して、活動路線の再検討が促された結果、同連合は、現代のメチエ・ダール（工芸、芸術関連の職業）の振興に新たな使命を見出していく[32]。そして、まず1977年に、メチエ・ダール情報資料センター（Centre d'Information et de Ducumentation sur les Métiers d'Art）を開設した[33]。この間に指揮を執ったのは、1975年に装飾芸術中央連合会長に就任していたロベール・ボルダツ（Robert Bordaz: 1908〜1996年）であった。

ポスター美術館の創設は、こうした新路線に則る事業として推進されなければならず、そのため設立構想には、文化財の保護と専門技術の再評価という、メチエ・ダール振興の理念が織り込まれていく。すなわち、ポスター美術館のアイデンティティーは、基礎コレクションの公開を通して、19世紀後半にフランスで逸早く開花したポスター芸術を、フランス固有の伝統的なメチエ・ダールとして評価することにあり、また同時に、フランスの広告産業に従事する、今日の、そして未来のクリエーターたちの啓発と育成に貢献することにあると定義されたのである。ポスター美術館では、現代の作り手が過去の作品と対面し、脈々と受け継がれているはずの才能が喚起されることが期待された。この発想は、装飾芸術中央連合がてこ入れしたもう一つの現代のメチエ・ダール、ファッションの分野でも、同様に主張された。

過去の記憶を現代の創造へとつなげるというこの考え方は、歴史的にフランスでは、公共文化政策の基軸を成してきた[34]。しかし、19世紀の作品に重点を置くポスター美術館の方針は、1970年代後半における国内広告産業の成長と構造変化との間で、次第に不協和音を生むことになる。

② マルチメディア化する広告

ポスターを美術館に展示し、それも制度的には国立美術館に近い地位にある機関において、美術品として賛美することに対しては、早い段階から、本質的な疑問が提示されていた。フランス戸外広告雇用者組合連合（Union des Chambres Syndicales Françaises d'Affichage et de Publicité Extérieurs）会長であったジャン・カサノヴァ(Jean Casanova）は、1978年に、次の

ような「少しの不安」を告白している。

「私はこの問題の背後に曖昧さを見つける。ポスターを浄化し、ポスターの存在を正当化するために、人々はポスターを芸術品と見なすふりをしている。それは大変な名誉であるが、少々不当に手に入れられた名誉である。(…) これほど理屈をこねる唯美主義者たちは、深刻な誤りを犯すであろう。ポスターはまず、流通交換の経路において経済的役割を果たすために存在するのであって、美しさはその存在理由ではない。それゆえ、ポスターには、言い訳も美的正当化も必要ないのである」[35]。

このカサノヴァの覚えた違和感は、ポスターを取り巻く現代的状況と、ポスターの芸術的伝統に固執する美術館の懐古趣味との乖離から来るものであったと言えるであろう。1970年代後半のフランスでは、国内の総広告支出は順調に伸び、ラジオとテレビという新たな広告媒体が興隆する傍らで、ポスターはおおむね8〜10パーセントの媒体別のシェアを堅持していた[36]。しかし、その制作環境はすでに、長期間にわたる市場調査の末に決定される、多角的な広告戦略の一つへと変化していた。当時の「無駄に醜い」[37] フランスのポスターに新風を吹き込むために、カサノヴァは美術館に対して、より現実的で具体的な教育普及活動を展開することを望んでいたように思われる。当時の世論が、こうした期待を共有していたことは、例えば、ポスター美術館の開館が、「広告クリエーションを一新する決定的な要因になりうる」[38] と報道されたことから明らかである。

装飾芸術中央連合はポスター美術館の設立に当たり、関係する各方面から幅広い支援を受けていた。文化省とフランス博物館局（Direction des Musées de France）から承認を得たほかに、1977年には実際の施設準備のため、フランス戸外広告雇用者組合連合から56万フラン、国立ジョルジュ・ポンピドゥー芸術文化センターから6万フランの予算援助を受けた[39]。また、フランス戸外広告雇用者組合連合からは1975年より、フランスで新しく制作されるポスターの話題作を定期的に寄贈され、ポスター美術館の基礎コレクションに現代のポスターが加えられていった[40]。さらに、パリ市からは美術館の開館当初より、毎年、ポスター美術館が入居する建物の年間賃貸料30万フランに相当する補助金を受けた[41]。

こうした中央行政、産業、地方自治体との協力関係の上に誕生したポスター美術館には、それらの要請に応えることが求められたとしても不思議ではない。そもそもパリ市の迅速な協力は、装飾芸術中央連合が補助金と引換えに、パリ市が主催する子供向け美術アトリエの一つを、ポスター美術館と同じ建物内で運営することを条件に実現されていた[42]。これは、「庶民層と青少年向けに活発な文化政策を展開する」[43] という、市政方針を満たすものであったからである。産業界については、特にフランス戸外広告雇用者組合連合が代表する壁面広告に携わる業者のために、景観保護に関する法令情報も含めた、ポスター制作および掲示

に関する情報資料センターを、美術館に併設することが提案されたが[44]、実現には至らなかった。美術館開館の3年後、1981年には、来館者数の伸び悩みが懸念される中、この広告業界にとってより有益な美術館であるための方策が、模索されるようになった[45]。大手広告代理店が統括し、マルチメディア化する広告——こうした変化するポスターの在り方に対応しながら、ポスターの芸術性だけではなく、その広告媒体としての多様な側面を総合的に評価するという美術館の方向性が、浮上してくるのである。

1981年末に、主任学芸員のガエタン＝ピコンが引退したことを契機に、この拡大方針は本格化した[46]。ポスター美術館の新たな学芸部は、同年5月の政権交代のよって導入された、政府の新しい文化政策に後押しされて、この課題に臨むことになる。

3. 芸術概念の拡大と広告振興

① “副次的”な芸術分野

1982年という年は、ポスター美術館にとって大きな転換期であったが、フランスの文化政策の歴史においても、1959年にアンドレ・マルロー(André Malraux: 1901～1976年）の尽力によって文化省が設立されてからこの方、前例のない画期的な年となった。1981年5月の選挙で社会党のミッテランが大統領に選出され、文化相にジャック・ラング（Jack Lang: 1939年～）が迎えられると、この分野での目覚ましい改革が、諸々の制度改革の中でも特に精力的に進められたからである。社会党政権が文化事業の改革と推進に注いだ力は、1981年から1982年にかけて、文化省に割り当てられる予算が約30億フランから60億フランへ、国家予算全体におけるその占有率は0.47パーセントから0.76パーセントへと、前年の2倍近くに跳ね上がったという事実に現われている[47]。

ミッテラン政権下では、いわゆる“大ルーヴル計画”と呼ばれたルーヴル美術館の改装整備工事や新オペラ座の造営工事など、大規模な文化事業が実行に移されたが、ポスター美術館の発展に直接影響をおよぼすのは、芸術概念の拡大に対するその取組みであったと言える。1982年5月10日制定の政令によって、文化省の任務は、個人の自由な発意創造を基盤とする、文化の民主化を前進することにあると規定された[48]。文化の民主化は、教育や鑑賞の機会均等化、地域文化の保存と育成、各社会集団に固有の文化財の保護といった政策だけではなく、従来は“副次的”と見なされてきた文化活動を認知し、その振興を図る政策によっても推進された[49]。今日の文化政策が“副次的”分野に介入するべき理由について、1985年10月28日の国民議会で、ラングは次のように説明している。

「すべての表現形式の復権、副次的でマイナーであると最近まで評価されてきた表現形式の名誉回復は、結局のところ、自明の理である。確かに文明は、最も高貴で洗練された諸芸

術によって構成されており、我々はそれらを支援する労を惜しんだことはない。しかし、文明は同時に、大衆音楽、建築、衣服、室内装飾など、我々の生活文化によっても構成されている。我々の生活様式を形作るすべてのものに対して、文化人にして責任ある政治家（である私）は、無関係ではいられない」[50]。

このように、文化と芸術の概念そのものが、1981年を境に少なくとも公権力の場においては、大きく変化した。過去に結び付き、目利きにだけ向けられた伝統的な芸術から、現在に息づき、一般大衆に開かれた多様な芸術へと、その概念の枠組みが拡大したのである。そして、代表的な実践例を挙げるだけでも、写真、映画、サーカス、漫画、料理、ファッションなどの分野において、専門の高等教育機関の設立、助成金の調達分配機構の整備、政府主催のコンクールやフェスティバルの開催を通して、世論の啓発も視野に入れた支援策が採られたのである[51]。

広告も例外ではなく、教育と普及の両面から積極的なてこ入れがなされた。広告は産業クリエーションの一つとして、1981年6月に早くも構想が発表され、1984年10月に創設された国立高等産業クリエーション学院（Ecole Nationale Supérieure de Création Industrielle）の教育プログラムに採り入れられた[52]。文化相は開校式の演説で、芸術概念の拡大策が経済的効用を狙う産業振興策でもある実情を、次のように明かしている。

「産業クリエーションは国際的な経済競争の渦中にある。それにも関わらず、大勢の日本人、ドイツ人、イタリア人、あるいはアメリカ人のデザイナーが活躍しているのに対して、フランスには数百人の専門家しかいない。この分野の先駆者である我国は、どうしてこの40年間に、水をあけられてしまったのであろうか」[53]。

広告に関する知識の普及を担うことになるのが、1982年に、ポスター美術館から改称する広告美術館であった。広告美術館の誕生は、文化相自身によって、「境界のない文化」を目指す新政策の成果の一つとして位置付けられ[54]、「広告芸術」の再評価が促されることになる[55]。

② 文化相ジャック・ラングの広告振興への挑戦

1982年10月26日、広告美術館の開館式は、文化相ラングと、研究産業省（Ministère de la Recherche et de l'Industrie）と通信省（Ministère de la Communication）の代表者が臨席して開催された[56]。ラングは祝辞において、政府の公式な見解として、フランスにおける広告の貢献を次のように定義している。

「広告は一つの文化であり、我々が経験する形と記号世界の一部である。文化の概念を一新できるフランス社会の天性のおかげで、我々はこのように認識できる。(…) 広告は国の経済再建に貢献する。芸術と経済は実際のところ、不可分の動向だからである。(…) 広告は芸術創造に密接に関与する。これまでにも、画家、素描家、グラフィック・デザイナーが、ポスターの分野で、広告に芸術の高貴さを授けてきた。(…) 広告は時代精神の形成に貢献する。広告は観衆に、現代社会の反映を感じ取らせることができるからである」[57]。

こうした広告の文化的、経済的、芸術的、社会的な重要性は、4種類に増えた広告美術館の基礎コレクション、すなわち、ポスター、広告用短編映画、テレビ広告映像、広告記事のコレクションに基づいて、以後、伝播されることになった[58]。文化省、研究産業省、通信省、国家教育省（Ministère de l'Education Nationale）の政府4省は、美術館の活動に対する、翌年に実施される予算と人材の支援策を発表し、また、産業界との協調を深めるために、関係各省、広告スポンサー、広告代理店、マスメディアから成る国立審議会を、美術館内に設置することに合意した[59]。

文化を経済成長の牽引役の一つと捉え、文化産業の創出と発展にまで踏み込んだ社会党政権下での文化政策において、この産業界との連携は不可欠であったと考えられる。ラングが広告の経済的貢献を訴える背景には、フランス国内で支出される広告費の総額が国民総生産の0.75パーセントにしか過ぎず、世界ではまだ32位の低い割合に留まっているという、憂慮すべき状況があった[60]。広告美術館への行政的な支援は、国内広告産業の振興と直結した取組みであったわけである。

一方、装飾芸術中央連合にとっても、「広告美術館の開館と、ファッションをテーマにした美術館の設立計画は、経済界との連携を深めたいという意欲」[61]を具体化したものであった。芸術と産業を結び付けるという装飾芸術中央連合創立以来の目的は、1980年代の政府の新たな文化政策と一致して、再び今日的な意義を取り戻したと言えるであろう。広告はファッションと並び、フランス製品が高い国際市場価値をもち得るクリエーションの分野として、官民挙げての支援の対象になったのである。

広告美術館の誕生は、ポスター美術館の時よりも大々的に、メディアと世論の反響を呼んだ。行動する文化相ラングの一挙手一投足が、メディアの格好の話題になったという側面は否めないが、マルチメディア化する広告の実態に即した美術館の発展が、世論の支持を獲得したこともまた事実である。1982年から1983年にかけて、年間来館者数は44,000人から53,000人へと、約1.2倍に増加した[62]。世論の理解は、次の報道によって明快に要約されている。

「かつてポスターはパリの街に立派な店を構えていた。しかし、視聴覚機器が戦列に加わ

ると、ポスターは消費者を魅了するための一手段になってしまった。このため、装飾芸術中央連合の有名なコレクションを収蔵する美術館は、広告美術館へと変化したのである。音声、文書、映像はついに一つのグループにまとめられ、そこでは、商業手段と文化とプロパガンダが交差している」[63]。

結にかえて：ポスター美術館の現在

ポスター美術館の誕生は、19世紀末に形成された“アフィショマニ”のポスター観が、フランスにおけるポスター受容の中核であり続けるという、言わば価値観の継承を促した。その広告美術館への改称は、芸術性の有無という評価の最優先基準が、広告産業の成長に伴って相対化する経過を反映していた。1980年代の政府主導の文化政策は、文化と芸術の概念を問い直しながらここに介入し、産業振興の意図を持って、クリエーションとしての広告を優遇した。

その後、広告美術館は1990年に、装飾芸術中央連合の本部内に移転し、建築家ジャン・ヌーヴェル（Jean Nouvel: 1945年〜）による内装改修を経て、1999年に再開館した。新生した広告美術館では、広告デザイナーの個展やフランス企業の広告活動を総括する展覧会に混じって、広告と芸術の親近性を改めて検証する展覧会が断続的に企画されている。特に、2000年の『広告の中の芸術』展において、この問題が詳細かつ総合的に検討され、現代の広告表現がいかに頻繁に過去の芸術作品を引用し、応用自在な発想源としているかが明示された[64]。広告美術館は現在、ポスター美術館の時代とは程度や方向にやや違いはあるにせよ、広告と芸術の関係性を見つめることを、自らの重要な使命と受け止めているように思われる。

このように、ポスター美術館、そして広告美術館は現代的な要請の中で発展を遂げながらも、装飾芸術中央連合の一部門であるという特殊性を背景にして、今日なお、広告と芸術を隣合う創造分野として理解する視点を根強く持ち続けている。この一貫性こそが、フランスのポスター受容の在り方を特徴づけ、目下、産業先進諸国の間でも際立つほどのポスターの競演を可能にしていると考えられる。それはちょうど、ポスター美術館創設の最初の提案者であるマルクスと、美術館に対する強力な公的支援を実現したラングとが共に、装飾芸術の都、ナンシーゆかりの知識人であるという偶然にも似て、19世紀以来、通底しているように思われるのである。

註

1）本稿では、フランス語のaffiche illustréeに“絵入りポスター”という訳語を当てる。“絵入りポスター”とは、モノクロの文字情報が中心のポスターに対して、多彩色のイメージを主体にしたポスターを示す。具体例として、挿図1、2、3、4、7、8を参照。

2) 主な研究例として、Gérard Lagneau, *La Sociologie et la publicité*, Paris, Presses Universitaires de France, 1977; Marc Martin, "Le marché publicitaire français et les grands médias 1918–1970", *Vingtième Siècle, revue d'histoire*, Paris, No. 20, octobre-décembre 1988, pp. 75–90; Marc Martin, "L'affiche dans la publicité française", *Humanisme et entreprise*, Paris, No. 182, 1990, pp. 53–63; Marc Martin, *Trois siècles de publicité en France*, Paris, Editions Odile Jacob, 1992; Anne-Marie Christin, *L'Image Ecrite ou la Déraison Graphique*, Paris, Flammarion, 1995; Marie-Emmanuelle Chessel, *La publicité: Naissance d'une profession 1900–1940*, Paris, CNRS Editions, 1998.

3) フランスの広告（ポスターを含む）に関する学際的研究としては、2002年6月にフランス国立図書館で開催されたシンポジウム"広告、一つの歴史として"が、その最初の本格的試みと言える。大学、美術館・博物館、図書館、マスメディア、広告代理店から、歴史、美術史、社会学、経済学、記号論、広告デザイン、広告業の専門家が集い、広告の多様な側面について考察されたが、美術館の存在を中心にした、フランスにおけるポスター受容の特殊性に関する議論は、十分には深められなかった。Colloque "La publicité, une histoire", 5, 6 et 7 juin 2002, Bibliothèque Nationale de France (enregistrement sonore).

4) Roger Marx, "Un musée de l'affiche", *L'Estampe et l'Affiche*, Paris, 15 décembre 1898, pp. 263–265. ロジェ・マルクスのポスター美術館設立案については、第三共和制下の急進共和派の教育政策と"社会芸術"の思想を中心に、次の拙稿において論じた。吉田紀子、「ロジェ・マルクス：一九世紀末フランスにおけるポスター愛好現象と批評」、『第三回竹尾賞：デザイン史研究論文受賞作品集』、竹尾、2004年、pp. 73–93.

5) 文化省は内閣により、文化環境省（Ministère de la Culture et de l'Environnement）、または文化通信省（Ministère de la Culture et de la Communication）となることもあるが、本稿では、すべて"文化省"と略記する。

6) Roger Marx, "Préface" du quatrième volume des *Maîtres de l'Affiche*, Paris, Imprimerie Chaix, 1899（復刻版 *Les Maîtres de l'Affiche: Reproduction intégrale de la collection originale*, Paris, Chêne, 1978, p. 15 に収録）.

7) 1880〜1890年代のフランスにおけるポスター愛好現象の詳細に関しては、次の文献を参照。Alain Weill, *L'Affichomanie*, Paris, Musée de l'Affiche, 1980; Alain Weill, *L'Affiche Française*, Que sais-je? 153, Paris, Presses Universitaires de France, 1982, pp. 59–61（竹内次男訳、『ポスターの歴史』、文庫クセジュ756、白水社、1994年、pp. 70–72); Ségolène Le Men, "L'art de l'affiche à l'Exposition universelle de 1889", *Revue de la Bibliothèque Nationale*, Paris, No. 40, juin 1991, pp. 64–71; Ségolène Le Men, *Seurat & Chéret: Le Peintre, le cirque et l'affiche*, Paris, CNRS Editions, 1994; 吉田紀子、「1880〜90年代のフランスにおけるポスターの興隆」、『日仏美術学会会報』、第16号、1997年、pp. 3–18; 中山久美子、「1880–90年代のフランスにおけるポスターの流行と批評家」、『川崎市市民ミュージアム紀要』、第15集、2002年、pp. 111–123.

8) Octave Uzanne, "Les collectionneurs d'affiches illustrées", *Le Livre Moderne*, Paris, mai 1891, p. 266.

9) Ernest Maindron, *Les Affiches Illustrées 1886–1895*, G. Boudet, 1896, p. 2.

10) Archives de l'UCAD, "Union centrale des arts décoratifs, Procès-verbaux des délibérations du conseil d'administration", C. A. 24 (1897–1905), p. 147: Séance du 20 janvier 1902, "Don d'affiches de M. Pochet". 2003年6月の時点で、このうち738点の目録作成が終了している。

11) Réjane Bargiel-Harry & Christophe Zagrodzki, *Le Livre de l'Affiche*, Paris, Musée de la Publicité, Editions Syros-Alternatives, 1985, pp. 23–25.

12) 装飾芸術中央連合創設の経緯、および初期の活動に関しては、次の文献を参照。Victor Champier, *Catalogue illustré de l'Union centrale des arts décoratifs*, Paris, Librairie d'art L. Baschet, 1884; Antonin Proust, *L'Art sous la République*, Paris, Charpentier, 1892; Yoland Amic, "Les débuts de l'U.C.A.D. et du musée des Arts décoratifs", *Cahiers de l'UCAD*, Paris, No. 1, 2e semestre 1978, p. 52; Debora L. Silverman, *Art Nouveau in fin de siècle France*, Berkeley, University of California Press, 1989, pp. 109–133 (天野知香＆松岡新一郎訳、『アール・ヌーヴォー：フランス世紀末と"装飾芸術"の思想』、青土社、1999年、pp. 171–207); Rossella Pezone, "Controverses sur l'aménagement d'un Musée des arts décoratifs à Paris au XIXe siècle", *Histoire de l'art*, Paris, No. 16, 1991, pp. 55–65; Yvonne Brunhammer, *Le Beau dans l'Utile, un musée pour les arts décoratifs*, Paris, Découvertes Gallimard 145, 1992, pp. 11–68; 天野知香、『装飾／芸術：19–20世紀のフランスにおける「装飾」の位相』、ブリュッケ、2001年、pp. 27–122.

13) Victor Champier, "La Société de l'Union centrale des arts décoratifs: Son histoire, ses débuts, ses doctrines, l'influence qu'elle a exercé sur le goût public par ses concours et par ses expositions", *Revue des Arts Décoratifs*, Paris, Tome 4 (1883–1884), pp. 74–75; Yvonne Brunhammer, *ibid.*, pp. 28–29.

14) Jérome Coignard, *Le Vertige des images: La collection Maciet*, Paris, Bibliothèque des Arts Décoratifs, UCAD, 2002.

15) Archives de l'UCAD, "Union centrale des arts décoratifs, Reconnue d'utilité publique par décret du 15 mai 1882, Procès-verbaux des délibérations des Assemblées générales (1882–1907)" : Séance du 29 avril 1895.

16) Ibid.: Séance du 29 avril 1902.

17) Roger Braun, *Bibliographie et Iconographie de l'Affiche illustrée*, extrait du *Bulletin de la Société archéologique, historique et artistique Le Vieux Papier*, Lille, Imprimerie Lefebvre-Ducrocq, 1908.

18) Delphine Lallement, *Roger Braun, Collectionneur (1862–1941)*, mémoire de maîtrise, Université de Paris X-Nanterre, 1997–1998, Annexe 21 "Legs de Roger Braun à la Bibliothèque des Arts Décoratifs".

19) Bernard de Plas & Henri Verdier, *La Publicité*, Que sais-je?, Paris, Presses Universitaires de France, pp. 103–104; Institut de Recherches & Etudes Publicitaires (IREP), *Le budget publicitaire français en...*, deux séries: 1959–1966, 1967–1973, Paris, années correspondantes; Marc Martin, *op. cit.*, 1992, pp. 277–351.

20) Pierre Restany, "Villeglé témoin de notre temps", dans *Villeglé, défense d'afficher*, Paris, Galerie Beaubourg, 1974; Villeglé, *Lacéré Anonyme*, Paris, Centre national d'art et de culture Georges Pompidou, 1977; Alfred Paquement, "The nouveaux réalistes: the renewal of art in Paris around 1960", dans *Pop Art, an international perspective*, sous la direction de Marco Livingstone, London, Royal Academy of Art, 1991, pp. 214–218.

21) Archives de l'UCAD, "Liste chronologique des expositions organisées par l'UCAD entre 1905 et 1990".

22) Alexandre Alexandre, "Trois siècles d'affiches françaises", *Novum Gebrauchsgraphik*, Müchen, No. 12, décembre 1974, pp. 4–13.

23) Propos de Geneviève Gaëtan-Picon, dans *Le Café Concert: Affiches de la Bibliothèque du Musée des Arts Décoratifs 1870–1914*, Musée des Arts Décoratifs, Paris, 1977; Geneviève Gaëtan-Picon, "Les Donations d'Affiches", "Le Musée de l'Affiche", *Cahiers de l'UCAD*, Paris, No. 1, 2e semestre 1978, pp. 22, 56.

24) Geneviève Gaëtan-Picon, "Le Musée de l'Affiche", *ibid.*

25) Krzystof Pomian, *Collectionneurs, amateurs et curieux. Paris, Venise: XVIe–XVIIIe siècle*, Paris, Gallimard, 1987 (1ère édition 1978), p. 16 (吉田城＆吉田典子訳、『コレクション：趣味と好奇心の歴史人類学』、平凡社、1992年、p. 20). 近年の博物館学の進展に関しては、次の文献を参照。Dominique

Poulot, "Bilan et perspectives pour une histoire culturelle des musées", *Publics et musées*, Presses Universitaires de Lyon, No. 2, décembre 1992, pp. 125–147; 西野嘉章、『博物館学：フランスの文化と戦略』、東京大学出版会、1995 年 .

26) Anonyme, "calendrier", *lettre d'information bimensuelle*, ministère de la Culture et de l'Environnement, Paris, No. 10, 6 février 1978; Archives de l'UCAD, "Union centrale des arts décoratifs, Conseil d'administration (1962–1980), procès-verbaux" : Réunion du 23 mai 1978, "Compte rendu d'activité".

27) Archives de l'UCAD, "… Conseil d'administration (1962–1980), procès-verbaux", op. cit.: Réunion du 28 octobre 1977, "Musée de l'Affiche".

28) Alexandre Alexandre, art. cit., décembre 1974; Maurice Cottaz, "Les arts: Le musée des palissades", *Valeurs actuelles*, Paris, No. 2151, 20–26 février 1978, pp. 46–47.

29) Archives de l'UCAD, "… Conseil d'administration (1962–1980), procès-verbaux", op. cit.: Réunion du 23 mai 1978, "Compte rendu d'activité".

30) Jacques Sallois, *Les Musées de France*, Que sais-je? 447, Presses Universitaires de France, 1995, pp. 58–59 (波多野宏之＆永尾信之訳、『フランスの美術館・博物館』、文庫クセジュ 867、白水社、2003 年、pp. 84–85).

31) François Mathey, "Les années 60", dans *Design français 1960–1990: trois décennies*, Paris, Centre national d'art et de culture Georges Pompidou, Centre de Création Industrielle, 1988, p. 23.

32) Yvonne Brunhammer, *op. cit.*, 1992, pp. 92–94; François Mathey, "Les métiers d'art", *Les Cahiers de la culture et de l'environnement*, ministère de la Culture et de l'Environnement, Paris, No. 4, janvier 1978, pp. 47–48.

33) Anonyme, "Centre d'information et de documentation sur les Métiers d'Art", *lettre d'information bimensuelle*, ministère de la Culture et de l'Environnement, Paris, No. 1, 3 octobre 1977; anonyme, "Ouverture du Centre national d'information et de documentation sur les métiers d'art", *Les Cahiers de la culture & de l'environnement*, ministère de la Culture et de l'Environnement, Paris, No. 2, novembre 1977, p. 59.

34) Pierre Moulinier, *Les politiques publiques de la culture en France*, Que sais-je? 3427, Paris, Presses Universitaires de France, 1999, pp. 19–23.

35) Propos de Jean Casanova, dans *Trois siècles d'affiches françaises. 1ère exposition du Musée de l'Affiche*, Paris, Musée de l'Affiche. 1978.

36) Marc Martin, art. cit., 1990, p. 54; Marc Martin, *op. cit.*, 1992, pp. 354–399.

37) Propos de Jean Casanova, dans *Trois siècles d'affiches françaises…*, *op. cit.*, 1978.

38) Catherine Masson, "De la rue au Musée", *Information française*, Paris, janvier 1978. P. 11.

39) Archives de l'UCAD, "…Conseil d'administration (1962–1980), procès-verbaux", op. cit.: Réunion du 28 octobre 1977, "Musée de l'Affiche".

40) Archives de l'UCAD, "Union centrale des arts décoratifs, Reconnue d'utilité publique par décret du 15 mai 1882, Procès-verbaux des délibérations des Assemblées générales (1908–1983)" : Séance du 31 mars 1976, "Département des Affiches".

41) *Bulletin municipal officiel de la Ville de Paris. Délibérations du Conseil de Paris*, 1977, p. 111: Délibérations du 6 juin 1977, "1977. M. 234. – Création d'un musée de l'affiche: M. Pierre Bas" ; Archives de l'UCAD, "…Conseil d'administration (1962–1980), procès-verbaux", op. cit.: Réunion du 2 juin 1977, "Musée de l'Affiche".

42) Archives de l'UCAD, "...Conseil d'administration (1962-1980), procès-verbaux", op. cit.: Réunion du 28 octobre 1977, "Musée de l'Affiche" ; Archives de l'UCAD, "...Procès-verbaux des délibérations des Assemblées générales (1908-1983)", op. cit.: Séance du 30 juin 1977, "Musée de l'Affiche".

43) *Bulletin municipal officiel de la Ville de Paris. Débats de Conseil de Paris*, 1977, p. 223: Séance du 6 juin 1977, "14. – 2. Création d'un musée de l'affiche. – Location d'un ensemble de locaux situés 18, rue de Paradis (10e)".

44) Archives de l'UCAD (N/Réf.: PM/CG 9150), P. Meilhac, secrétaire général de l'UCAD, "Note pour le Président", Paris, 5 mai 1978; Archives de l'UCAD, "...Conseil d'administration (1962–1980), procès-verbaux", op. cit.: Réunion du 23 mai 1978, "Compte rendu d'activité".

45) Archives de l'UCAD, "Union centrale des arts décoratifs, Conseil d'administration (1981–1993), procès-verbaux" : Réunion du 12 octobre 1981, "Questions diverses".

46) Archives de l'UCAD, "...Procès-verbaux des délibérations des Assemblées générales (1908–1983)", op. cit.: Séance du 12 octobre 1981.

47) *Développement culturel: Bulletin du Département des études et de la prospective*, ministère de la Culture et de la Communication, Paris, No. 67, octobre 1986 (numéro spécial "Le budget du ministère chargé des affaires culturelles de 1960 à 1985").

48) "Décret No. 82–394 du 10 mai 1982 relatif à l'organisation du ministère de la Culture, article premier", dans *Journal officiel de la République française*, Paris, 11 mai 1982, p. 1346.

49) ジャック・ラングの文化政策全般に関しては、これに対する批判も含めて、次の総論を参照。Pascal Ory, "Un certain Jack Lang...", *Politique aujourd'hui*, Paris, No. 10, mai-juin-juillet 1985, pp. 69–73; Jacques Renard, *L'élan culturel. La France en mouvement*, Paris, Presses Universitaires de France, 1987; Augustin Girard, "Notice 2: Les politiques culturelles d'André Malraux à Jack Lang", dans *Institution et vie culturelles, les notices*, sous la direction de Jacques Perret & Guy Saez, Paris, La Documentation française, 1996, pp. 15–18; Philippe Poirrier, *Histoire des politiques culturelles de la France contemporaine*, Université de Bourgogne, Bibliest, 1998 (2ème édition), pp. 82–84; Philippe Poirrier & Jacques Rigaud, *Les politiques culturelles en France*, Comité d'histoire du ministère de la Culture, Paris, La Documentation française, 2002, pp. 377–380.

50) "Discours de Jack Lang à l'Assemblée nationale, 28 octobre 1985", dans Claude Mollard, *Le 5e pouvoir*, Paris, Armand Colin / HER, 1999, p. 340.

51) *La politique culturelle 1981–1991, supplément à la Lettre d'information*, ministère de la Culture et de la Communication, Paris, No. 308, 22 juillet 1991, pp. 3–20; Mireille Gaüzere, "Politiques culturelles: L'élan", dans Laurent Ménière (dir.), *Bilan de la France 1981–1993*, Paris, Hachette, 1993, pp. 235–248; Marie-Anne Ronflé-Nadaud, "Etat et culture: La politique culturelle de 1981 à 1993", *Cahiers français*, Paris, La Documentation française, No. 26, mars-avril 1993, pp. 44–55.

52) *Développement culturel..., op. cit.*, ministère de la Culture et de la Communication, 1986, pp. 13–15.

53) "Discours de Jack Lang, 1984", dans Claude Mollard, *op. cit.*, 1999, p. 341.

54) "Discours de Jack Lang prononcé à l'Assemblée nationale lors de la session budgétaire le 3 novembre 1982", *le dossier du mois, supplément à la lettre d'information du ministère de la culture*, Paris, No. 3, novembre 1982, p. 2.

55) Anonyme, "Unique au monde: le musée de la publicité", *lettre d'information*, ministère de la Culture, Paris, No. 112, 25 octobre 1982, p. 2.

56) Anonyme, "agenda du ministre", *lettre d'information, ibid.*, 25 octobre 1982, p. 1; anonyme, "Le musée de la publicité", *lettre d'information*, ministère de la Culture, Paris, No. 113, 8 novembre 1982, p. 4.

57) Archives du ministère de la Culture, "Intervention de M. Jack Lang, Ministre de la Culture lors de l'inauguration du Musée de la Publicité (le 26 octobre 1982)", pp. 2–12.

58) Ibid., pp. 6–7; anonyme, "Unique au monde: le musée de la publicité", *lettre d'information, op. cit.*, 25 octobre 1982, p. 2; anonyme, "Le musée de la publicité", *lettre d'information, op. cit.*, 8 novembre 1982, p. 4.

59) Archives du ministère de la Culture, "Intervention de M. Jack Lang...", ibid., pp. 7–9; "352. Soutenir le développement du Musée de la Publicité", dans Rapport d'activité, Union centrale des arts décoratifs, Paris, 1982, pp. 26–27.

60) Archives du ministère de la Culture, "Fiche Technique pour l'inauguration officielle du Musée de la Publicité, mardi 26 octobre 1982" ; Institut de Recherches & Etudes Publicitaires (IREP), *Le marché publicitaire français 1984–1985*, Paris, 1985.

61) Archives de l'UCAD, "...Conseil d'administration (1981–1993), procès-verbaux", op. cit.: Réunion du 21 janvier 1983, "Rapport d'activités 1982".

62) Ibid.: Réunion du 20 décembre 1983.

63) Lucien Curzi, "La pub s'affiche au musée", *L'Unité: L'hébdomadaire du Parti socialiste*, Paris, No. 489, 19 novembre 1982, p. 29.

64) Réjane Bargiel & Sarah Carrière-Chardon, *L'Art dans la Pub*, Paris, Musée de la Publicité, Union Centrale des Arts Décoratifs, 2000.

〈附記〉

本稿は、2003年12月にパリ第十大学において学位取得した博士論文 *La valorisation artistique et sociale de l'affiche en France (1889–1978)* の、最終部 "L'institutionnalisation de l'affiche (1978)：ポスターの制度化" に基づいて執筆したものである。博士論文では、第1部 "La valorisation artistique de l'affiche (1889–1900)：ポスターの芸術的評価"、第2部 "La naissance de l'industrie de l'affiche (1925–1937)：ポスター産業の誕生"、そしてこの最終部を通して、フランスにおけるポスターの芸術的・社会的評価の変遷を追い、19世紀末に形成された、自国のポスターの "高い芸術性" を誇る価値観が、産業化と制度化の過程においても継承されていく経緯を明らかにした。

博士論文の、特に最終部の構想にあたり、高等師範学校（パリ）のセゴレーヌ・ルメン教授、パリ第十大学のフランシス・デミエ教授、広告美術館のレジャンヌ・バルジエル学芸員から御指導を賜った。本稿執筆にあたっては、学習院大学の有川治男教授から貴重な御指摘を頂いた。また、史料調査に際しては、装飾芸術中央連合図書館、広告美術館、文化省資料情報部から御高配を賜った。ここに記して感謝の意を表します。

ポスター美術館の誕生
――現代フランスのポスター受容と文化政策――

吉田紀子

フランスでは1978年に、産業先進国で最初のポスター美術館（Musée de l'Affiche）がパリに誕生し、その後1982年には広告美術館（Musée de la Publicité）へと改称した。本稿はこのポスター美術館設立の経緯を中心にして、ポスターをめぐる概念と制度について考察することにより、フランスにおけるポスター受容の特殊性を検証する試みである。

本稿では、ポスター美術館を傘下に収める装飾芸術中央連合（Union Centrale des Arts Décoratifs）の議事録に基づき、まず、美術館開館に至るまでの一連の経過を明らかにする。次いで、この過程で示された芸術性を重視するポスター観が、美術館開館後、広告産業の実情に即していかに変化していったのかを分析する。最後に、1981年に成立した社会党政権による文化政策が、1982年の広告美術館への改称にいかに関与したのかを、文化省（Ministère de la Culture）発行の官報と文化相ジャック・ラング（Jack Lang：1939年～）の演説資料から検討する。

ポスター美術館の誕生は、19世紀末に形成された、自国のポスターの“高い芸術性”を強調する“アフィショマニ（ポスター・マニア）”のポスター観が、フランスにおけるポスター受容の中核であり続けるという、価値観の継承を促した。その広告美術館への改編は、芸術性の有無という評価の最優先基準が、1970年代後半における国内広告産業の成長と広告自体のマルチメディア化に伴って相対化する経過を反映していた。1980年代の政府主導の文化政策は、文化と芸術の概念を“副次的”分野にまで拡大しながらここに介入し、広告業振興の意図を持って、産業クリエーションとしての広告を優遇した。こうして、19世紀末から受け継がれたフランス特有のポスター評価は、広告というより大きな範疇に取り込まれながらも、美術館の設立と政府の文化政策を通して公に認知され、言わば制度化されたと考えられるのである。

キーワード【ポスター美術館　広告美術館　アフィショマニ（ポスター・マニア）　装飾芸術中央連合　ジャック・ラング】

The Creation of the Poster Museum: the Evaluation of Posters in Contemporary France and its Cultural Policies

Noriko YOSHIDA

The Poster Museum in France was opened in 1978 as the first among those in the industrially advanced countries and was renamed the Publicity Museum in 1982. Focusing on the history of this museum, this paper deals with the concepts and the institutional systems related to posters in France to explain the special condition for evaluating this medium.

At the end of the 19th century, "the highly artistic quality" of French posters had been deeply appreciated in the heat of the "affichomanie (poster mania)". The creation of the

Poster Museum affiliated to the Central Union of the Decorative Arts significantly helped the contemporary French society succeed to such a way of viewing posters. The change of appellation to the Publicity Museum reflected a relative decline of this "primary" value of posters in parallel with the growth of domestic multimedia-publicity industries in the second half of the 1970s. A new cultural policy led from 1981 by Jack Lang, Minister for Cultural Affairs of the French socialst Government, also influenced this reorganisation of the Poster Museum: he supported the Publicity Museum with the intention of promoting not only industrial creations, but also cultural and artistic fields judged "minor" till then.

This article shows that, even though posters were integrated into the general category of publicity, the foundation of the Poster Museum and subsequently the cultural policy of the Government officially institutionalized the traditional evaluation of posters in France from an artistic point of view.

Key words: Poster Museum, Publicity Museum, affichomanie (poster mania), Central Union of the Decorative Arts, Jack Lang.