

6

[書評 | review]

石田佐恵子・村田麻里子・山中千恵 編著 『ポピュラー文化ミュージアム——文化の収集、共有、消費』

Ishita Saeko, Murata Mariko and Yamanaka Chic,
Popular Culture Museum: Collecting, Sharing, and Consuming Cultures

高野彩香 | Sayaka Takano



石田佐恵子・村田麻里子・山中千恵(編著)『ポピュラー文化ミュージアム——文化の収集、共有、消費』
ミネルヴァ書房/2013年3月/A5判/378頁/3,500円+税

本書『ポピュラー文化ミュージアム——文化の収集、共有、消費』は、「持続可能な文化アーカイブ研究会」[1]の一環で執筆されている。

前書きで、本書の論考の背景となるミュージアムの近況について説明されている。それによると、ミュージアムの数は1990年代から2000年代にかけて「ミュージアム・バブル」といわれるような急増をみせ、そのなかで、ミュージアムは従来のコンテンツだけでなく、ポピュラー文化も扱うようになった。しかし、ミュージアムの数が2008年に減少に転じ、ミュージアム・バブルが崩壊するなかで、経営に行き詰る機関が多くなってきた。さらに、現在、ミュージアムは限られた来館者を取り合う「競争の時代」に入っており、「ミュージアムは生き残るためにポピュラー文化と手を組んでいる」という批判的な見方も出てきているといわれる。こうした状況を背景としつつも、本書では批判の共有や、ミュージアムの振興のための解決策の提示ではなく、ポピュラー文化ミュージアムとはどのような文化的現象であるかという問題に主眼が置かれている。

本書では、ポピュラー文化ミュージアムとは何かという問題が、ミュージアム・コンテンツの〈ポピュラー文化〉化とミュージアム体験の〈ポピュラー文化〉化という、二つの現象から考察されている。これら二つの現象のなかで、文化概念やポピュラー文化がどのように再定義され、「文化の収集・共有・消費」をめぐる社会とミュージアムがどのようにせめぎ合うのかということが論じられていく。

本書評では、アーカイブズ学的視点から、評者の関心に引き付けて、本書の解説を行い、若干のコメントを加えたい。

本書は2部で構成されており、第I部では、ポピュラー文化ミュージアムについての抽象的な議論と、博物館の調査及びフィールドワークの手法が示される。第II部ではポピュラー文化を扱うミュージアムについての考察を、様々な事例を題材にして行っている。その他に、博物館を紹介するコラムや「ポピュラー文化」を研究するための「おすすめの調査地リスト」が付属している。

構成

まえがき	ポピュラー文化ミュージアムとはなにか
第I部	ポピュラー文化ミュージアムを考える枠組みと方法
第1章	ミュージアムから考える 村田麻里子
第2章	ポピュラー文化から考える 山中千恵
第3章	フィールドを捉える方法 岩谷洋史
第4章	フィールドワークの展開 岩谷洋史
第II部	ジャンルとしてのポピュラー文化ミュージアム
第5章	化粧品ミュージアム 谷本奈穂
第6章	ポピュラー音楽関連ミュージアム 南田勝也
第7章	テレビ・映像関連ミュージアム 佐野明子
第8章	マンガ関連ミュージアム 増田のぞみ
第9章	マニア関連ミュージアム 辻泉
第10章	エスニック関連ミュージアム 田原範子
第11章	越境するポピュラー文化ミュージアム 石田佐恵子

3 — 第1章の紹介 —

ミュージアム・コンテンツの〈ポピュラー文化〉化とミュージアム体験の〈ポピュラー文化〉化

本節では、ポピュラー文化ミュージアムについて、本書の論考の基本となる議論がなされている第1章の紹介を行う。

村田は、一般的に想定されるミュージアムを、「「価値のある」モノを体系的に蒐集し、適切に保管し、市民に公開する義務を負う教育機関」であるとして、それを前提にミュージアム

がポピュラー文化を収容する際に起こる問題について論じている。

ミュージアムがポピュラー文化を扱う際に直面するのは「真正性」の問題であるが、村田はミュージアムにおける「真正性」とは、モノが「芸術的価値が高い、希少性が高い、歴史性がある」ことを指すと述べている。このような「真正性」が認められたモノはミュージアムに収集・保存・展示する価値があるとみなされる。ここで、村田は日常生活で消費されるモノ、すなわち「ロウ」なモノと、「真正性」を認められたモノ、すなわち「ハイ」なモノという対比を示した上で、「ロウ」なモノであったポピュラー文化は、ミュージアムに収容されることで、「真正性」を認められ、「ハイ」なモノとなると論じる。

ミュージアムにおける「真正性」の問題の核として、村田は「モノの価値や意味は文脈によって変化」することを、人類学者のジェイムズ・クリフォードの議論と図を引用して示している。それによると、ミュージアムにおけるモノの「真正性」は、モノの価値の変化の過程で、希少性や永続的価値が認められることで生まれる。それを踏まえて、村田はミュージアムにおける展示は「別の文脈や新たな価値をつけることを意味する」と考える。

ミュージアムにおける「真正性」は、記録が権限のない人から変更されないという保証がなされることを指す、アーカイブズ学における「真正性」とは意味が異なる。しかし、ミュージアムがモノに「真正性」を認める際に、モノの背後にある文脈も大きく関わっているという村田の指摘は、文脈を重視するアーカイブズ学に通じる重要な指摘である。

以上を踏まえて、村田は、ミュージアム・コンテンツの〈ポピュラー文化〉化について、マンガ・映画・音楽・スポーツなどのポピュラー文化が、ミュージアムに収容される際に、人々

の日常生活の中で消費されていたときは異なる価値が与えられ、ミュージアムにおける「真正性」が認められる現象であると説明している。

ミュージアム体験の〈ポピュラー文化〉化については、村田はジョン・フォークの〈museum experience〉という表現を「ミュージアム体験」と訳したうえで引用しながら、「ミュージアムに出かけるという行為や体験そのものが娯楽化」し、「大衆文化の一環として」消費されるものになることであると説明している。ここで、村田が問題にしているのは、利用者が「ミュージアムで何を見ているか、あるいは見たいのか」というミュージアム体験である。ミュージアム体験について、村田は「来館者の体験は、物理的・個人的・社会的な三つの文脈(コンテキスト)が重なり合う中でこそ成立し、意味づけられる」というようにフォークの指摘を紹介する。そのうえで、ミュージアム体験の〈ポピュラー文化〉化は、来館者の個人的文脈に基づく「読み・意味」が多様になったこと、ミュージアムに出かけることが娯乐的で消費的になったことを指すと分析している。村田は、こうした現象はミュージアム体験とミュージアムそのものを変化させ、より豊かなものにするであろうと期待する。

次節では、第1章で提示された、ミュージアム・コンテンツの〈ポピュラー文化〉化とミュージアム体験の〈ポピュラー文化〉化という二つの現象について、第II部から第5章と第6章を取り上げ、具体的な事例をみた上で解説を行いたい。

4 — ミュージアム・コンテンツの〈ポピュラー文化〉化及びミュージアム体験の〈ポピュラー文化〉化の具体的事例

本節では、ミュージアム・コンテンツの〈ポピュ

ラー文化)化と、ミュージアム体験の(ポピュラー文化)化について、第Ⅱ部の第5章と第6章を取り上げて、アーカイブズ学との比較を加えながら解説を行いたい。

4-1:ミュージアム・コンテンツの

〈ポピュラー文化)化——花王ミュージアムの事例
ミュージアム・コンテンツの〈ポピュラー文化)化の問題について、第5章で谷本奈穂が、化粧品ミュージアム・コンテンツ化の例を用いて具体的に論じている。

まず、谷本は、花王ミュージアムの展示について紹介している。来館者は会社案内のスライドを見て、化粧品工場を見学したあと、花王の歴史についての展示、「洗淨文化史」についての展示、花王の現在の商品やその広告、肌や髪の測定器が置かれた「コミュニケーションプラザ」を見学する。「洗淨文化史」の展示では、古代から現代までの「入浴、洗濯、掃除、化粧」という洗淨に関する歴史が、資料とともに紹介されている。「コミュニケーションプラザ」では、来館者は肌や髪の測定器を使用することができ、展示を見るだけでは得られない、化粧品を使用することの効果に対する実感を、若干ではあるが補うことができる。そして、彼らは最後にシャンプーや洗剤などの「お土産」を手にする。以上が見学の流れである。

花王ミュージアムの創設メンバーは、花王ミュージアムを設立する上で、企業ミュージアム研究で頻繁に語られる、展示の背景にある「政治的な力」や「イデオロギー」を感じさせるような「宣伝のためのミュージアム」に留まるのではなく、「化粧」および「洗淨」文化と、化粧品産業の歴史を伝えるミュージアムを目指したと語る。

花王ミュージアムの、企業の宣伝に留まらず、産業の文化を来館者に伝えるという理念

は、化粧に関する文化を継承していこうとする上で有意義であるといえる。ミュージアムの展示の構成からみても、花王ミュージアムが、来館者に自社製品の価値を押し付けるのではなく、化粧品の消費者である来館者に寄り添った展示を行おうとしていることが分かる。

谷本は花王ミュージアムについて、化粧品を使用する感覚を補う展示を試みることで、企業の歴史だけでなく「洗淨文化史」を来館者に伝えることによって、来館者に寄り添った展示を行おうとしていると論じている。

ここで気になる点は、谷本が、利用者に寄り添った展示とはいかなるものであるかということについて、もう少し踏み込んだ議論ができたのではないかということである。谷本は、企業の展示について、娯楽的な要素を含む「ミュージアム」と、社会への説明責任を果たす場としての「資料館」という差異を指摘したうえで論考を進めた。そのため、花王ミュージアムという「ミュージアム」を取り上げた本論考では、企業の展示は来館者に何を見せるべきかという問いについての議論が不十分になっている。展示の内容は、企業の展示のあり方にも大きく関わってくるため、十分な検討が必要である。特に、本論考では企業や産業の負の側面を展示に加えることの是非について検討がなされていないが、負の側面を見せることが企業や産業に対する来館者の理解を深め、結果として産業の文化の継承を後押しする可能性をもつ以上、言及してほしかったところである。

もちろん谷本が指摘したような「ミュージアム」と「資料館」の役割や目的の差異は認識しておくべきであろう。しかし、展示を企業と社会の接点となる場としてとらえた上でその在り方を考えたならば、利用者に寄り添った展示とはいかなるものかということについて、より深い議論ができたのではないかと考えられる。

4-2:ミュージアムにおける「体験」と

ミュージアムの「場所性」——レコード館の例

利用者によるミュージアム体験の「読み・意味」の多様性がミュージアムの運営に対して効果的に作用している例として、第6章で南田勝也が、様々な種類のレコードから成るポピュラー音楽のコレクションを構築しているレコード館を紹介する。南田は、ポピュラーという言葉が「当世流行の」「広く出回った」「通俗的な」などの意味を含むとして、ポピュラー文化と呼ばれるモノがミュージアムに収集されるほどの「歴史性や希少性」があると考えられなかったとしている。また、北海道の新冠町とレコードの関係について、両者に特別なつながりがあるわけではなく、明確な当館の設立理由や、当館ができるルーツは成り立たないとしている。

以上のような背景にも関わらず、レコード館が運営を継続しているのは、主に二つのその場でしか得られない体験があるためだと南田は指摘する。1点目は、地域の人々の活動と交流である。当館は、町の住民に向けた文化的なサービスに力を入れており、その結果、住民がコンサートやサークル活動などで独自に活用し、人が集まるのである。

2点目は、音楽そのものを、レコードが発売された当時の方法で聴くことである。来館者は、誰でも、興味のある音楽を、高品質のスピーカーシステムを備えたホールで聴くことができたり、19世紀末から20世紀半ばまでの蓄音機の音を聴くことができたりする。このように、音楽そのものを、来館者が体験できるようになっている。

南田のインタビューに答える職員の吉田によると、当館は、外部から補助金をもらわず、広告費もかけていない。これを受けて、南田は、レコード館はマスメディアによって地域とポピュラー音楽のつながりという「ルーツ」を「ねつ造」されることがないと分析している。こ

こから、地域とミュージアムのつながりに頼ることなく、来館者が主体的に目的を創造して利用することでその価値を持続させることができているのが、当館の特徴であることを南田は導き出す。

また、「レ」=「返る」、「コード」=「心」という意味をもつレコード館という名称を見ても、音楽だけでなく、来館者の体験を意識しているのが分かる。レコードという名称には、来館者がレコードを聴くことで「心の記憶を呼び覚ます」という意味が込められており、さらに、「町民や町外に出た人に対しては、レコード館の名前を聞いたときに自分の町のことを連想させるような、「心が帰る」意味も込められている」という。

以上がレコード館の特徴であるが、来館者の音楽以外の体験と、音楽そのものの体験の双方から、当館が運営を進めるうえで、利用者の「体験」に重きを置いていることがわかる。

当館の在り方は、アーカイブズ機関の運用でも、参考になる施設の在り方であると思われる。収集するモノの理由や、地域と機関のつながりの強弱も重要ではあるが、利用者がその利用目的を創造していけるかどうか、機関の存続に関わってくる問題である。

5 —— グローバル化、デジタル化時代のミュージアムについて

第1章で論じられているモノの価値の変化についての議論を発展させて、第11章で石田佐恵子はポピュラー文化の「越境性」を論じている。それは、「(1)トランス・メディア」すなわち、モノがメディア形態を変えて拡大していくこと、「(2)トランス・カルチュラル」すなわち、モノが「子供向け文化や日常文化から美術・芸術、コレクター文化へ、世代を超えた支持による文化受容者の拡大へ、また範囲が限ら

れ規模の小さい文化領域から巨大な利益を生む商品文化へ」というように文化カテゴリーを超えること、「(3)トランス・ナショナル」すなわち、国境を越えて受容されることである。

また、石田はデジタル技術にも言及しており、それはモノの価値、意味の変化及びモノに意味や価値を与える主体が、ミュージアムに留まらずに、広範囲に広がることを促すと説明している。それと同時に、来館者にミュージアム体験をもたらす「場所」に対しても、ミュージアム内部に留まらずに拡散することを促すという。石田は、デジタル技術を個人が活用し、情報を発信する例として、ブログや動画投稿サイトの利用を挙げている。また、ミュージアムに関しては、施設やモノがデジタル化されて、場所に関わらず、インターネット上で受容できることを指摘している。

このような現象を、石田は「ポスト・ミュージアム」と呼び、かつてミュージアムで、モノにつけられた意味や価値を単に受け入れるだけであった個人が、主体的にモノの意味や価値を考え、ミュージアム体験にも多様性をもたらすようになった中で、ミュージアムの位置づけや役割が変わりつつあることを示している。この状況下で重要なことは、デジタルミュージアムを含めて、ポピュラー文化ミュージアムにおいて人々がどのように展示物や対象と関係性を作り上げるのかという問いであり、それは、変容しつつあるミュージアムとコミュニティとの関係を、文化創造の面から考えることにつながると石田は締めくくっている。

6 ——— まとめ

本書では、主にミュージアム・コンテンツの〈ポピュラー文化〉化とミュージアム体験の〈ポピュラー文化〉化という二つの現象が論じられてきた。そのなかで、ミュージアムが特権的にモノ

に意味や価値を付与し、来館者は単にミュージアムが付与したモノの意味や価値を受け入れるという従来の構図が崩れ、ミュージアムは来館者に寄り添った取り組みを行うようになり、来館者も主体的にモノの意味や価値に影響を与えるようになったことが示された。それと同時にミュージアムにおける来館者の体験も多様になったことが示された。また、グローバル化とデジタル化によって、文化創造の場が広がっていることが指摘された。

本書で示されたミュージアム・コンテンツの〈ポピュラー文化〉化とミュージアム体験の〈ポピュラー文化〉化という二つの現象は、アーカイブズにも無縁ではない。多くのアーカイブズ機関では展示が行われているが、最近では、来館者がアーカイブズや資料に親しめるように、来館者にとって身近なテーマあるいは人気のあるテーマで展示を行う機関も見受けられるようになった。アーカイブズが、来館者が日常のなかで楽しみ、消費している事物に関連する展示を行うことは、本書の表現を借りればアーカイブズ展示の〈ポピュラー文化〉化と言うこともできるだろう。それと同時に、展示を含めて、アーカイブズが利用者に寄り添った取り組みを行うことで、アーカイブズ体験の〈ポピュラー文化〉化が起こることも考えられる。近年の、アーカイブズ資料の利用促進を図るデジタル・アーカイブの広がりは、その最たる例であろう。

アーカイブズがミュージアムと同様に〈ポピュラー文化〉化していくとすれば、アーカイブズと利用者の関係にどのような変化が生じるかは、これから考察していかなければならない。その点で、本書の論考は参考となる。

また、本書では、ミュージアムがモノを収容する際に、別の文脈に基づき、新たな意味や価値を付与するという視点が示された。アーカイブズ学は、モノについて、もとのコンテクス

トから別のコンテキストが与えられてモノの意味や価値が変化すること、また、そのコンテキストの移行に注目し、それが蓄積されることも視野に入れている。モノの背後にある文脈を重

視するという点で、本書とアーカイブズ学の視点は通じるものがある。この点においても、本書は、アーカイブズ学を研究する上で有用な一冊であるといえる。

1——「持続可能な文化アーカイブ研究会」は、その目的を以下のように示している。

「当研究会は「持続可能な文化アーカイブの構築」を第一の目的に掲げ、写真・映画・テレビ・アニメーション・ポスター・ビラ・マンガ・ゲーム・ファッション・ホームビデオなどの消費文化財、ビジュアル文化を中心とした「20世紀型・日常メディアの文化」の収集と研究資料としての分類法の確立を目指すものです。

日常メディアの文化は、社会的記憶の装置として、「戦争と映像の世紀=20世紀」の人類の経験の容れものとして、世界中で注目を集めている重要な資料であり、文化のグローバル化と資料保存の電子化の時代を迎えて、今後ますます研究価値・保存収集の機運が高まっていくものと予想されます。」

持続可能な文化アーカイブ研究会ホームページ <http://ucrc.lit.osakacu.ac.jp/movie/samc/index.html>

(訪問日:2015年11月16日)