

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 6 月 17 日現在

機関番号：32641

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2010～2013

課題番号：22520109

研究課題名(和文) 広告芸術論 1980年代フランスの広告美術館成立に関する理念的・制度的研究

研究課題名(英文) Advertising art theory - conceptual and institutional research on the creation of the Publicity Museum in France in the 1980s

研究代表者

吉田 紀子 (YOSHIDA, NORIKO)

中央大学・総合政策学部・准教授

研究者番号：20433873

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,500,000円、(間接経費) 750,000円

研究成果の概要(和文)：1978年のポスター美術館開館は、19世紀末に形成された「広告芸術論」がフランスにおけるポスター受容の基盤であり続けるという、いわば価値観の継承を制度的に決定付けるものであった。その広告美術館への改称は、芸術性の有無という評価の優先基準が1970～80年代に広告産業の成長に伴って相対化していく過程を反映していた。文化と芸術の概念を民主的に問い直しながらここに介入し、産業振興の目的をもってクリエイションとしての広告を支援したのが、1980年代社会党政権下の政府主導の文化政策であった。海外資料調査を中心とした本研究を通して以上の歴史的展開が明らかとなり、日仏両国において研究成果が公表された。

研究成果の概要(英文)：At the end of the 19th century, "the highly artistic quality" of French posters had come to be deeply appreciated by the public and in academic-critical circles. In 1978, the creation of the Poster Museum in France helped contemporary French society solidify this view. In 1982, the change of name to the Publicity Museum reflected a relative decline in the perception of this "primary" value of posters in parallel with the growth of domestic multimedia-publicity industries. From 1981, a new cultural policy led by Jack Lang, Minister for Cultural Affairs of the French socialist Government, led to this reorganization of the Poster Museum, with the intention of promoting not only industrial creations, but also cultural and artistic fields judged to be of "minor" importance up until then.

研究分野：人文学

科研費の分科・細目：哲学、美学・美術史

キーワード：美術史 芸術諸学 フランス ポスター 広告 美術館 文化政策 国際情報交換

1. 研究開始当初の背景

(1) 先行研究とその課題点

従来、19～20世紀フランスの広告ポスターをめぐるのは、美術史の分野では、同時代の絵画との親近性を示すデザイナーの様式研究が専ら進められてきた。同時に1890年代のポスター受容状況に対して早くから関心が寄せられ、先駆的研究であるルメン著『スーラとシェレ』(Ségolène LE MEN, *Seurat et Chéret: le peintre, le cirque et l'affiche*, Paris, CNRS Editions, 1994)を経て、近年ではカーターの博士論文『ポスターの時代：世紀末パリのポスター受容、展示、収集』(Karen Lynn CARTER, *L'Age de l'affiche: the Reception, display and collection of posters in fin-de-siècle Paris*, Ph.D. Chicago University, 2001)や、ツメルティ著『ラ・プリム誌(1889～99年)』(Nicholas-Henri ZMELTY, *La Plume 1889-1899, une revue « Pour l'art »*, Paris, Institut national d'histoire de l'art, 2007)において、ポスターが広告媒体であるという機能を切り離して、美術作品として鑑賞され論評されていた当時の実態が一層明らかにされた。

他方、文化政策に関連する学問分野では、1981年に成立したフランス社会党政権下の文化政策が旺盛な研究の対象となり、日本でも西野嘉章著『博物館学：フランスの文化と戦略』(東京大学出版会、1995年)がこの問題を的確に論じた。2009年はフランス文化省発足50周年に当たるため、文化政策の歴史的検証は近年、新たな研究段階を迎えている。1978年のポスター美術館創設、1982年の広告美術館創設についても、当時の政府主導の文化事業推進という文脈の下に再考する必要性が認められるところである。

(2) 本研究の着想に至るまでの経緯

研究代表者は2003年のパリ第十大学博士論文『フランスにおけるポスターの芸術的・社会的評価の変遷(1889～1978年)』(Noriko YOSHIDA, *La Valorisation artistique et sociale de l'affiche en France 1889-1978*, Université de Paris X-Nanterre, 2003)以来、広告ポスターに関わる言説に着目し、まず1890年代のポスター批評と同時代の社会文化的状況との結び付きを、1件の論文、2件の口頭発表、1件の図書において考察した。次いで、19世紀末に形成されたポスターの芸術性を前景化する価値観が1920～30年代へと発展的に継承された点を、1件の論文、1件の口頭発表、1件の図書において指摘した。また本研究課題の萌芽となる試論を、すでに2005年に論文として発表していた。

こうした研究の発展として、研究代表者は広告表現をフランスの芸術的伝統の一つに組み込もうとする19世紀以来の視点が、1978年以降、専門美術館の開設を通して理念的にも制度的にも完結を見たのではない

かと考えるに至った。学際的視点に立ち、美術史学の側から隣接学問領域を横断しながら、専門美術館の成立を軸として、フランスにおける「広告芸術論」の歴史的継承と現代的意義を解明することが、本研究の目的として浮上したわけである。

2. 研究の目的

広告ポスター専門の美術館を創設する計画は、フランスではすでに第三共和政下の1898年に美術批評家と文化官僚によって提案されていたが、第二次世界大戦後になって漸く文化政策の正式な課題として検討されるようになった。その結果、1978年にポスター美術館(Musée de l'Affiche)がパリに誕生し、1982年には広告美術館(Musée de la Publicité)と改称された。

フランスのポスターの歴史は、1880年代よりジュール・シェレ(Jules CHERET: 1836～1932年)やトゥールーズ=ロートレック(Henri de TOULOUSE-LAUTREC: 1864～1901年)等の先駆者が多色刷りリトグラフ技法による大型の絵入りポスターの発展を導き、その後、両大戦間期にカッサンドル(A.M. CASSANDRE: 1901～68年)等のデザイナーがその様式刷新を推進したことで知られている。ポスター美術館および広告美術館の成立は、こうした歴史をフランスの芸術的伝統の一つとして位置付け、公認するという評価の姿勢に基づくものであったと考えられるのではないだろうか。

本研究では各種の言説資料を考察材料として、19世紀から継承された自国の広告表現の“高い芸術性”を誇る価値観。本研究ではこれを「広告芸術論」と定義するが、美術館の開設を通して公認されるまでの、理念上、制度上の展開を検証することを目的に定めた。

3. 研究の方法

(1) 調査・分析の対象と進行手順

1978年のポスター美術館開館、1982年の広告美術館への改称に関する文書資料を収集・整理し、それらを緻密に読み解くことが本研究の基礎作業となった。その上で、時系列に沿って開館および改称までの行程や体制作りを再現し、さらにそれらを導いた理念と利害を当時の社会文化的な文脈の中で検証した。調査の具体的な進行手順と範囲は次のとおりである。

文献学的アプローチ：かつてのポスター美術館、現在の広告美術館を傘下に収める装飾芸術連合(Les Arts Décoratifs)の議事録、両館の展覧会図録、文化省官報、文化大臣演説資料などの文書資料を海外調査によって可能な限り収集し、それぞれの内容を要約・分類した。

社会文化学的アプローチ：上記の文献学的アプローチを踏まえて、1960～80年代における装飾芸術連合の活動方針とその

路線変更、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）の開館とその目的、パリ市の文化振興政策、1982年の文化大臣ジャック・ラング（Jack LANG: 1939年～）の就任とその施策など、同時代状況との関連性を精査した。

総括：1980年代初頭に、政府主導の文化事業推進によって公の認知を得ることとなった「広告芸術論」が、歴史的には19世紀以来のポスター観を引き継ぎながらも、それを同時代の要請に合致させる形で再解釈していた可能性を、研究代表者の先行研究も踏まえて総合的に検討した。

(2) 海外調査

2010年度（平成22年度）から2013年度（平成25年度）にかけて、計5回の海外調査を次の諸機関において実施した。

2010年度

第1回海外調査（2010年8月17日～9月14日）：装飾芸術連合図書館、広告美術館資料部。

第2回海外調査（2011年3月20日～3月31日）：フランス国立図書館。

2011年度

第3回海外調査（2011年8月16日～9月13日）：フランス国立図書館、フランス文化省資料情報部。

2012年度（中央大学在外研究員としてフランス滞在）

第4回海外調査（2013年2～3月）：フランス文化省資料情報部。

2013年度（科学研究費補助金繰越年度）

第5回海外調査（2013年8月18日～9月16日）：フランス文化省資料情報部、装飾芸術連合図書館。

(3) 国内調査

金沢21世紀美術館（2013年11月20日～11月22日）：現代美術・現代工芸の展示活動と地元の伝統工芸産業の振興とを連携させている当館の取組みを、フランスにおける広告美術館の取組みとの比較対象として視察した。

(4) 研究協力者との意見交換

セゴレーヌ・ルメン（Ségolène LE MEN：西パリ大学ナンテールノラ・デファンズ校）レジャンヌ・バルジエル（Réjane BARGIEL：広告美術館）アンヌ＝マリー・ソヴァージュ（Anne-Marie SAUVAGE：フランス国立図書館）ロッセラ・フロワッサール（Rossella FROISSART：エクス＝マルセイユ大学）アンヌ＝トスティヴァン（Anne TOSTIVINT：フランス文化省資料情報部）との間で意見交換を重ね、有益な専門的知識を提供されると同時に、諸機関での資料調査において便宜を図っていただいた。

4. 研究成果

1978年のポスター美術館開館は、19世紀末に形成された“アフィショマニ（ポスター・マニア）”のポスター観、すなわちポスターのもつ芸術性に注目する「広告芸術論」が、フランスにおけるポスター受容の基盤をなす精神性であり続けるという、いわば価値観の継承を制度的に決定付けるものであった。その広告美術館への改称は、芸術性の有無というそれまでの評価の優先基準が、1970～80年代に広告産業の成長に伴って多様化・相対化していく過程を反映していた。文化と芸術の概念を民主的に問い直しながらここに介入し、産業振興の意図をもってクリエイションとしての広告を優遇したのが、1980年代の政府主導の文化政策であった。文化を経済成長の牽引役の一つとして捉え、文化産業の創出と発展にまで踏み込んだ社会党政権下の文化政策において、産業界との連携は不可避の課題であった。広告美術館への行政的支援は、国内広告産業へのテコ入れと一致する施策であったと解釈できるのである。本研究を通して、以上の歴史的展開が明らかとなり、研究代表者は1件の論文、5件の口頭発表、2件の図書においてその研究成果を公開した（5. 主な発表論文等の項目参照）。

その後、広告美術館は1990年に装飾芸術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年に再開館している。新生した当館ではデザイナーの個展やフランス企業の広告活動を紹介する展覧会と共に、広告と芸術の親近性をつまびらかにする展覧会が定期的に企画されている。とりわけ2000年の『広告の中の芸術（L'Art dans la Pub）』展では、この問題が詳細かつ総合的に検証された結果、現代の広告表現が過去の芸術作品を自在に引用し、応用可能やイメージ・ソースとして扱っている事実が明示された。広告美術館は現在なお、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して位置付けていると言えよう。

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変化を遂げながらも、装飾芸術連合の一部門であるという特殊性を背景にして、広告と芸術を隣接するクリエイションの分野として理解する姿勢を堅持している。この歴史的一貫性こそが、フランスのポスター受容の在り方を特徴付け、今日に至るまで、産業先進国の中でも際立つほどのポスターの競演を下支えしてきたと言ってよい。それは丁度、ポスター美術館創設の最初の提案者である文化官僚ロジェ・マルクス（Roger MARX: 1859～1913年）と、広告美術館に対する強力な公的支援を実現したジャック・ラングとが共に、フランス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

いると指摘できるのである。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計1件)

吉田紀子(査読有)「醜いヌーディズム 1930年代フランス、現代芸術家連盟批判に見る伝統主義とその背景」、『意匠学会会誌 デザイン理論』、56号、2011年、73~87頁。

〔学会発表〕(計5件)

吉田紀子(招待講演)「都市の装飾としてのポスター：シェレ、ロートレック、ミュシャ」宮城県美術館講座“世紀末フランス・装飾芸術の諸相”、2014年3月2日、宮城県美術館アートホール。

吉田紀子(招待講演)「Repenser la couleur jaune chez Jules Chéret et Georges Seurat: autour du *Cirque* (1890-1891)」, Seminaire en partenariat entre l'Université Paris Ouest Nanterre La Défense et l'Ecole normale supérieure, 2012年12月12日、Ecole normale supérieure (Paris, France).

吉田紀子、「スーラとシェレ：サーカス(1890~91年)に見る広告イメージの再解釈」東京大学グローバルCOE“共生のための国際哲学教育研究センター”(UTCP) 2012年1月31日、東京大学駒場キャンパス18号館。

吉田紀子(招待講演)「Les collections et les études japonaises de l'affiche française dans le domaine de l'histoire de l'art」, Etats de l'art XIX^e siècle - 2010, 2010年10月21日、Les Arts Décoratifs (Paris, France).

吉田紀子(招待講演)「Jules Chéret et la reconnaissance institutionnelle de l'affiche」, Journée d'étude: Jules Chéret, un pionnier à la croisée de l'art décoratif et de l'affiche, 2010年10月20日、Les Arts Décoratifs (Paris, France).

〔図書〕(計2件)

セゴレーヌ・ルメン著、吉田紀子訳、『スーラとシェレ 画家、サーカス、ポスター』、三元社、2013年、総頁数240頁。
Françoise LUCBERT, Richard SHRYOCK, 吉田紀子ほか13名、*Gustave Kahn, un écrivain engagé*, Presses universitaires de Rennes (France), 2013、総頁数306頁(研究代表者著149~157頁、295頁)

〔産業財産権〕

○出願状況(計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

○取得状況(計0件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕
ホームページ等

6. 研究組織

(1)研究代表者

吉田 紀子(YOSHIDA NORIKO)
中央大学・総合政策学部・准教授
研究者番号：20433873

(2)研究分担者 なし
()

研究者番号：

(3)連携研究者 なし
()

研究者番号：