

平成 30 年 6 月 20 日現在

機関番号：34416

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2015～2017

課題番号：15K03898

研究課題名(和文) ポピュラー文化展示の手法開発及び公共性のメカニズム解明に関する実践的メディア研究

研究課題名(英文) Media practice research on how to create new methods for exhibiting popular culture and to define its publicness

研究代表者

村田 麻里子 (Murata, Mariko)

関西大学・社会学部・教授

研究者番号：50411294

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,100,000円

研究成果の概要(和文)：近年多くのミュージアムがポピュラー文化を積極的に展示するようになった。しかし、経済的動機が先行し、ポピュラー文化を扱う手法や意義、およびその課題については不問に付されたままか、非言語の領域にあった。こうした状況に鑑み、研究者自ら展示の実践研究を行い、展示手法を開発・提案すると同時に、それがどのように公共性に資するのかを分析・解明することを目指した。それにより、具体的な展示手法の深化はもちろんのこと、ポピュラー文化を展示するという作業そのものが、ポピュラー文化をより公共性に資するものへと変換する作業であること、さらに公共性とは何かを考えるフィルターとしても機能していることがあきらかになった。

研究成果の概要(英文)：Recently, more and more museums are interested in exhibiting popular culture. But because this movement is triggered by economic reasons, how and why popular culture fits into museums are unquestioned. This Media Practice Research was aimed at clarifying these questions. Through the practice of planning and creating a popular culture exhibition and recording the process in an ethnographic manner, it tried to understand the methodology needed, as well as defining the role of popular culture in making museums public. Our research suggested a method on how to develop popular culture into an exhibition. We also understood that the process of exhibition making itself becomes a process of transforming popular culture into public language. It eventually asks the museum its function as public institution. Thus if museums were truly interested in presenting popular culture from a different angle from what they are in our daily consumption, popular culture helps museums to become more public.

研究分野：メディア論、博物館学

キーワード：ポピュラー文化 ミュージアム 展示手法 公共性 オーディエンス マンガ ポピュラー音楽 スポーツ

1. 研究開始当初の背景

博物館、美術館、科学館など、ジャンルを問わず様々なミュージアムがポピュラー文化を積極的に展示するようになったのは、欧米圏では80年代以降のことである。『ミュージアムとポピュラー文化 (Museums and Popular Culture)』(Leicester University Press, 2000年)を上梓したケヴィン・ムーアによれば、その原因は、経済危機と、それによるミュージアムの商業化が発端であった。そうしたコマースリズム指向に対する批判は当然しばらくの間は聞かれたが、最近ではそうした流れが不可避であることが関係者の意識にも浸透し、ミュージアム自身が切磋琢磨して来館者の日常文化に寄り添う展示をすることや、商業的なメソッドロジーを取り入れていくことは、むしろ肯定的に捉えられている。ミュージアムの「民主化」のために、敷居の高くない、誰もが楽しめる展示をつくり、またそれにより新たな価値を再創造していくことが積極的に試みられるようになっただけでなく、ポピュラー文化をミュージアムが受け入れることの「意味」に関する研究も進んだ。そこには、これまでの貴重な文化財の保護という使命とは、あきらかに異なる価値観がみられる。同時に、ポピュラー文化を軸に、過去ではなく「現在」を収集する意図もみてとれる。

一方、日本でも、この傾向は90年代に萌芽がみられ、2000年代には多くのポピュラー文化を扱う展示がみられるようになったが、どちらかといえば「集客」ばかりに目先が行っている点是否定できない。ポピュラー文化を扱うことは、来館者数という、ミュージアムに投入される(公的)資金に対する最大にして唯一の指標を満たすための手段になっている。そのため、たとえばマンガ展であれば、原画を時系列に並べる、スポーツ展であれば、有名選手のユニフォームや道具をひたすら並べる、といったファンの来館を前提とした比較的単純な展示手法が一般的だ。このことは、単に展示に工夫がないというだけでなく、むしろポピュラー文化を、公共性に資するような文化資源と捉える視点があまりないということを意味する。同時に、ポピュラー文化を扱うことによるミュージアムの公共性についても、不問に付されたままである。

2. 研究の目的

こうした状況に鑑み、自ら展示の実践研究を行い、展示手法を開発・提案すると同時に、それがどのように公共性に資するのかを分析・解明することを目指した。ここで、2つの問いを掲げ、これらに答えることを目的とした。近年多くのミュージアムがポピュラー文化を積極的に展示するようになったが、そこではどのようにポピュラー文化が扱わ

れているのか、そして、日常にあふれるポピュラー文化を敢えて展示し、共有することは、どのような公共性を生み出すのか、の2点である。

3. 研究の方法

これらの問いを解明する方法として、さまざまなミュージアムや企画展におけるポピュラー文化の展示手法の調査・分析に加え、実際に自らポピュラー文化を扱う展示を手がけ、そのプロセスを記録・分析することで、言語化されていない様々な知見や手法や課題を解明し、議論の俎上に載せるという研究を行ってきた。

メディア・プラクティスとも呼ばれるこの手法は、研究者自ら手を動かしながら、その過程をエスノグラフィックな視点で記録していくことで、研究に陥りがちな実践との乖離をふせぎ、理論と実践の往復運動を可能にする。

また、普段はミュージアムを外から(来館者の視点から)みている人間が手がけることで、内部で当たり前すぎて言語化されていない知識や、見過ごされてきた新たな可能性を見いだすことができると考えた。一方で、ミュージアムの展示を手がけることは、専門領域にあり、今回は科研メンバーに、実際のミュージアムの学芸員がいることにより、そうした両者の媒介がスムーズに行われたことで、より効果的な実践となった。

4. 研究成果

初年度は、さまざまなポピュラー文化ミュージアムの展示を調査・観察し、関係者にインタビュー等を行い、どのような展示実践が有効かを検討した。

2年目からは、展示の企画と実践に取りかかり、「誰のためのマンガ展?」という企画展に結実した(2016年11月23日から2017年2月7日にかけて、京都国際マンガミュージアムにおいて開催)。

また、「誰のためのポピュラーカルチャー展?」と題したシンポジウムを行って、問いへの理解を深めると同時に、来館者にインタビューを行い、さらに展示プロセスを追いながら、分析を行った。

展覧会の詳細に関してはカタログ兼科研報告書『誰のためのマンガ展? Manga Museum for Whom?』に所収されている。また、展覧会そのものの評価については、来館者のインタビューのほか、展覧会評も出ているので参照されたい(詳細は「5」で提示)。

ここでは研究の目的(問い)に対して得られた知見について述べる。

ポピュラー文化はどのように扱われているのか
スポーツにせよ、音楽にせよ、あるいは映

画、マンガ、アニメにせよ、ポピュラー文化の受容は趣味の領域に属し、私的または「部族的」な受容が前提となっている。受容の基準はその人の「好み」や「趣味」といった言葉で表現される。したがって、自分がその作品や対象をなぜ好むのか、何に快楽を感じるのか、どのように受け止めているのかは、とりたてて語る必要がないか、わかりあえる人同士で共有できればよい。一方、ミュージアムの展示における語りは、パブリックに拓かれていることが大きな前提となっている。したがって、ポピュラー文化を展示しようと思えば、それは「趣味」や「好み」の領域を徹底的に共有言語へと変換されることを余儀なくされる。ファンにのみ向けた展示や解説ではなく、ファン以外の人にも語りかける言語が求められる。

ここでいう言語とは単純に解説のことではない。それは展示の構造言語のことである。しかし、ポピュラー文化をミュージアムで扱いさえすれば、そうした言語へと自動的に変換されるわけではない。実際、ほとんどのポピュラー文化展示が、当該ポピュラー文化に関連するグッズや商品を並べたり、ストーリーやキャラクターをパネルにしたりする手法で、空間を埋めている。このように、ポピュラー文化展示の多さに比して、展示手法が未開発であるのは、いかなる理由によるものだろうか。

ここで、逆説的な意味において参考になるのが、ポピュラー文化を重要な文化資源と捉える昨今の観光地の在り方である。たとえばアニメ聖地巡礼や、フィルムツーリズムなど、既存のメディア作品の舞台や縁（ゆかり）の地を訪ね歩く観光は、いまやツーリズムの手法としてはもっとも一般的なりつつある。その土地の有名なスポーツ選手、歌手、作家、芸能人等の足跡を訪ね歩く類いの聖地巡礼もある。

このとき観光地にとって「資源」となっているのは、ポピュラー文化の物語や設定、状況や作家性、そして何よりも世界観であり、その資源化を可能にしているのは、作品と場を重ねて体験する際の人々の「観光のまなざし」(アーリ)である。たとえばマンガやアニメに登場する景色や施設を訪れて主人公と同じ視点の位置で撮影したり、好きな芸能人が通った学校や店を訪れるときに、そうしたまなざしが強く働いている。さらに、そうしたまなざしを誘発するために、今度はその場や土地の関係者(所有者・管理者)が、それを意識したプレゼンテーションをするようになる。こうして「観光のまなざし」を投げかける対象が、より明確で物理的な形を取り、それらが共有されると、そこはさらに明確な「聖地」となっていく。

このように、聖地巡礼においては、ポピュラー文化という資源によって、作品の世界観をリアルな場に重ねて受容するようなまなざしが定位され、そのまなざしが観光地とし

てあらたに実体化するというメカニズムによって支えられている。

ところが、ミュージアムにおいてポピュラー文化を展示する作業は、聖地巡礼観光とは全く異なる所作を要する。

たとえば街の風景や、主人公の生家や通った学校など、実体のある場所にポピュラー文化の物語をかぶせる(ことを誘発する)のが聖地巡礼観光の手法だとすれば、展示とは、逆に物語とは何の関係もない単なる空間である展示室を、一から作り込んで、ある物語で満たす作業である。空っぽの箱には、ポピュラー文化の物語や設定をかぶせることはできない。またポピュラー文化の物語でそのまま満たすこともできない。ドラマやアニメの世界の再現であっても、スポーツ選手の名勝負のシーンであっても、ロック歌手の歴史的コンサートであっても、それら(の記憶)を喚起させるには、それらを展示室の中で再構成しなくてはならない。その意味において、ポピュラー文化は、一度解体され、この空間に再配置できるような、新たな物語に作り直される必要がある。

こうした再構成の作業には、斬新な「切り口」や、新たな物語を束ねる「視点」が必要なのは言うまでもないが、それに付随して、それを実現する展示の「技術」と「手法」が必要だ。今回の展覧会を手掛ける過程であきらかになったことのひとつは、このようなポピュラー文化展示の構造である。物語性の強いポピュラー文化を展示するからこそ重要なのは、その物語を一度解体し、再構成しなおすことのできるキュレーション力である。それに加えて、モノやパネルや二次資料を物理的な空間に配置しながらそれらを意味レベルへと引き上げる技術や手法が求められることが、展示の最大の特徴である。同時に、それは誰のために編集・提示されたものか、という問題と不可分である。語る相手を想定することは、物語の再構成には不可欠の作業だからである。

このように、単に原画を並べたり、キャラクターの切り出しパネルを並べたり、選手や歌手ゆかりのモノを並べただけの展示が多いのは、上記のような、ポピュラー文化を展示する際のハードルの高さにある。

ポピュラー文化を展示し、共有することは、どのような公共性を生み出すのか

今回の展覧会制作の実践では、この状況に再考を迫るような、メタな展示を目指した。当然通常の展覧会の10分の1から20分の1程度のわずかな予算と、少ないマンパワーのなかで出来ることはきわめて限られてはいたが、重要だったのはそのプロセスをなぞり直すことであった。すなわち、さまざまなオーディエンスを想定することで、「趣味」を共有言語へ変えとはどのような作業かを多角的に考え、加えて実際に展示を成立させる過程でどのような交渉や決定がなされて

いくのかを可視化することであった。

作業を終えてみると、ポピュラー文化を展示するという作業は、ポピュラー文化をより公共性に資するものへと変換する作業である同時に、その作業を行うこと自体が、公共性とは何かを考えるフィルターにもなっているといえる。たとえば、ひとたび展示を手掛ければ、ポピュラー文化がいかに市場原理の磁場の中にあるものかを否が応でも実感させられる。著作権や肖像権に関わる問題を筆頭に、ポピュラー文化を公共に資するものとして捉えることに抗うような社会構造や産業構造があるのだ。したがって、原画をひたすら並べる展示ばかりなのは、出版社とタイアップして全面協力を得なければ、クリアできない問題が多すぎることに起因しているし、スポーツ選手のユニフォームや歌手の楽器の横に、それを使用している写真パネルを二次資料として簡単には示せないのも、そうした理由に因る。

しかし、だからこそ、ポピュラー文化を公共の資源として捉え直すことには、ミュージアムの展示がもつ社会的意義、いやむしろ社会的使命があるのではないだろうか。展示をつくる行為自体が、そして各館あるいは各学芸員による無数のそうした蓄積が、ポピュラー文化をより公共的な領域に引き込んでくれるはずである。ミュージアムでポピュラー文化を展示することは、ポピュラー文化の物語を、ポピュラー文化と人々、あるいはポピュラー文化と社会との関わりを語る物語へと変えようとする作業に他ならないからである。

と同時に、ミュージアムがポピュラー文化を真剣に扱うことは、ミュージアムという空間を、より公共的な空間へ変えうる契機ともなるのである。そのためにも、経済的動機で増えてきたポピュラー文化の展示手法に対して、まずはミュージアムが、集客のためのコンテンツという意識を捨て、より意識的かつ真摯に取り組んでいくことが、結果的には開かれたミュージアムにつながっていくはずである。

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6件)

村田麻里子「マンガと、障害と、博物館。」『リハビリテーション』第601号、社会福祉法人 鉄道身障者福祉協会、2018、pp.22-26、査読なし。

永井良和「スポーツ文化の展示と「公共性」」『誰のためのマンガ展? Manga Exhibition for Whom?(カタログ兼科研報告書)』2018、pp.94-98、査読なし。

三浦文夫「日本のポピュラー音楽アーカイブ構築プロジェクトとその課題」『誰のためのマンガ展? Manga Exhibition for Whom?(カタログ兼科研報告書)』2018、pp.99-102、査読なし。

山中千恵・伊藤遊「分析と考察:「誰のためのマンガ展?」はどのように届いたのか/届かなかったのか」『誰のためのマンガ展? Manga Exhibition for Whom?(カタログ兼科研報告書)』2018、pp.42-45、査読なし。

村田麻里子「マンガ展を視覚障害者に拓く試み 触図による美術鑑賞を手がかりに」『関西大学社会学部紀要』第49巻第1号、2017、pp.113-136、査読なし。
<http://hdl.handle.net/10112/11591>

村田麻里子「ポピュラー文化を展示する スポーツ・マンガ・ポピュラー音楽を事例に」『関西大学社会学部紀要』第47巻第2号、2016、pp.19-43、査読なし。
<http://hdl.handle.net/10112/10574>

〔学会発表〕(計6件)

村田麻里子「『誰のためのマンガ展?』そのコンセプトとポピュラー文化の公共性」シンポジウム:誰のためのポピュラーカルチャー展?, 京都国際マンガミュージアム、2017.1

永井良和「スタジアムの「ミュージアム化」とミュージアムの「スタジアム化」」シンポジウム:誰のためのポピュラーカルチャー展?, 京都国際マンガミュージアム、2017.1

三浦文夫「What is City Pop? ポピュラー音楽の展示について」シンポジウム:誰のためのポピュラーカルチャー展?, 京都国際マンガミュージアム、2017.1

村田麻里子「『Media Mix』 as Art Experience」, Inter-Asia Cultural Studies Society Conference 2017, Sungkonghoe University, Seoul, Korea, 2017.7

村田麻里子「ミュージアムとパブリック・ペダゴジー」カルチュラル・タイフーン2016(カルチュラル・スタディーズ学会) 早稲田大学 2016.6

村田麻里子「文化資源としてのポピュラー文化 ポピュラー音楽のアーカイブとミュージアムを事例に」日本マスコミュニケーション学会 2015 年度秋季研究発表会ワークショップ、文教大学

2015.10

【図書】

ナシ

【産業財産権】

ナシ

【その他】

村田麻里子・谷川竜一(編)『誰のためのマンガ展? Manga Exhibition for Whom?(カタログ兼科研報告書)』2018.3.

村田麻里子・伊藤遊・谷川竜一・山中千恵(企画・制作) 特別展「誰のためのマンガ展?」2016.11.23 - 2017.2.7, 京都国際マンガミュージアムにて開催

展覧会情報は以下のメディアに掲載された。

[取材・展覧会評]

『BRUTUS ブルータス』マガジンハウス、2016.12.15

『メディア芸術カレントコンテンツ』文化庁、(評=霜月たかなか) 2017.1.27

<http://mediag.bunka.go.jp/article/dare-5189>

/

『GNN 新聞』2016.12.6(台湾のウェブマガジン) <https://gnn.gamer.com.tw/0/140870.html>

[告知]

『京都新聞』2017.1.6

『京都新聞(夕刊)』2017.1.27

『毎日新聞』2017.2.1

『京ごよみ』11月号、2016.10.25

『京ごよみ』12月号、2016.11.25

『京ごよみ』1月号、2016.12.15

『ナタリー』(ウェブ) 2016.11.20

<https://natalie.mu/comic/news/209910>

『烏丸経済新聞』(ウェブ) 2017.1.18

<https://karasuma.keizai.biz/headline/2738/>

6. 研究組織

(1)研究代表者

村田 麻里子 (MURATA, Mariko)

関西大学・社会学部・教授

研究者番号: 50411294

(2)研究分担者

伊藤 遊 (ITO, Yu)

京都精華大学・京都国際マンガ研究センター・研究員

研究者番号: 70449552

谷川 竜一 (TANIGAWA, Ryuichi)

金沢大学・新学術創成研究機構・助教

研究者番号: 10396913

永井 良和 (NAGAI, Yoshikazu)

関西大学・社会学部・教授

研究者番号: 40207973

三浦 文夫 (MIURA, Fumio)

関西大学・社会学部・教授

研究者番号: 00636342

山中 千恵 (YAMANAKA, Chie)

京都産業大学・現代社会学部・教授

研究者番号: 90397779

(3)連携研究者

ナシ

(4)研究協力者

ナシ