領域横断的展覧会の試み
－シャフハウゼン美術館の挑戦（1）－ コンセプト

マルクス・シュテークマン

お集まりの皆さんにまずはご挨拶申し上げます。

私はこれから美術館の仕事の実際を、シャフハウゼン美術館が企画した二つの領域横断的展覧会プロジェクトに即しながらお話したいと思っています。講演は大きく二つに分かれます。前半は若干の理論的考察に宛て、休憩を挟んで後半は展覧会プロジェクトの実際についてお話することになろうかと思います。

1）先鋭化する展覧会活動と置き去りにされた公衆の関心
－90年代のあるパラドックス

1990年代、ヨーロッパの美術館、乃至その他の展覧会スペースは一つのパラドックスに見舞われます。そのパラドックスとは、展覧会、あるいはそれに付随したさまざまな企画が先鋭化すればするほど、別の言葉でいえば意欲的な取り組みを見せれば見せるほど、観客動員数が減ってしまう、すなわち経済的に不成功に終わってしまうことが多い、というものです。80年代、90年代、ヨーロッパでは多くの美術館が新設されました。と同時に、80年代、急速に多様化していった公衆の関心をいかに引きつけるか、という問題を巡って、それらの美術館は性急にいささか過激に過ぎる方法で解決策を講じてゆくことになりました。1999年の9月末、スイスのヴィンタートゥーア美術館で、あるシンポジウムが開催され、上述のパラドックスが議論されました。シンポジウムのタイトルは『展覧会天国＝スイス：どこまでやれば気が済むのか？』というものでした。今日、展示する側はいくらでも展示したいのに、明らかに、見る側はすっかり飽きてしまっているのです。美術館は癒しようのない自己顕示欲、功名心と名誉欲にまみれてしまったのでしょうか？

事態は複雑ではありません。要するに、観客の嗜好に合った、分かりやすい、そして規模の異常に大きな展覧会と、意欲的な、しかし、小規模にならざるを得ない現代美術の展覧会との間に次第に大きな溝ができ始めていったということです。近い将来、大きな美術館は、集客が大いに見込まれる、観客お気に入りの大きな展覧会、例えば、印象派、マチスやピカソといった前世紀から今世紀初頭にかけて活躍した所謂「近代画家」達に関する展覧会を毎年いくつか企画するだけで、事足れり、と考えるようにならないとも限りません。このような展覧会なら、メディアはその展覧会を大きく喧伝し、したがって観客動員数はうなぎ登り、スポンサーも向

こうから進んでやって来る、というわけです。これに比べて、気難しい、そしてしばしば不快でさえある現代美術は、いよいよ展示されることが覚束なくなるでしょう。なるほど、確かに目の肥えた、そして知的好奇心に満ちあふれた美術愛好家もいないではありませんが、純粋に政治力学的な立場に立つとき、彼らの関心は無視されがちです。展覧会の価値を観客動員数で計る、という政治力学は今日いよいよその威力を発揮しつつあるのです。同時に展覧会を開催する際に関係各方面に期待される経済的支援は、ますます危機的状況に向っています。これは深刻なディレンマです。船は沈没しかけているのでしょうか？　解決の糸口を見つけることは確かに難しい、しかし不可能、というわけでもありません。

2）趣味の一様化と交換可能性の傾向

これにもう一つの現象が加わります。80年代初頭以来、国際的美術マーケットは爆発的拡大を遂げましたが、これに伴って、ヨーロッパの美術館、その他の展覧会スペース、また個人コレクターが、競って少数の、同じ現代作家達の作品を収集、展示する傾向が生まれました。90年代、国際的情報化と、経済、文化のグローバル化が叫ばれました。美術の世界でも、80年、90年代を通じて巨大美術館ばかりでなく、中規模の美術館でもまた、国際的に名の通ったアーティストの作品を購入、展示する傾向が極めて強くなってゆきました。例えば、ゲオルク・バゼリッツ、フィッシとヴァイス、ブルース・ナウマン、ナム・ジュン・パイク、或いは、ゲルハルト・リヒターといったアーティストの作品は、ひとかどの美術館なら必ず持ってなければいけない、という気分といいますか、ある種の強制的な雰囲気が生まれたのです。例えば、チューリヒから始めて、ウィーン、ベルリン、パリ、ロンドン、と各地の美術館を訪れたとしましょう。間違いなく上述のアーティストの作品はここに挙げたどの都市でも見ることができます。各都市、各美術館の、そこでしか見られない個性的なコレクション、というあり方はすっかり影を潜めてしまいました。もちろん私はこの場で極端なことばかりお話しようと考えているわけではありません。しかし、どこに行っても同じものばかり見せられる、というのは退屈ですし、見るものの好奇心を麻痺させてしまうものです。

現代美術を巡る展覧会、或いは美術館の展示活動の問題点を二つ挙げてみました。そこで、これらと比較しうる傾向、すなわち交換可能性の傾向についても言及しておきましょう。美術マーケットと美術雑誌がこの傾向の一翼を担っています。時代精神をある、決まった名前やテーマで総括してしまうことには大きな危険がつきまといますが、私たちは特に最近、多くの展覧会で、この危険と向き合うことになるのです。交換可能な展覧会、がそれです。ここではビッグネームが問題なのではなく、トレンドを意識した、今まさにうってつけの、というキャッチフレーズこそ問題となります。名声欲、功名心がこれを支えています。

3）シャフハウゼン美術館

意欲的で個性的な展覧会を企画するには様々な可能性があります。それぞれの美術館は自前のコレクション、歴史、土地との関わりを通して、短い準備期間と、少ない資金をとことんやりくりすることで、全く個性的な展覧会を開催する可能性を持っています。言うまでもないことですが、保守的なやり方、例えば、あるアーティストの個展とか、テーマを設定した展覧会でも、意欲的なものとする可能性はあります。しかし乍ら、今日私がみなさんにお話ししようと考えていますのは、ジャンルを自由に横断するような、とりわけ個性的な展覧会の実例なのです。可能性についてお話するのではありません。シャフハウゼン美術館が、そのような展覧会を理想的な形で、実際に行っているのです。申し分なく、言葉に忠実な意味での「領域横断的」展覧会を開催することは不可能です。準備期間が長くかかりすぎるからです。加えて、美術館における各セクションそれぞれが申し分のない形で参加し得るようなテーマを見つける、というのは決して簡単なことではありません。従って、私がこれからお話ししようとしている展覧会の実例はなるほど、興味深い一つの典型を提供してくれるものですが、それは、様々な視点から企画された現代美術に関する数多くの展覧会あってこそのものでもあるのです。

展覧会の開催理念について構想を練る前に、まずはそれぞれの美術館の特性や、美術館が所属する場所の特殊性を注意深く分析する必要があります。ここではシャフハウゼン美術館を例にこの点について若干考えてみましょう。そもそもシャフハウゼンの場合、地域の特殊性が「領域横断的」展覧会の可能性を内包していました。シャフハウゼンの美術館は、1049年に設立されたベネディクト会系修道院の建物を転用する形で設置されたものです。すなわち美術館は1938年、併せて三つの中庭を持つ広大な修道院の建築群の一角に造られたのです。そのとき、いくつかの施設が美術館の一部として新たに造られました。例えば、現代美術専門に展覧会を開催する「シャフハウゼン美術協会」のための、展示スペースがそれです。シャフハウゼン美術館はスイスで４番目に大きな美術館です。そして同じ屋根の下、様々なセクションが同居しています。即ち、先史、古代史部門、考古学部門、歴史部門、シャフハウゼン市の歴史収集室、古銭学部門、自然史部門、美術部門、版画コレクション、そして現代美術専門の貸し画廊としての「シャフハウゼン美術協会」です。というわけで、シャフハウゼン美術館は決して多いとはいえない施設の中に、様々な部署が同居する、総合美術館とでも言うべきもので、このような美術館はスイスでも他に例をみないものです。多様な部署を抱えたこの美術館は、従って、それぞれにおよそ関連のない作品を購入しますし、全く異なったタイプの展覧会が入れ違いに開催されるのです。従って美術館を訪れる人もバラエティーに富んでいます。こうした美術館の機構そのものが「領域横断的」展覧会を生み出す温床となるのです。

4）「領域横断的」展覧会についての８つのテーゼ

さて、それでは以下に理論的前提として、「領域横断的」展覧会を基礎づける８つのテーゼを挙げたいと思います。こうすることで、同時に、私がなぜ「領域横断的」展覧会を企画するのか、という個人的な動機についてもお話しできる、と考えています。

①　美術館の構成

すでに、お解りのことと思いますが、「領域横断的」展覧会にとって最も重要なのは美術館の構成です。その美術館にセクションが多ければ多いほど、当然のことながら収蔵作品も多岐にわたりますし、従って展示作品をより自由に選択できます。と同時に、それら収蔵作品をあるコンセプトに基づいて、普段の展示スタイルとは違った形で別のセクションの作品と一緒に展示すれば、それぞれの作品がそれまでとは違ったもののように、新鮮に見える、という利点もあります。そのために必要なのは、他のセクションのスタッフたちとうまくコミュニケーションをとることです。そうしないとそれぞれのセクションが自前の収蔵作品を独占してしまうからです。

②　美術館の立地条件

他の幾つものセクションからやってくるそれぞれに性格の異なる収蔵作品を一つにまとめ、それぞれの作品の対話的な展示を目論む場合、美術館の構成と同様に重要なのは、シャフハウゼン、という土地柄、その立地条件です。現代美術は美術館の立つ場所の様々な、今、まさにそこにある「もの」、即ち、その地域の生産品とか、その土地の歴史や文化に根ざした「もの」と様々な形で対話するのです。

③　一回性

「地域」との強い結びつき、という特性は、展覧会全体の一回性を強調することにもなります。展示される作品は、なるほど別の場所でも展示することができます。しかし、自然史セクション、あるいは歴史セクションの収蔵作品は、それらが由来する地域と密接に結びついています。美術館の建つ「場所」、「地域」との密接なつながり、それによって生まれる一回性、という性格は、どこにでも巡回可能な展覧会とは著しい対照をなします。「地域」に密接に結びついた「領域横断的」展覧会を訪れる人は、何か、他では体験できない、特別なイヴェントに立ち会っているのだ、という、不思議に高揚した気分を共有することになるのです。

④　体験

私はなにも自分の企画する「領域横断的」展覧会を、例えばディズニーランドのような、

テーマパークとして成功させよう、などと目論んでいるわけではありません。それでもなお、展覧会に訪れる人が、特別な体験を共有し、一回限りの、貴重な時間を体験したのだ、という手応えを感じてほしいと思います。その際、私の念頭にあるのは、それぞれに異なった関心を持つ、様々な領域の人々が、それぞれに得るところのある展覧会を企画する、ということです。そこで私は展示コンセプト、展示方法をできるだけ練り上げ、いわゆる美術作品を、それとはできるだけかけ離れた「博物学的展示物」と隣り合わせにすることで、美術作品の多様性を引き出そうと考えました。それらが隣り合わせになることで、見るものはどうしても両者を比較します。こうして、それぞれの展示作品の間に緊張感溢れる対話が生まれます。それぞれに全く異なった展示作品の間に生まれる緊張と対立は、しかし同時に、思っても見ない照応関係や並行関係にも気づかせてくれるものです。

⑤　垣根の撤去

美術作品と並べられることで、例えば「博物学的展示物」は次第に、見る人に美術作品のような様相を呈するようになります。このような効果は、実はそれとは逆の効果を生み出すために目論まれたものです。即ち、一般の人々にはとかく敬遠されがちな、あるいは理解不可能な、とさえ思われかねない現代美術が、まるで「博物学的展示物」のように展示されることで、人々の苦手意識を取り払う、という効果です。こうすることで、人々の現代美術に対する拒絶反応はかなりのレヴェルで克服、ないし軽減することができます。一方「博物学的展示物」は、現代美術にいきなり出会った人々が感じるショックを見るものに与えるようになるのです。

⑥　公衆の拡大

様々な、互いにかけ離れた作品を展示すれば、それだけ多くの人が訪れるのは当然のことです。例えば美術作品に関する専門知識を持った観客もやってくるでしょう。しかし彼らは、彼らにとって馴染み深い、あるいは理解可能な美術作品が、これまでとは違った文脈の中に取り込まれていることに気づくでしょう。一方、「博物誌的展示物」目当てに、この展覧会を訪れる人々もいます。こうして美術館は来館者数の拡大を見込むことができるのです。これには二つの意味があります、一つは文字通り来館者数の拡大であり、もう一つは、来館する人々の多様化です。

⑦　芸術的価値の向上

来館者が多様化するからと言って、展覧会の芸術的価値を低下させてはなりません。我々は、来館者の拡大のために「わかりやすい作品」を並べるようなことをしてはならないのです。如何に難解な美術作品が展示されようと、それが重要な意味を持ったものであれば、観客は欲求不満など感じないものです。むしろ彼らは同時に展示された美術作品以外の様々な

ものにさえ、美術作品に対してとるような真摯な構えをとるようになるのです。観客は如何に多くの難解な作品が展示されていようと、それだけを理由にその展覧会を目の敵にするようなことはしないものです。

⑧ 感受性の拡大

「領域横断的」展覧会はまた、感受性の拡大をも射程に入れています。これは、私たちの時代が社会的に成長してきたことを反映しようと考えているからです。領域横断的受容能力の拡大、ということです。情報社会が成熟すればするほど、あるいは情報網が国際的に広がれば広がるほど、我々の感受性もまた拡大してゆくものなのです。