

アートプロジェクトにおける展示空間の研究

5236 藤井さゆり

指導教員 助教 佐藤慎也

1. はじめに

近年、地域振興やまちづくり、都市計画において地域活性化のために“アート”を取り入れたさまざまなプロジェクトが増加してきている。都市の中で展開するパブリックアートやまち全体を使った大規模なアートプロジェクト、農村での表現活動やアーティストを招いてのワークショップなど、それらの規模や形態は多様化している。また、体験や出来事などのかたちには残らない活動も多く見られるようになった。ただアートを鑑賞するだけではないこれらのプロジェクトは、アートが人や地域、社会など、さまざまなものを繋ぐコミュニケーションの媒体として存在している。

このように芸術文化は人々の創造性を育み、まちづくりや地域コミュニティの創出などに大きな影響をもたらしている。それらの実績が評価されているからこそ、アートプロジェクトは近年増加しつつあるように思う。しかし、今日における実績は本当に正しく評価されたものだろうか。コミュニケーションを生むことを目的とするアートプロジェクトの場合、経済的な数値のみによって評価されるべきものではない。また、作品だけが完成度や面白さといった美術的な観点だけで評価されるべきものでもない。それぞれのプロジェクトにおける目的や理念などを踏まえた上で、文化的視点や歴史的視点などを含む客観的な総合評価が必要になってくるだろう。

2. 研究目的

アートプロジェクトが増え始めた2000年頃より、さまざまな視点から、アートプロジェクトに関する多くの研究が行われてきた。美術関係者からの新しいアートとしての研究、アートプロジェクト事業の経済効果、都市計画やまちづくりにおけるアートプロジェクトの研究などが挙げられる。それらは、アートプロジェクトがさまざまな要素から成り立っていることを示している。

しかし、これまでの研究の多くは、プロジェクト単体の事例を挙げ、それに対して研究を行ったものであり、その美術的評価や明らかにされた経済効果は、他の事例には必ずしも当てはまらない。また、昨今ではアートプロジェクトが展覧会として論じられていることから、アートプロジェクトの表現空間を建築計画的側面からも分析すべきであると考えられる。

本研究では、近年に行われたアートプロジェクトについて、新たな地域性の創造やコミュニティの創出、歴史的遺産の保存など、企画の契機や目的の概要を示す。さらに、それらの理念に対する具体的なアプローチ方法を把握するため、プロジェクト活

動が行われた展示空間を作品とともに分析する。また、アートプロジェクトを企画者と運営団体により体系化し、比較・検討することで、それぞれの目的意識における作品形態や展示空間、会場構成の関係を考える。

本研究の調査に基づいて明確化される関係を新たな評価軸として考え、今後も大幅に増え続けることが予想されるアートプロジェクトにおいて、評価が多方面から行われることを目指す。

3. 研究概要

3-1. アートプロジェクトへの流れ

1990年代に入り、アートを用いたまちづくりとして、大規模な再開発地区においてパブリックアート事業が流行していた。美術の企画ではあったが、行政や企業などが主導権を握り、コンサルティングの観点で導入された。しかし、経済状況が悪化するとともに衰退し、否定的な見解が多くなった。

同じ頃、アーティストたちはサイトスペシフィックであることを求め、美術館からの脱出を試み、積極的に社会へと介入していった。制度によって隔離され、内部のみで循環する表現形態ではなく、さまざまな鑑賞者を巻き込み、新たな芸術環境を形成する原動力として、アートプロジェクトが役割を担っていったのだろう。

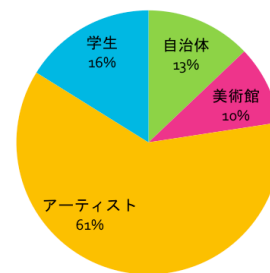


図1 1990年代におけるアートプロジェクトの企画・運営主体の割合

そのため、1990年代に行われたアートプロジェクトは、多くがアーティストによる企画であった。アートプロジェクトはパブリックな場所で展開されながらも、作品の恒久設置を前提にするものではなく、作品制作やプロジェクト全体の過程に意味を置き、地域や生活者に配慮した計画である。それ以後、反面教師的にパブリックアートを発展させたものとして、自治体や企業によるアートプロジェクトが増加していった。

3-2. アートプロジェクトとは

「アートプロジェクト」の「アート (art)」とは、「芸術」、「美術」という意味の名詞である。一方、「プロジェクト (project)」は「計画」、「企画」、「事業」という意味の名詞であるとともに、「考案する」、「投影する」、「表明する」といった動詞の意味がある。このことから、アートプロジェクトとは独自の視点から、構想や未来像、思いを社会に向けて投影、表明する機会そのものを創造し、企画することであると定義できる。あるテーマのもとに多くの人が集まり、協働しながらプロジェクトを進めていくことで生まれる新しいアート形態である。社会に対して答えを導き出すことや、それを完結させることのみを目標とはせず、アートの力で想像力を鍛え、さまざまな問題を提示する過程を大切にす。また、この取り組みに関わった人たちによる新たなネットワークが形成されることが重要である。よって、その会期中だけ楽しめるようなイベント的なものではなく、継続的に行うことが大きな意味を持つ。

4. 研究方法

本研究ではアートプロジェクトにおける展示空間において、さまざまな角度からの関係を考える。

1) 主体となる企画・運営団体による分類

現在、行われている主なアートプロジェクトを挙げ、実施報告書や既存研究などによる文献調査、関係者へのヒアリング、または Web サイトなどから、プロジェクト運営側の理念やプロジェクト自体の目標、実施されている活動や表現空間を整理し、企画・運営団体の性格によって以下のように分類を行い、それぞれの傾向を考える。

- ①自治体企画
- ②美術館企画
- ③アーティスト等による企画
- ④学校・学生企画
- ⑤企業企画
- ⑥NPO 企画
- ⑦市民企画

2) 会場範囲

鑑賞の際に想定している移動手段を以下のように挙げ、手段別に会場範囲を示し、運営規模や目的が会場範囲にどのように影響しているのかを考える。

- ①徒歩
- ②自転車
- ③バス、鉄道、その他公共交通機関
- ④車

3) 展示密度

企画・運営主体別に活動範囲と展示数の割合を示し、運営規模と展示密度の関係を考える。

4) 作品形態の企画・運営団体による傾向

企画・運営側の目的などにより作品形態はどのよ

うに影響されてくるのかを調査する。プロジェクトごとに作品形態の割合を示し、分析する。

5) 展示空間の運営団体・目的による傾向

運営団体の性格と展示空間として使用されている場の関係について考える。使用された空間の割合をプロジェクトごとに表し、分析する。

5. 研究結果

5-1. 研究対象

3-1 に挙げたアートプロジェクトの定義をもとに、実施報告書や Web サイトなどから、2006～2008 年の過去 3 年間にプロジェクトが行われたことが確認できたもので、かつ今後の継続が見込まれるものを研究対象とし、分析を行う際に用いる範囲や展示数、展示空間は最新の開催に関するものとした。その結果、日本各地の 59 プロジェクトに関して、調査を行った。

5-2. 研究結果

主体となる企画・運営団体について、プロジェクトの分類を行った結果、図 2 のような割合となった。図 1 に比べ、企画・運営主体が多岐にわたり、自治体や市民などが、まちづくりとしてプロジェクトを企画するケースが多くなってきている。

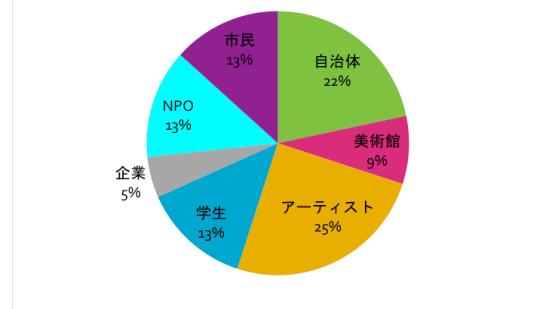


図 2 企画・運営主体の割合

6. 考察

6-1. 運営目的・運営規模と会場構成の関係

自治体によるプロジェクトは都市計画の一部として考えられている一方で、市民によるプロジェクトは地域の活性化を目的としている。このように、アートプロジェクトの考え方は想定している鑑賞者により異なる。

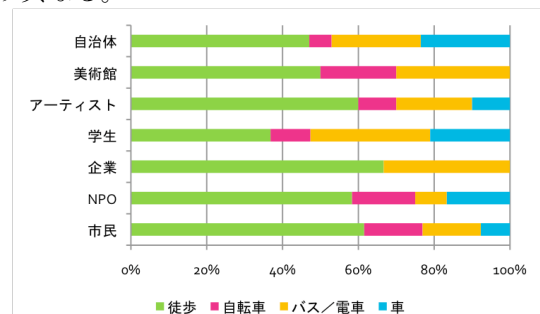


図 3 主体別にみた想定鑑賞移動手段の割合

美術館による企画の場合では、同じ時期に開催されている美術館での展覧会を鑑賞した後、そこから外部への展開として、アートプロジェクトを鑑賞することが想定されている。そのため、このようなアートプロジェクトの場合、徒歩圏内での展示が前提として構成されている。

このように、想定している鑑賞移動手段の割合が異なることから、企画・運営主体によって想定している鑑賞者が異なることがわかる。

美術館での展覧会において、展示空間は学芸員とアーティストとの綿密な打ち合わせのもとに展示場所を決定していく。それに対し、アートプロジェクトでは空間を選ぶ際、運営側がプロジェクトや作品の企画やテーマに沿って選定する場合、運営側が誘導しながらアーティストとの合意形成を行って選定する場合、そして、地域の中からアーティストが自由に選定する場合の3つに分けることができる。

自治体や美術館によるプロジェクトの場合、多くは運営側が展示空間の選定を行う。NPO や市民によるプロジェクトでは、運営側が誘導しながらもアーティストの意向に沿うように展示空間が決定される。アーティストや学生によるプロジェクトでは、運営側の体制により異なる。他のプロジェクトとは違い、運営側も作品を制作するアーティストだからである。一人または核となるアーティストがディレクターやキュレーターの役割を担っている場合には、運営側で展示空間を選定するが、並列関係にあるアーティストのネットワークにより運営されている場合は、各自で展示空間を選び、決定していく。

よって、しっかりと移動手段を想定し、会場計画がなされているのは、運営側が展示空間を選定する、自治体や美術館による企画によるものが多い。展示空間をアーティスト個人に選定させる体制をとっている場合においても、徒歩圏内などの会場計画の枠組みを設定することで、会場の計画を保っている。

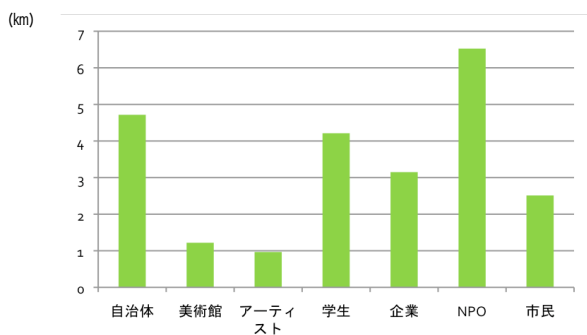


図4 主体別にみた会場範囲の平均半径

美術館やアーティスト等によるプロジェクトでは、他のプロジェクトに比べ、会場範囲が非常に狭いことがわかる。美術館によるプロジェクトが狭い範囲で行われる理由は、今までに述べてきた通りであるが、アーティストによるプロジェクトとの類似性はみられない。

一方で、NPO によるプロジェクトは広範囲にわた

って展開していることがわかる。NPO や市民によるプロジェクトでは回数を重ねることで範囲を広げていくことが多い。しかし、広範囲にわたるプロジェクトの場合、ある一定の展示数がなければプロジェクトとして成り立たない。アートプロジェクトは集客を目的としているものが全てではないが、まちづくりやまちの魅力の創出に、鑑賞者として流入する人口数は大きな意味をもつだろう。

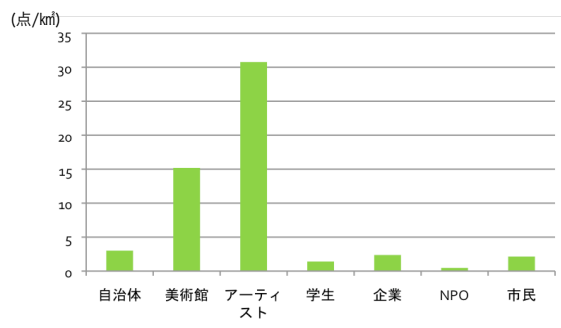


図5 主体別にみた平均密度

自治体や美術館によるプロジェクトでは、展示密度は高い。資金を投入し、展示密度を上げてプロジェクトを行うことで、プロジェクトのクオリティーを保ち、集客を見込んでいる。

6-2. 企画・運営主体と展示空間の関係

企画主体別に使用した展示空間の割合をみると、全体的に屋外空間と店舗の使用が目立つ。店舗の割合が高い理由としては、店舗は小規模な空間が多く、ひとつの店舗に対して少数の展示しか行えないことが挙げられる。しかし、自治体によるプロジェクトは店舗空間の割合が極端に少ない。同じく運営側が展示空間を選定する美術館によるプロジェクトは、自身の施設を拠点とすることから、他の企画よりも展示空間として計画された展示施設を使っている割合が高い。また、他に比べて屋外空間を利用する率が低い。パブリックアートのイメージではなく、個性のある空間にアートを展示するという意志の現れであるのだろう。

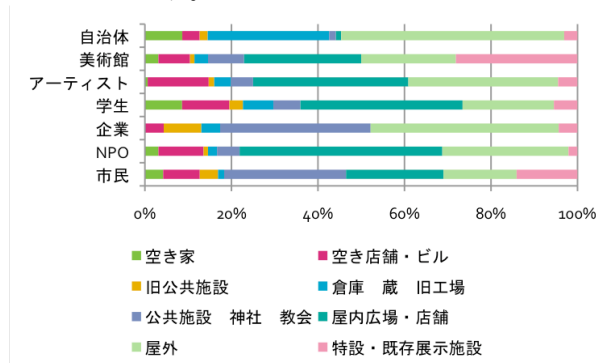


図6 主体別にみた展示空間の割合

店舗空間の割合が最も高いのが、NPO 法人によるプロジェクトである。一方で、展示空間の選定方法が同じ傾向にある市民によるプロジェクトは、公共

施設を使用する割合が高い。このように、選定方法が同じであっても、それぞれの企画側の意図により、使用する展示空間は異なってくる。

アーティストや学生によるプロジェクトでは、企画主体別に展示空間の割合をみると類似しているが、選定方法別にみると異なる傾向にある。一定のアーティストによりイニシアチブがとられているプロジェクトは、空きビルや空き店舗、旧公共施設など、現在は使用されていない空間を使う割合が、他のプロジェクトに対して高い傾向にあるが、個人で選ぶ場合は、屋外空間や店舗など、より日常に近い空間を選ぶ傾向にある。

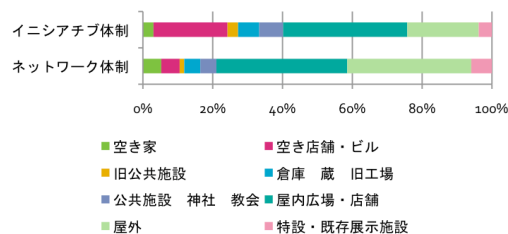


図7 運営体制別にみたアーティストや学生による企画における展示空間の割合

6-3. 運営目的・運営規模における作品形態及び展示空間の関係

アートプロジェクトにおいて、作品及び展示空間は、それぞれ運営側の意識が大きく関係してくる。図8より、アートプロジェクトにおける作品形態はインスタレーション作品の占める割合が高いことがわかる。また、「art-Link上野-谷中¹⁾」の影響が大きく出ている美術館によるプロジェクトと、2例しか挙げることのできなかつた企業によるプロジェクトを除くと、市民とNPOによるプロジェクトにおいて、「その他」の分類が多いことがわかる。ワークショップやパフォーマンスを行うことでインスタレーション作品を制作していくような、アーティスト自身が小さなプロジェクトを行っていくことが作品そのものとなっているのだ。これは、必ずしも今までのアートの概念による手法にこだわっていない結果であると考えられる。一方で、展示空間の選定方法が類似している、アーティストや学生によるプロジェクトは、作品形態の割合も似ている。展示空間の割合も類似点が多い。

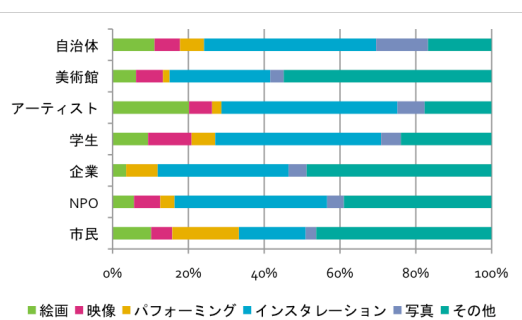


図8 主体別にみた作品形態の割合

自治体によるプロジェクトでは他とは異なり、展示空間として、主に倉庫や旧工場といった大規模なスペースや屋外などが使用されている。作品形態の傾向は「その他」の分類が少なく、ほとんどが現代アートと言われる範疇の作品である。美術館によるプロジェクトの展示空間の特徴は、展示施設を含み、屋外と店舗をバランスよく使用し、「art-Link上野-谷中」の影響が大きいため、作品形態は「その他」の分類が多く割合を占めているが、それを除けばアーティストや学生によるプロジェクトの作品形態の割合と類似しているだろう。

インスタレーション作品の割合が他のプロジェクトに比べ低い市民によるプロジェクトでは、他よりも屋外空間を使う割合が低く、ほとんどが現代アートの作品である自治体によるプロジェクトの場合、主に倉庫や旧工場といった大規模なスペースや屋外などが使用されている。このことから、自治体が理想とするアートプロジェクトのかたちは、運営側が広い空間を指定し、現代アートを用いた展覧会を行うことである。一方の市民によるアートプロジェクトは、作品形態にとらわれず、アーティストと一緒に展示空間や表現空間を模索しながらプロジェクトが運営され、人の温度が感じられる空間が使用される傾向にある。

7. 結論

今回の研究では、アートプロジェクトの目的が展示空間や会場構成を決定づける要素であることから、企画・運営主体による分類を行うことで調査を行った。だが一方で、さまざまな傾向や関係を考察していくに依り、企画・運営主体を細分化して考えない限りは、目的は傾向として表れてこないことが明らかになった。今回の研究の発端であった、「アートプロジェクトはさまざまな要素を含む」ということが、さらに明確に表れることになり、さまざまな関係をふまえた上で、目的と展示空間の関係性について明らかにしていくことが、今後の課題である。

今まで行われてきた、地域振興やまちづくりとしてだけでなく、本研究の調査により明らかになったさまざまな関係が、新しい議論を生むことを期待したい。

【参考文献】

- 1) 橋本敏子：地域の力とアートエネルギー、学陽書房、1997年2月
- 2) 豊原正智、谷悟：“アートプロジェクト”という名の回路—相互触発を生じさせるための構想と実践—、大阪芸術大学紀要、25号、大阪芸術大学、2002年12月

ⁱ 美術の森上野とそれに隣接する谷中・根津・千駄木といった下町を、アートを媒介にしてつなぐイベント。美術館、ギャラリー、アーティストなどの団体・個人が企画を持ち寄り、共同開催している。

公式Webサイト：<http://artlink.jp.org/>