

芸術文化情報に関する発信、受容とその変遷について

The Shift in the Information Dissemination and Reception of Cultural Information

原 久子 (大阪電気通信大学)

HARA Hisako (Osaka Electro-Communication University)

1. はじめに

これまでいくつかのメディアの立ち上げや編集、執筆に関わってきた私の個人的な経歴とも大きく関わるが、芸術文化情報の発信や受容のされ方に強く興味を持ってきた。初めて編集に関わった本は『楽叢書第5冊～現代芸術のキーワード・200』（京都芸術短期大学芸術文化研究所編、1986年）である。編集委員に栗津潔、建畠哲、中原佑介といったグラフィックデザイナー、美術評論家等を迎え『楽叢書』¹は京都芸術短期大学（現・京都造形芸術大学）から年1回ペースで発行されていた。最終巻『楽叢書第6冊』を発行した後は、関西のアーティストと評論家の才能や批評の交差する地点（場）としての媒体『エーシー：関西の現代芸術批評誌Art & Critique (A&C)』として1987年にかたちを変えて創刊されることとなり、準備段階から編集に携わった。

『エーシー』の編集と並行してその後、中ザワヒデキ²、吉田裕子³らとともにApple社Macintoshをプラットフォームとしたフロッピーディスク（2HD-HD）マガジン『JAT：JAPAN ART TODAY-01 大阪ミキサー計画』（1992年12月8日初版発行）を編集・発行に参加した。1997年からは、松下電器産業株式会社（現・パナソニック株式会社）の企業メセナ活動の一環として現代芸術情報発信ポータルサイト「TOWN ART GALLERY」（現・アート遊覧）⁴に企画段階から関わっている。

この約30年間のテクノロジーの変化とともに、私の関わったメディアも変化した。いまや2HDフロッピー

ディスクを読み込むことができるドライブのついたマシンは店頭にない。また、OSやアプリケーション環境も25年前とはまったく異なり、バックナンバーを読むこともできない。だが、紙媒体の『エーシー』に掲載された批評や記事は、これまでもさまざまなところで参考文献として用いられてきた。80年代後半から90年代後半の関西での美術動向やアーティスト研究に用いられ、出版されて歳月を経ても情報としての価値が認められている。

無理があることも承知しているが、今後のメディアのあり方への問いかけという側面からも、芸術文化の分野における紙媒体の優位性、という仮説の下に考察したい。

2. 芸術文化の分野における情報発信および受容

雑誌・情報誌、新聞等情報欄、文化施設等の機関誌、ポスター、フライヤー、ポストカード、手紙、口コミ等は、私たちが現在でも芸術文化の情報発信に使っている手段だが、インターネット元年と言われる1995年以前は展覧会、公演にまつわる情報伝達手段はこれらの紙媒体以外の手段は一般的には用いられなかった。また、新聞購読数の推移や雑誌の出版部数の推移を見ても、現在とは比較にならないくらいに有効な伝達手段であったと考えられる。

「日曜美術館」（NHK教育、1976年4月番組放送開始）あるいはニュース番組等に出来事として文化関連の催しを取り上げられた場合、放送事業者（テレビ、ラジオ）

1 『楽叢書（読み：がくそうしょ）』1982年第1冊（創刊号）京都芸術短期大学発行

2 中ザワヒデキ(1963年生)：美術家、1990～96年イラストレーターとして活動、1997年に美術家宣言、著書に『近代美術史テキスト』（1991年トムズボックス）、『西洋画人列伝』（2001年、NTT出版）

3 吉田裕子：当時、京都市立芸術大学美術学部学生、現在「吉田屋料理店」店主

4 《インターネット1996ワールドキスポジション》でのパナソニックの企業サイト「TOWN ART GALLERY」の名を継承し、その後「美術遊覧」と名称変更、現在は「アート遊覧」。http://www.art-yuran.jp/ 2007年4月よりパナソニックからは独立して運営。

が共催に入る場合は放送メディアに取り上げられ、効果的に展覧会や公演内容を伝えた。しかし、ジャンル別の番組視聴率（ビデオリサーチ調査）を確認しても、芸術文化系の番組はいずれも高視聴率の上位には入っていない。

2-1 一次資料としての紙媒体

2-1-1 雑誌、機関誌、同人誌 ほか

紙媒体はさまざまな分野において、事実関係を知る手段として、非常に有効な情報源である。雑誌をみていくと、日本では月刊誌『國華』（國華社）が1889年に岡倉天心らにより創刊された。美術出版社は1905年『みづゑ』を創刊、また同社の月刊『美術手帖』は1948年に創刊して以来70年近く出版し続けており、日本の戦後美術をたどる上で重要な資料とされてきた。総合美術誌として月刊『芸術新潮』（新潮社）が1950年に創刊された。しかし、近現代美術を中心に扱う『美術手帖』と、古美術も含め総合的に編集される『芸術新潮』とは、編集方針は創刊時からかなり異なる。こうした出版物以外に、同人誌などの自主出版物も含め、美術の動向や美術家を歴史上に位置づけ、美術史を紡ぐ作業には、一次資料として紙媒体は欠かせない役割を果たしている。

いわゆる女性誌、ファッション誌のなかで芸術文化が扱われる場合、イベント告知（レビュー）として限られた文字数で紹介されることが多い。青土社が出す月刊誌『ユリイカ』、『現代思想』は演劇、映画、漫画、アニメなどさまざまな分野の各作家論やムーブメントを論ずるような傾向が強い。近現代芸術を扱うことは少ないが、そこに掲載された論稿も参考文献として用いられるケースが多々ある。また、文化施設等の機関から出される定期刊行物にも資料的価値が認められる。

美術団体や運動のステートメントや活動を掲載するさまざまな機関誌も刊行されてきた。例えば、具体美術協会の機関誌『具体』（1955年1号～1965年14号）においては創刊号から日英バイリンガルでテキストが掲載され、国際的な活動や評価の場を意識していたとされる。「釜山ビエンナーレ2016 project1」（2016年、釜山市美術館）の日中韓の前衛を紹介する展覧では、こうした紙媒体が中国、韓国の展示にもあった。

2-1-2 情報誌

2011年に休刊となった情報誌『ぴあ』（首都圏版）⁵は、1972年に中央大学在学中だった矢内廣（現・ぴあ株式会社代表取締役）がアルバイト仲間7人とエンターテインメント情報を網羅した月刊誌としてスタートした⁶。プロ、アマチュアの映画・演劇・コンサートなどの情報を区別なくフラットに扱い編集した。この後、さまざまな情報誌、タウン誌と呼ばれる媒体が出されることになったが、その先陣を切ったかたちで街案内的な要素も含んだものがつくられた。創業者たちは学生運動に翻弄された世代でもある。と同時に、『ぴあ』が創刊された72年は連合赤軍あさま山荘事件、沖縄が日本に返還された年でもあり、時代の転換期でもあった。さまざまなことをフラットに扱う編集方針は当時の音楽状況などとも関わっていたと考えられる⁷。1983年には「チケットぴあ」がテスト販売を開始する。84年にはオンラインネットワークを用いた正式な運用が行われるようになった。

1990年に首都圏をエリア対象とした『東京ウォーカー』（『週刊トウキョー・ウォーカー・ジパング』角川書店）が創刊され、情報誌ではあるが、エンターテインメント性を前面に出し、また旅やグルメ記事といった内容を充実させることで『ぴあ』と差異化をはかろうしていたように思われた。さらに、北海道、横浜、東海、関西、福岡でもそれぞれに『北海道ウォーカー』ほかを発行した。『ぴあ』以上に地方色出しつつ、都市の日常の余暇時間をサポートしてきた。しかし、この2つの情報誌は似て非なるもので、映画、音楽、演劇、美術などの各分野の専門の編集者やライターを育成し、美術であれば、美術ジャーナリストの村田真を筆頭に、その後各分野において活躍する専門人材を輩出しているのは『ぴあ』であろう。

2-1-3 ポスター、フライヤー

映画、公演（音楽、演劇ほか）、美術展などのポスター、フライヤーはデザイン性という点において、栗津潔、杉浦康平、宇野亜喜良、横尾忠則などの時代を牽引する才能との協働によりオリジナリティを爆発させた。あるいは、「天井桟敷」、「状況劇場」といったアングラ演劇集

5 創刊当初は月刊誌だった『ぴあ』は1979年には隔週刊化。85年には関西版を創刊。

6 ぴあ株式会社沿革 <http://corporate.pia.jp/corp/history/index.html>

7 『ぴあの時代』掛尾良夫著、小学館、2013年

国と、まったく異なる表現形態でありつつも相互に刺激を与え合う、いわば共犯関係にあった。芸術家たちのために告知媒体をデザインすることで、デザイナーも自由な表現の場を得て、実験場としてもリアリティのあるメディアだったはずだ。これらは当時の文化状況全体も含めを俯瞰して考察するときにも要素として注目すべきである。これらは資料的価値にとどまらず、デザインワークとして作品性を認められるものも多く国内外の美術館に収蔵されているものもある。

フライヤー、ポストカード、図録、パンフレットなどの紙媒体はモビリティがあり、かつパーソナルに保存可能である。かなり積極的に所有するという意思が働かなくては、個人で手元に置いておくことは保存といった問題からも難しいが、「THE PLAY since 1967 まだ見ぬ流れの彼方へ」（国立国際美術館、2016年）の展示内容を例にとっても、アーティストの活動やムーブメントを回顧し再考する際に重要なメディア（一次資料）となることは明白だ。

2 紙媒体から電子媒体へ

またインターネットがweb2.0時代を迎えて以降は、個人が情報発信者となり、ユーザーが等しくネット上の情報を得られるようになったが、裏付けがとれない不確かな情報である可能性も見受けられる。しかし、情報発信という点だけで言えば、その即時性や利用者数からもインターネットは大きく人々の情報収集の方法を変えていったことは言うまでもない。出版不況も影響して情報誌が休刊、廃刊となっていくなかで、ますます電子媒体（デジタルメディア）の汎用性は高まった。

しかし、情報の入手源をインターネットに頼る人の割合は増加しているが、そうしたテクノロジーの進化がオーディエンス層を拡大することに貢献出来ているのか、という疑問が残る。メールサーバに届く展覧会・公演ほかのイベント情報（ダイレクトメール）、それらの専用サイト、動画共有サービス、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下、SNS）など数々のツールは私たちの日常にすでに浸透している。

1995年以降の芸術文化に関する情報の多くがオンライン検索できる日は遠くないにしても、特に日本語で検索できる情報には現状では未だ限界がある。

手紙はeメール、案内用ポストカードは一斉送信メール、ポスターはホームページに、口コミはSNSに、雑誌

はオンラインマガジンへと移行していつているが、併用している事例のほうが多い。

2-1 電子媒体による美術情報の発信の国内事例

事例1. ART遊覧 <http://www.art-yuran.jp/>（1を参照）
1997年～

事例2. DNP Museum Information Japan アートスケープ 1996年～
<http://artscape.jp/> 告知記事、レビュー、展覧会スケジュール、ミュージアムデータベース、用語集ほか

事例3. REALTOKYO 2000年～2017年
日英バイリンガル、スケジューラー&リマインダー機能
首都圏の芸術文化情報を日英バイリンガルで掲載し、ユーザーごとにスケジューラーとリマインダーメールの組み合わせによるスケジュール管理機能が可能で、見逃しを防ぐことができる。

事例4. Tokyo Art Beat 2005年～ 日英バイリンガル
アプリを利用することで入場料の割引機能なども活用できる。

上記はいくつかの事例紹介に過ぎないが、これらはインターネットによるオンライン配信のみの情報であるため、これらの情報がサーバから削除された場合は、どこからも情報にアクセスできなくなる。

3. 公的機関・施設の役割

事例1. 愛知芸術文化センター アートプラザ
（旧 文化情報センター）

事例2. 横浜美術館 美術方法センター

事例3. 国立新美術館 アートライブラリー
<http://www.nact.jp/art-library/topics.html>
日本の美術展覧会記録1945—2005
独立行政法人国立美術館5館に情報資料室

上記の事例も極一部であるが、国内でも美術館、博物館の機能として情報センターやアーカイヴセンターを持つ機関が増えてきている。国立新美術館は、収蔵品を持たないが美術に関する情報や資料の収集・公開・提供を行っている。国内の展覧会情報、戦後の国内の展覧会カ

タログを網羅的に収集し公開し、また、日本の近代以降の美術に関する資料を収集し公開することを同館の方針として示している。また、同様の活動を大学においても推進する動きが2000年代から増えている。

何を資料として、どこに、どういう方法で残すのかが、さまざまな場で議論となっている。

4. 芸術文化情報のアーカイブ化の課題

紙の資料をデジタルデータ化して両方をアーカイブする事例も増えている。デジタル化により、画像や文字データを入手が簡潔な手続きで済むようになった。博物館、図書館等のオープンなアーカイブ、さらにはGoogle Art Projectでも現在3万点以上の美術作品の高精細画像データをインターネット上に提供しており、こうしたかたちで様々なデータが検索され、利用されている。

芸術文化情報の発信、受容の変遷は、テクノロジーの進化とも相まって、変化してきた。これからの研究のためにも参考となる資料をどう残していくのかは大きな課題である。3でも触れたように、公共性のある機関によるアーカイブ化も進んでおり、またアーカイブの方針、公開方法などが活発に議論されている。

日本においては芸術文化に関する情報のデジタルデータ化が遅れているため、アクセスできる資料に限りはある。また、海外からの情報利用の需要も高まるなかで、双方に利点はあるが、多少なりとも現状を改善するためには、デジタル化を待つこともさることながら、紙媒体をいかに有効に活用できるように、検索可能な整理や紐付け、公開していくかなどが引き続き課題となっていくだろう。