

文化の国際競争力

長谷川祐子

東京都現代美術館 チーフ・キュレーター、
多摩美術大学芸術学科特任教授

アートとライフについて書いてきたこの連載も今回が最終回である。

これまで南米の生命力とアート、パブリックや町を活性化する美術館、アートの今という内容で書いてきたが、今回は、日本の創造力の未来に向けていくつかの提案をしたいと思う。

最近、creative industry(創造型産業)という言葉がアジア各地で聞かれる。この連載でも紹介した香港の西九龍地区文化開発計画をはじめとして、韓国ではインチョン、光州、ソウルが新たな都市モデルの中心に文化をおくプロジェクトでしのぎをけずっている。上海は国際ビエンナーレ、アートフェアにつづく、万博という国際的なイベントをとおして、クリエイションの先端を紹介しようとし、北京は美術館増設計画はもとより映画やアニメ産業振興のために、大規模な撮影所や最新鋭の機材のそろったスタジオをつくっている。シンガポール、クアラルンプール、バンコクでも大型美術館が新たにつくられようとしている。特に香港、シンガポール、ソウル・インチョンはその空港機能を活かして、「アジアの文化ハブ」を目指して競っている。

彼らがすごいのは、伝統文化も現代アートもデザインも、すべて現代の文化競争に勝ち抜くための手段と一律に考えていることである。クリエイティブにかかわるものなら皆creative industryのためのリソースという考えだ。一方、モノ(ハード)輸出の時代の栄光にまだ酔っている日本は、後期資本主義の中、競争の焦点が情報(ソフト)に移行したことを理解できていないように見える。ソフトの必要から発想するアジアの後発国

たちは、80年代に全国の都道府県と主要な市に300以上の美術館をつくった、日本の美術館のハコモノ行政の失敗の轍をふまない。タテマエ的な似たりよったりの名品セレクションと地元作家の組み合わせというステレオタイプのソフトと高目線のデザインインターフェースにより、日本の美術館の多くは現在財政的なお荷物になってしまった。

例えば、日本はデザイン・建築大国だといわれるが、国立のデザイン・建築美術館、博物館はない。日本の建築家の模型やドローイングをもっとも系統だって収集しているのは、皮肉にもパリのポンピドゥーセンターの建築部門である。このように、日本においては、出版活動は盛んだが、デザインの変化をコンテクスト化し、時代との関係性を見せるための、収集、展示活動が遅れている。いいかえれば、「現象」としてではなく「文化」としてパッケージし、ブランド化するシステムの欠如である。ニューヨーク近代美術館(MoMA)が「近代芸術」の価値を、絵画、彫刻だけでなく、写真、建築、プロダクトデザインを含めて戦略的にプロモーションしてきたことは“The Power of Display(展示の力)”として知られている。MoMAがまず行ったのは自国民、ニューヨーク市民にむけての啓蒙とプロパガンダだった。日本でも海外の見本市や展示で「Japan Design」をテーマでくくって見せているが、まずそれを体系だって国内で行うべきなのである。

重要なのは、作品をみせるハコでなく、ソフトをつくるクリエイティブな主体としての施設や組織、システムをどうつくるかだ。日本ではなぜか、メディア、テクノロジーとい

う名前のもとに、ソフトの中でもアニメやゲームソフトなどが集中的にサポートされている。確かにcreative industryという言葉と、これらは結びつけやすい。経済効果と直結してみえる産業だからだ。だが、本当に若いアニメーターを育てるならば、アニメの歴史だけでなく、絵画やグラフィック、文学や映画、最新テクノロジーを学ぶことのできる学校と、アーカイブと美術館が一緒になったような場をつくる必要がある。しかし、いま一般の学校教育で良質のアートアニメをみせる授業がどれくらいあるだろうか。国の施策として一つの文化をおしだすには、より総合的なグランドデザインと戦略が必要なはずだ。2年前から行われている東京都の文化発信プロジェクト*でも、なにをもって「文化発信」とするかについて多くの議論が重ねられ、戦略が練られている。

資源のない国をサバイバルさせるには、従来の「技術」力だけではもう無理で、そこに創造力や美学が要求される——いわゆる文化力である。文化力とは皆の見る力であり、それについて考え、リスペクトする力である。東京都現代美術館で2010年1月まで開催した特別展「妹島和世による空間デザイン/コム・デ・ギャルソン」展は、内外でもっとも知られた日本の二人の女性クリエイターの競演である。会場を訪れる若いカップルと、アジア、欧米からくる専門家が同じようにため息をつく。あこがれられる国——それも文化の一步である。

*東京ならではの芸術文化の創造・発信と、芸術文化を通じた子供たちの育成を目的として、東京都と東京都歴史文化財団が芸術文化団体、アートNPO等と協力して実施しているプロジェクト。



展示の様子(左)と
バルコニーからの俯瞰



妹島氏が展覧会のために作成した平面スケッチ ©妹島和世建築設計事務所

▲
ラグジュアリー：ファッションの欲望 特別展示
妹島和世による空間デザイン/コム・デ・ギャルソン

場所や利用者との関係性を建築プログラムとしてとり入れ、
新たなスタイルを確立した革新的な建築家、
妹島和世がデザインした空間に、
日本のモードを牽引してきたコム・デ・ギャルソンの
アヴァンギャルドなスピリッツに満ちた服
約30点を展示。
東京文化発信プロジェクトにも参加。
Photo: Kenshu Shintsubo

▶
東京文化発信プロジェクトの一環として、
数多くの人気長編マンガを生みだした
井上雄彦が、和紙を貼り込んだ巨大な壁面へ
筆と墨により描き下ろした新作。
モチーフは、『週刊モーニング』で連載中の
コミック「バガボンド」。
©I,T.PLANNING

