

美術の手帖Ⅷ

「キュレイション」をめぐる――

後藤繁雄

ハンス・ウルリッヒ・オプリスト（ロンドンのサーペンタインギャラリー／プログラムディレクター）が、主に一九五〇年代から七〇年代に活躍した欧米日本人のキュレイターにインタビューした『A Brief History of Curating（キュレイション「現代アート」をつくったキュレーターたち』は、「キュレイション」というものが、アートの世界においてどのように生まれてきたか、その重要なオーラルヒストリー（記録集）である。キュレイションが生まれてきた背景事情、キーマンたちと彼ら同士の相関／ネットワークについて明かした重要な本なのである。

第二次世界大戦後アートの中心は、ヨーロッパ（パリ）からアメリカ（ニューヨーク）に移行したが、ことはそれほど単純ではなく、逆にヨーロッパがアメリカの抽象表現主義からコンセプトチュアリズムにいたる変革のアートを、どのように受け入れ、評価体制を作っていたか。そのことの理解なしには、モダンからコンテンポラリーアートへの、移行と接続のコンテキストを読み解くことは難しい。例えば現在、最も影響あるグローバルなアートフェアであるアートバーゼルが、「なぜバーゼル」という場所なのか。オプリストもそうだが、バーゼルやチューリッヒ出身のキュレイターたち、あるいはオランダ、スウェーデンのキーマンが、現在のアートシーンで強い影響力を持っているのはなぜなのか。その「小史」が語られているのである。

「キュレイション」は今や、アートの分野を超え、グローバルな情報／イメージ世界において、「価値」を再定義（再編／再生／新生）する「ノウハウ」としてはやされるようになってきているが、実は本家であるアートの分野で、世界をリアルに動かしてきた「その実態」はなかなか見えてこなかった（日本の「アート」が世界にコネクト出来なかった歴史的理由も、この本を読み進めるうちに実感されるだろう）。

このテキストではハンス・ウルリッヒの本をもとに、「キュレイション」についてその要点を整理しておきたいと考える。

一、六〇年代、七〇年代の前衛（アヴァンギャルド）・実験（エクスペリメンタル）が起点である

歴史はリニアに進行するように見えて、実は歴史を作る者は、「例外者」である。あるいはカタストロフのようなゼロ点（リセット）が重要となるというパラドックスがある。歴史は等価な日常／エブリデイの積み重なりではあるが、実はそこからはみ出す「特異」な者により、ドライブはかけられるのである。

キュレイションの歴史もまた、例外者によってその起源がつけられてきた。価値の定まらない「前衛」や「実験」から、美術あるいは美術館が再定義されるおすことが行われてきたのだ（例えば「常設展」メインのものから「企画展」へのシフト。展示場から実験場あるいは人と人を結びつける「メディアとしての場」への再編など）。だからキュレイションのダイナミズムは、「前例のない仕事」を創出しようとするアティチュードと深く関係する。当然のこと、パイオニアたちは、領域断型（アートの内と外を往復するタイプ）の人物が活躍することになるのである。

例えば、スイスのベルン生まれのハラルド・ゼーマンのことをハンス・ウルリッヒは「キュレイターというより魔法使いのようだ」と評す。「アーカイヴィストであり学芸員であり、マネージャーであり、広報担当者であり、会計士であり、そして何よりもアーティストの共謀者なのだ」と書く。

ゼーマンは、三十代でクンストハレ・ベルンの館長をつとめ、年間に十二〜十五回の展覧会を組織し、ヨーロッパとアメリカの新鋭アーティストを出会わせたが、一九六九年の『態度が形になる時――頭の中に生きる』展での混乱を問題視したクンストハレ委員会とベルン市行政からの圧力によって辞任。それ以来、フリーランスのキュレイターとしてラディカルな活動を精力的に行う道を選んだ。とりわけ一九七二年のカッセルのドクメンタ（五年に一度開催）で彼は、ヨーゼフ・ボイスの「直接民主制のオフィス」などのイベントを一〇〇日間にわたりプロデュースし、アートシーンに大きな「問い」を提出。ゼーマンは、キュレイターとは、突出したアートにおける「例外者」であることを身をもって示したパイオニアと言えるだろう。

ゼーマンのキュレイションは、アーティストたちへの徹底したリサーチと、共謀関係をベースに、「構築されたカオス」を出現させることを特徴とした。

またハンス・ウルリッヒは、コンセプチュアル・アートを中心とするキュレーターでもあり、パブリッシャーであり、ディーラーだったセス・ジークローブ、そして評論家であり同時にキュレーターとして、政治的な展覧会を作り続けてきたルーシー・リパードなどをキュレーターの先駆像として評価し取り上げている。

これはキュレーションという仕事アカデミズムのような確立化、体系化され「学」や、「理論」を目指すものというより、展覧会をメディアや実験としてとらえ（ゼーマン）、来たるべき価値、あるいは社会への問いを組織する実践的な術であると捉えることを意味する。

つまりアートを通して「問い」を創出し、社会や観衆にダイナミックに働きかけ、フィードバックを誘発させ、運動を起こし続けることを目的とするのである。

昨今、「キュレーション」とは情報を戦略的に編集し、力を増幅させるだけのノウハウと考えるものもあるが、実験（破裂／衝突／交配／破壊と再生³⁶）というモチベーションなくしては存在しないし、経済や政治の抑圧や制約があるうと、したたかに対応出来る「フレキシビリティ」（ゼーマン／ジエグロブ）が不可欠であることを先駆者たちは口をそろえて物語っている。

二、歴史（時空）の再編／接続

「キュレーション」の原点は、逆説的に言えば、ただ上手に配置、編集するだけでなく、異質性の衝突、その実験ということにある。それはリニアな時間軸の無化と、再編／再生の提案をいかに行うかということ、つまり、切断し、ワープさせ、新たに接続させるといふ技術である。

ポンピドゥーセンターの創立に携わったポントウス・フルテンは冷戦体制（東西陣営の対立／戦後の都市の再配置）をキュレーションのエンジンとして、『パリ・ニューヨーク』『パリ・ベルリン』『パリ・モスクワ』『パリ・パリ』という画期的な展覧会を組織した。それはアート（イメージの生成）の背後にある世界自体を動体として捉え、キュレーションしようとする挑戦であった。当然そこにはアート作品以外にも資料、映像がフル動員され、「総体を編み直す」作業が行われることとなる。

しかも重要なのは、「公式化された歴史」ではなくオルタナティブな、「もう

一つあり得た歴史」、つまり「ユートピア」の視点がキュレーションに盛り込まれることだ。退屈な墓場としての歴史のキュレーションではなく、現実に作し、「歴史の可能性」を再提案するキュレーション、そこにはあからさまではないが徹底した批評性が不可欠なのである。

三、キュレーションをキュレーションし直すこと

ハンス・ウルリッヒ・オプリストがインタビュした「キュレーター」たちはある意味で、モダン社会がポストモダンの時代に突入した時に闘った人たちである。そこには、不定形だが可能性に賭ける「愛と情熱とオブセッション」（ゼーマン）がある。その意味でコンテンポラリーアートという分野は、人間の想像力が最もラディカルにプログラム開発されている領域だと言つてよいだろう。

と同時に、極度に加速化される資本主義＝消費主義に抗うクリエイションを、アーティストたちと共謀しつつ生成・増幅できる力がキュレーターの腕となる。

その意味でハンス・ウルリッヒのねらいは、五〇年代から七〇年代のキュレーション創世記のキュレーターたちに学びつつ、今後ますますキュレーションというプログラム開発が押し進められなければならないという戦略とも受けとれる。

二十一世紀を迎えてからのグローバル経済の動きは、地球の文化的地勢を大幅にぬりかえしているし、（メガシティの誕生、南北問題、経済のアシメトリー性、中国の台頭の誕生など）、逆にキュレーションは政治・軍事的な大国主義と抗するマルチチュードや文化的戦略性（ハイブリッドや群島のネットワークキングなど）をおびるようになっていく。そして、また情報の巨大化によっておこる無思考状態（判断停止）や記憶喪失状態といかに抗するかも重要になる。あまりに巨大で高速な情報は逆に「すべては無かったことと同じ」に人をおとしめることになるからである。

オプリストに筆者が二〇〇八年にインタビュした時に、彼が言った発言はきわめて印象的であった。

「レム・コールハースとデジタルエイジにおける健忘症についてよく話を

します。『忘れない』ということはアートに関わる者にとって、本当に大事なこと。私たちのような『新しいプラットフォーム』をアーティストたちに提供する立場にある者は忘れてはいけません」⁽³⁾。

消費や忘却に抗しながらクリエイティブな力を再編／再生／新生させること。『新しいプラットフォーム』は才能とクリエイティブな組織が出会い、新たな価値を生み出す仕組みやプログラムのことを指す。キュレーターは、常にフレキシブルで、オープンで、横断的で、新しいアーティストや作品の生成（開発）に参画しなければならないのである。

キュレーションの目的は、止むことのない価値の活性化、生成にある。それは言い換えれば「問い」を製造し続け、人々に思考と行動の「場」を与え、と言つてよいだろう。そのためにキュレーションは、ただものごとを食べやすく並びかえるためのものではありえない。ポストモダン社会という、歴史の時系列がバラバラに情報化され、猛烈な資本主義／消費主義にさらされた嵐の中で、そのつどつどの結成点を再編／再生／新生させる作業なのだ。

その意味で、これからのキュレーションを考えることは、すでに生み出された過去のキュレーションもまた再編の対象としてキュレーションしなおしていく過程ともなる。

また、あるキュレーションを「決定項」とするのではなく、「もう一つのありえたかもしれないキュレーション」、つまりオルタナティブなキュレーションを再組織することにもなるだろう。

その意味で、本年度のヴェベチアビエンナーレでハラルド・ゼーマンが一九六九年にキュレーションした展覧会『態度が形になる時——頭の中に生きる』が、その時の展示室ごと再現されたことはきわめてシンボリックな事件と言つてよい⁽⁴⁾。

時代の行き方がますます見通せなくなる中で、五〇年代から七〇年代のアーティストの活動やキュレーションを再考し、来るべき未来へと接続することは、「キュレーションの現在」にとっても基本戦略と言えるものである。

四、新しいキュレーションの手法

ハンス・ウルリッヒによる『A Brief History of Curating』は、アートシーンを

牽引していく重要な者としてのキュレーターの役割を、歴史的に検証しなおす作業であった。それが明らかにしたことは、キュレーションが、いわゆる美術館を運営する学芸員が果たす仕事とは異なる、ラディカルズムであることを明確にすることであった。と同時に、今やアートの文脈をこえてwebで使われ始めた「キュレーション」と称する手法に対しても、その根源的な意味を示す必要があると考えたに違いない。昨今、webにおいては「キュレーション・サイト」と称して、既存にあるサイトを複数とりこみ、より影響力のある「プラットフォーム」を再編する編集手法が新たな戦略として脚光をあびており、アートの文脈で使われていた「キュレーション」という用語が「編集」というコトバにかわつて、進化形としてとりあげられているのである。

たしかにキュレーションという手法の範囲は、「編集」をベースとはしているものの、ハンス・ウルリッヒたちが述べるように定義も領域もきわめてあいまいである。ただ一つ言えることは、情報を編み直す「編集」という手法を拡大し、アートという価値体系や文脈、そして、現実そのものをダイナミックに実体的に動かしていく実体性、拡張性、あるいは賛否両論をひきおこす事件性への姿勢が「キュレーション」はより強いと言つてよいだろう。ハンス・ウルリッヒが二十一世紀アートシーンのキュレーションの原点に、ハラルド・ゼーマンやポントウス・フルテンらのラディカルズムを置くのは、その意図のあらわれである。

現在のコンテンポラリーアートが、美術館や国際美術展（ビエンナーレやトリエンナーレ）とアートフェアの二極を中心に動くようになった今、アートにかかわる者はすべて、この事態を直視しなければ、アートという「試合」に参加できなくなっている。アートにかかわることは、誰も傍観者でいることはできず、リスクをもつて事態を生むことが必須となる。極論すれば、「オルタナティブな価値」を独自形成するか、逆に、資本主義よりも速い速度で消費を免れ、トリッキーなプレイをマーケットの中心で行つてみせられるかも問われるのだ。

例えば、ニコラ・ブリオーの『関係性の美学』やオルタナティブモダンという論点も、ダミアン・ハーストや村上隆らアーティストたちの超資本主義的なストラテジー、あるいは、ヴェニスに美術館をつくり、オークション会社を買収し、またブランドとアーティストとのコラボレーションを積極的にはたすピ

ノー率いるルイ・ヴィトングループの動きなど、これらすべては新たなキュレーションの手法を開発しようとする挑戦と考えることができる。コンテンツポラリーアートの未来は、キュレーションという手法・技術なしには、考えられないのである。

さて、最後に、今までの論点をふまえて、新たなキュレーションの代表的な手法となっている「アートフュージョン」について考察しておきたい。

五、フューチャー・キュレーションをめぐって。

「アートフュージョン」とは、アートと他のジャンルを掛け合わせる手法をさす。とりわけ顕著な分野は、ファッションであり、ハイブランドの大半がアートとのフュージョンを行っている。

しかし、アートフュージョンのアプローチは、単に、アーティストが生み出した意匠やキャラクターをファッションのプロダクトが利用し、商品化することにとどまらない。それはアートにおけるコレクターやファッションブランドにおけるVIPも含めた顧客たちが、「次に」「未来」に何を求めているか、それに呼応した来るべき「新しい価値形態」への挑戦なのだ。

アートにおいては、アートヒストリーの文脈（コンテクスト）をふまえつつ、スタイルとコンセプトの斬新な「ピース」を生むことであり、一方、「ブランディング」という強力な手法を前面に押し出すファッションにおいては、モードを超えたアーティスティックなクオリティーと、精神性の魔法を購入者に与えることになる。

アートマーケットもアートフェアと国際展のリンクにより、アートヒストリー的な「スタイル」や「アートのムーブメント」の創出ではなく、「トレンド」が語られるようになり、またアート界において「価値決定」を左右する「プレイヤー」たちの存在も重要なものとなった。アーティストだけでなく、キュレーター、クリティック、コレクター、ギャラリストたちが連携しあい「新しい価値」のトレンドが形成されるようになっていっているのである。

「価値」の基本は「差別化」にある。アートにおいてそれは、「NEW/ANOTHER」、あるいは「レア」（ユニークやエディションナンバー、タイムセールズ）、あるいは「リバイバル」という手法により行われる。一方ファッションにおいては、春夏／秋冬のショーによる「トレンド」創出や、歴史あるメゾンが新し

い「クリエイティブ・ディレクター」をキャスティングする手法によって、鮮な「価値形態」「トレンド」創出を行っているのである。

このように、元来異なるアートとファッションという二つの流れが、アートフェアによるグローバルマーケットの創出と、ファッションのブランディング手法が出逢うことで、この十年ほどの間に実に活発に試みられるようになった。その「ストラテジー」を強く意識するアーティストも出現するようになったし、各ファッションメゾンも、こぞ「新たな価値創造」のために、コンテンツポラリー・アーティストとの「コラボレーション」に取り組むようになったのだ。

その一方、グローバルに誕生する新しい富裕層は、つねに新しい価値を求める。つまり、アートとファッションがフュージョンした、かつてない「ピース」を求めるのだ。それは「レア」な限定性と、特別なアイディア、キャラクターのキャスティングの妙が不可欠であり、従来とはまるで異なるタイプの「コレクター」や「VIP」をうみ出す。彼らは、アートフュージョンによる高価なバッグも買えば、アートピースで家のインテリアを飾り、レアものの作品をコレクションするようになるだろう。その動きを、「アートのコマース化」「ファッションのブランド戦略」とネガティブに断罪することはたやすい。しかしそれ以上に重要なのは、人々はそれを求め、アーティストたちもそこに可能性を感じるということなのだ。現在進行するアートフュージョンと呼ばれるキュレーションの一手法は、アートの歴史においては、「アートのムーブメント」ととってかわる新たな基本戦略となると言ってもよい。アート自体が二十世紀に、ついにスタイルやイズムが出そろい、飽和に陥っているなかで、他の分野を積極的にとりこもうとしている流れも見逃せない。建築、デザイン、音楽。もちろんファッションという「外部」をとりこみ「差別化」し、活性化のエナジーとすることは、アート自体が今、強く求めていることなのである。

したがってここで重要なのは、アートとファッションのフュージョンが生む新しい顧客とマーケットを、誰がイニシアティブをとり進めていくにかかっている。ルイ・ヴィトンやコムデギャルソンなどのメゾンなのか、それともガゴシアンのようなギャラリーが、新たな「フィギュア」や「アートグッズ」「アートピース」「エディション」を生産・販売していくのか。両者をとりこみ

新たな「セレクトショップ」の進化をはかるリテイルストア、百貨店やオンラインストアがイニシアティブをにぎるのか。いずれにせよ新しい時代を牽引する戦略的思考をもった「キュレーター」がディレクションをになうことはまちがいない。

キュレーターたちは、アートフュージョンに向かうコンテンツボラリー・アーティストたちをリステイングし、時には美術館において、また時にはショップもふくめたスペース、オルタナティブなスペースにおいて、ウォールホールが創出したポップアートをより進めたエキシビションを行うだろう。ファッション・ディレクターたちも、よりアートとのコラボレーションをはかったキュレーションによりブランド強化／進化をすすめる。そしてリテイルストアのバイヤーたちもまた、新しい顧客のためにファッションとアートの両方の分野をキュレーションし、かつてない魅力的な新型のセレクトショップを出現させることだろう。従来の「美術館」とは異なるビジネスモデルにより、百貨店内で新形式のアートフェアのプロデュースも始まるにちがいない。

アートフュージョンは、強力な「価値創出」のためのキュレーションの手法だ。キュレーションのイニシアティブをにぎる者が、「価値の未来」を手に入れることができるのである。

参考文献

ハンス・ウルリッヒ・オブリスト (村上華子・訳) 『キュレーション「現代アート」をつくったキュレーターたち」(フィルムアート社、二〇一三年)

註

(1) ハンス・ウルリッヒ・オブリスト (村上華子・訳) 『キュレーション「現代アート」をつくったキュレーターたち」(フィルムアート社、二〇一三年) 一二頁

(2) 前掲書 一二二頁

(3) 著者によるハンス・ウルリッヒ・オブリストインタビュー『high fashion』二〇〇八年二月号収録(文化出版局)。

(4) ヴェネチアのパラダ財団にて二〇一三年六月一日から十一月三日まで開催。



図2 2013年伊勢丹新宿店理モデルオープンにあたり、「ファッションミュージアム」をコンセプトにキャンペーンが行われた。冊子『FUTURE CURATION』は、それにあたり刊行され、51名のキュレーター、ファッションディレクターらがキャスティングされた(発行・発刊/美術出版)

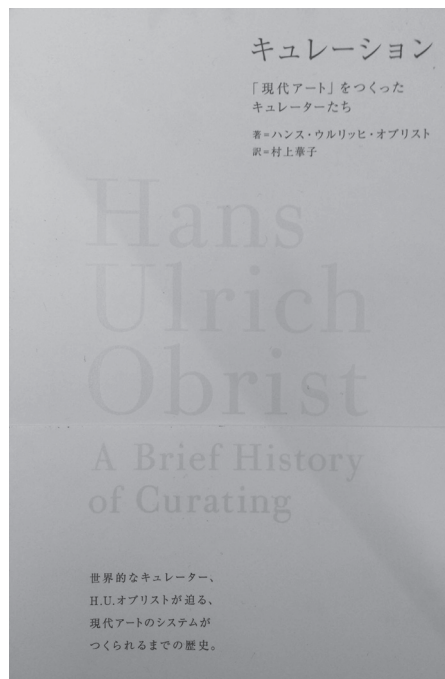


図1 ハンス・ウルリッヒ・オブリストによってインタビューされたのは以下の11名——ウォルター・ホップス/ポントウス・フルテン/ヨハネス・クラダース/ジャン・レーリング/ハラルド・ゼーマン/フランツ・マイヤー/セス・ジーゲローブ/ヴェルナー・ホフマン/ヴァウテル・ザニーニ/アン・ダノンコート/ルーシー・リバード