

ポピュラー文化とミュージアムー場所の多層的な消費をめぐる

山中千恵 (仁愛大学)

I 場(所)をめぐる議論

1. 場と記憶

- ・ 「集合的記憶が根付いている重要な『場』」=記憶の場 (P.ノラ)
⇒過去を想起させるものとしての「場」の議論
- ・ 想起は集団の「記憶の枠組み」を用いて行われる
「記憶の枠組み」が働く範囲
大きな物語/個人的物語/メディアのつむぐ物語 (石田)

2. 場所の消費

- ・ 「観光のまなざし」(J.アーリ):映画・テレビ・音楽・ガイドブックなど、非場所的な実践を通じてあらかじめ作り上げられる。旅行者は、メディアが事前に提供する記号のコレクターとして旅を続けるにすぎない。
- ・ 「観光のまなざし」が求めるもの:「ツーリストが、フランスらしさや典型的なイタリア人の振る舞い、模範的なオリエントの風景、典型的な・・・を求めてあふれかえっている」(p217)
⇒ツーリストが「まなざし」のむこうに見ようとしているもの、欲望しているものは「本物」であるとする (p229)

II 「勝手ポピュラー文化ミュージアム」

<壬生寺の事例>

- ・ 文化財としての場→ <日本の歴史>想起の場/「本物」の場所を消費
- ・ 宗教施設としての場→ 檀家の人々と地域の記憶の場/消費の対象ではない場所
- ・ ポピュラー文化体験の場→「メディアのつむぐ物語」想起の場/「フィクショナル」な場所を消費

III 成功している?ポピュラー文化ミュージアムとしての「京都国際マンガミュージアム」

「マンガミュージアムのお客さんで、本当にマンガ文化を享受している『マンガ貴族』は、館内でマンガを読んでいる人たちなんですよ」

⇒マンガミュージアム成功の一要因。自分のマンガ体験が生み出す楽しみ。

↓

ポピュラー文化体験の想起の場という意味では、壬生寺と同じでは?

IV フォーラムとしてのポピュラー文化ミュージアム

ダンカン・キャメロン「テンプルとしてのミュージアム／フォーラムとしてのミュージアム」
(吉田 1999 による整理)

テンプルとしてのミュージアム

評価の定まったものが納められている。人々はそこに何があるのかをあらかじめ知っているが、見たことではないので（拝みに）来る。

⇒新しい発見はあまり期待できない／既成の価値観が強化される

⇒文化の記憶を集め、次代に継承していく。

フォーラムとしてのミュージアム

情報が集まる場所でネットワークの中の一つ。人々は未知なる物に出会い、議論を始めるためにやってくる。

⇒展示する側と展示される側、展示を見る側との対話の機会がある。

⇒ある展示をめぐって行われた対話が、ミュージアムを訪れた人々に共有される体験になっていく。

フォーラムとしてのポピュラー文化ミュージアム

⇒展示と対話：メディアの物語がつくりだす「まなざし」「記憶の枠組み」の意識化のために

⇒体験の共有：ファンだけではない共有のありかたを提案

参考文献

J.アーリ『場所を消費する』吉原直樹・大澤善信監訳、法政大学出版局、2003年

吉田憲司『文化の「発見」』岩波書店、1999年。

長谷川公一、浜日出夫他『社会学』有斐閣、2007年。