

西洋は東洋を揺りさまし

なんじは朝のかわりに夜を迎える

—ジェームズ・ジョイス「フィネガンス・ウェイク」より

私にとって、20世紀の最後の10年は疾風が駆け抜けるほど早く過ぎ去っていった。20世紀の4分の3が経過した頃は、社会全般に、まだ「進歩」に対する希望やはっきりした目標があった。しかし、1990年代の日本では「繁栄とは何であったのか」と自問せざるをえないほど急速に経済が破綻し、社会を支えている構造基盤と規制の価値観があっけなく崩れさった。それでも大方の人間は「経済的繁栄」をもたらした環境に馴染みすぎて、物理的にも精神的にも従来のやり方を変えることもできず、また、新たな社会基盤を速やかに構築することもできないままに、以前と同じように、うたかたの夢の跡を堂々巡りしている。既得権益層は、自分自身を取り巻く状況の変化にまったく反応できずに、依然として個人の利権に縛られ、情実主義という方法論しかもちえない。

いち早く古い弊害から抜け出し、新しいビジネス・チャンスをとらえようとする人や構造改革を推進しようと努力している人もいれば、社会にまったく関心を示さず個の日常に埋没する人、同じ価値観の人間だけで結束を強めようとする人もいる。経済状態が悪化すれば、社会全体は過去の栄光に戻ろうと保守化する。このような人間の姿や状況は、日本に限らず、どの国にでも見られるものだ。

「生活をいかに豊かにするか」という目標のもとに、20世紀の私たちは経済発展の道をまっしぐらに突き進んできた。「豊かな生活」はまず、物質的な充足を満たすべく、どこでもいつでも必要なものを供給できる流通制度の確立や、早く簡単にすべてがこなせるように物事を画一化、単純化、縮小化、スピード化させる条件を満たすことを目指してきたといえるだろう。大規模消費社会の出現である。東京や大阪のような大都市では特にその変化が顕著だったが、いまや日本では全国どの街でも同じような店舗や商品がふれ出し、地方都市の駅前姿はどこも同じになり、その土地の特徴がなくなってきた。特に24時間営業のコンビニエンス・ストアやファースト・フード・ショップの出現はまたたくまに全国に広がり、同じような商品や同じようなサービス、ひいては完全にマニュアル化された同じような言葉遣いの店員が巷を席卷する。日本だけではない。世界の都市でも同じようなブランド、ファースト・フードの店がたち並び、異国でも人々は見慣れた風景や商品とであってむしろ安堵する。

さらに、コンピュータや携帯電話の急速な普及でスピード化に

拍車がかかり、人と実際に会って話すよりも、インターフェイスや回線を通しての方が気楽に会話を楽しめる人々を生み出している。仕事も買い物も銀行へも直接出かけることなしに済ませることができるとは、余暇を他に使うことができるという便利さを約束しながらも、ひとつを短縮すればさらに他のことを可能にさせるスピード時代の多忙な生活を生み出した。一方では実体験の時間が削減され、人間同士のコミュニケーション疎外も生じている。情報通信技術の発達により、私たちがたちまちのうちに世界の情報を手にすることができても、おびたしい情報のなかで、人間はむしろ情報に翻弄され、自分の居場所や価値観を明確に見いだしにくくなってしまったのは皮肉なことだ。

それゆえに人々はモノにすがる。他人と同じモノを持つことで安心感を得、精神的な安定を図るのである。国や人種を越え、世界規模で商品が流通すれば巨大な市場を獲得できる「経済のグローバル化」は、消費社会での短縮化、縮小化、均質化、スピード化に拍車をかけ、人々のモノ信仰の心理をゆさぶりながら経済大国に都合よく登場した。しかし、経済のグローバル化は、すべての国や人々に適用できるほど柔軟なものではないし、実際には世界の人々の経済上の落差を広げる結果をもたらしている。

21世紀初頭は、その土地固有のものや価値の多様化、他者の存在への視点などが、ますます重要視されながら、実際には、多様化を受け入れる方向へはなかなか進まない難しい時期である。私たちの理想とは裏腹に、生活の質に対する意識や、人間の尊厳に対する意識の落差もさらに広がるだろう。

一直線的な「進歩」に疑問を呈し、現実の根本的な問題に対して立ち止まって再考を促したり、多様な価値観を求めたりする人々はもちろんいるが、こうした人々はむしろ少数派に思える。経済的繁栄という「グローバル化」の波が押し寄せるなかで、私たちは何を本当に必要とし何を必要としないのかを見極めるために、極めて鋭敏な目と想像力、判断力をもつことが求められるだろう。「グローバル化」とは、経済においてはなく、人間の尊厳に対してまず有効であるべきなのだ。エルンスト・H.ゴンブリッチの言説は、70年代とはいえ、今日の芸術の有り様を示してもいる。

人間は、科学や技術においてはもとより、芸術においても自ら問題を呈示し、その解決に向かって努力することができる存在であると考えれば、せめてもの慰めになろう。目標を設定するのがわれわれ自身であることに思いを致す時が来ているようだ。一中略一 われわれが抗しがたい進歩の操り人形ではなく、そうなる可能性が生じたとしても簡単にそうする必要は全くな

いことを理解するに至った。こうした可能性がわれわれの価値観と衝突する場合には、われわれははっきりと「否」と言えなくてはならないのである。進歩理念の正当化が起こる度にそれを問題とする勇氣を持たなくてはならない、という意識は次第に強まりつつあり、この意識が芸術にも影響を及ぼしていくだろうと私には思える。今日の芸術教育の場においては他のどの場合よりも、一定の距離を保って、そもそも芸術に何を求めるのか問いなおしてみることが焦眉の急となっている。何の考えもなく新しいものを手放して賛美しても、決して人類の様々な価値の理め合わせにはならない。そして芸術はそのような人類の価値にこそ立脚しなくてはならないものなのだ。<sup>(1)</sup>

第49回ベニス・ビエンナーレでは、多くのパヴィリオンが個展を行うであろうと推測できたが、日本館の展示に私はあえてグループ展を構想した。構想の意図は、21世紀初頭の都市を念頭に置き、進歩、後退、増殖、停滞、関心、無視、共生、独立、喧噪、静寂、互助、孤独といった相反する多様な要素が絡み合う都市の姿とともに、そこに生きる私たち人間の複雑な状況を提示することであった。

参加するアーティストはそれぞれ異なったメディアによる表現活動を行っている藤本由紀夫、畠山直哉、中村政人の3人である。

音楽工学を学んだ藤本由紀夫は、1980年代半ばより音をメディアとしたサウンド・オブジェ、サウンド・パフォーマンスを発表し、人々に音とその空間を知覚させる活動を続けている。なかでも1997年より西宮の大谷記念美術館で1年に1回1日だけ開催される『美術館の遠足』は2006年までの10年間継続される企画で、藤本が美術館の屋内外のさまざまな場所を選び、サウンド・インスタレーションを行うものだ。場と音の関係を提示する藤本の手法は、人々の知覚を刺激し、日常の意識の幅を拡張させ、多様なノイズや音に囲まれているがゆえにむしろ音に鈍感となった私たちの感覚を呼び覚ましてくれる。

畠山直哉は、採掘場や工場、都市の川など都市開発の姿を多様な角度から撮り続けている写真家である。都市の変貌を定点観測した組写真《Untitled 1989-2001》と、大阪球場の変貌を撮影した《Untitle/Osaka 1998-1999》は、日本のバブル期から今日までのダイナミックでアナキーともいえる都市の広がりや変貌を示してくれる。しかし、日本経済全体が数値的に落ち込んで、若者を中心とした日本の消費社会の勢いは、まだ続いているようにも見える。若者の街として知られる渋谷も地下水道に佇めば、地上の喧噪とは全く異なる世界が出現する。太陽光がいらな

い暗渠となった地底5メートルの川は、いまやドブネズミが走り、汚物とカビにまみれた排水の川だ。都市の別の姿を写した畠山の《Underground》は、普段は見えない場と人間とのつながりを認識させる。

中村政人は、消費社会の象徴ともいえる24時間営業のコンビニエンス・ストアの看板やファースト・フードのロゴに関心をもち作品化しているアーティストだ。遠くからでも夜でも人々を引きつける看板やロゴの背後には、周到な戦略がある。なかでもハンバーガーショップのマクドナルド社は、世界100か国以上に店舗をもつ巨大なチェーン企業だ。黄色いMの電飾サイン自体は、いまや日常風景として私たちの潜在意識に刷り込まれ、言葉を話さない旅行者の世界共通言語としての、また安堵の場としての役割を果たすほどだ。マクドナルド社の許可を得て、中村は実際のロゴと同様の規格でさまざまなサイズのMを制作し、空間に合わせて設置するインスタレーションを発表してきた。タイトルの《Q SC+mV》は、質 (Quality)、サービス (Service)、清潔 (Clean) を示すマクドナルド社の政策を表している。多様な反応や抵抗があったとしても、どの環境でも同じような質とサービスと清潔さを提供するという企業政策は、政策の違う国同士のわだかまりをやすやすと乗り越えてグローバル化を果たしてしまう。中村の作品の意図は、ビジネスのグローバル化を賛歌するのでもなければ批判の俎上に載せるというでもない。中村は企業とのねばり強い交渉を重ね、現実のビジネスの文脈をアートへの文脈へと引き上げることによって、その二極的な解釈をも含む多様な解釈を可能にさせる現実への認識を促すのである。

日本館の展覧会では、3者の作品が独立しながらも干渉し合い、渾然一体となって、磁場をつくり出す展示を試みた。展示のプランは、ピロティがある日本館の本来の建築構造をなるべく生かすことを考慮したが、上階のギャラリーでは、天井を支える柱の役目も果たしている4面の壁の扱いに特に苦慮した。

都市の喧噪と静寂といった対照的な要素を単に際立たせるのではなく、上階のギャラリーと、ピロティに仮設した下階のギャラリーを使用して、しかも上下の展示そのものが連結しているような展示、つまり、消費社会が作り出した現在の都市の多様な要素が複合的に絡んでいる状況を、コンセプトと展示手法の双方で顕在化させることを試みた。

(1) エルンスト・H.ゴンブリッチ「芸術と進歩」下村耕史、後藤新治、浦上雅司訳、中央公論美術出版、1991、PP.145-146