

目次

序章 展覧会企画と情報検索

「情報の収集と分類」としてのキュレーション

起源は「人の面倒を見る」ことだった

学芸員とキュレーターの違い

「モノとしての情報」とは？

現代美術とキュレーション

データベース整理術としての『知的生産の技術』

いかに生活一般の技術として応用するか

第一章 「価値」のキュレーション

「民藝」とは何か

柳宗悦——日本民藝館開館まで

数々の展示品

キュレーションの観点から見た「民藝」

「民藝」の価値

「民藝」の背景

「民藝」の後継者

第二章 「文脈」のキュレーション

新しい美術館の誕生

激しい賛否両論

積み重ねる「ノート型」から組み換え自由な「カード型」へ

「二〇世紀美術におけるプリミティヴィズム」と「大地の魔術師たち」

先駆者・岡本太郎

ケ・ブランリのなものの継承（1）——コンフリユアンス博物館

ケ・ブランリのなものの継承（2）——インターメディアテク

第三章 「地域」のキュレーション

ホワイトキューブ以後

ハラルド・ゼーマン——インディペンデント・キュレーターの先駆者

思想史のキュレーション

地域アートの誕生——北川フラムと里山アート

ツーリズムと地域アート

旅行から見たキュレーション

「情の時代」その後——あいちトリエンナーレの問題提起

「地域」のキュレーションから見たあいちトリエンナーレ

第四章 「境界」のキュレーション

定義の拡張——デュシヤンの《泉》に見る美術の「外部」

「アウトサイダー・アート」と「アール・ブリュット」

ヘンリー・ダーガーとは誰か

「パラレル・ヴィジョン」——キュレーターは発見者である

「インサイダー・アート」とその外部

「盲者の記憶」

第五章 「事故」のキュレーション

リスボン大地震の記憶

「事故の博物館」——いかにしてカタストロフを展示するか

テクノロジと事故の発明

アート・テロリスト、バンクシーの成功と失敗

ダークツーリズム——「事故」を巡る旅のキュレーション

139

第六章 「食」のキュレーション

「ワイン展——ぶどうから生まれた奇跡」

Arts & Foods

Food: Bigger than the plate

ミラノ万博——課題解決型万博の「食」

165

SDGsと「食」——万博パビリオンのキュレーション

第七章 「国策」のキュレーション

大ドイツ芸術展と退廃芸術展

紀元二千六百年奉祝美術展と植民地美術展

Japan-ness / Japanorama

原子力が「夢のエネルギー」だった時代

万博における原爆の被害展示

伝承館と廃炉館

「国策」と「個」の折衝

191

終章 展覧会——情報処理としてのキュレーション

キュレーションのプロセスとは？

プロセス（1）——企画立案

プロセス（2）——交渉や作品の配置、演出

231

プロセス(3)——パブリシティ

情報とモノ(1)——陳列と展示

情報とモノ(2)——言語情報と非言語情報の情報処理

第三の知的創造

情報生産者としてのキュレーター

キュレーション 世界を自由に漂っていく技術

あとがき

262

参考文献

266

序章 展覧会企画と情報検索

「情報の収集と分類」としてのキュレーション

本書はキュレーションについてのささやかな考察であり、「価値を生み出す生き方としてのキュレーション」について考えることをその目的としている。なぜ私がこのようなことを考えるようになったのか、まずそのことから簡潔に説明していきたい。

われわれは高度情報化社会の中に暮らしていて、様々なメディアを通じて、日々大量の情報を摂取しては消費している。だが毎日大量の情報に接していると、情報には二面性があることに否応なしに気づかされる。すなわち、情報を消費することが楽しくてたやすい半面、情報を生産することがつらい上に難しいことだ。両者の二面性は、例えば小説やマンガを読むことと書くこと、映画を見ることが撮ること、あるいはゲームをプレイすることと制作することなどを対比すればすぐにわかるだろう。しかし日々の生活の中では、誰しも情報を消費するばかりではなく、生産しなくてはならない局面に行き当たる。つらい上に難しい作業である情報生産をより楽しく、より快適にこなせるようになる技術はないものか。常々そんなことを考えていた私は、以前からある一つの言葉がその手掛かりになるのではないかと強く感じていた。いうまでもないが、それがキュレーションである。キュレーションという言葉にはいくつかの側面

があるが、ここでは本書の意図に即して、二つに焦点を絞っていいよう。

まず一つが、展覧会企画としてのキュレーションである。国立博物館などを会場とした大型展（このような展覧会を、業界用語で「ブロックバスター展」という）から、ギャラリーの一室を会場とした小規模な個展に至るまで、世の中では様々なタイプの展覧会が開かれている。そして、規模の大小を問わず、一つの展覧会が発案されてから実現に至るまでには、そのプロセスを通じて様々な業務が発生する。この場合のキュレーションとは、展覧会企画に関わる業務を緩やかにまとめる総称といえる。

例えば、二〇〇六年に東京都現代美術館で開催された「大竹伸朗 全景 1955-2000

6」展では、会場三層をすべて膨大な量の作品で埋め尽くし、さらに屋上に宇和島駅の看板を載せて美術館自体を作品化するという大掛かりな展示が行われたが、この場合、この展示に関わるすべての業務がキュレーションということになる。あるいはさらに最近の例として、一時はコロナ禍で開催が危ぶまれたものの、二〇二〇年の夏に無事開催されたヨコハマトリエンナーレを挙げておきたい。こゝでは、「AFTERGLOW—光の破片をつかまえる」というテーマに即して行われた計六七組の参加作家の選定や、横浜美術館をはじめとする三会場への作品配置など、展示に関わる業務全体がキュレーションということになる。その役割を担ったのは、イ

ンドの作家集団「ラクス・メディア・コレクティヴ」であった。

そしてもう一つの観点が、IT用語としてのキュレーションである。検索エンジンに「キュレーション」という言葉を入力すると、「インターネット上の情報を集めること」「集めた情報を分類・整理して新しい価値を与えること」といった説明が真っ先にヒットする。またその延長線上で、集めた情報を特定のルールに従って分類・公開しているサイトをキュレーションメディアと称することもあるし、ビジネス誌に大手IT企業の「キュレーション部門の失敗」を報じる記事が掲載されることもある。例えば、二〇一六年にヘルスケア情報を扱っていたDeNAのサイト「WELQ」が、医学的根拠のない記事を大量に掲載したことによってバッシングにあった「キュレーションサイト問題」を覚えている読者もいるだろう。この場合のキュレーションは、SNSの普及によってネットに膨大な情報が溢れかえり、情報の真贋しんがんの見極めなドメディアリテラシーの重要性が強調される中で、いかなる基準によって情報を取捨選択すべきなのかという関心の高まりに対応したコンセプトといえる。

展覧会企画とネット検索。一見したところ、この二つのキュレーションは互いに何の関係もなく併存している。私の知る限り、両者の関係に注目した議論もごく少数しか存在しない。しかし少し考えてみると、両者には情報の収集・分類という紛れもない共通点があることがわか

る。展覧会とは様々なモノ（詳しくは後に触れるが、モノは情報の集合体である）を集めて公開するイベントであり、ネット検索とは「インターネット上の情報を集めること」である。端的に言えば、一見全く異質な二つのキュレーションの違いは、収集の対象とする情報がモノであるか言語であるかの違いでしかない。そしていうまでもなく、情報はあらゆる知的生産の基礎として位置づけられる。すなわち、両者の共通性に注目することを発端に、キュレーションという言葉の意味を「価値を生み出す生き方」にまで拡張することが本書の目的である。