

こんな学芸員と仕事がしたいー文化事業部の特別展企画の立場から

森 要造（東京新聞事業局）

ここでは、新聞社と共催で行う企画展に限定して、小生のささやかな経験に基づき話を進めたい。東京新聞の企画展は海外展が多い。従って、常時、ネットワークを働かせ展覧会の可能性を求めて情報の収集に努めている。展覧会の構想が浮かび上がってきた場合、事前に所蔵美術館やコレクターや美術史家と接触し、出品の協力が得られるかどうか、経費の問題も勘案しながら時間をかけてリサーチを行う。時には数年かかることもある。

その結果、実現の可能性があるかと判断した場合、その情報を携え、初めて美術館に開催を打診する。この段階では、コンセプト、出品内容もまだ固まっていないことが多い。ここからがいよいよ学芸員の出番だ。

では、新聞社はどんな学芸員と仕事をしたいのか。学芸員に何を期待するのか。以下、簡単にまとめてみた。

- 1) コンセプトの練り上げ・・・ひとつの纏まったコレクションだけで構成する展覧会であっても、この構成内容により展覧会の意義が異なることは言うまでもない。ましてや個展やテーマ展では、コンセプトが勝負である。学芸員の発想力と企画力に大いに期待するところである。
- 2) 作品の選択・・・企画展にはコンセプトにそった適切な作品の選択が必要となる。作品の意味、重要性を熟知していなければ出来ない仕事だ。学芸員の学識が生かされるところである。また、その作品が出品不可になった場合、全体のバランスを勘案しながら第2次リストの作成も要求される。
- 3) 作品の確保・・・展覧会には実作品を借用する必要があるため、具体的にその所在を知っていなければならない。美術館所蔵は問題ないとしても、個人コレクターの所蔵作品の所在を把握しているかどうか。また、所蔵先との人脈はあるのか、展覧会の重要性を訴え、相手を説得する交渉能力があるのかどうか学芸員の真価を発揮する場面だ。
- 4) マネージメント感覚・・・作品確保には時間と金銭のマネージメントの両方が必要不可欠である。作品を借りるためには様々な条件をクリアしなければならない。スケジュール管理をしながら、十分に時間的余裕を持って依頼する必要があるし、時には予算管理をしながら借用料等の経費折衝にあたることも期待される。
- 5) 展示デザイン感覚・・・作品をいかに効果的にみせるか会場構成も重要な要素であり、作品の並べ方など会場デザインのセンスが要求される。
- 6) カタログの執筆、編集・・・鑑賞者の手引き、研究の集大成、展覧会の記録としてカタログの作成は貴重である。学識に裏づけされた文章力が試される。
- 7) ポスターなどの広報デザイン感覚・・・美術ファンを美術館に足を運ばせるために訴求力のある魅力的な広報用の印刷物の作成は重要なポイント。ここでもコピーライターとグラフィックデザイナーのセンスが要求される。

以上のように、学芸員の役割は極めて重要で多岐にわたっている。学芸員的能力によって、企画展の出来栄は大いに異なってくる。新聞社は多様な能力をそなえた学芸員の登場を待望している。今後、こうした有能な学芸員の養成が軽視されることになれば、市民にとっても良質の展覧会を享受する機会が損なわれることになることは間違いない。