

雑芸員のお仕事
博物館の展示 その1
柴 正博

日本の博物館の学芸員は、博物館の収集・調査・研究・展示・教育・収蔵などはもちろん、博物館のさまざまな仕事をひとりまたは限られた人数で行わなくてはなりません。そのため、学芸員は、よく「雑芸員」と呼ばれます。しかし、雑芸員はそれらの仕事を雑にこなすのではなく、どれもプロフェッショナルなスキルで対応します。すなわち、雑芸員は「雑に仕事をこなす人」ではなく、「雑多な仕事をきちんとする人」です。

ここでは、博物館で実際に来館者のために展示を作成し、教育活動を行う学芸員にとって、展示に関する基本的な知識と、その技術的スキルの一部を紹介しようと思います。

1. 展示の意義

1-1. 陳列から展示へ

展示とは、単なるものの陳列ではなく、「展じて示す」ことであり、意味と目的をもってものを選び、積極的に見せる意識をもって学習者と交流（コミュニケーション）することです。展示は、見る人に興味を持たせ、感性的な刺激（感動）を与え、観察と理論的な推論をつながし、そのモノ（実物）とそれが示すコト（事象）を理解させることです。したがって、展示をつくる学芸員がそのモノから受けた刺激（感動）が大きければ大きいほど、展示の質的内容は高くなると思われます。

1-2. 展示の原理

① 見ること

「見ること」は、最も確実な体験的で直感的な情報収集方法であり、なんとなく見たことは「見えども視えず」となります。したがって、意識の流れに還元させながら来館者に「視る」という積極的な活動を促すことが重要です。

② 比べること

複数のものやものごとを比較することは、ものやものごとの区別と関係を理解し学習するのに、最も確実な方法です。そのため、展示においては、資料を比較または対照できる

ように提示することが重要です。認知心理学的には、「学習者に見ようという意欲を起こさせて、しかも欲求不満にならない程度の難しさ」が展示には必要です。

③ 気づかせること

博物館での学習は、学校教育とは異なり学習者に教えることではなく、学習者自身が気づくことが重要です。展示によって、学習者の知的好奇心を喚起させるだけでなく、その探求の方法についても示す工夫が必要です。

④ わかりやすいこと

展示の「わかりやすさ」は、資料そのものの性質にあるのではなく、展示（配列）の構成や組み立て（提示の仕方）にあります。したがって、学習者の基礎的知識や体験から離れすぎた解説や展示手法は、学習者に何も伝えられません。学芸員は、モノの専門家（研究者）であり、モノについての知識（情報）のすべてを展示に表現しようとするため、「見る人の立場」ではなく「示す人の立場」で展示が作られる傾向にあり、それは避けなくてはなりません。展示はあくまでも、「見る人の立場」で作られるべきです。学芸員（研究者）のもつ知識の中には、本人が気がつかない展示のためのアイデアの種がたくさんあります。しかし、学芸員はそれに気が付いていないことが多くあります。ですから、エデュケーター（教育者）やデザイナーを含めて「チームアプローチによる展示開発」（マックリーン、2003）により展示を設計するべきです。しかし、そのような分業がない博物館では学芸員がそのすべての役割をしなければなりません。できるだけ多くの立場の人に協力してもらい、展示設計を進めていくべきだと思います。

2. 展示動線と来館者の行動傾向

2-1. 動線計画

「動線」とは人の動きを示すもので、展示は動線を予測し、計画設計されるべきです。

博物館には、大別して一般利用者空間である公開ゾーンとそれ以外の非公開ゾーンがあります。それぞれの博物館では、建物や展示室の空間配置が異なり、それぞれにあった動線計画が必要です。動線には以下の基本事項があります。本来、博物館の建物建設にあたっては、それらの動線計画があつて設計されるべきですが、多くの場合建物ができた後に動線計画が立てられます。

動線は、①単純明快であること、②異なる動線が交差しないこと、③各動線の使用量を想定してこれに応じた長さや幅をもつこと、④火災・盗難など非常事態をも想定した対応であることが重要です。展示動線計画には、①完全強制動線、②強制動線、③半強制動線、④自由動線があります。

2-2. 来館者の行動傾向

動線計画には、博物館における来館者の来館目的や博物館に対する期待、および行動（体験）傾向をきちんと知ることが重要です。

フォーク・ディアークィング（1996）によれば、来館者は博物館の内容や設計意図とは全く無関係に博物館の環境に対処するため、来館者の期待（アジェンダ）を操作することこそが、すばらしい博物館体験を創出することになるとして、以下のような興味深い来館者動向の特徴を数多くあげています。

①来館者は後に見る展示室より先に見る展示室の方に多くの時間を費やす。同様に入口近くの展示は奥にあるものよりたくさんの方が見る。

②一時間近くも経つと、来館者は足が疲れ頭も飽和状態となり、いわゆる博物館疲労の状態になる。

③来館者はギャラリーに入るとすぐ右に曲がる傾向（75%がこのパターン）がある。すなわち、直進した前方に左右に分かれた進路があると、75%の人は右側の進路を選択する。

④博物館にあまり来ない人の見学傾向は、以下の4つの部分から成る。（1）方向定位（3分～10分）、（2）展示注視（15分～45分）、（3）展示巡航（20分～45分）、（4）退出準備（3分～10分）。

⑤典型的な初来館者は観覧開始後5～15分

でラベルを全部読むことをやめる。

⑥来館者は通常最初に見た出口から出てしまう。

⑦展示設計者の努力にかかわらず、来館者は意図された順序で展示を見ていない。

⑧博物館体験では、最初に遭遇するものが印象に残りやすい。たとえば、入口やエントランスのデザインや受付にいる人、警備員などが印象に残りやすい。

⑨来館者が最も重視することのうち2つが、探しやすいトイレと清潔なトイレである。

⑩ある博物館では来館者の41%は売店で飲み物を買い、75%は飲物を飲む。

⑪人々は博物館とは宝物（物理的および精神的）を保存し展示する場所であると考えている。

また、来館者動向と展示効果について、私の経験から以下のことが言えます。

①小さい展示から大きな展示への差が大きいほど、大きいものは大きく見える。

②展示物は「触れられそうな距離」にあることが、最も展示効果がある。

③強制動線においては、壁面の片側にのみ展示すべきで、両側に展示（両面展示）があつても来館者の多くは片側しか見ない。

④来館者のほとんどは自分の興味だけで展示を見て、自分の認識の範囲でその内容を理解する。

これらのことから、博物館の展示は博物館のメッセージをより明確にして、来館者にわかりやすいものでなくては、来館者にはまったく伝わらないことがわかります。また、ほとんどの来館者は展示を抽象的にではなく、具体的に受けとめることから、展示とそれに付属するラベルは具体的な情報をはっきりとさらに最初に伝えるべきです（フォーク・ディアークィング、1996）。

フォーク J.H.・ディアークィング R.D.（1996）

博物館体験. 高橋順一訳, 215 p., 雄山閣.