

[論文]

展覧会を宅配する—匂い¹⁾の二つの効果

岩崎 陽子(嵯峨美術短期大学美術学科准教授)

松本 泰章(嵯峨美術大学造形学科教授)

杉原 百合子(同志社女子大学看護学部准教授)

中川 晶(京都看護大学看護学部教授)

抄録

新型コロナウイルスの世界的蔓延をきっかけに、アートのデジタル化が進んだ。オンラインでのアート体験が自宅で可能になり、外出が困難な人たちがアートに触れる機会が増えた。その一方でデジタルを介した体験は二次的で、リアルな体験は現地での対面だという考えがいまだに根強くある。高齢や障がいなどの様々な理由で外出の困難な人が、自宅で展覧会を楽しむための方策はないか。本稿では匂いを使ったアート作品の展覧会を自宅に宅配するという、2021年にオランダと京都で別々に行われた事例を分析する。オランダのマウリッツハイス美術館で開催された展覧会は、写実的な17世紀オランダ絵画と共に、その風景や日常生活に漂っていた匂いを再現し、この展覧会をYouTubeと匂いのセットを自宅に配送するという試みも行った。また筆者たちが京都で開催した展覧会では、匂いによる時空の旅をテーマに、会場には抽象的な匂いと音を配置し、鑑賞者が各自のイメージの世界を膨らませられるような仕掛けを行った。この展覧会でも匂いのキット送付とYouTubeによる音の配信を行った。こうしたオランダと京都の宅配展覧会の分析から、「展覧会に行く」ことのリアルについての問いが生まれる。何がリアルで何がヴァーチャルの体験なのか。この問いへの応答は、現代のヴァーチャル・リアリティにおけるリアルに関する研究と重なるものがある。最新のヴァーチャル・リアル研究を先行モデルとし、リアルの変容について検討する。また、匂いは現実の様々な位相の体験に、一方ではリアル体験を補強し、一方ではヴァーチャルな世界へのスプリングボードとして機能する。「展覧会を宅配する」という事象を切り口に、匂いとリアリティの問題を考える。

Key word

匂い 宅配 展覧会 リアリティ ヴァーチャル・リアリティ

はじめに

従来、高齢者看護や介護といったケアの現場でアートを用いる場合、高齢者のアートへのアクセシビリティの困難が常につきまどってきた。寝たきりになったり、身体が不自由になったりすると自宅や施設にこもりがちになり、展覧会やギャラリーでのアート体験が困難になる。私たち研究メンバーは高齢者の認知機能の向上を目指すために、匂いのアートを使ったナラティブアプローチを用いる

回想法プログラムの開発を試みている²⁾。匂いは記憶想起に強い訴求力を持つ。匂いとアートによる複合的な感覚刺激を併せることにより、高齢者の思い出の語りを引き出して生活の質を高められるのではないかと考え、匂いのアート作品を構想してきた。しかしやはりここで常に問題になるのは、外出するのが難しい高齢者にいかにして、アート体験を届けるかのアクセシビリティの問題であった。

一方、新型コロナウイルスの蔓延により、高齢者に限らず多くの人の日常生活は一変し、家から出られない日々が続いた。パンデミックの収束が見えない中、オンラインの手法が模索され、リモートワークやオンライン会議が普及した。オンラインでの様々なイベントを実現するために、社会的インフラが整い、一般の人々のデジタル技術が大きく前進した。こうした世界的な潮流の中で、時空に位置づけられる「もの」としてのアート作品やイベントがデジタル化され、世界中に情報として運ばれるようになった。美術館やギャラリーなどの主催するヴァーチャル・ツアーやオンラインイベントなどが世界規模で行われるようになった。美術館での展覧会開催と並行して、展覧会をコロナで外出できない鑑賞者の自宅にまで届けることが珍しいことではなくなったのである³⁾。

展覧会のヴァーチャル・ツアーやオンラインイベントがコロナ下の一時的な代替措置として当初考えられていたのに対して、今後これをケアの視点から肯定的に捉えて社会の中に根付かせていく方向性も検討されるべきであろう。近年、文化政策の立場から芸術と社会包摂についての議論がなされている中、「展示や上演の方法について工夫する」ことは重要な方策としてとらえられている⁴⁾。また美術館の側でもアートとケアの視点からアクセシビリティについて多様な議論を展開しているものが見られるようになった⁵⁾。「美術館に行くのが当たり前」ではなく、展示を前にする体験を、どのような工夫であらゆる人々に届けられるかということ、本論で従来ほとんど注目されなかった「匂い」を切り口に考えてみたい。

本論ではアート体験がデジタルによる代替措置としてではなく「なまの体験」として生起するための方策として、「匂いを用いた展覧会を宅配する」という方法について検討する。特にデジタルコンテンツを組み込みつつ、匂いを用いたオブジェを宅配した京都とオランダのハーグでの二つの展覧会の事例を研究対象として取り上げる。そして匂いを用いた展覧会の宅配により、アート作品へのアクセシビリティについて「リアリティ」の観点から考察する。最後にこうしたアート作品へのアクセシビリティについてケアの観点からどのような可能性が拓けるかについても論じる。以下、第一章では京都で開催された匂いを用いた展覧会とその宅配の概要を述べ、第二章では、本展覧会およびそこでの匂いの果たす役割について、ほぼ同時期に実施されていたオランダの展覧会での企画と比較し、それぞれ会場での展覧会、デジタル配信の内容、宅配された匂いについて検討する。第三章では仮想現実と訳される「ヴァーチャル・リアリティ」(以下Virtual Realityの略としてVRと表記)における、「リアリティの変容」をキーワードにしてデジタル展覧会と宅配の組み合わせの可能性を提示し、また両展覧会の比較から導き出された匂いの役割について分析する。その上で、第四章では体験者の感想を分析し、展覧会にともなう匂いの宅配が今後の高齢者ケアにどのような影響をもたらすかの展望について述べる。

なお本論に入る前に「匂い」「宅配」に関するアート作品や展覧会、美術鑑賞について概観し、本論の位置づけを説明しておきたい。匂いは、21世紀以降、特にヨーロッパの現代アートでテーマとなったり、素材として用いられたりすることが増えた。西洋思想の文脈では嗅覚は低級な感覚であり、もともと芸術の範疇に入るものではなかった。しかし現代では匂いのもつ人間の生との根源的で密接な関係に注目し、匂いのアートを専門とする作家も多く存在する。⁶⁾しかしながら美術館などでの匂いの使用は難しいのが現状である。匂いは制御が難しく、人体への影響も懸念されることがあるため、不特定多数の人が行き来する会場での展示で使用するには、様々な厳しい条件をクリア

する必要がある。よって匂いは展覧会場よりも、宅配などで対象を限定したより親密な場に届けることに適した素材といえるかもしれない。また「宅配」アートに関しては、コロナ以前より多くの事例が見られたが⁷⁾、それらと今回の試みの決定的に違う点は、「デジタルコンテンツとの組み合わせがあるか否か」である。コロナ禍以前にも宅配展覧会の事例は存在したが、そもそも鑑賞者側にZoomやYouTubeなどを組み合わせて鑑賞するインフラが十分に整っていなかった。よって、本稿で取り上げるオランダと日本の「匂いの展覧会を宅配する」という試みは、コロナ禍以降に図らずも大きく前進したDX化(広義の意味で業務のデジタル化とそれがもたらす社会への影響のこと、デジタルトランスフォーメーション化)を取り入れつつ、併せて「匂い」という物質を宅配に加えたことの意味を、アートとケアの視点から問うものとして位置付けられる。

1. そらのにおい展

「そらのにおい」は、私ども研究メンバーが2021年6月23日から27日まで京都市内の堀川御池ギャラリーで開催した、匂いをテーマにした展覧会である⁸⁾。展覧会では以下のようなステイトメントを掲げた。

香りによる時空の旅へようこそ ～香りと音の境界越境／境界画定へ

目をつぶって視覚を遮断すると、世界は実に多様な匂いと音に満ちています。
空から落ちてくる雨つぶが地面に跳ね返る音と匂い。鳥のさえずりと若草の香り。
香りと音は私たちの生活空間を切れ目なく覆い、空に向かって広がっていきます。

空に匂いはあるでしょうか。わたしたちを包む空気に匂いがあり、それが空に広がっていくのなら、世界は匂いでつながっているといえます。わたしたちが今身近に感じている匂いを空に向けて追いかけていくなら、はるか遠くの見知らぬ土地の匂いへとたどり着くのかもしれません。

わたしたちが大半の情報を得ている視覚によって「花が見える」「恋人を見ている」というとき、膨大な見えるものの中から対象を区切っています。見る、とは境界線を引くことです。では匂いや音を境界線によって区切ることも可能でしょうか。

空に向けて境界越境をしていく香りと音を境界画定する時、忘れていた過去がよみがえり、知らない世界が現出するかもしれません。とらえどころのない匂いと音の出会いによって、一人一人の心の中で、既知のこと／未知のこと、過去の体験／未来の想像に境界線が引かれ、新たな体験が姿を現すのです。

これは新しい旅のかたちの提案でもあります。わたしたちは見知らぬ土地を旅する時、知らず知らずのうちにその土地特有の匂い、音を身体にインプットしています。日常生活の匂いと音とは異なる、異郷の地での匂いと音が切り出されることにより、旅の体験が鮮明になるのです。過去に行った旅行先でも、行ったことのない空想上の土地でも、見えないはずの香りや音で境界越境と境界画定がなされるとき、居ながらにして私たちは時空の旅に飛び立てるのです。

この展覧会は先に「匂いによる時空の旅」をテーマに2020年10月に開催された「omokagé」展の続編にあたる⁹⁾。匂いは人を一挙に過去や遠くの世界に連れていく力をもつ。両展覧会は共通して、コロナ下で思うように旅に出かけられない状況の中で、匂いを軸にした作品によって多くの人々を旅に連れていくことができるか、という試みであった。「omokagé」展では映像作品と匂いを組み合わせた作品であったが、「そらのおい」展では視覚情報を極限まで減らし、音と匂いだけで記憶の喚起や、旅のような体験を呼び覚ますことを目的とした。また自宅や施設で宅配展覧会の体験した人たち同士の活発なナラティブを喚起する研究目的も備えていた。

1-1. 展覧会概要—多様な記憶につながる匂いと音源

会場の方の「そらのおい」展は、広い会場にポツンと置かれた3つの台座とその上に置かれた香料、台座の間を仕切る薄い布、時折幽かに聞こえる音だけで構成されたシンプルな展覧会であった。(図1)



図1 そらのおい展会場風景

展覧会場には3種類の香料を入れたオリジナルデザインの亚克力ボックスが置かれ、2台のスピーカーからフィールドレコーディングによるサウンドが間欠的に響き、3種類の香料を仕切る極薄の布が設置されている。サウンドは飛行機が飛び立つような音、風鈴が鳴るようなチリンチリンという高い音、雨の音など、「何の音であるか」とは特定できないながらも、なんとなくどこかで聞いたことのあるような環境音であったり、生活音のようなものであったりした。これらのサウンドは常時

響くのではなく、記憶を喚起するために不意に聞こえてくるよう編集してあり、無音に聞こえる時も可聴域を超えた音域を残し、高周波が記憶に作用する可能性を考慮した。

鑑賞者は3種の香料の間を行き来しながら匂いを嗅いだり、不意に聞こえてくる音に耳を傾けたりしながら、忘れ去った自分の記憶を探したり、匂いによって喚起されるイメージの世界に飛び立ったりしていた。鑑賞者の動きにつれて間仕切りの極薄の布が揺らめき、匂いの動きを視覚化するかのようであった。(図2)



図2 音を聴きながら行ったり来たりして匂いを感じる鑑賞者たち

作品鑑賞を終えた鑑賞者は部屋の隅に設えられた机で自らの旅先や喚起した記憶について、旅先から出すハガキをイメージさせるような紙に書き、それを会場の壁に貼り付けていった。会期が進むにつれて旅先からのハガキは増え、それを見入るのも鑑賞の一つの醍醐味となった。他人の出かけた旅先や記憶を読んでそこからまたイメージが膨らませることもできるようになっていた。(図3)



図3 会場でアンケートに答える鑑賞者と壁のハガキ

この展覧会では明確な旅先や記憶の行き先を明示することは一切しない。むしろいかに多様な記憶へと各個人が飛び立てるかという挑戦であった。そのために匂いの選定には慎重を期し、あらゆる方向付けを排するために、視覚情報やわかりやすい音源は極限まで減らした。鑑賞者は3種の匂いのどれかと音の組み合わせによってランダムに引き起こされた、各人の主観性の奥へと沈殿していくかのような体験をする。そこでは誰一人として同じ地点に着地することは求められていなかった。

1-2. 抽象的な匂い

この展覧会のコンセプトは「匂いによる時空の旅」であった。時空の行き先は明示されておらず、鑑賞者が過去に、外国に、場合によっては未来やまだ見ぬ土地へ、とイメージを膨らませることが目指された。そのため、特定の人や物事をターゲットにすることを避け、音を含めた展示されたオブジェは抽象度の高いものになった。特に匂いに関しても、香料選定の際には抽象性に気を配った。香料店にオリジナル香料を依頼したが、その時にはあえて何かの匂いといった依頼の仕方を避け、人々の記憶を呼び覚ますきっかけとなる香料について検討を重ねた。

最終的に、日本人にとって好まれやすい「甘い」匂い(主成分:カモミール、月桃)、逆に日本人になじみのない「酸っぱい」匂い(主成分:没薬、松脂)、そして味の表現ではないが「暗い」匂い(主成分:排草香、麝香)の三種とした。

展覧会場では「暗い」匂いが最も様々な思いを引き起こすようで、この匂いについての質問や、アンケートへの記述が多くなされた。香料を調合した調香師は、湿度の高いアジアなどの昼間でも暗い森の中や山道のような湿った土の匂いをイメージして調香したということであったが、鑑賞者の回答にはそれと同じような「森」「山」といったものもあれば、「湿った押入れの中」「団地の薄暗い階段の隅」といった全く別の回答もあった。情報量を抑えたオブジェによって、視覚情報に支配されることなく、音と匂いだけで行きつく先は、本人すら予想もしていなかったような多彩な内容であった。

1-3. 展覧会を宅配する—そらのおい展の場合

展覧会が企画された当初は展覧会を宅配する予定はなかったが、視覚情報や明確な音情報をそぎ落としていった先で、こうしたシンプルな展覧会なら、展覧会のエッセンスを詰めて個人に宅配することが可能ではないかという考えに至った。(図4)



図4 そらのおい宅配便

この展覧会のエッセンスは匂い、音、そして布である。匂いは会場にあるのと同じ3種をプラスチック製のボトルに詰めた。音源は説明書にQRコードをつけ、読み込めばYouTubeで音が聞けるようにした。YouTubeは音のみで、視覚情報はほとんどなかった(ほとんど動かない空にながれる雲の映像のみ)。布に関しては大型の布を吊るして3つの香料の間の緩やかなしきりにするといった展覧会場のような使用法は家庭では難しい。よって視覚情報を緩やかに遮って自宅の日常空間とつながりつつも非日常を演出できる小道具として、会場で使用しているものと同じ材質の薄い小さな端切れを箱に同封し、家庭で作品体験の際にふわりと頭から被るように、同封の説明書に指示を記した。(図5)



図5 そらにおいて展宅配便に同封された布の使用法

このようにしてそらにおいて展のエッセンス詰められたボックスを国内に8件、海外に3件送った。会期中に作品をYouTubeとボックスによって、300名近くが訪れた会場体験を展覧会の宅配によって自宅でもできるように試みた。また最終日に開催されたクロージングパーティーで実施されたアーティストトークと、サウンドを担当したアーティストたちによる即興演奏のライブ配信も行い、展覧会場と同時に国内外で、YouTubeを鑑賞しつつ匂いを嗅ぎながらイベントに参加することもできた。

2. オランダ FLEETING-Scents in Colour 展

本章では京都での宅配展覧会とほぼ同時期にオランダのハーグにあるマウリッツハイス美術館で開催されたFLEETING-Scents in Colour展の概要について延べ、比較検討を行うことにしたい¹⁰。マウリッツハイス美術館はフェルメールの『真珠の耳飾りの少女』やレンブラントの作品などの主に17世紀のオランダ絵画を収蔵している王立美術館である。「オランダ黄金時代の絵画」と呼ばれるこれらの時代の作品の特徴はその写実主義的表現にある。風景画や風俗画(日常生活を描いた絵画)、静物画は驚くまでの精緻な筆致で細かく描写され、今にもモチーフに手で触れられそうで、その場の空

気を吸い込めそうな写實的再現力をもつ。今回の展示企画はそうした写實的な17世紀オランダ絵画における「匂い」に注目し、匂いをテーマにした絵画作品や、それらの実際の匂い、ポマンダーや手袋といった当時の匂い関連の装飾品を展示した。そして画期的な試みとして、この展覧会で提示されている匂いをセットでキット販売した¹¹⁾。海外も含めて遠隔に住む者でもこの匂いキットを購入すると、中に入っている冊子のQRコードを読み込んで、キットの匂いを嗅ぎながらマウリッツハイス美術館の展覧会場のヴァーチャル・ツアーを、キュレーターや案内人と一緒にYouTubeで体験できた。

2-1. 展覧会概要—17世紀絵画の中にある匂いの再現

本企画のキュレーターであるAriane van Suchtelenが展覧会カタログやヴァーチャル・ツアー用YouTubeでこの展覧会の趣旨について述べていることをまとめると以下のようなになる。

なぜ匂いの展覧会に着想したかといえば、絵画作品を鑑賞する際、単に目で見るだけでなく五感を使っているからです。アーティストは嗅覚を含む五感をいかに呼び覚ますかというテクニックに長けた人々であるともいえます。だから絵画を見ながら匂いを想像するということはしばしばありますが、一方で絵画を見ているときに実際にその匂いがしてきたら体験がより深まるのかどうかを知りたかったのです。匂いはダイレクトに感情に訴え、記憶のトリガーにもなります。17世紀オランダ絵画の見方に新しく嗅覚を吹き込んでみたいと考えました。¹²⁾

展覧会ではヤン・ステーンやピーテル・デ・ホーホを含む収蔵絵画43点(ドローイング、エッチングを含む)、衣装や工芸品を含む装飾品6点が展示された。17世紀オランダ絵画には宗教画よりも日常の風景や生活を描いたものが多く、展示作品のモチーフも、運河の風景、田舎の風景、花や食べ物といった美しいものから、子供のおむつ変え、解剖学講義の死体、吊るし首の刑場、化学工場といったグロテスクなものまでであるが、そのどれもが「匂い」を感じさせるものとしてセレクトされて展示されていた(図6)。そして、すべてではないが、その中の8点の匂いを実際に会場で嗅ぐことができる仕掛けになっていた¹³⁾。会場に設置されたのは足踏み式のデバイスで、足で踏むとシュッとディフューザーから匂いが出る仕組みになっている¹⁴⁾(図7)。



図6 会場風景(Mauritshuis, The Hague)

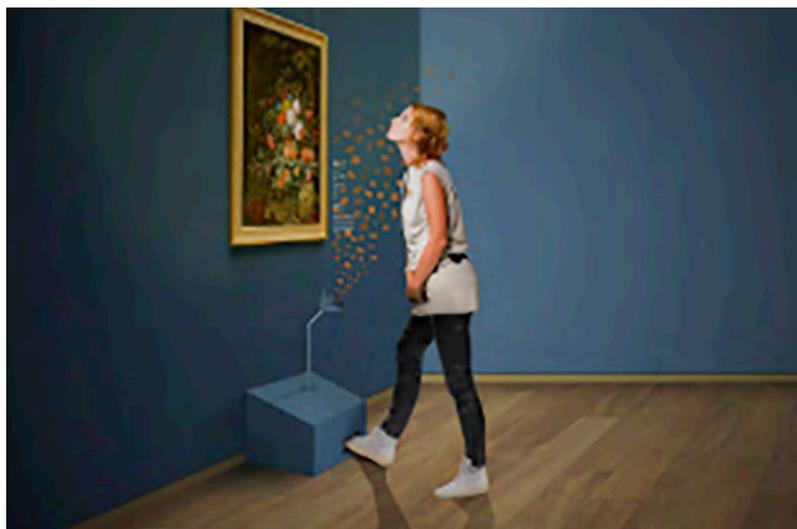


図7 会場の匂い拡散システム(Mauritshuis, The Hague)

こうした17世紀オランダ絵画と実際の匂いを組み合わせることの意味について、キュレーターのAriane van Suchtelenが展示作品の2枚の絵画を比較しながら次のように解説している。会場に展示されているJan van der Heydenの運河の風景を描いた作品は一見牧歌的に見えるが、運河に直接流れ込む公衆便所、馬の糞をかき集める人、積み荷として置かれたビールの樽、そんな運河の横で洗濯をする女性など、作品の詳細を見て当時の衛生状況を考えると、この風景の中には様々な匂いが混在していたはずだということに気付く。そこで実際にこの作品と共に展示されている匂いを嗅いでみると、運河の饅えたような匂いだけではなく複雑な匂いが立ち上る。なるほど、当時の運河には市場や家庭から出た生ごみなどがすべて廃棄され、一方で美味しそうな食料が積載された船も往来していたわけであろうと想像が膨らむ。匂いと情景を行き来することにより、作品をより深く見るようになるのである。キュレーターは実際にこの作品を見終えた後で、ピーテル・デ・ホーホの描く清潔な室内で筆筒の前で洗濯済みのリネンを抱えた女性たちが描かれた別の展示作品を見る。すると女性たちの隣のドアの外に見える運河の一部から、先の作品の匂いがこの室内から想像され、実際に嗅がれる良い匂いの対比に驚くことになるだろうと指摘する。当時のオランダは外の悪臭と室内の芳香が隣り合わせだったのである。

このように絵画と匂いを組み合わせることにより、作品理解やその体験が深まるというのがこの展覧会の趣旨である。実際に17世紀の写実的なオランダ絵画であるからこそ、実際の匂いを想像したり、想像と現実の落差に驚いたりといった楽しみ方ができる展覧会になっている。「嗅ぐことができれば、もっと深く見られるだろう」というキュレーターの言葉が展覧会の主旨を端的に物語っている。

2-2. 展覧会を宅配する—FLEETING展の場合

17世紀オランダ写実絵画を展示した会場に実際の匂いを嗅ぐ仕掛けをした展覧会を2年間かけて準備してきたマウリッツハイス美術館であったが、会期中に新型コロナ感染拡大を受けて2020年12月15日より一時閉鎖を余儀なくされ、2021年6月5日に再開した。よってコロナをきっかけに美術館側では閉鎖している間の代替措置、また開館してからも安全な鑑賞のため自宅での展覧会体験を呼びかけるために、この展覧会を宅配するためのキットをオンラインショップで販売した(図8)。そしてこの試みを「世界初のヴァーチャル視覚・嗅覚ツアー」と銘打った。

オンラインショップでこのキットを購入すると自宅にフレグランス・ボックスと呼ばれる紙製の箱が送られて来る。この中に展覧会や作品、キット等の説明が掲載されている冊子と、プラスチック製の4本のポンプ式の匂いボトルが詰められている。ボトルの中身はアロマオイルなどの液体ではなく、ポンプの上蓋のすぐ下に詰められたクッションに4種の匂いがそれぞれ仕込まれている。匂いをこの展覧会のためにキュレーターと相談しながらオリジナルで調香したのはIFF(International Flavors and Fragrances)社である。

鑑賞者はスマホやパソコンで冊子に掲載されているQRコードを読み取り、展覧会の専用のYouTubeサイトにアクセスする。YouTubeのツアー動画は約25分の長さの動画であり、ジャーナリストのJoël Broekaertが会場を巡りながら司会をし、キュレーターのAriane van Suchtelenが解説をするという流れになっている。展覧会場のすべての作品の解説を行うわけではなく、送られてきた4つの匂いに関連する絵画の前に立ち止まり、説明を加えていた。



図8 宅配されてきた展覧会の匂いのキット(Mauritshuis, The Hague)

Joël Broekaertが絵画の前で立ち止まり、説明を受けて実際に会場で足踏み式のディフューザーで匂いを嗅ぐ際、ツアー動画の画面に向かって鑑賞者に「皆さん、家でボトルの匂いを嗅いでみてください、会場で嗅ぐのと同じ匂いですよ」と呼びかけるシーンが何度かあった。Joël Broekaertが匂いを嗅いでいる最中に、画面のこちら側の鑑賞者も匂いを嗅ぎ、彼の発する感嘆詞や感想と自分の感触をひき比べながら、あたかも彼と一緒に展覧会場を巡り、匂いを嗅いでいる気分になった。先述したように多くの美術館がコロナの中、客足が遠のいたのを受けてヴァーチャル・ツアーなどを企画していたが、マウリッツハイス美術館が宅配した展覧会は明らかにそれらと一線を画していた。それは、「匂い」という物質的なものが、ツアー動画の中の展覧会と自宅にいる鑑賞者を繋ぐ役割を担っているからだと考えられる。25分の動画を見ても展覧会に行った気にはなれなかったかもしれないが、匂いのボトルを手にし、何度も嗅いで画面の作品を見る体験は、これまでになく遠く離れた展覧会を身近なものにした。また画面上の絵画が非常に具象的であったこともあり、こちらが絵からイメージする匂いと現実のボトルの中の匂いを比べる楽しみもあった。展覧会を宅配するヴァーチャル・ツアーで匂いは大きな役割をもつといえよう。

2-3. 具象的な匂いと具象的な絵画

それでは展覧会場のディフューザーと宅配キットの中身の4種の匂いはどのようなものであっただろうか。匂いは展覧会における匂いの3つのテーマに沿って選ばれていた。

一つ目のテーマは「今はない過去の匂い」である。先述したようにJan van der Heydenの運河の風景画を見ながら嗅ぐ匂いは「運河」であった。現在の運河は綺麗になりほぼ無臭であるが、17世紀の運河は悪臭に満ちていた。今はない「運河」の過去の匂いを嗅ぐことにより、17世紀の人々の感覚に近づきながら絵を見ることができる。これと同様、キットには「布の漂白場」(bleaching fields)の匂いがある。運河が都会の風景であったのに対して、「布の漂白場」を描いたJacob van Ruisdealの絵画は丘の上から見下ろした平野の俯瞰図であり、見渡す限りの平原に白い布が天日にさらされている田舎の風景画である。現代の漂白方法とは異なるので一見するだけではわからないが、布の漂白過程によくある風景であることを知る17世紀の人々にはおのずと鼻の中に漂白する際に使用する酸やコバルトのきつい匂いがしてくるだろう。この「布の漂白場」のキットの匂いを鼻の下に持ってくると眉をひそめるような刺激で化学的な匂いがする。このように、具体的な光景を描いているにも関わらず、現代の私たちには想像もつかない当時の匂いを再現することで、当時の世界を視覚だけではできないやり方で再現しているのである。

匂いの第二のテーマは「匂いと健康」である。17世紀には死体や病気の匂いは、それだけで病気を媒介し、死をもたらすものとして忌み嫌われた。解剖学の絵画の中に香草や匂い付きのロウソクが描かれているように、死臭や病臭を避けるために17世紀の人々は匂いを身に着けた。特に女性がアクセサリーの一部としてベルトや装身具に着けたのが「ポマンダー」という匂い入りの小さな容器である。この容器は銀製で宝石などの贅沢な意匠をこらしたものが多いが、中に入れる匂いは当時の医学書などにその配合のレシピが書かれていた。宅配キットの3つ目の匂いボトルはポマンダーの匂い(冬用レシピ:松脂、麝香(ムスク)、霊猫香(シベット)、竜涎香、丁子、ラベンダー、イトスギ、アイリスの根、ショウブの根茎、トラガカントゴムなどを薔薇水に溶かしたもの)であった。

匂いの第三のテーマは「東洋からの匂い」であった。17世紀オランダではちょうどその頃コーヒー、紅茶、たばこ、様々な香辛料がインドや東南アジアといった東から船に乗せられて運ばれてきた時期であった。当時こうした匂いは高価であったが人々は争うようにして購入した。食べ物の匂いが漂ってくるような風俗画がたくさんある中、Willem van Mierisの《食料品店》と題された風俗画の中の匂いを再現したのが4つ目のボトルの匂いである。絵の中に描かれているナツメグやクローブなどの匂いをイメージした匂いで、ツアー動画の中で司会者は「子供時代の古びた食料品屋や手作りケーキを想起させる匂い」と述べていた。実際にシナモンのような甘くてスパイシーで美味しそうな匂いであった。

このように、宅配キットの匂いはどれも具象絵画の中の具体的な光景を前提としている。しかしそれらに付随する匂いが過去に失われていたり、現在からは想像もできなかつたりするために、これらの絵画と現在の「時間」をつなぐよう、具体的な匂いを再現しているのである。またこの再現された匂いが宅配キットとして運ばれることにより、展覧会場と自宅という遠い「空間」をデジタルだけでなく、物質でつなぐ役割も果たしているのである。

そのなおい展ではもともと作品の素材の中心に匂いがあり、その抽象性を邪魔しないようにオブジェも抽象的に配されていたが、このマウリッツハイス美術館のFLEETING展では17世紀に描かれた具象画の鑑賞体験を深めるために具体的な匂いが効果的なツールとして用いられていた。そしてどちらも匂いを宅配展覧会に使ったことにより、二つの効果が見られたが、それについては次の第三章で述べる。

3. リアリティの変容と匂いの二つの効果

3-1. 展覧会宅配におけるデジタル展覧会と匂いの組み合わせ

冒頭で述べたように、現代は様々なイベントがデジタル化されて世界各地に届けられ、またそれが同時配信でない場合はオンデマンド配信として時差を経て後からでも視聴が可能である。つまり、デジタル配信は、現実の空間のみならず時間を自由に選ぶ選択肢を与えてくれる。

一方で現代の技術的な理由から、オンライン化が容易であるのは視覚と聴覚を使うメディアである。展覧会が宅配できるのは、その多くの作品が視覚芸術であったり、音響を含むインスタレーションであったりするからだ。そののにおい展の音源やイベントライブ配信、そしてFLEETING展のヴァーチャル・ツアーも、視覚情報や聴覚情報が主であったことから実現可能であった。

しかし視覚情報も聴覚情報も、リアルな作品や現場がデジタル化された時点で「現実の複写」として一段劣った情報と認識されがちである。実際にオランダの展覧会の絵画は実際に現地に行ってみて見たかったという感想があっても不思議ではなく、同様にそののにおい展のYouTube音源がスマホから流れてきた時に音に違和感があったという指摘が複数あった。視覚情報も聴覚情報もデジタル化しやすい一方で、受取り手の鑑賞者側のデバイスによって情報の質に差が出てしまう。

これに対して嗅覚情報は、現代の技術ではデジタル化はまだまだ普及しているとは言い難い。特定の匂いを数種類くらいなら放出できる嗅覚デバイスは近年少しずつ市場で見かけるようになったが、人間が嗅ぎ分けることが可能な数万種類の匂いを実現、再現できるデバイスはまだ開発されていない。録音技術や録画技術が100年以上前から普及したのに対して、嗅覚を記録したり生成したりする技術はなぜこんなに開発が遅いのか。視覚における色の三原色のような根源的な要素が、嗅覚ではまだ見出せていないからという説もあるが、いずれにせよ現状は嗅覚のデジタル化は難しいということである。

京都とオランダの展覧会が、視覚と聴覚の情報はデジタル化して配信したのに対して嗅覚情報を物質的な箱詰めにして自宅まで配送した理由は、あくまでも嗅覚の非デジタル化という技術的限界によるものであったかもしれない。しかし両者が図らずも同じように匂いを物質的に送った結果には、大きな意味があったといえる。デジタルによる展覧会配信やイベントの配信は巷に溢れるようになったが、映像や音だけではなく匂いを物質的に宅配することを組み合わせることにより、展覧会場と自宅を強固につなぐツールとして匂いは機能していた。

映像や音源のみならず、物質的な匂いを加えることにより「今・ここにある」ものが展覧会場にも自宅にも存在し、それを同じクオリティで体験できている。またそれだけではなく、2つの展覧会で示されたように匂いには物質的存在感のみならず、それ自体が過去を想起させたり、今ここにないものを想像させたりする力をもつのである。

3-2. リアリティの変容—ヴァーチャル・リアリティを例に

ここでもう少し深く展覧会場と宅配されてきた展覧会の差異についてリアリティの観点から丁寧に見ておく必要がある。デジタル情報は、一段劣化した体験として視覚情報と聴覚情報が認識されると先述した。芸術の世界では、絵画は現地で、音は生演奏を聴きたいという願望は根強いものがある¹⁵⁾。これはあくまでも現実とは生の体験であり、デジタルに変換された現実情報は劣ったコピー情報であるという、プラトン以来の實在(実体)と仮象(影)の二元論に根差した理論を土台としている¹⁶⁾。しかし20世紀初頭にベンヤミンが看破したように、複製技術の到来を迎え、20世紀末のシミュレーションの氾濫するポストモダン¹⁷⁾を経た21世紀の現在、展覧会と宅配展覧会を

「本物」と「コピー」の差として、そう単純にとらえてもよいであろうか。

近年大きく進歩したヴァーチャル・リアリティの世界を例として見れば、ことはそう単純ではないことが見て取れる。VRは、人間の感覚をデジタル環境の中に没入させ、特殊なデジタル環境とデバイスにより、あたかも現実で過ごしているかのような没入感とインタラクションを可能にする技術のことである。実利的な目的としては、航空機のcockpitを再現し、実際に航空機操縦のシミュレーションを行うなどが有名であるが、現代では技術の進展により一般に普及したことからゲームなどにも多く使用されるようになった。

こうしたVRの世界は1980年代から様々な技術開発がなされてきたが、2016年前後を境にVRコンテンツの多様化やデバイスの低価格化を受けて一挙に市場を拡大し、多くの人が気軽にゲームなどを通じてVRに触れるようになった。そのようないわゆる2016年の「VR元年」の事象をとらえて大黒武彦は「リアリティの変容」が起こったと述べる¹⁸⁾。彼の理論によれば、それまでのVRは現実モデルを自然の原理である物理法則に支配される世界とし、あくまでもそれを模倣しつつ極限にまで近づけることを目的としていた。「リアルな体験」が指し示す内容は、あくまでもこの現実世界そっくりの体験を提供することであった。しかしVRの普及に伴い、そうしたリアリティへの感性に変化が生まれたとされる。デジタルコンテンツの中身を現実世界のミラーワールド(コピー)として設定するのではなく、アバターを通じて自由なコミュニケーションが可能になるような新たな現実感が獲得されるようになったと述べるのである。そうした世界の他者(他のアバター)との関わりというソーシャルな関係性の中でむしろ、デジタル世界内でのリアリティが生成し始めたというのである。

これは非常に重要な指摘である。物理法則にしたがった世界を模倣することなく、デジタル世界内で「それをそのものとする」現実性が獲得できるなら、「本物の体験」と「偽物の体験」の区別は意味をなさなくなる。あるのは「この体験」と「あそこの体験」という相対化である。VR体験が一般化することによって人々のリアリティに対する感性の変容が起こったのと同様に、今後アートの世界にデジタルが普及することにより、生の体験とデジタル体験が相対化される可能性をもつ。

2つの匂いの展覧会に視点を向けるなら、現地に行くことが「本物の体験」であり、宅配された展覧会は「偽物の体験」とするのではなく、展覧会場も宅配もいずれもが「こんな体験」や「あんな体験」を提供する、ということになる。そして2つの展覧会では、両者が別の体験としてかけ離れたものにならないよう、匂いがそれらの中心で蝶番として両体験を繋いでその近似性(同一性ではなく、あくまでも近似性、というよりむしろ多様性)を保証していたといえるのである。

3-3. 匂いの二つの役割—そらのおい展とFLEETING展より

そらのおい展とFLEETING展の宅配で使用された匂いについて、二つの役割を指摘したい。VRの世界では物理法則が支配する現実世界のモデルから、物理法則を超越した世界を共有することで想像的な世界を受け入れる感性の変容が起きていることを見た。

この考えになぞらえるなら、そらのおい展ではなるべく物理法則が支配する現実世界から浮遊するために、まずは視覚情報を排し、音源を抽象化し、匂いも「甘い」「酸っぱい」「暗い」などの多様な想いを想起させる広い対象をもつトリガーとして設定した。各人はそれにより自らの遠い記憶やどこにもない世界へと飛び立ったが、その際17世紀オランダというような明確な時空の行き先を指定されていたわけではなかった。しかし現実世界でそのようなトリップを日常から離れて行うのは至難であり、ここで匂いがヴァーチャルな世界へのスプリングボードとして機能したのである¹⁹⁾。他方、FLEETING展では物理法則が支配する現実世界を描き、その具体的な匂いを同時に提起することに

より、その世界観を強化していた。匂いは物理性モデルを補強する役割を果たしており、17世紀の写実的なオランダ絵画と組み合わせることでよりその力を発揮できていたと考えられる。

アート体験のデジタル化が今後もっと進み、様々な現実体験が並列的に楽しめるようになる未来において、匂いは「現実」の様々な位相の体験に、一方ではヴァーチャルな世界へのスプリングボードとなり、他方ではリアル体験を補強するものとして機能することが期待されるのである。

4. 匂いを用いた宅配展覧会によるアートとケアの可能性

これまで2つの展覧会を分析したうえで述べたように、匂いを用いた宅配展覧会は、今後様々な展開が可能であるように見受けられる。ここで改めて、そののにおい展宅配便の感想を分析したうえで、匂いを用いた宅配展覧会によるアートとケアの可能性について展望を述べたい。

そののにおい展宅配便に同封されたハガキ様のカードに回答した16名全員が宅配便の体験によって何らかの場所と時代を思い浮かべ、その内容を記載していた。思い浮かべた場所については、祖父母の家に関する回答が5名と最も多く、森や砂浜、砂利道、田んぼ、海などの自然に関する回答が3名、その他、父の葬儀、幼少時によく行った寺院、軍用品店、幼少時に訪問した両親の友人宅、海沿いの公園、ニューデリーの飛行場などの回答があった。記載の内容には、「父の葬儀の時、父が臨終の少し前に綺麗なお花畑が見えたと言ったことを挨拶で話す自分を思いだした」「4歳の頃、東京世田谷の家の『バーバの部屋』で姥と一緒に新聞の字をひろっている光景」などと詳細に書かれたものもいくつか見られた。思い浮かべた時代については、4～10歳程度の幼少期や、15～17歳頃と回答したものが多かった。いずれの人々も宅配展覧会で会場での展覧会とほぼ変わらないアート体験をしていることがわかる。

また興味深いのは、作品自体を楽しむためには、現実の展覧会が行われるような美術館より、自宅などの空間のほうが落ち着いて集中できてよかったという意見が、56歳、66歳、70歳の3名からみられたことである。高齢者に対する回想法などの現場でアートを使う場合、非常にプライベートな語りが出る可能性が高い。そういった場面でも、宅配アートの方が気兼ねなくアート体験やその後の行動に移ることができると思われる。特に私たちの研究している回想法で匂いのアートを用いる場合、自宅や施設でもナラティブが可能になることが考えられる。

また71歳の女性からは「音と香りがぴったり合った時に記憶の映像が浮かんだ。コロナの時に昔の嫌なことや恥ずかしかったことを思い出すことが多かったが、この体験の時には良い記憶が不思議と思い出された。体験後に気持ちがとても落ち着いた。」との記載があり、本人からもデジタル映像とデジタル音源、そして実際の匂いといった複合的な感覚刺激により記憶が鮮明に喚起されたことを聞き取ることができた²⁰⁾。

以上のことより、ケアの現場にデジタルの音や映像と組み合わせる形で匂いをとまなう展覧会を宅配することで、より作品に集中し、自己の内部に入り込んでいく体験が可能になっていることが見て取れる。さらに、高齢者は視覚や聴覚などの身体的機能が低下していることも多く、残された機能に複合的にアプローチできる方策をとることは有効であると考えられる。もとより嗅覚が加齢や疾病等により低下している場合も少なからず存在するが、アートの介在により「記憶の匂い」を引き出すことが

可能になることもある²¹⁾。外出が困難な高齢者や機能低下がある高齢者のアート体験に、デジタルや匂いを複合的に取り入れた宅配展覧会は大きな役割を果たすものと思われる。

5. むすびにかえて

「展覧会を宅配する」ということが一般的に高齢者も含めて多くの人に行きわたるにはその手段が必要である。コロナ禍を契機に一気に進んだデジタルのインフラにより、高齢者を含む多くの人々が、美術館で、自宅で、施設で、好きな時間に、様々な形で、アート体験を楽しめるようになった。

本論では、このデジタルコンテンツに加えて「匂い」を宅配することで、アートの新たな体験が生起していることを、京都とハーグでの匂いの展覧会宅配を分析することで明らかにした。その体験には高齢者を含む外出が困難な人々にアートへのアクセシビリティを新たな形で提供する可能性が含まれている。

匂いが様々な境界を越えて行くことに導かれてアートを美術館から解放し、リアルとヴァーチャルを結びつけたのは、時代の感性の変化であり、その感性は様々な境界を乗り越えて両者の間を自由に行き来する可能性をもつ。アートとケアの現場でこうした変化がもたらす影響は、アートへのアクセシビリティを容易にしつつ、その質的体験の強度を保つことが、匂いによって可能になったことであると結論付けられる。

謝辞

「そらのおい」展はJSPS科研費 20H01223、20H04443の助成を受けたもので、その成果の一部を本稿とした。またオランダのマウリッツハイス美術館で働いておられ、貴重な情報を提供してくださったWassenarr在住の画家、中川満鈴様に厚くお礼申し上げたい。

図表一覧

図 1,4,5 松本泰章撮影

図 2,3 岩崎陽子撮影

図 6,7,8 マウリッツハイス美術館HPより許可を得て転写
(すべてのクレジット:Mauritshuis, The Hague)<https://www.mauritshuis.nl/nl-nl/ontdek/tentoonstellingen/vervlogen-in-geuren-en-kleuren/>

註

- 1)「匂い」「香り」の使い分けについては、匂いは良い／臭いといった主観性をなるべく排して中立的に嗅覚でとらえられる対象について言い表している。「香り」は良い匂いという肯定的評価を含む対象に使用する(臭い香り、とは言わない)。
- 2)筆者たちは科研費によって2016年より2018年度末まで匂いと高齢者に関する研究を行ってきた(科研費基盤研究B「懐かしい匂い」と創造活動による認知症の人の安心できる居場所作りとその効果検証」代表 杉原百合子)。また、これを継続する形で2019年度より現在に至って匂いを使った高齢者のための嗅覚トレーニングゲームの国際共同開発(科研費国際共同研究加速基金国際共同研究強化(B)「嗅覚感応デジタルゲームを応用した認知症予防プログラムの国際共同研究」代表 杉原百合子)、また匂いを使ったナラティブアプローチによる回想法(研究費基盤研究(B)「学際的研究による「懐かしい匂い」とアートを用いた回想法プログラムの構築」代表 松本泰章)にも関わっている。こうした研究の業績として、展覧会、ワークショップ、講演会など多数あるが、主な論文に以下のものがある。
 - ・岩崎陽子・杉原百合子, 2018年3月, 調査報告「スウェーデンにおける高齢者施設と香りのアートについて」嵯峨美術大学紀要43号, 33-41頁.
 - ・杉原百合子・岩崎陽子, 2018年5月, 「なつかしい「匂い」を用いたアートによる感情変化および記憶想起の検討」AROMA RESEARCH 報文74号, 155-161頁.
 - ・杉原百合子・岩崎陽子・真板昭夫, 2018年, 「“なつかしい匂い”と創造活動による認知症の人の安心できる居場所作りとその効果検証」地域ケアリング20(6), 44-48.
 - ・岩崎陽子・松本泰章・杉原百合子, 2019年3月, 「スウェーデンにおける高齢者による香りのアート作品体験と ルンド大学BPSDレジストリ研究所訪問の報告」嵯峨美術大学紀要44号, 45-50頁.
 - ・松本泰章・岩崎陽子, 2019年3月, 「Natsukashii-Doft minnen」嵯峨美術大学紀要44号, 105-112頁.
 - ・岩崎陽子・松本泰章・杉原百合子, 2020年3月, 「スウェーデンにおける匂いのアートワークショップ」嵯峨美術大学紀要45号, 65-70頁.
 - ・松本泰章・岩崎陽子・杉原百合子, 2020年3月, 「わたしのマドレーヌ展—なつかしい匂いと記憶のアート国際展覧会」嵯峨美術大学紀要45号, 141-144頁.
 - ・杉原百合子・岩崎陽子, 2020年5月, 「日本とスウェーデンにおける認知症予防のための嗅覚訓練ゲームの共同開発」アロマリサーチ第81号, 140-141頁.
 - ・松本泰章・岩崎陽子・杉原百合子・中川晶, 2021年3月, 「香りで贈る思い出の箱—香りのアートによるナラティブアプローチ試作編」嵯峨美術大学紀要46号, 49-54頁.
- 3)2020年の自粛期間中にアメリカやヨーロッパの美術館が収蔵作品をヴァーチャル・ツアーによって無料で鑑賞できる企画をあちこちで立ち上げたことは美術館の新しい試みであった。現地に行かずともヴァーチャル空間の美術館の中を自在に動き回り、作品を細部まで見ることもできた。これに倣うかたちで一般のギャラリー展示やアートマーケット、アートイベントなどもオンラインで行われることが普及し、アート界におけるデジタル体験は珍しいことではなくなった。マウリッツハイス美術館も早くからこの試みに参加していた。参考資料:「世界の主要美術館・ギャラリーが実施するオンラインビューイング&ヴァーチャル・ツアーまとめ」, 美術手帖, 2020年11月27日, <https://bijutsutecho.com/magazine/insight/21582>
- 4)文化庁×九州大学共同研究チーム編, 2019年, 『はじめての“社会包摂×文化芸術”ハンドブック』, 27頁.
- 5)美術手帖2022年2月, 「佐藤慎也に聞く美術館の『アクセシビリティ』」, pp76-81 参照。特に美術館でのアクセシビリティについて、視覚に頼らない鑑賞体験についての議論が見られる。ここでは

美術館での盲ろう者の体験について取り上げられているが(80頁)、アートのアクセシビリティに関しては従来の視覚偏重型の鑑賞体験からの転換が鍵になるといえる。

- 6)「匂いの芸術」の嚆矢は20世紀初頭のM.デュシャンに遡る。彼は後のインスタレーションアートの手法を思わせるやり方で、枯葉やコーヒー豆を素材として匂いの展示を行った。(ジャケ(岩崎陽子監訳), 2015年、『匂いの哲学—香りたつ美と芸術の世界』晃洋書房, 190.参照)またデュシャンは《パリの空気》(1919年)と題し、パリの街の匂いを詰めたガラス瓶を、作品としてパトロンに贈っている。デュシャン以後も、1970年代以降のフルクサスのパフォーマンスやインスタレーションでは、作品の提示される空間内に、匂いを放つものが使用されるようになった。21世紀に入ると、素材としてのみならず、匂いを作品の中心テーマとした「嗅覚アート」「匂いのアーティスト」とも呼ぶべき作品や作家が次々に出てくる。ノルウェー出身のSissel TolaasやフランスのBoris Raux、また日本国内ではMaki Uedaや井上尚子などが挙げられる。ここ数年の香りブームもあり、若手作家で匂いや香りを作品に取り入れる人も増えているが、現実には美術館などの公的な場所での香料の使用には大きな制限があり、誰もが簡単に取り組めるわけではない。
- 7)ここでいう「宅配アート」は2つの側面を併せ持つ。一つは文字通り、作品を美術館に展示するのではなく、郵送などの手段で自宅に「配達」するものである。古くはネオ・ダダやフルクサスなどの「メール・アート」などがそれにあたり、郵送できるオブジェや小さな絵画、写真などを送るものがある。日本の河原温の絵葉書アートなどもこれに含まれる。一方でもう一つの側面としては「展覧会をコンパクトに収納する」という手法でもある。従来の展示会場を、小さな箱などに再現し、ポータブルなものとして移動させる。古くはデュシャンの《トランクの箱》(1941年)、また近年では小沢剛《なすび画廊》(1993年)などが挙げられる。いずれにせよ、これらの試みは、「なぜ美術館やギャラリーに行かないと作品に出合えないのか」という、美術館やギャラリーの権威主義的なあり方や美術作品の展示の場に対する問いかけをなしていると考えられる。
- 8)展覧会情報:そらのおい、2021年6月23日(水)～6月27日(日)、堀川御池ギャラリー A、キュレーター:岩崎陽子、アーティスト:松本泰章、香料協力:山河インセンス本店香煙研究所、音源協力:吹田哲二郎(京都市立芸術大学)
- 9)展覧会情報:omokagé KYOTO / AIX-EN-PROVENCE、2020年10月3日(土)～10月28日(水)、香老舗 松栄堂 薫習館 1階松吟ロビー、キュレーター:岩崎陽子、アーティスト:松本泰章、Laurence Fanuel
展覧会の詳細について以下の論文を参照。
・松本泰章・岩崎陽子・真板昭夫・橋本俊哉・海津ゆりえ, 2021年3月,「香りのアートによる時空の旅—ニュー・ブランシュ KYOTO2020 関連企画 omokagé 展—」嵯峨美術大学紀要 46号, 133-136頁.
- 10)展覧会情報:FLEETING-Scents in Colour、マウリッツハイス美術館、2月11日—8月29日(新型コロナウイルス感染拡大のため会期中に一時休館、のち再開して8月末まで延長)、ハーグ(オランダ)。
- 11)筆者たちは2021年7月末に日本からこの匂いキットを美術館オンラインショップで展覧会カタログと共に購入し、8月上旬に入手することができた。よってオランダの展覧会に直接足を運んではない。
- 12)Ariane van Suchtelen, May 2021, *FLEETING- Scents in Colour an introduction*, 展覧会カタログ FLEETING-Scents in Colour, pp13-23, 限定配信 YouTube Ruicrondleiding Vervlogen.
- 13)宅配便に含まれていなかった残りの4点の匂いは、下記の作品と共に会場で展示されていた。Pieter de Hooch, *Interior with Women in front of a Linen Cupboard*, 1663と洗い立てのリネンの匂い、*Pomander*, c.1620とポマンダー夏の香り、Jan Saenredam, *Beached Whale at Beverwijk*, 1602の竜涎香の匂い、Pieter De Grebber, *The Adoration of the Magi*, 1638の乳香と没薬。
- 14)この匂い展示の方法は他でも見られるものではあるが、コロナ下においては非常に良い方法であると思われる。手に触れることなく匂いを嗅ぐことができ、また匂いは一瞬だけ漂うので拡散しにくい。

- 15) ベンヤミンがすでに『複製技術の時代の芸術作品』の中で写真と映画を取り上げて、「いま・ここに」実在するというアウラをまとう古典的芸術と対置させたことを想起してみる。これら大量に複製可能な芸術作品は知覚そのものを変質させ、芸術におけるアウラの宿る一回性よりも、何度でも鑑賞可能な「反復性」に重きを置くようになる。「本物」の芸術の持つ一回性は「礼拝的価値」をもつとされ、一方で「複製」芸術のもつ反復性は「展示的価値」をもつとする。ベンヤミンの分析をそのまま、会場における展覧会(アウラ・礼拝的価値)、宅配展覧会(反復性と展示的価値)と考えると、100年前の複製技術の中身と現在の技術との差異があるにすぎず、両者は同じ構造をもつと考えられる。そして、ベンヤミンが最後に述べた言葉はまさに宅配展覧会に向けたものとして考察し得る。「芸術作品の複製がひとたび生じると、こんどはあらかじめ複製されることをねらった作品がさかんにつくられるようになる。たとえば写真の原板からは多数の焼付が可能である。どれがほんとうの焼付かを問うことは無意味であろう。こうして芸術作品の制作にさいして真贋の基準がなくなってしまう瞬間から、芸術の機能は、すべて大きな変化を受けざるをえない。すなわち、芸術は、そのよって立つ根拠を儀式におくかわりに、別のプラクシスすなわち政治におくことになるのである」(ベンヤミン 1999年:23頁)
- 16) プラトンは『国家』第七巻において「洞窟の比喩」として有名な記述をしているが、いわゆる芸術の世界の「本物」と「コピー」の議論はすべて最終的にこの理論にたどり着くことになる。いわゆる「手仕事」としての作品ではなく、最初からデジタルで制作されたものの場合など、現在は様々なケースが想定される。もはやこうした二元論を乗り越えていくべきと筆者は考えるが、いまだにNFTなどの動向を見る限り、デジタルにさえ「真正性」を要求するスタンスが流行するなど、芸術における「本物」志向は根強い。
- 17) ボードリヤールが『シミュラクルとシミュレーション』で指摘したように、20世紀末のポストモダンの思潮の中では「本物」と「コピー」に差異がないことがゲームのルールのように扱われてきた。
- 18) 大黒 2018: 247-330
- 19) こうした匂いの用法は新しいものではなく、洋の東西で宗教儀礼に必ず匂いが用いられたこととも通じる。匂いは日常生活(此岸)から信仰の世界(彼岸)へとジャンプするためのスプリングボードとして利用されてきた。(ジャケ 2015 :64)
- 20) 他の感想としては、宅配便に映像は含まれていないことについて、映像は展覧会場感覚を得やすいが今回の作品の場合はそれほど必要ではないという意見もみられた。また、感想の中で「布」に触れていたのは2名のみで、「布の肌触りが柔らかく、音と相まって優しい気持ちになった」「布の意味がわかりにくかった」との回答があった。一方、最高齢の男性から、香料のにおいがほとんどせず、高齢になると嗅覚が低下しているので高齢者用には香料を強めにする等の工夫が必要ではとの意見もあった。また全く嗅覚が消失している高齢者は体験そのものを拒否しており、においを手で嗅ぐような提示方法は、より嗅覚の低下を意識させることに繋がる恐れがあり、今後検討していく必要がある。
- 21) 杉原百合子, 岩崎陽子, 2018年5月28日, 「なつかしい「匂い」を用いたアートによる感情変化および記憶想起の検討」, AROMA RESEARCH 報文, 74号, 155-161頁.

参考文献

- 文化庁 × 九州大学共同研究チーム編, 2019年, 『はじめての“社会包摂 × 文化芸術”ハンドブック』
 ジャケ (岩崎陽子監訳), 2015年, 『匂いの哲学—香りたつ美と芸術の世界』晃洋書房.

大黒武彦, 2018年, 『ヴァーチャル社会の<哲学>』青土社.

服部桂, 2019年, 『VR原論—人とテクノロジーの新しいリアル』翔泳社.

ベンヤミン, 1999年, 『複製技術の時代の芸術作品』晶文社.

ボードリヤール, 2008年, 『シミュラクルとシミュレーション』法政大学出版局.

ルービン, 2019年, 『フューチャープレゼンス—仮想現実の未来が取り戻す「つながり」と「親密さ」』
ハーパーコリンズ・ジャパン.

レヴィ, 2006年, 『ヴァーチャルとは何か—デジタル時代におけるリアリティ』昭和堂.