

# 我が国におけるメディアアート振興政策の可能性

A study on the possibility of the domestic promotion policy of media art

MJC09042 今岡 佐知子  
Sachiko Imaoka

指導教官 垣内恵美子  
Adviser: Prof. Emiko Kakiuchi

## Abstract

Recently, the budget related to domestic media arts keeps increasing. On the other hand, a cultural policy research to attempt the effectiveness was not done. As for the word of “media arts”, it is not far advanced. It is influenced easily from the change in the technical improvement and the age. The definition of the word is vague. Then, this paper limits the object to the unique element that is called “media art” in media arts, researches the current status and issues of the domestic promotion policy of media art, and proposes the solution that used Japan Media Arts Festival.

[Key words]media art, media arts, Japan Media Arts Festival, YCAM, smt, ICC

キーワード：メディアアート、メディア芸術、文化庁メディア芸術祭、NTT インターコミュニケーションセンター、せんだいメディアテーク、山口情報芸術センター

## 論文の構成

- 第1章 研究の背景・目的・基本的事項
- 第2章 メディアアートの歴史
- 第3章 国内メディアアート環境整備の担い手
- 第4章 メディアアート振興に向けて
- 第5章 まとめ

## 第1章 研究の背景・目的・基本的事項

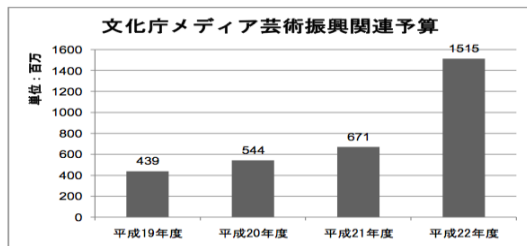
### 1. 背景

さまざまなテクノロジーの発展とともに世界情勢が大きく変化する中、芸術分野においても、近代以前に考えられていた芸術という枠では説明することができないような、新しい領域の作品が次々と誕生している。その代表格ともいえる芸術領域が、メディア芸術である。芸術と先端技術が結びつくことによる美的体験の多様化・多元化は、そのまま芸術の多様化となり、21世紀に入ってからの我が国の文化政策にも考慮すべき点として、影響をもたらし始めている。実際に、文化庁の、新しい芸術分野としてのメディア芸術関連予算はここ数年増加傾向にある。

この背景には、日本におけるメディア芸術への関心が年々高まっており、国による文化政策の一部として施策が講じられるべきだとの考えが浮上してきたこともひとつの要因として考えられる。

メディア芸術の中には、メディアアートと呼ばれる芸術領域が含まれているとされる。この領域はコンピュータなどのテクノロジーと関係が深く、情報工学などの科学技術分野からの研究も積極的に行われている。一方、この領域を対象とした文化政策に着目した研究は、現時点ではほとんど見られない。しかし、文化予算としてのメディア芸術振興予算が拡充されている現状を踏まえ、今後その有効性を検証するためにも、現時点で文化政策としてのメディアアート振興政策について、今後の方向性を示唆することは、現状において重要なことであると考えられる。

メディア芸術の中でも、特に映画に対する振興施策は従来から積極的に行われてきた。ここ数年は漫画やアニメーション、ゲームなどのコンテンツに対しても、文化庁だけでなく、経済産業省によるコンテンツ産業強化政策やクールジャパン戦略、外務省によるポップカルチャー外交政策など、他省庁でもさまざまな施策が行われている。このような「文化産業」の隆盛は、これからの日本経済を牽引する大きな可能性を秘めている一方で、芸術の一方的な消費に終始してしまう危険性も孕んでいる。今後、産業を離れ、あくまでも「文化芸術」の域内にあるメディア芸術の振興を考えなければならない時点に来ていると考えられる。



平成19年度～21年度：文化芸術立国プロジェクトの推進 ① 文化芸術創造プラン  
② 日本映画・映像 振興プランの推進 ③ メディア芸術振興総合プログラム  
平成22年度：我が国の優れた文化の国内外への発信 ① 優れた舞台芸術・メディア芸術等の戦略的発信 ② メディア芸術の振興

## 2. 研究の目的・方法

以上の背景を踏まえ、本研究ではまず、国内のメディアアート関連政策の歴史と現状を整理し、メディア芸術の一分野として取り扱われている国内のメディアアートの特殊性を表し、検討すべき課題を示す。その上で、その解決のための手段を模索し、検討するが、その手段のひとつとして、現行の事業を拡充する方向を考え、文化庁メディア芸術祭の新たな活用を提示することとしたい。本論文は、従来の芸術とも、欧米の「メディアアート」とも性質の異なる、日本独自の発展を遂げつつある「メディアアート」はどのようなものなのかということに着目し、その発展がどのような経緯を経て行われてきたのかを明らかにするものである。

## 3. 本論文における言葉の定義

### (1) メディア芸術

現在、わが国における「メディア芸術」とは、2001(平成13)年12月7日に施行された文化芸術振興基本法第9条においては、「映画、漫画、アニメーション及びコンピュータその他の電子機器等を利用した芸術」と定義されている。したがって、本論文においては、「メディア芸術」という言葉を使用する際には、文化政策という観点を考慮し、原則としてこの定義を元にするものとする。しかし、メディア芸術にあたる分野は新規性が高く、メディア芸術という言葉が使用され始めてからまだ日が浅いこともあり、この言葉は文化庁のかかわる事業でのみ用いられていることがほとんどである。また、その定義の詳細は現在でも変化し続けているという現状もある。

### (2) メディアアート

メディアアートは、一般的には複製技術時代以降の芸術であると言われる。メディアアートという言葉が浸透し始めたのは90年代初頭のことであり、それ以前にはテクノロジーアートやサイエンスアート、コンピュータアートなど、さまざまな呼び方をされていた。しかし先述のように、メディアアートを内包するメディア芸術の定義づけが不十分であると同様に、メディアアートと呼ばれる芸術領域が誕生している事実の一方で、その言葉の明確な定義付けを行うことは実際には非常に困難なことである。その理由は、メディアアートを形成する媒体であるテレビやビデオ、コンピュータなどのデジタル技術が急速に進歩し、現在でも多様化し続けているためである。つまり、メディアアートは現在でも表現方法や展示方法が変化し続けている、成熟し

ていない芸術領域ということができる。本論文では、そうした現状を踏まえた上での定義を行っている。

一般的にメディアアートは、「基本的にコンピュータを中心とするメディアテクノロジーを作品に内包することによって成立したひとつのジャンル」<sup>1</sup>として捉えられることが多い。また、三井秀樹氏によると、「現代のテクノロジー・アートが他の表現様式には見られない大きな特徴とは、これまで述べた視覚効果や芸術のメディア性もさることながら、そのインタラクティブ性にある。インタラクティブとは、芸術作品と鑑賞者が対話しながら作品を作り上げていく、あるいは観客が何らかの形で参加することによって作品としての芸術性が成立する」<sup>2</sup>とある。政策的視点においても、インタラクティブ性の重要性については言及されている。2009(平成21)年8月に発表された「国立メディア芸術総合センター(仮称)基本計画」においては、メディアアートの大きな特徴の一つは、近代以前の芸術作品とは異なり、従来は受容者であった観客の主体的な参加が作品に影響を及ぼし、その結果表出したものも作品の一部となる、インタラクティブ性を備えたものであるということができるといふ趣旨の記述がみられる。

また、一般にメディアアートと呼ばれている表現領域は、欧米と日本では対象とする領域には異なっている部分があると言われている。欧米におけるメディアアートとは、コンピュータなどのデジタル技術を用いているものに限らず、映画やビデオを含めた幅広い意味でのメディアを対象とした作品を意味しているのが特徴<sup>3</sup>である。そしてそれらの作品は基本的にファインアートの範疇で、現代美術の一分野として取り扱われることが多い。一方、日本におけるメディアアートは、西洋美術の文脈から国内に伝わってきた分野ではあるが、欧米でメディアアートとして扱われているものの中でも、コンピュータなどの電子機器を用いた表現に限られる傾向がある。また、電子機器を用いている作品であればエンターテインメント性の高い作品もメディアアートに含まれるとされているため、ファインアートとしての扱いを受けないことが多い。このような違いを踏まえ、国内におけるメディアアート振興についての考察を行う本論文では、日本におけるメディアアートに対する考

<sup>1</sup> 白井雅人他(編)『メディアアートの教科書』(フィルムアート社、2008年)

<sup>2</sup> 三井秀樹『テクノロジー・アート』(青土社、1994年)188頁

え方を基本としている。

さらに、メディアアートが絵画や彫刻のように決まった形を持たない芸術領域である以上、先端的なデジタル技術を表現の手段として積極的に用い、そのことを自身の特徴とする作品であるならば、その表現様式はどのようなものであっても構わないと考えるべきである。

以上のことから、本論文ではメディアアートを次のように定義する。

①コンピュータなどの電子機器を用いた芸術領域である。

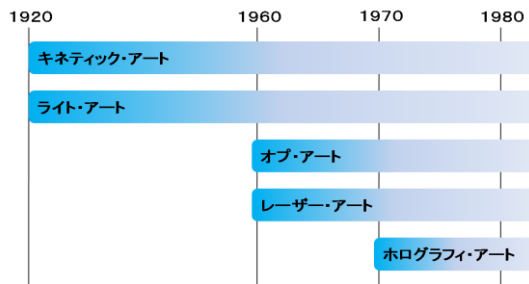
②双方向性を有しており、鑑賞者の参加体験を可能とする。

③「いま・ここ」でしか体験できない芸術作品である。

この三点の条件をすべて満たした作品が、メディアアートに当てはまるものである。

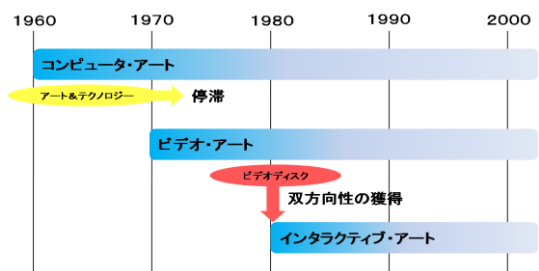
また、2010(平成22)年度のメディア芸術振興施策に対する各事業の対象部門は、「(1) デジタル技術を用いて作られたアート(インタラクティブアート、インスタレーション、映像等)(2) アニメーション(3) マンガ(4) ゲーム」とされている。この中でも特に、本研究の対象となるメディアアートは「(1) デジタル技術を用いて作られたアート」に含まれているものと考えることとする。

## 第2章 メディアアートの歴史



メディアアートの起源は、1920年代に誕生したキネティックアートであると言われる。これは、風などの自然の力を受けて動く、金属などでできた立体作品のことで、代表的なものにモビールがある。それからまもなく、キネティックアートに光を当てることで、物体と共に揺らめく影の動きも鑑賞の対象とするライトアートが生まれた。また、1960年代には幾何学的な抽象画をモチーフにして、鑑賞者に錯覚を起こさせる平面画であるオブ・アートが制作されるようになった。代表的な手法として、二次元に描かれた絵や模様を、三次元の立体であるかのように見せるものがある。この手法は、現在の3D表現に大きな影

響をもたらしたと言われている。また、この頃からテクノロジーの発達も芸術にも影響を及ぼし始めた。まず表現の手法として取り入れられたのがレーザー技術である。1970年代には、レーザー技術は舞台装置などにも幅広く取り入れられ、その表現方法も多様化していった。このように、レーザー技術を用いた芸術を、レーザーアートと呼ぶ。時代が進むごとにテクノロジーは進化し、レーザー光線によって立体的な映像を投影できる手法が開発された。これは、ホログラフィアートと呼ばれている。これらのさまざまなジャンルの芸術が融合したものが、今日のメディアアートにつながっていく。



そして、今日のメディアアートに直接つながる芸術分野が、コンピュータアートとビデオアートである。1960年代に誕生したコンピュータアートは、当時普及し始めていたコンピュータを表現に利用したものであり、企業の技術的バックアップのもとでアーティストが作品を制作する、「アート&テクノロジー」と呼ばれる運動が盛んに行われた。日本においても、1969年にはソニーが展覧会を開催し、1970年の大阪万博でも企業のパビリオンでテクノロジーを駆使したアートが登場した。この動きは70年代まで続くものの、制作費用がかさんだことや、美術の世界から「商業主義的だ」との攻撃を受けたことを原因に、次第に衰退していく。一方、1970年代には家庭用ビデオデッキやポータブルビデオを利用したビデオアートが制作されるようになった。初期の作品の多くは単純な映像作品であったが、次第に撮影機材と、映像を映し出すモニタを組み合わせた空間芸術と呼べる作品も現れた。また、大きなスクリーンに映像を投影することで、鑑賞者が作品の中に入ったように思わせる作品も登場した。こうして誕生するのが、インタラクティブアートである。その大きな契機となったのが、リモコン操作で瞬時に任意の場面を呼び出せる機能を搭載したビデオディスクの登場である。観客の動きを撮影した映像を、コンピュータ制御されたビデオディスクのリモコン操作によってランダムに呼び出し、新しい映像を映し出すといったような、作品と鑑賞者が双方向に影響しあう表現方法が盛んに行われるようになった。現代の

メディアアートは、この表現の延長線上にあるものといえる。

### 第3章 国内メディアアート環境整備の担い手

国内で最も早い時期にメディアアートを対象とした事業に着手したのは民間企業であり、70年代から90年代にかけて、国内外のアーティストの作品展や公募展、コラボレーションなどが行われ、NTT インターコミュニケーションセンター (ICC) も開館した。ICC は1997年に開館し、メディアアート作品の展示などを行っているが、経済不況の影響もあり、2000年に施設の床面積が半分に縮小され、今に至る。80年代からは自治体によるメディアアート関連の取り組みが始まり、芸術祭などが定期的に開催された。2000年代にはメディアアートを扱う公共施設として、次の二つの施設が開館した。一つ目は、2001年に開館した仙台市にあるせんだいメディアテークである。図書館を併設しており、メディアアートに関する自主事業の他に、市民の活動支援事業にも力を入れている他、総合的に情報ネットワークに対する意識とスキルの向上をはかることで、市民力の向上につなげることを活動目標としている。二つ目は、山口市にある山口情報芸術センター (YCAM) である。開館までに建設中止運動が起こり、事業計画の見直しを行うなどの紆余曲折を経て、2003年に開館した。図書館を併設している。メディアアートにまつわる自主企画は、作家が現地に滞在し、制作を行うアーティストインレジデンスの方法を取っている。その他、パフォーミングアーツや教育普及事業などにも力を入れている。

しかし民間主体の事業も自治体主体の事業も、着手した当初のように活発に活動している例は極めてまれであり、国内で新しい文化を根づかせることの困難さが浮き彫りとなっている。

一方、国が主体となったメディアアート振興が開始されたのは、1997(平成9)年のことである。ここでの報告を受けて、文化庁はメディア芸術祭を開催し、2001(平成13)年に制定された文化芸術振興基本法では、第9条にメディア芸術の振興が盛り込まれ、明文化された。その後、2007(平成19)年度からはメディア芸術振興総合プログラムが開始されるなど、人材育成や海外への発信などにも着手するようになった。また、メディアアートは科学技術分野からも着目され、独立行政法人科学技術振興機構による戦略的創造研究推進事業において、メディアアート作品などの制作を支援する基盤技術についての開発も行われ

ている。

### 第4章 メディアアート振興に向けて

#### 1. 文化庁メディア芸術祭

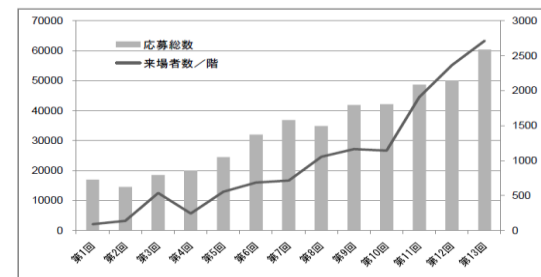
文化庁メディア芸術祭は、メディア芸術の創造と発展を目的として、1997(平成9)年度から開催されている。年に一度、世界各国から作品を公募し、優れた作品を顕彰するとともに、受賞作品の展示を行っており、2010(平成22)年度までに14回開催されている。

	開催年度	開催日数	会場
第1回	1997	2	新国立劇場
第2回	1998	4	新国立劇場
第3回	1999	7	草月会館
第4回	2000	6	東京都写真美術館
第5回	2001	10	東京都写真美術館
第6回	2002	11	東京都写真美術館
第7回	2003	10	東京都写真美術館
第8回	2004	10	東京都写真美術館
第9回	2005	10	東京都写真美術館
第10回	2006	9	東京都写真美術館
第11回	2007	10	国立新美術館
第12回	2008	10	国立新美術館
第13回	2009	10	国立新美術館
第14回	2010	11	国立新美術館

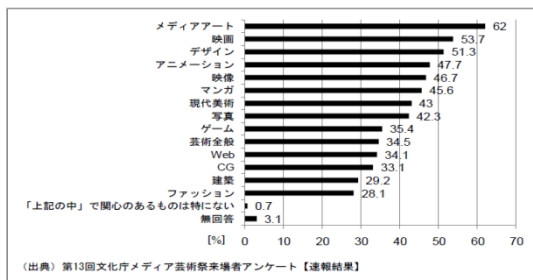
また、2003年度からは日本のメディア芸術振興に大きく貢献した人物に対し、功労賞が贈られており、これには、メディアアート作家も選ばれている。

#### 2. メディアアート普及の必要性

メディア芸術祭の応募作品数と来場者数は開催当初から増加傾向にある。



また、アンケートによる来場者の関心事を見ると、メディアアートに関心があると答えた人の割合は最も高いものとなっている。



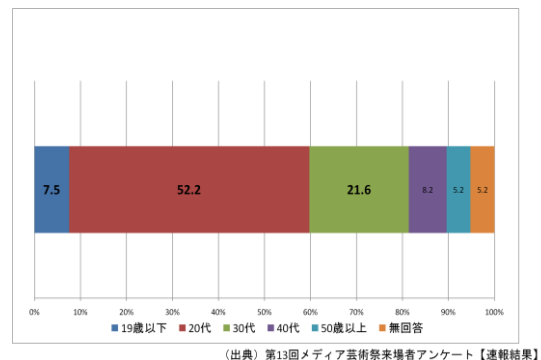
このことから、メディアアートという芸術領域は、一般に浸透しつつあるのではないかとと思われる。

一方で、2009(平成 21)年 10 月には、メディアアートをはじめとするメディア芸術の国際的な拠点として整備が検討されていた、国立メディア芸術総合センター事業の関係予算が執行停止になるという事態も起こっている。この事業は、文化振興だけでなく観光の振興、産業の振興にも寄与するものであるとして、2008 年から検討が行われていた。メディア芸術全般について、幅広く事業を行う方向で検討が進められ、「早急な整備が必要」とされていたが、具体的な整備の日程などは決められていなかった。しかし、2009(平成 21)年度、経済対策として補正予算案に 117 億円が計上され、年度内の土地購入と建設着工に向けて急ぎ準備委員会が発足しました。2ヶ月にわたる議論の末、基本計画が策定されたが、各方面から批判が相次ぎ、関係予算の執行停止が閣議決定された。執行停止の要因は、計上された予算のほとんどが土地購入費と建設費であったこと、自己収入のみでの運営が難しいと考えられること、機能が広範にわたること、対象となるメディア芸術のうち、アニメや漫画ばかりが目され、「アニメの殿堂」「国営マンガ喫茶」という印象を持たれてしまったことなどが挙げられる。

このように、メディア芸術総合センターの建設が中止になる一方で、メディア芸術祭の来場者数は増加している。この違いの要因のひとつとして、メディアアートの特殊性に焦点を当てたい。マンガ、アニメーション、ゲームなどは、技術的複製芸術としての性格を持ち、いつでもどこでも鑑賞することが可能である一方、メディアアートは、展示空間や鑑賞者の行動によって、作品は大きく変化する。技術的複製は可能であっても、作品そのものは「いま・ここ」でしか鑑賞することのできない芸術である。つまり、メディアアートにとっては、作品を鑑賞する場の整備が必要であると考えられる。

3. メディアアート鑑賞機会の拡大に向けて  
そこで、本論文では、メディア芸術祭のアート部門の受賞作品をいつでも鑑賞できる場を整備することを提案する。アート部門の受賞作品にはインタラクティブアートやインスタレーションなど、本研究におけるメディアアートにあたると思われる作品が含まれている。現在、メディア芸術祭の一日当たりの来場者数は約 5,000 人であり、作品の魅力を十分に鑑賞あるいは体験できる環境であるとは言えない。また、開催期間を終えると、受賞作品を鑑賞することは極めて難しい。メディアアート鑑賞への入り口として機能してきたメディア芸術祭を、継続して鑑賞できる場として整備することで、蓄積の場としていくことが重要であると考えられる。これは、必ずしも新規施設を設置せず、既存施設を活用することで実現できる。

また、メディアアートを振興することにより、次のような効果が得られると考えられる。1 点目は、若い世代に芸術に触れる機会を提供できること。メディア芸術祭のアンケートによると、来場者の約 80 パーセントが 30 代以下であるという結果が出ている。



2 点目は、日本独自の文化として発展する可能性があることである。従来の芸術と同じではなく、欧米の定義とも異なる日本のメディアアートは、今後、日本独自の文化としての価値観を確立していく可能性がある。

また、長年にわたる事業の継続のためには、現在個々に活動しているメディアアート関連施設の相互連携が重要役割を果たすことになる。変化し続けるメディアアートという芸術領域に対する価値観の確立や展示作品の保管など、生じる課題を解決していくためには、各施設のこれまでの活動で蓄積されてきたノウハウなどの資産を活用することが最も効果的である。現時点で、各施設の連携と知識の共有を促進する仕組みは、検討されてはいるものの本格的な運用段階にはない。本研究で提示したメディアアート振興政策を推進して

いくためには、国が中心となって各施設の相互連携を促す枠組みを今後検討していくべきであると考えます。

## 第5章 まとめ

我が国のメディア芸術に対する注目度は日に日に高まっており、文化庁によるメディア芸術関連予算もここ数年で急増している。本研究においてはメディア芸術の中でもメディアアートと呼ばれる表現領域を対象を限定し、メディアアート振興のための政策が、我が国においてどのような主体によってどのように行われてきたのかをまとめ、現状と課題を明らかにし、国による最も大きなメディアアート政策である文化庁メディア芸術祭の新たな活用法を検討した。

今回の調査を通して、民間主体の事業も自治体主体の事業も、現時点で当初のように活発に活動している例は極めてまれであることが明らかとなった。地域の独自性を生かし、歴史的背景に基づいた形で、新しい文化を根づかせることの困難さが浮き彫りとなっている。

一方で、国が主体となったメディアアート振興政策は、メディア芸術振興政策の一環としてこれまで行われ、その規模も拡大しつつある。本研究ではこの点に着目し、国が主体となったメディアアート振興について歴史と現状を調査した。

国によるメディアアート振興政策の中でも最も大きな事業として継続されているのが文化庁メディア芸術祭である。来場者に対して行われたアンケート結果によると、メディア芸術各分野の中でも、メディアアートに関心があると答えた人の割合が最も高いという結果が出ている。つまり、メディアアートは、他のメディア芸術と比べて、メディア芸術祭の来場者から多くの関心を寄せられている分野であり、メディア芸術祭への注目後の高まりとともに、その認知度は今後も増加していくものであると考えられる。

しかしながら、2009(平成21)年にはメディア芸術の国際的な拠点として設置が決定した国立メディア芸術総合センター(仮称)の建設が中止になるという事態も起こっている。しかし、メディアアートは展示空間や鑑賞者の行動によって作品が大きく変化するため、技術的複製は可能であっても、作品そのものは「いま・ここ」でしか鑑賞することのできない表現領域であり、時間芸術に非常に近いといえる。メディアアートには、作品を鑑賞するための環境整備が必要であるということが出来る。

また、メディアアートを振興することによ

り、以下の効果が得られるのではないかと考える。

①若い世代に対して芸術に触れる機会を提供する可能性がある。

②日本独自の文化としての発展することで、同様に独自の価値観を確立し、一方で一般に浸透することで、のちに我が国の文化発信に貢献する可能性がある。

本研究ではメディア芸術祭アート部門の受賞作品について、展示期間を拡大し、常に鑑賞することのできる環境を整備することを提案した。メディア芸術祭を、メディアアートに触れる経験の蓄積の場としても機能させていくことは、2011(平成23)年度で15回目を迎えるメディア芸術祭の今後の役割として求められていることのひとつであり、我が国におけるメディアアートの振興に大きく貢献する事業となるのではないかと考える。

この事業を継続して行っていくためには、それぞれの作品の展示期間をどのように設定するのか、収集した作品をどのような形で保管するのかといった課題も残される。また、今後も変化し続けるメディアアートという芸術領域に柔軟に対応することのできる制度の構築も視野に入れなければならない。この課題を克服するためには、国が中心となって各施設の相互連携を促す枠組みを今後検討していくべきであると考えます。