アート・ドキュメンテーションにおけるメディア考

大久保逸雄*

Consideration on media in the field of art documentation

OHKUBO Itsuo

[著者抄録] アート・ドキュメンテーションの分野におけるメディアは、色や形で成り立っている視覚情報とそれに関する文字情報を伝達し、保存するための媒体のことである。本稿では、アート・ドキュメンテーションのメディアの果たすべき役割を考察し、様々なメディアの特徴を定義づける。まず「イメージ」と「ことば」の相互関係に着目し、メディアを体系的に把握する必要性を指摘する。次に視覚情報メディアの発生と流布を歴史的にたどり、それらが社会的構造に及ぼした影響を技術進歩との関連から考察する。さらに様々な視覚情報を分析し、視覚情報の複製品が以前より注目され「オリジナル」と「コピー」の区別が意味をもたなくなっている社会的変容について述べる。

[著者付与キーワード] アート・ドキュメンテーション, メディア, 視覚情報, 文字情報, 複製, 美術史, バーチャルリアリティ, マルチメディア, 情報化社会

[Author Abstract] In the field of art documentation, media provide measures necessary to communicate and preserve visual information composed of colors and forms, as well as relevant textual information. The aim of this essay is to examine the aspects of media's functions in art documentation and to determine characteristics of various media. First, it points out the necessity of systematic comprehension of media through observing the relationship between images and language. Second, the birth and dissemination of visual information media are historically traced, and their influence on the social structure is examined in connection with the technological progress. Third part of this essay analyzes a variety of visual information media and describes the social change in which the duplication of the visual information has become more conspicuous than ever, thus making the distinction between "originals" and "copies" meaningless.

[Keywords by Author] art documentation, media, visual information, textual information, copies, history of art, virtual reality, multi-media, information society

* 武蔵野美術大学 (〒187 小平市小川町1-736) Tel. 0423(41)5011
Musashino Art University (1-736, Ogawacho, Kodaira-shi, 187)

編集委員会註：本稿は、アート・ドキュメンテーション研究会により編集・発行された、『アート・ドキュメンテーション研究』（年刊）No. 3 (1994, 3) に掲載されたものを、同研究会および著者のご好意により転載させていただきました。

1. なぜメディアを問題にするのか

アート・ドキュメンテーションにおいて、メディアをどのように考えるかは、出発点であると同時に到達点でもある。なぜなら、アート・ドキュメンテーションはメディアを対象にして初めて成立する分野であり、そのメディアについての考え方が整理されないと存在意義を失ってしまうからである。

それでは、アート・ドキュメンテーションにおけるメディアとは何か。形と色を構成要素とした視覚情報と、その視覚情報に関わる文字情報を伝達したり保存したりするための媒体、またはその定着物のことである。したがって同じメディアという言葉ではあっても、メディア関連の産業や活動、たとえばマスメディアとか放送メディアなどは、間接的な対象にしかない。

明らかに、アート・ドキュメンテーションにおけるメディアには、視覚情報メディアと文字情報メディアとがある。そして、この両者は相互に密接な関係をもっているのであるが、視覚情報メディアがあって初めて文字情報メディアがそれに寄り添う関係にあることが特徴的である。このように、「イメージ」と「ことば」の主従関係に着目してメディアを体系的に把握すること、これがアート・ドキュメンテーションの出発点なのである。と同時に、メディアに対する理解と洞察力が何よりも必要とされるゆえんも、ここにある。

アート・ドキュメンテーションにおいてメディアをとくに意識しなければならない第二の視点は、視覚情報メディアの発生と流布に関わる社会的構造をどのように把握するか、である。自然や神のような人間の力を超えるものへの畏怖の念を形と色で表現することによって美術が誕生し、視覚情報メディアとして定着した。ベンヤミンのいう美術作品の「礼拝的価値」の段階であるが、次には作品の流布を求めて「展示的価値」へと重点が移行する。そしてオリジナルとコピーの問題が生まれてくる。さらに写真の発明があり、製版技術の進歩があり、純粋美術と応用美術の自己主

張、葛藤または共存という現象が生まれ、視覚情報メディアはますます多様化していく。この多様化の実態をどのように把握するか。

さらに、「ほんもの」と「にせもの」を区別する意味がなくなってしまうような視覚情報メディアが出現したため、その多様化の行方をどう見定めたいかが重要な課題になる。すなわち、視覚情報を一目で確認できないメディアの登場である。視覚情報をデジタル化して搭載したテープやディスクは、コンピュータを介在させないと視覚情報を見ることができない。スライドがプロジェクターを必要とする関係とは、まったく違った事態である。もとの視覚情報とは似ても似つかぬ形に変えられてしまっていて、ここでは視覚情報のシミュレーションだけが関心事になっている。限りなく視覚情報の擬似化が押し進められていく。この事態をどのように受け止めればいいのか。

メディアについての理解を深め、具体的なドキュメンテーションの成果を期待するためには、少なくともこれら三つの視点に関する考え方の整理が不可欠ではなかろうか。

2. 視覚情報メディアと文字情報メディア

アート・ドキュメンテーションの分野では、視覚情報メディアが主たる対象になり、それを補うものとして文字情報メディアがある。この主従の関係は、他の分野には見られない特徴である。もちろん、両者はそれぞれ独立した存在であって、それぞれが独自の体系化を目指していることはいうまでもない。美術史関係文献に関わる情報処理は、それだけで完結可能な領域である。しかしながら、それらの文献に盛り込まれた文字情報は、何らかの視覚情報ないし視覚情報メディアを対象にしたものであって、その意味で両者は補完的關係にある。もともと視覚情報そのものについて理解するためには、「ことば」による説明が必要なのである。

ハーバード大学フォッグ美術館のフライターク氏は、ある論文で興味深いエピソードを紹介して

いる²⁾。それは、美術史の授業方法に関する二人の先生の対照的な姿勢についてである。一人はハーバード大学で美術史講座を始めたノートン教授 (Charles Eliot Norton, 1827-1908) であり、いま一人はベルリン大学で美術史講座を担当したヘルマン・グリム (Herman Grimm, 1828-1901) である。同時代に生きた二人は、誕生して間もないスライドを学生に見せるかどうかをめぐって、対照的な態度をとったという。

ノートン教授は、学生たちにイメージを突きつけるよりは、ルネッサンス期の詩や散文の著作に没頭させた。つまり、彼は文学を通して正しい受容の態度を学生たちに教え込もうと努めたのであった。その結果、学生たちがやがては本来の場所で見ることになるオリジナルは、彼らの心と美的感性に対して、予想できる、適切な衝撃を与えることになる³⁾。

グリムも基本的にはノートンと同じ考えであったが、グリムは「学生たちにイメージ突きつけた。」われわれの文脈で最も注目に値する [二人の] 共通点は、芸術は審美的にばかりでなく情緒的に経験されなければならないという信念であり、偉大なる詩と文学はその目的に対する最も重要な調整装置の一部であるという信念であった。しかしながら、グリムは複製を避けなかった。彼はスライドを広範囲にわたって使い、美術史の授業に対するスライドの革命的な衝撃について新聞記事を書いた。逆説的ではあるが、ノートンが視覚的芸術への非視覚的接近に彼の目標を設定した、まさにその同じ芸術経験を学生たちに用意してやるために、グリムは複製を使ったのである⁴⁾。

このエピソードは美術複製に関する論文の中で紹介されたものであって、ここで長々と引用した趣旨とは違う。ここでの引用の趣旨は、「イメージ」と「ことば」の関係に注目することなのである。18世紀後半のヴィンケルマン (Johann Joachim Winckelmann, 1717-69) の『古代美術史』(1764) に始まるといわれる近代的美術史学は、1826年のニエプス (Joseph Nicéphore Niépce, 1765-1833)

のヘリオグラフィによる世界最初の写真、1839年のダゲレオタイプの発明に端を発する写真技術の急速な発展の洗礼を受けて、オリジナルとコピーをめぐる美術史学者たちのさまざまな反応と論争を招いた。19世紀後半のノートンとグリムの時代にはスライドさえ作られるようになっていた。

視覚的なものへの反応は感性的で情緒的であるという点で、ノートンとグリムは一致していたし、その二人の生きていた時代から100年後の今日でも異論をはさむ余地のない事実である。そして、二人とも詩と文学が醸し出す世界を経験することによって、ルネッサンス期の美術作品のオリジナルの感動を経験できると考えた。「イメージ」の感性訴求と「ことば」の理解への補完作用との関係を見て取ることができるのである。

アート・ドキュメンテーションの分野では、取り敢えずはイメージ検索における「ことば」の整理、すなわちシソーラスの作成の問題に帰着させることができる。しかし、フライターク氏が紹介しているエピソードでも明らかのように、問題はそれほど簡単ではない。視覚情報メディアが文字情報メディアと相互補完関係にあるとはいっても、文字情報メディアによって想像の世界が広がることだってあるし、逆に文字情報メディアを通して想像していた視覚世界が、実際の視覚情報メディアに触れることによって萎んでしまうことだってありうるのである。

よしんばシソーラス作成の問題に限定したとしても、このようなレベルの問題を無視してしまうことはできないのではないだろうか。なぜなら、「イメージ」と「ことば」の相互関係を、そのまま人間の感性と理性の相互関係に対応させるだけでは、人間の思考と想像力の豊かさや創造性の問題を解決することにはならないからである。そんなことをシソーラスに期待すること自体がおかしいといわれるかもしれない。しかしながら、メディアという「モノ」は、その中に内包している「イメージ」と「ことば」を伝達することによって、「モノ」から脱却して意味をもちうる。言い換えれば、シソーラスには「モノ」としてのメディア

から人間にとっての「意味」を橋渡しする機能が期待されるのである。

3. 視覚情報メディアの発生と流布

視覚情報がメディアとして定着した初期的形態は、洞窟や古墳の壁画であり、埴輪などの副葬品であった。超越的なものに対する感情や意思を平面と空間の造形として表現し、他者へ伝達しようとした。すでに触れたように、これはベンヤミンのいう「〈いま〉〈ここに〉しかないという芸術作品特有の一回性」⁵⁾による「礼拝的価値」に基づくものであり、時間と空間の共存性が特徴である。

しかし人間は、この時間と空間の共存性に満足することはできず、時間と空間の枠を取り払って美術作品に「展示的価値」をもたせようとした。視覚情報メディアとしての複製の登場である。ベンヤミンは「複製技術のすすんだ時代のなかでほろびてゆくものは作品のもつアウラである」⁶⁾という。しかし、より多くの人々と共有し合いたいという欲求は、造形表現の初めからあったように思われる。オリジナルとコピーの関係は、表現活動と表現受容行動をめぐる表裏の関係なのであって、アウラの有無で規定することはできない。メディアとしての複製を区別することはできても、美術作品のアウラを問題にすることには無理がある。ベンヤミンは複製芸術を擁護したいあまりに、オリジナルとコピーの関係を必要以上に意識してしまったのではないか。アウラを感じるのはメディアの受け手であって、メディアそのものには「一つしかないもの」と「複数あるもの」との区別があるだけなのである。受け手がどう感じるかは次元の異なる問題である。

その一方で、生活に必要な意思を伝達するために、また生活のための道具を作るために、色と形を基本にした視覚情報のメディア化が必要であった。このレベルの視覚情報メディアは、便宜上芸術作品の発生と流布の問題と分けて考えることができるが、美術作品と同じくらい古くから人間の生活とともに存在していた。

しかし芸術作品の場合と違って、オリジナルとコピーを区別する志向性はなく、複数あることが前提であった。視覚情報メディアは、人間の感情や意思を伝達して、それらに関する知識を共有化しようとするばかりでなく、人間生活の道具としても機能しているわけである。言い換えれば、視覚情報メディアには伝達機能をもったものと道具としての機能をもったものがあり、前者では「複製」であるか否かが問題になってきたのに対し、後者では初めから「複製」であることが宿命づけられていた。

問題が拡散しないように、絵画とその複製の問題に絞って、視覚情報メディアの発生と流布の関係を探ってみたい。絵画は材料、下地、対象、表現技法などの多様化とともに、多様な歴史をたどってきた。すでに触れたように、もともと「礼拝的価値」志向によってその歴史が始まったのであるが、より広い流布を目指して「展示的価値」が付与されるようになった。それでも絵画の流布は限定的であるため、伝達機能をもった版画が登場することになる。木版、エングレーヴィング、エッチング、リトグラフといった版画技術の展開である。

この版画の歴史には二つの過程がある。一つは「ほんもの」を複製して広く流布させようとするものであり、もう一つは新しい流布のための表現手段にしようとするものである。これら二つの過程を区別するのは、オリジナルに対するコピーとしての版画と、オリジナル＝コピーという版画とがあって、複製の意味が異なるからである。すなわち、ベンヤミンもこだわった、「複製」と「複製芸術」の違いである。複製技術だけに着目すれば、ほとんど二つを区別する意味はない。視覚情報メディアとして同種のものだからである。

この意味のない区別が意味をもってくるのは、絵画のグラフィカルな複製化が19世紀の写真の出現によって様相を一変してからである。オリジナルに対するコピーとしての版画を否定する契機となり、写真の凸版印刷が可能になって、「複製芸術」としての版画が新たな意味をもつようになったの

である。

いわゆる活版印刷術の発明よりも重要な技術革新として、凸版による写真製版を評価したのは、ウィリアム M. アイヴィンス (William M. Ivins, Jr., 1881-1961) であった。彼は次のようにいう。

今日ハーフ・トーンと呼んでいる手順が試されたのは1870年代であった。この方法は交差線網版スクリーンの発明によって80年代や90年代に結実した。すなわち下絵師の手も彫版師の手もわずらわさずに絵で知らせる刷版ができる仕組が完成したのである。それが大変重要なことは、製版のための線が通常の視覚では感じられることがなく、視覚的な報知をする線とはっきり異なっている点である。昔の手作業の版づくりでは、製版のための線と報知のための線が同じであったため、線の性格や表現内容より、製版のための線の方がはるかに重きをなした。写真やハーフ・トーンのように製版のためと報知のための二組の線や点に分化されて別の役割をするようになり、製版のための線や点が普通に見ただけでは見えなくならなければ、原画どうりの絵を報知できる見込みはないのである。人類は遂に、線構成特有の記号的介入がない画報を製版する方法を獲得したのである。人類のコミュニケーション史全体を通じて、これ以上の目ざましい進歩がかつてあったかどうかは疑わしいほどである⁷⁾。

アイヴィンスの写真および写真製版に対する評価は、それなりに説得力がある。しかし、複製という視点からは写真および写真製版にも限界がある。どんな方法であれ、絵画のステートメントを作るには、絵画のもつ色と形を構成要素とするシンタックスを無視することはできないし、このシンタックスは情報転換の経路とその転換のコードによって決められる。したがって、絵画のステートメントである複製は、所詮はオリジナルについてのメッセージでしかない。

今日の写真でさえ、単にオリジナルの地図ではないのであって、オリジナルの複写物ではない⁸⁾。

このように分析し、新たな視点を提供したのは、エステル・ジュッシン博士 (Dr. Estelle Jussim, 1927-) である。

絵画から版画を経て、写真と写真の凸版印刷に至るメディアの変遷は、複製技術の発展の過程でもあった。そして、オリジナルへの接近の試みによって、オリジナルとコピーの距離は限りなく縮まった。それはアイヴィンスの分析したところでもあった。ところが、ジュッシンの分析によって複製の複製たるゆえんが明らかになった。オリジナルとコピーとの距離が縮まったのではなく、それぞれが異質なメディアであることがはっきり証明されたのである。逆説的にいうと、ベンヤミンのいう「礼拝的価値」から「展示的価値」への歩みは一筋の道であるはずだったのに、実は似ても似つかぬ二筋の道だったということになる。

絵画の発生から流布の過程をたどってみると、それは絵画ステートメントを多様なメディアに定着させる過程でもあることが分かった。「〈いま〉〈ここに〉しかないという芸術作品特有の一回性」にこだわり続けながら、その複製による流布にもこだわり続けてきたが、結局はメディアの違いを確認することに終わってしまったというべきであろう。視覚情報メディアの多様性こそが重要なのである。取り立てて論ずることでもないようなことのようにも思われるが、ベンヤミンを初めとする「複製芸術論」の系譜があることや、オリジナルとコピー、「ほんもの」と「にせもの」といった差異化へのこだわりの歴史を考えると、案外何度でも再確認する必要があることなのかもしれない。ここでは、問題の焦点を拡散させないために、絵画の発生と流布にしばらくこんで論旨を展開してきたけれども、視覚情報メディアの多様化の歩みに目を移すと、この単純な事実をもっと素直に見詰め続けなければならないように思われる。

4. 視覚情報メディアの多様化と擬似化

絵画の誕生から、グラフィカルな絵画ステートメントを搭載したメディアの多様化の歩みをた

どってみたが、それはいかに視覚情報メディアが多様なものであるかの一端に触れたにすぎない。一転して現在の状況がどうなっているかに目を移してみよう。

マルチメディア市場は、2000年には全世界でおよそ数十兆円の規模にのぼるとの試算があり、研究開発にも熱が入る。マルチメディアは放送やデータベース、アミューズメントなど幅広い分野をカバーする新しい技術といえ、既存の通信、情報技術にはない可能性を秘めている。中でも、バーチャルリアリティ（VR、仮想現実感）技術は産官学で研究開発が本格化、実用化に向けて走り出している⁹⁾。

情報化社会のインフラストラクチャーは、コンピュータとコミュニケーションとの結合によって、パソコン・ネットワークやデジタル通信ネットワークを構築しようとする段階を経て、メディア複合化の段階、坂村健氏のいう「メディアとしてのコンピュータ」¹⁰⁾が現われるところまで進んできている。もはや情報化社会は単なる社会事象の一つではなくて、社会の構造そのものになってきているということなのであろう。

こうした情報化社会におけるコンピュータ、コミュニケーション手段、マルチメディアといったハードの進歩は、当然のことながらソフトとしての情報の多様化と体系化を背景にしていると同時に、その多様化・体系化への飽くなき追求をバネにしている。そうした環境の中で視覚情報も注目され、コミュニケーション機能を担う一要素として社会的に共有されるようになってきている。視覚情報への注目が高まり広まるにつれて、人間の活動の機会を増大し、新たな文化創造へと駆りたてられる。

しかもその視覚情報はいくつもの拠点をもって、網の目のように結び合い、ネットワーク化によって地球的規模の情報空間形成の一端を担うようになっていく。当然のことながら、視覚情報メディアの多様化も一段と激しくなり、マルチメディア化の一翼を担うところまできているのである。

このような情報化社会の歩みの中で、視覚情報が注目されるようになったのは、視覚的なものの氾濫する社会現象が背景になっている。その端緒を求めるとすれば、デザインが社会の戸籍を獲得するようになった第二次世界大戦後のことになろう。そして、それは高度経済成長を背景に、1960年度の『経済白書』が「消費革命」と称した経済・社会構造の変化、およびコンピューター化の高まりと踵を接して進行していく。1960年5月には東京で「世界デザイン会議」が開かれる。世界27か国からデザイナーたちが集まったが、海外からは84名の参加があった。そこで講演したハーバート・バイヤー（Herbert Bayer, 1900-1985）は、次のようにいっている¹¹⁾。

「よりおおきな消費へのよりおいなる生産はなおいっそうおおきな生産へと通じる」という循環によって人類は圧倒され、デザイナーは一つの巨大な連鎖反応の圧力に巻き込まれる。重化学工業を中心に成長する産業社会への素朴な信仰が生きていた。私が「アート・ドキュメンテーション——視覚情報組織化への試み——」を発表したのも、そんな状況でのことであつた¹²⁾。

ところが、1971年のニクソン・ショック、1973年の変動相場制への移行、1973年の石油ショックという一連の経済構造の変化によって、社会構造の変動も経験することになった。1973年には、ダニエル・ベル（Daniel Bell, 1919-）の『ポスト産業社会の到来』¹³⁾が発行されている。それは第二次生産部門から第三次生産部門への産業構造の転換を分析したものであった。その後の情報関連産業の発展と社会的定着には目を見張るものがある。とくに、1971年頃からLSI（大規模集積回路）を搭載したマイクロコンピューターが登場するようになって、いわゆるパソコン時代の幕開けとなる。それは産業構造の変化に止まらず、社会構造全般に波及するものであった。

商品のデザインが重視されるようになり、その広告があらゆるメディアを通して「価値」を作り上げていく。「新しさ」と「差異化」が競われ、視覚的なものへの凭れかかりが日常化していく。分

かりやすいもの、見えやすいものが求められていく。広告が事実を伝えることによって効果的であった時代から、広告の対象とは何の関係もない雰囲気やイメージを作り出すことによって現実感を演出する時代へと移り変わってきた。多数の人々を説得する技術である広告の、この変容こそ、情報化社会の一つの側面を鋭く穿っている。つまり、広告は絵と言葉を使ったデザインによって真実らしく見せ、ある物語をでっち上げていく。多くの人々はこうした物語からさまよい出て、現実と虚構の狭間、ボードリヤール(Jean Baudrillard, 1929-)のいう「ハイパー・リアリティ(Hyper reality)」にとつぷりと漬かることになる。大衆社会の民主主義によって、大衆は視覚化されたものの現実と虚構を一挙に経験することになってしまったのである。今では「仮想現実」の世界にまでさまよい出てしまっている。

アート・ドキュメンテーションが情報化社会の申し子のなものであることは、こうした社会の変化を跡づけてみるだけでも明らかである。なぜなら、視覚的なものの収集・整理・保存・サービスという過程全体が、視覚情報を中心にして組み立てられる必要があるという認識に基づいて成立しているからである。一握りの人々の専有物ではなく、大衆による大衆のための視覚情報メディアが社会に定着するようになって、アート・ドキュメンテーションは情報化社会の構成要素の一つになる可能性を模索しはじめているからである。

しかも、初期の段階では資料に媒介された視覚情報が対象であったが、すでに見てきたように「モノ」の虚構性が「モノ」を売り出すという現象が広告によってかもし出されるようになる一方で、コンピューター技術の限りない発達とともにデジタル化された視覚情報の伝達のためのインフラストラクチャーの整備も進み、視覚的なもののシミュレーション、擬似化が限りなく進行していく。こうなると、資料に媒介された見やすい視覚情報、すなわちメディアと一体化した視覚情報は、影が薄くなってしまふ。「モノ」が視覚に訴えるという、ある意味では幸せな関係が失われていくのであ

る。

視覚情報を貯蔵したテープやディスクは、その「モノ」自体としては視覚情報を見させてくれない。また、ディスプレイに呼び出された視覚的なイメージも、もともなった表現媒体から切り離されて、オリジナルとは似て非なるものになっている。メディアは視覚情報を取り込んでいるのに、何らかの装置を介在させないとその視覚情報を確かめることのできない場合があるばかりか、その視覚情報も、あるイメージのシミュレーションでしかない。「オリジナル」と「コピー」、あるいは「ほんもの」と「にせもの」を区別することが、積極的な意味をもたなくなっているのである。コンピューターを介在させた視覚情報のコミュニケーションは、美的感動とか芸術的感興の点でリアリティに欠けることおびただしい。

そのうえ、マルチメディア化が進むと視覚的なものの自体の独立性が失われ、音や文字などとの共時性によって全く別の情報複合の世界が展開されるようになる。視覚情報の伝達と制御の原理だけでアート・ドキュメンテーションを考えることに無理があることになってしまう。ましてや、視覚情報に寄り添う文字情報という処理基準をもち、芸術作品のシミュレーションを求め続けているアート・ドキュメンテーションであってみれば、極めて根源的な限界を内包することになってくる。文字情報メディアと視覚情報メディアを多元的に捕らえるだけでなく、メディアの擬似性にも目を行き届けさせなくてはならなくなっているのである。

メディアはどこまで行くのだろうか。情報化社会のインフラストラクチャーの整備にだけ注目していたのでは、メディアそのものを見失ってしまうようなことになりはしないか。アート・ドキュメンテーションの主たる役割がメディアを体系化して、メディア活用の筋道をつけることであるとすれば、その立脚点そのものが根拠を失うことになってしまう。

メディアの多様化と擬似化は、人間にとってある種のユートピアを約束してくれるはずのもので

あった。すなわち、視覚情報への限らない接近を保証してくれる世界の確立である。それは実現しつつある。ところが、そこには視覚情報が限りなく相対化されて、「ほんもの」と「にせもの」の区別が必要のない世界が展開されている。視覚情報の受け手にとっても、瞬時のアクセスには個々の事情から一般的事情への変質が内包されてしまっている。

メディアの多様化の歴史では、ベンヤミンのいう「礼拝的価値」から「展示的価値」への一筋道であるはずだったのに、実は似ても似つかぬ二筋の道だったという逆説が成立した。今またここでも逆説的に、大衆の大衆による大衆のための価値の相対化によって、価値の「多数派」は形成されようとしているが、メディア多様化の果ての擬似化の進行によって、メディアという存在そのものとメディア活用の態様が問われようとしているのである。

注

1. ベンヤミン, ヴァルター「複製技術時代における芸術作品」高木久雄・高原宏平訳『ベンヤミン著作集 2. 複製技術時代の芸術』晶文社, 1970, p.19.
2. Freitag, Wolfgang M. Art Reproductions in the Library: Notes on Their History and Use. *The Documented Image: Vision in Art History*, Gabriel P. Weisberg and Laurinda S. Dixon eds. Siracuse University Press, 1988. p.351-2.
3. Freitag, Wolfgang M., *op. cit.* p.352.
4. Freitag, Wolfgang M., *op. cit.* p.352.
5. 『ベンヤミン著作集 2.』p.12.
6. 『ベンヤミン著作集 2.』p.14.
7. アイヴィンス, ウィリアム. 白石和也訳『ヴィジュアル・コミュニケーションの歴史』晶文社, 1984. (Ivins, William M., Jr. *Prints and Visual Communication*. Harvard University Press, 1953.) p.190-191.
8. Jussim, Estelle. *Visual Communication and Graphic Arts*. R.R. Bowker, 1974. p.274.
9. 『日本経済新聞』1993.9.28
10. 『TRONからの発想』岩波書店, 1987. p. 249-254.
11. 『世界デザイン会議報 第2号』世界デザイン会議日本運営委員会, 1960.11.
12. 『びぶろす——支部図書館・専門図書館連絡誌』第18巻第6号, 国立国会図書館, 1967.6. p.9-17. この論文で使った「アート・ドキュメンテーション」という用語は、世界最初の使用例になるのではないと思う。参考: 大久保逸雄「国際図書館連盟 (IFLA) 美術図書館分科会の活動」『アート・ドキュメンテーション通信』第8号, アート・ドキュメンテーション研究会, 1991.1.p.13.
13. Bell, Daniel. *The Coming of Post-Industrial Society*. Basic Books, 1973. (内田忠夫等訳『脱工業社会の到来 上, 下』ダイヤモンド社, 1975-6.)