博物館学雑誌 第26巻 第1号（通巻33号）1～16ページ 2000年12月

【論文】

来館者研究における「コミュニケーション論」の検討

Consideration of the Communication Theory in Visitor Studies

並　木　美砂子*
Misako NAMIKI

Abstract

The effect of museum exhibits and galleries has been investigated during the past few decades in the field of exhibit evaluation research of museums. One of the methods of measurement of the effect of exhibits used in these numerous studies has been communication power, which is related in particular to 'the message transmission model'.

However, there is another tendency today of placing great importance on communication between visitors and the museum staff who are involved in the development of exhibits.

Similarly, importance has begun to be placed on the interpretation of the museum experiences of the visitors from the perspective of the visitors' interpretations of their own experiences in the context of people creating their own meanings in their interaction with other people due to the influence of one aspect of the current post-modern philosophy, that is, hermeneutics, and the new narrative knowledge model based on social constructivism.

Prompted by these tendencies and theories, the author suggests that the importance of communication between museums and visitors, rather than simply from the perspective of meaning creation, should be expanded to the mutual relationships between individual visitors themselves within the group (for example, family members) from the perspective of meaning accumulation as behavior within their own social environment. This approach would be useful in understanding the visitor's experience of museum visits and contribute to visitor studies.

問題と目的

わたしたちの生活において、「コミュニケーション」はごく日常的な行為である。何気なく使っているこの「コミュニケーション」ということばの使われ方も、「マス・コミュニケーション」「異文化コミュニケーション」「世代間コミュニケーション」など、実に多様である。

もちろん、博物館研究においても、「コミュニケーション」は重要なキーワードのひとつであり続けてきた。とくに、展示開発プロセスにおける展示評価、あるいは来館者研究、博物館における教育的な活動分析などにおいて、今日ではコミュニケーション概念は欠かせなくなってきている。そこでのコミュニケーションのとらえかたは、展示媒体を「作る側」

＊千葉市動物公園飼育課

平成12年11月21日受理

と「それを受けとめる側」とのあいだの「言語的やりとり」を中心としたものだとみてよいだろう[1]。

博物館研究におけるコミュニケーション論は、「もの」を中心的なコミュニケーション媒体とおき、「視覚コミュニケーション」という概念を導入した60年代初頭のベイヤーらの主張、あるいは、展示全体を「コミュニケーションシステム」とおいてみるというカメロンの主張から始まったと筆者はみている。このコミュニケーションシステムの中心に「もの」をおくという見方は、その後の博物館研究における「コミュニケーション論」の発端となった。しかしその後、「もの」それ自身に何かを語らせる事への懐疑的な主張、博物館側が「もの」をなかだちとして、伝えたいメッセージを来館者に効率よく届けるという一方向的な見方への批判が続いた。そして、双方向的な博物館運営のあり方や展示改革に「コミュニケーション」概念は一定の役割を果たしてきたと思われる[2]。来館者の博物館体験を問題とし、人々の側から博物館訪問の意味を説き明かしていくような研究方略も、この道筋にそったものと言えるだろう。

博物館は来館者との関係をどう創り上げていくべきか、逆に、人々の生活にとって博物館存在はどのような意味を持ちうるのか、こうした、いわば社会における博物館存在の意義を問うような、深く大きな課題意識のもとで、博物館におけるコミュニケーション研究は発展していくべきと筆者は考える。

一方、来館者行動を、来館者個々人の認知的な枠組みの特徴と関連させて研究するような来館者研究も70年代以降みられるようになり、それらは博物館を舞台に学習過程の展開を見るという様相を帯びてきた[3]。来館者ひとりひとりの「その個人にとっての博物館での学びに注目する」学習理論の展開が、その流れに沿ったものと言えよう。そして、最近みられ始めたのは、学習理論のなかでも、学習主体である個人が学習環境の中で自ら意味創出をするという「構成主義constructivism」の立場から、博物館における教育・学習をとらえるという試みである。この「意味創出過程に重きをおく」研究方略は、あくまで学習主体たる来館者を中心において、学習環境である博物館を自らどう主体的に利用していけるのか、を分析するというものである。そこでは、しばしば双方向性のあるコミュニケーションモデルが用いられる。

これらの流れを受けて、しかし、コミュニケーション論の展開の特徴は、後述するように、展示づくり（展示評価活動を含めつつ）のプロセスあるいは、展示解説などの教育活動における双方向性という意味での「コミュニケーション」重視であり、未だ、「双方向からの」の伝達モデルから抜け出ていないのではないだろうか。つまり、そこで語られている事がらに深く踏み込んで、コミュニケーションが何を産みだしているのかを明らかにするには至っていない。「伝達」から、展示を仲立ちとして来館者が主体的に意味創出している過程を明らかにするためには、来館者どうしの社会的相互作用そのものを対象とするコミュニケーション重視も必要だと考えている。

また、学習理論の適用という点では、デューイの「子どもの生活経験を重んじ、そこから逆に教材の起源と意義を個人的経験の内部に解釈し直していくという」の教育理念[3]や、ヴィゴツキーによる日常的概念と科学的概念の発達の道筋が異なる（言語の大きな役割を認めた）という発達観（最近接の発達領域の存在）と、それに基づく教授ー学習理論[5]、あるいはブルーナーのscaffolding（学習の足場づくり・支援）の概念など、いわば「社会構成主義」として収斂された学習理論が、博物館における学習にとってどのような点で有効かが検討されるべきではないかとも感じている。

以上の問題意識から、本論の目的は、「博物館研究におけるコミュニケーション論の展開」を歴史的に概観し、そこでの問題点を、来館者研究の方向と関連させて明らかにすることである。その際、新しい学習理論としての構成主義の導入についても触れながら、論を進めることとする。

ところで、本論では、来館者研究におけるコミュニケーションの問題を扱った、いくつかの欧米の文献を扱うほか、

1）「知識」観を扱った ロバーツ（Roberts, 1997）の“From Knowledge to Narrative”，
2）「解釈学」をよりどころにコミュニケーション論を展開した、ホーパーグリーンヒルの編集による博物館研究論文集“The Educational Role of the Museums”第2版の第1章（Hooper-Greenhill, 1999a ） および第2章（Hooper-

Greenhill, 1999b)

3）博物館を理想型のひとつとして構成主義を積極的にとりいれることを提唱したハイン（Hein, 1999）の“Learning in the Museum”を主要な参考としていることをあらかじめ断っておきたい。

1．博物館展示を中心としたコミュニケーション論の歴史的概観

1-1　60年代に見られた視覚コミュニケーション（visual communication）の重視傾向

視覚に訴えることの重要性は指摘されていたものの、「視覚コミュニケーション」という言葉が登場するのは、1961年のベイヤーの論文が初めてであると思われる[6]。

ベイヤーは、展示デザイナーであり、来館者の印象を深くする順序性と彼等が情報を受け取りやすいような展示デザインの必要性を感じていた。そして、各要素が全体として来館者の視覚的な注目をあつめて、よりよいコミュニケーションの条件を整えていくべきだと主張し、そこにデザイナーの役割をおいた。基本的な来館者の動線を考えたフロアプランも、この視覚コミュニケーションがうまく働くように工夫すべきだと考えた。1930年のパリにおける「ドイツの労働者連帯展（German Werkbund Exhibition）や、1931年のベルリンにおける「労働者の建築」展（Exhibition of the Building Workers' Union）が、展示室を一望できる橋を展示室内にかけてまるで鳥瞰図のように見せるという手法で、成功をおさめたが、それは、一瞬にして全体からの視覚的な印象を得ることができるという点で、高い評価を得た。

また、同じ頃、デボアギーも、観客（audience）と博物館の間の有効なコミュニケーションに、「視覚コミュニケーション」効果を利用することを提唱（De Borhegyi, 1963, p. 45）した。具体的には、「相手によってことばを選び、声の調子を変えたりするのと同じように、よい展示というのも、色やデザインを選んでアイディアと統一を図るべきだ」として、ドラマティックなラベルやライト効果、熟考された空間配置などの採用を提唱し、自ら関わるサイエンスミュージアムの展示と解説プログラムにそれらが生かされた（同上p. 54）。

1-2　非言語的なコミュニケーション手段としての展示の位置づけ

こうした60年代の「視覚コミュニケーション重視」傾向があらわれた頃、展示は来館者への伝達手段であり、ひとつの「コミュニケーション手段」であると表現され始めた（Parker, 1963）。パーカーは、博物館展示が来館者にもたらす情報は、概念的なもののみならず、メンタルで情緒的な形成にも拡がるとされ、コミュニケーション手段としての「もの＝展示物」に直接触れる感覚（tactile）も視覚と同様、重要だと主張した。

また、マイルスは、博物館の展示デザインの歴史を注意深く振り返り、それまでの、「もの」を２次元的に配列していた展示が、空間をふんだんに利用した３次元的配置展示を取り入れるそのターニングポイントが、1930年代のドイツ芸術教育運動（バウハウスの理念と運動）[7]に基づく展示デザインにあったことを、先のベイヤーの同論文に基づいて紹介している（Miles, 1982）。

マイルスによれば、人々の日常生活に馴染みある「もの」を、空間利用による3次元的配置をした、メッセージ性あふれるその展示の仕方は、コミュニケーション行為（act of communication）を中心におく特徴を持っている。また、展示されている「もの」に、来館者は直接触れることも許され、小さなギャラリーを見て回るのではなく、大きな空間全体を見通せる工夫がなされていたという。日常性に焦点を当て、ひとつひとつに解説を施さなくても、ひと目で展示が言わんとしてることが伝わってくるその展示手法は迫力があり、その後の展示デザイン大きく影響を与えたと分析している。

ここでの「コミュニケーション」は、主として視覚と触覚など非言語的なものをさしており、非言語的コミュニケーションの手段として展示デザインを考え創り出すという、ひとつの大きな流れがみられたのである。

1-3　60年代後半から70年代：「コミュニケーションシステム」という概念の登場と視覚コミュニケーションへの懐疑

さらに、パーカーは、前述の論文において「コミュニケーションシステム」ということばを採用して

おり、その後の、コミュニケーション手段として展示を捉えたいくつかの議論の出発点ともなった[8]。

それは以下のように展開した。1968年にカメロンは、展示における「ほんもの（real thing）」をコミュニケーションシステムの要素のひとつとおき、「ほんもの」が語りかける「博物館言語（language of the museum）」を教えることが重要ではないか」と主張した（Cameron, 1968）。「もの」自身に何かを語らせるためのシステム整備を重視したのである。

だが、反論もあった。クネッツは、「『ほんもの』が自然史や歴史に関わる事実のことなのか、それとも芸術作品であるのか、によっても展示物の意味が異なる」とした上で、「送り手と受け手とのあいだの視覚的・非言語的コミュニケーションは、両者が同じ社会的文化的遺産を共有したときに成功する」のであって、むしろ視覚コミュニケーションは限られた状況における一手段に過ぎないという考えを示した。「イマジネーションを刺激して観察力を高め、各人の素養に応じて来館者の考え方を豊かにできるようにするのが大事」なのであり、「『もの』自体が何か非言語的な言語として一人歩きすることはなく、『ほんものを見る見方』『展示物の見方』を学ぶこと、それがメッセージの伝達なのであり、目標ではないか」と指摘した（KNEZ, 1970）。

つまり、システムの一要素としての「もの」は、何らかの働きかけをすることによって初めて来館者に意味あるものとして受けとめられるわけで、視覚のみに頼ることなく、「その『もの』の見方」を学べるように支援することを重視したのである。

さらにクネッツは、事実認識に加え、何か人々の情緒に訴えるような力（emotional force）によってこそ何かが得られること、それが博物館独自のコミュニケーションタイプなのではないかとも主張した。つまり、展示する側が何らかのメッセージを来館者側に伝える上で、来館者の意識的・知的欲求を感情的な面もふくめて引きだす工夫が必要だということを改めて主張しているのである。

システムとしてコミュニケーションを扱うという傾向は、この年代を考えると、急速な認知科学の発展と結びついていると思われる。人間がどのような認知的枠組みや認知装置をもち、その作動の特徴をさぐるという認知科学は、人工知能の研究と認知心理学の分野に深く関連している。展示を通じてコミュニケーションの問題を扱おうとしている博物館にとって、「来館者が何かを知るとプロセスとはどういうものなのか」「言語／非言語のコミュニケーションは、来館者にとってどのような効果を生むのか」という主な関心事は、こうした認知科学の成果と密接な関連のもとに展開していたと思われるのである（この関連を明らかにすることは後の課題としたい）。ただし、筆者の考えでは、「『もの』の提示」という展示を「視覚コミュニケーション」としてみたベイヤーやデボアギーらの立場は、それを見る人々に対する言語を用いた解説の否定ではなく、「もの」の提示のしかたにより、直接に人々の感性に何らかの影響が与えられる可能性を問題にしたのだと捉えられる。その前提には、「その提示されているもの」が人々のもつ前知識や日常生活における経験と深い結びつきがある「もの」、あるいは理屈抜きの「美意識」を揺り動かせるような「ものの提示のしかた」の理論があったのではないかと思われる。その意味で、彼らに大きな影響を与えた30年代のバウハウスの理論と運動については、より深い研究が望まれる。

1-4　アメリカにおける「コミュニケーションのためのツール・テクニック」という見方の登場：展示自体が持つコミュニケート力への注目

さて同じ頃、アメリカでは、シェテルが、「音・動き・デモンストレーション・チャート・フィルム・モデル・話術など」を、来館者が楽しく参加できる方法として、これらすべてを「コミュニケーションテクニック」とひとくくりにし、それらの効果を、展示全体の評価指標とした（Shettel, 1968, p. 141）。

さらにスクレービンは、シェテルの言う各方法それぞれが、視覚的・認知的・情緒的に来館者にコミュニケートしており、これらを「コミュニケーション・ツール（communication tools）」（Screven, 1975）と表現した。同時に、「見る人の『展示への参加やインターラクションの程度』が展示の持つ『コミュニケートする力（the ability of the exhibit to communicate）』を左右する」という仮説を提示し、その後、この立場から多くの実験的な調査を継続している（同論文でも、視覚情報やフリップタイプの質問用紙が

相乗的な効果を上げたことを示す調査結果を提示。この調査の目的は、さまざまなツールの組み合わせがどのように効果的に来館者にコミュニケートするかを明らかにすることであった)。

コミュニケーションツールやテクニックということばは、博物館側が来館者に伝えたいことを伝達するための「手段・道具」として、展示手法の諸要素を統合的に捉える立場を鮮明に表している。同時に、展示を見る人の参加の程度を重視し、その後の展示評価のひとつの重要な基準にそれを含め、展示のコミュニケート力を問題にしている点は、来館者の見方や利用の様々なあり方を視野に入れ、そこに効果的に切り込むという目標をもった新しい段階だと見ることができよう。

こうしたアメリカの「テクニック」あるいは「ツール」という見方は、たしかに来館者に対する展示の影響力や効果をみる上では、有効な役割を果たした。展示の何が来館者にどう影響を与えたのか、という分析的な態度が強く見られ、より実験的で直接展示に生かせるような実践的情報収集への指向が強く感じられる。もちろん、このような基盤が来館者研究の取り組みをより促進させたわけである。

しかし、ここでいう「コミュニケート力」とは、あくまで展示する側の伝えたいことをどれだけ効果的に来館者に届けることができるかという「力」なのである。来館者のさまざまな「見方」「利用のありかた」との相互関連を問題にする場合も、展示のしかたをどう変えれば、それらの「多様さ」との相乗効果を生みだせるかという「展示手法」の問題に帰結する可能性はぬぐえない。

1-5　70年代後半から80年代：来館者の認識特徴への関心

一方、この「コミュニケーションシステム」としての見方を指示しつつも、「そもそも、展示物はもちろん、ラベルを来館者が見るという行為がなければシステムの作動はあり得ない。だから、たとえばどうやってラベルを見るという行動が誘発されるのか、それが重要なのだ（傍点：筆者)」という来館者側の「見る」「読む」ことを引き出す工夫がまずはじめに求められるべきだ、という批判もあった（例えばBorun and Miller 1980)。つまり、システムを作動させる要素とは、「見ようとする意志にかかわる来館者のもつ認識特徴」だとする立場である。

そして、「展示を見る人の立場」をより考慮すべきだという考え方は、徐々に顕著になり、それまでの、博物館が「ある目的＝伝えたいこと」を、単に「展示物に語らせる」のではなく、見る人の見やすさの考慮・視覚以外の感覚の動員・感情面も考慮に入れた、いわば来館者の「関心の持ちやすさ」「知りたいと思う気持ちの向きやすさ」をより引き出すことによって、正確に届けようという意志が感じられるようになる。来館者の「知りたいと思う」「関心を持つ」（知ろうと思う気持ちにさせる・関心を持たせるではないことに注意）という態度や気分の観点も含んで、展示の効果を問題にするという視点、すなわち「コミュニケーションシステム」の作動をするのは来館者自身である、という視点がここに見られ始めたと考えられる。

来館者研究それ自体は、上述のように、とくにアメリカでさかんに実践されてきた[9]。博物館側が行う来館者研究は、当初はマーケティングや来館者属性調査、館内行動調査が中心で、来館者の認識すなわち内的な情報処理過程の多様さや認識動機を含んだ調査を含めることは多くなかった。しかしながら、コミュニケーションのシステムの作動が目的にかなってうまくいくかどうかを検証しようとし、さらに、作動の主体はだれなのかを考え始めた時点で、「展示評価」における来館者研究では、来館者一人ひとりの動機や内的情報処理過程と関連させた行動調査が当然必要になったわけである[10]。

以上のように、伝えたいことをどう来館者に効果的に伝えうるか、の模索には、博物館側が来館者自身の立場に立って、来館者の来館動機・展示観覧動機、あるいは認識のしかたの特徴をまず知ることが大事だと主張され始め、それは80年代～90年代にかけて、より顕著となった[11]。

1-6 「コミュニケーション戦略」および今日における「コミュニケーションシステム」の概念

映像をはじめとするさまざまなメディアの発達、80年代の急速なコンピューターの普及などは、博物館の「コミュニケーションツール」の新たな開発を保障した。だがそれと同時に、人々の認識にはしば

しば誤りが生じ、「視覚コミュニケーションにおける誤認識」という状況の調査報告もなされた（例えば、McManus, 1988, など）。この現象は、来館者自身が、日常生活においてすでに多様なメディアに接して認知的枠組みが多様化しており、効果的と思われた視覚的情報伝達が、実際はうまくいかない場合があることを示すひとつの実例であろう。来館者は、自らもつ枠組みでまず情報を選択するからである。

一方、最近では、馴染みやすいイラスト使用やグラフィックデザインの技術の有効利用、映像との組みあわせなどにより、文字や文章を効果的にラベルに表すことを「コミュニケーション戦略」と呼ぶ場合も見られる（例えば、Caulton, 1998, など）。この戦略という表現をとるときは、あわせて「ターゲット」という「誰に向けての」展示なのかという意味も含まれている。多様な来館者の認識方法や情報の読みとりかたの違いをより知った上で、その多様な状況にあわせて、「なにを」のみならず、「だれに」「どのように」情報を届けるべきか、そのための具体的方法を博物館側も熟慮し、実践する必要がより強く自覚されてきたことが、こうした言葉の背景にあると言えるだろう。

博物館側が、伝えるべきメッセージを洗練し、明確な対象に対してそれをどう効果的に伝えていくか、その方法を吟味して使い、それらは正しく受けとめられているのかどうかについても、統一された方法で把握するという「目標――展示方法やツールの整備――評価」の一連の流れは、展示のコミュニケート力の測定という作業を、ますますシステマティックに作り上げてきている。博物館の目標を定める人々・展示のコンセプト作りに関わる人々・具体的な展示デザインに携わる人々・来館者の行動を指標としてさまざまな段階での評価（事前評価・形成的評価・総括的評価）に携わる人々、これらのチームがそれぞれ独立していわば分業的に博物館評価に取り組むようなアメリカなどでは、互いの領域を尊重し、協力しあう。したがって、より体系立てられた、ある意味では統一した方法論にのっとったマニュアルが必要にならざるをえないと思われる。

実際、ボーラン（2000）は、評価活動の目的は、展示目標の「伝達プロセスの完成である」とし、「来館者はコミュニケーションシステムの一部である」とも述べている[12]。60年代の終わりに登場を見た「コミュニケーションシステム」の概念は、このように、「来館者をシステムの内側に含んだ伝達プロセス」が展開する系として、とりわけ展示評価する側に、明確に意識されて今日にも引き継がれていると見てよいだろう。

2．来館者研究における来館者理解とそのためのモデル（知識・解釈・コミュニケーションプロセス）の検討

2-1　来館者研究の対象と目的の変遷

スクレービンとシェテル（Screven, C. G. and Shettel, H. H., 1988）によれば、来館者研究自体は、1920年代後半には始まり、今日では展示デザイン・展示メディア・教育プログラムがその教育的な機能をいかに発揮するかという命題にそって発展してきた。

当初は、いかに展示効果を測定するか、正しく展示の意図が伝わっているか、という展示評価の指標としての「来館者行動」調査であったことは、上述したとおりである。その主なものは、ギャラリーデザインや展示室の大きさが来館者の行動にどう影響を与えるか、どのような展示物の配置を工夫すると来館者は注目するのか、というものであった。その後、60年代以降、展示プランニングのプロセスに欠かせない調査として、コストパフォーマンスの問題も含み、とりわけアメリカにおいて来館者研究が急速な発展を遂げた。最近では、展示評価あるいは展示づくりのための調査から発展して、博物館に来る人をいかに獲得するかという、利用者開発のための来館者研究、さらには、来館者の満足度を測ることも、幅広い意味での来館者研究とされている。この段階になれば、展示評価ではなく、博物館評価あるいは博物館活動評価のための来館者研究と言ってよいだろう。

こうして、来館者研究の方向を整理してみると、来館者の行動を直接に調査研究対象とする来館者研究は、その目的を「展示効果測定」のみに留めるものではなく、「博物館評価・博物館活動評価」を含んだ研究への展開もみられるようになったのである[13]。

あるいは、多少の誤解をおそれずに言えば、次のようにも要約できよう。すなわち、来館者の行動を

対象とする点は共通していても、「効果測定」結果を、展示づくりに実践的に生かす「博物館にとっての展示評価研究」がある一方、博物館の活動全体を視野に入れ、来館者・利用者（潜在的な利用者も含め）の側からみて、博物館の方向性や存在意義を問うような「社会的視座からの利用者研究」「社会学的な博物館研究としての利用者研究」も、新しい来館者研究の傾向なのだ。

2-2　来館者理解の始まりとそれを導く理論について

2-2-1　「来館者にとっての博物館体験を問う」という視点

さてこのように、便宜的に来館者研究をまず「展示評価研究」と、人々にとってのより良き博物館づくりを明らかにするような「利用者研究」とに分けたとしよう。後者の研究には、「博物館を訪れる体験が、訪れた人々にとってどのような意味を持ちうるのか」「博物館に行ってみようとする意志はどのように生まれるのか」という問題意識に支えられた、さまざまな研究方略が駆使されている。それは具体的には、展示評価研究で用いられているような博物館の中での来館者行動の観察やフォーカスグループへのインタビュー、来館者の属性調査法などを援用しながらも、たとえば他のレクリエーション施設利用と博物館利用を比較し、博物館訪問を選択するという訪問動機をさぐる余暇研究や、実際の訪問後の短期記憶/長期記憶から、その諸個人における博物館訪問の意義を日常生活との関係から探るような社会学的研究インタビューなども採用されて始めている（たとえば、フォークとディアーキング, 1996）[14]。

こうした「展示評価研究」と「利用者研究」が重なり合う部分、あるいは両研究が共通に関心を持つ領域は、「博物館における学習」のされかたや質を問うという点である。前者は展示を通じて「学び取ってほしいものがどの程度・どのように学び取られたと言えるのか」を主としてテーマにしており、後者は来館者自身が博物館を訪れることによって得られたものを「学習」の観点からとらえなおすことが目指されている。

博物館の展示によって学習されたことは何か、来館者は展示の何を自分と関連づけたか、そして、博物館に行くことが、総体としてその来館者たちに何をもたらしたのかを明らかにし、その結果を博物館側も知ること。このような、来館者の学習体験を時間軸も入れて立体的に「理解しようとする」方向は、最近ますます顕著になっていると思われる。

来館者理解の目標あるいは来館者の博物館体験を理解するとは、以上のようなとくに来館者にとっての学習体験の意味するものを博物館側がより深く認識し、博物館をより発展させていこうというものである。そのような方向性をもった利用者研究が進展することは、社会における博物館の存在意義を考える上でもとくに重要だと筆者は捉える。

したがって、筆者は以下で、来館者理解を進める上で有効だと思われる「学習の概念や定義」を明らかにしていこうと思う。われわれは、いかにして来館者理解の具体的方途としてこの「学習」の問題を扱いうるのであろうか。

2-2-2　「知識」観の再考——来館者による「物語創出（narrative）」モデルの提唱

90年代に入り、博物館における「教育」と来館者自身による「学習」との関係を再考するにあたり、新しいモデルの導入が見られ始めた。まず、ロバーツのいうnarrativeモデルを取り上げよう。シカゴの植物園における「リンネ関連の展示と展示解説」の計画と実践にかかわるスタッフと交流し、知識観再考のための新しいモデルを提唱した[15]。（ただし、このnarrativeモデルは、そもそもアメリカの教育学者、ブルーナーによって提唱された。ブルーナーが narrative と呼んだものとは、「世界の確証的に表すことを目標としてる『論理ー科学』としての知ではなく、物語創出過程を重視すること」であった[16]。）アメリカの博物館教育を巡る一連の動きをレビューしたのちに、ロバーツは以下のように述べている。

——最近の来館者研究の動向には、来館者の「学習」を研究することから来館者の「体験」を重視し始めた特徴がみられる。というのも、「学習」は来館者のさまざまな博物館体験に密接に関係するからである。来館者がしたいと思う「体験」とは、分類して多い順に並べれば、1）誰かとの相互交渉（social interaction）、2）思い出づくり、3）ファンタジー（空想の世界）体験、4）自分さがし、5）息抜き（回復のための）などであり、これらの来館動機の一部

として、「情報を得ようとしたり、学ぼうとすること」が含まれるという。こうして、現在の来館者研究は、博物館における学習体験を、よりnarrativeなことばで理解しようとしている傾向がある（Roberts, 1997, 引用はp. 142）。——

氏は、この件に関連した象徴的なできごとを紹介している。シカゴ植物園には、日本で言う「展示解説員」のイメージに近い「エデュケーター」がおり（日本でも最近はこの職種が博物館の新しいコミュニケーティブな運営や活動を支える上で重視され始めているが）、植物園側のスタッフ（おそらく分類学者＝著者）がリンネ分類学を話題にしているとき、専門家は「分類学という科学」を教えることが教育だと思っているのに対し、エデュケーターのほうは、来館者が「分類する体験」をどう組み立てるかが教育である、という両者間のずれがあったという。エデュケーターは、来館者の立場を理解し、彼らにとっての体験を重視し、そのために何を行うべきかどう支援するかという立場から、展示や展示解説を検討しようとする。その意味で、ロバーツは、エデュケーターの重要な役割とは、来館者の側から博物館における「学習」の問題を扱うことであり、来館者と語らい、彼等の体験を語ってもらうことが、その具体的な方途ではないかとした。それを理論的に基礎づけるのが、この「物語創出（narrative）」モデルなのである（同上、引用はp. 79）。

もちろん、同時にこのnarrativeモデルの欠点も氏によれば次のように指摘されている。

——narrativeモデルは、来館者が展示の役割を軽視してしまうかもしれないという弱点を持っている。しかし、展示への誘い、興味を持たせ、ともに関われるよう、来館者との語らいを大切にするという点は、有効にちがいない。スタッフは、来館者の反応を予測できるようになり、それに従いながらメッセージをより明らかにすることができるだろう。（同上、引用はp. 134）。——

エデュケーターと直接の対話行為を通じて、来館者は記憶が呼び覚まされ、そのときの情動（自分の気持ちや感情の動き）を思い起こし、エデュケーターと互いを認めあう体験をすること自体が非常に重要なのだと筆者は考える。人は、何らかの社会的体験という状況において知り得たことを、その状況記憶とともに呼び起こせるのである。

知識とは、「何かできあがった自明のこと」として外側から与えられるものではなく、その人自身がさまざまな出来事を経験する過程でつくられていくものだという「知識観」を含んだ当モデルは、来館者の学習体験を来館者の側から検証するための今後の来館者研究において、極めて有効と思われる。

さらにロバーツは、来館者の学習体験が、その来館者自身にとってどのようなものであるのかを把握するための有効な理論として、コミュニケーション理論の可能性についても次のように指摘した。

——「教育」の多義的な拡がりを見ると、口承文化・神話・家族民俗学（family-folklore）などにみられる「説明」モデルを用いることも考えて良いだろう。メッセージの伝達transmissionと受け取りreceiptの間の関係分析に有効な理論として、narrativeすなわち「話を誰かにする」ことを中心に置いたコミュニケーション論が役立つだろう。——（同上、引用はp. 141）

話しことばを通じて伝達と受け取りの関係はどう構築されていくのだろうか。あるいは、両者の関係は「話しことば」や「伝承的な語り口による説明」のなかにどのように現れるのだろうか。それらは「博物館」という場における「コミュニケーションの問題」としてどのように展開されうるのだろうか。

2-3　来館者の学習体験をとらえるための「コミュニケーション」論の登場

2-3-1　「解釈学」の導入によるインタープリテーションの語義を巡る議論—個人の意味創出—

ロバーツは、「誰かにむかって話すこと」というnarrativeモデルを組み込んだコミュニケーション論の必要を説いたが、彼女が実際に来館者行動の観察に使用した方法は、来館者とエデュケーターと間の「お話」あるいは来館者が自主的に語る「体験の語り口」の採集というエスノグラフィックな方法であった。「話が交わされる」事自体に含まれる「意味」とその創出を来館者自身の問題として重視し、その文脈における「コミュニケーション」論を求めたことをあらかじめ念頭においておこう。

ロバーツの、こうした新しい来館者研究方略の萌芽と同様に、ホーパーグリーンヒルは、それまでの

伝統的な「展示評価におけるコミュニケーション論」の弱点は、「情報の送り手（展示側）→受け手（来館者側）の伝達モデルであり、学習の行動主義的モデル（知識を持つ側が受け手に届ける／情報を受け取る）の影響をうけた点だ」と指摘した[17]。この伝達モデルだけでは、来館者が行う「意味創出」プロセスを捉えられない。そして、カルチュラルアプローチにおけるコミュニケーション論の導入を提唱した。つまり、「プロセス」に注目したのである。このアプローチでは、「コミュニケーション」とは、「意味」の受け渡しのプロセスとされる。さまざまな事物（人間によって書かれたもの、創り出されたものなど）を通じて「実在性（実感できる、確かにそうだと思えること）」が個人の中や社会の中に生み出されるのである。ひとびとは、その文化におけるシンボルを個人としても集団としても「解釈」して自らの意味を創り出していくのである。

同時に、この「解釈」の問題に関連して、博物館における「インタープリテーション」機能を、来館者本人による「展示解釈」として本人の側におくことを提唱した。すなわち、従来は、展示の意図を博物館側が来館者に解説することをインタープリテーションと呼ぶ場合が多かったが、本来、インタープリテーションとは、氏の言葉を借りれば「来館者自身が自分にとっての展示の意味するところを自分なりに見いだすこと（展示解釈）」だ[18]となる。その解釈の行為は、「意味創出過程」とも呼ばれる。

氏によれば、この新しい視点は、ポストモダンの哲学のひとつの潮流、すなわち、歴史性と他者性を媒介として、テキスト（書かれたもの）を解釈し、自身を歴史的所産として良く理解する「解釈学」[19]によりもたらされたものである。この流れに基づいて、氏はこの「展示解釈：本人による意味創出過程」に、他者性を媒介とした、すなわち言語を媒介としたコミュニケーションの大きな役割を見いだそうとしている。さらに、博物館や展示の基本的な機能は「コミュニケーション」であるとし、重要なことは、博物館を訪れる体験が来館者にもたらしうる「意味」とは、このコミュニケーションを通じて博物館側にももたらされるものとした。つまり、展示の「意味するところ」は、来館者側・博物館側双方に分かち保たれるものだと主張するのである。

具体的には、対面的な会話（face-to-faceと表現されている）によって互いの経験を分かち合うことができ、それぞれのインタープリテーションが進むとされている。「展示の一方向的解説」ではなく、双方それぞれにとっての「解釈」があり、対話による意味創出過程が重視されているとした。この立場から、氏は「コミュニケーター」としての博物館の役割（来館者による展示解釈を手助けする役割）の有効性にふれている。

さらに、コミュニケーションは、博物館や展示室の重要な機能のひとつだとして、博物館の他の機能、たとえば収集・保存・ものや標本の管理・博物館施設のマネージメントなどの諸機能とも深い関係を持つと指摘している。コミュニケーションポリシーを博物館が持つべきだとし、何か重要なことを決断する際の基準としても、コミュニケーションをどの程度大事に考えるか、をおくことを提唱する。

2-3-2　構成主義学習理論の適用による、コミュニケーションプロセスモデル（来館者と博物館の共同のコミュニケーション重視）

ところで、ホーパーグリーンヒルによると、博物館研究におけるコミュニケーションの問題は、展示制作チームが、どのように来館者らとともにによりよい展示を作り上げていくのか、という枠組みにおいても考えられてきた[20]。そこでは、大きく分けて「従来の伝達プロセス」と「分かち合い（sharing）、参加（participation）、共同（association）のプロセス」の2つあるという。前者は文字通り情報伝達に近いプロセスをさし、伝えたいことがきちんと伝わり何らかの効果をもたらすかどうかを問題とする。しかし、「受け手」がどう理解するのか、その意義は見えてこない。それに対し、後者はコミュニケーション行為を通じて、双方に（ここでは展示する側と来館者側ということ）価値が探索され、「分かち保たれる」ということが重視されている。

しかも重要なことは、後者のモデルにあっては、来館者はアクティブな探索者であるという見方が採用されている点である。情報の一方向的な受け取り手としての来館者ではなく、探索する能動的な活動主体として来館者を見るという立場をとることは、博物館を学習環境としてみる場合の、重要な基礎となると筆者は受けとめる。

同氏が最も強調するところは、上述の

1）直接的な対話が双方の対等な関係を作る上での可能性を高め、それがひとりひとりの意味創出過程を支援する[21]

2）1）と関連して、最近の「構成主義」による学習理論を博物館の学習環境に適用する、

という2点に集約される。

そこで、構成主義についても触れておきたい。構成主義では、知識とはあらかじめ人々の外側に「ある」ものではなくて、「知ろうとするプロセス」を通じてのみ諸個人の内に表れることがら、と定義される。このまさにアクティブな探索プロセスにおいて、人々は外界の実在する「もの」や「現象」が自分とどういう関係を持つものかを考え、その結果、自分自身にとっての意味を創り上げていく。こういう知識観を基礎とし、とくに教育学でいわれているところの構成主義は、その源流をデューイ・ピアジェ・ヴィゴツキー・ブルーナーらに求めることができる。諸個人の認識の発達を、外界とのやりとりと関連させて、その認識構造の変化の原因を主として個人の内におく「構成主義」と、ヴィゴツキーらの社会からの働きかけの要素をより重視する「社会構成主義」と、大きく二つに分かれる。この二つの立場は、個人の内的過程を主に見ようとするのか、それともまわりの大人や人々とのやりとりを注目するのか、によって分かれている相対的な分類であるともいえよう。

博物館を学習環境としてみた場合、環境の諸要素(物理的な展示物や配置ということだけでなく、コミュニケーターと来館者とのコミュニケーションもこの学習環境に入る）を分析する際には、博物館側と来館者側との社会的やりとりに注目するが、諸個人の内発的な動機の発現やそれに基づく探索活動の支援ということを「その人」に即して考える場合は、「個人の認識変化をに注目した構成主義」の立場となる。つまり、同じ現象を社会の側から見るか、人々の内側から見るか、のどちらから見ているかの違いなのである。しかし、いずれにしても、「意味創出プロセス」において前提となるのは、何かを知りたいと思うこと、何かを伝えたいと思うこと、手助けしたいと思うこと、といった「したい」という方向付けをもった「人」の存在である[22]

こうした理論すなわち、構成主義および社会構成主義を背景として、この「コミュニケーションプロセスモデル（分かち合い・参加・共同)」と、そのプロセスにおける双方の意味創出の可能性と重要性が提起され始めたのである。

2-3-3　来館者理解・博物館体験の理解の方向（価値創出プロセスとしての理解と、双方にとっての価値蓄積の問題）

さて、このコミュニケーションプロセスモデルは、来館者個人の「意味創出」を重視し、博物館を学習環境として明確に位置づけてその整備の方向を見定める上で確かに有効である。来館者研究のひとつの発展方向を支える仮説的なモデルを提示したということについては、筆者も支持する。

がしかし、博物館研究全体を見渡したとき、あくまで博物館は、「もの」を仲立ちとした、共同の価値創出の活動の場であることにもこだわりたい。「ひと」を仲立ちとしたコミュニケーションプロセスにおける価値創出も、双方が共通の「もの」に基づいたコミュニケーションによって、双方の内側に創られ、蓄積されていくものではなかろうか。その共通の「もの」自体が、社会的・歴史的に積み重ねられてきた「価値の凝縮」であることに筆者としては注目したい。

コミュニケーションプロセスモデルが、学習環境の整備のされかたを把握する上で有効な指標をもたらすにしても、その「価値」自体を生み出す源泉のひとつは、じつは博物館が収集し保存し研究する対象としての「もの」なのではなかろうか。ある観点からの「もの」の価値を浮き彫りにする行為（たとえば、人間とものとのかかわりあいの研究）を含めて、博物館は「価値の蓄積」にも責任を負うべき存在なのではなかろうか。もちろん、博物館が収集し、保存し、展示しようとする「もの」には、たとえば地球の自然界が産出した「化石」もあれば、その土地特有の人間の手による生産物である場合もあろう。使われなくなったおもちゃでの場合もあるだろう。

学習環境の整備の方向は、こうした「価値創出過程としてのコミュニケーションプロセス」分析も当然含みつつ、これらの「もの」産出や保存の背景と関連させた「価値の蓄積」が具体的にコミュニケーションを通じてどう成り立つのか、まで含めるべき

ではなかろうか。しかも、「双方向性」を重視すればなおのこと、蓄積とは、博物館自身の側への蓄積にとどまらず、来館者自身の日々の生活にも深く根を下ろし、人々の側にも多様な形で蓄積されるべきことなのに違いない。

以上のように、筆者の考えでは、蓄積されるべき価値とは当然、2つに分けて考えられる。第一に、博物館側にとっては、たとえば、さらなる研究意志の沸き上がりであり、研究目的の耐えざる吟味のことである。あるいは、具体的な展示や教育プログラムの改良へのエネルギーともなるだろう。さらにまた、よりよき学習支援者として博物館が学習環境を整備するための努力をうみだし、具体的な学習用具（たとえば参加性の豊富なワークシートなど）開発のアイディアや、例えば地域へのアウトリーチへのような拡がりを持った活動をうみだす目的意識（なぜその地域にそれが必要なのか、など）といった具体的な活動を生み出す源泉としての「価値」である。

第二に、来館者側にとっては、自分自身の、あるいは、ともに訪れたグループの成員同士のあいだにおける「共通の内的体験過程」を確認し、「博物館体験の意味」を自ら咀嚼して解釈（interpretation）できるようになること自体の「価値」である。筆者はここに、博物館⟷来館者のコミュニケーションの双方向性の問題とは別の、来館者自身相互における、コミュニケーションがもたらす「それぞれにとっての価値の蓄積」を重視する視点を提起したいと思う。言い換えれば、来館者間の社会的相互作用（social interaction）自体がもたらす価値の重視である。つまり、直接的な対話が双方にもたらすはずの「価値創出」は、来館者自らが語る「自分にとっての価値」あるいは「自分たち（なぜなら、家族連れや学校での利用など、グループで博物館を訪れることはたいへん多い）にとっての価値」創出過程とその結果としての蓄積が重要だと考える。何かを共同して「為していける」「為していこうとする」ための価値意識（共同・連帯の意識と言ってもよい）の創出は、日常生活における博物館訪問の目的意識と深く関連し、また、その訪問体験がもたらした「価値」が日常生活にどのように蓄積されているのか、されうるのか、という問題意識に基づいた来館者研究の目的が明確になされるべきだと考える。

来館者研究が、「博物館研究の一部」として位置づけられるのであればなおさら、「来館者理解」あるいは「博物館体験の理解」とは、まさにこの「価値蓄積の問題」を含めた研究内容が吟味されてしかるべきではないだろうか。

結論

1．行動主義を背景とした「展示評価」と、それを含む「博物館評価」研究は、70年代に入り、認知科学や認知心理学の影響を受けて、来館者自身の認識の特徴を含む来館者行動研究に発展した。また、社会学におけるマーケティングを博物館評価の調査方法に採用する場合もみられてきた。これらの流れのなかで、現在の「来館者研究」には、来館者が「自分にとって価値あるもの」を見いだす過程に重きをおくコミュニケーション理論の採用が提起され始めている。

2．そこで言われているコミュニケーション理論では、諸個人の認知的枠組みが、社会的相互作用性の中で創られるという「社会構成主義」を背景とし、分かち合い・参加・共同というプロセスを通じて、諸個人の「展示解釈（interpretation）」行為がなされ、そこに諸個人にとっての意味が創出されていくというコミュニケーションプロセスモデルが重視されている。このモデルを支える「知識」観とは、行動主義を背景として「測定される」こととしての知識ではなく、諸個人が自分を語るというnarrativeな叙述性を重んじるというものである。ここに、来館者理解の具体的方法のみちがある。

3．しかし、来館者諸個人の解釈による意味と価値の創出は、プロセスであると同時に、その価値が「もの」の研究や展示に反映されるかたちで蓄積され、来館者にとっても日常生活に生かされる形で蓄積されていくという面にも注目するべきではないだろうか。そこに、博物館をコミュニケーションの場としてみるという博物館研究の独自の対象を見いだすべきではなかろうか。

謝辞

博物館におけるコミュニケーション論に関する文献を教えていただいた国立科学博物館の守井典子氏、

千葉県立中央博物館の林浩二氏、構成主義に関する文献を教えていただいたお茶の水女子大教授の無籐隆先生、琵琶湖博物館における「ワークショップ&シンポジウム：博物館を評価する視点」をお送り下さいました琵琶湖博物館に深く感謝いたします。また、常日頃、コミュニケーションの問題についてご教示いただきました、東京農工大学教授の尾関周二先生、同大学元助教授の水原洋城先生に深く感謝いたします。

脚註

（1）コミュニケーション概念は非常に広く、対面的で直接的な対話のみをさす場合から、時間や歴史を超越した、例えば文学作品や芸術作品をなかだちとした作者との交流を含む場合もある。さらにはヒトとヒト以外の生物との間の交流、動物どうしの情報のやりとりをも含む場合もある。さらに、言語的（言語や言語に置換できる身体的ジェスチャー・身振りを含んだという意味）コミュニケーションと、顔の表情や体全体の動きなどを直接に情動を揺り動かすようなやりとりなどに代表される非言語的コミュニケーションに分類する場合、あるいは、幼児の表現のやりとりを「前言語的コミュニケーション」とする場合もある。日常的に使う「コミュニケーション」も自分とそれ以外の人々あるいは外界の事物との交流という意味であろう（たったひとりで、音楽や絵画を鑑賞する場合も、その鑑賞する行為には、対話するもうひとりの自分や他人がいるのである）。展示物を媒介とした博物館でのコミュニケーションには、解説機能を持ったなんらかの言語表現が、多かれ少なかれ介在する場合が殆どである。しかし、情動や感情の動きを含む何らかの交信・交流という点は、いずれの場合にも共通している。

（2）それは今日における他分野のコミュニケーション研究の展開と深く関連している。例えば、社会学や社会心理学のマスコミュニケーションの研究では、persuasive（説得的）コミュニケーション研究が、それに対峙する形のパーソナルコミュニケーションでは対人的・同時的な「納得」「了解」「価値の共有」などを互いに求めるようなやりとりが対象となっており、家族の成員間におけるそれぞれの意味創出過程を研究するような family communication もそこに含まれる（たとえば、Galvin, M., and Brommel J. , 2000）。博物館がもしコミュニケーション研究をするとすれば、これらのすべての領域がかかわることになる。

（3）たとえば、学校場面における“formal learning”ではなく、“informal learning”の場として博物館が位置づけられて、研究されていることがそれを表している。

（4）デューイ・J, 1899, 学校と社会　および　デューイ・J , 1902, 子どもとカリキュラムに基づいた（両論文が、1990年にJackson, P. W. によってまとめて刊行され、それを底本とした邦訳が1998年に出版されている：市村尚久訳　講談社）。なかでも、以下の叙述は重要であろう。「……自己実現こそが、成長としての教育の目標なのである。知識の世界すべてを所有しようとし、自分自身を見失うようなことは、……教育における恐るべき宿命というものである。教科は、子どもの中へ外部からは、決して入り込むことはできないのである。学ぶということは、積極的に活動するということなのである。」（同書、p. 269-270）

（5）最近接の発達領域概念：子どもの発達水準には、1）現在の発達水準　2）大人の指導・援助のもとで可能となる問題解決の水準の2つあること、また、1）と2）のくいちがい、離れ具合を「最近接の発達領域（ zone of proximal development ）と呼んだ（ヴィゴツキー, L. S. 1962「思考と言語」、原著は1934年発行）。今日、この概念は社会構成主義者たちの手によってより発展してきている。とくに、エンゲストロームは、「拡張による学習」のなかで、ヴィゴツキー自身が文化の創造過程についてあまり言及しておらず、もっぱら、「つぼみ」の 発達領域における教授過程を重視していたことをとりあげ、何か新しいものが下から生み出されていること（エンゲストロームは、子どもの遊びにおけるあたらしいものの発明をエピソードとして取り上げている）を重視して、この日常行

為の中の埋め込まれた、同時に、社会的活動の新しい形態の萌芽を見て取ることが重要だとした（これをダブルーバインドと呼んでいる）。（エンゲストローム, 1999）

（6）ベイヤー, H.が1961に雑誌Curatorに載せた論文で、博物館の展示デザイン論にはよく登場する。マイルスも、労作「Educational Exhibit Design 1988（邦訳・展示デザインの原理）」で引用している。展示物を効果的に見せるだけでなく、それを見ただけで来館者に強い印象を与えることのできる展示法について、多くの写真や図で具体的に紹介されている。ロシアのコンストラクティビストたちによるモダンアートの展示や、ドイツ・フランス・アメリカなどで彼自身が手がけた「視覚重視」の展示、グラフィック手法の採用など、資料としての価値も高い論文であると思われる（Bayer, H., 1961, Aspects of Design of Exhibitions, Curator Vol. 4, No. 3 : 257-287）。

（7）同ベイヤー論文からもうかがい知れるが、ベイヤーの展示デザイン論は、1920年代に活躍したロシアのコンストラクティヴィストたちの影響を受けたドイツのモダンアートの運動の拠点「バウハウス」にその源がある。バウハウスとは、1919年にドイツのワイマールにできた美術学校のことである。グラフィックデザインをはじめ、近代芸術の源とも言われている。何より、作者の自己表出に重きをおいた芸術運動として一世を風靡した。

1996年にユネスコの世界遺産にも登録された貴重な文化遺産である。

（8）パーカーの（Parker, 1963）の論文（引用はp. 350による）。パーカー自身は、この論文では、「かつては文化が口承伝承であり、個々人で考え方も異なるのに、伝達手段の発達によって抽象化されたものが伝達されるようになり、一方的でフィードバックが困難になった」と表現している。ここでの「システム」は、フィードバック性を失い、直接的な口承伝承が否定されているという意味合いを持った批判的な言葉で使われた可能性があることに注意されたい。

（9）アメリカにおける1900年代以降の来館者研究の歴史的概観については、スクレービンらの指摘する1920年代以前からの動きも含めて、ルーミス（2000）に簡潔に紹介されている。

（10）博物館の学習要素を利用者の側から捉える研究がこの80年代に非常に増えてきた。たとえば、フォークら（Falk, H. et.al., 1985）は、来館者の行動予測ができることを目標に来館者行動調査をおこなった。来館者グループの館内での過ごし方にはある程度共通性が見いだせたが、展示への関心度や集中度は個々人でかなり異なることも示され、結局、学習者としての個性ある個人を問題にする必要があることがより鮮明に示された。

（11）こうした動きの中で、カナダの王立オンタリオ博物館がおこなった来館者研究の姿勢に、コミュニケーションの問題をめぐる重要なアイディアがみられるのではないかと筆者は考える。この博物館では、70年代後半すでに、「Communicating with the Museum Visitor」という調査報告を公刊した。

展示室の改築にあたり、すべての行程において内外の研究者による来館者研究の結果を参考にしたという（Lockett, 1991, p. 19-47）。ここでの来館者研究は、ロッケットの言葉を借りるなら、「博物館が来館者にもっとも効果的にコミュニケートする展示デザインを生み出すため」になされたものである。個々の展示の効果（holding powerやattracting powerなど）のみならず、ある展示室全体として伝えたいメッセージがどの程度記憶されているか、理解の深さはどの程度かという指標によった総合的な展示評価を試み、さらに、タイプの異なる展示間での利用者層の違いと同時に、異なる展示間に共通する「成功するコミュニケーションsuccessful communicaiton」を成り立たせている要素は何か発見しようとした。では、ここでの「成功」とは何を意味するのであろうか。オンタリオ博物館では、それまでの各展示室別の展示効果の測定という来館者研究を、より統合された展示評価のための委員会づくりにより、それを見いだそうとした。これらの文脈からは、成功とは、「博物館側が伝えるべき事・伝えたい事

がより効果的に来館者に伝わること」と「来館者側から見て、受けとめやすさ・理解のしやすさにとどまらず、人々にどういう展示が必要とされているのか」という両者のやりとりが常にある、という意味として受けとめてよいだろう。communicate to the visitor ではなく、communicate with the visitor という表現には、博物館側から何かを提供するのではなく、「ともによい博物館づくりに関わり、創り上げていこう」という意思表明とも受けとめられ、意義深い。しかも、「成功するコミュニケーション」を、展示を作り上げていくプロセスそのものとした点が非常に重要である。つまり、この博物館にとって来館者研究とは、何らかの独立した「研究」なのではなく、結果を常に来館者側と分かち合い、分析し、その成果に基づいて展示室改築計画をすすめていくという極めて実践的でプログレッシブな一連の作業過程に組み込まれているのである。たとえば、来館者の行動調査は、来館者側からの「こうあってほしい博物館展示の内容と方法を検討する」目的なのだと評価委員会が了解してすすめられているのである。to ではなく with であるということのなかに、すべてが凝縮しているとも言えよう。

(12) ボーラン（2000）による。引用は57ページ。現在、フランクリン科学博物館の専任エバリュエーターである氏は、数々の展示評価研究の経験を踏まえて、伝達プロセスにまとを絞ってこの発言をした。

氏にあっては、Atrracting Power, Holding power, Procedual Power, Instructional Power, とならんで、来館者がその展示を楽しむかどうか好きになってくれているかどうかという感情面（Affecting Power）も、コミュニケーションシステムをつくるひとつの重要な要素となっている。

(13) 井島（2000）の次の指摘が参考になる。「展示評価とは、展示のコミュニケーション能力を高めるための情報収集の手段であるが、展示で何を伝えたいのか、その目的を意識することは、博物館そのものの使命への問いを内包している。展示評価を実施することは、博物館と利用者、展示と利用者との関係を考える良いきっかけとなるであろう。」

(14) 重要なことは、前者の「展示評価研究」においても、後者の「来館者研究」においても、来館者中心（visitor centered）という視点には共通のものがあるということである。前者においては、「来館者にとっての博物館展示の受けとめられ方をよく博物館側が知って、よりよい展示構成を考えて実践する」ということであり、後者においては、どのような意味において博物館訪問の価値が訪れる人々にもたらされているのか、ということである。

(15) ロバーツ（Roberts, L. C., 1997）によると、1969年の税制改正以後、アメリカでは、博物館は教育施設としての位置づけが明確となり、1973年には全米博物館協会（AAM）における第一回の博物館教育に関する専門家委員会が13名のエデュケーターにより開かれた。同年、教育問題に関する雑誌「ラウンドテーブルレポート」も発行されるようになり、研究、ファイナンシャル部門と並んで、教育の部門はその位置・役割が与えられたのである。氏は、教育の部門の台頭により、次の大きな2つの問題に焦点を当てた。

1）より長期的で広い視野に立って、博物館の価値や構造を考えていくべきであること

2）「to educate」とはどのようなことなのであるか、その本質への問いである（引用は p. 150-152より）。この立場から、新しい知識観の導入を提唱している。

(16) ブルーナー（Bruner, Jarome）は、「教育の過程」「発見学習」で知られるアメリカの心理学者で、思考研究と乳幼児研究の分野で常に世界をリードしてきた。しかし80年代に入り、「ある特定の文学作品の世界を探るという心理学の流儀」が、それまで彼が深く関わってきた「理論の証明や反証」という方法と全く異なることに深く興味を抱き、「自己の感覚と周囲の社会的世界の他者についての感覚」の関連が、何かを叙述する（narrative）というときの感受性によって見いだされることを追求し始めた。人間に起きる具体的なできごとの理由を述べるとい

う行為に重大な関心を寄せ、科学によって生み出される「実在」と同時に、人々の「語り」から生み出される「実在」も扱えるようになることを目指している（ブルーナー, 1998）。

(17) ワトソンやスキナーにその始まりをみる「行動主義心理学」では、個人の行動は、条件としての環境にある「刺激の結果」として位置づけられた。そして、「結果としての個人の行動」との間の関係について、一般的な仮説を立て、その仮説の妥当性を検証するために、実験的な条件統制下での観察が行われた。人間行動を環境刺激に規定された一連の反応とみなすという考え方は、いわば人間行動を従属変数とおく見方である。これらの行動主義にたいし、たとえばミード（「精神、自我、社会」1973）は、諸個人の内的な意識自体に含まれる「他者性」を認めた上での「外側に現れた行動」を対象として「社会心理学」的な行動主義を提唱した。すなわち、行動主義心理学は、誕生してまもなく、個人の中の「社会性」を問題にせざるを得なかったのである。

(18) もともと、インタープリテーションinterpretationの語義としては、ひとつは「通訳」、もうひとつは「解釈」のふたつがあり、博物館が展示解説の意味でこの言葉を用いる場合は前者の「通訳」に近いものがある。また、自然観察会や野外での体験学習におけるインタープリテーションは、通常、インタープリターによる話術を含めた総合的な「自然解説」のことをさしている。最近では、自然についてよりよく知っていて、それを解説する人というよりも、いろいろな背景や違った興味を持つ対象者の特徴や要望に合わせてさまざまな働きかけができるような、いわば「仕掛け人」としての技術を含めた人をインタープリターと呼んでいる。たとえば、ビジターを話の中に引き込むための技術や手腕の開発ということにも重点が置かれている（レニエら, 1994）。また、アメリカの自然公園におけるインタープリテーションの理念やインタープリターの心構えについて、すでに1957年にチルデン（Freeman Tilden）のInterpreting Our Heritage が発行されており、そこでは、インタープリテーションは、知識や情報の伝達を伴いつつ「啓発」や「興味の刺激」をすることだと述べられている（上述の日本語版「インタープリテーション入門」p. 20より）。しかし、チルデンがビジターの側の主体的「解釈」ということをどこまで含めているかどうかについては著者自身は残念ながら確かめていない。

(19) デカルト以来の反省的直感による直接的自己認識を批判し、他者性を媒介とした「自己知」の問題を扱ったディルタイの「解釈学」だが、ガーダマーは解釈者自身がおかれている歴史的限定性のもとで「理解」と「解釈」が進むとして、新たな解釈学を再構築した。

(20) Hooper-Greenhill, E.（1999a）による（引用はp. 15）。すでに、マイルス（Miles, 1982）の展示デザイン論には、すでにこうした展示制作チームと来館者側との双方向のやりとりが展示コンセプトの各段階でどのように関係すべきか、そのコンセプトが示されていた。

(21) Hooper-Greenhill, E.（1999b）, よりよく知っている人（knower：ここでは博物館側の研究者を指すものと思われる）、学習者（ learner：ここでは来館者を指すものと思われる）、展示解説者（interpreter）の3者が相互にactiveになることが必要であり、それぞれ、前知識や自分の信じていることや価値観によって意味創出が行われていく（引用はp. 47）とされている。

(22) 重盛（2000）による「アメリカの『学習』研究の概観」が参考になる。ピアジェやガードナーらの主知主義と、ヴィゴツキーの最近接発達領域概念の再評価、とりわけここでいう社会構成主義に通じる論調をコンパクトに紹介している。ただし、構成主義ということば自体はここでは使われていない。アメリカにおける現在の教育評価研究に重要な役割を果たしているentry pointやscaffoldingなどの「学習環境の整備」という視点を重点的に紹介しており、ホーパーグリーンヒルらの主張のようなイギリスの最近の傾向はそこでは出ていない。しかし、内容としてはまぎれもなく、ここに紹介した社会構成主義である。

文献

Bayer, H., 1961, Aspects of Design of Exhibitions, Curator Vol. 4, No. 3: 257-287

Borun, M. and Miller,M., 1980, To label or Not to Label? Museum News, March-April, 64-67

ボーランM., 2000 展示評価—まとを得た質問をする，琵琶湖博物館研究調査報告17号：57-61

ブルーナー, J., 1998 ,「可能世界の心理」,みすず書房

Cameron, D., 1968, A Viewpoint : The Museum as a Communication System and Implications for Museum Education,Curator,Vol.11, No. 1, 33-40

Caulton,T., 1998, Hands-on Exhibitions : Managing Interactive Museums and Science Centres

De Borhegyi, F., Sterhan, 1963, Visual communicaiton in the Science Museum, Curator, Vol 4, No. 1: 45-57

デューイ, J ., 1998,「学校と社会」(「学校と社会」1899年と「子どもとカリキュラム」1902年の2論文の邦訳)

エンゲストローム，1999,「拡張による学習」(原著は、Engestrom, Y., 1987, Learning by Expanding)

Falk,John H. Koran, John JR., Dierking, Lynn D. and Dreblow Lewis, 1985, Predicting Visitor Behavior, Curator, Vol.28, No. 4: 249-257

フォーク, H., とディアーキング,D., 1996,「博物館体験」雄山閣（原著はFalk, J. H.,and Dierking, L.D. "The Museum Experiences" 1992)

Galvin, K. M., and Brommel B. J. , 2000, "Fammily Communicaiton"

Hein,E., Gorge, 1998, Learning in the Museum

Hooper-Greenhill, E. 1999a, Education, Communication and Interpretation : towards a critical pedagogy in museum, in Hooper-Greenhill, E. (ed), The Educational Role of the Museum Second Edition, p. 3-27

Hooper-Greenhill, E.1999b, Learning in art museums: strategies of interpretation, in Hooper-Greenhill, E. (ed), The Educational Role of the Museum, Second Edition, p.44-52

井島真知，2000，博物館の評価環境を考える—展示開発と展示評価—文環研レポート，No. 14: 1-8

KNEZ, E. I., and Wright A.G., 1970, The Museum as a Communication System: An Assessment of Cameron's Viewpoint, Curator Vol. 13, No. 3: 204-212

Lockett, C., 1991, Ten Years of Exhibit Evaluation at the Royal Ontario Museum 1980-1990, ILVS Review, Vol. 2, No. 1: 19-47

ルーミス・ロス・J，2000，アメリカの博物館評価と来館者研究，琵琶湖博物館研究調査報告，No. 17 : 50-56

McManus P. M., 1988, Do You Get My Meanings? Perception, Ambiguity and the Museum Visitor, ILVS Review Vol. 1, No .1: 62-75

Miles, R.S., 1982, THe Design of Educational Exhibitions（邦訳は、「展示デザインの原理」1986)

ミード, G.H., 1973,「精神・自我・社会」(原著は、Mind, Self, and Society : from the standpoint of a Social Behaviourist , 1934)

Miles, R. S., 1988, Exhibit Evaluation in the British Museum (Natural History), ILVS Review Vol. 1, No. 1: 24-33

Parker, H. W. 1963, The Museum as a Communication System, Curator, Vol. 6, No. 4: p. 350-360

レニエ. K., グロス. M., ジマーマン,R., 1994,「インタープリテーション入門」原著は、Reginier,K., Gross,M.,and Zimmerman R., 1992, Interpreter's Guidebook: Techiniques for Programs and Presentation, USA

Roberts, L. C., 1997, From Knowledge to Narrative—Educators and the Changing Museum

Screven, C. G., 1975, The Effectiveness of Guidance, Devices on Visitor Learning, Curator, Vol. 18, No. 3: 219-243

Screven, C. G. and Shettel. H. H., 1988, A Message from the Editors, ILVS Review , Vol.1, No. 1: 8-9

Shettel, H., 1968, An Evaluation of Existing Criteria for Judging the Quality of Science Exhibit, Curator, Vol. 11, No. 2: 137-153

重盛恭一，2000，日本における来館者研究、博物館評価文献リスト（1957-1999)，琵琶湖博物館研究調査報告 No. 17 : 150-172

ヴィゴツキー，1962,「思考と言語（上・下)」