

「この国で表現すること」

藤幡正樹

80年代から、主にヨーロッパを中心にアーティストとしての活動を行なってきた者にとって、その成果に対する西欧側と日本側での受け止め方の落差にしばしば深く考えさせられてきた。通常は、以下のような論考を私自身がヨーロッパで掲げる必要性はまったくない。発言者がどういった出自を持っているにせよ、耳を傾けるべき作品やプロジェクトがあれば、それをアーティストの発言として聞いてくれるからだ。西欧社会では、アーティストの社会的な役割はとてはつきりしていることが、この20年で非常に良くわかってきた。

97年頃に、ドイツで作品制作をしていた時の出来事だが、美術館のワークショップのメンバーと作り物の大きさのことを話し合っていた。だいたいの木材などの資材にはその国独特の規格がある。例えば、日本では182x91cmという畳を基準にした規格があるので、プロは、185cm x 96cm といったサイズの天板は普通発注しない。いっとどおりの感覚で、素材を無駄にしないように、まずドイツの規格サイズについて質問したら、「まさき、材料のサイズや厚みといった規格を気にすることは無いから、おまえがアーティストとして欲しいと思う絶対的なサイズを言え。」と言われたのだ。この時の喜びは忘れられない。確かに形やフォルムには彫刻的な意味で、絶対的なサイズというものがある。しかし、その時の自分はそのことを直接彼らに指示することをためらった。彼らはアーティストの直感に高い信頼を抱いている。まだ見えない何かを、アーティストとともに作業しながら現前させようとしていたといえるだろう。こうした文化的な環境に比べて、日本でのアーティストに対する理解のズレはとはいったいどこから来るのだろうか？

また、別の時に、プロデューサーであり思想家である友人のフランス人に「聖書には『はじめにことばありき。』と書いてあるでしょ、ことばによって新しい概念を作り出すことができるわけだけど、ことばで記述可能な概念は、必ず顕在化できるものなんだ。」という趣旨の発言をされて、非常に驚かされたことがある。それ以前の自分にとって、ことばは作品のうしろに控えているものであって、決して全面化するものではなかった。あるいは、作品はことばによる思考とは別種の回路によって生み出されるものであり、そのことによって価値があると考えた。いわゆる「沈黙は金」であり、作品こそが雄弁に語るものであると教えられてきた。この違いはかなり決定的だ。思想家であって作家ではないことと関係があるのかもしれないが、彼は自分の構想した概念が、どこかで実体化した作品が存在していないか？という視線でさまざまな作品を探索しているのである。作家は気がついていないかもしれないが、その背後にある概念を探し出し、暴いてやろうとしているのだ。作品は言語によって発見されうるということだ。この姿勢は、作品が既存の美的概念を保存するためのメディアウムであり、作家はその美を再生産するために精進しなければならないという旧来型の姿勢とは根本的に違っている。

アーティストはある種の直感や感覚を通して対象を理解し、それを形にできる人のことを指す。これに異論を唱える人はほとんどいないと思われるが、問題なのは、そうした創造性が社会をつくりだし、また発展させる重要な要素であると考えているかどうかである。この定義であれば、「エンジニアも科学者も、政治家も」「アーティスト」とあると言ってしまうのではないか？」という反論があるかもしれないが、現代の芸術では「すべての人は、生まれながらにしてアーティストである」という理解は普通なものだ。それは「アート」ということは、社会をつくりだす土壌のことをさしているからであり、「芸術なくして社会はありえない。」という言説につなが

ってゆく。「それでも実際のアーティストは、絵を描いたり、彫刻を作ったりといったものづくりをしているではないか？」と反論されるかもしれないが、これらの作品と呼ばれているものは、人間の持つ感覚や直感を象徴するある種のモデルなのである。アートに触れることは、それを見るところという行為を通して、自分自身の創造性の源泉に再度触れるということをさすのだ。「誰でもが、アートに触れて生まれ変わることができる。」と言ってもよい。

芸術活動や文化活動というのは、社会の土壌を耕すことである。Cultureといふ言葉は、Cultivationと同根であり、土地を開墾し、人間関係を作り上げ、人材を養成してゆく土台のことである。「アート」という活動は、その中でも創造的な活動を指している。家をつくり、道をつくり、作物や動物を飼い慣らす、そうしたそれまでにはなかった何かをつくりだす、それらすべての活動が、本来は「アート」と呼ばれる人間の活動なのであるが、日本の現実を顧みると必ずしもそうはなっていない。むしろ芸術文化は趣味や教養の分野であり、習い事のひとつと見られている。

## ●近代化Ⅱ西欧化

遡るとやはり明治の開国前後にひとつの節目がある。島国である日本は、幾度かの外部からの侵略があったにせよ、海に囲まれているという地形的な条件のために外敵から守られ続けてきた。また江戸時代には鎖国を行い、外部との接点を極めて狭めて来たことで、永く独自の文化を育んできた。当然、家をつくり、道をつくり、人材を養成してきたわけで、独自の創造性と知識や教養を養ってきた国であることに変わりはない。西欧的な方法論とは異なっていたにせよ、江戸時代の建築が極めて独創的で美しかったことには間違いがない。そこに、西欧文明が近代化を旗印にしてやってきた。これにどのように対応すればいいのか、そこにさまざまな間違えが起こった。端的に言えば、外部から届けられた異文化に打ちのめされたのである。キラキラ光り輝く外来文化に高い位置を与え、急速にそれを取り込んだ。江戸時代の自国の文化と外来文化を相対化するほどの知識や経験もなく、外交的な能力も低かった。まさに島国根性というべきものかもしれないが、内側に外圧を利用しようという動きもあつただろう。

同様の文化的な外圧は、戦後の日本にもやってくる。当時強大な経済力を誇っていたアメリカの文化にブチのめされた。両者に共通する驚異は、まず技術的な先進性だったのではないか？明治期には黒船であり、戦後においては原子力であろう。技術を手に入れることは、思想を自分のものにするよりも遥かに容易く、利が見えやすい。これらの技術開発の背景を知らずとも、その技術を模倣すれば復興がはじまることになる。つまり、「近代化」イコール「西欧化」というであり、ありとあらゆる西欧が複製された。それは工学技術ばかりではなく、ファッションも遊びも、芸術の分野でさえ、西欧でのトレンドに敏感に反応し、その後追いをした。

明治期には、黒田清輝が持ち帰った西欧絵画が、日本における洋画の中心をなすことになるが、彼が持ち帰った絵画は当時のパリのトレンドであつた印象派の絵画であつた。つまり、日本の洋画のはじまりは宗教絵画ではなく印象派からスタートしてしまうのである。どのような議論が当時行われようと、パリで学んだ黒田の言説が国内で優位に立つてしまうのは、本家を知らない者に発言の権利は無いからだ。つまり、パリが本家だったのである。これでは本当の意味での西欧絵画理解は阻まれてしまい、結果的に本家の利権だけが残ることになるわけだ。ともかく、西欧であればなんでも良かったのではないか？「これが西欧だ」といえれば、それは錦の御旗と

して使えたのだ。

今のわれわれから見れば、「近代」は「個人」という概念の発見からはじまるものであることを知っている。しかし、現実問題として「市民革命」を経験していない日本人にとって、それは未だに理念以上のものではないようだ。まさに、政治の場面においても現在の議会制民主主義は外から頂いたシステムであるが、未だに頂いたものであるだけに、民のものにはなっていない。民主主義の政治的概念を掘り下げようとはしないままに、政治は単純な技術的な道具になり、急速に技巧化したのではないか。これまでに一度も憲法を改正できないでいるという現実を見ても、このことは明らかだろう。システムとしては近代化、西欧化したのが、まったく民主化はされていないということだ。

#### ●模倣による受容

これまで、日本は、西欧文化を徹底的に分析し、自分のものとするためのさまざまな研究手法を持っていなかった。結果、それまでの一般的な学習スタイルである「模倣」に専念した。西欧文化の外見を精密に模倣して来たのだ。日本に古くからある学習のスタイルというのは、ことばによる思考や活動を上位に置かない。お寺にみられる「修行」と呼ばれる学習方法だ。古くは役小角のような修験者であり、剣道や柔道のように自らの身体を鍛えることを通して、他者を理解し、社会を理解する。これらの修行は、みな「型」から入り、「型」を忘れるところへ至るとされる。簡単に言えば、師匠の動きを模倣することからしかはじまらないのだ。

例えば、刀鍛冶のように「日本刀」をつくる技を伝授する場を見ても判るとおり、さまざまな技巧や技術の習得においてもこの学習スタイルが用いられてきた。西欧建築の目的や思想を研究せずに、西欧建築をつくりの外観を木造でつくり上げるようなことを明治期には平気でやってきた。このことは芸術分野においてもまったく同様であり、私が所属する東京芸術大学は、長く油絵を描く画家とピアノを弾く演奏家を育ててきた。とはいえ、一部の優れた芸術家を除けば、多くの卒業生が学んでいたのは、いわゆる「お稽古事」であった。卒業生達は、「お茶」や「お花」を習うように、「油絵」や「ピアノ」を習い、また教えた。当時の日本は「油絵」と「ピアノ」に西欧文化を、ひいては近代を象徴させていたのだ。

芸術を教えることが「お稽古事」ある限り、それは「型」を教えることになってしまう。書道や柔道のように考えるならば、それは、油絵に「道」付けて「油絵道」また、「ピアノ道」というものだ。道があれば宗派が生まれ、道場破りなども現れるのかもしれないが、芸術は勝ち負けで見たり、やったりするものではない。これでは西欧文化の模倣の枠組みの中に留まっているだけで、芸術そのものの本質を越えた議論はそこでは起こらないだろう。いつでも本家は西欧にあり、どんなに短時間であれ、本家で学んだ者の言説が優位にある。当時の西欧近代化の流れの中で、絵画が「個人」概念の発見の証しであることを看破した人物は当時の日本にはいなかった。それは海外からやってきたある種の様式としてしか捉えられなかったのだ。だが、こうした外来文化の受容の仕方、明治期と戦後だけに見られることではない。奈良時代、仏教伝来の時代から、宗教さえある種の様式として取り込んできた。それは、現在の日本の宗教観に現れているとおりだ。

## ●経済と文化の切断

技術工学の模倣も同様のスキームで発展した。幸い江戸時代の日本では、建築をする大工と硯箱をつくる職人の間に分断はなかったし、蒔絵をする職人と襖絵を描く職人の間にも社会的な差異がなかった。そもそも芸術ということが無かったこともあるが、工芸と芸術の間に分断はなかった。だからこそ、西欧文明の受容は模倣によって急速に実現した。戦後は、アメリカの後押しもあり、敗戦国として一挙に電力開発から放送技術などさまざまな技術を扱うようになり、模倣によって一気に経済的な復興を果たしたのだ。これまでも言われてきたように、日本は海外から流入した既存の技術を改良することに才能がある。フォードの量産体制を模倣したことで成功を作り出したトヨタも、ラジオの量産によって一挙に事業を拡大したソニーも、アメリカ人によって成された根本的な発明を、安く量産することで経済的な成功を成し遂げてきたのだ。

もちろん、模倣だけではないだろう。さまざまな創意工夫がなければ、完全な模倣は作り出せない。80年代の日本は特許大国とも言われるぐらい特許の申請数が多かった。工学系分野の中では、そうした創造性「より良いもの」を作り出す能力を磨き、競い合ってきた。しかし、この「より良いもの」という目標が問題になってくる。「より良いもの」という基準はどこにあるのか？それはまず、模倣する対象である外国製品であり、すでに大量に売っていたり、それがなくてはならないような基幹となる製品や部品である。それを対象としてその性能の一部を超える性能を引き出すことなどが、躍起となつて行われた。こうした競争では、対象となる製品そのものの目的の是非は絶対に問わない。改良の提案は良しとしても、それとは目的の異なつた商品開発や発明を上司に提案しても、当時はきつと断られるだけであつたらう。

「より良いものを作る」という基準には、どこか「良い子でいる。」という躰けと似通つたところがある。例えば、「今日は、おばあちゃんの家に行くから良い子にしてください。」という指示は、「おばあちゃんの家では、みんなの言うことを聞いて、自己主張しないようにね。」ということであり、それは「自分を殺せ」という命令でもある。どんなに小さな考えであれ、おばあちゃんやおじいちゃんの前で、異論を唱えるなどということだ。自分で考えたことを自由に発言することを奨励する個人主義的な社会ではない。こうした意味で、この「より良いもの」の意味を解釈すると「製品の製作過程の改良に創意工夫はしても、作り出す製品の目的にまで口出しするな。」ということだ。

特に戦後の経済復興は全世界的に見ても異常な出来事であつたらう。しかし、そのことによって取りこぼしてきた重要な問題が今になってポディイブローのように現在の日本社会に響いている。つまり、自分で判断する能力という、本来は「近代化」に向かう手前で獲得しているはずの「個人」という概念が、日本にはいまだに浸透していないのだ。すでにあるものを上手に模倣している限り、その原型の意味やそれが保持している概念について考える必要はない。いやいや、言い方を変えると本来は「型」を模倣することを通して、その本質を体得することができるはずだったのだが、ここで模倣してきた西欧文化の背後にある本質は「個人主義」であり、これまでの「XX道」と呼べるような儒教的、仏教的な人間関係や世界観とは異なつた思想である。確かに「型」を真似れば、その利は得られる。しかし、いくら「型」を真似ても、それがもたらす機能を活用することはできるが、本質は見えてこない。経済的には豊かになつたが、現実問題として日本社会は「個人主義」をベースとした近代社会として成立していないのだ。

## ●豊かな社会⇨進化した技術

戦後の経済成長のスローガンは、「技術の進化が、豊かな社会をもたらしてくれる。」というものだ。戦後は、電気釜にはじまり、50年代には、テレビ放送に合わせて「テレビ、冷蔵庫、洗濯機」が「電化製品の三種の神器」と呼ばれ、60年代後半には、「カラーテレビ(Color TV)」、クーラー(Cooler)「車(Car)」が「eC」と呼ばれた。確かにこれらの電化製品は、主婦を家事から救い、さらに移動やコミュニケーションの喜びを日々の生活に持ち込んだといえるだろう。この方程式は、1964年のオリンピックを経て、1970年の万博まで続き、ピークを迎える。北京オリンピックを終え、上海万博を終えた現在の中国が、まさに当時の日本と同じ歴史の方程式の中にいるわけであり、ソニーやホンダの下請け工場から出発した中国の製造会社が現在やっていることは、日本製品の模倣である。「HONDA」を真似た「HONGDA」という製品名が中国にあることから判るように、まさに戦後の日本が行なってきたような模倣であり、機能だけではなくブランドまで含めた徹底的に表層的な模倣である。

こうした表層的な模倣は、時として事故を招くことになる。対象が複雑な機械であればあるほど、その機能の安定化のために、さまざまなフィードバック・ループを持つものであるが、個々のフィードバック・ループが果たしている機能を理解せずにそれを模倣してしまうということが起こりかねない。個々の機能が理解できていないために、それはいざという時に機能しないわけだ。福島第一原子力発電所の初期の原子炉は、アメリカのGE(General Electric)の設計図通りに作られたが、国産が進むにつれて図面にある必要のなきような機能を取り除くといった設計変更が、いろいろ成されていったという話しを最近聞いた。2011年に中国で起こった「温州市鉄道衝突脱線事故」の背景にも、鉄道システムを完全に理解しないまま運用していたという問題が隠されているだろう。

そのまま模倣するという姿勢は、アジアにおいては問題視されない。むしろ模倣が奨励されているのは、それが「学び」と結びついているからだ。これは、相手の創造性・独創性に敬意を表し、「買って、使わせて戴く」のではなく、それは自分にも作れるだろうと推論し、模倣を通して学ばせてもらおうというスタンスだ。ここでは、「近代を手に入れる」ことは、その表層を技術によって真似ることとイコールなのである。いや、「近代を手に入れる」というパラダイムさえも眼中にはなく、ただそのキラキラしたものを自分も手に入れたいということだったのかもしれない。

それは、ファッションの世界も同じだった。かつて70年代のアメリカで、ベルボトムズのジーンズにロングヘアの若者が出現したのは、ベトナム戦争を含めた社会的な理由がある。当時の既存の社会体勢に対する批判的精神がヒッピーイズムを産み、そうした意識が背広ではない外見を求めた結果、それが西部開拓時代を象徴するジーンズを母体に、女性性を強調した長髪と結びついて生まれたわけだ。しかし、社会的な背景がもともと異なっている日本で、ベルボトムズのジーンズを履く必要も無いし、ロングヘアの若者が街にあふれる社会的な必要性はまったくなかったはずだ。単純に「新しい」ことを正しいとする進化思想が、対象をそのまま模倣することを進めたに過ぎないだろう。つまり、カウボーイがカッコイイのも、ヒッピーがカッコイイも一緒なのだ。アメリカに近い服装をすることが、最も早くアメリカに「なれる」ということを意味していたのだ。ちなみに、「EDWIN」というジーンズ・メーカーは、「江戸勝」という号を英語にして「エド・ウイン」としたのだそうで、まさに国産ジーンズなのだが、当時はずっとアメリカ製のジーンズだと思いつまされて来た。製品のデテイルからブラン

ド・ネームまで、衣料業界の模倣の技巧は極めて優れているのである。アメリカ並みがカッコよくて、それが豊かな社会のお手本であったわけだ。

つい20年前でさえ、通産省宛てのプロポーザルでは「豊かな社会のために」という表題の元、医療と福祉の充実が挙げられ、その推進には高速の情報ネットワークが必要であると結論付けられていたものである。こうした短絡的な推論が、特に戦後の工学系の研究費獲得等で常識化していた。少なくとも今のわれわれは、こうした技術の模倣だけでは、「豊かな社会」は訪れないことを知っている。

#### ●高度経済成長の被害者としての家族

高度経済成長は、確かに経済的な豊かさを市民社会にもたらしたが、同時に社会構造の大きな変化を要請した。農業が中心であった田舎では、お父さんは出稼ぎに出てしまい、田んぼも畑も手が足りない。お母さんは、近所の田んぼを潰して新しく出来た工場に勤めに行くようになった。昼間の家には誰もいない、父親の役割、母親の役割が分裂し、それぞれが咬み合わなくなり、そして家庭が崩壊した。都会では、朝早くから通勤電車に乗って都心の会社に勤めるサラリーマンの父は、夜しか家にいない。休日には、疲れて寝ているだけで家長としての威厳がなく、家庭での会話もない。父親というロールモデルを失った家庭においては、兄弟はお互いが理解できずに、いがみ合うことになる。当然、こうした家庭の精神状態はこどもの精神的な成長にも悪い影響を与え、次第に意味のない抑圧が相互に生まれ、それが家庭外の場所、学校での他者への「イジメ」へと発展する。あるいは他者とのコミュニケーションを拒否する「登校拒否児童」や「ひきこもり」を生む。

早朝から深夜まで、過酷に働かされる父親は、パチンコや赤ちようちんでガスを抜き、終電に乗って家に帰る。重苦しい現実を忘れるために、父親はギャンブルに興じ、また酒を飲むわけだ。しかし、こどももまた同じ様に「マンガ」や「アニメ」を読むことで、ガスを抜いてきたのではないか。爽快に宇宙を飛びまわって世界を危機から救うロボットや、少女の内面的な世界に耽溺することで、こどもたちもまた現実逃避を行なってきたのだ。父親たちと違って、ギャンブルやアルコールが許されていない分、こどものガス抜きの方法は複雑で、さらにそこに性的な成長過程も絡んでいる。極端に歪んだ、現実離れた性的描写が数多く出現するのは、他者との直接的な交渉を経ないままに、一方的に仮想的に作り出された他者を「キャラ」として、プロトコルだけで操作したいがためである。こうしたいわゆる「オタク」と呼ばれる人たちは、現実と直接に接点を持つことを拒否している。メディアを介在させた方が「感じる」のだ。N次元に封じ込まれたキャラと接している方が確かな現実感があるのだ。

日本マンガの特長は、作品中のキャラ自身が、くるくるとそのアイデンティティーを変えてしまう自由さにある。それは、日本語に主語が複数あることと関連があると言われている。例えば、日本語の会話では、相手と自分の上下関係によって主語が変化する。つまり、主語を変えることで、お互いの位置関係を変えることができるのだ。また、会話ではそうした変化をたのしんでいるともいえる。海外で日本のマンガがウケている。特にフランスなどの個人主義が行き過ぎた感のある国の若者たちが、こうした日本のマンガをおもしろがって読むのは、「あー、アイデンティティーなんて、いらんのかも、そんなもの無くても経済的に成功すればいいんじゃないのか、」と感じているのではないだろうか。アイデンティティーの獲得を強要されることにある種の脅迫感を感じ

ている彼らは、戦後日本の急速な近代化の下で発達した「キャラ」に、アイデンティティー不在でも生きていける自由を見出し、それらの「キャラ」に共感を感じているのではないだろうか。

高度経済成長の下で抑圧された家庭とその被害者のこどもたちが発見した「キャラ」が、逆に行き過ぎた個人主義の下での圧力からの開放、逃避の方法として、日本のマンガから見いだされていることになる。本来、「自由」は、アイデンティティーを持つてこそ持てるものだが、ここで見出されているのは、アイデンティティー不在でもOKな自由なのである。このアプローチは、誤謬によつて生まれたものといえるが、しかし非常に新しい。芸術が個人による創造的行為であるとするならば、マンガ作品を個人の発明に帰属させることは難しい。これらのマンガを西欧的な概念で「芸術」とそのまま呼ぶことは不可能だが、極めて新しいフレームワークを西欧社会に提案していることは間違いない。しかもそれが、近代化、民主化の失敗を背景として生まれていることは非常に興味深い。

## ●近代化と民主化

こうした「オタク」のシンボリックな場として知られているのが、1975年にはじまった「コミック・マーケット」である。この略称「コミケ」は、マンガ同人誌のサークルが集まった即売会からはじまったものだが、現在では、たった3日間のイベントに、3万5千のサークルが参加し、25万人を越す入場者を集める巨大なイベントと化している。しかしながら、ここで取引されている書籍は同人誌と呼ばれる自費出版の書籍であり、しかもほとんどのマンガの内容は、既存の有名マンガのキャラを流用した二次創作であり、いわば著作権に違反した著作物なのである。もちろん、書店で販売することができないので、図書管理コードである「ISBN」は付いていない。言い換えると、このイベントを敵視する動きが生まれてしまえば、いつその存在を消されてもおかしくない状態にあるといえる。2400人もボランティアがこのイベントを成功させるために、また事故が起こらないようにするために必死に裏側で汗を流している。それは単なるイベントの運営を越えて、自分たちの二次創作の自由を守るために集まった、ギルドのメンバーのように見えるのだ。

そもそもギルドは、経済を政治と切り離し、経済活動の自由を守るために形成された集団の名称だ。大学のことを「知のギルド」と呼ぶのは、知るといふ権利は、知的なバイアスから自由でなくてはならないという思想を背景としているからだ。大学では知る権利が守られていなければならず、知に対する政治的な介入が排除されていなくてはならない。「コミケ」は、自由にマンガのキャラをコピーして、二次創作を行う自由を担保している。学校に一人も友達がいなくても、ここに来ればマンガを描いている友達に出会える。そうした「うつくしい」場所なのだ。この自由を守るために必死になっている参加者、来場者、ボランティアは、うつくしい。ここは、日本で唯一の自分たちのために集まったギルドが取り仕切る場であり、もともと民主的な場所なのである。

この言い方は、一見唐突なことを言っているように聞こえるかもしれないが、確かに近代化の歪みから生まれた二次創作、まともな経済活動と叫べないような違法行為を、「民主的」と言うのはおかしいと思われるかもしれないが、本来民主的であるということは、個人で判断し個人で意見を言うということがその根幹にある。自分にとつて守らなくてはならないもの、自分に必要なもの、自分を形作っているものを守り、継承し、それらを共有する人々が集まって社会ができていくという理解だ。民主化に向けたこれまでのさまざまな闘争は、それらの価値

観の相違から生まれたもので、その基本は個々人の持つ確かな価値観だ。「コミケ」を見て思ったことは、これほど大勢の人々が共通の価値観（自由にマンガを描くことができるという価値観）を大切にしようとしていることをよく考える必要があるということだった。ここから、これに比べると現在の日本の政治は、ただの技術なのではないのか、という疑問も生まれてくる。しかも、アメリカ仕込みの技術を使うことだけでやってきたように見える。政治を技術にしないためには、まず今の自分にとって何が一番重要か、自分自身が判っている必要がある。

表現をするということは、良かれ悪しかれ自分の考えを表明することであり、それは当然政治的な行為であるということを見習うべきである。「コミケ」を続けているあの組織体は、そのことを十分に自覚している。

#### ●芸術とアートの間

日本のマンガとアニメは、世界中の子どもたちに読まれ、非常に大きな影響力を与えている。海外の子どもたちは、日本での状況とは逆で、まずテレビで放映されたアニメに触れ、多くがその後でマンガを読み直すという順番になっている。今はむしろDVD、あるいはYouTubeが中心だ。そのためにスタジオジブリのアニメなどを、幼児期から子どもに見せている母親が全世界的に多い。こうした子どもたちのおかげで、ヨーロッパの主だった大学の日本語学科を越えた数の学生が履修している。彼らは卒業して日本企業へ就職することが目的ではない、進学の理由は、マンガをそのまま日本語で読みたいという欲求である。多くの日本文化研究者らがこうした学生がマンガをきっかけとして日本文化に興味を持ち、深く日本を理解してくれると良いのだが、といった発言を繰り返しているが、これはマンガというコンテンツの本質を理解していない発言である。マンガを読みたいという欲求は、イコール日本文化を知りたいという欲求ではない。コミケを見れば判る通り、マンガ文化全体の特長は、読者とマンガの間の自由な読み取り、模倣や改変の空間があることである。

そもそも日本のマンガは、漫画家ひとりの創作によっては成り立っていない。出版社の編集者と漫画家、場合によっては原作者とのコラボレーションであり、週間連載という非常に短い時間の繰り返しの中で、読者からの反応を迅速に取り込んだ上で、作り出されてゆく商品なのだ。これはフランスのBD（バンド・デシネ）という芸術的なマンガ分野とはとても異なっている。BDは、作家である漫画家が自由に時間を使って完全な作品としてつくり上げるもので、作家によっては、年に一冊しか描かないといったサイクルで出版されるものであり、日本のマンガと同じ枠に入れ込むことに抵抗を感じる。また、彼らがこうしたBDを第9の芸術と呼ぶことにも微妙な違和感を感じる。これまでの日本のマンガ、特に戦後のマンガは、こうしたBDのような芸術ではなく、読者とともに作られ消費されてゆく対象として発達してきたのだ。

ここには現代日本の諸相が映し出されている。もつとも同時代的な問題を扱い、十分に現代の「アート」として考えることができる、マンガやアニメという分野が「アート」とはみなされずに、娯楽として消費されているのだ。これは明治期に「Art（アート）」という概念が入ってきた時から始まった問題だ。「Art（アート）」は、美術や音楽や演劇といった個別の文化活動の枠を越えた概念であり、これらを統合する概念である。当時のインテリは、四苦八苦して漢語の中から似た概念として「芸術」ということばを探しだしてきた。不思議なことだが、この翻訳はその後アジアの漢字文化圏に輸出され、現在の中国でも使われている。このことは、明治以前のアジア圏には「アート」という概念が必要無かったということである。



結果として、輸入文化である西欧文化と天皇に由来する文化財が「ハイ・カルチャー」であり、それ以外は大衆のための芸術として住み分けされたのである。多くの文化財が皇室に由来することは疑う余地がないとして、特に西欧由来の文化がいつきよに、良い物も悪いものも「ハイ・カルチャー」にカテゴライズされることになった。さらに面倒臭いことに、西欧芸術は今現在も生きている芸術分野であり、常に変化し続けているのだが、実際にはその変化に日本側は追いつけていない。本来、貴族とブルジョワのための芸術であった「ハイ・カルチャー」としての西欧芸術は、近代以降、コンテンポラリーアートの時代に入り、市民社会のシンボルとして扱われてゆくという大きな変革を経ているにも関わらず、その図式をうまく読解できてない日本側は、それらをあいかわらず「ハイ・カルチャー」の中での新現象、新様式、あるいはファッションとしてそれを取り扱ってきてしまったのだ。

この「ハイ」と「ロー」の間で、大きなコンフリクトが生まれている。そのため、昨今は「芸術」という用語に変わって、「アート」というカタカナが多用されるようになった。できるかぎりこれらの新しい動きをカタカナで「アート」と呼ぶことで、これを「ハイ・アート」から分離し、ボトムアップ的な文化活動として位置づけようとしていくのだ。本来の「文化」が、社会を耕すという意味であるならば、現在の「アート」の活動、特に地域のコミュニティーをベースにしたアートの活動など（妻有アートのトリエンナーレをきっかけとして日本中にこうした動きが広まった。）は、まさに文化活動そのものである。「ハイ・カルチャー」ではない、本来の意味の社会的なカルチャーポジションとしてのアートが生まれるきっかけがここにはある。しかし、同時にこうした活動を牽引している側のどこかしらに、ハイ・カルチャーに対する憧れが感じられるのは問題だ。せつかくのこうした新しい動きが生まれても、結局また大衆的な芸術に対する新しい差別を作り出してしまう可能性は大である。

あらゆる文化的な活動を相対化する必要がある。文化を娯楽として、ガス抜きとして隅に追いやるのではなく、経済活動の中に文化活動を繰り込まなくてはならない。「マンガがお金になるか？」ではなく、マンガに価値があることを認め、それに見合った経済的価値をつくりだせる社会を構築すべきである。そのためには、この日本独自の歪みを持った大衆芸術や「アート」の歴史化が必要になる。ここに至る理由が必要になる。これまでのようなフロー（消費的なコンテンツ）ではなく、ストック（記憶的な場）を作る方法について模索する時が来ているということだ。

#### ●メディア・アートの妥当性

マンガ・アニメ以外の分野にも、メディア・アートと呼ばれている日本独自の発展をした分野がある。これは戦後の家電の発達と不思議な関連性をもって発展した分野なのだと思う。戦後の復興の中心は、模倣をベースにした技術の発達であると述べたとおりだが、憲法九条との関係から、これらの技術には兵器産業には踏み込めなという足かせがかかっていた。ゼロ戦を作ったほどの技術力が戦後に向かった先は、大衆乗用車と家電である。まず、自動車も、トランジスタラジオも、テレビも本家はアメリカであり、高価な本物を手に入れることができない大衆消費者は国産製品を買い、技術力のあるアマチュアは自作した。海外製品への信奉は今でも残っているが、手に取ることのできない高価なオリジナルは嫌が上にも空想の対象となり、あらぬ方向へ向かった創造力さえも生み出すものである。そこにオリジナルとは異なった「僕のクルマ」や「僕のテレビ」生まれて来てもおかしくはない。当時の雑誌を見ても、回路図だけをたよりにテレビを組んでしまう戦後アマチュアの自作力には驚

くべきものがある。

メーカーとして、いったん商品が世に出ると、それを安く大量に売るために、次々と新しい付加価値をつけてゆかなくてはならない。家電製品の世界では、無限の差異に向けて、限りなく無限のバリエーションが作られていった。消費者は、それらの微細な違いをカタログスペックから読み取って、購買に向けた判断を強いられるというわけだ。例えば、ケータイのガラパゴス化や週刊ウォークマンとでも言うべき製品の多様化は、バージェス化石になぞらえてもいいぐらいだ。(スマートフォン以降の現在もともガラパゴス化しているのは、イヤホン、ヘッドフォンの分野である。)考えられる限りのあらゆる機能の順列組み合わせが、そこでは試みられることになる。次に出る機種を予測することがユーザーどうしの会話のネタであつたぐらいに、ユーザーにとってはまさに創造力をくすぐられる場なのである。これほど多くの人が、家電や車について微にいった議論をする国も珍しいのではないだろうか。

こうしたスペックの比較、カタログmaniaへの傾向は、こどもたちの怪物カードから、ビックリマンシール、さらにはR&Dゲームやピカチュウといったゲームへの指向と連続している。長く電子部品を販売してきた秋葉原の街が、ここ20年ほどで大きく客層が変わつたわけでもないのに、多くのパーツ屋がフィギュア屋に取って代わられたのも、この辺に理由があるようだ。こどもの頃からカタログmaniaで、スペック比較をしていた人間が、電子部品のカタログを見ることには、なんの困難もない。さらにカタログから、個々のキャラのパラメータ化された性格を見ながら、ひとりでストーリーを作つていたこどもにとつて、トランジスタやコンデンサーを決まつたプロトコルで使うことはあたりまえで、むしろその部品が持つポテンシャルを最大限にまで引き出すことに快感さえ憶えるのは当然のことなのである。(時には、部品に最大定格以上の電流など流して、壊してみても「さすが、規格通りにできている。優秀!」などと感心するわけである。)

戦後生まれの世代は、マンガ・アニメから個々のキャラのパラメータを読み取り、プロトコルに沿って想像力を働かせてきた。彼らが大学を出て、電子部品をキャラのように扱うのは、対象をアニメイトしたいという意味で同根であり、笑ってくれるアニメ・キャラもきちつとプロトコル通りに機能してくれるパーツにも、ともにフエティッシュな感覚を持つことは、当然のことなのである。テレビ・セットの裏蓋を空けて、中にはアイドルもキャラもおらず、真空管やトランジスタに埋め尽くされていることを知っている世代にとつて世界をカタログ化して自由にそのプロトコルを使いたいという願望は、それはもはや願望ではなく自然と身についた世界認識の方法なのである。世界はすでに誰かによってカタログ化された部品の再構成によってできているのだ。

日本のメディア・アートの背景には、戦後のこうした好奇心と技術的な歴史環境がある。大手家電メーカーでは作ることでできないようなサービスを自作して見せることのアマチュア的な喜びが、その発端にある。この素直な好奇心は、放送や雑誌というマスコミュニケーションの役割とも連結しており、それら相互に同時代的な関係性を見ることができる。それはラジオやテレビの放送を共有すること、音楽や俳優、アニメのキャラやお菓子といったアイテムなど、生活環境を囲むさまざまな同時代的な設定がこの周辺にあるからであり、メディア・アートはそうした環境から生まれ出てきた表現なのである。何かを作ろうとする動機は、自分自身の楽しみから始まり、ほとんどはそこで終わるのかもしれない。しかし、それが友人を和ませるためのもの、あるいは驚かせるためのものとなってゆくに從つて、もしかしてメディアや技術へ向けた批評性を持ち始めた時に、はじめて同時代のアートとしてそれは評価できるものになる。技術やメディアがすでに共有されている分、同時代の産物とし

ての強みがあるが、「アート」を考える時には、この批評性という境界線が問題になる。次々と変化発展する技術とメディアの上での表現を見る時には、単なる模倣から批評への移行を見破ることが難しい。技術のデモではなく、主体がその実現に介入しているかどうかという判断である。

もしかすると、日本のメディア・アートへの評価は間違っているのかもしれない。友達を喜ばせようと作ったものが、海外からみた時に作品として勘違いされているのかもしれない。それは日本の文化現象として、日本のファッションとして、アート・フェスティバルが取り上げているだけかもしれない。戦後の経済成長の中で生まれた歪が複雑な形で、メディアと技術への嗜好や、非現実のキャラや現実離れた世界観の融合を作り出してきたわけで、それは芸術家個人の創造物ではない。やはり、日本的な文化現象であることは間違いないのだが、とはいえそれは、西欧のアプローチとはまったく異なったアプローチであり、異なった立ち位置から作られていることだけは明らかである。今後「日本の」という呼称を離れて作品がひとり歩きするような時代に向けて、ここへ至る歴史的なコンテキストを作っていくことは、想像以上に重要な作業である。