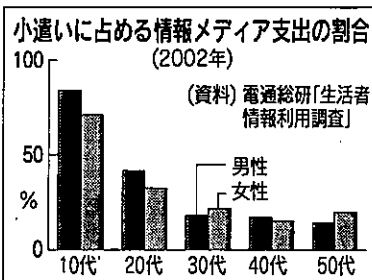


ゼミナール

産業文化力が拓く

日本の画像表現技法は中世の絵巻物や近世の浮世絵などに見られるとおり、長きにわたり庶民の文化としてはぐくまれてきた。現代日本のポップカルチャーも、ずっと大衆文化として培われてきた表現力に立脚している。アニメもゲームも、日本の表現文化が西洋から移入した技術を用いて独自に開花したのである。

メディアはますます多様化している。日本が培ってきた表現力の強みを多メディアの環境のなかで生かすことが政策課題となる。誰もがコンテンツのつくり手となるデジタルの時代に、この力を発揮するメカニズムが求められる。ポップカルチャーは若者が主役だ。特にマンガ、アニメやゲームは子どもが中心の文化だ。日本では大人が子どものために気前よく出費するうえ、子どもにも購買力があり



若年層の需要が直接商品に反映される。子どもと大人の文化の境界線がはっきりしない点も日本の特徴である。そして、現代の子どもは生まれながらにしてテレビゲームやインターネットに接してきた。デジタルの先兵でもある。この創作活動を支援する非営利組織(NPO)の「CANVAS」は、小中学生がアニメや映画、音楽などのコンテンツをつくり、フロードバンドで世界に発信する運動

⑭ 子どもの創作 デジタル表現力高める政策を

に取り組んでいる。マンガ家やミュージシャンが講師となつて、パソコンで絵を描いたり、ポップミュージックを編集したり、ロボットを制作したりする。

このNPOは情報関連企業や大学などの協力を得て、政府の支援も受けて活動している。デジタル時代のポップカルチャー創造力を高めようという運動だ。石戸奈々子事務局長は「日本の子どもは、デジタル表現力が高い。パソコンなどの技術を当たり前のようを使いこなし、アニメなどの作品を楽しんで作っている」という。

これらは課外活動として行われている段階だが、デジタル創作活動に広がりをもたせるため、授業などへの導入も促進する政策が期待される。デジタル時代を担う世代は、最先端の技術を武器に、ポップな表現で新たな領域を切り拓(ひら)いていく。(スタッフ フォード日本センター)