

ポップカルチャーとしてのニッポン(中村 伊知哉)

●マンガやアニメが溶け込んだ国

アナログで恐縮だが、サッカーW杯で日本戦のテレビ中継が66%もの視聴率を叩き出したという。改めてナショナルというものを考えさせられる。そこでつらつらと視聴率の表を眺めてみた。すると、「サザエさん」が20%台後半の数値を上げているのに改めて気づいた。



米国では、20%台後半の視聴率を稼ぐレギュラー番組は、お化け番組扱いである。サザエさんは、それを30年以上も続けている。日曜夕刻という家族団らんのホットスポットを握り続けているのは驚異だが、もっと驚くべきは、翌日、学校でも職場でも、昨日のサザエさんを誰ひとり話題にしないことだ。空気のように日常に溶け込んでいるのだ。

アニメに負けずマンガだって溶け込む。300種にも及ぶマンガ雑誌が発行され、国民の15人に1人が少年ジャンプや少年マガジンを毎週買う。エンタテインメントだけでなく、ビジネスも歴史も科学もマンガで学ぶ。家電のマニュアルも、政府の法令もマンガで解説される。下着から飛行機までアニメやマンガのキャラクターに占領されている。

不思議な国である。

●千年の庶民文化

八百万の神が棲むユビキタス社会を生き抜く少女の成長物語、宮崎駿「千と千尋の神隠し」がベルリンでグランプリを獲った。ポップなアーティストが正当に国際評価されることは喜ばしい。

ただ、そのような作品を生み出す風土は、制作者の水準の高さ以前に、オーディエンス層の厚さに立脚しているということに注目すべきだ。千と千尋の神隠しのように高度で難解な作品が「タイタニック」を抜いて興行記録を打ち立てるような、アニメを読み解く層の厚さである。

90年代は失われた十年などと呼ばれ、ビジネスマンは元気がないが、実のところ失ったのは国家の軸を産業経済のみに集約したここ百年である。

だが同時に今や日本は歴史始まって以来はじめてカッコいい国という評価を受けている。ポケモンやドラゴンボールZやセーラームーンのおかげで、世界の子どもたちは日本に憧れを抱いている。昨今、国際的な賞を受けている邦画はみな現代ニッポンを映像化したもので、土着で生身の日本が評価されているところでもある。

マンガにしるアニメにしるゲームにしる、技術や技法は欧米から輸入したものだ。明治以降の近代文明である。しかしその表現力や鑑賞力は、12世紀の絵画から連綿と培ってきた庶民文化である。現代ニッポンのポップ文化は、千年の土壌の上にいま開花しているものだ。

●おとな文化としてのポップカルチャー

マンガやアニメやゲームは欧米ではこども文化だが、日本では大人にも深く浸透している。手塚治虫が確立したこ

ども向けの動的なマンガ表現に対抗して、60年代後半にガロ系の作家群が静的で哲学的な劇画表現を模索していたが、そのようなムーブメントが起きていくのが日本の特徴だ。

70年安保当時、白土三平「カムイ伝」は唯物史観に基づくマンガとして学生運動家の必読書などと評され、その後どんな高等教育機関でも職場でもマンガがある風景が一般化した。米国ではMITにしろハーバードにしろスタンフォードにしろ、大学生がマンガを読む姿はみかけない。アニメも70年代に大人向け作品が登場し、宮崎、押井、庵野といったアーティスト名だけで観客が動員できるようなジャンルとなっている。

ジャンルの開拓も盛んだ。マンガはヒーローものやギャグだけでなく、ビジネスや料理やエロといった分野を確立している。ゲームもアクションやスポーツだけでなく、格闘や育成モノや対話ゲームや歴史シミュレーションや恋愛シミュレーションといった広がりを見せている。

●政策マターとしてのポップカルチャー

このように、チープなポップカルチャーが広く深く浸透しているというのは、さて良いことかイケナイことか議論のあるところだろう。だが今後のネット文明を展望し、次の世代を支える産業文化を見据えようとするなら、このような状況を正の動力にしていく視点が必要だ。

ITはようやく開発から利用の段階に入った。それは一人ひとりが世界に向けて表現し発信していく時代の到来でもある。既にモバイルやユビキタスは現実となり、ケータイ文化やロボットペットの分野で日本は国際舞台を引っ張っている。

その局面で日本がどのような価値を生んでいくかは、ポップカルチャーを取り巻く産業、文化、社会の背景がカギを握っていると思う。

このような分野に関する横断的・体系的な分析は皆無に近い。そこでいま私はポップカルチャーに関する政策研究プロジェクトをゲリラ的に立ち上げようと考えている。でも、強いて言えば、これは国家戦略マターだ。政府に力を入れて取り組んでもらいたい。

-筆者紹介-

中村 伊知哉(なかむら いちや)
スタンフォード日本センター研究所長



略歴

1961年生まれ、京都市出身。京都大学経済学部卒。在学中はロックバンド「少年ナイフ」のディレクターなどを務める。84年郵政省入省。電気通信局、放送行政局、登別郵便局長を経て、通信政策局でマルチメディア政策、インターネット政策を推進。93年からパリに駐在し、95年に帰国後は官房総務課で規制緩和、省庁再編に従事。98年郵政省を退官し、(株)CSK特別顧問に就くとともに渡米、MITメディアラボ客員教授に就任。2002年9月から現職を兼務。経済産業研究所コンサルティングフェロー、(社)音楽制作者連盟顧問、NPO「CANVAS」副理事長を兼務。著書に『インターネット、自由を我等に』(アスキー出版局)、『デジタルのおもちゃ箱』(NTT出版)など。

●記事一覧