



- 【広告】 【マルコメ】月次決算処理が30日→5日に！運用コストも20%削減 富士通
- 【広告】 特集：劇的に進化したTV会議システムで活発な情報交換を/日立ハイテク
- 【広告】 特集「変化の時代の企業経営、変化に即応できるIT戦略」提供：日立製作所
- 【広告】 ビジネスを成功へとつなげるカラープリンタ。キャンペーン実施中！-NEC

ビジネス：ネット時評(日経デジタルコアより) 過去記事

>> 過去記事一覧

## ぼろり事件と一軒家——ワークショップコレクション(中村 伊知哉)



生暖かいサンフランシスコから厳寒のボストンにたどり着いた。空が澄みわたる。数年前なら機内ではみなパソコンでガリガリと仕事をしていたが、今回は同じような風体の乗客が静かに読書をしたりテレビに微笑んだりしている。ドットコム狂想曲からすっかり醒め、落ち着きを取り戻したというところか。あるいはいまだ戦時下にあるアメリカの空気を反映しているのだろうか。

### スーパーボウルぼろり事件

愛国者、ペイトリオッツ。ボストンは地元チームのスーパーボウル勝利に沸き立っている。そのハーフタイムショーは、アメフトとポップミュージックというアメリカンポップの結晶だ。その舞台上でジャネット・ジャクソンが乳ぼろり。大変なことである。テレビはぼろりの話題でもちきりだ。その映像はインターネット史上最多の検索数を記録したという。同時多発テロを上回るという。けしからん。FC Cのパウエル委員長は徹底調査を命じたという。訴訟も起こされているという。

乳ぼろりで大騒ぎとは、なんとも傷つきやすい社会だ。これが健全かどうかは意見が分かれよう。いずれにせよアメリカの柔らかない急所のありかを喧伝する事件である。国際社会の反感を買って仕掛けたイラク攻撃も、保守層の耐性のなさが現れたものだが、これも同根である。

こういう問題が生じると、どの国も当局はつつい情報の提供をどうコントロールするかという対処法を考えがちだが、より重要なのは、情報の受け手側の耐性だ。情報リテラシーとはそれを強化する装置だが、メディアとの距離感を体感できるようになるためには、自分で情報を創って表現するのが近道だろう。

### ワークショップコレクション

1月末、東京・西麻布のレストランで「ワークショップコレクション2004」が開催された。子どもたちが新旧メディア技術を駆使して、自分の表現方法を見つけ出そうという試みである。日本の子ども向けIT系ワークショップが一堂に会する初の催し。NPO「CANVAS」が主催した。

集まったワークショップは14種類。アーティスト LOCOさんによる糸電話づくり。オルケスタ・デル・ソルのパーカッション、ペッカーさんによる「ドラムサークル」。これら原始的な通信手段のほか、数々の先端技術を使ったイベントが参加した。

アドビシステムズ社のPCおえかきリレー。プロムナード社のラジオDJ。NTTアドバンステクノロジー社の映像ソフト教室やNTTコミュニケーションズ社のcocoaを使ったゲーム。アットネットホーム社の

音楽DJ。CSK社CAMPのロボット作り。フューチャーキッズやNPO「トリガーデバイス」によるねんどアニメ作り。ZOU STUDIO社のCGキャラクター作り。NPO「学習環境デザイン工房」の「脳の鏡」。アトリエミュレットの紙粘土教室。ご存知レゴ社も参加。

有料イベントにも関わらず、学校や企業関係者、官庁ら総勢500人が参加。PCやネットの普及が一段落をみせ、コンテンツを創ったり表現を育んだりすることが大事だという認識が急速に広がりをみせている。こうした活動を提供する側も利用する側も、今年が立ち上がり本番のタイミングとみている。

## 一軒家に住む日本人

同じく1月、香港を訪れた。ユネスコ主催のアート教育会議だ。子どもたちにどのようにして創造と表現の技術と場を与えるか、志を同じくするアジア諸国の関係者が、3日間にわたり熱く語り合った。

そこで出会った地元女性、20代独身・高層アパート住まいに、好きなタレントはと聞くと、キムタク！ と答える。ははあ日本に関心があるんだね。「日本のひとはみな一軒家に住んでるからうらやましいです」という。え？ ぼくは一軒家に住んだことなんかないよアパートばかりだよ。「日本のひとはみな一軒家に住んでいるのですうらやましいです」という。

誰が一軒家に住んでいるというの？ 「ドラえもん。」え。「ちびまるこちゃん。」あ。「クレヨンしんちゃん。」ほう。「アラレちゃん。」ほんとか。アニメで香港に紹介されるニッポン代表はみな一軒家なんだな。日本ポップは、実態とは違うイメージを海外に喧伝しているのかもしれない。ハリウッドがラストサムライやキルビルで発信するイメージとは別の日本像を自らがPRしているわけだ。

それがどういう実像を描くのかは、情報の受け手側に委ねるしかない。そして、グローバルな情報の送り手と受け手のズレを小さくするには、それぞれがコミュニケーションを活性化することが肝要だ。創造と表現を刺激していきたい。

### —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。