

# Toshio Honjo

彩鳳堂画廊 本庄俊男

彩鳳堂画廊

東京都中央区銀座6-7-7

第三岩月ビル3F

☎03-3575-0960

✉saihodo@mba.nifty.ne.jp



## 文化発信無き国家は滅亡します。 「国立メディア芸術総合センター」は果たして無駄遣いか？

多くの政治家が「国立メディア芸術総合センター」を「国立アニメの殿堂」と称しバラマキ政策の無駄遣いと決め付けています。与野党問わず「巨大国営マンガ喫茶」等と揶揄していますが、果たしてこの様な事で日本の文化発信拠点を後退させて良いものでしょうか。世界が認め誇る事の出来る日本の文化を自国民が蔑視している状態は異常としか考えられません。文化政策は進むべき方向を間違えると国威発揚にもなるが失政にもなります。明治初期の廃仏毀釈と、一方での海外万博参加発揚政策（ジャポニズム）を比べてみると解りやすいでしょう。

今、諸外国では日本の育んできた独自の文化を「クールジャパン」（カッコイイ日本）と言い注目を集めています。その市場規模は年間20兆円とも試算されています。中でもオタク文化とも言われているメディア芸術のコンテンツ市場はNHKのニュース解説でも年間14兆円の市場と報道していました。もし此の施設が実現すれば、海外からの注目度や来観者に対する利用度は多大であると思います。

オタク（マンガ）文化とは、ルーツを探ると奈良時代の「過去現在

因果経」まで遡ると考えて良いでしょう。平安鎌倉時代には鳥獣戯画を始めとした絵巻物があり、又禅僧の描いた絵画や、桃山時代の障壁画、狩野派や琳派等そして江戸時代の浮世絵等、他国に例の無い千年以上続いた固有の文化の継承を世界中の人々が畏敬の眼差しを持って支持しているのです。それは、一般庶民に絵画を利用して、解りやすく理解と説得を進めて来た文化です。

7月初旬、パリで開催されたジャパンエキスポでは、4日間で134,000人もの入場者を集めました。そこで日本に憧れを持った少女2人がシベリヤ鉄道経由で日本に向かい、その途中で補導される事件が報道されていました。この様な世界に誇れる芸術文化を持ちながら何故無駄遣いと称し文化発信拠点を切り捨てようとするのでしょうか。

現在はライフスタイルも変わり、ブロードバンド化と共にデジタル化への切り替えが進んでいる中、現在メディアアートの発信拠点は大切な役割があり、過去の膨大な資料の保存と共に最優先に考えて行かなければならないでしょう。欧米諸国ではすでに日本の過去の

美術品等と同様に組織的にもコレクションを始めており、展覧会等も開催していますから、もはや一刻の猶予もないのです。

グローバル化が進む今日、政治家の皆さんは何故、自国の文化政策を論じないのでしょうか。産業や経済、社会福祉等、大切な課題で活発に議論して頂かなければ成りませんが、国際社会に於いて文化力は国力の礎であり政治経済に与える影響力は多大なものである事を忘れては成りません。

諸外国でも持てはやされている「ブランド力」とは芸術の力を使ったマーケティングと情報操作であり、デザインアーティストの力量ですから、デザインひとつのセンスで産業経済への貢献度は大いに関係があります。中国には「八〇后」（バーリンホウ）と呼ばれる80年代生まれ消費意欲旺盛な世代が2億人いるそうです。確かに町には若者が活気に溢れ市場を謳歌しています。この人々もデザインで日本の内需に引き込めるのです。さらには東南アジアも世界の市場もしかりでしょう。

米国の1929年大恐慌の後、フーバー大統領の後を引き継いだF. ルーズベルト大統領は、ニュー

ディール（新規まき直し）政策を掲げ、農業政策、産業政策、雇用等社会福祉、公共事業等と共に文化政策に基軸を反映させています。大国ではあるが文化歴史の浅いアメリカで、新美術運動に力をいれ、ジャクソン・ポロック、マーク・ロスコ、ベン・シャーン、モーリス・ルイス、ポップアートのウォホル、リキテンシュタイン等を生み出し、ニューミュージックやジャズを支援し、アニメ産業も国策として盛り上げています。「バンビ」「白雪姫」「ファンタジア」等のディズニーアニメ、ポパイ等、それに続く映画産業等にも力を入れ、世界中に影響を与えて来ました。

此処では、今までの産業経済優先型の市場原理主義には限界が有る事も学ばなければなりません。芸術文化は不滅です。文化を疎かにした国家の惨状は、独裁国家や共産主義国家を見るまでもなく歴史が示しています。

「国立メディア芸術総合センター」の必要性は、国策として芸術家の支援擁護と共に国際的文化国家の証の一翼を担うべきでしょう。