



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

# Toshio Honjo

彩鳳堂画廊 本庄俊男

## 「国立メディア芸術総合センター」の消滅と必要性(その1)

権交代と共に「国立メディア芸術総合センター」構想は事後の経過説明も無いまま消滅させてしまった事の認識は問題である。

この計画は、初めから無駄遣いと決め付け、文化行政の意義等ひとつも議論や理解も成されない内に、消えてしまった不幸な出来事だと憶測せざるを得ない。

文化とは、国の在り様で、顔であり容姿のようなものと考え、自国の魅力を諸外国に印象付ける為に、継続した発信力の必要性を強く感じている。

文化国家である事を蔑ろにするなら別だが、国家の戦略的政策からすれば、まず一番先に手を付けべき施策が、文化振興計画と考

えるのが自然であろう。

今年、外務省は初めて「カワイイ大使」を3名任命、内2名をEU諸国に派遣し、経産省はバリで開催された「JAPAN・EXPO」に文化経済産業課・課長補佐を派遣して視察している。

目的は、国の文化政策を昂揚させる為に、日本の持つ最先端技術と「オタク文化」のソフト力との結合を計り、より強く経済産業支援活動に繋げようとし始めたという事だろう。

「国立メディア芸術総合センター」は、いわゆる「アニメの殿堂」とか「巨大マンガ喫茶」等と言って揶揄する次元の低い問題ではない。

文化芸術とは、その国の権威や国勢の要となる問題で、文化行政

の充実、保護育成は海外に対する国の威信や経済産業の支えとも成るべきものだ。この施設建設は、諸外国に対しても文化の象徴として存在を大きくアピールする事が出来、決して無駄遣いには成らないだろう。

芸術作品は良くも悪くも今の時代を表現するものであって、先ずはポピュラーである事が大切で、芸術的評価は後の世に判断される。肝心な事は高尚で有るなしは関係なく最終的には大衆に支持される必要があるという事だ。

おそらく、CG等最新デジタル技術を使った体験型メディア・アート等は、内外を問わず人々の大きな関心と興味を呼び、これに関連するイベントには長蛇の列が出来る程人気が出る事は疑いない。「国立メディア芸術総合センター」は、将来「東京ディズニーランド」や「東京キッズニア」に並ぶ東京新名所のひとつとして名を連ねる事に成ったであろう。

日本はこの分野のコンテンツが諸外国に比べ豊富で充実しているから、ハリウッド映画をも凌駕する事は充分可能なのだ。

これが欧米諸国、中国、韓国、台湾等であれば、議論の余地なく積極的に国家支援が決まったはずだ。

しかし、幸いな事に諸外国はこの分野での技術力とコンテンツ産業が未だ育っていないので、我が国にとっては、今が千載一遇のチャンスと言える。

現状では、「国立メディア芸術総合センター」は、悪しきハコモノ行政のシンボルのように批判さ

れているが、文化振興政策をも考慮にいれると、承知されている14兆円規模のある産業は欧米並みに国家が支援する重要案件である。

施設は、「美術館」とは異なる切り口から、壮麗な[時空間総合芸術センター]を目指せば、文化国家の象徴建築となり、話題性から文化発信拠点と観光資源にもなる。

建築物が都市の象徴となって話題性を呼んだ例は諸外国には既にいくつもある。

文化芸術に対し関心やレベルの低い国家は諸外国から見ても魅力を感じない。

文化の発信力の旺盛な国家は、国力と存在感が高まり、経済活動もそれに比例して活発だ。

20世紀は、芸術の都と言われ栄えたパリが、アメリカに文化発信拠点を奪われてしまった。そして21世紀はアジアが中心となる可能性が大である。

その兆候は東南アジア諸国が文化に国の威信をかけて取り組み始めている事でわかる。

既に中国や韓国は、欧米において自分達の国がマンガ文化の原点であると、装飾古墳墓画を例に挙げ、発言を始めている現場に遭遇した。

TV、新聞、週刊誌等報道や美術関係者の多数は「国立メディア芸術総合センター」に対しては批判的な意見が多い。自分達自身が将来関わって来る最重要案件なのに不思議でならない。

メディア芸術は報道と共にあるべきだ。

(以下次号)