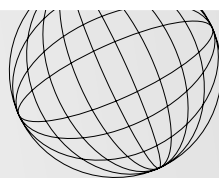


世界をみつめて4

文化

元山 千歳



文化が問題にされはじめたのは、18世紀後半から19世紀にかけて、そのころ産業革命が人間と機械の関係を劇的に変化させたが、人々は生活スタイルに危機意識をもちはじめた時期、だとも言われる。それほど文化は、先史ヨーロッパ時代のアルタミラ洞窟壁画からも理解できるように、生活の場でいつも、人に寄り添い、人を束縛し、人に世界をみつめさせ未来を夢見させるようにしてある。

このシリーズ「世界をみつめて」で、これまでで広告、映画、メディアについて記してきた。

広告は、車、洗剤やパソコンやハンバーガーだけではなく、政治や教育にいたるまで、生活にかかわるありとあらゆるモノへの消費へと、ボクらを駆り立てる。広告はただのモノではなくモノと共に生活することの美学を物語る。ボクらは洗剤を購入するのではない。洗剤が置かれている広く明るい家庭愛に満ちた生活スタイルを手に入れる。世界的規模の戦争をまえに、緊迫を感じ始めた1900年代はじめのモダニズム期に、マス・メディア発達のなか広告は、生活スタイルの美学を語りはじめたのだ。ボクらはいま広告によって一つの世界観を手に入れる。

映画は、いうまでもなく20世紀マス・メディアの旗手であり、その世界は、ボクらの生活スタイルのすべてだ。親子をめぐる家庭ドラマ、テロ排除という正義のために戦う若者や路上で物乞いする子供、ギャングや人種間抗争、ホラーやファンタジー、同性愛や宗教やファッション、アメリカの夢と不法移民、テクノロジーと未来、などなどありとあらゆる世界がそこに映像としてある。

広告や映画を、それぞれ個別にはなく一くりにし、しかも享受する側に引き寄せて考えると、メディアにいたる。メディアは媒体なので、基本的にコミュニケーション現場で機能することになるが、送信者と受信者がつくる空間そのものがメディア世界だ。メディアはおおきくわけて、素材、装置、そしてシステムへと広がりつつ、世界をつくる。素材としてのDVDは、それをプレイヤーで再生すればメディア装置だし、

鑑賞しながら検閲や配給について考えたりするときそれはシステムとしてのハリウッド映画であり、このときボクらはメディア世界の送／受信者としてシステムに関わる。

文化を問うのは、このレベルでメディアを考えるとときである。

ぶらり街にでかけよう。思えば、ジーンズなんか見たかったことだし、といふうにしてショップにでかけたりする。とうぜんのことなのだけれど、たいがいのジーンズにはブランド名がある。手にとってそれを見ながら、ふっと、いつかどこかで見たドキュメンタリー映画のシーンなんか思い出され、ひょっとしてこのジーンズはある国の工場で少女たちのほとんど無賃の徹夜労働でつくられてここにブランドとして並べられていて、それじゃまるでブランドなんて搾取じゃないのか、というように思ったりもする。それにしても今頃ジーンズって生活の一部になってるけど、ルーツはいつ頃で何処なんだろうと思ったり、色や生地や織り方などを思ったりもする。

ジーンズはジーンズでしかない。にもかかわらずジーンズが、さまざまな世界を見せているとすれば、それはデニム素材であることを越えて、ありとあらゆる意味がせめぎあう場としてそこにあるからだ。それはボクらがシステムとしてのメディアに関わる瞬間であり、メディア文化を呼吸している現場であり、<ジーンズをはいて歩く街>という未来世界を夢見創生している時である。

しかし文化はたんなるメディア・システムではない。文化は、教育、宗教、慣習などの制約、政治経済的束縛、ときに軍事的な規範、そしてこれらの抑圧から生じるボクらの不安や怒りが、複合重層的に関わるメディア文化だ。

未来世界創生はだから、ときに壮絶な、生死をかけた戦いにもなるが、だからこそボクらは、倦むことなく繰り返えし、メディア文化を問い、その応えを文化そのものへと仕掛けつづけているのかも知れない。

もとやま ちとし (教授・アメリカ文学)