

文化庁提言

文化庁におけるメディア芸術の振興

文化庁芸術文化課長
山崎 秀保

メディア芸術を始め

メディアアート、ゲーム、アニメーション、マンガなど、現代の日本文化を表現するメディア芸術は広く国民に親しまれ、新たな芸術の創造や我が国の芸術全体の活性化を促すとともに、海外からも注目され、我が国への理解や関心を高めています。

文化庁は、優れたメディア芸術作品を顕彰するとともに、これを鑑賞する機会を提供するメディア芸術祭の開催によって、メディア芸術の創造とその発展を図り、我が国文化の向上と振興に資するよう努めてきました。

文化庁がメディア芸術の振興に取り組み

きっかけとなったのが、平成8年から9年にかけて行われた文化政策推進会議のマルチメディア映像・音響芸術懇談会での議論で、これは「21世紀に向けた新しいメディア芸術の振興について」(報告)としてまとめられました。

同報告で、メディア芸術は「総合的な芸術として、また、翻案されることにより、我が国の芸術文化全体を刺激し、人々の創造力や美的感性を育む」ものであると同時に、「我が国経済社会の構造改革と更なる発展に資する新しい重要な資産」であり、その振興は重要であると提言されました。これを受けて本格稼働したのがメディア芸術祭をはじめとするメディア芸術関連諸施策で、メ

ディア芸術祭も平成9年度に第1回目を開催し、今年度で14回目を迎えることとなります。

節目を迎えたメディア芸術振興

メディア芸術の振興は、昨年度大きな転換期を迎えました。平成18年度以来、メディア芸術の国際的な拠点の整備が検討されてきましたが、政府全体でいわゆる箱モノと呼ばれる施設整備からソフト、ヒューマン支援へと重心が移ったため、メディア芸術においてソフト、ヒューマン支援の観点で何ができるのか、ということが議論になりました。

そして、メディア芸術分野における我が国の存在感を発揮しつつ、活性化を図るため、「メディア芸術の創造・発信」および「メディア芸術の人材育成」を軸に据えてメディア芸術振興施策を展開していくこととなりました。「メディア芸術の創造・発信」としては、今年度から新しく①メディア芸術情報拠点・コンソーシアム構築事業、②メディア芸術デジタルアーカイブ事業、などを実施して

います。これは、①関係機関間の有機的連携による、新しいメディア芸術の展開を期待しつつ、②過去に創作された我が国を代表する作品をデジタルアーカイブとして残し、将来この分野の担い手が創作の手法としていつでも参照できるよう創造環境を整えることなどを目的としています。

一方、「メディア芸術の人材育成」としては、今年度から①メディア芸術クリエイター育成支援事業、②若手アニメーター等人材育成事業、③海外メディア芸術クリエイター招へい事業を実施しています。これらの事業は、メディア芸術を支える優れたクリエイター、アニメーターなどを育成することを目的としています。

平成22年度から新しく開始したこれらの事業は、継続してこそ意義のある事業ばかりです。そのために、数年先を視野に入れたつて事業を進めていく必要があります。

メディア芸術の今後の展開

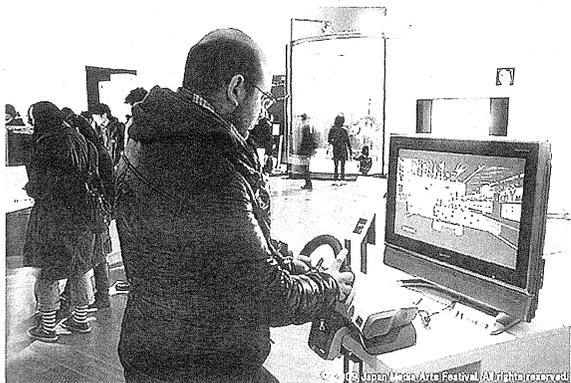
平成22年6月7日、文化審議会文化政策部会「審議経過報告」において、我が国の文化芸術を積極的に海外発信し、国際文化交流をさらに推進するため、関係省庁による連携の下、メディア芸術祭を質の高いメディア芸術

作品を発信する世界的なフェスティバルとしていっそうの充実を図る必要がある旨報告されました。

また、メディア芸術は、文化としてだけでなく、観光や経済、国際交流の手段としても重要であるとして、政府全体でメディア芸術の振興に取り組むことが新成長戦略、知的財産推進計画2010等にも盛り込まれました。文化庁と総務省、外務省、経済産業省、国土交通省(観光庁)とが連携し、よりいっそう効果的なつながりをもってメディア芸術分野の振興のために取り組むことで、各省庁単独ではなしえなかった事業ができるようになることにも、重複していた事業も合理化が図れます。このように、省庁横断的な事業展開ができるのはメディア芸術の特性であるといえますが、我が国の誇るべき芸術文化として広く認識されていることも示していると思

います。

未来志向のメディア芸術が我が国を明るく未来へと導いてくれるように、各省庁が連携・協力しつつ、官民がそれぞれの力を発揮してメディア芸術の発展に向けて取り組んでいけるよう、文化庁として積極的な施策を展開していきたいと思



第13回メディア芸術祭会場風景

14回をむかえたメディア芸術祭



東京大学大学院教授
浜野 保樹

世界14位となったメディア芸術祭

イギリスの美術専門誌『The Art News Paper』2010年4月号によると、昨年の美術展1日あたりの入場者ランキングで、第12回文化庁メディア芸術祭は世界で14位になっている。上位4位までを日本の展示会が占めているものの、それらが国内外の古典展示であったのに対し、メディア芸術祭が現代美術の展示ということからすれば国内最大で、現代部門では世界3位である。

平成9年度に第1回が入場者数2173人で始まり、記事になった第12回は5万5234名、昨年度の第13回は6万3348名と30倍近くになっている。東京で開かれる展示会

だけでなく、平成14年から地方展も開かれていたが、本年から1か所から2か所に増えただけでなく、多くの自主的な企画展でメディア芸術祭の受賞作品が紹介され、受賞者が招待される機会が増えている。

海外展も平成14年の北京を皮切りに、19年は上海、その翌年には海外展の恒常化が決定し、シンガポール、ウィーン、今年度はイスタンブールと毎年開催されている。さらには現時点で把握している限りでは、ちょうど100の海外の展示会やイベントで、受賞作品紹介や、メディア芸術祭そのものの紹介がなされている。これらの展示会とのネットワークはメディア芸術祭の大きな資産となっており、贈賞式や国内展への海外からの参加者が

増加している。

入場者だけでなく応募数も増え続け、2500件を突破し、海外からの募集は50か国を越える。これほど多くの募集が国内外から寄せられる顕彰事業は、日本国内では希有であるばかりか、海外でも少ないのではないかなと思う。

メディア芸術祭が大きく成長したのは、いまでもなく受賞作品のすばらしさゆえである。メディア芸術祭が対象としているマンガ、アニメーション、ゲームなどが海外で人気が高く、それらに関係する自主イベントが多く開かれて、その過熱ぶりは報道されているとおりだ。パリのジャパン・エキスポなどは今夏、17万人を集客したという。

表現を誘発する

1997年、文化庁のマルチメディア映像・音響芸術懇談会で「新しいメディア芸術作品の発表、顕彰、鑑賞の場となる『メディア芸術祭』を実施することが必要である」という提案を受けて、メディア芸術祭は開始された。すでに開催されていた伝統芸術や舞台芸術、放送番組などを表現方法が確立している作品を対象にしていた昭和の芸術祭に対し、平成の新しい芸術祭は、アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガなどの複製表現や先端技術を使ったメディアに関連している特徴から芸術祭にメディアを懇談会が冠したものであり、メディア・アートを日本語化したものではない。

これまで海外では芸術からは除外されていたアニメーション、マンガ、ゲームなどの作品群を芸術に包含した新しい視座を我が国から発信し、高級芸術にありがたかった海外から評価の逆輸入ではなく、我が国独自の評価軸をもって表現者を顕彰し、創作活動を支援しようという決定は、文化庁にとって勇氣ある決断であったといえよう。

鑑賞される作品を選定するだけではなく、プロを含む一般市民から表現を誘発し、新しい表現が継続して生み出す新しい表現領域をメディア芸術は包含している。それは日本が得

意とする領域であり、日本の表現が国内外の多くの人々を魅了し、メディア芸術祭の成長の理由は、そこにあつたと確信している。文化の活力は、多様で表現を生み出し続ける力であり、優れた作品を見出し、歴史に残すこととともに、新たな表現を誘発する刺激たらんことをメディア芸術祭は、常に願い、人材育成にも配慮してきた。

そのため多くの顕彰事業とは異なり、プロもアマチュアも分け隔てなく門戸を開き、新しい才能を発掘するために応募形式をとっている。学生の卒業制作の一つの目標となることを目指していたが、学生の受賞作から商品化される作品も生まれている。最近では高齢のアマチュアからの応募もあり、メディア芸術の分野は年齢関係なく自己表現の手段になりつつあるようだ。これまで海外から授賞作が出なかつたマンガ部門でも昨年度は出て、我が国の表現手法が海外でも、その国の実状に沿いながら表現手段となっている。

平成20年度から芸術選奨にもメディア芸術部門が設けられ、古典芸術や、いわゆる「高級芸術」といわれた分野の芸術家とともに顕彰されることになった。メディア芸術祭の発端となった会議でも芸術選奨での部門設立の要望が出ていたが、15年経て実現したのも、メディア芸術祭の積み重ねがあつたと確信している。

今年度は14回を迎える。文化庁メディア芸術祭そのものが表現を誘発し続けることを望んでいる。

作品募集 Call for Entries

2010.7.15 → 9.24

アート部門/エンターテイメント部門/
アニメーション部門/マンガ部門

Art/Entertainment/
Animation/Manga

〈受賞作品展〉

2011.2.2 → 2.13 国立新美術館

14th
Japan
Media
Arts
Festival

表現手法としての メディアアートの始まり

情報科学芸術大学院大学長、美術家

関口 敦仁



私が働いている大学にはメディア表現研究科という学科があり、そこでは、メディア技術を中心としたアートから、デザイン、セオリーも含めて複合的に研究を行っています。私自身は東京芸術大学美術学部絵画研究科修士の絵描きです。現在も絵画だけでなくインスタレーション、メディアインスタレーション、メディアアプロダクト、近世美術や美術教育研究も行うので総合的に美術家であり、研究の専門領域は芸術学と芸術情報学です。

私の世代でメディアアートにかかわっているアーティストは、コンピュータが社会とかわり始め、開発が進んでいった時間とともに過ごして来た世代でもあります。

私が学部を卒業した1980年は、日本では、8ビットパソコンのPC8000シリーズ(NEC)が発売され、X1(シャープ)、FM8(富士通)などが発売される直前で、

コンピュータにもなじみの少ない時期でした。アメリカでは翌年に初めて16ビットコンピュータIBM-PCが発売され始めました。この年に私は絵画作品を中心としてインスタレーションなどの作品発表を始めましたが、まだ機械や映像などからは遠い所に居たように思います。修士在学中にも、新しい技術を作品化する同世代学生が2名、有村森文と宮島達男がいました。宮島達男はカウンターを使用した作品でその後海外でも日本的な表現として認められるようになり、ある種の「日本のデジタルDIYの現代美術」の初めての成功例でもあるでしょう。

さて、私自身はというと、興味は絵画の形成であり、自身の考え方をどのように必然的な表現に置き換えていこうかという時期でもありました。コンピュータへの興味から、それは計算によって成立する画像に向い

情報が入ってくるようになって来ました。中でも、IBMサイエンスセンターが発表したマンデルブローセットの3Dアニメーションには衝撃を受けました。当時、マンデルブローセットの静止画でさえ、計算するにはワークステーションで1週間も掛かるのに、という驚きばかりでなく、複雑な数学式のみでこのような形状を3次的に生み出していることにも大変驚いたのを覚えています。

それは、ある絵描きが描こうとして考えたことが瞬時に画像化され、且つ、あとになっても数学的に復元可能になるかもしれないという夢想を描かせるに十分なことでした。もしかしたら、描かれた作品から演繹的に作家の考えている哲学的思考も、数学的なプロセスとして提示可能なのではないだろう

ていくことになりました。コンピュータグラフィックスの歴史をここで語る訳にはまいりませんが、初めは科学的なビジュアルレーションとして研究が進められ、ハードウェアの技術発展とともに進み、特にビジュアルイズされた研究成果は、アメリカで開催されているSIGGRAPHによって日本にもその

か。そういったものをコンピュータが生み出す新しい時代がやって来るかもしれないと、大げさに考えられた次第です。さあ、このようなと居ても立っても居られません。すでにあった日本製のPCに並列計算用のボードを何枚も入れて、並列処理を行って同様のCGを作ってみたり、グラフィック用コンピュータの最高峰と言われたSGIのワークステーションを手に入れて、OpenGLの前身となるIRISGLを利用して、頑張ってFORTRANやC言語を見様見まねでプログラムを組んだりしました。一方、作品はというと、より極座標的なポロゾーによる概念を作品化しようと試みていましたが、まだ、コンピュータそのものを安易に作品に取り込んでいくことには躊躇っていました。1988年頃から、まずは空間インスタレーションの中でトポロジカル空間の概念的シミュレーションを行って、それを元に作品制作を始めたいのが初めて利用したということになるでしょう。コンピュータグラフィックスを利用した環境は、当時はUNIXベースの環境でしたし、プロダクション用の3DCGの環境は保守も含めて100万円以上は掛かる代物で、とても個人が手に出せる環境ではありません。その頃、フロッグスを立ち上げていた藤嶋正樹氏(現在東京芸術大学院映像研究科)の所に押し掛け、ソニーのワーク

ステーション環境で彼が開発にかかったソフトウェアを使わせてもらったり、ここで働いていた片邊氏(元・スタジオジブリCG室長)が品川区立O美術館で同様のマシン環境を使用した講習があったので、学芸員の天野一夫氏(現・豊田市美術館チーフキュレーター)に頼んで、一月以上通って、制作を行ったりしました。初めてコンピュータを利用したのは「笑いの回転体」という作品でした。展示空間を神話的意味から現代性へとシームレスにシフトするプロセスとして提示させようという意図のもと、「笑い声の文字」を回転させたレンダリングCG画像や、ワイヤフレームを立体化した作品展示を行いました。この後に、インタラクティブな作品制作へと移行していくのですが、話はここで終わりにします。

メディアアートを支える問題は本来、コンピュータ技術の問題だけではなくありますが、人がコンピュータメディア人間と同様のある種の感覚や願望を抱いて来たこと、これからもメディアアートにおける表現記号として活用されていくことは間違いないことかもしれません。

今後メディアアートとメディア技術が互いに影響し合う関係を続けて、どちらかの従属関係にはならないように、常に表現と技術の先進性を高めていく必要があるでしょう。

ゲームアーカイブへの期待



東京大学大学院情報学環教授
馬場 章

世界の心に残る日本のゲーム

2007年9月に、日本では初めてとなるデジタルゲーム（以下、ゲーム）研究の国際会議 Digital Games Research Association 3rd International Conference が東京大学で開催されました。上村雅之氏（立命館大学大学院教授、世界的大ヒットゲーム機ファミリコンコンピュータの開発者）が基調講演を終えると、会場となった安田講堂の講師控え室前には長蛇の列が出来ていました。上村氏にサインを貰おうとする海外の若手研究者の列です。その中に、北欧から参加した新進気鋭の教育学者であるA氏がいました。子どもの頃遊んでいたゲーム機をわざわざ母国から持

参してサインを貰った彼は、うっすらと涙を浮かべながら、流暢な日本語で私にこう言っています。僕は子どもの頃から日本のゲームで遊びました。日本に憧れ、日本語を学んで、一生懸命、日本のゲームの研究をして来ました。日本で上村さんに会え、ゲーム研究の発表が出来てほんとうにうれしい——日本のゲームが世界の人々を魅了してきたことを、私が身をもって実感した瞬間です。

映画やアニメなど日本発のコンテンツが世界の人々を感動させているとよく言われますが、ゲームも決して例外ではないのです。先の国際会議後、私の研究室には留学生が急に増えました。アジアはもちろん、北米・

欧州や中南米・オーストラリアからも。さらには、アフリカから留学の問合せもあります。今や研究でも、日本のゲームが世界から注目されているのです。

ゲームは「現代的知的複合体」

ところが、世界からの熱い眼差しにもかかわらず、日本でゲーム研究をしようとする、大きな障害が横たわっています。総合的且つ公開・常設のゲームのアーカイブやミュージアム（以下、アーカイブと総称）がなく、研究対象であるゲームへのアクセスが良くないのです。

ゲーム産業が存在する海外の主要国には、

必ずゲームアーカイブが存在します。

例えば、米国のスタンフォード大学図書館のゲームアーカイブは世界最大のタイトル数を誇り、パリのフランス国立図書館は、ゲームソフトだけでなく、プレイシーンを含むアーカイブを目指しています。韓国では始興市の産業技術大学で、また、今年になって、ベルリン、オースティン（テキサス州）、上海でゲームアーカイブが公開されています。なぜ、我が国には、総合的で公開・常設のゲームアーカイブが存在しないのでしょうか。私は、その最大の理由は、ゲームに対する社会の認識の誤りにあると思います。



上海動漫博物館（写真提供：東京大学 藤原正仁）
「情報時代のゲーム」のテーマでゲームを展示

ゲームは、ICT（情報通信技術）とエンターテインメントの融合です。それは、先端科学技術を通じて人々の楽しさを実現する仕組み、と言い換えることもできます。また、ゲームは人間の知覚・視覚・聴覚・触覚に訴える「総合芸術」です。ゆえに、ゲームの開発は「ICTモノづくり」とも言えます。私自身は、以上のようなゲームを「現代的知的複合体」と考えています。

アーカイブの鍵は産官学の連携

私が、我が国にゲームアーカイブを必要だと考える理由は、以下の2点です。

まず、日本が得意としてきたICTモノづくりの歴史と伝統に敬意を払うためです。創意あふれるゲームを生み出してきた技術を保存して、開発者を顕彰したいと思います。

次に、ゲーム開発の次の担い手を育成するためです。名作ゲームを体験し、資料への自由なアクセスという環境のもとで、ICTモノづくりの優秀な次の担い手が育ちます。

ゲームアーカイブの役割は、開発者育成にとどまりません。私たちがゲームの本質を理解し、それを使いこなすゲームリテラシーを身に付けるだいいじな場ともなるでしょう。もちろん、外国の人々に対しては、現代日本文化の紹介と普及の役割が期待されます。

しかし、ゲームアーカイブへの道のりは平坦ではありません。今や、ゲームのプラットフォームが増大し、ゲームのジャンルや形態も多様化して、収集整理が簡単ではありません。他方、国会図書館が進めるゲームソフトの納本制度に匹敵するゲーム会社はまだ少数です。さらに、ゲーム機や攻略情報の収集保存も課題です。

私は、これらの問題を解決する鍵は、産官学の緊密な連携にあると思います。ゲーム産業界、所管する官庁、そして私たち研究者が協力して知恵を出し合えば、世界を魅了したゲームと同様、世界から注目されるアーカイブが実現することでしょう。

ゲームアーカイブの最後のチャンス

前世紀に世界をリードしていた日本のゲーム開発力は、今世紀に入って後退を続けています。先行する米国に水をあけられ、韓国や中国など新興国の追い上げにあつて苦しんでいます。それと同時に、日本のかつてのゲーム作品の散逸が急速に進んでいます。しかし、今ならまだ収集が可能です。日本のゲーム再興のためにも、世界のゲームをリードしてきた日本の責務としても、今がゲームアーカイブに取り組み最後のチャンスです。

細田守さんに聞く 世界の映画祭で学んだこと

インタビューアー…文化庁芸術文化課 佐伯知紀芸術文化調査官

フリーのアニメーション映画監督としての第1作の「時をかける少女」(2006年公開)で高校生の青春をみずみずしく描き、日本のみならず海外の若い世代の熱い支持を得、第2作の「サマーウォーズ」(2009年公開)は、日本の伝統的な風土に根ざした大家族の生活と、世界を覆う未来としてのバーチャル空間とを見事に拮抗させて表現し、国内外での受賞など高い評価を得て、日本のアニメの分野を代表する新しい顔になりつつある細田守氏よりお話をうかがいます。

●海外での上映をおして得たもの

佐伯 「サマーウォーズ」では国内はもちろん、海外の映画祭にも行かれていたと思いますが、その際に日本での反応と、ヨーロッパなど海外での反応の違いなどはありましたか。

細田 海外の映画祭に呼ばれて上映されるようになったのは「時をかける少女」からです。監督だから立ち会って挨拶をということ、公開して初めて行ったのは韓国釜山国際

映画祭です。それから月に1回くらいの頻度で、どこかの映画祭で上映され、そこへ行くということが1年くらいにわたりました。

それまでは作品を、海外の観客の皆さんに見てもらう機会があるということをもっと考えないで作っていたんです。むしろ「時をかける少女」では東京の高校生の女の子に見てほしいと思って作りました。要するにいつも主人公に近い人に見てもらいたいと思って作っていたわけなんです。

「時をかける少女」というのは、日本では原作があり、名前くらいみんな知っているという前提の上に見るわけですが、外国の方はもちろんご存じないわけです。ですから、海外で上映される際に思ったのは、日本の高校生の女の子のために作った映画を、はたして海外の人が理解し、楽しんでくれるかという疑問でした。しかし、結論から言えば、日本の観客の人とほとんど同じ反応だと思いました。アジア・ヨーロッパでは、僕らが想定する反応と限りなく近いというか、それがあ

種のせつなさ、せつなくて良いという反応をいただき、気持ちを共有できたという感覚がありました。

しかし、アメリカのMITでの上映では少し反応が違いました。「せつなくて良い」というわけではないのです。時間旅行で言うなら、「彼女は時間旅行できるのだったら、もっといろいろな時間旅行をすればいいのに」といった反応もありました。ここではじめて、これが文化のギャップなのかな、と感じました。「せつない」という言葉で解釈せず、もっとポジティブなところで解釈した反応があって、北米というのはちょっと違うというのを実感しました。

そこで、そのことについて分析してみると、自分としてはこの映画を、日本に向けては高校生の女の子のあまらずっぱい、青春物みたいな風に思っていたのですが、たぶんその文脈でアジア・ヨーロッパの方が理解したわけではないと思っています。つまり、この映画はもうちょっと普遍的に「後悔」につ

ての映画だったから受けたのではないかと、理解してくれたのではないかと、思うのです。みんな何か過去に過ちをして、それをなんとか自分で取り返したいという気持ちが常にある。そういうような人間全体がもっている普遍的なものに共感してくれたのではないかと。だからこれは高校生の青春物のように見えて実は「後悔」の映画だったのではないかと、作っている本人が後になって気付いたわけです。

佐伯 作り手は作るときに、「後悔」を主題に映画をつくっているわけでは決まっています。でも見られ方によってはまた違う読み方というかが、主題に突きあたることがある。自分の中にあった主題と違うのが逆に現れてくるのです。

細田 そうなんです。青春物をやるうとうとところで作ったのですが、完成して、しかも海外のお客さんによって、その映画が何を含んでいるかというのを教えてもらって体験を得ました。要するに、ユニバーサルな価値みたいなことを考えるときに、そういう風に監督自ら教えられるというか、作り手が教えられるという、そういうおもしろさがありますね。

佐伯 それはやっぱり作品の力ということだと思います。私たちが海外の映画祭などで未知の外国作品を見る際には、まったく予備知識がありません。そうすると、そこに描かれたものに真剣に向き合うことになるので、かえって本質をさっと掴むかもしれませんね。

細田 国内では不思議なもので、いわゆる言わなくてもわかるだろうといった、理解しあっている部分の共通項があるだけに、逆にわかっているから言わない、というようなこ

細田 「サマーウォーズ」をつくるにあたって「時をかける少女」で1年間海外の映画祭に招かれたこと、経験は大きかったです。それは何かというところ、ユニバーサルな価値とは何であるかというのを考えるを得ないんです。

とになりがちなのではないでしょうか。そうするとひょっとしたらそのままで深く、何についての映画だということまで考えが至らないところがあるのかもしれない。海外の映画祭ではなんらかの余計なバイアスなしに見る環境でもあるわけですから、より何を含んでいるかといったことが、はっきりするのではないのでしょうか。

佐伯 海外での映画祭での体験から得たものには他にどんなことがありますか。

細田 「サマーウォーズ」をつくるにあたって「時をかける少女」で1年間海外の映画祭に招かれたこと、経験は大きかったです。それは何かというところ、ユニバーサルな価値とは何であるかというのを考えるを得ないんです。

つまり、日本の高校生をどう描くかということよりも、日本の高校生を描いても、「後悔」なら「後悔」という気持ちによって、世界の人みんなが共有できる気持ちがあるとすれば、今度は逆の立場で、世界の人みんなが共有できるものってなんだろうと考えるわけです。経済状況や政治体制、戦時下かそうじゃないかなど、それぞれに違いはあると



細田 守 (ほそだ まもる)

昭和42年(1967)生まれ。富山県出身。平成3年東映動画(現・東映アニメーション)入社。アニメーターとして活躍したのち、演出家に転向。同15年ルイ・ヴィトンのイメージ映像「SUPERFLAT MONOGRAM」などを監督。その後、フリーとなり、同18年劇場版「時をかける少女」を発表し各国で数多くの賞を受賞。同21年「サマーウォーズ」で同21年デジタルコンテンツグランプリ 経済産業大臣賞、同22年文化庁メディア芸術祭アニメーション部門大賞、第60回芸術選奨文部科学大臣新人賞、毎日映画コンクール アニメーション映画賞、日本アカデミー賞最優秀アニメーション作品賞など多数受賞し、ベルリン国際映画祭に正式招待された。現在、次回作の準備中。

しても、それでも共通している価値というのは何かと考えたときに、これかもしれないなと思ったのが家族です。実際に、映画祭で見た作品の中でも割と家族をテーマにしたものは多くありました。全然違う国の映画でも「家族」をフックにして、すごく映画を楽しんだり、考えさせられたりする機会がありました。では、日本の家族は今、こうですというものを何か作っているかという、必ずしも多く作っていない気がしたのです。そこで自分がもし、「家族」というモチーフを与えられたらどういふものをつくるだろうというのを考えてつくったのが「サマーウォーズ」です。

それまでグローバル展開というのは、日本でいいものが、海外でもまったく同じようには通用しないから、ローカライズという現地の価値観にそれぞれ合わせていくようなカスタマイズをしないと売れないというようなことをずっと言われていました。そういうものなのかと思っていましたが、「時をかける少女」のときに、そういうローカライズをしなくてもちゃんと伝わるものは伝わるんだという経験をしました。

それで自分が家族をモチーフにつくろうとしたときに、普通だったらもうちょっと海外の人にもわかりやすいものとして、例えば英語でつくるとか、舞台を日本じゃない場所などにするという選択肢もあるかもしれないけれど、むしろものすごく日本的な舞台で、日

本的な家族っていうものを描いてみるのが、ユニバーサルな価値みたいなものに近いんじゃないかな、と勝手に推測をたててつくったっていう。それが映画祭の経験から学んだことかもしれません。

佐伯 よくわかります。ご自身の中にあるものにこだわることのほうが、むしろ何か普遍的なものにつながるという。確信めいたものをもっと制作にあたられたらいいですね。

細田 割とそうですね。つまり、日本の市場の中で、アニメーションのすう勢の中で、これをやるという気取っていたり、小賢しいことではなく、普遍的な価値を描くという事は何かという、逆にいえば、気取っていないけいなものがあるんですね。けっこう真つ向勝負しないと、逆に普遍というようなものに近づけないなと思って。それで、「サマーウォーズ」ではほんとうにもう素直に、結婚相手のことであり、相手の家の中のことを描くって言う(笑)。

佐伯 体験を活かされていることがよくわかりました。「サマーウォーズ」には確信的に、「おもむきない」姿勢がはっきりでていたなと思います。

細田 これまでの歴史を考えると、今までおもねっているんですよ。むしろ海外に見せよう、受けたっていうと、次はもっと受けよう、もっとおもねる感じになりがちです。だけどそこをそうではなくて、世界中の映画作

家が、自分の国のことを、自分の国のネタを、ちゃんと誠実にだしているという姿勢に対して、日本の映画作家だって、やっぱり日本のネタを誠実に出す必要があると思っただけです。

佐伯 それは実写でもアニメーションもまったく同じです。要するに自分のもっている課題をどれだけ出してやるか、その主題性とメッセージ性みたいなもの。もちろん表現として魅力的でないといけないということもある。でもそれだけでなく、両方なんだと思います。

細田 やっぱりそういうことですね。だから逆に、僕らが他の国の映画を見て、もしも仮に、その国のことを描いているのに気取った描き方をしていると、何か嘘っぽいと思ってしまうのではないのでしょうか。だから日本でつくられたものもおそらくそうだと思います。

やっぱり昔は映画祭をとおしてとかじゃない、日本の作品や諸外国の作品ってなかなか国際的に流通しなかったけれど、今は、映画祭をはじめ、さまざまなメディアによって流通し、目に触れる機会が多い。そういうときにどこにくくりでつくられたとしても、今の日本だけじゃない、世界の状況と無縁ではやれないし、見る側も今の世界の問題とをふまえて見るわけです。だから日本だけの問題ではなくて、ある世界の大きな問題を、例えばすごく小さな国のある一つの映画をとおして

考えるということがありえると思います。日本の作品の中にも、何かそういうことを考えるきっかけとなるようなものがあればすごく良いんじゃないかと思うわけです。そういうことが映画というものの機能だと思っています。

佐伯 細田さんにとって海外体験で得たものというのは、大きいものがあったんですね。

細田 やっぱりそこで思ったのは、改めて、映画の機能とか映画の役割とか、世界中の人が映画を見る、そして世界中の人が自分の国以外の他の国の映画もたくさん見る、その理由というのがやっぱり、それぞれの国の映画をおして、共通してみんなが考えていることをシェアしようっていうそういうために映画ってあるのではないかということを感じました。

佐伯 そういう媒体として映画というのはきわめて有効な、ツールというメディアであり、シェアするのにもっともふさわしいと感じられたのですね。

細田 そうです。どうしても僕ら、商業映画をやっている中で、商業的にペイしたペイしないとか、受けた受けなにか、興行成績ランキング何位とかを気にかけます。それはもちろん作り続けていくためにはペイしないといけないからだいたいなのですが、それ以上に、なぜ僕らは映画をつくっているのか、そしてなぜみんなは映画を見るのかっていうことを、根本を押さえてつくるといって

とがだいじだと思っています。映画の機能とか役割というのをちゃんと果たす作品というのをもっと作るべきだと思っています。

● 次回作へ向けて

佐伯 最後に、いま次回作を準備中ということですが、お話しできる範囲で教えてくださいませんか。

細田 昔は、作品を作るときに、けっこう海外のかっこいい作品とか、そういうものに影響を受けていたんですが、「時をかける少女」や「サマーウォーズ」をおして、最近自分の人生というか、ものすごく身近なことからいちばん影響を受けるなと思っています。要するに自分を自分以外の価値観に合わせるわけではなく、自分も持っている部分というのは、どこか世界中の人がもっている部分と共通だよ、というのをちゃんと見つけるというように、最近では考えています。だから次の作品もそういうみんなが共通して、必ず世界中の人が経験したことのない人がほとんどいないようなことについて描きたいなと思っています。

佐伯 細田守「普遍」部作ですね(笑)。楽しみにしています。本日はどうもありがとうございました。

(このインタビューは平成22年8月20日に行なったものです)

マンガ・アニメ・ゲームの 複合アーカイブ



明治大学国際日本学部准教授
森川嘉一郎

文化庁メディア芸術祭が今年、14回目の開催を迎えています。つまり、政府が日本のマンガ・アニメ・ゲームなどを文化資源ととらえ、その振興を検討するようになってから、すでに15年以上の年月が重ねられているわけです。ところが、そうした諸分野の文化的生産性や国際的競争力を上げるための、振興策の実効性に関する知見は、いまだ蓄積に乏しい状況です。

「国がサブカルチャーに下手に介入すると、かえって活力を奪うのではないか」という意見も、しばしば耳にします。その一方で、アニメーターなどの人材育成を支える施策の必要性も、指摘されてきました。どのような振興策を実施するにせよ、すべての作品ないしは人材を均等に支援することが不可能である以上、必然的にセレクトシオンや、制度的な有利不利による方向付けが生じます。それが、

「下手な介入」にならないようにするために、どのようにすればよいのでしょうか。

そもそもなぜ、日本において、マンガ・アニメ・ゲームはかくも独特な発達を遂げたのでしょうか。諸々の説が語られてはいますが、いずれも学術的に明らかにされているとはいえません。日本のマンガ・アニメ・ゲームを実効的に振興しようとするなら、海外の文化振興策に学ぶことも大いじですが、まずは、その豊かさをもたらしてきた日本独特の諸条件を明らかにする必要があります。そうした諸条件を誤って阻害しないようにすることが、振興策の基礎となるはずですが、

そして、本格的に発達史や国際比較の研究をしようとするれば、過去からの作品資料の体系的な集積が必要になります。ところが、これまでマンガ・アニメ・ゲームは教養の域外にあるサブカルチャーだと見なされてきたこ

ともあり、そうした研究のためのインフラがまだまだ未整備な状態です。それゆえ、各論はそれなりに書かれても、全体像や構造が見えにくいわけです。するとどうしても、上澄みに目が行きやすくなってしまいます。

全体像を見えにくくしている理由は、他にもいくつかあります。一つは、日本のマンガ・アニメ・ゲーム、さらには特撮やライトノベル、キャラクター商品などが、多分にメディアミックス展開されているとともに、相互に強い影響関係にあることです。例えば、日本のアニメはなぜ巨大ロボットが登場する作品が多いのか、あるいはヒロインが魔法のアイテムを使って変身する作品が多いのかということ、キャラクター商品が制作費を支えてきた背景を抜きにして、純粋芸術のように「アニメ作品」として参照しただけでは、見えてきません。さらに、ロボットア

ニメの代表格である『機動戦士ガンダム』の

人気をとらえようとすると、アニメの人気キャラクター商品であるプラモデルのヒットをもたらしたと同時に、高度に発達したプラモデルの魅力がアニメのシリーズ化を促した側面も検証を要します。原作マンガがアニメ版の人気を支えた事例や、その逆の事例は、枚挙に暇がありません。アニメだけを見

ても、アニメ全体は見えないのです。

もう一つ、日本のマンガ・アニメ・ゲームの重要な活力源であると同時に、その全体像を見えにくくしているのは、分厚いファン層による他国にはない規模の同人誌市場の存在です。例えば、男子小中学生を対象としている『少年ジャンプ』の作品が、なぜ少なからぬ割合の女性読者を獲得するにいたったのかということ、書店に流通している雑誌や単行本を見ただけではわかりません。そして人材育成を考えるならば、いまやコミックマーケットをはじめとする同人誌即売会が大きな学校として機能していることもとらえられる必要があります。

そうした状況をふまえると、実効性のある振興策を策定するには、まずは日本のマンガ・アニメ・ゲーム、さらには特撮やライトノベル、キャラクター商品、同人誌などを、作品性に関する価値判断を排して極力網羅的かつ横断的に集めたデータベースを構築し、

それに基づいた実物資料の保存とアーカイブ化を進めていく必要があります。基礎研究の推進とともに、国民や海外に対して歴史的な厚みをもったプレゼンテーションをしていく上でも、そうしたアーカイブが不可欠な資源になります。また、とりわけマンガは戦後の国民の価値観や関心、生活の変化を多角的に映し、記録する鏡となってきたことから、マ

ンガやアニメそれ自体の研究のみならず、広く史学や社会学などにとっても重要な研究資源になります。

そうした研究上の、さらには教育上の要請から、大学機関でアーカイブを設けることができてきました。2006年には京都精華大学が、京都市とともに「京都国際マンガミュージアム」を設立しました。続いて明治大学が2014年度を完成目標に、マンガ・アニメ・ゲームの複合アーカイブ施設「東京国際マンガ図書館」（仮称）の計画を発表し、昨年、その先行施設となる「米沢嘉博記念図書館」を開館させました。いずれの事例でも特徴的なのは、コレクターや研究家の個人コレクションを核に成立しているということですがゆえに、サブカルチャーと見なされてきたマンガの手に、公共的な資料が保存されているケースが多いことを反映しています。

マンガ・アニメ・ゲームの保存とアーカイブ化には、作家や業界の協力のみならず、そうした個人蒐集家との連携が不可欠になります。十全なアーカイブの完成は、まだまだ先の長い道になりませんが、おそろくそうした連携関係を構築していく過程それ自体が、日本のマンガ・アニメ・ゲームの特質について、多くの知見をもたらしてくれるはずで

メディア芸術振興に関する具体的な取組

文化庁芸術文化課

●メディア芸術の振興施策

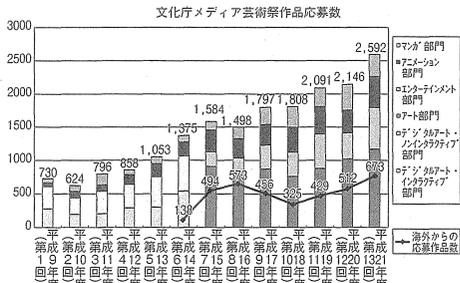
メディア芸術は広く国民に親しまれ、新たな芸術の創造や我が国の芸術全体の活性化を促すとともに、海外からも注目され、我が国への理解や関心を高めています。

文化庁では、メディア芸術のいっそうの振興のため、平成22年度から、「ソフト支援」と「ヒューマン支援」を重視した施策を展開しています。以下、具体的な施策について御紹介します。

1. メディア芸術の創造・発信

① メディア芸術祭等事業

優れたメディア芸術作品を顕彰するとともに、その発表機会を提供するため、文化庁メディア芸術祭を実施しています。メディア芸術祭は、メディア芸術祭の贈賞、受賞作品の展示、シンポジウム等の開催により構成されている事業で、そのうち、メディア芸術祭賞は、アート、エンターテインメント、アニメーション、マンガの4部門においてそれぞれ大賞1作品、優秀賞4作品、奨励賞1作品に賞を贈るものです。作品は例年7月から9月までの約2か月間募集を行い、プロ、アマチュアの別、自主制作作品、商業作品の別を問わず応募を受け付けています。第1回から第13回目までの応募者数の推移は図1のとおりです。



年度	マンガ部門	アニメーション部門	アート部門	デジタルメディア部門	合計
平成19年度	64	89	160	72	305
平成20年度	60	99	100	148	407
平成21年度	330	243	332	350	1,255
平成22年度	276	194	204	288	962

図1 応募作品数推移

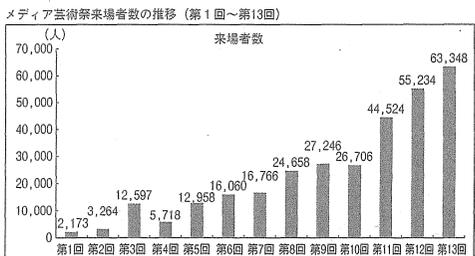


図2 来場者数推移

術作品を鑑賞する機会を提供しています。

また、最終選考に残った作品の中から、審査委員会で評価された作品は、「審査委員会推薦作品」となります。受賞作品はもちろんです、この審査委員会推薦作品も、毎年発行される受賞作品集に掲載されるとともに、受賞作品展でも紹介されます。

平成22年度のメディア芸術祭の概要は図3のとおりです。

文化庁は、このメディア芸術祭を軸にして、以下のメディア芸術の振興施策を展開しています。

② メディア芸術祭関連事業

ア. メディア芸術祭地方展

毎年東京で10日間程度実施されるメディア芸術祭を、東京以外の地でも開催し、より広くメディア芸術について鑑賞する機会を提供するため、平成14年度からメディア芸術祭地方展を開催しています。地方展では、前年度までのメディア芸術祭受賞作品を中心に、マンガ、アニメ、ゲーム、インタラクティブアート、ウェブ作品などを総合的に展示・上映し、シンポジウム等もあわせて実施することによって、地方におけるメディア芸術への理解促進を図っています。

平成22年度 [第14回] 文化庁メディア芸術祭

1. 主催
文化庁メディア芸術祭実行委員会

2. 募集部門
アート部門
デジタル技術を用いて作られたアート作品
【インタラクティブアート、インスタレーション、映像、デジタルフォト、平面、Webなど】
エンターテインメント部門
デジタル技術を用いて作られたエンターテインメント作品
【ゲーム、遊具、映像(VFX、CMなど)、キャラクター、Webなど】
アニメーション部門(※)
アニメーション作品
【劇場公開アニメーション、テレビアニメーション、オリジナルビデオアニメーション(OVA)、短編アニメーションなど】
マンガ部門(※)
マンガ作品
【ストーリーマンガ、コママンガ、自主制作マンガ、デジタルマンガなど】
※アニメーション部門とマンガ部門はデジタル作品である必要はない。

3. 各賞
上記の4部門ごとに、高い芸術性と創造性を基準として、大賞1作品、優秀賞4作品、奨励賞1作品を選定する。また、審査委員会の推薦により、メディア芸術祭に貢献のあった者に対して、功労賞を贈呈することができる。
【大賞】 賞状(文部科学大臣賞)、トロフィー、副賞60万円
【優秀賞】 賞状(文部科学大臣賞)、トロフィー、副賞30万円
【奨励賞】 賞状(文部科学大臣賞)、トロフィー、副賞15万円
【功労賞】 賞状(文部科学大臣賞)、トロフィー

4. 募集期間
平成22年7月15日(木)～9月24日(金)

5. 贈呈式
平成23年2月1日(火) [於:東京ミッドタウンホール]

6. 受賞作品展
平成23年2月2日(水)～2月13日(日) [於:国立新美術館]

図3 第14回メディア芸術祭概要

「文化庁メディア芸術祭」を開催し、10月30日から11月7日までの国民文化祭開催期間中に岡山市デジタルミュージアムで「文化庁メディア芸術祭 岡山展」を開催します。地方の特性、開催館の特色に合わせて再構成したメディア芸術祭地方展

これらの応募の中から、各部門5名ずつの委員により構成された審査委員会の審議を経て、メディア芸術祭受賞作品を決定します。受賞作品は、受賞作品展に展示・上映され、受賞作品展の来場者数も年々伸びており(図2参照)、多くの方々へ優れたメディア芸術を伝えることができます。

イ. メディア芸術海外展

日本のメディア芸術は「ジャパン・クール」と評され、海外での評価が高く、我が国が誇るべき日本の文化として定着してきました。これらの我が国が誇るべき日本の文化を、より積極的に海外発信し、メディア芸術を媒体として我が国への理解を高めるため、平成14年度からメディア芸術海外展を実施してきました。これまで、中国・北京(H14)、中国・上海(H19)、シンガポール(H20)、オーストラリア・ウイーン(H21)で開催してまいりましたが、平成22年度はトルコ・イスタンブールのペラ美術館で8月6日から10月3日までの約2か月の長きにわたって「文化庁メディア芸術祭イスタンブール展2010」を開催しました。平成22年は「トルコにおける日本年」といういわゆる交流年事業として多くの日本関連の催しがトルコで実施されていますが、その一環でもあります。2か月の会期をとおして、最新の日本文化に触れ、親日家の多いトルコにおいて日本への理解がさらに深まること期待されます。



イスタンブール展の会場

このほか、主要な海外のメディア芸術関連イベント等に参加・出展し、我が国のメディア芸術やメディア芸術祭の情報を発信する事業も展開しており、海外発信を積極的に実施しているところです。

ウ. メディア芸術プラザ

インターネットを活用し、文化庁メディア芸術祭やメディア芸術関連情報等について広く発信するため、メディア芸術プラザ (<http://plaza.bunka.go.jp/>) を運営しています。

プラザでは、メディア芸術祭の作品募集や受賞作品の発表、受賞作品展等、メディア芸術祭に係る一連の情報発信のほか、文化庁が実施しているメディア芸術祭関連事業の紹介や、優れたメディア芸術作品や作家の紹介、メディア芸術に係る展覧会情報等、最新の情報をわかりやすく発信し、メディア芸術への理解促進につながるよう努めています。

理・運用を行うことを目的としています。平成22年から着手した事業で、現在試行錯誤で進んでいますが、関係機関と連携し、中長期の計画に基づいて着実に成果があげられるよう取り組んでいるところです。

(3) メディア芸術情報拠点・コンソーシアム構築事業

我が国のメディア芸術に関する情報収集・発信能力を高め、関係機関等の連携・協力を推進することによって、我が国のメディア芸術のいっそうの振興を図るため、Web上で情報拠点機能を構築するとともに関係機関等による連携体制を整備する「メディア芸術情報拠点・コンソーシアム構築事業」を平成22年度から実施しています。

1年目となる今年度は、①関係機関等による連携・協力のあり方、体制、方策等、および連携事業等の実施について検討を行う会議等を開催し、②シンポジウム等を開催することによって関係者による意見交換等を行い、③メディア芸術デジタルアーカイブ事業と密接な連携を図り、効果的な情報の蓄積・発信の方策を検討等していく予定です。この事業によって、将来的にはコンソーシアム内の関係機関が活発に活動する環境を整え、国内外に向けて我が国のメディア芸術の存在感を示せるよう取り組んでいきます。

エ. メディア芸術祭巡回企画展

国内各地において、優れたメディア芸術の鑑賞機会を提供するため、文化施設を管理または運営する団体と文化庁とが共催して、文化庁メディア芸術祭巡回企画展を開催しています。この巡回企画展では、直近の文化庁メディア芸術祭の受賞作品映像を上映するとともに、過去の受賞者や審査委員会からの推薦を受けた作品の作者に焦点をあてた展示を行います。小規模な展示室等での展示を想定したものでありますが、開催館の他の企画展や常設展とあわせて開催することによって、地域に密着した文化施設の活動にメディア芸術の要素を加え、地域におけるメディア芸術振興につなげることをねらいとしています。

平成22年度は札幌市、仙台市、横浜市、山口市、宮崎市の5箇所で開催を実施する予定です。

オ. 世界メディア芸術コンベンション

世界のメディア芸術関連機関、フェスティバル等の関係者を招へいし、各国各機関の取組等について、情報交換や意見交換等を行う場を作り出すことによって、国を越えた交流を図り、メディア芸術分野における連携を推進することを目的として、平成22年度から新たに世界メディア芸術コンベンションを開催します。世界で活躍する関係者等を我が国に

2. メディア芸術の人材育成

メディア芸術を支える優れたクリエイター等を育成するヒューマン支援の充実を図るため、メディア芸術クリエイター等の育成支援、若手アニメーター等の人材育成事業、および海外クリエイターの招へい事業を実施し、この分野の人材育成を推進しています。

(1) メディア芸術クリエイター育成支援事業
本事業は、国内のメディア芸術分野の団体等が実施する人材育成事業を支援することにより、次代のメディア芸術分野を担うクリエイター、教育者、研究者等の育成を促すことを目的とする施設支援型の事業と、若手クリエイターの制作および発表を支援することにより、次世代のメディア芸術分野を担うクリエイターの水準向上に資することを目的とする個人支援型の事業の二つで構成されています。今年度は、現時点で、クリエイターの育成として3名、施設支援として9つの事業を採択したところで、それぞれ今後の展開に期待するところです。

(2) 若手アニメーター等人材育成事業
本事業は、メディア芸術の振興に向けた取組の充実を図るため、将来を担う優れた若手アニメーター等の育成を推進し、もって我が

招へいして、世界におけるメディア芸術の魅力を知らせるとともに、我が国のメディア芸術の置かれた位置や世界の動向を分野横断的につかむことが目的です。

カ. メディア芸術部門会議

メディア芸術各分野で活躍するクリエイター等の連携・協力を推進し、我が国におけるメディア芸術各分野のいっそうの発展に資するため、平成22年度からメディア芸術部門会議を開催します。同じ部門においてもあまり交流のなかったクリエイター等が一堂に会して活発な意見交換を行い、それぞれの部門の活性化を図るのがねらいです。

(2) メディア芸術デジタルアーカイブ

我が国のメディア芸術作品の保存と活用を促進し、我が国メディア芸術の振興を図るため、その基盤となる作品のデジタルアーカイブ化を推進しています。

具体的には、①デジタルアーカイブのあり方、方策、関係機関等の協力体制等について検討を行う検討会の開催、②対象となる作品や資料等に関する所在その他の情報収集、③デジタルアーカイブの基盤となるデータベース等の整備、④優れた作品や、散逸・劣化の危険性が高い貴重な作品等のデジタルアーカイブ化の実施、⑤デジタルアーカイブの管

国内アニメーション分野の向上とその発展に資することを目的としています。具体的には、制作スタッフに若手を起用したオリジナルアニメーション作品の製作を通じ、オン・ザ・ジョブ・トレーニングを組み込んだ制作現場における若手アニメーター等の育成を行うものです。

(3) 海外メディア芸術クリエイター招へい事業
本事業は、海外の優れたクリエイターを招へいし、メディア芸術における国際交流を推進するとともに、交流機会を通じた国内クリエイターの育成を促し、もって我が国メディア芸術水準の向上と発展に資することを目的としています。海外からクリエイターを招へいし、我が国に滞在して海外のクリエイターが研修、ワークショップ、創作、展示等を行うことによって、我が国のクリエイターに刺激をあたえたとともに、これらの招へい者が帰国後も我が国の良き理解者として活躍していくことを期待して実施する事業です。

以上が文化庁で実施しているメディア芸術の振興に係る事業の内容です。今後も、我が国のメディア芸術が世界において重要な位置を保持し続けられるよう、継続的にソフト、ヒューマンに重点を置いた施策を行っていく予定です。

◆特集◆ 東アジアにおける国際文化交流の取組

◆文化庁提言
東アジア諸国に係る国際文化交流
【寄稿】
東アジア諸国との国際文化交流の展望と課題
【施策紹介】
東アジアに係る国際文化交流の取組
アジアにおける日本映画特集上映事業
【事例紹介】
上海万博における取組
アジア・太平洋地域博物館等交流事業

◆文化庁「ユネスコ」◆
霞が関文化庁イベント告知
関西文化の日のお知らせ
全国高等学校漫画選手権
文化庁第8回国際文化フォーラム
文化庁と世界的所有権機関(WIPO)との評議会
登録美術品の公開状況
第57回日本伝統工芸展

◆連載◆
【鑑】文化芸術へのいざない
文楽鑑賞ガイドおよび11月文楽公演の紹介(国立文楽劇場)
教育普及事業(国立国際美術館)
【文化人の気魄】
豊竹咲大夫・文楽太夫
【いきいきミュージアム】美術館・博物館事業レポート
財団法人鍋島報效会蔵古館
【子どもの文化体験】
芸術拠点形成事業(兵庫県立芸術文化センター)
【祭り歳時記】伝承を支える人々
北松浦の収穫儀礼「お蔵入れ」「さねかけ祭り」
【文化交流使の活動報告】
平成22年度文化庁文化交流使指図書交付式
【著作権トピックス】
最新の著作権法改正等について
【言葉のQ&A】
【ウチ・ソト】の関係における問題②
【国立大学施設探訪】近代の記憶そして未来へ
【赤と白の建築】旧東京陸軍本館

など

文化庁月報 10月号 (通巻505)

平成22年10月25日印刷・発行

編集—文化庁

〒100-8959 東京都千代田区霞が関 3-2-2
株式会社 **ぎょうせい**
本社 〒104-0061 東京都中央区銀座 7-4-12
本部 〒136-8575 東京都江東区新木場 1-18-11
編集 03-6892-6527
販売 03-6892-6666
フリーコール 0120-953-431
URL: <http://gyosei.jp>
印刷所—ぎょうせいデジタル株式会社

●本誌の掲載のうち、意見にわたる部分については、筆者個人の見解であることをお断りいたします。

定価 540円 **【本体514円】**
年間購読料 6,480円
本誌のご購読のお申し込みは、直接弊社の本・支社、あるいは最寄りの書店へお申し込みください。

広告の問い合わせ・申し込み先
(株) ぎょうせい 営業部 広告担当
電話 03-6892-6589 (ダイヤルイン)
2010 Printed in Japan ISSN 0916-9849

本誌は本文に再生紙・大豆油インキを使用しております。

編集後記

今月の特集は「メディア芸術の振興」です。平成9年の第1回メディア芸術祭の開催からこの施策は開始したのですが、この当時は、「クール・ジャパン」と称されるようになる以前の時代で、知名度はもちろなく、求場者も少ない状況でした。それが、21世紀に入り、「クール・ジャパン」が浸透し、世界的に評価されるにつれて、メディア芸術祭の求場者数も劇的に増え、また、現在は国を挙げてメディア芸術を含むコンテンツ産業の育成に取り組むようにな

りました。ほんの10数年の出来事ですが、メディア芸術は圧倒的な勢いをもって存在感を増しています。今回の特集では、メディア芸術振興の歴史をたどりつつ、現在の文化庁施策の全体を概観しています。一言で「メディア芸術」といっても、アート、ゲーム、アニメーション、マンガなど、分野もさまざまです。この特集を通して、文化庁が現在取り組んでいるメディア芸術の振興についてご理解いただければ幸いです。(Y・H)

美術館・博物館チケットプレゼント

今月号の展覧会等へのチケットプレゼントは、

- A 国立西洋美術館
「アルブレヒト・デューラー版画・素描展」 5組(ペア)
- B 東京国立博物館
特別展「東大寺大仏一天平の至宝」 2組(ペア)

- C 奈良国立博物館
「第62回 正倉院展」 2組(ペア)
- D 奈良文化財研究所飛鳥資料館
「木簡黎明」 2組(ペア)

です。ご希望の方はアンケートハガキのチケット応募欄に必要事項をご記入のうえ、10月25日(月)までにご投函ください(当日消印有効)。

*チケット発送をもって当選発表にかえさせていただきます。

文化庁では、ホームページで、文化庁に関する情報を幅広く提供しています。ご意見、文化庁月報の感想などを、ホームページのご意見欄へお寄せください。

●ホームページアドレス●
<http://www.bunka.go.jp>