

タイトル	講演4 現代日本映画とコンテンツ
著者	大石, 和久; OISHI, Kazuhisa
引用	北海学園大学学園論集(152): 265-276
発行日	2012-06-25

講演 4 現代日本映画とコンテンツ

大 石 和 久

序 コンテンツ時代の日本映画とは

現在の日本の文化的状況をめぐる言説の中に、「コンテンツ」という語を見るようになって久しい。コンテンツとは、多様なメディア（出版、テレビ、映画、インターネット、ゲーム等々）によって伝達される情報内容を指す⁽¹⁾。たとえば、もともと漫画を原作とするコンテンツがテレビドラマ化され、さらに映画化される。その後それはインターネットで配信され、またはゲームへと商品展開してゆくかもしれない。一つのコンテンツが、多様なメディアを縦横無尽に横断する。近年のデジタル技術の発達がこのようなコンテンツのメディア横断的なあり方を可能にしたのは、もはや周知のことだろう。ところで、本稿で取り上げるのは日本映画である。このようなコンテンツの時代にあつて、日本映画はどのように変化したのかに一つの答えを出すこと、それが本稿の目的である。

コンテンツの時代において、映画は、一つのコンテンツを伝達する複数のメディアの内の一に過ぎないものとなる。後に見るように、日本映画研究者ミツヨ・ワダ・マルシアーノは、コンテンツの時代にあつて日本映画は他のメディア、特にテレビとの繋がりを深めてゆき——テレビドラマを映画化した日本映画が量産されている現状などを考えればよい——、テレビとの差異が喪失されてゆく傾向にある、と指摘している。彼女は問う。日本映画がこのようにテレビとの差異を失ってゆくのなら、日本映画はその存在理由を失いつつあるのではないか、と。本稿もこの問いを共有するものである。つまり、コンテンツの時代にあつて日本映画はどう変わったかと問うことは、それが存在理由を失いつつあるのではないか、あるいはそれなりの存在理由をもちうるとすれば、それはどのようなものか、と問うことと深く結びついているのである。

まずは、ワダ・マルシアーノの所論によりながら、コンテンツ時代の日本映画の現状について確認しておきたい。その後に、本稿では、コンテンツについて「シミュラークル」という語をキーワードに美学的、理論的に分析を行いたい。シミュラークル概念こそが、多様なメディアを横断するコンテンツという現象を照射し、またひいては日本映画の存在理由について考えるヒントを与えてくれると思われるからである。このシミュラークルという概念を巡っては、シミュラーク

ル概念によってポストモダンのオタク系文化を切り取った思想家・東浩紀、その東が参照したシミュラクルの思想家でフランスの社会学者ジャン・ボードリヤール、そして最後にもう一人、フランスのシミュラクルの哲学者ジル・ドゥルーズの論を取り上げてゆく。

1 「テレビ映画」

一つのコンテンツがメディア横断的に伝達される。そのようなコンテンツの時代にあって、日本映画は、テレビというもう一つのメディアと連繋する方策を取るようになった。テレビとの絆を深めることで商業的失敗を回避し、興行的ヒットを狙うという戦略が取られたのである。人気テレビドラマの映画化が興行的に成功する例を考えればよい。そのようにテレビと密に繋がり、いわばそれと地続きで、連続的になった映画は「テレビ映画」と呼ばれる。ワダ・マルシアーノはそのようなテレビ映画の一本『花より男子 ファイナル』(石井康晴, 2008年)についてこう言っている。「既に存在する『観客』、いやむしろ次なる商品待ち望んでいる『消費者』を想定したこの映画は、驚いたことに公開前に24万枚の前売り券が売れ、映画公開から2日で既に興行収入10億6千万円が回収され、それは興行収入総額の77億円の約7分の1を占めている」⁽²⁾。映画がテレビ映画というだけで、いかに興行的に成功を得ることが約束されているかを教えてくれるエピソードである。こうしてヒットを約束されたテレビ映画が量産されるようになる。

このようなテレビ映画の誕生には、「撮影所システムの崩壊」とその後映画製作を引き受けるようになった「製作委員会」の存在が大きい⁽³⁾。1960年代になって斜陽化した日本の映画会社は、しだいに自社で製作する映画の本数を絞り込むようになった。そうして、映画会社は、映画製作そのものは独立系の映画作家やプロダクションに外注するようになる。すなわち「撮影所システムの崩壊」である。映画会社は自社で映画製作はしないが、製作委員会の構成メンバーとして出資には参加する。そのようにして、映画会社は映画製作に伴うリスクを他の出資者と分かち合うという方針を取るようになった⁽⁴⁾。そして、この製作委員会にはテレビ局が参加している場合が多く、それがテレビ映画の量産に結びつくわけである⁽⁵⁾。

このようなコンテンツの時代にあって、日本映画がテレビからの連続性の中に埋没するとき、日本映画はどうなるか。ワダ・マルシアーノはすでに冒頭に見たとおり、日本映画はテレビとの深い結びつきの中でその存在理由を見失いつつあるのではないかと危惧している。彼女は以下のように言う。

「テレビ会社の視点から見た場合、「テレビ映画」は、今日のデジタル技術時代に隆盛を極め拡大の一途にある「ワンソース・マルチユース」戦略にとっての数々のプラットフォームの一つにすぎないかもしれない。しかし映画産業の視点から見た場合、こうした商品はいかなる利益をもたらすのだろうか。……私が関心をもって見守りたいのは、映画産業がこれからいかに自らのアイデンティティーないしは存在理由を再構築し、このデジタル時代においていかにシネマとしての物質性を回復し、維持するのかということである」⁽⁶⁾。

「シネマとしての物質性」とは、映画館ならではのフィルム体験の固有性を支える物質的基盤を指す。ワダ・マルシアーノは「シネマとしての物質性を回復する」試みとして、スタジオジブリが『崖の上のポニョ』（宮崎駿、2008年）の広告戦略において、その映像を映画館の中でのみで上映することを選択したこと（テレビではその映像を決して流さないこと）を挙げている。この試みは「「テレビ映画」の不確定な存続性や単一コンテンツの多岐利用という現象に対する、タイムリーな抵抗」と受け止められるのである⁽⁷⁾。

しかし、日本映画におけるその存在理由の回復の試みはただ単に広告戦略的に試みられるだけでよいのか。映画そのものによってその存在理由は取り戻されるべきではないだろうか。冒頭に述べたように、本稿ではその問いに答えるための糸口をシミュラークル概念に見出したいと思っている。以下、シミュラークル概念をめぐってはすでに述べたように三人の思想家を取り上げる予定だが、まずは日本の思想家・東浩紀を取り上げよう。東は、彼が言う「オタク系文化」をシミュラークルの概念によって分析し、そのポストモダンの性格について論じている⁽⁸⁾。ただし、東はオタク系文化に関係するコンテンツを扱うものの、日本映画を主題化して扱っているわけではない。しばらくは日本映画そのものからは離れることになるが東の論を検討し、その後再び日本映画についての考察に戻ることにしたい。

2 コンテンツとシミュラークル

ポストモダンとは、高度資本主義社会の到来によって一変した文化的状況を指す用語である。このポストモダンの文化の本質をよくあらわしているものとして、東は「オタク」が愛好する「オタク系文化」を挙げる。東によれば、「オタク」とは「コミック、アニメ、ゲーム、パーソナル・コンピュータ、SF、特撮、フィギュアそのほか、たがいに深く結びついた一群のサブカルチャーに耽溺する人々の総称」であって、そして「その一群のサブカルチャー」が「オタク系文化」である⁽⁹⁾。このオタク系文化は単に日本に特殊なものではない。東によればオタク系文化は、日本という枠を越えて、より普遍的なポストモダンという世界の時流に呼応している。オタク的なサブカルチャーが高度資本主義社会——情報化社会あるいはメディア社会とも言い換えられるだろう——によってもたらされたのならば、どうしてそれがポストモダンの世界的潮流と呼応しないことがあろうか。なるほど、現在においては、ポストモダン理論はその流行が終わったように思われる。ただし、そのようにポストモダン理論の流行は過ぎ去ったとはいえ、現在われわれが生きている社会は、それが情報化されたメディア社会であるかぎり、一種のポストモダンの状況にあることは疑いなかろう。現代日本映画もポストモダンのメディア社会の産物であるという一側面をもっている——まさしくコンテンツは多様なメディアを横断するのだった。とすれば、流行は終わったとされるポストモダン理論も現代日本映画を考察する上で、未だに有効性を保っている、と思われる⁽¹⁰⁾。

本稿では、東がオタク系文化のポストモダンの性質を「二次創作」に見出し、それにシミュラー

クルとしての特徴を見ている点に注目したい。では、二次創作とはなにか。「二次創作とは、オリジナルのマンガやアニメのキャラクターが、読者や視聴者によって異なった設定や人間関係を与えられて作られる創作物を意味し、現在のオタクたちの市場ではきわめて大きな役割を果たしている」⁽¹¹⁾。具体的には同人誌、同人ゲーム、同人フィギュアなどを指している。この二次創作は、オタクたちによって原作の作品に劣らず同じ価値をもつものとして消費される。この意味において、オタクたちにとってオリジナルとコピーの差異はなく、等価値である。オリジナルとコピーの差異が無効化された末に現れ出てくる、その中間状態にあるもの、それこそがポストモダンの思想家ジャン・ボードリヤールが言う「シミュラクル」である⁽¹²⁾。東によれば、二次創作はこのポストモダン文化を特徴付けるシミュラクルのオタク的な現れに他ならない。「現実世界を参照することなく、最初から先行作品のシミュラクルとして原作が作られ、さらにそのシミュラクルのシミュラクルが同人活動によって増殖し、次々と消費されてゆく。オタク系文化の作品は、近代的なひとりの作家によってではなく、そのような無数の模倣や剽窃の連鎖のなかで生み出されているわけだ」⁽¹³⁾。東が二次創作に見るのは、現実世界や作家という参照軸を欠いた、引用のモザイクからなるテキストの生成であって、すなわちそれは一種の「間テキスト性」をその特徴としているのである。

そして東によれば、このような二次創作によって「キャラクターの自律化」という事態が生じる⁽¹⁴⁾。二次創作の中で、キャラクターたちは原作とは異なった設定や物語の中で再び現れ、その世界を生きることになる。原作とは異なる物語の中でキャラクターが捉え直されるとき、キャラクター自体は複数の物語から自律している存在となるのである。ここで重要なのはキャラクターの本質というよりも「キャラクターをめぐって展開される想像力の環境」である、と東は言う⁽¹⁵⁾。オタク系文化の消費者たちは物語そのものよりも、そこから自律したキャラクターを基本的な単位として想像の対象とする。「オタクたちの世界では、あるていど影響力のあるキャラクターは、オリジナルの物語を離れて、関連作品や二次創作など別の作品を自律的に生きていると想像される」⁽¹⁶⁾。たとえば「シャア」や「綾波」。彼らは原作の『機動戦士ガンダム』や『新世紀エヴァンゲリオン』の物語からもはや自律し、他の物語を自由に生きるキャラクターたちである。オタクの世界では物語そのものではなく、その構成要素の集合体、すなわち「データベース」が重視されているのである⁽¹⁷⁾。オタクたちは、このようなデータベースを消費しつつ（「データベース消費」）、モダンにおいては存在し得ていた「大きな物語」（たとえばマルクス主義や国民国家的イデオロギーなど）の権威の失墜後、それぞれに自分なりの「小さな物語」を紡いでゆく⁽¹⁸⁾。フランスの哲学者ジャン＝フランソワ・リオタールが言うポストモダンにおける「小さな物語」の日本版を、東はオタクの二次創作に見るのである。

ここで、東が参照したボードリヤール自身の言葉を振り返っておきたい。シミュラクルは、従来のオリジナルとコピーの差異を無効化し、それらを等価値とするのだった。コピーはもはやそれに先行するオリジナルの単なる写しなのではない。その逆である。ボードリヤールによれば、

シミュラークルにあつては、オリジナルはコピーに先行するのではなく、コピーこそがオリジナルに先立つ。それは、ボルヘスの寓話に擬えて言うならば「領土」なき「地図」, 「領土」に先行する「地図」である⁽¹⁹⁾。「シミュレーションとは領土の、指示対象の、実体のシミュレーションではもはやない。それは起源や実在なき実在的なもののモデル (les modèles d'un réel sans origine ni réalité), すなわちハイパーリアル (*hyperréel*) の発生である。領土は地図に先行するのではなく、地図なくして存続することはない。今後、領土に先行するのは地図である——シミュラークルの先行である……」⁽²⁰⁾。シミュラークルが実在に先行し、実在なきイメージが実在性をもつようになる。つまり「ハイパーリアル」が実在に取って代わるのである。コピーがオリジナルに先行し、それ自体が実在的なものとなってゆく。メディアが生み出すイメージがそれ自体で一定の実在性あるいは現実味をもつというわけである。これは、ポストモダンのメディア社会、ないしは高度に情報化された社会に生きるわれわれにとっては、すでに自明な事態でもあろう。東の言うオタク系文化におけるシミュラークルは、このようなポストモダンのメディア社会においてこそ可能だったことをここで確認しておきたい。

さて、以下ではこのシミュラークル概念をオタクの話題から切り離して、コンテンツ時代の日本映画の現状を照らし出す概念として用いてみたい。それゆえ、以下では日本映画におけるオタクの嗜好するコンテンツのみを取り上げ、その二次創作を考察し、そのシミュラークルとしての性格を分析するという試みはなされない。それは本稿の能力を越えているし、本稿の趣旨からして別稿に譲らざるを得ない。以下では、シミュラークルという概念をコンテンツを受用し二次創作を行う側ではなく、日本映画においてコンテンツを制作する側の営みを解明するために用いる。

3 日本映画とシミュラークル

一つのコンテンツが多様なメディアを貫きながら、伝達される。このとき、このような多様なメディアによって語られるコンテンツはそれぞれにシミュラークルとなり、また同時に、そのようにしてあるコンテンツ（その構成要素）は自律するのではないだろうか。オタク系文化においては原作とそれを巡る二次創作とが同等の価値をもつシミュラークルであり、そこで物語られる想像上のキャラクター達はそれらの物語から自律するのだった。それと類比的なことが、コンテンツについても言えないか。つまり、様々なメディアで語り直されるコンテンツは、そのどれがオリジナルでどれがコピーとはいえないシミュラークルであつて、そのときコンテンツそのものは、それらのメディアのどれかに独占的に結びつけられるのではなく、自律する。ここで、ワダ・マルシアーノが言及していた『花より男子』を例として取り上げよう。

『花より男子』は漫画（1992-2004年）を原作とし、CDボックス（1993年）、小説（1994-2008年）、テレビアニメ（1996-1997年）、テレビドラマ（第1部2005年、第2部2007年）、任天堂DSゲーム（2008年）と様々なメディアへと展開してきた⁽²¹⁾。それぞれのメディアの中で、それぞれに応じた複数の物語が語り直される。漫画版、小説版、テレビドラマ版、映画版、ゲーム版、そ

これらの内のどれがオリジナルで、どれがコピーと言えるだろうか。たしかに漫画が原作である。であれば、漫画がオリジナルで、テレビや映画はコピーに過ぎないのだろうか。しかし、その映画版は漫画と構成要素、すなわちデータベースは共通するが、物語はオリジナルであって、原作の漫画とは異なっている。ゲームはどうであろうか。ゲーム版『花より男子』は、プレイヤーがその舞台である「英徳学園」に編入してきた女学生となり、物語の様々なキャラクター達とともに学園生活を送る一種の恋愛「シミュレーションゲーム」である。このようなゲームにおいては、プレイヤーの場面毎の選択によって物語が様々な生成されてゆく。このようにプレイヤーの選択次第で多様に新たな物語が紡がれてゆくのであれば、それらの物語は原作とその構成要素は共通するにせよ、それぞれにオリジナルなものであろう。小説、テレビ、アニメはどうか。それらについても、それぞれのメディアの特性に応じて多かれ少なかれ物語は改変されている。とすれば、それらも単なるコピー以上のものである。

以上見てきたように、一つのコンテンツが複数のメディアの中で展開するとき、あるバージョンがオリジナルであり、その他のバージョンはコピーであるとはもはや言えなくなる。あるメディアを原作とする物語であったとしても、それが他のメディアで語り直されることを通して、一種のオリジナリティをもつ物語が誕生するからである。様々なメディアで語られるコンテンツの複数のバージョンは、どれがオリジナルで、どれがコピーだとはもはや言えないのだから、それらはそれぞれシミュラクルである。そのとき、すべてのメディアに共通するのは、コンテンツの構成要素のみであり、その点においてコンテンツはそれらのすべてのメディアから自律している。一つのコンテンツが多様なメディアを貫きながら伝達されるとき、このような事態が生じているのである。ところで、ここで重要なのは物語だけなのだろうか。それぞれのメディアに特有な表現の形式についても考えるべきではないのか⁽²²⁾。複数のメディアの間の差異は、それらメディアの形式にあるのだろうか、物語がメディアに応じて語り直されるというのも、このような差異に基づいてのことであると思われるからである（これはプレイヤーの選択で複数の物語が生成するゲームでは明らかであろう）。それでは、一つのコンテンツが複数のメディアへ展開してゆくとき、どのようにそれらの形式を考えればよいのか。

漫画、小説、テレビドラマ、映画、ゲームがそれぞれ異なる形式をもつことは言うまでもないだろう。それぞれが独自の形式をもつのであれば、一つのメディアから他のメディアへ一つのコンテンツを移し替えることは、メディア間の単なる移行以上の再創造の試みとなるはずである。たとえば、原作漫画『花より男子』が映画化されるとき、漫画と映画、それぞれの形式間には差異があるがゆえに、その映画バージョンには原作漫画にはないオリジナルなものが付け加わるだろう。映画版『花より男子』はアメリカの西部の広大な風景をスポーツカーで駆け抜ける主人公たち（牧野つくしと道明寺司）を捉える超ロングショットから始まる。それは、いささかクリシェな映画的表现であるとはいえ、スクリーンという大画面を前提とした映画ならではの表現であり、他のメディアでは見られない映画版『花より男子』の醍醐味となっている。（すでに述べた

ように、映画は原作漫画にはないオリジナルの物語である。このアメリカのシーンに見られるのは、映画の形式に対応するかたちで物語が語り直されたということである。)

他のヴァージョンはどうか。原作漫画の少女漫画的叙情性に比較的忠実なのは水彩画的彩色で、透明感のある世界を構築したアニメ版『花より男子』である。それに対して、テレビドラマ版はそのような水彩画的透明な世界というよりは、現代の風俗や、激しい暴力などを写し出すセンセーショナルな映像によって『花より男子』の世界を表現している。このようにそれぞれのメディアで、そのメディアに特有の形式によって『花より男子』が多様に表現されている。『花より男子』は漫画を原作とするとはいえ、それが他のメディアに移し替えられることが再創造を意味するのであれば、『花より男子』はそれぞれのメディア毎にいわばオリジナル性をもっており、その意味でメディア毎にシミュラクルが誕生しているのである。もはや、原作も含め、どのヴァージョンがオリジナルで、あるいはコピーであるなどとは言い難い。各ヴァージョンは、それぞれに独自の魅力をもち、同等の資格において存在するのである。

コンテンツは「内容」と訳し得る語である。一つのコンテンツの複数のメディアへの展開とは、ある表現内容が複数のメディアにおいて異質な形式を与えられ、現実化されることを指していると言えるだろう。上に見て来たように、一つのコンテンツないしは内容は、それぞれのメディアに特有の形式によって現実化されるがゆえに再創造されねばならない。それゆえ、そのようにして現実化されたものはコピーであると同時にオリジナルな存在、すなわちシミュラクルである。さて、このようにコンテンツとメディアの関係を捉えるならば、ワダ・マルシアーノの言う「テレビ映画」をどう考えることができるだろうか。

日本映画の歴史的変遷の中で、商業的に成功を収めるための仕掛けとして誕生したテレビ映画。それは商業的成功と引き換えに、日本映画をテレビとの連続の中に埋没させてしまい、日本映画はその映画としての存在理由を失いつつある。これがワダ・マルシアーノの日本映画の現状に対するいわば診断であった。ワダ・マルシアーノはスタジオジブリが広告のために映像をテレビで見せるという道を取らず、映画館の中でのみ上映するのを選択したことを、映画にその存在理由を取り戻させるものとして高く評価していた。そのようにして映画は「シネマとしての物質性を回復」したのだ、と。しかし、広告の仕方として、観客を、テレビを経由しないで映画館へと引き込むことのみが重要であろうか。映画そのものがその「シネマとしての物質性」を十分に活用したような映画であることが必要ではないか。つまり、テレビとは異なる映画特有のメディアとしての形式を十分に活かすことが必要なのではないか。そのようにして、観客に映画館ならではのフィルム体験を与え、映画に「シネマとしての物質性を回復」させることが大切なのではないか。

そのような問いへの答えに一つの方向性を与えるのが、近年では3D映画だろう。映画空間を立体的ヴァーチャル空間へと変貌させた3D映画は、平面的テレビとは明らかに異なる表現の形式をもっている(テレビもたしかに3D化されつつあるとはいえ、まだまだ一般的とは言えない

だろう)。3D映画はテレビでは得られない、立体的厚みをもったヴァーチャル空間の体験の場へと映画館を変えたのである。今、映画はこの3Dにテレビとは異なるアイデンティティを求めつつあるように思われる。3D映画は、現在では主にハリウッドで制作されていて、日本映画はその数が少ないとしても、日本映画もこの方向を模索しつつあるのではなかろうか。今年2012年には、かつて2Dで公開された『リング』(中田秀夫, 1998年)の「貞子」というキャラクターが3Dになってスクリーンに帰ってくる(『貞子3D』[英勉, 2012年])。この『リング』というコンテンツが2Dから3Dへと横断したとき、どのような再創造が行われるのか。すなわち「貞子」という幽霊のどのようなシミュラクルが誕生するのだろうか。

上に挙げた問いへの答えのもう一つの方向性を、スクリーンの大画面という大きさの次元にも見出し得るだろう。スクリーンの大画面にテレビにはない映画特有の表現を見ることができるのである。すでに述べた映画版『花より男子』のように、スクリーンならではの大スペクタクルといういささかクリシェな映画戦略をその例として挙げることもできよう。が、ここではスタジオジブリ制作のアニメ『借りぐらしのアリエッティ』(米林宏昌, 2010年)を例に挙げ、『花より男子』とは異なったスクリーンの大画面の活用例を検討してみたい。このアニメは人間に見られてはならないという掟をもつ小人と、それを見つけてしまった少年とのふれあいを描いたファンタジーである。大きさの絶えざる反転がこの映画を興味深いものとしている。スクリーン上の小人のクローズアップは、通常のサイズの人間のクローズアップと大きさは変わらない。が、小人の全身が人間と共にフルショットでスクリーン上に映されるとき、それは実に人間の手のひらサイズの大きさとなり、小さくなる。この場合、人間は小人より大きく映っているわけであるが、その人間もロングショットで捉えられるならば、スクリーンの上では、小人のように小さくなるだろう。大きいものは小さくなり、小さいものは大きくなる。そのような絶えざる大きさの反転こそがこの映画を観る観客の瞳を眩惑する。そして、やがて観客はスクリーンの前で気付くのである。映画のなかにはルイス・キャロルの『不思議の国のアリス』と同じ様に、絶えざる反転の中にある大きさしか存在せず、固定した絶対的な大きさなど存在しない、と。このような大きさの反転を目の当たりにする観客の体験はテレビのモニターではなく、映画館の大きなスクリーンに向かい合うときの方が強烈なものとなるだろう。スクリーンの大画面の方が、大きさの反転の際の大小の落差がより強調されるからである。この大きさの反転がスクリーンの平面上の出来事であること、それが観客の映画体験の強度をより増幅させるのである。このように『借りぐらしのアリエッティ』は、スクリーンの大画面を、映画がメディアとしてもつ独自の形式として巧みに活用した映画であった。『借りぐらしのアリエッティ』を一例として検討してきたが、スクリーンの大画面をいかに活かした表現をするのかが映画をテレビから分かち、シネマの物質性を回復させる一つの鍵を握ることだろう。

テレビ映画にあっては、映画はテレビの連続性の中に埋没してしまう。それはテレビのコピーに過ぎない。映画がその存在理由を取り戻すためには、テレビのコピーから抜け出さなければな

らない。つまり『借りぐらしのアリエッティ』の例に見たように、テレビにはない映画の形式的特徴を活かしながら、単にテレビの引き写しでないような非テレビ的映画を創造しなければならない。要するに、映画はテレビのシミュラクルとならなければならないのである。ここで、ジル・ドゥルーズのシミュラクル論についてふれておきたい。コピーは、アイデアないしはオリジナルと「類似性」をもつ「同一なるもののモデル *modèle du Même*」によって定義できる⁽²³⁾。しかしシミュラクルは異なる、とドゥルーズは言う。「シミュラクルになおモデルがあるとすれば、それはもう一つのモデル、すなわち他なるもののモデル *modèle de l'Autre* であり、そこから内在化された非類似が生み出されるのである」⁽²⁴⁾。アイデア、オリジナルから遠ざかり、それとの「非類似性」を生み出さなければ、シミュラクルはコピーへと堕してしまうだろう。シミュラクルがそのように、オリジナルからの逸脱であり、それとは非類似的なものであるとすれば、それを生み出すこととは、新しい何かを創り出すこと、つまり「創造」行為だろう。シミュラクルは「創造」されるべきものである。すなわち、アイデアに対して「創造するカオス *le chaos qui créer*」を打ち立てること。「モデルとコピーを破壊し、創造するカオスを打ち立てることで、シミュラクルを前進させ、幻影 *phantasme* をもち上げること」である⁽²⁵⁾ (このようなシミュラクルのあり方に、ドゥルーズは真の「プラトニズムの転倒」⁽²⁶⁾ を見る)。

映画がテレビのコピーから抜け出しシミュラクルに至ることは、上に見たようにテレビにはないその形式的特徴を活かすことにかかっている。つまり、それは映画的な形式を十分に活かしながら、テレビとの類似性から逸脱し、そこに非類似性を創り出すことで、映画的なシミュラクルを創造することである。

結 多様性の源泉としての一つのコンテンツ

本稿では、ワダ・マルシアーノの論に依拠しつつテレビ映画としての日本映画の現状を探り、失いつつある日本映画の存在理由を回復する方途を東、ボードリヤールそしてドゥルーズの論を参照しながら、そのシミュラクルとしてのあり方に探ってきた。日本映画がテレビのコピーから脱するためには、それがメディアとしての形式的特性を活かしながら、シミュラクルを創造する必要がある。

複数のメディアを貫いて、一つのコンテンツが存在する。この一つのコンテンツ＝内容は様々なメディアによって形式を与えられ現実化されるのだから、そのコンテンツはそれ自体としては潜在的なものであろう。潜在的なものがそれぞれのメディアに特有の形式を与えられ、現実化されてゆくのである。この現実化がシミュラクルを生み出す創造でなければならない。ある内容が様々な形式を与えられ、複数の新たな作品が創造されてゆく。したがって、コンテンツの単一性に目を奪われ、そこから現実化されるものの多様性を見失ってはならない。テレビ映画の場合、テレビと映画が連続的に捉えられ、それが現実化されときの多様性が忘却されてしまっている。そうなれば、映画はその存在理由を失うしかない。コンテンツは潜在的なものとして一者

であるが、それは各メディアに特徴的な様々な形式を与えられ複数の新たな作品を生み出すのであるから、多様性の源泉でもある。コンテンツは、様々な形式を与えられる以前の流動体、あらゆる形式を溶かし込んだいわばマグマとして一なるものなのである。複数のメディアから自律した一つのコンテンツというものをそのような潜在性として考えたい。複数のメディアを貫いて一つのコンテンツが存在する、という現在の文化的状況。それはテレビ映画のように複数のメディア間の差異が無くなる危険性も秘めているが、同時に複数のメディア間の差異を活かした創造活動が可能となる場としても捉えることができるのである。

本稿では映画というメディア特有の形式性をスクリーンという大画面や3Dに求め、それを活かしたかたちで、非テレビ的映画がいかにして創造されているのかというのを見た。しかしながら、映画というメディアの特性の形式性については、はたしてそれらだけに限定されるのか、他の見方も可能ではないのか、その点についてはさらに考察されるべきであろう。

註

- (1) コンテンツという概念の定義と歴史の変遷を巡っては、福富忠和「コンテンツとは何か」、『コンテンツ学』、長谷川文雄・福富忠和編、世界思想社、2007年、2-16頁を参照のこと。
- (2) ミツヨ・ワダ・マルシアーノ『デジタル時代の日本映画——新しい映画のために——』、名古屋大学出版会、2010年、235頁。
- (3) 同上、4-6頁を参照のこと。
- (4) 他の映画会社に先駆けて、撮影所システム崩壊後このような方針をとったのが、ここ数年日本映画界で一番の興業収入を上げている東宝であった。大高宏雄『日本映画のヒット力——なぜ日本映画は儲かるようになったか——』、武田ランダムハウスジャパン、2007年、75-98頁を参照のこと。
- (5) テレビ局と製作委員会との関係については、斉藤守彦『日本映画、崩壊——邦画バブルはこうして終わる——』、ダイヤモンド社、2007年、15-17頁を参照のこと。
- (6) ワダ・マルシアーノ、前掲書、235-236頁。
- (7) 同上、236頁。
- (8) ワダ・マルシアーノは東のポストモダンの思想について、「ポストモダンという時代そのものの確証性」が失われているとして批判的である(同上、10頁)。とはいえ、本文中に見るように、シミュラクルとしてコンテンツを捉える東の論を扱うことには、コンテンツ時代の日本映画について考える上で有意義であると思われる。しばしば指摘されることだが、一時的な思想の流行としてのポストモダニズムと歴史的社会的状況としてのポストモダンを区別すべきであろう。前者のブームはたしかに過ぎ去ったかもしれないが、本文中に書いたように、後者のポストモダン——高度資本主義社会、メディア社会、消費社会——であれば、それはわれわれの生きている社会そのものではないか。それはすっかり実現されてしまったのでわれわれの生活の自明の地平となってしまうのである。(岡本裕一朗『ポストモダンの思想的根拠』、ナカニシヤ出版、2005年、16-17頁を参照のこと。)とすれば、ポストモダンについて再び考察することにも社会的、時代的根拠があることになる。

ただし、ワダ・マルシアーノが東を批判するのはそのポストモダン思想についてだけではない。彼女が東を批判するもう一つの点は、東の言説にはコンテンツが「国家政策」と関連し、国家による文化構築という「公的な物語」へ繋がっているということへの視点が欠けている点である(ワダ・マルシアーノ、前掲書、239頁)。ワダ・マルシアーノによれば、「コンテンツ産業」という用語の重要性は、上意下達方式によって形成された国家的概念として作り出されたコンセプトである点にある(同上、

237 頁)。「コンテンツ産業」は経済産業省によって 2001 年に正式に規定され、それは「文化的政策」として、歴史的に様々な問題を抱えている東アジア向けの外交に資するものとみなされた(同上)。ここに見られるのは、コンテンツ産業のもつ日本に特有の文化的政策としての側面である。つまり、コンテンツ産業という一見、資本主義圏において「普遍性」をもっているように思われるものが、実は日本に「特有なもの」であるということである(同上, 237 頁)。そもそも、このコンテンツという語それ自体が世界的に普及している語ではなく、「日本特有の文化的文脈に密着した、いわば「日本化」された「外来語」」であると、ワダ・マルシアーノが指摘していることもここで挙げておこう(同上)。コンテンツという用語自体が普遍性を装うことで、その特殊性を覆い隠す語であったのである。とすれば、ここに見られるのは一種のイデオロギーである、と言ってよいだろう。すなわち、コンテンツとは、政治的・経済的利害に基づいた国家政策としての特殊性を帯びているにもかかわらず、普遍性を偽装し、その特殊性を隠蔽するイデオロギー的な機能をもつということである。

このようなワダ・マルシアーノの批判はもっともであるとはいえ、時期的なずれがあることをここでは指摘しておきたい。東がそのポストモダンのコンテンツ論『動物化するポストモダン』を上梓したのは 2001 年であるから、「コンテンツ産業」を経済産業省が正式に規定した年と同じである。この 2001 年という年がエポックメイキング的な年であったことが分かるが、しかし、当然東が 2001 年に出版した『動物化するポストモダン』で取り上げたのは、それ以前にすでに隆盛を極めていたオタク系文化ということになる。ワダ・マルシアーノも言う通り、日本のコンテンツに対する政府の認識は「やや遅すぎた」ものであったのである(同書, 238 頁)。政府による認定の前に、すでにコンテンツが隆盛を極めていたのならば、一概にそれが国家政策的概念とは言えないのではないか。コンテンツの隆盛と国家によるその認定の間にはタイムラグがあるのである。

- (9) 東浩紀『動物化するポストモダン オタクから見た日本社会』, 講談社現代新書, 2001 年, 8 頁(以下『動物化するポストモダン 1』と表記する)。
- (10) このポストモダン理論に対する評価については、註 8 も参照のこと。
- (11) 東浩紀『ゲーム的リアリズムの誕生 動物化するポストモダン 2』, 講談社現代新書, 2007 年, 37 頁(以下『動物化するポストモダン 2』と表記する)。
- (12) 東『動物化するポストモダン 1』, 41 頁。
- (13) 同上, 41-42 頁。
- (14) 東『動物化するポストモダン 2』, 38 頁。
- (15) 同上。
- (16) 同上, 39 頁。
- (17) 同上, 40 頁。自律化したキャラクターを描く二次創作は、同人誌に限定された事態ではない。他の領域にもそれと類比した現象を見出すことができると思われる。たとえば、現代美術家の会田誠は『ザク(戦争画 RETURNS 番外編)』(2005 年)という、『機動戦士ガンダム』に登場するザクというモビルスーツ(ロボット兵器)による戦争を描いた戦争画を作成している。これは『機動戦士ガンダム』の現代美術における二次創作とでも言い得るものである。ザクというキャラクターは自律化しているがゆえに会田は、原作にはないこのような戦争の場面を描くことができた。しかも、この会田誠の戦争画は、藤田嗣治の戦争画『アッツ島玉砕』風に、それを引用しながら描かれている。その点で、この絵は『アッツ島玉砕』のいわばシミュラクルでもある。『ザク(戦争画 RETURNS 番外編)』という絵画はこのように二重にシミュラクルである。つまり、ザクというキャラクターの戦争をモチーフにした二次創作であるという点で、またそれを画風としては藤田の画風を引用しながら描くという点で二重にシミュラクルなのである。言い換えるなら、その内容の面(ザクというキャラクター)と形式の面(藤田風の画風)のどちらにおいても『ザク(戦争画 RETURNS 番外編)』はシミュラクルたり得ている。内容と形式とが芸術作品を成立させる二要素であるとする美学的立場に立つならば、内容と形式とのどちらもがシミュラクルであるということは、この作品が完全なシミュラクルであることを意味しているのである。

- (18) 東『動物化するポストモダン1』, 44-45頁。
- (19) Jean Baudrillard, *Simulacres et simulation*, Paris, Editions Galilée, 1981, p.10. (翻訳としてジャン・ボードリヤール『シミュラクルとシミュレーション』, 竹原あき子訳, 法政大学出版局, 1984年を参考にした)。
- (20) *Ibid.* キャラクターの自律化はオリジナルに先行するコピーが生み出す実在性, すなわちハイパーリアリティによって成立するのではないだろうか。キャラクターは想像上の人物でありながらも, 想像上の物語からは自律しているのである——あたかも実在の人物であるかのように。それはハイパーリアルな存在, すなわちイメージの作り出す実在性をもっているからこそ, 想像上の人物であつてもなお, あたかも実在の人物がごとくに複数の物語から自律し, 様々に語り直されることが可能であると思われる。
- (21) ワダ・マルシアーノ, 前掲書, 235頁を参照のこと。
- (22) ルイス・ジアネッティが言うように, コンテンツ=内容は形式によって規定されるとさえ言えるだろう。「文学と映画は異なった仕方で問題を解決するのであり, 各メディアの真の内容 (content) は, 形式 (form) によって有機的に統制されるのである」(Louis Giannetti, *Understanding Movies*, New Jersey, Prentice Hall, 10th ed., 2005, p.421. [翻訳として『映画技法のリテラシーII 物語とクリティック』, 堤和子他訳, フィルムアート社, 2004年を参考にした。])
- (23) Gilles Deleuze, *Logique du sens*, Paris, Minuit, 1969, p.297. (翻訳としてジル・ドゥルーズ『意味の論理学』下巻, 小泉義之訳, 河出文庫, 2007年を参考にした。)
- (24) *Ibid.*
- (25) *Ibid.*, p.307.
- (26) *Ibid.*, p.292.