

第四章 文化的アイデンティティの構築

第三章までに、日本のマンガ・アニメ・ゲームの世界市場への浸透の状況と、それがグローバルゼーションの中での「脱領土化」として捉えられること、そしてその「脱領土化」に反発するように文化ナショナリズムの言説が登場し、それが日本で様々な社会集団によって消費され、ナショナルな文化的アイデンティティが強化・再構築されている可能性があることが確認された。第四章では、第三章までの議論で論じ残した点のうち重要だと思われることを論じ、それから本論文の議論がどのように発展する可能性があるのか考察する。

アイデンティティ構築の鏡としての世界市場

第三章までの議論で明らかになったのは、マンガ・アニメ・ゲームの文化が拠り所となって、様々な社会集団（主に『オタク』集団）でナショナルな文化的アイデンティティが再構築されている可能性であった。しかし、何故、ナショナルな文化的アイデンティティの再構築を図る文化ナショナリズムの言説の拠り所が、マンガ・アニメ・ゲームだったのだろうか。つまり、何故、世界市場に浸透していて「脱領土化」の度合いが他の文化的領域よりもむしろ進んでいると考えられるそれらが、わざわざ「再領土化」されてまで文化的アイデンティティの再構築のために利用されたのだろうか。もちろん、文化ナショナリズムの言説を担った主体がマンガ・アニメ・ゲームの文化に自己同一化している人々だったからというのが大きな理由ではあるが、それがナショナルな文化的アイデンティティの構築のために適格的である理由が何か無ければ、文化ナショナリズムの言説としてはあらわれてこなかったはずである。第三章までの議論では、文化ナショナリズムの言説がどのように作動しているかを主に述べてきたので、ここでは何故それがそのように作動し得たのかという面にも触れておきたい。

このことを考察するためには、アイデンティティ構築のメカニズムを明らかにする必要がある。そこで、ここで自我の社会学の理論を導入することにする。

自我は社会性を持つものであり、他者との関わりにおいて形成される。C. H. クーリーは、人間は「鏡」としての他者を通じて初めて自身の自我を知ることができるとし、そのような自我を「鏡に映った自我」（looking-glass self）と呼んだ。その「鏡」には他者による評価に媒介された自己の姿が映っている。そこでは、他者が自分をどのように見ている

のかが自我の形成に大きく関わっている¹。そしてG. H. ミードは、この自我の社会性の主張をより進め、自我の社会説を主張した。それによると、「人間の自我は他者の態度、期待、パースペクティブを自らのうちに取り入れること、つまり『役割取得』(role-taking)を通じて具体的に形づくられる」²。そして、その際に関わって来る他者は一人ではなく複数存在するので、その他者間で態度や期待にズレが生じることがあり、それに対処するために人は複数の他者の期待を組織化、一般化する。そして、自我はその一般化された期待との関連で形作られる。このような期待を、ミードは「一般化された他者」(generalized other)の期待と呼び、それは地域社会、国民社会、国際社会をも可能性としては含めたコミュニティ全体の態度をあらわすとする。また、ミードは、人間の自我には「主我」(I)と「客我」(Me)の二つの側面があるとする。「客我」とは、一般化された他者の期待をそのまま内面化したものであり、一般化された他者によってコントロールされる受動的自我の側面で、「主我」とは、「客我」に対する反応として人間の主体性を示す能動的自我の側面である。この「主我」があることによって、人間は他者の期待をただそのまま内面化するだけではなく、他者の期待という観点を通じて、自我に能動的に新しいものを付け加えることができる³。

アイデンティティとは、自分が何者であるのかということのある程度一貫性のある感覚、すなわち、ある程度統一された自我の感覚のことなので、引用したクーリーとミードの自我の理論は、「自我」の部分「アイデンティティ」に置き換えてもその有効性を失わないと思われる。よってここでは置き換えて考えることにする。また、これは個人としてのアイデンティティについての理論であるが、文化的な共同体に帰属する人間としてのアイデンティティについても、その個人のアイデンティティから敷衍する形で考えることができるだろう。

クーリーとミードの理論によると、アイデンティティは、「一般化された他者」を「鏡」として、そこに映っている他者の期待としての自己の「役割」を取得し、それを能動的な解釈過程を通じて内面化することによって構築される。では、文化ナショナリズムの言説を消費することによって、マンガ・アニメ・ゲームの文化を中心にしたナショナルな文化的アイデンティティ、すなわち、「日本文化」としてのマンガ・アニメ・ゲームの文化を「所有」する「日本」の構成員としてのアイデンティティ、が再構築される際、「鏡」となった「一般化された他者」とは誰なのか。また、そこに映った期待、取得され

¹ 船津 1995: 50。

² 同論文: 52-53。

³ 以上、同論文: 52-54。

た「役割」とは何だと考えられるのか。

まず、問題にしている文化的アイデンティティは、ネーションに帰属すると捉えられている形式のものなので、それが構築される際の「鏡」となる他者として想定することが可能なのは、そのネーションの外部にいる存在である。よって、ネーションとしての「日本」に帰属する人間を除いた世界の人々、中でも世界市場でマンガ・アニメ・ゲームを受容した人々が他者として一般化されたものが、ここでの「一般化された他者」になると言えよう。では、この他者の「鏡」には本当に「日本文化」や「日本」のイメージが映っているのだろうか。これは、映っていると言える。第一章で日本の文化的商品の「文化的無臭性」について検討した際にも確認したように、日本のマンガやアニメ、ゲームの文化は、「脱領土化」が進んでいると考えられるとはいえ、まだ「日本のもの」として意識されて受容されていた。よって世界市場でそれらを受容する人々の「鏡」には、マンガやアニメ、ゲームのイメージを中心にして再構成された「日本文化」及び「日本」のイメージが映っていると言えるだろう。

この「鏡」に映っているイメージは、第一章でも見たように、本来は各ローカルマーケットごと、さらには個人ごとに異なっているのだが、その複数の異なる「他者たち」の期待を組織化・一般化し、どのような「期待」や「役割」として内面化するかは、「主我」が一定の能動性を持って判断するものである。そして、見てきたような文化ナショナリズムの言説においては、この他者の「鏡」に映っている期待や役割は非常に肯定的な形に組織化・一般化されていたと言え、概ね＜優れたマンガ・アニメ・ゲームを生み出すものとしての『日本文化』＞、または、＜マンガ・アニメ・ゲームの文化の『所有者』として尊敬され、羨望される『日本』＞といったものにされていたと言える。そして、このような期待や役割が他者の「鏡」に映っているとすると文化ナショナリズムの言説を消費することで、消費者はそのような非常に肯定的な「一般化された他者」の期待を内面化し、それによって言わば「優れたマンガ・アニメ・ゲームの王国」としての「日本」や「日本文化」に帰属する人間としてのアイデンティティが構築されていたのだと言える。

よって以上のことから、何故、ナショナルな文化的アイデンティティの再構築を図る文化ナショナリズムの言説の拠り所がマンガ・アニメ・ゲームだったのか、という問いに対する答えは、以下のようなになるだろう。

アイデンティティの構築を行うには他者の存在が不可欠である。そして、「日本」のナショナルな文化的アイデンティティを構築する為に必要な他者は、「日本」の外部に存在してかつ「日本」についての何らかの文化的イメージを持っている人々でなければなら

ない。しかし、マンガ・アニメ・ゲーム以外の日本の文化的商品で世界市場に大規模に浸透しているのはあまり多くないと考えられるので、そのような条件を満たす他者は、いわゆる「伝統文化」の領域以外の部分ではほとんど存在していなかった。ところが、マンガ・アニメ・ゲームの文化が世界市場に浸透していることが日本の中でも気付かれたことにより、その条件を満たす他者がその受容者の中に発見される。そこで、その他者を「鏡」にして、つまりマンガ・アニメ・ゲームを拠り所にして、ナショナルな文化的アイデンティティを再構築しようとする文化ナショナリズムの言説が登場するようになった、というわけである。つまり、マンガ・アニメ・ゲームは、世界市場で広く受容されている数少ない「日本の」文化的商品であるため、文化ナショナリズムの言説における「日本文化」の拠り所として使われたのである。

しかし、そこではマンガ・アニメ・ゲームの文化の「脱領土化」も同時に進行しているので、その他者の「鏡」に映るものはやがては「日本文化」としては捉えられなくなっていくのだと考えられる。文化ナショナリズムの言説は、この「脱領土化」の傾向と他者の実際の「期待」を積極的に無視し、「鏡」に映っているものをあくまでも「日本」や「日本文化」のイメージであると主張する言説であるとも言えよう。

「オタク」とナショナリズムの親和性

さて、マンガ・アニメ・ゲームの文化が文化ナショナリズムの言説に利用され、ナショナルな文化的アイデンティティの構築に利用される構造と理由が明らかになったが、では、マンガ・アニメ・ゲームの文化がそのような言説などに利用されてしまうことは、そうした文化に自己同一化している人々、例えば「オタク」集団、が文化ナショナリズムに親和性を持つことにつながる可能性はないだろうか。マンガ・アニメ・ゲームの文化というのは現代の日本において非常にポピュラーなものであり、多くの人々が積極的に関わっている文化の領域である。よって、それに親しむ人々と文化ナショナリズムの関係を考察することは、現代の日本社会を論じる上でも重要なテーマになるだろう。そこで、ごく簡単ではあるがここでも論じてみたい。

第三章で見たように、「オタク」のイデオログ的な役割を果たす中で文化ナショナリズムの言説を流布させて来た岡田斗司夫であるが、彼がそうした言説を流したことの自覚的な意図は、おそらくナショナルな文化的アイデンティティの強化にはない。岡田は、自身が強く自己同一化する「オタク文化」が、日本社会の中で低い地位にあった(ある)状態を変え、「オタク文化」の地位の向上をはかる意図で、その価値を高めるために文化

ナショナリズムのレトリックを利用したと見るのが正確であるように思われる。この点は村上隆についても同じである。

ということは、マンガ・アニメ・ゲームの文化である「オタク文化」を価値のあるものにするための方法は、必ずしも文化ナショナリズムを利用したものでなくても良かったはずである。それにも関わらず、文化ナショナリズムの言説が岡田と村上の双方に採用されていたのは何故だと考えられるだろうか。偶然だろうか。それとも、文化ナショナリズムの言説は「オタク文化」の地位の向上を図ることに何か適合的な性質があるのだろうか。

結論から述べると、「オタク文化」の価値を高める方法として文化ナショナリズムの言説が採用されていたのは、それが「オタク文化」の地位を日本社会の中で上昇させるためには非常に適合的な性質を持っていたからだと考えられる。適合的な性質というのは、前節で見たように、それがネーションの外部からの視線を必ず要求するという点である。何故それが適合的かと言えば、ネーション内部の文化的状況の中において低い「オタク文化」の地位を効率良く高めるには、ネーションの外部から「オタク文化」を積極的に肯定する視線を導入することが非常に効果的だと考えられるからだ。文化ナショナリズムはその外部からの視線を必然的に導入してくれる。そして、その外部からの視線は、前節で見たように、他者の期待を能動的に内面化するプロセスによって、「オタク文化」に対して非常に肯定的なものに変形することができる。実際、岡田の言説は、ネーションの外部で「オタク文化」が優れた「日本文化」として消費されていることを示し、世界市場の中での「日本文化」に価値を与えることができるものとして「オタク文化」を示すことにより、日本社会の中での「オタク文化」の地位を高めるものであった。また、同様に村上の言説も、「オタク文化」をモチーフにした自身の作品が「西洋」で受けていることを示し、世界市場の中で「日本のアート」に価値を与えることができるものとして「オタク文化」を示すことにより、日本社会の中での「オタク文化」の地位を高めるものであった。

このように、「オタク文化」にとっては、文化ナショナリズムの言説というのは大変都合が良い形式の言説になっていると言える。

さてここで前節の議論を振り返ってみると、前節では、マンガ・アニメ・ゲームの文化、すなわち「オタク文化」は、ナショナルな文化的アイデンティティの構築の拠り所として適合的だったために文化ナショナリズムの言説として利用されたと述べた。そしてここでは、「オタク文化」の日本社会での地位の向上のためには文化ナショナリズムの言説が適合的であることが明らかになっている。この二つの議論を組み合わせると、「オタク文化」と文化ナショナリズムは、相互依存的な関係、協同関係をつくっているということ

になるだろう。

このような関係が存在する時、マンガ・アニメ・ゲームの文化である「オタク文化」に一定の自己同一感を感じ、親しみを持っているような人々は、文化ナショナリズムに対する親和性を獲得してしまう可能性があると言えるのではないか⁴。

終わりに：適正な文化的アイデンティティの構築に向けて

本論文で論じようとしていることは、極めて単純に述べれば、日本のマンガやアニメ、ゲームが「世界進出」を果たしたと言われる中で、それらを「世界に誇れる日本文化」として捉える言説が流通することの問題性である。では、本論文の全体の議論から、マンガ・アニメ・ゲームを「世界に誇れる日本文化」として捉える言説が流通することの何が問題で、何を批判すべきであると言えるだろうか。また、本論文の議論から何が得られ、その議論はどこに向かうのだろうか。

まず、批判すべき問題として、「世界に誇れる日本文化」云々の言説が文化ナショナリズムの言説として機能していることがある。ナショナリズムは、ネーションという歴史的に想像された不安定な同一性にすぎないものを絶対視し、自分のネーションに帰属しない人間に対する排外主義や、ネーション内部の差異を均質性の理念のもとに隠蔽する傾向を持つ点などでも一般的に批判すべきであるが、本論文の文脈で批判すべき重要な点は別にある。それは、文化ナショナリズムの言説であるこの言説が、マンガやアニメ、ゲームの文化をナショナルな「日本文化」として固定的に捉えることにより、それらの文化が持っているはずの、様々な形への発展性や柔軟性を奪う点である。マンガ・アニメ・ゲームの文化は、「脱領土化」のプロセスの中で世界の各地で現地化され、様々な変形して発展する可能性を持っており、見てきたように実際にそのような動きが存在するのだが、その変形や発展をこの文化ナショナリズムの言説は「墮落」や「不純化」として独善的に否定してしまうのだ。

また、この言説が、グローバリゼーションによる文化の「脱領土化」への有効な対抗手段であるかのように登場していることも問題である。確かに、グローバリゼーションによる文化の「脱領土化」は、文化的アイデンティティの確保を難しくさせるという点で批判すべきであるが、それに対して文化ナショナリズムという手段でナショナルな文化的ア

⁴ この議論に関連すると思われるが、東浩紀は、男性の「オタク」の保守性やマッチョイズムを指摘して、「オタク文化」のメンタリティは「日本」というアイデンティティへの憧れに結びつく傾向があると指摘している（東・伊藤 1998）。

アイデンティティを立ち上げることによって対抗しようとするのは、ネーションの中に文化を閉じこめる行為であり、文化的な衰退を招くだけで有効ではないだろう。「脱領土化」への対抗は、ナショナルな形式ではない別の形で模索される必要がある。

マンガ・アニメ・ゲームの文化が日本に一定の起源を持っているのは確かであるし、世界に誇るだけの価値があることも確かだが、だからと言ってそれを「日本文化」として誇る必然性は全く無い。そしてそれは、グローバル化の中で「脱領土化」され、「文化的無臭性」をますます強めると予想される。そのような時に、それを「日本文化」として頑なに保持しようとするのは、現実的ではないだろう。よってこれから模索すべきなのは、ナショナリズムによらずに、「脱領土化」に対抗して文化的アイデンティティを確保する方策である⁵。

そして、本論文で分析した文化ナショナリズムの作動の仕方から、ナショナリズムという現象の把握のための重要な示唆が得られる。本論文で見てきた文化ナショナリズムの言説は、特定の政治的な目的があって登場したものであり、その目的とは、「オタク文化」という自分たちの慣れ親しんだ文化を力のあるものとして示すというものであった。岡田斗司夫と村上隆は、ナショナリズム自体を目的にしていたのではなく、自分が自己同一化する文化の地位を高めるという政治的な目的のために、ナショナリズムを利用していたのである。このことは、ナショナリズムについて重要な示唆を与えてくれる。それは、ナショナリズムというものは、日本人論などの明確な様式として存在していることよりも、このような政治的な実践の中に埋め込まれて存在していることの方が実は多いのではないかという示唆である。このような、言わば意図せざる静かなナショナリズムの作動は、ナショナリズムの顔をしていない点で、ナショナリスティックな意図が明らかにわかる日本人論などよりも批判されにくいと言える⁶。しかし、本論文で明らかになったように、そのような意図せざるナショナリズムを作動させる言説も、従来の日本人論などと同じく文化ナショナリズムの言説として捉えられるのであり、その言説を消費した人々のナショナルな文化的アイデンティティが強化・再構築される可能性がある点には変わりがない。よって

⁵ 私は「オタク」同士のネーションを超えた連帯意識が、ナショナリズムによらない文化的アイデンティティ確保の方策の一つの例になりうるかも知れないと考えていたのだが、論じたように「オタク」は今のところナショナリズムとの非常に高い親和性を持っているように見え、あまり希望は持てないようである。

⁶ 日本人論の中にもナショナリスティックな意図が無かったものはあるが（吉野 1997: 133-134）、そこには岡田や村上の言説よりはかなりわかり易い形でナショナリズムが見えていたと言える。

このような静かな形で作動するナショナリズムも、注意深く把握していく必要がある。ナショナリズムという現象を捉えるために、ここで得られた示唆は重要である。

さて、ここで、本論文の途中に出て来たもののうちで、議論が発展しそうではあったが何も手を付けなかった論点を挙げておくことにする。まず、日本のアニメのうち、世界市場で最もよく売れているジャンルがアダルトのものであるということは、ジェンダーの視点やオリエンタリズムの視点から非常に興味深い議論に発展しそうである。また、日本のマンガがヨーロッパの市場に受容される際、アメリカの出版社が出す英訳からの翻訳、つまり重訳による出版が多かったということも、英語中心主義的な世界の文化的状況の問題として議論が発展しそうである。

私がこの論文のテーマを選んだのは、マンガやアニメ、ゲームは「世界に誇れる日本文化」であるという、いまやほとんどクリシェと化した観がある表現に常日頃から違和感を感じていたからである。別に私は「日本文化」としてマンガを読んだり、アニメを見たり、ゲームをプレイしたりしているのではない。それらを消費しているのは、ただ単純に面白いからである。確かに、それらが「単純に面白い」と感じるようになったのは、それらが氾濫する日本という場所に埋め込まれて社会化されて来たことが要因になったのだろうが、だからと言って、マンガやアニメ、ゲームの文化が存在する場として日本が特権的に存在しているわけではないことは、最近のそれらの世界市場への浸透を見れば明らかであろう。世界市場に浸透していくということが言われる中で、それらが「日本文化」として困り込まれていく様子が、私にはとても奇妙なものに見えたのである。この論文を書いて、その奇妙さ、違和感の正体が理解できた。

そして、本論文による議論を足がかりにして私が考えて行きたいのは、文化的アイデンティティの適正な構築の方法である。日々の生活の中でどのようにして文化的アイデンティティを構築すれば、ナショナリズムに陥る危険や他者抑圧的なアイデンティティの形態に陥る危険を回避できるのか。それを考えるためには、人々が自分(たち)の文化的アイデンティティを確立し、保持しようとして実践する様々な文化的活動についての理解が不可欠であり、そこでは言うまでもなくナショナリズムも重要な分析対象になるだろう。これからも日々の実践の中でこのことを意識しながら生活していきたいと思う。