

dictionary no.114

「言葉を失った dictionary」PDF版を ご覧のみなさまへ

ご覧のPDFはフリーペーパー『dictionary』no.114、2月10日に発行されたものです。今号は創刊19年目にして初の試み、言葉（文章）の一切ないdictionaryをお届けします。演劇、広告、音楽、雑誌、新聞、グラフィック、写真...さまざまな分野で今、何が表現できているのか、規制はあるのか、それともないのか。あるとすれば、その実体は？誌面には、ポートレートのみで登場する、各分野の一线で活躍するみなさんによる全9対談。対談映像、テキストPDFは、web、ポッドキャストにて順次公開いたします。

対談出演一覧

坂本龍一（音楽家）、茂木健一郎（脳科学者）、ヒロ杉山（アーティスト）、箭内道彦（クリエイティブディレクター）、是枝裕和（映画監督）、小林顕作（俳優）、岡田利規（演出家・劇作歌）、Jonathan Barnbrook（グラフィックデザイナー）、米田知子（フォトグラファー）、南島信也（朝日新聞）、中島みゆき（毎日新聞）、須田泰成（コメディライター）、高崎卓馬（広告プランナー）、森山裕之（Quick Japan 編集長）、ECD（ラッパー）、志人（ラッパー）、陣野俊史（音楽評論家）、桑原茂一

Podcast media CLUBKING について

Podcast CLUBKING では多彩なコンテンツを配信しています。

音声作品 映像作品 音楽作品

それぞれ異なった下記のコンテンツメニューよりお好きなものをお選びください。

media CLUBKING へのアクセス方法

iTunes Music Store Podcast Castella <http://www.castella.jp>

ケロログ <http://www.voiceblog.jp>

また下記のURLで直接アクセスも可能です

<http://phobos.apple.com/WebObjects/MZStore.woa/wa/viewArtist?id=191784134>

配信コンテンツ

スケジュールの詳細は Podcast media CLUBKING と WEB にて番組表を公表します。

Podcast

<http://phobos.apple.com/WebObjects/MZStore.woa/wa/viewArtist?id=191784134>

WEB

<http://www.clubking.com/>

インタビュー配信予定リスト

2月第3週

瀧本幹也（写真家）六ヶ所レポート再配信

2月第4週

箭内道彦（クリエイティブディレクター）×是枝裕和（映画監督）

2月第5週～3月第1週

志人（ラッパー）×陣野俊史（音楽評論家）

2月第2週

ECD（ラッパー）×陣野俊史（音楽評論家）

3月第3週

小林顕作（俳優）×岡田利規（演出家・劇作歌）

3月第4週

須田泰成（コメディライター）×高崎卓馬（広告プランナー）×森山裕之（Quick Japan 編集長）

3月第5週

南島信也（朝日新聞）×中島みゆき（毎日新聞）

対談 今、表現者たちは何を視ているのか？

ディクショナリーという方法。

言えなくなってるんじゃない、 なんとなく言わなくなってるだけじゃないか。

コメディ作家、CMプランナー、雑誌編集者。それぞれの世界でいま感じている言論状況への違和感、そして危機感。本当にいま、言いたいことが言えなくなっているのか。ひょっとして、なんとなくそんな気になって、自主規制してるだけなんじゃないか。黒幕は誰だ？ そもそも黒幕はいるのか？ ひょっとして、黒幕は自分なのかも…。

語るべきメディアが閉じてしまっている

— 最近、言いたいことを言えなくなっただって実感はありますか？

須田 報道を見てるとそう思いますよね。硬派のニュース番組からワイドショーまでいろいろありますけど、2～3年前までとくらべても言いたいこと言っていないって印象はありますね。たとえばすごい政治家のスキャンダルがあっても、過去では硬軟どの番組でもそれを取り上げて、番組のあとにはさらに週刊誌が掘り下げて、そしてテレビがまた後追いをするっていう構図があったじゃないですか。そういう政治的なネタが、最近ではテレビではほとんど扱われてない。そういう傾向、すごくあるでしょ。

森山 ありますね。ぼくも一度『クイック・ジャパン』（以下QJ）で「政治」特集を組んで、その中で青森県六ヶ所村の核再処理施設問題（1）を取り上げたんですけど、非常に食いつきが悪い。どのメディアからも反応はないんですね。盛り上がりません。

高崎 たぶん、いまもみんな、いろんなことはちゃんと考えているんだと思うんですよ。でも、それを語る場がない。語るべきメディアが閉じちゃってるという気がします。

須田 とくにテレビでそれが顕著ですよ。むかしは、テレビ発のスクープって、けっこうあったと思うんですよ。政治スキャンダルに限らずすごく大きなネタであったでしょ。でもいまは、いまの社会を考える上ですごく重要な事件が起こっても、テレビでは崖の上に取り残された犬の救出現場の中継なんかを延々としてる（笑）。一昨年（2005年）の個人情報保護法案（2）が焦点になってるとき、なにも深部を抉りだすような報道までは期待してなかったんですけど、普通の一般の人に向けた解説の報道すらおざなりだったじゃないですか。

高崎 ブームにならないニュースには報道する価値がない？

須田 で、そのかわりになにに時間を割いてたかっていうと、白装束の集団（3）の空撮の映像でした。延々とヘリを飛ばして（笑）。そんなんで公共の電波がずっと使われてて、大事な法案の報道がほとんどされなかった。

森山 なんなんでしょうね、それはテレビの自主規制なんですかね。

高崎 きっと、誰かから「こういう報道はするな」って命令されてるわけじゃない。自主的に「なんとなく」報道しなくなってるんだという気がします。で、それは報道する側の問題だけじゃなくて、テレビを見る側の問題でもあると思うんです。見る側が、重要な、本当の話をおもしろがれなくなってる。

須田 それはあると思います。最近だと「ホワイトカラー・エグゼンプション」ってあるじゃないですか。企業がホワイトカラーに残業代を払わずに働かせることができるっていう、すごく重要な問題だと思うんですけど、この制度の認知度がどれくらいあるかという、とっても低い。この制度が適応になる層ですよ。この問題は自主規制もされてなくて、テレビはもちろん、雑誌にも新聞にもネットにも出てて、それなりに話題になっている問題なのに、それでも7割の人はこの件に関して知らないってデータがあったんです。

自主規制という洗脳

森山 最近、若い編集者や放送局の人間と話していて気づいたんですけど、いろ

んな問題に関して、若い人ほど自主規制が激しいんですよ。ぼくもまだ30代なんで、若いといえば若いんですけど（笑）、それより下の20代の人だと、ぼくがなにか話すと「森山さん、それヤバイです。政治色出過ぎです」って自主規制しちゃう。2ちゃんねるなど、インターネット上の匿名性の中で批判し、批判されることが自明となった世代。こういう感覚、送り手側だけじゃなくて、受け手の側にもすごく強いんじゃないでしょうか。つまり、そういう自主規制が当然の受け手が、いま送り手側になってきて、思想の統制というのがすごく当たり前になってる。

高崎 ぼくがその点に関して知りたいのは、そういう自主規制を当たり前として
いる人たちも、本音では自主規制のない本当の情報とか意見を知りたいんでしょ
うかね。ぼくなんかは、そういう情報を知りたいし、メディアでも見たいと思う
んですけど、そう思わない人というのが一定以上に増えてきて、本当のことを伝
えることはビジネスにならないっていう状況に、いまなっているのだとしたら怖
い。

森山 ネットでのぞき見するだけで充分だ、みたいな。

高崎 そう、それぐらいのつきあいが程がいいぐらいな感覚。

森山 それはつまり、主語が自分で、生身でその情報に接してしまうと居心地が
悪いということですよ。遠くからのぞき見するぶんにはいいけど、主体的にか
かわりたくはないという。

高崎 そうそう。で、ネットですら、ちょっと主体性を持って発言すると、今度
はうわーって。

森山 炎上しちゃう。

高崎 でしょ。そういう現象って、自由に発言することへの抑止力になっちゃっ
てますよね。まともなことを言うと痛くみえる世の中だったりする。

— 若い人ほど自主規制しがちだっていうのは、ここ十数年のマスメディアの過
剰な規制による洗脳だっていう気はしませんか？ たたとえばお笑い番組やバラエ

ティ番組で、そんなに大したことのない発言までもピー音が入れたり、NG扱いされる。そういう番組を観て育つと、自然と言っていいことと悪いことの線引きがマスメディアによって刷り込まれていくんじゃないかと思うんです。

須田 バラエティ番組で大御所のお笑い芸人が手下みたいな若手芸人をいじめるみたいな番組が多いでしょ。ダウタウンとかの王様みたいな独裁者がいて、下々のタレントに機嫌をとらせるような構成。下々は宮廷の道化師みたいに、王様に話を振られたら、それにそった気の利いたことを言わなきゃいけない、しくじると弾かれていっちゃう。笑って、本来すごく自由なものだったはずなのに、いまのバラエティの笑って、そうじゃないじゃないですか。ピラミッド構造がはっきりした格差社会の笑いになってる。それを観て育つ子供は「世の中はピラミッド構造だ」って刷り込まれちゃいますよね。王様に反抗してやろうとか、逆に笑ってやろうなんて気概は生まれませんね。洗脳ですよ。

森山 こういうこと言うとピー音が被るっていう、そのこと自体をネタになってますよね。

須田 学校でも家庭でも刷り込みがありますよね。家族で夕ご飯を食べているときにテレビのニュースでイラク戦争が取り上げられる。そのときに親がどういう反応をするかって、子供はよく見てますよ。「しなくていい戦争してるよ」ってお父さんが言うと、幼い子供もそうかそうかって思ったりする。そういう積み重ねて大きいと思うんですよ。でも、報道されるような「これは正しい戦争なんだ」ってマスコミの主張を鸚鵡返しするだけだったら、それは子供もそうやってしまいますよね。疑ったり、自分の頭で考える習慣を身に付けられないまま大人になってしまう。センサーが発達しないまま育っちゃうんですね。以前だったら、親がそうでも、子供は思春期に入ると自然とサブカル的なものに触れて、世の中を疑う目を養っていったんですけど、いまはサブカル的なものって、すっかり希薄になっちゃってるでしょ。サブカル的なものまですっかり商品化されちゃって変質してるから。

森山 いまの時代は、そういう目を養うにしても、すごく自覚的にならないと養

えないと思いますね。マスメディアで流れる情報には自主規制がかっているし、メジャーなロック・ミュージシャンの発言にしても、昔と違って、やはりどこかで規制がかかっている。でも、唯一希望となるうるのは、いまは自覚的に深い情報に接しようと思えば、いろんな道があるということだと思うんです。先程の話とは逆説的ですが、ネットなんかその最たるものでしょう。

須田 YouTube とか、希望がありますよね。

高崎 ぼくらの世代って、ネットはもう成長してから現れたものだったでしょ。でも、いまの若者たちにとっては、生まれたときから自然に存在してるもの。ぼくらは、ネットに対して自分の中で不思議な距離の取り方をしているでしょ。ネットの情報がすべて本当のことだなんて信じられないけれど、それを取捨選択する方法論も自分の中で確立してない。だけど、ネットと一緒に育った世代だと自然な存在としてつきあっていけて、生活の一部として機能させられるんですかね。

須田 最初から存在していると、やっぱり疑いを持たないですよ。で、ちょっと先日、気が付いてびっくりしたんですけど、いま mixi のようなソーシャル・ネットワークが盛んじゃないですか。このあいだ地方出身の若い人に聞いたら、彼は東京に出てきているんだけど、mixi で地元や出身校に関するコミュニティに入っていて、その当時の仲間といまもネット上で一緒につるんでるんですよ。むかしだったら、卒業式が終わるとその学校の仲間とはもう会えないわけですよ。住む世界がちがっちゃうから。できあがっていた人間関係を一度破壊して、次の人間関係を構築するっていう儀式があった。でも、いまはちがう。新しい人間関係、コミュニティに参加しても、一方では昔の人間関係を温存してる。ネットの発達でひとり人間が社会を移動するという側面が希薄になってもいるんです。積極的な人はネットを利用して新しい世界にどんどん飛び込んでいく一方で、保守的な人はずっと同じ場所に留まって固定化してる。

森山 その結果、人でも物でも、「偶然」に基づく出会い、関係性がどんどん希薄になってきますよね。それが人間にとってプラスであるとは、どうしても思えないけど。

パラダイムの変換への希望

森山 広告の仕事の場合、つねにクライアントの意向の下に仕事をするわけじゃないですか。

高崎 それはもう、規制の下での仕事です。ただ、広告の場合は、最初からそれが当然という認識の下でみんなやっているんで、社会の真実を明らかにしたいなんて最初から思っていないし、できるとも思っていない。まずビジネスありきで、その範囲の中でどう話題を作るかっていう意識なんです。むしろ一定の規制がないとなにも作れない世界。いろいろ注文をつけられればつけられるほどがんばっちゃう。...ただ、その一方で、表面には出していなくても、注文だけで作った作品の裏に実は存在する主張や思いに気づいてもらえればうれしいなって感覚ではやってはいるんですけどね。

須田 こういうこと言っているのかわからないんですけど、CMを観てて、「おもしろい！ これ、高崎さんが作ったんじゃないかな」って思うことがよくあるんです。実際そのとおりだったりするんですけど、おもしろいんですけど、実は企業名や商品名は全然憶えてなかったり...（笑）

高崎 うわ、それキツイな（笑）

森山 たとえば、企業のCMを作っていて、こういうことをやりたいって思ったこと具体例ってありますか？

高崎 そうですね...。IntelのCPUのCMを作ったときなんかは、CPUなんて一般のお客さんに売る商品じゃないから、商品の広告ではなくて、企業のイメージ広告になる。そこで、ちょっとでもおもしろいものを作って、こういうおもしろさをアピール、理解できる企業はいいな、その製品って好感が持てるなっていう部分だけを自分が広告を作る上でのミッションにしたんですね。

須田 あ、それがまさに最近観た「これ高崎さんだろう」って思ったおもしろいCMです。

高崎 あ、そうですか（笑）。なんか、一方的にメッセージを押し付けたくない

って気持ちで広告を作ってるんですね。Intelのものにしても、非日常的なシチュエーションを作って、「これからどうなるんだろう」「どうすればいいんだろう」って、観てる人も考える、参加できるようなゲームを作って楽しんでもらうような感覚。想像力を刺激したくてつくったんです。人の痛みも未来の不幸もわからないって想像力の貧困が原因だ、と個人的に思うので。CMの世界って、全般的にIQがすごく低い世界なんで、それをちょっと底上げしたいな、なんて気持ちもあるんですけど。

森山 低いですか、IQ? (笑)

高崎 出版の世界の人から見るとそう思いませんか? 放送、テレビの人からはすごくそう見られてるって実感はあるんですけど。

須田 そうですか? テレビよりもテレビCMのほうがずっとIQが高いような気はしますけれども。

森山 いや、ぼくも広告のIQは高いなって思いますよ。

高崎 あ、そうなんですか。それはちょっとうれしいな。

須田 あ、でも高崎さんが望むような高さじゃないですね。

高崎 (笑) いや。広告って基本的にポジティブなメッセージにしないと成立しないから、世の中のことや社会のことで言いたいことがあっても、それはポジティブな世界に変換しないといけない。ストレートな物言いができないんですね。たとえば「いじめをなくしたい」って思っても、それはそのままメッセージにはできない。「いじめ」って単語を使った時点でNGになりますから、もっと全般的なコミュニケーションの話にしちゃうとか、変換しないといけない。まあそういうテーマに出会うこと自体が少ないんですけど。

森山 さっきの、六ヶ所村の話だと、電力会社があらゆるマスメディアにすごい量の広告を出していて、それでマスメディアでは触れられなくなっているっていう状況があるわけですね。QJだと広告に縛られた作りをしてないからわりと自由にものが言えるんですけど、もし自分が放送局や新聞社、大出版社に所属していたら、はたしてどうするだろうってよく考えるんです。

高崎 ぼくは、そういう社会的な問題を発信者としては受け止めていない気がするんです。そういうメディアを生業としてないせいも、あくまで消費者、見る側の立場で憂いてるだけという葛藤はあります。

須田 それは、メディアにいる人すべてが抱えてる葛藤だと思いますよ。なんとかそういう状況は変えたいですね。

森山 どうすれば変わると思います？

須田 難しいんですけど、本当のことを知ったり、しゃべったりすることで、みんなが儲かる体制を作るべきなんじゃないかなって。いま、そう思ってるCGアニメのシリーズを作ったりしてるんですけど、本当の気持ちを言って、それが受けて、おもしろがってもらえることで視聴率や収入に結びつくなら、意外と簡単に状況はひっくり返ると思うんですよ。いま、マスメディアの番組が本当のことを言えないっていうのは、そうしたほうが数字が取れるからで、たとえばイギリスのように、これが逆の状況になれば、雪崩をうって状況が変わるかもしれない。そんな希望はあります。

高崎 半年前まではYouTubeなんて、マスメディアの世界ではなんの影響もなかったのに、いまではその存在を前提としてモノを作ってる。そういう、世界を一瞬にして変えてしまうような価値の変換があるかもしれない。そこに希望を持ちたいですね。

森山 QJにしたって、売れてなんぼ。広告をまともに入れていない雑誌なんで、売れないと採算が取れないから、そのために売る努力は惜しまないわけにはいかない。花森安治の『暮らしの手帖』(4)がその典型ですけど、広告を一切入れなくても、売れば、いくらでも自由に発言できるわけです。ただ一方で、僕は広告を否定しているわけではなくて、逆に、広告が一切入らないメディア、その主張にはある種の薄ら寒さを感じてしまう。資本主義にまみれ、その上で格闘しているメディアが自分にとっては魅力的であり、理想です。大小、法人個人問わず、メディアのひとりがひとりが、売れること、資本主義にまみれることをできるだけ一人称単数で自覚し、その上で何を発信していくか。そんな中で、売れる

ということ自体がポジティブな価値観に結びつくような社会になってほしいですね。

注釈

(1) 青森県六ヶ所村の核再処理施設問題

「STOP ROKKASHO」参照。 <http://stop-rokkasho.org>

(2) 個人情報保護法案

個人の情報を保護するという名目で作られた法律。実際にはメディアの規制や人権の侵害につながるという批判が強い。

(3) 白装束の集団

信者が白装束で身を包んでいることで目立った新興宗教団体。

(4) 『暮らしの手帖』

故花森安治によって昭和 23 年に創刊された家庭雑誌。広告に頼らず、日用品や電化製品などを自分たちの目で確かめて紹介する姿勢で信頼されている。

プロフィール

須田泰成 (すだ・やすなり コメディ・ライター & プロデューサー)

新宿ゴールデン街マチュカバーの経営を淡々と行う日々。この春「空飛ぶモンティ・パイソン・スケッチ集」(イーストプレス) など三冊ほど上梓。シナリオと構成を担当したカルト CG アニメ「兵庫のおじさん」 www.youngcg.net が、そろそろゲリラ配信。

日本スローコメディ協会 www.slowcomedy.tv でも、いろんなコンテンツ展開がスタートします。

高崎卓馬 (たかさき・たくま CM プランナー)

1969 年 10 月福岡生

森山裕之（もりやま・ひろゆき 『クイック・ジャパン』編集長）

1974年生まれ。長野市出身。獨協大学外国語学部卒業。営業マン、フリーのライター・編集者を経て、01年より『クイック・ジャパン』www.quickjapan.net（太田出版）編集部。03年より、編集長。他に、ラーメンズ『つくるひと凸』、浅野いにお『虹ヶ原 ホログラフ』（以上、太田出版）等の単行本、阿佐ヶ谷スパイダース www.spiders.jp 全公演パンフレットの編集を担当。

現在、TBS ラジオ「Life」www.tbsradio.jp/life（毎週土曜日 20時～21時 / 954kHz）のサブ・パーソナリティを務める。