

娯楽の変容とその可能性

—井戸端会議からフェイスブックまで—

今月号の特集テーマとなっている「エンターテインメント」は労働の対極概念としての「娯楽」を意味し、遊びや気晴らしなどが類義語として挙げられる。

遊びはヒト以外のサル、犬、猫など比較的高い知能をもつ動物にもみられる。これら動物では成熟の過程で遊びを通じて狩りやコミュニケーションなどを学ぶ。オランダの歴史学者ホイジンガは自著「ホモ・ルーデンス」において、ヒトの活動には成熟過程における遊びに止まらず、議論、企業活動、戦争などあらゆる面に遊びと共通するルールやゲーム的要素がみられるとし、「ヒトは遊ぶ存在」と喝破した。また、フランスの思想家ロジェ・カイヨウはホイジンガに触発されて「遊びと人間」を著した。彼は遊びを「競争」「偶然」「模倣」「めまい」の四つの要素から説明してみせた。

遊びには地域に根ざして発生・形成され、世代毎に伝承されるものと、パッケージ化・商品化され、地域や世代を超えて提供されるものがある。今日、「娯楽」というと、後者を指す場合が多い。読書、音楽・舞踏、ゲーム・賭け事、旅行、スポーツ、映画・演劇、漫才・コント・講談、手品・曲芸・サーカス、アニメ、テレビ、インターネットなど。

娯楽は民族・宗教・風土など異なる土壌のなかから時代性を持って生まれ、近代化、都市化、商業化、国際化、メディアやテクノロジーの発達、生活水準向上など様々な要因の影響や制約

を受け、発展・変容してきた。例えば、今日の旅行産業の起源を宗教行為たる「巡礼」に見出すことに異論はなからう。キリスト教徒は「エルサレム」を、イスラム教徒は「メッカ」を、わが国では「伊勢参り（神道）」など。巡礼者に提供する旅行道具・土産といったグッズに止まらず、交通手段・宿泊施設・飲食施設など関連する多様なサービスがそれぞれ、時代とともに上述の諸要因を背景にビジネスへと発展してきた。また、二〇世紀最大の娯楽である映画は、エジソンによる映写機の発明により瞬く間に世界に広まった。ハリウッド映画の振興にはアメリカ政府の強力な後押しがみられる。米韓FTA交渉においても、その韓国はいまや娯楽産業の普及が家電や自動車など製品輸出をも後押しすることに気付き、韓流ドラマ、Kポップなど海外市場開拓支援に熱心に取組んでいる。

宗教、民族、性、所得や先進国・途上国を問わず、時代を超えて、最も手軽な娯楽・憂さ晴らしと言えば、おしゃべり・井戸端会議であろう。例えば、カイロの街中で水タバコを吹かしながらお喋りに興ずる人々の姿は恐らく数百年変わらぬ光景だろう。ここ数年で世界に急速に広まったフェイスブックは電子版井戸端会議と言えるのではないか。これがあのアラブの春を生む原動力になったと聞くと感慨深い。「孤独な群集」を一層疎外するかに見えるIT技術が同時に砂のようにバラバラになった個人を結び付ける役割をも担えることに希望の灯を見出したい。