



ブランドのない 現実の世界をみすぼらしくして つまらないものに見せているのは誰か？



一貫性のない大量のイメージ、誇張された描写、奇妙な創造物に、

民主的な詩人の作品が圧倒されてしまうことを、私はおそれる。

その空想的な脳の産物は、ときに現実の世界をつまらないものに見せてしまうかもしれない(トクヴィル)

トクヴィルの予言は的中し、私たちはいまそれらに囲まれて暮している。

黄金に輝くアーチ、異常に美しく滑らかな看板、

ウソくさいテーマパークをうろつくアニメキャラクター。

こどものころ、私はこれら奇妙な創造物のとりこになった。

ニセモノの誘惑は私の心をつかんで離さず、

私は光り輝く完璧なウソの世界に消えてしまいたいと思った。

これはおそらくテレビの影響であり、あまりにも早くディズニーランドに行ってしまったからであり、

ショッピングモールの影響でもあったが、ちょうどトクヴィルが1835年に指摘したように、

現実の世界は、これに比べてとてもみすぼらしく見えた。

両親はしょっちゅう私を街から連れ出した。

カナダの大自然にふれさせ、家族とともにある喜びを体験させようとした。

しかし私はとくに感動しなかった。

5、6歳だった私は、マクドナルド、テキサコ、バーガーキングなどの

人工的な看板が見えてくるのを車の中で首を長くして待ち望んだ。

私が好きだったのは、シエルの看板だった。

明るくて漫画のようで、もしこれに登って触れるなら

それはまるでテレビの世界のような手触りだろうと確信していた。

私たち兄弟は、ピカピカの箱にはいったファーストフードがほしくて、とまってくれとよく親にせがんだ。

私がシエルの看板に夢中になっていただけでなく、私の兄は6歳にしてテレビCMのジングルを覚える天才になっていた。

両親はそのバカな歌をやめろと本気で怒った。なぜそんなに怒るのか私にはわからなかった。

しかし、いまでは両親の痛みがわかる。奮闘努力した末に、わが子をゼネラルミルズの広告をしてみわる子に育ててしまったのだから。

漫画やファーストフード店は、誘惑に満ちた声で子供によびかける。生身の人間である親がそれに太刀打ちできるはずがない。

どの子供も漫画の世界にふれていたい。だから、年間161億ドルの巨大産業となるのだ。

(ナオミ・クライン)

