

問われる「文化の盗用」②

文化

何が「文化の盗用」にあたるのか明確な基準はない。一見許容範囲に思えることも、他の文化圏の人々にとってはアイデンティティーの根幹に関わる表現もある。盗用を避けるための指針作りなど、対策の必要性を専門家は強調する。

「ここ数年、文化の盗用に関する相談や質問が徐々に増えてきた。ファッション雑誌編集者の経験を持つ弁護士の海老沢美幸氏はそう語る。1月、所属する三村小松山縣法律事務所内にファッションに関する法律を扱うチームを立ち上げた。著作権法や不正競争防止法など既存の法律でこの問題を扱うことは難しい。様々な事象が「文化の盗用」とひとくくりにされ、他文化の引用自体がリスクとなりかねない。海老沢氏は「業界内でのガイドラインや行動指針作り」を呼びかける。具体的には、他文化の要素をデザインに取り入

そこに尊敬・共感はあるか

れる際、①その文化についてきちんと理解したか ②その文化の専門家や法律家などと対話や意見交換をする努力をしたか ③といった項目が考えられるという。「一定の基準を満たした上で出したものについては、配役義務を果たしたといえるようにした方がいいのではないか」

他文化への尊敬を込めた表現が否かの線引きは難しく、制作の過程を言葉で説明することなしには判断できない。仮に決断したとしても「きちんと説明することでブランド価値が守られるケースもある」（海老沢氏）。

服飾史家の中野香織氏は「炎上リスクを減らすためには、文化に関する専門家を置くべきだ」という。さらに「現地法人が関与していれば未然に問題を防げたケースもある」。意思決定はブランドの本国を中心に行われ

安易な演出目的は禁物

ることが多いが、現地法人はそれぞれの国の視点を変えざるを得ない役割を果たさしめる。ただ、過剰なスケジュールでショーに臨んだら、消費者とのやりとりを担う広報担当者も商品について知るのには発表の直前だったけするというブランドの事情もある。高い基準が要求されれば、創作活動の重荷になりかねないという不安の声も聞かれる。

日本国内でも文化の盗用があつたことを生む場面はある。一例がアイヌ民族の文様や言葉の商業利用だ。「アイヌ文化に関心が高まることにも関連した柄や言葉を使う商品や店名が目につくようになった」と、一般社団法人アイヌコンサルタントの広野洋理事は話す。同法人は2019年、アイヌ民族の知的財産権保護のために設立された。

伝統的な文様や刺しゅうは民族が先祖から受け継いだアイデンティティーで、「文様を流用した」安易なものが流れるようになれば、アイヌのクリエイターのやる気をそいでしまう」（広野氏）。民族が本来持った経済的な利益を攻撃することにつながりかねない。



何が文化の盗用か、明確なルールはない（白人モデルがドレッドヘアで登場し批判されたマーク・ジェイコブスのショー、2016年）—A P

同法人は、柄などを使用したい企業とアイヌのクリエイターを橋渡しする窓口だ。企業はデザイン料などを支払う。ただ、なかには「お金がかかる

んですか。フリー素材を使っている人はいないんですか」という声も聞かれるという。広野氏は「正しい文化を伝えたいという思いがある。得た収入がアイヌ文化を広める活動にもつながる」と語る。中野氏は、エキゾチックさを手軽に演出するために他文化を引用するな

世界を魅了 明治の焼き物

美術史家 森谷

花鳥部の色づく紅葉が映える山中の滝の景色が絵にされている。主な文様は伝統的な山水風景だが、首と足は華やかな色彩で彩られ、瀟洒な耳が和洋折衷の雰囲気をおよぼす。本作はフィラデルフィア万博時の作品だが、その最大の特徴は特定の陶磁産地製品ではないことにある。器形デザインを制作させるやり方だ

年木庵喜三・瓢池園 色絵紅葉山水文耳付花瓶

