編集後記

東日本大震災から一年が経った。復興は遅々として進まず、経済の凋落は、予想以上に我々の生活を直撃している。日頃通い慣れた大学近くの飲食店も、ここ半年のうちに店を閉じたところが数軒ある。不況は深刻なのである。

一方、世界的にみれば、日本はまだまだ捨てたものではないという。近年、使われるようになった「クールジャパン」という言葉は、ゲーム、マンガ、アニメなどの、いわゆるポップカルチャーをさす言葉らしいが、日本製品や伝統文化などをも含み込んでいる。

こうした世界に流通する日本文化によって、震災後の日本を活性化させ、イメージアップをはかろうとする取り組みがすすめられていると聞く。

いま、必要なことは、元氣な日本を復活させることである。我々のような文化に関わるものたちは、真っ先にそのことについて考えを巡らすべきなのかもしれない。

(加藤)

東海学園 言語・文学・文化

第十一号(通巻第七十号)

平成二十四年三月二十日 印刷
平成二十四年三月三十日 発行 非売品

編集 名古屋市天白区中平二丁目九〇一番地
発行 東海学園大学日本文化学会

代表 加藤孝男

電話 (五)八〇一―二二〇一
振替 〇〇八三〇―五―二九三二二

印刷所 豊橋市下地町字宮腰二四
(有)イシグロ高速印刷