

メディア通念の臨界——「メディア化」とは何か

長谷川 一

一 「メディア化」する社会？

「現代社会はメディア化しつつある」、「メディア化された社会」、「メディア社会」などといったフレーズは、主としてメディア・コミュニケーション論や社会学の一部において、近年ひじょうによく用いられる表現である。

「メディア化」という言葉があらわそうとしているのは、つぎのような認識だといえる。さまざまなメディア商品がより多彩・広範・大規模に普及すること、わたしたちは四六時中メディア商品を介して情報のやりとりをするようになり、そこから逃れることがますます考えにくくなっている。そのとき想起されているのは、たとえばパーソナルコンピュータやインターネット、ケータイやツイッターやフェイスブックなどといったものである（デバイス、インフラストラクチャー、サービスなどが混在している点に留意しておこう）。そしてそのような変化が、たんに個人々の行動を変えるだけではなく、社会や人間のあり方に質的な変化をもたらしつつある。——「メディア化」は、二十世紀の社会を考えるうえでひとつの前提であるかのように扱われることさえ珍しくない。

読者のバックグラウンドによっては、「メディア化」という言葉か

ら、よく似た用語である「マルチメディア化」や「多メディア化」を連想するかもしれない。だが、これらの用語と「メディア化」は区別される必要がある。

「マルチメディア化」とは、アナログ技術時代には別々の媒体によって担われていた文字・音声・映像など異なる形式をもつ諸情報を、デジタル情報テクノロジーによって統合して扱うことを可能にしようという電子情報工学技術上の流れをさしている。パーソナルコンピュータやインターネットが普及してゆく一九八〇年代末から九〇年代にかけてよく聞かれた言葉だが、すでに一般化した今日では使用例は激減している。いっぽう「多メディア化」はマスメディア産業の現場やメディア・コミュニケーション論などでよく見られる言葉であり、情報伝達の手段もしくは経路の複線化を意味している。つまり、従来マスメディアが中心的に担ってきた（とされている）情報伝達という機能が、パーソナルコンピュータやインターネットやケータイなどといったようなデジタル情報機器やサービスの登場によって、分散的に代替されてゆくような技術状況をさしている。そして、技術面においてすでに自明化したためだろう、この言葉も今日ではあまりつかわれなくなった。

これにたいして、「メディア化」という言葉が焦点を当てようとしているのは、マルチメディア化や多メディア化という過程を経たあと、その帰結のほうである。すなわち、多様なメディアが溢れかえる

ようになったという量的な変化がもたらす、社会の質的な変容に注目しているのだ。マルチメディア化や多メディア化がもたらすテクノロジー寄りの文脈でつかわれる傾向にある言葉であったのに対し、メディア化は主として人文社会科学系のメディア言説において用いられる。メディア化とは、社会や人間にたいして適用される言葉なのである。

メディア化という言葉は、このように今日の社会のありようを考察するうえで半ば前提として頻繁に使用されている。にもかかわらず、どうしたわけか、この言葉の内実について必ずしも十分な吟味が加えられてきたとはいえない状況がある。メディア化という言葉は具体的にどんな現象と対応していると考えられているのだろうか。また、なんらかの現象をさしてメディア化とよんでしまう背後には、どのような思想——ものごとの理解や認識の仕方——が隠されているのか。その一端を炙りだしてみたい。

二 メディア化言説の論理

メディア化にかんする言説のほとんどは、あるひとつの論理を共有している。それは、およそつぎの四点からなる一連の物語として語られる。

- (1) かつてないような規模と様式でもって、日常のあらゆる細部にさまざまな形でデジタル情報機器やサービスがあまねく浸透することとなった。

(2) それは、メディア化以前には認めることができなかったような現象であり、放送や新聞や出版や映画や広告といった、二十世紀に大規模な発達を見せたマスメディアとも複雑に絡みあいながら、ひとつひとつのメディア（ここでは情報伝達の媒体という通念としての意味である）への依存度をますます高めることとなった。

- (3) それは、ひとつの行動や認識の様式に変化を与えた。その結果、社会はある臨界点のようなものを越えてしまい、見逃すことのできない不可逆的な質的な変容を被りつつある。
- (4) 日常生活にメディアが遍在し、社会が質的な変容を被るようになった結果、いまあらゆるものがメディアとなった。

ただし註記しておけば、このうち(4)については、かなりの頻度で語られるものとはいえず、必ずしもあらゆるメディア化言説に伴っているわけではない¹⁾。

さて、ここにあげた四点の主張から構成される論理を「メディア化言説の論理」とよぶことにしよう。それは巷間に溢れるメディア言説においてかなり広く認められるものであり、つぎの三つの観点から特徴づけられる。

- (a) メディアにかんする一般的な通念によって貫かれていること。
- (b) 技術中心主義的な発想によって粹づけられていること。
- (c) メディアの外延がほとんど無限に拡張されてしまっているという認識。

そこで、メディア化言説の論理について検討するにあたり、その三つの特徴から(a)(b)(c)の順に見ていくことにしたい。

三 情報テクノロジーとしてのメディア

メディア化言説を貫くのは、すでに前節で(a)として指摘したとおり、メディアにかんする一般的な通念にほかならない。

メディアとは一般に、情報を伝達しコミュニケーションを媒介する機械的もしくは工学技術的な手段として理解されているだろう。その典型にして原型とよべるのはマスメディアであり、具体的にはテレビ・

ラジオといった放送や新聞、広告、雑誌を中心とした出版などがあげられる。大学生に向かってあらためて「メディアとは何か」と問えばまずこのように答えるし、テレビや新聞などマスメディア産業の内部者や関係者たちも「メディア」という言葉をマスメディアとほぼ同義として用いることが多い。

マスメディアとは一般に、産業として編制されている。産業とは、それぞれ一群の技術システムを含めた、商品やサービスの企画・製作・広報・流通・販売を継続的に営む資本・技術・機構・労働・消費などの組織化された総体であり、さまざまな力学によって成り立ち、市場とのかかわりのなかで継続的な活動を志向する複合体である。それらはしばしばメディアと概括されるわけだが、その言葉が適用される場面においては、おうおうにして、ちょっと厚く切ってしまった試料の切片を顕微鏡で観察するときのように、このうちのどこに焦点をあわせるかで、異なる像が描かれることになる。たとえば、テレビを論じるとひとりでいって見たところで、それを番組批評の対象として見るか、資本や企業体として見るか、制度として見るか、ジャーナリズムの一環として捉えるか、それらをとおして社会風俗の特徴を掴まえたのかといったように、注目する観点によって、そこで描かれるテレビの像は変わる。自明といえば自明のことだが、そのばあい注目している以外の観点が捨象されがちであるということも肝要である。

とはいえ、メディア化言説において語られる「メディア」とは、それが右のように着目する観点のいかんにかかわらず、多くのばあい一義的にはテクノロジーのことをさしている。もちろん、剥きだしのテクノロジーがそのまま社会に実装されることは実際には稀であり、たいていは機器やサービスという形で商品化されているため、厳密な意味でのテクノロジーそれ自体を指示しているわけではない。テクノロジーとして漠然と想像される、ということだ。ここでいう「テクノロジー」とは、情報を操作することを可能にする手段といった程度の意味である。誰かに向けて何かを発信したり、受信したり、それらを相

互に連絡させることで交友関係を可視化してみせたり、ゲームのようにそれ自体と戯れてみたり。そして、そのような情報ないし意味の交換ややりとりのことを、コミュニケーションだと考えている。

コミュニケーションという言葉にたいするこのような理解において重要なのは、そのようにして情報を操作するときを相対する相手が、直接対面すること、いま・ここを共有している（ことを仮構できる）者ではなく、いま・ここにはいない不在者とされることである。いま・ここにいる「わたし」という一人称が、ここではないどこかにいるであろうと想像される「かれ彼女」という三人称とのあいだを、何らかの媒介によって、いま・ここを共有する「あなた」という二人称との関係として実現すること。このように、通常の人間の身体的な能力をもってしては実現不可能なことを可能にするために介在するテクノロジーのことを、ここでは「メディア」とよんでいるのである。だから、ここに表象されるメディアの像は、現実と期待とのあいだの埋めようのない乖離を無根拠に埋めあわせてみせるといふ意味において、「魔術」のそれによく似ている。したがって、それが技術と結びつく傾向にあるというのは、技術や科学の歴史における思想的展開のひとつの帰結であるということもできるかもしれない。

メディアをテクノロジーとして捉えるこうした見方は、コミュニケーションもしくは相互作用にかんする伝統的で典型的な二分法をとまなうことになる。それは、人間どうしのやりとりを、直接／間接、一次的／二次的などというように、直接に対面し、時間と空間を共有しているか否かという観点から二項対立的な図式で理解しようとする。テクノロジーとしてのメディアは、現実そのものではないが現実のような、もうひとつの疑似的な現実をつくりだし、真正の現実とは異なる、それ固有の影響を人間におよぼすとされる。それを肯定的に捉えれば、サイバースペースにもうひとつの「新しい」世界のあり方を見出すというような話につながるだろうし、否定的な観点に立つならば、テレビ番組やインターネットやゲーム機をとおして提供される情報を現

実そのものと混同してしまったり、現実の正しい把握を妨げたりする
 というような類の言説を吐くことになるだろう。テレビが圧倒的で一
 方的な影響力をもって子どもの世界理解を支配すると見たレン・マス
 ターマンのような初期のメディアリテラシー教育におけるメディア観
 も、ここに含めてよいかもれない。じっさい、直接／間接という対
 比図式は、「メディア medium/media」や「媒介作用 mediation」
 という言葉の現代的用法ともよく響きあうことは、レイモンド・ウイ
 リアムズの指摘するとおりである。

メディアやマスメディアにおいて、特定の社会的行為の行為者
 (エージェント)が現実と社会意識のあいだに介入するよう意
 図的に置かれて、現実把握を妨げるとされているからである。^③

同じ構図は、メディア・コミュニケーション研究においても、たと
 えば疑似環境論のように、より洗練された形で見るができるだろ
 う。

直接的／間接的、一次的／二次的という相互作用にかんする二項対
 立図式は、社会学において人間どうしのやりとり(相互作用)を捉え
 る分野が、相互行為論とメディア・コミュニケーション論とに分断さ
 れているという関係に対応したものである。メディア化言説において
 は、それが情報のやりとりを仲立ちするテクノロジーという、通念と
 してのメディア理解によって貫かれていることから、この二項対立
 図式がそのまま前提されているといえる。

ところが、メディア化言説は、みずからがそんな意図も自覚もまっ
 たく持ちあわせていないにもかかわらず、このような二項対立図式を
 無効にしてしまう契機を孕んでいる。それどころか、みずからを貫く
 前提であるはずの、テクノロジーとしてのメディアという通念さえも。

四 情報化とメディア化

メディア化言説の論理に見られる二番目の特徴は、第二節において
 (b)として指摘したとおり、技術中心主義的な発想によって枠づけられ
 ていることであった。それはメディア化言説が、かつて水越伸が「テ
 クノ・メディア論」と概括したような、メディア言説の圧倒的多数を
 占めるタイプのなかに、分類できることを示している。^④すなわち、情
 報技術のたえまない進歩によって、メディアが発達し、人間や社会を
 発展させてゆく、あるいは否応なく変化させてゆくという、いわゆる
 技術決定論に立脚した物語である。そのイデオロギーは単純でわかり
 やすく、産業的な思惑とも親和しやすいがゆえに、社会のなかで大き
 な影響力を発揮してきたのだった。

では、メディア化言説の論理は、どのように技術中心主義的である
 のだろうか。二つの面から確認してみたい。

第一に見ておくべきものとは、その論理構成である。先述したよう
 に、それはつぎの四点からなるのだった。再掲する。

- (1) かつてないような規模と様式でもって、日常のあらゆる細部に
 さまざまな形でデジタル情報機器やサービスがあまねく浸透する
 こととなった。
- (2) それは、メディア化以前には認めることができなかったような
 現象であり、放送や新聞や出版や映画や広告といった、二十世紀
 に大規模な発達を見せたマスメディアとも複雑に絡みあいながら、
 ひとびとのメディア(ここでは情報伝達の媒体という通念として
 の意味である)への依存度をますます高めることとなった。
- (3) それは、ひとびとの行動や認識の様式に変化を与えた。その結
 果、社会はある臨界点のようなものを越えてしまい、見逃すこと
 のできない不可逆的な質的変容を被りつつある。

(4) 日常生活にメディアが遍在し、社会が質的変容を被るようになる結果、いまやあらゆるものがメディアとなった。

技術中心主義的な語りをもたらすものは、何よりもまず(1)から、つまりテクノロジージャーにかんして、そのインパクト論として語りはじめられることである。そうすることによって、テクノロジージャーがあるとき予告なく外部から挿入されたものであるかのようにイメージされることになる。そして論点(1)が決定的な原因であるかのようにして、以後(2)から(4)までが因果的な関係として連鎖的に引きおこされた現象という物語を語ることになる。そのような論理構成の仕方は、技術決定論の語りのそれ——新しい技術の登場とその量的拡大を出発点とし、以後、ひとびとのふるまい、社会の質という順に変化が連鎖してゆく——と相同であるといわねばならない。

注意しておきたいのは、論理を構成する個々の要素にかんしては、必ずしも誤っているとはいえないことである。(1)は観察可能な事実であろうし、(2)のような現象を認めることにも一定の妥当性があるといえるだろう。(3)や(4)については直観的もしくは仮説的な認識であって、むしろ検証の対象となるべき事柄だ。したがって、メディア化言説の論理を技術決定主義的な色彩に染めあげているのは、これら個々の要素にかんする評価ではない。あくまでこれが(1)から語られはじめることと、そのあと(2)↓(3)↓(4)という順に因果関係として物語られることに拠っている。

第二に確認しておくべきことは、「メディア化」という言葉の歴史性である。「メディア化」とは、じつは実質的には「情報化」の言い換えなのである。ポストモダンな現代におけるデジタル化やグローバル化などの下でのメディア環境の激変を言いあらわしているかに見えるメディア化言説とは、高度成長期からさかんに語られてきた情報化社会論の変奏にすぎないのだ。じじつ、メディア化について語られる文章をひとつとりあげ、この言葉を「情報化」に置き換えてみると、

まったく齟齬なく、きれいに成り立つことがわかる。

メディア化と情報化の関係をはからずも告白しているのは、社会学者の中野取である。のちほどあらためて触れることになるのが、中野はメディア化という言葉をもっとも早くから用いてきたひとり、というより、もしかするとこの言葉を用いた最初の社会学者であるかもしれない人物である。その中野によれば、メディア化とは、従来の情報化にとって替わる、より包括的な概念として位置づけられるべきものであるのだという⁵⁾。それは「いうならば理論モデルとしての「情報化社会」の限界が顕在化しつつあること、逆にいうと現実の変容がこのモデルの想定していた範囲を越境してしまったこと——これが「メディア(化)社会」を必然にした」というのである。そしてそのメディア化は、「電子メディア革命」の衝撃がもたらした新しいパラダイムなのだ⁶⁾と主張しようとしている。

よく知られているように、「パラダイム」とは、科学史家トーマス・クーンが物理学の発達史を分析するのにあたって用いて有名になった用語である。それは「一時期の間、専門家に対して問い方や答え方のモデルを与えるもの」、いいかえれば、ある専門分野においてある時代の思考と認識を大きく枠づける「枠組み」のことをいう⁷⁾。もちろんクーンの用法では、パラダイムとはあくまで物理学史的な文脈における思考と認識の枠組みであるという点も押さえておくべきなのだが、クーン以後にはこの言葉の適用範囲はひじょうに拡がり、さまざまな場面で用いられるようになったことも事実である。その用法に従ったとしても、しかしメディア化の論理はたしかに情報化社会論のパラダイムから一步も出ていないといわざるをえない。メディア化とは、その論理構成をみればはつきりするように、ある特定のパラダイム内における程度の問題にすぎず、それ以前とは枠組みを異にしようというパラダイム転換をもたらしているとは、とうてい言えるものではないからである。

メディア化と情報化の違いは、情報交換手段の普及量か、それらの

上でやりとりされる情報量のどちらに軸足を置くかというだけであり、いずれにせよ、日常世界に入り込んでくるテクノロジーの量的な拡大に最大の関心がある点に変わりはない。どちらも量的な拡大が質的な変容をもたらすことを強調する一方、量の問題がどのようにして質という異なる水準へと変換され波及していくのかという過程については関心が薄く、テクノロジーの質（たとえば「かつてない新しいテクノロジーの登場と普及」）を担保に、社会の劇的で不可逆的な変容（たとえば「情報化社会の到来」）へと「跳躍」してみせるだけだ。このように、量にのみ着目するというような性質は、情報化社会論にせよマス・コミュニケーション論にせよ、メディア・コミュニケーションにかかわる伝統的な認識が立脚したクロード・シャノンとワレン・ウィーヴァーによる情報理論が、情報の意味を捨象して、量のみを扱ったこと、そして以後の情報通信工学がこの立場の上に発展していったこと、ひとつの余波といえるかもしれない。⁸⁾

メディア化言説も含めた技術中心主義的なメディア言説においては、つねに、量と質という二つの次元のあいだに埋めがたい溝が生じる。量的変化が質的変容をもたらすというタイプの議論を実践するためには、その溝にたいして何らかの仕方で架橋するか、そうでなければ無理やりにでも「跳躍」しなければならぬ。その「跳躍」のために、しばしば新しいテクノロジーの「本質」なるものがでっち上げられることになる。

五 メディア化の地層

「情報化」という言葉がつかわれはじめたのは一九六〇年代の初めのことである。フリッツ・マッハルプの『知識産業』が一九六二年（邦訳一九六八年）、梅棹忠夫「情報産業論」が一九六三年、増田米二『情報社会入門——コンピュータは人間社会を変える』が一九六八年、林雄二郎『情報化社会』は一九六九年に、それぞれ出版されている。⁹⁾

一九六四年に出版されたマーシャル・マクルーハンの『メディア論』の最初の邦訳（抄訳であった）の刊行は一九六七年のことである。ただし、この種の社会改良論はけっしてこの時期に初めて創建されたわけではない。ジェームズ・ケアリーが指摘したように、それは十九世紀のユートピア社会主義に淵源をもつ未来社会論の系譜の線上に位置づけて考えられるべきであろう。¹⁰⁾

日本語文献における嚆矢といえる梅棹の「情報産業論」を見てみよう。そこでは、情報を基盤とした産業のことを、動物生態学出身の梅棹らしく「外胚葉産業」と呼称していた。¹¹⁾ 外胚葉とは、動物発生学の用語である。脊椎動物の胚発生においては、内胚葉、中胚葉、外胚葉という三種の肺葉が形成される。これらからはそれぞれ、消化器官系、筋肉、脳神経系や感覚諸器官がつくられてゆく。梅棹はこれを文明の発達段階にあてはめて、その最終段階として、動物でいう脳神経系や感覚諸器官にあたるものとして情報産業の勃興を「予言」してみせたのである。梅棹のこの「予言」を、ほぼ同時期に「中枢神経組織自体を地球規模で拡張してしまった」と述べたマクルーハンと照応してみると、その論理も内容も言葉遣いも、そして予言者としての身ぶりまでもが共振しているようである。

なお、こうした言説が流行する背景として、コンピュータという装置が社会に普及しはじめ、大きな注目を集めるようになった時期にあたることも忘れてはならない。たとえば、IBMが最初の汎用メインフレーム System/360 を発表したのは一九六四年である。このシリーズはほどなく企業の基幹業務市場を席卷し、同社は「メインフレームの巨人」としての地歩を固めていくことになるだろう。

こうして情報化社会論は、一九六〇年代をとおして、「モノを生産する工業社会からチェを創造する情報社会へ」（月尾嘉男）というような旗の下に、技術中心主義的にして産業中心主義的なその枠組みを確立してゆく。¹²⁾ 一九七〇年代には早くも『講座情報社会科学』の刊行が開始され、社会学からサイバネティクス、言語、生命、政治、経済、

教育などといった五〇年代までの知の枠組みが、「情報」というキーワードを軸に括りなおされてゆく。

では「メディア化」という言葉がつかわれはじめるのはいつ頃からだろうか。

探ってみると、一九八〇年代に発表された幾篇かの論考のなかで、この言葉が使用されていることがわかる。ただしそれが見られるのは、必ずしもメディア・コミュニケーションにかかわる領域に限られているわけではない。

一例として、寺山修司と鈴木四郎康による現代詩のありようをめぐる一九八二年の対談をあげてみたい。二人の詩人は、「テクノロジーの発達によって、メディアが変質していった」ことの結果として、従来マスメディアがもたらしていた「与え手」と「受け手」という関係が崩れてきているという認識を示し、そのなかで現代詩の「作者自体がメディア化されていく」ことについて論じている。メディア化をただ非難するのではなく、それをどう引き受けるべきかという議論であり、またみずから長年「メディアの寵児」を演じつづけた寺山の最晩年の発言としても興味深いのだが、ここでは対談内容には深入りしない。確認しておきたいことは、かれらのいうメディア化である。それは、たとえばテレビ番組に出演したり、ワイドショーに追いかけてまわされたりするようなことをとおして、「送り手が実際に体重とか身長、職業、家族関係などの日常的な側面を具えていながら、複製化されて、いつの間にか一つの役割の中で記号化されてい」くような変化なのだと主張している。

いっぽう、経済評論家の田中直毅は一九八五年、前年に森まゆみら谷根千工房と名乗るグループによって創刊されたばかりの地域雑誌『谷根千』をとりあげた記事のなかで、「メディア化」という言葉を用い、これに大きな役割を与えている。『谷根千』とは谷中、根津、千駄木といった東京都の文京区および台東区にまたがる一帯のことをさしている。この名称は、同誌名が名乗ることによってひろまったとき

れている。²⁰

田中によれば、この地域雑誌の試みとは、「消費社会の現在」の枠外にあるかに見えるこの地域」において、その「原風景」を守るために、「谷根千」という地域そのものをメディア化することに取り組んだ、と「いいよ」というのだ。「地域そのものがメディアとなり、メッセージの交代を実現すること」という表現から、田中のいう「メディア化」が、ひとつの地域が「それ総体としてメッセージを発するように変化すること」を意味していると理解できる。

ここにあげた二例はそれぞれまったく異なる文脈から発せられたものであり、相互に直接的な関係が見られるものではない。またマス・コミュニケーション研究や社会学などといった専門分野の外部においてなされている。そうであるにもかかわらず、どちらも「メディア化」という言葉がキーワードとして用いられている初期の例だといえる。複製技術に媒介されることで記号化すること、地域が総体としてメッセージの発信体になることというように、それぞれの力点の置き方には違いが認められるものの、両者ともメディア化という言葉の使用にあたり、ひとつの考え方を共有している。すなわち、消費社会の進歩を念頭に文化もまた消費財化してゆくという状況のもと、「従来そのような機能を持たなかったはずのものがメッセージを発するようになること」という変容を見ているのである。いうまでもなく、その前提にあるのは、それまでそのような権能は、マスメディアのような特定のセクターによって占有されていたという認識であろう。

このときマスメディアという観念に付与されていたのは、テクノロジーというイメージだった。もちろんその背後には資本などが結びつき複合体をなしているわけだが、そうした部分では後景に退いている。そのことは、寺山・鈴木や田中のどちらともが、複製なりメッセージ発信なりといった特定の機能の実現を、メディア化という言葉の具体的な指示対象に指定していることからわかる。

このことは、こう別言できるだろう。一九八〇年代につかわれはじ

めた「メディア化」という言葉は、テクノロジーが社会のなかに、いかえれば、わたしたちの日常のなかに、文字どおり遍在化してゆくことへの直観的な洞察をあらわしているといえるのだろうと。これこそが、「メディア化」という言葉を特徴づけている、おそらく唯一のポイントである。

六 あらゆるものがメディアになる？

そうであるのなら、三たび、メディア化言説の論理の構成へと立ち戻らなければならない。そこには、まさにこのような指摘がなされていたはずである（第二節より再掲）。

- (4) 日常生活にメディアが遍在し、社会が質的変容を被るようになった結果、いまやあらゆるものがメディアとなった。

この認識こそが、メディア化言説の最大の鍵を握っている。というのも、それはメディア化がここまで前提にしてきたものすべてを、その内側から無効にし、書き換えてしまう契機を孕んでいるからだ。

中野収は、先述した一九九七年の著作『メディア人間』よりも十年前、一九八七年に「かくてメディア化社会は進行する」と題された論考を発表している。これは、人文社会科学系の学問的文脈のなかで、メディア化のポイントを「あらゆるものがメディア化している」ことにおくような見立てをもっとも早く示した論考のひとつである。その論考は、一九九七年の著作へと二連の思考をなし、両者をあわせてひとつの認識を提示しているといえるだろう。

そのなかで中野は、いまや「あらゆるものがメディア化している」という認識を示したうえで、一九六〇年代後半から八〇年代にかけて消費社会化において「メディアと非メディア（もの）の境界が消滅し」、「非メディアのメディア化」という傾向があることを見出そうと

している⁽²⁾。そこでいう「メディア」とは、いわゆるマスメディアのことであり、「非メディア」とはマスメディア以外のさまざまなもの（おもに物質的な商品が想定されている）やこと、（おもに消費行動が想定されている）をさす。中野の議論は、わたしにはやや混乱しているようにおもわれ意味のとりにくい面もあるのだが、それも含めて、メディア化言説の核心にかかわっているものであるようにおもわれる。

第二節で指摘した技術中心主義的なメディア言説の定石どおり、中野の議論はまずテクノロジーをめぐる状況から語りはじめられる。マスメディア中心の態勢が多メディア化によって崩れてきた。それは「情報技術や機器の普及、社会的情報ネットワークの体系化・稠密化」をもたらしただけでなく、「人々の生活と意識の情報化でもあった」。それはさらに、「多様化した情報メディアへの接触」が増大したことにより、人びとの「メディアヒエラルキーの崩壊に由来するメディア意識の变化」を引き起こすことになった。ありていにいえば、それまではエリート層がマスメディアをとおして情報を与え、同時にそれをいかに読むべきかという規範を提供していたのにたいし、現代においてはそのような手続きは無力化し、「大衆は、マスメディアと勝手に接触し始めたのである」。

その帰結として現出した現象が「メディア化」である。たとえば、ロック音楽を聴く若者は、「音楽を聴くことは自己表現（表出）である、とまでいいきっている」。そこでは「送り手対受け手、聴くこと＝受動的、というマスコミ論に伝統的な理論的前提がなかば否定され、受け手になること、つまり聴くことが、自立したコミュニケーション行為とみなされてい」ることになる。つまり「読む、みる、聴く行為の意味が拡張され」、「ものであれ、ことであれ、その実体的意味とは別の、付加的・ファッション的・記号の意味が与えられるようになった」のだ。

では、そこでいう「付加的・ファッション的・記号の意味」とは何なのか。それは「人間の側における勝手な意味、恣意的な意味、自然

の「本性」とは無関係」なものである。したがって、「価値は、ひとつの意味発信の文化的装置として相対化され」、「非メディア部分がメディア化し、全生活をメディアがおおう」ことになる。すなわち、一九六〇年代にマクルーハンの主張した「メディアは身体の拡張」や「メディアはメッセージである」が、いよいよ地上において実現している様相であるというのだ。中野はまた、メディアは間接性をもたらすものだという。あらゆるものがメディア化した社会のなかでは、ひとびとは「メディアと快楽的・快感的につきあい、メディアを享受し続ける」ことになるだろうというのである。

これをさらに、わたしなりの表現で簡潔にパラフレーズしてみたい。二十世紀的なマスメディア中心的な布置が、それがめざしてきたはずの大衆消費社会・大衆教育社会の成立によって内側から崩されてきた。そして、マスメディアの疑似環境下で記号を消費するだけでなく、現実世界のなかに溢れる商品それ自体やその使用そのものが記号化していった。それはリアリティの変容と関係しており、本性的な現実世界そのものは、拡張した疑似環境によって、いっそうはるかに遠ざけられることになった。――

こうした中野の議論からは、一般的な技術中心主義的メディア言説に共通してみられる問題を、やはりいくつも抽出することができる。

たとえば、テクノロジが社会に量的に拡大していくことが、どのようにして社会の質的な変容へと転換していくのかという点にかんして、たんに意識の変容という言い方だけで「跳躍」してしまっていることが指摘されるだろう。そのことは、かれが、情報伝達のテクノロジとしてメディア、つまりメディアの通念的な概念の外延がほとんど無限に拡張されていくような状況を見ていながら、それをマスメディア的なものの延長として、あらゆるものがそれぞれに自己主張のおしゃべりを始めるような光景として描くだけにとどめてしまっている。また、「非メディアのメディア化」において、「実体的な意味とは別の、

付加的・ファッショニック・記号的意味」が交換されるようになるというの、記号とメディアの区別がはっきり示されることなく、事実上ほぼ同義につかわれているところからみて、おそらくはジャン・ボードリヤールのいうシミュラクル——虚構的な現実、指示対象をあらかじめ失っているような記号——が念頭にあるのだろうとおもわれる。

そこには、第三節であげた、直接／間接、一次性／二次性というコミュニケーションをめぐる伝統的な二項対立図式が温存されているさまを見出すことができる。この二項対立において、二次性の側にてたば、サイバースペースが新しい社会をもたらすなどと楽観的に賞揚することになるのだし、一次性の側にたつのならば、直接性を素朴實在論に横滑りさせて「現実」を絶対化し、同時に二次性の側を「自然の「本性」とは無関係」な恣意的なものとして排斥することになりがちであるのだった。そして中野の論考は、二次性によって、本来的とされる一次性への接近が妨げられているという、二項対立図式の典型的な認識に陥っているということができよう。

しかし、である。ボードリヤールのシミュラクルをめぐる議論とは、二次性の卓越によって一次性への接触を妨げられるという二項対立図式の温存ではなく、むしろ「現実と虚構」などというようなナイーヴな二元論が成り立たなくなるような彼岸、とでもいうべき様相を浮き彫りにしようとしたものではなかっただろうか。

七 メディア通念の臨界

今日から見えていくつもの限界を指摘せざるをえないとはいえ、それでもこの中野の文章には、読む者に強い印象を残すという側面があることは否定できないだろう。それは、文章のはしばしから滲みでている隠しような苛立ちである。かれは、かれが見ていた二十世紀末葉の日常的なメディア風景にたいし、言葉に尽くせないような違和感をいだいていた。少なくともそのことだけは、はっきりと痛感される

のである。

メディア化言説においては、「メディア化」という言葉は二重の意味をもっている。「社会のなかにメディアが遍在するようになった」という事実と、「あらゆるものがメディアとなった」という認識である。どちらの側面が強調されるかは論者によるが、中野の主眼は明らかに後者にある。

「あらゆるものがメディアになった」という認識。それこそが、これを苛立たせているものである。それは、かれにとってはみずからが依拠する伝統的なメディア・コミュニケーション論の枠組みで理解できない現象であることもあろうが、それだけではない。生理的に拒絶したい気持ちと、そのような気持ちにさせてしまう対象にたいする拭きたい好奇心とが奇妙にせめぎあっている。その「拭きたい好奇心」とは、マクルーハンの予言の実現に立ち会えたという歓びというより、むしろかれが長年慣れ親しんできた、メディアというものにかんする通念が内側から破壊される予感に、怯えながらも、期待してしまふような、そのような背反する力がせめぎあっているように見受けられる。だからこそ中野は、「あらゆるものがメディアになる」という認識を「メディア化」とよび、学術的な装いをこらしながらも、それについてみずからの内でせめぎあう矛盾や衝突に言葉を与えようとする欲望を押し隠すことができなかつたのではないだろうか。そしておそらく、それは中野ひとりに限られたものではない。「メディア化」という言葉を吐かせるに足るようなリアリティがあるのだと見なすべきであろう。

しかし、これをただ論理として眺めるならば、破綻は火を見るよりも明らかである。あらゆるものがメディアになること。あらゆるものやことが、すべからずメディアとして機能しはじめること。それがメディア化なのだとしたら、そのような認識を語るべき、そこにメディアという概念の外延がとめどもなく拡がって適用されてゆく様相を見

ていることが指摘されなければならぬだろうからだ。

それはメディア化というより、概念というものの自体の破綻である。一般的にいつて、ある概念が概念として機能するためには、それが有効に作動するための境界条件が定められていることが必要である。もし中野の主張するように、それまで適用範囲が限定されていたメディアという概念が、あらゆる事物に適用可能なように変容したのだということは、もはやメディアという言葉をわざわざ適用する必要などなくなったような状況が現出したことを意味している。メディア化において、メディアという概念は破産する。メディア化においてメディアは存在しない、ということになってしまふだろう。

そのようにして、メディアという概念が無効化してしまふのを避けるためには、さしあたり三つの可能性が考えられる。

第一は、あらゆるものがメディアになる、という認識そのものが妥当性を欠くものであると見なすことであり、第二は、メディアという概念の外延の範疇を、従来より押し広げはするものの、「あらゆるもの」までは拡張しないという妥協的な方法である。しかしこの二つのどちらを採ったとしても、「メディア化」という言葉の使用にあたって感じられているはずの最大にして唯一のリアリティは拒絶されることになる。メディア化言説から汲みあげるべき最大の源泉を埋めてしまふことにもなるだろう。つまり、この二つの選択肢の先には、ごくごく常識的な範疇への撤退という、なんとも凡庸な行先しか残されていない。

となると、第三の可能性について検討しなければならないだろう。

それは、「あらゆるものがメディアになる」という直観的な認識をそのまま受けとめる道である。もちろん先述のとおり、そうなると概念としてのメディアの有効性は失われる。だが、それでいいのだ。「あらゆるものがメディアになる」というメディア化の直観は、つまりメディアという概念の無効性を含意しているのだから。

では、メディアという言葉はもう賞味期限が切れた、ということな

のだろうか。そうではない。無効になったのは、通念としてのメディア、にすぎない。じっさい、中野をはじめとするメディア化言説における議論の限界は、通念としてのメディアの外延を拡張している点にあるのだから。

通念としてのメディアとは何だったろうか。それは、メディアを情報の手取りやコミュニケーションの仲立ちをするという工学技術的手段と捉える見方のことであつたはずだ。そのような見方自体を否定はしない。ある範疇の内側においては、やはり有効であるだろう。けれども、だからこそそれは、「あらゆるもの」に適用することなど、決してできないのだ。

それでも「メディア」を擁護しようとするとき、わたしたちに課される課題とは、「あらゆるものがメディアになる」ような様相にたいしても妥当性をもちうるような、より包括的な水準において「メディア」という言葉をいかに設定できるのか、その可能性について、あらためて検討してゆくことであるだろう。

註

- (1) とはいえ、たとえば、つぎの文献にその記述が見られることから、早い段階で広まっていた可能性はある。美ノ谷和成編(一九八九)『日常生活のマス・メディア』中央大学出版社、「第一章 現代生活の情報環境」(林茂樹執筆)、『一—二二頁。
- (2) Masterman, L. (1980) *Teaching about Television*, Macmillan.
- (3) Williams, R. (1976=2002) *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*, Harper Collins. (『完訳キーワード辞典』椎名美智・武田ちあき・越智博美・松井優子訳、平凡社、二〇六頁。)
- (4) 水越伸(一九九九)『デジタル・メディア社会』岩波書店、一六一—二二頁。
- (5) 中野収(一九九七)『メディア人間——コミュニケーション革命の構造』勁草書房。
- (6) 中野(一九九七)、四〇頁。
- (7) Rubin, Thomas S. (1962=1971) *The Structure of Scientific Revolutions*, University of Chicago Press. (『科学革命の構造』中山茂訳、み

すず書房、引用はv頁。)なおクーンのパラダイム概念は一般的な科学や科学史を「通常科学」の枠に押し込めてしまうものであり、多くの批判にあった。クーン自身は後年この概念を事実上撤回している。いっぽうで、この言葉は科学史——厳密に言えば物理学史——の枠を越えて、さまざまな領域で、多くのばあいあまり厳密ではない仕方でも用いられるようになっていく。

- (8) Shannon, Claude E. & Weaver, Warren (1949=1969) *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press. (『コミュニケーションの数学的理論——情報理論の基礎』長谷川淳・井上光洋訳、明治図書出版。)
- (9) それぞれ以下のよう。Machup, Fritz (1962=1968) *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*, Princeton University Press. (『知識産業』高橋達男・木田宏共監訳、産業能率短期大学出版部。)梅棹忠夫(一九六三)『情報産業論』、『放送朝日』一九六三年一月号、四—一七頁。増田米二(一九六八)『情報社会入門——コンピュータは人間社会を変える』ベリかん社。林雄二郎(一九六九)『情報化社会——ハードな社会からソフトな社会へ』講談社現代新書、講談社。
- (10) McLuhan, Marshall (1964=1967) *Understanding Media: The Extensions of Man*, Routledge and K. Paul. (『人間拡張の原理——メディアの理解』後藤和彦・高儀進訳、竹内書店。)
- (11) Carey, James W. and Quirk, John J. (1989) "The History of the Future," in Carey, *Communication as Culture*, Routledge, pp. 173-200.
- (12) 梅棹忠夫(一九八八)『情報の文明学』中公叢書、中央公論社。同書には先述の「情報産業論」のほか、その後各紙誌に発表された関連論文がまとめて収録されている。
- (13) McLuhan (1964=1987). 『メディア論——人間の拡張の諸相』栗原裕・河本仲聖訳、みすず書房、三頁。(前掲註の改訳(全訳)。以下、同書を参照するばあいは原則としてこちらの邦訳を使用。)
- (14) たむら、ちやの文献を参照。Cenzuzi, Paul E. (1998=2008) *A History of Modern Computing*, MIT Press. (『モダン・コンピュータの歴史』宇田理・高橋清美監訳、未來社。)
- (15) 月尾嘉男・浜野保樹・武邑光裕編(二〇〇一)『原典メディア環境——八五—二〇〇〇』東京大学出版会、一七二頁。
- (16) 情報社会論の歴史的整理については以下を参照せよ。田畑暁生(二〇〇四)『情報社会論の展開』北樹出版。
- (17) 北川敏男・加藤寛・武者小路公秀・吉村融・香山健一編集委員(一九七—一九七九)『講座情報社会科学』全十八巻、学習研究社。
- (18) 寺山修司・鈴木四郎康(一九八二)『対談メディアの生む詩の制度——作者のメディア化と作品の位置』(特集メディアのゆくえ)、『現代

- 詩手帖』思潮社、二五(六)、六七―八三頁。
- (19) 対談の末尾に「1982.4.22」と日付が註記されており、事実だとすれば、寺山の死のほぼ一年前だったことがわかる(一九八三年五月四日没)。
- (20) 「谷根千とは、谷中・根津・千駄木エリアを指します。文京区および台東区に位置しており、東京二十三区の中心地に近く、いわゆる「山の手」の一角でありながら、今なお東京の下町としての風情を残す、歴史と情緒が溢れる地域です。谷根千工房(後述)より雑誌『谷中・根津・千駄木』が発行され、雑誌を置くお店の皆さんが雑誌を略称して「やねせん」と呼んだことからこの言葉が生まれ、それがこの地域を表す言葉として定着しました。」ウェブサイト「谷根千ねっと」内「<http://www.yanesen.net/info.html>」のサイトは地域雑誌『谷根千』のネット版として二〇〇〇年に開始された。同誌の二〇〇九年八月の終刊にあわせてリニューアルしたもの。
- (21) 田中直毅(一九八五)「消費社会の現在36 地域自体をメディア化する「谷根千」―消費の渦の外側からの街づくり論」、『エコノミスト』毎日新聞社、六三(四七)、四六一―五一頁。
- (22) 中野収(一九八七)「かくてメディア化社会は進行する」、『新聞研究』日本新聞学会(四三四)、一〇―一五頁。続く引用においては、煩雑を避けるため、いちいち引用頁を註記しない。
- (23) Baudrillard, Jean (1981=1984) *Smulacres et Simulation*, Galilée. (『シミュラクルとシミュレーション』竹原あき子訳、法政大学出版局。)
- (24) このような問いをメディア論はいかに引き受けられるのかという問題にたいしては以下を参照せよ。長谷川一(二〇一一)「メディアとしての……―暗黙知、枠組み、コンテクスト・メーカー」、『マス・コミュニケーション研究』日本マス・コミュニケーション学会、七八、三五―六〇頁。