

第1章 コミュニケーションについて

1. コミュニケーションとは

今日、コミュニケーションという言葉は、私たちの日常用語としてひんぱんに使われている。新聞や雑誌においても、日常の会話のなかにおいても、ごく自然に使われている。英語の **communication** をそのままカタカナにした言葉であるが、私たちは日本語のように思っている。それだけなじみの深い言葉となっているが、その本来の意味を整理しておきたい。

(1) コミュニケーションの両義性

communication という英語の日本語訳としては、文脈によって、「伝達」「通報」「報道」「連絡」「交通」「通信」などが当てられるが、決まった訳語があるわけではなく、カタカナの「コミュニケーション」がそのまま使われるようになっていく。mass communication という言葉も、「大量伝達」「大衆伝達」と訳された時代もあるが、今日では「マス・コミュニケーション」あるいは略して「マスコミ」が定着してしまっている。

どうしてそういうことになったのであろうか。単に外来語をもてはやす風潮にのって、そうなってしまったとは思えない。英語の **communication** という言葉そのものが含んでいる二重の意味に、その理由が求められるように思われる。

通常、私たちがコミュニケーションという言葉を使う時は、伝えるものが知識や感情であろうと、それらを相手に「伝える」という意味で使っている。相手の理解が得られないと、「もっとコミュニケーションをはからねば」と、相手への接触を増やして、さらに情報を伝えようとする。

A・J・エイヤーは、コミュニケーションという語は、きわめて広い領域で使われるとして、人が情報や知識、意見、感情を伝える場合のみならず、

熱や運動、病気などの場合にもコミュニケーションという語が使われると指摘する。そこで共通する関連の糸は「なにものかがあるものあるいは人間から他のものあるいは人間へ移されてゆく」ことにあるとする。コミュニケーションという言葉は、「時にはそのように移されてゆくものを指示するために用い、また時には、それを移してゆく手段を指示するために用い、あるいはその過程全体を指すために用いることもある。多くの場合においては、そのように移されてゆくものは共有されつづける」という（A・J・エイヤー他、市井三郎他訳『コミュニケーション』みすず書房、1957、17頁）。

このエイヤーの考えのなかには、コミュニケーションという語には「伝える」という意味と「共有する」という二つの意味が込められているということが読み取れる。英語の *communicate* を辞書に当たってみると、一つには「伝達する」という説明があり、もう一つは、「わかつ (*share*)」という説明がしてあり、その語源にはラテン語の *communis* (*common*) という語が上げられている。

一つ目の意味は、伝達するということである。あるものがあるところから、別のあるところへ移動する、この移動する活動を指して、コミュニケーションという言葉が使われる。たとえば、Aさんが風邪をひいて、風邪のウィルスを家族の者にうつしたとする。ウィルスがAさんから家族の者に移動したので、コミュニケーションがあったということになる。鉄の棒の一端を熱すると、やがては反対の方までが熱くなる。熱エネルギーが移動し、コミュニケーションが行なわれたということになる。

人間の親の遺伝子が子供に伝えられるのも、親の遺伝子が子供に移動することで子供に受け取られるというふうに考えると、それは、親が遺伝子を子供にコミュニケートしたと言えるわけである。

人間と人間とのあいだのコミュニケーションということで考えれば、送り手が自らの知識や経験、意思や意見、感情や気分を他の人間に伝達するという、この伝達活動がコミュニケーションだということになる。

もう一つの意味は、あるものがあるところから別のところへ移動した結果、あるものが別のところに影響を与えて共通の状態が生まれる、その共通の状態が生まれることを指して、コミュニケーションということが出来るという

ことである。

先の風邪の例で言えば、Aさんが自らの風邪のウィルスを家族の者にうつして、家族の全員が風邪の状態になってしまうことを指す。遺伝子の例では、親と子供が共通の遺伝子を持ち合うことで、親と子に、似た状態が生まれるということの意味する。

人と人とのコミュニケーションで言うならば、自らの知識や経験、意思や意見、感情や気分などを他人に伝達し、おたがいがそれらのメッセージを共有し合うことを意味する。共通のメッセージを持ち合っている点において、共通の状態があるということが言える。

コミュニケーションについて考える時、前者の「伝達」の意味に力点を置いて言う場合もあれば、後者の「共有」の意味に力点を置いて言う場合もあるし、またその両方の意味を含ませて使う場合もあるわけである。

(2) 「共同性」とコミュニケーション

人間は一人だけでは生きていくことは出来ず、かならず複数の人間となんらかの親和的關係を持つことによって、生きていくことが出来る。共同で暮らせる関係を築くには、自らの考えを、ジュスチャーであれ言葉であれ、表現して相手に伝達しなければならない。そして、相手にそのメッセージを認知、理解してもらう必要がある。メッセージは、100パーセント完全に伝わることはまずないが、数パーセントずつでも相手に受容されていくことが必要である。コミュニケーションがあるからこそ、私たちは仲間との共同生活が出来るのである。集団、社会が成り立つのも、コミュニケーション活動があるからこそである。

「伝達」したからといって、即「共有」が確保され「共同性」が生まれるというものではないが、伝達活動なしには「共同性」が生まれ出てこない。また「共同性」を打ち立てようと、メッセージを伝達したからといって、伝達が成功するとは限らない。そしてまた、多くの情報が「共有」されたからといって、親和的な共同性が出来上がるというものではない。つまり、「認知的情報」をいくら共有し合っても、「感情的情報」の共有が進まなければ、親和的な共同性を築くのはむずかしい。ちょっとした感情のずれが、認知的

情報の解釈を全く逆にしてしまう場合だってある。しかし、一般的には、双方が近づいていく時に、認知的情報を多く持ち合えば、それだけ共同性を築きやすくはなる。とはいえ、そんなに認知的情報がなくても、感情の「共有」があれば、たちまちにして親和的な共同性が成立する場合もある。

コミュニケーションのプロセスは複雑である。それだけに、これまでも多くのコミュニケーション研究がなされてきたが、ここでは私は、コミュニケーションという言葉には、認知的情報のレベルにしる、感情的情報のレベルにしる、「伝達」と「共有」の両義性があるということを確認しておきたい。カタカナのコミュニケーションが、適当な日本語にならなかったのは、その両義性を持った日本語がなかったからではないかと思われるのである。

マス・コミュニケーション活動も、コミュニケーション本来の意味からすると、単に「一方向的コミュニケーション活動」と定義するのではなく、「毎日の情報を大量の人々に伝達する活動であると同時に、それらの情報を受け手と共有し、ひいては大量の人々のあいだで共通の情報を持ち合ってもらう活動である」というふうに定義することが可能となる。

コミュニケーションも、対人関係においては「パーソナル・コミュニケーション」、グループにおいては「グループ・コミュニケーション」あるいは「組織のコミュニケーション」、コミュニティにおいては「コミュニティ・コミュニケーション」、そして、社会のなかにおいては「マス・コミュニケーション」、新しくは「グローバル・コミュニケーション」というふうに、それぞれのレベルにおいてのコミュニケーション論が考えられる。

また発信する記号の種類によって「ノンバーバル・コミュニケーション」「バーバル・コミュニケーション」、さらには「映像コミュニケーション」「視聴覚コミュニケーション」、最近では「マルチメディア・コミュニケーション」といったふうに、扱う記号の性質から論じるコミュニケーション論もある。

あるいはまた、緊急時の「災害コミュニケーション」や「危機管理コミュニケーション」といった領域のコミュニケーション論も成立する。

以上のように、さまざまなコミュニケーション論の展開があるが、コミュニケーションという言葉を使っている限り、私は、コミュニケーションが本

来的に持っている「伝達」と「共有」のどちらの内容も重要な意味を持っていることを忘れないでおきたいと思う。
(1998年)

参考文献

- A. J. エイヤー他、市井三郎他訳『コミュニケーション』みすず書房、1957

(3) バーバルとノンバーバルのコミュニケーション

私たちの現実の生活は、さまざまな人間関係のなかで成り立っている。人間は、一人では生きて行けないのであって、必ず他者と何らかの関係をもつことで生きている。関係は、コミュニケーションによって始まり、コミュニケーションによって発展もし、壊されもする。このコミュニケーションは、何も言葉だけで成されるというものではない。人間がもつ五感に触れるものであれば、コミュニケーションは可能である。

「コミュニケーションをはかる」と言えば、私たちはまず会話や文書での伝達を思い浮かべるが、最近ではケイタイやパソコンによる電子メールも含めなければならないであろう。今日の電子メディアの発展は、いつでもどこでもの受発信を可能にし、コミュニケーションの自由をこれほどに実現した時代はない。情報を伝えるという点に限って言えば、確かにコミュニケーションは、飛躍的に進んだと言わなければならない。

意思を相手に伝えようとする、何と言っても言葉が役立ってくれる。言葉が指示する意味を、その意味通りに受け取ることができれば、意思が通じたことになる。言葉だからと言って、そんなに簡単に伝わるというわけではない。全部が正確に伝わるという保障はない。中途半端であったり、誤解をしていたり、勘違い、思い違いなどが往々にして起こる。

言葉には、言葉が指示する表向きの意味と、それに内包された意味がある。例えば、洒落言葉は、表向きの意味と内包された意味が即座に了解できて、洒落となるわけである。ジョークやユーモアは、異質の事柄を瞬時に結合させることで笑いを誘う。結合できなければ、どうして面白いのか理解ができない。言葉は、意思の「伝達」をはかる上では、指示通りの意味だけでなく、言外にさまざまな意味を内包させることもできる極めて有力なコミュニケー

ション手段であることは間違いない。

私は先に、コミュニケーションをはかるに際して「認知的情報のレベル」と「感情的レベル」の2側面を指摘した。言葉は、この両者にかかわって機能しているが、コミュニケーションは、言葉だけに頼っているわけではない。表情や態度、衣装、アクセサリー、匂い、発する声や調子、間の取り方など、言葉でない要素によっても、私たちはコミュニケーションを交わしている。これらの要素は「非言語」なので、「ノンバーバル・コミュニケーション」と言われる。日常生活のなかでは、言葉よりも「ノンバーバル・コミュニケーション」の比重の方が高いと言ってよい。

対面型のコミュニケーションであると、聞き手は、相手の表情や態度とともに言葉を聞いており、時には、本当の意味は言葉からではなく、表情や態度から読み取っている。

普段から接触交渉の頻繁な関係だと、相手の表情や態度の変化をよく知っていて、ただで相手が何を欲しているかが分かってしまうとか、場合によっては相手の考えていることまでが分かってしまうことがある。こうしたノンバーバルのコミュニケーションは、接触の頻繁な関係、夫婦の間とか親子の間で重要である。

特に子供の場合、言葉で十分な表現ができないとか、言葉のコミュニケーションを取って拒否しているとかいった場合、その態度や表情から意味を読み取ってやるのが重要である。いじめにあつて自殺した子供の親が「話してくれてさえいたら手が打てたのに」と洩らすのを聞いたことがある。その子供は危険信号を非言語の形で十分に発信していたと思われるのだが…。重要なコミュニケーションが言葉以外のところに隠されていることを心得ておくべきだし、そうしたサインを読み取る能力が必要だ。個々人が忙しすぎて相手を十分に見届ける時間がなくなると、表情や態度が読み取れなくなってしまい、連絡さえついていたら、コミュニケーションができていたのではないかと錯覚してしまう。言葉は事実を伝えもするが、嘘をつくこともできる。その点、表情や態度は、嘘がつきにくい。気持ちが出てしまう。ちょっとした笑顔が、雄弁を圧倒する場合もある。

初対面では、言葉巧みの挨拶よりも、まず笑顔の出迎えが大切である。迎

えの人に笑顔があるかないかで、印象はまるで違ってしまふ。職場でも、素晴らしい笑顔の持ち主がいると、それだけで雰囲気が和らぐように感じられる。日常の決まりきった仕事のやりとりでも、笑顔のある会話でやりとりができると、気持ちがよいものである。

高齢のお母さんの介護をしている娘さんの話で、一生懸命介護につとめているのだけれども、そのお母さんは、何をしてもらっても笑顔ひとつ示さないという。娘さんからすると、別に「ありがとう」などの言葉を期待することはないが、せめてちょっとした笑顔ぐらい見せてくれたらと思う。そうすれば、しんどさはいっぺんに吹き飛んでしまうのだが、というわけである。お母さんの方に笑顔が出ないのだ。

この逆の話もある。介護されているおばあさんが、施設に入っていて、世話を受けているのだが、家族が訪問して「おばあちゃん、今何が一番欲しい？」ときくと、おばあちゃんは「やさしい笑顔」と答えたという。施設で世話を受けているけれども、そこでは機械的な会話、用を足すだけの会話、どちらかと言えば、強圧的に注意ばかりの話しかけといったものだったのであろう。介護する側、見舞う側にやさしい笑顔がなかったわけだ。多くの言葉が行き交ったのかも知れないが、寝たきりのおばあちゃんにしてみれば、どんな言葉も心にしみはしなかったということであろう。その寂しさの中で、おばあちゃんは「やさしい笑顔」を待っていたわけだ。思いやりの心があれば、笑顔は自然にあふれ出、それにともなって語りかけもやさしくなったことと思われる。

コミュニケーションが、単に情報が伝達されているということに留まらず、ほんとうに「コミュニケーションの成立」ということを考えると、バーバルとノンバーバルのコミュニケーションが一体となったコミュニケーションをはかることが重要である。見た目には、マニュアルが役立つこともあるだろうが、大事なことは、心の持ち方と言わなければならない。

2. コミュニケーションの形態

現実には、私たちがかわしている日常のコミュニケーションを念頭に置いて、

そのありようをどんな視点で見るかということ考えた時、私は、次のような視点を用意して、コミュニケーションの形態をとらえてみようと思う。

(1) 直接的と間接的

そのコミュニケーションは、「直接的」なのか「間接的」なのかという視点である。直接的というのは、あいだにメディアをはさまず、相手と直接的に対面してコミュニケーションをかわすものである。私たちが、家庭のなかで、近所で、あるいは学校で、職場で直接会って話をするのは、直接的コミュニケーションである。赤ちゃんとお母さんとの関係のように、直接性が非常に濃密なものもあれば、そうでないものもある。

近代に入って、さまざまなメディアが登場してくるまでは、人々の日常的コミュニケーションは、直接出会うことによってかわされてきた。看板や立て札、手紙や文書のコミュニケーションはあっても、直接的コミュニケーションが圧倒的に大きな比重を占めてきた。ここでは、表情や身ぶり、話す声の響やトーン、言葉によってコミュニケーションが行なわれる。

直接に相手と顔を合わすのであるから、相手との関係による一定のマナーや言葉遣いも必要とされる。つまり、その社会の一定の社会的規範、文化を心得ておく必要がある。

直接的だから、肉眼で見える範囲、耳で肉声が聞こえる範囲が、メッセージの到達範囲となる。当然、受け手は少人数という制約を受けるし、メッセージはその場で直ちに消え、時間的な保存がきかない。

私たちは、今日でも、家族の会話、近隣同士の会話、学校や職場の仲間たちとの会話などにおいて、直接コミュニケーションをかわしているが、これは人類誕生以来、絶えることのないコミュニケーションなのである。

間接的コミュニケーションというのは、なんらかのメディアをあいだにはさんでのコミュニケーションのことを言う。古くは、洞窟の壁や石、土器などに絵を描くことからはじまって、文字が登場し、紙が発明されるにおよんで、専ら紙がメディアとして利用される。

文字の書かれた紙が、人間の間接的コミュニケーションの世界をまず大きく拓き、15世紀の中頃に登場した活版印刷術が事態を一変させる。活版印刷

は書籍や新聞の刊行をもたらし、間接的コミュニケーションの世界を拡大する。19世紀に入ると、活版印刷の動力源として、蒸気機関が用いられるようになり、印刷量の増大とスピード化をもたらし、マス・ペーパーが発行され、マス・コミュニケーションの出現をもたらすこととなる。マス・コミュニケーションの成立は、それまでの人類が経験したことがない規模で、私たちの間接的コミュニケーションの世界を広げていく。

19世紀の前半には、モールスの電信、ダゲールの写真術、後半にはベルの電話、エジソンの蓄音機、マルコーニの無線電信、リュミエール兄弟の映画の発明が相次ぎ、20世紀に入って、映画が急速に普及し、1920年代にはラジオ、1940年代にはテレビ放送が本格化していく。間接的コミュニケーションの世界が飛躍的に拡大するわけである。

そして現在では、コンピュータと通信技術の絶えざる技術革新によって、間接的コミュニケーションは、マス・コミュニケーションの世界ばかりでなく、私たちの日常生活のなかにも深く浸透しつつある。通信衛星の活用、光ファイバー網の大容量通信回線の敷設、コンピュータ通信のインターネット、携帯電話、PHS などの移動体通信の普及が、間接的コミュニケーションの世界をますます身近なものにしつつある。またオーディオとビジュアルのメディアも技術革新が相次ぎ、テレビゲーム、ウォークマン、CD、LD、CD-ROM、MD、DVDなどが激しい競争を展開しつつある。

間接的コミュニケーションの世界は、さまざまなメディア開発によって、ますます多様化すると同時にいっそうの深化をとげつつある。私たちの生活のなかで、間接的コミュニケーションの占める比重も、それだけ高くなりつつあるわけである。

とはいえ、いくら間接的コミュニケーションの世界が拡大しようとも、生身の人間にとっては、直接的コミュニケーションを欠かすことは出来ない。家族のあいだで、職場で、学校で、近所だと、私たちは直接コミュニケーションをかわしており、これなしに私たちの生活は成り立たないのである。

間接的コミュニケーションの拡大で、私たちはどれだけ広い世界で生活出来るようになったかはかりしれない。その恩恵にあずかりながらも、直接的コミュニケーションを欠いては、生きていくことがむずかしいということも

知っておかなければなるまい。

(2) 全体的と分節的

そのコミュニケーションは、人間が持っている感覚器官のすべてを動員出来る可能性を持っているコミュニケーションなのかどうかに関点を置いて考える。

全体的コミュニケーションというのは、視覚だけとか、聴覚だけといった感覚器官の一部だけを働かせてのコミュニケーションではなくて、自己の感覚器官のすべてを動員し、あるいは動員出来る可能性のある状況でのコミュニケーションを言う。

赤ちゃんとのコミュニケーションでは、母親は赤ちゃんにほおずりし、声をかけてあやし、においを嗅ぎ、人間の感覚器官のすべてを動員してのコミュニケーションが行なわれている。スキンシップとかタッチングと言われているものは、単に触れるというだけでなく、その際には声もかけ、においも嗅いでいるはずで、全体的コミュニケーションに当たる。

若い母親のなかには、赤ちゃんにミルクを与える時、自分はテレビを見て、赤ちゃんになにも話しかけないという人もいるそうである。あるいは、一日中テレビをつけっぱなしの部屋に、赤ちゃんを置いておく母親もいるという。こうした母子の関係は明らかに全体的コミュニケーションを欠いていると言わなければならない。

恋人同士の関係も、抱き合ったり、手を握り合ったり、キッスをしたり、見つめ合い、語り合うわけで、やはり全体的コミュニケーションに該当する。

日常のフェイス・トゥ・フェイスの関係では、実際には、視覚と聴覚を動員して、コミュニケーションをかわしているケースがほとんどであるが、そうだとした場合のコミュニケーションは、握手をしたり、抱き合ったり、時には殴り合ったりする可能性を持っており、そういう意味で、全体的コミュニケーションと言えるわけである。

分節的コミュニケーションというのは、感覚器官の一部しか使わないコミュニケーションのことを指している。分節的コミュニケーションは、プリント系にしるエレクトロニック系にしる、メディアをあいだにはさんで行わ

れるコミュニケーションであるから、そのメディア特性に関与する感覚器官だけが用いられる。

手紙や新聞、雑誌、書籍、写真は、視覚だけしか使っていないし、CD、カセットテープ、ラジオ、電話（テレビ電話も出ているが）は、聴覚だけであるし、映画、テレビ、ビデオカセット、LD、DVD は、視聴覚を使っており、これらはすべて分節的コミュニケーションに該当する。

映画はその誕生以来、訴える感覚を広げるべく、さまざまな改良を企ててきた。視覚に訴える無声映画からはじまり、聴覚を取り入れて、トーキー映画になり、視覚性をいっそう高めるために、シネラマ、ワイドスクリーンを生み、聴覚性を豊かにするためにサラウンド方式を採用してきた。今日では、全天円周型のスクリーン、さらには客席を可動させ、可動のタイミングをオーディオ・ビジュアルにシンクロさせて、運動感覚に訴えようとするものや、CG によるリアルなシミュレーション映像と音響に合わせて身体を運動させ、実際の現実に参加しているような感覚を与えようとするゲームなどが楽しめるに至っている。作りもので擬似的ではあるが、人間の全感覚器官に訴えかけようとしているわけである。

バーチャル・リアリティと言われているものは、作りものの世界のなかで、感覚器官のすべてを動員しようという企てと考えることが出来る。とはいえ、それらが現実にとって代わることはない。私は、現実への直接参加において満たされる全体感覚が、擬似的な感覚にとって代わられることはないと思う。

全体的コミュニケーションは、先に述べた直接的コミュニケーションに重なる。直接的であればこそ、擬似的ではない全感覚器官の動員が可能となる。また分節的コミュニケーションは、先の間接的コミュニケーションと重なる。

私たちは、従来からの直接的・全体的コミュニケーションの世界に生きながら、近年飛躍的に発展を見た間接的・分節的コミュニケーションの世界にも生きているが、間接的・分節的コミュニケーションへの依存がすこぶる大きくなってきた。そのことがなにを意味するのかを考えておかなければならないと思う。どのようなコミュニケーションを営みながら生きているのか、それは人間にとってふさわしいコミュニケーションのありようなのかどうか

が問われていると言ってよい。

(3) 双方向的と一方向的

コミュニケーションには、発信者がいて受信者がいるが、メッセージの流れが一方向的になされているか、双方向的になされているかに注目した分け方である。

私たちの日常会話は、通常双方向的だし、電話の会話もそうである。直接的なコミュニケーションは、双方向的である。相手が返事を返さないとしても、双方向の可能性は持っているわけである。

即時ではないが、葉書や手紙などは、たいがいは受けたら返事を返すという場合が多いから、双方向のコミュニケーションと言ってよいだろう。広告としてのダイレクト・メールは、双方向を期待しているわけであり、成功すれば、双方向的となる。

間接的コミュニケーションは、メディアをあいだにはさむから、メディアの特性に従って、双方向的なものもあれば、一方向を特徴とするものもある。これまでのメディアで、双方向的であったのは、電話をはじめとしたごく一部のメディアだけで、ラジオやテレビは一方向的であり、新聞や雑誌、映画も一方向的であったと言える。

一般にマスメディアは、一方向性を特徴とする。それゆえに、大量の人々を相手にコミュニケーションがはかられるわけである。とはいえ、マスメディアも、読者や視聴者という受け手からの反応を出来るだけ吸い上げようと、読者からの投稿欄を拡充したり、視聴者の声を電話で受け付ける相談室を作ったり、双方向性を出そうとつとめている。最近では、それぞれのマスメディア機関が、インターネットにホームページを開設して、意見や感想の受け付けを行っている。

そうした受け手側のメディアへのアクセスがあるとしても、圧倒的多数の受け手からすれば、マスメディアは全体として見れば、一方向的と言わざるをえない。

従来型のメディアで双方向を可能にするものと言え、まずは無線通信や電話が思いつく程度であったが、コンピュータと通信の技術革新によって両

者の結合がはじまって以来、双方向コミュニケーションが出来るメディアやシステムが続々と登場してきた。LAN や VAN のシステム、テレビ会議、ビデオテックス、パソコン通信、インターネット、ケーブルテレビなどである。それも最初は情報量の少ない文字や音声だけの双方向だったものが、マルチメディアの到来で、動く映像の双方向コミュニケーションも可能とする時代がやってきた。さらには、一方向的なテレビ放送も、テレビ受像機に通信モデムを組み込み、電話回線とつなげて、放送と通信を融合した使い方も可能になってきた。

テレコミュニケーションの方向としては、一方向性から双方向性へという変化が流れとしてうかがえるのである。このことは、これまでの送り手主導型のコミュニケーションに変化が現れてきたことを物語る。つまり、受け手主体を配慮するようになってきたわけである。そのことを可能にする技術革新と受け手のニーズが、そうした流れを作り出しているものと思われる。

とはいっても、マスメディアは、一方向のコミュニケーションであるからこそ、一度に広範囲の人々に情報を伝達することが出来るのであって、こうしたメディアはこれからも一方向性を利点として用いながら発展をみていくことであろう。

(4) 閉鎖的 (クローズド) と開放的 (オープン)

この分類は、コミュニケーションが、閉じられた関係のなかで行われているのか、開かれた関係のなかで行われているのかに注目をした分け方である。

家族の会話とか、親しい友人同士の会話とか、一定のプライバシーを持った仲間内のコミュニケーションは、閉鎖的である。見知らぬ人が立ち聞きしていたら気味悪く思うであろう。仲間意識のもとに、私たちは気軽に会話をかわし、それは外に聞こえることはないから、私たちは安心して自由な会話を楽しむ。こうした集団は、個人が真に安息が出来、思索が出来る集団で、個人が心身ともに健康に生きていくのに必要である。そうした基礎的集団として、家族を上げることが出来る。そのなかには国家といえども、勝手に立ち入ることは許されない。

閉鎖的なコミュニケーションは、閉鎖的集団において、そのなかで発展を

とげる。その集団のなかでしか通用しない言葉を発展させる。特別な略語や隠語、符丁を使ったり、専門用語を使ったりする特徴を持つようになる。特別な用語を使って、容易に他者が入ってこられないように、壁を作るわけである。やくざ集団や特別な職業集団などが上げられる。こうした集団は、言葉だけでなく、集団特有の価値観や行為の様式を発展させる。

メディアを使った間接的コミュニケーションでは、手紙が上げられる。「親書の秘密」で勝手な開封は許されない。電話もそうである。法律によって通信の秘密を守るということになっているが、そうでなかったら盗聴は容易に行われてしまう。

パソコン通信も、パスワードを入れないことにはメールを引き出すことが出来ない。コンピュータ上のコミュニケーションでは、オープンでない情報にアクセスする時は、参入資格のあるパスワードを必要とする。コンピュータ上での取引や、有料情報の提供などは、クローズドなコミュニケーションの形態をとる。

クローズドとオープンなコミュニケーションの境界線は、それほど明瞭ではない。本来クローズドのコミュニケーション回路にしか乗らない、たとえばプライバシーに関することなどがオープンなコミュニケーション回路に乗せられてしまう場合があるし、またオープンなコミュニケーションであるはずなのに、さまざまな規制を設けて、参入者の制限をはかり、クローズドな性格を持ち込むケースもある。

不特定の大衆を対象とするオープンな放送の場合でも、見た人だけから料金徴収をする「有料放送」では、電波にスクランブルをかけるが、これはクローズドなコミュニケーションの持ち込みと言える。契約をした人たちだけが、アクセス出来るのである。このような一定の資格を持っていなければ参入の出来ないクローズドなコミュニケーションの形態が、今日では、どんどん増えつつある。

映画は映画館で上映される。映画館は、お金を払えば、本来的には誰もが入ることの出来る建物であるが、映画の内容によって、年齢による入場制限を課している。青少年保護のために、オープンなコミュニケーションに制限を課しているわけである。

新聞にしても雑誌にしても、テレビやラジオにしても、本来的には誰にでも開かれたメディアである。とすれば、誰でもが参加出来るわけであるから、お金さえあれば購入出来るのである。開かれてあるからこそ、またむしろかしい問題が起こる。

よく指摘される問題点としては、誰でもと言いながら、年齢的に未成熟な青少年を守るために、どのような制限を設けるかということと、もう一つには、メッセージが公開され、公衆の前に露出されるので、見たくもないものを半ば強制的に見せられてしまうのをどうするか、という問題がある。表現の自由は、その表現物があらゆる人々に届く可能性があつてこそ、重みがあるわけであるが、届いては困る人々のために、一定の制限を課さざるをえないわけである。特に、ポルノグラフィ、残虐な暴力描写、著しく品位を欠く言葉などが問題となる。

これまででは、オープンなメディアは、それぞれが自主規制を設けることによって、一定の制限を加えてきたが、ケーブルテレビやデジタル衛星テレビの出現で、大量のチャンネルが生み出され、競争が激化していくなかで、チャンネルごとの自主規制が有効に機能しなくなりつつある。

また家庭の状況も変化してきており、テレビもコンピュータも容易に手に入るようになってきて、それらの自由な使用が低年齢化してきた。テレビも一家に一台の時代なら、子供のテレビ視聴を親が目配りすることも可能であったが、どの部屋にもテレビが置かれ出すと、親の目も届かなくなる。子供がコンピュータを操作し、インターネットに自由にアクセスし出すと、大人の目を逃れて「大人の情報」に接することも可能となる。さまざまな情報に青少年が容易に直接に触れることの出来る環境が生まれてきたのである。

そうした危機感から、アメリカでは、家庭のテレビ受信機そのものに信号を入れておいて、家庭への入り口で、親が番組をチェックするシステムを考え出した。すでにテレビの大量多チャンネル化が実現しており、それらは、一部ペイ・チャンネル化によって差別化されているが、開かれたメディアとして、青少年の生活に、ますます深く浸透していている現実をふまえて、家庭に入ってくるチャンネルおよび番組について、親が家庭において規制出来るようにしたのである。いわゆる V チップ制の導入である。テレビに V

チップコンバーターをつけて、保護者が、自分の家に必要ないと思う番組を遮断出来るようにするのである。

誰にでも開かれたコミュニケーション・システムとしてのインターネットについても、同様の問題が派生している。アメリカでは、政府が1996年に「通信品位法」を成立させ、インターネット上のわいせつ画像に対する規制を行うことにしたが、1997年6月に、米連邦最高裁は、「通信品位法」は、憲法違反であるとの判決を下した。

発信者の表現の自由、受信者の受け取る自由を守りながら、青少年にはアクセスさせたくない、そうした情報をどうすればクロズドに出来るかが問題となっているわけである。法的規制ではなく、自主的な規制によって「青少年保護」が実現出来ればよいのだが、それに期待をかけながら、テレビの場合のVチップと同様に、インターネット用のチップが開発されつつあるという。

コンピュータとテレコムが発達は、誰でもがいつでもどこからでもアクセス出来るような開かれたコミュニケーション・システムの出現を可能にした。特別の資格や年齢、性別、地域や国別等の限定を越えて、オープンなコミュニケーション・システムを生み出したことの文明的な意義は、すこぶる大きいと言わなければならない。そのオープン性を原則としながら、青少年のアクセスに一定の制限を課すにはどうすればよいのかが問われているが、その調和は容易ではない。

衛星テレビやインターネットは、ボーダレスなメディアであるから、受信する国によっては、国内法との関係をどのようにはかるかの問題も浮上してくることとなる。

(1998年)

第2章 メディアについて

1. メディアとは

メディアという言葉をご定義するのは、はなはだむずかしいことではあるが、一応の検討をしておこう。

メディア (media) は、英語のミディアム (medium) の複数形であるのだが、日本語としては、単数、複数の区別なしにメディアという言葉を使っている。どうしてそうなったのかはよく分からないが、あらかわそおべえ著の『外来語辞典』(角川書店、1967) を見てみると、1955年7月の「婦人公論」での「ラジオ、新聞、雑誌、映画といったマス コミュニケーション メディア」という用例が紹介されている。ここでのメディアは複数の意味するものとして使われていることが分かる。その次の用例として、1957年9月の「中央公論」での「手紙をメディアにして交流し合う」が上げられている。これは、単数としての手紙を指して使われている。ということからすると、日本語が単数と複数の使い分けをしないことから、メディアの語が使われ出した頃から、複数形のメディアが用いられるようになったと考えてよかろう。

英語の辞書では、medium として、その意味が説明されている。中位、媒介物、媒体、媒介、手段、媒質、霊媒、平均値といった日本語訳が当てられている。これらを抽象すると、あいだをとりもつもの、あいだに入ってなにかを伝えるもの、という意味が読み取れる。日本語としては、「媒体」がその意味をよく伝えている。あいだに入ってなにかを伝える、発信するものと解釈すれば、メディアは非常に幅の広い言葉として使うことが出来る。

「ファッションはメディアだ」という言い方も成り立つし、「都市はメディアである」という言い方も出来る。なにかあるメッセージを発信するものとしてとらえれば、なんでもメディアと考えることが出来る。

コミュニケーション論で考えるには、一定の限定をしておかなければなら

ない。まず発信体があって、そのものがメッセージを受ける受信体に向けて発信するという一連のコミュニケーション・プロセスにおいて、そのメッセージの伝達を担うものを、ここではメディアと呼ぶことにしたい。

そうは言ってもまだメディアの内容は明確ではない。私たちは、テレビ放送をメディアと言い、番組が運ばれる電波もメディアと言うし、受信機もメディアと言う。また番組それ自体もメディアと言うし、それを録画したテープもメディアと言う。こういう場合、どのレベルのものを指してメディアと言っているかは、私たちは文脈によって判断しているわけである。

そのようにメディアという言葉は、物理的な物質ないし材質のレベル、考案された機械や装置のレベル、ソフトのレベル、それから社会的システムのレベルというふうに、多層的な構造を持っている。私たちは、そのことをあまり気にかけることなく、メディアという言葉を使っているわけである。

次に現代のメディア状況を見ることにするが、通常使い慣れている言葉を用いることとする。したがって、それらの言葉の使い方は、レベルに一貫性がなく、物理的レベルのものもあれば、機械技術のレベルのものもあり、社会的システムのレベルのものもある、ということになっている。

2. 現代のメディア状況

今日のメディアの状況をうまく分類出来る図式があればよいのであるが、「メディアの融合と統合」が進むなかで、そうした図式を描くことはとてもむずかしい。

まずメディアの分類として、技術的發展の跡をたどって分けてみる。「空間系メディア」「ハードコピー系メディア」「ソフトコピー系メディア」の三分類が上げられる。その三つを縦軸にとり、横軸にそれ自体で完結する「単体系」とテレコム「無線系」と「有線系」を用意して、その組み合わせのなかで、メディア状況を把握したいと思う。メディアを用いたコミュニケーションの歴史から考えていく方法もあるが、私は、現在展開されているコミュニケーションの状況を見ることから、メディアをとらえている。

(1) 空間系メディア

観衆という受信者を集めて、パフォーマーという発信者がコミュニケーションを行っている劇場や大ホール、スタジアムがあるが、これをメディアとしてとらえ、「空間系メディア」と考える。1つの場＝空間が設営されて、その上に発信者と受信者が乗り、相互のコミュニケーションが行われるので、その空間をメディアと考えるわけである。

そのように考えると、一番古いところでは、村のなかの、あるいは都市における「広場」が上げられる。広場の用途を考えてみると、次のような種類を数えることが出来よう。

広場は、①人が群がり、話し合い、憩い、交流をする場（社会的広場）であり、②市場を開き、物の交換をする場（経済的広場）であり、③教え、教えられ、知識を伝達する場（教育的広場）である。また④神に祈り、捧げ物をする場（宗教的広場）であり、⑤リーダーが指示、命令をしたり、示威行動をする場（政治的広場）であり、⑥人を裁いたり、処刑をしたりする場（司法的広場）、⑦演劇や音楽、見せものを見せる場（文化的広場）でもあった。

こうした広場は、やがて時代とともに機能分化していくことになる。社会的広場は公園に、経済的広場は取引所・市場に、教育的広場は学校に、宗教的広場は教会・寺院に、政治的広場は議会に、司法的広場は裁判所に、文化的広場は劇場・スタジアムにと変貌をとげていく。

今日のそうした広場をメディアとしてとらえた時、それらが閉じられた空間として、そのなかでコミュニケーションが完結する場合は「単体系」となる。単体系は、またそれ自体変化をとげて、今日では高度なオーディオ・ビジュアル技術の導入で、かつての空間とは違った空間を実現している。

劇場や学校、議会、裁判所、教会は単体系として使われているのがほとんどであるが、テレコムが発達で、その空間が無線や有線の通信とつながって使われるものが登場してきている。

学校では、教室に視聴覚機材とテレコムの装置を備えつけ、他のキャンパスとあるいは他の学校をつないで「遠隔教育」が実施される。会社の会議でも、会議室と遠隔地の会議室をつないで「テレビ会議」が行われる。自宅

をホームオフィスとして、会社とつなぎ、家に居ながらにして「テレコミュニケーション」をする。病院と診療所をつないで「遠隔診断」を行うとか、裁判所と遠隔地の裁判所をつないで「テレビ証人喚問」も可能となる。

今までは、一定の場所に向かなければならなかったわけだが、場所に縛られず、離れて業務を行うことが出来るわけだ。これは別名「テレワーク」とも言われている。それらは新しいコミュニケーションのシステムであるが、ここでは新しいメディアとしてとらえておきたい。まだまだ新しいコミュニケーション・システムとしてのメディアが登場してくるであろう。

(2) ハードコピー系メディア

ハードコピー系のメディアとしては、現在で言えば、まず紙をメディアにしたものが上げられる。新聞、雑誌、書籍、ポスターの類のプリント系メディアは、すべてハードコピー系のメディアとなる。写真もここに入れることが出来る。

ハードコピー系メディアは、情報が眼前に与えられており、見たり読んだりするのに特別な再生装置を必要としない。したがって、持ち運びが自由に出来、どこでも見たり読んだり出来るという特徴を持つ。ということはまた、これを伝達するためには、運ばなければならないという条件がつく。人が運んでも、自動車、電車、飛行機で運ぼうとも、いずれにしても運搬することがつきます。

新聞も今日では、活版印刷から抜け出て、コンピュータ化された電子印刷へと移行している。活版印刷は、15世紀の半ばに発明された技術で、改良に改良が加えられてきたが、500年以上の歴史を数えてきて、それが20世紀の末になって急速な技術革新を迎え、コンピュータ化された電子印刷にとって代わられるようになった。カラー印刷の技術も高度化し、オリジナルと寸分違わぬ印刷や合成の技術も高度化し、印刷の技術はその頂上を極めているのではないかと思われるぐらいである。

ここでも、紙に乗せられた情報は、乗り物を替えて、読まれてテープに入って「カセット読本」となったり、CD-ROM に収められて「電子ブック」となったりする。乗り物を替えることによって、ソフトコピー系のメ

ディアの仲間入りをするわけである。またテレコムにつながって、「ファクス新聞」となったり、パソコン通信から引き出せる「電子新聞」となったりする。

電子情報化されたテキストは、紙に打ち出すことも出来れば、電子系のメディアに乗せて送り出すことも出来るようになったのである。電子情報化された情報は、通信衛星や光ケーブルの回線を使って、遠隔地に伝送が出来、現地印刷を行えば「衛星版新聞」となる。今日では、日本の代表的新聞が、日本と時間差なくニューヨークやロサンゼルス、ロンドンなどでも読める時代となっている。

(3) ソフトコピー系メディア

ハードコピー系は、情報の再生装置を必要としなかったが、ソフトコピー系は電気を利用して、情報に見合った再生装置を用意しなければならない。レコード、映画、ラジオ、テレビ、ビデオ、ウォークマン、CD、CD-ROM、DVD、コンピュータ・ソフト、テレビゲームなどがこれに該当する。

ソフトコピー系は、電気を用いることから、近代に入って登場してきた。1830年代の電気通信のはじまりが、その最初ということになる。電話、レコード、無線通信、映画、ラジオ、テレビというメディアが、19世紀の後半から20世紀の前半に出そろったが、後半に入って、コンピュータが登場し、その技術革新に電気通信の技術革新があいまって、1980年代以降、急速に多種類のソフトコピー系のメディアが現出する。

メディアで言えば、この分野が最も大きな変革をとげていると言える。単体としての新しいメディアの開発も活発であり、無線あるいは有線のテレコムとつながって、新しいサービスの提供が相次いでいる。また無線系のメディアが有線系と結合して、新しいサービスを生み出す試みも活発化している。ケーブルテレビは、地域においては有線であるが、通信衛星経由での番組受信は無線となっている。

インターネットは、制度的には「通信」であって「放送」ではないが、広く受信者からアクセスを受ければ、それも同時性のもとにアクセスを受ければ、実質的には「放送」と変わらないサービスを提供することが出来る。あ

るいはまた、テレビ受信機にモデムをつなぎ、電波を受信しながら同時に電話回線を使って情報をやりとりすることも可能となってきている。

世界的に「放送のデジタル化」がはじまっており、従来のアナログ方式は確実にデジタル化の方向に向かっている。ソフトコピー系のメディアのすべてがその方向にある。放送が一番遅れているのだが、2003年には、わが国においても、デジタル化されていく予定である。

情報としての記号のあり方が、すべてデジタル化されるということになると、それはコンピュータとなじむわけで、音声から文字、データ、静止画、動画などすべての記号を統一的に扱うことが可能となり、要はそれら进行处理する容量の大きさの問題となる。大容量の情報処理能力を持つコンピュータと通信回線が確保されれば、どんな種類の情報であろうと、双方向で伝達し合うことが出来るようになる。つまり、マルチメディア時代の到来となるわけである。

放送と通信の融合が指摘されているが、放送がデジタル化されれば、テレビ受信機とコンピュータは限りなく近づいていき、新しい「テレコンピュータ」といった次世代の機器が登場することになる。

メディア間において、どんな融合の形態が登場してくるかは、まだまだ予測がつかないが、新しいコミュニケーションのサービスが次々と生まれてくることは確かである。

(1998年)