ニューメディアと社会的意義

大 蔵 雄之助[†]

許認可事業の対象として、日本ではニューメディアがどのように取り扱われてきたか、その問題点を指摘する。一方、アメリカではCNNの急成長が3大ネットワークの存在を揺さぶり、アメリカ国民の生活パターンをも変えつつある事実を述べる。さらに、経済大国と呼ばれるようになった日本ではあるが、文化面でも国際的に貢献する手段としてニューメディアの活用を提言する。

1. ま え が き

ニューメディアについては、はっきりした定義がない。科学史を専門とする中山茂氏は、およそ次のように述べている。

従来、先端技術は国家や大企業が利用するものであったが、いわゆるニューメディアと称されるものは各家庭に売り込まなければならないために、宣伝の目的で“ニュー”という冠をつけたのだから、テクニカルダムとして内包外延を確定する必要はない。そこに含まれる基本技術としては、通信衛星、光ファイバ、それに基本的なものとしてコンピュータが必ず入る。商品として市場にあらわれるものとしては、データ通信、ファクシミリ、CATV、パソコン、ワープロなどで、これらを組合せて使う。総括すれば電子情報+コンピュータということになる(『二十一世紀への思索——続・転換期の思想』, 1986年, 新地書房刊)。

私はかつてニューメディアを、“有線および無線の電気通信技術の革新によって新たに市場に参入する可能性のある情報媒体”とむりやりに定義したことがあるが、中山氏のように突き放して考えてはいない。

メディアの端末機がエンドユーザーに購入されなければならないということでは、ラジオやテレビの場合に先例があり、“ニュー”メディアの専売ということではない。アメリカで“ニュー”テクノロジーと、ひと

くくりにされたのは、エレクトロニクス技術を最大限に利用した通信技術が一斉に動きだしたからであろう。

産業革命以来、紡織であるとか鉄鋼であるとか自動車であるとか、社会の牽引力となる工業生産が常に存在したが、低成長期になって機関車の役割を果たすものがなくなってしまった。あいまいながらニューメディアには資本主義社会再生の夢と期待がこめられているといっていいただろう。

さて、このような状況の中で、しいてニューメディアのニューたるゆえんを求めて具体例を挙げてみることにしよう。

① 搬送手段としてのニュー——衛星(通信・放送)、光ファイバ、MDS(マイクロによる複数チャンネル伝達方式)、および一定の条件の下でのケーブルテレビ

② 情報量と品質におけるニュー——本来の意味でのHDTV(高精細度テレビ)、ホログラフィー、ディジタルVCR、ビデオディスク

③ 多重・複合のニュー——テレビとFMの文字多重とファクシミリ多重

④ 双方向というニュー——ビデオテックス、アドレスバリエーティビティを利用したペイテレビ

(詳細は、拙著『ニュー・メディア文化論——マスメディア社会のなかで』, 1986年, 中央経済社刊)

このような分類が適当かどうかは自分でも自信がないが、ニューメディアが技術に大きく依存していることは明らかである。

私が目下従事しているニュースの仕事を例に挙げれば、なんでもないような個々の報道をめぐって、絶えず上下左右から非難や批判がある。こういう時、不偏

[†] 株式会社東京放送 テレビ本部報道局

“New Media and Social Consciousness” by Yunosuke Ohkura (Tokyo Broadcasting System, Inc., Tokyo)

本稿は、昭和61年9月11日 昭和61年電気・情報関連学会連合大会における特別講演です。なお、紙数の都合で一部割愛いたしました。

不党の判断の基準は、開きなおっていえば、自分自身しかない。大事なことは、事後になって事実のあやまりを確認した場合にただちに訂正する勇気を持つことであろう。

私のニューメディア論に対しても、いろいろな論評があるであろうことは充分覚悟しているが、広くあらゆる職場にまたがった、いわば“業際”的な討論は必ず学問の発展に役立つものと信じて、この場を借りて若干の問題を提起したい。

2. ニューメディアの現状

すでに述べたように、ニューメディアには多様な種類があるが、今のところいずれもマスコミュニケーション媒体として自立するには至っていない。

ニューメディアについては多くの慎重派から、“フイーバーのみあって実態のない技術主導型”と、冷やかに断定されている。しかしながら、新しい産業技術の開発が技術主導でなく行われうであろうか。近代科学産業はすべて少数の技師たちの好奇心と努力から生まれたのではないだろうか。過去の歴史にならえば、これからの多くのニューメディアの成功と失敗は初期の技術開発段階を脱したあとの使い方である。

もっとも、ニューメディアと呼ばれるものの幾つかは郵政省の許認可とかかわりあいがあるために、ある種の妥協がはかられており、事業として促進する原動力になるはずの自由な意志決定が阻害されている。議論を進める前提として、まず問題点を指摘することしよう。

2.1 衛星放送

衛星放送に関しては、放送法に何の規定もない。にもかかわらず、BS-3の段階で本放送が免許されるという約束で、極めて日本的に民間側1チャンネルの競願調整が行われ、2チャンネルはBS-2の後継としてNHKに割り当てられることになった。けれども、さかのぼってBS-2でNHKに2チャンネルの放送をさせるのが妥当かどうかをめぐる、きちんとした討議はなされなかった。もっと良くないことは、打ち上げは宇宙開発事業団(NASDA)、管理・運用は放送衛星機構(TSCJ)に一元化するという方針にまったく手を触れないまま、衛星放送事業を分離したことである。

戦後に放送法を制定した当時は、放送を事業として施設と切り離して考えるという方向であった。それ以降も同様の構想が郵政当局から発表されたことがあるが、事業内容に対する規制強化を警戒した業界の反対で陽の目を見なかった。民放を全国にあまねく4チャ

ンネル普及させる過程で、放送のハードとソフトの分離は改めて考慮するに値するかもしれない。だが、それは、基本的には事業者を選択を許すべきことである。最近BS-2bの引き取りにからんでいざこざがあったと聞くと、NHKが打ち上げから放送実施まで一貫して管理することになっていたら、故障そのものは避けられなかったとしても、責任の所在は明瞭であり、事故の処置はスムーズにいったことであろう。

放送のような業種では、ハードとソフトが一体であることが経営の効率化と直結している。政府の方針は自由化、多様化の時代にふさわしくない。

(衛星放送については、拙著『通信戦争——勝者の条件は何か』、1985年、講談社刊をご参照いただきたい)。

2.2 文字放送

これも前項と同様、郵政省がむりやりに第三者機関というものをつくらせたために不自然なことになった。チャンネルの裏側の文字放送は表のチャンネルとは独立しているとはいいいながら、あるチャンネルの裏の文字放送から直接に別の文字放送へ切り換えることができない。つまり、いったん表の画像に戻してからチャンネルを変えて、再び文字放送に戻さなければならない。このような面倒な操作を待つまでもなく、文字用の垂直帰線期間がテレビの本放送に帰属していることは疑問の余地がない。そのために各社とも自社の番組と自社の関係する第三者の番組とをいっしょにして目次に表示している。人為的な無理な作為は、法律をもってしても強制できないことがわかった。

もともと文字“多重”放送を独立させたのは、放送局の社会的な影響力が大きくなりすぎるのを防止するというのが名目であった。私の知りうる限りでは、イギリスを除いてはテレテキスト事業の赤字を解消する目処は立っていない。しょせんマイナーなメディアにほかならない文字放送が日本で力を発揮するようになるのは一体いつのことであろうか。もしも集中排除の弊害が明らかになったら、その段階で分離を命令すれば足りることではなかったか。このような副次的な媒体は、初期の負担に耐えて社会的信用を獲得するまでは、経営基盤の固いところに併営させるのが賢明であると思う。

2.3 新規の第1種通信事業

NTTに対抗する電気通信事業は、大別して通信衛星と地上回線に分かれ、後者はさらにマイクロ系と光ファイバ系に分類される。このうち、国鉄系の「日本テレコム」が去る8月1日から東京・名古屋・大阪の間で正式に営業を開始した。このあと京セラ系の「第

2 日電」が 10 月に、続いて道路公団系の「日本高速通信」が 11 月に、それぞれ東京―大阪間で専用線サービスを開業する予定である。他方、ニューメディアの主力と期待される通信衛星は、伊藤忠・三井物産・ヒューズ系の「日本通信衛星」も三菱系の「宇宙通信」も 1988 年春スタートを目標にしているが、スペースシャトルとアリアンロケットの相次ぐ失敗で、最初の予定通り順調に進行するかどうかあやぶまれている。このほかに東京電力系の「東京通信ネットワーク」が関東一円を対象地域として 5 月下旬に申請をすませており、事業認可待ちの状態にある。

NTT 以外の第 1 種電気通信事業者が直面する最初の問題は、市内回線へのアクセスであった。NTT として低料金競争を防ぐためにはアクセスチャージを楯にとるのが一番有効だった。かといって、あまり手荒なことをすれば、来年の NTT 発足 3 年目の見直しの時期に、アメリカの AT&T と同じように市内回線分離の声が起きかねなかった。

ところが、これは特別の接続料金なしであっさり片づいた。地上系の新通信事業者 3 社が、現行の NTT 料金のおよそ 3 割引きで横並びに統一されたからである。正直なところ、私は非常に失望した。これが日本の通信自由化の実態であろうか。これはお役所承認のカルテル行為ではないだろうか。

NTT では顧客を奪われないために専用線の料金を多少下げることが計画しているそうであるが、3 割程度の料金差ならば、これまでの信頼度やサービスの中身からして、全面的に新しい方に移る客はそれほど出ないものと思われる。

通信衛星について“トランスポンダの数が多すぎては共倒れになってしまう”とか、“出力が大きいと放送衛星と紛らわしくなる”とか、監督官庁が干渉しているという話は聞いていたが、仕組みも規模も異なる通信事業者全部の料金が一律では競争のインパクトは著しく薄れる。低廉な利用料金こそが需要に対するインセンティブとなるのである。これが業者の自主的な申請によるものであって行政指導の結果でないとしても、内需拡大をめぐる注目されている折から、諸外国に与える印象は決して良くないであろう。

国内ばかりでなく、国際通信の分野でも KDD に対抗して 2 系統の会社が名乗り出ている。この場合も料金は政府の許認可の対象となる。既存の会社の立場に配慮しすぎるようなことになると、何のための規制緩和、自由化導入かわからなくなってしまう。

2.4 CATV

ケーブルテレビがニューメディアの範疇に入るかど

うかについては、私は懐疑的である。同軸ケーブルによる共同視聴は古くからあるし、多数が同時に見ることを前提とする CATV が完全な双方向性などを備えることはないと感じているからである。しかし、当面最もよく知られている存在であり、通信衛星と結びつけば量的にも飛躍的な発展がありうるかもしれないので、取りあげておく。

これからの都市型 CATV といわれるものの難題は地下埋設、とりわけ電力会社との関係であろう。どのように進展するかについて、他人事ならず興味をもっている。

2.5 キャプテンと INS

国際的にビデオテックスと呼ばれているキャプテンは、文字放送に先駆けての実用のサービスを開始した。実験段階から今日まで専用受信機の数ほとんど増加していないと聞いている。キャプテンは分割を阻止しようとする電電公社の INS 構想の尖兵の役割を担って準備不足のまま登場させられた。ゼネラルユースならば文字放送で充分であろう。しかも、本編の INS もまた双方向 CATV の羽音におののいて大あわてで宣伝されたので、何でもできるというポンチ絵ばかりが目立って、本当に何をするのかはさっぱりわからなかった。

やりたいこととやれること、今すぐやれることと将来いつかやれること、それも納得のいく費用の範囲内でやれることとやれないこと……こうした仕訳ができていない。

3. 出番を待つニューメディア

3.1 HDTV

今年の CCIR の会議でソビエトを含むヨーロッパ勢の反対で日本の高精細度テレビ方式が国際統一規格として採択されなかった経過については、周知の通りである。底流に日本のエレクトロニクス産業、特にカセット VTR の輸出に対する不満があったことは否めないし、ヨーロッパの衛星放送の共通規格として採用した MAC 方式へのこだわりがあったことも事実であろう。

しかしながら、息の長いヨーロッパの放送関係者が拙速を戒めている背景については率直に耳を傾けるべきではないだろうか。

NHK の開発したハイビジョンは 35 ミリの映画製作の代替としては極めて有効であるらしい。けれども、一般家庭に入るには値段が高いし、日本よりもはるかに広いヨーロッパの住宅にとっても大きすぎる。迫力のある大型スクリーンが居間に進出するために

は、厚さ 10 cm 前後の壁掛けテレビが実現し、それが現在のテレビ受像機程度の値段で買えるようであればならない。

一方、1977 年の世界無線主管庁会議 (WARC) で決定した放送衛星の 1 チャンネル 27 MHz のバンド幅では帯域圧縮をしない限り HDTV は実現できないので、Ka バンドが開発される時期まで免許は見合わせようという意見がアメリカの連邦通信委員会 (FCC) でも有力である。

さらに、HDTV をそのままオフセット印刷に利用するとすれば、走査線の数も 1125 本どころか、その倍か 4 倍にするほうがいいといわれている。

これらのことを全部総合すると、のちのち悔いすることのないよう、高精細度テレビは 20 年後ぐらいを目標にして、ここしばらくは EDTV で切りぬけるのが賢明だという主張が成り立つ。

もちろん、非放送のパッケージ系はいつでも切り替えが簡単だから、経済上の要求からひとまずハイビジョン規格でスタートしておけばいいだろう。

3.2 放送ファクシミリ

多重可能な電波の効率的な利用法については、諸外国の例を参考にしながら早急に決定する必要がある。その際、文字多重と同じように別免許ということになれば、混乱はますます大きくなり、普及促進にも影響がある。多重系は本体の放送との補完において伸びてゆく可能性が強いことを、重ねて強調しておきたい。

放送ファクシミリが電波新聞になるというのは妄想である。放送に記録性が備わることは、ジャーナリズムとしての責任を強化するのに役立つ。

4. 発展の条件

ハンガリーの経済学者コルナイ・ヤーノシュが書いた『“不足”の経済学』という本がある (1984 年、岩波書店刊)。共産圏では売り手と買い手の間にしばしば水平不足が生じるが、これに対する適応形態としては 3 つのタイプがある。第 1 は、所望する財・サービスが入手できないための“強制代替”であり、希望するものよりも品質の劣るものか、値段の高いものを買うことになる。第 2 には、品物を求めて店から店へ歩く“探索”である。その前段階には、よく知られているように、少ない商品を争う行列がある。“強制代替”が“探索”のあとのあきらめとして行われることもある。第 3 は、次の機会を待つ“延期”である。2 番目と 3 番目では需要が持続するが、最初のケースでは、需要は一応消滅する。

我が国のような豊かな社会では、いろいろな中から選択する自発的代替はあっても、強制代替はないと考えられている。実際には、当然存在してしかるべきものが何らかの理由で出現しないために、知らず知らずのうちに強制的代替を迫られているということがある。たばことか電話料金とかのように財やサービスが独占で維持されているもの、あるいは同一経路同一運賃の決まりになっている航空路のようなものは、一種の強制代替の部類に属する。

ニューメディアが成功するかどうかは、新しいメディアが古いメディアの自発的代替の対象になりうるか否かにかかっている。ただ、これは先ほどの“不足”の場合とは少々異なる。不足というのは供給を上回る需要があるということであるが、それが即ニーズということにはならない。個々の商品ではなくメディア全体で自発的代替が発生するためには、まず社会的なニーズが必要である。

では、ニューメディアのニーズは存在するであろうか。前に例示した幾つかのニューメディアには残念ながら当面は顕在的なニーズは、あるとしても小さい。価格が低廉であるということからくる置き換えにとどまりそうである。しかし、スパンを長くとること、それから便利さというものの視点を変えることによって、対消費者の関係で欠けているもの、すなわち個人の“ウォンツ”を満たすことができるのではないだろうか。

唯物弁証法においては量の連続的な増大が質的な変化をもたらすということになっている。安いという理由で普及していくうちに新しい機能を発揮するようになる可能性は大である。

例えば、アメリカで起こっているニューメディアの一連の動きは、すべて有機的につながっているのではないかという気がする。

なぜアメリカでケーブルテレビがほぼ 50% まで浸透するようになったかについては、もういろいろところで述べられているので省略するが、ある段階に達した時に通信衛星が出現してケーブルの伸びに弾みがついた。そして、そのサービスのひとつとして CNN (ケーブル・ニュース・ネットワーク) という映像による 24 時間ニュースが登場した。

創始者のテッド・ターナーは、第 1 段階でジョージア州アトランタのローカル UHF 局 WTBS を『スーパーチャンネル』と名づけて通信衛星にのせてアメリカ全土で見られるようにした。これはビジネスとして成功し、映画と一部のスポーツ中継では 3 大ネットワークに準ずる地位を獲得した。そうして次に狙ったの

が、ニュースメディアとしてのネットワークのステイタスであった。

これについては、最初、専門家の間で“ニュースの取材にどれほどの費用がかかるかを知らない無謀な試み”という意見が強かった。けれども、総合編成のテレビの中で自由なニュース報道ができないことに不満をもっていた記者たちがCNNの構想を聞いて大量に移籍し、1980年6月の放送開始後たちまちにして自他ともに「第4ネットワーク」と称するほどになった。知名度、視聴度、ひいては影響度においてCNNは今やアメリカのジャーナリズム界で無視しえないものとなっているが、実は一般に考えられている以上にメディアの世界を揺すぶっている。

改めていうまでもなく、アメリカには有力な全国紙がなく、事件を知る共通の手段は、CBS、NBC、ABCのイブニングニュースであった。大統領以下大多数の国民は1日1回テレビの前にすわって、その日の出来事を確認するのが長い間のしきたりとなっていた。

ところが、CNNはこの習慣を打破した。夕方を待たずに何が起こったかが、大小を問わずとくに明らかになっている。もちろん、ネットワークのニュースは行きとどいていて迫力もあるが、スポーツの試合と同じで、結果がすでにわかっている、曲折のある経過の興味も半減する。このために、3大ネットワークのメインニュースの視聴率は徐々に低下している。

しかしながら、インパクトはニュース部門にとどまらない。これまで久しく、ニュースを見たいと思えば、やむをえず一定時間テレビの前に集まらざるを得ず、そのために、引きつづいてそのまま娯楽番組を見る率が高かった。その習慣がCNNによって破られたのである。特定のニュースの時間にテレビ受像機の前に全員集合をしなくてもすむのなら、ましてやその後みんながそろって娯楽番組を見る必然性はない。たまたまビデオレンタルがペイテレビに対抗して攻勢に出た時期とも一致して、アメリカ国民の生活パターンそのものが変わりつつある。

CNNを意識すればテレビは速報ニュース性、同時情報性を強化せざるをえない。これは“恐龍”と恐れられたアメリカのネットワークテレビの収入構造を根本的に変えることになるだろう。一方では、ローカルの系列局は地元のニュースをふやすことによってCNNを含むケーブルテレビと闘うことになるので、おのずからネットワーク依存度が減少する。

テレビだけではない。私は新聞界にも波紋は広がっていると思う。現在アメリカで“USA TODAY”と

いう新聞が出ているのお聞きになったことがあろう。タブロイド版のオールカラー印刷で、一般ニュース・天気予報、経済、生活・家庭、スポーツの4部にコンパクトにまとめられている。これはCNNヘッドラインニュースの活字版にほかならない。通信衛星を利用して全米の50カ所以上で印刷しており、発行元のガネット社の発表によれば、過去アメリカ最大であった『ウォール・ストリート・ジャーナル』の160万部を抜いて200万部に達しているばかりか、さらに増加の傾向にあるとのことである。

「南部の暴れん坊」という異名をとるテッド・ターナーは、その後CBS乗っ取りに出て世間を騒がせた。CBSは10億ドルの借入金で自社株を購入して株価を釣り上げ、企業防衛に成功したが、借金の金利の重みで財務内容は悪化し、不景気も重なって、往年の黄金時代のような勢いはない。ターナーもCBSに対するTOBの失敗で大きな打撃を受けた。一応、方向を転じてハリウッド映画のメジャーであるMGM-UAを買収したが、今後どのような動きをするのかまだ予測がつかない。アメリカのTBS（ターナー・ブロードキャスティング・システム）は今年の夏モスクワで「グッドウィル・ゲームズ」という競技大会を開いたが、これも大きな赤字を出している。週刊の『ブロードキャスティング』誌が伝えるところによれば、視聴率4%台を保証してスポンサーを集めたにもかかわらず、平均2%台であったために、後始末に苦慮しているということである。ひょっとするとこれが、支局や機材の充実を計画していたCNNにも影響するかもしれない。

ついでながら、CNNは日本の一部でも見ることができる。外国の大使館やホテルの外国人宿泊客の間では評判がいいし、外務省や商社などアメリカと直接関係の深い機関でも便利がられている。けれども、通常の市民レベルでは英語のままで理解することは困難であるし、なんとかかわかってでもアメリカ人の視点によるニュースはあまり意味がない。日本のジャーナリストが編集した24時間ニュースが実現して初めて日本のテレビも大きく変わるであろう。その時期はそんなに遠くはあるまい。通信衛星が上があれば新聞系列ごとの24時間ニュースの競争が始まるものと思う。

5. メディアの方向

オールドたるとニューたるとを問わず、メディアはいかにあるべきであり、いかなる方向に進むべきであろうか。未曾有の海図なき時代にあっては一人一人が自分で目標を立てるほかはない。私なりの回答は次の

ようなものである。

明治の開国以来のジャーナリズムの発展のあとをたどると、まず“^{おお}大新聞”の時代があった。当時の“大新聞”というのは、言論機関として政府官員に挑む、論説を主体とした新聞であった。多分これはイギリスのクオリティーペーパーを模倣したものであったろう。だが、日本ではヨーロッパやアメリカのような形で知識人専用的高级新聞は定着しなかった。

間もなく明治の“大新聞”は、三面記事など事件の報道に重点をおく“小新聞”に席を明けわたすことになった。その“小新聞”が今日“^{だい}大新聞”といわれている「朝日新聞」や「毎日新聞」の前身である。欧米の有力新聞は発行部数がいずれも人口の0.5%内外である。日本にあてはめれば50~60万部に相当する。しかるに日本のいわゆる“大新聞”は、その10倍の読者を抱えている。これは宅配制という独特の販売促進方式の功績もあるだろうが、何よりもクオリティーを犠牲にして大衆化したことに原因がある。

高級紙と大衆紙の区分を定義するのは難しい。高級紙も客観的なニュースの速報をおろそかにしているわけではないからである。強いていえば、高級紙は星占いや身の上相談を掲載しない。それから社会種の記事を書くに当たって記者が感情移入をしない。全般的にセンセーショナルを避けて冷静な論理に重きをおく。英語の新聞の場合は、訂正が表示されているかどうかが一つの目安になる。日本の新聞も近年第1面に目次のようなものを掲げているが、ロンドンの『タイムズ』や『ニューヨーク・タイムズ』はそこに“コレクション”という項目を設けていて、何ページと何ページに訂正記事が出ているかがわかるようになっている。ほとんど毎日訂正が出ているが、堂々と自信をもって訂正する。私は日本のある新聞の編集者に“見習ってはどうか”といったことがあるが、その人は“恥ずかしくてとてもできない”といっていた。恥ずかしい間違いがあまりにも多いということであろうか。本紙に訂正を出さずに縮刷版でそとと直すようでは、信用ある高級新聞とはいえない。

第2次大戦終了後、特に民間放送が始まってから、新聞も放送も一方的な伝達から、受け手側に意見の発表の場を与えるようになった。とはいっても、紙面も時間も限られており、発行者の編集方針に真向から逆らうものは取りあげられない。これがまた欧米の高級新聞との違いでもあるが、その状態が現在まで続いている。

私は電波新聞が成立するとは思っていない。記事の比重が一覧でわかる新聞というものは非常に便利であ

るから、配達のコストが上がってもすぐに衰退することはないだろう。だが、政治・経済からスポーツ・健康までカバーする“なんでも屋”の新聞は次第に専門化されていくのではないだろうか。一般的な速報はますます電波系のメディアに移行して、活字メディアは分析と掘り下げに向かうことになるのではないか。消費者側の要求もだんだん厳しく、かつ細分化されて行くに相違ない。ゼネラルペーパーでは処理しきれなくなるであろう。

本題から少しそれるが、現状は、あらゆるメディアが大衆に正確な情報を与えることに努力するばかりで、本当に大衆が身を守るうえでは自衛にまかされていることに大きな不満をもっている。

古くて新しい情報機器である電話の例を挙げよう。このごろは相手の電話番号が表示されたり、先方の声や用件を確認してから応答することが可能だったりする新型の電話機が出ている。無言電話の主に高い周波数の音で逆襲するものや、わいせつ電話の犯人に本人の話を再生して聞かせるものなどもあるそうである。それらをあらかじめ防止するために、裏番号を用意することもできるが、そうすると予備の番号を知らなかった人から重要な通知を受けるチャンスを逸する恐れを生じる。要するにどれひとつとして被害を補償するに足るものがない。

大事な仕事をしている最中に電話のベルが鳴る。あるいは“友達の何某さんから電話”という取りつぎがある。受話器をとってみると、ゴルフ場の勧誘であったり、商品取引の誘いだったり、マンションのすすめだったりする。時には、こちらが“もういい”というのに、しつこく話を続けようとする。このようにまったく自分に責任のないことで仕事を中断させられた時の腹立たしさはいいようがない。何か相手に罰を与える方法はないものであろうか。

“日本人は水と安全はただだと思っている”という説があるが、水はともかくとして、安全は本来ただであるべきではないだろうか。金持ちだけに完璧な防犯防災が保障されるという社会は間違っているのではないかという気がしてならない。

マルクスによれば、“資本主義社会においては労働者は生産手段の所有権を奪われて疎外が起こる。社会主義社会になって生産手段が人民に回収され、必要な物資が自由に手に入ることによって疎外は消滅する”ということである。ところが最近中国で、『人民日報』の元副編集長の王若水が、“共産主義段階では疎外は消滅するが、社会主義段階では疎外は存在する”といひ出した。共産主義というのは今や永遠に到達できな

い理想境であるから、ということは、疎外を克服することは不可能だという意味である。しかも、王若水は、“生産力が上がれば必要物資の獲得が容易になるので、先進資本主義諸国の方が共産主義の理想に近づきかけており、疎外の克服に向かいつつある”といっている。

物不足の側から見ればそういうことが言えるかもしれないが、豊かな社会における疎外は物以外のところに原因がありそうである。そして、それを克服する一助にニューメディアがなりうるならば、その意義は大きい。

もうひとつ、われわれの身近な要求として、国際理解の推進ということがある。

実感として世界は狭くなった。アメリカのリビア爆撃もチェルノブイリの原子力発電所事故も南アフリカ共和国をめぐる動きも我が国にダイレクトに伝わってくる。逆に、世界経済の10%を占めるようになった日本の国内の動向も、地球の裏側の多くの国の市民生活に影響を及ぼす。このように錯綜した状態の中で相互理解を最も妨げているものが文化格差である。

文章に書いた規則はだれにもわかるが、それぞれの国で政治や経済は“文字通り”には行われないし、文章の解釈や理解の仕方が文化の背景によって異なる。そのような文化的な落差なり意識の違いなりを埋めないかぎり、国際的な誤解はどこまでも続く。

幸いにしてニューメディアが順調に発達するとすれば、規則は緩和され、国境障壁も取り除かれるはずである。日常的に情報が交換されることによって無理解による摩擦は確実に減っていく。それと並行して日本的な慣行を国際的な常識に一致させていく努力を重ねなければならない。日本の中だけで通用する伝統の良さに浸っていたのでは、世界経済の中で生きぬくことは困難である。

古来、大国として名を連ねた国家は少なくないが、それらの国や民族は必ず近隣諸国に文化的な影響を与えてきた。ギリシャ人もローマ人も、また漢民族も、哲学に文学に美術に建築に多大な遺産をとどめている。近世以降もイタリア、フランス、イギリス、ドイツ、ロシアという国々が文化の名に値する業績を残した。第1次世界大戦後はアメリカ文化の全盛時代であった。アメリカ文化の世界的な浸透はまだしばらく継続するだろう。

ひるがえって、日本は文化面でどの程度世界に貢献しているであろうか。ソビエトは軍事大国といわれるように、武力を除けば外国から敬意を表されるようなものはほとんどない。我が国もまた、経済大国の名の

通り、生産と通商以外には世界の目を引くものが何もないというのでは情けない次第ではないだろうか。奈良・平安の昔から日本は独特の高度の文化を維持してきた。けれども、外国人の生活に取り入れられるような形では影響を与えることができないでいる。それができないようでは真の意味での大国とはいえない。(この問題については、拙著『ニューメディア文化論』1986年、中央経済社刊、を参照していただければありがたい)。

これに関連して、最後にニューメディアへの希望をひとつ表明しておきたい。

日本の都市は、足下は歩道なしの危険にさらされており、空を見上げれば蜘蛛の巣のように電線が張りめぐらされていて、がっかりするという状態にある。先進国に追いつけ追い越せの掛け声で、暮しやすさや町の美しさを犠牲にして生産活動に力を集中した結果である。最近になって、やっと電線の地下埋設が具体化し、それも歩道の下に埋めるという簡易方式がとられるとのことであるから、同時に歩道の建設も進むので喜ばしい。これは、国際石油価格の低落と円高差益で現実に電力各社が資金をもっているから可能である。

そのような恩恵に浴さないところでも、緊急に手がける必要に迫られているものがある。それは映像図書館、ビデオライブラリーの創設である。

テレビの放送開始以来早くも33年、日本はこの面でも大国といわれながら、過去の財産を蓄積することに極めて冷淡であった。その陰には、著作権上の障害、初期の記録手段の不在、作品の保存場所の困難性、利用上の隘路など、当事者だけでは解決できない難しさがあった。しかし、その間に多くの芸術作品や事件の記録が失われていった。開局当時の第一線ディレクターの多くが引退の時期を迎え、記憶さえも薄れようとしている。過去を大事にせずしてどうして未来へ飛躍することができようか。将来、1986年のきょう、何があったかが目でわかるように、ニューメディアを活用して一刻も早くビデオ図書館を建設したい。

(昭和62年1月10日受付)

おおくらのすけ

大蔵雄之助 昭和32年、一橋大学大学院社会学研究科修士課程修了。同年、(株)ラジオ東京(現(株)東京放送)入社。ラジオ報道部、テレビ・ニュース部、テレビ報道部を経て、37~41年、英国放送協会(BBC)日本語部出向、帰国後、テレビ編成企画部、開発室、国際室に勤務ののち、51~53年、モスクワ支局長、企画室経営管理部長、現業管理室次長、社長室局長兼役員会事務局局長を歴任、現在、テレビ本部報道局長兼解説室長。著書に、「ソヴィエト見聞録」「ニューメディア文化論」他、共著を含めて17冊がある。