

〔論文〕

21世紀における情報とコミュニケーションの基本概念

早川 洋行

名古屋学院大学現代社会学部

要 旨

本論文は、従来の「情報」と「コミュニケーション」についての考えを批判して、21世紀にふさわしい考えを提起したものである。20世紀の情報概念は、情報の送り手と受け手を固定的にとらえていたために「情報」について二つの概念定義が生まれてしまった。しかし、21世紀においては、個人は情報の受け手であるとともに送り手でもある。それにふさわしいモデルを考えるべきである。また、パーソナル・コミュニケーションとマス・コミュニケーションを、情報の流れが双方向的か一方的か、特定の対象に向けたものか不特定多数に向けたものかなど、その様態で区別するのは、もはや時代に合わなくなっている。両者は情報の送り手が個人か組織であるかによって区別すべきであり、マス・メディアは、今やマス・コミュニケーションを行う組織の一部であると主張する。

キーワード：情報，マス・コミュニケーション，パーソナル・コミュニケーション

Fundamental Concepts of Information and Communication in the 21st Century

Hiroyuki HAYAKAWA

Faculty of Contemporary Social Studies
Nagoya Gakuin University

発行日 2016年3月31日

目 次

1. 問題の所在
2. 20世紀の情報図式
3. コミュニケーションの分類
 - 3.1 日高六郎の分類
 - 3.2 正村俊之の分類
 - 3.3 前納弘武の分類
4. コミュニケーションの発展
5. 21世紀情報環境の位相

1. 問題の所在

20世紀は、マス・コミュニケーションが急速に発達した時代だった¹⁾。新聞、映画、レコード、そしてラジオやテレビが普及し、人々の生活の一部となっていた。しかし、20世紀も終わりが近づく、パソコンやケータイという新たなメディアが登場し、私たちの情報環境は大きく様変わりしてきている。

これまで、マス・コミュニケーションとは、一方的で放射状のルートを通じて不特定多数の人々に行われる情報伝達あり、それを担う媒体は、マス・メディアだと言われてきた³⁾。その対極にあるのがパーソナル・コミュニケーションである。世間において大衆社会が喧伝された20世紀中ごろに限れば、これはまったく首肯すべき言明であった。しかし、それからかなりの時間が経過し、21世紀前半（現在）の情報環境を見渡すと、この言明がもはや古臭くなってしまっているのは明らかである。

今や、個人がインターネットを通じて放射状のルートを通じて不特定多数の人々にコミュニケーションを行っているし、マス・メディアも、手元にあるテレビのリモコンについている色とりどりのボタンを見れば明らかのように、視聴者との双方向性を高めてきている。

これまでの定義に拘泥する限り、われわれが生きる社会を説明するのに、「マス・コミュニケーション」という概念は、現実との齟齬をきたすようになってきている。現代の情報環境を理解するためには、そろそろ社会の情報環境にかかわる基本概念を刷新すべきではなからうか。そこで本稿では、20世紀における情報とコミュニケーションにかかわる概念図式を総括して、21世紀にふさわしい新たな概念図式を提案したい。

本論に入る前に、ひとつ断っておくことがある。本稿では、情報科学 (computer science)、情報学 (informatics)、あるいは社会情報学 (socio-informatics) の業績を基本的に視野から外している。それらはマス・コミュニケーション研究のなかから生まれたものというよりも、コンピュータにかかわる工学系の学問から生まれた新たな学問分野であり、自然科学に拡がる情報論、コミュニケーション論を志向している一方で、マス・コミュニケーションとパーソナル・コミュニケーションの相違やそれらの言葉の定義という、ここで取り扱おうとする問題を考察してきたとは言いがたい²⁾。

そこで本稿では、それらのことは脇において、これまでのマス・コミュニケーション研究の歴史を踏まえ、その本筋の流れに沿って、これまでの知見を整理し新たな知見を付け加えるという論述の道

をとることとする。

2. 20世紀の情報図式

E.M. ロジャースは、「うたがいもなくシャノンとウィーバー（1949年）のパラダイムは、コミュニケーション科学の歴史においてもっとも重要な一大転機である」と述べる（Rogers,E.M,1986=1992:92）。筆者も情報の問題を考えるうえで、「シャノンとウィーバーの通信モデル」としてよく知られた、（原書では「一般的なコミュニケーション・システムの概略図」と題されている）この図式がその後の範式になったと考えている。それは、情報源から情報が取捨選択され送信機を通じて記号化され発信される、その記号は雑音源からのノイズによって変形されて受信機に受け継がれ、目的地に到達する、到達した記号はメッセージとして受け手に到達する、というものである（Shannon,C.E. and Weaver,W,1949:5）。この図式は、モールス信号を送る二人の船員間のコミュニケーションをイメージさせる。その意味で、当時の技術水準を反映したものであった。しかし、この図式は、その後あらゆるコミュニケーションを考えるうえでの基本的図式として機能した。佐藤智雄の「マス・コミュニケーションの構造」と題された図式は、それをよく伝えている。

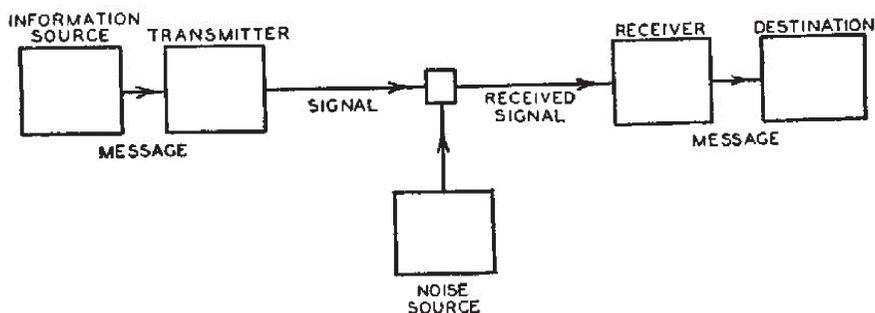
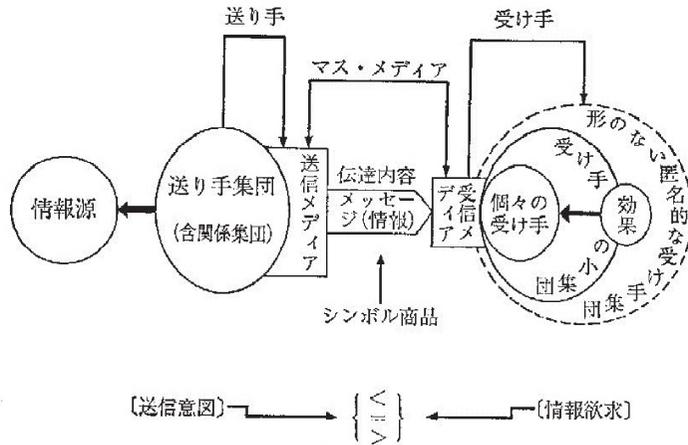


図1 シャノンとウィーバーの図式



(注) 送信意図と情報欲求の関係で
 < 前史的ジャーナリズムの時代、たとえば手書新聞時代、情報欲求が大
 = 両者の均衡、ジャーナリズムの成立期
 > 現代、マスコミ企業が受け手の情報欲求発掘の時代

図2 佐藤智雄の図式

佐藤は、この過程を次のように説明している。

「内容＝情報は送り手側の送信意図に基づいて作成されたメッセージとなって、マス・メディアに託される。受け手はそのメッセージを各自の受信メディアで摂取して情報を理解する。その結果、自律的にせよ被操作的にせよ、受け手の意見や行動のうに生ずる変化を、効果とよぶ。効果は、送られたメッセージの内容を肯定するときにも、また批判するときにも、受け手がかれと比較的同質な成員からなる小集団のなかで話しあうようなばあいには発生しやすい。マス・メディアは、送り手の送信メディアと受け手の受信メディアとに分かれるもの（テレビ、ラジオ、および映画、レコードなどの撮影、収録装置と再生装置を要するもの）と、新聞紙、書籍、雑誌などの印刷メディアのように、伝統的にメッセージがメディアに付着して伝達されるものがある。この二つの型はメッセージを何に託するかによって分かれ、効果の面でもそれぞれ特徴をもっている。いずれにせよ、マス・コミュニケーションは、送り手と受け手、それをつなぐメディアの三者を基本的な構造として、その関係のなかで機能している」（佐藤智雄1985：18-20）

「シャノンとウィーバーの図式」も「佐藤智雄の図式」も、発信者と受信者を左右におき、その間に左から右に情報が流れるという基本構造をもっている。すなわち、発信者と受信者を別の存在として固定したわけである。これが20世紀モデルの特徴である。このことは、意図せざる結果として、後に「情報」とは何かという問題を提起する原因となった。それについて説明しよう。

情報は、コンピュータや通信技術に携わる人々の世界、いわゆる「情報科学」の世界では、何ビットと量的な意味しかもち得ない。しかし、情報は、社会科学や人文科学の世界においては、何らかの価値や意味をもつものとしてとらえられている。そもそも「情報」という言葉は、1976年に『仏国歩兵隊中要務実地演習軌典』において「敵情の報知」という意味で使われたのが初出だとされている

が、このことからわかるように、まさに情報は価値あるものであったわけである⁴⁾。

ではその価値は誰が決めるのか。送り手か受け手か。情報は、発信されたときに生まれるものだろうか、それとも受信されたときに生まれるものだろうか。「情報」という言葉の源の意味から言えば、これは斥候や間諜が知りえたことを味方に送ったときに成立するのか、味方がそれを受け取ったときに成立するのか、という問題である。じつは、この点での見解は一樣ではない。

日本社会で情報化が注目され始めた1969年に経済審議会情報研究委員会は、情報を次のように定義している。「情報とは、ある特定の目的のために活用できる“表現された事象の内容”」もしくは「活用されるように準備されたそれ」(経済審議会情報研究委員会1969:18)。また同じころ村上泰亮は、「各人の作り出す世界解釈であって、しかも他人への伝達が可能であるように具体的に表現されたもの」とした(村上泰亮1970:35-36)。その後、新睦人が「意味をもった記号の集まり」と定義し(新睦人1983:59)、杉田繁治は「物や観念の世界を記号化することによって、時間と空間を超えて、あたかも実体を取り扱うのと同じ効果を、記号の操作によって得ようとする工夫」とし(杉田繁治1986:86)、田中一は、「情報とは表現された区別」と述べている(田中一1994:59)。そして、富永健一は「シンボルを用いて伝達された、事実の生起についてのニュース」としている(富永健一1997:28)。

彼らは、いずれも情報を発信されたものとしてとらえている。これら社会学系の情報概念の対極をなすのが心理学系の理解である。

池田謙一と村田光二は次のように述べる。「『情報』概念をコミュニケーションの過程やそこで伝達されたメッセージからの意味抽出に関連づけて定義することが適切である。すなわち、あるメッセージが何らかの伝達の媒体＝メディアを介してAさんからBさんに伝達され、Bさんの頭の中で『意味抽出』され、心理的に『表象』された結果が『情報』である。(心理的表象は言語的でも映像的イメージでもありうる)。この意味で『情報』とは『意味の単位』であるとも言える」(池田謙一・村田光二1991:185)。また宮田加久子も同様に、「情報とは情報処理された結果に生じるものである」と述べている(宮田加久子1993:65)。つまり、彼らは、情報は受け取られた結果として生ずるものだとし、ただたんに発信されたものを情報ではない「記号」として区別する。これは情報を記号だとする社会学系の解釈を真っ向から否定する見解だと言ってよい。

社会学系の解釈は情報を送り手に、心理学系の解釈は情報を受け手に、ひきつけてとらえる。その結果、二つの情報概念が並存することになってしまった。

たしかに、情報化には所与の事象をインプットする過程と、インプットされていたものをアウトプットする過程が含まれる。その意味で、心理学系の人々が、前者を「情報化」として、後者を「記号化」として、区別したことは一見合理的であるようにも思える。しかし、情報化を個人の認知過程に限定してしまうと、コミュニケーションのために様々なメディアが利用されるようになった社会変化は、情報化というよりも記号化の高度化である、ということになってしまう。一方、社会学系の解釈のように、情報化を記号化と同義的なものと介すれば、記号以前のものへの問いが喪失してしまい、技術の進歩が情報を増やしたというだけの、たんなる情報技術決定論を許すことにもなりかねない。

送り手にとっての情報と受け手にとっての情報をいずれも包含する情報論が望まれる。そういう情報論は、これまでなかったのだろうか。管見の限りでは、これら両面を射程にいたれた唯一の情報論は、

吉田民人の理論である。

吉田は、社会科学が扱う情報を「有意味のシンボル集合」と規定し、そのなかに神経記号である内シンボルと機械記号/非機械記号である外シンボルを含める。そして、それらシンボル集合を前提として認知的・評価的・指令的な機能を発揮する「決定前提」のものとそうでないもの、その場限りの利用価値しかもたない「単用情報」と、反復して再生・利用されうる「耐用情報」に分け、日常的な情報概念を「伝達されて決定前提を規定する単用的な認知性外シンボル集合」として把握する(吉田民人1990a: 114-124)。

吉田のこの分類は精緻さでは優れているが、いくつかの難点をはらんでいる。そのうちおそらく最大の問題は、生体内の情報と生体外の情報を内シンボルと外シンボルとしてはじめから区別してしまうため、その間の移行の問題、すなわち認知と表現の過程が情報論から脱落してしまうという点である。端的に言ってしまうと、吉田の論には情報論があっても情報化論がないのである。

20世紀の情報論は、「シャノンとウィーバーの図式」を肯定したために、二つの情報定義という隘路に行きついてしまったと考えることができる。つまるところ、佐藤智雄から吉田民人にいたるまで、少なくともわが国の情報論は、「シャノンとウィーバーの図式」の呪縛から逃れられなかったと言ってよい⁵⁾。しかし、21世紀になって新たな発想が生まれている。早川洋行は、まったく新しいパラダイムを主張している(早川洋行2002: 108-110)。

早川は、廣松渉の『新哲学入門』(岩波新書)に注目する。廣松は、この書の第1章「認識するとはどういうことか」のなかで、対象が意識のなかで表象され、その表象が解釈されたものが認識である、と考える『外的対象—内的心像—意識作用』という三項図式あるいは「カメラ・モデル」と呼ぶものを批判して、独自の理論を展開している。彼によれば、認識するということは、所与を「それ以上・それ以外のもの」として所識化することにはほかならない。認識とは、対象を表象したうえでそれを解釈するというメカニズムではなくて、対象を直接的に別の次元でとらえることだといふのである。早川は、認識する機制をこのように理解すれば、表現することもその延長上に構想することが可能であると考えた。すなわち、所与を「それ以上・それ以外のもの」として所識化し、その所識を「それ以上・それ以外のもの」として情報化するという図式を提起したのである。



図3 所与—所識—情報 図式

この図式は、「シャノンとウィーバーの図式」のように、人間を両端におくのではなくて、中心におく。そして、科学史家のA.ゲーレンにならって技術の発展を人間がもともと身体的にもっていた能力を外部的にいく過程として把握する。すなわちカメラや録音機は、認識や記憶という脳のメカニズムを外部的なものにほかならず、スピーカーや映写機は口や手の能力を外部的なものだとしてとらえるのである。

早川によれば、そのような外部化技術が高度化し、かつ多様化した結果として、「所与→所識→情

報＝所与→所識→情報……という変換が高速に行われ、つねに新たな様々な情報が生産される社会が『高度情報化社会』だということになる。たしかに、現代社会においては、所与を所識化する技術も、所識を情報化するも、そして所識を保存する技術も多様化しつつ高度化している。だから大量の情報が生産される。まさにそれが高度情報化の有様だと言えよう。

また早川は、所与を所識化する能力を受信リテラシー、そして所識を情報化する能力を発信リテラシーと名づけて論を展開しているが、ここではこれ以上立ち入らない。ここで少なくとも指摘しておきたいことは、「所与—所識—情報 図式」は、情報は送り手において成立するのか受け手において成立するのかという二元論を免れているばかりではなく、20世紀の「シャノンとウィーバーの図式」よりもインターネットが普及して情報の受け手が同時に情報の送り手になる傾向が強まっている現代社会に適合的なモデルを提示しているということである。

しかし、この図式では、マス・コミュニケーションとパーソナル・コミュニケーションの差異が明確にならない。「シャノンとウィーバーの図式」を元にして、佐藤智雄がマス・コミュニケーションの構造を考えたように、この「所与—所識—情報 図式」を前提した場合、マス・コミュニケーションは、どのように考えられるだろうか。そして、それはパーソナル・コミュニケーションとどう違うのか。それが次の問題である。

3. コミュニケーションの分類

3-1. 日高六郎の分類

「マス・コミュニケーション」に理論的定義を与えた嚆矢は、おそらく日高六郎である⁶⁾。彼は、1955年に出版された、清水幾太郎が編集した『マス・コミュニケーション講座』第1巻「マス・コミュニケーションの原理」の第1章「マス・コミュニケーションの歴史と概論」I「マス・コミュニケーション概論」のなかで次のように述べる。

「マス・コミュニケーションは、パーソナル・コミュニケーションとならんで、コミュニケーションの一形態である。— (中略) — マス・コミュニケーションのマスは、大衆の意味にも、大量の意味にも理解されている。要するにマス・コミュニケーションとは、ある一定の精神内容を担っている記号を、機械的な媒体を通じて、大量に、無限定の大衆に伝達する過程をいう。媒体として現在最も有力なのは、指摘するまでもなく、新聞、雑誌、書籍、ラジオ、映画、テレビ等である」(日高六郎 1955: 8-9)

日高によれば、「マス・コミュニケーション」という言葉は、1945年11月16日ロンドンで発表された「ユネスコ憲章」において「マス・コミュニケーションのあらゆる手段方法によって、諸国のあいだの相互の理解を増進する事に協力する」という文章で使われて以来、一般化した⁷⁾。したがって、この言葉はもともと学術用語ではなく一般の言葉だったことになる。しかし、日高は、この言葉とパーソナル・コミュニケーションという言葉を対比させ、その特質を定式化することで学術用語として再定式化した。

彼は三つの観点で、マス・コミュニケーションとパーソナル・コミュニケーションを比較する。第

一の観点は、「パーソナル・コミュニケーションは、一般に向き合いで。名指しで、少数の人々のあいだで行われる」のに対して、マス・コミュニケーションは送り手が受け手を知らない、ということである。第二の観点は、パーソナル・コミュニケーションでは、「話しかけるものとかけられるものとの、その場での急速な役割の交代」があるのに対して、マス・コミュニケーションでは、反応が同時的にはね返らず、「部分的にはね返ってくる」ことである。第三の観点は、パーソナル・コミュニケーションは「個人の心の内部への浸透力」に優れる一方でマス・コミュニケーションは、「最も強力な社会統制の手段となりつつある」ことである。

彼は、またこのように述べた後に「なお人によっては、パーソナル・コミュニケーションとマス・コミュニケーションの中間に、『中間的あるいは特殊関心によるコミュニケーション』の領域を置こうとするものがある。議会での討論、教室の講義、劇場での観劇などである」と付け加えている（日高六郎1955：9-11）。

日高が指摘した第一の観点は、状況の「対面性—非対面性」、第二の観点は、情報の流れの「双方向性—方向性」、第三の観点は、影響の「個別性—普遍性」と見なすことができる。つまり、日高はコミュニケーションを状況、情報の流れ、影響の三つの特質から整理することで、いわば「理念型」を構成し、そういうものとして、一般的な用語としての「パーソナル・コミュニケーション」と「マス・コミュニケーション」を学術用語に変換したのである。

さて、日高の定式化から半世紀以上が経過した。「マス・コミュニケーション」を非対面的な状況で方向性を持ち、その影響が普遍的なコミュニケーションであるとした場合、個人がホームページなどで発信するコミュニケーションは、間違いなくマス・コミュニケーションである。つまり、インターネットの普及によってマス・コミュニケーションを行うのはマス・メディアばかりでなくなってしまった。しかし、はたして新聞社や放送局、そして映画制作会社が行うコミュニケーションと個人が行うコミュニケーションを同一視してよいものだろうか。日高の時代とは明らかに異なる情報環境が生まれている今日、これまでとは違う新たな概念整理が必要になっているのではないか。

正村俊之と前納弘武の分類は、そういう問題意識に基づいているように思う。

3-2. 正村俊之の分類

正村俊之は「これまで伝達メディアは、主として三つのタイプに分類されてきた」として、①人間の誕生以来存在してきた、話し言葉を中核とした「パーソナル・メディア」、②印刷物、ラジオ、映画、テレビ等、近代以降に登場した「マス・メディア」、③近年のデジタル技術の発達に伴って登場してきた「電子メディア」をあげる。そして、パーソナル・メディアでは、①送り手と受け手が対面的な関係にあり、②情報が双方向的に流れるのに対して、マス・メディアでは、①送り手と受け手が非対面的な関係にあり、②情報が一方向的にしか流れない。一方、電子メディアでは、①送り手と受け手が非対面的な関係にあるが、情報が双方向的に流れる、と述べる（正村俊之2001：42）。

彼は、「以上のことは、すでに言い古されてきた事柄」だと言うのだが、少なくともマス・コミュニケーション研究分野に限れば、けっして一般的な分類ではない。むしろ、これは、これまでのマス・コミュニケーション研究と多くの点で齟齬をきたす分類と言わざるを得ない。なぜなら正村の分類に従えば、

手紙はマス・メディアになってしまうし、電話は電子メディアになってしまうからである。

彼の書は『コミュニケーション・メディア一分離と結合の力学』と題されている。その書名から推測するに、おそらく彼は、「言語」と、文字や印刷やエレクトロニクスなどの「コミュニケーション技術」と、権力や貨幣などの「シンボリックに一般化されたコミュニケーション・メディア」の三つから「コミュニケーション・メディア」を論ずるN.ルーマンの理論を応用しようとしたのだろうが、それは残念ながら成功しているとはいいがたいのではなからうか（Luhmann,N.2005:102-209）。

3-3. 前納弘武の分類

前納弘武は、次のように述べた。「1990年代以降における情報化に見る最大の特徴は、コンピュータがコミュニケーションメディアとして、企業はもちろん一般家庭にも浸透し、社会的コミュニケーションの重要な一角を占めるようになったことに求めることができる。その結果、今日における情報社会は主として3つのコミュニケーション様式によって構成されることになった。第1には、対人的なface to faceのコミュニケーション、すなわち、パーソナル・コミュニケーションの様式、第2は、新聞やラジオ、テレビを代表とするマス・コミュニケーションの様式、そして第3には、『コンピュータを媒介としたコミュニケーション』（Computer Mediated Communication=CMCと略す）、いわゆるCMCの様式である。現代情報社会は、この3つのコミュニケーション様式が重層化した社会ともいべき様相を呈しており、人々は3つのコミュニケーション様式を適宜に活用しながら、それぞれタイプの異なった3種類の情報空間を経験することになった。パーソナル・コミュニケーションによって構成される〈対人的情報空間〉、マス・コミュニケーションによって構成される〈マスコミ型情報空間〉、そしてCMCによって構成される〈コンピュータ型情報空間〉がそれである。」（前納弘武2002：20）

前納も正村と同様に対面的なコミュニケーションをパーソナル・コミュニケーションと規定している。しかし、それでは先述したように手紙や電話を使ったコミュニケーションの分類の行き所がなくなってしまう。それゆえface to faceのコミュニケーションだけをパーソナル・コミュニケーションと呼ぶのが適当でないのは明らかであるが、それに加えて、第三のコミュニケーションをCMCと呼んだことも問題であろう。

なぜ問題なのかと言えば、これまで蓄積されてきた「CMC研究」の多くが、コンピュータのディスプレイに向かっての送受信をイメージしているからである。

この点にかかわって、まったく的確に、小谷敏は、「日本的『IT革命』の実態」について「人々が自発的に適応したツールは、パソコンよりもむしろ『ケータイ』であった」と述べている（小谷敏2002：115）。小谷の言う通り、ケータイはたしかに日本社会に急速に普及した。そしてケータイとその進化型であるスマホを通じてのやり取りは、今や日常化して多くの人の生活の一部となっている。それをCMCのひとつと呼べなくもないだろうが、椅子に座ってディスプレイに向かうコミュニケーションと路上のケータイでは、コミュニケーションの質が違って当然である。後者のコミュニケーションの問題を第三の分類に含めるのなら、そのようなコミュニケーションに対しては、使い込まれたCMCとは別の名前を与えるべきではなからうか。

4. コミュニケーションの発展

ここまで、日高六郎の分類が今や時代遅れのものになってきたことを確認し、新たなメディア環境を説明しようとした正村俊之と前納弘武の分類に問題が多いことを述べてきた。二人の先行研究を批判的に検討することで見えてきたのは、パーソナル・コミュニケーションとマス・コミュニケーションの差異というよりも、パーソナル・コミュニケーションとメディア・コミュニケーションの差異の問題である。両者はともにパーソナル・コミュニケーションからメディア・コミュニケーションを除外するという間違いをおかしてしまっていた。まず、この問題を解決しなければならない。

この点で、佐藤智雄の「コミュニケーションの原型・変型」論は再評価されてよいのではなかろうか。かつて佐藤は、歴史上、パーソナル・コミュニケーションからマス・コミュニケーションが発展してくる過程を次のように理論的に説明していた。

「コミュニケーションの原型は、対面的な相互作用の形式を通して、行われる。」「生活圏が拡大し、複雑化してくると、コミュニケーション活動も原型だけではすまなくなる。そこから二つの変型があらわれる。」「変型のⅠ型は、直接、送り手の視界に入らない遠方の受け手にメッセージを伝えたい、あるいは送り手から受け取りたいという情報欲求から生じてくるもの。」「ここでは、送・受信者が直接メッセージを伝えうる圏域外にいるから、両者を距てる距離を超えて伝達を可能にする媒介物（たとえば手紙、電話、テレックスなど）が必要になる。」「変型のⅡ型は、A、Bという送・受信者が膨張し、集団化して原型が変わるばあい。たとえば、野外の大集会や大会場」「マス・コミュニケーションと呼ばれるものは、変型Ⅰ型とⅡ型との結合からなっている。つまり、直接に、視覚や聴覚では、メッセージが受け取れないほど広い範囲に散在する大多数者に対して（Ⅱ型）、それを媒介物（媒体、mass media）を通じて伝達する（Ⅰ型）のが、マス・コミュニケーションだからである。」（佐藤智雄1985：15-16）

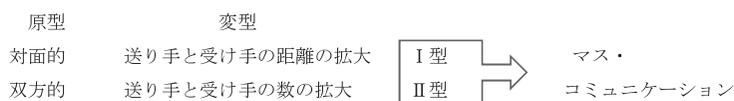


図4 コミュニケーションの原型と変型

この考え方をを用いれば、手紙や電話のようなパーソナル・メディアの問題を変型Ⅰの現出として位置づけられる。それは、たしかにパーソナル・コミュニケーションの原型ではないけれども、変型Ⅱを伴っていないので、マス・コミュニケーションではない。

また今日の電子メディアを使ったコミュニケーション状況は、変型Ⅱの亜種として位置づけられる。すなわち、20世紀の技術では、送り手と受け手の膨張は同時進行した。ところが21世紀の技術は、受け手の膨張に際しての送り手の膨張を不必要にしたのである。また、20世紀の技術では、受け手の数の増大は、コミュニケーションを一方的なものにすることを不可避にした。しかし、21世紀の技術は、多くの人との双方向性のコミュニケーションを可能にしたのである。したがって、問題は、このような特徴をもつ変型Ⅱの亜種をどのように分類するかということになる。

ところで、論を進める前にこの佐藤の優れた理論が、これまで誤解されてきたことを指摘しておかなければならない。竹下俊郎は、児島和人が編集した『講座社会学8 社会情報』東京大学出版会のなかの「情報化とコミュニケーション過程」という章のなかで、上述の佐藤の分類を取り上げ、次のように批判する。

「たとえば佐藤智雄（1985）は、マスコミュニケーションが対人コミュニケーションが次の2つの次元で『変形』したものとして捉える。1つは、メディアの介在（地理的・時間的に離れた送り手と受け手がむすばれる）であり、もう1つは参加者の集団化（送り手や受け手が個人ではなく、組織や集合体となる）である。（コミュニケーションの特徴については後ほど詳述する）。こうした2分法の眼目が、社会的コミュニケーションの全体像の把握というよりも、むしろ対人コミュニケーションを基準としたマスコミュニケーションの性格づけにあることは明らかである。本来2つの類型の間に存在するはずの多様なコミュニケーションの形態が捨象されている。たとえば、2人の人間がメディアを用いて行うコミュニケーション、あるいは、不特定多数ではなしに、一定の属性や境界を有する『特定』多数に向けてのコミュニケーションなどは考慮されていない。このように、従来提起されてきた社会的コミュニケーションの2分法モデルには、いわば『マスコミ中心的バイアス』があった」（竹下俊郎1999：38）。

これは理解に苦しむ言明である。先に引用したように、佐藤は「手紙、電話、テレックスなど」に言及しているし、「野外の大集会や大会場」にも言及している。むしろ、「2人の人間がメディアを用いて行うコミュニケーション、あるいは、不特定多数ではなしに、一定の属性や境界を有する『特定』多数に向けてのコミュニケーションなど」を組み込んで、パーソナル・コミュニケーションとからマス・コミュニケーションへの理論的転換を論じたところに、その理論の真骨頂があった。これは大きな誤解だと言わざるを得ない。

5. 21世紀情報環境の位相

これまでの議論を整理しよう。個人は、「より遠くの人」と情報をやり取りしたい、「より多くの人」と情報をやり取りしたいという欲求をもってきた。そして、それら二つの欲求は、その専門組織としてマス・メディアを生み出した。コミュニケーションをパーソナルとマスに2分する考えは、こうした状況を説明するのに見合うものだった。

しかし、20世紀の情報技術は限界をもっていった。限界のひとつは、送り手の集団化であった。個人がピラを配ったり貼り紙をしたりするのは一時的にはできても継続的に行うのは難しい。より多くの人に送るためには送り手は組織化せざるを得なかった。もうひとつの限界は、方向性である。受け手の数の増大は、コミュニケーションの双方向性を困難にした。だから、マス・コミュニケーションは一方的にならざるを得なかったのである。

しかし、21世紀の情報技術（IT）は、この二つの限界を克服しつつある。

今日の情報技術は、個人が個人として組織を介さずに、遠く離れ、かつ多くの人々に情報を伝達することを容易にした。一方、情報技術（IT）は、組織が、「不特定」多数に向けてではなく、CATV

や衛星放送のように「特定」多数に向けて発信したり、そればかりか、楽天・ヤフー・アマゾンなどのネット上の商店街のように、個人情報を蓄積することで、特定の個人に向けて適切な情報を選別して提供したりしているし、双方向的なコミュニケーションを可能にもってきている。

今日の状況は、佐藤の言っていたコミュニケーションの原型から変型への変化として連続してとらえるべきものである。このような考えからすれば、正村や前納のように、コミュニケーションを三つに区分するのは適切ではない。むしろ従来の「パーソナル・コミュニケーション」と「マス・コミュニケーション」が一部融合してきていると見なすべきではなかろうか。その結節点にあるのがITコミュニケーションと呼ぶべきものである。ITコミュニケーションの特徴は、「パーソナル・コミュニケーション」のような双方向性と「マス・コミュニケーション」のような多数の受け手とのコミュニケーションにあると言えるだろう（早川洋行2012：33）。

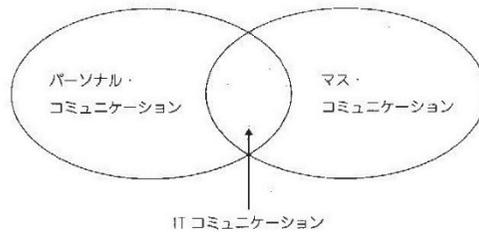


図5 三つのコミュニケーション

さて、コミュニケーションの新たな分類を提起する段階にだいぶ近づいた。筆者の考えを述べる前に、先行研究をもうひとつ批判しておこう。

竹下俊郎は、大澤真幸、吉見俊哉、鷺田清一が編集した『現代社会学事典』のマス・コミュニケーションの項目のなかで、昨今の情報環境の変化を論じたうえで、マス・コミュニケーションを「専門職業的な組織体としての送り手が、受け手の大量化を企図しながら、機械的技術手段を用いてメッセージを公開する活動である」と定義する（竹下俊郎2012：1203）。この定義の目新しさは、「受け手の大量化を企図しながら」という部分にある。従来のように「不特定多数に向けて」とせず、このような表現を用いたのは、CATVや衛星放送のように「特定」多数に向けて情報を送る「マス・メディア」を定義に組み込むためであることは、容易に想像がつく。しかし、これは問題が残る定義である。はたして「大量化を企図」しないものはマス・コミュニケーションでないのだろうか。たしかに宣伝は、受け手の大量化が第一義かもしれない。しかし、ジャーナリズムやアカデミズムにおけるコミュニケーションは、その伝える情報内容が社会的に価値があるという判断や意義があるという判断に導かれるものであって、受け手が多いに越したことはないにしろ、それは二次の問題ではなかろうか。少なくとも学術書を出版してきた我が身を振り返ると「大量化を企図」して出版したのかと問われれば、明確に否と答える。この定義は妥当だとは思えない。

では、どう定義すべきか。本稿の結論を述べることにしよう。

コミュニケーションは、送り手、受け手、情報内容の性質によって分類することができる。パーソナル・コミュニケーションとマス・コミュニケーションの基本的な違いは、情報の送り手が個人であ

るか組織であるか、という点にある。二つのコミュニケーションは、対面的な状況で行われる場合もあれば、非対面的な状況で行われる場合もある。また情報の流れが、双方向的な場合もあれば一方向的な場合もある。そして、その影響が個別的である場合も普遍的である場合もある。

パーソナル・コミュニケーションとは、個人が行うコミュニケーションであり、対面的な会話、あるいは遠く離れた受け手との電話、手紙のように、既知の質的に知っている対象に向けたコミュニケーションと、風船にメッセージをつけて飛ばしたり、ピラを配ったり、大観衆に向けた講演のように、未知であったり、せいぜい量的に知っている対象に向けたコミュニケーションがある。

前者のコミュニケーションの中核は、家族や友人であり、親密圏と呼ばれる。一般的には、既知の質的对象に向けたコミュニケーションは表出的であり、未知の量的対象に向けたコミュニケーションは目的적であるという特徴を示す。

これに対して、マス・コミュニケーションとは、組織が行う、未知またはたんに量的対象に向けたコミュニケーションであり、ハーバーマスの言葉に従えば、それは公共圏を作り出す(Habermas,J.1990=1994)。それらには、従来の新聞、雑誌、テレビ、ラジオに加えて、比較的受け手が限られる衛星放送、CATVが含まれる。マス・コミュニケーションの機能には、情報媒介的な宣伝と情報価値的なニュースやそれに関わる論説、あるいは娯楽の提供がある。このうち、基本的な立場として情報価値的な内容を送る専門的な組織をマス・メディアと言う。

組織が行うコミュニケーションは、これ以外に未知の量的対象に向けて情報媒介的な内容を送る宣伝と既知の質的对象に向けて送るコミュニケーションがある。今日、企業や役所等の組織が対象者のデータを蓄積することで、マス・メディアが行うマス・コミュニケーションとならんで、情報媒介的なあるいは情報価値的な内容を個別に送る後者のコミュニケーションが活発化し、マス・メディアの広告料収入を圧迫してきている。



図6 コミュニケーションの分類

この定義の斬新性は、以下の三点にまとめられる。

1. パーソナル・コミュニケーションとマス・コミュニケーションの相違をその様態ではなく、情報の送り手という主体で規定したこと。
2. マス・メディアについて、マス・コミュニケーションを行う組織体の一部として規定したこと。
3. パーソナル・コミュニケーションのなかに、未知の量的対象へのコミュニケーションを非例外的なものとして位置づけたこと。

概念を整理して体系化することは、ただそれだけではただのカatalog作りであり、あまり意味があるとは言えない。吉田の情報論はこの分類よりもはるかに精緻なものであるが、それによって現実の理解が進んだという話は聞かない。これに対して本稿の分類は、少なくとも二つの点で現代社会の理解を推し進めることができるだろう。

第一に、個人が行っている「マス・コミュニケーション的行為」を新たなパーソナル・コミュニケーションとして、マス・メディアが行うマス・コミュニケーションと峻別して考察する道を切り開いたことである。今日、両者はしばしば混同されて論じられている。しかし、「コミュニケーションの2段の流れ仮説」のような、これまでのマス・コミュニケーション研究との接続を考えたとき、両者を区別したほうがよいのは明らかである。

第二に、マス・メディアを、マス・コミュニケーションを行う組織体のひとつとして措定することで、昨今の新聞・テレビの凋落要因をよりうまく説明する道を切り開いたことである。従来それは、インターネットの普及が要因とされた。しかし、これはあまりにも漠然とした言明である。むしろ、この分類を下敷きにして述べれば、組織体が行うマス・コミュニケーションが多様化し、その他三つのルートが活性化することによって、もっぱら未知の量的対象へ向けて情報価値的な情報を流してきたマス・メディアが、地位を相対的に下げてきたという解釈が可能になる。

注

- 1) 本稿は、日本マス・コミュニケーション学会2015年度春季研究発表会ワークショップ1「情報とコミュニケーションの基本概念」で報告した内容を修正加筆したものである。
- 2) 社会情報学においては、マス・コミュニケーションとパーソナル・コミュニケーションの関係が問題化されていない。たとえば、石井(2007)や西垣・伊藤(2015)では、索引を見る限り「マス・コミュニケーション」という言葉も「パーソナル・コミュニケーション」という言葉もまったく使われていない。社会情報学は情報学の流れのなかにあるので、伝統的な社会学的なマス・コミュニケーション研究とは、問題の立て方がかなり異なっている。
- 3) 代表的なものとして藤竹暁(1992:32)。比較的最近のものとして各務英明(2006:5-6)。
- 4) 「情報」という言葉の起源については、久保正敏(1992)を参照せよ。
- 5) 吉田が「シャノンとウィーバーの図式」から逃れられていないことは、彼の「伝達システムの基本モデル」を見れば明白である(吉田民人1990b:256)。
- 6) マクウェールは、マス・コミュニケーションの「初期の定義のひとつ」としてジャノビッツの1968年の文献を

あげているが、日高はこれに先んじている。(McQuail,D. 2005=2010 : 71)

7) ユネスコ憲章第1条2(a)のこと。

引用・参考文献

- 新睦人 (1983) 『情報化社会をみる眼—コンピュータ革命のゆくえ』 有斐閣選書
- Gehlen,A. (1957=1986) Die Seele im technischen Zeitalter und andere sozialpsychologische,soziologische und kulturanalytische Schriften,Klostermann (平野具男訳『技術時代の魂の危機』法政大学出版局)
- 藤竹暁 (1992) 『マス・メディアと現代』放送大学教育振興会
- Habermas,J. (1990=1994) Strukturwandel der Öffentlichkeit, Suhkamp Verlag (細谷貞雄・山田正行訳『第2版 公共性の構造転換』未来社)
- 早川洋行 (2002) 『流言の社会学—形式社会学からの接近』青弓社
- (2012) 「情報空間の意味と変容」前納弘武・岩佐淳一・内田康人編『変わりゆくコミュニケーション 薄れゆくコミュニティ—メディアと情報化の現在』ミネルヴァ書房
- 日高六郎 (1955) 「マス・コミュニケーション概論」清水幾太郎編『マス・コミュニケーション講座 第1巻 マス・コミュニケーションの原理』
- 廣松渉 (1988) 『新哲学入門』岩波新書
- 池田謙一・村田光二 (1991) 『ところと社会—認知心理学への招待』東京大学出版会
- 石井和平 (2007) 『社会情報学—情報技術と社会の共変』学術出版会
- 伊藤守・西垣通・正村俊之編 (2003) 『パラダイムとしての社会情報学』早稲田大学出版部
- 西垣通・河島茂生・西川アサキ・大井奈美編 (2014) 『基礎情報学のヴァイアビリティ』東京大学出版会
- 各務英明 (2006) 『報道とマス・メディア』酒井書店
- 経済審議会情報研究委員会 (1969) 『日本の情報化社会—そのビジョンと課題』ダイヤモンド社
- 小谷敏 (2002) 『IT革命』下の自己と他者—若い世代の問題』林茂樹編『情報化と社会心理』中央大学出版部
- 久保正敏 (1992) 「情報と価値と流通」野村雅一編『現代日本文化における伝統と変容8 情報と日本人』ドメス出版
- Luhmann,N.(2005=2009) Einführung in die Theorie der Gesellschaft, Carl-Auer-Systeme Verlag(土方透監訳『社会理論入門—二クラス・ルーマン講義録2』新泉社)
- 前納弘武 (2002) 「情報化社会の進展と情報空間の変容—<コンピュータ型情報空間>の二面性をめぐって」林茂樹編『情報化と社会心理』中央大学出版部
- 正村俊之 (2001) 『コミュニケーション・メディア』世界思想社
- McQuail,D. (2005=2010) McQuail's Mass Communication Theory (fifth edition) , Sage Pub. (大石裕監訳『マス・コミュニケーション研究』慶応義塾大学出版会)
- 村上泰亮 (1970) 「情報に関する分業と市場」思想1970年5月号
- 宮田加久子 (1993) 『電子メディア社会—新しいコミュニケーション環境の社会心理』誠信書房
- 西垣通・伊藤守 (2015) 『よくわかる社会情報学』ミネルヴァ書房
- Rogers,E.M, (1986=1992) Communication Technology,The Free Press(安田寿明訳『コミュニケーションの科学』共立出版)
- 佐藤智雄 (1985) 『ジャーナリズムとマス・メディア』放送大学教育振興会
- Shannon,C.E. and Weaver,W.,1949 (1962) ,The Mathematical Theory of Communication, The University of

Illinois Press.

- 竹下俊郎（1999）「情報化とコミュニケーション過程」児島和人編『講座社会学8 社会情報』東京大学出版会
——（2012）「マス・コミュニケーション」大澤真幸・吉見俊哉・鷺田清一編『現代社会学事典』
富永健一（1997）『環境と情報の社会学』日科技連出版社
吉田民人（1990a）『情報と自己組織性の理論』東京大学出版会
——（1990b）『自己組織性の情報科学—エヴォルショニストのウィナー的自然観』新曜社