

天狗組の メディアの世界を覗く旅

市民のためのメディア・コミュニケーション論の基礎

サークル：後藤和智事務所OffLine

著者：後藤 和智



イラスト：祭眼 (Rainbow Vanilla)

天狗組のメディアの世界を覗く旅

市民のためのメディア・コミュニケーション論の基礎

発行：2014年10月12日（第10回東方紅楼夢）

著：後藤和智（後藤和智事務所Offline）

表紙イラスト：祭唄（Rainbowvanilla）

注意

1. 本書は、同人サークル「上海アリス幻楽団」の作品「東方Project」の二次創作作品です。本書は東方Projectの二次創作ガイドラインに従って製作されているものであり、また著者と原作者及び作者のサークルとは一切関係がありません。そのほか、登場人物の口調などが原作と異なる場合があります。
2. 本書を著作権法の定める私的使用の範囲外で公開などを行うことを禁じます。また、本書の使用により生じた問題についての責任は負いかねます。

はじめに

犬走栞（以下、栞）：さて、お二人とも、覚悟はよろしいですね？

射命丸文（以下、文）：うーん…いくら大天狗様の指示とはいえ、幻想郷中で一、二の人気を争う『文々。新聞』の発行者たるあたしが、何でわざわざ栞の研修なんか受けなきゃならないんだか…。

栞：そのあたりは説明しましたよね。文さんの最近の記事は読者受けを狙う余り不要な煽動を行うことが最近多くなってきた、と大天狗様が仰ってましたよ。

姫海棠はたて（以下、はたて）：ちょっと待ってよ。それじゃ文だけ研修を受ければいいんであって、あたしは完全に巻き添えじゃん。

柗はたてさんは最近になって新聞の部数が上がってきて、情報源としても一定の信頼を得るようになったんで、一緒に研修を受けるというのでは、と思って誘ってみました。天狗様からの提案ですが、たまたその判断は私に委ねる、って仰ってたんですが、将来文さんや他の新聞と張り合う立場になるとも思ったので誘った次第です。

文：ほう、つまり柗はいろいろな不満とかあるけど、あたしの新聞の実力は認めてるってことじゃない。

柗：からかうのもいい加減にしてください。とにかく、趣旨は魔理沙さんより説明してもらいます。

霧雨魔理沙（以下、魔理沙）：ようこそ稗田邸へ。このたび柗から研修企画の相談を受けた霧雨魔理沙だ。

文：知ってます。

はたて：知ってる。

魔理沙：いきなりそういう物言いはやめろ。閑話休題、お前たちにはこれからメディアやコミュニケーションの理論について学んでもらう。世の中にはいろいろな「メディア論」や「コミュニケーション論」が出回っているが、それらの多くは自らの生育歴やメディア接触歴、ないし社会に対する思想などを絶対視し、「古い」「遅れた」ものや逆に「新しい」ものを排撃するものが多い。しかしそのような認識ではメディアやコミュニケーションのできるだけ「正しい」姿を掴むことはできないだろうな。そこでこの研修では、これらに関する古典的な理論や、現代の日本における研究を通じて、社会におけるメディアの役割、コミュニケーションのあり方とは何かを考える上での正しい視座を養ってもらおう。

文：しっかりし、そんな大仰なテーマ、魔理沙さんに扱えるんですかねえ。

魔理沙：安心しろ。どうせお前はそんなことを言うと思っただからちゃんど講師を用意してきてやったぜ。感謝するんだな。…というわけで、入ってきていざ。

稗田阿求（以下、阿求）：失礼します。

古明地さとり（以下、さとり）：失礼します。

文：うお、なんでここまであたしが苦手な人たちばかりそろえるかなあ…。

魔理沙：ここまでしない限りどうせお前は真面目に研修とか受けんだろ。

さとり：何かご不満でも？

文：いや、別にないっす、ははは…。

柗：役者は揃いましたね。それじゃ、私も研修の生徒に加わりますね。

はたて：え、あんたも研修を受けるの？

柗：ええ。私も文さんたちの監視役として、理論的なものもちゃんと学びたいと思ってますんで。

文：あー…、もしかしてこれって、あたしは柗に完全になめられてる、って認識でいいのかしら…。

阿求：あはは。それじゃ魔理沙さん、読者の方々に向けて挨拶をお願いしますな。

魔理沙：お、そうだな。…というわけで、このたびは「後藤和智事務所 Office Line」44冊目の同人誌を手にとってくれてありがとう。人文・社

会系の解説書としては『古明地さどりの自己形成論講義——市民のための「自己」をめぐる社会科学講座』（2013年／第10回博麗神社例大祭）、『香霖堂の社会思想ゼミ——市民のための「社会」をめぐる思想講座』（2014年／第8回東方名華祭・幻想郷フォーラム2014）に続いて3冊目となるかな。コンセプトについては既にこの天狗の連中に説明したから再び言うことはしないが、メディアやコミュニケーション、あとサブカルチャーなんかは、教育と並んで、自らの経験を絶対視し、それに基づいた「論評」を積極的に行うことによって、自らの認識を狭めてしまおう、ということが商業誌などにおいてもよく見られる。だから読者の皆様にも、阿求やさどりの講義、そして天狗の連中とのやりとりなどを参考にしつつ、考える足取りを掴んでほしい。

阿求：本書の版元サークルの、社会学系の過去作である『自己形成論講義』や『社会思想ゼミ』も、自分の「見方」ばかりが優先して理論的、専門的枠組みを著しく欠いているという現状から生み出されたもので、本書もその流れに位置づけられています。

魔理沙：本書では「メディア」というものをそれなりに広範囲に捉えている。もちろん新聞などのマス・コミュニケーションや、種々の情報技術はもとより、人々の直接的なつながりや、都市などといったものもメディアとして捉えうるぜ。

阿求：そもそも「メディア」(media)という言葉それ自体が、「媒体」という意味を持っていますからね。

魔理沙：正確に言うと、mediaという言葉はmedium(媒体・中間)の複数形だ。またこのような観点のメディア論の枠組みは、身体論まで射程に含めることができるし、また一般の人たちの読み書き能力の獲得、映像、放送技術の発達といった近代の枠組みそのものを捉え直すこともできる(注O・1 伊藤守・編著『よくわかるメディア・スタディーズ』(ミネルヴァ書房、2009年) p. 13)。さすがにそこまで行くとは50数ページ程度の同人誌では明らかに間に合わないんで、本書では理論的枠組みとそれを用いた社会の捉え方、という点に絞って解説したい。

さどり：また本書では、著者の主要な関心領域である若者論にも触れます。私の『自己形成論講義』ではアイデンティティ論や自己啓発研究から見た若者論を扱いましたが(注O・2 後藤和智『古明地さどりの自己形成論講義——市民のための「自己」をめぐる社会科学講座』(後藤和智事務所Offline、2013年)第4章)、本書ではメディア論、そしてメディア・コミュニケーションと社会をどう観点から見れば若者論とどうものについても見ていこうかと思っております。

桜：メディアっていろんな捉え方ができそうですね。だからこそ、専門的な知識のある程度身に付けることによって自らの理論の暴走を防ぐということも必要かもしれません。

文：まあやりたいことはわかったんで、そろそろ始めてくれませんかね。

さどり：あら。文さんの心から早く私たちから逃げたいという思考がよく聞こえますよ。

阿求：それに私も文さんの退屈そうな顔をばっちり記憶しておきました！

文：あーもう！ だからあたしこの人たちが苦手なのよ…。

はだて：あはは…。まあ、結構ちょろいんだよねえ、文って。

目次

はじめに	2
第1章	
基礎——コミュニケーションと情報技術	6
第2章	
メディア、コミュニケーションの現在	11
第3章	
世論	17
第4章	
流言・デマと風評被害	22
第5章	
サブカルチャー	28
第6章	
広告	33
第7章	
論壇	40
第8章	
メディアと若者論	47
エピローグ / あとがき	52

第1章 基礎

——コミュニケーションと情報技術

阿求…まずは本書で取り扱うメディア論、コミュニケーション論の枠組みについて整理したいと思います。本書では、新聞や雑誌などといったマスメディアと、インターネットや携帯電話などの近年の情報通信技術、そしてそれがもたらすコミュニケーションのあり方を領域として扱います。

はたて…何を扱うのかは阿求ちゃんたちに従うとして、どうしてマスメディアの理論とコミュニケーションの理論を同時に扱うの？

さとり…本書では、マスメディアのあり方の変化と、コミュニケーションのあり方の変化については、相互に影響を及ぼし合うものと考えてからです。情報や知識が流れる環境が変わると、それらに基づいたコミュニケーションのあり方も変わりますが、マスメディアはその情報や知識を提供する側であり、人々の社会認識に影響を及ぼすもの

と考えられます。またコミュニケーションのあり方が変わると、例えば人々の社会意識が共有される範囲や、あるいは社会意識そのものが変わって、それが特に商業主義的傾向の強いマスメディアにも影響を与える可能性があります。だからこそメディアとコミュニケーションに関する双方の理論を、ある程度字んておく必要があるのです。

魔理沙…これだけ「発信者」がたくさん出てくる時代においては、自らの行動について客観的に見られるような知識が必要だと本書の著者は考えているんだ。

「メディアは
メッセージである」

さとり…まず、「コミュニケーションと情報技術につ

いて、もう少し歴史的、社会的な部分を整理します。文…情報技術っていつてもどこから取り扱うんですか。

魔理沙…出版だ。そもそも活版印刷それ自体がルネサンス期における大きな発明と言われていたからな。ヨーロッパでは、1455年に、ヨハネス・グーテンベルク（注1・1）が自ら開発した印刷技術によって、後に「グーテンベルク聖書」と呼ばれる、世界初の印刷による聖書を発行した。印刷技術の発展は、書籍の生産量の増加と印刷にかかる労働負荷の減少をもたらした。それまでごく限られた階級の人々しか行き渡っていなかった書物を多くの人たちにもたらしたんだ。もつとも、印刷技術それ自体は日本や朝鮮半島などの東アジアにも存在していたものの、ヨーロッパのように一つの文化的なうねりをもたらすまでにはいかなかったがな。

阿求…ヨーロッパにおける書物の発展は、書体を統一し、知の体系化・標準化を促したとされています。ちょうど同時期に資本主義の萌芽もあり、資本主義と結びついた出版、出版資本主義が発達して、出版によってもたらされる言語によって「国民」が統合されていったとされています（注1・2）。

はたて…マスメディアの原形みたいなものだね。阿求…このような出版物によってもたらされた感覚のことを「グーテンベルクの銀河系」と呼んだのが、メディア論の始祖として知られるマーシャル・

マクルーハン(注1・3)です。

文:マクルーハンくらい私だっけ知ってますよ。「メディアはメッセージである」の人ですよ。

さとり:「メディアはメッセージ(Message)

である」はマクルーハンがテレビメディアを論じたときの言葉ですけど、そもそもマクルーハンのメディア論の根幹には、メディアというものが人間の感覚を拡張させるものだという認識があります。その点では情報技術のみならず様々なテクノロジーが「メディア」になりますね。

樫:それでは、「メディアはメッセージである」というのにはどういう意味が込められてるんでしょうか。

さとり:「メディアはメッセージ(Message)である」という物言いには、「メディアの内容ではなくメディアそのものを調査すべきである」と「メディアと内容の関係」「メディアと人間の心の関係」「メディアと社会の関係」の4つが含まれているとされており(注1・4、第2〜4

の意味が、第1の意味の理由になっていますね。また第3、4の意味は、「メディア」そのものが人々の心や社会に作用するという意味で「メディアはメッセージ(Message)である」とも言われます。:はい、3人とも「ギャグか?」という考えが一斉に出てきましたね。これマクルーハン自身の言葉であり、自ら編んだ入門書にも使われているタイトルですから(注1・5)。

文、はたて、樫:...

魔理沙:まあ「メディアはメッセージである」という言葉にはギャグとしての意図も当然あったらうな。ただギャグ以上の意味も一応持つてはいるぜ。

阿求:「メディアはメッセージ/メッセージである」ことの例の一つとして、先に挙げた出版メディアの発展についてマクルーハンの理論を見ていきましょう。マクルーハンは、出版メディアの発展以前の知識というものは口頭で伝えられるものであったんですけど、印刷物の登場により、それまで修辭的、聴覚的な意味を持っていた句読点の意味が、視覚的な意味を強めたとされています。また印刷物によって言葉を読むスピードが急速に速くなり、物事が口頭で伝えられていた時代において許されていた言葉に対する多層的な理解が急速に失われたとされています(注1・6)。このような流れで衰退したのがスコラ哲学(注1・7)であるとされていますね。

文:口頭から活字へ移行したことにより、言葉ってものに視覚的な要素が入ってきたってことではないですかね。あと印刷物によって知識が受容できるようにになったことにより、若い人が口頭で知識を得ていた時代の人たちより早く体系的な知識を得ることができるようになった、そして教育のあり方が変わってしまった、ってな考え方もできると思いますが。

阿求:実際その通りらしく、マクルーハンは、18世紀のケンブリッジ大学において、試験官が学生の

研究や読書に伍していけなくなったため、筆記試験が行われるようになったという研究を紹介していますしね(注1・8)。

さとり:他にも講義や規律を中心とするスタイルが主に18世紀以降であることを採り上げて、マクルーハンは《われわれが今日いうところの教室は、まったく印刷物の副産物だったので》(注1・9)と語っています。まさにメディアのあり方が、人々の認識のみならず、教育という社会のシステムの一部まで「メッセージ」してしまっている、ということになりますね。

はたて:印刷物の発明ってそんなにすごいことなんだなあ。:さすがルネサンス期の大発明の一つに数えられるっていうか。言葉の表し方が変わることで、それを使う人々、そして社会が変わっていったんだね。

阿求:ただし「メディアはメッセージである」という言葉を中心とするマクルーハン理論の理解には批判もあります。例えば先に引用したジョン・M・カルキンによるマクルーハンの解説では、「メディアはメッセージである」という言葉の第3の意味を解説した最後のほうで、《メディアは人びとをつかみ、揺すぶり、転がしまわし、メッセージする。メディアは人びとの心を開いたり、閉じたりする》と書いて、ここまではいいんですけど、その後《証拠があるだろうか。よろしい。外をのぞいてテレビ世代を見たらよい。彼らは部族的人間に戻るにつれ、ものの生地と動きと色彩と音を

再発見しつつある。テレビは本当につかみかかる。テレビは使われずに鈍くなった感覚を本当にマツサツする(注1・10)と書いておられるんですね。マクルーハンの理論はそもそもテレビが社会にもたらす「影響」についての研究が中心であり、こゝういう根柢の薄い世代論には結構親和的だとする見方もあります。

なぜ新しいメディア、 テクノロジーは叩かれるのか

文：とはいえ、メディアがもたらす社会への影響というものは軽視することもできませんが、ね。

魔理沙：そういうメディアの社会への影響というのは、むしろ「新しい」メディアに対する忌避感が表明されたときに、改めて気付かされると考えた方がいいかもしれんな。それを端的に示しているものとして、荻上チキ(注1・11)氏の『社会的な身体』(講談社現代新書、2010年)がある。

文：今でこそいろんな分野で活躍してる荻上さんですけど、そのういえば元々はメディア、インターネット関係の著作が中心でしたっけ。

魔理沙：荻上氏は新しいメディアが受容される過程で、そこでは必ずバッシングが起るとしているぜ。

文：文字が発明されたときは文字が叩かれましたし、あと情報技術とかではないですけど野球も当初は

新聞によって叩かれていましたよね。今でこそ朝日新聞が夏の高校野球のスポンサーになったりしてますけど。でもそれって、結局のところ「新しい」ものが理解できない、っていう「旧世代」の問題、ということではないんですか？

文：さとり：まあ若干暴力的にまとめればそういう捉え方もできますけど、内実はちょっと複雑です。荻上氏は、新しいメディアが導入される過程で、「萌芽期」「導入期」「定着期」「転換期」の4つの段階があるとしています(表1・1)。そしてこの過程は、「社会的身体」の組み替えという過程として規定されます。

社会的身体とは、生物としての身体そのものではなく、社会的に構築された、体に対するイメージのことだ。人は、道具を使い、環境に適応すると同時に、環境そのものを変容させる。人の生物学的身体は、そう簡単には変えることはできないが、メディアを通じて形作られる社会的身体は、わずか短い期間の間に、その姿がらりと変えていく。(注1・12)

文：さとり：この観点に従えば、新しいメディアへのバッシングというものは、自らの社会的身体が新しいメディアによって書き換えられることに対する抵抗と解釈することができます。これは「有害メディア」論のみならず、先ほど文さんが採り上げた野球、あるいは医療技術についても見られます。荻

上氏は、無痛分娩に対して、産婦人科医の方が分娩室の状況が改善されたと言ったのに対して、多くの親が、親の体に負担がかからなくなったぶん、子供のリスクは大きくなったのではないかと反発したそうです。ただこの産婦人科医の方は年間1000例以上の無痛分娩に関わっており、それで親も納得したようですが(注1・13)、メディアの場合は、「新しい」メディアに対するバッシングは、「教育」という発想を手に入れることで収束します。

文：はたて：あ、そのへんの感覚はよくわかる。携帯電話にしても、当初は若い世代の種々の「問題行動」の原因になってるって叩かれたけど、最近は通信事業者やメーカーの側が機能を制限した「子供向け」のケータイを出したりしてるし。

魔理沙：最近でもスマートフォンをめぐって「スマホチルドレン」なる言葉が出てきているが(注1・14)、いずれは「教育」をめぐる無害化された理論に収束していく可能性も高いだろうな。

文：さとり：またこの観点に立つと、なぜ新しいメディアをめぐる問題が主として「若者論」として語られるのかというのに対して「一定の整理を与えてくれます。荻上氏は、『ニューメディアの登場に伴い、「新しい子ども」「新しい女」が叩かれるのは、「女・子ども」が「未熟な市民」であるがゆえに、メディアによって容易に《あるべき主体》から遠ざけられてしまう、と想定されてきたからであった。だから「主体化」の作業である「教育」

表1-1 メディア浸透の4段階仮説（荻上チキ[2008]p.33）

段階	第1段階 萌芽期	第2段階 導入期	第3段階 定着期	第4段階 転換期
現象	技術的な可能性が検討され、商品化が検討される	イノベーターたちによって、先端的な利用方法が検討される	浸透したことを受け、「教育」に取り込むことが検討される	日常的風景と化し、社会システムの中に前提として組み込まれる
言説	一部の知識人やマーケティング者により、「未来の可能性」の思考実験が行われる	一部の現象に対して、社会問題化が起る	教育方法をめぐるとの言説交換が行われる	特定の作品や商品に対して懸念が提出される。世代間での意味づけの相違が問題化された
各段階における衰退理由	コストや資源、実際のニーズ等の問題で、実現可能性が低いため	あくまで一部の人間に対する流行でしかなく、一般の合理性を満たすものではないため	あくまで一時期の流行でしかなく、生活の必需品や慣習として定着するものではないため	新たな代替技術の登場などにより、その社会的機能が失われたため

の奪い合いが繰り広げられる》(注1・15)と述べていますが、これは新しいメディアが出てきたときに對するパッシングは、実際には自分の社会的身体が書き換えられることに對する恐怖や不安を、「女性」や「子供」あるいは「若者」といった社会的に、相対的に立場が弱い人たちに投影する、という行為ではないか、と言つてもできるのです。

阿求：「コミュニケーションに對する不安が若者論を惹起している可能性というのは最終章で触れることにして、もう一つ触れておくべきことと言つたら、「新しい」メディアが社会の中に受け入れられるようになる

と、そのメディアはたちまち「古い」メディアとして、また「新しい」メディアをパッシングするための動機になり得るということ。例えばテレビは、戦前〜戦後にかけての人気評論家である大宅壮一(注1・16)氏が「億総白痴化」、つまりテレビを見ると莫迦になる、ということを述べました。しかし最近では若い世代がテレビを「見ないこと」が問題視されるようになってきているんですね。「テレビを見れば莫迦になる」と言われた人が、若い世代に對して「テレビを見ないと莫迦になる」と述べることは、社会的身体論を前提に考えればかなり自然な行為と言えるのです。

椀：「前のマクルーハンの話と、ここでの荻上さんの話などを考えると、メディアの受容、接触がアイデンティティとも強く関わっていることもまた言えるかもしれませんね。新しいメディアへの適応は若い世代ほど早いですから、逆に新しいメディアにいち早く適応した若い世代が、上の世代を叩くことによって自分たちの「新しさ」を強調しますが、いざ自分たちが「古い」存在になってしまったという自覚を持つと、自分たちの想像力、社会的身体がより若い世代によって脅かされてしまうことに、上の世代よりもさらに強力な恐怖心を持つてしまうのかも。」

さとり：「後のほうの章でも触れますが、日本の場合はメディアの接触と文化への関与、そしてアイデンティティの一部が極めて強い関係を持っていきます。とりわけメディアの移り変わりが激しい時期においては、メディアとアイデンティティの関わりは一層強くなると予想されます。故に、メディアをめぐる、特に若い世代の言説は、実際にはメディアとアイデンティティをめぐる世代間闘争としての側面も大きいと言えるかもしれません。」

文：そういや、近頃もツイッターなどのSNSで「いい話」系のデマが流れたときとか、あるいはツイッターの「バクリ」が話題になったときの議論において、SNS以前のインターネットの使い方を知らない「ニューエイジ」の問題、として論じられることも多いすよね(注1・17)。しかし、特定の問題を考えるときの枠組みとして、いきなり「世

代」が選択されるのも、メディアの使用と世代的なアイデンティティが強く関わっているから、と言えるかもしれませんが。「世代」は話の種にもなりませんし。

さとり：そうですね。しかし真っ先に「世代」が枠組みとして選択されることによって、例えば「業者」が多いとされる無断転載アカウントや、あるいは「自分はただ面白い記事を紹介しているだけだ」として居直るバイラルメディアの問題などが覆い隠される可能性は考慮すべきでしょうね。

魔理沙：メディアをめぐる問題で注意したいのは、第一にさとりが言ったような、メディア接触と強く結びついた「世代」という問題に徒に引き込まないこと。第二に、新しいメディアに対するバッシングは社会的には自然と言える行為でも、特定の社会集団、階層に対する誤ったイメージの流布はやはり許されないこと。これらに対して注意を払えるようになるには、やはりメディアと社会の関係について知っておくことが必要だ。

はたて：ただのアイデンティティをめぐる対立、世代間闘争に引き込まんじやったら、見えるものも見えなくなるってことね。

魔理沙：最後になるが、マクルーハンのこの物言いは、これからも死滅せずに出てくるであろう通俗的なメディア論を読むときには思い出しておきたいものだな。

テレビが古いテクノロジーになったとき、わ

れわれはテレビのすばらしい本質を理解し、あ
りがたく思うことだろう。(注1・18)

【註釈】

- 注 1.1 Johannes Gensfleisch zur Laden zum Gutenberg 1398頃-1468 活版印刷技術の開発者とされる人物。
- 注 1.2 伊藤守：編著『よくわかるメディア・スタディーズ』（ミネルヴァ書房、2009年）p.35
- 注 1.3 Marshall McLuhan 1911-1980 英文学者。斬新な視点からのメディア論で有名になる。著書に『グーテンベルクの銀河系』『メディア論——人間の拡張の諸相』『グローバル・ヴィレッジ』など。
- 注 1.4 ジョン・M・カルキン「マクルーハン理論とは何か」（マーシャル・マクルーハン、エドモンド・カーペンター『マクルーハン理論』大前正臣、後藤和彦：訳、平凡社ライブラリー、pp.23-49、2003年）pp.29-32
- 注 1.5 Marshall McLuhan, Quentin Fiore : The Medium is the Massage: An Inventory Effects, Random House, 1967/ マーシャル・マクルーハン、クエンティン・フィオーレ『メディアはマッサージである（新装版）』南博：訳、河出書房新社、2010年
- 注 1.6 マーシャル・マクルーハン「言語に与えた印刷物の影響」（『マクルーハン理論』pp.71-93）
- 注 1.7 11世紀に確立された、批判的読解や対話などにより理性的認識と宗教的真理を調和させる「スコラ学」のもとで作られた哲学。
- 注 1.8 マクルーハン、前掲 p.77
- 注 1.9 マクルーハン、前掲 p.80
- 注 1.10 いずれも、カルキン、前掲 pp.30-31
- 注 1.11 Ogiue, Chiki 1981- 評論家、メールマガジン「 α -synodos」編集長。著書に『ウェブ炎上』『セックスメディア 30年史』『未来をつくる権利』など。
- 注 1.12 荻上チキ『社会的な身体——振る舞い・運動・お笑い・ゲーム』（講談社現代新書、2010年）p.40
- 注 1.13 荻上、前掲 pp.44-45
- 注 1.14 竹内和雄『スマホチルドレン対応マニュアル——「依存」「炎上」これで防ぐ！』中公新書ラクレ、2014年
- 注 1.15 荻上、前掲 p.43
- 注 1.16 Oya, Soichi 1900-1970 評論家。著書に『ジャーナリスト講話』『日本の裏街道に行く』など。
- 注 1.17 例として、小野ほりでい「著作物に対する意識が欠如した”ニューエイジ”が増加中!? ～恐るべき子供たち～」
<http://togeich.jp/2014/08/30/12011>、2014年
- 注 1.18 マーシャル・マクルーハン「テレビとは何か」（『マクルーハン理論』pp.110-148）p.148

【その他参考文献】

- ユルゲン・ハーバーマス『コミュニケーション行為の理論』上中下巻、河上倫逸：訳、未来社、1985年
- 中岡成文『ハーバーマス——コミュニケーション行為（現代思想の冒険者たち Select）』講談社、2003年

第2章

メディア、コミュニケーションの現在

世代論の危険性

さとり：前章では古典的、あるいは理論的なことに触れたので、本章では現代のメディアやコミュニケーションのあり方についてある程度網羅的に見てみたいと思います。

権：情報技術を介したコミュニケーションのあり方を触れるときにおいて欠かせないのが携帯電話とスマートフォンだとかだと思います。少し前は、「デジタルネイティブ」という概念が出てきたことがありましたし。

文：まあ最近はまだ聞かれなくなっただけだね。
阿求：デジタルネイティブ概念とは、元々はアメリカで生まれた概念であり、子供の頃からインターネットなどの情報通信技術、環境に慣れ親しんだ世代のことを指します。またこの概念は、概ね若

い世代の技術や社会意識の「革新性」への称揚を伴っていることが多いですね。ただ、日本では主に若い世代のコミュニケーションのあり方の「奇っ怪さ」を指す言葉として使われることが多いです。

魔理沙：コミュニケーションのあり方の変化がなぜ「新しい」メディアや技術に対するバッシングを生み出すのか、ということについては前章で荻上チキ(注1・11)氏の「社会的な身体」を引いて述べたとおりだが、これは第5章にも関わってゆくことだが、少なくとも日本では社会認識の違いを強調する概念として「世代」が持ち出されるのが非常に多い。考えられる大きな理由をいくつか挙げるとすると、まず、第5章で詳述するが、日本の文化、サブカルチャーが階層や地域というよりも、映画や雑誌などのメディア接触経験によっ

て異なるという点だ。

文：まあメディアの積極経験は世代によって違いますがね。階層ではなくメディア接触、それもメディアや文化の栄枯盛衰が激しい時代においては、「世代」の重要性も見えてくると思います。

魔理沙：ところが、実を言うと全般的な社会意識に関する「世代」の差は小さくなっているんだ。NHK放送文化研究所が行っている調査の報告書では(注2・1)、全般的な社会意識の傾向については、数量化3類によって「伝統志向・伝統離脱」「まじめ志向・あそび志向」の2軸に、各世代をプロットしているが、明確に違いが現れるのは「戦争」世代(1928年以前生まれ)、「第一戦後」世代(1929～1943年生まれ)、そして「団塊の世代」を含むその他の世代だ。「団塊」世代以降の世代は、概ね第1軸「伝統志向・伝統離脱」の中央から「伝統離脱」側にプロットされ、さらに同じ世代について、調査の時系列に応じて線で結んでも、「団塊」以降の世代を示す線は、他の世代と交差していることすらある。

阿求：この報告書では「世代の差は大きい」ということをやや強引に結論づけるような書き方になっていますが、むしろ「戦争」世代以前の世代が退場することにより、世代差は小さくなるのではないかと推測できます。このような錯誤は、ステレオタイプの「世代」概念にとらわれすぎて、将来的に起こる判断を見誤っているからではないかかと思えますね。

文：あやや。評論の上では「世代」が極めて重要なツールとして扱われていますが、実態としてはそれほど重要ではなくなる可能性が大きいわけですか。

さとり：社会意識に関して「世代」という区切りの有効性が減っていることについては、「世代」概念が重要ではなくなるということを直接的に意味するわけではありません。むしろ、なぜ減しているのかということが問題として浮かび上がります。ただこれについては最終章で改めて採り上げるとします。まず強調しておきたいことは、メディアやコミュニケーションのあり方を語る上で、単純な世代論は極力排すべきということです。現代「若者」に対する評価は、「新しい社会を作り出す、社会を変える存在」としてのポジティブな見方と、「自分たちには理解できない行動をする象徴的に驚異的な存在」というネガティブな見方という相反する見方が並列に存在するため、自らの願望を投影しやすいという側面があるからです。

メディア、コミュニケーションをどう研究するか

阿求：次に、メディア、コミュニケーションについての研究の手法について見ていこうと思います。まず世代論をベースとする研究の問題点として、「世代」をあまりに重視するばかりに他の要因、例えば経済的・文化的要因への配慮が疎かになる、

ということが挙げられます。例えば、日本におけるメディア・コミュニケーション研究の有力者である橋元良明（注2・2）氏が、広告代理店である電通と、日本の「デジタルネイティブ」について論じた本「ネオ・デジタルネイティブの誕生——日本独自の深化を遂げるネット世代」（橋元良明、電通総研（奥律哉、長尾嘉英、庄野徹）、ダイヤモンド社、2010年）のまえがきがその一例です。「ケータイは外出先で使うもの」などといった、12の設問を提示したあと、次のようなくたりがあります。

年配の方には、すべて「イエス」と答えられた方
も多いのではないのでしょうか。とにかく、見事
なほど、回答者の年齢によって答に差が出るは
ずです。若者は皆「正反対」を答として選択す
るのです。この現実をどう理解すればよいので
しょうか。（注2・3）

桜：《はずです》って書かれていますけど、橋元さんたちは、携帯電話などに慣れきった若い世代のメディアなどに対する認識のあり方が激変しているって自分たちの認識を補強するための、「デジタルネイティブ」より上の世代を調査してないってことですか？

阿求：残念ながら、同書には中高年世代に対する調査は掲載されておりません。そして、橋元氏に限らず、若者論において、上の世代の「常識」に関

しては「はず」という言葉で説明されてしまうことが多いんです。また、幸いにして橋元氏たちの先ほどの著作には見られないのですが、同様の問題として、相関関係と因果関係の混同があります。はたして、あ、それって統計学とかで結構注意すべきものとして採り上げられるやつだ。

魔理沙：例えば「パラメータAとBに強い相関関係がある」ということが導き出されたとしても、「Aを増やせばBも増える」ということは必ずしも意味せず、もしかしたら別のパラメータCが両方に影響を与えていて、それ故AとBの相関係数が高く見えるんじゃないかということもある。もう一つは因果関係の順序の逆転だな。「AならばB」というものは、必ずしも「BならばA」を意味しないぜ。例えば若い世代において、年収が低い層とか非正規労働者層における携帯電話の使用頻度などが、他の層に比べて高かったという結果が出たとしても、「携帯電話を使うと低い階層に落ちる」ということを示すことは決してない。むしろ、例えば携帯電話がないと面接などの連絡がもらえない、などといった背景を理解する必要があるが、若者論、とりわけマーケティング系の若者論にはよく見られる混同だ。

桜：マーケティングというものは基本的に「これが流行である」と託宣するという要素を多く含んでいますから、そういうアプローチになるのも致し方ないのかもしれないね…。

阿求：さて、メディアに関する研究については、そ