

風と窓：近未来からの生活情報メディア史（1991）

序論

サイバーシティ・電腦都市・トロン計画。『ブレードランナー』のようなSF的な近未来から実現可能性にこだわりを示した近未来まで、その展望はさまざまであるが、脱産業社会のイメージが「情報化」を中心に構想されることでは、かなりの共感がえられよう。その共感の根拠を、技術革新のテンポにいつも戸惑いを示す保守的な生活からクエスト（迷走する探求）することにする。

1991に書いた、こんなでだし、もう風化してしまった。とほほ。

風と窓：近未来からの生活情報メディア史（1991）

1．狂気に潜む正気 サイバーリアリティと<いま>の小説

僕は、大沢まことです。噂ネットで聞いた話ですが、「マスオさんが不倫をし、カツオくんが同級生を妊娠させ、絶望したサザエさんが新興宗教に走って一家離散した」ということです。それはありうることだ、と思いました。テレビの中では、マスオさんもサザエさんも「幸福で真面目な夫婦」を我慢して演じているのでしょう。

僕の生みの親は、いとうせいこうですが、僕と一緒に暮しているわけではありません。僕は母さん（まみ子といいます）と二人だけです。母さんは「小さな商店から電話回線で送られてくるデータを解析して、メインコンピュータとつなぎ、全国的な売り上げレベルとの比較や、仕入れ商品等のアドバイスをする」仕事を夜遅くまで自分の部屋にこもってやっています。僕の家は小さな情報会社です。

僕は小四で、いまゲーム・ソフトの「ライフキング3」に夢中です。このソフトのおかげで、ディスク対応型キーボード付きコンピュータ・ゲーム・ハード（ディスコン）が日本中の子供部屋に蔓延しました。もちろん僕の部屋にもディスコンがありますし、それに僕専用の電話だってあります。僕の部屋はもう勉強部屋ではありません、気分はコクピットです。だから家の中でいつも「良い子」ばかりを演ってるわけにはいきません。しっかりと僕探しゲームをしないと、みんなについていけなくなります。

夜の11時頃、僕は僕のソフトが「ライフキング3」である証拠をつかんで、狂喜しました。そこで母さんの部屋のドアを叩いて、ドア越しに会話をしました。二人しかいないからこそ、プライバシーを守ろうと言ったのは母でした。ドアが開いて母さんが顔をだしたとき、僕は照れ臭くてゴリラの真似をしておどけました。母さんは、照れ隠しのゴリラ顔を見ると吹き出し、まるで恋人にするように僕を抱きしめました。そんな母さんを僕の部屋に誘ってライフキングの証拠をみせ始めました。でも途中で大事な裏技を忘れたので、電話ネットをフルに活用しました。母さんは「こんな時間に、しかもこんなたくさんの友達に！」とびっくりしてましたが、いつものことです。電話ネットでは、僕には千人の友達がいます。

こうして傑作『ノーライフキング』は、そのプロローグで「粒子家族」を提示し、「暗黒迷宮」の情報環境に一気に疾走します。

風と窓：近未来からの生活情報メディア史（1991）

２．トリックの解法：ルールとルーツ

親族と伝統的なコミュニティの消滅、それと表裏一体の関係にある都市化の浸透、そのドラスティックな社会変動をもたらしたテクノロジーの驚異的な革新と大量生産＝大量消費の市場経済システム、そしてそれらの社会構造を正当化する新しい価値観（手段的活動主義：真面目に、無駄なく、我慢して、大きく）、それらはかつての自明であった可視的で狭い伝統的な生活世界の境界を無慈悲に解消し、人々を強迫的に広大で不可視的な世界へと放り出していった。

そのとき、人びとは２つの可視的な小世界にリアリティを求めた。それが「ビュロクラティックな企業組織」と「核家族」である。

しかしこの２つの世界は、すべての人々が共有する世界ではなく、性の分化に対応して専有された歪んだ世界であった。男は「オーガニゼーションマン」として、企業組織にリアリティ（男らしさ）をみつけ、女は「専業主婦」として核家族に自分のリアリティ（女らしさ）を発見した。男が家庭に自分らしさを求めることはタブーであったし、女が組織に自分らしさを期待することはなかった。それぞれの世界を専有することが、手段的合理主義の思想と「分化と統合」の社会的メカニズムをもつ『産業社会』の要請であった。

産業社会は、その活動主義によって、「明日は今日よりも大きくなければならない」と迫る、社会変動を常態化させた社会でもあった。その場合、大きな社会変化をリードしたのは企業組織であり、核家族はそれをフォローする役割を期待されていた。ここから階層的なメカニズム（組織＝上位、核家族＝下位）が作動した。男と女の性差が単なる機能上ではなく、勢力上のテーマとして社会問題とされるのは、この階層性が社会的に正当化されていたからである。組織人（男らしさ／働く）と生活者（女らしさ／やすらぎ）が階層的で機能的なセットを構成したとき、そこに日常的な社会秩序が形成維持された。

この秩序とは対照的に、日常的には「社会的逸脱」のレッテルが貼られるが、非日常的には許容される社会領域があった。それが「遊び」であり、そこに幻のリアリティを求める人を「大衆（孤独な群衆）」と呼んだ。大衆（消費）社会論とは、遊び領域の日常化（「許容」された逸脱としての正当化）を、「核家族領域（＝生活者）への遊び（＝大衆）の浸透と融合のプロセス」として理解しようとした社会逸脱＝変動論であり、産業社会論とは光と影の関係にある現代社会論であった。情報化は、その影に忍び寄り、光の窓に吹き込む新しい風になった。

風と窓：近未来からの生活情報メディア史（1991）

3．がらくたのウィンドウ：TVと”孤独な群衆”

情報化社会のメディア論は脱活字メディアから始まる。その先頭をきったのがマスメディア（テレビ）である。テレビの登場は、産業社会の影であった大衆消費社会に脚光を浴びせ、その後続く情報化社会の原初形態を生成したという意味で衝撃的である。当時マスメディアはコミュニティを喪失した「孤独な群衆」を慰める疑似的な社会統合メディアだ、という解釈が一般的であったが、＜いま＞からすれば、テレビが核家族に侵入し「生活者」の価値体系に大きな衝撃を与え、核家族の基本構造を変容させた事実をより重視すべきだろう。統合ではなく、交響（？）メディアの座標軸が問題である。

テレビは最初その”いかがわしさ”のために、社会的にマージナルな領域（街頭など）にあって「孤独な群衆」のための”がらくた”メディアとして誕生した。しかし、そこでの熱狂的な支持は、がらくたでいかがわしいメディアであっても、マージナルな逸脱空間に封じ込めることから解放すべきだ、とアピールした。この期待に応えたのがハレのイベント＝儀礼で、それはテレビがその実況中継に最適なメディアであること承認することで、テレビに社会的な正当性を付与した。これによって、テレビは新聞と並んで核家族の生活世界に一気に浸透し、しかも新聞にはない強烈な映像力によって新しい情報環境を創出していった。それまで家族メンバーの役割関係だけが核家族を構成するリアルな情報空間であったところに、社会のがらくた情報が無理やり侵入し、非家族的な情報空間を成立させていった。スポーツ中継（夫）とソープオペラ（妻）そしてアクションドラマ（子供）は、テレビがもたらした最高のがらくた（娯楽）であった。

しかしそこでは、家族メンバーの対面的で双方向的なコミュニケーションとマスメディアからの間接的で一方向的なコミュニケーションとの間には質的な差異が設定されていた。生活者は、対面的なコミュニケーションは本物でリアルな情報で、マスメディアからの情報は疑似情報にすぎないはずだと考えた。しかしたとえ疑似情報ではあっても、情報メディアが核家族に侵入し、家庭内の役割関係の情報空間とは全く異質な社会的な情報環境を創出したことは重要な意味をもっていた。

しかもその情報環境が《娯楽というがらくた》であったことは、核家族が、いままでの産業社会の家庭（夫の仕事の疲れをいやす＜休息＞の場）のように、企業組織に従属する補完的な場ではなく、日常化した遊びレジャーと社会情報を自由に享受する場に変容したことを意味した。テレビの社会的な認知は、情報化社会を睨んだ情報基盤整備が家庭生活において急速に進行することを承認することであった。

こうしてテレビは、情報化社会へのトリガーとなり、同時に核家族の構造を変化させる脅威的なメディアになった。

風と窓：近未来からの生活情報メディア史（1991）

4．細やかなネットワーク 電話と”家族解散”

パーソナルメディアのトップランナーは電話であった。電話はリアルタイムのメディアであり、だからこそ「淋しさ」をいやす友達にもなり、同時に冷めた便利な道具にもなる。このように両義的なメディアであるにもかかわらず、電話の普及プロセスが企業組織から始まったために、電話は用事を足すに便利な道具であるという「手段的な価値」によってのみ社会的に承認されるメディアになってしまった。手紙などの活字メディアにはないリアルタイム性は、電話の手段的・道具的価値を最大に発揮するユニークネスとなり、電話は組織の間で圧倒的な支持を得た。

ここから、電話は便利な道具だ、という神話が形成された。
しかしそれは組織が産んだ奇妙に歪んだ神話にすぎなかった。

電話が核家族のメディアとして浸透し始めると、電話の手段的な価値はだんだんに萎み、コンサマトリー価値（用事ではなく、話すこと自体が意味を誘発する）が膨らんできた。確かに最初のうちは、電話は夫や子供が「外から」家を守る妻＝母にかけけるメディアであった。それは道具としての電話（これから帰る、食事の用意を頼む！）であり、ここでは電話は核家族の統合メディアとして機能していた。外にいる家族メンバーを核家族の枠の中に入れ、そこでの絆を確認するために、電話はあった。

しかし女（家にも、妻でもなく、母でもない！）や子供が「内から」外の友人に向って長電話（夫はできない！）をするようになったとき、かつての神話は空しく崩壊し、同時に核家族の枠と絆が緩み始めた。
電話はもはや核家族の統合メディアではなくなった。

メディア特性からすれば、音声だけに依存するコミュニケーションはとても「あいまい」で、用事的手段としては不適切である。リアルタイム性ではなく、正確性を考慮すれば、電話のファジィ性は致命的な欠陥である。だからファクス電話が組織で普及したのである。活字メディアとのマルチ化によって、電話はやっとまともな道具になった。

それまでは妥協していたにすぎない。

音声に依存するファジィ性は「無意味な会話を長い時間楽しむ（淋しさや退屈な気分を忘れるために！）女（の子）たちのオモチャ」として最適であった。電話はオモチャになることで、かつての神話からもっとも遠いところに到達し、新しい価値を生成した。その結果、家庭は、核家族の枠を超えた「遊び（＝淋しさの裏返し）の受発信情報基地」を取り込むことになった。新しい電話の価値は、核家族の＜枠と絆＞を超える衝撃をもたらした。

恋人同志の長電話が、二人の帰属する家族からの離脱をシンボリックに表現しているように、女や子供の長電話も＜核家族の枠と絆＞への疎ましさの表明であった。

夫だけがまだ核家族の枠と絆にこだわっていた。

電話の家庭生活への浸透つまり遊び情報の基地化は、核家族を超えたパーソナル・コミュニケーションを許容し、その結果いままでの核家族の堅い枠をあいまいにし、家族の絆を柔らかなものにしていった。それはもはや核家族ではなかった。「粒子家族」と呼ぶほうが、”らしい”のではないか。ここではあいまいな枠と柔らかな絆を前提とした家族役割のこまやかな演技が期待されていた。

もう誰も擦り切れてしまった過去の台本を信じることはできなくなっていた。

風と窓：近未来からの生活情報メディア史（1991）

5．わがものの顔のポップメディア A V と ” ハッピークエスターズ ”

音響と映像にかんする感覚的でポップな情報メディア（A V 系ニューメディア）の誕生は、子供たち（若者：核家族にあっては逸脱者／だから社会化）の圧倒的な支持を受け、子供部屋（＝コクピット）を拠点にして家族構造を「核家族から粒子家族」へと誘導していった。

子供たちが自分の部屋を「コクピット」と呼ぶ時、そこは「僕の部屋は東京（T O K I O）よりも、おもしろい」情報空間であり、子供役割から離脱した「自分らしさ」を表現する場になった。コクピットは、シンセサイザーなどのニューメディアを駆使して、自分に似合った音や映像が交響する情報環境を創造・編集する場であり、そこで子供たちは、それまで家族役割に縛られていたさまざまな感覚器官を自由に拡散させ、個としての境界とその環境を融合させ、「子供という社会的役割」から「感覚器官群の共鳴体」へと自己認識をトランスフォームさせていった。コクピットは、すでに粒子家族の情報空間であり、核家族の空間ではなかった。自分の部屋は、核家族では役割分化された子供役割を効率的に遂行する場（子供部屋＝勉強部屋）であったが、粒子家族ではそのような固定的な役割から自分を解放して、感覚器官群の共鳴体として新しい自分を生成・編集する場（コクピット）になっていた。

「ポップメディア」とはコクピットにおける情報メディアであり、そのメディアと戯れる子供たち（"YOUNG-AT-HEART" を含む）を「ハッピークエスターズ」と呼びたい。ハッピークエスターズは、孤独な群衆の延長線上に想定されるイメージであるが、孤独な群衆のように、盛り場のような境界領域（ハレの遊び空間）に逃避して安心する逸脱意識をもった大人ではなく、家庭生活の中に自分のコクピットを有することをなんら不思議に思うことなく、ポップメディアとその情報環境に共鳴している子供たちである。かつての「マスメディアと孤独な群衆」の意味連関は、ここにいたって「ポップメディアとハッピークエスターズ」の意味連関へと変容した。そこに介在するのが、核家族から粒子家族へ家族変動であった。

コクピットはポップメディアによって新しい情報環境を生成・編集する場であり、たとえばそこでの音はサウンドスケープとして自己の感覚器官と融合・共鳴していた。昔の音楽好きのように音響装置の前にじっと座り、そのシングル・メディアとの意識的な関係を追求するといった＜主体と客体＞の弁別は解消され、サウンドスケープというマルチ・メディアが創る音世界のなかで、自分と音との境界があいまいなまま共鳴しあっている状態が生成されていた。同様に、映像にかんしても、テレビはすでに一つのディスプレイにすぎず、完全に環境映像化していた。

昔のテレビ時代のように情報環境が疑似環境として認識されることはなく、マルチメディアで生成・編集した情報はリアルな情報環境を生成していた。たとえばテレビの映像だけを流し、音は別のメディアをかぶせるといった編集も自在になされ、さらにビデオなどの利用による多様な情報編集も自明なものになり、それによって自分らしいリアルな映像環境が創作されていた。

ポップメディアによる情報のスケープ化は、単にコクピットにとどまらず、他の領域にまで拡散していった。そのシンボルが懐かしいウォークマンである。ウォークマンをかけたハッピークエスターズは、通勤通学などの境界領域をも新しいポップな情報環境へと変貌させた。ニューメディアのおかげでいままで無駄でしかなかった境界領域が一気にサウンドスケープ化し、それ自体で意味を誘発する領域へと変貌していった。

ここには、孤独な群衆が遊びを家庭に持ち込んだのとは逆に、ハッピークエスターズが家庭から外にポップな情報を放出しはじめたという新しい融合化現象がみられた。無駄・無意味だった中間領域が新しい価値を付与されて、粒子家族と共鳴し始めていた。かつてマージナル領域にただずんでいた孤独な（淋しい）群衆が、こうしてテレビと電話を媒介にして核家族に侵入し、そこで新しい価値を創出した時、《粒子家族》への移行は、すでにスタートをきっていた。