

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 1. S F Cの実験

ぼくのいるところは、S F Cと呼ばれる。それは湘南藤沢キャンパスのことで、けっしてスーパーファミコンのことではない。しかしそこに通底する気分は同じだ。このキャンパスは慶応大学が「未来からの留学生」というコンセプトで描いた学部で、今までの大学の現状を超えようという意欲で創った新しい学部である。ここに「遊ぶ＝学ぶ」S F Cの学生たちの気分や行動を観察するところから、大きなテーマである「共生すること」の意味を考えてみよう。このキャンパスの売りものは、新しいリテラシーの体得と実践にある。それは3つからなる。

1つは「身体知」である。ここでは、かつての体育教育とは違って、自分にあったペースで好きなようにスポーツや体力づくりを実践することで、自分の身体感覚を理解し、自分のパワーやリズムやスピードの限界と可能性を体得することで、「自分らしい身体的な思考とは何か」を自分のものにすることが重視される。身体で考えることは、頭で考えることと等価である。身体で考えられない頭だけの知性は、ここでは期待されない。

2つめは「身体化された言語知」である。ここでは、外国語を身体知として表現できるようになるまで、その体得に時間をかけることを重視する。だから帰国子女は最初のうち憧れの対象でありながら、ある一定期間を過ぎると、普通の人に見えるようになってしまう。誰でも多様な言語を操ることが当然という文化的風土がある。日本語も外国語も原理的には等価である。もちろん外国語の内部でも、それぞれの語種の価値は等価である。欧米語だけがカッコいい、ということはまったくない。

3つめは「人工言語知」のリテラシーである。これはコンピュータ操作能力の習得である。ここではノートブック型パソコンをもって歩くことは当たり前で、そこには何の違和感もなく、学生たちはどこからでもキャンパス・ネットワークに自由にアクセスして、電子メールを使って友人や教師とコミュニケーションをとったり、難しいプログラムを駆使してポップな絵を描いたりしている。フェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションばかりでなく、情報ネットワークを通じたコミュニケーションもかれらには十分すぎるほどリアルで、かつてのような電子的な情報環境は疑似環境だという意識はない。電子メディアによる情報も身体を介した情報も、ここでは等価である。

このように、S F Cでは、新しいリテラシーの創造をめざしている。かつての「読み書き能力」という意味でのリテラシーでは、身体知は無視され、自然言語では欧米語が高い価値を有し、人工言語は偽物とレッテルを貼られていたきが、S F Cでは、このような階層的な知は排除されている。重要なことは、知の多様性を許容し、かつ相互の関係を対等にすることで、新しいリテラシーの創造を期待したことである。

この新しいリテラシーは他者への新しい共感能力をもたらすはずである。階層的な知は、上下関係や権力関係（建前としての機能的関係）を基盤に他者との分化・弁別をもたらし、さらにその分化を全体に統合することで他者への共感（差別意識）を醸造した。これにたいして、S F Cのリテラシーでは、一方で相互に共鳴し共振し、他方で相互に融合しあうことで、つねに新しい関係を生成しつづけるプロセスに共感しあう仕組みになっている。これは共生する関係を支える基本的なリテラシーではなかろうか。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 2. 電子メールのデモクラシー

電子メールを使ってコミュニケーションが自由にできるようになると、指で考えている気分になる。キーボードを叩く指が、知らないうちに文章を打ち込んでいるようになり、電子メールでのおしゃべり（チャット）は、音楽のキーボードを打つときと同じように、指で表現（会話する、音楽する）している気分になる。そのためには、キーボードを叩くスピードが重要だ。口ではなく指でする会話は、口と同じくらいのスピードでしゃべることのできる指のテクニックが必要である。SFCの学生の指さばきは、みんなたいしたものである。だからかれらはチャットが楽しい。

この電子メールのコミュニケーションが自由に操作できるようになると、この方法は身体化され、そのコミュニケーションはリアルになる。今までの口を介したコミュニケーション、フェイストゥーフェイスであろうと電話であろうと、それと同じくらいリアリティをもつ方法として、新しい市民権が電子メールにも付与されてくる。ということは、指で思考できない大人にはこの方法は、どこまでいっても身体思考的ではなく、だからリアルにならず、したがって新しい市民権を付与されないのである。

SFCの若者にとって、電子メールは身体化されたメディアである。ディスプレイを見ながらキーボードを使って指で思考するとき、ペンで手紙を書く場合と違って、敬語や丁寧な言葉使いをなぜか無視してしまいがちである。これが示唆することは、意外と重要である。つまりここでは、上下関係が軽くみられ、関係の対等さが重視されているのだ。学生が教師に電子メールをだす場合でも、かれは変な敬語など使わずストレートな聞き方をしてくる。しかも簡潔な表現になっている。相手が教師であろうと友人であろうと、さして相違のない表現がなされる。つまりもって回った表現ではなく、イエスカノーかをすっきりと使い、だからといって論争的ではない言い回しが活用されている。

これは、フェイストゥーフェイスの関係が、ある意味では強く権力的であることと対照的である。一般的には、対面的なコミュニケーションは本物で、電子メディアを介したコミュニケーションは偽物だ、という論議が昔からあったが、それは、結局はメディアの身体化の程度の差という問題だったのである。それより重要な問題は、はたして対面的なコミュニケーションはどのような意味で本物なのか、ということなのである。その結論が権力的という意味で本物だ、ということなのだ。社会的な地位が高い、声が大きい、威圧的なポーズが強い、相応するスピードが早いといった要因がここでの対面的なコミュニケーションの関係を大きく決定するのであって、その意味でこれは基本的に権力的なのである。

これにたいして電子メールでは、上記のような要因は無視される傾向が強い。会議ではもの静かで何もしゃべらないような人が電子メールになると、論理的でかつスケールが大きな論陣を張ってくる、ということがみられる。つまり今まで自明と思われていた社会関係がいかに権力的な関係であったか、また一面的なコミュニケーションであったか、が暴露されたのである。電子メールがデモクラティックであることは、経験するほど強く実感する。対面的ではないにもかかわらず新しくそしてリアルなコミュニケーションの可能性がここに開かれている。この可能性は、共生を支持する大きなコミュニケーションの方法である。電子メールを活用してくるほど、他者との関係を既存の枠組みから離れて自由に発想することが可能になるはずだ。共生する社会的関係の方法の1つが電子メールに代表される新しい情報環境である、という事実は忘れてはならないことだ。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 3. コピーする世界

S F Cの学生は、マルチメディアが好きだ。電子メールばかりでなく、プレゼンテーションにも凝って、マルチメディアを使っているいろいろな表現を楽しんでいる。従来の大学ならば、活字だけのレポートという形式しか考えられないが、ここでは写真をきれいに組み込んでDTPの編集をしたしゃれたレポートもあるし、そればかりか街にでて自分で撮ってきたビデオを編集して作品にした映像表現も許されるし、さらには動画をコンピュータに取り入れ、それに音を入れいろいろなフレーズを加えてマルチメディア作品にした表現も許されている。

かつての学生が偉い学者の著作から引用（コピー）してそれに自分の意見を加えて（編集）論文を創っていたことを、ここではマルチメディアを駆使して作品を創っている。コピーと編集は今も昔も重要な方法なのだ。ただ昔と違うのは知的所有権が絡むことだ。昔の「かぎかつこと注のマーク」のトリックは、知的所有（＝経済的的な財産）権をかいぐるうえで、絶妙な方法だった。それさえ明示すれば、誰の論文をコピーしても社会的に許容されたし、逆にどんな学者の論文を引用するかによって、その論文の価値が大きく決定されさえしたのだから、このトリックは他人の知的所有権をかいぐるばかりか、自分の知的所有権を確保するためにも機能したという意味で、すごい方法であった。それがマルチメディアになると、まったくお手上げである。困ったものだ。

とはいえ、学生はめげずに頑張っている。外部に発表せずにキャンパス内で遊ぶかぎりにおいて、大人のルールを無視していろいろなことに挑戦している。たとえば、むかしのアンディ・ウォーホルのようなポップアートならば、今は誰でも簡単に創れてしまう。自分の気に入った写真をスキャナーで取り入れ、それをフォトショップでいろいろに化粧をほどこし、それを適当なサイズに決めて、さらにそれをもとに縦横10×10に並べれば、それでポップアートのできあがりだ。ポップアートとはそもそもこういう意味だったのだ、ということが実感として理解される。マルチメディアのツールさえ手に入れば、誰でも簡単に作品化できるということがポップアートなのだ。

マルチメディアでコピーする感覚がここでは重要である。このコピー感覚はすべてをまるごと写し撮ることで、「コピーは偽物」という感覚はもうここにはない。コピーは無限に本物をそっくりそのまま写像することだ。この新しい感覚は「本物はもうたくさんある」という気分をもたらす。「いいものは少ない」とか「本物は希少だ」という前提は、コピー感覚にはなじまない。マルチメディアを駆使するリテラシーをもちさえすれば、本物は無限だ、という命題を素直に信じるようになる。情報としてのコピーは、「希少性だから所有」という人類の「ものをめぐる歴史」を超える新しい視点を提供する。

これが共生の思想を支える原点ではないだろうか。「もの・希少・所有」という制約から世界をながめるかぎり、共生の思想はどんなに頑張ってもでてこない。その制約を超える新しい条件を発見しないかぎり、共生はユートピア論にすぎない。「情報・無限・共有」という制約が生まれたとき、はじめて共生の現実的な基盤がセットされるのである。この新しい制約を創るのが、マルチメディアを駆使したコピー感覚だ、といったら言い過ぎだろうか。しかしS F Cの学生の行動を観察しながら、かれらと一緒にやってマルチメディアの制作を楽しんでいると、意外と、それは当たりかもしれない、と思えてくるのである。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 4. メタファーはボランティア

S F Cのネットワークの情報環境のなかで日々を暮らすようになると、いままでの情報社会論がいかにいい加減であったか、良く言えばいかに貧しい情報環境を前提とした情報社会論でしかなかったか、を実感する。

通常、情報論は、自分が所有する情報を送ることを前提にして構想されている。ここに情報というメッセージをめぐる送り手と受け手の関係が形成され、送受信の情報論が成立し、送受信者が1対1の基本的なコミュニケーション・モデルと、1対Nのマスコミュニケーション・モデルが創られる。ここには、貧しいテクノロジーを基にした情報環境を前提としていることの認識が乏しい。これは決して情報の一般論ではない。単に貧しい情報環境という時代の制約における情報論にすぎない。重要なことは、誰でもが、いつでもどこでも自由に誰にでもアクセスできるネットワークの情報環境（N対N）がセットされたとき、どのような情報論が生み出されるのか、である。ここでも、上述の延長線上に、パーソナル・ブロードキャスティングのイメージを創ることは可能ではある。みんなが自分の放送局をもって、自分の好きな情報を一方的にみんなに送りつづける、という情報論である。

しかし、そうではない、と思う。ネットワークのなかで情報行動をしていると、情報行動の基本は、自分の情報を送ることではなく、自分の情報を誰にでも開いておくことではないか、という思いが強い。そして自分の情報行動とは、自分もってない情報を求めて、他の人たちに助けを求めることではないか、という気がする。これは最近のエージェント論にも共通する考え方であるが、その基本はボランティア精神にある、といえないだろうか。情報行動は、自分の所有する情報をどのように行動化するかではなく、自分の情報をいかにネットワーク（社会）に共有化させるか、を重視すべきなのである。これは、S F Cの学生がコンピュータにかんして教えあったり助けあうことを嫌がらない、ということに大きく関連している。コンピュータ教育の精神は、相互に教えあうことであり、自分の知識を誰にでも開くことである。分からないことがあれば、困ったことがあれば、誰かに「助けて」と叫ぶ。そうすれば、誰かがきっと助けてくれる。それがコンピュータのネットワークに参加する人たちの基本的な精神なのだ。助けることは、楽しいことであり自分の喜びなのだ。

このような情報環境は、共生の精神に適合的である。ネットワークを介した新しい情報論の基本がメタファーとしてのボランティアに変わろうとしているとき、それは所有を超えた共有を基盤にした新しい関係を生成するはずである。それは共生の精神そのものである。



# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 5. 豊かさを超えて

共生の精神と若者の関係を考えるとき、いままではずっと新しい情報環境の視点からみてきたが、それだけでは不十分である。若者をめぐる新しい共生観を探索するには、「豊かさ」の問題になんらかの新しい手掛かりが必要である。なぜならば、新しい情報観（情報・無限・共有）を発見するには、ものの視点からも、所有を超えるきっかけとなる何かが必要なのである。それが豊かさという経済的にかつ文化的な問題なのである。

結論づければ、豊かさはすでに自明であり、経済的豊かさそれ自体はすでに問題にはされない、という視点が重要である。つまり豊かさは、その獲得をめざすという意味では、もはや社会的なテーマにはならない。少なくとも若者の共生する精神との関連で豊かさを問題にしようとするかぎり、かれらが「経済的にはすでに十分に豊かである」ことは前提条件でなければならない。

豊かな若者としての「豊かさ」とは、すでに身体化された豊かさを自分のものとしていかに表現するか、である。豊かさと獲得する経済的視点ではなく、豊かさを表現する文化的な視点が期待されているのである。

では、それは何か。まだ答えはみえない。しかしある程度の方向性を予感することはできる。それは、つぎの2つの社会的カテゴリーにある。1つは「美と醜」であり、もう1つは「賢と愚」である。ともに、今までの社会構造の中では、社会的な周縁にあって、しかしそれなりの社会的な尊敬を得ていた社会的カテゴリーである。「美醜」は芸術家の世界に独占され、そのかぎりでは美＝芸術の基準は他の社会層からの関与なしに自律した世界を形成・維持していた。同様に、「賢愚」は知識人の世界として独占され、そこでも外部からの干渉なしに「知的共同体＝象牙の塔」を形成し、そのなかになにに安住していた。

この2つの世界が、いま新しい豊かさを表現する視点として社会的に認知され台頭してきているのではなかろうか。今までの「貧富」という社会的カテゴリーの歴史的な使命の終えんに平行して社会的勢力を伸ばすのが「美醜」と「賢愚」なのだ、と考える。そのとき、社会的な周縁性と引き換えに獲得していた、この2つの世界の閉鎖的な自律性は、社会に向けて解放されなければならない。芸術と知識のポップ化とでもいいたい新しい社会文化現象が大きな流れを生成するのではなかろうか。

この流れはすでに60年代からいわゆるサブカルチャーとしてあるが、これからは、ここに新しい情報環境との融合が起こることで、新しい流れとなっていくのではなかろうか。ここでも重要なことはデジタルな情報環境との融合である。豊かさの表現が、ネットワークとマルチメディアとデータベースにかんするまったく新しい情報環境に支えられて行われるならば、さらにテクノロジー的には移動性（モービリティ）が付加されて、いつでもどこでも自分の情報環境が立ち上がるようになれば、知とアートのポップ化は豊かさの表現形態として重要な位置を占めるはずである。

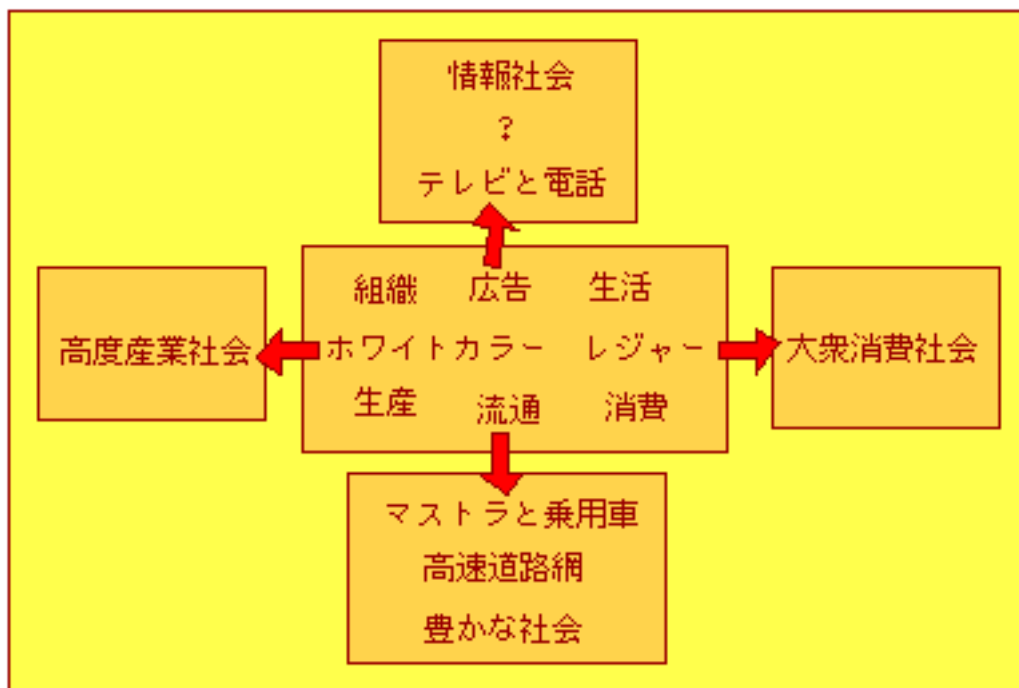
SFCの学生にとって、知とアートの融合とそのポップ化は得意なリテラシーである。かれらは、マルチメディアを使った表現や、ネットワークを介してその表現をすべての外部に開いて楽しむといったことに慣れている。それが素直に身体になじんだ行為になっている。ここにかれらの豊かさの意味がある。

共生の精神を育むには、新しい豊かさの意味が創出される情報環境とその環境を楽しむリテラシーが大切である。SFCが行っているこのような実験は新しい共生の精神の生成に不可欠なものである。これは現代の若者たちに期待される共生の精神を先取りした新しい動きである。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 6. コマーシャルの幸福論 (1)

かつてみんなが豊かになったと感じた時代があった。50年代のアメリカ社会である。そこには、今までにない新しいリアリティ（生活実感）があふれ、「幸福って、こういうものなんだ!」という初めて知った喜びと、それをもたらした新しいライフスタイルにたいする無限の賛歌が輝いていた。それが「レジャー」である。（図1）今ではなんともいってもない平凡な言葉であるが、レジャーがマス（大衆と大量）のレベルで実現されることは、それ以前の社会では想像をはるかに超えた「夢のまた夢」であった。だから50年代のレジャーの大衆化は、大衆が歴史のなかではじめて「消費する幸福」を享受できた一大出来事であった。その現実の前では、30年代ものの大衆社会論の社会思想も、普通の人々がみせたその素直な喜びの顔に、その「不幸な思想」を修正せざるをえなかった。ここで初めて発見されたレジャーは新しい時代である大衆「消費」社会のシンボルであった。



この新しいときのなかで、大衆の家庭生活は、仕事の拘束から離れた、それ自体でレジャーと消費の喜びを満喫する場としての位置と機能を獲得した。郊外生活の発見はこれに呼応する空間の分化であり、家庭における専業主婦の役割が分化したことも同様な流れにある。夫はホワイトカラーとして都心のオフィスで事務労働に従事し、妻は郊外のきれいな住宅で、子供の世話に明け暮れながら、温かな家庭を守るという構図は、当時想像できうるもっとも理想的で豊かな生活そのものであった。

このような豊かな生活を支えたのが、大量生産のシステムを実現させた技術革新であり、大量で遠距離の物流を可能にした流通革命を支えたさまざまな技術革新である。そしてさらにそのような大量の生産と流通を実現するための社会基盤整備である。なかでもハイウェイを全国的に完備し、いつでもどこにでも簡単に早く輸送することを可能にした交通システムの社会整備は画期的なことであった。そしてその多様で多層な道路ネットワークにのって、大量輸送機関（マストラ）が発達し、同時に自家用車というパーソナルな移動マシンが大衆化したことも社会の様相を一変させることに大きく貢献した。

しかしレジャーと大衆消費社会は、このような豊かな社会の実現だけで完結するものではなかった。ここには、もう一つのトリックが必要であった。それがテレビ＝マスメディアと電話＝パーソナルメディアからなるもっともプリミティブな情報社会の登場である。この新しい情報社会は、消費者にたいしては、テレビという娯楽のおもちゃを提供して、温かな家庭のだんらんをより楽しいものにさせ、ホワイトカラーにたいしては、電話を提供して、組織の生産性をあげることに大きく貢献した。もちろん電話にかんしては、その後家庭にも進入して、家庭にしながら外部とのコミュニケーションを可能にさせる道具として、新しい意味を家庭に持ち込んで入った。かくして、最初のマスとパーソナルなメディアは、大衆の消費する欲望を満足させる社会的メディアとして機能することで、大衆の豊かなレジャー生活をサポートしていった。

大衆消費社会は、このように、豊かな消費＝消費生活と情報社会の結合からもたらされた新しいライフスタイルをうみだした。テレビの「コマーシャル」はこの新しい結合をシンボリックに表現するメディアである。もしもコマーシャルの内容が「週末に、家族みんなで、高速道路をファミリーカーで快適に走って、郊外でのドライブを楽しむ」という乗用車のコマーシャルならば、それこそ「絵にかいたような今のわたしたちの幸福」そのものである。これが50年代の豊かな社会と情報社会（マスメディア社会）の結合から生まれた大衆消費社会のリアリティ＝イリュージョンである。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 6. コマーシャルの幸福論（2）

テレビのコマーシャルは、いつも「夢と現実」を同時に流す。この2重のループがあるからこそ、プリミティブではあっても情報社会なのだ。コマーシャルは大衆のニーズを喚起しながら、かれらの期待にそうように、夢と現実の情報を伝達する。企業組織は、生産した製品を大量に売るために、大衆の夢を膨らませながら、大衆の現実をふまえて、コマーシャルを流す。それは、企業と生活を媒介し、生産と消費を媒介し、そして夢と現実を媒介する。大衆消費社会では、コマーシャルがあつてはじめて、社会が機能する。コマーシャルを欠落させれば、豊かな生活も社会もいかなる意味においても維持できない。コマーシャルが「夢は現実であり、また現実が夢である」ことを教えてくれることで、社会は機能する仕組みになっている。それが大衆消費社会の基本であり、だからこそ近代の産業社会から一歩踏み出してしまった新しい姿なのである。大衆消費社会は、モダンの産業社会から『豊かな情報社会』への変化を媒介する過渡的な社会である。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 7. 新しい社会の予感

新しい社会が誕生する予感がする。50年代の大衆消費社会からそろそろ半世紀もたとうとして、今多くのところで新しい動きが見られる。だぶんいままでの社会を構成していた仕組みが大きく変わろうとしているのだ。いままでの豊かさや情報化を根本から変革するウェーブが大きくなろうとしている。なかでもパソコンの短い歴史はここに来て、やっと本格的なパワーを発揮する段階を迎えようとしており、その事実は大きな社会的な衝撃をもたらすはずだ。パソコンがすべてのメディアをネットワークするメディアの機能を果たし、テレビも電話も包みこんで新しいデジタルな情報環境を生成するとき、それは大衆消費社会の枠組を超える何かを予感させる。テレビが消える日、電話が電話でなくなる日は、コンセプトとしてならば、すでに了解可能だ。では、そこからなにが現実にも生まれるのか。

これから考えようとする新しい社会論のルーツは、すべてここにあるはずだ。レジャーとテレビの結合は、豊かな社会と情報社会の最初の結合であり、テレビのコマーシャルはその結合のシンボルである。このルーツを手がかりに、そのつぎのまったく新しい結合を考えようというのが、ここでの試みである。

といっても、まだ明快なこたえはまだない。この大衆消費社会のすべてを超える論理を探すことはまだできない。それは、一方では現実の社会がまだまだ大衆消費社会とさらにそれ以前の近代産業社会の姿をしっかりと維持しているということであるし、また一方では小さいけれども新しい社会現象を理解し、そこから新しい社会を構想しうる社会的なイマジネーションが不足していることにもよろう。しかしそろそろ新しいことに挑戦する時期にきた、ということだけは確かなようだ。

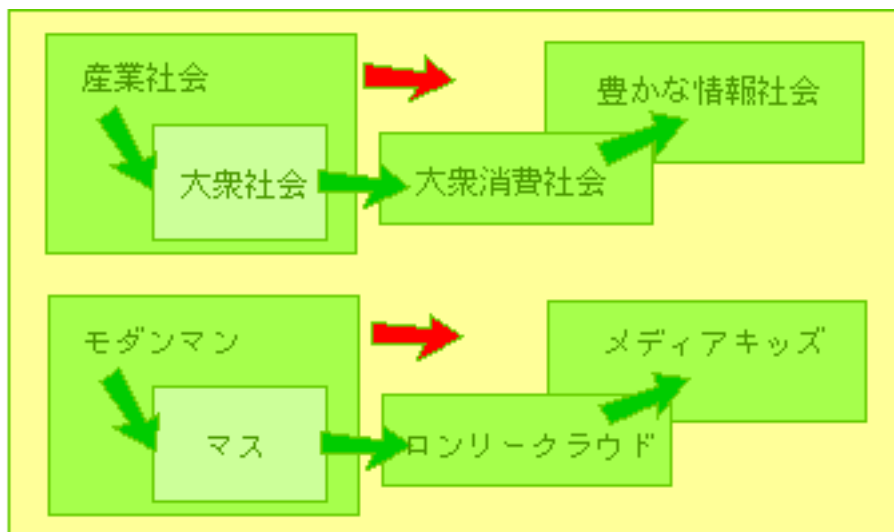


# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 8. ポスト・ロンリークラウド

『大衆（マス）』という概念が死語になりつつある。これがまずは重要なことである。それは、すでに大衆消費社会というネーミングにはやくもその矛盾があらわれている。大衆は、情報化（マスメディア）と消費社会の到来によって、かつての「エリート対大衆」とその垂流のコンセプトから解放されて、新しい意味を付与された。それを明確にしたのがデヴィット・リースマンの『淋しい群衆（lonelycroud）』である。ここでの大衆つまり「ロンリークラウド」は、かつてのような実体としての弱者ではなく、生活の諸領域の境界線（組織でもなく、家庭＜核家族＞でもなく、そのどちらにも帰属しない曖昧な生活領域、典型的には「盛り場」）において、ホワイターが自分に期待された役割演技にふさわしい空間（組織）から一時的に逸脱して、ある意味での自由を求めたときに成立する概念である。盛り場とは、ホワイターがロンリークラウドとして振舞う舞台であり、組織から家庭へ移行するための境界領域であり、基本的には社会的に『許容された逸脱空間』である。そこは、ホワイターが仕事の疲れを癒そうとして寄り道する場であり、家庭での主人の役割（真面目で、我慢強く、高い地位を求めてひたすら頑張るお父さん）に移行するまでの一瞬のやすらぎの空間であった。

このような父親＝主人にだけ付与されていた特権的な憩いが、豊かさの獲得と情報化の浸透（テレビと電話の家庭生活への普及）によって、核家族の全員に共有されるようになったとき、ロンリークラウドはその歴史的な使命を終えるのであった。父親だけが盛り場にたたずむロンリークラウドである必要はなくなり、父も含んで家庭でみんなで一緒に楽しみ（団らんと娯楽）を享受できるようになった。マイホーム主義と家族のレジャー化という社会現象は、いままでの核家族の理念（まじめな家族）の変容を予感させる最初の現象であった。テレビというマスメディアはそこでの最高のスーパーメディアであり、同時に最高のおもちゃ箱だった。



そもそも大衆の概念は、その成立において、近代的自我（モダンマン：リースマンのいう内部志向型）との対立から発生したものであり、その社会的背景には近代の産業社会がその構造を変化させようとしている、という社会認識がある。産業社会が自己発展することで、その裏（許容された逸脱）のシステムとして大衆社会が生成され、その裏のシステムが徐々に勢力を延ばすことで、表のシステムとして社会的正当性を獲得し、その結果として大衆消費社会に変容した、という社会変動のプロセスがここにはある。その過程で、モダンマンから大衆が派生し、さらにその大衆からロンリークラウドが派生的にあらわれ、そしてそれが家庭でも許容されることで、まったく別のタイプが生成されようとしている。それを、ここでは「メディアキッズ」と呼ぼう。（図2）

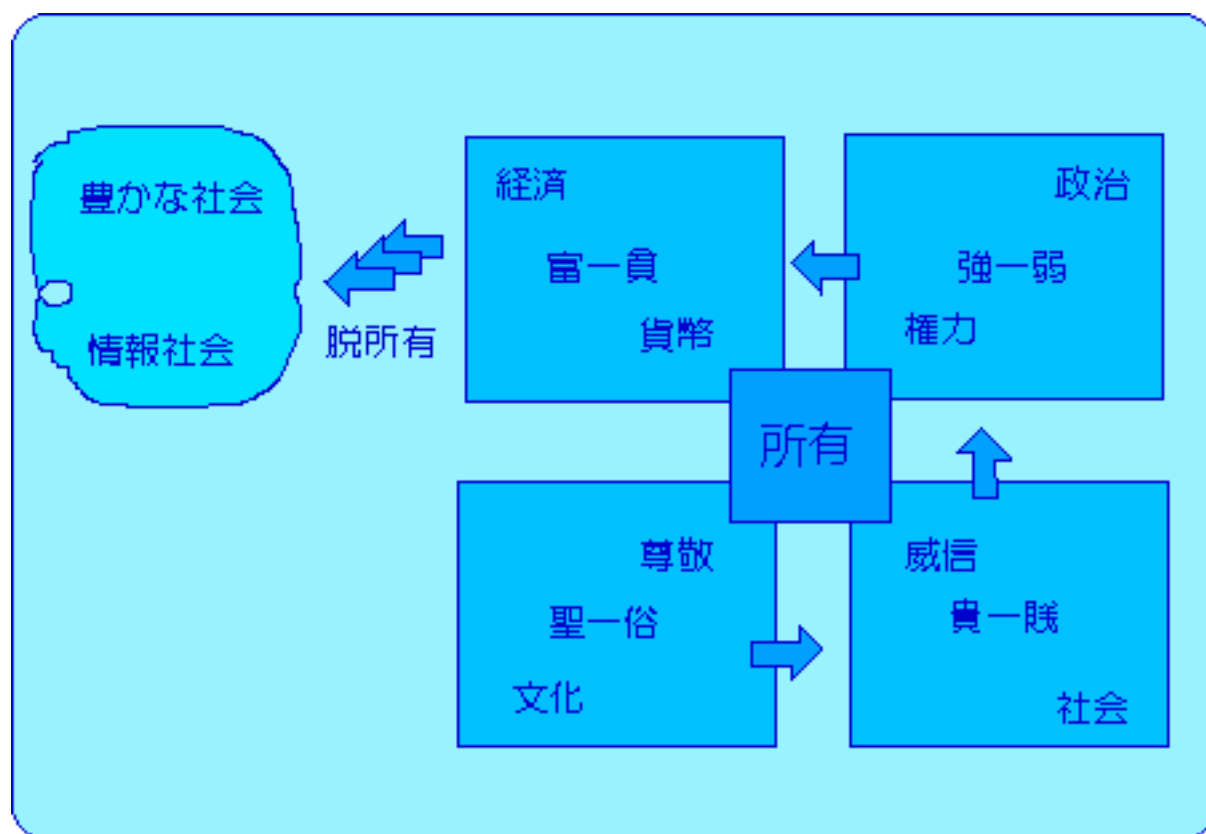
# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 9. もっと大きな変化が？（1）

産業社会からの変化は、それを含んだより大きな変化として認識する視点が重要である。豊かさや情報化は、所有を超えた社会構造を形成する点で、いままでの社会構造の構成方法とはまったく異なった方法論を要求する。だから、産業社会からの社会変化という常識的な見解を超えて、もっと大きな歴史的な変化でもあるのだ。

大胆に主張すると、いままでの歴史は「所有」とくに「ものの所有」をめぐる社会構造の変化の歴史であった。誰がものの所有にかんして「正当化された権利」を付与されているのか、その権利の正当性の移行の歴史がいままでの人類社会の歴史である。では、その権利はいかなる変容を示したのか。

ここではつぎの4つのプロセスが考えられる。それはつぎの4つの一般的なメディアの所有をめぐる正当性の歴史である。つまりある時代において所有を正当化する根拠となる一般的なメディアが何であるかによって、時代は4つの所有をめぐる歴史を生成したのだ。（図3）



最初の社会段階は、「聖と俗」の社会カテゴリーから始まる。社会の秩序（社会 生成の意味づけ＜世界観＞）は、基本的には「聖なる人であるか」それとも「俗（非聖）なる人」かという「文化」次元でのカテゴリー軸によって構成され、そこでは希少な価値（世界観）の所有は「聖なる人」のレッテルを獲得している社会層に正当な権利が付与された。ここでは、所有の根拠は、聖なるものを生み出すパワーであり、その所有者こそ誰からも尊敬されるパワーを獲得し、俗なる人々にたいして無限のパワーを行使する正当性を獲得していた。マジカルパワーの超越的な志向は、社会のコスモロジーを教える基本であり、社会の文化価値を支える基盤である。社会秩序の基本（世界とは何か）に明快な解答を用意する呪術的・宗教的な言明は、それが奇跡として表現できるならば、そこでは無限の尊敬（その裏の畏怖）を生みだし、「聖なる人」のカテゴリーを生成する。これが社会の始まりであり、呪術的・宗教的な社会の登場である。

文化の基盤が整備されると、その社会的な形式にかんする秩序化が求められるようになる。そのとき、かつての文化次元で「俗なる人」のカテゴリーに帰属していた社会層から、ある一部が力を発揮しはじめる。それが「貴と賤」のカテゴリーを誘発する。しかもこのカテゴリー化は都市と非都市のカテゴリーに関連する。つまり「雅と鄙」のカテゴリーがそれである。都市に住む雅な貴族であることが、社会の形式的な秩序を形成する原点になる。ここから、非都市に暮らす鄙びた生活をする「賤なる人」との弁別がでてくる。都市の発見によって、「貴なる人」が社会（都市）形式のモデルとなり、社会の形式的秩序が生成される。この場合、社会の秩序を正当化するのが「社会的な威信」である。貴族の雅な生活様式が都市のあり方を決定することで、社会的な威信とは何か、が規定される。こうして、ここに新しい貴族生活が形成される。威信をもつもの（貴なる人）ともたない人（賤なる民）との弁別が社会の秩序を形成し、都市と非都市の秩序を確定する。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 9. もっと大きな変化が？（2）

このような時代は、さらに、賤なる民の中から、物理的なパワーをもつものが台頭することで、新しい段階に突入する。それが「強い者」と「弱い者」の社会的カテゴリーである。ここでは政治的・軍事的なカテゴリーが社会の目標達成を決定する。社会を実質的に機能させるには、社会の秩序形式のもとで、さらに社会的な動員をかける能力の有無が不可欠になる。それが政治であり、軍事である。権力というメディアをいかに所有するか、がここでの社会問題になる。権力を獲得した強者がこの政治的な社会を所有し、その権力を所有できない弱者は服従することで生きる。歴史的には、封建社会がこの社会段階である。

しかし弱者のなかでもその一部の弱者は、その時代を新しいものに変革する力を秘めていた。それが貨幣を所有することであった。貨幣をもつ「富なる者」（資本家）と、もたない「貧しい者」（労働者）との社会カテゴリーがここに発生する。産業革命はここでの新しい社会変革のシンボルである。経済的交換のプロセスを経ながら、貧富の格差が生成され、いままでにない新しい社会が形成された。ここでは、貨幣をいかに多く所有するか、というゲームがすべてである。そのゲームの勝者が社会を制するパワーを獲得する。この新しい近代産業（資本）社会は、社会の目的達成のための便益や手段を調達する社会であり、貨幣はその調達の程度を示す一般的なメディアである。経済次元が、文化から社会そして政治へと移行してきた社会秩序の原理をここで完結させる。かくして所有をめぐるすべての流れは、一応の完結を示し、つぎの新しい段階へとステップをのぼるのである。

そのスタートが「豊かな情報社会」である。そこでは、豊かさは、その「獲得」という段階から「表現・表出」する段階に移行し、情報社会はそれに呼応して、情報の「所有」から「共有」へと移行し始める。これこそがまったく新しい「豊かな情報社会」の基本的な構成原理である。新しい社会の予感とは、この構成原理をいかに具体化するかであり、50年代の大衆消費社会とはそのための準備段階であり、過去の産業社会から離陸するための過渡的な社会にすぎない。

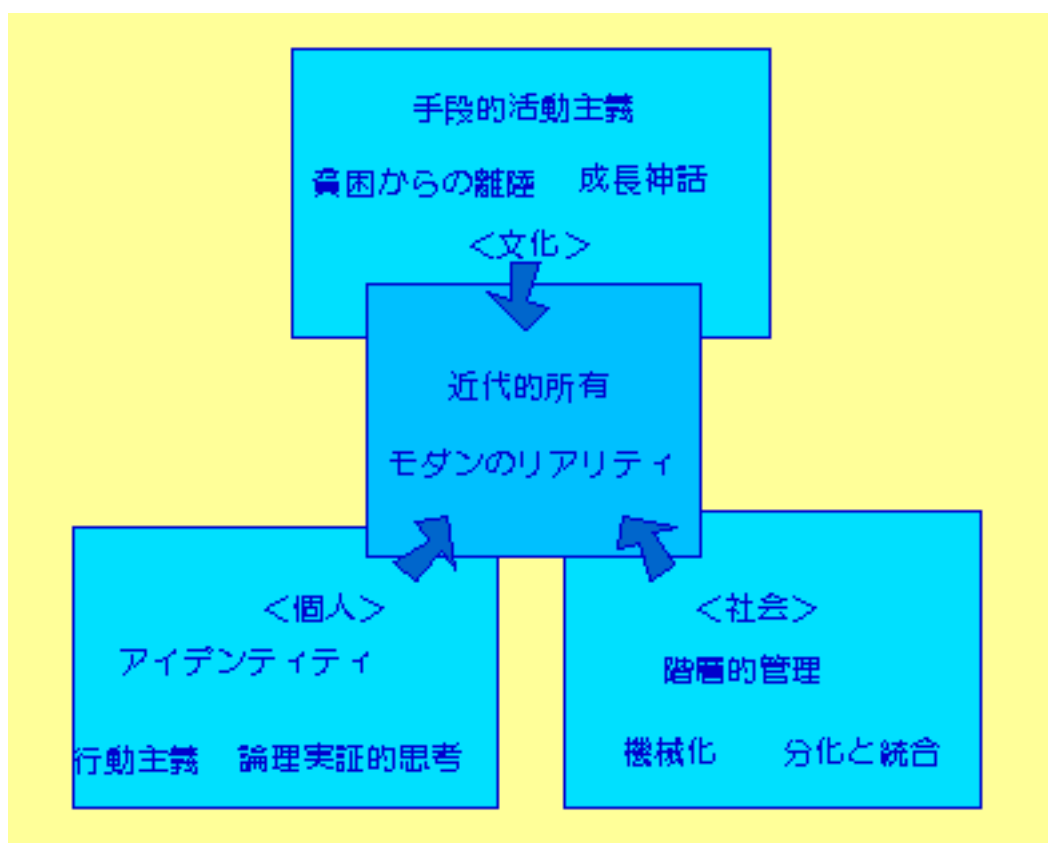
# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 10. モダンのリアリティ (1)

近代産業社会（モダン）は、このように所有をめぐる最終段階における社会構造であり、同時にその所有構造それ自体のメタ構造を崩壊する機能をも担った特殊な社会である。モダンはその目的達成において必然的にそのメタ構造をも変動させる宿命をもっていた。だから、モダンはポストモダンと呼ぶばかりでなく、いままでの所有をめぐる社会構造の歴史というメタ構造自体の終りをも同時にもたらす。

モダンはいかなる構造をもっていたのか。なにゆえその構造自体を崩壊させるメカニズムを内包させていたのか。

モダンの究極のリアリティは、近代的所有にある。つまり貨幣という一般的メディアに集約される社会財を所有すること、しかもその量を可能なかぎり多く所有することがモダンマンのリアリティである。それがモダンに生きる個人のアイデンティティ（成功者の証明）であり、かつモダンの社会システムを産業社会を中核に構造化する根拠である。（図4）



近代的所有というリアリティに向けて、3つの行為システムが構成された。それが近代的所有を「正当化」するシンボル・システムであり、「産業化」によって近代的所有の社会を実現する社会システムであり、「成功志向」の動機づけによって近代的所有の獲得をめざした個人（パーソナリティ）システムである。

シンボルシステムは、価値と時間と目的から構成される。モダンとは何であるか、を明示するのが「手段的活動主義」の価値であり、それを時間に変換した場合が「成長神話」であり、そしてより具体的な目的に特定化した場合が「貧困からの離陸」である。つまりモダンのリアリティをシンボルとして表現するのは「もう貧乏は嫌だ。だからもっと真面目に、無駄なく、我慢して、大きく生きよう。そうすれば、きっと明日は輝いているはずだ」という神話を共有することだ。

社会システムは、この神話を社会的な関係のなかで実現する仕組みを構造化することであった。その構造化を可能にしたのが、秩序（社会）と権力（政治）と技術（経済）である。つまりここでは機械をメタファとして社会的な関係を構造化することが期待された。技術としての「マシンテクノロジー」の導入ばかりでなく、秩序（水平的な関係）の方法としての「分化と統合」メカニズムと意思決定原理（垂直的な関係）としての「階層的な権力」によって、手段と技術の問題ばかりでなく、人間関係にかんしても、機械のように分化し統合する合理的で効率的な社会システムが期待されたのである。



# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 10. モダンのリアリティ（2）

個人システムは、この神話を個人の要求充足との関連で実現する仕組みを構造化することであった。その構造化を実現化を可能にしたのが、自律性の確立をテーマにした主体と思考と行動である。つまり主体的な意思決定が利害関係にあってもまた役割関係にあっても発揮できる「能力（意思決定力）」と「役割期待（意思決定権）」を、いかに実現するかがここでのテーマであった。そのためには、個人は「自分とはなにか」というアイデンティティにこだわらざるをえなかったし、しかもそのこだわりは、論理実証的な思考方法を体得し、かつその方法を使用した合理的な目的達成行動によって、意味をもちえたのである。

さらに、その3つのシステムは相互に補完し依存する関係にあり、そこではつぎのような関係が確定していた。まず文化と個人との関係では、文化は個人のモデンに価値規範を内面化させることを求め、個人はその内面化された動機に基づいて行動し、それによって文化の価値規範を遵守することが期待された。その場合、価値規範の遵守が自己の欲求を充足させる、という関係が重要であった。ここでは、価値と欲求が矛盾しない関係を維持することがテーマであった。

つぎに、文化と社会の関係では、文化はその価値規範を社会システムのなかに制度として定着させることを求め、社会は制度化された価値規範を現実の社会関係の中で実現することで社会システムの目標を達成した。その場合、価値規範の遵守が社会の制度の仕組み（秩序・権力・技術）のもとで目的達成をもたらすという、価値と制度の矛盾のない関係の維持がここでのテーマであった。

そして個人と社会との関係では、個人の欲求充足行動を社会システムの役割期待に適合させるように、社会化（欲求を役割期待に誘導するための学習）のメカニズムが作動することが求められ、反対に、社会は個人の欲求充足行動が役割期待から逸脱しないように、報酬と罰（アメとムチ）のサンクションによって個人を社会統制するメカニズムが求められた。この2つのメカニズムは「選択（少数の選ばれた主体だけが自律する成功者であり、かつ社会からの権力・威信・尊敬を占有する）への合意」を前提として成立した。この前提をめぐって欲求と制度の矛盾のない関係を維持することがここでのテーマであった。

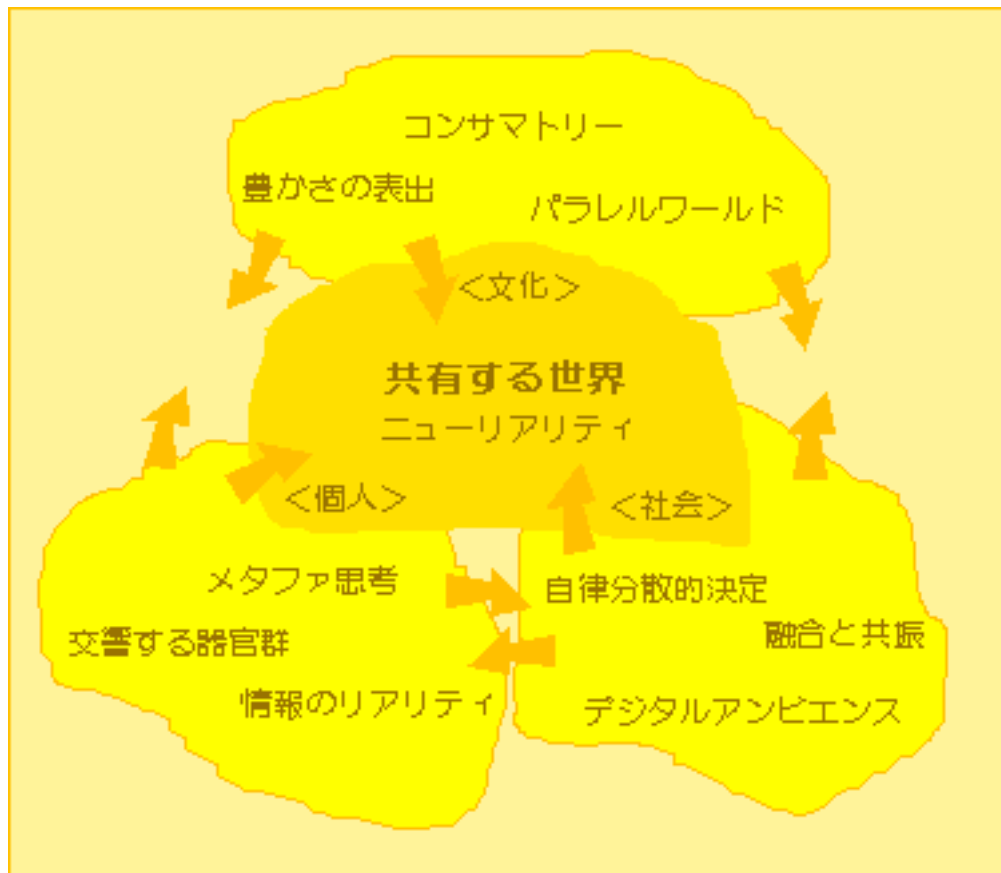
このようにして、近代的所有をめぐって、シンボルシステムからの正当化の付与と、社会システムからの産業化の実現と、個人システムからの成功志向へのこだわりによって、さらにそれらの相互補完と相互依存する関係によって、モダンのリアリティは実現されたのである。価値（正当化）と制度（産業化）と欲求（成功志向）の矛盾のない関係が「近代的所有こそがモダンのリアリティである」というコンセプトを支えたのである。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 11. ニューワールドの兆し (1)

モダンという産業社会が、その自己展開において、新しい社会的な地平を開く。それがどのようなものになるか、は上記のモダンのリアリティがどのようにして喪失されるか、から理解されよう。

モダンのコンセプトは新しい時代状況のなかでその不動の地位を脅かされ、新しいコンセプトにその地位を譲るとしたら、その移譲のパターンは何なのだろうか。想定される新しいコンセプトを図式的に示そう。(図5)



まずはシンボル・システムが変化する。つまり「貧困からの離脱」というモダンの社会目的が達成される。そこで登場する豊かな社会は、目的の変更を迫る。「経済的に豊かになっても、それは豊かさの「獲得」にすぎず、どのように表現すればよいのか、わからない」というように、「豊かさの表出」こそが新しい社会のテーマになる。さらに、これは目的を正当化する価値の変更をもたらす。つまり「コンサマトリー価値」へのシフトが期待され、「楽しく、ゆとりをもって、今を大切に、そしてほどほどに生きる」ことが価値をもつようになる。とすれば、成長神話の時間感覚も崩れ、「今=永遠」といったような新しい時間感覚、過去と現在と未来が一直線で並ぶのではなく、多様な時間が並列する「パラレル・ワールド」の時間感覚にシフトする。その結果、シンボル・システムは「所有こそがモダンの究極のリアリティだ」を正当化するシンボルではなくなる。このシステムは、新しい社会のリアリティを求めるシンボルとなる。そのリアリティは「共有する(シェアリング)世界」にある。

つぎに社会システムが変化する。シンボル・システムの変化は新しい社会のシステムに「柔らかな制度化」を期待する。そこでは、機械のメタファは捨てられ、コンピュータのメタファによる構造化が期待される。ここでのメタファとしてのコンピュータは、もはや情報処理機械ではなく、情報生成(創造)メディアであり、コミュニケーションのテクノロジーである。このような意味をもつ「コンピュータ・テクノロジー」が技術・産業・生活・都市の社会基盤(コンピュータ・プラットフォーム)を構成する。これが機械化から情報化への変化であり、ここでやって、情報社会が豊かな社会のシンボル・システムに共鳴し融合するかたりに登場する。

とすると、人間関係の秩序化も、かつてのような機能特化による「分化と統合」のシステム化ではなく、「融合と共振」によるシステム化へと変化する。これは、豊かな主体が多様でしかも柔らかな形で社会的な関係をつける方法であり、「コラボレーションとネットワーク」による秩序化ともいえる。新しい人間関係は、機械=分業のイメージ(硬い枠と強い絆)による目的達成志向的ではなく、コンピュータ=コラボレーションのイメージ(曖昧な枠と柔らかな絆)による創造的でコンサマトリー志向の秩序を求める。意思決定の方法も、ビューロクラシーに典型的な階層的な権力機構ではなく、「自律=分散型」の意思決定メカニズムが期待される。秩序の原理がコラボレーションとネットワークになれば、すべての主体を階層的に統一する強力な権力機構は無用なので、それぞれの主体が分散して自律した意思決定する柔らかな管理=調整システムにならざるをえない。その自律=分散型の調整メカニズムこそ、創造的な社会秩序を維持するために重要な方法である。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 11. ニューワールドの兆し（2）

このようなコンピュータをメタファとして成立する社会システム（情報社会）は、モダンのリアリティ＝近代的所有とは矛盾する。情報社会とは、所有ではなく「共有」にこそ新しい究極のリアリティを求める社会である。とくに「コピー」のコンセプトは、新しい社会システムと「共有する世界」をリンクさせ、かつ豊かな社会のシンボル・システムを実現させる重要なコンセプトである。コピーは、「所有の世界（良いものは希少だ!）では偽物」だが、「共有する世界（良いものはたくさんある!）では、共有それ自体を維持し増幅させるメディア」である。それは新しい社会を想像するトリガーである。

最後に、個人システムも変化する。個人のシステムにかんしても、豊かさの獲得という一元的な評価基準が無効になり、豊かさの表出という多元的なテーマが優先されると、成功志向は意味を失ってしまう。とすると、それを支えたアイデンティティも「なんのためなのか」という疑問に答えることができず破壊しはじめる。しかも新しいマルチメディア環境の登場で、アイデンティティと不可欠の関係にあった「視覚＝活字メディア」の優先性が揺らぎ、新しい個人のコンセプトが期待されるようになる。これを「交響する器官群」と呼びたい。

この新しい主体のイメージは、もはや論理実証主義的な思考方法だけに固執することはない。かれらはもっと柔軟で多様な思考をもつ。そこでは、マルチメディアの影響が強く、視覚＝活字メディアと聴覚＝音響メディアと皮膚感覚＝映像メディアが主体の中で対等な関係でネットワーク化され、それによる思考が自由にかつ多様に発想される。したがって、理解・知識の評価基準も論理的であると同時に感覚的で、経験的であると同時に想像的でもあるといった、多様で包括的な思考が期待される。それをここでは「メタファ思考」と呼びたい。これは、合意的思考のもつ目的論的で縮約的な発想ではなく、拡散的で多様化の発想を重視し、つねに新しい価値の世界を自由に想像し創造することを求める思考方法である。このような思考方法は、行動＝成果という制約だらけの現実にはリアリティを求めようとしない。ここでは情報＝コミュニケーションにこそリアリティがあって、ある意味では行動＝成果は情報＝コミュニケーションのリアリティの残しに過ぎない。想像力や自由な発想がリアリティをもつのはまずは情報＝コミュニケーション・レベルであり、だからこそ情報が真偽の基準となり、コミュニケーションが行動を評価する基準になる。

このような個人のシステムは、すでに所有にリアリティを求めない。豊かさと情報化の恩恵を受けた個人は、新しい世界にリアリティを求める。それが「共有する世界」である。この世界は、経済的な世界からはもっとも遠い、たとえばボランティア活動のコミュニティに通じるような世界なのかもしれない。

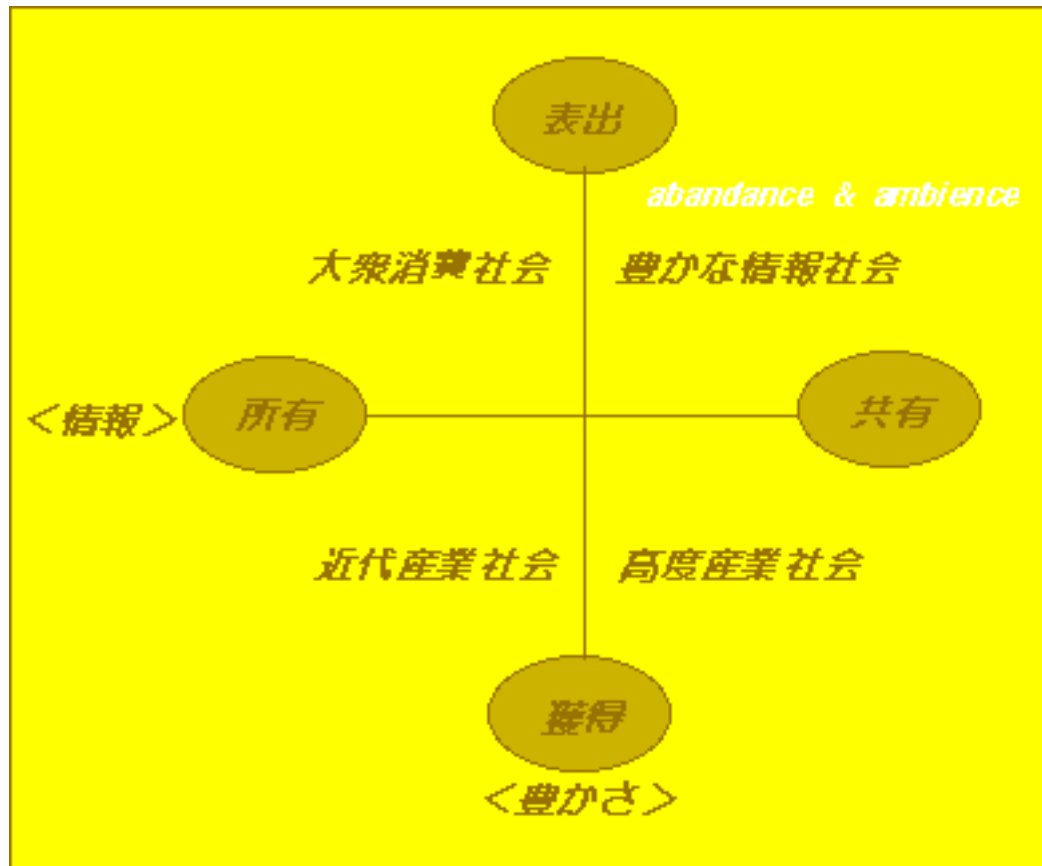
このように、シンボルと社会と個人のシステムからなるモダンのフレームには、すでに変動の契機がビルトインされていた。豊かな社会と情報社会は、50年代の大衆社会・消費社会・消費社会・マスメディアの時代から始まり、70年代になって高度化しかつ成熟し、そして現在に至った。いま、その2つの社会が融合してまったく新しい社会の到来を予告する段階にいたり、モダンのコンセプトをことごとく否定する方向性が暗示されている。それがモダンのリアリティを喪失させるのである。

豊かな社会と情報社会は、それがクロスするとき、「分有する世界こそが、新しいリアリティである」という、近代的所有にかわって、そしていままでの歴史の根幹であった所有のコンセプトを超えた新しい世界の生成を予感させる。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 12. 前情報社会の類型

社会の変化は、図6に示すように、豊かさと情報化にかんして、つぎのような移行として理解される。ひとつは、豊かさにかんして、その獲得が目的にされる状態から、自明とされた獲得された豊かさをいかに表現するかを求める方向への変化である。これは、豊かさが自己にとって客体としてあり、だからこそ豊かさが憧れという価値をもち、その獲得が目的として設定されることから、豊かさが自分のものとして身体化しており、だからこそ身体表現としていかに豊かさを見せるか、が問題になる、というカテゴリーの対照性である。



もうひとつは情報の問題である。情報は、その希少性をもとに所有されて、あるパワーを獲得するための手段・道具となる特性から、そのコピー性をもとに多くの人に共有されることで環境化され、多様な表現を可能にする素材となる特性という、2つの対照的な特性をもつ。

モダンという産業社会は、貧しさゆえに豊かさに憧れ、その獲得をゴールに設定し、さらにそのゴールの達成のためにその手段として情報の所有にこだわり、そのこだわりからゴール達成を早くしたもののが成功者として勝者の地位を獲得していく、というルールをもつ社会である。その社会がゴールを達成することで、新しい位相に変化した。そのひとつが大衆消費社会であり、もうひとつが高度産業社会である。

この位置関係では、大衆消費社会は、豊かさの獲得がまだ社会目的になっているため、情報が環境化された状況のなかで期待された自分らしさの表出を、自足的な価値表現とはできず、手段化することで価値をもたせた社会である。典型的には、若い女の子の見栄（げん示的消費）がそれである。見栄は自分らしさの表現でありながら、それ自体は意味をもてず、強く目的＝ゲーム志向的な行動になっている行動である。これこそ消費社会らしい社会的行動である。

これにたいして高度産業社会は、すでに豊かさが自明であるにもかかわらず、情報所有にこだわるために、豊かさの無限の獲得が目的化されてしまう社会である。典型的には、中年の管理者がこだわる組織管理の方法がそれである。彼らは、若者たちの豊かさの表出のとまどいながら、それにはなんら新しい対処はできず、ただいままで通りの階層的な管理方法によって目的達成を強要する。新しい情報環境が整備されているのに、あいかわらず効率的で合理的なビュロクラシーを自明とするために、組織管理の思考からジャンプできない。

この2つの社会、大衆消費社会と高度産業社会は、量の拡大を求めた産業社会からクオリティの表現を求める新しい社会（豊かな情報社会）への移行過程を示す2つのルートである。若い女性に似合った生活・消費ルートとしての大衆消費社会と、中年の男性に似合った組織・生産ルートとしての高度産業社会は、ともにつぎの新しい豊かな情報社会への移行過程として位置づけられる社会である。



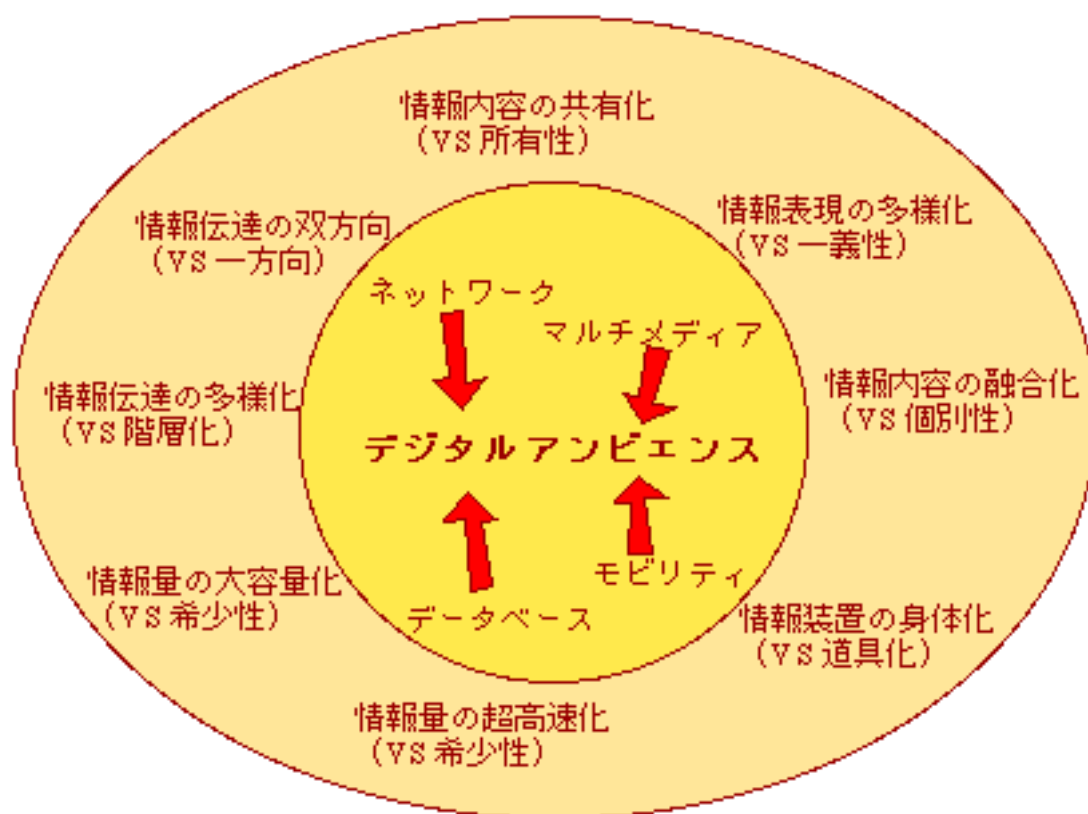
# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 13. デジタル・アンビエンス (1)

やっと情報化の意味が分かりかけてきた。テレビや電話といった従来のメディアからコンピュータをベースにした新しい情報環境が生まれつつある。この予想される情報環境を「デジタル・アンビエンス」と呼ぼう。それは、あらゆる情報ツールの情報をデジタル化して処理でき、全ての情報を等価に、そして自由に容易に操作できる環境が、いつでも・どこにでもたちあげることができることだ。文字も映像も音も、手書き文字も活字も、静止画でも動画でも、会話でも音楽でも、すべての情報が同じように扱える電子環境がそこでは立ち上がる。したがって書類も電話もファクスも、また写真もテープレコーダーもビデオも、すべて互換的な情報処理と情報生成が可能になる。

もちろんこのような情報環境がオフィスや生活環境として自明になる日はまだ先の話である。しかし時間の問題であることも事実だ。現状では、電子メールの環境が整備され、その上でパソコンを使って、ワープロと表計算とプレゼンテーション用ツールが活用できるといった程度が、せいぜいである。でもここまでくれば、もうそれだけで十分に新しい情報環境が立ち上がっている。この状態は、デジタル・アンビエンスの、ささやかであっても重要な最初の一步だ。この一步を情報環境として共有するかしらないかは、基本的で抜本的な差異をもたらすはずだ。

このようなデジタル・アンビエンスの生成には4つの条件が不可欠である。それは『データベース・マルチメディア・ネットワーク・モービリティ』である。これらは、ジャーナリズムの世界ではすでにファッションではなく、恥ずかしいまでの常識用語であり、言葉としてだけならば、誰もが「いまさら!」と言い切れるほど自明な言葉である。(図7)



第一に情報量にかんする環境が、従来とはまったく異なってくる。大量の情報がハイスピードで貯蔵され処理されることが重要である。情報は希少だから価値が生成される、というかつての発想はここにはない。データベースを重視する発想では、情報は、現状よりももっと大量でなければならないし、しかもその大量の情報が瞬時に貯蔵され処理されなければならない。平均的な認識として、よく「現在の情報化社会では、情報にあふれ、その選択に困惑する人が・・・」といった発言があるが、これなどはまったくの誤解である。現状の情報量にかんしては、容量もスピードもまだまだ過度に不足している。桁違いの情報量とスピードが、データベースの発想には不可欠である。

この発想は、情報は大量で超速であるとき、はじめて価値が生成される、という反希少性の価値認識を前提にして成立する。あっというまに膨大な情報が目の前に現れても、それが当然と思えなければ、またそうでなければ仕事ができない、と考えられないかぎり、データベースを活用することにはならない。デジタル・アンビエンスは、このような意味での新しい情報環境の認識を重視する。

第二に情報表現にかんする環境がまったく異なってくる。文書主義に典型的に表れる文字・活字表現だけの情報環境ではなく、映像や音響の情報をも含み、しかもそれらの多様な情報をデジタル化することで等価に処理し、だからこそ多様な表現を可能にした情報環境がここに生成される。多様な情報の統合と表現の多様化がマルチメディアという情報環境に期待されることである。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 13. デジタル・アンビエンス（2）

デジタル・アンビエンスは組織の情報環境としてマルチメディア化を要請する。従来のように文書だけが唯一の表現手段である、という時代状況ではない。情報社会における組織では、たとえばプレゼンテーションはマルチメディアを駆使してなされるはずだ。納得とか理解といったことが、従来のように数字や文字だけではなく、たとえば動画をみせることで一瞬のうちに了解される、といったことがますます重視されるようになるのが、新しい組織における情報環境のあるべき姿である。デジタル・アンビエンスは、このようなマルチメディア環境を重視する。

ここでは、多様な情報を等価なデジタル情報として扱えるという統合化がきわめて重要な意味をもつ。統合化によって、組織における情報の価値格差（文字情報が優位で、映像情報は劣位）は解消され、必要に応じて、いかなる情報でも利用できる可能性が開かれる。産業社会では、組織では文字情報に特化し、その他の情報（映像や音響）は特殊な領域（たとえば芸術）に封じ込めることで、文字情報以外すべてを組織は排除してきた。それが産業化の歴史である。しかし情報社会では、すべての情報は等価である。説得も理解も了解も、その状況に応じて、文字ばかりでなく、映像も音響が優位に立ってなされるようになる。このように、情報の統合化は、同時に情報表現において多様な表現を可能にする。統合化と多様化はコインの両面である。文字でも、映像でも、音響でも、「なでもあり」という表現ができるためには、統合化が不可欠なのである。この両面性が確保されることがマルチメディア環境なのである。

現状の組織にとって、情報環境としてもっとも必要なのは、データベースの充実を前提とすると、このネットワーク化であろう。ネットワークは、情報を双方向で共有することを可能にする点で、いままでの情報をめぐる社会関係を根本的にかつ抜本的に変革する。従来の産業社会の組織における情報は、その希少性を前提とすることで、所有されることで価値を生成していた。その情報所有をめぐる格差が地位の上下関係であり、それが組織を管理する最重要な視点を構成したのである。従来の組織が管理機能によって了解されるのは、情報は所有されて価値を生成するという認識があったからである。

このような情報所有をもとにした社会関係を崩壊させるのがネットワーク化である。ここでは情報は組織のメンバーすべてに共有されてはじめて価値を生成する、という価値認識がある。情報を所有しない下位のメンバーにたいして、情報を所有していることを武器に操作したり管理したりすることで、組織化が維持された既存の構造が、ネットワーク化によって一挙にその存立基盤が撤去されてしまう。具体的には、なぜ組織のトップなのか、その地位を保証する根拠はなんなのか、が喪失してしまう。管理機能の情動的根拠が失われたとき、管理者はなぜ必要なのか、管理者は自己の存在理由を失う。

同一の情報をみんなが同時に共有したとき、何が組織化の原理になるのか。管理機能に変わって、組織化を維持する機能は何か。これはシンボリック・ガバナンスで扱う大きな問題である。

ネットワークは、誰でもが誰にでも即座にかつ同時にコミュニケーション（ $n-n$ ）できる情報環境を構築する。従来、多数（無数）への情報伝達は送り手を固定（ $1-n$ ）させなければならなかった。これが組織の上下関係を規定するメディア上の制約条件であった。これが取り払われるのがネットワークであるから、新しいネットワーク環境では、上下関係で情報が伝達される必要がなくなる。とすれば、ここでも管理機能は後退せざるをえない。

第四は情報装置の携帯性にかんしてである。現在でも電子手帳のような新しいツールが続々と開発され、新しい情報環境が身体に装着されつつある。この傾向は今後一層進むはずである。これがデジタル・アンビエンスにおけるモービリティである。

これは2つの情報環境の変化をもたらす。1つは情報環境の自在な移動性である。いつでもどこでも情報環境が立ち上がるという特徴は、環境が固定されて、そこに個人が移動しないかぎり何もできない、という情報環境の外在性に大きな変化をもたらす。情報行動が環境の外在性によって制約されることがなくなり、瞬時にどこにでもコミュニケーションがとれる状況が生成されることで、リアルな対面的行動と情報行動との差異が意味を失う。情報行動は、ヴァーチャルでありながらリアルな行動になり、行動そのものになる。

もう1つは、上記3条件を備えた情報環境が身体化されることで、単にいつでもどこでも情報環境が立ち上がるという環境の大きな変化ばかりか、新しい情報主体の基本コンセプトが大きく変化する。近代産業社会での個人にとって、情報環境はどこまでも個人の外部にあり、そこでの関係はあくまでも道具にすぎなかった。ここでは情報環境は外部であり、身体化された装置ではなかった。せいぜい名刺ぐらいがシンボリックに個人に装着していた程度である。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 13. デジタル・アンビエンス（3）

これにたいして、デジタル・アンビエンスでは、情報環境が身体化されることで、それは環境でありながら同時に自己（情報主体）でもある、という両義性が発生する。自他の境界が曖昧になり、自己の境界が自在に変容することで、つねに新しい自己が生成される仕組みがビルトインされることになる。メタファーで言えば、「等身大の鏡をもつ自分」が新しい自己である。鏡に映る自分は、自分であって、自分ではない。その二つの自分にたいする微妙な認知のズレが、自己をいつも再編成させるプロセスを要求するのだ。

新しい情報環境は、以上のように、データベース・マルチメディア・ネットワーク・モービリティから構成される『デジタル・アンビエンス』を必要とする。これは、現状での条件整備で言えば、十分なメモリーを積んだかなり高速のノート型パソコン（データベース／モービリティ）で、電子メールができ（ネットワーク）、そしてワープロと表計算とプレゼンテーション用のソフトを活用して作業ができる（マルチメディア）、という条件が整備されていることである。これが現状で考えられる一応のデジタル・アンビエンスである。当然、これはデジタル・アンビエンスの最低限の条件であり、にもかかわらず、やっと少数の組織で採用されはじめた情報環境である。

しかしこの程度の情報環境でも、その有無は決定的である。なぜならば、その差異は組織の構造の差異を規定するほど大きな意味をもつからである。たかが電子メールであるとしても、それがもつ意味は想像以上に大きい。電子メールの環境が整備されたならば、それは従来の階層的な管理機能を核とした組織形態を本質的に変革することを要請するのである。



# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 14. デジタル・リテラシー

デジタル・アンビエンスのもとで、何がかわるのか。情報をめぐるリテラシーがかわる。これを「デジタル・リテラシー」と呼ぼう。かつてリテラシーといえは、読み書き能力のことであつた。そこでは、活字情報を操作する能力が社会的に必要とされ、それ以外の情報リテラシーはほとんど問題とされなかつた。映像や音を扱う能力は、一方ではアーティストという専門家集団に専有された芸術的能力として特殊化し、他方普通の人にとっては趣味というレベルで楽しめるだけの情報能力にすぎなかつた。近代産業社会を推進する組織では、文書主義のもとで、しっかりと活字情報を駆使できる能力だけが期待された。だから、リテラシーとは読み書き能力であれば、それだけでよかつた。

しかしこれからの組織に期待される情報リテラシーは、読み書き能力を含み、しかもそれを超えるものだ。活字も映像も音も、その情報の価値は等価で、表現の方法が違ふだけで、どのメディアであろうと、それを操作する能力にたいする期待は等しい。これは、頭で理解するかぎり簡単そうだが、身体に馴染ませようとすると意外に難しいことだ。たとえばトップへのプレゼンテーションの機会が与えられたとしよう。最近ならば、図表もカラーにしたOHPを駆使して説明するビジネスマンもいよう。しかし文書主義に慣れたかれらにとって、この程度が精一杯である。だが、これから期待されるリテラシーでは、映像や音を付加した表現が優先される。文字ばかりでなく、どのような映像を撮ればいいのか、どの音や音楽をかぶせれば説得的になるのか、このような論理が考えられる知性でなければならない。しかもそれは、アートの世界の論理とは違ふはずだ。美ではなく、真の価値のもとで、マルチメディアの表現はどうすればいいのか、その論理の探求がここでの問題だ。この問題を含んで、マルチメディアの表現を当然とする知性が、いま期待されている新しいデジタル・リテラシーである。そこでは、プレゼンテーションの方法もまったく違ふはずだ。

もう一つ大きな変化がある。それは情報共有の問題だ。情報は所有されるものではなく、共有されてはじめて価値を生むというリテラシーが、新しい情報環境のなかで生成されつつある。情報へのアクセスがいつでもどこでも自由に容易にでき、上下関係とその階層性を越えたコミュニケーションが可能になるとき、情報所有の視点から組織論を展開することはもはや無意味である。情報所有の組織論は、情報量が乏しく、情報伝達の方法が一方的で、しかもその伝達スピードが遅い、というプレ情報社会（産業社会）における合理的な産物にすぎない。それは能力主義と政治的権力から組織を構築する視点であり、だから結果として階層的な組織が要請されるのだ。ここでは組織図が重要で、組織図をみれば、組織の実態が読めるのだ。

しかし情報は共有するものだという前提では、情報は、実際に一緒に仕事をするグループのメンバーのコラボレーションを支援する潤滑油になる。共有情報は伝達されてはじめて価値を生み、その繰り返しのなかで新しい価値がさらに生成される。ここでは作業グループが組織を構築する視点になる。組織は、情報が共有される境界と層から考えられるようになり、多様で柔軟でダイナミックな様相を現す。もはや組織図は無用になる。

さらに情報共有は、コラボレーションを通して新しいプロフェッショナルを生み出す。グループのメンバーは積極的に自分の専門性を超えてパートナーとの新しい協働の領域を開発し、さらなる専門性を自分のものにしようとする。しかもそれは自分だけの閉鎖された専門領域ではなく、オープンで共有された知識である。これはあきらかに新しい仕事のスタイルを必要とするし、新しいリテラシーを要請する。

デジタル・リテラシーは、新しい情報環境が求める新しい思考方法であり、マルチメディアやネットワークというすでに常識になった言葉が期待するラディカルな知性である。いま、組織は、環境と知性の変化によって、大きく変わろうとしている。たとえば一人に一台のパソコン、できるかぎり性能の優れたパソコンをネットワークでつなぎ、新しい知性とその環境を十分に活かすならば、仕事のスタイルが根本的に変わり、組織も大きく動いていくはずだ。そんな夢の実現が目前に迫っている。

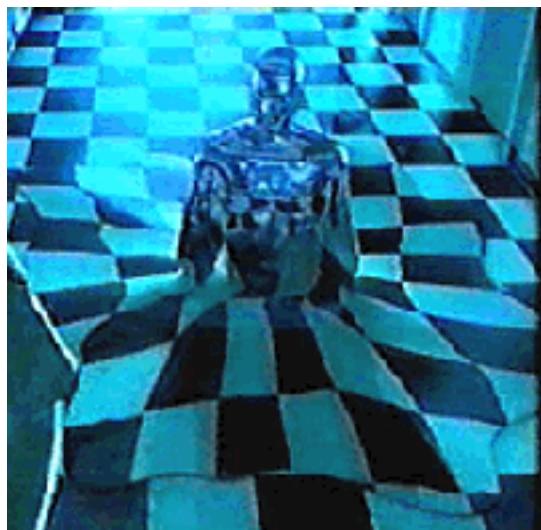


# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 15. メタフォリカル・コーポレーション (1)

最近の組織論は、リエンジニアリングで一杯である。組織論をめぐるここ10年のファッションをみると、バブル経済最盛期の「コーポレート・アイデンティティ」から始まり、崩壊の危機に慌てて組織「リストラクチャリング」が主張され、そして、危機からの脱出と新しい組織への再生を求めて「リエンジニアリング」が登場してきた。そのコンセプトの提唱者であるマイケル・ハマーは、事実自信たっぷりに、アダム・スミス名著『諸国民の富』に代わって、自分の『リエンジニアリング革命』を位置づけている。

この自信の裏付けは、つぎの2つの新しい視点にある。1つは情報システムを組織のインフラの最重要要因として位置づけていることだ。もう1つは、情報システムを前提とすると、従来の分業システムを超えた新しい作業方法が可能になることを明言したことである。



では、デジタル・アンビエンスという新しい組織にふさわしいメタファは何なのか。現実にはまだない、映画『ターミネーター2』に登場する「液体金属<T-1000>」がもっともふさわしい、と思われる。組織のメタファが「機械」から「液体金属<T-1000>」に変化するとき、組織は、従来の階層的な構造とはまったく異なった組織として想像されるはずである。そこでイメージされるものは、三角形の硬いピラミッドとはまったく対照的で、瞬時にいかようにでも変容し、いかなる状況にあってももっとも最適な形態を示して、どのような事態にたいしても十分な対応力をみせる、常識を超えたどこまでも創造的なものの、といったことである。

産業社会が想像した機械またその発展型の有機体としての組織は、能力主義を前提に構成された管理機構を核に、そこで発生する情報所有の格差を媒介にして、1対nのコミュニケーションを手段としてもっとも効率的な目的達成を目指した組織であり、同時に下位のnの間のコミュニケーションを最小化するために作業の分業化をはかり、そのかぎりでの閉じた部分的な専門性を追求させることでもっとも効率的な目的達成をめざした組織でもある。情報所有と管理機構と分業体制と効率的な目的達成は、近代産業社会が求めた組織の原理である。

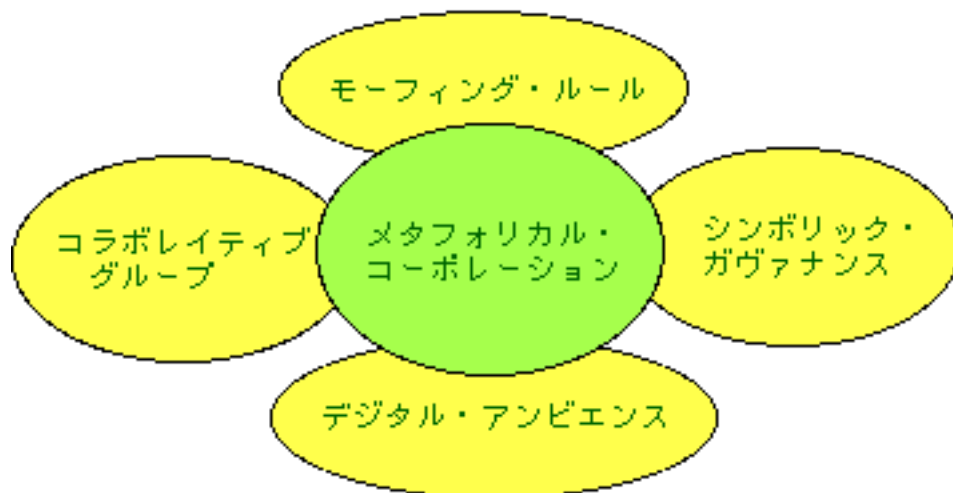
このような階層的な組織は、しかし豊かな社会の到来と情報社会の到来によって、その社会的・歴史的な使命を終えようとしている。組織は、社会の大きな変化のなかで、その変化をもたらした階層的な組織それ自体を自己否定せざるをえない状況に追い込まれている。

どう変わればいいのか。機械と有機体に代替する新しいメタファは何なのか。ボイス・プロジェクトは、それを、映画「ターミネーター2」の『液体金属<T-1000>』に求めた。そこから喚起されるイメージは、今までの組織のメタファを超える新しい何かを暗示していた。そのメタファを手がかりに、新しい組織とは何か、を想像するとき、まったく新しい組織のイメージが浮かんできた。それが『メタフォリカル・コーポレーション』である。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 15. メタフォリカル・コーポレーション (2)

これは、機械のメタファーからもっとも遠い距離にあるメタファーから創造された新しい組織のヴィジョンである。それは、4つの形態をもつ。



どんなに多様な形態をダイナミックに示すものであっても、それが組織である以上、それなりのルールが必要であることは自明であろう。しかしそのルール自体が変容する多様性を示すものでなければならず、ルールがもつ固定的なイメージからいかに距離をとれるか、が問題になった。その結果が「モーフィング・ルール」である。モーフィングという多様に変容するプロセスだけが価値をもつソフトをメタファーに、新しいルールを想像するとき、組織の創造性と効率性の融合と両立を可能にするルールが発見された。組織のあり方を正当化するルール自体が柔軟で曖昧で、そして多様でダイナミックでなければならないのである。

とすれば、組織化のあり方も、従来のような管理機能を核とした組織統合の視点ではない新しい組織化の原理が期待されるはずである。それが組織融合であり、「シンボリック・ガバナンス」である。この組織はもはや管理者を必要としない。期待されるのは、組織の新しいヴィジョンをシンボリックにあるいはメタファーを使って想像力豊かに、組織の内外にアピールできる顔である。新しい組織の方向を誘発し誘導するイマジネーションがそこでは必要である。しかもそれだけでなく、下からの支援が大事である。仕事の環境を整え、メンバーが気持ちよく仕事ができるような環境の整備をする機能が求められる。これは、権限委譲ではなく、エンパワメントである。上から下に権力を付与するという意味での権限委譲はもはやここにはない。あるのは、メンバーのために心地よい作業環境をつくる支援をする機能である。サッカーのサポーターであり、コンピュータのクライアントサーバーにおけるサーバー（奉仕者）が、ここでのメタファーである。組織化は、サポーターとかサーバーの仕事である。だからこそ組織統合ではなく、組織融合が組織化の原理なのである。

もちろん組織融合といっても、組織の効率的な運営を無視するわけではない。その逆で、より一層の効率化は自明のことである。組織のフラット化をはじめとした分業を超えた新しい効率性の追求はより厳しくなる。また同時に人事考課などの評価の方法も変わらざるをえない。情報共有を前提とした方法が重視され、セルフナビゲーションによる自己評価を含んだ新しい評価方法の開発が求められよう。

第三には、ワークスタイルが変わる。分業を超えた新しいスタイルが模索される。それが「コレボレーション」という新しいグループワークの方法であり、その方法を採用する作業集団が「コラボレイティブ・グループ」である。

コレボレーションをするには、新しいリテラシーが必要である。文書主義を超えたネットワークとマルチメディアを駆使するデジタル・リテラシーが期待される。その新しい情報リテラシーをもった専門家の出現が必要である。その専門家は自立した個であると同時に、ネットワークを介して開かれた専門家にならなければならない。専門家の役割融合をいかに成功させるか、それがコレボレーションの課題である。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 15. メタフォリカル・コーポレーション (3)

最後に、メタフォリカル・コーポレーションはデジタル・アンビエンスを必要とする。データベース・マルチメディア・ネットワーク・モビリティから構成されるデジタル・アンビエンスと、それに共振するフレキシブル・スペースは、今までにない新しい情報環境を提供する。この情報環境が整備されるとき、はじめてメタフォリカル・コーポレーションが作動する。

電子メールを利用したパソコン環境は、このデジタル・アンビエンスの原初形態として重要である。この環境があるかないかは、メタフォリカル・コーポレーションの生成を規定しよう。この環境は、情報所有を情報共有に変換させる突破口であり、単にメールが送れるといった個別の現象を超えた、もっとも変革的で根本的な意味をもつものである。だからこそ、戦略的には、この情報環境をいかに現在の組織に受容させるかが問題である。

このように、メタフォリカル・コーポレーションのコンセプトは、新しい情報環境の間近に迫った実現可能性の中で、それに対応した新しいワークスタイルとそれを組織化する新しい原理を検討し、さらにそれらを正当化する新しい組織ルールを構想するものである。機械や有機体といった産業社会の組織を超えた新しい情報社会の組織ヴィジョンを、メタフォリカル・コーポレーションとして提示する。ターミネーター2の「液体金属<T-1000>」は、メタフォリカル・コーポレーションを想像する力を喚起する重要なメタファーである。



# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 16. メディアキッズの夢

生活がどうなるのか、まだ分からない。組織現象にかんしては、ある程度みえるものがあるが、生活レベルでの新しい方向がまだ分からない。テクノロジーにかんしては、テレビに変わって、CATVを介した双方向のマルチメディアの登場が重要な位置を占めるであろう。しかしそれによって、生活の何が変わるのか、単にテクノロジーが浸透することばかりでなく、それを越えた生活世界の意味が生成されなければならない。

娯楽でのビデオ・オン・デマンドとかテレショッピングやホームバンキングといったことができそうだと、ということがインタラクティブにできそうだと、ということだけはわかった。しかしそれだけならば、10年前のISNの実験と同じで、キャプテンの失敗と同様なことが起こるだけである。問題は、「レジャー」に変わる新しい生活イメージが描けるか、である。

注目しなければならないのは、メディアキッズの気分と行動であり、なんでも楽しいことに群れる若い女の子たちの気分と行動である。彼らにとって、すべてが楽しいかそうでないか、ということが生きる基準だ。仕事でも、つまらなければ、それでおしまい。苦役でも、仕える事でもない。自分の思いのままに自由に飛び回れることが大切にされる。ここでは、既存の社会的カテゴリーが徹底して無視される。その基本が、親子関係の無視と、男と女の関係の超越である。男なのかそれとも女なのかという選択でもなく、親かそれとも子かという選択でもなく、つねに両義的役割を自明として活動することが期待されている。「どちらでもある」ことを当然として、そこから新しい社会関係を生成しようとする意欲が感じられる。

かつての核家族は、近代産業社会にふさわしい家族形態であり、効率的な役割関係を極限にまで追求した家族形態であった。誰もが、自分に課せられた特化した役割を期待通りに演じることで、無駄のない合理的な家族を真面目にこなすのであった。「真面目な家族」が核家族の理想であった。各人が好き勝手に行動したら、核家族の計算しつくされた上のにのった微妙なバランスは崩れ、一挙に家族崩壊の方向にいつてしまおう。「がんばる父親」「しっかりした（そして、やさしい）母親」「（勉強が）できる息子」そして「かわいい娘」という専門的な役割演技をすることで、核家族は「真面目な家族」を維持していた。

しかしこのような核家族が明らかに過去のものになりつつある。父親が組織の中で変わらざるをえないように、他の3人のメンバーも家族の中で変わろうとしている。その新しい家族を「粒子家族」とでも呼ぼう。そこでは、父親を除けば、みんな新しい家族イメージをもっている。

これは、分化と統合という機能的な関係に制御された役割の世界ではなく、いわばみんなが自分らしさを求めてあたかも好き勝手に生活していそうで、しかしなんとなく家族の絆が緩やかに維持されているような関係からなる家族である。役割関係が機能によって規定されるのではなく、自分らしさの表出をもとに、みんなが共振する関係として家族を了解することで成立する家族である。ここでは、家族の役割は固定的ではなく、その場に応じてさまざまな役割が演じられる関係になっている。

粒子家族では、家族の枠と役割の絆が柔らかく多様であることが重要である。その柔らかく多様な関係を家族に持ち込んだルーツは、テレビと電話という情報メディアである。マスメディアとパーソナルメディアの代表が家庭に入り込むことによって、核家族は知らないうちに大きな変貌を余儀なくされたのである。女がこだわる長電話は、核家族の枠と絆を崩すシンボルである。外からカエルコールをしても通じないでいらだつ父親の怒りは、すでに壊れてしまった核家族への幻想を追い求める嘆きにすぎない。

コンピュータ化は、さらなる核家族の変容を支援する。それは、在宅勤務やサテライオフィスを推進するという個別の変化ではなく、基本的なレベルで、家族と組織の機能分化の関係を解消させる。つまりビューロクラシーと核家族の分化と統合による機能的な社会システムは、2つの集団が融合し拡張する共振的な社会システムへと変貌していく。その変化を支えるのがクライアント／サーバ型のコンピュータ化である。新しいメディア環境は、モダンの機能関係を解消し、ネットワーク型組織（メタフォリカル・コーポレーション）と粒子家族という融合し拡張する共振的世界を生成する。

かくして、粒子家族は、生活の場であると同時に、仕事場でもあり、社交場でもあり、多様な意味をもって自律し同時に社会全体にネットワークされるひとつの社会集団となる。粒子家族は、核家族のように特定の機能（性的関係と子供の世話）に限定されることで、部分として社会に関係づけられるのではなく、それ自体ですべての機能をもちながら、同時に外部にも同じ機能を期待することで、重層的で融合的な機能関係をはたす社会システムである。

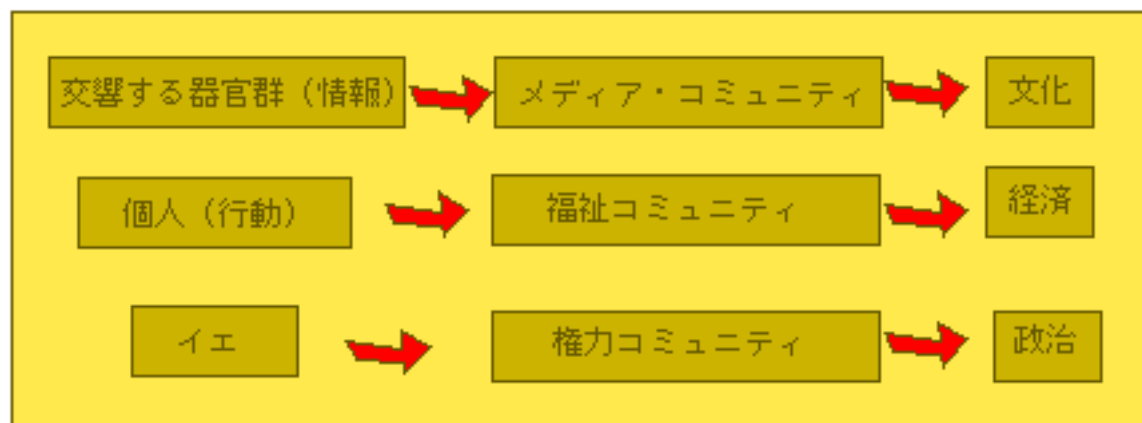
その場合、もっとも大きな問題は「性的関係の私的所有（夫婦関係に限定）」はどうなるのか、である。性的関係と愛情関係と生活維持という関係の絆が解消された場合、新しい家族はどのようにして家族たりうるのか。モダンの家族を根底で支えたのが性的関係の私的所有だとしたら、共有を前提にした豊かな情報社会に移行するとき、その所有関係はどうなればよいのか。この点にかんする整合性が確保されたとき、新しい家族が生成されるはずである。そのとき、レジャーに代わる新しいライフスタイルをもった家族像が語られるはずである。現在はまだ新しい生活と家族に移行するための準備期間である。



# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 17. メディア・コミュニティ

モダンの産業社会では、コミュニティは無用であった。それは社会的には残余カテゴリーにすぎず、社会の基本システムは、ビュロクラティックな組織と核家族の相互補完関係だけで維持されていた。産業社会のコミュニティは、その2つの社会集団では支え切れない社会的弱者（子供と老人）を保護するために行政によって維持された生活支援システムである。コミュニティは、したがって行政の指導のもとで教育と福祉の機能を特化させたシステムとして、核家族の生活システムを補助するシステムであった。PTAとして、老人会として、地域医療としてのみ、コミュニティは必要とされ、その必要がない社会的強者にはコミュニティは無縁で、無用であった。強者たちにとって、コミュニティと同様の機能を果たしたのは組織そのものであり、その疑似的コミュニティに帰属しているかぎり、強者にはコミュニティはみえないシステムであった。

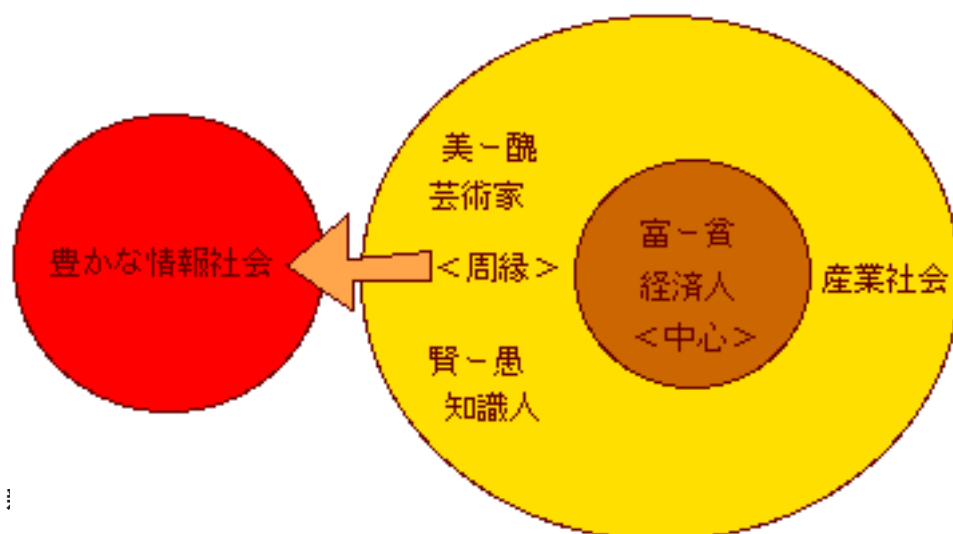


新しい豊かな情報社会になると、コミュニティは復活するのだろうか。もちろん過去の伝統社会のように、コミュニティが地縁の世界（閉鎖的で濃密な人間関係からなり、政治的な権力によって統合されるイエの拡張としての地域社会）として存在することはなかろう。また産業社会のように、弱者のためだけの福祉機能に特化することもなかろう。この情報社会では、家庭は核家族の時代のように生活の場ばかりでなく、多様な意味をもつ空間である。しかもその多様な意味を生成するのがコンピュータを中心にしたメディア環境であるから、ここでは地縁のような境界はコミュニティ形成には意味をもたない。新しいコミュニティはコンピュータ・ネットワークの規模とレベルによって多数多様であり、グローバル・コミュニティからミクロなパーソナル・コミュニティまでさまざまな層として存在するはずである。

# どうしたいのか、その想像力がためされる

## 18. 豊かな情報社会

新しい社会が確実に動きだした。この予感だけは事実である。しかしそれがどのような結果を迎えるのか、まだ分からない。「豊かな情報社会」という、いままでにない豊かな社会を前提に、そこに新しい情報環境が付加されることで、まったく新しい社会的融合が起こり、効率的で合理的なモダンの社会を超えた社会が生成されつつある。(図10)



ここでは、たぶん貧富の社会カテゴリーを超えた次の社会カテゴリーの登場が期待されているのだろう。その萌芽は2つある。1つは「美醜」であり、もう1つは「賢愚」である。美醜は、いままでは芸術という隔離された特殊な領域に占有（封じ込まれていた）されていたカテゴリーであるが、それが新しい社会では社会カテゴリーとして全面に登場しよう。豊かな社会を身体で表現する若い女性たちの登場と、情報社会におけるマルチメディアの社会的認知は、この美醜のカテゴリーの社会化を予感させる。

賢愚も、いままでは知識人という隔離された特殊な社会領域に占有されていたカテゴリーであるが、ここでも社会との現実的な関係を強く意識した開かれた大学（その典型が、SFC）が社会的認知され、さらに情報社会におけるネットワークやデータベースの発想が知的環境をどこまでもオープンにすることで、この賢愚のカテゴリーの社会化をも誘発しようとしている。

新しい豊かな情報社会は、この2つの社会カテゴリーを融合して新しいカテゴリーを生成するとき、その実態を明確にするのであろう。そのときまで、いろいろなヴィジョンを掲げられ、それぞれに共感する社会層との間で、さまざまな葛藤があることだろう。

何が起るのか、まだ分からない。ただいえることは、その葛藤のプロセスでも、情報をめぐるテクノロジーが大きな影響力をもたらすことだけは確実である。そのテクノロジーは、SFのように、新しい社会のヴィジョンを描くフロンランナーである。