

特集・情報化社会と市民②

# 情報化社会と人間

小林宏一

## はじめに

情報化ないし情報化社会というコトバが世界に先駆け日本で提唱されはじめたのは、一九六〇年代なかばのことであるから、それからすでに約四半世紀が経過したことになる。この間、以下で定義するような意味での情報化は、さまざまな領域において時の経過とともに進展してきたが、特に八〇年代——それは△高度▽情報化の提唱された時期でもあったのだが——に入り、その歩みは、この時代の全体的趨勢を反映しつつ、きわめて特徴的な展開を示してきたといえよう。以下、この小論では、情報化（社会）の定義を簡単に行ったのち、八〇年代とはどの

ような時代だったのか、その時代相のなかで情報化（社会）はどのような展開をみせ、どのようなインパクトを人々にもたらしているのかを検討し、最後に、情報化が続く九〇年代において、どのような問題性をはらんでいるのかを指摘することにした。

### 一——情報化（社会）とは何か

本題に入るまえに、情報化ないし情報化社会というこの多義的なコトバについて小論なりの定義を下しておく必要がある。情報化（社会）というコトバを使うばあい、大きくわけて、ひとびとは、次の広・狭二つの意味あいを使って

## はじめに

- 一——情報化（社会）とは何か
- 二——一九八〇年代——「情報化」を育んだものは何か
- 三——人間のコミュニケーション活動の諸相
- 四——情報化社会の挑戦をうける日常生活者(1)  
——マス・メディアとの関連で
- 五——情報化社会の挑戦をうける日常生活者(2)  
——マス・メディアからはなれて
- 六——一九九〇年代——問われる人間の資質

いるかにみえる。

まず、狭い意味での情報化（社会）とは、人間のコミュニケーション活動に高度の情報技術の介在する度合いが高まることと同義とされている。六〇年代中盤からの情報化の提唱が、多くの場合コンピュータの導入・利用を前提としていたように、また、八〇年代の以降の△高度▽情報化社会が、コンピュータと通信の結合、衛星通信からISDNにいたる伝送路技術の革新とともに語られることが多いように、情報化（社会）というとき、その必要条件として、通常、ニューメディアと呼ばれる新手段の情報通信機器の導入が念頭に浮かぶというのが普通だったといえよう。

一方、われわれは、また、広義の情報化（社会）について、そこにニューメディアが介在するか否かは別として、端的に言って、「情報がモノをいう」（「知は力なり」！）さらには「情報と戯れる」度合いの強まること、またそうした趨勢をたどる社会といった意味あいを持たせつつ語ってみたいのではないだろうか。しかし、「情報がモノをいう」あるいは「情報と戯れる」ということそれ自体は、人間コミュニケーション史とともに古いことであって、情報化の時代固有のものでないはずである。だとするならば、この広義の情報化を定義するためには他の要件が追加されねばならないことになるが、それは、以下の三つの要件だと見える。

① 情報の大量性：まず、第一の要件は、ビジネスの分野であれ、日常生活の分野であれ、それぞれの分野で処理しなければならない情報が大量になってきたということであり、それは、大量のデータ処理を前提にはじめて「情報がモノをいう」ケースが多くなってきた（たとえば販売戦略立案に寄与するPOSシステムといった事例を想起してみればよい）、「戯れるべき情報」が過剰供給されている（多種多様な雑誌類、増加するテレビ・チャンネル）といったかたちで現象している。問題は、人間の情報接触・処理能力には――

個人差があるとはいえ――一定の限界があるということであり、供給情報量が過剰になればなるほど、われわれの不安感（情報を浪費しているのではないか、大切な情報を見逃しているのではないかといった）が高まるとともに、後にみるように、従来になかった特異なコミュニケーション現象も認められるに至っている。

② 情報の商品化：第二に、今日流通している情報の多くが商品性を帯びていること、言い換えれば、情報化社会における情報は、「金のかかっている」情報、金銭によって購われる情報が主体となっていることである。こうした商品としての情報の優位化は以下で検討する八〇年代の時代趨勢によりさらに強化されたといえる。

③ メディアの介在：さらに、上記のような特性をもつ情報化時代の情報の大半は、様々なメディアとりわけ電子的メディアを介して提供されるものでもある。それは、マスコミ情報から、パーソナルな情報に至るあらゆるコミュニケーション分野に妥当する現象といえる。ただ、ここで注意しなければならないことは、そうした電子メディアがいわゆるニューメディアのみであるかというところではなく、少なくとも日常生活の局面においては、いまのところ既存型メディアの普及や利用の高度

化によるインパクトの方が大きいということである（たとえば、電話やウォークマンはニューメディアではないが、その普及はやはり「文明論的」意義をもつといわざるをえない）。

以下、この小論では、後者の広義の情報化（社会）理解にもとづいて、あたえられたテーマにアプローチしていくことにするが、その際、念頭に置かれるのは主として日常生活にかかわる情報化とし、ビジネスや行政に関わるそれについては折りにふれ言及するにとどめることとする（それは、後者の問題が重要でないということでは決してなく、限られた紙数のなかで議論が拡散することを回避するために他ならない）。

## 二――一九八〇年代――「情報化」を育んだものは何か

情報化（社会）と人間の関わりあいについて考えようとするとき、先立つ一九八〇年代をふりかえり、そこに認められる時代特性を抽出することが決定的に重要だというのが筆者の基本的出发点である。すなわち、六〇年代後半に提唱された情報化は、コトバの先行した七〇年代を経、八〇年代に入りはじめて、さまざまな現

象や体験を通じて「これが情報化ということなのか」との実感をわれわれに抱かせる程度に日常化したといえるのだが、そうした事態は、八〇年代の社会の在り方そのものに起因しているといえるのである。

八〇年代は、二つの意味——それらは互いに密接に関連しているのだが——において「privatization」の時代だったといえる。すなわち「民営化」の時代であると同時に「私生活中心主義」の時代でもあったという意味において、「民営化」の時代としての八〇年代は、また、

経済の時代と言いかえられよう。「新古典主義経済学」に則った経済政策を遂行する先進産業国は、「民営化」あるいは規制緩和の名のもとに、私企業の経済活動を最大限活性化させる方策を競って採るに至ったが、この過程はまた、経済の国際化、経済のソフト化というトレンドとも連動するものであった。その結果、情報産業、文化産業は、それ自体、ソフト化経済を支えるエースのひとつとして戦略的に「育成」されるべき分野とされる一方、ひるがえって、経済活動それ自体が、その効率化、迅速化、統合（あるいは分散）化といった目的を達成するために、情報産業の助けを受けるという循環的メカニズムが構造化されるに至る（こうした事態は、たとえば、グローバルな情報ネットワーク

なしには成り立たない金融トレーダーの活動、マイクロチップを製造するロボットそのものがマイクロナップの集積体である、といったケースを想起してみればよい）。こうして、「モノをいう情報」に関わる情報化——それは、また、上の指摘した狭義の情報化として現象することが多いのだが——は、マクロ経済のなかに深くビルトインされるに至る。

一方、八〇年代の経済活動は、その帰結のひとつとしての消費経済部門の加速度的拡張をもたらし、日常生活を律する原理としての、いまひとつの「privatization」、すなわち「私生活中心主義」を深化(?)させてもいる。かつて「私生活中心主義」の価値観を体現していた「マイホーム主義」というコトバが——その背後にあった「ほのぼのとした家庭」のイメージが時代にそぐわなくなったせいか——すでに死語と化すなかで、ひとびとは、「幸福な意識」を抱きつつ、自らを取り囲む商品世界と戯れる「消費者(Homo Consumers)」の相貌を濃くし、いわば「個生活中心主義」とでもいうべき地点にまで到達しているかのようである。そして、もちろん、ここでいう「商品世界」において、(AV機器、ワープロ、ファミコン、ウォークマンさらには電話といった)さまざまな情報的小道具、そうした小道具や目もあやな都市空

間が織りなす圧倒的な情報環境が大きな比重を占めていることは疑いのないところである。

三——人間のコミュニケーション活動の諸相

右のように性格付けられる八〇年代を経て、日常生活者は、「情報化」がらみでどのような状況のもと、どのようなコミュニケーション活動を営んでいるのだろうか、次に、この点をみていこう。

図 人間のコミュニケーション活動の四領域

情報の蓄積源		どこに情報が蓄積されているか	
		センター	個人
情報利用の主導権	センター	I 訓示・告諭	IV 登録
		Allocation	Registration
時間および主題の選択権限	個人	II 相談・諮問	III 対話
		Consultation	Conversation
は誰が持っているか			

出典: Dens McQuail: Is media theory adequate to the challenge of new communications technologies? ed. by Marjorie Ferguson: New Communications Technologies And The Public Interest, SAGE Comm. in Society Series, p.9.

図は、「情報がどこに帰属しているか(情報の発生源はどこか)」という視点と「どのよう

なテーマ(内容)情報を何時利用するかの権限を誰が確保しているか」という視点とを交差させることにより、人間のコミュニケーション活動の類型化を試みたものであるが、それは、

I 訓示・告諭(伝えられる内容がセンター側の裁量で決定されるとともに、何時それに接しうるかについての決定もセンター側でなされるコミュニケーション活動類型、

II 相談・諮問(情報の生成・蓄積はセンター側に帰属するけれども、それを何時、どのように利用するかについての権限は個人側にあるコミュニケーション活動類型、

III 対話(情報の生成・蓄積が個人に帰属しているとともに、それを何時どのようなかたちで交換し、どのような効用を得るかも個人の判断と力量に委ねられているコミュニケーション活動類型、

IV 登録(もともと個人に帰属する情報でありながら、それがセンター側に一括登録されることにより、個人の利用権限がなくなったり、制限される一方、センター側での利用が自由となるコミュニケーション活動類型(たとえば住民登録やショッピング・カード等がこれに当たる)。

という四類型に分けられる。ところで、こうした人間の原初的かつ直接的なコミュニケーション

活動は、情報化の趨勢のなかでどのような展開を示しているといえるのだろうか。

#### 四——情報化社会の挑戦をうける日常生活者

##### (1)——マス・メディアとの関連で

まず、Iの「訓示・告諭」の延長線上で、そこにメディアが介在することにより成立するものがマス・メディアであることは誰にも予想のつくことであろう。そして、今日、これらマス・メディアは相互に連動しつつ、人間に外在し、かつ人間を拘束する「集合表象」(E・デュルケム)の源泉として、上記の「広義の情報化」にかかわるさまざまな問題性を提起しているかみえる。すなわち、それは、次のようなものである。

(1) 最近、マスコミ研究者のあいだで定着しているコトバに「パック・ジャーナリズム」ということばがある。これは、異なる種類のマス・メディアが、特定のイベント(天皇の死から連続幼女殺人事件まで)を総ぐるみで「パック」状態で報道することにより、圧倒的かつ同質的な情報環境をすみやかに形成する現象を言うのだが、われわれは、こうした報道を通じて、定型化した「物語」を読まれ、一定の世界の読み方へと誘導させられている。

(2) こうした「物語」は、また、消費の世界でも語られている。昨年末、ある若者向けカタログ雑誌が「もうクリスマスなんて怖くない」という特集を組んだケースに象徴的に現れているように、今日、マス・メディアは、相互に

連動しつつ高度消費社会の指南役と化しているかみえる。かつて、ファシズムの時代においてマス・メディアは政治の指南役を果たしたが、経済の時代において、それは消費の指南役を買って出ているといえよう。しかも、上記特集のテーマからは、少なくとも一部の若者が、消費の「物語」形成に強いこだわりをもっていること、消費の演出に失敗することに脅迫観念にも似た感情を抱いていることがみてとれる。

なお、消費社会の「物語」は、マス・メディアに加え、デザインや広告をふんだんに取り込んだ商品、さらには、それを埋め込む都市空間によっても増幅されていることも忘れてはならない点である。

(3) 「劇的メディア」(dramatic media)としての性格をその本性として持つテレビは、ENG(コンパクト化したビデオ機器によるニュース取材)や衛星中継等により、われわれの時間・空間感覚を攪乱させつつ、さまざまな出来事を「物語」としてドラマチックに伝え

ているが、こうしたなかで、われわれの「現実」と「虚構」とのケジメは明らかに流動化しつつある。かつて、筒井康隆がそのSF小説『21億人の妄想』で描き出した「テレビで放映されることを計算に入れて事を起こす人々」は、今日、グリコ森永事件や豊田商工会長刺殺事件等の「劇場犯罪」や、環境保護を訴えるためにサンゴ礁を傷つけた記者の行動等のように典型的なかたちで現れている。

(4) その反面、過剰な情報の氾濫は人間と情報との関係を表層的なものにもしている。これまで、情報の供給の増大は、人々の選択幅を拡張し、より個性的な選択・享受を実現するものとされてきたが。しかし、たとえば、CATVによる多チャンネル時代が到来しているアメリカでの視聴行動調査の結果によれば、視聴者のかなりの部分が常時リモコン片手に頻繁にチャンネルを「渡り歩く(browsing)」行動をとっているという。こうした行動は、視聴者がマス・メディアのもたらす一貫した「物語」の受動的享受を拒否しつつも、「物語」ともつかない物語」を紡ぎ出ししている点において、目下のところ評価の難しい現象としてある。

こうした諸々の現象は、巷間で語られている情報化とはいささか次元がずれたものとの印象

を多くの読者もたれるであろうが、八〇年代において顕著となってきたこうした諸現象が、従来のマス・メディア観の修正を迫りつつ、「モノをいつている」点に、筆者は注目するのである。

## 五——情報化社会の挑戦をうける日常生活者

### (2)——マス・メディアからはなれて

先の図の残る三つの象限についても、最近に至り、メディアがさまざまなかたちで介在し、商品としての情報の流通を促進しつつある。

まず、Ⅱの象限(相談・諮問)にメディアがかわって提供されているものとして、さまざまなデータベース・サービスをあげることができようが、少なくとも日常生活領域において、この種サービスで十分な展開を遂げた例は——フランスのビデオテクス・サービス△テレテル▽を唯一の例外として——ほとんど見当たらない。

この事実、日常生活者にとって、マス・メディアが提供している情報を越えた情報が必要となっているのか、さらに、自己の問題関心を的確に整理し、求める情報を特定し、さらに一定の検索手続きを駆使しうる力量が日常生活者の側に備わっているかどうかを疑わせるものがあるといえよう。そして、受験教育の別名を持

つ現代の教育活動が、こうしたデータベース指向人間をもっとも育て難いかたちで遂行されていることも、ここで付記しておくべきだろう。

次に、Ⅲの象限(対話)をめぐるのは、この種のコミュニケーション活動をバックアップするメディアとして、郵便、電話くらいしか考えられなかったのに対し、近年におけるコミュニケーション技術の革新により、新たな可能性がもたらされている。たとえば、限定的ながら、パソコン通信によりわれわれの身近なものとなりつつある、電子郵便、電子会議、電子告知板(BBS)、電子フォーラムといったものは、電子的に形成される疑似空間のなかで、われわれがコミュニケーション活動を遂行することを可能にしている。しかし、この疑似空間のなかで営まれる「ネットワーキング」活動は、「市民」の新たな関係性を育む一方、たとえば「伝言ダイヤル」現象にみられるような「私民」の噴出(それは一部「電子的悪場所」のたたずまいをみせている)をも促していることを留意しておかなければならない。すなわち、電子的疑似空間もまた、そこに行き交い、集う人間によって、その様相を異にしていくということなのである。

最後に、Ⅳの象限(登録)については、その性格上、われわれは、この次元での営みを日常

生活の場において直接体験しえない立場にあるが、最近、プライバシー情報の目的外乱用が表沙汰になる事が多く、また、ダイレクト・マーケティングの手法がより高度化されてきているなかで、われわれは、いっそう、プライバシー保護の観点から、また、市民的立場から、この種営みの「暴走」に注意していかなければならないといえる。

## 六——一九九〇年代——問われる人間の資質

さて、以上のような情報化の現況は、九〇年代に入りどのような展開を示すであろうか、また、その過程において、われわれは、どのような対応を迫られるのであろうか。一見したところ、情勢に大きな変化はなく、「太平楽な日本」のなかで、人々は依然として消費文化に埋没しつづけていけるかのようにもみえる。

もし、こうした状況に変化をもたらすものがあるとすれば、それは、急速な構造変動にさらされている世界システムの極めて不安定な均衡が崩れ、予期せざる（あるいは予期しても回避できない）経済的、政治的破綻が生ずるか、あ

るいは、人類が長い間に飼い慣らしてきたかにみえた自然が——環境破壊の咎として——人間への反逆を開始し、消費の無限拡大が不可能となるか、いずれかのシナリオに則ったものとなる。しかし、ここで、事態の「打開」を求めて、危機の到来を待望することは慎まなければならず、むしろ、とりあえず、われわれは自ら何をしなければならぬかを問うべきであろう。すでに繰り返し指摘してきたように、八〇年代は二重の意味を持つ「privatization」のもので「公共的なるもの」がなおざりにされてきた時代だったといえるが、九〇年代に入り、先立つ時代が何であったかを問う動きが徐々に始まってきたっており、「振り子が揺り戻しを開始した」との声も出はじめている。こうしたなかで、われわれは「市民」として、上で素描したような情報化の実態が果たして望ましいものか否か、何を受入れ、何を拒否すべきか、根底から再点検してみる必要がある。

一方、情報化を推進してきた側でも基本的な矛盾が顕在化しつつあるかにみえる。それは、情報化を深化させるに不可欠な人間の創造力（ソフト）が、ハードに追いつかなくなりつつ

あるということである。日本のソフト業界における慢性的な人材不足状態、森清氏がその著『ハイテク社会と労働』（岩波新書）のなかで説得的に語っているように、コンピュータを駆使した数値制御（NC）旋盤がいかに発達しても、それに入力する数値のいわば源になる熟練工が少なくなつては、前者が宝の持ち腐れになってしまうという危惧、CATV等のテレビ・メディアの発達による多チャンネル化の結果として番組ソフトが世界的に枯渇しはじめており、それを速やかに満たすだけの優秀な人材が絶対的に不足しつつある現実等に目を向けるにつけても、これまで、時とともに加速化されてきた情報化の歩みが、人間的要因によりブレーキをかけられる可能性も予想されるのである。

こうして、九〇年代の情報化は、それを推進する側においても、またその結果を受けとめる側においても、人間の資質が問われ、また、真に人間的な情報化とは何かが問われていくことになるし、また、そうでなければならぬ、と筆者は考えている。

△成城大学文学部助教授▽