

1

2010.4.28

《メディア史》の成立
— 歴史学と社会学の間

佐藤 卓己

さとう たくみ

京都大学大学院 教育学研究科 准教授



佐藤卓己

さとうたくみ

京都大学大学院教育学研究科准教授

専門：歴史学・メディア論

1960 年生まれ。

1989 年京都大学大学院文学研究科博士課程単位取得退学。博士（文学）。

主要著書として『ヒューマニティーズ 歴史学』（2009 年、岩波書店）、

『輿論と世論－日本的民意の系譜学』（2008 年、新潮社）、

『テレビ的教養－一億総博知化の系譜』（2008 年、NTT 出版）。

もう皆様お気づきのように、今日の講演会には手話通訳の方として、北内悦子さん、山下美子さん、大川能子さん、の3人の手話通訳者の方をお願いしております。それと、関西学院大学のキャンパス自立支援課の方から、社会学部の森本舞さん、商学部の備酒豊さんがパソコンノートテイクカーとして協力していただいております。最初にこのことに対して、主催者からお礼を申し上げたいと思います。

それでは早速、今日の本題の方に入っていきます。今日は講演テーマとして「『メディア史』の成立—歴史学と社会学の間」ということで、講師に佐藤卓己先生をお招きしております。本日お配りしてある資料の一番最後の講師プロフィールを見ていただければそこにも書いてございますように、佐藤先生は1960年生まれ、まさに関学社会学部と同じ年にお生まれになっておられます。京都大学の大学院を修了されて、博士号を京都大学で



史がご専攻ですけれども、ミュンヘン大学で研鑽を積まれて、日本に帰ってからは東京大学新聞研究所、さらにその後、同志社大学、国際日

本文化研究センターを経て、現在、京都大学大学院教育学研究科に籍を置かれ、教育・研究に活躍されていることは、皆さんもご存じのことかと思います。

それで、非常に私たちが悩みましたのは、プロフィールのところには2冊か3冊しかご著書を紹介することができないのですが、佐藤さんのご著書、非常に多くございまして、少しご紹介させていただきます。例えば2002年の著作ですが、これは非常に有名なので皆さんお読みになった方も多いかと思いますが、講談社が誇る史上初の百万部を達成した雑誌『キング』を取り上げた『キングの時代』を岩波書店から刊行なされまして、この本は日本出版学会賞とサントリー学術賞を受賞されております。その後、これも非常に話題になった本ですけども、2004年に『言論統制』を中央公論新社から出版なされて、この本は吉田茂賞を受賞されております。

そして最近ですと、2008年に今日のお話にも出てきますけれども『輿論と世論』（新潮社）という作品では、今は区別なく使われている輿論（ヨロン）と世論（セロン）という言葉がどういう系譜で出てきたのか。それにはどういう根本的な違いがあるのかを、極めて明確に描き出して、メディア研究だけでなく、広く社会学の中でも話題になった本です。昨年2009年には『ヒューマニティーズ 歴史学』（岩波書店）を刊行されていると

いったように、極めて多数の本を出しておられることは、皆さんもご存じのことかと思えます。

それで、今回私どもの方から佐藤先生にお願いしたのは、大学教育としての社会学の50年を振り返り、これからの50年を見据えるというときに、佐藤先生は歴史学にしっかりと足場を置きながらも、メディアのことでありますとか、輿論のことを常に、今の時代を見据えながら論じられ、またさまざなところで発言をされてこられました。こうした研究のスタイルは、まさに社会学が目指してきたことであり、またこれからも期待されることだと思います。

ですから、ともすると我々は歴史学と社会学は違うとか、この領域は何々学の分野だと安易に言いがちなのですけれども、そうではなくて、歴史学という観点からメディアや社会、そして時代を見据えてきた佐藤先生の目に、この50年がどのように映り、またこれから先の50年をどのように見据えておられるのか、そういうお話が聞けるかと期待しております。それでは佐藤先生、ご講演の方、よろしくお願いします。

▶佐藤卓己 ご紹介いただきました、佐藤です。

今日は関西学院大学社会学部創立50周年という記念すべき席にお招きいただきまして、本当にどうもありがとうございました。

最初に阿部先生から、この講演の依頼をお受けしたときに、なぜ私なのだろうと考えたわけです。私自身が1960年生まれで、正確に言えば10月が誕生日なのでまだ50年にはならないのですが、50歳という節目は確かに大きいですね。先ほど宮原先生から50年の過去を思い、今後の50年を考えるというお言葉がありましたけれども、私自身、あと50年生きるとは到底思えませんが、これから自分が何をしていくのかを考える非常にいい機会を与えていただいたと思いました。

もちろん、社会学、あるいは社会学教育について語るというのは、私の心の中では矛盾というか、不安を抱えているわけですが。というのは、私自身が、基本的には大学、大学院で歴史教育、特に西洋史の教育を受けてきたからです。ただ、大学院時代のドイツ留学ではむしろ新聞学を中心に勉強してきましたし、その後、東大新聞研究所、あるいは同志社大学文学部社会学科に所属していましたので、社会学教育にも一応はかかわってきました[図-1]。

1960年生まれ「メディア史/メディア社会学者」の「回顧と展望」

1960年 広島市生まれ
1984年 京都大学文学部西洋史学専攻卒業
1986年 同大学院修士課程西洋史学専攻修了
1987-89年 ミュンヘン大学近代史研究所留学
1989年 日本学術振興会特別研究員(東京大学新聞研究)
1990年 東京大学新聞研究所 助手
1992年 博士論文『大衆宣伝の神話—ヒトラーからマルクスへのメディア史』
1994-2001年 同志社大学文学部社会学科新聞学専攻 助教授
2001-2004年 国際日本文化研究センター 助教授
2004年から 京都大学大学院教育学研究科 メディア文化論担当

図-1

また、私自身、歴史の学会では社会学のようなことをやっていますと名乗ることもあり、両生類的な、使い分けも少ししているわけです。そのあたりの私の経歴が、学際的な社会学の広がりを考える上で、幾らかご参考になることあるのではないかというの、この報告をお引き受けした理由の一つです。

さて、私は今、京都大学教育学研究科の生涯教育学講座でメディア文化論という科目を担当しています。これはもともと広報学という名称で、今日もこちらに来ておられます、津金澤聰廣先生が30年間ずっと非常勤として関学時代からやってこられた科目です。その意味で、本日関学にお呼びいただいた一つのきっかけは、津金澤先生と一緒に戦時期日本の情報宣伝研究の史料を復刻したことにあります。これはまだ私が30台半ばだった頃に津金澤先生と一緒に新聞に載った写真ですが[図-2]、その意味でいえば、今も広報学をやっているという気持ちは私の中にはあります。

先ほど、阿部先生の方から私の著作についてご紹介いただきましたけれども、一応、私



図-2

なりに自分の研究を振り返ってみると、博士論文として1992年に刊行した『大衆宣伝の神話』(弘文堂)が最初であり、その後、同志社大学に就職してから、社会学科での講義をまとめたのが『現代メディア史』(岩波書店)であり、さらに国際日本文化研究センターに移って、日本文化研究をやり始めた最初の仕事は『キングの時代』(岩波書店)です。その後、京大の教育学部に移って、戦時期の「言論弾圧者」を検証した『言論統制』(中公新書)があり、『八月十五日の神話』(ちくま新書)、『メディア社会』(岩波新書)と続き、一昨年は『テレビ的教養』(NTT出版)と『輿論と世論』(新潮社)を書きました。[図-3]

一見雑多に見えますが、基本的には大衆宣伝から、輿論、あるいは世論という研究領域をずっと一貫してやってきたのだという意識が私の中ではあります。その意味で、自分の研究は何かと言われれば、「プロパガンダから世論調査へのメディア研究」と答えることにしています。

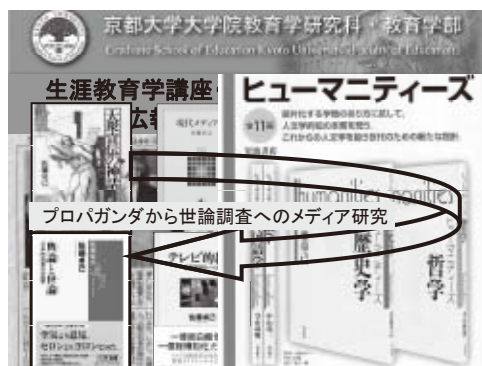


図-3

昨年、学部で学生、あるいは大学院に進もうとしている学生向けに『ヒューマニティーズ 歴史学』（岩波書店）という本を出版したのですが、歴史学的な立場から自己の研究の歩みを語るという内容でした。今日は、社会学的な視点ではそれがどう見えるのかを、お話ししていきたいと思っています。

『ヒューマニティーズ 歴史学』の目次は、お手元のハンドアウトの4枚目にあります〔図-4〕。この「ヒューマニティーズ」シリーズがそもそもそういう枠組みでできているのですが、「歴史学という学問はどのように生まれたか」、「その歴史学を学ぶ意味は何か」、「社会の役に立つのか」、「その将来はどうなるのか」という問いに各1章をあてて論じるわけです。私は「はじめに」で「余は如何にしてメディア史家となりしか」と書きましたが、その意味で、この本は私のメディア史宣言とでもいうようなものだと考えています。

では、メディア史という学問は、そもそも歴史学なのか、あるいは社会学なのか。社会

学であるとするれば、歴史社会学というジャンルになると思うわけですが、私の中でも実ははっきりしない部分があります。あえてははっきりさせないところが実は重要なのではないかと、まず、最初にお話ししておきたいと思います。

私は1980年に大学に入学したわけですが、ここにおられる関学社会学部の難波功士先生とは、語学の同じクラスで、大学時代からよく知っているわけです。実は学部のと時から歴史学に進もうか、社会学に進もうか、かなり悩んでいました。あえて歴史学を選んだ理由は、先ほどの『ヒューマニティーズ 歴史学』に書いてあるので、それはここでは語りません。ただ、「歴史学はどのように生まれたか」を論じる際に、ランケの史料実証主義についてわりと細かく説明しました。科学的歴史を語るときに、ランケを評価するのは常道ですが、私が大学時代に感じた歴史学、そして私がいま自分のゼミで強調しているランケ史学の魅力は、実は社会学の魅力とも重なると思うのですね。

というのは、ランケ史学が近代歴史学の出発点だと言われますけれども、その意味は、単に史料批判を取り入れたということではないのです。むしろ、ゼミナール形式を歴史学の中に取り入れたのが、ランケの最大の意義だと思います。

ゼミナール形式とは、ベルリン大学ができたときにフンボルトが唱えた、いわゆるフン

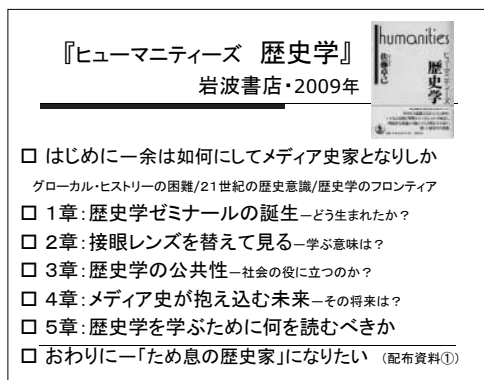


図-4

ボルト理念を実際に具現化するシステムとして立ちあらわれてきます。フンボルト理念を一言でいえば、研究と教育の一体化です。次のフンボルトの言葉がよく引用されます。「大学では学問を常にまだ解決されていない問題として扱い、絶えず研究し続けるものとして扱うところに特徴がある」。

つまり歴史的な史料の前では、教師も学生も平等な立場で議論するということです。しかし、19世紀のベルリン大学で立ちあらわれてきたゼミナールは、身分とか、あるいは年齢とか、あるいは学歴の差を超えて、参加者が対等に真偽について議論する場所でした。まさしく市民的公共性と呼ばれるシステムの純粋なモデルであると読み解くことができます[図-5]。

実は歴史学のゼミナールについては、それでも教師と学生の間にはかなりの知識の差が存在するわけですが、社会学のようにアクチュアルなテーマを扱う場合、例えば、私のゼミの学生が先週扱ったのが「『歴女』とゲームの関係」というテーマだったとすると、私

よりも学生のほうがゲームの内容については詳しいわけです。その意味で、教育と研究が一体となるフンボルト理念としてランケの歴史学ゼミナールで生まれたものは、今日では社会学ゼミナールの中で息づいているのではないかと思います。

また、ランケの史料実証主義というもの、「言語論的転回」以降は批判されることが多いのですが、史料実証主義の考え方は、よくよく考えると現在のメディア・リテラシーや情報アナリストの発想と非常に近いわけです。つまり、歴史実証主義の目的は、一言でいえば「ここまでは事実、それから先は断定不能」という合意を形成してゆくことです。それから先はわからないということを確認していくことの重要性は、現在の情報社会の行動の基礎になる発想だろうと思います。だから歴史学が行ってきた方法論と社会的な方法論も、実はそれほど距離のあるものではないと思うわけです。

さて、私のように1980年代に大学で歴史を学び始めた人間とはどういう人間か。それは社会史(social history)の影響を強く受けている人間だと思うのです。つまり私とか難波先生とかが大学時代に読んだのは、西洋史だったら阿部謹也、日本史だったら網野善彦、そうした有名な社会史の大家だったわけです。

社会史はかつての政治史、あるいは経済史を中心とした伝統的歴史への挑戦でした。さ

1980年入学生が学んだ「歴史学」

☑フンボルト理念と歴史学ゼミナール

「大学では、学問をつねにまだ解決されていない問題として扱い、たえず研究されつつあるものとして扱うところに特徴がある。」

→市民的公共性の純粋モデル

=史料の前に師弟対等なゼミナール

☑史料実証主義≡情報リテラシー

「ここまではほぼ事実。それから先は断定不能」

図-5

まざまなテーマ、例えば気候の歴史、においの歴史、病気の歴史とか、それまで研究されなかった対象も自由に研究できるという解放感がありました。しかし一方で、かつてのような、たとえばマルクス主義的な歴史家が持っていた社会的な使命感とか、目的意識はやはり薄れていきました。非常に瑣末な、趣味的な研究が乱造されてきたという批判は、昔もそして今もあると思います。

『ヒューマニティーズ 歴史学』でも書いたのですが、大学院修士課程のころに研究会で体験した出来事は私にとっては決定的でした。ヨーロッパの小さな都市の貿易史料、それも1年か2年の統計史料を事細かく分析した報告があり、「それで何が言えるか？」と聞いても、報告者は「まだこれだけでは何も言えません」というわけです。帰り道で私が「あんなことやって何の意味があるのですかね？」と言ったときに、ある先輩がもらした言葉が脳裏に焼き付いています。「どんなテーマで何を対象に研究するかということは、それほど重要なことではないんじゃないだろうか。むしろ、そうした研究を積み重ねて、どんな歴史家になるかが重要なんだよ」と[図-6]。

大学院時代というのは、まだ研究の現実も自分の能力もよくわかっていないもので、妙な自信があったものです。自分が論文を書けば、多くの人が読んでくれると確信できる、若さがきつとあると思うのです。でも実際、

大学院生が論文書いても、抜き刷りの数ほど読者がいるかどうかは、非常に微妙な問題だろうと思います。恐らく、私が書いた最初の論文だってそうだったと思うのです。

恐らく大半の研究者は、この研究をしていてどんな意味があるのかを悩む時期があると思うのですが、そのときに先ほどの言葉は確かに有効でした。そうした研究の積み重ねでどんな歴史家になるかが重要なのだと。これは恐らく「社会学者」と置きかえても、恐らく同じだろうと思います。私にとってこの言葉は、その後の研究人生において一つの支えにはなってきた言葉だと思うのです。

しかし、この言葉ってよくよく考えてみると、実はすごく厳しい言葉でもあると、最近になって気がついたのです。ちょうどこれは、カルヴィニストの予定説のような言葉で、幾ら善行を積んでも救われないかもしれない。逆に救われているから、その証が業績になるのだ。

そういえば、私自身も最近は院生によく、研究に重要なのは禁欲だと言います。特に、

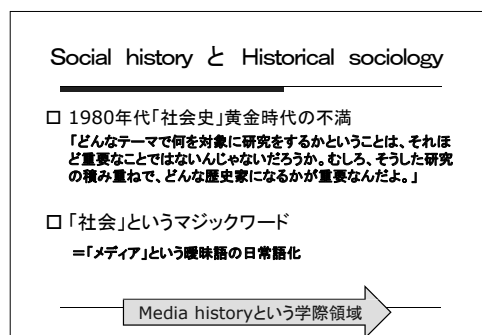


図-6

テーマの禁欲が重要だと。そうしてみると、自分が、ちょうどマックス・ヴェーバーの『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』に登場する、プロテスタントの説教者のような気分に思えてしまいます。

いずれにしろ、社会史黄金時代の解放的な空気の中で歴史研究を始めたため、私は歴史社会学 historical sociology との境界線をあまり意識しませんでした。それは社会史にしろ、あるいは歴史社会学にしろ、「社会」という言葉のマジックワード性に由来します。

実際、フランスのアナール学派の創始者であるリュシアン・フェーヴルが「歴史のための戦い」というマニフェストの中で、「社会」という言葉を選んだ理由について、そこには「何でも入るからだ」と述べています。曖昧であるがゆえに、この言葉を選んだ、とはっきりと宣言しているわけです。社会という言葉が、社会学ないしは社会史が持っている射程の広さは、実はそのまま、ここでこれからお話するメディア史、あるいはメディア研究の広がりにも当てはまるだろうと思うわけです。

この4月、私も本務校で講義を例年通り始めています。メディア文化論という講義ですが、いつもその講義の最初にメディアという言葉について、学生に尋ねることにしています。「メディアって何ですか？」と。そう私が聞く理由の一つは、実は私自身が大学で助手になるまで、メディア (media) が複数形

だということを知らなかったからです。みずからの無知とでも言いましょうか。もちろん、メディアはミディウム (medium) の複数形です[図-7]。

しかし、1980年に大学に入学した私が使っていた森一郎先生の、あの『試験にでる英単語』にはミディウムはあったのですが、メディアは載っていなかったですね。ちなみに、ウェブ上の Compact Oxford English Dictionary にはこう書いてある。「単数でメディアを使うのが間違っているという人はいるけれども、現在では一般的な英語の使用法なのだ」と。そこで、アメリカから来ている留学生に、メディアって単数形か複数形かと聞くと、それは単数でしょうと明るく答えてくれます。これまで30歳になるまでメディアが複数形だと知らなかったという自分の無知を恥じていたのですが、なにか非常に救われたような気分になったわけです (笑)。

実はそれが言いたいわけではなくて、メディアが英語辞書ではとりわけ、テレビ、ラジオ、新聞を集合的に指す単語だと書かれて

Media

• noun 1 the means of mass communication, especially television, radio, and newspapers collectively.
2 plural of Medium .°

— USAGE The word **media** comes from the Latin plural of **medium**. In the normal sense 'television, radio, and the press collectively', it often behaves as a collective noun (for example like **staff**), and can be used with either a singular or a plural verb. Although some people regard the singular use as incorrect, it is now generally accepted in standard English.
(Compact Oxford English Dictionary).

図-7

いることが重要だと思うのです。

こちらウェブにある Oxford Advanced Learner's Dictionary の記述ですが、メディアムの 1 番最初に、情報伝達媒体、2 番目に目標達成の手段、3 番目に芸術表現の素材、4 番目に科学の培養物質、それから 5 番目に霊媒者、つまり死者とコミュニケーションができる能力を持つと主張する人とあります。これは一応、使用頻度で並べてありますが、語源的に言えば、中世以来のメディアムの用法では巫女とか霊媒者が圧倒的で、そこから情報伝達媒体へと変化していくわけです[図-8]。

こうした歴史的变化を要約すると、メディア／メディアムの言葉は、もともと、巫女、霊媒者という宗教用語として使われ始めたものが、1920 年代のアメリカで広告媒体の意味で使われるようになり、そして 1950 年代、1960 年代、とりわけコンピューターサイエンス＝情報工学の発達とともに、情報伝達媒体の意味になった。こうしたメディアという言葉の系譜が、メディア研究の学際性を実は

示しているのだ、ということもできます。

つまり、巫女とか霊媒者のようなコミュニケーションは、社会人類学ないしは文化人類学の研究対象でしょうし、広告媒体としての発展は、歴史学、あるいは社会学の対象でしょう。さらに情報伝達媒体の意味では情報工学で著しく発展していると思います[図-9]。

そう考えると、メディア研究、あるいはメディア史を考える場合に、メディアという言葉の解釈によって、—それを巫女や霊媒と読みかえてみるか、あるいは広告媒体、情報伝達媒体という意味を採用するか—、どの「接眼レンズ」を使うかで、見える世界は全く違って見えるということになります。

例えば私の所属しているところは教育学部ですから、「メディアが子どもを変える」という学術シンポジウムのポスターなどが張ってあるのです。『メディアが子どもを変える』と言ったときに、普通の人はテレビとかゲーム、インターネットのことを考えて、メディアが子どもに与える影響を考えます。だが巫女が子どもを変える、つまり宗教的なコ

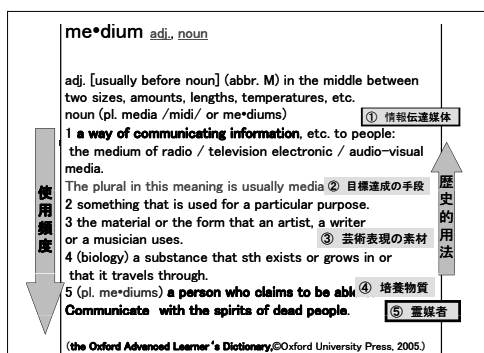


図-8

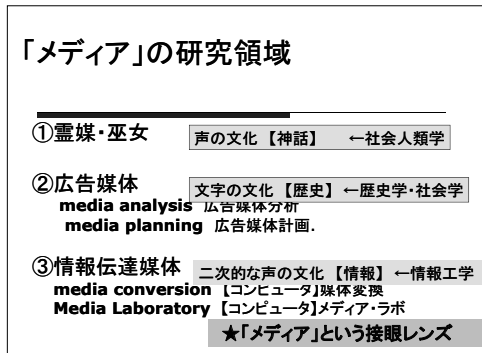


図-9

コミュニケーションが子どもを変えするという現象は、十分検討に値するテーマです。まして広告媒体が子どもを変えとなれば、これこそ現代の消費社会の中では、本当はもう少しまじめに考えられなければいけない領域だという気がします。その意味で、メディアという言葉はマジックワードであるわけですが、そのためにメディア研究は非常に学問的な広がりがある研究領域だと言えると思います。

私自身はもともと西洋史が専攻で大学院時代からドイツ社会民主党のプロパガンダを研究していました。あえて「公共性のメディア史」と言います。もう一つあえて指摘しておく、国会図書館のOPACで「メディア史」をタイトル検索すると、最も早いものは1992年に出版した拙著『大衆宣伝の神話』のサブタイトル「マルクスからヒトラーへのメディア史」がヒットします。タイトルないしは副題に「メディア史」という言葉が入った本というのは、実はこれが最初なのですね[図-10]。

実際、1992年に東京で有山輝雄先生や山

本武利先生を中心に、メディア史研究会という組織ができるわけですが、それ以前はマスコミュニケーション史とかジャーナリズム史と言われていました。メディア史というのは1990年代以後に、主に使われるようになった言葉です。

この点については、後でももう少し詳しくお話ししたいと思います。私自身はプロパガンダ、つまり宣伝、政治広告の研究をしていたわけですが、その当時の問題意識を象徴的に示す図版が、『大衆宣伝の神話』の冒頭にあります。[図-11]。若気の至りと思うところがあるわけですが、でも、その問題意識は今までの私の研究をやはり貫いているだろうと思うのです。

この2枚のリトグラフはドイツでは3月革命、フランスでは2月革命と呼ばれる1848年革命の前夜を描いたものです。ベルリンのコーヒーハウス（上）と、シュテッティンという港町の食料暴動の版画です。マルクスが『共産党宣言』を書いたのは、まさにこのようなコーヒーハウスです。また、ハーバーマスが市民的公共性と言ったときにイメージしたのも、こうした空間です。

一方で、実際の1848年革命を考えると、群衆がパン屋を襲い、警察隊がそこに突入するといった下のイラストが重要です。この2枚の版画、ほとんど同じ時期のイラストを並べた上で、私は自分の研究は「下」の方に目を向けるものだと言っています。教養ある



図-10

市民のコーヒーハウスの中から果たして世論は生まれたのか、あるいは民衆の叫びの中から世論は生まれたのか、あるいはどちらの側から世論を分析すべきなのかということ、私は最初の本で問いかけていたわけです。

20年近く前ですから、そのときまだ私は世論とは別の意味の輿論という言葉が存在するということはまだ知らなかったわけです。いずれにしろ当時私が抱いていたのは、1980年代以前の政治史、具体的には社会史以前の社会民主党史への不満でした。例えばマルクスとかエンゲルスの論文を研究することが社会主義の歴史研究だと言われていた。しかし、本当はそういう本を読めないような読者、



図1・2 いずれが「世論」を形成するのか？ 三月革命前夜（1847年）の二つの公共圏。【上】「ベルリンの珈琲ハウス」と【下】「シュテッティンの食料暴動」

図-1 1

食料暴動で動く群衆に目を向けなくてはいけないのではないか、という思いがそこにあったのです。だから、コーヒーハウスじゃなくて、食料暴動の街頭に私は世論を見出すのだ、と宣言をしていたつもりだったわけです。

20年後の今、私がこれを整理すると、上のイラストは19世紀の市民的公共性、つまり自由な市民が理性的な討議により輿論を生み出す社会関係が描かれています。下のイラストは、やがて20世紀のナチズムに代表されるようなファシスト的公共性、大衆がみずからの参加感覚とその共感により、世論を生み出す社会関係です。もちろん、必ずしも下のイラストだけを見てればいいとは、今の私は思わない。でも、私の研究の出発点に、そうした市民的公共性に対するある種の疑念があったことは間違いのないわけです。

その意味で、私のメディア史は「マルクスの文筆的、あるいは階級的公共性からヒトラーの街頭的、国民的公共性へ」という枠組みを持っていたのです。本の表紙にある印刷機にくくりつけられたプロメデウスであるマルクスと、街頭で演説するヘラクレスであるヒトラー、この二つのカリカチュアを対比する発想が私のメディア研究の原点でした。

そのときの私が採用した「接眼レンズ」というのがあれば、やはりそれは公共性という言葉だろうと思います。ここでは輿論ないしは世論を生み出す社会関係を公共性とし、その社会空間を公共圏というのみ定義

しておきたいと思います。というよりも、実はこの定義自体が一つの「接眼レンズ」なのです[図-12]。

私自身の公共性との出会いがいつだったかを今、振り返ってみると、ちょうどドイツに留学する直前ですから1986年頃でした。87年から89年にかけて私は2年間留学していたわけですが、その直前に、いわゆるドイツ歴史家論争が起こります。つまり、ホロコーストに代表されるナチズムの戦争犯罪が比類なきものかどうかをめぐって、ドイツの実証主義的な歴史家とハーバーマスとの間で行われた論争です。歴史家の立場から見れば、ハーバーマスが攻撃したエルンスト・ノルテの言うことの方が現実的だと当時、私も感じましたし、実際、今もそう感じています。

ハーバーマスが言うように、ホロコーストのような犯罪を歴史上比類なきものと考えるならば、日本とドイツの戦争責任を比較することも不可能になってしまうわけです。しかし、比類なき歴史というものは歴史学の対象

ではないのです。歴史学が対象とするのは人間の行うことであって、神ないしは神の対極にある悪魔が行うことを対象とするものではないからです。その意味で、私の立場は、社会学者よりも歴史家だったということなのかもしれません。いずれにしろ、そうしたドイツの歴史意識をめぐる論争の中で、ハーバーマスに興味を持って『公共性の構造転換』を手にとって読んだわけです。

切っ掛けがそうしたものでただけに、そのときはそんなに感銘を受けなかったわけです。ですから、その後、幾つか論文を書きましたけれど、公共性について直接触れたことはなかった。留学から帰った年がちょうどベルリンの壁が崩壊した1989年、その年の4月に日本に帰ってきて、東京大学の新聞研究所で、学振の特別研究員になりました。そこで、大学院生だった阿部潔さんとお会いしました。ちょうど阿部さんは、批判的な社会学の立場から、ハーバーマス研究をやっておられたこともあり、いろいろ議論したものです。私自身はドイツの労働者運動の宣伝、あるいはメディア政策を研究していましたから、私なりの立場で、「労働者的公共性」を考えており、それが『大衆宣伝の神話』になったわけです。

東大新聞研究所での思い出は、恐らくまた別に語る機会があると思いますので、ここでは最小限にとどめます。私は留学中、ミュンヘン大学の新聞研究所（Institute für Zeitungs-

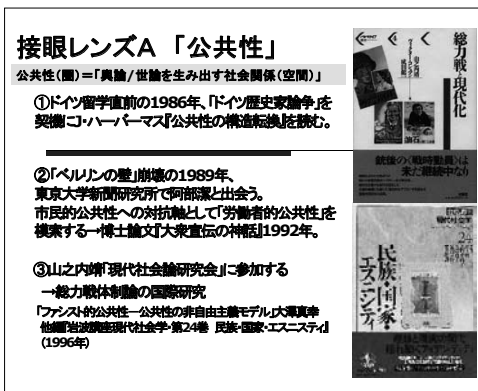


図-12

wissenschaft) にずっと出入りしていました。なぜ、東京大学の新聞研究所に特別研究員で世話になったかという、やはり新聞学を本格的に勉強したいと思ったのです。そのときに、「新聞学」という名前で、日本で思い当たる研究組織は東大の新聞研究所しかなかったのです。とはいえ、当時すでに東大ではドイツ新聞学の伝統は消えていたわけですが。

そうした中で、社会学との関係で言えば、当時、東京外国語大学におられた山之内靖先生の研究会、現代社会論研究会と言っていました、そこに参加するようになります。今考えると、いろいろな人がいて楽しかったなと思います。姜尚中さんもいれば、中野敏男さん、岩崎稔さんとか、私を連れて行ってくれた杉山光信先生はもちろんですが、多士済々のメンバーで、そこで総力戦体制論の国際共同研究を行うことになります。

それがまとまったものが、柏書房から1994年に出た『総力戦と現代化』という論文集です。私が初めて日本のメディアについ

て書いた論文「総力戦体制と思想戦の言説空間」が、この中に入っています。その延長線上に、岩波講座の『現代社会学』第24巻「民族・国家・エスニシティ」に「ファシスト的公共性」という論文を書いています。このあたりで、社会学との接点ができたと思います。

この公共性が、私がメディアを見る「接眼レンズ」の一つとすると、もう一つの「接眼レンズ」は何だったかという、国民化＝ナショナリゼーションです[図-13]。国民化では、ジョージ・モッセの『大衆の国民化』（柏書房）を1994年に翻訳しています。The nationalization of the mass というのが原書のタイトルでしたが、出版社の内部でもしばらくは「国民の大衆化」といわれていたようです。今でこそ「大衆の国民化」というタイトルに余り違和感がなくなっていますが、1990年代前半にはまだ「国民化」という言葉自体が目新しかったと思うのですね。

特に、単一民族国家神話が根強い戦後日本において、「国民化」はなかなか理解しがたい言葉です。「大衆の国民化」はヒトラーの言葉ですが、ナチズムという言葉は今でも「国家社会主義」というふうに翻訳する人がいるのです。さすがに、現代ドイツ史の研究者で「国家社会主義」と訳す人はいないわけですが、最近確認したのですが、最も人気のある高校教科書『詳説世界史B』（山川出版）でも、さすがにいまでは「国民社会主義」とちゃんと書かれています。もっとも、括弧し

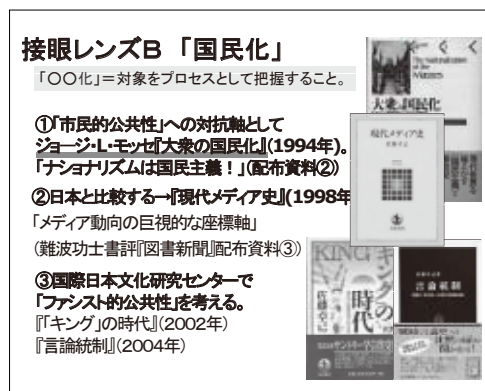


図-13

て国家社会主義と付記があるのは余分ですが。

なぜ、日本ではナチズムを国民社会主義と訳さずに国家社会主義と訳す人がいるのか。しかも、戦前においては正しく国民社会主義と訳されていたのが、戦後になってなぜ国家社会主義と訳し直されたのかということについては、今日のテーマではないので、これ以上はふれません。

いずれにしろ、「大衆の国民化」は、ヒトラーの『我が闘争』の中にある言葉です。ナチズム運動は、大衆を国民化することが目的だ、とヒトラーははっきり宣言しているわけです。モッセの本は、そうした大衆の国民化は、フランス革命以後の「新しい政治」であり、ナチズムだけではなくて、あらゆる大衆社会の政治に存在する傾向だと論じた本です。

その後、『大衆の国民化』は版を重ねていますが、日本では国民の境界は不動で動かないものという固定観念は今も強いと思います。それに対して、国民化するといえば、じゃあ国民以前は何なのかという問題が生まれます。

これはまさに社会学教育の論点かもしれませんが、私は「国民化」という問題設定に多くを学びました。だからゼミなんかで卒論のテーマを考えている学生には、とにかくテーマに何々化という「化」をつけてみるとアドバイスします。つまり、対象をプロセスとして把握することが重要で、特に自明であると

されるものに「化」をつけることは問題設定としては非常にいいと思います。この国民化という思考が、私のもう一つのメディアを見る視点です。

それは、とりわけ、同志社大学の社会学科にいたときの講義をまとめた『現代メディア史』に強く反映しています。このテキストは、まさに国民化という観点からメディアを見ると、どう見えるのかという本です。国民化をさらに日本の出版史の中で考えれば、『キングの時代』や『言論統制』のような仕事になりました。

こうした〇〇化という問題設定は、宣伝とか、広告とか、広報というものを考えるときにも有効です。宣伝化、広告化、広報化というプロセスとして見れば何が見えてくるか。ここにお見せする図はカール・メルテンというドイツの研究者の「プロパガンダの機能と構造」(2002年)という論文の中にあるものです[図-14]。ドイツを中心とする欧米においてプロパガンダや、アドバタイズメント、パブリックリレーションズという言葉がどのような包含関係で使われてきたか、その変遷を図式化したものです。つまり1930年代、ハロルド・ラズウエルの時代においては、プロパガンダの中に広告やPRが含まれていたのが、テレビが普及した1970年代の消費社会では、アドバタイズメントの中にプロパガンダが含まれていき、やがて1980年代の情報社会に入ってくると、PR = パブリックリ

レーションズの中にプロパガンダや広告が飲み込まれるといった流れです。

実はこうした変化は、メディア研究の大きなトレンドとも連動しています。つまり、1930年代のメディア研究は主に政治領域、つまり戦争宣伝あるいは選挙キャンペーンのような非常事態の短期的効果を中心に研究されていました。やがて戦後になると、効果論のパラダイムでいえば、限定効果モデルの時代においては、経済領域の、特に日常の消費活動に対する影響力を測定することに比重が移ったと思います。

それが現代になってくると、もちろんこの間には「言語論的転回」の影響は当然あるわけですが、つまり言語のような非常に長期的な影響力を持つ文化的再生産に注目があつまります。つまりメディア研究においても政治領域、経済領域、教育領域へと分析対象が広がってきた。あるいはメディアの効果として想定するものが、短期効果から限定効果、さらに長期効果に変わっていった。そうしたメ

ディア研究のトレンドも、ここに重ねてみる事ができると思います。

今日のテーマであるメディア史は、こうした変化の中で、まさに広報化、PR化の時代に生まれてきた研究ジャンルです。それは、従来、広告化の時代においてはマス・コミュニケーション史と呼ばれていたものであり、宣伝化の時代においてはジャーナリズム史と呼ばれていたものだと私は理解しています。もちろん、ジャーナリズム史は現在でも存在しますし、ジャーナリズム史と名乗って研究する人もいると思うわけです。私の目から見れば、これはプロパガンダ時代の規範的な研究であって、新聞あるいは放送が権力とどう向き合うかという観点から記述する傾向が非常に強かったわけです。それに対して、マス・コミュニケーション史では視聴率や媒体接触率のような数量的調査も含めて、実証的な研究が積み重ねられました。そうした規範的、実証的な研究の次の段階として、1990年代以後、日本でもメディア史という呼び方が一

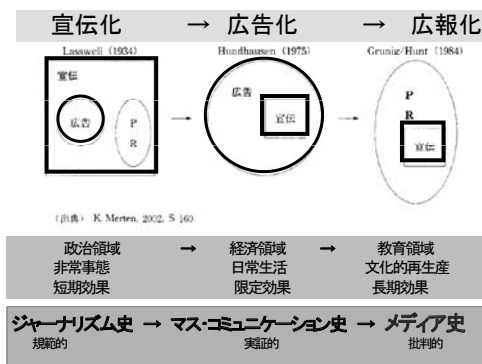


図-1-4

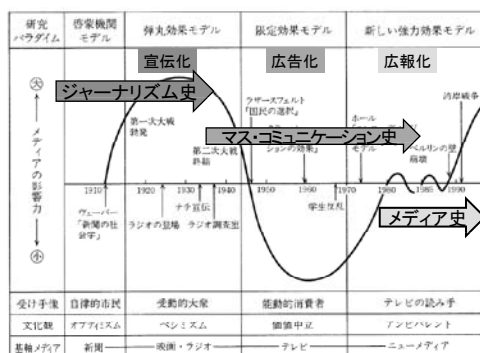


図-1-5

般化してきたわけです[図-15]。

そういう理解の上で、私自身はメディア史をやっているわけです。以上の議論を、効果論のパラダイム、つまり弾丸効果モデル、限定効果モデル、新しい強力効果モデルという、通常の学説史に重ね合わせれば、メディア史は新しい強力効果モデルの時代の歴史的研究と呼ぶことができます。

先ほど、メディア研究の「接眼レンズ」として私が使っているのが、公共性と国民化という二つだと言いましたが、その二つが重なり合うところに見えてくるテーマが、輿論ないしは世論になるかと思えます。

ここにお見せするのは1週間前の新聞で、内閣支持率続落25%という第1面の記事です[図-16]。恐らく昨日の報道（検察審査会が小沢一郎民主党幹事長に対して「起訴相当」の議決）を受けて、今日あたりも調査をしているのでしょうか。明日あたり20%を切るような数値の報道が出るのか、出ないのかわかりませんが。こうした世論調査の読み方として、内閣支持率が20%を切れば政権は急速に失速して、政局が起ころのだということがよく言われていますね。そうであるとすると、現在の政治を規定しているのが、内閣支持率だということも可能です。

そうした中で、メディアの効果、あるいはメディアの影響、メディアの責任といった問題も、内閣支持率や世論調査との関係で語られることも多いわけです。しばしば、「メディ

アが製造する世論」との批判も目にします。

その意味では、こうした現代の世論調査をより精緻化する研究はもちろん必要なことだと思います。しかし、そもそも世論、あるいは輿論とは何なのかを原理的にというか、長期的な時間の中で考えていくのも社会学の重要な仕事じゃないかと思えます。歴史社会学と名乗るのであればなおさらです。

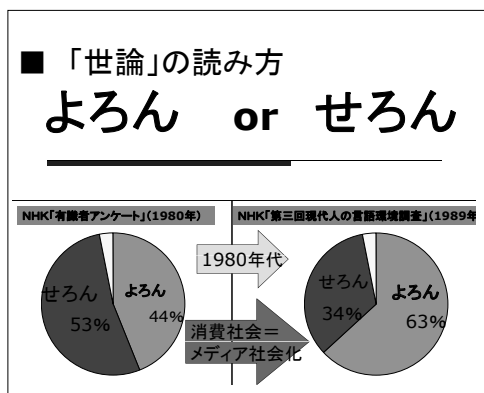
いろいろなところで言ってきたので、もう既にお聞き及びの方もおられるかと思いますが、世論（よろん）と読むか、世論（せろん）と読むかも、「世論化」として考えるべき重要な問題です。1980年に行われたNHKの有識者アンケートでは、「せろん」と読む人が53%で優位だったわけですが、これがそれから10年後、1989年のNHKの言語環境調査では、「よろん」が63%と逆転しています[図-17]。つまり「よろん」と「せろん」の読み方は、1980年代に変化が起こったわけです。この1980年代がまさにバブル経済に象徴される情報消費社会化の時代であり、先



図-16

輿論（よろん）という言葉は以前からずっと辞書にあるわけですが、世論（せろん）という言葉が国語辞典に初めて登場するのは、明治41年です。「明治の新語」です。「輿論＝天下の公論」、「世論（せろん）＝外道の言

このあたりの議論を理解するためには、明治天皇の二つの勅語にあらわれる輿論（よろん）と世論（せろん）を確認すればよいでしょう。五箇条の御誓文の「広く会議を興し万機公論に決すべし」という文章における公論とは公議輿論の略ですから、尊重すべきものとして輿論が言われています。一方で軍人勅諭の中にある「世論（せろん）に惑わず、政治に拘らず」という文章では、惑わされてはいけない私情とされています。この両者が同じ



であるということは当然あり得ないわけです。

これが 1946 年公布の当用漢字表で、輿が制限漢字となり、その代字として世を使うことが毎日新聞と朝日新聞の話し合いの中で行われ、1946 年の 12 月以降、新聞でこの世論(せろん)と書いて、「よろん」と読む便法が始まります。現在、日本世論(よろん)調査協会は世論(せろん)とかいて「よろん」と読むとはっきりと言っています。『NHK ことばのハンドブック』(1992 年)では、「せろん」について、「放送では原則として使わない発音」とはっきりと明記しているわけです。だから現在、世論(せろん)という言葉が使われなくなっていることの要因は、NHK のアナウンサーが、決して「せろん」とは読まないことにもあるわけです[図-20]。

こうした「輿論の世論(せろん)化」で重要な役割を演じた毎日新聞社の社史には、これは民主化の一環だとして、自分たちがこの言葉を変えたことが誇らしく書かれていま

す。また、毎日新聞社にそれを提案した情報局出身の吉原一真という役人がいて、後に三重県副知事になった人ですが、「黎明期の人々

一世論調査協議会の開催」という回想文を日本世論(よろん)調査協会の会報『日本世論調査協会報』(第 5 号、1966 年)に書いています。その中でこう言っています。「せろんは戦争中、“世論(せろん)に惑わず”などと流言飛語か俗論のようにいわれ、“輿論に基づく民主政治”と全く逆のニュアンスだから問題だとは思いますが、いま輿の字がなくなると、よろんという言葉は後世に残らなくなるだろう。新聞が世論の文字を使えばその宣伝力で世論が普遍化するのではないか。十年の歳月を経れば、世間では世論をせろんとよむだけではなく、よろんとよむものもあるだろう。」現在では「せろんとよむだけでなく」どころか、大半の人がこれを「よろん」と読む時代になっている。はたして、これが民主化なのか、ということですね。

敢えて言えば、私自身は、この「輿論の世

よろん=輿論・公論 public opinion
せいろん=世論・よのひとのあけつらい, opinion of the time

よろん=輿論 public opinion
せいろん=世論 popular sentiments

世論=「せいろん」から「せろん」へ

図-19

輿論(よろん)≠世論(せろん)

戦前

- 公議輿論「広く会議を興し、万機公論に決すべし」『五箇条の御誓文』(1868)
- 不惑世論—「世論に惑はず政治に拘らず」『軍人勅諭』(1882)

戦後

- 1946年「当用漢字表」公布
⇒「輿」の代用として「世」を使う
- 日本世論調査協会の見解
=「世論」と書いて「ヨロン」と読む
- 「セロン」=放送では、原則として使わない発音
『NHKことばのハンドブック』1992年

図-20

論（せろん）化」こそが、まさにファシズムなのではないかと考えています。というのは、日本において、輿論（よろん）と世論（せろん）の使い分けが曖昧になっていくのがまさに戦時期であるからです。しかも、現在でこそ、この世論調査は科学的客観性があると言われていますが、1950年代にマルクス主義系の統計学者たちが世論調査に加えた批判というのは、今日から見ても、さほどの外れではないのではないかと、思うからです。1950年代にマルクス主義者が世論調査を厳しく批判していた理由は、憲法改正、再軍備を支持するものが多数となる世論調査が繰り返されたからです。

たとえば、上杉正二郎「世論調査のはなし」『産業月報』（1953年7・8月号）の文章をちょっと読んでみます。「アメリカの世論調査はリンカーンの民主主義ではなくルーズベルトの民主主義以後の産物であった。（略）ともかく民主主義だから、世論を尊重する立前にしておかなければならないのだが、議会は世論を代表しないということになると、政府は一体なにをたよりにしたらいいのだろう。それは世論調査だ。「世論調査によると」という口実が、議会の存在に代わって重要となる。」

つまりルーズベルトのニューディールが世論調査によって民主主義に変質をもたらしたことを、ここで上杉は批判しているわけです[図-21]。

確かにそうした問題は存在するわけです。

アメリカで科学的な世論調査が始まったのは、アメリカ世論調査所をギャラップが設立した1935年です。言うまでもなく、ルーズベルト大統領が登場したのが1933年、ドイツではヒトラーが政権を握った年に当たるわけです。そうした時代に、世論調査が大きな影響力を持つようになったという事実は、忘れてはいけないことだろうと思います。

そう考えると、世論調査の概説書で書かれている世論調査の歴史についても、おかしいことがたくさんあります。多くの概説書には、敗戦とともにアメリカから輸入されたと書かれていますけども、これは明らかに誤りであって、1940年5月に、大阪毎日・東京日日が「中等学校の新入学考査制度—輿論調査」を、当時のギャラップと同じ水準で行っています。また1943年、すでに戦局が悪化した時期ですが、情報局が全国の農村を中心に「輿論動向並びに宣伝媒体利用状況調査」を行っています。このデータも残っていますけれども、長期戦がいつまで続くかという問いに、

<p>「輿論の世論化」は民主化か？</p> <p>「せろんは戦時中“世論にまどわす”などと流言蜚語が俗論のようにいわれ、よろんは“輿論に基づく民主政治”と、全く逆のニュアンスだから問題だとは思わが、いま輿の字がなくなると、よろんという言葉は後世に残らなくなるだろう。新聞が世論の文字を使えばその宣伝力で世論が普遍化するのではないか。一〇年の歳月をへれば、世間では世論をせろんとよむだけでなく、よろんとよむ人ものこるだろう。」吉原一真「衆明期のひとびと—世論調査協議会の開催」『日本世論調査協会報』第5号 1966年</p> <p>「輿論の世論化」というファシズム</p> <p>「アメリカの世論調査はリンカーンの民主主義ではなくルーズベルトの民主主義以後の産物であった。（略）ともかく民主主義だから、世論を尊重する立前にしておかなければならないのだが、議会は世論を代表しないということになると、政府は一体なにをたよりにしたらいいのだろう。それは世論調査だ。「世論調査によると」という口実が、議会の存在に代わって重要となる。」上杉正二郎「世論調査のはなし」『産業月報』1953年7・8月号</p> <p>「マスコミ業界においては世論調査の果たす役割は、このようにますます“世論”の製造となってあがいてくる。新聞雑誌の世論調査室は“世論”を製造する工場である。この工場において作成された“世論”は、ほとんど無条件で世論として世に出る。」林潤二「危機に迫る“世論”」『新報』1943年7月7日</p>

図-21

5 年続くが 13 %、10 年続くが最も多くて 39 %、50 年続くが 29.8 % というわけで、理性的な回答とは必ずしも言えないだろうとは思いますが[図-22]。それゆえ、これが輿論(よろん)なのか世論(せろん)なのかといえば、ポピュラー・センチメントの調査に過ぎないという言い方もできるわけです。いずれにしろ世論調査が戦後に始まった、それもアメリカ占領軍によって導入され、というのは神話にすぎません。

当然、世論調査は民主化目的で開始されたというのも、かなりあやしいわけです。当時世論調査を行ってきた人たちの回想は数多く残されていますが、ほぼ一致して、国体護持のための国民投票として、これを日本政府は行ったのだ、としています。つまり新聞の投書欄を読めば、天皇批判の投書もあるけれども、世論調査をすれば 9 割以上が必ず天皇を支持するわけです。それこそが GHQ に対するプレッシャーになることは明確に意識されていました。また、こうした世論調査を行っ

た人たちは、戦時中に情報局にいた人たちです。戦後は所属が内務省、内閣審議室、国立輿論調査所、中央調査会と変わりますが、その世論調査が決して戦後に始まったわけではありません。まさに総力戦システムの一環として行われたものだということもできます。

さらに詳しいことは、『輿論と世論—日本の民意の系譜学』(2008 年、新潮社)を読んでもいただければありがたいわけですが[図-23]。

ちょっと時間が経ってきましたが、世論研究については簡単にふれておきます。輿論研究というのは、戦時宣伝の科学として始まったもので、それは例えば、日本世論(よろん)調査協会の会長を長く務めた小山栄三とか、あるいは慶応大学新聞研究所の設立者である米山桂三の経歴を見れば明らかなです。ナチ新聞学の第一人者だった小山は GHQ の推薦で情報局参与になっているし、戦時中に思想戦・心理戦を研究した米山も GHQ の世論社会調査課顧問に就任しています。この二

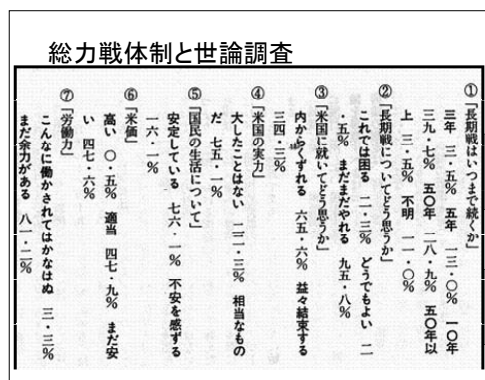


図-22



図-23

人が戦後日本の世論調査研究をリードしてきたことは明らかです。

戦時宣伝の科学が民主化の世論研究へとストレートにつながっていくわけです。その意味では、山之内靖先生たちの総力戦体制論の一つの系を私はいまも追いかけていることになるかもしれません。

実際、小山栄三自身が東大の新聞研究所の紀要で、宣伝という言葉が悪い意味になったから、戦後はプロパガンダという言葉のかわりに、マス・コミュニケーションという言葉を使っていますとはっきり言っているように、プロパガンダとマス・コミュニケーションは、戦争を挟んで連続的なものです。

ちなみに、私が学部学生時代に初めて、ドイツ新聞学、あるいはマス・コミュニケーション研究に興味を持ったのは、小山栄三の『新

聞学原理』（1969年）を図書館で読んだときでした。その巻頭に掲げられていたのが、この「マスコミュニケーションの樹木図」という絵で、今でもこれは非常にすごいと思うのです〔図-24〕。

つまり、幹の部分が発現活動であって、それぞれ大きな枝が触覚的、聴覚的、視覚的聴覚的、視覚的、嗅覚的あるいは味覚的という人間の五感になっています。それぞれに個別メディア、たとえばラジオであるとか、テレビであるとか、ポスターであるとか、さらにキャバレーや点字、さらには香水までが張りつけてあるわけです。これは1969年の著作ですから、マーシャル・マクルーハンが1964年に発表したメディア論、つまり人間の感覚器官の延長としてのメディアという考え方がこの背景にあるのだろう、と私も最初は思ったわけです。

ところが、最初に紹介しましたが、津金澤先生と戦時期日本の情報宣伝研究史料の編集復刻をしていたときに、この木と同じ図が、日本でも戦時中に紹介されていることに気がつきました。それはハンス・A・ミュンスターが書いたナチ第三帝国における新聞学のテキストからとられたものです。つまり、内閣情報部が発行した『新聞と政策』を翻訳したのは小山栄三であり、それを戦後、マス・コミュニケーションの樹木図として、これを自分の教科書に持ってきていたわけです。

だとすれば、マーシャル・マクルーハンの



図-24

人間の感覚器官の延長としてのメディアといった考え方も、決して1960年代の発想ではなくて、1930年代のナチズムに宿っていたわけです。ですから、小山において1930年代のナチ新聞学研究と、1960年代のマス・コミュニケーション研究との間に断絶はほとんどなかったということです[図-25]。

そうした連続性の軌跡こそ、戦時体制の中で進んだ「輿論の世論化」だといえます[図-26]。その「輿論の世論化」、つまり世論（せろん）と書いて「よろん」と読むという時代への変化は、まさに第1次世界大戦から第2次世界大戦の戦間期に起こっています。その後も、この輿論（よろん）と世論（せろん）の区別をなくした時代が続いているわけですが、次の時代に変化は起こるのでしょうか。いや、変化を起こす必要があると私は考えています。それは、「世論（せろん）の輿論化」をいま一度提起することです[図-27]。

「世論（せろん）の輿論化」とは何かを考

える上で、メディアは広告媒体であるという議論に立ち戻る必要がありそうです。メディア社会、すなわち広告媒体社会の中での輿論（よろん）と世論（せろん）を考えると、ウィルバー・シュラムが「ニュースの本質」（1949年）で示したニュースの二分法が役立ちます[図-28]。

それは現実原理による遅延報酬のニュースと快楽原理による即時報酬のニュースです。後者はスポーツ、セックス、犯罪報道など読んで楽しいニュースですが、政治、経済、文化欄のニュースは、読んですぐにはおもしろくないけれども、やがてそれが教養となり人生を豊かにするものです。

現在のメディア社会状況は、この快楽原理による即時報酬ニュースにあふれています。あらゆる空間がすべてグローバルに消費の場としてとらえられていくために、遅延報酬のニュースは埋没してゆきます。快楽原理のニュース消費の中から生まれてくる世論（せろん）が、現実原理の輿論をますます圧倒し

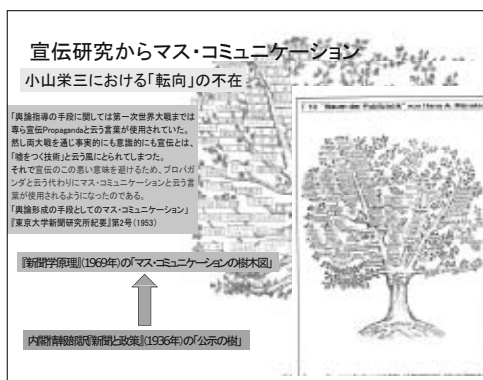


図-25

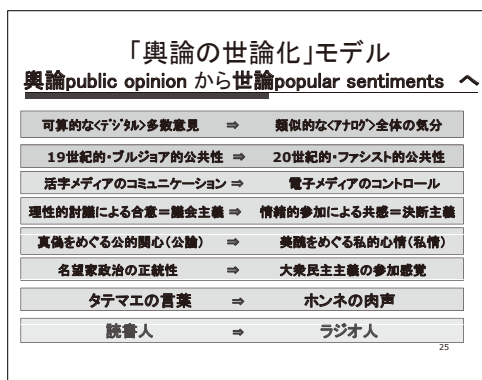


図-26



ています。

なぜならば、輿論は公議輿論と言われるように、公に議論をして生まれるわけですから、遅延的であり時間がどうしても必要となります。遅延効果、あるいは遅延報酬を一番わかりやすく示しているのは教育です。つまり、子どもがドリルを繰り返し単語を覚えることの意味は、それがやがて遅延的に効果があるからですね。同じように、遅延的に生まれてくるものとして輿論を考えるべきです。そうした学習プロセスとして輿論形成を考えるならば、遅延的に報酬が得られることを追体験するために、教養としての歴史意識が必要になってくるのではないかと私は考えています。

そういうふうと考えてくると、異論のある方もおられると思いますが、公共圏という訳語に違和感を覚えます。最近、日本では公共性と呼ばずに公共圏と呼ぶことがむしろ主流になってきていると思うのですが、これはまさに、輿論を生み出す社会関係を「空間」に

限定する考え方です。あるいは空間を中心に考える発想であって、そこで押しやられるものが、時間の概念だろうと思います。つまり、輿論形成に必要なのは空間だけでよいのかということです。むしろ、世論を輿論化するためには時間の方が必要です。時間をかけて公的に議論されて生まれるものが輿論であるならば、公共圏という空間だけの概念は有害です。こうした空間バイアスの発想が世論（せろん）的な、ポピュラー・センチメントの政治を加速化させているのではないかと考えています。

それに対抗する試みとしては、空間には存在しないけども、時間の中で存在している死者との擬制的な対話や討議も考えられます。また、いまだ生まれざるものとの対話の可能性、そこから生まれる未来のビジョンも考えることはできるでしょう[図-29]。

私の実践例としては、『八月十五日の神話』（2005年、ちくま新書）があります。日本では8月15日が終戦記念日とされていますが、

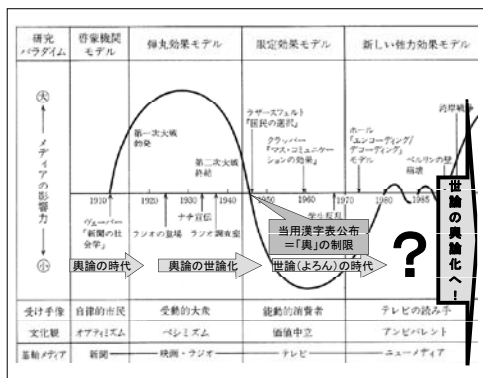


図-27

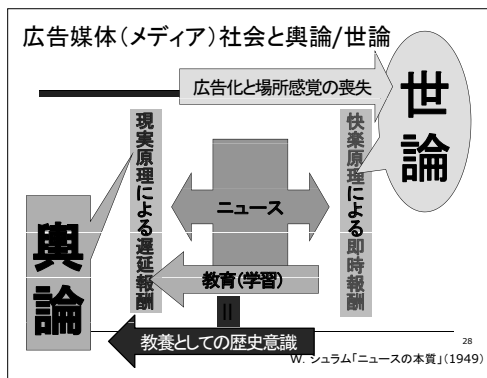


図-28

本当に8月15日が終戦記念日でいいのかという問いです。つまり、現在世界で8月15日を終戦記念日だと考えているのは、日本と韓国と北朝鮮だけであって、中国やモンゴルやソビエトは9月3日、アメリカやイギリスやその他のヨーロッパの国々は9月2日、台湾は10月25日です。記憶の起点をめぐる討議は、未来のためにこそ必要だと私は考えています。

そこで私は「メディア史の公共性」を意識しています。しかし、戦争の記憶と責任の問題が典型ですが、そもそも輿論（意見）と世論（心情）を分けることは至難です。にもかかわらず、世論（私情）を批判する足場としての輿論という規範を保つことは必要で、言葉の区別がなくなる段階でまさに世論、つまり空気を批判することはできなくなるのだということです。さらに、意識的に輿論（公的意見）と世論（私的心情）を弁別する努力は私たちの時間に耐える強度を高めてくれます。そのためにも、公共圏という空間的バイ

アスを反省して、もう一度、公共性に歴史意識を取り戻す必要があるのではないかと考えています[図-30]。

少し長くなりましたが、以上で今日の報告を終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

▶司会 佐藤先生、長時間にわたりありがとうございました。

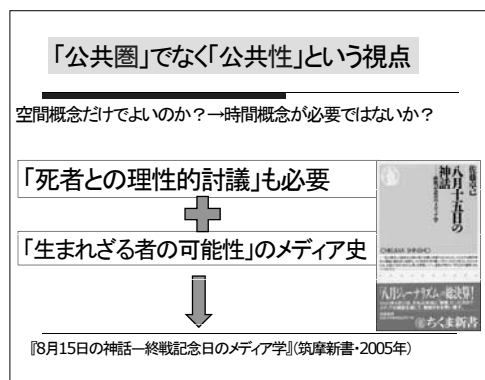


図-29

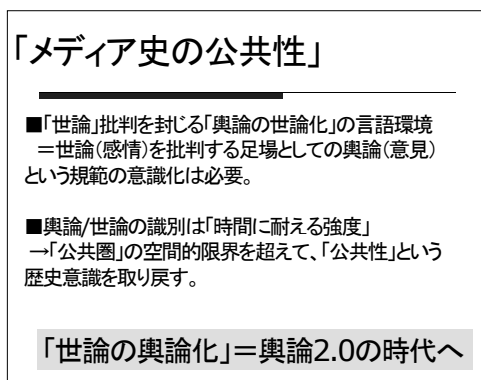


図-30