

新しい「秩序」の生成：水越伸『メディアの生成』の場合

Formation of a New “Order” : The Case of a New Information Medium
Observed by Shin Mizukoshi

唐木田 健一*

要旨

水越伸は、その著書『メディアの生成』のなかで、無線電話という新しい技術がラジオ放送という新しいメディアに結実していく過程を多面的に記述した。そこにおいては、新しいメディアは、まずは既存のメディアの延長上でとらえられ、社会的に共有される。しかしながら、それが展開されるうちに、当初のビジョンは実態とのズレを生じる。そして、そのズレを原動力として、新しいメディアの生成が導かれる。本稿では、水越のこの観察を紹介するとともに、それが新しい秩序（思想、理論、様式、など）の生成機構に関して高い一般的意義を有すること、とりわけ自然科学における基本理論の形成過程ときわめてよく対応することを示した。また、このような創造過程に関わる日本社会の問題点を論じた。

Ken-ichi KARAKIDA*

Abstract

Shin Mizukoshi described in his book, “Formation of Media” (in Japanese, Tokyo, 1993), the detailed process that a new technology, wireless telephone, developed into a new medium, radio broadcasting. In this process, the new technology was first accepted in the framework of the existing media, and shared in the society. However, in the development process, the first vision about the technology showed inconsistencies with the actual situation, which drove the technology into the formation of the new medium. The present paper shows the general significance of Mizukoshi’s observation, in particular its great similarity with the process of the formation of fundamental theories in sciences. The problems of Japanese society concerning such creation processes were also discussed.

1. はじめに

著者はこれまで、さまざまな分野における新しい思想・理論・様式などの生成機構につき論じてきた [1] [2] [3]。ここにおいて明らかにされたことは、新しい思想・理論・様式など（以下、これらを一括して「秩序」と呼ぶことにする）は、既存の秩序をベースとして誕生するということである。これはいわゆる「パラダイム論」として知られる考え方 [4] とは対極をなすもので [5]、「パラダイム論」によれば、新しい秩序（「新しいパラダイム」）

は既存の秩序（「古いパラダイム」）の外で生まれ、それと競合し、それにとって代わる。これがいわゆる「パラダイム転換」である。そして、新旧両秩序の関係は「通約不可能」—すなわち断絶してコミュニケーションができない—とされている。すなわち、パラダイム転換はいわば宗教的回心のようなものであって合理的説明は不可能であり、両パラダイムは完全に相対的なのである。一方、著者らによれば、新しい秩序の生成の原動力となるのは、既存の秩序の内部に生じた矛盾・不整合・欠如などの否定的要素である。新しい秩序は、それをのりこえることによって生成される。

既存の秩序内部の矛盾は、その秩序が新しい要素を組み込んだ結果として生ずることがある。こ

* 富士ゼロックス株式会社 IT デバイス研究所
Intelligent Devices Lab, Fuji Xerox Co., Ltd.

れにより、その新しい要素が外部から既存の秩序を否定して新しい秩序をもたらしたかのように解釈されることがある。しかしながら、新しい要素は、既存の秩序の内部に組み込まれない限り、新しい秩序を導くことはない。あるいは、それは、新しい要素としてさえ認識されないであろう。

このことについて、物理学の基本理論生成に関わる例を紹介しよう。「水星の近日点の移動」といわれる現象に関し、どうしても説明できない量が残ることはすでに19世紀の半ば頃には知られており、しかも現在の物理学者たちはそれがニュートン力学の限界を示す重要なデータであって、アインシュタインの一般相対性理論によって初めて完全に理解できるものであることを知っている。しかしながら当時、それをもってニュートン力学が否定・廃棄されることはなかった。それは、のちになってアインシュタインが全く別の発想から新しい理論を構築したとき、その内部で初めて、新しい要素であったことが認知されたのである。他方、19世紀末に工学的関心を背景に着目された「黒体輻射」といわれる現象は、それが理論的に解析されるなかで既存理論内部の矛盾が顕在化し、新理論—量子力学—の生成を導いた。

一般相対性理論と量子力学が言及されたついでに、特殊相対性理論にも触れておこう。ここには新しい要素は直接的には何ら関与していない。アインシュタインは、実に素朴な考察を通じ^[6]、ニュートン力学とマクスウエル電磁気学を統合したときに現れる不整合を発見し、それをのりこえる視点として特殊相対性理論を提起したのである。

さらに我々は、新旧両秩序の関係は決してパラダイム論が主張するような平板なものではないことを明らかにした^[7]。我々は確かに、古い秩序から新しい秩序への断絶は認めることができる。しかし同時に、新しい秩序においては古い秩序が理解できるのである。この新旧両秩序の関係を、我々は「のりこえ」あるいは「半通約不可能性」と呼んだ。この関係こそが、新しい秩序における新しさの本質である。この意味で、パラダイム論は、真の新しさを扱うことができないのである^[8]。

本稿で我々が着目するのは、水越伸による「新しいメディアの生成」に関する論考である^[9]。彼

は、無線電話という技術—これは新しい要素である—が誕生し、さまざまな試行のうちにラジオ放送という新しいメディアに成長し確立していく過程を多面的に記述した。我々は新しい秩序の生成という一面から、彼の探究を紹介しつつ考察したい。

2. 技術とメディア

現在、「メディア」という用語は、「コミュニケーション技術」とほぼ同義なものとして曖昧に使用されていることが多い。水越によれば、両者は相対的に異なった範疇に属している。技術は専門家集団によって生み出されるものである。一方、メディアは社会のなかで生成され、さまざまな要因の介在によって様態を整えていく。したがって、技術はメディアを結実させる核ではあるが、しかしそのひとつの要因に過ぎない^[10-12頁]^[9]。

たとえば、「電話」は（特に《ケータイ》や《ピッチ》の出現以降の）最近においてはその様態を変容させつつあるが、基本的には1対1のテレ・コミュニケーションの手段（“tele-phone”）である。しかし電話は、それがベルによって発明された当時（特許1876年）、さまざまな可能性が想定されていた。ベルは「音を電線で送る技術」を開発していたのである。

1881年のパリ国際電気博覧会で最も人気があったのは、電話技術を用いてオペラ公演や演劇の生の音声をヘッドフォンで聴くことのできる装置だった。また、19世紀の末には劇場やコンサートホールと高級ホテルや貴族の屋敷を専用回線で結びつけた娯楽施設もあった。もっと大衆的には、パリやロンドンにはコインを投下して音楽やニュースを楽しむシステムがあった。ニューヨークやフィラデルフィアでも同様であった。事業として定着した例もあった。たとえば、当時ヨーロッパ有数の大都市であったブダペストでは、ニュースや音楽を回線で流す「テレフォン・ヒルモンド」と呼ばれるサービス・システムが成功していた。さらに、革命直後のソ連邦では、有線電話によるサービス・システムが事業化され、これはその後もマス・メディアとして機能したという^[24-30頁]。

「蓄音機」も同様である。現在の我々にとってそれは、レコードやカセット、あるいはCDやMDを再生し、主として音楽を楽しむ装置である。しかし、エジソンは、この装置（発明1877年）をテレ・コミュニケーションの手段としても考えていた。彼は蓄音機を電話に接続するシステムや、音をパッケージ化して郵便により配送するシステムまでを構想していた〔31頁〕。

今日では、「電話」や「蓄音機」、さらに「ラジオ」は社会的に異なったメディアとして定着している。しかし、発明された当時、それらは大きく共通する夢を内包していたのである〔32頁〕。

3. 無線電話の出現

世界で最初に無線による音声送信の公開実験をおこなったのは、ピッツバーグ大学教授のカナダ人、レジナルド・フェセンデン^[10]であるとされている。1906年のことであった。同様な試みが欧米の各地ではじまっていた〔20-21頁〕。そして、これらの実験の結果は、アマチュア無線家ら《マニア》たちによって共有された〔36頁〕。

第一次大戦以前の当時、鉄道会社、船舶会社、株式市場、新聞社などは、従来の有線技術では不可能な遠隔地や洋上の船舶との通信に無線技術の可能性を見出していた。しかし、これらの産業にとって、メッセージが音声の必要はなかった。モールス信号で十分だった〔37頁〕。また、第一次大戦（1914～1918）においては、戦闘機や軍艦、戦車などの移動兵器とのコミュニケーションが死活的な重要性をもち、その手段としての無線電信が積極的に研究開発され、大量生産された。しかし、ここでも無線電話として肉声が聞えるよりも、モールス信号のほうが都合がよかった。肉声は機密上問題だったのである〔44頁〕。

1915年、アメリカン・マルコーニ電信会社のデービッド・サーノフ（のちに合衆国RCA社会長）は、無線電話で家庭に音楽を運ぶ「ラジオ・ミュージック・ボックス」の構想を社長に提出した。そこでは、音楽のみでなく、講演、国家的に重要な出来事のアナウンス、野球のスコアなどの送信のことも述べられていた。これは前述の「テレフ

オン・ヒルモンド」やのちのエンターテイメント・メディアとしてのラジオにも通じるコンセプトである。しかしながら、結局その提案は却下されてしまった〔40-41頁〕。

GE社やウエスティングハウス社にとって、無線電話は無線電信機事業の枠内にあった。また、電話事業で圧倒的な力をもち独占的な地位を築いていたAT&Tは、電話事業の市場を拡大する媒介として無線電話をとらえた。しかしながら、これら当時のビッグビジネスにおいては、事業の明確な形態や需要予測は存在しなかった〔46頁〕。いずれにせよ、無線電話はテレ・コミュニケーションの一部としてとらえられ、音声を流通させるマス・コミュニケーションの可能性はなおざりにされてしまったのである〔38頁〕。

4. 電話としてのラジオ

(1) 「定時放送」の概念の出現

きっかけをつくったのはアマチュア無線家フランク・コンラッドであった。彼は、ウエスティングハウス社の無線部門の責任者であったが、同社は第一次大戦後無線市場の将来性に見切りをつけ、彼をスイッチ部門に配転させた。しかし彼は個人的に、自宅のガレージで無線電話の実験を続けていた。実験の素材にはレコード音楽もあった。

彼の技術は一般の人々にも楽しめる水準に達していた。送信ははじめ不定期であったが、徐々に定時化されていった。この試みは近隣で話題となっていた。これに着目したあるデパートが、この「エア・コンサート」を紹介し、「ただいま当店で売り出しているアマチュア無線機は、メーカーであらかじめ組み立てられており、10ドルからの値段で販売されています」と、ある夕刊紙に広告を載せた。1920年9月のことだった。無線機の販売促進が目的だった〔62-64頁〕。

コンラッドの元上司でウエスティングハウス副社長のH・Pデービスはこの広告を見た。そして、デパートがこのような広告をうって採算が取れると判断するなら、定時放送サービスは、ウエスティングハウスでの受信機の売上と広告費によって、十分にまかなえるのではないかと考えた。これを

きっかけに、1920年11月ピッツバーグに設立された放送局がKDKAである。KDKAは、ウォーレン・G・ハーディングとジェームズ・コックスの間で争われた大統領選の速報を電話中継して読み上げるなどの試みで評判をとった。結果は各地の新聞・雑誌に取り上げられ、全国的な宣伝効果をもたらした。大成功であった〔64-65頁〕。

毎週、決まった曜日の決まった時間に一定の周波数で送信するというこの定時放送の手法はきわめて重要であった。このことは、現在の我々が海外からの放送を聴こうとする場合を考えてみれば理解できるであろう。確かに送信されている時間がわからなければ、聴こうとする姿勢は生まれにくい〔67頁〕。

また、KDKAは、事業活動の一環として放送をおこなった最初の局であった。自社商品である無線機の需要創造と販売促進のメディアとして、経営活動上明確に位置づけられていた。それ以前の局は、主として技術的な好奇心によって運営がなされていた〔68頁〕。

KDKAは出力100Wであって、その可聴圏内には、ほぼ5千から1万台の受信機が存在していた。これらの所有者の大半はアマチュア無線家か、あるいはいつか送信機も手に入れたいと願っている《マニア》たちであった。しかし、KDKAが対象としたのは、技術的知識をもたない一般大衆（mass）であった。これらの人々は聴取者と呼ばれ、数年のうちに合衆国国民の全体に近い概念になっていくのである。無線電話がテレ・コミュニケーションの範疇からはずれ、マス・メディアとなっていく基本要因がここに生じた〔68-69頁〕。

このような聴取者によって所有される無線受信機は「ラジオ」と呼ばれるようになった。また、ラジオが普及するにつれ、そのコミュニケーションの領域は「放送（broadcasting）」と呼ばれるようになった。この語は元来、主として農業の領域で、種を広範に散布する意味で用いられていたものであった〔5頁〕。

ただし、KDKAの成功によっても、しばらくの間ビッグビジネスの経営陣はその重大さを認識できないでいた。RCAは1921年12月にニュージャージー州にWDYを開局したが、翌年の2月には活動

を中止してしまった。GEはこの22年2月になってやっとニューヨーク州にWGYを開局した。両社ともずいぶん《慎重》あるいはおよび腰だった。これに対し、AT&Tははっきりと異なっていた。彼らはビジョンをもっていた〔69-71頁〕。

(2)「チェーン放送」の概念の出現

ラジオ受信機の需要の増大は、その関連企業の株を上昇させた。それと同時に、「無線」に対して「有線」を古いとみなす傾向が現れ、（有線）電話事業をおこなっているAT&Tの株価は下落しかねない状況になっていた。AT&Tにとって、ラジオは電話事業の延長上にあつた。しかし、ラジオがどこに向かっているのかはよくわからなかった。社内には、かつて電話が登場したとき、既存の電信業者がその技術を見戯に過ぎないと片付けてしまった失敗の教訓が生きていた。ラジオ無線は、プライバシーのない電話のようなものではあるが、それを軽視すべきではないという認識は共有されていた〔110-112頁〕。

AT&Tが考え出したラジオ放送のビジョンは、「有料放送（toll broadcasting）」というもので、1922年2月に発表された。これは完全に電話事業の延長上にあつた。辞書をみれば、“toll”という単語は、米語として長距離電話料の意味を含んでいる。ここでの構想は、契約者を募り、彼らに対して、スピーチやニュース、音楽などを流す手段を有料で提供するというものであつた。AT&Tが自ら放送内容を制作することはしない。ちょうど、新聞社や銀行に長距離電話回線を賃貸してきたのと同じ発想だった〔113頁〕。

ここにおいては、「ラジオ無線機」は「無線電話」、「放送局」は「市外電話局」、聴取者のもつ機器は「受信局」などと呼ばれていた。ラジオが電話事業の一形態であることを用語の面でも表現したのである。そして、AT&Tは、この有料放送事業に独占権を主張した。先年、国策会社RCAを介してビッグビジネスの間で結ばれた協定（「1919-1921年相互特許協定」）によれば、AT&Tには公衆電話事業における独占権が認められており、ラジオ＝無線電話もこの領域に属するというのが根拠であつた〔114頁〕。

ここで重要なのは、主な長距離電話回線上にあ

る38箇所（計画値）の市外電話局を結んだ「チェーン放送」を想定していたことであった。これは、連結された複数の放送局を通して、同じ番組を同時に放送すること（「同時放送」）が目的だった。これを実現するには高度な技術が必要であり、AT&Tであるからこそ、可能となるものであった〔114-115頁〕。

この構想に沿って開局されたのが、ニューヨークのWEAFであり、1922年8月に放送を開始した。チェーン放送は、ハーディング大統領や引退したウィルソン前大統領の演説、さらには急死（1923年8月）したハーディングを継いで大統領に就任したクーリッジのメッセージを送るなどの国家的行事を通じ、大好評を博した。合衆国では、この頃から急速にラジオの普及がはじまった。放送局数も増大していった〔115-116頁〕。

(3) 構想と現実のズレ

しかしながら、有料放送の現実は、構想から大きくズレたものとなってきた。まず、AT&Tが当初想定したような契約者、すなわち公衆電話をかけるようにして無線電話局を訪れ、何らかのスピーチやニュース、音楽を流したいという顧客は確保できなかった。放送の利用者は、デパートや遊園地、企業などが大半を占めた。広告を流すためである〔117頁〕。

WEAFでは、利用者のいない時間（すなわち、大半の時間）は、自分たちで音楽やおしゃべり、本の朗読などを流していた。そして、局に送られてくる手紙などからして、人々は広告ではなく自分たちのパフォーマンスを楽しみに聴いているということがわかってきた。そこで1923年、AT&Tの無線電話有料賃貸システムは、「コマーシャル放送」に転換することとなった。当初の構想では、契約者の流すメッセージにAT&Tは立ち入らないことになっていた。しかし、以降は、放送の主要部は、音楽やおしゃべりなどのパフォーマンスとなり、広告はそれに付随するものとなった。送り手は、魅力的な番組を制作する仕事にも携わらねばならなくなった〔171-172頁〕。

AT&Tでラジオを担当したのは、長距離回線事業部のエンジニアたちであった。彼らにエンターテインメント性の高い番組の制作を求めるのは無理

であった。そこで、AT&Tは、メッセージの制作を広告代理店に外注するようになった。これがスポンサー・システムのはじまりである。放送事業には、送受信技術だけではなく、番組の制作という全く異なる経営課題のあることが明らかになった〔118頁〕。

また、最初の構想では、全米への同時放送を実現するため、チェーンを構成する放送局を38箇所まで増加させることを計画していた。放送局は、AT&Tにとって、市外電話局と同等にみなされており、事業のインフラとして自社所有は当然のことであった。しかしながら、全米における放送局数の急増によって周波数の利用に大混乱が生じ、この計画は実現が不可能となった。そこで、外部の放送局と契約を結ぶことでチェーン放送を実現するよう、方針を転換したのである。電話は回線さえ設ければ、いつでもそれを利用できたが、周波数はいわば天然資源であり、有限であった。AT&Tは、このようにして、電話とラジオの違いを徐々に認識していった〔118-119頁〕。

AT&Tは有料放送に対する権利を主張したが、同時にそれが反独占の世論を引き起こすことを警戒していた。1920年代を通じて、彼らの本業である電信・電話事業の収益は著しく伸びていた。AT&Tは、チェーン放送に対して独占禁止法が適用されることで、その被害が本業に及ぶことを最も恐れていた。ここで、リスクの大きな放送事業を継続する必要性は低かった〔124頁〕。

5. ラジオの産業的体制の確立

1926年、AT&Tは放送事業から撤退した。その放送事業に関する資産は、WEAFを含め、新しく設立される予定のRCAの子会社に売却されることとなった。さらにAT&Tは、これまで認められていた放送送信機の製造・賃貸・販売の独占権を放棄し、その代わりとして、今後放送事業体が遠隔放送や同時放送をおこなう際は、必ずAT&Tの回線サービスを有料で使用することに取り決められた。これによって、AT&Tはテレ・コミュニケーション領域における地位を確実なものとするのができた。放送には直接は参加せず、ネットワー

ク回線を供給することによる収益確保を選択したのである〔123-124頁〕。

AT&Tが資産を売却した相手であるRCAの子会社は、“National Broadcasting Company (NBC)”という名称が与えられ、1926年9月に株式会社として発足した。これは、チェーン放送を業務とする最初の企業であった。これにより、ラジオ放送の産業的体制が初めて確立された〔124-127頁〕。

「チェーン」という概念は、局と局とを電話線で結びつけるテレ・コミュニケーション技術の応用という側面に対応していた。この用語は、その後テレビジョンの一般化によって、「ネットワーク」という呼び名に変わっていったのである〔177頁〕。

ところで、ラジオ放送というメディアは、これまでみた通り、1920年代はじめに出現し大好評を博したが、その安定的な運営をもたらす財源あるいは収益システムに関しては試行錯誤が続いた。水越は、22～25年頃にかけてのいくつかの構想を紹介している〔162-164頁〕。それらは、まとめれば次のようになる。

- (a) 聴取者による放送サービスへの直接的対価の支払い
- (b) 広告費や私的・公的な寄付金などによる運営
- (c) ラジオ受信機の購入や使用の経費からの充当

ラジオは、不特定多数の受信機に、同時にメッセージをばらまくことができる。これはラジオの革命的長所である。しかし、放送局の収益システムという観点では、これは決定的短所となる。ラジオは受け手を特定できないので、番組に対する対価を直接には受領できないのである。このため、上記 (a) は成立しなかった〔166頁〕。また、(b) における寄付金のほうは、当初ラジオの公共的性格が理解されず、また理解されたときにはラジオ自体がビジネス化してしまい、やはり成立しなかった〔163頁〕。合衆国の放送は、結局 (b) における広告放送として展開したのである。なお、1922年から定時放送を開始したイギリスのBBCは、(c) に類する方法で運営資金を得た〔164頁〕。

6. 関連する諸問題

- (1) 新しい秩序の生成ということ

本稿の冒頭、新しい秩序は、既存の秩序をベースとし、その内部に発生した矛盾・不整合・欠如などを原動力として生成するという我々の見解を述べた。秩序内部の矛盾は、その秩序が新しい要素を組み込んだ結果として生ずることがある。水越の明らかにした動態における新しい要素は、無線電話であった。きっかけをつくったのは、アマチュア無線家らの技術的好奇心であった。一方、その技術が新しいメディアであるラジオへと生成していく過程においては、《古い有線電話》のビッグ・ビジネスAT&Tが本質的役割を果たした。AT&Tは、電話事業の延長上で、無線電話事業を構想したのである。しかし、この構想は、成功するにつれて現実とのズレを生じ、結局AT&Tはラジオ事業から撤退するとともに、新しい事業体であるNBCが誕生したのである。

この事情を、水越は次のように書いている〔271-272頁〕。

新しいメディアは、既存のメディアの延長上においてとらえられ、意味付与され、社会的に共有されていく…。(中略)

ところが、既存メディアのアナロジーによる認知の図式はやがて変容する。…メディアをめぐる社会的なイメージのズレと、それにしたがう実態のズレが、さまざまな動態を引き起こす大きな要因となっている。

ここでは、水越の趣旨である「新しい要素を既存の秩序の延長上においてとらえる」ことの意味を強調しておきたい。たとえば、典型的には、科学者=哲学者マイケル・ポラニー^[11]は科学における真の革新を論じ、それは科学の枠組み全体を否定することによって進められるのではなく、むしろそれまで受容されていた信念を、それまで探査された含意を遥かに越え出て拡大する力こそが推力になることを述べている。彼が例として挙げたのは、フォン・ラウエが発見した結晶によるX線の回折である。ポラニーは、ここにおける進歩は、コペルニクスやプランク、アインシュタインによる革新と比較しても、その大胆さと冒険において劣るところはない、と評価している。このように、我々の見解によれば、ここでの水越の観察はきわめて高い一般的意義を有するのである。

(2) パイオニアたちの失望

幾度かにわたって触れたが、ラジオというメディアの生成過程においては、アマチュア無線家ら《マニア》たちが重要な役割を果たした。当時、無線の世界に魅了された若い世代の人々は、「空中状態」のよい夜中にガレージの屋根裏部屋にこもり、送受信のための活動に没頭した。水越は、これら1920年代の「ラジオ少年」を、のちの80年代における「パソコン少年」に重ねている〔80頁〕。

しかしながら、ラジオはその後、テレ・コミュニケーションの手段からマス・コミュニケーションの手段へと転換し、アマチュア無線家たちは一様に大きな失望感・喪失感を味わった。放送は、彼らにとって、無線コミュニケーションを墮落させるものであった〔76頁〕。同様なことは、パソコン通信においても生じた。80年代前半までにBBS (Bulletin Board Service, 電子掲示板)などを建設していたネットワークの多くは、パソコン通信が大衆化・俗化し、無目的な楽しみのための埋め草としての利用が増えていくことで、20年代のアマチュア無線家と同様の失望感を抱いた〔106頁〕。これらパイオニアたちの姿は、その後に体制化されたメディアにのった人々の目には、《守旧的》に映ったことであろう。科学における発見者も、後世の人々には、同様にみえることがある〔12〕。

アマチュア無線家らの楽しみは、遠隔地にいる不特定の人々と、好きな時間に、自由なメッセージを送ったり、受けたりすることにあった。そこにおいては、情報の送信と受信は等価だった。しかしながら、1920年になって定時放送が開始されると、受け手と送り手が区別されるようになった〔217頁〕。すなわち、無線電話において送信機能と受信機能が分離され、受信専用の一方向のメディアとしてのラジオになったのである。水越は、(93年の時点で、)パソコン通信でも、BBSに積極的にメッセージを送信し発言する人々はほんの一握りで、大半は書かれたものを読んで楽しむだけの会員によって構成されていると観察している〔82頁〕。彼はまたその後、別の個所において〔13〕、インターネットを用いる人々を情報の受け手としかとらえないような一部の傾向に懸念を表明している。

(3) 日本における問題

日本でも、大正デモクラシーの末期、市民によるアマチュア無線熱・ラジオ熱は、欧米と同様高かった。アマチュア無線家たちは、企業家や知識人を巻き込んで放送局の設立を国家に要求し、東京放送局、大阪放送局、名古屋放送局に免許が与えられた。しかし、1926年、わずか1年あまりで、それらは通信省によって社団法人日本放送協会に解散統合され、整然とした全国一元放送体制が確立されていた〔274頁〕。

すでに一部をみたように、合衆国では、無線電話という技術のさまざまな可能的様態が構想され、発見され、試行錯誤のなかからラジオ放送という新しいメディアを生成させた。しかし、日本では、そのような過程はほとんど経験されなかった。そして、これは、その後のメディア、たとえばテレビジョンにおいても同様であった。

水越は、「この国には、国家政策というグランド・ビジョンのもとで、人々のあいだから生まれ出る社会的想像力が矮小化されてしまう傾向があるのではないだろうか」と指摘し、「現在、日本のコミュニケーション・テクノロジーの体系的な研究開発力は世界最高水準にある。しかし、社会的存在としてのメディアについては…(中略)…欧米で根付いた体制化したメディアがつぎつぎと移植されきたのではないだろうか」と問いかけている〔275頁〕。

著者は先頃、社会における価値的問題の議論にあたっては、その考察対象における時間軸断面での整合と時間軸に沿っての整合の双方の追求が必要であることを述べた〔14〕。一般に、時間軸断面においては矛盾の存在は不可避であり、時間軸に沿ってその整合を図っていくことが本質的に重要である。この時間軸を中心に整合をみるという考えは竹中治夫に倣ったもので、彼はかつて、企業経営に関し、時間軸断面での整合を図るのがミドル・マネージメントの役割<管理>であり、時間軸に沿っての整合を図るのがトップ・マネージメントの役割<経営>であると指摘した〔15〕。

日本社会ではこれまで概して、時間軸断面における矛盾を「混乱」として反価値的に扱い、矛盾をその場の必要に応じて消去・均質化するという手法で価値的問題に対処してきた。ここでは、時

間軸断面における整合の追求には必死となっても、時間軸に沿っての整合はなおざりにされがちであった。この事態が、ラジオを巡っても生じた。すなわち、さまざまな可能的様態が試行錯誤されるという過程を経ることなく、全国一元放送の体制が確立されてしまったのである。

時間軸断面における矛盾を時間軸に沿ってのりこえていくことをせず、排除してしまうことが可能な社会は、本質的に没論理的な性格を有するようと思われる。そのようななかでは「新しさ」は評価されにくい。新しさとは体系的にのみ表現が可能なものであるからである。比較的少数の人々の創意も、社会的に共有されることなく、断片として見捨てられてしまうことが多い。日本社会は、この首尾一貫的思考の欠如を、もっと深刻に受けとめるべきであろう。新しい秩序—新しい思想・理論・様式など—を生み出すためには、それは致命的な欠陥なのである。

参考文献

- [1] 唐木田健一：理論の創造と創造の理論，朝倉書店，東京（1995）
- [2] 唐木田：新しい様式の創造，科学・社会・人間，60号，pp.22-26（1997）；これは，和辻哲郎：新しい様式の創造，埋もれた日本，新潮社，東京（1980）を対象に論じたものである。
- [3] 唐木田：『構造主義生物学』の提起する問題—新しい<構造>の生成，UP（東京大学出版会），2000年12月号，pp.24-31，2001年1月号，pp.40-43；これは，柴谷篤弘：構造主義生物学，東京大学出版会，東京（1999）を対象に論じたものである。
- [4] T. S. Kuhn: The Structure of Scientific Revolutions (1962), 中山茂訳：科学革命の構造，みすず書房，東京（1971）
- [5] 唐木田：創造性論議の落とし穴，分数ができない大学生，東洋経済新報社，東京，pp.37-58（1999）
- [6] 桂愛景：基礎からの相対性理論—原論文を理解するために，サイエンスハウス，東京，p.68（1988）
- [7] 文献1の3章

- [8] 唐木田：我々にとってアヴォガドロとは何か，化学史研究，1985，pp.186-192
- [9] 水越伸：メディアの生成—アメリカ・ラジオの動態史，同文館，東京（1993）；以下，本書からの引用は，本文中の〔 〕内に頁を示す。
- [10] フェセンデンは，「電解検波器」を発明した人（1903年）としても知られている。これは，無線電話に使用できる最初の実用検波器であった。小林健二：ぼくらの鉱石ラジオ，筑摩書房，東京，pp.119-120（1997）
- [11] M. Polanyi: Personal Knowledge (1958, 1962), 長尾史郎訳：個人的知識，ハーベスト社，東京，p.260（1985）
- [12] 唐木田：常識批判の常識の観点，化学史・常識を見直す，講談社，東京，pp.213-220（1988）
- [13] 松本侑子・鈴木康之：インターネット発見伝，ジャストシステム，徳島，p.40（1996）
- [14] 唐木田：日本社会の反倫理性と科学論の問題，科学・社会・人間，73号，pp.3-6（2000）
- [15] 竹中治夫：すべての開発に相補性をもったマネジメントを，JMAジャーナル，1985年12月号，pp.19-23

2001年6月12日受理

2001年9月11日採録



唐木田 健一（からきだ けんいち）

1970年東京大学理学部卒。75年理学博士（東京大学）。三菱化成生命科学研究所・社会生命科学研究室特別研究員等を経て，78年富士ゼロックス（株）入社。材料技術研究所主任研究員，基礎研究所長等を経て，2001年1月より同社ITデバイス研究所シニア・テクノロジー・アドバイザー。桂愛景（けい よしかげ）のペンネームで、『戯曲アインシュタインの秘密』（サイエンスハウス），『ネオ・アナーキズムと科学批判』（柴谷篤弘らと共著，リプロポート）ほかの著書がある。