

映像の時代

情報学部

高島秀之

19世紀末、エレクトリック・メディアが爆発する

19世紀半ば以降、電気とメディアとが劇的な出会いをした。いわゆる「エレクトリック・メディア」の登場である。

<TELE>という言葉がある。本来は「遠くの、遠隔の」を意味する接頭語であるが、その<TELE>の訳語「遠く」が「電気」という言葉に置き換わるようになった。例えば、TELE-graph—電信、TELE-phone—電話、TELE-gram—電報といったようにである。TELE-visionはそのままテレビジョンであるが、中国では「電視」、放送局は「電視台」である。この訳語がエレクトリシティとメディアの統合を象徴している。

19世紀末、エレクトリシティと結びついたオーディオ・ビジュアルメディアが登場する。それは大衆文化の時代の幕開けをも意味していた。活字・メディアである新聞もビジュアル化の動きを見せると同時に、いわゆる「イエロー・ジャーナリズム」がセンセーショナルリズムやエロティシズムといった人間の原始的関心に訴え掛けた記事を作り出す。

1896年のニューヨークではジョセフ・ピューリツァーの経営する「ニューヨーク・ワールド」紙に「イエロー・キッド」という都会の下町を舞台に黄色のサックコートのマントを羽織った歯の欠けた子どもが活躍するマンガが登場し大人気を博した。その後「イエロー・キッド」は「ニューヨーク・ワールド」から「ニューヨーク・ジャーナル」へ引き抜かれ、「ワールド」は別の作者を立てて対抗するという泥試合が展開される。このマンガが「イエロー・ジャーナリズム」の語源である。

オーディオ・ビジュアルの世界も新しい展開をみせる。フィルムを使った初期の映画撮影機キネマトスコープをトーマス・エジソンが発明する。しかし、エジソンの映画は覗き窓からひとりひとり覗くといった代物であった。1885年、フランスのリュミエール兄弟によるシネマトグラフにより本格的な映画の上演が始まったといってよい。映画の誕生である。オーディオに関しては1877年、エジソンが電話機を改良した蓄音機を発明。同年、エミール・ベルニナーが円盤型録音機（グラモフォン）を発明している。

ハリウッドの世紀

大衆文化の先駆けとなった映画は、まず、アメリカの東海岸で製作され始めたが、独占的なシンジケートから締め出された人々は、新しい映画製作を夢見て西海岸の寒村であったハリウッド

に映画の都を造った。その多くはユダヤ系アメリカ人であった。雨の少ない太陽光に恵まれたハリウッドは何よりも映画の撮影条件を満たしていた。

誰でもが「アメリカン・ドリーム」を夢見ることができるアメリカと言われるが、人種差別は厳然として存在していた。WASPを頂点とするヨーロッパ系人種が支配するアメリカでも、ユダヤ系は差別、迫害され続けてきた。ハリウッド建設以後、映画産業はユダヤ系アメリカ人が大手を振って入り込める数少ない産業の一つとなった。例えばプロデューサーでいうと「ロッキー」、「カッコウの巣の上で」などで幾つものアカデミー賞に輝くマイク・メダホイ。監督でいえば「ジュラシックパーク」、「ET」で知られる「スピルバーグ」などもユダヤ系である。スピルバーグは今もナチスに迫害されたユダヤ人をドキュメンタリーで追いつけている。

ビバリーヒルズにはユダヤを象徴する「ダビデの星」のついたユダヤ系アメリカ人のための大きな病院がある。これは一つにはユダヤ系であるとして如何に優れた医師であっても、有名な大学病院の地位には就きづらいつということにもよるのである。

ハリウッドの誕生以来、映画は大衆に受け入れられて産業として確立していく。映画は視覚言語によって世界の観客に語りかけた。夢を売るビジネスの誕生である。以後、20世紀を通して、ハリウッドはメディアの発展に影響力を持ち続ける。

ハリウッドには4つの大手映画スタジオが出現する。「パラマウント」、「ワーナーブラザーズ」、「MGM」、「20世紀フォックス」である。現在はそれに「ユニバーサル」、「ディズニー」、「ソニー・ピクチャーズ・エンターテインメント」（前のコロムビア）を加えて「メジャー」と呼ばれる7つの大手映画製作会社がハリウッドに君臨し、年間200本を超える映画を製作している。今やハリウッド映画はアメリカ国内での収益よりも海外での収益が大きく、その比率は拡大しつつある。例えば1980年封切りの「ET」と1998年の「タイタニック」を比べると、後者の海外収益は前者の4倍となっている。ハリウッドが製作する映像は多メディア・多チャンネル化した世界の市場を席卷しているのである。

「メジャー」はその後映画ばかりでなくあらゆる情報産業に手を伸ばし、メディアの統合、寡占化が進んでいる。「ワーナーブラザーズ」は雑誌「タイム」、「ライフ」、「フォーチュン」の発行で知られる出版社「タイム・ライフ」を吸収し、「タイム・ワーナー」となった。95年5月には、さらに全米第2のCATVを持つTBS（テッドターナー・ブロードキャスティング・システムーCNN、漫画、名画の専門局を持つ）を75億ドルで買収し、売り上げ185億ドルの世界最大のメディア産業となって、CATVで「21世紀の家庭」の実験をフロリダで行っている。2000年にはさらにAOL（アメリカ・オン・ライン）と合併し、インターネット産業にまで触手を伸ばしている。「ディズニー」は、アメリカ3大ネットワークの一つABCを買収している。マードックの率いる「20世紀フォックス」はフォックステレビという全米4番目のネットワークを手に入れ、「パラマウント」はUPNを、コンピュータ産業の「マイクロソフト」はNBCをといた具合である。今、映画、放送、CATV、電信・電話、コンピュータという異なるメディアは合併・統合を繰り返し、メディアの境界はシームレスの様相を呈している。

1917年、第一次世界大戦が勃発する。映像の持つ記録性は動画による大戦の記録を今に伝えている。ロマノフ朝の最後の姿も、レーニンのロシア革命の演説も我々は映像で見ることができる。

その頃「権力」は早くも映画の持つ大衆操作の力に気付く。ハリウッドも第一次世界大戦ではアメリカ参戦に一役買っている。当時すでに大統領の7倍の年収を取っていたという大スター、

チャールズ・チャプリンも戦争国債を買うことを勧める政府の国策に協力し、演説を行っている。「ジョニーよ銃をとれ」という戦場に行くことを鼓舞する勇ましい音楽がアメリカ国民を振るい立たせていた。ハリウッドは敵国ドイツの軍隊が如何に残虐非道なことをするかということを示す国策映画を製作し、その中にドイツ人将校がアメリカ人従軍看護婦を強姦するという刺激的なシーンを入れ込み、敵意を煽る。「いざ参戦」となるとハリウッドは最前線にカメラばかりでなくニュース現像から編集に至るポスト・プロダクションの設備一式を持ち込み、戦時ニュースを流し続けた。

一方ロシアでも、映画初期の名監督セルゲイ・エイゼンシュタインがモンタージュやクローズアップという映像独特の技法を駆使して10月革命を当時の兵士で再現した「10月革命」や「戦艦ポチョムキン」などの名画を製作している。

ラジオの登場—1920年代

第一次世界大戦も終わる頃ラジオが登場する。ラジオの歴史は1895年、イタリアのマルコーニが無線電信を発明したことに遡る。

1920年11月2日、ピッツバーグのラジオ局「KDKA」は第一次世界大戦後最初のアメリカの大統領選挙の開票速報を放送している。その後、二年間で300ものラジオ局が誕生した。

公共放送として世界に冠たるイギリスBBCがラジオ放送を始めたのが1922年である。もっとも当初はイギリスの国策会社であり、会社から公共機関へと衣替えしたのはその3年後であった(テレビ定時放送は1936年スタート)。

日本ではNHKの東京放送局が愛宕山で第一声を発するのが、関東大震災の二年後の1925年である。

最初のラジオは無線電信として送信と受信双方の能力を持っていたが、やがて受信専門の機能へと特価されていった。こうして、メディアにおける送り手と受け手の関係が生まれ、メディアの送り手とは新聞社、放送局といった、高度な技能をもつ専門家からなる複雑な組織体を意味するようになり、マス・メディアへと成長していったのである。

一方、ラジオに対してアマチュア無線や電話はパーソナル・メディアとして発展していく。無線にはマニアが登場し、インターネット上のネットワーク、ハッカーの系譜に繋がって行く。

ハリウッドはいち早くラジオに着目し、巧みに新しいメディアを利用した。スターを登場させ、映画の予告にラジオを使ったのである。映画の興行収入は第一週が勝負であり、映画会社は予告編に力を入れるのは今も昔も変わらない。

WHN局はジャズの中継放送を始めた。フレッチャー・ヘンダーソン、ルイ・アームストロング、デューク・エリントンなどのジャズ・ミュージシャンの黒人文化が1930年代電波に乗ってアメリカに広まりもした。

ラジオがメディアとしての同時性と速報性という特性を発揮したのはニュースの領域においてであった。

第二次世界大戦がラジオのありようを一変させた。太平洋戦争の開戦を告げ、真珠湾攻撃の戦果をいち早く伝えたのはラジオであった。日本ではNHKが大本営発表の管制情報をそのまま国民に伝えていた頃、アメリカのニュースキャスターのエドワード・マロー(CBS)は、すでに現地からの実況放送を行っていた。ナチスによるロンドンの無差別爆撃やベルリン上空からのアメリカ爆撃機による爆撃投下の様子を、速射砲のようにコメントする彼のレポートにアメリカ中が

耳を傾けていた。カナダも、数千のカナダ兵を戦場に送っていたことから、国民の志気を鼓舞するために独自の取材に基づくラジオニュースを必要としていた。カナダのCBCはそれまで、通信社の情報やアメリカのニュースをネット受けしていたのだが、キャスターのローン・グリーンがアンカーマンとして活躍し、カナダ兵の戦うイタリア最前線に位置するオルトナの大聖堂の鐘や、パリのコンコルド広場の戦勝に沸く群集のラ・マルセイエーズをBG（バック・グラウンド）にしてレポートする実況放送を始めた。しかし、情報を巧みに操作し、ラジオや映画を使って戦意を高揚させたのは、むしろナチス・ドイツの方と云えるかもしれない。ナチスは戦うことなしに、チェコからズデーデン地方を割譲し、オーストリアを併合した。

第二次世界大戦終了までは、マスメディアとしてのオーディオ・ビジュアルの世界は映画とラジオの時代であった。日本がアメリカ軍から奪ったフィルムを再編集して海軍省検閲の我軍大勝利のニュース・フィルムを流し、16ミリのモノクロームの映像で偽りの戦果を伝えていた頃（その頃の日本映画社のフィルムは戦後NHKが買い取り映像ライブラリーに保管されている）、ハリウッドも第一次世界大戦と同様に戦争に協力し、最前線にまでカメラマンのみならず現像や編集設備づくり、カラーの大画面で戦況を録画していた。

ハリウッドのスターたちも志願兵として続々と出征していった。「風と共に去りぬ」のクラーク・ゲーブルやタイロン・パワーが戦場に赴く姿に国民は共感した。銀幕のヒロインたちも戦場を慰問し、前線の兵士とダンスをし、志気を鼓舞した。軍向けのラジオ放送では兵士のリクエストに応じて女優キャロル・ランディスがセクシーなため息を聞かせたのである。そして、アウシュビッツの虐殺も、あの原子爆弾を搭載したエノラ・ゲイ号の離陸も原爆が投下された瞬間もカラー・フィルムで記録された。6,500万人が死んだといわれる今世紀最大の悲劇は映像によって記録された。

テレビジョンの登場

20世紀最大の発明と言われるテレビの起源は古く、1884年のドイツのニプコーの発明したニポ円盤の発明に始まるが、テレビ実験放送が始まったのは1930年、アメリカのNBCによるものであり、イギリスではBBCが1936年にロンドンで世界最初のテレビ放送を開始している。そして、テレビが大衆の前に披露されたのは1939年のニューヨークの万国博覧会においてであった。映画でいえば「風と共に去りぬ」が封切られた年である。しかし、テレビの普及は、もう一つの今世紀最大の発明といわれるコンピュータとともに第二次世界大戦の終結には間に合わなかった。コンピュータの一号機がフィラデルフィアで稼動したのは1946年2月である。

テレビはその初期においては単なる娯楽の箱と見られ、ラジオにはかなわないと思われていた。テレビニュースの最初のスポンサーは紙巻きたばこの「キャメル」であった。ニュースが読まれるテーブルの上の灰皿にはさり気なくキャメルの紙巻きたばこが置かれ、当時のイギリスの宰相ウィンストン・チャーチルといえはそのトレードマークは葉巻きであるが、チャーチルをテレビニュースに取り上げるにはスポンサーの許可が必要だったというウソのような本当の話がある。

そのニュースの流れを変えたのがCBSラジオのレポーターからテレビのアンカーマンに転じたエドワード・マローであった。マローはテレビ初のニュース・ショー「シー・イット・ナウ」にラジオの手法を持ち込んだ。彼と共に働いていたラジオのスタッフが人種差別や貧困などのテーマを取り上げ、ドキュメンタリー・タッチで報道し、テレビの特性である同時性を発揮した。こ

のニュースショーは市民の圧倒的な支持を得た。「シー・イット・ナウ」は朝鮮戦争の前線で戦うアメリカ兵をひとりひとり写し出し、アメリカ市民に戦争を戦っているのは我々の息子たちだということを実感させもした。

1950年代、テレビはNTSC, PAL, SECAMという3つの規格で放送されるようになった。それぞれが独自の走査線を持っており、それが方式変換されて互換性を持つに至るにはかなりの時間を要したのである。大きく分別するとNTSCはアメリカおよび日本を含む環太平洋地域であり、PALは西ヨーロッパおよびその旧植民地、SECAMは旧ソビエトおよび旧社会主義諸国というブロックで採用された。各国で異なるテレビ方式は国家的、産業的攻防の帰結であり、この体制は現在に至るも変わってはいない。

朝鮮戦争が米ソ間の緊張を高め、鉄のカーテンが張り巡らされた時代、CBSのアンカーマンのマローはマッカーシーと対峙する。暗黒の共産主義の時代が来ることを防ぐことを旗印に「赤狩り」を始めた上院議員ジョゼフ・マッカーシー。テレビ・ジャーナリズムは彼の格好な標的となった。「レッド・チャンネル」という組織がコミュニストの疑いのあるジャーナリストをリストアップし、追放していった。マローや彼のスタッフも祖国に忠誠を誓う署名を強いられている。ジャーナリストや政治家は彼の反撃を恐れ、マッカーシーと正面から対決することは出来なかった。マッカーシー旋風が吹き荒れる中、マローは敢然と戦いを挑む。そして、一年に及ぶ取材をもとにした綿密なドキュメントの集積の結果、マッカーシーがファシストであり扇動家であることを暴露し、彼の追放に成功する。それは権力に対する挑戦でもあった。これはテレビがアメリカを変えた一例と云えよう。

しかし、そのマローもまたハリウwoodsのテレビ映画の前に破れ去った。「アイ・ラブ・ルーシー」や「ガンズモーク」といったハリウwoods製作のエンターテインメントが視聴率を稼ぎ出し、マローのニュースを駆逐したのである。マローはCBSを去りケネディ政権に参加するが、放送の世界に復帰することなく1965年この世を去った。

ハリウwoodsはテレビ会社に投資を続け、すでに1930年代にはパラマウントがテレビ局の株の50%を取得して、自らの影響下にテレビを置こうとしていた。だがFCC（アメリカ連邦通信委員会）の指導による反トラスト法によって映画会社のテレビ局所有は押さえ込まれた。一方、NBCやCBSといった放送ネットワークは第二次大戦中に行なった技術投資とノウハウの蓄積でテレビとしての特性を発揮するに至った。

しかし、ハリウwoodsは不滅であった。テレビ・ネットワークに占めるハリウwoods製作の番組は1953年には23%であったが、1956年には71%に及んでいる。テレビにおけるエンターテインメントは依然としてハリウwoodsのものであったといえよう。

日本では大戦後の1953年にNHKとNTVが相次いでテレビの本放送を開始した。街頭に置かれたテレビ受像機の前は力道山のプロレスを見る群集で埋まり、受像機は飛ぶように売れていった。そして映画やテレビに写し出されるアメリカンライフ。マリリン・モンローやジェームス・ディーンといった銀幕のスターや大型の乗用車、電気冷蔵庫、洗濯機に日本人はため息をついたのである。

権力とテレビ—つくり出される映像

1952年の大統領選挙のための共和党大会で、アイゼンハワー陣営は積極的にテレビを導入した。

クラーク・ゲブルを招き、お祭り大会を演出して見せたのである。この手法は以後大統領選挙には欠かせないものとなった。視聴者にとってみれば、隠れた政治の世界が目の前で開かれるようになったのである。一方、アイクの対立候補のロバート・タフトはテレビを締め出した。勝敗は明らかであった。当時、アイゼンハワーの副大統領候補はリチャード・ニクソンであった。彼はこの選挙で収賄疑惑に悩まされていたが、テレビを使って直接国民に語りかけることで、その疑惑を払拭した。「確かに私は贈り物を貰った。だがそれは一匹のコッカースパニエルであり、娘はその犬にチェッカーズという言う名前をつけ可愛がっている。私はその贈り物を返そうとは思わない」という演説をテレビで行い、それによって彼のスキャンダルは消えた。テレビはイメージをつくる道具となったのである。このテレビに向かって直接国民に語りかけるというやりかたは、後に日本の総理大臣も行っている。1972年、第3次佐藤栄作内閣崩壊の寸前、佐藤総理は記者会見の席上で怒気をあらわにし記者への不信を表明した。記者が退場した後のがらんとした会見場で、総理は独り据え置かれたNHKのテレビカメラの前で国民に語りかけたのである。しかし、その目論みは外れた。むしろその異様な光景は総理の孤立を象徴していた。国民の信はずでになかったのである。

1960年9月26日、民主党のジョン・F・ケネディ対共和党のリチャード・ニクソンという二人の大統領候補の間で初のテレビ討論が行われた。全米7,500万人がこれを視聴した。つまらぬことがこの討論の明暗を分けたと言われている。それはケネディが化粧を断わり、それにつられてニクソンも化粧を断ったことである。ケネディは海軍士官出の色浅黒いダンディであり、ニクソンの弁護士出身の青白い顔はどちらかという陰気な印象を与えた。ニクソンこそメイク・アップが必要だったのである。こんな外見のルックスやイメージが大統領選挙の勝敗を分けた。事実テレビ討論が行われる以前の世論調査とその後とははっきりと差がついていたのである。

大統領に当選したケネディはホワイトハウスの主として、テレビを巧みに利用した。大統領に当選してすぐ彼はテレビを通して生で記者会見を行っている。テレビを使ってイメージをつくり出していったのである。報道官や補佐官はテレビのプロデューサー、ディレクターなみの演出を行った。国民はエレガントで美しい大統領夫人ジャクリーヌに酔いしれた。大統領の足に纏いつく小さな娘キャロラインなどホワイトハウスでのケネディー一家の生活は国民のあこがれの的となった。

民主党の大統領が生まれ、黒人差別の撤廃を求める公民権運動(civil right movement)も盛り上りをみせる。1955年、南部のバスで黒人と白人を分ける座席から起きたローザ・パークス事件に端を発したこの運動はマーチン・ルーサー・キング牧師という指導者を得て、1963年8月には20万人のワシントン大行進へと盛り上がりて行く。

公民権運動でキング牧師がとった戦略は多分にテレビカメラを意識したものであった。映像はリアルに状況を写し出し、感情的に世論を揺さぶる。テレビも公民権運動取材したがった。善悪の区別がはっきりしていたからである。南部ではカメラは暴力で排除され、締め出され唾を吐きかけられた。そんな中でキング牧師がとったのは非暴力の行進戦術であった。しかし、そこには皮肉にも暴力を加える悪役の官憲を必要とした。アラバマ州バーミングラムでは南部のシェリフの典型であるブル・コナーがこの作戦にひっかかった。ブル・コナーは行進の列に警察犬を放し、ホースで放水し、殴り掛かった。この映像が全米の世論に火をつけたのである。

1963年6月、ケネディ大統領は人種差別禁止のテレビ演説を行って、人種差別撤廃法案に反対する南部の政治家や保守主義者に戦いを挑んだ。人種差別撤廃が正式に認められたのはそれから

2年後である。それは黒人のみならず、日系アメリカ人や700万人を超えるアジア系アメリカ人、2,200万人を超えるヒスパニック（メキシカン60%、プエルトリカン20%、キューバ10%）に対する差別撤廃へと結び付いて行くのだが、同時にあの「ダラスの悲劇」にも結びついたのである。

世界は映像を共有する

1963年（アメリカ時間の）11月22日。ケネディ大統領暗殺というダラスの悲劇が起った。奇しくもそれは初の日米中継が衛星を使って成功した日でもあった（日本時間11月23日）。日米を結ぶ衛星を通して最初に飛び込んできたニュースがケネディ大統領暗殺というビッグニュースであった。

テキサス州ダラスの町をオープンカーで行くケネディ大統領夫妻。一発の弾丸で打ち抜かれた大統領の頭部はオープンカーのトランクに飛び散り、ジャクリーヌ夫人がそれを押さえるという悪夢のような映像が飛び込んできたのである。

CBSニュースのアンカーマンはエドワード・マローからウォルター・クロンカイトへと替わっていた。全米の市民はテレビのクロンカイトに祈った。頼むから大統領は生きているといってくれと。だが、彼のレポートは大統領の死を伝えるものであった。

テレビの生中継はさらに驚くべき出来ごとを伝えた。犯人として逮捕されたオズワルドがテレビ画面の中で射殺されたのである。2発の銃声と崩折れるオズワルド、それに騒然とした警備の人々をテレビは写し出したがオズワルドを射殺した犯人は捕まらず、その後ケネディ暗殺に関して万巻の書が出るが、未だに真相は闇の中である。

ケネディ大統領の葬儀も衛星を通して全世界に中継された。教会から出てきて、大統領の棺に敬礼して涙を誘った幼いケネディ・ジュニア。彼も1999年自らの操縦する飛行機の事故で亡くなった。

こうして衛星を通して世界はナマの映像を共有し出した。1969年のアポロ計画で月に到達した人類の第一歩。1989年の天安門事件、石膏の自由の女神像を広場に押し立て、官憲の弾圧の前に拉致されて行く学生たち。中国のこうした事件の映像が世界に発信されたことは建国以来40年なかったことである。1990年のベルリンの壁の崩壊する瞬間。1991年の湾岸戦争では多国籍軍のバクダッド爆撃を世界は生中継で知った（それはホワイトハウスの発表より20数分早かったのである）。同年、ソ連崩壊。こうしてテレビ映像は衛星によって同時性と速報性を獲得し、世界は映像を共有していった。

ケネディ暗殺の後、就任したジョンソン大統領のもとで、アメリカ空軍による北ベトナムの空爆が始まった。1964年にアメリカ議会は大統領に戦争遂行権限を与え、ベトナム戦争は泥沼化して行く。CBSはベトナムの村の農家にライターで火を放つ海兵隊をレポートし大統領と対立する。毎日、次々と死傷し送られてくるアメリカ兵の映像、1968年のテト（正月）攻勢では北ベトナム側がサイゴン（現在のホーチミン市）のアメリカ大使館を攻撃し、一時はそこを占拠した。ベトナムはテト攻勢では数万人の死者を出したが、大使館を乗っ取られそうになったアメリカの外交上の痛手は大きかった。

追い討ちをかけるようにベトナムから送られてきた一つの映像が世界中にショックを与える。テレビカメラの前で南ベトナムのローアン将軍がスパイ容疑の男を射殺したのである。それはこの戦争の悲惨と無意味さを伝えていた。

マローの後を継いで国民にもっとも信頼されるニュースのアンカーマンとなっていたウォルター・クロンカイトがベトナムに入りレポートを送ってくる。当時彼のニュースは常に視聴率のトップ

を続け、アメリカの良心といわれる存在であった。クロンカイトはテレビを通じて民主主義を守ったものとしてのアメリカに和平を進言したのである。その後、ジョンソンは次の大統領選挙に出馬しないことを表明、当てにならない軍隊とテレビの圧力に屈して政治生命を断たれたのである。

1969年1月、ジョンソンに代わってニクソンが大統領に就任する。ニクソンはテレビを利用することは知っていたが、テレビのレポーターを信用してはいなかった。彼等は皆東部のリベラリストばかりだと決めつけていた。確かに、当時のアメリカのテレビ報道は無意味なベトナム戦争を早く終結させることを訴えるものばかりであった。ニクソンは副大統領時代に使ったあのやり方をもう一度試みたのである。テレビを通じて国民に直接語りかけたのである。ニクソンのテレビによるストレート・トークは37回に及んでいる。「グレート・サイレント・マジョリティー」つまり声なき大衆へアピールしたのである。彼の支持率は急上昇した。だが、ニクソンとメディアはその後険しい対決の日々を送ることになる。

1972年、ウォーターゲート事件が暴露された。ウォーターゲート・ビルにあった民主党本部に盗聴機が仕掛けられたのが発覚したのである。この事件に関与したニクソン政権の行き過ぎた行為は毎日報道され、ニクソンは窮地に立たされた。

1974年8月、ニクソンは大統領の執務室からの37回目のテレビのストレート・トークで、「明日正午を以て大統領を辞任する」と表明したのである。テレビとニクソンの長い歳月が終わりを告げた瞬間でもあった。そしてその一年後アメリカはベトナムから撤退した。

一方、ハリウッドは1939年の「風と共に去りぬ」の封切り後、40年代に入ると次第に劇場テレビ・システムへと転換した。20世紀フォックスはアイトホールと呼ばれる巨大スクリーンによるテレビ画像の映写を始めた。ベイテレビも登場する。映画はテレビに対抗して「大きくつくり、大きく見せ、大きく売る」ブロックバスター方式と呼ばれた超大作主義をとったのである。一本の映画に投入される資本は巨大化し、それを回収し利益を上げるシステムも確立した。

封切られたハリウッド映画はむしろ他のメディアで利益を上げている。映画はビデオ化されて発売され、レンタルにも廻される。1986年にはビデオカセットが普及し全家庭の50%を超えている。ビデオによる収入が映画の興行収入を上回った。それから映画はCATVや放送局に売られる。また、サウンドトラックは別売りされ、ゲームにもなる。

キャラクターも莫大な利益を生む。テーマパークが造られ、そこで人々はキャラクターと遊び、グッズを買う。アメリカではハリウッドのキャラクターは玩具市場の4割を占めている。スチュアート・ミドル（ねずみ）、ジュラシック・パークの恐竜、おなじみのディズニーのキャラクターなどその売り上げは30兆円に及ぶ巨大産業である。

1981年1月20日、イランにおけるアメリカ大使館人質事件の解決に失敗したカーター大統領の後を襲って、ロナルド・レーガンが第40代アメリカ大統領に就任する。ハリウッドの売れない俳優出身のレーガンは最もテレビによるイメージづくりに成功した大統領であった。レーガンの大統領就任式の最中、皮肉にもアメリカ大使館の人質が解放されるという報道が入った。カーターは解決に成功したのだが、時すでに遅かったのであった。

レーガンの次席補佐官マイケル・ディーバーは20年間レーガンのイメージ・アドバイザーを務めてきたやり手であった。彼はメディアとは何か、テレビとは何かを熟知していた。イブニング・ニュースにフィットするような大統領像をつくりあげることが彼の戦略であった。彼の書くシナ

リオによって大統領のイメージが作り上げられていった。ディーバーは次席補佐官というよりはメディアを操る仕掛人であった。レーガンはシナリオ通りに動く大統領役を演じる俳優となった。メディアもそれを承知していたが、視聴率を上げるために映像として魅力を持つ大統領を無視できなかった。84年の大統領選挙はまるでロナルド・レーガン・ショーであった。そしてレーガンは圧勝した。

CATVと3大ネットワーク

衛星からCATVのサプライヤーにより番組が配信されるようになると、CNNなどのニュース、MTVなどの音楽、ESPNなどのスポーツ専用チャンネルが生まれ、CATVの視聴者の数は急増した。

1972年から82年までの10年間、アメリカではCATVの加盟者数が650万世帯から2,900万世帯へと急速な伸びをみせた。

現在、アメリカではテレビはケーブルで視聴するものであり、家庭への到達率（ホームパス）は96.7%、世帯普及率は66.1%（1997年1月現在）に及んでいる。ケーブル・モデムの技術が進み、CATVは新たにマルチメディアの統合端末として期待されている。パソコンの世帯保有率が進み4世帯に1世帯がインターネット接続をしていることから、パソコンとケーブルを一体化する事業が展開されようとしている。

1989年、天安門事件を世界に伝えたのはCATVのニュース専門局CNNの特派員であった。1991年の湾岸戦争で独りバクダッドからニュースを流し続けたのもピーター・アーネットというCNNの特派員であった。

湾岸戦争でサダム・フセインの率いるイラクがクエートに侵攻すると、多国籍軍は戦争報道を規制し、ペンタゴン（アメリカ国防総省）による情報管理が始まった。軍によるメディアプールである。メディアはシュワルツコフ将軍が発表する爆撃機のcockpitから軍施設を爆破する映像を入手することになる。

しかし、バクダッドに滞在するCNNのピーター・アーネット記者からのレポートは多国籍軍が爆破した化学兵器工場が実は粉ミルク工場であったことを暴露した。結局、メディア・プールはメディアの独自取材の前に崩れ去った。ある意味では湾岸戦争は情報戦争でもあったのである。

WebTVの時代

毎年11月、ラスベガスではコムデックスというコンピュータ産業展示会が開かれ、参加者は20万人を越える。この時期ネバダの砂漠を突っ切り、会場へ向かうヘッドライトの光の帯が続く。それは、ゴールドラッシュに沸き返る西部に向かう幌馬車の列を想わせる光景である。参加者は皆若く、カジュアルなスタイルである。そこがNAB（全米放送業大会）やNCTA（全米ケーブルテレビ大会）と違うところだろう。新しい「金鉱」・「アメリカンドリーム」はこのコムデックスにあるのかもしれない。

97年のキックオフ・スピーチ（基調演説）はマイクロソフト社のビル・ゲイツであった。その骨子は 1. デジタル神経網が企業の根幹となる。2. 中小企業が活躍する時代となる。3. DVDが新しい媒体となる。4. コンピュータの音声認識やデジタルTV（WebTV）の開発が進むとい

うものであった。そして、今テレビはそのような時代を迎えようとしている。

展示会場で目立ったのもマイクロソフト社とその関連会社であった。「マイクロソフトの森」を通り抜けなければ、どのブースにも到達することはできなかった。展示で注目を集めたものとしては「WebTV」があった。テレビモニターの機能を持つコンピュータか、それともテレビモニターがコンピュータ機能を内臓するのか、ネットワークで結ばれた「オンディマンド」型のテレビはもうそこまできている。

デジタル時代の映像

デジタル放送とは、映像や音声の信号を0と1の2つの数値の情報に置き換えて電波にのせることで、映像などの情報を効率よく圧縮し送ることができる。放送のデジタル化のメリットは高画質化、多チャンネル化、マルチメディア化などがあげられよう。圧縮技術を使ってデジタル伝送すると、現行のNTSC方式ならば放送衛星の一つの中継器（トランスポンダ）で4つ以上の放送波を送ることができる。視聴者のニーズに応じた多チャンネルの放送が可能となり、電波資源の有効利用の促進へとつながる。今までの放送は、AM放送、FM放送、テレビ放送とさまざまな方式で伝送されていた。その方式がデジタル信号で統一されると、一つの伝送路でいろいろな放送を送ることができるようになり、コンピュータなど各種メディアとの接続も容易になる。これを統合デジタル放送（ISDB）と呼んでいる。ISDB時代に入るとメディアの境界がなくなり、コンピュータと融合した新しい放送形態が生まれる。双方向の好きなときに好きなものをみたいというニーズに応えるオンディマンド型のサービスが可能となる。より高速・大容量での高機能なデータ放送が可能となり、電子新聞、電子出版といったサービスのほか、受信機側のメモリーの大容量化により、大量に送られてくる情報の中から自分が欲しいものだけを選択し、保存することもできる。

デジタル化は伝送技術だけにとどまらず、番組の取材・製作・送受信に至るシステム全体が技術革新の波にさらされることとなる。また無線もあれば有線もあるという伝送路は多様化と共有化という状況を迎え、放送の世界だけの標準化の範囲を越えて、コンピュータや通信技術との融合によるデファクト・スタンダード（事実上の標準化）を目指しながら進展していくことになる。さらには、情報のボーダーレス化を促し市場規制が緩和されることなどが予想されよう。

サイバースペースとしてのハリウッド

デジタル化に向けてハリウッドも動き出した。1979年ディズニーの「ブラックホール」、91年「ターミネーター2」、93年「ジュラシックパーク」の恐竜、95年「アポロ13」のロケット発射の再現、96年「ツイスター」におけるトルネードの再現などCGによるビジュアルイゼーション（可視化）が新たなサイバースペース上のスターを生み出している。エレクトリック・メディアの生成期（19世紀半ば～1910年代）、マスメディアの確立期（1920年代～1980年代）、デジタル・メディアの展開期（1980年代～）を通して20世紀の映像を常にリードしてきたハリウッドはインターネットの時代にどのような展開をみせるのであろうか？

21世紀に向けて～映像の検証

1995年1月17日未明、マグニチュード7.2、最大震度7（激震）の直下型地震が阪神・淡路を襲い、神戸市を中心に大災害をもたらした。この阪神大災害が情報通信にどのような影響を与えたのかを検証することは、21世紀の高度情報化社会を考える上で重要である。

大都市圏直下型地震によって都市機能が麻痺し、早朝ということもあって、発生当初は災害の規模もなかなかつかめなかった。災害報道では、放送が同時性・速報性というメディアの特性を發揮し、夜の明け切らぬ時刻に発生した大震災の一報を入れ始めた。災害の規模を知るには、テレビのヘリコプターからの映像とカメラマンによるボイス・リポートが役に立った。地上のカメラも被災地の生々しい惨状と直下型地震の恐ろしさを伝えはじめたが、それは多分に局所的であり全体のスケールを伝えてはくれない。取材する側にとっても、被害の比較的少ない周辺部から情報が入り、災害の中心地からは情報が入らないというドーナツ化現象が起きていたことも事実である。こうした災害では、まず、ヘリコプターで全貌を掴む必要がある。

大震災という映像の衝撃性とは別に、「災害報道」として特筆すべき映像や報道もあった。ひとつは、NHK神戸放送局で地震発生時の映像をカメラが捕えていたことである。宿直の記者が揺れるベッドから立ち上がり、電話にしがみつくまで、発生時の凄まじい揺れがカメラに記録されていた。これは「スキップ・バック・レコーダ」という10秒前の映像を溜め込めるVTRに地震発生と同時に稼働したカメラによる映像が記録されたものである。停電でもオートマティックにセンサーで地震を感知し、稼働したカメラが地震発生最初の揺れの瞬間を捕えていた。

もうひとつは実用化試験放送に入っていたハイビジョン放送が、四台のカメラによるハイビジョンの生中継を行い、淡路島の断層にそった亀裂や阪神高速道路の惨状をヘリコプターから生々しく捕えた。ひび割れたコンクリートの柱のディテイルや体育館に避難した人々などいずれも高細密画像ならでは表現できない記録となっていた。

メディアとしても、NHKはFMと教育テレビを中心に全国向け、あるいはローカル向けに「安否情報」を実施した。国際都市神戸の被災ということもあり、副音声は英語や各国語で外国人被災者への情報提供が行われた。地元FM局やAM局ではきめの細かい生活情報を流し続けていた。災害時、特に災害の中心部では人々が情報を得るのはやはり放送であり、しかも同時に起きた停電の後では、ポータブル・ラジオだけが頼りであった。

ラジオやテレビが24時間体制で報道を続ける一方で、コンピュータのネットワークも動き出した。大手のネットワークには地震情報専門のコーナーが設置された。

こうして被災を免れた周辺部のものが情報提供者となりパーソナルな情報が交換され始めた。NHKの文字多重放送が提供した死亡者リストがインターネットでも流され、知人の安否を尋ねる海外からの三万件にのぼるアクセスがあったという。震災で被害を受けた地区には在日外国人も多数いたのである。

ニフティサーブやPC-VAN（現ビッグローブ）という大手通信ネットワークでは、「情報の内容には責任を負えない」と断わりながらも、四千を超す関連情報を掲示した。その多くはマスメディアには乗りにくい個人の安否情報であった。ボランティアに関してどのような分野や物資が不足しているといったものから、この地域の電話番号は電話が掛かりにくいといった個別具体情報が中心だった。社員や職員の安否をネットワークで確認した企業や団体も多かった。臨時公衆電話の設置や電話の規制状況、学校の試験の中止、輸血用の献血の呼びかけなど、緊急時の情報

として貴重なものが多かった。コンピュータのネットワークが「情報の内容には責任を負えない」と断わり続けていたのがメディアの限界も示していた。また放送も限りある時間の中で死亡リストすべてを伝えることは難しかった。こうしたデータは文字多重放送の補完が必要であった。

大規模災害では正確な情報を迅速に伝えることが人命の救済につながり、被害を最小限に食い止めることになる。マスメディアによる全体状況の把握と、被災者が生き延びるために安全を確認する個別具体的な電話やコンピュータによるパーソナル情報の両方が求められた。しかし、現実には周辺の情報は集まっても、電話や電気も切れてしまった被災者からの情報は伝わらないし、被災者がコンピュータ・ネットワークの情報を目にすることも不可能であった。たとえ電話線が繋がっていたとしても殺到する情報を処理することはできなかったであろう。避難場所に敷かれた仮設電話も長蛇の列であった。

コンピュータのネットワークに頼る金融も、銀行のビルの倒壊が多く、それらの銀行は倒壊を免れた銀行の店舗を借りて業務を再開した。遠隔地にホスト・コンピュータを分散している都銀はともかく、神戸を中心とした地方銀行はコンピュータのバックアップ機能を持たず、業務の再開が大幅に遅れざるを得なかった。

地上の中継点を介してつなぐセルラー方式の携帯電話も力を発揮できなかった。移動体通信も基地局と基地局、あるいは基地局と交換局などをケーブルで結んでいる。そうしたケーブルは鉄道や高速道路とともに分断されてしまった。

ケーブルテレビ（CATV）も地震の前に有線の弱さを露呈した。兵庫県では火災や電柱が倒れ、埋設したケーブルも地下の液状化による被害などでケーブルテレビ神戸、ケーブルコミュニケーション芦屋、ケーブルビジョン西宮、そのほかチャンネルウエーブあまがさき（尼崎）、ケーブルビジョンアイ（伊丹）、明石ケーブルテレビなど都市型CATVを中心に八局が停波した。同時再送信しているNHKや民放の各波ももちろん見ることはできない。衛星による移動体通信サービスがもっと自由に使えていたらライフラインの確保や病院情報・物資輸送などに大きな力を発揮していたであろう。有線に頼るネットワークの限界が露呈したのである。こうした事態を受けて郵政省と建設省は97年度から被災地神戸市で三百戸の団地と市役所を光ファイバーの高速回線で結びCATVを利用して、地域密着型の防災情報を届ける実験を始めた。両省の初めての共同プロジェクトである。

緊急時のメディアを分析してみると、それぞれのメディアの特性に応じた役割分担がはっきりしてくる。高度情報ネットワーク社会では、光ファイバーなどの有線に加えて、衛星などを使った無線網の整備も重要である。このような大災害が起きてもそれに耐えうるインフラストラクチャの整備や情報が迂回できる多系統のネットワーク、マスメディアとパーソナルメディアが共存する重層的情報化インフラが不可欠となる。