

メディア・イベント概念の理論的再構築に向けて

Toward a Theoretical Reconstruction of the Concept of Media Event

飯田 豊(立命館大学)

IIDA Yutaka (Ritsumeikan University)

Keyword メディア・イベント、大阪万博、タイム・カプセル、テレビジョン

1. はじめに

ダヤーンとカッツは1992年、マス・メディアに媒介された世俗的儀礼の演出と受容に焦点をあてた議論の伝統を踏まえて、*Media Events: The Live Broadcasting of History*を著した。彼らがとくに注目したのは、通常のテレビ放送の編成が変更され、特別枠で伝えられるイベントである。それは生放送と局外中継の大規模な組み合わせによって、視聴者のあいだに特別な連帯の感情をもたらす「マス・コミュニケーションの特別な祭日」と位置づけられる(Dayan and Katz 1992=1996)。この意味において、五輪やW杯などのテレビ中継はこれまで、典型的なメディア・イベントとして捉えられてきた。パブリック・ビューイングはその新しい受容形態として注目を集めているが、考察の余地を多分に残している。テレビ放送の受容に関してはこれまで、あくまでも家庭内視聴が前提とされてきたのに対して、パブリック・ビューイングは、参加者(視聴者)の能動的関与によって、メディア・イベントとしての放送が再イベント化されるという特質があるためである(飯田・立石 2015)。それに加えて、インターネットやモバイルメディアの普及にともない、テレビの視聴者を取りまく情報メディア環境が重層化しているなか、メディア・イベントにいかなる質的変容が生じているのだろうか。

メディア・イベントとは従来、マス・メディアの社会的機能を示す概念のひとつとして了解されてきたが、「テレビ」や「放送」、「視聴者」といった概念が軒並み自明性を失っている現在、電波を介して〈放送されている／いない〉という差異は、果たしてどこまで重要だろうか。裏を返せば、イベントを媒介する事業主体が〈マス・メディアである／ない〉という同定も、次第に困難になっ

ている。2020年の東京五輪を引き合いに出すまでもなく、ネットに媒介されたイベント中継は、今後ますます大規模化していくだろう。そしてその受容体験は、ネット上で日々、日常的に実践されている擬似的な集団視聴と切り離して考えることはできない。

ところで、ダヤーンとカッツのメディア・イベント研究が、日常の時間の流れから切断された次元に成立する、全国あるいは全世界の関心が集まるようなイベントに焦点を絞っていたのに対して、日本ではどちらかといえば、新聞社や放送局の事業活動を念頭に、もっと規模の小さな、日常との境界が曖昧なイベントに対して、強い研究関心が向けられてきた。さらにネットの媒介作用まで視野に入れた場合、メディア・イベント研究がこれまで蓄積してきた知見は、今後いかに継承できるだろうか。

結論を先取りすれば、日本のメディア・イベント研究は、歴史分析に厚みがある反面、国際化と情報化にともなう今日の変容を分析する機運は低調であったと言わざるをえない。また、大衆動員の手段としてメディア・イベントを捉える事例研究は枚挙にいとまがなく、逆にそうした権力的作用に対する抵抗の契機を見出そうとする視座も広く共有されている。

しかし筆者は、この二分法とは異なる尺度から、理論的再構築の道筋を検討したい。筆者はこれまで、財団法人電気通信普及財団「パブリック・ビューイングの日独比較研究 ―複合メディア環境における「メディア・イベント」に関する理論構築に向けて」(2015~17年度、研究代表者:立石祥子)の助成のもとで、日本におけるメディア・イベント研究の到達点と課題の整理を進めてきた(=2節)。さらにこれと併行して、公益財団法人吉田秀雄記念事業財団「大阪万博の企業パビリオンにお

けるテクノロジー表象に関する学際的研究」(2015～16年度、研究代表者：飯田豊)の助成のもとで、日本におけるメディア・イベント概念の変容を考察する上で、1970年の日本万国博覧会(以下、大阪万博)の重要性に着目してきた(=3節)。以下ではこれらの成果と課題について概観したのち、メディア・イベント概念の理論的再構築に向けて、今後の展望を簡潔に述べる(=4節)。

2. 日本におけるメディア・イベント研究の到達点と課題

2-1 「日本型」メディア・イベント研究の構図

吉見俊哉は1993年、「メディア・イベント」という概念の重層的意味を、①新聞社や放送局などのマス・メディア企業体によって企画され、演出されるイベント、②マス・メディアによって大規模に中継され、報道されるイベント、③マス・メディアによってイベント化された社会的事件＝出来事、と分節化している(吉見1993; 吉見1996)。この整理は後続の研究で頻繁に援用され、日本におけるメディア・イベント概念を決定づけた。

それに先立って、吉見は1990年、「大正期におけるメディア・イベントの形成と中産階級のユートピアとしての郊外」と題する論文の中で、電鉄資本と新聞社資本によって演出された「メディア・イベント」としての博覧会を分析している。「新聞社というマス・メディアと博覧会というマス・イベントの結びつき」(吉見1990: 146)を明示的に表す概念として、「メディア・イベント」という言葉をいち早く、①の意味で用いていたのである。それに対して、②は言うまでもなく、ダイヤンとカットの概念を意味する。ブーアスティンの擬似イベント論やドッボールのスペクタクル論などを踏まえてさらに拡張された③の意味は、1995年のオウム真理教事件などを経て、「劇場型社会」といった議論にも継承されていく(ひいてはネット炎上の研究にまで通じる視角といえる)。

日本では90年代から、①の意味に重点を置いた実証研究に厚みがあった。それは「新聞事業史研究会」などを母体として、1991年に始まった「マス・メディア事業史研究会」(その後、「メディア・イベント史研究会」に改称)の活動(津金澤編1996; 津金澤・有山編1998; 津金澤編2002)に拠るところが大きい。明治以降、新聞社や放送局が主催または共催するスポーツ大会、博覧会や展覧会、音楽会や講演会などの催し物、さらには社会福祉や研究助成などを含む事業活動が、紙面を通じた言論・表現活動と並んで、いかに重要な社会的役割を果

たしてきたかが、今日まで多様な事例研究にもとづいて実証されている。一連の事業活動は日本特有のかたちで展開され、こうした問題関心の萌芽は70年代までさかのぼることができるという(津金澤編1996: iii-v)。このような「日本型」メディア・イベント研究の知見は、メディア研究のみならず、日本の近現代史や美術史、観光学や歴史地理学などにも貢献した。たとえば、河原啓子は、こうしたメディア・イベント概念を補助線に、日本の美術展覧会システムの形成過程を詳細に考察している(河原2001)。

その一方、3節で述べるように、吉田光邦を中心として80年前後に始まった「万国博覧会研究会」(吉田1985; 吉田編1986)、その成果を批判的に継承した『博覧会の政治学』(吉見1992→2010)に連なる博覧会研究の系譜がこれに隣接している。これらは「創られた伝統」(Hobsbawm and Ranger eds 1983=1992)や「柔らかなファッション」(de Grazia 1981=1989)などの研究動向とも結びつき、①の意味でのメディア・イベントの産業的基盤が戦前期から形成されてきた過程、および戦中期の戦争宣伝事業との関係などについて、今日まで多くの知見が蓄積されてきた。

もっとも、②や③の視点と通底する先駆的な議論も存在する。たとえば、ジャーナリストの筑紫哲也は1980年、アメリカ大統領選挙に関するテレビ報道を分析するなかで、「メディアがとびついてくれるようなイベントをいかに作り出すかが、選挙運動の眼目になる」として、これを選挙の「メディア・イベント」化と呼んでいる(筑紫1980: 130)。早川善治郎は1988年、プロレスの実況中継、皇太子成婚パレード、東京五輪を経て、安田講堂や浅間山荘の現場中継に至るまで、戦後日本のテレビ報道を「イベント・メディア化」の過程と捉えた(早川1988)。テレビ普及期と重なった1959年の皇太子成婚報道、とくに4月10日の成婚パレード中継が、1953年のエリザベス女王戴冠式における儀礼の演出と中継の手法を部分的に踏まえているとされ、②の意味でのメディア・イベントの代表例として頻繁に言及される。また、テレビ受像機の普及をうながした1964年の東京五輪に関しても、メディア・イベントとしての特性が多角的な視点から考察されてきた。2020年に東京五輪が開催されることが決まって以来、再検証の機運はいっそう高まっている。

吉見が強調しているように、①～③の三層は本来、

「別々の研究領域として分離してしまうのではなく、互いに密接に結びついた全体的な過程として把握すること」が重要だが、日本において歴史研究に傾斜しているという事実は、「欧米における文化の階級社会的な構成と、日本における文化の大衆社会的な構成の違いが、メディアとイベントの関係に異なる仕方で作作用した」帰結と考えられる（吉見1996：26-27）。吉見は当時、ダヤーンらの分析を「現時点でのメディア・イベントの形式的特性を素描することに終始しており、それぞれのイベントのリアリティ構成や歴史的形成を明らかにしようとはしていない」と批判し、「こうした経験主義的で非歴史的な研究を超えて、より批判理論的かつ歴史的なメディア・イベント研究に向かっていく必要がある」と述べていた（吉見1993：24）。しかし裏を返せば、歴史的な視点にもとづく社会的構成の違いはたしかに重要だが、国際化と情報化にともなうメディア・イベントの今日的変容を同時代的に分析しようとする研究が——2002年の日韓共催W杯に関する考察を最後に——停滞していることも否定できない。

2-2 〈動員／抵抗〉という尺度をこえて

新聞社や放送局が主導するメディア・イベントが、読者や視聴者に働きかけて大衆動員を実現する手法、あるいはナショナリズムを高揚する手段として採用されたと結論づける事例研究は枚挙にいとまがない。メディア・イベントは、人びとに強烈な共有体験をもたらし、「われわれ」としての集合的記憶を強化するとともに、他者との境界を確認させる作用も繰り返して指摘されてきた。①の意味だけでなく、②や③の意味でのメディア・イベントに関しても、同様の視点から解釈されることが多い。

つまり、イギリスのテレビ研究における「能動的な視聴者（active audience）」論などが強調してきたように、受け手の主体性や能動性の度合いを実証的に考察し、メディア・イベントの重層的な構成を明らかにするような議論は、これまでごく一部に限られていたと言わざるをえない。ダヤーンとカツが著書の冒頭、「私たちは、ダニエル・ブーアスティンよりも、ジョルゲ・モッセに、より多くの注意を払っている」（Dayan and Katz 1992＝1996：8）と述べていることを看過してはならない。モッセによれば、ナチ政権は、ベルサイユ条約下の経済的困窮のみを根拠に出現したのではなく、19世紀以前からドイツ地域に存在した諸々の文化運動にこそ、その芽が

あったという。ドイツ体操運動（Turnen）をはじめとして、男子合唱団、射撃協会、モダン・ダンサーたちが大衆運動の担い手となり、国民的記念碑に代表される祝祭空間において、政治的祭祀を実行していったのである。国家的な儀礼秩序のなかに運動する身体が動員され、大衆の国民化が遂行していく（Mosse 1975＝1996）。日本において、モッセに直接言及しているメディア・イベント研究はきわめて少ないにも関わらず、多くの事例分析が図らずも、その歴史観を反復しているかのようである。

しかし吉見は、モッセの議論がスポーツとナショナリズムの関係を儀礼論的な視角から捉え返していく可能性を示しながらも、あくまで体操運動家や政策決定者の演出の側の分析にとどまっている点を批判している。そうした演出を果たして大衆が完璧に受け止め、国民化され得たのだろうか。儀礼秩序にもとづく国民化の過程を、より重層的で矛盾をはらんだものとして捉えるための視座として、吉見はデ・グラツィアの「柔らかなファシズム」論を挙げている（吉見1999）。

このような視座自体は90年代以降、日本においても次第に共有されるようになっていく。戦時期の日本思想を対象とする研究領域においては80年代まで、文化人が翼賛体制に積極的にのめりこんでいった事実を処断する視点が優勢であった。赤澤史朗や北河賢三らは、こうした視点に立つ研究が、戦時下の文化の「不毛」性を自明の前提としていることを批判したうえで、戦前から戦中の時期が単なる「暗い谷間」の時代だったのではなく、さまざまな領域で文化創造の営みがあり、一定の成熟がみられたことに注目している。日中戦争以降の時代が、あたかも灰色一色で覆われた「暗い谷間」のように見えて、しかし文化創造の「ジャンルや抵抗の形態によっては、「国策協力」のタテマエの下で、ある種の抵抗をおこなうことが可能な時期もあれば、もはやその形態での抵抗は不可能となる時期もあった」（赤澤・北河1993：7）。こうした視点を踏まえて、戦時期のイベントと大衆動員との関係に着目する有山輝雄は、国家統制と自主性擁護の対抗軸のみならず、その相乗的増幅という基軸を提示している。

上からの国家統制と下からの自主的動向とは、対抗しあうこともあったが、また相乗的にはたらき、互いに相手と自己を増幅していった。人工的出来事であるイ

ベントは、われわれがみたい夢、われわれが実現したい欲望の産物である。戦時期といえども、「欲しがりません勝つまでは」の禁欲主義がすべてをおおったわけではなく、様々な欲望・願望が人々を動かしていたはずである。そうした欲望・願望は、ときに統制と対抗することもあったであろうが、また統制への自主的な協調を促し、結果的に統制を一層強大なものにしていくこともあった。(津金澤・有山編1998: ix)

それでも、大衆動員という権力的作用(≡強力効果説)を主題化した上で、受け手の主体性や能動性の度合いをいかに精緻に読み解いても、結局は動員／抵抗という二項対立に回収されてしまうのではないか。果たしてメディア・イベントの社会的機能の豊穡さ、とくに参加者の雑種性や複数性、あるいは流動性を、この一元的な尺度だけで測ることができるだろうか。

「たとえば、政治的セレモニーが社会を自己崇拜へと誘うことに注意せよ、とモッセが警告しているにしても」、ダヤンとカッツはメディア・イベントに対して、①ポストモダン状況における有機的結束の基盤となる、②社会を映し出す機能を持つ、③統一性だけでなく多元主義を賞揚するといった理由から、「無批判的ではないが、暗に擁護する立場」を示している(Dayan and Katz 1992=1996: 9-10)。この微妙な立ち位置の含意を、われわれはいま一度、注意深く検討する必要があるのではないだろうか。

山中速人は、カッツがメディア・イベント研究に取り組んだ背景には、歳をとってからイスラエルに移住するほど、彼が熱心なシオニストであることから、壮大な国家行事などに惹かれる部分があったのではないかと指摘している(山中2009: 85-86)。その反面、ほかならぬカッツこそ、ラザースフェルドとともに50年代、いわゆる「コミュニケーションの二段階の流れ」仮説(≡限定効果説)を実証するために水平的な相互人格影響に着目し、クーリーの「第一次集団(primary group)」概念を再発見していることにも留意しておきたい(Katz and Lazarsfeld 1955=1965)。

イギリスのテレビ研究においては、受像機が置かれた空間を微細に描くために、リビングにおける「オーディエンス・エスノグラフィ(audience ethnography)」が洗練されてきた。それに対して、アメリカのアンナ・マッカーシーは、家庭外の公的な場所に設置された受像機を

取りまく視聴空間を丹念に記述している(McCarthy 2001)。こうしたエスノグラフィックな調査手法はこれまで、メディア・イベント研究の系譜と十分に接ぎ木されていない。

3. 大阪万博以後—メディア・イベントの現代史へ

3-1 メディア・イベントとしての大阪万博

2節で述べたように、新聞社や放送局による事業活動に焦点を当ててきたメディア・イベント研究は、近代日本のマス・メディアが恒常的なシステムとして社会化していく過程を裏書きしていたともいえる。そして大阪万博は間違いなく、その臨界点のひとつだった。吉見俊哉が着目したように、大阪万博は、「国鉄や農協、学校、それに旅行業者たちからなる動員の制度的システム」に加えて、「日常意識レベルでの潜在的で自発的な動員の機制」としてのマス・メディアが、決定的に重要な役割を果たしていた(吉見1992→2010: 234-236)。

吉見によれば、『毎日新聞』『朝日新聞』『読売新聞』の大阪版は、開会直後の3月下旬には各々300本以上、会期を通じて毎月80本を超える万博記事が紙面を賑わせたという。たとえ批判的な記事でさえも、「人々の意識をこの巨大な「お祭り」にむけて集中させる補完的な効果」を持った(吉見1992→2010: 237)。

テレビに目を移すと、開会式には各局が特別番組を編成して大規模な実況中継をおこない、会期を通じて万博に関するレギュラー番組が数多く放送された。大阪万博の開会式中継は、在阪の民放4社にとって初めての共同制作だった。朝日放送で中継を担当した文箭敏によれば、「とにかく当時としてはとんでもない大イベントで、カメラ三十九台、中継車九台。これにヘリコプターのカメラが加わり、制作スタッフは五百人 […] つまり関西圏の中継機材を全部集めたような形での中継で、これを日本中の民放七十八社が放送」したという(関西民放クラブ「メディア・ウォッチング」編2015: 207)。

吉見が指摘するように、「少なくとも大衆の日常意識の動員という観点からみた場合、大阪万博においてマス・メディアは、批判者でも単なる協賛者でもなく、むしろ主催者であり、「国鉄や農協、学校、そしてマス・メディアによる大衆動員は、一方では、明治以来の国家的な動員システムとして、他方では、大正以降のメディアとイベントの融合したシステムとして発展してきたものである」(吉見1992→2010: 238-240)。

このように大阪万博は、近代日本のメディア・イベントの臨界点である反面、マス・メディアとしての映画やテレビとは異なるスクリーン・メディアの実験場でもあった。メディア・イベントの範例と革新とでもいうべき、この両義性を補助線とすることによって、以下では、ふたつの企業パビリオンを対比したい。新聞社の文化事業として構想されたタイムカプセルが大きな話題を集めた「松下館」と、放送ではないテレビジョンを模索した「電気通信館」である。

3-2 範例的メディア・イベントとしてのタイム・カプセル —松下館

タイム・カプセル構想は実のところ、松下電器グループの発案ではなく、1967年5月、毎日新聞社から松下に共同実施案として持ち込まれた企画であった。すなわち、『毎日新聞』の紙面を最大限に活用できる文化事業として、タイム・カプセルは構想されたのである。

同年12月1日、両社が主催してこれを推進することが正式決定し、1968年1月8日、『毎日新聞』の社告を通じて初めて発表された。『毎日新聞』がこの社告を皮切りに、タイム・カプセルを記事で取り上げたのは82回にのぼる（図1）。また、『Mainichi Daily News』で17回、『毎日小学生新聞』と『毎日中学生新聞』で4回ずつ取り上げられている。封入品のアイデアは『毎日新聞』紙上で公募によって集められ、11万6324通の応募があった。さら

に、翌69年の春からは、東京・小田急百貨店や大阪・大丸百貨店、国立京都国際会館、全国一二都市の松下電器電化センターなどで、タイム・カプセルの模型やパネルの展示が始まった（タイム・カプセルEXPO'70記録小委員会編1975：200-204）。

そもそも「タイム・カプセル（time capsule）」という言葉が作り出されたのは、1937年のニューヨーク万博でのことである。ウェスティングハウス社が自社開発した「キュパロイ」という特殊金属で容器を製造し、その中に記念品を詰め込んで万博会場の地下に埋没させた。5千年という保存期間も、松下館のタイム・カプセルに踏襲されている。

「タイム・カプセル」という呼称が日本で定着するのは戦後になってからのことだが、坂口英伸がくわしく論じているように、類似の試みとして、たとえば1940年には、長野県の蓼科高原に紀元二千六百年文化柱が建立され、数千点の記念品が100年間にわたって封入されている。これを発案した式正次は、新聞業界の情報を専門的に扱う業界紙『新聞之新聞』を発行する、新聞之新聞社の創業者である。式は寄付金や助成金をまったく受けず、独力で資金調達をしたという。文化柱の建立は1939年11月1日、同紙で初めて発表された。また、新聞、雑誌、書籍などの紙資料を中心とする数千点の封入物は、新聞紙上に募集広告を掲載して収集され、集まったものは『新聞之新聞』で逐一告知されたという。封入を控えた

図版は、事情により非表示にしています。

図1 松下館のタイム・カプセル構想を報じる記事（『毎日新聞』1968年11月1日）

1940年4月には、東京堂書店で「文化柱百年保存物展覧会」が開催され、わずか3日間で約1万人が来場した（坂口 2015：33-54）。

また、戦後復興期の1951年には、同じ長野県にて、信濃毎日新聞社が『信濃毎日新聞』の発刊2万5千号を記念し、「信毎ペンの庫」を製作している。開封は発刊5万号に達する2021年。坂口が着目しているとおりの、文化柱とこれとともに、「新聞社の文化事業としてのタイムカプセル」であった（坂口 2015：171）。

そして、1964年から65年にかけて開催されたニューヨーク万博では、ウェスティングハウス社が再び、「クロマルク」という特殊金属で製造した容器を用いて、タイム・カプセルを埋没させる。日本への影響を考察するうえで注目すべきは、封入品に『読売新聞』が選定されていることである。社主の正力松太郎に加えて、湯川秀樹、糸川英夫の3名が「カプセル封入品目選定の地域委員」に選ばれ、渡米して選定作業に関わったことが、『読売新聞』で繰り返し報道されている。

新聞は本来、日々読み捨てられるエフェメラル・メディアだが、新聞社によるタイム・カプセル事業は対照的に、アーカイヴへの欲望に突き動かされている。そしてそのプランニング・プロセスは、近代日本の範例的なメディア・イベントに他ならなかった。

3-3 ハプニングとしてのテレビジョン—電気通信館

1968年2月、いわゆる「TBS闘争」の渦中にいた今野勉と萩元晴彦は、日本電信電話公社を中心に企画された電気通信館の総合プロデューサー・浅野翼からの協力要請を受け、ふたりは快諾する。今野の回想によれば、その理由は簡単明瞭だった。

電電公社は、マイクロウェーブ網を持っている。そのマイクロウェーブを使って、半年間、会場の巨大スクリーンに生中継の映像を日本の複数地点から送り続ける、という基本理念に、賛同したのだ。それは、まさしく、テレビジョンだったからである。（今野 2009：387）

萩元は同じころ、秋山邦晴との対談のなかで次のように述べている。

これからやりたいのは、一五分とか三〇分の枠に規制

されない、もっと完結性のないものです。

[…]

例えばニュースを外でやったらどうか。新宿の西口広場みたいな所をスタジオとさえちゃう。TV・スタジオの中でキャスターが座ってネクタイ締めて、まあネクタイ締めるのはいいけどね、「皆さん今晚は」……あれをやめる、外で立ってやれと。そしてまずジョンソンを第一項目ときめたら、大きなアイトホールにジョンソンの絵を出して、これは夜のニュースですからね、アイトホール使えます、暗いから。宇宙中継！といきたいですね当然。同時通訳がいて日本語でやっちゃう。そしてこれは日本にとってどういう意味があるかということを、そこにいる人間、通行人までふくめて討論する。[…]

だから、これは何分、これは何分、ときめないで、かりに我々が持っている時間が一時間あるとしたら、この発想がだめなんだけどね。時間の枠をきめるのがね。とにかくジョンソン記者会見の反応を何分でも、もういいということまでやる。

[…]

「番組を良くしたい」って発想はすべて駄目。「テレビジョンをどうするか」ってことですよ。要は……。〈傍点は引用者による強調、萩元・村木・今野 1969→2008：109-111／初出は『展望』1968年2月号〉

この突飛なアイデアは、しかし、電気通信館の展示構想を予告したものといえる。なお、新宿コマ劇場前から生中継をおこなうことを新聞広告によって予告し、推定5千人の若者による狂騒を引き起こした『木島則夫ハプニングショー』（日本テレビ）の放送は同年5月。新宿でデモ隊と機動隊が衝突する騒乱事件が発生したのは、さらにその5ヶ月後のことである。こうして、テレビが出来事を映すのではなく、出来事をつくる時代が到来したといえる。松井茂が着目しているように、60年代は「マス・メディアのサーキュレーションによって、日常をメディア・イベント化し、オリンピックや万博をめぐって、社会自体を非日常的映像で馴化した環境をつくりだしていた」。そして「欧米での美術における「ハプニング」とは若干異なるニュアンスで、マス・メディアと日常性の接点を「ハプニング」という言葉が仲介してい」たのである（松井 2015：199-200）。

今野と萩元はいずれも、テレビジョンという概念自体

の自明性を疑い、それが解体しつつあると感じていた。ふたりは電電公社建築局のプロジェクト・チームと激しい折衝を重ね、展示空間の仕様がほとんど決まった。そして次に、どこから中継して何を映すのかという難問を検討する段階に移った。少し長くなるが、今野の回顧を引用しておきたい。

半年間、毎日の中継という動かせない展示条件を考えれば、おもしろい出来事を毎回中継することは不可能である。三ヵ所の地点にさまざまな人間がいて、大阪の三角広場と交信する、という構想は、すぐ浮かんだ。電気通信館のテーマが「人間とコミュニケーション」であることからして、その形が一番自然だと誰しも考えるであろう。

しかし、萩元や私、そして、谷川俊太郎さんや恩地日出夫さんのプランナー・チームは、その形をとらなかった。萩元と私は、その時、TBS闘争の最中にいて、テレビとは何か、という問いを発し続けていた。それが、電気通信館のコンセプトに反映しないわけはなかった。

萩元と私は、テレビ局では不可能なテレビ、言ってしまうえば、「TELE（遠くを）VISION（見る）」という本来のテレビジョンを、純粋な形で提示しようとした。[…]

キャッチフレーズは「それぞれの場に流れる日常的時間を共有する」だった。つまり、画面の中では特別なことは何も起こらない、ということだった。（今野 2009：404-405）

その企画書を読んだ浅野は難色を示したが、結局それを電電公社に提出し、総裁の採決が下りた。まずは中継地点の選定に取り掛かり、種子島、東京・霞が関ビル前の広場、京都・西陣織の家など「ごく当たり前の家の茶の間」に結論づけた。

種子島が「遠く」を現わし、あたり前の茶の間の「日常」を現わし、霞が関ビル前広場は、大阪会場との「対話」を現わしていた。当時のテレビでは想像しえなかった「双方向性」が、電電公社のマイクロウェーブ網を使えば可能だった。（今野 2009：414）

また、導入空間で上映する映像の企画、撮影、編集も、

今野と萩元が請け負うことになり、2ヶ月余りにわたる世界一周の海外取材が敢行された。ところが帰国後、総合プロデューサーの浅野翼が、「笑い」を中心に中継の演出を構成していくという方針転換を表明し、連日の生中継の指揮をとる在阪準キー局のディレクター・チームに主導権が移ったことで、ふたりとのあいだに亀裂が生じた。今野と萩元は1970年2月、企画委員を途中降板することになる。

結局、異端者たちが描いた青写真は、テレビの「王道」に反転する。中継の演出を担当した大阪準キー局4社のチーフ・ディレクターは、瀬木宏康（毎日放送）、澤田隆治（朝日放送）、水野匡雄（関西テレビ）、萩野慶人（読売テレビ）の4名。1970年2月26日の『朝日新聞』には、「“明日のテレビ”リハーサル中」という見出しのもと、電気通信館の三角広場がくわしく紹介されている（図2）。四元中継による同時性を強調し、会期中は毎日、1時間近いショーがぶっ通しで繰り返されるとされ、

ボタン・トワラーズの更新に始まり、ガードマンの踊り、立体コミック、かけ合いの太鼓の打鳴らしと見せ場は多い。出演者は元アナウンサーの司会者や関西の若手のお笑いタレント、東京のバレエ団の新人、バンドマン、アマチュアでは「ミス種子島」といった顔ぶれで、五十人を越える。スタッフも、総勢約六十人。

霞が関ビル前で演じる大道芸人に、大阪からケチをつけ京都や種子島も加勢するといったコミックや、会場からの笛一つで訓練される各地のガードマンなど、ショーには同時性を強く打出したさまざまな趣向が盛られている。特色は、観客もどとし登場することだ。ミス種子島に、居あわせた東京の独身のサラリーマンが紹介されて話合ったり、パビリオンにきていた観客が、霞が関の群衆の中から捜し出された同郷人と語り合ったり——。（朝日新聞1970.2.26：9）

さらに「ここでは“光と音の魔術”を誇示するのではなく、観客があすの情報化社会の姿をつくり出すのがねらい」という浅野翼の談話が続く。観客の参加をうながすための仕掛けがいくつも計画された。3月15日の『読売新聞』には電気通信館の紙面広告が掲載されており、その中で「通信館と東京会場（霞が関ビル）をテレビで結び巨大なスクリーンを通じて同窓会を開きます」として、「万国博同窓会参加募集」をおこなっている（読売

図版は、事情により非表示にしています。

図2 電気通信館のテレビジョン構想を報じる記事（『朝日新聞』1970年2月26日夕刊）

新聞1970.3.15：22）。

また、3月25日には四元中継を活用した「未来結婚式」が開催された。新郎新婦は東京にいて、京都にいる友人、種子島にいる親類を、三角広場のアイドホール・スクリーンを介して結ぶ。

霞が関ビルに在る二人の映像が正面スクリーンに、左右の二面に友人と親類がうつし出され、特設された祭壇の前で、大阪・石切神社の宮司さんがのりとを上げて、めでたく挙式。

新郎が誓いのことばを述べ、結婚指輪を交換すると、“式場”となった同館の観客がいっせいに拍手して二人を祝福した。ところがこの結婚式、かんじんの新郎新婦には式場の模様は見えず、声だけ。このへんが“未来”の結婚式たるゆえんというわけか——。（読売新聞1970.3.26：15）

大阪万博の各パビリオンでは、マルチスクリーンを活用した映像展示の数々に多くの観客が瞠目した反面、掘り下げた表現に向いていないという点で批判も浴びた。こうしたなかで観客の「参加」を謳った電気通信館の試みは異色だったといえよう。

大部分のものは、戦争↔平和とか繁栄↔荒廃とかいう対立性や国は変わっても若者は同じなどという同質性によって気軽に結びつけているようだ。このていどの媒介物なら私たちの常識の範囲でしかなく、観客の参加も浅いレベルでとどまってしまう。それならば、テレビの多元同時中継（電気通信館）の同一性を媒介としたいいくつかの画像のもたらすスリルの方が、はるかに体験的である。（読売新聞夕刊1970.6.18：7）

人間を取り巻く環境そのものを作品と見立てる「環境

芸術」は、アラン・カプローが50年代に創始した「ハプニング」を皮切りに、バックミンスター・フラーやマーシャル・マクルーハンの理論的影響などを背景として、モントリオール万博で大きく開花したといわれる。こうした趨勢は、芸術分野にエレクトロニクスという技術的手段が導入されたこと、とくに映画やテレビなどに関する装置が導入されたことが決定的に重要だった。ところが、現実の大阪万博は、モントリオール万博の方法論を踏襲しつつ、多くの若き芸術家たちによって世紀の「お祭り」として演出され、無数の大衆が動員されていったとされる。60年代なかば以降、こうして戦後日本の芸術が万博に向き合ったのとは異なる経緯で、電気通信館のテレビジョンは構想されたのだった。

4. おわりに

以上、松下館と電気通信館の対比を通じて、大阪万博におけるメディア・イベントの多層性をみてきた。2節で述べたように、日本のメディア・イベント研究は、マス・メディア事業史の研究活動に依るところが大きかったが、その分析対象は——1964年の東京オリンピックを臨界点として——60年代以前の事例が多くを占めている。

参考文献：

- 赤澤史朗・北河賢三編（1993）『文化とファシズム—戦時期日本における文化の光芒』日本経済評論社。
- 筑紫哲也（1980）「80年代米大統領への道—メディア・イベントの虚と実」『潮』254号。
- Dayan, D. and Katz, E. (1992) *Media Events: The Live Broadcasting of History*, Cambridge, Harvard University Press. = (1996) 浅見克彦訳『メディア・イベント—歴史をつくるメディア・セレモニー』青弓社。
- de Grazia, V. (1981) *The Culture of Consent: Mass Organization of Leisure in Fascist Italy*, Cambridge, Cambridge University Press. = (1989) 豊下梢彦・高橋進・後房雄・森川貞雄訳『柔らかなファシズム—イタリア・ファシズムと余暇の組織化』有斐閣選書。
- 萩元晴彦・村木良彦・今野勉（1969→2008）『お前はただの現在にすぎない—テレビになにが可能か』朝日文庫。
- 早川善治郎（1988）「テレビ報道の軌跡—イベント・メディアへの転身の経緯を中心に」 田野崎昭夫・広瀬英彦・林茂樹編『現代社会とコミュニケーションの理論』勁草書房。
- Hobsbawm, E. and Ranger, T. (eds) (1983) *The Invention of Tradition*, Cambridge, Cambridge University Press. = (1992) 前川啓治・梶原景昭ほか訳『創られた伝統』紀伊國屋書店。
- 飯田豊・立石祥子（2015）「複合メディア環境における「メディア・イベント」概念の射程—〈仮設文化〉の人類学に向けて」『立命館産業社会論集』51巻1号
- 関西民放クラブ「メディア・ウォッチング」編（2015）「民間放送のかがやいていたところ—ゼロからの歴史 51人の証言」大阪公立大学共同出版会。
- Katz, W and Lazarsfeld, P. (1955) *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, New York, The Free Press. = (1965) 竹内郁郎訳『パーソナル・インフルエンス』培風館。

そこで、筆者は2016～18年度にかけて、日本学術振興会科学研究費補助金（若手研究（B））「メディア・イベント概念の理論的再構築—歴史社会学および比較文化からのアプローチ」（研究代表者：飯田豊）の助成を受け、以下の研究目標を立てて調査を進めている。

第一に、歴史社会学からのアプローチとして、1960～70年代が日本におけるメディア・イベントの転換期に当たるといふ仮説のもと、東京オリンピックから大阪万博の準備過程を中心に、研究蓄積の再解釈をおこなう。第二に、比較文化学からのアプローチとして、国際化と情報化にともなうメディア・イベントの今日の変容を分析する。歴史社会研究を縦軸、比較文化研究を横軸に、メディア・イベントの社会的機能の豊穡さ、特に参加者の雑種性、複数性、流動性を捉え直すための具体的な道筋を示していきたい。

なお、本稿を執筆している現在（2017年1月）、2025年に再び大阪に万博を誘致する構想が進行している。1970年の大阪万博と対照したうえで、さまざまな観点にもとづく批判的検討が可能だが、オリンピックや万博などの国家的行事の展望については、「メディア」と「イベント」の機制の変容こそが、まずは根源的に問われなければならない。

- 河原啓子（2001）『芸術受容の近代的パラダイム—日本における見る欲望と価値観の形成』美術出版社。
- 今野勉（2009）『テレビの青春』NTT出版。
- 松井茂（2015）「流通するイメージとメディアの中の風景」『AMCジャーナル—芸術情報センター活動報告書』東京藝術大学芸術情報センター、1巻。
- McCarthy, A. (2001) *Ambient Television: Visual Culture and Public Space*, Durham, Duke University Press.
- Mosse, G. (1975) *The Nationalization of the Masses: Political Symbolism and Mass Movements in Germany, from the Napoleonic Wars Through the Third Reich*, New York, Howard Fertig. = (1996) 佐藤卓己・佐藤八寿子訳『大衆の国民化—ナチズムに至る政治シンボルと大衆文化』柏書房。
- 坂口英伸（2015）『モニュメントの20世紀—タイムカプセルが伝える〈記録〉と〈記憶〉』吉川弘文館。
- タイム・カプセルEXPO'70記録小委員会編（1975）『TIME CAPSULE EXPO'70記録書』松下電器産業。
- 津金澤聰廣編（1996）『近代日本のメディア・イベント』同文館。
- 津金澤聰廣・有山輝雄編（1998）『戦時期日本のメディア・イベント』世界思想社。
- 津金澤聰廣編（2002）『戦後日本のメディア・イベント—1945-1960年』世界思想社。
- 山中速人（2009）『娘と話すメディアってなに?』現代企画室。
- 吉田光邦（1985）『改訂版 万国博覧会—技術文明的に』NHKブックス。
- 吉田光邦編（1986）『万国博覧会の研究』思文閣出版。
- 吉見俊哉（1990）「大正期におけるメディア・イベントの形成と中産階級のユートピアとしての郊外」『東京大学新聞研究所紀要』41号
- 吉見俊哉（1992→2010）『博覧会の政治学—まなざしの近代』講談社学術文庫。
- 吉見俊哉（1993）「メディアのなかの祝祭—メディア・イベント研究のために」『情況』1993年7月号。
- 吉見俊哉（1996）「メディア・イベント概念の諸相」津金澤編、前掲書。
- 吉見俊哉（1999）「ナショナリズムとスポーツ」井上俊・亀山佳明編『スポーツ文化を学ぶ人のために』世界思想社。

付記：

本稿は、科研費（若手研究（B））「メディア・イベント概念の理論的再構築—歴史社会学および比較文化学からのアプローチ」（16K17248／研究代表者：飯田豊）、公益財団法人吉田秀雄記念事業財団「大阪万博の企業パビリオンにおけるテクノロジー表象に関する学際的研究」（研究代表者：飯田豊）、財団法人電気通信普及財団「パブリック・ビューイングの日独比較研究—複合メディア環境における「メディア・イベント」に関する理論構築に向けて」（研究代表者：立石祥子）の助成を受けた研究成果の一部である。