

Title	情報化社会論の新展開
Sub Title	A New Development in the Studies of Informationalization and Information Societies
Author	伊藤, 陽一 (Itō, Yōichi)
Publisher	慶應義塾大学法学研究会
Publication year	1983
Jtitle	法學研究 : 法律・政治・社会 (Journal of law, politics, and sociology). Vol.56, No.8 (1983. 8) ,p.29- 51
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	論説
Genre	Journal Article
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-19830828-0029">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-19830828-0029</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

# 情報化社会論の新展開

伊藤陽一

- 一、はじめに
- 二、情報化社会に関するマクロ研究
- 三、情報化社会に関するミクロ研究
- 四、むすび——今後の課題

## 一、はじめに

「情報化社会」あるいは「情報化社会論」という概念が日本で初めて誕生して以来、十七、八年たつが、この用語の明確な定義は確立されているとは言えないし、学問的研究の対象としての位置もはつきりしていない。その理由の第一は何といつてもこの概念の歴史の浅さにあるのだが、もう一つの理由は、この概念がきわめて一般的、包括的であり、さまざまな異なつた分野の研究者達にさまざまな形のインスピレーションを与えてきたということにある。

たとえば、ある社会学者は、「情報化社会論」とは従来の産業社会論の一種に他ならないと考え、産業社会論で使われて

きた概念や分析手法を使って情報化社会論を展開した。<sup>(2)</sup>また経済学者たちは、情報関連産業の売り上げ規模および情報関連産業に就労する労働者数のそれぞれ全体に対する比率の増大をもつて「情報化」と考えた。<sup>(3)</sup>他方、工学、技術系の人々の多くは「情報化」を「コンピュータリゼーション」や、電気通信メディアの飛躍的發展・拡大としてとらえ、情報化社会をこれらの技術が開花し、普及・定着する社会であると考えた。<sup>(4)</sup>

筆者が専門としているコミュニケーション学 (communication science) もまた情報化社会論とは深くかかわっている。なぜなら、コミュニケーションとは情報が移動し、意味が共有される現象に他ならず、コミュニケーション学とは要するに(イ)情報の移動、(ロ)意味の共有、の二つの部分から成り立つと考えられるからである。そして、情報化社会論と深くかわる部分とは主としてこの「情報の移動」に関する部分なのである。

情報化社会の定義としてはすでに多種多様なものが出されているが、ここで改めて次の定義を提案しておきたい。情報化社会とは流通量においても蓄積量においても大量の情報が存在し、情報の処理と分配が迅速かつ効率的に行われ、社会のすべての成員にとつて情報へのアクセスが容易に、安価に行われうるような社会である。この定義の中に出てくる情報の流通と蓄積、情報の処理と分配、情報へのアクセスに関する社会科学的研究はすべてコミュニケーション学の領域に含まれる。しかし、情報化社会論をこのような観点からとらえ、過去の知見を体系的に整理してみようとする試みはこれまでほとんどなされたことがない。<sup>(5)</sup>そこで本稿では情報の流通と蓄積、処理と分配、情報へのアクセスに関する理論的・実証的研究を(イ)マクロ研究、(ロ)ミクロ研究の二つに分けて報告してみたい。なお、情報化社会論、およびそこから派生して出てきた一群の理論的・実証的研究——筆者が「情報化社会論アプローチ」と呼んできたもの<sup>(6)</sup>——は元来日本で生まれたものであり、日本の社会科学が世界に誇ることができる数少ない業績の一つであるというのが筆者のかねてよりの持論であるので、本稿は日本人による業績を中心にまとめている。この分野での外国人研究者の貢献もないわけではないが、本稿においてはまず

日本人の手だけでどこまで築くことができただかを明らかにすることを第一とし、外国人研究者の業績を追加することはこの次の作業としたい。

## 二、情報化社会に関するマクロ研究

社会科学的研究は一般に経験科学と政策科学に大別されるが、経験科学はさらにマクロ研究とミクロ研究に分けることができる。マクロ研究とは社会現象を全体として把握することから出発するもので、その典型的な例は各種の集合データ (aggregate data) を使つての分析である。他方、ミクロ研究については次節において詳述するが、社会現象を構成している行動単位 (個人、企業、国家など) の行動に焦点をあてて社会現象を記述・分析するもので、観察、実験、質問紙調査などの方法を使つた研究がほとんどである。

情報化社会、あるいは社会の情報化、を全体としてマクロ的にとらえる方法にはまず大きく分けて二つある。第一はそれを質的、観念的、歴史的、文明的にとらえようとする立場であり、第二は量的、統計学的にとらえようとする立場である。前者には梅棹忠夫<sup>(8)</sup>、林雄二郎<sup>(9)</sup>、香山健一<sup>(10)</sup>、D・ベル<sup>(11)</sup>、H・カーン<sup>(12)</sup>、A・トフライ<sup>(13)</sup>等が知られており、情報化社会論の初期の段階において、研究者や政策立案者達に多くの示唆と洞察を与えると同時に、広範な人々に対して啓蒙的役割を果たした。しかし、こうした質的、文明的的研究は、いかにそれが深い示唆と洞察に富んだものであるとしても、基本的には個人の直観に頼つている部分が多く、再現可能な手続きを踏んだ上での証明を重視する経験科学の観点からは不十分なものであった。厳密な経験科学的方法に則した情報化社会論のためには、仮説の設定、地道なデータ集め、それらのデータを使つての証明という手順が不可欠なのである。

情報化社会を数量的に把握する方法としては現在三つが知られている。第一は主としてアメリカで発達した方法であり、

F・マツハルブ<sup>(14)</sup>に始まり、M・ポラト<sup>(15)</sup>らに受け継がれ発展してきたマクロ経済学的アプローチである。この方法によれば、情報産業全体の規模が、その売り上げ高の対GNP比率、情報関連労働者数が労働者全体の中で占める比率、などによつてとらえられ、これらの比率の増大、すなわち情報関連産業の比較的増大、が「情報化」の進展を意味するものとされている。

第二は各種メディアの普及率、各種情報生産物の生産量、流通量等を直接、しかしバラバラに測ることであり、ある意味では最も素朴でプリミティブな方法である。電子計算機の設置台数や人口千人当たりの台数をもつて社会の情報化の程度を目安とするといったことがその典型的な例だが、言うまでもなく社会の情報化とは電子計算機の普及そのものではなく、より総合的な現象である。そこで、バラバラに測られたいくつかの集合データを組み合わせ、統合することによつて、複雑な社会現象をより多面的・総合的にとらえようとする試みがなされることになる。たとえば電気通信総合研究所の研究者達は、パーソナル・コミュニケーションの程度を知るためのデータとして(1)電話の一人当たり年間通話度数と(2)人口密度、マス・コミュニケーションの程度を知るためのデータとして(3)一人当たり新発行部数と一〇〇〇人当たり書籍発行点数を使い、これら四つを組み合わせ、社会に流通する情報の量の時系列比較、国際比較のための指標を作つた。彼らはこの方法によつて一九五三年から六六年までの、日本、アメリカ、イギリス、西ドイツ、フランスにおける情報流通量を計算し、その時系列比較、国際比較を行つた。<sup>(16)</sup>

同じ研究グループは、一九六三年に梅棹忠夫によつて示唆された「家計の中における外胚葉的要素の占める割合」<sup>(17)</sup>を、「情報係数」として操作化(Operationalize)した。彼らは総理府の『家計調査年報』から情報に関連した支出すべてを拾い出して、それらの合計が個人消費支出全体に占める割合を計算し、それを「情報係数」と名付けた。一九六八年現在において、日本人の「情報係数」は平均二四・五(ちなみに、この時点でのエンゲル係数は三七・六)<sup>(18)</sup>であつた。「情報係数」の増大は「情報化」の進展を意味するものと彼らは考えた。

「情報化」をもつと直接的に測つたものとして「情報化係数」がある。これも前の二つと同じく電総研グループによって開発されたものだが、彼らは(1)一人当たり電話通話数、(2)一〇〇人当たり新聞発行部数、(3)一〇〇〇人当たり書籍発行点数、(4)人口密度、(以上「情報の量に関する変数」)、(5)一〇〇〇人当たり電話機台数、(6)一〇〇〇世帯当たりラジオ台数、(7)一〇〇世帯当たりテレビ台数、(以上「メディア・インフラストラクチュア変数」)、(8)就業人口に占める第三次産業の比率、(9)高等教育機関在学者の該当年令人口に占める比率、(以上「コミュニケーションの水準変数」)、(10)情報係数、(11)一人当たり国民所得、の合計一一の変数を組合わせて「情報化指数」を作つた。彼らは前述の六つの先進工業諸国について、一九五三年から六六年までの「情報化指数」を計算し、その時系列比較、国際比較を行つた。<sup>(19)</sup>

第三は社会に流通する情報の量を語数を単位として測定する方法である。これは日本で開発された方法であり、一般に「情報流通センサス」と呼ばれている。流通する情報量のうち音声情報と文字情報は通常そのまま語数で測ることができ、映像情報を直接語数で測ることは不可能である。そこで映像情報を文字情報に換算する方法が開発されたが、この方法には疑問が多いとして換算を行わずに情報流通量を測定しているグループもある。<sup>(20)</sup> 一般に換算を行う場合を「郵政省方式」、行わない場合を「電総研方式」と呼んでいる。この方法によれば、社会に供給される情報量(語数)と、「消費」(実質的には「接触」のこと)される情報量とを別々に計算することができる。そして情報流通センサスにおいては「情報消費率」(消費情報量/総消費情報量)の低下をもつて「情報化」の進展と定義されている。

これら三つの方法はそれぞれ強味と弱味をもつている。まずマクロ経済学的アプローチの第一の強味は、マクロ経済学という他の二つに比べればより長い歴史と、確立し、安定した学問体系を背後にもつていることである。強味の第二は、さまざまな種類の統計の中でも経済統計は最もよく整備されているということである。これら二つの条件のため、このアプローチによる分析は、他の二つの方法に比べて方法論的により洗練されているのみならず、使われているデータもより

豊富で信頼性が高いとすることができる。しかしこのアプローチの弱味、少なくともコミュニケーション研究者にとつての弱味は、コミュニケーションに関する現象が金銭や労働力の量といったコミュニケーション研究者にはあまりなじみのない単位や指標によつて測られているということである。このアプローチには、コミュニケーション現象を経済現象を経由して間接的に知るといつたもどかしさが感じられる。またこうした経済統計の中には、コミュニケーションとは無関係な純経済的要因もだぶまざれ込んでいるのではなからうかという疑問もある。

その点、第二のアプローチにはそのような心配はない。種々雑多な関連活動までも含まれていると思われる「売り上げ高」のような経済統計に比べれば、メディアや他の情報機器に関する統計は比較的純粋な「コミュニケーション・データ」である。しかし、異なつた種類のメディアや情報機器に関するデータの単位はまつたく異質で、データの統合、融合は不可能である場合が少なくない。たとえいくつかの異種のデータを組み合わせて社会指標を作つたとしても、そのデータの組み合わせのしかたは恣意的なものではなからうかという疑問は絶えずついて回ることになる。こうしたことから、情報の生産・流通の全体規模や、情報の流れの方向全体を鳥瞰的にとらえてみようとする場合には、この方法は他の二つの方法より劣るといわねばならない。しかし、経済統計の場合も流通センサスの場合も、異種データの統合の過程でさまざまな誤差の混入を許しているので、単位の統一が必要でない場合にはこの第二のアプローチも依然として有力な方法であるといえる。たとえば筆者とJ・コチーバは過去数年来、さまざまな種類の情報生産物の国際間の流れの量と方向の決定因を探る研究を続けているが、こうした研究においては単位の統一は不要なので、この第二の方法によつて研究が進められている。<sup>(21)</sup>

第三の情報流通センサスは、語数というコミュニケーション研究者にとつてはなじみの深い、しかも情報量そのものを表わす単位を使いながら、情報の生産・流通の総量を統一された単位で総体として把握できるという強味をもつている。しかしこの計量法は方法的に多くの疑問を残している。この流通センサスの手法は、現在指摘されているいくつかの方法論上

の欠陥が取り除かれるならば、コミュニケーション学にとつてきわめて重要な資産となりうると思われるので、これら長短両面について、他の二つの方法の場合よりも徹底した吟味をおきたい。

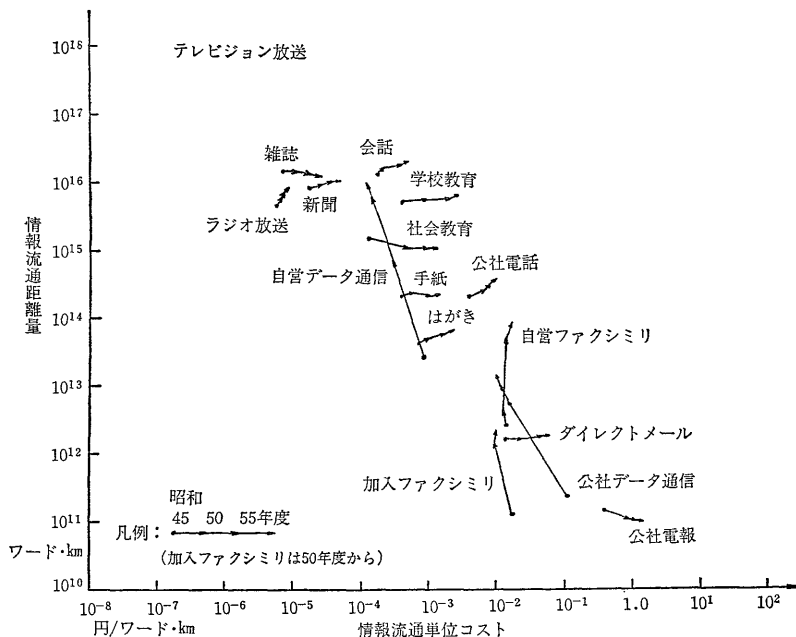
情報流通センサスの最も古いプロトタイプは、社団法人経済企画協会が一九六九年三月に発表した『情報化社会の形成——昭和五〇年の日本——』<sup>(22)</sup>と題する研究報告書の中に見出すことができる。この研究では一〇種類のメディアについてまず個々別々にそれぞれの「情報発生量」と「情報処理量」が「字数」という統一された単位で測られ、次に各メディア別の量が合計され、総発生量、総処理量が年を追って急増してゆく様子がグラフで表わされている。この研究においてすでに画像情報から文字情報への換算、およびカラー情報から白黒情報への換算が試みられている。

その後郵政省がこの研究に注目し、郵政省の研究プロジェクトとして再出発することとなった。そして、『情報は爆発しているか』<sup>(23)</sup>（一九七二）、『情報流通の実態を探る』<sup>(24)</sup>（一九七三）を経て、計量対象メディア数の拡大と計量手法の洗練化がなされ、一九七五年の『情報流通の計量手法』<sup>(25)</sup>をもつて手法の一応の完成がみられた。この間に計量対象メディア数は三四にふえた。情報流通センサスの計量結果は一九六八年以来『通信白書』に毎年公表されている。また一九七八年には電気通信総合研究所がこの計量手法に改良を加えて類似の調査研究を発表した。<sup>(26)</sup>さらにこの「電総研方式」はアメリカに輸出され、I・プールMIT教授を中心とする研究グループによつてアメリカにおける情報流通量が測定され、日本との比較が行われた。<sup>(27)</sup>毎年結果が『通信白書』に公表されるといふその公共性、計量手法そのものが外国に輸出されるという日本の学界ではきわめてまれな現象からも、この流通センサスの考え方、手法は日本のコミュニケーション学界にとつて貴重な財産になっているといつて差しつかえないであらう。

情報流通センサスのもつ画期的特長の一つは、この手法によれば情報一単位が一単位距離分移動するのに要するコスト（流通コスト／流通距離×流通距離）を計算することができるということである。こういう数値を他の方法によつて導き出すこ



図-1 情報流通距離量と情報流通単位コスト (主要メディア)



(出典：郵政省、『昭和57年度通信に関する現状報告(通信白書)』)

とはまず不可能である。この計算が可能だからこそ、毎年の『通信白書』に必ず掲載されているあのなじみの図(図-1)が画けるのである。図-1は年度毎に見てゆけば一つ一つ典型的な需要曲線の形をなしており、メディア利用者(ただし情報受容者ではなく情報伝達者)のメディア利用行動を説明するものである。<sup>(28)</sup>すなわち、情報一単位が一単位距離分移動するのに要するコストが高いメディアに対しては社会的需要が少なく、コストが低くなるにつれて利用のための需要は増大している。しかもこの図では、情報の移動コストの時系列的変化も表わされているから、移動コストが変化するとそのメディアの利用にどのような影響が出るかもわかるようになる。『通信白書』に毎年載るこの図を毎年注意深く観察するとわかるのだが、情報の移動コストとそのメディアに対する需要とは大体において経済原則にかなった動き

を示してきた。すなわち、情報一単位を一単位距離分移動させるために要する費用が増加しつつあるメディア（たとえばラジオ、電報、映画）に対する需要は減り続け、この費用が減少しつつあるメディア（たとえばテレビ、ファクシミリ、データ通信）に対する需要は増大し続けてきたのである。かくしてこの図によつて、技術進歩によるメディアの交替、メディア間の代替性等もうまく説明することができる。この事実、情報流通センサスの計量手法には細かい点でいくつか欠陥があるにしても、大筋において、あるいは結果において、基本的な間違つてはいないのだからと信ずる根拠となりうるのである。

情報流通センサスの最も深刻な欠陥は、異種メディア間の情報量の換算比価の根拠が薄弱なことにある。このため電総研の一九七八年の研究、およびその方法をそのまま踏襲したMITグループの研究では、異種メディア間での情報量の換算をあきらめ、書かれた、あるいは話された語数だけによつて情報量を測定している。しかし、このようにすると、画像がもたらす情報を無視することになり、スポーツ中継の場合などにおいては、ラジオの方がテレビよりも多くの情報を伝えているというような不都合が生じうる。

画像一枚、動画一分は文字で表わせば何語分の情報量に相当するの、カラー写真は白黒写真の何倍の情報量を含んでいるのかといった問題は、それ自体挑戦に価する興味深い謎である。この難問に正面から取り組んだ研究は非常に少ないのだが、そうしたまれな研究の一つに実験心理学の手法を使った常木暎生(29)の研究がある。常木は一〇六人の被験者に対してニュース、音楽、天気予報、英会話レッスンなど一八種類の情報内容を(1)音、(2)文字、(3)文字+音、(4)動画+音の四種類の提示モードで与え、それぞれの組み合わせが被験者達に与える認知的・情緒的效果を測定した。二四種類に分けて測定された効果を因子分析すると、情緒的效果と意味内容伝達の効果の二つの因子にまとめることができた。そこで常木は情報が人々に与える効果を、 $\sqrt{\text{情緒的效果の平均因子値}^2 + \text{意味内容伝達の平均因子値}^2}$ として、一八種類の提示情報について四つの提示モード別に値を計算し、一八種類の平均値をとることによつて四つの提示モードの換算比価を割り出した。

現在郵政省の主導のもとで「情報流通センサス・通信力検討委員会」という名の研究会が定期的に開かれており、筆者もその末席を汚しているが、ここでは流通センサス最大の弱点といわれる換算比価の再検討が最重要課題として取り上げられており、従来の方式に加えてこの「常木方式」も真剣な議論の対象となつてゐる。

情報流通センサス全体に対する評価としては、次のような後藤和彦の指摘が最も順当なものと思われる。

「情報の流通の量を算出しようという試みは、まことに画期的なもので、単なる議論に終わりがちな情報化の実態を計量的に示しようという点で当初から高く評価されたものである。この計量においては、多くの前提を置いて換算集計を行つており、前提そのものについての再検討、また換算の方式の改良も今後の仕事として残つてゐる」<sup>(30)</sup>

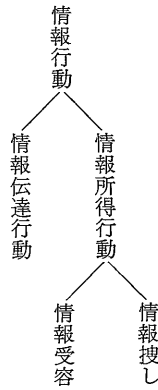
以上、社会の情報化およびそれに伴つて生起する研究諸課題をマクロ的に、しかも数量的・統計的にとらえる三つの手法を紹介したが、言うまでもなくこれら三つは相互排除的なものではなく、互いに他の方法によつて導かれた知見を確認し合ひ、相互補完的に研究が発展してゆくことが期待される。

### 三、情報化社会に関するミクロ研究

すでに述べたように、マクロ研究においては社会の情報化、あるいは情報化社会、を全体としてとらえ、そのメカニズムを解明しようとするのに対して、ミクロ研究においては社会の情報化現象を構成している行動単位、特に個人、に焦点をあてる。情報の大量の生産と流通、じん速かつ効率的な分配と処理、あらゆる種類の情報への容易なアクセスも、たとえ技術的にそれらが可能となつたとしても、個人、企業、政府といった社会の行動諸単位がそれを望まなかつたら経済的に成り立たないであろう。すなわち、社会の情報化も社会の成員がそれを望まないのであれば決して実現しないはずなのである。こうしたことから、個人の「情報欲求」<sup>インフォメーション・デマンド</sup>の研究は情報化社会に関するミクロ研究の中心的テーマとなる。このほか情報化社会

に關するマクロ研究において重要な研究テーマとなつてゐるさまざまな種類の情報の生産量および流通の量と方向のメカニズムの解明には、個人等社会の行動単位の「情報行動」の解明が不可欠な場合もある。このことから、個人や企業の「情報行動」も情報化社会論の中の重要な研究課題となつてゐる。しかし、實際問題として、情報欲求チイズおよび情報行動の研究は一緒に組み合わせつてなされることが多い。

この研究にも理論的、観念的研究と実証的研究とがある。前者には北村日出夫<sup>(31)</sup>、加藤秀俊<sup>(32)</sup>、中野収<sup>(33)</sup>の研究があり、後者には前島光子<sup>(34)</sup>、藤原功達<sup>(35)</sup>、井関利明と青池慎一<sup>(36)</sup>、情報社会学研究所<sup>(37)</sup>、電気通信総合研究所<sup>(38)</sup>等の研究がある。北村日出夫は人間の情報行動を次のように分類した。<sup>(39)</sup>



ここでは結局人間の情報行動は(1)情報伝達行動、(2)情報捜し、(3)情報受容の三種類に分類されている。この分類にヒントを得て筆者はかつて、情報の流れの量と方向に關する研究およびそれらが社会と個人に及ぼす影響についての研究も、(送り手の欲求や需要に基づく)情報伝達の流れの場合と、(受け手の欲求や需要に基づく)情報供給の流れの場合とに區別して考えるべきであることを提唱した。<sup>(40)</sup>

加藤秀俊と中野収は共に情報を我々の環境を構成する重要な要素として位置づけ、人間の情報行動を人間の環境に対する働きかけ、環境から意味や楽しみを引き出すための行動と規定している。特に中野にとつて重要なことは、環境としての情報と、行動単位としての人間との間の直接のかかり合いである。彼は情報と人間ではなく、人間と人間との相互作用ばかり

りを問題にしてきた従来のコミュニケーション論を厳しく批判している。中野によれば、従来のコミュニケーション論のモデルは、人間と情報とのかかわり合い全体の中ではほんの小さな部分しか占めない特殊な例にすぎない。人間は「その時の欲求に応じて端末（媒体）を選択し、情報を選択し、その情報に意味を付与する。まれに、知識の増加と態度の変容をもたらすことがある。しかし、多くの場合、情報は消費され、その過程で心理的・生理的快感をもたらす」<sup>(41)</sup>（傍点引用者）ものである。情報はこのように人々に心理的・生理的快感をもたらすからこそ、人々の欲求の対象となり、集合的にそれが情報に対する社会的需要となるのである。ではどういう人が、どういう情報に対して、どの程度の強さの欲求を感じるのだろうか。こうした間に答えるためには実地調査が必要である。

前島光子は一九七三年に行つた質問紙調査（有効サンプル数九三五）において、人々の情報欲求を「情報伝達欲求」と「情報収集欲求」に分け、それぞれの欲求がどの程度満たされているか（あるいはいないか）、さらにその満足、不満足の間は、年齢、学歴、職業等の個人的属性によつてどのように違うかを調べた。この結果明らかになつた主な知見は次のようなことであつた。(1)人の情報収集欲求とその人に期待された社会的役割との間には深い関係がある。(2)人の情報伝達欲求は、その情報内容が自分自身のこと、家族のこと、地域社会のこと、国レベルのこととレベルが上がるに従つて満たされにくくなる。(3)情報の収集・蓄積に熱心な人は自分が収集・蓄積した情報を他人に伝えたいという欲求を強くもつようになる。<sup>(42)</sup>

藤原功達は一九七八年、全国を対象とした大規模な質問紙調査「日本人の情報行動調査」（有効サンプル数二七八六）を実施した。この調査の目的は、「人びとがどんな情報に接触するか、それらがいかなる欲求に基づき、どのような状況のもとで、どのメディアを介して行われるか、また、それらの情報に自己の情報行動にどのような意味を付与し、どう利用し、どんな充足を獲得するか」ということであつた。<sup>(43)</sup>この目的の後半部分は従来の「メディア接触行動の研究」や「利用と満足研究」を思い起こさせるが、藤原も中野と同様、メディアの視聴や利用は人間の情報行動

全体の中ではほんの一部分を占めるにすぎないと述べ、他人との会話等も調査項目の中に含めている。さらにこの調査の目的として、「日本人の情報行動を、行動類型としての要件をそこなうことなく、われわれがその全体を視野におさめることができ、各類型の相互関係を明確にとらえることができる」とができ、しかも実際に利用できるような比較的少数の類型にまとめること<sup>(45)</sup>もあげている。

他人との会話も含む七〇のカテゴリーに対する回答を林の数量化Ⅲ類によつて分析した結果、三つの軸が析出された。第一は「社会情報―私生活情報」を分ける軸であり、「社会情報派」の人々は、新聞では政治・経済欄をよく読み、テレビではニュース解説をよく見、他人との会話では政治や選挙の話をよくする。これに対して「私生活情報派」の人々は女性週刊誌をよく読み、テレビでは、ドラマ、ワイドショー、歌謡番組をよく見、他人との会話では友人、知人、芸能人のうわさ話、見たテレビ番組の話、食べる物や着る物の話、思い出話などをよくする。第二は「実用情報―遊び情報」を分ける軸であり、「実用情報派」の人々はテレビでは教育、教養、生活、実用番組をよく見、新聞では家庭、婦人欄をよく読み、他人とは健康や体力、子供、家族、地域社会のこと、それに趣味、けいこごとの話をよくする。これに対して「あそび情報派」の人々はテレビ、新聞、週刊誌のどれにおいてももつぱらスポーツ、娯楽、芸能界の話題を求め、他人との会話でも以上の三つに加えて遊びやギャンブルの話が中心である。第三は「情報摂取型―情報交流型」を分ける軸であり、これはもつぱら日常生活において他人との会話をよくしているかどうかによつて分けられている。

次にこれらのパターンと個人の属性との関係をみてみると、「社会情報派」の人々は三十歳以上の男性、教育水準から言つても職業から言つてもいわゆるインテリ・エリート層に属し、社会全体との連帯を強く意識している人々に多い。他方「私生活情報派」は三〇歳以下の女性、教育水準は低く、また学生、生徒の身分の人、社会との連帯意識が弱い人に多い。「実用情報派」は三〇歳以上の女性、主婦に圧倒的に多い。これに対して「遊び情報派」は一〇代の男女、二〇、三〇代の

男性、生徒、学生、労働者、学歴は低く社会との連帯意識は弱い人に多い。「情報摂取型」は若く、社会との連帯意識の弱い人に多いが、「情報交流型」は男女共四〇歳以上の中高年層、社会との連帯意識は強いが教育水準はあまり高くなく、農林漁業関係者、中小企業経営者等が多い。

すでに前述の前島の研究でも示唆されていたが、人々が接触し、収集しようとする情報内容と、他人に伝える、あるいは他人との会話で話題とする情報内容は基本的に同じものであること、人間の情報行動とその人に対する社会的役割期待との間には強い関係があるらしいことがこの藤原の研究によつても確認されている。

藤原はさらに人々の情報行動を分けた三つの軸によつてできる八つの空間を次のように名付けた。(1)テレビ娯楽型、(2)娯楽・レジャー型、(3)井戸端会議型、(4)女性情報型、(5)政治・経済情報型、(6)スポーツ情報型、(7)絵解き情報型、(8)趣味・教養情報型。そしてこれらを「情報行動タイプ」と呼んだ。次に彼は「情報行動にかかわる態度・意識」について一三の質問をし、それらに対する回答を数量化第Ⅲ類を使つて分析して再び三つの軸を析出し、それらによつてできる八つの空間を次のように名付けた。(1)実用志向・社会型、(2)好奇心低下型、(3)生活情報志向型、(4)テレビ傾斜・団らん型、(5)活字傾斜・趣味型、(6)パーソナル・メディア傾斜・享楽型、(7)人づきあい重視型、(8)私生活優先型。この分類は「態度・意識タイプ」と呼ばれている。藤原はさらに「情報に対する行動と意識」についての一〇の質問に対する回答から同じく第Ⅲ類を使つて三つの軸を析出し、それらによつてできる八つの空間を次のように名付けた。(1)情報関心衰退タイプ、(2)独身貴族タイプ、(3)良妻賢母タイプ、(4)私生活優先タイプ、(5)ビジネスマン・タイプ、(6)趣味・教養志向インテリ・タイプ、(7)地域社会定着タイプ、(8)サークル活動家タイプ。この分類は「行動・意識タイプ」と呼ばれている。そして藤原は八つの「情報行動タイプ」をそれぞれ八つづつの「態度・意識タイプ」と「行動・意識タイプ」によつて説明しようとして<sup>(46)</sup>いる。

被説明変数である「情報行動タイプ」はこのままでよいとしても、説明変数についてはより具象的な変数、あるいは少な

くとも理論的裏付けをもつた変数を用いるべきではなからうかと思われる。抽象的変数を抽象的変数で説明することには、抽象的概念を別の抽象的概念で説明するのと同様な危険性があることに注意すべきであろう。

藤原は二年後の一九八〇年に再び同様の調査を福井県において実施し（有効サンプル数二二二）、七八年の調査の場合とまったく同じ手順を踏んで人々の八つの「情報行動パターン」を明らかにしている。ただし、質問の内容を相当大幅に変えているために、八〇年の分類結果は七八年のそれとはかなり異なっている。説明変数として前回においては「態度・意識タイプ」と「行動・意識タイプ」が使われたが、今度は「生活行動パターン」、「生活意識パターン」、「情報観・メディア観パターン」の三つが使われている。<sup>(47)</sup>ただし、七八年の研究においては日本人の情報行動を説明するという目的がはつきりしていたのに対し、八〇年の研究では、「情報行動パターン」を他の三つのパターンと共に視聴者の類型化のための要因として使うことに重点が移っており、筆者にとつては七八年の研究の方が興味深かった。いづれにしても、藤原によるこれら一連の研究は大規模かつ徹底したものであり、情報行動に関する本格的実証研究として注目されるべきであろう。

井関利明と青池慎一の研究も情報行動パターンを人間の態度・行動・意識にかかわる別のパターンによつて説明しようとしている点で藤原のアプローチと似ている。井関と青池は「情報需要パターン（必要とする情報タイプ、メディア選択・評価等）の差異は、人口学的要因によつては十分説明されず、態度・行動複合体であるライフスタイル・パターンによつてのみ有効に説明される<sup>(48)</sup>」としている。そして(1)情報収集積極型、(2)帰属集団活用型、(3)マスコミ情報拒否型、(4)くちコミ依存型、(5)テレビ依存型の五つの「情報受容パターン」を、それぞれ五つの「ライフスタイル・タイプ」<sup>(49)</sup>（(1)積極革新型、(2)生活拡充型、(3)個性派マイペース型、(4)平穏安定型、(6)消極無気力型）によつて説明している。ここで説明変数として使われた「ライフスタイル・タイプ」について井関は他の著作で理論的考察をしており、またこの変数は彼の他の実証的研究においても使われている<sup>(51)</sup>。その点でこの変数は藤原の「態度・意識タイプ」、「行動・意識タイプ」より基盤が強固であると言えよう。ただし、被



説明変数については、藤原の「情報行動タイプ」の方が、井関・青池の「情報受容パターン」よりもより厳密で徹底した手順を踏んで析出されていると言えよう。

情報社会学研究所では一九八〇年と八一年の二回、それぞれ山形市(有効サンプル数八四七)、熊本市(有効サンプル数七〇七)において情報行動に関する質問紙調査を実施した。この調査を実施した一人である広瀬英彦は、この調査研究がもつていた二つの「背景の動機」について別の所で書いているが、そのうちの一つは「情報行動論」の本質を突いている問題なので、少々長いが引用しておく。

「今日、多くのマスコミ調査は、人々のコミュニケーション行動の特定の側面だけを切りとつて、それに詳細な分析を加えるという形をとる。たとえば、新聞読者調査では人々を新聞読者としてのみとらえ、他の側面はすべて捨象してしまう。もちろん、それらは十分な意義をもつ分析である。

ところが現実の人々は、日常生活のなかで、ただ新聞読者としてのみ存在するわけではない。ほかにテレビも見れば、手紙も読む。家族や友人と話すれば、集会に出席したりもする。人々は実は、こうしたまことに多様な『情報行動』の主体なのである。したがって、このような人々の日常の情報行動の全体像を、丸ごととらえてみるのが自然でもあり、かつ必要なのではないか、というのがわれわれの考えであった。<sup>52)</sup>」

ここまで明確に述べるかどうかは別にしても、これまでに言及した他の「情報行動」研究者達も、基本的にはこれと同じ問題意識をもつていたものと思われる。かくして情報社会学研究所の研究者達は人間のすべての形態の情報行動を列挙した結果、三七種類の情報行動を確認した。次にそれらすべての情報行動形態を普段どの程度実行しているかを、回答者に五段階の自己評価で答えてもらった。その結果は、すでに引用した前島や藤原が見出した結果とほとんど同じなので詳しく述べることとは避けるが、全国紙は男性、高学歴、経営管理・専門的職業、学生、地方紙は農林水産業関係者や自営業者、電話を含むパーソナル・コミュニケーションは女性、特に主婦、といった具合である。ここでも社会的役割期待や効用が人々の

情報行動に強い影響を与えていることが明らかにされている。

次に彼らはこれら三七種類の情報行動を次の四種類にまとめた。(1)マス・コミュニケーション、(2)中間コミュニケーション、(3)パーソナル・コミュニケーション、(4)集会コミュニケーション。そしてこれら四つの種類別に回答者の利用程度についての自己評定の点数を集計し、平均値を計算したところ、次のような順となつた。(1)パーソナル、(2)マス、(3)中間、(4)集会。この順位は山形市においても、熊本市においても同じであつた。すなわち、人々は日常生活において、この順によく利用しているというのである。彼らはこれら四種類の平均値をそれぞれ、パーソナル、マス、中間、集会コミュニケーション指数と名付け、さらに、三七種類の情報行動すべてに対する回答者全員の自己評価の平均値を「総合情報行動指数」と名付けた。そして、「このような情報行動指数を各地域について算出することにより、それぞれの地域の情報化のレベルを端的にとらえることができるであろう」と述べている。生田正輝の「トータル・コミュニケーションの理論」仮説によれば、<sup>(53)</sup>近代のメディアと前近代的メディアとは補完的關係にあると考えられるので、総合情報行動指数によつてはもちろん、マス・コミュニケーション指数によつてすら、その地域の情報化の程度をただちに知ることができるとは思えないが、情報化社会に特に特徴的ないくつかのメディアを選んでこうした指数を計算するならば、それはその地域の情報化の程度を表わす目安となるかもしれない。

以上紹介してきた情報行動に関する研究はすべて独自の質問紙調査に基づくものだが、電気通信総合研究所が一九八一年に発表した研究では、既存の調査データ(主として生活時間調査)の二次的分析による情報行動の研究がなされている。この研究において人々の情報行動はまず大きく(1)メディア接触型情報行動と、(2)(メディアを介さない)直接情報行動に分けられ、さらにそれらが行われる場所が(1)家庭か、(2)職場か、(3)家庭・職場以外かによつて合計六種類に分けられている。同じ「電話で話す」という情報行動でも(1)家庭で話す、(2)職場で話す、(3)家庭・職場以外(つまり公衆電話を使つて)話す、の

三種類に分けられている。かくして三九種類の情報行動が識別され、次にそれら三九種類の情報行動に日本人一人が一日平均何分を費しているかが前述のような既存のデータを使って推計されている。さきほどの電話の例についていうならば、家庭で話す時間は一人一日平均一〇・一分(標準偏差四・六分)、職場では一九・四分(六・七分)、家庭・職場以外(公衆電話)では一・五分(二・二分)といった具合に細かく計算されている。さらに彼らは、日本人の三九種類の情報行動時間が、一〇年後、二〇年後にはどのようになるかを、いくつかの統計学的手法を使って予測している。<sup>65)</sup>

以上日本で生まれた情報化社会論の中からさらに派生して生まれた情報行動論に関するいくつかの主要な研究について論じたが、最後にこの日本の情報行動論は欧米の類似の研究——恐らく最も近いのは「利用と満足研究」——とどう違うのかについて論じておく必要がある。第一の明白な相違点は、欧米の研究においては、「利用と満足研究」の場合であればメディアと人間とのかかわり合いのみ、パーソナル・コミュニケーションの研究の場合であれば人間と人間のかかわり合いのみ、に焦点をあてているのに対し、日本の情報行動研究においては、メディア接触とパーソナルな接触が、「情報の流れ」という共通項を通して同時に扱われているということがある。第二の違いは、欧米、特にアメリカのコミュニケーション研究には心理学の影響が強く、コミュニケーション行動の研究の目的が心理メカニズムの解明や説明にある場合が少なくない。これに対して日本で情報行動の研究が生まれた背景には、それによつて社会の情報流通や蓄積のパターンはなぜ現在のよくな形になつているのか、現在のパターンは人々の情報に対する欲求や需要のパターンに合致したものであるのか、そして情報の流通や蓄積のパターンは今後どうなつていくのか、といった問題意識が強く働いていたと思われる。そしてこうした問題意識こそ、一九六〇年代後半から七〇年代の初めにかけて日本で盛んに論じられた情報化社会論の中から生まれたものなのであると筆者は考えるのである。

#### 四、むすび——今後の課題——

生田正輝はかつて次のように書いた。

「情報化社会以前の段階においては、コミュニケーションの発達に対して、個々にその都度対応することが可能であったかも知れない。しかしながら、最近における急速な情報技術の発展やコミュニケーション・サービスの変化は、もはやそのようなバラバラな対応では処理しきれない段階に達している。」<sup>(56)</sup>

こうした認識は本稿において引用した中野、広瀬の考え方も一致するし、情報流通センサスや情報行動論の出発点にある基本的な考え方もある。すなわち、人間と人間、あるいは人間とメディアだけでなく、人間と情報とのかかわり合いを全体として把握するという発想は、日本のコミュニケーション専門家が世界に先駆けて持つに至つたもののではないだろうか。そして、本稿の冒頭において述べたように、こうした先駆的発想およびそうした発想に基づく理論的・実証的・政策的科学的諸研究のいくつかは、日本の社会科学が世界に誇ることができる業績となつていてと筆者は信じている。しかし、それを世界に認めさせるためには、我々はそうした業績を整理し、体系化し、互いに批判し合い、英語で論文を書き、国際学会で発表し、といった作業を行わなければならない。言うまでもなく、本稿もそうした責務の一端をになうものとして執筆されたものである。

また我々慶應義塾大学新聞研究所および電気通信総合研究所の有志を中心とした研究グループは、一九七七年以来、米国のワシントン大学コミュニケーション学部を中心とした研究者グループと共同で「日米情報化社会論比較研究プロジェクト」を推進してきた。<sup>(57)</sup>そしてその三回目の研究会が本年（一九八三年）九月、慶應の三田キャンパスにおいて、日米のみならず、ヨーロッパからの研究者も招いて、「日米欧における情報化社会論および情報化政策の現状比較シンポジウム」と題して開

催される。こうした努力もまた、少なくとも我々日本側にとつては、「日本の情報化社会論」を「世界のJOURNAL OF SHAKAI論」とするための努力の一環であることはいうまでもない。

なお、情報化社会論には本来、情報化政策論を含むコミュニケーション政策論が含まれるべきなのであるが、紙数の制約のため今回は割愛せざるを得なかつた。政策論については次回のテーマとしたい。

- (1) 「情報化社会」という用語は、安田寿明によれば、一九六六年一〇月、林雄二郎、白根礼吉らを中心に結成された「科学技術と経済の会」の研究活動の中から生まれたものであるが、この用語の発明者は多分林雄二郎であろうとしている。(安田寿明 『情報産業時代の演出者たち』 YTV情報産業研究グループ編 『日本の情報産業』サイマル出版 一九七五年 一五一―一七頁。
- (2) 荒木功 「情報化社会の展開」 早川善治郎・津金澤隆廣(編) 『マヌコミを学ぶ人のために』 世界思想社 一九七八年。
- (3) 片方善治・佐貫利雄 『日本の知識産業』ダイヤモンド社 一九七〇年。
- (4) この典型的な例は、三重野博司、『情報化——コンピュータ社会への展開——』(日刊工業新聞社、一九七〇年)の中に見られるが、片方善治、増田栄二郎の著書、産業構造審議会情報産業部会(通産省)や経済審議会情報研究委員会(経済企画庁)の初期の答申はほとんどすべてこの線に沿つたものである。林雄二郎はその著『情報化社会』(注⑧)を参照)の中で、情報化についてのこれまでのいくつかの定義を紹介したあとで次のように述べている。「社会の情報化とは、コンピュータの普及が進むことであると解釈している人が、今日、数の上ではいまだ多いのではないかと思われる」(五〇頁)。
- (5) ただし、例外として次の文献をあげておく。後藤和彦「情報化」辻村明(編) 『社会学講座13・現代社会編』東大出版 一九七二年。
- (6) たゞは次の文献を参照。Youichi Ito, "The *Yohaka Shakai*: Approach to the Study of Communication in Japan," in G. Cleveland Willhoit and Harold de Bock (eds.), *Mass Communication Review Yearbook, Volume 2* (Beverly Hills, Calif.: Sage Publications, 1981).
- (7) 右の文献に加えて次の文献を参照。Youichi Ito, "Report at the Final Plenary Session: Cross Cultural perspectives on the Concept of an Information Society," in Alex S. Edalstein, John E. Boves and Sheldon M. Harsel (eds.), *Information Societies: Comparing the Japanese and American Experiences* (Seattle, Wash.: University of Washington Press, 1978).
- (8) 梅棹忠夫 「情報産業論」 『中央公論』 一九六三年三月号。
- (9) 林雄二郎 『情報化社会』 講談社(現代新書) 一九六九年。
- (10) 香山健一 「情報社会論序説」 『別冊中央公論 経営問題冬季号』 一九六八年。

- (11) ダニエル・ベル著 内田忠夫、嘉治元郎他(訳) 『脱工業化社会の到来』 ダイヤモンド社 一九七五年。
- (12) ハーマン・カーン、アンソニー・ウィナー著 土屋清(校閲)、井上勇(訳) 『紀元二〇〇〇年——三三年後の世界』 時事通信社 一九六八年。
- (13) アルビン・トフラー著 徳山二郎(訳) 『未来の衝撃』 実業之日本社 一九七〇年。
- アルビン・トフラー著 徳山二郎(監修) 『第三の波』 日本放送出版協会 一九八〇年。
- (14) フリッツ・マッハルプ著 高橋達男・木田宏(監訳) 『知識産業』 産業能率大学出版部 一九六九年。
- (15) マーク・ポラト著 小松崎清介(監訳) 『情報経済入門』 コンピュータエージ社 一九八二年。
- (16) 電気通信総合研究所 『八産業化以後の社会』における電気通信の役割』 一九七〇年 五七—五九頁。
- (17) 注(8)の文献、五六頁。
- (18) 注(16)の文献、四一頁。
- (19) 注(16)の文献、五六—六七頁。
- (20) 電気通信総合研究所 『主要情報指標選定による情報の流れの測定と情報の経済効果、社会開発効果の測定』 一九七八年。また次のアメリカの研究は、電総研の方法をほとんどのまま踏襲している。Ihuel de Sola Pool, Sophia Wang, Richard Frying, Roger Hurwitz, and Gavan Duffy, *Communications Flows in the United States: A Census, with Comparisons to Japan*, Research Program on Communications Policy, Massachusetts Institute of Technology.
- (21) Youichi Ito and John J. Kochevar, "Factors Accounting for the Flow of International Communication," *Keio Communication Review*, No. 4, 1983.
- (22) 経済企画協会 『情報化社会の形成——昭和五〇年の日本——』 一九六九年。
- (23) 情報流通センサス研究会 『情報は爆発しているか』 一九七二年。
- (24) 総合情報流通調査会 『情報流通の実態を探る』 一九七三年。
- (25) 郵政省大臣官房通信政策課 『情報流通の計量手法』 一九七五年。
- (26) 注(20)の『主要情報指標』。
- (27) 注(20)の *Communications Flows*。
- (28) この図の解釈については、筆者と共に「情報流通センサス・通信力検討委員会」(郵政省のための研究委員会)の委員をしておられる立正大学経済学部的美添泰人助教授の示唆に負うところが大きい。
- (29) 常木映生 「情報量測定に関する一考察」『RITB Review』 第四号 一九八〇年。
- 常木映生 「情報提示形態が受け手に及ぼす影響に関する心理学的実験、その2」電気通信総合研究所 『画像メディアの受容可能性』所収 一九

八〇年。

- (30) 後藤和彦 「文献紹介、郵政省(編)△昭和五七年版通信白書▽」 『文研月報』 一九八三年二月号 七七頁。
- (31) 北村日出夫 『情報行動論』 誠文堂新光社 一九七〇年。
- (32) 加藤秀俊 『情報行動』 中央公論(中公新書) 一九七二年。
- (33) 中野収 『現代人の情報行動』 日本放送出版協会(NHKブックス) 一九八〇年。
- (34) 前島光子 『情報欲求の実態と構造』 『文研月報』 一九七三年七月号。
- (35) 藤原功達 「視聴者の類型化」 『文研月報』 一九八〇年八月、一〇月、一二月号。
- (36) 藤原功達 「番組選択を規定する視聴者特性」 『文研月報』 一九八一年八月、一〇月、一二月号。
- (37) 井関利明、青池慎一 「情報メディア需要のライフスタイル分析」 電気通信総合研究所 『画像メディアの受容可能性』 所収 一九八〇年。
- (38) 情報社会学研究所 『地域住民の情報行動に関する総合調査』 一九八一年(山形市を対象)、一九八二年(熊本市を対象)。
- (39) 電気通信総合研究所 『情報・通信ニーズの行動科学的分析と長期予測』 一九八一年。
- (40) 注(31)の文献、三〇頁。
- (41) 伊藤陽一 「コミュニケーション過程の分析に関する一試論」 『慶應義塾大学新聞研究所年報』 第八号 一九七七年。
- (42) 伊藤陽一 「情報の流れ」とコミュニケーション 『慶應義塾大学新聞研究所年報』 第一一号 一九七八年。
- (43) 注(33)の文献、一九頁。
- (44) 注(34)の文献。
- (45) 注(35)の「視聴者の類型化―」(八月号)、一一頁。
- (46) 同右文献、一一頁。
- (47) 同右文献。
- (48) 注(36)の文献、一五四―一五五頁。
- (49) 同右文献。
- (50) 井関利明 『生活者』 志向経営とライフスタイル研究、村田昭治・吉田正昭・井関利明(編著) 『ライフスタイル発想法』 所収 ダイアモンド社 一九七五年。
- 井関利明 「ライフスタイル概念とライフスタイル分析の展開」、村田昭治・井関利明・川勝久(編著) 『ライフスタイル全書』 所収 ダイアモンド

- 社 一九七九年。他。
- (51) たとえば、井関利明 「求職者ライフスタイルと職業情報」 『法学研究』 第五四卷第六号 一九八一年。
- (52) 広瀬英彦 「八地域住民の情報行動調査」 『新聞協会報』 一九八二年八月一七日付。
- (53) 同右。
- (54) 生田正輝 「ハトータル・コミュニケーションの理論」 『法学研究』 第四五卷第三号 一九七二年。
- (55) 注(38)の文献、七七頁。
- (56) 生田正輝 「情報化社会の進展とコミュニケーション」 『法学研究』 第五四卷第六号 一九八一年。
- (57) このプロジェクトのため一九七七年と八〇年の二回、米国シアトル市において研究会議が開催され、延べ二五名以上の日本人研究者が参加した。このプロジェクトについてさらに詳しくは次の文献を参照。
- 小川浩一 「八情報社会・日米の経験の比較研究会議にみる研究の動向」 『新聞学評論』 一九七九年。
- 小川浩一 「日米情報社会比較研究会議から」 『データ通信』 一九八〇年六月号。注(6)の *Information Societies* および『慶應義塾大学新聞研究所年報』 第一四号(一九八〇年)、第一六号(一九八一年)、第一八号(一九八二年)の「彙報」。