

情報化社会と宗教

野

崎

(東京女子大学教授) 茂

(赤堀主任のあいさつから)

野崎先生は、その著書『日本の情報産業2 情報産業としての宗教』
(YTV情報産業研究グループ編 サイマル出版会) で、注目すべき次のような言葉を述べておられます。

「多くの宗教学者が言うように、宗教は抽象的な教理・教義だけで成立しているものではない。教理・教義は具体的なシンボル体系、演出様式、コミュニケーションパターンに拡大表現されて、初めて民衆に対する影響力を持つ」つまり、宗教を単に言語をもつてする布教、教化活動だけではなく、さまざまな要素が組み合わさって初めて宗教というものが成り立つということを言われているわけです。

そうした点で、本日のご講演は、我々の教化、数化学の研究の上で非常に得るところがあるのではないかと思います。

今、ご紹介の中で、著書の一部をお読みいただきまして、大変気恥ずかしい思いですが、実はあの本は、私と、同志社大学の山本明、それから新聞記者を経て、今、放送評論をやっております青木貞伸の二人の仲間と、さまざまに新宗教の教団を訪れ、単に教団の方にお会いするだけではなくて、なるべく修行の場、あるいは儀式等に参加をさせていただき、いささかも現場体験をさせていただくという作業を一年間ぐらい続けて、一種のドキュメンタリーのような形で本にしたわけですが、そのときに思いついたのが、今お読みいただいたことがあります。

与えられましたテーマは「情報化社会と宗教」ということですが、実は私は宗教は全く専門ではございません。私自身の関心といいますか、検討した資料、調べました対象の基本は情報化社会であります、現在、どういうふうにメディアが成立し、影響力を持ち、これからメディアがどのように変化し、人々はそのメディアをどう利用し、今まで受けているものと違う影響がどんな形で成り立つのかといった研究が私のメインであります。そういう立場から宗教をどうやって研究しようかということで、最初に考えましたが、教理・教義については私どもは全くの素人ですから、まさに门外漢として、これは括弧にくくってしまおうということになりました。

私たち三人が、各教団をお伺いするようになつたきっかけは、国立民族学博物館の館長をしております梅棹忠夫さんが『情報産業論』をお書きになりまして、その中で一番古い情報産業は宗教だということを、さりげなくお書きになつてあるのですが、梅棹さん自身は情報産業としての宗教を全く研究しようとしているわけではありません。私どもは、「梅棹さんは言いつぱなしで、けしからん」という議論をしたのがきっかけで、宗教をメディア論あるいはコミュニケーション論の立場から検討してみようということで、新宗教のいろいろな教団に伺つたわけです。明日、皆様は靈友会へ行かれるそうですが、私も靈友会と、その前に弥勒山へ伺いました。伊豆急の大川という駅

から八百メートルぐらい登った遠笠山の海に面した中腹にある修行場であり、かつ教祖さんのお墓のあるところですが、そこで修行の現場にも立ち会わせていただきました。

宗教と宗教教団の活動をどう分けたらいのか、よくわかりませんが、私どもが調べさせていただいたのは、宗教の教団活動のほうであります。教団活動は各教団全部違います。立正佼成会、天理教、P.L.教団等々、各教団の個性がそれぞれの演出体系、儀式、イベント等にあらわれています。どのような演出体系を持っているか、どのようなシンボル操作によって信者さんとのコミュニケーションを図っているか。そのコミュニケーションの密度が高いかということであります。

各教団の特色をそれぞれ体験させていただき、あるいは質問にお答えをいただき、本を書いたときに、結論として――三人の共同の結論というのではありませんが、私は、教団が信者の方々とのコミュニケーションを強める一番大きな機能は生活カウンセリング機能だろうという見当をつけたわけです。

このカウンセリングというのは、生活の細々した悩みごと、例えば、にきびができて困っているとか、あるいは目がパツチリしていなくてとか、お寝小をするといった身体的なことから、家庭内における親子の関係、あるいは兄弟の関係、友達、学校や職場における人間関係の悩み、そういうたさまざまなものに対するカウンセリングです。

カウンセリングというのは、私もよく知らなかつたのですが、単に社会的不適応を何らかの形で持っている人たちが質問し、それについて教師の方々が回答を出し、それで納得し、その不適応状況を脱することができるという単純な構造ではないということを知ったわけです。

不適応を持っている人が自分でその不適応を克服する手段、方法、対策を発見するための手助けをする。回答を与えるのではなくて、質問者本人が自分で回答を見つける、そのお手伝いをするのがカウンセリングであります。

靈友会では、毎年、夏休みに弥勒山で青年部主催のセミナーがあります。私どもも参加させていただきましたが、そこでは法華系教団共通の座を組みます。「法座」と言っておられましたが、口の字型のベンチの内側に足を入れて、八人から十人ぐらいの方々が悩みを述べ合います。

そのとき、これは全く天理教と同じなのですが、靈友会の場合、シニアとジュニアとあって、リボンの色が違うわけです。三回以上その修行に参加するとシニアになる。初めての人、二回目の人はジュニアとして位置づけられる。そのジュニアとシニアが入りまじって一つの座を持ちます。そうした座が何十とできます。

一つ一つの座のシニアがリーダーシップをとって、ジュニアの悩みを親身になって聞く。自分もそういう体験をした、そのときに私はこうすることで救われたとか、自分の意思が変わったことで、こうなったという話をします。何十という座が組まれていますから、ザワザワしております。

全体の進行係、コーディネーターと言うのでしょうか、マイク使いもお上手です。青年部の主催ですから、若い人ばかりですが、若い人にアピールするような話し方で、非常にお上手だったので、私はびっくりしました。私は放送関係の研究所に長くいたものですから、番組を制作するプロセスに立ち会ったこともありますが、ワイドショーや歌舞番組の司会者以上のうまいリードの仕方です。

一時間ぐらい経過して進行係が、「この辺で発表してください」と呼びかけますと、番号を書いた大きなプラカードを掲げます。「四十三番、二十一番、五番」というように指名しますと、それぞれの座の方が立って何百人かいるところで、私たちのグループではこういう問題が出て、それについてこういう意見が出ました。本人に発表してもらいます、というようなどあいで、盛んに発表します。

私はそういう場に立ち会うことによって、教団がお出しになつている新聞・雑誌で、さまざまな社会的不適応を克服するための努力、助言、あるいは克服した感想が紹介されているのは、こうやって日常の教団活動の中で常に発掘

され、表面に押し上げられているのだなという感じを持ちました。

つまり、私どもが門外漢なるがゆえに教理・教義を括弧に入れるということをしたわけですが、弥勒山の修行の場合には非信者の方がたくさんいらっしゃいました。費用も安く、ほかの温泉へ行くよりもいいよという形で、メンバーの方が非信者の方を誘ってくるというのがかなり多いと伺いました。信者ばかりでなく、教団の周辺にいる人たちを引き込む一種の布教活動だと思いますが、そのきっかけもやはりカウンセリングによっています。

人間だれしも何らかの形での不適応を持っております。持っていない人は恐らくいないのではないかと思います。若い女性で「美人だ、美人だ」と言われていても、本人は歯並びがどうだ、目尻がどうだ、髪のクセがどうである、胸のふくらみがどうであるとか、足が長いの短いの、足のサイズが大き過ぎるとか、何らかのコンプレックスを持っています。このように一般の大衆が、職場・学校・家庭・友人関係・趣味のサークル等、何らかのレベルで不適応を持っている。みんなの中へ溶け込んで、仲よく遊んだり、仕事をすることができない。職場へ行つても課長の顔を見ると憂鬱になる。そういうふうに何らかの不適忬を持っているのが人間だというふうにとらえますと、教団の布教活動が、不適忬を克服するためのカウンセリングに基盤を置いているというのは、なるほど合理的なやりかただなと感じました。

これは、新宗教に限つて私が観察させていただいたことでありまして、伝統宗教の日蓮宗がどういう形でおやりになつてゐるか知りませんし、また、キリスト教系の教団がどういうことをやつていらっしゃるか、新宗教を調べさせていただいたほど深くは存じ上げておりません。ですから、宗教教団はすべてこうだと結論するつもりは毛頭ございません。ただ、現在の新宗教の各教団は、そんな形で教団の維持・拡大を図つて、それで成功しているのではないかと思います。それは、修行の中身と機関紙（誌）を拝見すれば、かなりはつきりと結論することができるのではないかと思つております。

今日の演題は「情報化社会と宗教」ということですので、『情報産業としての宗教』で述べた、私が各教団をめぐることによって発見したことばかりを申し上げるのは、適当ではございません。今度は情報化社会のほうに論点を移らせていただきます。

情報化社会で九〇年代に入つて一番大きな動きは、テレビ・ラジオというマスメディアの多チャンネル化が挙げられると思います。もちろんパソコン通信のネットワークもありますが、大衆に直接かかわるようなメディアとしてはやはりテレビ・ラジオが一番大きな働きをするだらうと思います。そのテレビ・ラジオのチャンネルがたくさんふえるというのが九〇年代であります。

まだ一週間もたちませんが、BS—3という衛星が上がりまして、太陽電池がまだ予定どおり作動していないということですが、これが作動しますと、今年の末から試験放送が始まり、来年の三月か四月には本放送になりますが、N H K—チャンネルとJ S B（日本衛星放送）という民放が、テレビの放送を衛星から行います。

今もN H Kは一チャンネルの衛星放送をやっていますが、番組の中身としてはまだ本格化しておりません。J S Bができることによって、N H Kの衛星放送一チャンネルも活発化してくる可能性があります。

それだけではなくて、今度は通信衛星を使った放送サービスも考えられております。「トラボン」という言葉をお聞きだと思いますが、トランスポンダーを略して日本語流の略語でトラボンと言つてているのですが、これは地球局から飛ばした電波を衛星で受信し、リアルタイムで地上に送り返すわけです。つまり中継といいますか、受信と送信を瞬時に行うわけです。現在、通信衛星は二つの会社が打ち上げておりますが、通信衛星のトラボンによる放送サービスをやろうとしております。

日本ほど通信衛星と放送衛星を区別している国はないのです。ほかの国はコミュニケーション・サテライトですが、日本では通信衛星と放送衛星を区別しております。その区別のポイントは、放送衛星の方は百ワットとか一二〇ワットという高出力、通信衛星は五ワット、一〇ワット、二〇ワット、三〇ワットという低・中出力です。

この出力の高低でどう違うのかというと、受信する側のパラボラアンテナが小さくて済むかどうかというだけの問題です。高出力ですと、東京から半径百キロ、二百キロぐらいのところまでは四十数センチ、北海道と沖縄でも六十センチでキャッチできます。通信衛星のほうは中あるいは低出力ですから、一番いいところで六十五センチぐらい、ちょっと外れると一メートルとか一メートル二十センチという大きなパラボラアンテナを設けないと受信できません。

放送衛星を使ってテレビの放送をするのは当たり前ですが、今、考えられておりるのは、これも来年から始まるとしておりますが、通信衛星を使って放送サービスをしようというものです。ですから、小さいパラボラアンテナだけでなく、大きいパラボラアンテナを設備して受信するわけです。

そのときに、今までの放送と違いますのは、スクランブル（攪乱信号）をわざわざ入れて、攪乱信号除去装置を借りるか買うかしないとはっきり見えないようにするわけです。

今、通信衛星を使ったサービスとしては、一般の放送のように、誰でもが受信できるという形ではなくて、特定の閉じられた利用者だけに配信をするという形でたくさん使われていますが、既にその中で例えば阿含宗は、全日二十四時間ではありませんが、一週間のうちの何時間かを衛星の会社から借りて、本山におけるさまざまな動きを全国のターミナルに送っております。また、私の仲間がもうすぐやろうとしておりますのに、キッズチャンネルというのがあります。キッズというのは幼児のことですが、幼稚園を対象にして、幼児番組だけを送ろうという専門チャンネルです。

通信衛星を使って、限定された利用者だけ、例えば、キッズチャンネルであれば幼稚園だけという放送がたくさん出てまいります。そのあと今度は一般の人、誰にでも受信してもらうことを目的とした放送サービスが行われます。このチャンネル数はまだ決まっておりませんが、八チャンネル以上できるものと予想されております。

アメリカでは八チャンネルどころの騒ぎではなくて、百社以上のプログラムサプライヤー（番組供給業者）が衛星を使ってアメリカ中のCATV（ケーブルテレビ）に送り届けております。

CATVというのは、電話線のケーブルより太い同軸ケーブルで各テレビ世帯をつないでいくわけです。センターの大きなパラボラアンテナで、衛星を経由して送られてくる番組を受け、それを増幅してCATVの加入世帯に配るわけです。

今、アメリカは供給過剰です。受け取る側のCATVは三〇チャンネル以上が六割を超えておりますが、自分のチャンネル容量が三〇ぐらいだと、百のプログラムの中からよさそうなもの、もうかりそうなものだけを選択して二〇チャンネルの容量いっぱいを流すといった状況であります。

日本も九〇年代はそういう状況になっていくだろうと言われております。ただ、日本ではCATVがまだそんなに普及しておりますので、アメリカ以上に通信衛星から本来はCATVに向けて送るような番組サービスを、個人が自分で大きなパラボラアンテナをつくって直接受信するのがふえるだらうと思います。

いずれにしましてもテレビのチャンネルは、これまで三十何年間には一チャンネル、三チャンネルの時代があり、やっと五チャンネル、六チャンネルになって、今は東京では七チャンネルぐらい見られます。地方でも民放四チャンネルを郵政省は目標にしております。ですから、全国至るところでNHK二系統と民放四系統、合計六系統が見られるようになります。郵政省の方針で、恐らく九〇年代を通じて、その方針は実現されると思います。しかし、それは全くのベースでありまして、その上にたくさんのチャンネルが積み重ねられるのが九〇年代だと思います。

一方、ラジオは中波というのがあります。昔は標準放送と言つておりました。その後FMが加わりました。FMは音質がいいということで、音楽に向いているわけですが、これからは衛星を通じてPCM（パルス・コード・モジュレーション pulse code modulation）といって、CD（コンパクトディスク）と同じくらい音のいいラジオが何種類かふえてまいります。

先ほど、放送衛星BS—3の一トラボンを、民放の日本衛星放送株式会社が使うと言いましたが、その音声トランクを使ってPCMでラジオ放送をやろうというところが出ておりまし、通信衛星を使ってラジオ放送サービスをやろうというのが出ております。チャンネル数は十八と決まっていますが、今年中に認定がおるそうです。それから、あと二年ぐらいたちますと、これも衛星ですが、UHFの高いほうを使いました無指向性の移動体向けの音声放送サービスが始まります。これはやはりPCMですから、CDと同じぐらい質がいい。雑音が非常に少ないので音楽に向いています。

そうしますと、ラジオも何十チャンネルというのが、この九〇年代にふえてまいります。今は少ないですね。東京で言いますとNHKの総合放送と教育放送、あとTBS、文化、ニッポン、ラジオ日本、TOKYO・FM、J・WAVE、あと一つ、二つ聞くことができます。それにしましても東京では十チャンネルぐらいしかラジオを聞かれないのでですが、これが九〇年代を通じまして何倍かになります。

ニューヨークやロス、シカゴ、サンフランシスコですと、FMだけで何十チャンネルあります。家族で、あるいはグループでラジオ局をやっているのがちっとも珍しくない。それはそれなりに一つのシステムがあつてできるわけですが、日本もそういう意味では、テレビとラジオの多チャンネル化は九〇年代を通じて非常に進んでまいります。そうしますと、どういうことが起きるか。これもアメリカで既に起こっていることですが、一般向けの総合編成のチャンネルと専門チャンネルが分化してまいります。ESPNという番組の供給業者がありますが、これはエンター

ティメント・スポーツ・プログラミング・ネットワークの略ですから、ボクシング、サッカー、バスケット、野球、アメリカンフットボール等々、スポーツを中心にやっております。見ていましたら、クリケットでもない、ボロでもない、「あれは何というスポーツだろう」と思いながら見ているようなスポーツまでもやっています。とにかくスポーツ何でもチャンネルというのがあります。

それから、これは有料で劇場映画を中心にやっているタイムの子会社のHBO (Home Box Office) というのがあります。

ですから、映画が見たければいつでも見られるということで、HBOと契約すればいい。また、スポーツが見たいときはESPN、これはベーシックですから、特別に追加の料金を払わなくても見られるわけです。これから日本もそういう時代になるのではないかということになります。

それから、今まで皆さんが発行されている機関紙（誌）が教団公報のメインだったと思いますが、先ほど通信衛星の使い方で触れましたが、これからは通信衛星を使ってリアルタイムで、あるいはそれに近い形で、例えば教団のイベントを全国に同時に中継でき、広報紙（誌）的な使い方もできるという時代が確実にやってまいります。

そういう時代が来る前から、例えば天理教では、表棟梁はなかなかお話をなさらないのだそうですが、表棟梁がお話しになりますと、ダビング工場が天理の中にはあって、お話を終った直後に録音のダビングを始め、その日のうちに全国に発送してしまいます。ですから、翌日にはどこの教会も、きのうの表棟梁のお話を、お姿は見られませんが、肉声に近い形で信者の皆さんができるという体制をおつくりになっていた。

これから先、天理教が通信衛星を使うかどうかわかりませんが、可能性としてはあると思います。アップリンク（衛星への上り回線）だってアメリカへ行くと無造作なものですが、大きなパラボラアンテナを上へ向けるわけですが、それも今は車載ができるようになっております。昔のテレビの中継車よりも小型のもので簡単に衛星中継ができるよ

うになっております。ですから、通信衛星の時間さえ確保しておけば、教団のイベントあるいは教団を代表する宗教上の最高位の方々のお話、さまざまな儀式をリアルタイムで全国に散在するお寺さんで受信することができる。そういう可能性が出てきているわけです。

その可能性に着目して、既に契約を終わっているところは回^{カミ}示^{スル}し、もう一つあるらしいのですが、そういう時代になつております。

これを地でいっているのが、アメリカのCBN (Christian Broadcasting Network) です。アメリカはキリスト教が一番盛んですが、テレビ伝道師あるいはビデオ伝道師が人気を得ております。教会あるいは大規模なホールにおける直接的な話しかけとは違つたスタイルです。

私にCBNからアクセスがあつたものですから、日本人として初めてバージニアビーチのCBNの本部へ伺つたことがあります。「クラブ700」という人気番組があつて、それにパット・ロバートソンというCBNの代表が、一種のペーソナリティーとして出ていらつしゃる。本当に私は番組に出る予定で行つたのですが、車が遅れたために「クラブ700」が終わる直前に着いて、ついに番組の中ではパット・ロバートソンと話をすることはできませんでしたが、番組が終わつてからいろいろなお話を伺いました。

「クラブ700」でパット・ロバートソンがどうということをやつてゐるかなど、日本とかなり似ています。新宗教がさまざまなもので不適応に対しカウンセリングをしますが、パット・ロバートソンもいろいろな悩みに相談に乗るという形でやっております。

彼は理想家肌の人で、学校をつくるのだと書いて、アメリカは土地が安いですから、何十万坪か買ってあるのだそです。青図をたくさん見せられましたが、「理想の学園をつくるんだ」と書いておられました。「いう計画があるから、何年か後には、またいい」と書いていましたが、去年、共和党の大統領予備選挙に出馬して、初期のうちに

落選してしまいました、大統領出馬は断念したらしいです。

今、日本でBS-3で実現しようとしております本格的な衛星放送の動きが、アメリカでは、停滞しているわけですが。それを何とかしようとしてやっているのがテレビ伝道師の有力者たちで、ミニオンという形でテレビ伝道師のグループで衛星を打ち上げようというくらいになつております。自分たちで全部使い切れないから、デイズニーランドとか、いろいろなところにチャンネルを貸してやろうという動きがあります。

なぜアメリカの衛星放送が宗教団体のリーダーシップで成り立とうとしているのかというと、テレビ伝道師の人気度が全国的で、それが直接出力の高い本格的な衛星放送でやる。今まででは通信衛星を使っていますから、CATVに入れるか、大きなアンテナを設置しなければ見られなかつたわけですが、今度は小さなアンテナ、あるいはスタイルのちょっとと大きいような平面アンテナを窓に張つておけば受信ができる。そういう衛星放送で受信できるようになりますと、テレビ伝道師が集まればアメリカ中の受信者はパラボラをつけてくれるだろうという見通しなんだそうです。

の本格的な直接受信を目的とした衛星放送が開設されそうです。そういう新しい動きが出ております。

私は今、女子大の教師をしておりますが、例えば、コンパをやつても、マイクがないと歌わないですね。私のゼミは二十一人とか二十三人と人数が多いのですが、「ピアノで伴奏して歌つたらいいだろう」と言うのですが、やっぱりカラオケがなければいけない。つまり、ディスクで、しかもマイクがなければいけない。彼女たちはマイクを持つことによつて別の人格になるのでしょうかね、仮面をつけると別の人格になる、あるいはドレッシーな装いをするとビシッと気持ちが切り変わると言いますが、マイクを持つことで、ふだんの恥ずかしがりの女の子が、人前で演技たっぷりで歌うようになります。

伝道についても、私は教会で直接語りかけるインパクトのほうが大きいだろうと思ったのですが、テレビを通じて

やわらかく呼びかけたり、そして、カウンセリングで人々の前で悩みを告白したり、教師の役割の人との双方向のコミュニケーションをテレビを通じて見ることで、自分の中に持っている問題を、「ああ、そうか。こういう形で解決すればいいんだな」というヒントを得る。そういう間接的なコミュニケーションが説得力を持っている。これは戦前的な感覚から言えば、一種の倒錯です。人と人との直接のコミュニケーションよりはテレビを通じた間接的なコミュニケーションがインパクトが強い。これは逆転ではないか。確かにそういう面もあります。

三

国立放送教育開発センターの所長をなさっている加藤秀俊さん、この方は二十四、五歳で『中間文化』という本を書いて以来、若くして日本の戦後における大衆文化研究をリードした方で、つまり、浅田彰さんの大先輩みたいな人ですが、この方は非常に常識が豊かですから、「これはおかしい」と。つまり、人々は自分たちの生活で必要なものをテレビのCMに合わせて品物を買う。これは転倒しているのではないかという危機感をお持ちになつて、それをお書きになつたことがあります、他方でフランスの哲学者のボードリアルは、いや、そんなものではない。人間はいつもシミュレーションで頭の中で先取りして、生活行動なり実践なりは、その後をおっかけていくのが当たり前であるという形で、模範とする状況——ボードリアルは「樂園的状況」と言つていますが、それがテレビのCMを通じて一人ひとりの心の中にできてくる。それを埋める形で品物を買い、サービスを享受し、旅行に行く。これはむしろ当たり前ののだということをボードリアルは言つております。

私はどちらかというと、ボーデリアルに近い。シミュレーションで、自分が望ましいと思う生活はこうだ、自分が尊敬できる人はこうだというイメージが先にありまして、そのイメージに合わせて品物や人を選んでいく。どうもそういうことではないのかなと思つております。

そういうときに、テレビの間接的なコピーによるコミュニケーションのほうが、人と人の直接的な生の対面的なコミュニケーションよりも効果を持つということがあり得る。あり得る以上に、それが社会的な事実として今あらわれている。テレビ伝道師が教会における説教よりも説得力を持っていることの問題性というのはあると思いますが、事実はそっちのほうにうんと傾いている。

今、皆さんには私のほうを向いていただいているのですから、私はお一人お一人のお姿を見ながらお話をできている。直接コミュニケーションです。ところが、私の話はマイクを通してアンプで増幅されてスピーカーで出る。直接コミュニケーションと間接コミュニケーションがまざり合っている。ハイブリッドです。

去年、私は後楽園スペクタクル・オペラ「アイーダ」を見に行きました。ホームベースのあたりに舞台ができる。幅が百メートルとかあるという大きな舞台です。それをまた百何十メートル離れた外野席で見ているわけです。舞台の横にジャンボスクリーンがあつて、そばにテレビカメラで撮った主演者の顔が出てきて、そばにスピーカーがあつて、そこから声が聞こえてくる。百何十メートル先に舞台があつて、歌い手さんが、かけ合いの歌を歌っている。それは見えるし、声も少しは聞こえるのですが、すぐそばにある大型のモニターに写されたコピー、それから、そばにあるスピーカーから出てくるコピーとしての歌声のほうが強い。私は非常に奇異な体験をしたわけです。カラオケというのは、ハイブリッドの典型です。直接コミュニケーションであり、なおかつコピーによる間接コミュニケーションである。それが両方組み合わさって、単なる直接的コミュニケーション、単なる間接的コミュニケーションとは違った感じがする。そういうものが今はむしろノーマル化しつつある。ノーマルコミュニケーションの位置を持つとしていることに私は気がつきました。

そんなこと当たり前じゃないかと言われればそうですね。野球場に行きましたも、スコアボードの横とか上に大きなスクリーンがあつて、そこにテレビのカメラで切り取ったピッチャーやバッター、あるいはランナーの表情がアッ

で出てくる。あるいはホームランを打たれた後、そのホームランを打つときのバッターのスローモーションVTR再生が出てくる。それが今、当たり前になつてきつたるわけです。あるいは四インチとか六インチの液晶のテレビがあります。そうすると、今、目の前で野球の試合をやつていて、それを中継しているテレビを見ている。あるいは野球中継のラジオを聞きながら、野球の試合そのものを見ている。

こういうハイブリッド——直接コミュニケーションと間接コミュニケーションが練り合わされたコミュニケーションが練り合わされたコミュニケーションに引かれるらしい。どうもそういうところがあるということを、学生との体験を通じてつくづく感じました。

ですから、古典的な布教活動というのは、人と人との直接の触れ合い、心の通り合いだと思いますが、その最もクライシカルな、本来なら一番インパクトの強い形が、今は必ずしも一番インパクトの強い形ではなくなりつつあるという状況であります。多チャンネル化というのは、そういう状況をさらに加速してくるのではないかと思います。アメリカのキリスト教社会で新しい布教パターンができつつあるということを無視すべきではないだろうと思います。

立正佼成会の吹き抜けになつてている拝殿で、庭野日敬先生がお祈りをなさる。信者の方々が一緒にお祈りをする。それに加われない方が、各フロアでテレビのモニターを見ながら自分も一緒に参加して、お祈りをし、お話を聞くわけです。

立正佼成会の普門館を案内していただきましたが、同時通訳の設備もあり、オペラができるぐらい大きな舞台があつて、しかもそれをテレビで中継できるように副調整室がありますし、テレビカメラを据えつけるように、あらかじめ配線してある場所が幾つもあります。案内の方が、「ないのは放送局の免許だけですよ」とおっしゃっていました。私が驚き、なかなかさばけたことをするなと思ったのは、そういう技術的・設備的なことではなくて、他の宗教団に対しても非常に開放的であるということです。普門館を使って天理教の管弦楽のグループが発表会をやる。

「そういうのが当たり前なんですか」

「いや、うちには庭野日敬先生が、自分の建物だからといって自分だけで使うのだつたら建てるな。人様のために建てるんだというので、どの教団に対しても開放しています。天理教さんも使ってくれます」ということで、私は庭野日敬さんは、現代、数少ないカリスマの一人だと思っておりますが、まさに庭野日敬さんの考えが普門館の使われ方にあらわれていると思いました。

四

私はメディア論専攻ということになつておりますが、メディアというのは二つあって、学校であるとか、図書館、ホールは装置系メディアだと思います。直接的なコミュニケーションを成り立たせるのに都合のいいような設備を持つた装置、雨が降ろうが風が吹こうが、効率的に人と人とが交わることができる、意見を交換することができる、そういう場を装置系メディアと呼んでいいと思います。もちろんメディアの主力は新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・CD等々さまざまなコピー系メディアであります。ですから、装置系メディアとコピー系メディアの両方で成り立つているのがメディアだというのが私の立場です。

今日はメディア論のお話をするわけではなく、また、宗教そのものを論ずるつもりは全くないということは、最初にお断りしたとおりであります。情報化社会が高度化するにつれて、宗教教団のあり方、あるいは活動のスタイルが変わるのでないかと思います。

なぜ変わるのでなく、皆様が布教なさうとする対象、端的に言えば非信者の方々とのコミュニケーションの持ち方、あるいはコミュニケーションのスタイルが変わってきているからです。

メディアがあまり発達していない素朴な段階、新聞・映画・ラジオのコピー系のメディアが数少なかつた時代には、コピーによるコミュニケーション活動が人々の直接的なコミュニケーション、あるいは人ととの感動的なコミュニケ

ケーションを上回るということはなかつたわけですけれども、メディアが成熟してチャンネルが多くなつてまいりまして、ソフトの訴求力が高まつてまいりますと、逆転現象が生じてまいります。

つまり、教団の外にいる非信者の方々のコミュニケーションのモードといいますかスタイルが変わつてくる。それに合わせて働きかけのスタイルを変えることが必要になつてくる。私は教団の側から積極的に変える必然性はありません。むしろ非信者の側にそれはあるわけです。

九〇年代を通じて、多チャンネル化します。テレビもラジオもチャンネル数が今の倍以上になる。アメリカに近いような状況が日本にも出てまいります。そうしますと、それはマスコミとして放送のサービスもそうですけれども、放送以外に宗教教団のような限定利用者の中でもそれを使うことができる。そうしますと、そういうふうに使おうと思えば使えるメディアが出てきている時代には、そのメディアの利用競争みたいなものが出てくると思います。

何も最初に参入したから大成功をおさめるという保証はどこにもございません。後から衛星を使い始めた教団が、初めて本格的な衛星利用のソフトウェアを確立するということはあり得るわけですから、タイミングが早いから、遅いから、だから成功するの失敗するの、効果が上がるの上がらないのと断定するつもりは毛頭ございませんが、少なくとも九〇年代を通じては、利用できるメディア状況に対する正確な認知と、その利用のソフトウェアをいかに開発するか、その競争がさまざまなレベルで起ころうかと思っております。

この「ソフト」というのは一つのはやり言葉です。コンピューターでも何でもソフト、ソフトと言います。映像のメディアのほうでもソフト、ソフトです。この間も通産省の新映像産業室長さんと話をしていくまして、「ソフトの人材を養成するために、いろいろなセンターを三百億円ぐらいかけてつくりたい」と思つてゐるけれども、何か理由をこしらえてください」とおっしゃるものですから、「理由を細々挙げたつてダメだ。九〇年代から二十一世紀を見込んで、通産省として『ソフト立国論』の旗印を掲げなさい。今まででは自動車とかテレビの受像機、あるいはコン

ピューターを売ってきたけれども、これからはソフトを売る。ソフトが通産省のメインになる。それぐらいのつもりで『ソフト立国論』という政策の旗印をあげなさい」と言うと、「それはいいことを聞いたから、やってみましょう」と言つていました。庁内の根回しから、政党の根回しをしなければいけないのでしょうが、それほどにソフトというのは一つの流行語になつております。

紙を使う機関紙（誌）のかわりに、通信衛星を使って全教団的なイベントであるとか、あるいは教団の末端組織同士の経験の交流を効率よく行い、それによってお互いに教団全体の水準を上げる。あるいは教団の非信者に対する働きかけのインパクトを強めていく時代だらうと思います。

私はこれをちつとも牽強付会だとは思つておりません。宗教教団というのはそういうことをなさるものだと、頭からきめつけて全く間違いないと思つております。

それはなぜか。先ほどご紹介がありました『情報産業としての宗教』の結論のところで書いておりますが、外側から教団にいろいろお伺いをして体験させていただいた結果を言わせていただくと、教団というのは「文化事業複合体」だということです。「文化事業複合体」というのは、私の言いたいことをあらわすためにつくったキーワードです。

つまり、どの教団へ行きましたも学校を経営されている。それも幼稚園あり、中学、高校、大学、もちろん大学院を持った大学もありますし、看護婦学校をおやりになっているところもあれば、コンピューターの学校をおやりになつてているところがある。

空海さんが中国から帰つて、高野山、東寺で学校を開き、京都九条に綜云種智院をおつくりになつた。今も綜云種智院は日本最初の大学として残っておりますが、そこはまさに真言宗の「文化事業複合体」としての最大拠点です。私も高野山へ伺つたことがあります、お華の本家、踊りの講の本家、書のさまざまな流派の本家がござります。そ

うすると、あの仏教教団も空海さんが中国からお帰りになつたときから既に「文化事業複合体」的なあり方をしていましたわけです。

これは門外漢が勝手に言つてゐることですから、お聞き流していただきたいのですが、教団というのは内部のコミュニケーションだけではなくて、教団が位置している社会の中で、どう外部とのクッションをつくるかということが一つの大きな問題で、古今東西を問わず共通のようです。ですから、日本にキリスト教が入つてくるときも、例えば青山学院であるとか、上智大学という学校教育機関をつくります。教会をつくる以前にというか、あるいは教会をつくる以上的情熱を持つて学校をつくります。つまり、それは教団の中の内部的な結束力あるいは連帯感を上げるためよりも、むしろ教団を含む社会——その社会というのは、教団から見れば非信者の社会ですが、それとの接合点として、さまざまな文化事業体をお持ちになつてゐる。それは、学校をはじめ新聞も含めた出版社、多目的ホール、美術館などいうのが共通度の高いものです。そういう公共的な装置系メディアを各教団がおつくりになつてゐる。

ですから、周りにさまざまな文化事業体を配置されて、その文化事業体の複合体が教団であると言つてもいいくらいではないかというのが、私の結論であります。

もちろん、日蓮宗が立正大学をはじめとしてさまざまな学校教育の機関をお持ちだということは存じ上げております。実は私も紙の上では立正大学を出したことになつております。

というのは、私は鎌倉アカデミアという戦後の泡沫学校で、四年半しか実在しなかつた学校を出ました。ここは小説家の山口瞳、芝居の津上忠、ミュージカルのいづみ・たく等々いろいろな人間が出まして、おもしろい学校であったと言われております。今はその学校がなくなつてから四十年たちますから、私ども鎌倉アカデミアの仲間はどんどん死んでいくばかりです。私は鎌倉アカデミアを出たことにいささか誇りを持っております。その後、私の先生の三枝博音という哲学者が主宰する東西文化交流研究所というところにおきました。立正大学の学長であった石橋湛山さ

んが東西文化交流研究所の理事だったのですから、石橋湛山さんの要請で三枝先生が立正大学の図書館長になった。そのときに、若い人の研究室に館長室を使つても結構ですよと言われたので、私は立正大学の図書館長室に通うようになります。

ちょうど哲学科の主任教授が、後に学長になられた菅谷正貫先生で、この方は、戦前、三枝先生が立正大学の哲学の教授をなさっていたことがありまして、弟子筋になるわけです。そこで菅谷先生が「私の先生の三枝先生が野崎さんの面倒をみてるんだから、私は何も教えることはない」ということで、私は何も立正大学で勉強しなくとも、卒業したことにしてくれたわけです。紙の上ではたしか昭和二十六年に入学して、三十年に卒業したことになっていると思います。

話がそれましたが、我が国の仏教教団はずいぶん古くから学問のための機関、研究のための機関をお持ちになつてゐる。また、それ以外の、大衆とのさまざまの接点をお持ちになつてゐる。その延長線上で新しいメディアの利用可能性を考えるべきだと思っております。それによって教団の新しいソフトウェアあるいは文化活動を生み出していかれるべきではなかろうかと考えております。

五

私は民放連の放送研究所におりまして、たくさんの大企業の宣伝部長さんやマーケティング部長さんとおつき合いをいたしましたが、大企業は単にお金があるからといってテレビのCMをたくさん流したり、テレビドラマの単独提供をするということだけで終わるわけでは全くない。つまり、広告活動をするということ、SP（セールスプロモーション）、流通対策、イベント、そして本体の商品あるいはサービス、この四つの連動相乗効果を最大にするのが一番大事なポイントだということあります。

広告は広告、S.P.はS.P.、イベントはイベント、商品は商品とバラバラですと、その企業は社会的に認知されない。あるいは消費者の強い関心を引きつけることができない。これは経験則であって、一般の大企業の方々はそういう意味で連動相乗効果を最大化するための配慮をなさっております。

私は宗教教団をほかの組織と全く同じだとは考えておりませんが、仮に比較をしてみることを許していただきたいと思います。

宗教教団というのは非常に特別なもので、利益動機を全く含んでおりません。私の解釈によれば、むしろさまざまなレベルで不適応を持っている人々を無料でカウンセリングをし、適応できるように誘導しているという意味では、本来、行政がやるべきものを教団がかわってやっているようなところがありまして、そういう意味で、私は宗教教団というのは特別な存在だと思っております。

しかし、組織の社会的あり方、あるいは組織の活動という意味で、私はあえて比較させていただくと、宗教教団においても広報・宣伝、拠点活動、教団のイベント、信仰そのものの連動相乗効果を上げる配慮が必要ではないかと思います。

イベントも私は非常に勉強しました。新宗教の教団は例外なく、全教団と言つてもいいと思いますが、一ヵ月に一回、半年に一回のイベント、あるいは一年に一回、三年に一回、五年に一回のイベント、そして十年に一回の大イベントを行います。

宗教学者が書いておりますが、教団の成員はロード（負荷）をかけないと脱落する。ロードをかけ過ぎても脱落してしまう。つまり、教団としては教団の成員に対するロードのかけ方のノウハウは非常に難しいところであるというわけです。まさに各新宗教の教団は、そういう意味で軽いロード、中くらいのロード、そして重いロードをかけます。靈友会もそうです。麻布飯倉の大きな本殿をおつくりになるときには、何とか大行進というので、何十年に一回の各

成員に対する大変な負担をお求めになつたわけです。ああいう重い負担を毎年、あるいは半年に一回、あるいは毎月やつていまますと、成員は抜け落ちてしまう。また、全くやらなくて抜け落ちてしまう。つまり、地域的な小型のイベントからかなり広域的な中くらいのイベント、全国的な大イベントを巧みに組み合わせるノウハウが、教団の内部的な緊張関係、あるいは連帯関係を強める上で不可欠だろうと思つております。

非信者に対しては一般企業と同じように広告宣伝・広報、個別地域における拠点活動、各種イベント、教理・教義にかかる信仰上の問題がバラバラではいけないということです。運動相乗というのは一つのキーワードと言つていらっしゃいますが、いかにして運動相乗の効果を上げていくか。また、内部的には、イベントを中心にしてロードをいかにリズミカルに与えていくかという問題が、新宗教の各教団を歴訪して得た結論であります。

靈友会は大分前からメディアセンターを全国何ヵ所かにおつくりになつております。集会、イベントに必要なメディアのハードとソフト、例えば大きなスピーカーであるとか、照明、映画、ポスターの版だとか、ラッパ、笛、エレクトーンといったものを、各教会が別々にそろえるのではなくて、かなり広域のところに集中しておいて、それを各地区の責任者が申し出れば自由に利用できるという形で、メディアセンターをおつくりになつてあるということを聞きましたが、明日、皆様方が行かれる靈友会は、そういう意味では、お世辞で言うのではなくて、メディアを積極的に使うことによって外部との関係に新しいものをつくつていらっしゃるわけであります。

『いんなあとりっぷ』というのは、ご年配の理事の方は、「私は意味がわからない。青年部へ行って聞いてください」と言されました。聞いたら青年部のものなんだそうですね。あそこの会長さんもお若いものですから、青年部と一緒にやりになつてある。『いんなあとりっぷ』という雑誌をきっかけにして、非信者と教団との結節点をいろいろな形で自由自在におつくりになつてある。新聞の一ページ全面広告も何度もお出しになりますし、宗教的なおいとか味が全くないようなポスターもおつくりになつてある。自信があれば、そうおやりになるべきだと思います。

そういう発想は、大体、青年部から出でてくるものだらうと思います。私は各教団をお訪ねしまして、その教団の盛り上がるようなエネルギーを感じたのは、やはり青年部が強いところでした。

非専門家の乱暴な結論を言わせていただきますと、青年部が強いところは教勢は拡大する。教線は伸びる。青年部が弱いところはあまり伸びないのでないのではないか。乱暴でござりますが、私はそういうことを結論的に感じました。

六

情報化社会でただ単にチャネル数がふえるといって、対岸の火事として見るだけではなくて、いろいろな新しいメディアの利用可能性が開けてきたのなら、これを使って全国組織としての活性化をやろう。非信者大衆に対して新しい働きかけのスタイルをつくってみよう。そういう意味のソフトを開発しようということが、九〇年代の情報化社会に臨む宗教教団の姿であつてほしいと思っているわけでござります。

大変長い時間、私のような門外漢の勝手な話をじ靜聴いただきまして、まことにありがとうございました。（拍手）