

——研究ノート——

消費社会におけるメディア環境
——映画「グッバイ、レーニン！」の場合——

城野 充

Media Environment in a Consumer Society :
In case of “Good bye Lenin!”

Mitsuru JOHNNO

要 約

2003年に公開されドイツで空前の観客動員数を記録した映画『グッバイ、レーニン！』は、ベルリンの壁の崩壊によってもたらされた、消費社会に翻弄される旧東ドイツの人びとの生活を、病床にある母と看護する息子の二人を軸として、ユーラスに描いた作品である。

この映画において注目されるべきは、ひとつには、北田暁大が言うところの「知らない内に自らをとり囲む全てのモノとコトが記号化する」という消費社会の論理が作り出した、壁崩壊後の旧東ベルリンの記号的=広告的都市の姿をパロディ化して巧みに描いていることである。さらには、そうしたモノとコトが記号化する消費社会の論理を背景にして、われわれはモノによって現実をとらえる、モノがメディア／記号となってイメージを運ぶことでわれわれの現実を構成している、ということを軽快なタッチで表現している点であろう。

母の命を脅かしかねないメディア環境と彼女をまもるために偽装されるメディア環境—このふたつのメディア環境において成立するそれぞれの意味、つまり「現実」をめぐる攻防劇として『グッバイ、レーニン！』を読み解いていくことが本論の狙いである。

キーワード：メディア環境, モノ, 記号, 消費社会

はじめに

ベルリンの壁崩壊から20年の歳月が流れた2009年11月、テレビ画面には当地で挙行された記念式典で演説するゴルバチョフ元ソ連大統領が映し出されていた。この模様をみていた私の脳裏によぎったのは、2007年夏に我が国の全国紙において展開されたルイ・ヴィトンの全面広告であった。

ベルリンの壁跡に沿って走る乗用車のリアシートに腰を沈めるゴルバチョフ。そして、彼の傍らにはモノグラムポストンバッグが置かれている。そんな構図の広告だった。いま、ゴルバチョフの傍らにバッグ、と言ったが、バッグの傍らにゴルバチョフが座っている、と言い直す方が適切かもしれない。ベルリンの壁というメディア／記号、ゴルバチョフというメディア／記号に、ルイ・ヴィトンのバッグというメディア／記号が配置されているこの広告は、壁崩壊後のソ連・東欧世界に消費社会が到来したことを物（モノ）語っている。「生産」に関する数字でしか経済が語られることになかった社会主義が敗北し、いまや、「消費」、とくに個人消費のために財を生産するという消費社会が、かつてのソ連・東欧地域を覆いつくすに至ったのである。

2003年に公開されドイツで空前の観客動員数を記録した映画『グッバイ、レーニン!』（監督ヴォルフガング・ベッカー）は、壁の崩壊によってもたらされた、そんな西側の資本主義、消費社会に翻弄される旧東ドイツの人びとの生活を、病床にある母と看護する息子の二人を軸として、ユーラスに描いた作品である。

この映画において注目されるべきは、ひとつには、北田暁大が言うところの「知らない内に自らをとり囲む全てのモノとコトが記号化する」という消費社会の論理が作り出した、壁崩壊後の旧東ベルリンの記号的＝広告的都市の姿をパロディ化して巧みに描いていることである¹。さらには、そうしたモノとコトが記号化する消費社会の論理を背景にして、われわれはモノによって現実をとらえる、モノがメディア／記号となってイメージを運ぶことでわれわれの現実を構成している、ということを軽快なタッチで表現している点であろう。

母の命を脅かしかねないメディア環境と彼女をまもるために偽装されるメディア環境—このふたつのメディア環境において成立するそれぞれの意味、つまり「現実」をめぐる攻防劇として『グッバイ、レーニン!』を読み解いていくことが本論の狙いである。

『グッバイ、レーニン!』のあらすじ

ドラマの舞台はベルリンの壁崩壊前後の東ベルリン。主人公の青年・アレックスは自由化を求めるデモに参加し、それを規制する警官に捕らえられてしまう。その光景を偶然目撃した社会主義者の母は、ショックのあまり心臓発作を起こし、八ヶ月間の長きにわたり昏睡状態で病院のベッ

ドに臥すことになる。その間に壁は崩れ去り、母の信じていた社会主義・東ドイツは西ドイツとの統一によって消滅することになっていた。

やがて母は長い眠りから覚めるのであるが、心臓の状態は依然深刻なものであった。アレックスは医師から彼女の心臓が再び発作を起こすことがあれば、それは命取りとなってしまうであろうと警告される。彼にとっての最大の心配事は、ドイツを東西に分断していたベルリンの壁の崩壊、資本主義・西ドイツによる社会主義・東ドイツの吸収という現実をいかにして隠し通せるか、であった。というのも、夫が西ドイツに亡命して以来、彼女は教師として東ドイツにその身を捧げてきた愛国主義者だったからである。そんな彼女が、東ドイツが西ドイツに飲み込まれてしまったという現実を知ってしまうと、それがどれほどショックなことであるかは想像するに難くない。

東ドイツの存在が母の生きる支えであったことを誰よりもよく知るアレックスは、その国がいまだ存在していることを偽装しようと決心する。そのために彼はまず、八ヶ月の間に「西側風」へとすっかり様変わりしてしまった母の部屋を元の状態に戻し、ラジオやテレビといったマスメディアからの情報を母から遠ざける。そして、すでに入手することが困難になっていた東ドイツ製の食品を求めて街中を奔走し、それらのモノで母を取り囲むことによって、壁の崩壊とその後の人びとの生活の変化を気づかせないようにするのである。

しかし、アレックスの懸命の偽装工作を妨げたのは、壁崩壊後のベルリンの光景に他ならない。母の部屋の窓からは向かいのビルに掛けられようとしている Coca Cola の垂れ幕が。息子が居眠りしている間に戸外に出た彼女を待ち受けていた BMW の中古車、IKEA のステッカー。極めつけは、ロープをかけられヘリコプターで吊り去られていくレーニンの胸像である。アレックスは、こうした偽装の綻びを東ドイツの国営テレビのニュース番組を、友人の協力を得てねつ造することで、修復しようとする。

こうした息子の努力にもかかわらず、トラバント²で出かけた別荘への家族全員でのピクニックの後、母は再び発作を起こしてしまう。そんな中、アレックスの恋人は、嘘をついたまま彼の母を旅立たせることに耐えきれず、病室でついに事実を打ち明けてしまう。だが、母はすべてを知ってしまったことを隠したまま、東西ドイツが統一されたその3日後に、息子・アレックスたちが整えた環境のなかで成立した「母が信じたままの国」「現実には存在し得なかった国」＝「理想の国・東ドイツ」でその生涯を閉じたのであった。

以上が、この映画のあらすじである。

モノと現実

病院から自宅へ向かう救急車のなかで、いきなりアレックスの「崩壊の事実は母には知らせない」という企ては試練に直面する。救急車内に流れているラジオが壁崩壊後の政治情報を伝えはじめたのである。驚いた彼はすぐさまボリュームを下げるよう運転手に指示し、ことなきを得る。

当然のことながら、自宅に戻った母は、家族の監視のもと、外部との自由な接触が一切遮断された状態で、毎日を過ごしていくことになる。

東ドイツの自由化、壁の撤去を求めてデモに参加し逮捕されたアレックス。そもそも壁は西からの物流、人の流入、つまりは情報を遮断するために建設されたものであったが、皮肉なことに、東ドイツを存在させるために、ひいては母をまもるために、彼は自宅に「壁」を作って母を分断・隔離し、「情報鎖国」状態におかざるをえなかったのである。そんなわけで、「壁」を超えて情報(電波)をキャッチしてしまう、テレビやラジオといった受信機器が、しばらくは、彼女の部屋に設置されていなかったのは言うまでもない。

だが、情報の遮断のみで「東ドイツは今もなお存在し続けている」という現実には維持されるものではない。なぜなら、そうした現実の維持、確認には、日々つくられ、更新される物語とその共有が不可欠だからである。さらに言うなら、「東ドイツが存在している」という手触り感による確認が必要だったのである。

そこでアレックスは「何もかもが変わってしまった」ことを母に気づかれないように、「何も変わっていない」「すべてが以前のままであること」の証拠として、それまで母の部屋に配置されていた家具とともに、発作を起こして倒れる前にはごく普通にみられた東ドイツ製のモノで、彼女のベッドサイドを取り囲んでいく。いわば、日常品というモノによる偽装工作の試みである。壁の崩壊後、またたく間に西側の製品に駆逐されてしまった旧東ドイツ製の食料品であったが、それらの存在を母に示さなければ、東ドイツを彼女の中に生かし続けることはできないと考えたのである。息子は必死に街中の食料品店を駆け回り、彼女が愛飲していたコーヒー(モカフィックス・ゴールド)などを部屋に運んだ。現実というものはモノによって認識されるということを、アレックスは理解していた。

私たちは日常さまざまな物に囲まれて生活しています。あなたが食事をしたり文章を書いたりしているテーブルや椅子、食器や文房具、部屋のインテリアや家具、電気機器、衣類、靴、鞆、自転車や自動車、あるいはまた、街角で出会うさまざまな物たち……それらの物に対して、あなたは愛着をもっていたり(略)、便利や不便を感じたり、ときにはよく分からない不安に捕われたりするのですが、例えば「現実とは何か」と問われたときに、まずあなたが指さそうとするのは、そのような身の周りに現にある物たちなのではないでしょうか³。

上の文章は、記号学者である石田英敬の『記号の知/メディアの知』の第1章「モノについてのレッスン」からの引用である。続いて石田は、現実 reality の語源はラテン語の物 res であることを確認したのち、物というものをどう捉えるかは、現実をどのような水準で理解するかという問題に結びつき、そのことは世界をどう了解するかという問題にもつながっていると述べている⁴。

まさに、アレックスは身の周りのものによって、「東ドイツは今までのように存在している」という現実を構成しようとしたのだ。きわめつけは、偶然に見つけた東ドイツ製ピクルス（シュプレヴァルト・グルケン）の空き瓶のラベルを丁寧に剥がし、それを西側産のピクルスの入った瓶に貼りつけて、母に食べさせるシーンだ。彼女は「慣れ親しんだその味」に満足げな表情を浮かべるのであったが、このとき彼女が食べたものとは一体何だったのであろうか。瓶の中身は、あくまでも、西側で製造されたピクルスである。だが、母は視覚によって、「東ドイツ製のピクルス」のラベルを食べたのである。彼女を満足、安心させたものは、まさに、そのピクルスの記号レベルの、記号表現によってもたらされる「味」＝「東ドイツ」だった。

われわれの現実 reality はモノ res によって構成されている。それもモノの記号表現のレベルでつくりあげられていくということを、アレックスのこうした偽装工作を通して、われわれはあらためて知るのである。記号となったモノこそが、実体ではなく、関係としての現実、すなわち、消費社会という現実なのだ。

消費社会と東ドイツ

もし壁崩壊以前の東ドイツが西側の商品の流通を制限せず、自由に市民がそれを手に入れることのできる体制であったのなら、東ドイツという国家が消滅したという現実を隠すために、まだ東ドイツが存在していた時代に一般的であったモノで彼女を囲もうと、アレックスがやっきになってそれらを探し求める必要はなかったであろう。J・ボードリヤールの著作の翻訳者、記号学者である塚原史は、自らの著書『ボードリヤールという生きかた』のなかでこの『グッバイ、レーニン！』に言及し、アレックスの偽装工作が可能であったのは、東西ドイツの統一によって旧東ドイツ地域が消費社会化されたからであるとする⁵。この意味で、他ならぬアレックスこそが、壁の崩壊、ドイツの統一を日常的なモノのレベルで、そして体制の移行（民主化・自由化、社会主義・東ドイツの敗北）というものを消費社会への移行の文脈で実感していたのである。

私はベルリンの壁崩壊前の1989年3月から自宅にパラボラアンテナを設置して、ソ連の極東地域に送信されるテレビ放送を受信していたが、ペレストロイカの時代、グラスノスチによって変化したソ連・国営テレビのニュースは、自由な民主主義の国としての西欧、そして日本を取り上げるに際して、まるで「お約束」であるかのように、モノがあふれる都市の様子を描いていた。過剰なまでのモノに囲まれて、いわばモノのジャングルの中で生きるそうした西側の人びとの日常の光景は、東側の人びとにとって、「自由」、「民主主義」と分ちがたく結びついていたのである。乱暴な言いかたをすれば、当時は、多くの場合、まだ情報の域を出るものではなかったが、「自由」や「民主主義」といったものは、モノによって理解されていた。

「ジーンズを売ってくれ」と近寄ってきたソ連を訪れたことのある日本人が帰国後に必ずと言っていいほど話す、ソ連社会についてのいわば「お決まり」のエピソードだ。私自身もこのよ

うなことは、一度ならずモスクワやレニングラード（現在のサンクト・ペテルブルグ）で経験しているが、1980年代末に、「Levis の501を持ってない？」と聞かれ、驚いたことがある。秋葉原で、1,000円程度で買ったデジタル腕時計に大喜びしてくれた「ソ連」も、その時、すでに過去のものになりつつあることを実感した瞬間だった。ジーンズから Levi's へとモノは記号によって消費されていく。

このように、西側の国境から遠く離れていたソ連でさえ、「消費社会の運動の自由を保証する欲望の離陸」⁶は、都市住民、若者の間ではすでに始まっていた。ましてや、ドレスデン以外の全土で西ドイツのテレビを受信することができ、ソ連と比べて西への旅行者が圧倒的に多かった東ドイツにおいては、「欲望を離陸」させるに十分な情報があったといえるだろう。まさに、壁の崩壊にさきがけ、情報を通じて欲望が作りだされてきたのである。見田宗介は『現代社会の理論』で次のように述べている。

「冷戦の勝利」ということについて、理論的にも思想的にも、肝要なただ一つの点は、それが軍事力の優位による勝利ではなかったということである。軍事力に関する限り、二つの陣営は、たがいに他を圧倒して勝利することができないという膠着の状態にあった。この膠着をつき崩したのは、「自由世界」の、情報と消費の水準と魅力性であり、いっそう根本的な所では、人間の自由を少なくとも理念として肯定しているシステムの魅力性である⁷。

見田が言うように、東西冷戦構造の象徴としてのベルリンの壁はNATO軍が配備した核ミサイルの破壊力によって崩れさったのではない。軍事力での膠着状態に決着をつけたのは、アメリカ、西ドイツをはじめとする西側＝「自由世界」の情報・消費社会の「楽しさ」「華やかさ」「魅力性」であった。壁を越えるテレビ電波が伝えるおびただしい量の多種多様なCM、さらには西ドイツへの旅行者が持ち帰る西側製品＝モノ、そこで見聞きしたはなしの数々が、当時の東ドイツに暮らす人びとにとってどれほど魅惑的なものであったかは、十分に想像できることである⁸。

記号化・広告化する東ベルリン

アレックスの涙ぐましいまでの偽装工作を脅かしたものは、ベルリンの街の光景だった。母の誕生日を祝うために、東ドイツの記号（衣服）を身にまとい、プレゼント（もちろん、東ドイツのモノ）を携えた友人たちが彼女の部屋に集っているときに、なんと道路を隔てた向かいの建物の屋上からCoca Cola の垂れ幕が降りてきたのである。慌ててカーテンを閉めたものの、母はそれが何であるのかを認めてしまったに違いなかった。

おそらくドイツの映画館では、大きな笑いがおこったと思われるこのシーンは、壁の崩壊、そして東ドイツの「自由化」とは、いったい何を意味していたのかを象徴的に描いている。と同時

に、瞬く間に、消費社会の水準で記号化・広告化していった東ベルリンの記憶を、人びとの中に甦らせるものである。Coca Cola の垂れ幕がビルの屋上から吊るされている。このことは、星条旗が東ベルリンの中心部に掲げられていることにも等しい、ひとつの「事件」でさえある。記号としてのCoca Cola が共示する、アメリカ、資本主義、消費社会、豊かさ、という意味は、東ドイツの人びとにとっては、いや、彼らにとってこそ非常にわかりやすいものであった。

都市の建物がメディアとなり、そこに大きな垂れ幕というメディアが重なり、メッセージが運ばれていく。実は、このような光景は、何も消費社会の都市に固有のものというわけではない。東ドイツに限らず、社会主義を掲げる諸国は、建物や街路などをプロパガンダのための巨大なメディアとして位置づけ、ビルの屋上には「労働に栄光あれ」といった類いのスローガンが掲げられていた。しかし、そうしたメディア化した建物、都市が運ぶメッセージの多くは、人びとを「労働」や「生産」に駆り立てるものであり、「消費」へと誘うものではなかった。だからこそ、メディア化、記号化、広告化した東ベルリンの街が運ぶ Coca Cola のロゴは、「大きな事件」であったと言えるだろう。はからずも母は、欲望をつくり出す装置＝広告のためのメディアとして東ベルリンが再編されていく、まさにその現場に立ち会ってしまったのである。

この「事件」は、彼女の部屋に並べられていたモノというメディア環境によって成立する「社会主義・東ドイツ」という意味・現実が、もうひとつのメディア環境（街、建物、モノ）において成立する別の意味世界＝現実にかき消されてしまいかねない出来事であった。別の表現をすれば、それは、「欲求を充足させる」メディア環境と「欲望をつくり出し、消費へと向かわせる」メディア環境の対立である。

「Coca Cola 事件」からしばらくのことである。息子が疲れきって眠りこけている隙に、母親はそっと一人でアパートの外に降りていく。そこで彼女は、より一層、消費社会化した都市の光景に出会うことになる。中古車ではあるが西ドイツが世界に誇る高級車 BMW が売られている。さらには、スウェーデンの家具メーカー IKEA のステッカーが何気なく張られてある街角、等々。ボードリヤールが『物の体系』で言った、「消費されるためには物は記号にならなくてはならない」⁹という有名な言葉が実感される、そんな社会の到来を告げるシーンである。人びとはBMWやIKEAの記号がもたらすイメージを、人との違いを示すために、消費する。まだ少しばかり遠慮がちではあるが、そのような消費社会が東ドイツにもやってきた。

さて、このシーンは、少し前に彼女が見てしまった Coca Cola の垂れ幕がビルの屋上から降りてくるそれとは少し違ったものであった。北田にならって言えば、Coca Cola のシーンにあっては、「都市のなかに広告がある」という描写のされ方であるのに対して、このシーンでは、「都市そのものが広告であり、広告でないものが存在しないような空間」¹⁰として、母が久しぶりに自分の脚で歩いた東ベルリンが描かれている。母が「降り立ち」、しばし彷徨ったこの街では、そこを行き交う人びともモノのリズムにあわせて歩いているようだ。しかし、彼女はそのリズムに驚き、慣れ親しんだ東ベルリンのあまりの変容に疲れ果てて、その場に倒れ込んでしまうのであった。

マス・メディアによる偽装

東ドイツの市民は国営テレビや党の機関紙において展開される絶えざる物語づくりによって、社会主義・東ドイツという現実を生きてきたのである。毎日決まった時間に放送される国営テレビのニュースをみることは社会的な儀礼であり、この儀礼を通して東ドイツという現実を人びとは共有し、日々の営みを続けてきた。そしてこのことは母にとっても例外ではない。むしろ社会主義者の母こそ、毎日のテレビ・ニュースを見る、党機関紙を読むという社会的儀礼への参加が、日常生活において非常に重要な意味をもっていたに違いない。

したがって、いつまでも母からテレビを遠ざけること、つまり情報を与えないことは、かえって母から東ドイツの存在、現実を消し去ることにつながるのである。そこでアレックスはビデオ編集マニアの友人に依頼し、ねつ造したニュース番組を母にみせることで、東ドイツという現実を維持、存続させようとしたのであった。

過去のニュース番組の録画映像をVHSビデオデッキで編集し、その友人自身がアナウンサー役を務めるといふ、技術面においてはまことに稚拙な偽装工作であったが、その「国営テレビ」のニュースの中で、母にとっての東ドイツは確かに生きていた。

それにしても、なぜ母は息子とその友人が「でっち上げた」テレビ・ニュースを受け入れることができたのであろうか。もちろん、当時のニュース映像がスタジオの構図もふくめて、アレックスたちが制作したものと技術的にさしたる開きがなかったということもある。しかし、コードに着目することで、メディアというシステム自体をとらえようとした、『倫理としてのメディア』で井崎正敏が言うように、なんとと言っても、彼女が受け入れることができたのは、「国営放送という制度への信憑」によるところが大きい¹¹。「それが国営放送である」ことに対する疑念が母に生じない限り、そこでのニュース（出来事）は事実として受容されていくのである。

そんな訳で、国営テレビというフレームをいかにして偽装するかがアレックスたちにとっての腕のみせどころであった。このフレームは、ニュース番組の開始時間、オープニング映像・音楽にはじまり、スタジオのセット、東ドイツの社会的な記号としてのアナウンサー、そして何よりもその〈語り〉によって構成される。このようなフレームを母に対して提示することができてはじめて、彼女は其中で構成された物語＝現実を自己のものとして生きていくことができるのである。

当初、この偽装工作は、母に「外」の情報を与えないままにしていることは、彼女から「東ドイツに生きているという現実」を消し去ってしまうことにつながる、という理由でなされていた。しかし、モノや記号化・広告化した街というメディア環境がつくりあげる意味に対抗する、より積極的な任務が息子たちの偽装に課せられていくことになる。例えば、母がアパートの外に出たときに見た光景については、西からの難民が壁をこえて東に脱出して来た、というように描くこと

で、彼女を圧倒したモノ、街が織りなす意味環境を打ち消していったのである。

ところで、一連のテレビ・ニュースによる偽装工作シーンはコミカルに描かれているとはいえ、こうした工作は決して荒唐無稽な、あり得ないことではなかったと思われる。当時の東ドイツの市民の多くが国営テレビのコード（文法）を習熟しており、社会主義・東ドイツの現実はこのようにして構成されていたのだということ理解していた。だからこそ、当時の東ドイツのディテールに徹底的にこだわった監督のベッカーは、「グッバイ、レーニン！」において、アレックスたちにニュース番組を偽装させることによって、東ドイツ時代の共産党のプロパガンダを軽快なタッチで描くことができたのである。

ふたつのメディア環境（むすびにかえて）

この小論でも取り上げたように、塚原史『ボードリヤールという生きかた』と井崎正敏『倫理としてのメディア』はともに、『グッバイ、レーニン！』に紙数をさいている。塚原は、記号化されるモノの文脈で、モノによる偽装に触れ、井崎はメディアというシステムを、コードに着目して考えてみるために、ニュース番組による偽装を論じている。言うなれば、前者はモノからメディア環境を考え、後者はテレビというメディア環境を考察する。

すでに述べてきたように、私はこの映画を、消費社会が到来した東ドイツにおけるメディア環境の点から興味深く見たのであるが、『グッバイ、レーニン！』の「主人公」は、本当にアレックスと母だったのだろうか。じつは、ここにおいて描かれた数々の「モノたち」こそ、「主人公」ではなかったのか。ベルリンの壁崩壊後の東ベルリンを鮮やかに描き出したのは、「彼ら」ではなかったか。この映画で示された東ベルリンの「現実」は、メディア／記号としての「彼ら」＝「モノたち」が織りなすことで成立していた、つまり「彼ら」の「モノ語り」だったのである。

注

- 1 北田暁大『<意味>への抗い—メディアエーションの文化政治学—』せりか書房, 2004年, 104頁
- 2 Trabant. 1958年から東西ドイツ統一後の1991年まで生産された東ドイツの小型乗用車。トラビの愛称で親しまれた。
- 3 石田英敬『記号の知／メディアの知—日常生活批判のためのレッスン—』東京大学出版会, 2003年, 2頁
- 4 同上
- 5 塚原史『ボードリヤールという生きかた』NTT出版, 2007年, 68頁
- 6 見田宗介『現代社会の理論—情報化・消費社会の現在と未来—』岩波新書, 1996年, 28頁
- 7 同上書, 122 - 123頁
- 8 見田が言うところの、軍事力ではなく、「自由世界」における情報・消費社会の魅力によって、冷戦構造を決着させる道を切り開くことになったのは、ヘルシンキ宣言（1975年8月）であった。全欧安全保障協力会議の最終文書であるこの宣言は、とりわけ東側では、「戦後国境の不可侵の確認、東ドイツの承認、そして、デタント（東西緊張緩和政策）の確認」で理解されていたが、じつは、ここで明記され

ている「人と情報の交流」こそが、注目に値するものであった。このあたりについては、青木國彦「共産党宣言からヘルシンキ宣言へ」(『カオスとロゴス』第24号、ロゴス社、2003年)、を参照。

- 9 ジャン・ボードリヤール (宇波彰訳) 『物の体系—記号の消費—』法政大学出版局, 1980年, 246頁
- 10 北田暁大 『広告都市・東京—その誕生と死—』廣濟堂出版, 2002年, 72頁
- 11 井崎正敏 『倫理としてのメディア—公共性の装置へ—』NTT出版, 2006年, 70頁