

タイトル	メディア研究と心理学の接点：『探索モデル』
著者	柴田，崇； SHIBATA, Takashi
引用	年報新入文学(17)： 50-67
発行日	2020-12-25

メディア研究と心理学の接点…『探索モデル』

柴田 崇

はじめに

二〇二〇年のキーワードは「コロナ」と言つて間違いない。第三四半期が終わつた現在もなお、収束の兆しが見えないどころか、ヨーロッパでの感染者数は一度目よりも高い二度目のピークを目指しており、北海道では第三波の到来が危ぶまれている。

歴史に悪名高い疫病と比較すれば、その死亡率が有意に高いものでないことは明らかである。ただ、この疫病が、地域や国ごとに程度の差こそあれ、世界全体で人間の生活を麻痺させていること、そして、そのしわ寄せが真つ先に「弱者」に及んでいることは無視してはならない。今回の流行を「猖獗を極める」と形容することを躊躇させ、より緩慢で慢性的なニュアンスのことを選ばせる何かがあるとすれば、それは、一部の「強者」に与えられたかりそめの特権と考えるべきだろう。

今回の流行が大学教育の在り方に変革を迫るきっかけになることも間違いない。講義形式やゼミ形式

の授業の歴史性を考えるとき、二〇二〇年の試行錯誤の中に、現在の技術環境に相応しい新しい形式の授業の種があることは想像に難くない。

研究の現場でも、出張を伴う学会の活動がオンラインに切り替わるといふ事態が生じた。ただ、近年の動向を振り返れば、紙の学会誌は廃止される傾向にあり、オンライン化の軌道は既に敷かれていたとすべきかもしれない。多くの研究者が、研究論文をネットで公開し、また公開された論文を手軽に読めることに加え、遠隔地の研究者とのメールでの意見交換やリアルタイムの「対話」等、ネットメディアのメリットを享受してきた。オンラインの大会も、こうした趨勢の一部として実現されるべくして実現されたものとも考えられる。

前置きが長くなった。本稿は、二〇二〇年一〇月から一月にかけて開催されている日本心理学会での発表を文字にまとめたものである。今回、同学会は第八四回大会のすべてのセッションをオンラインで実施した。非学会員の筆者が話題提供者として参加した公募シンポジウムについて言えば、動画データを事前に大会事務局に提出し、大会事務局はこれを約一か月の大会会期中にホームページで公開、その間、メンバーはネット掲示板を使って大会参加者と質疑応答を行う、という形式が採用された。リアルタイムの緊迫した雰囲気がない反面、時間をかけて質問を用意できるというオンデイマンド式特有のメリットもあり、今後の学会発表の形式を考える上での材料ともなるだろう。ともあれ、この形式の効果を云々するのは時期尚早だろうから、ここでは、筆者の発表部分のみを文字におこし、大会参加者以外の読者との議論の糧とすることを目的にしたい。

公開シンポジウム(SS-014)「ネットメディアの生態心理学」の筆者以外のメンバーの役割とお名前は

次の通りである（敬称略）。企画代表者、司会：三嶋博之（早稲田大学）、企画者：森直之（札幌学院大学）、企画者、話題提供者：河野哲也（立教大学）、話題提供者：田中彰吾（東海大学）、指定討論者：染谷昌義（高千穂大学）。本セッションでは、まず、趣旨説明と話題提供のパワーポイント資料（趣旨説明五分以内、話題提供各二五分以内）を担当者が各自で作成した。次に、それらの資料を全員が共有した上でウェブ会議を開き、指定討論者からのコメント（約二〇分以内）と全体討論（二〇分以内）の動画を撮って一つのコンテンツにまとめ、これを大会事務局に提出した。

尚、同学会ではシンポジウムの予稿集を制作しないため、本稿が二重投稿になるおそれはない。シンポジウムの性格上、全体討論の場面にこそ妙味があり、本来なら各発表とそれを踏まえた「濃厚な」議論のすべてを収録すべきところだが、一登壇者の資格でそれを行うのが適当でない以上、企画代表者の許可を得て、筆者の発表部分のみを研究ノートの形で公表する。指定討論者からは確認のための質問もいくつかあった。話題提供の発表内容の不足を補う上で採録すべきだが、これも割愛した。

日本心理学会という心理学の領域では国内最大の学会の大会で、「ネットメディアの生態心理学」のシンポジウムが開けたことは、時宜に叶い、メディア研究と生態心理学とを専門にする筆者にとつては望外の機会となった。このような企画を立て、お声掛け下さったメンバーの皆様と、シンポジウムの企画を採択して下さった学会の関係者の皆様に感謝申し上げます。

概要

北海学園大学の柴田と申します。本日はメディア研究者として「ネットメディアの生態心理学」に対して話題提供いたします。

要約です。マーシャル・マクルーハン（一九二一～一九八〇）のメディア研究（以下、メディア研究）の特長は、「メディア」という概念を再定義し、メディアを使用するエージェントと、それを包摂するメディア環境を同時に理解するための理論の構築を目指したところにある。この発表では、メディア研究とジェームズ・ギブソン（一九〇四～一九七九）の生態心理学の接点となる「探索」モデルの意義を説明するところから、メディア研究との接合による「ネットメディアの生態心理学の可能性」を論じます。これから紹介するメディア論は、マーシャル・マクルーハンのメディア論、心理学説の方は、ジェームズ・ギブソンの生態心理学です。メディア論と生態心理学を接合することで、互いの成果を活用し、ネットメディアを理解するための理論について展望が開けるものと考えます。両者の接点となる「探索モデル」を説明するのが、本日の私の発表の主題です。

まずマクルーハンのメディア研究の特長を簡単にご説明します。次に、「探索モデル」に注目してギブソンの生態心理学について説明します。最後に、「ネットメディアの生態心理学」を展望します。

1. メディア研究とは？

1-1. マクルーハンとは？

マクルーハンという名前は聞いたことがあると思います。しかし、その経歴や理論の概要などは意外に知られていません。ちなみにウィキペディアの記述はかなり怪しいと言わざるを得ません。大学の授業ではそのあたりのことから話を始めます。いわゆるメディア論を講ずる先生の中にさえ、マクルーハンの理論を正確に理解しているのか、怪しい方を多く見かけます。本邦でのマクルーハンの受容を含め、簡単な経歴、及び業績と併せ、必要範囲で理論の概要をご説明いたします。「探索モデル」がその核であることをご理解いただければまずはOKです。

経歴です。一九一一年に生まれ、一九八〇年に亡くなりました。カナダのアルバータ州エドモントンに生まれました。マニトバ大学から英文学の学士号と修士号を取得後、ケンブリッジ大学トリニティー・ホールに留学します。一旦帰国し、一九三七年、セントルイス大学で教壇に立ちますが、再度渡英してケンブリッジ大学から英文学修士号（一九四〇）と博士号（一九四三）取得します。アサンプション大学を経て一九四六年にトロント大学に移り、一九五二年に同大教授に就任。一九六〇年代にメディア研究を提唱したことで北米発の一大ブームを巻き起こしました。ちなみに、ギブソンが一九〇四年生まれで一九七九年に亡くなっていますから、場所こそ違え、同時代人と言ってよいでしょう。

一九六〇年代後半にはマクルーハンの名前はアメリカにも知れ渡っていましたので、ギブソンがその名前を耳にしたことは間違いと思われず。ただ、自身の研究と関係がある人物として認知していたか

どうかは定かではありません。

他方、マクルーハンがギブソンの名前を知っていたことは資料によって裏付けられています（柴田、二〇一五）。一九七四年という晩年になってはじめてその名前を知った模様です。知人からギブソンの論文を送ってもらったという資料は残っていますが、その後、自身の著書にその論文を引用した形跡はありません。つまり、同時代人ではありませんが、生前に両者が参照し合った形跡はない、というのが事実です。

マクルーハンの経歴は、大体四期に分けられます。それぞれの時期の成果を本にまとめて発表していますので、代表的な著書によってこの四期を説明することができます。

第一期は英文学者として活動した時代です。第一期と第二期の間に大きな分岐点があります。

第二期に現在のことばで言えば、いわゆるサブカルのようなものや学際研究に取り組んでいます。

第三期に世界的に有名になる著書を世に送り出します。日本でも竹村健一が紹介してテレビや雑誌で盛んに取り上げられたようです。

第四期、この時期にはブームが去り、一般の人がその名前を耳にする機会はなくなってしまうようですが、この頃書かれた著書を読むと、理論的な進展が確かに見られます。

第一期の特徴を代表的な著書 *The Mechanical Bride* (1951) (『機械の花嫁』) とともに紹介します。まずはこの時期のマクルーハンの動静を、一九六七年の回想録から読み解きます。一英文学者が道を踏み外し、結果的に稀代のメディア研究者が生まれたきっかけが記されています。

一九三六年、私は、ウィスコンシン大学に赴任した。学部一年生の授業を担当してすぐ、彼らを理解できないのに驚かされた。そして、広告やゲームや映画などの彼らが慣れ親しむ大衆文化の研究が急務であると感じた。これは教育学であり、私の教育プログラムの一部だった。ポップカルチャーの世界という彼らの土俵に上ったのは、教育上の方針からだった。また、広告はアプローチするのに極めて便利な形式だった。『機械の花嫁』で広告を取り上げたのも、広告を使うのに許可を必要としないという法的配慮からである。授業では広告の他に映画や雑誌の画像も使用した。私は、三〇〜四〇枚のスライドを使って短い講義をした後で、学生に広告について考えるよう促した (McLuhan, 1967, p. 50.)。

今でも通用するような当時としては先進的な授業を実践したようです。

『機械の花嫁』の主題は、機械時代が生み出す魅力的な商品を分析し、産業化した世界に生きる人間(男?)のための神話を読み解くところにありました。ロラン・バルトによる同様の研究の *Mythologies* (『神話作用』) が一九五七年、*Système de la mode* (『モードの体系』) が一九六七年の発表ですから、一九五一年に書かれたマクルーハンの『機械の花嫁』はかなり先駆的な仕事だったと言えます。邦訳もありませんので興味の沸いた方には読むことを勧めます。

『機械の花嫁』では、見開きのページの左側に広告や漫画を載せ、右側のページでそれについて解説するという斬新なレイアウトが採用されています。タイトルから分かるように、ジェンダー問題にも斬り込んでいます。コカ・コーラの広告も分析しています。

さて、この本でさらに重要なのは、後にまとめられるメディア研究の主題が示されているところです。

本書の目的は、読者に機械的作用がつくり出す旋回する景色の真ん中に立つてもらい、すべての現代人が巻き込まれている現在進行中の事態を観察してもらおうことにある。事態の分析によって、具体的な対処法がおのずと明らかになると期待する。ただし、本書は、そのような対処法の提示を念頭に書かれるものではない (McLuhan, 1967(1951), v.)。

つまり、この本では個々の事例の断片的な分析しかできないが、将来的には現代のメディア状況の総合的理解に進み、さらにそれに対処する方法の開発が必要であることを明記していたわけです。実際、その後の研究は、このシナリオを実践するものになっています。

メディア研究の準備期にあたる第二期を代表する著作は、『*Explorations* (1953 - 59) (『探究』誌) です。学際的な研究会を主宰し、そこでの研究成果を年刊誌にまとめて発表していた時代です。後年、雑誌論文を抜粋した本が出ます。邦訳は、その本からさらに論文を抜粋したものです。

そしていよいよ一九六〇年代に二冊の名著を世に問います。すなわち、『*The Gutenberg Galaxy* (1962) (『グーテンベルクの銀河系』) と『*Understanding Media* (1964) (『メディアの理解』) の二冊です。前者は活版印刷技術の影響についてまとめた本です。後者は、活版印刷技術が形成した時代が終焉した現代のメディア状況についての本です。いずれが主著かで論争があったようですが、あまり意味のある議論とは言えません。両者をセットと考えるのが妥当です。いずれも邦訳があります。

『グーテンベルクの銀河系』の末尾には、歴史研究に続けて現代の状況を考察する新しい研究が必要であり、そのための本を準備していることが書かれています。そして二年後に公刊されたのが『メディアの理解』です（邦訳のタイトルは『メディア論』）。

『メディアの理解』では、活版印刷技術のパラダイム終焉後の、最新のメディアの影響を検証するところに主題が移ります。個々のメディアについての分析とともに理論の概要が示されており、メディアの理解のための理論の確立に前進したことが見て取れます。

1-2. メディア研究の特徴

ひとまず『メディアの理解』までの成果をまとめます。

まずは概念を再定義したことがあげられます。この点は、マクルーハンの代名詞ともいえるキャッチフレーズの“The medium is the message”（メディアはメッセージ）を使って説明できます。まずここで言うメディアウム（メディアの単数形）は、マスメディアや、コミュニケーションメディアに限定されません。すべての人工物をメディアウムとして考えるべきだ、という含意があります。そしてメッセージも、通常のコミュニケーション理論などでの用法とは異なっています。すなわち、しゃべった内容や、人が意図したメッセージではなく、人間に対する影響を指します。このような意味でのメディアウムのメッセージの解明こそが研究の主題になるべきこと謳った命題です。

繰り返すと、すべての人工物をメディアと考えるとき、メディアには、音声言語やゲーム、道路や自動車、ネットワークメディアも含まれることとなります。そしてそのようなメッセージの解明を主題に

掲げたメディアの研究は、いわゆるマスメディアやマスコミ研究、既存のコミュニケーションの内容分析とは一線を画すものになります。

こうしてメディアのメッセージの解明が主題となるわけですが、より詳しく、厳密にいうと、マクルーハンは、メディアがそれを使用する人間を変容させると考えました。この意味での影響を解明することがメディア研究の主題となるわけです。

ではマクルーハンはどのような方法でメディアの理解に挑んだのでしょうか。ここで「探索モデル」が登場します。メディアの影響を考察するには、それを使う人間が、メディアを身体の「延長extension」として使い、環境を探索する事態に注目すべであるとマクルーハンは考えました。この着眼点がメディア研究の特徴です。言い換えると、人間とメディアが一体になってエージェントを形成することを前提に、そのエージェントが環境を探索する状況を記述するところに焦点を置くのが、マクルーハンのメディア研究です。

1-3. 「探索モデル」の意義

「探索モデル」の意義、そして特長を説明しましょう。

「探索モデル」の特長の一つ目は、メディアの用法は予め決まっておらず、使用を通じて形成され続けるものである、と考えるところにあります。ラジオや自動車、印刷技術の歴史を繙けば分かることですが、当初からその用法が決まっていたメディアは見当たりません。現在私たちが使っているメディアにも当然同じことが当てはまるはずですが、

また、マニュアルを読めば自動車を運転できるようなことを考え併せれば、メディアの意味を、マニュアルに書いてある用法に還元するのが危険なことは分かるはずで、「マニュアルモデル」に陥らない、という点に第一の意義が認められます。

特長の二つ目は、「拡張モデル」を回避するところです。「拡張モデル」とは、メディアには、身体や既存のメディアの機能を「増強（拡張）」する効果がある、と考える立場です。こうした物言いは人口に膾炙していますが、やはり問題があります。メディアの効果は、身体や既存のメディアの機能の「増強」や「拡張」の二言で説明できるほど明示的ではないはずで、メディアの効果は、人間がそれを「使用」する状況において初めて語り得るものであって、先験的に「拡張」の語では語り得るものではありません。こう考えると、「拡張モデル」に則った議論の言説が空疎であることが分かります。

1-4. 課題

さて、一九六〇年代までのマクルーハンの考えはだいたいのようにまとめられます。ここに七〇年代の理論を精緻化する時代が続くのですが、精緻化の過程を経て提出された理論は、実は必ずしも納得のいくものではありませんでした。一言で言うと、マクルーハンは、「探索モデル」を放棄してしまうのです。代わりに、脳と環境が写像関係にある、との前提を立て、脳研究を援用する方向に向かいました。こうした転向自体を批判するつもりはありませんが、もし適当な知覚理論があったのなら、「探索モデル」を深化させる方向でメディア研究の理論化が可能だったのではないかと考えざるを得ません。

以上を踏まえて、次に、生態心理学が「探索モデル」を深化させるのに相応しい知覚理論の候補であ

ることを見ます。

2. 生態心理学との接合

2-1. 接点

ギブソンの経歴等については、日本心理学会の皆さんならご存じなので省略します。

まず、メディア研究との接点となる「探索モデル」の位置づけから見ていきましょう。

一九七九年に書かれた最後の著作には、ハサミを例にした「探索モデル」が見られます。

使用時の道具は一種の手の延長 *extension* であり、手の付着物、または使用者自身の身体の一部になっている。従って、道具はもはや環境の一部ではない。しかし、一旦使用を離れると、道具は環境中の単なる遊離物になる。このとき、確かに掴むことも運ぶこともできるが、道具は観察者の外に存在するものでしかない。身体に何物かを付着させる能力は、生物と環境の境界 *boundary* が皮膚の表面で固定されてはおらず、移動し得るということを物語る (Gibson, 1986(1979), p. 40)。

実は最後の著書から約四〇年前の、一九三八年という研究者としてのキャリアの最も早い時期の仕事にも、「探索モデル」を見つけることができます。こちらはより複雑な機構を持つ自動車の使用と熟達とを

「探索モデル」で説明しています。

高度な運転技術を身に付けるには、自動車の「場」について十分な感受性と制御能力が必要である。それらの要件が満たされるならば、道具を用途にしたがって使う時のように、自動車はドライバーの身体の一種の延長 *extension* になる (Gibson, Crooks, 1938, p. 135.)。

2-2. 生態心理学の特長

生態心理学に基づいて「探索モデル」を展開するメリットを説明します。

まず、メディア研究と同じく、エージェントと環境の「境界」で生じる事象を記述するという主題が立っています。一般的なインタラクション論と大きく異なることを確認しましょう。ドナルド・ノーマンに代表される議論は、アフォーダンスという語は使用しているものの、既に用法が決まったメディアをいかに使いやすくデザインするかに主題があり、必然的に、「境界」は人間とメディアの間にあるものに限定されてしまいます。これは、マニユアルに書かれている通りの効果を引き出すことに焦点を当てているという点で、「マニユアルモデル」の一種に分類できる議論です。人間と一体となったメディアと環境との間の「境界」に注意を向けたギブソンの「探索モデル」とは全く別のモデルだと言わざるをえません。二つのモデルの差異は、どこを「境界」と見做すかに如実に現れるのです。

新しいメディアの登場、及び古いメディアの退場を適切に記述できる点も「探索モデル」の特長にあげられます。「拡張モデル」によると、自動車は脚の（機能の）「拡張」である、とか、コンピュータは人

間の知的能力を増幅する装置である、のように、身体の機能とメディアと関連付けた議論を行ったり、自動車を、直近の相当する発明品である馬車と関連付けて、馬車との比較で論じてみたり、最近では電子書籍の効果を考えるときに紙の本を持ち出してきたりして、メディア同士の単純な二項関係で入・退場するメディアを論じる傾向が見られます。対照的に、「探索モデル」によれば、行為のレパートリーの入れ替えとして新旧のメディアを論じる途が開けます。

また、「探索モデル」に依拠すれば熟練の度合いを記述することも可能です。本日司会を務めていらっしゃる三嶋博之先生は、自動車運転の熟練の度合いを、利用する情報の違いによって説明する研究をされました (Inou, Sawada, Mishima, 2009)。これに相当する成果は、「拡張モデル」や「マニュアルモデル」に依る限り、期待できません。

2-3. メディア研究についてのメリット

「探索モデル」を接点に、メディア研究と生熊心理学が接合するメリットをまとめます。

まず、メディア研究の側から言うと、生熊心理学との接合により、一旦放棄された「探索モデル」に基づいてもう一度理論を構築する途が開けます。

2-4. 生熊心理学についてのメリット

生熊心理学にもメリットがあります。ギブソンは、次の引用にあるように、ハサミなどの道具に比べて、より大きく複雑な機械類にも、「探索モデル」が適用可能であることを最後の著書のハサミの記述に

続けて記しています。

もっと語るべきことがあったかもしれないが、ともあれ、今後、道具を考えるための導入にはなってくれるだろう。ここでは議論を比較的小さくして持ち運びのできる道具に限定してしまったが、技術的存在である人間は、もっと大きな切断、掘削、粉砕、圧搾のための道具と機械や、土木機械、建設機械、そしてもちろん移動のための機械もつくってきた (Gibson, 1986(1979), p. 41.)。

四〇年前の自動車の研究を、長いキャリアで培った成果を傾注して再起動しようとしたかのようにありませんか。ギブソンの死後、ハサミやハンマーなどの道具はともかく、それ以外のメディアの研究は、一部の例外を除いて等閑視されてきたと言わざるを得ません。生態心理学に基づくディア研究を展開することは、ギブソンの遺志を継ぐことだと言えるかもしれません。

3. ネットメディアの生態心理の展望

最後に、思い付き程度ですが、ネットメディアの生態心理学について展望します。

研究の焦点は、ネットメディアが、それを使用する人間に及ぼす影響の検証に当てられます。その際、検証すべき「境界」の位置が重要です。ネットメディアの場合には、当然、キーボードやマウスではな

く、画面の向こう側にある「境界」にいかなる効果を及ぼしているか、あるいは「境界」からいかなる情報を受け取っているか、が研究の主題になります。アフォーダンスの語を使えば、ネットメディアが使用者に何を「可能にする…アフォードする」か、を問うことになるはずです。

昨今指摘されている「情報格差 (digital divide)」についても特異な視点が提供できると思われる。情報格差の問題点は、まずは持つ者と持たざる者の間の格差です。インフラが整備されている国や地域とそうでない国や地域の住人の間に、大きな格差があることは間違いありません。この格差は、行為のレパートリーの数の違いとして説明できます。次に、持つ者の中にも能力の点で大きな格差が見られます。実際、ハッカーやプラットフォーム企業と一般の利用者の間に埋めがたい力の差があります。これは、行為の熟練の度合いの違い、及び利用可能な情報や資源の違いとして説明することができます。

ともあれ、いずれの説明も実証的なデータに裏付けられなければ説得力をもち得ません。本日は展望を示すに留めます。

これで私からの話題提供を終わります。

(しばた たかし・北海学園大学人文学部教授)

〔引用・参考文献〕

- Gibson, J. J., Crooks, L. (1938). A Theoretical field analysis of automobile driving. *American journal of psychology*, 51, pp. 453-471.
- Gibson, J. J. (1986). *The Ecological approach to visual perception*, Lawrence Erlbaum (original work published 1979).
- Inou, H., Sawada, M., Mishima, H. (2009). Gaze coordination between car drivers and passengers: An observation. In Waerman J. B. & Pagano, C. C. (Eds.), *Studies in perception and action X*, Psychology Press, pp. 48-51.
- McLuhan, M. (1967). *The Mechanical bride*, Beacon Press (original work published 1951). = (一九九一)井坂学訳『機械の花嫁』竹内書房新社
- McLuhan, M. (1967). Conversation with McLuhan (by Stearn G. E.), *Encounter*, XXVIII, 6, pp. 50-58.
- 柴田崇 (二〇一三)『マクルーハンとメディア論——身体論の集合』勁草書房
- 柴田崇 (二〇一五)「資料紹介 トロント大学『マクルーハン文庫』一見」『人文論集』第五八号、七三—九三頁
- 染谷昌義 (二〇〇四)「拡張する心——環境・内・存在としての認知活動」『シリーズ心の哲学Ⅱ ロボット編』勁草書房、一七五—二二三頁

