

「関係としてのメディア」概念についての考察： 制度，コミュニケーション，メディアをめぐって

その他のタイトル	A conceptual study for "Media as context" : System, Communication and Media
著者	黒川 努
雑誌名	教育科学セミナー
巻	25
ページ	29-35
発行年	1993-12-15
URL	http://hdl.handle.net/10112/00019460

「関係としてのメディア」概念についての考察

—制度，コミュニケーション，メディアをめぐる—

黒川 努

I

公教育は、生涯学習政策のなかで制度的により「柔軟」な形態をとりつつある。いわば、教育という領域をしめす、その地図の塗り変えが意図されているのである。公教育（あるいは教育）という概念自体が行政的な解釈によって拡大されうる状況にわれわれはおかれている。すなわち、教育の「自律的」な形態と従来みなされてきた「学習」が、生涯教育から生涯学習へという政策の名称および内容の変更にともない、文部省の管理領域としての「教育」へと包摂されている過程が今、まさに進行しつつあると考えていいだろう。この政策変遷の過程について、こう説明されている。

端的にいえば、70年代の生涯教育や教育計画の前提であった教育する国家という立場からの離脱、そのイメージからの「解放」の客観的な必要性があったのである。新自由主義経済政策にともなう国家再編として展開された行革臨調は、民営化、自由化による公的部門の縮小、削減を通じた資本主義の活性化、延命戦略であった。このような状況に対応した教育改革の基本的性格をあらわすものとして、どうしても生涯教育ではなく生涯学習でなくてはならなかったのだ（注1）。

この叙述からおおよそ4年が経過した時点において、文部省が（「公的」な施設として不登校のこどもたちの居場所を設けるという）その対応にみせている柔軟さはじつに象徴的である

（注2）。この「教育」という概念自体が動揺する状況において、教育とメディアの関連性についての考察は、重要になると予想される。

といっても、それはCATVや衛生通信、マルチメディアなどという教材業者が連発しそうな売り込み文句を理解し対応するための、機械にかんする商品知識の問題ではない。あるいは二十年以上前から問題にされている、テレビ視聴がこどもたちの学習や「学習環境」、生活環境にあたえる影響を考えると、その延長線上にあるようなテレビゲームやビデオ、アニメーションによる現実生活への不応症などといったことをとりあげるということではない。（付け加えるなら、こどもの学校社会にたいする「不応症」は、もはや異常とは言えない事態である—あるいは、もともと「異常」などではなかった—ことは、毎年のように累加されていく高校中退者や不登校のこどもたちの「量」によって、もう証明されかかっている。もちろんこれは、多数化によってその社会現象が正当化されうるという意味などではない。それとは逆に「少数者」という従来「異常」のメルクマールであったものが、多数化によって無意味な概念になりさがってしまうという、皮肉でありながらも——「異常」というレッテルが無意味だという意味で——ストレートな状況がたちあがりつつあることこそが注目に値すると思えるべきではないだろうか。）

教育におけるメディアの問題は、コミュニケーションとしての教育をめぐる問題であり、そ

これは教育概念そのものにもかかわってゆく。すなわち、教育の定義をめぐる議論において、コミュニケーションという視点は政策や制度とおなじ水準において語られる必要があると考えられるのである。概念として教育を規定するなら、それは知識の伝達であるとか、人間と人間の知的交流であるとか、様々な定義が可能だ(注3)。その定義のなかにおいても、少なくともコミュニケーションをしない教育というものは存在しない。しかしそこから短絡的に、教育とはコミュニケーションであるとするのは出来ない。公教育にかぎらず教育とは、任意の関係性にかんして限定を加える表現なのである。つまりより大きな集合として「コミュニケーション」が存在し、そのなかに含まれる集合として「教育」は位置づけられる。

ひかえめに定義付けるなら、教育とは制度化されたコミュニケーションのひとつの形態であると考えられる(制度化されたコミュニケーションという、宗教や呪術の儀礼が連想される。そこから、コミュニケーションの儀礼としての分析という議論も可能であるが、そういった視点からの考察についてはべつの機会に論じることとしたい)。あとでのべるように、本稿においては、あらゆるコミュニケーションはメディア・コミュニケーションだという立場をとる。これをさきの定義と重ねるなら、教育とは制度化されたメディア・コミュニケーションだということになる。この文脈においてはじめて、教育におけるメディア・コミュニケーションという課題が問題として浮かびあがってくる。

II

あらゆるコミュニケーションがメディアコミュニケーションであるということを説明するには、まずメディアとは何かを明らかにしなければならぬだろう。メディアとは、ひらたく

言ってしまうと「間にある何か」である。媒介とか、媒体、媒質などと言われるもの、あるいは伝達のための手段、報道機関もメディアである。

英語でメディア [MEDIA] とは、名詞で、ミディアム [MEDIUM] の複数形になる。英和辞典にあげられている [MEDIUM] の意味には、中間、中位、中庸、中間にあるもの、中間物、媒介物、媒質、媒体、媒介、手段、機関、表現手段、テクニック、などがある(注4)。「メディア」として一般に使われるときは、いわゆるマスメディア、あるいは、マスコミュニケーションといわれる近代以降発達した大規模な報道や情報流通の機関をさす場合が多い。マスメディアにおける媒体、たとえば新聞、テレビ、雑誌などを総称するかたちで、「マス」が省略され、(もともと複数形の)メディアという言葉が一般名詞化して単数扱いで使われている(注5)。

誤解を避けるために強調するなら、この文章では、「メディア」は、マス・コミュニケーションのことをさして使っているわけではない。筆者は、メディアということばを、コミュニケーションを理解するうえで鍵になる概念として、よりひろい意味で扱うようにこころがけている。その意味を採用することによって、コミュニケーション、あるいは教育といった茫洋とした言葉を限定的にとらえかえすことが可能にすることができれば、それは概念装置として有効なものといえる。

メディアということばの使われ方を整理すると、次の三つになる。

- 1 パブリック・コミュニケーション(いわゆるマスコミ)総体とその諸手段のこと
例) テレビ放送、新聞、雑誌など
- 2 パーソナルおよびパブリック・コミュニケーションの媒体(コミュニケーション・メディア)のこと

例) (1の例に加えて) コンピュータ、電話、ファクス、通信衛星など

3 あらゆる技術的な道具(つまりマクルーハンのいうところの人間拡張としてのメディア) (注6)

例) (1、2の例に加えて) 自動車、飛行機、宇宙船、顕微鏡、望遠鏡など

以上を一覧すると1から3へ、よりひろい意味でメディアということばは使われている。3はメディアというには概念が広すぎるという見方もできるが、マクルーハンはメディアを人間の身体諸器官の延長にあるものとして考えており、そうした意味では、テレビは人間の視覚の外延化であり、車は人間の足の外延化として理解しうる。マクルーハンはメディアを人間の身体器官の拡張として考えたが、ここではべつの立場からメディア概念を定義づけてみたい。ただし、やはり出発点としてかんがえるべきなのは(マクルーハンとおなじく)、われわれじしんの身体である。

III

コミュニケーションのもっともプリミティブ(原初的)なかたちは、口頭のコミュニケーションだとかんがえられる。ひととひとが相対して、ことばかそれ以前の表現によって意思を伝達するのが人類の歴史のうえでもっとも古いコミュニケーションとかんがえることができる(注7)。そこにおいては、表現の手段と表現者とは分離していない。この関係において、話し手と聞き手がいて、表現内容をつたえる媒介物(=メディア)となるのは、「ことば」である。しかし、ここでのメディアとしてのことばは、「もの」ではない。音声による情報伝達ではあるが、そのメディア(媒介物)としてのことばは、表現する人間と切り離すことができない。

しかし、現代のわれわれが離れたところで

「会話」をする場合、たとえば手紙とか電話とかあるいはFAXとかパソコン通信などを使う。手紙やFAXの場合はとくにはっきりしているが、表現者と受け手とのあいだにはあきらかに「もの」としてのメディアが必要とされる。それは電話やパソコンにおいても同じことである。装置と、そこを通る電流(という媒体)がなければ「会話」は成立しない。このように、メディアが「もの」として立ち現れるのは人間の身体の外部に技術としての手段が存在する場合に限られるのである。

ここでも、メディアが技術的な手段であることは確認される。しかし、われわれは、どんな表現手段を使うにしても、身体から表現を引き出さなければ伝達することはできない。技術的には表現が媒介されるときにも、その表現はプリミティブなコミュニケーションとおなじく、身体を出発点としていることにはまったくかわりがない。

もしも、メディアが「もの」に限定されるのであれば、メディアはコミュニケーションを媒介する技術的な手段ということになる。しかし、メディアとは「もの」に限定される意味に限定できるものではない(IIにおいて引いたMEDIUMの辞書的な定義をふまえるならばそれは当然のことである)。むしろもっと抽象的に、関係の間に存在する「何か」なのである。つまり、関係という「間」(あいだ)が存在するならば、そのスキマをうめるべきなものか否かによって「関係」は成立しない。メディアが発明(あるいは創造)されたのは、媒介の技術的手段としてであったにせよ、「それ」(メディア)は「発明」される以前からコミュニケーションとともに存在していたとは考えられないだろうか。

つまり、コトバをかえていうなら、コミュニケーションはけっして直接的ではありえない。ふたたび「直接の」対話あるいは会話というも

のを考えてみればいい。対話には最低二人の人間が必要になる。人間のコミュニケーションには感覚器官をとおした生理的な知覚による認知と、それを解釈し理解するための思考という過程が存在している。個々の人間にそうしたプロセスがある以上、個人という存在と存在をダイレクトに結ぶことは不可能とっていい。唯一「直接」という状態が可能だとするなら、それは融合であり合一化となる。そうになってしまうと、それはもはや「関係」とはいうことができない。

「あらゆるコミュニケーションがメディアコミュニケーションである」という前提は、人間と人間の間にあるところのコミュニケーションが、つねに間接的なもの、あいだに何かを媒介してはじめて可能となるものであるということをしめしている。それだけにすぎない。それだけにすぎないが、それによってはじめてメディアを「関係」を媒介するもの、あるいは媒介されている状態といった抽象概念として扱う意味が明示されることになる。

IV

メディアとはコミュニケーションという関係の「間」にある「何か」である。しかし、それと同時にわれわれの身体から、あるメッセージが表現されるときにそれは、身体とは切り離せない「何か」である。これは、非常に矛盾した概念になる。この両者のうち、いっぼうの「間」という見方だけを取り出して理解すると、図式的なコミュニケーションのモデルができあがる。W. オングは『声の文化と文字の文化』のなかで、このモデルを「メディウム・モデル」と呼び、人間どうしのコミュニケーション理解としては欠点を持つことを指摘している。

メディウム・モデルとは、送り手と受け手のあいだにパイプのような「媒介物」があり、送

り手は情報をコード化してパイプのかたちに合うようにして情報を送り出し、そのパイプのなかを情報が通ってゆき、受け手はそのコードを解読して自分の記憶（メモリー）のなかにそれを保存するという理解のしかたである（注8）。

技術によるコミュニケーションの媒介は、いっけんこのモデルによって理解しても支障がないようにみえるが、コミュニケーションの始点と終点にあるのはただの郵便受けやメモリーボックスではなく、われわれ自身（つまり人間）であることをかんがえるなら、やはり妥当性を欠いているといわざるをえない。

オングはこう書いている。

人間的なコミュニケーションは、ことばによるものでも、ことばによらぬものでも、「メディウム」モデルとはつぎの点でもっとも基本的に違っている。つまり、人間的コミュニケーションは、そもそもそれが成立するためには〔相手の立場を〕先どりするようなフィードバックを必要としているという点である。メディウム・モデルでは、メッセージは、送り手の側から受け手の側へと移動する。〔それに対し〕現実の人間的なコミュニケーションにおいては、送り手は、そもそもなにかを送りうるまえに、送り手の立場ばかりでなく、受け手の立場に立っていなければならないのである。

（注9）

これにつづけてオングがいうように、われわれはひとりごとをいうときさえ、聞き手というものを設定しているのである。あえてたとえるなら、不意打ちでボールを投げたらキャッチボールにはならないし、サッカーでいえばアイコンタクト（目による合図）がなければ、あるいはその場の状況を把握しなければ、パスは成功しないということになる。コミュニケーションの問題は、「間」にある「もの」（つまり技

術としての「メディア」よりはコミュニケーションという関係そのものにある。しかし、フィードバックという概念装置のみでは、さきに述べたようにわれわれのコミュニケーションが直接的ではありえない、それはつねに媒介を必要とする、という問題は逆におきざりにされてしまう。コミュニケーションとは、分離した合一化（ユニティ）であるという矛盾にふたたび舞いもどることになる。

直接のコミュニケーションであってもそれは媒介でありうる、というかたちでコミュニケーションの矛盾のしたありかたをすどく指摘したのは、ドイツの詩人エンツェンスベルガーである。かれの場合にはメディアを「意識産業」と命名しており、その概念を使いながら、「意識」が産業的に媒介されることが問題であるとする。

しかし、意識の媒介がだれにも見通せる形でおこなわれていたあいだは、つまり、教師が生徒のまえにちゃんと立ち、弁士が聴衆のまえに、親方が徒弟のまえに、司祭が信者のまえにハッキリ姿をあらわしていたあいだは、それが媒介された意識だということ、自明のこととして、問題にならなかった。それが問題になるのは、見通すことのできないあいだけである。意識の媒介が、産業的な規模でとりあげられるようになって、はじめて、意識の社会的誘導とか、媒介とかが問題になる。(注10)

この論議において、媒介されるところの「意識」を創造する場である「対話」は、メディアコミュニケーション（かれがいうところの「意識の媒介」）とは別のものとして説明されている。だが、エンツェンスベルガーがいうところの「対話」とは、たんなる直接的なコミュニケーションをさしているものではない。その点では、本論における議論とは位相の違う問題を提

出している。かれがそこで展開しているのは媒介される意識のオリジナリティ、「知」の源という問題設定であり、本稿で問題にしているのは、関係における媒介の存在という問題についてである。

メディアにかんする議論においては、コミュニケーションの直接性をメディアコミュニケーションと対立するものとして考える傾向がある。テクノロジー、あるいは文明を批判するという文脈においてはそれも有効といえるかもしれない。しかしコミュニケーションは必ず「人間的」なものであり、メディアコミュニケーションあるいは（媒介状況をさすところの）概念としてのメディアは、コミュニケーションをめぐる状況にかんする新しい理解の枠組みとみなして扱うべきなのではないだろうか。

そこでメディアを、コミュニケーションの関係総体として概念化するというアイデアが浮上する。オングのいうところの「フィードバック」とは、いってみれば、コミュニケーションにかんするコミュニケーション、つまりベイトソンのいうところのメタコミュニケーションである(注11)。このメタコミュニケーションをふくめたコミュニケーションの総体を、媒介状況として大きなカッコにくくる。このカッコが「関係としてのメディア」という概念である。

もちろん、こうしたおおきな枠による概念化は、議論のレベルを混乱させたり、概念のたんなる拡大解釈を招くだけかもしれない。しかし、繰り返すならばわれわれは（個人として集団から析出した存在である——自我を持っている——ために）直接にはコミュニケートしえない。それゆえに、かならず媒介を必要としている。それと同時に表現というものが、われわれの身体を源とする以上、媒介としての「何か」は独立した「何か」ではありえない。この状態を理解するには、コミュニケーションの状態そのも

のを大きな枠組みで囲って、そこになにか名前をつける以外に方法はないとおもわれる。

そこで、これを大きな意味でのメディア、「環境としてのメディア」という概念として定立することにしたい。これに近い立場として、かなり以前に中野収は「汎メディア論」と要約できるような議論を展開している。人間の社会的な行為はすべてが関係によって成立している。その関係性はすべてメディアとして理解するというのが中野の議論である。かれはメディアとは文化そのものであるとまで言い及ぶのである(注12)。中野と意図するところは近いものの、メディア概念の拡張をできるかぎり限定的なものとする点において筆者は別の方向性を探っている。なぜなら、媒介を前提とするコミュニケーションという視点を強調するのが「環境としてのメディア」という概念を提示する目的だからである。

(本論において、「関係としてのメディア」と「環境としてのメディア」はほぼ同じ意味で使っている。それはコミュニケーションの問題において、「関係」とは「間」だけの問題ではなくその関係をとりまく環境を含むものとしての「全体」を把握する必要があるためである。ひとつの表現に統一しないのは、文脈によって「環境」という表現に違和感が生じるためである。)

V

「メディア」の辞書的な定義のなかには、巫女、あるいは霊媒という意味もある。これは非常に示唆的なこととかがえられる。占い師や霊媒は、社会的な文脈においてこの状況を「読んで」、不安定な要素を、象徴的な儀礼を演じることによって安定に導くのである。そこでおこなわれるはたらきは、「対話」というよりはむしろ環境の「創造」ないしは「改変」とでも

表現できる。そしてまたわれわれが日常的におこなうコミュニケーションも、やはり社会的な行為としてさまざまなレベルで作用する。コミュニケーションはつねにその場その場の文脈における「環境」を生成することになる。

「環境としてのメディア」という概念によって、たとえば、占いや呪術といったコミュニケーションを分析することができる。街角でおこなわれている手相見の占いの方法などは、フィードバックの顕著な例をしめしている。占い師は客の表情を読みながら、両義的なことばを相手に投げかけてゆく。その反応によって相手の「心を読み」、相手にとって「納得のゆく未来」について占うのである。

「環境としてのメディア」という概念装置は教育における教授——学習プロセスの情報交換、あるいは教師——生徒関係における諸々の関係といったコミュニケーションだけではなく、教育制度あるいは公教育全体をメディアとして理解する地点にまでわれわれをみちびく。教育制度のみならず、いわゆるマスコミにしてもさまざまなレベルのコミュニケーションが多重化し錯綜している。それを〔送り手—受け手〕という役割に分割し、その枠組みのなかで細分化して考察することは、理解においてまさに図式的にすぎるとはならないだろうか。

教育においてもコミュニケーションは、様々な局面で存在している。それは、教師—生徒という関係に還元してしまえば、教育のほんの一局を切り取る作業にすぎないのである。公教育のシステムは様々な個と個、集団と集団、集団と個といった関係の複合であり、そこにおけるコミュニケーションは一元的なモデルにおきかえることはできない。それを全体としてとらえ、さまざまな関係が織り込まれた織物として、つまり、ひとつの制度として眺め渡すことがもとめられているのではないだろうか。

国家という「送り手」が存在する以上、公教育はひとつのメディアである。それは、教育がプロパガンダの道具であるなどといった単純な論議ではなく、諸々のレベルの立場と関係が複合して成立しているという大枠のうえで国家という存在があるということである。

あるいは、個人と個人という関係においても、その背景には社会的な文脈がかならず存在している。われわれが、海外に行くとき民族性とかナショナリティといわれるような感情を自覚せざるをえないのは、国内においては（均質ではけっしてないが）均質に近い社会的な背景が前提となっていて、それが共有されないところでコミュニケーションをとらざるをえないからであると考えられる。そうした意味で「関係としてのメディア」ないし「環境としてのメディア」は（同義反復的ではあるが）関係のあるところ、つねに「存在」するのである。

教育のコミュニケーションというと、われわれはつねに学校やその周囲の、集団や個人間の問題に限定して考えがちである。たとえば、学校教育におけるコンピュータ導入という問題において論議されるのは、教師と生徒の人的な「触れ合い」の喪失といった文脈における問題が代表的な議論である。コンピュータ、あるいは情報化という問題はとくに学校という場自体が「媒介の場」であることを前提にしなければ、有効な考察は不可能ではないだろうか。しかし、社会全体がおおきなコミュニケーションの枠組みであることは、そこでは暗黙の前提とされている（可能性がある）にしても事実としてかえりみられていないのが現実である。

コミュニケーションが媒介されるものであるという事実は、教育の問題を考えるうえで忘れられがちである。というのも、そこにはつねに改良主義的あるいは修正主義的ともいえる——教育を前提として棚に上げ、批判対象として扱

おうとしない——傾向が見られるからである。

「関係としてのメディア」という立場からは、教育もその媒介という性質においてはマスコミやコンピュータと大同小異のものにすぎない、という「醒めた」アプローチが方法論として保証されるといえる。それにより教育を相対化し、批判的に教育を考察する姿勢を確立できないだろうか。

「関係としてのメディア」という考え方から、教育は次のように位置づけられる。

教育そのものがメディアなのである。

注1 岡村達雄「教育理論の現在」『現代の教育理論／教育の現在—第二巻』岡村達雄編著（社会評論社 1988）47頁

注2 「学校不適応対策調査研究協力者会議報告」『季刊・教育法No. 88』（ぎょうせい 1992）60～81頁

注3 中村光，志村鏡一郎編著『教育思想史』（有斐閣 1978）

注4 『新英和大辞典：第五版』（研究社 1980）1319頁

注5 ウィリアムズ，レイモンド『キーワード辞典』（晶文社 1980）239～240頁

注6 マクルーハン，マーシャル『メディア論』栗原裕，河本仲聖訳（みすず書房 1987）

注7 オンゲ，ウォルター『声の文化と文字の文化』桜井直文他訳（藤原書店 1992）30～40頁

注8 オンゲ，前掲書 357～361頁

注9 オンゲ，前掲書 357～358頁

注10 エンツェンスベルガー，H. M.『意識産業』石黒英男訳（晶文社 1970）8頁

注11 ベイトソン，グレゴリー『精神の生態学』佐藤良明訳（思索社 1990）

注12 中野収『メディアと人間 — コミュニケーション論からメディア論へ』（有信堂 1986）12～20頁