

M. マクルーハンのメディア論における コミュニケーション・モデルとその教育的含意

時 津 啓*

The Communication Model in M. McLuhan's Theory of Media and Its Implication in Education

Kei Tokitsu

The purpose of this paper is to explore a new model of educational communication in following with McLuhan's theory of media. This paper wants to reinterpret the action that 'a teacher informs a learner of the message'.

The model of 'teacher-learner' has two predictions. First, a man can have the message. Second, medium is a tool. McLuhan tried to go over these preconditions in connecting with media and a user. He expressed 'the medium is the message'. This word means that the message makes up a mutual relationship between media and user.

The distance between a sender and a receiver shorten and they connect with the tactile relationship. In short, when we view a communication in focusing on media, we can't distinguish between the sender and the receiver strictly. Media force the sender to pump up the mind of other.

We can be found the tactile model focusing on the tactile aspect of communication. When we view with the action that 'a teacher informs a learner of the message' in following to this model, we find that a teacher can't have the message until he has the subordinated relationship with media including a learner.

Key Words (キーワード)

Marshall McLuhan (マクルーハン), media (メディア), Communication Model (コミュニケーション・モデル), teacher-learner (教師-生徒), tactile (触覚)

問題の所在

人間同士のコミュニケーションを捉える際、それを眺める視点は決定的な意味を持っている。たとえば、「教える者が学ぶ者にメッセージを伝える」という行為を考えたい。この行為は、教育学で議論されてきた典型的な行為の一つだろう。そして、この行為は教える者という送り手と学ぶ者という受け手が存在し、メッセージの伝達を目的としていることを考慮すると、コミュニケーション行為と捉えることができる。

この行為を眺める視点は数多く存在するだろう

が、最も典型的な視点はメッセージが伝達されるベクトル、すなわち「教える者から学ぶ者へ」とメッセージが流れ行く方向に注目したものである。こうしたいわば「教える者→学ぶ者」モデルによる教育のコミュニケーション理解は教育学において長く疑われることがなかった。

もちろん、新教育以降一特に教育関係論の文脈で一、このモデルはことさら批判の対象となってきた。たとえば、教える者と学ぶ者は対等な関係を築くべき（あるいは、築いている）、と、「教える者→学ぶ者」モデルは教育のコミュニケーションの一側面を抽出したに過ぎないというわけであ

* 広島文化学園大学 社会情報学部 (Faculty of Social Information Science, Hiroshima Bunka Gakuen University)

る。だから、より広いパースペクティブから「教える者が学ぶ者にメッセージを伝える」という行為を捉え、「教える者→学ぶ者」モデルの克服が目指されてきたのである¹⁾。克服を目指した者は、このモデルが有する「教える者から学ぶ者へ」という視点そのものにスポットをあて、そのコミュニケーションの限定的な捉え方を批判したといえよう。

しかしながら、これら二つの立場には、共通のコミュニケーション理解があることも見落すべきではない。両者は、教える者と学ぶ者との関係性—教える者と学ぶ者はいかなる関係を築くべきか(あるいは、築いているか)—に基本的な関心を向ける。教える者も学ぶ者もコミュニケーションの前提として独立した不動の位置が与えられるのである。とはいえ、これらの理解に欠落しているのは、教える者と学ぶ者とのコミュニケーションがメディアを介して伝達される「内容」やメディアに規定されているという視点である。つまりメディアの視点が看過されているのである。

そこで、本稿では1960年代のカナダにおいて、教える者と学ぶ者の間に存在するメディアをその中心に置き、コミュニケーションを探究しているマクルーハン(Marshall McLuhan: 1911-1980)のメディア論に注目したい。マクルーハンによれば、「メディアは身体の拡張」である。彼はメディアを身体の一部と考えていた。マクルーハンはメディアと身体を厳密な意味で区別していないのである。そうすると、「教える者→学ぶ者」モデルの問題点は、教える者と学ぶ者の関係性ではない。代わりに、そもそも教える者・メディア・学ぶ者という区別が可能か、という根本的問題が提起されることになる。このように、マクルーハンのメディア論の視点に立つと、教える者・メディア・学ぶ者がいかなる関係性—三者の区別ができないことも含む—を結ぶことで、コミュニケーションがなされているのかを問わない点にこそ、「教える者→学ぶ者」モデルの問題点が見出されることになる。

本稿の課題は、マクルーハンのメディア論に依

拠し、メディアの視点から「教える者→学ぶ者」モデルを克服することにある。

1. 教育学におけるマクルーハン研究の概要

教育学の領域でマクルーハンのメディア論を取り扱った研究は少ない。マクルーハンにふれた研究を挙げると三つに分類することができる。

第一に、メディアと経験のあり方を原理的に考察する際にマクルーハンのメディア論を補足的に使用した研究である²⁾。しかし、マクルーハンに関する記述は見られるものの、これらの本意がマクルーハン研究、並びに新たなコミュニケーション・モデルを提出することには言及までもない。

第二に、メディアを論じる際の口火としてマクルーハンの見解を参照する研究である。たとえば、マクルーハンの見解を参照しながら、情報化社会の学校教育のあり方を検討した研究³⁾、主体形成における文字の役割を論じる際にマクルーハンに参照する例⁴⁾などを挙げることができよう。第三に、カナダのメディア・リテラシー教育の文脈でマクルーハンを取り扱った研究⁵⁾も存在する。しかし、第二、第三の立場の研究もその本意としてマクルーハン研究としての色彩は薄い。

このようにマクルーハンのメディア論が教育学で取り上げられないのには、主に二つの原因が考えられる。第一に、教育学が不思議なほど文字も含めたメディアに対する意識が希薄だったこと⁶⁾。第二に、マクルーハンのメディア論が内在的に抱えるメディア決定論の影響である。メディア決定論とは、メディアの変化に呼応して、利用者としての人間も変化するという考えである。たとえば、マクルーハンは活字の発明・浸透により、彼が「活字人間」と呼ぶ視覚偏重・直線的思考しかできない人間が形成されたと主張する。その主な原因は、印刷物を読むという行為が視覚のみに依拠し、直線的な動きを強いるからとされる。このようなメディアと人間形成を因果関係で結ぶ考えを素直に解釈すると、新たなメディアの登場・

浸透により、人間は自動的に変化することになる。そうすると、教育行為の介入する余地はなくなると考えられる。そのため、意識的にマクルーハンのメディア論は避けられてきたといえよう。

確かに、このメディア決定論は教育学に限らず、これまでのマクルーハン研究が見出した定説でもあった。すなわち、マクルーハンは新しく登場した電子メディアを賞賛し、それまで絶対的地位を占めていた文字メディアを相対化することを目指した⁷⁾。社会学やメディア研究等で描き出された話し言葉を心から愛するマクルーハンにしろ⁷⁾、文字や電子メディアを比較検討しその特性を見出すメディア研究者としてのマクルーハンにしろ⁸⁾、その根幹には電子メディアという新たなメディア技術へ過剰な期待を寄せるマクルーハンを見出すことができる。つまり、時代と共に進化するメディア技術へ呼応し、人間は変化するという因果論をマクルーハンのメディア論は構造として有しているのである。ウィリアムズ (Raymond Williams) の言うようにメディアが政治や文化などの要素が絡み合う中で誕生・変化していることを考えると⁹⁾、この点はマクルーハンのメディア論に見られる限界であろう。

しかしながら、そもそも彼のテキストを読めばすぐに明らかのように、彼は電子メディアを賞賛していたわけではない。厳密に言えば、電子メディアの登場の結果もたらされる変化へ注目していた。社会学、メディア研究の影響のもと、教育学もまた、この点を重視してこなかった。さらに本稿の目的にしたがって焦点を絞るならば、彼はメディア論の中に、電子メディアによってもたらされるコミュニケーションの変化を散りばめている。本稿は、教育学における先行研究でほとんど注目されてこなかったマクルーハンが散りばめたコミュニケーションの変化を抽出する。次に、その特徴を考察し新たなコミュニケーション・モデルを提示したい。今後、本稿はマクルーハンのメディア論にしたがって、「教える者→学ぶ者」モデルを新教育とは異なった形で批判・解体していく。そのためにも、まずは「教える者→学ぶ者」モデ

ルの特徴を抽出する必要がある。

2. シヤノン=ウィーヴァー・モデルの前提

本稿でいう「教える者→学ぶ者」モデルの典型をシヤノン=ウィーヴァー・モデルに見ることができる。このモデルは、1948年、シヤノン (Claude E. Shannon) とウィーヴァー (Warren Weaver) という二人の通信工学者の手により開発された。もともと彼らはミサイルの研究で名を馳せた人物である。二人の見解にはズレがあるものの一般的に軍事研究を手がかりに人間同士が行なうコミュニケーションを数学的に思考することを試み、次のようなコミュニケーション・モデルを開発したと理解されている。本稿ではこの理解にしたがって、このモデルをシヤノン=ウィーヴァー・モデルと捉えたい¹⁰⁾。

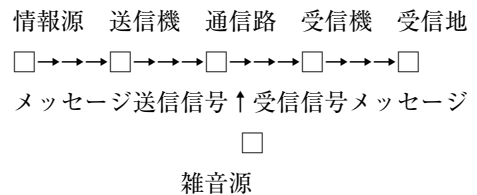


図1 シヤノン=ウィーヴァーモデル

このモデルは情報源 (information sources) から送信されたメッセージ (message) が送信機 (transmitter) を経由して送信信号化 (シグナル化) され、途中でノイズの乱れを受けるものの、受信機 (receiver) を経由して目的地へと到着するという簡潔なモデルである。その後、このモデルは情報理論の基礎モデルとして位置づけられると共に、主に社会学の分野では批判的に引用され、その克服が目指されてきた¹¹⁾。

とはいえ半世紀を過ぎた今日でも、このモデルの応用である「送り手→受け手」モデルはメディア研究の中で盛んに活用されている¹²⁾。個人から個人への音声コミュニケーションを考えてみよう。シヤノン=ウィーヴァー・モデルに依拠すれ

ば、情報源は発信者の脳であり、送信機はさまざまな音圧（信号）を生む発声機構であり、その音圧が空気（通路）を通して伝送される。そして受信者の耳並びに神経が受信機となり、受信者の脳が受信地となる。雑音源に関しては、たとえばその場面で笑い声が聞こえたとしたら、笑い声を発した人が雑音源であり、笑い声がノイズということになる¹³⁾。

シャノン=ウィーヴァー・モデルから二つの前提を読み取ることができる。第一に、送り届けられるメッセージは所与のものとして想定され、主に情報源（送り手）は数多くのメッセージ群から自分が望むメッセージを選択できることである。第二に、メディアとはそのメッセージを直線的にそのまま受信地に運ぶ道具であることである。そして、シャノン=ウィーヴァー・モデルの置換版である「送り手-受け手」モデル、「教える者→学ぶ者」モデルも「メッセージを選択できる人間」という人間観と「道具としてのメディア」というメディア観を共有している。これら二つの前提こそ、「教える者→学ぶ者」モデルが有するメッセージが流れ行く方向への注目を支えている。というのも、この人間観とメディア観にしたがうと、送り手は選択したメッセージを透明な道具を使用することで、受け手の元へ運ぶことができるようになる。それゆえ、送り手・メディア・受け手という境界線が画定され、「送り手から受け手へ」というメッセージが流れ行く方向が生まれるのである。

3. メディアと利用者の不可分な関係

3-1. 利用者はメッセージを選択しているか？

—メディアによる利用者の枠づけ

マクルーハンは多くの人が忘れていたメディアとして電光（electric light）を挙げる。電光は人間と人間のあいだに存在し、誰かのメッセージを誰かに送り届けるわけでないため、一般にはメディアとは考えられない。なぜなら、メディアには必ず「内容」があるはずなのに、電光に「内容」は

なく、ただ存在するだけだからである。しかし、マクルーハンにとって電光は紛れもなくメディアである。なぜなら、一度電光が人間の世界に導入されると、それは人間のスケール、ペース、パターンを劇的に変化させたからである¹⁴⁾。はたしてマクルーハンは電光をメディアと見なすことで、何を見ようとしているのだろうか。

シャノン=ウィーヴァー・モデルにしたがえば、メッセージは利用者により能動的に選択されることになる。しかし、マクルーハンは「メディアはメッセージ」と唱えることで疑問を投げかける。彼は『メディア理解』の冒頭でこの言葉を次のように説明している¹⁵⁾。「いかなるメディアの場合でも、それが個人および社会に及ぼす結果というのは、私たち自身の個々の拡張によって、私たちの世界に導入される新しい尺度に起因する」。彼によれば、機械で何が作られようが一コンプレクであれ、キャデラックであれ、そんなことはどうでもよい。そのような「内容」とは無関係に、機械が人々の環境に対する関係を変容させたことを問題にする。それゆえ、マクルーハンはメディアの利用者でありつつその利用を通して変化していくメディアと利用者の関係性を問う。では、その関係性とはいかなるものだろうか。

マクルーハンによれば、「人間は技術によって変更を受け、また逆に絶えず自身の技術に変更を加える方法を見出す」。この関係は、「ハチが植物の世界の生殖器であるように、人間は機械の世界のいわば生殖器となり、つねに新しい形式を世界に受胎させ、進化させる」関係と類似的である。そして、「機械の世界は人間の愛に応え、人間の欲望と欲求を促進する」¹⁶⁾。このようにマクルーハンはメディアと利用者の間に不可分な相互作用関係を見出す。そして、この関係こそメッセージが利用者により能動的に選択されるという人間観への懐疑となっている。

ハチが植物の世界と関係性を結ぶことで、はじめて新たな形式を受胎させるように、メディアと利用者の不可分な相互作用関係を抜きにして、メッセージの生成を利用者の能動的選択に還元す

ることはできない。マクルーハンはそう考える。もちろん、シャノンやウィーヴァーも書いたり話したりするときには私たちの選ぶ文字や単語が言語の統計的構造に規定されていることを認めている¹⁷⁾。しかし、メッセージは言語のみに枠づけられてない。その証拠に、固定電話とケータイ電話、どちらを使用するかにより、メッセージは異なった性格を帯びるだろう。すなわち、メッセージはメディアと利用者の不可分な相互作用関係で派生するのであり、利用者の選択するメッセージは利用するメディアに枠づけられている。

マクルーハンはこのようなメディアによる利用者の枠づけを「窓」をメタファーに次のように言及している。「私たちは長い間、人間の信念がその人の存在を形作り、脚色をつけるという考えに慣れ親しんできた。その信念は窓を与える。その窓とは、全ての出来事を枠づけ、その窓を通して、人は全ての出来事を眺める。私たちは技術的環境もまた思考の窓であることにあまり慣れていない¹⁸⁾。確かに、利用者は一方でメディアを能動的に操作することができる。自らの思考や認識を働かせ、能動的にメディアを利用して表現することができる。しかし他方で同時に、メディアは利用者を枠づけてもいる。だからこそ、メッセージはメディアと利用者の不可分な相互作用関係により生成されるといえるのである。しかも、このメッセージの起源こそ、電光をメディアと見なすことでマクルーハンが見ようとしたことでもある。

3-2. メディアは道具か？

メッセージは利用者が能動的に選択しているのではなく、メディアと利用者の不可分な相互作用関係で生まれる。これがマクルーハンの基本的考えであった。そのため、メディアを介して送られる情報、「内容 (content)」は次のように捉えることができる。「実をいえば、メディアの『内容』が、メディアの性格に対して私たちを盲目にすることがありすぎる」。さらに、「プログラムおよび『内容』をいくら分析しても、これらのメディア（電

子メディア）の魔法や潜在的作用を解説する手がかりはまったく得られない」（括弧内は筆者）¹⁹⁾。たとえば、新聞に記載されている記事やテレビの番組といったメディアの「内容」は、マクルーハンにとっては「泥棒が番犬の気をそらすために携帯する血のしたたる肉片」のようなものと軽視される²⁰⁾。

この指摘は、シャノン＝ウィーヴァー・モデルや「教える者→学ぶ者」モデルの有する「道具としてのメディア」というメディア観に対する痛烈な批判と見なすことができる。これらのモデルが有するメディア観にしたがうと、メディアは、利用者が伝達したいと思うメッセージをパイプラインのように運ぶ「透明な道具」である。そのため、メディアという道具が運んでくる「内容」こそ、受け手が理解すべき対象である。しかし、マクルーハンのように、メディアと利用者間に不可分な相互作用関係を見出すとき、メディアは単なる透明な道具ではなく、メッセージの生成に関与し、メッセージの「内容」を枠づけている。

とはいえ、本節の考察で導き出したメディアと利用者は不可分な相互作用関係を結んでいるというだけでは「メディアはメッセージ」という言葉の解釈として十分だとはいえないだろう。なぜなら、次のようにも問うことも可能だからである。マクルーハンがメディアと利用者間に不可分性を見出し、メッセージが両者の相互作用により生まれるとしながらも、メディアこそメッセージといえたのはなぜか。その手がかりを「メディアは身体の拡張」と「メディアはマッサージ」という彼の二つの言葉に求めよう。

4. メディアの身体への作用

マクルーハンによれば、あらゆるメディアは「身体の拡張」と捉えることができる。たとえば、彼にしたがうならば、本は目の拡張である²¹⁾。私たちは本を読むことで、見たこともない土地の情報、さらに生まれる以前の情報を知ることができるのであり、会ったこともない人の意見や考えを知る

こともできる。利用者は文字を利用することにより、物理的な距離を縮め、時の流れをこえることができる²²⁾。

さらに言えば、本は思考や認識だけではなく、次のような作用も有している。たとえば、視覚空間は、文字や活字を使用することで拡張するが、その空間は「規則的、継続的、連続的」²³⁾である。本を読む際、文字を目で追うという行為は人間に直線的な目の動きを強制するのである²⁴⁾。くわえて、その目の動きに合わせてページをめくる規則的な指の動きにも作用している。つまり、メディアは身体へ直接作用するのである。

マクルーハンは、メディア、とりわけテレビなどの電気メディアが利用者の身体へ直接的に作用することを「メディアはメッセージ」に準え、「メディアはマッサージ」と述べている。メディアは利用者に対して触覚的に作用する、と。触覚とは次のような感覚である。私たちはあるモノに触れるとき、自らがそのモノに触れているのか、そのモノが自らに触れているのかを特定することはできない。触覚とは自己と他者との境界線を無効にする感覚である。マクルーハンは言う。触覚とは「深く関与的」であり、知覚者と知覚するモノの距離を近接化させる²⁵⁾。ただ、彼はもう一步踏み込んだ見解も述べている。触覚とは、「まさにモノの生命が、精神のなかに入ること」である²⁶⁾。精神のなかに入ってくるとはいかなることだろうか。

大澤の電話論に手がかりを求めよう。大澤によれば、電話はプライベート（私密的）な、自己を他者から分かつ拠点となるような場所に、直接に他者の声を引き入れる穴のようになっている。さらに、ケイタイ電話は個人の身体に密着しこの傾向を延長させている。このようなコミュニケーションにおいては、本来は直接にアクセスできなかった内部に、外的な通路を経由せずに他者が直接に参入してくるような形式がとられている²⁷⁾。電話は、他者が自己の内部に入り込んでくる直接性を有しているのである。触覚的に作用するとは次のようにまとめることができよう。「自己の触

れるという能動性によって、直接に、他者が（自己に）触れるという異和的な能動性を構成することになる。いいかえれば、他者の能動的な選択に、自己が全面的に参与していることになる」²⁸⁾。

中田によれば、マクルーハンも利用者が電話を利用することで、身体へ直接的な作用が働き、利用者がまるで自己のなかに他者が参入する感覚を覚えるという様相に気がついていた²⁹⁾。

あなたはそこにいる。送り手が送られてくるのです。ついでに言うと、全ての電気の上では送り手は送られてくるのです。それがメッセージです。あなたはメッセージなのです。電気メディアはあなたを送るのです。電話ではあなたは送られ、あなたが話しかけている人、彼らはあなたに送られるのです。送り手は送られるのです。それにあなたも言っているとおり、あなたはアイデンティティを失っている、あなたは誰でもないのです。送られている人はだれでもないのです。

このように自己と他者を区別する境界線を曖昧にし、あたかも他者が自己への参入をもたらしめているかのようなコミュニケーションの形態を触覚的コミュニケーションと呼ぶことができよう。触覚的コミュニケーションの存在を認めるならば、シャノン＝ウィーヴァー・モデルの前提は揺さぶれることになる。なぜなら、触覚的コミュニケーションではもはやシャノンやウィーヴァーがいうようなメディアが道具として機能し、直線的にメッセージが運ばれる距離というものが存在しないからである。

以上を考慮する時、マクルーハンのいう「メディアはメッセージ」という言葉の本意に辿り着いたことになる。「メディアは身体の拡張」であるのだから、メディアは利用者のエージェント（代理人）として機能している。すると、もはやシャノン＝ウィーヴァー・モデルが作り出した送り手とメディアと受け手という境界線は曖昧化というよりも、氷解し、送り手はメディア化される。

そして、受け手は送り手も含めたメディアこそ

をメッセージとして受信することになる。つまり、利用者の身体を拡張するメディアは、送り手とメディアと受け手という境界線を解体する。そして、利用者はメディア化され、利用者自らが送り手と受け手の間を直接行き来し、他者が自らの元に直接訪れる感覚を覚えるのである。この利用者が知覚する光景こそ「メディアはメッセージ」である。マクルーハンの視点を借りると、メディアと利用者との境界線を見ることはできない。そして、電光と同様に利用者も漏れることなくメディアとして機能しているのである。

5. 触覚的コミュニケーションの意味

マクルーハンは、電話のほかに触覚的コミュニケーションを促すメディアの一つとしてテレビを挙げている³⁰⁾。マクルーハンが生きた時代はテレビ創生期である。だから現在と異なり、テレビ映像は低精度であった。彼はこの低精度というテレビ映像の特性によって、利用者は参与性を高め、低精度を補うように促されると考えた。たとえば、マクルーハンは映画スターからテレビ女優に転身したウッドワード (Joanne Woodward) のインタビューに注目している。「映画に出ているときはよく言われたものです。『あら、ジョーン・ウッドワードよ』ってね。でも今はこういわれるのよ。『あら、あの人、ほら知っている人よ』」³¹⁾。

視聴者は、まるで点描画を通してテレビ出演者を見るような視聴環境にあった。だから、はっきりと覚えることができないのである。マクルーハンは、テレビの映像のように利用者の参与性を高めるメディアの表現様式を「モザイク」と呼んだ。まとめると、「モザイク」は利用者に対して触覚的に作用し、コミュニケーションへの参与性を高めるのである。

この指摘が示すように、マクルーハンはメディアと利用者の境界線の水解をメディアが有する表現様式により、誘発されると考えている。ここにおいて、メディアはパイプラインのようにメッセージを運ぶ「透明な道具」として機能していな

い。むしろ、メディア自体がメッセージとなっている。敷衍すれば、前節で取り上げた電話であれば、利用者はメディア化され、直接受け手の元を訪れるという意味で送り手であると同時にメッセージの役割も担っていることになる。テレビの場合も、受け手である視聴者は、たとえばニュース・キャスターの話す言葉だけをメッセージとして解釈していない。メディア化された送り手としての彼 (女) 自体がメッセージなのである。すなわち、このコミュニケーションにおいて、送り手はメディア化され、さらにメッセージの役割を担うことにより、受け手も含めた利用者の参与性を高める。そして、メディア世界への参与をもたらすのである。

しかしながら、マクルーハンが考えるように、触覚的コミュニケーションは電子メディアを介したコミュニケーションの特性なのだろうか。というのも、マクルーハンが高精度であるとしている活字であっても、人によっては参与性を高め、その世界へ深く参与する。活字を介したコミュニケーションにも触覚性を見出すことができるのである。そのため、触覚的コミュニケーションが「モザイク」を介した時にのみ、実現されていると考えるマクルーハンは単純である。

しかし彼が電気 (子) メディアを賞賛した意図に目を向けるならば、オングらの議論は注目に値する。オングは、なぜマクルーハンは「メディアはマッサージ」といったのかと問い、その理由を「内容伝達」を優先するモデル—たとえばシャノン=ウィーヴァーモデル—への危惧だとしている³²⁾。オングによれば、人間同士のコミュニケーションにおいて、送り手は何かを送る前に、送り手の立場ばかりでなく、受け手の立場に立ってなくてはならない。メッセージを伝える前にあらかじめ、他者の意向 (mind) を汲み取ってなくてはならない。

オングは、そもそも人間同士のコミュニケーションとは、自己と他者の境界線など曖昧で両者が入り交じった (触覚的)・間主観的であるとして、次のようにいう。「なにを言葉で表現するにしろ、

わたしは一人ないし、複数の他者をすでに『精神のうちに』持ってなければならない』³³⁾。このオングの指摘が手がかりにすれば、マクルーハンはシャノン＝ウィーヴァーモデルに典型的に示されるコミュニケーション理解からは漏れる要素を見出していた。その漏れたものこそ、コミュニケーションの触覚性である。

この触覚性は、「道具としてのメディア」というメディア観と「メッセージを選択する送り手」という人間観に依拠するコミュニケーション・モデルの盲点でもあるだろう。しかし、それは電子メディアを介したコミュニケーションのみが有する特徴でなく、メッセージ伝達を目的としたコミュニケーション一般が有している特徴である。その意味で、コミュニケーションの有する触覚性に焦点をあてるコミュニケーション・モデルをマクルーハンらにしたがいが「触覚モデル」と呼ぶことができよう。

結 論

本稿は、教育行為に教育学が伝統的に有していた「教える者→学ぶ者」モデルでは把握できない触覚性があることを明示した。この触覚モデルに立脚すると、冒頭で提示した「教える者が学ぶ者にメッセージを伝える」という行為は次のように捉えなおすことができる。教える者が選択するメッセージは二つの関係に規定されている。第一に、メディアとの不可分な相互作用関係であり、第二に、メッセージの受け手—この場合、学ぶ者—との関係である。そのため、教える者はメディア化されると同時に他者化—事前に「学ぶ者」の意向を汲み取るという意味で—されることを余儀なくされる。そのため、厳密な意味で教える者・メディア・学ぶ者の境界線を画定できない状態でメッセージは生成されるのである。

確かに、私たちは日常のコミュニケーションにおいて、伝えたいメッセージがあり、それが相手にそのまま伝わる場面に遭遇した経験を持っているし、今後もそのような場面に出くわすだろう。

しかし、コミュニケーションは、ノイズが軽減され、送り手のメッセージがそのまま受け手に届いたから成功したわけではない。コミュニケーションは、メディアが、送り手のメッセージを生成させ、それが再び受け手の意向と一致から成功したのである。すなわち、メディアとの従属的關係こそが、コミュニケーションを支えている³⁴⁾。それゆえ、メッセージの伝達を目的とするコミュニケーションは、送り手・メディア・受け手という横並びの関係で捉えることはできない。このようなコミュニケーションは、送り手と受け手がメディアに従属する意味で、縦並びの関係で捉える必要があるといえよう。

以上のようなコミュニケーション観を踏まえると、受け手にいかにすればメッセージが伝わるかを探究する姿勢の一面性が露呈される。というのも、その「送り手から受け手へ」という顕在化しているメッセージが流れ行く方向は「メディアから送り手へ」というベクトルが作用してはじめて、生成されているからである。それゆえ、カリキュラムの構成であれ、日常の教育場面であれメッセージを伝えることを目的とする行為に付きまとう「メディアから送り手へ」というベクトルへの眼差しを促す点に「触覚モデル」の教育的意味を見出すことができるだろう。

注

- 1) 新たな教育的関係の模索としてもこのモデルの克服は為されている（広石英記、1996、「個へのかかわり—対話的教育関係への手がかり」市村尚久他編『教育関係の再構築』東信堂、90-108頁。／渡邊満、2000、道徳教育の再構築—コミュニケーション的行為論を通して、小笠原道雄監修・坂越正樹他編『近代教育の再構築』、福村出版、83-101頁など）。
- 2) 今井康雄、1998、ヴァルター・ベンヤミンの教育思想—メディアのなかの教育、世織書房／矢野博史、2000、「教育のメディア」小笠原道雄監修・坂越正樹他編『近代教育の再構築』、

- 福村出版, 206-219.
- 3) 坂本句, 1996, 情報化社会と学校教育—電子メディアと変容する教育理念, 堀尾輝久他編『変容する社会と学校』(講座学校第三卷), 102-148
- 4) S. スティング (今井康雄訳), 2001, 文字と主体, Ch. ヴルフ編 (高橋勝監訳)『教育人間学入門』, 46-72
- 5) J.J.Pungente and M.O'Malley, 1999, *More Than Meets the Eye*, McClelland & Stewart.
- 6) スティング, 文字と主体, 48
- 7) P.Marchand, 1989=1998, *Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger*, MIT Press, 200, 216 / 浜日出夫, 1996, 「マクルーハンとクールド」井上俊他編『メディアと情報化の社会学』岩波書店, 97-112
- 8) P.Levinson, 1999=2001, *Digital McLuhan: A Guide To the Information Millennium*, Routeledge, 24-25. = (服部桂訳), 2000, 『デジタル・マクルーハン—情報の千年紀へ』NTT出版, 55頁 / C.Horrocks, 2000, *Marshall McLuhan and Virtuality*, Icon Books. / J.Meyrowitz, 1985=1986, *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media On Social Behavior*, Oxford University Press. / Levinson, *Digital McLuhan* / 石田英敬, 1993, 「マラルケ・メディア・マクルーハン—ゲーテンベルク銀河系の外縁部から眺められた北斗七星」『現代思想』(第二十一卷 第一号), 青土社, 102-112頁. / W.T. ゴードン (宮沢淳一訳), 2001, 『マクルーハン』ちくま学芸文庫 / 中田平, 2003, 『マクルーハンの贈り物—インターネット時代のメディアを読み解く』海文堂 / 山内志朗, 1992, 「身体としてのメディア」『現代思想』(第二十卷第三号), 青土社, 94-107頁 / 吉見俊哉, 1994, 『メディア時代の文化社会学』新曜社.
- 9) この考えに関しては, R.Williams, 1971=1990, *Television.: Technology and Cultural Form*, Wesleyan University Press, 126-130 を参照.
- 10) C.E. シャノン + W. ウィーヴァー (長谷川淳他訳, 1969, コミュニケーションの数学的理論, 明治図書, 9-34.
- 11) マクルーハンのシャノン=ウィーヴァーモデルに関する評価は次のようなものである。「シャノン=ウィーヴァー・モデルは左脳の直線的偏向の典型」(M. マクルーハン + E. マクルーハン (大和雅之訳), 1992, 電子メディアの右脳の展開—シャノン - ウィーバー・モデル批判, 『現代思想』(第二十卷第三号), 青土社, 73). さらに, 「コミュニケーションに関する, すべての西洋『科学的』モデルは, シャノン=ウィーヴァー・モデル的」である (M. マクルーハン + E. マクルーハン, 電子メディアの右脳の展開, 75). 左脳と直線的がいかなる関係によって結ばれるのか, あるいは「すべての西洋『科学的モデル』」が何を指すのか, これらにマクルーハンは答えてくれない. ただ, オング (Walter J.Ong) はマクルーハンがシャノン=ウィーヴァーモデルを批判したのは次のようなコミュニケーション・モデルへの懐疑があったと説明している。「あたかもパイプラインがあるモノをある場所からある場所へと運ぶように, ある情報はパイプラインのようなメディアに載り, ある場所からある場所へと運ばれる」(W.J.Ong, 1982, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, Methuen, 176. = (桜井直文他訳), 1991, 『声の文化と文字の文化』藤原書店, 357) というコミュニケーションモデルである. これを手がかりにすれば, マクルーハンの言う「直線的偏向」とはコミュニケーションを直線的に理解しようとするスタンスと推定される.
- 12) たとえば, テレビ番組の視聴者への影響を分析する効果研究などはその典型だろう.
- 13) 他には次のようなモノが雑音にあたる. 電話をかける時の音の歪み, ラジオを聞く時の空電妨害, テレビを視聴する時の画像の形, 明暗の歪みなど.
- 14) M.McLuhan, 1964=1965, *Understanding Media :The Extensions of Man*, McGraw-Hill, 8. = (栗

- 原裕他訳) (1987) 『メディア論—人間の拡張の諸相』 みすず書房, 8-9.
- 15) *ibid.*, pp.7-8=7-8
- 16) *ibid.*, 46=48
- 17) シヤノン+ウィーヴァー, コミュニケーションの数学的理論, 22
- 18) M. McLuhan, 1957, *Sight, Sound, and the Fury.*, Rosenberg, W. et. al., eds., *Mass, Culture: The Popular Arts in America*, Free Press, p.490
- 19) M. McLuhan, *Understanding Media*, 9=9/20=20)
- 20) *ibid.*, 18=18. なお, 柴田はマクルーハンのメディア概念に注目し, マクルーハンのいうメディアの「内容」には二つの解釈が可能としている. 第一に, 本稿が使用しているメディアを介して送られる情報という意味である. 第二に, 先行するメディアという意味である. 柴田のいうように, マクルーハンは前者を軽視しているものの, 後者は重視している (柴田崇, 1998, マクルーハンにおける「メディア」の概念—コミュニケーションモデルの検証を通じての一考察, 明治学院大学大学院 国際学研究科『国際学研究科紀要』(第五号), 7-9). また, レヴィンソンも同様の意味でマクルーハンはメディアの「内容」を軽視していると断言できないとしている (Levinson, *Digital McLuhan*, 35 = 72).
- 21) M. McLuhan and Q. Fiore, 1967, *The Medium is the Massage : An Inventory of Effect*, Penguin Books, no page
- 22) リテラシー研究者のスタッキー (J. Elspeth Stuckey) は, 本を利用する前提となるリテラシーの暴力性を描いている. スタッキーによれば, 絶え間なく生活の中に入り込んでくる技術の影響力を無視することを困難にしてもいる (J.E. スタッキー (菊池久一訳), 1995, 『読み書き能力のイデオロギーをあばく—多様な価値共存のために』 勁草書房, 125-126). 他にもメディアが思考や認識を規定しているという議論としては次のようなものが挙げられる. メディア環境の変化が人間の場所に関する感覚を消滅させたとして, 距離感の変化を論じた研究 (Meyrowitz, *No Sense of Place*). さらに, メディアがもたらす時間感覚の変化に注目し, その変化を子ども期の消滅と結び付ける主張も存在する (N. ポストマン (小柴一訳), 1985, 『子どもはもういない』 新樹社).
- 23) McLuhan and Fiore, *The Medium is the Massage*, 45
- 24) *ibid.*, no page
- 25) M. マクルーハン (後藤和彦訳), 2003, テレビとは何か, M. マクルーハン + E. カーペンター編 (大前正臣他訳), 『マクルーハン理論—電子メディアの可能性』 平凡社, 125/Levinson, *Digital McLuhan*, 46-47=91.
- 26) McLuhan, *Understanding Media*, 108=109
- 27) 大澤真幸, 1998, 恋愛の不可能性について, 春秋社, 258-261
- 28) 大澤真幸, 1995, 電子メディア論—身体のメディア的変容, 新曜社, 85.
- 29) 中田, マクルーハンの贈り物, 147
- 30) McLuhan, *Understanding Media*, 312-314=324-326
- 31) McLuhan, *Understanding Media*, op. cit., 317-318=330-331.
- 32) Ong, *Orality and Literacy*, 176-177=359
- 33) このオングの指摘は, カルチュラル・スタディーズやポスト・コロニアルの立場から見れば, 他者意識の欠如や認識の有する暴力性に無自覚であると批判できるだろう.
- 34) なお, 誤解を避けるためにいえば, この従属関係はあくまでメッセージの送り手とメディアとの関係を指している. メディアの利用者は, メディアに枠づけられてはいるが, メディアと利用者の関係が従属関係であるということとはできない (本稿の3節を参照). もちろん, 教える者と学ぶ者の関係自体が従属関係であるといっているわけでもない.