

マクルーハンにとってテレビとは何か — <メッセージ>から<マッサージ>へ —

時 津 啓*

The TV in M.McLuhan's Theory of Media: —From “The Message” to “The Massage”—

Kei Tokitsu

This paper explores a new perspective of media understanding through critical examining M.McLuhan's theory of TV.

His TV theory consists of two dimensions. One is a comparative media theory, i.e. the medium is “the message”. And the other is the studies of personal and social effects of TV, i.e. the medium is “the massage”. McLuhan offers a possibility of understanding that there are specific characteristics of TV (the TV image was a low definition) and personal, social effects of TV (tactile) by focusing on the differences between speech, print, radio, TV and so on.

McLuhan's theory of TV is an apparently “technological determinism”. He thought that TV as the technology is a cause, and specific social situations and intentions are effects. However, there are many cases unforeseen media use and unforeseen media effects. McLuhan thinks that the medium has the only use and effect. He looked over our media use and effects as “social action”.

From this lack of McLuhan's theory, this paper suggests that our “social action” construct media technology and media themselves. And, media are seen as material under our control.

Key Words (キーワード)

Marshall McLuhan (マクルーハン), TV (テレビ), Low definition (低精細度), Tactile (触覚), Technology determination (技術決定論)

はじめに

社会学者の大澤真幸は、「時代を代表するテクノロジーがある」と述べ、私たちの時代にとって、それは「電子的な技術を基盤にしたメディアだろう」と指摘している¹⁾。私たちの日常に欠かせない携帯電話やパソコンなどはその典型だろう。現在、これら最新メディアの本質を理解することは、メディア研究にとって、そして私たち自身にとって焦眉の課題となっている。

この課題を解決する手がかりとなるのが、1960年代のテレビ創成期に、カナダでメディア研究者

として活躍したマクルーハン (Marshall McLuhan) のテレビ論である。彼にとって最新のメディアはテレビだった。彼は、そのテレビ理解に必要な条件を、「過去を見るしかない」と断言する。「私たちは、バックミラーを通して現在を見ている。私たちは、未来へ後ろ向きに進んでいる」²⁾。マクルーハンは、この言葉のままに、テレビの本質を文字や活字といった古いメディアとの比較によって探究した。彼は、文字という「バックミラー」を通して、テレビを見ようとしたのである。「メディアはメッセージ」というマクルーハンの有名な言葉を思い出してほしい。これは、文字に

* 呉大学大学社会情報学部 (Faculty of Social Information Science, Kure University)

は文字の、テレビにはテレビの、メディアとしての特性があるという意味である³⁾。つまり、「メディアはメッセージ」とは、話し言葉・文字・テレビなど個別メディアの比較を通して、その特性を理解しようとする比較メディア論の出発点を指し示しているのである。

マクルーハンにしたがうならば、携帯電話やパソコン理解の方法は、過去のメディア、つまりテレビや文字との比較ということになるだろう。なぜなら、彼がテレビ創成期を生きた人物であることを考慮すると、彼にとってのテレビは、今の私たちにとっての携帯電話やパソコンに他ならないからである。このような比較メディア論は、メディア理解の方法として妥当だろうか。

確かに、近年のマクルーハン研究は、私たちが新たなメディアと接するようになった現状を反映している。多くの先行研究が、マクルーハンの主張を現代のメディア環境と照らし合わせ、検討している（第1節を参照）。しかしながら、マクルーハンのメディア論を方法論として捉え、それがテレビ創成期に展開されたことを留意した研究はほとんどない。マクルーハンが、当時最新のメディアであったテレビをいかなる方法で、いかに捉えたのか。そして、いかなる限界を有しているのか。先行研究では、マクルーハンのアクチュアリティーを問う一方で、メディア理解の方法を、とりわけその是非という観点で検討していないのである。

本稿の考察は、「マクルーハンにとってテレビとは何か」を明示することに限定される。この考察は、マクルーハンによるテレビ理解の方法に注目し、彼がいかなるプロセスで最新のメディア理解を行なったのかを解明することを意味する。具体的には、マクルーハンによるテレビ論の論理構造を解明し、彼のテレビ論がメディア理解の方法論として有する可能性と限界を考察する。この作業により、私たちが携帯電話やパソコンという最新のメディアをいかに捉えるべきかというメディア理解のパーспекティブを提示できるはずである。結論を先取すれば、提示されるパーспекテ

ィブは、マクルーハンのテレビ論の延長上にはないだろう。むしろ、マクルーハンの存在は、私たちが回避すべき携帯電話論・パソコン論を明示する存在として、その可能性が示されるにちがいない。

1. マクルーハンに貼られた三つのレッテルと本稿の立場

1-1 文明史家：マクルーハン

マクルーハンは、1960年代のアメリカ・ジャーナリズムを中心に熱狂的な注目を集める。『ニューズウィーク』、『ライフ』、『プレイボーイ』をはじめ、多くの雑誌が彼のインタビューや関連記事を掲載した。彼は、ラジオやテレビ番組にも出演し、彼に関する特別番組までも放送されるほどだった⁴⁾。もともと一英文学者に過ぎなかったマクルーハンは、「カナダの彗星」と称えられ⁵⁾、テレビ時代の到来を告げるシンボルとなるのである⁶⁾。しかし、この注目は長く続かなかった。1970年代に入ると、彼の思想や理論は急速にその求心力を失うことになる⁷⁾。そして、1980年、マクルーハンは六九年間の人生に幕を閉じる。

このように当初マクルーハンは、電子メディアの到来を告げる「文明史家」として注目された。確かに、「テレビが登場して以来、実に多くのものが様変わりした」⁸⁾と宣言するマクルーハンには、「文明史家」としての一面を確認できる。そのため、問いの中心が「テレビによって何が変わるのか」におかれるのは当然である。しかし、ここではマクルーハンのテレビ論に理論的検討がなされることはなく、マクルーハンのテレビ論やメディア論が理論上有する意味が分析されていない。

1-2 メディア研究者：マクルーハン

第二の立場は、マクルーハンの死後間もなく再燃した彼への再評価から生まれる。1980年代後半以降、マクルーハンの著作が再版され、伝記や書簡集まで出版される。ここでは、マクルーハンの

メディア論へ再解釈がなされ、他の思想（家）との比較やマクルーハンが語った未来予想図とインターネットなどとの関連が模索されている⁹⁾。マクルーハンのメディア論に学術的な解釈が施され、本格的なマクルーハン研究が進むのである。

この動向のなかで、マクルーハンは「メディア研究者」と捉えられ、マクルーハンのテレビ論は、彼のメディア論全体のなかに位置づけられている。しかし、この立場はテレビを他のメディア—話し言葉や文字—同様にメディアの一つとしてしか捉えていない。つまりテレビ創成期に彼のメディア論が誕生したという事実が軽視されている。

1-3 懐古主義者：マクルーハン

第三の立場は、主にマクルーハンの私生活にスポットをあてる。私生活において、マクルーハンは電子メディアに限らず、機械そのものに対して異常なほどの嫌悪感を抱いていたという¹⁰⁾。たとえば、息子に「孫にはテレビを見せないように」と忠告したという¹¹⁾。その一方で、他者との会話を愛し、一晩中來客との会話を楽しんだとのエピソードが残されている¹²⁾。マルシャンは、これらのエピソードから、マクルーハンが文字以前の世界、つまり話し言葉を愛していたと推測する。マクルーハンが電子メディアを賞賛したのは、話し言葉の復元のためであったというのである¹³⁾。

しかし、この「懐古主義者」とのレッテルには飛躍がある。単なるエピソードを利用して、私生活と理論の間に相関関係を見出すこと—両者の乖離の可能性を軽視して—はできない。そして何よりも、マクルーハンは話し言葉の復元の夢を電子メディアに託したとの結論は、マクルーハンのメディア論を単純化し、その射程を狭隘なものにし兼ねない。

1-4 先行研究の前提と本稿の着眼点

このように、いずれの立場もマクルーハンのメディア理解の方法をテレビ創成期というコンテキストと照らし合わせて、検討していない。さらに

このスタンスゆえに、これら三つの立場には、いずれもマクルーハンの核心ではないと軽視していることがある。それは、マクルーハンがテレビの出現以降に起こったと断定する現象の数々である。本稿は、このマクルーハンによる現象分析を取り上げ、その妥当性を検討する。なぜなら、この現象分析にこそ、マクルーハンの時代認識が表出しているように思うからである。

2. 比較メディア論

2-1 「モザイク」としてのテレビ

マクルーハンは『メディア理解』¹⁴⁾の中で、テレビの映像に関して次のように述べている。

テレビはクローズアップに向いているメディアである。（中略）テレビ画面と同じ大きさの光沢紙の写真だったら、10人以上の顔は、十分なほど細部まで写るはずだ。しかし、テレビの画面で10人以上の人間の顔は、ただぼやけてしまう¹⁵⁾。

マクルーハンによれば、テレビ映像は低精細度（low definition）である。なお、ここでの低精細度とは、詳細性に欠け、情報度が低いという意味である¹⁶⁾。彼は、テレビの映像を「走行線が作り出す事物の輪郭」¹⁷⁾、言い換えれば「モザイク」と定義している。宮澤にならい敷衍すれば、「一種の点描画」といっていいだろう¹⁸⁾。

そしてこの特性は、マクルーハンによれば、次のような現象に結びつくという。「ニュースキャスターも俳優も、出会った人にどこかでお会いしましたね」とよく言われるという。映画スターからテレビ女優へ転身したジョーン・ウッドワード（Joanne Woodward）のインタビューに注目してみよう。「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』」¹⁹⁾。

事態は、シンプルのように思える。当時のテレビ映像は低精細度だった。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。

なるほど確かに、当時のテレビの画像は「低精細度」であったのだろう。しかしながら、このテレビの特性と「テレビ女優の名前が思い出せない」現象を結びつけることはできるだろうか。事実、私たちが日々視聴するテレビの画像は、映像技術が飛躍的に向上し、マクルーハンの生きた時代のテレビ画像とは比べものにならないほどクリアである。にもかかわらず、テレビの視聴行動や視聴環境、そして視聴パターンによっては、同様の現象—テレビ女優の名前が思い出せない—は起こりうる。つまり、テレビの画像が低精細度(モザイク)だから、テレビ女優やニュースキャスターの名前が思い出せないわけではない。

しかしながら、私たちはもう一步進めてマクルーハンの記述を読み取る必要がある。というのも、マクルーハンとは別の箇所、テレビの作用を繰り返し述べているからである。誤解を恐れずいえば、当時のテレビが低精細度であるという事実は、マクルーハンがテレビの作用を説明するためにデフォルメした具体例に過ぎないのではないか。そうであるならば、私たちはこのエピソードをテレビの作用へ迫るための「補助線」と解し、テレビの作用を特定しなくてはならない。

2-2 「メディアはメッセージ」をこえて

マクルーハンによれば、テレビの画像は毎秒およそ300万個の点を視聴者に届ける。その中から、視聴者が受容できるのは30~40個に過ぎない²⁰⁾。だから、視聴者は、わずかな情報量を頼りに映像を自ら作り上げなくてはならない。すなわち、視聴者はテレビの届ける不十分な画像を自ら補っているのである。マクルーハンの言葉を引いておこう。

テレビの映像に比較すると、映画の画像は、秒あたり何百万個分も多いデータを提供する。そして、観客は自分の印象を作り上げるのに、テレビ

視聴のときほど、過激な項目の削減を行なう必要はない。その代わりに、映画鑑賞の場合、観客は映像全体を一括取引(package deal)として、受容する傾向にある。これとは対照的に、テレビ映像、すなわちモザイクの視聴者は、映像に技法上の制約があるため、無意識のうちに点をスーラやルオーのパターンに基づく一種の抽象芸術作品に再構成する²¹⁾。

このようにマクルーハンは、テレビ画像が低精細度という特性をもつために、視聴者は参与(participant)を高めると主張する。視聴者はテレビの画像に、自らが関与し、まるで点描画を鑑賞するように、自らイメージを再構成する。マクルーハンは、テレビにより、変化する視聴者の姿を描くのである。このように、彼はそれぞれのメディアがもつ特性の探究だけに終始していない。彼の探究は、テレビの作用にも及んでいるのである。つまり、マクルーハンのテレビ論は、自らの提唱する比較メディア論(「メディアはメッセージ」)をこえて、新たなテレビ理解の方法論を内包しているのである。このマクルーハン自身による比較メディア論を乗り越える企てが、「メディアはマッサージ」という言葉に集約されている。

3. メディア作用論

3-1 マッサージするテレビ

マクルーハンは「テレビとは何か」という講演の中でテレビ会社の仕事を次のように説明する。

「あなたの本当の仕事は何ですか」とテレビ会社に質問するとすれば、その答えは次のようなものでなくてはならないだろう。—「私たちの仕事は北アメリカの人々の感覚を再編成し、ものの見方、体験を全体的に変えることである」²²⁾。

注目すべきは、「感覚を再編成する」という記述である²³⁾。テレビに限らず、マクルーハンはあらゆるメディアの作用を感覚と結びつけ説明して

いる。たとえば、活字は視覚と結びつけられる²⁴⁾。テレビはいかなる感覚と結びつくのか。

ここで、マクルーハンが当時ヨーロッパで流行した小型車とアメリカの車を比較し、その比較をテレビに関連させていることに注目しよう²⁴⁾。彼によれば、アメリカの車に乗っているとき、人々の抱く感覚は「道路上にいるのではなく、車の中にいる」というものである。その一方で、ヨーロッパの小型車は「あくまで道路上を走っているという実感を与え、お尻にたつぷりと震動を味合わせてくれる」という。「テレビ世代はすべてと一体化し、対象を理解するにはその奥へ入らなければ気がすまない」。なぜなら、「テレビ視聴者は触覚的效果を求める気持ちが強いから」である。

つまり、マクルーハンには、テレビを「触覚」と結びつけるのである。テレビの画像は「触覚の拡張である」²⁶⁾というわけである。

マクルーハンには、テレビと触覚の関係を次のように説明している。「テレビの映像は、瞬間ごとに、まるで発作のように感覚を参加させ」、「その参加は深層に働きかける運動的触覚的なものである」²⁷⁾。では、テレビの映像が触覚的に作用するとはいかなることだろうか。

3-2 「メディアはマッサージ」の結末

マクルーハンにとって、「触覚性とは単に皮膚と事物が接触するというのではない。むしろ緒感覚が相互作用を起こすようなものである」²⁸⁾。まずは、私たちがモノに触れることを考えてみよう。私たちはあるモノに触れるとき、自らがあるモノに触れるのか、あるモノが自らに触れるのかを厳密に特定することはできない。触覚とは、自己と他者（モノも含む）との境界線を曖昧にする感覚といえる²⁹⁾。このことをマクルーハンは次のように述べている。「触覚とは、皮膚が物に接触するというだけではなく、精神の中にモノの生命が入ることではないか」³⁰⁾。つまり、「触れる」という行為は、自己が他者に触れるという能動的行為であると同時に、直接に他者が自己に触れるという受動的行為でもあるといえよう。つまり、

テレビは、自己と他者、能動性と受動性の曖昧化をもたらすというのである。マクルーハンによれば「テレビは、既存の世界の輪郭を不鮮明にする『近視』のメディアである」³¹⁾といえる。

事実、テレビに触覚作用があるかどうかはわからない。むしろ、テレビ論の論理構造を抽出しようとする本稿は、触覚作用がテレビ論で果たした役割に目を向けるべきだろう。マクルーハンは、ヨーロッパで小型車が流行した現象をテレビの触覚作用と結び付ける。しかしながら、仮にテレビが触覚作用をもつとしても、この結びつけは妥当だろうか。というのも、小型車の流行は、市場動向や人々の趣向、地域特性など、さまざまな要因が複雑に組み合わさって起こる現象のはずである。マクルーハンは、この「複雑性」を括弧にいれ、小型車の流行とテレビの作用を結びつけている。論拠は、小型車の流行とテレビの普及が同時代に起こったというだけである。この主張は、現象を強引に自らが考えるテレビの作用と結びつけているようにすら思える。

私たちは、マクルーハンのテレビ作用論が根拠の曖昧な、あるいはゴシップの域を出ないと考えただけでは不十分である。なぜなら、私たちは既にマクルーハンの論理的な飛躍を指摘しているからである。すなわち、前節で取り上げた視聴者が「テレビ女優の名前を思い出せない」現象である。ここでも根拠は曖昧なまま、マクルーハンは、現象とテレビの映像（特性）との関連を指摘している。そのとき、私たちは「テレビ女優の名前が思い出せない」との現象分析をマクルーハンの本意、つまりテレビの作用へたどりつくための「補助線」として利用したのであった。しかしながら、結果的に見れば、マクルーハンは、メディア作用論でも、現象とテレビの作用を強引に結びつけ、論理的に飛躍のある理論を展開している。

4. テレビ論の論理構造

マクルーハンのテレビ論は、「メディアはメッセージ」に代表される比較メディア論、「メディ

アはマッサージ」に代表されるメディア作用論によって構成されている。さらに、これらはともに、現象とメディアの特性あるいは作用が、強引に結び付けられているという共通点を有している。

本節では、この共通点をマクルーハンによるテレビ論の論理構造として理論化することを試みる。その際、イギリスの文芸評論家であるウィリアムズ（Raymond Williams）のマクルーハン解釈は、大きな助けとなるだろう。ウィリアムズは、マクルーハンのメディア論を次のように評している。マクルーハンの試みは、「話し言葉・活字・ラジオ・テレビなどが、いかにちがうのか」³²⁾という問いの探究にある。マクルーハンは、メディアの特性やその作用に、探究の焦点を集中させているのである。そして、ウィリアムズは、マクルーハンのメディア論を次のように特徴づける。マクルーハンのメディア論は、「形式主義」「美学主義」であり、メディアを孤立した存在と捉える、「洗練された因果論」である³³⁾。

「因果論」との指摘は、マクルーハンのテレビ論は全体において確認することができる。つまり、テレビの技術的特性（モザイク）、テレビの人間への作用（触覚作用）が「原因」となり、テレビの出現以降の現象（例えば、「テレビ女優の名前が思い出せない」、ヨーロッパにおける小型車の流行）が、「結果」として生じるというものである。図式化するならば、次のようになるだろう。

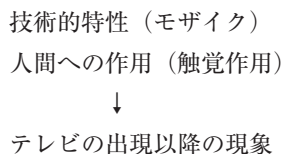


図1 マクルーハンのテレビ論にみられる論理構造

この段階で、私たちはマクルーハンのテレビ論の論理構造を解明したことになる。しかしながら、この論理構造は、マクルーハン特有の、あるいは古臭く、誤謬が溢れた理論が有する構造として忘却できるものではない。なぜなら、テレビ論の論理構造は、次のように考えるとアクチュアルな問題を提起しているように思えるからである。マクルーハンはテレビ創成期を生きた人物である。そして、テレビ論はまさにこの時期になされた探究である。この「テレビ」を「携帯電話」や「パソコン」へと変換したならどうだろうか。それは、書店に並ぶ多くの携帯電話論、パソコン論そのままではないか。つまり、これらは、メディア（携帯電話やパソコン）の特性や人間への作用を「原因」として、現象を「結果」と看做す「因果論」に他ならない。現在でも私たちはこのように考えていないか。「インターネットの普及は〇〇をもたらす」「携帯電話の普及で〇〇な人が誕生した」。これらの言説は、根本的にマクルーハンのテレビ論の主張そのままである。そうであるならば、私たちは、「マクルーハンが、どこで間違ったのか」と問わなくてはならない。なぜなら、それこそ私たちがマクルーハンと同じ誤謬を回避する反省的実践の出発点だからである。

5. マクルーハンの誤謬

5-1 技術決定論

ウィリアムズは、マクルーハンのメディア論を「因果論」と特徴づけた後、その問題点を次のように指摘する。マクルーハンは社会的・文化的・心理的・道徳的問題を排除している、と。ウィリアムズによれば、多くの「形式主義」と同様に、マクルーハンの試みには「メディアが（人々の）実践として捉えられることがない」（カッコ内引用者）³⁴⁾という。物理的に起こった変化（技術の発達など）が、人々の感覚中枢に影響を与え、その結果、社会的出来事の変化へと導かれるというシンプルな主張にすぎない。さらに、ウィリアムズは、マクルーハンが次のような側面を考慮して

いないと批判する。すなわち、マクルーハンは、技術的な変化が既存の権力の介入や権力によるコントロール、さらにはその選択によってもたらされている側面に無関心である³⁵⁾。ウィリアムズは、マクルーハンの主張の根底にある因果論自体を「技術決定論 (technological determinism)」と批判しているのである。

これまでの考察より、マクルーハンはメディアのもつ政治的・権力的側面を看過していることがわかる³⁶⁾。いわば、この看過こそマクルーハンの誤謬の源泉だろう。彼は、メディアが政治や権力の動向に左右される、つまり「メディアの構成性」を捉えることができなかったのである。そうであるならば、私たちは、ウィリアムズが不問に付している問い、つまり「マクルーハンは、なぜメディアのもつ政治的・権力的側面に注意を払わなかったのか」を問わずにはいられない。なぜなら、ここにこそ私たちが回避すべきマクルーハンの前提が隠されているように思えるからである。

5-2 文学者：マクルーハン

上述した問いへ答えるために、社会学者の佐藤俊樹によるマクルーハン批判を手がかりにしよう。佐藤は、マクルーハンの文字メディアに関する主張に注目する。マクルーハンは、文字によって「個人」を基本単位とする近代社会が出来上がったと主張する。そして、テレビをはじめ電子メディアの登場は、絶対的地位にあった文字を相対化し、「個人」は解体に向かうと主張している。佐藤は、ここにマクルーハンの誤解があるという。

まず、「文字→個人」というシンプルな図式は、文字の特殊な使い方に依拠しない限り、導きだせない。では、その特殊な使い方とは何か。それは、「黙読」である。「文字メディアが個人と結びつくのは、実は一人で黙読する場合だけである」³⁷⁾。そうするならば、重要なのは一人で黙読する習慣であり、文字メディアそのものではないということになる。そして、佐藤は次のように結論づける。「ようするに、個人の自律性と関連す

るのは、音声か文字かではないし、もちろんメッセージの物理的な伝送速度でもない。そのメディアをどのように読むかという読み方である」³⁸⁾と。

ここで佐藤のいう「読み方」とはウィリアムズのいう「実践」と同じ意味だろう。すなわち、マクルーハンは、「他でもありえるはず」の文字の使い方を限定的にしか捉えていないのである。具体的にいえば、文字の特殊な使い方である「黙読」を文字の普遍的な、唯一の使い方として考えているのである。それは自分の考えや思いを表現する「自己表現」としての文字使用である。佐藤はこのことを「文学」としての書き方と呼ぶ³⁹⁾。

佐藤の指摘を手がかりに、マクルーハンのテレビ論を再解釈してみよう。テレビの使用に注目するならば、マクルーハンはさまざまに存在するはずのテレビ使用の可能性を、一つの使用法へ回収しているように思える。その唯一の使用法とは、「文学」のそれである。たとえば、今日私たちはソファーに寝そべりながら、リモコンでザッピングを繰り返しながらテレビを見ている。いや、私たちにとってテレビは、いまや携帯電話の一機能に過ぎない。マクルーハンは、このようなテレビ視聴、テレビの使用法は考えもしなかっただろう。

マクルーハンにとって、新たな技術であったテレビは、「文学」同様に、「読み込む」メディアであったのではないか。だから、「読み込み」の際に障害となる「低精細度」のテレビ画像を何より注視したのであろう。もともと文学者であったマクルーハンは、テレビ時代の到来を告げながらも、一貫して「文学者」であったといえる。彼は「文学者」としてテレビを眺め、その本質を探究したにちがいない。そして、メディアの政治的・権力的側面に眼を向けなかった理由もここにある。マクルーハンにとって、メディアの使用は唯一「文学」的な使用に限定されていた。だから、メディアの誕生や浸透の際に起こるメディア使用をめぐる政治的・権力的せめぎあいや葛藤を考慮する必要がなかったのである。

おわりに

新たなメディアが誕生し、浸透する度に、「人間が変わる」「社会が変わる」という短絡的な言説が叫ばれる。佐藤俊樹は、この短絡的な考えを次のように指摘する。「(情報技術が社会を変えるとの言説は)自動車のモデルチェンジとまったく同じ販売戦略である。中の機械はほとんど同じまま、外見や名称だけをちょっと変えて『新車』として売り出し、消費者の購買意欲をそそる」(カッコ内引用者)⁴⁰⁾。以下、このような言説を「モデルチェンジ型メディア論」と呼ぶ。

マクルーハンは、テレビ創成期を生きた。佐藤の指摘を手がかりにするならば、マクルーハンにとってのテレビとは、モデルチェンジされたばかりの「新車」だったにちがいない。つまり、「最新のメディア」であると同時に、時代の変化を象徴する「物質としてのメディア」である。そうするならば、マクルーハンのテレビ論は、「新車」のために書かれた販売戦略だったと解することができる。そして、マクルーハン自身は、まさにテレビという「新車」の素晴らしさを伝道する「トップセールスマン」だったのかもしれない。

この点で、マクルーハンのテレビ論は、テレビ創成期という時代への、メディア環境の変化への応答だったのである。裏を返せば、マクルーハンのテレビ論は、メディア環境の変化の時代にしか、受容され得なかったはずである。そして、現在マクルーハンの再考が進む理由も、メディア環境の変化が大きく影響してないか。携帯電話やパソコンという新たなメディアの誕生／浸透が、テレビが最新のメディアであったときと同様に、私たちを「モデルチェンジ型メディア論」へ誘発しているように思えるのである。本稿がマクルーハンのテレビ論を特権化し、彼のメディア論をテレビ創成期に制約された理論として解釈する意味は、ここにある。

そして、私たちは、「モデルチェンジ型メディア論」の欠落に気づかなくてはならない。その欠落とは、「モデルチェンジ型メディア論」が、「メ

ディアが人や社会を変えた」と語る一方で、「人や社会がメディアを変える」可能性を排除していることである。確かに、マクルーハンならば、私たちが「新車」である最新のメディアへ、いかに関与できるのかと問うだろう。関与それ自体が不可能であると反論するかもしれない。しかしながら、「新車」がそうであるように、メディアの誕生／浸透は、設計者や技術者だけでなされる行為ではない。それは、私たちの欲望や使用法、さらには社会の動向によって変化するはずである。

メディアの変化可能性に注目するならば、メディアの特性や作用は、「社会的行為」の集積と捉えることができるようになる。たとえば、特性や作用は、時代背景や場所や文化によって変わるはずである。経済や政治動向にも左右されるにちがいない。さらに、メディア使用も「社会的行為」として吟味できるようになるだろう。たとえば、さまざまに存在するメディア使用が資本や権力との関連により、いかに固定化されていくのかを考察することもできるだろう。

これらの作業から、メディア技術やメディアそれ自体を、私たちの、厳密に言えば「社会的行為」のコントロール対象と捉えるパースペクティブが広がることになるだろう。たとえば、現在私たちは、双方向性を謳ったはずのパソコンを、閲覧中心のメディアと同じように使用していないか。この使用法の固定化には、いかなる権力関係が働いているのだろうか。さらに、この使用法を前提にして、ネット社会の現状は分析されていないか。このように、新たなメディア理解は、「私たち(の社会的行為)が、いかにメディアを構成しているのか」というメカニズムを明示することにある。

新たなメディアが誕生／浸透すると、私たちはその便利さや新鮮さに魅了され、自らの社会的行為がそれらの誕生／浸透に関与したことを忘れがちである。そのときこそ、マクルーハンのテレビ論は、反省的に立ち返るべき参照点になるのではなかろうか。

- 1) 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, 7.
- 2) M.McLuhan and Q.Fiore, 1967, *The Medium is the Massage: An Inventory of Effect*, Penguin Books, no page. なお, この著作には写真やイラストが数多く盛り込まれていることもあり, 頁数が記載されていない場合もある. 本稿ではその場合「no page」と記載する.
- 3) マクルーハンは, 「メディアはメッセージ」を次のように説明する. 「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」(M.McLuhan, 1965 [1st. edition. 1964], *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill, 21 = 栗原裕他訳, 1987, *メディア論—人間の拡張の諸相*, みすず書房, 21). いわば, あらゆるメディアは, 私たち自身や社会に影響力をもち, この影響力こそが「メッセージ」であると説明している.
- 4) W.T.ゴードン (宮沢淳一訳) 2001, [1st. edition. 1997], マクルーハン, ちくま学芸文庫, 199-207.
- 5) P.Marchand, (1998 [1st.edition. 1989]) *Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger*, MIT Press, 200, 216.
- 6) この当時, マクルーハンへの研究者の反応は冷たいものであった (P.Levinson, 2001 [1st. edition. 1999], *Digital McLuhan: A Guide To the Information Millennium*, Routledge, 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). 日本におけるマクルーハン研究もジャーナリズムによる注目から口火が切られている (竹村健一, 1967, *マクルーハンの世界—現代文明の本質とその未来像*, 講談社).
- 7) この変化は, 1977年, ウッディー・アレン (Woody Allen) 主演の映画『アニー・ホール』に出演したマクルーハンの次のような嘆きの台詞が象徴している. 「あなたは私の研究について何も分かっていない」(Levinson, *Digital McLuhan*, op. cit., 105 = 邦訳, 182).
- 8) McLuhan, *Understanding Media*, op. cit., 312 = 邦訳, 324.
- 9) J.Curtis, 1978, *Culture as Polyphony: An Essay on the Nature of Paradigms*, University of Missouri Press. / C.Horrocks, 2000, *Marshall McLuhan and Virtuality*, Icon Books. = (小畑拓也訳), 2005, *マクルーハンとヴァーチャルの世界*, 岩波書店. / J.Meyrowitz, 1996, *Taking McLuhan and "Medium Theory" Seriously: Technological Change and the Evolution of Education*, S.T. Kerr, et. al., eds., *Technology and the Future of Schooling*, NSSE, 73-110. / 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 (第二十一巻 第一号), 青土社, 102-112 / 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 (第二十巻第三号), 青土社, 94-107.
- 10) 彼は, 腕時計すら着用することを嫌い, 研究室におかれていた置き時計は壊してしまったという (Marchand, Marshall McLuhan, 200).
- 11) ゴートン, マクルーハン, 50.
- 12) Marchand, Marshall McLuhan, 196.
- 13) この点は以下も参照 (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頁).
- 14) マクルーハンの主著である『メディア理解』(邦訳『メディア論』)は, 二部で構成されている. 第一部は, イントロダクションとメディア一般に関する考察がなされている. 「メディアとは何か」という原理的な問いが探究され, 「メディアはメッセージ」「ホットなメディアとクールなメディア」など各章を構成する. 一方, 第二部では個別具体的なメディアが探究の対象となる. 話し言葉・文字・電話・広告はもちろん, 道路・衣服などマクルーハン特有のメディア観にしたがひ, 考察の対象が選定されている.
- 15) McLuhan, *Understanding Media*, op. cit., 317 = 邦訳, 330.
- 16) もちろん, 「テレビの画像=低精細度」は, 当時

のテレビの特性である。私たちはすでにハイビジョンなど高精細度のテレビを知っている。そのため、テレビの映像が低精細度というマクルーハンの見解に違和感をもつだろう。ただ、マクルーハンはこのような私たちの反論を予期し、次のように述べている。「もしも技術が進んで、テレビの映像の性質を映画のデータのレベルまで高めることができれば、こうしたこと〔テレビへの視聴者のかかわり〕はすべて変わるだろうかと問われたら、こう反問するかもしれない。遠近感や光や影を細かく付け加えて、漫画を変えることができるだろうか。答えはイエスである。ただ、そのときはもはや漫画ではなくなるだろう。同じように、『改良された』テレビはもはやテレビではない」(McLuhan, *Understanding Media*, op. cit. 313 = 邦訳, 326)。

17) Ibid., 313 = 邦訳, 325.

18) 宮澤淳一, 2008, マクルーハンの光景—メディア論が見える, 新曜社, 59.

19) McLuhan, *Understanding Media*, op. cit., 317-318 = 邦訳, 330-331.

20) Ibid., 313 = 邦訳325.

21) Ibid., 313 = 邦訳, 325-326. なお、スーラヤルオーとはフランスで活躍し、点描画で有名な画家である。

22) M.マクルーハン(後藤和彦訳), 2003 [1st. edition. 1960], テレビとは何か, M.マクルーハン他編(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, 122.

23) マクルーハンによれば、テレビも含めたエレクトロニクス機器の影響によって、西洋社会は「最大速力で自らを東洋化しつつある。西洋社会は、東洋世界が西に向かうよりもはるかに急速に東に向かっているのである」(マクルーハン, テレビとは何か, 119)。このように、マクルーハンは、西洋世界がテレビによって最も大きな影響を受けると考えている(彼が、テレビ会社の仕事に関する記述では「北アメリカ」、ここで「西洋」と述べている根拠は定かではない。ただし、あくまで「西洋—東洋」のコントラストを意識したものと

推察される)。もちろん、テレビによって西洋(北アメリカを含む)が、変化するとマクルーハンの考えには、偏見がある。彼によると、西洋は結合的で画一的な空間によって視覚的に組織されている。一方、東洋は結合によってではなく、空間によって、音と対象との間の距離によって組織するという(同上)。彼は彼なりに根拠を示しているが、この考えは、スピヴァックが指摘するように「コロニアルな偏見」に他ならない(G.C.スピヴァック(上村忠男他訳), 2003 [1st.edition. 1999], ポストコロニアル理性批判, 月曜社, 522-525)。

24) 「印刷が要求するのは、純視覚的機能」(McLuhan, *Understanding Media*, op. cit., 308 = 邦訳, 320)であり、とりわけ表音アルファベットは「視覚の機能を強化し拡張する」(Ibid., 84 = 邦訳, 86)という。つまり、活字は視覚と結びつくと言われている。

25) McLuhan, *Understanding Media*, 326-327 = 邦訳, 341-342.

26) Ibid., 334 = 邦訳, 350.

27) Ibid., 314 = 邦訳, 326.

28) Ibid., 314 = 邦訳, 326.

29) この点は以下を参照(大澤真幸, 電子メディア論, 85)。

30) McLuhan, *Understanding Media*, op. cit., 108 = 邦訳, 108-109.

31) Ibid., 334 = 邦訳, 350.

32) Ibid., 127.

33) R.Williams, 1990 [1st. edition. 1974] *Television: Technology and Cultural Form*, Routledge, 126-127.

34) Ibid.

35) Ibid., 127-128.

36) もちろん、私たちはウィリアムズがいう「マクルーハンのメディア論=技術決定論」というレッテルの不十分さを指摘できる。なぜなら、マクルーハンのテレビ論は、メディアの技術(「メディアはメッセージ」)のみならず、その作用(「メディアはマッサージ」)にも注目しているからである。つまり、厳密に言えば、マクルーハンのテ

レビ論は「技術決定論」ではなく、「技術・作用決定論」といえるはずである。しかしながら、マクルーハンのテレビ論が、「技術・作用決定論」であっても、結果的に、彼のテレビ理解に多くの誤解があることは事実である。

37) 佐藤俊樹, 1996, ノイマンの夢・近代の欲望, 講談社, 86.

38) 同上.

39) 同上, 88.

40) 同上, 65.