

マクルーハン理論から学ぶ

Learn from McLuhanism

○藤井 正希¹
Masaki FUJII

¹群馬大学 社会情報学部 情報社会科学科 Faculty of Social and Information Studies, Gunma University

Abstract At first I consider a concept of the media of Marshall McLuhan. And I think about the meaning of the claim of McLuhan, "the media is massage" together saying "the media is a message". And I see a characteristic of TV which McLuhan paid attention to. Finally I learn most from an individual opinion of McLuhan called "global Village".

キーワード マクルーハン理論, メディア, マッサージ, テレビ, グローバル・ヴィレッジ

1. メディアとは

マーシャル・マクルーハンは、メディアという概念の把握の仕方において、既に他の多くのメディア論とは大きく異なっている。この点、①マクルーハンは、様ざまなものをメディアの名の下に一緒にくたにして議論を展開している。ラジオ、テレビ、新聞は言うに及ばず、自転車、自動車、飛行機、また、時計、衣服、住宅、さらには、貨幣、数、オートメーション、兵器までもがメディアとして考察の対象になっている。そして、②マクルーハンは、メディアを人間の身体、精神などの拡張と捉えた。テレビやラジオは中枢神経組織（聴覚）の電氣的拡張である。また、自転車や自動車は人間の足の拡張であり、衣服は皮膚の拡張であり、住居は肉体の体温調節メカニズムの拡張である。さらに、貨幣は交換したいという衝動の拡張であり、弓矢は手と腕の拡張である¹。そして、③マクルーハンは、言語であれ、法律であれ、思想であれ、仮説であれ、道具であれ、衣服であれ、コンピュータであれ、人間が手を加えた人工物は、すべて物理的な人間の身体および精神の拡張物であり、メディアだとまで言い切る²。そして、④マクルーハンは、単純に拡張だけが行われるのではなく、拡張された必然的な帰結として、衰退が生じ、切断をもたらすと主張する。すなわち、拡張は切断と表裏一体なのである。例えば、人間の足の拡張たる車輪というメディアは、人間に対して、一面では、高速移動・高速運搬の能力を付与しているにもかかわらず、他面では、歩くという人間の基本機能を麻痺させ、むしろ人間を歩けなくさせているのである。このように、新しいメディアは、我われに拡張と切断の両方をもたらすというのが、マクルーハンの主張なのである³。

マクルーハンは、一見、あらゆるものをメディアに含めているかのように思えるが、マクルーハンによるメディアとは、人間の生み出した技術（テクノロジー）の別名であり、人間の所与の能力を何らかの形で外化したもの、拡張したもののなのである。そして、そ

のメディア概念は、①純粹にコミュニケーションに用いられるメディア（例、テレビやラジオ＝“電気テクノロジー”）と、②それ以外の能力拡張としての技術メディア（例、活版印刷術＝“グーテンベルク・テクノロジー”）との二つに大別しうる⁴。我われは、前者の純粹コミュニケーション・メディアとしてのテレビやラジオ、新聞、雑誌などのことを通常、「メディア」と呼んでいるのである⁵。テレビやラジオが聴覚の電氣的拡張であり、その必然的な帰結として、聴覚の衰退が生じ、聴覚の切断がもたらされるというマクルーハンの指摘は、極めて示唆に富むものと言えよう⁶。

2. メディアはメッセージである

メディアの言語的意味は「媒体」であり、媒体とは、何かと何かを媒介するものという意味である。すなわち、ある者からある者へとメッセージを媒介するものがメディアである。メッセージはメディアによって運ばれるのであり、メディア自体がメッセージであるはずがない。それゆえ、我われは、メディアが伝達する情報の内容（コンテンツ）に注目し、それをもとにメディアの功罪を議論するのが通常である。情報を送る側も受け取る側もそれを当然のこととし、何の疑いも持たない。例えば、テレビを見るときには、ニュースの中身が問題であって、テレビがどのようにニュースを送るメディアであるかということに、いちいち注意を払う人はいないのである⁷。

これに対して、マクルーハンは、どんなメディアの場合でも、メディアが個人および社会に及ぼす結果は、新しい技術が我われの世界に導入する新しい尺度に起因すると主張する。すなわち、メディアそれ自体がある種のメッセージを既に含んでおり、メディアのメッセージの送り方そのものが、メディアの伝達内容とは無関係に、むしろメッセージとなって、人びとの新たな思考や行動を生み出す源泉になる等、人間や社会に大きな影響を与える。例えば、新聞の紙面は、政治の

記事の隣に殺人事件の記事があったり、その下に商業広告があったり、紙面が不連続なモザイクのようになっているため、読者は、こうしたモザイク的、不連続的な認知の仕方に慣れ、そこから、モザイク的、不連続的な思考形式が生まれてくるとする⁸。マクルーハンにとってのメディアは、社会に対するメッセージそのものなのである。よって、メディアの本質を理解するためには、伝達内容とは切り離して、メディア自体を考察の対象としなければならない⁹。

例えば、パソコンのインターネットは、情報がWorld Wide Web（世界中に張り巡らされた蜘蛛の巣）の上を縦横無尽に駆け巡るメディアであり、そのメッセージの送り方そのものが人間の思考や行動に大きな影響を及ぼしていると考えられる。メディアが持つメッセージの送り方そのものが、メディアの伝達内容とは無関係に、むしろメッセージとなって、新たな思考や行動を生み出す源泉になるというマクルーハンの主張は、現代におけるメディアを考える上でも、十分に有用な視点といえる。ただし、メディアの効果は、果たしてマクルーハンの主張するように、メディアの伝達内容とは全く無関係なのだろうか。やはり、メディアの伝達内容からメディアの本質を分析するという視点も必要不可欠であると考えられる。

3. メディアはマッサージである

マクルーハンは、メディアがメッセージであるだけでなく、さらにマッサージであると主張する。「メディアはメッセージである」という表現は常識的感觉で理解することができるが、「メディアはマッサージである」という表現は刺激的であり、また、一見、奇抜でもあり、常識的感觉では受け入れ難いところがある。この点、マクルーハンは、その著書『メディアはマッサージである』のなかで、大要、つぎのように主張する。すなわち、人間の身体および精神の拡張としての技術たるメディアは、個人的、政治的、経済的、美的、心理的、道徳的、倫理的、社会的な出来事のすべてに深く浸透している¹⁰。そこで、メディアは、いわばマッサージ嬢のように、我われのどんな部分にも触れ、全身感覚に訴え、心理的マッサージをすることになる。さらに時には、我われを徹底的に叩きまくるのである。また、メディアは、環境を変えることにより、我われに特有な感覚比率を生み出すのであり、どれか一つの器官の延長は、我われが考え、行為する方法、すなわち世界を認知する方法を変えるのである。その結果、メディアは、我われに強い影響を及ぼし、すみからすみまで我われを変えてしまう。こうした環境としてのメディアが人間に及ぼす効果を理解しなければ、社会や文化の変化を理解することは決してできないのである。その意味で、メディアはまさにマッサージなのである¹¹。このようなメディアのマッサージ効果を知りたいければ、ニューヨークで半年も大停電が続くと仮定してみればよい。そうすれば、メディアが我われの生活のあらゆる瞬間をいかに形成し、作用し、変えているか、つまりマッサージしているかが、すぐに分かるであろう¹²。

マクルーハンは、全身感覚に訴え、我われを変えてしまうメディアをマッサージ嬢にたとえ、メディアの影響を心理的マッサージと表現しているが、極めて個人的かつ絶妙な言説といえる。かかる表現に最も相応しいメディアは、まさにテレビやパソコンであろう。マクルーハンがテレビというメディアに一目置いていたことは、次節で述べる通りである。この点、テレビやパソコンというメディアが、人間社会を大きく変えた、あるいは、変えつつあるということを否定する者は皆無であろう。その点で、環境としてのメディアが人間に及ぼす効果の絶大性を説くマクルーハン理論には、全体として誤りはなからう。しかし、メディア環境からの影響が、マクルーハンの言うように、我われをすみからすみまで変えてしまうほど、また、人間の役割を常に決めてしまうほど決定的な力を持つかどうかは疑問であり、その影響力の程度については再検討の余地がある。

4. テレビ論

それでは、マクルーハンはテレビを具体的にどのようなメディアと捉えていたのであろうか。この点、マクルーハンは、その著書『メディアの理解』のなかで、テレビとコンピュータを最高度のメディアと位置付け、とりわけマッサージ効果を強く持つメディアとして、テレビに一目置いていた。具体的には、テレビを、中枢神経組織の最近における、最も華々しい電氣的拡張と述べている。そして、テレビの特殊性を念頭につぎのごとく主張する。すなわち、すべての電氣的現象においては、視覚的なものは、複雑な相互作用の中の一構成要素であるに過ぎない。情報の時代にあつては、ほとんどの相互作用は電氣的に処理されるので、電気メディアは、西欧の人間に、視覚的要素のかかなりの減少と、それに応じた他の感覚活動の増大という経験をもたらしたのである。テレビの場合には、テレビによって、能動的、探索的な触覚の延長が起こるが、この触覚は、単なる視覚だけの延長とは異なり、我われの全ての感覚器官を深層の同時的相互作用に関与させるものである。テレビは、一般に考えられているような視覚的メディアというよりも、むしろ聴覚的・触覚的メディアであり、何時でも聞こえる耳と何処でも見える目とによって、人間の感覚系を完成させたのである。テレビは、バックグラウンドとしての働きはせず、人間の全存在の深層における参加と関与を要求し、人間全体を関係させる。そこにおいて、人間は、もはやテレビとの“共存”から逃れられない。それゆえ、テレビは、生活と出来事の形と意味に対する我われの意識を、極端にまで敏感にさせ、その結果、非常に多くの人びとがテレビによって自分のアイデンティティーがおびやかされたと感じるようになったのである。テレビに比べれば、新聞、映画、ラジオなどは、まるで消費者に対し単なる商品の包装部分を提供するものに過ぎないであろう¹³。そして、マクルーハンは、何かの事件を取り上げ、それに多数の者を共同的に参加させるテレビの力を、最も強烈に証明した例として、故ケネディ大統領の葬儀を挙げている。この時テレビ

は、まさに全国民を故ケネディ大統領の葬儀に参加させたのである。テレビとは、いわば「あらゆるものが同時に存在する世界」なのである¹⁴。

さらに、マクルーハンが、テレビに対してこう警告する。すなわち、テレビは既存の世界の輪郭を不鮮明にする、「近視」のメディアであり、精神の絶対的高潔さのみではバクテリアが防げないのと同様、テレビに抗うには、活字などの関連するメディアを解毒剤として摂取しなくてはならないと説く。また、モザイク的テレビ映像の浸透を受けたテレビっ子は、文字文化とは対照的な精神で世界に向かい合うことになってしまうのであり、ただ単に教育にテレビを採り入れても、その影響を拡充することはできず、どっちつかずの結果が出てくるに過ぎないとする。しかし、その一方で、マクルーハンは、テレビは何よりも、創造的・参加的反応を要求するメディアであり、プロセスの相互作用やあらゆる種類の形式の発展を、他のメディアでは到底、実現不可能なやり方で具体的に例示することができるとし、テレビというメディアを単に理解するに止めるのではなく、教育において豊かな可能性を開発することのために積極的に活用すべきこともまた説いているのである¹⁵。

テレビが、生活と出来事の形と意味に対する我われの意識を、極端にまで敏感にさせ、その結果、非常に多くの人びとがテレビによって自分のアイデンティティがおびやかされたと感じるようになったというマクルーハンの主張は真理の一面を突いている。今やテレビは、一家に一台どころか、一人一台の時代であり、スイッチ一つで、四六時中、迫真的、衝撃的なカラー映像を放出し続けている。とりわけ、批判能力が乏しい子どもは、テレビの映像に曝され続けることにより、アイデンティティが危殆に瀕しかねないであろう。マクルーハンは、テレビの悪影響をバクテリアにたとえ、テレビに抗うには、活字などの関連するメディアを解毒剤として摂取しなくてはならないと主張する。さらに、今後は映像メディアとしてテレビの特性をほぼそのまま引き継ぎ、テレビからメディアの首位たる地位を奪いつつあるパソコンも考察の対象としなければならない。テレビやパソコンは、その活用の仕方次第で、人間の潜在的資質を創造的に引き出すことができるメディアである。この点、マクルーハンが、テレビの肯定面と否定面をともに踏まえた上で、教育において豊かな可能性を開発することのためにテレビを積極的に活用すべきことを説いている点は、大いに評価しようとする¹⁶。

5. グローバル・ヴィレッジの思想

「電子技術による新しい相互依存は、世界を地球村のイメージで創りかえる」¹⁷、すなわち、新しい電子メディアがもたらした相互依存関係が、地球全体を一つの村に再創造させると考え、マクルーハンはそれをグローバル・ヴィレッジ（地球村）と名付けた¹⁸。これはまさに、地球大の規模における部族的相互依存関係の復活といえよう¹⁹。この点、マクルーハンは、つぎのように説く。すなわち、テレビが人びとを巻き

込む力は、世界を一つの村に縮めてしまうほどに強大であり、自分に関わりのない他人というものは一人もいなくなって、地球全体が一つの村になってしまう。地球上で起こる全ての事変は、グローバル・ヴィレッジ全体の問題となり、それに関わりを持たない人は一人もいなくなる。ここにおいては、国家や社会、地縁や血縁という概念は消失し、地球には、地球村に住む地球村民のみしか存在せず、人間はまさに原始時代人に回帰することになるのである²⁰。そして、グローバル・ヴィレッジにおける環境は、人類と電子メディアとのさらに強烈な相互作用を経て再構成されるのであるが、それは人類という部族が本当の意味で一つの家族となり、人間の意識が機械文化の呪縛から解放され、宇宙を自由に移動できる環境だとする²¹。よって、グローバル・ヴィレッジにおける地球村民の意思は、互いに深く関連し、関与している共同体の全構成員の同時的相互作用を通じて、合意に基づいて表現されることになる。しかし、マクルーハンは、電気的メディアによって創り出されるグローバル・ヴィレッジ的な状況は、かつての機械的に標準化された社会以上に断絶、多様化、分裂をかきたてるとする。実際、グローバル・ヴィレッジにおいては、愛や調和、静謐や統一性などよりも、不和や紛争、意見の不一致などがより多く存在している。これは、グローバル・ヴィレッジが部族的社会である以上、むしろ当然のことであり、どのような部族的な人びとにとっても、ありふれた生き方だといえるとする²²。だからこそ、マクルーハンは、グローバル・ヴィレッジにおいては、建設的対話や創造的対話が必要不可欠となると考えるのである²³。

マクルーハンは、グローバル・ヴィレッジにおける地球村民を原始時代人にたとえ、そこにおける社会を部族的社会と呼んでいる。そして、グローバル・ヴィレッジでは、人類という部族が本当の意味で一つの家族になるのだから、愛や調和、静謐や統一性がもたらされるのかと思いきや、実はそうではなく、むしろ断絶、多様化、分裂による不和や紛争、意見の不一致がより多く存在しているとする。メディアによる世界の一体化（グローバル化）が進展すればするほど、人びとが個体として社会に浮遊してしまう（アトム化）という逆説がそこにはある。パソコンや携帯電話で多くの友達とつながっている一方で、孤独感、疎外感を感じる現代人が多いというのも、マクルーハンの指摘の正当性を裏付けよう。それゆえ、マクルーハンは、建設的・創造的対話による合意形成の必要性を強調する。現代社会においては、インターネットによるWorld Wide Webにより、マクルーハンの予想以上に、グローバル・ヴィレッジ化現象が進展している。地球上で起こる全ての事件は、地球規模における相互依存関係により、地球上の全ての人間に影響を与える。かかる社会においては、メディアの在り方についてのグローバル・スタンダードの確立が急務となろう。

補注

(1) Marshall McLuhan, *Understanding Media: The*

Extensions of Man, The MIT Press, 1964, P77-359. 邦訳・栗原裕、河本仲聖『メディア論』（みすず書房、1987年）。

(2) Marshall and Eric McLuhan, *Laws of Media: The New Science*, University of Toronto Press, 1988, P93. 邦訳・中澤豊『メディアの法則』（N T T出版、2002年）。

(3) W. Terrence Gordon, *McLuhan for Beginners*, The English Agency Ltd., 1997, P64-65. 邦訳・宮澤淳一『マクルーハン』（筑摩書房、2001年）。

(4) 中田平『マクルーハンの贈り物』（海文堂、2003年）18頁。テレビやラジオを電気テクノロジーと、活版印刷術をグーテンベルク・テクノロジーと呼ぶのは、マクルーハン自身の用語法である。Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy*, University of Toronto Press, 1962, P229-231. 邦訳・森常治『グーテンベルクの銀河系』（みすず書房、1986年）。この点、マクルーハンは、コミュニケーション・メディアによる時代を次の四つに区分している。まず、話し言葉のみが使われた①口誦時代である。最も原始的なメディア時代と言える。つぎに、写本が使われた②書かれた文字の時代である。人間が文字というメディアを獲得した時代である。さらに、マクルーハンがグーテンベルク・テクノロジーと呼ぶ③活版印刷の時代である。ここにおいて人間は、反復可能なメディアを獲得したのである。そして最後に、テレビやコンピュータなど、④電気メディア・電子メディアの時代である。マクルーハンは、テレビとコンピュータを最高度のメディアと位置付けていた。McLuhan・前掲注(1) P308-337.

(5) ドイツの社会心理学者ゲルハルト・マレックは、1960年代後半（昭和40年代前半）に、マスコミとして、①プレス（新聞・雑誌等）、②映画、③レコード、④ラジオ、⑤テレビジョンの五つを導いた。ゲルハルト・マレック『マス・コミュニケーション心理学』NHK放送学研究室訳（日本放送出版協会、1965年）58-60頁。この点、科学技術が日進月歩する現代社会においては、マスメディア概念は次第に拡大してゆく傾向にあることに注意が必要である（マスメディアの多様化現象）。関口進『メディア・コミュニケーションの多様化』（学文社、2000年）1-3頁。今後は、携帯電話やパソコンも考察の対象とせざるをえない。

(6) マクルーハンは、テレビとラジオとにおける、メディアとしての違いを、熱い（ホット）と冷たい（クール）という概念を使って説明している。すなわち、ラジオは熱いメディアであるのに対して、テレビは冷たいメディアだということである。前者は、受け手（聴取者・視聴者・利用者など）による補完性が低いのにに対して、後者は、受け手による補完性が高いのが特徴という。よって、熱いメディアは、受け手が参加

する余地があまりないが、一方、冷たいメディアは、受け手が参加する余地がかなりあることになる。McLuhan・前掲注(1) P22-32. この理論については、マクルーハン理論の中心原理としてもはやされた反面、さまざまな方面から批判や非難が相次いだとの指摘がある。中田・前掲注(4) 34頁。また、このホットとクールという概念は、むしろ排他的なものというより相対的な傾向を示すものという程度に考えるべきだとの指摘もある。吉見俊哉『メディア文化論』（有斐閣、2004年）75頁。このホットとクールという概念以外に、通常、マクルーハン理解に必須の論点とされているものとしては、メディアが社会に、強化→衰退→回復→反転をもたらすとする、いわゆるテトラッド論や、人間における五感の間の関係の変化と文化社会の変容とを関連付ける感覚比率論などが挙げられる。McLuhan・前掲注(2) P129-130. McLuhan・前掲注(4) P42-44.

(7) 中田・前掲注(4) 33頁。

(8) McLuhan・前掲注(1) P7-30.

(9) 竹村健一『メディアの軽業師たち』（ビジネス社、2002年）114-117頁。

(10) 前述したごとく、マクルーハンは、人間が手を加えたすべての人工物をメディアだと言い切るのだから、当然このように言えることになる。

(11) Marshall McLuhan・Quentin Fiore, *The medium is the message*, New York: Bantam Books, 1967, P26. 邦訳・南博『メディアはマッサージである』（河出書房新社、1995年）。

(12) McLuhan・Fiore・前掲注(11) P148.

(13) マクルーハンは、テレビと映画とにおける、メディアとしての違いを、光の性質という観点から説明している。すなわち、映画の映像の場合には、スクリーンの上に当てられた光によって出現するのであり、人間はスクリーンに投射されている影を見ている。そのため、我われは映像が提供する情報を一括して引き受けることができる。これに対して、テレビの映像の場合には、テレビの中を通過する光によって出現するのであり、人間は光の刺激の集中砲火を浴びる。テレビの場合、映画のスクリーンにあたるのが人間である視聴者なのである。そのため、我われは映像が提供する情報のほんのわずかしかりき受けることができない。この点、マクルーハンは、テレビの映像と映画の映像には、全く共通点がないとまで言い切っている。McLuhan・前掲注(1) P308-337.

(14) McLuhan・Fiore・前掲注(11) P125.

(15) McLuhan・前掲注(1) P308-337.

(16) マクルーハンのテレビについての議論は、テレビが普及し始めて間もない時期の初期的な経験を材料にすることしかできなかったため不十分なものとどまっているとの指摘もある。和田伸一郎『存在論的メディア論』（新曜社、2004年）136頁。マクルーハン理論が、時代的制約からくる不十分さを持っていることは、紛れもない事実であろう。

(17) McLuhan・前掲注(4) P31-32.

(18) McLuhan・Fiore・前掲注(11) P67.

(19) 浜日出夫「マクルーハンとグールド」岩波講座・現代社会学22『メディアと情報化の社会学』（岩波書店、1996年）99頁。

(20) 竹村・前掲注(9) 129頁。

(21) Gordon・前掲注(3) P111-114

(22) マクルーハンのような楽観的なグローバル・ヴィレッジという見通しは、テクノロジーの持つポテンシャルに全て任せて解決させるという一種の偶然に委ねるため、権力浸透のリスクが大きいと考えなければならぬという指摘もある。池田理知子『現代コミュニケーション学』（有斐閣、2006年）198頁。

(23) 有馬哲夫『エッセンシャル・マクルーハン』（NTT出版、2007年）15-58頁。クリストファー・ホロックスはつぎのように指摘している。すなわち、メディアがもたらす破壊的な結果という問題は、マクルーハンの仕事を評価する際に無視されがちである。グローバル・ヴィレッジについて述べた彼の主張の、一元的で、透明で、弁証法性を欠く側面を強調し過ぎることは危険である。この考え方の中には、矛盾と葛藤が確かに存在している。Christopher Horrocks, *Postmodern Encounters Marshall McLuhan and Virtuality*, Icon Books Ltd. Cambridge, 2000, P53-54. 邦訳・小畑拓也『マクルーハンとヴァーチャル世界』（岩波書店、2005年）。

参考文献

¹ Marshall McLuhan, *Understanding Media : The Extensions of Man*, The MIT Press, 1964

² Marshall and Eric McLuhan, *Laws of Media : The New Science*, University of Toronto Press, 1988

³ W.Terrence Gordon, *McLuhan for Beginners*, The English Agency Ltd, 1997

⁴ Marshall McLuhan, *The Gutenberg Galaxy*, University of Toronto Press, 1962

⁵ Marshall McLuhan・Quentin Fiore, *The medium is the message*, New York : Bantam Books, 1967

⁶ Christopher Horrocks, *Postmodern Encounters*

Marshall McLuhan and Virtuality, Icon Books Ltd. Cambridge, 2000

⁷ ゲルハルト・マレツケ『マス・コミュニケーション心理学』NHK放送学研究室訳（日本放送出版協会、1965年）

⁸ 中田平『マクルーハンの贈り物』（海文堂、2003年）

⁹ 竹村健一『メディアの軽業師たち』（ビジネス社、2002年）

¹⁰ 吉見俊哉『メディア文化論』（有斐閣、2004年）

¹¹ 関口進『メディア・コミュニケーションの多様化』（学文社、2000年）

¹² 和田伸一郎『存在論的メディア論』（新曜社、2004年）

¹³ 浜日出夫「マクルーハンとグールド」岩波講座・現代社会学22『メディアと情報化の社会学』（岩波書店、1996年）

¹⁴ 池田理知子『現代コミュニケーション学』（有斐閣、2006年）

¹⁵ 有馬哲夫『エッセンシャル・マクルーハン』（NTT出版、2007年）