

# マクルーハンはデジタルメディアの夢を見たか： マクルーハンの「ホット／クール」メディア概念再構成の試み<sup>1)</sup>

大西 康雄

Did McLuhan dream of digital media? :  
Essay on restructuring of McLuhan's concept of "hot / cool" medium

OHNISHI, Yasuo

## Abstract

McLuhan's "Understanding Media" is well known for its difficulty in understanding. Especially his concept of "hot / cool" medium is central symbol of difficulty and ambiguity of the book. In this article, I try to restructure the concept for better understanding and application of McLuhan's thought. I try to decompose the concept to three conceptual dimensions. Its first dimension is the dimension of social context: openness of interpretation. Its second dimension is the dimension of medium format: displacement easiness of medium. Its third dimension is the dimension of synaesthesia. On the third dimension, I propose that we should treat it as completely different dimension from "hot / cool" concept.

キーワード：マクルーハン、情報メディア、コミュニケーション、社会情報学

Key words: McLuhan, information media, communication, socio-information studies

## 1. はじめに

毀誉褒貶激しいマクルーハンの『メディア論（メディアの理解）』（Marshall McLuhan, 1964. "Understanding Media: The Extensions of man". McGraw-Hill. 邦訳「メディア論：人間の拡張の諸相」栗原裕、河本仲聖訳. 1987. みすず書房）。マクルーハンは、一般に、情報コンテンツよりも情報メディアの持つメッセージ性にいち早く着目したとして評価され、影響力を持ってきたが、その一方で、際物扱いされてもきた。『メディア論』邦訳書の訳者あとがきによれば、国内でマクルーハンが紹介されたのは1967年に竹内書店から後藤和彦、高儀進による翻訳が出たのが嚆矢だという。その後竹村健一による解説書が出て、日本で第1次マクルーハンプームが起こった。だが、マクルーハンの主張が分かりにくいこともあり、その後はむしろ、際物視されることとなった。マクルーハンの再評価がされるようになったのは

1980年代以降である<sup>2)</sup>。

マクルーハンが際物扱いされるのは、そのいささか黙示録めいた語り口もさることながら、彼のホットなメディア、クールなメディア概念に代表されるように、その概念の定義や区分が分かりにくいことにもあろう。そのため、マクルーハンの著作は、読み手が読みたいマクルーハン「理論」像を「読み取る」ある種「鏡」のような役割を果たしてきたとも言える<sup>3)</sup>。元来マクルーハンは社会学者ではなく英文学者であり、彼の著作を文学作品と考えるならば、そもそもどのような「読み取り方」が正解と言うべき存在ではないのかも知れない。

本稿ではマクルーハンが際物扱いされる象徴の中心とも言うべき、このメディアのホット、クールという概念を検討すると共に、社会科学的視点から現代社会においてより生産的な、読み取られるべき（すくい取られるべき）そのエッセンスの

抽出を試みるものである。

## 2. メディアのホット/クール概念の分かりにくさ

『メディア論』を通してマクルーハンは、ホットなメディアは目が詰まっっていて高精細 (high-definition) なメディア、クールなメディアは目が詰まっておらず、精細度が低い (low-definition) な緩いメディア、と言う。さらに、ホットなメディアは、受け手の参加、関与が困難なメディアだが、クールなメディアは受け手に参加や関与を要求するという。そしてこれらのメディアの例示として、ホットなメディアの代表は映画や文書 (印刷物) やラジオ、クールなメディアは音声やテレビをとりあげる。また音声 (口誦) メディア中心の時代 (= クールなメディアの時代) から、印刷術が普及し視覚メディア中心の時代 (= ホットなメディアの時代)、そして再びマルチメディア (電気のメディア) の時代に至って再びクールなメディアが優位な時代になるという主張も見られる。

しかし、一般的な常識感覚からすれば、テレビと映画では、精細度上の多少の違いはあるとはいえマルチメディア (視聴覚メディア) という意味では同じはずなのに、なぜクールとホットに分かれなければならないのか、またこれらはマルチメディアとはいえ、印刷同様、結局視覚優位という点では変わらないのではないのか、さらに、印刷は読者が読み取る際に、より読者に対して解釈や想像の努力を要求するのであって、テレビや映画よりもクールなのではないのか、といった数々の疑問が出てくるだろう。

そして、マクルーハンはメディア自体のメッセージ性、有意味性を強調したにもかかわらず、一体どういう基準でメディアを分類しようとしたのか、そう分類することで何を言いたいのかがよくわからず、1960年代の最初の一過性のブームが過ぎ去った後に、際物扱いされたのも、ある意味、当然の部分もある。

## 3. ホットなメディア、クールなメディアはどう解釈されてきたか

マクルーハンの「メディアのホット/クール」

概念は、その曖昧さもあって多様に解釈されてきた。その一つは (素直に読めばその通りなのであるが)、この概念はメディアの物理的特性について論じたものと解釈するものである。マクルーハンを巡る言説は非常に多くその全てをレビューすることは到底不可能であるが、以下いくつかの事例に触れてみよう。

例えば、斎藤環は、まず、マクルーハンが「ホット」な視覚文化を連続性の名の下に断罪すると共に、「クール」な聴覚空間の非連続性をたたえていると指摘する (斎藤, 2007:79)。その上で、東浩紀の指摘 (東, 2007) を引用して、「サイバースペースという言葉を生んだカルフォルニア・イデオロギーには『新しい情報テクノロジーが社会的解放をもたらす可能性への深い信仰』がある」とし、このようなイデオロギーは、視覚空間を断罪し聴覚空間を宣揚したマクルーハンの立場と極めて近いものであると指摘する。そしてこのような「人工的な媒介物によって意識を拡張し、一挙に全体性と調和を取り戻そうというホーリズム的なヴィジョンは、嫌悪以前に、もはやノスタルジーの対象でしかない」 (斎藤, 2007:81) と、マクルーハンの観念 —それはマクルーハンの観念それ自体と言うよりは1990年代以降の電子・情報メディアの発達に伴うマクルーハン観念の受容のされ方というべきか— を強く批判する。ここでの斎藤のマクルーハンの「ホット/クール」概念の理解は、メディア空間の「線形的連続性」対「非連続性」として考えているようである。しかし、マクルーハンのアルファベットの機能の説明に触れるに至っては、斎藤はマクルーハンの議論に完全に戸惑いを見せているように思われる。思うに、この混乱は、斎藤がメディア受容の感覚論を重視しすぎた解釈をしているためではないだろうか。

一方、門林岳史 (2009) は、「ホットなメディアとクールなメディアは、ほとんどつねに対として提示されることに注目しておこう。ホットとクールは、それぞれが個別にあるひとつのメディアないし対象の属性を示す指標として機能するの

ではなく、二つのメディアの比較において現れる示差的な価値である」（門林，2009:182）と述べている。つまり「ホット／クール」は、あるメディアの固定的属性ではなく、二つのメディアを比較したとき、どちらがよりホットで、どちらがよりクールであるかと相対的に示す価値であると解釈している。従って、ある特定のメディアは、どのメディアと比較するかによって、（より）ホットとも呼ばれうるし、クールとも呼ばれうるということである。それとともに彼は、マクルーハンが「クール」という用語に、その日常的な（俗語的）意味である「望ましい、かっこいい」という価値観を忍ばせていることも指摘している。

この門林の解釈は基本的にはポール・レヴィンソンの解釈を踏まえていると言える。レヴィンソンもこの概念が二項対立的であること、元々はジャズの世界のスラングから起因することも指摘している（Levinson, 1999=2000:183）。そして、マクルーハンが映像を持たないラジオや音声、映像も持たない印刷に比べ、映像と音声を併せ持つテレビをクールで完成度が低いと論じた理由として、それにかかわる感覚の数が問題なのではなく<sup>4)</sup>、その（受け手の）関わり方の度合いが問題なのだと指摘する（Levinson, 1999=2000:185）。とはいえテレビが高精細化を続けていることについてレヴィンソンは「テレビは既に述べたとおり、40年代後半に誕生してから温度を上昇し続け、今では2フィート以上のサイズのカラー画面さえ生まれ、ビデオによる再生も可能になった。それでもテレビがクールなメディアであり続けるということは、こうした変化、あるいはマクルーハンの表現を借りれば『温熱化 (hotting up)』」が、テレビのクールなパッケージを燃やし尽くし、変形させるほどホットではなかったと言うことなのだ」（Levinson, 1999=2000:187）と言う。そして印刷された言葉も20世紀になってから温度を下げた、とも指摘する。さらに、20世紀前半はホットな文化的要素が台頭していたのに対し、20世紀後半以降、文化が全般的にクールダウンしてきたのは、コンピュータの出現とも無関係ではないとも

指摘する（Levinson, 1999=2000:189）。ここでのレヴィンソンの解釈（そして門林も）は、「ホット／クール」概念が相対的なものであること、そしてメディアの物理的な精細度、あるいは完成度と同時に受け手の関わり方の度合いという二種類の要因の混交であることが指摘できるだろう。

カツツらは（Katz and Katz, 1998）、「ホット／クール」概念の核心を、メディア解釈の開放性（openness）もしくは曖昧さ（ambiguity）に求め、それによって受け手に積極的な関与を求めるとしている。より厳格な解釈を押しつけるメディアがホットであり、よりオープンな解釈を許す分受け手に積極的な関与を求めるメディアがクールということになる。そして、この概念が二分法ではなく、相対的に決まるスケールのようなものと指摘している。

佐藤俊樹(2011)は、「ホット／クール」の区別を、高精細：情報量が多くて選択性が少ない／低精細：情報量が少なくて選択性が多い、と解釈するのは特定の状況での想定でしかない」と指摘する。そして、むしろ意味が固定的か、変化しやすいかと解釈した方が生産的だと主張する。この主張は上記のカツツらの解釈とほぼかぶってくる。例えば、印刷メディアは意味が固定されやすいが、音声メディアは一回性なのでメッセージの意味が変化しやすく、現代のメディアで言えば、新聞は前日の報道を間違いだと書きにくい、テレビやブログ、ツイッター等の電子メディアでは、そもそも意味の一貫性が問題にされにくい、とする。

ケネス・ボールディングは、『メディア論』ならびに『ゲーテンベルクの銀河系』の書評論文（Boulding, 1965）で、その独特の学術的記述に辟易しながらも、マクルーハンの問題提起の重要性は認めた上で、マクルーハンは頻繁にメディアの物理的形態をその社会的コンテクストより重視する誤りを犯していると指摘する。その上で、マクルーハンの「ホット／クール」概念を次の三つの次元に換骨奪胎する。一つはメディアへの関与へ

の要求 (demandingness of media)、もう一つはメディアの範囲 (range of medium)、三つ目は、情報の密度 (information density) である。「関与への要求」とは、メディアの読み取るために、受け手がより主体的な努力が要求されるか、されないか、ということであり、この意味では印刷はマクルーハンが考えているよりもずっと「クール」(受け手の関与が高い) であると指摘する。「範囲」とは送り手と受け手の空間的・時間的距離のことであり、これは、受け手から送り手にフィードバック可能かどうかということと密接に関連する。例えば会話、対話は最も範囲が狭い。だが筆記 (writing) が発明されたことで、声の届かない範囲の人間や、未来の人間に伝達可能となりよりコミュニケーションの範囲が広がった。印刷は、さらにそれが伝えられる範囲の人数を著しく拡大することになった。さらに電氣的メディア、例えば蓄音機 (phonograph) や録音テープは、筆記や印刷が視覚のみを通してコミュニケーションを広げたのに対し、その範囲を聴覚までに拡大した等々。ただし、コミュニケーションの範囲が広がると、受け手から送り手のフィードバックは失われがちだとした<sup>5)</sup>。「情報の密度」とは、情報理論学者の言う情報容量 (capacity) の概念と密接に関連する。この容量は我々の感覚器に制約されており、例えば、情報の受容可能な容量から見ると、触覚、聴覚、視覚の順に大きくなる。もちろんこれらの感覚が全て組み合わせられれば容量は最大になる。だが、実は問題は単に感覚器から摂取される情報の量の問題ではないのだと、ボールディングは論じる。むしろ感覚器から入ってきた情報を処理できる能力こそがボトルネックになり、問題になるのである。そしてこの点にマクルーハンが気づいていなかったことが—例えばマクルーハンの過度な「共感覚 (synaesthesia)」や感覚複合への入れ込み<sup>6)</sup>—が、しばしば彼の議論を無意味にする、と主張する。だからこそやはりメディアよりもメッセージが重要なのだとボールディングは論じる。ボールディングの議論を要約すれば、マクルーハンの「ホット／クール」という問題提起は高く評価しながらも、個々の具体的な彼の主張に

については、メディアの物理的形態や感覚 (器) を重視しすぎる誤りを犯しているとして、ほぼ全面否定に近い議論だと言えよう。

#### 4. イニスからマクルーハンへ

元々マクルーハンの発想は、同じカナダの経済学者ハロルド・イニスの業績に触発されたものである<sup>7)</sup>。しかし、香内三郎は、イニスとマクルーハンの図式はかなり異なっていると指摘している。

イニス (Innis, 1950, 1951) はヨーロッパの歴史を時間「バイアス」と空間「バイアス」の拮抗の歴史と捉え、メディアの自由競争が行われる現代は空間「バイアス」の時代と捉えた。彼は、人間は、モラルの主体として、多感覚のバランスの取れた生活を送る必要があるという「信仰」を持っていた。そして「話し言葉」：オーラル・コミュニケーションが持つ健康で活気ある文化を維持する効用の一つとして、感覚のバランスを保つ効用があると主張した。ところがメディアには特定の感覚を助長する作用があり、「書くこと (Writing)」の支配は西欧文化に決定的なアンバランスをもたらした。それは「見ること」、視覚の優位 (→空間バイアス) をもたらし他の感覚をおとしめた。これをイニスは「ヴィジュアル・バイアス (Visual Bias)」と呼んだ。それを象徴し体現するものが新聞というメディア、並びにそれが発展する世界であった。しかし、イニスがマクルーハンと異なるのはこの「視覚的偏見」がカメラの発明、写真、映画の発達によっていっそう進化したと見ることで、活字→映像への移行の積極的意味をほとんど認めない点である。イニスにとってはこの感覚のバランスの回復には、あくまでオーラル・コミュニケーションの伝統を復活することにしかないのである (香内, 2005: 20-21)<sup>8)</sup>。

以上のイニスの議論を見る限り、彼の主張の妥当性はともかく、マクルーハンのような分かりにくさはない。写真や映画の発展がさらに視覚優位を強めるという主張も、極めて常識的である。それが、マクルーハンにおいてなぜ「ねじ曲がって」



しまったのか。

やはり香内の指摘によれば、マクルーハンが1953年から1959年までに人類学者のカーペンターと共同で『探求』("Explorations")という研究雑誌を出していた時代に、カーペンターの空間の認識が絶対的なものではなく、文化によって異なる文化的構成物であるという主張(Carpenter, 1955)に影響を受け、「空間」("visual space")概念は、イニスから影響を受けマクルーハンが関心を持っていた聴覚空間("acoustic space")と近似したものではないかとの着想を得たという。そこからマクルーハンはイニスのメディアの歴史の図式を「oral」→「scribal」→「typographical」→「acoustic」という「空間」生産の歴史に置き換えたという(香内, 2005: 22-23)。

また、カロザースの、音の世界に生きている農村のアフリカ人には、ヨーロッパ人に見られる分裂病のような精神病理現象は見られず、このような病理現象はリテラシー(視覚的世界)と結びついている(Carothers, 1959)という主張にもマクルーハンは影響を受け、彼の「音の世界」重視につながっていったという(香内, 2005: 24)。

このような香内の指摘が正しいとすれば、マクルーハンはテレビのような電気(電子)メディア(あるいはマルチメディア)に、ゆがんだ視覚優位の世界をただし、人間の感覚のバランスを取り戻す機能を期待したということになるのだろう。

## 5. マクルーハンのテキストを再検討する

ここでマクルーハン自身のテキストに立ち戻って問題を考えていこう。問題の一つはホットなメディア、クールなメディアという区分が物理的形態特性として理解、もしくは誤解されている点ではないだろうか。というよりも、『メディア論』を読む限り、マクルーハン自身、そのメディア特性が物理的形態だと「誤解」していたと考えられる<sup>9)</sup>。そういう意味ではレヴィンソン(Levinson, 1999)などの解釈は素直であることは間違いない。

だが、ボールディング(Boulding, 1965) 他が指摘するように、マクルーハンの言わんとするメディア特性は、その第一義としては、メディアの

形態(フォーマット)ではないと解釈した方が生産的であると思われる。事実、マクルーハンは『メディア論』の中でいくつかのメディアに矛盾するような両義的な意味づけを与えている<sup>10)</sup>。

例えばその代表的なものは、ラジオというメディアに関する意味づけだろう。彼はラジオ(やレコード)をホットなメディアと言いつつ(例えば McLuhan, 1964=1987: 32-33)、同訳書 312-314 ページでは、「前活字文化的な活力に富んだ社会は、ラジオの『熱い』衝撃をもちに受け」、一方、高度に文字文化的な人間に対しては、「文字文化が既に極端な個人主義を育てあげていたところへ、ラジオがそれとは真っ向から対立する、深い部族的関与の血族の編み目という古代的経験を復活させた」と指摘し、「ラジオがああわれわれの中樞神経組織の原始的拡張、あの原初的マス・メディア、つまり土語というものにとくに波長が合う」と論じている。つまり前文字的社会ではラジオが「ホット」なメディアとして機能し、文字的社会では同じラジオが「クール」なメディアとして機能する、と指摘しているのである。

さらに視覚文化的でクールであるはずの活字メディアに関しても、本はホットなメディアだと論じつつも、同訳書 214 ページでは、「新聞は、そもそも誕生の当初から、本の形態ではなく、モザイクの、言い換えれば参加の形態へと向かう傾向を持っていた」(マクルーハンの議論によれば「参加の形態」のメディアはクールなメディアである)とし、さらに「新聞を本の形態のモザイク的な後継者として論じてきた。モザイクは集団的ないしは集合的イメージの方式であって、深い参加を要求する。この参加は私的というより共同体的であり、排他的というより包括的である」(McLuhan, 1964=1987: 215-16)と論じている。この点で新聞や雑誌は視覚文化的というより口承(口誦)文化的なのである。

このようなマクルーハンの叙述の矛盾は、もちろん、既に諸論者が指摘しているように「ホット／クール」の区分がスケール的なものであり(Katz and Katz, 1998)、二つのメディアを比較したときに相対的に決まる(門林, 2009)概念であるから

だということもあるだろうが、それだけとは考えられない。

マクルーハンの、『メディア論』におけるホットなメディアとクールなメディアの特徴をまとめてみると以下のようなになるだろう。

#### ○ホットなメディア

- ユーザが「高精細 (high-definition)」な情報により圧倒され、参加・関与・コントロールできないメディア
- 本 (おそらく小説のようなものを想定している) や映画のようにユーザに物語や解釈が押しつけられるメディア。ユーザはメディアの押しつける物語や世界に没入させられる。
- ユーザはメディアの押しつける世界を、一方的に受け身で受け取るだけなので、ユーザ間が主体的に世界を再構成することが出来ず、個人主義的な態度を押しつけられ、断片化 (専門分化) する。

#### ○クールなメディア

- 情報が「低精細 (low-definition)」であるため、ユーザが参加・関与が可能なメディア
- TV のバラエティショウや、新聞、雑誌の見出しの様に、ユーザが情報を切り取って自由に解釈し、頭の中で再構成する余地のあるメディア。ユーザはメディアが物語や世界観を押しつけないうために、その世界に溺れることはなく、主体的に再構成可能。
- 複数のユーザがメディアを通して相互に主体的に関与することで集合的、共同体的体験が可能。

そして、「ホット」なメディアの例として印刷や映画が「クール」なメディアの例として、非文字文化、口承文化における諸メディアや、電気メディア (テレビ等) が例示として挙げられている。

### 6. マクルーハン「ホット／クール」概念の再構成の提案

私は、以上のマクルーハンの主張のキーポイント

を次の二つの次元で整理して考えるのが社会科学的視点からは生産的ではないか、と提案したい。第一の次元は、メディアの社会的な読まれ方の次元であって、意味の決定性の問題、第二の次元は、メディアの形態 (フォーマット) 上の次元である、ユーザによる操作可能性の問題である。

#### 6.1 「ホット／クール」社会的読まれ方の次元 — 意味決定性・解釈開放性

まず、第一の次元で問題であるが、今までのマクルーハンの主張を検討してみると、やはり彼が最大の問題としているのは、既に諸論者から指摘されているように<sup>11)</sup>、メディア消費の社会的コンテキスト、すなわち、社会的な読まれ方の問題であると思われる。確かにマクルーハン自身テレビシステムのアメリカ・カナダ (そして日本も) で使われる NTSC と主にヨーロッパで使われる PAL 規格における走査線数の差を論じていたりはそののであるが (McLuhan and Carpenter, 1960=2003: 135-6)、それでも私の観点からはマクルーハンの言う「高精細」「低精細」を文字通り物理的に解像度が高い、低いと解釈すべきだとは思わない<sup>12)</sup>。Blu-ray ディスクがより「ホット」で、VHS がより「クール」なメディア、と論じても意義はない。むしろ意味の決定性 (definition) の高低<sup>13)</sup>、とりわけ物語性の高さ、低さと考えるべきであろう。確かに、「ホット／クール」概念を感覚 (器)・精神活動の次元で理解するなら、映像・画像が「低精細」であれば、受け手がその分想像力で補完する必要が高く「クール」とは言うだろう。だがそれでは、先述のボールディングの議論のように、一般的には本、印刷物メディアは主体的に読む努力が必要とされ、テレビ、映画などの視聴覚メディアは、むしろ視聴者は受け身の姿勢で視聴するという解釈が普通なのに、なぜ、本が受動的な「ホット」なメディアで、テレビが能動的な「クール」なメディアとされるのか、との批判は逃れない。美学的視点はいざ知らず、社会科学的視点からは、その次元で理解されるべきではないと思う。

本や映画やラジオがホットなメディアとして同

じカテゴリーの中で例示されるのは、おそらくマクルーハンが想定していたのは物語が明確な小説やドラマ映画、ラジオドラマだからであって、同じメディアでも物語のない百科事典や、ドキュメンタリー、ニュース映画、ラジオ DJ 番組等を想定していたのではないからだと考えられる<sup>14)</sup>。例えば『メディア論』のなかで、同じ映画を見ても、文字文化的な人と非文字文化的な人では受け取り方が異なり、非文字文化的なアフリカ人は映画を見ると混乱する (McLuhan, 1964=1987: 294) というような記述が出てきたり、サイレントフィルムの方がより参加的である (McLuhan, 1964=1987: 297) というような記述が出てくる。これらは文字文化 対 非文字文化というよりも、ある筋に沿って解釈を一義的に固定させようとする物語文化 対 非物語文化と解釈し直して、初めて理解可能な記述である<sup>15)</sup>。「画一、連続、線状といった活字の原理」(McLuhan, 1964=1987: 15)、<sup>(ママ)</sup>「ユークリッド的な線条性と視覚性」(McLuhan, 1964=1987: 101) と表現される線状性概念も、画一的で固定されたストーリーラインに沿った、という意味だと解釈されるだろう。そして、マクルーハンの high-definition、low-definition を巡って様々に展開される議論も、物語による意味決定性のアナロジーから来る派生的論議、つまりその解釈や意味を決定する情報がどれほど詳細に提供されているかという、あくまで事例<sup>16)</sup>として言及されていると考えると無理がない。

それでは、マクルーハンの感覚が分断され、視覚優位になった文化がより「ホット」である一方、聴覚文化や感覚が統合された (触覚) 文化がより「クール」であるという議論については、どうなのだろうか。これも常識的に考えれば、より多くの感覚に訴えるメディアの方は情報量が多いのだからより「ホット」であり、感覚が断片化されたメディアの方は情報量が少ないのだから「クール」であってもよいのに、マクルーハンの指摘はあべこべに思える。特に、マクルーハンは情報量の多い high-definition を「ホット」、情報量の低い low-definition を「クール」としていたはずではな

かったか、との疑問は当然浮かぶであろう。

だが、マクルーハンの概念が、実は情報量の多寡や精細度を問題にしているのではなく、それはあくまでもある状況における派生的言及、アナロジーなのであって、その核心は意味の決定性、解釈の限定－開放性を問題にしているのだと考えれば、この隘路も解釈の余地が見つかる。つまり、私の考えでは、メディアの送り手にとってみれば、感覚を分解し限定した方が、受け手の解釈の幅を限定しやすいというアイデアなのではないだろうか。表音文字であるアルファベットの方がより「ホット」であるという議論<sup>17)</sup>も、そもそもこのようなマクルーハンの議論が適切かどうかは大いに怪しいにせよ、象形文字に比べて余計な想念を喚起しにくいので意味を決定・限定しやすいということなのではないかと考えたい<sup>18)</sup>。

また、そもそもなぜ共感覚・感覚統合 (触覚文化) と聴覚空間 (文化)、さらに部族、再部族化というキーワードを等置したのかという疑問も浮かぶが、要はその場に人々が居合わせて対話しやりとりするような生々しいリアリティのある場 (あるいはコミュニティ) の存在をマクルーハンは論じているのだと思われる<sup>19)</sup>。そのような場では、参加者は相互行為が要求されるとともに、誰かが一方的にメッセージの解釈を押しつけることも困難である。そういう意味では、これらを、受け手の関与を要求する「クール」概念に結びつけたことは理解できる。さらに、「電気メディア」に「再部族化」を期待したマクルーハンは、齊藤 (2007) が (批判的に) 指摘するように、確かにバーチャルリアリティの可能性を示唆していたと言ってもよいだろう。

だがよく考えれば、共感覚、多感覚 (マルチメディア) に訴えるメディアほど、意味限定されない、解釈の開放性があるとは、必ずしも言えない。但し、多感覚に同時に訴えるメディアほど解釈のコントロールは難しいとは言いうるかもしれない。しかしそのようなメディアほど、例えばうまく作られた映画であれば、一旦解釈のコントロールに成功すれば、より効果的に意味を限定することが可能であろう。だからこそマクルーハンは映



画を「ホット」なメディアの事例に挙げたのである。

もちろん、マクルーハンの感覚の統合／分断、諸感覚のバランス／アンバランスに注目しようという問題提起はそれ自体有意義であることは間違いない。しかし、それをメディアのホット／クール概念と絡めること、特に感覚が統合された触覚的なメディアが「クール」で、感覚が分割された視覚優位のメディアが「ホット」であるという議論は、メディアの「ホット／クール」概念に混乱を持ち込んでいると私は考える<sup>20)</sup>。

例えば今日の日本で、マクルーハンの言う「クール」な「電気メディア」の延長にあると思われるインターネットにおいて、ツイッターなどのソーシャルメディアへの不謹慎な悪ふざけとされる投稿<sup>21)</sup>が社会的物議を醸しているのも<sup>22)</sup>、このような「電気メディア」空間が感覚を分断しアンバランスを引き起こしているためだと論じれば、より生産的な議論が可能である。その意味でもメディアにおける感覚統合・バランスの議論と「ホット／クール」の議論は切り離し別次元として扱うべきである。感覚的にアンバランスであってもユーザの関与度、解釈余地の高いメディアはあり得るのである。

その一方で、マクルーハンが、人々が対話するようなリアリティある場を問題にしていたとしていけば、結局マクルーハンの議論はメディアの一方向性、双方向性の問題に逢着するのではないか、という疑問も浮かぶだろう。特にマクルーハンの、(伝統) コミュニティを示唆していると思われる「部族」「再部族化」という用語に双方向性(interactive) という意味が包含されている可能性は否定できず、「ホット／クール」の区分けとある程度かぶってくること、そして双方向メディアであるほど解釈を制御しがたいのも確かである<sup>23)</sup>。しかし、マクルーハンが『メディア論』を著していた当時、テレビは決して双方向的メディアではなく<sup>24)</sup>、また、先にふれた、新聞が書籍よりより「クール」であるというマクルーハンの議論を想起すれば、マクルーハンの議論が一方向性、双方向性の問題に尽きるものではないことは明らかであろう。

以上のように考えてくると、やはり「ホット／クール」の第一の次元は、情報量の多寡や精細度ではなく、意味の決定性、限定性と解釈することがより生産的なのだと言えよう。high-definition / low-definition とは、高／低精細、高／低密度というよりも、(意味の) 高／低決定性だと考えた方がマクルーハンの議論においてより本質的かつ核心的であると私は提起したい。そうであるならば、現代のリモコンテレビに特有なザッピング視聴は、「クール」への現代的回帰ということになる一方で、最近テレビで頻繁に見られる、字幕を挿入して強調することにより、解釈を一義的に固定させようとするバラエティ番組は、それに対する「ホット」な抵抗ということになるだろう。

## 6.2 「ホット／クール」メディアフォーマットの次元 — メディアの移転可能性

ところで、マクルーハンのメディアの「ホット／クール」という議論が全体として、ボールディングの言うように、社会的コンテクストに対するメディアの形態過剰偏重、あるいは混同だとしても、マクルーハンのメディア形態にまつわる言説で救える部分、生産的な部分はないのだろうか。そこでメディアの形態にかかわる「ホット／クール」の第二の次元を提起したい。

それはメディアの(コンテンツ) 移転(操作・加工) 可能性の次元である。この問題はマクルーハンの議論の中で、電気メディアを主にクール、非電気メディアを主にホットだと論じていることとかわってくる。端的に言うと、マクルーハンの電気メディア、非電気メディアの区分は、今日のデジタルメディアとアナログメディアの区分と全く同一ではないにせよ、ある程度オーバーラップするものである。彼は、今日のデジタル／アナログ・メディア(情報)の違いに、感覚的に気付いていたようにも思える。

まず、マクルーハンが『メディア論』の中で電気メディアとして扱っているのは電信、電話、ラジオ、テレビであるが、一方、蓄音機、映画は、電気メディアと対立する機械メディアとしての性格を残した言わば「半」電気メディアとして扱っ



ている<sup>25)</sup>。そして19世紀以降発明されたメディアのうち「クール」なメディアとしているのは、いずれも「純粹」電気メディアに限られている<sup>26)27)</sup>。

ところで、私の考えでは、デジタル情報とアナログ情報の社会情報学的観点から見たメディア形態的差異とは、情報コンテンツのメディアからの切り離しのしやすさの問題に尽きる。つまり、デジタル情報の特徴は、情報コンテンツを自由自在にメディアから切り離せ、メディアを乗り換えることが可能であるのに対し、アナログ情報の特徴はコンテンツのメディアからの分離、転換操作・加工（厳密に言えばあるメディアから別のメディアへの複写）が不可能ではないにしろ、困難であるか、少なくともメディアからの分離・転換の際にある程度の情報劣化、もしくは変質を必然的に伴ってしまうという点にある。

マクルーハンが『メディア論』で扱った「純粹」電気メディアと「半」電気メディアの違いとは、改めて考えると、メディアがモノであるか、それともそうではない（つまり、電気、電波）か、ということになるだろう。蓄音機（レコード）の情報記録メディアは、塩化ビニール（LPレコード）もしくはシェラック（SPレコード）でできた音溝を掘った円盤であるし、映画はフィルムである。それに対し、電信、電話のメディアは、銅の通信ケーブルを経由するとは言え、銅線自体に情報（データ）が刻まれているのではなく、直接の記録媒体は電気信号であり、ラジオ、テレビの場合は電波である。そして蓄音機や映画において電気は録再生の際に（補助的に）利用されるに過ぎない。

その点を鑑みると、おそらくマクルーハンが電気メディアという概念で示唆したことは、今から考え直すと「純粹」電気メディア（もちろんそこには今日的なデジタルも含まれると考えるべきである）は、情報移動の物理的（物的）・空間的制約が少ないのに対し（例えば放送電波や情報の電送<sup>28)</sup>、「半」電気メディアもしくは非電気メディアはあくまで情報コンテンツが物質メディアに強く結びつけられ、物理的・空間的制約を受ける（例えば本や映画のフィルムなど）ということだと私

は再解釈したい。

この概念的区分けは今日デジタル／アナログの区分によってより完璧になった。つまりデジタル情報コンテンツは、その受け取られ方という点ではともかく<sup>29)</sup>、情報量の保存という観点では、一切メディアの影響を受けず移転やメディア転換操作や加工が可能になったのである<sup>30)</sup>。デジタル情報（データ）は、保存媒体が物理メディアであるか電子（電気）メディアであるかを問わず、ただ一連の0と1からなる二進数の並びとして存在する。その意味でマクルーハンが、今日のデジタル／アナログの社会情報学的区分につながる考え方に、薄々ではあるにしろ、気付いていた先駆者であると言えるであろう<sup>31)32)</sup>。

従って電気メディアをクール、非電気（あるいは「半」電気）メディアをホットとしたのも、電気メディア（あるいはデジタルメディア）は操作可能性が高く、利用者の関与をより誘発する一方、非電気メディア（アナログメディア）は操作可能性が低く、関与をさほど誘発しないという意味では、「ホット／クール」の第一の次元と共通する（あるいは、そこから派生した）ターミノロジーであると言える。

このように考えてみると最近のデジタルメディアにおいて、アクセスコントロールやコピー、著作権コントロールを高めて、ユーザによる情報コンテンツ操作可能性を低めようとする一連の著作権業界側の動きは、「クール」なメディア特性に反する「ホット」な「ラッダイド運動」と言えるだろう<sup>33)</sup>。

## 7. 結語

以上、本稿ではマクルーハンのメディアの「ホット／クール」概念について、次のような再構成、読み直しを提案した。この概念は第一に社会的読まれ方の次元、第二にメディアフォーマットの次元の二次元で解釈され直されるべきであり、第一次元で問題にされるのは、意味の決定性（definition）の高低（決定性の高いメディア：「ホット」、低いメディアが「クール」）、第二次元で問題にされるのは、メディアの移転（操作）可能性

の低高（あるいは移転困難性の高低、移転可能性の低いメディアが「ホット」、高いメディアが「クール」）であるとした。さらに、マクルーハンは「ホット／クール」概念に感覚統合（または感覚バランスの均衡）が取れているか、いないかという議論を絡めているが、これはむしろ「ホット／クール」の理解に混乱をもたらすものであり、「ホット／クール」とは全く別の第三の次元として解釈し直すべきであるとの提案を行った。

このような整理を行ってみると、マクルーハンは象徴主義の詩（そして、いわゆる「現代美術」や「現代音楽」も含まれるだろう）を、電気メディアを含む「クール」なメディアに例えた<sup>34)</sup>こともよく分かる。つまりこれらの「現代」芸術の特性を、物語性・解釈の強要からの解放ととらえて、バロック以降～19世紀の芸術と対比させると共に、それをルネサンス以前の芸術への弁証法的回帰と考え、さらにそれを電気メディアの、ユーザによる操作（移転・加工）可能性再回復のアナロジーとして論じているのである。

また、マクルーハンの『ゲーテンベルクの銀河系』『メディア論』を通して論じたかったことの核心は、印刷文明、さらに19世紀的な機械文明や社会分業の発達による専門分化によって<sup>35)</sup>、人間の「全体性」が保たれていた封建制時代のコミュニケーション・コミュニティが破壊、分断され、人間の感覚がばらばらにされ視覚のみが偏重され人間の「全体性」が失われた「現代」にあって、電気（電子）メディアへ人間の「全体性」の再回復の夢を託す、ということであったように思われる。マクルーハンはイニスから引き継いだ拡張－反転図式は弁証法とはいささか異なるものの、そういう意味では資本主義によって破壊されたコミュニティの、近現代における弁証法的再回復の夢を語ったマルクスと通じるものがある。いわばメディア・コミュニスト、マクルーハンとも言えるのではないだろうか<sup>36)</sup>。

とは言え、情報学的な文字通りの情報移転加工性、操作性の高低と、物語・解釈の押しつけ度の高低を、齊一に「ホット／クール」という用語に

分けしたことは、次元が異なる事象に対し、同一のテクニカルタームを当てはめることによって混乱・混同を引き起こしているとは言えよう。マルクスの夢が現代社会を完全には予見し得なかったのと同様、メディア・コミュニスト、マクルーハンの理論もデジタルメディア時代にあって修正を迫られるのは当然だろう。

また、マクルーハンの「メディアはメッセージである」という有名なフレーズは、コンテンツだけでなくメディアもメッセージ性を持つ、あるいはメディアこそがメッセージ性を持つと解釈される<sup>37)</sup>。これも本稿の立場からすれば、メディアの物理的形態がメッセージ性を持つというよりも、メディアの社会的あり方がメッセージ性を発するのだと考えることになる<sup>38)</sup>。

もっとも、内田隆三（1997）が指摘するように、マクルーハンは読者の興味や参与、補完作用を引き出すために、敢えて粗雑で、矛盾し首尾一貫性のない混乱を引き起こす議論をしているのかも知れない。まさに「クール」なテキストを実践していたという訳だ。そういう意味では、我々はすっかりマクルーハンの掌の中で遊ばされてしまっているのも知れない。しかし、マクルーハンの忠実な使徒になる気がないならば、教条的「マクルーハニズム」を守る気がないならば、敢えて「クール」ではない無粋で「ホット」な切り返しも無意味ではないように思う。

## 注

- 1) 本稿の基本的なアイディアは、2010年筆者が個人ブログで発表した文章に基づく。URLは、[http://yohnishi.at.webry.info/201004/article\\_16.html](http://yohnishi.at.webry.info/201004/article_16.html)
- 2) 香内三郎（2005）によれば、1964年当時既に『Time』誌に「メディア論」に対する嘲笑的な書評が出ていたという。また1968年レイモンド・ローゼンタールの編集による『マクルーハン：賛成 反対』では、否定的な雰囲気のみなぎっていたという。それが再評価に転じた契機として、1981年の『ジャーナル・オブ・コミュニケーション』の特集「生きているマクルーハン」を嚆矢として、また日本では、『大航海』の特集「マクルーハン再考：マスコミ批判の原点」を挙げている。その「復活」の背景として、香内はボードリアールの「流行」と彼の言説を支えた電子メディア、コンピュータの展

開状況を指摘している。

また、アドリエヌ・マクリンの指摘によれば、近年のマクルーハン再評価の動きは、彼の理論によるというよりも、単に、今日のインターネットやホームコンピューティングの普及に見られるような、電子未来 (electronic future) を予言したことによるものだという (McLean, 1998)。

- 3) さらに佐藤俊樹 (2011) は、マクルーハンがこれだけ流布した理由について次のように論じている。マクルーハンと同様の議論をしていた者は既にマクルーハン以前におり、決してマクルーハンの議論が独創的だから影響力を持った訳ではない。それは「マタイ効果」(Merton, 1968)、つまり有名人 (マーソンの当初の議論では有名な科学者) に、必ずしもその人が発見者でなくても、いろいろな発想や発見が帰属されていく現象、ならびに、マクルーハンの登場がテレビという革新的技術の普及期に合致した偶然性のためである。
- 4) ちなみに、マクルーハン自身は『ゲーテンベルクの銀河系』において「ホット」である印刷文化が、視覚の他の感覚からの切り離しと密接に関連していると指摘している (例えば McLuhan, 1962=1986: 278)。
- 5) 今日では、時間的な範囲の拡大はともかく、空間的拡大についてはインターネットの発展により、共時的コミュニケーションであれば、範囲が拡大してもフィードバックの手段は確保されるようになった。そういった意味では、文字通りマクルーハンの言った「グローバル・ヴィレッジ」の技術的可能性はより拡がっていると言える。
- 6) マクルーハン『ゲーテンベルクの銀河系』で、非文字型文化 (および電氣的文化) に割り当てた「触覚」について次のように述べている。「ところでわたしの考えでは、『触覚』は孤立した感覚機能というよりも、五感の相互作用それ自体が作りだすものである。そしてそれが、視覚が他の五感から分離され、強力な抽象力を与えられると触覚の影が薄くなってしまふほかならぬ理由なのだ」(McLuhan, 1962=1986: 102)。また『メディア論』では、「"touch" は皮膚ではなく感覚全部の相互作用であることが明らかになりかけている。"keep in touch" あるいは "get in touch" というのは、諸感覚の実り多い出会い、聴覚に移し替えられた視覚と運動感覚に移し替えられた聴覚、それに味覚と嗅覚、その出会いの問題である」(McLuhan, 1964=1987: 63)とも論じている。つまり、マクルーハンの「触覚」とは通常の意味で使われているというよりは、共感覚、身体感覚、感覚複合状態について言っているのである。
- 7) 実際、マクルーハン自身『ゲーテンベルクの銀河系』の序文において自らの著作を「イニスの脚注でしかない」と述べている (McLuhan, 1962=1986: 328)。
- 8) さらに、香内はイニスのオーラル・コミュニケーション

の意味づけに次の三点の特徴を見いだしている。一、「語り手」と「聞き手」が容易に転化する (この点から現代ラジオをイニスは批判する)。二、オーラル・コミュニケーションには「ディオニュソス的」側面、つまり共感的要素がある。三、オーラル・コミュニケーションは意味の曖昧さを許容する。

- 9) マクルーハン、別のところで次のように述べている。「フランスのテレビの走査線は、われわれのものが525本であるのに対して625本である。もしわれわれが625本の走査線を使うことになれば、われわれのかかえている下らない教育上の問題の解決が簡単になるだろう。テレビの視覚映像の精細度が上がれば、子供たちが実際に生活しているエレクトロニクスの世界と教室との間の断絶の間の橋渡しとなり、問題解決がより容易になるだろう」(McLuhan and Carpenter, 1960=2003: 135-6)。このようなメディアフォーマットへの固執はマクルーハンの問題関心の出発点が印刷メディアの人間社会・文化への影響であることを考えれば、当然かもしれない。
  - 10) このあたりもマクルーハンが際物視される原因であろう。
  - 11) Boulding (1965), Katz and Katz (1998), 佐藤 (2011) 等。
  - 12) 特に、我が国では『メディア論』などの訳書で Hi-definition, Low-definition が「高精細」「低精細」と訳されているので、なおさら国内では「解像度 (resolution)」に関する概念と受け取られがちである。マクルーハンのテキスト自体、さらにレヴィンソン (Levinson, 1999) も resolution をも指す概念として使っているのが、マクルーハンの素直な読みとしては間違いではないが、しかし彼自身の「誤解」を継承することが社会科学の視点から生産的とは思えない。
- また、マクルーハンが議論を展開していた1950年代末～1960年代初頭に掛けては、ビデオテープの価格が極めて高かったため、テレビ放送においては現在より生放送の比率が高く、また録画が必要な場合でも、ビデオテープの代わりに16mmフィルムを使ったり、ビデオテープを使ったとしても、番組を永続的に保存することは少なく何度も使い回されるということが多かった。その結果番組が編集されずに流されたり、編集されるにしても十分考え抜かれて編集されることが少なく、映画、さらに今日のテレビ番組に比べてドキュメンタリー的な側面やライブ感覚が豊富だったと思われる。マクルーハンはこのこととテレビの解像度の問題を混同していたのではないかと私は疑っている。
- もっともマクルーハンがテレビについて大いに論じつつも、本人自身はあまり見ていなかったようではある (Gordon et al. 1997 また香内, 2006)。
- 13) これは「ホット／クール」を意味解釈の開放性 (Openness) の問題と捉えた Katz and Katz (1998) や、



- 意味の固定性、非固定性とした佐藤 (2011) の考え方と共通する。なお、意味の決定性、解釈の限定-開放性の問題がなぜ社会的コンテクストの次元になるのかという疑問が出るかも知れない。私の考えではその理由は、この問題はテキストやメディア自体の問題というよりも、人びとの間での解釈の幅をなるべく制限していこうとするか、それとも人びとの多様な解釈を許容しようとするのかという問題として捉えたいためである。
- 14) 佐藤俊樹 (1996) もマクルーハンやオング (Ong, 1982) は「文学」として文字メディアの書き方を無意識に指定していたのではないかと推測している。
- 15) ただ、このように考えると例えば我が国のアイヌ民族に伝えられるようなユーカラは、口承文化にもかかわらず「物語」的、線状的なのではないか、という疑問がわく。ただ、マクルーハンにこのような歴史的、民俗学的厳密さを求めることが生産的かどうかは疑問の余地があろう。
- 16) 従って、情報が精細・緻密に提供されれば、解釈が限定され、より意味決定的であるという逆の議論は必ずしも成立しないと考える。
- 17) マクルーハンは『メディア論』の中で表音アルファベットについて主として「第9節 書かれたことば」(McLuhan, 1964=1987: 83-90) で論じている。この中では表音アルファベットを直接「ホット」だとは言明していないが、均質性、画一性、連続性、感覚の分離、人間の全体性の喪失などと結びつけて論じている。
- 18) マクルーハン自身は「表音文字で書かれたことばは、象形文字や中国の表意文字のような形式では確保されていた意味と知覚の世界を犠牲にする」(McLuhan, 1964=1987: 85) と述べている。
- 19) 例えば『メディア論』訳書 24-25 ページの記述を見ると、「部族」というキーワードが「専門分化」というキーワードと対置されており、どうやらマクルーハンは専門分化による伝統コミュニティの破壊を問題にしているように思われる。従って彼は「部族」というキーワードによって、コミュニティにおける双方向的な対話コミュニケーションのようなものを表象しようとしていたと考えられる。また「専門分化を促さない電気技術は再び部族を生み出す」という記述からは、マクルーハンは、電気技術にコミュニティの再生を期待していたと考えられる。もっとも彼が「グローバル・ヴィレッジ」という用語の中に、今日のインターネットのような地球規模の双方向コミュニケーション・メディアの電気技術への期待までを込めていたのかどうかまでは分からない。
- 20) その混乱の代表例は、マクルーハンが映画に与えている意味づけであろう。
- 21) 例えば最近の例では、東京多摩市のそば店でアルバイトの男子大学生が、店内の大型食器洗浄機の中で横たわった画像をツイッターに投稿し批判が殺到した後、その店が閉店しており、この投稿がその一因となった可能性が指摘されたり (「悪ふざけ画像投稿で閉店、多摩のそば店が破産手続き」2013年10月19日付朝日新聞記事)、兵庫県の高校生が大阪市営地下鉄の線路内に立ち入った写真をツイッターに投稿して、批判が殺到し、学校側が生徒に謹慎を命じると共にツイッターのアカウントを閉鎖させた (「悪ふざけネット投稿、今度は線路上 兵庫の高校生」2013年8月27日付朝日新聞記事) などのケースが相次いで報道されている。
- 22) これらのインターネット上のソーシャルメディアへの投稿は、かつてのように仲間内での冗談話に留まっていれば、若者にありがちな若気のいたりとして処理され、これほど社会的反響を引き起こさなかったはずである。これらの背景には公-私区分などの社会空間感覚と、現実インターネット上に拡張された社会空間とのアンバランスやギャップが指摘できよう。
- 23) レヴィンソンもメディアの双方向 (interactive) 性が「クール」さと強く関連すると論じている (Levinson, 1999=2000:194-202)。
- 24) もちろん、今日のデジタル放送テレビは、インターネットの助けを借りつつ双方向的なコミュニケーションのしくみも一部取り入れられている。
- 25) マクルーハンは『メディア論』の中では蓄音機について「蓄音機本来の電氣的形態と機能を十分に発揮し始めたのは、テープレコーダーが登場して、蓄音機がまだ持っていた機械としての余計な贅肉をそぎ落としてくれたときである」(McLuhan, 1964=1987: 283) と論じ、映画については「これこそ古い機械の技術と新しい電気の世界との華々しい結婚の適例である」(McLuhan, 1964=1987: 293) と論じている。
- 26) 但し、「純粹」な電気メディアのうち、ラジオは「ホット」なメディアだとしている (McLuhan, 1964=1987: 310)。しかしそう言いながら「ラジオが識閥下の深層に働きかけるとき、そこには部族の角笛や古代の太古が反響し合う世界が生み出される。これはラジオ・メディアの本質そのものに本来的であって、人の心と社会とを全く一つの共鳴室に変えてしまう」(McLuhan, 1964=1987: 311) と述べ、マクルーハンはラジオをコンテクストによって変わりうる両義的なメディアとして扱っている。
- 27) なお、マクルーハン自身は「純粹」電気メディア、「半」電気メディアという用語は使っていない。あくまで筆者の造語である。なお、マクルーハン自身は「半」電気メディアに相当する用語として「機械的技術と電氣的技術の結婚」(McLuhan, 1964=1987: 262) という表現を用いている。

- 28) マクルーハン自身のテキストにおけるこれにもっとも近い表現は、「電気の光というのは純粹のインフォメーションであって、その変形力および伝達力を制限する『内容』などもたないのである」(McLuhan, 1964=1987: 54) であろう。
- 29) マクルーハン自身は「メディアはメッセージである」(McLuhan, 1964=1987: 7) という言説によって、情報メディアそれ自体のメッセージ性、すなわち同じコンテンツであってもどのメディアに載るかによって意味が異なることを強調していることが知られている。
- 30) アナログ情報ではメディア複写・転移の際、その情報劣化や変質が不可避である。
- 31) 『メディア論』には次のような記述がみられる。「スーラの点描画法は、電信によって画像を送る現在の技法に近似しており、また走査線によって作られるテレビ映像やモザイクの形態に近いものである。すべてこういったものは、のちの電気の諸形態を先取りしたものであった。なぜなら、おびたしい数のイエス＝ノーの点と線を持つデジタル・コンピューターと同じように、これらの技法はどんな事物であれ、その対象となるものの輪郭を、おびたしい数の点を使って撫でるように触れていくからである」(McLuhan, 1964=1987: 255)
- 32) なお、飯塚(1994)は、マクルーハンが「メディア」と「メッセージ」を人工的に切り離すことを認めないことの重要性を指摘している。このことと私の主張は矛盾しているようである。マクルーハンの生きていた時代はアナログ・メディアしか存在せず、メディアとコンテンツを分析的に分けられても物理的に完全に分離することは不可能であった。そのことはマクルーハンの主張に含まれているだろう。しかし今日では、デジタル・メディア登場により、物理的にその分離が可能になった。さらにマクルーハンの「テープレコーダーが登場して、蓄音機がまだ持っていた機械としての余計な贅肉をそぎ落としてくれた」(McLuhan, 1964=1987: 283) という表現から判断すると、コンテンツがどのメディアによって聞かれるかによってそのメッセージ性は変わる可能性は認めるにせよ、電気メディアにメディアとコンテンツ分離の可能性を感じていたのではないかと私は解釈したい。
- 33) そういう意味で、私の提案するメディアの「ホット／クール」の第一(社会的利用のあり方)の次元と第二(メディアフォーマット)の次元に関して言えば、第二の次元は第一の次元からの派生であり、ターミノロジーとしては共通する部分はあるとはいえ全く同一視することは出来ず、やはり区別が必要であるということになる。
- 34) 例えば「ジャズは通信事業とともに西欧世界に再登場したあのモザイク構造の一族に所属しているのであ

- る。ジャズは詩における象徴主義、絵画や音楽における多くの象徴主義的形態と同族なのだ」(McLuhan, 1964=1987: 289) 「象徴主義の詩は新聞紙面のモザイクと多くの共通点を持っている。ところが、従来の画一的で連関性を持った空間から身を引き離すことができないために、多くの人々は象徴主義の詩が理解できない」(McLuhan, 1964=1987: 295) 「音楽、詩、絵画において、触覚的内爆発とは、日常のさりげない話しことばに近似した性質を強調することを意味する。そんなわけで、シェーンベルクにしても、ストラヴィンスキーにしても、カール・オルフやバルトークにしても、いまから見れば、けっして秘教的な効果の前衛的な探究者ではなく、音楽を人間の日常的な話しことばに極めて近似した状態に持って行こうとしたように見えてくる。かつて、彼らの作品があればほど非旋律的に聞こえたのは、この口語的リズムのせいであった。ペロタンとかデュファイとかいった中世期の作品に耳を傾けてみれば、彼らがストラヴィンスキーとかバルトークにきわめて近いことに気づくであろう。楽器を歌や口語から切り離して、専門家的機能を与えたルネッサンスの大規模な外爆発は、いまやエレクトロニクスによる内爆発の時代であって、過去へと廻行し始めているのである」(McLuhan, 1964=1987: 342-3) といった記述を参照。
- 35) さらにマクルーハンがカトリック信者であったことを鑑み、敢えて言えば、「資本主義を支えたプロテスタント的倫理によって」ということになるか。
- 36) これはもちろん政治的な意味で「コミュニスト(共産主義者)」だと言っているのでは全くない。マクルーハン自身はカソリック教徒で政治的にはむしろ保守主義者だった(Gordon et al. 1997)。
- 37) 例えば門林(2009)など。
- 38) もちろん、メディアの物理的な形態が、その社会的消費のあり方の可能性をある程度拡げたり制約する可能性は否定しない。だが、物理的形態が、その社会的消費のされ方やメッセージ性を一義的に決定すると考えるのは、ボールディングの指摘するとおり、行き過ぎた物理的決定論であろう。

## 文献

- 東浩紀, 2007, 「サイバースペースはなぜそう呼ばれるか」『情報環境論集 東浩紀コレクション S』, 講談社
- Boulding, Kenneth E. 1965, The Medium and the Message, *The Canadian Journal of Economics and Political Science / Revue canadienne d'Economie et de Science politique* Vol. 31 (2): 268-273
- Carothers, J. C. 1959, Culture, Psychiatry, and the Written Word, *Psychiatry* 22: 307-20
- Carpenter, Edmund S., 1955, Space Concepts of the Aivilik

Eskimos. *Explorations 1955* (5):131-145

Gordon, W. Terrence and Wilmarth, Susan, 1997, *McLuhan for beginners*, Writers and Readers, 邦訳『マクルーハン』宮澤淳一訳, 筑摩書房, 2001

飯塚浩一, 1994, 「マクルーハン理論再考 - メディアの総合的理解に向けて -」『東海大学紀要・文学部』(61):95-110

Innis, Harold, 1950, *The Empire of Communications*, Univ. of Oxford Press

Innis, Harold, 1951, *The Bias of Communication*, Univ. of Toronto Press, 邦訳『メディアの文明史—コミュニケーションの傾向性とその循環』久保秀幹訳, 新曜社, 1987

門林岳史, 2009, 『ホワッチャドゥーイン、マーシャル・マクルーハン?—感性論的メディア論』, NTT 出版

Katz, Ruth and Katz, Elihu, 1998, *McLuhan: Where did he come from, Where did he disappear*, *Canadian Journal of Communication*, Vol. 23(3): 307-319

香内三郎, 2005, 「イニス、マクルーハンのメディア・コミュニケーション理論の位置 (I) - マス・コミュニケーション研究を照射する鏡として -」, 『コミュニケーション科学』23, 東京経済大学 コミュニケーション学会

香内三郎, 2006, 「イニス、マクルーハンのメディア・コミュニケーション理論の位置 (II) - マス・コミュニケーション研究を照射する鏡として -」, 『コミュニケーション科学』24, 東京経済大学 コミュニケーション学会

Levinson, Paul, 1999, *Digital McLuhan: a Guide to the Information Millennium*, Routledge, 邦訳『デジタル・マクルーハン: 情報の千年紀へ』服部桂訳, NTT 出版, 2000

McLean, Adrienne L. 1998, *Media Effects: Marshall McLuhan, Television Culture, and "The X-Files"*, *Film Quarterly*, Vol. 51 (4): 2-11

Marshall McLuhan, 1962, *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*, Univ. of Toronto Press. 邦訳『グーテンベルクの銀河系: 活字人間の形成』森常治訳, みすず書房, 1986

Marshall McLuhan, 1964, *Understanding Media: the Extensions of Man*. McGraw-Hill, 邦訳『メディア論: 人間の拡張の諸相』栗原裕、河本伸聖訳, みすず書房, 1987

McLuhan, Marshal and Carpenter Edmund S. (eds.), 1960, *Explorations in Communication*, Beacon Press, 邦訳『マクルーハン理論』大前正臣, 後藤和彦訳, 平凡社, 2003

Merton, Robert K. 1968, *The Matthew Effect in Science*, *Science Vol. 159 No. 3810:56-63*

Ong, Walter J. 1982, *Orality and Literacy: The Technologizing of the word*, Methuen & Co., 邦訳『声の文化と文字の文化』桜井直文, 林正寛, 糟谷啓介訳, 藤原書店, 1991

Rosenthal, Raymond (eds.) 1968, *McLuhan: Pro & Con*, Funk & Wagnalls.

齊藤環, 2007, 『メディアは存在しない』, NTT 出版

佐藤俊樹, 1996, 『ノイマンの夢・近代の欲望: 情報化社会

を解体する』, 講談社

佐藤俊樹, 2011, 「冷たく熱いマクルーハン: メディア論をメディア論してみよう!」, 『KAWADE 道の手帖 マクルーハン生誕 100 年メディア(論)の可能性を問う』, 河出書房新社

内田隆三, 1997, 「テクノロジーの世紀: 社会とは何だろうか」『大航海』No. 17: 69-75