



# なぜ「メディア」なのか

横井 俊夫／東京工科大学メディア学部

学部名や学科名に「メディア」という単語を含むところが増えてきている。なぜあえて「メディア」という言葉を使うのか、「メディア」という言葉に何を意味させようとしているのかを問う。まず大上段に、20世紀という言葉論の時代から21世紀はメディア論の時代へとコペルニクス的転回をとげるといふ議論から始める。「メディアとはコンピュータである」そして「メディア中心主義の意味するもの」と展開し、問い続けることの大切さに結び。

## はじめに

さすがに大学名にはないが、学部名や学科名に「メディア」という単語を含むところが増えてきた。なぜあえて「メディア」という言葉を使うのか、「メディア」という言葉に何を意味させようとしているのか、ここは議論しておく価値がある。筆者が所属する学部もそのはしりの1つである以上、議論の口火を切る役目は引き受けねばなるまい。

大学の生き残り競争の中で学生集めに少しでも目新しさをという下心がないわけではない。いや大いにあるとてよい。しかし、そのような下心だけで学部名や学科名にというのでは、学問や教育にたずさわる者としては不用意に過ぎるであろう。学問の動向、社会の動向、技術の動向に対する洞察の何がしかの裏付けが必ず必要である。

いずれにしろ「メディア」も「処理（情報処理技術）」から「情報（情報技術：IT）」へという一連の流れの中にある。そして、マスメディアの「メディア」とたちまちに混同される危険もある。なぜ「メディア」なのか。まずは大上段から始めよう。

## 大上段から：メディア論的転回

20世紀という言葉論の時代から21世紀はメディア論の時代となる。一例を文献<sup>1)</sup>に挙げるが、同種同様の論調をあちこちに見受けられるようになった<sup>2)</sup>。学問の経緯はコペルニクス的転回に例えられるような大きなパラダイムの変遷を経ながら現在に至った。まず、存在論から認識論への転回があった。これを成し遂げたのがカントである。存在する対象の反映として経験・認識をとらえる存在論から、経験・認識を媒介する仕組みに着目し、この仕組みが経験・認識に先立ちそれを規定するとした。カントのいうア・プリオリである。そして、存在対象の構造から認識・意識の構造を論ずる時代が始まる。

カントにおいては、認識・意識の仕組みを担うのは理性であるが、理性の構造を問うという視点はまだなかった。

認識論の哲学から言語論の哲学へという言語論的転回は19世紀から20世紀になるころに始まる。認識・意識の構造を規定する言語、言語によって理性を問う時代、言語の構造を問う時代が始まる。そこにいたのが、ウィトゲンシュタインたちである。言語というメディアをメディア一般に拡大するところに次のメディア論的転回が始まる。デジタルメディア技術は、表現、蓄積、伝達において従来は言語だけが持っていた特異性を映像・画像・音響を含めたメディアすべてに普遍化し始めた。そこには、デジタルメディアやマルチメディアの大きな変革が現在進行中である。ただ、すべてが進行中であり、メディア論的転回についての考察もまだ多くは試論の域を出るものではない。

言語というメディアは存在対象との間に距離感のあるメディアである。その距離感が対象と認識との間に距離感を生む。そして、この距離感を対象から認識を引き離す障りあるものとしてみるのか、あるいは、対象からの認識の自律性の拠り所としてみるのかの両面がある。デジタルメディアは対象との距離を縮める、あるいは、零にする。この距離のなさを対象と認識の親和性の増大とみるか、対象への認識の従属性の増大とみるかの両面がある。

いずれにしろ21世紀は、リアルとバーチャルが境目なく錯綜する時代となる。対象と認識が融合する時代となる。これを対象に向かって認識が拡大し、対象を包含する認識が出現すると解釈するのか、あるいは、対象が認識に向かって拡大し、対象に隷属する認識が出現すると解釈するのか、今、際どい状況にある。ゲーム感覚の犯罪やインターネットがらみの犯罪の急増は、この際どさの現れである。9月11日のアメリカの同時テロとそれ以後の経緯はこの際どさの象徴であったと言われるようになるかもしれない。

「メディア」という言葉を使うものは、この際どさを十分に心得ておくべきであろう。その上で、対象を包含する認識というものの輪郭を描き出し、その仕組みの解明に向けた着実な努力を行わねばならない。アプローチにはいろいろな手立てがある。転回が言語論からメディア論であるならば、言語学における最近の模索から追ってみるのも有力な手立てと思われる。

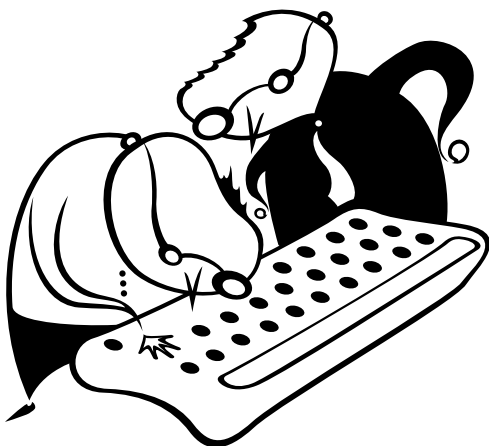


## ほどほどのところから：東京工科大学メディア学部

学部や学科の名前に「メディア」という言葉を使ったからといって、メディア論的転回について教育を行うわけではない。メディア論的転回を身に付けた学生の就職を喜んで引き受けてくれる企業を見つけるのも至難であろう。メディア論的転回の議論は、あくまでも研究や教育を方向づける枠組みを定めるためのものであり、枠組みを埋める中身については、現実感のある日常的なほどほどのところからの「なぜ「メディア」なのか」が必要である。「メディア」という言葉のほどほどの使い方には、当然のことながら、それぞれの個性が出る。したがって、これからは筆者が所属する東京工科大学メディア学部の個性を、さらに、筆者の個性を重ね合わせて語ることになる。

メディア学部はメディア学科という1学科の学部である。メディア表現コア、メディア環境コア、メディア技術コアという互いに関係しあう3つのコアからなる。コアはコースより緩い枠組みである。メディア表現コアはクリエイティブ・アート指向の学生、メディア環境は人文社会指向の学生、メディア技術はエンジニアリング指向の学生をそれぞれ対象にしている。工科大学であるから工科という色合いを前提にするが、文理融合を目標にした幅広の設定である。工科(工学)の色合いを、何かを作り、それを活用する手法・技能・技術であるとし、それをできるだけ定型化していくことであるぐらいの緩やかさにしておく。そして、さらに共通の土台をITに置くこととしておく。

メディア表現コアが作り活用するものはコンテンツである。デジタルコンテンツであり、アニメやビデオの映像コンテンツ、ウェブやゲームのインタラクティブコンテンツ、音楽や音響の音像コンテンツである。作り活用することにコンテンツに関する企画、制作、配信を含む。メディア環境コアが作り活用するものはサービスである。オンメディア・オンネットサービスであり、サービスのオンメディア化、オンネット化である。サービスを作るとは、サービスモデルを作る、サービス事業を企画する、サービス事業を実施する、サービス機能を提供するあるいは支援する



ITシステムを開発・運用する、これらすべてを含む。実際には、どこに重点を置くかの絞り込みが必要である。サービスの種類としては、ビジネス、行政、流通、教育などである。メディア技術コアが作り活用するものはソフトウェアである。ユーザ指向・応用指向のソフトウェアとシステムである。ユーザ指向・応用指向のソフト機能をくくるものとしてメディア処理機能を取り上げる。VR、CG、画像処理、音声・音響処理、言語処理、知識処理などを含む。システムの方は、メディア環境コアにおけるサービス機能の実現に対応するものとなる。

3つのコアに共通の技能として、言語、プログラミング、数学(数理的モデル化)に重点を置く。言語は思考言語としての日本語、伝達言語としての外国語である。プログラミングは、データベース、ネットワーク、コンピュータグラフィクスであり、共通のプログラム言語としてはJava、XMLである。さらに共通のものとして、メディアが対象とするものやメディアの規範となるものとして、人間、社会、文化、自然に対する諸学の対応する部分が位置付けられる。

このコア共通の技能や知識を学び、演習等で共同作業を行うことによって、各コアの学生は、他のコアの学生たちとのコラボレーションを行うための能力を身に付ける。3つのコアの垣根を低くして学部を構成したのは、互いの基本的な手法や考え方を学ぶことによってコラボレーションできる学生を育成するためである。

## 問い始めよう

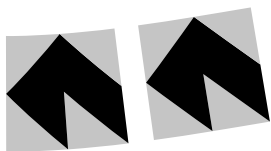
東京工科大学メディア学部も来年度には一期生の卒業を迎える。日本経済の状況はここ数十年来の最悪の状態にある。米国のIT過剰投資が調整期間に入ったことから、不況下の日本経済の支えであったコンピュータ・電機産業が一気に経営を悪化させた。また、世界の工場としての中国の工業化が急速に進む中で、日本経済は立直りの契機を掴み損ねている。明らかになったことは、日本の産業があいかわらずハード指向、部品・材料指向であったということである。そして、日本の産業界は、否応なしの体質改革へと動き始めた。向かう方向は、ユーザ指向、ソフト指向、サービス指向、研究開発指向であろう。ユーザの立場にたつて、コンテンツ、サービス、ソフトウェアを作り出し、活用できる人材への潜在的ニーズは非常に大きいものがあると信じている。

問い始めてみよう「なぜ「メディア」なのか」を。

### 参考文献

- 1) 縄田雄二: 言語論的転回からメディア論的転回へ, 月刊言語, Vol.28, No.12, pp.58-65 (1999).
- 2) 有馬哲夫: デジタルメディアは何をもたらすのかーパラダイムシフトによるコベルニクスの転回, 国文社, 241p. (1999).

(2001.11.19)



## メディアとはコンピュータである

有澤 誠／慶應義塾大学環境情報学部，同大学院政策・メディア研究科

横井俊夫さんのメディア論を読み，筆者の視点から短いコメントを書いてみたい。実は筆者の勤務先でもメディアという名称を用いており，メディアとは何かがしばしば話題になるからである。

慶應義塾大学湘南藤沢キャンパス（SFC）を1990年に開設したとき，2つの学部をそれぞれ総合政策学部と環境情報学部と命名した。双子の学部と称して，両者の垣根をできるだけ低くする方向で教育プログラムを組んであった。そこで4年後に大学院を開設する際，双子の学部に共通の1つの研究科を設置することになり，名称を政策・メディア研究科とした。あえて情報といわずにメディアとして，近未来に向けたメッセージとしたつもりだった。

東大を退官されて慶應SFCに移ってこられた社会学者の富永健一先生から，メディアとは何のことですかと問われて，私はメディアとはコンピュータのことですと回答した。そのときは富永先生は不審そうな顔をされたが，5年後にSFCを退職される際，あの言葉で目から鱗が落ちた，と言っていた。

新しい概念に既存の言葉を用いることは，誤解を生じやすい。我々のグループでは，情報と景観とを合わせた新しい言葉として，インフォスケープ（infoscape）を使った。筆者たちは研究プロジェクト名にもこの名前を採用し，とても気に入っていた言葉だった。しかし一般には普及しておらず，残念に思う。

昔，ソフトウェアを利用技術と同義語に使う人たちがいて，困惑したことがある。ソフトウェアは具体的なプログラムであって，抽象的な技術などではないことを理解してもらうまでに，ずいぶん時間がかかった。そして今ではコンテンツが同じような状況にある。情報の中身や内容と説

明することから，抽象度の高いものを想像してしまう。コンテンツは具体的な形に表現したデジタルデータのことだと理解してもらうまで，ソフトウェアのときと同じ苦労をしそうである。

ソフトウェアとコンテンツが似たような道を歩むなら，ソフトウェアで得たノウハウの多くをコンテンツにも転用できる。筆者たちのインフォスケープの後継プロジェクト名には，コンテンツ工学という名称を採用している。要は，マルチメディアやニューメディアなどという怪しげな言葉を避けたいという一心である。

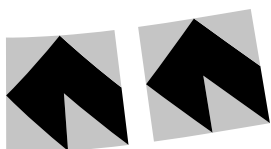
コンピュータが技術者たちの専有物でなくなり，専門職（プロフェッショナル）たちの道具でもなくなって，大衆化した現在，メディアという名前に置き換えることは，おそらく妥当なのであろう。コンピュータは理系の，しかも数学っぽいイメージを持っている。その点メディアは文系で，言語っぽい雰囲気なたたえた言葉である。数学より言語のほうがやさしいわけではないが，一般にはそうした誤解がまかり通っている。それなら，コンピュータのことをメディアとよんでも，別に差し障りはないであろう。

我々としては，メディアと呼ぼうがコンピュータと呼ぼうが，デジタル化した情報の構造と処理を扱うことの意義をおさえておき，それを若い人たちに伝えることができれば，それで十分であろう。メディアはコンピュータである。

### 参考文献

- 1) 有澤，熊坂，金安：インフォスケープ，情報と環境の新たな地平，ジャストシステム（1994）。
- 2) 有澤，金安，熊坂：知の風景，インフォスケープの展開，日科技連出版社（1996）。

(2001.11.21)



## メディア中心主義の意味するもの

西田 豊明／東京大学大学院情報理工学系研究科電子情報学専攻

横井氏の「なぜ『メディア』なのか」論は，メディアの鉄人たちを育てたいという意欲と決意に満ちている。

製造業的センスで物質的な豊かさを追求していた時代では，メディアの鉄人が出る幕は限られていた。物理的機能と性能の高さこそが主であり，情動的豊かさは副であった。

世の中が知識社会になっても，伝統的な工学教育を受けたものには，機能と性能の追求こそがめざすべきものであるという精神が刷り込まれていて，なかなかそこから抜け出すことができない。それどころか，最近の評価重視の動きは，従来の枠を破って新しい道を探ろうとする「コペルニクスの転回」の試みに大きなリスクをつきつけている。



従来通りの枠の中で機能と性能を向上しようとする改良型のアプローチの方が無難であり、大きくはないがより確実に評価ポイントを稼ぐことができる。

それとは裏腹に、社会における表現の鉄人への期待は高まるばかりである。比類のない知識に支えられて情報とサービスを提供することが価値の源泉となる企業も大学も絶えず学習によって新たな知識を作り出していかなければならない。サービスの価値を決める主要な要因が機能と性能であったときは、新しい物理法則や問題解決アルゴリズムの設計が主要な関心事であったが、生活の潤い、精神的な豊かさ、満足感、共感に価値がシフトすると、表現することに中心が移る。

企業も大学も公共機関も個人も、みな自分の最適な表現を求めて学習し続けることになるだろう。表現とは、素材に新たな解釈を与えることであり、それによって素材は物理的にはほとんど同じでもまったく異なる意味を持つことになる。道に落ちている石ころであっても、それが子供からのプレゼントであるという表現の中に組み込まれるとただの石ころではなくなる。壊れかけている自転車でも長年乗り続けたものには愛着がある。

今年公開されたトム・ハンクス主演のCast Away (邦題:「キャスト・アウェイ」)では、事故で無人島に流れ着いたトム・ハンクス演じるチャック・ノーランドが、漂着したバレーボールを話し相手に孤独を凌いだが、嵐に遭ってバレーボールが流されると命の危険を冒してまで、「救い」出そうとするシーンは、意味の作用の大きさを象徴している。

表現とは、従来の映像コンテンツや芸術作品だけに求められるものではない。研究や教育では、自分の考えやアプローチの新しい表現が絶えず求められる。企業は、社会の賛同が得られるようなアイデンティティの表現を探求し続けなければならない。公的機関は、社会の理解が得られる

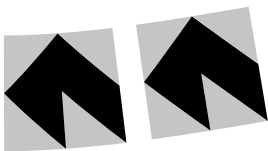
よう、自己の提供するサービスを表現する必要がある。

メディア技術を駆使すれば無限に新しい表現手段を作り出すことができるのであるが、単にコンピュータを使いこなしたり、プログラムを作ったりするだけでは、表現に対する社会のニーズに答えることはできない。単にメディア技術を使ったコンテンツが作れるだけでもメディアの鉄人とはいえないだろう。コンテンツの意味を問い、意味をデザインする能力が求められる。意味が、作品と精神界をつなぐものであり、精神は人間環境としての社会に依存するとすれば、横井氏がメディア学の軸にメディア環境を含めているのは妥当なアプローチといえよう。

現代の知は、ちょうど先述の「キャスト・アウェイ」が、アクションと心の動き、無人島の孤独と現代人の孤独など多数のスレッドを精巧に編み上げたストーリーであり、悪に対する善、醜に対する美、死に対する生、戦争に対する平和、不幸に対する幸福、偽に対する真、といった一方に特権の優位性を与えた階層秩序の二元対立の図式は過去のものとなりつつある。メディアの鉄人は、メディア環境をマネージして、メディア技術を駆使し、スレッドを編み上げることによってクライアント独自のメディア表現を作り出すことのできるエキスパートとして位置づけられることになるだろう。

横井氏の「なぜ『メディア』なのか」論に注文をつけるとすれば、せっかくメディア論にかかわる哲学的背景から大上段に入りながら、「ほどほどのところから」と急に矛を収めてしまうところである。放っておいても世間はほどほどの方向に向かってしまう。新しい学問領域を広がりのある世界にするために、メディア学の先駆者として、ほどほどとは対極的な提案をぜひお願いしたい。哲学の話がメディア論にいかに接続するのか、横井氏の続論を期待する。

(2001.11.23)



## 問い続けること

横井 俊夫 / 東京工科大学メディア学部

新しいコンセプトを表現する用語を工夫するとき、ありふれた語を2つほど組み合わせることで複合語を作る。そして、新規さ、新鮮さを組合せの方におわせる。新しいからといって、日常感覚からかけ離れた用語を持ち込んでみても世の中に広めるのは難しい。広めるには、野暮なほどの日常性と素直な新規性が程よく同居している用語がよい。人々がコンセプトを既知のものの中に位置づけるには日常性が必要であり、人々がコンセプトの未知に気づくには新規性

が必要である。

「メディア」という語も他の語と組み合わせられて「何々メディア」や「メディア何々」となって出回るようになった。複合語の中では「メディア」はいたって日常的な役回りを演じることを求められる。しかしながら、「なぜ『メディア』なのか」と問う時は、複合語の中の「メディア」ではなく、単独の語としての「メディア」を問うことになる。「メディア」という単独の語を問うということは、その本

来の意味である「媒介するもの」すべてを含めた総体を問うということである。

「媒介する」とは「何々を何々から何々へ媒介する」である。「何々を」というメッセージ(内容)、「何々から」という発信者と「何々へ」という受信者という当事者たち、そして、「媒介する」というメディアがある。「媒介するもの」総体とは、「媒介する」だけではなく「何々を」から「何々から」と「何々へ」までを含めるということである。すなわち、「メディア」にメッセージやコミュニケーションシステムを含める。メッセージやコミュニケーションシステムも「メディア」としてとらえる。すなわち“メディア中心主義”の立場である。

総体としてのメディアは次のような特性を包含する複合体である。

- ①メディアが表現する内容の特性
- ②メディア固有の特性
- ③メディアを理解する人間の認知能力の特性
- ④メディアを使うコミュニケーションシステムの特性
- ⑤メディアを実現するハード媒体の特性

言語は、これらの特性それぞれを顕著に見取ることのできるメディアである。「媒介するもの」を言語に代表させたのが言語論の時代であった。この時代の基調となったのが構造主義言語学から構造主義へという展開である。しかし、言語学そのものは、より複雑な展開を遂げ、さらにメディア論の時代に向けた模索を始めている。

構造主義言語学は、②のメディア固有の特性に注目し、音声言語の体系に取り組み、音韻論に成果をあげた。しかし、統語論に踏み込むに従って現象を分析し構造を見つけ出すという構造主義言語学の手法に限界が見え始め、生成文法理論という新しい手法に席を譲ることになる。生成文法理論は、③の人間の認知能力のモデルを設定し、その上に句構造文法に基づく統語論に成果をあげ、言語に共通する普遍文法を議論できる土台を築いた。しかし、生成モデルという認知のモデルも意味論に踏み込むにしたがって限界が見え始め、生成意味論も生成という計算主義モデルが意味をとらえるには適切ではないということに明らかになるに至った。この生成意味論を引き継ぎ、人間の本来の認知のメカニズムに立ち返って③のモデル化を行い、その上で①の表現内容の特性に踏み込もうというのが認知言語学、認知意味論である。言語学にとって、21世紀は意味論

の時代として始まる。意味に取り組むにはいくつかのアプローチがある。1つは、認知言語学のアプローチである。意味が作り出される場所に立ち戻り、イメージ性や身体性とのかかわりの中で記号(象徴記号)が生み出される仕組みを追うアプローチである。これは、言語を記号系とみる立場から言語をメディア系としてみる立場へと視点を拡大することになる。もう1つのアプローチは、④と⑤にかかわることである。現在、そして、これからは④と⑤はそれぞれインターネットとコンピュータに代表されることになる。意味へのアプローチは、大規模な意味の体系を構築することになる。それには、コンピュータとインターネットを単なるツールとしてではなく、言語学に本質的にかかわるものとみる観点求められる。さらに、今後のCG技術の進歩からすれば、言語の意味をイメージそのものであるとするアプローチも十分に現実感を持つものになる。言語からみても、“メディアとはコンピュータであり、インターネットである”のである。

それでは、私たちは、一体、「メディア」によって何を手にしようとしているのであろうか。まず、1つは、知の生産性を飛躍させることであろう。地球環境という物理的資源の限界を目の当たりにしながら、人間の知、社会の知という知的資源の開発に将来を賭けてみようということである。そして、それとは裏腹となるもう1つは、人間の本性である過剰なる欲望を物理的資源を浪費することなく充足させる仕組みを作り上げようということであろう。

いずれにしろ、これらの試みをきわめて際どい状況の中で推し進めることになる。この際どさをしのいでいく方法は、常に人間そのものに立ち返るといった平凡なことに尽きるのかもしれない。“人間中心主義”、“メディアとは人間である”にたって“なぜ「メディア」なのか”を問い続けることになるであろう。

(2001.11.26)



議論の続きは、次のURLをご覧ください。 <http://www.ipsj.or.jp/magazine/interessay.html>

