

---

# 現代メディアの社会学的考察

—時間と空間への影響をめぐる—

米 田 公 則

---

## はじめに

---

現代メディアの発達、個人の生活や意識から世界社会に至るまで広範囲に及びかつ深く影響を与えている。それは発達の度合いにともない影響の広さ、深さの両面で変化をもたらしてきた。

メディアの発達が個人の意識に影響を与えることにいち早く気づいたW・リップマンは、「擬似環境」という現代においてなお注目に値する概念を提起した<sup>1)</sup>。彼は新聞ジャーナリストとして「頭の中に描く世界」を問題にしたが、メディアの発達は個人の意識の問題にとどまらない。E・カステルは『都市・情報・グローバル経済』において、情報化の進展が資本主義経済の発達とグローバル化に深く関わっていることを描いた<sup>2)</sup>。

近代以降におけるメディアの発達が人間に深く影響してきたことについては、拙共著『メディアと人間』の中の「メディア社会の黎明期から現代まで」で歴史的発達を踏まえて概観している<sup>3)</sup>。しかしそこでは二つの課題が残されていた。第一は、歴史的な流れに重点を置いて検討したために、現代メディア発達の影響についての考察が不十分であるという点、第二は、多くの読者を想定し、一般の人でも理解されることに重点が置いたために、社会学理論との関係、考察が不十分であるという点である。そのために、考察が理論的には不十分なものとなっている。もちろん、社会学理論のすべてを対象にすることは不可能であり、また

そのような試みは無謀なことでもあろう。しかし、重要なのは現代メディアの発達が社会のミクロの領域からマクロの領域にまで影響を与えているという視点を有しながら、現代メディアの社会学的考察を行うというスタンスである。

本論文は、このような視点から現代メディアの発達が個人や社会に与えている影響を、メディア論や社会学理論を活用しながら検討していくことを目的としている。

---

## 1. 現代メディアをいかに捉えるか

---

メディアの発達をいかなる視点で捉えるのか。マクルーハンが論じたようにメディアを人間能力の拡張と捉えるならばその発達は、視覚、聴覚といった感覚と深く関わり合いながら発達をしてきた。さらにメディアの発達は記憶という部分にも影響を与えてきた。これは個人的な記憶のみならず社会的な記憶にまで及ぶ。社会的記憶が、情報として処理され、蓄積されたとき、今日のビッグデータの問題とも関ってくる。メディアの発達はまさにあまりに広く、深い影響を与える。

しかしマクルーハンの人間能力の拡張としてのメディア理解には決定的な弱点が存在する。それは、メディアを人間の外部に存在（＝外部化）するものと理解するために、抽象的には人間能力の拡張と捉えることができるが、現実世界では個々の人間はメディアの能力をコントロールすることはできないことを看過しているという点である。

実際には個人の外部にメディアをコントロールする存在、組織としてのメディアが存立することになる。そこでは人間は受動的な存在であり、能力の拡張を自由にコントロールすることはできず、逆にメディアに支配されることもありうる存在なのである。この問題をマクルーハンは論じ切れていない。

リップマンが『世論』で「擬似環境」を論じたとき、そこでのメディアは新聞であった。私たちは他者とのコミュニケーションにおいて言語を使う。会話言語と文字言語は全く同質ではないが、コミュニケーションにおいて言語化される点では共通である。本来私たちが他者との経験を共有できるのは、時間と空間を共有化することによってのみである。つまり、場を共有して初めて経験を共有することができる。

しかし、時間と空間を異にした他者と経験を共有することは不可能なのかというとそれを擬似的に共有することは可能である。それには重要な要素として「言語化」と「想像」がある。私たちは自分の経験したことを他者と共有したいとき、言語化を行い、コミュニケーションを行う。友人Aが昨日目の前で交通事故を目撃するという経験をしたとき、「昨日街を歩いていたら、目の前で交通事故があって、車がぺちゃんこだっただよ」と言語化を行い、友達Bに話をする。友人Bはおそらく「それはすごかったねえ」とか「大変だったねえ」等の共感を示しながら、その事故を想像するに違いない。もし友人Bが事故に興味を持ったならば、「どんな車だったの」とか「乗ってた人大丈夫だった？」などと聞くだらう。このような問いかけへの返答に、友人Bはより多くの情報を得ることによって事故をより鮮明に描く。しかしこの想像はどこまで行っても言語に基づく想像という限界を超えることはできない。「百聞は一見に如かず」ということわざの意味は深い。

新聞メディアの時代は、個々人の経験に基づく世界に基礎がおかれ、外的世界は言語化されたメ

ディアに基づく想像の世界であったと考えられる。

これを大きく変えたのが映画であった。映像・音響メディアの特色については、他で次の三点にまとめた<sup>4)</sup>。それは、第一に映像・音響メディアが「読む」という行為をへずに、直接に理解できるメディアであること、第二に情報が大量伝達されること、第三に一方的なコミュニケーションのスタイル＝「情報の流れ」を前提にしていることであった。

映像情報が大量に伝達されるということは、言語ではない方法で、つまり直接的に視聴覚にうったえるという方法を通じて情報が共有化されることが可能になったことを意味する。そこには一つの「世界」が創造されたということ意味する。しかも個人が本を読むような個人的な世界ではなく、社会的に共有され、あたかも体験するかのような世界が創造されたのである。しかしこの情報の共有化は当然、映画を見た人に限定される。しかも、この世界は映画ごとに異なる世界でもある。この点では小説の世界と同じである。

映像を見るという「経験」を通じての情報の共有化は人々の世界に対する意識を変える。自分が経験可能な世界の外側に、言語によって想像するのではない、もう一つの世界が存在することをあたかも「経験」することができるようになったのである。映画が登場した当初、画面の中で進む機関車がこちらに進行してくる場面で、その映像を見えていた人たちは席を離れ、逃げ惑ったという。映像文化に慣れ親しんである現代人から考えればそれ自体が驚きであろうが、この事実は初めて映像を見た人たちがそれだけ現実の機関車を見るかのように見える映像を「経験」したことを意味する。

映像は、私たちの経験しうる日常生活世界の外的世界を映し出す。それがフィクションであろうと現実の世界を映像化したものであらうと。私たちにとってフィクションの映像と現実の世界の映像化には質的な差は存在しない。しかもその映像化は、私たちに「経験の共有」をもたらす。こ

の点が小説の世界と決定的に異なる。小説の世界は「言語化」を通じての共有であるために、言語の意味の理解には個人差が生じる可能性がある。しかし映像は直接的に視聴覚にうったえ「経験」できるために、「経験」としては差が生じない。もちろん、その理解や解釈は個人間に差は生じるが。

私たちが現実の世界の映像化によって到達可能な日常生活世界の外部の世界を「経験」することができるようになったことは、私たちの世界を拡張することになる。

19世紀に始まった万国博覧会は映像のみで知れた外部の世界を直接様々な「物」を通じて実感できる場であった。

また、同時にこの時期世界中の探検ブームが訪れる。冒険家は未知の世界に足を踏み入れ、それを映像にとどめ、母国でそれを披露した。これはまさに自らの世界の外部の存在を知った人間が外部の世界を自らの世界に内部化したいという欲求と結びつくことによってブームとなったのである。さらにこの探検ブームは、移動手段の発達により、観光ブームへと結びつく。

現代人にとって映像の中の世界が、私たちの世界の延長に存在するという意識することはあっても、それは直接的に「経験」しない世界である。映像としての映画は映画館という特定の「場」と結びついて「経験」できる世界であったことを忘れてはならない。

## 2. 現代メディアの特徴 ——場所感の喪失?——

私たちはここでメイロウィッツの『場所感の喪失』の議論に注目したい。メイロウィッツの議論には現代メディアがもたらす時間と空間の変容について考える多くのヒントが隠されているからである。

メイロウィッツはテレビと電子メディアが「社会的出来事の経験において物理的存在の意味を大きく変えてしまった」という<sup>5)</sup>。彼の議論は多く

の示唆に富む内容を含んでいる。初めにそれらを整理してみたい。

彼は、メディアの進化により、「かつて私たちの社会を多くの別個の空間的な相互行為セッティング (= 舞台、環境) に分割していた物理的構造は、社会的意味を大きく失ってしまった<sup>6)</sup>」という。メディアはまさに「文化的環境」なのである。

私たちは社会の中で生活をしている。それはつまり「社会的状況」の中で行動を選択しているのである。私たちにとって「社会生活に適応する一つの方法は、文化に蓄積された状況の定義を学習する<sup>7)</sup>」必要がある。メイロウィッツは、バーガーが「行動セッティング」を「境界づけられた物理的・一時間的場所」とみなし、パーヴィンの状況を「特定の場所であり、そこにはたいてい特定の人々と特定の時間と特定の活動が含まれる」との理解を引き合いに、状況が物理的・一時間的場所と深く関わり、それが行動を深く結びついているという理解に対して、疑問を呈する<sup>8)</sup>。

彼は「相互行為の性質を決めるのは物理的セッティングそれ自体ではなく、情報フローのパターン」であり、社会的状況は、特定の時間と場所において対面的におこるエンカウンターのみではなく、「情報アクセスのパターン」という、もっと大きな、より包括的な考え方を取り上げる必要があるという<sup>9)</sup>。電子メディアは、物理的セッティングに支えられた状況の境界や定義を乗り越えていくのである<sup>10)</sup>。

電子メディアは、集団のアイデンティティにも影響を及ぼす。集団は、「その集団に関わる特殊な事柄によって一つのまとまりをもつ」のであり、「互いに共有されているが他集団の成員には明かされない情報」つまり、「共通の経験・情報・役割」が、「共通のアイデンティティ感を与える」のである<sup>11)</sup>。集団的アイデンティティは、「場所と状況の伝統的な関係」のために、「物理的位置取りに対する共有されているが特殊なアクセスと密接に結びついてきた」のであるが、「電子メディアは、

物理的位置取りと社会的状況の伝統的つながりを断ち切ることによって、場所によって定義された集団から人々が情報的に『逃げ出す』事を可能にし、また多くの集団テリトリーへ部外者たちが決してそれらに入らずに『侵略する』事を可能にし、以前は別個だった集団的アイデンティティを不鮮明なものにし始めるかもしれない」と述べる<sup>12)</sup>。

電子メディアの影響は、集団のアイデンティティにとどまらない。公的諸領域の境界を曖昧にさせ、公的行動と私的行動の境界を不鮮明にし、物理的場所から社会的場所を分離させるのである<sup>13)</sup>。かつては、物理的場所が状況の定義の主要な決定因であったものが、電子メディアによって「場所と時間の特別さは破壊」され、「テレビやラジオや電話は、かつて私的だった場所を外部世界からアクセス可能なものにすることによって、より公的な場所に変えてしまう」のである<sup>14)</sup>。

メイロウィッツは、電子メディアが、これまで社会的状況に決定的な影響を与えてきた物理的場所とそこでの時間の重要性を破壊するものとして描いた。これは様々な社会的境界、社会的集団に揺らぎを生じさせることを見事に描き出した。

『場所感の喪失』が出版されたのは、1985年であり、ここで彼が取り上げている電子メディアは今日から見れば未発達であった。彼の議論の本質はインターネットが普及し、誰もがどこでもスマホを利用できる今日にこそ当てはまるものである。

しかし、ここで一つの疑問が残る。「場所感の喪失」というタイトルの通り、私たちは場所感を喪失したのだろうか。原題にある no sense of place の理解は、場所感の喪失という理解でいいのだろうか。メイロウィッツが冒頭で述べているようにこの研究は、「私たちが古い『場所感』を失うにつれて、適切な社会的行動とアイデンティティに関する新しい考え方を手にしていく様子を記述する」ものであり、場所感そのものが喪失されたのではなく、「古い場所感」が失われたので

ある<sup>15)</sup>。つまりそれは、場所と連結した絶対的關係性＝人々の時間の共有、すなわち空間と時間との絶対的關係性＝連結がずれ始めているということ、場所感の喪失ではなく、メディアを通じてその場で生じている経験に、外部の「世界」が入り込んでくるということなのである。

このような事態は、メディアが特定の場所から解放されるにつれていっそう浸透する。映画が盛況だった時代は映画館という場所で、映画館に行くという行為を通じ、映画というメディアを通じて映像がもたらす世界を経験した。映画館という場所に限定されていたわけである。

ラジオ放送が始まり、メディアが家庭生活の中に入り込むようになった。おそらく家庭の雰囲気は変化したと考えられる。ラジオ放送は最初は携帯されるものではなかったが、のちに携帯可能なものとなる。しかしラジオは一方的な音声メディアであり、聴覚のみを支配するメディアである。よって、昔「ながら族」という言葉があったが、ラジオを聴きながら他の行動も可能であった。

これに対して、テレビは視聴者の行動を大きく制限する。テレビは映像メディアである。そのために、視聴者は視覚をテレビに向ける必要がある。当然行動の制限が伴うことになる。ラジオを見ながら勉強はできるが、テレビを見ながら勉強はできない（もっとも勉強が身につくかどうかは不明であるが）。まさに、メディアが作った世界＝テレビの世界に没入することが求められるのである。しかもそれは受動的に求められる。そのために視聴者にできることはチャンネルをかえて番組をかえるか、テレビのスイッチをオフにするしか選択権がない。近年の多チャンネル化の進展により、視聴者の選択の幅は広がったといえよう。しかし、番組内容そのものを自由につくる権利はないし、受動的な位置にあることは変化がない。

インターネット・メディアがもたらすメディア環境の変化はさらに質を異になる。それはテレビメディアがもたらした変化に加え、電話と同様の

性格つまり、双方向性を有するメディアであるという点である。電話で他者と会話をするとき場所性は喪失される。それはある意味、真に「場所感の喪失」ということになる。もちろん、これはメイロウィッツの意味ではない。例えば、家族で買い物に行ったときに、店の中で店員や家族などの他者とコミュニケーションを行うのと同様に、電話での会話はコミュニケーションを行うことができる。しかし、そこでは場所性を喪失した会話が行われる。その意味で会話内容の理解は制限されるが、会話をする者同士がそれ以前に蓄積したコミュニケーションを通じての共有情報を基礎に会話を進めることができる。お店で夫のセーターを買おうというとき、夫婦が一緒に買い物に出かけていれば、同じセーターを見ながら、選ぶことができる。ところが、妻一人で買い物に行き、夫とは電話のみでコミュニケーションをとっている場合には、「赤いセーター」ではなく「緑のセーター」を選んでほしいと夫が言ったとしても、「緑」が多様であり、セーターを買い、家に戻って夫が喜ぶと思ったが、夫は自分のイメージしたセーターの色とは微妙に違うということがおこりうる。場所性を喪失してもコミュニケーションは成り立つが制限をされるということはこのようなことを意味している。

電話の登場は家庭の中に外部の世界を導き入れる第一歩であった。電話が一般家庭で使われるようになったときに、多くの家庭で電話の場所が玄関に近いところに置かれたということは、電話が外部世界と結ぶつく道具であるということを経験するものが多く、それが無意識に理解していたことを意味するものである。

電話が携帯化、無線化し、各個人が使用するようになると、当然それに伴う変化が生じる。テレビが一家に一台の時代から複数台の時代に生じた変化と同様に、携帯電話の普及は、子供部屋、リビングという場所の中に他者とのコミュニケーション空間が入り込むことになる。本来場所と結

びついていた関係性、例えばリビングでの家族関係、それは当然コミュニケーション関係を伴うものであった。そこに別のコミュニケーション関係が入り込むことになる。「今、ここ」に存立する関係、本来その場所が持つコミュニケーション関係を危ういものにする。リビングでもし夫が、妻の知らない誰かと長い電話をしていたら、妻は不快になるであろう。「誰と話しているの?」と少々怒った顔で口をはさんでくるかもしれない。これは、本来リビングが持つ、場所性に伴うコミュニケーション関係を危うくするからである。この意味で電話によるコミュニケーションは場所感を喪失する。

このように見ていくとメイロウィッツのいう「場所感の喪失」は、場所に伴う空間と時間の絶対的關係性が喪失され、同時に外部からのコミュニケーション関係が侵入するという意味で「場所感の喪失」というより「場所性の揺らぎ」が生じているのである。

場所そのものの絶対性それ自体は変わらない。しかしこれまでのような場所と密接に関係した社会的な意味は絶対性を喪失し、「揺らぎ」を生じる。携帯電話はその最たるものであるが、場所性を全く無視し、コミュニケーション関係を求めてくる。電話での会話が終了し、コミュニケーションが終わると、再びその場の関係が表に登場する。いわば「図」と「地」が反転するかの如くである。

### 3. アルフレッド・シュッツの 時間・空間・世界

「場所性の揺らぎ」の問題を時間と空間の問題と考えるとき、重要なヒントを与えてくれるのがA・シュッツの議論である。シュッツは至高の現実として労働workingの世界を位置付けるが、それ以外の世界、多様な空想的創造物の世界や夢の世界、科学的理論の世界などは、「限定的な意味領域」の中の一つであるという意味では区別がな

いものと捉える<sup>16)</sup>。そしてそれらの「限定的な意味領域」の境界を突破するときには特有のショックがあるという。つまりそれは異なる意味的世界の境界突破に伴うショックなのである。しかし、シュッツは現代メディアが私たちの指向の現実としての労働の世界にどのような影響を与えているのかについての分析は行うことはできなかった。しかしそれは当然のことでもある。

シュッツの著書ともいえる『社会的世界の意味構成』が出版されたが1932年であり、インターネットはおろか、テレビ登場のはるか以前であった。さらに人の移動に関しても、船や鉄道が主流であり、長距離の移動は大変な時代であった。飛行機はすでに登場し、第一世界大戦で使われていたが、民間輸送がようやく始まるという時代であった。シュッツの時代は、人が時間と空間を超えてコミュニケーションと移動を行なわれている現代とは相当異なる状況であった。

この状況はシュッツの理論にも当然影響を与える。シュッツは、時間の共有と空間の共有がなされる各当事者の対面関係を「原的な体験」と位置づけ、「対面関係以外の多様な社会関係はすべて、全体性を持った他者の自己を、時間と空間の共有の中で原的に体験することから派生」するものとしている<sup>17)</sup>。しかし、そうした「諸々の派生的な社会関係の枠組みを詳細に論じることはできない」と述べ、議論をここで止めている<sup>18)</sup>。

本来、現代社会へのメディア発達の影響を考えるとこの先が問題とされるべきなのである。これを弱点と指摘するのは少々酷であろうが、シュッツの理論をメディア論的視点に捉え返そうとするときには重要な課題となる。

シュッツは日常的な労働の世界における現実の諸相を論じた節で、「この世界の中で私の身体が占めている位置、すなわち私の実際のここが、私が空間の中で自らの相対的位置をしめる際の出発点である」と位置付ける。そしてミードの考えを借り、彼が「操作可能な領域」と呼んでいる領域

を、「個々人が自らの現実の核として経験する労働の世界の層のことを、その個人の到達可能な範囲内の世界と呼ぶこと」とする<sup>19)</sup>。彼はこの範囲についてこれ以上言及していない。この「個人の到達可能な範囲内の世界」はその外にある世界、つまり「個人の到達可能な範囲外の世界」とはどのように切り分けられるのであろうか。映画の世界は、多様な空想的創造物の世界ということができよう。しかしメディアの発達により、現実にある世界で、自分が到達可能な範囲外の世界、その世界を私たちは知ることが可能になった。さらに現代メディアは、われわれに身体的には範囲外の世界に存在することはできなくとも、その外的世界の人とコミュニケーションをとることを可能にした。これは、発話行為を行い、影響を及ぼするという意味で、内的なパフォーマンスではなく、外的な労働と捉えることができよう。そうすると、「個人の到達可能な範囲内の世界」とはそれほど明確な領域を持つものではないことがわかる。矢谷慈国は日常生活世界の階層性を論じたが、この階層は安定的なものでは決してなく、メディアの発達にともない変化するある意味不安定なものなのである<sup>20)</sup>。

シュッツは他者の伝達行為の所産である書かれた手紙や印刷された書物を例に、時間の非共有について論じている。ここで注目される記述は「擬似現在の存在」である。それ以外にも、私があったこともない同時代者と結びついている際の時間次元、先行者と結びついている際の時間次元、後続者と結びついている際の時間次元など、様々な時間次元が存在するとしている<sup>21)</sup>。

シュッツは時間の非共有についての記述は以上であるが、空間の非共有についての記述はほとんどない。彼の「擬似現在」という言葉を借りれば、空間の非共有の事態を「擬似空間」ということができよう。彼が、様々な時間次元があるというように「擬似空間」も多様である。私たちはメディアを通じ、自分の空間を自由に拡張することがで

きるということもできる。

#### 4. 人の移動と場所の消費

私たちは現代においてシュッツの時代以上に自分の場所にとどまることなく、地域外や国内、さらには世界中を移動する。現代は移動社会である。メディアを通じ、世界中を見聞することができるが、それにとどまらず実際に移動することもできる。シュッツのいう「ここ」は特定な場所を意味したであろうが現代は様相を異にする。彼の時代には想像できなかったような移動手段の発達と普及が進み、先進国のみならず、世界各国の人々が比較的容易に移動可能な時代に入っている。そのもっとも顕著な現れが「観光」である。

「旅」から「観光」への議論は、私たちのメディアがもたらす外部世界の情報と深い関わりを持つ。「旅」というとき、目的とする場所が特定されておらず、ある程度特定されていたとしても、その場所についての詳細な情報を前提にした移動ではない場合が多い。人は「旅」の中でそれまでに経験をしたことのなかった体験をしたり、旅先での地元の人と会話をしたり、思わぬ発見をしたりする。これに対しては、「観光」は、その多くがメディアによってもたらされた情報、特に映像情報を通じ、その街の美しさや食事を事前に「体験」している。「観光」とはそのような事前の「体験」の「追体験」でしかない場合が多い。ツアーで観光地を巡る旅行の多くは地元の人との交流・コミュニケーションというものが全く欠如していることもある。しかし、その「追体験」は、その場所に行き、そこで一定の時間を費やすことであるから、真の意味で「体験」である。

現代の移動の問題を社会学的に検討したジョン・アーリは『社会を超える社会学』に「21世紀における移動性についての研究」という副題を付けて、現代における移動性の社会学的分析を試

みた。それは、「社会的なもの」を作り替える実質的な変容として、「多元的な感覚、想像上の旅行、イメージと情報の動き、バーチャルなもの、物理的な動きを通して、『社会としての社会的なもの』を『移動としての社会的なもの』へと実質的に再構成している多種多様な移動」について論じるという<sup>22)</sup>。彼は時間と空間の次元が再構成されるものをスケイプと称し、空路、海路、鉄道、道路などによる人やモノの輸送機関や情報ネットワークに関わる電線と同軸ケーブル、携帯電話に用いられているマイクロ波チャンネル、ラジオとテレビの衛星、電話、テレビ、コンピュータのための光ファイバーケーブルなどを挙げている<sup>23)</sup>。彼は、情報ネットワークと移動手段の両方が時間と空間の次元の構成に影響を与えるものとして同列に捉えているのである。

アーリは、移動が社会生活の核心をなすものと捉える。彼は社会学が自動車での移動の重要な意義を無視してきたと述べる。それは「様々な居住の仕方、旅行の仕方、社会化の仕方を内包する市民社会を、自動車化された時間—空間において再構成する」からである<sup>24)</sup>。

しかし、実質的な移動だけではなく「想像上の移動」も人々に影響を及ぼす。彼は、テレビでの「想像上の旅行」を取り上げている。彼は「想像上の旅行によって、遠くの出来事、有名人、事件が、日常的にリビングルームへと持ち込まれ、日常生活を変容させていく。その結果として私たちは、出来事、経験、有名人を数多くの他者と共有していると想像し、そうした他者とともにある種のコミュニティを構成している」と述べる<sup>25)</sup>。

移動性の増大は場所の持つ意味を変容させる。アーリの「場所を消費する」意味を吉原直樹らは次の三点にまとめている<sup>26)</sup>。

- (1) 場所が商品およびサービスの消費にとって徐々に中心になる中で、場所それ自体が地元民のみならずツーリズムにとっても視覚的消費の対象となっていること

- (2) 長時間にわたって人々が特定の場所に付与してきた空間的意義が使い果たされるか費消される傾向にあること
- (3) アイデンティティが「ローカリティ」で掌握されることにともなって、「ローカリティ」が消費する場所になっていること

場所は消費の対象となる。しかし、消費の対象となる前に、先に述べたように、メディアを通じての情報により「体験」されたものが、実際の移動によって「再体験」＝「実体験」されることとなる。

人間の移動は他者との時間と空間の共有の基盤をグローバルに広げることを意味する。自分の住み慣れた街から離れて、ふらりと寄った街で現地の人と交流することは、時間と空間の共有であるが、それは隣町でも世界の裏側に移動しての現地の人との交流でも等価である。

さらにその地を離れ、過去の記憶となったとしても時間と空間の共有の経験は蓄積されるのである。

## 5. 現代メディアと移動社会がもたらす時間と空間への影響

私たちの時間意識や空間意識はメディアの発達と同時に移動手段の発達によって、変容する。そしてそれは「今、ここ」へも影響をもたらす。至高の現実としての日常生活世界、すなわち日常生活世界に至高性をもたらす時間と空間の共有は、一方でメディアを通じて常に外部からの侵入にさらされる。場所がもたらす時間と空間の共有に基礎をおいた他者との関係性が突然メディアを通じた外部からのコミュニケーションによって、その関係が一時的であろうと断たれる。シュッツは「限定的な意味領域」の境界を越えるとき特有のショックを受けると述べるが、実は現代人はこのようなショックを日常的に経験していることになる。

これに人間自身の移動による世界の広がりによ

り、時間と空間への意識を変容させることになる。現代の移動社会を踏まえると、シュッツのいう「個人の到達可能な範囲内の世界」をどのように捉えればよいのだろうか。

さらに過去の情報の蓄積は現在にも影響を与える。過去の情報は映像として保存され、存続しつづける。メディアを通じて情報が伝達されるという点で考えれば、過去の情報であろうと現在の情報であろうと、現在に過去の情報が再生されるのであれば等価である。つまり、現在に過去の情報が覆いかぶさってくる。

私たちは「今、ここ」に生きており、その意味で「至高の現実」は不変である。しかし、その現実を支える時間と空間の共有の在り方にメディアの発達が大きな影響を与えていることを忘れてはならない。また、同時に、私たち自身が空間を飛び越え（＝移動し）、まったく別の場所で「今、ここ」を生き、様々な時間と空間の共有が可能な時代を生きていることを忘れてはならない。

### 註

- 1) W・リップマン『世論』岩波文庫 1987年
- 2) E・カステル『都市・情報・グローバル経済』大月書店 1999年
- 3) 林文俊・谷口俊治・米田公則編著『メディアと人間』ナカニシヤ出版 2014年「第7章 メディア社会の黎明期から現代まで」141-153頁
- 4) 同上 143-144頁
- 5) J・メイロウィッツ『場所感の喪失』新曜社 2003年 5頁
- 6) 同上 6頁
- 7) 同上 61頁
- 8) 同上 81頁
- 9) 同上 83頁
- 10) 同上 85頁
- 11) 同上 116頁
- 12) 同上 120～122頁
- 13) 同上 第5章から第7章を参照。
- 14) 同上 248-249頁
- 15) 同上 9頁
- 16) A・シュッツ『社会的現実の問題（Ⅱ）』（アルフレッド・シュッツ著作集 第2巻）M・ナタンソン編 西原和久他訳 マルジュ社 1985年 38-39頁
- 17) 同上 26頁
- 18) 同上 27頁
- 19) 同上 30～31頁

- 20) 同上 27頁
- 21) 矢谷慈国『生活世界と多元的リアリティ』関西学院大  
学生協出版会 1989年 7頁
- 22) J・アーリ『社会を超える社会学』法政大学出版会  
2011年 2頁
- 23) 同上 60頁
- 24) 同上 105頁
- 25) 同上 124頁
- 26) J・アーリ『場所を消費する』法政大学出版会 2012  
年 387頁

こめた・きみのり / 文化情報学部教授  
E-mail : komeda@sugiyama-u.ac.jp