

みんなくりポジトリ

国立民族学博物館 学術情報リポジトリ National Museum of Ethnology

マルチメディア時代の起点：
イメージからみるメディア

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-03-14 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 久保, 正敏 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10502/00008397

第二章

イメージとコミュニケーション

【一】イメージの定義

イメージという言葉は、心理学、社会学、工学などさまざまな分野でさまざまな意味で使われる。例えば、工学分野では画像処理技術を「イメージ・プロセッシング」と呼ぶが、この場合のイメージは、人間の外界に存在する図像や映像そのもの、すなわち視覚的な情報源を指す。また、最も広い文脈で使われるのは、「一般アメリカ人の持つ日本人のイメージ」など、社会学で使われる「イメージ」である。この場合は社会的認知や印象の意味でこの言葉が使われている〔池田謙一『社会のイメージの心理学』一九九三、サイエンス社〕。

メディアとの関係を考えようとする本書で特に注目したのは、心理学で定義された「イメージ」である。心理学では、心の中に作られる表象（人間の脳を情報処理システムとしてとらえた場合に、外界の事物が認識され、脳内部で表現されたもの）のうち、感覚にかかわるもの、準感覚的なものを指す。これは「心的イメージ」と呼ばれる。例えば「猫」という言葉によって、私たちは、心の中に猫の姿を図像として思い浮かべる。このように、あたかも心の中に描かれる絵のようなものが、「心的イメージ」である。

コミュニケーションの場面で人が情報を受け取るとき、まず脳で認知されるのは、この「心的イメージ」と考えられる。コミュニケーションの場面、例えば「君の飼う猫はこの頃元気かい」と友人に尋ね、それに相手が答える場合、発信者はまず「君の飼う猫」の心的イメージを思い浮かべ、それを言語に置き換えて発言する。受信者はその言語を解読し、「飼う猫」

を、それに対応する心的イメージに置き換えるのであろう。すなわち、コミュニケーションとは、結局そうしたイメージのキャッチボールを繰り返す作業だと考えられる。

心的イメージは、決して絵のような視覚的なものだけではない。私たちは、実際に電話の音を聞かなくても、「電話」という言葉や絵から、電話の呼び出し音を聴覚イメージとして頭の中で再現できる。ある店で食べた激辛カレーの味を味覚イメージとして再現することもできる。運動選手が行うイメージ・トレーニングでは、筋肉の動きや圧迫感などを思い浮かべることができるといふ。

心的イメージは、感覚そのものからはある程度独立したものであるが、感覚に近いものであり、五感と呼ばれる視覚・聴覚・体性感覚（皮膚感覚、深部感覚）・臭覚・味覚のすべてに対応する心的イメージが存在するし、それらを統合した形でも存在すると考えられる。焼き肉屋の看板を見ただけで、肉の焼ける音、臭いと味、焼き肉の皿の絵を一瞬にして思い浮かべることができるのは、その例である。

メディアから情報を受け取って事物を認識し、次の行動へとつなげていく認知活動の基本として、イメージを考えようとする本書では、外界の図像を指す工學用語としてのイメージや、社会的認知を指すイメージは除外し、実感的に経験できるイメージである、心理学で定義された「心的イメージ」を考察の対象としたい。

では心的イメージとはどんなものだろうか。イギリスの心理学者リチャードソンは、イメージの定義として、(1) 準感覚的経験である、(2) 自覚できる、(3) それに対応する現実

の刺激がなくても疑似的に経験できる、(4) ただし実際の知覚（＝感覚器官から新たに入力された情報）とは異なる結果をもたらす、の四点を掲げ、これに適合するイメージを、(1) 残像、(2) 直観像、(3) 記憶イメージ、(4) 想像イメージ、の四つに分類した「田寫誠一『イメージ体験の心理学』一九九二、講談社」。メディアとイメージの関係を考えるために、まず彼の議論を基本にして整理してみよう。

「残像と直観像」

残像とは、知覚刺激がなくなった後でもその興奮が残り、元の知覚に極めてよく似た体験をするものことである。圧覚、温度感覚、聴覚でも存在するが、最もよく研究されてきたのは、視覚残像である。視覚残像は私たちに身近な現象である。図柄の異なる静止画が次々と提示されているにすぎないテレビや映画の映像が、なめらかな動きをもった動画として知覚できるのも、残像のおかげである。

直観像 (Eidetic Imagery) と呼ばれる現象は、ドイツの心理学者イエンスィエによって一九〇九年に発見された現象である。見ている対象物を取り除いても、その像を鮮明・正確に見ることが出来る。残像が感覚器レベルの現象であるのに対し、直観像は見た後も数分間鮮明に持続する像であり、眼球を動かしても位置は変わらないから感覚器官よりは深部の現象と考えられている。視覚に限らず、聴覚についても直観像が存在し、例えば、あたかもレコードを聴いているかのように細部が再現でき、しかも時間経過も実際とほぼ同じだという。直

観像の現象を示す人は児童や無文字社会で多く見られるが、文字社会では非常に少ない。文字による抽象的・論理的な思考が、直観像の働きを弱めるのではないかと考えられている。

実際、オーストラリア・アボリジニについて調査した報告 [P.W.Sheehan and S.J.Stewart "A Cross-Cultural Study of Eidetic Imagery among Australian Aboriginal Children" *The Journal of Social Psychology* 87, 1972, pp.179-187] によれば、アボリジニの子供たちの中で視覚的直観像現象を示す者の比率は、西欧式の学校で文字教育を受け、白人社会への順応が高いほど低くなるという。ヒトの認知活動を抽象・記号的モードと具象・図像的モードに分けるとすれば、直観像は後者との関係が深い現象だと考えられる。前に述べたようにアボリジニはイメージ的な学習能力が高いと考えられるが、彼らは具象・図像的モードの能力が高く、それが抽象・記号的モードの働きによって弱められると説明できるのかもしれない。

残像と直観像は、極めて感覚器官に近い部分で生じる現象であるが、これよりも脳内の深い部分で行われる認知活動にかかわるのは、次の記憶イメージや想像イメージである。

「記憶イメージと想像イメージ」

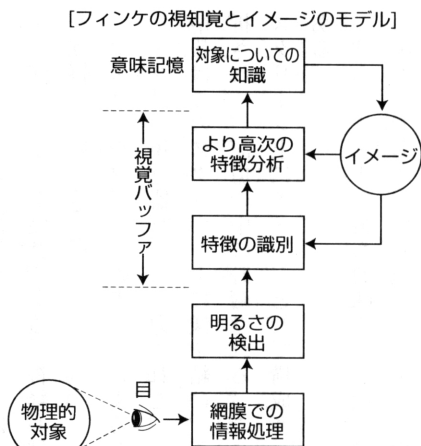
記憶イメージとは、知覚したものがなくなっても、心の中に思い浮かべることができる心像であり、イメージとして代表的なものである。友人の顔を思い浮かべたり、普段通り慣れた駅の構内を思い浮かべたりできるのも、これである。さらに私たちは、記憶イメージのよいうに知覚の模写に近いものだけでなく、自分が経験したことがないものや、現実に存在しな

いものまで思い浮かべることができるといえる。これが想像イメージである。想像 (imagination) という言葉がイメージ (image) から派生したのは、この点に由来する。心理学者の成瀬悟策は、想像イメージとは、記憶イメージを分解し再構成したものだとして述べている [田寫誠一『イメージ体験の心理学』一九九二、講談社、二〇ページ]。

想像イメージは、発見や創造に力を発揮する。よく知られているように、化学者のケクレが、ベンゼン環の分子式を説明できる構造を思いつかずに苦しんでいたとき、鎖状の構造ではなく環状の構造を想定すればうまく説明できることを発見したのは、夢の中に、自分の尾をくわえた蛇「ウロボロスの輪」の視覚イメージが現れたためであった。それまでに記憶されていたさまざまな知識が、イメージの世界に投影されたうえで自由に再構成され、統合されたのだと考えることができよう。

デザイナーが新しいデザインを考える際にも、似たような過程が見られる。その場合には、視覚イメージとしてのデザインを実際に紙の上に描くという、脳内のイメージの「外化」が行われる。これが契機となって、デザイナーは新たなデザインを構成していく。想像イメージは、再構成や外化という相互作用を繰り返しながら、人間の創造にも関与しているのだ。

記憶イメージは、知覚とのかかわりが強い分だけ、受動的なものだといえるのに対し、想像イメージは、ここで述べたように、創造につながる能動的なものである。しかし、記憶されたイメージが再構成されて想像イメージとなり、それが記憶イメージとして定着する場合もあるから、両者の間に明確な区別を設けることは難しい。そこで本書では、記憶イメージ



(図2-1)

と想像イメージをまとめたものを「イメージ」と定義する。
 そして、残像や直観像のように、感覚器官に近い部分で生じる現象は除外することにする。
 なぜなら、メディアを介した情報の受発信は、脳の深部で行われる認知活動に基づいており、そこに関係するのは、記憶イメージや想像イメージだからである。

【2】脳内でのイメージ形成の仕組み

こうしたイメージは、脳の中では実際にどのような形成されているのだろうか。視覚イメージを考えた場合、心の中に実際に絵が描かれているかどうかをめぐって、認知心理学の分野では、脳の中には抽象的な命題の形（記号の式のような表現）の表象しかないとする「命題派」と、実際に絵が作られるとする「イメージ派」との間で一九七〇年代に論争が繰り返げられた。「守一雄『認知心理学』一九九五、岩波書店」。現在では、命題的な表象と図的な表象が組み合わされて意味記憶となっており、イメージは脳

内のスクリーン（視覚バッファ）上に実際に描かれると考える、コスリンやフィンケのモデル（図2—1）が優勢である。神経心理学や大脳生理学の研究結果も、このモデルの妥当性を支持しているようだ。

コスリンやフィンケのモデルによると、意味記憶にある表象から視覚イメージを描くスクリーンは、視覚器官から入力された、外界の図像を描くためにも使われる。外界からの視覚情報はこのスクリーン上に像を結び、それを心の目が見る。これが視知覚である。それが分析されて、記憶の中に貯蔵される。これとは逆に、記憶の中から情報が取り出され、それがスクリーン上にイメージとして構成され、それを心の目が見る。これが視覚イメージなのである。

彼らのモデルで最も興味深いのは、脳の中で、「外からの入力」である視知覚と、「内からの出力」である記憶や想像のイメージ生成が、同一のスクリーン上で行われるという点である。彼らのモデルは、視知覚と視覚イメージ生成という、視覚に関する認知活動に限定したものだ。これを視覚だけでなくほかの感覚についても拡大し、知覚とイメージ形成が、何らかの認知過程を共有していると考えることができるかもしれない。もし、そうであるなら、イメージと知覚の間で見られる次のようないくつかの現象を、うまく説明することができる。

例えば、薄暗い部屋で図像を投影し、それを見る被験者に、どんな図柄であるかを述べてもらう実験がある。部屋を徐々に暗くしていき、図像の投影をやめた場合でも、被験者は「図柄が見える」という。そのとき被験者は、自分が作り出した視覚イメージを、外界からの

視知覚と取り違えているのである。これは、視知覚と視覚イメージがスクリーンを共有しているために起きる現象だと説明できるだろう。知覚（外からの入力）とイメージ（内からの出力）の間には混同現象が起きることがあるのだ。

また、例えば、箱の中にあるモノを入れておき、被験者にそのモノのイメージを思い浮かべてもらう実験では、明瞭な形のモノに対しては、そのモノの知覚像を思い浮かべる。しかし、ぐにやりとした不明瞭な形のモノであれば、その感触から、被験者は過去に経験して記憶しているモノのイメージを呼び出してくるのである。「水島恵一『イメージ心理学』一九八八、大日本図書」。この実験が示すように、感覚器官からの入力が少ない場合に、人間はそれを補おうとしてイメージ活動を活性化する。水の流れるかすかな音を聞いて、私たちは森の中を流れる清流の視覚イメージや、森にいる鳥の鳴き声など、聴覚イメージを思い浮かべることがある。真つ暗な空間で、音だけ聞かせて怖がらせるお化け屋敷は、視覚が遮断されることによってイメージ活動がより活性化する、という視覚遮断効果を利用して、恐ろしい視覚イメージを作り出すものかもしれない。

さらにいうならば、知覚というプロセス自体が、イメージの力を借りて行われるものであるらしい。心理学者のナイサーは、「知覚プロセスとは、イメージという予備図式による探索である」と述べた。つまり、人間は、何かを知覚する前から見たり感じたりしたいもののイメージをすでに作り上げており、それに合うように知覚してしまうのである。

例えば、少しゆがんだ棒を見ても、あらかじめ自分が直線だと予想したイメージに沿うよ

うに棒を見て、まっすぐな棒だと認識してしまうという実験がある。極言すれば、私たちは何の先入観もなしに世界を認識しているのではなく、常に自分の記憶から紡ぎ出されたイメージという色メガネを通して世界を認識していることになる。

この点は、メディアとイメージの関係を考えるうえでも非常に重要である。なぜならば、これを情報を受け取る場面に敷衍するならば、同じ情報を受け取っても、それぞれの人がすでに持っているイメージに応じて、認知される情報自体が異なることになり、それが情報の受発信において大きな影響を及ぼすからである。

このように、イメージが知覚を補う場合もあるが、逆に知覚を妨害することもある。例えば、ある曲を思い出しながら車を運転することはやさしいが、映画の場面を思い出しながら運転するのは難しい。また、ある音楽を聴きながら別の曲を思い出すのは難しい。この現象も、感覚器官ごとに知覚とイメージ形成の場が共有されており、その容量に限界があると考えれば説明可能である。すなわち、運転時には視知覚という入力が大きいために、映画場面の視覚イメージ形成という出力が困難となり、また、音楽を聴くという聴覚での入力を行っているときには、聴覚イメージの出力が困難になるというわけだ。同じ感覚器官については、イメージが知覚を妨害するのである。

一方、異なる感覚器官の間では、知覚がイメージを喚起する「共感覚」という現象が知られている。例えば作曲家リムスキー・コルサコフは、ある特定の音に対して、特定の色彩シーンが浮かんできたという。また、柔らかな語感の言葉が丸い図形をイメージさせ、固い語

感の言葉が直線的図形をイメージさせる、というように、言葉の響きと視覚的イメージの間にも共感覚が認められるという。これらは、異なる感覚についても、知覚とイメージが相互に関連し合ったプロセスであることを示唆している。

これらの知覚とイメージの間に見られる諸現象は、視覚についてのモデルである図2-1をほかの感覚器官に拡張してやれば、うまく説明できるわけである。またこの図は、知識、言い換えれば記憶イメージが、知覚という外部から入力された情報によって不断に更新されていく事実を説明している。私たちが、固定的に持っていると考えがちなイメージも、実際には新たに入ってきた情報と合成されて変化し続けているのである。

さて、これまでは、イメージの働きを知覚とのかかわりの中で見てきたが、以下では、認識や表現といった、高度な認知活動とイメージのかかわりを見ていくことにしよう。

【3】イメージと記号作用

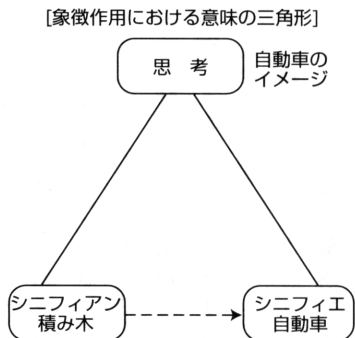
メディアや情報の受発信を考えるうえで、記号作用は重要な意味を持つ。図1-1（二二ページ）で見たように、コミュニケーションの場面において、発信者が意味を表現し、受信者がそれを理解する際には、必ず記号が媒介となっている。文字は記号の一種であり、言語自身が最も高度な記号作用にはかならない。言語を使わない非言語コミュニケーションにおいても、仕草や表情などが記号として機能しているのだ。そして、これまでに述べてきたよ

うに、意味を表現し、理解する際にキーとなるのがイメージである。そこで、本節では、イメージと記号作用との関係を整理しておこう。

言語学者のソシュールは、「意味するもの（シニフィアン）≡記号」と、「意味されるもの（シニフィエ）≡記号内容」の二つの項目を設定し、この二項関係が記号作用であるとした。ソシュールは言語学をベースに考えたため、記号としては音声言語を考え、記号内容としては言語が生み出す視覚イメージを例に挙げている。例えば、「イヌ」という音価によって一般的なイヌのイメージを思い浮かべるとき、「イヌ」という音価がシニフィアンであり、イヌの姿、鳴き声、臭いや毛触り、といったイメージがシニフィエである。

この例では音声言語が記号であったが、現実世界では、言葉だけでなく、音、色や形、においなど、感覚器官で知覚されるあらゆる刺激が記号として機能する。人がそれらから何らかの意味≡イメージを感じとることができれば、それらはすべて記号といえる。こうした記号作用は、「記号→イメージ」の変換過程と言い換えることができるだろう。

逆に、人が自分の持っているイメージを外界に向けて表現しようとするときには、それを何らかの記号に変換すること、すなわち「イメージ↓記号」という変換が必要である。この場合、受信者がその記号によってイメージを形成できるように、すなわち受信者側の「記号↓イメージ」変換におけるイメージが、発信者の「イメージ↓記号」変換におけるイメージとできるだけ一致するように、記号を選ばなければならない。言語とは、この「記号↑↓イメージ」対応が社会的に定められているような記号の体系にほかならない。



(図2-2)

このような、「記号↓イメージ」変換、「イメージ↓記号」変換は、図1-1-1に示したコミュニケーションのモデルでも説明されていた事柄である。図1-1-1では、記号から概念への変換は復号化（デコード）、概念から記号への変換は符号化（エンコード）と呼ばれている。前節で述べたように、概念はイメージを媒介にして表現され、また理解されると考えられるので、図1-1-1における復号化過程は「記号↓イメージ」変換に対応し、符号化過程は「イメージ↓記号」変換に対応する。本節では「記号↓イメージ」変換を「記号のイメージ化」、

「イメージ↓記号」変換を「イメージの記号化」と呼ぶことにしよう。

記号作用は、必ずしも「記号↓イメージ」の関係だけにとどまらない。広義の記号作用には、「事物↓それにかかわる別の事物や概念」という指示関係も含まれる。記号学や言語学では、この指示関係を特に「象徴」と呼んでいる。簡単にいえば「見立て」である。三角形の石を富士山に見立てたり、白い綿の固まりを雪に見立てることとは、私たちが幼児の頃から「ごっこ遊び」の中で行ってきたことである。実はこの見立ては、イメージを間に介在する高度な精神作用なのである。

幼児が、「ブーブー」と言いながら四角形の積み木を手

に取って床の上を滑らせている場面を想像してみよう。明らかにこの子は、積み木を自動車に見立てているのだが、よく考えてみれば、積み木は自動車を直接指示しているのではない。積み木から得られる知覚によって、幼児の頭の中には、これまでに見て記憶された自動車のイメージが呼び起こされている。そのイメージを介して、対象物である自動車が間接的に指示されているのだ。「内田伸子『想像力』一九九四、講談社」。図2-2に示した「意味の三角形」と呼ばれる三項関係、すなわち、「シニフィアン(≡積み木)↓自動車のイメージ↓シニフィエ(≡自動車)」というように、間にもう一つ、何らかの類似関係を想起するイメージが介在した三項関係によって、シニフィアンが間接的にシニフィエを指示する関係が、「象徴」なのである。

ただし、日本語で象徴という場合、例えば、「鳩↓平和」のように、シニフィエが抽象概念を指す場合に特化することが多い。しかも、象徴と記号の関係は、論者によって前者が後者を包含すると考える立場もあり、混乱を招くので、本章では、シニフィエとなるのがイメージである場合だけをとり上げて記号作用を考えることにしよう。

記号とイメージの結びつきは、本来まったく恣意的なものだ。最も精緻な記号体系である言語にしても、ある集団でたまたま共有された約束事にすぎない。「イヌ」という音価がイヌという動物を指すのは、日本語コミュニティにおける約束事なのだ。コミュニケーションとは、発信者と受信者の間で記号とイメージの結びつきが約束事となって初めて成立する。コミュニケーション理論では、この約束事、すなわち、記号からイメージへの変換規則、およ

びイメージから記号への変換規則の両者を「コード」と呼んでいる。言語もコードの一種なのだ。コミュニケーションが成立するには、コードが共有されていなければならない。逆にいえば、発信者と受信者が同じコードを共有していない限り、同じ記号に対して同じイメージを持つことはできないから、コミュニケーション・ギャップが生じるのは必然なのである。そして、コミュニティとは、あるコード体系を共有する集団のことであると定義できるのだ。

〔4〕コミュニティをつなぐイメージ

これまでイメージに関して述べてきた事柄を整理し、コミュニケーションにおけるイメージの機能を考えてみよう。

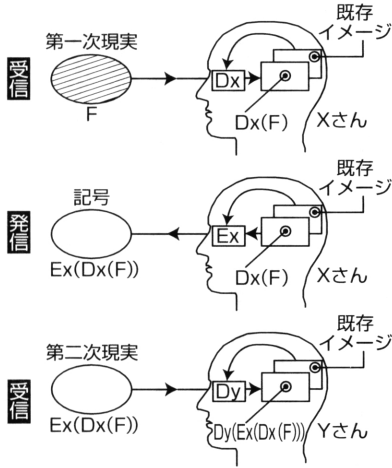
本章の第2節で述べたように、イメージ活動の基本原則は、コスリンやフィンケのモデル(図2-1)から導出される次の二点である。

(a) 外界の認識は、常に自分の頭の中にある既存イメージによるバイアスを受けて行われる。ナイサーの述べた「知覚プロセスとはイメージという予備図式による探索である」がこれである。

(b) 人間の記憶イメージは、外部から入力された情報によって不断に更新され、再構成されていく。

この二点は、コミュニケーションの場面でのようにかかわってくるのだろうか。コミュニ

[コミュニケーションにおけるイメージの役割]



(図2-3)

ニケーションは、情報の発信と受信が基本であるが、ここでは、あるXなる人物が、現実の事象Fをその場で知覚し、その事象を別の人Yに記号を使って発信し、Yがそれを受信する、という三段階の過程を想定し、前記の基本原則とのかわりを見てみよう。

Xさんにとって事象Fは現場で感得できる現実である。そこで、このFを「第一次現実」と呼ぶことにしよう。他方、YさんにとってのFは、Xさんが記号で表現したもの、すなわち、メディアを通してしてしか感知できない二次的なものである。そこでこの現実を「第二次現実」と呼ぶことにする。例えば、アポリジニ社会をフィールドとする私にとって、そこで見た狩猟場面は第一次現実であるが、それを私が写真やビデオに収め、別の誰かに見せたとすれば、その人が写真やビデオを通して見た狩猟場面は第二次現実ということになる。

なぜ、このような区別をするかというと、マスメディアが発達し、電子化されたネットワークが地球規模に広がった現在、私たちは、第一次現実と接することよりは、メディアを介

して情報を受信することのほうが圧倒的に多くなっており、その第二次現実のみから何らかの価値判断を迫られることがしばしばあるからだ。

ところが、この第二次現実が第一次現実と一致するとは限らず、必ず両者の間にはズレが生じてくる。これが、発信者と受信者の間でのコミュニケーション・ギャップにつながるわけだ。このズレの大きな要因が、発信者と受信者それぞれが持っているイメージにあると、私は考える。また逆に、このズレが避けられないものだという認識を双方が分かち合っていれば、コミュニケーション・ギャップを小さくすることも可能ではないだろうか。

話が先走ってしまったが、右で仮定しているコミュニケーションの三段階を图示したものが図2-3である。まず第一段階から順に見ていこう。

〔第一次現実の受信〕

第一次現実Fを何らかの記号（この場合は、現場から得られる視覚、聴覚などの感覚刺激）によって知覚したXさんは、Fのイメージを頭の中に作りあげる。すなわち、「記号のイメージ化」を行う。この操作を $D_x(F)$ と表現してみよう。Dは記号からイメージへのデコード（復号化）を関数と見なした表現、デコード関数であり、添え字xは、このデコード関数がXさん固有のものであることを示す。

実は、この D_x は、Xさんがそれまでに持っているイメージに依存したものである。ここでイメージ活動の基本原則（a）を思い出してほしい。いかなる知覚であっても、既存のイメ

ージによるバイアスから逃れられない。すなわち、Dxにはバイアスが含まれているのだ。

このDxを構成する成分を細かく見ていくと、一つには、コミュニティで共有されている約束事、すなわち、先に述べた記号とイメージとの相互変換規則、「コード」がある。コミュニティでコードが共有されているということは、結局のところ、そのコードがコミュニティ成員一人一人の頭の中でそれぞれなりに記憶されていることであり、各人のコードの間にズレが生じるのは避けられない。Dxを構成するこの成分を「コミュニティ・コード」と呼ぶことにしよう。

Dxを構成するもう一つの成分は、本人の経験や知識に根ざしたバイアスである。同じ現象でも、見る人によってとらえ方が異なってくるのは、この個人的なバイアスに原因があると考えられる。例えば、パリの街並みを一緒に見て回った二人の一方が「汚れた街」の印象を持ち、他方が「しゃれた街」の印象を持つこともある。このようなDxの成分を「個人的バイアス」と呼んでおこう。複雑なのは、個人的バイアスがその人の持っているコミュニティ・コードとも相互に影響し合うことである。このことによって、各人のコードの間にズレが生じるのである。同じ日本語であっても、ある言葉のニュアンスが人それぞれの間で微妙に異なるのは、このためであろう。これらDxを構成する成分については、後でもう一度詳しく考へることにする。

いずれにしろ、既存イメージによるバイアスを受けて、第一次現実Fは、Xさんの頭の中でDx(F)というイメージに変換され、記憶される。ここで基本原則(b)を思い出そう。この

イメージは、そのまま固定されるのではなく、既存のイメージと相互に影響し合い、イメージの再構成が行われる。

すでにこの段階で、第一次現実Fは、Xさんなりの切り取り方、すなわちD_X(F)という関数によってD_X(F)に変化していること、そして、このD_X(F)は、直ちにXさんの既存イメージと融合して変容し始めるということに注意しておこう。

「情報の発信」

Xさんが情報を発信する際には、自分が持っているイメージを記号に変換する操作を行う。この「イメージの記号化」操作をエンコード関数D_Xで表現しよう。Dと同じように、イメージから記号へのエンコード（符号化）操作を関数と見なした表現である。

発信するイメージが、第一次現実を受信して得られたD_X(F)であった場合、それを発信する際の記号はE_X(D_X(F))と表現できる。このエンコード関数Eも新たなバイアスを含んでいる。それは表現手法である。何らかのイメージの記号化を行う場合、必ずその人なりの表現が存在する。言語のように確定したコードに従う場合においてさえも、漢字の使い方、言いまわしやレトリックなど、その人固有の表現手法があり、それが個性を生み出してもいる。コードがもつと緩やかな写真や映像においては、表現の揺れ幅がいつそう大きくなるのは明らかである。

さらに注意しておくべきは、前項で述べたように、D_X(F)自体が、既に形成された時点のそ

れとは異なったものに変容してしまっていることである。時間経過とともにその違いは大きくなっていくだろう。ただし、図2—3では、これらバイアスをすべて既存イメージに負わせて表現してある。

「情報の受信」

別のYさんが、Xさんから記号 $Ex(Dx(F))$ を受け取って、自分の頭の中にイメージを形成する場面である。この際もXさんの受信時と同様に、記号をイメージ化するデコード関数が働くと考えて、Yさんの頭の中に形成されたイメージを $Dy(Ex(Dx(F)))$ と表現しよう。この場合でも、Yさん固有の既存イメージによって、 Dy にはバイアスが含まれているのだ。

ここでYさんが受け取る、事象Fに関する記号 $Ex(Dx(F))$ が、先に述べた第二次現実に当たる。これまでの説明でわかるように、この第二次現実とは、第一次現実Fとは大きく異なる。なぜなら、Xさんが受信する際の Dx 、および発信する際の Ex 、二つの関数が、ともにXさんのイメージによってバイアスを受けているからである。これがコミュニケーション・ギャップのもとになるわけだ。また第三章でも述べるように、視覚メディアの写実性と物語性、メディアの作り出すリアリティの問題は、すべてこのバイアスの問題に帰着できるといえよう。

先述のコミュニケーション・コードについて考えてみよう。コードを共有する社会集団がコミュニケーションであると定義するならば、コミュニケーション・コードという言い方はトートロジーなのだが、ここでは、既存のコミュニケーションの解体と再編成を考えるために、あえてこう呼んでおく。

ある社会を包括する基本的なコミュニケーション・コードは言語である。言語はシニフィアンとシニフィエの結びつきが確定しているかに見える。しかし、使う場面のTPOによって、意味合いが変わるのは当たり前のことであり、このTPOは広い意味での文脈と呼ばれる。この文脈がまた、個人個人が既に持っているイメージ、すなわち、経験や知識などの個人的バイアスに依存するのだ。例えば、「真つ赤なバラを想像せよ」と命じられた場面を設定しよう。この命に従って個々の人たちがイメージするバラの姿や色合いの間には、ズレが生じてくる。いくつかのケースを考えてみよう。

同じ日本人で、同じ赤いバラを見た、すなわち、同じ第一次現実面接した経験を持つ人間でも、個々人の記憶イメージの間には、差異が生じてくる。それは、個々人の経験や知識がもたらすバイアスのせいであり、結局は基本原則（b）で述べたように、記憶イメージは繰り返し再合成されるためである。

第一次現実の異なる場合、例えば、バラの品種が異なる異国間では、ズレがもっと大きくなるのは当然だ。色名についても、人類に普遍的な色彩分類があるとするバーリンとケイの仮説があるものの「長野泰彦「色彩分類」『認識人類学』一九八一、至文堂、一〇七—一三六ページ」、文化ごとに微妙なズレを生じるのは当たり前である。このように、言語間の意味の差異は、抽象的な用語であればいっそう大きくなる。

現在では、国際的なデザインの交流が行われており、発注と受注が国をまたがることも多いが、その際に困るのが色合わせだそうである。「〜のような青」といった感性形容詞で色を

表現することが多いのだが、この感性がまた曲者で、国ごと、人ごとにイメージが異なるのは、これまでの説明で明白であろう。最後は、色見本を交換して色合わせを行わざるをえないという。

そもそも赤いバラという第一次現実を持たない人にとっては、それをイメージできるとしても、何らかの第二次現実に残存したものに相違ないから、当然ズレが生じる。面白い例を紹介しよう。心理学の人格検査法の一つに「バウムテスト」がある。果実のなる木を描かせ、描かれた木の形の対称性や根の張り方からその人のパーソナリティを知るものであるが、オーストラリア中央砂漠地域のように、現地に実のなる木がほとんど見られない地域では、写真や映像で見た木の姿にひきずられ、テストがうまくいかないという。

以上のように、言語というコードが、実は厳密に見えながらイメージの間にズレを生じさせるものであるなら、言語よりも表現力のある写真や映像を記号として用いるマルチメディア技術は、個々人のイメージ間のズレを少なくしようという、ねらいを持つものだといえる。

【5】コミュニティのダイナミズム

これまでは、コミュニティがコミュニティ・コードを規定するかのようない方をしてきた。日本社会というコミュニティがコードを規定し、その総体が文化であるというならば、最も広い意味のコードとは、文化そのものにほかならない。ところが、文化とは、コミュニ

ティの中に新たなコードが生まれ、それが新たなコミュニティを作り出す、というようなダイナミズムを伴ったものでもある。コードがコミュニティを規定するのだ。その例を見てみよう。

既存の言語が新たな意味を獲得すると、それが通用するコミュニティができあがる。若い女性の使う「かわいい」という言葉が、おじさんに理解不能な言葉として話題になったことがある。グロテスクに見える人形に対しても「かわいい」と表現するのだ。彼女たちの使う「かわいい」という記号は、従来の日本語コードが指すイメージからは大きく逸脱した、別のイメージを指している。ここに、記号とイメージの新しい対応関係、新しいコードが生まれており、それを共有する彼女たちのコミュニティができあがっているのだ。従って彼女たちのコミュニティとおじさんコミュニティの間に、コミュニケーション・ギャップが生まれるのも当然である。

まったく新しい言葉が作り出される場合も多い。例えば、「チョコベリバ」からはじまり、「チョコガンブロン」に至る新しい言葉が、そのリズムやイントネーションも含めて、若い女性のコミュニティで使われているという。この記号も、説明を聞かない限り、私のようなおじさんには、何が何だかわからないコードなのだ。

新しいコードが新しいコミュニティを作り出す現象は、世相やサブカルチャーに関する議論で数多く取り上げられている。オタクや新宗教、コミックマーケットなども、コードを共有するコミュニティにはかならない。

さらにこの動きは、世界規模に広がっている。ネットワーク社会がもたらす文化変容について多くの議論があるが、その一つには、新たな人的ネットワークの形成を積極的に評価する立場がある。既存コミュニティを越えて、新たなコミュニティが形成されることがあるが、それはある記号に対して同一のイメージを想起できる人たちの集まりなのである。

新しいコミュニティの形成は、一方では既存コミュニティの崩壊と裏腹の現象でもある。前述のコミュニケーション・ギャップとは、まさにこのことであつた。さまざまなメディアが生まれ、コミュニケーション可能な距離が広がった現在は、コミュニティの崩壊と再編成がいつそう激しくなる時代である。しかも、一人の人間は、生活のさまざまな場面ごとには存在する複数のコミュニティともつき合っていかなければならない時代である。コミュニティ内だけで完結したコミュニケーション、すなわち、イントラ・コミュニケーションですませられるという事態はもはやありえない。複数のコミュニティの間でのインタラ・コミュニケーションが必要となつていく。その際に、必然的に生じるコミュニケーション・ギャップを埋める努力が、ますます求められることになるだろう。

ギャップを埋めるのに必要なこと、すなわち、コミュニケーション相手に行き渡らせるだけの意図を的確に伝え、また相手の意図をできるだけ理解するのに必要なのは、イメージする力である、と私は考える。発信の際にも、受信の際にも、相手のイメージ形成を慮ること、これがコミュニケーション・ギャップを埋める努力にほかならない。