

「メディア・ビオトープ」の構築条件に関する考察

— 神田神保町エリアの持つ可能性 —

土 屋 薫*

要 約

「メディア・ビオトープ」という概念は生態学の隠喩として発想される。分子生物学の知見に基づけば、一部の不完全な情報からでも必要な情報をつくりだして生命を維持しようとするのが生物であるが、生物体内の分子レベルで起こるこのような動的平衡をつくりだすことが、メディア・ビオトープの基本的な構築条件だと思われる。これを社会単位で構想するとき、日常と非日常のバランスモデルである聖一俗一遊の三項図式の中で「遊」概念が注目される。

多様なメディア構成と情報から、ゆるやかな情報クラスターが生成され、情報と人間とがアドホックに出会う場こそがメディア・ビオトープの具体的な姿の一つだとすると、その要件は「潜在性」にあり、アブダクションに至る以前の「共感」段階にこそ、その本質がある、ということができる。これは一種のマッチング・システムであるが、重要なのは結果ではなく、むしろマッチしなかったときに自己塑性されるセカンド・オピニオンを得るための、冗長性を保持するしくみづくり、ということができるだろう。

キーワード：メディア・ビオトープ、動的平衡、マッチング・システム、冗長性

はじめに

19世紀から20世紀にかけて、人類は電信・電話・ラジオといった様々なメディアを手にしたが、それらは、そもそも様々な可能性を秘めた存在として社会に登場した。ところが、先行のメディアとの競合関係や普及に関わる企業戦略の中で、それら当時の「ニューメディア」は、限定的な役割を担わされるようになっていったという（水越1996）。多様な可能性を秘めた存在が、国家や資本などによって、その役割を固定化されたわけである。これはたとえば、ラジオの機能が限定されただけでなく、ラジオを扱う側から情報の「送り

手」としての役割を奪い、「受け手」としての役割に限定させた、ということの意味する。

つまり、メディア＝技術の問題は、単にそれ自身のみならず、それに関わる人間のポジションにまで影響を与えてしまうのである。この構図を、インターネットやデジタル放送に読み替えてみると、「web 2.0」や「集合知」に関する議論が世情を賑わすさまも説明できる。またヴェブレンの言うように、人間行動の原理がもての過剰な蓄積に立脚する、という観点に立つならば、付加価値に基づく経済行為が情報行動に収斂していくのは、投資家達の生態で証明するまでもないことだろう。

このように（Veblen 2005）、たとえ「メディア・ビオトープ」という概念が、生態学の隠喩としてのイメージから発想されるものだとしても、そこには、人間論、現代社会論（情報化社会論）

2007年11月30日受付

* 江戸川大学 ライフデザイン学科准教授 レジャー社会学、
レジャー産業論

からのアプローチが自ずと包含されている。そこで本研究では、これらのアプローチからの観点も含めて、「メディア・ビオトープ」を構築していく条件について明らかにすることを目的とする。

1. メディア・ビオトープの概念構造

メディア・ビオトープの構築条件を整理する上で、もう一度、メディア・ビオトープの概念構造を整理しておきたい。

先行研究にあるように、人間の脳は自らが捉える世界観を現実投影してきた、という(養老・斉藤 1992)。それは、暗黙知を形式知へ転換する、という見方で捉えることもできる。この転換の構造について、茂木は「偶有性」という概念でわかりやすく説明している(茂木 2005)。すなわち、人間の脳は、完全にはランダムに起きていない事象を「整理して」法則性を見出すことに興味を感じる、というのである。したがって、完全にランダムに起きる事象に対しては興味を持たないし、法則性の確定している事象にも興味を持たない、ということになる。ヒトは、まだ法則性を見出せない事象に法則性を与えて「くれそうな」情報を求めて渉猟するわけである。だがそれは、法則性を見出せそうにない(形式知に転換できそうにない)暗黙知は切り捨てる、ということも意味しないだろうか。

大脳生理学の立場からは、人間行動は、認識論的にこのように捉えられるわけだが、これを観光行動に当てはめて見ると、観光で語られる「非日常性」という概念も理解できる。すなわち、単なる「非」日常ではなく、旅行先という非日常と日常とを結んで、日常を再編する「メタ」日常の力を持つ非日常、あるいはそれを実感させる情報こそが、観光という行為の中で望まれているのである。

ただこのことを、情報行動という点から見直してみると、そこにひとつの限界を見て取れる。

人間が日常生活をリセットする情報を観光の場で採り入れる存在だとしても、日常を再編成するような情報を、単なるデータベースから得ることは容易でない。これは、インターネットで検索エ

ンジンを利用するとき、すぐに了解できることであろう。必要な情報こそ「うまく探せない」。そもそも、求める情報の輪郭や位置づけが簡単に特定できないからこそ、必要な情報としての「空欄」が生じるわけである。

いわば、自分を再構築するための条件に関する「あいまい検索」こそ、観光の場で求められているものと言えるだろう。それは単なる情報の集積ではなく、発信元や対象・寿命の異なる情報の「棲息場所」をひとつかたまりに捉えつつ、それらパラダイムの異なる情報を結んで一種のネットワークが構築されて、はじめて可能になることなのではないだろうか。その結節点として、あるいは情報が活性化してその価値が認識される場としてこれらのポイントを見つめるとき、そこに「メディア・ビオトープ」と呼ぶべきものを確認する可能性を見出せる。

もちろん実際にその「造成」を試みるとすれば、結節点を構築する諸要素に関して、様々な角度からの調査研究を実施することが望まれるだろう。

2. 相補性と相互作用

— 生物学からのアプローチ —

これまでの研究の中で、メディア・ビオトープが生態系を隠喩として、情報環境を捉えようとする試みであることは明らかになっている。またその性格は、自由裁量で選べるオプションとしてではなく、われわれ人間にとって、無視することのできない存在として、むしろ求めるものとして構築すべきものである可能性が予想されている(土屋 2007)。

ただこれまでの議論では、情報環境の多様性ばかりに目を奪われていたきらいがある。これでは不十分で、言い換えれば、情報環境が多様であれば、そのままそこにメディア・ビオトープなるものが成立するのか、ということである。

ここでも自然界を例に取るならば、生物種が多く存在するだけで生物多様性が成立するわけではない。そこには、自然環境と生物種、また生物種間同士の関係性に関わる精緻なメカニズムが働い

ていることがわかっている。

それではわれわれは、多様な情報メディアが混在するところで、何をすればいいのだろうか。

ここではやはり、生物学の成果を頼りにしてみよう。

周知の通り、現在では、自然の姿は「ネオ・ダーウィニズム」の中で整理されている。ダーウィン自体は、適者生存の法則を「特定器官の使用・不使用が発達・退化に関わり、この結果獲得した形質が遺伝する」としていたわけだが、今やDNA複製の転写ミスによって生じる突然変異のうち、優れた形質だけが自然選択の結果定着する、と考えられている。

しかしこれだけでは、生物個体のありようは説明できても、自然界全体に関わる生態系といったしくみの説明にはこと足りない。このような視点から提起されたのが今西錦司による主張である。今西によれば、異なる生物種同士は競争を避けて「棲み分け」をするという。これは、進化の主体が「種」である、と捉えることにもつながる。それぞれの生物種は現状維持的に種の保存を目指す故に不可避の接触以外を避けるように棲み分けるため、絶妙なバランスで生態系が維持される、というのである（今西 2002）。

ただしこれでは、結果としての棲み分けは理解できても、そのしくみ自体が説明されているわけではない。

それでは、このようなシステムの構成条件を検討するためには、どうすればいいのだろうか。

ここでは、近年の分子生物学の知見を参考にしてみたい。

福岡によれば、生命とは「動的平衡にある流れ」である、という（福岡 2007）。これまで、生命は自己複製するものとして定義されてきた。ところが、物理学の知見からエントロピー増大に抗って秩序を維持するもの、という仮説が得られるとともに、標識を付けた主要元素の同位体を「追跡子」として生物実験に用いることにより、身体を構成する成分が分子単位で絶え間なく入れ替わっていることがわかった、というのである。

またそのしくみは、ジグソーパズルを例に説明

されている。たとえば9つのピースできているタンパク質があると仮定すると、たとえその中の1つが欠けたとしても、他の8つのピースとの関係で欠けているピースを補って作り出す力が生命にはある、というのである。福岡はこれに「相補性」という言葉を当てているが、このような形で傷んだ部分を修復していくことにより、生命活動は維持される、ということになる。

このダイナミズムの中に、メディア・ビオトープ構築のヒントが見出せるのではないだろうか。すなわち、多様な情報が混在するだけでは必ずしも動的状態は生まれない。決まった構成要素のうち、あらかじめ特定できる（補填できる）ような情報や条件が「欠けている」とき、それを補うものがまわりにあれば、そこで相互作用が成立することになる。

ここで問題になるのは、どのようにして欠けているものを補うような「潮流」そのものをつくるか、ということである。動的平衡を保つようなムーブメント（しくみ）を、社会の中で、どのように条件設定し得るか、ということが次の課題になる。これは、飽和状態や安定状態になるまで続く動きとして理解したい。そういった意味では、下流社会というキーワードで語られる意識の停滞性については、メディア・ビオトープ構築という観点からも見逃しえない大きな問題を孕んでいると言えよう。またこのとき、いわゆる恣意的・示威的な「社会運動」が考察の対象外であることは言うまでもない。

3. ダイナミズムの構築

— プレイ論からのアプローチ —

情報自体に動きを与える条件を考察するにあたって、ここでは観光という視点に立ち戻り、先ほど挙げた日常と非日常というキーワードから考察を進めてみたい。

日常と非日常という区分で社会や認識について考えていくとき、検討しておかなければならない視点がある。それは聖と俗に関する議論である。

そもそもデュルケムによって提起されたのは、

「聖」と「俗」という対立する二つの要素で社会を整理しようとする視点であろう。カイヨワは、このうち「聖なるもの」に着目し、「日常性を侵すもの」として、その概念の適用範囲を現代社会にまで広げた。すなわち、現代社会においては「祭り」と「戦争」も聖なるものに位置づけられる、としたのである (Cailloirs 2001)。

この議論が意味するところは、経年変化で破綻しかけた日常を再生するものとして、非日常の場を用意するのが聖なるものの役割だ、ということである。しかしながら、産業革命以降、世俗化が進み、祭りの場では十分に日常を覆す力を持つことができなくなったのが現実である。また、二度の世界大戦と米ソ冷戦による原子力兵器の拡散によって、戦争という日常を覆すような蕩尽の場も、自己規制から十分なコントロール弁としての役割を持ち得なくなった。

今や、聖と俗という図式では、「頭でっかち」になった日常のバランスをうまく保てない状態になってきたのである。日常と非日常を往来することで動的にバランスを取ることが難しくなってきたわけである。そのとき、聖と俗のみならず、「遊び」の社会的役割を唱えたのが他ならぬカイヨワなのである。

カイヨワはホイジンガの『ホモ・ルーデンス』に触発されたと言われているが、ホイジンガによれば、遊びとは人間存在にとって何にも先立つ本質的なものであると言う (Huizinga 1955)。あらゆることから全く自由な領域を確保すること、あるいは確保された状態こそが遊びの本質であると言う。それは、何か特定の目的に縛られない活動だと言ってもいいだろう。

一定方向にベクトルが集約されず、個々人がおもいおもいに好き勝手なことを、好きなように行なう。人間活動というフィールドでみると、これはたとえば、分子のブラウン運動のようなイメージでとらえることが可能なのではないだろうか。つまり、遊びという触媒があってはじめて、メディア・ビオトープ構築につながる条件が成り立つのではないだろうか。

ただし一方で、人間社会が発達するとやがて、

遊びたいから遊ぶのではなく、何かの目的のために遊ぶ、という状況も生じてくる。それは、生産性を再創造するレクリエーションとして気晴らしを目的としたり、ある時には現実逃避の手段として、また利潤を追及するギャンブルといった形をとる。こうなってくると、あらゆることから全く自由な領域を確保するといった意味での遊びを成立させるのは難しくなる。つまり、遊びは日常の一部として、現実に従属していくことになる。

また、祝祭の場が商業イベントとしての機能に取って代わられつつあることも考えると (松田 1987)、是非はともかくとして消費による蕩尽という形で日常を覆す、という状況も見過ごすわけにはいかない。

その意味で、観光情報という限定の仕方は、考察を進める上で、必ずしも間違った方向ではなかったことが伺える。観光情報を「観光地」情報として理解すれば、情報自体に日常を離れるベクトルが包含されているからである。

4. メディア・ビオトープの構成条件

われわれは、このような事態を想定した上で、「メディア・ビオトープ」の構築を検討しなければならないわけであるが、上記のような点から、まず観光情報を核とした「メディア・ビオトープ」をイメージするとすれば、それは、「石垣島の観光ビオトープ」とか「知床の観光ビオトープ」などと呼ばれることが予想される。

それでは、その構成条件とは一体何か。

ここであらためてこれまでの知見を整理すると、メディア・ビオトープ構築の可能性が見出せるのは、以下のようなところとなる。

それはすなわち、メディア構成が多様なところであり、多様な情報が集まり、ゆるやかな方向性を保ちながら情報クラスターが生成され、それらの情報と人間とがアドホックに出会う場、ということになる。それは、特定の目的に限定されないという点で「遊び」に関わるものであることが予想される。またその際結びつくことが想定されるのは、情報と人間のみならず、情報そのものとい

う観点から見れば潜在的な情報媒体である「人間と人間」も含まれている。

それから、情報量に関しては、「相補性」を担保する上でも、飽和状態が望まれるだろう。また、「出会う」ことが想定される人間像の分析と情報の選好度、それに合わせた「抜きピース」(その場で完結せず、自己収集しなければ得られない情報)の割り出しとストック方法が重要なのは言うまでもない。

この「出会い」の結果生成されるものは、「集合知」という概念で捉えるとわかりやすいと思われるが、メディア・ビオトープという概念においては、その結果よりも「潜在性」が重要であり、アブダクションに至る以前の「共感」段階にこそその本質がある、ということができる。

ここで求められるのは、一種のマッチング・システムであるが、重要なのは完全にマッチするという結果ではなく、むしろマッチしなかったときにセイフティ・ネットを通じて自己塑性され得る冗長性の保持、ということができるだろう。このファースト・オピニオンとセカンド・オピニオンを結ぶ連動性こそが「動的平衡」を担保すると考えられるからである。

そのような場を構築していくため、すなわち観光地と観光客を観光情報でつなぐため、またそこで「あいまい検索」を実現させるために、まずは「多様なメディアによるアクセス・ルートを同時並行的に確保する」場が必要であろう。

ただし、そこで重要なのは、たとえば、「石垣島が生き生きと実感できる場所」あるいは「知床が生き生きと実感できる場所」がつくれるか、ということであり、本土の沖縄料理店が都会に沖縄の風を運ぶオアシスとなるがごとく、石垣島や知床に「行きたい」あるいは「帰りたい」としみじみ思わせてくれるような場所こそ、観光版「メディア・ビオトープ」と呼べるだろう。そのとき「ビオトープ」の「ビオ」が意味するのは、文字通り、その「土地の生命」と言ってもいい。ある意味で、その土地の「地霊」こそが観光版「メディア・ビオトープ」の核だと言えるだろう。

したがって、ビオトープとは、自分の居場所づくりに通じるものとして捉えることができるだろう。そしてそれは、電腦空間ではなく、現実の空間につくられる「バーチャル・リアリティ」と位置づけることができる。

その一例として、神田神保町周辺が注目できる

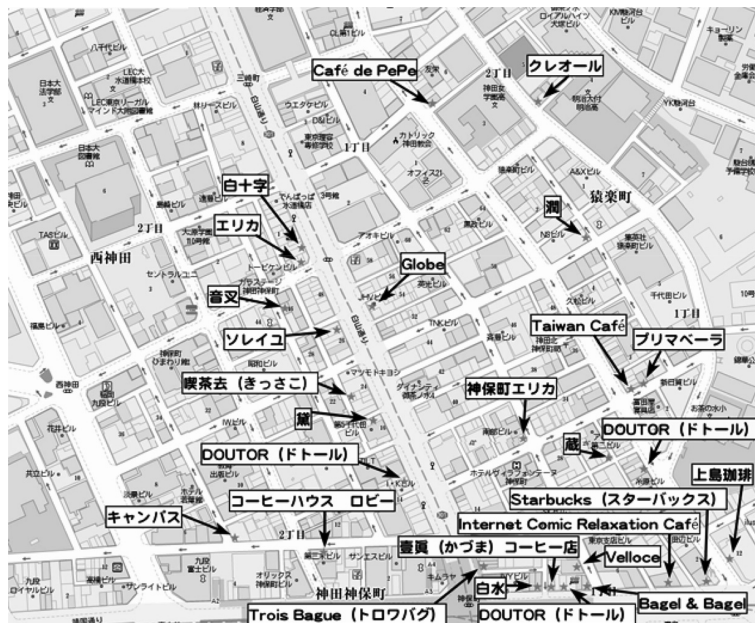


図1 靖国通り以北の喫茶店分布

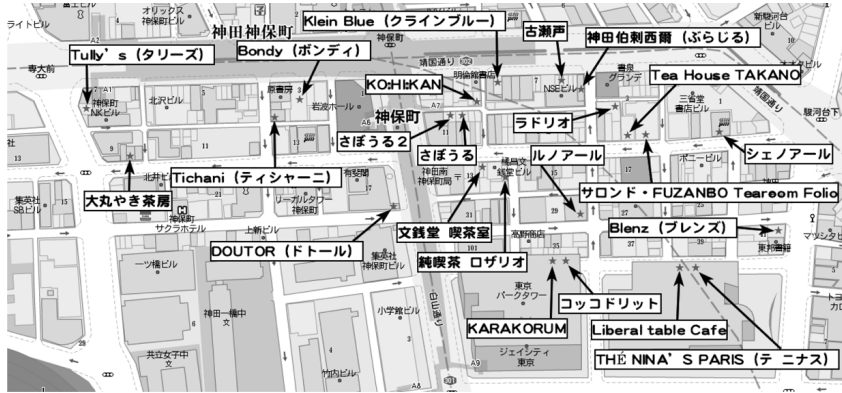


図2 靖国通り以南の喫茶店分布

喫茶店と本の町に関するアンケート調査

I. 本日はご来店ありがとうございます。喫茶店のご利用について伺います。
該当する数字を○で囲んでください。

- 問1 今日は何人でいらっしゃいましたか？ あてはまるものに1つだけ○をつけてください。
1人 2人 3人 4人 5人以上
- 問2 このお店には、どれくらいの割合でいらっしゃいますか？ あてはまるものに1つだけ○をつけてください。
1. 常連 2. はじめて 3. 年1~2回 4. 2~3ヶ月に1回 5. 週1~2回
- 問3 このお店にいらして何をしましたか？ あてはまるものにいくつでも○をつけてください。
1. 時間つぶし 2. 雑談 3. 休憩 4. 待ち合わせ 5. 打ち合わせ 6. 一人で考えごと
7. 読書 8. パソコン 9. その他 ()
- 問4 今日このお店に何分くらいいますか？ 分くらい
- 問5 御茶ノ水・神保町・九段地域でよく利用するお店や施設を教えてください。あてはまるものにいくつでも○をつけてください。よろしければ、右欄に具体的に店名や施設名をお書きください

1. 古書店	
2. 新聞書店	
3. 楽器店、CD屋	
4. スポーツ用品店	
5. 画廊・ギャラリー・画材店	
6. 図書館	

7. 古書会館	
8. レストラン・喫茶店	
9. 大学・学校・病院	
10. 教会や宗教関係の施設	
11. その他	

- 問6 あなたは、御茶ノ水・神保町・九段のお店や施設、まちに関する情報をどこから得ますか？ (いくつでも)
1. 口コミ 2. ポスター・ビラ 3. フリーペーパー 4. 新聞・雑誌 5. テレビ
6. ラジオ 7. 公報 8. インターネット 9. その他 ()
- 問7 最近、1ヶ月であなたが買った本のジャンルの教えてください。いくつでも○をつけてください。
1. 小説・エッセイ 2. マンガ 3. 雑誌 4. 趣味・実務 5. 研究・専門
6. 写真集 7. その他 (買ってない)
- 問8 あなたは、最近買った本のことをどこで知りましたか？ いくつでも○をつけてください。
1. 本屋で見つけて 2. ひとにすすめられて 3. ポスター・ビラ 4. フリーペーパー 5. 新聞・雑誌
6. テレビ 7. ラジオ 8. 公報 9. インターネット 10. その他 (買ってない)
- 問9 あなたは、普段、どの程度インターネットを利用していますか？ いくつでも○をつけてください。
1. 毎日見に行くホームページがある 2. 自分のホームページを持っている 3. 自分のブログを持っている
4. ミクシィのようなSNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) に登録している
5. 2ちゃんねるの中に、決まって見に行くスレッド (板) がある
6. ほとんど利用していない 7. その他 ()

II. 最後に恐れ入りますが、下記項目にご回答ください。

- 問A あなたの性別を教えてください。 1. 男 2. 女
- 問B あなたの年齢を教えてください。
1. 10歳代 2. 20歳代 3. 30歳代 4. 40歳代 5. 50歳代 6. 60歳以上
- 問C あなたのお住まいの地域を教えてください。
1. 東京都内 2. 千葉県 3. 埼玉県 4. 神奈川県 5. その他の関東地方 6. その他 ()
- 問D あなたの職業を教えてください。
1. 会社員・公務員 2. 教員・専門職 3. 自営業 4. 自由業 5. 学生 6. 主婦・パート 7. 無職
- 問E あなたの勤務地・通学地を教えてください
1. 御茶ノ水・神保町・九段 2. 千代田区内 3. その他 () 4. 従業・就学していない

*裏面に、このお店に対するご意見をなんでも自由にお聞かせください

図3 神田神保町周辺の喫茶店を対象とした調査票案

のは、先行研究にあるように、「ひと」と「まち」と各種メディアによる情報を飲み込んで多様な情報提供環境を実現しつつあり、なおかつ周辺エリアにお茶の水の楽器店街、小川町のスポーツ店街、秋葉原の電気街といったような多様な文化的資源を有しているからである。

したがって、より具体的なフェイズからその実態を捉え、「メディア・ビオトープ」構築の条件整備の可能性について具体的に検討していくことが望まれる。

5. 神田神保町周辺の予備調査

そこで、これまで確認してきたような構成条件にどの程度の妥当性があるのか検証するために、神田神保町周辺の喫茶店の実態把握を試みた。店舗の中でも書店ではなく喫茶店を選んだのは、必ずしも飲食を目的とする施設ではなく、仕事の打ち合わせから休憩まで、多目的に利用できる空間であること、また利用人数・利用時間など、特に制約が多く無い点からである。

図1は靖国通り以北、図2は靖国通り以南の喫茶店分布である(2006年10月現在)。

そして、これら50店舗のうち、チェーン店を除いた店舗に協力を仰ぎ、ヒアリング調査を行った。またこれに先立って、神田神保町周辺の状況を捉えるため、神保町を代表するフリーペーパーの編集長と古書組合にヒアリングを行なった。それから、喫茶店をめぐる環境全体を捉えるため、喫茶飲食組合神田支部にもヒアリングを行なった(平成19年度江戸川大学学内共同研究「神保町古書店街における新たなまちづくり資源の研究」による)。

さらにその知見に基づいて調査票を作成した(図3)。

今後の課題は、実際にアンケートを実施するとともに、その分析からモデルを改良していくことであろう。ただし、どれだけサンプル属性を整理できるかが大きな意味を持つことは言うまでもない。

参考文献

- Cailloirs, Roger, 2001, *Man and the Sacred*, University of Illinois Press (=1994, 塚原史他訳『人間と聖なるもの』せりか書房.)
- 福岡伸一, 2007, 『生物と無生物のあいだ』講談社.
- Huizinga, Johan, 1955, *Homo Ludens*, Boston, Beacon Press. (=1971, 高橋英夫訳『ホモ・ルーデンス』中央公論社.)
- 今西錦司, 2002, 『行為的直感の生態学』燈影舎.
- 井上 俊, 1981, 『遊びの社会学』中央公論社.
- 井上 俊・上野千鶴子・大澤真幸・見田宗介・吉見俊哉編集, 1995, 『仕事と遊びの社会学』岩波書店.
- 栗本慎一郎, 1990, 『パンツをはいたサル 人間は、どうい生物か』光文社.
- 松田義幸編集, 1987, 『「ゆとり」について——ヨゼフ・ピーパーのレジャー哲学をめぐる——』誠文堂新光社.
- 水越 伸, 1996, 「ソシオ・メディア論の歴史的構図情報技術・メディア・20世紀社会」, 水越伸編『20世紀のメディア エレクトリック・メディアの近代』ジャストシステム.
- 茂木健一郎, 2005, 『「脳」整理法』筑摩書房.
- 大塚英志, 1991, 『〈癒し〉としての消費』勁草書房.
- 佐々木俊尚, 2007, 『次世代ウェブ』光文社.
- 土屋 薫, 2007, 「観光情報を媒介とした『メディア・ビオトープ』構築に関する考察」, 江戸川大学紀要『情報と社会』第17号.
- 土屋 薫, 2006, 『「メディア・ビオトープ」構築に関する基礎的考察」, 日本レジャー・レクリエーション学会『レジャー・レクリエーション研究』56号.
- 梅田望夫, 2006, 『ウェブ進化論』ちくま書房.
- Veblen, Thorstein, 2005, *The Theory of the Leisure Class*, Penguin (=1967, 小原敬士訳『有閑階級の理論』岩波書店.)
- 養老孟司・齊藤磐根, 1992, 『脳と墓 1 ヒトはなぜ埋葬するのか』弘文堂.