

## 感性、物づくり、物語 — 共感の世界の広がり と 繋がりを考える — (全 12 回)

### 第 12 回 感性による物づくりと物語

長島知正 (早稲田大学理工研招聘研究員)

#### (1) はじめに

「カッコいい」車、「かわいい」洋服など、モノ離れと云われる今日でも、消費者の気持ちを捉えているモノには、何らかの特徴があると云われている。例えば、上の例では、消費者の心を捉える製品のイメージを表す「カッコいい」とか「かわいい」という形容詞は、製品の(感性としての)魅力を現わしていると考えられる訳です。

一方、それらの魅力は、多くの人達の共感を呼ぶ要素になる場合もある。共感とは元来、人が他者の行為やその際の感情に共鳴する現象ですが、人工物である製品に対しても、共感現象がしばしば見られています。そのような現象が起きる理由や仕組みは重要な感性工学の課題であることは、拙著「感性的思考」の中で説明していますが、未だ理論は確立していません。何らかの形で人を介するという過程や擬人化が関与して、生じるのではないかという想像もされていますが、決着は今後の課題です。

ところで、人工物に共感するといった現象の典型例を、ミッキーマウスなどのキャラクターに見ることが出来ます。

従来、物づくりは狭い意味の物を対象とした技術に多くの知識・資財を費やしてきましたが、本稿の主旨は、消費者の求める製品を作っていく新たな方法として、魅力あるキャラクターやそのキャラクターが果たす物語性を、何らかの形で、従来の物作りに取り入れることが考えられるということにあります。

## (2) 物づくり：表現とイメージ

近代西欧の美学は、絵画や音楽といった芸術分野では、天才によって多くの作品が既につくられ、そうした作品を如何に鑑賞するかという観点から、17世紀にはじめられています。そのような美学と並行するものとして、感性学ははじめられました。

私達が問題にしている感性工学は、芸術分野とは異なる工学が対象であり、従来の枠組みからみれば、全く異なったもので、重なりは何もないと見做されるところでしょう。

勿論、芸術にとって経済性といった概念は第一義的な意味を持ちませんが、工学にとっては極めて重要なものであることなど、両者は異質なものです。しかし、両者には共通する側面もあります。

それは、物・作品を創るという点です。

メルロポンティは行為における知覚を考察していますが、以下では、感性工学における物作りの基礎を考えます。

物作りという文脈では、感受性としての感性は狭すぎることは既に指摘しました。物作りに関わる感性を捉えるためには、感覚・知覚という概念を能動性の中で捉えることが求められます。それについても前回、感覚の体性感覚的統合という枠組みとして紹介しました。感受性としての感性という把握の枠組みをカントによると呼ぶとすれば、能動的な感覚・知覚という概念は主に20世紀になってから現れたもので、ここでは代表として、メルロポンティや中村雄二郎の名前を挙げておきます。

物作りの基本は、何かを表現することと云えるでしょう。一般に、表現することは、何か高級な事であるかのように思われていますが、そうではなく、何もしないといったことでも、一つの表現になる事を考えれば、人間だれしも生きていく上で、最も根源にある行為と考えられます。行為との関係で言えば、行為は、行為者の周りに対する関係として、(自己)表現を伴っていると云え



ます。

このことを踏まえると、物作りに対して、次のように云うことが可能になりましょう：

「物づくりとは、物を介して、その周りに対する関係を生成し、（自己）表現をしている」と。

この言明で、「物」という代わりに「作品」という言葉を入れたとき、「物作りとは、、、、」に代わって、

「（芸術）作品とは 、、、、（自己）表現している」  
にそのまま移し替えられます。このことが示すように、感性工学での物作りは、芸術分野での作品づくりとも近親性は高い面があります。

ところで既に述べたように、感性工学の目標は、日常生活を豊かにすることにあります。その為、物づくりでも、特に日常生活に焦点が合わされています。こうしたことは、物作り技術にどのような特徴をもたらすのでしょうか。

この状況では、消費者は、日常生活の中でなにか欲しい物や困ったことに注意が向けられていることが前提されますから、“日常性”、つまり、日常的に何気なしに感じる感覚や日常経験が考えの枠組みを与えます。これは、消費者に限ったことではなく、製品を提供する生産側にも同様です。

こうした日常性を支えている考えや判断は複雑であり、従来の技術が各専門分野の知識によって担われてきたことと対照的に、そのような専門知識には分けられない総合的（横断的）性質によらねばならないものです。この知的状況は専門分化する以前の、いわば“常識”と呼ばれる日常的な知識の段階に相当しています。これが、感性工学が現在置かれている状況で、感性工学の方法を体系化することは簡単ではありません。

本稿の目的も、そうした道のりの最初の一步として、感性工学の体系化のために、従来の物作りに欠けている枠組みを取り込む方法を大雑把に考え、理論の進む方向を与えることにあります。その故、上で話題にした「表現」の問題も基本的な切り口の一つとして取り上げました。

ところで、漠然とではなく何かを積極的に創り上げていくような場合、表現も特定の形をとる必要が生じます。特に、何か想像力を働かせていく過程では、一般にイメージが媒介すると考えられます。

イメージとは何かと云う議論を始めれば、間違いなく大議論になりますが、ここでは、共通感覚との関わりで興味深い、アリストテレスによるとされる観点を紹介することに留めることにします。

刺激に対する複数の感覚を統合するという意味での共通感覚はアリストテレスによるとされますが、それにとどまらず、彼は更に、想像力とは共通感覚によって受動された情念を再現する働きであるとしたと云われています。この意味で、アリストテレスの想像力はイメージに対応すると考えられます。感性工学にとって、イメージの能力と役割は重要な課題で、今後こうした観点から、イメージを巡る論点を整理することも重要と思われれます。

一方、イメージを巡る議論の基本的な問題点として、イメージはそれ自身で自立し得るのか、あるいはイメージはことばと一緒にいる事で初めて十分機能出来るのかと云うことがあります。

物づくりの観点と消費者としての場合では、感性工学としての位置づけには差がありますが、何れの観点からも、上で述べたイメージに関する両方の問題は関係していると云えます。以下では、イメージはことばと一緒にあって働く

ことを想定してイメージについて考えます。

すでに述べたように、感性工学における物づくりはの目標は、日常生活における、ユーザーの豊かさに応えることですが、こうした目標に近づくためには、物の世界の基礎である自然科学の論理は役に立たない。ここで問題の出発点となるのは、人間（ユーザー）が物（製品）に対して、どのようなイメージ（印象）を持つかと云うこととあります。これは、心理学の問題と云うことが出来るとしても、感性工学の目標を達成するため、従来の工学に心理学を加えれば、問題は解決するのでしょうか。

決してそうはいかないでしょう。何故なら、感性工学のような未踏領域には、今までに議論されていない課題が潜み、時代の変化に伴って新しい問題が生まれるに違いないからです。

例えば、感性工学に必要となる領域では、人間はどういう物に価値を感じるのかと云う、「価値論」が基本的な問題になるはずで、何となれば、我が国のように、経済成長を遂げた国においては、日常生活における必要な物はすでに生活者の間に行き渡り、消費者の意識は高度で洗練されています。つまり、消費者は、各人毎にとって「意味」あるもの、つまり「価値」あるものを選択するのが当たり前といえる状況が経済活動の新たな前提になるといった基本的変化が生まれています。

### (3) 物語性とキャラクター

既に指摘した通り、「表現」は物を介して、その周りに対する関係を生成することであるけれど、表現の目的は様々です。一般に芸術作品では、作者の意図を主張するのに対して、工学では、ユーザーに受け入れられる物を創造しなければなりません。その意味で、娯楽というジャンルの大衆小説などの創作活動が、工学と共通性があることに気付かれるでしょう。

云うまでもなく、文化として、小説や劇の中で「物語」は、人々の生活を豊かにして来た訳ですが、近年、物語はそのような伝統的な文化に留まらず、広



い意味の産業の中にも現れるようになっていきます。映画や漫画がそうした流れの始まりと思われませんが、それらは当初それぞれ別の娯楽でした。

近年の情報技術の急速な進歩によって、それらは「メディア産業」という形で一つになろうとしています。メディア産業が形成される歴史的出来事として、ファミコンによる「ゲーム」、例えば、ドラゴンクエスト（ドラクエ）の大ブームを記憶している人もいることでしょう。それ以来、ゲームは子供のおもちゃ（遊び）から、大人も加わった日常的な娯楽として定着したと云われます。

ドラクエのゲームで特質される点は、それまで、アクションを中心としていたゲームを、登場人物の役割を演じることを通して競い合う、ロールプレイングゲーム（RPG）に変えることで、ゲームは「物語を体験する」機会を提供するという見方が定着したことにあります。

勿論、小説や映画でも物語を楽しむことは出来ませんが、ドラクエのような体験型ゲームの基本的特徴は、そこに関わる人達が、互いに参加意識を持つことにあります。つまり、ゲームでは、関わる人達が、ゲームに参加することにより、互いにゲームの物語の楽しみを共有できるという点が大きな特徴になっています。ファミコンは、ゲームを通して関係者を物語に参加させる強い働きを持つことを示したのです。

こうした物語は、物作りという文脈において、次のような役割が期待されます。即ち、ユーザーにとって意味を持つような、日常生活における物語のシナリオの中で、各製品の物づくりの枠組みを捉え、設計～製造のプロセスを構成する、つまり、物づくりの設計・製造プロセスを物語のシナリオの中に埋め込むことが考えられるのです。このような、物語のシナリオに沿う物づくりによって、ユーザーと物づくりのデザイナー（メーカー）の間には、共感という結びつきが生まれることを期待できます。この結びつきは、ユーザーにとっての価値を持つ製品を生み出す源となりうるもので、このような内在的な結びつきこそ、感性工学の基盤になると考えられます。

ところで、物語は独特な登場人物によって、特定の世界がきまり、物語が展



開されていきます。ドラゴンクエストのようなゲームでは、物語の世界に登場する人形をキャラクターと呼んでいます。

キャラクターという言葉は英語の character からきたようですが、辞書に見られるように、character の意味は大変広いものです。まず、個性、特性、特徴から始まり、人の品位、性格、あるいは（劇、小説、漫画など）の登場人物、配役の他に、文字、刻印などもあります。こうした、英語の意味の広がり、ギリシャ語の語源 charakter における、刻みつけられた印＝印刻 一〉 記号 一〉 性格 という説明を聞けば納得されるでしょう。ゲームや漫画ではキャラクターと呼ばれる登場人物が物語の魅力を左右します。

こうした物語が、人工物を扱う感性工学に関わってくるそもその理由は、キャラクターの記号性にあると考えられます。ゲームや漫画の登場人物では、一応それらは人工的ではあっても人間の代替をしていますが、表向き何も、人間を示す印の見られない人工物の製品に共感する理由が問題になります。それに答えるのは、今後の課題であるにしても、ここでは著者の推察を述べることにしましょう。

それは、製品の中に、何か記号として、象徴的な刻印あるいはシンボルを感じさせる印があり、それに消費者が共感する、つまり自分と同じものを見つけるからだろう、ということです。ここでは共感と云う問題を考えましたが、製品の魅力とは何かと云う、より一般的な問題に対しても、並行的な議論が可能

と考えられます。

#### (4) 連載のまとめに代えて

##### —感性工学の多元的な価値を見据えて—

今回で、表題の「共感、物づくり、物語」の連載は一まず終了になります。当初、感性工学の方法論に関する記述はもっと具体的に踏み込む予定でしたが、全体を見通すことを優先したため、概念的な議論にとどまり、狙いは半ばで終わってしまったようです。次の機会に、残された予定を補えればと考えています。

今回の内容は、感性工学の基本となる事を、主に西欧哲学の分野から探り、その結果を、著者の力量の範囲でまとめました。理系の出身の著者にとって、哲学の議論は、率直に云って十分消化できないところが多いありますが、次の機会には、理系と文系の接点を明らかにするようにしたいと考えています。我が国には現在、理系と文系の間には深い溝があり、そこには感性工学が置かれている原理的な課題があると思われれます。理系の著者が、こうした分野の仕事をする意味は、適切な接点をとりだすことにより、未踏領域の周辺の見通しが拓かれると考えるからです。

以下に、やや具体的な例で雰囲気を紹介しておきます。

J. ロックは、物には、実在する第一性質と人間の感覚としては感じられるが、実在しない第二性質があるとした。ロックに依れば、物体の延長的な（計量できる）性質として、物質の重量、大きさ、運動、などは第一性質であるが、人間が感じる、匂い、味、色、音色などは、精神の内にある観念としてのみ存在する二次的性質とした。この第一、第二という性質の区別は後にバークリーなどによって否定されているが、自然科学が極限に至るほど進歩したと云われる今日、17世紀のロックが指摘した問題の理解はどれほど進んだのでしょうか。著者の知る範囲では、ほとんど何も進展していないのではないのでしょうか。

著者は、これは近代科学の一種のミラクル（驚異）のように感じています。詳しいことは次の機会に論じたいと思いますが、結論を云えば、物のマクロな物理・化学的性質と人間の感受的な感覚の関係には、大きな未踏領域があると



ということです。そのため、いわゆる物性論的には従来にない有用な材料が発見、合成される可能性が大いにあるといえます。

一方、上のミラクルが起きている原因も、未踏領域の新しい方法のために、解明すべき課題になりましょう。その一つの背景的理由として、量子力学の発展によって、量子力学には、マクロな世界との接続に関して未だ説明できない所を遺しているにも拘らず、すべての物理現象が量子力学によって解明できるといった誤解が関わっているという可能性もありそうです。つまり、材料科学ではかつて、人間の五感による材料や物質の検査は精確さを欠き、当てにならないという烙印をおしたため、その後、研究はほぼ断熱されてしまった訳ですが、人間の非侵襲計測機器開発が進んだ 21 世紀の今日、新たに再生が期待される自然科学分野と云えると思います。これを自然科学分野における感性工学の一つの価値の現れとすれば、他方、製品を介して、日常生活の豊かさを如何にして生み出すかという感性工学の目標は、それとは全く離れた人文分野において価値を認められに違いありません。

こうした多元的な価値を持つ分野の体系化が 21 世紀の科学技術として問われているのです。このような感性工学の魅力を次の機会には是非紹介したいと考えています。