



**Mizukoshi:**

We are currently working on one of the Institute's core research efforts, Socio-Media Studies on Culture and Literacy of Mobile Media, called the Mobilizing & Designing Project (MoDe Project for short). The project is a socio-cultural study on mobile media as epitomized by mobile phones. It is positioned as one of the five core research projects launched in the first year of the Mobile Society Research Institute.

The Mobilizing & Designing Project extends beyond simple research into mobile phone use. The goal is to contribute to the creation of a new mobile media culture and literacy from the point of view of media literacy. In this context, we are also conducting research related to information design and media art.

Mr. Aske Dam and I have had many opportunities to talk since we first met in 2000 in Oslo, Norway. Actual collaboration began in 2004 with Mr. Dam's participation in this project. The Mobilizing & Designing Project has involved the cooperation of Nordic individuals and organizations in a variety of ways. I expect this cooperation will yield very important suggestions.

You are currently visiting Japan as the leader of a group of people who are involved in mobile broadcasting in four

Nordic countries. Although you are quite familiar with Japan, most of your group have never been here before. Would you share a few comments on what they are experiencing?

**Aske:**

These 25 people are public service broadcasters from Denmark, Norway, Sweden and Finland. They are interested in developing strategies for the interrelationships of broadcasting and mobile media. These conversations have been going on for a long time in Nordic countries. Although we have generated many intriguing ideas, the Nordic market is not very large yet. On the other hand, Japan already enjoys a huge market with 36 million 3G phones. Even a tiny application can become a successful business. So, we are extremely eager to observe what is really going on in the Japanese market, and of course we want to hear about mobile broadcasting here. That's why we are visiting stations, media enterprises, carriers and manufacturers to see what they are doing and exchange ideas with them.

**Mizukoshi:**

You are right, the 3G mobile phone market in Japan is the largest in the world with leading hardware technology.

Camera phones are prevalent. However, most of these functions are beyond the scope of everyday use by the majority of typical users, who still basically utilize them for ordinary phone calls and short e-mail messages.

Based on a nationwide survey conducted several years ago by my colleagues in the Interfaculty Initiative in Information Studies at the University of Tokyo, we found that usage rates, not only of the Internet through PCs but also i-mode or EZweb are closely correlated with income and education levels. While some people use these functions intensively, others do not use them at all, creating an information gap for these technological trends. This is the reality of the 3G market in Japan. Sure, we have enormous quantities of mobile phones with fabulous technologies, yet we cannot genuinely say that we have a rich new mobile culture. This gap between technology and culture is a major challenge for Japan's media today.

Korea, on the other hand, enjoys strong and substantial human networking through mobile phones. It is a practical network based on family roots and social relationships, such as where one comes from, who one is related to, and so on. Yes, in Korea, from politics to sports, nearly everything is connected to the cyber world. Just as a beginning, various activities encompassing businesses, schools, churches, tem-

対談 ● 水越伸 × アスケ・ダム

**水越:**

私たちは現在、モバ研のコア研究の一つ、「モバイル・メディアの文化とリテラシーの創出を目指すソシオ・メディア研究」(英語名: Socio-Media Studies on Culture and Literacy of Mobile Media)、略称 MoDe (モード) プロジェクト (Mobilizing Designing Project) に取り組んでいます。これは携帯電話に代表されるモバイル・メディアを社会文化的に研究するプロジェクトといえるのですが、モバイル社会研究所が初年度に設置した5つのコア研究の一つとして位置づけられています。

MoDe プロジェクトは、たんにケータイの使われ方を調査するというようなことではなく、メディアリテラシーの観点から、あらたなモバイル・メディアの文化やリテラシーを生み出していくための研究を目指しています。そのなかで私たちは情報デザインやメディア・アートとも結びついた研究をすることになってきました。

アスケ・ダムさんと僕は2000年にノルウェイのオスロでお会いして以来、幾度も対話を重ねてきたのですが、2004年からはこのプロジェクトに参加してもらうことで本格的に協働作業をはじめました。MoDe プロジェクトはさまざまなかたちで北欧の人々や組織と連携をしてきていますが、そのことは私たちにとっ

て非常に重要な示唆をもたらしてくれると思います。

さて今回、アスケさんは、北欧四カ国の放送局でモバイル放送に関わる人々の視察旅行のリーダー兼コーディネーターとして来日されたわけです。アスケさんは日本の事情をよくご存知ですが、ご一緒されたほとんどの方々は初めてですね。皆さんはどのような反応でしたか。

**アスケ:**

彼らはデンマーク、ノルウェー、スウェーデン、フィンランドの公共放送関係者、約25名で、放送とモバイル・メディアをどのように連動させていくべきかに関心を持っています。モバイル放送については北欧でもすいぶん前から議論があり、面白いアイデアがたくさん出てきています。しかし、北欧には大きな市場がありません。一方、日本には、既に3,600万という3G携帯電話の巨大な市場があります。ごく小さなアプリケーションでも、ビジネスにすることができます。今回は、日本市場で実際に何が起きているのかをぜひ調べてみたいと思って来ました。もちろん、モバイル放送についても知りたいと思っていました。そこでいくつもの放送局、メディア企業、キャリアやメーカーなどに行つて、視察や意見交換をしているところです。

**水越:**

おっしゃるように日本の3G携帯電話の市場は世界で最も大きく、ハードウェア技術においても世界のどの国よりも進んでいます。カメラ付携帯も、広く普及しています。しかし、一般の人々はその大半の機能をもてあまし、大体は普通の通話と短いインターネット・メールで満足しているというのが現状です。

数年前に、僕が所属する東京大学情報学環の同僚が全国調査したところによると、PC経由のインターネット利用だけではなく、iモードやEZウェブの利用についても、収入や学歴に依るところが大きいようです。つまり、こうした新しいサービスの利用に対してはユーザの間にバラつきがあり、情報格差もみられる、というのが日本の3G市場の現状です。確かに、優れたテクノロジーを備えた携帯電話が大量に出回っていますが、それに対応した新しい、豊かなモバイル・メディアの文化があるかという点、そうではない。技術と文化のこうした大きなギャップは現在のメディアを取り巻く日本の大きな課題であるといえます。

例えば韓国では、携帯電話を介した実質的な人々のつながりが非常に強い。社会的ネットワーク、家系、出身地による実際的なつながりです。そもそも、政治からスポーツまで、韓国ではたいのことがサイバーワールドに「つながって」いる。そもそも

ples and social parties in Korea have been moving through the social networks mentioned above. This can be in part attributed to a concept of literacy shared across the society that constitutes a network utilizing media. The development of the Internet and mobile communications in Korea is closely interwoven, in one way or another, with these longstanding and traditional geographical family and social networks.

Of course, this can be both good and bad.

Our situation in Japan is somewhat different. Here, isolated individuals seem to “inhabit” a cyber world that may simply be an endpoint in today’s homogenous space. Communities that are entirely different and apart from the real world are developing on the Internet. This online community is epitomized by “2-Channel.” One major reason for this development is that most of the leading bulletin boards in Japan are dominated by anonymous communications where no one reveals their real name.

However, trends among rural citizens are quite different than those observed in urban areas. The activities of local governments, NPOs or NGOs to revitalize or promote their community using information technology (IT) or information communications technology (ICT) is developing and maintaining closer ties with actual social contexts. These

trends are stronger in rural communities than in urban areas.

### The structure of media

#### Aske:

In terms of media in general, Japan faces a major problem we don’t have in Nordic countries. Restrictions on cross-media campaigns and cross-media programming are a disadvantage. We are now discussing multimedia that integrates radio and mobile communications. These media channels are mixed in Nordic countries. However, it is difficult in Japan for a newspaper, a TV station, a radio station, an online service and mobile phones to cooperate in the development of common services.

Cooperation between newspapers in the Nordic countries with small public or private TV stations, radio stations and online services is inevitable. NHK, on the other hand, is only permitted to create Web sites tied to their own programs. They are not allowed to develop their own mobile communications services either. To do so in the future, they would have to work together with NTT, Softbank or some other company. I’m afraid ownership restrictions and other limitations will make it very difficult for NHK and NTT to

pursue the development of services such as the integration of broadcasting with home servers and mobile phones. For example, companies in the Nordic countries are looking into the use of television to promote blogs or mobile content and vice-versa. I believe we can make this leap in the Nordic countries without many problems.

#### Mizukoshi:

I think there are actually two different issues related to your comments on the challenges facing cross-media efforts in Japan. One is regulation. Japan’s population and the scale of its media industry are huge compared to the Nordic countries. So conditions in Japan are clearly different. Dinosaurs just do not create teams as well as small mammals. Actually many people, including me, don’t look forward to linkages between NTT and NHK. Both of these companies are huge media enterprises, and even now, as you know, they are strictly regulated.

The other problem, however, is structural in that, even now, the mass media—newspapers and television—is enjoying a high level of prosperity in Japan compared to their counterparts in Nordic, European and American countries. This tends to make them highly conservative, since they are able to make money by simply remaining with the status

quo. We are seeing little incentive at the highest levels of mass media for venturing into new areas like mobile broadcasting.

Some, although not many, radio or local small commercial stations, are eager to explore cross-media activities like those you described. However, national newspapers or the commercial networks based in Tokyo are continuing to follow conventional approaches that remain profitable.

#### Aske:

For a long time commercial broadcasters in America believed that home servers, that is, hard drive recorders, would not change their way of doing advertising. They felt their contracts with IT companies such as Microsoft and Intel, who supply home servers, would not present any challenges to their business. Recently, however, with the broadening dissemination of hardware and recording functions that delete commercials, the major advertisers began wondering what they were really getting for their advertising expenses and whether broadcast advertisement makes any sense at all. They launched their own efforts to discover whether this was the only way to do advertising. I’m pretty sure this will happen here as well. It may not happen quickly, but I see some major surprises ahead for Dentsu and the

韓国においては、ビジネス、学校、教会やお寺、パーティーなど、さまざまな活動が先にあげたような社会的ネットワークによって動かされています。メディアを活用したネットワークを成り立たせる、ある種のリテラシー概念が社会的に共有されているからだと言えます。すなわち韓国のインターネット、モバイルコミュニケーションの発展は、このような伝統的な古代の地理的家系ネットワーク、社会的ネットワークに、何らかの形で高度に関係しているのです。

もちろんそのことにもよい面と悪い面が両方あるわけですが。一方日本では少し異なっていて、サイバーワールドの世界に個人が「棲んで」いるように見えます。バラバラにアトム化した個人として、近代的な均質空間の究極のあり方ともいえるサイバーワールドに。実世界とはまったく異なる、実際とは切り離れたコミュニティがネットの中で大きくなっている。2ちゃんねるが代表的です。子のようになる一つの大きな理由は、日本のおもだった掲示板システムのほとんどが実名を名乗らない、匿名コミュニケーションにおおわれていることでしょう。

それでも、地方住民の多くは都市に住む人々とは異なった動きをみせてきています。ITやICTを使って、行政やNPO、NGOが地域コミュニティを再生したり、振興していこうという活動は、

リアルな社会状況と結びついて展開している。このような動きはむしろ都市部より地方で盛んになりつつあるといえます。

#### 「メディアの構造」

#### アスケ:

メディア全体の話ですが、日本には、北欧にはない大きな不都合があると思います。それは、クロスメディアのキャンペーン、クロスメディアのプログラミングができないことです。今、私たちはラジオ、モバイルなども含むマルチメディアについて話しているわけですが、北欧では、これらをミックスしています。日本では、新聞、テレビ局、ラジオ局、オンラインサービス、携帯電話が協力してサービスを展開することが難しいのです。

北欧では、新聞が小さな公共や民間のテレビ局、ラジオ局、オンラインサービスと必然的に協力していくと思います。一方、NHKは番組に関連したウェブサイトの制作しか許されていないし、携帯電話向けの独自サービスを行うようなことも許されていませんね。そのためには将来にわたって、NTTやソフトバンクと協力しなければならないでしょう。NHKやNTTが開発しているホームサーバー向けの放送と携帯との組み合わせなどのアイ

デアを実現していくことは、所有関係の問題や制約もありますし、たいへん難しいと思います。北欧で考えられているのは、テレビを使ってブログや携帯コンテンツを宣伝する、またその逆を行うというものですが、あまり問題もなく進むと思われます。

#### 水越:

アスケさんがおっしゃる日本でのクロスメディア活動には2つの問題があると思います。

1つは規制の問題。日本では北欧と比べ、人口だけでなく、メディア産業も巨大です。状況がかなり違うといえるでしょう。恐竜がチームを組むのと、小さな哺乳動物がチームを組むのでは大きな違いがありますから。実際、たとえばNHKとNTTがチームを組むことに賛同しない人は多いです。僕もその1人ですが。いずれも巨大メディア事業であり、ご存知のように現在でも既に厳しい留保がありますから。

もう1つは、新聞業界、テレビ業界というマスメディアが、北欧やヨーロッパ、アメリカの国々と比較して、大いに繁栄を謳歌しているという構造的なもの。非常に保守的で、従来どおりのやり方を続けていけば、利益を上げることができるわけです。そのため、トップレベルのところでは、モバイル放送のような新しい

分野を試みようという考えはあまりないように思います。

しかしラジオ局や小さな地方の民放テレビ局の中には、数は多くありませんが、おっしゃる意味でのクロスメディア活動に意欲を示して取り組んでいるところがいくつかあります。ただ全国紙や東京の民放キー局などは、今までどおりのやり方を続けていて、それで利益を得られているのです。

#### アスケ:

アメリカの民放はずっと長い間、「ホームサーバー、つまりハードディスクレコーダーが普及したとしても広告のあり方に変わりはない。我々はホームサーバーを供給しているマイクロソフト、インテル等のIT企業と契約を結んでいるのだから、商業的に問題はないはずだ」と言っていました。しかし近年になってハードウェアが普及し、広告をカットした録画が一般的になってくると、大広告主はいつせいに自分たちはいったい何に対してお金を払っているのか、放送で広告を流すことに意味があるのかと、疑問を持ち始めたのです。彼らは、独自の研究所を設立して調査を始めました。日本でもきっとそうなるでしょう。すぐには起こらないでしょうが、大手の広告代理店やメジャーな民放は、やり方を変えなければ、まるで予期しない事態に陥るかもしれませんよ。

major commercial stations if they don't change.

**Mizukoshi:**

Japan's broadcasting system is different from those in Northern Europe or in the United States. Public or national broadcasting in Nordic countries was essentially a monopoly into the late 1980s. Although the United States has its public broadcasting system (PBS), the nation is basically dominated by commercial and private broadcasting. In Japan, where public broadcasting and private broadcasting coexist, the problem is not limited to private broadcasting.

Privatization of the post office was an extremely hot issue in 2005, so while it is easy to think that NHK is next in line for privatization, I don't believe this will be the case. There are more than 200 commercial broadcast stations, and I don't think we need another one. We may have had many problems but I believe we should find a more elegant way to take advantage of this unique coexistence Japan has cultivated for more than half a century.

Allow me digress a little. My approach would be to divide NHK into two levels, both of which would remain public institutions. You might call this "divide and keep public."

One would serve as a national NHK that would continue broadcasting its own featured documentaries, nationwide

news, or dramas mainly via satellite. The other would be a "biotope-like" public broadcasting system. NHK's local stations, currently numbering around 50, would function as a chain of entities that help each other. I published a book in 2005 in which I argue that in order to create a richer media ecosystem in Japan we must develop "media biotopes," that is, small media units generated by communities and citizens, outside the huge traditional media. Each represents a small living space, like a biotope in the living world. Together they would build a horizontal network. Small stations would broadcast keeping connections with each other and be firmly equipped with digital capabilities.

This might resemble Nordic public broadcasting services. When we refer to public broadcasting services, we tend to think of giants like NHK and BBC. Public broadcasting in Scandinavia and the United States, however, operates on a smaller scale. I believe that what we need at this point is public broadcasting systems that are more locally rooted.

**Aske:**

The combining of newspaper, radio and television does not necessarily lead to a monopoly or centralization by huge media capital but could be the organic coordination among media biotopes you mentioned. This approach is being ex-

plored in Trondheim, Norway. One of my friends there is an editor who also owns radio and local television stations as well as a newspaper. He is even looking into movie theaters. We have the opportunity to create digital content that can be cross-distributed to different media.

**Mizukoshi:**

In relation to the idea of "divide and keep public," while the national-level NHK must broadcast under strict regulation, local public broadcasting stations can explore more experimental, interesting things, such as providing Internet services and merging mobile phones and broadcasting. At the same time, we have to avoid the centralization of power in one person or one industry. A loosely connected system is the best approach.

**Media development and literacy**

**Aske:**

Throughout this visit, we were surprised to find Japan has not progressed as far in terms of mobile content as we had expected. We had thought we would get a glimpse in Japan of what the future might hold for the Nordic countries in a few years, but we found this simply wasn't the case, despite

all the gadgets and all the equipment that are here.

We have to keep an eye on what's going on, what's happening. I'm not sure how to best say this exactly, but we strongly feel we should be able to apply our imagination just like computer hackers did in the 1970s. We have to understand that, to do a new thing or to change something, we might make mistakes or do things that could be perceived as outside the norm. I definitely believe we need to be able to play around with the possibilities for how different capabilities could be used since we already have highly sophisticated phones in our hands.

I was fascinated by DoCoMo's finger ring at CEATEC. You put your finger in your ear and you can hear. This is crazy. I don't know what it will be used for, but I like the idea because it tries to pull things out of conventional contexts.

I also think we need creativity with art or play to pull media apart and put them together again in new ways. I do not mean just hardware. We may be able to make more changes than ever before by pulling concepts apart.

**Mizukoshi:**

Yes, that's right. And this should be possible not only for people working in carriers or hardware makers, but for

**水越:**

日本の放送システムは北欧ともアメリカともちがいます。北欧は1980年代後半まで長く公共放送、国営放送が独占的に事業を行って来ていた。アメリカにも公共放送(PBS)はありますが、基本的には商業放送、民放の大国です。それに対して日本には公共放送と民間放送が併存しているわけです。だから問題は民放だけではありません。

日本では2005年、郵政民営化が話題になりましたが、「次はNHKの民営化だ」というわかりやすい声が上がっています。私はNHKの民営化には反対です。200以上の民放がすでに存在していて、さらに民放を作ってしまうのでしょうか。さまざまな問題があったとしても日本が半世紀以上維持してきたユニークな併存システムをうまく活用していくべきだと思います。

ちょっと話はずれてしまいますが……。私の考えは、NHKを2つの階層に分けて、両方を二つの公共放送にしていくということです。いわば「分割公共化」ですね。

1つは全国的なNHK。おもに衛星を活用してこれまで通り看板番組のドキュメンタリー、全国ニュース、ドラマなどをやります。もう1つは「ビオトープな公共放送」。現在約50あるNHKの地方放送局が相互扶助的な連鎖体として活動していくものです。

僕は2005年に、日本のメディアの生態系をより豊かなものにしていくためには、巨大なメディア、伝統的なメディア以外に、地域社会や市民の間から生まれる小さなメディア、「メディア・ビオトープ」が展開していく必要があるという主旨の本をまとめました。「ビオトープな公共放送」は、一つ一つは小さな生息空間、即ち生物界における「ビオトープ」のようなものですが、それらが水平的にネットワークしていくものです。小規模な局が互いにつながりを持ちながら放送する。デジタルでしっかり武装して。

ちょうど、北欧の公共放送のような感じでしょうか。公共放送というと、NHKやBBCのように巨大なものを思い浮かべますが、北欧や米国の公共放送はもっと小規模。このように小規模で地方に密着した公共放送が、今大いに必要だと思うんです。

**アスケ:**

新聞、ラジオ、テレビを組み合わせるとするのは、巨大メディア資本の独占集中化ということではなく、水越さんがいう「メディア・ビオトープ」の有機的な連携のようなことです。たとえば、ノルウェーのトロンハイムでは、まさにそのような動きがあります。わたしの友人がその編集者ですが、今、ラジオ局、地方テレビ局、新聞メディアを持っており、さらに映画館を取りこ

む話もしています。そうすることで、地域で作成されたデジタルコンテンツを異なったメディアにクロスさせて配給できる可能性を得るわけです。

**水越:**

先ほどの「分割公共化」構想に引きつけて言えば、つまり全国的なNHKは厳しく規制されて放送しなければならないが、ビオトープな公共放送局は、もっと実験的で、おもしろい動きをしてもいいと言うことですね。インターネットとか、携帯電話と放送の融合などです。しかしその際には、1個人、1業界へ権力が集中にしないよう配慮しなければなりません。互いに緩やかにつながっている程度が最善だと思います。

「メディアの開発とリテラシー」

**アスケ:**

今回の来日を通じて考えてみると、日本のケータイ・コンテンツが思ったほど成熟していないのに驚かされました。北欧で数年後に起こることを、日本で見られると期待していましたが、発見できなかった。ガジェットや装置はすべて揃っているにもかかわらず。

何が進行しているか、何が起きているかを見守らなくてはなりません。どうやってスタートすべきかはわかりませんが、私が痛切に感じているのは、私たちは1970年代のコンピュータ・ハッカーのような想像力をめぐらせなければならないということです。新しいことをするため、或いは、何かを変え始めようとするときには、つまらないことも含めて間違いもすることも了解しておかないといけない。機能的に優れた携帯電話は既に手元にあるのだから、可能性を色々と探らなければならないと思います。

CEATECで面白かったのは、NTTドコモが発表した指を耳に当てれば聞こえるという「指輪」です。これはクレージーだといえる。何に使うのか分からない。でも、文脈から切り離して考えようとしている点では、こんなアイデアが好きです。

また、メディアを一旦バラバラにして、新しい形でもう一度組み立てるといふ、遊びのようなアートのような創造的な能力が必要だと思います。これはハードウェアのことだけに限りません。いろいろな概念をバラバラに壊してみながら今まで以上に変化させることもできるのではないのでしょうか。

**水越:**

おっしゃるとおりです。これはキャリアやハードメーカーだけ

researchers like us. My sense is that Japan is the most advanced mobile society because we have a lot of 3G phones and a variety of things, although they are, as you have said, merely gadgets. Citizens who are users as well as researchers like ourselves, not just carriers or software makers, are responsible for the current situation, in which diverse and rich mobile communications have not been developed despite the presence of technological gadgets.

To address this issue, we are now focusing on culture and literacy, that is, literacy in the sense of understanding how to use communication tools. This is not limited to the operating skills required for digital devices or the ability to critically assess the content of mass media such as television.

**Aske:**

We have the same problem in the Nordic countries with computer literacy. Computer instructors talk about how to use spreadsheets and word processing tools, but say almost nothing about all the important and funny things that are linked to expression and communication, about Photoshop, editing tools, games and so on. They're killing all the fascinating potential of computers!

**Mizukoshi:**

Ordinary users could uncover ways to use and enjoy things that developers and engineers simply aren't aware of.

Hacking, or being a hacker was very positive concepts in the '70s, a kind of acknowledgement of a technology geek's ability to operate any computer. Hacking did not originally have negative connotations.

So, for example, public interest in protecting kids from the bad side of keitai or mobile phone culture has attracted significant attention these days in Japan as part of keitai literacy. Obviously we need a sense of ethical behavior, but at the same time, there is a limit to a purely ethical approach to learning theory or communication theory. Hacking or playing around with the media is extremely important. I believe that the active use of keitai or mobile media by citizens including children would ultimately develop a content or communication culture in Japan.

Discussions about protecting children are essentially different than those focusing on media literacy and should be more appropriately associated with media ethics. We should not confuse these two different topics. Ethics is important for clarifying standards of conduct while knowledge related to learning media and developing actual relationships with media exist on a different plane. If the two are confused,

ethics would reach beyond basic standards to restrict communications among people. Is pornography in itself bad or criminal? This is just one example. We have to adopt a flexible approach. Ethics are critical as a foundation for social life. However, media ethics is still an extension of ethics. The purpose of media literacy, on the other hand, is to promote or empower people or to empower culture itself. Therefore, the usage of mobile phones is not in itself a bad thing. It should be regulated but should also be open, artistic, or symbolic.

**Art as methodology and the Mingei approach**

**Aske:**

One thing I believe strongly is that new artists should not only create objects or works of art, but should also share approaches that others can use in their own creative expressions, as a kind of metadata, in the sense of "data about data". We can talk about meta-artists or meta-designers here who step back and create systems others can use for creative work. I develop systems that others can freely apply. Through this process, the original style changes and evolves. We need this kind of an open system.

This leads to the concept of mingei, a kind of art move-

ment that originally focused on Japanese pottery and folk tools in the first half of the twentieth century. For example, I remember my classmates from Tokyo National University of Fine Arts and Music firing kilns in the morning. Shoji Hamada, the ceramist, would come and show students all his glazes, saying, "If you use this, you can make glazes like this". It was completely open. He actually developed styles. And that led to the creation of the Mashiko-yaki style of pottery.

Hamada himself was influenced by Soetsu Yanagi, so you have this beautiful process going on from the last century, in which Yanagi observed something, and well-known people like Shoji Hamada, Kanjiro Kawai, Kenkichi Tomimoto and Bernard Leach gathered around him. Because of his theoretical ideas, he was able to shape their work and then they, in turn, went other places where they were exposed to other influences. For example, Hamada traveled to Korea, where he gathered useful ideas from various sites, and returned to Japan and created his own art.

What we really need now is a digital mingei, where we, as artists, can develop prototypes and share them with people. This would be good, democratic communication. People can then start from our ideas. Sometimes they may follow them, but our ideas should be open enough for them

でなく、私たち研究者も同様なんです。大量の3Gや多種多様のものを持っているから、日本は最も先進的なモバイル社会にあると考えますが、これらはガジェットにすぎない。ガジェット技術が発達しながら、モバイル・コミュニケーションが多様で豊かに発達しているとはいえない今の状況は、キャリアやソフトウェアだけではなく、広く利用者である市民や、もちろん私たち研究者にも責任がある。

この問題に答えるために、私たちは現在、文化とリテラシーに注目しています。ここで言うリテラシーとは、一種のコミュニケーション活用の営みを指します。たんなるデジタル機器の操作能力や、テレビなどマスメディアのコンテンツを批判的に読み解くことだけではないのです。

**アスケ:**

コンピューター・リテラシーに関しては、北欧でも問題があります。コンピューターの先生は表計算やワードの「使い方」のことは話しますが、フォトショップや編集、ゲームなど、表現やコミュニケーションに結びつく大切で面白いものに対しては何ひとつ話しません。これで、コンピューターのようなものに対して興味がすべてなくなってしまうのです。

**水越:**

一般的なユーザーのほうから、開発者やエンジニアには見つけられないような使い方や楽しみ方を見つかることもできるでしょう。

さきほど話の出たハッキングやハッカーというのは、70年代にはとてもいい言葉として扱われた。どんなコンピューターでも自由に操作できる人たち、マニアに対しての一種の褒め言葉でした。ハッキングは、もともとは否定的な意味の言葉ではなかったのです。

子供を携帯の悪い面から保護するということは、「携帯リテラシー」として日本で大いに喧伝されています。こういう倫理的な捉え方も必要ですが、学習論的にもコミュニケーション論的にも限界がある。ハッキングとかメディア遊びの精神が非常に重要出はないでしょうか。子どもを含めた市民の能動的なケータイやモバイル・メディアの活用が、日本のコンテンツ文化、コミュニケーション文化を発達させるのではないのでしょうか。

青少年保護などの観点からの議論は、基本的にはメディアリテラシーとはちがう位相のものであり、「メディア倫理」と呼ぶべきものです。両者を一緒くたにして混同してはいけません。倫理は規範として大切ですが、人々がメディアを学び、メディアとの関係性を具体的に育んでいくための知は別の次元にある。そう考え

ないと倫理が規範であるだけではなく、人々のコミュニケーションを縛り上げるものになってしまう。ポルノグラフィやそのものが、そんなに悪いこと、犯罪的なことなのか。これは一例ですが、フレキシブルに考えてみる必要があります。繰り返しになりますが倫理は社会生活の基本として重要です。しかしメディア倫理はあくまで倫理であって、人間や文化そのものを発展させたり、潜在的な能力を引き出していくのはメディアリテラシーであると考えべきです。だからこそ携帯電話の利用方法も規制の対象となる悪いものではなく、芸術的であったり、象徴的なものであったり、開放的である必要があるのです。

**「方法論としてのアートと民藝のアプローチ」**

**アスケ:**

新しい芸術家は「ものの創造」や「作品の創造」だけでなく、他の人がクリエイトするための様式も作らなければならないと私は強く信じています。データのためのデータ、つまり、ある種のメタデータに類するもの。メタアーティスト、メタデザイナーとも呼べるようなクリエイティブを考えるのです。一歩下がって、人が何かを創造するためのシステムを作るのです。私が様式を作

る、他の人はそれを自由に使う。その過程でもとの様式は変化し発展していく。そうした開かれたシステムが必要です。

これは、20世紀前半に日本の焼き物や民具を中心に育まれた一種の芸術運動、民芸の思想にもつながっています。たとえば芸大生が朝、釜に火を入れていたとき、陶芸家の浜田庄司がやってきて、上薬を全部見せてくれるのです。これとこれを使えば、こういう風に上薬を作ることができます、といった具合です。とてもオープンだといえるでしょう。こうして浜田氏は様式を作り、その結果として益子焼は誕生しました。

また、浜田庄司は柳宗悦の影響も受けた。前世紀に美しいものが現れていて、柳宗悦がそれを見出した後、浜田庄司、河合寛次郎、富本憲吉、バーナード・リーチのような素晴らしい人々が彼の周りに集まってきます。柳宗悦は理論的なアイデアを持っていたので、彼等に強い影響を与えることができたのですが、その後、彼等は別の場所に散って行きます。浜田は韓国に行き、各地で良いアイデアを掴んで日本に持ち帰り、自身の芸術を確立していくのです。

私は、現在「デジタル民芸」が必要だと思っています。私たち、アーティストが原型のようなものを作って、人々に見せていくことができる。これは、非常に民主的なコミュニケーションです。

to freely explore on their own. Our prototypes are merely starting points. I used to be a painter. Artists frequently experience a kind of angst, a fear of the blank white canvas. It's almost impossible to begin because every possibility is right there. A few rules can make it easier to get started. That's why I think we need a new type of artist who can set styles.

**Mizukoshi:**

The term *mingei* was invented by Soetsu Yanagi for the activity of recognizing beauty in everyday life, not in the so-called highbrow culture of castles, universities or museums, but in everyday foods and living. This is related to today's slow food movement, recycling, lifestyles such as LOHAS or concept of a sustainable society. The same is true with "localism" an emerging trend in Japan. Many business people want to leave behind their urbanized life and return to their hometowns. This doesn't appear to be just another fashionable trend; people are deeply reexamining their daily lives. This resonates with the concept of *mingei*. Mobile media has become so common, so transparent in our daily life that nobody thinks about it. This is why we need a renewed sense of aesthetics. I believe that you used the word "style" not in the sense of restraints, but as cultural norms, some-

thing like patterns of behavior. This is a critical issue for the cultural and literary research we are discussing.

My mother used to tell me that having a mobile phone made her feel like she was being forced to do something, as if being somehow driven by the technology, and she didn't like this feeling. One of our jobs is to develop programs for children and senior citizens. In their most basic sense, mobile phones should not be seen as tools for regimentation but as media to enable open communication. Unfortunately this is not how my mother experiences it.

Today we can create a mobile media as a means for engaging in the culture of the future. Of course, it's difficult to bring dreams into reality. It is important, nevertheless, to continue pushing forward and exploring these kinds of designs of human networking or a digital *mingei*. We may not be able to attain the rosy ideals of society envisioned in past information society theory, but the process of thinking and pursuing concrete efforts toward a diverse and livable media society is just critical.

**Aske:**

I strongly feel that our current task is to show and tell or to tell and show. It's not enough just to write about these ideas; we have to come out and do things to demonstrate them.

**The need for international collaboration in mobile media research**

**Mizukoshi:**

Our research team has become very international. We met interesting people in Korea, Hong Kong, Oslo, Helsinki and in various places in the world, who were drawn to each other and became friends. It's like being in a road movie. This way MoDe has developed as a hybrid group in many senses. Research on the mobile society and communication utilizing new media should be hybrid, or multi-cultural. Looking seriously at Japan alone would tend to create a restricted and brittle understanding that just would not work. We need to look at mobile media insofar as it has become natural in our daily lives from a variety of perspectives, then think about it and re-create it.

**Aske:**

This is also true in Nordic countries, where researchers tend to talk only to other researchers. Their world is somewhat narrow and is never stretched. Broadcasters should talk to researchers and technicians. Otherwise, researchers will always look backward and conduct empirical studies. You cannot develop genuinely new things that way. There is

huge problem with this approach. Of course I recognize the seriousness and need for much of what they are doing. But I sincerely believe that significant new steps will not emerge from that camp. I believe your MoDe is significant in this sense.

By the way, there is a tendency to see market researchers as being next to God in modern society, but I think they are rather useless. They just look back and come up with predictions that are typically wrong. Artists, on the other hand, are open and may appear to do crazy things, but this allows them to stumble upon new ideas.

**Mizukoshi:**

Well, scholars are like that anywhere in the world. Scholars tend to talk only with other scholars, at the University of Oslo or the University of Tokyo. Generally speaking, they are only thinking about their academic community and campus. Sometimes they focus on something like a television or a mobile phone as an object of research, but to what end? It is research for the sake of research, not for everyday life, or for their grandparents or grandchildren.

Generally speaking, scholars in the humanities or social sciences are good at analyzing things, but they don't create things; they see this as a matter for engineers or industries

人々は私たちのアイデアを採用し、ときにはアイデア通りに従うこともあるでしょう。しかし、基本的にはオープンで、これらのアイデアは人々が思い通りに利用できるものでなければなりません。アーティストは出発点を提供するだけなのです。私は画家だったのですが、そもそも芸術家は白いキャンバスに対して不安やおそれがあります。そこにはあらゆる可能性があるのです、何もないとスタートができません。しかし、そこにルールがあると、ずっと容易になります。ですから、様式を定める新しい芸術家が必要なのです。

**水越:**

民芸という言葉は、柳宗悦が考えたもので、日常生活の中にある美を見直すという活動です。お城とか大学、美術館などにある、いわゆる高尚な美ではなく、日常にある美しさ、普通の人たちが日常の食べ物や生活の中にこそ美しさを見出す。これは現在流行の「スローフード」やリサイクルなどの運動、LOHASのようなライフスタイル、持続可能な社会といった理念とも関連しているといえます。ビジネスマンが都会生活に見切りをつけて故郷の町に帰ることなどをみても、単なるトレンドとしてだけではなく、自身の日常生活への反省が行われ、即ち、民芸の繰り返しのようなどころがあります。さて、モバイルメディアは、これほどまでに一般に普及し、普通の生活の中に溶け込んで、誰も気にならなくなりました。だからこそ、そこにはなんらかの美学が必要なのではないでしょうか。アスケさんがいう様式とは、それほど生真面目なものではなく、一種の文化的基準、行動パターンのようなものにすぎません。これは、私たちが注力している文化とリテラシーの研究にとって非常に重要な課題なのです。

私の母が「携帯電話を持つと、何かしなければならぬと、せきたてられているような、技術に管理されているような気がするから嫌い」と言っていました。私たちの仕事の特徴のひとつに子供たちや高齢者のためのプログラム作成があるのですが、携帯電話は元来管理のための道具ではないはず。自由なコミュニケーションのための媒体です。しかし残念ながら、私の母のような人々にとって、携帯電話はそのような媒体としては存在していません。

今なら私たちにも、モバイルメディアの姿を形成することができると思います。将来に向けた文化的関与です。もちろん、夢のようなものを作ることは難しいのですが、このような人との関わりを設計したり、デジタル民芸のような活動を推し進めてゆくこと、そして、やり続けて行くことが非常に重要です。かつての情

報社会論のような、バラ色の夢のような社会というのはあり得ないでしょう。しかし多様で生きやすいメディア社会へむけて、あれこれ考え、具体的な努力を続けるプロセスが大切なのです。

**アスケ:**

今、私たちがしなければならないのは、示して語る、あるいは語って示す、ということだと思います。つまり書くだけではなく、実際にやってみせることが必要だと、強く感じています。

「モバイルメディア研究のアプローチ・海外を含めた結びつきの必要性」

**水越:**

私たちの研究チームは、とても国際色豊かになっています。韓国、香港、オスロ、ヘルシンキ、世界さまざまなおもしろい人々に会い、たがいに引きつけられ、話し合い、友だちになっていく。なんだかロードムービーのようです。そうしてできた、さまざまな意味でのハイブリッドなグループがMoDeです。考えてみると新しいメディアを活用したモバイル社会、モバイルコミュニケーションの研究はハイブリッド、多文化的な方がいいと思います。日本の中だけ真剣に考えているだけでは、常識が岩

のように固定化してしまいダメでしょう。日ごろあたりまえのようにつき合っているモバイル・メディアを異化してとらえなおし、しげしげと眺めては考え、あらたに作り直していく必要があるわけですから。

**アスケ:**

北欧でもよくあることですが、普通は研究者は研究者としか話しません。極めて限定的で広がりがありません。放送関係者は、研究者や技術者とも話してほしい。そうでなければ、研究者の多くは、いつも後ろ向きで、経験的研究ばかりしているため新しいものをつくりだせない。そんなやり方には大きな問題があるので。もちろん、彼らがやっていることの多くはたいへん真面目で必要なことです。しかし、新しい道はそういう方向からは開けてこない、私は強く感じるのです。その意味で水越さんたちのMoDeの意義は大きいのではないのでしょうか。

ちなみに現代社会では、マーケットリサーチャーが神のごとき存在ですが、私はむしろ、無価値だと思っています。過去だけを見て予測を立てていますが、たいへん間違っています。それに対して芸術家は開放的であり無茶苦茶やっているようですが、新しいアイデアを見つける。

and don't see themselves as responsible for taking charge in most cases. The essential thing is connection, the hybrid connection. I am not an expert in engineering so I can't create a real commodity, but I can create educational programs to learn about the mobile media in an exciting way. During this process I meet engineers or designers and collaborate with them.

In the history of scholarship, the discovery of new knowledge was not confined to universities, it emerged from movements or currents of thought linked with society. The Frankfurt School of critical thinking, the Toronto School of media theory, the Chicago School that covers general human and social sciences, the Bau Haus school of design movement and mingei in Japan, all appeared at the periphery, the marginal and hybrid areas.

**Aske:**

Science and art, that's the whole point. You know in the old days, art and science used to be integrated. They were artificially separated by academia and politics.

**Mizukoshi:**

University people are digging into the arts...or artists. The problem is, what I said about academia is also true even in

the arts. Artists tend to think only about artists.

**Aske:**

You are right.

I am fed up with the idea that art is just for the artist. The whole idea that we are only creating something, and that if you don't understand it, you are stupid, is a highly elitist approach. I feel strongly that ordinary people often have healthier ideas, and we really should listen to them. I mean it's not enough for only elite artists to dream up a few great ideas.

**Mizukoshi:**

Being broadly connected with each other is very important. I believe one of the conclusions of our discussion today is that we face two challenges when we direct our research on matters of a general nature. One challenge is to maintain the international character of our group and develop the work into open, proactive, concrete projects in collaboration with each other.

The other challenge is to share styles for digital media, including concrete programs and manuals, with the wider public by publishing books or communicating them through other media.

**水越:**

世界のどこでもそうで、オスロ大学でも東京大学でも、学者は普通学者としか話をしません。そしてたいい、学会とキャンパスのことしか考えていません。時には、テレビや携帯電話を研究対象として取り上げることもあります、研究のための研究であり、自分の日常生活やおばあさん、息子のためではありません。

また、一般的に、人文学あるいは社会学の学者は、分析には優れていますが、クリエイティブはしません。それは工学者や産業がやることだとして、大抵の場合、引き受けるつもりはないのです。大切なことは、つながり、それもハイブリッドなつながりです。私は工学の専門家ではないので、実際に品物を作ることはできませんが、モバイルメディアについて楽しく学ぶための教育プログラムを設計し作成することはできます。そのプロセスで工学者や、デザイナーと出会い、協働をしていきます。

学問の歴史を見てみると、新しい知は大学に閉じることなく、社会と連携した運動や思潮のなかから出現しています。批判的思想のフランクフルト学派も、メディア論のトロント学派も、人文社会科学全般にまたがるシカゴ学派も、デザイン運動のパウハウスも、そして日本の民芸運動も、常に周縁的でハイブリッドなところから立ち現れてきました。

**アスケ:**

科学と芸術、これが問題の核心です。昔は科学と芸術は一緒だったのですが、学問の制度と政治によって分けられてしまったのです。

**水越:**

大学の人々は芸術、芸術家を研究するわけです。問題は、学問の分野と同じことが、芸術の分野でも言えることです。芸術家は芸術家のことしか考えていません。

**アスケ:**

そのとおりです。

私は、芸術家には芸術があれば十分だという考えには飽き飽きしています。創造すればよい、理解できない人は馬鹿なのだ、という非常にエリート主義的なアプローチです。一般の人々の方がよっぽど健康的な考えを持っていると強く感じます。こういう人々に耳を傾けなければなりません。つまり、エリート芸術家が素晴らしいアイデアを生み出すだけでは十分ではないのです。

**Aske:**

This certainly is an opportunity. But, of course, it is also a risk, because if we don't create decent communications, the results could turn out badly. The time has come to begin taking this seriously, because if we don't do so now, the situation could further deteriorate and actually become harmful.

**水越:**

広がりをもって、互いに結びついていくことが大切です。そしてこれが、私たちの結論になると思うのですが、非常に一般的な事柄を研究する上での、私たちに對するこれからの課題として、まずは国際的なグループを維持し、開放的かつ積極的なプロジェクトとして、お互いに協力しあいながら具体的な形にしていくこと。

もう1つは、デジタルメディアの様式（具体的なプログラムやマニュアルなどを含む）のようなものを広く一般社会のなかで共有すること、そのためには、例えば本を出版したり、他のメディアで伝えていくことが必要だと思うのです。

**アスケ:**

これは1つのチャンスです。しかし、脅威でもあるのです。私たちがちゃんとしたコミュニケーションを築かなければ、ひどいものにもなり得るのです。今や真剣にこれ考え始めるべきときなのです。真剣に考えなければ、とても程度の低い、本当にひどいものにもなり得るのですから。