
美的鑑賞を成り立たせる要因としての心理的距離——ブrou、カプチック、メニングハウス他の距離概念を手がかりとして

牧野圭子(成城大学)

本発表では、知覚対象までの心理的距離が美的鑑賞を成り立たせる要因になると考えることの妥当性を検討する。

この問題を遡ると、1912年にブrou(“‘Psychical Distance’ as a Factor in Art and an Aesthetic Principle”)が心理学雑誌で“psychical distance”について論じている。その後ディッキー(1964, “The Myth of the Aesthetic Attitude”)が「美的態度」を否定的に論じる際に、「無関心」の概念と結びつけて批判したものの、心理学者カプチック(2002, “The Evolution of Psychical Distance as an Aesthetic Concept”)や、日常美学を掲げるレディ(2012, *The Extraordinary in the Ordinary*)が、ディッキーによる批判を批判している。近年はメニングハウス他(2017, “The Distancing-Embracing Model of the Enjoyment of Negative Emotions in Art Reception”)が、否定的感情を生じる芸術作品の楽しみを説明するために、“psychological distance”を主要な要因とするモデルを掲げている。“psychological distance”は、心理学における「解釈レベル理論」(construal level theory)の中心概念である。解釈レベル理論とは、目標達成に向けての活動等において、心理的に遠い対象ほど抽象的に表象されるとする理論である。だがこのモデルに対しても批判が出されている。

そこで、ブrou、カプチック、メニングハウス他の論考を中心として検討を進める。その際、(1)「心理的距離」と「無関心」の概念の関係、および(2)“psychical distance”と“psychological distance”の共通点・相違点に着目する。

本発表では、心理的距離は美的鑑賞を成り立たせる要因になるという結論を導く。特に、知覚対象が美的鑑賞の対象になりにくい場合に重要になると考える。例えば、夏目漱石の『草枕』には、雨に濡れて山路を歩く自分を画中の人のようにとらえる箇所がある。だが、足の疲れに注意が向かった瞬間に画中の人ではなくなる。視点の転換が生じたと言えるが(牧野, 2015, 『消費の美学』等)、心理的距離による説明も可能である。前者では、心理的距離が充分にあり、美的鑑賞が成り立っていたが、後者では、心理的距離がなくなり、美的鑑賞ができなくなったと言える。また時間軸に着目すると、思い出の美化や将来の経験の美的な想像も、心理的距離による説明が可能になるだろう。