

政治コミュニケーション研究の再構成

——排除モデルに関する一考察——

大 石 裕

- 一 はじめに
- 二 政治コミュニケーション効果研究の構成
- 三 政治コミュニケーションの排除モデル
- 四 結び——排除モデルとジャーナリズム論——

一 はじめに

かつてP・ブルデューは、文化資本に関するインタビューのなかで、次のような興味深い発言を行った。

「文化は、人と人とのコミュニケーションの手段です。それは、人を集合せしめるのです。しかし、また、文化は、排除の手段でもあります。ここに、矛盾があるのです。文化は、言語と同じく、コミュニケーションするためのもの、媒体であり、人々が共有するものであります。……しかし、奇妙なことに、それは、排除と分化の手段となるのです。」⁽¹⁾ (傍点、引用者)

このようにブルデューは、文化としてのコミュニケーションという社会過程が人々を集合させる一方、まさにその過程のなかに人々を排除するメカニズムも潜んでいることを主張する。続けて彼は、本来、普遍性を有する文化が一部の人々によって独占されている状況を批判し、そこに権力の行使が存在することを見い出すのである。⁽²⁾

本稿は、コミュニケーションのこうした排除作用に着目する諸研究の意義を高く評価し、その立場から政治コミュニケーション(political communication)研究の再構成を試みるものである。⁽³⁾この作業を進めるにあたり、まず政治コミュニケーション研究の構成に関して、その理論的変遷を中心に検討し、明確化を試みる。次いで、政治コミュニケーションが有する排除機能について考察を加える。最後に、排除モデルとジャーナリズム論との関連について若干論じてみたいと考える。

二 政治コミュニケーション効果研究の構成

(1) 権力過程としてのコミュニケーション

これまでのコミュニケーション研究を振り返るならば、コミュニケーションという社会過程に関する定義は、概して次の二つに分類される。⁽⁴⁾第一は、コミュニケーションの当事者間で、一方が他方に対し効果を与えるメッセージの伝達過程としてコミュニケーションを定義する。第二は、メッセージに含まれる意味の交渉や交換、すなわちメッセージの意味の生産やそれについての理解を生じさせる相互作用としてコミュニケーションを定義する。これらの定義を、P・L・バーガーの言う「社会学的問題」に関する考察に引き寄せてみるならば、ここである第一の定義は、「特定の社会的場面を、当局者や管理者の視点から見ながら、ある物事がなぜ『うまくいかないのか』という関心を前面に出すことととらえられ、他方、第二の定義は「システム全体がどのように作動しているのか、何がその前提に

なっているのか、どのような手段でシステムの統合がなされているのか」という関心につらなるものと位置づけられよう。⁽⁵⁾

政治コミュニケーション研究の多くは、これまでここで言う第一の定義の枠内で進められてきたと言える。というのも、周知のように、先進産業社会を中心に、コミュニケーション過程におけるマス・コミュニケーションの比重が増大するにつれ、政治コミュニケーション研究に対するマス・コミュニケーション研究の影響力が強くなってきたからである。すなわち、送り手と受け手の役割分化が進み、相互の役割交換の可能性が著しく減少するにしたがい、相互作用としてのコミュニケーションという見方が後景に退くようになってきたのである。そこでは知られるように、マス・コミュニケーションを介した政治エリートによる大衆説得、あるいは大衆操作といった受け手の側におけるコミュニケーション「効果」の問題が重視されていた。たとえ、コミュニケーションの二段階の流れ仮説に代表されるマス・コミュニケーション効果が限定的であることを示す諸研究においても、コミュニケーションの効果というテーマがその中心にあったことは間違いない。この傾向は、政治コミュニケーション研究にも色濃く反映されてきた。コミュニケーション効果の問題に関心を寄せる、次に見るJ・ケイプの政治コミュニケーションに関する定義も、こうした状況の下でなされたと思われる。

「政治コミュニケーションとは、次のような目的をもって送り手が受け手に対し、政治的メッセージを意図的に伝達することである。その目的とは、そのメッセージが伝達されなかったならば、行われなかったであろう行動を受け手にさせることである。」⁽⁶⁾

コミュニケーション研究が効果研究を中心に展開され、それが政治コミュニケーション研究に大きな影響を及ぼしてきたことを考慮するならば、この定義を最大公約数的なものとするのはそう不自然ではない。また、この定義が権力を影響力として把握する政治理論から派生したものであることも容易に察しがつくであろうし、したがってコミ⁽⁷⁾

コミュニケーションを権力現象として把握しようとしている点に関しては相応の評価を与えることも可能であろう。もちろん、後述するように、政治権力に関する論議が進展し深まるなかで、さらにはコミュニケーション研究において効果研究がより相対化される過程において、この定義を見直す必要性が高まってきたという事実を押さえておくことは重要である。ただし、とりあえずここで確認しておきたいのは、権力とコミュニケーション、いずれの概念に関してもより詳細な検討を行わなければならないことを前提条件としながらも、コミュニケーションという社会過程を権力行使の過程として把握し、コミュニケーション過程を権力現象として読み解くこと、それこそが政治コミュニケーション研究に共有されるべき基本的視座だということである。

(2) 政治コミュニケーション効果研究とそれに対する批判

政治コミュニケーション研究に関しては、主として当該領域に大きな影響を及ぼしてきた諸研究との関連から、これまでいくつかの分類が試みられてきたが、ここではコミュニケーション効果を軸にして、その作業を進めることにする。コミュニケーション効果、あるいはマス・コミュニケーション効果を時系列的に要約するならば、それは周知のように、①大衆社会論に立脚し、マス・コミュニケーション効果の強大さを主張する弾丸効果モデル、②多元社会論を背景にマス・コミュニケーション効果が限定的であることを経験的に示した限定効果モデル、③マス・コミュニケーション効果の強大さを再度主張した強力効果モデル、というように段階づけられるのが一般的である。⁽⁸⁾ただし、第三段階の強力効果モデルは、限定効果モデルをはじめとする従来の調査研究から大きな影響を受けつつも、それに対する再批判から成り立っているという点、またマス・メディア、なかでもテレビの普及に代表されるメディア変容、それと連動する社会変動、さらにはそうした変動に対応して編み出された概念・理論などを視野に収めていることから、第一段階の弾丸効果モデルのたんなる再来というわけではない点は強調されるべきであろう。⁽⁹⁾

ここではコミュニケーション効果研究という範疇を用いているが、そこで展開されてきたアプローチや問題関心は多様であり、実際、政治学、社会学、社会心理学などの領域と重複し、交錯しながら調査研究は進められてきた。とはいえ、政治コミュニケーション効果研究の領域においてこれまで圧倒的な影響力を有していたのは選挙キャンペーンを主たる素材とする投票行動研究であったことは知られている。投票行動研究は、行動論的政治学の立場から経験的に調査研究を進め、アメリカを中心にとりわけ一九四〇年代後半から六〇年代にかけて、先に示した限定効果モデルに該当する調査結果を次々と提示した。⁽¹⁰⁾ところが七〇年代になり、アジェンダ設定 (agenda setting) モデルに代表される強力効果モデルが提示されるにいたり、限定効果モデルの見直しが進められるようになった。次に掲げる批判は、その代表的なものである。⁽¹¹⁾

① 限定効果モデルは、メディアを情報、アジェンダ、公的空間を提供する機関というよりも説得機関として扱うという過ちを犯している。

② 限定効果モデルは、政治を選挙の投票に代表させるという過ちを犯している。したがって、メディアの政治的役割は投票への影響に限定されてしまっている。

③ 限定効果モデルは、他の領域における意思決定と投票とを一つに括ってしまうため、政治の場におけるメディアの影響力を過小評価している。

④ 限定効果モデルは、メディアが人々の意見を変化させることがいかに困難かを「発見」するために、無意味な理論や現代社会には適合しない大衆社会のイメージ (万能のメディアと無防備な大衆) を引き合いに出している。

⑤ 限定効果モデルは、エリー調査 (一九四〇年) とエルミラ調査 (一九四八年) を他の地域や時代にまで無警戒に一般化してしまっている。

この批判から了解されるように、限定効果モデルは自らの守備範囲を限定し経験的調査を進めてきてしまったため

に、コミュニケーションという社会過程の有する影響力を矮小化してしまったと言える。ただしこの指摘は、既存の限定効果モデルの対象領域やアプローチに対して向けられたものであり、その点からすれば効果研究の修正を求める穏健な批判と位置づけられよう。ところが、限定効果モデルに対する批判はそれにとどまるものではなかった。(ネオ・マルクス主義の影響を強く受けてきた批判的コミュニケーション研究の代表的論者の一人であるT・ギットリンは、限定効果モデルの代表的調査研究であるE・カツとP・ラザースフェルドの『パーソナル・インフルエンス』をとりあげ、次のように批判したのである。

「メディア社会学における主要なパラダイム(＝限定効果モデル)は、次に示すメディアの権力から目をそらしてきた。それは、何が正常なあるいは異常な政治社会活動であるかを定義し、何が政治的現実であり、そうではないかについて語り、また何が政治的に正当であり、そうではないかについて述べる権力である。加えて、二大政党制の政治構造を正当化し、社会的に注目を集める政治的アジェンダを確立し、それ以外の問題や争点を抑制し、方向づけ、排除し、さらには反体制運動のイメージを形成するという権力である。」(カッコ内引用者)⁽¹²⁾

こうした批判は、マス・メディアを中心とするコミュニケーション過程が現状の政治社会の維持機能を担っていることに対して投げかけられたものであり、それは同時に政治構造の正当化過程の一環としてコミュニケーション過程をとらえるものと言える。⁽¹³⁾さらに、この種の批判は、限定効果モデルのみならず、コミュニケーション効果を主題とする研究全般へと向けられるようになった。すなわち、前述したコミュニケーションに関する第二の定義、つまりはメッセージから意味を構築する相互作用としてコミュニケーションを把握する立場からの批判が行われるようになったのである。この点については、政治コミュニケーションの排除モデルとの関連で後に言及するので、ここではこうした批判が、「民衆の日常的な生活諸条件そのものを構成している、家族や学校や職場や街頭や地域社会のコミュニケーションの生活のなかで、民衆は日々、さまざまな『イデオロギー』の細片を空気のように呼吸している」という問⁽¹⁴⁾

題意識と通底する、という指摘にとどめておく。

(3) 効果研究からの反論と効果概念の拡張

限定効果モデルを中心とするコミュニケーション効果研究に対しては、以上見てきたような批判が加えられてきた。こうした批判にさらされるなかでも、効果研究は既存のモデルや理論の再検討を続け、それと並行して様々な調査研究を蓄積してきた。これら一連の作業は、効果研究からの再批判という意味合いも有していた。そこで以下、効果研究からの再批判を要約してみる。⁽¹⁵⁾

第一に、コミュニケーション効果研究に対する批判が、前述したギットリンの指摘に象徴されるように、限定効果モデル、なかでも『パーソナル・インフルエンス』（その著者の一人であるP・ラザスフェルド）への過剰なまでの注目から成り立っていることが主張される。ここでは、例えば、W・リップマンに代表される二〇世紀初頭にコミュニケーション効果の問題について論じた研究者たちが、当時急速に発展を遂げていたマス・メディア（主として活字メディア）を社会変革の担い手としてとらえていたことが指摘されるのである。また、第二次大戦後においても、テレビ暴力の研究ではマス・メディア効果の大きさが問題にされ、さらには当時の第三世界の開発政策の一環として提示された「コミュニケーションと発展」モデルにおいて、メディアの開発・普及と政治・社会変動との関連という問題が研究の主要テーマとなっていたことが、こうした再批判の論拠となっている。

第二に、先に示した限定効果モデルから強力効果モデルへという効果研究の理論・モデルの変容、およびそれをもとにして実施されてきた調査結果を根拠に、コミュニケーション効果研究とそれに対する批判的研究との共通性を見出し出そうという試みがある。この試みは、かつてアメリカ社会が多元社会であることの根拠の一つとして限定効果モデルが提示されたことを受けて、マス・メディア効果の強大さを示すことを通して、コミュニケーション効果研究の

有効性を示そうというものである。その際、頻繁に言及されるのがアジェンダ設定モデルや文化指標プロジェクトによって提唱された培養理論である。

第三に、コミュニケーションが果たす政治社会の現状維持機能に関しても、コミュニケーション効果研究がそうした問題にまで視野を拡大してきたことが主張される。この点については、例えば次に見る指摘が参考になる。

「政治社会の現状維持に対するメディアのインパクトは、研究の焦点が次のように移行すれば即座に論証されよう。それは、一回の短期の接触によって特定の記事を学習する個人から、同一の問題について様々な記事に長期にわたって接触することによる政治的社会化への移行であり、また同一の環境で社会化された一群の人々が共有する政治的イメージや政治的価値観への移行である。」⁽¹⁶⁾

この主張は、コミュニケーション効果研究の対象領域を、限定効果モデルで扱われた短期的(ないしは非累積的)かつ個人レベルに対する効果から、長期的(ないしは累積的)かつ集団レベルに対する効果へと移行することで、コミュニケーションの現状維持機能についても考察が可能になるというものである。

以上述べてきたように、コミュニケーション効果研究は、「効果」という用語・概念の意味内容を拡大させ、その多様化・複雑化をはかることにより、効果研究批判に対し反論ないしは再批判を行ってきた。そうした研究動向を要約するならば、それは限定効果モデルからの離脱と表現できよう。こうした流れを受けて、次に示す各次元を設定し、効果研究を分類しようという試みもなされるようになってきた。⁽¹⁷⁾

①受け手としての個人に対する効果を対象とする「ミクロ研究」と、社会システム内の多様な集団に対する効果やメディア情報の生産過程を対象とする「マクロ研究」。

②メディアによって伝達される情報が受け手の態度や行動を「変化」させる側面に注目する研究と、「安定」させる側面に注目する研究。

③受け手が様々なメッセージを長期にわたって受容することから生じる「累積的」効果に注目する研究と、単一のメッセージへの接触によって生じる「非累積的」効果に注目する研究。

④受け手の「認知」レベルに対する効果、「態度」レベルに対する効果、「行動」レベルに対する効果を対象とする研究。

⑤受け手に対するコミュニケーションの「直接」の効果を扱う研究と、そうした効果に様々な制約を課す「諸条件」に注目する研究。

⑥メディアの「利用方法」やメディアの「形態」が受け手に及ぼす効果を対象とする研究と、メディアが伝達する「メッセージ」や、テキスト構造としての「メッセージ・システム」が受け手に及ぼす効果を対象とする研究。

コミュニケーション効果概念のこうした拡張の試みは、その成否は別として、効果研究に対する批判に対応しつつ、効果研究の一面性ないしは部分性を克服する試みととらえられるのである。

(4) 政治コミュニケーション効果研究の分類

次に、効果研究のこうした趨勢を考慮に入れながら、先に示した権力行使過程としてのコミュニケーションという観点に立って、この領域に属する諸研究を分類・整理してみたい。それにより、政治コミュニケーション効果研究の構成と特徴をより明確にしたいと考える。この作業を行うにあたり、効果研究の分類で用いられた各次元のうち、もっとも基本的な次元と判断される「コミュニケーション効果の対象（ミクロ・マクロ）」と「コミュニケーション効果の累積性（非累積的・累積的）」という二つの軸を採用する。そうすると、政治コミュニケーション研究に属する研究は、図1のように区分されよう。そこで以下、図中に示した代表的な研究について、効果概念の拡張という問題と

図1 政治コミュニケーション効果研究の分類

効果の対象 効果の累積	非累積的	累積的
	投票行動	政治的社会化
ミクロ	アジェンダ構築	政治統合・発展
マクロ		

関連させながら概観してみる。

①「ミクロ・非累積的」な効果研究 このでの代表的研究は、投票行動研究である。この種の研究は、限定効果モデルにおいて、まさに政治コミュニケーション研究の中心にあった。ところが、アジェンダ設定モデルをはじめ様々な強力効果モデルが提起されたことにより、この種の効果研究の領域においても、効果概念の拡張がなされるようになった。というのも、例えばアジェンダ設定モデルは、受け手の態度・行動に対する効果から認知に対する効果へと研究対象を移動させ、マス・メディアによるコミュニケーション効果が強力(ないしは中程度)であることを経験的に示したからである。

②「ミクロ・累積的」な効果研究 この研究領域に属するのは、政治的社会化についての諸研究である。通常、政治的社会化とは、「政治の世界についての知識、感情、評価といった政治的志向性を獲得するプロセス」⁽¹⁸⁾と定義されるが、ここで確認しておきたいのは、社会化には個人が社会に適応していく側面と、個人が社会によって抑圧される側面が存在するということである。この領域で近年多くの注目を集めている培養理論は、受け手の環境認知に対するテレビの影響力の強さを示すとともに、テレビによって反復的に提供される大量のメッセージとイメージが、人々が共有する価値観や信念の形成(主流形成)にも寄与することを示し、その累積的效果について言及している。⁽¹⁹⁾

③「マクロ・非累積的」な効果研究 このでの代表的な政治コミュニケーション効果研究は、世論過程に関する研究であり、いわゆるアジェンダ構築(agenda building)モデルのなかで論議されてきた。⁽²⁰⁾この種の研究は、世論喚起の担い手に応じて次の四つの領域に大別され、進展してきたと言える。第一に、政治エリートがマス・メディアを通じて受け手である大衆にアジェンダを提示し、説得するという、一連の過程に関する研究があげられる。そこの研

究は、大衆説得、世論操作といった問題を中心に展開されてきた。第二に、大衆の側からの社会的意見の表明が、例えば社会運動という形態をとって生じ、それをマス・メディアが報道した結果、世論が喚起されるという、一連のメカニズムを対象とする研究があげられる。この種の研究は、主に政治参加論や社会運動論との関連から論じられてきた。第三に、マス・メディアが独自に調査報道を行ったり、政治キャンペーンを行い、自らがアジェンダ構築の担い手として機能し、世論を喚起するといった過程を対象とする研究がある。以上の三つの世論過程では、その発端は政治社会の内部の行為者によるものであるが、政治社会の外部の行為者(例えば、国際機関、外国政府、外国のマス・メディアや世論)によって提起された問題や争点をマス・メディアが報道し、それに対して大衆が反応し、世論過程が作動するケースも存在する。これが第四の領域である。

④「マクロ・累積的」な効果研究　ここでの政治コミュニケーション効果研究としてあげられるのは、コミュニケーションの発達と政治・社会変動との関連についての研究であろう。⁽²¹⁾当初、この問題に関しては、コミュニケーションの発達が国民国家レベルでの社会統合、すなわち政治統合にいかなる影響を及ぼすかという観点から論じられるのが一般的であった。その場合、政治変動は政治発展として把握され、そのなかでコミュニケーション効果の問題が扱われてきたのである。そこでのシナリオは、マス・コミュニケーションを中心にコミュニケーションが発達し、それによって地理的・社会的に遠隔にいる他者に共感する能力、すなわち「心理的動員」の可能性が増大し、その結果既存の地域や集団をこえる国民レベルでのアイデンティティが形成・強化され、国民国家が成立・維持されるというものであった。こうした考え方は、コミュニケーションの発達を政治変動や政治発展の推進力ととらえ、とりわけ第三世界の国々の開発・援助戦略にも大きな影響を与えたのである。

(5) 政治コミュニケーション効果研究の共通性

政治コミュニケーション効果研究は、これまで述べてきたように、限定効果モデルを中心とする効果研究に対する様々な批判を取り込みながら、多様なアプローチを包含しつつ、研究対象の拡張を図ってきたと言える。とはいえ、ここで指摘しておきたいのは、これらの多様な研究においても、そこには共通する視座が発見できるということであり、それこそがこの種の効果研究の限界を示しているという点である。

ここで掲げた種々の研究に共通するのは、コミュニケーションという社会過程で伝達される情報が、コミュニケーション過程の当事者間でどの程度共有され、それが個人や社会にいかなる効果を及ぼすかという視点に立っているという点である。その視点をマクロのレベルにまで、あるいは累積の効果の領域にまで拡大するにしても、政治コミュニケーション効果モデルは、社会の構成員による情報の共有、それによる構成員の社会への同化、ないしは社会の統合という問題関心が、明示的あるいは黙示的に共有されてきたと見ることができる。

政治コミュニケーション研究とは、これまで再三指摘してきたように、コミュニケーションという社会過程を権力行使過程ととらえ、そうした観点から考察を試みるものである。政治コミュニケーション効果研究における権力観が、S・ルークスの言う「一次元的権力観」によって規定されているととらえられることは重要である。「一次元的権力観」とは、「意識的に形成され、活動において示され、それゆえにまた、人々の行動の観察をとおして見出されると想定されている諸選好間の紛争」において行使される権力を指す⁽²²⁾。この権力観に立つならば、政治社会において顕在化する以前に抑圧された利害や主張、さらにはそれらの基盤となる価値観や価値意識の問題は後景に退くことになる。

以上の点は、政治コミュニケーション効果研究が、従来の「効果」研究の枠組みのなかにあり、また一次元的権力観という限定された「権力」論に基盤を持つことを考慮するならば、当然の、あるいは必然的帰結ととらえられよう。しかしながら、それゆえにこの種の効果研究は、後述するコミュニケーションの排除機能についての検討が十分では

なく、現実の政治社会を分析する際の有効性を低下させてきたと思われるのである。

三 政治コミュニケーションの排除モデル

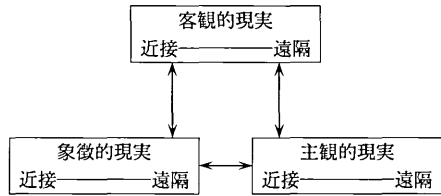
(1) 批判的コミュニケーション研究と「現実の社会的構成」モデル

前述したように、批判的コミュニケーション研究は、とりわけその初期段階においては、限定効果モデルを主たる対象として展開されてきた。そこでは、政治エリートとマス・メディア企業との結び付きの強さと、次の指摘に集約される大衆操作や大衆支配が重要な問題の一つとされたのである。

「政治的意思決定者がどんな状況下に、どんな道を選ぶにせよ、かつて見られなかった決定的な事実は、いまや情報統制が国家政策の一環をなすにいたった、ということである。人びとの観念をからめとる技術は、政府の活動に国民の支持（それが無理なら、せめて無関心）を取りつける大衆操作の手段にはかならない。」⁽²³⁾

こうした主張は、先進産業諸国を主たる対象としながら、資本主義社会を基盤とする経済体制、あるいはそれと連動する政治体制の維持にマス・メディアがいかなる貢献をしているかという問題を扱うものであった。すなわち、マス・コミュニケーションは既存の権力・支配関係の再生産に寄与しているとの批判が加えられたのである。また、批判的コミュニケーション研究のなかには、マス・メディアを「文化産業」ととらえ、その影響を日常生活、とりわけ娯楽の側面にまで拡張し、「消費者の欲求を文化産業は作り出し、操縦し、しつけ、娯楽を没収できるようになる」という主張も存在する。これらの主張が、既存社会の支配的な価値観とは異なる価値観の抑圧、さらには排除という側面に着目し、人々の政治社会への同化、それによる政治統合を基盤とする政治コミュニケーション効果研究に対して厳しい批判を加えてきたことは明らかである。

図2 「現実の社会的構成」モデル(1)



出典：H. Adoni and S. Mane 'Media and the Social Construction of Reality: Toward an Integration of Theory and Research' *Communication Research* vol. 11, No. 3, 1984, p. 327. より作成。

人の社会的行為の基盤を提供する「主観的」な社会的現実に分類する。そして、社会的な現実がそうした三つの現実の相互作用、さらには弁証法的過程をへて構成されることを主張し、さらにはこの過程全体を視野に収めたアプローチの必要性和妥当性について論じるのである。⁽²⁵⁾

このモデルにしたがうならば、政治コミュニケーション効果研究は、「象徴的」な社会的現実、すなわちマス・メディアによって提示される情報が、「主観的」な社会的現実に対しいかなる効果を与えるかという問題を中心に据えているととらえられる。他方、先に言及した批判的コミュニケーション研究に位置づけられる諸研究にしても、「象徴的」な社会的現実による「主観的」な社会的現実に対する影響が問題とされていることは否めない。この点においては、研究対象とする政治社会に対する評価は異なるものの、そこで採用されているコミュニケーション過程に関する視座は、政治コミュニケーション効果研究と共通しているとも言えるのである。

ところが、そこで繰り広げられた批判が、政治コミュニケーション効果研究のなかの一つの領域、すなわち「マクロ・累積的」効果の領域に組み入れられる可能性があることは注目されるべきであろう。この問題に関して、ここではH・アドーニとS・メインによって提唱された「現実(Reality)の社会的構成」に関するモデルを参照しながら検討してみたい(図2)。アドーニとメインは、社会で生起する事象が「現実」として認識・構成される過程におけるマス・メディアの役割について興味深い考察を行った。そのなかで彼らは「現実」を、①個人の外側に位置し、個人が事実として向かい合い、客観的世界として経験される「客観的」な社会的現実、②芸術、文学、メディア情報などによって構成される「象徴的」な社会的現実、③客観的現実と象徴的現実が入力されることによって構成され、個

(2) 批判的コミュニケーション研究から排除モデルへ

周知のように、批判的コミュニケーション研究は、これまで述べてきた研究に限定されるものではない。実際、批判的コミュニケーション研究は、そこでの従来の主流的な考え方、すなわち経済的領域における階級関係から社会的対立・紛争の発生を説明するという考え方を大きく転換させ、エスニティやジェンダーなどの社会問題も積極的に扱うようになってきた。そうした転換は、コミュニケーション概念やコミュニケーション研究の変革を導く重要な契機となったと評価できよう。こうした変化は、コミュニケーション研究においても多くの注目を集めるようになったが、以下では階級関係を重視する批判的コミュニケーションから多大の影響を受ながらも、それとは異なる視座も取り込む研究によって提示されたモデルを「政治コミュニケーションの排除モデル」と総称することにした。ここで、「排除」という用語を用いるのは、本稿の冒頭に掲げたブルデューの指摘、さらにはR・マフィーによって提起された次に見る「閉鎖理論」の考えに触発されたことにほかならない。

「閉鎖理論は、第一に、閉鎖の対象(何の独占か? 何からの排除か?)と私が呼ぼうと思っているものに関して、焦点を、生産手段から破壊の手段や知識の手段のような他の支配の基盤にまで拡大する。第二に、閉鎖の規則に関して、焦点を、私有財産に関わる法から資格証明や人種、民族、宗教、ジェンダー、あるいは共産党の党籍にもとづく独占や排除のような、他の独占や排除の形態にまで拡大する。⁽²⁶⁾」

政治コミュニケーションの排除モデルは、コミュニケーションという社会過程を権力行使の過程ととらえる点では、従来の政治コミュニケーションに関する諸概念と共通点を持つ。しかしながらこのモデルは、政治コミュニケーション効果研究とは異なり、文化的同化や社会統合を前提としたコミュニケーション効果、あるいはそうした同化・統合にコミュニケーションがどのように寄与するかという観点から論じるのではなく、そうした同化・統合の過程に潜むコミュニケーションの排除機能に着目する。また、このモデルは、そうした排除機能について論じる場合、先の閉鎖

理論が示すように、資本主義の発達によってもたらされた階級対立のみならず、それ以外の様々な社会的差異にもとづく顕在的、さらには潜在的な社会的対立ないしは抑圧の問題にまで視野を拡大するという特徴を有する。以上の点から、政治コミュニケーションの排除モデルは、政治コミュニケーション効果研究に代表される諸研究や、既存の政治社会に対するたんなる「批判的研究」という枠をこえる可能性を持つことが了解されるのである。

(3) 排除モデルの理論的構成

これまでの検討を踏まえ、次に政治コミュニケーションの排除モデルの基盤を形成する諸理論と、それらから派生するこのモデルの特質について考察を加えることにする。

第一に、排除モデルは「文化としてのコミュニケーション」という視点を採用する。すなわち、コミュニケーション過程を文化の生産・再生産、さらには変容の過程ととらえるのである。⁽²⁷⁾ なお文化については、社会の多数の構成員によって共有され、その存在によって他の社会との区別が可能な価値観、およびそうした価値観を反映・伝達し、さらには再生産・変容させる機能を担う象徴形態(symbolic forms)の総体ととらえることにする。ここで言う象徴形態とは、発話や身振りといった行為、生活様式、儀式から、テレビ番組や文学といったマス・メディアの内容にまでいたる、有意義かつ意図的な広範にわたる現象を指すものとする。⁽²⁸⁾ この視点は、前述したコミュニケーションの定義で示したうちの第二の定義、すなわちコミュニケーション過程を、メッセージの意味の生産やそれについての理解を生じさせる相互作用としてとらえることにはかならない。この視点に立つならば、例えば国民国家というレベルにおいては、日常生活における象徴形態によるメッセージの授受が、支配的文化としての国民文化の再生産や、それとは異なる、あるいは対立する下位文化の抑圧や排除という機能を担うことが理解されよう。

それに関連して第二に、排除モデルは、秩序化された政治社会においても多様かつ異質な文化が存在することを認

めながらも、そうした多様な文化の間には階層・支配関係が存在することを主張する。このうち、文化の多様性に関する調査研究は、カルチュラル・スタディズの系譜に属するメッセージの「受容 (reception) 研究」として多くの成果をあげてきた。そこでの研究課題は、①受け手は、自分が見たもの、聞いたもの、読んだものからどのような意味を作り出すのか、②受け手の解釈には一定の幅があるはずなのに、なぜ特定の意味が生み出されるのか、③こうした意味形成の行為は日常生活の場で見出されるが、それはメディア権力に関する諸概念、および公衆の知識・感情・価値観に関する諸概念とどのように関連するのか、と要約されている。⁽²⁹⁾ この種の研究では、コミュニケーションの一方の当事者をたんなる受け手としてではなく読み手 (reader) としてとらえ直すこと、すなわちコミュニケーション過程における受け手の側の主体性や能動性を認め、メッセージの多様な解読 (decoding) や解釈の可能性が強調されたのである。⁽³⁰⁾ この指摘は一見すると、限定効果モデルやコミュニケーション過程における受け手の要求や動機を重視する利用・満足研究と共通点をもつようにも見えるが、次の点においてそれらとは大きな違いがある。その違いとは、たとえ文化が多様であっても、そのなかには国民文化のように支配的かつ優位に立つものがあり、メッセージの解読・解釈は多様でありながらも、それらの間には階層・支配関係が存在すると考えるのである。こうした階層・支配関係に注目し、それに関して示唆に富む考察を加えたのが、メッセージの意味づけ (signifying) の機能を有するコードについてのS・ホールの見解である。ホールはコードを、既存の支配的な価値観を反映する「支配的コード」、支配的コードの枠内にありながらも状況に依存する限定的レベルで受け手が解読の基本的規則を作り上げる「交渉的コード」、そして支配的コードに代わる準拠枠組みのなかで受け手がメッセージを考え直す際に用いる「対抗的コード」に分類している。⁽³¹⁾

第三に、排除モデルの権力観について論じてみたい。政治コミュニケーションの排除モデルは、権力について考える場合、政策過程の領域に問題や争点が参入する際に行使される権力や、参入後に行使される権力 (S・ルークスの用

語では一次元的権力)に限定することはせず、以下に示す多次元的(二次元的・三次元的)権力観を採用し、それを重視する。すなわち、問題や争点の顕在化を抑止する権力であるところのノンデシジョン・メーカーングによる権力行使(二次元的権力)⁽³²⁾、さらには「人々の知覚、認識、さらには選好までも形づくり、それがいかなる程度であれ、彼らに不満を持たせないこと、それこそが権力の至高の、しかももっとも陰險な権力行使(三次元的権力)」⁽³³⁾といった次元にまで権力概念を拡張するのである。ここで言う二次元的権力の行使を政治コミュニケーションの排除モデルの文脈においてみるならば、それは社会的に不利益な状況におかれた人々にとって、その状況についての不満や要求を「表明」する機会が排除される過程に対応する。また、三次元的権力はそうした不利益な状況そのものに対する認識、すなわち「利益認識」が操作され、排除される過程ととらえられよう。⁽³⁴⁾それに関連して、多次元的権力観に依拠することにより、そうした状況とは直接に関わりを持たない人々が、不利益な状況におかれた人々の存在を認識し、それについての意見表明を行う機会も排除される過程をも視野に収めることが可能になるのである。

ただし、ここで留意されるべきは、先に言及した文化としてのコミュニケーション、文化の多様性と多様な文化の間に存在する階層・支配関係という観点に立つと、三次元的権力については若干の注釈・補足と修正を行う必要があるという点である。まず指摘しておきたいのは、三次元的権力の特徴としてルークスが、「無活動」に、かつ「無意識」にそれが行使されると主張している点である。⁽³⁵⁾この指摘から、支配的コードにもとづく象徴形態の解説・解釈という日常的なコミュニケーション過程が、それとは異なるコードを用いる人々に対する潜在的な権力行使過程であるという見解を導き出すことは可能であろう。例えば、日常生活に埋め込まれた「消極的」な人種差別という問題についての次の指摘は、こうした排除過程に言及したものである。

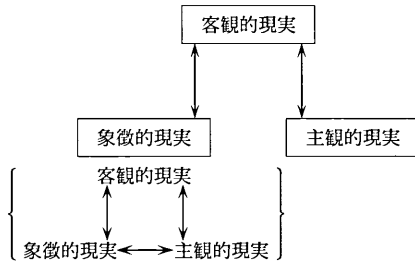
「白人たちが黒人たちを、自ら差別、排除、攻撃することなく、また劣っていると、仲間ではないと考えなくても、民族的あるいは人種的な不平等に関して、白人たちが消極的姿勢をとり、黙従し、無視し、無関心であることが、この問題に参与してい

ることになるのである。」⁽³⁶⁾

次に、これまで検討した文化としてのコミュニケーションという視座に引き寄せてみるならば、三次元的権力の行使によっても対抗的コードや交渉的コードによるメッセージの解読・解釈の可能性が排除されることはない、という点が指摘されよう。確かに、国民国家では国民文化と連関する支配的コードによって象徴形態が解読・解釈され、またその過程で支配的コードや国民文化が再生産され、その結果、利益認識は日常的に抑圧されていると考えることは可能である。しかしながら、そうしたメカニズムが働く可能性は、支配的コードを受容し、国民文化への同化の程度が相対的に高い人々の間で高まるように思われる。それとは異なり、国民文化への同化の程度が低い人々が、たとえ国民文化や支配的コードに従属し、さらにはそうした文化やコードの存在や正当性を容認するにしても、対抗的コードや交渉的コードによる象徴形態の解読・解釈は存続し、それが既存の政治体制や国民文化に対する異議申立ての基盤になると考えられるのである。だからこそ、「コミュニケーション手段の飛躍的な発達とその普及は、『中央』からのコントロールをスムーズにさせるとともに、辺境の少数者集団の『文化』を眼ざめさせもする」⁽³⁷⁾という指摘が説得力をもつことになるのである。

第四に、排除モデルにおけるマス・コミュニケーションの位置づけについて、分析対象の問題と関連させながら検討してみたい。前述したアドーニとメインのモデルでは、マス・メディアは、主観的現実に対し一方向的に効果を及ぼす機関ではなく、客観的現実と主観的現実の双方と相互作用を行いつつ、社会的現実の構成に関与する機関と把握されている。その一方で、それぞれの現実のなかに「遠隔―近接」という、主観的現実にとっての「関連性の領域(zones of relevance)」⁽³⁸⁾と二軸を設定し、関連性が弱い(＝遠隔の)事象が社会的現実として構成される際のマス・メディアの影響力を考慮する。⁽³⁸⁾ただし、ここで留意されるべきは、象徴的現実内部の現実構成過程であると思われる。

図3 「現実の社会的構成」モデル(II)



構成過程、すなわち象徴的現実内部の現実構成過程を想定しなければならぬと考えられるのである(図3)。(40)

以上の点を踏まえるならば、排除モデルにおけるマス・コミュニケーションは、次のようにとらえられよう。マス・メディアは、その内部における社会的現実の構成過程において、客観的現実や象徴的現実としての情報の消費者、すなわち「マス(大衆)」を対象に現実の構成作業を行うので、多くの場合、マス・メディアで伝達される象徴形態は社会の多数が共有する価値観によってコード化(encode)されたものとなる。したがって、その過程は支配的文化の再生産過程であると同時に、それとは異なる、あるいは対立する文化の排除過程ともとらえられるのである。マス・メディア組織とその構成員は、社会におけるコードや価値観、すなわち文化の階層ないしは分布についての社会的現実

すなわち、マス・メディア内容の生産に携わる人々が、「対象(＝客観的現実)」の重要な部分に注目し、それを印象に留め、同じようにして印象に刻まれたほかの対象の重要な部分ととり合わせる。こういう操作を無限にくりかえして現実感を構成する⁽³⁹⁾」(カッコ内、引用者)という「編集」作業を個人のレベルで行い、さらにはその作業がマス・メディア組織のレベルでも行われている点に注目すべきなのである。象徴的現実に関しては、それがマス・メディア組織やその構成員の主観的現実の相互作用によって構成されているととらえる必要がある。マス・メディア組織とその構成員は、概して、それ以外の人々と比べ、その職業上の専門性から客観的現実や他のマス・メディア組織などによって構成される象徴的現実に対する関心が強く、またそれらへのアクセス可能性も高く、加えてそれらに対する影響力も強い。また逆に、そうした現実からのマス・メディアに対する働きかけも活発である。したがって、象徴的現実の構成について検討する場合、そのなかにもう一つの社会的現実の

を再生産するにあたり、その中心的役割を担う「象徴エリート(symbolic elite)⁽⁴⁾」として位置づけることが可能である。したがって、先に見た受容研究の多くが、マス・メディアで伝達される象徴形態をテキストとして、あるいは言説(discourse)として分析対象としていることは当然のことと思われるのである。

四 結び——排除モデルとジャーナリズム論——

鶴見俊輔は、ジャーナリズムを「同時代を記録し、その意味について批評する仕事の全体」ととらえ、ジャーナリズム論の視角として次の三点をあげている(傍点、引用者)⁽⁴²⁾。

- ① 同時代のできごとを正確に記録し、そのゆたかな意味をひきだすことを、さまたげる力についての考察。
- ② ひとつのジャーナリズムの表現形態を、そのおかれる文化の総体のなかでとらえる方法。

- ③ デイスコミュニケーションの役割に対する注意(ここでは、デイスコミュニケーションとは、なにがいまのジャーナリストにとっては表現できないか、というコミュニケーション活動の限界を指す)。

これらの指摘は、政治コミュニケーションの排除モデルにとってきわめて示唆に富む。なぜなら鶴見は、ジャーナリズム活動を社会的行為を象徴形態によって生産・再生産・変化させられる「文化」の総体のなかに据え、ジャーナリズム活動というコミュニケーション過程で働く「力」や、その帰結としての「デイスコミュニケーション」の問題を明確化しているからである。この視角は、多様な文化間の階層・支配関係が集約される場として、あるいはそれらを維持・再生産装置としてマス・メディアをとらえる点で排除モデルと共通する。それと同時に、この種のジャーナリズム論は、規範的な観点から、象徴エリートとして現実の社会的構成を再構成、さらには変化させる機関としてマス・メディアのジャーナリズム活動にも注目する⁽⁴³⁾。排除モデルも、そうしたジャーナリズム論と参照しつつ、マス・

メディア組織、およびその構成員による象徴的現実内部における社会的現実の構成過程を重視するのである。

以上述べてきたように、政治コミュニケーションの排除モデルは、先に「理論的構成」で言及した諸理論を基盤として、規範的なジャーナリズム論の視角を継承しつつ、主としてマス・メディアを対象に、象徴形態や価値観が生産・再生産・変化する過程を、権力過程としてのコミュニケーションという観点から読み解くための分析装置なのである。

(1) P. Bourdieu, *Algerie 60*, Minuit, 1977 (原山哲訳『資本主義のハビトゥス』一九九三年、藤原書店、一七九頁)。

(2) 同訳書、一八〇頁。

(3) 政治コミュニケーションに関しては、私自身、以下の論文においていくつかの観点からすでに考察を試みたことがある。

「社会運動と世論」社会運動論研究会編『社会運動論の統合をめざして——理論と分析——』成文堂、一九九〇年。

「マス・コミュニケーション論の変容——大衆社会論の『遺産』とパワフル・メディア論——」『関西大学社会学部紀要』第一三巻、第一号、一九九一年。

「政治コミュニケーションと文化」(共著)『マス・コミュニケーション研究』四二号、一九九三年。

「政治コミュニケーション論の視座転換——多次元的権力観の導入——」東京大学社会情報研究所編『社会情報と情報環境』東京大学出版会、一九九四年。

「社会運動とコミュニケーション——リゾート開発をめぐるメディア言説——」社会運動論研究会編『社会運動の現代的位相』成文堂、一九九四年。

「政治シンボルとしての地域情報化」『放送学研究』四四号、一九九四年。

本稿は、無論、これらの論文と関連し、その延長線上に位置するものであるが、主として理論的観点から、政治コミュニケーションの効果研究の再整理を行い、そのうえで「排除モデル」を提唱することにより、政治コミュニケーション研究を再構成することを目的としている。

(4) 例えば J. Fiske, *Introduction to Communication Studies*, Methuen & Co. Ltd., 1985. J. W. Carey, *Communication as Culture*, Unwin Hyman, 1989, T. O'Sullivan et. al. ed., *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, 2nd ed., Routeledge, 1994, を参照。

(5) P. L. Berger, *Invitation to Sociology*, Doubleday & Company Inc., 1963 (水野節夫・村山研一訳『社会学への招待』

思索社、一九七九年、五七頁。

- (6) J. Cape, *Communication and Political Power*, Ebenezer and Son Ltd., 1966, p. 17.
- (7) 例えは R. A. Dahl, *Modern Political Analysis 3rd ed.*, Prentice-Hall Inc., 1976. 参照。
- (8) 例えは D. D. Nimmo and K. R. Smith, Introduction: The Emergence of Political Communication as a Field in D. D. Nimmo and K. R. Sanders, *Handbook of Political Communication*, Sage Pub., 1981. 参照。この論文では、政治コミュニケーションの起源・背景となつてゐる研究領域として、レトリック分析、宣伝分析、態度変容の研究、投票行動研究、政府とニュース・メディア、機能システム分析、メディア技術の変化、といった領域を掲げ、政治コミュニケーション研究の分類を行っている。
- (9) J. W. Tankard, Jr., *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in Mass Media 3rd ed.*, Longman Pub. Group, 1992, pp. 260-262.
- (10) この研究動向を要約した論文として、例えは L. B. Becker, 'The Development of Political Cognitions' in S. H. Chaffee, *Political Communication: Issues and Strategies for Research*, Sage Pub., 1975. 題名は「投票行動研究の先駆と発展」同編『政治行動の社会心理学』福村出版、一九九四年、参照。
- (11) E. Katz, 'Communication Research since Lazarsfeld', *Public Opinion Quarterly*, vol. 51, No. 4, 1987, p. 28.
- (12) T. Gittlin, 'Media Sociology: The Dominant Paradigm', *Theory and Society* vol. 6, No. 2, 1978, p. 205.
- (13) R. Miliband, *The State in Capitalist Society*, Weidenfeld and Nicolson, 1969 (田口富久治訳『現代資本主義国家論』未来社、一九七〇年)、「第八章」正統化過程—II」参照。
- (14) 見田宗介「現代社会の社会意識」弘文堂、一九七九年、一一五頁。
- (15) この要約は、ホーント J. M. McLeod et al., 'On Understanding and Misunderstanding Media Effects', in J. Curran and M. Gurevitch ed., *Mass Media and Society*, Edward Arnold, 1991, pp. 239-241 の部分に拠つてゐるが、次の論文も参照した。J. G. Blumler and M. Gurevitch, 'The Political Effects of Mass Communication', in M. Gurevitch, et al. ed., *Culture, Media, and Society*, Methuen & Co. Ltd., 1982. D. A. Graber, 'Media Impact on the Political Status Quo: What is the Evidence?' in R. J. Spitzer ed., *Media and Public Policy*, Praeger, 1993.
- (16) D. A. Graber, *ibid.*, p. 20.

- (17) J. M. McLeod, op. cit., pp. 242-246. なお、この論文の分類では、長期的効果と短期的効果という次元も設けられているが、この次元は累積的效果と非累積的效果の次元で扱えると判断したので、本稿では六つの次元のみを記した。
- (18) R. E. Dawson et. al., *Political Socialization 2nd ed.*, Little, Brown and Company, 1977 (加藤秀治郎ほか訳『政治的社会化』声書房、六三頁)。
- (19) 文化指標プロジェクトによる培養理論の調査研究については、例えば、N. Signorietti and M. Morgan ed., *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research*, Sage Pub., 1990. 参照。
- (20) アジエンタ構築におけるマス・メディア報道、およびそれによって喚起された世論の機能に関しては、大石裕「社会運動と世論」(前掲論文)を参照されたい。
- (21) この種の研究に関してはすでに多くの批判的作業が行われている。そのうち、エスニシティの問題との関連から批判的に論じたものとして、李光一「エスノポリティクス復興の政治的文脈」山之内靖ほか編『社会科学の方法Ⅻ、政治空間の変容』岩波書店、一九九三年、石川一雄「エスノナショナリズムと政治統合」有信堂、一九九四年、山影進「対立と共存の国際理論」東京大学出版会、一九九四年、関根正美「エスニシティの政治社会学」名古屋大学出版会、一九九四年、参照。私自身、こうした研究に触発されて情報社会論批判の観点から、「コミュニケーションと発展 (communication and development)」モデルを検討し、日本社会の情報化の進展と国家・地域間関係の変容の問題について論じてみた(『情報化と地域社会』(共著)福村出版、近刊)。
- (22) S. Lukes, *Power: A Radical View*, British Sociological Association, 1974 (中島吉弘訳『現代権力論批判』未来社、一九九五年、一九頁)。また、三次元的権力観が政治コミュニケーション研究においても意義に関しては、大石裕「政治コミュニケーション論の視座転換——多次元的権力観の導入」(前掲論文)、「社会運動とコミュニケーション——リゾート開発をめぐるメディア言説——」(前掲論文)で、すでに論じたので参照されたい。
- (23) H. I. Schiller, *The Mind Managers*, Beacon Press, 1973 (斉藤文男訳『世論操作』青木書店、一九七九年、二一五頁)。
- (24) M. Horkheimer and T. W. Adorno, *Dialektik der Aufklärung*, Querido Verlag, 1947 (徳永恂訳『啓蒙の弁証法』岩波書店、一九九〇年、二二頁)。
- (25) H. Adoni and S. Mane, 'Media and the Social Construction of Reality: Toward an Integration of Theory

and Research' *Communication Research*, vol. 11 No. 3, 1984, pp. 325-326.

- (26) R. Murphy, *Social Closure: The Theory of Monopolization and Exclusion*, Oxford Univ. Press, 1988 (辰巳伸知訳『社会的閉鎖の理論』新曜社、一九九四年、八二頁)。

なお、ここでは本稿の中心の概念である「排除」、ならびに「統合」「同化」の概念について若干の説明をしておきたい。石川准は、エスニック・マイノリティの問題について考察するなかで、「制度的構造差別と排除がない状態」のことを「統合」ととらえ、その対極に「排除」を据える。その一方で「エスニック・マイノリティ」が全体社会の支配的価値観を内面化している「状態を「同化」ととらえ、その対極に「異化」を据える(『アイデンティティ・ゲーム・存在証明の社会学』新評論、一九九二年、五三一―五四頁)。また山影進は、K・W・ドイッチェ(K. W. Deutsch)の社会的コミュニケーションの視角を検討するなかで、石川とはほぼ同じ視点に立って、動員(mobilization)について「個々人が近代的社会に参画する人間になること」「社会的コミュニケーションの緊密化を必要とする状況(国民経済内分業や政治参加など)に生きることになること」ととらえる。そして、「同化」については「社会が必要とするコミュニケーションに十分対応できるだけのコミュニケーション能力を個々人が獲得すること」ととらえ、その能力が不足している状態を分化(differentiation)と位置づけている(注②)前掲書、二六一頁)。石川と山影は、大要、社会構造のレベルでは「統合ないしは動員」対「排除」、文化のレベルでは「同化」対「異化ないしは分化」と整理しているのとらえられよう。

他方、マーフィー(Murphy)は、M・ウェーバー(M. Weber)「閉鎖」の概念を「ある一つの集団が、自分たちより劣っており、資格をそなえていないと規定するもう一つの下位のアウトサイダーの集団を諸々の機会からしめ出すことによって、有利な立場を独占する従属化の過程」と要約し(前掲訳書、一三頁)、そのうえで「排除型閉鎖」について「従属化の過程を通じて、下にむかっている権力行使を意味する」(同書、一五頁)ととらえる。ここでは、石川らの整理とは異なり、社会構造のレベルと文化のレベルを分離してしない。むしろ、両者の関連に注目し、権力行使という観点から「閉鎖」ないしは「排除」という用語を用いている。本稿は、石川や山影の整理を参照しつつも、マーフィーの見解に拠りながら、社会における多様な文化の存在を前提とするかぎりには、「統合・動員」あるいは「同化」の過程そのものに「排除」の過程が含まれると考える。また、マーフィーは、「上位の集団がもつ有利な立場に食いこむための上に向かっての権力行使を意味する」ものとして「閉鎖型奪取(usurpation)」の概念を「閉鎖型排除」とともに提示している。この見方は、統合・同化のメカニズムのなかに奪取の可能性があること、すなわち既存の社会構造や支配的文化の変革可能性も想定している。排除ならびに奪取についての

こうしたとらえ方は、後述する政治コミュニケーションの排除モデルの「理論的構成」のなかでの「文化としてのコミュニケーション」「秩序化された政治社会における文化の多様性」と、そうした文化間における階層・支配関係」にもとづく「三次的権力観」の修正作業と深く関連するものである。

- (27) この点に関しては、注(1)で掲げた文献、および P. Golding and G. Murdock Culture, Communications, and Political Economy' in J. Curran and M. Gurevitch ed., *Mass Media and Society*, Edward Arnold, 1991, (杉山あかし訳「文化、コミュニケーション、そして政治経済学」児島和人・相田敏彦監訳『マスメディアと社会』勁草書房、一九九五年)。ただしこの訳書は Section I のみ訳出) J. B. Thompson, *Ideology and Modern Culture: Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*, Stanford Univ. Press, 1990. 参照。

なお、D・ベクトウォール (McQuail) 著 *Mass Communication Theory*, 3rd ed., Sage Pub., 1994, pp. 49-55. において、コミュニケーションのモデルを、教育や政治宣伝などのコミュニケーションを扱う「伝達 (transmission) モデル」、芸術や娯楽などのコミュニケーションを扱う「表出 (expressive)・儀式 (ritual) モデル」、注目を集めることを目的とする営利的コミュニケーションなどを扱う「パブリシティ (publicity) モデル」、そしてメッセージが有する権力・支配的側面と受け手の側の多様な受容コードを主たる研究対象とする「受容 (reception) モデル」に分類している。本稿は、以下で述べるように、「儀式」などにおいて集約的に「表出」される文化の権力・支配的側面とその「受容コード」の多様性、さらには多様な「受容コード」間の支配・階層関係に着目する。したがって、ここで検討する排除モデルは、マクウェールの分類によるならば、「表出・儀式モデル」と「受容モデル」を結合させたモデルと言えよう。なお、こうした結合の可能性は、マクウェールの分類そのものに対する疑問、ないしは批判を生じさせるものである。

- (28) B. Thompson, *ibid.*, p. 138. トンプソンは、この文献のなかで「象徴形態」の特性として「意図的 (intentional)」「因習的 (conventional)」「構造的 (structural)」「意味指示的 (referential)」「文脈的 (contextual)」と「たがひあひあはれ」それぞれの局面から興味深い検討を行っている。本稿は、トンプソンのこうした考察を参考にしたので、以下でもこの用語を用いている。

- (29) J. Corner, 'Meaning, Genre and Context: The Problematics of "Public Knowledge" in the New Audience Studies' in J. Curran and M. Gurevitch ed., *op. cit.*, p. 267.

- (30) 例として J. Fiske, *op. cit.* S. Hall, 'Encoding/Decoding', in S. Hall et. al. ed., *Culture, Media, and Language*,

Hutchinson & Co. Ltd., 1980. A. Tudor, 'Culture, Mass Communication and Social Agency', *Theory Culture & Society*, vol. 12, No. 1. 藤田真文「読み手」の発見——批判学派における理論展開」『新聞学評論』第三七号、一九八一年、佐藤毅「マスコミの受容理論」法政大学出版会、一九九〇年などを参照。

なお、こうした研究は通常、テキストないしは言説 (discourse) 分析と総称されるが、この種の研究の視座や研究対象も様々に変化してきた。次の指摘は、その動向を要約して述べたものである。「(七〇年代のテキスト分析では) 社会は、とりわけイデオロギーというメディアを通じて諸個人を拘束するものと考えられていた。こうした拘束は、主として主体を形成するイデオロギーの能力によって行われ、そうした過程は、テキストと読み手の関係が事実上テキストによって決定されることを確実にするのである。……(八〇年代のテキスト分析は) 読みという行為をより開かれた過程として理解する試みであり、そうした見方はすでにポスト構造主義によって社会に広められていた。この見方は、テキストと読み手の関係に積極的に参加する受け手という斬新な関心を導いたのである。」(A. Tudor, *ibid.* p. 96)

ちなみに、J・コーナーはテキストの「意味」分析の多様性に言及し、メッセージによって構成されるテキスト構造の分析が要求される「テキスト内部 (intra-textual)」の意味分析、フィクションとノンフィクションといったジャンルごとの分析、ないしはジャンル間の分析が要求される「テキスト間 (inter-textual)」の意味分析、ある状況に置かれた人々のメッセージの受容や理解の実践についての分析が要求される「解釈 (interpretative)」の意味分析に分類している。(J. Corner, *op. cit.*, p. 270)

(31) S. Hall, *op. cit.*, pp. 136-138.

(32) ノンデシジョンによる権力行使については、P. Bachrach and M. S. Baratz, *Power and Poverty*, Oxford Univ. Press, 1970. 大石裕「ロミニティ権力構造論再考」『慶應義塾大学法学研究科論文集』一七号、一九八三年、を参照された。また、ノンデシジョンとマス・メディアの機能との関連については、注(3)で掲げた論文のなかでつねに論及しているのを参照された。

(33) S. Lukes, 前掲訳書、三九一四〇頁。

(34) ここで「二次的・三次元的権力観に関連して、利益の「認識」、それにもとづく利益の「表明」という用語を用いているが、これらは飯田文雄「ハロルド・ラスウェルの政治理論(3)」『国家学会雑誌』第一〇五巻、一九九二年、に拠っている。

(35) S. Lukes, 前掲訳書、九二一九五頁。

- (36) T. A. van Dijk, *Elite Discourse and Racism*, Sage Pub., 1993, p. 6.
- (37) 青木保『文化の否定性』中央公論社、一九八八年、八六頁。
- (38) H. Adoni and S. Mane, op. cit..
- (39) 外山滋比古『エディタリッシュ』みすず書房、一九七五年、五五頁。
- (40) この種の研究は、知られるように、マス・コミュニケーション研究においては、ニュース研究ないしは送り手研究として行われてきた。いわゆる「ゲートキーパー研究」はその典型である。その一方で、そうしたゲートキーピングの際に働く様々な制約(政治・経済的要因も含む)、その際に活用される価値基準、さらには価値基準の形成要因についての研究もしだいに蓄積されるようになった。言うなれば、メッセージがコード化(encoding)されるメカニズムと、それへの影響要因についての研究へと送り手研究は進んできたのである。こうしたニュース研究に関しては、G. Tuchman, *Making News*, The Free Press, 1978(鶴木真・桜内篤子訳『ニュース社会学』三嶺書房、一九九一年)・M. McCombs et. al., *Contemporary Public Opinion*, Lawrence Erlbaum Associates Inc., 1991(大石裕訳『ニュース・メディアと世論』関西大学出版部、一九九四年)を参照されたい。また、そうした観点に立ちながら新聞報道の実際に携わる立場から、日本の新聞報道の制約要因についてきわめて興味深い論稿を収録した文献として、新聞報道研究会編『いま新聞を考える』日本新聞協会、一九九五年、がある。
- (41) T. A. van Dijk, op. cit. この文献では、象徴エリートとして、例えば「編集者、テレビ番組のディレクター、コラムニスト、作家、教科書の執筆者、人文科学や社会科学の研究者」があげられている。これらの人々は、「政策の作成や正当化に直接関与し、また世論過程や公的な議論の場で直接発言でき」、加えて「一般の人々の知識、信念、言説を教育し、統制するための主要な権力資源」を有していると考えられている。(p. 26)
- (42) 鶴見俊輔編「解説：ジャーナリズムの思想」同編『ジャーナリズムの思想』筑摩書房、一九六五年、一一頁、四一頁。
- (43) 実際、鶴見が編集した前掲の文献のなかには、規範的観点から現状批判を試みるジャーナリストの記事や評論 およびその種のジャーナリズム活動やジャーナリズム論についての論文が収録されている。