

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——

大 石 裕

Changes in Mass Communication Theory :  
The Legacy of Mass Society Theory, and Powerful Media Theory

Yutaka OISHI

Abstract

Recently, a group of powerful media theories have revived and this theoretical tendencies have become fixed. The new powerful media theories repropose an important question: How does the development of mass media influence the established power relations in a political society? This question was proposed by mass society theories, but has been neglected in the process of the development of limited effect theories. The revival of powerful media theories has stimulated a reconsideration of the frames of mass media theories which had stemmed from the limited effect theories. We should understand this tendency has made urgent a change of perspective regarding mass communication theories. In this paper, after reviewing a variety of mass communication theories, I consider how useful the powerful media theories are in term of the connection between the development of mass communication and power relations in a political society. Lastly, I examine the evolution of the powerful media theories in the future.

Key words: powerful media theory, mass society, pluralism, limited effect theory, agenda-building model

抄 録

近年、マス・メディア効果の強さを主張するパワフル・メディア論が復活を遂げ、その趨勢は定着しつつある。新たなパワフル・メディア論は、大衆社会論によって提起されながらも、限定効果論が精緻化される過程で軽視されてきた問題、特にマス・コミュニケーションの発展が既存の権力・支配関係にどのような影響を及ぼすのかという問題を再提起してきた。すなわち、パワフル・メディア論の復活は、限定効果論を主軸に展開されてきたそれまでのマス・メディア論の研究枠組自体の見直しを迫るものであり、それは同時にマス・コミュニケーション論の視座転換を促すものとして捉えられるべきなのである。本稿では上記の問題意識に立脚し、多様化しつつ発展してきたマス・コミュニケーション論について概述し、その後マス・コミュニケーションと権力・支配関係の関連という観点から、各パワフル・メディア論の有用性について検討してみる。その後、パワフル・メディア論が今後展開すべき方向について論じることにする。

キーワード：パワフル・メディア論、大衆社会、多元主義、限定効果論、アジェンダ構築モデル

<目次>

1. 問題の所在
2. 大衆社会論におけるマス・コミュニケーション
  - (1) 「市民社会」実現の期待
  - (2) 大衆社会の病理
  - (3) 常態における大衆社会
3. 多元主義論におけるマス・コミュニケーション
  - (1) 多元主義論による権力エリート論批判
  - (2) 限定効果論の展開
  - (3) 限定効果論の政治的含意
4. パワフルメディア論の多様化
  - (1) パワフル・メディア論復活の意義
  - (2) パワフル・メディア論の類型
  - (3) アジェンダ設定主体としてのマス・メディア
  - (4) 社会化機関としてのマス・メディア
  - (5) 世論・政策過程への影響要因としてのマス・メディア
  - (6) 文化装置としてのマス・メディア
5. 結 び

1. 問題の所在

近年、マス・メディア効果の強大さを主張するパワフル・メディア論が復活を遂げ、その趨勢が定着しつつあるのは周知の通りである。パワフル・メディアという用語には常に大衆社会(論)のイメージが付きまとうのも確かだが、1970年以降アジェンダ設定モデルの提唱を契機に多くの注目を集めた種々雑多な理論・モデルは、かつて大衆社会論と連動しながら提起された皮下注射モデルや疑似環境論に代表される旧来のパワフル・メディア論(弾丸理論)の単なる再来ではない。

その理由は次の二点に要約できよう。第一は、新たなパワフル・メディア論が、大衆社会論から生じた初期のパワフル・メディア論に対し批判的立場をとることが多かったマス・メディアの説得効果に関する一連の研究、いわゆる限定効果論に基づく豊富な調査研究の蓄積を踏まえ、それへの再批判から成り立っているという点である。第二は、この種の概念が、大衆社会論以降に生じた産業社会の一層の進展、それに呼応して見られた政治・社会状況の変化、さらにはマス・メディア自体(特にテレビ)の急速な普及などの諸要因を視野に収める一方で、それらの変化に対応して編み出された概念あるいは理論、及びそれを用いた分析結果との関連を強く意識しているという点である。言うなれば、新しいパワフル・メディア論は、限定効果論を中心に展開されたマス・メディア効果論や社会変化の影響を受けながらも、大衆社会論において提示された問題意識を継承しつつ、新たな理論・モデルを携えて復活してきたのである。

従って、限定効果論からパワフル・メディア論へという変化について考察する場合にしても、受け手に対するマス・メディア効果が限定的か強大か、あるいはそうした効果が認知、感情・態度、行動のいずれにまで及ぶのかといった問題に関心領域を限定してしまうことは、新たなパワフル・メディア論により再提起された問題意識、及びその概念の有効性を見失うことになりかねない。というのも、この種のパワフル・メディア論は、大衆社会論において提起されながらも、限定効果論が精緻化される過程で軽視されてきてしまった問題について、多くの示唆を与えてくれるからである。なかでも最も強調されるべきは、マス・コミュニケーションの発展が既存の権力・支配関係にどのような影響を及ぼしてきたかという問題であろう。すなわち、パワフル・メディア論の復活は、限定効果論を主軸として展開されてきたマス・メディア効果論という従来の研究枠組自体の見直しを迫るものであり、それと同時にマス・コミュニケーション論の視座転換を促すものとして捉えられるべきなのである。

本稿では以上のような問題意識に立ち、次の順序でマス・コミュニケーション論の変容に関し考察を進める。まず、大衆社会論とマス・コミュニケーション論の連関について検討する。次いで、大衆社会論からの脱却を目指し提示された諸概念について、マス・メディア効果論、特に限定効果論に焦点を当て、その背後仮説も含め考察を加える。その後、パワフル・メディア論の多様化について概述し、マス・コミュニケーションが権力・支配関係に及ぼす影響という観点から、それぞれのパワフル・メディア論の有用性についての検討を行い、最後にパワフル・メディア論が今後展開すべき方向について論じることとする。

## 2. 大衆社会論におけるマス・コミュニケーション

### (1) 「市民社会」実現の期待

20世紀に入ってすぐにG.タルドは、「新聞以前の国会は新聞以後の国会とあまりにも異なり、両者に共通なのは名称だけかと思われるほどである」<sup>1)</sup>と述べ、当時急速に普及しつつあった新聞の影響力の大きさを強調した。彼は、新聞が健全な世論を育成し、さらには民主主義社会を形成する力を持つと考え、それに高い評価を与えた。こうした評価は、「印刷は、民主主義を意味する。というのは、それは庶民の手の届くところに知識をもたらすからである。そして知識は、結局のところ、権力への要求を正当化することを確実にする」<sup>2)</sup>というG. H. クーリーの主張と等置される。すなわち、新聞をはじめとするコミュニケーション手段の発達が国民の間に共通の問題意識を生み出し、それにより諸個人間で活発な討論が行われ、その結果「公共意識＝世論<sup>3)</sup>」が形成され、民主主義の発展が促されると考えられたのである。

1) タルド, G., 稲葉三千男訳 (1964), p. 84.

2) クーリー, G. H., 大橋幸・菊池美代志訳 (1970), p. 75.

3) 同上, p. 13.

こうしてみると、世論を「一方の、伝統、偏見、信仰の極と、他方の理性、論理、個人的感情の二つの極の間に位置している」<sup>4)</sup>と捉えた場合、タルドらの主張は、世論が前者の極から後者の極へ移行しつつあることを前提に、「市民社会」の実現について期待を込めつつ展望したものとと言える。強大なマス・メディアの発生は、そうした世論や社会を生み出す契機と見なされた。つまり、この種の主張では「意識的個性の消滅、無意識的個性の優勢、暗示と感染とによる感情や観念の同一方向への転換、暗示された観念をただちに行為に移そうとする傾向」<sup>5)</sup>を持つ群衆という観点は、後景に退かされたのである。

## (2) 大衆社会の病理

強大なマス・メディアに対するこうした肯定的見方に対し、周知のように W. リップマンは、マス・メディアが提示する環境を現実環境とは異なる疑似環境を捉え、その種の環境が様々な要因によって屈折させられることから、大衆社会において成立する世論、及びそれへの依存度を高める政治社会について警戒の念をもって論じた。リップマンは、「それぞれの人間は直接に得た確かな知識ではなくて、自分でつくりあげたイメージ、もしくは与えられたイメージに基づいた物事を行っている」と想定しなければならない<sup>6)</sup>ことを強調する。そして、こうしたイメージの造成に大きな威力を発揮するのは、大衆が保持するステレオタイプであり、しかも大衆が「情報に接近する道は妨害され、不安定である以上」<sup>7)</sup>、マス・メディアの発展が健全なる世論の形成に寄与するという図式に対しては疑問を投げかけざるをえないことになる。

また、大衆社会の進展は、「文化的、政治的生活におけるエリートの排他性の喪失と大衆参加の台頭」<sup>8)</sup>を招くという理由、すなわちエリートと大衆の社会的距離が接近することによって生じる「エリートの危機」が「社会の危機」を招くという理由から、より一層厳しく批判された。前述したタルドやクーリーが、産業化・都市化・民主化、そして大衆化の進展により、人々の意識・活動が家族や近隣集団・地域社会などの第一次集団を超えて拡大するとの認識を踏まえ、その傾向を肯定的に捉えているのは間違いない。しかしその一方で、大衆社会の進展を伝統的絆帯の減退と捉え、それにより社会不安や社会的不安定が増大する（例えば大衆運動の勃発）との見方が多くの論者によって採用されてきたのも事実である。その代表的論者であるオルテガは、「大衆とは、みずからを、特別な理由によって——よいとも悪いとも——評価しようとせず、自分が《みんなと同じ》だと感ずることに、いっこうに苦痛を覚えず、他人と自分が同一であると感じてかえっていい気持ちになる、そのような人々全部である」<sup>9)</sup>といった大衆観に立脚し、大

4) モスコヴィッチ, C., 古田幸男訳 (1984), p. 311.

5) ル・ボン, G., 桜井成夫訳 (1956), p. 30.

6) リップマン, W., 掛川トミ子訳 (1987), (上) p. 42.

7) 同上, pp. 208-209.

8) コーンハウザー, W., 辻村明訳 (1961), p. 18.

9) オルテガ・イ・ガセット, J. 寺田和夫訳 (1971), p. 440.

衆社会の脆弱さを繰り返し指摘した。

また、K. マンハイムは、近代社会が抱える合理性と非合理性という二重構造について、「……大規模な産業社会としては、すべての衝動を断念し抑圧することによって、行為組織を最高度に合理的に予測することができるが、他方大規模な大衆社会としては無定型の人間行動に特徴的なあらゆる非合理性や激情の爆発を生み出す」<sup>10)</sup>と説明する。そして、マス・メディアがこうした非合理性のある特定の欲求へと向けさせる宣伝用具として活用される危険性が高まるという認識に立ち、次のように論じる。

「この発展における最悪なことは、我々がその『手押し輪車のような心理』をもって不均衡な精神的・心理的發展の象徴として描いたようなタイプの人間が、民主主義社会では原則として誰もが自由に使用しうる新聞やラジオやその他の技術を、人間の心理を支配するためにいかに利用するかを習得して、これらの技術を使って彼自身の思いどおりに人間を形成し、こうして彼自身のタイプのような人間を千万倍にも増加させることができる、ということである」<sup>11)</sup>。

マンハイムのこの主張が、当時ドイツ社会で勃興しつつあったナチズムを念頭に置いていたのと言うまでもない。彼は「自由主義において考慮されていたいろいろな自由を、自由そのものにそむくように無制限に作用させ、自由主義がつくりだした社会的機構を自由の反対者に乱用させる」<sup>12)</sup>傾向を「否定的民主化」と捉える。そして、大衆社会のような動的社会においては、否定的民主化の傾向を抑止するための「計画」が必要であり、その「計画」を遂行するには、エリート、特に知識階級が重要な役割を果たすと主張するのである<sup>13)</sup>。

### (3) 常態における大衆社会<sup>14)</sup>

大衆社会の持つ病理を様々なえぐり出した研究者の多くは、ナチズムが支配的になりつつある当時のドイツ社会を「危機における大衆社会」の典型と見なし、精力的に研究を続けた。なかでもフランクフルト学派に属する研究者はアメリカに亡命し、そこで展開していた大衆社会論に大きな影響を及ぼした。1920～30年代にかけて、アメリカの大衆社会論を構成していたのは、先に言及したリップマンの世論研究に以外に、H. D. ラスウェルを中心とする宣伝・操作の研究、J. デューイによる公衆（没落）の研究、R. パークやL. ワースなどシカゴ学派による都市社会学の観点からの研究、そして E. メーヨに代表される産業社会学の分野での「人間関係」に関する

10) マンハイム, K., 杉之原寿一訳 (1976), p. 50.

11) 同上, p. 65.

12) 同上, p. 101.

13) マンハイム, K. 池田秀夫訳 (1971), p. 437.

14) 綿貫譲治 (1962), pp. 94-99. このなかで綿貫は、「大衆社会における集団構造の事例」として、「基底体制の危機が、大衆社会に内包する組織化と原子価を極限状況にまで発展せしめたばあい」を「『ナチ体制における集団構造』=危機における大衆社会」と捉える。それと対比させることで綿貫は、「常態（ノーマル）における大衆社会状況の展開」を指摘し、その事例として「現代アメリカにおける集団構造」をあげている。

研究などであった<sup>15)</sup>。これらの先行研究とフランクフルト学派の研究とが出会い、大衆社会論は新たな展開を遂げることになる。

この種の大衆社会論の際立った特徴としては、それがマス・コミュニケーション論との連関を一段と深めていった点があげられよう<sup>16)</sup>。例えば、R. K. マートンは戦争債権の購入をめぐるラジオの宣伝効果の大きさを実証した<sup>17)</sup>。この研究で留意されるべき点は、ラジオによる説得が効果をあげたという「技術的」次元とは別に、「道徳的」次元をも考慮されていたことであろう。マートンは社会統制の一手段である宣伝が効果をあげる大衆社会（＝アメリカ社会）の危険性を指摘した。また、宣伝の実践者が没価値的であると主張し、無批判にこの種の研究に携わる者に対し警告を発したのである。この指摘は、「技術的」次元が優先されるその後のメディア効果の研究とは異なり、『大衆説得』の調査研究を通じて大衆社会の病理を明らかにするという問題意識を明確化したものと評価できよう<sup>18)</sup>。

その後、大衆社会論は第二次大戦後のアメリカ社会という「常態における大衆社会」という場で、新たな論争を巻き起こしていった。その一方の中心的論者である D. リースマンは、マス・コミュニケーションが発達するなかでアメリカ社会が消費・レジャー社会へと進み、大衆の社会的性格が「他人指向型」へと変貌を遂げてきたことを指摘した。彼は、アメリカ社会を大衆化が進んだ社会として把握しうることを認めつつも、主として次の二つの理由から、その傾向を肯定的に捉えた。第一は、権力構造に関するものである。リースマンはアメリカ社会を、「支配階級を上にした単純なハイアラキーがくずれて、権力はあちこちに散在する『拒否権行使グループ』に譲り渡された」<sup>19)</sup>社会と見る。しかも、これらの集団にしても、「政治の領域というのはさまざまな集団によって寸断されており、かつそれぞれの縄張りの背後にある種の大衆的な期待値がきちんと出来上がっている」<sup>20)</sup>ことから、その動きには厳密な限界があると主張する。従って、アメリカ社会には支配階級は存在せず、各集団間の中で権力の均衡のとれた多元的社会であるとの結論が導き出される。第二は、マス・メディアの政治的機能に関するものである。リースマンは、マス・メディアがアメリカ社会において大衆の同調性の源になっている点は承認しながらも、「メディアは一応読者にとって政治が重要なのだという原則をつくることによって、いわば政治のプレステージを守る役割を果たしている」<sup>21)</sup>ことから、必ずしも大衆の政治的無関心を助長しているわけではないと主張する。すなわち、マス・メディアは「麻醉的悪作用」として機能することなく、消費・レジャー社会が進展するなかで、大衆を政治につなぎとめる役割を果たすと

15) Beniger, J. R., (1987), pp. 48-49.

16) 庄司興吉 (1977), p. 61.

17) マートン, R. K., 柳井道夫訳 (1973).

18) 同上, 特に「第七章, 大衆説得——技術的問題と道徳的ジレンマ」参照。

19) リースマン, D., 加藤秀俊訳 (1964), p. 191.

20) 同上, pp. 198-199.

21) 同上, p. 182.

評価する。

こうしたリースマンらの多元社会論に対し、真っ向から批判を加えたのが C. W. ミルズであった。周知のようにミルズは、アメリカ社会が政治家・財界人・軍人からなる一群の権力エリートにより支配され、しかも、これらのエリートが内的規律と利害の共同により密接に結び付いていると論じる。そのうえで、権力（パワー）エリートによる大衆操作・支配の問題に眼を向け、マス・メディアを次のように位置づけ、それを中心に展開されるマス・コミュニケーション過程を否定的に評価する。

「現に組織され機能しているメディアは、たんに、アメリカを大衆社会に変化させた主要原因だけであるにとどまらない。それはまた、富と権力を握るエリート層の手中にあるもっとも重要な権力手段の一つである。さらに、これらのメディアを動かす上層部の一部は、彼ら自身、エリート層の一員であり、あるいはその召使いたちの中で非常に重要な地位を占めている。」<sup>22)</sup>

従って、パワー・エリートが存在し、彼らが権力を行使する大衆社会においては「支配的なコミュニケーションの型は、制度化されたメディアであり、公衆はたんなるメディア市場となる」<sup>23)</sup>。ミルズのこうした見方に立てば、当時のアメリカは大衆社会の病理が慢性化した社会であり、しかもそれが悪化しつつある社会ということになる。

このように、当時のアメリカ社会の権力構造に対するリースマンとミルズの評価は大きく異なっていた。しかし両者とも、マス・メディアが強大な力を有するという点では一致していた。リースマンの場合、アメリカ社会が他人指向型に移行しつつあること、そしてそれに関連し拒否権行使グループが権力構造をアモルフ化していることから、マス・メディアは一部の勢力に与しない「寛容」な存在として認識されている。他方、ミルズはリースマンのいう拒否権行使グループが影響力を及ぼしうるのは権力の「中間水準」であり、より高度な権力エリートの水準ではエリート間の共同利害が存在すると考える。そして、マス・メディアは権力の中間水準の問題を取りあげはするが、結局は権力エリートに奉仕する存在と見なすのである。

この論争は、両者どちらの見解に与するかは別にして、マス・コミュニケーション研究を進めるうえで多くの示唆を与えてくれると思われる。というのも、それらの「実証性」に関する評価は別にして、リースマンとミルズはいずれも、マス・コミュニケーションの政治的・社会的影響力について論じる際、権力構造あるいは社会構造の問題に引き寄せて論じているからである。こうした視点を欠いた研究は、マートンが厳しく批判した「道徳責任を回避」<sup>24)</sup>した研究と見なさう。しかし現実には、マス・コミュニケーション論はマートンが危惧していた方向へと進んでしまうのである。

22) ミルズ C. W., 鶴飼信成・綿貫謙治訳 (1958), (下) p. 523.

23) 同上, p. 507.

24) マートン, R. K., 柳井道夫訳 (1973), p. 307.

### 3. 多元主義論におけるマス・コミュニケーション

#### (1) 多元主義論による権力エリート論批判

大衆社会では家族や近隣集団・地域社会などの伝統的絆の弱化に加え、組織の大規模化と合理化に伴う組織対個人の関係の部分化を招来することから<sup>25)</sup>、個人の孤立化(=原子化)に拍車がかかり、社会は安定性を欠くことになる。この現象を権力・支配関係の文脈から見ると、国家と諸個人を媒介する中間集団の機能が衰退することから、大衆は自らの利害・意見表明を行う場を失い、しかも第一次集団の弱体化が進むことにより、権力エリートの大衆に対する操作可能性が増大してしまう。従って、民主主義制度は機能不全に陥り、大衆が意見表明を行う場合、非合法手段も含む大衆運動という形態を採る可能性が強まり、その結果政治体制の安定度は低下する。このような第一次集団の衰退、そしてそれに代わるはずの中間集団の媒体機能の喪失は、一方では政治的有効性感覚の減少に伴う政治参加の減退と問題として、他方ではマス・メディアを媒介に伝達されるメッセージを受け取る文脈を提供してきた心理的・社会的一体化や帰属意識の希薄化の問題として理解されねばならない<sup>26)</sup>。

こうした大衆社会論の立場を全面に打ち出し、アメリカ社会に対し鋭い批判を浴びせたのが前述したミルズであった。しかし、ミルズは彼が批判の対象としたリースマンの見解を支持する多元論者から、その後激しい反論を加えられることになる<sup>27)</sup>。例えばD.ベルは、「社会的・文化的変動はおそらく他のいかなる国におけるよりも、アメリカにおいて今日いちだんと大きく、かつ急速である。しかし社会的無秩序とアノミーが不可避免的にそのような変動に伴うという仮説は、アメリカの場合証明されていない」<sup>28)</sup>と論じ、アメリカ社会に対する大衆社会論の有効性そのものに疑問を呈する。そして、ミルズのように制度的地位に基づく権力構造の把握の仕方について批判を加え、「実際には、権力を持つ人々がその権力をどのように行使するかによってのみ、われわれは権力の存在を知ることができる」<sup>29)</sup>と述べ、現実の政策過程における権力行使の実態を明らかにせず、権力エリートの存在を主張することは不適切であるとの結論を導くのである。ベルの主張の背景には、リースマンも強調したアメリカ社会の生産重視から消費重視への移行により、産業社会に適応した従来の権力構造が崩壊しつつあるという認識、すなわち「脱産業社会(post-industrial society)」論が存在する。ベルの脱産業社会論では、アメリカ社会は総じて「その構造からいって民主的な柔軟な社会」であり、「マス・メディアを通して伝播された共有

25) 綿貫謙治(1962), pp. 93-94.

26) Siune, K. and Kline, F. G., (1975), 参照。

27) ミルズの「パワー・エリート論」は、多元論者から批判された一方で、マルクス主義の立場をとる論者からも批判された。例えば、アプセーカー, H., 陸井三郎訳(1962), 参照。

28) ベル, D., 岡田直之訳(1969), p. 23.

29) 同上, p. 40.



文化が中心的文化」となる社会と捉えられ、大衆社会の病理は「産業化の過渡期における意図せざる逆機能作用」として、その存在は認められながらもあまり重大視されない<sup>30)</sup>。

ベルと同様多元主義論の立場から、現実の政策決定のダイナミズムを分析し、アメリカ社会において権力エリートが不在であることの実証を試みたのが R. A. ダールであった。ダールはミルズの権力エリート論、そして権力エリート存在をコミュニティ・レベルにおいて「声価法 (reputational approach)」によって実証を試みた一連の調査研究に対し、①権力エリートについての定義が不十分である、②現実には権力エリートと利益集団の選好が一致していないという事例があまり存在しない、③権力エリートの選好が常に政策を決定するわけではない、といった点を指摘し批判を加えた<sup>31)</sup>。そして、自ら「争点法 (issue approach)」を用い、コミュニティにおける政策決定が利益集団間の競合の結果であることを示したのである<sup>32)</sup>。ただし、ダールの理論的前提には、所有している諸資源を政治的目標の実現に充てる「政治的階層 (political stratum)」の存在の承認があり<sup>33)</sup>、この点は彼の多元主義論 (= 集団理論) と政治参加論を検討するうえで看過されてはならない。また、国民が「条件の平等」について共通の信念を抱き、その信念が教育システムとマス・メディアによって強調・補強され、アメリカ社会の亀裂を緩和・除去するのに役立っているという認識をダールが抱いていたことも、彼の多元主義論を知るうえで押さえておく必要がある<sup>34)</sup>。

このように、集団理論と等置される多元主義論、さらにはそれを背景に展開された脱産業社会論は、中間集団としての利益集団 (あるいは拒否権行使グループ) の存在とその影響力の強さ、及び利益集団間の競合の増大を指摘・実証することで、大衆社会論と権力エリート論によって提示された諸問題に対し独自の立場から解答を与えた。その立場は、「多元主義者は、所有者と所有者のために働くものとの間に対立があるというマルクス主義者の命題を否定する必要はない。彼らは、ただマルクスのいう対立に……他の同じくらい強い対立をつけ加えるだけでよい」<sup>35)</sup> という指摘に集約される。従って、マス・メディアもその社会的影響力の大きさは認められながらも、多元主義論ではそれは政策過程における政府と利益集団、あるいは利益集団間の主張・利害をめぐる調整過程をめぐる論議のなかで埋没させられ、正面切って論じられることは少なかったのである。

## (2) 限定効果論の展開

多元主義論は利益集団に焦点を当て、考察を重ねることを通じて大衆社会論を批判してきた

30) スウィングウッド, A., 稲増龍夫訳 (1982), p. 43.

31) Dahl, R. A., (1958), p. 466.

32) ダール, R. A., 河村望・高橋和宏監訳 (1988).

33) Dahl, R. A., (1976), pp. 100-101.

34) Dahl, R. A., (1966), pp. 44-48.

35) ロウィ, Th. J., 村松岐夫監訳 (1981), p. 72.

が、その一方でマス・メディア効果論は、主として心理学あるいは社会心理学に依拠しつつ調査研究を進め、(意図的にせよ非意図的にせよ) アメリカ社会の多元性を裏づけるような結果を1940～60年代にかけて次々と提示した。これらの調査研究結果は、集団理論を中心に展開されていた多元主義論を補強するのに大いに貢献したと評価しうる。

この種の研究は、大衆社会論におけるマス・メディア効果モデルが単純な刺激-反応(S-R)モデルであると批判を加え、社会的・心理的媒介変数の存在に目を向けることを主張する。その代表的な理論・モデルとしては、受け手の先有傾向を重視する「認知不協和モデル」、第一次集団の再発見やオピニオン・リーダーの影響力の強さの実証を試みた「コミュニケーションの二段階の流れ仮説」、そして「イノベーションの採用モデル」などがすぐさま想起されよう。さらに、たとえマス・メディアが効果を持つ場合でも、それは受け手の態度を変改させるよりも、受け手の既存の態度を補強する方向に働く傾向が高いという「補強効果」モデルも提示され、それに加えコミュニケーション・ソースに対する受け手の信頼性が説得の成否に大きな影響を及ぼすといった指摘がなされるなど、マス・メディア効果に関する様々な媒介要因の存在が、主として受け手レベルで主張されるに至ったのである。

こうした受け手に注目する立場をより一層徹底し、送り手から受け手という従来のマス・コミュニケーション研究の観点を逆転させ、受け手の立場からこの分野の研究を組立て直そうとしたのが「利用満足研究」であった<sup>36)</sup>。利用満足研究は、受け手の側の情報に対する「欲求 (needs)」,あるいはそうした欲求を満たす際にメディアを利用する(しない)「動機 (motives)」に着目し、主として自由記述による調査手法によりながら発展を遂げてきた。利用満足研究は、受け手の主体的な情報欲求・行動に注目するという点で多くの研究者の関心を集め、その後復活をみたパワフル・メディア論に対しても少なからず影響を与えてきた。

こうした諸研究によって示されたマス・メディア効果の社会的・心理的媒介変数は、「各人の差異 (individual differences)」,「下位文化を伴う社会的カテゴリー (social categories with subcultures)」,「社会関係 (social relationships)」に大別される。その内容は次のように要約される<sup>37)</sup>。

- ① 各人の認知構造の差異は、社会的・文化的環境のなかでの学習過程の結果である。
- ② 複雑な社会における社会的カテゴリーは、その成員が信念、態度、そして行為パターンを作り出し、それらを共有することから、特有の下位文化を発達させる。その際、信念、態度、行為パターンは、成員の欲求を満たし、また彼らが直面する固有の問題解決の助けとなる。
- ③ 都市・産業社会で生活する人々でも、家族、友人、隣人、同僚などとの有意義な社会関係

36) 「利用満足研究」の展開については、主として竹内郁郎 (1991) : 特に第5章『「利用と満足の研究」の現況』, 田中義久 (1977), Katz, E., (1987), を参照した。

37) De Fleur, M. L. and Ball-Rokeach, S., (1989), p. 198. また、受け手の社会的・心理的媒介変数に関しては、クラッパー, J., NHK 放送学研究室訳 (1966), 岡田直之 (1977), 参照。

を維持する。

- ④ 受け手の成員間では、認知構造、カテゴリーによる下位文化、社会関係において差異が見られる。そうした差異は、メディア内容のある特定の形態に関して、注目、知覚、想起、そして行為の選択的パターンを導く。

このように限定効果論では、大衆社会論でイメージされていた大衆像は崩れ去り、マス・メディアからの情報受容・処理過程における受け手の主体性と能動性、そして受け手に対する影響要因として第一次集団の存在が強調されたのである。特に投票行動をめぐることは、それに対するマス・メディア効果の小ささが示され、有権者の側の主体的選択が強調された。このことは、以下に述べる限定効果論の政治的含意を考察するうえで重要な意味を持つ。

### (3) 限定効果論の政治的含意

限定効果論はマス・メディア効果の「実証」研究を進め、コミュニケーション「科学」はアメリカを中心に大いに発展したように思われた。しかし、ここで言う「科学」が実証主義と等値されている点に留意しなければならない。すなわち、「アメリカ流の厳格な経験主義には、……社会構造の変化と関連した、重大な長期にわたる観念の動きごときは、到底実行できない主題として殆ど捨て去られてしまう」<sup>38)</sup>のである。従って、限定効果論が扱ったのは、その多くが各個人の心理レベルにおける短期的なマス・メディア効果であった。これについては、「ヨーロッパ種はなるほど重要な問題を論じはするが、その扱いは経験的に疑わしいし、他方アメリカ種のやり方は経験的に厳格であるが、扱う問題はおそらくもっと瑣末なものとなる」<sup>39)</sup>というように、ヨーロッパの知的風土と対比させ、実証研究志向をアメリカの研究上の特徴と捉える見方もある。

こうした実証研究重視の姿勢について、S. ホールはアメリカとヨーロッパの知的風土の相違という点は認めながらも、それから先に考察を進め、その背後に多元主義モデルが存在することを指摘する。彼は、多元主義論では、規範に関する根本的で広範な合意が国民全体に普及していることが前提とされ、そうした合意そのものに対する批判はほとんど考慮されないと主張する。というのも、そうした合意はアメリカン・ドリームを典型とする「近代化」を是とするという価値に支えられ、しかもその価値はアメリカ以外の社会にまで適用可能と考えられているからである<sup>40)</sup>。多元主義のこうした現状維持機能についてホールは、「多元主義が近代産業社会秩序のモデルとして据えられたことは、根深い理論的・政治的閉鎖性の危機を象徴していた」<sup>41)</sup>と鋭く批判する。

事実、この多元主義的価値に基づいて、様々な領域で「実証研究」が積み重ねられ、アメリカ

38), 39) マートン, R. K., 森東吾ほか訳 (1961), p. 406.

40) Hall, S., (1986), pp. 55-62.

41) *ibid.*, p. 61.

社会の「健全さ」が示されたのである。先に言及したダールらによる争点法に基づくアメリカのコミュニティ権力構造の多元性に関する研究もそれに該当する。また、「市民文化 (civic culture)」という概念を用い、比較政治学観点から調査研究を行い、アメリカの政治文化を「参力型市民文化」として肯定的に評価した研究もその例外ではない<sup>42)</sup>。このように多元主義論は、それが内包する価値についての検討を十分に行うことなく、「実証性」、「科学性」と名の下に行われた研究と結び付くことで、概念の有効性と正当性を誇示するに至ったのである。

ホールは、こうした多元主義論という「知的ヘゲモニー」の一環に限定効果論を位置づけ、そこで得られた代表的な調査結果であるマス・メディアの選択的接触や補強効果について次のように論じる。

「……メディアは、多くの場合達成された合意を反映する存在、あるいはそれを表明する存在と見なされた。最終的にメディアはあまり影響力がないという調査結果は、次の信念に基づいて予想されたものであった。その信念とは……メディアはたいてい広範な合意の基盤を既に成立させた価値や規範を補強する、というものであった。この合意は『善きこと』であったが故に、メディアの補強効果は好意的かつ肯定的な解釈を与えられたのである」<sup>43)</sup>。

以上の点から、限定効果論の政治的含意は明確になったと思われる。すなわち、多元主義論では、投票行動の際には、様々な媒介変数が存在することから有権者に対するマス・メディアの操作可能性が低いと見なされ、その一方で通常の政策過程においては大衆は中間集団を通じて自らの主張・利害を政策過程に反映させることが可能であると捉えられてきたのである。こうした文脈のなかで限定効果論は、大衆社会論によって提起された権力・支配関係の問題に立ち入ることなく、多元主義論の枠内でマス・メディア効果を「価値中立的」に「科学的」に検証するという作業を行い、多元主義論の一翼を担ったと言えよう。換言すると、限定効果論は、マス・コミュニケーションに関して抱いていた大衆社会論の問題意識を矮小化し、操作可能な変数だけを扱うことでコミュニケーション「科学」の成立を目論んだと見なしうる。従って、多元主義という知的ヘゲモニーが理念レベル、現実レベルいずれにおいても厳しく批判・挑戦され、その修正を余儀なくされるに至り、限定効果論もその根底から見直しを迫られるようになったのも当然の成り行きであった。

#### 4. パワフル・メディア論の多様化

##### (1) パワフル・メディア論復活の意義

限定効果論がコミュニケーション「科学」の成立に意を注ぐなかで、マス・メディア効果の問題を限定して論じてきてしまったこと、そしてそれが多元主義論と連動し、政治的含意を持って

42) アーモンドG. A. & ヴァーバ, S., 石川一雄ほか訳 (1974), 参照。

43) Hall. S., (1986), p. 61.

いたことについては既に指摘した。限定効果論がマス・コミュニケーション論の分野で猛威を奮った時期、すなわち1940～60年代においては、アメリカを中心にマス・メディア（特にテレビ）が急速に普及したにもかかわらず、その効果については否定的な見解が次々と示されていたのである。従って、パワフル・メディア論がとりわけ1970年代以降、多くの論者により唱えられ、「限定効果論を包囲した」<sup>43)</sup>状況が生じたのも当然のことであった。E. カッツは、パワフル・メディア論（主としてアジェンダ設定モデル）を念頭に置きながら、限定効果論の問題点について次のように要約し、パワフル・メディア論復活の意義を明らかにしている<sup>44)</sup>。

- ① 限定効果論は、メディアを、情報、アジェンダ、そして公的空間の提供者というよりも、説得の機関として扱うという過ちを犯している。
- ② 限定効果論は、投票に政治を代表させるという過ちを犯している。従って、メディアの政治的役割を投票への影響に限定してしまう。
- ③ 限定効果論は、投票を他の領域の意思決定と一固まりにしてしまうため、政治におけるメディアの影響力を過小評価している。
- ④ 限定効果論は、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、無意味な議論を持ち出し、大衆社会とはかけ離れたイメージを引き出している。
- ⑤ 限定効果論は、サンダスキー調査（1940年）とエルミラ調査（1948年）の結果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。

こうした批判的視角を携えて、パワフル・メディア論は復活してきたのである。この動きは、言うまでもなくマス・コミュニケーション論の限定効果論からの脱却を目指すものであるが、それと同時に、以下に述べるようにマス・コミュニケーション論の存在意義自体を高めてきたと評価できるのである。

## （2）パワフル・メディア論の類型

マス・コミュニケーション論はパワフル・メディア論を軸に新たな展開を遂げつつあるが、一口にパワフル・メディア論といっても、その内実はきわめて多様であり、容易に一括りにできるものではない。そこで、ここではマス・コミュニケーションの影響を対象とする諸研究のうち、パワフル・メディア論の立場をとっていると思われる理論・モデルについて、「個人レベル」、「社会レベル」という軸と「現象的」、「基底的」という軸を設け、それらをクロスさせ、それぞれの研究関心・領域に応じて分類してみる（表1）<sup>45)</sup>。この分類に従えば、表中に示したように、現

44) Katz, E., (1987), p. 28. こうした限定効果論の問題点については、Becker, L. B., (1982) も参照。

45) マス・コミュニケーションの影響についての分類は、例えば、McCombs, M. E. and Becker, L. B., (1979) で行われている。彼らは、「長期・短期的影響」、「個人・社会レベルの影響」、「感情・知識・行動レベルでの影響」という3つの軸を設定して、既存のマス・コミュニケーションの影響に関する文献・論文の整理を試みている。表1の分類もこの文献から多くの示唆を得ている。ただし、表1ではマス・コミュニケーションの影響が「現象的」か、「基底的」かという問題を重要視したため、このよう

表1 パワフルメディア論の類型——主たる関心領域に基づいて——

	「現象的」 影響	「基底的」 影響
「個人レベル」 の影響	アジェンダ設定 モデル	培養理論
「社会レベル」 の影響	世論・政策過程 モデル	文化装置論, 批判理論

※ セル内には、そこに該当すると思われる理論・モデルのうち代表的なものを掲げた。

段階では各セルを代表する理論・モデルとしては、アジェンダ設定モデル（個人レベル—現象的）、培養理論（個人レベル—基底的）、世論・政策過程モデル（社会レベル—現象的）、文化装置論あるいは批判理論（社会レベル—基底的）が、それぞれあげられよう。無論、この分類は理念的なものであり、後に見るように各セルは互いに関連しあっている面も多々ある。しかしながら、各セルに該当するパワフル・メディア論が、その拠って立つ概念・理論、そして研究対象に差があるのも事実と思われる。

そこで以下、パワフル・メディア論の多様性と、各理論・モデルの有効性について検討を加えてみる。その際、本稿の問題関心である「大衆社会論によって提起された、マス・コミュニケーションの発展と権力・支配関係との関連という問題の解明にとって、どの理論・モデルが、どの程度有効であるか」という観点に立って、それぞれの理論・モデルの潜在的可能性をも含め、次の順序で検討を加えていくことにする。まず、個々の受け手に対するマス・コミュニケーションの現象的影響の問題を中心とする研究（アジェンダ設定モデル）に言及し、次いでマス・コミュニケーションの基底的影響、すなわち個々の受け手の社会化に対する影響を主たるテーマとする研究（培養理論など）について検討する。さらに、マス・コミュニケーションが世論および政策過

---

に分類することにした。なお、「現象的」、「基底的」という用語は、池内一（1967）から借用した。池内は、世論過程に絞ってこれらの用語を使用し、「現象的」世論過程を「さまざまな機会において行なわれる個人の意見表明、個人同志あるいは集団内における情報や意見の交換、説得、論争、マス・メディアを通じて行なわれる意見の表明や反論、集団間の公式な非難や折衝、等々を含む」と説明する。また「基底的」世論過程については、「それ自体として表面に姿を現さないにもかかわらず、あるいは一般的あるいは特殊的に、個人および集団の現象面における反応あるいは行動を根底において規定する」過程と説明する（p. 33）。本稿では、池内のこうした説明を受容しつつも、それを政治的コミュニケーションにおける「個人」、「社会」いずれのレベルにも対するマス・コミュニケーションの影響力全般に適用し、それに関わる諸研究の分類を行った。

程に及ばず影響を重視する研究(世論・政策過程モデル)を扱う。最後に、世論・政策過程の研究から導き出された多元主義批判、及びマス・コミュニケーションによる既存の価値や規範の再生産に着目する諸理論(文化装置論ないしは批判理論)について、両者の関連を視野に収めながら論じてみたい。

### (3) アジェンダの設定主体としてのマス・メディア

パワフル・メディア論の観点に立ちながら、マス・メディアと受け手の関係を中心に扱う理論・モデルのなかで、現段階で最も実証的にマス・メディアの強力効果を示しているのはアジェンダ設定モデルであろう。このモデルは、限定効果論と同様、マス・メディアの短期的効果の検証(主に選挙キャンペーン)という枠内にとどまりながらも、効果の次元を限定効果論がもっぱら扱った受け手の「態度」・「行動」から「認知」(あるいは知識)のレベルに移行させ、マス・メディア効果の大きさを実証してきた<sup>46)</sup>。このモデルは、あるトピックや争点がマス・メディアによって強調されるに従い、受け手の側でもそのトピックや争点の顕出性が増大したり、優先順位が高まることを示してきた。

ところが、アジェンダ設定モデルは、受け手(個人レベル)の現象的・短期的効果に研究の焦点を合わせていたことから、その効果の大きさを規定する受け手の側の「随伴条件(contingency conditions)」の研究へと向かうことになった<sup>47)</sup>。随伴条件としてあげられたのは、受け手のメディア接触量、対人コミュニケーションの量、また選挙キャンペーン中か否かといった受け手を取り巻く状況、さらにはマス・メディアによって扱われる争点と受け手との距離などである。随伴条件のなかで多くの論者によって注目されたのが、「受け手のオリエンテーション欲求(needs for orientation)」であった。これは、前述した利用満足モデルと関連をもつ概念で、例えば選挙キャンペーンへの関心(オリエンテーション志向)が高く、投票意思の確定度が低い(不確実性が高い)有権者ほどマス・メディアのアジェンダ設定効果を受けやすいというものである。

アジェンダ設定モデルについては、大衆社会論との関連で提示された疑似環境論やマス・コミュニケーションの地位付与機能を仮説化し、それらを実証したものと捉える見方もある<sup>48)</sup>。しかし、このモデルは、受け手の心理的レベルに対するマス・メディアの現象的・短期的効果の実証研究に注意を集中しすぎたあまり、大衆社会論が問題にしたマス・メディアの基底的・累積的效果については、それに関する研究の必要性は度々指摘されながらも、実際にはほとんど行われてこなかった。それ故に、限定効果論に代表される従来のコミュニケーション「科学」の枠を突破できず、その結果随伴条件の確定へと研究関心を移行させ、自ら「中程度効果モデル」としての

46) アジェンダ設定モデルについては、主に Becker, L. B., (1982), Rogers, E. M. and Dearing, J. W., (1988), Shaw, D. L. et. al., (1977), ウィーバー, D., ほか, 竹下俊郎訳(1988), 参照。

47) 「随伴条件」に関しては、主に Graber, D. (1982), 竹下俊郎(1990), 参照。

48) 例えば、竹下俊郎(1990), p. 86.

色彩を強めていってしまったと見なしうるのである<sup>49)</sup>。アジェンダ設定モデルは、主として政治的コミュニケーションの問題を扱いながらも、マス・メディアが強大であることの政治的・社会的意味についての問題意識、例えば世論・政策過程に対するマス・コミュニケーションの影響力、さらには権力・支配関係に対するインパクトといった問題についての関心が希薄であったと言わざるをえない。このことは、マス・コミュニケーション論としてのアジェンダ設定モデルの限界を示すものであり、その意味では大衆社会論において提起されたマス・コミュニケーション論を継承してきたとは言い難いのである。

#### (4) 社会化機関としてのマス・メディア

他方、やはり個人に対するマス・メディア効果の問題に焦点を合わせながらも、その基底的・累積的效果、すなわち社会化の問題にも言及するパワフル・メディア論もある。ここでは先ず、「スキーマ理論」をとりあげてみる<sup>50)</sup>。スキーマ理論とは、マス・メディアから情報を受容し、それを心的(mental)に処理するという受け手の側の一連の過程を説明しようとするものである。この場合、スキーマとは「状況や人物に関する体系化された知識から成る認知構造であり」、そうした知識は「過去の経験から抽象化された」<sup>51)</sup>ものと捉えられている。スキーマの機能は以下の諸点に要約される<sup>52)</sup>。

- ① スキーマは、どの情報が注目、処理、蓄積され、その結果どの情報が記憶から引き出され利用可能となるかを決定する。
- ② スキーマは、人々が新しい情報を体系化・評価する手助けをし、そうした情報が既存の知覚に適合できるようにする。
- ③ スキーマは、直接に与えられた情報以上の情報を人々が受容することを可能にし、また誤った情報を埋め合わせることも可能にすることで、不完全なコミュニケーションでも了解可能にさせる。
- ④ スキーマは、人々が問題の解決する際の手助けとなる。というのも、スキーマには問題の対処に適切なシナリオや方法に関する情報が含まれているからである。

マス・メディアは、こうしたスキーマを活性化させることで、受け手に大きな効果を与えることが示された。しかし、この効果だけに限れば、たとえスキーマ活性化の効果の大きさがどれほど実証・強調されても、先に述べたマス・メディアの補強効果論と大きな差はないことになる。もちろん、補強効果自体の意味を再検討し、その種の効果をパワフル・メディア論に引き付けると論じることも可能であろう。しかし、そうした観点からスキーマ理論を発展させた場合、マス・

49) Severin, W. J. and Tankard Jr, J. W., (1979), 岡田直之(1984) 参照。

50) 政治的コミュニケーションにおける「スキーマ理論」の展開に関しては、例えば Axelrod, R., (1973), 池田謙一(1988) など参照。

51) Graber, D., (1988), P. 28.

52) *ibid.*, p. 29.



メディア効果の強さを示すことはできても、結局は効果の有無あるいは大小の問題に関心が集中してしまい、それ以上の展開は望めないと思われる。

従って、パワフル・メディア論におけるスキーマ理論の有用性を高めるには、次のような観点からの検討が重要となろう。それは、スキーマそれ自体の形成に一連のマス・コミュニケーション過程がどのような影響力を持つかという観点である<sup>53)</sup>。事実、社会化におけるマス・コミュニケーション機能を高く評価するという立場は、当該領域の研究者の大多数によって共有されている。それは、次の指摘に集約される。

「マス・メディアによって媒介される知識、規範、技能は、文化の全領域をカバーする。それは、具体的、特定の、暗黙裡に実践されている文化から、抽象的、一般的、明示的、かつ儀礼的文化にまで及び、さらには、ブランド化された主流文化から激しい対立を件う下位文化にまで及ぶ」<sup>54)</sup>。

マス・メディアは、大衆に対する直接の社会化機関として機能すると同時に、それ以外の社会化機関を通じて間接的に大衆に影響を及ぼす。従って、「諸個人と社会化の機関との相互作用のみならず、社会化の機関同士の相互作用も存在する」<sup>55)</sup> 視点に立つ必要性が増大してきたのである。マス・メディアの社会化機能について論じるに当たり、他の社会化機関の機能と相殺しあう、あるいはどちらの機関の方が影響力が大きいかという観点ではなく、両者の関係をも視野に収め、かつ両者の複合・増幅作用といった観点からの研究の重要性に対する認識が高まってきたと言えよう。例えば、マス・コミュニケーションの総合理論の構築を目指す依存理論もこの視点に立ち、その理由として「メディア・システムの力は、諸個人、集団、組織、社会システム、そして社会が自らの目標達成の際に依存する稀少な情報資源に対する統制力にある」<sup>56)</sup> 点をあげ、社会化機関としてのマス・メディアの強さを主張する。

以上の考察から、スキーマ理論とパワフル・メディア論を対応させるためには、各人の持つスキーマの異質性よりも、マス・コミュニケーションによって形成されるスキーマの類似性あるいは共通性に注目しなければならないことが理解される。その際、多くの示唆を与えてくれるのが、後に言及するシンボル、わけても政治的シンボルに関する諸研究である。政治的シンボルは、政治社会に関する過去の経験を抽象化したり、種々雑多な知識を体系化するのに不可欠な存在である。従って、スキーマの形成に政治的シンボルがどのように寄与するかという問題に取り組

53) スキーマ理論においても、社会化の問題に言及しているものもある。例えば、Graber, D. (1988), 特に pp. 134-136。

54) Rosengren, J. B., (1986), p. 91.

55) *ibid.*, p. 91.

56) DeFleuur, M. L. and Ball-Lokeach, S., (1989), p. 304. なお「依存理論」は、この引用にもあるように、個人レベルの社会化のみならず、それ以外の社会の諸レベルにおけるマス・コミュニケーションの影響力の増大について主張する。ただし、現時点では社会化機能以外の影響力の問題については、概念的にも未整理で十分な検討が行われているとは言い難く、マス・コミュニケーションの総合理論としては試論的仮説の域を出ていない。この点については、児島和人 (1984)、佐藤毅 (1990)：特に第一部、第1章「欧米におけるマスコミ論の展開」参照。

み、そのメカニズムを明らかにすることにより、社会化機関としてのマス・メディアの重要性、及び政治社会におけるその意義が一段と明確になるものと思われる。

次に、マス・コミュニケーションの社会化機能により一層の注意を払うことで、その効果の強さを示し、さらにはマス・コミュニケーションの社会レベルの影響までも展望する培養理論について概観してみる<sup>57)</sup>。G. ガーブナーらによって提示されたこの理論は、テレビの番組の内容分析、すなわち「メッセージ・システム分析」を行う一方で、テレビの高視聴者が低視聴者に比べ、現実の環境よりもテレビが提示する環境に近い反応を示すとの結果を得て、視聴者側に「培養格差 (cultivation differential)」が生じることを実証した。培養理論は、その後データ解釈の妥当性の問題を中心に多くの批判を浴びながらも、様々な領域で調査研究を重ね、テレビの社会化機能の裏づける有力な理論となりつつある。

ガーブナーらのアプローチの最大の特徴は、メディアと社会の基本構造との連関について、ミクロ分析とマクロ分析のいずれも志向している点にある<sup>58)</sup>。このうち、ミクロ分析に相当するのが上述した培養格差の研究である。その一方、彼らは「文化指標 (cultural indicator)」という概念を用いてマクロ分析も意図する。すなわち、「テレビから反復的に提供される大量のメッセージとイメージが、共通のシンボル環境という主流を形成する」と考え、人々が共有するシンボル環境の変化に着目するのである。この観点に立つならば、培養理論は従来のマス・メディア効果論の領域にある社会化の理論を超え、文化（あるいは集合信念やイデオロギー）を（再）生産するマス・メディア機能に関する研究へと発展していく可能性を秘めているとの評価もできよう<sup>59)</sup>。この点に注目すると、ガーブナーらの研究の中心主題は次の三点に要約される。

- ① マス・メディアにより伝達されるメッセージは、一つの構造、システムを形成する。コミュニケーションの第一義的機能は、全体的なイデオロギー世界の生産にある。
- ② メッセージ・システムは、潜在的側面で第一義的機能を果たす。個々のメッセージの顕在的かつ断片的性質の底に存在する、集合的モラルや社会秩序についての支配的感性を維持するシンボリックなパターンや機能を探し出さねばならない。
- ③ このモデルの関心は、メディアのイデオロギー効果、すなわちテキストに内在するメッセージ・システムに関心を持つ。

ガーブナーらの研究は現在進行中であり、それに関する性急な評価は避けなければならない。しかしながら、現段階では上述のような研究主題について正面から取り組んでいるとは評価できない状況にある。というのも、メッセージ・システムの分析に加え、ガーブナーが培養理論のも

57) 「培養理論」については、ガーブナーらの一連の調査研究、例えば、Gerbner, G. L. et. al., (1976), Gerbner, G. L. et. al., (1978), Gerbner, G. L. et. al., (1984), また三上俊治 (1987), 村松泰子 (1982) を、主に参照した。

58) Rosengren, J. B., (1986), p. 96.

59) この観点に立つ研究成果としては、ミューラー, C., 辻村明・松村健生訳 (1978), 参照。

60) Pockeck, L. V., (1980), p. 426.

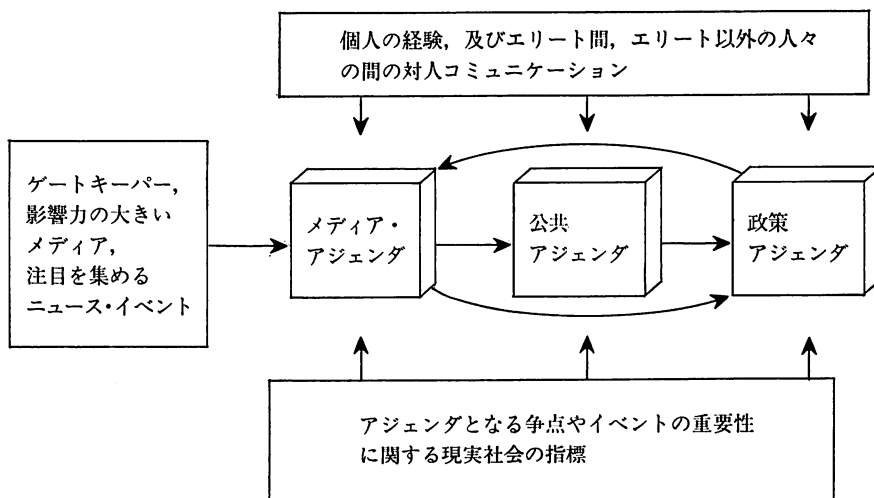
う一つの柱にあげているテレビにより伝達されるメッセージ・システムの内容を生み出す制度的側面の分析，すなわち「制度過程分析」が十分に行われてきたとは言い難いからである。培養理論がマス・メディアを、「支配的な制度的秩序によって設立され利用されている」<sup>61)</sup>文化装置の一つと見なすならば，制度過程分析の一層の充実を図らなければならないに違いない。さもないと，この理論にしても，自らの研究範囲をマス・メディアの単なる長期的「効果」の問題に限定させてしまうことになりかねないと思われる。

### (5) 世論・政策過程への影響要因としてのマス・メディア

次に，マス・メディア報道，及びそれによって喚起された世論が一連の政策過程にどのような影響を及ぼすかという問題を扱うパワフル・メディア論について，主としてアジェンダ構築モデルを参照しながら以下検討してみる。E. M. ロジャーズらは，アジェンダ構築過程について，「政治的エリートの手による政策アジェンダが，メディア・アジェンダ，及び公共アジェンダを含む様々な諸要因によって影響される過程」<sup>62)</sup>と捉えている。そして，これら3つのアジェンダの相互関係を図1のように示す。

この図を参照するならば，先に検討したアジェンダ設定モデルは，メディア・アジェンダが公共アジェンダにどう転移されるかという問題を中心に据えていたと理解できる。その一方で，マ

図1 アジェンダ設定過程の主要素：メディア・アジェンダ，公共アジェンダ，政策アジェンダ



出典：Rogers, E. M. and Dearing, J. W., (1988), p. 557

61) ミルズ, C. W., 青井和夫・本間康平監訳 (1971), p. 324.

62) Rogers, E. M. and Dearing, J. W. (1988), p. 556.

ス・メディア効果の大きさを前提に、公共アジェンダの成立過程、すなわち世論形成という社会過程を対象としたのがE. ノエレ・ノイマンによって提唱された「沈黙の螺旋理論」である。この理論では、諸個人の意見 (opinion) がマス・メディアによって形成される「意見の風潮 (climate of opinion)」の影響を強く受ける点が強調され、意見の集合としての「世論 (public opinion)」が、諸個人の意見の単なる総和ではないことが、選挙をはじめとする様々な社会問題をめぐる世論形成メカニズムの分析を通して示された<sup>63)</sup>。また、この理論では、「世論とは、論争的な争点に関して自分自身が孤立することなく公然と表明できる意見」<sup>64)</sup>と捉えられており、人々が公的な場で意見表明を行う際の判断基準としてのマス・メディアの影響力の大きさ、言うなればマス・メディアの社会統合機能の側面に焦点が当てられている。それに加え、マス・メディア報道には「ジャーナリストによる一様な選択ルート」<sup>65)</sup>が働くため、受け手に対する疑似環境の支配が圧倒的になる点も指摘されている。

この理論は、世論過程モデルとパワフル・メディア論を結合させ、その実証を行った理論として多くの注目を集めてきた。ところが、アジェンダ構築モデルは、先に示したように、沈黙の螺旋理論が検討課題とした公共アジェンダの成立過程、及びメディア・アジェンダと公共アジェンダとの関連を扱うだけでは完結しない。というのも、アジェンダ構築モデルと接合するパワフル・メディア論においては、メディア・アジェンダと公共アジェンダに加え、政策アジェンダも研究対象となるからである。これら3つのアジェンダの関係は次のように説明される<sup>66)</sup>。

- ① 公共アジェンダは、メディア・アジェンダによって設定されるか、あるいはそれを反映したものであるが、それは政策決定を行うエリートの政策アジェンダに影響を及ぼし、さらにはその政策遂行にまで影響を及ぼすこともある。
- ② メディア・アジェンダは、政策決定を行うエリートの政策アジェンダに直接に、時には強力的に影響を及ぼすと考えられ、また、政策遂行にまで影響を及ぼすこともあると考えられる。
- ③ ある争点については、政策アジェンダがメディア・アジェンダに対し、直接に、時には強力的に影響を及ぼすと考えられる。

このように政策アジェンダの問題にまで視野を拡大してマス・コミュニケーションについて論じることは、現象的レベルのマス・メディアの影響に限ってみても、次のような点で多くの示唆を与えてくれると思われる。それは、一連の政策過程において、マス・メディアも含めアジェン

63) このような世論過程は、諸個人が「自他関係におけるある意見の不正確な認知、すなわち他者意見を自己意見と同様または異なるものと不正確に認知する」(後藤将之(1986), p. 223)と要約される「意見分布の無知 (pluralistic ignorance)」の概念によっても説明されよう。この概念に関しては、Taylor, D.G., (1982), 後藤将之(1986)などを参照。

64) ノエレ・ノイマン, E., 池田謙一訳(1988), p. 68.

65) 同上, p. 170.

66) Rogers, E. M. and Dearing, J. W., (1988), p. 579. これら3つのアジェンダの関連については、Manheim, B.M. and Albritton, R. B., (1984), 鶴木真(1990), 参照。

ダを設定するのは誰かという問題、すなわち政策アジェンダの設定主体の問題が浮上するという点である。アジェンダ構築モデルを提唱した R. W. コップらは、アジェンダの設定主体の問題を軸に、その構築過程を次のように分類する。それは、①争点が政府外の集団により提起され、アジェンダに発展する過程を描く「外部主導（outside initiative）モデル」、②争点が政府内で提起され、その結果自動的に公式（政策）アジェンダの地位を獲得するとともに、公共アジェンダに拡大される「動員（mobilization）モデル」、③争点が政府内で提起されるが、主導集団が公共アジェンダに設定されることを望まない、すなわち、一般の公衆に争点が拡大されることを望まない「内部アクセス（inside access）モデル」である<sup>67)</sup>。それでは、アジェンダ構築モデルは、現象的・社会レベルでのマス・メディアの影響力を重視するパワフル・メディア論とどのように接合するのであろうか。まず、「外部主導モデル」や「動員モデル」に属する争点に関しては、マス・メディアは争点拡大に大きく寄与し、政策アジェンダと公共アジェンダいずれを設定する場合でも強大な影響力を有すると解釈できる。また、「内部アクセス・モデル」に属する争点に関しても、ジャーナリストの調査報道（investigating report）によるマックレーキング（muckraking）が生じれば、政府内の主導集団の意図とは別に、その種の争点はメディア・アジェンダに据えられ、従って公共アジェンダや政策アジェンダに据えられる可能性は高まる。ちなみに、最も単純なマックレーキング・モデルとしては、「取材・調査→公表→世論喚起→エリート  
の関心喚起→エリートの行動→状況修正」という一連の過程が想定されている<sup>68)</sup>。

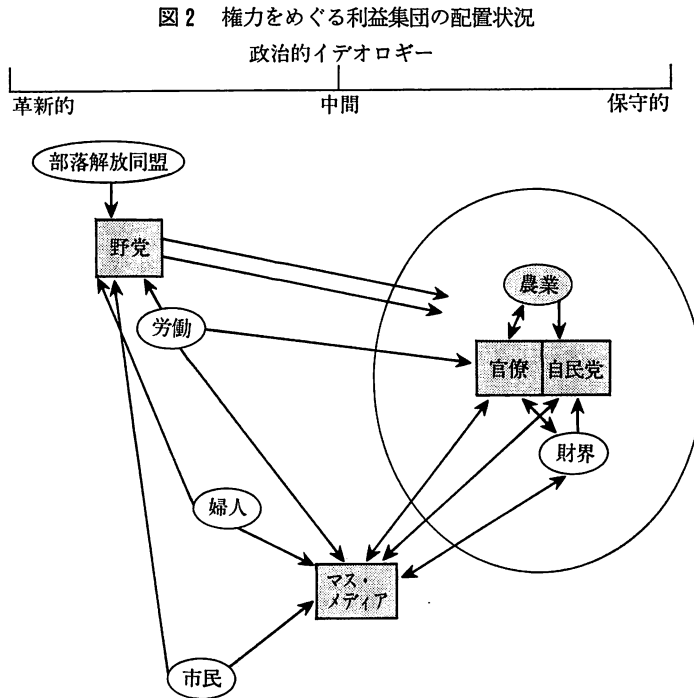
では次に、アジェンダ構築過程においてマス・メディアが強力な影響力を有する政治社会を、我々はどう評価すべきなのであろうか。大衆社会論の見方に立つならば、これまで再三述べてきたように、この種の社会は、権力エリートによる大衆操作の可能性が高い社会という理由から否定的に捉えられることになる。ところが近年、こうしたパワフル・メディアの存在を肯定的・積極的に捉える「メディア多元主義」モデルが日本の研究者によって提示された<sup>69)</sup>。このモデルに従うならば、「マス・メディアが強大な影響力を有する社会＝大衆社会」、そして「マス・メディアの影響力が限定的な社会＝多元社会」という二分法は現実の政治社会には妥当しないことになる。このモデルの提唱者である蒲島郁夫は、独自に実施した日本の政治社会のエリートを対象とした意識調査に基づき、①マス・メディアが日本の政治システムにおいて自民党や官僚に匹敵しうる卓越した影響力を持っていること、②マスコミ人の、意識の面での政治的中立性が高いこと、③マス・メディアは社会集団の政治的イデオロギー、集団の大小、新旧の違いを超えて、そ

67) Cobb, R. W. et. al., (1976), pp. 127-128.

68) Graber, D., (1984), p. 262.

69) 蒲島郁夫 (1990)。この論文は、同 (1986) で提示したモデルを修正・発展させたものである。なお、これらの論文で使用されているデータは、日本、スウェーデン、アメリカ3か国のエリートに関する共同・比較研究から得られたものである。この比較研究の成果は、三宅一郎ほか (1985) にまとめられている。

れらを包括していること、を示す<sup>70)</sup>。そして、一定の留保条件はつけながらも、その結果から次のような結論を導き出す(図2)。



※ 図中、労働は労働組合、婦人は婦人運動、市民は市民運動、農業は農業団体、をそれぞれ示している。

出典：蒲島(1990), p. 21

「マス・メディアは社会のさまざまな問題やニーズをすくい上げ、それを国民と政策決定者に気付けさせ、それに反応させることを通して日本の影響力システムに強くは入り込んでいる。

マス・メディアは、これらの伝統的な権力(政党、官僚組織など：引用者)の核外に位置し、そこから政治システムに対して新しい形の多元主義を注入している」<sup>71)</sup>。

このように要約した後、蒲島は当モデルの比較政治学的意義についても言及し、このモデルが日本の政治社会のみに適用されるものではないと主張する。それでは、こうしたメディア多元主義の発展・成立により、大衆社会あるいは大衆民主主義の脆弱性は克服されるのであろうか。以下、主としてこの問題意識に沿って、メディア多元主義モデルについて検討し、その問題点を指摘してみたい<sup>72)</sup>。

70) 蒲島郁夫(1990), p. 20.

71) 同上, p. 20, p. 22.

72) 蒲島の論文を含む「日本型多元主義論」に対する批判としては、例えば阿部斉(1989)、特に「I、現代政治学の方法と課題」参照。

先ず指摘しうるのは、世論についての捉え方である。蒲島は、マス・メディアの影響力の拠り所を「国民の間に社会の出来事や集団に対して同情や怒りなどの感情を喚起させる力」、すなわち「共鳴力 (referent power)」に求める。確かに、現象的に見ればこのようにして喚起された世論が政策アジェンダの構築過程に影響を及ぼすことが多々あるのは事実である。しかし、こうして成立した世論が、「疑似世論」である可能性が高いという点は看過されるべきではない。この場合、疑似世論とは「正確な情報基盤を持たずに、また会話や討論によって情報を確実にすることもできない」人々の意見の集合を指す<sup>73)</sup>。従って、疑似世論は安定性を欠き、政治的エリートの操作対象となり易い。この問題は、まさに大衆社会論がマス・コミュニケーションの発達に直面し、危惧した点であることは既述した通りである。

次にあげられるべき問題点は、マス・メディアの政治的イデオロギーの「中立性」、あるいは他の権力集団からの「独立性」に関する考察である。このモデルでは、こうした中立性や独立性が強調され、言うなれば対抗権力としてのマス・メディア機能が高く評価されている。しかし、質問紙調査に基づくこの評価は、ジャーナリスト「活動」の次のような側面を見落としている。

「(ジャーナリストの活動に対しては) 構造的・組織的・伝統的な影響力が存在する。これらの影響力は、情報の流れを、ケースごと、あるいはニュース素材ごとにある特定の現実イメージを構築しようとする試みというよりも、むしろ日常活動として調節する。こうしたヘゲモニックな過程の多くは、専門的ジャーナリズムの自動的かつ無意識な活動であり、かつ『正常な』活動の一部でもある」<sup>74)</sup>。

マス・メディアにある社会問題の存在を認知し、それを争点としてメディア・アジェンダに据えるという過程が、自動的かつ無意識に争点を定義づける過程となるケースは頻繁に見られる<sup>75)</sup>。その過程はまた、メディア・アジェンダとして設定された争点以外の社会問題・争点を潜在化 (non-issue) する、まさにヘゲモニックな情報生産過程に外ならない。こうした争点の定義づけ、あるいは争点の潜在化は、メディア・アジェンダのみならず公共アジェンダや政策アジェンダの設定の際にも生じうる。言うなれば、図1で示した「アジェンダとなる争点やイベントの重要性に関する現実社会の指標」が、争点の定義づけ、あるいは潜在化に大きく作用するのである。そして、この「指標」は、メディア・アジェンダをはじめとする、相互に関連しうる3つのアジェンダの設定・構築過程を通じて、常に再生産されていると捉えられる。従って、強大なマ

73) Graber, D., (1982), p. 556. また T. R. ヤングはこうした性質を持つ「疑似世論」を mass opinion と捉え、公衆によって形成される「世論」public opinion と区別して、その危険性について論じている (Young, T. R., (1985)). D. E. アルガーも、大衆の政治知識の少なさ、及びそれから生じる「政治的意見の一貫性の低さ」に言及している (Alger, D. E., (1989)). また、こうした(疑似)世論形成のメカニズムについては、前述の「沈黙の螺旋理論」、あるいは「意見分布の無知」の概念が多くの示唆を与えてくれる。

74) Gandy, Jr. O. H., (1982), p. 57.

75) この種の問題を多くの事例をあげながら論じたものとして、Pletz, D. L. and Entman, R., (1981), 参照。

ス・メディアが世論・政策過程に及ぼす影響について考察する際にも、メディア・アジェンダ、公共アジェンダ、政策アジェンダという3つのアジェンダの影響の方向性、あるいは時系列による比較といった現象的レベルでの検討と同時に<sup>76)</sup>、争点の定義づけ、争点の潜在化にマス・メディアがどのように寄与するかという、基底的レベルでの分析が必要となるのである。以上の考察を踏まえれば、現象的レベルにおける影響力のみに眼を向け、しかもそれを質問紙調査によって実証しようとしたメディア多元主義モデルが、パワフル・メディアを肯定的に評価するに至ったのも当然の帰結と言える。

#### (6) 文化装置としてのマス・メディア

それではアジェンダ構築モデルは、政策過程における基底的レベルでの諸力の作用について、どう評価しているのであろうか。基底的かつ社会レベルを対象としたパワフル・メディア論について検討するに当たり、まずこの問題から始めてみたい。具体的にアジェンダ構築過程を観察すると、「外部主導」により提起された争点が、メディア・アジェンダに設定され、世論の支持調達に成功し、その結果政策アジェンダに設定されるという事例は確かに存在する。しかしその一方で、前述したように、この種の争点がそれら各段階で変質させられるか、あるいは潜在化させられるケースが数多く見られるのも事実である。アジェンダ構築モデルは、社会レベルで顕在化した争点のみを扱うわけではなく、このように潜在化させられた争点をも視野に収めている。このモデルの提唱者である R. W. コップと C. エルダーは、外部主導により提起された争点が潜在化させられる原因について、次のように論じる。

「既存の価値や偏向を操作することで、権力者たちは争点を抑圧、再解釈、さらには拒絶することができる。従って、彼らは争点がアジェンダの地位を獲得することを阻止できるのである。」<sup>77)</sup>

そして、アジェンダ構築過程において「既存の価値や偏向を操作する」際の重要な用具として、次のような機能を持つ政治的シンボルの存在を指摘するのである。

「政治的シンボルは、文化的要素であると同時に、諸個人の意味付与の対象でもあることから、諸個人と社会・政治秩序とを関連づける。政治的シンボルは、人々の認識を構成し、人々が自分では直接経験できないイベントについても、その意味を見出せるようにすることで、諸個人と社会的現実との関係を媒介する。さらには、人々の洞察力に制約を加えたり、人々の被

76) 例えば、Page, B.I. et. al., (1987), 参照。

77) Cobb, R. W. and Elder, C. D., (1972), p. 12. コップらのこの考え方は、「ノンデシジョン (nondecision) の概念から多くの影響を受けている。ノンデシジョンについては、Bachrach, P. and Baratz, M. S., (1970), 参照。また大石裕 (1983) では、ノンデシジョン概念の政治権力論における意義を検討し、それを高く評価する一方で、この概念をめぐる若干の問題点についても言及した。



操作性を増大させるのにも一役買うのである』<sup>78)</sup>。

アジェンダ構築過程において重大な役割を担うマス・メディアは、このようにして政治的シンボルを活用することで問題や争点の定義づけを行い、社会の構成員にシンボルが持つ意味を再確認・再生産させる。こうした考察は、先に言及した文化装置としてのマス・メディアというミルズの視点を、政策過程のレベルでより一層具体化したものと捉えることができる。

では、社会統合の機能をこうした文化装置に依存する政治社会とはどのような社会なのであろうか。この種の政治社会を権力・支配関係という文脈で捉えてみると、そこで行使されるのが「威嚇権力」や「報酬権力」ではなく、「条件づけの権力 (conditioned power)」であるという点は留意されるべきである。「条件づけの権力」とは、威嚇権力や報酬権力と比べすぐれて主観的なもので、人々の信念を変えてしまうことで行使される権力を指す<sup>79)</sup>。この種の権力は、説得とか教育によって人為的に育成することが可能な「公然たる条件づけ」と、文化そのものによって命令される、つまりその服従を選択することが普通で、適切で、伝統的にも正しいものと考えられている「隠然たる条件づけ」に分類される<sup>80)</sup>。この関係枠組においては、「公然たる、また隠然たる条件づけのいずれによるのであれ、いったん信念が作られてしまえば、その信念によって他人の意思に服従しているときでも、当人は、あたかも自分の道徳観ないし社会観でその行為を選んだかのように考えてしまう』<sup>81)</sup>ことになる。

この条件づけの権力という概念をパワフル・メディア論に導入してみると、大衆社会論で展開されたマス・メディアを活用した一群のエリートによる大衆操作・支配という構図とは異なる政治社会が見出されるのである。威嚇権力や報酬権力が主流の社会では、その種の権力資源の多寡が権力関係を決定づけてしまう。しかし、条件づけの権力が常態となる社会では、大衆は疑似主体的な存在となるために、コミュニケーション行為を中核とする彼らの行為は、政治社会の既存の価値や制度・手続きを補強する役割を果たし、それが結果的に政治社会の構造的安定を招来していると思える。そこにいるのは、孤立化した受動的なマス・コミュニケーションの受け手としての大衆ではなく、疑似主体的にマス・メディアが提供するメッセージを読み取り、政治社会構造の「安定」に寄与してしまう大衆なのである<sup>82)</sup>。

条件づけの権力は、S. ルークスの分類における「課せられた権威」に相当する。この種の権

78) Elder, C. D. and Cobb, R. W., (1983), p. 30. また、「政治的シンボル」が世論・政策過程でどのように活用されるかについては、大石裕 (1990) において既に考察した。

79) ガルブレイス, J. K., 山本訳 (1984), p. 79.

80) 同上, p. 42.

81) 同上, p. 55.

82) マス・コミュニケーション過程における「受け手」から「読み手」への視座転換の内容とその意義については、藤田真文 (1988) 参照。このなかで藤田は、「読み手」論をめぐる一連の論争を手際よく紹介し、それぞれの主張の位置づけを行っている。この論文を参照するならば、本稿での「読み手」の理解・解釈は、受け手の「主体性」、「読解力」を重視する「新しい受け手論」にあっては部分的かつ一面的であると言える。筆者 (大石) のこの解釈は、大衆社会論の問題提起を評価し、「政治的シンボル」の機能を軸にマス・コミュニケーション過程と権力・支配関係を関連づけようとする問題関心から派生したものである。

威は、その根拠およびその承認をめぐる規則の受容が、権力によって強いられるという形態をとるとされる<sup>83)</sup>。そして、「課せられた権威」という概念、あるいは文化装置論が、前述した政治的シンボルの機能をめぐる議論に代表される多元論者に対する批判、及び以下に述べる「批判学派」の主張、いずれにも内包されている点は留意されるべきであろう。事実、H. マルクーゼは、管理社会論の立場からこのような社会状況におけるコミュニケーション過程を「言説の世界の閉塞」と捉え、次のように批判する。

「概念は一般化し標準化した用法の語によって示される以外の内容をもつことなく、語は一般化した標準化した行動（反応）以外の回答をもつことが期待されない。語は決まり文句となり、決まり文句として、話すことや書くことを支配する。かくしてコミュニケーションは意味の真正なる展開を阻止することになる」<sup>84)</sup>。

こうした観点からすると、マス・メディアは、以上のような社会を現出させるのに大きく寄与する文化装置として、さらには国家のイデオロギー装置として批判の対象とされるのである。というのも、「文化の生産装置、及びその配分装置は、社会秩序を不可避かつ公正なように見せる説明、シンボル、そしてレトリックといったものを提供する」<sup>85)</sup>からである。同様の立場から、T. ギットリンは「メディア・フレーム」という用語を使い、マス・メディアのこの種の機能について次のように説明する。それは、「メディア・フレームとは、認知・解釈・提示に関する、つまり選択・強調・排除に関する永続的パターンであり、シンボル操作者は、そうしたパターンに基づいて、言語的であれ視覚的であれ、定型的に言説を組織化する」<sup>86)</sup>というものである。ただし、この場合にしても、条件づけられた権力の行使対象となる大衆が、マス・メディアによって形成されるフレームを共有し、「受け手」ではなく「読み手」としてその再生産に寄与している点は看過されてはならないであろう。この主張に沿うならば、先に述べたマス・メディアによる「受け手のスキーマ」の活性化の問題も、文化装置としてのマス・メディアを媒介とする読み手としての大衆と、大衆に条件づけの権力を課す権力機構との相互関係に基づく支配的イデオロギーの増幅現象という観点からの解釈も可能になると思われる。

以上見てきたように、基底的・社会レベルでのマス・コミュニケーションの影響に主たる関心を寄せるパワフル・メディア論は、文化装置としてのマス・メディアという概念を発展させ、そして読み手として既存の権力・支配関係の維持・強化に寄与する大衆という新たな視座を提示してきたと言える。それは、大衆社会論の問題意識を継承しつつも、高度産業社会における権力・支配関係の動態を読み解く概念形成の営為に外ならない。

82) 83) ルークス, S., 伊藤公雄訳 (1989), p. 43.

84) マルクーゼ, H., 生松敬三・三沢謙一訳 (1980), p. 107.

85) Golding, P., (1981), p. 63. こうした立場から、文化による社会秩序の「再生産」の問題に言及したのもとして、ウイリアムズ, R., 小池民夫訳 (1985), 参照。

86) Gitlin, T., (1980), p. 7. 「メディア・フレーム」という概念を用い、日本のマス・コミュニケーション状況を分析したのもとして、鶴木真 (1982), (1988), 参照。

## 5. 結 び

マス・コミュニケーションの現状を分析・評価するという作業は、政治社会における権力・支配関係、及びその布置状況をめぐる諸研究と密接に関わってきた。一見すると、こうした問題と無縁であったような限定効果論に代表されるマス・コミュニケーション「科学」にしても、既述したように政治社会に対する評価を内包していたと捉えられる。パワフル・メディア論、なかでも批判学派(文化装置論も含む)に属する研究者はこの点に注目し、「文化」、「イデオロギー」、「フレーム」、「ヘゲモニー」といった用語を駆使して、マス・コミュニケーション「科学」に対し批判を浴びせてきた。批判学派はマルクス主義の再検討を行う一方で、方法論としては記号論の成果を取り入れ、あるいはそれとの交流を深めることで、マス・コミュニケーション研究の新展開に大きく寄与してきた<sup>87)</sup>。この動きは、大衆社会論において問題とされたマス・コミュニケーション過程が権力・支配関係に及ぼす影響という研究領域の重要性を再認識させたと評価できよう。またその一方で、文化＝イデオロギー装置としてのマス・メディア、さらにはそうしたマス・メディアを中心とするコミュニケーション過程に疑似主体的に参加し、その結果、既存の価値や制度の再生産に貢献する「読み手」としての大衆という斬新なパースペクティブをも提供してきた。先程示した表に立ち返るならば(表1)、批判学派は「社会的・基底的」レベルにおけるマス・コミュニケーションの影響力に関する「批判」的検討を基点として、例えば言説分析に代表されるように、限定効果論などでとられた従来の手法とは一線を画した「実証」研究にも取り組み始めてきたのである。こうした問題意識は、既に見たように社会化におけるマス・メディア効果の強大さの実証に努める諸研究に対しても少なからず影響を及ぼしてきており、パワフル・メディア論を特徴づける有力な概念装置として結実しつつあるといっても過言ではない。

ただし、このような批判学派の研究動向と同時に問題とすべきは、本稿でも言及した世論・政策過程におけるマス・コミュニケーションの役割に注目する諸研究であろう。これに属する諸研究、特にアジェンダ構築過程に関する研究は、政治社会の現象レベルに限定されず、基底レベルでの世論・政策過程の把握にも努めている。こうした視点は、(ネオ)・マルクス主義に対する距離のとり方については差があるものの、批判学派あるいは文化装置論と共通点を有する。というのも、先に指摘したように、両者とも「条件づけの権力」あるいは「課せられた権威」という見方をとるからであり、またアジェンダ構築モデルでは、伝達されるメッセージの意味を集約する政治的シンボルの機能が重視され、世論・政策過程分析の中心に据えられているからである。

その一方で、アジェンダ構築モデルと批判学派は、現状では研究の焦点にずれがあるのも事実である。批判学派は、日常のコミュニケーション過程において再生産される支配的な文化＝イデオロギーの再生産過程そのものを研究主題とする。他方、アジェンダ構築モデルは、そうした文

87) 伊藤守・藤田真文(1990)、参照。

化＝イデオロギーを所与とし、それが現実の社会問題・争点をどのように潜在化させるのか、あるいはそれらが顕在化するにしても、その過程でどのように変形させるかという問題意識を優先させる。ただし、この点にこそアジェンダ構築モデルの概念装置としての有用性が認められると思われる。なぜなら、この観点に立てば、支配的文化＝イデオロギーに対する異議申立てが、政治的シンボルの定義づけにいかなる影響を及ぼし、さらには既存の権力・支配関係にどの程度影響を及ぼしようという問題、すなわち社会運動による現状変革の可能性に関する問題にまで踏み込んで考察することも可能になるからである<sup>88)</sup>。すなわち、アジェンダ構築モデルは、政治的シンボルの考察を軸に世論・政策過程の分析を進めることで、政治変動あるいは文化変動の問題にまで言及する可能性を秘めたモデルと捉えられるのである<sup>89)</sup>。

以上検討してきたように、大衆社会論におけるマス・コミュニケーション論が提起した問題、すなわちマス・コミュニケーションの発展が権力・支配関係にどのような影響を及ぼすかという問題は、再来したパワフル・メディア論のなかで盛んに論じられ、多くの成果をあげつつある。その意味では、大衆社会論が遺した問題意識は、現在もなおマス・コミュニケーション論のなかで根強く生き続けているのである。

#### 引用・参考文献

- 阿部齊 (1989)『現代政治と政治学』岩波書店。
- Alger, D. E., (1989), *The Media and Politics*. Prentice-Hall Inc. .
- アーモンド(Almond) G. A. & ヴァーバ (Verba) S., 石川一雄ほか訳 (1974)『現代市民の政治文化』勁草書房。
- アプセーカー (Aptheker), H., 陸井三郎訳 (1962)『ライト・ミルズの世界』青木書店。
- Axelrod, R., (1973), "Scheme Theory: An Information Processing Model of Perception and Cognition." *The American Political Science Review*, vol. 67 No. 4.
- Bachrach, P. and Baratz, M. S., (1970), *Power and Poverty*. Oxford Univ. Press.
- ベル (Bell), D., 岡田直之訳 (1969)『イデオロギーの終焉』東京創元社。
- Becker, L. B., (1982), "The Mass Media and Citizen Assessment of Issue Importance: A Reflection on Agenda-Setting Research," in Whitney, D. C. and Wartella E. ed., *Mass Communication Review Yearbook*, Vol. 3. Sage Pub.,
- Beniger J. R., (1987), "Toward an Old New Paradigm: The Half-Century Flirtation with Mass Society." *Public Opinion Quarterly*. Vol. 51 No. 4.
- Cobb, R. W. and Elder, C. D., (1972), *Participation in American Politics: The Dynamics of Agenda-Building*. The John Hopkins Univ. Press.
- Cobb, R. W. et. al., (1976), "Agenda Building as a Comparative Political Process," *The American Political Science Review*. vol. 70 March.

88) 大石裕 (1990), 参照。

89) 実際, Elder, C. D. and Cobb, R. W., (1983) では, 政治的シンボルと「政治文化 (の変動)」, 「政治変動」, さらには「文化変動」との関連について論述されている。特に「第4章 Cultural Aspects of Symbolic Usage」, 「第5章, Social Functions of Political Symbols」, 参照。

- クーリー (Cooley) C. H., 大橋幸・菊池美代志訳 (1970)『現代社会学体系4. 社会組織論』青木書店。
- Dahl, R. A. (1958), "Critique of the Ruling Elite Model." *The American Political Science Review*. Vol. 52 June.
- Dahl, R. A. (1966), "The American Oppositions: Affirmation and Denial." in Dahl, R. A. ed., *Political Oppositions in Western Democracies*. Yale Univ. Press.
- Dahl, R. A., (1976), *Modern Political Analysis 3rd ed.*. Yale Univ. Press.
- ダール (Dahl), R. A., 川村望・高橋和宏監訳 (1988)『統治するのはだれか』行人社。
- DeFleur, M. L. and Ball-Rokeach, S., (1989), *Theories of Mass Communication 5th ed.*. Longman.
- Elder, C. D. and Cobb, R. W., (1983), *The Political Uses of Symbols*. Longman.
- Gandy, Jr., O. H., (1982), *Beyond Agenda Setting: Information Subsidies and Public Policy*. Ablex Pub. Co..
- Gerbner, G. L. et. al., (1976), "Living with Television: The Violence Profile." *Journal of Communication*. Vol. 26 No. 2.
- Gerbner, G. L. et. al., (1978), "Cultural Indicators: Violence Profile No. 9." *Journal of Communication*. Vol. 28 No. 3.
- Gerbner, G. L. et. al., (1984), "Political Correlates of Television Viewing." *Public Opinion Quarterly*. Vol. 48.
- Gitlin, T., (1980), *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Univ. of California Press.
- Golding, P., (1981), "The Missing Dimensions: News Media and the Management of Social Change." in Katz E. and Szecsko, T. ed., *Mass Media and Social Change*. Sage Pub..
- 後藤将行 (1986)「認知論的マスコミ研究の検討」東京大学新聞研究所紀要, 第34号。
- Graber, D., (1982), "The Impact of Media Research on Public Opinion Studies." in Whitney, D. C. and Wartella E. ed., *op. cit.*.
- Graber, D., (1984), *Mass Media and American Politics 2nd ed.*. Congressional Quarterly Inc..
- Graber, D., (1988), *Processing the News 2nd ed.*. Longman.
- Hall, S., (1982), "The Rediscovery of 'Ideology': Return of the Repressed in Media Studies," in Gurevitch M. et. al. ed., *Culture, Society and the Media*. Methuen & Co..
- Hall, S., (1986), "Introduction to Media Studies at the Centre." in Hall, S. et. al. ed., *Culture, Media, Language*. Hutchinson & Co.
- Hall, S., (1986), "Encoding/Decoding" in Hall, S. et. al. ed., *ibid.*
- 藤田真文 (1988)『『読み手』の発見: 批判学派における理論展開』新聞学評論, 第37号。
- 池田謙一 (1988)「政治とコミュニケーション」放送学研究38号。
- 池内一 (1967)「世論研究序説」放送学研究15号。
- 伊藤守・藤田真文 (1990)「構造主義以降のコミュニケーション理論」新聞学評論, 第39号。
- Iyenger, S. and Kinder, D. R., (1987), *News That Matters: Television and American Opinion*. Univ. of Chicago Press.
- 蒲島郁夫 (1986)「マス・メディアと政治: もう一つの多元主義」中央公論2月号。
- 蒲島郁夫 (1990)「マス・メディアと政治」レヴァイアサン7号。
- ガルブレイス (Galbraith), J. K., 山本七平訳 (1984)『権力の解剖』日本経済新聞社。
- Katz, E., (1987), "Communication Research since Lazarsfeld." *Public Opinion Quarterly*. Vol. 51 Number 4.
- クラッパー (Klapper), J., NHK 放送学研究室訳 (1966)『マス・コミュニケーションの効果』日本放送出版

協会。

- 児島和人 (1967) 「世論研究の現代的課題」NHK 放送文化研究所年報12号。
- 児島和人 (1984) 「マス・コミュニケーションの新たな効果モデルの生成」放送学研究34号。
- コーンハウザー (Kornhauser), W., 辻村明訳 (1961) 『大衆社会の政治』東京創元社。
- ル・ボン (Le Bon), G., 桜井成夫訳 (1956) 『群衆心理』角川書店。
- Lemert, J. B., (1981), *Does Mass Communication Change Public Opinion After All?: A New Approach to Effect Analysis*. Nelson-Hall.
- リップマン (Lippmann), W., 掛川トミ子訳 (1987) 『世論 (上), (下)』岩波書店。
- ロウイ (Lowi), Th. J., 村松岐夫監訳 (1981) 『自由主義の終焉』木鐸社。
- ルークス (Lukes), S., 伊藤高雄訳 (1989) 『権力と権威』木鐸社。
- マンハイム (Manheim), K., 杉之原孝一訳 (1976) 『マンハイム全集5. 変革期における人間と社会』潮出版社。
- マンハイム (Manheim), K., 池田秀夫訳 (1971) 『自由・権力・民主的計画』未来社。
- Manheim, B. M. and Albritton, R. B., (1984), "Changing National Images: International Public Relations and Media Agenda Setting." *The American Political Science Review*. Vol. 78 No. 3.
- マルクーゼ (Marcuse), H., 生松敬三・三沢謙一訳 (1980) 『一次の人間』河出書房新社。
- 三上俊治 (1987) 「現実構成過程におけるマス・メディアの影響力」東洋大学社会学部紀要24-2。
- 三宅一郎ほか (1985) 『平等をめぐるエリートと対抗エリート』創文社。
- McCombs M. E. and Becker L. B., (1979), *Using Mass Communication Theory*. Prentice-Hall Inc. .
- マクウェール (McQuail) D./ウィングダール (Windahl) S., 山中正剛・黒田勇訳 (1986) 『コミュニケーション・モデルズ』松籟社。
- マートン (Merton), R. K., 柳井道夫訳 (1973) 『大衆説得』桜楓社。
- マートン (Merton), R. K., 森東吾ほか訳 (1961) 『社会理論と社会構造』みすず書房。
- 村松泰子 (1982) 「マス・コミュニケーションの内容」, 竹内・児島編『現代マス・コミュニケーション』有斐閣, 所収。
- ミルズ (Mills), C. W., 鶴飼信成・綿貫謙治訳 (1958) 『パワー・エリート (上), (下)』東京大学出版会。
- ミルズ (Mills), C. W., 青井和夫・本間康平監訳 (1971) 『権力・政治・民衆』みすず書房。
- モスコヴィッチ (Moscovici), S., 古田幸男訳 (1984) 『群衆の時代』法政大学出版局。
- ミュラー (Mueller), C., (1978)., 辻村明・松村健生訳『政治と言語』東京創元社。
- ノエレ・ノイマン (Noelle-Newmann), E., 池田謙一訳 (1988) 『沈黙の螺旋理論』ブレーン出版。
- 岡田直之 (1977) 「マスコミ研究ノート」新聞学評論26号。
- 岡田直之 (1984) 「マス・コミュニケーション研究の展開と現況」放送学研究34号。
- 岡田直之 (1987) 「アジェンダ設定研究の概観と課題」, 見田・宮島編『文化と現代社会』東京大学出版会, 所収。
- 大石裕 (1983) 「コミュニティ権力構造論再考」慶応義塾大学法学研究科論文集17号。
- 大石裕 (1990) 「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』成文堂, 所収。
- オルテガ・イ・ガセット (Ortega y Gasset), J., 寺田和夫訳 (1971) 『世界の名著56. 大衆の反逆』中央公論社。
- Page, B. I. et. al., (1987), "What Moves Public Opinion?." *The American Political Science Review*. Vol. 81 No. 1.
- Pletz, D. L. and Entman, R., (1981), *Media • Power • Politics*. The Free Press.
- Poecke L. V., (1980), "Gerbner's Cultural Indicators: The System Is the Message," in Wilholt, G. C. ed., *Mass Communication Review Yearbook Vol. 1*. Sage Pub. .

- リースマン (Riesman), D., 加藤秀俊訳 (1964)『孤独な群衆』みすず書房。
- Rogers, E. M. and Dearing, J. W., (1988), "Agenda Setting Research: Where Has It Been, Where Is It Going?," in Anderson, J. A. ed., *Communication Yearbook 11*. Sage Pub..
- Rosengren, J. B., (1986), "Linking Culture and Other Social Systems." in Ball-Lokeach S. J. Cantor M. J. ed., *Media, Audience and Social Structure*. Sage Pub..
- 佐藤 毅 (1990)『マスコミの受容理論』法政大学出版会。
- 庄司興吉 (1977)『現代化と現代社会の理論』東京大学出版会。
- Severin, W. J. and Tankard Jr., J. W., (1979), *Communication Theories: Origin • Methods • Uses*. Hastings House.
- Shaw, D. L. et. al., (1977), *The Emergence of American Political Issues: The Agenda Setting Function of the Press*. West Pub. Co..
- Siune, K. and Kline, F. G., (1975), "Communication, Mass Political Behavior, and Mass Society," in Chaffee, S. ed., *Political Communication*. Sage Pub..
- スウィングウッド (Swingewood), A., 稲増龍夫訳 (1982)『大衆文化の神話』東京創元社。
- 竹下俊郎 (1990)「マス・メディアと世論」レヴァイアサン7号。
- 竹内郁郎 (1991)『マス・コミュニケーションの社会理論』東京大学出版会。
- 田中義久 (1977)「マス・コミュニケーションの社会学」新聞学評論26号。
- タルド (Tarde), G., 稲葉三千男訳 (1964)『世論と群衆』未来社。
- Taylor, D. G., (1982), "Pluralistic Ignorance and the Spiral of Silence." *Public Opinion Quarterly*. Vol. 46.
- 鶴木眞 (1982), "Frame Imposing Function of the Mass Media as Seen in the Japanese Press." *Keio Communication Review*. No. 3.
- 鶴木眞 (1988)「新聞の枠組設定機能に関する一考察」法学研究, 第61巻1号。
- Young, T. R., (1985), "Public Opinion, Mass Opinion, and Social Opinion: The Constitution of Political Culture in the Capitalist State." in Mosco, V. and Wasco, J. ed., *The Critical Mass Communications Review Vol. 3 Popular Culture and Media Events*. Ablex Pub. Co..
- 綿貫譲治 (1962)『現代政治と社会変動』東京大学出版会。
- ウィリアムズ (Williams), R., 小池民夫訳 (1985)『文化とは』晶文社。
- ウィーバー (Weaver), D., ほか, 竹下俊郎訳 (1988)『マスコミが世論を決める』勁草書房。