

《創立20周年記念シンポジウム》

日本のマスコミ研究——回顧と展望——

司会者

岩倉 誠 一（早稲田大学）

平田 栄 一（日本大学）

報告者（文中☆で示す）

討論者（文中★で示す）

早川 善治郎（立教大学）

犬田 充（東海大学）

大久保 貞 義（東海大学）

滝沢 正 樹（関東学院大学）

竹内 郁 郎（東京大学）

田中 義 久（法政大学）

川中 康 弘（上智大学）

高木 教 典（東京大学）

川上 宏（成城大学）

波多野 誼余夫（独協大学）

田村 紀 雄（桃山学院大学）

林 進（埼玉大学）

岩男 寿美子（慶応大学）

稲葉 三千男（東京大学）

山田 宗 睦（桃山学院大学）

仲佐 秀 雄（民放研究所）

北村 日出夫（同志社大学）

佐藤 毅（法政大学）

江藤 文 夫（成蹊大学）

このシンポジウムのテーマがつけられるにいたった事情については、すでに『会報』に載せていますので、ご了承と思いますが、ただ、あらかじめお断りしておきたいことは、『新聞研究』の十月号に、一つの座談会が出ておりまして、その司会者が、「日本新聞学会の創立二十周年にちなんで、マス・コミュニケーション研究の示唆と展望」というタイトルでお話し合いをいただきたい」ということから話を始めているわけです。

この座談会では学会の会員である四人の方が話し合っておられますが、研究委員会がこのテーマを定める作業をしたのが本年七月からです。そのとき研究委員会として考えたことは、この二十年間のマス・コミュニケーション研究を振り返って見たときに、そこに幾つかの場面転換が見出される。

その転換というのは、マス・コミュニケーション理論自体の中からつくられたというよりは、むしろ別の学問分野から示唆されたもの、あるいはそこから導入されたものによるところが大きいと考えられる。

そこで、現時点でマス・コミュニケーション研究を論じる場合でも、どうしても、マス・コミュニケーション理論自体の発展とともに、他の学問分野と

の触れ合いを無視することはできないという事情から、各分野の学問が、マスコミ研究に向かって何をもちがらしたか。あるいは今なお何を問題として貢献しようとしているのか。そうした側面から、日本のマスコミ研究を探ってみよう、というのが研究委員会での考え方であつたわけです。

そこで、このシンポジウムを立案するに際しても、関連する学問分野と、マス・コミュニケーション研究の中から派生したところの学問分野から人選を試みたわけでありました。

そして、一応こうした関連分野からするところの人選ができたところで、この方々に、単に連続して話していただくよりは、むしろ一区切りずつ区切っていくようなやり方がないだろうかと考えて、行動科学の犬田さんとモダン・ポリティックスの大久保さんをつつのグループにまとめてみました。ついで社会心理学の滝沢さんと社会学の竹内さん、イデオロギー論の田中義久さんと新聞学の川中さん、そして産業論の高木さんと広告論の川上さん、一応そういうグループ別を考えてみたわけです。

しかも、なおそのうえに、お二人ずつのグループですから、それに向かって、コメンテーターとしてお二人ずつを付け加えていくという方法をとりました。

そして、それがすべてすんだところで、つまり犬田さんの報告から北村さんのコメントが終わるところまでを拝聴したうえで、あらためて江藤さんと佐藤さんのお二人に、総括的なコメントをしていただく、こういう膨大なスケジュールを考えてみたわけです。

しかし、こうしたグルーピングには、多少とも無理が生じるところと、また領域について、たとえば新聞学が入っていて放送学は入っていないとか、最近の映像といった問題に向かって、美学からする話も聞いてみたい、歴史学も欲しい、という話も研究委員会ではあつたわけです。

また、落ちているといえばもう一つ。これは討論の展開の中で出てくるものでありましようが、送り手論、受け手論という捉え方があります。考えてみますと、戦後のマスコミ研究は、まずマス・メディアの強力な影響力という認識から出発して、送り手論から始まりましたが、これはやがて、現在に至る受け手論の発達によって、研究上、一種の均衡状態をつくっている。しかし、この均衡というものも、送り手論、受け手論の実質部分を貫徹したところの均衡ではなく、いずれも他方を、特別な状態で前提にしたうえで、の仮につくられた均衡であるところに問題があるようです。したがって、二十年の研究史を振り返っていえることは、この仮構の均衡をつきくずすことから、新しい研究の展望がひらけるのではないかと考えられます。

ともかく私も司会者としては、今日のこの討論をもって、私どもが当面しているマス・コミュニケーション研究の問題点が、一つ、あるいはごく少数に集約されるとは思われない。むしろご参会の方々のご意見も合わせると、実に多数の問題点が、ここに提示されるのではないだろうかという予測をしております。ただ、そうした皆さんの問題点が提示された場合でも、それをで

日本のマスコミ研究

きるだけ整理しながら、なお多数の問題点を抱えたままで、今後のマス・コミュニケーション研究を考えていくことが、この学会としての取るべき態度ではないかと考えております。

〔付記〕 報告者に予定されていた川上宏氏（成城大学）は、風邪による急な発熱のため欠席されたが、提出されていたレジメにより討論が行なわれた。

一 戦後の研究の特色

☆早 川 善治郎

（立教大学）

きょうのシンポジウムの報告者、並びに討論者の顔ぶれを見ますと、そうそうたる方たちばかりで、しかも専門の領域で、鋭いお話をたくさん出していただけたと思いますが、その点では私は特色のない立場でスターターをやることになっています。

新聞学会が創立されたのは一九五一年ですが、五一年以前のマス・コミュニケーションの研究は、戦前、戦中から、ヨーロッパ、特にドイツ新聞学の系統を引かれている小野秀雄先生、小山東三先生、あるいはジャーナリズム論としては戸坂潤、長谷川如是閑らの研究があります。

きょうはそういう戦前の研究部分は別に置いておいて、一九四五年の敗戦により、天皇制国家のイデオロギーが崩壊し、デモクラシー制度が入ってきて、その後マスコミ研究が非常に活発化し

た一九五〇年代以降について考察してみたいと思います。

もちろん四五年から五〇年にかけて、いろいろな試みも当然にあったし、何冊かの本も重要な研究も出ているが、私が非常に重視しているのは、五一年の新聞学会創立の年に出された清水幾太郎さんの『社会心理学』であります。

五〇年代には、アメリカのマス・コミュニケーションの理論、あるいはマス・コミュニケーションの基礎研究というのが、日本にどんどん紹介されてきます。そこで私が一番注目しているのは、この清水理論とアメリカのマスコミ研究の成果は、ある点で非常に共通した問題意識を持っていたのじゃないか。

もちろん歴史的にも、社会状況においても違う場所でなされた研究だったが、それにもかかわらず、戦争とファシズムの経験を共に持つて、マス・コミュニケーションのあり方は、一体どうあらねばいけないか、というあたりの問題意識が、完全ではないにしても、相当の部分で一致していた面があったらうと思います。

当時、特に五〇年代の政治的、全般的背景は、日本の場合では、民主主義と平和を守るという理論の先端に、マス・コミュニケーションの研究が、ちゃんと乗りえていた時代だと思えます。そういう中でマスコミ研究は、すばらしい勢いで発展しえたのではないかと思います。

五一年のサンフランシスコ条約、五二年の破防法、その後そういう治安立法めいたもの、あるいは基地闘争、要するに反戦、平和、生命、生活を守っていく、そういう問題を含んで基地闘争が

行なわれてきたわけですが、そのすぐうしろに教育界の反動の問題が出てきて、大体において今日のさまざまな社会的、政治的な基本になるバックグラウンドは、五〇年代に入つて、すでにスタートしていたのだという時期があった。そのへんがマスコミ研究の研究者に対する刺激になっていたのではないかと考えています。

一九五四年には、第一回マス・コミュニケーション講座が書かれています。前述の清水理論、あるいはアメリカのマス・コミュニケーション研究の成果、この二つの基調、トーンというものは、五〇年代にかなり影響力を持っていたと解釈すると、そこでも、アメリカにおけるマス・コミュニケーションの理論の特質、あるいはマスコミ研究の特質と、日本の場合ではまた違う面が出てきています。

その第一に気付くことは、アメリカのマスコミ研究の基盤になっているものは、マス・メディアが伝える価値、表現する価値の普遍性が、アメリカの社会にはありえたということです。アメリカのマス・コミュニケーションの研究は、よく言われるように、ポリシー・サイエンスの一環としてなされていたというのは、そういう前提があつてからではないかと考えています。

ところが、これらの日本の場合にどうであつたかという点、五年のサンフランシスコ条約に、象徴的に出てくるような、戦後の反動の時代に、そうした政治状況を反映しながら研究のメスが入れられていくということです。

そこでは当然ながら、マス・メディアの伝える、表現する価値

が、必ずしも国民全体の価値とピタリと合わない。ましてマスコミ研究者の多くの部分は、そういう政治のコースに対しては、価値、イデオロギーの面で、対立した立場にあつたのではないかと思います。

そういう背景を踏まえたうえで、清水理論がマスコミ研究者にとって、非常に刺激要因になりえたというのは、ある意味ではうなずかれる。マスコミ講座、資本主義講座第九巻の中の論文、あるいは大衆社会論、そういうさまざまな理論の特色のある考え方が、今日からいうと、方法的にはっきりと検討され尽した形ではなかったが、問題意識としては、マスコミ研究を非常に活発化させる要因としていたと考えていいと思います。

ところが五八年に、テレビが実用化という点、一般大衆の前に姿を現わした。そういうこともあるし、日本のマスコミ研究者は、私もそうですが、清水先生の理論、あるいはアメリカのマスコミ理論をどんどん消化しながら、なんとなく充実したような気持ちで過ごしてきたが、そのうちに、アメリカの状況と日本の状況とは、前述のような点も含めて違いが出てきて、そういうところから、日本におけるマスコミ研究を、さらに伸ばしていくためには、次のステップを考えなければならないところに来ていたのではないかと思います。

日本新聞協会の『新聞研究』という機関誌に、五九年から六一年にかけて、マスコミ研究の諸領域の戦線整理、という作業を、研究者の皆さんがやっていらっしゃのです。そういう時点、つま

日本のマスコミ研究

り五〇年代の最後のあたりから、方法論的な検討が日程にのぼってきていたのじゃないかと思えます。

五〇年代というのは、マス・コミュニケーション研究に、ワツと飛びついたが、約九年から十年の研究のあとで、科学としての理論をつくれるかどうか、マスコミ理論というのは、科学になるためにはこのままではだめだという反省がすでに起こっていたのです。

六一年の新聞学会のシンポジウムで、マスコミ研究の方法論の問題、六四年にはマスコミ研究の理論と調査というテーマをめぐって、相当活発に方法論の問題を検討していたと思います。五〇年代はそういうふうな特色を持っていたと考えています。

六〇年に入ると例の六〇年の安保闘争、日韓条約の問題、ベトナムの問題、沖縄の問題、そして七〇年安保へと、どんどん矛盾が深まってきます。

それではその中でマスコミ研究のほうはどうであったかという、いろいろあるのですが、ほかを捨象しながら、二つか三つのことを取り出して、今日につなげてみたいと思います。

一つは、一九六〇年にアメリカで、クラッパが『マスコミの効果』という本を書いている。これは従来のアメリカのマスコミ理論およびその成果を集大成したという意味では、たいへん意義のある本であったが、やや乱暴な言い方をすれば、その半面、一種の終結宣言ではなかったかと思えます。

これは結果的に言うわけですが、方法論的に言っても、それまでのアメリカのマスコミ研究の一種の終結宣言の書として見たほうがいいのじゃないかという感じですよ。というのは、その後のアメリカのマスコミ研究を見ると、方法論的に、あるいは新しい仮説的なものとして、そんなに伸びてきておりません。

その後アメリカは対外文化政策、いわゆる発展途上国——というのはきわめて欺瞞的な言い方で、実は低開発国ですが——の社会的、経済的、政治的な発展を含めて、その中で、マス・メディアがどういう役割りを果たしうるか、そういう研究はなされたと思うが、マス・コミュニケーションの研究そのものについては、それほど新しいものは出ていないと思います。全然なかったわけではないが、それまでに比べるとスピードが落ちています。

そういう経過を見てきて、ただ、アメリカのマスコミ研究の中で、一九五五年にツッ・ステップ・フロウのコミュニケーション・モデルという仮説が出ております。これはあとでカツとラザース

たくさんさんの経験、たくさんさんの実際界からの反撃に出あいながら、あの理論仮説が出てきたのですが、その仮説一つとってみても、アメリカのマスコミ研究の中ですら、ツッ・ステップ・フロウの理論仮説が、必ずしも十分に花が開いていなかったのだと思います。日本でも一九五六年あたりからこの仮説が、やはり途中でポシャってしまったのではないかと思うのです。

たとえば、いわゆる「受け手」の問題としては、受け手内部の

コミュニケーションの構造が、送り手内部の階級矛盾とどういふふう結びついているのか、結びつけないのか、そういうことが、はつきりされないで過ぎてきてしまっています。これはもう少しあとの時期に問題になるわけです。

しかし、このツー・ステップ・フロウの理論は、実はマス・コミュニケーションとは何だったろうかということを考えさせる、重要なあるものの発見だったと、僕は今でも信じています。

それが日本では、やがて六〇年代に入って、山田宗睦先生たちが六三年に編集された『コミュニケーションの社会学』の中で「ツー・ステップ・フロウ」であるとか、あるいは「ユース・アンド・グラティフィケーション」であるとか、アメリカのマスコミ研究の中でつくられてきた理論といったものが、実は取り入れられているのだと解釈しているのです。

そういうものを組み込みながら、しかしもっと大きな目で、いわゆる社会的コミュニケーションの総過程という考え方の中に、日本のマスコミ研究の研究者の一部が、突き進んでいったわけがあります。

これが六〇年代の後半から、七〇年の今日にかけてといってもいいと思いますが、特に六〇年代後半、アメリカ・マスコミ理論の送り手、受け手といったパターンの限界を突破しようという動きとして現われてきていると思います。

加えて、特に六〇年代の後半から、一般的に情報化時代といわれるような社会認識論も出てくるわけですが、その情報化社会と

いわれるその社会のコミュニケーション全体の中でマス・コミュニケーションはどうかという捉え方が、はつきりと出てきたのには、はつきりとした時代的背景があったと思うのです。

それはたとえばジャーナリズム論についてもネオ・ジャーナリズムと名付けたのですが、そういうものの研究を刺激していく背景でもあったと考えます。

六〇年代の後半から抽出していくと、特徴といえるものは、六〇年代の後半の社会的なコミュニケーションのトータル・プロセスを考えると非常に総合的な、そしてその中にマス・コミュニケーションの本質なり、役割りなり、機能なりを位置づけていく、そういう動きが一つあります。

これは評価はいろいろ分かれてくると思いますが、山田宗睦先生の『コミュニケーションの社会学』、吉田民人さんの「情報科学の構想」、加藤秀俊さんの「コミュニケーション体系と社会関係」、田中義久さんの『新聞学評論』あるいは『サンケイ・アド・マンスリー』にみられる論文などはそうだろうと思います。

もう一つ、今七〇年に入ってもなおかつ続いている注目すべきジャンルとして——これはやがてマスコミ研究の新しい方法論をつくり出すかもしれないというので、僕自身個人的に注目しているのですが——NHKの藤竹暁さんの本の中にある環境論、あるいは江藤文夫さんの『現代受け手論』、中野収さんの『カプセル人間』、少し前に出た北村日出夫さんの『情報行動論』、山本明さんの『価値転轍機論』、ああいう一連の発想の中に、いわゆるコ

日本のマスコミ研究

ミニケーション理論によってマス・コミュニケーション理論を考えていくという積極的な姿勢が出てきていると思います。

こういう動きが六〇年代の後半から、次第に出てきてはいるのですが、いわゆるマスコミ研究が今日停滞しているとかいう話があるのです、その点にもっと触れたいのですが、停滞の原因、あるいはどうしたらいいかについては、きょうのレポーターのお話をもう少し聞きながら考えてみたいと思います。

二 行動科学・政治学

☆犬田 充

(東海大学)

行動科学といういろいろな解釈がありますが、私の考えでは、科学技術の社会ファクトを考える場合、社会と科学技術の相互の関係を一番に考えますが、そのときに、どうしても人間についての理解が必要とされ、その意味で行動科学というようなことを少し調べてみたわけです。

中心的な興味は、科学技術が社会にどういう影響を与えるかにあります。特に最近、いま早川さんのおっしゃった情報化というようなことが、強くいわれるようになったのですが、これについて、少し考えてみたいと思います。

日本のマスコミ研究は、いま早川さんのたいへん要領のよい要約がありました。戦後の日本のマスコミ研究は、ある意味では

非常に恵まれた状況にあったと同時に、実はたいへんな時代でもあったわけです。

日本のマスコミ研究が恵まれていたという大きな理由として、私は次の四つ、あるいは五つぐらいの点を考えています。

第一は、技術革新のテンポが非常に早かったことです。技術革新の早さを要求し、片方でそれを支持した消費者のどん欲さがあったと思います。こういうことによって戦後の、特に一九五五年後の社会変動の激しさは、世界にその比を見ないようなものになったということではないかと思うのです。

そのことを第二のマスコミの面でいうと、民間放送のスタート、最近では人工衛星、そういう新しい技術革新を、いち早く取り入れていくことに日本が努力をした、ということがあったのではないかと思います。

第三の理由としては、以上のような結果、藤竹さんのおっしゃる擬似環境が、非常に急速に拡大していったのじゃないかということです。

もう一つ、そういった日本でのマスコミ的な状況の展開の早さをフォローする場合、幸運なことに、というか、アメリカのマスコミ研究の成果を、かなり取り入れることができたのではないかと。以上の四点があつたのではないかという気がします。

これをもう少しこまかくいうと、まず技術革新の激しさですが、これは日本では一九五五年（昭和三十年）当時の経済白書が、技術革新という言葉を用い、いわば発明したというのは、たいへ

ん有名な話ですが、これはイノベーションの訳語だといわれています。

しかし、イノベーションという言葉を、一番正確に使ったシュンペーターの考え方は、かなり違う考え方であります。

日本の場合は、技術的な成果、直接的な成果を、非常に強く見るわけです。シュンペーターの場合は、もっと社会制度的な側面を含めて考えているわけで、もっと広い概念なのです。日本の場合は、戦後に入ってきたいわゆる大量生産を直接的な目的とするような、一種のマス技術といったものが入ってきて、それが生活に与えた影響が非常に目立ったわけです。したがって科学技術のハードウェアに現われるような成果が、非常に強く取り上げられてしまったというような、いさか片寄りがあるのではないかという気がします。

しかし日本で戦後入ってきた技術革新は、一九二〇年代あるいは三〇年代ごろからの、技術研究の成果が中核になっているわけで、いわば戦前型の、特に機械技術、科学工業技術に土台を置いたものが入ってきているわけです。

しかも、それが日本の場合、技術導入という形で入ってくるという点で、ある意味で借りものの技術であって、その借りものの技術の功罪ということが、一九六〇年代の終わりごろになって強く論じられ、自主技術の開発が提唱され、さらにそれが、情報化という議論につながっていくわけです。

とにかく借りものの技術であっても、日本では消費者の要求の

強さに支えられて、たいへんな展開を遂げるわけです。これが日本の社会の発展の基調をつくる、一つの大きな要因だったという気がします。

二番目に述べた消費者のどん欲さということ、これも見のがすことはできないと思います。戦後、社会制度的な変革があつて、それによつてさまざまな欲求が解放されるということが基本的にあると思いますが、日本の場合、消費者の欲求の解放が、情報先導型に行なわれたのではないかという感じがするわけです。

そういう意味で日本のマスコミの果たした役割りというのは、結果的には非常に大きなものがあつたと感じます。特にテレビは流行の提供者となり、消費パターンを先導的に提案していく役割りを果たしていくのですが、そういう意味で情報先導型の欲求開放ということが、日本において、いわば世界で最初に行なわれたのではないかという感じがするわけです。これは一九五五年ぐらいから始まつて、その後十年、一九六〇年の半ばぐらいまでのことであつたのではないかと思います。

それが三番目につながってくるわけですが、情報にかかわる社会制度の発展が日本では激しかった。民間放送がスタートし、その中で、これはたいへん独想的でおもしろい議論だと思うのは、梅棹先生の『情報産業論』が、一九六二年だったと思うが、出ています。これはマッハルプの『知識産業論』が出たのがたしか一九六一年ぐらいで、まったく同じ時期に出てきているわけですが、これがその後の、日本の情報環境の拡大の非常に強い示唆に

日本のマスコミ研究

なっていたのではないかと、今になって思うのです。

特に藤竹さんのおっしゃる意味での擬似環境の提供者としての情報産業というものが、一九六〇年代の後半から、非常な注目を浴びることになるのではないかと思います。

以上のような状況を、個人のほうから見るとどうなるか。人々は自分の擬似環境の再体制化を、非常に急いでやらなければならなくなってくるのではないか。これは一般の消費者のレベルで言う言えるのではないかと思うのです。

特にテレビを中心として提供される擬似環境を、いち早く取り入れて、いわば自分を環境に適応させるということがあったのではないか。特に日本の社会は、相互監視のメカニズムが強い社会で、消費構造の研究をしてみると一番強く出てくるのは、人並みという基準で、これは埼玉大学の飽戸先生の研究でも、生活の満足度を規定する要因が何であるか、大衆に対する評価基準を使っていると、非常に相対的な判断になるわけです。自分のまわりの人々との所得の相対的な判断が、非常にきいているという結果が出ています。日本の消費者の価値判断が、絶対的なものでなく、かなり相対的な判断であると思うのです。そういうところでは、特にテレビのようなものが提供する擬似環境の社会的コントロール力が強いといえる、という感じがします。

こういう状況は、マスコミ研究に対して、非常に豊富な題材を提供するものであったのではないかと思います。

そういうものを追跡する場合に、どういう方法が使われたか。

これはのちほど出てくると思いますが、やはりアメリカのマスコミ研究の寄与が非常に大きかったということ、それからその評価というものが、のちほど出てくるのではないかと思います。

それでは今後の問題とは、一体どういうことであろうか。一つは社会の情報化という問題であろうと思います。この情報化という考え方にも、今のところいろいろな考え方があろうです。

一つにはボールディングに代表されるような、マクロな立場からのアプローチもありますし、ベルであるとか、ドラッカーはあまり独創的ではないと思いますが、ドラッカーなどを含めて、政策的な次元で語られる情報化論とかいろいろありますが、いずれも、いわば産業資本の系統に属する情報化理論というのが、今のところ非常に多いのではないかと思います。

もう少し広くとって、ボールディングに代表されるようなマクロな立場というのが、今後の日本の情報化理論としては、たいへん重要ではないかと感じております。

そういうこまかい議論は一応別として、社会の情報化というものが、一体どういう社会構造をもたらすであろうか。あるいはそういう社会が成立した場合、個々人のレベルでどういうような情報へのニーズが出てくるか、それが現在の技術とどういうふうな形で違うのかということが、当然問題になってくるであろうと思うのです。

もう一つ大きなのは、情報の技術革新が、今後どういうふうなインパクトを与えるか。これはすでに一九六〇年代後半から、さ

さまざまな議論が行なわれているが、これも一つの大きなテーマであらうかと思えます。

三番目に、今後、社会理論の陳腐化が、非常に早まるのではないか。これはのちほど、いろいろな批判をいただきたいと思っています。使い捨て理論というのが、たくさん出てくるのではないかと感じるのです。

それはある意味では意義があるわけで、行動科学の一九六〇年代後半の動きを見ると、一つの大きな傾向というのは、政策科学的な指向を強めるのではなからうかと思うのです。

政策科学的な傾向がいいか悪いかも一つの問題ですが、もしそういうことになった場合、——これは行動科学に限ったほうがいいかもしれないが——、行動科学の理論の有効性が時間的に限られ、本質的に陳腐化率が高くなる傾向があるのではないかと思われれます。

そういう意味でマスコミ理論も、その潮流の中に一つ含まれていくのじゃないか。たいへん乱暴な議論ですが……。したがって理論と理論の間の関連であるとか、いわば理論の理論というものが、マスコミにおいても重要になってくるのじゃないかと感じます。

現象を解説する、あるいは現実社会問題を解説するというレベルでの問題、あるいは理論構成の方法論が、一つ問題となると同時に、理論自体が陳腐化していくことを含めて、理論の理論というのが、だんだん重要になってくるのではないか、その

方面の研究がすでになかなざれていると思いますがそういったことが一つ言えると思えます。

四番目に、これはかなり方向が違う話で恐縮ですが、マスコミ産業をおやりになっている人の立場というものの、いわば客観主義的なあり方が、かなり無理になってくるのではないかという感じがするわけです。

これは情報化時代のマスコミ産業論の一つの問題として、あとで高木さんが触れられるかもしれませんが、公害問題などを見ても、第三者という立場が、なかなか成り立ちがなくなってくるということがあって、情報産業が社会資本に対して、完全に第三者的立場に立つことが、もはやできなくなってくるのじゃないかという感じを持つわけです。

☆大久保 貞義

(東海大学)

近代政治学といわれているものは、感覚的にいうと、大体マキヤベリのパワー・ポリティックスの概念を常に持っているもので、政治の倫理観というようなものから多少離れて、現実の状態をきわめて正確に分析するという立場が貫かれています。

それで、アメリカの政治学、日本の政治学にどういう分野があるかというと、大体、政治機構論、行政学、政治過程論、比較政治学、国際政治学、政治行動論というような分野があると思います。

日本のマスコミ研究

この中でコミュニケーションと関係するものは、政治行動論と比較政治学のように私には思われるわけです。この分野の内容について、どういことが行なわれてきたかという、一国のリーダーシップの研究、投票行動の研究、政治コミュニケーションの研究、政治文化というか、ポリティカル・カルチャの研究、ポリティカル・ソーシャリゼーション、つまりその国の子供が、政治的意識を持っていく発展過程の問題、というような研究が行なわれてきたのではないかと思います。

こういう問題の研究は、いま犬田先生がお話になったように、大体行動科学的なアプローチでなされてきたと思います。つまり政治的な現象を分析するには、単なる政治学そのものから分析するよりも、その周辺の学問から分析していったほうが、より正確な現実を把握できると考えられるわけであります。

これを全部お話しすることはできませんので、コミュニケーションの領域にしばってお話したいと思います。

私はコミュニケーションの研究というものは、コミュニケーション・メディア、あるいはコミュニケーションの発達の手段の技術革新によっている。コミュニケーションの発達は技術革新が原動力であると考えています。

というのは、印刷術が発明されて新聞ができ上がった。そして新聞学ができ上がり、それから有線、無線といって、無線の時代にラジオが発明され、このラジオが、戦争という状態のもとに、相手国に情報を送ることができる。このときのインパクトが、つ

まりヒットラーの宣伝活動の分析や、アメリカの対外活動の役割りの重要性、そういう社会的な要請があった。あるいは技術革新によって生れた新しいメディア、それによってひき起こされた社会のインパクトの研究が、マス・メディアの研究を進展させた。私は感じております。これもたいへん乱暴な言い方です。

しかし印刷技術、無線、つまりテレビ、ラジオ、新聞というメディアが発展したあと、一九七〇年代には、何が技術革新が行なわれるか、という問題になると、私は技術革新の予測の専門家ではないのでよくわからないが、シュンペーターの理論という周期説をとると、一九七〇年代は、技術革新が停滞するであろうという感じがします。

そうすると、マス・コミュニケーションの研究も、おそらく停滞するのではないだろうかという感じがします。

しかし一九八〇年代になると、日本でもGNPが一万ドル経済になっていくと予想されます。そうすると新しい技術革新が行なわれるであろうし、その結果、新しいマス・コミュニケーションの研究が、非常ないきおいを持って発展していくのではないだろうかと思われます。

技術革新という言葉は、単に発明、発見が行なわれたというのではなくて、それが社会において利用されたというところにテクノロジカル・イノベーションという言葉の意味があると思います。そういった社会的状況が一九七〇年代にはあまり現われそうもないという感じがするわけです。

そこで政治学の分野に戻りまして、ラスウェルの研究のプロヤスを追っていくと、コミュニケーションの立場から見た政治の問題の発展の度合いがわかってきます。

一九三〇年代には、ラスウェルは、大体コミュニケーションの理論を用いて、政治現象を分析していたのです。当時の本を見ると大体わかるように、『プロパガンダ・コミュニケーション・アンド・パブリック・オピニオン』とかコミュニケーションのテクニク、あるいはプロパガンダのテクニクに関する分析が非常に多いのです。

しかし第二次大戦が終わりますと、ラスウェルの研究はかなり変わって、その理由は、技術革新によるマス・メディアの発展が終わった段階であって、そして彼の研究は比較研究に移ってきたものと思われまます。

なぜ比較研究に移ってきたかという点、先ほど早川先生が、低開発国におけるアメリカの政策に協力するようになったといわれましたが、それは、ラジオが普及した時代と同じ発展段階に低開発国があるから、そのままの理論を応用したにすぎないと考えています。

つまりラスウェルは、何も新しい理論を開発しなくても、今までの理論で、低開発国に十年前、二十年前のアメリカの理論が当てはまったということではないかと思えます。そういうわけでコミュニケーションのメソッドとスコープはあまり変わらなかったのではないかと考えます。

しかし、それもだんだんと底をつく、次にラスウェルの進んだ方向は、政治のデータ化の問題、つまり今まで論じていた政治的なデットリーというか、論旨を、科学的に置きかえるために、数量化の研究をしています。

つまり政治の状況をデータによって説明しようとするものであって、それは当然ポリティ・サイエンスという形になって現わされ、ラスウェルはコミュニケーションからまったくいうか、ほとんど離れてしまっているのであります。

ただ、低開発国の研究では、ダニエル・ラーナーたちと一緒に、いわゆるコミュニケーションの理論を用いて、その社会的インパクトを研究しており、これはあくまでも発展段階の相違から、そういう研究がなされるというふうに考えています。

それからラスウェルはどのような方向に行なったかという点、彼は総合的な政策科学を目指しています。一九七〇年のアメリカ政治学会におけるラスウェルの発表は——彼の仲間の発表です——、ピッツバーグのガリソン教授と、もう一つランド・コーポレーション、つまりシンクタンクのローリーという学者、同じランド・コーポレーションのモリソンという学者と、三人で発表しております。

これらの研究は、総合的な政策科学の指向を持ち、第二番目に、フューチャー・オリエンテッド・リサーチ、未来指向の研究、未来に関するウエイトが非常に高くなっております。そしてそのときの大きな社会問題を取り上げて、それに対する政策科学

日本のマスコミ研究

的な貢献を行なっているわけです。

もちろんアメリカにおいて、コミュニケーションの研究は、まだ終わっているわけではありません。たとえばドイツチェのナーバス・オブ・ガバメントとか、ラーナーのモダニゼーション・セオリーとか、ルシアン・パイのコミュニケーション・アンド・ポリティカル・デベロップメントというような方向に残っていますが、しかし新しい革新的な理論はあまり出ていないような気がします。

ここで私の個人的な研究の興味についてお話したいと思います。

私の場合は、今までは投票行動の研究を、ソーシャル・サーベイのテクニックを使ってやってきました。そうしますと、それをファクター・アナリシスとかコンポネンツ・アナリシスというような数量的なデータを使ってやっていきますと、大体そこでストップしてしまおう。

さらに潜在意識の分析の方法を用いて投票行動を研究すると、これでもそこでストップしてしまおう。もちろんアメリカでも、同じような研究を、ミシガン大学のストークスとか、シカゴ大学のバーバーなどがやっていますが、しかしそれもやはり同様にストップしてしまいます。

それから先、どういうふうにコミュニケーションの研究が展開するか、それは私も非常にわからない部分があります。どうしようようにしてこの壁を乗り越えていくか、それは私にもわかりませ

ん。

ただ、言えることは、古典的なコミュニケーション理論では、もはや情報化社会におけるコミュニケーションは研究できないのではないかとことです。

というのは、豊かな社会になると、お金で買えるものは価値がなくなる。つまりお金が一ぱいあるからです。同じように情報化社会になってくると、情報それ自体の価値は低下すると考えます。価値の下がった情報を分析していくコミュニケーション理論が、今後どのような方向に進むべきかは、私自身、非常に悩んでいるところであり、皆さんから教えていただきたいと思います。

それで全体として言えることは、コミュニケーションの研究というものが、その時代の社会問題の解決に対して、どの程度貢献できるか、具体的に貢献できるかということによって、発展の段階が違ってくるのではないかと私は感じております。

その社会的なニード、それはあくまでも技術革新の結果によると思っています。しかし同時に現代の社会問題は、都市問題、公害問題、その他非常に多くの問題が含まれています。そういう問題に対して、コミュニケーションの理論が、どの程度貢献できるかということが、コミュニケーションの理論の発展のために、特に政治的な現象を解明するコミュニケーションの理論の発展のために重要ではないかと考えております。

★波多野 誼余夫

(独協大学)

私はこういうシンポジウムの上に、いつもたいへん不思議に思うのですが、どうもマスコミ研究というのは最近ふるわない。ふるわないからどうしようかといって、研究委員会がたいへん頭をいためられている。ふるわないことの対策を考えようではないか、ということでシンポジウムをやるわけです。

ただ、大久保さんが言われたように、もしわれわれの研究が、一義的に技術革新に依存するものであって、しかもその技術革新は七〇年代はだめなようだ、ということであるならば、これはふるわないのが当然であるし、われわれの責任も少しもないわけです。

ところで、犬田さんが言われたように、わが国では情報先導型の欲求解放があった。たいへん客観的な言い方をされるわけです。ところがそういうふうに言ってしまったもいいものだろうか。つまりわれわれは、買いたくもないものを、マス・メディアのおかげで買わされているということが、実はあるのではないだろうか。われわれだけでなく、もっと大ぜいの人を買わされているということがあるのじゃないだろうか。

あるいは経済成長率ということが、たいへん問題になるのですが、成長率を心配している限りは、分配というようなことは、比

較的みんな気がつきにくいわけですし、どのくらい成長するか、よりも、その中でどのくらいおれたちが取れるかということを、みんなが考えたほうがいいのじゃないか。こう思ったときに、それに対して今のようなマス・メディアの活動をそのままにしている、その中でどれだけ取るかということが、二の次の問題になってしまおうと思うのです。

早川さんの言われたことにも関連してくると思うのですが、われわれが、われわれの住んでいる社会についてもっとよく知って、その中で賢明な決定を下すということを、一つの目標にしてみますと、そのためには、少なくともわれわれの社会について、正しい情報が、正しい形で流されてくる必要があるわけであります。

ところが、それがいろいろなところでどうかなってしまっていて、自分のところまで伝わってこない。伝わってこないとしたら、それは一体なぜなのだろうか。

そこで、たとえば総過程というような考え方が出てくるかもしれませんが、それから私どもが擬似環境のイメージをつくり上げるうえで、マス・メディアが実際にどういう役割りを果たすべきなのだろうか、という問題もあらわになってくるかもしれない、と思うわけです。

たいへん開き直った言い方をすれば、つまり情報先導型の欲求解放というようなことを言われたわけですが、それに対して、われわれ一人一人の研究者が、一体何をしようとしているのか、と

日本のマスコミ研究

いうことがない限りは、われわれは結局のところ評論家でしかないのではないかと思います。

ある人は、最近はいへん理論がふるわない、ふるわないのは困ったことだが、見ればアメリカのほうもふるわないらしい。アメリカがふるわないから日本もふるわないのも無理はない。これは佐藤総理と同じようなことを言っているわけです。

そうではなくて、われわれがふるわなくてはいけないとしたら、一体何を明らかにしなければいけないのか、ということが一番大事な問題と私は思います。

問題が正しくつかまえられれば、それに対してアプローチする方法というのは、考えつきうると思うのです。

今のマスコミ研究が、もしふるわないとしたら、それはみんなが、何をしたいかがよくわからないためじゃないという気が、私にするわけです。

犬田さん、大久保さん、それぞれ、かなり基本的な問題を出されたわけですが、私はそこまでいっても、依然としてそういう感じを拭い去ることはできない。

たとえば大久保さんは、投票行動の研究をしていらっしゃる。何のために投票行動をするのだろうか。たとえば私であつたら、投票の際に個々の有権者がだまされているか、これは非常に大事な研究対象だと思いますから、どういう手でだましているか、どういう手でだまされているかということは、どうしても研究したいわけです。それは多変量解析を使うか使わない

か、そんなことはどうでもいいわけで、そういうことがわかって、皆がだまされないようになる、まあ自分からだまされないようになりたい、皆もだまされないようになってもらいたい、ということが目標としてあるわけです。アメリカでどんなに研究が行き詰まろうが、七〇年代は技術革新が盛んでなろうが、やっぱりそういうことはやる必要があるのじゃないかと思うわけです。

ところが、たとえばそれを、投票行動の研究というふうな形で言ってしまうと、もともとは何がわかりたくて投票行動の研究をしていたのか。それは投票行動のことがわかりたいのだというのでは、これはやはりトリートロジーになってしまっているのではないか、そういう印象を持つわけです。

最後にもう一度繰り返しますと、つまり何をわかりたいのか、どうしてそういうことをわかる必要があるのか、ということ、個々の研究者がもう一度はつきりさせるところから——これはマスコミ研究に限らないと思いますが——マスコミ研究の発展があるのじゃないかというのが私の感想です。

★田村紀雄

(桃山学院大学)

新聞学会の二十年の研究を評価するということなのですが、脱線の方式に従って田村が言うとするれば、結局、脱線の方で語りたいと思います。

一つは、波多野先生がおっしゃったように、研究の低迷ということが言われているわけですが、私も低迷ということはよくわからないわけです。長年研究されている先生方は、もう研究することはない、全部知り尽くしてしまったと考えているので、あるいはそういうふうに思うのでしょうか、私のほうはまだやりたいことがありますし、自分でやりたいことをこれからやっていくだけだと思っっているわけです。その点では、コメントーターとして話すことは、結局、自己を語ることではないかと思うわけです。

いろいろありますが、簡単に言いますと、自己を語るという点では、私がやってきているのは、犬田先生もおっしゃったように、マスコミ研究の第三者的な立場というのではないのじゃないかということ、私もマス・コミュニケーションを批判すること、ことでやってきているわけです。

その方向として、一つは思想的な方法と地域社会論的な立場からアプローチするという方法をやっているわけですが、この分野は言ってみれば、まだまだ底が深いわけです。

これは私の造語なのですが——これはあとで出てくるので、マスコミの倫理、法制、あるいは言論の自由というのは今のところないようなので、私が少し言いますが、たとえば知る権利ということが言われている。ニューヨーク・タイムスの事件でも、知る権利というのは守られたように言われていますが、最近、佐藤忠男さんが『展望』の中で、誰のための知る権利だかということ、言っています、わが意を得たと思っっているのですが、私は、知

らせる権利、民衆に知らせる権利がほんとうじゃないかと思っっているのです。

要するに、知る権利というのは、マス・コミュニケーション側でつくっている言葉であって、ほんとうは言論の自由というのは知らせる権利じゃないかと思っいます。まあ、知らせる権利という言葉をつくっても、そんなに間違いじゃないと思っっています。

したがって民衆に知らせる権利を守っていくためには、私が今やっているのは思想的なものと、地域社会論という立場からアプローチしていくことなのです。

前者については山本明さんが、二号ぐらい前の『新聞学評論』で、小新聞の研究が十分なされていないということを書いていますが、まったく同感でして、そういう点では、これらの研究というのは、地道な研究はまだ積み重ねられています。

それをやっている人は、まだ無名の非常に若い人で、たとえば伊谷隆一さんという柏木義円と『上毛教界月報』の研究をしている人、あるいは山口さん、これは『新聞学評論』の四・五号前に出ましたが、大石誠之助とか、大阪平民新聞だとか、太田雅夫さんが桐生悠々と『他山の石』、井上輝子さんがやっている岩本善治と『女学雑誌』そういうような基礎的な研究が、これからまだまだなされていかなければならないのではないか。その点では少しも低迷していないわけで、私もその意味では、前回の学会で、足尾鉍毒問題を報告しましたが、それも農民の自立的なコミュニケーションの潜在形態をさぐるためのもので、それは今後とも、

低迷と関係なく、どんどんやっていこうと思っております。

もう一つ、地域社会論からのアプローチについては、なぜこういうことをやるかという点、一つは地域社会というものは、国全体の中の一つのパーツではなく、それ自体が一つのまとまりなのだ、という考えに立って、そこでのコミュニケーションの確立を目指しています。

それは今までの、新聞とか放送といったメディアごとの研究とは違ったものです。大体地域社会というと、今までは農村的な地方社会、今後は都市的な、これは連続的なものですが、それらの研究というのは、いずれもある種のユートピアを持っているものです。そこでこれからも、新聞、放送といった個別的な研究からするのでなく、要するにメディアの相互間、競合とか調整とかいわれているものを探究していきたいと思っています。

そういうことは結局マス・コミュニケーションというものを浮き彫りにしたことであり、マスコミ研究が現在低迷していると考える方があっても、それとまったく関係なくやっていかざるをえないと思っています。

三 社会心理学・社会学

☆滝 沢 正 樹

(関東学院大学)

まず私がレジメに書いた清水先生、南先生、日高先生、この三

人の先生が、戦後日本のマスコミ研究の中にそびえ立っていたと言えると思います。私がなぜカッコを付けたかというと、清水先生、南先生、日高先生に代表されるようなアプローチの方がたくさんおられる、そういう意味でカッコを付けたわけです。

社会心理学的なアプローチで、マスコミ研究がどういうふうに行なわれたかということをごく簡単にまとめるのに、たいへん失礼なわけですが、この三人の先生のアプローチの違いを、対比的に検討してみること、戦後の日本のマスコミ研究における社会心理学的なアプローチの問題点というようなものが出てくるのではなかろうかと思っています。

ここに、大体概念図式みたいな形で、きわめて大ざっぱなことを書いておきました。こういう概念図式が示すその内容に見合うような、三先生のそれぞれの発言があるわけです。すなわちごく簡単に三先生のアプローチの違いをまとめてみますと、

第一に清水先生の場合は、二つほど大きな問題点が出されています。第一番目は、近代社会の展開ということについて、コミュニケーション過程を一つのテコというか、あるいは切り口にして、近代社会全体の原理を説明される。

第二番目はコミュニケーション、特に近代社会になって現われるジャーナリズム活動が、結果として人間相互の理解を、少なくともそれ以前の社会よりは高める。

清水先生の特徴は、この図にかきましたように、近代社会の展開というものを、コミュニケーション原理としてとらえ、それが

マス・コミュニケーションという中で、近代社会がどう展開をし、その結果が人間にどうの変更を与えるかということにあると思います。

やや立ち入りますと、近代以前の社会では、人間は生物学的に習慣というような束で生活をしていた。近代社会以後の人間は、コミュニケーションを持った相互理解、あるいはジャーナリズム活動によって、環境の拡大、あるいは環境の象徴化を通じた、環境に意義を付与をする、そういう環境に対する人間の適応というのは、習慣ではなしに、知性的で非常に合理的な適応にしかないのだということであります。

清水先生はコミュニケーションという概念を一つの軸として、一方にマスコミを置き、他方に社会を置いて、その結果として人間のほうを見ていく。こういうマス・コミュニケーションの扱いの位置があるのではないかということです。

ところが、これは私の率直な感じであります。まず近代社会の言論がありまして、現実清水先生の『言論』に沿わずに、逆に現実がむしろそれを裏切って進行していくわけです。

結果的には環境の拡大ということは、コピーの圧倒的な量という形で、いわば人間の直接経験というようなものを、本来的な意味を失なうような形でジャーナリズム活動が支配してくる。そういうことから清水先生のジャーナリズム批判という発想が出てくるわけです。

それに対して南先生は、戦後、日本にアメリカの社会心理学を

持ってこられた。南先生の基本的な発想は、高次元の政治的メカニズムと、社会的メカニズムをどのようにしてつなげるかという発想です。

南先生の『最近社会心理学』を開きますと、まず章建てで『集団内行動(一)対人行動』というところに、コミュニケーションというチャプターが出てきます。それから第十一章、第十二章に、マス・コミュニケーションというチャプターが出てきます。社会心理学の体系的な本で、マス・コミュニケーションの項目に、チャプターを二つ当てているのは、あまりないと思います。

南先生の場合、少なくとも言うことは、コミュニケーションの概念を軸にして、まず人間をとらえるわけです。たとえば自我の発生過程、あるいはパーソナリティの成長、そういうものをつかまえるうえで、コミュニケーションという概念が、基礎的な概念になっていきます。いわばそのかわりとして、あるいはその延長として、マス・コミュニケーションというものをとらえるのであります。清水先生がコミュニケーションを軸にしてマス・コミュニケーションあるいは社会をとらえる、その結果として、人間がどう変わっていくかというふうにアプローチするのと、少しそこが置きかわるわけです。コミュニケーションが軸で、マス・コミュニケーションおよび人間を考える。そしてその観点から社会のほうにアプローチするという順序であります。

これに対して、南先生の場合には、マス・コミュニケーションを考える場合に、清水先生が社会ということを考えるとすれば、

日本のマスコミ研究

南先生の場合には、人間というものをマス・コミュニケーションとのかかわりで確定しようとするのであります。

テレビが日本で発展したときに、テレビ研究にとって何よりも必要なのは、テレビ的人間、あるいはテレビ的パーソナリティというようなものがどのように出てくるか、こういう観点からマス・コミュニケーションを見るということであつたと思います。そのかかわりとして、社会の問題も南先生の場合には出てくるわけです。封建的な上下コミュニケーションとか、おそらく原理的な意味だと思えますけれども、資本主義社会、あるいはそれをこえている社会の水平のコミュニケーション、あるいは下から上へのコミュニケーション、やはり歴史的な視野もあることはあるわけです。

こういうアプローチを受けて——受けたというと語弊がありますが——日高先生の場合には二人の先生とやや違って、最終的にはコミュニケーションというものの過程の持っている意義が、もう少し自律的に取り出されているという点であります。

清水先生の場合には、それが社会をつかまえる概念になり、そのかかわりでマス・コミュニケーションを見るという、また南先生の場合には、コミュニケーションから人間をつかまえ、そのかかわりでマス・コミュニケーションを見るということであります。

日高先生の場合には、そういう観点はもちろんあるわけですが、さらにマルクスが生産過程の総論として資本論を書いたよう

に、コミュニケーション総過程をとらえていくわけでありま

す。社会とも人間とも離れずに、前の両先生と比べて、むしろ社会全体を動かしていく自律的な過程として、コミュニケーション過程をつかまえるところにその特徴があるわけでありま

す。どうしてそういうふうに至ったかという点、これはいろいろなところで、日高先生がマス・コミュニケーション研究について強調されることですけれども、たとえば一番初めに、「マス・コミュニケーション概論」をお書きになったときに、マス・コミュニケーション研究は、二つの軸があるのじゃないか、縦の糸と横の糸だ、縦の糸は、マス・コミュニケーションを成立、発展をさせていく社会、歴史的な概造なのだといわれております。

そこから例の国家あるいは権力のあり方とマス・コミュニケーションのあり方とかかわり合わせた五つのサイコロジを出されているわけです。封建絶対主義型、近代型、現代型、ファシズム型、社会主義型、そういう一つの縦軸の糸がある。

もう一つ横軸の糸というのは、マス・コミュニケーションのいわば受容過程論であり、社会心理的なメカニズムであります。この二つの糸をかたくより合わさない限り、マス・コミュニケーション研究というのは提唱さるべきではない。

こういう思考方法は、日高先生のマス・コミュニケーション研究に一貫してつらぬかれるわけです。そういうことを発展させていく過程で、最終的にコミュニケーション総過程というようなことで、非常に大きな構想を考えられております。

多少座興みたいなことになりますが、私は日高先生のこの図式を見ていますと——これが合っているかどうかはご批判いただきたいのですが——ここにおられるいろいろな研究者の方々の、個別的な研究領域があるのじゃないか。ですからこの図式の上に、いろいろな先生の名前を書いておけばいい。たとえば私の前におられる稲葉先生は、社会とコミュニケーションというようにところに稲葉という名前を置いてよろしい、あるいはその右のほうに竹内さんを置いてもよろしい。

私の言いたいことは、日高先生のマス・コミュニケーション研究アプローチというのは、きわめて大きな構想を持っているということであります。

ごく簡単に申しわけないのですが、以上のような対比を通して、私としては、二つほど討論のきっかけみたいなことを、お話ししようと思うわけです。

一つは戦後の日本のマス・コミュニケーション研究が、どういう過程を経たかというのを、私は一応この三人の先生に現われるようなアプローチが、いわば発展過程として、清水先生、南先生、日高先生という方向に出ている、そこまでできているのではないかということでもあります。

第二の問題は、日本のマス・コミュニケーション研究の基本的な性格についてであります。マス・コミュニケーション研究について整理されている早川さん、田中さんに、大きな論文があるわけですけども、早川さんの場合、最終的には、いわゆる受容過

程論の精密化などの研究を、日高先生が言っているコミュニケーション総過程論の中に位置づけるというようなことが、今後のマス・コミュニケーション研究の方法であろう。それがない場合には、いわば人間機械論、あるいはコミュニケーションの機械体系を、人間に適用するところにとどまってしまうという指摘をされております。

田中義久さんは、マス・コミュニケーション研究の今後の方法として、三つの部門を総合するというか、そういうことを提唱されております。

一つは非常に狭い意味での社会心理学的なマス・コミュニケーション、第二が実験調査的な現状分析、第三がコミュニケーション理論史みたいなもの、この三つを総合することによって、今後のマス・コミュニケーション研究の方向が出るだろうという指摘をされるのです。

そういう指摘をされる場合も、少なくともその指摘自体は、日高先生のコミュニケーション総過程論の、いわばマルクスの資本論に妥当するような、そういうコミュニケーション体系理論、グランドセオリーというか、そういうものの中に、それがどう位置付けられるかということがきちんと出ないと、いわば整理のための整理に終わってしまうおそれがあると思います。

私は皆さんの研究を借りて、非常に大ざっぱなことを言っているわけですが、なぜそういうことを言うかというと——これは早川先生に、あとでお聞きしようと思いますが——一つは、早

日本のマスコミ研究

川先生のまとめの中に、戦後のマス・コミュニケーション研究に、二つの流派がある。もちろんクエッション付きですが、カッコ付きで、社会心理学派、史的唯物論学派、ということを書かれています。あくまでもクエッション付きです。

私自身は、ちょっとそうではないような気がする、あるいはそういうふうにとめることに私には抵抗がある。なぜかというとき、きょう私がここにあげた代表的な三人の先生のマス・コミュニケーション研究に対するアプローチというのは、いま非常にかいつまんで申し上げましたが、どの先生の場合も、アプローチは違いますが、どれも全体的な視野を持っているわけでありまして。これはおそらく三人の先生の研究成果の中身に斬り込んでいくと、三人の先生の中に、やはりマルクスがいる。そのいいかたは違ってもマルクスがいるわけです。そして史的唯物論的な分析というような表現はとりませんが、少なくとも共通にいえることは、社会科学の意味でのマス・コミュニケーション研究ということを展開される立場で研究をされていたと思えるのであります。

ですから社会心理学的な分析と、史的唯物論というふうに分け方は、現象的にはそういうふうに言えるかもしれないが、私は少し違うのではないかと思うのです。

問題は、そういう社会科学的な立場に立ったマス・コミュニケーション研究ということと、われわれが非常に経験し、かつまたいろいろな意味で参考にしてきたアメリカ的な社会科学のあり方としての、ポリシー・サイエンスみたいな立場のマス・コミュニケーション

ケーション研究のこの二つが対立している。論争すべきだとすれば、その二つの立場の論争が必要なのであって、私としては、かつての学会でも、そういうことを述べたことがあるのですが、マス・コミュニケーション研究というのは、少なくとも方法が対象に規定される以上、特に日本におけるようなマス・コミュニケーションの現状、あるいは歴史をたどってみても、これはいずれにしても社会科学的な立場におけるマス・コミュニケーションということが要請されるし、結果的に、鋭いマス・コミュニケーション批判が研究者の出発であるし結論になるのではないかと思います。

☆竹内郁郎

(東京大学)

社会学といっても、具体的に考えると、どういうアプローチが社会的なアプローチであるのか、またそれは、社会心理学的なアプローチとどう違っているかということは、それほど明確に分れているものではないと思います。

そして私自身がやってきたことや、また、現在やっていることも、社会学者が見たら、決して社会学でもなんでもない、それはある面では、むしろ心理学ではないか、ある面では社会心理学ではないか、というふうに言われることだと思っています。したがって私本人としても、自分は社会学的にやっているとも思っていない。

たとえば一九四〇年代に、ラザースフェルドが『コミュニケーション研究と社会心理学者』という小さな論文を書いていますが、その中で、コミュニケーション研究の領域を四つほどに分けて、一つはラスウェルが言っているようなマス・メディアの統制研究、コントロール研究といえるもの、もう一つは内容分析、コンテンツ・アナリシス、三番目には受け手の研究、オーディエンス・リサーチ、四番目には効果の研究、エフェクト・アナリシス、もう一つ最後に、ファンクショナル・アナリシスという五つの項目をあげています。

そのうち、社会学なアプローチによって研究されるのは、第一のメディアのコントロール分析と、最後のファンクショナル・アプローチである。そのほかの三つは、社会心理学者が、主としてアプローチする領域であるといふことを言っています。

ここでファンクショナル・アプローチといっているのは、メディア相互間の関係であるとか、あるいはコミュニケーション組織と社会組織ないし社会制度との関連ということです。

一応こういうふうに分けることはできるかもしれませんが、実際そんなことをあまり考えていると何もできない。つまりマス・コミュニケーションないしはコミュニケーション研究というものが主要なのであって、そこにさまざまな既存の科学がつくり出したところの手法を、可能な限り、利用しうる限り利用していくというふうに考えたほうがいいかと思うわけです。

しかし、強いて社会学的なアプローチをあげるとすれば、この

プリントに書いたように、大きく分けて二つぐらいの領域があるであろうと思います。

一つは社会構造と、その構造に規定されたマス・コミュニケーションの形態の関係を明らかにするという方向であります。

これは、たとえば資本主義社会と社会主義社会とでは、マス・コミュニケーションの企業、あるいはそれに対する考え方、あるいはまた具体的な内容、そういうふうなものがどういうふうに違ってくるかという、比較研究の方向をとる場合もあるかと思えますし、それから先進国と後進国との間で、コミュニケーションのあり方がどんなふうに違っているか、あるいは近代化という問題を考えた場合に、たとえばダニエル・ラーナーが、都市化とか投票行動とか、あるいは経済的なインカム・パー・キャピタルとかいうふうなインデックスをつかまえてきて、それとメディアがオーラルか、コミュニケーションがオーラルか、メディアエイトッド・コミュニケーションが主要かというふうなことで相関させて考えていく方向とか、さらにもう少し具体的になってくれば、社会的な危機状態におけるマス・コミュニケーションの働きと、ノーマルシーというか、比較的そういう危機が顕在化しないような社会におけるマス・コミュニケーションの働きとを比較してみるとか、それこそファシズム化におけるマス・メディアのあり方、ないしはコントロールのされ方、そういうところでプロパガンダの中に現われてくるコンテンツの特徴というふうなものと、かなり豊かな社会というか、国民が受益層化した社会の中で、たとえ

日本のマスコミ研究

ば人々の政治的な無関心に対して、マス・コミュニケーションというのは、どういう働きをしているのだろうかというふうなアプローチがあるわけであります。

いずれにしても、大きくくくれば、社会構造ないしは社会の存在形態と、マス・コミュニケーションのコントロール、コンテンツ、さらには受け手の反応を含めて、マス・コミュニケーションが存在する形態との間の関係を突きとめていく。これがラザースフェルドの最後のファンクショナル・アナリシスというもののの中に含まれるものと考えられますが、そういうものが一つあります。

もう一つは、それとはある意味で方向が逆になりますが、しかし相補的だという点で、マス・コミュニケーションは社会に対して、一体どんな働きをしているのだろうか、マス・コミュニケーションの社会的機能と一般に呼ばれているような、そういうアプローチの領域があるだろうと思います。

これについては社会的機能といいますが、機能概念をいろいろ詮索していくとめんどろくさくなりますが、一般に、マス・コミュニケーションというもののに限らず、人々の行動が、その行為者の意図したこと、あるいは行為者の動機だけから、その持っている意味、ないしはファンクションが、直ちに出来はこないものがあります。マートンが言っているように、むしろ予期せざる結果、というふうなものが、社会的に非常に意味を持っているという立場から、直接的にマス・メディアが意図し、あるいは動機と

して持っているエフェクトとは別に、起こったエフェクトというものが、社会にどんな意味を持っているのか、という観点から考えていく行き方が考えられます。

たとえばマートンの『マス・パースェーション』など、ご承知のように、戦争中にケート・スミスが十数時間スタジオの中にこもって、マラソン放送をした、そのエフェクトを分析した報告書があります。

その中で、なぜああいう時期に、どういう社会的なコンテクストの中で、マラソン放送があれほどの効果をあげたのか。さらに、ケート・スミスに代表されるような、一種のプロパガンダ・テクニクというものが、人々の生活、あるいは人々の心の中に、一体どういう意味を持っているのか。これは一つの技術であるから、これは誰がどういうふうに使おうと、そんなものは研究者として関知しないことだ、ということですませるのかどうかということが、『マス・パースェーション』の最後のモラル・ジレンマという章で書かれているわけです。

そういうふうな直接的な効果だけではなくて、それが押し及ぼしていく、そういう効果を成り立たしめている社会的なコンテクスト、さらに社会的な波及効果というものを見つめていこうというふうなことが考えられたと思います。

いずれにしても、大きく分けて、そういう二つの方向が、社会的アプローチの例として考えられると思います。次に、日本の戦後のマス・コミュニケーション研究の回顧ということと考えま

すと、五〇年代に盛んに行なわれていた大衆社会論の中で、マス・コミュニケーションが、社会構造とマス・コミュニケーション形態との関係という点で、わりあいシャープに取り上げられていたと思われます。

大衆社会論は一口に言えば、一方で原子化されたというか、バラバラにされたマスがあつて、そういうマス化と同時に、片方では強力な組織化が、さまざまな社会的、政治的メカニズムを通じて行なわれているが、そういうマス化されていく人間、あるいは人間をマス化していく際のマス・コミュニケーションの働き、さらにそれを組織化していく際のマス・コミュニケーションの働きというのが、この大衆社会論の中には必ず出てきているわけです。

その範例というか、具体的に言えば、ミルズの『パワー・エリート』の中で出されているような大衆社会というものの考え方があります。

ミルズはその中で、公衆社会と大衆社会を分かつ四つの基準をあげて、大衆社会においては、受け手と送り手の比率という点で、受け手が圧倒的に多くなつていくことだとか、あるいは人々が、コミュニケーションによって起こす反応が、どれだけ相手に伝わるかという点で、大衆社会におけるマス・コミュニケーションを抽出し、大衆社会というのは、人々の反応を送り返すことが非常に困難であるとか、そういう特徴をいろいろ述べて、公衆社会と大衆社会を分ける決定的なメルクマールは、コミュニケーション

ョンが一体どういう形を持っているかということできまってくるといっています。

そういうものをモデルにし、ないしは踏まえて、大衆社会論は日本でも、マス・コミュニケーションの働きを、かなりはっきり位置づけているということがあつたわけです。

それからマス・コミュニケーションの機能という点では、日本の場合はむしろディスファンクション、つまり機能障害ないしは逆機能というふうなものへの注目が非常に多かったと思います。

これは日本の持っている社会状況の中で、特に戦後の二、三年を除くと、いわゆる逆コースないしは反動といわれているような動きが目立ってきて、マスコミは暴力であるとか、マスコミによってほんろうされる存在であるとか、そういうことが研究者の間で、あるいは一般でも非常に叫ばれているわけがあります。

そういう中で、滝沢さんから紹介のあつた清水幾太郎さんは、たとえば近代社会の原理と対比させられた現代社会の現実という形で、コピーの支配であるとか、あるいは心理的暴力であるとか、さらには社会的麻痺作用、これは清水先生の『社会心理学』の中の節というか、表題であるわけですが、そういう点にわたって、マス・コミュニケーションがもたらすディスファンクションの可能性を突きつめていかれたということがあるわけです。

ほかにもたくさん事例はあると思いますが、代表的なものとしてそんなふうな、それぞれのアプローチに対応する研究の事例を考えてきて、さて現在どうなっているだろうかと思ってみると、問

日本のマスコミ研究

題意識としては、そういう社会構造と関連させてマス・コミュニケーションというものの、あるいはマス・コミュニケーションのデイスファンクションを洗い出していかなければならないということとは、研究者の中に十分あるわけですが、しかし、さてそれを、実証的にどうやって検証していけるのか、あるいは事実として、具体的なものとして、どうやって取り出してそれを確かめていけるのかという点で、多少とも戸惑いというか、立ちどまりというか、そういうものが現われてきているように思われます。

マス・コミュニケーションというものは、確かにそういうデイスファンクションを起こすであろうような社会状況の中で動いています。そしてそういう幾つかの動きが目立っているということ、を、理論的に明証化していくことはできるし、それはまた、かなり説得的な形を持つているわけですが、しかしその社会的機能を考えた場合に、これは直接に起こされたイメージ・エイト・エフェクトというような言葉が使われますが、あるいはキャンペーン、効果というふうな言葉が使われますけれども、あるキャンペーン、ないしはある説得コミュニケーションを行なって、その効果があつたかなかつたかということは、実験ないしは実験的に計画された調査によって、実証的に検証することは可能であります。

しかし、もう少し長期にわたって、そういうものが積み重ねられていったときに、五年後、十年後どうなっていくのか、むしろそれが社会的な影響であり機能であると考えた場合、五年にわたり、十年にわたってデータを積み重ねていくことはなかなかむず

かしい。不可能とはいえないかもしれないが非常にむずかしいこととであります。

また、ロング・レンジだといっても、今までやられてきたことは、せいぜい二週間後とか一カ月後という単位であつて、そういうことを考えていくと、なかなか長期的なパースペクティブで効果自体を研究しにくいのであります。

さらに時間がたてばたつほど、マス・コミュニケーション以外の、さまざまな影響源が働いてくるので、そういうものの中から、マス・コミュニケーションの影響をより分けていくことも非常にむずかしいと考えられます。

さらに、人間の行動とマス・コミュニケーションの内容を対応させる、あるいは社会構造とマス・コミュニケーションを対応させて考えて、ないしはそういうふうなものを、多少ともデータ化して取り出してきて、その両者の間には、確かに相関があるのだということはいえても、果たしてどちらが原因で、どちらが結果なのか、その因果関係を突きとめることもむずかしいわけです。

マスコミがそうさせたのか、そういう社会だからそういうマスコミが生まれたのか、これはある意味ではトリとタマゴみたいな関係にあるわけですが、しかしマス・コミュニケーションの働き、マス・コミュニケーションの社会的機能といった場合に、これは単なる相関であるのか因果であるのか、相関であるにしても、まったく独立に変わっているわけではなく、やはりどちらかがどちらかを規定しているという関係は当然あるわけなので、そう

いうものを実証的に検証することはなかなかむずかしいのであります。

そういうところから、問題意識としては、社会的な機能とか、あるいは社会構造とマスコミの関係というふうなことを思っているが、いざ実際に調査をしよう、実験をしようということになると、いわゆる効果分析という形で、非常に限られたコミュニケーション内容と、非常に限られた反応行動との間の因果関係を検証する形にならざるをえないのであります。

ただ、先ほどからたびたび出ているコミュニケーションの二段の流れ、これが五〇年の半ばに出てきたわけですが、そういうものが出てくると、今度は小集団研究ともちろん関係があるわけですが、日本の社会的文脈の中では、それがちょうどサークル運動の高揚期とぶつかっていて、小集団こそマス・コミュニケーションに対する抵抗のもとであるといわれるのであります。

さてそれでは、その小集団の中で、マス・コミュニケーション内容というのは、どういうふうに抵抗を受け、また、どんなふうに消化されていくのか、これも実際に調査をしていくことはなかなかむずかしいのであります。

これは確かに研究者の怠慢、あるいは努力不足もあるが、しかしそういう具体的な問題になればなるほど、社会的なアプローチによって——これが社会学的なアプローチかどうかは問題であるにしても——追及されるような問題は、実証的な検証が非常にむずかしい問題だといわざるをえません。

そういうふうなところが行きづまりというか、低迷というか、そういうところの一つの原因になっているのではないかと思うわけです。時間がまいりましたので、このへんで失礼いたします

★林 進

(埼玉大学)

私たちの世代というか、新聞学会が発足したあとで、マスコミ研究をスタートしたという四十歳前後の世代の研究者にとつては、先ほどから何人の方が指摘されているように、清水幾太郎先生の『社会心理学』その他の清水理論といわれるものが、研究の非常に大きな刺激になっているわけです。

これはかなりの人に共通のことではないかと思うのですが、『新聞研究』の先月号の、マスコミ研究についての座談会の中で、山本明さんが、清水さんの『社会心理学』を読んで、自分の研究するのは、この『社会心理学』の中で扱われているマスコミの問題を扱ってほかにないという気がした、と述べておられますが、それは非常に共通な経験として、私も持っているわけです。

清水さんの『社会心理学』は、初期の大衆社会論が、一部のエリートによってマスが操作されるという危機感をもたして、大衆社会論が展開されたといわれているわけですが、清水さんの場合も、第二次世界大戦のあとの講和論争の中で、日本の新聞を中心にしたマスコミが、講和論争に与えた影響に対する危機感

日本のマスコミ研究

が、社会心理学の理論に、かなり結びついているということをもったこともあるわけです。

そういう点で、マス・コミュニケーションの問題が『社会心理学』の中心であるだけでなく、『社会心理学』の中で展開されたような、一種の大衆社会論の先き取りでもあったと思うのですが、ああいう社会理論の中で、マスコミの占める位置が非常に大きかったということはいうまでもないわけです。

そこではマスコミの影響というものが、非常に大きく取り上げられ、そういうマスコミの大きな影響力に対する認識をもとにして、私たちのマスコミ研究の一種のグルンドができ上がったし、あるいはわれわれの当時の社会認識の一つの大きな枠組みが与えられたという感じもするわけです。

この清水先生の『社会心理学』の中で、マスコミが非常に大きな影響力を持っているというふうに取り扱われているわけですが、数年前に出ました『エンサイクロペディア・オブ・ザ・ソシアル・サイエンス』の中で、ジャノヴィッツが、マス・コミュニケーションの研究というところを書いていますが、その中で、ジャノヴィッツは、「アメリカでは社会学者は、一般的に、マス・コミュニケーションの実験家というものと比較するならば、マス・コミュニケーションの影響を、非常に小さく、あるいは非常に相対的、相関的に取り扱う。それに対してマス・コミュニケーションの実際家とか批評家は、マス・コミュニケーションの影響を、非常に大きく扱っている」という対比をしているわけです。

が、日本の場合には、清水先生に代表されるような初期の社会学者が、むしろ非常に大きく評価していたという違いがあるわけです。

それに対してアメリカの社会学者が、クラッパで代表されるように、クラッパの「マス・コミュニケーションというのは、さまざまな諸要因の連鎖を通してある効果をもたらす」というように科学的に非常に精密化して、マス・コミュニケーションの影響を限定していく、あるいは非常に制限をつけていくという形で、科学的に精密化していくけれども、しかし理論としては生彩を失っていくという一面が、アメリカの研究の場合にはあったのではないかと思います。

クラッパ自身『マス・コミュニケーションの効果』という本の中で、「長期的な影響の問題、あるいは文化的な文脈の中でのマスコミの影響の問題を、扱わなければならない」と言っていたと思うのですが、そういう点では、清水理論の中で扱われたような、非常にマクロな社会認識が排除されて、そういう形でアメリカの社会科学的なマスコミ研究が精密化していった、ということがあると思うのです。

そういう点で、清水理論が、マスコミの影響を非常に大きく取り上げたという、今から考えると、かなり精密でない面があるわけですが、その反面、アメリカの社会学者が取り上げようとしなかった、あるいは取り上げることが困難であった——竹内さんがおしゃった実証的な検証の問題——マスコミと全体社会との

関連、あるいはマスコミと体制との関連、あるいはクラッパが指摘した長期的で文化的な文脈の中で、マスコミの影響を考えるということ、そういうことが扱われていったとみることができると思うのです。

そういう点で、私の個人的な感想かもしれませんが、私どもの世代のマスコミ研究が、清水理論の枠組みの中で出発しただけでなくて、清水理論が、当時の大衆社会論的な社会認識の大きなフレームワークを提出してくれたという感じを持っているわけです。

そういう点で一つ伺いたいことがあります。滝沢さんのお話の中で、清水モデルから南モデル、あるいは日高モデルというように、マスコミについてのモデルが発展してきて、今や日高モデルの枠の中で、さまざまなマスコミ研究というものを位置づけることができるとおっしゃったわけです。

確かに、日高さんのところにあげてあるモデルの中で、いろいろな研究の位置づけはできるが、しかし社会的コミュニケーションの総過程という、非常に抽象度の高いこういうモデルの中で、研究の位置づけはできるが、これが直ちにわれわれの新しい社会認識に対する、あるいは現実認識に対する枠組みにならないのではないか。

犬田さんが指摘されたような、最近における情報化を中心とするような新しい社会変化を、われわれはどう受けとめたらいいか、迷っている面があるわけですが、そういう新しい社会変化

を、新しい理論の中でどう認識するかという問題であります。

われわれの置かれている社会の現実認識の枠組みは、日高モデルの抽象度の高いものからは、直接出てこないのではないだろうかという気がするのです。この点を滝沢さんにお聞きしてみたいと思います。

竹内さんにお聞きしてみたいのは、われわれがそういう長期的影響だとか、あるいは文化的な文脈における影響だとか、社会構造とか全体社会との関連で、マスコミの機能を確定する、あるいは実証的に検証することは非常にむずかしいわけですが、ただ、実証的な検証がむずかしいということから、そういうわれわれの現実認識の大きな枠組みになるような社会理論というものの取り組みが——もちろん私自身も含めてですが——全体として弱いのではないかという問題です。

つまり検証ができたから理論ができるというわけじゃなくて、理論があつて検証ができるという面もあるわけですから、われわれの置かれている社会の新しい変動の中で、現実認識の枠組みになりうるような社会理論が何か考えられないだろうかという気がするわけです。

たいへん簡単ですが、質問するような形ですけれども、お話を伺えたらと思います。

日本のマスコミ研究

★岩 男 寿美子
(慶応大学)

私はマス・コミュニケーションを専門に研究しているものではなくて、非常にミクロな、どちらかといえば実験的な研究のみをやってきましたので、滝沢さん、竹内さんからお話しがあったようなことに対してコメントすることには自信がない、というより、むしろできないことを最初にあやまっておきます。

まず、お話を伺っていて非常に感じたことは、清水モデル、南モデル、日高モデルを発展していった抽象度の高いコミュニケーションの総過程の確認ということが、いま林さんがおっしゃったように、私のような具体的なミクロな研究者が、これをどういうふうにして実際の研究の中に生かしていくことができるかということです。

あるいは私に比べれば、マクロな立場をとっている竹内さんの研究と、どういうふうに結びつけることができるのか、そのあたりが外にいるものとしてよくわからないことの一つであります。

それから、こういうふうな図式が出たときに、いま盛んに低迷ということがいわれているマス・コミュニケーション研究において、一体どこまでが、この図式の中でわかっていて、どこが足りないのか。低迷々々といっているもしかたがないので、低迷して

いようがしていなろうが、そういうことにはかわりなしに、私たちには知りたいことがまだたくさん残っている。むしろ知りたいことのほうが私にとっては多いので、そのときに一体どこから出発していったらいいのか、あとどこを埋めていかなければいけないのか、具体的な形でどこを埋めていけばいいのか、そういうことが私には疑問になってきます。

話が一貫しませんが、もう少し具体的な話というか、竹内さんのお話になったようなことに話を持っていくと、社会的なコンテクストの中で、コミュニケーション研究をとらえていくことが、一つ大切なことになってくると思うのです。

その場合に、私たちが考えなければいけないのは、きょうのシンポジウムのタイトルでも、日本のマスコミ研究の回顧と展望とあるように、日本という社会的なコンテクストの中で、どのようにして今までの研究成果を消化していくか。その消化という意味も、単に研究成果、たとえば二段階の流れといったようなものを、ここに当てはめるのだというようなことではなくて、それが日本社会においては、持つ意味が変わってきているのではないだろうかということです。

そこでもっと日本固有の研究というか、そういうものへのアプローチが必要ではないかと思うわけです。あまりいい例ではないかもしれませんが、普及研究などの場合に、宇野善康氏の研究を見ていると、電気釜があるかどうかという調査をしていたときに、農村に行って電気釜があるかと聞くと、ないと答える。それ

が実際にお勝手に行けばある。ここにあるじゃないかという、いや、本家がまだ買っていないから、ないことにしてほしい、というようなことで、私たちが準拠集団というものをフレームの中に入れていくときにも、準拠集団の持つ意味が、日本では準拠集団が縦に力をかけてくる。横の形で働くよりも、むしろ縦の形でかかってくる場合があるかもしれない。

あるいは心理学者が興味を持つパーソナリティーの発達に対するマスコミの役割りというものを考えた場合にも、日本の場合には、子供が自分の所属集団、あるいは準拠集団というものを通じて、あるいはまた、ほかのいろいろなものを通じて、間接的にマスコミの影響を受けることももちろんあると思いますが、日本の場合には、むしろ母親が、まずマスコミから、かなり直接的な影響を受けて、それを社会化の過程に非常に強く生かしてくるというような、日本独特のものがあるのではないかと思います。

日本固有の、というようなことで、もう一つ述べますと、今までの研究成果というものを、日本固有の形で生かす。それから日本固有でなくても、たとえば実験室で行なわれたような研究、ホブランドたちがやったような研究を、たとえば鮎戸さんたちが『YTVレポート』の中で報告されているように、実際につくってみて、もつとほかの場でやってみて、果たしてゼネラリティーがあるものかどうかということも、考えてみる必要があるのじゃないかと思います。

最後に、非常に抽象的なものと、もう少し抽象度の低いもの、

マクロのレベルと、もつとミクロのものを、何らかの形で統一することができるような概念がなかるかということ考えたのですが、その場合に——これは一つのサゼッションにすぎないもので、まだあまりつめて考えていないが——私は、役割りというような概念を入れてくることが、生きたパーソナリティーを持った人間を中心にして考え、もちろん社会のコンテクストの中にいる人間のコミュニケーション行動というものを考えた場合に、もう少しすっきりとしたしかも包括的な分析ができるのではないかと考えています。大体の感想というか、あまりまとまりがありませんでしたが、以上のようなことを考えております。

四 イデオロギー論・新聞学

☆田 中 義 久

(法政大学)

非常に素朴な問題を提供させていただきたいと思いますが、時間がないので、時間への挑戦のような格好で、早口になるかもしれませんが、ご勘弁いただきたいと思います。

マスコミ研究の方法論的基礎という問題を考える場合の立脚点として、次の二つのことを考えています。

第一に、停滞といわれるのですが、私のように、マスコミ研究

日本のマスコミ研究

者の中で一番若い部分、戦後マスコミ研究者の第三世代から見た場合、マスコミ研究の停滞というのを、どういうふうに受けとめたいかという問題です。

第二番目には、そういう点からみると、うしろを振り返るといようなリプロスペクト（回顧的）ではなくて、少しでも前へ進んでいこうというプロスペクト（展望的）のほうに重点を置いていくことになります。リプロスペクトの面については、多くの報告者から述べられていますから、そちらのほうは省略して、プロスペクトふうな問題にしばっていきたいと思います。

方法的基礎というのを考える場合、いつも念頭にあるのは、六七年の夏だったと思いますが、たまたまロバート・マートンが日本に来ていまして、そのマートン・セミナーに半月ばかりお供をしたことがあります。

そのマートン・ゼミで、アメリカのマスコミ研究のことをいろいろ聞きましたが、そのときマートンはこういうことを言っていました。

要するにホワイトヘッドが『ジ・オーガニゼーション・オブ・ソウト』の中で、「科学というものは、その創立者のことを忘れかねているときには、その科学は発展のエネルギーを喪失しつつあるのだ」これはご存じの方も多いと思いますが、マートンの主著『ソーシャル・セオリー・アンド・ソーシャル・ストラクチュア』の冒頭にあげてある言葉で、マートン自身がこのことを自分に適用して、僕はこういう姿勢でマスコミ研究を始めたと言って

いたわけです。

それがずっと念頭にあるわけですが、これは午前中の若干の議論の中にあつたような意味でなくて、もう少し深い意味で、私はロバート・マートンのこの言葉を受けとめているわけです。

そういう面からみると、たびたび言及されるベルソンの一九五九年の例のPOQ論文にあげられたような、マスコミ研究のいわゆる創始者、創立者、そこであげられているラスウェル、ラザースフェルド、レヴィン、ホブランドという流れ、それが一種の比較対象の基準になって、研究そのものが次第々々に枯渇してきたというふうなベルソンの指摘ですが、これら四潮流、すなわち政治学分野の方法としては、どちらかといえば事実収集的で、内容分析によって特徴づけられるラスウェルの発想。それから面接調査、基本調査によるある種的大量反応の把握をしていこうというラザースフェルドの社会心理学的なアプローチ。次により実験室的、そして集団圧力のもとでの個人の行為、それをホローするレヴィンの、よりミクロな社会心理学的なアプローチ。またホブランドのやっているような集団の支配的な態度、あるいはそれの圧力のもとでの効果の関連の心理学的な分析。これらをかりにマートンが引用しているような創立者というふうにつかまえるとすれば、一体われわれは、その四つの流れの原点を、どういうふうに、ホワイトヘッドの言っているような意味で忘れていけばいいかという問題になるわけです。

私はそういう問題を考える場合、第三世代としてマスコミ研究

を始めていくのに、どうしたらいいのかという、ある種の科学論的な態度から考えていますのは、たまたまパースやミードやクリーが、こういうことを言っているのです。

パースの場合には、サイエンティフィック・メソッドというのは、その根本的な仮説として、次のような前提的認識を持っているというわけです。

これは一八七七年の「フィクセーション・オブ・ベリーフ」の中に出てくる言葉ですが、要するに、實在の事物があり、その性質が私たちの意見や意思に、まったく依存しない形で存在しているわけで、その實在物が、規則正しい法則に従って、私たちの感覚器官に作用を及ぼしてくる。その結果生じる感覚は、私たちとその實在の対象との関係に依じて、それぞれのパリエーションが違ふわけですが、私たちは知覚の法則を用いて、その事物のほんとうの姿はどうであるかというところを、推論によって追及することが出来る。そして誰でもその事物について十分な経験を持ち、また、それについて十分に自分の思考を練るならば、一つの真なる結論に到達することが出来るであろう。

これは科学論の常識的なことですが、それをパースは、わざわざサイエンティフィック・メソッドの前提とすべき、根本的な作図であるということ述べているわけです。

そこで言われていることは、要するに科学的方法というのは、ある種の実在的モデルを前提にしなければ、思考の方法の鍛練を試してみても、前進は望めないということになるわけです。

同じようなことをG・H・ミードは、一九一七年の「サイエンティフィック・メソッド・アンド・インディヴィジュアル・シンカー」という、これはあまり大きくない論文ですが、その中でパースが指摘したような「實在における事実の構造を、研究者はどう分析すべきか」という問題に触れて、次の二つのことを指摘しているわけです。

まず第一に、「研究者は自分の観察するあらゆる予見が、自分を取りかこむ客観的世界の中に、おのれの位置を見出しうるようなある種の全体的な仮説を形成すべきである」。

第二に、「研究者は、自分の取り扱っているありうべき経験が、事前に、自分自身の仮説的に立てた通りの結果に到達するような、ある種の構造的な枠組みの中に、それらの予見を位置づける必要がある」というようなことを言っております。

言葉づかいはいちよつとむずかしいですけども、ミードの言っていることは、少なくともこの論文においては、パースと同じように、実在的モデルと、それに基く仮説の必要性を出しているわけです。

三番目に、クリーは一九〇〇年の『ソーシャル・オーガニゼーション』の中で、「われわれの生活は、すべて一つの人間的全体なのであって、もしわれわれが生活についての真の知識を持とうとするならば、それをこのような全体と見なければならぬ。もしわれわれが生活をバラバラに分解するならば、生活の流れは死んでしまうことになるのじゃないかと言っているわけです。

『ソーシャル・オーガニゼーション』の副題は「ア・スタディ・オブ・ザ・ラージャー・マインド」ですが、人間精神の拡大のところを押さえるために、ここに言っているようなパース、ミード、クーリーのな実在モデルとして、あの『ソーシャル・オーガニゼーション』の第二部「コミュニケーション」という古典的な——これは一九〇九年ですから——記述が展開されてきたわけです。

クーリーがそういうものを出してきた背景には、もちろんアメリカにおけるとりわけ新聞の発展がありますし、新聞の第二次大衆化の直後で、そういう状況の中でこういう議論が出てくるわけですが、科学研究を進めていく場合の態度、方法的な問題としては、われわれはベレルソンの指摘に拘泥、執着する必要をどの程度持つべきか疑問に思うわけです。

むしろホワイトヘッドのいうような意味で、その創立者のことを忘れていくべきだとすれば、ラスウェル、ラザースフェルド、レヴィン、ホブランド、そういう三〇年代後半から四〇年にかけて、さまざまな、非常に生産的な仮説を出していった第一期の世代を、逆にそれ以前にさかのぼるという方向で、一つの考え方としては、パース、ミード、クーリーまで、遡及していく必要があるのじゃないかと考えるわけです。

こういうふうに見れば、ベレルソンがあげていたような四つの潮流より前に出て、パース、ミード、クーリーの意味での、実在的モデルをどうやって立てることができるであろうかという問題

題になってきます。

その点で考えると、実在的モデルというだけでは、ちょっと言葉が生硬ですから、もう少しこれを具体化するために考えているのは、一九六五年の新聞学会で、「マス・コミュニケーション研究における理論と調査」のシンポジウムが開かれたわけです。

そこで、たとえば池内一先生は、よく知られているあの理論構成のダイアグラム、非常に精緻なダイアグラムで、それはまた、その後の情報化社会の進展の中で、きわめて有効な問題提起だったと思いますけれども、その理論構成のダイアグラムの中でおっしゃっていたことは、「ビジョンから概念図式へ、そして概念図式から仮説モデルの部分へ」というふうなご指摘で、とりわけその中では、概念図式から仮説モデルをどう導くかというところに重点を置かれていて、ビジョンそのものについては、問い返されることは必ずしも多くはなかったわけです。

ただ、その中で言われていることは、むしろその時点におけるコメントーターでいらしたつやつた岡部先生が導出されたものですが、ビジョンの一部の中には、有名な知的代謝作用の概念が位置づけられるであろう。知的メタポリズムといった格好でビジョン、概念図式、仮説モデルとつづく一番最初の部分、ビジョンのところを豊富化していくことが一つの行き方だろうとお話になっているわけです。

しかしその後の、繰返し叫ばれている現在のマスコミ研究の停滞状況の中では、むしろ概念図式から仮説モデルへという部分よ

りは、ビジョンそのものの構造的なつかみ方のほうが問題になっているのじゃないかと思えます。

その部分のところを、たとえば知的代謝作用に代表されるような一つのアイディアだけに終わらせておけば、それは逆にビジョンそのものを、個別的な実在モデルの羅列に引き戻していく。先ほど述べたベース、ミード、クーリーのな実在モデルではなくて、個々のアイディアに伴う、もう少し次元の違う、小規模の実在モデルをあげていくことになるのだろうという感じを持つわけです。

それを言いかえれば、わずか五、六年の間に、日本のマスコミ研究が、こういう方法論的な内容においても、より深刻な状況になってきているのだという問題にもなるわけですが、今は池内先生のおっしゃっているビジョンのところ、ベース、ミード、クーリーのな実在モデルをどうつくるのかという課題があるのだろうと思うのです。

とすれば、この方法論的基礎の構造という問題を考える場合、たまたまアーノルド・ローズが一九六七年の『ザ・リレーション・オブ・セオリー・アンド・メソッド』という本の中で、アメリカにおいても、やはり同じようなことがあることを指摘しています。

そこでローズが出している方法というのは、プロセデューア（個々の手続き）と、個々の領域のプロセディック・メソッド（手法）と、そういうものを、ある程度システムタイズしたものとし

てのリサーチ・メソッド（研究方法）、この三つのレベルによって方法の問題を考えるわけですが、今ローズの見ていたアメリカの社会科学、とりわけマスコミ研究についていえば、必要なことは、その三つのレベルの間のこまかい関係ではなくて、その三つの層そのものを成立させるようなイメージ・オブ・リアリティであるということを行っているわけです。ある種の現実像——実在に対する像です——それをどうつくるのかというところをローズは指摘しているわけです。それが理論と方法の関係を考える場合の一つの重要なポイントだといっているわけです。

同じようなことは、マスコミ研究だけでなく、社会学の中においても、たとえばベンディックスとバーガーは、同じようにイメージ・オブ・ソーシャル・コンストラクションというようなことを言っておりまして、社会構造におけるイメージをどうつくり直すのか、それが実は七〇年代における社会学の方法論的な改正の基礎になるといっております。そういう文脈の中で、私自身は、ここでのいう方法というものを、三つの段階において考えるわけです。段階というよりはコンポネントです。

まず第一のコンポネントは、マスコミ研究のそれぞれの個別領域における概念体系、もしくは概念装置です。

二番目に、そういう諸個別領域のそれぞれの概念体系における何らかの基礎概念、この基礎概念はもちろん一つであるはずはないので、幾つかの基礎概念があることは自明です。

三番目に、その基礎概念を支えるところの認識論的存在論的基

日本のマスコミ研究

礎が存在するはずで、この認識論的存在論的基礎というレベルにおいて、ローズの言っているイメージ・オブ・リアリティもしくはパース、ミード、クリーリー的な実在モデルの根拠を考えたということでもあります。

したがって、こういうふうな文脈で方法的という言葉、メソドロジカルという言葉を使う場合にはいつでも、先ほど申しました手続き、個々の手法、研究方法、そういった体系の認識論的な基礎と存在論的な基礎、存在論的な基礎というのはやや語弊がありますが、言いかえれば世界観的基礎といってもいいかもしれません、そういう二つの契機の統合として方法的という言葉を使っても使っていきたいと思うわけです。統合としてというよりは、統合によって根本的に基礎づけられるものということです。

ここで注意すべきことは、われわれが研究の中で、科学言語によるこういう認識論的基礎、世界観的基礎を考えると同じように、実は受け手という名の民衆自身が、自分たち自身の生活方法の中で、自分たち自身の日常言語による認識論的な基礎と世界観的な基礎、存在論的基礎を、必ずや持っているはずであるということです。

これがどういうふうに把握できるかということは、それこそプロセデューアやプロスペクト・メソッドの開発が必要ですが、認識論的基礎と存在論的基礎ということについて言葉をまとめますと、まず認識論的基礎ということについては、要するに高次の認識能力を持つ点で、ほかの自然的存在から区別される人間

が、環境と自己に対して所有する認識上の関係についてのモデルということになります。

言葉だけ聞いているとトートロジーのような感じにもなりますが、トートロジーではなくて、むしろ人間自身が、みずからの高次の認識能力の所在という感じで特色づけられるとすれば、その能力自身によって、自分と対象世界との環境をどうつかまえるかという問題です。

同じく存在論的基礎についていえば、人間と自然環境、社会環境、記号環境の相対としての環境世界の関係について、人間自身が存在上の環境をどうイメージしているのかという、そのレベルでのモデルであるわけです。

現在考えるとすれば、この認識論的基礎と存在論的基礎の両面の結合によるある種の実在モデルを、マスコミ研究のベースとして想定していく努力が必要だろうと思います。そう簡単にこれができるとは思いませんが、そういう問題を抱え込んでいるのではなからうかと思うわけです。

具体的にいうと、もちろんその全体像を全部出すわけにはいきませんが、今述べた意味での認識論的基礎の側面における問題点として考えるのは、一つは情報概念の検討と、それとの関係におけるコピーの支配論に対する疑問ですが、もう一つ存在論的側面では、前述のように、人間と自分を取りかこむ環境世界とのあり方、存在上の関係の問題について一番大きな問題は、現在おそらく、記号行動論の論理をどうやって構築することができると

いう問題だと思っています。

もう一つは、記号行動をそういうふう位置づけるとすれば、記号行動というのは、いうまでもなく人間のフエアハルトンの一種ですから、フエアハルトンの総体から、フエアハルトンとしての社会関係が形成されてくる、そしてフエアハルトンの一種としてコミュニケーション過程をわれわれは位置づけるべきだろうと思います。

いわば受け手自身、あるいはわれわれ人間自身の記号行動というフエアハルトンから、どういうふうにしてコミュニケーション過程という社会関係、フエアハルトンが形成されてくるのか、これは言葉の含蓄から見れば——べつにハイデッカー的な語源学をやるつもりではありませんが——おそらく記号行動からコミュニケーション過程への社会環境の形成へというところは、わりと順調に、あるいはフエアハルトンの集合体から、ある種の量から質への転換みたいなものとしてフエアハルトンが形成されるという、樂觀的な見通しがこめられていたのであると思います。

そういう諸行為から社会関係の形成へというメカニズムにおいて、記号行動論を豊富化することが、マス・コミュニケーション過程を考える場合の一つの準拠点になるだろうと思うのです。

ただし今申し上げたように、フエアハルトンからフエアハルトンの形成へというところが、語源的な意味からいえば順調にいきそうですが、そこでこそ現実の社会過程における社会構造の中の、コミュニケーション過程の規定がきいてくるわけで、現実

にはデュービットが言っているように、そういうフエアハルトンというのは、フエアハルトンの主体としてのわれわれ諸個人に対して、自立化して立ち向かってくるわけです。関係の自立化現象ということが、コミュニケーションについても同時に起こるわけです。

それでは、このコミュニケーション過程の自立化というものを、とりわけマス・コミュニケーションの総過程の問題として、特に近代以降の資本主義的な発展の中での自立化として考えればどうなるのか。

それがマス・コミュニケーションの性質であるとすれば、ある意味ではマス・コミュニケーションの性質の中に、イデオロギー的な契機が存在することは自明なことになってくるわけです。ここでのイデオロギーというのは、特殊なイデオロギー概念ではなくて、マンハイムが言っているような一般的で全体的なイデオロギー概念であるわけです。

こうして、マス・コミュニケーションとイデオロギーというのは、研究者の価値評価に関係なく、マス・コミュニケーションの構造そのものの中から、イデオロギー性を持たざるをえないという関係が、まさにこの自立化というところに胚胎してくるわけです。

そういうふうな問題の転換の中で考えているわけですが、最近私はいろいろな意味で実体と機能ということを考えております。実体と機能という面を、認識論もしくは記号論の面で考えれば情

日本のマスコミ研究

報概念の問題になるし、それ以上に人間論や組織論の面で実体と機能を考えれば、今問題になっているシステム論と、社会構成体論の態様をどうしても考えざるをえないと思います。

話を少し短絡させていうと、いろいろな意味での機能モデルが現在跋扈していますが、しかし、われわれが實在モデルを考えていく場合には、実体と機能の結びつきを、もう少し慎重に検討していかなければ、そう簡単にさまざまなシステム論的なモデルを、われわれはベースに置くことはできないのではないか。

実体と機能の問題の広がりやそういうふうを押えておけば、われわれは情報概念についてどういうふうに考えることができるだろうかということ、たまたま今カッシーラーの『実体概念と関係概念』という本に依拠して、その問題を考えているわけです。

カッシーラーの実体概念と機能概念の結びつきについての理解は、次の六つの特徴を持っていると思うのです。

カッシーラーによれば、まず第一に、概念というのは、一八七〇年代にジグアルトやデキントなどがでてくる以前には、これはある意味ではアリストテレス論理学の延長であつたわけですが、その状況においては、概念というのは決して人間の主観的形式ではなくて、同時にある種の客観的實在の因果的かつ目的論的な関連を表象したものだというふうに受けとめられている。言いかえれば、概念もしくは記号というものは、きわめて実体的にかまえられてきたという、これが出発点です。

アリストテレス論理学の基礎は、いうまでもなく実体概念です

けれども、ですから色とか形とかは、非常にビビッドに押えられているわけですがしかしカッシーラーの二番目の指摘によれば、一九世紀の七〇年代以後の、そういう枠組みの中での現代科学の展開にあつては、その科学の対象は次第に存在の特性を失ひ、色、香り、味、さらには形、広がり、そういったものも失つて、遂に単なるプンクトに転化している。つまり対象が、実体的なさまざまな属性や内容を喪失して、単なる非科学的な点に転化していく。これがカッシーラーの理解している現代科学の趨勢であるということです。

したがって三番目に、もはや現代科学は、現象の背後にある何か本質的な実体的モデルを樹立することを求めないで、逆に知覚の関係が完全に表現されるような、ある種の論理的形式を立てることによって自足するようになってきているということです。これはいろいろ思い当たる節があるわけです。

第四番目に、こうして対象というのは、もはや人間にとってある種のステイト、常態でしかない。言いかえれば「場合」、レヴィンが言っているような「フィールド」しかない。そういう状況においては、實在的モデルはその場におけるありうべき、あるいは現実的な作用やファンクションの総体としかみられない。したがってレヴィンの場の理論から、いわゆるシステム論一般へは、あと一步というところに来ているというわけです。

第五の点としては、こういうふうな状況になってくれば「場合」とかシステムにおいて結合しているものの実際的な内容が問題な

のではなくて、実際的な内容自身は消滅してしまつて、そこにおける結合のしかた、あるいは結合のモード、それ自身が科学の対象になるというアプローチになるわけです。

こうして最後にカッシーラーは、次のような結論を導いているのです。「このようにして真の實在は、いかにしても知ることはできないもので、知りうるものは、その記号と記号相互の間の関係にすぎない。結局すべての感覺的屬性は實在より取り去られ、實在に与えられるのは、単なる理論不可能というレッテルにすぎなくなる」

これが『実体概念と関係概念』の第六章、「現実の概念」という部分で言われている結論です。とすれば、こういうふうな機能主義の状況の中で、記号と情報との関係を、正しく、それこそ實在的につかまえない限り、前述のパーズ、ミード、クローリーのな、マスコミ研究のための實在モデルの形成は非常にむずかしいなるだろうと思います。

したがって情報概念の検討も、時間がありませんから『新聞学評論』の十九号の私の論文の中の情報概念の検討だけにここでは禁欲しますけれども、そういう情報概念の内容についてもいろいろなアプローチがあるわけですが、その検討は今申し上げたような、実体と機能についての理論を、カッシーラーが追いかけたようなレベルにおいて確定しなければ、非常に混乱してくるということです。

結論的に言えば、私としては、パーズ、ミード、クローリーのな

實在的モデルを追及するためには、カッシーラーの機能概念、あるいは機能主義の発想に対して、まったく違う視点に立たなければいけないだろう。情報もしくは記号というのは、もう少し構造的に、機能主義的でない把握が可能であろう。いわばこの点が前提になって、コピーの支配論^①に対する私なりの、ごくささやかな疑問ですが、生まれてくるわけです。

この「コピーの支配論」については、きょうのコメンテーターである稲葉、山田先生も批判を展開されていらっしゃるわけですが、私はこういうふうに思うわけです。

記号の実体とファンクション、つまり記号の實體的内容と、それがフィールドもしくはシステムの中で果たすファンクションとを正しくつかまえておけば、問題は、清水幾太郎氏が記号の支配論を提起した中に含まれている、記号の量的増大とその累積における理論性の問題^②いかん、という問題に転化するわけです。

ほうっておけば記号や情報が増大するのは、これは社会の発展につれて理の当然なのですが、問題はそういう記号や情報の量的増大と累積の中でどのようにして論理性が貫徹しうるか、一貫性が保てるかという問題になるわけです。

そこにおいては、むしろ単純に「コピーの支配」を考える必要はないわけで、問題は、そこに累積された、非常に量的に膨大化した記号の中にどのようにして対象と人間とを取り結ぶ論理が確保されているかどうかという問題になるわけです。

そういうところまで問題を展開していきますと、たとえばニュ

日本のマスコミ研究

ー トンのあの公理が開発されてから——私の友人の話ですと、物理学の知識量というのは、十の八乗もしくは九乗というオーダー、これはもちろん知識量そのものの概念規定によるわけですから、非常にラフな話ですけれども、そういうペラボーな十の八乗ないしは九乗というオーダーでの知識量の増大になっている。しかし、だからといってニュートンの公理が、絶対に非科学的なものになったかというところではないわけです。問題なのは、そういう情報や記号の量的増大の中にある論理の貫徹にあるわけですね。

今申し上げたのは科学言語の世界ですが、同じようなことは、最初に申し上げたように、いわゆる受け手としての民衆の中にある認識論的基礎、もしくは存在論的基礎を考えていけば、単純に「コピーの支配」ということを結論することはできないだろう。むしろ逆に、受け手のそういう認識論的基礎を、どうやってイメージし、どうやって論理化するか。問題の所在はそちらのほうにあるんじゃないかと私は思うのです。

そういう点から現在考えられる二つの点は、「コピーの支配論」を乗りこえていくまず第一の点として、個人のフェアハルテンのマス・コミュニケーション研究との関連において、最も重要なものとして記号行動を考えざるをえない。

記号行動のレベルにおいて、われわれは今申し上げたような、非常に量的に増大化したコピーの被膜の中を乗りこえていくような主体的力量をどうつけることができるのかという問題に転化するわけですね。

るわけですね。

それを、たとえば映像認識の問題についてだけ言えば、映像認識の問題は非常にむずかしくて私もよくわかりませんが、多少考えているところでは、たとえば映像認識の成立可能性について、パースは、映像における、あるいはアイコニックな記号を媒介とした人間と実在との関係については、まず連想力、アソシエーション・アビリティが働くというふうに、非常に素朴な議論を展開していますけれど、われわれ自身の連想力によって、アイコニック・サイン、アイコニック・シンボルの中にある論理を反映、表象する場合、そこに問題になるのは、一つはアルンハイムが言っているような——アルンハイムは非常に美的に「網膜の決断力」網膜のディシジョンメイキングといっているわけですが、われわれの視覚の背後にある網膜の決断力といわれているようなもの、あるいはサルトルが心的現象についての心理学、あるいは想像力についての心理学といわれるような仕事の中で考えているアンターン・ド・セオン、人間の持っている思考、そういうものの、網膜の決断力とか思考のレベルまでパースの言っている連想力を具体化してきて、それをさらにロックあたりから言われている想像力というところに掘り下げてきて、いわば人間の自己表現と対象認識、その両側に踏み込んでいるようなものとして、受け手の側の記号行動をどう論理化するか。そこが一つのポイントになると思うのです。

言いかえれば情報の量的な増大の中で、量的な増大のもとにあ

る情報、あるいは記号を、質的に転化させる問題として、受け手の側の想像力と、論理的な推論能力との結びつきをどう理解するかという問題になるわけです。

「コピーの支配論」を乗りこえていくためのもう一つの突破口としては、やはり送り手の組織分析、送り手の中の構造の分析が必要だろうと思います。

これについては私はあまりよくわからないなりに、『新聞学評論』の中では、マス・コミュニケーション過程についての、ある種の全体的なシェーマを出しておきましたけれども、その図式についていえば、送り手の中で組織、機械、統制というふうな三つのモメントがあり、具体的なマス・メディア企業、もしくは産業あるいは政府機構、そういうふうな状況の中で、組織の中で企画が生まれ、機械との対応において、さまざまな情報の記録が行なわれる。そして企業として、あるいは政府機構としての統制が作用するというふうに、送り手の側の構造のモメントを、組織・機械・統制のメカニズムとしてつかまえているわけですが、そういうふうなイデオロギー性を帯びた送り手の組織の中で、今申し上げたような記号の処置がどういうふうに展開されるのか。

そこでは逆に、送り手の中でのつくり手、あるいは伝え手の想像力と論理の推論能力、それによる情報形成力みたいな問題に転換するわけです。

さしあたりはその二つの点から「コピーの支配論」を乗りこえる、という言葉はちょっと雑ですけれども、問題としてその点

からブレイクスルーをはかっていくしかないだろうと思います。この点についてはまだいろいろ論点が残っておりますが、はしりにはしよって次に移ります。

次に「記号行動論」と「記号行動とコミュニケーション過程の連関」について、これは両方問題があるわけですが、ほとんど時間がないので、要点だけを申し上げます。

まず記号行動論の第一の問題点としては、言語と行動との関係で、言語の発生については、エンゲルスのように、労働過程から言語が生まれてきたとする考え方、あるいはルソーのように、人間の情念や心情、その具体化、物質化として言語を考える場合もありますし、コンディヤックのように、親と子供との関係、そこにおける欲望の伝達として言語が生まれてきた、というふうなアプローチもあるわけで、まずそういう言語発生メカニズムと行動とを、どう結びつけるかという問題があるわけです。

この点について、たとえばメルロ・ポンティの立論ですとか、あるいは一九六八年にアダム・シャフが書いた「言語と人間の行為」というふうな論文から、さまざまなアイディアが出てきておりますけれども、社会的行為というのは、いうまでもなく、その中に価値と目的と手段という連鎖構造を持っているのですが、そういう価値、目的、手段の連鎖の関係において、メルロ・ポンティやシャフの指摘を、どういうふうに記号行動の中に包み込んでくるか。その問題が一つあると思うのです。もっと申し上げたいことありますが、それだけの指摘にとどめます。

そういうふうな記号行動というフェアハルテンがあった場合、それがコミュニケーション過程という、ある種の社会関係（フェアハルトニス）の形成に赴くわけですが、ここで早川さんがおまとめになったような、マスコミ総過程のさまざまな交通様式、あるいは交通関係の問題が出てくるわけです。

フェアケールだけを取り出して、総過程論をフェアケールだけから展開するのは、今の記号行動の問題を考えると、それだけでは非常に無理があるわけです。フェアケールだけではなくて、フェアケールといわれているような社会関係の一部としてコミュニケーション過程があるとすれば、そのコミュニケーション過程というフェアハルトニスは、実は受け手といわれている人々の記号行動というフェアハルテンの集合化として存在するのだという展開になるわけです。

この点はもちろん先ほど申しましたように、具体的な資本主義社会の中では、その展開が順調に展開しないで、逆に関係のほうが目立ってしまう。そこからマス・コミュニケーションの支配、あるいはマス・コミュニケーションからのワン・ツー・メニイという一方的な、文字通りにブロードキャスティングが起こるわけですが、それをひとまず捨象して、論理的に実在的モデルで考えれば、諸個人の記号行動から諸個人のコミュニケーション過程へという、フェアハルテンからフェアハルトニスへという展開図式が考えられなければならないわけです。

最後にコミュニケーション過程の自立化の問題をどう考えるか

というところについて——これも時間がありませんから、問題をほうり出すだけにしますが、次の三つのレベルで問題を受けとめているわけです。

第一には、コミュニケーション過程の資本主義的な自立化としてのマス・コミュニケーションの成立とイデオロギーというのは、歴史的に見れば、まず第一に産業資本の確立期、第二に、一九世紀末葉から二〇世紀にかけての、そして第三に、ひょっとすれば一九六〇年代以降の、いわゆる情報化という段階を入れるべきかもしれませんが、そういう産業資本の確立期におけるマス・コミュニケーションの成立と、一九世紀末葉の独占資本段階での、さらに重層化された意味でのマス・コミュニケーションの自立化と、それから現在、情報化といわれる国家独占資本主義段階における、さらに国家独占資本主義の枠の中で、資本主義的自立化の特色がはっきりしてきているわけです。歴史的に見れば、以上あげたような三つの段階の性格把握をしていくことが必要であろうと思います。

そういう枠の中で、マス・コミュニケーション過程というコミュニケーション過程の自立化現象をつかまえる必要があるだろうと思うのです。

第二に、これを技術的に考えれば、第一の段階のマス・コミュニケーションの自立というのは、言ってみれば輪転機を中心とする印刷技術の発達によるマス・コミュニケーション過程の自立化ですが、第二に、一九世紀末葉から二〇世紀にかけての自立過程

というのは、ラジオや映画のような電気的手段によって媒介された、正しい意味でのマス・コミュニケーションというか、われわれについて実感的によくわかるマス・コミュニケーションの自立化、それが第二の段階です。

第三段階は、マイクロウェーブやテレビのレベルの電気的手段の技術化、これは一九一〇年から三〇年代にかけての電気的手段の開発と、現在のいわゆる情報化といわれる中での電気的手段の開発とは、やはり区別して考えなければいけないと思います。技術的にはそういう三つの段階のホローをしていかなければいけないと思うのです。

三番目に、論理的に考えれば、一番根本的な問題がここに出て来てきますが、受け手の自己表現であると同時に、環境認識としての記号行動、それからコミュニケーション過程という社会関係、そしてそれを通して送り手の自己表現、送り手の側での自己表現、かつ環境認識としての記号行動という、ある意味で水平的な三つのモメントの関係としてコミュニケーション過程が、さきほど申し上げたような論理的イメージとして、あるいは実在的モデルとして考えられるとすれば、それが今申し上げた資本主義的自立化のさまざまな段階を通して、水平的なコミュニケーション過程の成立が、そしてその三つのモメントの間の総合構成が崩れて、より垂直的な、上へから下へという、マス・メディアから受け手へという上からの垂直的なマス・コミュニケーション過程に転化していく。そこには資本主義的自立化のうえに、さらにいろ

いろな意味での物象化が働いていると思いますけれども、そういうからみ合いの中で最初に申し上げたように、イデオロギーが必然的に生成してくるわけです。

こういうふうに言ってくると、最初に申し上げた実体と機能との関係の中で、あるいは記号行動の分析の中で、ミクロなレベルの実在的モデルをつくっていくことと、それが現実の資本主義社会の中で、マクロなマス・コミュニケーション過程として現われてくる場合のモデルとは、当然のことながら、実在的モデル自身が二つの次元に分かれてくるわけで、その点の把握を押えておかなければいけないわけです。

そういうふうにしてみますと、イデオロギーとマス・コミュニケーション過程の問題々というのは、言ってみれば、今度はわれわれ研究者の側に、マス・コミュニケーション研究の科学性と思想性という問題を、対象のマス・コミュニケーション過程自身が逆に投げかけてくるわけです。

われわれの場合には、もはや科学性と思想性との結びつきというものを、実在的モデルの内容においてつかまえてくれば、たてまえ的な、あるいは外面的に取ってつけられたような思想性ではなくて、まさに研究者の方法論的な基礎のレベルで、認識論的基礎、もしくは存在論的基礎のレベルから、内面的に発酵してくる思想性の問題としてイデオロギー性の問題があるわけです。

最初に申し上げたように、ここでのイデオロギーというのは、たとえば最近のイデオロギー終焉論でいわれているような、

日本のマスコミ研究

ああいう特殊のイデオロギー概念でなくて、アルチュセールたちが言っているような、より全体的な一般的なイデオロギーであるわけで、そういうレベルでつかまえば、言論の自由とか、マス・コミュニケーション過程における倫理の問題というのは、実はこのような実在的モデルの中の受け手、あるいは送り手という名のつくり手、もしくは伝え手、そういうふうな、われわれ民衆自身、あるいはコミュニケーションを展開する労働者、農民自身の、自然的もしくは本質的な権利であるわけです。

これはロックの認識論にも言われていることですが、われわれ自身が、みずから展開していく記号行動を支える認識論的基礎、もしくは存在論的基礎において、実は先ほど申し上げたような自己表現であると同時に、対象認識としてのみずからの記号行動というふうな位置づけをすれば、言論の自由とか倫理の問題というのは、このような実在的モデルの中に非常に深く位置づけられる問題だろうということです。

そこで受け手という名の、あるいは送り手という名のコミュニケーション主体の、自然的、本質的な権利としての、あるいは価値としての言論の自由、あるいは倫理の問題が生まれてくると思うのです。

そこまで掘り下げてくれば、マス・コミュニケーション過程というのは、決して価値から離れてはいえない。これは論理的に明らかであるわけですが、価値から離れてありえないとすれば、マス・コミュニケーション過程を、イデオロギー抜きに認識する

とか、あるいはマス・コミュニケーション過程における構造を、イデオロギーのモメントを入れないで把握することはできないわけで、前述の実在的モデルの二番目のほうの側面、具体的な歴史過程におけるマス・コミュニケーション過程の実在的モデルについていえば、そこからイデオロギー性を排除することは不可能になる。

なぜ不可能になるかということは、同時に、第一のほうの実在的モデルを実体論的に認識するか、それとも機能論的に認識するかという問題と、非常に深くかかわっているわけですが、残念ながら時間がありませんので、そこはもしあとで時間があれば話したいと思います。

最後に、コメンテーターである稲葉先生と山田先生に、折角の機会ですから、どうせコメントしてくれるなら、この点についてコメントしてほしいということを（笑）出しておきたいのです。

まず山田先生については、フエアハルテンとしての記号行動から、フエアヘルトニスとしてのコミュニケーション過程への形成というところで、山田先生が六三年の論文でお書きになっている精神的生産力という概念が、どういうふうに位置づけられ、どういうふうに考えられるのかということです。

ある意味では、実在的モデルの一番基礎のところに、その精神的生産力という概念が、私たちが考えてみても入ってこざるをえないのですが、残念ながらその精神的生産力という概念自身が、必ずしも市民権を持っているとは言えないわけで、ぜひこの機会

にご説明いただきたいと思ひます。

稲葉先生については、コピーの支配論との関係においてですが、コピーの支配論のテーゼをブレイクスルーしていくためのよりどころとして、二つあげましたが、第一のほうの個人のフェアハルテンとしての記号行動のレベルにおいて、ここではそのごく一部を、映像認識の問題としてお話ししましたが、そのレベルにおける情報の量と質の問題において、受け手の、あるいは受け手といわれる民衆、あるいはコミュニケーション主体の想像力と論理、あるいは想像力と推論能力、この結びつきの問題は、今どういうふうにして把握したらいいか、あるいは理解したらいいのだろうかという問題になるわけです。このところよくわからないので、先ほど申し上げたメルロピョントーやアダム・シヤフのものを読みながら模索しているわけですが、この想像力の側面と、より合理的な側面の結合のところが、僕自身によくわからないので、そこを教えていただければ、たいへんありがたいと思ひます。

同時に——ほんとうに駆け足で通りすぎたので、実在的モデルの形成ということが、滝沢先生がお話しになったように、戦後のマスコミ研究をある意味でリーディング・アイデアとして引っぱってきた社会心理学の古典的なシェーマと、どういうふうな関連に立つのか、私自身もよくわからないところがありますので、議論の点があればご教示いただきたいと思ひます。

☆川 中 康 弘

(上智大学)

私に与えられました課題は新聞学ということですが、皆さん新聞学を研究していらっしゃるの、借越至極で恐縮しておりますが、レジメにも書いておきましたように、一応限定された意味でこの言葉を使って、話を進めさせていただきたいと思ひます。

小野秀雄先生が最近『新聞研究五十年』という本をお書きになりました。その中で小野先生が、新聞研究を始めた動機について触れておられます。小野先生は萬朝報に勤めておられたが、その萬朝報で黒岩涙香から、新聞の精神ということを絶えず聞かされていた。特に給料日にはうなぎ屋へ行つてうなぎをごちそうになりながら、黒岩社長から本社の精神というのを聞くのが慣例だったのです。

萬朝報の指導精神についてはよくご存じだと思いますが、編集室に額が掲かかっていて、それに「目に王侯なく、手に斧鉞あり」と書いてあるのだそうです。これが黒岩さんの新聞精神であり、また萬朝報の新聞精神でもあったのだと、小野先生はおっしゃっているわけです。

ところがその数年後、東京日々新聞にお入りになるのですが、そのときに本出版社長が小野先生に、「あなたは萬朝報にいたという話だが、あなたは木鐸記者じゃないのか。うちでは木鐸記者は困るのだ」と言われたということです。本出版社長は「大阪毎日新

日本のマスコミ研究

聞社は記者を一般会社の社員と同じように考えているのだから、東京日日新聞社は大阪毎日新聞社の支店であり、記者というのはその支店の社員である」こういうことです。

それで小野先生は、これが東京日日新聞に入ったときに本山社長から授けられた引導である、とおっしゃっているわけです。ちよつと引用させていただくと、「私はそのとき萬朝の精神を思い出した。そしてそのあまりにもかけ離れた精神が、遂に私を新聞研究に向わしめた動機となった」、こう書いておられます。

これが日本の新聞学の発生のもちろん新聞学の研究者はほかにたくさんいらっしゃるが——一つの大きな動機だったのではないかと思うわけです。

私がたまたまウィルバー・シュラムの『マスコミの社会的責任』を読んでいたら、そのあとがきに、これと同じようなことが書いてあるのです。ウィルバー・シュラムも新聞記者あがりの人です。オー・ヘンリー賞を取るぐらいの短編小説を書いたり、かなり文筆も立つ人ですが、このウィルバー・シュラムが『マス・コミュニケーション』の社会的責任』を書いたその動機は何であつたかという、彼が勤めていた新聞社が、ある日突然ほかの会社を買収されて、当分の間新聞は休刊になる、というニュースを受け取ったそのときのショックです。そのときに彼は、新聞というものには単なる企業にすぎないものかどうか、ということについて非常に疑問に思った。それが彼の『マス・コミュニケーション』の社会的責任』を書いた動機になったと、あとがきで述べていま

す。

こういう研究を始める一つのきっかけとなったショックというようなもの、これが新聞学者の場合はあったのじゃないだろうか。それは小野先生の場合も、ウィルバー・シュラムの場合も、やはり新聞記者としての体験に基いているということが、一つの特色ではないかと思えます。

新聞学会の会員には、いろいろな方がいらつしやるのですが、先ほどだいぶんむずかしいお話がありまして、私にはたいへん学ぶところが多かったのですが、これが必ずしも新聞の現業の仕事と、どういふふうにつながっていくのかということとは、すぐにはその整理ができないような面もないとは言えない。しかし、そういう現業に結びついた立場から、新聞学の研究を進めておられる方がいて、これが新聞学研究の一つの伝統をつくっているのだということなのです。

先ほど田中さんも指摘されたバーナード・ベレルソンの「コミュニケーション研究の状態」という論文の中で、ジャーナリティック・アプローチという名前でもって呼ばれているものは、実はアメリカの新聞学部ないし新聞学科で研究している研究者の研究々ということなのです。

実はこれは非常に変な話なのですが、このジャーナリティック・アプローチが、ラスウェル、ホブランド、ラザースフェルド、レヴィンというような主流の研究者に対する、いわば亜流の研究者の一つの流れにすぎないということで、ベレルソンがあまり大

きな位置を与えていないということは、一つのおもしろい事実です。ですから新聞学の研究者の中で、新聞学会に籍を置いて、教鞭をとり研究をしている人たちの研究が全体的に見ると、ベレルソンの目からは、非常に小さな位置しか与えられていないというのが一つの現象です。

これは一体どうしたことか、というのが、私があえてひとことコメントさせていただきたいと思った動機です。新聞の実際の仕事に関係があるということ、もう一つ——新聞の精神などというものが先ほど出てきましたが——そういう倫理的な問題意識というものが、いわゆるジャーナリスティック・アプローチの柱になっているのではないかと感じたわけです。

そこで、ちょっとシュラムに帰りたいのですが、シュラムの新聞学というのは、清水幾太郎先生の話と一緒に並んでよく出てきます。清水理論とこのアメリカのマスコミ研究は、二つの源になっているものだ、というような話が、たびたび出てきました。また『新聞研究』の座談会でも、そういう話が出ていました。

私もやはりそうだろうと思うのですが、実はアメリカのマスコミ研究というのは、全然別の土壌から育ったものですし、思想的にも、イデオロギー的といっても、これは全然別の土壌に育ったものであるわけですが、問題意識のうえで非常に共通したものがあつたので、日本に入ってきて非常にブームを呼んだといえるのではないかと思います。

ウィルバー・シュラムの新聞学を一つの手がかりにして考えて

みたいと思うのですが、シュラムの新聞論がどういうものかということは、みなさんよくご存じのことですが、私が学生からそういう質問を受けた場合に、やはり私は、シュラムの一九四九年に出た『マス・コミュニケーション』という本をすすめます。あの当時としては、非常に珍しい本であつたわけです。

要するに新聞の研究というものを、歴史的な背景、あるいは統制とか、支持の問題、いわゆるサポートとコントロールの問題、コミュニケーションのプロセスの問題、内容の問題、受け手の問題、効果の問題、こういういろいろな面から扱っているわけで、そういう問題について、それぞれいろいろな研究の論文を配して一冊の本にしてある。シュラムは非常に勉強家として、イリノイ大学の図書館にブラムというおばあさんがいるのですが、この人に言わせると、とにかくシュラムの勉強ぶりはたいへんなものだ。どこから見つけてくるのかわからないけれども、ありとあらゆる雑誌を探して、コミュニケーションに関係するものがあると早速これを図書館に置いてくれと注文されて、非常にてんてこ舞いだった、という話をしていました。それであの『マス・コミュニケーション』という本ができたわけです。

つまりシュラムの新聞学とは何であるかという点、先ほど来お話しがあつたようなラスウェル、ホブランド、レヴィン、ラザースフェルド、こういうアメリカの心理学者、社会学者、社会心理学者、政治学者といったような人たちの研究を集めてでき上がったものだ、集大成的な形ででき上がったものだといえないことは

日本のマスコミ研究

ないと思います。

それを新しい言葉ではインターディプリナリーといっておりますが、コミュニケーションに関するものがカリキュラムのうえで、これはインターディプリナリーなものであるといわれて、すでにもう何年にもなるわけです。シュラムがマス・コミュニケーションという本を書いたそのプロセスは、まさにインターディプリナリーなプロセスであったと思うのです。

ところが、シュラムがそういう教科書を使って学生を教育する。そのプロセスから生まれてきた研究者はどういう研究者であったかという点、これは稲葉さんが『新聞研究』で言っているのですが、これはマルチディプリナリーなものだ、ということことです。マルチディプリナリーとかインターディプリナリーというのは、辞書を見てもあまりはっきり区別はつかないので、稲葉さんの使っている意味を、私なりに理解しますと——どうもどっちがコメントーターかわかりませんが（笑）——インターディプリナリーというのは、たとえばコミュニケーションの問題を、社会学者とか政治学者とか心理学者とか、いろいろな分野の人が研究するのです。マルチディプリナリーのほうは、一人の研究者の中にそういういろいろな分野が入っている、という状況を現わしているのじゃないか、そういう意味でインターディプリナリーとマルチディプリナリーというのは区別されるのじゃないか。そうすると、新聞学研究の——先ほど田中さんは第三世代といわれたのですが、私は第何世代に属するのかわ

聞いたところ、「君は第一世代に属する」といわれてちょっとがっかりしたのです（笑）。第一世代かどうかわかりませんが、私は新聞学の畑で育った人間ですから、そういう意味では、稲葉先生式に表現するならばマルチディプリナリーな研究者で、一人でいろいろなことをやる。歴史でも調査でも何でもやる。しかしどれもあまりうまくできないわけですが何でもやる、というマルチディプリナリーな教育を受けてきたわけです。私一人ではなくて、そういう世代の研究者というのは、新しいのか古いのかわかりませんが、現時点においては、学界の中かなりの数を占めてきているのではないかと思うのです。

そのマルチディプリナリーなアプローチというものを、私はこの時点で、あらためてジャーナリスティックなアプローチと呼んでみたいと思います。それはどういう意味かというと、今言ったようないろいろな関連領域の研究が行なわれてきて、シュラムの『マス・コミュニケーション』には、内容だとか、受け手だとか、効果だとか、いろいろなものが出てくるわけですが、そのあと一九六〇年版には「責任」というのが加わっているわけです。この「責任」ということを考えてみますと、これは内容の研究とか、受け手の研究とか、効果の問題とは明らかに別のジャンルに属するものとして、区別していたのではないかと考えます。

しかし、マルチディプリナリーな新聞学の訓練を受けている研究者というのは、この問題を当然新聞学の研究領域に入れて

考えている。ここにいわゆる新聞学的なアプローチと、社会心理学とか政治学、心理学というようなアプローチの違いがあると思うのです。

社会学でも最近では、バリエーをだいたい問題にするようになってきたように思うのですが、新聞学的アプローチというものは、バリエー・フリーじゃなくて、バリエーの問題を、十分に取り入れて考える研究であるわけです。

マスコミの倫理学的研究というのは、これは小野先生の例にもあるように、あの問題意識というのは、この意味での新聞学的な意味合いを持っているのではないかと思うわけです。

ただし、ここから次の問題があるわけです。マルチメディアリナリーになって、少なくともある程度わかるようになって、そこから今度は何をするかというので、その行き詰まりというのが、今起こっているのではないですか。

そのときに、最初新聞学というものをやって、たとえば岩倉先生の表現を借りれば、新聞学の中のほうから勉強してきて、ある程度の研究のレベルに達した段階で、もっと突っ込んでやっていくという場合に、さらに今度はディシプリンを求めていって、やがてインターディシプリナリーなものにならなければいけないのじゃないか、というのが岩倉先生あたりのご意見だと思ふのです。これは確かにそういう面はあると思うのです。

この段階で、マルチメディアリナリーになったところで、もっと心理学をやるとか、社会学をやるとか、そういう形でもっと

突っ込んでいく方法もありますし、それがなくても、たとえばマルチメディアリナリーというものは、いわば一つのバリエーを持ったパースペクティブといえましょうか、研究上の視野というものを持った研究者である、ということになるのではないか。かりにその人が調査などを行なっても、バリエーというものが当然その認識の中に入ってくる。歴史をやってもそういうものが入ってくる。いわば新聞学的アプローチというのは、そういう意味のバリエーを、バリエーの含まれた新聞の研究、アプローチというふうに言っているのではないかと思います。

そこでマス・コミュニケーションの倫理学的研究ということになると、これは一つの具体例として、シユラムの『マス・コミュニケーションの社会的責任』をあげることができると思うのです。シユラムのあの本を見て感じることは、あのシユラムの行き詰まりは、日本の新聞学の行き詰まりにある程度共通なものがあるのではないか。その行き詰まりは三点あると思うのです。

『マスコミの社会的責任』の理論は倫理学的な研究ですが、研究の基礎となったところは、いわゆるマスコミの哲学、マスコミの倫理、マスコミの責任の三つの部分からなっていますが、その倫理のところは、自由の問題、知る権利の問題、真実と公平の問題、マス・カルチュアの問題というように、個々にいろいろなケース・スタディがあります。これがやはり本の中心になっているし、シユラムのシユラムらしい貢献が、はつきり出ているところだと思ひます。

日本のマスコミ研究

それを見ますと、これはアンケート調査に基いて、新聞社をやめて半年ぐらいたったジャーナリストを対象に調査を行なった。その結果——具体的にいろいろな問題を出したわけです。知る権利とプライバシーの権利の関係はどういうところにあるとか、こういう場合には知らせるか知らせるべきでないとか意見を求めて、そのジャーナリストのうちの何名は、こういう場合には知らせてもいいと言ったけれども、何名はいいと言わなかったとか、結局、結論として大半の人は、こういう場合はやはり知らせるべきだと言ったということで、知らせるべきなんだろうというような、含みを持った結論を持っている。

これが一体倫理かどうかということです。これをまず第一に疑問に思うのです。私はこれはアンケート調査の結果に基いた判断であって、倫理というものは、アンケート調査に基いて研究されるべきものでないのじゃないか。倫理の問題というのはやはり倫理の基準で、いいとか悪いとかいう判断は、田中さんのお話にもあったように、もっと哲学的な判断レベルで考えなければならぬということではないかと思えます。

第二の点は、倫理の原則というのは、一つはアンケート調査ですが、もう一つは法律です。たとえばこういうような法律がある。知る権利だとか、言論の自由だとか、法律がその判断の基準になっている。しかし、法律というのは倫理の基準であるかどうか。法律は人間がつくったもので、人間の行動の規範というのは、やはり人間がつくるのかもしれませんが、しかしほんとうの

倫理というのは法律の問題であるかどうか、これが私の第二の疑問点です。これはやはりそうではないのではないか。法律というのは倫理的な基準に基いて定められてくるもので、当然その中に倫理的な含みはあるかもしれませんが、しかし倫理的な問題は法律の問題ではなくて、倫理的問題として追及されるべきである。

第三に、シュラムの『マス・コミュニケーションの社会的責任』の理論的根拠は一体何かということです。これはシーバートやピーターソンと一緒にこしらえた『マスコミの自由に関する四理論』の中での並べ方なのですが、シーバートとピーターソンとシュラムがやったときは、権威主義的理論、自由主義的理論、社会的責任理論、共産主義的理論となっているわけです。

これがシュラムのほうになると、権威主義的理論、自由主義的理論、共産主義的理論、社会的責任理論なのです。これはよく読んでみると、シュラムは社会的責任の理論にのっとって他の理論を扱っている。ピーターソンたちはそうせずに並列させている。いわゆるイデオロギーのデータとしてピーターソンたちは扱っているわけです。

そもそもこの本はどうしてできたかというと、シュラムがキリスト教の団体から研究費をもらって、それでモノグラフをつくったので、本来の発想はシュラムから来ているわけですが、あのフオー・セオリーの説明のしかたというのは、四つの考え方があるのだというそういうものを並列している。

これが思想史的研究であるかどうかわかりませんが、私はや

はり思想的な研究とっていいものだと思うのです。しかし倫理的な判断は、「こういう考えもある、こういう考えもある」というのではなくて、「こうなのだ」というのが倫理的な考え方だと思うのです。そういう意味では、イデオロギー的なデータとして考えるべきものではなくて、問題はもっと哲学的に、はっきりとした取捨選択を必要とする判断が、そこで当然行なわれてしかるべきではないかということです。

簡単に申しますと、シュラムの『マス・コミュニケーションの社会的責任』の中には、新聞学研究の一つの行き詰まりのようなものが見られますが、しかしそれは、ほんとうの行き詰まりではないので、そういう哲学的なものは哲学的な立場に帰って、要するに哲学に哲学を復活させるというか、倫理学に倫理学を復活させる、要するにその学問本来の領域に戻すことによって、今後十分発展させていくことのできる性質のものではないかと考えております。

★稲葉 三千男

(東京大学)

田中さんの報告については、川中さんが、とてもすぐには整理できないだろうとおっしゃった通りで、田中さんは、もとは私と同じ東大新聞研究所にいらっしやったのですが、どうもいささかマルティディシプリナリーに育ちすぎたのじゃないかと、川中さんからお叱りを受けたりしているのです(笑)。

私は、きょうの田中さんの報告は、あまりよくないというふう
に思っております(笑)。というのは、たとえば実在的モデルが
要であるということについて——これは、そうなのかどうなのか
ということについては、まだもっと論争していかなければいけま
せんが、実在的モデルが必要であるということを言うために、な
ぜパース、ミード、クーリーがいるのか、しかもパース、ミ
ード、クーリーが言う実在的モデルは、はたして科学として成立す
るのか、という問題が出てくるわけです。

これは一九三〇年にミードが、クーリーの死の直後に書いた
「クーリーズ・コントリビューション・トゥー・アメリカン・ソ
ーシャル・サイコロジー」、題は正確ではありませんが、そうい
う題の中で、ミードがはつきりとクーリーを批判しています。ク
ーリーにはサイエンティフィック・メソッドがない、メソッドに関心
がないといって、ミードは自分とクーリーを区別する形で主張して
います。

そういうミードとクーリーの差異を含めながら、それにもか
わらず、なお両者とも科学的であるのだ、というふうにおっしゃ
るのならば、それも一つの立場だと思えますが、そういうものを
含めて、パース、ミード、クーリーがいうようなイメージ、実在
的モデルを検討している。特に時間への挑戦ということをお考え
になるなら、ミードだけでもいいし、パースだけでもいいし、ク
ーリーだけでもいいのじゃないかと思うわけです。

そもそも田中さんがおっしゃったラスウェルなど、いわゆる主

流だとおっしゃられた四人を忘れようというときに、そしてどこへ僕たちが戻っていくのかというときに、なぜパース、ミード、クーリーに戻らなければいけないのか。なぜ田中さんが戻るのかという、その主張がまったく展開されない。

ただ、アメリカにおいて、一九世紀末から二〇世紀の初めにかけて、理論提起をした三人のコミュニケーション論者たちということで、この三人をあげているのにとどまるのか、そのへんがどうも、田中さんがときとして陥る非常に網羅主義的な欠陥を、今度もお出しになったのじゃないかという批判を感じております。

それはカッシーラーについてもまったく同じことが言えるわけです。カッシーラーを紹介なさって、カッシーラーでいくのかと思っているとどうもそうでもない。カッシーラーの機能主義と違うようにとらえるのだというふうにも、ちょっと聞きとれましたけれども、僕はやはりカッシーラーのいう機能概念は、実体概念との対比で提出されている。ミードにしても、カッシーラーとはちがう意味ですが、やはり実体概念を否定し、概念を機能としてとらえようとしている。僕たちはコミュニケーション論の展開に際し、こういう態度を尊重していかなければいけないけれども、時間に挑戦する場合に、あれほどカッシーラーを紹介する必要はなかったのじゃないかというのが私の印象です。

それからフェアハルテンとフェアヘルトニスということでしょう、僕にはその意味がよくわかりませんが、ミードとクーリーということであれば、クーリーは明らかにここでおっしゃっている

ような、フェアハルテンからフェアヘルトニスという連続性を考えているというか、あるいは個人的なフェアハルテンの拡大がそのまま社会でありうる。あるいは社会的なものでありうる。これはしばしば指摘されるクーリーのオブティミズムのわけですが、それがミードになると、必ずしもそうは言っていないし、要するに田中さんの中で、フェアハルテンからフェアヘルトニスへという図式が許されているけれど、どうしてこういう、ある意味のモナドロジーが、田中さんの中で簡単に成立してしまうのか僕にはわからないし、むしろフェアヘルトニスからフェアハルテンへという問題意識だって十分に成立してくるし、僕はむしろその立場を取りたいと思っている。どうも田中さんも、ときにはそういうふうにとっているのじゃないかと思うけれど、そのへんが整理されないで両方を言ってしまう。あるいは、むしろ田中さんじゃないものを言っているような気がしてしまいます。このへんも、伺っていて不満を持った点です。

それから田中さんについてはご質問を受けているのですが、実はご質問そのものがよくわかりません。レポーターのほうは質問ができて、こっちは質問ができないので非常に不公平だと思うのですが(笑)、ただその点についてもちょっと感じますのは、たとえばサルトルがインテンション、志向性ということを持ち出してくる。そのことは論理のレベルとして、あるいはむしろ心理論のレベルでは、そういうインテンションが私たちにすることは事実だけれども、受け手の想像力、推論力というものを考えたとき

に、現実の社会的存在としての私たち受け手が、それほどの想像力を持ちうるのかどうか。私たちのインテンションが、はたして人類が本来持つべき、といったは大げさかもしれませんが、そういう想像力なり推論力を簡単に僕たちが持ちうるのかどうか。むしろ持てないだろうというある意味のペシミズムの中で、清水さんが「コピーの支配論」を出してきているわけです。そこで、単に受け手にインテンションがあるのだ、あるいは網膜の決断力というものがあるのだということだけで、「コピーの支配論」をこえていくことはできないのじゃないか。

もっとも、これは時間の関係で、滝沢さんもおそらく抜かれた問題だと思えますけれども、滝沢さんの三つの図式というのは、非常におもしろく拝見しましたが、全部にわたって矛盾の概念というのが欠落してしまっている。

これは田中さんのマス・コミュニケーションの過程の場合も三つがつながっていて、おそらくそこに矛盾を田中さんはとらえてはいらっしゃるのでしょうか、さっきのお話しの中では——これは時間がなかったからでしょうか——そういう問題は述べられていないのです。

これは岩男さんが、そういうものを結んでいくとおっしゃりつつ、役割りというものを考えたかどうかとおっしゃいました。それも一つの立場だと思えますけれど、私はすべてにわたって矛盾という観点をもっと導入していく必要があるだろう。田中さんのきょうの報告では、その点がすっ飛んでしまったというふうに感

じております。

川中さんのご報告について申しますと、確かにジャーナリストイック・アプローチが、マルチメディアリナリーになっている。そういうことも認められるわけですが、シュラムの行き詰まりを、結局シュラムにおける哲学の欠如というところに求められたのじゃないかと思いますが、私はむしろシュラムが責任というものを、「誰に対する誰の責任か」ということを明確にできなかったこと、それが結局は——先ほど現場に結びついた立場とおっしゃったのですが、その結びつく結びつき方が、先ほどの話の、キリスト教のどこからお金を取ってくるとか、政府からお金を取ってくるとか、そういう形でシュラムがいつも行動してしまふ。その限りで、科学というものが当然持たなければならぬ価値自由というもののから、シュラムがだめになってしまっている。

僕たちはもっとある種の実践性を持つ価値の追及をするということと、それを前提としての禁欲ということを、矛盾するものですけれども、これをシビアにとらえていかなければいけないのじゃないかというのがシュラムについて、もしもシュラムの復活をはかるなら、はっきりした確認をしておく必要があるだろうということを感じたわけです。

★山田宗睦

(桃山学院大学)

たいへん困惑しております。どういうコメントをつけたらいいのか、わかりかねるところであります。田中さんのご報告を聞きながら思い浮かべたこと、ヒョイと思い起こしたことを申し上げてごまかします。

私の友人の小松左京君のデータですから、どこまで信憑性があるかわかりかねるのですが(笑)彼によれば、アフリカのピグミーという種族が生活をする場合に、一体幾つの部品で暮らしているかというところ——ここで部品というのは、むろん世界全体を一つの部品と考えて、その世界の中で、山もあれば川もある。猿を飼うためのいろいろな目じるしになる木もあるでしょう。槍を持っているから槍も部品だ。槍という部品は、さらに柄という部品にもなり刃という部品にも分かれる。ともかく、そういうふうにして名前のついているもの、つまりピグミーが記号行動をして名前をつけたもの、それを部品と考えて、幾つの部品で暮らしているかというところ、三千の部品で暮らしているのだそうです。

ところが現代のわれわれが生活するのにどれだけの部品を持っているかというと、田中さんのご報告の中に、われわれの知的情報量は、大体十の八乗倍を単位にしているということがありましたが、まさにそうでありまして、大体一億を単位にした部品で暮らしている。去年万博があつて、その万博をつくったときの部

品が、大体それくらいになっているのだそうです。

こういうふうと考えてみますと、ピグミーには三千の部品からなっている世界はもちろん見えている。その世界の中で、自分がどこに位置しているか。自分と世界をつなぐために、どの部品をどういうふうに使ったかという事は知っていると思うのです。ピグミー一人一人が、みんな知っていると思うのです。そういう点でいうと、ピグミーはいわば世界観を持っていると思うのです。

ところがわれわれが、十の八乗倍を単位とした部品を使って生活をしていると、世界全体が非常に見えにくくなります。世界の中で、一体自分がどこにいるか、あまりよく見えない。世界をつなぐをつくるために、部品をどういうふうに使ったかということもおぼつかない。だいたい部品を記憶しておくことができないということになる。そうすると、ここでやはりコンピューターを導入してきて、コンピューターを頂点にした情報化のシステムをつくらなければならぬ。われわれは世界観を失っております。その問題を思い浮かべたわけです。

それでは、われわれはピグミーのところへ戻れるかというと、戻れそうにもないわけです。どこかの外交官をなさった方が、日本人はピグミーに似ていると言ったそうですが、似ているどころか天地の相違があつて、向こうはたいへん仕合わせに世界観を持っております、われわれは世界観を持っていない。

なぜそうなったか。そこがマス・コミュニケーションというも

の、どうもぐあいの悪いところが一つあるのじゃないかという気がします。

田中さんのお話で申しますと、つまりフェアハルテンということ、ピグミーの場合には、このフェアハルテンということを非常に幸福にやっているのですが、われわれのほうはフェアハルテンがおぼつかなくなつて、部品は何やらたくさんあふれているけれども、いつのまにかフェアヘルトニスのほうへ押し込まれてしまつて、そこで身動きがとれないようになっていくのじゃないかという気がします。

私は情報化社会とか、マス・コミュニケーションというものに対する信仰を、まるきり持っておりませんで、非常にぐあいが悪くなつてきたのじゃないかという感じがしています。

イデオロギーというふうな問題を考えた場合に、イデオロギーというのは、最近、非常に狭い——ある政治党派の考え方がイデオロギーだというふうに、非常に狭くなりましたが、もともとエングルスなどは、イデオロギーということを考える場合に、イデオロギー権力としての国家も含め、法律体系、家族制度というふうな社会制度も入れ、哲学、宗教、道徳、芸術もみんな入れてイデオロギーだといっているわけで、イデオロギーというのは、やっぱりフェアヘルトニスなのだろうと思うのです。

そうすると田中さんのおっしゃっている通り、フェアヘルトニスができ上がってくるそのことの中に、もうイデオロギーが入っているのであつて、何か特別の考え方がどこかにあつて、それで

マスコミを操作するとかいうのがイデオロギーではなくて、イデオロギーというふうなシステムができ上がることでそれ自身の中に、もうイデオロギーというのは実現しているのだ、ということだと思ふのです。

そうすると、われわれは世界観の喪失と同時に、イデオロギーの終焉というところに暮らしているといわれますが、そうではなくて、実際イデオロギーが喪失したのではなくて、全面的に出てきたものだから、われわれは世界観をなくしてしまったのだ、というふう考えるわけです。

そういう点でいうと、マスコミの研究ということから、われわれにとつて、なにがしかためになるような理論というものは、どうも出てこないのではないか。滝沢さんが整理されたものでいうと、コミュニケーションというほうからマスコミに迫る以外はないのじゃないかという気がします。

先ほどどなたかが、マス・メディアの技術革新が七〇年代はとまるから、メディアはやや停滞するだろうとおっしゃったが、マス・メディアが出て、マスコミの研究からはあまり大したことには出てこないという感じを、どうも押さえることはできません。

私はこのごろ、どうもベシスティックであつて(笑)、先ほど『精神的生産論』へのご質問が出ましたが、これは別のところでお答えすることにして、あのときは、人類というのは前向きに未来へ入れるというふうな感想を持っていたのですが、最近はいずれが言ったように、どうも人類はうしろ向きにしか未来へ入れ

ないというのが真理だというふうな感じを持っています。非常にペシミスティックであります。

しかし田中さんのご報告に対して、私は稲葉さんほどにはきびしくないのであって、非常におもしろかったと思います。特にコピーの支配をくつがえすために、送り手のみならず、受け手のほうの想像力の問題から考えていこう、想像力と論理的な推理能力、推論の能力を結びつけて考えようという構想にはまったく賛成です。

これはあとで総括コメントの江藤さんあたりが、この点については触れてくださると思うのです。

五 産業論・広告論

☆高 木 教 典

(東京大学)

私に割りあてられたテーマは「マス・メディア産業論の回顧と展望」ですが、私としては非常にやりにくいわけです。マス・メディア産業論が、マスコミ研究の中で、有効性を持つマス・メディアに関する経済的な分析方法だろうということは、実は初めに早川さんをご指摘になられた五九年から六一年にかけての『新聞研究』の「マスコミ研究に関する方法論」のシリーズの中で、私が提起した問題であります。

その後、ちょうどマスコミ研究の転機と、ご指摘になられたよ

うな六二、三年にかけて六二年には社会学会で、六三年には新聞学会で、それぞれ「マスコミおよび放送研究に関する方法」がシンポジウムとして企画されました。その両方の機会に、マス・メディア産業論が、送り手研究の中で持つ意味などについてご報告したわけです。

いま送り手研究の一環としてと言いましたが、私は実は送り手、受け手モデルについては疑問を持っているわけで、いま送り手研究といったからといって、実はそのモデルの有効性を信じているわけではありません。

ただ、送り手という社会現象の認識、創造、伝達を專業にしている組織集団に関して、適当な名称がないというところから、便宜上送り手というふうに、依然として現在も呼んでいるにすぎないわけです。

そういう契機を踏まえまして、産業論にこだわらず、広く過去のマス・コミュニケーション研究の中で、経済的分析がどうであったかということを上上げるべきでしょうが、その点は私自身の問題としても非常に汗顔のいたりで、十分な成果があったとは思っておりません。その点の評価はむしろ皆さんのご判断にお任せることにして、実は方向的にはなおマス・メディア産業論的な研究の有効性ということを確信していますので、現在これからその分野で、どういうふうな研究を進展させていったらいいのか、あるいは何が課題なのかということを、むしろ展望というか、将来の方向に向けて、二、三問題を出してみたいと思うのです。

そのいずれも今までご指摘になっているような情報化とか、情報産業の発展とかいう問題にかかわるわけです。情報産業の発展、情報化という問題を、少なくともマス・メディア産業論の分野からは、現在回避できない状況にあると思うのです。

しかし、それを分析していくためには、マスコミ研究の全般に若干かかわるかと思いますが、前提的に注意をして、情報産業への姿勢を考えておかなければならないように思うわけです。

たびたび引き合いに出していますが、『新聞研究』の十月号の座談会の中で、私は稲葉さんと後藤さんの出されている問題に、手がかりを求めてみたいと思うのです。

マス・コミュニケーション研究の創立期には、危機意識が研究発展のバネになっていたというご指摘は、一人ならず行なわれていますが、これを稲葉さんはツァイトガイストというふうに、その座談会の中で呼んでおられます。

一つはこのツァイトガイストの重要性ということです。もう一つ、後藤さんが提起されているのは、マスコミの現実の発展が、やはり研究を突き動かした側面にあったというご指摘です。これも考えておかなければいけないことだと思っています。

危機意識に代表されるツァイトガイスト、これは五〇年代のマスコミ研究の中で、大衆社会論との関係で進められるような段階になっても、なお一定の作用をしていたように私は思うのです。

ところがその段階で、マス・コミュニケーション研究が転機に立つといわれるようになった一つの契機は、大衆社会論に代表さ

れるように、アメリカのマスコミ研究を日本に持ち込んできて、ツァイトガイスト的なものをバネにしながら、日本の現実に対応したわけですが、その際、アメリカの研究成果にもたれかかりすぎて、日本の実態分析を通じて、アメリカの理論が提起した問題を、理論的に再構成していく努力が足りなかった。これは岩男さんが先ほどのコメントの中で、具体的な実態調査の経験を踏まえてご指摘になりましたが、そういうことはいくらでもあったのではないか、また現在でもあるのではないかと思うのです。

そういう日本の現実を踏まえることが、非常に不十分であったために、逆に大衆社会論にしても、モデルで終わってしまった。これは出口としては、理論的にも状況の理論ですから、こういう状況が社会構造の関係で、どういうふうに生み出されてくるのかという方向への抜け方、研究の進め方というのがあったはずですが、そういう試みも松下圭一氏の研究のようになかったわけではありませんが、そこでとまってしまったということと相まって、転機を迎えるということが言われるようになったと思うのです。

もう一つは、日本の実態分析を通じて、理論的再構成をしていくことが不十分であったという条件と並んで、もう一つ指摘しておきたいことは、マスコミ研究ならずとも研究が進んでいくと、次第に細分化していくという問題です。

その際、細分化即ツァイトガイストから離れるということではありませんが、マスコミ研究の場合には、研究の進展による専門分化というのが、やはりツァイトガイストを離れていくという問

日本のマスコミ研究

題とかかわっていたと思うのです。

ツァイトガイストを離れていくという背景には、まさに大衆社会論のある意味での有効性を条件づけた五五年以後の、日本資本主義の高度経済成長があったわけですね。その流れの中だからこそ、また流されてしまつてツァイトガイストがなくなっていく、ということがあったように思うのです。

その後、この側面で、きちんとした裏付けをもって、社会科学の研究として進んでいった大きな領域は、先ほども指摘されていた有斐閣発行の山田さんを中心とする『マスコミの社会学』だったと思うのです。またこの時期には、現場からのさまざまな、特に六〇年代、六五年のベトナム報道をめぐる報道統制とか、六二年にできた臨時放送関係法制調査会の六四年答申から、六六年の放送法改正案国会上程、衆議院通過、この過程に現われた放送制度に対する政策的志向、こういったものを問題にしていく姿勢が現場——はつきりいうとマスコミ労働者を中心とした形での批判、あるいはマスコミ研究者の中での批判運動、あるいは批判的な研究があったと思うのです。

その場合、後者の、具体的政治状況に規定された流れは、必ずしも十分に、マスコミ研究の科学的成果という方向に定着したとは思っておりません。しかしその後、一つのツァイトガイストの発露として流れ続けたという点は、注意をしておく必要があると思うのです。

それを押えたうえでもう一つ、後藤さんの提起された「現実の

状況が研究を動かした」というのは、いうまでもなく、六〇年代に入つて本格的になったテレビの発展だと思うのです。

テレビの発展による現実的な変化、社会的あるいは政治的变化が研究を促進させた、これは否定できないと思うのです。これがマス・コミュニケーション研究の中で放送研究に非常に大きなウエイトを占めさせた大きな条件だったと思います。

しかしこの分野では放送研究の進め方自体が、六〇年代の高度経済成長の持つある種の矛盾とか、危機意識とか、そういうものと無関係に進められたところに、十分な成果をあげられなかったのだ、というのが私なりの評価ですが、何か弱点があったように思うわけです。

ともかくこういった状況を押えたうえで、当面の情報産業化、産業の発展という問題に対して、どういう認識を持つべきかというところが出てくるように思うのです。

その際、これは放送研究を進めたと同じように、やはり現実の情報化とか情報産業の発展とか、それがあつた意味で研究を揺り動かすというか、促進する側面があることは否定できないと思うのです。

しかし今までのところから明らかなように、ツァイトガイスト抜きの研究分析ではやはり意味がない。むしろ危険ですらあるように思うわけです。

技術的可能性に主たる関心を寄せて、未来論的な志向性を持った理論があります。それから、情報産業の発展とか、情報化を促

進する意味の、政策科学的な論議や論文は、多々あると思うので
す。

しかしここで重要なのは、そもそも情報化とか情報産業の発展
とかいうことが、どういった経済社会的条件の中でつくり出され
てきているのかということだと思います。

コンピューターが大砲の弾道の計算の必要性から生まれたこと
は、申し上げるまでもありませんが、情報産業の発展そのもの
が、アメリカにおいて、産軍複合体といわれるような政治、経
済、社会的な状況の中で持った意味は、これはいうまでもなく明
らかだと思います。宇宙開発計画、軍事との関係で、まさにその
一つの条件として発展が促進された。産軍複合体制と無関係に、
情報産業の発展はありえなかった。

これと日本の場合を比較するならば、確かに日本にはいくらか
の特徴がある。わが国の場合には、六〇年代に高度経済成長を続
けてきた独占的大企業が、ぶつかった問題の打開のために、これ
がいわれているということです。五五年以来、技術革新を続け、
いわゆる科学的管理法といわれるアメリカの経営方式を導入し、
さらにシステム化、マーケティングの導入等をやってきた企業が
ぶつかった課題は、企業経営上、まず手工業的な状況にとどまっ
ていた企業情報の処理を、どう機械化し、科学化していくかとい
うことです。そのためにこそ情報産業の発展、情報化という事態
が出てきているということです。

もちろん、この条件を踏まえたうえで、なお情報産業の発展が

新しい資本に利潤期待を生み出すという条件があることは否定で
きません。

それから、アメリカとは若干条件が違うと申しましたが、行政
過程の情報化に伴う政府の情報需要、それから、四次防の五千八
百億円の消費の中に、情報関係の支出がかなり含まれている。そ
ういう事実も見のがすことはできない。これからは国家的な需要
が、情報産業の一つの重要な条件として、わが国の場合も見のが
しえない状況になってきていることは指摘しておかなければなら
ないと思うのです。

ともかく、アメリカと条件は違いながらも、わが国の場合の情
報産業の発展は、実は企業利益と不可分の関係で出てきているこ
とだと思います。そういう認識を持ったうえで、情報産業の発
展、あるいは情報化という事態を、マス・メディア産業論の中で
どう把握するか、ということだろうと思うのです。

その際重要なのは、なぜそうなったかということと結びつい
て、それが何を生み出していくのかという意味での危機意識、ツ
ァイトガイストだろうと思うのです。

これはすでにプライバシーの侵害であるとか、世論操作の危険
だとか、そういう形で指摘されていますが、やはり七〇年代に入
ってからの政治状況の中で、この意味がもっと深く問い返されて
みる必要があると思います。七〇年代の政治状況の中で、あらた
めて教育統制の問題、言論統制の問題が、かなり大きく取り上げ
られております。これについて、ここで詳しく立ち入るつもりは

日本のマスコミ研究

ありませんが、そういう思想統制、思想操作の危険性は、すでに六〇年代から、その技術的な手法としても、方式としても、根本的に転換を遂げつつあったわけですが、まさに七〇年という段階を迎えて、これが単なる政治状況の問題として、状況論的に対応するだけでは不十分な段階になったように思います。

それはまさに情報産業の発展といわれ、情報化という一つの仕組みの中で、実はこういうものが貫徹していく、そういう状況になったからだろうと思うのです。

だから七〇年代のツァイトガイストという面から考えた場合に、そういう危険な統制、あるいは操作、そういった側面を持った深刻なシステムができていくのだという認識を持つことによって、初めて情報産業の発展、情報化という事態に対応できるように思うのです。

ですから、産業論的な展開の中で、情報産業の発展をどう受けとめるか、これに対応するかという場合には、情報化を促進的に考えると、情報産業を発展させるとか、そういったような時代便乗的な視点からなされるわけではないと思うのです。

犬田さんのご報告の中で、マス・メディア産業論の中では、第三者的な立場がなくなってくるだろうというご指摘がありました。その際、社会科学にもともと第三者的な立場があるかどうかについて、私は多分に問題があるように思います。こういう事態に対応して、ある種の情報産業促進的な立場か、むしろある意味での危機意識をバネにしながら批判的に分析していくか、そのど

ちらかだろうという意味のご指摘だったら、私はその通りだと思います。

そういう視点を土台にした場合、何が問題になるのか、私は三つほど提起してみたいと思います。

第一は、マス・メディア産業論を考えていく場合にも、情報産業論的な視野が必要になるだろうということです。これは実態的にみても、すでに申し上げるまでもなく、マス・メディア企業が、情報産業分野へ、いろいろな形で進出しています。さらに情報産業の発展に伴って、マス・メディア企業自体が、一つには経営政策の面から、また、その具体的な現われでもあるわけですが、第二には技術の変化、特にコンピューターに代表される技術の変化によって、非常に大きく変わりつつある。

これはべつにコンピューターだけ考える必要はないわけで、新聞でいうとコールドタイプ化であり、全国紙のファクシミリ化です。これは従来地方進出をやった場合と段階が違っていて、すでに活版方式の発行体制を長らくとってきた、そういうところの生産過程をガラリと変えていくための導入であるわけです。これがコールドタイプ化と結びつき、さらにビデオ・コンピューターの導入と結びついて考えられていることも、指摘するまでもないと思うのです。

こういったものの導入によって、根本的にマス・メディア企業のあり方が、生産過程から変わってきて、こういった生産過程における変化、さらには機能の変化にどういうインパクトを持つ

か、そういう問題まで考えていく必要があるわけです。

その点から考えてみると、実態からいっても、やはり情報メディア産業的な視野が必要であると思います。マス・メディア産業論という把握自体、かつて指摘したように、一つの操作的な必要性から生まれたくり方であると思います。

言いかえると、新聞の場合は、長らく製造業に含まれていた、放送は通信業に入れられていた、映画はサービス業に入れられていた、そういう産業分類の有効性も、他の目的のためにはあるわけですが、これがその企業の持つ社会的機能ということで、統一的に研究分析されなければならないとするならば、マス・メディア産業という視角から、統一的に把握する必要が出てきたわけです。それと同じようなことが、マス・メディア産業と、情報産業とまでいいませんが、情報メディア産業との間にあるように、私には思われるのです。

第二には、技術視角の分析が非常に重要になってきた。それはコンピュータの導入による企業のあり方の変化そのものが、技術を媒介にして起こっているわけですから、技術分析が必要なことはいままでもないのですが、重要なのは、個別産業分野、個別企業の中でなぜその技術が導入されるのか。情報産業が發展するから、新聞がビデオ・コンピュータを考える。これは一面では真理ですけど、何もいっていないということもいえる。

というのは、新聞企業の経営のあり方、そういうものが、どういう矛盾や問題を抱えているのか。どういう必要性から情報産業

の發展といわれる事態の中で、あらためてビデオ・コンピュータならビデオ・コンピュータを導入することを日程にあげてきているのか、という分析から掘り起こさなければならぬ。

と同時に、技術による生産過程の変化、労働、労働組織の変化、そういったものから企業そのもののあり方の根本的な変化、あるいは機能にどういうインパクトを持っていくのか。そういう関連の中で、技術を中心にする分析が非常に重要になってくる。技術を中心においた視角からの分析課題が、特に必要になってくるように思うわけです。

第三には、国家政策とのかかわり合いが、非常に問題になってくるところです。すでにそういう分野として、マス・メディア産業の中では、放送をあげることができる。放送の場合には、一つの国家が介入する放送の制度として、多かれ少なかれ、各国の場合に制度化されて成立している。この手続きが不可避であるわけですから、これは新聞や出版と比べた場合の放送の特殊性という形で、マス・メディア産業論の中では問題にしたいと思うのです。

ところが、これが情報産業の發展が問題になってきてから、国家によって促進されているという点が見のがせないと思うのです。ハードウェア・メーカーの保護から、ソフトウェア政策、あるいは回線政策、さらに教育政策、あらゆる面で情報産業そのものが、国家政策として發展が促進されていく。そういう国家政策そのものとの関係が、非常に前面に出てくるように思うわけです。

日本のマスコミ研究

このことは、単に情報産業の発展のみならず、そのことを媒介にして、マス・メディア企業の中で、すでにいろいろな問題を出してきている。回線の自由化の問題というのは、すぐに新聞のファクシミリ回線の使用料にまで関係を持つてくる。CATV一つとった場合でも、この事業のあり方、存在形態そのものに対し、法改正による統制が企図されてみたり、あるいは七二年度、来年度の概算要求に出ています。各省庁きそった保護政策、あるいは育成政策というものに出てきているように、国家政策そのものとの関係が、従来のマス・メディア以上に非常に密接になってきている。

ですから放送に見られたような問題は、もう例外的に放送にだけ見られたことではなくて、情報産業一般、さらに限定してマス・メディア産業を考えた場合でも、決して例外的な事態ではなく、なっているのだという点が重要であるように思うのです。

一見関係のないような出版についても、そういうことがいえる。出版の場合でも、印刷業の場合には、今年の四月から具体化されていますが、中小企業近代化促進法によるいわゆる構造改善計画が実現している。

これはもちろん出版、印刷の状態そのものが、マスプロ、マス・セールの体制になった出版界との対応関係のうえで、体質転換を遂げられようとしているわけですが、他面では日本資本主義全体の構造を見たらうでの印刷産業政策、中小企業政策の中でそういう対応関係がつけられている。

この場合ですと自動機械化、コールド化の導入、共同化を進めるとかいうことを柱にして、五年後に生産性を現在の倍、労賃コストを六割上昇というのは、明らかにそういう目標まで設定した政策によって進められているわけです。

一見、関係のないようにみえるこういう面にすら、かなり本格的な政策が関係を持つてきているという事実を、重視しなければならぬと思うのです。

さらに情報産業化、広く考えますと、国内の情報メディア、コミュニケーション・メディアだけでなく、国際的な通信メディアの発展そのものを考えなければならぬが、そういう意味でかなり重視されなければならないのは、国際的なコミュニケーション分野における国家政策だろうと思うのです。この関係は、昨年難航した末、やっと成立したインテルサット恒久化協定に見られるように、まさに国家政策の争点であるわけです。

これは単に通信衛星中継が実現したという形で問題にしえない、国家利害をからんだ問題であったわけです。まさにアメリカのコムサットによるインテルサット支配、フランスを中心とするヨーロッパの利害との対立、これがやはり争点であったのですが、そういう国際的な通信の問題に視野を広げるならば、なおさらのこと国家政策が問題になってくる。

実はそういう視野からの研究がないわけではないのです。アメリカでもハーバート・I・シラーが『マス・コミュニケーションズ・アンド・アメリカン・エンパイア』という本を六九年に出し

ておりますが、そこでシラーの切り開いた視点というのは、まさに国家政策り切り離しえなくなった国家独占資本主義政策と不可分なマスコミのあり方、通信のあり方、国際コミュニケーションのあり方と、それに対するアメリカの国家政策であったのです。

そういう点の研究分野が、従来ほとんど注目されていなかったように思うのですが、マス・メディア産業論の観点からも、産業論的展開をするためにも、こういった政策的な課題との関連を重視すべきであるように思います。

以上簡単ですが、三点ほど、マス・メディア産業論のこれから
の展望の中で、問題にしていきたい点を指摘して報告を終わりたいと思います。

★仲 佐 秀 雄

(民放連放送研究所)

川上さんがお休みというお話なので、レジメを拝見して、たとえば媒体比較というか、メディア比較というか、広告の世界では、主としてメディア・ミックスという調査研究を通じて、やや発展している問題に関連したところがもしあれば、若干意見を申し上げようと思ったのですが、今回のレジメには、そこには触れていच्छやらないので、恐縮ですが先にやらせていただいて高木先生のほうを……。川上さんのレジメの解説は北村さんにお願
いしたいと思います。

私はいま高木さんのお話になった産業論というテーマを、若干

広く解釈させていただいて、たとえば事業論とか、事業の制度論というふうに、最後に高木さんがお話になった、国家政策としてのマス・メディアおよび情報産業に関する規制が、将来大きくなっていくということと関連して、三つほどお話し上げようと思ったのですが、時間の関係で、一つにしぼって意見を述べたいと思います。

それは、業界の研究機関から参加しているもの一人として、新聞学会の二十年の歴史を見ていて、一つの不満というか、満たされなかったものというか、そういうものとも関連するわけですが、高木さんもお指摘になったように、ジャーナリズムの研究の一つの源泉というか、波多野さんがおっしゃった「なぜ研究をするか」という原動力の一つに、マス・メディアそのものの研究というよりも、公権力とマス・メディアの関係に関する関心というか、研究というか、そういうものが明らかに一つの大きな分野だったのじゃないか、と思うわけです。

非常に単純にいうと、マス・メディアの研究の中で、非常にクリアーに研究ができるものは、公権力の問題と、もう一つは効果の問題じゃないかと思います。これはいわば実験ができますし、実験を行なうことができるようなお金も得やすい分野だと思うのです。

横道にそれますが、効果、ききめの研究はかなりクリアーに可能ですが、ききめの抑制というか、説得を防ぐとか、説得を中和するとか、もっとメディア側の効果を、受け手の立場でブロック

日本のマスコミ研究

するとか、そういうことになる、これは理論的にも複雑になりましょうし、実験的な方法も使われ方が厄介になってくる。そういうものを支持するためのお金も出にくいことになって、そういうことが新聞学会の研究の停滞とつながっているような気がします。これは余談でございます。

公権力のマス・メディアとの関係に関する研究が、日本の戦後のマスコミ研究の中で、率直に言えば、かなり欠落した部分があったのではないかと考えます。欠落というのは、いうまでもなく、イギリスを中心にして、プレスの研究というか、理論が、やはり最初は政府からの独立ということでもスタートしたと思うのですが、それがアメリカに渡って、新聞や放送の内容に、政府が直接タッチしないという立法を、ほぼ完成しているところでアメリカのマスコミ研究はスタートしている。

そういう基盤があったので、たとえば戦争中には、戦時コミュニケーションの研究ということで、効果研究が発達した。ところが同時に、一九四四年のニューディール政策の進行によって、マス・メディアの統合、廃合、合併が起こってきたときに、研究者が、プレスの自由委員会のような形で、いわばメディアの発達の危険の側面に関する社会的な警告というか、そういう活動にかなり有効に機能したということがあったかと思えます。

そういうプレスの自由委員会に代表されるような活動というものが、社会的なマスコミ研究者の一つの機能として、一つの源泉として存在していたわけですが、日本の場合には、戦

前の言論統制に関する戦いというのは、戦前初期の新聞人によつては、かなり行なわれたと思うのですが、戦時統制に関する一つの理論のレベルでの、あるいは研究のレベルでの対処というのは、当然のことながら十分ではなかった。

そこで、戦後政府の統制というものは排除されましたが、アメリカ占領軍の統制が、一つはつきり残っていた。そのアメリカ占領軍の統制、いわば法律以前のあり方というものが、現在でも依然として、放送法の中の第四十四条の、たとえば公序良俗を害してはならないとか、政治的に公平でなければならないとか、いわゆる番組編成の四原則の中に、依然として残っているわけです。

早川さんが短い時間の中で、アメリカの研究の歴史をおまとめになったのですが、その中で、アメリカのプレスの自由、アメリカの占領軍によって与えられた日本の新聞の解放というものと、それから、直接おもてに現われない占領軍の日本の新聞統制というものがいわば並行して、一体となって自主的に入っていたために、日本のマスコミ研究は、公権力のマス・メディアに対する介入とその対処、そういうイギリスやアメリカの伝統を通り越して、すぐ効果研究に入った。そして、制度の問題を通り越してただちに一九五〇年代の講和論争その他から発達した、マス・メディアによるコピー支配の問題に関心が進んでいった。一例を申し上げますと、電波放送法規に関しては、一応戦前の旧無線電気通信法が廃止されて、新憲法に即応した体制が曲がりなりにもできていた。しかし、たとえば有線電気通信法とか、あるいは公衆電気通

信法とかいう、昭和三十年代になって初めて完成した通信法規になると、戦後二十六年たった今日でも、基本的にはまだ戦前の体制からの転換が終わっていない。

それはたとえば公衆電気通信法の、他人のための通信を媒介する業務、それから複数の人間が共同で行なう業務、そういうものは電波を使うものであれ、有線を使うものであれ、いずれにしても現在は電電公社の独占になっているわけです。

そのために、たとえばインターフォンのような、一軒の家の門の外と内で話す。片方は家族だけれども片方は御用聞きであって、お互いに入れかわる。そういうふうな通信は基本的にはまだ依然として禁止されているわけです。そういう旧無線電信法的な既成概念が、たとえば新聞学会二十年の歩みの中で、一つのプロフェッショナルな世論として、十分な批判が組織されないで今日まで残っている。

こういうふうな、放送その他を含めた通信に関する制度的な体制が残っており、それが十分に批判されない状態の中で、高木先生のお話のような情報化社会の進行が進んでいきますと、これは当然新聞のファクシミリ化にもよるし、あるいは出版の電気通信との結合にも及んできますし、高木先生のおっしゃった情報化社会全体の国家的な支配、独占の強化というふうなことが、当然拡大されてくると考えるわけです。

私どもはほかの一つ覚えのように、昭和二十五年に成立した旧電波三法、電波管理委員会の設置を伴った旧電波三法が、昭和二

十七年に、電波管理委員会だけが廃止されて、権限だけはそのまま郵政大臣に移されている。そういう制度というものの矛盾を、たびたび強調してきたわけですが、現在では、むしろそれよりもさらに戦前的な、有線無線を含めた放送通信全体の体系、したがってそれが新しい、いわば公衆通信と放送の——ほかにありますけど、個別通信といいますが、特定通信といいますが、そういうものの新しい展開を抑制している。そういう状態というものに、新聞学会のこれから先の一つの社会的な役割りとして、ぜひそれを取り上げていただきたい。そういうふうなことを通じて、いわば研究機関に所属している私どもと、新聞マスコミ研究者の方との間の、研究の内容にかかわった相互批判とか、相互の進出が成り立つのではないかと考えております。

★北村 日出夫

(同志社大学)

レポーターがいらっしゃらずに、レジメだけでコメントをつけるのは、非常に心苦しいのですけれど、幸いにして時間がほとんどないということなので、簡単にさせていただきますと思います。

私は二つの点を取り上げてみたいと思います。一つは、川上さんのレジメに従ったことですが、川上さんのレジメの中では十分にわからないので、かなり私の推測を入れていることです。

最後の一行あいたところで「以上の問題意識にもとづいて……」

日本のマスコミ研究

というふうに書いておられますので、おそらくこのマーケティング・コミュニケーション、広告論からの発言の中心点は、消費者行動の研究が中心であって、おそらくきょうはそれをレポートされる予定であったのではないかと思いますので、その消費者行動という事柄について、第一点を申し上げたいと思います。

レジメのまん中から少し下のほうですが「消費者行動が、マーケティング・コミュニケーションの受け手としての人間行動の一つである以上、それはコミュニケーション論と広告論の接点について考える有力な手がかりとなる」と書かれています。

私自身も、マス・コミュニケーションなりコミュニケーションというものを考える場合に、人間行動を抜きにして考えることはできないと思っております。そういう点からすると、消費者行動とは一体何なのかということが、どうしても引がかかってくるわけです。私自身は、コミュニケーションというものが、人間の日常的な営みである以上、人間行動を考える場合に抜きにすることはできない。同時にまた、トータルとしての人間行動というふうなとらえ方から、スタートしていかなければならないのじゃないか。そこから消費者行動、あるいは消費行動というものを抽出する場合に、それだけを取り上げて、それと広告との関連という形で、マーケティング・コミュニケーションなり広告論というふうなとらえ方は、どうしてもなじめないというか、不十分であると思うわけです。

当然、消費というものが抽出されれば、それとの関連で生産も

問題にしていかなければならない。つまり私たちは、単なる消費者なのかということが、どうしても消費者行動というふうな言葉を見ると、ついつい連想してしまうわけです。

そういう点で、マス・コミュニケーションなりコミュニケーション——この二つを、単純に並べていいかどうかからないのですが、その資格としては、やはり人間行動をトータルなものとしてとらえていく視点が必要であらう。

したがってその中で、たとえば広告を考え、消費行動というものを考えるならば、それがどういうものと関連しているかということ、とらえていかなければならないというふうに考えるわけです。

そういう点で、高木さんのレポートの中でのマス・メディア産業論と、消費行動というふうなもの、ある意味ではつながっていないければ、消費行動の研究が片手落ちになってしまうという気がするわけです。

二、三年前でしたか、広告についてのシンポジウムがこの学会であったときに、私もリポーターの一人として、最後に、もう広告の研究をやめようじゃないか、という暴言を吐いたわけですが、そういうところが依然として現在の広告論なり、あるいはマーケティング・コミュニケーションという名付け方の中に根深くひそんでいるような気がするわけです。トータルとしての人間行動を追及していく中から、初めて高木さんのいうツァイトガイストが浮かんでくるし、あるいは仲佐さんがいわれた公権力が見えてく

るのではないか。そういう視角をとっていかなければ、低迷しているといわれるコミュニケーション研究のこれからの発展はありえないのではないか、と考えているわけです。

つまり社会というふうなものから見ていくと、もちろん日本の現状を問題にしなければならないが、その中でコミュニケーションを問題にすると、どうしても個人の問題を考えなければならぬ。そのときに社会からスタートしていきますと、日本の社会というのは、いろいろ歴史的なとらえ方はあると思いますが、ヨーロッパのような市民革命というものを経ていないところで、社会というものを問題にすると、どうしても個人のトータルとしての人間行動というふうなものが、欠落していくような不安が絶えずあるわけです。

そういう点から、第一点としては、消費者行動もしくは消費行動というとらえ方ではなくて、人間行動の一つであるということであれば、よけいにその人間行動というものを、消費なり、広告なり、生産なり、そしてまたツァイトガイストなり公権力というふうな、そういう広がりの中で見ていかなければならないのじゃないか。

そこでちょっと別のところに足を踏み入れますが、田中さんが指摘された記号行動の問題も浮かんでくるし、それから受け手側の日常性、あるいは認識活動ということもいわれましたが、一個の人間としての日常性の中での認識活動というふうな型の視点が出てくるのではないか。

これはコミュニケーションを問題にしていく場合に、どうしても落とすことはできないし、したがって、それゆえにこそ、稲葉さんはかなりこっぴどくいわれましたが、私はやはりパスナリミードなりモリスという人たちの——名前をあげればいろいろあるわけですが、田中さんがあげられたような方たちの、さまざまな記号論のとらえ方も、人間の行動、あるいはコミュニケーションというふうにいってもいいと思いますが、そういうものかどうかというところが、これからの大きな問題点であろうと思います。

そういう点で私は、コミュニケーション研究には、ぜひとも哲学的な考察が必要であらうと思います。それが第一点です。

第二点は、全般的な批判めいたものになりますが、新聞学会二十年ということですが、私自身は新聞学会に入ってから六年半にしかなっていないので、あまり多くを語ることができないのですが、少なくともこの六年半のさまざまなシンポジウムを見ていますと、絶えず低迷している、停滞しているということの発想からシンポジウムのテーマが組まれている。これは学会としては、非常にまずいことではないかと思っています。

田中さんが第三世代であるということであれば、私はおそらく第二世代に入っていると思いますが、つまり第二世代のところで、さまざまな業績が生み出されていると私は考えるのですが、それがこの学会に一向に反映されない。午前中私は欠席したので、そういう発言もあったようですが、マス・コミュニケーションなりコミ

ユニケーション研究の停滞というよりは、日本新聞学会の停滞と考えたほうがいいであろう。

したがって、研究というものと学会というもののあり方、これを新聞学会の中で、これから鋭く問うていく必要があるのではないか。そういう点で、日本のマスコミ研究の回顧と展望ということになれば、当然日本新聞学会が二十年間、何をしてきたかというのを問わなければならない。それが第二点です。以上です。

六 総括

★佐藤 毅

(法政大学)

実はたいへん困惑、低迷しているのです(笑)。なにしろ、きわめて多元的な情報が大量にある。しかし何か格好をつけなければならぬので、少しお話ししようかと思えます。あとで江藤さんが、残った部分は全部やってくれるといえますから(笑)安心しております。

なにしろ問題は多岐にわたっているみたいです。江藤さんがあげただけでも五十六疑問点が出てきたということです(笑)。私は五十六ほどじゃないのですけれど幾つかあります。しかし私なりに、これが重要だと感じた点を中心にお話していきたいと思えます。

四つ五つありますが、その一つは、最初に波多野さんが出された問題で、あとのほうで高木さんがツァイトガイストという形で出された問題です。要するに問題意識といってもいいのではないかと思います。

これを現在の社会認識との関係で、いかに私たちが持つのか、特に高木さんがお話しになった情報化社会といわれているような状況が非常に深刻化している。その中でわれわれは、一体どんなツァイトガイストを持つべきであるのか、危機意識を持つべきであるのか。そういうことが第一番目の問題点として、たいへん大事なことでないかと思えます。

マスコミ研究の衰退、あるいは停滞でもいいですけど、それがかりにあるとすれば、このツァイトガイストみたいなものが衰弱している、そういうこととおそらく関係しているのだらうと思うわけです。

と同時に、もしそうだとすれば、それはなぜだということを、われわれとしては問い詰めていかなければならないのじゃないか。具体的にわれわれの研究そのものの姿勢との関連で、なぜかということ問い詰めていく必要があるということを痛感したわけです。

第二点では、理論的な問題が若干加わるのです。その一つは、最初のほうで早川さんが出された、あるいは滝沢さんが中ぐらいで出された問題です。

混乱とか停滞とかいわれている状況があるとすれば、それはか

なりな——僕は心情的にはそういうことをいうのはきらいなのですが、アメリカでもアメリカ以外の国でも、そういうことのいわれている面があるわけです。

一応、一步譲ってそうだとしますと、その一つの原因は、先ほどのようないろいろいわれましたが、効果研究のあり方に、非常にかかっているのじゃないかと思うのです。早川さんは、クラッパのゼネラリーゼーションというのは、一種のマスコミ研究の終結宣言だというような、かなりドラスティックな言い方をされたのですが、そのことに一つかかっているわけです。

クラッパが出したゼネラリーゼーションというのは「マスコミというのは、諸媒介要因と諸連鎖の中で、そしてその連鎖を通して機能するのだ」というようなことを言ったわけです。その言い方の中に——これはたいへん抽象レベルが高いようですが——マスコミ研究を不毛にする一つの原因があったのではないかという気がしているわけです。

先ほどから話があったように、歴史的に見ると、マスコミ研究が、ラスウェル・モデルから、カツ、ラザースフェルドのツー・ステップ・フローあたりからだんだん変わってきて、日本ではコミュニケーションの総過程論というのが出てきた、という動きがあったわけでありす。

かりに総過程論ということにしても、クラッパの理論を、実は止揚するといえますか、その中で行なわれたのではなく、実際には研究の位相を変えらるということでした。

はないかと思うのです。そのへんが一つ問題だと思ふのです。

実はそういうことを指摘する人は日本だけじゃなくて外国にもいます。特に私が読んだ、といつてもだいぶん前になるのですが、論文の一つにマルタン・ブローワーという人がいまして、これはマス・メディア研究者ですが、彼は「プロレゴメナー・トゥ・ア・セオリー・オブ・マスコミュニケーション」という論文を書いています。そして彼もクラッパのゼネラリーゼーションについて疑問を投げかけているのです。彼がそれを止揚したという形じゃないのですが、こういう理論を立てているのです。

それはラスウェル段階の効果理論というのは、言ってみればシンプル・スチミュラス・リスpons・スセオリーだ。つまり単純なSR理論にすぎなかったといっているわけです。そしてそのことは、実は彼ばかりでなく、いろいろなところで言われているのです。なかでも、田中さんがこの前の『新聞学評論』に、ちょっと紹介されていたのですが、『POQ』にトルダールとヴァンダムという人が、ツー・ステップ・フロー以後の、それなりに注目すべき論文を書いているわけです。

ブローワーは日本で言われている総過程論に対応するようなモデルを出しているのですが、それはマイセリウム・モデルというふうな言い方で、これをわかりやすく言うと、アナロジーとしてのモデルですが、キノコと、その地下にはえていてネットワークを組んでいる菌糸、それとの類推から、菌糸モデル、あるいはマイセリウム・モデル、そういうものが現在支配的になってい

日本のマスコミ研究

ると言っているわけです。

彼の言葉を使いますと、会話とか、同じような接触のときに起こるインフォーマル・コミュニケーションというのは、表面的に見える以上に、マスコミ過程に対して基本的なものである。キノコの基本的な部分というのは、菌糸から成り立っている細い複合ネットワークで地下に糸を引いている。そこから適当な条件のもとでキノコは出て、観察者の注意を引く。同様にマスコミ過程で、マス・メディアに対する注意が払われるのは自然である。つまりマス・メディア過程、キノコの部分のマス・メディア過程に注目がいつてしまう。会話すら二次的な理論的な現象というふうに言われてしまう。しかし実際には、両者の関係はニワトリとタマゴの関係のようなところがある。キノコについていえば、植物学者とか生物学者は、実は菌糸のほうが基本的なんだと考える。マスコミ研究者も、今やそういうふうに見えるようになったといっているのです。

ところが、日本でいわれるコミュニケーション総過程が対応するものだと思うのですが――そういう研究を進めていこうとする、とたんに、サブ・システムはどうなっているのか、スーパー・システムはどうなっているのかという問題に入ってきてしまう。そして実際には、クラッパーの媒介的諸要因云々という説と、変わらないような状況に陥っている。

ブローラーは菌糸モデルを批判しているのですが、しかしそれに根本的に反対しているわけではないので、その一定の有効性

を考えている。ただ、従来は個人とか集団単位でもって研究してきたけれども、ユニットそのものについても再検討しなければいけないということを議論しているわけです。

問題を提起したというふうにとどまっているのですが、しかし私に言わせますと、総過程論、それから菌糸モデル、それ自体に入っていくこと、それはそれでいいのですが、林さんから疑問が出されたように、一面では、社会認識というものを踏まえて、あるいは捨象していくおそれもある。そのへん、ひとつ考えなければならぬ問題で、場合によっては総過程論を、ブローラーのいう菌糸モデルを、もう一度再検討してみなければいけないのじゃないかと考えられるわけです。これが第一点です。

それと関連するわけですが、実は私も、広い意味で総過程論を支持している一人であります。さしあたり総過程論ということよりも、コミュニケーション論それ自体をもう少し攻めていってみたいと考えています。田中義久さんが報告されましたけれど、僕の問題意識としては、ああいう部分とかなり重なり合っている。

特に記号行動論をやってきていて、しかしどうやっていいのかわからないような状況でもあるのですが、とにかくやっています。その場合、特に、労働と記号行動という二つの、いつてみれば非概念みたいなのを押さえて、そこから構築していく以外にないのではないかと思います。

この前の学会のときに、稲葉さんだっと思いましたが、クコミ

ユニケーションの我流型と他流型」という話をされたのですが、いつてみれば自己を対象化する、それから内面化するというような、他を自分のほうに持ってくる。そのトータルの中でコミュニケーションを考えていく。それからそのプロセス自体が実は自己変革みたいなものの契機になるのじゃないか。稲葉さんが先ほど矛盾といいましたが、一つの矛盾過程でもある。そのへんを考えていく必要があるのじゃないかということを、これは空想かもしれませんが考えています。そんなことが需要過程論から出てくる私の感想であります。

ということは、同時に人間というのは何かということを考えることにつながっていくわけです。北村さんが消費行動にひっかけてその問題を出されましたが、まさにその問題を考えていかなくてはいけません。

ところが従来の日本の心理学は人間一般、抽象的な人間でもって人間というものを押さえてきた。別のいい方をすれば、それは人間を非常にカリカチュアライズしているのではないか。実はカリカチュアライズした人間を基本にしながら、物量だけで、人間という形のうえで問題をとらえなくてはいけないといっているにすぎないのではないか、という気さえ今しているわけです。人間なるものを、特に類的本質といわれている人間との関連で浮き彫りにしていく。そういう作業が一つ必要だろうといわれております。これが理論的な問題です。

それから三番目は、竹内さんが実証性が必要だけれども問題が

あるといわれました。岩男さんも実証研究が必要なことを出されましたが、これはたいへん重要なことだと思ふのです。竹内さんによると、事実との関係で行う実証性と、論理的な意味での、論理的な視野からの、具体的な実証性があるわけです。それをどういうふうに、有機的にうまく結合させながら、実証的な面を問題にしていくかということがあるわけです。

ただし、その場合に、ただ実証すればいいということではなくて、僕は行動科学というものについて批判的なのですが、最近の手法の中にいろいろなデータがある。その相関をとってみれば何か出てくるのじゃないか、というような問題意識から、いわば実証研究が進んでいるような気がしている。そうではまずいので、やはり現代社会をどう認識するのかというところから出てきた、あるいはツァイトガイストの問題が出てきたような問題意識に導かれながら、やはり実証研究を進めていく必要があると考えるわけです。つまり実証研究における「なぜ」というものの必要性、そういうことを三番目におきたいと思ひます。

四番目は、これは田中さんもいつていますが、コミュニケーション論史を、じっくり研究する、というより、は実はコミュニケーション哲学みたいなものを、系統的に洗ってみる必要がある。あるいは社会思想的な背景との関連で見えていく必要がある。

稲葉さんから、ミード、パース、クレーリーをごっちゃにしているのじゃないかというご批判があったのですが、そういうことが

起こらないためにも、ミードはなぜ、たとえばアイとミーというような概念を持ち込んだのだろう。それはミード自身もいつているように、一種のロマン主義からそういうような問題を提起している、そういうようなことをアメリカ全体の社会組織のようなものから探っていく。それはデュイなんかと共通のところがあるのだ。そういうところを押さえていく。これは非常に重要だと思うのです。

岩男さんが、ひょっとしたら役割りというものを持ち込めば、なんとかなるのじゃないかとおっしゃいましたが、役割りというのはそう簡単なものではなくて、一つの自己社会組織的な、一種の必然的な背景があるのです。これを考えることなしに簡単に使うというのはまずいと思います。そういう意味で、いろいろな概念をわれわれが使う場合に、相当そういう検討が必要だし、コミュニケーション概念そのものについても、今いったような検討が必要だという気がしているのです。

井上さんが前によく言われましたが、コミュニティ、コミュニケーション、コミュニケーションというのは同一の語源から来ているのだというような話をされましたが、そのへんが関係しているわけだし、コミュニケーションが発達すればするほど、コミュニケーションが、一方ではディスコミュニケーションに転化していく。特にマスコミが発達した中でそういう現象が起きてきている。これをどうとらえたらいいか。それを単純にコミュニティ、あるいはコミュニケーションという概念に含まれている

ような、一種のロマン主義のところに引っぱっていけば、それで事足りるのかどうかということも考える必要がある。

最後に、これは川中さんもちょっと言われましたが、インター・ディシプリナリーな研究、あるいはマルチ・ディシプリナリーな研究、これをどういうふうに、いわゆる集団研究の中で実現していくのか。これはあとで江藤さんが触れられると思います。が、これはひとつ新聞学会でも考えてみる必要があるのではないかと。

単に社会学、心理学、政治学、あるいは経済学、それらの分野の人が集まって何かやればいいという問題ではなくて、やはり現実認識に導かれながら、一定の試みを経由してやっていく、そういう集団研究が必要ではないかと考えています。

時間がないので、あとのところは全部江藤さんがやってくれるという話なので、私は簡単なことで終わらせていただきます。

★江藤 文夫 (成蹊大学)

時間がございませんし、なにか陰謀につぐ陰謀で、次々に総括がこちらに回りますして、私自身はコメンテーターの一環を受け持つということ、やっとな引き受けたのですが、だんだん最後にまとめなければいけなくなりました。

先ほど佐藤さんもちょっと言われましたが、私自身の狭い問題関心に触れたものだけで、つごう五十幾つあります。決して疑問

点というだけでなく、非常に重要な問題点を持っているというのが五十幾つあります。それを五時半まで、あと五分しかありませんので、五分ないし与えられた十五分でまとめるのは神わざ以上であります、幾つかの問題点に分けてお話ししたいと思えます。

それぞれの問題で非常に掘り下げたい問題がずいぶんありますが、一応、コピー論とそれと密接な関連がある主体性論、現代における主体性とは何か、両方が密接にからまって、特に主体性の問題は、コピーをとらえる、コピーを読むということに関して、受け手の主体性問題がある。同時に受け手の主体性との関連で、専門家の主体性が論じられなければいけない。研究の主体の問題も、そこにかかってくるのだと思うわけです。

佐藤さんもちょうと紹介されましたが、波多野さん、あるいは北村さんから、研究者主体の問題が提起された「何をやりたいか」ということから、もう一ぺん研究者主体の改革を考えるべきではないかという指摘は、非常に重要な指摘です。しかしそこから直ちに主体ないし主体性が生まれるとは私も思っておりません。

ただ、北村さんが、一般的に必要な品の立場というような形で申されたことに非常に近いのですが、やはり、研究者の自分自身の専門とさらに日常とのかかわり合い、それがどのように結びつくか。

しかもその日常といっても、研究者、専門家としての日常と、

日常人としての日常というか、その二つを、自分の中でどのようにからみ合わせるか。その中で研究テーマ、ないしは専門分野の研究をどのように深めていくか、というようなことを合わせて研究したい、そこに専門家の主体というのが生まれてくるのだと思うと思います。

その点は、田中さんが最後にまとめられたところでは、マスコミ研究での科学性と思想性、それも研究者の方法論的問題として収束をつけられたのですが、その通りの形で、両方が関連がある問題だと思うのです。

私自身は今年学会に入りまして、その点では、きょう学会に入られた方がなければ、私が一番若い学会員で、第四世代になるのかと思いますが、そのために五一年からの問題に非常に無責任にしゃべれるから総括をやれという陰謀であったのかもしれない（笑）。

ともかく早川さんの提起から、つまり五一年から、特に清水理論からということが、一つの基調になっていたと思うのです。その点の掘り下げは、滝沢さんが非常に整理されましたけれど、しかし、ここで一つの問題は、その学会成立と重なったから清水理論からというのではなくて、早川さんもちょうと触れられました、その前に戸坂潤とか長谷川如是閑の仕事があると言われました通り、やはり重要なのは、そこからの出発をもう一度考え直すときに、われわれが現在の主体性と関連して考えなければいけないのは、やはり戸坂潤とか中井正一、あるいは長谷川如是閑と

か、ほぼ一九三〇年代の初期から考えられていた大衆化の構想とか、それが五〇年代後半の大衆社会論争、あるいは大衆社会論は中途半端で論争が消えたと思いますが、それにどのように関連していくか、その諸関連を考えていかないと、やはり研究の停滞の突破口をなかなか見つけられないのじゃないか。そういった問題があります。

田中さんが報告の中で、ベレルソンにふれて、パース、ミード、クーリー、そこへ遡及していきたいといわれたのは、必ずしもそれ自体だけで問題にされたのではなくて、やはりそういう三〇年代初期に出された構想を、若い世代の人も継承しなければならんだろうというようなことと関連させての問題で、その点では稲葉さんが、矛盾を欠落させているといわれましたが、もっと総合的にとらえようという目で、矛盾という点では、おそらく捨象されていたのだろうと感じました。その点は田中さんのために、かわって弁明しておきたいと思います。

特に戸坂、中井、あるいは長谷川如是閑の仕事については、一九三〇年の初期にイデオロギーの論理学、特にその中の性格概念の分析から始まって科学の大衆性にいたる、特に性格概念の分析というのは、先ほどの岩男さんの役割り概念の導入ということ、かなり密接に関連のあることだと思います。

佐藤さんが今ちょっと注釈をつけられましたが、その戸坂が出した性格概念というものと結びつけて考えれば、その中で社会的役割りということが、パーソナルないしはパーソナリティとの関

連で、かなり明確になってくるのではなからうかと感じます。

中井さんの「思想的危機における芸術並びにその動向」とか、「物理的集团的性格」とか、あるいは三六年になってまとめられた「委員会の論理」そういうものがバックになって、田中さんの報告があったのだと思います。したがって田中さんの報告の中にあつたアメリカにおけるマスコミ研究の問題というのは、実は日本における三〇年代のそういった構想と関連させられて、その中から提起せられてきたのだろうと私は推測します。

さらに三六年、三七年に、長谷川如是閑さんが「ラジオ文化の根本問題」、三七年に「原形芸術と複製芸術」と古今文化に対する最も古い論文が提出されておりますし、「原形芸術と複製芸術」の中では、すでに受け手主体の問題まで論じられています。

そういう先駆的な業績を踏まえて、六〇年代の前期に、たとえば多田道太郎さんの「複製芸術論」が出た。最近になって複製芸術論、複製文化論に関する論文が、雑誌あるいは個々の論文として非常に多くなってきた。その点をどう突っ込んでいけばいいかということが、ここでの最大の問題の一つであろう。

それが、実は単にコピーとオリジナルということ、単にコピーをどう読むかというような形で、コピーの奥にあるオリジナルという形で考えるのではなく、もっと受け手主体の持っているオリジナルな構想、ないしはオリジナルな生活、生活ないし生活の中での問題関心と結びつけて考えていくときに、そこで皆さんの中からはしばしば出た日常ないしは日常性の問題が、明らかになってい

くのではなからうかと思うわけがあります。

この日常性の問題に関しても、三〇年代の初期に、戸坂さんによって「日常性の原理と歴史的時間」、あるいは「日常性について」、あるいは如是閑さんが亡くなる寸前に、日常性の問題をもう一回提起されている。また諸外国でも、いま日常の問題が非常に大きくなっているのは、先ほどの主体とのからみ合いにおいて非常に重要なことだと思います。主体性論に入る前に、その日常の問題を、もう一つ考えなければいけないのではないかということとを、合わせて提起しておきたいと思います。

さらにコピーのことに關しては、滝沢さんから、環境の拡大という形で問題提起がありました。これはおそらく多田さんの「複製芸術論」におけるコピーの自立論と密接に関連するような形で、藤竹さんの「擬似環境論」が出てきたのだらうと思います。

擬似環境と環境の問題は、ストレートに、単に人自身の現実生活とコピー環境というような形でくれるのではなく、コピーによってさまざまな世界との結びつきが、少なくとも間接的な形にせよ、日常的に進んでいったときに、それ以前の環境となる現実的な日常環境というものが、ある意味ではフィクションにすぎなかったという一面も提起されるし、その点でコピーと現実の相関関係というものを、単に今まで言われていたようなコピーと実存の関係ということだけでは解けない問題が、そこに成立しはしないか。そこにも今後の大きな課題の一つがあるのでなからう

かと思うわけです。

そういうものを受けて、もう一回受け手の主体性の問題に入っていくわけですが、ここでも田中さんが非常に重要な指摘をされたと思います。

それは先ほどから何回か、山田さん、稲葉さんから指摘されたことに關連して、想像力と推理、論理推理能力、あるいは受け手の自己表現と環境認識との關連についてという二つの指摘が、非常に重要な意味を持っている。特に後者に関しては、実はそこで受け手の主体性の根本問題が入ってくるのだらうと思いますが、以前、鶴見俊輔さんが「誤解する権利」という形で、受け手の自由ないし受け手の主体性の問題を論じようとしたことがありました。ただ鶴見さんの場合には、稲葉さん、山田さんのようなベシミストではなくて、ものすごいオプチミストでして(笑)、受け手の主体がそのまま成立するような錯覚を与える危険性があつたと思います。

しかしもう一つの、田中さんが出された想像力と推論能力ということを合わせて、受け手が、自分自身が、情報の中でどういう位置を持っているか、そういう意味での自己表現と自己の位置の確認ということに合わせていかなければ、環境認識も同時に成立しなくなる。つまり主観的な世界、自分からひろがる遠近法の世界では、もはや近代的な自我の中だけでは、現代人の主体性は成立しないというような問題、これは三〇年代の初期に、戸坂さんなり中井さんがすでに何回か提起されたこととも關連するわ

日本のマスコミ研究

けですが、そういった主体性の問題を合わせなければ、実はこの想像力も推論能力も、それほど強い意味を持たないのではないか。

そのうえで、山田さんから僕にボタン・タッチをされた映像認識の方法というものとも関連するわけですが、ただ、ここでは、出された映像をどう読むか、というような形だけでは問題は解決しない。少なくとも映像をつくっていく能力、送り手の創造的な能力が、果たして今十分に進んでいるかどうか。少なくとも映像ということを考えるときにも、初期の映画にあった言葉の映像化というか、そういった形から映像独自の表現へ移っていく過程において、それが必ずしもカメラの機能を十分に生かして成立させたとはいえない。

田中さんの中にアルンハイムを例に引いてちょっと出されましたが、私は必ずしもアルンハイムのような考え方に賛成できない。少なくとも、複製の芸術的価値との関係でしか映画を論じられなかった弱点が、その当時にはまだあります。

そういうものからもう一步、どうこえて映像をつくっていくかということと、受け手の映像認識能力は密接に関連するわけですね。現代、映像が進んだといいますが、まだ根本的な姿勢では、映像の送り手と受け手との間に、ある一種の狭い意味での共同体的な共感構造を軸にしたコミュニケーションをなおつくりうとしている。そういう中で果たして十分につくったといえるか、ないしはそれを読んだといえるか、というような問題が一つあるし、

その意味で稲葉さん、山田さんから、もう少し送り手から身をはなした受け手の存在理由、ということの指摘があったのだろうと思います。

しかし、お二人のようなベシミストと違って、実は僕もオプチミストのほうです。山田さんの見える見えないという提起に関しても、情報がはらんし、映像がはらんしている中だからこそ、もう少しそれを読んでいかなければいけない。それでなければ現代の情報化社会において、受け手の主体を確立するわけにいかない。しかも読んだと思っているのがまだ読んでいないというような自己矛盾というか、それに受け手はしばしばさらされているわけです。

それをどのように突っ込んでいくかという問題が、さらに解読力というか、想像力の、さらに科学的な検証というか、そういったものを合わせて問題にしなければ、そこでは受け手の自由とか、受け手の主体性を一概に論ずるわけにいかないし、特にコピーの自立論がはやっている中では、コピーをそのまま読んだことで、コピーと自我の関係をすべて解くというわけにはいかない、というような問題もそこに出てきます。そういう意味で、それは今度の研究課題の一つになっているのではなからうかと思うわけです。

大きく分けると、大体、コピー、コピー論、主体性論の中で、今後の課題に残っている問題点は、そういう形になってくると思いますが、ただ、それは必ずしも映像だけでなく、たとえば外

山滋比古さんがやっているような近代読者論から、さらに現代読者へ移行の中で、言語学の中でもコミュニケーションというものは、もつと民衆というものを含むコミュニケーションとして、つまりデイスコミュニケーションがコミュニケーションを内在させることによって、コミュニケーションが成立するというような問題指摘も合わせて考えていかなければ、映像においても、今後のコミュニケーションの問題は十分に解くことはできないということだけつけ加えておきたいと思います。

問題をサッとさらうと以上のようなことですが、最後に、佐藤さんが言われたように、そういうものを解くときに、先ほど、専門家の専門家としての日常と、日常人としての日常ということを申されましたが、少なくとも各専門家が、それぞれの専門分野ということだけでなく、少なくとも日常人としての、ないしは専門家としての日常を考えるうえで、日常での問題関心を、共通ということを軸にしながら、なんらかの形で共同研究をやっていることが、ここに出された五十幾つかの問題点というのは、将来なかなか解けていけないのではないか。それをマルチであろうと、一人一人の内部にただ残すだけでは、問題は決して解決しないだろう。なんらかの形で今後の集団研究、ないしは共同研究ということを考えていかなければ、今日出されたような問題は、次の課題にはならない。

少なくとも二十年たった現在、二十年以後に、そういった問題、ないしは研究の課題だけでなく、研究のシステムも合わせ

て考えることによって、以上のような問題点は解決していくのではなからうか。それだけを提起しておきます。

一九七一年春のシンポジウム「情報産業における労働の特質」についての報告の執筆を山本明氏（同志社大学）にお願いしておりましたが、同大学の学内情勢の緊迫等の理由により本号に収録することができませんでした。会員各位からのご要望があれば、次号への掲載を検討させて頂きたいと存じますので、研究委員会までお寄せ下さい。