慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	政治コミュニケーションと社会的構築主義：「メディアをめぐる現実」から「コミュニケーションをめぐる現実」へ
Sub Title	Political communication and social constructionism : from "reality about media" to "reality about communication"
Author	山口, 仁(Yamaguchi, Hitoshi)
Publisher	慶應義塾大学法学研究会
Publication year	2020
Jtitle	法學研究：法律・政治・社会 (Journal of law, politics, and sociology). Vol.93, No.12 (2020. 12) ,p.185- 205
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	大石裕教授退職記念号
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-20201228-0185

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

政治コミュニケーションと社会的構築主義

――「メディアをめぐる現実」から「コミュニケーションをめぐる現実」へ――

山口　仁

1　はじめに
2　コミュニケーション過程において解釈・構築されるもの
3　「解釈されるコミュニケーション」の多面化・多様化
4　結びに代えて――「コミュニケーションをめぐる現実構築」の事例研究に向けて――

1　はじめに

本稿は、メディア・コミュニケーション過程にまつわる「解釈」や「現実」について、社会的構築主義（現実の社会的構築・構成）の視座に依拠しながら再考していくことで、新たな研究対象を見出していくことを目的としている。そのうえで見出された研究対象についての事例研究へとつなげていくことも視野に入れている。

さて、非・法制度的な存在であるメディア・コミュニケーションが政治学において研究対象になってきたのは、それが政治の過程において実質的に重要な役割を果たす主体であるとみなされるようになってきたからである。

政治学の歴史においては、メディア・コミュニケーションの研究は、圧力団体研究や世論の研究と並んで「新たな」対象として追加されてきたという経緯がある。しかし例えば、メディア・コミュニケーション研究の一分野足りえるジャーナリズム論の多くは、政治理論や社会理論の研究成果を踏まえないばかりか、（マス・）コミュニケーション論すら参照されず、こうした分野との関連性を失ってきたという指摘もある（大石　二〇〇五、i―iii参照、また大石　一九九八、二〇一四も似たような問題意識に依拠していると考えられる）。社会学でも似たようなことが指摘されており、現状の社会学では、目先の問題にしか関心が示されなくなり、「自分だけの社会学」が量産され、共通の知識となる学説や理論がないために、研究者各自が探求しているテーマを超えて研究コミュニティの中での交流が行われていないと指摘される（早川編　二〇一二：ii参照、執筆者は早川）。

そうした状況では、社会理論の包括性とそれに基づく抽象的な思考が求められる。社会理論は、時間と場所を超えた事例の比較が可能になる枠組みとしての知識を体系的に整理するためには必要不可欠である。社会的構築主義を広く適用することで、メディア・コミュニケーションにおける新たな研究領域を見出し、再度、政治学・社会学の一種としてのメディア・コミュニケーション研究のつながりを取り戻すための一考としたい。

2　コミュニケーション過程において解釈・構築されるもの

2―1　社会的構築主義が適用される領域

社会的構築主義の考え方は多様な研究領域において生じてきたものであるが、社会心理学者のヴィヴィアン・バーは、以下のように鍵となる四つの「諸仮定」を挙げている（バー　一九九五＝一九九七：三―一二参照）。(1)

①自明の知識への批判的スタンス：「ありのままの世界は観察によって明らかにされ、存在しているものはそれが存在していると人間が知覚するものである」という考え方を批判するのが社会的構築主義者である。人間が世界を把握する際に用いられるカテゴリー（区分）は、実在するカテゴリーを反映するものではない。人間がある存在を認識し分類する際の境界線は本質的なものではないとみなす。

②知識の歴史的および文化的な特殊性：人間が世界を認識する際に用いる、カテゴリーや概念、境界線は歴史的・文化的に特殊なものである。あらゆる認識・理解の仕方が歴史的・文化的、そして社会的に相対的なものであり、それらを特定の歴史や文化の所産として考える。

③社会過程によって支えられる知識：ある時点で認められている世界の理解の仕方は、世界を客観的に観察して得られた結果ではなく、その時代・社会の中で生きている人と人との間の相互作用の所産である。その代表的なものが言語を用いた社会的相互作用（言語的コミュニケーション）である。

④相伴う知識と社会的行為：世界を理解するために構築されたカテゴリーが人間の社会的行為を規定する。たとえば、ある特定の行為を正常、それ以外の行為を異常とカテゴライズすることで、前者の行為が社会的に支持されることにつながっていく。

「事物」は人間の活動と独立して存在するのではなく、人間の社会的活動によって構築されるものである（①）。それが構築される過程では社会的・歴史的な影響を受ける、言い換えれば時代や社会によって構築のあり方は異なりうる（②と③）。構築された「事物」は人間社会の中で影響力を持つ（④）、最大公約数的な社会的構築主義の発想を整理すると以上のようになるだろう。

そして、ここでいう「事物」に何が含まれるのかという問いが、様々な社会的構築主義のバリエーションを展開させてきた。例えば、社会問題は人々のクレイム申し立て活動によって構築されるとする研究や、性差は社会的に構築されるとするフェミニズムの研究などが代表的な社会的構築主義のバリエーションである（具体的には、

中河　二〇〇一や上野編　二〇〇一参照）。

当然、メディア・コミュニケーション研究（マス・コミュニケーション研究）やジャーナリズム研究の領域でも、（マス・）メディアが伝える社会像（社会的事件・出来事）に対して、そのように自称することはなくても構築主義的な視座が展開されてきた。W・リップマンや、その議論を日本で発展させた藤竹暁などである（山口　二〇一八、五九-六〇参照）。ジャーナリズム研究や批判的コミュニケーション研究もまた、総じて「メディアが描く現実」をときに批判的、ときに理論的に論じてきた。(2)

もっとも、「メディアが描く現実（メディアがつくる現実）」が批判的に論じるのに値するものであったことが、皮肉にもこの分野における構築主義的視座の展開の可能性を狭めてきたことは否めない。つまり構築主義的視座を適用できる領域は、多様であるにもかかわらず、メディア・コミュニケーション研究は一部の領域にのみにその視座を適用していたという側面を否定できないのである。

この点に関して、筆者は従来の研究で焦点が当てられてきた「メディアがつくる現実」だけではなく、「メディアをめぐる現実」もまた構築主義的視座の対象になることを指摘してきた。具体的には、マス・メディアの活動（たとえばジャーナリズム活動）をめぐって解釈がなされ、そうした解釈が社会的に共有されることで、一種の現実（例えば「このメディア・コミュニケーションはジャーナリズムに値する」という現実）として構築されていく過程もまた研究の対象となりうることを示してきた（山口　二〇一八参照）。(3)

さて「マス・メディアの活動（マス・コミュニケーション、メディア・コミュニケーション）」とひとことで言っても、その「活動」に含まれるその要素は多様である。こうした過程について、かつてH・D・ラスウェルは**図1**のように五つの分析単位に分類している。

コミュニケーションのそれぞれの単位に関しては、次のようなかたちで解釈がなされ、現実が構築されている

図１　コミュニケーション過程における“単位”

コミュニケーション

①送り手 → ②情報内容 → ③メディア → ④受け手 → ⑤効果・影響

出典：H. D. ラスウェル 1948=1968、66 をもとにして筆者が図式化。

と考えられる（山口　二〇一八、二〇三–二〇六参照）。

①送り手：メディア・コミュニケーションの送り手、例えば新聞社やテレビ局などに関して構築される現実である。ニュースの中で取り上げられる場合だけではなく、テレビドラマの中で新聞やテレビが描かれる場合にも、こうした現実は構築されている。もちろん、そうして構築される現実が、マス・メディア企業の「実際」を反映したものになるとは限らない。

②情報内容：メディア・コミュニケーションでやり取りされる情報内容、例えば新聞記事やテレビ番組に関して構築される現実である。新聞の記事内容に関する解釈の一例としては「最近の新聞はこんなに重要な社会問題を報道していない」といったものがあるだろう。人々はそうした現実を構築しながらメディアに接しているのである。もちろん、それが新聞記事の「実際」を反映したものになるとは限らない。「新聞は報道していない」と批判された場合でも実際には報道されていた、人々はただそれを知らなかったということもありえる。

③メディア：情報の媒体であるメディアそのものに関して構築される現実である。現代社会の文脈にあてはめれば、例えば「新しいメディア」であるＳＮＳが「犯罪の温床」として解釈されたり、古いメディアである新聞が「教育的に有用なもの」として好意的に解釈されたりすることなどを挙げることができる。

④受け手：メディア・コミュニケーションの受け手、例えば読者や視聴者に関して構築される現実である。例えば、マス・メディアはある程度はその読者・視聴者を想定しながらコンテンツを制作するが、その際にはそうしたオーディエンスに関する現実が構築されているとみなすことができる。

⑤効果：情報を受容することによって情報の受け手や受け手が構成する社会がどう変化するのか

／しないのかに関して構築される現実である。マス・コミュニケーション研究では情報の効果・影響に着目した研究が行われてきたが、そうした学術的行為によらなくても人々は日常生活の中でもコミュニケーションの効果・影響に関して解釈をしながら生活している。例えば、「俗悪なテレビ番組」が未成年に対して与える「悪影響」について保護者の間で議論される際には、このような解釈がなされているはずである。

こうしたメディア・コミュニケーション過程に関する現実の構築過程への注目は、理論に過剰に依拠した机上の議論であるといえるかもしれない。しかし他の「現実」と同様、「コミュニケーション過程に課する現実」も構築されてときに社会性・歴史性を持つようになることで、場合によっては一種の〝神話化〟が行われることで、実際の社会においても無視できない影響力を持ちうる。これに関してはメディア史研究者の佐藤卓己が、以下のように述べている。

ナチ党のプロパガンダに一定の効果があったことは否定できないとしても、プロパガンダだけを絶対視するべきではない。それではプロパガンダで権力を奪取したというヒトラーの自己申告…（中略）…を鵜呑みにすることになる。もちろん、国民啓蒙宣伝大臣に就任したゲッベルスにとっても、プロパガンダの神話化は必要だった。それが第三帝国における宣伝省の地位を高めたからである。マス・コミュニケーションの学説史において、すでに乗り越えられた弾丸効果論が世間一般で根強く残っているのは「ナチ宣伝の神話」が今日なお残っているためだろう。（佐藤　二〇一九、三〇三―三〇四、中略部分はヒトラーの発言に関する言及、傍点は引用者）

学術的領域では繰り返し批判されてきた「弾丸効果論・モデル（「マス・メディアによって伝達された情報・刺激が、受け手の態度や行動の変化・反応を喚起する、弾丸のように受け手に直接到達するマス・メディアの強い効果を指摘

する理論・モデル）」[4]ではあるが、それ以外の社会の領域では、依然として信奉され「神話化」されている状況を佐藤は指摘しているのである。しかもこうしたマス・メディアの効果に対する解釈は、日常生活世界のみならず、政府の広報外交活動といった政治・行政の領域でも依然として存在しているという指摘がある[5]。「マス・メディアの影響力」に関して解釈・構築された現実は、しばしば社会においても影響を持ちうる。

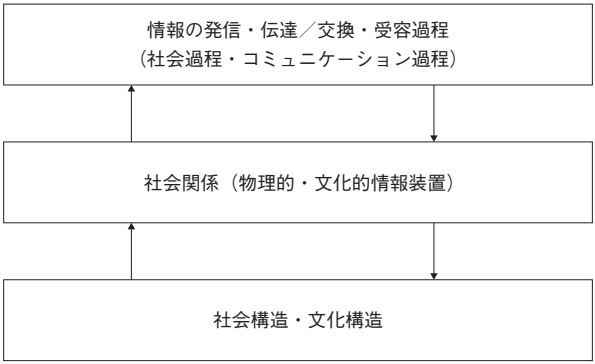
そもそも、マス・コミュニケーション研究においても「コミュニケーション効果に関する人々の解釈」に着目した研究は存在した。例えば「第三者効果（the third-person effect）仮説」という考え方がある。これは説得的なコミュニケーションの受け手となった者は、自分よりも他者の方がコミュニケーションの影響を受けやすい、すなわち「自分は影響を受けないが、他の者（第三者）は影響を受けるはずである」と認識し、その影響を受けていると解釈された他者に合わせて自分の行動を選ぶことでコミュニケーションの影響を受けているとみなされる。この種の研究では、「コミュニケーション効果に関する人々の解釈」が社会の中で影響力を持つことが指摘されている（Davidson 1983, 1参照）。コミュニケーション研究において「コミュニケーション過程に関する人々の解釈」に対する着目は皆無だったわけではないことがわかる。

コミュニケーション研究が人々の「解釈（とその社会的な共有によって構築される現実）」を研究対象に据えてきたことを考慮すれば、「コミュニケーション過程に関する人々の解釈」もまた研究対象になりうるし、様々な諸研究をそこに含めることができるのである。

2―2　社会構造と関連させたコミュニケーション過程の解釈

前節ではコミュニケーションに関する解釈について議論をする際、おもにその「過程」に関する解釈について言及した。しかし、コミュニケーション研究の領域では、コミュニケーションの社会過程としてのみをとらえる

図 2　コミュニケーションに関する「社会過程／社会関係／社会構造」の関連図式



出典：大石 2016、44–45 参照。もとは 2 つの図を筆者が統合して修正した。

ことの一面性が批判されてきた。

例えば、大石は社会におけるコミュニケーション過程を社会関係、社会構造と相互に影響を及ぼし合うものとして総合的にとらえている（大石　二〇一六、四三–五五頁、**図 2** も参照）。この図式は、コミュニケーション過程は社会の中で独立して社会関係や社会構造といった他の要素に影響を与えるだけではなく、逆にそうしたものからも影響を受け、規定されていることを示している。組織化・制度化された社会関係である社会構造や支配的な規範的価値観としての文化構造が社会の基底となり、それらに影響を受ける社会関係、ならびに物理的情報装置（コミュニケーション・メディアや交通機関など）、そして言語やコンテクストである文化的情報装置に規定されながらコミュニケーションはなされている、というモデルである。こうしたメディア・コミュニケーション過程を社会の中に位置付けながら、社会構造との関連で考察する研究は、批判的コミュニケーションの流れに位置付けることができる。

こうした批判的コミュニケーション研究の発想は前述した「コミュニケーション過程に関する解釈」に注目する議論をもより拡大させることになる。つまり、人々が行っている「コミュニケーションに関する解釈」についても、社会過程（コミュニケーション過程）

に限定されたものではなく、社会関係や社会構造まで拡大してとらえなければならないということである。

例えば「社会の既得権益者あるいはエリート層は、社会の成員や組織の要求に応じて情報装置や社会関係を部分的に入れ替えたり、あるいは変化させたりすることで、既存の社会構造・文化構造を安定させ、存続をはかろうとするのが一般的である。それにより、自らの支配的地位や既得権益を維持できるからである（大石　二〇一六、五五）」という批判的なコミュニケーション観は、必ずしも学術の領域でのみ主張されるものではない。現代社会においては、学術の領域で生み出された知識のうち一部は、高等教育や書籍などのメディアを通じて一般社会の領域にも普及・展開していく。「支配的な存在に規定されるメディア」という解釈の仕方も、ジャーナリズム批判やメディア批判といった時事評論の領域、さらにいえばＳＮＳにおける書き込みにも散見される内容である。(6)

もちろん、そうした領域で展開されている「社会構造にまで踏み込んだコミュニケーションの解釈」が学術的議論のように精緻化された概念が用いられ、その概念の用い方に論理的一貫性が保たれているかどうかは疑わしい。そしてそうした解釈が、コミュニケーションの「実際」を適切に反映したものであるかどうかも疑わしい。だが「実際」から乖離した「解釈」や「構築された現実」であっても、社会過程の中では良かれあしかれ影響力を持ちうるのである。

さらにこうしたコミュニケーションは、コミュニケーションの送り手だけにとどまらず、コミュニケーションの受け手、そのコミュニケーションを外から見ている第三者、そしてそれらの含む集団・社会によって解釈され、社会的な現実として構築されているのである。

2―3 「コミュニケーションに関する現実」に関する〝フレーム〟〝物語〟

コミュニケーションに関する解釈は、個人的なものにとどまらない。人々の解釈に焦点を当てる諸研究は、人々のそうした解釈を規定するものについて着目してきた。たとえば、アルフレッド・シュッツはその現象学的社会学の議論を展開する際に、「レリバンスと類型化の体系」という概念を用いている。シュッツによれば、解釈とは人々自ら有する解釈の枠組み（代表的なものは知識）を用いて、解釈対象である自らの体験・経験の特定の側面を際立たせ、それを類型的に認識することであり、さらにそうしたいくつかの類型的な認識の中から、どれがより有意で関連したものであるかを意識的・無意識的に判断することで解釈の範囲を限定的なものにしている。こうした類型化と有意性の判断という二つの段階を経て解釈が行われる。それを規定するものを「レリバンスと類型化の体系」とよんだ。そしてその体系を他者と共有しているために、ある人間の主観的な解釈は、間主観的に他者と共有されることになる（山口　二〇一八、四一―四二参照）。[7]

こうした「人々の解釈を規定するもの」への着目は、同様にニュース・メディアにおける解釈を着目するメディア・フレーム研究でもなされていて、例えばウィリアム・ギャムソンは、①文化的共鳴（Cultural Resonances）、②スポンサーからの影響、③メディア組織の実践からの影響、を挙げている。特に、①文化的共鳴に関しては、その社会において文化的伝統（その中にはその社会の中で受容されてきた小説や神話、民話も含む）となっているテーマと共鳴する言説や考え方は、そうではないものに比べて優位になりやすいとされる（Gamson 1989, 5–6 参照）。

ギャムソンのこうした考え方は、事件・出来事を解釈し意味づけるニュースという一種のコミュニケーションを規定する文化的文脈について言及したものであるが、これはほかの解釈行為、すなわち本稿の文脈でいえば、コミュニケーションを解釈しそれに関する現実を構築していく行為にも当然当てはまる。すなわち、コミュニ

ケーションの解釈の仕方の中にも類型化されたものがあって、そうした類型やその類型の用い方の中には社会的に共有されているものがあるということである。そしてそれらは文化的な伝統となって人々の行う解釈を規定している。それは例えばコミュニケーションの一種であるジャーナリズム（＝報道や論評をする行為、ないしその主体）を解釈する際にも、「マスゴミ」といったインターネット・スラング、他にも「第四権力（本来は第四階級（forth Estate）であるが、その転用（もしくは「誤用」）も含めて社会的遺産になっていることが興味深い）」、「番犬（watch dog）」、「警鐘機関」などのようにニュース論・ジャーナリズム論でも用いられている概念が多々存在している。特にこうした概念は「支配的な社会構造に規定されずに、それを批判するコミュニケーション（は「良きジャーナリズム」である）」という、社会構造との関係まで含んだコミュニケーションの解釈を提供している。(8)

もちろん、そこで構築される「解釈されたコミュニケーション」が〝実際〟と乖離している可能性があること、また特定の解釈が支配的になることで別の解釈が排除され、それがときに不可視化されうることは、コミュニケーションに関するほかの一般的議論と同様である。

3　「解釈されるコミュニケーション」の多面化・多様化

3―1　解釈主体から解釈対象になるメディアとコミュニケーション

前述したようにコミュニケーションに関する解釈を行う主体は多様に存在するが、もう一つ論じておかなければならないのは、メディア組織によるもの以外にも「解釈されるコミュニケーション」は多様に存在しているということである。そもそも対面的なものも含むコミュニケーションは、人々の日常生活においてなされているものであるが、さらにインターネットの普及によってメディア組織以外の主体が情報発信できるようになった一般

図 3　コミュニケーションにおける解釈主体・解釈対象の多様性と拡大

解釈されるもの／解釈主体	メディア組織による コミュニケーション	それ以外の主体による コミュニケーション
メディア組織	①	②
メディア組織以外	③	④

出典：山口 2018、185 をもとに修正

的事情を踏まえれば、「解釈されるコミュニケーション」の幅は一層拡大していると言える。

ここで便宜的に、コミュニケーションの解釈主体の多様化として「メディア組織」から「メディア組織以外へ」という（①から③へ）拡大の方向、解釈されるコミュニケーションの多様化として「メディア組織によるコミュニケーション」から「それ以外の主体によるコミュニケーション」へ（①から②へ）、という二つの拡大の方向があるとする（**図 3**、山口二〇一八、一八四―一八六参照）。

①メディア組織によるコミュニケーションがメディア組織によって解釈されている。ある特定のメディア組織（例えば『朝日新聞』）が自己言及的に自らのコミュニケーション（例えば報道）を解釈するときが該当する。また他のメディア組織（例えば同じ全国紙である『読売新聞』、もしくは雑誌媒体である週刊誌や総合誌など）によって解釈される場合もある。いずれにせよ、インターネット登場以前はこの部分が占める割合が相当大きかったはずである。

②メディア組織以外によるコミュニケーションがメディア組織によって解釈されている。例えばマス・メディアがインターネット上のコミュニケーションについて解釈する場合がここに該当する。SNS上でのコミュニケーションを批判したり賞賛したりする場合である。

③メディア組織によるコミュニケーションがメディア組織以外によって解釈されている。マス・メディアの報道がインターネット上で批判に晒される場合が該当する。マス・メディアの活動についての解釈がインターネット上で展開され、さらにはそうしたマス・メディアに関する現実を構築する際の主導権が、マス・メディアの側にあるとは言えない状況になっているのが現状である。

④メディア組織以外によるコミュニケーションがメディア組織以外によって解釈されている。現代社会において最も可視化が進んだのがこの部分である。それはマス・メディア等の既存メディアを用いずとも、人々はメディア・コミュニケーションが可能になったこと、そしてそうしたコミュニケーションに関する解釈についても、他者に向けて伝達し、共有することもできるようになったのである。

こうした「解釈されるコミュニケーション」が複数の方向で拡大したことは、それまで別々に存在していたとされる領域の混同・融合が見られる可能性が高いということでもある。マス・メディア企業が自社のサイトやアカウントで展開する論評も、芸能人が政治社会問題についての意見を自身のＳＮＳアカウントで表明することも、政治家がそうした問題についての取り組みを自身のアカウントで主張することも、そのどれもが「解釈されるコミュニケーション」であり、特に現代のデジタルかつマルチメディアな情報環境においてはその区別はより曖昧なものになっている。

ここで、前述した「コミュニケーションに関する解釈枠組み」が機能してくる。例えば、「良きコミュニケーション（としてのジャーナリズム）」という解釈を成立させるためにしばしば機能する「支配的な社会構造に規定されずに、それを批判するコミュニケーション」という枠組みは、メディア組織が行う報道・論評を解釈する際に用いられるだけではなく、例えば政治家によるコミュニケーションを解釈する際にも用いられる可能性があるということである。

例えば、伝統的ニュース・メディアが社会で果たすべき役割として、ジャーナリズム研究者の大井眞二は、グレヴィッチとブラムラーの議論に言及しながら、①現代的に重要な意味を持つ出来事や問題を伝えて政治的現実の真のイメージを提示すること、②公共的意見や言説の主な潮流を表象すること、③権力の腐敗濫用やスキャン

ダルを暴露すること、④市民の政治的利害を代表して発言すること、を挙げている（大井　二〇一八、一九参照）。これはニュース・メディアに関して主張される「ジャーナリズム（＝良きコミュニケーション）として解釈される枠組み」であるが、政治家、とくに野党政治家のコミュニケーションについてもしばしば適用される枠組みではないだろうか。コミュニケーションの解釈の枠組みは、政治の領域におけるコミュニケーションに対しても、メディアの領域におけるコミュニケーションに対しても共通して適用可能なものが存在することを考慮する必要がある。

3―2　領域を超えた解釈枠組みの共有

社会をさまざまな〝領域〟とその相互作用によって成立するとみなす発想はピエール・ブルデューの議論が代表的である。それを簡潔にまとめると以下のようになるだろう。社会は特定の論理が通用する諸領域で形成されており、それぞれの領域で活動する人は、その領域で社会化していく過程で、決まった考え方、振舞い方を習得していく。特に無意識下で機能するのがハビトゥスである。また特定の領域において活動していく際に「元手」となるものとしての資本がそれぞれの領域に応じて存在している。そして「何が資本として機能するか」は領域によって異なっている。言い換えれば領域に応じてなにが「モノをいう」かは異なる。(9)

これを踏まえて「政治のメディア化」と称される現代社会においては、メディアの領域で有効だった論理が他の領域にも浸透していっているとみなされる。大井によれば、ニュース・メディアの制度的特徴である「メディア・ロジック（メディアの論理）」はメディアの活動のルールに関わっているという。現代社会においては、社会の誰もが世界を認識し解釈する、そしてそれに基づいて行動する際には、メディア・ロジックに順応することが求められる。そして他の社会制度や領域にそうしたロジックが侵入していくという（大井　二〇一八、九―一〇参

照)。

もっともこうしたロジックについて、同じく社会のメディア化を論じたクドリーは、「政治はメディアから強く影響を受ける界(領域)である。だが、われわれはそれが様々な固有の形態を取ることを明らかにしてきた。すべての単一のメディアの論理として描くことは誤解を招きかねない。さらに、メディアの論理が政治界全体にたいして直線的な影響を与えると予想することも誤解である。複合的な競合が生じる界ではこうした直線的な影響は不可能である(クドリー　二〇一八、二四二-二四三、カッコ内引用者)」と指摘している。

現状、「(政治の)メディア化」と言った場合に想定される「メディアの論理」とは、「政策の議論よりも共感を集めるパフォーマンスが重視される(河崎　二〇一八、三九二)」、が挙げられている。もっともこれは前述のとおり、メディアの論理の一側面に過ぎないのである。

それぞれの領域にそれぞれの論理が存在しているということは、抽象的な議論としては可能であっても、具体的に何がそれであるかは事例研究を通じて明らかにしていく必要があるだろう。

ここで試論的に提示しておきたいのが、メディアの領域の中でもジャーナリズムの領域、そしてそこで「良きコミュニケーションである」と解釈されていく際の枠組みは、他の領域でも機能しているのではないかということである。例えば、通常、ジャーナリズムを論じる際には「権力を監視する番犬」として解釈されるメディア・コミュニケーションがジャーナリズムの役割として求められる(一例として小黒　二〇一八、八〇参照)。そこでは社会構造レベルにおける支配的存在(≒権力主体)からの影響を跳ねのけ、そうした存在にとって不利なコミュニケーションをすること、強大な権力主体に立ち向かうことが称揚されている。こうした枠組みは、ジャーナリズムの領域においては極めて一般的なものであり、こうした領域においては一つの重要な解釈の枠組みになっている。

だた、こうした解釈の枠組みが機能するのはメディアの領域にとどまらないのではないか。「メディア化する社会」の中では、こうしたジャーナリズムに関する論理が他の領域の中で用いられていくことを「メディア化」の一種として論じていく必要があるはずである。

4　結びに代えて――「コミュニケーションをめぐる現実構築」の事例研究に向けて――

本論では、構築主義的視座をメディア・コミュニケーション研究が従来想定してきた領域である「メディアがつくる現実（事件・出来事に関してメディアが構築する現実）」から以下のように拡大して適用するように議論してきた。

- 「メディアがつくる現実」だけではなく、「メディアをめぐる現実」へ
- 「送り手としてのメディアをめぐる現実」だけではなく、「コミュニケーション過程をめぐる現実」へ
- 「コミュニケーション過程をめぐる現実」だけではなく、「コミュニケーション過程と社会構造をめぐる現実」へ
- 「メディア組織によるコミュニケーションをめぐる現実」だけではなく、「それ以外の主体によるコミュニケーションをめぐる現実」へ

そのうえで、コミュニケーションをめぐる現実を構築する際に機能する解釈枠組みについて言及した。それは個人的なものではなく、間主観的に他者と共有されることで社会的な現実を構築する。ただし、これは社会一

般・全般的な規模で共有されているとは限らず、特定の集団や領域の中でのみ通用している場合がある。一方で、そうした特定の領域で機能している論理が、別の領域へと拡大してく可能性について「メディア化（メディア領域の論理が他領域へ拡大すること）」という概念を踏まえつつ、「ジャーナリズム」が構築される際に用いられる論理が他領域でも活用される可能性について応用的に言及してきた。

本論でこうした抽象的議論を展開してきたのは、筆者が「メディア化する政治」「メディアの論理を活用する政治家」をメディア史研究の文脈で研究しているからなのだが、以前、以下のような見解①と仮説②を提示したことがある（山口　二〇二〇、一四四参照）。

①ジャーナリズムとして「良きもの」とされる問題提起的・提唱的な報道であっても、そうした報道に内包される論理を政治の領域で転用する政治家は場合によっては批判すべき対象となる。

②昨今のメディアが政治的批判性を減退させている（ように見えるの）も、メディアが「ふがいない」からではなく、メディアの論理を転用する政治家に対して「政治の領域では異なる論理が必要である。メディアの論理はすべての領域で通用するわけではない」ということをメディア自身が認識できていないからではないか。そしてメディアの論理で活動する政治家を同じくメディアの論理で活動するメディアが批判できないのではないか。

今後はこうした問題意識に基づいて、ジャーナリズムの論理を転用する政治家のコミュニケーションを具体的に分析していくことが筆者にとっての課題となる。[10] それは、メディア・コミュニケーション研究に基づいて具体的な政治現象を論じなおすことでもあり、政治学とのつながりを取り戻し、結果として時代診断としてのメディア・コミュニケーション研究としての役割も果たすことにつながると考えている。

〔追記〕本研究はＪＳＰＳ科研費基盤研究（Ｂ）「近代日本の政治エリート輩出における『メディア経験』の総合的研究（20H04482・研究代表者 佐藤卓己）」の助成を受けたものである。

（1）ただしこうした特徴をまとめたバーも社会構築主義の視座を持つ者（社会的構築主義者）全員に共通する定義は存在しないと認めている（バー　一九九五＝一九九七、三参照）。社会問題研究における構築主義に関しても同様の指摘がある（中河　二〇〇一、四–八参照）。

（2）例えば、大石（一九九八、二〇〇五、二〇一四参照）は、公害・環境問題、戦争問題などの政治・社会問題に関するメディア報道を分析しているが、そこで対象とされているのはメディアによって構築された政治・社会問題のイメージ（としての現実）である。一方で、ジャーナリズムが社会から批判される現象についてものちに考察している（大石　二〇一七参照）。

（3）なお、こうしたコミュニケーションをめぐる現実に関しては、梅田（二〇一八）がルーマンの議論を参照しながら以下のような指摘をしている。

「マスメディアのリアリティ」とは、ジャーナリストという認識主体によって構成されるものではない。そうではなく、ジャーナリストや新聞社や放送局の人々や読者や視聴者といった複数の認識主体の間で、それらの認識主体から自律して成立するコミュニケーションにおいて構成されるものなのである。（梅田　二〇一八、九五）

送り手がどのような情報を「ニュース」や「広告」や「娯楽」として提示しているのか、また受け手がどのような情報を「ニュース」や「広告」や「娯楽」として理解しているのかということから出発したのである。（梅田　二〇一八、九七）

ここでいうマス・メディアのリアリティには送り手に関する現実だけにとどまらず、そうした送り手によって発信される情報、そして一連のコミュニケーション過程全般についても当てはまる。そしてコミュニケーションに関する意味付けがなされることで、そこに「ニュース（＝ジャーナリズム）」「広告」「娯楽」「教育」などの線引きが形成され構築されていくのである。

（4）この説明は大石　二〇一六（一〇四）を参照している。

（5）　例えば張はパブリック・ディプロマシーの効果を評価する際に、マス・コミュニケーション研究における「限定効果モデル」に依拠しながら「PD（パブリック・ディプロマシー）は対象である外国大衆の心理的環境に働きかけ、その態度を変えることができるが、外部環境の変化による影響を受け、対象の心理的環境が絶えず変化しているため、PDの効果は限定的である（張　二〇一九、三一–三二、カッコ内は引用者）」と指摘している。逆に言えばこうした指摘があるということは「弾丸効果論」における「プロパガンダ研究」の文脈でPDをとらえる人が一定数いることの裏返しであろう。

（6）　周知のように行為の考察において一般の人々の解釈に着目する理論は、社会学の歴史の中では一定程度の立場を占めてきた。そもそも社会学の始祖の一人であるマックス・ウェーバーも、ある行為が行為者自身にとってどのような意味を有しているのかが、そうした行為を説明する際に重要であると考え、理解社会学を展開してきたのである（早川編　二〇一二、三参照）。さらに人々の意味付けを、主観的なものに止めずに「視界の相互性の一般定立」に拡大してとらえ、そうした間主観的な意味構築が行為に与える影響に注目したのがアルフレッド・シュッツであった（同、九参照。なお、前述の参照部とこの参照部分の執筆者は浜日出夫である）。

（7）　ただし「レリバンスと類型化の体系」が言語化された知識のみであると言ってしまうのは問題があるように思われる。シュッツが音楽の研究をしていたことを踏まえると、非言語的、さらにはより身体的なレベルで「解釈を規定するもの」に目を向ける必要があり、例えばシュッツの文献の翻訳を行った西原和久もより発生論的な観点から現象学的社会学をとらえている（西原　二〇〇三参照）。

（8）　「マスゴミ」というメディア批判のスラングにも「マス・メディアは（本当の）権力の監視をしなければならないのにそうしていない」というニュアンスが含まれていると思われる。ただしそこで「（本当の）権力」とされているものが、一般的には権力とされる「国家・政府」であるとは限らない。

（9）　この部分のブルデューの議論に関しては磯（二〇〇九）を参考にしている。

（10）　具体的には、朝日新聞記者出身で「新自由クラブ」の立ち上げに貢献した田川誠一の活動についてメディア史的アプローチでの研究を進めている。彼のジャーナリズム観と政治観の相同について文献調査を行っている。

引用・参考文献

ヴィヴィアン・バー著、田中一彦訳　一九九五＝一九九七『社会的構築主義への招待』川島書店。
張雪斌　二〇一九『日本と中国のパブリック・ディプロマシー』ミネルヴァ書房。
ニック・クドリー著、山口仁訳　二〇一二＝二〇一八「メディアと変容する資本・権威」、ニック・クドリー著、山腰修三監訳『メディア・社会・世界』慶應義塾大学出版会、二二一―二五六頁。
Davidson, P., 1983, The Third-Person Effect in Communication, *Public Opinion Quarterly* 47(1), 1–15.
Gamson, W., 1989, Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power, *American Journal of Sociology*, 95(1), 1–37.
早川洋行編　二〇一二『よくわかる社会学史』ミネルヴァ書房。
磯直樹　二〇〇八「ブルデューにおける界概念」『ソシオロジ』第五三巻第一号、三七―五三頁。
河崎吉紀　二〇一八「あとがき」河崎吉紀・佐藤卓己編『近代日本のメディア議員』創元社、三九一―三九九頁。
ハロルド・ラスウェル著、本間康平訳　一九四八＝一九六八「社会におけるコミュニケーションの構造と機能」W．シュラム編、学習院大学社会学研究室訳『新版　マス・コミュニケーション』東京創元社、六六―八一頁。
中河伸俊　二〇〇一「Is Constructionism Here to Stay?」中河伸俊・北澤毅・土井隆義編『社会構築主義のスペクトラム』ナカニシヤ出版、三―二四頁。
西原和久　二〇〇三『自己と社会』新泉社。
大井眞二　二〇一八「メディア化時代のジャーナリズム」大井眞二・田村紀雄・鈴木雄雅編『現代ジャーナリズムを学ぶ人のために〔第二版〕』世界思想社、一―二二頁。
大石裕　一九九八『政治コミュニケーション』勁草書房。
――　二〇〇五『ジャーナリズムとメディア言説』勁草書房。
――　二〇一四『メディアの中の政治』勁草書房。
――　二〇一六『コミュニケーション研究　第四版』慶應義塾大学出版会。
――　二〇一七『批判する／批判されるジャーナリズム』慶應義塾大学出版会。

小黒純　二〇一八「取材と報道」大井眞二・田村紀雄・鈴木雄雅編『現代ジャーナリズムを学ぶ人のために〔第二版〕』世界思想社、七二―九〇頁。
佐藤卓己　二〇一九「解題『ファシスト的公共性』を体現した古典」セルゲイ・チャコティン著、佐藤卓己訳『大衆の強奪』創元社、二七九―三〇五頁。
上野千鶴子編　二〇〇一『構築主義とは何か』勁草書房。
山口仁　二〇一八『メディアがつくる現実、メディアをめぐる現実』勁草書房。
――――二〇二〇「ジャーナリズム研究の構築に必要な視座　佐藤卓己・河崎吉紀編『近代の本のメディア議員』の書評に代えて」『京都メディア史研究年報』第六号、一三三―一四五頁。
梅田拓也　二〇一八「社会理論とメディア研究：ニクラス・ルーマンのマスメディア理論の再解釈」『マス・コミュニケーション研究』第九二号、八七―一〇四頁。