

想像力と創造力で社会を変える  
未来を切り開く力を学ぼう



## 目次

# 第14回 メディア物質性・歴史性とメディア社会の構造

# 第14回 メディア物質性・歴史性とメディア社会の構造



## ❖ 目次

### 第1節 メディアの物質性・歴史性

- ・ メディアの物質性
- ・ メディアの歴史性
- ・ サウンドと身体的なパフォーマンス
- ・ 声の文化
- ・ 文字の文化、写本の文化
- ・ 印刷文化
- ・ 写真
- ・ ラジオ
- ・ 映画
- ・ テレビ
- ・ インターネット

# 第14回 メディア物質性・歴史性とメディア社会の構造



## ❖ 目次

### 第2節 メディア社会の構造

- ・ メディアへの政治経済学的アプローチ
- ・ メディア社会を数量的に
- ・ 新聞・雑誌の産業と読者
- ・ 映画産業の変化と観客
- ・ テレビ産業の特徴とオーディエンス
- ・ サブカルチャーのエコノミー：マンガ、アニメ、ファン・カルチャー
- ・ インタネットとネット文化

# 復習

- 1) コミュニケーションの2段階の流れ
- 2) 議題設定機能

1 1. 沈黙の螺旋

1 2. エンコーディング／ディコーディング

9. (9) キャントリル『火星人からの侵入』

(A) 1940 年のアメリカ大統領選挙におけるマスメディアの効果を解明しようとした E. カツツと P.F. ラザースフェルドの調査研究について、この研究の歴史的背景、成果、その 後の学説上の影響を論じなさい。

# 第14回

## 第1節メディアの物質性・歴史性

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

### メディアの物質性

- メディアの情報性と物質性：新聞を巡って

例えば、毎日ニュースを伝えてくれる新聞は、紙とインクという「物質」である。

- スケール、ペース、パターン

スケール：範囲。出来事に关心を持ち、今こここの生活の範囲（スケール）を想像世界の中で拡大させていく。新聞によって社会に持ち込まれた独特の「スケール」である。

ペース：進みぐあい。毎日のように私たちが知るべき大事なでき事が必ず新聞紙の枚数分だけはあり、これが新聞のもたらした近代社会のせわしい時間感覚「ペース」であろう。

パターン：見出しの大きな文字をサーチすることで全体を把握しつつそこから興味のある記事を拾い出し、小さな活字で読むようとする。

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

### メディアの歴史性

- メディアの今を過去から問う

あらゆるメディアには起源があり、変化があり、栄枯盛衰（えいこせいすい）がある。メディアは常に変化しつつあるけど、人はしばしば自分が体験してきたメディアの在り方をごく普通の常識だと考える。



浮世絵（うきよえ）100年以上の歴史がある現在美術品としている。

携帯電話のように最近10年ほどの間に急速に広がっている。



### ▶ 問題意識

なぜその時点でそうなったのか、それからどう変化したのか、その変化はなぜ起きたのかという問いかけであり、そしてそこから見えてくる現代と未来のメディアのあり方への新たな展望なのである。

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

### ・歴史性—歴史的研究の資料

文献資料を調査する。これには直接的資料（一次資料）と間接的資料（二次資料）がある。

印刷メディアの場合には、紙などに印刷された現資料；ラジオやテレビ、映画などの場合には、画像や音声を記録した媒体が中心的な直接資料で、また、そのメディアの作成や享受に直接関わった人が当時残した文書なども重要な一次資料である。

これに対して、メディア関係者の回想録や社史、またメディアに関するエッセイや研究論文などは二次資料である。

テーマを確定するには、まず、間接的資料の中から自分の関心や疑問に近いと思われる領域の概説書と先行研究を読むべきである。先行文献ない場合、一次資料に接する。例えば、テレビCMを研究する場合、CM録画が必要である。

#### ► 研究方法

資料発見、価値判断、整理保存、整備蓄積、メディアの歴史的研究の一環である。

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

### ・歴史性—メディアにおける2つの日付

①作成された生産された日付

②それを読者や視聴者が接触し享受した日付。

➤ 日付を意識しておくべき問題意識、アプローチの方向の区別とする違う意識

#### ①送り手視点

日刊、週刊、月刊生産間隔の定期性；改編の場合、生産周期を前提として原資料の日付を考察すべきである。さらに、検閲や法制度がメディアを規制し、当時生産コストや輸送技術、景気、思想や、文体の状況などを歴史的な規定要素。

#### ②オーディエンス側視点

消費の起点であり、メディアが受け手に対して働きかけを始めた時点を指す。従って、受けての関心や印象、理解、行動、教養、性別や年齢、社会階層、民族や宗教、習慣、あるいは、消費当時の思想、流行、政治などにメディアがどのように影響を与えたかという点が考察の中心となる。

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

### ・歴史性—メディアの変化を読み取る方法

メディアの歴史性は、時系列的な変化となって現れる。例えば、発行部数や売上高の増減、キーワードの交替、イメージの変遷、読者層や視聴者層の変化、組織の変化、制度の改発など、メディアの変化を示す指標は、研究テーマに応じて、事実に基づいて実証的に見出す。

データ入手方法：既存資料の入手と独自に内容分析や質問票による調査などで調べる。時系列的な変化を文献や資料やデータから探し出すとき、読み取る方法：

第1に、メディアの変化をどれぐらいの幅の単位で考えるかという点である。テーマに沿って意味のある区切りが必要である。

第2に、類似現象との比較である。例えば、ある事件報道の影響を考える時も、それ以前の類似事件の報道と比較すると、共通の問題と個別的な特徴が区別できる。

第3に、対象としている変化の原因、あるいは結果と考えられる事項との関連性である。例えば、郵便の取扱量が現象理由は、電子メールの使用、携帯電話の普及など複数挙げられる。

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

### ・歴史性—メディアの変化を読み取る方法

このような基礎の上に、仮説としてたてる。仮説内容はメディア歴史性の考察には典型的な視点：

- ・成功衰退の興亡史観点
- ・政治言論史、ジャーナリズム史、地域や世帯などの特定集団の文化史
- ・繰り返されるパターンとしてのメディア現象を問題とする視点（ジェンダー、人間問題、俗悪メディアなど）
- ・グローバル化、科学技術史、文明史など大規模な社会変動の一環、あるいはその重要な鍵としてメディアを位置付けを論ずる観点

## ・メディアの系譜学

- ・ 1定義: メディアや文化の諸領域を対象とするある種の歴史的研究を「系譜学」と呼ぶことがある。
- ・ 2「系譜学」の本来の意味: 家系を明らかにすることであり、その目的は、現時の宗教的権威や政治的権力を血筋によって正当化することである場合が多い。
- ・ 3フーコーの「系譜学」
- ・



ミシェル・フーコー（1926–1984）フランス哲学者

米歇尔·福柯

1960年代の終わり、「狂気の歴史」（1961）、「言葉と物」（1966）に至る自著への質問や批判に応答する際に、「考古学」という名を与えて理論化した。1970年代、ニーチェの「道徳の系譜」から「系譜学」の名称を引き継ぎ、近代社会の「知と権利」の関係を暴き出すという点で、「監獄の誕生」（1975年）を著作した。

## ・メディアの系譜学

- ・ 4ジル・ドゥルーズ(法国福柯研究专家勒维尔(Judith Revel)) がフーコーの「監獄の誕生」を次のように素晴らしい圧縮整理した：
- ・ 近代社会は、一方で違法行為を処罰する法律上の理論と実践を整備し、他方で受刑者の身体を監禁する施設に関する理論と実践を洗練させてきたが、**これらの法(知の言説編成)と施設(身体に対する規律訓練的な権力行使)**は、**それぞれ相互に独立した経緯や倫理によって形成され、それぞれ固有の秩序を持つ。**要するに、私たちが知っていることと行っていることとの関係は少しも整合的ではないのである。「我々が認知する物および我々がそれであるところのものの根にあるのは、真理と存在ではなくて、偶発事の外在性である」。すなわち、「系譜学」は「人が不動だと認めていたものを危うくさせ、人が単一だと考えていたものを断片化する。人がそれ自体と合致していると思っていたものの異質性を示すのである」。



ジル・ドゥルーズ（1925–1995）フランス哲学者  
**吉尔·德勒兹**

20世紀のフランス現代哲学を代表する哲学者の一人であり、ジャック・デリダなどとともにポスト構造主義の時代を代表する哲学者とされる。

## ・メディアの系譜学

- ・ 5メディア研究領域で具体的な形について
- ・ 映画：映画が「マスメディア」とみなされるようになったのは第2次世界大戦期のアメリカにおいてであった。映画を「マスコミュニケーションメディア」として認識する諸言説の編制と、映画を「心理戦」（つまりプロパガンダ）の道具として利用する諸実戦の組織化との関係は、決して統一的でも整合的でもなかった。映画を「マスメディア」とみなす新しい知と権力の秩序が形成されるようになる。
- ・ 具体的に言うと、「フィルム・ノワール」（film noir）は「暗黒映画」、映画批判や映画研究の領域で用いられる1つの記号である。
- ・ →20世紀半ば以降の映画文化の歴史的転換とポストモダンの問題について意識を深める
- ・ 「フィルム・ノワール」という記号が5つ出現の場：
- ・ ①フランス（1938-1939）②フランス（1946-1949）③フランス（1955）④アメリカ（1970-1980）⑤アメリカその他（1980年代半ば～）
- ・ →「系譜学」グレーゾーンと危険（批判する対象の大きさや重さに応じてそれなりの危険を引き受ける覚悟が必要）

- ・メディアの系譜学

## 関連論文の事例

- 「福柯理论视角下网络媒体中的权力关系及博弈研究」
- 「福柯话语权理论视野下电影《疯狂动物城》的另类解读」

# 第14回

## 第1節メディアの物質性・歴史性

### サウンドと身体的パフォーマンス

- サウンドスケープ (soundscape-声音景观)

→音の風景という意味である。

サウンドスケープとは、1960年代終わりに、カナダの作曲家マリー・シェーファーによって提唱された概念で「音風景」、「音景」などと訳される。風景には音が欠かせないという考え方で、そこからサウンドスケープデザインが生まれた。

実例：知る区ロード「みみのオアシス」 東京都杉並区



# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

### サウンドと身体的パフォーマンス

- **フロー理論 (flow) :**

ダンスや音楽の経験が言語化される際に主客合一の感覚を分析するアプローチを行った理論である。

フローとは：

内発的に動機づけられた自己の没入感覚を伴う楽しい経験を指し、フロー状態にあるとき、人は高いレベルの集中力を示し、楽しさ、満足感、状況のコントロール感、自尊感情の高まりなどを経験する。

フロー理論 (flow) とは：

人間がフロー (Flow) という経験を通してより複雑な能力や技能を持った人間へと成長していく過程を理論化した「人間発達のモデル」であり、「モチベーションの理論」である。

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

## ・サウンドと身体的パフォーマンス

身体論を展開したマルセルモース (Marcel Mauss、1872年5月10日 - 1950年2月10日)は、フランスの社会学者、文化人類学者。身体技法とは、身体そのものを道具として、ある目的のために使うための方  
法のことである。

- ・ 暗黙知（Tacit knowledge、隠性知识）とは、経験的に使っている知識だが簡単に言葉で説明できない知識のことで、経験知と身体知の中に含まれている概念。マイケル・ポランニー（Michael Polanyi, 1891年3月11日 - 1976年2月22日、ハンガリー出身のユダヤ系ハンガリーリー物理化学者・社会科学者・科学哲学者）が命名。

## 正当周辺参加論

- ・共通の時空間で実践を行う共同体（実践コミュニティ）に個々の人間が参加していくと言  
う徒弟制的な過程として、学習を捉える。

## 合法的边缘性参与 (legitimate peripheral participation)

所谓合法，是指实践共同体中的各方都愿意接受新来的不够资格的人成为共同体中的一员；所谓边缘，是指学习者开始只能围绕重要的成员转，做一些外围的工作，然后随着技能的增长，才被允许做重要的工作，进入圈子的核心；学徒（apprenticeship），也就是采用师傅带徒弟的方法进行学习。

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

### ・声の文化ー「声」と「文字」の連動から見えるメディア文化

声の文化（Orality）とは、話し手と聞き手がコンテクスト（時間と空間）を共有する反面、文字の文化（Literacy）のように記録を残せないため、「記憶しやすい型に基づいた思考」をしなければならない。共同で、反復的な思考様式が中心的だったと言う。

文字の文化は、記録を残しやすいため、反復や紋切り型は避け、表現の言い換えと線的に進展する思考が中心的となった。時間と空間などのコンテクストを共有していない。内容的で分析的な思考様式が中心となる。

ウォルター・オング（Walter Jackson Ong, Jr.）、1912—2003、アメリカの哲学者、文化史家。オングが提供した歴史図式：「声の文化」→「文字の文化」→「電子メディアの文化」と時代変遷でメディアの歴史を理解する傾向がある。共同で反復的な思考様式→分析的で直線的な单線的な「思考

これを応援したマクルーハンは、テレビに代表される電子メディアの出現に声の文化の復元を見て、「グローバル・ヴィレッジ」（地球共同体）を予言した。

間メディア（それぞれのメディアがとり結ぶ関連性）の状況における声と文字

例えば：声のメディアだったはずの携帯電話で声よりも文字のコミュニケーションを好む日本人

【補足】間メディアをめぐる研究著作の紹介

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

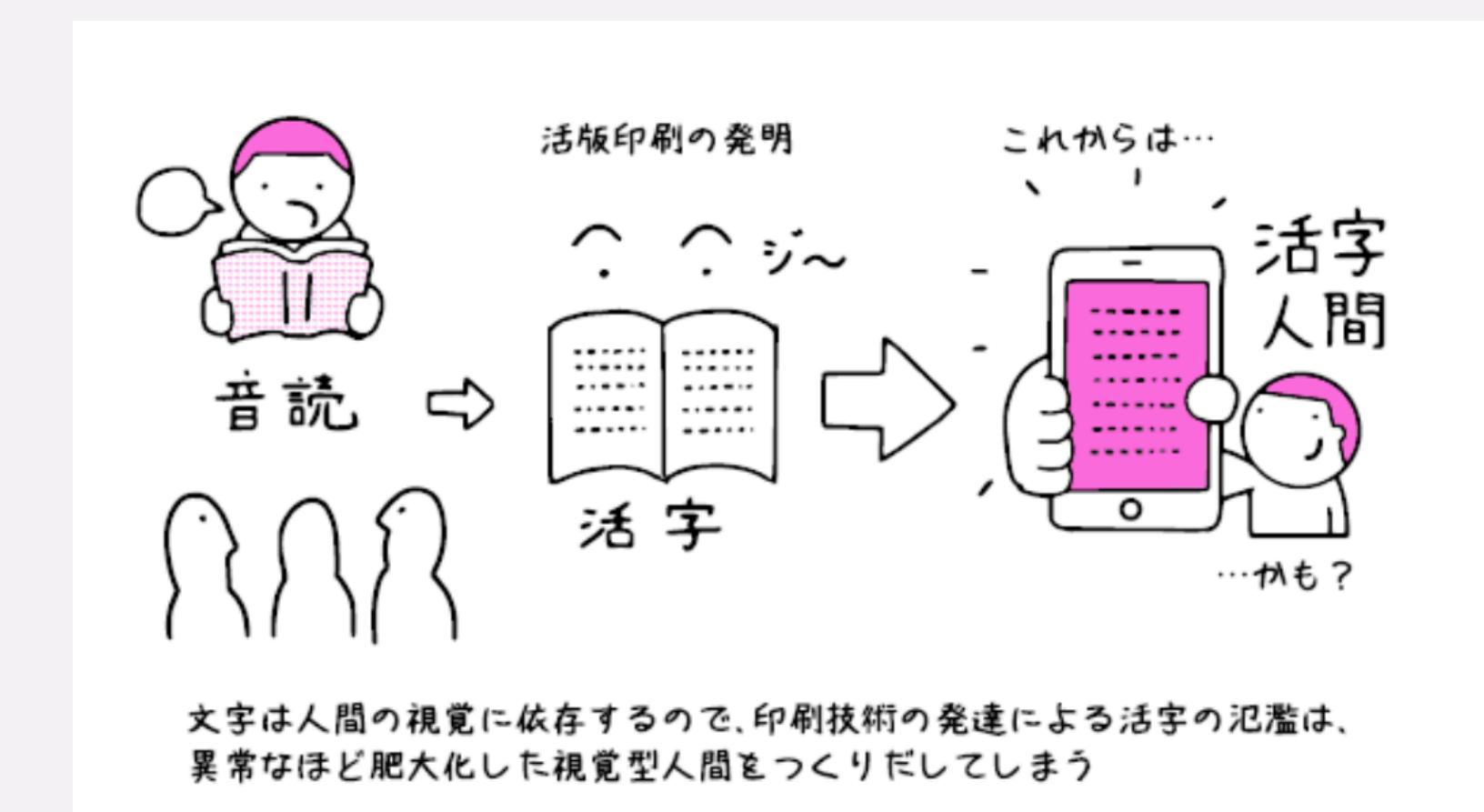
### ・声の文化ー「声」と「文字」の連動から見えるメディア文化

グローバル・ヴィレッジ：

地球村。世界のグローバル化によって、地球全体がひとつの村のように緊密な関係をもつようになったという主張のこと；マクルーハンによれば、電子的なマスメディア（ラジオ、テレビ等にはじまる）によって、それまで人々がコミュニケーションをおこなう障壁になっていた時間と空間の限界が取り払われ、地球規模で対話し、生活できるようになった。この意味で、電子的マスメディアによって地球全土がひとつの村に変貌した。

『ゲーテンベルクの銀河系』(1962年)/ 古騰堡星系

麦克鲁汉以其博学的艺术和历史知识，分析了西方文明从口语、手抄书到印刷术出现时期，人类如何从听觉文化过度至视觉文化，以及印刷术最后如何促成人类意识的同质性、民族主义，以及个人主义的诞生。



# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

- 文字の文化、写本の文化
- 1 文字の文化
- 文字は言葉と結びついて意味を表す記号である。

文字文化の諸性質：コミュニケーションを記録・保管し、再利用可能、地理的・時間的に離れた相手とも言葉を共有し、思考の外化、経験の再編成；文字文化において、状況から対象を切り出して分析的かつ批判的な検討を加える抽象的な思考様式が可能取り、文字文化を担う学者なのだ。

- 2 写本（手稿、手抄本）と複製技術

書字とは聴覚的な行為であり、書き言葉とは話し言葉の物象化である。支持体とは、文字が刻まれ、保持するための物質的基盤のことだ（例えば：壁、岩、紙など）。支持体に刻印される文字ないしテクストは、早くから複製の対象とされてきた。ベンヤミンによると、あらゆる芸術作品は原則として常に複製可能だった。印刷術以前、複製は人力によってなされるもので、写本である。11世紀以降、大学で、知の生産・流通・管理を担う主要機関につき、写本文化が成立していた。

- 3 電子時代の文字文化

マクルーハン：複製技術がごくん分裂、視覚のみ卓越；電子化された書き言葉は無限に複製可能隣、電子的な文字とは、キーをタイプしてうつと言う直接性を排除した形で、複合域である。

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

### • 印刷文化

#### 1 活版印刷術

- クーテンベルク（古騰堡）ヨーロッパ金属活字による印刷術の発明者。



#### 2 印刷革命と想像の共同体

- 活版印刷の普及は、ほんの生産量と社会に流通する知識量を増大させる一方、出版に要する労働量を以前よりも軽減した。知識普遍化。
- 印刷文化の推進器－資本主義

出版資本主義形成、史上最初マスメディア産業仕立て上げた。違う文化と民族を持つ人々を結びつけ、自らを「国民」と言う「共同体」に帰属する一員として想像するようになり、このような意識が国民国家の形成へと繋がってゆく。

#### 3 ポスト・グーテンベルク銀河系

- マクルーハンは印刷文化の感覚世界を「グーテンベルク銀河系」と読んだ。
- 印刷術はその以前の人間の経験と精神態度を根底から変化させた。
- 五感分裂、視覚のみ卓越

グーテンベルクの銀河系  
活字人間の形成  
M.マクルーハン



# 印刷メディアと想像の共同体

## ■印刷メディアの登場

- 15世紀に入るとドイツの発明家であるヨハネス・グーテンベルクが活版印刷技術
- 16世紀には新聞の原型
- 17世紀には定期刊行物
- 18世紀に新聞・雑誌・書籍
- 19世紀に大衆向け印刷物 → マスマディアの誕生

口頭伝承→写本→印刷・出版

# 印刷メディアと想像の共同体

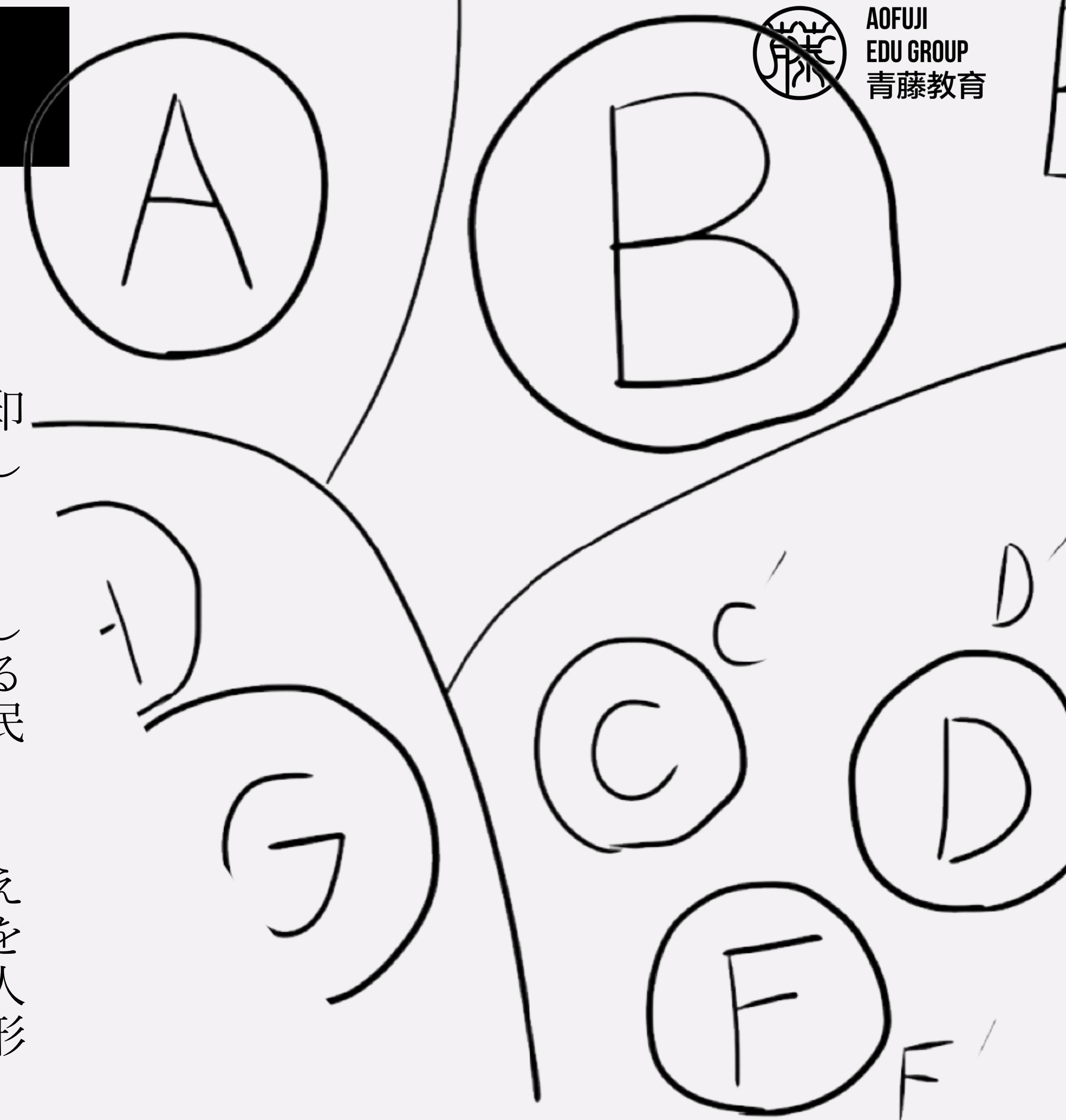
## ■想像の共同体

- ・アメリカの政治学者であるベネディクト・アンダーソン（本尼迪克特・安德森）の著書『想像の共同体』
- ・「想像の共同体」とは、端的に言ってしまえば「国民」のことです。ここでいう共同体とは人々のことであり、想像の人々≡国民となるわけです。

# 印刷メディアと想像の共同体

## ■印刷メディアと想像の共同体

- ・ラテン語でしか書かれていない当時の聖書を印刷し、さらにドイツ語を初め、多言語化しました。ヨーロッパ事情
- ・自分たちのいる地域に配られるメディアを通して、よその地域との差をイメージ（想像）するようになり、このイメージがもとになつて国民という感覚が生まれるのであります。
- ・明治政府の誕生は日本という国の誕生ともいえます。江戸の言葉を日本語として定め、学校を建てて国語教育を行いました。日本国・日本人という想像の共同体は外国という脅威により形成されたというわけです。



# 印刷メディアと想像の共同体

## ■まとめ

➤想像の共同体とは・・・

私達の頭の中にある「国民」という概念。ナショナリズムの起源。

• ヨーロッパにおける写本と大量印刷の違い・・・

■写本=ラテン語←エリート層しか読めない=大衆向けではなく大量印刷の必要性がありません。

■大量印刷=現地語←一般大衆が読める=大勢に読んでもらうための大量印刷。皆が読める言葉が必要になります。

• 大量印刷がもたらした社会の変化・・・

印刷メディア（マスメディア）が同じ言葉を使う人同士のつながりを生み出し、それが想像の共同体（国や国民という概念）を作り出すに至っているのです。

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

- 写真というメディア

### 1 記録と複製

- 写真の2つの機能：「記録」「複製」；
- 「記録性」写真：結婚式、卒業式、旅行など；明証性ある；
- 「複製性」写真：看板美味しそうな料理写真、アイドル水着写真など；記録性なし、大量に複製可能、歡喜させられるのは特定の時空こうに存在しない空虚な記号への欲望だろう。

### 2 ヴァナキュラー写真（風土、郷土、乡情）とノスタルジー（怀旧）写真

- ヴァナキュラー写真：イコン性（代替物）帶びている家族写真、恋人写真など、記録よりも家族や恋人のイコンとしての役割を果たしている。
- ノスタルジー写真：大量複製写真は年月が経って「記録」としての価値を帶びていく。

### 3 写真のメディア政治学

- 「記録」性と「複製」性とを往還させながら、ある特定の社会の中で大きな政治的役割を果たすことがある。
- 例えば：戦前明治天皇の肖像写真は学校に配布され、超越的価値を共有させた「複製」写真だった。

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

- ラジオというメディア

### 1 歴史的価値

- 世界最初のラジオ放送局は、アメリカ・ピッツバーグ（匹茲堡）市の民間放送局KDKA、1920年開局；当時日本でも、一部の無線愛好者や新聞社などがラジオの実践放送に着手していた。
- 1923年イギリスの公共放送BBCが誕生；
- 日本1959年「皇太子御成婚」中継を見るというラジオからテレビへと移っていった時代だった。
- ラジオ時代に形成された番組制作の方法やオーディエンスの聞き方など「放送メディアの在り方」が、今日のテレビの時代の原型となった歴史がある。例えば、スポーツ番組、連続ドラマなど；

### 2 社会的価値

- 地震情報を伝える重要な伝達手段；1960年代以降、若者と音楽を結びつけ、ハガキを話題に即興でトークを展開する「深夜放送」；

### 3 デジタル時代の「声のメディア」とするラジオ

- 1990年代、若者がネットに移行し、「ラジオ深夜便利」（NHK,1990）のような高齢者聴取者を主とした深夜放送も誕生；

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

- 映画というメディア

### 1 映画の起源

テクノロジーの作動を見せようとしたのであった映画は、映像の意味内容を伝えたかったわけではない。つまり、ここであ、メディア介して何かのメッセージが伝達されるような文化的なコミュニケーションが成立していなかった。1895年、世界最初の有料公開上映会だった；

### 2 メディアとしての映画

映画が大衆的なメディア文化として成立するのは1910年代だった。

チャップリンらのスラップスティックコメディが世界中で爆発的な人気を獲得するようになることがきっかけだった。

映画のメディア性は様々な形で分析の対象となる。例えば、ハリウッド映画が消費生活へと誘引した；第2次世界大戦プロパガンダ映画；

他国の国民性を明らかにしようとする映画の大衆心理学の展開；

### 3 ブロックバスター映画 (blockbuster, 大片)

テレビによる大規模な前宣伝、大規模なスクリーン数による上映、

関連キャラクターグッズの製作と販売、テレビゲームや

テーマパークとの連携など、新しい娯楽産業のコンテンツへと変貌した。



フランス映画発明者：  
リュミエール兄弟

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

### ・テレビというメディア

#### 1 記号としてのテレビ

テレビについて語ることは、現実世界について語ることとほとんど区別できないのだ；「あなたが現実と思って見ているものは、作られた記号に過ぎないのですよ」とテレビ研究する者は言う；例えば：911テロ事件

#### 2 テレビという現実

例えば、「あいのり」(1999年～)という恋愛観察番組に、実際7組ものカップルが結婚してしまった。現実に体験できない恋愛をテレビ・メディアの力を利用して恋愛という現実をなんとか形作るという倒錯的自体が起きている。

一方でテレビが現実の中に飲み込まれ、他方で現実がテレビの中に組み込まれている；

# 第14回

## 第1節 メディアの物質性・歴史性

- ・ インターネット

### 1 インターネットの用途

- ・ 揭示板、ブログ、ソーシャル・ネットワーキング、・サービス(SNS)、メール、チャット、動画、アップロード、ネット・オークション、オンラインショッピング、ネットバンキング、コンピュータや関連機器の制御。

- ・ 2 インターネットの研究課題

情報ネットワークによる人と人のつながりのあり方、このつながりを意識するところに生じる共同体意識や帰属意識、そして、実質的な連帯の生成；

社会運動や文化運動成立の基盤となる場

既存コミュニケーション・チャンネル並びに、それによって成立していたコミュニティを破壊する点；

# 第14回

## 第2節 メディア社会の構造

# 第14回

## 第2節 メディア社会の構造

- ・メディアへの政治経済学的アプローチ
- ・メディア社会を数量的に
- ・新聞・雑誌の産業と読者
- ・映画産業の変化と観客
- ・テレビ産業の特徴とオーディエンス
- ・サブカルチャーのエコノミー：マンガ、アニメ、ファン・カルチャー
- ・インターネットとネット文化

# 第14回

## 第2節メディア社会の構造

### 1 政治経済学的アプローチとは何か

観点：

メディアを単なるツールとして、もしくは表象として扱うだけでなく、それを社会的な制度の1つとして考えてみることは重要である。メディアは様々な権力の関係の中で、もしくは産業構造の中で、もしくは歴史的な文脈の中で生産され、流通し、消費されていくという観点からメディアについて見るための方法論が「政治経済学的アプローチ」である。

定義：

政治経済学的アプローチは、「文化産業が産業としてどのように運営されているのか」という点と、「消費上の選択がより広い経済的配置の中の各人の位置によって構造化される仕方」を明らかにし、メディア・コミュニケーションの生産・分配・消費の問題を歴史的な観点から分析することによって、より多くの人々にとって平等な方向へと社会を変革しようとする社会道徳の観点から練り上げられてきた研究である。

# 第14回

## 第2節メディア社会の構造

### 2 政治経済とメディア・コミュニケーション

政治経済学的なアプローチによる分析において、メディア・コミュニケーションの働きは、常に政治的な権力作用および様々な経済活動に関係していると前提されてきた。

# 第14回

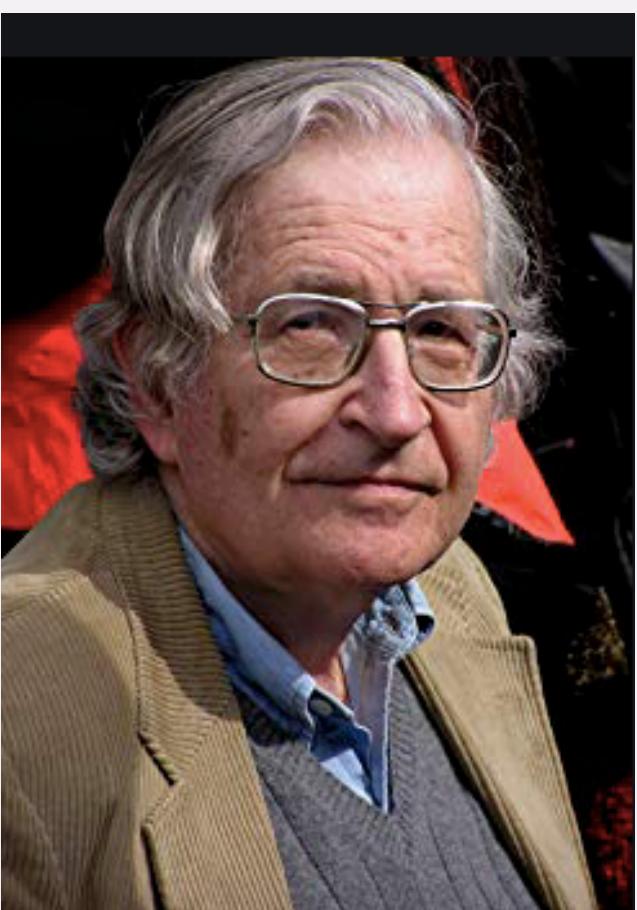
## 第2節メディア社会の構造

### 3分析モデル：プロパガンダ・モデルと知識/権力

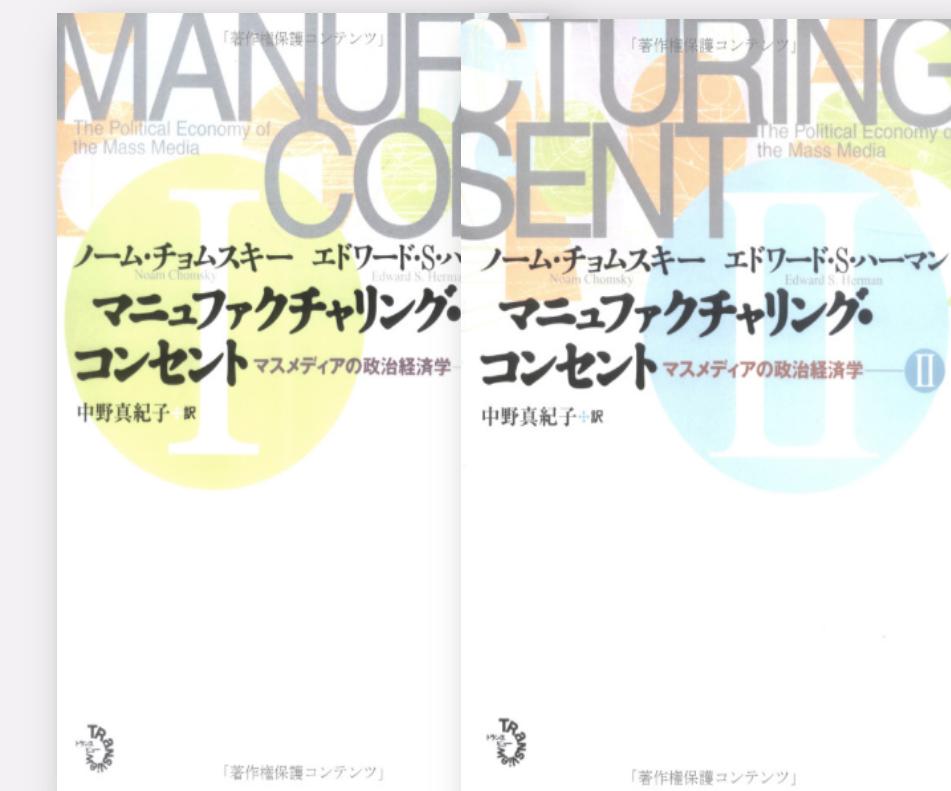
- プロパガンダ・モデル

『マニュファクチャリング・コンセント マスメディアの政治経済学』 I・II  
(ノーム・チョムスキー、エドワード・S・ハーマン著)

英語名：「Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media」

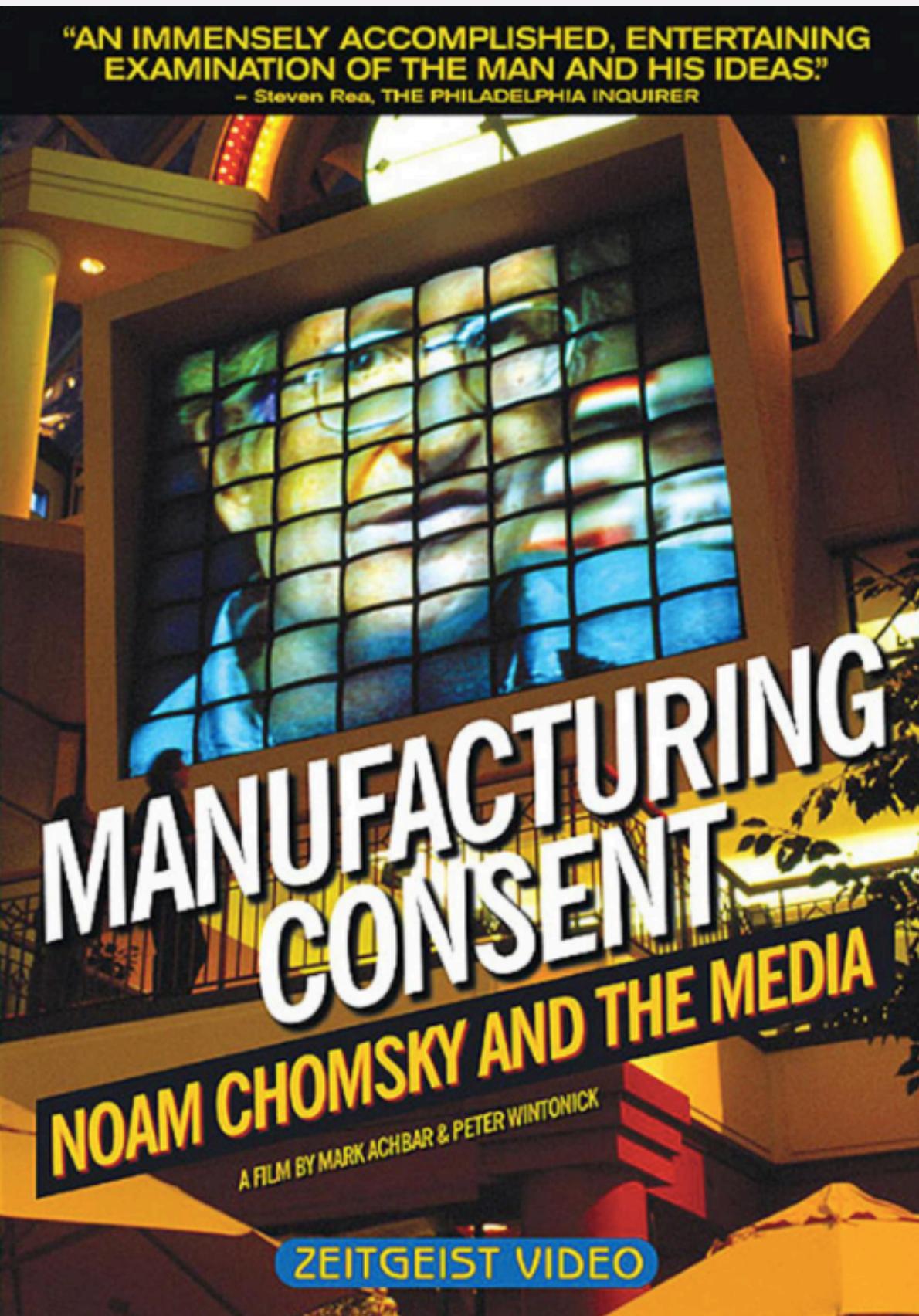


ノーム・チョムスキー (Avram Noam Chomsky、諾姆·乔姆斯基、1928年12月7日 - ) は、アメリカ合衆国の哲学者、言語学者、言語哲学者、認知科学者、論理学者。マサチューセッツ工科大学の言語学および言語哲学の研究所教授兼名誉教授。「現代言語学の父」、人文社会科学諸分野における「巨魁」。



# 第14回

## 第2節メディア社会の構造



制造共识：乔姆斯基论媒体 Manufacturing Consent:  
Noam Chomsky and the Media (1992)

<https://www.youtube.com/watch?v=AnrBQEAM3rE>



# 第14回

## 第2節メディア社会の構造

- プロパガンダ・モデル

本書の結論は以下の5つのプロパガンダ・モデルに示される。

- 1、新聞、雑誌、テレビを支配する巨大メディア企業集団の市場支配とメディアと政府の相互依存体制。
- 2、購買力のある読者、視聴者を獲得し、彼らを広告主に販売し、それから得る広告収入の見返りに支配層への批判を控えるメディア側の自主規制体質。
- 3、メディアに便宜的に情報を提供し、好都合な枠内にメディアの論争を収斂させる権力側の巧妙なシステムの浸透。
- 4、不都合な情報が出たときに、集中砲火的にメディア批判をあびせる権力側の組織的なメディア監視活動。
- 5、ソ連や中国、キューバの社会主義の存在を否定する反共思想。

著者のケース・スタディによる結論：

この5つのモデルがフィルターとなって、アメリカのメディア活動を規制し、偽装的な「合意」の形成に寄与する。さらにメディア帝国主義によって、世界の「合意」までもがアメリカ型に形成されるという。

# 第14回

## 第2節メディア社会の構造

### 4 現代における政治経済学的アプローチの可能性

#### 研究対象となる領域

- 監視社会化の進展、民主主義とメディアの関係性の再規定；
- メディア・ポピュリズムと政治的諸問題；
- グローバル経済とメディア産業の資本統合；
- 文化帝国主義と文化の商品かなど；

いずれも現代社会の全体像をメディア・コミュニケーションの問題から俯瞰し把握するためには重要な領域である。

# 第14回

## 第2節メディア社会の構造

### メディア社会を数量的に解き明かすアプローチ

#### 1 国民生活時間調査から読み取る情報行動の変遷

2005年日本人のテレビ視聴時間は1日平均180.3分であり、全情報行動時間の46%を占め、中心的な地位を占めている。

#### 2 メディア環境の激変

携帯電話とインターネットの普及により、情報報道に大きな変化が生じつつある。

「ながら族」：「PCネット」と「テレビ視聴」との並行行動：

「時差マッチング法」：「在宅時間」が長ければ、「PCネット」と「テレビ視聴」の時間が長かったという「代替関係」ではなく、「共振・補完関係」である。

#### 3 困難になるメディアの数量的分析

調査も面接法、郵送法、オンライン調査などあるが、個人情報保護法（2003年5月成立）の実施によるプライバシー意識の増加などにより、調査の回収率が低下していることより、回答者の属性に偏りが生じやすくなり、データの信頼性が低くなる。並行情報行動があるため、個別の情報行動に分けて考えることが難しい。

# 第14回

## 第2節メディア社会の構造

### 新聞・雑誌の産業と読者

#### 1 産業としての出版

活版印刷術が資本主義と結合して出版資本主義を形成することで歴史上初のマスメディア産業の確立に成功した点にある。

#### 2 新聞と雑誌

18世紀、逐次（ちくじ）刊行物としての雑誌と、日刊・週刊の新聞紙という基本形態が整えられる。著作権の概念が整備される。自由に読める場所とするコーヒーハウスで公共的な言論空間の基盤として近代ジャーナリズムを作った。19世紀を通して、講談的なジャーナリズムは印刷技術により、大衆化してゆく。

#### 3 読者と現代

教養主義を規範文化とした「読書人」が電車通勤の中で、本を読むという消費文化的な身体を構築してゆく。消費社会化の進展は教養主義の影響力を減衰させた。インターネットが今日の新聞・雑誌の産業は根本から揺さぶられている。

# 第14回

## 第2節メディア社会の構造

### 映画産業の変化と観客

#### 1 映像コンテンツ産業へのシフト

映画産業三つの機能：製作・配給・興行

- ・ スタジオ・システム：製作と興行（こうぎょう）を兼ねて作品を安定供給する形；
- ・ ウォルト・ディズニー・プロダクションズ：テレビと共存するため、テレビ番組を映画化にした大成功だった；映画製作とテーマパーク経営を主軸とした、世界有数のメディア・エンターテインメント系総合企業体。
- ・ 日本映画産業界：松竹、東宝、東映、KADOKAWA；

#### 2 観客の映画への接し方の多様化

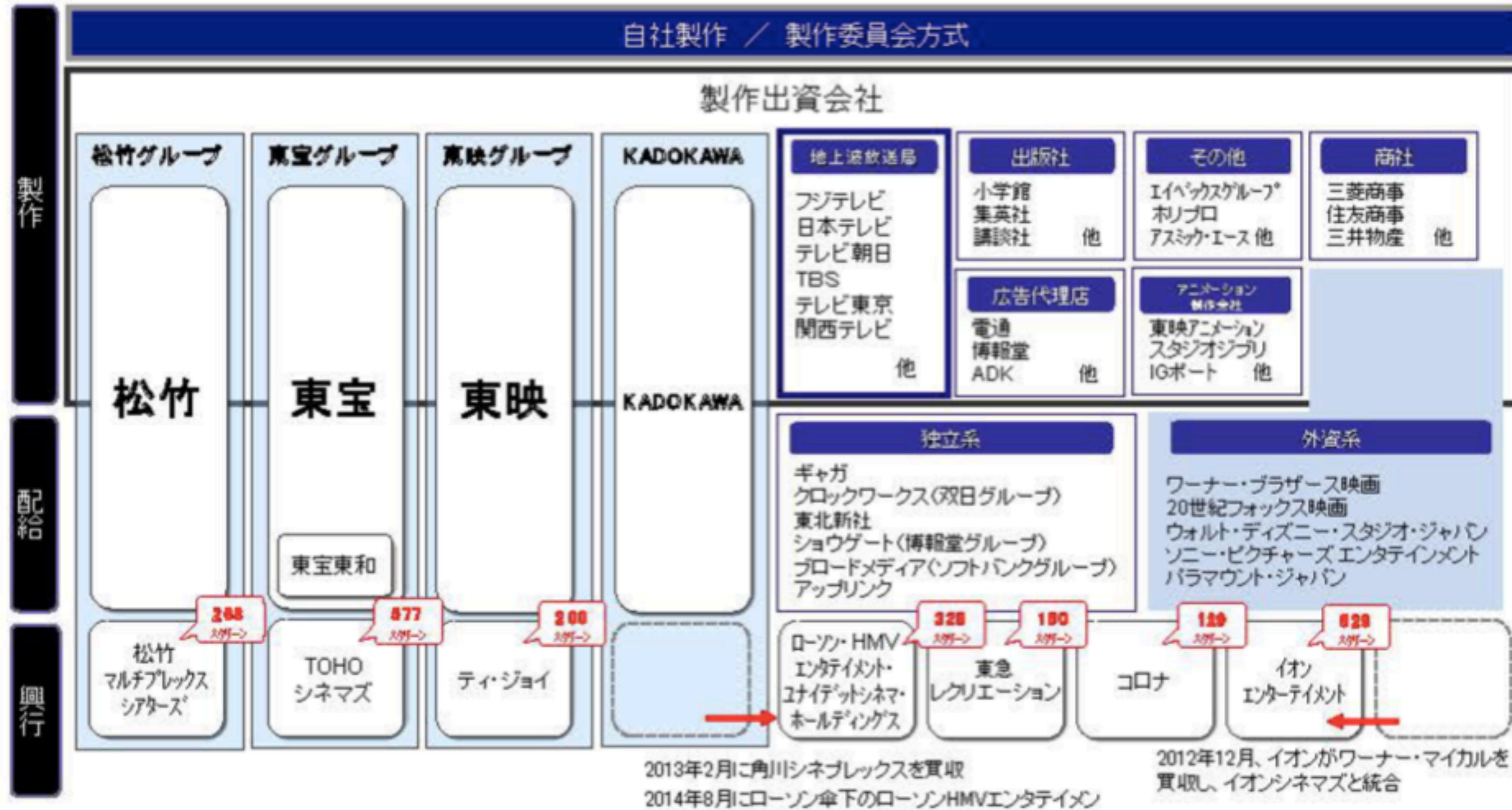
◆ 接し方の多様化：

- ・ 映画館で観る；
- ・ 半年も待てば、DVDでみる；
- ・ 自宅のテレビでペイパービュー(pay per view)；

◆ 接し方の多様化は、映像コンテンツ産業の収入源の多様化になる；

◆ 映画研究は作品研究中心だった、つまり映画作品を文学作品と同じようにテクストとして分析する；あるいは、作家の個人的体験がいかに映画作品に投影されているか。また、映画はメディアでもあるので、今後の映画研究はその受容のされ方の変化も対象となろう。

- ✓ 映画産業は、大きく、製作・配給・興行の3つの機能から構成される。



# 第14回

## 第2節メディア社会の構造

### テレビ産業の特徴とオーディエンス

#### 1 法制度・産業構造・技術：テレビ産業に関する三つの要素

**法制度**：テレビ局は、政府や独立行政委員会から放送免許を与えられて初めて放送事業が可能になる。テレビ局の事業形態を決める。

**産業構造**：広告料と視聴料が主な収入源である「商業放送」と受信料で運営される「公共放送」；

**技術**：法制度や産業構造に影響を与える場合がある。

例えば：BSとCSによる放送サービスは、地上波テレビのみを前提とした法制度を変え、新しく放送事業者の範囲を定義し直す必要とした。

「地上波放送」，由放送局发出信号经由中继所传播到各家。免费。频道非常少。

NHK, 日本テレビ、フジテレビ、TBS、テレビ朝日

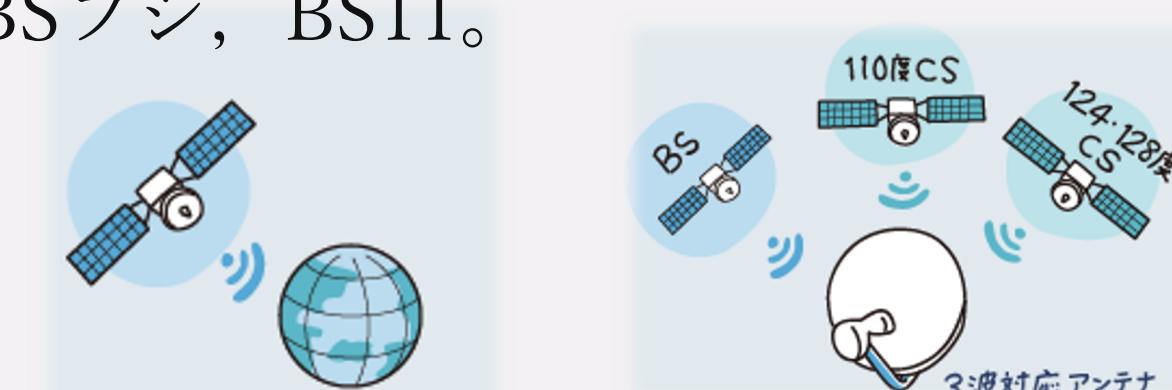
「衛星放送」，分为「BS放送」（Broadcasting Satellite）和「CS放送」（Communications Satellite）。

「BS放送」的频道多是免费，多为综合频道。

代表频道：NHK, BS日テレ, BS朝日, BS-TBS, BSジャパン, BSフジ, BS11。

「CS放送」按频道收费，或多频道打包套餐收费。

代表频道：東映チャンネル, JSPORTS, ディズニーチャンネル, ANIMAX（アニマックス）, AT-X（アニメシアターX）。



# 第14回

## 第2節メディア社会の構造

### テレビ産業の特徴とオーディエンス

#### 2 テレビ産業にとってのオーディエンス

統計学的に把握できるオーディエンスが広告主との広告取引における広告料の高低に影響する；番組を企画するためのデータにもなる。

#### ➤ 「視聴率至上主義」

批判：「捏造」「やらせ」の虚偽内容

賛成：番組の質の向上

# 第14回

## 第2節メディア社会の構造

### サブカルチャーのエコノミー

#### 1 サブカルチャー

- 定義：日本はメディア文化と若者文化に関連させたものをさし、例えば：「オタク文化」；海外研究では、逸脱（いつだつ）集団や、マイノリティとされるような集団を前提；
- イデオロギーの連續性：努力、勝利、友情が見られ「少年漫画」が歴史を通して一貫した。

#### 2 ファン産業

ファンのイベントであるコミック・マーケット（1975年設立）

- 集まることを楽しむ；
- 他のファンと交流を楽しむ；
- 同人誌の売買；
- 2次創作のコンテンツ供給源となる日常生活との二重生活をこなす：



# 第14回

## 第2節メディア社会の構造

### インターネットとネット文化

#### 1 CGM

- 定義：Consumer Generated Media；消費者形成型メディア；
- 事例：巨大掲示板「2ちゃんねる」；動画投稿サイト「YouTube」；利用者参加型の百科事典「Wikipedia」；
- 特徴：アマチュアが中心となってコンテンツの制作に関与し、それを膨大な数の人々が享受、支持していることである。

#### 2 斬新性と落とし穴

斬新性：インターネットは、ほとんどコストをかけず、誰でも直接「マス」に自らの表現物や意見を提供できる点で画期的なメディアである。「CGM」による産物が受け入れられるかいかは、既存のマスマディア的権威ではなく、直接「ネット利用者の嗜好」に委（ゆだ）ねられる。

落とし穴：「ネット利用者の嗜好」とみなされる検索ランキング、クリック数を維持するため、良質を保証できないコンテンツが流れ、また、人為的にクリック数を操作する。

# ホームワーク

問2 次の4つの問題から1つを選択し、10行以上で、考えるところを論じなさい。

1. 社会の少子化傾向は、人々の間の格差（地域間格差、世代間格差など）にどのような影響をもたらす可能性があるか。少子化と格差の関係について、論じなさい。
2. グローバル化と日本人の働き方の変化について、論じなさい。
3. 具体的な歴史的変遷についてふれながら、メディア環境の変化について、論じなさい。
4. 社会的排除と貧困の関係について、論じなさい。

(B) 「UGC」の隆盛でネット発の映像コンテンツがテレビなどの既存マスメディアを凌駕する時代が来るのではと言われているが、この「ネットがテレビを駆逐する時代が来る」という命題について、肯定的言説ないし否定的言説の両者をメディア論的に比較考察した上で、あなた自身の意見を述べなさい。

(B) テレビ産業にとってオーディエンスはどのように捉えられているか、広告収入・視聴料・収入に依存する「商業放送」と、受信料などで運営される「公共放送」(日本ではNHK)のそれについて論じなさい。

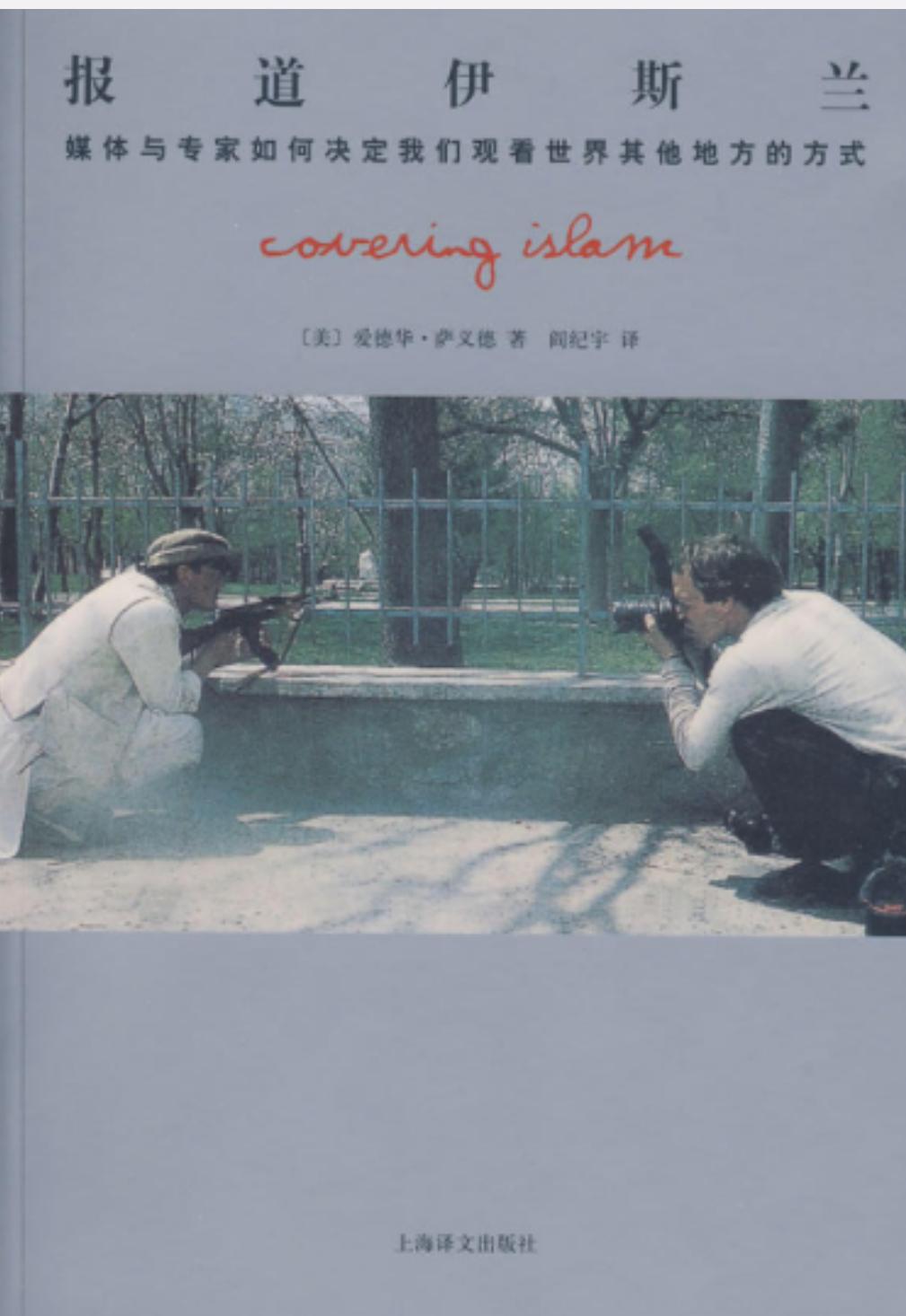
[2] 次の(1)~(10)の事項から4つを選択して、それぞれ数行で簡潔に説明しなさい。(40点)

1. (1) イエロージャーナリズム
2. (2) メディア・イベント
3. (3) メディアの社会的責任論
4. (4) オピニオン・リーダー
5. (5) 監視社会
6. (6) 充足的タイポロジー
7. (7) メディア・スクラム
8. (8) 声の文化/文字の文化
9. (9) パブリック・ジャーナリズム
2. (2) 「サバルタンは語ることができるか」
3. (3) 議題設定
4. (4) 創造産業
5. (5) ポストメディア
6. (6) 想像の共同体
7. (7) コミュニケーション資本主義
8. (8) CGM(Consumer Generated Media)
9. (9) オピニオンリーダー

# APPENDIX

## <<报道伊斯兰>>

### 媒体与专家如何决定我们观看世界其他



#### 作品简介

本书从伊朗人质事件、波斯湾战争，到纽约世贸中心大楼爆炸案，西方世界一直被一个名叫“伊斯兰”的幽魂苦苦纠缠。在新闻媒体的描述，以及政府、学界与企业专家的应和下，“伊斯兰”竟沦为恐怖主义与宗教狂热的同义词。与此同时，一些国家也利用“伊斯兰”一词，来为其丧失民心的高压政权张目。在这部里程碑式的作品中，爱德华·萨义德针对伊斯兰被西方媒体塑造出的僵固形象，检视了其渊源和影响。他结合政治评议与文化批评来揭示出，即便是对伊斯兰世界最“客观”的报道，其中也潜藏着隐而不显的假设和对事实的扭曲。

爱德华·萨义德（Edward W. Said, 1935—2003），当今世界极具影响力的文学与文化批评家。生于耶路撒冷，在英国占领期间就读于埃及开罗的西方学校，接受英式和美式教育，1950年代赴美就学，获哈佛大学博士学位，从1963年起在美国哥伦比亚大学任教，教授英语文学和比较文学，是享有声誉的文学和文化批评家，同时也是乐评家、歌剧鉴赏家、钢琴家。他的乐评、文学评论和他的理论著作一样，学识渊博，兼有清晰明快的行文风格。其主要著作包括《东方学》、《巴勒斯坦问题》、《报道伊斯兰》、《文化与帝国主义》以及《流离失所的政治：巴勒斯坦自决的奋斗》等等。



終わり