



コミュニケーション論

大石 裕

はじめに

本書は、コミュニケーション研究の入門書として執筆されたが、それと同時に読者をより専門的な研究へと誘う目的も有している。

第Ⅰ部「コミュニケーションの構造と機能」では、コミュニケーションという社会過程について様々な角度から検討を行い、それをもとにコミュニケーションが社会の中で果たす役割を中心に論じている。第Ⅱ部「マス・コミュニケーションとジャーナリズム」では、近代化が進むなかで社会的重要性を高めてきたマス・コミュニケーションとジャーナリズムを取り上げ、その機能や問題点について考察を加えている。第Ⅲ部「情報化の進展とコミュニケーションの変容」では、近年とくに開発・普及が進んできたインターネットをはじめとする新たなメディアの社会的影響について、情報化ないしは情報社会といった概念を参照しながら検討を試みている。

本書は教科書として執筆されたが、他の類書とは異なる特徴もいくつか備えている。第一は、コミュニケーション研究が学際研究として位置づけられていることを考慮して、政治学、社会学、社会心理学など、既存の研究との関連が強く意識され、時にはそうした研究領域にも踏み込んで考察が加えられている点である。したがって、従来のコミュニケーション研究において言及される機会が少なかった先行研究や資料なども本書には収められている。とはいえ、教科書という性格上、既存のコミュニケーション研究のなかで重視されてきた理論やモデルも、できるだけ多く扱うようにした。

ただし、その際も私自身がエディター（編集者）として既存研究の体系的整理を行い、独自の構成をもつ教科書になるように心がけた。これが本書の第二の特徴である。かつて外山滋比古は、「すぐれたエディターシップならば、かならず構成要素の一つ一つのもっている価値の総和以上の価値をつく

り上げ、『雰囲気』をもったおもしろさ、美しさを創出するものである」(『エディターシップ』みすず書房、1975年、181頁)と述べたが、本書の狙いもここにある。しかし、それがどの程度実現できたかは、読者の判断に委ねるしかない。

第三の特徴は、私の研究関心や問題意識が強く反映された章や節が含まれているということである。その色彩がとくに強いのは、第2章の「『情報／コミュニケーション／社会』の関連図式」の節であり、また第5章「政治コミュニケーション論の展開」、第9章「日本社会の情報化と近代化」である。これらの節や章は、これまでの教科書の内容とは大きく異なる部分であり、読者の中には難解に思われる方もいるかもしれない。ただし、これらの節や章も本書の特徴の一つであり、それらが私なりのコミュニケーション研究の発展の方向性を示すものであることは理解していただきたい。

第四の特徴は、本書ではたいへん多くの図は表が用いられ説明が行われていることである。図表というのは、確かに複雑な理論・モデルや現象を単純化してしまうきらいがある。しかし、わかりやすさという点では優れている。そこで、少しでも読者の理解の手助けになればと思い、多くの図表を掲げてみた。

第五の特徴は、特に第7章・8章にあてはまることだが、できるだけ新しい資料やデータを紹介し、それについての解説を行ったことである。新しい資料・データというのは、現状の把握に役立つ一方で、数年後には状況が一変し、有用度を低下させることも十分考えられる。したがって、新しい資料・データを用いる際にも、本書では安易に将来を展望するというよりは、過去の状況と比較することに重点を置いた。そうした危うさを承知しながらも、あえてこうした資料・データを使用したのは、急激な変動をとげているコミュニケーションやメディア、そして情報化という傾向に関しては、現時点での動向をとりあえずは提示しておきたいと思ったこと、またこれらの資料・データの存在を知らせておくことが、読者の研究にとって役立つと考えたことによる。読者は、資料・データの最新版にあたり、その時々現状把握に

努めていただきたいと思う。

以上が本書の概要と特徴である。ただし、すでに触れたように、こうした特徴が本書の欠点につながることも承知している。また、率直に言って、本書で言及した多種多様な研究領域を私一人で執筆することには多くの困難がともなったのも事実である。しかしながら、私なりに既存のコミュニケーション研究を整理し、今後の研究方向を提示するという目的はある程度達成できたと思っている。

なお、本書のなかには、私の既発表の著書や論文を教科書向けに書き換えて収録した章や節があることもお断りしておきたい。今回、第4版を出版するにあたり、大幅な加筆・修正を行なった。最後になるが、本書の出版にあたり多くの支援を惜しまなかった堀井健司氏をはじめとする慶應義塾大学出版会のスタッフの方々に厚く御礼申し上げる。

2016年2月

大石 裕

*本書は、『コミュニケーション研究(第4版)——社会の中のメディア』(慶應義塾大学出版会)として一般の読者向けに出版されている。

目次

第 I 部 コミュニケーションの構造と機能

第 1 章 コミュニケーションの基礎概念	3
1-1. コミュニケーションのとらえ方	3
(1) 社会過程としてのコミュニケーション	4
(2) コミュニケーションの定義	5
(3) 意味の共有という問題	6
1-2. コミュニケーション分析の基本単位	7
(1) 一方向的なコミュニケーション・モデル	7
(2) 効果分析の重要性	9
(3) フィードバック概念の導入	10
(4) マス・コミュニケーションのモデルへの展開	12
1-3. コミュニケーションの分類	14
(1) パーソナル・コミュニケーション	15
(2) 中間コミュニケーション	16
(3) マス・コミュニケーション	17
(4) 利用メディアと伝達される情報	17
1-4. 情報行動と情報環境	19
(1) 情報環境の中での情報行動	19
(2) 共有される情報環境	20
(3) コピーの支配と擬似環境の環境化	20
(4) 擬似環境におけるジャーナリズムの働き	22
1-5. 「現実」の社会的構築・構成	23
(1) 個人から（情報）環境への働きかけ	23
(2) 「現実」の社会的構築・構成モデル	24
(3) 予期される反応と「現実」の社会的構築・構成	25
(4) 現実の「意味」の社会的構築・構成	26

(5) 社会問題とメディア—社会構築主義—	28
第2章 コミュニケーションと社会構造	30
2-1. コミュニケーションの機能	30
(1) 「機能」について	30
(2) コミュニケーションの機能	31
(3) コミュニケーションの機能とシステムの維持・安定	33
2-2. コミュニケーション効果・影響の研究	33
(1) コミュニケーション効果・影響研究の分類基準	34
(2) ミクロ—非累積的研究：説得研究	35
(3) ミクロ—累積的研究：社会化研究	37
(4) マクロ—非累積的研究：世論研究・流言（デマ）研究	38
(5) マクロ—累積的研究：コミュニケーションと社会変動の研究	41
2-3. 「情報／コミュニケーション／社会」の関連図式	43
(1) 社会過程／社会関係／社会構造	44
(2) 第Ⅰ層：情報の発信・伝達／交換・受容過程	47
(3) 第Ⅱ層：社会関係（物理的・文化的情報装置）	48
(4) 第Ⅲ層：社会構造・文化構造	54
第Ⅱ部 マス・コミュニケーションとジャーナリズム	
第3章 近代社会とマス・コミュニケーション	59
3-1. 近代化の進展と近代社会の成立	59
(1) 近代化の諸傾向	59
(2) 分化と統合	61
(3) 近代社会の特徴	62
(4) グローバリゼーション	63

3-2. 情報環境の拡大と大衆社会の出現	66
(1) 「市民社会」実現の期待	66
(2) 大衆社会の脆弱性	67
(3) パワー・エリート論	69
3-3. マス・メディアの発達と普及(1) —欧米社会—	70
(1) 「出版資本主義」と国民国家	70
(2) 大衆紙の登場	72
(3) ラジオの黄金期	73
(4) 最強のメディア＝テレビ	74
3-4. マス・メディアの発達と普及(2) —日本社会—	76
(1) 新聞の普及	76
(2) ラジオの普及	80
(3) テレビの普及	82
3-5. マス・コミュニケーションの機能	86
(1) マス・コミュニケーションの機能と逆機能	87
(2) マス・メディアの機能分析—テレビを中心に—	88
3-6. 日本社会におけるマス・メディア接触と機能評価	92
(1) マス・メディア接触の変化	92
(2) 効用比較から見た機能評価	93
 第4章 マス・コミュニケーションの効果・影響モデルの変遷	99
4-1. 「市民社会」とマス・メディア	101
(1) 市民的「公共圏」	101
(2) 啓蒙機関としてのマス・メディア	102
(3) マス・メディア批判の視角	103
4-2. 弾丸効果モデル	104
(1) 宣伝研究	104
(2) パニック研究	106

(3) キャンペーン研究	107
4 - 3. 限定効果モデル	107
(1) 大衆社会と多元社会	107
(2) 個人的要因	109
(3) 集団的要因	110
(4) マス・コミュニケーション効果の一般化	113
(5) 利用満足研究	115
4 - 4. 強力効果モデル	117
(1) アジェンダ（議題）設定モデル	118
(2) 沈黙の螺旋モデルと第三者効果仮説	122
(3) 培養理論	124
(4) メディア依存理論	125
4 - 5. 強力影響・機能モデル	128
(1) スキーマ理論	128
(2) メディア・フレーム論	130
(3) 能動的オーディエンス論とテキスト論	132
4 - 6. ソーシャル・メディアの普及とマス・メディアの 影響力	135
第5章 政治コミュニケーション論の展開	136
5 - 1. 政治コミュニケーション論の視座	136
5 - 2. 政治コミュニケーションの効果・影響研究	137
(1) 政治コミュニケーション効果・影響研究に対する批判	138
(2) 政治コミュニケーション効果・影響研究の修正と分類	140
5 - 3. 批判的コミュニケーション論	145
(1) マルクス主義的政治コミュニケーション論	145
(2) 批判的コミュニケーション論の展開	148
(3) イデオロギー装置としてのマス・メディア	149

5 - 4. 多次的権力観と政治コミュニケーション	152
(1) 多次的権力観	152
(2) 多次的権力状況におけるマス・メディアの役割	154
5 - 5. 政治コミュニケーションの排除モデル	156
(1) 排除モデルの視座	156
(2) カルチュラル・スタディーズ	158
(3) 「能動的オーディエンス」再考	161
(4) 言説分析	164

第6章 ジャーナリズムの自由と責任 168

6 - 1. マス・メディアの自由	168
(1) 「自由」のとらえ方	169
(2) 法制度的な保障	171
6 - 2. マス・メディアの自由に関する四理論	172
(1) 権威主義理論	173
(2) ソビエト＝全体（共産）主義理論	174
(3) 自由主義理論	176
(4) 社会的責任理論	177
6 - 3. マス・メディアの自由に関する他の理論構成	179
(1) 発展のためのメディア理論	179
(2) 民主的参加のためのメディア理論①ーアクセス論への展開ー	180
(3) 民主的参加のためのメディア理論②ー批判的コミュニケーション論 からの展開ー	181
(4) 民主的参加のためのメディア理論③ーソーシャル・メディア論 の展開	183
6 - 4. マス・メディアの規制と倫理	183
(1) 放送に対する規制	183
(2) 放送に対する規制根拠	185

(3) メディアの自主規制	186
6-5. ジャーナリズム活動の問題点	188
(1) ニュースのとらえ方	188
(2) ゲートキーパーとニュース・バリュー	189
(3) ニュースの共通性	191
(4) ニュースの共通性の要因①—ニュース組織とジャーナリスト—	192
(5) ニュースの共通性の要因②—記者クラブと発表ジャーナリズム—	194
(6) ニュースの共通性の要因③—客観報道—	196
(7) ニュースの共通性の要因④—ニュースの物語—	197
(8) ニュースの共通性の要因⑤—テレビ・メディアの特質—	200
6-6. ジャーナリズムと「現実」の社会的構築・構成	201
(1) 濾過と省略的作用	201
(2) 現実の社会的構築・構成①—擬似イベント—	203
(3) 現実の社会的構築・構成②—メディア・イベント—	204
(4) マス・メディア組織内での「現実」の社会的構築・構成	206
6-7. 新たなジャーナリズムの模索	208
(1) ニュー・ジャーナリズム	208
(2) ネット・ジャーナリズム	210

第Ⅲ部 情報化の進展とコミュニケーションの変容

第7章 情報化の進展と情報社会論	213
7-1. 情報化のとらえ方	213
7-2. 情報化の進展とメディアの変容	214
(1) 情報流通センサス	214
7-3. 情報社会論と情報化政策	223
(1) 脱産業社会論としての情報社会論	223
(2) 各国の情報化政策	224

7 - 4. 日本における情報社会論と情報化政策の展開	227
(1) 未来社会論	227
(2) ニューメディア論	229
(3) マルチメディア論	231
(4) 国家戦略としての情報化 ― e-Japan, u-Japan ―	233

第8章 情報化の進展とコミュニケーション過程239

8 - 1. 情報社会モデルと文化=コミュニケーション・モデル239

(1) 情報社会モデル	239
(2) 文化=コミュニケーション・モデル	242

8 - 2. 個人・家庭生活の情報化247

(1) 個人・家庭生活の情報化の指標	247
(2) インターネットの利用と評価	249
(3) 情報化の進展と価値（観）の多様化	250
(4) 個人間のデジタル・ディバイド.....	251

8 - 3. 情報化と地域社会253

(1) ケーブルテレビへの期待	253
(2) 地域情報化構想	255
(3) 情報化の地域間格差	257
(4) 地域コミュニティとヴァーチャル・コミュニティ	259
(5) 地方の危機と地域コミュニティ論.....	260

8 - 4. 情報化とマス・コミュニケーション261

(1) 新聞への影響	261
(2) 放送への影響.....	263

8 - 5. 情報化とグローバル・コミュニケーション266

(1) 情報の「南北問題」	266
(2) 戦争報道	269
(3) ディアスポラ・コミュニティ	272

(4) インターネットと国家間のデジタル・デバイド	273
---------------------------	-----

第9章 日本社会の情報化と近代化276

9-1. 「狭義の情報化」と「広義の情報化」	276
------------------------	-----

9-2. 近代化の開始と交通・通信の創業	279
----------------------	-----

9-3. 国家統合の進展と交通・通信網の整備	281
------------------------	-----

(1) 地域間交流の活発化	282
---------------	-----

(2) 中央の成立と地方の従属化	283
------------------	-----

9-4. 産業化・都市化の進展と情報の大衆化	285
------------------------	-----

(1) 産業化と都市化	285
-------------	-----

(2) マス・メディア時代の到来と言論統制	286
-----------------------	-----

9-5. 高度産業社会における情報の一極集中	289
------------------------	-----

9-6. 戦後日本社会における集会的記憶とメディア	291
---------------------------	-----

9-7. 日本社会の中の情報化	293
-----------------	-----

引用・参考文献・論文	297
------------	-----

索引	309
----	-----

第 I 部

コミュニケーションの構造と機能

第1章 コミュニケーションの基礎概念

1-1. コミュニケーションのとりえ方

コミュニケーションという用語は、現代社会ではさまざまな場面で用いられるようになってきた。そこでまず、本章ではコミュニケーションとは何かという問題について考えるために、コミュニケーションとそれに関連する諸概念について検討してみる。その際に確認しておきたいのは、人々は社会の一員として、他の人間といろいろな形で複雑にかかわりあいながら、社会を成立させ、維持し、さらには変化させているという点である。言い換えると、社会とはそうした複数の個人の間で繰り広げられる相互作用の産物なのである。次の指摘は、こうした点を要約したものである。

「多数の個人は、相互の基本的な志向性、信頼性、依存性によってさまざまなかたちで相互に結合し、それによって多少とも不安定な権力バランスを伴う相互依存ネットワークもしくは関係構造——例えば家族、学校、都市、社会階層、国家——をさまざまなかたちで形成している。」(エリアス、1970 = 1994 : 3)

個人間の相互の結びつき、すなわちここで言う相互依存ネットワークや関係構造を支えているのが、情報の伝達や交換、そして人や物の移動である。こうした情報の伝達や交換、あるいは人や物の移動こそが社会的相互作用であり、それは「社会過程」と呼ばれている。換言すると、ここで相互依存ネットワークや関係構造と呼ばれている「社会関係」は、情報の伝達や交換、あるいは物や人の移動といった「社会過程」を通じて、再生産され、変化しているのである。

(1) 社会過程としてのコミュニケーション

ここでは、コミュニケーションを考えるうえで重要な概念である社会過程について、社会関係との関連からより詳しく述べておきたい（安田，1981：21，参照）。社会関係とは、行為者の間で、ある程度継続して顕在的または潜在的な相互行為が行われる状態を指す。あるいは、契約的ないしは自然発生的に作り出された役割規範にしたがって、将来その行為が反復して行われることが期待される関係を意味する。このように、社会関係は行為者間の相互行為の結果であると同時に、そうした相互行為を規定するという側面をもつ静態的な状態と考えられる。他方、社会過程とは先に見たように、情報の伝達や交換、あるいは物や人の移動という動態的な過程を指し示すもので、通常は社会関係にそって成立する。ただし、社会関係が存在しない場合でも、情報の伝達や交換、ないしは物や人の移動といった社会過程によって社会関係が発生することも当然ある。

したがって、社会過程としてのコミュニケーション、すなわちコミュニケーション過程という場合には、情報の伝達や交換によって社会関係が動的な状態になり、活性化することを意味する。なお、ここでは情報を、意味ある記号の配列、ないしはその集合体ととらえる。個人間のコミュニケーションの場合、情報は、直接的には声（あるいは音）、表情、身振りなどによって伝達・交換される。これは、「対面的（face to face）コミュニケーション」と呼ばれる。また、さまざまなメディアを介して声や音、文字や画像（静止画・動画）、さらにはデータという形態によっても情報は伝達される。このように情報を運ぶ役割を担う装置が、通常は「メディア（media：単数形はmedium）」と呼ばれている。コミュニケーションの当事者が地理的に離れている場合、情報は電話やコンピュータ、そして新聞、ラジオ、テレビなどのメディアを通じて人々の間で伝達され、交換されるのが一般的である。

ただし、メディアを介さない場合、すなわち物や人が移動する際にも、情報はそれらに付随して伝達・交換される。対面的コミュニケーションを行うためには、人は情報を伝達する相手がいる場所に移動しなければならない。

したがって、交通機関が発達すると、地理的に離れている人々が対面的コミュニケーションを行う機会も増大する。また、物にしてもそれが本来果たしうる「実用的機能」以外に、さまざまな意味も同時に伝達しており、それは物に備わる「情動的機能」と呼ばれる（林，1969：3，本書第7章の「情報化のとらえ方」参照）。そうすると、人や物も機能的にはメディアの役割を果たしうることになるが、ここではとりあえず、情報の移動を中心的な働きとする装置，すなわち電話や新聞・テレビ，そしてコンピュータなどを指す場合に限ってメディアという用語を使用する。

(2) コミュニケーションの定義

人間社会におけるコミュニケーション，すなわち社会的コミュニケーションとは社会過程の一部を構成し，人間社会における情報の生産（＝収集，処理・加工，蓄積，発信），伝達・交換，受容（＝受信，処理・加工，蓄積）といった一連の動態的過程を指し示す。この種の社会過程は，むしろ循環的過程でもあり，受容された情報は生産され，伝達・交換され，再び受容されていく。ただし，先に示したように，社会のなかの個人は既存の関係構造のなかに組み入れられており，そうした社会的連鎖のなかで情報は諸個人にさまざまな意味を提供し，影響を及ぼしている。それは同時に，情報自身，社会的コミュニケーションの中で変質しながら移動する過程でもある。

こうして見ると，コミュニケーションという社会過程は，基本的には情報の伝達・交換による社会的相互作用であることがわかる。すなわち，コミュニケーションという社会過程を現象的に見るならば，それは，「社会的相互作用を行う当事者間における情報の伝達・交換，およびそれによって生じるその情報に関する当事者間における意味の共有」と定義できよう。ここで言う情報の伝達・交換とは，前述した情報の生産，伝達・交換，受容という一連の動態的かつ循環的な過程のことにほかならない。ただし，その結果生じる情報の意味の共有という問題に関しては若干の説明を要する。

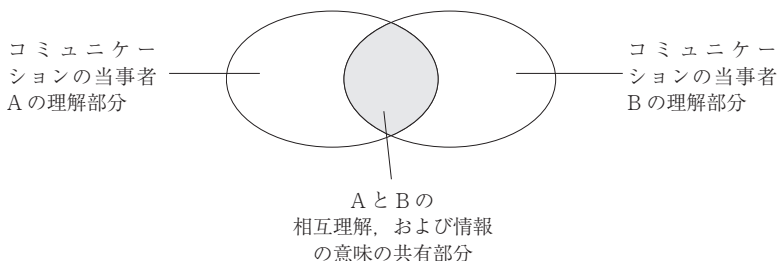


図1—1 コミュニケーションによる相互理解

出典：ロジャーズ，1986＝1992：213，をもとに作成。

(3) 意味の共有という問題

ある目的をもって情報が伝達・交換され、コミュニケーションの当事者間
がその情報をもとに行動し、一定の目標が達成された場合、情報の意味は共
有されたと言える。たとえば、出会う場所と時間を約束し、それが実現され
るというケースがそれにあたる。ただし、これは言うなれば「表層的」な意
味の共有にすぎない（言語学などでは「表示義」と呼ばれている）。

なぜなら、コミュニケーションの当事者である諸個人は、自らの経験、お
よびその蓄積としての知識、記憶、イメージにもとづいて、伝達・交換され
た情報の意味を理解し、解釈するからである。これは情報の「深層的」な意
味と呼べるであろう（言語学などでは「共示義」と呼ばれている）。そうし
た経験、知識、記憶、イメージには必ず個人差がある。したがって、伝達・
交換された情報の意味をめぐる理解や解釈に関しても当然個人差が生じる。
それが、意見や解釈をめぐる相違、対立、さらには衝突へと発展する場合も
ある。それゆえ、ここで言う情報をめぐるコミュニケーション当事者間の相
互理解、すなわち情報の意味の共有というのは、その程度はさまざまではあ
るが、あくまでも「部分的な共有」ととどまることになる（図1—1）。

情報の理解や解釈に関するこのような個人差を少しでも減少させるために、
意見の交換や人々の交流が行われる。これは、コミュニケーションのきわめ