

# 政治・メディア・政治漫画(5)

英 木 正 治

## II I

問題の所在  
政治シンボル論と政治漫画

### (1) 政治シンボル論の系譜

1. 「シカゴ学派」——メリアムとラスウェル——
2. M・エーデルマン——政治儀礼と政治言語——
3. シンボル操作研究の流れ
4. 最近の政治シンボル研究
5. 日本の政治シンボル研究

(以上 第三卷第二号)  
(以上 第四卷第三号)  
(以上 第四卷第四号)

### (2) 隣接諸科学の政治シンボル研究

1. 哲学・言語学・人類学
2. 社会学

(以上 第五卷第一号)

## III

マス・コミュニケーション論と政治漫画

### (1) 「効果研究」の系譜

1. マス・コミュニケーション論と政治漫画研究
2. 「効果研究」の系譜
3. 「議題設定機能」研究
4. 「利用と満足」の研究

(以上 本号)

### (2) 「現実の再構成」論と政治漫画

(3) 批判学派の理論との関連  
IV 結論と展望

### III マス・コミュニケーション論と政治漫画

#### (1) 「効果研究」の系譜

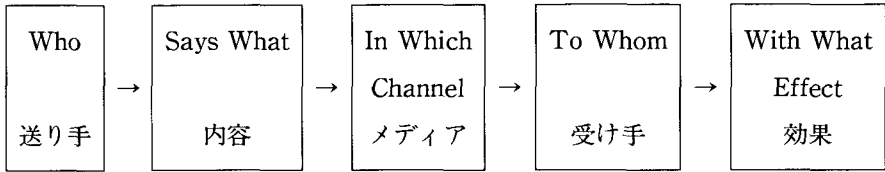
##### 1. マス・コミュニケーション論と政治漫画研究

議会活動や行政府の諸政策などは、一般の人間にそれらの情報が到着するまでに多くの媒介項をもつといわれる。マス・メディアもその一つである。内閣総理大臣の発言や政府の意志決定の情報の真偽を直接確かめる術を民衆は持っていない。これら狭義の政治「活動」への直接的な関与であるとみなされている選挙や投票行動においても、民衆はマス・メディアを通じた情報で候補者を選び、その結果を知る。ここにおいて民衆はマス・メディアの示す情報をはじめとする「間接」かつ「多媒介」に政治に接するときに、どのようにしてこれらの諸情報を「それなりに」認知するのであろうか。日々の対人関係にみられる権力「勢力」関係は、直接無媒介な情報の接触によって生ずる過程であることが多い。この広義の「政治」になぞらえて、われわれは国会の審議や政府の政策決定・ひいては政治家の諸活動をメディアを通じて認知する。選挙(結果)を「民の声」、「声なき声」と呼んだり、政治家の政策スタイルをそのパーソナリティーや風貌と結びつけて、「寝業師」、「ブルドーザー」、「坊っちゃん」、「ワンマン」等々と表現するのも、受け手の政治世界の認知様式をメディアが想定した結果であらう。

こうした認知をもとに、われわれ民衆は政治の世界を「とても理解できない」「魑魅魍魎とした（永田町）の世界」というような評価をくだす（あるいは関心を示さない）。さらにこのような評価をマス・メディアが汲み取って（自らがお膳立した）世論調査結果をもとにして、政治活動の報道の様式や表現に反映させる。このように、政治の世界の諸現実をマス・メディアと受け手である民衆との「相互作用」によって「再構成」しているのである。（この政治の現実の再構成をめぐるマス・メディアと民衆との間で権力獲得の広義の「政治」がみられる。この「政治」はシンボルを介してなされる。）

マス・メディアと民衆との協同製作による政治の世界の「再構成」は、日常の広義の「政治」をメタファーとして使用する以上、シンボルからの影響を逃れる訳にはいかない。シンボルのもつ凝集性が多様な解釈を生み、特定の政治現象の意味をあいまいにさせる。逆に多様な解釈が許されるはずの出来事の一側面の報道が、受け手である民衆に一定の政治的認知のみならず態度（感情に依拠する）を形成する。こうした政治的現実の「再構成」に、政治漫画もみずからのシンボリックな機能のゆえに大きく関与しているのである。では、どのような関わり方を政治漫画はマス・コミュニケーション過程との間で行なっているのだろうか。

情報を凝集しつつかつまた一定の方向づけとなるような特定の感情を読み手に喚起させる役割をもつ政治漫画は、政治の諸現象に対してこのようなシンボリックなはたらきをもって政治的現実を「再構成」する。雪をかぶった電車の運転手（橋本首相）が終着駅で見かけたのは、小沢一郎自由党党首であるという政治漫画には、首都圏の大雪による電車のマヒ状態と、国会開会直前に政権の前途を占うシンボルとしてよく用いられる交通手段（乗り物——当時の首相が先導する——）の行く末（自社の行き詰まり）、新進党を解党して「最後の勝負を賭ける」小沢党首、など諸々の情報が集約されている（『毎日』98・1・11M）。他方で、橋本政権と小沢自由党との行く末を暗示させる雪の象徴のなかに読み手を不安と危惧に導く政治漫画でもある。



(図1) ラスウェルのコミュニケーション・モデル

(Lasswell, 1949, ラスウェル 1968)

このような政治漫画のシンボルを介在としたコミュニケーションが、コミュニケーション過程のどの部分に位置付けることができるかをみるために、本稿ではH・D・ラスウェル (Lasswell 1949, ラスウェル 1968) の提示したコミュニケーション・モデルを援用する。ラスウェルのモデルは、①「誰が(送り手)」(コントロール分析)、②「何について(メッセージの内容)」(内容分析)、③「いかなる通路によって(メディア)」(メディア分析)、④「誰に対して(受け手)」(受け手分析)、⑤「いかなる効果を狙って(効果)」(効果分析)、の五つの範疇からコミュニケーション過程(研究の視点)を構築する(図1)。

①「送り手研究」(コントロール分析)では、作品の直接の担い手である漫画家と、彼らとの事実上共作することもある間接的な担い手である新聞社の担当部局の人々を対象に分析がなされる。これには、マス・メディア一般の「送り手研究」の「ゲート・キーパー研究」が適用可能とみられるが、そのものの研究は多くはない。このなかで得られることが予想される知見は次のようなものがあると考えられる。

例えば、漫画家の文章や発言の中に自らの作品の解釈を受けたいと思わないと表明したり、自分の思想漫画家の発言や文章の中に、自分の作品の解釈を嫌ったり、思想や信条を漫画で直接表現や信条を漫画で直接表現することを嫌ったりするのを避けたりする内容のものがある。これらのうち前者は、漫画家自身の謙遜によるものだけではなく、解釈や批評の表現のされ方によっては受け手が多様な解釈を「楽しむ」余地を奪ってしまうことになることへの危惧がある。さらに、この剝奪によって、漫画家・作品・読者および社会、時代の雰囲気などの相互作用によって不断に形成される、作品の「解釈」

〔作品の内容〕が十分に醸成されない可能性を危惧するものといえる。

後者の、思想・信条の表出の忌避は、政治漫画や社会風刺画が内在する特徴である。<sup>(68)</sup> 政治を嗤い、既存の体制を批判し対象化する風刺それ自体は描き手に対して黒子を要求するものだからである。言い換えれば、風刺画は多様な解釈のなかで読み手に特定のひとつを選び取ってもらわないと風刺画たりえない。それは、落語家が笑いをとる場面では真面目な表情で演じるのと似ている。それゆえ、漫画家が政治の内面を描こうとして、対象そのものに接近しすぎると、風刺はその批判力を失い、「イデオロギー」にとどまる。かくて、政治風刺を試みる政治漫画の描き手は、政治における価値自由<sup>(69)</sup>を政治研究者とは違った形で求められているのである。

②「内容研究」では、既に政治漫画の方法論として提示した(茨木 1997)。政治漫画の文法を探り、図像学の知見を借りて内容を再構成していく試みである。K・クリップンドルフらの内容分析の体系的研究に基づく点が多い。後述するように、政治漫画が描く世界をとらえる(言い換えるならば、政治漫画がみる政治・社会の分析を行なう)ためには、内容研究を欠かすことはできない。また、①から⑤までの各過程をみる(総合させる)場面においても、内容研究を介在させずにはすまない。

③「メディア研究」では、政治漫画を掲載している「場」である新聞の研究が中心になる。記事・社説・コラムという「活字(文字)情報」と政治漫画・写真・コマ漫画・図表などの「画像情報」との対比がまず考察されうる。文字で表わせば膨大な量の情報を一枚の画に凝集させる政治漫画の特徴をここから引き出すことができる。また、上述した「画像情報」内の他の要素との比較や、「政治漫画内情報」としての文字(見出し、吹き出し、説明語句)と絵そのものとの関係をもみることにも含まれる。さらに、「映像情報」としてのテレビや映画、パソコン通信(の情報)と政治漫画との比較をすることによって画像の読取りを発展的に行なうことができる。

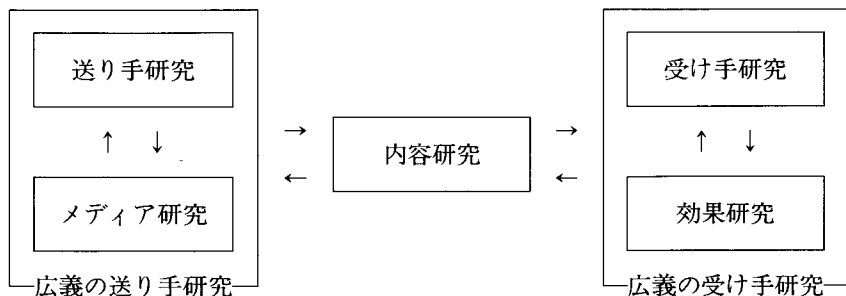
④は、政治漫画の読者を対象とする研究が対応する。デモグラフィックな要因がもとになり、⑤の「効果研究」と

合わせて研究される場合が多い。④を単独で分析するケースとして、受け手の政治漫画の読み取った内容が送り手の意図と対応する背景の一つとしてあげられる、価値体系の考察がある。

政治漫画のどの点が面白い(つまらない)かを決めるには、受け手の感性や要求を考慮するだけでなく、これらと送り手が作品によって表現しようとしたものとの一致や相違といった諸関係も寄与していると認識する必要がある。これらの関係を作る要素として、政治漫画によって送り手が記号化した意図を受け手が解釈(解読)する際の基準(コード)がある。このコードの形成には、送り手と受け手が価値体系(の一部)を共有する必要がある。この価値体系からなる文化をとらえるには、時空間的接近が求められる。時代による面白さの相違(近代と現代、明治・大正・昭和初期と戦後など)や、西欧と日本、アジア、アフリカと日本というような、地域による面白さの差異を探ることが受け手研究の一つの試みである。

⑤「効果」研究は、受け手の政治漫画に対する反応の考察を通じて送り手の意図した反応をどのくらい受け手がとっているかをみるものである。政治漫画の場合、前述したように受け手の要求・意向と送り手の意図とがどのくらい対応するかをみることになる。(ここにおいて後述の「利用と満足」の研究の知見が参考になる。)また、政治漫画をもちいたユーモアやジョークの研究のなかにも、「効果」研究の範疇にふくまれるものが存在する。ここにおいても受け手である読者が政治漫画から何を読み取ったかという「内容研究」が不可欠の前提になる。そうすると、情報伝達を笑いやよりも比較的重視する政治漫画(more informative cartoons)による「内容分析」をしたのちに受け手の内容理解を問う研究がユーモアやジョークの考察以前に求められる。

政治漫画研究は、①から⑤までのコミュニケーション過程に別々に位置づけられるだけでなく、相互の連関をもって政治漫画の分析がされることがある。研究の目的は①から⑤の過程に含まれるにしても、政治漫画という対象そのものにつくことがまず求められるからである。この対象をいかに読み解くかによって、送り手の意図はもちろん、受



(図2) 「政治漫画」研究におけるコミュニケーション・モデル

け手への効果や価値意識の構造、掲載される新聞における政治漫画の役割を十分に映し出せるかどうかを左右する。

ここにおいて、①の「送り手研究」と③の「メディア研究」を広義の「〈送り手研究〉」とし、④と⑤の「受け手研究」と「効果研究」とをまとめて広義の「〈受け手研究〉」と規定して、②の「内容研究」を、広義の「〈送り手研究〉」「〈受け手研究〉」の双方に介在するという視点をとるならば、コミュニケーション総過程における政治漫画の位置づけをみることもつながら(図2)。

本稿では、(図2)の広義の「〈受け手研究〉」と政治漫画研究との関連を考察する。その理由は、従来のマス・コミュニケーション研究で扱われた分野のうちもっとも多く、知見と蓄積を有しているとみなされているのがこの広義の「〈受け手研究〉」であるからである。また、この分野において政治漫画の理論的背景を見いだす可能性が高いと推察されるからでもある。

第二の理由として、マス・コミュニケーションにおける「受け手研究」の求心化と遠心化があげられる。求心化は、効果研究の専門分化に伴って進行するものであり、方法論の面でその進行が著しい。他方、遠心化については、後述する議題設定機能研究にみられるように、「受け手研究」の知見はさまざまな方面に援用され、送り手の議題構築の過程や情報選択の心理的過程といった「送り手研究」の領域にも影響を及ぼしている。

これらの求心化と遠心化は、マス・コミュニケーション論がもつ学際性に依拠

するものと考えられ、社会構造・政治構造・経済構造の複雑多様化に対応して進展されるものである。マス・コミュニケーションと政治漫画との関わりの拡大を論ずる際に、効果研究自体の流れを概観することは必要と考えられる。

## 2. 「効果研究」の系譜

岡田直之の研究(岡田 1984, 1992)によれば、欧米における効果研究の歴史は三期ないし四期に区分しうる(McQuarrie 1977, Blumler 1977, Severin, & Tankard 1979)と述べている。この区分の根拠として、効果概念の変化(人々の認識過程のどのレベルにまで影響が及ぶか/送り手からみた意図の反映から受け手の動機や要求の充足・表象へ)、受け手像ないし実体としての受け手像の変化(受動的・感情的存在から能動的・功利的存在へ)、メディア普及状況(ラジオ・テレビ・パソコンなどの登場と普及)、社会環境の変化(戦争や経済状況など)等々をあげている。これらをもとにして本稿では次のように三期に区分する。

第Ⅰ期 二十世紀初頭～一九三〇年代

第Ⅱ期 一九四〇年代～一九六〇年代

第Ⅲ期 一九七〇年代～

第Ⅰ期の効果研究を規定したのは、大衆新聞や雑誌の普及(登場は一九世紀後半)、映画(一九世紀末)、ラジオの登場(一九二〇年放送開始)といったマス・メディアが次々と登場してその地位を確立したことであった。そして、この時期のマス・メディアの影響力は直接無媒介に人々の行動にまで浸透する「皮下注射モデル(弾丸効果モデル)」に代表される、単純強力効果説が主流であった。この強力効果説が台頭した背景には、上述したマス・メディアの発達による、



一度に大量の情報在不特定多数の人々に伝達することが可能になったことがあげられる。加えて、台頭の背景として、政治的には二度の世界大戦の勃発、ロシア革命の登場という変動の激しい時代であったことがあり、社会的には、産業化の進展に伴って大衆社会状況が成立したこと、などがある。これらから、操作されやすい大衆としての受け方の存在や権力エリートによるマス・メディアの独占といったイメージが生じ、マス・メディアによる大衆の随意的な操作の可能性を示す「マスコミ全能の神話」を生じさせた。

第Ⅱ期においては、世界大戦後のアメリカに登場した行動主義の影響を色濃く受けた研究が多く現われた。個別特殊的な方法論に基づく研究から、一般性や普遍妥当性をめざす研究への転換として、調査研究で得られたデータの統計的処理の精緻化や数理モデルの導入が図られた。特に一九五〇年代を中心として、大衆社会論にみられるような感覚的・非理性的な人間像を排して、合理的人間観(情報の選択的接触、メディア志向の能動性に代表される)や、エリートと大衆といった一元的社会論を批判した多元的社会論(クラッパールの「オピニオン・リーダー」の概念に端的に表れている)に基づく経験的・実証主義的性格をもつ効果研究が登場した。J・クラッパールが一般化を試みた、ラザラスフェルドらからの一連の研究は、マス・メディアが受け手の既存の態度の補強にしか関与しないという「限定効果」説としてまとめられた。

これらの研究は、第Ⅰ期の「マスコミ全能の神話」に対して「マスコミ無能の神話」を持っていた。マス・コミュニケーション過程が一方的から相互方向的な性格を持つものであることが改めて示された。そして方法論の精緻化とも相俟って、マス・メディアの影響力は相対的に減少し、逆に受け手は選択可能性が見いだされることによって自らの能動性を増加させた。

第Ⅱ期の研究は、確かにマス・メディア効果研究の科学化を推進させ、脱イデオロギー志向のある「価値自由」の立場を標榜して、それによって「客観性」を追究したといえる。反面、一九七〇年代以後の第Ⅲ期の研究において、

この「価値自由」や客観志向をはじめとして様々な問題点が顕在化した。

第一には、テレビの普及によって効果形態の見直しがなされたことがあげられる。送り手が直接(に近く)情報を伝えることのできるテレビという新しいメディアの登場は、マス・メディアの効果を限定された、既存の知識の補強と規定することが必ずしも確実ではなくなったことを示すものであった。むしろ、「随伴条件」(contingent conditions)のような限られた条件の下ではマス・メディアは人々の心理に強力な影響を与えることが明らかになった。

第二には、受け手の能動性の根拠となっていた「選択的接触」(selective exposure)と「コミュニケーションの二段の流れ」(two-step flow of communication)の二つの概念にも疑義が唱えられはじめた。「二段の流れ」については、テレビの登場による伝達形態の変化という点からだけではなく、パーソナルなコミュニケーションにおけるバイアスがかえって送り手の意図をそのまま伝えることになる点もまた指摘された。また、「利用と満足」の研究の「要求」の形成や「議題設定機能研究」による争点の形成過程にみられるように、選択肢の選定や選択行為の様式がすでに受け手の能動性の埒外で行なわれていることから、「選択的接触」については疑問が提示された。

第三に、価値自由の立場が自らの立場を相対化することなく「現状肯定」に傾いている点が批判された。「事実をありのままに見る」ことの「事実」や「ありのまま」という概念の検討がなれているのか、また、統計的手法や実験の手続きに対する無限定な信頼に問題はないのか、「既存の現実の認識」がそのまま「現実が存在すること」のみに価値を見いだすことにつながっているのではないかという批判である。たとえば、「限定効果」説に基づく、マス・メディアには伝達する内容に対する責任は無くなってしまう。「視聴者(読者)のニーズのゆえに」という名のもとに、自らの責任を回避し、利潤追究を嬉々として行なうマス・メディアの姿がそれにあたる。この「限定効果説」による責任の回避」によって内在的な批判を怠ると、この反動として生じたマス・メディア倫理の声高な主張がメディアへの法的規制から言論の自由の侵害を招きかねない動きに変容しても、マス・メディアはそれらにただ無抵抗に従属するこ

とになりうる。

後述する二つの効果研究以外の第III期の研究例から特徴となる点をいくつか指摘する。それ以前の研究、ことに第II期の研究が志向した、対象を個人の心理過程に絞った研究とことなり、集団や社会と個人・マス・メディアの関連から効果を測定しようとする研究が登場した。コミュニケーションの流れ研究やメディアシステム依存論などがこれにあたる。後者の場合、受け手のシステムへの依存関係を考察するだけでなく、メディアの側のシステム依存の形成を実証しようとする研究もみられ、前述した「メディア分析」につながる知見が得られる可能性がある。また、「沈黙の螺旋」仮説では、個人や集団の意見の同調過程に着目した研究であり世論研究の一環としてとらえることができる。とともに、多元的権力構造のもとでの同調と逸脱・排除の理論を考えるてがかりとなる。これらの研究は、第二期の実証主義的な姿勢や方法論や理論のなかに含みつつよりマクロな視点を取り入れているところに特徴がある。

### 3. 議題設定機能研究 (agenda-setting approach)

社会生活を営む上で重要なことがらは何であり、それらのうちどれが最も重要で以下どのような順位になるのかというときの認識の根拠を探る際にマス・メディアが大きな影響力をもつ情報源であることを明らかにしたのが、議題設定機能研究である。すなわち、マス・メディアが強調し顕在化させた争点や主題と、受け手が自覚する争点・主題の重要性・顕在性とはかなり高い相関と因果関係がみられることから、マス・メディアのもつ争点・主題設定が受け手の認知に大きな影響を及ぼすとする研究である。この研究は、一九六八年のアメリカ大統領選挙におけるメディアが強調した争点と受け手の有権者が重要視した争点との関係を調査・検討したマコームズとショーの論文 (McCombs & Shaw 1972) を嚆矢として現在までに二〇〇余りの論文が発表されている (Rogers et al. 1993)。

マコームズとショーの論文が世に出た一九七〇年初頭は、マス・コミュニケーション研究史の中でも転換期にあつ

た時代であった。クラッパーたちの限定効果説や選択的接触仮説への疑念が示され、また、個人レベルの短期的な態度や行動の変化をマス・メディアに求めても有力な知見を見出しにくくなっていったことから、受け手の能動性(あるいはマス・メディアの無能性)に対する疑いや、長期的かつ認知レベルの変化をマス・メディアの影響力とする見解が生じてきた。加えて、受け手への人間像の変容もあわせて生じていた。いかなる場合においても合理的かつ理性的な行動をする「合理主義的人間」から、特定の歴史・社会状況で能動にも受動にもなりうる人間像への転換であった。<sup>(10)</sup>

このような状況の下で登場した議題設定機能研究は、研究傾向の拡大と特徴の変化がみられる。研究傾向の拡大については、一九七二年のマコームズとショーの論文以後基本的な議題設定仮説の知見の繰り返しが続いたが、七〇年代後半になって議題設定を左右する「随伴条件」の研究に関心が拡張された。八〇年代にはいと、受け手の側の争点の重要性の知覚(パブリック・アジェンダ)、続いてメディアの側の重要視した争点や話題(メディア・アジェンダ)の考察がなされていく。次に特徴の変化においては、争点間の議題設定の競合の考察から、認知過程から態度や行動への変化を促したり、顕在化した争点が特定の立場を強調する「誘発争点」(valence issue) (Campbell, et al. 1966) などの後続効果への関心が生じてきた。

ここで議題設定研究の特徴を整理すると、①認知と態度・行動レベルへの影響、②現実の再構成としてのメディアの役割、③「地位付与機能」(Lazarsfeld & Merton 1948 ラザースフェルド、マートン 1968) の見直し、④送り手研究との統合、⑤随伴条件と「利用と満足」の研究との接触、の五つをあげることができる。

①については、マス・メディアにおける効果の性質が短期の態度の直接的な変化ではなく、知覚や認知の長期的なインパクトをもとことが明らかになった。そしてこれが認知→態度・行動の連鎖をスムーズに連動させるようになった。つまり、「何について考えるべきか」(What to think about)——思考の対象：外交・財政・防衛・議会運営などの政策から防衛問題を考える素材とする、——から、「何を考えるべきか/どのような立場や考えを取るべきか」(What

to think)——思考の内容の示唆…防衛問題でPKOからPKFへの進展は国際貢献の立場から当然とする、など——への進展がみられる。「何が問題なのか」から「何が重要なのか」まで「認知の構造化」(竹下 1984)が扱われた初期の研究から、受け手の意識や態度に影響を及ぼす「随伴条件」(メディア接触量、情報探索欲求、コミュニケーションレベル、デモグラフィック特性、争点のタイプ、など)を考慮すると、態度への影響を考えうる場合が生ずるのである。

②の現実の再構成概念は、リップマンの環境認知に関するマス・メディアの影響(擬似環境・ステレオタイプ)を発端とし、「涵養効果」研究(cultivation theory)につながるものである(三上 1987)。メディア・アジェンダがパブリック・アジェンダの中で大きな影響力を示すマス・メディアの議題設定機能をみると、社会的現実を多様な現実から選択し、ニュースとして受け手である一般大衆に提示していることを考えれば、現実を構成し受け手に提示していることになる。さらに、この現実再構成機能は、前述したようにマス・メディアの直接的な効果を示しているから、限定効果によって過小評価されていたマス・メディアの影響力の再認にも関わっている。

このことに付随して③地位付与の仮説との関連が生ずる。マス・メディアが特定の争点を重要なものとしてとりあげるものが個人である場合、受け手はメディアがわざわざとりあげると判断し、結果として対象とされた個人に特定の地位が付与される。ウィーバーが示したように、現実の構成のなかでも個人のイメージの構成がメディアによっておこなわれれば、受け手はそのようなイメージとして当該個人を認知する(Weaver et. al. 1981 ウィーバー 1987)。このようにみると、ラザースフェルドの「地位付与の仮説」は議題設定機能の現実構成機能に包含されることがわかる。

④は、議題設定の主体は誰かという問い掛けから、メディア・アジェンダの設定主体は誰かという問い掛けへ移行したものである。ニュースの社会学(Shoemaker & Reese 1991)、ニュースの伝播過程の研究(Turk 1986)、ゲートキーパー論(Whitney & Becker 1982, 25)など送り手についての制度論的・構造論的接近や送り手の意識調査をもと

にした接近がメディア間の議題設定などとの関わりで検討されている。このなかでも、マコームズが示したニュース報道の主な特徴を探る研究 (McCombs 1992) では主要な基準となる変数を議題設定から抽出し、特定のメディア内容への受け手の対応をよみとることによって「構造バイアス」を探ろうとしている点が目新しいものである。

⑤では、情報を求めようとする動機づけの強さを見る「オリエンテーション欲求」(need for orientation) が前述の「利用と満足」の研究との接点となりうる(竹内 1990)と指摘されている。個人としてある問題に関心が高く、その問題についてははっきりとした内容が得られていないときにマス・メディアへの接触動機が生じ、それによってマス・メディアの重要視した点(当該問題の)を重要と認識しやすい傾向があるというのがこの欲求である。この欲求が効果研究のなかで変数としてきた「先有傾向」(関心・知識)に加えて動機という直接情報獲得行動につながる性質をもつものをとりあげたことで意味があるとしている。そのほかに、「利用と満足」の研究が示してきた欲求がどこから生ずるのかという点にマス・メディアを加えたところがこの「オリエンテーション欲求」のもつ重要な点であると考えられる。

ところで、これら諸特徴が政治漫画ではどのように関わっているのであろうか。(⑤については「利用と満足」の研究のところ後に言及する。)

①については、「政治漫画」が何を伝えようとしているかによって受け手(読み手)の認知・態度のいずれかに影響するかは変わってくるように思われる。「政治漫画」が「解説」(国際問題や経済問題をテーマとすることが多い)を主眼とする場合には、読み手の認知(たとえば、ゴラン高原はどこにあるのかがわかる)に影響を与える。他方、「政治漫画」が「論評」の機能を主眼とする場合(シラク仏大統領が「NON」のプラカードで囲まれている「政治漫画」など)では、読み手にどのような態度を求めているかが明白である。

②では、「政治漫画」において何が描かれ、何が描かれなかったかをまず基準として考えるのと同時に、文字情報(政

治漫画」内の説明語句や「見出し」(キャプション)をも含む)の争点の顕出性との比較を行って、従来経験的・印象論的にのみいわれてきた(「文字で」語られぬものを(漫画が)語る)ことを明らかにすることが可能であろう。加えて、「政治漫画」が掲載されている同じ面の記事や論説との関係にも注目すべきであろう。記事や論説の視点を補足・説明する場合もあれば、それらと対峙する立場を「政治漫画」が表明している場合もある。このことは、④と関連させてみると、漫画家と新聞社との緊張関係を象徴しているともいえる。

③の「地位付与」については、前に述べた「イメージ」型議題設定が「政治漫画」においてよりはっきりと表されることになる。そもそも人物の「戯画」を中心に構成されているのが「政治漫画」であるから、対象とする人物のどのようなパーソナリティを顕在化させるか——デフォルメして強調するか——は「政治漫画」にとってきわめて重要である。村山富市氏の眉を大仰に描くことによって、優柔不断な性格よりも「好々爺」のイメージが優先され、内閣支持率と社会党の支持とのズレが生ずるのもこの例である。

「地位付与」機能の拡張として、前述の「誘発争点」との関連をみることができる。事物のイメージが「政治漫画」に再三取り上げられることによって培われ、特定の価値を有することになる。「ダメ政党」としての「社会党」は、PKO法案成立における牛歩戦術に躊躇する田辺委員長のと姿と重ね合わさって登場してくる「政治漫画」がその例である。「何でも反対政党」という「頑な」とみなされる態度や行動が多くの「政治漫画」で描かれると、人物の評価のみならず、その人の所属している組織・集団を評価することになる。

④は、新聞社の担当部局(文化部が多い)と漫画家との関連——制作過程、権力関係、新聞の他の分野との「認知」の違い(「新聞の盲腸」か「盲腸の盲腸」か)——を事例研究によって明らかにすることができる。あるいはむしろ、「漫画」(雑誌漫画)においての「組織化」に着目し、半ば「商品」と化した「漫画」の構造の分析を行い、それを掘り崩す手段を「政治漫画」との比較において求めていくという方向が考えられる。

ここで①から⑤を総合して具体的な「政治漫画」に即してその関連をみてみよう。九七年末に新進党が解体して野党の再編が進み、六党派による「民友連」が成立した。これをテーマとする「政治漫画」が「朝日新聞」に関しては(a)(1・4)、(b)(1・7)、(c)(1・9)の三枚掲載されている(九八年一月一日現在)。b)とc)は、文化的な事柄を素材として(b)では消防出初式の梯子のぼり、c)ではラグビー「民友連」の政策の統一と結束を表現している。b)とc)が読み手に伝えようとすることは、上記の「文化的な事象」と対比させた「まとまりのなさ」「烏合の衆」という政党イメージである。これによって③の「地位付与」が「民友連」という集団に付加されたことになる。この集団イメージは、「政治漫画内的情報」である、「キャプション」(b)「あわててよじ登ってはみたものの」(c)「一見統一、よく見りゃバラバラ柄模様」によっても表現されており、②と④の要素を見ることがができる。「キャプション」の表現のなかに事実描写を超えた価値判断を内包するものがあり、この点と画像そのものから①の態度形成にも「政治漫画」が関与していることがわかる。

これに対して、(a)の「政治漫画」は上記の(b)、(c)とは若干異なっている。(a)は、世論調査結果から「無党派」層が増加したことをふまえて、「巨大化」した「無党派」と「細分化」した「永田町政治」(「国会議事堂」がそれを象徴している)との対比を描いている。厳密には、政界の再編成は副テーマあるいは世論調査結果と対等の価値を持つものとして描かれている(描き手の意図をみることから①の要素がみえる)。携帯電話をもち、リュックを背負って大股で歩く「巨大な若者」の下に、「細分化」の小さな国会から蟻のような「党」という文字がちりちりになっている。この(a)は政治不信から「脱政治」の姿を読み取ることができるが、「細分化」した野党勢力に対比されるものは、「無党派」の国民(「若者」)だけではない。与党のなかの自民党の「巨大化」である。この対比を示さないと政治情報の十分な把握はできない。かえって、「野党の集合離散」が政治の貧困の原因であるという認識ないし価値判断を提示してしまうことになる。この意味で①の特徴が見い出せるともいえる。



## 4 「利用と満足」の研究 (uses and gratifications research)

「利用と満足」の研究は、マス・メディアを受け手が日常の生活の中でどのように利用するのか、また、それとともにマス・メディア利用によってどのような心理的満足感が得られているのかを解明する研究である。いいかえれば、マス・メディアを人々が各自どのように意味づけているかを明らかにしようとするものである。たとえば、同じ新聞を読んでも、ある人は選挙の結果を知り今後の日本の政治状況はどのようになるかを考えるためかもしれないし、また別の人は高校野球の結果を知るために新聞を購読するかもしれない。この場合、新聞購読の動機や欲求「要求」(need)まで考える必要がある。そこでこの「利用と満足」の研究では、メディア利用の多様な意味づけを諸個人の欲求や動機を探ること、とくに欲求とその充足(「満足」)に着目してメディア利用を考察するのである。

この研究の特徴として、前述したメディアと個人の心理的過程の考察のほかに、積極的な存在としての受け手像、機能主義を理論的支柱として(71)いること、個人と社会との接点を模索したマス・コミュニケーション研究、といった点がある。

能動的な受け手像については、従来のマス・メディア効果研究との対比でよく論じられている。すなわち、マス・メディアの効果研究が従来「説得的コミュニケーション論」に代表されるように、受け手の態度や行動にメディアとその内容がいかに影響を及ぼすかを中心的関心としてきた傾向があった。これに對して、「利用と満足」の研究は受け手みずから自分にとって有用と判断する(「要求」や欲求・動機がこれにあたる)情報をメディアから選び取る。それゆえ、積極的な存在として受け手をみなしているのである。(72) 政治漫画研究においては、画像研究の知見ともあわせて、多様な解釈を許す特徴をメディアとして考察するには「利用と満足」の研究が今後大いに利用される可能性がある。(73)

「利用と満足」研究の機能主義的特徴は、「メディア内容の利用方法が社会学・心理学変数の関数」という指摘に端的にあらわれている。すなわち、メディア利用を個人の欲求や知覚、個人の社会における位置関係と関連させた相互作用過程とみなす点に表れている。環境と人間の動的な平衡状態(恒常性機能)の働きによって、欲求―動機―充足の過程が説明される。したがって、他のマス・コミュニケーション理論と同様に、社会的制御の分析に道をひらくことと、外的要因によって(社会・経済的要因)システムが変化することを重視し、システム内の矛盾・非整合から動的平衡を生み出すことを軽視していることから、「既存メディア内容の現状維持」という批判(Elliott 1974)をつねにもつ。個人と社会の接点を「利用と満足」の研究に求めるならば、特定のメディア内容やメディア利用から生ずる欲求充足の類型が様々な社会的属性(性別、人種、年齢、職業、所得学歴などのデモグラフィックな要因)と関係づける試みがそれにあたる(Riley & Riley 1951) 1) においても、個人の欲求やメディア行動が優先され、社会システムと直接無媒介に関連をもつとみなされている点に注意すべきである。「漫画」が青少年に与える影響の問題を例にとれば、地域社会や同族集団などの属性と「漫画」を読む小・中学生の動機をまず考慮する必要があるが、それなしにすぐに現代日本社会や学歴社会を関連させているのが「利用と満足」の視点であるといえる。もっとも、以下に述べるように、一九七〇年代以降の「利用と満足」の研究は、他の社会学理論を援用して個人と社会を構造的に把握しようと努めているものもある。たとえば、ベトナム反戦デモをとりあげた新聞やテレビニュースの分析から欲求そのものが社会的に形成されていくことを明らかにした研究がある。<sup>(24)</sup>

「利用と満足」の研究は、一九三七年コロンビア大学のラジオ研究室の報告書である「ラジオと印刷物」に始まるとされている(竹内 1990)。この論文はラジオの社会的影響と印刷媒体との比較研究が主眼であった。ここから、ラジオの娯楽番組に娯楽以外の目的による視聴傾向が出たため、新たに面接調査をして充足の内容を分析した。これによって、マス・メディアの受け手は能動的に多様な意味付けをメディアに与えている点で魁となった。一九四〇年代に

は、ラジオ放送の各番組のみならず、新聞漫画、および新聞購読の機能をそれぞれ対象にした研究など数多くの「利用と満足」研究が輩出した。ところが一九五〇年代にはいると、「利用と満足」の研究は急激に減少する。その理由として、メディアの発達——特にテレビの登場——が広告や宣伝への関心を増加させ、受け手への効果や教育・啓蒙活動におけるメディア研究が進められたこと、と、テレビメディアの娯楽的な内容のもつ倫理的な抵抗、方法的な不備（事例研究の一般化の難しさ）などがあげられる。一九六〇年代になって、再び「利用と満足」の研究に脚光が浴びせられてきた。これは、データの収集と分析に量的な把握が可能になったこと、欲求の構造の測定やその類型化と充足の類型化に、社会・文化的要因が考慮されるようになったことなどがある。とくに、メディア利用から充足される要素で「メディアからどのようなものを得ようとしていたのか」を推測していたのが、これをもとにして、メディアに直接充足されない欲求への関心が生じ充足とは別個の欲求構造が構成されるようになった<sup>(75)</sup>。

最後に、「利用と満足」の研究の問題点のうちで「政治漫画」に関するものを検討してみよう。

第一に、「政治漫画」が面白くないことをつきとめるための手がかりとして「利用と満足」の研究を用いるには、「欲求不充足」(non-gratifications)がこの研究によっていかに説明されているかをみておく必要がある。ところが、この「欲求不充足」についてはほとんど触れられていない。欲求充足の手法の評価をメディアの「利用しやすさ」(availability)を基準にして、得られた効果(充足)を測定し満たされぬ場合には評価にもどるといふフィードバック過程のなかに触れられているだけである。しかもそれは、欲求の認識を十分にすませている「合理的人間」像や、そもそも受け手のマス・メディア利用は欲求の反応であるとするこの研究の「理論的前提」(岡田 1992)からみると、メディアの適切な利用をおこなえば必ず欲求は充足するということになる。しかしながら、前にものべたように、「政治漫画」というメディアへの接触の程度がどの程度であるかによって欲求の充足の度合いがことなってくるであろう。とすれば、必ずしも「政治漫画」というメディアで欲求を充足させるだけでなく、欲求そのものを満たす必要がないのではないだろ

うか。

第二に、「利用と満足」の研究の対象としての映像メディアの分析はあくまで「文字」の部分が主であり、画(映像)の分析も体系づけられているわけではない。欲求・充足の類型をどのように映像に即して行うかが問われている。つまり、画像で表現されている欲求をどのように読み込むが必要になる。

第三に、「誰の利益(欲求)が満たされるか」という点がある。言い換えれば欲求ははたしてどこから生じてきたのかということである。様々な社会的集団と関わりをもつ以上それらから少なからぬ影響を受ける。また、その集団とその成員との関係——経済的・社会的・政治的——によっても個人の欲求になんらかの影響を及ぼしている。社会化を例として考えてみれば、個人としてよりも集団のひとりとして適応することを自然に学んでいく。「漫画」が「組織化された作品」(syndicated cartoon)となり、「漫画」によって社会化される(社会集団の価値まで学習する)時代となった現代では、「漫画」による笑いが欲求充足の形であっても、それが個人のものである保証はできない。社会や集団にとって好ましくない欲求の充足は抑圧されるかそもそも「漫画」の画像に登場してこないのである。「菊・鶴・星」は「漫画」においても同じである(Elliott 1974)。社会の好ましからざる部分を切り出し嘲笑する「政治漫画」にもこの「好ましからざる欲求充足の抑圧」が生ずるならば、この問題は二つの点で「政治漫画」のレゾン・デートルに関わる問題となりうる。

ひとつには、自由主義的視点に基づく「政治漫画」を「菊・鶴・星」が否定してしまうことがある。権力から自由であることによって批判や風刺としての役割を持たせることができる。「タブー」の存在は、「タブー」自体への「政治漫画」の従属を意味する。

もうひとつには、「タブーの破壊」それ自体が政治言語となつて、「政治漫画」によって社会の紐帯や「コード」(ないし「倫理」)を破壊させることがある。「愛国心」をタブー視するなど主張する「漫画」を描いた場合、それが「愛国

心」の相対化に直結するとはいえず、むしろ「古色蒼然たる」愛國心の擁護につながりかねない。笑いの矛先を権力以外に向ける（一般市民の特定の間人、社会的弱者など）場合も同様である。<sup>(76)</sup>

このことは風刺や笑いという「政治漫画」の本質に関わる機能でさえも、対象からの距離感覚（ないし自由）を失うとたちどころにして「政治言語」になりうることを示している。さらに、この「政治漫画」の「政治言語化」をみることによって、前節の議題設定研究で言及したような、「隠れた争点（意図）」ないし「政治漫画」の背景となる社会の価値意識の探求に「政治漫画」の風刺や笑いを指標とすることが可能になると考えられる。

(68) もっとも、解説を中心にした漫画や専ら娯楽を軸にしたコマ漫画、ギャグ漫画においても政治風刺画ほどではないが、描き手の政治意識が隠される。逆に、ある点からみると、淡々と日常生活や事実を描写する漫画や、日常のなかから笑いを誘うギャグ漫画のなかに政治風刺に近いものが存在するかもしれない。「コミック（アニメも含む）」は、たとえ単に娯楽のためであっても、ある種のメンタルな価値をもつ。実は、娯楽と情報（という漫画での本質的な機能）は互いに分け隔てることができないものである。したがって、コミックは明示的にも暗示的にも何らかのイデオロギーを免れえない」（Silbermann, 1986, p.21）

(69) 思想信条を表明しないことが「価値自由」につながる例として、いわゆる「キャンペーン」や広告に関する漫画の扱われ方がある。原子力発電設立に反対する漫画家でも、電力会社のキャンペーンに自らの作品を掲載することがありうる。もっともこの場合は、漫画家の経済状態と社会的地位認識の欲求（総じて企業がスポンサーになるこの手のキャンペーンへの参加のための原稿料は高額である）とのずれを考慮する必要がある。

(70) 日本における議題設定研究で代表的なものは次の通り。①（竹下 1981）②（竹下 1984）③（竹内 1990）④（岡田 1992）⑤（竹下 1990）。社会心理学における人間観の変遷については、（Fiske 1990）を参照。

(71) 「利用と満足」の研究の概観として以下の文献を参考にした。①（竹内 1990）②（岡田 1992）③（McLeod & Becker 1981）。

(72) 「選択的接触」は、既存の知識・関心（「先有傾向」(predisposition)）に見合ったメディア内容に接近し、無関係や対立的な内容

には回避する行動をさす。「利用と満足」の研究はこの「選択的接触」をも包含する「能動的受け手」(active audience)論を構成する研究の一潮流として「選択的接触」概念とは区別すべきである。

(73) 今まで「受け手」研究として政治漫画の研究が体系的に行なわれたことはない。説得的コミュニケーション研究の「送り手」の分野の研究は、政治レトリックの分析に用いられている。説得的コミュニケーション研究は本来「受け手」の態度変容の研究として心理学の分野で多くの知見が得られている。この研究の傾向として次の四つがある。①「送り手」の特性、②メッセージの内容と構成、③メッセージの伝えられ方、④「受け手」の特性。心理学では主に①に焦点があてられている。政治レトリック研究は、②と③に該当する。④はデモグラフィックな要因として、①の研究の中で扱われている。(山口 1984)。

(74) 以下の文献を参照。(Elliott & Goulding 1973) (Elliott & Goulding Husband 1974)

(75) たとえば、欲求の類型と個人の特性およびメディアイメージの関連を分析し、マス・メディア以外の欲求の充足手段についても言及している論文に次のようなものがある。(Edestein 1973)

(76) 多元的権力論の視点や、歴史主義を素材にした相対主義の問題についてのシュトラウスの視座 (Strauss 1953) とこの見解は接点をもつ。