

# マスメディアがエスニシティに 与える影響の理論的考察

——集团的アイデンティティ概念を手がかりとして——

鈴木 弘 貴

## 1. はじめに

これまで、マスメディアの発達と近年におけるエスニシティの顕在化を、因果関係があるものとして論じたものは少なくないが<sup>(1)</sup>、白水（1997：126）も指摘しているようにその理論的なメカニズムが十分に解明されているとは言い難い。そこでこの論文では、マスメディアとしてのテレビの視聴がエスニシティに与える影響を、集团的アイデンティティを中心的な説明概念として理論的に説明を試みることを目的とする。ここで提示したメカニズムが、Anderson（1992；1994）の言う「遠距離ナショナリズム」（Long distance Nationalism）、ナショナルアイデンティティ保持を理由にした衛星放送の受信規制問題、エスニック・メディア研究など、メディアとエスニシティ・ナショナリズムの関係の研究に対して一つの説明力となることが期待される。

本稿でテレビを主に扱うのは、近年におけるメディアの発達とはテレビの発達に他ならないとの認識からである。研究方法は関連文献による理論研究であり、論理展開は、テレビ視聴→集团的アイデンティティ→エスニシティという、影響の三段論法の形を取る。

## 2. 集团的アイデンティティの定位

まず、論考のキー概念となる、集团的アイデンティティという概念の定位

を図ることにしよう。ここでは、「アイデンティティ」と「集团的」という、二側面に分けて考察を進める。

### (1) 所属アイデンティティ

アイデンティティとは多義的な概念である。例えば、栗原（1967）はその訳語として、文脈により「存在証明」「身許証明」「帰属証明」「帰属感」「自己限定」「自己確認」「自我統合」などが考えられるとしている（70-1）<sup>(2)</sup>。しかし、石川（1992）はこれを整理して、「所属」「能力」「関係」の三種類のアイデンティティに分類している。所属アイデンティティとは「（わたしが）属する組織や共同体がなんであるか」を指す。能力アイデンティティとは、「（わたし）が発揮できる能力・技術の一切」であり、性格、気性、資格、職業などもこの分類に含まれるとしている。関係アイデンティティとは、「（わたしが）結んでいる関係や担っている役割」のことで、父親とか課長といった地位や役職、また頼りにされているとか愛されているといった間柄のことである（18-9）。この分類に依拠した場合、本論考ではアイデンティティ概念を使用しての分析目標がメディアとエスニシティとの関わりにあることから、「能力」や「関係」のアイデンティティは議論の対象外である。つまり、以下の論考のキー概念となる集团的アイデンティティの「アイデンティティ」とは、石川の言う「所属アイデンティティ」の側面を問題にしていることを、はじめに確認しておきたい。

### (2) 「集团的」とは

次に、「集团的」という形容詞が限定するものの意味を考えてみよう。ここの「集团的アイデンティティ」は、英語の collective identity を訳したものである。また、メディアとアイデンティティをめぐる議論ではこの他に、「文化的アイデンティティ」(cultural identity)、また「ナショナルアイデンティティ」(national identity) や、「エスニックアイデンティティ」(ethnic identity) などという用語が目につくが、これらの用語の概念的な相違及び相互関係はどのように整理が可能なのだろうか。

以下に、Schlesinger による集团的アイデンティティ、A. Smith による集团的文化アイデンティティ、および S. Hall による文化的アイデンティティ

に関する議論を比較検討してみる。Schlesinger (1993) は Melucci の論考に依拠しながら、以下の4点に分けて、集团的アイデンティティの概念構成上の特徴を抽出している。

- ① 集团的アイデンティティは、「我々自身」という感覚を、集団の構成員が自らのものと認定した共同体を単位として、その集団の文化の中の特徴を利用して構築及び再構築したものである。
- ② 集团的アイデンティティは、「我々」を定義した上で、「彼ら」とは異なるという排除の論理を含む、集団によって共有された意識の形成である。
- ③ こうした形成は、記憶と忘却を繰り返しながら、「時間」とともに進展する。
- ④ またそれは、一定の「空間」の中で進展する<sup>(3)</sup>。

また、A. Smith (1992) は、ナショナルアイデンティティと文化の関係を考察する出発点となる概念として、「集団的文化アイデンティティ」(collective cultural identity) を提示し、その構成要因を以下のように抽出している。

- ① ある人的集団が何世代も続いているという継続感の共有。
- ② その集団の昔の時代のこと、出来事や有名人に関する記憶の共有。
- ③ その集団に共通の運命と文化が存在するという集団的信念 (58)。

最後に、Hall (1990) は文化的アイデンティティ (cultural identity) を二側面を有するものとして論じている。

- ① 一つの、共有された文化、集团的な「本当の自己」、共有された歴史と共通の先祖を持つ人々という側面。
- ② 「我々はいかにして我々となってきたのか」を定義付ける際の、「類似」と「相違」という側面 (223-5)。

まず、Schlesinger の「集团的アイデンティティ」と Smith の「集団的文化アイデンティティ」に関する議論を比較検討して、「集团的」の意味を確定したい。両議論は多くの類似点を含んでいるが、「集团的」という言葉に関わると思われる点で注目したいのは、「共有」という動作が強調されている点である。「共有」の目的語は、「意識」「継続感」「記憶」という心理的なものであり、「共有」の主語は文脈から「集団」であることは明らかであ

る。つまり、「集团的」とは、ある集団の構成員によって何かが共有されている状態を指しているといえる。前節で、ここで扱うアイデンティティは所属アイデンティティであるとしているから、「集团的アイデンティティ」とは、「集団の構成員内で共有される、所属アイデンティティ」であると定義することが可能であろう。

ここで注意を要するのは、「集团的アイデンティティ」と「所属アイデンティティ」の違いである<sup>(4)</sup>。後者は、ある集団に所属していることから発生する個人所有のアイデンティティであるのに対し、前者は、ある集団への所属意識を、構成員の大多数が持っている状態における集団所有のアイデンティティである<sup>(5)</sup>。

ここで、集团的アイデンティティの議論に関連すると思われる、「国民的アイデンティティ」及び「エスニックアイデンティティ」の概念を簡単に整理しよう。Schlesinger (1991) も指摘しているように、ここでは両概念は集团的アイデンティティの一種であると捉えるのが論理的整合性があると考えられる (153; Smith, 1991: 143)。つまり、前者は「国民<sup>(6)</sup>」、後者は「エスニックグループ」の持つ集团的アイデンティティであり、それぞれ「国民意識」「あるエスニックグループに所属しているという意識」を共有している状態のことである<sup>(7)</sup>。

では最後に、Hall の言う「文化的アイデンティティ」はどのように位置づければ良いだろうか。先に考察した二つと合わせて見ると、三者の定義がお互いにオーバーラップしている部分が多いということが分かる。例えば、用語でも「文化」「共有」が重なっているが、その他、用語は若干異なるが、「時間的な継続感」や「過去についての記憶の共有」などが通底する議論上のポイントとして指摘できる。

こうした類似点から、文化的アイデンティティを集团的アイデンティティの一種であると考えすることは、概念上の齟齬を来さないであろう<sup>(8)</sup>。精緻化を進めると、Smith (1996) は国民的アイデンティティの形成過程を論じる中で、「文化的アイデンティティと差違に関する感覚を生み出す事を目的に、共有するコード<sup>(9)</sup>（しばしば、世俗言語）を基盤にした共同体の『境界』が作られていく」(451) と説明していることから、文化的アイデンティティは国民的（またはエスニック）アイデンティティの下位概念であることが分か



る。さらに「言語が文化的アイデンティティの中心であれば、文化的アイデンティティは国民的アイデンティティと同一物ではありえない」(Schlesinger, 1991: 145) とすれば、文化的アイデンティティは「文化」を共有することにポイントを置く集団的アイデンティティを意味していることが分かる。つまり、エスニックグループがある特定の文化を共有しているとするならば<sup>(10)</sup>、エスニックアイデンティティと文化的アイデンティティの差は、エスニックグループへの帰属意識の有無が分岐点であるといえる点をここで確認しておきたい<sup>(11)</sup>。

### (3) 集団的アイデンティティの構成要素

さて次に、後の議論の準備として、集団的アイデンティティを構成する要素は何であるかを、前項で取り扱った Schlesinger, Smith, Hall の議論を参照しつつまとめておこう。

#### ① 文化の共有 (感)

まず、三者が共通して強調している要素として、「文化」が挙げられる。文化自体が collective な、つまり集合的・集団的な概念であり、文化を共有しえない人的集合は集団的アイデンティティを持ち得ないということになる。

#### ② 経験・記憶の共有

第二に抽出できる要素は、「経験・記憶の共有」である。Schlesinger (1991) は共通の過去、思い出、記念物などに関する「集団的記憶」(153) を、Smith (1992) は「集団の昔の時代のこと、出来事や有名人に関する記憶の共有」(58) を、Hall (1980) は「共有された歴史」(223) を、それぞれ集団的アイデンティティの構成要素と指摘している。

#### ③ 「他者」の発見

三つ目には、集団的アイデンティティ、つまり「我々意識」を達成するには、我々でないもの＝他者を認識する必要があるという要素である。Smith (1992) の記述にはこの点についての言及が無いが、Schlesinger (1991) は

「我々を定義した上での彼らの必要性＝排除の論理」(153)を、Hall (1980)は「我々の成り立ちを確認する過程での類似と相違」(225)を、それぞれ集団的アイデンティティに関わる重要な要素と指摘している。また Melucci (1989)は、集団的アイデンティティが他者との関係性の中で形成される点を強調している。繰り返し他者を認知する過程の中で全てのアイデンティティは形成されるのであり、また、集団の主観的、客観的連帯感が形成される。その意味でアイデンティティとは「関係」と「表象」のシステムであるという(60-72)。

#### ④ 時間と空間

最後に取り上げるのは、集団的アイデンティティ形成において Schlesinger (1993)が特に重要と強調している「時間」と「空間」の要素である(7)。Smith (1992)は「継続感」(58)という言葉を使って、Hall (1980)は「我々はいかにして我々となってきたのか (what we have become)」(225)という現在完了形を使って、Schlesingerと同様にこの「時間」の要素を指摘している。これはつまり、集団的アイデンティティは短期間に形成されるものではなく、ある一定の年月—それがどのくらいの時間を指すのかはどこにも明示的ではないが—を経て初めて培われるものであることを意味している。

一方、「空間」(または「場所」)については、SmithとHallは必ずしも集団的アイデンティティの構成に必要な要素であるとはみなしていない様に思われる。Smithは集団的アイデンティティは個人のアイデンティティに比べ永続性が強く、多重化しにくいと論じているが、その中で「宗教的アイデンティティ」をそうした集団的アイデンティティの典型の一つと例示している (Smith, 1992: 59-60)。

宗教は必ずしも空間に拘束されないことから、Smithの論理からすれば、「空間」は集団的アイデンティティの構成要素に必ずしも入っていないことが分かる。またHallも、論考の中で離散民族 (diaspora)の文化的アイデンティティを論じていることから (Hall, 1990),「空間」ないし「場所」が集団的アイデンティティの必要条件であるとは見なしていないと思われる<sup>(12)</sup>。この点については、後ほど再論する。

### 3. テレビと集団的アイデンティティ

次に、マスメディアとしてのテレビが、前章で定位した集団的アイデンティティに与える影響について、考察を進める。

#### (1) マスメディアとしてのテレビの認識論的特性

大量・大衆メディアとしてのテレビが個人や社会などに与える影響の研究に関しては、様々な角度からの膨大な蓄積があるが、ここでは本論考の目的に鑑み、マスメディアとしてのテレビの機能を、テレビというインターフェイスの持つ認識論的特性に絞って整理を試みるところから始めたい。

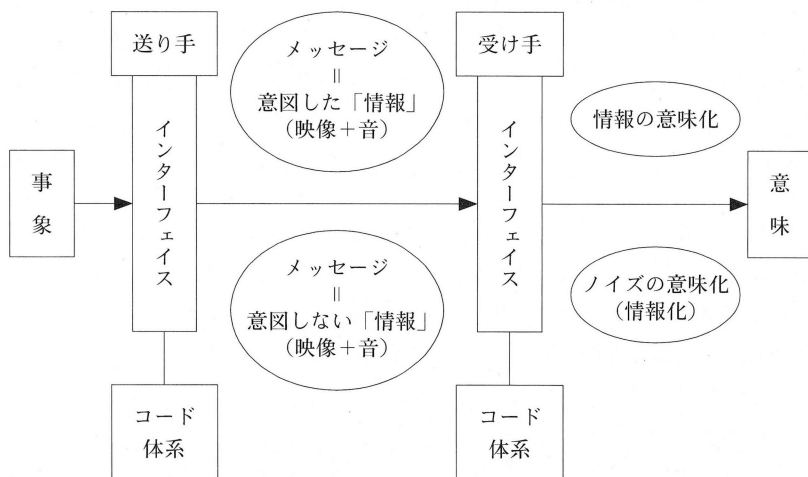
##### ① ノイズの情報化

まず、「ノイズの情報化」作用である。これは、テレビは何を伝えることが可能かを考える点で重要と思われる点である。

ここでいうノイズとは、メディアによって伝達されるメッセージのうち、情報発信者が意図した情報（＝意味）以外の部分を言う。メッセージとは、送り手と受け手のインターフェイスの間を、メディアが移動させるもの全てである。送り手のインターフェイスでは、送り手のコード体系<sup>(13)</sup>を通じて、事象から「意図した情報」を構成する（コード化）。「意図した情報」はメッセージとしてメディアにより伝達され、受け手のインターフェイスに到達する。受け手はそこで、受け手のコード体系を通じて、「意図した情報」を読み解き、そこから「意味」を汲み取る（図1参照）（池田，1990：137-40；池田・村田，1991：181-94；Hall, 1980）。ノイズは送り手によって送ることを意図されていない、つまりコード化されていないものであるが、メッセージの一部として「意図した情報」と共にインターフェイス間を移動する。しかし、ノイズが受け手にとって「意図しなかった情報」となるかどうかは、受け手がそのインターフェイスの中で、そのノイズを意味化＝情報化するかどうかに関わっている。

以上の議論を Meyrowitz（1985）の取り上げた具体例に習い、テレビというインターフェイスの中でのノイズの意味を考えてみよう。Meyrowitz

図1 ノイズの情報化（池田，1990；1991を参考に作成）



は、テレビの登場によって、政治家インタビューの伝える意味の変容が起きたという。映像と音声によって、視聴者はその政治家の顔色、ネクタイの趣味、息遣いなどから、その政治家に対する印象＝情報＝意味を判断する事が出来るようになったという。ここで、政治家インタビューを事象、送り手／インターフェイスをテレビ局（人的なものを含む）、インタビューのやり取りの映像をメッセージとすれば、送り手が伝えようと「意図した情報」は、インタビューのやり取りの内容、つまりテキストである。このテキストは、インタビューワーがあるコード体系に則って紡ぎ出したものである。そして、そのインタビューの内容＝テキストを伝達すべき価値のあるものと、同様のコード体系に基づき判断したディレクターの編集でテレビが伝えたメッセージの中には、実はネクタイの色・柄などの「ノイズ」が混入していた。このメッセージは、受信機が映し出す映像というインターフェイスを通じて受け手に伝わるが、ここで受け手は自らのコード体系により、送り手の「意図した情報」＝テキストを意味化しただけでなく、ネクタイの色・柄という「ノイズ」も意味化＝情報化したのである。つまり、この場合、「ノイズ」は、送り手が意図しなかった「情報」となっているのである。

これに関連し、異文化間のテレビ視聴について、論考を進めてみよう。例えば、日本で放映されているアメリカ製のホームドラマを連日視聴することで、ドラマのストーリー展開という「意図した情報」の他に、私たちが意味化する「ノイズ」は一体なんだろうか。ドラマの中の役者の服装や身振り手振り、舞台となっている家の調度品、背景として登場する街の様子、その片隅でコーラを飲むエキストラの仕草…。こうしたものを総体して、「アメリカの文化」であるとはいえないだろうか。これはもちろん、ドラマに限らない。ニュース、CM、スポーツ番組などでも、これらを量的に総体化すれば、「テレビは文化<sup>(15)</sup>」を伝える」という事が出来るであろう<sup>(16)</sup>。

## ② パラ・ソーシャルな相互作用と同化・異化

次に、二つ目に強調しておきたいテレビメディアの認識論的特性として、パラ・ソーシャル（疑似社会的）な相互作用がある（Horton, D. and R. Wohl, 1956）。これはテレビというインタフェイスを介して、送り手と受け手があたかも同じ空間の中でフェイス・ツー・フェイスの社交をしているかのような作用のことである。池田（1990）は、アメリカのニュースキャスターとそのニュース番組の視聴者との間に、パラ・ソーシャルな相互作用を感じる人が四割以上もいるという研究を紹介している（145）。また、佐藤（1990）はこれを「送り手と受け手のあいだの障壁やへだたりを擬似的に破った同化媒介的コミュニケーション」と呼び、この現象に含まれる同化作用を強調している（250）。またこの同化作用は、「他者」との差別化という「異化作用」と表裏一体である（佐藤、1976：184-7）。つまり、「我々」を規定していく過程で同時に「他者」が認識されていく（逆も真）のである。

## ③ 「場所」からの開放

三つ目の重要な認識論的作用として、テレビメディアによる「経験の場所からの開放」を取り上げておきたい。Meyrowitz（1986）は、電氣的メディアの発達により、社会生活の「状況的地理関係（situational geography）」が変容すると論じている（6）。ケネディ大統領の暗殺中継などを例に取り、それまで、その場に居合わせなければ経験できなかった事象・事件が、テレビ・ラジオ<sup>(17)</sup>の登場で、「場所に関係なく」経験できるようになったとい

う<sup>(18)</sup>。もっとも、メディアを通じた経験と、その場に居合わせたことによる「真正の経験」とは弁別すべきものであることに注意が必要ではあるが、しかし、「真正の経験」の方が必ずしもよりリアリティのある、記憶に残る経験をもたらすとは限らない。Morley & Robins (1995) が紹介しているように、テレビカメラの性能や位置の為、テレビを介した方がより事象・事件の核心を経験できることもあるのである (236-7)。

#### ④ 「意味のある他者」

最後に、メディアがアイデンティティの形成に与える影響の一般的理論について、簡単に触れておきたい。船津 (1995) によると、「人間の自我は、他の人間との関連において社会的に形成される」。発達心理学的に、つまり幼少期の自我形成において特に重要となるのは、「意味のある他者」(significant other) と呼ばれる、社会的相互作用を通して自我を形成する際の対象である。マスメディアは、この「意味のある他者」として、母親、友達などと共に登場する。そして、多くは母親をスタートとするであろうこの「意味のある他者<sup>(19)</sup>」は、子供の成長に伴い移行して行く。自我の形成においては、この「意味のある他者」の意見や態度、評価や判断、あるいは規定づけなどが重要な意味を持つという (49-50)。また、Coker (1992) は、テレビは認知のパターンに影響を与えとし、「テレビに映ったものは、われわれ自身の何かであり、それは我々のアイデンティティを活性化させる」(197) という表現で、テレビとの相互作用により、視聴者のアイデンティティの形成・変容が促される可能性を指摘している。つまり、両者の議論から、「意味のある他者」としてのメディアのコード体系が、その相互作用の中でコード体系の共有を促す形でアイデンティティの形成に影響を与えるということができよう。

#### (2) メディアと集団的アイデンティティ

最後に、前章3節で抽出した集団的アイデンティティの形成要素別に、前節で整理したテレビの認識論的特性を考慮しながら、テレビが集団的アイデンティティに与える影響を考察して行きたい。以下の議論を、先に簡単に表1にまとめておく。

表1 集団的アイデンティティの各構成要素に対し、メディアが与える影響

		メディアの認識論的作用			
		ノイズの情報化	同化／異化作用	場の開放	意味のある他者
の 構 成 要 素	文化の共有	○	○	○	○
	経験・記憶の共有	○	○	○	
	「他者」の発見	○	○		
	空間			○	
	時間		△		

### ① メディアによる文化の共有

Anderson (1983) は、近代になって国民意識 (national consciousness) が醸成された要因の一つとして、出版メディアの普及による、世俗言語の国語化、つまり言語という文化要素の共有を取り上げている (37-46)。これも一つの「メディアの同化媒介機能」の作用と考えられるが、言語に限らず、ファッションや音楽など今や様々な文化の「要素」が、メディアを通じてナショナルに共有されている現象は論を待たないだろう。では、文化の「根幹」ともいえる、コード体系はどうであろうか。

池田 (1990) は、コードやコード体系の学習は、「マスメディアや教育制度というインターフェイスを介する社会化によって組織的・体系的な影響を受ける」(150) として、メディアを通じてコード・コード体系が共有される可能性を論じている。

また、Gerbner らの「培養理論」(cultivation theory) は、テレビ視聴を通じて共通の価値観、世界観などが培養されるとの実証的研究の成果から、「テレビはアメリカ社会における中心的な文化形成の道具である」(池田, 1990: 151 より引用) との知見に達している。

こうした池田、Gerbner らの知見は、次のような解説が可能であろう。つまり、既に論じたように、「ノイズの情報化」によりテレビは「文化」の総体をも運び得ることから、こうした「文化」に対しても、視聴者との間で、「同化媒介機能」が作用すると考える事ができると思われる。

さらに付け加えれば、Meyrowitz (1985) はこうしたテレビと文化との関係性に、テレビの「場からの開放」機能を加えて、「場を持たない文化」(placeless culture) をもテレビは生成可能であると論じている。

## ② メディアによる経験・記憶の共有

ダヤーンとカツ (浅見訳, 1996) は、国家行事や歴史的事件などの「祭礼的なメディア視聴」(13) による影響を考察したメディア・イベント論において、「メディア・イベントは、集団的記憶にその実質を与えるだけでなく、枠組みをも与える。つまり、それは個人的時間と歴史的時間を組み立てる際の、記憶システムなのである」(強調は訳書, 281) と、テレビが視聴者に記憶の共有をもたらすとの知見を論じている。こうしたイベントはまた、テレビを通じて「場所」から開放された「経験」として視聴者に共有されるわけであるが、マクウェール (宮崎訳, 1991) はこうしたテレビを通じた経験の共有は、「メディア・イベント」に限らないとして、次のように述べている。

「多くの人々のテレビへの私的関与は、必然的に社会生活にも溢れ出る。

そして、年齢、性別、教育などの違いにもかかわらず、ほとんどの人の集合的、あるいは共通に有する経験が、大部分、テレビによって構築されることになる。これは国家、言語、文化内だけでなく、それらを超えたところでも人々が持続的に共有するもっとも確かな社会活動である」(56)

こうしたメディアを通じた新たな経験・記憶の共有は、メディアの同化媒介機能に負うと考えられる。また池田 (1990) は、「ノイズの情報化」により開示される情報量が飛躍的に拡大したことが、新しい視点や経験の獲得につながるといふ。そしてこうした「認識」の拡大により、既存のパラダイムに対して変革を迫る可能性が出てきた (149-150) として、テレビの登場による情報量の増大が、女性の集団的アイデンティティの変化をもたらし、60年代からのウーマンリブ運動につながった、との事例を Meyrowitz の論考の中から紹介している。

また、テレビメディアの持つ「経験の場所からの開放」特性は、「経験」に基づく集団的アイデンティティの場所からの開放につながる。Morley & Robins (1995) は、「テレビは、共通の経験や相互作用の基盤となっている」



との認識から、テレビは「新しい共同体 (communities) を電送空間に創造している」として、新たな、場所の無い所属先の創造の可能性までを論じている (237)。

最後に、Anderson による論点を付け加えておきたい。Anderson (1983) は、印刷メディアの発達に伴う経験・記憶の共有範囲が広がった為、それまでのムラ単位の共同体意識が、「国民」という想像の共同体意識に拡大したと論じているが、その中で情報の「共時性」(simultaneity) の重要性を強調している (24)。ナショナル・ペーパーを例に取り、ある事象・事件に関する情報が、同日に消費されているという事実とその意識が、国民としての連帯感の醸成に重要な役割を果たしたという。この「共時性」は、テレビメディアにとっては新聞の比ではない顕著な特性であり、視聴者が得られる「経験」や「記憶」の共時性は、「共有感」を強める点で集团的アイデンティティの形成・変容にとって、重要な要素だといえよう。

### ③ メディアを通じての「他者」の発見

Schlesinger (1995) は「集团的アイデンティティは、他者と我々を区別している内省的な過程を経て形成される。メディアはこの内省的な行程を行う重要な場所である」(2) と言うが、ではこのメディアが促す「他者を区別する内省的な行程」とはどのようなものであろうか。

一つのヒントはメディア・イベント論が与えてくれる。ダヤーンとカッツは、「メディア・イベントは、社会の境界を規定しなおす力を持っている。それは、私たちがどのような他者たちと一つの経験を共有するかを決定するのである」(強調は訳書。p. 263) との結論を導き出している。これはつまり、あるメディアイベントを視聴した集団を我々、視聴しなかった(出来なかった)集団を彼らとすることで、他者と我々を区別していく過程に他ならない。もちろん、メディアの持つこの「同化・異化」機能は、イベント中継だけに限ったことではない。ニュースやドラマなどでも、視聴「経験」の共有の有無が、社会的な境界線となりうる。そして、Anderson (1983) の議論にもあるように、これまでほとんど、こうした境界線は、ナショナル・メディアの存在を基盤とした国境線と合致していたのである。

もう一つの捉え方を、Morley & Robins (1995) の議論に見てみよう。

一般に、遠隔地の人々や、その場所、そこで起こるイベントに関して我々が抱くイメージは、メディアが作るイメージに多くを依存している(239)。例えばボスニア紛争は全ヨーロッパに中継されたが、その「戦争」という異常事態の映像に、人々は何を見たか。そこで視聴者は、「我々」とは違う、「彼ら」を見たのである(243-7)。つまりここでの他者化は、視聴者がノイズも含めた「戦争」という映像からある種のコード(残忍な行動規範など)を見出し、それは自分達のコード体系と異なると判断したと説明できるのではないだろうか。

#### ④ メディアと「時間」,「空間」

最後に、「時間=継続」,「空間=場」とメディアの、三者の関連性について簡単に触れておきたい。まず時間的継続(感)を物理的レベルは言うに及ばず、認識レベル<sup>(20)</sup>でもメディア(テレビ)によって変容しうるという説得力のある論述は、筆者のこれまでの文献研究からは見出せない。ただし、継続感を強調し、その共有を促進するという機能であれば、メディアは持ちうる。

例えば、Hobsbawm(1983)らのいう「創られた伝統」を構成員の間に共有させるのに、マスメディアの果たす役割は少なくない。それは、「伝統」という時間的継続感のある表象に関して、メディアが「同化機能」を発揮すれば良いからである。

次に「空間」であるが、前述のようにSmithやHallのように必ずしも空間は集团的アイデンティティと関係ないとの立場もあるが、電子メディアの場所からの開放機能を論じるMeyrowitz(1986)は、これまで場所に規定されて形成・維持されてきた集团的アイデンティティが、場とは関係のないものに変容し、集团的アイデンティティは地理的に拡散することが可能になっていくと主張している(57-117)点は注目に値しよう<sup>(21)</sup>。

### 4. エスニシティと集团的アイデンティティ

ここでは、三段論法の「二段目」である、集团的アイデンティティの変容がエスニシティに与える影響について検討していく。

## (1) エスニック・カテゴリーの整理

まずはじめに、Nation と国民，民族，エスニック・グループという用語について整理しておきたい。

英語の Nation は、「国民」、「民族」と文意によって訳し分けられており、また「民族」という日本語は Nation と Ethnic group とに英訳し分けられる用語である<sup>(22)</sup>。本稿ではこうした用語上の混乱を避ける為、state-nation, sub-nation, ethnic group, cultural group の四カテゴリーを設け、議論を進めていきたい。ここで State-Nation は「国民」のことで、法的、機制的な概念である State (国家) の構成員を指すことを強調する。Sub-nation (ここでは適宜「民族」を当てる) は、国家として独立してはいないが、独自の文化の存在に加え、一定の自治権を獲得しているスコットランドの構成員などと呼ぶ場合の分析概念として用いる。さらにその下位集団概念として、ethnic group (エスニック・グループ)<sup>(23)</sup> がある。ここでは、後の議論のために、そのさらに下位集団を規定しておく。用語は、ここでは cultural group (文化的集団)<sup>(24)</sup> として、以下にこれらの用語を定位しながら考察を進める。

## (2) エスニシティ生成理論と集団的アイデンティティ

数多いエスニシティ生成理論の中で、以下の論考では主に Smith の議論に依拠する。故に、はじめに Smith の議論の有効性を簡単に検証しておく。

ここで個別の研究を網羅的にレビューする余裕はないが、エスニシティ生成理論には、大別すると構成員の客観的属性に重点を置くものと、構成員の主体的意識に重点を置く考え方とがある<sup>(25)</sup>。これまでの研究で得られた知見では、どちらの理論も単独では全てのエスニック現象を説明しうるに至っていないと考えられている。しかし、両アプローチは必ずしも排他的ではなく (McKay, 1982), 「相補性」(梶田, 1976) があるものとされている。さらに吉野 (1997) は、Hobsbawm (1983) らのいう「伝統の創造」の視点を取りいれれば、両アプローチを架橋できると論じている (41-48)。Smith (1991, 1992) はこうした研究の流れを踏まえた上で、両アプローチの研究成果を盛り込む形でエスニシティ生成に関する理論的要素を抽出している<sup>(26)</sup>

ため、Smith の議論はいずれのアプローチの見地に立っても一定の理論的有効性を持っていると考えられる。

### ① 理論的要素の整理

Smith の議論を参考にして、エスニック・カテゴリー別に構成要素を整理すると、以下のマトリックスを構成する。

議論の便宜上、Ethnic group の定義・要件から簡単に解説すると、1) 集団を識別・同定できる名前の存在（これは State-Nation も Sub-Nation も所有するのは明らか）、2) 共通の独自文化、3) 起源の神話と集団に関する歴史的な事象の記憶の共有、4) 集団を構成する人々の多数による連帯感の存在、5) 固有の「ホームランド」との心理的結びつき、が挙げられる（1991, Ch.

表2 エスニック・カテゴリー別構成要素と  
集団的アイデンティティ構成要素の関連

		エスニック・カテゴリー				〈集団的アイデンティティとの関連〉
		State-Nation	Sub-Nation	Ethnic group	Cultural group	
構成要素	1) 集団の名前	←	←	←	?	
	2) 共通の独自文化	←	←	←	←	〈文化〉
	3) 神話・歴史の共有意識	←	←	←	?	〈経験・記憶、時間〉
	4) 国民意識	民族意識	民族意識	強い連帯感	?	〈他者＝独自意識〉
	5) 領土的境界	地理的境界	地理的境界	共通のホームランドを持つという意識の共有	?	〈空間〉
	6) 共通の労働地域	←	←	←	?	
	7) 国家的政治制度	政治的自治	政治的自治			

Smith (1991, 1992) などを参考に作成。

1-3; 1992)。この中で、5 番目の項目については、例えば「在米ユダヤ人」を Ethnic Group と規定できるよう、「ホームランド=この場合約束の地イスラエル」を「心理的・意識的」なレベルで定義をしている点に留意する必要がある。

次に State-nation と Sub-nation であるが (Smith は両者を Nation として議論している)、5) 領土／地理的境界性、6) 共通の労働地域、7) 共通の政治制度 (国家的／自治) — が ethnic group に加わる要素である (Smith 1992 : 60)。さらにここでは ethnic group の 4 番目の「連帯感」と類似レベルの要素として、Anderson (1983) の考察の成果を取り入れる形で、ある特定の国民 (Nation) や民族 (Sub-nation) であるとの集団的帰属意識の共有を加えることができるだろう<sup>(27)</sup>。

最後に、Cultural Group であるが、このカテゴリーは Smith の議論にない為、やや詳しい説明が必要であろう。このカテゴリーにより筆者がイメージしている集団は、あえて呼称を付ければ「岩手県人」「朝日人」「コギャル」といった、ある文化的な特徴によって他と識別可能な集団である。表 1 の中の「？」が意味するところは、これらの要素の有無がこのカテゴリーでは均一ではないからである。表 2 を参照して、「岩手県人」などは比較的容易にイメージできると思われるが、例えば、「朝日人」(これは朝日新聞社の社内報のタイトルである) では、集団の名称=企業名、共通の独自文化=企業文化、神話・歴史の共有意識=創業者神話・社史、連帯感=企業忠誠心、などとなるであろう。また「コギャル」は、名称、文化 (独特のことば使い、ファッションなど)、ホームランド=渋谷? などが挙げられるかもしれないが、連帯感の有無はどうであろうか。いずれにせよ、これらの cultural group が集団的アイデンティティを持ち得るかどうかは、3 章 2 節で抽出した四つの要素 (文化、経験・記憶、他者の発見、時間・空間) をどの程度備えるかどうかによるのである。

## ② 集団的アイデンティティとの対応関係

最後に集団的アイデンティティの変容がエスニシティに与える影響を整理する為、集団的アイデンティティの各構成要素と、これまで議論してきたエスニシティに関する諸要素との関わり合いを検証してみよう。表 2 の一番

右側のコラムを見ていただきたい。まず、「文化」は問題ないだろう。エスニック・カテゴリーの構成要素の中の「神話・歴史の共有意識」は、集団的アイデンティティの構成要素の「経験・記憶の共有」と対応し、また「時間、継続感」とも関連を持つと考えられる。4番目の国民意識、民族意識などの「我々は…人である」という意識は、構成員の独自性の確認およびそれに基づく一体感と不可分に形成されるものである為 (Smith, 1996), 集団的アイデンティティの構成要素の中では「他者の発見」と強い関連性を持つといえるだろう。5番目の「空間」も問題の無い対応関係であろう。つまり、こうした両者の構成要素間の密な関連性から、集団的アイデンティティの変容はエスニシティに大きな影響を与えうることが見て取れよう。

## 5. メディアとエスニシティ

### (1) エスニシティの顕在化とは

結論に入る前に、はじめに立てた問題意識の中の「エスニシティの顕在化」を、これまでの議論に促した形に換言してみよう。スコットランドナショナリズムの高揚、ヨーロッパのムスリムの「可視化<sup>(28)</sup>」などを「エスニシティの顕在化」と呼ぶならば、これはすなわち各エスニック・カテゴリーの集団的アイデンティティの強化あるいは変容であるということができよう。つまり、各エスニック・カテゴリーの各構成要素がそれぞれ純化あるいは先鋭化されるのが「強化」であり、「変容」とは、あるカテゴリーのある構成要素が、別のカテゴリーのレベルに移行することを指す (例えば, Ethnic group の「連帯感」が「民族意識」へと移行すれば、いわゆるエスニック・ナショナリズムとして顕在化するであろう)。

### (2) メディアがエスニシティに与える影響

さて、三段論法の三段目であるが、紙幅の都合もあり、ここでは改めて整理は行わない。表1と表2を見比べて、テレビメディアの持つどの作用が集団的アイデンティティのどの構成要素に影響を与えることが可能で、それがエスニック・カテゴリーのどの構成要素を強化・変容させることが可能かを確認していただきたい。

ここで本稿のまとめに代えて、筆者の現時点での関心事象である、越境放送とヨーロッパアイデンティティの問題に簡単に触れておきたい。ヨーロッパ統合が最終的に目指す「ヨーロッパ人」の創出は、表2の中のもっとも左側に、Supra-nation として捉えるべきものと考えられる。ここで名前＝ヨーロッパ人、また5)、6)、7)の各要素の整備は現在進んでいる。しかし2)文化、3)歴史、4)「ヨーロッパ人意識」の方はどうであろうか。現時点では自らをヨーロッパ人と名乗る集団は cultural group に過ぎないというのが筆者の判断である。衛星放送などの越境メディアが、如何に「ヨーロッパ人」創出に寄与できるか、つまり集団的アイデンティティのシフトを促せるかが注目される(鈴木、1996)。

## 6. おわりに

この論考を終えるに当たって、ここで論じたメディアがエスニシティに与える影響の分析が、「可能性」であって「決定論」にならない理由、つまり論考の限界を示しておきたい。まず、メディアが全構成要素に渡って強化・変容の作用を持つわけではない。メディアは時間軸は短縮できないし、ましてや領土や政治的な制度を与えることは出来ない。また、エスニシティの動員には、政治経済的な理由、効果的な動員を行うエスニック・リーダーの存在などの条件が重要であるとの知見の蓄積がある(梶田、1988など)。つまり、メディアは動員に至る前の一部の環境は整えられるが、エスニシティの顕在化の引き金になるかどうかは今後の検討課題となろう<sup>(29)</sup>。

### 《注》

- (1) 例えば、本多(1997:116)、梶田(1988)。
- (2) 「アイデンティティ」というカタカナ用語の定着は、こうした多義性を包含する為だと考えられるが、それゆえに不用意な用い方をすると議論の精緻化を妨げる用語であることに注意する必要がある。
- (3) これは当該の個所をそのまま翻訳したものではなく、それに Schlesinger 教授との議論の結果、修正を加えたものである。
- (4) Smith は、collective identity は単なる individual identity の集合体ではないとの見地から、両者の性質上の違いを、①individual identity は状況可変的で、重層(複数のアイデンティティを同時に所有すること)可能である、

- ②これに対し、collective identityは持続性が強く、重層化しにくいと論じている(1992: 58-60)。
- (5) 具体例で説明すれば、「私は東大生である」というのは所属アイデンティティであるが、東大生の大多数が「東大生であるということが自分のアイデンティティである」と認識し、その「我々＝東大生＝意識」が東大生間で共有されていると多くの東大生が感じている場合(＝所属アイデンティティの共有意識)、東大生という集団的アイデンティティが存在するのである。
  - (6) ここでは差し当たり、ネーション＝国民としておくが、これについては後述。
  - (7) もちろん、例えばエスニックアイデンティティを、「私の中のエスニックな部分」といった文脈のように、所属アイデンティティとして取り扱うことも可能であるが、本論考ではその立場は取らない。
  - (8) これは、Smithの用語がcollective cultural identityと折衷的なものになっていることから、三概念の類似性を示しているといえるだろう。
  - (9) コードの定義については後述。
  - (10) Schlesingerは、エスニックグループの構成に文化的なりアリティは不要、との極端な機能主義の主張があることを紹介している(1991: 153)。機能主義など、エスニックグループの構成理論については後述。
  - (11) 「意識」以外の要素については後述。
  - (12) ただし、Hallの議論は、文化的アイデンティティ(集団的アイデンティティ)の形成よりも保持の方に力点を置いた議論を展開している点に注意が必要である。
  - (13) コード体系とは、「言語による命名や解釈の規約、語用論まで含めた文法、あるいは社会的ステレオタイプや社会的に容認された因果認識・慣習・流行・常識」(池田, 138)であり、コードはその要素を指す。
  - (14) Hallのいう、encode(コード化)には、ここでいうコード体系の他、生産関係、技術的インフラストラクチャーが含まれる。この立場に立てば、テレビの伝える「ノイズ」もencodeされていることになるが、本論考ではコード化とは、コード体系を通じた意味作用のみを扱うものとする。
  - (15) ここでいう文化は、文化人類学的な、広義の文化を言う。
  - (16) 留意をする必要があるのは、Hall(1980)の指摘している、コード体系の共有が無ければ、意味の正確な伝達が行えないとし、コード体系の共有は文化の共有であるとしている点である(Hall, 1990: 223)(池田, 1990: 139)(児島, 1993: 77)。先の例で言えば、アメリカのホームドラマが作られたコード体系と、日本の視聴者の持つコード体系が異なっている(つまり、文化を共有してない)為、製作者の「意図した情報」が、日本的なコンテキストで解釈された「情報」として意味化されるのである。これはいわゆる受け手研究の理論的根拠の一つであり、この論理から「テレビは文化を伝える」とはいえない(つまり異文化間の場合、正確に伝わらない)との批判が可能のように見える。しかし、ここで想起すべきは、この場合、「文化」は「ノイズ」によって伝えられるのであり、その「ノイズ」は、送り手のコード体系の影響を受けないという先の議論である。つまり、本来アメリカ人をターゲットオーディエンスにし



- ているアメリカのホームドラマの製作者にとって、「アメリカ文化」はノイズであって、それを伝えるべく意図されたものではなく、故に「誤読」されることもありえないのである。逆に、コード体系が異なっているからこそ、受け手（日本人）にとって、その「ノイズ」からアメリカ文化という「情報」を取り出すこととなったのである。
- (17) テレビとラジオの比較では、その伝えうるメッセージの分量の違い（映像の有無、ノイズの多少）から、受け手が得られうる「情報量」に大きな差がある。この為、受け手によって意味化されたリアリティは、テレビの方がより迫真性が高い。
- (18) この実証例としては、Live Aid という反アパルトヘイト目的の音楽番組を研究した Meyrowitz (1989) を参照。
- (19) ここで言う「他者」は、前章で扱った「他者の発見」の「他者」とは異なることに留意。
- (20) 例えば、一時間のテレビドラマを視聴して、出演者と十年來の知り合いであるかのような関係性の認識を持つ、ということ。
- (21) 例えば、アメリカにいてもメディアを媒介に日本人としての集団的アイデンティティは保持できる。これについては、小川 (1994) の研究を参照。
- (22) 例えば、イギリスでは nation と呼ばれている集合体としてのスコットランド人や、日本のアイヌ民族などを想起。
- (23) いわゆる Nation-State 内のマイノリティーを指す用語としての Connotation を嫌い、Smith は Ethnic (エスニー) という用語を使って考察を進めている。同様に本稿でも ethnic group を「マイノリティ」とする立場は取らない。
- (24) これは本来エスニック・カテゴリーには含まれないが、ここでは議論の便宜上同一カテゴリーとしておく。
- (25) エスニシティ生成理論を概観するには、さしあたり、梶田 (1988)、関根 (1994)、McKay (1982)、Smith (1991, 1996)、吉野 (1997) を参照。
- (26) 例えば、以下の議論にある「独自文化」は客観的属性であり、「神話・歴史の共有意識」は主体的意識である。
- (27) Smith は ethnic group のところで、連帯感という「意識」を集団を規定する一つの要素として取り上げているのにも関わらず、Nation の要件のところでは、「国民意識」を加えていない点には疑問が残る。
- (28) 梶田 (1996) を参照。
- (29) 筆者は、かつて、日本から韓国へのスピルオーバーと韓国ナショナリズムの高揚の関係を研究したことがある (Suzuki, 1995)。

#### 引用文献

- Anderson, Benedict (1983) Imagined Communities: Reflections on the Origins and Spread of Nationalism, London: Verso (revised 1991).  
\_\_\_\_\_ (1992) 'The New World Disorder', New Left Review 193 : 3-13.  
\_\_\_\_\_ (1994) 'Exodus', Critical Inquiry, 20, 2 : 314-327.

- Coker, C. (1992) 'Post Modernity and the End of the Cold War: Has War been Disinvented?', *Review of International Studies*, 18, 3 : 189-98.
- Gerbner, G. and L. P. Gross (1976) 'Living with Television: The Violence Profile', *Journal of Communication*, 26, 2 : 172-199.
- Hall, Stuart (1980) 'Encoding/Decoding' in Hall, Stuart et al. (eds.) *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson.
- \_\_\_\_\_ (1990) 'Cultural Identity and Diaspora' in Rutherford, Jonathan (ed.) *Identity: Community, Culture, Difference*, London: Lawrence & Wishart.
- Hobsbawm, E. J. and T. Ranger, (eds.) (1983) *The Invention of Tradition*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Horton, D. and R. Wohl (1956) 'Mass Communication and Para-Social Interaction: Observation on Intimacy at a Distance' in G. Gumpert, and R. Cathcart (eds.) *Inter/Media: Interpersonal Communication in a Media World*, Oxford: Oxford University Press.
- McKay, James (1982) 'An exploratory synthesis of primordial and mobilizationist approaches to ethnic phenomena', *Ethnic and Racial Relations* 5, 4 : 395-420.
- Meyrowitz, J. (1985) *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, Oxford: Oxford University Press.
- \_\_\_\_\_ (1989) 'The Generalized Elsewhere', *Critical Studies in Mass Communication*, 6, 3: 326-34.
- Melucci, A. (1989) *Nomads of the Present: Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*, London: Hutchinson Radius.
- Morley, David and Kevin Robins (1995) 'Cultural Imperialism and the Mediation of Otherness' in Akbar S. Ahmed and Cris N. Shore (eds.) *The Future of Anthropology: Its Relevance to the Contemporary World*, London: Athlone Press, 228-250.
- Schlesinger, Philip R. (1991) *Media, State and Nation: Political Violence and Collective Identities*, London: Sage.
- \_\_\_\_\_ (1993) 'Wishful Thinking: Cultural Politics, Media, and Collective Identities in Europe', *Journal of Communication* 43, 2 : 6-17.
- \_\_\_\_\_ (1995) *Europeanisation and the Media: National Identity and the Public Sphere*, (Working Paper No. 7/95) Oslo: ARENA.
- Suzuki, Hirotaka (1995) 'Cultural Integration or Friction?: Japan and South Korea with Overborder TV Broadcasting' Submitted to Columbia University (Unpublished).
- Smith, Anthony D. (1991) *National Identity*, London: Penguin.
- \_\_\_\_\_ (1992) 'National identity and the idea of European unity', *International Affairs* 68, 1 : 55-76.
- \_\_\_\_\_ (1996) 'Culture, community and territory': the politics of ethnicity and nationalism, *International Affairs* 72, 3 : 445-458.

- 池田謙一 (1990) 「情報と社会的コミュニケーション」, 大坊郁夫ほか編『社会心理学パースペクティブ3—集団から社会へ』所収, 誠信書房。
- 池田謙一, 村田 光二 (1991) 『心と社会—認知社会心理学への招待』, 東京大学出版会。
- 石川 准 (1992) 『アイデンティティ・ゲーム—存在証明の社会学』, 新評論。
- 小川葉子 (1994) 「日常生活としてのグローバル・コミュニケーション—時間—空間の再編成の中のエスニック・アイデンティティ」, 『マス・コミュニケーション研究』44: 3-15。
- 梶田孝道 (1976) 「対抗的相補性の社会学」, 『思想』627: 38-61; 628: 106-120。
- 梶田孝道 (1988) 『エスニシティと社会変動』, 有信堂。
- 梶田孝道 (1996) 『国際社会学のパースペクティブ—越境する文化・回帰する文化』, 東京大学出版会。
- 栗原 彬 (1967) 「歴史における存在証明を求めて—〈創造的指導者〉への歴史心理学的接近」, 『思想』521: 62-82。
- 児島和人 (1993) 『マス・コミュニケーション受容理論の展開』, 東京大学出版会。
- 佐藤 毅 (1976) 『現代コミュニケーション論』, 青木書店。
- 佐藤 毅 (1990) 『マスコミの受容理論』, 法政大学出版局。
- 白水繁彦 (1997) 「国際コミュニケーション論—エスニシティ」, 『マス・コミュニケーション研究』50: 120-126。
- 鈴木弘貴 (1996) 「情報化社会を巡る諸相—国境を越えるコミュニケーションのインパクト」, 田中浩 編著『現代思想とは何か』所収, 龍星書房。
- 関根政美 (1994) 『エスニシティの政治社会学—民族紛争の制度化のために』, 名古屋大学出版会。
- ダヤーン, ダニエルとエリユ・カツ [浅見 克彦訳] (1996) 『メディア・イベント—歴史を作るメディア・セレモニー』, 青弓社。
- 船津 衛 (1995) 「「自我」の社会学」 見田宗介ほか編『自我・主体・アイデンティティ』所収, 岩波書店。
- 本多周爾 (1997) 「国際コミュニケーション論—国家」, 『マス・コミュニケーション研究』50: 111-119。
- マクウェール, デニス [宮崎 寿子訳] (19??) 「火の発見後: テレビジョン—放送の半世紀, 文明に対するそのインパクト」, 『放送学研究』47: ?-89。
- 吉野 耕作 (1997) 『文化ナショナリズムの社会学—現代日本のアイデンティティの行方』, 名古屋大学出版会。