

[書 評]

ギル・ブランストン&ロイ・スタッフォード著
『メディア・スチューデントズ・ブック（第3版）』を読む

遠 藤 英 樹

I 『メディア・スチューデントズ・ブック（第3版）』の構成

本稿は、ギル・ブランストン&ロイ・スタッフォード著『メディア・スチューデントズ・ブック（第3版）』[Branston, G. and Stafford, R. (2003) *The Media Student's Book* (Third Edition). London: Routledge.] に関する書評論文である¹⁾。ギル・ブランストンは現在イギリスのカーディフ大学でジャーナリズム、メディア、カルチュラル・スタディーズを専門に研究している講師であり、ロイ・スタッフォードはメディア教育やメディア・トレーニングに関する研究者である。

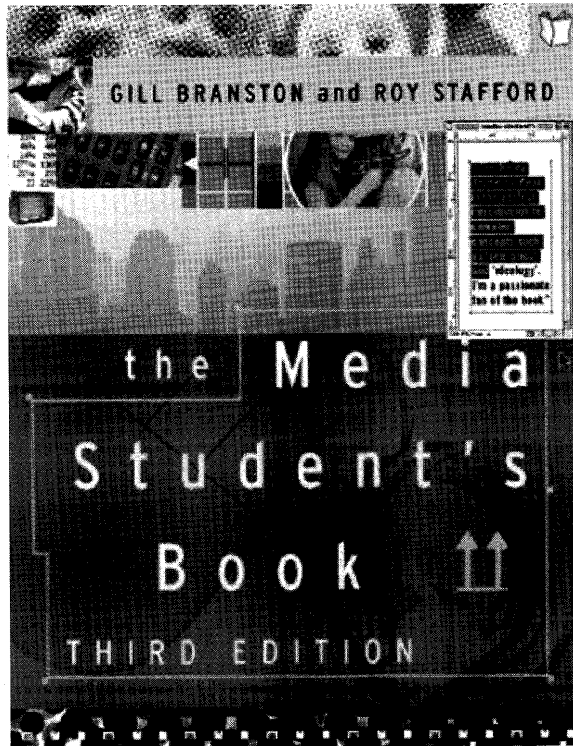


図 The Media Student's Book (Third Edition)

出典：http://images-jp.amazon.com/images/P/0415256119.01.LZZZZZZZ.jpg（2004.11.01アクセス）

まず、『メディア・スチューデントズ・ブック（第3版）』の構成を見ていくことにしよう。本書は、大きく「Part I」から「Part IV」に分けられている。「Part I」では、メディアを分析する上で重要な理論的概念が的確に整理されまとめられている。「Part II」では、メディアを実際に成り立たせている制作（製作）・流通・販売に関する議論が展開されている。「Part III」では、単にメディアにとどまらず、メディアをとりまいている社会的・文化的・経済的・政治的な議論が紹介され、最後に「Part IV」では以上で用いられた参考資料がまとめられている。各「Part」の詳細な目次は、以下の通りである。

Part I： 重要な諸概念 (Key Concepts)

1. 意味とメディア (Meaning and media)

Case Study：イメージを分析する (Analysing images)

2. 物語 (Narratives)

Case study：『サイコ』とニュースの物語 (Psycho and news narrative)

3. ジャンルと他の分類 (Genres and other classifications)

Case study：『バフィー〜恋する十字架』 (Buffy the Vampire Slayer)

4. 表象の問題 (Questions of representation)

Case study：スターダムと有名性 (Stardom and celebrity)

5. イデオロギーと権力 (Ideologies and power)

Case study：ニュース (News)

6. オーディエンス (Audiences)

Case study：オーディエンスにセールスする (Selling audiences)

7. 制度 (Institutions)

Case study：産業と制度としてのテレビ (Television as industry and institution)

8. 産業 (Industries)

Case study: 音楽産業、テクノロジー、シナジー作用 (The music industry, technology and synergy)

Part II：メディアの実践 (Media Practices)

9. 調査 (Research)

10. 制作（製作）組織 (Product organization)

11. 制作（製作）技術 (Production techniques)

12. 供給、プロモーション、販売広告 (Distribution, promotion and selling advertising space)

Case study：イギリスの映画産業 (The British Film Industry)

13. 広告とブランド (Advertising and branding)

Part III：メディアをめぐる議論 (Media Debates)

14. ポストモダニズム (Postmodernism)

15. グローバリゼーション (Globalisation)

16. テクノロジー (Technologies)

17. リアリズム (Realisms)

18. 統制 (Regulation)

Part IV：参考資料 (Reference)

用語集 (Glossary)

参考文献一覧 (Bibliography)

役に立つ情報 (Useful information)

索引 (Index)

Ⅱ 『メディア・スチューデント・ブック（第3版）』の内容紹介

次に、『メディア・スチューデント・ブック（第3版）』の内容を簡潔に紹介しよう。

まず「Part I」の内容から見ると、「1. 意味とメディア」では、メディアのコンテンツを一つの記号と考え、これを分析するための装置として、「シニフィアン／シニフェ」「デノテーション／コノテーション」といった記号論あるいは構造主義による諸概念が紹介されている。「2. 物語」においては、プロップたち構造主義者による「物語理論」が手際よくまとめられている。たとえばプロップは、多様なかたちをとる物語の背後には共通の構造があると考えており、その共通の構造を8つの「行為の領域」と、31の「機能」にまとめている。8つの「行為の領域」とは、「悪者」「主人公」「魔法など何かを与えてくれる人」「主人公を助ける援助者」「姫」「姫の父親」「主人公を送り出す人」「偽の主人公」をいう。こうした「行為の領域」を担う登場人物たちが「悪者が害をもたらす」「主人公は害をとりのぞく決心をする」「主人公が魔法の力を得る」等々といった31の「機能」を展開していると、プロップは考えるのである。こういった物語理論は、メディアのコンテンツを読み解く上で有効な武器となると思われる（たとえば映画『スターウォーズ』を思い浮かべてほしい）。「3. ジャンルと他の分類」では、メディアの分類につきまとう問題群について考察が展開されている。メディアのコンテンツはすべて一定の「ジャンル」に分類されるが、こうした分類が行われることで私たちがメディアをいかに理解し楽しむのかも影響されてしまう。

「4. 表象の問題」では、メディアがつくりだすイメージについて言及されている。とくにメディアによるイメージは、それが反復・再生産されることでステレオタイプ化される傾向がある。たとえば『風と共に去りぬ』という映画でメイド役を演じるのが、なぜ「太った黒人女性」なのか。それはステレオタイプ化されたイメージを利用しつつ、映画が制作（製作）されているからではないのか。メディア・イメージの問題が政治や民族の問題と結びつくとき、問題は一層複雑かつデリケートなものになる。それについては、「5. イデオロギーと権力」にも関連していると思われる。メディアのコンテンツは一つの「テキスト」とも言えるが、その「テキスト」は何らかのイデオロギーと結びついている。どのようなイデオロギーとも結びついていない純粋に中立的な「テキスト」など存在しない。メディアがつくりだす「テキスト」は、つねに既に政治性や社会性を帯びていると言えるだろう。こういったメディアとイデオロギーの関係について、本書は、マルクス主義的なアプローチからポスト・マルクス主義的なアプローチ、フーコーの理論等にまで広く目配せしつつ分かりやすく整理してくれている。

「6. オーディエンス」では、視聴者たるオーディエンスとメディアの関係について「皮下注射効果モデル」「限定効果モデル」「利用者の＜利用と満足モデル＞」など、これまでのマスコミ研究において展開されてきたアイデアが紹介される。その後、メディア調査の一方法としての「内容分析」が検討され、近年のオーディエンス研究の動向が言及されている。特に近年では、カルチュラル・スタディーズによるオーディエンス研究が注目されているが、本書でも的確にこれらの研究が紹介されている。「7. 制度」および「8. 産業」では、メディアにおける制度・産業としての側面が考察される。メディア制作（製作）をめぐる経済的・財政的・産業的側面は、メディア研究において決して無視しえない側面である。

次に「Part II」ではメディアの理論的側面ではなく、実践的な側面に視点が移される。「9. 調査」においては、メディアを制作（製作）する上で不可欠となるメディア調査のあり方が考察される。そして「10. 制作（製作）組織」「11. 制作（製作）技術」ではメディアの制作（製作）サイドが、「12. 供給、プロモーション、販売広告」「13. 広告とブランド」ではメディアの供給・販売サイドが整理・検討される。メディアはそのコンテンツやオーディエンスのみによって成立しているのではなく、制作（製作）や流通・販売によっても支えられており、そのため、これらの側面はフランクフルト学派がかつて「文化産業」論で述べたようにメディアを成り立たせている重要なファクターなのである。

「Part Ⅲ」では、メディアにとどまらず、メディアと関連する諸問題が考察されている。「14. ポストモダニズム」では、現代社会における特徴の一つであるポストモダニズムがメディアにおいて、どのように現れているのかが検討されている。ポストモダニズムはもともと建築の領域で始まったものだが、現在は「混成性」「リアリティとシミュレーションの交差」「歴史性の消滅」「間テキスト性」などの用語を用いつつ現代社会のあり方を特徴づけるものとして展開されている。次に「15. グローバリゼーション」では、メディアが地域性を越えてしまいグローバル化することによって、どのような帰結が生じるのかについて考えられている。さらに「16. テクノロジー」でコンピュータをはじめとする技術の問題が述べられた後、メディアにおけるリアリズム問題が「17. リアリズム」で論じられ、メディアの制度や産業の統制をいかに達成すべきなのかが「18. 統制」で論じられる。

『メディア・スチューデント・ブック（第3版）』は以上のような内容を持つが、その意義を次章で見ていくことにしよう。

Ⅲ 『メディア・スチューデント・ブック（第3版）』の意義

現代社会において、メディアと関わりをもたない純粋な「現実そのもの」を考えることなど不可能となっている。私たちはつねに、映画、テレビ、雑誌等々といったメディアによる表象の力学に影響をうけ、それらと関わり続けながら暮らしている。その意味で私たちはメディアを用いたり操作したりしているというよりも、むしろメディアの世界の住人なのである。私たちはメディアの世界を抜け出すことはできない。メディアの外部に世界が存在しているのではなく、世界そのものがメディア化されているのである。たとえば観光という社会現象を考えてみても、私たちは観光情報誌や観光パンフレット、あるいはテレビや映画が提供する地域のイメージにふれながら旅をしているのではないだろうか。

メディアの外部に世界は存在しない²⁾。もしそうだとするのなら、現実（リアリティ）はメディアによる表象（シミュレーション）と別に存在しているのではなく、現実（リアリティ）そのものが表象（シミュレーション）だと言えるだろう。逆に言えば、表象（シミュレーション）とは現実（リアリティ）のコピーではなく、現実（リアリティ）の様相そのもののことなのだ。この点で、ポストモダニズムがかつて指摘したことは的を得ていると思われる。

だがその一方で、メディアはそれ自体単独では力を持たないのも確かである。たとえば観光において観光情報誌や観光パンフレットといったメディアが地域のイメージを創り出すのは、メディアが観光業者、行政、地域住民、ツーリスト等による輻輳した社会関係と結びつくことによってなのである。観光地のイメージは、メディアがそれのみで創り出すものではなく、メディアを媒介としてではあれ、メディアを取り巻いている社会関係によって創りだされてくるのだ。その意味でメディアは、つねに既に社会性・制度性・歴史性に開かれていると言えよう。メディアはそれ自体、一つの社会的構成要素として、社会的なものや制度的なものに晒され結びついている。だが先にも述べたように、メディアの外部に世界は存在せず、したがって社会的なものや制度的なものもメディアの外部に存在しない。社会性・制度性・歴史性はメディアに表象されてはじめて、その姿をあらわすのである³⁾。

このように現代社会におけるメディアのあり方は、非常に大きな力を持ちつつも、錯綜し矛盾をはらんだ複雑なものになっているのである⁴⁾。それにも関わらず、こうしたメディアのあり方について、どのように考えていけばよいのかといったことについて、学生たちに対して分かりやすく、ある程度体系的に整理・考察したテキストは、私の知る限り、これまで日本においてそれほど多くない。『メディア・スチューデント・ブック（第3版）』はメディア研究を進めていく上で、多様なアプローチをバランスよく解説し

ており、学生たちに非常に有効な分析ツールを提供してくれており、その点で大変意義のある教科書であると言える⁵⁾。

[注]

- 1) 1996年に初版が出版されて以来、すでに第3版を数えるにいたっている。その点でも、『メディア・スチューデント・ブック』が教科書として信頼して用いられていることが分かるであろう。
- 2) かつてJ.デリダが来日し記念講演を行なった際、ある質問に彼は「テキストの外部に世界は存在しない」と答えていたが、彼によるならば、私たちは言語を操っているのではなく、言語の世界の住人なのである（デリダ 1989：137-139）。本稿は彼のアイデアをメディアに援用したものだと言える。
- 3) メディアがつねに既に社会性・制度性・歴史性に関われているのとしても、それらはメディアの外部に存在しているものではない。社会性・制度性・歴史性はメディアに表象されるものである。この点で本稿のアイデアは、マルクス主義的な「土台－上部構造」論的なものとは一線を画している。マルクス主義的な「土台－上部構造」論によれば、メディア（上部構造）の外部に＜経済＞をはじめとする「土台」が存在していると前提しているが、本稿はそういった考え方をしりぞけている。本稿のアイデアに近いものがあるとすれば、マルクス主義的な「土台－上部構造」論ではなく、むしろM.フーコーの考え方や文学批評理論における「ニュー・ヒストリズム」の考え方であろう。
- 4) このように錯綜し矛盾をはらんだメディアのあり方について、観光と関連づけて具体的に論を展開したものとして、遠藤・堀野（2004：83-98）を参照してもらいたい。
- 5) もちろん、ある一定の視点や学問的立場、アプローチから書かれたメディアの教科書ということであれば、かなり多数出版されている。しかし、それらのある程度包括的・体系的にバランスよく整理したもので、なおかつ分かりやすいものとなると、それほど数は多くないのではないか。『メディア・スチューデント・ブック（第3版）』はイギリスの教科書であるが、確実にそうしたテキストの一つである。こうしたテキストを翻訳出版することも含めて、教育的な見地から学生がメディアに関して学びやすいテキストをつくっていくことも重要な仕事であろう。

[参考文献]

- Branston, G. and Stafford, R. (2003) *The Media Student's Book* (Third Edition). London: Routledge.
- デリダ, J. (1989) 『他者の言語－デリダの日本講演』法政大学出版局
- 遠藤英樹・堀野正人編著 (2004) 『「観光のまなざし」の転回－越境する観光学』春風社