

# メディア人類学

## ——マス・メディアに媒介された文化形式の民族誌

糸 林 誉 史\*

### Media Anthropology: Ethnography for Mass-Mediated Cultural Forms

Yoshifumi Itobayashi

**要 旨** メディア人類学は、マスメディアを対象とする文化人類学の一つの領域として、ここ10年の間に形成されつつある。1969年に登場したメディア人類学には、次の二つの構想があった。第一に、メディアの技術、聴衆、専門家に対する、構造・機能・プロセスの解明。第二に、応用人類学の一つとしての発展であった。だがその後の展開をみたのは、第二の映像人類学および民族誌映像としての方向性のみであった。

本稿では、1990年代の文化人類学の窮状期に再登場したメディア人類学に関して、まず方法論および三つの理論的な立場の整理からその研究構想について再検討を加える。次にメディア人類学が、メディア研究全体のなかで大きな成果を収めた、マスメディア・システムを特定の言明を儀礼化する儀礼的エージェントとして見なす近年の民族誌的研究について、その意義や成果を確認しつつ、文化人類学の再創造のための問題群および民族誌実践として、今後の研究が目指すべき方向性を示したい。

## 1. は じ め に

メディア人類学は、マスメディアを対象とする文化人類学の一つの領域として、ここ10年の間に形成されつつある。1969年のアメリカ人類学会において登場したメディア人類学には、次の二つの構想があった。それは第一に、メディアの技術、聴衆、専門家に対する、構造・機能・プロセスの解明。第二に、応用人類学の一つとしての発展であった。だが期待に反して、メディア人類学として展開したのは第二の映像人類学および民族誌映像としての方向性のみであった。第一のメディア人類学としての研究は、他の社会学やマスコミュニケーション論の分野に特有のものと考えられ、文化的な現象の記述の際に、メディアは分析の道具の一つとしか見なされてこなかった。

本稿では、1990年代の文化人類学の窮状期に再登場したメディア人類学に関して、まずその方法論および三つの理論的な立場の整理から構想について再検討を加える。次にメディア人類学が、メディア研究全体のなかで大きな成果を収めた、マスメディア・システムを特定の言明を儀礼化する儀礼的エージェントとして見なす近年の民族誌的研究についてその意義や成果を確認しつつ、文

---

\* 本学助教授 文化人類学

化人類学の再創造のための問題群および民族誌実践として、今後の研究が目指すべき方向性を示したい（注1）。

## 2. メディアと人類学

### 1) メディア人類学の構想

メディア人類学（media anthropology）は、マスメディアを対象とする文化人類学の一つの領域として、ここ10年の間に形成されつつある。メディア人類学は、非西洋の土着（indigenous）の文化を対象を限定しない現代社会の人類学の一つであり、メディア研究の文化的展開である。それは文化のマスメディアによって媒介された生産・流通・消費の領域を含むものである。この「マスメディアに媒介された形式（mass mediated forms）」に対する研究は、ラジオ、テレビ、映画、新聞や雑誌だけでなく、インターネットやゲーム、音楽、そしてその広告やデザイン、編集、戦略なども含む（Spitulnik 2002: 179-184）。

1969年のアメリカ人類学会において、メディア人類学は文化人類学の下位分野の一つとして初めて登場した。だがこのメディア人類学は、人類学者にとって正当な研究対象として「長年、マスメディアは、ほとんど人類学の禁制のトピックと見なされていた」（Ginsburg et al, 2002: 3）。ギンズバーグは、多くの研究者にとってマスメディアに関する人類学的な研究は、他の社会学やマスコミュニケーション論の分野に特有のものと考えられ、文化的な現象の記述の際に、メディアは分析の道具の一つとしか見なされなかったという。

もっとも人類学においてもメディアに関する人類学（anthropology of media）は存在した。たとえば、米国の文化とパーソナリティという枠組みのなかであるが、ベイトソンやミード、パウダーメーカーによる第二次世界大戦前後のニュース映画やプロパガンダの研究があった（Bateson 1956; Mead and Metraux 1953; Powdermaker 1950）。

アレンによると1969年当時のメディア人類学の構想としては次の二つがあったという。それは第一に、メディアの技術、聴衆、専門家に対する構造、機能、プロセスの解明、第二に、応用人類学の一つとしての発展であった（Allen 1994: 27-29）。この第二の応用人類学の方向性としては、第一に人類学的研究の成果を、マスメディアの経路によって広く社会に還元するその広報的な側面、次に特定の社会を前提としたマスメディアの世界を人類学の成果によって多様化する教育的な側面であった。

だがその期待に反して、メディア人類学として展開したのは映像人類学（visual anthropology）および民族誌映像（ethnographic films）としての方向性のみであった。実際にメディア人類学の歩みの第一歩となったのは、1988年にキャリー（Carey 1988）がコミュニケーションの定義のなかで、伝達とともに「儀礼としてのコミュニケーション」という人類学の概念を取り入れ、メディアに対する象徴人類学（symbolic anthropology）からのアプローチの有効性を示したことである。

今日のメディア人類学は、「民族誌を通じて、歴史に根ざした、コンテキストに敏感なメディア技術を利用して意味を生み出す方法」とであるとされる（Askew 2002: 3）。この展望から、研究のフィールドは、コミュニケーションの現代的様式の技術的次元となり、調査方法は民族誌法

(ethnography) となる。同様に、ギンズバーグは「メディア消費・生産・流通の社会過程の動態」を研究対象とすべきであると主張する (Ginsburg et al 2002: 23)。またオソリロは、文化がマスメディアを通じてどのように発信されるかという「マスメディアと文化の関連を取り扱う領域」としてメディア人類学を考える (Osorio 2005: 36)。

メディア人類学が再び登場した1990年代は、ちょうど文化人類学の窮状を示した認識論的な危機やモダニティの再考が唱えられた時期であった。メディア人類学は、従来のような社会や国民意識の指標として縮小された文化の鏡としてではなく、マスメディアの政治経済的覇権や文化の国家管理に対して文化を資源として表象の力に対して闘うとする文化人類学の再創造の試みの一つとして登場したのである。

## 2) 概念と領域

このような前提のもとに、1990年代の後半から多くの調査研究が非西洋世界を対象として行われてきた (Askew 2002; Dickey 1997; Ginsburg et al 2002; Kottak 1990; Michaels 1994; Peterson 2003; Spitulnik 2002)。これら一連の研究は、文化人類学の伝統的なテーマである文化変容や先住民社会と近代社会の関係、また伝統や宗教のシステムとの関連から、地域の記憶の喪失や国民的アイデンティティの創生を、その研究テーマとした。この時期の人類学者がメディア研究者と共有してきた概念には、同化 (assimilation)、文化変容 (acculturation)、伝播 (diffusion)、儀礼 (ritual) と神話 (myth) といったものがある。メディア研究者は人類学の伝統的な概念である伝播や儀礼・神話といった概念の使用を好み、逆に人類学者は社会学的なコミュニケーション研究の方法論や理論を回避しようとする傾向が強く、逆に同化や文化変容という人類学概念を中心に研究を進めてきた (Hobart 2005: 26)。そのためもあって近年までの人類学者は、支配的な階級と大衆的な階級のヘゲモニックな闘争の領域として文化を考えるカルチュラル・スタディーズが対象とした、第一世界、あるいは現代社会のメディアの生産と消費にはあまり関心を示していない (Barker 2000; Berkowitz 1997; Nugent 1997; Tuchman 1991)。

したがってメディア人類学の研究は、人類学にとって優位な三つの領域、第一に文化的行為者のよりよい記録とその流布のために、ジャーナリスティックな視点の促進と内容の充実に向けられた。第二に、先住民がいかにアイデンティティを維持するためにメディアを利用するかといった「先住 (indigenous) メディア」の研究に向かった。第三に、「メディア文化 (media culture)」を特定のフィールドとして人類学の概念や方法を適用しようとするものであった。

第三のメディア文化の研究については、第一にメディア内容や消費にたいする声や文字、映像、インターネットといった伝達チャンネル (channels) の影響の研究、第二にマスメディア産業の専門家集団が制度的に制作し分配する「文化的生成物 (cultural products)」の研究、第三に異なった背景を持つオーディエンスの意味づけ過程の研究、第四に「メディア内容 (media contents)」の分析であった。これはローカル・ナショナル・トランスナショナルあるいはグローバルレベルにおけるメディア文化と社会的エージェンシー (social agencies) との関連を対象とした。このように一連のメディア人類学の研究が目指したのは、カルチュラル・スタディーズやコミュニケーション研究との重複を回避しながら、従来の文化人類学の伝統に沿って、同一性を特徴とする西洋世

界のメディア研究とは異なった、受容の民族誌 (ethnography of reception) などの「他者性」を目指す非西洋世界のメディア文化を対象としたものであった。これは支配的な階級によるヘゲモニックな言説や文化産業の製品の圧政を大衆が「再編成」によって回避する方法として「文化」の研究を唱えた、カルチュラル・スタディーズと同様の「ローカル」の視点からのアプローチであった。メディア人類学は、フィールドにおける民族誌法の伝統を拡張しつつ、文化的消費 (cultural consumption) に特徴的な現代社会の状況の記述を可能とする文化観の革新をもたらした。

メディア人類学の研究対象とは、「実際的な社会的配置」(practical social arrangements) と呼ばれる受容の媒体についてであり、テレビ受像器、家族の成員、消費や分配の形式といったものオブジェクトと人々の配置についてであり、メッセージの相互作用やマスメディアの受容についての価値や態度といった受容の具体的行為であり、また受容されたメッセージのディスコースそのものであった。

調査研究のフィールドは、マスメディア・システムに関するニュース生産 (news production) の実証研究として知られる「ニュース編集室の社会学 (sociology of the newsroom)」といった分野にまで広げられた。たとえばボルンは BBC の役員室をフィールドとしている (Born, 1998)。これは従来の量的なマスコミュニケーション研究に対して、「質的 (quantitative)」マスコミュニケーション研究とも呼べるもので、メディア生産と消費に関する人類学の伝統に沿った民族誌法の展開であった。彼の研究のトピックや理論的な背景などは厳密には社会学のものであったが、民族誌法による綿密な調査によって、ニュース・プロデューサーの置かれている文化的環境やニュース生産の決定の力学など、メディア研究者からも参照される優れた研究成果を残した (Cottle 2000: 19)。

### 3. 理論と方法

#### 1) 方法論とジレンマ

メディア人類学が、学際的な領域へだけでなく現代社会へと研究対象を拡大する際、次のような方法論上のジレンマがあった。とくにマスメディア研究への民族誌的アプローチの適用にはいくつかの批判がある。それはカルチュラル・スタディーズ側からの一般ジャーナリズムに特有の街角手法 (vox-pop techniques) の模倣であるといったものから、人類学者からのマスメディアに対しては伝統的な人類学の概念や方法論をうまく活用できず、他の分野の理論や方法論の借用で済ませているといったものがあった。スピトゥルニクは、メディア研究の民族誌アプローチに対して、研究対象が自文化のなかにあることで自省的ではなく、オーディエンスへの参与観察の詳細さに欠け、日常性への参加も最小限度であると述べ、人類学的な民族誌の伝統の範疇から外れると主張した (Spitulnik 2002: 298)。

どの批判についても確かに調査研究の蓄積が不十分な時期に行われたいくつかの研究の欠点を指摘している。だがメディア人類学のメディア研究に対する批判的な貢献を軽視するきらいもある。1990年代の「表象の危機」への自省によって画期を得たメディア人類学は、従来の人類学概念や理論の批判の上に同一性をもった現代社会の研究にその対象を拡大してきたこと、さらに人類学が

研究対象だけでなく、学問そのものの自文化中心主義 (ethnocentrism) 的な性格を自覚していることに重要な意義がある。こうした点はメディア人類学が新興の人類学の一領域としてだけではなくメディア研究の有力なアプローチとして認知された背景にある。

今日のメディア人類学における民族誌法は、参与観察 (participant observation)、質的研究法 (qualitative methods)、オープン・エンド・インタビュー (open-ended interview) の三つを組み合わせて行われる。これは伝統文化を対象とした古典的な民族誌法ではなく、その反省と批判から模索された研究方法である。たとえば、オンライン民族誌 (online ethnography) においては、インターネットサーバー上のテキストやイメージなどのディスコースに焦点をあて、それに関連して参与観察およびインタビューを行う。理論としては状況分析の概念を用い、参加者自身の用語によってその経験の厚みも理解しようとしている。

コタック (Kottak 1990: 12) は、メディア人類学にとって、その研究上の目的と意義は次の二つであるという。第一に、これまで文化相対主義や文化的多様性を主張してきた文化人類学にとっては、マスメディアによる文化の均質化と伝統の破壊に対して、懐疑を挟みつつ抵抗を試みることであり、第二に、これまで人類学者が伝統的コミュニティの象徴の網の目や自己意識を創りだす象徴が媒介するメカニズムを明らかにしてきたのと同様に、人類学者との間で同一性をもった現代社会において、メディア文化の媒介の様式や意味構築のプロセスを明らかにすることは、文化人類学の再創造への有力な試みであると指摘する。

## 2) 三つの理論

メディア人類学において参照される理論としては、第一に解釈学 (hermeneutics)、第二に文化帝国主義 (cultural imperialism)、第三に機能主義 (functionalism) の立場がある。

第一の解釈学の立場からマスメディアを見てみると、テレビは人々にとって文化の反映としてその影響を与えるとする。人々は文化を生み出すと同時に、文化は人々の行動を形づくるという考えから、我々が形づくられる文化の様式を研究するのにテレビは有効であるとする。人々にとって外部の世界である米国のトーク番組やコメディ番組のなかで自らを間接的に解釈することで自己への理解を得る。プエルトリコのコメディショーを研究したダビラ (Davila 1998) は、米国のバドワイザー社が提供するユーモアのマンネリに満ちた番組の分析を通じて、ショーが矛盾した多様性を持つプエルトリコ人を形づくる社会の多重テキストとして理解されるという。

第二の文化帝国主義の立場から、フランクフルト学派の批判理論の伝統を受け継ぐ、メディアの所有 (ownership) のあり方がメディア内容に直接影響を及ぼすとする視点を持つ。ミラー (Miller 1998) は、ユカテク・マヤ人の研究において、メディア研究がいかにメディアとオーディエンスの間の社会、政治経済的コンテクストを見落としてきたかを問題にした。消費のために送信されたメディア・メッセージは、支配的な社会構造の制度的な表現であり、その政治性を十分考慮しなければならないという。彼は、マスメディアにより、ユカテク・マヤ人の文化に、グローバルな領域とローカルなアイデンティティおよび確立された行動様式の間で激しい競合と抵抗 (resistance) が生じるという。よってメディア研究は、受動的なメッセージの受け手としてのオーディエンスではなく、動機や目的によってメディア内容をコントロールしていくような能動的なも

のと捉え、「文化労働の新たな国際分業 (the new international division of cultural labor)」(Miller 1998: 371) を解明するべきであるとする。

第三の機能主義の立場からすると、テレビの持つ機能はナショナル・アイデンティティの構築により社会を統合することであるとなる。先駆となるものに、1980年代にロジャース (Rodgers 1988) が研究したインドネシアのバタック人がカセットテープのドラマ番組を通じて、結婚連合や父系出自システムを移民先に持ち込んだとする調査がある。しかしその後のメディア人類学者は、社会学的なコミュニケーション研究の方法論や理論を回避しようとする傾向が強く、同化論、文化変容論との関わりでアイデンティティ問題へのアプローチは見られるものの、マスコミュニケーション研究の「メディア効果 (media effects)」との関連から、直接に社会構造との関連から機能主義を参照した研究はあまり見られない。

この10年の間にメディア人類学の調査研究は、著しい進展を見た。だが研究者が各々三つの理論への個別の参照から研究が行われたため、相互の研究の関連が薄く、また理論としてもメディア人類学独自のものであるとはいえない。しかし近年では、理論相互の批判的な検討のうえで、人類学理論の発展の方向性を示すようないくつかの研究が進められている。たとえばアブ＝ルゴッド (Abu-Lughod 1998) による、エジプトのテレビ放送のメロドラマシリーズを対象としたメディア文化の生産と流通に関する研究がある。彼女は、親族関係の論理に対する個別性の優位を提示する感情に訴える一連のドラマ番組によって、いかに近代的な市民像が生みだされ、人々の主体性が構成されるかをある種の社会工学 (social technologies) の作動として研究した。テレビ番組の研究は「それが、我々が地域として離れた村で、分散された想像のコミュニティにおいて、同じメディアを消費する同じ文化的世界として人々を表象することを強いることで、グローバルで不平等な組織に対して記述するのに特に役立つ」(Abu-Lughod 1998: 128) という。同様の視点から第三世界を扱ったものとしてホバート (Hobart 2002) の、バリ演劇の全国放送における制作者の意図とメディア効果の不安定な問題を「文化プログラミング」として研究したものがある (注2)。

これらの研究は、第三世界メディアという従来のメディア研究にとって特異なフィールドを対象とし、メディア文化の社会生活における多重な状況の感覚を扱い、自社会中心のメディア研究の外部で行われたものである。だが機能主義理論を乗り越え、画一的な文化帝国主義 (cultural imperialism) に対抗しようとしたにも関わらず、これまでメディア研究が主張してきた米国メディアの映画やテレビ番組による独占的な流通による中心性を持ったメディア文化の状況を上書きしたのは皮肉であった。

第三世界メディア研究への修正の試みとして、ドーンフェルド (Dornfeld 1998) は公共放送のテレビシリーズに対して、制作者が常にオーディエンスを想定して制作を行う「文化フィールド (cultural field)」の問題を研究した。彼はこの研究の意図について、「生産と消費の間の、制作者の計画的な意味づけとオーディエンスの解釈された意味の間の、および生産研究 (production studies) と受容研究 (reception studies) の間の、これら理論上の二分法を再考し橋渡しする」(Dornfeld, 1998: 12-13) ものであるとしている (注3)。

## 4. メディア報道と儀礼

### 1) メディア・イベントと儀礼

メディア人類学による民族誌的研究が、メディア研究全体のなかで大きな成果を収めたテーマとして、メディア内容と儀礼の研究がある。人類学にとって伝統的な、神話や儀礼、供儀、リミナリティといった概念は、現代社会のメディア内容の儀礼化や神話化の問題として、オーディエンスの文化的な構築や文化的資源への接合、そして日常的リアリティの構築を考察する上で、有効なアプローチであった。なぜならマスメディア領域は、リアリティの社会的構築のための文化システムであり、合理性だけではなく、儀礼性や象徴性を帯びたものであるからである。文化的な価値を含むメディア生産物は、人々に世界のイメージを望ましいものとしての自己イメージを広めるが、民族誌的アプローチは、特定の言説や論理を生み出す制度として、またリアリティの社会的構築の主要なプロセスとして、マスメディアを人類学の概念や理論から展望することができる。

「儀礼 (ritual)」は、形式化され、反復され、ステレオタイプ化された行為の総体であるという概念の適用は、もっともマスメディアの分析に際して成功した例である。いくつかの事例を挙げると、ルル (Lull 1988) は、テレビ番組の定式化した消費や新聞やロマンス小説の定期的な講読を「儀礼的行動 (ritual behaviors)」と名づけた。キャリー (Carey 1988) は、社会的コミュニケーションを、情報のコミュニケーション過程の伝達モデルとしてではなく、儀礼として捉え、社会的コミュニケーションは共通文化の共有のための実現および表現の形式であるとした。またダヤンおよびカッツ (Dayan and Katz 1992) は、「メディア・イベント (media event)」の概念によって、著名人の結婚や葬儀、政治的宗教的行事、スポーツイベント、フェスティバル、音楽イベントといったものを、人類学上の儀礼の範疇に含め研究した。

このダヤンとカッツによるメディア・イベントの研究は、「メディア儀礼 (media rituals)」の研究として、その社会変動 (社会葛藤、勢力関係、個人の苦悩、社会劇) の管理、および暗黙裏に実行される社会構造や統合の回復といった視点からの多くの研究成果をもたらした。ダヤン (1995: 166) は「儀礼はそれ自身、一つの閾の瞬間 (慣例化された社会的時間の切れ目) であり、それは社会にとっての心配事や混乱、創生の興奮を明らかにし、選択可能なオルターナティブの存在を発見する社会的な可能性を提示する」とする。

ここで注意しなければならないのは、宗教研究としての儀礼とメディアとの場合との概念の対比である。「媒介された儀礼 (mediated rites)」、あるいは「メディアによって構築された儀礼 (media-constructed rites)」とは、古典的な儀礼の同定のように中心と周辺を持つが、ある領域の外への拡張が不可能なものではなく、マスメディアの介在によって、オリジナル性と同時性を保ちつつ広大な地理的領域に拡張するものである。この「ディアスポラ的な儀式 (diasporic ceremonies)」は、従来の儀礼の概念に二つの矛盾を示す。第一に、儀礼の現前の参加者とテレビの視聴者といった中心と周辺の空間的な距離の解消、第二に、儀礼の集会的消費の特権を無効化する放送による時間的距離の解消である。

「神話 (myth)」という概念についても、従来の人類学の概念とメディア研究の概念の対比を表

している。人類学において神話は、象徴形式の研究や宗教的伝統の研究、想像性の歴史、精神分析的アプローチ、文学的アプローチなど多様な分野と応用の展開がある。一方、メディア研究では、大衆文化の神話研究として、テレビ、映画、広告などのナラティブ様式 (narrative patterns) と図像 (figures) に対する芸術と文学の理論の適用による文化産業論的な研究に集中している。

メディア人類学においても特定の社会集団にとってのコードや象徴的語彙が、メディア神話の機能や解釈の研究としてなされてきた。メディア報道のディスコース分析では、構築された象徴が、いかに、なぜ出現し、その起源や機能は何なのかといったことが、ニュース記事は、「神話的表象 (mythological representations)」を含むという前提のもとに進められてきた。

このアプローチを代表するローテンビューラーは、「テレビおよび他のメディアを特徴づける際に、神話的なものは、その社会において主要な象徴システムの事例であると見なされ、したがって入念な処理により人類学の神話の概念とも一致する」(Rothenbuhler 1998: 90) と述べている。この場合、人類学研究の伝統に沿って、物語叙述をニュース・ディスコースの共通部分として、その中に神話的属性を識別すること、ニュース記事と神話の交差を物語の認知過程として分析することが主要なアプローチとなる。彼が「永遠の物語 (eternal stories)」と呼ぶ、人類に普遍的で共有された「原型 (archetype)」は、レポーターや編集者によってニュース記事に挿入され、それはニュース・ディスコースにおいて「文化的フレームワーク (cultural framework)」として働く。それはメディア・イベントの理解と受容を容易にし、マスメディアの持つ意味の過剰を最適化するものであり、ニュース記事の分析において、その予測可能で定式化された構造を明らかにすることができる。

この視点からのアプローチは、儀礼的解釈か神話化の解釈かに大別できる。報道の世界は、象徴の力や社会的振幅の幅を伝達する儀礼的発現の構成要素として、あるいは儀礼を生みだす儀礼的エージェントとして捉えられる。第一の儀礼的解釈としては、ダヤンおよびカッツ (1992) が、「メディア・イベント (media events)」の分析と名づけた、概念の語彙やその類型分析を行った。人類学の儀式分析のアプローチが、マスメディア研究においても社会文化的に有効であった事例である。彼らはオーディエンスや報道関係者を、儀式のスク립トの構造、メディア・イベントの人々にとっての意義とともに、儀式分析の構成要素として研究した。

第二の神話化の解釈では、シルバーストン、マリティン＝バルペロによって、マスメディアは、現代的な神話タイプを生成するものとして研究がなされた。まずメディア内容の受容過程が分析され、次に日常的儀礼性 (daily rituality) の一種として、テレビ番組や新聞記事を対象にして、家庭生活の周期性のなかでのメディア内容の受容力 (capacity) が分析された。インテンシヴな調査によって、受容者 (receptors) とマスメディア、受容者と外部世界、受容者と世界観といった相互関係が、儀礼性によって規制を受けていること。メディア消費の儀礼においては、文化的生産物の消費が脚色され、オーディエンスの特定の行動様式が見られ、集合的な結束を生みだすこと、などが見いだされた (Martin-Barbero 1997; Silverstone 1994)。

## 2) メディア儀礼の課題

ダヤンとカッツは、ニュース報道における儀礼を、特定の象徴を伝達する儀礼表現のコンポーネ



ントとして、また特定の儀礼を生産する儀礼のエージェントとして、「メディア・イベント (media events)」という視点から研究した。この研究に刺激されて、多くの研究の蓄積が見られた。そこから見いだされるメディア儀礼の特性とは次のようなものであった。1) メディア・イベントを執行するエージェントおよびアクターは強調されて、包含されている儀式的構成要素に新たな描写と形態を課す。2) 儀礼構造からはみ出たアクターおよび執行するエージェントのパフォーマンスに対して、オーディエンスの感情的なレベルでの関心が強調の中心に変化をもたらす。3) 受け手によって祝祭の様式と見なされ、その言語とムードを流布する。4) ジャーナリストが特権的な語り手やアクターとなることで、儀礼のなかに「飛び地 (enclave)」を作り出す。

このメディア儀礼の研究が対象としたのは、日常生活の小集団、あるいは動員過程にある集合体に関してであった。まずメディア内容の受容過程が家庭生活の振幅のなかでのその受容力が分析され、テレビのなかの主要なアクターとの固定された遭遇が、受け手とメディア、また外部世界の間の相互作用を規制したことが、調査において関心の中心であった (Coman and Rothenbuhler 2005; Silverstone 1994)。儀礼 (ritual) については、1) 同一性を持ち規制された行動、2) 特定のメッセージを同時に受容する行為、3) 世界を解釈する劇的な力を持った内容、として定義されている。

ダヤンとカッツは、ニュース報道において、人々にとって想像もつかなかった「情報なきコミュニケーション (communication without information)」に過ぎなかったメディア内容が、政治的に儀礼化されることで、人々にとって緊張を持ちつつ意味を持ち、バランスのとれた受け入れ可能な内容に変形される過程が重要であるという (Dayan and Katz 1995: 166)。この儀礼の変容過程において「変形力を持つイベント (transformative events)」の持つ力に着目する必要がある。それは非言明的な儀礼の顕在化としてだけではなく、儀礼の様式そのものの変形が行われ、解釈され、合法化 (legitimization) され、発展させられるからである。この変容過程において、メディア・イベントに関連した過去は徹底的に再構築され、また集合的な記憶 (collective memory) は再編成された上で動員される。

ここで検討すべきは儀礼概念の振幅の幅であり、「仮定法の儀礼 (subjunctive rituals)」としての側面である。メディア・イベントは、想像された、社会的に経験された、あるいは神話として構築された受容力 (receptivity) の限界に直面することで構成されるのかもしれない。ベル (Bell 1992) は、「ある社会行為が他の活動と戦略的に対照をなす方法に注意を引き付ける」時に、「儀礼化 (ritualization)」の概念の使用を限定する (1992: 74)。ある「実践が状況にもとづき戦略であるのは、人々がいくつかの限定された状況に対処する実際的な方法として儀礼化を行うからである」とする (Bell 1992: 92)。またベルはこの儀礼化は、特定の慣習や象徴といった差異を作りだすだけでなく、階層性を生成し、覇権的な秩序を定義することに対して抵抗するための力を生みだす。ジャーナリストや制作者は、出来事とオーディエンスに関しての特権のある位置を持つことによって、つまり「戦略的差異 (strategic differences)」によって「儀礼の統制力 (ritual mastery)」を行使する。また出来事の変形や「儀礼化されたイメージ (ritualized image)」を形づくる権力を持っている。その儀礼化は、マスメディアに権威をもたらす強力な手段であるという (Bell 1992: 216)。

特定の言明を儀礼化する儀礼的エージェントとしてマスメディア・システムを見なすべの研究は、マスメディアの機能や儀礼様式の研究から、その変容過程の研究へと関心が移ったことにより、公共空間におけるメディア報道の研究に新たな視点をもたらすものとして期待されよう。

## 5. 文化人類学の再創造のために

ポストモダン世界において、文化はマスコミュニケーションによって、またその範囲内において生産され、概念を与えられ、意味づけされる。社会的サブシステムは、マスコミュニケーションによる媒介の外部では機能することができない。マスメディアは、文化が生成される従来からの形式を代用している。このような立場からみると、マスメディアは媒介するものとして、文化そのものとも言える。マスメディアと文化については、次の二つの仮説が考えられる。第一に、マスメディアは文化を伝達する様式の一つである、または幾つかの文化はマスメディアによって伝達されているという弱い仮説。第二に、マスメディアは、文化伝達の媒体そのものであるという強い仮説である。

第三世界においてフィールドワークを行った者に共通の疑問として、なぜテレビが世界中の地域に浸透し、世界中の文化がテレビを採用するか、また文化を伝達する主要な媒体となるのはどうしてなのかがある。テレビセット自体は文化的な意味を持たない。なぜなら経験的な調査結果からテレビの視聴は、個人的か集団的に関わらず、家族形態の空間的な利用やその様式を変更せず、テレビセットは儀礼の対象とはならないからである。ここ10年ほどの間にメディア人類学は、この素朴な疑問に答えるかたちで一つの領域として認知されるまでの研究の蓄積を見せてきた。それは人類学における儀礼研究の機能主義、あるいはデュルケーム学派の社会学的アプローチによって、またはターナー流の象徴人類学によってであった。

もとより儀礼には三つの側面、すなわち慣習化された儀礼、形式化された儀礼、卓越した価値を含む行為の諸側面がある。特にメディア儀礼は、すべての参加者が平等であるとは限らない構造化したパフォーマンスであり、メディア人（media person）と一般人（ordinary person）の範疇の差異を前提としている。ここで留意すべきことは、1）メディア儀礼を含む形式化された行為は、メディアに関連するある範疇の周囲で構造化される。2）そうした（儀礼空間を横断した）範疇は、エンコードされ、メディアに関した基礎を持つ価値を表象する。3）この価値は、メディア自信が表象した社会的感覚である（Couldry 2003: 27-28）というメディア儀礼の特性についてである。

メディア人類学の研究において、宗教人類学によって発展された儀礼研究の理論や概念をマスメディアの領域に応用する際、次のような四つの課題群に着目しつつ、対象となるメディア特性を常に意識しながら研究を進める必要があると考える。第一に、メディア・イベントの自己提示か第三者提示かという問題である。宗教組織による儀礼の自己提示では、テレビは自己記述的な役割を持ち、儀礼を補足するだけであるのに対して、テレビを通じた第三者提示においては、メディアはジャーナリズム性や虚構性を記述する媒体としての役割を持つ。第二に、モチーフ、象徴、物語、テーマの相違の問題がある。テレビ番組のなかで、ある事件の犠牲者は宗教の受難者像と重なり、広告の楽園イメージはキリスト教の幸福アイコンとして登場する。だがこれらは必ずしも宗教的なもの

ではない。第三に、出来事の遂行的側面の問題である。マスメディアにおける出来事の持つ意味は何よりもリアリティの構築にある。この過程で、メディアは宗教的な形式を変形して番組に複写する。第四に、文化的介入（cultural intervention）の問題がある。テレビのなかの「変形力を持つイベント（transformative events）」は、個人および社会的次元において現代社会の構造やコスモロジーにも影響を与える力を持つからである。

メディア人類学において主要な研究の対象となるのは、メディア文化の生産・流通・消費といった「メディア・フロー（media flow）」であり、文化創造（cultural invention）とその実践としてのメディアの「表現形式（presentation forms）」の研究である。研究の第四のレベルにおいて、メディア人類学は、ほかのメディア研究と間に接点を持つことが出来る。まずこの文化的介入の問題に取り組みながら、第一のメディア・イベントの番組形式（program types）の問題、そして第二のモチーフ、象徴などの内容分析へと進むべきである。また第二と第三の遂行的側面において、制作者とオーディエンスの双方が、生産研究（production studies）と受容研究（reception studies）の間で、メディア儀礼を変容させ文化的伝統の破片を編んで器用仕事をする人々（bricoleurs）の民族誌として研究がすすめられるべきである。

メディア人類学の民族誌的实践を通じて人類学伝統の脱構築を進めるためには、研究対象としての第三世界メディアを中心としたエキゾチックな外来者の研究から、調査者も含む多重の他者性を帯びたものへとその対象の拡大と変更を必要とする。その時は文化の「媒介（mediation）」としての側面が重要な鍵概念となるであろう。メディア文化は、リアリティを社会的に構築する文化システムである。この文化によって媒介される多重性とは、ローカルなものとグローバルなものの連鎖であり、同時に現在性と過去性の連鎖のネクサス（nexus）である。同時に生産研究と受容研究の間を取り結ぶものである。そのためにも文化的、世代的、ジェンダー的、ローカル、ナショナル、地域的、トランスナショナルといった多次元コミュニティにおけるオーディエンスの複雑で複数の主体の持つ状況の理解が必要となる。その上でメディアを文化産物（cultural artifacts）として捉え、メディア文化の生産・流通・消費の各過程において、社会の近代化に伴う同化、国民形成、商業化やグローバリゼーションといった変容過程がいかに局所化（localized）されるかを厚く記述することが求められる。

#### 注

- 1) 本研究は科学研究費補助金（課題番号16520508）による研究成果の一部である。
- 2) 政治的エンパワーメント（empowerment）の手段として、文化的資源が動員され、戦略的に展開する分野として「第三の映画（Third Cinema）」研究（Downmunt 1993）がある。これは先住民やマイノリティ集団にとって、映画やテレビ番組が遠隔地のディアスポラの表象を形づくるというものである。
- 3) ポストコロニアリズム的な視点からの米国におけるヒンディー語の映画の輸出の研究がある（Pendakur & Subramanyam 1996）。

## 参考文献

- Abu Lughod, Lila  
1998 “Television and the virtues of education,” Nicholas S. Hopkins and Kirsten Westergaard eds., *Directions of change in rural Egypt*, Cairo: American University in Cairo Press.
- Allen, Susan L. ed.  
1994 *Media anthropology: informing global citizens*, Westport, Conn.: Bergin & Garvey.
- Askew, Kelly  
2002 “Introduction,” Kelly Askew and Richard Wilk eds. *The anthropology of media: a reader*, London: Blackwell Publishers.
- Barker, Chris  
2000 *Cultural Studies: Theories and Practices*, London: Sage Publications.
- Bateson, Gregory  
1956 “Cultural and thematic analysis of fictional films,” Douglas G. Haring ed., *Personal character and cultural milieu: a collection of readings*, New York: Syracuse University Press.
- Bell, Catherine  
1992 *Ritual theory, ritual practice*, New York: Oxford University Press.
- Berkowitz, Dan ed.  
1997 *Social meanings of news: a text-reader*, London: Sage Publications.
- Born, G.  
1998 *Between aesthetics, ethics and audit Reflexivities and disciplines in the BBC*, Department of Anthropology, New York: New York University.
- Carey, James W. ed.  
1988 *Media, myths and narratives: Television and the Press*, London: Sage Publications.
- Coman, Mihai and Rothenbuhler, Eric  
2005 “Myth and Newstories: The Impossible Reunion,” Eric Rothenbuhler and Mihai Coman eds., *Media Anthropology*, London: Sage Publications.
- Cottle, Simon  
2000 New(s) Times: Toward a Second Wave of News Ethnography, *Communications*, 25(1).
- Couldry, Nick  
2003 *Media rituals: a critical approach*, London: Routledge.
- Dávila, Arlene  
1998 ‘El Kiosko Budweiser: The making of a “national” television show in Puerto Rico,’ *American Ethnologist*, 25(3): 452–470.
- Dayan, Daniel and Katz, Elihu  
1992 *Media events: the live broadcasting of history*, Cambridge, MA: Harvard University Press.  
1995 Television d’intervention et spectacle politique [Televisual intervention and political spectacle] *Hermes*, 77(25): 163–186.
- Dickey, Sara  
1997 “La contribution de l’anthropologie a l’étude des moyens de communication de masse,” *Revue internationale des sciences sociales*, (153).
- Dornfeld, Barry  
1998 *Producing public television, producing public culture*, Princeton, N. J.: Princeton University Press.

- 2002 "Putting American public television documentary in its places," Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod and Brian Larkin eds., *Media worlds: Anthropology on new terrain*, Berkeley: University of California Press.
- Downmunt, Tony ed.
- 1993 *Channels of resistance: Global television and local empowerment*, London: British Film Institute.
- Ginsburg, Faye, Abu-Lughod, Lila and Larkin, Brian
- 2002 "Introduction," Faye Ginsburg, Lila Abu-Lughod and Brian Larkin eds., *Media worlds: anthropology on new terrain*, Berkeley: University of California Press.
- Hobart, Mark
- 2002 "Live or dead: Transforming Balinese theater into television," Faye D. Ginsburg, Lila Abu-Lughod and Brian Larkin eds., *Media worlds: Anthropology on new terrain*, Berkeley: University of California Press.
- Kottak, Conrad Phillip
- 1990 *Prime-time Society: An Anthropological Analysis of Television and Culture*, Belmont, Calif.: Wadsworth Pub.
- Lull, James
- 1988 "Constructing rituals of extension through family television viewing," James Lull ed., *World families watch television*, London: Sage Publications.
- Martin-Barbero, Jesus
- 1997 "Mass Media as Site of Resacralisation of Contemporary Cultures," Stewart M. Hoover and Knut Lundby eds., *Rethinking Media, Religion and Culture*, London: Sage Publications.
- Mead, Margaret and Metraux, Rhoda
- 1953 *The study of culture at a distance*, Chicago: University of Chicago Press.
- Michaels, Eric
- 1994 *Bad Aboriginal art: tradition, media, and technological horizons*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Miller, Daniel ed.
- 1998 *Material cultures: Why some things matter*, Chicago: University of Chicago Press.
- Nugent, Stephen
- 1997 "Introduction: Brother, Can You Share a Paradigm?" Stephen Nugent and Chris Shore eds., *Anthropology and Cultural Studies*. London: Pluto Press.
- Osorio, Francisco
- 2005 "Proposal for Mass media Anthropology," Eric Rothenbuhler and Mihai Coman eds., *Media Anthropology*, London: Sage Publications.
- Pendakur, M., Subramanyam, R.
- 1996 "Indian cinema beyond national borders," J. Sinclair, E. Jacka, and S. Cunningham eds., *New patterns in global television Peripheral vision*, London: Oxford University Press.
- Peterson, Mark Allen
- 2003 *Anthropology & Mass communication: Media and Myth in the New Millennium*, New York: Berghahn.
- Powdermaker, Hortense
- 1950 *Hollywood, the dream factory: an anthropologist looks at the movie-makers*, Boston: Little, Brown.

Rodgers, Susan

- 1988 Batak tape cassette kinship constructing kinship through the Indonesian national mass media, *American Ethnologist*, 13(1): 23–42.

Rothenbuhler, Eric W.

- 1998 *Ritual communication: from everyday conversation to mediated ceremony*, Thousand Oaks: Sage Publications.

Silverstone, Roger

- 1994 *Television and Everyday Life*, London: Routledge.

Spitulnik, Debra

- 2002 “Alternative Small Media and Communicative Spaces,” Goran Hyden, Michael Leslie and Folu Ogundimu eds., *Media and Democracy in Africa*, New Brunswick: Transaction Publishers.

Tuchman, Gaye

- 1991 “Qualitative Methods in the Study of News,” Klaus Bruhn Jensen and Nicholas W. Jankowski eds., *A Handbook of qualitative methodologies for mass communication research*, London: Routledge.