

# メディアリテラシーと 「送り手の意図」論をめぐる一考察

法政大学キャリアデザイン学部教授 坂本 旬

## はじめに

筆者はかつて「日本では、メディア・リテラシーにおける批判的思考を『送り手の意図』の読み解きであるとする論者は多い」と書いたことがある（坂本 2020：38）。「送り手の意図」論とは、メディアリテラシー教育の目的の一つは、メディア分析を通じた「送り手の意図」を読み解くことであり、それをメディアリテラシーの批判的思考と見なす考え方である。実際、調べてみると「送り手の意図」論を採用している論者は多い。もちろん、すべてというわけではなく、「送り手の意図」論批判の立場に立っている論者もある。筆者前掲論文では、山内祐平とFCTメディア・リテラシー研究所の批判を取り上げている。一般的に言えば、教育工学系のメディアリテラシー研究者が「送り手の意図」論を採用し、FCTメディア・リテラシー研究所のように欧米のメディアリテラシー理論の影響を強く受けたメディアリテラシー研究者はこの立場をとらないと考えることができるだろう。

筆者が知る限り、欧米のメディアリテラシー理論には「送り手の意図」論にあたるものはなく、日本のメディアリテラシー理論に特徴的なものだと考えられる。「送り手の意図」論が形成されてきた経緯や理由を検討することは興味深いですが、本稿が検討するのはなぜ欧米のメディアリテラシー理論に「送り手の意図」論がないのかという点で

ある。

メディアリテラシーにおける「送り手の意図」論に関心を持つにいたった具体的なきっかけがある。2020年8月30日、筆者は（坂本 2020：38）で「送り手の意図」論に関心を持ち、その理由としてシャノン（Claude E. Shannon）とウィーバー（Warren Weaver）のコミュニケーション理論（Shannon & Weaver 1949）との混同があるのではないかと思い至り、次のようなTweetを行った。

Jun Sakamoto @sjun120 2020年8月30日  
Many Japanese media literacy scholars say that critical thinking is about getting the "sender's intent" right. Why? This is because many of them confuse media literacy theory with Shannon and Weaver's communication theory.<sup>1</sup>

これに対してアメリカのメディアリテラシー研究者のルネ・ホブbs（Renee Hobbs）から次のような返信が届いた。

Renee Hobbs @reneehobbs 2020年8月30日  
返信先：@sjun120さん  
This is a profound misunderstanding of critical thinking. The sender's intent is ultimately unknowable. Critical thinking

involves heightened awareness of one's own process of interpretation in context plus sensitivity to the rhetorical moves made by authors of all texts.

ホブスの回答は、「送り手の意図」論は批判的思考に対する深刻な誤解だというものであった。そして「送り手の意図」は究極的には、知ることは不可能だと指摘している。このTwitter上でのやりとりは筆者の「送り手の意図」論への関心をさらに深めるきっかけとなった。すでに筆者は、欧米のメディアリテラシー理論における批判的思考とは「メディア・リテラシーのキー・コンセプトを土台とし、階級、人種、ジェンダー、さらにはエスニシティや障がいなどを含む多様な社会的文脈を意識した問いが惹起する一連の思考」(坂本 2020:47)としてまとめている。ここでいうキーコンセプトとはカナダのメディアリテラシー協会(AML)による8つのキーコンセプトやアメリカのセンター・フォー・メディアリテラシー(CML)による5つのコアコンセプトなど、今日のメディアリテラシー教育に不可欠な要素として用いられている一連の概念であり、そこにはホブスがTwitterの返信で指摘した、「文脈の中で自分の解釈の過程を認識すること、そしてあらゆるテキストの作者が行った修辭的な動きに敏感になること」が含まれている。

今日のソーシャルメディアは、テレビが大きな影響力を持っていた伝統的なマスメディアと比べると、世界中の多様な個人や組織が多様で膨大なメッセージの発信と共有、改変を繰り返す複雑性を有しており、受信者はしばしば発信者が誰であるのかさえ意識することなく、これらの膨大なメッセージを日々受け取っている。それは単なる情報ではなく、さまざまなメディアフォーマットによる偽情報やプロパガンダを含んでいる。このような状況の中では、ホブスが指摘するように、ますます「送り手の意図」を読み解くことは困難となり、「送り手の意図」論はある種のアポリアに陥りつつあるように思われる。授業の中で、わ

かりやすい教材を用いて「送り手の意図」を子どもたちに考えさせることはできても、それは現実のソーシャルメディアの環境とは大きく異なる。このようなメディア状況の中で、「送り手の意図」論を超えるメディアリテラシーの原理を明らかにするためには、メディアリテラシーの原点に立ち返って、考えることが必要であろう。本稿はそのための第一歩となるべく、メディアリテラシーの土台である記号論やメディアスタディーズ等の理論を検討する。

## 1. 「送り手の意図」と差別的表現

すでに触れたように、FCT市民のメディア・フォーラム(現FCTメディア・リテラシー研究所)による「送り手の意図」論批判は、1999年に公開された旧郵政省、NHKおよび民間放送局連盟(民放連)による「青少年と放送に関する専門家会合」の取りまとめに対するものであった。その内容は以下の通りである。

具体的な番組制作では「送り手の意図を理解するのがメディア・リテラシーである」というきわめて自己に都合のよいメディア・リテラシー観を示している。

こうしてみると、行政、メディアのいずれでも、メディア社会において市民としての主体性の確立をその目的とするメディア・リテラシーの理念とはかけ離れた取り組みが志向されていると言わざるを得ない。(FCT市民のメディア・フォーラム 2002:2)

「青少年と放送に関する専門家会合」の取りまとめはメディアリテラシーを「メディアを選択し、主体的に読み解き、自己発信する能力」と定義している。(青少年と放送に関する専門家会合 1999)そして、NHK、民放連、郵政省の3者によるメディアリテラシーに関する取り組み内容が書かれていた。例えば、NHKの「番組に関する情報提供の充実」について次のように書かれて

いる。

記号による画一化された番組情報（レイティング）では、放送事業者と視聴者との間に大きな誤解を生じる可能性がある。NHKは、従来から番組タイトルや内容の告知を工夫することで、放送の内容や視聴対象を周知するよう努めてきたが、放送時間の拡大やチャンネル数の増進が進むなかで、その意図が思うように伝わりにくい状況が生じてきている。

したがってNHKは、新しい広報番組を設けるなどして、視聴者からの疑問に答えるとともに、視聴者が放送の内容や意図を正しく理解できるよう努める。さらに、青少年の健全な育成という視点も加えながら、番組情報の提供をいっそう充実させていく。（青少年と放送に関する専門家会合 1999）

このような表現から、放送局は、視聴者が放送の内容や意図を正しく理解することを求めていることがわかる。このような姿勢に対して、FCT市民のメディア・フォーラムは「きわめて自己に都合のよいメディア・リテラシー観」として批判したのである。基本的に今日でもこの問題は変わらない。

例えば、2020年6月7日にNHKが放送した「これでわかった！世界のいま」では、白人と黒人の格差を解説するアニメーションが差別を助長するとして批判を浴び、NHKは6月9日に動画をWebページから削除した上で、謝罪する事件が起きた。このアニメーションは黒人を筋肉質で暴力的なステレオタイプとして描いたのである。アメリカの駐日米国臨時代理大使のジョセフ・M・ヤング（Joseph M. Young）は、Twitterで、「アメリカの複雑な人種問題に取り組もうというNHKの意図は理解できますが、残念ながらこの動画には、必要な配慮や注意が足りていませんでした。風刺画は侮辱的でデリカシーに欠ける描かれ方をしています」と発信した<sup>2</sup>。送り手として

のNHKの意図を理解しても、メッセージが差別であるという事実を変えることはできない。問題なのは、NHKはこのような黒人の描き方に対して差別の意図を持っていなかった点である。差別は意識して行われたのではなく、無意識に行われた。意図していないことが免罪符にならないことは明らかであろう。NHKはなぜこのような差別表現を放送したのか、検証番組を放送すべきであるが、現在もなお、放送されていない<sup>3</sup>。

同様な事件は民放でも起こっている。日本テレビは2021年3月12日の情報番組「スッキリ」でアイヌ民族に対する差別的な表現を含む放送を行い、大きな批判を浴びた。BPO（放送倫理検証委員会）は同年7月21日に報告書「日本テレビ『スッキリ』アイヌ民族差別発言に関する意見」を公表した。そこでは次のように指摘されている。

差別の意図、つまり“悪意”がなかったとしても、それによって差別的な表現を用いた番組を放送した行為が容認されるわけではない。まして、差別されてきた側のアイヌ民族にとっては、さしあたり“悪意”の有無は二次的な問題であろう。

また、差別が絡むテーマは複雑だから短い尺では取り上げづらいという感覚も見逃してはならない。複雑な問題を回避し続けることで、差別に対する感度や知識を耕す機会を失い、悪意さえなければ差別ではないという誤った感性が育まれた可能性すらある。（放送倫理委員会 2021：13）

ここでも「送り手の意図」は問題ではないと指摘されており、「悪意さえなければ差別ではないという誤った感性」と述べられている。差別は「送り手の意図」を超えた社会的構造的な問題なのである。日本テレビは同年8月26日、同番組内で検証を行った。朝日新聞はこれに対して「今回の検証では、さらに差別表現は差別の意図がなくても許されないことなどの非常に重要なポイントの指摘もありました。これは、アイヌ民族について

学だけでなく、差別一般にまで問題意識を広げるチャンスでもありました」と指摘している（朝日新聞 2021）。

このように見ると、ソーシャルメディアがまだ形成されていない時代に作られた「青少年と放送に関する専門家会合」の取りまとめがいかに不十分であり、マスメディアの奢りとさえ言えるものであったかがわかる。視聴者は「送り手の意図」の背後にある無意識の差別的メッセージを差別として解釈する。それは「送り手の意図」を正しく認識できない誤った理解ではなく、むしろ社会的には公正な判断である。1999年当時と現在が異なるのは、視聴者にも自由に番組に対する意見を発信するメディア環境があることである。視聴者は黙って視聴している存在ではもはやなくなった。FCT 市民のメディア・フォーラムがメディアリテラシーの目的として「メディア社会において市民としての主体性の確立」を挙げたことは正当であったと考えられる。そして FCT 市民のメディア・フォーラムの提言の最後には次のように書かれている。

市民は、安易に行政やメディアに頼るのではなく、市民こそがメディア・リテラシーの取り組みにおいて中心的な担い手であるという自覚を持ち、積極的かつ主体的にメディア・リテラシーを推進していく必要がある。この市民主体の取り組みでは、自らの基本的な権利である表現の自由をめぐる議論に積極的に参加することが求められる。市民を中心として、二項対立を超える新しい思想を創造するための議論を、いま、始めなければならない。（FCT 市民のメディア・フォーラム 2003：2）

ここでいう二項対立とはメディア規制と表現の自由の対立を指している。青少年と放送に関する専門家会合の取りまとめは伝統的なマスメディアの桎梏から逃れることはできなかったが、FCT 市民のメディア・フォーラムの提言は逆にソーシャルメディア時代にこそ、より現実的な意味を持ち

つつあると言えるだろう。放送局に対するメディア規制ではなく、視聴者による表現の自由の行使を通して、問題を明らかにし、差別表現に対するメディアの取り組みをもたらしただからである。

放送局側は「青少年と放送に関する専門家会合」の取りまとめ以降、こうした差別に関する取り組みをメディアリテラシー活動の一環として取り組んできたのだろうか。番組制作で上記のような問題が生じている以上、不十分であることが推測される。宇治橋祐之はNHKを中心とした放送局のこれまでのメディアリテラシーの取り組みをまとめているが、ここでも「青少年と放送に関する専門家会合」の取りまとめが取り上げられている。そしてそれを受けて旧郵政省「放送分野における青少年とメディア・リテラシーに関する調査委員会」が2000年に公表した報告書を紹介している。その後、NHKや民放によるメディアリテラシーに関わる番組を紹介している。

例えば、2001年に始まった「体験！メディアのABC」ではメディアを通じて送られてくる情報を主体的に受け取る力を育てることがねらいの一つとされている（宇治橋 2020：57）。また、2002年にフジテレビとNHK教育で放送された「テレビの鉄人になろう！！～つくとわかる『TVの気持ち』～」の概要として「『番組の作り手の意図』を理解し、『テレビ・グルメ』になつてもらおう」とまとめられている（宇治橋 2020：68）。2017年から始まった「メディアタイムズ」でも「どうあつかう？統計調査」の番組で「客観的に見える統計調査でも、意図のある見せ方がされていることを紹介」し、「伝える意図を明確に

映像編集」では「テレビ番組の編集担当者に密着し、同じ素材でも番組や切り取り方で視聴者に伝わる意味が大きく変わることを紹介」していると記載されている（宇治橋 2020：60）。この論考には「自己検証番組」も紹介されているが、上記に紹介した放送局による差別表現については触れられていない。宇治橋は最後に「送り手と受け手で協働しながら取り組みを進めていく」ことの重要性を指摘しているが（宇治橋 2020：72）、



差別表現の問題を避ければ本当の意味での協働にはならないだろう。

このような現状を見ると、「送り手の意図」論の背後には、意図の背後にある人間の無意識に含まれるステレオタイプやバイアス、差別表現をメディアリテラシーとしてどのようにとらえるべきかという問題だと考えることができるだろう。日本テレビのように、差別表現に対する検証番組を放送し、無意識の中にある差別の問題に向き合う姿勢を示した例はあるが、放送局によるメディアリテラシーの理解は1999年からほとんど変わっていないのである。

## 2. メディアリテラシーにおける受容理論とイデオロギー論

メディアリテラシーの土台にあるのはカルチュラルスタディーズやメディアスタディーズであるが、日本のメディアリテラシー教育研究の中ではこの視点が弱く、むしろ情報教育の視点が大きい。そのために、欧米のメディアリテラシー研究との齟齬が生じている。その違いを一言で言えば、文化的社会的な視点の弱さである。

ポッター (W James Potter) は、2004年に出版した『メディアリテラシーの理論』の中で「送り手の意図」の読み解きの困難性について「意味の構築では、人は特定の問題に直面することになるので、そのギャップを埋めるために文脈を考慮する必要がある。メッセージの文字通りの意味を理解するという作業を超えて、なぜその情報が伝達されたのかという問題にも取り組む必要がある」(Potter 2004:203) と述べている。すなわち私たちがメディアメッセージを読み解くとき、「送り手の意図」をそのまま受け取るのではなく、それぞれの受け手の文脈に沿って受け取るのである。そして彼はワイヤー (Wyer) とグリユエンフェルド (Gruenfeld) の文言を引用しながら次のように指摘している。

意味にはさまざまな種類があり、人々は文脈

を考慮して、異なる種類の意味を整理する必要がある。ワイヤーとグリユエンフェルド (1995) は、文字通りの意味と、彼らが実際的な意味と呼ぶものを区別している。文字通りの意味とは、表面的な意味と規範的な意味であり、つまり、送信者と受信者の意図が明白なときに期待されるものである。実際的な意味は、受信されたものであり、それは送信者が意図したものではないかもしれない。ワイヤーとグリユエンフェルドは、「社会的文脈で受信された情報の解釈、ひいては判断や意思決定への影響は、その意味の意味と同様に、その実際的な意味（すなわち、なぜその情報が伝達されたのか）の認識によって導かれる可能性が高い」と結論づけている (p.86)。人々が意味構築に費やす認知的努力は、その人の原動力や目標に影響される。(Potter 2004:203)

メッセージは受け手によって主体的にその意味が解釈される。ここでポッターが述べているように、メッセージの意味構築は受け手の「原動力や目標」に影響され、それぞれの文脈によって多様に受け取られるのである。送り手から見れば、「送り手の意図」通りに受け手は解釈すると考えるべきではないし、「送り手の意図」を正しく解釈することがメディアリテラシーだと考えるべきでさえもない。それはもともと不可能なことである。ポッターが依拠しているのは、いうまでもなくカルチュラルスタディーズの記号論とマス・コミュニケーションの受容理論である。

バッキンガム大学現代文化研究センターの代表的な研究者であったホール (Stuart Hall) は、1973年にガリ版印刷の報告書を作成し、それがセンターの大きな研究の柱となった。その報告書は1980年に出版された『文化、メディア、言語』の1章となった。そして彼は、研究者はエンコーディングやデコーディングについて無根拠な仮定をするのではなく、メディアコンテンツが生産される社会的・政治的文脈と、消費される日常生活

の文脈を注意深く評価できるような研究を行うべきであると主張した (Baran & Davis 2012: 303)。図1はホールによるエンコーディングとデコーディングの図式である。一見すると、シャノンとウィーバーによるコミュニケーションのシステム図式に似ているように見えるかもしれない (Shannon & Weaver 1949:7)。しかし、中身はまったく異なる。むしろ、彼らのコミュニケーション理論が直線的であり、メッセージ交換のレベルにとどまっている点で批判されるのである。

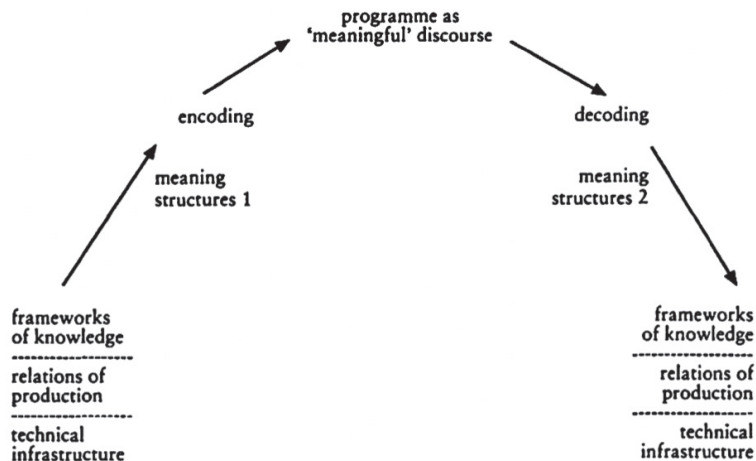
ホールは意味構造 (meaning structure) 1と意味構造2の非対象性に着目する。エンコーディングとデコーディングは対称とは限らない。コミュニケーションにおける理解と誤解はこの対称性/非対称性に依存する。そしてそれはさらにコード間の対称性/非対称性に依存する。ホールは次のように指摘する。「コード間の適合性の欠如は、放送局とオーディエンスの関係と立場の構造的な違いと大いに関係しているが、それだけでなく、談話形式に変換されたり、それから抜け出したりする瞬間の「送信者 (source)」と「受信者 (receiver)」のコード間の非対称性にも関係している。『歪曲』や『誤解』と呼ばれるものは、まさにコミュニケーションのやり取りにおける双方の間の等価性の欠如から生じる。」そしてこのことは、「メッセージがその語られる瞬間に

出入りする瞬間の『相対的自律性』と『決定性』を定義する」のである (Hall 1980:120)。(ここではカルチュラルスタディーズの用法にしたがって audience を視聴者ではなく、オーディエンスと表記している。)

コードから意味を見出すのは一つの社会的実践である。ホールはロラン・バルト (Roland Barthes) の記号論を引き合いに出しながら、説明する。例えば、広告の中のセーターは表面的には暖かさを意味するだろう。しかし、冬の到来を意味することも可能であり、さらにはオートクチュールのファッショナブルな服装を意味するかもしれないし、インフォーマルな服装を意味するかもしれない。それらは社会的経済的な文脈と関係する。コード化された記号は文化や社会と交わりながら、イデオロギー的な次元へと繋がるのである。ホールは「これらのコードは、権力とイデオロギーが特定の言説において意味を持つようにするための手段である。これらのコードは、あらゆる文化が分類される『意味の地図』に記号を参照しており、これらの『社会現実の地図』には、社会的な意味、実践、使用の全範囲が含まれている」と指摘している (Hall 1980:123)。

さて、テレビにおけるコミュニケーションに即して考えると、放送局は番組制作者の意図した通りにオーディエンスが受け取らないことを懸念す

図1 エンコーディングとデコーディング (Hall 1980:120)



る。オーディエンスは必ずしも放送局が望むコードの中でメッセージを受け取らない。そのため、放送局はオーディエンスが正しく意図を受け取るようにするためにはどうすればいいか考えるだろう。ホールは「彼らの理想は『完全に透明なコミュニケーション』である。むしろ、彼らが直面しなければならないのは、『システムの歪んだコミュニケーション』なのである」(Hall 1980:125)。そして彼は次のようにしめくくる。

オーディエンスは、言説によって与えられた字句通りの意味と暗示的な意味の両方を完全に理解しながら、世界的に反対の方法でメッセージを解説することが可能である。彼／彼女は、メッセージをオルタナティブな参照の枠組みの中で再構成するための望ましいコードによってメッセージを脱統合する。これは、賃金制限の必要性についての議論を聞いているオーディエンスが「国益」についての言及をすべて「階級の利益」として「読む」場合と同じである。彼／彼女は、対抗コードと呼ばれるものによって操作しているのである。もっとも重要な政治的瞬間の1つは（それは放送組織自体の危機的状況とも重なる）、通常は取り決められた方法で記号化・解説されるべきことが、反対の読み方をされ始める時点である。ここでは、「意味づけの政治」、つまり言説における闘争が加わるのである。(Hall 1980:127)

このようにホールはメディアメッセージを「送り手の意図」通りに正しく読み取るのではなく、オルタナティブなコードによって、まったく反対の意味を持つものとして解釈する可能性を政治的実践として理解するのである。すなわち「送り手の意図」を読み解くことが批判的思考なのではなく、まったく逆に「送り手の意図」とは正反対の読み解きを行うことが批判的思考であり、社会実践になりうるのである。

ホールの思想がメディアリテラシーの理論に影響

をもたらしたのはマス・コミュニケーションの受容理論だけではない。もう一つの重要な概念が批判理論におけるイデオロギー概念である。彼が書いた論文の中でも重要なのは1977年の「文化、メディアそして『イデオロギー効果』」であろう。彼はこの論文の中でアルチュセール(Louis Althusser)のイデオロギー論<sup>4</sup>に依拠しつつ、次のように述べている。

私たちが考え、話し、推論し、説明し、経験する領域—つまり意識の活動—が、どうして無意識であり得るのだろうか。ここで、私たちの日常的な経験と普通の言葉の中で働いている、もっとも明白で「透明な」意識の形態である「常識」について考えることができる。私たちの社会で「常識」として通用しているもの、つまり絶対に基本的で一般的に合意された、同意された知恵の残滓は、私たちが世界を単純だが意味のある言葉で分類するのに役立っている。正確には、常識は推論、議論、論理、思考を必要とせず、自然に入手でき、完全に認識でき、広く共有されている。(Hall 1977:325)

ホールが注目したのは「常識」という無意識の領域であった。私たちが考えたり話したりする経験の領域は「透明な」意識だという。そして彼は「イデオロギーは、生きているものの領域、つまり『考える』というよりはむしろ『経験する』領域」だと指摘している(Hall 1977:325)。このホールの理論は、アルチュセールのイデオロギー論とともに、レン・マスターマン(Len Masterman)のメディアリテラシー理論を支える土台の一つとなっている。マスターマンはホールの文章を引用しつつ、次のように書いている。

イデオロギーは意識的、明示的であるどころか、ほとんど認識されていない。この考えを表現するには、2つの異なる方法がある。1つは、隠蔽のメタファーによるものである。

イデオロギー的な問題は、「現れる」と言われる。それらは私たちの経験の「根底」にあり、私たちの共通感覚である「前提」の一部を形成しており、積極的に「引き出す」必要がある。人種差別的なイデオロギーは、私たちの日常的な実践、思考方法、言語の中に深く無意識のうちに組み込まれていることがある。イデオロギーを顕在化させることは、意識改革（すなわち自分の実践を支える前提条件に対する意識を高めること）のプロセスである。一方で、イデオロギーが意識されないままだと主張されることがある。それは、イデオロギーが隠されているからではなく、隠されていないからである。スチュアート・ホルの言葉を借りれば、イデオロギーは「まさにもっともオープンで、明らかで、顕在的なもの、つまり『表面上、すべての人の目に触れるところで行われているもの』として理解されるべきである」。しかし、「見えないところに隠され、抑圧されて、もしくは屈折させられているものが、その真の基盤である。これこそが無意識の源であり、現場なのである …」。(Masterman 1985:188)

マスターマンはホルの諸論を用いながら、無意識のイデオロギーに焦点を当てた。中でも人種差別的なイデオロギーは日常の実践や思考方法、言説の中に深く組み込まれている。このことは前章で取り上げた放送局による差別表現の事例を思い起こせば、マスターマンの指摘が理解できるだろう。すでに触れたように、彼らのイデオロギー論はアルチュセールの理論から影響を受けている。アルチュセールは、構造主義の視点から虚偽意識としてのイデオロギーではなく、日常生活における主体と呼びかけの相互作用を通して、主体が再認される過程としてイデオロギーを定義づけた。このイデオロギー論を構築する上でアルチュセールが参照したのはフロイト (Sigmund Freud) であった。彼は「フロイトが無意識一般についての理論を提示したように、私は少なくとも

も推定的には、イデオロギー一般についての理論を提示することが許されると信じる」と述べている。(Althusser 1970=1976:114)。そして、イデオロギーによる主体の再認／否認（無視）されているものとは、究極的には「生産諸関係と生産諸関係に由来する関係の再生産」だと主張する (Althusser 1970=1976:134)。すなわちホールやマスターマンのイデオロギー論もアルチュセールと同様に、フロイトの理論を基礎として、常識として存在する支配的無意識的な行動様式の中にイデオロギーを見るのである。そしてその本質はその背景にある社会的文脈を不可視にすることである。

差別は社会的な構造の中に埋め込まれている。それは意識されたイデオロギーとして現実化されるのではなく、日々の無意識の行動の中に表現されている。私たちは無意識の中から意図的にそれを「引き出す」ことが必要であり、それがなされない限り、意識に表れてこない。重要なのはマスターマンが指摘したように、日常的に無意識の差別のイデオロギーを自覚するための意識改革である。それはメディアリテラシーの基礎である。こうした観点について、これはマスメディア批判だという意見もあるかもしれない。しかし、無意識の中にある差別のイデオロギーはメディアに関わらず、普遍的に存在する問題である。マスメディアはその影響力ゆえに差別表現がもたらす影響もまた大きい。しかしソーシャルメディア時代には、あらゆるユーザーに対しても同じことが言いうることになる。

### 3. メディアリテラシーと記号論

ホールもマスターマンも記号論のアプローチを用いている。記号論ではコミュニケーションにおける意図を分析に用いない。記号論アプローチを用いるならばそもそも「送り手の意図」論の介在の余地がないことになる。ブランストン (Gill Branston) とスタフォード (Roy Stafford) は「他のアプローチでは非常に重要であるコミュニケー



ションの意図は、記号論的アプローチでは適用されない。キャップ（野球帽）をかぶった人は、最初買ったときに『アメリカらしさ』を意識したかもしれないが、社会的な出会いのたびにこの意味を考えたり、意図したりする必要はない。それにもかかわらず、キャップは、着用者が意図していない状況でも、記号として機能し、『読まれ』、『意味を与え』、『意味を示す』可能性がある」と述べている（Branston & Stafford 1996:17）。欧米のメディアリテラシー理論は記号論を土台にしており、その点から言えばそれらの理論に「送り手の意図」論がないのは当然のことだと言える。重要なのは、「送り手の意図」ではなく、記号の体系が作り出す意味と構造なのである。それは記号論が構造主義の一部であることを考えれば、理解しやすいだろう。つまり、記号論は意図や価値に関与しない。例えば、バルトの構造主義的文芸批評は文学の価値を批評するのではなく、文学の構造を批評にする。同じように、メディアメッセージの意味の生成を分析するためには、メッセージの価値評価を保留し、テキストとしてのメディア（メディアテキスト）を構成するコードを分析する。

また、記号論によると、記号は物理的な形態である。例えば、言葉や信号機の色、トイレのマーク、最近話題になったオリンピックの競技ピクトグラムも記号である。バラという言葉は書き文字でも話し言葉としても、実際に咲く現実のある種の花を指している。ホールは次のように指摘する。「談話で用いる『知識』は、言語による『現実』の透明なリプレゼンテーションではなく、現実の関係や条件に対する言語の分節化の産物である。したがって、コードの操作なしには、理解可能な言説は存在しない」（Hall 1980:121）。ここでいうリプレゼンテーションとは単なる表現ではなく、解釈による再表現であり、哲学では「表象」と呼ばれるものである。私たちは日常的な談話さえ、コードなしにはいられない。さらに、私たちがコードによってメッセージから意味を生成する原理としても一つ忘れてはならないのは、バルトが記号をデノテーションとコノテーションに区別したこ

との意味である（Branston & Stafford 1996:7）。デノテーション（表意）は赤という言葉が赤色を意味するように、言葉と物や形質の対応を指すが、コノテーション（含意）は、まったく異なる事象を意味する。例えば、赤は単なる赤色ではなく、しばしば血、夕焼け、興奮した顔色、火事などを意味する。つまり、コードは現実的なものから象徴的なものまで、重層的な構造を持つ。

イギリスの著名なメディアスタディーズの研究者フィスク（John Fiske）は、コードとは「ある文化の成員の間で共有されている規則や慣習を持つ記号の規則的なシステムであり、その文化の中で、またその文化のために意味を生成し、流通させるために使用されるもの」と定義している（Fiske 2011:4）。コードは日常生活の慣習として存在する記号の体系であり、それは私たちの生活はコードによって、意識することなく成り立っている。赤信号で止まるとき、私たちは信号に合うたびごとに赤だから止まらなければいけないと考えたりはしない。コードを習得するときは自覚的であっても、コードを習得し、慣習となることによって、コードは無意識の中に埋め込まれる。それは現実世界のみならず、メディアについても同様である。

NAMLE（全米メディアリテラシー教育学会）の中核原理の5つ目に「メディアが文化の一部であり、社会化のエージェントとして機能することを認識する」と書かれていたことを思い起こすといいだろう（NAMLE 2007）。メディアは単なる道具ではなく、私たちが文化をつなぎ、社会化する機能を担っている。私たちはメディアメッセージをそのまま受け取るのではなく、コードと自分の文脈を通して意味を生成している。すでにホールのエンコード／デコード論で見てきたように、それは「意味づけの政治」を含む受け手の能動的な活動である。フィスクは私たちが現実として認識しているものはすでにコード化されたものだと述べている。私たちはありのままの現実をそのまま認識してはいない。

ではメディアはどのような影響を私たちに与え

るのだろうか。フィスクは「メディアの技術的なコードと表現上の慣習が、(a) 技術的に送信可能であり、(b) 視聴者にとって適切な文化的テキストとなるように、この現実に影響を与える」と指摘している (Fiske 2011:5)。

より具体的に言えば、メディアメッセージは次の2つのレベルの社会的コードによってエンコードされている。第1レベルは「現実」であり、外見、服装、化粧、環境、行動、話し方、しぐさ、表情、音などである。これらは、第2レベルの技術的コードによって電子的にエンコードされる。第2レベルは「リプレゼンテーション」であり、カメラ、照明、編集、音楽、音響などである。これらは慣習的なリプレゼンテーション・コードを伝達するものであり、そしてそれは次のようなリプレゼンテーションを構成する。例えば、物語、葛藤、キャラクター、演技、ダイアログ、設定、キャスティングなどである。第3レベルは「イデオロギー」である。第2レベルのコードは以下のようなイデオロギー・コードによって、一貫性と社会に受け入れやすいように組織される。それは、個人主義、家父長制、人種、階級、唯物論、資本主義などである。(Fiske 2011:5)

コードは慣習 (コンベンション) と深く結びついている。フィスクは「人が何かをしたり作ったりするときには必ず、その人が属する文化のコードにもとづく記号が含まれているし、人が何かをしたり作ったりする仕方は、かなりの程度まで、属する文化の慣習が規定している」(Fiske 1978=1991:77)。例えば、映像を撮影するカメラマンや編集者のさまざまなテクニックは技術的コードであるが、それらは常に意図して行われているとは限らない。クローズアップのインサートの仕方、インタビューの撮り方など、慣習によって行われることが多い。コードはこうした慣習が作り上げたものであり、さらにコードは慣習を作り出すのである。

ただし、フィスクの3つのレベルのコード体系をそのままメディアリテラシーの実践で用いるのは難しい。例えば、子どもたちにCMを分析さ

せる際に、いきなりイデオロギーレベルのコードについて考えさせることはできないだろう。また、メディアメッセージの分析に現実とリプレゼンテーションという二つのレベルの区別は現実的ではない。なぜならば、メディアから受け取るメッセージはすべてリプレゼンテーションされたものだからである。メディアリテラシー実践でコードを用いるためには、少し異なった整理の仕方が必要となる。例えば、視聴しながら分析する段階と視聴後に討論しながらより深く掘り下げる段階にわけるといった方法である。

アメリカの著名なメディアリテラシー実践者であるベイカー (Frank W. Baker) は、自身のサイトにメディアリテラシー教育実践で用いるためのコードと慣習を簡潔に整理している<sup>5</sup>。まず、メディアメッセージの意味を伝えるために使用されるコードとして、技術的コード、象徴的コード、書かれたコードの3種類のコードをあげている。技術的コードとはカメラテクニック、フレーミング、被写界深度、照明、露出などである。こうしたコードはカメラ撮影や映像編集の知識だけではなく、実際にやってみることで理解できるだろう。象徴的コードとは、映像に現れる物や登場人物、場面設定、ボディランゲージ、衣服、色などである。それらが何を象徴しているのか、考えるのである。そして書かれたコードとは、見出しやキャプションなどの言葉や文字である。言語コードと読み替えることもできるだろう。これらの3つを読み解くことはさほど難しいことではない。

さらにベイカーはイデオロギーの代わりに社会的価値 (social values) という用語を用いる。多様な意味を持つイデオロギーを社会的価値と言い換えることで、より教育実践に持ち込みやすくなると考えられる。

ベイカーは社会的価値について自身のサイトに次のようにまとめている。

- ・ 社会的価値とはその文化が生きていくための不文律である。それは透明であるため私たちが気づかないうちに存在している。

- ・ 社会的価値は、世代や文化を超えて変わらないこともあるが、異なることもある。
- ・ 社会的価値は、一部は現実に基づくものであり、一部は願望的なものである。
- ・ 社会的価値は、人々の行動を反映することもあれば、反映しないこともあるが、常に信念を反映している。
- ・ メディア製品は視聴者に合わせて作られるため、ターゲット市場の基本的な信念や価値観を反映していなければならない。ターゲット市場の基本的な信念や価値観を反映していなければ、その市場はその製品を購入しないだろう。
- ・ ほとんどのメディアテキストは、支配的な社会的価値を支持しており、そのようなものとして、巧妙に作られている。
- ・ 社会的価値に挑戦するテキストは一般的ではないが、社会の激変や不確実性の時代には増加する。
- ・ テキストの中には、制作された時代や場所の価値観を支持しつつ挑戦するものがある。

ここで使われている社会的価値は意識されず、ほとんどのメディアが支配的社会的価値を支持していると述べられていることを考えれば、構造的なイデオロギー概念にきわめて近いものだと言える。生徒や学生がこのような社会的価値についての探究を深めるためには、3つのコードに基づいてメディアテキストやその中にあるメッセージを分析するだけでなく、より深い思考を引き出すためのメディアの概念理解と質問が必要となる。それがメディアリテラシーのキーコンセプト（もしくはコアコンセプト）やキークエストionと呼ばれるものである。筆者はすでに坂本(2019)で、カナダとアメリカの事例を論文にまとめている。

ベイカーも上記のページに5つのキーコンセプトを紹介している。

- ・ メディアは現実を構成する。

- ・ メディアは独自の形式、コード、慣習を持っている。
- ・ メディアは、イデオロギーや価値あるメッセージを提示する。
- ・ メディアは商業的利益を持つビジネスである。
- ・ 視聴者はメディアの意味を交渉する。

そして、彼は「メディアは、認識されたコードや慣習の使用を通じて現実を媒介する」と追記している。

しかし、「送り手の意図」は欧米のメディアリテラシー理論においてもまったく考慮されないわけではない。例えば、AMLはメディアリテラシーの8つのキーコンセプトのうちの第2コンセプト「メディアは現実の視点を構成する」について、次のように解説している。

コンセプト2は、それぞれのメッセージには、メディアのバイアスと制作者のバイアスという2つの意味でのバイアスがあることを示す。メディアのバイアスとは、写真の3次元から2次元への縮小や、ある瞬間で止めるといったことなどである。作り手のバイアスとは、写真からある要素を省いたり、ハイアングルやローアングルで撮影したりする写真家の判断のことである。これらのバイアスが組み合わさって、観客がテキストから意味を生み出す方法に影響を与える。<sup>6</sup>

ここでは写真家の判断を制作者のバイアスと見なし、メディアのバイアスと組み合わせられることによって、複合的なバイアスがメディアメッセージに影響を与えることが示されている。他方、第6コンセプトは「メディアは政治的・社会的メッセージを伝える」であり、「メディアのメッセージは共有され、議論され、時には模倣されるため、社会政治的な背景を探り、消費者にどのような影響を与えているか、あるいは消費者からどのような影響を受けているかを評価する必要があること

を理解する」と解説されている。つまり、メディアメッセージを評価する上で、作り手（もしくは送り手）の判断は一部を構成するにすぎず、しかもそれはバイアスとして認識されるのである。

このように、メディアリテラシーの理論の背景には記号論やメディアスタディーズが存在し、メディアリテラシー理論はそれらの影響を強く受けて形成されてきた。記号論やメディアスタディーズとメディアリテラシー理論をつなぐものは、AML や CML、NAMLE などによるメディアリテラシーのキーコンセプト、もしくはコアコンセプトと呼ばれるものであったことがわかる。メディアリテラシー研究にとって、これらは理論の要なのである。

## 小結

本稿は欧米のメディアリテラシー理論に「送り手の意図」論が存在しない理由を検討してきた。「送り手の意図」論の不在とは、送り手に意図がないことと同意ではない。実際には、制作者や送り手は意図を持っている。また、受け手が送り手の意図を考察したり、分析の材料にしたりすることは可能であり、またすべきであろう。重要なことは「送り手の意図」を読み解くことと、メディアのメッセージを読み解くことは同じ意味ではないということである。構造主義としての記号論は、コードや慣習といった概念を用いながら、意識下の行動に焦点を当ててきた。とりわけ、差別表現は意図されずに制作され、送信され、拡散することが多い。教育実践はこうした無意識の中の差別のコードを意識改革によって可視化させる営みを含んでいる。それは被差別者としてのマイノリティの視点に立たない限り不可能であろう。

前章の最後に触れた AML のメディアリテラシーの第5コンセプトは「メディアは価値観のメッセージを伝える」であった。そして AML は「支配的な社会集団と従属的な社会集団は、テキストが伝える価値観を意識するようになった。このことは、従属的な社会集団に仕える創造者を生

み出し、それに忠誠を誓っていることからわかる。移民、先住民、女性、トランスジェンダー、ゲイ、レズビアン、バイセクシャルなどのコミュニティは、メディアのテキストやメディアコミュニティを通じて、自己表現や価値観を主張する機会を求めてきた」と解説している。記号論は分析のために、価値評価を保留するが、教育としてのメディアリテラシーは人権を基礎として価値を評価する。それはメディアリテラシーというよりも教育そのものの原則である。

「送り手の意図」論は単に否定されるべき思想ではなく、乗り越えられるべき思想である。日本のメディアリテラシー理論における「送り手の意図」論は欧米のメディアリテラシー理論が伝統的に形成してきた基本的な理解を欠いてしまった。だからこそ、マスメディアやソーシャルメディアにおける差別的メッセージの問題を理論の中心に位置付けることができず、有効な実践論の視点を提供することができないのだと考えられる。私たちは「送り手の意図」だけを見るのではなく、その背後にある無意識の層に横たわるイデオロギーもしくは社会的価値の多様性を多様な社会的文化的文脈から考察する必要がある。同時に、シュアート・ホールが「意味づけの政治」、つまり言説における闘争と呼んだものについても教育実践の観点から再考すべきであろう。それはメディアメッセージの読み解きが決して受動的なものではなく、積極的で主体的な実践であることを示唆しているからである。そしてそれは同時にマイノリティの価値観を伝える創造者の形成へとつながるのである。

---

## 注

1 筆者の Tweet の URL は以下の通りである。ホップスによるコメントもこの URL から読むことができる。

<https://twitter.com/reneehobbs/status/1299769667314216965>

2 以下の記事参照。ハフポスト、NHK 番組の動画



- をアメリカ駐日臨時代理大使も批判。「侮辱的でデリカシーに欠ける描かれ方をしています(2020年6月9日)  
[https://www.huffingtonpost.jp/entry/story\\_jp\\_5edf210fc5b621d9aa4d2d70?ncid=other\\_huffpostre\\_pqylmel2bk8&utm\\_campaign=related\\_articles](https://www.huffingtonpost.jp/entry/story_jp_5edf210fc5b621d9aa4d2d70?ncid=other_huffpostre_pqylmel2bk8&utm_campaign=related_articles) (2021年8月29日最終アクセス)
- 3 検証番組は放送されていないが、2020年7月23日に放送されたEテレ「バリバラ」の特集「Black Lives Matter、そして日本は」の中で「これでわかった!世界のいま」の黒人表現を検証している。しかし、同番組の紹介ページはこの点に一切触れていない。  
<https://www.nhk.jp/p/baribara/ts/8Q416M6Q79/blog/bl/pLX3Q03nzZ/bp/pAGbLmZz8r/> (2021年8月29日最終アクセス)
- 4 アルチュセールのイデオロギー論については筆者による以下の文献を参照。  
 坂本句 (1987) 経済的再生産と学校教育—構造主義的マルクス主義と経済的再生産、教育政策研究 No.14、教育政策研究会 <https://www.academia.edu/39961911/> 経済的再生産と学校教育\_構造主義的マルクス主義と経済的再生産 (2021年8月29日最終アクセス)
- 5 「コードと慣習」に関するベイカーの資料は以下のサイトにある。  
<https://www.frankwbaker.com/mlc/codes-conventions/> (2021年8月29日最終アクセス)
- 6 AMLのメディアリテラシーの8つのキーコンセプトと解説および関連する質問は以下のページに記載されている。  
<https://aml.ca/resources/eight-key-concepts-media-literacy/> (2021年8月29日最終アクセス)
- 参考文献**
- Althusser. Louis. (1970). *Idéologie et appareils idéologiques d'État*. *Positions*.1976. Éditions sociales.
- Baran. Stanley J. & Davis. Dennis K. (2012). *Mass Communication Theory - Foundation, Ferment, and Future*. Wadsworth, Cengage Learning
- Branston. Gill & Stafford. Roy. (1996). *The Media Student's Book*.Routledge.
- Fiske. John. (1978). *Reading Television*. Methuen & Co., Ltd., (翻訳:池村六郎訳『テレビを<読む>』1991年、未来社)
- Fiske. John. (2011). *Television Culture (Second Edition)*. Routledge.
- Hall. Stuart. (1977). Culture, the Media and the 'Ideological Effect'. *Mass Communication and Society*. Curran. J, Gurevitch. M, and Woollacott. M.J. (eds). Edward Arnold.
- Hall. Stuart., Hobson. Dorothy., Lowe. Andrew and Willis. Paul (eds). (1980). *Culture, Media, Language*, London: Hutchinson.
- Masterman. Len. (1985). *Teaching the Media*. Routledge
- NAMLE. (2007). The Core Principles of Media Literacy Education. Retrieved August 30, 2021 from: <https://namle.net/resources/core-principles/>
- Potter. W. James. (2004). *Theory of Media Literacy - A Cognitive Approach*. Sage Publications.
- Shannon. Claude E., & Weaver. Warren. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.
- Wyer. R. S., Jr., & Gruenfeld. D. H. (1995). Information processing in social contexts: Implications for social memory and judgment. *Advances in Experimental Social Psychology*, 27, 49-91.
- FCT 市民のメディア・フォーラム (2002)FCT 提言 メディア・リテラシー推進に向けて、fct GAZZETE、No.76,Vol.21
- 朝日新聞 (2021) 差別表現はなぜ放送された エンタメ化で欠けた「感度」(2021年8月26日)  
<https://digital.asahi.com/articles/ASP8V62HGP8VUCVL00S.html?fbclid=IwA>

R2kJLWG2gv1uoDO20dx87SOG7m-36ptzA\_  
Ee6FauQTMGXP1Dm7zpIH7\_bs (2021 年  
8 月 29 日最終アクセス)

宇治橋祐之 (2020) テレビの読み解きからネット  
でのコミュニケーションまで～放送局のメディ  
ア・リテラシーへの取り組みの変遷～、放送研  
究と調査 2020 年 4 月号、NHK 放送文化研究  
所

坂本旬 (2019) メディア・リテラシー教育におけ  
るコア・コンセプトの理論と展開、法政大学キャ  
リアデザイン学部紀要第 16 号、法政大学キャ  
リアデザイン学部

坂本旬 (2020) メディアリテラシーにおける批判

的思考とは何か、キャリアデザイン学部紀要第  
17 号、法政大学キャリアデザイン学部  
青少年と放送に関する専門家会合 (1999) 青少年  
と放送に関する専門家会合取りまとめ

[https://www.nhk.or.jp/pr/keiei/kaigou/  
#top](https://www.nhk.or.jp/pr/keiei/kaigou/#top) (2021 年 8 月 29 日最終アクセス)

放送倫理委員会 (2021) 日本テレビ『スッキリ』ア  
イス民族差別発言に関する意見

[https://www.bpo.gr.jp/wordpress/wp-  
content/themes/codex/pdf/kensyo/  
determination/2021/41/dec/0.pdf](https://www.bpo.gr.jp/wordpress/wp-content/themes/codex/pdf/kensyo/determination/2021/41/dec/0.pdf) (2021 年 8  
月 29 日最終アクセス)

## A Note on Media Literacy and the Theory of “Sender's Intention”

SAKAMOTO Jun

---

In Japan, there are many media literacy researchers who consider understanding the "sender's intention" to be critical thinking. As far as I know, there is no such thing as a "sender's intention" theory in Western media literacy theory, which is characteristic of Japanese media literacy theory. In 1999, NHK, the Federation of Commercial Broadcasters, and the former Ministry of Posts and Telecommunications published the "Summary of the Expert Group Meeting on Youth and Broadcasting" on media literacy. They pointed out that viewers need to correctly understand the content and intention of broadcasts.

The main problem with the "sender's intent" argument is that broadcasters have no influence over the issue of their own discriminatory messages. For example, NHK received criticism from around the world for showing an animation that stereotypically portrayed black people in its news program. Even if the intention was not to discriminate, the message is still discriminatory. The problem is not the intention of the sender, but the discriminatory values that the sender

unconsciously holds.

Cultural studies is the foundation of media literacy theory in the West. Stuart Hall pointed out the possibility that audiences do not receive things as "the sender intended" but as something with the opposite meaning. He then used Althusser's theory of ideology to argue that ideology is in the unconscious. A similar idea claimed Masterman. The concepts of codes and conventions in semiotics by Fisk and others provided a more direct concept of media literacy. They have become the basic concepts of media literacy as key concepts and core concepts of media literacy.

It can be said that the "sender's intention" theory in Japanese media literacy theory lacks the basic understanding that Western media literacy theory has traditionally formed. Therefore, it is considered to be incapable of providing an effective practical perspective on the problem of discriminatory messages in mass media and social media. The "sender's intent" theory is not an idea that should be denied, but one that should be overcome.

