

インフォテイメント化時代のテレビと政治

谷口 将紀

東京大学助教授

小泉内閣は、選挙制度改革、政治資金制度改革、行政改革など、前内閣までになされた改革成果を活かしてリーダーシップを発揮した（御厨2006、竹中2006）。同様に、必ずしも小泉内閣が政治報道を変えたのではなく、政治報道をめぐるマスメディア、なかんずく地上波テレビにおける変化の潮流にうまく乗ったのが、小泉前首相であった。

1 新たな5W

各種媒体の制作技術はもちろん、衛星放送やケーブルテレビの視聴拡大に伴う多チャンネル化、携帯電話やインターネットの普及等々、メディアは日進月歩で変化を続けている。こうした中、テレビによる政治報道において指摘できるのは、報道番組と娯楽番組の融合傾向、インフォテイメント化（infotainment¹⁾）である（Taniguchi, 2006）。

かつてワイドショーが取り上げる話題としては、皇室、芸能、事件報道の3つが鉄則といわれたが、1990年代以降の国内外の政治変化を反映して、いまや政治報道がその一角を占めるようになった。クイズ番組などに、政治家が出演することも珍しくない。他方、定時のニュース番組でも、スポーツ、芸能、グルメ、旅行など幅広いトピックが取り上げられ、情報番組との垣根は低くなっている。とくに後者は、日本において顕著な傾向である。米・三大テレビ局のニュース・スタジオで芸能人による楽曲の生演奏が行われたり、ニュース番組中にテロップで食品お取り寄せの受付電話番号が表示されることは、おおよそあり得ない。

ジェームス・ハミルトン（2003）によると、こうしたインフォテイメントの時代には、報道内容に関わる従来の「5W」（いつ、どこで、誰が、何をした、なぜ）に代わって、新しい「5W」が政治報道の原動力になると言う。すなわち、

- *その情報を気にするのは「誰」か？
- *人びとが機会費用をかけてでも得たい情報は「何」なのか？
- *特定視聴者を捕まえられるのは「どこ」か？
- *その情報は利益を生むのは「いつ」か？
- *その情報が利益を生むのは「なぜ」か？

要するに、自分が広く人びとに伝えるべきと感じた

たにくち・まさき

東京大学大学院法学政治学研究科助教授（現代日本政治論）。1970年神奈川県生まれ。1993年東京大学法学部卒業、同大学院法学政治学研究科助手を経て、96年より現職。2003年東京大学博士（法学）。著書に『日本の対米貿易交渉』（東京大学出版会、1997年）、『代議士とカネ』（共著、朝日新聞社、1999年）、『現代日本の選挙政治』（東京大学出版会、2004年）など。

ものを報道するという個々のジャーナリストの「意気」を否定するものではないにせよ、業界全体として行われているのは、ターゲットとなる視聴者層を設定して、彼らの関心がある情報を効率的に届けることによって、より多くのスポンサー収入を得ようとする努力である。

政治報道のインフォテイメント化によって、ふだんニュース番組を見ない人にも政治に関する情報が届けられ、人びとの政治知識を底上げする効果があることは事実である。反面、インフォテイメント化したソフトなニュースと、従来の硬派な報道とでは、自ずから視角が異なる。例えば、安倍新首相の政権構想を著書や演説を基に検証する報道がある一方で、首相の好物はアイスクリームで、夫人は韓流スターのファンという情報も、テレビによって流通させられた政治情報である。Baum (2003)が論じるところでは、このようなソフト・ニュースに政治的情報を依存する人びとには特徴的な政治的傾向が生み出され、それが巡りにめぐって、本来人びとの生活から最も遠いところにある外交・安全保障政策に対しても特定の政治的帰結を導く。

2 メディア戦略の必要性

政治家や官僚にインタビューする際、往々にして聞かれるマスメディアに対する恨み節には、①自分のイデオロギーと対極的な立場にある媒体への批判（例えば、保守系政治家にとっての朝日新聞、リベラル派にとっての産経・読売新聞）、②マスメディア（とくにテレビ）の商業主義、すなわち自分の存念を十分に開陳させてくれず、一部分だけを切り取って針小棒大に書き立てるといった類の批判、の二種類がある。このうち、①はそれ自体が政治的討議の一貫を構成するものだから、権力による言論封殺に繋がらない限り、批判・反批判の応酬が続くことは結構である。

これに対して、前節の議論は②に理論的根拠を与えるものように見えるかもしれないが、それは著者の本意ではない。報道にビジネスを持ち込むなとい

う綺麗事や、メディア・リテラシー教育の必要性などという我田引水を主張するつもりはない。本稿が強調したいのは、政治報道のインフォテイメント化、ないしジャーナリズムとビジネスの相克関係は避けられないものと理解した上で、人びとに政治情報を発信する、政治側による広報戦略の必要性である。すでに実践例も知られているし（世耕2005）、度を越してスピゲが跳梁跋扈する民主主義になるのも問題だが²、まだ日本はそれを論じる以前の段階として、政治家に求められる最低限の努力を列挙しておきたい。

(1) 話は短く

首都圏で配布されるフリーペーパー『R 25』が創刊された時、ターゲットである20～34歳の男性を意識して、ひとつひとつの記事の分量は読者を飽きさせないため意図的に抑えられたという。諄々と議論を展開することも相手によっては必要だろうが、それはテレビカメラを前にしてする仕事ではない。政治家が、国会審議で目新しくもない自説を延々と展開した末「持ち時間がなくなっていました」などと質問を端折ったり、テレビ出演用にフリップを用意してきたのは良いが、前置きが長すぎて本題に入る前に司会者に遮られる様は、正直見苦しい。

政策文書も同じである。2003年総選挙以降、参院選や党首選挙でも作成されるようになったマニフェスト（政権公約）は、確かに政党・政策本位の選挙に向けて大きな役割を果たしている。しかし、世論調査によると、マニフェスト冊子自体が広く読まれている訳ではない。大半の有権者は、マニフェストを要約したビラや報道を通じて、その内容を理解しているのだ。果たして今年の総選挙では、彫琢を重ねた民主党のマニフェストは、「郵政民営化+その他119項目」の自民党政権公約の前に惨敗を喫した。民主党にとっての問題は、マニフェストの内容よりも、その伝え方にあったと言えるのではあるまいか。

しかし、話を簡潔にといつて、現在の日本政治で散見される誤りは、それをキャッチ・フレーズに求める点である。キャッチ・フレーズはあくまで政策全体を

俯瞰できる「手がかり情報」とならなくてはいけない。9月の自民党総裁選挙で、谷垣禎一候補は「絆」というコピーを掲げた。それは「絆の税制」など政策各論にも一部反映されていたが、自他共に認める重点公約は消費増税であり、東アジア外交・靖国問題であって、「絆」が谷垣氏の政権公約を象徴していたとは言い難い。内容、帰結共、トニー・ブレアの「パートナーシップ」とは似て非なるものであった。

(2) ターゲットを意識して

時の政権が極端に不人気である場合は、自分が現政権のアウトサイダーであることをアピールすることで、人びとの親近感を勝ち取ることができる。アメリカでも、カーターやレーガン、クリントンなど間歇的に「反ワシントン」を掲げた候補がスターダムに押し上げられてホワイトハウスの主となる。2001年の総裁選以来「永田町の常識は国民の非常識」を連呼した小泉首相もまた、この範疇に属する。逆に、内閣支持率が非常に高ければ、与党の国会議員候補はコートテイル³を狙えば良く（例、2001年参院選の自民候補）、もしリーダー自体が人気を維持したまま任期満了などで交代するときには、後継候補は現政権の正統な継承者であることをアピールする。

問題は、現政権がとくに高くもなければ低くもない、それなりの支持率を保っている場合である。現政権が不信任されている訳ではないから、現政権による施策の継承を唱えれば、インナーサークルでの支持は得られるかもしれない。しかし、人びとに対する訴求力には欠ける。とは言え、人びとは完全に現政権を見限っているのでもないから、逆張りをしても支持は広がらない。こうしたケースでは、原則として現政権と大きな差別化は図らないものの、多種多様な層にきめ細やかに対応することが、支持獲得の一手となる。もちろん、利益誘導を梃子とした組織票依存型選挙は昔と比べてコスト・パフォーマンスが良くないし（谷口2004）、本稿の目的は選挙指南ではない。重要なのは、「マス」メディアであっても、媒体・番組によって細やかな対応が求められる点である。

米大統領選挙時に、クリントンは若者向けの音楽番組・MTVでサックスの腕前を披露した。ケリーは深夜番組「トゥナイト・ショー」に出演した際、ハーレー・ダビッドソンに乗ってスタジオに現れた。ジョージ・W・ブッシュは、一般教書演説で野球選手のステロイド使用に言及して、スポーツニュースで注目された。これらの事例は、否定的に紹介されることが多い。しかし、これらは同時に普段スポーツニュースや歌番組しか見ない有権者に対して、一定の政治情報を届け、政治家が自分達を気にかけていると思わせたことも軽視すべきではない（Popkin et. al, 2004）。

程度の差こそあれ、日本でも事情は変わらない。自民党総裁選は、安倍晋三候補の圧勝に終わったものの、下馬評と比べると安倍票が伸び悩んだ。中でも黨員算定票で麻生太郎候補が健闘したのは、彼が相手に応じて演説内容を変えていたことに、一因が求められるように思われる。安倍、谷垣両氏も地方ごとに多少のリップサービスをしていたが、麻生氏に至っては、秋葉原では「自称オタクの皆さん」と呼びかけてアニメの話をしつづき、札幌では「札幌には雪祭りがある、自分の地元・福岡ではできない」と聴衆の笑いを誘い、50～60歳代の企業や労組・マスコミ幹部が名を連ねる21世紀臨調主催討論会では「全ての破壊の上に創造がある、お忘れかもしれませんが全共闘の常套語です」と所見表明スピーチを始める、という具合である。ただし、麻生氏は「半径2メートルの男⁴」と呼ばれたことからして、典型的なテレビ出演の成功者として挙げるのは躊躇がある。上記例は演説の導入部であって、政策内容については別の評価もあるだろう。ともあれ必要なのは、テレビカメラを挟んでも、その向こうに人を見て法を説く努力をしなければならない、という事である。

(3) 絵になる場面、使えるサウンドバイトを与える

新聞には政治面がある。ベタ記事はともかく、ひとつひとつの記事には一定のボリュームがあるから、それなりに説明を尽くすことができる。しかし、地上波

のテレビ局では、ニュース番組ですら毎日政治を報じる義務はない。また一般論として、通常の政治、とくに政策報道は視聴率を獲得しにくいものと認識されている。アメリカでは、テレビニュースで引用される政治家の発言の平均時間は、1960～70年代の1分超から、今日では5、6秒に減少している (Popkin et. al, 2004)。政治家は、カメラの前では自分自身の言葉で語る機会は原則ないものと自覚すべきである。

国会や街頭で数十分熱弁を揮っても、夜のニュースで取り上げられるのは数秒に過ぎないならば、その数秒をどこにするか、演説者側がマスメディアを誘導する努力が必要である。小泉首相のワンフレーズ・ポリティクスは、サウンドバイトだけで実質を伴わないという意味なら批判されなければならないが、一方で自らの強調点をマスメディアに取り上げさせ、人びとに伝えるという政治的コミュニケーションの手法としては学ぶべき点もある。

これは言葉に留まらない。テレビでは、何百の言葉を連ねるよりも、一瞬の表情が雄弁に政治状況を規定することが珍しくない。日本の政治家も、スタイリストを付けたり、カメラに近い位置に着席しようと腐心したり、時に滑稽なほどテレビに対する意識は少しずつ高まっているけれども、積極的に番組で使いたくなるような映像を与えるという演出をしている政治家は、幹部を含めてまだごく少数に留まっている。絵になる場面とは、単に格好良く映ることではない。1カットにどれだけ政策を含めたメッセージを無言のうちに込められるか、この点こそ各政治家の腕の見せ所である。

(4) 但し、データ過信は禁物

今回の自民党総裁選で、安倍陣営は政権公約をわざと抑えめにつくり、告示後に個別の政策発信をしていくという戦略を取った⁵。「本日の定食」方式で政策を与えるのではなく、人びとの反応、希望を汲み取りながら、アラカルトで献立を組み立てていく作戦だ。民主党を含めて、世論調査を活用しながら政策

を形成する例が増えている。たしかに「選挙の神様」が望めない今日、客観的な判断材料を与えてくれる世論調査は有用であり、著者自身にとっても、世論調査データは重要な研究リソースのひとつである。

しかし、巷間にあふれる世論調査の中には、サンプリング、ワーディング (質問文・回答方法のつくりかた)、データの回収など、調査方法に疑問を呈さざるを得ないものも一部含まれている点に注意が必要である⁶。とくに個人情報保護法に対する誤解もあって、昨今の回収率の低下は深刻である。また、特定争点に関する賛否を問う場合でも、当該争点に対する関心の有無に関わらずyes/noで即答させる場合、十分な関連情報を与えた上で答えさせる場合、当該争点を選挙の投票基準にする予定の人による回答では、調査結果も大きく異なるだろう。データの解釈にも注意が必要である。数百程度のサンプル数を以て「今月の内閣支持率は前月と比べてマイナス3%です」とは、本来統計学的には言えないはずだ⁷。現在、社会・世論・市場調査の分野でもISO規格の制定準備が進められている。正しいデータの上に正しい解釈を加えていくことが、健全な政治コミュニケーションの大前提であることは (自戒を含めて) 忘れてはならない。

③ マスメディアに望むこと

前述の通り、視聴率を度外視せよという経済合理性に反した注文は措くとして、最後にマスメディア、とくにテレビの政治報道に望むことを、差し当たり2点付け加えておきたい。まずは、放送法に定められている政治的公平 (電波有限の考え方が今日妥当するかも論点たり得るが) を、どのように担保するかである。日本では、自民党長期政権と相俟って、すべての政治アクターに対して否定的であることによって、公平を確保する向きがあるが、それは人びとの政治的シニシズムを増幅する恐れがある (谷口2002)。コメントイーター任せではない、政治評論機能の充実が求められる。

第2は、政治報道の「常識」を時には疑うことである。例えば、各党党首選の際、各候補の主張が似たり寄ったりであれば、マスメディアは盛り上がり欠けるととき下ろす。しかし所詮同じ政党内での争いだから、政策が水と油であることのほうが異常で、いざ政策論争に火花が散れば、今度は党分裂の危機と騒ぎ立てる。国会記者クラブで「定番」の報道フレームは必ずしも世間にとって「自明」ではない。テレビ報道に携わる者であれば、そもそも新聞やNHKを第1列、硬派テレビ番組・総合雑誌を第2列、ワイドショーやスポーツ紙を第3列として、順番に政治情報が伝播してゆくという従来の常識も、古くはサンデープロジェクト、近くは小泉劇場に見られる通り崩れていることを自覚しているはずだ（星・逢坂2006）。こうした変化に柔軟に対応できる組織、人材を揃えることは、各社の経済合理性、そして民主政治の深化にとって決して無縁ではない。■

[参考文献]

- Baum, Matthew. 2003. *Soft News Goes to War: Public Opinion and American Foreign Policy in the News Media Age*. Princeton University Press.
- Hamilton, James. 2003. *All the News That's Fit to Sell: How the Market Transforms Information into News*. Princeton University Press.
- 星浩・逢坂巖. 2006. 『テレビ政治 国会報道からTVタックルまで』朝日新聞社

- 松本正生. 2003. 『「世論調査」のゆくえ』中央公論新社
- 御厨貴. 2006. 『ニヒリズムの宰相小泉純一郎論』PHP研究所
- Popkin, Samuel et al. 2004. 「変わるメディア、変わる政治」『日本政治研究』1(2): 108-127.
- 世耕弘成. 2005. 『プロフェッショナル広報戦略』ゴマブックス
- 竹中治堅. 2006. 『首相支配——日本政治の変貌』中央公論新社
- 谷口将紀. 2002. 「マスメディア」福田有広・谷口将紀『デモクラシーの政治学』東京大学出版会、269-286.
- 谷口将紀. 2004. 『現代日本の選挙政治 選挙制度改革を検証する』東京大学出版会
- Taniguchi, Masaki. 2006. "Changing Media, Changing Politics in Japan." Paper prepared for delivery at the 20th World Congress of the International Political Science Association.

《注》

- 1 Information (情報) と entertainment (娯楽) を組み合わせたもの。
- 2 外国では政治家や企業による偏向した広報を監視する団体も存在する(例えば、<http://www.spinwatch.org>)。
- 3 コートの裾につかまるように、リーダーの人気に便乗して当選すること。
- 4 第一印象は良くないが、直接会って話をすれば皆好きになる、という意味であろう。
- 5 朝日新聞 2006年9月19日
- 6 世論調査の方法論については、例えば松本(2003)を参照。

マスコミへの反感に支えられるネット世論

必要なのは「統制された言論」か？

鈴木謙介

国際大学グローバルコミュニケーションセンター研究員

1 ネットで強まるマスコミ批判

2006年8月15日。東京、九段下の靖国神社には、毎年のように大勢の参拝者が訪れていた。しかしこの年の靖国には、他の年とは異なる、重要な意味があった。以前から目されていたとおり、自民党総裁選での「公約」（それは形式的には自民黨員に対する約束だが、事実上、国民に広く知らされた「公約」だった）を果たすべく、小泉純一郎前首相が、早朝に靖国神社を参拝したことが、既に報じられていたからだ。

その日、九段下の駅から境内に至るまでの道では、様々な人たちが、自らの主張をアジェンションし、あるいはビラ配りを行っていた。その中でも特に目立ったのは、インターネットを通じて活動をしていると思われる、「反日的」な「偏向報道」を繰り返す特定のテレビ局を批判する内容のビラを配っていた人たちだ。

そこで批判された放送局のカメラスタッフは、早朝から何度か一部の参拝者に取り囲まれ、ヤジを飛ば

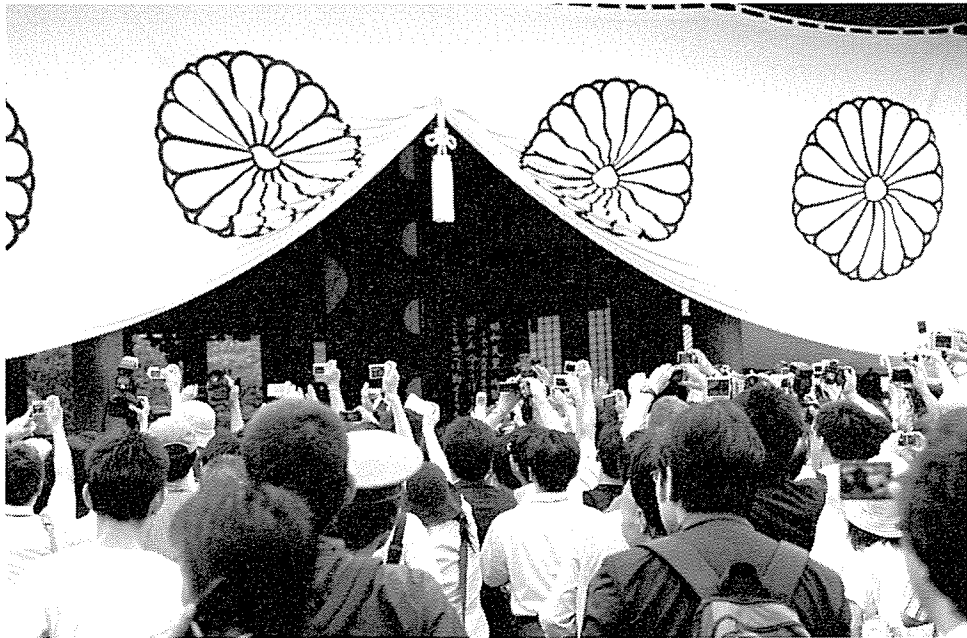
されていたという。私自身も、テレビカメラを持ったスタッフに、40歳前後とおぼしき男性が、「おたく、酷い報道してるよねえ？」と詰め寄っているのを目にした。帰りの境内では、20歳前後と思われる学生風の男女が、「マスゴミ（マスコミを非難するネット用語）は靖国に来なきゃいいんだ」といったようなことを話していた。

前首相は、終戦記念日というセンシティブな日に靖国神社を参拝したことについて、「いつ行っても、特定の勢力に非難される」から「今日は適切な日だ」と述べた。理由と行動の間の論理的な繋がりが不明であることはさておきとして、重要なのは、彼を批判するという「特定の勢力」だろう。ネット上では中国と韓国を指して「特定アジア（特亜）」という呼び方が広まっているが、この言葉は、どうやら、両国とそれに親和的なメディアを含んで用いられたのではないかとネット上で話題になった。

こうした一連の出来事を列記したのは、いわゆる「靖国問題」に対する社会的な関心の背後に、「靖国問題批判」への「批判」、すなわちマスコミに対する不信と反感があったのではないかと、ということを指摘したいからだ。「不信」とは、マスコミが報じる内容が、それぞれの報道機関の個別利害やイデオロギーを反映した「偏向報道」であるということ、「反感」とは、マスコミが、自らの権威を笠に着て、取材の過程などで市民に対して居高な態度を取ったり、「上からの目線」で市民の実感を抑圧したりすることへの反

すずき けんすけ

1976年生。法政大学大学院修士課程修了。東京都立大学大学院理論社会学専攻博士課程単位取得退学。著書に『カーニヴァル化する社会』『暴走するインターネット』『21世紀の現実』（共著）などがある。



小泉首相の靖国神社参拝を見ようと、拝殿前に詰め掛けた人たち（2006年8月15日）
「写真提供=共同通信社」

発である。

いまのマスコミへの不信と反感の源泉となっているのが、インターネット上での「反マスコミ」言説である。その内容には、心情的な反感から、「朝日・毎日」は左翼だから」といった決めつけ、資本関係や政治的利害などの「裏事情」に基づいた深読みなど、様々なレベルのものがあるが、その全てがいわれのない非難というわけではないことも確かだ。

いずれにせよ、あるタイプのマスコミ言説に対する不信を醸成する場としてのネットが、「靖国を批判するマスコミへの批判」として機能するとき、冒頭に述べたような風景は、マスコミに登場するのとは異なる「市民の実感」を代弁するものとなるわけだ。だとするならば、私自身も繰り返して述べてきたことだが、「ネット＝若者＝右傾化」という三位一体の中で語られてきた、いわゆる「ネット右翼論」を、外交問題や政治問題の観点からのみ論じるのは、不十分だということになる。むしろ注目されなければならないのは、「反マスコミ・反左派」的な言説を支えている、わが国の「国内問題」の方であろう。

2 東アジアに共通の状況

反マスコミ・反左派的な立場からネット上で発言する人びとが往々にして採用するのは、以下のようなストーリーだ。ある時期まで自分は、マスコミで言われていることは正しい、日本は戦争で悪いことをしてきたのだと信じてきた。しかし、インターネットが普及したことによって、必ずしも日本が悪いわけではないという主張が存在すること、そして、日本が悪かったと報道しているマスコミは、事実ではなくイデオロギーに基づいた、中立的でない報道を行っていることを知った。マスコミは信頼ならない「反日勢力の手先」だ。インターネットにこそ、真実が書いてあるのだ、と。

2005年に出版され、話題になった『マンガ嫌韓流』でも、ほぼこれに近いあらすじが描かれている。そこでは、実際に戦争体験のある主人公の祖父が語る、戦争における残虐行為ではなく、主人公がネットで調べた情報こそが「真実」と見なされており、その情報を元手にして主人公は、いわゆる「自虐史観」を論駁し、2002年のワールドカップにおけるマスメディ

アの「偏向」ぶりを明らかにしていくのである。その内容の正しさについてはここでは問わない。むしろここで注目しなければならないのは、「ネットで真実を見つけた!」と感じてしまう、彼らの心性の方だろう。

実はこうした状況は、歴史的・社会的条件の違いにもかかわらず、東アジアで共通してみられている現象だ。私の知る韓国人の友人は、日本における「嫌韓」感情が、国内の左派メディアに向けた反感と連続しているという指摘に、韓国でも「反日」は「親日派」への批判と連続した国内問題なのだと教えてくれた。高原基彰も、同様の事態は韓国だけでなく、中国にも当てはまるという指摘をしている（『不安型ナショナリズムの時代』洋泉社、2006年）。そしてインターネットはそこでも、マスメディアには登場しない（登場することができない）「真実」を語る場所として機能するのである。

もちろん、共通点ではなく、日本独自の条件の方に注目する議論も存在する。マスメディアの「裏を読む」という振る舞いは、北田暁大や原宏之が述べているように、80年代のバラエティ番組において顕著だった「楽屋落ち」を読解し楽しむことが求められていた時代には、ごく当たり前のものだった（北田暁大『嗤う日本の「ナショナリズム」』日本放送出版協会、2005年、原宏之『バブル文化論』慶応大学出版会、2006年）。テレビには「裏」があり「楽屋」があるのが当然、その背後の意図まで含めて「テレビ」なのだ、という時代の洗礼を受けた北田のような世代が、「裏読み」の果てに出てくる、アイロニカルな没入（傍目にはアイロニーにしか見えない「ネットで見える真実」＝陰謀論や亡国論にベタにコミットする態度）に強い関心を示すのは、そうした事情による。消費社会として完成されたわが国で、なぜ上記のような事態が生じるのかは、より詳細な分析が求められるところであろう。

③ ネット世論と共振する右派論壇

ところで、こうしたネット発のマスコミ不信にその源

を持つ「左派に親和的な情報ばかりを報じるマスメディアへの反感」という図式は、既に右派論壇の一部でも採用されつつある。中西輝政は、安倍新政権へ向けた期待を語る文章の中で、8月15日の靖国参拝に対して行われたNHKの番組内で行われたインターネットアンケートで、賛成という回答が63%だったことを挙げて、以下のように述べた。

これまでの「戦後民主主義」という名の「マスコミ独裁」がはつきりと凋落の時代に入っていたのである。靖国を巡り大新聞が「それらしい」ことを語り、それを受けて全国ネットのテレビ網が朝な夕なのワイドショーで繰り返し注入しようとしても、やはりその洗脳の企ては守るべき一線を越えていた。それゆえ国民は、その「ムリ筋」の扇動にはつきりソッポを向いたのである。

（中略）

なかでも「草の根」に当たる人びとが、活発に意見を交わし始めたことは大きい。その一例として、インターネット空間で交わされる「草の根」の日本人によるオピニオン空間は、場合によると識者や大マスコミが日々作り出すそれと比べ、はるかに健全かつ国際常識にかなっている。それゆえいまや利権と化した大マスコミの独裁をなんとしても守ろうとして『朝日新聞』を先頭にこうした動きを意図的に「危険なナショナリズムの高まり」というレッテルを貼り、例によって“いつか来た道”キャンペーンで日本人を脅しつけ、再洗脳しようという動きもたしかに活発化している。

しかし、もはや大勢は明らかである。（「時代は安倍政権を求めている」『Voice』2006年10月号）

「マスコミ独裁」や「洗脳」といった単語が示すのは、既に述べてきたような、反左派の態度の背後にある「国内事情」こそが、「危険なナショナリズムの高まり」と呼ばれる現象の大きな要因であるという認識だろう。

また別の例としては、インターネット上での差別発

言に対して「気色悪い連中」と非難していた小林よしのりの「変節」が挙げられよう。靖国参拝を巡ってなされた、「国内のサヨク売国奴の圧力」に不快感を覚えたという小林は、「今のメディアにはもう何も期待できない。わしは今までインターネットで保守を名のる者を批判してきたが、あえてそのネットの者たちに共闘を求めたい。彼らに期待する。」と述べ、批判から一転、ネット世論の擁護に回ったのである（「ゴー宣・暫」『SAPIO』9月27日号）¹。

両者に共通するのは、マスコミによって流布する言説よりも、ネット上に発露する意見の方が、より民主的なものであるという認識である。彼らにとってマスコミとは、いまだ戦後民主主義のタテマエに則り、国民に「マスコミ的見方」への同調を迫る存在なのであって、ネットこそが彼らの認める「真の世論」を代表しているのである。

4 多様な意見の発信を認められるか

おそらく、ネット上から生じているといわれている「右寄り」言説の中には、左派的なメディアへの反感が、少なからず含まれているが、それは必ずしも右派的な、あるいは排外主義的な主張へと結びつくとは限らない。それゆえネット上にも、マスメディアに対する反感を共有しつつも左派的であるような主張が醸成されるならば、それは健全なオルタナティブ・メディアとしての環境を生む契機となるだろう。逆に言えばマスメディアにおける左派的な言説が、「ネット右翼はひきこもりのニートがバーチャル世界で憂さ晴らしをしているだけ」といった立場を取るならば、ネットとマスメディアの相互不信がますます強まるだろう、ということなのだ。

そもそも、現在のマスメディアに対する不信感は、インターネットという特殊な条件のみによって引き起こされているわけではない。特に日本社会における「マスコミ批判」という文脈を考える場合、それが「偏向報道」への批判であるという点は注目に値する。日本のメディア環境は事実上、公的に認められた少数の

プレイヤーによる「統制された言論」のみが支配的に流通するものだった。またアメリカと並んで商業メディアが早い段階から発達したにもかかわらず、マスメディアへの参入条件に関する公平性、透明性は（ライブドア騒動などでも明らかになったように）オープンな形で確保されていない。

こうした社会では、マスメディアには、中立性、公平性、不偏不党性が強く要求されることになる。もちろん、中立的な言論しか許されないのであれば、民間のマスメディアは、複数は必要ない。よって、マスメディアにおける報道は、「不偏不党性」と「言論の差別化」という、この矛盾した要求に応えるため、「何を報じるか」ではなく、「何を報じないか」によって、そのイデオロギー的な立場を主張する、という戦略を採用してきた。それが「メディアリテラシー」の意識を受け手に高めたことは事実だが、他方でネット上での過剰な「マスコミの裏読み」を支える一つの原動力になっていることは否めないだろう。

しかしその「裏読み」が、「マスコミは、本当は偏っているのに嘘をついている」という不信感へと帰結している。私が重要だと考えるのは、インターネットの登場によって「マスコミのタテマエにはもう洗脳されないんだ」と考えるようになった人びとを、その政治的主張だけに注目して、「極端に右寄りだから危険だ」と考えるだけでは、状況は変わらないだろうということだ。求められているのは、マスコミに対する批判的な視座を、「あらゆるマスコミはサヨクに洗脳されたメディアなので、右派のいうことの方が信頼できる」という形に短絡させないための回路なのである。

その回路は、どのようにして確保できるのか。憲法学者のキャス・サンステーンは、自由な言論を可能にするインターネットが、自分と意見の近い人どうしで集まり、分極化することによって、民主制の基礎を崩すという逆説に注目している（『インターネットは民主主義の敵か』毎日新聞社、2003年）。中絶反対派が、反対派の間だけで固まり、賛成派の意見に耳を傾けなくなると、意見が先鋭化してしまう可能性が高い。そこでサンステーンは、ネット上の言論の

自由の価値は承認するが、同時に、反対意見へのリンクが義務づけられなければならないという提案をするのである。

民主社会を守るために、人びとに民主的な態度を「強制」しなければならないというジレンマは興味深い。実はこうした出来事は、必ずしもインターネットの登場によって生じた新しいものというわけではない。19世紀の初頭、アメリカ民主主義の古典的議論である『アメリカのデモクラシー』においてアレクシス・ド・トクヴィルは、彼の母国フランスに比して、アメリカの新聞が、誰もが発行人になることができ、反対意見があれば誰でも自由にものが言える環境にあることを指摘し、以下のように述べた。

言論の自由は一見そのような事態（筆者注：他者を排した頑迷な意見）が生ずるのを防げそうに思われるが、私はそれこそそうした帰結を生む原因だと思ふ。この自由がある国民は、確信に基づき、かつ誇りを持って自分の意見に執着する。彼らが自分の意見愛するの、それが正しく思われるからであり、また自分の選んだ意見だからでもある。彼らは正しいものとしてそれにこだわるだけでなく、自分たちに固有のものとしてその意見に固執するのである。（『アメリカのデモクラシー 下巻』岩波書店、2005年、P34）

市民が新しいメディアを手に入れ、それ以前の言論の統制が無効化されていくとき、そこには「自由」と「旧体制の破壊」が同時に生じる。活版印刷によって聖書を読むことができるようになった市民が、宗教改革を後押ししたのは、その一つの例になるだろう。それは市民の側からすれば、ようやく手に入れることのできた、何にも代え難い権利である。その自由を奪われることは、彼らにとって大きな反発を呼び起こすことになる。冒頭から述べてきた「マスメディアへの反発」は、再び「統制された言論」の世界に引き戻されることへの反発だと見ることもできるだろう。

おそらく短期的には、サンスティーンが主張するよ

うな「反対意見へのリンクの義務化」だけでは、極端な意見が中和されるということはない。だがネットの世界に目を向けても、既に「マスメディアに対する反感から極端な主張が支持される」という状況は、変化の時期を迎えつつある。右派寄りの論調を掲載するブログであっても、コメント欄には賛否両論の書き込みが続くし、ソーシャルブックマークのような新しいプラットフォームを用いれば、人びとが、一つの記事に対して様々な反応を返していることが読み取れるのである。

むしろ、それだけで全てが解決するわけではないし、「右傾化」よりもある面では悪質な、「ネット上での集団による暴走」、たとえばブログの炎上のような例も目につき始めている。それを「ネットのデマに踊らされる愚かな人たちが増えた」と見るべきか、それとも「なんとか自分の頭で考えようと、色んな意見を発信し、情報収集する人が増えた」と見るべきか。私としては、できるかぎり後者に、積極的な可能性を見出したいのである。■

《注》

- 1 ただし、中西と小林の間には、見過ごすことのできない重要な立場の相違が存在することは、指摘しておかなければならない。東アジアの不安定な情勢を受けて「国難」に目覚めた日本人の意識を賞賛する中西に対し、小林は、「靖国参拝は…保守派を懐柔する戦略ではないか」という疑いはいまでも晴れていないという留保を表明した上で、さらに、「マスコミに反旗をひるがえし、同調圧力を破壊」することを、ネットユーザーに求める。つまりここで小林はあくまで、「マスコミ批判」という点において共通する要素を持つネットユーザーに対して、「あえて」その言論との共闘を表明しているのである。

先に述べた「変節」という言い方が、括弧付きのものにならざるを得ないのは、こうした点を丁寧に読む限り、小林が必ずしも、その意見を変えたわけではない可能性が見えてくるからだ。あくまで小林の焦点は、戦後民主主義的な言説の中に安住し、思考停止したまま他者に対しても同様の同調圧力をかけるマスコミに対する反感にあるのだ。

匿名性にゆれる韓国のネット文化

玄 武岩

東京大学大学院助手

1 日本に進出する韓国のネット文化

韓国のネットビジネスの日本進出が著しい。8月には市民記者システムをもって参加型ジャーナリズムの成功モデルを築いたとされる「オーマイニュース」の日本版が創刊された。創刊前の準備ブログで靖国参拝をめぐっては、政治的立場からさっそく議論が分かれるなど、韓国の「オーマイニュース」が標榜する「開かれた進歩」とは異なるスタンスがあらわになった。

しかし「オーマイニュース」が投げかけたテーマは、靖国問題よりも、「匿名対実名」をめぐる問題だったといえよう。韓国で既存のメディアに対抗するオルタナティブ・メディアとしての地位を確立している「オーマイニュース」が日本に上陸しても、それはブログや〈2ちゃんねる〉というネット文化のなかで理解され、市民記者はブロガーの一形式のような存在として映っている。そこで「オーマイニュース」は匿名性

をめぐる問題を突きつけられた。

2005年に日本に進出し、これまで日本の状況を綿密に調査してきた韓国最大のソーシャル・ネットワークワーキング・サービス（SNS）の〈サイワールド〉は、2006年10月から本格的にサービスを開始する。そこに立ちはだかっているのが、既存会員の紹介で加入できる仕組の日本最大のSNSである〈ミクシィ〉である。プライバシー保護の意識が強い「日本型モデル」に対し、開放性の高い〈サイワールド〉がいかに馴染んでいくことができるのかが問われるだろうが、それも結局はネット上の匿名と実名をめぐる問題を提起している。韓国のネットビジネスの日本市場への参入は、日韓における実名と匿名の感覚には幾分のズレがあることを浮き彫りにしている。

韓国でもネット上の表現における実名か匿名かをめぐり、さまざまな領域で議論が繰り広げられてきた。ここでは、日韓のネット文化を対比しながら、韓国のインターネットをめぐる議論のなかで争点になっている匿名性に関わる問題を追ってみることにする。

2 実名と匿名

ネット上の意見表示における匿名か実名かの議論は、言い換えればサイバースペースにおける発話行動の主体をめぐる問題である。日本では、サイバースペースといえば匿名の空間であり、オンラインとオフラインは明確に区別された空間であるという認識が強

Hyun Mooam

東京大学大学院情報学環助手 1969年生まれ。東京大学大学院人文社会系研究科博士課程単位取得退学。専攻 社会情報学。主要著書は『韓国のデジタル・デモクラシー』（集英社新書、2005）。

い。もちろんネット上は多様な表現行為が営まれる空間であり、匿名であることがそれを保証したりもする。このオン／オフの境界をめぐる捉え方の違いが、日韓のネット文化のあり方を規定している。

韓国の政治コラムサイトやインターネット新聞における政治批評や記事に対するコメントなどは、非常に長い書き込みが多い。もちろん韓国の掲示板でも、断片的な知識や厭味の反復はあるが、そこでは論理をもって互いにぶつかり合い、対話を通して実際に論争が展開される場面をよく見かける。こうした議論の成立には、まさに匿名性の問題が深く絡んでいる。日本における匿名とは、言葉通りの「匿名」を通し、自分を見えないようにするのが常である。つまり、リアル社会における自分とは異なる自分を演じる空間としてバーチャル空間があり、それに伴った行動様式になっている。

反面、韓国においては、ネットを「匿名」の空間として認識するよりも、出身地や職業など自分の属性を明らかにしたり、ある段階では実名を名乗りだして発言したりすることも珍しくない。たとえば、市民団体の「共にする市民行動」が〈サイワールド〉のミニホームページにおける個人情報の露出度を調査したところ、顔写真89%、家族79%、趣味77%、学歴77%、生年月日75%、血液型55%、交際相手（配偶者を含む）54%の情報が公開されていることが明らかになった¹。議論の場においても、政治コラムサイトでは固定ハンドルネームを使用することが多く、ある程度の自分の属性を表明しながら議論を進めていくという認識がある。そういう点が日本と韓国のインターネット上の情報行動としての顕著な違いとしてあらわれている。

韓国では、ネット上の空間というものは、現実と離れた空間というよりも、それらは密接に絡んだ空間である。オンライン空間は、社会的なコミュニケーション空間の延長であり、それぞれが必要となときに、議論の空間や、実際の集会を組織していくということが韓国のネット文化の特徴だといえよう。

こうしたサイバースペースと現実社会を連なる空間

として意識することは、韓国のネット文化に匿名と実名をめぐる独特な問題を生み出している。

3 インターネット実名制

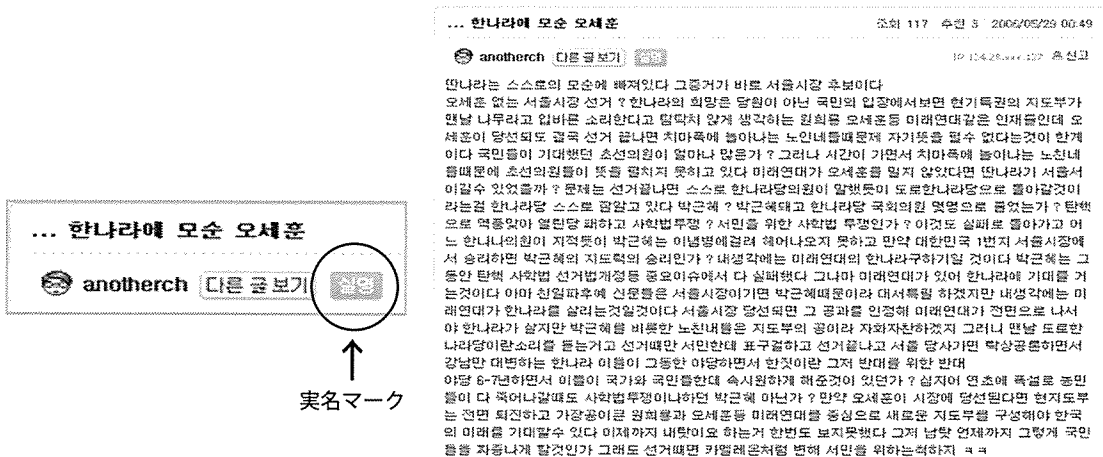
日本ではたびたび「多数と匿名による暴力」によってブログが非難攻勢を集中的に浴びる「炎上」が話題となる。最近では、『五体不満足』の著者・乙武洋匡のブログが「炎上」したばかりである。匿名性の議論は、こうしたブログの状況から取り上げられることが多い。ただし、一般的にはネット上の匿名性を締め出すような動きについては慎重気味である。

総務省の情報フロンティア研究会が「サイバースペース上で実名又は特定の仮名で他人と安全に交流することを自然の術として見につけるための教育が必要」とする内容が盛り込まれた報告書を出すと、ある通信社が「総務省がネットの匿名性を排除しようとしている」とする記事を配信して波紋が広がった。しかし報告書にはそうした記述はなかった。総務省の立場は実名性の向上と匿名性の排除はイコールではないとして、むしろ「ネットに匿名性は不可欠だ」ということであつた²。

反面、韓国では、インターネット上の表現について審議する情報通信部が「インターネット実名制」の法制化を進めてきたように、サイバースペースにおける匿名性への風当たりは強い。政府当局による検閲の試みに反対して、2002年には〈インターネット国家検閲反対のための共同対策委員会〉が結成された。2004年の総選挙を控えて「インターネット実名制」の導入が議論されたが、〈共同対策委員会〉や〈インターネット新聞協会〉はすぐさまその撤回を要求した。しかし、多くの調査が示すように、インターネット利用者においても「実名制」を導入すべきだとする意見は少なくない。

「インターネット実名制」とは、ネット上の掲示板などに書き込みをする場合、住民登録番号などの個人情報で本人確認を行うことを義務つけることである。このように「実名制」は必ずしも書き込みにおいて実

【図1】〈ネイバー〉2006年5月29日付の書き込み



名が明らかになる「純粹実名制」のことを意味するのではない。近年再びネット上の匿名と実名をめぐる議論が沸騰しているが、その方向性として、会員登録において本人確認をして、実際の書き込みの場合はログインしてハンドルネームを使用する「制限的実名制」が現実味を帯びている。

だとするならば、「実名制」はすでに現実化しているという見方が正しいであろう。多くのポータルサイトや、公共機関および政党のサイトでは、ログインをした会員のみが書き込みができるようにしているからである。したがって、ネット上で名誉毀損など問題が発生した場合、IPアドレスの追跡によって書き込んだ者はほとんど特定できる仕組みになっている。

さらに、選挙時に限って言えば、韓国ではすでに「インターネット実名制」が実質的に機能している。2004年4月の総選挙への対応として改正された「公職選挙法」は、その第82条6〈インターネット言論社掲示板・チャットルームなどの実名確認〉の項目で次のように定めている。

「インターネット言論社は当該サイトの掲示板・チャットルームなどにおいて選挙に関する意見を掲示できるようにする場合、意見掲示をしようとする者が記入する姓名と住民登録番号の一致如何を確認した後に限り意見掲示ができるようにする技術的措置を取らなければならない」。

当時は制度的未整備のため実際の運営は見送られたが、2006年5月に行われた統一地方選挙では「インターネット実名制」が全面的に適用された。「インターネット言論社」として規定された800余りのサイトは、掲示板の書き込みにおいて本人確認を行うシステムを設置しなければならず、実名確認がされていない書き込みが放置された場合、サイト運営者は料料に処せられることとなった。【図1】は、選挙期間中に〈ネイバー〉に書き込まれた意見であるが、本人確認がなされた書き込みには実名マーク **실명** が記されている。

ただ、サイバースペースと現実社会を連なる空間と認識することが、必ずしも「実名制」に傾くものではない。オフラインにおいても匿名の空間は存在するし、サイバースペースで行われている不法選挙運動は、実際にオフラインでも発生する。そういう視点からネット上の表現にのみ「実名制」を設けることは時代の流れに逆行するとして、「実名制」に反対する意見もある。

4 ポータル・ジャーナリズム

韓国のインターネット新聞は、すでに韓国のメディア構造のなかで重要な部分を占めている。このようにインターネット新聞が「言論」としての社会的地位

を獲得している一方、ポータルサイトは、独自の取材記者を置く〈タウム〉を除いて「インターネット言論社」として規定されていない。しかし、ポータルサイトは編集記者が提供された記事を任意に選択・配列することで、言論としての機能を果たしているとしてその位置が問われている。

韓国のポータルサイトは〈ネイバー〉が圧倒的な占有率を誇り、〈ダウム〉〈ヤフー코리아〉〈ネイト〉がそれを追う。〈ネイバー〉の1日訪問者数は1300万人といわれている。検索のみならず、さまざまなサービスを提供しているポータルサイトは、ニュース部門の強化にともなって世論形成における役割が高まってきた。

本来、ポータルサイトのニュース部門は、利用者に対するサービスの次元で新聞社から提供される記事を配置する程度であった。ところが、利用者はポータルサイトのニュースに対して書き込みすることで、そこに討論の場が設けられるようになった。ポータルサイトは各新聞社だけでなく、インターネット新聞はもちろん放送各社からも最新のニュースが提供されている。その数は1日8000本に上り、読者はポータルサイトでメディア機関が生産するほとんどのニュースに接することができる。大学生がニュースの受容に利用する媒体は、インターネットが58.3%、テレビが37.3%で、新聞は3.9%だという調査結果もある³。

さらに、ポータルサイトはニュースを消費する場にとどまらず、ネティズンの問題提起が拡散することで「ニュース」を生産することもしばしばある。国民年金の危機的状況をめぐる議論や、西帰浦の手抜き弁当事件はポータルサイトから議題化されたものである。多様な新聞社や放送のニュースを比較しながら読むことができる環境が整えられることで、ポータルサイトを中心にしたニュースの消費構造が定着しているのである。

こうした社会的影響力が拡大する一方のポータルサイトに対する締め付けが強まっている。ポータルサイトが事実上言論の機能を果たしているとして、「新聞法」や言論仲裁の適用の対象にするという動きが

進められているのである。

ポータルサイトへの批判は、政派と問わず、保守派や改革派の両勢力から相手側に偏っているとして指摘されてきた。韓国の代表的なメディア運動団体である「民主言論運動市民連合」は、ポータルサイトが提供された記事の見出しをそのまま使用する場合が14.5%、部分的に修正する場合が72.8%であり、全面的に変更することが12.6%であるというモニターの結果を、同団体が主催した「正しいポータル・ジャーナリズム、どのように作るのか」と題する討論会（2005年7月19日）で報告した。

野党ハンナラ党のシンクタンク「汝矣島研究所」は最近、「ポータルニュース、なにが問題なのか」という報告書をまとめた。そのターゲットは最大手の〈ネイバー〉に向けられた。報告書は、ポータルサイトが情報提供の域を超え、提供された記事の見出しを変更するなどして独自の議題設定の機能を果たしていると指摘した。またメイン画面の記事を分析した結果、保守系の三大紙の記事は10%程度で、「連合ニュース」や「オーマイニュース」の記事が50%以上を占めているとしている⁴。結論として、ポータルサイトの公正性および客観性を確保するため、ポータルサイトにはメディア機関に準ずる社会的責任を果たすようにする制度的対策の必要性を求めた。

同報告書に対して〈ネイバー〉は即刻反論に出た。反論では、〈ネイバー〉が政治的な利害関係は全く考慮していないことを具体的に示した⁵。同時に、ポータルサイトに対する批判を交わすべく、ニュース提供者に一定の編集権を提供し、ニュースは該当メディアのサイトにつながるアウトリンク方式に変更するなど、ニュース部門の改編を表明した。

韓国でポータルサイトはもはや閥門ではない。それらは検索の道具というよりも、社会的な諸問題について意見を表出し議論を行う空間なのである。そうした状況を反映するかのように、「ポータル・ジャーナリズム」や「ポータル権力」という言葉が流行るようになる。

5 ネット世論は世論か

日本ではブログが「炎上」しても、その問題提起が一般的な社会的世論として形成されることはほとんどない。「ライブドア神話」が崩れ落ちたとき、その転落劇を報じる「掌を返した」ようなメディアの報道とは裏腹に、ネット上では堀江社長を応援する声も少なくなかった。メディアの論調と一般市民の反応のズレは、非主流派から既得権益への挑戦という市民の期待が少なからず存在していることをあらわにしたが、「ネット世論」が社会的な世論一般を主導することはなかった。

反面、韓国ではポータルサイト発で「炎上」した話題が社会的争点として注目されることも珍しくない。なかでも、「ネット世論」がマスメディアを圧倒したのが、2005年末に韓国を揺るがした黄禹錫教授の論文捏造事件であろう。

韓国メディアは「世界的成果」に踊らされることでジャーナリズムの批判的機能を見失い「黄禹錫神話作り」に奔走した。インターネットは「国益と世論に便乗」したマスメディアにさまざまな形で影響した。こうしたネティズンの動向が世論に直結するようになったこと背景には、近年メディアの影響力を増しつつあるポータルサイトの存在があったのである。

黄禹錫事件においてもポータルサイトは「ネット世論」を作り出した。黄教授をめぐる報道では、〈PD手帳〉による最初の疑惑提起の直後、「東亜日報」がポータルサイトと言論社サイトの意見だとして、番組スポンサーの不買運動を展開するという書き込みをそのまま取り上げた。「朝鮮日報」の場合、「復活せよ、黄禹錫! 国民たち応援の波」という見出しの記事ではポータルサイトの世論調査を直に紹介し、「ネティズン」の圧倒的多数が黄教授を支持していることを強調した。いくつかの過剰な反応は「ネット世論」として増幅され、実際に同番組はスポンサーの降板に追い込まれた。

しかし〈ネイバー〉の調査では、ニュースサービスにおける書き込みの半数は0.25%の利用者による

ものであることが明らかになった。さらに利用者の0.06%が1日平均20件以上を書き込み、全体の4分の1を生産している⁶。これは特定の 이슈ーにおいて一部の勢力がネット上の世論を主導できる可能性を示唆する。

ポータルサイトは新しいニュースの消費構造を確立した。オーディエンスは新聞記事をそのままニュースとして受け入れるのではなく、記事はそれに書き込まれた反論など他の意見と一体となっはじめてニュースを構成する。伝統的なメディアの役割は解体され、ニュース価値についての認識も変容しているのである。それは既存のメディア権力に対抗しながら、民主的な世論の形成を主導するものであるが、他方では「ネティズン」の感情表出が世論化されることもあらわにした。インターネット上の世論は、国益を重視する風潮が真実の究明を圧倒したように、ときには集団主義に傾くことも示してくれたのである。■

《注》

- 1 共にする市民行動「サイワールド私生活情報実態調査」2005年7月6日。
- 2 「ITmedia ニュース」2005年7月1日。http://www.itmedia.co.jp/news/articles/0507/01/news059.html
- 3 ナスメディア「2005Npr (neti2en Profile Research) 報告書」2005年3月。
- 4 汝矣島研究所「ポータルニュース、なにが問題なのか」2006年9月。
- 5 〈ネイバー〉側は、記事内容の意味が変えられたり歪曲されたりするような見出しの変更を行わないことを原則としていると主張した。ただ、各新聞者の個別の記事をまとめて提供する「パッケージ記事」にする場合には、パッケージ名として独自の見出しをつけることがあると説明している。
- 6 「インターネット空間の世論操作が事実には?」0.25%が書き込みの半分を生産」「プレシアン」2006年1月25日。