

デジタルメディア環境における 政治コミュニケーションとジャーナリズム

山腰 修三

慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所准教授

問題の所在

近年の政治とメディアの関係をめぐる議論において、「トランプ現象」は一つの参照点となっている。よく知られるように、当初、2016年米大統領選の泡沫候補とみなされていたドナルド・トランプはその「過激」な言動が注目され、また、社会の現状に不満を抱く層の支持を獲得することで勝利した。

トランプ現象はメディア論、ジャーナリズム論、政治コミュニケーション論といった領域でいくつかの論点を提供した。第一は、政治家によるソーシャルメディアの活用である。トランプ大統領はツイッターで大量のつぶやきを行っている。ソーシャルメディアを通じたコミュニケーションは、新聞やテレビを介することなく、有権者に対して直接語りかけることを可能にしている。

第二は、主流メディアに対する批判である。トランプ大統領は主流メディアとの対決姿勢を示してい

る。大統領選において、自らを一般民衆の「味方」、エスタブリッシュメントや移民を「敵」とみなす二項対立図式を提示したが、主流メディアの多くも「敵」の陣営に位置づけられた。興味深い点は、こうした図式を受け入れる人々が多く存在したことである。このことは主流メディアに対する不信感や不満が大きいことを示している。

第三は、「フェイクニュース」ないし「ポスト真実」である。大統領選挙において、虚偽の情報が「ニュース」としてソーシャルメディアを通じて拡散したことが注目された。さらに、トランプ大統領自身が虚偽、あるいは確証のない情報をソーシャルメディアを通じて積極的に発信している¹。ここで注目されるのは、フェイクニュースと主流メディアのニュースを区別しないで消費する人々が少なからず存在している点である(朝日新聞2017年4月29日)。

それでは「トランプ現象」は、今日のメディア政治とジャーナリズムにとっていかなる意味を持つのだろうか。この問題を考えるうえで重要な点は、近年のメディア政治や政治コミュニケーションの変容のすべてを「トランプ現象」に還元してはならないということである。「トランプ現象」は米国の政治的、社会的、経済的諸要因とメディア環境、ジャーナリズムの諸状況が複雑に結びついた結果生じたものと言える。

日本の場合も同様に、4年以上に及ぶ第二次安倍政権のメディア政治の諸特徴を「安倍政治」に還元して捉えることは、より広範なメディアと政治、社会の関係性およびその変容の過程を理解するうえ

やまこし しゅうぞう

慶應義塾大学大学院法学研究科博士課程単位取得退学。博士(法学)。専門分野は、ジャーナリズム論、メディア論、政治社会学。昭和女子大学人間社会学部専任講師などを経て、現職。

著書に『コミュニケーションの政治社会学』(ミネルヴァ書房、2012年)、『メディアの公共性』(共編、慶應義塾大学出版会、2016年)、『戦後日本のメディアと原子力問題』(編著、ミネルヴァ書房、2017年)など。

で妨げとなる。したがって、いかなる諸要因がこうした政治コミュニケーションを可能にしているのかを分析することが重要である。

政治コミュニケーションをめぐる 「透明性の神話」

まずはソーシャルメディアを介した今日的な政治コミュニケーションがいかなる特徴をもって日本社会の中で成立してきたのかを批判的に検討することにしたい。それを踏まえて、ソーシャルメディアを介した政治コミュニケーションが、「透明性の神話」によって支えられていることを仮説的に提示する。なお、ソーシャルメディアにどのようなサービスやツールが含まれるのかについては厳格な定義は存在しないものの、ここではそれを広義に捉え、フェイスブックなどのSNS、ツイッター、そしてユーチューブに代表される動画共有サービスを含むものとする。

ユーチューブやフェイスブック、ツイッターは2000年代後半ごろから次々と日本語サービスを開始した。しかし本格的な普及は2010年代に入ってからとなる。周知のとおり、2011年の東日本大震災と福島原発事故はソーシャルメディアが注目され、また普及する重要なきっかけとなった。それ以外にもこの2011年にはインターネットを通じた政治コミュニケーションの観点から注目すべき出来事がある。第一は、当時、民主党の有力議員であった小沢一郎元代表の記者会見がニコニコ動画などインターネット動画配信サービスを通じて生中継されたことである。そして第二は、橋下徹大阪府知事・市長が自らのツイッターアカウントを開設し、情報発信を開始したことである。

ここで興味深いのは、両者が新聞やテレビといった主流メディアを批判する文脈でソーシャルメディアを活用した点である。それは次のような認識に基づいている。すなわち、主流メディアは「編集」を通じて発言の一部を切り取り、歪めてしまう。一方でインターネットでは自らの意見や考えが「編集」されることなく、つまり、歪曲されることなく一般の人々（あるいは有権者）に正確かつ直接的に伝達することができる、というものである²。

留意すべきは、この「透明性の神話」がポピュリズム政治³と親和性を持っている点である。このことを日本政治の文脈において検討するうえで、民主党政権下で行われた国家予算の見直しにかかわる「事業仕分け」は示唆的である。周知のように、この事業仕分けでは、民主党議員や有識者が官僚を強く糾弾する様子がインターネットで生中継された。いわば、それは2000年代前半の小泉純一郎首相の劇場型政治のポピュリズムの再演である。従来の自民党型政治と官僚政治を敵対勢力、自らを民衆と共に「改革」を進める勢力として二項対立的に位置づける。この事業仕分けが視聴者によるコメントの投稿、閲覧が可能なニコニコ動画でも生中継されたことはソーシャルメディア時代におけるポピュリズムの原初的な形態を示していたといえる。つまり、テレビ以上に、すべてが民衆のもとに公開・暴露されるというイメージがそこには付与されていたのである。この事業仕分けでは敵対者としての既得権益勢力は官僚、そして旧来型の自民党政治であった。しかしその後のポピュリズム政治の展開の中で、主流メディアもまた、「旧来型」の既得権益勢力へと位置づけられ、批判されるようになったのである(山腰2016)。

2011年の東日本大震災、とくにその結果生じた福島原発事故は、日本におけるソーシャルメディアの政治コミュニケーションの「透明性の神話」の正当性を強化することになった。政府や東京電力の発表情報に依存した主流メディアの初期報道は強く批判された(例えば伊藤2012)。つまり、新聞やテレビもまた原子力政策を推進、維持する既得権益勢力であり、「歪曲した」情報を提供してきた存在とみなされたのである。それに対し、ソーシャルメディアは事故の深刻さを告発するためのツール、あるいは脱原発運動のネットワークを形成し、動員するためのツールとして活用された。ソーシャルメディアは、一般の人々が主流メディアが伝えない情報に直接アクセスし、身の回りの人々や同じ利害関心を持つ人々との間でそうした情報を伝達、交換、共有するオルタナティブな手段とみなされたのである。

ポピュリズム政治の展開とソーシャルメディアの

普及の結果、人々は政治コミュニケーションにより一層「透明性」を求めるようになった。この「透明性」に対する要求は、マス・メディアによって担われるジャーナリズムの正当性に対する異議申し立てとして機能する。その結果、「ソーシャルメディア＝新しい、透明な情報」と「マス・メディア＝古い、歪曲した情報」という二項対立図式が社会の中で受け入れられるようになったのである。これが「トランプ現象」や「安倍政治」の基盤となる政治コミュニケーションの「透明性の神話」である。

「透明性の神話」の不可能性と ニュース・バリュー

したがって、今日のメディアと政治における「透明性の神話」の直接的影響は、ポピュリズムの正当化である。それは「安倍政治」のメディア状況を説明することを可能にする。すなわち、この4年間、「アベノミクス」を掲げる安倍政権を批判する主流メディアの主張に対する世論の支持が十分に広がらなかったことや、主流メディアを批判し、牽制する政治家たちに対するソーシャルメディアを中心とした支持の広がりといった諸現象について、この神話は一つの説明図式を提供する。

無論のこと、安倍政権がジャーナリズムの批判に耳を傾けてこなかった姿勢、政権および与党政治家のさまざまな発言、そして可視的な、あるいは不可視の圧力を伴ったメディア戦略などについて具体的に検証し、批判的考察を加えることは重要である。しかし、それと同じく、あるいはそれ以上に深刻な問題は、政治コミュニケーションをめぐる「透明性の神話」が存在していることそれ自体であり、「透明性の神話」に基づく「ソーシャルメディア対マス・メディア」という二項対立図式が政治家や社会構成員の間で受け入れられていることである。なぜならば、「透明性の神話」は安倍政権(あるいはトランプ政権)以降も存続する可能性が高いからである。また、この「透明性の神話」に起因する「マス・メディアは情報を歪曲するが、インターネットには真実がある」、「ソーシャルメディア上のニュースの質は問わない」といったフェイクニュースを可能にする状況もまた

存続しうるからである。

いうまでもなく、「透明な政治コミュニケーション」は究極的に不可能である。それにも関わらず、「透明性の神話」が説得力を持って受け止められていること、さらに「透明性の神話」を通じて主流メディアのジャーナリズムが批判されていることは、ニュースそのもの、あるいはニュースの生産過程に関する社会的な理解が進んでいないことに起因する。したがって、この神話を解体し、ジャーナリズムの正当性を再生するためには、「ニュースとは何か」というメディア研究の基本的な概念に立ち戻り、再確認する必要がある。

ニュースを理解するためには「ニュース・バリュー」という概念が手掛かりとなる。ジャーナリストが日々生産するニュースは、社会で起こるすべての出来事を正確に表象したものではない。社会で起こる無数の出来事から、読者や視聴者、ユーザーの利害関心にかかわるものを「選択」し、その出来事の特定の側面を強調する形で表象される、すなわち「編集」されるものがニュースである(大石 2005)。

重要な点は、この「選択」と「編集」は制度化され、パターン化されていることである。組織的なプロフェッショナルのニュースメディアはそうしたパターン化を通じて常に一定の品質のニュースを生産することが可能になる。このパターン化された「選択」や「編集」の基準がニュース・バリューである。換言すると、ジャーナリストはニュース・バリューを身につけることでプロフェッショナルになると言える。

留意すべきは、ジャーナリストたちのニュース・バリューと社会の価値観との関連性である。不特定多数の読者や視聴者、ユーザーを対象とする主流メディアは社会の多くの人々の利害関心にかかわる出来事をニュースにする。そしてそうした人々の関心を引き、かつ理解可能な形で報道する。したがって、何を(誰を)取材するのか、それをいかなる語彙やロジックで表象するのかといった「選択」「編集」は社会の多数の人々の「常識」や解釈枠組み、そしてそれらを形成する社会の価値観と密接に結びついているのである⁴。

以上のようなニュースの生産過程における「選

択」と「編集」、それを規定する解釈のパターン、さらにそれらの意味づけや解釈を可能にする社会の価値の秩序は「透明性の神話」の不可能性を示している。主流メディアのニュースも含めて、政治コミュニケーションは、これらの過程や要因を通じて常に汚染され、「不透明な」ものになるからである。

それはソーシャルメディアでの政治的な情報の共有や拡散の諸過程においても内在している。誰もが情報の発信者になるということは、誰もがニュース・バリューを持つことを意味する。何をトピックにするのか、いかなるフレームや価値観に依拠して情報を解釈するのか、といった「選択」と「編集」の連鎖がそこには存在するからである。そしてそうした「選択」や「編集」を可能にするものが社会的な価値観の構造的特徴や動態である。

いかなる媒体であれ、「透明性」の究極的な不可能性を認識し、むしろそうした政治コミュニケーションを成り立たせている社会の価値観に目を向けることが、「透明性の神話」、そしてソーシャルメディアとマス・メディアを二項対立図式にもとめてとらえる認識枠組みを乗り越えることにつながる。そしてその手掛かりは、「ニュース・バリュー」である。

ジャーナリズムの現代的課題

無論のこと、デジタルメディア環境とポピュリズム政治の状況において、ジャーナリズムの正当性を再生させるうえで必要なことはニュースに関する社会的理解を深める（あるいはリテラシーを高める）だけでは十分ではない。ニュースの生産過程のメカニズムに関する主流メディアのジャーナリズムの自己反省も必要である。今日、主流メディアがポピュリズム政治との関係で正当性を低下させた理由はメディア環境の変化だけではなく、（あるいはそれ以上に）主流メディアのジャーナリズム活動そのものの諸問題である。

主流メディアのジャーナリズムそれ自体もまた、近年のポピュリズムやソーシャルメディアとは異なる形でしばしば「透明性の神話」を維持している。例えば、「我々の使命は真実を追求することであり、それを

通じてフェイクニュースに対抗する」という主張がそれである。だが果たして「真実」なるものは存在するのだろうか。ニュースが出来事を選択と編集である以上、プロフェッショナルのニュースとフェイクニュースを区別する基準は「真実」かどうかではない（ポスト構造主義的な議論に依拠せずとも、ニュースが情報を意味づけ、解釈し、編集したものである以上、すべての人々にとって普遍的な「真実」なるものは究極的に不可能であることは明らかであろう）。むしろ、その区分は、取材・編集過程をはじめ、ニュースの生産過程の妥当性をいかに提示しうるかにかかっている。

もちろん、フェイクニュースに対するファクトチェックは重要である。同時に自らのニュースについても、どのような説明責任を果たしうるのかを検討する必要があるだろう。また、ニュースの生産過程に関する自己反省は、これまでの自らの報道の問題点や社会的影響について検証することでもある⁵。これらの社会的責任を通じてデジタルメディア環境におけるジャーナリズムと民主主義の可能性を構想するための基盤を構築していくことが求められているのである。■

《注》

- 1 ニューヨーク・タイムズは大統領就任から約半年の間にトランプ大統領がツイッター上で発信した虚偽を100件リストアップし、報道した <https://www.nytimes.com/interactive/2017/06/23/opinion/trumps-lies.html?smid=tw-share> (2017年7月17日閲覧)。
- 2 例えば橋下元大阪市長は、2013年5月に慰安婦をめぐる発言について、主流メディアによって一部が切り取られていると批判し、囲み取材を拒否した。その一方で自らの考えをツイッター上で繰り返し投稿した。
- 3 近年のポピュリズム政治は次の特徴を持つとされる（山腰 2017: 21）。第一に、社会を二つの勢力に分断する。第二に、社会や政治が抱える問題が、一方の勢力に起因するものとして、善悪二元論の対立図式に位置づける。第三に、自らが一般民衆と共に敵対勢力と闘うという「勸善懲悪」の物語を提示し、現状に不満を抱く多様な層の支持を調達する。そして第四に、メディアを積極的に利用することである。
- 4 これらの見解は、メディア研究におけるフレーム分析や言説分析によってアプローチされてきた。
- 5 こうした試みとして、上丸（2011）を参照。

《参考文献》

- 伊藤守 (2012) 『テレビは原発事故をどう伝えたのか』 平凡社新書。
- 大石裕 (2005) 『ジャーナリズムとメディア言説』 勁草書房。
- 上丸洋一 (2012) 『原発とメディア：新聞ジャーナリズム 2 度目の敗北』 朝日新聞出版。
- 山腰修三 (2016) 「ポピュリズム政治の論理から読み解く日本のジャーナリズムの現状と課題」 『Journalism』 313: 72-78。
- (2017) 「ポピュリズム政治における『民衆』と『大衆』：批判的コミュニケーション論からのアプローチ」 『メディア・コミュニケーション』 No.67: 19-28。

