

【特別企画】

第45回日本コミュニケーション学会年次大会基調講演

「マスコミ」の終焉、ジャーナリズム研究の革新¹⁾
——コミュニケーション研究との出会いを求めて——

林 香 里
(東京大学大学院)

1. 研究領域の定義

私の専門は、メディア／ジャーナリズム研究と言っていますが、実際、ジャーナリズム研究、あるいはメディア研究とは何かと問われると、かなり答えにくいところもあります。

その理由は、いくつかありますが、私の考えを2つ申し上げます。

ひとつには、メディアやジャーナリズムは、今日の私たちの生活であまりにも身近であるために、それを研究として対象化しにくいということです。

もちろん、社会学全般は身近なテーマを取り上げており、また、身近なテーマを取り上げて社会を説明することこそ、社会学の真髄だとも言えますので、これは言い訳に過ぎないとお叱りを受けるかもしれません。しかし、情報やニュースというのは、日常のあらゆる局面に融通無碍に侵入し影響を与えます。逆に、「情報」はモノであったりヒトであったり、何もかもが「情報」だと言うこともできます。したがって、「情報」概念を、具体的な対象から引き剥がして改めて考察する方法論を発見するのは、なかなか難しく、チャレンジングです。同様に、メディア、そしてジャーナリズムという概念も日常的に使うものですが、その意味内容も多様です。

実は私は、正確には、専門を「メディア<スラッシュ>ジャーナリズム研究」(「メディア／ジャーナリズム研究」)と言っており、とくにこのメディアとジャーナリズムの間に入っている<スラッシュ>に拘っています。つまり、この2つは歴史の中で別々に生まれたものであり、異なる研究対象であるということを強調し、「ジャーナリズム」という言葉をメディア、とくにマスメディアという言葉とは、意図的に区別して使ってきました。というのも、メディアやマスメディアは、テクノロジーとともに発展してきた産業システムとして捉える一方、ジャーナリズムは、言論・表現を元手にした意識と思想の活動として考えているからです。そして、使い分けながら、ジャーナリズムのほうには、歴史的な視点からより規範的な意味も付与し、実態だけでなく、規範レベルでの議論をすることにしていきます。こうした点から、「マスメディア・ジャーナリズム」なる長ったらしい言葉もつくりました。ジャーナリズムという意識の活動は、さまざまな形態のメディアに宿るのであって、かならずしもマスメディアの中だけにあるのではない。逆に、マスメディア

にあるジャーナリズムは、それ自体かなり特殊な形態であり、当たり前ではないのだ、と（林、2002）。

私は、このようなジャーナリズムとマスメディアとを切り離すという考え方を、鶴見俊輔の「ジャーナリズムの思想」（1965）から着想を得ました。

「ジャーナリスト」という英語の単語は、第一に新聞記者・雑誌記者を意味するが、第二には日記をつける人という意味を持っている。明治以後の舶来の言葉としての「ジャーナル」（ジャーナリズム、ジャーナリスト）は、毎日の記録としてとらえられることがなくなり、市民が毎日つけることのできる日記との連想を断ち切られて、新聞社あるいは雑誌社などの特別の職場におかれた者の職業的活動としてだけとらえられるようになった。ジャーナリズムはこの時以来特権と結びついたひとつの活動としてとらえられるようになった。（鶴見、1965: 8）

鶴見は、当時、日本でジャーナリズムという営為が、新聞社、雑誌社、といった産業に属する者たちによって寡占状態にあることを憂い、「市民のなしうる記録活動全体の中にジャーナリズムの根を新しく見出すことに日本のジャーナリズムの復活の希望があると思う」と述べています。つまり、ジャーナリズムは、マスメディア産業以外の、より多様な参加者によって初めて再生されるという趣旨を述べていました。

メディア／ジャーナリズム研究のもう一つの困難は、以上の点とも少し関係があるのですが、メディアやジャーナリズムが産業に独占されてきたために、それについて語ることは産業従事者たちにのみ許される特権という雰囲気もいまだにあることです。巷では、現役あるいは元ジャーナリストや評論家が書いた「ジャーナリズム論」が多く流布しており、いわゆる「メディア論」「ジャーナリズム論」は、むしろそうした著作のほうが優勢です。とりわけ、ジャーナリズムが産業と一心同体となって発達している日本では、「現場」の勝手を知っているのは企業ジャーナリストであり、したがって企業側のジャーナリズム論のほうが、迫力ある議論が期待できるという受け止め方が一般的です。また、欧米に見られるようなフリーランス・ジャーナリストなども含む職業横断的団体も脆弱で、企業に依存せずジャーナリズムに関する調査を行う基盤もありません。こうして、ジャーナリズム研究は、企業主体のエピソード中心となり、方法論や学問的作法も確立しにくく、結局、メディア／ジャーナリズム研究は、研究対象を名指しするに留まるという悪循環が続いてきました。

以上のような感覚がつねに私の中にあって、私の研究生活を悩ませてきました。実際、今日の日本社会ではメディアに関する議論の場にジャーナリズム研究者はあまりお呼びではなく、そうした場には元ジャーナリスト、評論家、タレント、そして弁護士や法学者がコメントするのが主流になってきています。また、大学メディア学科のポジションも、新聞社の元論説委員や放送局の元解説委員などの現場経験者が占める割合が伝統的に高いのも特徴です。

私は、このような状況は、私のような研究者の問題に留まらない、社会的により根深い問題を象徴していると考えています。

それは、こうした日本のジャーナリズム論は、業界の経験をもつ者たち、および特殊知識をもつ専門家の専権事項とイメージされることによって、どこか、それ以外の人たちを排除してしまう。排除するとはどういうことかという、メディアに関わる経験のない大部分の一般の人たちに、ますますメディアで起こっていることを他人事として受け止めさせる効果を、間接的であるかもしれませんが、つくっているのではないかと思うのです。

たとえば、メディア企業を「マスゴミ」としてボイコットし、個人記者を名指しで誹謗中傷する態度や、特定の新聞社に広告を出している企業に対する嫌がらせをする、いわゆる電凸（電話作戦。集団で苦情電話を入れること）。逆に、権力による言論・表現機関への介入に対しては、「お上に任せる」ほとんど無関心な態度。メディアに対するこの両極端の姿勢は、いずれも、ジャーナリズムの世界で起こっている事象を自らの活動と引き受けて考ようとする態度ではなく、メディアを他人事として捉えている現象に思えてなりません。ジャーナリズムは自分たちのためのものだ、日本のジャーナリズムをよくするのは、自分たちだという気概があれば、つまり、鶴見の言うようにジャーナリズムを「市民のなしうる記録活動全体の中に」位置づけ直そうという機運があるならば、市民の間で「マスゴミ」批判や電凸作戦、あるいは完全なお任せ主義や「無関心」などの極端な態度は減るように思います。

2. 「孤高のジャーナリスト」像

このような社会全体がジャーナリズムを他人事のように捉えて無関心になっていく現象、あるいはメディアを徹底的にバッシングする態度は、実は市民を遠ざけてきた長年のメディア企業側の姿勢にも責任があるのではないかと思うことがよくあります。私は放送倫理・番組向上機構、通称 BPO の人権委員会²⁾の委員もつとめていますが、放送局が一般の人の感覚を失い、信頼を裏切るような番組制作姿勢も散見されます。普通の人たちがメディアへ不信感を抱くのも無理もないと感じることが再三あります。

こうした中で、対策として考えられるのは、ジャーナリストたちへの職業教育の強化です。つまり、記者を教育し、職業倫理の確立と徹底をはかり信頼関係を取り戻そうとするものです。しかし、残念ながら、そこにも問題があります。というのも、こうした職業教育の伝統では、記者は冷静かつ中立・客観的な観察者たれ、という発想が強く見られます。ジャーナリストというプロフェッショナルは、だれからも影響を受けない中立公正な傍観者、表現を変えれば「孤高の人」というイメージです。

たとえば、こんなエピソードがあります。

私は、2005年に、アメリカの代表的なジャーナリスト教育機関のひとつ、フロリダ州のポインター・インスティテュートというところで、ジャーナリストたちのための倫理教育の講習を受けました。³⁾ その講習で印象的だったのは、ピューリッツァー賞受賞の記者がゲストに来て、次のように語っていたことです。英語なので、逐語訳ができないのですが、

次のような趣旨でした。

若い時、私はある貧しい白人の母子家庭を長期取材しました。ある日、その家庭の子どもが高熱を出しました。母親は車をもっておらず、当然、母親は取材で車をもって私に、車で子どもを町の病院まで連れて行ってほしいと懇願しました。しかし、私は報道人として公正中立を守るために、その要請を断りました。しかし、今日、ベテランジャーナリストと言われる立場になって、私は考え方が変わりました。もし、いま同じ場面に出逢ったら、熱を出している子どもを迷うことなく病院まで連れて行き、あのお母さんを助けたらと。しかし、ジャーナリストの公正中立性の原則は、かくも執拗に私たち記者たちの行動、そして生き方に影響してきました。

また、米国ニューヨーク大学のジャーナリズム研究者 J. Rosen によると、米国には、ジャーナリストの中には、決して選挙に行かない人がいるといます。選挙に行けば、そこに自らの政治的コミットメントが発生し、報道が「ゆがむ」と考えられているからだそうです。こうした記者像からは、誰からの影響も受けず、個人的立場や信条を見せない姿勢こそ清廉潔癖であるというイメージが窺えます。

では、日本はどうでしょうか。

次の文は、日本新聞協会の倫理綱領から抜粋したものです。

日本新聞協会倫理綱領 2000年6月21日制定

正確と公正： 新聞は歴史の記録者であり、記者の任務は真実の追究である。報道は正確かつ公正でなければならず、記者個人の立場や信条に左右されてはならない。論評は世におもねらず、所信を貫くべきである。

独立と寛容： 新聞は公正な言論のために独立を確保する。あらゆる勢力からの干渉を排するとともに、利用されないよう自戒しなければならない。他方、新聞は、自らと異なる意見であっても、正確・公正で責任ある言論には、すすんで紙面を提供する。

(下線は筆者による)

このように、日本の新聞倫理綱領にも、同様の中立公正独立の倫理があります。ここには、先ほど紹介したような米国の記者像の影響が強く見られます。そこには、敗戦後すぐにGHQの民主化政策とともに全米新聞編集者協会(ASNE)倫理綱領をモデルにつくられた背景があります。実際、この綱領は、米国のそれとほぼ一対一の翻訳だったと言われています(有山、1996:254)。

しかし、いま、米国をはじめ、多くの国々では、このような「中立」の傍観者、つまり市民社会との距離を置く「孤高の記者像」というコンセンサスは、多文化社会の中で幾度となく大きな揺さぶりをかけられています。「中立」というポジションは何を意味するのか。それは、単なる現実社会体制の再生産の言い訳に過ぎないのではないか。こうした「中立」は、「中流」「白人」「男性」といった立場を不問に付し、顕在化する世界の深刻な諸問題について、責任逃れを宣するに等しいのではないかと厳しく批判されているのです。

歴史の検証によると、「中立公正独立」の価値は、アメリカのジャーナリズムが産業化を加速させた19世紀に普及しています。当時、なるべくたくさんの人に読まれる新聞となって、多くの広告主を獲得したいという商機の拡大が動機の一つであったと言われていきます（シュッドソン、1991=1995）。日本も同様に、明治以降、政府による新聞への干渉や検閲の歴史の中で、新聞社は自らの存続のために「中立」という価値を利用して発展していったとされています（有山、1996）。「中立」は、いわば産業化との関係の深い価値だということです。

そして今日、日本の新聞産業を見ると、そこではいまだに「中立」信仰が無批判のまま継続しているように見てとれます。また、政治家たちは、この概念を都合のよい政治的介入の道具として活用しており、記者の側もこの理念に配慮するあまり、報道の自主規制をしているようにさえ見えます。たとえば、2014年末の衆議院選挙では、自民党が在京キー局に報道の「公平」を求める文書を送っていたことが明らかになりました。その結果、選挙関連ニュースは、「世間が無関心で視聴率が取れない上に、公平性にクレームが付くりスクがあるなら無理をしない」（民放幹部）と敬遠され、情報番組を中心に選挙を取り扱う時間は激減し、解散から1週間では前回衆院選の3分の1に⁴⁾なったと指摘されました。「公平性」という言葉は、ほとんどの場合、マスコミが日本社会の主流派や権力側への譲歩の言い訳か、事を荒立てたくない日和見主義の方便として使われるようになってしまいました。

こうした傾向に加え、日本のマスメディア産業は、戦後間もない頃から、特定の社会勢力との分断を宣言する声明文を残しています。それがいわゆる「編集権声明」と呼ばれるものです。1948年に日本の新聞の業界団体である日本新聞協会が次のような声明を発表しました。

日本新聞協会の編集権声明 1948年3月16日⁵⁾

新聞の経営、編集管理者は常時編集権確保に必要な手段を講ずると共に、個人たると、団体たると、外部たると、内部たるとを問わずあらゆるものに対し編集権を守る義務がある。外部からの侵害に対してはあくまでこれを拒否する。また内部においても故意に報道、評論の真実公正および公表方法の適正を害しあるいは定められた編集方針に従わぬものは何人といえども編集権を侵害したものとしてこれを排除する。

この声明には社会的背景があります。戦後まもなく、ちょうどこの声明が発表されるあたりから、朝鮮半島では共産主義が台頭し、冷戦の幕開けが確実となっていき、アメリカもそれまでの日本の民主化支援から共産主義排除、すなわちレッドパージの動きへと方向転換していきました。この動きに合わせて、企業経営側も労働組合排除に動きだしました。この編集権声明もそうした外部共産主義勢力、および企業内の組合排除の産物です。そういう歴史的背景の声明文が今日も残っており、「評論の真実公正」のため、編集に関する決定権限は、経営側の専権事項であるとしています。この声明が今日の新聞社の実質的な編集方針にどのくらい効力を発揮しているかは社によって濃淡があるとはいえ、こうした外部勢力からの干渉を断つことを正当化する歴史を、日本のメディアは戦後一貫して育んできました。

ところで、編集内容の決定権を経営側が独占するというのは、実は自由世界ではめずらしい決まり事です。通常は、メディア企業では経営と編集を分離独立させ、経営側ではなく、記者たちに編集の自由を委ねるのが原則です。理由は、たとえば広告主に都合のわるい内容が報道される時、経営側が口を挟まないように、表現の自由の観点から編集と経営は独立すべきだというのが定説としてあるからです。欧米のジャーナリズムの世界では、健全なジャーナリズムのためには、政府権力との近さを警戒するだけでなく、経営との距離の近さ、すなわち市場原理の影響も警戒してきたわけです。これに対し、日本では、「偏向報道」を警戒するとして、マスコミ社外の特定期思想、とりわけ共産主義思想への偏りは取沙汰されてきたものの、政府との関係、および経営側との関係に対しては、大目に見られてきたように思います。日本のジャーナリズムは、記者主体ではなく、企業が主体になっており、それはこうした歴史的発展や、組織構造からも見てとれます。

ところで、欧米では、たとえ「孤高のジャーナリスト」像を尊重するにしても、そこからもたらされる情報は活発な市民社会のコミュニケーションのためにあると考えられています。つまり、「よいジャーナリズムは、よい記者以上のものを必要としている。たとえ、先進的な経営者や修正第一条による保護や、堅牢な経済基盤があっても足りない。活動に熱心で、政治に関心をもつパブリック（engaged and concerned public）なしには、どんなにパブリックに開かれたプレスは役立たずである。」（Rosen, 1999: 75）という言葉が象徴するとおり、マスメディアから個人まで、ジャーナリズムには議論し活動するパブリックという主役が前提とされています。つまり、ジャーナリズムの規範には、「客観中立」であるというあり方と同等に、市民活動と議論とにつながるべきだという2本立てになっているわけです。

そこでつぎに、「活動に熱心で、政治に関心をもつパブリック」は、どこから来るのかを見て行きます。

3. 「コミュニケーション」への信念

ジャーナリズムには、社会から隔絶されるべきだ、という考え方が厳然とあったわけですが、その思想の実装は各文化ごとに恣意的なものでした。そこで、ここからコミュニ

ケーションという言葉との関係に入るわけですが、こうして見ても、マスメディア・ジャーナリズムは、産業の成長ならびに特権的な職業倫理の確立のために、一方的に自らの利害によって方針を決めて発達してきた感があり、一般市民との双方向的な「コミュニケーション」という言葉との接点や親和性は少ない印象があります。とくに日本では、「マス・コミュニケーション」に由来する「マスコミ」という言葉こそありますが、これは新聞や放送などのメディア産業の総体を指していて、相互作用を前提とする「コミュニケーション」という言葉のイメージからはかけ離れたものです。

さきほど引用した鶴見俊介の「ジャーナリズムの思想」には次のように書かれています。

「マス・コミュニケーション」という言葉が米国でもちいられはじめたのは1930年代の終わりであり、それが日本にはいつてきたのは1945年の敗戦直後のことである。この言葉はやがて「マスコミ」（大久保忠利の造語）とひとくちで言えるようにみじかくされ（中略）今日の日本では、今日の米国以上に人びとに親しまれ、民衆のふつうの言葉の一部となっている。米国ではいまでもなお、この言葉は学術用語である。（鶴見、1965: 8）

そして、鶴見は、この「マスコミ」という言葉の普及こそが、日本のジャーナリズムの特徴を表していると看破します。

「マスコミ」がひろく口にされるようになってから、「マスコミ」は、そのもとのかたちの中にかくされていた「コミュニケーション」という部分を落してしまった。「マスコミ」は、新聞、ラジオ、テレビ、映画、大雑誌などをさすものであり、それらの職場に属していない者は、すべてマスコミに対して受け身の立場にたたされる。マスコミが人間のコミュニケーション活動のひとつのかたちであって、日常のコミュニケーションを通じてマス・コミュニケーションの改革がおこなわれるという資格は失われやすくなる。「ジャーナリズム」という言葉を見舞った運命が、「マスコミ」という言葉をも見舞った。このような言葉のつかいかたの中に、明治以来くりかえし中央の権力に対して押し負けてきた民主的運動のあきらめの姿勢がこめられている。（鶴見、1965: 8-9）

鶴見によれば、ジャーナリズムが市民活動でなくなり、マスコミにコミュニケーションのイメージが薄くなっていくことが、日本の民主主義の危機を象徴しているというのです。

私は、こうした「マスコミ」という言葉の定着は研究の範囲までも規定してきたように思います。すなわち、日本のジャーナリズム研究、マスコミ研究には、いわゆる「マスコミ企業興亡史」や、送り手側の特定の人物史が多く見られます。

他方で、欧米では、いわゆるマスメディア研究とコミュニケーション研究は少なくとも同じ専門分野に属し、メディア研究をする学会とコミュニケーション研究をする学会は同

じであることが多いです。この分野の代表的な米国の学会はICA (International Communication Association) と言って、ここではインターパーソナル・コミュニケーション、スピーチ・コミュニケーションからマス・コミュニケーションの効果研究まで実に幅広い範囲をカバーし、学術ジャーナルを出版しています。私が大学院時代に留学したドイツでも、Kommunikationswissenschaft として、コミュニケーション研究は日本より広い範囲で捉えられていると思います。また、知識や情報を得た市民の活動全体を探究しようとする動機が、研究全体の稜線になっているところがあります。そして、その態度の根っこには、議会制民主主義を生んだ西欧近代の民主主義思想があるのではないかと思います。それはすなわち次のようなものです。

1. 正しい決定に到達するためには、討論をすることに非常に積極的な価値があるという確信。
2. 議論を戦わせていれば、もっといい考え方が見出されるものだという信念。
3. いろいろ議論をしているうちにだんだん問題がわかってくると、人の考え方も変化していくもので、説得によって意見分布は変わる可能性があるという信条。

(福田敏一、1977)

こうして、欧米では政治の原風景に、知識を元手にした討論や議論などの一連のコミュニケーション過程があるわけです。日本でも、一時、とくに民主党政権のときに「熟議民主主義」という言葉がはやりましたが、その言葉—おそらくそれは deliberative democracy 論に端を発しているのだと思いますが—は、こうした議論と討論への信念に裏書されています。したがって、政治を探究するには、スピーチ・コミュニケーションからマス・コミュニケーションまでを包摂した「コミュニケーション研究」という一大分野が深く関わっているわけです。

また、政治学だけでなく、社会学においても、20世紀初頭以降はとくに相互行為主義 (G. ジンメル) や相互主観性 (A. シュッツ) など、個人と個人、あるいは主体と主体の間をいかに結びつけて考えるか、関係性に関する理論ツールや概念がさまざまに案出されてきました。19世紀後半以降、人間や事象があたかもバラバラに存在するかのごとく構想されてきた方法論的個人主義に修正を施し、認識論を再検討する段階に入ったわけです。こうした流れを汲んで、社会の見方の相対性や、人間の主観性をどう扱うかを問う「構成主義」という思想はすでに伝統となっています。ここからテキスト分析や言説分析という分野も切り拓かれて、メディアから発信されるさまざまな知識や情報が、社会の文脈というダイナミズムの中でどのように人間の主観に埋め込まれているかを問うています。

これに対して日本における「コミュニケーション研究」はどうでしょうか。

実際、上記のような研究をしている優秀な研究者は日本にも多くいますし研究レベルも高い。しかし、他方で制度や組織はそれを反映していない。たとえば、私の所属している日本マス・コミュニケーション学会では、どうしても新聞、放送、インターネットなど、

メディアごとに研究領域を分けるという発想がぬけきれず、今日も「ジャーナリズム研究・教育部会」「放送研究部会」「メディア史研究部会」「メディア倫理法制研究部会」「メディア文化研究部会」「ネットワーク社会研究部会」という分会に分かれています。そして、コミュニケーション・プロセスを総合的に研究するグループの部会はありません。また、この分野に特化した学会ジャーナルもありませんし、おそらく、こうした研究は存在していても、日本マス・コミュニケーション学会、日本コミュニケーション学会、日本政治学会などに分散しており、「コミュニケーション研究」としての一大勢力となるチャンスを逃しているように思います。私が思うに、これは、先に述べたような「議論文化」が研究動機としての求心力となっておらず、まとまりのある研究領域として稜線が認知されていないゆえではないでしょうか。

端的な例は選挙研究で、ここには「日本選挙学会」があるものの、日本の選挙そのものが形骸化しているために、「コミュニケーション研究」というイメージから疎遠になっている印象があります。それは研究者というよりも、日本の選挙制度の実態そのものが公職選挙法の縛りによって自由な討論のフォーラムとは程遠い現実があることも原因でしょう。⁶⁾ 日本では、政治は討論や議論などのコミュニケーションから生まれるなどと言えば、むしろ政治は実体のないレトリックの世界だというような、否定的なイメージさえ連想されます。

4. 「コミュニケーション」の限界

米国の「コミュニケーション」研究がスピーチ研究からマスメディアの効果研究、そしてジャーナリズム産業および職業研究までの一連を包括しつつ、学会や学術ジャーナル、さらには大学の学部や学科といった組織とともにひとつの研究領域の稜線を見せているのに対し、日本ではそれぞれに同様の研究は個人によって担われているものの、個別に扱われ、包括する学会や学術ジャーナルも存在していません。とりわけ、本日ここにお招きいただいている日本コミュニケーション学会、そして私がこれまで学会活動の拠点としてきた日本マス・コミュニケーション学会との接点の薄さは、歴史的、あるいは大学の組織構造的な要因に規定されているところがあるとはいえ、「学会どうしの関係」という問題以上に、こうした日本社会の政治文化やメディア文化とも関係しているのではないかと思ひ、気になります。

しかし、今日のネット時代では、だれもが公共圏に参加し、ものを言える時代になり、新聞・放送による情報独占体制は崩されつつあります。それは、ジャーナリストという職業が未発達だった時代の民主主義の原風景を想起させ、もの言う個人が組織ジャーナリズムと対等にコミュニケーションをし、そしてプロと同様のインパクトをもちうる時代でもあります。いまや、ニュースを生産する場所は、必ずしも大新聞社の編集部や、テレビ局の報道部だけではありません。現代社会では、政治家が市民と直接ツイッターでやりとりしたり、政府が直接ホームページで市民へ情報提供をしたりすることも珍しくありません。あるいは、市民個人が事故現場に遭遇し、その場から世界に映像が発信されたり、当事者

の声の流れたりしますし、さらに社会運動の現場では、メディアやジャーナリズムを通さずに権力者たちへの直接アピールをすることも一般的になってきています。現代社会では「双方向」どころか、非常に多種多様な情報が地域や国家を超えて飛び交い、コミュニケーションの脱中心化が進んでいます。

とは言え、鶴見俊輔がかつて米国流の「コミュニケーション」信奉について厳しく批判したこともここで一度振り返り、書き留めておく必要があるでしょう。すなわち、鶴見は、アメリカ的コミュニケーションの「ユートピアズム」(鶴見, 1952: 168) に対して疑問を呈し、次のように主張しました。戦争で廃墟となった日本社会で生きる知識人として、豊かなアメリカへの批判的まなざしが現れています。

アメリカでは、国民の90パーセントが中産階級と自分で信じていられるほど生活環境は同質的であり、そして安楽である。食べるに困る人、次の年の生計をいかにたてたらよいかについて見とおしをもちえない環境にある人々にとって、デューイにとっての世界像とまったく異質の世界像が、いま世界各地でもたれているのだが、このことについてデューイは理解しない。

生活水準だけの問題ではない。階級間、民族間、男女間、夫婦間、国家間。人間が二人以上あるところには、かならずディスコミュニケーションが根づよく存在している。人間にとっての根本的状態は、コミュニケーションである以上にディスコミュニケーションである。(鶴見, 1952: 164)

日本社会は、鶴見の批判以降、「一億総中流社会」へと発展し、さらに現在はその「中流」神話が崩れ去って「格差社会」が問題にされています。まさに、鶴見が批判した「ディスコミュニケーション」の時代と言えるでしょう。

私は、この論考の前半で「中立公正独立」を自己目的化している日本のマスメディア、およびその枠組みで発展したマスメディア研究を批判してきましたが、さらに「議論を戦わせていけば、もっといい考え方が見出される」「いろいろ議論をしているうちにだんだん問題がわかり、人の考え方も変化していく」というコミュニケーションを理想化している、米国に見られる楽観的姿勢にも、大きな問題が潜んでいると考えています。つまり、こうした前提こそ、議論できる社会のエリート層を特権化し、現状を再生産しているわけです。

政治思想家の I. M. ヤングは、近年の流行となった deliberative democracy (討議民主主義) を批判する際、その代替案として communicative democracy という概念を提示しました (Young, 1996)。ヤングは、コミュニケーションをするのは、多様な社会の成員の間にある差異を解消することではなく、差異を差異として相互承認し、差異をリソースとして捉える行為であり、現代社会の多様な文化や社会的立場を受け容れ、日常の月並みなおしゃべりや情動的な言い争い、あいさつやお世辞、けんかや言い争いをも、民主主義のプロセスとして受け入れる—このように「コミュニケーション」を位置づけています。

実際、こうした流れをくんで、近年では政治分野でも理性のコミュニケーションだけではなく、感情や情動といった言葉をキーワードにした研究が活発化しています（伊藤、2013）。

5. デジタル化時代の「コミュニケーション研究」の展望

「コミュニケーション」という言葉は非常に広く定義しにくい言葉です。ときに楽観的に使われ、ときに規範的に使われ、ときに実態の描写として使われる。どこかで「ジャーナリズム」と似た言葉です。簡単ですが、鶴見俊輔やI. M. ヤングなどを例に、さまざまな意味に使われ、その批判についても概観しました。「コミュニケーション」という言葉はまさに、だれもが自分の想いを勝手に託すことができる、それだけに危険な empty signifier (Laclau, 2007) であるのかもしれませんが。

しかし、それを認識したとしても、私はコミュニケーションには必ず相互作用や相互主観性という視点が入っていることに着目して、あえて、ジャーナリズム研究に取り入れ、その異化効果を狙いたいと考えています。

日本コミュニケーション学会のホームページには、次のようにあります。

コミュニケーション研究は学際的な (interdisciplinary) 人間研究であり、ヒューマン・コミュニケーション研究は「人間の象徴的相互作用の性格、過程と効果の研究」

私は、今日起きている日本の、そして世界のさまざまなジャーナリズムの問題の多くは、まさに企業ジャーナリズムの側の、長年の「コミュニケーションの赤字状態」が引き起こしたのではないかと考えてきました。しかしいま、インターネットの普及で、テレビや新聞といった既存のマスコミの特権的地位は相対化されました。それとともに、ジャーナリズムという営為の定義も揺らいでいます。従来のような、マスメディアから周縁に徐々に情報が広がるというトリクルダウン的な構図は崩れ、ジャーナリズムには「一般市民」という元気なアクターが次々と活躍してまいります。こうした「一億総ジャーナリスト時代」とも呼べるような時代に生まれるジャーナリズムを、メディア研究者の S. Allan は「偶発的ジャーナリズム (accidental journalism)」(Allan, 2013) と呼んでいますが、現在では多数のこのような偶発的ジャーナリズムがつながっては消え、消えてはつながっていくような、不定形の「パブリック・コミュニケーション」というイメージが主流になりつつあります。

このような社会のさまざまなアクターを包摂しながら、しかも双方向のコミュニケーション・プロセスの往還で編み上げられる情報プロセスの探究には、まさに「人間の象徴的相互作用の性格、過程と効果の研究」が必要であると考えます。とりわけ、インターネット時代、ソーシャルメディアの隆盛によって、ジャーナリズムもコミュニケーションという相互行為を前提にせずには成立しなくなっています。たとえば、ポリティカル・コミュニケーション、およびジャーナリズム研究の重要な柱となってきた「議題設定理論

(agenda-setting theory)」ですが、スマートフォンが普及したいま、多くの人は、友人や仲間たちとのサークルでのソーシャル・コミュニケーションを通して、「何に注目すべきか」を見極めてニュースの世界に入ってくる。こうして、かつてマス・コミュニケーションの効果研究の一連の議論においては、むしろインターパーソナルなコミュニケーションの重要性がますます高まっています。そして、「パーソナル」と「マス」のコミュニケーション領域の融解、葛藤、そして境界線の消失の部分に、新たなコミュニティが形成され、社会運動のポテンシャルや「パブリック」空間も生み出されているのではないのでしょうか。近年のSEALDsなどはソーシャルメディアを使いながら異議申し立て活動を拡大させた、その好例かと思えます。こうした活動の観察に際しては、研究者の側も、従来の第三者的立場に徹するばかりではなく、オンライン・コミュニティ等において自ら問題解決型の研究を実践するという選択肢ももっているのではないかと考えています。

当然ながら、そうした新たな空間にはさまざまなリスクも存在します。匿名性の高い情報の蔓延による無責任なデマの横行やプライバシー侵害の問題は一部深刻な社会問題になっています。また、ステルスマーケティングの侵入や、クリック数増加のみを狙った低俗な話題の増加によって、ネット空間のみならず、社会全体でのジャーナリズムの質の低下が問題視されています (Boczkowski, 2013)。これらリスクのリストアップをする余裕は本論にはありませんが、そうであるにしても、こうした新たなパブリック・コミュニケーションの空間に、Rosen が言う、民主主義に必要な「活動に熱心で政治に関心をもつパブリック」の活動場所のポテンシャルはある。しかし、今後はそれをどう実現・発展させていくかが問題になってくるのではないかと考えています。

マスメディアも、ジャーナリズムも、いままさに岐路に立っています。同様に、メディア研究も、ジャーナリズム研究も、そしてコミュニケーション研究も、方法論、研究領域について再検討と見直しが必要だと考えています。

註

- 1) 私は2002年に博士論文をもとに『マスメディアの周縁、ジャーナリズムの革新』(新曜社)を出版しました。このタイトルは、この書の「モジリ」です。
- 2) BPO は、日本放送協会 (NHK) と日本民間放送連盟によって設置され、放送への苦情や放送倫理の問題を審議する第三者機関。放送倫理検証委員会、放送人権委員会、青少年委員会の3委員会から成る。
- 3) この講習の概要については、林 (2005) を参照されたい。
- 4) 2014年12月20日朝日新聞夕刊、3面。「(回顧2014) 放送 問われた「公共性」 「公平」要請、選挙扱う時間が激減」
- 5) http://www.pressnet.or.jp/statement/report/480316_107.html (2015年12月6日閲覧)
- 6) たとえば、想田和弘のドキュメンタリー映画『選挙』などを参照されたい。

引用文献

- Allan, Stuart (2013) *Citizen Witnessing*. Polity.
有山輝雄 (1996) 『占領期メディア史研究—自由と統制・1945年—』 柏書房。
Boczkowski, Pablo J and Eugenia Mitchelstein (2013) *The News Gap. When the Information Preferences of the Media and the Public Diverge*. The MIT Press.
ブルデュー、ピエール (1987=1991) 「世論調査、学者なき『科学』」 『構造と実践 [ブルデュー自身に

- よるブルデュー』291-303。
- 福田敏一（1977）『近代民主主義とその展望』岩波書店。
- 林香里（2002）『マスメディアの周縁、ジャーナリズムの核心』新曜社。
- 林香里（2005）「『よいジャーナリズムとは・・・』米国、ポインターの短期ジャーナリストセミナーに参加して」『総合ジャーナリズム研究』2005年秋 No.194、40-44。
- 林香里（2011）『＜オンナ・コドモ＞のジャーナリズム ケアの倫理とともに』岩波書店。
- 伊藤守（2013）『情動の権力—メディアと共振する身体』せりか書房。
- Laclau, Ernest（2007）*On Populist Reason* Verso.
- Rosen, Jay（1999）*What Are Journalists For?* Yale University Press.
- シュッドソン、マイケル（1991=1995）「ニュージャーナリズム」D. クローリー、P. ハイヤー（編）『歴史のなかのコミュニケーション—メディア改革の社会文化史』林進・大久保公雄訳、新曜社、174-189。
- 鶴見俊輔（1952）「コミュニケーション」『デューイ研究 アメリカ的思考の批判』春秋社、129-169。
- 鶴見俊輔（1965）「解説 ジャーナリズムの思想」『ジャーナリズムの思想』筑摩書房、7-46。
- Young, Iris Marion（1996）Communication and the Other: Beyond Deliberative Democracy. In. S. Benhabib（ed.）*Democracy and Difference. Contesting the Boundaries of the Political*. Princeton Univ. Press.