

21
時
お
る



テキスト現代ジャーナリズム論

石澤靖治 著

ミネルヴァ書房

Design = Okuno Akira

基礎編 ジャーナリズムとは何か

——特性とメカニズム——

基礎編では、ジャーナリズムの特性とメカニズムという本質的な部分を解説していく。「ジャーナリズム原論」とでもいうべき部分である。ここで説明された本質的な部分を理解すれば、ジャーナリズムに関して起きているほとんどの問題を理解することができる。その本質的な部分を見るにあたって本章で焦点を当てるのは次の二つである。一つはジャーナリズムがどのようなプロセスを経て、またどのような動機によってニュースを報じるのかという点。もう一つはなぜジャーナリズムは社会的に影響力をもち、その結果として権力をもつのかという点である。ただ、これらのメカニズムはそれほど複雑なものではない。

第1章 ジャーナリズムの基本的なメカニズム①

——ニュース報道の視点から

ジャーナリズムがニュースを報道する際に、ただ自然に情報が提供されているわけではない。そこにはニュース報道における基本的なメカニズムと、その根底にある原則が存在する。一方、しばしばジャーナリズムに対して批判されることがあるが、それはこうした原則のどこかに問題があるからだろうか。問題があるとするとそれは一体どのようなところなのだろうか。また批判とまではいかななくても、ジャーナリズムが報じることに對して、時折違和感をもつことがある。それはなぜなのだろうか。この章でこれらの疑問に対する答えを、ジャーナリズムの基本的なメカニズムを解説することで示していくことにする。

1-1 メディア、受け手、報道される事実との関係

最初にジャーナリズムのメカニズムを説明するために、「メディア」「受け手」「報道の対象とする事実、事象」という点から、ジャーナリズムがどのようにしてニュースを生産しているのか、ニュースの生産過程を解説する。その中で、後半のニュースの加工の部分は省略して、ジャーナリズムがなぜどのようなニュースを報じようとするのかを中心としてみていくことにする。

そこでジャーナリズム（メディア）と受け手、そして報道の対象とする事実、事象をそれぞれ楕円形で示し、左からそれぞれA（Audience＝受け手）、M（Media＝メディア）、F（Facts＝報道の対象とする事実、事象）とする（図1-1-A）。ただここでF（Facts）について断っておくことがある。Fとはジャーナリズムがニュースとして報じる対象であるから、本来ならAもMも含んだ世の中全てのものであるはずである。したがってFは、AとMを含んだものとして示されるべきだが、それでは視覚的にわかりにくいので、あえてFを独立した場所に置いてある。

さてこの図の中で、ジャーナリズムのニュース生産のプロセス、わかりやす

図1-1-A メディア・受け手・事実の関係

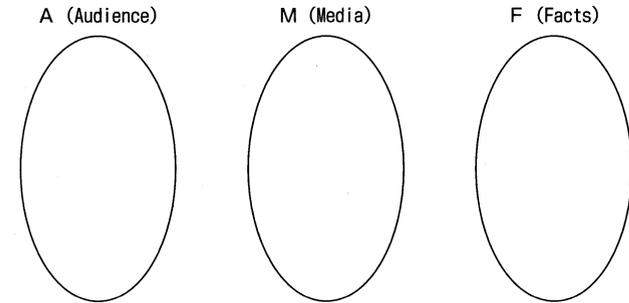
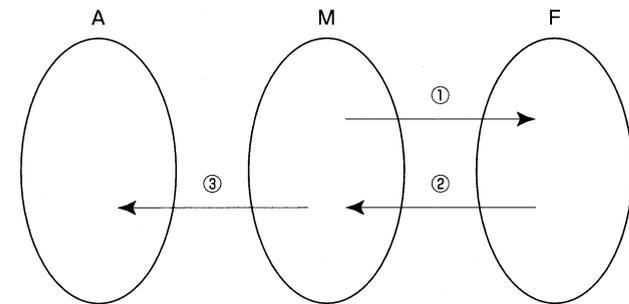


図1-1-B ニュース生産のプロセス



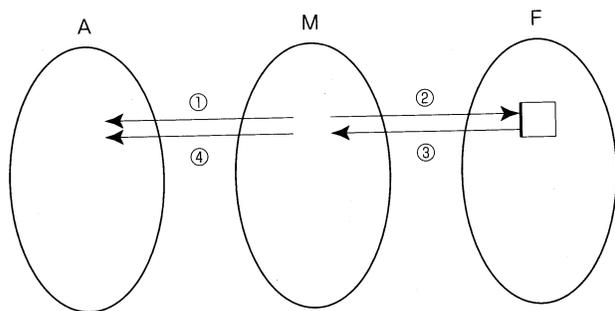
く言えば報道活動はどのように行われるだろうか。そのような質問をすると、次のような答えが返ってくることが多い。それは、

- ① M（メディア）はF（報道の対象とする事実、事象）に情報を探しに行く（取材活動を行う）。
- ② Fから探した情報をジャーナリズム組織に持ち帰る。
- ③ そこで入手した情報の加工を行い、A（受け手）に情報として報道する。

これは一見正解のようだが大事なものが一つ欠けている。それはスタートの①が誤りだからである。ジャーナリズムが取材活動を行おうとする場合、ジャーナリズム（ジャーナリスト）は何も考えずに情報を探しに取材活動を行うわけではない。その前に、新聞や雑誌ジャーナリズムなら読者が、テレビジャーナリズムなら視聴者という自らの受け手が、どのような情報を期待しているかということを考える行為が必要である。したがって、

- ① MはA（受け手）がどのような情報を望んでいるか調べる、あるいは考

図1-1-C



える。

- ② MはFに情報を採しに行く（取材活動を行う）。
- ③ Fから採した情報をジャーナリズム組織に持ち帰る。
- ④ そこで入手した情報の加工を行い、Aに情報として報道する。

というプロセスであると考えるのが正しい。この際にジャーナリズムはFの中にある無数の事実の中から「ある情報」だけを切り取って、Aに伝えるわけである。これがベーシックな形である。ただこの際に、M（メディア）は、A（受け手）がどのような情報を望んでいるかを調べてそれを勧案して、F（報道の対象とする事実、事象）への取材活動を行うが、Aの興味をどの程度反映させるか、その度合いはメディアやジャーナリスト個人によって異なる。

このプロセスからは次のようなことが言える。それは世の中には無数の出来事があるが、受け手の興味を想定したジャーナリズムからニュースの対象として選択されない事実は、そうした出来事があったこと存在さえ認められないということである。新聞の紙面には限りがあり、テレビのニュース報道の時間も決められている。そうして制限された枠の中に、ジャーナリズムによって選択された情報だけが、世間からニュースとして認識されるということであり、そうでないものは個人的によほど積極的に興味をもっているものでないかぎり、受け手は世の中に存在するものとして認識しないということである。つまりここで、「ジャーナリズムによって伝えられるものは、世の中に存在する事実の一部分にすぎない」という当然の事実を最初に深く認識しておく必要がある。

同時にジャーナリズムの活動の中で「ジャーナリズムは伝えるべきものを伝

えていない」と、そのあり方が問われる場合がある。その際に直接的に関わってくるのは②から③の部分である。朝日新聞はこのことについて、2007年1月15日付の天声人語の中で自ら次のように述べているが、これはまさにこの基本的なメカニズムを具体的に説明したものだ。

NPOの「国境なき医師団」が「06年、最も報じられなかった10の人的危機」を挙げている。まず、毎年何百万もの命を奪っている結核、栄養失調がある。それに、人々を生命の危機と恐怖に陥れているスリランカ、中央アフリカ、ハイチなど八つの国での紛争を加えた。

米国の3大テレビネットワークの夜のニュースは昨年、このうち5カ国での紛争は全く取り上げず、残りも合わせて7.2分間報じただけという。まさに忘れられた危機だ。栄養失調の新しい治療食ができて、やせ衰えた子供たちに届かない。（中略）人々の命を脅かすものに対して、メディアは常に敏感であらねば。声なき声を、ニュースを追う者にとっての戒めと受け止めたい。

また②でジャーナリズムが情報の取捨選択をするプロセスには、同時に報道の対象として切り取った情報をどのような視点から報じるかという行為も含まれる。報道する対象としては同じでも、肯定的な視点で報じる場合と、逆に否定的にとらえる場合とでは全く別のものとして受け手に提示されるということである。そうした過程について、無数の情報の中からある情報を切り取り、一定の視点から報じるジャーナリズムの行為を、枠をはめるという考えから「フレーミング (framing)」と言ったり、あるいは情報を無数の点と考え、そこから知らせていい情報とそうでない情報を選別し、ジャーナリズムが情報の「守衛」のような役割を果たしているというところから、「ゲートキーピング (gate-keeping)」と表現したりする。本書では主としてフレーミングという言葉を用いることにする。図1-1-CではFの中にある□の部分を選択された情報（あり太線になっている側面）が選択された視点であることを示している。

いずれにしてもここで気づいておかなければならない重要なことは、情報の取捨選択にはジャーナリズムの意思あるいは意図が介在するという点である。そして選択された情報をどのような視点からとらえるかということについても、同様にジャーナリズムの意思あるいは意図が反映されるということである。

ここでジャーナリズムが意思をもつことが好ましくないと述べているのでは

ない。問題はどのような意思をもつかであり、ジャーナリズムの報道が適切か否かということは、ひとえにこのフレーミングを行う際の、ジャーナリズムの意思あるいは意図に対する評価である。そして究極的には、ジャーナリズムをめぐる問題は全てこのフレーミングのあり方に行きつくし、それで説明することができる。それを次に順を追って説明していきたい。

ジャーナリズムの意思：客観報道

ジャーナリズムのフレーミングについて、ジャーナリズムが情報を取捨選択し、ある視点からその情報に光を当てるといふフレーミングという行為を行った時点で、すでにジャーナリズムには意思といふか意図が入り込んでいることは説明した。これはジャーナリズムに存在する主観であると言ってもいい。

一方、日本のジャーナリズムを考える際に、「日本のジャーナリズムの客観報道」という問題が数十年來、批判的に指摘されてきた。だが客観的に報道することは悪いことではなく、むしろ奨励されるべきことである。それが批判されるのは、客観報道を行っているといふジャーナリズムは言っているが、それは主要な新聞・テレビメディアが官庁などが発表した情報を「客観的な事実」として報道しているからであり、それは官庁が主観的にフレーミングした情報を客観的なものとして報道しているにすぎない、という理由からである。

世の中にはたくさんの事実が存在する。そのたくさんの事実の中から、ジャーナリズムは自らの意思によって報道すべきだと判断した情報を選択する。それはジャーナリズムの主観である。その時点ですでに純粋な客観報道というものはありえないということになる。さらにその情報をジャーナリズムの考える視点や方法を用いて報じる。それもまたジャーナリズムの主観である。ジャーナリズムはそうした二つの主観的行為をへた上で、選択した事実を選択した視点で客観的に報じなければならないのである。つまり「ジャーナリズムは客観的に報道しなければならないが、全てにおいて客観的な報道はありえない」ということである。言い換えると、日本における客観報道批判というのは、ジャーナリズムが政府など支配者側（権力者側）から発信された情報をフレーミングして報道していることに対する批判なのである。「情報操作に乗せられてしまっている」といふジャーナリズムに対する表現も、この部分についての

批判である。ここで付け加えておくと、支配者側からの情報を伝えることを全く申告することが望ましいということではない。支配者側からの情報は情報の一面の断面であり、それを中心に報道することが客観報道だと認識し、あるいは認識させられることが誤りだということである。

目力と懐柔

ジャーナリズムの報道において、権力をもつ勢力が「報道に圧力をかけた」とか「マスコミに対する懐柔策がとられた」、あるいは「マスコミは操作されている」などという表現をよく耳にすることがある。実際、ジャーナリズムが活動を行う中で大きな阻害要因となってきたのが、「圧力」や「懐柔」「操作」である。これらについても、ジャーナリズムのフレーミングという視点から説明することができる。

これまで述べたように、事実の中からフレーミングを行うのはジャーナリズムの意思によるものである。したがって、ジャーナリズムが発信する情報に外部から自らの意思を介在させようと思う人は、この部分に力を加えようと考えなければならない。

まず「圧力」をかける場合だが、これは報道される側が、自らに対するジャーナリズムの報道のあり方を受け入れようとしなない場合、ジャーナリズムの自由を損なわせるような力をジャーナリズムに加え、ジャーナリズムの意思を出ぬという行為である。それは報道する視点をネガティブなものからポジティブなものに変えることだったり、報道すること自体（情報の取捨選択）を放棄させることである。つまりジャーナリズムが自由にフレーミングを行うことを力によって阻止するのである。例えばあるメディアが、有力政治家のスキャンダルについての取材を行い、その行為を批判的な視点から報道する予定だったとする。これはそのメディアが有力政治家のスキャンダルという情報を選択し、それを批判的な視点から報道するというフレーミングを行おうとしたわけである（スキャンダルをとりあげること自体、批判的な立場であるが）。しかしそのことを察知したこの政治家は、そのことが報道されないように動く。それがジャーナリズムへ「圧力」をかけるという行為である。これはスキャンダルをフレーミングさせないようにする行為と言い換えることができる。

先に述べたように、どのようにフレーミングを行うかというのは、ジャーナリズムの意思であり意図である。つまり外部からの圧力に直面したジャーナリズムとは、ジャーナリズムがフレーミングを行う行為の自由を奪取されようとしている状況のことである。こうした際にジャーナリズムについて「報道における独立」とか「報道の自由」ということが言及されるが、これはまさにジャーナリズムが自らの意思に基づいてフレーミングができるかどうかということに他ならない。ここで圧力に屈するというのであれば、それはジャーナリズムが自由にフレーミングを行うことを放棄したということの意味する。

なお、「圧力」をかけるということの究極の手段は、フレーミングの自由を奪うことを超えて、そのメディア自体を抹殺することである。発売禁止や放送禁止にすることがそれにあたる。その場合は「圧力」が「弾圧」という行為に変わる。またメディアの存在は容認しつつも、その発行物自体を買い上げてしまう場合もある。

「懐柔」も、基本的にはジャーナリズムのフレーミングに外部のものが手を加えるという点では同じである。異なるのは、圧力の場合は報道される側がフレーミングを放棄することに同意しようとしないのに対して、「懐柔」の場合は報道される側がフレーミングの変更をある程度の合意をもって受け入れた場合である。この場合はジャーナリズムがフレーミングの自由を明け渡す代償として、経済的な利益を得たり別の情報が供与されるという取引行為が介在している場合がほとんどである。

「操作」はジャーナリズムが無意識的に、報道をされる側の好むようなフレーミングを行っていることである。これはジャーナリズムが情報をフレーミングする自由意思を保持していると認識しているものの、実際は報道される側からフレーミングをコントロールされていることを意味する。

ジャーナリズムへの性善説と性悪説

ここでもう一つ重要な点を指摘しておく必要がある。報道への圧力とか弾圧などがあったことが明みに出ると、人々は「報道の自由」が侵されたとして、そうした状況が起きることをきわめて強く否定的にとらえる。もちろんそれは確かなのだが、それをフレーミングという観点から考えると、「報道の自由」

というのはジャーナリズムが自由にフレーミングを行える状況ということであり、ジャーナリズムの意思とか意図とかいうものの存在を肯定的に認めるという前提に立っていることになる。さらにそこでは、ジャーナリズムのフレーミングが適切になされているということが、暗黙の了解になっているということである。つまり「報道の自由」の侵害に反対するということは、人々の間でジャーナリズムの意思に対して性善説に立っているということが言える。人々はジャーナリズムに対し性善説に立っているからこそ、権力をもつ人がジャーナリズムに対して圧力や弾圧を行った場合、それを非難するのである。

ということは、逆に権力をもつ人がジャーナリズムに圧力や弾圧を加えたことに対して人々が支持するとしたら、それはジャーナリズムのフレーミングを信頼していないということであり、受け手がジャーナリズムに対して性善説に立っていないことを示すことになる。

そうした状況が生まれているとしたら、それはジャーナリズムへの信頼の失墜ということに他ならない。そのような状況が生じるのは、基本的には誤報や不適切な報道が頻発した場合などである。ただ、それらが単なるミスであるなら大きな問題ではない。だがジャーナリズムが本来の役割を自ら逸脱した場合に状況が大きく違ってくる。本来ジャーナリズムは受け手の知る権利のために受け手に代わって情報を収集して提供するという公的な役割を負っている。それを忘れて自らの商業的利益のための行為に走り、それがフレーミングに反映された場合に信頼を失わせることになるのである。例えばジャーナリズム自身が後援するイベントを大きなニュースとして扱ったり、ニュースとしては報道する価値があまり高いと認識されていないものが、表面的な興味のために報道される場合、それとは逆に自らの都合の悪いものを報じない場合などがそれである。受け手はジャーナリズムのそうした行為に対して私的で商業的な要素を感じたとき、ジャーナリズムの性善説を否定するのである。それどころかジャーナリズムに対して性悪説をもつようになる。

こうしたことは近年ジャーナリズムに散見される状況であり、それが国内外の高まりを見せているジャーナリズム批判につながっている。それは政治的あるいは社会的に権力をもつ側からのジャーナリズム批判を容易にし、ジャーナリズムに圧力を与える人たちにとっては、有利な環境が形成されているという

ことになる。そしてジャーナリズムが信頼されず他にジャーナリズムを代替する手段がない場合は、社会の中で従来ジャーナリズムが担ってきた権力を監視する力が低下することを意味する。それは人々にとって好ましいことではない。

1-2 エンターテインメント性

次に、ジャーナリズムはどのような観点で、社会におけるたくさんのF（事実）の中から報道する情報を取捨選択するかである。

その答えは広い意味で「面白い」とジャーナリズムが判断したものである。この「面白い」ということについて、ウィルバー・シュラムが古典的なマスコミュニケーション理論である「ニュースの本質」（『新版マス・コミュニケーション』東京創元社、1968年に収録）の中で次のように説明している。シュラムは「人間は何らかの報酬を期待するところがあってニュースを選択するものである事実が自明のこのように思われる」という前提に立つ。そしてその報酬を、犯罪、汚職、災害、スポーツ、娯楽、社会の出来事、人生問題などの報道によって引き起こされる「即時報酬」と、政治問題、経済問題、科学、教育、天候、保健などの報道による「遅延報酬」とに分類する。

この「即時報酬」とは、文字どおり、受け手がジャーナリズムの提供する情報に接した際に精神的に何らかのものをすぐに受け取ることであり、「遅延報酬」とは、ある一定の時間をおいた後に情報から何らかのものを得るということである。そしてシュラムは「即時報酬」について、読者は危険や緊張に自分自身が巻き込まれることなしに、「身代わりの経験」を楽しむことができるものだとしている。これは受け手の感情に直接訴えるということである。具体的に言えば、主として新聞の社会面などに掲載される身近な事件で人が殺されて恐ろしい気持ちになる報道だったり、スポーツ欄などで応援しているチームや選手が勝利したり好記録を出して嬉しくなるような記事がこれにあたる。したがってこれは好ましいことだけでなく悪いことに対しても感情的に何らかの刺激を得ることを意味する。本書ではそうした刺激を得ることを、広い意味で「面白い」と考える。

一方後者の「遅延報酬」についてシュラムは「ときには読者に不快の念や苦

痛をもたらしものであると、読者は、暗澹たる国際情勢、増大する国庫負債、株金のひき上げ、相場の下落、住宅難、癌、伝染病、田畑の害虫などのニュースに堪えていかななくてはならないのである。それはいわば『恐怖の価値』を持っている」と説明している。好ましいことであれ好ましくないことであれ、これも受け手の「知的的好奇心」「知的興奮」と言われるような欲求を満たすものであると考えればいい。つまり報道における「面白い」というものとは、一般に言われるような感情を刺激する娯楽の機能に、知的な部分を刺激する教養の要素を加えたものである。そしてマスメディアは、そのような即時報酬あるいは遅延報酬的な受け手の期待を前提に、送り手としてニュース生産活動を行う。こうした基本的な構造は、多くの受け手を獲得しようとするマスメディアが必然的にもつものである。

ジャーナリズムは報道に「面白さ」を求める。本書ではこの「面白さ」をしばしば「エンターテインメント性」と表現し、この二つを同義語として扱う。

ただし、シュラムは即時報酬と遅延報酬の違いについて、それをニュースとして取り扱うテーマごとに分類していたが、必ずしもそういうわけではない。確かにテーマによって即時報酬と遅延報酬をもたらしものとして分類されやすい傾向があることは認められるものの、ニュースにはテーマに限らず即時報酬的にとらえられる部分と遅延報酬的にとらえられる部分とがある。後述するが、例えば政治報道はメディアから即時報酬をもたらしものとしても遅延報酬をもたらしものとしても扱われている。

いずれにしても、本来的にジャーナリズムは「エンターテインメント性」のあるものを追求して情報を選び、その視点でフレーミングし、ゲートキーピングを行うのである。

ではなぜ、ジャーナリズムは「面白さ」あるいは「エンターテインメント性」を求めるのかである。

それには、二つの要素があると考えられる。一つはジャーナリズムは私企業（あり商業的に成功することの必要性に迫られているからである（一部の国営メディアを除く）。その媒体がマス＝大衆を相手にするものであれば、一般の人々の耳目を引き付ける必要があり、大衆が面白いと感じる情報を提供することがメディアの注目度を高め、それが部数や視聴率の向上に結びついて経済的

な利益につながる。これが受け手の対象を限定した、いわゆるミニコミ的なものでも同様である。送り手が想定したある一定の範囲の受け手の多くの興味を引くものであり、面白いものでなくてはならないからである。

だがそうした経済的理由だけで「面白さ」を追求するジャーナリズムを否定的にとらえるのは、一面的である。それは「面白い」ものを求めるジャーナリストの行為を、人間としての本能的な欲求としてとらえる必要があるからである。人の噂話をするときのことを考えてみればいい。その際、相手に何らかの面白い情報を提供して会話を弾ませようとするはずである。もちろんジャーナリストには職業的な倫理や制約があり、他人の噂話のレベルと報道は必ずしも同一ではないが、面白い情報を提供することによって人を喜ばせたいという人間の要素が報道に存在することは否定できない。それは人が望むであろうことを察知し、その情報を見つけて伝えようとすることであり、ジャーナリズムにとって必要な行為である。

ではジャーナリズムにとって数多くあるF(事実)の中で、「面白い」もの、「エンターテインメント性」を満たす題材とはどのようなものなのだろうか。それはすなわち、ジャーナリズムにとって何が報道するに値するニュースなのか、という問いに他ならない。

その回答は次の二つである。

「これまで知られたことがない新しい情報をいち早く伝えること」

「これまでとは異なった視点の情報を伝えること」

(ジャーナリズムで報道されているものの形態として、上記二つ以外に「これまで報じられた関連情報をまとめること」というものもあるが、これは「面白さ」「エンターテインメント性」とは別の種類のものなので、ここでは省略する)

この二つに共通するものは、情報の新しさであり、それによって受け手に感情的あるいは知的に刺激をもたらす。すなわち受け手にとって「エンターテインメント性」を満たすと、ジャーナリズムは考えているのである。

これは先に述べたシュラムの「即時報酬」「遅延報酬」の考えから説明することができる。「これまで知られたことがない新しい情報をいち早く伝えること」というのは、まさにニュースであり、受け手はそれを知ることで驚き感情的に何らかの刺激を受ける。すなわち「即時報酬」を得るものである。また

「これまでとは異なった視点の情報を伝えること」というのは、これまでとは異なった視点を受け手が瞬間的に判断できるものであれば「即時報酬」としてのニュースであるし、報道の内容をじっくりと理解してからその報道がこれまで報じられたものとは別の視点であると理解できるものというのであれば「遅延報酬」のニュースであるということができる。

受け手が感情的に、あるいは知的に刺激を受ける新しい情報や視点をもつものが、ジャーナリズムにとっては「面白い」もの「エンターテインメント性」をもつものであり、それが報じるに足るニュースバリュー(ニュース価値)なのである。

1.3 エンターテインメント性から引き起こされるもの

ジャーナリズムがこの「面白さ」「エンターテインメント性」という基準で報道活動を行ってきていることは、古くから識者に認められている。そしてその行為は批判的に見られてきた。

例えば清水幾太郎は「マス・コミュニケーションの時代にあっては、さきの平面より一段と低い平面が設立され、そこでは、あの相反する利害を忘れさせるような万人共通の原始的関心が刺戟され且つ満足を与えることにより、低い非合理的な地点における一致が成立することになる」と説明している(『マス・コミュニケーション』『社会心理学』岩波書店、1972年)。

また20世紀半ばにマスコミュニケーション研究を牽引したアメリカのポール・ラザースフェルドとロバート・K・マートンは、マスメディアの社会的役割が注目されている理由に触れ、その一つとして次のように解説している。「マス・メディアが大衆の文化や受け手の美的趣味に影響をおよぼしていると考えられていることだ。一般に、受け手の規模が拡大するにつれて美的趣味の水準が落ちてきた、といわれている。マス・メディアはこの俗悪化した趣味に積極的に迎合しており、それによって大衆の趣味をいっそう低下させている、と心配されているのである」と、清水と同様にマスメディアに批判的な見方を示している(『マス・コミュニケーション、大衆の趣味、組織的な社会的行動』『新版マス・コミュニケーション』東京創元社、1968年)。

確かに表面的な面白さのみを追求し、報道する対象の根本的な問題に触れないということは非難されるべきであるし、事実そのような報道は少なくない。しかし前述したように、受け手の感情あるいは知性を刺激するような「面白い」情報を提供することは、ジャーナリズムに求められていることでもある。無数の情報の中から、受け手が面白さを感じるような情報が提示されるのでなければ、受け手は報道に注目しないし、ジャーナリズムが世間の興味と全く関係のないものを報じてもニュースとしての価値はない。ニュースに「面白さ」を求めるジャーナリズムの行動それ自体が、全て否定されるべきではない。問題とすべきなのは「面白さ」を追求するあまり、本質的な情報を伝えるという姿勢をジャーナリズムが失うことである。その上で、なぜジャーナリズムがその「エンターテインメント性」によって批判されることがあるのかを考えていきたい。

先にジャーナリズムが「面白い」としてニュースバリューをもつ要素を二つ示したが、それが行き過ぎたときに批判が生じるのである。エンターテインメント性を満たすものの一つである「これまで知られたことがない新しい情報をいち早く伝えること」について言えば、そうした情報を求めるあまり、社会的にあまり意味のない表面的で低俗なことでも、多少は世間の耳目を引く珍しいものであるとジャーナリズムが考えて、それを「これまで知られたことがない新しい情報」であるとして報じる場合である。清水や、ラザースフェルド、マートンなどが批判するのはその部分であり、ジャーナリズムの皮相性とか浅薄性などと表現すべきものである。

もう一つの「これまでとは異なった視点の情報を伝えること」については、清水やラザースフェルド、マートンの批判とは直接関係ない。だが「これまでとは異なった視点の情報を伝えること」という意味での「面白い」ことは、安易に見つけ出せることではない。よほどの幸運に恵まれなにかぎりは、十分な時間と費用をかけて取材を行って裏付けをとって初めて可能になる。にもかかわらず、ジャーナリストがそれをすぐ報じることを強く要求された場合に、そうしたコストをかける行為をないがしろにして、不確実なまま報道してしまうことがある。それが誤報につながり、ジャーナリズムに対する批判を生むことにつながるのである。

ショーとしての政治とスポーツ

コースにおける「エンターテインメント性」をスポーツから考えてみよう。世界的なスポーツイベントに各放送局は多額の放送権料を支払って、独占放送権を獲得しようとする。その傾向は年々強まり、常に何らかの世界大会が放送されている。これは世界的な傾向である。また日本においては「スポーツ新聞」というジャンルが存在して人気を博し、アメリカの一般新聞ではスポーツ欄は別刷りとなって、やはり人気のセクションとなっている。ジャーナリズムによってスポーツは不可欠な題材である。

これはスポーツが、ジャーナリズムの欲するエンターテインメント性を十二分に備えたものだからである。スポーツは、人間として最高の肉体的な技能を見せるという点で素晴らしいショーである。それと同時に勝負としてのスポーツは、そうした最高の選手が心身ともに極限の状態で相手に勝つことに全力を尽くす。それは真剣そのものであり、そこには筋書きのない感動的なドラマが展開される。これ以上のコンテンツを人工的に作ることはまず不可能であり、だからこそメディアはスポーツイベントを奪い合うのである。

これは政治報道においてもあてはまる。政治報道の問題点として、政策についての視点から報道がなされていないことについて批判されることが多い。これはもっともな指摘である。政治とは国民がよりよい生活を送ることができるようにするために、政治家が政策を考え、それを実行していくことだからだ。だが、政治報道で必ずしもそうしたことが報道されているわけではない。新聞紙面などでは懸案となっている法案の内容の解説やその影響などについても詳しく報道されているが、ジャーナリズム全体ではそのような報道は限られている。その代わりに報道されるのは、選挙で誰が勝つか、あるいは党内の権力闘争において誰が有力か、あるいはさらに単純化されて政治家を善人と悪人とに分けて役割を決め、ドラマ仕立てにするのである。そうしたドラマ化された報道が中心になり、政策本位の報道が薄れてしまっていることに対してジャーナリズムに非難が集まるのである。

政治報道のあるべき姿とは政策本位であるべきであり、ドラマ的な報道に終始することは非難されるべきだ。だが、それはより多くの受け手を得ようとするマスメディアの基本的な特性から、悲観的に考えればそうしたドラマ的な政

治報道になりがちなのも必然的だといえる。というのは、政策論争というものは知的なものであり、社会が成熟してくると、その内容もいっそう複雑化・高度化してくる。その結果、わかりにくいものになり、そこからエンターテインメント性をみいだすことは難しくなってくる。ところが、政治を政策ではなくドラマ化すれば、人々の感情の地平に政治を引きずり下ろして容易にエンターテインメントの対象にすることができるようになるからである。そしてそのような報道は政策論争主体で報道する時よりも多くの受け手を獲得することができる。

それに加えて政治には、ドラマにすべき対象が十二分にある。日本の場合でも海外の主要国の場合でも、数百人という国会議員がおり、それぞれが個性十分の人物たちである。そうした人たちが政治権力の奪取に向かって「戦争」を行い、権謀術数を繰り広げる筋書きのないドラマが展開される。状況も二転三転して予測がつかない。そうした政界で政治家たちは、掛け値なしに必死で政局に立ち向かう。そこには相手を出し抜くための「やらせ」はあっても、権力を奪取する行為という意味での「やらせ」は一切存在しない。ニュースにおいて最も競争力を有するコンテンツである条件は、真剣さとリアルさ、そして新鮮さだが、政治はまさにその宝庫なのである。

以上のことは、ジャーナリズムのエンターテインメント性志向を説明するための事例として挙げたのであり、政治報道がそのような形でいいと述べているわけではない。またジャーナリズムにはエンターテインメント性が付きまとうが、そこには必然的に問題が生じ、それのみを追求するべきでないことをジャーナリズムは常に自覚する必要があることは言うまでもない。そのためにどのような仕組みが必要かについては、最後の実践編で説明する。

メディアと価値観、ドメスティック性

次に「面白さ」「エンターテインメント性」について、文化的な点から考えてみよう。究極的には、人それぞれ趣味や性格が違うのだから面白いと感じるものも違う。だがもう少し広くとらえれば、一つの集団あるいは一つの社会において面白いものはある程度共通する。一方、集団や社会が異なればその基準も異なる場合が生じると考えていいだろう。さらに大きくとらえれば、ある文

化の中では人々が面白いと感じるものは共通し、文化が異なれば面白いという基準が異なる場合が出てくるということである。その中でジャーナリズムは、自分の受け手が面白いと感じるであろうという基準を設定し、それをもとに情報を選択して受け手が面白いと感じるであろうと判断した視点からニュースを報じる。

このことについて、古典として広く知られるものに次のような指摘がある。アメリカの政治思想家アレクシス・ドゥ・トクヴィルは、アメリカに赴いて行った調査に基づいて1835年から1840年にかけて『アメリカの民主政治』を著したが、その中でこう述べている。「新聞は多数の人々に共通な、教説または感情をつくりだすという条件においてのみ、存続することができる。それ故に、新聞はその常習的読者たちが成員になっている団体を、常に代表している」(『アメリカの民主政治(下)』講談社、1987年)

社会学者のゲイ・タックマンも、ジャーナリズムの行動についての見方の伝統的アプローチとして「ジャーナリストは社会規範を内在化し、その内在化された価値基準に基づいてニュースを選択し生産していく」という考えがあることを紹介している(『ニュース社会学』三嶺書房、1991年)。

ただそれに対しては反論もある。それは単に「ニュース制作者は規範を当てはめるだけでなく、規範の定義も行う」として、ジャーナリストとメディア組織の積極的な活動に注目するという考えである。また、メディアが社会の価値観を反映するものであることは認めつつも、メディアはそれにとどまる静態的なものではなく、社会の価値観にも影響を及ぼすダイナミックなものだとする解釈的アプローチという考えもある。つまりこうした議論を突き詰めていくと、ジャーナリズムは社会を固定化するのか、あるいは変革するのかという議論に発展する。

これは非常に大きな問題であり、ここで議論をする範囲を超えているのでこれ以上の言及は行わない。だがいずれの考えも、基本的にジャーナリズムが社会の規範を前提として活動を行っているということでは共通しており、メディアの報道がその所属する社会や文化に規定されるということには、同意がなされていると考えていい。違いはジャーナリズムがどの程度社会の規範を超えて報道を行うのかということである。

もう一つ付け加えると、冒頭にニュース生産のプロセスを示したが、その際も一つのメディアの中のジャーナリスト同士で、何の議論もなくフレーミングが行われているわけではない。ジャーナリスト同士、あるいは現場のジャーナリストとデスクで「面白い、面白くない」あるいは「伝えるべきだ、伝えるべきでない」という議論が戦わされる場合も少なくない。そうした議論が積極的に戦わされているメディア組織は、静態的でなくダイナミックな要素をもっていると考えていいかもしれない。

「面白さ」をもとにしたフレーミングは、人間一人一人の趣味・嗜好が異なるわけだから同一ではない。それが所属する一つのメディアという組織の中で、ある一定の合意が存在するということである。

ジャーナリズムが「面白い」ことや「エンターテインメント性」を基準に活動を行うことで引き起される問題の中で次に重要なのは、その報道が想定されない受け手の目にさらされた場合である。メディアと想定される受け手が同一である、いわば「閉じられた社会」にとどまっている場合には、ジャーナリズムのエンターテインメント性から特に大きな問題は生じない。しかしあるメディアが本来の受け手として想定していない人から、自らの報道を目にされた際には違和感をもたれることがある。例えばA国のメディアがA国の受け手に対して、B国のある問題についてそれが奇異であるとして大々的に取り上げた報道に、B国の人が接した場合である。それはA国の価値基準からみたら「面白い」ものであるからA国のメディアは取り上げたわけだが、B国からしてみればきわめて日常的なことで奇異なことではなく、ニュースで取り上げるようなことではないと感じることがよくあるからだ。そうした際にはB国の人はA国メディアの報道に対して違和感をもったり、反発を感じたりするということが起きるのである。

もちろんA国とB国で同じ価値基準のものも存在し、全てにおいて相容れないというわけではない。だがジャーナリズムが受け手を限定する以上、想定される興味と価値に合致する「面白さ」もある程度限定される。つまりジャーナリズムには文化的な壁が存在するのである。これは各地域間、各国間で生じる問題である。

これを国際報道に敷衍すると、対象は国際的な問題であっても、その視点は

国内的な価値観に基づくということである。これをジャーナリズムのドメスティック性（国内性）と表現することができる。

例えば日本のジャーナリストがフランスのパリ特派員になった場合に、そのジャーナリストはフランスに対して日本人が伝統的にもっている価値観あるいはイメージに基づいて、フランスで起きている現象に驚いて「面白い」として日本に報道する必要がある。フランスに長く滞在すれば、その日本人ジャーナリストもフランスの感覚を吸収して、日本にいる人のような価値観やイメージでフランスの物事をとらえなくなるかもしれない。しかし日本に向けて報道する際には、自らがフランスに同化した部分を押しえて、日本人的な価値観に基づいて報道しなければならないのである。つまり海外でのジャーナリズムの活動であっても、視点は自らの所属するメディアの国のものである必要がある。

ジャーナリズムのこのドメスティック性を否定的にとらえると、海外の新鮮な事情であっても、結局のところ日本がその国にもつ以前からのイメージに基づいて報道しているのであれば、報道とは従来からのイメージを固定化するものにならないということになる。これほどこの国でもマス＝大衆を対象としたジャーナリズムなら共通にもつ点である。これについても、ジャーナリズムの報道が単にその所属する社会や文化に規定されるだけなのか、あるいはどの程度社会をリードしようとしているのかという議論に発展する問題である。

ここでアメリカジャーナリズムについて言及しておく。アメリカのジャーナリズムは英語という言語を使って報じられている。またアメリカは世界の超大国でありその行動は世界の多くの人から注目されている。そのためその報道はアメリカに向けたものであっても、潜在的に世界各国から見られているし、アメリカのメディアもそのことをある程度織り込んでいる。またアメリカは移民で成り立つ国家であり価値観も非常に幅広い。こうしたことから、アメリカメディアの報道は他国のメディアに比べて相対的にドメスティック性が低いといえることができる。しかしながら、紛争が起きた場合などある国や地域と敵対関係が生じた場合には、自らの解釈に基づいた「自由」と「民主主義」のもとに強いドメスティック性を示す。

もう一つ、「国際ジャーナリスト」というものの考え方についても触れてお

く。複数の語学を駆使して世界の多くの場所で活躍するジャーナリストは、一般に「国際ジャーナリスト」と呼ばれている。そのジャーナリストが多くの国のメディアに寄稿し、それぞれの国民が納得し「面白い」と思う内容のものを報道できるならば、その人のことを国際ジャーナリストと呼んでいいだろう。しかしそのような事例はほとんどなく、実際は「国際ジャーナリスト」とは海外において取材活動を行い、それをそのジャーナリストが所属する（国籍をもつ）国の受け手に向けて、その価値観に基づいて報道する人たちのことである。メディアは本来ドメスティックな存在であるということから考えると、彼らを「国際問題を扱うジャーナリスト」と表現するほうが正確である。世界で価値観が異なる以上、ニュースには「国境」が存在する部分があるのである。

信局
ストリクター = メディアによって作りあげられている。
あるいは 打ち消すメディア

第2章 ジャーナリズムの基本的なメカニズム②

—権力という視点から

「ジャーナリズムは影響力がある」とか「ジャーナリズムは権力を持っている」などとよく言われる。もしそうだとするならば、ジャーナリズムはなぜ影響力があり権力をもつのだろうか。全てのジャーナリズムがおなじように権力をもつのだろうか。また個人としてジャーナリズムが権力をもつとしたらどのような場合だろうか。そうしたことの答えは、ジャーナリズムの機能を改めて考えることで浮かび上がってくる。そして組織としてのジャーナリストや個人としてのジャーナリストの権力とは、それ自身を単純に定義できるものではないと同時に、様々に変化する顔をもっている。さらにジャーナリズムは特殊性や特権を有し、それもまた権力の源泉につながっている。

2-1 情報の格付け機関①

ジャーナリズムの特性とメカニズムについてのもう一つの重要な柱として、権力という観点からジャーナリズムを見ていきたい。それを説明するために、まずジャーナリズムについて改めてその機能を定義しておこう。ジャーナリズムの機能としては「情報を伝達すること」は当然として、他に「権力を監視すること」、また「多くの人が意見を戦わせるフォーラムとなること」も機能のひとつだ。

ここでは、そうした一般的な機能についての定義を前提とした上で、ジャーナリズムの権力について考えるために、報道する情報の価値、あるいは影響力という点からジャーナリズムの機能というものを定義したい。

この点から言えることは、ジャーナリズムとは「情報の格付け機関」であるということである。この「格付け機関」という言葉は、本来はビジネスの世界で使われているものである。企業や国家・地方公共団体などが発行した債券（借金をするための証文。発行後は投資用の金融商品として市場で流通する）