

第II部

マスメディアの発達と
ジャーナリズムの限界

II マスメディアの発達とジャーナリズムの限界

1. 大衆化、産業化、システム化が惹起する現象と矛盾

第 II 部は、マスメディアの実態の考察に重心を置く。ここではとくにマスメディアのダイナミズムに作用している構造的契機としてとして「大衆化」「産業化」「システム化」の3つを抽出し、それらを軸に〈マスメディア・ジャーナリズム〉の実態を概観する。それと同時に、これまで多くの規範的ジャーナリズム理論がそうしたダイナミズムを持つマスメディアの実態に追いつかず、それが提起する様々な批判、改革案、あるいは構想は結局有効性を発揮できずにきたのはなぜか、という従来のジャーナリズム研究への批判的考察も加えていきたい。

まず第一に「大衆化」であるが、周知のとおり、これは〈マスメディア・ジャーナリズム〉の発達の仕方を、とりわけ批判的に描出する際に最も多く使われる概念であろう。「タブロイド・ジャーナリズム」「大衆ジャーナリズム」とは、17 世紀に誕生した「市民ジャーナリズム」が、その後その内容を極端に平準化させた挙げ句の成りの果てである、とする見方は今日において多くの支持を集めている。しかしながら、「大衆化」という局面を単にそれだけで理解してよいだろうか。その点について吟味してみたい。筆者は、そのような見方では今日の〈マスメディア・ジャーナリズム〉が生み出す諸問題を描き切れないと常々感じてきた。確かに社会全体の大衆化傾向のもとにおかれたジャーナリズムは、その言論の質を低下させ、墮落したものとなった側面を持つてはいる。しかしながら、社会の「大衆化」はジャーナリズムという活動の全体から見て、必ずしもネガティブな意味合いだけで受け取られるべきではない。問題にされるべきは、これまでの〈マスメディア・ジャーナリズム〉は、「大衆化」をどのような仕方で自らの内容に取り込み、その発展に寄与させてきたのかである。そこでジャーナリズムの大衆化過程に潜んできた様々な社会的アクターの利害を詳らかに分析し、その「大衆化」という言葉がどのような意味を獲得するに至ったかを検討し、今日の〈マスメディア・ジャーナリズム〉の実態へと接近してみたい。そのような作業によって、大衆化時代のマスメディアが持つ、より有効でオルタナティブな可能性が考えられるのではないだろうか。

第二番目に「産業化」という局面を取り上げる。「産業化」されたジャーナリズムとは、もはや 17 世紀のころのジャーナリズムとは根本的に体質の異なる別のものとして扱わなければならないだろう。マスメディアとは、通信・コミュニケーション技術の発展と産業の発展という2つの社会のダイナミズムが規定するシステムであり、そこから〈マスメディア・ジャーナリズム〉なるものは生まれた。こうして 20 世紀の半ばの米国において、通信技術の発展から生まれた放送産業の台頭、そして新聞市場の独占化状態の進行を目的

当たり前にして、「プレスの社会的責任理論」が提示された。これは 20 世紀における産業化されたジャーナリズム、つまり〈マスメディア・ジャーナリズム〉の規範を定位し直す理論である。しかしながら、同理論は、現代社会におけるメディアの規範的役割を様々な論点から言及し、かつ産業の自由気ままな行動を規制するよう促しながらも、結果的にはマスメディア産業の諸問題の増幅を阻止することの困難性を逆説的に露呈させることになった。情報化社会と呼ばれる現代において我々は、マスメディアの社会的責任をいかに考えればよいだろうか。

最後にマスメディアの「システム化」について、ドイツの代表的社会学者 N.ルーマンの理論に依拠しながら考察してみたい。ルーマンの社会理論は社会システム論として有名であるが、それは近代的主観性や価値観をすべて排除したものである。マスメディアについても、それをひとつの社会システムとして構想し、それが独自の論理を持って運動している実態を理論的に分析している。彼の理論は、これまでの近代ジャーナリズムの規範的理論、ないしはマスメディアの倫理の議論をほとんど取り入れず、また近代的主観性や価値観を理論から完全に排除しようとする「ポストモダンのマスメディア理論」であると言えるであろう。筆者はこのルーマンのユニークなマスメディア・システムの理論を内在的に検討するとともに、それがいかに有効性を持つか、これまでのマスメディア理論にくらべてどのような長所があるか、そしてどの部分で限界を見るかを検討していきたい。

ジャーナリズムという意識活動は、現代社会のマスメディアというシステムに位置することによって、それとの矛盾的關係を抱え込むようになった。そもそもジャーナリズムとは、広い意味において個人と社会および政治の意識の関わりあいを記述することであり、自由世界では理論上誰でもが営為することができる活動であったにもかかわらず、今日、マスメディアの発達とともに、「だれもが営むジャーナリズム」は不可能に近い理想となってしまった。体質が根本的に変化した現代のジャーナリズムには、今後どのような可能性や希望があり得るのだろうか。その点を検討する準備段階として、まず「マスメディア」の実態に接近してゆきたい、それが第 II 部の目的である。

2. 大衆化社会とジャーナリズムー矛盾を照射するタブロイド化論争

パブリックをくすぐろう。笑わせよう。
くすぐればくすぐるほど、君の勝ちだ。
パブリックに教えてやれよ。金持ちなんかにやなれやしない
んだってことを。
乞食のように暮らして、ドブに捨てられて死んでいくってこ
とを。(19 世紀英国、フリート・ストリート (新聞街) で流
行した作者不明の唄)

(Matthew Engel 1997: *Tickle the Public. One Hundred
Years of the Popular Press*. p.17)

(1) 「タブロイド化」 というイシュー

欧米、とりわけ英米のジャーナリズム研究においては、近年「タブロイド化」という現象が取り上げられ、ひとつの論点として浮上している。「タブロイド化」という言葉の語源は「タブロイド」、いわゆる大衆紙にあって、その言葉は広くマスメディアの言説が「タブロイド化」していることを指す¹。具体的には、とくに 1980 年代以降、マスメディアから生産されるもの、すなわち新聞記事や放送番組において、その内容がビジュアル化、あるいは娯楽化へと急激にシフトしてきたことや、さらに記事やナレーション部分が極端に圧縮されてきた現象である。その言葉は元来メディア産業内の論客たちの間で使われ始めたと言われており、それが学界の方へ波及し、議論の対象となり始めたようである。

この現代社会のマスメディアのタブロイド化現象について、多くの学者や知識人は、警鐘を鳴らしている。彼らは、メディアのタブロイド化により、市民の必要とする情報は十分に頒布されず、また市民の討論の場、つまり公共圏を奪ってしまい、結果的に民主主義の危機につながっていくと考える。すなわちメディアに付与された規範的な役割が遂行されないことで、タブロイド化というプロセスがメディアのジャーナリズム機能を麻痺させているという見解である²。

しかしその一方で、こうしたメディアの「タブロイド化」は悪い面ばかりではないと主張する向きもある。主に視覚へとアピールした親しみやすい情報伝達方法によって、情報到達率が上昇し、今まで情報過疎であった社会グループ、つまり女性や高齢者、貧困層や教育程度の低い人々などにも情報が伝播しやすくなったというのがその理由である。そのような主張は、タブロイド化の進行を支えるメディア技術の発達は情報民主化を促進する、あるいはかえって公共圏を押し広げていく、と主張してポジティブな側面を強調するのである。

タブロイド化についてこのように相矛盾した 2 つの考え方はどこから来てい

るのか。

歴史的に、タブロイダイゼーションのイシューは、とりわけ社会の大衆化とともに際立ってきた。その意味で、この論争は決して新しいものではない。それはまさに近代の歴史の矛盾である、とも読み取れよう。つまり「公共圏は平等という普遍的な原理を追求し、入場資格の切り下げをはかって、元来の基準からみれば無資格者に対しても参入を許容していったが、逆にそれが批判的公衆による政治のコントロールという前提を失わせる結果となった。公共圏はその拡大によって機能不全に陥っていったと見られる。」（花田 1995: 39）という公共圏のパラドックスを、ジャーナリズムという活動に特化して観察したときに浮かび上がってくる現象、それがタブロイダイゼーションということになる。本章では、タブロイダイゼーションというイシューを通して、大衆化社会におけるマスメディアとジャーナリズムが矛盾をはらむ関係を作り出していく過程を考察することにしよう。

以下、本章では大きく分けて4つの課題を設定している。それらの視点は次のとおりである。

タブロイドとは社会の大衆化において発達したジャーナリズムのカテゴリーのひとつである。しかしながら、その「タブロイド」とはいかに定義できるか、ということについては検討の余地が多く残されていると考えられる。「タブロイドなるもの」を考えることで、その後に「タブロイドとなっていくこと」、つまり「プロセスとしてのタブロイダイゼーション」をより分析的に考察することへとつなげていきたい。それは現代ジャーナリズムのダイナミズムのひとつを観察することにつながる。

第二番目には、タブロイドが誕生した背景とは何か、を考える。本章の冒頭の唄は、19世紀に英国の新聞街で流布したもので、既にその頃からタブロイド的ジャーナリズムが誕生していたことを示唆している。果たして歴史的に見てタブロイドは、一般的に考えられているようにジャーナリズムの「邪道」であろうか。そのような考え方はいかなる社会背景の中で発生したのだろうか。そしてタブロイドの誕生とともにジャーナリズムという活動の全体はいかに変容したか、それらの点を検討したい。

三番目は、ポリティカル・エコノミーの視点からの議論である。タブロイダイゼーションの議論は、批判理論の伝統の中でポリティカル・エコノミーによって説明されてきた。ここではとりわけタブロイダイゼーションとは、マスメディアの商品化（commodification）のプロセスである、とする観点に立って、タブロイダイゼーションについて論じていきたい。

ポリティカル・エコノミーからのタブロイダイゼーションへの視線は一般的に批判的なものである。しかしながら筆者は、そこにどどまらず、それを踏まえた上で「タブロイダイゼーション」の光と影を、より詳しく分析したい。確かにタブロイダイゼーションは民主主義社会の公共財としてのジャーナリズムの質を貶める否定的な側面があるが、その一

方でポジティブな面もあることが指摘されている。あるいはタブロイド化とは自由主義社会においては不可避免的な産物であり、その存在を否定することは何ものをももたらさない、とも主張されている。このようなタブロイド化の両局面についての議論を詳しく検討してみたい。これが第四番目の論点である。この論点は、とりわけ「大衆」の概念の解釈にかかっている。ゆえに初めに「大衆」への批判的視点、次に「大衆＝女性」という考え方、そして最後に「大衆」のポテンシャルという点にそれぞれ焦点を定めて順に議論を進めていきたい。

以上の4点を総合して、タブロイド化という現象を多角的に分析し、今日の〈マスメディア・ジャーナリズム〉が直面している様々な問題に光を当て、タブロイド化がジャーナリズムのダイナミズムを示すひとつの指標となっていること、そしてそこから筆者の本論における「ジャーナリズムの核心はマスメディアの周縁に宿る」というテーゼへとつなげてみたい。

(2) 「タブロイドなるもの」のあいまいさと多義性

「タブロイド」という言葉は、プリント・メディアの一カテゴリーを指す言葉である。また、近年では映像メディアの分野においても、この「タブロイド」という言葉が使われ始めている。「タブロイドTV³」などの使われ方はその例であろう。日本であれば、タブロイドとは、街頭売りのスポーツ紙や夕刊紙などがプリントメディアのタブロイドの典型的な例である。英国、ドイツ、米国などにもそれぞれに同列のタブロイド紙が存在しており、それはある共通の認識の下に理解されている。たとえば内容的にヒューマン・インタレストが多く、人物描写中心である、センセーショナリズム、スキャンダルリズム、そしてセックスや犯罪報道が多い、などがその特徴として挙げられよう。タブロイド紙はまた、一般的にサイズが小さく、見出し活字やヘッドラインが大きく、写真やカラーを多用しているという外見的な特徴も持ち合わせている⁴。

そして通常、タブロイドとは、一般紙、高級紙のスタンダードに到達しない「墮落した」ジャーナリズムである、とも理解されてきた。「高級紙や公共放送が公共の役割を認識せず、それを果さなければ、いつかはそれらもタブロイドに成り下がっていく」という言説はそのことを言い表しているだろう。新聞の正統とは高級紙で、タブロイドはそこから派生した亜流、あるいは邪道であり、ジャーナリズムが「あきらめ」を宣言したときに生まれるその衰残形態であると一般的には考えられている。

しかしながら、タブロイド紙とその他のプリント・ジャーナリズムとの間の線引きは、我々がこうして通念として考えているほど容易であろうか。ジャーナリズムが「公共的任務」を担っているという理念からすれば、発行部数が少なく、社会の一握りのエリートだけに流通するいわゆる欧米高級紙が「本流ジャーナリズム」、あるいは「ジャーナリズム

の鏡」だと言いきって良いものだろうか。

米国のメディア学者、S.E.バードは、タブロイドと一般紙とは内容的にいかに異なるか、そうでないかを詳しく分析している。彼女はとくに双方の報道を、客観性、信頼性、情報性の3つの観点をもとに分析を行った (Bird 1990: 377ff)。その結果、多くの場合、タブロイド紙と一般紙あるいは高級紙との差はかなり微妙であり、むしろそれら両方は「ジャーナリズム」の一般的ルールに従って製作されている点において非常に連続性のあるものであることを発見した。

バードによると、まず客観性については、米国の場合、ニュースソースを提示して記者が記事の「正確さ」を期しているという点では、高級紙もタブロイド紙も変わりはないという。それどころか、その点ではタブロイドに書かれていることのほとんどは、ソースの提示という点において非常に正確であり、また取材記録についても厳格に残す習慣が確立されているという。むしろ高級紙ほど、そのような点は各ジャーナリストの自由裁量に任されている傾向にあるという⁵ (Bird 1990: 378-379)。近年では、企業にとって高額なコスト負担を招きかねない訴訟を回避するために、タブロイド紙のレポーターリングにおいて、とりわけ正確さ、ニュース源による証拠と裏付けの基準は、ますます厳しくなっている。それは米国だけでなく、たとえば英国の代表的タブロイド紙『サン』も、1993年5月にジャーナリストに向けて発表した行動綱領の第一条は「正確さを期すこと」であった⁶ (Engel 1997: 303f)。バードは調査結果を下に、タブロイドの問題とは、正確さの不在というよりはむしろストーリーにバランス性が欠けており、取材対象外の人々の見解やその他の可能性などについて触れていないところにあると指摘している。またタブロイドでは、ジャーナリストからの質問が偏向しており、ストーリーのアングルは最初から固定され、既存のものの見方を再生産する記事が多い。しかしこれらについても、程度の問題であり、ニュースの偏りや固定観念による報道姿勢は一般紙、あるいは高級紙においても散見される傾向である。

バードはまた、取材源の信憑性についても、高級紙とタブロイドの間に大きな相違は見られないことを例示している。タブロイドは楽しめるストーリーに優先順位が付けられており、ニュースのバランスを考えないという点は見られる。ところがそれだからと言って、タブロイドの取材源の方が高級紙の取材源より信憑性がない、という結論は必ずしも出せない (Bird 1990: 384)。調査結果によれば、科学的発明に関する内容、健康へのアドバイスなどの分野において、タブロイド紙は高級紙に劣らぬ正確さ、信憑性、情報性を持っていることが実証されている。そのようなアドバイスは、実生活に密着した一般市民の目線で書かれているという点でむしろ評価できる部分があるという。そして何よりも、タブロイド紙がニュース源として最も頻繁に利用するのは、まさに主流/高級メディアそのものであるということも調査結果として付け加えられていた (Bird 1990: 385)。

タブロイド紙の内容はまた、エンタテインメント性を重視しており、その偏向がこれまで常に問題にされてきた。しかし、「情報性とエンタテインメント性」においても、その境界線は必ずしも明瞭ではない。1960年代において、ケネディ大統領の女性問題は主流メディアによって全く取り上げられなかった。一方タブロイド紙はそれを、暗殺後まもなくニュースとして扱った (Bird 1990: 385)。翻って1990年代、クリントン大統領の女性問題は、全米メディアの政治報道のメインイシューとして繰り返し報道された。そこには時代的社会的背景の忖意性が働いており、個別の報道内容をエンタテインメントであるか、情報であるか、という具合に仕分けすることは意外に難しい。以上のようなバードの見解を総合すると、高級紙とタブロイド紙とは互いに「同列のストーリーテリングの連続性」 (Bird 1990: 386) の中にあると言える。

新聞社内の人々がタブロイドをあれほどまでに嫌う理由のひとつには、それが「本物」の新聞と彼らとの間に、自分たちが望むほど簡単に境界線が引けないということにあるのではないだろうか。タブロイドは、一般紙と競合するかどうかという問題の他に、その存在そのものがジャーナリストたちを不快にし、問題を顕在化させる原因なのである。(Bird 1990: 386)

バードの「タブロイド」についての以上のような分析は、米国における高級紙（たとえば *New York Times* や *Wall Street Journal*、*Washington Post* など）と週刊で発行されている、いわゆる米国独特の「スーパーマーケット・タブロイド」との比較に基づくものである。しかしながら、国際的に見ると米国のタブロイド紙は例外的な事例である。すなわち米国では、タブロイド紙は週刊であり、従って日刊の一般紙とは内容も販売経路も異なるため、一般的に日刊新聞とは「別もの」であり競合しないものと理解されている。バードの分析—つまりこの2つが連続性を持つという指摘—は、米国のスーパーマーケット・タブロイドが「ジャーナリズム」というカテゴリーに編入されていない外部のものであると一般的に理解されているがゆえに、意外性を持った際立つ知見となるのであろう。

ところが欧州では、多くの場合、タブロイドはジャーナリズム内部の問題として扱われている。つまり欧州ではタブロイドが日刊であり、その速報性、アジェンダの取り上げ方は近似しており、両者は直接競合することが問題にされてきた。

そのような背景を踏まえて、英国の研究者 D.ルーニーは、英国の「タブロイド」はジャーナリズムのカテゴリーに属するのではなく、それはライフスタイル・マガジンなどのような娯楽雑誌と同列のものと考えるべきである、というテーゼを提出している。

『ミラー』や『サン』は、もはや“新聞”と見なされるべきではない。我々

はそれらが労働者文化内部で持つ重要性を説明する別の新しい方法を見出さなければならぬ。そのような方法を見出すためには、タブロイド新聞とはシリアスな新聞ではなく、レジャー雑誌などにより共通性を持つことを確認しなければならないだろう。(Rooney 2000: 107)

ルーニーの見解は、先のバードのそれとは一見すると対照的である。しかしながら、それは、タブロイド・ジャーナリズムというものがそれぞれの文化的コンテクストに置かれて論じられているためであろう。そのことは、タブロイドが本質的に定義されにくいことの証左であると受け取ることができる。

タブロイドの本質が定義し難い点に関して、次にひとつの歴史的な事例を挙げてみよう。「タブロイドは、新聞ではない」—このような言説は実は米国においても一時期高まっていたのだった。それはイエロー・ジャーナリズムの台頭期である。米国都市部では 1880 年代までには、政党新聞および政論新聞が衰退し、ペニー・ペーパーという大衆報道新聞が主流となっていた。ところが当時主流であったペニー・ペーパー『サン』『ヘラルド』『タイムズ』などは、やがてイエロー・ジャーナリズムと呼ばれるセンセーショナルな新聞によって市場での優位性を脅かされることになった。1888 年、J.ピューリッツァーが『ニューヨーク・ワールド』を買収。続いて 1895 年には W.R.ハーストが『ニューヨーク・ジャーナル』を買収。周知のとおり、イエロー・ジャーナリズムはこの両者の競争によって、その火蓋が切って落とされた。両紙は激しい読者獲得競争を繰り広げ、それがまさに直接的に内容に反映された。たとえば、後進のハーストは、「ピューリッツァーが徳を持って踏みとどまっていた部分を次々とニュース化していった。」(Mindich 1998: 129) と言われるように、両者は互いを扇動し合い、手段を選ばないセンセーショナルな新聞は留まるところを知らぬかのようにエスカレートし、ジャーナリズムの内容を変貌させていった。こうして両紙を初めとするイエロー・ジャーナリズムの影響は社会的問題にまで発展した。

そこで当時の『タイムズ』などの「伝統的」な新聞は、イエロー・ジャーナリズムとの差別化をすることによって自分たちの市場の地位を確保しようとした。そして、自分たちは真実性と客観性を持つ「正当なエリート新聞」であることを強調した。「エリート新聞側は、イエロー・ジャーナリズムを異端であり、女性的であり、野蛮であると決め付けた。(…) エリート側は、まずイエロー・ジャーナリズムをアウトサイダーで“気違いじみたもの”として排除することによって、自らを定義づけていったのだった」(Mindich 1998: 130)。

しかし当時のタブロイドダイゼーションの議論を検証していくと、それは新旧交代における各世代ごとに繰り返される「永遠に再発する議論」(Tulloch 2000: 133) であることが明らかになってくる。この点についてシュッドソンは以下のように述べる。

この両者（高級文化と大衆文化：筆者注）の区別はどこにあるのか。「芸術」は大衆文化より優れていると主張する根拠を私たちは見出すことができるのであろうか。高級な文化の趣味は教育を受けた富裕な階層にほぼ一様に結びついているのにたいし、大衆文化の趣味は下層階級と結びついているため、この問題は社会学的な興味をひく。しかもさまざまな階級の人たちの趣味はある期間をとると互いに差異があるが、それも時とともに変化していく。アメリカでは南北戦争の頃までは、もっとも教養の高い人たちは文芸作品を、またジャーナリズムについてさえも、平明さよりも華麗さを、率直さよりも大げさな表現を好んだ。「情報」型のジャーナリズムは、経済的、社会的エリートによって提唱された 1900 年には高く評価されるようになったが、ペニー・プレスが当時のエリート層に挑戦して情報型への第一歩を踏み出した 1835 年には、悪しざまにいられていたのである。（シュッドソン 1991＝1995: 186）

結局、イエロー・ジャーナリズム、そしてタブロイドという言葉は、ジャーナリズムの世界において、多くは主流ジャーナリズムとの相関性において議論されてきたことが伺える。つまり高級紙が存在しているからこそタブロイド新聞が生まれる。あるいは社会の大衆化、プレス自由化が発達していく中で、「高級紙」がみずからを「高級紙」と見なすためには、「タブロイド」が必要になっていった、とさえ言えよう。

米国という一文化圏内においてさえ、「タブロイド」であることが時代背景とともにその意味合いを変化させてきた。今日、欧米圏を越えて存在するタブロイド紙を世界的に横断して考えるならば、なおさらのこと、それには、各文化ごとの理解があり、異なった位置づけをされていることが確認される。つまりタブロイドの位置づけとはまさに、ジャーナリズムがその国、あるいはその時代の「精神風景を反映するもの」（門奈 1993: 49）であることと連関しているのである。

たとえば社会主義が崩壊したハンガリーにおいては、マスメディアが社会主義の体制から自由主義の体制へと移行したことによって、タブロイド紙が出現した。そのためにマスメディアのタブロイド化を懸念する向きがある。しかしその一方で、旧社会主義国にとってタブロイド化は西側型先進工業諸国とは異なった意味をも持つ。つまりハンガリーにおいてタブロイドは、それまで高度に政治的に利用されてきた社会主義的メディアのイメージを修正する機能を持っており、ゆえにその社会的意義は必ずしも否定的なものとして受け取られていない（Gulyás 2000: 125）。また、日本においても、大衆あるいは大衆文化について、欧米とはやや異なった受け止め方がある（Hayashi 1999: 106ff）。そのため、

日本でのコンテキストにおけるタブロイド化は、他の文化圏とはまた異なった意義付けの下に進行しているように筆者には思われる。その点について、筆者は日本の新聞の家庭面（欄）を取り上げて日本の新聞のタブロイド性とタブロイド化について考察した。それは、第IV部第2章の家庭面の事例研究として詳しく論じる。

各時代、各文化が見なすタブロイドとは何か？なぜ、そしてどのような社会的あるいは文化的条件の下でジャーナリズムの一部にタブロイドが産み落とされ、それがタブロイドと見なされるのか？これらの問題はジャーナリズムとは何か、その公共的役割はどうあるべきかという直球的な問いに比べ、正統派ジャーナリズム研究では影になってきた部分である。しかし影は光があってこそ存在する。ジャーナリズムのプロフィールを考察するとき、タブロイドの研究はジャーナリズム研究の外側を固める重要な一角として位置づけられるべきではないだろうか。

筆者は、ゆえにタブロイドについて以下のように考える。すなわちタブロイドとは様々な新聞のジャンルがある中で、ジャーナリズム活動の凋落傾向を示すカテゴリーではない。「タブロイドなるもの」自体の現われ方が各文化ごと、あるいは各時代ごとに流動的であることを考えれば、それはジャーナリズム、ひいては文化の構造的ダイナミズムを示す、ひとつの稜線であり指標ではないだろうか。

従って本論においては、タブロイドなるものに肯定的にせよ、否定的にせよ価値評価を与えることをひとまず差し控える。そのことはしかし、タブロイド報道がスキャンダルリズムとセンセーショナリズムの温床であり、個別事例における報道被害の事例を否定することではない。しかしながら本論は、タブロイドダイゼーションというプロセスへの評価を善悪の視点に限定せず、タブロイド化がいかなる利害関係とポリティクスの下に生まれ、進行してきたかということに重点をおいて検討していきたい。また、本論では主に新聞のタブロイド化について検討するが、このようなタブロイドダイゼーションへの構造的視点は、内容的墮落よりも番組編成がタブロイド化と結び付けて考えられるテレビにおいて、とりわけ有効な視点を提供すると思われる⁷。

ところで、タブロイドとは文化的、歴史的条件に左右される相対的な概念であることが明らかにはなったものの、タブロイドという言葉が指し示す、何らかの通底する認識があることは確かである。それは何か。その点について検討していく必要がある。そのためにまずタブロイドが生まれた歴史的背景を探ってみたい。「タブロイドなるもの」は、その他のジャーナリズム、つまり「タブロイドではないもの」からいかに分別されて発達してきたか、を概観してみよう。

（3）「タブロイド紙」の誕生とジャーナリズムの制度化

本節では、タブロイド紙がジャーナリズムの制度化の中でいかに誕生し、位置づけられ、

発達してきたかを、主にジャーナリズム発祥の地とされる英国の歴史から概観する。またそこから「タブロイドなるもの」は近代のジャーナリズムの歴史においていかなる機能を果してきたのかという点について歴史的考察を試みる。

(3-1) 19 世紀の英国におけるプロレタリア公共圏とジャーナリズム

英国において、あるいはその他多くの先進諸国において、タブロイドとは労働者階級、および社会の中・下層階級のための出版物である、と見なされている。そのことはこれまで、読者の収入や教育程度など様々な比較調査の下で裏付けられてきた。では、この「タブロイドの読者」＝「労働者階級」という構図は、いかなる社会的条件の下で成立したのだろうか。その点を英国の事例をとって見てみよう。

英国では 1695 年に特許検閲法が議会によってその更新を拒否されて廃止され、事実上新聞の発行許可制度や事前検閲制度が消滅した。それによって、近代的な新聞の自由の原則が最も早く確立した国であると言える（内川 1995: 50）。しかしながらその後 1712 年には、以降約 150 年もの間効力を持ち続けた「知識への課税 (Taxes on Knowledge)」が敷かれ、「新聞」メディアを一般人へと普及させることを阻んだ。この税制によって、出版物に新聞印紙税 (Newspaper Stamp Duty)、パンフレット税 (Pamphlet Duty)、広告税 (Advertisement Duty)、用紙物品税 (Excise Duty) が課されたため、正規に流通されていた新聞は普通の人々にはほとんど手の届かないものだった。つまり当時、新聞という媒体は、英国の人口におけるごく限られた層、つまりエリート知識人や金持ちのためのものであった。

しかしその一方で、産業革命を経た英国は、都市部において労働者階級が勃興していく時代を迎えており、リテラシーの発達もめざましかった⁸。ゆえに、当然のことながら、税を逃れてアンダーグラウンドで発行される出版物が「文字への欲求」を持つ労働者たちの要望に応じて 18 世紀の終わりごろから 19 世紀にかけて次々と誕生していった。これらは「無印紙新聞 (Unstamped)」と呼ばれ、その名のとおり政府許可のスタンプが押されていない、つまり非合法の急進的言論新聞であった。反対に合法的な新聞には、新聞の右上上のページに赤いスタンプ⁹が押されていた。

労働者階級のリーダーたちによって発行されたこの無印紙新聞は、周縁的でオルターナティブな零細出版物から、短期間のうちに当時のメディア市場全体の多数派、つまり「主流」へと急成長した¹⁰。というのも、それらは職業横断的な「労働者階級」に強い支持を受け、1830 年代にはその発行部数が合法的な新聞のそれを難なく越えていたのだった。とりわけそれらの新聞一部あたりの潜在的読者数は発行部数の 20 あるいは 30 倍に上ることが予想されるため、その社会での政治的インパクトは大きかった。当時、無印紙新聞は非合法的なネットワークによって配布網が確保されており、また工場・職工学校・読書

クラブ・コーヒーハウスあるいはタバーンでは回し読みされ、また大声で読み上げられていた（村上 1995: 82）¹¹。このようなめざましいアンダーグラウンド新聞の存在、そしてそれ以上に、新聞を中心とした労働者のネットワークの発達を眼前にして、当時の支配層は大いなる危機感を持った。当然、支配者層はその取り締まりに乗り出し、急進派ジャーナリストたちを投獄し、多くの新聞を廃刊に追い込んだ。しかし弾圧を受けても、こうしたジャーナリストたちはしばらく潜伏した後、再び復活して新たな題号の新聞を創刊した。しばらくは政府の取り締まりと新聞発行者たちとの間の「いたちごっこ」が続いた。

非合法的無印紙新聞の発行者たちは、ジャーナリストであるというより、労働者側政治グループを支援したり、集会を開いたり、あるいは直接政治運動にも関与しているアクティヴィストたちであった。一部では集会だけにとどまらず、労働者のための政治結社結成のイニシャチブをとった。彼らは革命を志向し、それに向けて労働者階級の啓発指導も行った。彼らの当面の目標は、「知識への課税」という非民主的税制の撤廃だった。その他新聞では複雑な政治的出来事を解説したり、各種出版物などを読者に知らせたり、読者のディベート欄を大きくとって意見を戦わせる場などをも提供した。それは、当時のいわゆる「プロレタリア公共圏」の原動力たる機能を果たしていた。その傾向は 1830 年代にひとつのピークに達した（Curran 1997: 19-20; Chalaby 1998: 26ff; 村上 1995: 87）。

さらに無印紙新聞とは、単に労働者階級内部の議論の場であったというだけでなく、より広い社会においてそれ以外の他者たちに「労働者」という存在を知らしめた。またそのことが労働者側にも自覚を促し、「ブルジョア階級」とは一線を画した階級意識とアイデンティティを凝固させていった。英国 19 世紀の無印紙新聞のパブリック性について研究をした J.チャラビーは「このような新聞がなければ当時の英国の労働者運動はナショナルなレベルにまで高まっていかなかっただろう」と結論付けている（Chalaby 1998: 27）。

ところで、そのような非合法新聞を中心として形成されていた当時の「プロレタリア公共圏」の重要な機能のひとつには、民主主義的「啓蒙」があった。G.エリーによると、そうした出版物とは、下層の民衆に政治知識を授けて「市民（シティズン）」へと教育するだけでなく、またそれまで彼らの悲しみや怒りの典型的な表出手段であった暴動を止めさせ、感情を言葉に置き換えて鎮めることを教えた。非合法新聞とは、そのような言葉の表出の受け皿の機能を果たしていた。つまり、18 世紀後半の英国において民主主義が浸透していく過程とは、議会制度の改革、および議会外活動としてのアソシエーションの結成や労働運動の創設といった制度と組織の現象を指すだけでなく、「大衆」を「市民」へと教育した具体的なステップであった、という（Eley 1992: 329）¹²。そして、その啓蒙プログラムの中核をなしていたのが非合法の新聞ジャーナリズムであった。しかしながら、こうした労働者自身の手による「プロレタリア公共圏」内部に装備されていた啓蒙機能は、やがて外部の権力の手に移管されていった。資本家たちによる「プロレタリア公共圏」の

支配が始まったのだった。それが知識の課税の撤廃による「新聞の自由化」であった。

プロレタリア公共圏の崩壊は、「大衆社会」の始まりとも一致する。H.アーレントは、労働者が社会のアウトサイダーではなく、社会の一員となることで「労働運動」が終焉したことを『人間の条件』で次のように論じている。

しばらくの間、この運動（労働運動：筆者注）は、少なくともこの運動の範囲内で、新しい政治的基準をもつ新しい公的空間を創設するのに成功したかのように見えた。しかし、その場合、このような企てを促す源泉となったのは、労働ではなかった。つまり労働の活動力そのものでもなければ、逆に生命の必要を断ち切ろうとする常にユートピア的な反乱でもなかった。そうではなく、その源泉となったのは、実に、不正や偽善にたいする抗議であった。ところが、今や、この種の不正や偽善は、階級社会が大衆社会に変わり、日給や週給が保証つきの年給に変わるにつれて消滅したのである。（アーレント 1958=1994: 347)

19 世紀英国のプロレタリア公共圏は、かくのごとく「知識への課税」という不正と偽善が撤廃されることによって、逆にその政治的存在理由を失い、衰退していった (Chalaby 1998: 13)。そして、「知識」や「情報」が理論上特権ではなくなくなり、一般読者市場が開設されてそこに「大衆」が吸収されると、新聞市場の様相は変容し、大衆にとっての新聞の意味合いも変化していった。つまり、大衆は議論する「公衆」から情報を受ける「読者」へと変化していったのである。非合法新聞発行者たちが切願していた「知識への課税」の撤廃が実現したとたん、それらの新聞の役割は消滅し、やがて閉鎖を余儀なくされた。そして、このパラドックスから「タブロイド」が誕生していくのは、その後まもなくのことである。

(3-2) 「自由な近代ジャーナリズム」のイデオロギーとタブロイドの誕生

英国では 19 世紀後半に「知識への課税」が完全に撤廃された。そのことによって、出版者たちは諸課税を免れ、表現の自由が保障され、いよいよ「近代の報道新聞」の誕生、そして「権力から自由なジャーナリズム」が完成した…のだろうか。いや、この通説は、注意を要する。我々はまず、イギリス政府と議会はいかなる理由から「知識への課税」を廃止したのか、を問わなければならないだろう。

英国のメディア研究者 J.カランは、英国のプレスとプレスの自由の歴史について以下のように述べている。

ほとんどの人は（…）近代においてプレスが‘公権力からポピュラーの手へ渡った’という伝統的な知識に疑義をはさまない。さらにもっと疑われていないのは、‘政治的自由の拡大’に‘プレスの進歩’が中心的役割を果たしていたとするホイッグ側が提出するプレスの歴史の中心テーゼである。

(Curran 1997: 9)

カランはそのようなプレスの歴史の見方へのラディカルな修正見解を提出している。では、カランが論じる当時の課税撤廃/強化議論の様子とはどのようなものか、を見てみよう。

カランは、当時 18 世紀の英国議会で「知識への課税」撤廃を主張する者たち、ならびに「知識への課税」を強化しようとする者たち、両者とも表向きには戦略が異なっているが、どちらも「社会をコントロールしようとする同じ目的を持ちつつ異なったアプローチ」であったことを述べている (Curran 1997, 23)。とくに税の撤廃派はこれまで通念として考えられている「近代自由主義が掲げるところである多様な言論の実現をめざすこと」とはかけはなれた発想を持っていたことを指摘している (Curran 1997, 27)。撤廃派の頭には、税を廃止すれば、労働者自身ではなく彼らより“2、3 段上の階層”がジャーナリストとなって記事を書く契機が与えられ、それを読む労働者の思想も、もう少し「まし」で穏健なものになるのではないかという目論みがあった。そして労働者の間に資本家の新聞が普及すれば、労働者たちはより「妥当で穏健な」政治情報を享受し、教育が施され、それによって社会の秩序に従うようになることも主張されていた。つまり、「知識への課税」を撤廃すれば、労働運動は沈静の方向に向い、やがて政治的ラディカリズムは一掃されることへとつながるだろうというのが、課税撤廃論者の主張の理由であった (Curran 1997: 25-26)。しかしながら、他方では 19 世紀前半ごろまでは、急進的な労働者を言論界から排除するために課税制度維持および強化の意見も社会の上層部には根強くあった。

ところが、課税撤廃論者の意見は、19 世紀の半ばになると、抽象化され、洗練されていく。当時の近代自由主義思想の急速な普及の中で主張された意見とは、そのアナロジーとして「表現の自由は課税されてはならない」「オープンなディベートの中では真実が勝つ」「フェアな競争があれば良い発行物は悪いものを駆逐する」あるいは「真実は自由な思想市場が機能することによってのみ立ち現れる」というようなものであった。「こうした主張は今日見られるプレスの自由の主張と一見似通ってはいるが、当時彼らの間にはプレスの自由と社会のコントロールという 2 つの概念の間に緊張関係が存在するという点についての認識はほとんどなかった。」(Curran 1997: 24)「自由なプレス」とは、あくまでも社会の安寧秩序のためにめざされていたのだった。

1850 年代に入るとラディカルな労働運動ならびに非合法新聞も少しずつ下火になる兆

候を見せ始め、課税強化論の主張は、その大義を失っていった。つまり時代は課税撤廃論により説得力を持たせ、ついには 1861 年までに「知識への課税」が完全撤廃された。やがて労働者運動も求心力を失い、労働階級は資本家によって発行される「新聞」を読むようになっていった。その新聞とは今日の「大衆紙」、つまりタブロイドであった。このような流れによって恩恵を被ったのは結果的に政府側、体制側、そして何よりもビクトリア王朝時代に台頭しつつあった中産階級だった (Curran 1997: 26)。

我々はこのカランによる、英国の労働運動側から光を当てたプレス史の歴史を見ると、民主主義の根幹である「言論の自由」という思想が、「知性の勝利」が生み出したもの、あるいはイデオロギーとは無縁の無菌室から培養されたもの、などではなかったことに気づかされる。それは支配者側と労働者側のコンフリクトの末、様々な政治的思惑とかけひきと利害関係の下に生まれたイデオロギー性をはらむ思想として誕生したのだった。そして 18 世紀から支配者側の言論フォーラムを継承して生き延びてきた今日の高級紙の原型とは、利害なき「知性の広場」というよりは、ラディカルな労働者による非合法新聞の側から見れば「ブルジョア層のプロパガンダを推進するエンジン」(Curran 1991: 40) と映っていたものであったことを我々は認識しなければならないだろう。

新聞への課税措置が完全撤廃されてからは、英国では資本家によるおびただしい数の地方新聞が興され、新聞の英国民への普及率は大幅に上昇した。そして非合法新聞のかわりに労働階級を対象にした廉価な大衆紙が登場していった¹³。また、課税措置の下で合法的であった新聞の一部は、「高級紙」として生き残った。『ザ・タイムズ』はその例である。

これがつまり英国で今日も見られる新聞市場の二極分解「高級紙 対 大衆紙」の始まりであり、と同時に「プロレタリア公共圏」の崩壊でもあった。つまり、「知識への課税」が取り払われると、新聞市場では労働者階級を含めた膨大な読者マーケットが眼前に広がり、それは「自由市場」となり、新聞経営者たちが「平等に」シェアを争う場となった。

「知識への課税」が全面撤廃されてまだ 20 年も経たない 1880 年代には、新聞題号数は課税時代より 3 倍にも膨れ上がった。そのことは当然ながら供給過剰市場を生み出し、新聞が「競争」から「生き残り」をかけて戦う時代の幕開けを意味した。そして生産コストをいかに押さえ、いかにうまくマーケティングをして効率よく利潤を生み出していくかという商品生産のロジックが、新聞社の最重要課題となっていく。日刊新聞は、英国の産業史の中でも最も初期の大量生産商品のひとつとなり、さっそく価格競争が開始されていた (Chalaby 1995: 40) ¹⁴。

価格競争について行けない小さな新聞社は次第に淘汰され、やがて一握りの新聞社が市場を寡占する「新聞市場の集中化」が到来。20 世紀初頭には、新聞王と呼ばれる「新聞経営の達人」たちが登場した。その代表的な 4 人とは、『デイリー・メール』発行者のアルフレッド・G・W・ハムスワース (後にノースクリフ卿と改名)、『デイリー・クリア

ー』『ウエストミンスター・ガゼット』発行者のジョージ・ニューネス、『デイリー・テレグラフ』発行者のキャムローズ卿、『デイリー・エクスプレス』発行者のアーサー・パーソンである。彼らは、確かにビジネスの才覚が傑出していた新聞産業史上の成功者たちであったが、しかしそれ以上に新聞産業が資本主義、ならびに種々の技術革新（とくに写真や印刷技術）と交叉した時代の落し子であり、歴史的な帰結物であった（Chalaby 1995: 53）。この4人は、それまでの新聞発行者とは一線を画し、新聞を事業として展開するために積極的に写真などの技術革新を取り入れ、資本投入を繰り返し、それに見合った利潤を引き出しては、さらなる事業の拡大を図った。4人は共通して、読者を異なったターゲットごとに分割して、それに適した題号をいくつかに分けて発行、所有して経営の多角化する手法でもってニュース・エンパイアーを築いていった。第一次世界大戦後には、それらはプレス・コングロマリットとして一層強固な地盤を築いていった。新聞産業とは印刷や配達など多くの資本とコストを必要とする資本集約的な産業である。19世紀後半から20世紀の前半にかけては、新聞経営者の間にその認識が一層高まり、ひとりでも多くの大衆を取り込み、効率的な組織を作り、利潤を上げることができるかということが企業の究極的課題となった（Chalaby 1995: 53）。

新聞市場の自由化とは、英国の新聞においては特定の政党や信条を支持する立場を薄め、脱政治化を進める道だった。18世紀の前半に労働階級のアイデンティティを形成し、ラディカルなプロレタリア公共圏を創造した無印紙新聞のような新聞ジャーナリズムは、その後再び蘇生されることはなかった。1912年ごろから労働者階級が自分たちの大衆紙制作を企画し始めたが、そのときは既に「新聞王」たちの大衆紙が地固めをした後であり、そのため広告収入が潤沢に入らず、それらの試みは失敗に終わったのだった（Curran, 1997, 32ff）¹⁵。その後英国のプレスにおいてはたとえラディカルな社会運動が復活しても、それに伴ってラディカルなジャーナリズムが再興されることはなかった。そしてプレスは全体的に現実のパブリック・オピニオンよりもずっと保守的になった。それはプレスの産業構造に起因しているとカランは結論する。

ナショナルな大衆ジャーナリズムを支配していたラディカル・プレスが永遠に姿を消したのは、プレス産業の構造的変動によるものである。プレスの産業化とそれに伴う出版コストの上昇は、ポピュラー・プレスの所有と実権を労働者階級から豊かなビジネスマンへと明け渡すことになった。そして広告収入への依存が、初期のラディカル・プレスを吸収あるいは抹消していくことにもつながった。（Curran 1997: 41）

以上のように、英国の新聞史を見ると 18 世紀中葉まで政治と市民を結ぶフォーラム

の役割を果たした活字「ジャーナリズム」は、18 世紀後半を過ぎると、そのような言論運動からは独立した空間を形成していく。それは市場における経済的自由主義原理に支配された、別の機能と論理を持つ「マスメディア」というシステムとなっていった。タブロイド紙とはそのシステム内で結実した自由主義社会の尖鋭的出版物だった。

(4) メディアの商品化とタブロイド化

これまではタブロイド紙とは何か、について、とくに英国におけるその歴史的誕生の背景を検討してきた。タブロイドとは、それが持つ娯楽性やスキャンダル性、あるいはセンセーショナリズムという表面的特性以上に、近代ジャーナリズム成立時のイデオロギーが構造的に凝縮され、実体化されて発展した文化的現象である、と見なすことができる。

近代化と産業化の帰結として生まれたジャーナリズムの形態であるタブロイド。そこで今度は「タブロイド化」について考えてみたい。それは、どのような現象として分析すればよいだろうか。

本節では、タブロイド化というプロセスとダイナミズムを、メディアの商品化 (commodification) の観点から説明する。筆者は、タブロイド化とはまさにメディアの商品化のプロセスである、と考えている。そして商品化の概念によってこそ、タブロイド化の過程が分析的に検討できると考える。

ポリティカル・エコノミーの視点でコミュニケーションを分析する V.モスコは、まずメディアの「商品化」をメディアの「商業化 (commercialization)」から峻別している。すなわちメディアの「商業化」とは、とくに受け手とスポンサー (広告主) との関係を作り出していくプロセス (たとえば国営および公共放送の商業化、あるいは全体的傾向としての商業放送の台頭、など) を指すのに対し¹⁶、商品化というプロセスはより広く、資本主義社会の中でマスコミュニケーションが生産されるプロセスのあり方全体に関連するものであり、たとえばそれは送り手側の労働の商品化や、メディアの内容の商品化、さらには受け手の商品化までを指すと論じている (Mosco 1996: 144ff)。

では商品化の語幹となっている「商品」とはどういうことか。K.マルクスの『経済学批判』からその定義を引いてみる。

商品は、商品としては直接に使用価値と交換価値との統一である。同時にそれは、他の諸商品に対する関係だけで商品である。諸商品相互の現実的關係は、それらの交換過程である。(マルクス 1895=1953: 44; 強調は原典より)

つまり、商品とは市場に提出され、交換されることによって商品となる。そしてその

際、商品が本来持つ使用価値（たとえばパンであれば、空腹を充たすため、など）は交換の手段となる。一方、ある商品の所有者にとっては、商品は交換価値としてだけ使用価値なのであり（パン屋はパンが売れることがパンの使用価値である）、商品が使用価値として自己を実現するためには、まず市場で交換されなければならない（パンを食べたい人へと交換されなければならない）ことから、交換価値として自己を実現しなければならないことになる。以上の「商品」の定義から「商品化（commodification）」の定義とは、次のように導かれる。

商品化（commodification）とは、利用価値（use value）が交換価値（exchange value）へと転換されるプロセスである。（Mosco 1996: 141）

つまり「商品化」されるということは、プロダクトの価値が個人や社会のニーズに合うという観点で決定されるのではなく、市場における交換の際にいかに評価されるかで決定されることを指す。

そうであるから、「商品化」の概念をマスメディア産業の中で考えれば、マスメディアの商品とは市場において「交換される」べきものとなることを期待されて生産される。それはまず、視聴者や読者、あるいは広告主によって受け入れられてこそ初めてそこに「使用価値」が見出されることになる。マスメディアの交換価値が決定されるのは、まず何よりも「市場」においてであり、そこにメディアの商品化が実現する。そして、もしその「メディア商品」が視聴者や読者、広告主に受け入れられなかったとすれば、マスメディア企業が「商品」としての番組や新聞に注いだ労働時間やその他の製作コストなどは全く無価値なものとなる。そのことから産業としてのマスメディアは、なるべくより広く市場に受け入れられることを狙ってテーマを決める傾向を強める。さらに「商品」として市場での交換が目的化されるとき、それは利益のマージンを最大化するために、労働や原材料のコストをなるべく低くし、生産力（技術）を合理化することが同時に図られることになる。

マスメディアの商品化というプロセスをタブロイダイゼーションにあてはめて考慮すると、メディアの内容の娯楽化、平準化以上の側面が浮かび上がってくる。つまりタブロイダイゼーションとは、通念的に考えられるように、マスメディアが商品化されることによって、娯楽化やセンセーショナリズム化が進行するという内容面の変化だけではない。すなわちそこには、ジャーナリストたちの労働が企業においていかに評価されるか、あるいはメディア企業の読者、視聴者に対する視線がどのようなものか、など、マスメディア・プロダクトが生産され、流通し、消費される過程全体が総合的に評価される視点が加わるのである。こうして「マスメディアの商品化＝タブロイダイゼーション」として把握すると、あるメディア企業が製作するメディア・プロダクトの内容が仮にセンセーショナリズ

ムやスキャンダリズムの著しい兆候が見られないとしても、企業内部においてジャーナリストの労働がプロフェッショナルとして評価されておらず、その労働力がいつでも代替可能な交換価値の観点のみから扱われ、また企業が読者に送る視線がマーケット・リサーチ的なものに限定されているとすれば、そのメディアはその時点でタブロイダイゼーションへのプロセスを踏み出している、とさえ言えることになる。表向きに「政治報道」の看板を掲げていても、企業の組織や経営方針が市場での交換価値を最優先されて構成され、その社会的利用価値を考える視点が少ないならば、その媒体のジャーナリズム性は薄らぎ、ある意味でそれは「タブロイド化している」と言うことができよう¹⁷。反対にメディア企業が読者とのインターアクションを重視し、また企業内のジャーナリストたちの職業的プライド、創造性、自発性、倫理を保護し、内部的自由を確保する努力を行っているとすれば、それは社会的利用価値、あるいは社会的責任を重視しているために「タブロイド度」のポテンシャルが低い、とも言うことができるだろう。

また、メディアの生産物は、商品化を通して、経済的価値に還元されるため、そこにある「平等性」を獲得する。つまり受け手側から見れば、市場に提出されたものならば、誰でもアクセスできるという近代の市場原理に従った平等性である。封建社会では多くの情報を入手するためには、社会的「特権」が前提条件となっていた。英国の「知識への課税」はその好例であろう。ところが近代社会においてメディアの商品化が進むことによって、情報を入手するために必要だった特権性は、ある意味で減少した。その意味ではメディアの商品化は受け手側から見ると両義的であり、自由社会を開拓するための必然的そして必要な帰結なのであることをここで再確認しておこう。しかしまた、こうした市場における平等性を確認しつつも、そうだからこそ、我々は市場に何が提出されているのかを、見極めなければならない。これまで多くの場合、そこには「近代的平等性」を隠れ蓑として、メディア産業やその支持者たちが自分たちを特権化するようなメディア商品を生産してきた。

タブロイダイゼーションの概念を「商品化」の観点からここでもう一度まとめてみよう。タブロイダイゼーションの概念をマスメディアの内容分析だけに還元してしまうと、それは歴史的、文化的背景の様々なパラメーターに左右されてしまい、研究の対象が定まりにくいばかりか、そのことがいはば「エリート主義的」視点に固定されてしまう危険にさえ陥る。タブロイダイゼーションとは「メディアの商品化」を表現する、象徴的な言葉として使用すれば、それはより有効なメディア批判および分析の言語としてパワーを得るのではないだろうか、と筆者は考えている。

タブロイダイゼーションをマスメディアの商品化という定義に引き付けて考えることによるもうひとつのメリットは、「タブロイド」と良き意味での〈ポピュラー・ジャーナリズム〉との峻別が可能であるということである。社会の様々な片隅にある、これまで光

が当てられてこなかった諸問題、その多くは「その他大勢」である一般の人々の日常生活において発見される。それらを地道に扱うジャーナリズム、そのような種類のジャーナリズム、それを〈ポピュラー・ジャーナリズム〉と呼ぶとすれば、それはまさしくセンセーショナルリズムを売り物とする商品化された「タブロイド」とは別のものである。そのような〈ポピュラー・ジャーナリズム〉の萌芽があるとすれば、その多くはマスメディアの周縁に棲息する、地味な存在であろう。あるいはマスメディアのメインストリームの媒体に存在していても、一面スクープや特ダネの後ろに隠れてしまって、目立たない地位に甘んじているかもしれない。しかし、〈ポピュラー・ジャーナリズム〉は、それが成功するとき、大衆から支持を受け、ときには社会を動かす大きな原動力へと発展し得る。「ポピュラー・メディア」という概念においても、それはこれまでむしろ現代社会の「マス」の一面的解釈の下、一括りにされてきた傾向にある。しかし、そこにも商品化されている「ポピュラー・メディア」とそうでないものの区別があるはずであろう。そのことは後に、事例として取り上げる日本の家庭面において再び検討することになる。

以上、「商品化」というプロセスをタブロイド化に投影して論じてきた。ここで、ポリティカル・エコノミーの視点がしばしば批判されるその「決定論」的、あるいは「本質主義」的側面について言及しておきたい。周知のごとく、「商品化という経済的下部構造がマスメディア文化という上部構造を規定する」局面を重視するポリティカル・エコノミーの理論的有効性はこれまでに幾度となく問われきた。

筆者は、資本主義社会のマスメディア・プロダクト全体が商品化のメカニズムによって決定され、タブロイド化のプロセスにある、とは考えていない。当然のことながら、マスメディアは「文化」のクリエイターという側面を持つため、「商品化」のメカニズムがマスメディア・プロダクトの上にあまねく影響を行使することは考え難い。しかし、メディアの「商品化」現象が「タブロイド化」という言葉で表現され、そのような現象が進行している傾向を否定することはもはやできないであろう。

しかし筆者はまた、この商品化、タブロイド化傾向が社会において単純に否定的作用のみしかもたらさないということを主張するものでもない。そこで次節からは、そのような商品化メカニズムの結果が、社会的に両義的な意義をもたらしていることについて検討していきたい。そのことはつまり、資本主義社会における「商品化」プロセスが、文化の領域にもたらす両義性と矛盾についてである、と換言できる。

(5) タブロイド化への批判

メディアのタブロイド化が危惧され、憂慮される理由は、受け手が「公衆」として機能するために必要な政治や経済、社会についての情報よりも、市場原理によって「ずさんで」「有害」かつ「低俗レベルの」情報が優先的に生産され、それを大衆がそれをそのま

ま受け取り、それらの情報に操作される状況を作るのではないか、ということである。

J.ハーバーマスは、19 世紀後半以降の社会的構造変動の中で公共圏が再封建化され、生活世界がシステムによって植民地化される過程を描出している。マスメディアのタブロイダイゼーションがもたらす病理とは、そのようなハーバーマスによって指摘される公共圏の構造変動の中で起こった一部であると言えよう。花田達朗は、ハーバーマスによる公共圏崩壊の議論を以下のように総括している。

今日では、文化を論議する公衆は文化を消費する公衆へと変わり、文芸的公共圏はマスメディアの作り出す消費文化的公共圏となって、小家族内部空間へ放流される社会的影響力の落下口となる。一方で新しく政治化された社会圏が登場してくるのに対して、逆に公共圏の方は脱政治化 (*Entpolitisierung*) される。それは政治的なものの発生する場が移動したことを意味している。公共圏は経済的にも政治的にも広告の機能を引き受けるようになり、そこでは公開性の原理の機能は操作的パブリシティのそれへと変容する。公共圏は行政機関や企業や団体や政党やマスメディアなどの諸組織の広報活動 (PR) によって造形され、「再封建化」 (*Refeudalisierung*) の様相を呈してくる。というのは、公共圏はそれに属する公衆によって批判が展開される場所ではなく、その公衆の面前で威信が展覧される宮廷となってしまったからである。公衆は同調的な「意見の空気」 (*Meinungsklima*) の中で拍手喝采する大衆となる。(花田 1995: 38-39)

つまりハーバーマスは、著書『公共性の構造転換』において、現代社会の公共圏の主要なアクターであるマスメディアが再封建化されることによって、「政治的なもの」が公共圏から駆逐されてしまい、その結果、現代社会の民主主義が脆弱化してしまった、と論じている。

また、P.ブルデューは、テレビを中心としたマス媒体がタブロイダイゼーション現象を強めていく今日の傾向について、近著において手厳しい批判を展開している。

報道機関やあるいは何らかの表現手段が、より広い範囲の公衆を捉えようとすればするほど、耳障りなこと、意見のわかれること、対立を引き起こすこと、こうしたことの全てが、そこから失われてしまうのです (….) ある新聞が普及の範囲を拡大すればするほど、それは何の問題も提起しない総花的な主題に向っていきます。受容者の認知カテゴリーに合うように、報道の対象を構成するのです。(ブルデュー 1996=2000: 78-79)

ハーバーマスやブルデューの議論における共通性は、現代のマスメディアにおいては、「政治的なもの」がますます行き場を失いつつある、という批判的視点であろう。現代社会における様々な社会的、政治的プロセスは複雑かつ不透明である。その不透明性の度合いは、官僚化、産業化、情報化、グローバル化、多元化などの現代社会に特徴的なダイナミズムによって益々濃厚になってきている。そのような我々の生きる社会において、タブロイドにお決まりの紋切り型の表現やキャッチフレーズ、あるいは個人の興味本位の描写、勧善懲悪的表現だけでは、社会の制度や構造に接近し、そこから問題提起へと切り込んでいくことは不可能である。そのような観点から見れば、真剣な、粘り強い調査に基づく、力強い政治ジャーナリズムは必要不可欠となるのであるが、それがマスメディアの商品化によって駆逐されるか、さもなくばマージナルな部分に追いやられている。つまり我々が社会の適切な情報を得て、主体的に民主主義社会を営むという行為は、タブロイド化の傾向によってますます困難な状態に陥っている、と言えよう。

以上のようなタブロイダイゼーションへの批判と危惧の声は、1970年代以降、特記されるべき一人の人物の存在によって一層高くなったことをここに付け加えておこう。その人物とは、ルパート・マードックである。彼は1969年に英国のタブロイド紙『サン』を買収し、その低迷する販売部数を伸ばそうと1970年に有名な「ページ・スリー・ガール」（女性のヌード写真）をスタートさせた。女性の裸体写真を新聞に掲載するという当時としては突拍子もないアイデアのおかげで、『サン』の販売部数は65万部から一挙に150万部程度までに跳ね上がった。その後、女性のヌードが世界的にタブロイド化のシンボルとなったことは、今日の日本のスポーツ紙、夕刊紙を見わたせば明らかであろう。

マードックはその後いくつかの低迷するタブロイド紙を買収し、『サン』の読者層を拡大していく。また、同紙はテレビ広告を含めた積極的なマーケティング戦略を次々と打ち出すことによって、1978年には400万部を突破し（McNair 1999: 169）、ライバル紙『ミラー』を難なく追い越した。マードックのその後の戦略は留まるところを知らず、彼のニューズ・インターナショナルは国際的メディア・コングロマリットに急成長して、今日世界のメディアの覇権を握りつつある。近年、こうした世界的なメディア・コングロマリットの形成はめざましい。コングロマリットの背後には、多くの場合、ナショナルなレベルにおいてタブロイド紙を発行したりタブロイド番組を制作し、国内メディアのタブロイド化によって成功を手にしたと言われる人物や企業がアクターとして潜んでいる。ドイツでは民間商業放送を所有するレオ・キルヒ・グループと大衆紙『ビルト』を所有するシュプリンガー・コンツェルン。日本では、フジ・サンケイグループ。その他米国ではウォルト・ディズニーなど。今日躍進する世界中のメディア・コンツェルンやコングロマリットは、プロダクトの内容の重点をビジュアル・インパクトに置く。映像重視の傾向は、新聞の論

説や調査の価値をますます低減させる。今後はグローバルに、メディアの特性を無視したビジュアル化が図られ、その内容はますます平準化、画一化、タブロイド化するのではないか—そのような強い懸念は、彼らの今日の動向から引き出された妥当な帰結であると言える。

(6) 女性の商品化とメディアの民主化

これまで、タブロイド化という現象は、多くの場合、「ジャーナリズムの女性化」と呼ばれる現象とのオーバーラップの中で議論されてきた。しかもそれは各論者によって、ポジティブ、ネガティブの両極端の意味が込められて論じられてきている。そのことは、タブロイドというものが社会においていかなる役割を果たしてきたか、に関係があるだろう。

タブロイドは、それが誕生した時代から女性とともにあった、と言っても過言ではなかろう。女性はその意志のあるなしにかかわらず、常にタブロイドの発達を助けてきた。言論活動が自由化され、新聞市場が大衆化される中でタブロイドが誕生したときに、大衆新聞市場はまず、それまで含まれていなかった女性を大衆読者として包摂していった。つまり近代の新聞ジャーナリズムの歴史において、「民主化とはまず、女性化であった」

(*democratization entails feminization*) (Holland 1998: 18) ことは留意すべき点であろう。つまりタブロイドはジャーナリズムの女性化の産物であり、すなわちそれは、ジャーナリズムが民主化されたという意味から捉えることができる。この意味でタブロイドはジャーナリズムの歴史、そして女性の歴史にポジティブな意義をもたらした。

たとえば英国において、タブロイドが誕生したとき、女性読者の開拓は新聞産業の成長の鍵を握る、重要な課題であった。1896年にノースクリフ卿は、『デイリー・メイル』紙を創刊したが、それは「お堅い政治をわきよせて、人間味のある報道を加え」(Engel 1997: 16)、大成功を収めた。『デイリー・メイル』はやがて第7ページ目を「デイリー・マガジン」と銘打って、そこに「女性の領域 (Women's Realm)」というコーナーを作った。当時都市部の郊外に増えつつあった中産階級の家庭婦人を狙って、家計やホームメイキング、献立に関する記事を掲載し、この戦略のおかげで同紙の売り上げ部数はさらに飛躍した。このような例は、明治時代に『報知新聞』が大新聞から小新聞へと転身した際、自身を「家庭新聞」と位置づけ、「他紙に先鞭をつけて婦人記者を採用して家庭記事の充実に努め」たという日本の事例においても確認できる(山本 1981: 101-105)。

『デイリー・メイル』の成功の秘訣は、読者獲得のために、ジャーナリズムの定義そのものを見直し、新たな「ニュース」の領域を作ったことであろう。それまでは家庭、すなわちドメスティックな場所は、新聞ジャーナリズムが「扱うに足らぬ」領域であった。ノースクリフがそれをパブリックな話題の場としたことは、ジャーナリズムの社会的意義がある転回を見せたと考えることができる。

今日、ノースクリフの試みから約 100 年経って、ようやく「高齢化」「育児不安」あるいは「ドメスティック・バイオレンス」など、ドメスティックの問題が少しずつジャーナリズムに社会問題として真剣に取り上げられ始めている。しかしこうしたパーソナルな問題が高度にポリティカルであり得るという認識は、マスメディア業界においても、ましてや社会全体においても、未だに成熟しているとは言い難い。ここに至るまでに約 1 世紀が費やされたことを考えると、「女性をジャーナリズムに取り込む」というノースクリフらによる初期のタブロイドが持っていたアイディアは、非常に限定的視点からでしかなかった。つまり、タブロイドは、女性を商品として、あるいは商品の消費者としてのみ、迎え入れたのであった。そして女性とは、商品化のプロセスにおいてのみ、ジャーナリズムの入り口の扉をくぐることができたのであった。

20 世紀に入って女性のための記事はさらに増え、その意味で新聞は女性化していった。1903 年には女性の編集者、そして女性だけのスタッフによって『デイリー・ミラー』が創刊された。この新聞もノースクリフが所有していたが、読者層が絞られていなかったため、売れ行きは芳しくなく、まもなく廃刊に追い込まれた。「女は書けないし、読むこともできない」とノースクリフは当時、苦々しく語ったと言われている (Holland 1998: 21)。ノースクリフが語ったその言葉の背景には、19 世紀ごろから浸透、定着していった、女性に対する文化的偏見と蔑視がある。それは真の正しい文化は男性によって作られ、それ以外の大衆文化やマス・カルチャーは女性的である、とする考え方である。

ここで我々は、同時期に労働者文化という男性的なサブ・カルチャーが存在していたにもかかわらず、「マス」文化には女性的なものというイメージが強く付きまとっていたことに注目したい。このような「ちゃちな大衆文化＝女性の文化」「真の芸術＝男性の文化」の二元思想は、西欧近代化の発展の速度から決して振り落とされることなく、いやそれはマスメディア・システムが近代において肥大化すればするほど、かえって増幅されるに至った。女性とはうすっぺらで「ビジュアル」なもの、感情的で、受け身で、おしゃべり好きで、合理的討論や議論には不向きな動物であるというイメージは、男女の別なく社会全体に浸透していった。このような社会思想の中で、女性は、近代の政治、経済、科学などの公共性と知性が支配するとされる殿堂から疎外された存在となった。つまり近代とは、生産の場が男性によって運営され、そこに個人主義、科学的思考、リベラリズムなどの論理が浸透していった時代であった。そしてそのこととの引き換えとして、女性にはドメスティックな場が宛がわれ、そこを再生産の場として慈しみ、家族という共同体への愛情と感情を無条件に注ぐことを自明のごとく要求された。

従って、タブロイドが大衆文化の代表選手であった時代、当然のことながらそれには「女性的」というレッテルが貼られた。つまり、そのときタブロイドは女性の表象であった。米国ではイエロー・ジャーナリズムが出現し、女性とタブロイドは「感情的でヒステリッ

ク」という形容詞を共有する仲間となった。当時の『ニューヨーク・タイムズ』などの「ジャーナリズムの正統派」は、その客観性が「男性的切磋琢磨」の賜物であり、彼らの報道は、たとえば同時代の大統領 T.ルーズベルトの生き方のごとく、ラフでハードな精神と肉体の鍛練の積み重ねの所産であることを読者に訴えた。一方、ピューリッツァーの所有する『ニューヨーク・ワールド』紙はセンセーショナルリズムとともにファッションや美容、エチケット、ラブ・ストーリーなど女性のためのコラムが多かったために、正統派とは対照的に、「フェミニン」というレッテルが貼られ、エリートたちからはまともな扱いを受けなかったのであった (Mindich 1998: 131)。

「女の領域」を「フェミニン」に報道するタブロイド—この定義は、時代が下ってどこに行き着いたか。ノースクリフやピューリッツァーなどの企業オーナーに掌握された「女の領域」、そして「女性的」様式への無責任な定義づけ—それらが何をもたらしたかは今日の先進諸国のタブロイドの例をいくつかを見れば明らかであろう。

タブロイドは「女」を次なる商品化戦略の中に巧みに組み込んでいった。つまり女性は、売り込みをかけるメディアの「受け手」という対象としてだけではなく、今度は売り込みのために使われる「被写体」となった。それはジャーナリズムの女性化 (feminization) から性の商品化 (sexualization) への進展である。

「親密圏」の領域から話題を提供する点では、先に述べた英国の『サン』紙の「ページ・スリー・ガール」はエポック・メイキングな企画であった。日替わりで裸の女性が「写真記者」の前でポーズをとり、毎日のニュースとしてパブリックに提供されるこの企画は、タブロイドの「ニュース」の定義を再び塗り替えた。『サン』は 1980 年代に入って、保守党政治支持の立場をとり、それによって大衆ジャーナリズムの「エスタブリッシュメント」としての重要な足場を築いた。そしてこの 3 ページ目のやさしい笑顔は、大衆—つまり男性読者—に日常のいやな事を忘れさせ¹⁸、彼らと政治を離す「無関心のポリティクス (politics of disengagement)」を推進するシンボルとなっていくのである (Holland 1998: 24-25)。

“パーソナル イズ ポリティカル¹⁹” とはフェミニズム運動のスローガンとなって、元来女性の領域に公共性と政治性を付与することを呼びかけたものだった。しかし、ページ・スリー・ガールが登場し、女の体そのものが公共的になり、政治的になったことは、このスローガンに二重の意味を持たせることになった。ページ・スリー・ガールのパーソナルな裸は、皮肉にも男性中心の公共性と政治性の再生産のためのボディとなったのであり、その意味において「男性大衆」の目を奪った。その結果、今日「個人的なことは普遍的に政治的である」という言説を主張し、あらゆる生活領域を「公共化」することは、注意を要するようになった。つまりタブロイドとは、公共圏にパブリックなるものを提供して、それを豊かに押し広げていくどころか、〈パブリックなるもの〉には関係のない〈インテ

ィームなるもの〉をおかまいなしに公開していく。その公開の仕方は、まさしく近代の男たちが女に向ける感情的で非理性的なまなざしそのものであった。

これまでの経緯を鑑みれば、一般的に女性とは新聞を買う受け手、広告を見て何か商品を買う受け手、男性の支配的イデオロギーを受け取る受け手、さらに裸の写真を撮られる受け手としてのみジャーナリズムの参加していくことが可能であったと言えよう。それ以外の仕方は例外であった。タブロイドは女性という大衆とジャーナリズムをつなぐ要素ではあったが、そのつなぎ方は以上のような一面的なものであった。

そこでこれまでとは異なり、女性が公共圏に十全な形で編入されるためには、まずは送り手側、つまりマスメディア内部に女性が参加し、女性のための言説を作っていかななくてはならないことは明らかである。N.フレイザーは J. ハーバーマスが論ずる規範的公共圏の雛形とされる 19 世紀の「討論する空間」に女性が含まれていないことを指摘し、それを基盤にする公共圏理論とは「男性的イデオロギー」を体現したものだとして批判している (Fraser 1992: 137) が、〈マスメディア・ジャーナリズム〉の職場は、まさしくその 19 世紀の「討論する空間」の遺産をそのまま受け継いでいると言えよう。つまりマスメディアは、他の業種と比較してもとりわけ男性優位の職場であり、つい最近まではそこに女性の活躍する場は非常に限られたものだった。その傾向はほとんど世界共通で、とくに日本では、その傾向が先進工業国の中では一層顕著である²⁰。つまり、女性は人口の半分以上を占めるにもかかわらず、ジャーナリズム業界においては未だに極端に周縁＝マージナルな存在である。ジャーナリストの仕事は勤務時間が不規則であり、そのような職業、たとえば医者や警察官、パイロットなどの職種では、同様に通常女性就業者が少ないから、それも仕方ないだろう、という主張もあるかもしれない。しかしジャーナリズムという職業は社会一般に公平かつ公正な情報を提供するとする職務の特殊性を持つがゆえに、社会のあるひとつのグループに偏向した就業状況は問題視されるべきであると考えられる。

近年、女性のメディア業界における就業率は、世界的に少しずつではあるが改善されており、女性のジャーナリストが、目に見える形で活躍の場を獲得し始めていることも一方では認められる。オランダのメディア学者、L. ヴァン・ゾーネンは、女性ジャーナリストはジャーナリズムの中での役割意識として、より人間味があって感情表現が豊かな、いわゆる「ヒューマン・インタレスト・ストーリー」を取材することを好み、さらにオーディエンスのニーズに沿った報道を選ぶ傾向があるという研究の諸成果を挙げながら、企業化されてきた近年のジャーナリズムの流れは、そうした志向を持つ女性ジャーナリストには働きやすく、彼女たちを増やす環境づくりに貢献してきていると分析している (van Zoonen 1998: 41)。それはたとえば、日本においても 1980 年代から商業ベースでの女性雑誌が急激に増えて、そこで活躍する女性記者の数も増えたことや、テレビの画面での女性レポーター、あるいはいわゆる「女子アナ」²¹の活躍する番組が増えた現象に端的に表

れていよう。彼女たちが活躍する一連のメディア生産物の多くは、かつてジャーナリズムが是としてきた「社会の木鐸」「客観報道」という価値観とは異なった論理と内容を持つ「マガジン」、あるいは「トーク・ショー」などといったジャンルである。ひと昔前に一部の男性エリートの手の中にあつた報道活動は、ここに来て女性ジャーナリストが参加することにより、「民主化」され、「ソフト化」され、「大衆化」された、と見ることができる。

しかしながら、他方でヴァン・ゾーネンも認めるように、こうして女性の活躍が目立ち始めたとは言え、新聞や雑誌、あるいはテレビの言説が果たして女性のためのものになったかどうか。男性イデオロギーの支配する公共圏概念の理解に風穴を開ける契機となっているだろうか。彼女たちの視点が女性、あるいはより広くこれまで見過ごされてきた社会グループの受け手を想定しているかどうか—それらの問いについては大きな疑問が残ると言わざるを得ない。今日メディアの企業化の中で採用され、活躍する女性ジャーナリストたちは、「オーディエンスのため」ではなく、メディア情報商品をうまく売り込むため、つまり「市場」のために活動を要請される。その際彼女たちが自分の意見を持って主体的な取材を行なおうと試みても、彼女たちの交渉する相手は「市場」なのである。これは「偏見に満ちた男性至上主義のボスよりよほどやっかいな交渉相手」(van Zoonen 1998: 46)である。また彼女たちは、方針や企画などの決定権を持つ役員や管理職・役職者にはなれず²²、商業主義の中でその容姿や若さが不必要なまでに強調されて、作品としての番組が「売り」出されていく。ここに今日公共圏を作る側でも、「女性化」とは性の商品化、つまり **sexualization** の方向を向いており、ネガティブな「タブロイダイゼーション」へと流されていると言える。

(7) タブロイダイゼーションと大衆のエンパワーメント

第6項、7項ではタブロイダイゼーションへの批判を検討してきたが、この視点は今日ではやや勢いを失っている。そのひとつの背景には、1980年代以降、テレビを初め様々な情報メディアが生活のあらゆる場面に浸透したことによって、大衆文化とハイ・カルチャーの距離が縮み、その境界線があいまいになったことがある。しかもそれは両者を包摂する巨大な「メディア情報文化」という名を持つ独自の構築物にまで成長していった。そのことによって、以前のような二元的な見方に立脚したタブロイド批判が説得性を持たなくなってきたと言えよう。

加えて、大衆文化と高級文化の稜線があいまいになるにつれて、別の見方が登場してきた。それは、タブロイドが低俗であるとするこれまでの批判とは実は知識人の閉鎖されたサークルにおいて流通されてきた言説、あるいはイデオロギーに過ぎないとする批判である。タブロイドとはむしろ、「マス」として括られることによってこれまでニュースの世

界とはほとんど主体的に関わり合うことなく生きてきた社会階層が、ニュースと関連づけられることにより、ジャーナリズムを閉じたサークルから広い社会へと開放する手段であったのではないか—情報メディアが社会に普及する中で、タブロイドの肯定的側面の方が重視され、タブロイドの正の部分に光が当てられている。とりわけこの論者たちは、タブロイドダイゼーション現象を悲観し、否定的に扱い、そして批判することは、マスメディアがあらゆる生活場面に浸透し、生活文化の重要な部分を築いている現代においては、無責任な発言であるだけでなく、むしろ体制側のエリート主義、懐古主義を擁護するポリティクスである、と主張する。そのような姿勢は「ポスト・モダン」および「カルチュラル・スタディーズ」の思想と重なりあって、今日のタブロイドダイゼーションの研究において、支配的潮流を作りつつあるのである (Sparks 2000: 9)。

先に提示したハーバーマスやブルデューによるマスメディア批判には、かつてのフランクフルト学派が主張していた「マニピュレーション理論」における「マス」の認識と通底するものがある。「マス」—それは、資本主義社会におけるプログラム化された、非理性的な動物。ハイ・カルチャーを食い散らす邪悪な魔物。あるいは「マスプロ」という言葉を連想させるロボット、など—。「マニピュレーション理論」においては、非人間的な意味が次々と増幅され、一般大衆の知性による抵抗や、意志の団結の可能性を認めることが少なかった²³。しかし今日、「マス」に悲観的なこの理論に対して、多くのメディア研究者たちは、「エリート主義」の匂いを敏感に感じ取り、そこに批判の矛先を向ける。確かに、タブロイドダイゼーションを全面的に擁護するとまではいかなくとも、「マス」への絶望論は、もはや我々に何ももたらさないことは明らかであろう。しかもここには、今日まで根強く「マス」＝「女性」の等式が存在することは既に述べた。ポピュラーの悲観論を打破する方法は、これまで顔の見えなかった、あるいは見ようとしなかった「マス」とは何かをもう一度点検して、そこに可能性を発見すること以外にはない。

このような知の流れの中で、タブロイドダイゼーションを積極的に捉える代表的論者に J. フィスクがいる。そこで彼の「タブロイド」に対する見解を見てみよう。彼はまず、高級紙からの情報とは、エリート側からの都合の良い押しつけであり、それは客観性、責任そして政治的教育という名の下に隠れて、社会の統制的役割を果たしている、と主張する。

それ（社会上層部からの情報—筆者注）が正当として提出するものは、公共圏と政府政党の政治をスムーズに機能させるのに必要な知識である。それは政策や広い社会的出来事や運動についての一般化された知識であり、日常生活の具体性からは距離を置いている。それはプライベートではなくパブリック・ライフに必要な知識であり、社会一般の知識であり、日常の細々としたことについてではない。その情報が生産する社会的リアリティとは、男性優位で、教

育のある中産階級のハビトゥス²⁴であり、白人の家父長的資本主義社会におけるパワーブロックがさまざまに連帯することになったハビトゥスである。

(Fisk 1992: 49)

フィスクの議論は、先に述べた英国の近代ジャーナリズム史における高級紙の役割にも投影することができよう。高級紙とは「中立と客観と知性」の名の下に流通されながら、実は体制側のPRのエンジンとしての機能を果たしていた、とする、先に述べたカランの議論である。そしてフィスクは、タブロイドの言説こそ、読者のためのいわゆる「生活情報」などを提供しながら、大衆の日常生活のミクロな体験と、より抽象的でマクロな政治世界とのギャップを埋める役割を果たしていることを強調する。そうでなくとも、今日の情報のフローは大衆の大部分を疎外し、大衆をマクロな政治に近づけないような構造を作っている。そのような情報フローの重要な構造的欠陥を埋める意味においても、「政治の世界の知識は、ポピュラー・インフォメーションに変換される必要があるのである」(Fisk 1992: 61)。また、M.マクドナルドは同様に、人物描写というタブロイド報道に特徴的な手法は、現代社会における身近な「政治的なもの」を見るために、ちょうどうまく焦点を合わせることができるレンズの役割を果たし得ることを主張している。彼女は、十分な調査報道に立脚したヒューマン・インタレスト・ストーリーは、抽象的で高邁な客観報道より、ジャーナリスティックであり、個人の人物描写によってドキュメンタリーを制作する方法が非常に有効な機能を発揮することがあることを事例とともに示し、指摘している。

(MacDonald 2000: 264)。とりわけこれまで制度の問題として取り上げられてこなかった、私的領域の問題、あるいはそのアクターである女性やマイノリティ、外国人の問題は、従来型の社会学的概念装置や理論的枠組みから外されているがゆえに、人物描写の具体性によって提示することは有効なアプローチであると言えるだろう。それらの問題にとってまず重要なのは、それがどこまで社会の関心を呼び、一般化、普遍化されて制度の問題に結び付けられていくことになるかという点なのである。

また、一見自明で、無意味に見える日常的マスメディアのメッセージに、社会構造の矛盾を見て取る行為こそが、大衆化社会における大衆自身による抵抗の可能性を発見していくという視点も考えられる。その視点では、S.ホール「エンコーディング・デコーディング」議論(Hall 1980: 128ff)が想起されよう。大衆のすそ野が広がり、政治的なものがますます間接的になる大衆化時代、さらに表象・記号文化がますます社会を支配していく情報化時代に、人々のエンパワーメントはいかに可能か。より多くの人々が、自分たちの手で、自分たちの情報として記号を翻訳し、新しい表現を創造していく可能性が開かれていることを主体的に認識すること、そのような認識こそが、メディア情報文化が支配する現代社会、最も身近で、かつ有効な「市民的不服従(civil disobedience)」の方

法の第一歩であると言えないだろうか。コーエンとアラートは市民的不服従について次のように述べる。

市民的不服従とは、プライベートな市民が、成熟した政治文化の内部において、彼らが参加する範囲と形態を拡大していくプロセスを促すものである。

(Cohen and Arato 1992: 567)

政治制度内部からよりは、むしろプライベートな場における抵抗からこそ、やがて現状を転換させる戦略が編み出される。「市民的不服従」のこのような見方は、新しい社会運動論において A.メルッチが提唱する「シンボリックな挑戦」、あるいは「意味的世界における権力への抵抗」のアイディアにも認められる。すると、その意味でタブロイダイゼーションとは、大衆の日常に情報を与え、そこからアクションへと促すような「市民的不服従」の積極的きっかけを与えるプロセスである、というポテンシャルが浮かび上がってくるのである。

また、タブロイド化は大衆の愚衆化を招くとする悲観論は別の観点からも批判される。それは、企業が狙うタブロイド化によるメディアの商品化と、受け手が認識するメディアの交換価値との落差である。企業側はタブロイド化によってマスメディア・プロダクトの交換価値を増幅しようとする。しかし読者側は必ずしも、タブロイド化によってメディア商品の価値がそのまま増幅されたとは考えない。たとえば、ドイツにおいて、タブロイダイゼーションがローカル新聞の売り上げ増には必ずしもつながっていない、という調査結果がある (Schönbach 2000: 72) が、それはこの一例であろう。ドイツのローカル新聞市場においては「タブロイドなるもの」が交換価値として、重要なファクターとはなっていない。ゆえに「タブロイダイゼーションがメディア・プロダクトの商品化として成功するとは限らない」ということになる。ドイツのローカル新聞の調査結果では、一般読者は必ずしも「タブロイドなるもの」すべてに飛びつくとは限らず、むしろ各マスメディアごとにその社会的役割を付与し、自分たちの生活に必要な情報源を比較的冷静に見極めながら、情報を取り込んでいる様子を裏付けている。

そのような大衆の冷静かつ知的行動を考えれば、タブロイダイゼーションは自由社会におけるメディアの多様性として容認されるべきだと考えられる。ノルウェーのメディア学者、J.ジュリプスラトは、民主主義的メディア・システムにおいては、高級紙や公共放送によるジャーナリズムだけでなく、様々なジャーナリズムが存在することは必要かつ不可避であり、タブロイドとはそのひとつに過ぎないことを主張している。そしてタブロイドに見い出される記事や言説のアングルは、我々自身のコミュニティが共有すべき前提や背景知識を提供してくれる。それは複雑化、細分化する現代社会において、市民社会の平

等性を実現するには欠かせない機能を果たしている、というものだ。つまり、たとえ娯楽性の強い情報であっても、それは自由主義的民主主義社会に日常的な参加をするときの最大公約数として、人々にアイデンティティ意識、コミュニティ意識、道徳や存在確認などを与える、ある一定の役割を果たしており、タブロイド的メディア・プロダクトは、単なる娯楽機能を提供しているだけではない、と主張している (Gripsrud 2000: 297-299)。

以上、タブロイダイゼーションのいくつかのポジティブな側面についての議論を提出してきた。「大衆の抵抗」「大衆の知性」「自由主義世界の不可避的要件」などのさまざまな視点を踏まえた上で、しかしながら筆者はもう一度タブロイダイゼーション現象への批判的かつ注意深い対応の必要性を喚起しておきたい。先に引用したメディア学者バードは、タブロイドが持つ可能性と今後のマスメディア状況について以下のように述べている。

私はオーディエンスがニュースをいかに利用しているかを調査した結果、ニュースが身近に魅力的な方法で提示されていれば、人々は重要な 이슈の内容に関心を払うことを発見した。しかしながら米国のテレビ・ジャーナリズムが担う将来の課題は、そのことをかくも殺人的に残酷なメディア環境において今後いかに実現し続けていくか、ということであろう。(Bird 2000: 227)

つまり、マスメディアは、ジャーナリズムの担い手として大衆との接点を見出しながら「よりよき生活」について語る、という重い課題を意識して背負い、立ち上がっていかねば、マスメディアの景観はやはり巨大メディア産業側からの商品化論理のみに支配されてしまい、「政治的なもの」がやがてはメディアから完全に駆逐されてしまうのではないか、との懸念は払拭できないのである。そして、そのようなマスメディア景観は、ますます現実的な姿となって、我々に迫りつつあるのではないか。「タブロイダイゼーション」による大衆のエンパワーメントを論じる際に、そのことを忘れてはなるまい。

(8) タブロイダイゼーションから見たジャーナリズム

タブロイダイゼーションという言葉は、近代のジャーナリズムの主体と行為の矛盾—つまり「私企業によるパブリックな活動」—が生み出したプロダクトである。私企業の論理としての利潤追求とメディアの公共的役割、この両者のコンフリクトがなければ、タブロイダイゼーションというような言葉も生み出されないし、問題にもされないだろう。従って、「タブロイド」あるいは「タブロイダイゼーション」とはジャーナリズムにとって善か悪かという二元的な価値判断を求めようとすることは、多くをもたらす議論ではない。むしろタブロイド化についての価値判断の言説が作られることによって、〈マスメディア・ジャーナリズム〉の活動がこれまで社会のいかなる歴史を支持し、いかなる権力関係

を維持することに手を貸してきたのか、そして社会のいかなる部分に目を向けてきたのか、あるいはこなかったのか、という点により着目する必要がある。果たして〈マスメディア・ジャーナリズム〉はこれまで真の意味で大衆、つまりポピュラーに奉仕するものであったのだろうか。タブロイドが誕生し、発達した一方で、なぜポジティブな意味での〈ポピュラー・ジャーナリズム〉は育たなかったのだろうか。今日、ポジティブな意味での〈ポピュラー・ジャーナリズム〉が貧困な状態にあるのは、ジャーナリズムが商品化されてマスメディア・システムの中で発展してきたことが影響していることは言うまでもないが、さらにその上に、〈マスメディア・ジャーナリズム〉において今日まで墨守されてきた「自由かつ中立的ジャーナリズム」というイデオロギーが、いわゆる「ブルジョア層」、「エリート層」、そして「男性たち」の利害を温存してきたがためにもたらされた必然的帰結であったということが言えるのではないか。

しかしながら、ジャーナリズムという意識活動は、実は対立意識に始まった異議申し立てからこそ芽生える。現代社会では、そのような異議申し立ての行動は理論的にはすべての人に、すべての思想に開かれている。そのような行動を支えるのがジャーナリズムなのである、という市民的意識と意志こそが、現代社会の公共圏をより広く切り拓き、あるいはより強く統合させていく力である。これからのジャーナリズム研究の課題は、そのようなジャーナリズムの可能性がどこに表出するかを観察し、その運動を見逃してはならない、ということだろう。

タブロイドとは、近代社会の大衆化、技術革新、そしてメディア産業の肥大化という3つの要素が混ざり合って結晶した「サイト」であり、そこには大衆のポテンシャルが含まれ得る「研究対象として非常に重要な文化現象」(Sparks 1991: 64)である。歴史的に見ても、そして今日のマスメディア景観から眺めても、亜流でも邪道でもない、まさに近代マスメディア・システムの発達を牽引した台風の目であろう。しかし、その台風の渦の中では、ジャーナリズムの本流であったはずの市民性は周縁へ周縁へと押しやられていった。とは言え、その渦からはずれても、「大衆市民ジャーナリズム」と名乗るジャーナリズムは存在するし、それはマスメディア全体の渦から完全に駆逐されてしまった、とは言えない。今現在、世界のどこかに商品化のロジックに対抗しながら、市民によるジャーナリズム活動の避難所がマスメディア内部の片隅に設けられて、ジャーナリズムの精神を復活させようとする努力が続けられている。それは小さな動きであったとしても、確実に存在する。本論ではそのような小さな芽を育てるプロジェクト、およびそれがマスメディアの世界で粘り強く闘っている様子、それらを発見し、その葛藤の過程を観察および分析していきたい。後の3つのケーススタディである日本の家庭面、ドイツのターゲットスツァイトング、米国のパブリック・ジャーナリズムは、異なった文化圏の中に発見される、そうした市民のための〈ポピュラー・ジャーナリズム〉の試みとして筆者が提出する事例である。

それらはマスメディアの周縁にある、ジャーナリズムの核心の模索である。

第II部 第2章 (21-51頁) の註

¹ 「タブロイダイゼーション」についての国際的議論については、拙稿「「タブロイド化」論争とジャーナリズム—ワークショップ「タブロイダイゼーションとメディア」に参加して—」『総合ジャーナリズム研究』、1999年冬季号（林 1999a）がある。合わせて参照されたい。なお本稿において、「タブロイダイゼーション」と「タブロイド化」とは互換性のある同義語として使用する。

² とりわけこのような意味合いにおける「タブロイダイゼーション」の使われ方は、米国ジャーナリズムのコンテクストにおいて最も突出して見られるということを英国のメディア学者 C. スパークスが指摘している（Sparks 2000: 1）。スパークスによると、米国では修正第一条が米国建国以来の文化的根幹と見なされているがゆえに、それを体現するジャーナリズムという職業へ米国民たちが寄せる思想的思い入れはことのほか強い。そのためタブロイダイゼーションが、ジャーナリズムという米国の「天職」を貶めるのではないかという危機感は他の先進工業国にも増して、格段に際立っているとされる。国際的に見るとタブロイダイゼーションをメディアの「アメリカナイゼーション」と同一視する批判者たちが存在していることを考慮すると、米国内における議論と国外における議論とのずれは興味深い。

³ J. Langer は *Tabloid Television. Popular Journalism and the 'Other News'* という著書を 1998 年に出版している。

⁴ 「タブロイド」という言葉は英国において 19 世紀終わりごろから使われ始めた。もともとその言葉自体は薬品会社の造語で、「tablet（錠剤）」と「alkaloid（アルカロイド）」を合成した言葉で商標登録されていた。しかしながら、それは数年後に「何かが凝縮されたもの」すべてを指す言葉として一般的に使われ始めた。当時、『デイリー・メール』などの主要なタブロイド発行者であったノースクリフ卿は、自らの新聞を「タブロイド」と呼んだとき、それはその小さなサイズのことを言及したのではなく、短いパラグラフ、短くてシンプルな文章を重要なジャーナリズムのテクニクと見なし、その意味合いを、その言葉に込めていた。ノースクリフ卿は 1900 年の社説において「すべてのニュースを 60 秒以内で」の見出しを付け、以下のような文章を記している。“I claim that by my system of condensed or tabloid journalism hundreds of working hours can be saved each year.”

（「凝縮した、つまりタブロイド・ジャーナリズムという私が作ったシステムによって、何百もの労働時間を節約できるであろう。」— 強調は筆者による。Tulloch 2000:131-132）。

⁵ 取材記録ファイル保存の不徹底は、しばしば問題を大きくする。たとえばピューリッツァー賞を受賞した後に、すべてがでっちあげであることがわかったワシントン・ポスト紙のジャネット・クック記者による調査報道記事 *Jimmy's World* の事件はそのような背景から起きたものである（Bird 1990: 378-379）。

⁶ 『サン』の行動綱領の書き出しには、「90年代のジャーナリストにまず第一に必要なとされるのは、正確さである。100パーセント確信が持てないならば、そのストーリーは書かないこと」とある（Engels 1997: 303）。

⁷ 近年、新聞だけでなく、テレビにおける「タブロイド・ジャーナリズム」という点についても議論が盛んである。テレビにおけるタブロイド化とは、プライムタイムにニュース番組が外されることなど、内容だけでなく番組編成全体にも関連しており、それは内容だけでは捉え切れない局面がより多いと考えられる。

⁸ これまで英国では 1870 年に教育法（Education Act）が制定され、その後に識字率が上がったというのが一般的な見方であるが、それより以前の 1840 年には既に 70% の男性、50% の女性が婚姻届に自分の名前をサインしていたという記録がある。労働者たちは日曜学校などの教会の教育機関において、あるいは街頭露天商や行商人たちの三文小説などを通して、さまざまな機会とともに文字文化を学んでいた。中でも死刑囚たちによる最後の

第II部 第2章 (21-51頁) の註

告白スピーチを載せたビラは大変人気があり、毎回飛ぶように売れていったという (Engel 1997: 24)。

⁹ 無印紙の急進派新聞は、順応的でレスpekタブルな新聞にのみ捺印が許可されていたこの赤い捺印のことを、「血痕」あるいは「奴隷の刻印」と呼んでさげすみ、印紙税廃止の運動の口火を切った (村上 1995: 86)。

¹⁰ 題号の代表的なものとしては、*Political Register*、*Black Dwarf*、*The Poor Man's Guardian* など。たとえば *Political Register* は 1817 年には約 6 万部を売り上げたことが記録されている。これは合法新聞の代表であった *The Times* (現在の *The Times* の前身) の約 10 倍の発行部数であった (Engel 1997: 25)。

¹¹ 労働者階級にとって新聞を読む行為は、集団で輪読するという行動が浸透していたがために、支配階級にとってよりも、格段にパブリックな行為であった。労働者たちの当時のジャーナリズムや文字への欲求はすさまじいものがあった。「アンダーグラウンドからのジャーナリズムの爆発は噴火山も似て、言葉が流れ出すことを止めることはできなかった。(…) 1833 年のマンチェスターのジョン・ダハティのコーヒー・アンド・ニュースルームでは合法、非合法、合わせて 96 紙もの新聞が閲覧できた。」 (Engel 1997: 25)

¹² この議論の論証として、エリーは G. ロッテスの著作を引用している。ロッテスの原著では、18 世紀英国の中小の商工業者たちで成り立っている社会階層の政治的行動形態が研究されている。それは、社会の特権的階級にしか開かれていなかった英国ブルジョア公共圏が、その後いかに労働者の公共圏 (Plebejische Öffentlichkeit) へとすそ野を広げていったかという公共圏のダイナミズムについての研究である。「英国のジャコバン派による民主化への大衆運動は、フランス大革命の余波、およびトーマス・ペインの著作の出版、といったことが影響したのではない。また、自然権に基づいた民主主義の思想がもたらした自然派生的な帰結でもない。それはむしろ都市部の中小の手工業あるいは商人たちが、その社会的政治的不満の表出を下層民的文化の伝統である暴動という手段に依拠するのではなく、より有効な組織形態を持ち、中期的あるいは長期的戦略の下に、しかも理論的根拠に基づいたプログラムによって表現することを学んだ、包括的啓蒙あるいは教育的努力の結果であり、現われなのである。」 (Lottes 1979: 14) ロッテスは「プロレタリア公共圏」の創造は、啓蒙運動による市民理性の社会的浸透の過程であったことを論じている。

¹³ 全英における新聞の数は、1855 年には 115 紙、1856 年に 530 紙、そして 1895 年には 1798 紙にまで上ったという統計が残っている (Chalaby 1998: 36)。

¹⁴ たとえば 1889 年には 46 紙が 1 ペニーで売られ、87 紙が 0.5 ペニーで売られていた。それに対して、既に 1913 年には 27 紙のみ 1 ペニーで売られ、106 紙は 0.5 ペニーの値段を設定していたとされる (Chalaby 1998: 40)。

¹⁵ *Daily Herald* は、英国のタブロイド紙の歴史を象徴しているといえる。労働者階級の中から組織され、発行された同紙は、わずか 300 ポンドの資本金で 1912 年にスタートし、その後も篤志家の寄付などで財政難を切り抜けていった。たとえば紙を買う財源がないときは、サイズのそろっていない紙をかき集めるなど、体裁は悪くてもなんとか発行へと漕ぎ付けていたが、それでも逼迫する財政は依然として改善されなかった。やがて内容を大衆嗜好に変更し、富裕読者層をターゲットにした広告戦略を打ち、題号を『サン』に変えてイメージを変更することも試みた。しかしどれも成功せず、ついに 1969 年に R. マードックによって低価格で買収された (Curran 1997: 31ff, 92ff)。結局、その後も英国では労働者による労働者階級の新聞は実現していない。ゆえに C. スパークスによれば、「英国労働党の長年の野望は労働党の理念に沿った大衆紙を作ること」 (Sparks 1991: 66) であり、そのような背景から、北欧諸国に見られる政府からの「新聞助成金」などを発案する動きもしばしば見られた。もっとも、それは今日まで実現されていないし、英国の社会・文化・思想的背景を鑑みれば、おそらく今後も実現されないだろう。そして今日も英国の大衆紙は労働者を読者のターゲットにしながら、その政治思想は保守系であり、読者層と新聞イデオロギーのねじれ現象が続いている。

¹⁶ 商業化という点は、とりわけプレスと自由と関連して論じられてきた。つまり、商業化によってコマーシャル収入という財政源を得たことによって、メディアは真に政府から独

第II部第2章(21-51頁)の註

立でき、その自由を獲得した、とする議論がこれまでの自由主義的ジャーナリズム史における「商業化とメディア」の関係を論ずる代表的な議論である(Curran 1997: 7-8)。

¹⁷ ただし業界紙や専門紙、専門チャンネルなどはこの範囲外である。あくまでも社会一般向けのメディアに対して「タブロイダイゼーション」は言及することができるだろう。

¹⁸ 1984年『サン』は「3ページはいいページです」という広告を出している。そこでは「サンの有名なグラマー写真は、ストライキや暗殺、災害が起こるハードな世の中を生きる英国同胞男性諸君にとって活力の源となり、一服の清涼剤となるだろう」という主旨の広告記事が掲載された(Holland 1998: 24)。

¹⁹ このスローガンは、C.ハイニッシュが1970年に初めて論文の中で使ったと言われている。彼女は、当時の女性運動家の間で、一部に月経や女性のオーガズムについて話しあう「意識向上グループ」(consciousness-raising group)があり、彼女たちに向けられた女性運動内部からの批判に対して、こうしたグループは政治的活動家グループと同様に政治的であることを説明した(Mansbridge 1999: 215)。

²⁰ 日本新聞協会統計では、1997年の新聞・通信社記者数は総数20,228人、そのうち女性記者は1,851人で全体のわずか9.2%を占めるに過ぎない。しかし、それでも1986年では記者総数24,361人のうち女性記者は386人、比率にして1.6%という状況からは大幅に上昇したと言える。国際比較としては、たとえば1993年、ドイツでは放送分野での女性制作職は社員総数に対して27.2%、新聞分野での女性の編集職は社員総数にして31.0%であった。日本ではそれぞれ、放送が10.5%、新聞が8.8%という結果が出ており、ドイツより大幅に下回っている(村松 1998: 27)。その他女性のマスメディア業界への就職問題については、加藤、津金澤編『女性とメディア』1992年において、詳しく論じられている。また『総合ジャーナリズム研究』での「女性とメディア」研究会の「女性とメディア」動向レポートも女性とメディアの問題が多角的に取り上げられており、この問題の近況を知るために毎号参考になる。

²¹ ショー・ビジネスとジャーナリズムの間を自由に往来して仕事をし、さらにはサイド・ビジネスとして自らの容姿をビジュアルに商品化して週刊誌のグラビアを飾る。またそのプライバシーはゴシップやスキャンダルとなってタブロイド・メディアの格好の話題として提供され、メディア企業のさらなる市場拡大に貢献していく——「女子アナ」とはその存在自体が日本のジャーナリズムの現在、つまりニュースと娯楽の融合、ニュースのビジュアル化という「タブロイダイゼーション」現象を見事に示していると筆者には見て取れる。

²² 村松 1998、22頁。「部長級の管理職中の女性は放送局で1.3%、新聞社では0.8%にすぎ」ず、女性の意向は反映しにくい構造となっている。

²³ ただし、ハーバーマスは1967年の著書『公共性の構造転換』の立場をかなり修正してきている。とくにハーバーマスは人間の日常的コミュニケーション行為の中に、規範的理念を発掘し、そこに現代社会における「市民による革命」の可能性を見出している。それについては第III部第5章のデリバラティヴ・デモクラシー論を参照されたい。

²⁴ 皮肉なことに、フィスクはそうようにパワーブロックによるメディア支配の批判をブルデューの空間概念「ハビトゥス」を使って行っている。そのブルデュー自身は後年、テレビにおける「ポピュラー・ジャーナリズム批判」を行っており、両者は結果的に同じ理論を下敷きにして、〈ポピュラー・ジャーナリズム〉に対して全く相対置するスタンスをとることになった。

3. マスメディアの産業化と「プレスの社会的責任理論」の困難性

1999 年代のはじめまでに、放送産業にはコマーシャリズムがあまりにも浸透して、ジャーナリズムと言えるものが残っていない。テレビニュースはもはや別のインスティテューションによって支配されている。それはジャーナリズムではない。メディアである。(Jay Rosen 1999: *What are Journalists for?*, p.224)

(1) 社会的責任理論とは何か？

近年、「市民社会とメディア」というテーマをめぐって、たいへん活発な議論が繰り広げられている¹。それにはメディアと権力との関わり方、メディアと市民運動のあり方、および情報公開や個人情報保護における制度的枠組みの検討などに至るまで様々なものがある。それらの議論に共通するのは、今や生活のあらゆる側面にメディアが関与している状況の中で、我々は市民として、産業として発達するメディアをいかに主体的にコントロールして、それを民主主義社会のために役立てていくべきか、という問題関心であろう。言うまでもなく、この問題関心の背後には、ますます市民社会から遠ざかっていくマスメディア・システムへの不信感がある。

20 世紀においてメディア、とりわけ〈マスメディア〉を市民からの視点において最初に体系的に考察したと言われているのは「プレスの社会的責任理論」²である。その起源は、第二次世界大戦終結から間もない 1947 年、米国において「プレスの自由委員会」(別名 ハッチンス・コミッション) が組織され、同委員会が『自由にして責任のあるプレス』(*A Free and Responsible Press*, edited by R.D. Leigh, University of Chicago Press, 1947) というタイトルの一般報告書を提出したことに溯る。この「20 世紀でもっとも重要な、メディアについてのステートメント」(Lambeth 1986: 9) は、その後 T.ピーターソンによって「社会的責任理論」として発展された。それは 1956 年に出版された『マス・コミの自由に関する四理論』の中の一章として取り上げられ、知られている。

では社会的責任理論とは、いかなる理論であろうか。それはさまざまな側面を持ち、詳細は本論で検討していくことになるが、ひとまずここで端的に述べるならば、それはマスメディアが産業化、寡占化していく時代に、プレスの役割を市民社会との関係の中で再定義しようとした理論だということである。社会的責任理論では、プレスが組織として肥大化し、膨大な影響力を持つ〈マスメディア〉になることによって、社会における独立した〈システム〉となってしまったことが前提となっている。近代自由主義思想においては、プレスの言論活動と一般市民の言論活動とは渾然一体なものとして考えられており、両者は同質の自由を享受すると見なされている。そこでは国家ないしは政府対プレスおよび市民という二極構造で捉えられた。それに対して社会的責任論では、プレスと市民とを、立

場として明確に峻別した上で、現代社会のプレス活動、とりわけその「自由」とは、一般市民の言論の自由とは異質なものであると論じているのである。すなわち国家ないしは政府、プレス、市民の三極構造を前提としている（大井 1999: 31ff）。

ところで、この理論を検討する前に、「責任」という言葉について少し考察を加えておきたい。「責任」というその言葉に含意されているのは、一つには「ジャーナリズム」の活動が「言論の自由」を保障されているがゆえに発生する「義務」、つまり「オブリゲーション」、そしてそこから派生する「社会的リスポンシビリティ（social responsibility）」である。そのようなオブリゲーションとはあるときは道徳的に、あるいは法律的に、あるいは社会契約（経済契約）的に発生するものである。もう一つは、現代のジャーナリズム活動の主体であるマスメディアが、その活動のプロセスにおいて発生した種々のリスポンシビリティを実行していることを社会に向けて明示する責任、つまり「社会へのアカウンタビリティ（accountability to society）」である（McQuail 1997: 515ff）。社会的責任理論の英語表記は *Social Responsibility Theory* であるが、その生みの親である「プレスの自由委員会」は、*social responsibility* という言葉とともに、*accountability* という言葉もその報告書の中で用いて「プレスの責任」を言及している。

Freedom of the press for the coming period can only continue as an *accountable* freedom. Its moral right will be conditioned on its acceptance of this *accountability*. Its legal right will stand unaltered as its moral duty is performed. (The Commission on Freedom of the Press 1947: 19)

（将来のプレスの自由は責任ある自由でなければ維持できない。プレスの自由はプレスがこの責任を引き受けて始めて、道義的に自由を主張する権利を認められよう。プレスがその道義的な義務を果たしている限り、その法律上の権利も何ら変更を見ないであろう。－日本新聞協会編集部訳。英文、邦文強調は筆者による。）

後年、このアカウンタビリティという言葉は、リスポンシビリティと並んでジャーナリズム/メディアの倫理研究における基本的規範コンセプトとなっていく（McIntyre 1987: 136）。自由委員会は、市民がプレスの責任（*responsibility*）という問題を自分たち自身に関わりのあるものとして直接受け止めるべきであり、それは市民が政府を通して間接的に受け入れる類のものではない点を確認した。「アカウンタビリティ」とは、その「市民」と「プレス」を架橋する基盤となる概念として提示された（McIntyre 1987: 151）。つまりアカウンタビリティは、「プレス」の「責任」概念を、「市民」とのより直接的な関係の下で定義しているのである。以上のとおり、社会的責任理論とは、「ソーシャル・リスポ

ンシビリティ」と「アカウンタビリティ」という2つの責任概念を含んでおり、その両面からプレス責任ある行動を理論的にサポートしていると言えよう（cf: Dennis and Gillmore 1989: vii）。「リスポンシビリティ」とはプレスが社会的存在ゆえに発生する責任であるのに対し、「アカウンタビリティ」とは社会に対してプレスがリスポンシビリティを遂行していることを開示する責任である、ということをもっとおさえておきたい。

責任という言葉をもっと二様に解釈すると、同理論にも2つの視点がもたらされ、現代のマスメディアとジャーナリズムの現象について複眼的な考察が可能となろう。つまり前者の「責任（responsibility）」の視点では、「責任」とはとりわけ「言論の自由」思想から演繹される、ジャーナリズム活動の内在的倫理の基準となり、その意味で社会的責任理論とは、ジャーナリズムの規範理論の側面が強調される。そして後者の「責任（accountability）」から社会的責任理論をのぞめば、マスメディアが現実においてそのアカウンタビリティを社会に向けて十全に遂行しているか、やるべきことをやっているか、という点が問題にされ、マスメディア・システムの実践を批判する視点が生まれる。それによって同理論は、批判理論のプロフィールを持つことになる。当然のことながら両者は相互に関連するものであるが、こうした2つの側面を持ってメディアの倫理を考えてみることは、現在のジャーナリズムが抱える倫理的諸問題の所在をより分析的に示唆するものと考えられる。

これまで社会的責任理論は、メディア・ジャーナリズム論の規範論および批判理論として戦後の早い時期に提出されて以来、米国のメディア研究において多くの場で議論され、また研究の対象となってきた。自由委員会の報告書提出から今日に至るまでの間、「周年」の年には、学術ジャーナルで社会的責任理論特集が組まれ、また全米規模で「プレスの自由委員会と社会的責任理論」をめぐるジャーナリズム研究のシンポジウムが開催されてきたことは注目すべきことだと言えよう³。プレスの社会的責任理論をめぐる米国における活発な議論は、当然のことながら日本を含めた世界各地へと波及効果を生み出してきた（田島 1993: 62）。以下では、この「プレスの社会的責任理論」について詳しく検討するとともにその現代的意義と限界を明らかにしたい。なお、本論における「社会的責任理論」とは、先に言及したピーターソンの論文とともに、その基盤である自由委員会の報告書も含めることとし、主にその2つが作り上げていった社会的責任理論の思想潮流全体を指すこととする。

（2）プレスの社会的責任理論誕生の歴史的背景

では、米国での自由委員会発足当時の歴史的背景とその作成経緯⁴を簡単に見てみよう。

プレスの自由委員会が発足した時代、米国社会は1920年代大恐慌の残照の中にあった。恐慌から復興するべく、1930年代からケインズ主義に基づいたニューディール政策が次々

と実行に移され、その結果、連邦政府に富と権力が集中していったが、他方で社会の周縁には、人種差別や貧困が解決されぬまま残されていった。また、30年代も半ばになると、めざましい技術の進歩によりラジオや飛行機が本格的に登場。通信と交通の発達、それまで米国政治制度が基盤としていた地方主義を弱体化させ、それに反比例するように「国家」が市民にとってより身近な概念となって定着していった。とりわけ30年代後半からは、ヨーロッパ大陸において全体主義の脅威が広がっていったため、米国連邦政府は、その対抗力となるべく米国の中央集権化をいっそう強化していった。

こうした社会背景および政治構造の変化の下で、マスメディアとジャーナリズムもそれに合わせてそのあり方を変容させていった。とくに30年代から政治とメディアの関係が転換したと言われるが、その転換の中心に位置したのがラジオ炉端談話で有名な F.ルーズヴェルトである。彼はメディアの中でも主にラジオ放送を自ら駆使して、合衆国大統領の権力の強化を着々と図っていった。

ルーズヴェルト大統領の時代に、ニュースが爆発したかのようである。それまでは、すべてがのんびりとお上品だった。ワシントンは、要するにまだニュースの重要な発信地ではない。国政全般を取材し、問題とするに足る記者はほんの一握り。おそらく5、6人しかいなかったろう。彼ら紳士諸公のお手本は、ニューヨーク・タイムズ紙のリチャード・オウラハンとボルティモア・サン紙の J.フレッド・エスリー両記者であった。2人は当時の理想とも言うべき洒落者で、(...)ステッキまで持ち歩いていた。ステッキこそ、もっと余裕のある、ゆったりとした仕事の象徴だった。ルーズヴェルトが登場すると、ステッキは姿を消した。(ハルバースタム 1979=1983: 9)

政府とマスメディアの関係は、ルーズヴェルトの存在をきっかけに、大きく旋回した。ルーズヴェルトによる積極的な「マスコミの利用」によって、大量の「ホワイト・ハウス発」のニュースが製造され始めた。それによって、それまで自明とされていた政府の「番犬」としてのメディアの役割にゆらぎが見え始めた。当時の米国には、新たな「マスメディアの時代」が到来していた。

そのような状況の中に、40代の若さで1942年にタイム誌を創刊者し、同誌の編集長だった H.ルースがいた。ルースは、新しいタイプのニュース雑誌発行者として、政府がメディアに洪水のように情報を流してニュースとメディアを統制している状況に非常な危機意識を持っていた(大井 1999: 31)。そこで彼は、ブリタニカ百科事典主宰の夕食会の席で、テーブルに同席していたシカゴ大学学長 R.M.ハッチンスに一通のメモを送った。

プレス自由をいかに考えればよいだろうか？私の責任とは何だろうか？⁵

メモを送られたハッチンスの方も、中西部の名門シカゴ大学学長の地位にありながら、まだ 30 代の若さだった。ルースもハッチンスも、その当時、各々ジャーナリズムとアカデミズムの分野における米国社会の天才、そして型破りな風雲児との評判を取っていたようだ。その 2 人の間で交わされたこの小さなメモこそが、20 世紀の「プレス自由」についての一大論争を呼ぶことになる理論の始まりであった (Bates 1995; Abel 1984: 38)。

1920 年代の大恐慌の時代に、週刊ニュース誌『タイム』を創刊したルースは、プレスとは自由に意見を述べるだけでなく、社会に奉仕すべき役割を持たねばならないと確信していた。ルースは 1937 年のスピーチにおいて当時のジャーナリズムを次のように批判した。

多くのプレスは人々が欲するものだけをテーマにしている。(…) 野蛮さ、センセーショナリズム、そして犯罪を誘発するような報道を有効に防止する術が設けられていない。(…) そして、ジャーナリズムにいちばん大切な機能、民主主義を支えるために情報を提供することは機能不全に陥ったままである。

(Bates 1995)

ルースが批判するごとく、当時の米国はいわゆるイエロー・ジャーナリズムの最盛期は過ぎてはいたものの、センセーショナリズムや娯楽で発行部数を競い合うジャーナリズムを、すでに 20 世紀初頭から目の当たりにしていた。加えて新聞市場では独占状態がますます進行し、「私欲をむさぼるプレス・オーナー」の存在は問題視される一方であった (Sloan 1991: 213)。プレスの気ままな行動を取り締まり、その際に表現の自由を制限するのもやむを得ないとする意見が出てきたことは、当然の成り行きだったと言えよう。しかし、その一方で言論の自由を保障する米国憲法修正第一条に対する絶対的信念も依然として根強く、当時の米国社会は「言論・表現の自由」に関して、ある種のジレンマに陥っていたのであった。

このような経緯からルースとハッチンスはプレス自由を検討する委員会設立を計画したのだ。ルースは内容にはいっさい口出しをしない約束で、タイム社が委員会設立資金 20 万ドル（今日ならば 200 万ドル相当の価値になる）を拠出することを約束し、さらにエンサイクロペディア・ブリタニカ社が 15 万ドルを拠出した (自由委員会 1947=1948: 1; Isaacs 1986: 100)。提案翌年の 1943 年には、さっそく委員の選定が始まった。委員長は発起人の一人ハッチンス。メンバーには当時の米国における一流知識人のありたいがが集められた。委員会は Z.チェイフィ、W.E.ホッキング、H.D.ラスウェルなど主に「アイヴィー・リーグ」に属する東部エリート大学の法学者、哲学者、人類学者、歴史学者などで占めら

れた。そこにさらに大学以外のメンバーとしてニューヨーク連銀総裁 B.ルムル、そして詩作・戯曲部門のピューリッツァー賞受賞者であり元国務次官補 A.マックレーシュ⁶の 2 人が加えられた。ところが、委員会には、ジャーナリズム業界からの参加はなかった。「どんな活動も、それを十分に批判するためには、その内部からの人間を含んではならない。とくに新聞産業はあまりにも閉ざされた世界で、外側にいる知的人間には理解できないようになっている。」という委員長ハッチンスの思想⁷ (Bates 1995) が反映されたのだった。

分野を異にする名だたる知識人がプレスの自由について意見を出し合った結果をバランス良く最終的に一つの報告書に盛り込んでいくことは至難の業だったとされる⁸。最大の争点は、逸脱した振る舞いをするプレスをいかにコントロールするかであった。民間、あるいはプレス以外の第三者による監督機関を創設するアイデア、あるいは一部からは政府による法的な制裁の容認までの意見が出た。結局、統一した対策はまとまらず、一般報告書はそうした具体策にまでは踏み込まなかった。しかもわかりやすい簡潔な文章⁹を採用しようとしたがために、それまでのメンバーの間で交わされた多様な議論に比べて、できあがった内容の大部分は「換骨奪胎」されていた (McIntyre 1987: 152-153)。

一般報告書は、1947 年提出直後から賞賛と、そしてそれ以上に多くの非難と批判を浴びた。その報告書からは、それが極めて注意深く慎重な表現を用いながらも、言論出版の自由について、個人権的発想よりも、社会権的発想をより優越させようとしていることが汲み取れ (内川 1989: 395)、そこには社会あるいは公共の福祉と民主主義のよりよき実現のためには言論の限定的制限もやむを得ないことが示唆されていた。すなわち、そのような発想は、米国で「純粹培養的な特異な発展を遂げた」 (内川 1989: 375) 自由主義的発想を根底から覆す視点を含んでいたのである。

周知のとおり、米国では憲法修正第一条によって、連邦議会は言論および出版の自由を制限する法律を制定することが禁じられている。修正第一条が保障する米国における表現の自由をめぐる理論的枠組みについて、山口いつ子は以下のように説明している。

表現の自由は、真理の追求をはじめとする様々な価値や機能を有し、他の価値と衝突する場合においても、とりわけ特別な配慮を要する重要なものである。そして、自由な討論は、「思想の自由市場」においてもっとも良く達成される。そこでは、思想の評価は、政府が関与することのない言論間の自由な競争に委ねられるべきであり、たとえ言論が害悪を生み出すことがあっても、その是正策は、言論の抑制ではなくモア・スピーチによるべきとされる。(山口 1994[a]: 35)

山口によると、この理論は、米国において今世紀の半ば以降支持を拡大し、今日におい

でもなお、表現の自由論の基本的枠組みとして機能しているという。17 世紀の中葉以来発達してきたそのような近代自由主義的な言論の自由思想は、米国社会において建国以来の超時代的「真理」となり、強固な信念となった。そしてその信念こそがまさに「アメリカ合州国的なるもの」(花田 1999: 88) と言えるのだろう。その意味で、プレスの社会的責任理論は、今日の米国においてもなお〈異端〉と見るのが妥当であろう。いや、むしろだからこそ、それについて今日まで米国メディア・ジャーナリズム研究の場で、その理論的意義ならびに社会での応用実践のあり方が何度も問い直され、検討され、批判されてきたと言えるのではなかろうか。

(3) 実務者の視点なきジャーナリズム論、市民の視点なき市民プレス論

社会的責任理論は、すでに触れたとおり、1947 年以来多くの批判と論争を巻き起こしてきた。その批判は大きく分けて 3 つの種類が認められる。それを整理してみよう。はじめに、自由委員会そのものについての批判である。先述したように委員会の構成メンバーに実務者がいなかったこと、それはまずジャーナリズム業界から出た不満のいちばんの原因であった。次に、最初の点から引き出される帰結であるが、報告書の内容が理論的なものに偏っていて、実務的視点、ならびに市民のための実践的対策が欠如しているとする批判である。そして最後に、現代社会との対応関係に鑑みた批判である。この類の批判は、マスメディアと現代社会の関係を問うことによって生まれるものであるから、時代ごとに常に更新され継続されていく性格の論議である。以下これら 3 つの種類批判を順を追って検討していく。本節ではまず、報告書が提出されたときに噴出した最初の 2 種類の批判を考察する。

委員会にジャーナリズムの実務者が不在であったこと、そしてその一般報告書に政府の介入をも辞さないというニュアンス¹⁰があったことは、マスメディア業界、とりわけ当時の都市部の大手新聞社を中心とする新聞業界からの激しい非難にあった。「この 10 人のおえら方の誰か一人でも新聞社経営をするならば、その会社は 12 ヶ月以内に倒産するだろう」と当時の全米新聞編集者協会の当時の会長 W.フォレストは言い放ったとされる (Bates 1995)。

1940 年代後半、米国新聞業界は、一方では社会からの批判があることを認識してはいたものの、他方では第二次世界大戦の戦争報道において米国国家と国民に奉仕したという自負があった。政治においてはドイツの全体主義という「昨日までの悪夢」に加えて、社会主義という「明日への悪夢」の動きに敏感になっている時期であった。政府とプレスがなんらかの形でつながることは、このうちのいずれかの「悪夢」の政治的イデオロギーに属するものと見なされた。委員会には「左派、社会主義者たちの委員会」あるいは「ヒットラー・スタイル」などの言葉が投げつけられた (Bates 1995)。委員会発案者であり、か

つ出資者であったルースも、ジャーナリズムの実務者として一般報告書の成果には不満だったとされる¹¹。

また、1947年当時、新聞にとっては、ラジオや雑誌、そして実現のめどが立っているテレビという「ニューメディア」がライバルとして意識され始めていた。そこで「プレス自由委員会」発足のニュースは、もともと新聞産業で働くジャーナリストたちにとっては、「プレスの自由」をより開拓してそのような新しい時代に備えるための福音と期待されていた。しかしながら、それはむしろ「プレスの自由」を制限すると受け取られる内容であったために、報告書はジャーナリストたちをおおいに失望させた (Bates 1995)。

以上のような反応に対して、委員長ハッチンスはしかし、毅然と反論した。1953年の米新聞編集者協会 (American Society of Newspaper Editors) におけるスピーチはその一例である。引用してみよう。

皆さん方の会長は 6 パラグラフによるステートメントを発表し、そのうちの 3 つは委員会のメンバーが左翼であることを述べている。そして、そのすべてのパラグラフにわたって、委員のほとんどが新聞業界での経験がない学者であるから、我々が言ったことには重要性がないと断言している。そして、全国あらゆるところでこの報告書が非難的となっている。私が望むことは、皆さんがそれをいつか読んでほしい、ということだ。(…) そしてあなた方はこの国で唯一、批判されないインスティテューションなのだ。あなた方はお互いに批判し合うこともないであろう。そして外部の誰かが批判しようものならば、すぐに修正第一条を持ち出してぶつぶつ言うのである。(New York Times 1955 年 4 月 22 日)

このような一般報告書をめぐる批判と不評を探っていくと、当時の米国の「アカデミズム」と「ジャーナリズム」の確執が浮かび上がってくる。社会的責任理論とは、アカデミズムが生んだプレスの規範理論あるいは思想研究の成果を、実践的ジャーナリズム改革へと繋げようとする戦後初の試みであった。そして、それがいかに不評な行為だったか—ジャーナリズムとアカデミズムとの間にあるコミュニケーションの断絶、互いへの不信感、そしてアカデミズム側からジャーナリズムへ向って規範的枠組みや改革の提言をすることの難しさがここに発見できる。

S.ベイツは 1998 年に「自由委員会報告書」作成背景についての詳細な論文を発表したが、彼はそこで当時の米国ジャーナリストたちの地位が社会的に今日ほど高くなく、自ら「庶民」としてのアイデンティティを持っていたことをこの確執の原因として挙げている。プレスとは庶民、大衆の味方であり、「あの頃の多くの記者たちはプロフェッショナルの

句いのする“ジャーナリスト”という言葉で呼ばれることすら嫌っていた。彼らは単なるニューズペーパー・メンだった」(Bates 1998: 146)。その一方で彼らにとって知識人とは「貴族」であり、つまり彼らがもっとも嫌う種類の人間であった。戦後、ジャーナリズム・スクールなどのインスティテューションの存在によってジャーナリズムとアカデミズムがむしろ比較的協調的に発展してきたと観察される米国においてさえ、約 50 年前にはこのような「アカデミズム」と「ジャーナリズム」の根深い確執があった¹²。自由委員会に実務者を入れなかったことは、委員長ハッチンスの予想をはるかに超えて、社会的責任理論の受容にネガティブな影響を与えたのであった。

こうした実務者からの批判もさることながら、自由委員会報告書はまた、アカデミズム側からも今日に至るまで実用的限界を指摘され続けてきた (cf. 田島 1993: 62)

たとえば米国のジャーナリズム倫理学者 W.ランベスはこの点について、次のような批判をしている。「ジャーナリストひとりひとりが毎日下さなくてはならない倫理的判断のガイドとなるようなものがこの勧告にはいっさい含まれていない。個別の決断が下される際に応用できる一般的フレームワークがない。この点においては、自由と自由の濫用との間に引くべき境界線が明らかにはなっていない点で自由主義理論とまったく同じ意味での欠陥を持つ。」(Lambeth 1986: 8) と批判している。実際、ハッチンスは委員会内においても、委員会メンバーの一部がより実証的な研究や具体策の提案をしようとする意見を意図的に制している。「我々の委員会が召集されたのは哲学的な能力のためであって、社会的な能力のためではない。我々の仕事は第一に考えることだ。」(McIntyre 1987: 142) と、具体的提言に禁欲的な姿勢を崩さなかった¹³。とりわけ報告書最大の争点の一つに市民参加型のプレス監督機関である「プレス評議会」設立の提言を盛り込むかがあったが、結局最終的に具体的提言は見送られた。米国ではそのアイディアがおくればせながら 1973 年に「ニューズ・カウンシル」として結実したが、1984 年にはその存在は消滅した¹⁴。結局のところ、「社会的責任理論は、ニューズルームよりもクラスルームにおいて重要な存在となった。今日それはジャーナリズム・スクールにおいて生きているのである。」(Bates 1998: 161) というような状況を作り出してしまっている。

ところで、報告書はジャーナリズム業界および学界からの賛同を得られなかったのと同様に、さらに一般市民たちの関心もほとんど呼び込むことができなかった。なぜだろうか。18 世紀的自由主義理論においては、人間は「真理を知りたいと願い、真理に従いたいと欲する」(ジーバート他 1959: 81) 理性的存在であるという前提があり、それは米国における「言論の自由」への信念を支えてきた。ところが報告書では、人間の本質に悲観的であり、一般市民のマスメディアに対する脆弱性が強調されている (cf. ジーバート他 1959: 184)。ハッチンスをはじめとして、委員会メンバーの発言の多くには、大学教授が「愚衆」のために「ニューズペーパーのカリキュラムを適切なものに変更する」(Bates 1998: 145)

というニュアンスが漂っていた。そのような「教育が必要な、しかも知性や理性の不足している市民」をイメージして起草されている報告書であるから、それが市民の主体性に希望を抱き、彼らを巻き込んだプレスの改革運動を先導していく力を発揮していくことは期待できなかった。報告書では「大学」「有識者」「第三者機関」などがアクターになる提案が各所にちりばめられてはいるものの、市民活動のエンパワーメントを支援したり、一般市民の情報活動を直接サポートしようとする視点はほとんどなかった。プレスの市民社会における社会的責任を問いながら、その理論自身が「市民社会」と希薄な結びつきしか持っていなかったことは報告書の決定的な弱点であった。自由委員会報告書、そして社会的責任論とは結局のところ、「市民なきままの市民プレス論」であるとさえ言える。

そのように一般市民の視点が脱落していた点については、当時の米国の時代および政治思想に関わりがあることを断っておきたい。当時の米国では、ルーズベルト大統領によるニューディール政策が大きく影響していた。そこでは、社会のマネジメントは“エキスパート”に委ねられるべきであり、それらの“エキスパート”たちはその信頼に応えるべく国家の役割を構想し、「公共」政策を管理する任務を負っていると自負していた。従って、「選りすぐった私人たちがグループを結成し、重要な公共の問題を研究し、提言する」

(McIntyre 1987: 139) 委員会方式は、当時の政治流儀となっていたのであった。その証左には、自由委員会に参加した知識人たちの多くが、それまでその他各種のニューディール政策のアドバイザー、あるいは当時の政府に関わりを持つ者たちであった (Gillmore 1998: 240)。そこで、ハッチンスをはじめとするメンバーたちは、委員会発足の際、プレスの自由がその濫用によって危機に瀕していることを救うことは「公共政策」であると考え、その政策を示して問題の「マネジメント」へと導くことが自分たち「知識人」のミッションであると理解していた。つまり、内川芳美がいみじくも指摘するとおり、「〈社会的責任論〉は、いわば、言論出版の自由におけるケインズ理論」(内川 1989: 397)であり、当時の米国社会を支配していた進歩主義的エリートイズムを忠実に反映するものであったのである。社会的責任理論は、そのような経緯から産み落とされたものであるがために、市民の主体性を取り込もうとする活力が欠如していた。

今日の状況では、プレスと市民との溝はますます広がっていくように見て取れる。そして、現代のプレス、つまりマスメディアは、その溝ゆえに市民社会の論理とかけはなれた行動をとった結果、問題を引き起こすことが多い。その点を鑑みれば、報告書が理論部分にとどまり、具体性を欠いたことは、何よりも現実には権力を持たない一般市民を不利な立場に回すことになった。

(4) 社会的責任理論における「公共性」の問題

一般報告書は、それまで送り手側からだけで論じられてきた当時の米国のプレス理論に、

受け手である市民の視点を取り込んだものであった。自由委員会が「統一的理論」(ピータースン 1959: 135)の基盤を作った、とされるのは、この視点の180度の転換があるからである。しかしながらこれまで見たとおり、それはいわゆる「象牙の塔」で作られた理論であり、実践的提案に欠いていることが、各方面から批判された。

本節と次節の第5節では、3つめの類型の批判、すなわち同理論と社会、とりわけ現代社会との関係について論ずる。1947年の起草時点から後の約50年間を経た現在に至るまで、メディアを取り巻く種々の社会環境は急速に変化した。そのことは社会的責任理論のアプローチにとって新しいチャレンジとなっていた。それについて、本節と次節において批判的に検討していきたい。

社会的責任理論とは、ピータースンが論じているように、18世紀から19世紀にかけて発達したプレス自由主義理論が当時限界に来ており、それへの批判として提出された背景がある(ジーバート他 1959: 134ff)。しかし、それにもかかわらず、社会的責任理論は、多くの点で自由主義的個人主義を克服していないと指摘されている(Christians et. al. 1993: 38ff)。なぜならば、社会的責任理論は自由主義理論を基盤とするいわゆる「功利主義的思想」に依拠しているからだ(Lambeth 1986: 9)と主張する議論が近年の研究で見られる。この種の批判は、80年代から活発になりつつある政治学および経済学分野における自由主義の再検討ならびに自由主義への批判という学問の流れが、ジャーナリズム研究にも波及してきたことと捉えられる。はじめにこの点について、一般報告書提出当時の社会状況と現代の社会状況とを照らし合わせながら取り上げてみたい。

まず、功利主義思想について概観してみよう。功利主義とは、個人の不可侵的人権(財産権、思想・言論の自由など)を社会的正義および公共的モラルの基準へと延長せしめるための倫理思想である。その際有名な「最大多数の最大幸福」の考え方は、(社会において)普遍性を持つ、合理性にかなったモラル基準設定のための公式である、と考えられてきた。功利主義の思想は、その公式によって社会が一貫性(consistency)、完結性(completedness)、ならびに整合性(congruency)を獲得すると主張する(Sen and Williams 1982: 17-18)。そして、それらが欠如しているような思想とは、「偏見、ドグマ、あるいは非合理的伝統のどれかであるとして批判される」(Sen and Williams 1982: 21)のである。しかしながら、功利主義思想とは、社会の均質性や整合性を重視するあまり、社会を単次元の平坦な平原と見なす欠陥を孕む。グローバル化、情報化、流動化、多様化などの諸現象を包摂する現代社会において、功利主義的思想の有効性に再検討が加えられなければならないと主張されるゆえんはここにある。多元化が進む社会においては、功利主義に取って代わる、社会における新たな正義やモラルの基準を設定するための方法の必要性が主張されている。とりわけマルチカルチャリズム論が活気と説得性を持って主張される今日の米国思想界において、功利主義という近代の倫理基準の正当性は大きく揺ら

いでいる。このような思想状況において、多様性の尊重を社会の優先課題として設定し、公共圏における一律的「基準」を社会に定位する行為の必要性自体を否定する思想も提出されてきた。(Taylor 1982: 129ff)。

ここで話を社会的責任理論に戻すことにしよう。

たとえば、自由委員会の一般報告書には、次のようなプレス役割を定位している箇所がある。

(…) プレスは、あらゆるところに住む人間に、世界について、そして互いのことについて知らせ、またすべての人間が自由社会の目標を理解し、尊重するように働きかけることによって、世界のコミュニティを作ることを促すことができるだろう。

(The Commission on Freedom of the Press 1947: 4 (筆者訳))

これは、一般報告書の中において自由委員会が、プレスには人間を啓発する崇高な責任があり、すべての人々に共通な目的を与え、コミュニティの絆を強めることに貢献すべきであるとするスタンスを指摘している。こうしたプレスの規範的役割に関する文言は、今日でも散見されるが、こうしたプレスの役割規定には、今日限界が見えてきた。

つまり、このようなステートメントが生み出されるには、その前提において「自由社会の目標」やコミュニティのあり方、ひいては社会における「公共性」とは何かについての思想が議論されていなければならない。ところが社会的責任理論においては、その点が不問に付されているのである。まさにそこに古典的自由主義が依拠してきた功利主義思想が根をおろしていると思えるのである。

この自由委員会の思想についての近年の研究では、とりわけ報告書の理論部分の作成で中心的役割を果たしたハーバード大学哲学科の名誉教授 W.E.ホッキングを取り上げ、議論されている (McIntyre 1987: 143; also see Gillmore 1998: 231ff) ¹⁵。神学者である彼は、ドイツへの留学経験があり、そこで博士論文を執筆した。その際ヘーゲルをはじめとするドイツ観念論から強い影響を受けたという。彼はリベラリズムに対する強い嫌悪感を抱き、同時に「精神の統一 (union of psyches) と共同主体性 (co-subjectivity) を通して“共同体 (communitas)”を模索する」という、神学者としての広大な思想的テーマを持っていた (Gillmore 1998: 235)。

ホッキングはさらに、一般報告書をまとめる傍ら、委員会における研究の思想的成果を個別報告書として *Freedom of the Press* (『プレスの自由－原則の要綱』) (1947) という自著にまとめた。その自著において、彼は「社会に責任をもつプレス」について論じ、そこで「パブリック・プレス・システム」の制度を構想した。それは「パブリック・スクー

ル・システム」モデルのアナロジーから構想され、「国家はプレスの行動に干渉することなしに、プレスが公共の利益に奉仕するために行動できるような条件を調えることはできる」とする。それゆえに、「その目的は無駄や無秩序を軽減し、公共の思考の純粋なる過程を実現させ、最上のプレスのサービスを最大多数の人々へ届けることである。最上のサービスを最多の人々へ！」(Hocking 1947: 183) と記している。

この議論において、ホッキングのロジックには、人間の「モラル」とは神から個人へと与えられた疑いのない、そしてゆるぎない前提条件として存在するものであり、それが集合して「公共性」へと直結したものになっている。つまり彼は、所与の人間道徳の価値総和を数量的に最大化することが公共性であるとする自由主義的思想に基づく公共性概念に疑義をはさんでいない。ホッキングは、一方で自由主義理論に基づく個別事象の「真理」や「客観性」に対する考え方を批判しながら、他方でメディア/言論についての「公共性」には、自由主義の依拠する功利主義的公式を無意識のうちに持ち続けた。さらに公共の福祉の最大多数化を調整し管理する役割を国家（あるいは政府）に要請した。それは先に述べたとおり、米国の恐慌経済復興策としてのニューディールの発想の影響であろう。彼のこうした思想は委員会で主導権を握ることになり、一般報告書にも色濃く打ち出されることになる。

では、報告書の最終的にまとめた委員長ハッチンスは、「公共性」をどのように認識していたか。それを知る手がかりとしては、米国のマルチカルチュラリズムおよびデリバリティヴ・デモクラシーの代表的研究者である A.ガットマンが、ハッチンスが次のような、今日で言う「本質主義的」教育思想を持っていたことを指摘している箇所があるのでそれを見てみよう。ガットマンはハッチンスのそうした思想の証左として、彼の次のような文章を引用している。

エジュケーションはティーチングをも含んでいる。ティーチングとは知識を含む。知識は真理である。真理はどこに行っても同じである。私は、組織や行政、ローカルな特徴や習慣に差異があるという可能性を見過ごしはしないが、それらはディティールの問題である。—R.M.Hutchins, *Higher Learning in America* より (Gutmann 1992: 16)

彼は 1950 年代の米国教育界の一人者として、プラトンやアリストテレスといった西欧学問の伝統を称揚し、それを基準とすべきだと主張していた。時代の流れから言えば当然のことだったのかもしれない。しかしながら周知のとおり、1980 年代から、米国においてはマルチカルチュラリズムという問題がとくに教育の場で論議の的となっている。西欧文化中心の知の体系への異議が唱えられて、その帰結として一部の大学ではエスニック・ス

タディーズを重視したカリキュラムが組まれるようにさえなってきた。科学および思想の世界において、その脱西洋化、あるいは脱中心化をめざす動きが現代社会において顕著に認められるのである（辻内 1994:43ff）。

それに対して、1940 年代に生きたホッキングやハッチンスにとって、「公共性」や「真理」とは、議論の余地のない自明のものであった。社会における原住民の権利、エスニック・グループの権利、女性の権利、あるいは同性愛者の権利などが、白人男性のそれと同じ比重で考えられるべきであるとする議論状況を、彼らはおそらく想像だにしなかったに違いない。つまり、当時のハッチンスをはじめとする委員会のメンバーが自明なものとして考えていた彼らにとっての「公共性」あるいは「真理」は、ありとあらゆる側面から疑問符を打たれ、根幹から揺らいでいる。マスメディアという問題には直接言及されていないが、ハッチンスの知の体系への根本姿勢を鑑みれば、そうした思想背景を基盤として作成された報告書は、今日の理論状況において再構成されるべき余地があるということが、以上の点においても考えられるのである。米国メディア倫理学者 D.ギルモアは、先のホッキング思想とそれを成立させた社会背景についての詳細な分析を行った論文「Who was W.E. Hocking?」の最後において、

ホッキングの分析およびそこから引き出される理論における最大の欠陥は、パブリックという概念を十分に議論することに消極的であること、そしてそれをしていないことである。ましてやパブリック・インタレストの問題となれば、なおさらのことである。（Gillmore 1998:245）

と結論しているのである。こうして半世紀以上を経てからようやく、報告書が「公共性」概念において理論的脆弱性を持っていると指摘されるようになったことは注目に値しよう。そのことは大井眞二が指摘するごとく、プレス研究においては、リベラリズム理論を打破しようとする「パラダイム転換が起こらなかった」（大井 1999: 35）ために、近代リベラリズムの安直な「パブリック」の理解が今日も生きていることへの批判とも読み取れるし、また近年の英米圏における「市民社会」や「公共圏」をめぐる活発な議論がメディア研究に突きつける新たな課題であるとも読み取れる¹⁶。

そのような社会的責任理論における「公共性」への理解の欠陥を指摘した上で、我々にとって浮かび上がってくる問題は、現代社会のマスメディアを中心とした公共性、倫理やモラル、あるいは正義の基準は、功利主義的に数量最大化する以外にどのように、どの枠を単位として、そしてどの立場において設定していくべきなのか、という点である。

米国では、1970 年代以降、功利主義の限界を認識しつつ、倫理に関する新たな理論的枠組みとして、いくつかの重要な議論が提出されてきた。ひとつは、個人的権利を不可侵の

基盤 (foundation) として徹底的に重視した J. ロールズによるいわゆる「義務的自由主義 (deontological liberalism)」である。ロールズの理論を「言論の自由」思想の倫理問題に援用れば、「言論の自由」はなによりもまず個人に与えられた不可侵の厳粛さを持つ。功利主義では、ともすると「最大多数」に押し込められ、埋没しがちであった個人権が、これによって前面に押し出されて、強く尊重されていった。ロールズの理論は、それまでの近代的リベラリズム理論をより精緻化したものとして、70 年代、80 年代の政治学や倫理学の分野を席卷したのであった。他方では、ロールズが論ずるような個人権を強調する自由主義に反論をし、「コミュニティの共通善」をより重視する「コミュニタリアニズム倫理」のパラダイムも切り開かれていった。そのような枠組みでは、コミュニティの「共通善」こそが言論活動の倫理範囲の基準となることが主張されている。これらの理論については第 III 部第 4 章でやや詳しく検討するのでここでは立ち入らないが、しかしながら、流動的な現代社会においては、社会的責任理論の功績を生かすためには、現代における「公共性」あるいは「公共圏」概念の精緻な分析研究、および言論の自由思想における「個人」と「社会」の連関と倫理の基準についての入念な検討が、ますます重要になっていくだろう。従って、近年「公共圏」と「メディア」および「コミュニケーション」の関係について、様々な問題意識が提出され、その点についての多様な研究成果が提出されてきていることは、現代社会におけるメディア/コミュニケーションとその倫理を考える際に必然的要請であり、帰結であろう。「市民」の側からの視点を取り入れる点で画期的であった 20 世紀のメディア理論、社会的責任理論の功績を生かすためには、そうした「公共性」あるいは「公共圏」についての研究の成果との接続が今後とも必至の課題として残されている。

(5) 放送政策と社会的責任理論

社会的責任理論が誕生していったもう一つの背景として、ピーターズンはメディア技術の発達 (自由委員会 1947=1948: 40ff) とメディアの集中化および大規模化¹⁷を挙げている (自由委員会 1947=1948: 48ff)。そして、今日のマスメディアを取り巻く技術的および経済的環境に目を向ければ、それらは報告書が提出された 1940 年代よりさらに極端な傾向を示している。本節と次節においては、メディアを取り巻く技術的環境と経済的環境の変遷を鑑みながら、現代社会における同論の有効性を検討してみたい。

まずは技術の発達とマスメディアの自由の規制に関する点を米国メディア史の中で見てみよう。内川芳美によると、米国では、自由委員会が結成されるはるか以前の、すでに 1927 年の連邦無線法において放送 (当時はラジオ放送) 分野において〈公共の利益、便宜、または必要〉という原則が確立されており、そこに米国における「社会的責任」論の系譜の始まりを見ることができるとしている (内川 1989:369-370)。さらに 1946 年には FCC (連邦通信委員会) が出した「放送被免許者の公共的サービスの責任」と題する文書、いわゆ

る〈ブルー・ブック〉が発表され、それが米国放送政策における社会的責任理論の展開の上で画期的な役割を果たした（内川 1989: 387）。この〈ブルー・ブック〉（表紙が青いためにこの通称となった）（内川 1989: 370）は、当時のラジオの全国的な普及発達、4大ネットワーク会社による番組の独占的支配、といった状況の中で、放送の公共性が、「政府による放送規制の行政基準としてと同時に、それ以上に、放送事業者の番組基準として問われる」（内川 1989: 386-387）ことを示唆し、たとえば放送免許更新において、番組の基準に特別の考慮を払い、厳格な審査を行うべきことを述べていた。当然のことながら、それは政府による検閲行為であるとして、マスメディア業界から強い批判を呼んだのであるが、まさにこの〈ブルー・ブック〉の存在が、自由委員会の研究に少なからぬ影響を与えたのである（内川 1989: 387）。自由委員会では結成当初、新聞においても連邦通信委員会（FCC）のような組織を作って独占や集中を取り締まるべきであるとする意見までもが委員の何人かから出されたのであった（Bates 1995）。

以上のように 1930 年代から 40 年代の前半、米国のラジオはめざましい普及を遂げ、同時にテレビ放送¹⁸への可能性も期待されていた。そしてやがて、放送の普及という現象は世界的に共通したものとなった。つまり社会的責任理論の問題意識はグローバルに共通したものとなり、必然的に社会的責任理論の持つ規範的思考枠組みは、戦後のメディア政策共通の枠組みとなっていった。つまり、グローバルな観点から眺めれば、放送メディアが発達して多メディア時代に突入したとき、普遍的にそこに新しいメディア政策の必要性が発生するわけだが、社会的責任理論とは、その「米国型バリエーション」（Nordenstreng 1998: 419）であると位置づけられるのである。

他の国の事例を見てみよう。たとえばドイツにおいては、放送の機能は世論形成であり、強力なマスメディアとしての放送は、国家または社会の一部の利益集団によって独占的に占有されてはならず、従って放送制度は「社会的に重要な諸勢力」を事業の規制に統合的に関与させるべきであるとしている。従って放送制度とは、「多元的」な構成をとる内部的監督機関（放送評議会）によって「社会的監督」あるいは「社会的規制」の元に運営されるべきであるとし、公共放送制度は「内部的多元性」モデルの下で構想されたのだ。このドイツ放送制度の一連の規範的枠組みは、連邦憲法裁判所による 1961 年の第一次放送判決（テレビジョン判決）において定式化された（石川 1979: 92）。ドイツにおけるこの「社会的規制」モデルは、米国における社会的責任理論の要請と非常に多くの共通項を見出すことができる¹⁹。そのような社会的責任理論の視点を持つ放送政策、とりわけ公共放送制度における政策のあり方は、欧州の多くの国々に見られる。米国において周縁であり続けた社会的責任理論は、欧州においてはむしろ、「公共放送制度を含むジャーナリズムメディア政策の支配的かつメインストリームのドクトリンである」（Nordenstreng 1999: 425）という評価さえ下されている。

さらに、1970 年代終わりから 80 年代にかけてのユネスコ事務総長の諮問機関マクブライド委員会（正式にはコミュニケーション問題研究国際委員会）の報告書、およびそこで議論された「新世界情報・コミュニケーション秩序（NWICO）」は、国際的舞台における西欧側の「力あるプレス」が、技術革新によって国境を越えて「力なき」非西欧諸国へ到達し、そこでのコミュニケーションおよび情報を支配していく状況、ならびに西欧側のみで製造されるメディア・コンテンツの影響の「社会的責任」を問うものであった。そして、西側先進諸国主導の国際コミュニケーションが「情報の自由な流れ」を原理として活動を展開していることに対して、開発途上国側が「均衡のとれた情報の流れ」を対抗原理として打ち出したのである（内川 1989: 523）。情報の送り手である西側先進国に従属させられている受け手、つまり開発途上諸国の視点を取り入れ、それらの国が世界的な情報の流れに主体的にアクセスできるように均衡のとれたものへと「規制（regulate）」していくべきであるとする考え方において、NIWCO はプレスのグローバルな社会的責任理論であったと理解できよう（Gunaratne and Hasim 1996: 97ff; Nordenstreng 1998:422-423）²⁰。こうして急激なコミュニケーション通信技術の発達を基盤とした放送事業の普及は、社会的責任理論が持つ視点の重要性を世界的に再確認させていった。

また、欧州では過去 10 年ほど、欧州連合（EU）市場の統一プロジェクトが大きな課題であり、また各国の政策の焦点となっている。すでに 2002 年にはユーロ紙幣の流通が開始されることも決定しており、それをもって事実上「自由かつ一つの欧州市場」が完成に至る。しかしながら、1997 年に採択された EU アムステルダム・プロトコル、あるいは 1997 年の欧州議会の決議に見られるように、欧州ではジャーナリズム、メディア政策は社会・文化政策の領域に属し、それは経済政策・産業政策と厳しく峻別すべきであることが明言され、確認されている。

とくに公共放送制度においては、「EU メンバー各国は、その公共放送制度が各社会の民主的、社会的そして文化的ニーズ、およびメディアの多元性を保持する必要性に直接関わっていること」（1997 年 EU アムステルダム条約、公共放送に関するプロトコル）に鑑み、ヨーロッパ規模で自由競争を基本としている経済領域には属さないことを基本原則としている。自由な統一市場の機運の中で、欧州の民間商業放送事業者は公共放送の受信料財源は EU 市場の自由競争原理に違反するものだと主張してきた。そこで同条約が EU レベルにおける公共放送の制度的、法的根拠として、そうした自由競争を主張する向きを牽制するために宣言されたのである（Nordenstreng 1998: 426）。アムステルダム条約の公共放送に関するプロトコルとは、結局 EU 市場における競争原理がメディアの集中化を招くことを問題にしており、その意味で 1940 年代のルースとハッチンスの問題意識をそのまま受け継ぐものだと見なすことができよう（Nordenstreng 1998: 428）。

社会的責任論は、国境を越えた多くのメディア政策策定の場において、今日においても

その存在を認めることができる。グローバル化、多元化、ボーダーレス化していくメディア景観の中で、同理論が下すメディアの社会的責任に関する定義は、一層重みを持つ礎石となっていることもまた事実なのである。

(6) マスメディア市場の構造転換と社会的責任理論の限界

放送政策と社会的責任理論とは、歴史上、密接な交わりを持っていることが明らかになった。つまり放送とは、その周波数の希少性、ならびに初期投資の巨額という条件があるため、一般市民の参入が困難である。そこに放送制度が規制されることを正当化する根拠があった。自由委員会の有識者たちは、新聞市場においてその集中化状況が進んでいることを目の当たりにして、その問題解決のために放送政策を参照し、放送政策の原則をプレス政策の規制へと拡大しようとした。マスメディア市場全体が集中化、寡占化傾向を示す状況において、放送政策を源流とした社会的責任理論は、その対策にぴったりと当てはまる思想であったのだ。その点に関して香内三郎は以下のように述べている。

アメリカの「社会的責任理論」は企業の社会的責任といった一般的なことでなく、メディアの経済的独占化を食い止める有効な手段は当面ない（…）。とすれば、メディアは多様な意見を抱えた、多面的社会の意見の「縮図」を媒体内容の上にできるだけ正確に反映すべきである、という理論である。ある種の無力感をバネにして積極的な政策に転ずる、典型である（…）ある意味ではすべてのメディアが免許事業である電波媒体に近くなる（…）。（香内 1994: 179)

香内の考えに倣えば、社会的責任理論とは、市民からの参入の困難性という前提を積極的かつ現実的に是正するために組み立てられた理論であると見ることができる。

ところが、現在のメディア環境はどうか。周知のとおり、放送はデジタル化され、チャンネル数は数百倍にも膨れ上がり、さらにはインターネットの登場で、個人や企業のホームページが次々と開設されている。社会的責任理論の基礎となっていた「周波数の希少性」という前提は刻一刻と薄れつつある。

現在進行形で起こりつつあるメディア構造の変容現象を観察すると、そこにはむしろ、18世紀に発達した自由主義理論の方がそのダイナミズムや多様性に寄与するのではないかとさえ考えられる。マスメディアの世界は、技術革新と規制緩和によって格段に参加しやすくなり、新しい「百家争鳴」時代が到来した。そこでは、J.ミルトンの『アレオパジティカ』以来発達してきた「思想の公開市場」概念を想定した方が、多くの市民参加によるメディア景観の多様性を実現する展望が開けてくる。放送が開始する以前に当然視されて

いたような状態、つまり自分たちで媒体を所有する「メディア表現者」たちが比較的安価に各自のイデオロギーや意見の表現活動を展開できる状態、それが可能になったのだ。そうだとすれば、プレスの社会的責任理論が依拠するモデルとはまさに逆のベクトルがメディアの現実には作動していることになるだろう。

この新たな状況はまた、従来の「マスメディア」概念、あるいは「ジャーナリズム」活動の稜線を見えにくいものにしている。インターネットのホームページでは誰もがジャーナリストになる可能性を含む²¹し、また何百チャンネルを抱えるデジタルテレビ放送には、ジャーナリズムとは無関係の異業種が参入してテレビの番組を作ることが珍しくなくなっていく。つまり、ジャーナリストの職業的精神が洗練されるのとは逆方向の現象にある。その状態は、マスメディア・システムを横断するような一様な「社会的責任」を、いわゆる「コミュニケーション産業業界」全体に要請することが明らかに困難になってきていることを意味しよう。従来の枠組みにおいて要請されるジャーナリストとしてのプロフェッショナルリズムの濃度が希釈されている状況においては、自由委員会が提言した「プレスの為すべきこと」はほとんど意味をなさなくなってしまう。

自由委員会は、集中化するプレス市場において、「マスコミュニケーション機関が情報と議論のコモン・キャリアとしての責任を引き受けるべきである」と考える。(We recommend that the agencies of mass communication accept the responsibilities of common carriers of information and discussion.)²²としていた(The Commission on Freedom of the Press 1947: 92-96)。自由委員会が提言したそのような要請は、今日の状況においてどこまで有効性を持つだろうか？仮にプレスがコモン・キャリアであるとする側面が否定された場合、プレスの社会的「責任」、リスポンシビリティおよびアカウンタビリティの概念はどうなるのだろうか。具体的にはテレビにおいては「公共放送」の地位²²が、新聞においてはエスタブリッシュメントの「言論紙」あるいは「高級紙」の役割が相対化され、それらの社会的責任については問われるどころか、その社会的存在までもが危うい状態になってきていることが現実として観察されるのである²³。

しかし、その一方でメディア市場の自由化によって現実のマスメディア景観は、一握りのコングロマリットによって支配されるに至っている事実にも注意を払わなければならない。そのような文脈においては、社会的責任理論が提出した問題意識は、一段と重要性を増してきている。それは前節においてみた NWICO や EU が持つ危機感である。マスメディア市場においては今日、極端な集中化傾向がますます進行しており (Tucher 1998: 53)²⁴、そのような市場の様相の中で、マスメディア産業が極端に娯楽化、センセーショナルリズムへと走る傾向は、1940年代より、改善されているとは言えない。むしろ、質的にも量的にも強まっていると言える。

極端に集中化するマスメディア産業構造をいかに分散させながら、他方では拡散する

「情報体系」あるいは「情報ネットワーク」をいかに収斂させていくか—この2つの極端な方向に対して、我々は今後いかに制度的構築を図っていくか。これはメディアの問題だけではなく、現代民主主義社会のあり方をいかに構想していくかに関わる重要な課題の一つであろう。

マスメディアを含む情報制度とは、その構想の仕方によって今日非常に両義的存在であることはつとに指摘されているところであるが、そのような両義的な現代のメディアに、「社会的責任論」はなんらかの理念を与え得るだろうか。次節において「社会的責任論」の現代社会における展望を概観する。

(7) 現代市民社会におけるプレスの役割の再定義に向けて

これまで社会的責任理論について、さまざまな角度からの検討を試みた。結局 20 世紀半ばに提出された社会的責任理論とは今日の我々にどのような意義をもたらしたのだろうか。

それは一つには、戦後におけるマスメディア・システムが民主主義社会における「倫理的」存在であるとする視点を明確に提供したことだったと言えよう。この際の「倫理」という概念は、社会における「制度」の価値を維持する論理、という広い意味として理解したい。つまりマスメディア・システムが社会においてなんらかの意義を持つとすれば、それは何かということである。そして、マスメディア・システムの社会的存在意義について、市民の間で共有されるような価値とは何か—社会的責任理論とはそのようなマスメディア・システムの価値論理の概念として2つの「社会的責任」、つまりリスボンシビリティとアカウンタビリティを提出したのだった。プレスの民主主義社会における価値を体系的に意義づけ、それに倫理的役割を与えたのは、おそらく戦後において同理論が最初であった。

そのような思想を継承しつつ、その後 50 年の間に取り組まれたメディアの改革プロジェクトは多い。米国のみならず、先進工業国全般においてプレス評議会やオンブズマン制度、アクセス権および反論権の実現、あるいは独立非営利機関によって運営されるラジオの開局（ピータースン 1995: 170）などはその例であろう。これらのアイディアの萌芽は、いずれも自由委員会の報告書に見られるのである。また、研究分野においても、ジャーナリズムの倫理と責任システム制度に関する理論的研究分野が、社会的責任理論の成果を継承しながらグローバルに展開してきた²⁵。

市民とプレスを結び付ける発想が与えられたことにより、地道ながらもメディアと市民のインターフェースを活性化させようとする運動も社会のさまざまな場所で誕生していった。加えて、マルチメディア利用の展開など情報環境の全般的かつ根本的変化をふまえ、「言論・表現の自由」あるいは「知る権利」といった観念だけではなく、そこにより市民へのアカウンタビリティ概念を引き付けた「情報に対する権利」を構想することが不可欠

であるとする主張（濱田 1998: 72ff）なども、現代のマルチメディア・情報化社会において市民の視点を取り入れた重要な「社会的責任」に関する理論展開であると言える。そのような成果を各所で確認しつつも、しかしながら、今日のメディア景観を市民社会の側から眺め渡すと、「責任あるプレス」とはいったいどこにあるのか、あるいはどうあるべきかといった点についての具体的デザインや構想は、かなり心もとない。

そこで、こうした状態に注意を喚起する意味で、米国の法学者 L.ボリンジャーは、今日もう一度自由委員会のようなメディア外部の委員会を発足させ、それが今日の問題状況を再び検討することを提案している。彼によると、今日の米国において、公共放送の基盤は揺らぎ、同時にかつて放送メディアに適用されていた FCC による「フェアネス・ドクトリン」は廃止され、また電子メディア政策にパブリックな規制をすべきだとする政策論議は自由市場原理の賞揚とともにほとんど姿を消しつつある。さらには 1971 年のペンタゴン・ペーパー判決に見られるような、メディアが民主主義を促進させる役割を持つことを明示した最高裁判所判例も、ずいぶんと長らく見られなくなっていることにも注意を促している（Bollinger 1998: 64-65）。そこで彼は、社会的責任論にあるメッセージが今日の規制緩和と商業主義が強まるメディア景観の中でますます重要性を持って我々の社会にアピールすることを改めて主張している。

商業主義的精神が台頭するにつれて、メディアにおいてパブリックな論点をめぐるパブリックなディスカッションの質が非常に落ちてきている、そのような不安はますます広がりつつある。その実態を探ってみてはどうか。それが単なる社会的ムードなのか、世界観なのか、あるいはそれを基礎付ける証拠があるのかどうか。（…）定期的（たぶん 10 年に一度ぐらい）に、独立した、非政府機関によってメディアが観察されることは、私には必要だと思われる。

（Bollinger 1998: 65）

実際のところ、ボリンジャーのそのような意見は今日の米国においては珍しい（異端な）意見であろう。たとえば、イリノイ大学で開催された自由委員会 50 周年シンポジウムにおいて、スピーカーの一人であった連邦裁判官である A.コジンスキー²⁶は、自由委員会の提言は今日のメディアの多様性においてほとんど有効性を持たないと主張し、さらにそこにおいて定位されているプレスの社会における特別な役割や地位をも承認すべきではない、と強く主張している。

メディアとはその外の産業と同様に商品（コモディティ）を供給する産業である。その商品に人々は価値を見出す、しかし、それはあくまでもその他多く

の商品の中の一つである。他の消費商品と同様に、プレスのもそれもパブリックの嗜好と興味に奉仕すべきであり、それはなんらかの義務感からのものではない。ただそうしなければあっという間にオーディエンスを失ってしまうからだ。

(Kozinski 1998: 174)

半世紀以上も前から続いているメディア/ジャーナリズムに関する自由主義理論と社会的責任理論の論争、または実用的観点と理論的観点の確執は、今日も未だ決着していない。それはおそらく今後も永く続くであろう。たとえば後に事例として取り上げる米国における90年代のジャーナリズム改革運動である「パブリック・ジャーナリズム」への批判は、自由委員会の報告書が50年前に受けた批判と通底していることが指摘されている(Corrigan 1999: 82-84)。「パブリック・ジャーナリズム」の理論的擁護者であり、現代のメディアへの批判家であるJ.ローゼンの議論は、社会的責任理論の思想的構築者であったホッキングとの思想的つながりがあることも指摘されており(Gillmore 1998: 245)、自由委員会報告書が提出されたのと同様、ローゼンの主張は全米の主流メディアやジャーナリストから異端視され、激しい攻撃に晒されている。その意味で、社会的責任理論の思想的鉅脈は、転生を遂げながら戦後を通じて現代にまで至るまで、何度も復活してきたもので、今日もなおアクチュアルな論争対象なのである²⁷。

近代における産業化の波の中で、いち早く大量生産を開始し、その後どの産業分野にも先駆けて、寡占化やグローバル化そしてコングロマリット化という現代的経営形態を実現させてきたのは、他でもないメディア情報産業である。今日もはやそこに「民主主義の原動力」や「市民社会のための言論媒体としての責任」をその全体に均等・均質に帰することには限界がある、との認識もこうした現状からは必要であろう。しかし、ある一部の研究者やジャーナリストによって社会的責任理論が今日において〈再発見〉され、言及されることは、少なくともマスメディアおよびジャーナリズムが産業化一色に塗られてしまいそうな現状の傾向に満足しない者たちが存在することを示すものであろう。彼らは現代社会における言論活動の重みを斟酌し、それゆえにメディアをさまざまな社会的権力間の激しい闘争の場として、かつ民主社会の将来を担うものとして見なしている。彼らはまた、その立場から自分たちのためになんとかジャーナリズムの改革をしていこうと、ジャーナリズムの実験をあきらめない人々でもある。本論の3つの事例は、マスメディアの中にいる、そのような人々の活動の軌跡でもある。

第II部 第3章 (55-76頁) の註

¹このテーマでの最近の著作としては原(2000年)など。

²プレス自由委員会は一般報告書において「本委員会の刊行物内に「プレス」という言葉が使われている場合にはいつでも、この言葉は以上に述べた大衆通信手段の全部を指すのである。」と冒頭で断っている。米国において多くの場合「プレス」という言葉は、印刷メディアだけでなく放送メディア等も包括的に含む用語として使用されている (cf: 山口 1994[a]: 48)。

³たとえば University of Illinois at Urbana-Champaign School of Journalism は、1997年10月、同校70周年記念に際して2日間にわたり「プレス自由委員会一般報告書提出50周年記念シンポジウム」を開催した。その記録は Communication Law and Policy Volume 3, Spring 1998 と Summer 1998 の2冊に約300頁にわたって掲載されている。また Media Studies Journal においても Spring/Summer 1998 号において「The Hutchins Commission, Half a Century On(ハッチンス委員会、半世紀を経て)」という特集が組まれている。

⁴その経緯については、1995年に書かれたS.ベイツのウェブサイト論文 *Realigning Journalism with Democracy: The Hutchins Commission, Its Times, and Ours* (「ジャーナリズムとデモクラシーの再提携: ハッチンス・コミッション、その時代、そして我々の時代」) がたいへん詳しく論じているので、それを参照したことを断っておく。

⁵ハッチンスはルースとのメモやりとりを後年以下のように述懐しているので以下に記しておく。

ルースのメモ: How do I find out about the freedom of the press and what my obligations are?

ハッチンスの答え: I don't know.

ルースの2通めのメモ: Well, why don't we set up a commission on freedom of the press and find out what it is?

ハッチンス: If you'll put up the money, I'll organize the committee.

⁶なおマックレーシュはハーバード大学修辞学教授も務めた。委員長ハッチンスは、報告書最終案起草の際に詩人マックレーシュの言葉の才能をおおいに起用しようとした。ハッチンスは委員会の成果がその報告書の明快さと饒舌さにかかっていると考えていたためだ。「その報告書は当テーマの歴史的試金石とならなければならない。それにはレポートのコンテキスト、語調、スタイル、そして文学的質が我々にとって決定的に重要である。」と語ったという。「報告書は情熱的でなければならず、またその分析は知性と包括性によって知られ、またその筆致は輝いていなければならない。」とも語っている。できあがった草案はまさにそのとおり、あるいは期待以上に明確で活気ある筆致であった。それがゆえに、委員会内部ではかえって異論が出て、意見が分かれ、結局ハッチンスは後にその草案を他のメンバーに手伝わせた言葉の勢いを「薄めた (watered-down)」経緯がある (Bates 1995)。

⁷ただしハッチンスは当初、当時ジャーナリストであり、文筆家として一目おかれていたウォルター・リップマンを加えるかどうかを真剣に考慮したようであった (Bates)。また、FCC委員長L.フライ、広告業界からもメンバーの選定をすべきか考慮がされたようであった。さらにすべてのメンバーは米国東部および中西部出身なので、西部や南部出身者をメンバーとして探したが、適任者が見つからなかったという (McIntyre 1987: 138-139)。

⁸委員会メンバー、マックレーシュは後に委員会閉会20年後のインタビューで「コンセンサスそれはまあ、たまにはあった。知性の犠牲の上に。」と当時を回想している。彼はまた、この企画すべては時間のむだであったとも述べている。「委員会というものは馬鹿

第II部 第3章 (55-76 頁) の註

げたことだ (A commission is a silly thing...)」(Bates 1998: 142-143)。

⁹ 「わかりやすい簡潔な文章」を採用したとされたはずの報告書は、提出後には「アカデミック」で「あいまい」であり、「漠然で抽象的」とであると批判を浴びたという皮肉がある (Tucher 1998: 53)。

¹⁰ 一般報告書には、「対策」と題する章において「政府を通じて為すべき措置」についての項がある。その項は、「民間の力の結集したものが、無責任でまた強力になり、国民の志向をまげられるようになれば、どんな民主主義でも、おそらくアメリカ民主主義でもどこまでもこれを放任はできまい。だから仮に民間の力がたちまち強力で無責任なものになれば、民間の力を打破するために政府の力を用いることもあろうし、民間の力を統制するために政府の力を用いることもあろう。」(自由委員会 1947=1948: 97) と記されて始まっている。

¹¹ ルースは委員会の報告書を受けて、その成績を “a gentleman’s C and nothing more” と評価したとされる逸話が残っている (Christians et. al. 1993: 37)。

¹² それは、今日においてもすべてを拭い去ることのできない確執である。その点については、後に考察する「パブリック・ジャーナリズム」の事例で指摘したい。

¹³ しかしながら当時のジャーナリストであり知識人の代表であった W.リップマンは、委員会報告書が一つの哲学、あるいは綱領であり、具体的行動のガイドラインではない点にインパクトがあり価値があると評価している。そのような視点が当時にも存在していたことを併記しておく (Hughes 1950: 12-13)。

¹⁴ ニュース・カウンスルが消滅した大きな理由には、米国の旗艦新聞社であるニューヨーク・タイムズ社がそれに当初から反対をしていたことだと言われる (Bates 1995)。その他、プレスの自主規制を実現するために組織されたプレス評議会という組織が、今日国際的にいかなる状況にあるかについては、田島の 1993 年論文を参照されたい。またドイツの事例としては林、1997 年を参照されたい。

¹⁵ 思想的議論においては、他のメンバーたちはホッキングの考えを承認する立場にとどまっていたと言われており、彼の委員会における思想的影響力は絶大であった (McIntyre 1987: 143ff)。米国の著名な憲法学者であるハーバード大学教授 Z.チェイフィは、副委員長として、委員会におけるもう一人の強力なメンバーであった。しかしながら委員会の空気は、チェイフィの憲法主義よりもホッキングの道徳主義が説得力を持ってメンバーによって受け入れられていった。とりわけ委員長のハッチンスは、ホッキングが自由主義的憲法主義を道徳的、聖職者的トーンで反撃することを期待して、彼をメンバーに選出したと言われている (Gillmore 1998: 246)。そのためにチェイフィとホッキングは「法と道徳」についての解釈をめぐる、委員会の話し合いにおいて多くの点で対立したという (Gillmore 1998: 240-241)。

¹⁶ 近年の公共圏理論の議論状況については第 III 部第 2 章を参照されたい。

¹⁷ 自由委員会が報告書をまとめるにあたって、1940 年代に調査した結果は「悲しむべきもの」であった、と委員長のハッチンスは後に語った。1909 年にあった新聞題号数は 2600 余りから 1940 年代には 1750 へと減少した。一地域一新聞は 1930 年から 1940 年の 10 年ほどの間に 8 地域から 25 地域へと 3 倍以上の数になった、という当時の調査結果が残っている (米国プレス自由委員会、48ff)。なお 1999 年の NAA 統計発表資料によると、1998 年での全米の新聞題号数は 1489、ガネットやナイトリッダーなど主要新聞発行グループ上位 10 社が総発行部数に占める割合は 45.2% に上る (The Newspaper Association of America URL: <http://www.naa.org/info/facts99/index.html> より)。

¹⁸ 一般報告書では、テレビについて以下のように触れられている。「素人には、テレビジョンの方が知られているが (前節においてファクシミリ新聞についての記述がある一筆者

第II部 第3章 (55-76頁) の註

注)、素人のこれに関する考え方は、この発明の重要さをそのまま映したものとは言えない。テレビジョンは、ラジオの単なる改良型とか変り型とかいうものではない。これはラジオと映画との結合物であって、大衆通信手段に新生面を与えるものである。出来事の形と色と音とが、おそかれ早かれ、世界中の多くの家庭聴取者の前で再現されることになる。地球上の片すみに遠くかけ離れて住む人々も、現在小さな町の住民同士だけがやっているように互に面と面を見合わせる機会がえられるであろう。」(プレスの自由委員会 1948: 46)

¹⁹ ドイツにおいてはさらに、放送評議会(放送委員会)のしくみを新聞へ適用しようとする議論が出た。「資本の集中がますます激しくなり、権力への傾斜がいよいよ強まっている現在、マスコミュニケーションの分野でも構造政策的な方策が要請されている。社会的な共同決定という考え方は、19世紀の社会化という思想が有効でなくなった今日、自由を破壊することなしに、自由の濫用を制限することのできる唯一の見通しのもてる考え方である。」と、ドイツのメディア学者P.グロッツは1969年の論文において述べている(石川 1970: 10)。このグロッツの議論は、まさに社会的責任理論と重なり、放送制度的規制を新聞市場にも適用すべきであるとするドイツにおける問題意識の高まりを知る手がかりとなる。なおP.グロッツは、後に社会民主党・自由民主党連立政権下で社会民主党幹事長となってドイツのメディア政策に大きな影響力を与えた。

²⁰ 皮肉なことに、ハッチンス委員会報告書も、マクブライド委員会報告書もその提出後にプレス側から激しい反感と反発を巻き起こし、その報告書の内容が政治的支持を得ることのないように周到に潰されていったことでも一致している(Nordenstreng 1998: 423)。

²¹ たとえば、ジャーナリズムについては素人であったM.ドラッジが作ったインターネット・ホームページ「ドラッジ・レポート」は既存のメディアに先駆けていち早くクリントン大統領の女性スキャンダルを扱い、それが後にクリントン政権に大きな影響を与えた。その結果、この素人のインターネット・サイトは、一躍『ニューヨーク・タイムズ』や『ワシントン・ポスト』の政治報道と同格の注目を得たのだった。

²² こうしたデジタル化時代の公共放送のありかたへの提言については、たとえばG.コッパー、1999年論文などを参照されたい。

²³ 「高級紙」あるいは「公共放送」の娯楽化(「タブロイド化」)については、第II部第2章において詳しく論じた。

²⁴ たとえば自由委員会一般報告において「ハースト氏は、余り古いことではないが、その全盛時代に新聞26、雑誌13(主として大発行部数をもつもの)、放送局8、ニュース映画社1、短編映画製作会社1、読物記事配給の有力シンジケート1、3大通信社の一つなどをその傘下に集中し、合わせて約3,000万の読者と、非常に多数のラジオ聴取者、映画観客を持っていた。」(プレスの自由委員会 1947: 55)と記されている。一方現代のメディア長者であるR.マードックは「5つの大陸にまたがってメディア会社を所有しており、その中には125の新聞、TV Guideを含む2つの人気雑誌、一つの米国の放送ネットワーク、22の米国の放送局、フォックス・ニュース・チャンネル、フォックス・スポーツ、The Twentieth Century Fox Studio、The HarperCollins 出版社、そしてL.A. ドジャーズを所有している」(Tucher 1998: 53)。この例からも、メディア市場の集中化、寡占化の状況は、1940年代とは比較できないほどに拡大、進行していることがわかる。

²⁵ たとえばC.J.ベルトランのメディア責任システム(MAS)の議論は、社会的責任理論の制度化のための重要な理論的貢献とされる(田島、右崎、服部 1998: 50-51)。

²⁶ 連邦裁判官(federal judge)、正確な肩書きはJudge, United States Court of Appeals for the Ninth Circuit. 同論文において、彼はイリノイ大学で行われた自由委員会50周年シン

第II部 第3章 (55-76 頁) の註

ポジウムにスピーカーとして招待されるまで、自由委員会について聞いたことがなかったと述べている (Kozinski 1998: 164)。

²⁷ R. コールマンは AEJMC (ジャーナリズムおよびマスコミュニケーション教育学会) 1996 年 8 月の年次大会にて “The Intellectual Antecedents of Public Journalism” (パブリック・ジャーナリズムの知的先駆者たち) と題する報告を行い、ジャーナリズム改革運動の知的源泉は 1947 年の自由委員会と社会的責任理論にあると論じた (Corrigan 1999: 29)。

4. 現代社会におけるマスメディア・システムの自律化：N.ルーマンの社会システム論を手がかりに

ただの敵ではない、多勢に無勢のどうしようもない敵なのだ。おまけにこの敵には、本来、倒せば戦いは終りのはずの大将がない。前線に出てくる兵隊をやたら過激だと思って掴まえて聞いてみると一様に、自分はこんなことはしたくないのだ、と言う。じゃあなぜやってるんだと問えば、上から言われているから仕方がない、これが仕事だ、と答える。中には、みんなが望んでるんだからしょうがないんじゃないか、と言う者もいる。そのみんなってどこのみんななのだ、と聞けばなにも答えられない。本が売れる、視聴率が取れるから、あんたたちには犠牲になってもらってると、本音を言う者は決していない。そんな意識もない。(三浦友和 1999『被写体』、98頁)

(1) マスメディアという社会システム

マスメディアとは近代における通信・コミュニケーション技術の発展、産業資本の肥大化、そしてジャーナリズム活動の文化的ニーズの増大などの結節点において発達したひとつの独立した社会システムであると見なすことができよう。そのシステムは今日、大きな批判に晒されている。俳優の三浦友和は、何年にもわたるマスメディアによる執拗なプライバシー侵害の様子を、上記引用のように記している。

「パパラッチ」の標的となった「被写体」の立場から、「倒せば戦いは終りのはずの大将がない」、「多勢に無勢のどうしようもない敵」という記述は、今日の巨大なマスメディアの姿の核心をつく表現であろう。

マスメディアは今日、芸能ニュースの分野だけではなく、いわゆる、報道ニュースにおいても多くの批判に晒されている。その批判の多くはジャーナリスト個人による個別の逸脱というよりは、彼らが属するマスメディアというシステムが生産する何がしかのロジックに従った活動に向けられているように思われる。従って我々は、マスメディア・システムとはどのような論理と価値に基づいて構築され、運動し、維持されているのか、ということを実態に即して冷徹に見ない限り、今日のジャーナリズムの現実的諸問題について十分な考察をすることができないと言えよう。

本章では、そのようなマスメディアのあり方を分析するために、ドイツの社会システム理論の代表的研究者 N.ルーマンによって 1996 年に書かれた著作 *Die Realität der Massenmedien*¹ (マスメディアのリアリティ、未邦訳) を取り上げてみたい。この著作はマスメディアを受け手、送り手、内容など個別の構成要素を取り上げて分析するのではなく、システムとして合成されたその全体を観察する。筆者は、そのような観察の仕方は、マスメディアの現実を包括的に描写する実態論として優れていると考える²。つまり、今日マスメディアの受け手側、送り手側、あるいはまた

内容に関して様々な学習や、教育が行われ、また改善の提言がなされているにもかかわらず、それらによって基本的にはマスメディア・システムにほとんど大きな変化はなく、問題解決の突破口は見出せないままの状態にある。「マスコミ」は、様々な個別の変革や試みを行い、また提言をまとめながらも³、それら全部を自己内部の、大きなブラック・ボックスの中に吸収してしまい、再び元どおりのルーティーンを繰り返していく。そのようなマスメディアの実態を、ルーマンは社会システム理論の中に描こうとしているのである。

ルーマンの理論は非常にユニークであるとともに、これまでの伝統的なマスメディアおよびジャーナリズム論の成果をほとんど継承していないことがその特徴である⁴。ではその伝統的〈マスメディア・ジャーナリズム〉研究には、どのようなものがあるか。大きく分けて、以下の4つの流れがあるだろう。

ひとつは規範論、つまり民主主義におけるジャーナリズムの役割、メディアの倫理と社会的責任理論などの視点に立った議論である。次にそうした規範理論を基軸として、産業化、情報化、消費化が進む社会における「意識産業」⁵としてのマスメディア・システムに対して、そのイデオロギー性を分析し、批判する批判理論にも多くの蓄積がある。3つめには、マスメディアについて、とりわけ受け手側のコミュニケーション行動について実証的に調査し、その成果をもとにした知見の蓄積の流れである。これは主に米国を中心として発展した、コミュニケーションの2段階の流れという仮説、あるいはマスメディアの内容の選択的受容やその限定的効果論、あるいは受け手の利用と満足研究などの実証的研究成果である。最後に近年の動向として、そのような受け身的なオーディエンス調査だけでなく、「エンコーディング・デコーディング」という行為によって、受け手側がマスメディアの内容を主体的かつ批判的に受容するという視点からのオーディエンス研究⁶も、メディア・スタディーズに重要な一角を築いたと言える。

ところが、ルーマンの社会システム論に基づくマスメディア・システムの研究は、以上の研究いずれとも視点を全く異にしている。これまでのマスメディア研究—規範理論、批判理論、行動主義的理論、カルチュラル・スタディーズなどを含めて—では、通常「送り手」「受け手」「内容・テキスト」を区別し、そのいずれかを理論構築の入口にして議論を展開する手法がとられてきた。ところがルーマンのマスメディア理論においては、送り手、受け手、内容という区別ではなく、マスメディアというシステムすべてが包括するコミュニケーションの運動とその外側の環境（Umwelt）⁷との間の差異と連関を考える。そして、そこでは「自己準拠に基づくオートポイエシス」がシステム組織の特性として分析されるのである。さらにルーマンは「マスメディア」を社会におけるその他のシステム—たとえばアカデミズム、

法制度、宗教、芸術、医療などと同列の社会システムと位置づけ、それは近現代社会の中でどのような機能を持つに至り、かつ今日まで維持されてきたのかを説明しようとする。これは、とりわけジャーナリズムは社会における言論の自由を保障する原動力であり、民主主義の心臓部であると見なす規範理論への挑戦であろう。近年、このルーマン社会学を核とした「オートポイエシス」による〈マスメディア・ジャーナリズム〉論はドイツ語圏におけるメディア研究において積極的に論評され引用される傾向にあり、その量は着実に増えている⁸。このようなドイツの学界の動向は、英語圏のそれとは対照的である。なぜならば、英語圏では、80年代後半以降、ルーマンの同時代の社会学者であり、彼の論敵でもあるハーバーマスの方が脚光を浴びているのである。ハーバーマスの諸著作は10年ほど前から積極的に英訳され始め⁹、以降公共圏を中心としたハーバース理論の批判と分析がさかんに行われてきた¹⁰が、ドイツ語圏においてのハーバーマス理論への注目度は明らかに低い。

以下では初めて、ルーマンの社会システム論の思想的背景、成り立ち、そしていくつかの概念説明を行い、彼のシステム論の学問的ポジションを概観する。ルーマンの理論は抽象度が高く、独自の概念操作によって構築されているために、その理論的成り立ちと主要な概念についての理解なしには、彼の思想、理論の全体像、また、それが指し示すところを読み手に受け容れられないと思われる。筆者はその限りにおいて、ルーマンのマスメディア論に入る前に、三つの節を設けて、ルーマンによる社会システム理論の入口を作ることにした。しかし、これはあくまでも、彼のマスメディア論への入口であって、ルーマン社会学全体の解説を目的とするものではないことをあらかじめ断っておきたい。つまり、ルーマンによる社会学の全貌をここに書き留めることは筆者の力量を超える作業であるのみならず、またそれは本論の射程でもない。筆者は、本章において、ルーマンによるマスメディア・システムの考察を手がかりにして、今日の「マスメディア」が、なぜかくも外部からは手の届かないメカニズムを持ち、さらにそれがいかに再生産されていくか、という問題への解明にいくらかでもアプローチするのが目的である。そして最後に、ルーマンのマスメディア理論が筆者の本論の事例諸研究といかに関わるのか、について言及しておきたい。

(2) 社会システム理論とニクラス・ルーマン

それでは、ルーマンの社会システム理論に入るまえに、社会システム理論について、本論との関連の限りにおいて、やや触れておこう。

まず、システムという思考の特徴には、おおまかに言って以下の2つがある。それは、システムがある要素と別の要素とのたんなる関係を通じて表現され得るとい

う点にあるのではなく、システムはその中の構成要素の相互関係の総体としてのみ表現され得るという点である。つまりシステムとは、それを構成する各部分の単なる総和ではなく、そこに有機的な複合体として存在し、それ独自の意味を持つのである。そしてまた、システムとは、システムとシステムの環境との間に、すなわち、システムに属する要素や関係とシステムに属さないものとの間に、一義的な境界を生み出す（クニール、ナセヒ 1995: 23）。

システム理論として代表的なのは T. パーソンズの「構造－機能主義」によるシステム維持の考え方であろう。しかしながら、この「構造－機能主義」分析では、サブ・システムの固有の意味（アイデンティティ）とは、全体に対する機能の遂行に解消されてしまい、サブ・システム境界相互のインターアクションの状況によってサブ・システム同士の関係が固定化されてしまう。また、構造と機能の間に無条件に一定の対応を想定してしまい、それが現実に対応されると、「経験的一般化」というやり方で、無条件に機能を一定の現実的制度や活動に対応させてしまうという誤謬に陥りやすい（佐伯 1995: 143）。

そのようなパーソンズのシステム論の欠陥が指摘され、パーソンズのシステム論を克服しようとする動きがルーマンを含めた 1970 年代から 80 年代のシステム論である。その動きは、いわゆる「ポスト・モダン・ムーブメント」と呼ばれる当時の思想潮流とのオーバーラップがある。佐伯啓思は、ポスト・モダンの発想と新しいシステム論の結節点をいくつか挙げているが、その中で本章のルーマン理論と特に関連すると思われるのは以下の 3 点である。

- (1) これらの理論においては、人間の理性的な設計能力、合理的な能力に対する全面的な信頼が崩れてしまっている。社会主義の原理でもある、社会を合理的に設計しようとする社会工学的な発想はむしろ否定されるわけである。西欧的思考のひとつの大きな伝統である合理主義からの乖離が顕著なのである。
- (2) これに対応して、ひとつの世界を、要素間の単純な因果関係によって描き出そうとする従来の科学やシステム論の方法が放棄される。社会現象や物理現象を、どこにおいても妥当する普遍的な「法則」によって捕らえようとする発想が否定される。
- (3) ある現象世界が、その外部と絶えずインターアクションを持ち（…）、ランダムネスにさらされるとすると、では一体その現象世界の相対的な安定性はどのように確保されるのか、という問題が発生するだろう。これに対して厳密に答えることは難しいが、

(…) それをとりあえず「自己組織化」とよんでおこう。

(佐伯 1995: 138)

ルーマン自身は自らの理論と「ポスト・モダン」という社会認識とに距離を置いているが (Luhmann 1997: 1143ff)、それにもかかわらず、佐伯の指摘するこれらの「ポスト・モダン」的な諸観点は、ルーマン理論との接点を持つ¹¹。以下、その対応関係を見ていこう。

まず第一に、ルーマンが西欧哲学の主流であり伝統である主観主義を徹底的に否定している点である。とりわけ近代以降の主観哲学の流れ、さらに特定すればフランクフルト学派に代表されるドイツ左派の批判社会学理論に対して、ルーマンは「規範性の過多と理論の過少」(クニール、ナセヒ 1995: 12) を主張し批判する。この点において特に有名なのはハーバーマスの論争であろう¹²。ルーマンはハーバーマスについて、「アルキメデスと私たち」という 1987 年に出版されたインタビュー集において以下のような応答を残している。

「フランクフルト学派」の理論—もしそういうものがあればの話ですが—では、学問的に作業できていると思いません。それは十分な複雑性を持っておらず、十分な変化に富んでいない立場です。批判理論は抵抗的な態度や諦観的な態度以外のものを挑発する十分な複雑性を持っていないのです。さまざまな理論を検討したり、総合しようとハーバーマスが歩む打開策は、これまで独自の体系的立場に到達することはありませんでした。(ルーマン 1987=1996: 135、強調は筆者による)

ルーマンはそのようにハーバーマスの「非体系的」学問を批判しながら、同時に「社会が良いとか、より良くあるかどうかという想いは、全然持っていませんね。私たちの社会が昔の社会よりもより積極的であるとともに消極的な特質も持っていると思います。(…) 全体的評価に向けて足し算はできません。」(ルーマン 1987=1996: 146) とも語っている。ルーマンは結局、1998 年 11 月にこの世を去るまで、その社会学の営為において特定の政治的含意を学問理論に付随させることを徹底的に排除し、ハーバーマスらフランクフルト学派に見られる学問上の発言と政治的態度との線形的因果関係に対して厳しい批判を下し、みずからはそのような態度をとることはなかった (クニール、ナセヒ 1995: 52; cf. Luhmann 1996: 209f)。ルーマンにとっての究極的な課題は、「方法としての機能主義を土台として、社会についての理論を構築すること」(村中 1996: 10) であり、社会理論とは社会現象の総

体、すなわち人間の体験と行為のすべて、コミュニケーションのすべてをその対象とするものでなければならず、「社会学にとっての統一のアプローチ」（村中 1996: 12）をめざすものなのである。

ルーマンの思想が「ポスト・モダン」的であると考えられる第二番目の点として、近代という時代を考察するとき、その社会は多中心的であり、単一の文脈において描かれることはできないという彼の基本的な学問的スタンスを指摘しておくことができる。「近代はもはや、あらゆる視座を結び付ける統一的な世界解釈を用意してくれるような特権的な場所を提供しない。近代社会では自分の観察が他の観察者たちによって数多くの観察のうちの一つとして観察されるということを、常に考慮に入れなければならない」とするのがルーマンによる、自己のものをも含めた、あらゆる学問理論に対する見解である（クニール、ナセヒ 1995: 168）。

三番目に、このような徹底した相対主義をとりながら、ルーマンは他方で一貫して「照合¹³可能性」（*Vergleichbarkeit*）のある理論としての「社会システム理論」の構築に執心した。それは第一点めの統一的社会理論構築の試みという点につながる。ルーマンは、システムの最も基礎的なオペレーションを把握するための前提となる概念として、複合性の縮減（*Reduktion von Komplexität*）を挙げており、不確実なものを確実にするオペレーションとしてのシステムを問題としている（村中 1996: 19ff）。それが、佐伯によって 3 点めとして言及されている「自己組織性（*Autopoiesis*）」に基づくシステム理論への接続であろう。ルーマンは自己組織性に基づく社会システム理論の試論として、まず 1984 年に *Soziale Systeme: Grundriß einer allgemeinen Theorie*（邦訳『社会システム理論』）を発表し、その基盤を固めた。

理論の中で照合可能性の重要性はますます高まってきている。これまで、たとえば公平であったり、連帯であったり、あるいは理性的合意などといったあるひとつの原則や基底規範によって、社会は縮減され得ると見られてきたのだが、そのことが不可能であるということを認めなければならないときが来ているということなのである。（Luhmann 1997: 12、強調は筆者による）

ルーマンはこのような認識の下で、「自己組織性」というパラダイムを提出した。それは、システムがその環境によって線形的に制御されているということではなく、各々がその内的な固有の論理に従ってそれぞれの環境からの刺激を制御し、また環境の変化に反応するというところに照準を合わせている。そして「自己組織性」

によるシステム構想は、すべての社会システムに見て取れるものであることを論証しようとしているのである。

社会システム理論には物理学的な系譜と生物学的なシステム論の系譜があるが、ルーマンの理論形式（記述－説明の形式）は、社会システム理論の中でも、生物学的なシステム論の系譜の中にあり（吉田 1995: 89）、それゆえに自己組織性という組織のあり方は生命維持のための運動との照合性が重要となる。その点については以下の解説のとおりである。

今日では、自己組織化という概念に表現されるような、有機的組織体のとくにオートロジ的な（autologisch）局面にますます強く関心が向けられている。（…）自己組織という構想と、自分をみずからシステムとして維持し、自分の固有なダイナミクスと自分の内的な状態に準拠して自分の内的な過程を制御するという根本思想は、チリの生物学者フンベルト・R・マトゥラーナとフランシスコ・ヴァレラが展開したオートポイエシスという構想のなかにきわめて明瞭に示されている。この理論構想は、ニクラス・ルーマンの社会学的システム理論への直接的な入り口にもなっている。（クニール、ナセヒ 1995: 28、強調は原著より）

ルーマンは 1984 年の著書によってこのオートポイエシス的システム理論へとパラダイム転換し、その後 1998 年に亡くなるまで社会における様々な主題－宗教、法律、経済、芸術など－についての多角的研究を行った¹⁴。そして本論の主題であるマスメディアもそのうちの一つとして位置づけられるのである。では、ルーマンは、自己組織的、あるいはオートポイエシス的システムを自らの社会システム理論の中でいかに位置づけ、社会の実態を説明しようとしているのだろうか。

（3）オートポイエシス的社会システム

「オートポイエシス（Autopoiesis）」¹⁵的システムとは、自分自身を生産し、維持する生きた構造物である。もろもろの構成要素が一つの循環過程の中で相互に作用し合いながら、システム維持のために必要な構成要素が不断に生み出されるのである。このことを説明するには、特に以下の4つの概念をおさえておく必要がある。クニールとナセヒに従えば以下のようにまとめられる。

- ①閉鎖性：細胞は細胞膜によってその環境から区切られて、一つの作用する統一体を形成している。そこで組織を維持するために必要な構成部分を不断に産出して

いる。その意味で細胞は閉鎖的なシステムであり、これはオートポイエシスのシステム一般について言えることである。

- ②自己準拠性：オートポイエシスのシステムは、その閉鎖性によって、もっぱら自分自身に関係している。その限りにおいて、オートポイエシスのシステムは、自己関係のないし自己準拠的（selbstreferentiell）に作動する。あるいは回帰性（Rekursivität）を持つとも言える。自分のはたらきの産物や結果をさらなるはたらきの基礎として不断に用いる再生産過程においては、システムはインプットもアウトプットも知らない。その組織を維持するために必要とするすべてのものを、自分で産み出すのである。
- ③開放性：それと同時に、オートポイエシスのシステムは開放的なシステムでもある。生命システムは環境との接触を意のままにすることができる（開放性）が、そもそもこの環境との接触はオートポイエシス的な組織のあり方（閉鎖性）によって初めて可能になる。ゆえに、環境との接触は極めて特殊で選択的である。細胞が、その構成部分や構成要素を生産するために必要なものだけを、従ってそれ自身の自己制作と自己保存のために必要なものだけを、摂取するのと同様に、オートポイエシス的な生命システムの閉鎖性と開放性とは制約関係にあるのである。
- ④自律性：オートポイエシスのシステムは、ある一定の環境ないし境遇の中に生き、そこから供給される物質やエネルギーに依存しているかぎり、自足的ではない。しかし、エネルギーや物質の摂取と放出がもっぱらシステムのはたらきによって固有法則的に規定されているかぎりにおいて、自律的である。

(cf: クニール、ナセヒ 1995: 59)

マトゥルーナとヴァレラは、すべての生命を特徴づけるためにこのようなオートポイエシスの原理を持ち込んだ。つまりすべての生命体は、「オートポイエシス」という同じ組織をもっているのだが、各々は異なる構造を持っている。つまり「組織」という概念がシステムの構成要素の循環的な生産過程の統一に焦点を合わせているのに対し、構造という概念は構成部分間の具体的な関係を意味している」（クニール、ナセヒ 1995: 58）と説明される。そのとおり、オートポイエシスとは組織の様式であり、その構造は各主題ごと個別の関係を有しているのである。この点からルーマンはオートポイエシスの組織の概念によって、社会の様々な主題を選出し、それを社会システムの構造として説明しているのである。

では、以上のような生物学的なオートポイエシスという組織様式は、社会システムといかに接点を持つのだろうか¹⁶。ルーマンの理論においては、「社会システムは、継続的にコミュニケーションからコミュニケーションを生産するオートポイエシス

的システムである」と位置づけられている。ルーマン理論においては、個人も行為もシステムの要素の自己産出であるオートポイエシスを保証するものではなく、コミュニケーションこそが社会的出来事の基本的単位であり、システムの創発を可能にし、再生産して社会を組織していく究極的原理なのである（Luhmann 1997:13, 190ff; 村中 1996: 128ff）。つまり、

コミュニケーションは、現れた瞬間にすでにふたたび消滅し、それに対応する後続のコミュニケーションにおいて置き換えられなければならない。したがって、常に新たなコミュニケーションの不断の再生産は、社会システムの持続という問題を生み出す。（クニール、ナセヒ 1995: 107）

ルーマンは、コミュニケーションを情報、伝達、理解の三極モデルとして規定しており、それは、情報の選択、多数の伝達可能性からの選択、多数の理解可能性からの選択が適切に行われる場合に成立し、そこで初めて、システムのオートポイエシスが産出される。それはつまり、コミュニケーションが個人の行為の結果であると捉えることを不可能にするのである。ここにルーマンが人間や行為という概念によっては社会的なるもののレベルを説明することはできないと主張している点が顕著に表出している。その主張は、70年代から終わることなく続くハーバーマスの論争が未だに継続していることを示す。つまりハーバーマスは「コミュニケーション的行為」という概念によって社会分析をしているが、それに対してルーマンは同じく「コミュニケーション」という概念を使いながらも、それを全く別の様式で把握して社会分析を行い、ハーバーマスの主観主義的、あるいは理性的「コミュニケーション」の行為理論へ真っ向から異論を唱えているのである。

これまで多くの場合、システムはその機能やインターアクション、あるいは組織システムや社会運動などの概念によって考察されてきたわけであるが、それらの考察方法によれば、社会システムとは既に観察する前からアプリアリに指定されていて、「既にそこに構成されてできあがったもの」と見なされている。そのような理論では、人間の真に「社会的-sozial」な特性とシステムの関係が見えにくくなってしまふ、とルーマンは主張するのである。ルーマンは、それを解決するために、コミュニケーション概念から社会システムを捉えることの有効性を主張し、その方法によって初めてシステムがいかに派生し、構成され、そして進化（Evolution）¹⁷していくかをより有効に観察できることを論証しようとする（Luhmann 1997: 13）彼の膨大な著作はその軌跡である。

(4) 区別する「観察」、二元コード、プログラムの概念

では、コミュニケーションを単位に生み出される社会の諸システムとはいかに自己とその環境とを区別し、閉鎖性、自己準拠性、開放性、そして自律性を獲得していくのか。その点においてルーマンは「観察」、「二元コード」、そして「プログラム」の概念を使って説明している。

まずはルーマンが彼の社会システム理論で多用する「観察」(Beobachtung)という言葉についてである。これまでも「観察」という言葉は、自然科学、社会科学の分野において極めて重要な位置を占めてきた。つまりある対象を観察している人間と、その対象との関係についていかに説明するか。観察しているものと、観察される対象との関係は、状況によって変化するために観察する対象をもとに普遍的、あるいは客観的な法則を演繹することはできないのではないか、という〈主体－客体〉の問題である。これは自然科学においてもそうであるが、とりわけ社会科学の分野においては重要な点である。つまりそれは社会の事象と、社会の現象、そして観察者との相互関係の問題であり、認識論(エピステモロジー)と存在論(オントロジー)に関わる問題である。ルーマンは「観察」という概念操作によって、この〈主体－客体〉の古典的二元論を克服しようとしているのである(Luhmann 1984: 25)。

その点を確認した上で、ルーマン理論に話を戻そう。ルーマンによれば「観察」こそが自己組織的なシステムを維持する内部操作であるという。この際、「観察」とは人間による行為に限定した意味ではなく、ひとつの社会システムが他のシステムを「観察」する、という具合に使う。その際ジョージ・スペンサー・ブラウンの論理学を基礎として、「観察」は、「区別し指示するという2つの契機からなる操作」という広い意味として理解される。つまり社会システムが何かを「観察」するとき、それはあるものの一つの側面を区別し、区別されたものだけを見て、その意味でそれを指示することになるからである。しかしながら、あるものを区別して「観察」すると、その「観察」はある盲点に拘束される。それは区別を用いて「観察」することによって、その区別を用いて区別自体を指し示すことはできない。つまりこの区別については「観察」することができない。「観察」を導く区別は、観察の盲点として機能するために、「観察」は自分の観察を導く区別を観察しようとすれば、永遠のパラドックスに陥る。

そこでルーマンは、その「観察」について「観察」する、すなわち第二次的「観察」がそのパラドックスをずらす機能を持つことに注目する。第二次的「観察」も「観察」ではあるが、第一次的「観察」とは違って、第二次的「観察」は自分自身が行う「観察」操作の相対性を「観察」することができる。つまり、「自分が見るこ

とができないものを見ることができない、ということを見ることができる。」(クニール、ナセヒ 1995: 120) 第二次的観察は、ルーマンの社会システム理論において非常に重要な意味を持つ操作である。つまり、第二次的観察という概念によって観察関係の重層性が生まれ、「観察」は別の観察によって観察され、批判され得ることになる。そしてそこでは絶対に正しいものの見方というものはありません。また歴史的に知られているあらゆる社会が重層的な観察関係を知っていたわけではなく、そうした関係を制度化していたわけではない。そこで第二次的「観察」のレベルでは以下のような問いが浮上してくる(クニール、ナセヒ 1995: 122)。

- ・ 単層的な脈絡をもった観察はどのような社会に存在したのか。
- ・ 観察の任意性を制限してきた社会的諸条件は、どのような概観を呈していたか。
- ・ 重層的な脈絡をもった観察諸関係はいつから存在するのか。

つまり二次的「観察」によってこそ「観察」操作で区別される社会の諸システムについて「観察」し、語ることを可能にし、そこから理論的な考察が生み出される。それは近代社会の「進化¹⁸⁾」と科学の発展において可能になった操作である、とも読み取れるだろう。

こうした二次的「観察」による操作によってリアリティを構築していくことを、ルーマンは「操作的コンストラクティヴィズム」(Der operative Konstruktivismus) (Luhmann 1996: 17) と呼ぶ。「操作的コンストラクティヴィズム」は、世界をあるもの、つまり「対象」として措定するのではなく、現象学的に言う「地平」(Horizont) と位置づける。「観察」する者は、その「地平」に届くことはできないが、そのことは「リアリティ」という言葉を否定するものでもない。ルーマンは社会学の理論構築に関して以下のように述べる。

可能性は一つしかない。つまりリアリティとは構築される。その後に、観察者がいかにリアリティが構築されるのかを観察するのだ。

(Luhmann 1996: 18-19)

つまりリアリティとはまさに、システム操作の内部的連関であり、システム内部で意味が与えられるように処理され、構築されたものなのである。

従って我々が作る理論とは、コンストラクティヴィズムからは永遠に抜けられない。さらに「観察」を「観察」することによって、それはいつそのことコンスト

ラクティヴィズムを追認していくことになるのである (Luhmann 1996: 18ff)。

そしてさらに、第二次的観察が自己準拠的な秩序の成立を初めて可能にする (クニール、ナセヒ 1995: 179)。「独自の意味論ないし偶発性から生まれた固有値をもつ第二次的観察は、方法論的に言えば、媒介変数であって」、それによって、「社会が機能によって方向づけられた分化形態へと」移行したことが「説明」されるのである (クニール、ナセヒ 1995: 180)。

社会システムは、「観察」によって自己のシステムと環境とを区別する。その区別の際に介在するのが、ルーマンによれば、「二元コード」である。「二元コード」とは第三の可能性を排除してシステムが操作を開始する価値とそうでないものを選別する¹⁹ (Luhmann 1996: 35)。つまりコードによってシステムは外界からの閉鎖性を獲得することになるのである。たとえば、ルーマンの社会システム理論においては、科学という社会システムにおいては「真理/非真理」という二値がコードとして、経済においては「支払う/支払わない」が同様にコードとして作動していると説明される。そしてコードの両側にあたる二値は基本的に「非対称的」であり、システムにおいては、常に片側が選好され、そこに閉鎖性が惹起される。「非対称的」とはつまり、観察することによって両サイドを指し示すことはできないので、何らかの意味が構成されるときは必ず、区別のどちらか一方に片寄った指し示しが行われ、そこからシステムは操作を開始する、という意味における非対称性のことであると言えよう (赤堀 1999: 73)。

たとえば科学であればコミュニケーションは「真理」の方へ、経済においては「支払う」方へ、という選択が行われ、「科学システム」および「経済システム」の特有のコミュニケーション操作が開始され、自己準拠していくのである。このようなコードという概念は、システムにおけるコミュニケーションがコミュニケーションへと接続するための蓋然性を高め、方向づけを指し示す「遺伝子情報に近い概念」(赤堀 1999: 179)であるとされている。

これに対して「プログラム」とはシステムがコードのどちらの面を選ぶかを決定する際の諸条件であり、それはシステムに開放性を保障する。つまりプログラム化することで、閉鎖的システムは「外部にある所与を考察することを可能にする。すなわち、どちらかの価値が措定されるための条件を確定することを可能にする」(クニール、ナセヒ 1995: 158)。プログラムの概念はある意味で、コードが区別を行う「根拠」であるという見方 (赤堀 1999: 180) も成り立つだろう。プログラムとはシステムを外部的な意味に向けて開放し、コードへの振り分けを決定するのである。システムにおける「コード」と「プログラム」の関係、その作動様式については、社会システムとしてのマスメディアを考察するときにより具体的に記述したい。

こうしてプログラム化をとおして外界と接続し、コードによって選別されて閉鎖し、自律するシステムは、それ自身とそれ以外の世界とが「構造的カップリング」という接触様式において関係を持つことが定式化されている。これはたとえば脳と意識の関係に典型的に見られるシステム相互の関係性概念である。それは両システム同士が重なり合うことなく独立して働きながら、互いに一定の依存性と非依存性を維持していることを意味する。「いかなる意識も、それに対応する脳の活動がなければ、そのオートポイエシスを継続することができないにもかかわらず、あるいはもっと適切な言い方をすれば、まさにそうであるからこそ、意識と脳とは互いに別々にはたらくのである」(クニール、ナセヒ 1995: 73)。

このようなシステム相互の関係性がオートポイエシス概念による新しい社会システム理論の特徴である。たとえば政治とマスメディア、法と経済、芸術と宗教などのシステム間に共通して観察されるように、そのシステム相互の関係性は、自律しながら開かれていて「刺激」(Irritation)を与え合う「構造的カップリング」なのである。

(5) マスメディアというシステムの操作 (Operation) とその観察

以上、ルーマンの社会システム論の持つ思想的背景とその概念定義のいくつかを簡単に検討した。ルーマンはその他、多くの独自の概念を駆使しながら自らの社会システム論を展開している。しかし本論ではひとまずここで、ルーマンの概念説明を終えて、彼の考える「マスメディアのリアリティ」論について、内在的に考察し、検討したい。ルーマンによるその他の概念については、マスメディア論に関連するものに限り、その都度説明を加えていきたい。

ルーマンはまず、マスメディアを次のように限定している。

技術的手段でコミュニケーションの頒布を複製する社会のしくみ。

そして送り手と受け手が同時に存在してインターラク션을起こすことがないこと。(Luhmann 1996: 10-11)

つまり、マスメディアにとってのインターラクションとは、発行部数あるいは視聴率などの「マスメディア・システム」が生み出す数字に換算されて現れるものであり、システムはそれらをとおして受け手という存在を知る。わずかに対面コミュニケーションによるリアクションもないわけではないが、それはマスメディア・システム自身が創設したシステムであるし、またもし偶発的に起こったリアクションであっても、マスメディアのコミュニケーションの流れに変更を加えたり、成否を

握るほどのものではない。その意味でマスメディア・システムは、自己内部の指標によって自律し、自足するオートポイエシスが働く社会システムのひとつであると見なすことができる (Luhmann 1996: 34)。ルーマンによる表現では、

マスメディアとは近代社会における機能システムであり、またその多くのうちのひとつでしかない。そして、その差異化による知的遂行能力と操作的閉鎖性、そしてオートポイエシスの自律性はシステム機能に基づいたものである。(Luhmann 1996: 22)

となる。

マスメディアは自律した社会システムとして閉鎖的であると同時に、社会から孤立しているというのでもない。つまり、それはシステムとして閉鎖性と開放性を併せ持つ。その開放性はマスメディアが扱う社会における他の領域の「テーマ」によって保障される。「テーマ」はたとえば教育、政治、芸能など。マスメディアはテーマをとおして社会のあらゆる部分と接点を持つ。つまり「テーマ」こそがマスメディアが他の社会領域との構造的カップリングを作動させることに貢献するのである (Luhmann 1996: 29)。それどころか、テーマを提供することによって、マスメディアに取り上げらようと故意にマスメディアへと接近する者まで出てくる。テーマこそは、マスメディアの社会における存在の力を保障するのである。

マスメディアが社会のありとあらゆるところに力を持っているのは、さまざまなテーマを受け入れることから来る。そこで取り上げられる情報やアドバイスの価値が、ポジティブな立場で扱われようとも、ネガティブな立場で扱われようとも関係ない。テーマに関心が向けられるのは、多くの場合、その両方が取り上げられているときである。(Luhmann 1996: 29)

マスメディアとはゆえに閉鎖し、自律したひとつの社会システムであると同時に、社会のあらゆる部分と接点を持つ開放性を併せ持つ。そして社会のテーマは、マスメディアに取り上げられることで、そのテーマが知られる範囲を拡大しインパクトを増強する。

以上のように、マスメディアを社会システムとして見なすならば、当然のことながらそれを社会システム理論として構築することができる。その作業は、「マスメディア」という社会システムが観察することを観察する第二次的観察である。つまり、

ルーマンの問題意識は以下のように定式化される。

我々（たとえば社会学者）は、マスメディアが構築するリアリティのリアリティをいかに記述することができるか？ (Luhmann 1996: 20)

従来、マスメディアについて語るとき、それはマスメディアが我々の現実をいかにゆがめているか、おとしめているか、操作されているか、つまり我々の現実がいかに影響しているか、ということの問題にしてきた。しかしながらルーマンはこのような問題意識の定式化に反対を唱える。

それは自分が構築したものを、他人のものとを比較しているだけである。学問的論述が真のリアリティの認識と一致していると認める社会が後ろ盾にあれば、それも可能かもしれないが。(Luhmann 1996: 20)

ルーマンの立場からすれば、肯定的なものであれ、批判的なものであれ、メディアの社会的影響について論じることは、単なる独善的な議論であり、それは学問的考察ではない。ルーマンは、マスメディアがいかにリアリティを構築するかを「観察」することこそがマスメディア理論の問題関心である、と主張するのである。

ルーマンのシステム理論によれば、自律したシステムが観察を行い、自らを環境から区別をする際、「二元コード」が必要になる。では、マスメディア・システムにとっての二元コードとは何だろうか。ルーマンは、マスメディア・システムが外界と自己とを区別するコードは「情報/非情報」(Information/Nichtinformation)である、と記述している (Luhmann 1996: 36)。この Information/Nichtinformation (情報/非情報) という二元コードによってのみ、マスメディア・システムのコミュニケーションは接続し、システムを再生産していくのである。そのコードによって、複合的なコミュニケーションを縮減し、運ばれる刺激 (Irritation) をセレクトして自己を組織して閉じたシステムとして機能していくのである。つまりあるコミュニケーションが「インフォメーション」として認知された場合、それはマスメディア・システムのものとなって接続されていき、システムはマスメディア特有の「インフォーマティヴ」なコミュニケーション様式を継続させていくことになる。

ところがこのコードによって「インフォメーションなし」というインフォメーションもインフォメーションになるという現象についてはいかに処理されるべきか。このコードのパラドックスを回避し、インフォメーションとは何がインフォメーションであり、何がそうでないかに根拠を与え、インフォメーションを規定する「プ

プログラム」がシステム内に存在していなければならない。「プログラム」によって、あるものがインフォメーションかそうでないかがより具体的なレベルで決定されるわけである。

そこでマスメディア・システムにおける「プログラム」であるが、それがたとえばスポーツや政治、芸術、事故、災害などのカテゴリーにあたる。ルーマンはマスメディアのプログラムを「ニュース・レポート」「娯楽」「広告」の3つに大別している。そのようなカテゴリーが決められた上で、インフォメーションかどうかということが差異化され、自己組織化されるという2段階の選別を受けることになる。

ところで「インフォメーション」とは何か。ルーマンによれば、その最も重要な特性は時間との関連性である。情報とは二度目に繰り返される時には、その意味内容は同じでも、情報としての価値がなくなっている。つまりマスメディアの操作をとおして、情報は常に、そして不可避免的に、情報から非情報へと変転させられていることになる。マスメディア・システムは情報から非情報へと転化させる操作を行いつつ、システムを維持するために次の新しい情報を仕入れるように強制されている。

しかしながらそれは繰り返しを排除するものではない。重要性を強調すること、あるいは記憶へととどめることを狙って、非情報の情報化というコードのパラドックスを使ったプロダクトも多くある。そのプログラムに、広告がある。何度も繰り返し情報を流すことで、その製品の重要性を強調し消費者の記憶にとどめることを狙う—これも情報として扱われるのである (Luhmann 1996: 40ff)。また、娯楽番組なども繰り返しを積極的に取り込むプログラムであると考えられよう。このことによって、コードがそのままでは選択の基準にならず、選択の基準や根拠はプログラムであるとするルーマン理論の「コードとプログラムの相互規定性」を認めることができる。

新しいものを不断に取り込み、古いものに転化させる—マスメディアのこの操作は、社会を覚醒させる働きがある。マスメディア・システムは、驚きや、あるいは不愉快さをも厭わない、常に何か新しいものへのアンテナを張り巡らしている。現代社会における他のシステム—たとえば経済や科学や政治の分野など—は、常に新しい問題に直面している。マスメディア・システムとは、そのような他のシステムにおける加速化されたダイナミズムを最も敏感にキャッチするために、その速度に“順応”している、と言えるのである (Luhmann 1996: 47-48)。そして、このシステムが「健全に」機能するためには「情報/非情報」というコードの非対称性が非常に明確であることが大切である。明らかに社会にとって「情報」であるコミュニケーションとは、マスメディア・システムにとっては栄養である。おなかの空いた生

き物のように食欲に「情報」を取り込んでそれを社会に次々と発信していくことで、マスメディアはそのシステムとしての威力を振るう。つまりルーマンのマスメディア理論を突き詰めれば、センセーショナルでスキャンダラスな情報こそが、マスメディア・システムにとって血湧き肉踊る「活力源」だと言える。そして我々が現実を目を移すと、そのようなマスメディアの姿はまさにリアリティであると言える。

(6) ルーマンが描くマスメディア理論の諸概念

本節においては、ルーマンがいかなるマスメディア理論を構築しているかを検討したい²⁰。ルーマンのマスメディア理論は、言うまでもなく、オートポイエシスに基づく社会システム理論であるが、それと同時に、過去のマスメディア論への批判であるとも読み取れる。本節では、ルーマンによるマスメディア理論を過去の知見との対比の中で、そのプロフィールを明らかにしたい。つまりルーマンがこれまでのマスメディア研究の知見について、オートポイエシス的理論を用いていかに説明をし、その有効性を主張しているかを、キーワードを挙げながら記述していく。

・ジャーナリズムのゲートキーピング機能

ルーマンによると、ニュース・レポートのプログラムにおいては、「情報/非情報」というコードが最も明解に処理されていく操作が観察される。フルーク・ブラット（ちらし）やバラードなどが流布され始める 16 世紀から、事件とそれがレポートされることがほとんど同時に「起こる」ようになった現代までに、このニュースというプログラムにおいてこそ「ジャーナリズム」という名の職業専門化が進んできた。ジャーナリスト教育、社会から認知された職業描写、よき仕事としての評価や基準などは、すべてこの分野でできあがった。この点で、このジャーナリズム分野には、とりわけ「進化」(Evolution) が観察できるとしている (Luhmann 1996: 53-55) ²¹。

ルーマンによると、ジャーナリズムの「倫理的」基準のひとつには「真なるもの」の報道という点があるが、しかしそこには非常に限定された条件がつけられている。ジャーナリズムにおいては、学問とは異なって「真/偽」というコードがコミュニケーションを接続する二元コードとして働かない。「真なるもの」はさまざまな「選択」のもとにおかれて「フォルム」となり、ニュースとして生産されることになるが、「真」であること自体が決定的なコミュニケーション接続の蓋然性を高める意味コードではないのである。マスメディアにおける「真」とは、単にマスメディア・システムのコミュニケーション接続コードの働きに寄与する「選択肢」(Selektoren) であり、それは「真実のニュース」という「フォルム」を生産していく。一方、マスメディアというシステムの自律性と閉鎖性を保障し、操作を促す価値コードは、

あくまで「情報/非情報」の二元コードである。

「真実」以外に、そのような「選択肢」として、他にはたとえば意外性、コンフリクト、アクチュアリティ、ローカル性、規範逸脱性などがシステムの中に設定されている (Luhmann 1996: 58-72)。そしてルーマンは「選択肢」に言及する際、とりわけそれらがジャーナリストたちによるニュース選択の決定過程やその自由裁量における「選択肢」の概念ではないことを強調している。つまり個別の編集局におけるジャーナリスト個人のいわゆる「ゲートキーピング機能」について、ルーマンはたいへん懐疑的であり、マスメディア・システムにおいて、個人が情報/非情報の決定を下す余地は非常に少ないことを主張している (Luhmann 1996: 58)。

これはマスメディアのシステムに組み込まれた個人がそこに主体性を持つこと、システムから自律することを標榜する規範理論へのルーマンによる批判であり、またそうした規範理論が実際ほとんど有効性を持たないままに我々の眼前に頑として存在しているマスメディア・システムについてのルーマンによる描写、説明であるとも言えよう。

・ニュースと社会の「記憶」

選択肢によって選別されたニュースや報道は、しかし全く「新しい」ものではなく、その裏側にはそれまでに「古い」ものへと置換された「記憶」とともに「新しい」ものが再び浮き上がって、生み出される。つまり、ニュースとは、アイデンティティによって確認されたり、意味が集約されたり、一般化されたり、テーマ化されたりしながら、ある意味で「新しい/古い」のコードとして選別されたコミュニケーションの中から創出されるとも解釈できるのである (Luhmann 1996: 74)。このようなコミュニケーションの接続によって、ニュースに意義が付され、アイデンティティが付されながらシステム内で「社会的記憶」が補充されていく。「記憶」とは、ルーマンによれば、過去の状態や出来事を保存するものとして理解されるべきではない。メディアであれ、その他いかなる認識システムであれ、システムにはそのような「蓄積」機能を課すことはできない。「記憶」とは「忘却と思い出の差別化」

(Luhmann 1996: 76) である、とルーマンは述べるのである。そして、マスメディアの社会的機能²²とは社会の「記憶」を生み出すことである。回帰を安定化させる余剰 (Redundanzen) のネットワーク、それがつまり記憶であり、それをもとに社会的コミュニケーションなるものが成立することになる。それはつまり、マスメディアが社会において背景的リアリティを生産するからこそ、我々はそれを前提としながら初めて、何かを言い、意見を述べ、将来を予測し、嗜好を形成することができるのである (Luhmann 1996: 120f)。

情報とはその時々の情報レベルにおいてのみ理解できるのであり、同時にそれは前情報として後続する参加条件にとって欠かせない条件である。それぞれにアップ・ツー・デートな世論やメディアの型として決定されたテーマは、それまでのコミュニケーションの結果であり、将来のコミュニケーションの条件である。(Luhmann 1997: 1104)

「情報/非情報」のコードが不断なくコミュニケーションを接続して、再生産されるシステム。その運動からニュースや報道が生み出され、その新しいニュースや報道は「記憶」に変換されて、それをもとにさらに新たな情報が発信されていく。そういう意味でマスメディアは典型的な自己組織性のシステムなのである、とルーマンは論じるのである。

・マスメディア社会における「自由」と「社会認識」の地平

マスメディアが社会的背景知識と記憶を構成していくという点でさらに問題になるのは、各個人の認識とメディアをとおしての社会的認識の関係である。現代社会において人間は現実のあり方を、ほとんどマスメディアをとおして認識していく。そのような「知識」の影響は結局、社会の中で人々はどこまでの行為が可能であるかということ、つまり社会における「自由」の観察を可能にする。この「自由」という概念は、マスメディアの時代においては、「強制の不在」という定義の仕方によっては、不十分な定義であるとルーマンは主張する。マスメディアは今日、「自由」という概念定義に深く関わっている。ルーマンは、マスメディアの社会的機能とは以下のような「自由」の観点からも考察されるべきであると述べている。

マスメディアは他の人々に自由の過剰があることを見せる。その一方で、個人個人は自分の自由の範囲としての認識的限界はわかりすぎるほどわかっている。すべてのレベルでの決定範囲や権限が格段に広がり、それに伴う不安が生まれる社会において、この自由のアンバランスこそが様々な影響を及ぼすのである。それはある特定の行為や抑制を誰に強制されるかという問題よりも、より重要であろう。(Luhmann 1996: 157)

以上の考察をもとに、マスメディアの機能²³とは、結局のところ、近代社会において個人による自己観察を可能にすることにある (Luhmann 1996: 173)、とルーマンは主張するのである。社会が社会を自己観察してリアリティを生む一方で、そこに

生きる個人はそのリアリティの鏡の中で、自分の立場や自由を観察することになる。つまり近代においてマスメディアの技術とそれに付随する制度が完成することによって、社会が自己観察するという機能は安定し (Marcinkowski 1993: 113ff)、個人はそこから自己の存在と自由の概念、そして個人体験以上の地平との統合を「コミュニケーション」するのだと言えるのである (Luhmann 1996: 178)。

・公共圏

ルーマンによれば、公共圏 (Öffentlichkeit) とはマスメディア・システムでもなく、世論というものでもない。

公共圏とは、通常、「誰もがアクセスできる」空間ならびに行為として理解されている。ルーマンはしかし、ここで公共圏における「公共的なもの」は「行為」の属性とするのではなく、「観察」の属性とすることでより広く適切な社会的意味を持たせることができると述べている。つまりルーマンは公共圏を、「あらゆる社会内部のシステム境界のリフレクション (Reflexion jeder gesellschaftsinternen Systemgrenze) あるいは「社会的部分システム、つまりすべてのインターアクションや組織、そして社会的機能システムや社会運動をとりまく社会内環境 (gesellschaftsinterne Umwelt)」 (Luhmann 1996: 184) と定義している。言い換えれば、ある社会システムが形成される際、非対称性のコードによって示され、跳ね返された側、つまり操作されない方へと回った外部観察の側すべての社会が「公共圏」ということになる²⁴。ゆえに

公共圏とは、一般的社会のリフレクションのメディウム (媒質) ²⁵であり、それは境界を横断できないことを記録し、そして諸観察の観察を記録しているのである。 (Luhmann 1996: 187)

というテーゼが成り立つ。従って、マスメディアならば「非情報」の側として指し示されたコミュニケーション操作すべての「観察」側のことになる。

「公共圏」をこのような視点から捉えると、マスメディアの機能とは「公共圏の生産 (Produktion) ではなく、公共圏の表象 (Representation) である」 (Luhmann 1996: 188) と捉えることができる。なぜならば、マスメディア・システムとは、システム境界外から入ってくる刺激をテーマとして受け止め、それを情報として処理しマスメディア内部のコミュニケーション接続を進めていく。つまり、外部刺激を取り込んでマスメディアがテーマ化して、「表象」を構築するのである。しかし、マスメディア・システムによって公共圏が「生産」されることはあり得ない。

「公共圏」とはゆえに、特定のパートナー・システムなどのような自己のシステムとの関連性などは全く問題にされるべきではない。マスメディアにとって、公共圏とはあらゆる部分システム、およびすべての人間が参加できるようなリアリティの構成として表象されることが必要なのである (Luhmann 1996: 188)。

ルーマンはまた、システム観察の外側としての「公共圏」という観点でもって、ジャーナリストの主体性（オートノミー）を正当化する職業的倫理の意義が限定的に把握できるとしている。上記のような「公共圏」の理解、つまりすべての人間が参加する概念であるという考え方に依拠すれば、ジャーナリストはパブリックや特定の利害グループの希望に左右されるべきではないという正当性と根拠が与えられる。つまり「ジャーナリストの自主性、独立性」とはこの意味で、マスメディア・システムが境界の外側、つまり「公共圏」の中の特別な部分システムとの連関を作らずに、主体性と自律性を守るという意味において理解される。ゆえにジャーナリストの「主体性」は「相対的なオートノミー」という概念でのみ把握されることになる (Luhmann 1996: 189)。言い換えれば、ルーマンによればジャーナリストの主体性は非常に限定的にのみ、公共圏の概念から語ることができるのである。つまり、ルーマンにとって、ジャーナリストというマスメディア・システム内の構成要素が、そのシステム自身から主体性を獲得するという議論は意味を持たないが、マスメディア・システムが公共圏として把握される外界の諸システムからのオートノミーを持つという意味の中において、ジャーナリストという職業に「主体性」が条件付きで論じられ得るのである。

・世論

マスメディアは公共圏の表象 (Representation der Öffentlichkeit) であるとすれば、「世論」(öffentliche Meinung) はルーマン理論においていかに理解されているのか。「世論」について、ルーマンは多くの箇所において言及しているので以下にその外郭を簡単にまとめてみよう。

まず、世論とはシステムとの連関で記述されるべきであり、人間個人がある時点における意識の集合として記述されるべきではない。それは現代社会においてあまりにも多様であり複雑であり、カオスそのものである。また、世論は社会的な注目度がなければ、「世論」とは見なされ得ないことも特記されるべきである。つまり世論とは必ず社会システム論に準拠しなければ、実体もなく、意味をなさない。そのことを念頭におきながら「世論」という概念を考えると、それは公共圏という「メディアウム」において、コミュニケーションが継続される過程において「フォーラム」として凝縮したものであり、その凝縮過程にマスメディアがシステムとして関わる

のである。そしてまた、それは凝縮されては分解されるものである、と理解される（Luhmann 1990: 174）。ここではルーマン理論における「メディウム」と「フォルム」という概念について少々説明を加えなければならないだろう。

ルーマンは「メディウム」と「フォルム」という概念の2つでもって、「システム理論によって達成されてこなかった、伝播（Übertragung）概念を表すことができる」（Luhmann 1997: 195）としている。つまり、メディウムとフォルムとはルーマンのコミュニケーション概念、つまり三極構造としての情報、伝達、理解のダイナミズムを記述する概念として重要である。ルーマンの理論では、漠然として、ゆるやかにつながった情報、理解のメディウムという状態が、何らかの型、つまりフォルムによって凝縮され、そしてまた消えていくことを繰り返しながら、伝播されていくことを述べている。そして、それがコミュニケーションのプロセスであり、そのような形態としてコミュニケーションは社会に媒介され、記述される。この様式を理解するためには、たとえば、光と空気が認識の媒質であり、人間の知覚組織はそれらに特定のフォルムを与えて複雑な脳神経のプロセスに入り込み、そして脳の中で特定の物体や音や信号をキャッチし、認知する、というアナロジーを想起すればよい。するとつまり、コミュニケーションとは単なる情報の線的な「伝達」ではないということが、このメディウムとフォルムの概念によって明らかに説明されるのである。ルーマンはその他、社会システムにおける「メディウム」と「フォルム」のわかりやすい例として、経済システムにおけるメディウムはマネー（Geld）であり、そのフォルムが価格（Preis）である、と説明している（Luhmann 1990: 176）。メディウムとは、「それ自体としては全くありそうにないコミュニケーションが、それにもかかわらず成功する（コミュニケーションをあえてなしうるほどに受け入れ準備を高める）のを可能にする」のである（馬場 1990: 200）。そしてフォルムとは、縮減された複雑性を移送可能に加工し、他の事象がそれに接続するのを可能にするのである。

そこで「世論」であるが、それは公共圏というメディウムが、フォルムとして存在する状態を指す（Luhmann 1990: 175）と理解できる。世論とは、主にマスメディア・システムによって、漠然として存在するさまざまな理解と利害を持つ公共圏に型を与えられた存在である。つまりルーマンの理解する「公共圏」に凝縮したフォルムを与えられたもの、と換言できよう。すなわちルーマンによれば、公共圏というメディウムは、多くの場合、プレスや放送を契機としてフォルムが与えられる。プレスや放送は何かを“運ぶ”のではなく、「公共圏メディウム」に「フォルム」を与え、伝播状態と過程を作り出しているのである。

しかしながら、プレスや放送が与えるフォルムとは恣意的なものではない。フォ

ルムは長年においてある決まったタイプが作られており、それがつまり、マスメディアのテーマの選択肢（Selektoren）に表れている。そこにつまりメディアの偏向性が見られ、これまでに世論の「なじみの型」ができあがってきたと見ることができよう。

そのように考えるならば、世論とは表裏に据えられた 1 枚の鏡に喩えられる、とルーマンは記述している。情報を与える側は流通している情報媒質（メディウム）の中に自分の姿とその他の情報提供者の姿を見る。情報を受ける側は自分の姿とその他の受容者の姿を見て、その都度の社会コンテクストに関わるためには、何を知っていなければならないかということを徐々に学んでいくことになる。しかしこの両側の鏡は、互いに透けては見えない（Luhmann 1997: 1102）。このようなルーマンの理論によって、たとえば、政治システムから見た世論が、マスメディア・システムから見た世論と食い違いを起こし、それはしばしば「世論の読み違い」としてこれまでも社会において経験されてきたことが説明され得る。またそれは、世論が、「それをめぐり複数に分かれる社会的な陣営のあいだでうばいあいされる観念」（杉山 1999: 3）として生きてきたことを物語る。そのような状況をルーマンの鏡としての世論は言いあてている、と言えるであろう。

すると、これまで議論されてきた「世論と政治」については、ルーマン理論の枠組みにおいてはいかに考えればよいか。

周知のとおり、政治システムは世論にたいへん左右される。世論とは、ゆえに政治システムにとって、その方向性を決定する最も重要なセンサーであり、そのコミュニケーションのフォーラムである。ゆえにここで、世論が「鏡」であるという喩えを、政治との関連でもう一度取り上げてみよう。政治システムにとって、世論は鏡である。ただしそれは政治が自分の姿全体を映す鏡ではなく、鏡をかざして見ようとする自分のその部分のみを映し、さらに自分の姿の肩越しに映っているのは、これもまた自分に関連する人物やグループ、政党、テーマのみが切り取られて映されているのである。ゆえに社会システムとしての政治システムは世論の力を借りて外界とのコンタクトをとるのではなく、世論をとおしての自己観察をする。つまり、政治システムにとって世論という鏡は、市場における価格システムと同様に、観察者の観察を可能にして、その状態を回帰的に伝達するのである（Luhmann 1990: 181）。

ルーマンは以上のような政治システムと世論の機能—つまり世論を通じて政治システムが自己観察をすること—を見れば、政治システムが近代社会における中心的存在と位置づけることはもちろん、理性による政治の救済という思想、あるいは市民社会の再活性化による政治再生への道という思想が、いずれも意味を持たないこ

とが明らかになると主張している (Luhmann 1990: 182) ²⁶。このような観点で世論を定義すれば、そこではこれまでの「世論」の議論における論点であった「理性」の存在の有無は問題にはならない。とかく現代社会において、政治における「世論」が理性による変革への道であるとか、近代民主主義の担い手であるとか有望視する向き²⁷は、「世論」の実態的役割について何も把握していない、というのが彼の立場である。

・情報操作 (Manipulation)

マスメディアにおいては常に「情報操作」(Manipulation)が問題となる。メディアから流される情報は「政府」によって、あるいは「メディア・タイクーン」によって、あるいは特定の圧力団体によって「操作」され、「利用」され、ときには「濫用」される可能性をはらんでいる、と言われている。そのために、その操作主体とマスメディアとの権力関係を分析すること、あるいは政治コミュニケーションや社会運動の過程に展開される様々なアクターの力関係と彼らのメディア利用ならびに操作を分析することは、これまでマス・コミュニケーション研究の重要な一角と見なされてきた。

ルーマンは、しかし、情報操作 (Manipulation) という概念に対し、全く異なるスタンスに立つ。情報操作とは、まず、マスメディアがそれ以外の環境に及ぼす効果として理解するのではなく、システム内部の問題構制として把握することが重要であると述べている (Luhmann 1996: 80)。社会システムとしてのマスメディアの考え方においては、読者や視聴者というのはあくまでもシステム内部の、情報、伝達、理解というコミュニケーション・プロセスに関わる構成要素である。そのような見方においては、「情報操作」が外界にどのような影響を与えるかという問題は、マスメディア・システムの範囲外の問題であり、それには現代社会が複雑な様相を呈するだけに多種多様な帰結があって当然であり、またそれを予測することなど不可能である。

ルーマン理論にとって、マニピュレーションとはマスメディア・システム内部の問題としてのみ取り上げられるべきであり、それがもたらす外部への効果を計測することは意味をなさない。ゆえにマスメディアのより重要な問題として考えられるのは、「マスメディア・システム自身の内部において、何ら手を打つこともできずに、絶望的に情報に晒されている状態、そして絶えずそれが再生産されている撞着状態において、いかなる反応が起こり得るか」 (Luhmann 1996: 80) という点なのである。そこで情報操作という点に戻ると、それは常に「情報操作への疑い」 (Manipulationsverdacht) としてマスメディア・システム内部における反応として

検出されるのみである。確かに、その疑いは情報/非情報のコードの価値についての疑問となってフィードバックされていく。しかしながら、オートポイエシスのシステム内部においては、そのコード自体の区別についての区別は「盲点」であり、それは常にシステムのパラドックスである。つまり情報が何らかの形で操作され、その情報の情報としての価値についての疑いはつきまとうにせよ、「情報操作への疑い」というものはマスメディア・システムの日々のオペレーションにおいて非情報というコードで跳ね返されることのない限り、それはシステム・オペレーションに何ら影響を及ぼすことができない。ゆえにこの疑いはシステムの内部において処理されぬまま、マスメディアのコミュニケーションの自己組織化は続けられていく。こうして情報操作への疑いはシステム自体には大きな帰結を生み出すことなく、「操作の疑いのある」知識であっても、マスメディアにおいて「情報」という側のコードにおいてコミュニケーションとして区別されれば、次から次へとコミュニケーションとして操作され、システム構造の中で流布されていくことになる。これが「情報操作の疑い」のある情報がマスメディアにおいて絶えず存在している所以である。

「情報/非情報」というコードに従って自己組織化されていくマスメディア・システム内のコミュニケーション運動を想定するならば、ある特定のコミュニケーションが、誰によってどこから操作が「開始」されたか、と操作主体を想定することも、それは何のために行われたのかという行為主体や目的を特定することも意味をなさない問題意識である。つまり結果的に情報操作への疑問が起こったとしても、それはマスメディアが構成するリアリティとその他のシステムが構成するリアリティとの観察のずれという問題でしかない。ゆえに操作されていると疑われるマスメディアの「リアリティ」への問題意識とは、「世界をそのような仕方で描写しているその社会とは、どのようなものであろうか」ということだけであり、その操作が「誰によって」「何のために」行われ、現実にはどのような効果を及ぼしたかという問題を設定することは、社会システム論の観点からすれば「無意味で個人的な問題」(Luhmann 1996: 31) と見なされるのである。

・「生活世界」における「合意」とマスメディア

ルーマンは一貫してハーバーマスの規範的な「生活世界 (Lebenswelt)」「間主観性 (Intersubjektivität)」「合意 (Konsens)」という概念によるコミュニケーション理論構築に異論を唱えてきた (Luhmann 1997: 762)。彼はその論拠をさまざまな側面から述べているのであるが、ここではマスメディア理論の観点からの、ルーマンによる「生活世界」における「合意」についての批判を概観しよう。

ルーマンは、現代社会においては「合意」のもとに安定が保たれてきた、という

理解に対して真っ向から異論を唱えている。その合意はあるときは社会契約であったり、あるときは社会的に共有されてきた宗教であったり、またあるときはハーバーマスが論ずる「生活世界」におけるコミュニケーション的合意であるとされた。そのような「合意」が社会を安定化するということが正しいならば、マスメディアとは新しい情報をもたらすという機能ゆえに、常識や社会前提を覆す社会の不安定要因、あるいは攪乱要因と解釈されてしまう。つまりルーマンは、そのような理解によってこれまでマスメディアが非常に否定的な光の下に位置づけられてきた、と論ずる。ルーマンはこの点を批判し、反論する。

社会はコミュニケーションを接続する前提となる対象を生み出しながら、安定化をはかるのである。契約や規範的に要求される合意というものに依拠するならばあまりにもリスクが高い。対象を前提条件と踏まえれば、反対ということを禁止することなく、それはコミュニケーションの回帰的な基盤を作ることができる。その対象に対して賛成するか反対するかは、その後の問題として残されているだけである。そしてそのような対象が“存在する”こと、それは近代の社会においてはマスメディア・システムに負うことなのである。個人個人の経験の地平を大きくはみ出した社会においてコミュニケーション的操作が機能するためには、そのような大切な条件は、コミュニケーションのプロセス自体をとおしではなく保障されていなくてはならない。(Luhmann 1996: 177-178、強調は原典より)

ルーマンによれば、システムが複雑性を増し、刺激に満ち、ますます不透明になっていく現代社会を、合意を確認するプロセスのもとに保障することなどは不可能である。どのようなコミュニケーションも賛成と反対の両側が提示された上で合意が諮られるのであり、たとえ不合意に到達しても、コミュニケーションが継続し得ることは承知の上でなければならない。現代社会では、人々が不合意へのリスクに踏み込むことを制約する条件も少ない。そうだからこそ、マスメディアとは、まず何よりも、知っている状態というものを作り出す、社会のリアリティの基盤的地平を提示する機能を担っている、と考えられるのである。

従って、マスメディアが生活世界における攪乱要素であるとか、象徴暴力²⁸であるとか、あるいは生活世界を支配（植民地化）するというような批判的な見解は不適切である、とルーマンは主張するのである。

(7) ルーマン理論がメディア研究に提示する課題

以上、ルーマンの「マスメディア論」を概観し、検討してきた。ルーマンによるマスメディア理論のひとつの大きな特徴は、これまでの規範的、実証的マスメディア論の諸概念ならびにそのパラダイムのほとんどを徹底的に否定している点であろう。それは彼の社会学、あるいは学問に対する姿勢そのものの延長上にある。つまり実証主義による理論構築、ならびに「規範」を軸にした批判理論のいずれも、現代の社会状況分析において限界にきていることをルーマンは主張し、それへの対案として「観察の観察」による操作的コンストラクティヴィズムを展開してきた。『マスメディアのリアリティ』もその社会学理論の視座に立脚している。

ルーマンによるマスメディア理論の特徴としてもう一つ挙げられる点は、コミュニケーションへの自己組織性という特異な概念把握から帰結される多元的、あるいは相対的リアリティへのまなざしである。そして、ルーマンの「ラディカルなコンストラクティヴィズム」によって描かれるマスメディアのリアリティは、その相対性と多元性ゆえに、ある格別な「現実味」を持って我々の前に立ち現れてくるという逆説がある。

確かに今日の我々の日常において、マスメディアが言論の自由の原動力であるとか、公共的役割を持つ存在であるとかという実感はますます薄れつつある。我々にとって、マスメディアとはむしろ、「情報/非情報」「新しい/古い」を絶え間なく生産していくシステムとして存在し、まるで「新しい」「情報」ならば価値判断を加えることなく「刺激」として吸収していく、食欲で得体の知れない生き物のような存在という印象が際立つ。また、マスメディアの日常性とは、我々の社会知識の地平を構成しているという知見も説得力を持つ。それは、マスメディアの受け手側にとってもそうであるし、また日々膨大な量のニュースをルーティーンとして生産している送り手側もとっても同じ状況であろう。ルーマンの理論は、こうした我々がメディア社会におかれた状態を適切に掴み取り、注意深い理論構成のもとにその説明を行っている。

周知のとおり、執拗なプライバシー侵害、誤報や断定報道、剽窃、“やらせ”など、マスメディアが起こす社会事件は、繰り返されてきた。そしておそらく今後も繰り返されることが予想される。そうした「事件」では、事件を起こした記者個人を断罪することによっても、特定のマスメディア「組織」の体質を非難することによっても、事件の原因を解明し解決策につなぐことはできず、これまでそのまま忘却の彼方に葬り去られてきた。このような状況について慨嘆する前に、我々は、ここでルーマン理論に依拠して、それらの「事件」について“説明”してみることができないのではないかと。つまり、これら「事件」とは、ジャーナリストの「意図的」な情

報操作行為や組織の「計画」から生まれ、現実へ何らかの帰結を生む「社会的事件」や、ましてや「民主主義の凋落」などというものではなく、我々にとってマスメディアのシステムによって構成された「リアリティ」の地平においてのみ認識され得る「マスメディアのリアリティ」の 1 部である、と考えるのである。このメディアの状況とは単にリアリティの対象が「マスメディア」であるだけで、それは他の社会システムや人格が引き起こした事故、事件と全く同列のものとして「マスメディアのリアリティ」を構成している。とすれば、そのような事件とは、後続する別のマスメディアの事件が起こって、システムによって「記憶」として呼び戻されるまで、忘却されていることは自己組織的プログラムの渦中において、至極「自然」のことなのである。ゆえにマスメディアに対して社会からいかなる批判や非難があっても、それらの声が次なる「情報コード」にひっかからなければ、それらの批判はたやすく跳ね返されてしまうことになる。ゆえにマスメディアへの慨嘆や批判は、マスメディア・システムの改善には「歯が立たない」という印象のみを残して消えていくのである。

また、我々は日本国内のマスメディア・システムに目を移してルーマンの理論を考えると、それが会社組織を中心とした、個人の顔が見えない景観であることが一層はっきりと問題として浮かび上がってくる。ルーマンが論ずる自己組織性を持つ「観察する観察システム」としての記述は、その「顔の见えない」日本のマスメディアやジャーナリズムの特質において、さらに際立つプロフィールを得ることになる、と筆者には思われる。つまり特定の個人の大きな政治的および経済的権力によってマスメディアシステムが動かされているという印象の薄い日本においては、ルーマン的な社会システム論によるマスメディア論はリアルな説得性を持つのである。

加えて、これまでジャーナリズム研究（マスメディア研究ではない）では、その言論と民主主義の関連において、規範論および批判論が支配的であった。ところが、ルーマンが主張するように、多中心的になっている近・現代社会において、「規範」をどのように措定できるのか、果して仮にジャーナリズムに与えられた社会的「規範」を発見したとしても、それが社会の諸現象にいかなる影響を持つことになるのか、それらはますます定かではなくなっている。畢竟、規範論が支配するジャーナリズム研究の状況においては、その「規範論が観察する観察」に同意しない者たちは、研究を共有できない、という事態に至ってしまう。それゆえに、逆にその「規範」論を共有しない者、それに同意しない者たちの立場からは、規範論的ジャーナリズム論とは、理論や科学とは無縁の、1 部の共同体の独善的論評である、という批判がなされることになる。現代社会における規範論とは、結局ルーマンの言う

ところの「現実の 1 次的観察レベル」に留まる、「非科学的」なもの、と断定されかねないのは、こうした背景があるからであろう。

我々は、その状況を鑑みれば、マスメディアとジャーナリズムの社会的機能について、〈主観－客観〉のハイブリッドにおいてシステムの「観察」を行うことに意義を見出すことができよう。マスメディアおよびジャーナリズムの研究に、これまでの立場とは別の観点からの理論的精緻化があれば、それがさらにその他の研究成果全体を止揚していくという意味において、ルーマン理論の存在が際立つ、と筆者は考える。従ってルーマンの理論の取り上げ方は、いわゆる「ポスト・モダン」的な、単なるリアリティの相対性という無責任さを批判する点に解消されるべきではない。

ルーマンの近代の診断と現代におけるポスト・モダンの言説とに重大な相違があるとするならば、それはルーマンが近代化の帰結を受け入れる際、理論的に厳格である点が考えられる。(…) なぜならば、近代の構造的限界をノスタルジーなしに受け入れることは、近代の諸問題の何らかの創造的解決を見つけるための前提条件であり、多分それが唯一の道なのであるから。(Knodt 1995: xxxvi)

ルーマンの社会システム理論の意義とは、端的に述べれば、近代社会がもたらした帰結を、近代社会そのものの構造的要件と対比することによって、社会的な問題状況を説明しようとする(クニール、ナセヒ 1996: 226) ことにあると言えよう。マスメディアとジャーナリズムが近代の社会システムである以上、それを理論的に厳格に峻別して考察することは、近代社会の問題状況説明に不可欠である。そして、その状況を考察し、診断した上で、初めて何らかの総合的な「創造的解決」へとつなげることも可能であろう。ただし、それに対してルーマンは非常に禁欲的であったが。クニールとナセヒは、ルーマンがこの点における自身のスタンスについて述べた適切な箇所を引用しているのでここでそれを記してみよう。

満たせるはずがないような理想を掲げて、市民革命が約束したことがいまだに果たされていないことを慨嘆するのは、安易だし無責任である。このような態度にはひとかけらの理論もない。批判理論などと言うのはおこがましいかぎりである。そういう態度をとるのではなく、正常に機能するものがほとんどありえないということから出発すれば、システムがどんな場合、自分自身の構造的な要件に関して、一貫しない、みずからを危険にさらすようなはたらきをするかを、一層はっきりと、また何

よりも一層正確に認識することができるのである。－ *Soziologische Aufklärung* 4 (1987)、S.132 より (クニール、ナセヒ 1996: 226)

以上のようなルーマンの見解を考慮すれば、ルーマンの理論が近代社会の肯定的な側面だけを取り出して、それを追認しているという主張は、妥当ではないと考えられる。しかし、そのように評価できる一方で、「描写」で始まって「描写」で終わることが、危険をはらんでいることも確かである。そうした点を含めて、次節ではルーマン理論への批判について検討してみたい。

(8) ルーマン理論の批判的考察と本論の事例研究への接続

ルーマンはこれまで「社会」を無批判的に記述描写することによって、「現実」を追認し、さらに「正当化」する「体制の擁護者」ではないか、と多くの批判を受けてきた (クニール、ナセヒ 1996: 221ff)。その批判は言うまでもなく、彼とハーバースマスによる 70 年代の論争の中で尖鋭化され、その後も繰り返されてきた。それらはルーマン理論の批判として必ずしもすべてが妥当しないことは前節で述べた。しかしながら、ルーマンの価値判断をいっさい排除したニヒリスティックな理論には、その記述性において、「無批判的保守性」が生じる点を否定できない側面がある。そのことは、ルーマンのマスメディア理論においても然り、である。その点について、スイスのメディア学者、U.ザクサーは次のように述べている。

オートポイエシスという距離からラディカルなコンストラクティヴィズムを論じ、ジャーナリズムの自己理解への対抗ポジションをとることによって、二次的には事実に対する旧態依然の態度を保持し、結局社会にとって必要なジャーナリズムという職業文化を犠牲にしながら無責任な主体性に正当性を授けてしまうことになる。(…) メディアのリアリティは、そのとおり、ますます自己再生産のシステムという特性を帯びてきている。しかしそのために、政治的あるいはその他の重要なインフォメーションの効果的な伝達システムという特性の方は失われていくという危険性が出てきている。プブリチスティック研究 (ドイツの〈マスメディア・ジャーナリズム〉研究の総称：筆者注) はそのような背景においてはなおさらのこと、オートポイエシスによる対象をさらに追認して、同時に正当性を与えるのではなく、公共圏のリアルな構成とその決定に関わっている真のアクターを見極める必要がある。(Saxer 1997 = Scholl, Weischenberg 1998: 49 より)

ルーマン理論のラディカルなコンストラクティヴィズムという視点は、現実の相対性という側面が強調され、とかく我々が共有する「現実問題」からの逃避へとつながりかねない。とりわけジャーナリズムとは、それが何か実体的なものではない、表象の生産と再生産にこそその実体があるからこそ、我々共通体験の場としての「現実」にひきつけて諸現象を考察しなければ、その社会における意義や問題性の説得力が根本から失われる危険性をはらむ。我々が日々を得る間接的、直接的体験が、すべて多元的リアリティにおける「フィクション」として昇華され、理論的観察へと還元されることは、これもまた、理論構築の一貫性を現実問題よりも優先させる一部の研究者による独善である、と批判できるのではなかろうか。

さらに、ルーマンのマスメディア理論におけるより根本的な欠陥は、「マスメディア」そのものを識別する境界の引き方にある。ルーマンの理論では、ニュースや報道がマスメディアの主要なコミュニケーション形態となっていた。そしてそれらについての自己組織性が詳細に論じられていたが、他方では今日のマスメディアの重要な構成要素である広告や娯楽についての検討がもうひとつ明確ではないことが指摘されている (Scholl, Weischenberg 1998: 70)。また、社会には企業のPR活動など、メディア企業が主体となっていない、メディアを利用した言論活動が多く存在し、それらは現代社会において、コミュニケーション技術の発達をテコにして従来型のマスメディア活動以上に活発である。と同時に、デジタル通信技術の発達が通信と放送の融合をもたらし、従来型の技術的定義によるマスメディアの境界の自明性も崩れつつある。そのような情報社会のダイナミズムは、システム論においていかに照合されるのだろうか、という疑問も残る。

結局、ルーマンは彼のマスメディア理論のほとんどを、「マスメディア」と「ジャーナリズム」をオーバーラップさせた〈マスメディア・ジャーナリズム〉のニュースや報道活動について議論を費やしていると言うことができる。筆者は、しかし、現代社会において、「マスメディア」と「ジャーナリズム」の峻別をすることの重要性を考えたい。ジャーナリズムでないマスメディア、マスメディアにないジャーナリズムというものも、存在するはずである。そうした筆者の見解からすると、ルーマン理論においては、そのような部分についての考察が描き切れていないように思われる。

そうした「ジャーナリズム」と「マスメディア」の不分明は、ルーマンのマスメディア理論の根本的矛盾であるとさえ考えられる。つまりルーマンは、マスメディア・システムの区切りをもっぱら伝統的な「技術的」伝達方法に依拠しており、結局コミュニケーションの意味的な方法によるマスメディア・システムの境界線が完

全に引けていない。そのことは、システムとはコミュニケーションの意味的差異としての二元コードによって自らが境界線を作る、というルーマン理論の根本的な部分において矛盾を作り出している。ルーマンのマスメディア理論は、その射程が「意味」と「技術」とによってアドホックに明確化される〈マスメディア・ジャーナリズム〉を措定した上で論じられており、マスメディア全体の境界を作ることににおいても、またマスメディアが生むコミュニケーション全体の意味の措定においても、成功していない部分が大きい。

ところで、このことはルーマンのシステム理論の矛盾であり、欠陥ではあるが、今一度ルーマン理論に照合してこの現象を考えてみることもできる。それによれば、おそらく「マスメディアではないジャーナリズム」の部分も、「ジャーナリズムでないマスメディア」の部分も、マスメディア・システムのコード「情報/非情報」の力が弱い部分だと言えるのではないかと推察できる。「コード化が弱まる」とは「区別の両サイドの非対称性が弱くなる」ことであり、そこには異変が起こる可能性が高い（赤堀 1999: 175）。そのことは遺伝子のアナロジーとしては然るべき帰結に違いない。異変とは遺伝子の弱い部分で起こることが生物学の分野の知見として検証されてきたことだからである。

では、それはどのような異変であり得るだろうか。果たしてそこではコードにおいて何か新しい、ルーマンの言葉で言う「創発性」²⁹—つまり質的な新しい秩序レベルが現れ得るのだろうか。とりわけ筆者の問題関心であるマスメディアの周縁部のジャーナリズムは、「情報/非情報」というコードをコミュニケーション接続の蓋然性とせず、何か新しいコードによる秩序をフォルムとして持つことができるだろうか。

そこで本論で後に取り上げる「家庭面」「ターゲットティング」「パブリック・ジャーナリズム」の事例は、いずれも〈マスメディア・ジャーナリズム〉の終りなきコミュニケーション接続の蓋然性の環を断ち切ろうとする小さな振動である、と観察できるだろう。「情報」ならば何でもシステムに取り込んでそれを加工して社会の「刺激」として輩出するシステムへの異議申立て。これらの3つの事例では「情報/非情報」のコードを動かす根拠となるプログラムの選択肢を変更しようとした（たとえばスキャンダルだけではなくローカルに力を入れる）、さらにはプログラムの根本的見直し（「娯楽」とは何か）や、ひいてはそのシステムのコード「情報/非情報」についても疑義を挟もうとしている。それは、先に引用したルーマンの言葉を借りるなら、「絶望的に情報に晒されている撞着状態にマスメディア・システムが起こす反応」である、とも考えられるだろう。そうした事例におけるアクティヴィストたちは、近代から築かれてきた〈マスメディア・ジャーナリズム〉が限界に突き

あたっていることを認識し、その限界を克服しようとするシステム内部における新たな創発性秩序の斥候であるとも読み取ることができる。

しかしながら、ある社会システムが、別のコミュニケーション・コードを獲得して新たな「創発性」を生み出すことは、非常に時間を要する複雑なプロセスを伴う。オートポイエシスの社会理論では「構造の形成を社会過程の局面として理解すること」（クニール・ナセヒ 1995: 139、強調は筆者による）が重要であるが、それは時間軸の幅を拡大して観察する際、ルーマンが言う「進化」の過程となる。〈マスメディア・ジャーナリズム〉からはずれた、新たなタイプのコミュニケーションは、今後いかに進化し、システム化されていくのだろうか。いや、あるいは、それはそれ自体で創発性を生み出すことなく、その母体であるマスメディア・システムに呑み込まれて、結局消えざるを得ない存在なのか。

筆者の事例研究は、「情報/非情報」コードが作るマスメディア・システムの閉鎖性が、自らの構造要件に一貫しないものに出会ったとき、いかなる反応を示すか、果たして社会の創発性という可能性はどのような場所で起こるか、そしてさらにそれが元のシステムから自律することがいかに困難か、というプロセスを観察するものだ、と読み取ってもらうことも可能であろう。

第II部 第4章 (81-113頁) の註

¹ この著作は1994年7月13日に同様のタイトルで行った講演がもとになっている。1995年にその講演の内容が出版され、それに基づいて1996年に同著が出版された。なおルーマンは1998年11月に他界しており、これは彼の最晩年の著作のひとつと言える。なお、2000年に英訳が出版されている。

Niklas Luhmann (2000) *The Reality of the Mass Media — Cultural Memory in the Present*. Translated by Kathleen Cross. Stanford Univ Press.

² ルーマンの社会システム理論は、たとえばコーエンとアラートによる大著 *Civil Society and Political Theory* においても、その主要テーマである civil society というカテゴリーを検討するときに、「その概念の伝統全体への高度な包括的チャレンジである重要な理論」として取り上げられている。コーエンとアラートは、歴史的カテゴリーとしての civil society と現代の社会運動において理解されている civil society との架橋をし、その矛盾を克服するためには、社会科学的で客観的なパースペクティヴが決定的に重要になってくるとする見解を持って、ルーマンの civil society 論の分析に1章を割いている (Cohen and Arato 1992: 299ff)。

³ たとえば日本新聞協会は2000年6月21日に新たな新聞倫理綱領を制定した。今回の新綱領について渡辺恒雄新聞協会会長（読売新聞社社長）は「新聞の責務は、正確・公正な記事と責任ある論評によって公共的・文化的使命を果たすことにあり、新綱領の下、新聞協会定款の『目的』の第一に掲げられている『全国新聞・通信・放送の倫理水準の向上』のために一層努力していきたい」と話している（日本経済新聞、2000年6月22日朝刊）。しかし、渡辺会長が述べるような「一層の努力」が新綱領とともにどのように実現されていくのか、果たして綱領が組織の中の記者ひとりひとりの精神にどのように影響を及ぼすのか、それらの点は現時点で大きな未知数である。

⁴ マスメディア理論に限らず、ルーマン社会学全体そのものが、これまでの社会学の伝統と接続していない、と批判されることが多い。それに対する反論は、村中 1996、4頁以下を参照。

⁵ ハンス・マグナス・エンツェンスベルガー『意識産業』石黒英男訳、晶文社、1970年。

⁶ Hall, Stuart (1980) Encoding and Decoding in TV-Discourse. In: Stuart Hall et al. (eds.) *Culture, Media, Language: working papers in cultural studies, 1972-79*. London: Hutchinson; [Birmingham, West Midlands]: Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham, pp.128-138.

⁷ ルーマンのシステム理論では Umwelt の訳語として「周界」という言葉がしばしば宛てられるが、本論はルーマン理論の解説が目的ではないので、通りがよい「環境」という訳語を選択した。ルーマンのシステム理論についての著作の邦訳としては、たとえば土方昭監訳「機能的な方法とシステム理論」『改訳版 法と社会システム 社会学的啓蒙』1988年、14-70頁、を初めとする多くの翻訳が挙げられる。しかしながら、本章はそうしたこれまでの訳本に配慮しつつも、その目的は未邦訳である著作「マスメディアのリアリティ」を分析し、それをこれまでのマスメディア研究の成果と接続することにあるため、すべての語彙がこれまでに邦訳された用語と一致しないことを断っておきたい。

⁸ ドイツにおける近年のオートポイエシスのメディア論の例として以下のものがある。

Marcinkowski, Frank (1993) *Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse*. Opladen: Westdeutscher

Verlag.

Blöbaum, Bernd (1994) *Journalisms als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
Görke, Alexander; Matthias Kohring (1996) Unterschiede, die Unterschiede machen: Neuere Theorieentwürfe zu Publizistik, Massenmedien und Journalismus. In: *Publizistik*. 41.Jg. 1996/1.S.15-31.

⁹ たとえばハーバーマスの代表的初期の著作 (初出 1962 年) 『公共性の構造転換』が英訳されたのは 1989 年である。

¹⁰ ハーバーマスの公共圏理論はドイツ語圏のマスメディア研究では、英語圏ほど注目されていないという印象を筆者は持つ。そのことがそれぞれの社会・文化背景といかなる連関のもとにある現象なのかについては、興味深いことではあるが、本論の射程を外れるテーマであるので、稿をあらためて別の機会の検討課題としてみたい。

¹¹ ルーマンとポスト・モダン思想の関わり方についてはルーマン著 *Soziale Systeme Grundriß einer allgemeinen Theorie*. (1984) の英語翻訳版 *Social Systems* に所収されている E.M.Knodt による Foreword が詳しく解説している (E.M.Knodt Foreword. In: N.Luhmann (1984=1995) *Social Systems*. pp. ix-xxxvi.)。

¹² ハーバーマスとの論争については J.ハーバーマス、N.ルーマン著、佐藤嘉一他訳『批判理論と社会システム理論: ハーバーマス＝ルーマン論争』(原題: *Theorie der Gesellschaft oder Sozio-technologie*. 「社会の理論か、社会工学か?」) を参照されたい。ハーバーマスの思想に対するルーマンの異議申立てはその後一貫して続いており、それはたとえばモダン・ポストモダンの捉え方などにおいても明確に現れている (cf. Luhmann 1997: 1144)。

¹³ ドイツ語の *Vergleichen* は「対比」「比較」という訳語が宛てられるが、筆者はあえて「照合」という言葉を用いた。それはシステム理論ではすべてのシステムのメカニズムがルーマンの理論に照らし合わされて説明されることから来る。それはルーマン理論と他の理論とを対比する、あるいは比較検討するのではない。なおルーマンは *Vergleichen* という言葉以外に後述する *Reduktion*＝縮減、あるいは還元、と訳される—という言葉をはほとんど同様の意味合いで使っている。ルーマンによれば、すべての複雑なシステムのメカニズムは、ルーマンの理論的骨格へと「縮減」されるのである。つまり縮減されたメカニズムは、社会システムと呼ぶものにすべて照合可能であるはずである、というのがルーマンの思考である。

¹⁴ ルーマンは本論で取り上げるマスメディアについての著作以前に、個別の機能システムをテーマとした理論を 90 年代に次々と発表した。その例として以下のような著作を記している (Luhmann 1997: 12)。 *Die Wirtschaft der Gesellschaft* (1988) (『社会の経済』春日淳一訳、文真堂、1991 年)、 *Die Wissenschaft der Gesellschaft* (1990) (社会の学問、未邦訳)、 *Das Recht der Gesellschaft* (1993) (社会の法、未邦訳)、 *Die Kunst der Gesellschaft* (1995) (社会の芸術、未邦訳)。

¹⁵ 「オートポイエシス」という語は、ギリシア語の *autos* (=自己) と *poiein* (=つくる) から合成された人工語で、マトウラーナ自身が造語した (クニール、ナセヒ 1995: 56)。

¹⁶ 興味深いことに、マトウラーナとヴァレラは、オートポイエシス概念を社会的諸連関に転用することに反対している。社会システムは人間という生き物によって、オートポイエシス的システムから成り立っていると言えるが、みずからオートポイエシス的にはたらくことがないシステムである、としてオートポイエシス概

第II部 第4章 (81-113 頁) の註

念は生命システムを特徴づけるものにとどめられている (クニール、ナセヒ 1995: 64)。

¹⁷ ルーマン、あるいはその他の自己組織性による社会システム理論において「進化」という言葉にはいわゆる「進歩」や「発展」という価値判断およびイデオロギー性を含意したものではない (吉田 1995: 7-8)。注 11 も参照されたい。

¹⁸ ルーマンにおける「進化」の理解はあくまで「偶発性」(Kontingenz)に基づいたものであり、あらかじめ計画された系譜などではない。その意味で未来の出来事に線形的な影響を及ぼすと考えるダーウィンの進化論とは全く異なる意味の「進化」なのである。つまり「社会文化的進化は、計画されたり、意欲されたり、意図的に制御されたりするものではなく、偶発的な過程なのであって、それは、別の経過をたどることもできただろうが、こうした別の可能性の地平のなかで、現に行われているような、そして進化論的視座によって観察されるような経過をたどっているのである」(クニール、ナセヒ 1995: 141)。

¹⁹ 「コミュニケーションを二元コードによって操作する」ことは、「コミュニケーションとはイエス/ノーで割り切れないグレイゾーンがある」点を排除することになり、正当性を持たない議論である、という批判があるかもしれない。しかし、この批判は、ルーマン理論を内在的に評価する立場からすれば、正しくない。つまりルーマンの「コミュニケーション」概念やコード概念が正しく把握されていないと言える。「何らかの出来事が指し示されて規定可能となるとときには必ず区別が引かれているのであるから、その意味でいかなる意味構成もコード(区別)なしに済ますことはできない」わけで「区別としてのコミュニケーション・コード概念は、意味構成のグレイゾーンをも含めて概念化されている。」(赤堀 1999: 171)のである。詳しくは赤堀論文、171 頁以下を参照されたい。

²⁰ ルーマンは「娯楽」「広告」は「ニュース・報道」に比べてマスメディアのリアリティを構成するやや二次的なものとして扱っている。「娯楽」や「広告」は「情報/非情報」と言うコードよりも「新しい/古い」というコードへとシフトしながら次々と新しいプロダクトを再生産していくと説明している。しかしながら、今日のマスメディアについて考えると、「娯楽」や「広告」の比重は高く、このような二次的な扱いは批判されている。そのことについては後の批判の節で述べる。

²¹ たとえば、古くはニュースはバラードや物語として、娯楽と渾然一体となって頒布されていた。これは報道と娯楽が未分化であったと見なされ得るのであり、その後ニュース・報道分野が社会における他のシステムの刺激とともに自律して「進化」したと見ることができる (Luhmann 1996: 54)。

²² ここで引用した Marcinkowski の論考は、「パブリシティ (Publizistik)」の自己組織性についての分析であることを断っておく。Marcinkowski の論考はルーマン理論の大きな影響のもとにあるが、Publizistik という言葉を使い、ジャーナリズムを、その中のサブシステムとして扱っている。本稿ではその点には立ち入らないが、オートポイエシスの概念を使ってパブリシティという範疇を区別し、それをシステムとして分析している点はルーマンのマスメディア・システムの理論との類似性と差違が見られて興味深い。

²³ ルーマンは「機能」という言葉についても注意深く用いている。機能 (Funktion) は成果 (Leistung) とは峻別される。機能とは、部分システムが全体社会システムを観察することである。一方、「成果」とは部分システムがその他の社会内部のシステムのいずれかを観察することを指す (Luhmann 1997: 757)。

²⁴ 公共圏をこのように考えることは、ノエレ＝ノイマンが『沈黙の螺旋理論：世論形成過程の社会心理学』で述べている、「世論とは社会の皮膚である」という議論に通底しているところがある。ノエレ＝ノイマンは『沈黙の螺旋理論』の著書において以下のように述べている。「〈社会の皮膚〉—こう言い表わすのは、世論というものが我々にとって皮膚のようにたいへん身近なものであるということ、そしてそれは本著で検討するように痛みを感じることもあるのであるということ、しかし身近でありながら、外側にあり、いつも外界に回帰しており、我々の肌と同じように外界に反応する。その意味で我々は、世論とは何であるかを〈知っている〉。我々が知らないのは、世論が社会をもまた、皮膚のように包んでいるということである。」

(Noelle-Neumann 1980: 11) ルーマンの公共圏の考え方は、ノエレ＝ノイマンの言う「皮膚」の外側と考えることもできるのではないか。皮膚はシステムの境界として、内部に蓋然性（関連性）のあるものだけを通し、それ以外は跳ね返す。しかし、そのようなインターアクションの中で、マスメディア・システムは皮膚の向こう側を皮膚を通して知ることになる。

²⁵ ルーマンにおける「メディウム」の概念は、「マスメディア」の「メディア」という言葉に向けられる一般的理解とは異なるために注意を要する。それは「媒体」、「手段」という理解ではなく、何かと何かの間に介在する「媒介基体 (mediale Substrat)」、あるいは「媒質」という意味に近い。ゆえに公共圏は「媒質」である (Luhmann 1997: 195f)。後述する「世論」の箇所も参照されたい。

²⁶ こうしたルーマンの議論には真っ向から対立する意見が提出されている。それはシヴィル・ソサエティにおける個人の理性が開く可能性のいっさいを駆逐してしまうからだという理由からである。たとえば Benhabib (1996)、pp.84-85 を参照。

²⁷ こうした理性的、規範的意味での世論 *öffentliche Meinung* は、日本語ではむしろ「公論」と訳されよう。「公論」についてはハーバーマスの公共圏論の観点から、花田が次のようにその概念を説明している。「それは世論調査結果が提供するような、個人の私的意見を統計的にリプレゼンタティブに集計した意見のことではない。公論にとって問題なのは、その構造化と質である。パブリックなコミュニケーション過程のなかに出し尽くされた提案、情報、論拠がどの程度合理的に処理され消化され吟味されるかに応じて、意見形成におけるディスクルスの水準および意見形成結果の質が変わってくる。(…) すなわち、公論とは単なる事実のことではなく、コミュニケーション的相互行為という規範の鏡に照らされて初めて意味を持つ概念だということができる。その点で、それは公共圏概念の子どもにほかならない。」(花田 1999: 6) ルーマンは、まさにこのような *öffentliche Meinung* の把握の仕方に対して、異議を申し立てているのである。

²⁸ ルーマンはこれについて言及する際、「フランス人の概念」と断っている。おそらく P.ブルデューが提唱した「象徴暴力」あるいは「象徴権力」の概念を念頭においているのだろう。

²⁹ ルーマンによれば、社会的なものは自律的な創発的秩序レベルをなしている。ゆえに社会システムがオートポイエシスのシステムであり、それは回帰的・閉鎖的な過程のなかでコミュニケーションからコミュニケーションを継続的に生産するのである (クニール、ナセヒ 1995: 93)。

5. 小括：〈マスメディア・ジャーナリズム〉の矛盾と限界

今日、ジャーナリズムという活動が非常に厳しい現実突き当たっている―そのことを第 II 部では確認してきた。そうしたジャーナリズムの困難な状況には、第一にマスメディアというシステムの枠組みが大いに関わっているものと見られる。すなわちジャーナリズムとは、17 世紀の近代市民社会において誕生し、発達した活動であり、当時の古典的市民社会を想定した理論的枠組みのもとに育まれてきた。しかしながら今日、そのような古典的市民社会からは遠くかけ離れた大衆化社会が現実のものとして存在し、そのことは同時にマスメディアという巨大産業を成立させ育成している。マスメディアは、ありとあらゆる通信・コミュニケーション技術革新を駆使した装置の上に成り立っており、〈マスメディア・ジャーナリズム〉/市民の関係は、17 世紀とはそれとは全く異なったものとなった。大井はこの点について「(リベラリズムの) メディア理論は、時代や状況の変化が全くなかったかのように、無批判に繰り返されている」(大井 1999: 36) と批判している。メディアに関する理論的不毛は、今日見られるマスメディアとジャーナリズムの矛盾を放置し、増幅してきた、とさえ言えよう。

第 II 部の検討課題であった「大衆化」「産業化」「システム化」とは、マスメディアのダイナミズムであり、それは近代に誕生したジャーナリズムを発展させ、それとともに〈マスメディア・ジャーナリズム〉を社会一般に普及させてきたと同時に、ジャーナリズムという意識活動を弱体化させた要因である。ゆえにそれらの 3 つの局面から、マスメディアとジャーナリズムの矛盾的相互関係を増幅してきた過程を捉えることができよう。以下第 II 部で検討した「大衆化」「産業化」「システム化」におけるマスメディアとジャーナリズムの矛盾を簡単にまとめてみよう。

1) 「大衆化」

今日のマスメディア景観において、ポピュラー・ジャーナリズムとは、高級ジャーナリズムの墮落形態であり、規範的市民社会形成に必要な情報を提供する機能に欠けるものである、という見方が大勢である。より多くの発行部数、あるいは視聴率を獲得するために、メディアは近年ますます大衆に迎合してその内容の質を落としている―そのような認識を現代社会に生きる我々は、経験的に共有していると言える。つまり低俗なポピュラー・ジャーナリズムが広がっていく原因は、ジャーナリズムの商品化であるという見解が一般的である。しかしながら筆者は、それとともに、その原因はさらに深いところにその根を持ち、マスメディアの発展に貢献した思想性そのものにまで関わった問題であるということをこの章で確認した。

つまり「大衆化」という議論では、次の論点が考慮されるべきであろう。

〈マスメディア・ジャーナリズム〉が発展する過程において確立されてきた「ジャーナリズムの客観性と中立性の尊重」という規範は、民主主義の基本的権利であるところの「言論の自由」を、市民社会すべての成員の代理としてマスメディアに実践してもらうために必要な普遍的要件である、と見なされてきた。しかしそれは実は近代市民社会の「ブルジョア層」、「エリート層」、そして「男性たち」の利害を温存してきたイデオロギー性の強い言説であった。今日までに、真の意味での市民（あるいは民衆）ジャーナリズム、あるいは草の根ジャーナリズムが発達しなかったのは、マスメディアの産業化の論理とともに、特定の社会層の利害を守る古典的近代自由主義が常時作動していたためと見られる。「ジャーナリズム」という活動がマスメディアにおいて成長し、その過程で向けられてきた「ブルジョア層」の一般市民/大衆へのまなざしが、今日現存している、質を貶められた「ポピュラー・ジャーナリズム」の姿を作り上げていった、と言えよう。

2) 「産業化」

英国で産業革命が起こり、近代化・工業化が進んでいく中で、いち早く大量生産を開始したのは新聞産業であった。その後も、プレスは、どの産業分野にも先駆けて、寡占化やグローバル化そしてコングロマリット化という現代的経営形態を実現させてきた。今日、それはメディア・情報産業と呼ばれてますます発展の様相を呈している。産業的・経営的基盤を確立することはまた、ジャーナリズムが権力の監視機能を十全に発揮するためには、必要な発展でもあった。

さらにそうしたマスメディア・情報産業の成長によって、それがもたらす社会へのインパクトも測り知れない。それがゆえにマスメディアが負う社会的責任について、20 世紀後半以降、さまざまな議論が出てきている。

しかしながら、今日、多メディア情報化時代の段階に至り、そのような様々な情報媒体すべてに均等に近代のジャーナリズム活動の規範である「市民社会のための言論媒体としての任務」を与えることには限界があろう。逆にジャーナリズムは今日、マスメディアの多様な発展のおかげで、媒体の選択肢を多く持つことになった、とも解釈できる。

以上の点から見て、我々はマスメディアとジャーナリズムはそれぞれに乖離して考えざるを得ない決定的段階に至ったと言える。しかし従来自明のものとして受け入れられてきた〈マスメディア・ジャーナリズム〉という活動は、今後いかにあるべきか、そしてその規範と実態の矛盾において我々はいかに対処していけばよいか、という課題は残されたままである。

3) システム化

システム化については、ルーマンの理論を援用しながら考察した。ルーマンはマスメデ

ィアを自己組織システムとして捉えている。彼は、システムの運動の最小単位を「コミュニケーション」と定義し、マスメディアのコミュニケーションは、「情報/非情報」という非対称コードによる「情報」という側を選択されたコミュニケーションのすべてである、という点を基本的な理論枠組みとして提示している。従ってマスメディアが絶えず生産する「情報」は、人間の意志や意図に関係なく、非常に機械的に、システムの中で選別されて社会に発せられている、ということになる。そこでは我々人間もまた、マスメディア・システムの歯車の一つとして機能しており、従ってマスメディア・システムをもとに市民社会を改革するとか、現代社会に倫理を召喚するという議論は無意味なものである、と主張される。

ルーマンの理論は行為主体と現象の因果関係について考えることをいっさい排除する。そのことがあらゆる分野の社会理論の構想において妥当な考え方かどうかは別としても、今日のマスメディアの諸問題とは、特定個人や企業の行動の結果ではなく、システムの問題である点が大きい。今日我々が目の当たりにする様々なメディアの問題—行き過ぎのセンセーショナリズムやスキャンダルリズムへの墮落、速報競争の果ての誤報事件など—は、マスメディアがシステムとして機能する限り、存在しつづけることになる。

このようなルーマンの考え方においては、ジャーナリズムを人間の「意識活動」と定義することを完全に排除するものである。つまりそのようにジャーナリズムを定義すれば、それは「マスメディア」の枠で行うこと自体が矛盾に陥ることになる。いったんマスメディアのシステムに入ってしまうと、個人や集団による意識の活動の産物、という意味のジャーナリズムは、全く相容れないものとなるのである。

では果して「情報」を不断に取り入れて社会に発信するというマスメディア・システムの限りなき循環をなんらかの形で変更していく手だてが我々に残されているのだろうか。また、そのときジャーナリズムを人間の意識の活動として編入させていく余地は残されているのだろうか。ルーマンは、自己の理論的枠組みにおいてこれらの問題意識を排除しているものの、ジャーナリズム研究の視点からは、これらが今後の課題となるだろう。

以上、3つの局面から考察することによって、現代市民社会における意識活動としてのジャーナリズム活動は、マスメディア・システムの中で弱体化していることが確認できよう。とはいえ、筆者はジャーナリズムがマスメディアに占領されてしまった、という考え方、言い換えれば「ジャーナリズムの時代は終わった」という宣言には同意しない。ジャーナリズムの衰退について、日本では中野収が1980年代半ばに以下のようなステートメントを発表して大きな論議を呼んだ。

歴史的事実として、「ジャーナリズムの時代」は終わり、その後にくる「マ

スコミの時代」は終わろうとしている。(…)ジャーナリズムの「復権」など、時代錯誤も甚だしいといわざるをえない。もはや、一報道機関、一ジャーナリストの良心や態度の問題ではなく、文明と文化の問題である。(中野 1986: 192)

中野は、彼の議論する「ジャーナリズムの終焉」の背景を次のように説明する。つまり、近代理念の実現の過程で、不可避免的に新しいタイプの^{オーディエンス}「読者」が出現し、この「近代」の実現に、ジャーナリズムはコミットしてきた。そして、ジャーナリズムは今、「スキャンダリズムの消費」という情報享受のパターンを営む彼らによって背かれ、否定されようとしている、と。ジャーナリズムが近代の所産であるとする点、そしてそれがゆえにある限界に突き当たっていることについては、筆者も中野と見解を同じくする。しかしながら、筆者は、「スキャンダリズムの消費」という情報パターンに読者を固定することには同意しない。ジャーナリズム活動、そしてその根底にある意識は、社会の変動の中においても、さまざまに形を変えながら市民やあるいはジャーナリストの間に立ち現われると考える。それはおそらく情報生産と消費のメカニズムの中心である「マスコミ」という大舞台からはややずれた場所から、少しずつ個別に、小さな息吹として発生してくるのではないだろうか。おそらく現代のジャーナリズムの発見できる場所とは、ここで取り上げた「大衆化」「産業化」「システム化」とは別のベクトルが働く空間を必要としている。

しかしながら、現代社会において、「大衆化」「産業化」「システム化」というマスメディアの磁場から逃れられるようなジャーナリズム活動の避難場所は、果してどこに存在するのだろうか、という疑問は常に残る。今日、市民たちが情報消費から情報発信へと自らの主体性を求めるとき、マスメディアのどこかにそれに積極的に手を貸すものがあるだろうか。

第 III 部では、ジャーナリズムが現代社会のどのような局面において、いかに重要であり、必要とされているのか、その際の理論的枠組みを考えていく。その理論的枠組みとは、これまで〈マスメディア・ジャーナリズム〉が頑なに依拠していた近代の自由主義の枠に修正を迫る、今日最も議論の俎上に上がる政治学理論あるいは社会学理論の新たな枠組みである。こうした議論の考察をすることによって、今日のジャーナリズムのあり方を考え、それがどのように現象として表出するか、を具体的に探っていきたい。