

#### 4. 米国が生んだ「パブリック・ジャーナリズム」運動

メディアは、ジャーナリズムという正当性を持つ活動にただ  
乗りをするばかりで、それに対して恩義を感じることがない。  
(Jay Rosen 1999: *What are Journalists for?*, p.261)

##### (1) 「パブリック・ジャーナリズム」という言葉と運動

「パブリック・ジャーナリズム」とは、1990年代に現れた米国におけるジャーナリズム改革をめざす運動である<sup>1</sup>。それはまた「シヴィック・ジャーナリズム」とも呼ばれて<sup>2</sup>全米各地に広がり、実に多様な形で実践されている<sup>3</sup>。本章では、この「パブリック・ジャーナリズム」の運動と実践、そしてその背後にある米国マスメディアの現状と社会状況を分析することが目的である。

元来ジャーナリズムが「パブリック」なものであることは、その発展の中で自明の前提として理解されてきた。ジャーナリズムという活動は、他にもない、「パブリシティ」の一形態であり、パブリックのために公開される言論活動である。それにもかかわらず、こうして「パブリック・ジャーナリズム」というトートロジー的用語が今日生み出されたということは、ジャーナリズムのそのような本質的前提が揺らいでおり、そのためにジャーナリズムをパブリックへと引き戻そうとする、運動家たちのジャーナリズムへの新たな意気込みを示すものと解される。従って、この運動に関する論争では、現代社会における「ジャーナリズムの役割の再定義」についての議論が集中する。そこがこの運動のジャーナリズム研究の対象としての面白さであると言えよう。

この運動には、それを推進する運動家（ジャーナリスト）と理論家（主にジャーナリズム・メディア研究者）、そしてそれをサポートする支持者たち（たとえば資金を提供する団体や新聞経営者、活動を支援する市民団体など）がいる。またその一方に、様々な理由からそれに反対する人々がいる。いずれにしてもこの運動のうねりは、1990年代、米国内ではニューズルームの現場、メディア企業のマネジメント・レベル、ひいてはジャーナリストを養成する大学のジャーナリズム・スクールおよび政治学、社会学の場にまで及んで大きな論争を巻き起こしてきた。

では、具体的に「パブリック・ジャーナリズム」とは何か。その問いに答えを与えるのはなかなか難しい。実際、「パブリック・ジャーナリズム」を名乗る活動は非常に多様であり、運動が始まって5年以上経た今日においても、その定義は確立されていない。

パブリック・ジャーナリズムのそうしたあいまいな性格には多くの批判が集中している。その批判をかわすために、パブリック・ジャーナリズムの代表的理論家のひとり、J.ローゼンは、「パブリック・ジャーナリズムという運動は、目下多くの行動の流れが束ねられ

て徐々に形成される途上にあり、それらの行動の束は同時進行しながら全米で『アイディアのアクション』を形成しているのだ」(Rosen 1999[b]: 21-23)と反駁する。ローゼンを初めとするパブリック・ジャーナリズムの支持者たちは、批判を受けているにもかかわらず、その運動が活力と鮮度を失うことのないように「パブリック・ジャーナリズム」という言葉に明確な定義を与えることに大変慎重である。定義することが「本質論」的議論に集約され、それがパブリック・ジャーナリズムという自由な空間と可能性を狭めることを危惧しているのである。ゆえに支持者たちは、パブリック・ジャーナリズムを実践の多様性の中で理解し、その中から理論を構築していこうとしている<sup>4</sup>。ローゼンは「プレスの問題は実践の中にある。理念ではない。というのは、正しい理念は既にジャーナリストの信条の中に存在しているからである。」(Rosen 1999[a]: 248)と語っているが、パブリック・ジャーナリズムとは実践を理論と同等に、あるいはそれ以上に重んじる米国のプラグマティズム的発想に基づいている、とも言えよう。

しかしそのような「パブリック・ジャーナリズム」が持つ多層性は可能性を広げる一方で、「パブリック・ジャーナリズム」と名乗る立場同士においての意見の食い違いや対立をも引き起こす。一つの定義がないことによって、「パブリック・ジャーナリズム」の支持者の間に大きな認識の違いが出てきてしまい、一部の支持者が他の支持者の実践を「危険でアナーキーなジャーナリズム」<sup>5</sup>などと批判する現象さえ生まれている。定義のないことは、他方で運動の求心力を弱めることにつながる。

支持者の内部においてそのような状態であるから、パブリック・ジャーナリズムから距離をおく者たちの側には、警戒心、猜疑感が募る一方である。たとえば NBC ニュース元社長 M.ガートナーは、「P. スチュワート判事が猥褻とは『それを見ればそうとわかるものである』と定義したことは有名だが、パブリック・ジャーナリズムもその定義が適用できる代物だ」(Glasser 1999: 5)として、正面から切り捨てている。

興味深い点は、そのように「パブリック・ジャーナリズム」を断固拒否している論陣の多くが、米国の主流メディア、つまり『ニューヨーク・タイムズ』や『ワシントン・ポスト』<sup>6</sup>、あるいは3大テレビネットワークに属するジャーナリストたちであるということだ。反対に「パブリック・ジャーナリズム」を実践しようとしているのは、米国の地方新聞が中心だ。また、地方紙に加えてローカル・ケーブル TV 局、ローカル・ラジオ局のジャーナリストたちの中にもこの運動に賛同して加わる者たちがいる。すなわち米国のマスメディア景観全体から見ると、この運動は周縁的部分に属する人々が中心となって推進されているのである。ゆえに「パブリック・ジャーナリズム」とは、「ジャーナリズム」の定義をマスメディアの周縁部分の立場において問い直す運動、とも換言できるであろう。

「パブリック・ジャーナリズム」については、これまで、邦語文献において具体的な事例がいくつか紹介されてきた(藤田 1996, 1997[a][b]; 三森 1997)。筆者はそれらの先行

研究を踏まえた上で、本章では「パブリック・ジャーナリズム」の実践を米国の社会背景やイデオロギー論争と絡ませながら論じていきたい。パブリック・ジャーナリズムとは、米国思想の揺るぎなき根幹となっている「修正第一条」の上に築かれてきた米国の言論活動の伝統を踏まえながらも、そこからさらに新しいジャーナリズムを築いていこうとする「議論、実験、運動、ディベートと冒険<sup>7</sup>の物語」(Rosen 1999[b]: 22-23)なのである。

## (2) 「パブリック・ジャーナリズム」を生み出した社会的背景

パブリック・ジャーナリズムの支持者たちは、米国社会にはいくつもの「亀裂」が走っていることを繰り返し運動の動機として述べている。その亀裂とは現在、政府、市民社会、ジャーナリズムという民主主義社会のための重要な構成要素を互いに断絶状態 (being detached) に追い込んでいるとし、彼らはその状態をジャーナリズムのはたらきを通して何とか修復したい、と考えている。この項ではまず、パブリック・ジャーナリズムの議論において指摘され、問題視されている米国の「亀裂の入った社会的背景」を4つの局面に分けて分析する。パブリック・ジャーナリズムとはそのような米国社会の断絶状態を克服しようとする運動であり、ジャーナリズムの公共的任務を重視しているのである。では以下に、その4つの局面を“ディタッチメント(断絶)”という概念で括りつつ、検討していこう。

### (2-1) 市民と政治との間のディタッチメント (断絶)

米国における市民と政治との間のディタッチメントは2つの局面において特徴づけられる。ひとつには市民が生活の場において広い意味での政治意識を失いつつあり、それが米国のアソシエーションやボランティアなどの市民的活動の停滞を招いているという点である。もう一つは、狭い意味での政治、つまり政府や政党、および自治体行政の仕組、および選挙など、制度自体への一般市民の関心の薄れである。

まずは最初の点について考察してみたい。米国社会においては、今日も市民活動が社会に担う役割の比重は、他の先進諸国に比べて依然として大きいと言われている。その背景には、ひとつには米国の中央政府の権力を限定し、多くを地域 (コミュニティ) の住民の自治に委ねてきた政治的伝統、もう一つには政治と宗教の分離によって宗教活動が市民の手によって営まれていること (Fullinwider 1999: 1) がある<sup>8</sup>。こうして米国では市民活動、とりわけアソシエーションによるボランティア活動は、ヨーロッパとはかなり異なるコンテクストに置かれて営まれてきた。それはたとえば 1830 年代に米国を調査し、当時の米国におけるデモクラシーの形態を研究した A.ドゥ・トクヴィルの文章に如実に描かれている。

すべての年齢、すべての地位、すべての精神の米国人たちは、絶えずアソシエーションを形成している。彼らは商工業的会社というすべての人々が参加するようなものを持つだけではない。その他の何千ものアソシエーションが存在するのである。それらは宗教的、道徳的、まじめな、くだらない、一般的なあるいは限られた、膨大な、あるいはとても小さなアソシエーションである。米国人は娯楽を執り行うために、神学校を設立するために、宿屋を建造するために、教会を建設するために、書物を普及させるために、遠隔地に宣教師を派遣するためにアソシエーションを作り、そのような仕方で病院や牢獄や学校を設立する。そして、真理を明らかにし、または偉大な実例とともにある感情を賞揚するためにもソサエティが形成されるのである。新しい企てをするときに、フランスでは政府が、イギリスでは上流階級の者が見出されるようなあらゆる場合に、米国ではまずアソシエーションが見出されるとみてよい。

(Tocqueville 1898: 129-130)

ところがこうした米国市民社会の伝統が今日停滞している。そしてそれは、米国民主義社会の危機として議論されているのである。たとえば、米国の社会学者 R. パトナムは、1995 年に「Bowling Alone: America's Declining Social Capital (一人でボーリングをするアメリカ人たち: 米国の凋落する社会的資本)」という論文を提出して議論を呼んだ。彼によると、米国の伝統である「活動的な市民社会」の凋落とは、これまで蓄積されてきた米国の「社会的資本 (social capital)」の喪失を意味する。パトナムが問題にしている「社会的資本」という概念は、たとえば生産性向上に貢献する道具としての「物的資本」あるいはトレーニングを受けた「人的資本」という概念になぞらえて、社会的組織として相互の調整 (コーディネート) と協力 (コーポレーション) を促進するもの、たとえばネットワークや社会規範、および社会的信用などを指す。そして「あらゆる面において、社会的資本がしっかり蓄積されているコミュニティの方が生活しやすい」ことを指摘している (Putnam 1995: 67)。続いてパトナムは、市民のネットワークや信用といった「社会的資本」に支えられてきた米国の政治文化が危機的状態に瀕していることは、近年行われた多くの調査で明らかになっていることを、データとともに示している。たとえば「昨年一年間に町や学校行事としてのパブリックなミーティングに参加したことがある」と答えたアメリカ人は 1973 年で 22% だったのが 1993 年には 13% に減少したという。とりわけ 20 世紀米国の市民活動の中心であった PTA (parent-teacher association) 組織は、1964 年には 1200 万人が加入していたのに対し、1982 年には 500 万人にまで激減したという。その他宗教的活動、労働組合活動、ボーイスカウトや赤十字運動などへの参加も減少傾向を辿っている (Putnam 1995: 69)。さらにパトナムは論じる。

そして現代の米国のそのような社会離れを象徴する、私が発見した驚くべき証拠を挙げよう。アメリカ人は今日、今までにないほどよくボーリングをしに出かける (…) 1980 年から 1993 年までにボーリング人口は約 10 パーセント増えた。それにもかかわらず、チームでボーリングを楽しむのは同様の期間に 40% も減少した。(…) ひとりでボーリングを楽しむことが増えたことは、ボーリング場の活気が薄れて業者にとっては喜ばしくないのだ。なぜならチームでボーリングをする人は、一人でボーリングする人より一人あたり 3 倍ものビールとピッツァを消費するという。(…) このことはしかしながら、より広い社会的意味を持つ。ビールを飲みピッツァを食べながら行われる社会的インターラクション、あるいはともすれば市民的会話は、一人でボーリングする人においては行われえない。(…) チームでボーリングに行く行動の減少傾向とは社会的資本が消えていくもう一つの証左なのである。(Putnam 1995: 70)

パトナムは、ボーリングという娯楽行動に米国社会の重要な社会変動が投影され得る論拠として、米国では 1993 年に約 8000 万人のアメリカ人が一度はボーリングに行っていること、そしてその数は 1994 年の下院選挙投票を行った人より約 3 分の 1 多く、定期的に教会に通うと答えた人数とほぼ同数であることを挙げている。こうして彼は米国の民主主義の混乱という現象は、四半世紀前から始まっている市民活動の広範かつ継続的停滞と結びついているのではないかと疑うことができる、と結論しているのである (Putnam 1995: 77)。

パトナムのこの議論の妥当性には賛否両論あり、多くの論争を呼んだ<sup>9</sup>。しかし少なくとも、彼が指摘するように、市民の間のインターラクションがかつてよりも希薄になり、米国の理想型シヴィル・ソサエティが低調となってきたことは確かであろう。20 世紀初めにデューイが議論したように、市民同士が助け合い、協力し合って「パブリック」を形成し、米国政治をみずからの手で作っていかうとする士気は、今日薄れつつある。

2 つめの、市民による政治の諸制度や政策への関心の喪失という点については、レーガン大統領の時期から決定的に変化し始めたとされる。レーガン政権では政府とは非生産的で役に立たないものであることが強調され、それとともに「レーガン大統領」のパーソナリティにおいて象徴的に、政治が娯楽文化に侵蝕されいった。そして今日、大衆の政治に対するニヒリズムは 1990 年代終わりまでに既に全米に蔓延しているという。人々はもはや政治家や選挙キャンペーンのどんな言葉にも懐疑的になっており、シニカルな反応しか示さないようになってきた (Janeway 1999: 69)。

米国の選挙投票率の低さについてはつとに指摘されている通りである。ここに比較のためのデータがあるので挙げておこう。たとえば 1988 年の大統領選挙。投票率は有権者の 51.8%にしか至らなかった。これは同時期のカナダや英国に比べると 25%下回り、大陸ヨーロッパの主な国々と比較すると 35%、そしてスウェーデン、イタリア、オーストリアと比べると実に 40%も下回る数字であった。その一方で 100 年前の米国では、大統領選の投票率はほとんど 90%に達していた。しかも当時は人々の教育レベルも低く、地方はまだまだ開拓されていなかったことなどを考え合わせれば、この 100 年の間の投票率の低下は由々しき事実として受け止めなければならないことが指摘されている (Fishkin 1991: 55)。活気のある市民社会、あるいはパブリック・ライフがなければ、結局は政治文化も政治制度も萎えていく。そしてそのことは米国民主義社会全体の危機を招いているのだ。こうして多くの社会学者、政治学者、哲学者、ジャーナリスト、評論家たちが、現代の米国政治文化の衰えに警鐘を鳴らしている<sup>10</sup>。

以上のような社会背景の中で、パブリック・ジャーナリズムは、ジャーナリズムの役割を報道において完結させず、「パブリック」を形成して、彼らを政治の決定プロセスに引き込む触媒―カタリスト―となっていくことを自らに任じているのである。それは、ジャーナリズムを通して市民を「パブリック」として積極的に取り込んで、米国社会の政治を再興していこうとする運動なのである。

## (2-2) 市民社会内部におけるディタッチメント

かつて米国社会は「人種のるつぼ」、つまりメルティング・ポットに喩えられてきた。しかし現代の米国社会においては、社会をそのように喩えること―つまり多様性が溶解し合って、米国という国家の基盤が形成されるという認識―は有効性を失いつつある。とりわけ 1980 年代末からは、マイノリティの側がそれまで西欧文化中心の米国の価値観や基準へと「同化」を強制させられてきたこと、それと同時に「アメリカナイゼーション」という思想が無批判に美化されてきたことに対して抵抗を強めて、また理論的にもそのようなマイノリティの抵抗を支援する動きが出てきた。とくに学校教育のカリキュラム編成の問題などをめぐって、1980 年代以降、米国マルチカルチュラリズムはどうあるべきかという議論が激しく戦わされてきた<sup>11</sup>。

こうした動向は、ともすれば排他的で分離主義的な傾向を持っており、米国社会に大きな不満と不安の影を落としている。その様子を R.ワスナウが以下のように描写している。筆者がここに箇条書きにまとめた。(Wuthnow 1999[a]: 23-24)

- 1) 権利の改革への疑問：60 年代公民権運動によって獲得されたマイノリティの権利の改革については、それ自体に批判は少ない。しかし後続するアフーマティヴ・

アクションの流れによって起されたマイノリティからの多くの要求、訴訟、そして判決は、米国社会から共通した価値観や責任意識を後退させる源泉であると見なされがちとなった。

- 2) 疎外感の増幅：個々のグループが特別な利害を一方的に主張するために、各社会グループは孤立していき、やがて社会全体が排他的になるのではないかという社会不安が募ってきた。これはかつての大衆社会論的な「疎外」不安とはやや異なったもので、エスニック・グループやホモ・セクシュアルなどの特別な利害を持つグループがアイデンティティ・ポリティクスを強調するあまり、社会各グループ同士が互いを排除するという意味における「疎外」不安である。
- 3) コンセンサスに対する懐疑：これまで米国の公共圏においては、手続きおよび過程のルールにおいて社会的コンセンサスが担保されるとし、それ以外の本質的価値観についてはプライベートな場に留保するべきであるという議論が支配的であった。この思想は米国の多様性、とりわけ宗教に対する寛容のために援用されてきたが、この点についても社会の中から疑問が湧き起こっている。つまり、ものごとの核心を除外した手続きやルールの部分にのみコンセンサスを担保するだけでは、今日ますます広がる社会の裂け目を縫合することはできず、社会の秩序を支えきれなくなるのではないかと懸念が台頭しているのである。
- 4) 社会の分解：米国現代社会の分裂状況は過去 20 年の間に急速に進行した。この 20 年の間、とりわけヨーロッパ以外の地域からの国内への移民が急増してきており、その中でもとくにイスラム、ヒンズー教徒やスペイン語圏からの移民は米国社会への同化が難しい。加えてアフリカ系米国人の地理的に隔離された居住区は依然として存在し、彼らとの経済的格差はますます広がり、ライフスタイルの違いも顕在化してきた。他方で、そうした状況への反動として、宗教系保守層はその価値観と信仰を誇示する傾向にある。米国では、このままでは市民社会はやがて空中分解していくのではないかという危機感がさらに募っている。

ワスナウはこうした 4 点の社会現象は、米国市民社会＝白人・ユダヤ人社会というこれまで信じられてきた「当為」としての米国市民社会に根源的見直しを迫っているものである、と述べている。そして、今後は米国のこのような現実的社会の多様性を折り込みながら市民社会について考えていかなければ、米国の多様性は人々を不信感に陥らせたり、市民の政治参加を阻んだりするような否定的な形でしか作用せず、民主主義を危機に追いやってしまう、と警告している (Wuthnow 1999[a]: 25)。

ワスナウがこのように多様性に対して現実的な対策の必要性を強調する背景には、「多様性」というイシューをめぐる米国のイデオロギー論争があるからであろう。米国にお

いては、社会的および文化的共通基盤はもはや存在しないとの認識は、既に多文化主義を支持する革新派のみならず、現代米国社会のモラル低下やコミュニティの消滅を批判する保守派においても支配的思想となっており、多様性をめぐる議論は両陣営にとって、社会的支持を得るための道具的思想にされやすい。そして皮肉なことに、保守、革新の両陣営とも「米国社会には共通の基盤が存在しない」という思想的「共通基盤」を持っていると同時に、双方ともにその思想に極端な排他主義や閉鎖性の芽を隠し持っているのである (Alexander and Smelser 1999: 6)。

パブリック・ジャーナリズムは、このような米国社会が陥っている危機的な分裂状態、排他性、ならびに閉鎖性の進行を憂慮し、米国建国以来の理想とされている「公民文化 (civic culture)」あるいは「公民的徳 (civic virtue)」なるものを蘇生しようと訴える。そこではたとえばジャーナリズムを介して市民同士の対話やディベートを仕掛けることによって、米国社会分裂の処方箋を様々な形で試みようとしている。そのような処方箋の詳しい試みについては後述するが、パブリック・ジャーナリズムが関心を払う大きなテーマは、米国市民社会の共通基盤としての「パブリック・ライフ」の復興なのである。

### (2-3) マスメディアとオーディエンスとの間のディタッチメント

分裂はまた、米国のマスメディアとオーディエンスとの間にも観察できる。

マスメディアとオーディエンスの分裂は以下の3つの局面にまとめられよう。ひとつはマスメディアに市場原理が貫徹されていくに従って、そこに市民のフォーラムとしての場がますます狭まっていく局面、2つめはジャーナリストたちの職業世界が排他的で特殊なものとなって他の社会から隔絶してしまう現象、そして3つめは〈マスメディア・ジャーナリズム〉の言説が一般社会を取り残していく現象、である。

まず第一の米国のマスメディア、とりわけ新聞市場の経済構造について目を向けてみよう。新聞市場の集中化は20世紀に入って世界的な現象であるが、米国も例外ではない。

様々な統計が示すとおり、ガネット、ナイト・リッダーを初めとする新聞チェーン・オーナーは、今日多くの地方新聞を買収し、米国新聞市場を席卷している (附録 1 参照)。また同時に一地方一新聞状態も進行しており、そのことはジャーナリズム活動から緊張感を奪い、市民社会からのフィードバックに対する注意を怠りがちになる。現在、米国の多くの地方紙はコスト節約のためにニュース源を通信社電に頼り、調査報道をカットし、そしていわゆるハウ・ツーもの、「ライフスタイル」的記事を増やしている (Kurtz 1993: 69)。新聞紙面は今日、市民のためのフォーラムというよりは、経営者側によってアレンジされた「商品陳列棚」になる傾向が強まっている。

「マスメディアの企業化」が進む中、マスメディアは一般市民の感覚とはかけ離れた職業文化の形成に邁進している。これが第2点めのマスメディアとオーディエンスの隔絶で



ある。今日の米国でジャーナリストになる条件とは、大学あるいはそれ以上の学歴を持つこと、そしてできればジャーナリズム・スクール出身であること、そしてさらにはその高額な授業料が払える「アップーミドル階級」出身者であること、だろう。かつては社会のアウトロー、あるいは様々なバックグラウンドを持つ気難し屋たちがたむろしていた編集局はこの 20 年ほどで「まるで保険会社のようになった」と言われている。そして必然的にそこから生み出される記事も、それ相応に中産階級の保守的視点に偏ったものになりがちであることが指摘されている (Kurtz 1993: 70-71)。

とりわけ主流のマスメディア企業においては、ジャーナリストたちの「超特権階級」化が進み、一般市民との距離は広がる一方である。とくに米国テレビ 3 大ネットワーク、CNN、『ニューヨーク・タイムズ』および『ワシントン・ポスト』などで働くジャーナリストたちは、全米で選抜に選抜を重ねて選ばれた「パワーエリート」たちであり、法外な額の報酬をもらう者たちがいる (藤田 1991: 90-99)。「高給に慣れたジャーナリストが普通の市民の生活感覚を失い、普通の市民の代表として権力を監視するジャーナリズム本来の役割を果たせなくなる」(藤田 1991: 98) ことについて、米国のメディア学者 B.I. ページが 1992 年末から 1993 年初めにかけておきた「ゾーイ・ベアード司法長官候補辞退事件」において明確に現れたことを例証している (Page 1996: 77-105)。当時、ベアードが司法長官に就任すれば、クリントン政権の重要なポストに女性が就くこと、そして米国初の女性司法長官が実現することになり、1992 年末の時点では『ニューヨーク・タイムズ』を初めとする多くのメディアはベアードを歓迎していた。しかしまもなく、ベアードが自宅にベビー・シッター兼ドライバーとして 2 人の不法滞在のペルー人を使用人として置いていることが発覚した。その最初の報道は『ニューヨーク・タイムズ』であったが、そのときの同紙の扱いはむしろ「その事実を受け入れるという立場であり、否定的な反応や読者に怒りのきっかけを与えるような印象を持つ表現はなかった。」CBS、NBC、CNN や『ウォール・ストリート・ジャーナル』『ワシントン・ポスト』も、その報道をほとんど取り上げなかったり、わずかに言及するだけであった。しかしながら、そうした主流マスメディア以外の場所、とりわけローカルのラジオ・トークショーでは、夫婦で弁護士として法外の高収入を得るベアード候補が、自宅に不法滞在の外国人を使用人として置き、しかも安い賃金しか払わずに家事労働を任せていたことに対する怒りの声、そしてそのような人間がこれから米国の司法制度の最高位に就任しようとすることに対して強く反発する声が多く寄せられ、電話が鳴り止まなかったという。

主流メディアのスター記者たちは議員や官僚らと同じハイソサエティ・サークルで過ごし、そこでは不法滞在の外国人メイドたちを使用人として雇って暮らすことは全くめずらしいことではない。(…) 多くのワシントン在住のジャー

ナリストたちは（ベアードと）同様の状況にあり、彼らは初めはベアードに同情的な立場すらとっていた。（…）一方で多くの普通のアメリカ人はワシントンのエリートたちのこうした態度に大いに反発したのだった。（Page 1996: 98）

こうして「大衆の抵抗」（Page 1996: 99）はローカル・メディアを舞台に始まり、やがて米国メディア全体に広がった。結果的にベアードは候補を辞退することを余儀なくされた。

この事件は、政治の重要なイシューを掘り下げることなく一人の候補者が取り下げられるに至ったこと、またベアード自身が政界においてロビー力がなかったこと、などの要因が指名候補取り下げに影響しており、それらの点を考慮に入れば簡単に「民衆の勝利」として賞揚することはできない。しかし、日々の働き口や賃金を心配しながら暮らすワーキング・クラス、あるいは子供を預ける場所に苦勞しながら何とか働き続ける米国の他の働く女性たちにとって、ワシントンの政治家と記者たちの感覚はもはや別世界のものではあった。そのような「普通の人々」が身近に不公平を訴えることができたのは『ニューヨーク・タイムズ』でも『ウォール・ストリート・ジャーナル』でもなく、地方のメディアであったということが示された。その意味でこの出来事は、米国のマスメディア景観と市民との今日的な関係を描く象徴的な事件であったと言えよう。

3つめの局面は、ジャーナリズムが社会の中でどのような意義を持つかに関連する。後述するが、パブリック・ジャーナリズムが発案された動機のひとつには選挙報道の刷新がある。米国大統領選挙に代表されるように、米国の選挙報道はマスメディアの政治記者たちと政治家が演じるスペクタクルとなり、そこには普通の市民の影は薄い。「競馬レポート」と評されるごとく、選挙報道の内容は市民の暮らしに重要なアジェンダよりも、どの候補者が当選するかという予想的中率の正確さに凌ぎを削ったものが多い。そして報道される政治家側もそれを十分意識して、マスメディアを利用しながら政治家としての自分のイメージを作り上げることに専心する。選挙とは、まさに政治家とマスメディアによって演出される劇であり、それを観客であるオーディエンスが取り巻いている。しかし、観客はその芝居の流れに一寸たりとも影響を与えることができないし、その歓声すらも届かない。彼らはその事態を十分承知しており、毎度繰り返される同じ劇にはもはや興味を示さなくなっている<sup>12</sup>。

パブリック・ジャーナリズムの論者は、そうしたマスメディアとオーディエンスの断絶状況は、米国ジャーナリズムの綱領である「客観的な報道」主義に起因している、と主張している。政治にコミットせず、「客観性」を固守するジャーナリストたちの立場からは、積極的にオーディエンスへと語りかけようとする姿勢は生まれにくい。こうした「客観的」態度こそは、言い放しの無責任報道の根源である、とパブリック・ジャーナリズムの論者

は今日のジャーナリズムを批判するのである。たとえばパブリック・ジャーナリズム実践の創始者の一人 D.メリットは、「起こっていることに対して自分たちは関わりがないと公言している人々を我々は情報者として信頼できるのだろうか？なぜ自分たちは出来事とは関係ないと宣言してはばからない人々たちから、その出来事の重要性の見解を請け負わなくてはならないのか。こうした公衆からの疑問はもっともであろう。」(Merritt 1995: 19) として、ジャーナリストたちが、社会から分離した立場を取るべきであるという主張こそが、ジャーナリズムと市民との分裂をますます深め、今日のジャーナリズムの諸問題を悪化させていくのだと警告している。

#### (2-4) ジャーナリズムとアカデミズムの間のディタッチメント

最後に、ジャーナリズムとアカデミズムの間の分裂状態について米国の議論を見てみよう。ジャーナリズムの理論を研究する研究者たちとニューズルームにおいて編集作業に携わるジャーナリストたちとの間には、深くて乗り越え難い理解の溝があることは、日本においても指摘されているところだが(花田 1998: 36-37)、大学という研究の場にジャーナリズム・スクールという職能訓練教育制度が確立されている現代の米国においても、その分裂状況は問題視されている。

その点に関して、たとえばローゼンは次のように述べている。「私はこれまでメディア批評家として、常に次のように仕事を進めてきたものだった。まずプレスが何をやっているかを観察し、そのあとその観察を理論的枠組みへとフィルターする、そしてその結果を書きとめる。そうするといろいろ発見することがあるのだが、そこにひとつ問題がある。それは肝心のジャーナリストは我々の論文を読まない。我々と思の枠組みを共有していない。だから我々が何を発見しようが彼らが注目するところではないのだ。そしてそれを責めるわけにもいかない。なぜなら彼らには締め切りという守らなければならない約束があるからである。」(Merritt and Rosen 1998: 54)

一方、先述したパブリック・ジャーナリストであるメリットは「ほんの数年前までは学者と何かを協同で企てるなどと考えていただけでぞっとした。(…)我々はプラグマティストである。(…)私を含めた我々の仲間は、理論家などは前時代的産物であり、曖昧模糊とした学術用語の奥深くに生息している住人なのだ」(Merritt and Rosen 1998: 36-37) と現役ジャーナリストたちが持つ、学者に対する代表的な考え方を語っている。

ローゼンとメリットは後に出会ってから、様々な形で協力しながらパブリック・ジャーナリズム運動を進めていくのであるが、彼らが述べるごとく、これまで多くのジャーナリズム研究の成果はジャーナリズムの実践にあまり影響を及ぼしてこなかった。花田はジャーナリズムとアカデミズムの関係とは「お互いに疎遠になり、不干渉を決め込んだ兄弟のようなもの」(花田 1998: 37) と表現しているが、そのような状況は学界と業界の関係の

問題にとどまらない、我々社会全体が被っている不利益であり、問題であると認識すべきであろう。パブリック・ジャーナリズム運動は、このようなジャーナリズムとアカデミズムの分裂状態を克服するために、ジョン・デューイ、ニール・ポストマン、ダニエル・ヤンケロヴィッチ、ロバート・パトナム、マイケル・サンデル、マイケル・シュドソン、ジェームス・フィッシュキンなど、米国の代表的な政治、哲学、メディア、社会学者らの著作や研究の成果を積極的に取り入れ、さらにそれを実践に役立てるようにしている。

また、注目すべきは、そうした取り組みの実現には、全米にあるいくつかのパブリック・ジャーナリズム・プロジェクトを推進する団体や基金の貢献が大きいことである。ピュー・チャリタブル・トラスト<sup>13</sup>、ポインター・インスティテュート（この団体については後述する）、ケタリング ファウンデーション<sup>14</sup>、ナイト・ファウンデーション<sup>15</sup>など、メディア関係の非営利団体（NPO）や独立研究機関が、パブリック・ジャーナリズム関係の研究資金を拠出したり、講習会や講演会を主催するなど、実践者および研究者の双方を積極的に支援して、両者の提携を促している。逆に言えば、パブリック・ジャーナリズムは、こうした NPO の存在があったために全米に拡大することができたのである<sup>16</sup>。

「パブリック・ジャーナリズム」思想は、以上のようにアカデミズムとの連繋の上に築かれたがゆえに、運動の中での思想および理論的枠組みが果たす役割が大きい。次節ではパブリック・ジャーナリズムの基盤となっているジャーナリズム論、そして政治・社会思想を検討する。

### （3）パブリック・ジャーナリズムの思想的脈

#### （3-1） コミュニタリアニズムと非客観主義/非中立主義的報道

パブリック・ジャーナリズムは、従来の伝統的なジャーナリズムとは異なった価値体系を持っている。では、パブリック・ジャーナリズムが依拠する「価値」とはどのようなものだろうか。その価値体系の大枠は、第 III 部第 4 章で検討した「コミュニタリアニズム」の考え方の中に発見することができる。従ってここではまず、パブリック・ジャーナリズムの基本姿勢と、コミュニタリアニズム思想との関連をまとめてみたい。

ローゼンは、メリットと共同で 1994 年に、パブリック・ジャーナリズムについて、以下のようなステートメントを実務者向けに発表した。これはパブリック・ジャーナリズムのジャーナリズム論の典型的な文章のひとつであるため、以下、それをローゼンの自著から引用してみよう。

（…）（パブリック・ジャーナリズムの）目的は、修正第一条をとおして特権を持っているジャーナリズムに対して、パブリックが信頼を強めることにある。今日ジャーナリストがそのような信頼を保持する唯一の手段は、ジャーナリズ

ムを通して米国のシヴィック・カルチャーを強化していくことである。それには、コミュニティの人々を結ぶ絆を強め、彼らを政治や公共の事象へと引き込み、“システム”は彼らのものであるということを納得してもらうことが必要だ。

“システム”とは公共の財産であって、インサイダーや政治のプロの遊び場ではない。国家レベルで起こる事象とローカル・コミュニティにおける生活において、プレスは未だ影響力を持つ。その力は衰えたと批判されてもいるが、それはユニークなフランチャイズを形成している。プレスのように定期的にコミュニティに全体的に到達でき、毎日共通の関心に注意を払っていくことができるインスティテューションは他にはない。(Rosen 1999[a]: 74)

このようにコミュニティの絆を強め、政治や公共意識を高めるような役割をジャーナリズムに与える立場は、米国の主流ジャーナリズムの思想からは異端である。ではいわゆる主流の立場とはどのようなものか。ローゼンはたとえば主流の典型的な例として『ワシントン・ポスト』のエグゼクティブ・エディターである L.ダウニーを取り上げている。ダウニーは、プレスは社会において独立した一つの組織であり、制度であり続けることによって初めてその権力が保持されると主張する米国の代表的な伝統的ジャーナリストである。ダウニーによると、ジャーナリズムとは政治的主張や意見を持つべきでないばかりか、社会におけるいかなる役割をも引き受けるべきではない。ジャーナリズムは常に社会のアウトサイダーであるべきなのである。ダウニーはそのような信念を貫くために、個人的に投票に行くことさえも放棄しているという (Rosen 1999: 242)。ダウニーのように選挙権までも放棄する例は極端であるにしても、米国のジャーナリズムの中立性と客観性への伝統的信念は徹底している。ジャーナリズムがパブリックやコミュニティに対していかに影響を与えるか、あるいはその社会的責任とは何か、などを考えることは無用である、という姿勢が貫徹している<sup>17</sup>。

「しかし、今やその主張は意味をなさない」とローゼンは主張する。「プレスは既にパブリック・ライフにおけるプレイヤーである。実際何百もの方法で介入している。(…)我々はプレスの実際の役割が“オブザーバー”であるということを受け入れないし、“参加者”という言葉は、パブリック・ジャーナリズムにだけあてはまるレッテルだということも認めない。」(Rosen 1999[a]: 214) として、プレスが社会から切り離された立場を貫くべきだ、という主張に真っ向から異論を唱えている。ローゼンはとくに、ものごとを観察するときには、そこに「中立」という立場はあり得ないことを強調する。「何を見るか」ということは、どこへ行くかということで決まる。どこかの場所に自分の身を置くことを決定することは、ある意味で自分がそこから何を見るかということについて責任を取ることである。そして、この決定が自由になされないならば、自由なプレスなどというものは

存在しない。あるいは学問の自由というものも存在しないだろう。ゆえに観察における普遍的な法則とは、(…)人はまずどこかに身を置く。そこから観察をする。そして我々の取るべき責任は、その身を置くという作業において、既に始まっている、ということである。」(Merritt and Rosen 1998: 56)

ジャーナリストも生きている限り、パブリック・ライフに参加しているのであるから、彼らも必然的に「非中立的」な立場に立つ以外ない、という見方は、実践者メリットにおいても同様である。彼の文章を引用してみよう。

①活力のあるパブリック・ライフと価値あるジャーナリズムとは互いにしっかりと結びついている。

②パブリック・ライフの活力を取り戻すためには、情報を提供するだけでは足りない。なぜならばどんなに精力的な市民でさえも消化不良になるほど、今日の世の中には情報が溢れかえっているからだ。もしもジャーナリストの仕事が情報を提供する一つまり離れた立場からニュースを流す一だけならば、ジャーナリストたちというのはパブリック・ライフにも、そして彼らの職業にとっても、有用な存在とは言えない。

③我々のジャーナリズムがめざすところは、市民たちをパブリック・ライフへと呼び戻すことだ。そのためには、我々は2つのステップを踏まなくてはならない。まず我々の仕事の定義に、パブリック・ライフを改良するという目標を付け加える。そしてその目標を達成するために必要なジャーナリスティックな道具を開発することである。

(Merritt and Rosen 1998: 44)

メリットもローゼンも、今日のジャーナリズムはあえて客観主義や中立主義という観念を捨て去るところから出発しなければ、ジャーナリズムが社会に果たす役割は限界があることを強調しているのである。

自由主義的民主主義思想が公共圏にプライベートとみなされるものを排除して、そこに中立的社会正義を維持していこうとするのに対して、コミュニタリアニズム的民主主義思想では、人間が置かれている場所によって決まる様々な価値観や道徳観一つまり「善」の概念も公共圏の正義の判断として取り入れていくべきである、というのがコミュニタリアンの主張であったことは既に第 III 部第 4 章にて検討した。そしてパブリック・ジャーナリズムでは、まさにこのようなコミュニタリアン的な世界の見方を、ジャーナリズムにも応用しようとするのである。従って、ジャーナリズムも、その倫理的目標は報道の公平性と中立性ではなく、コミュニティの善の実現である、ということになる。これこそがパブ

リック・ジャーナリズムの思想の根幹をなしているわけである。

さらにコミュニタリアニズム的民主主義の構想の下では、コミュニティのメンバー同士において多くの対話が重ねられてその善の構想が話し合われ、ひとりひとりが関与できる参加型の公共空間が実現されることが重要な要件となってくる。そこからジャーナリズムという活動の社会における重要性が浮上してくる。

ところでコミュニタリアニズムにおける「共通善」とは、しばしば「人間の連帯」という言葉で言い換えられる。そこで「人間の連帯」こそが、ジャーナリズムの倫理の根源であることを主張する C.クリスティアンズの議論を引用してみよう。

人間の連帯ということが普遍的な共通善として理解されるとき、シヴィック・ジャーナリズムはより豊かな認識の課題を獲得して、従来問題となってきた表象の正確さという点を克服することができるようになるだろう。そこでは、人間の意識や社会の形成から切り離された方法で客観的に知るという行為によって代って、真実を語るという行為が重要になり、その行為は道徳の空間 (moral sphere) に位置づけられるものになる。それは認識の問題としてではなく、価値体系の問題として理解されるようになるのである。(Christians 1997: 26)

こうしてコミュニタリアニズムがジャーナリズムの議論に援用されると、ジャーナリストはそれまで縛られていた「客観的真実」の枠に囚われることなく、その活動を道徳や価値観の空間に広げて、コミュニティの共通善とは何かという議論に自らが参加しながら報道することになる。そのことは、ジャーナリストは事実と意見を峻別すべきである、というこれまでのジャーナリズムが依拠していた基本を完全に否定することにつながる。つまりパブリック・ジャーナリズムにとって、事実と意見の峻別という米国ジャーナリズムがこれまで頑なに守ってきた綱領は、もはやそれほど意味をなさなくなるのである。

当然のことながら、コミュニタリアニズム思想との関わりにおいてそのように引き出されるこれらの帰結に対して、伝統的ジャーナリストたちの批判は手厳しい。それは後に検討することにしよう。

コミュニタリアニズムにおける「コミュニティ」の概念、あるいはそこから提出される「絆」や「連帯」という概念は、パブリック・ジャーナリズムの実践を遂行するための理論武装を助けるのに十分なものである。「何が価値があり、善であり、為すに値するかを決定しうる地平を提供しうる」(藤原 1993: 172)「コミュニティ」という概念は、米国の地方紙で働く多くのジャーナリストたちに、仕事の意味を再発見させ、地方紙(あるいは局)のジャーナリストという仕事に改めてプライドを持たせる。なぜなら、彼らはそれまで米

国のマスメディア・システムの中で、自分たちの活動にはめられた古い「コミュニティ」という枠に対して、窮屈さと無力感を味わうばかりであったからだ。

### (3-2) デューイの「パブリック」思想とのつながり

パブリック・ジャーナリズムの思想の柱として、もう一つ重要な概念は「パブリック」という言葉である。アメリカのメディア学者 J.リチテンバーグはパブリック・ジャーナリズムの最大公約数的特徴として次の2点をまとめている。

- 1) ジャーナリズムの任務はニュースを「パブリック」へと提出するだけでなく、それによって「パブリック」あるいは「シチズン」が自分たちの問題を解決することへと手を差し伸べる役割があるという認識。
- 2) ジャーナリズムがどのニュース記事やイシューを取り上げるかについて決定する部分を、一般の人々（パブリック）に委託していること。

(Lichtenberg 1999: 341)

リチテンバーグがまとめたこの2点からも明らかとなおり、パブリック・ジャーナリズムは社会における「パブリック」の役割を非常に重視している。パブリック・ジャーナリズムとはつまり、「パブリック」という概念をアクターに据えると同時に、またその形成を目的としているのである。こうしたパブリック・ジャーナリズムの「パブリック」への信念には、デューイの「パブリック」理論の影響が強く作用している。それはパブリック・ジャーナリズムの代表的理論家であるローゼンが、もともとデューイ研究を主なテーマとしていたこととも大いに関係があろう。

第III部第3章において取り上げたとおり、デューイは、民主主義の前提とは、市民全体の主体的な政治参加であり、そのために「パブリック」の形成が不可欠であることを力説した。そして彼は現状の民主主義制度の疲弊は、市民一人一人がパブリックの一員として公共へ参加していくという意識が希薄であるためにもたらされた帰結であることを指摘した。デューイの思想については既に第III部で検討したためにこれ以上立ち入らないが、とりわけ重要な点は、パブリック・ジャーナリズムの思想は、デューイの主張であるところの、「あまりにも多量の公衆、すなわちあまりにも広く拡がって散在し、その構成においてあまりにも複雑な公衆が存在している」がために、「拡散的で流動的で多様な公衆がその利害を明確にし表明しうるように自分自身を認識させうる手段を持たない」（デューイ 1927=1961: 154<sup>18</sup>）でいる状況が民主主義の病弊を招いているとする見解を共有していることである。そこでパブリック・ジャーナリストたちは、そのような現代の拡散したパブリックの求心力となり、ジャーナリズムの活動を通して疲弊した民主主義を建て直していくことを自らの任としてしているのである。



ローゼンは「パブリック・ジャーナリズムとは、デューイが 1920 年代に論じた民主主義論を 1990 年代に再解釈したものである」としてデューイの議論を頻繁に引用し、解釈しているが (Rosen 1999[a]: 21ff)、その点が顕著に表れているものとして、パブリック・ジャーナリズムの契機となった 1989 年のスピーチがある。それは次のようなものであった。

将来の新聞は図書館から大学、そして喫茶店に至るまでの、パブリック・ライフを豊かにするすべてのインスティテューションとの関係を考え直さなければならなくなるだろう。将来の新聞はニュースを作るときに、これらのインスティテューションを“カバーする”以上のことをしなくてはならない。

(…) 新聞のあり方が健全かどうか判断できるのは、その他いくつもの機関が健全に機能していて、人々をプライベートな世界から引き出しているかどうかということにかかっている。なぜならば、パブリック・ライフが魅力的であればあるほど、新聞の必要性は大きいのである。どんなにたくさんの犯罪報道を生産していたとしても、閑散とした街頭は記者にとっては悪いことである。(…) 人々が出席する地元のミーティング、パブリック・ディスカッション、PTA のイベント、ローカルな政治クラブや大会、あらゆる理由による市民の集まり、それらのすべては新聞にとって大切である。それは、カバーするニュースができたという理由からではない。それらのイベントによってニュースというものが、市民にとって関わりのあるものになるからである。(Rosen 1999[a]: 20)

このスピーチにあるとおり、ローゼンはジャーナリズムの役割を、他でもなくローカルなパブリック・ライフを活性化する触媒として考えていくのである。すなわち彼は、ジャーナリズムとはパブリック・ライフの原動力であり、さらにその健全なる機能を測定するバロメーターの役割を果たすものとさえ考えている。従って、ローゼンが考えるパブリック・ジャーナリズムとは、先に考察した米国社会の断絶—政治と市民、市民社会内部およびマスメディアと市民社会の断絶—を、「新たなジャーナリズム」というものを構想することによって、何とか縫合していこうとする試みである、と考えられる。

なお、上のローゼンの思想性を辿っていくと、パブリック・ジャーナリズムのコンセプトは地理的に限定されたコミュニティにおいて相応しいものであることが明らかになる。グローバルな巨大コングロマリットが経営するマスメディアが主流である現代において、規模からすればどう見ても太刀打ちできない地方紙やローカル放送局は自らのアイデンティティを必死に模索している。パブリック・ジャーナリズムとはそうした地方の中小メデ

ィアで働くジャーナリストたちに対して、いくらかのプライドを与える思想であると言える。

#### (4) パブリック・ジャーナリズムの代表的実践例

##### (4-1) 1988 年大統領選挙報道からの出発

筆者は先に「パブリック・ジャーナリズム」とは、ジャーナリズムの改革をめざす「ジャーナリズムの再定義の運動」であることを述べた。ではそれはいかに始まったか。

「パブリック・ジャーナリズム」は、1990 年代初頭に全米各地において徐々に、しかし共通の意識を持って始められた。その共通の意識とは、1988 年の大統領選に対するジャーナリズムの側に共通した苦い思い出である。米国の多くのジャーナリストたちにとって 1988 年の選挙戦は、政治報道が政治家の演出によるショーに転化されてしまう危険がいとも簡単に訪れ得ることを示す、最悪の事例だった。その当時、メディア各社は、各候補者のショービジネスと PR を「垂れ流す」役目を甘受するだけでなく、そのようなショーアップ効果の増幅の手助けさえした。たとえばジョージ・ブッシュ共和党候補は、米国への忠誠の誓い (Pledge of Allegiance) をカメラを意識してわざとらしく誦和する。すると、メディアはその場面を逃すまいと一斉にカメラのフラッシュをたく。他方でマイケル・デュカキス民主党候補の方も、鳩派のイメージから脱皮して「三軍の最高司令官」に相応しい指揮能力を宣伝するために「ぶかぶかのヘルメットをかぶって」戦車に乗り込んでパレードを行い、この様子は全米に一斉に中継された。さらに共和党がデュカキスの「ソフティ」イメージを揶揄し、中傷する多くのイメージキャンペーンを流すならば、民主党はそれを反撃するためにブッシュ候補へ同様のパーソナルな中傷広告のキャンペーンを張る、という終わりなき中傷合戦。それは、ジャーナリストの各候補者へのインタビュー内容をも決定しがちだった。結局、1988 年大統領選は政策論不在のまま、ブッシュ大統領の誕生という結果で幕を閉じたのだった。大統領選が終わり、1988 年が終わろうとするとき、米国の各地でジャーナリストたちが「このようなジャーナリズムの事態は二度と繰り返されてはならない」という誓いを立て合ったのだった (Gitlin 1991: 119ff; Merrit 1995: 79; Rosen 1999, 38ff)。88 年の選挙報道の苦い経験を経て、次回の選挙でその反省をどう生かすか、ということが多くの米国のジャーナリストにとっての課題として残った。その課題を考えていく中で「パブリック・ジャーナリズム」運動は生まれていったのである。

##### (4-2) ポインター・インスティテュートのイニチャチブ

1988 年の大統領選は米国の〈マスメディア・ジャーナリズム〉が〈政治的なるもの〉から全く乖離して政治報道を続けた顕著な例であった。しかしながら、そのような状態は、ずいぶん前から米国のジャーナリズムという活動を蝕んでいたことも確かである。ジャー

ナリズムの使命であり、メインテーマでもある「政治報道」は、一般市民の生活とは全くかけ離れたものになってしまい、そのことは新聞市場においては、その売り上げ部数の低迷という結果として過去 10 年以上も前から直接フィードバックされてきた。とりわけ地方紙においてその影響は深刻である。

このような状況の中で、それまで主に新聞ジャーナリズムとマスメディア研究を行ってきたフロリダ州にあるポインター・インスティテュート・フォー・メディア・スタディーズ<sup>19</sup>は、低迷する新聞ジャーナリズムの状況を改善するために、1992 年の選挙年<sup>20</sup>においてひとつのジャーナリズムの実験を計画した。同研究所はそれまでジャーナリズムについての研究や講演会の開催という活動を中心に行っていたが、「このようにフィールドワークに出て、これまで長く築き上げられたジャーナリズムの諸慣習の改革を実行すること」は初めての画期的なことであった。しかし「より積極的にニューズルームの変革をめざした「コーチング」を行う」ことは、インスティテュートの一つの役割であることを認識して計画に着手したという (Miller 1994<sup>21</sup>: 8-9)。

その計画概要は以下のようなものである。

- － 新しい選挙報道を構想する。受け身とならない積極的内容を工夫する。
- － 読者にカスタマー以上の役割を果たしてもらう。報道においてパートナーとなってもらう。
- － 新聞とテレビ局両方に、この企図に賛同してもらうところを探す。
- － 実験の結果を評価し、それをメディアのオーディエンスに広く伝える。それによって同様の改革の可能性について考えてもらう。

(Miller 1994: 8)

まず、実験をするにあたって、相応しい条件を持った地方紙—あまり小さくなく、有名すぎず、中規模でありながら質のよい報道をしているところ、しかもできればいくつかのピューリッツァー賞の実績もある新聞—を選ぶ必要があった。そして、その中の多くの条件が一致しており、プロジェクトの主旨に賛同したノース・カロライナ州にある『シャーロット・オブザーバー』<sup>22</sup>が選ばれた。「新聞の名声と実績は、この選挙プロジェクトの意義にとって重要であった。なぜならば、ポインターの目的は、『シャーロット』と 1992 年が終わった後も、ジャーナリズム改革が可能であること、そして選挙キャンペーン報道は政策にフォーカスを当ててしかるべきであり、人物や競馬中継的なものはメインではないこと、そして読者は候補者よりも報道の中心となり得ることを例示し続けることであったからである」 (Miller 1994: 15)。

このポインター・インスティテュートと『シャーロット・オブザーバー』の実験は、パ

ブリック・ジャーナリズムの最初のシステマティックな試みであったと言えよう。それまでもジョージア州『コロンビア・レジャー・インクワイラー』や後に触れるカンザス州の『ウィチタ・イーグル』によるパブリック・ジャーナリズム的手法を個別に手がけた例はあったが、パブリック・ジャーナリズムの理念を構想して、その実践にひとつの形を与えたのはこのポインター・インスティテュートによる『シャーロット・オブザーバー』紙における試みである。重要なのは、パブリック・ジャーナリズムという型を作る際に、その初期に新聞社のみならず、ジャーナリズム研究を行っている独立機関が深く関与したことである。パブリック・ジャーナリズムとは、現代ジャーナリズムの危機という認識の下に、研究者と実践者が協働して行ったジャーナリズムの改革運動であることがこの出発点でも再び確認できるのである。

#### (4-3) 『ウィチタ・イーグル』から『シャーロット・オブザーバー』へ

ポインター・インスティテュートが計画したこのプロジェクト以前の 1990 年において、カンザス州では、その知事選報道のために、同州の新聞『ウィチタ・イーグル』がパブリック・ジャーナリズムの理念の先駆的「実験」を既に個別に行っていた。ポインターは、それを参考にしながら、みずからの試みをデザインしていったことを断っておかねばなるまい。

『ウィチタ・イーグル』も、1988 年の「悲劇的」(Rosen and Merritt 1998: 37) 大統領戦報道の反省から、選挙報道を改革しなくてはならないことを痛感し、次回の選挙報道では、読者の興味をより反映する工夫を凝らそうとしていたのだった。これまでに何度か引用したパブリック・ジャーナリズムの代表的実践家であるメリット<sup>23</sup>は当時同紙の編集局長であった。彼は 88 年の選挙が終わった当時の心境を次のように語っている。

ジャーナリストとして働いて 15 年間、ウィチタのニュースを伝えることに  
対してほとんど意味が見出せず、何の实りもないように感じるようになってい  
た。しかし自分にはジャーナリストとして少なくとも次の 15 年も、同様の仕  
事をしていくことが待ち受けていたのだった。(Merritt 1995: 79)

一地方紙に働く彼は、このような思いを抱きながら 1990 年代に入って、「選挙戦の報道は既に限界に来ており、何か別のことをするべきだと感じ」(Merritt 1995: 80)、ジャーナリストとして新たな再出発をめざすよう突き動かされていった。メリットは「当時はジャーナリズムを新たに定義しようなどと思って出発したわけではない」と語りながらも、次々と新しい実験を導入していった (Miller 1994: 11) <sup>24</sup>。そしてまず、1990 年の知事選においては、一般読者を討論会に招いて政治について思ったことを語らせ、それを記録し

て報道したり、あるいは紙面において市民に投票に行くよう直接呼びかけたキャンペーン「大切なのはあなたの一票 (Your Vote Counts)」を展開したりするなど、新しいプロジェクトを展開していった。

『ウィチタ・イーグル』の新プロジェクトでは、とりわけ 1) コミュニティの問題を読者とともに発見する、2) 問題を言い放つだけでなく、解決に根差した記事を心がける、3) 市民へのアンケート調査、電話調査やインタビューなどを活用する、などの点が心がけられた。

『シャーロット・オブザーバー』の新たな取り組みが始まったとき、この『ウィチタ・イーグル』の試みが改めて注目を浴びた。そしてポインター・インスティテュートは『ウィチタ・イーグル』の経験を参照しながら、次のような提案をした。

- － 競馬中継的世論調査は金輪際ストップすること。
- － 競合する放送局とパートナーシップを組むこと。
- － これから起こるであろうラディカルな変化に備えて、ニューズルームの組織を変革すること。とりわけセクションごとに分かれている旧来の構造から、共通の目的にむかって編集局を横断してコーディネートするリーダーの存在を考案すること。
- － 読者はカスタマーではなくパートナーであると頭を切り替えること。
- － ニュース・リサーチを強化すること。1960 年代ごろに作られた時代遅れの図書室を 90 年代に相応しいものに機能アップさせること。
- － 革新的なグラフィックを考案して、新しい内容を盛り込めるようにすること。

などであった。(Miller 1994: 16-18)

以上のようなデザインをもとに、『シャーロット・オブザーバー』は「パブリック・ジャーナリズム」を実践した。一方ポインターの方は、その取り組みの「仕掛人 (Catalyst)」としてその経過を見守ることになった。

プロジェクトは多くの新しい要素を含んでおり、どれもジャーナリストたちにとって新しい経験であったが、とりわけ選挙報道における「市民アジェンダ」を適切に設定できるかどうかは重要であった。というのも、このプロジェクトは「市民をパートナーに据える」ことをメインのスローガンにしており、市民が納得するアジェンダを設定してこそ、新聞と市民との信頼関係が構築される。「もし市民アジェンダと言いながら『シャーロット・オブザーバー』のでっちあげにすぎないと考えられれば、読者たちにとってこの実験は新聞読者減少傾向をストップさせるための PR としか映らない。(…) 読者こそがキャンペーンの中心的役割を担っているのだということを納得してもらわなくてはならなかった」

(Miller 1994: 19) という言葉が同プロジェクトの記録に残されている。従って、市民アジェンダを正確に抽出するために、まず同紙はパートナーとなった放送局 WSOS-TV (ABC 提携局) と約 18,000 ドルをかけて包括的で入念な世論調査を行った。さらにこの世論調

査に加えて、読者との対話、インタビューやディスカッションも精力的に行った。最終的に 2500 人以上の人々が選挙キャンペーン中に手紙や電話、アンケート、パブリック・フォーラムやインタビューを通して同紙とかかわり合い、500 人もの市民がパネル・ディスカッションに参加して、意見を戦わせた (Miller 1994: 73)。こうした大規模な市民フォーラムを主軸に行われた政治報道は異例のことで、次のような逸話も残っている。

『シャーロット・オブザーバー』のジャーナリストが、ある立候補者の記者会見で「ロックヒルの市民からの質問なのですが、…」と質問を切り出した。その風変わりな質問の仕方に驚いた他社の記者たちは、いったいどこの記者なのだろうかと一斉に記者の方を振り返ったのだそうだ (Rosen 1999: 83)。

#### (4-4) 『シャーロット・オブザーバー』紙への評価

『シャーロット・オブザーバー』紙において行われた種々の試みは、ニューズルームの組織にいたるまでの変革を要求するものであったため、そのすべての実行は決して容易ではなかった。提案された変革のためには、膨大な資金と、同じく膨大な労力がかかった。さらに実験の柱であった地元テレビ局 WSOC-TV との共同体制は、双方の意見の食い違いが生じてうまくいかなかった (Miller 1994: 53)。しかし、このプロジェクトにおいて「普通の人々」を政治報道に登場させたことは、おおむね読者に評判がよかった。とりわけ女性からの支持が強かったことが報告されている (Miller 1994: 68)。

この実験がシャーロット市の政治にどのような影響を及ぼしたか、という点に関する確かな結果を得ることも困難であった。ジャーナリストたちの様々な努力が、コミュニティの政治や政治意識の変革のためにいかに結実したかについては「考古学者が断片と破片をひとつひとつかきあつめて何かを推測するにも似た」(Miller 1994: 72) 確証のない結論しか得られなかった。

とはいえ、わずかな指標としては、シャーロット市のあるメクレンバーグ郡では前回から 32 パーセントも投票率が上昇したことが挙げられる。1992 年の選挙には、有権者の 60 パーセントが投票所に行った。同年の投票率に関するデータでは、ノース・カロライナ州全地域平均では 50 パーセント、合衆国全体平均では 55 パーセント。従ってシャーロット市は両平均をかなり上回った。そうした数値と「今、報道のフォーカスは我々普通の人々に当てられている。以前は候補者だった。」(Miller 1994: 71) というような読者から寄せられる声をつなぎあわせていけば、その初期の目的、つまり市民と新聞とをパートナーとして再接続する (reconnect) ということについては、成果が上がったのではないかと報告書では結論付けられている (Miller 1994: 73) <sup>25</sup>。

『シャーロット・オブザーバー』のこの実験プロジェクトが行われた当時はまだ、「パブリック・ジャーナリズム」という呼称はなかった。しかし『ウィチタ・イーグル』と『シ

シャーロット・オブザーバー』が続けて市民との絆と対話を重視し、選挙報道の視点を変えて、問題解決に根差したジャーナリズムを工夫する動きは、次第に全米へと広まっていった。1995 年までには「パブリック・ジャーナリズム」と称する運動は、全米で 150 以上もの報道機関において実践されるようになっていった。それはやがてジャーナリズムのプロフェッショナル・サークルにおいて最も話題に上るトピックとなっていたのだった (Rosen 1999: 49-51)。

#### (4-5) 『シャーロット・オブザーバー』—その後の展開と批判

『シャーロット・オブザーバー』はその後、1992 年の実験を、次の選挙年である 1996 年にさらに発展させた。92 年の成果を生かし、96 年の「あなたの声、あなたの一票」という名のキャンペーンでは、市民との対話を中心にした「パブリック・ジャーナリズム」の典型的手法が実行された。基本は市民の討論であり、市民が選挙戦におけるアジェンダを設定する。そしてそれに候補者たちが答えていくという方法である。1996 年の選挙年における同紙の動向については三森八重子がレポートしているが (三森 1997)、その報告でとりわけ目をひくのは、1996 年にはこの動きがノース・カロライナ州全体に広がり、8つの新聞、6つのテレビ局、そして1つのパブリック・ラジオ局を含む合わせて 15 ものメディアをパートナーとした一大プロジェクトへと成長したことである。当然のことながら、このようなメディア間の協力体制によって、同プロジェクトは政治家にとって無視できないものとなる<sup>26</sup>。それがこのプロジェクトの力となって、州全体にその存在を認知された。

1996 年の選挙日が終わり、そのすぐあとに行われた「シヴック・ジャーナリズム」の支援団体であるピュー・センターの調査では「同州の 25%の人が『あなたの声、あなたの一票』について知っており、そのうち 82%が『良かった・とても良かった』と評価している」という結果が出たという (三森 1997: 14)。

2000 年選挙年においても、ノース・カロライナ州知事選を中心に「あなたの声、あなたの一票」プロジェクトは続行された。2000 年の選挙報道は、市民への世論調査をもとに、1) 教育、2) 州経済、3) 環境問題、そして4) 州政府の税収入と支出、の4つの焦点を設定して、15 のメディアが協力取材をして報道を展開している。そこではたとえば、同州の2つの地方紙、『シャーロット・オブザーバー』と『ニュース・アンド・オブザーバー』<sup>27</sup>がそれぞれ一人ずつ記者を出してそれらのテーマの共同取材にあたり、双方記者2人の署名が並列して入った記事が提携メディアすべてに配信される仕組みになっている。

地方において競合するローカル・メディアが取材・報道の協力体制を敷く方法は、ノース・カロライナ州だけではなくパブリック・ジャーナリズムの実践に多く見られる特徴である。しかしながら、複数の新聞と放送が同一テーマを定め、しかも共同取材を行うことは、メディア各社同士の競争が失われるばかりでなく、さらには情報の多元性が失われる

のではないかと懸念されており、その是非をめぐって今日も論議の的となっている<sup>28</sup>。しかしノース・カロライナ州のプロジェクトでは「協力体制とは各ニュース組織が行う選挙報道における補助的なものであり、その代替ではない。15 の参加メディアは「あなたの声、あなたの一票」プロジェクトで協力はするが、その他すべての選挙報道の場面では通常通り競合関係にある」ことを断っている ([www.yyyy.com/about.html](http://www.yyyy.com/about.html))。

また、市民が主体となって報道の争点を決定していくことは、既成事実の追認になりがちで、未だ見えていない社会的イシューや問題の新たな発掘を妨げることになるのではないか、という懸念も残る。調査会社に依頼して市民の関心の統計をとり、それについて特化した報道をすることは、ともすれば危険ですらある。それは「報道分野におけるマーケット・リサーチ」に他ならず、新聞の情報がそのような仕方で作られることはほんとうに「民主的」であると言えるだろうか (Jackson 1997: 112)、という批判が向けられている。確かにジャーナリズムとは、皆が興味のあることをあえて避けて、ときには耳の痛いこと、あるいは論争を呼び起こすような事柄をあえて公共の場に提出するという役割がある。とりわけ狭いローカルな空間においてこそ、そのようなジャーナリズムの第三者的立場は重要なのではないだろうか—『シャーロット・オブザーバー』を初めとするプロジェクトには、そのような批判が浴びせられている。しかし、この疑問に対してパブリック・ジャーナリズム側は、「パブリック・ジャーナリズム」がすべての紙面を占めているのではないこと、そして市民との直接的対話によって、市民の考えていることがわかり、社会における見えないイシューはこれまでよりかえってジャーナリストにとって顕在化することを主張し、反論している。

#### (4-6) まとめ—パブリック・ジャーナリズムの6つのカテゴリーとその評価

パブリック・ジャーナリズムは、今日までに非常に多様な形で実践されてきた。『シャーロット・オブザーバー』のプロジェクトはパブリック・ジャーナリズムの代表的なものであるが、ここではその他の全米パブリック・ジャーナリズムの景観を概観してみよう。

パブリック・ジャーナリズムのプロジェクトでは、選挙報道の改革以外にも、コミュニティのパブリック・ライフの質の向上をめざして「その問題の分析と提言」を行っていることで知られている。それは、従来であれば学者やコンサルタントの仕事であったが、あえてそうした役割まで踏み込んでジャーナリズムを定義を拡大していくプロジェクトがある。その是非は多くの議論を呼んでいるのだが、問題解決へと働きかけるパブリック・ジャーナリズムの成功例として、オハイオ州のアクロンの『アクロン・ビーコン・ジャーナル』を挙げておくべきであろう。同紙は人種差別問題について、コミュニティの異なる人種間における対話の活性化をめざし、最終的には人種問題に取り組んでいこうという誓いをたてた2万2千人もの署名を集めた。そして、この実践は1994年にピューリッツァー賞



を受賞し、主流ジャーナリズムの金字塔においても認められたのである (Lambeth 1998: 21; Steele 1997: 164-165)。ピューリッツァー賞受賞の理由は以下のである。「ローカルにおける人種問題への態度についての広範なる検討、およびそれに基づくコミュニティにおけるコミュニケーション改善に尽力をしたこと。」ジャーナリズムにおいて、人種問題の雰囲気について真実を告げることと、人種問題を改良することとは、互いにコンフリクトに陥る活動ではないことを証明した同紙は、パブリック・ジャーナリズムの存在と意義を全米に知らしめたのだった (Rosen 1999: 97)。

こうした問題解決志向のプロジェクトの他にも、多様にパブリック・ジャーナリズムが実践されている。メディア学者 D.H. コリガンとセントルイス・ジャーナリズム・レビュー (SJR) は、1997 年、143 人の新聞編集者と 184 人の大学研究者に対して、「パブリック・ジャーナリズム」についての実態・意識調査を行った。その調査の中で、パブリック・ジャーナリズムを良く知っている、ある程度の知識があると答えた 256 人に、パブリック・ジャーナリズムの特徴的プロジェクトとして 6 つを挙げ、それらがパブリック・ジャーナリズムの概要を言い表すものであるかどうかについて賛成、反対を記してもらった。その結果は後述するとして、コリガンが仕分けした、その 6 種のタイプを見てみよう。

1. 人種差別の問題について、読者に人種的調和と理解をできるだけ求め、コミュニティにおいてその問題解決促進することを誓う。(人種問題)
  2. コミュニティの問題とその将来についてなるべく多くの市民に自由に語ってもらうように新聞社が会合を主催する。そこではピザなどを振る舞う。(ピザパーティ)
  3. 中絶の問題など賛否両論が激しく対立する問題についてミーティングを開き、2 つのグループの歩み寄りを試みる。(中絶問題討論会)
  4. 新聞社が暴力や銃撃などによる犯罪を減らすために「平和サミット」を開催し、コミュニティにおける暴力撲滅運動を展開する。これによってジャーナリストは犯罪報道という行き場のないニュースをコミュニティの建設というポジティブなものとして捉える。(犯罪撲滅キャンペーン)
  5. 企業の利害と環境問題とのコンセンサスを得るために両方からの関係者を招き、ミーティングをスポンサーする。(企業との対話集会)
  6. 新聞社がラジオやテレビ局と共同で市民フォーラムを主催する。その際、テーマに関係する政治家を一同に招いて市民との Q&A を行う。(市民フォーラム)
- (カッコの中は次ページのグラフの横軸と符合する、各タイプの略称。)

「パブリック・ジャーナリズム」の実践プロジェクトを以上のように仕分けすること、そしてそれに沿ってアンケート調査を行うことには、おそらく一部の「パブリック・ジャーナリズム」支持者側からの異論が予想される。調査をしたコリガンは「パブリック・ジ

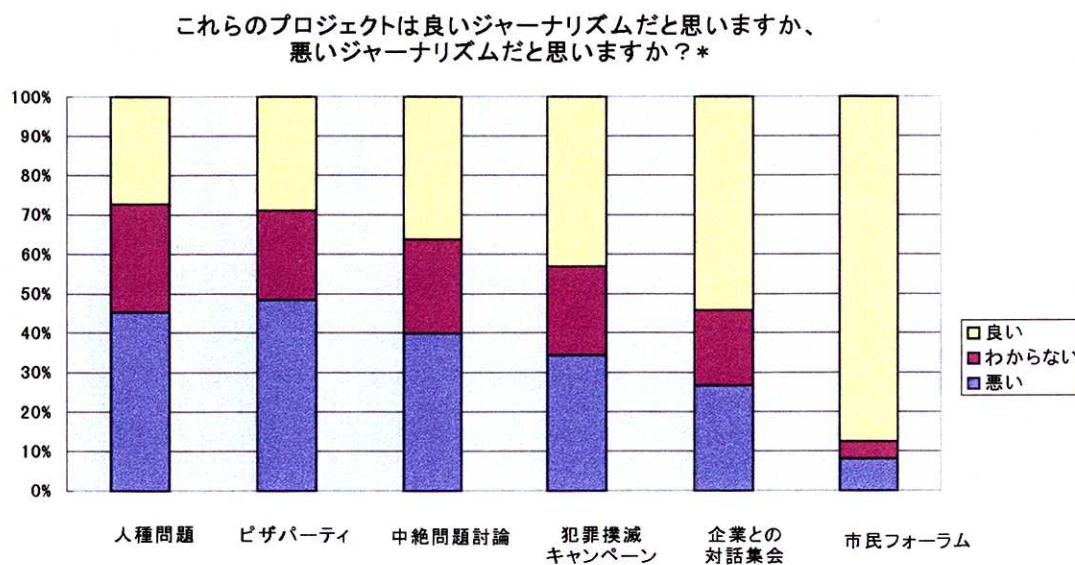
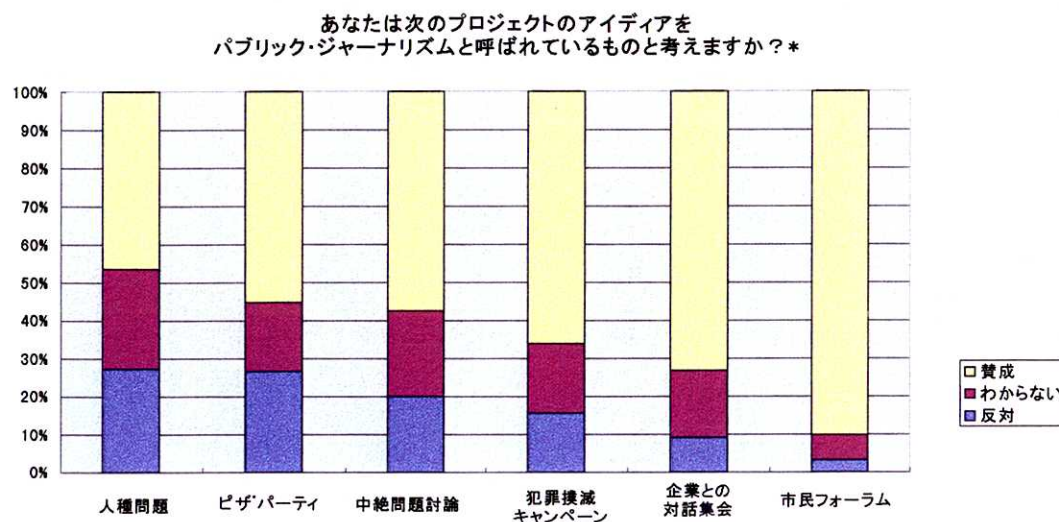
ジャーナリズム」に対して批判的であり、この調査の目的もその批判的考察 (Corrigan 1997: xvii) にあるからだ。その一方でこれらはこれまでのパブリック・ジャーナリズムの代表例をある程度網羅していることは評価できる。

ゆえにコリガンの調査に含意されているバイアスを差し引いたとしても、このカテゴリー別に仕分けして調査された研究結果はかなり興味深い。コリガンの調査の結果、6番目の市民フォーラムは、パブリックジャーナリズムの代表的なプロジェクトであるという答えが解答者の9割を占め、また次の質問「それはよいジャーナリズムか、悪いジャーナリズムか」という質問にも解答者の87.5%が「よいジャーナリズム」であると答えているのである。

こうして「パブリック・ジャーナリズム」はとくに市民と政治家との断絶状態の改善、改良方法として成功し、社会的に認知されてきていることがこのアンケート調査の結果からわかる。それに対して市民社会内部の分裂のためのプロジェクトは、あまり歓迎されていないようである。

そこで次に、パブリック・ジャーナリズムとして承認されつつある市民フォーラムとはどのようなものを観察してみた。それはいかに開催され、パブリック・ジャーナリズムとして、どのような報道がなされるのか。なお、参考までにコリガンによる調査の結果の全容を次ページに記しておく。

## パブリック・ジャーナリズムの6つの種類とその評価



出典: Corrigan 1999, pp.103-104。

\*パブリックジャーナリズムについて知識がかなりある、ある程度あると答えたエディターと研究者 256 人に聞いた結果。調査時点でそれぞれ答えは5つ用意した。各質問には「強く反対する」「反対する」「わからない」「賛成する」「賛成する」、ならびに「非常に悪い」「悪い」「わからない」「良い」「非常に良い」とする解答が可能であったが、データ分析を簡明にするために初めの2つと終わりの2つのカテゴリーを併合した。

(5) デリバラティヴ・オピニオン・ポリングとパブリック・ジャーナリズムの政治報道  
(5-1) デリバラティヴ・オピニオン・ポリングのねらい

パブリック・ジャーナリズムの実践として、新聞社が市民フォーラムを開催して、市民と政治家たちとの間の「デリバレーション（討議）」の仕掛人となることを引き受けるプロジェクトがある。それは今日、パブリック・ジャーナリズムの手法として認知され、また尊重されていることが先のコリガンの調査においても明らかであった。

そして多くの場合、新聞社は単にそのような市民フォーラムを主催するだけでなく、それを通して「デリバラティヴ・オピニオン・ポリング（以下 DOP と省略）」という調査を行って報道に活用する。逆に言えば、DOP という市民参加型の世論調査方法は、市民の視点からの政治報道をめざすパブリック・ジャーナリズムに、新しい報道のアングルを提供した、ということになる。ではまず、DOP という調査方法が導入された経緯について触れておこう。

第 III 部第 3 章で取り上げた、デューイとリップマンの論争では、民衆参加の政治を基本とするか、あるいは選抜されたエリートによる民主主義制度のより効率的な運営を基本とするか、という点をめぐって議論が戦わされた。前者の議論においては、万人の政治的平等を基本としており、そのことはつまり、政治的な能力および関心を持たない「マス」全体を政治過程に編入することを意味する。そのため効率的な政策立案や政治運営という観点において、かなり現実味に欠ける。他方で後者の議論は、比較的政治能力のあるエリートが中心となって能率的に民主主義を運営していくという点で現実性を持つが、一部の選ばれた者に政治を委ねることは政治的不平等を前提としているがために、畢竟「非民主的民主政治」という矛盾に陥ってしまう。加えてエリートとは誰か、果たして彼らはどのように選ばれるのかという問題は常に残されたままの課題である。こうして我々は今日の民主主義政治を構想するとき、「原則に留まるか、効率を選択するか」という二者択一を迫られてしまう。しかし我々には果たして、そのどちらか一方を取る以外に道はないのだろうか。その両者の中間地点というものに決着を見出すことはできないのだろうか。このような問題意識は今日まで続いていると言えよう。

デューイとリップマン論争に続いて登場した世論調査法（オピニオン・ポリング）は、「一般大衆」の意見傾向を「科学的」に調査するものとして、民主主義的政治運営の新しい道具となることが期待された。それらによって集ったデータが政策立案や政策実行の際に効率的に利用されれば、民衆と政治とをうまくつなげることができるのではないかと希望が託されたのだった。科学的世論調査の方法はとくに 20 世紀後半、米国において非常に精緻化されていった。しかしながら今日、「パブリック」を数値化した「科学的世論」の有効性ないしは妥当性に、大きな疑問が挟まれている。

そこで考案されたのが DOP である。その手法は民主主義のデューイ的理解とリップマ

ンの理解との間のジレンマと、「科学的」世論調査結果の有効性への疑問の双方を酌量した上で、一部の学者たちが実験的に導入してきた新しい世論調査法である<sup>29</sup>。

ではDOPとはどのようなものか。ここではDOPの代表的研究者であり考案者でもあるJ.フィシュキンによるDOPを考察していこう。フィシュキンによると、DOPが一般的な「オピニオン・ポリング」と異なるところは、「公衆があるイシューについて多くの情報を得て、それを深く考える場とチャンスが与えられれば、彼らはそれについてどのように考えるようになるだろうか」という点を調査することである。つまりそれは、市民の現状をそのまま調査するのではなく、彼らが知識を得て討論をするという段階を踏んだ後に、彼らの動向を探るのである（Fishkin 1991: 81）。

一般的世論調査では、一般市民があるイシューについてどのような意見を持っているかということを定点測量するもので、それは現状描写的である（descriptive）、と言えよう。多くの場合、その結果をもとにそのテーマについての今後の予測が下されてきた（predictive）。それに対し、DOPでは、まず、人口統計に基づいてランダムに市民を抽出し、社会の雛型となるグループを作る。主催者側は、このグループにこれから調査したいテーマについて、中立性を期した情報および予備知識の資料を与え勉強してもらう。その後主催者は彼らを召集して、そのテーマについて討論してもらう。彼らが主体となったグループ討論を経て、各人は互いの意見を聞きながら自らの意見を修正し、自分なりの結論に到達する。その結果をまとめながら、さらに最終的には、テーマの解決に向けてグループで結論を出したり、今後の指針までも提出する（prescriptive）のである（Fishkin 1991: 82）。その際マスメディアの役割とは、そうした市民の代表たちが情報収集と討議を経て意見形成していく過程を報道することである。その報道を通して、他の市民たちは、その討議を擬似的に体験しながら、自らの意見形成に役立てていくことが構想されている。

このようなDOPの導入の背景には、一般市民の政治に対する関心の薄れがある。今日の米国では、5人のうち4人までが固定した政治についての意見を持っていないということが調査の結果として明らかになっている。彼らの政治への態度は「無表明」か、あるいは聞かれたら何とか答えておこうという「にわか意見表明」という不確かなものである（Fishkin 1991: 83）。そのような状況を「調査」する世論調査とは、どこまで意味を持つのだろうか、という疑問が従来の世論調査には常につきまとっていた。

ところがその一方で、メディアが発表する世論調査結果は、意外にも大統領選挙におびただしい影響を与えているのも事実である。フィシュキンによれば、大統領選における典型的な意見形成の型は次のようなものである。つまり、大統領選挙が本格的に始まるのは、通常選挙年の2月。まずアイオワ州の党員集会（caucus）、その一週間後にニュー・ハンプシャー州の予備選挙（primary）が開催される。候補者はここからおおよそ3ヶ月半続く代議員獲得競争に参加して、州ごとに代議員を獲得していく<sup>30</sup>。しかし、序盤戦である両

州の代議員選出結果が、その後の中盤、終盤戦の代議員選挙の展開を大きく左右することが、過去のいくつかのデータで実証されている。多くの有権者<sup>31</sup>たちは自分たちの政治的意見を形成する以前に、メディアを通して知らされる両州の選挙活動の様子、および指名選挙の結果をもとに選挙代議員を選出するというパターンができあがってしまった。フィッシュキンはこのようなメディア化、あるいは間接化された「市民たち不在の」大統領選挙を批判するのである。そこでデリバラティヴ・オピニオン・ポリングという仕掛けを作り、大統領選挙戦の流れにおいて、より政策内容に踏み込んだ市民による討論をそのプロセスに交えて、市民がいかに意見形成を行うかを公共圏に提示し、選挙における民主主義的手続きを充実させようと試みた。1996年に「ナショナル・イシューズ・コンベンション」が開催されたが、それは以上のような問題意識において実施されたDOPの実践例である。

#### (5-2) デリバラティヴ・オピニオン・ポリング実践の意義とその欠陥

米国においてこれまで最も大規模に行われたDOPは、「ナショナル・イシューズ・コンベンション」と銘打たれたもので、1996年の大統領選挙年に実施された。1996年の資料によると、全米の人口構成の雛型としてランダムに選ばれた459人が、1996年1月18日から21日にかけてテキサス大学オースティン校<sup>32</sup>に集い、大統領選の重要なイシューについてあらかじめ学んでおいた情報をもとに、討論をした。同時に、共和党大統領候補者や民主党からは現職副大統領A.ゴアが招かれ、直接市民からの質問を受け付け、討論する機会も設けられた。そのような「プロセス」を経た後、選ばれた市民代表者たちの意見はいかに変化したかが調査された<sup>33</sup>。討論の様子や大統領候補者との質疑応答の様子は、マックニール・レーラー・プロダクションによってテレビ番組として制作され、PBS (Public Broadcasting Service) を通じて全米に放映された([www.la.utexas.edu/research/delpol/](http://www.la.utexas.edu/research/delpol/); [www.pbs.org/results/index.html](http://www.pbs.org/results/index.html))<sup>34</sup>。

デリバラティヴ・オピニオン・ポリングの長所は、民主社会の理想—すなわち市民の理性的討論と市民全員の参加—が擬似的にせよ、両立され得ることであろう。ナショナル・イシューズ・コンベンションのアドバイザー・コミッティのメンバーであった米国の政治学者R.ダールは、デリバラティヴ・オピニオン・ポリングの結果は、「アメリカの市民がより啓発されたレベルで下した判断である」ために「政治家はそれを無視することはできるが、無視するにしても、それについての説明を加えなければならなくなる。さらには、デリバラティヴ・ポルでは、政治家が、調査から得られた結果を勝手にごまかして、それと矛盾した行動を取ることが非常に難しくなる。」(Dahl 1997: 57) ことを指摘している。

ダールはさらに、これまでの試みから判断して、市民たちがその場限りではなく、討論した後、そのテーマに高度かつ持続的な関心を持つようになったことを強調している。

ゆえにこの試みを全米規模で粘り強く続けていけば、かなりの数の「クリティカル・マス（批判的大衆）」が形成され、その後に続く議論と政治決定過程に大きな影響を与えることになるだろう、と主張する（Dahl 1997: 58）。市民参加型の民主主義を、ポピュリズムに陥ることなく、啓発された市民とともに実現する可能性を秘める DOP は、現代社会において実行可能な市民社会の改善策のひとつと考えられる。ダールは次のように語っている。

少なくともいくつかの複雑な政策の決定に関しては、19 世紀に発達した古いプロセスで間に合わせることはできない。しかもそのプロセスは、20 世紀の後半に開発されたコミュニケーション技術（…）の上に搭載されて行われている。我々はもう民主主義はだめだという悲観的な結論を下す前に、あるいはもっと悪いことには、そうしたイシューはエキスパートや政治家が我々に代ってうまく決断してくれるだろうという幻想に囚われる前に、公衆の理解を改良する新しい工夫を編み出すよう努力していかなければならない。（Dahl 1997: 58）

ダールは DOP の現代社会における意義について以上のように述べて、その「現存する民主主義」に果たす役割への希望を表明しているのである。

こうして DOP は、民主主義という古めかしい発明品を現代社会の複雑な情勢に合わせ、「民主主義とは複雑な社会にとってはシンプル過ぎる制度であり、シンプルな社会には複雑過ぎる制度であるという皮肉なパラドックス」（Wolin 1996: 42）を克服していこうとするわけであるが、それにもいくつかの欠点と問題がある。

まず何よりも、DOP はたいへんなコストと労力がかかることである。社会の多元性が担保され、それを映し出すグループを抽出するための調査、その選出作業、イシューについての事前資料の作成、討論の場の設定、討論の場における進行役の決定、集まる人々への交通費や宿泊費、メディアとの協力体制、など DOP 開催に必要な要素のどれひとつをとっても、膨大な労力とコストがかかる。

また、DOP のプロセスにおいて決定的に重要な、市民に事前に提供する情報およびアンケート調査の質問をどこまで中立的なものにできるか<sup>35</sup>。さらに市民討論の際のモデレーター（司会者）の役割も大変重要であろう。全米人口の構成を忠実に反映したグループならば、教育や能力において大きな個人差がグループ内にあることは当然である。それを乗り越えていかに「市民的対話」を中立的に引き出していか、という意味でモデレーターの役割に託される重要性は甚大である。つまりモデレーターにも、DOP のための教育と訓練が必要である。こうして DOP は高度な知識と職能を持った者たちに依存しなければな

らないプロジェクトなのである。

そして何よりも、今日多くの政策的イシューは複雑を極める。たとえば健康保険や年金の問題、軍事費や対外援助などのテーマは、専門家でさえも長い時間を費やして、その問題構制を把握していかなければならない。そうしたテーマについて、いわゆる一般市民をにわかに教育し、討論させたとしても、その結果がどこまで有効であるかは、疑問の残るところであろう。

DOP は、複雑な現代社会に民主主義の理念を召喚する、という点で評価ができるが、それに必要な資金と労力の大きさは想像を絶するものがある。そして、それにもかかわらずその実りは熱砂へ落とす一滴の水のようなものかもしれない、という手応えのなさ。1996年の大統領選の改善方法として取り入れられたこの方法は、筆者の知る限りでは 2000 年の大統領選においては、少なくとも全米レベルで実施されることはなかった。2000 年の大統領選では、コストも労力も少なくすむ、インターネットを通しての政治討論や意見交換の方が話題に上ったのだった。

しかしながら、筆者はここでそうだからといって DOP が全く無駄な試みであると主張するつもりはない。そうではなくて、こうした試みを通して、民主主義とは、現代社会においていかに地道でかつ長い道のりの上に成り立つものなのかを改めて思い知るのである。そしてそのような気の遠くなるようなプロセスを途中で放棄して、いつそのこと歴史の振り出しに戻りたくなる誘惑のいかに多いことか—それは我々が毎日接する国内外の政治および社会情勢を伝えるニュースにおいて、あるいは自分たちが過ごす日常の心情の中で立証済みであると思う。そのような誘惑に負けずに、市民参加を可能にする小さな手続きをひとつひとつ踏んで民主主義を建て直していこうとする姿勢が、現代社会におけるラディカル・デモクラシーの実現において最も基本的かつ重要な要件であろう。その意味で DOP は大いに評価できるデモクラシーの実験なのである。

では次に DOP がローカルなレベルにおいていかに実施されており、それが「パブリック・ジャーナリズム」といかに融合しながら実践されているかを、筆者が調査を行ったミネソタ州ミネアポリス市の地方紙『スター・トリビューン』紙の例で取り上げてみたい。

### (5-3) ミネアポリス市『スター・トリビューン』紙による「ミネソタ・シティズンズ・フォーラム」

米国ミネソタ州ミネアポリス市にある『スター・トリビューン』紙<sup>36</sup>は、州レベルの政策問題において積極的に DOP を取り入れ、それを同紙のパブリック・ジャーナリズム・プロジェクトの中核に据えている<sup>37</sup>。この項では、筆者が参与観察した「ミネソタ・シティズンズ・フォーラム」をやや詳しく見てみよう。

同紙は 1995 年の終わりから地元の PBS チャンネル、KTCA-TV とミネソタ・パブリッ



ク・ラジオ局 KNOW 91.1FM 局と合同で、「ミネソタ・シティズンズ・フォーラム」というデリバラティブ・オピニオン・ポリングの手法を取り入れた市民フォーラムを主催し、州レベルの政策決定に関わる政治報道の重要な部分として位置づけている。

この企画は次のように行われる。まず、新聞社が通常の世論調査や、取材の過程において重要であると考えるテーマを選択し、それについてフォーラムを企画する。企画はまずミネソタ州の人口構成を反映したグループを電話番号をもとにランダムに抽出し、グループを組織することから始まる。

選抜されたグループのメンバーは、新聞社からテーマに関する資料を与えられ、また何度かの話し合いの場に招かれて、そのテーマを中心に議論し、互いに啓発する機会を持つ。その上で、次の段階では政治家や政府当局者へ、これまでの過程で持った自らの疑問を直接ぶつける、という仕組みになっている。「通常、自由参加型のオープン・ディベートにすると、そのテーマに特定の利害のある人、あるいは興味を持つ人ばかりが集まって、意見が偏ってしまうおそれがある。それを避けるために、まずはランダム・サンプリングを行ってグループを作る。それによって集まった利害なき普通の人々が話し合いを持つこと、それが重要なのです。」(『スター・トリビューン』紙、シティズンズ・フォーラム・コーディネーターが筆者のインタビューに答えて)。

筆者が参与観察したフォーラムには「住む場所、人種、年齢、教育、支持政党、98 年の州知事選で支持した人、政治的立場、性別、テーマに関するスタンス」という要素をもとに、分布のバランスを考えた 34 人が電話番号の組み合わせで選ばれていた。テーマは、ミネアポリス市の公共交通機関、交通事情について。「ミネアポリス市内にミネアポリス空港までのシャトル電車を作るかどうか」が争点であった。彼らには事前にミネアポリスとその周辺の交通事情に関する資料が送られており、また幾度かのディスカッションも行われていた。彼らは市民フォーラムが開催される当日、地元のローカル・ケーブルテレビである KTCA-TV のスタジオへと赴き、そこで州知事<sup>38</sup>と政府の当局者、また州議会で知事の公共交通機関増設計画に反対する議員たちと引き合わされた。またスタジオには州都ミネアポリス市とその近郊住人が集まったが、ミネソタ州は地理的に広いために、その他 2 つの別の都市に各 5 人程の小グループが集められ、その地方とスタジオとはビデオカメラによって結ばれていた。

スタジオでは一方には当局者たちが、他方には「小さなミネソタ州」(『スター・トリビューン』紙担当者)が集められて、普段は当局者や政治家に接することのないこれらの市民たちが、直接質問をぶつける、という仕組であった。こうして集まった人々のディベートの様子は、生放送としてテレビおよびラジオで放送される。また、フォーラム開催の前後には『スター・トリビューン』紙が公共交通機関に関する大規模な世論調査をしており、そこで議論の焦点を明らかにするなどの特集を組んで市民の関心を高めるように努力して

いた。

こうしたシティズンズ・フォーラムの試みは、テーマによってはミネアポリス市にあるアフリカ系米国人専門のラジオ局スタジオ<sup>39</sup>にビデオカメラが設置されて、通常の新聞読者層とは異なる、政治過程に編入されにくいマイノリティをディスカッションに引き込むことにも使われた。「地方紙はやはり白人のためのものです。新聞にはこれまであまり場を持たなかった我々が市民のフォーラムに加えられ、政治のプロセスに編入される、それは喜ばしいことです。」（ラジオ局マネージャーが筆者のインタビューに答えて）。2000 年における同紙のフォーラムでは、州議会を二院制から一院制にすべきかどうかについてのディベート、上院議員選挙のディベート、大統領選挙のディベートなどが予定されている（ミネソタ・シティズンズ・フォーラム 2000 資料より）。



ミネソタ・シティズンズ・フォーラムの様子。上の写真：2001 年 1 月 8 日、専門家を招いての教育問題のパネル・ディスカッション。下の写真：市民が質問に立つ。アフリカ系アメリカ人専門ラジオ局 KMOJ のスタジオから。1999 年 2 月 2 日。『スター・トリビューン』紙提供。

『スター・トリビューン』紙の編集局長 T.マクガイアは筆者のインタビューに以下のよう  
に答えている。

何かイシューが持ち上がり、重要な政治キャンペーンが普通の市民の意見  
や声を欲しているときに、我々がコミュニティにおいて議論とディベートを仕  
掛ける役割をする。私がパブリック・ジャーナリズムを行うひとつの目的は、  
『スター・トリビューン』紙が公共の事柄について、対話を中立的に引き起こ  
すモデレーターとしての役割を拡充することだ。(…)新聞の役割はディスカ  
ッションを刺激することにある。パブリック・ジャーナリズムはそれを実行し  
て、新聞報道の幅を広げている。

マクガイアによると、フォーラムは全般的に読者には好評を博しているものの、問題は  
編集局内部での意見対立を収拾することだと言う。同紙編集局内の一部からの反対意見を  
見てみよう。

市民が何度も集まって様々なことを討議して準備を重ね、それをフォーラム  
で当局者たちに質問する。ジャーナリストはそのすべてのプロセスに同伴する  
わけであるが、そのプロセスはあまりにも長過ぎる。そこで書くことのできる  
ジャーナリスティックなニュースはほんとうに少ない。ジャーナリスト自身に  
とっては市民が何を考えているか、を知る機会となり、ある意味で勉強にはな  
るが、いざ紙面の編集の段になると、長い時間と労力をかけたわりにはニュー  
ス・バリューの少ないイベントである。毎日毎日紙面を作っていかなければな  
らない我々記者にとっては、魅力のない退屈な仕事であり、負担でさえあった。

(『スター・トリビューン』紙国内ニュース担当記者)

これは、ある時期積極的にシティズンズ・フォーラムに関わってパブリック・ジャーナ  
リズムを実践していた記者の言である。彼は現在、同紙のパブリック・ジャーナリズム・  
プロジェクトには全く関わっていない。

マクガイア氏によると、ジャーナリストたちの多くは、とりわけ自分たちの「なわばり」  
である紙面の一部を、一般の市民に分け与えることにかんがりの抵抗感を示すと言う。しか  
しマクガイア氏は以下のように強調してパブリック・ジャーナリズムを擁護している。

ジャーナリストは一般市民とは違う人間だ。我々は教育程度が高く、影響力

を持ち、リベラルで、教会や市民グループなどによるコミュニティ活動とのコンタクトも薄い。パブリック・ジャーナリズムの力によって我々が市民に手を差し伸べて初めて、我々がカバーしているコミュニティにいる普通の人々が何を考えているのかに触れることができるのである。

しかし、『スター・トリビューン』紙社内におけるパブリック・ジャーナリズムの思想と伝統的ジャーナリストたちとの対立は、最近もう一つの例で明らかになったという。それは、1999年にティーン・エイジャー、警察、ケースワーカーや教育者を集め、ティーンの暴力や孤独の問題を討論するフォーラムが開催された。その討論によって生まれた学校当局への多くのアドバイスや提言は、「平和と団結への協定」と題された冊子として編集されて2000年秋までに各学校に配られることになった。ところが、同紙の教育問題担当者は、そのフォーラムにニュース・バリューはないと見なして、新聞の記事として全く取り上げなかった。つまりパブリック・ジャーナリズムの一環として企画されたプロジェクトは、結局新聞記事にはつながらなかった。社内では我々ジャーナリストがなぜそんなことまでするのか、という声が当然のことながら上がった。「パブリック・ジャーナリズムのイベントは、行う前に社内の担当記者からの賛同を得ることが重要だということが教訓となった。」とフォーラムの担当者は社内での調整の難しさを語っていた。

『スター・トリビューン』紙の事例を通して表面化する諸問題とは、地方の新聞社とは、どこまでが地元の「パブリック」な存在としてコミュニティの活性化へと貢献すべきであるのか、そしてどこまでが「報道」を生産する私企業としての役割に留まるのか、という地方の新聞社の2つの役割の攻防についての議論である。その議論は、とりわけ編集局内部のジャーナリストたちの間で戦わされており、編集局はパブリック・ジャーナリズムの支持派と批判派とに分かれていた。つまり『スター・トリビューン』紙において「パブリック・ジャーナリズム」とは、「ジャーナリズム」の役割、「ジャーナリスト」の仕事の再定義をめぐる、ジャーナリズム内部の者たちの間でのディベートとして継続されているのである。今のところ、『スター・トリビューン』紙の編集局長はそのどちらをも尊重しているが、他紙では紙面をすべてパブリック・ジャーナリズム一色に塗り替えて、それに賛同しないジャーナリストはその社をあとにせざるを得ないという報告もある<sup>40</sup>。

#### (6) パブリック・ジャーナリズムをめぐる論争

本項ではこれまでに、パブリック・ジャーナリズム運動に対してどのような議論があり、いかなる問題点が指摘されてきたのかについてを、実践面ならびに思想面双方に踏み込んで検討してみたい。ただし、筆者がこれらの批判を検討するのは、パブリック・ジャーナリズムの欠点や欠陥を指摘することが目的ではない。筆者の本項の目的は、パブリック・

ジャーナリズムに関わる議論を通して、現代のジャーナリズムにも共通する諸問題を探っていくことにある。

#### (6-1) パブリック・ジャーナリズム＝地方紙のマーケティング策？

これまで、パブリック・ジャーナリズムとは、部数低迷が目立つ地方紙がマーケティング戦略として打ち出しているものに過ぎないとしばしば批判されてきた。事実、ガネット系列やナイト・リッダー系列の地方紙が積極的に運動を進めており、そこには新聞資本の戦略が見え隠れする。とくに全米にチェーンを拡大する出版元は、ジャーナリストを系列下にある新聞社から新聞社へと各地を移動させており、そのことはいわば「土地感」のないジャーナリストを急激に増やすことにつながっている。そのために他方で「パブリック・ジャーナリズム」を薦めることによって、地元の市民と交流させ、ジャーナリスト同士で土地の情報の共有化を図って、新参のジャーナリストの教育をしているとも観察できるのである（Gartner 1998: 231）。

パブリック・ジャーナリズムの理論的指導者であるローゼンさえも、米国最大のチェーン数と発行部数を誇るガネット社がパブリック・ジャーナリズムの実践を売り物に系列地方紙の宣伝に乗り出してきたことに大きな警戒感を持っている（Rosen 257-261）。1995年の『エディターズ アンド パブリシャー』誌において、ガネット社は「我々は‘パブリック・ジャーナリズム’が正しいことを信じています。そしてもうそれを何年も実行してきました。」という大々的なキャッチ・コピーを掲載した。広告はさらに次のように続く。

コミュニティにおいてリーダーシップを取り始めた新聞のみなさん、おめでとうございます。あなたがたのコミュニティも、ガネットのコミュニティが長年行ってきた意味を発見することでしょう。つまり、パブリック・ジャーナリズムはよきジャーナリズムであるということです。そして、それはガネット・ジャーナリズムの核心です。（Rosen 1999: 257-258）

これまでガネット社は全米に地方紙のチェーン化を押し広め、また各地方紙を徹底的にコストダウンさせて利潤を最大化するという、際立った合理的新聞社経営を行ってきた。そのような新聞チェーンのオーナーが、こうして「パブリック・ジャーナリズム」というキャッチフレーズを利用して、自らの「ジャーナリズム」を宣伝する。それは「メディアがジャーナリズムという正当性のある活動にただ乗りするだけで、それに対して恩義を感じることがない。（…）それとも、公共圏を考えることと、それに実際に参加することとは別のことになりつつあるのだろうか。」（Rosen 1999: 261）というローゼンの嘆きの言葉からもわかるように、「パブリック・ジャーナリズム」という言葉の氾濫は、目に余るも

のがある。もともと定義が確立していないために、それは利用され、濫用されてしまうケースが目立つ。つまり「パブリック・ジャーナリズム」はマスメディアの公共性のアリバイであり、企業の利潤追求の言い訳となっている現象が見て取れるのである。

しかしながら、パブリック・ジャーナリズムを通して経済的効果を狙う新聞社ばかりではないことも確認しておくべきであろう。多くのパブリック・ジャーナリズムを実践する新聞社は、その経済効果についてはあまり大きな期待をかけていない。『スター・トリビューン』紙の編集局長も、筆者のインタビューに、その経済効果は「あるとすれば、非常に長期的なものに過ぎない」と答えている。さらに「パブリック・ジャーナリストたちは、経済効果以上のものを望んでいる。それは市民との対話であり、市民同士の対話の活性化である。新聞が集中化し、政治におけるメディアの力がこれだけ大きくなった以上、その権限を市民に分配することが我々地方紙の使命である。」（『スター・トリビューン紙』編集局長 T.マクガイア）と付け加えていた。

マクガイアのこのようなコメントからもわかるとおり、「パブリック・ジャーナリズムは金儲けのため」、という一部の批判は、短期的に見れば、あまり妥当とは言えないかもしれない。むしろ財政という観点からは、何か新しい企画を始めるには必ず資金の調達の必要性が発生するということを考えた方がよい。新聞の刷新、あるいはジャーナリズムの改革をしようと思っても、資金がないために断念せざるを得ないのが、米国の中小地方紙の現状であろう。そのために、一部の新聞社は、「ピュー・センター」など、民間の基金から援助金をもらってパブリック・ジャーナリズムを始める例が多い。米国のパブリック・ジャーナリズムを推進する最も有名な団体であるピュー・センターは、2000年には15のパブリック・ジャーナリズム・プロジェクトに合計約24万ドルを拠出している。単純に計算して、ひとつのプロジェクトあたり約16,000ドルが与えられていることになる（[www.pewcenter.org/about/pr\\_2000projects.html](http://www.pewcenter.org/about/pr_2000projects.html)）。このような資金は中小の地方紙にとってはとても心強いものだ。しかし他方で、報道の中立性を保つためには報道機関の財政的独立はその大原則であるべきことは言うまでもない。果たしてピュー・センターのような「非営利団体」が特定の特集や連載に関してスポンサーをするということは、報道機関の独立に支障を来さないだろうか。それは一般の私企業によるスポンサーシップとは異質のものであると断定できるであろうか。パブリック・ジャーナリズムの財政に関しては、このようなジャーナリズムの財政の独立、という観点からも批判が向けられているのである。しかし、多くの財政的に苦しい地方紙は、そのような援助をぬきにしては、新しいことは何も起こらぬままにやがて消滅していくか、さもなくば大手のチェーンに吸収されていくか、という選択しかないのが現状であろう。

## (6-2) ジャーナリストは何のために？

「ジャーナリストは何のためにあるか？ (What are journalists for?)」これはローゼンが 1999 年に出版した著作のタイトルである。これは、パブリック・ジャーナリズムを突き動かす究極的な問いであろう。ローゼンは、ジャーナリストは、コミュニティの諸問題の解決を導く報道をする任務があると主張し、そのことがパブリック・ジャーナリズムとこれまでのジャーナリズムとの大きな違いであることを一貫して主張してきた。つまり従来のジャーナリズムは、常に中立の立場を貫くよう努め、そこから客観報道を提供することを自らの使命としてきた。ところが、パブリック・ジャーナリズムのジャーナリストたちは、自らもコミュニティの一員とであるというアイデンティティを持ち、自分たちの仕事をもたらす結果にまで責任を持つことを主張するのである。従って、パブリック・ジャーナリズムの倫理とは、従来のジャーナリズムのように、その取材過程や手続きにおいてだけで決まることはなく、コミュニティに貢献しているかどうか、という成果によっても測られることになる。

そのようなパブリック・ジャーナリストたちの「問題解決型ジャーナリズム」の姿勢は、米国のニュース・ジャーナリズムが長年築き上げてきた「客観的報道」への挑戦である。しかし、伝統的ジャーナリズムの擁護者はパブリック・ジャーナリズムのそうしたあり方を次のように非難している。ジャーナリストがコミュニティにおける「オブザーバー」の地位を捨てて「参加者」の立場を取れば、必然的にその報道はジャーナリスト個人に関わった「バイアス」がかかるのではないだろうか。そしてそのことは、長年の間に築かれてきたメディア・インスティテューションへの信頼性を剥奪する事態になりかねないのではないか。社会の中で中立を守る姿勢こそがジャーナリズムの力の根源であり、信用を生む所以であったのではなかったか。

また、パブリック・ジャーナリズムのさらに大きな問題は、市民フォーラムなどを通して、一般市民にジャーナリストの権限であるアジェンダ設定の一部を明け渡すことである。そもそも伝統的にアジェンダ・セッティングはジャーナリズムの大切な機能である。それを市民の手に委ねることは、ジャーナリズムの重要な役割を否定したことになるし、一般市民にどれだけそのような能力が備わっていると言えるか。とりわけ新聞ジャーナリストたちにとって、自分たちのコラムや論説の場を市民たちの「おしゃべり」の場のために譲ることは、自らのプロフェッショナリズム、あるいは職業的プライドを否定することにつながる。それは伝統的ジャーナリストたちの不満につながり、ジャーナリズム内部の亀裂の原因となっている。この傾向は先の『スター・トリビューン』紙の事例で見られたとおりである。

市民によるアジェンダ・セッティング機能の請け負いの是非を問うべき端的な例として、米国社会の犯罪状況の報道が挙げられよう。実際のところ今日、米国の各都市においては、犯罪率は減少傾向にある。にもかかわらず、世論調査によって市民の関心事は依然として

「犯罪」がトップとなる。そのときにパブリック・ジャーナリズムの方法に従えば、「犯罪」というテーマが市民の関心であるために、優先されて報道されることになる。ところが、社会には犯罪以外にも、顕在化していない様々なイシューや問題がある。それを開拓していく、つまり公共圏の開墾作業がジャーナリズムであるとすれば、アンケート調査を行い、今市民が一番の関心事であるとされる事柄にプライオリティを置いて報道をすることは、果たしてローカル・ジャーナリズムの役割としてどこまで適切であろうか。わかりやすい市民の嗜好をもとにアジェンダの優先順位をつけることはジャーナリズムの幅を狭めるだけでなく、ポピュリズムの報道へと陥る危険さえはらむのである。

さらに加えるならば、パブリック・ジャーナリズムがいかに工夫を凝らして報道をしてみても、市民全体の知識のレベルが上がるというよりは、情報を持つ市民と、そうでない市民との間での知識のギャップがますます広がってしまうだけで、米国社会にもたらす効用は薄いという見方がある (Chaffee and McDevitt 1999: 183)。とりわけ地方紙の読者は社会の特定階層、つまり中流階級、しかも白人のメディアである。新聞というメディアがどのように内容を工夫したとしても、所詮は新聞が到達する社会グループにおいてしか知識の改善は見られない。教育程度が低く、政治的関心も低い米国社会のマイノリティやアウトサイダーたちにとって、パブリック・ジャーナリズムなど所詮何ら関連性のない出来事なのである。

### (6-3) 「コミュニティ」と「パブリック」の関係とは？

パブリック・ジャーナリズムではしばしば、その最大の使命を「コミュニティにおけるパブリック・ライフの活性化」という言葉で表現している。しかしながら、コミュニティとパブリック・ライフとはいかにつながるのであるだろうか。現代社会において「コミュニティ」とは何であろうか。

第 III 部 4 章で検討したとおり、コミュニタリアニズム思想の鍵概念でもある「コミュニティ」の解釈については、コミュニタリアンの間においても意見が分かれるところである。従って、たとえばコミュニタリアニズム思想において語られる「コミュニティ」概念が、パブリック・ジャーナリズムで論じられている「コミュニティ」とどのような整合性を持つのかは、実際には多くの議論の余地があるイシューであろう。しかし多くのパブリック・ジャーナリズムの現場においては、そのような観点からの議論はあまりなされぬまま、「新聞販売地域（あるいは放送到達地域）＝パブリック＝コミュニティ」が暗黙の前提となっているようだ。そのため、パブリック・ジャーナリズムが依拠するものが極めて保守的な「お国」意識となってしまうたり、またそれがめざすものは、現代社会にはあり得ない「ネイバーフッド・ノスタルジア」であると批判されている (Schudson 1999; Pauly 1999)。



メディア・歴史学者の M.シュドソンは、パブリック・ジャーナリズムのこれまでの議論を検討・分析し、それが仮定している「コミュニティ」概念を、以下のようにまとめている。

1. ネイバーフッドはコミュニティでありコミュニティは地理的なものである。パブリック・ジャーナリズムの言葉では、コミュニティとネイバーフッドを同一視している。
2. “政府”という言葉は、ほとんどコミュニティの反対として想定されており、コミュニティの一部であるとか、コミュニティの媒介役であるとか、あるいはコミュニティの代表、コミュニティの発話のフォーラムであるとは考えられていない。パブリック・ジャーナリズムでは、人々は政府に任せるのではなく、自分たち自身で決定を下そうと呼びかけるメッセージが繰り返される。(…)政府とは、このような用法においては、人々の声ではなく、官僚やエリートの機構であり、コミュニティとは切り離されたものであるということになる。
3. コミュニティとパブリック・ライフは対立するのではなく、共鳴するものであり、連続する理想である。

(Schudson 1999: 128)

そして、これらの各点ひとつひとつに対して、シュドソンは異論を唱えている。

まず第一番めの点では、現代とはニューイングランド時代の人種的、宗教的、あるいは思想的に均質な自治体を想定して統治できるような時代ではないにもかかわらず、パブリック・ジャーナリズムの多くのテキストは、ネイバーフッドを重視し、タウン・ミーティングの伝統を継承しようと夢見ていることを批判している (Schudson 1999: 126)。また、第二点めに関しては、現代社会において、コミュニティとは政府や自治体の機能がなければ成立が不可能であるにもかかわらず、コミュニティと政府を両極端の社会的事象と見なすことも、矛盾をはらむ議論であり、問題視されるべきであると主張している (Schudson 1999: 129)。そして、とりわけ第三の点、パブリックとコミュニティとがいかなる関係にあるのかを明らかにすることについては、シヴィル・ソサエティとパブリック・ライフの今日的議論を必要とし、そこにパブリック・ジャーナリズムが抱える最大の困難性が横たわっていることを述べている。

政治とはパブリックな領域に属するものである。それは共同体のものではない。(…) コミュニティとは感情と信頼によって支配されているが、パブリック・ライフとは、コミュニティに横断して重要な論点を包摂する存在である。

パブリック・ライフにおいては、同じ価値観もなく、信頼もなく、不安と憎しみさえ持つ人々の間にまたがる諸問題が、解決されるよう要請されているのである。(Schudson 1999: 131)

シュドソンは、社会がコミュニティの恣意的かつ、ともすれば抑圧的な倫理に偏らないためには、近代の自由主義が達成してきた理念としての〈パブリックなるもの〉を浸透させていくことが重要であると論じている。では、現代におけるパブリック・ライフの構築とは、何か。それは、知らない者同士が出会ったとしても、公開されたルールを遵守しながら互いを倫理的同等者として扱い、そこに共通の生活基盤を築く、ということに他ならない。パブリック・ジャーナリズムが真の意味で〈パブリックなるもの〉を重要視しようとするならば、「コミュニティ」ではなく、そのような意味での「パブリック・ライフ」に貢献することを考えるべきである、と結論付けている(Schudson 1999: 131)。

米国にはパブリック・ライフについて論じるとき、歴史的伝統に基づくリパブリカニズム、ボランティアズム、あるいはアソシエーションリズムの理想が存在し、それらの理想が「米国シヴィル・ソサエティ」へと実現されるべきであると論じられる傾向がある。またそうした「米国シヴィル・ソサエティ」の理想が今日、産業化と技術革新の中で衰退しつつあることも批判されている。この批判的言説はさらに、近代化のプロセスが古きよき米国の理念を市民から奪い去ったことを指摘するとともに、そのような近代化の代償としての米国社会のモラルが低下したことを歎く。そのような言説は、ともすれば極端に保守的な伝統主義者たちの言説との近似形に陥っていく。米国における「パブリック・ライフ」の議論は、ヨーロッパのコンテクストには見られない、保守と革新の微妙なバランスの上に行っているのである。

J.L.コーエンは、法律や権利、公共圏といった近代社会がもたらした数々の成果をオミットし、市民の共同体概念だけを強調する米国の「シヴィル・ソサエティ」概念の論じ方を「アメリカン・シヴィル・ソサエティ・トーク」と呼んで批判している。そのようなアプローチをとれば、近代が実現した個人の諸権利、および公共性と自由の保障は、結局市民にとってネガティブな影響しか持たなかったという主張に転落してしまうことになりかねない。今日の米国におけるノスタルジックな「市民文化の凋落」言説は、懐古主義のおしやべりに過ぎず、現代社会における様々な病理の原因を切開する手だてとはならない、とコーエンは厳しく批判している(J.L.Cohen 1999: 77)。

重要な問題は、国家や法律や専門職業が、シヴィル・ソサエティの自律性やパブリックおよび市民性の活力を強化するようにデザインされているかどうかを考えることである。注目すべきは制度的構造なのである。そのような制度が、

シヴィル・ソサエティにおける組織的イニシャチヴやパブリックな表現にいか  
に影響を行使しているか、あるいはそれらを取り込んでいるかどうか、という  
点である。(J.L.Cohen 1999: 78)

すなわち、シュドソンの議論においても、コーエンの議論においても主張されるところ  
は、かつてのニューイングランドへのノスタルジアや失われた米国の理想への希求は、今  
日の「ネイバーフッド・コミュニティ」の内部の多様性やコンフリクトをいかに解決して  
いくかという指針を示すものとは到底なり得ない、ということだ。過去にあったフェース・  
ツー・フェースを基盤としたネイバーフッドは、現代社会にはもはや大きな意味を持たな  
い。それは多くの場合、偶発的で、“押し付けられた”コミュニティである。現代社会にお  
いて意義が見出される「コミュニティ」とは、むしろ、興味、あるいは利害を共有するエ  
スニック・マイノリティの団体、女性サークル、自然環境保護グループ、など、共通の価  
値目標に向って形成された別の意味での「コミュニティ」である。それらは地理的な境界  
線とは無関係のものなのである。

#### (6-4) ジャーナリズムの改革＝公共圏の改革？

パブリック・ジャーナリズムは報道方法の改革だけではなく、コミュニティのパブリッ  
ク・ライフの活性化を推進するという姿勢において、従来のジャーナリズムと大きく異な  
るということを、これまでの様々な議論の中で確認してきた。そのような姿勢によって、  
パブリック・ジャーナリズムは、1990年代において米国におけるジャーナリズム業界およ  
び研究者の議論の場を席卷したと言ってもよいだろう。こうした議論の中で、パブリック・  
ジャーナリズムは革命的 (revolutionary) (Christians 1997: 19) なジャーナリズム思想  
とまで論じられて、その役割が期待されてきた。「パブリック・ジャーナリズムがパブリ  
ック・ライフのサポートシステムとなり、民主主義の支柱となる」という言説は、確かに  
停滞気味の米国新聞界に新たな息吹を送り込んだ。しかしながら、そのような議論の高  
まりの中で、パブリック・ジャーナリズムは、ジャーナリズムの機能をあまりに過大評価  
しているのではないか、という批判が聞かれる。

これらの批判者たちは、パブリック・ジャーナリズムの実践を評価しながらも、たとえ  
ジャーナリストたちがパブリック・ジャーナリズムという名のもとにいかに関わり、  
ジャーナリズムに工夫を凝らしても、民主社会の再構築という目標には決して到達すること  
はできないだろう、という醒めた態度を示す。この批判についてやや詳しく検討してみよう。

我々はまず、パブリック・ジャーナリズムを改革の運動として考えるとき、それはこれ  
まであくまでもマスメディア制度内部の改革にとどまってきたという点を想起しなければ  
ならない。しかも、パブリック・ジャーナリズムは、プレス制度改革のオプションの中

でさえも「保守的」(Schudson 1999: 122) である、と分析されている。

パブリック・ジャーナリズムにおいてはジャーナリストや彼らが属する会社から権力を奪うことはない。(…) パブリック・ジャーナリズムは市民を優先させ、新聞紙面に新しい声を掲載し、ニュースのアジェンダを設定する権利をコミュニティの個人やグループとともに分かち合うことを奨励している。しかしそうだとすると、何を書いてどれを印刷するかということを決める権利は、ジャーナリスト側に残ったままである (Schudson 1999: 122-123)。

シュドソンを初め、パブリック・ジャーナリズムの批判者たちは、編集局においてマイノリティ・グループ出身のジャーナリストの割合を増やす、メディア制度におけるオンブズマンの役割の強化する、プレス評議会を創設する、など市民によるジャーナリズムへのより広汎かつ直接的参加を促す、など着手すべき有効な制度案は他にも多くあることを指摘している。ところがパブリック・ジャーナリズムでは、そのような試みには注意が向けられず、現状制度維持の枠内で内部メンバーが改善提案をすることに留まっている。そうである限りは、パブリック・ジャーナリズムは「企業のマーケティング」であるとか「PR活動」であるという謗りは免れないだろう。

このようにパブリック・ジャーナリズムとは、現状制度を壊すことなく、すべての選択肢の中からの「中道」を行く改革であることから、まさに 1990 年代のクリントン政権時代の産物だという指摘もある。

それは右翼の喧伝者たちからも、左翼でパブリック・ライフから逸脱した芸術家たちからも、そして非政治的な社会学者たちからも、左派のアイデンティティ・ポリティクス賛同者やアカデミズムの中のポスト・モダニストたちからも等距離を置いている。(…) パブリック・ジャーナリズムが好んで用いる言葉は、クリントンと同じく「誠実さ (sincerity)」である。(Peters 1999: 114)

しかしながら、パブリック・ジャーナリズムの中道、あるいはともすれば保守的傾向は、このように 1990 年代の時流によるとするだけでなく、米国のコミュニタリアニズム思想に通底する、根源的なところに起因していると筆者は分析する。たとえば米国初期のコミュニタリアニズムの保守性について、以下のような説明があるので引用してみよう。

(コミュニタリアニズムとは) 漸進的な手段による社会改革の主張である。  
それは非革命的な「実験的手法」であり、まず実験的に一つの「共同体」を建

設し、本当に良いものを作れば皆がそれを真似て、やがて共同体制度が社会全体に広がり、その目指す理想社会が実現するだろう、という穏健な立場である。

(宇賀 1995: ii-iii)

この説明は、まさにパブリック・ジャーナリズム運動の姿勢と見事に一致する。パブリック・ジャーナリズムがジャーナリスト、およびジャーナリズム研究者によって唱導され続けることによって、ジャーナリズムのユートピアは構想されても、その問題の原因となっているマスメディアの利害が暴露されることはない。この運動はコミュニケーション産業が経済的あるいは政治的にどのようにコントロールされているか、あるいはその所有関係がいかなる状態にあるか、そしてメディアの私有制度は社会的にどのような帰結をもたらしてきたかなどの関心を後回しにしてしまう危険があるという指摘 (Hardt 1999: 206) は、このような観点から至極妥当であり、重要なのである。

さて、ジャーナリズムを改革する方法は様々にあるとしても、果たしてジャーナリズムに社会全体のパブリック・ライフの改革をする力があるであろうか、という疑問は我々に残されたままである。筆者は、様々なパブリック・ジャーナリズムの議論と実践を検討してきたが、多くのパブリック・ジャーナリズムの議論は、地方紙の改革がジャーナリズムの改革を意味し、さらにそれは公共圏の改革へとつながっていくと期待しており、そこはかなり単純化された直線的思考が付着しているように感じられた。次の文章は、現代社会におけるジャーナリズムの役割についての筆者の感覚、あるいは予感を言い表すものである。

プレスとは民主主義にとって欠かせないものではある。しかしそれは、パブリック・ライフにおける多くの制度や実践のひとつに過ぎない。パブリック・ジャーナリズムはプレスを民主主義の救世主であるように賞揚しているが、それは革新派の古い希望に過ぎない。(Peters 1999: 111)

現代社会において、ジャーナリズムとは〈パブリックなるもの〉において、どこまで原動力として機能を発揮できるか。それはパブリック・ライフの中の単なるひとつの要素にすぎないのではないか。ジャーナリズム研究も、民主主義制度の中の要素のひとつを対象とした研究にすぎないのではないか。複雑を極める現代において、何かを世界の中心に据えて諸問題解決のための万能なる処方箋を出すことが不可能なことは、ルーマンが、そしてハーバーマスが言及していることであった (第II部第4章および第III部第5章を参照)。「ジャーナリズムこそ、民主主義を改革する」—そのようなジャーナリズムへの一途な思い入れは「危険であり、単純であり、ナイーヴである」(Zelizer 1999: 167) という言葉を

常に念頭に置いておくことは、民主主義社会実現への永遠に続く長い道のりに留まり続けるために必要なのではないだろうか。そのことをパブリック・ジャーナリズムの議論を通して、逆説的にはあるが、研究者も、そしてジャーナリストも改めて認識しておくことが重要ではなかろうか。

#### (7) 結語—米国社会とパブリック・ジャーナリズム

本章でパブリック・ジャーナリズム運動を検討したことによって、今日の米国社会、ならびにそのマスメディアとジャーナリズムに関する問題の所在がいくらか明らかになったと思う。この運動はジャーナリストたちが米国社会の様々な社会問題をわが事として引き受けて、それをできるだけジャーナリズムの力で解決していこうとするだけに、米国市民の危機感、社会状況、そしてとりわけマスメディアとジャーナリズムに関わる諸問題が真剣に議論されている。前項においても触れたが、パブリック・ジャーナリズム運動は、社会の変革までも射程に収めた大変真剣な試みである一方で、ジャーナリズムの力に期待する度合いがあまりに大き過ぎるとも言える。そのために、この運動は「成功する」かどうか、という物差しで測るのはあまり意味がないだろう。パブリック・ジャーナリズムで解決できるほど、米国の社会問題が簡単でないことは、おそらくパブリック・ジャーナリストたちは皆、承知の上であろう。それでもなお、ジャーナリズムに希望を持ちながら、ジャーナリズムの改革を進めていこうとする背景には、米国文化固有の、ジャーナリズムへの思い入れがあるからなのかもしれない。

米国においてジャーナリズムという職業にはある「神聖な響き」(Sparks 2000: 1)があると言われている。それは他ならぬ修正第一条によって保障されている「言論・表現の自由」への強固なる信念に由来するのだろう。第II部第3章で言及したとおり、米国においては「言論・表現の自由」思想が歴史の中で「純粹培養的な特異な発展を遂げた」(内川 1989: 375)。パブリック・ジャーナリズム運動が、かくも米国ジャーナリズム界に大きな論争を巻き起こしたのは、伝統的で今日も根強く信奉されている自由主義的「言論の自由」思想に抵触するからである、と見ることができる。しかし、「言論の自由」の解釈に関して相互に異論があっても、ジャーナリズムという職業に尊厳を置く態度においては、パブリック・ジャーナリズムを支持するジャーナリストたちにおいても、伝統的米国ジャーナリズムに固執するジャーナリストたちにおいても、共通することを見て取ることができる。

本章の最初に、パブリック・ジャーナリズムは、プレスについての実験であり、プレスにおける運動であり、プレスによる冒険であることを述べた。パブリック・ジャーナリズムが受けたこれまでのリアクションについて、ローゼンは、次のように述べている。

(パブリック・ジャーナリズムに対するこれまでの保守派の一筆者注) リア

クションは、多くの場合、深く刷り込まれた反射的態度である。それらは、米国のデモクラシーが危機に陥っていることを何とかしようとするジャーナリストたちのより踏み込んだ姿勢を妨げる。このような態度はジャーナリストの仕事に対して、実験の余地さえ許さない本質主義的なものである。そうした態度とは、プレス歴史を狭く理解しているために、伝統が革新や改革を妨げている例である。その態度はまた、ジャーナリストが何のために存在するのかというイメージを凍結してしまっており、業界における市民のイメージをゆがめてしまっている。さらにその態度とは、メディア時代における複雑な権力の中にあるにもかかわらず自らはその無罪を言い張るものであり、プレスが政治的アクターとなって行動の目的について決断を下すことを拒否するものである。それは別の場面においては、プレスとそれを見つめる公衆との間に安全な距離を確保することを望む。しかしそのようなことは、真摯な職業人としては、一番恐れなければならないことなのである。(Rosen 1999: 206)

ローゼンは、米国の〈マスメディア・ジャーナリズム〉が腐敗しているにもかかわらず、「言論の自由」思想を盾に様々に免罪されていることに対して厳しい批判を展開している。そしてマスメディアが「言論の自由」という思想を非常に功利的かつ現世的御利益のために利用していることを戒め、「言論の自由」が社会において持つ真の意味を問い直そうとしている。その意味で、この運動は中世の教会の墮落を痛烈に批判し、聖書の言葉だけを信じてもう一度キリスト教の根本精神に立ち帰ろうとしたルターらによる宗教改革の精神に通ずるものがある。事実ローゼンたちは「ニューズルームの福音主義者たち」(Corrigan 1999)とも呼ばれているのである。

米国は、そのマスメディアおよび情報産業の発達において、世界中のメディア・娯楽・情報産業の最先端を走ってきた。またそのジャーナリズムもその最先端技術のメディアに搭載されてグローバルなメディア文化あるいはニュース文化のヘゲモニーを握ってきた。しかしながら、米国のマスメディアおよびジャーナリズムが固執する伝統は、建国以来頑なで、ともすれば歴史的視点の脱落した、視野の狭い思想に依拠している。そのことは、パブリック・ジャーナリズムを支持する論者たちの議論から明らかであろう。つまりパブリック・ジャーナリズムという米国地方紙の運動を通して、我々は今日世界のありとあらゆる場所で接する米国の〈マスメディア・ジャーナリズム〉が持つ、特殊なイデオロギー性を再確認することができるのである。

21世紀を迎えてパブリック・ジャーナリズムの運動は、やや停滞気味である、と米国メディア学者からの声を聞く。しかし、この運動がたとえ消滅したとしても、ローゼンの「ジャーナリストは何のためにあるか？」という問いは消えることなく、問われ続けられるべ

きであろう。パブリック・ジャーナリズムが提起したこの問いは、地方紙の販売地域や、あるいはメディアの到達範囲を超えて、より大きな枠組みで考えられてしかるべきである。これまでメインストリーム・ジャーナリズムは、「言論の自由」を防禦するために、この問いの答えを現代社会のコンテキストにおいて模索することに消極的であった。しかしながら、今日の情報化、グローバル化の中で、もう一度ジャーナリズムの社会における役割と機能を柔軟に考え、分析することは、米国社会を初め、その他多くの先進国社会が抱えるマスメディアとジャーナリズムの矛盾に、新しい光を与えてくれるのではないだろうか。



主に参照した URL:

米国新聞市場の一般的統計:

Facts about Newspapers 2000 <http://www.naa.org/info/facts00>  
Deliberative Opinion Polling に関するサイト: <http://www.la.utexas.edu/research/delpoll/>;  
<http://www.pbs.org/results/index.html>

ピュー・センター: <http://www.pewcenter.org>

ポインター・インスティテュート: <http://www.poynter.org>

Star Tribune 紙: <http://startribune.com>

シャーロット・プロジェクトに関して: <http://www.yvyv.com>, <http://www.newsobserver.com>

一次資料:

Pew Center for Civic Journalism: *News Futures: Civic Innovations in Reporting*. The James K. Batten Symposium and Awards for Excellence in Civic Journalism. May 12, 1998.

Pew Center for Civic Journalism: *A Citizen's-Eye View: Civic Journalism, Civic Engagement*. The James K. Batten Symposium and Awards for Excellence in Civic Journalism. May 3, 1999.

Pew Center for Civic Journalism: 'Civic Journalism Is...' True Stories from America's Newsrooms.

Pew Center for Civic Journalism: *Tapping Civic Life. How To Report First, and Best, What's Happening In Your Community*. Second Edition. A Pew Center for Civic Journalism Workbook. Prepared by the Harwood Institute for Public Innovation. April 2000.

その他、Star Tribune 紙のデータベースおよびビデオ・ライブラリーを活用。

インタビュー:

筆者はこの第 4 章を作成するにあたり、2000 年 3 月 20 日から 3 月 24 日にかけて米国ミネソタ州ミネアポリス市にある Star Tribune 紙で編集局参与観察、ならびに記者やエディターへ面接インタビューを行った。また 3 月 21 日にはミネアポリス州アフリカ系米国人専門ラジオ局 KMOJ にてラジオ局の取材を行った。また 3 月 22 日には KTCA-TV 局で開かれた「ミネソタ・シティズンズ・フォーラム」を観察した。その際参加したテレビ局の職員、参加した市民たちへのインタビューも実施した。

インタビューした人たち:

Tim J. McGuire, Editor and Senior Vice President. *Star Tribune*.

Larry Werner, Reader Involvement Editor. *Star Tribune*.

Brad Stokman, Project Coordinator, Minnesota Citizens' Forum. *Star Tribune*.

Bob von Sternberg, National Correspondent. *Star Tribune*.

Vusumuzi Zulu, KMOJ Station Manager.

KMOJ スタジオに集ったアフリカ系アメリカ人の番組参加者たち。

その他ミネソタ・シティズンズ・フォーラムに参加した人たち。

また、滞在中以外にも Star Tribune 編集部と多くの電子メールおよび郵便でのやりとりを行った。筆者の質問を受けて、いつも丁寧に返答をくださり、あるいは社内各部署の担当者を紹介してくださった、Larry Werner 氏にはとりわけ感謝の意を表したい。

さらに 2000 年 3 月 23 日にはミネソタ大学 School of Journalism and Mass Communication、ならびに Silha Center for the Study of Media Ethics and Law を訪問した。その際 Prof. W.A. Babcock, Prof. J.E. Kirtley, Prof. D. Sullivan, Prof.(emeritus) D. Gillmore から本論を書くにあたり、米国のジャーナリズムおよびマスメディアの現状、ならびにパブリック・ジャーナリズム研究の動向などについて多くのアドバイスを得た。合わせて感謝したい。

第IV部 第4章 (307-355頁) の註

<sup>1</sup> 藤田は「パブリック・ジャーナリズム」について「あえてひと言に要約するなら、市民とジャーナリズムをより緊密に結びつけようとする報道手法」(藤田 1997: 4)としている。筆者は本稿でこの定義を出発点としながらも、それは単なる報道手法だけではなく、米国におけるジャーナリズムのより原理的、思想的な変革をめざそうとする運動として定義していきたい。

<sup>2</sup> 「パブリック・ジャーナリズム」も「シヴィック・ジャーナリズム」もほぼ同意義語として使われるが、やや異なるニュアンスを持つ。「パブリック・ジャーナリズム」という言葉においては、民主主義におけるジャーナリズムの責任を追求しながら、ジャーナリズム内部の様々な制度改革を志向しているのに対し、「シヴィック・ジャーナリズム」という言葉は、ジャーナリズム内部というよりは、その外側にあるコミュニティの再建を運動の照準に据え、そこにおける政治討論のプロセス改革に奉仕するジャーナリズムの役割とは何かを模索している。ただし両者のコンセプトはお互いを排除し合うものではなく、両語とも相互互換性を持って使われることが多い。(Cf: Chaffee and McDevitt (1999) pp.177ff)

<sup>3</sup> 全米において既に 600 の新聞がパブリック・ジャーナリズムを実践しているという統計もある (Corrigan 1999: 54)。

<sup>4</sup> ローゼンの最近の著書 *What are the Journalists For?* の第3章は “Applying Practice to Theory: Case Studies in Public Journalism” (実践を理論へ適用する: パブリック・ジャーナリズムの事例研究) と題されている。そこではローゼンが、自分が直接関わっていない全米各地の様々な実験を知ることを通じて、パブリック・ジャーナリズムの理論を補強し、さらにその正当性への理解を深めていったことを述べている (Rosen 1999: 83ff)。

<sup>5</sup> Don Gillmore, University of Minnesota, 3月23日のインタビューにて。

<sup>6</sup> ローゼンは『ニューヨーク・タイムズ』と『ワシントン・ポスト』が「パブリック・ジャーナリズム」をいかに論じてきたかを詳細に検討している。とりわけ『ニューヨーク・タイムズ』が「パブリック・ジャーナリズム」を批判的に扱ってきたことを取り上げている (Rosen 1999: 211ff)。

<sup>7</sup> ローゼンは「パブリック・ジャーナリズム」を5つの側面に分けている。ひとつは「パブリック・ジャーナリズム」は現代社会とジャーナリズムの関係を論じる「議論 (argument)」であること、ふたつめにそれはジャーナリストがそのような議論の中で従来のジャーナリズムとは異なった手法で報道を試みる「実験 (experiment)」であること、3つめにはジャーナリストと学者が協力してそのような報道を持続させる「運動 (movement)」であること、4つめにはアメリカにおけるジャーナリズム概念をめぐる「ディベート (debate)」であること、そして最後にオルターナティブなプレスのあり方自体を探る「冒険 (adventure)」であること、と記述している。(Rosen(b) 1999: 262-263)

<sup>8</sup> なお、アメリカ人のアソシエーション参加については、「地域共同体の問題の解決に従事する組織においては活動的なメンバーの数が多いが、政党や政治的クラブ・組織の会員数では比較的低い」ことも指摘されている。アメリカ人は「政治」よりも自発的な地域組織を好むという傾向がある (ベラー 1985=1991: 381)。

<sup>9</sup> たとえば J.L.Cohen の批判。J.L.Cohen 1999, p.60 以下を参照されたい。

<sup>10</sup> たとえば、Dionne, E.J.Jr. (1991) *Why Americans Hate Politics*. New York: Simon & Schuster. および、Sullivan, William M. (1999) *Making Civil Society Work. Democracy as a Problem of Civic Cooperation*. In: R. Fullinwider (ed.) *Civil Society, Democracy, and Civic Renewal*. Lanham, Boulder, New York, Oxford: Rowman & Littlefield, pp. 31-50.

<sup>11</sup> たとえば教育の現場における「アフリカ中心主義 (Afrocentrism)」といわれる思想・

#### 第IV部 第4章 (307-355 頁) の註

カリキュラム改革運動がそれである。この運動は、黒人の子供たちが「奴隷の子孫」として自信と自尊心を奪われて社会的・経済的に成功できないままにいることの改善をめざしている (辻内 1994: 45)。

<sup>12</sup> このような選挙戦の悪例として引用されるのは 1988 年の大統領選である。本章 (4) 項を参照されたい。

<sup>13</sup> ピュー・チャリタブル・トラストが運営するピューセンター・フォー・シヴィック・ジャーナリズムは、研究会や勉強会、ワークショップを定期的に行ったり、過去の研究事例を評価、批判する出版物および議論の場を設けている。また、年に一回 Batten Award と称して、優秀なパブリック・ジャーナリズムを表彰している。

<sup>14</sup> ケタリング・ファウンデーションは、オハイオ州デイトン (Dayton) のデイトン・デイリー・ニュースを支援した。それはティーン・エイジャーによる犯罪を減らすこと、また家庭生活の健康問題をフォーカスした報道をパブリック・ジャーナリズムの実践として、援助した (Lambeth 1998: 21)

<sup>15</sup> ナイト・ファウンデーション (John S. and James L. Knight Foundation) はパブリック・ジャーナリズムの理論的支援者であり、メディア研究者である J. ローゼンの研究「パブリック・ライフとプレス」へ資金を提供した (Merritt and Rosen 1998: 49)。

<sup>16</sup> こうした NPO が今日のジャーナリズムに果たす役割については、藤田論文 (2000) に詳しいので参照されたい。

<sup>17</sup> このような主張は、20 世紀半ばに提出された社会的責任理論の批判と符合する。社会的責任理論については第 II 部第 3 章を参照されたい。

<sup>18</sup> 原著では Dewey (1927), p.137。

<sup>19</sup> フロリダ州セント・ピーターズバーグにある非営利目的のジャーナリズム研究所。研究所は地元紙『セント・ピーターズバーグ・タイムズ』紙を所有している。同紙の発行者、N.ポインターが 1975 年に設立した。 (<http://poynter.org>.)。

<sup>20</sup> ノース・カロライナ州のこの「選挙年」には大統領選の他に上院議員選、知事選などが行われた。

<sup>21</sup> これはポインター・インスティテュートから出版された、1992 年に行われた「シャーロット・プロジェクト」の報告書であることを断っておく。著者のミラーは、同インスティテュートの研究員である。

<sup>22</sup> シャーロット・オブザーバー紙はプロジェクトのために選出された当時、既に 4 つのピューリッツァー賞を受賞しており、政治報道において名声を得ていた。しかも独自の市場調査会社を持つナイト・リッダー系列の新聞であり、オピニオン・ポリングにおいても経験と実績を誇っていた。なお、1992 年当時の同紙の発行部数は 238,000 部、日曜版は 300,000 万部。またシャーロット市の人口は 1992 年において 511,433 人、それが位置するメクレンバーグ郡の人口は 1,162,093 人であった (Miller 1994)。

<sup>23</sup> メリットは 1993 年から一年間、新聞社を退職してパブリック・ジャーナリズムの研究に専念した。「同僚たちはそのことにとても驚いた。サバティカルという慣習はアカデミズムにおいては理解され、日常的に行われているのに対し、私企業のジャーナリズムではほとんど聞いたこともない習慣である。(…) しかしナイト・リッダー (『ウィチタ・イーグル』紙のオーナー: 筆者注) は一年間フルに退職することをあっさりと認めてくれた。それはきっと、新聞とそのコミュニティの将来への不安が会社にも大きなものとしてのしかかっていることの例証だった。」 (Rosen and Merritt 1998, 43) と語っている。メリットは、こうして今日までパブリック・ジャーナリズムの創始者として多くの講演を行い、著書を発表して、ジャーナリズムとアカデミズムの両方において、パブリック・ジャーナリズムの思想を主張し、活躍している。

---

#### 第IV部 第4章 (307-355頁) の註

- <sup>24</sup> メリットは1993年12月に初めて、彼のアイディアを「パブリック・ジャーナリズム」と呼んでいる (Dykers 1998: 57)。
- <sup>25</sup> 投票率の向上は、『ウィチタ・イーグル』紙の場合にも報告されている。1990年のカンザス州知事選挙の投票率は、同紙の売られている地域において高かった (Rosen and Merritt 1998: 37)。
- <sup>26</sup> ちなみにノース・カロライナ州の上院議員には共和党超保守派長老 J. ヘルムズがいる。彼はこの「あなたの声、あなたの一票」の取材をことごとく拒否したという (Jackson 1997: 97)。しかしそれにもかかわらず彼は再選された。
- <sup>27</sup> 『ニュース・アンド・オブザーバー』紙は、紙面の全体にパブリック・ジャーナリズムを展開している尖鋭的例として全米新聞業界で有名である。
- <sup>28</sup> たとえばパブリック・ジャーナリズムの批判者として先に挙げた NBC 社長 M. ガートナーがそのような批判の最先鋒に立っている (Corrigan 1999: 109)。
- <sup>29</sup> デリバラティヴ・オピニオン・ポリングは米国各地において1970年代に徐々に開発されていった世論調査法であった。それは米国陪審員制度にヒントを得て発達したという。これまでにこのメソッドによる調査は、米国ばかりでなく、英国、オーストラリア、ドイツ、デンマークにおいて実施されてきた。 ([www.auburn.edu/tann/tann2/project2.html](http://www.auburn.edu/tann/tann2/project2.html))。
- <sup>30</sup> 米国大統領選挙の流れは以下のようなものである。全国党大会のための代議員選出 (予備選挙か、党員集会による)、全国党大会で正副大統領候補を決定 (7~8月)、選挙運動、一般選挙 (11月の第1月曜日の次の火曜日) で大統領選挙人を選ぶ、大統領選挙人による投票 (12月の第2水曜日の次の月曜日)、開票 (翌年1月6日)、就任 (1月20日) (モース 1999: 222-223)。
- <sup>31</sup> 米国では、投票しようとする有資格者は、市町村の地方選挙登録事務所で有権者登録をする必要がある。予備選挙制度を採用する州の多くは、このとき政党所属を届け出て予備選挙への参加資格を得ることになる。そして米国の民主・共和二大政党の候補者は政党支持者、あるいは有権者一般 (州によって規定が異なる) が直接投票する予備選挙によって指名される。しかも、この選挙は州法に規定され、州によって管理運営される。政党の候補者指名という私的活動を公的選挙として行う点で、予備選挙は米国独特の制度である (モース 1999: 220-221)。
- <sup>32</sup> テキサス大学オースティン校、Department of Government には The Center for Deliberative Polling がある。フィッシュキン は Department のチェアマンであり、また同センターのエグゼクティヴ・ディレクターの肩書きを持つ。

第IV部 第4章 (307-355 頁) の註

<sup>38</sup> 1996年のデリバラティヴ・オピニオン・ポリングの結果の主なものは以下のとおりである。

イシュー (～に賛成する)	討論前	討論後	討論前後の変動
貯蓄のために減税すること。	66	83	+17
税率の均一化。	44	30	-14
教育や職業教育 (今のままでは少な過ぎると思う)。	72	86	+14
対外援助 (今の水準が適当であると思う)。	26	41	+15
福祉や医療保険は州ごとに決定されるべきだ。	50	63	+13
離婚の手続きを難しくするべきだ (家族の絆を強めるため)。	36	57	+21
世界の紛争地域に介入するため他の国々と軍事協力をすべきだ (米国は軍事介入を継続するべきだと強く思う)。	21	36	+17
米国の家族が直面する最大の問題は経済的な圧力である。	36	51	+15
米国の家族が直面する最大の問題は伝統的な価値観の崩壊である。	58	48	-10

([www.la.utexas.edu/research/delpol/Addendum.html](http://www.la.utexas.edu/research/delpol/Addendum.html) より)

<sup>34</sup> その他、同校の Center for Deliberative Polling は、英国において 1994 年に「犯罪」について、1995 年には「EU の問題」について、1996 年には「君主制」についてデリバラティヴ・ポリングを行っている。

<sup>35</sup> たとえば 1996 年に開催されたナショナル・イシューズ・コンベンションでは、調査に使う質問はシカゴ大学のナショナル・オピニオン・リサーチ・センターによって入念に作成され、また事前のブリーフィング資料などは「バイ・パルティザン・コミッティー」が結成されて共和党寄りでも民主党寄りでもない、政治的に中立的なパッケージを与えるよう力が注がれたという ([www.pbs.org/newshour/forum/january96/fishkin\\_1-19.html](http://www.pbs.org/newshour/forum/january96/fishkin_1-19.html) より)。つまり、各界からのエキスパートが結集して、市民の討論や意見にバイアスがかからないように多角的努力が払われた。しかし、このような作業には高度の知識と最上の努力が必要であることは言うまでもない。

<sup>36</sup> 発行部数 40 万部強で、ミネソタ州全体をカバーしている。米国では中規模の地方紙。現在はマックラッチ系列である。

<sup>37</sup> 『スター・トリビューン』紙はこのようなシティズンズ・フォーラムを企画し、開催すること、それをパブリック・ジャーナリズムとしてカバーすること、の 3 ステップを自らのプロジェクトとして行っており、またその財政もすべて 分たちで賄っている。しかしフォーラムなどは他のインスティテューションが企画し、新聞はその取材だけを行うというパブリック・ジャーナリズムの形もある。たとえばオハイオ州『デイトン・デイリー・ニュース』のように、地元の政治・ジャーナリズム研究所であるケタリング・ファウンデーションと提携し、同ファウンデーションが主催する DOP フォーラムを取材・報道する、という形式を取るものもある (Economist, August 22, 1998)。

<sup>38</sup> なおミネソタ州知事はかの有名な元プロレスラー、J. ヴェンチュラである。彼が選出されたときの選挙戦においても市民フォーラムが開催され、市民と政策をめぐる質疑応答やディベートが行われた。シティズンズ・フォーラムの担当者によると、当時市民の質問に明解な受け答えをしていたヴェンチュラはひととき目立つ存在で、市民の反応から彼の当

---

#### 第IV部 第4章 (307-355 頁) の註

選が予想されたという。

<sup>39</sup> このラジオ局 KMOJ はパブリック・ブロードキャスティングのひとつであり、非営利団体によって主に寄付金によって運営されている。スタジオのひとつは黒人居住地区にあるレストランに設置され、そこはアフリカ系アメリカ人の人種問題の告発および情報交換の場となっている。

<sup>40</sup> たとえばセント・ルイスの『セント・ルイス・ポスト・ディスパッチ』(Corrigan 1999: x) はその例である。そうした事例によって「パブリック・ジャーナリズム」はまるで「入信者」や「脱会者」を生む宗教セクトであるとさえ批判されている。

## 附録 1: 米国の新聞市場

(1) 米国日刊紙 発行部数別題号数  
Facts about Newspapers 2000 (NAA)

年	合計	5 万部以下	5 万～10 万部	10 万部～ 25 万部	25 万部以上
1950	1,774	1,571	82	84	35
1960	1,763	1,540	96	83	44
1970	1,748	1,491	127	92	38
1980	1,745	1,479	145	86	35
1985	1,676	1,418	141	82	35
1990	1,611	1,343	143	82	43
1995	1,533	1,300	125	66	42
1998	1,489	1,258	128	64	39
1999 <sup>1</sup>	1,483	1,244	134	65	40

米国の新聞市場も、中小の地方紙の数が圧倒的に多い。1999 年の統計においても、5 万部以上の発行部数のある新聞は全米で 239 紙、16.1%に過ぎない。

<sup>1</sup> Preliminary data.

Source: Editor & Publisher



(2) 米国主要新聞チェーン  
Facts about Newspapers 2000

	総発行部数	系列紙数
Gannett Co. Inc.	6,377,565	74
Knight Ridder	3,641,410	34
Advance Publications Inc.	2,778,774	23
Times Mirror Co.	2,392,308	9
The New York Times Co.	2,368,193	21
Dow Jones & Co. Inc.	2,311,305	20
MediaNews Group	1,794,362	50
E.W.Scripps Co.	1,412,061	21
The McClatchy Company	1,323,256	11
Hearst Newspapers	1,295,600	12
Tribune Co.	1,244,587	4
Cox Enterprises Inc.	1,106,608	16
Thomson Newspapers Inc.	1,097,967	48
U.S. Total	55,979,332	1,483
Top 10 Market Share	45.90%	18.5%

Sources: Audit Bureau of Circulations FAS-FAX, Sept.30,1999.

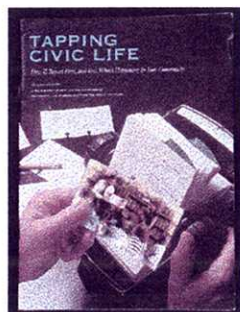
米国における新聞の集中化によって成長したチェーンの代表的なものに、ガネット社がある。年々数々の地方紙を買収して、その徹底的合理化を図り、チェーンを拡大していることで知られている。なおトップ 10 社発行の新聞が全米新聞題号数の全体に占める割合は 18.5%であり、またその発行部数の全米新聞発行部数の割合においては 45.9%にも上る。

以上の米国新聞市場データは、インターネット URL <http://www.naa.org/info/facts00>を参照した。



## 附録 2: パブリック・ジャーナリズムの方法

### ーピュー・センター・ワークブックの例



パブリック・ジャーナリズムには様々な方法やアプローチがあるが、その目的は新聞あるいは放送局のカバーする地域、すなわちその「コミュニティ」の住民たちとジャーナリズムとを接続していくことであろう。最初の試みから 10 年を経て、少しずつであるがパブリック・ジャーナリズムの方法はある程度確立されてきた、と言えよう。そこで「標準的な」パブリック・ジャーナリズムがどのように実践されているかについて、具体的な手がかりを得るために、筆者はここでパブリック・ジャーナリズムの代表的な支援団体であるピュー・センター発行のワークブック *Tapping Civic Life. How To Report First, and Best, What's Happening In Your Community. A Pew Center for Civic Journalism Workbook. Second Edition. Prepared by the Harwood Institute For Public Innovation. April 2000.* (以下 Workbook と省略) を要約する。

なお、このワークブックではパブリック・ジャーナリズムの代わりに、すべてシヴィック・ジャーナリズムという言葉が使われていることを断っておく。この 2 つはほぼ同義に使われてきたと見てよいが、そのニュアンスの違いについてなど、詳しくは、本文の注 2 を参照のこと。

#### パート I

この最初の段階では、以下の 4 つのフレームワークをもとに、シヴィック・ジャーナリズムの基礎を固める。

##### 1) 市民生活の場を発見すること。

シヴィック・ジャーナリズムでは伝統的なジャーナリズムが市民生活の多元的な層に目配せをしてこなかったことを省みて、コミュニティにおけるシヴィック・ライフをいくつかの層に分けて観察する方法を提案している。「ジャーナリストはこれまでたった 2 つのシヴィック・ライフ層にしかその時間を費やしてこなかった。ひとつはオフィシャルの層、そしてもうひとつはプライベートの層である。ルーティーンとしてオフィシャルの層につ

いてはカバーする。そしてストーリーによってはプライベートの層に出かけていって、個人的なリアクションや、プロフィール紹介やあるいは個人の身におきた悲劇や勝利のストーリーを取ってくる。しかし、その他のコミュニティにおける生活の層に対してはほとんど時間が費やされてこなかった。」(Workbook 6)

シヴィック・ジャーナリズムでは市民の生活が展開される層を次の5つに分けて観察する。

1. オフィシャルな場: コミュニティにおけるオフィシャルな政治およびインスティテューションの層。コミュニティの人々はパブリック・ヒアリングなどの場を通してそこに参加している。
2. 半オフィシャルな場所: オーガニゼーションとして成り立っており、そこには市民のアソシエーション、ローカルな政治同盟、政策支持グループなどの団体がある。
3. その他の場所: 市民が集まって会話をし、話し合いが行われ、行動を共にする場所。
4. 自然発生的な場所: 街角、マーケットや垣根ごしに市民が偶然出会って交流する場所。
5. プライベートな場: 人々のプライベートな家庭の場。

シヴィック・ライフが健全に営まれていれば、以上のような5つの場所は互いに連続性を持って交流があるはずであるが、それがうまくいっていないと、市民の関心事がいかに作られ、それらがどのように発話されいくかということをジャーナリストが追うことは難しくなる。それによって、ジャーナリストも一般の人々の感覚におけるコンテキストで報道を行うことが難しくなっていくのである。

## 2) コミュニティのリーダーたちを発見すること。

また、シヴィック・ライフでは様々なタイプのリーダーたちがいる。ジャーナリストは、それらリーダーのタイプを見分けながら、インタビューをしたり、情報収集をすることが重要である。

1. オフィシャル・リーダー: 市長や議員たち、教育委員会のメンバーや主要な企業の取締役、コミュニティ財団総裁など。
2. 市民リーダーたち: 宗教的インスティテューションのリーダー。市民団体の指導者、商工会議所や地元組織のリーダーなど。記者がニュース源を開拓したい場合はまずこの人々に当たるべきである。
3. 組織と市民とを結ぶ連絡係: 多くの組織やインスティテューション、人々とのコンタクトを持っているが、彼らのポジションはオフィシャルなものではない。
4. カタリスト: 人々の日常においてコミュニティの知識が多く、歴史的視点や知恵

を持つ人々。人々から尊敬されている地元の人だったり、同僚であったり、教会のリーダーだったりする。彼らはしばしば市民生活に積極的に関わることを奨励する地位にある。

5. エキスパート：専門知識を持つがゆえにコミュニティで重用されている人々。大学の先生、医者や弁護士、犯罪心理学者など。彼らは手っ取り早いインタビューの相手ではあるが、あるイシューに関して、コミュニティの人々が何を感じ、考えているかについての意見はあまり持っていない。

### 3) 異なった会話の様式やアプローチを心がけること。

以上のようにコミュニティにおいて場所およびニュース源のカテゴリーを整理した上で、それを踏まえながらコミュニティの人々に接近していく。その際彼らがなぜコミュニティに関わろうとしているのかを知るように努力する。そしてそれに合わせて、多様なアプローチでコンタクトを取ることを心がける。そのような態度を持てば、市民の会話からより多くを学び取り、読者のためにより広いコンテキスト、意味とパースペクティブを持つ記事を書くことができるようになるだろう。この手法はまた、コミュニティのシヴィック・ライフを発見するためだけに使うのではなく、ジャーナリストの仕事に協力してもらうよう、市民とのインタビューの際にも心がけることが大切である (Workbook, 16-19)。

### 4) 異なった場の論理を見つけること。

一紙がカバーする地域は、均質ではない。従って、その場の論理を掴むことがジャーナリストには重要である。語られるトピックスは、各場において異なった意味を持っているのであり、ジャーナリストはそれに応じて取材を工夫していかなければならない (Workbook, 20-22)。たとえばウィチタ・イーグル紙は次のように地域を分けて、取材地域のマッピングをした。

- A. プロフェッショナルな地域: この地域には教育のある白人のキャリア・プロフェッショナルとその家族が住み、住民同士の協力がさかんである。記者にもよく知られており、記者たち自身も住んでいる地域である。
- B. 秘密情報網地域: この地域には「秘密情報網」が張られており、非常にインフォーマルでパーソナルな環境の中で情報が伝達されているようである。どこか一箇所に情報の拠点があるということもない。この地域は記者があまり訪れることもなく、ほとんどがアフリカ系アメリカ人の労働者たちが住んでいる。
- C. 個人的に権力にアクセスをしている地域: この地域にはアッパー・ミドルクラスの邸宅が並んでいる。地元の市民活動にもあまり関わることをせず、何かあれば個人的に地元のオフィシャルやエリートたちにアクセスしているようである。

D. 組織されていない地域: ここも取材のフォーカスからは漏れている地域である。この地域は宅地造成が急激に進んでおり、そこには退職者や家族など、保守的な白人たちが新たに移り住んで来ている。そのために市民同士の連帯は弱く、せいぜい子供を通した活動、あるいは近所の偶然の会話がそのインターアクションの範囲である。

## パート II

第2段階ではコミュニティをマッピングしながら、市民生活へと触れ合っていくために必要となるニュース源や会話、市民の集る場所を実際に確かめていく。

これまでのデータ収集をもとに、それぞれにフォーカスを絞りながら、ニューズルームでジャーナリスト同士、知識の交換、対話をする。さらに様々なリーダー、カタリストや専門家へのインタビューを持ちながら、コミュニティのイメージを自らの中で具体化させていく。そしてその後、最も重要な段階に入る。実際に得られた知識を試運転するために市民との対話を持つことである。その方法は以下のようなものである (Workbook, 33)。

10 から 12 人ぐらいをコミュニティから招く。その際できるだけ多様性のある顔ぶれを心がけること。この際、調査会社や各種のリーダーたちにグループの構成を手伝ってもらってもよい。このような市民グループの対話では以下の点をルールとして心がけるようにする。

- 全員参加。誰かが支配者にならないこと。
- “正しい” 答えはないということ。
- 反対意見があってもかまわないこと。誰もが自分の意見を持つ権利がある。
- オープンであること。違う意見を持つ人々に対して理解するように努力すること。
- ディスカッションに一貫性を持たせること。
- 建設的な考えや解決策に焦点をあてること。
- 楽しむこと。

また、場所は学校や図書館などパブリックな場所を選ぶ。高級ホテルやクラブ、会社のオフィスなどは適さない。また、部屋の雰囲気話し合いに適したものにする。また、参加者全員に会合の主旨を説明して、この会合は単なる「おしゃべり」ではないことをまず理解してもらう。

参加者側は、各自自己紹介をする。また新聞社および放送局に関する疑問や問題意識については、この際最後に話し合うようお願いをし、まずは設定したコミュニティの問題についてディスカッションしてもらう。その際ジャーナリストはあくまでも会話の聞き役であり、市民にしゃべらせるのだということを忘れないこと。そして最後に必ず参加者の住所と電話番号を残してもらう。彼らは今後、まちがいなくコミュニティの重要なニュース源となるのだ (Workbook, 35-37)。

### パート III

インタビューや会話を行った後で、その情報や知識をさらに体系的に整理する第3段階に入る。そしてそれをニュースルーム全体で共有可能なものとする。

そのような整理に重要になる7つの指針とされているのが以下の「7つの知識の鍵」である。これは従来型のジャーナリズムのいわゆる「5W1H」に相当する公式である、とワークブックでは位置づけられている。(Workbook, 39)

1. 市民の場所—人々がどこに集まって語り合うか。それぞれの場所で何を知ることができるか。それぞれの場所にはその規範や行動、慣習やリズムがある。
2. ニュース源—信憑性があり信頼できると人々が考えている各場所、あるいはトピックにおけるニュース源を開拓すること。オフィシャルな層を越えて、“街の人”を個人的なソースとして確保すること。
3. 場所の感覚—そこにいる人々の歴史、関心ある場所や話題を掴む。時の変遷とともにそれらがどのように移り変わっていったか。その場所やトピックを見て感覚を掴む。
4. 人々—人々が大切にしているもの（文化遺産、スポーツ、突出した仕事など）を知る。人々が集まりやすい場所の種類、人々が互いにいかに語り合うか、どのような言葉を使っているか、互いのインターアクションはどのような規範や行動によって形作られているか、という点をおさえる。
5. 関心事の話題—人々はどのような関心を持ち、何に力を注いで、どのような話題について話しているか
6. 目標—場所やトピックにおいて人々がめざすもの。
7. 注意すべきステレオタイプ—あなたが探る場所あるいはトピック、それに関連する人々や場所についてのあなたが持つ考え方や職業的偏見を克服すること。あなたが実際仕事をする前とした後でそれがいかに変化したかを確認すること。それを他の記者たちのためにも書き留めておき、活用できるようにする。

さらにジャーナリストとしてシヴック・ライフに関わるときに留意する点として以下の2点を挙げている。そこではあくまでも市民の目線に合わせて、コミュニティを観察することが強調されている。

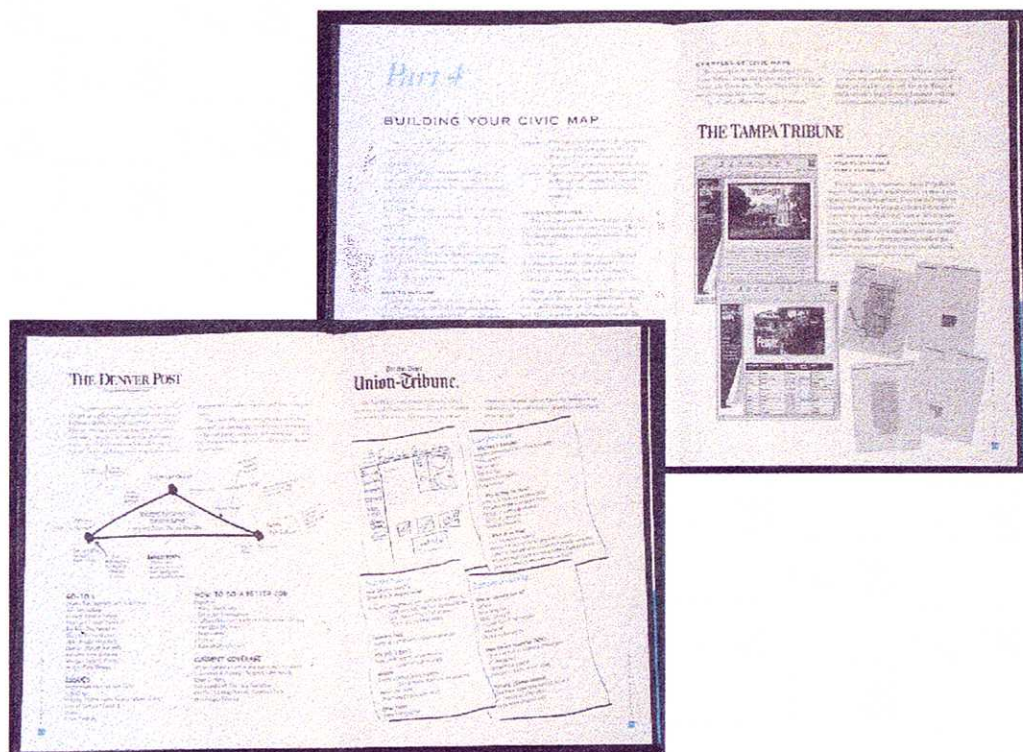
1. あなたと市民との関係: ジャーナリストおよびあなたの属する組織に対する人々のイメージに注意すること。そのイメージはどこから来るか。信頼や信用性がどこまであるか。ジャーナリストと人々とはどのような関係にあるべきか。
2. これまで用いられてきたアプローチについて: 一般の人々はほんとうはどのような報道を欲しているか。ニュースルームはひょっとしてその変革を考えなければならない

ときに来ているのではないか。

以上、合計9つの点を念頭におきながらジャーナリストはシヴック・ライフを探り、その中に入り込んでいくことが奨励されている。

#### パートIV

最後にこれらの知識と活動の成果を編集部全体で共有するために、わかりやすい「シヴック・マップ」を作成してみる。そして、それを誰もが社内のイントラ・ネットなどを通して引き出すことができ、明解で見やすい、ニューズルームの共有財産にする。以下のような図面がその実例として挙がっている。





追記：要約後の筆者の所感

以上のような、ピュー・センターが奨励するシヴィック・ジャーナリズムのアプローチを考察していくと、そこには報道する際の「場の論理」が非常に重要視されていることが明らかになる。ワークブックでは、ジャーナリストの取材対象として、「事実 (facts)」そのものよりも、異なったコミュニケーションの波長の中で生み出されていくコミュニティの「知識 (knowledge)」の方が重要であることが各所で述べられている。

「ローカル」を単位にするジャーナリズムは、往々にしてローカルのイベント情報かあるいは自治体のお知らせの掲示板になりがちである。そのようなお知らせ的ジャーナリズムをいかに克服して、「コミュニティのためのジャーナリズム」にすることができるか。

「ローカル」とは市民の生活に最も近い場であり、それだけに関心も高い。質の高い、意義あるローカル・ジャーナリズムの創造とは、米国のみならず、世界中における「ローカルメディア」編集部の頭を悩ます問題でもあり、醍醐味でもあろう。

そのように考えていくと、このワークブックの内容は、単なるパブリック・ジャーナリズムの方法論の解説だけではない。それはジャーナリズムが社会から今、何を必要とされているのか、ということの問題意識として秘めて、それを模索をしていると言える。それは、ジャーナリズムが社会において必要とされるためには、ジャーナリストたちは共同体の中に同じ目線の高さに立って入っていくべきであること、そこで市民の生きたネットワークを見出すこと、またさらにそのネットワークを手助けし、活性化させることによって市民の対話を広げていくべきこと、などの重要性を強調しながら、ジャーナリズムとコミュニティの関係を再定義している、と受け取られる。

## 5. 小括：異なる文化におけるマスメディアと周縁性との相克

第 IV 部では日本、ドイツ、米国の事例とともに、周縁の〈マスメディア・ジャーナリズム〉の矛盾とダイナミズムを考察してきた。ひとまず小括として、以下に共通の視点を設定することによって、各事例の特徴ならびに固有性を振り返っていきたい。また、事例から引き出されるマスメディアとジャーナリズムの矛盾における共通した現象については、理論面と総合しながら、最終の第 V 部でとりまとめることとする。

- ① 中心マスメディアへの視線
- ② 「周縁性」との関連
- ③ ジャーナリズムに見られる思想性
- ④ 現状と今後の行方

### (1) 日本の新聞「家庭面」の中心性と周縁性

- ① 「中心」への視線：家庭面は常に日本の一般紙の中に存在しているがゆえに、その意味ではマスメディアの中心に位置してきた。しかしながら、編集局内の事情では、長い間（そして多くの場合今日も）家庭面記者の地位は低かった。政治部や社会部の出世競争から脱落したと見なされる男性記者たちや、そのような「花形」の部には初めから受け入れられない女性記者たちが集ったこの部署は、マスメディアの中心である一般紙における周縁部であると言える。そのような位置に置かれた彼らの中心への視線は、醒めている、と言えるだろう。多くの記者たちは、中心に属しながら、そこから切り離されているという意識を持っているのである。

しかし彼らは〈マスメディア・ジャーナリズム〉の組織的中枢から離れた場所に居るがために、ある程度の自由裁量を持つことができる。そしてそのことを逆に家庭面ジャーナリズムの強みとしてきた。家庭面記者たちの組織上の周縁性はまた、テーマないしイシューの周縁性とも重なって、家庭面では、これまで社会で見えにくかった話題を積極的に取り上げて、それを社会に見えるものとした。ウーマン・リブや環境問題、介護や育児を新聞ジャーナリズムの中で「社会問題」としていち早く取り上げたのは他でもない、家庭面であった。

また、読者たちは、中心部が編集する紋切り型の政治記事や論説よりも、身近で多様な話題に事欠かない家庭面のカラフルさに魅力を感じ共感を寄せてきた。近年は新聞社中枢の側の方が、伸び悩む新聞発行部数を改善しようと、そうした家庭面的「大



衆ジャーナリズム」に関心を寄せている。つまり中心から周縁へのアプローチである。

「暮らし」面、「社会保障・年金」面、「教育面」などはそのような背景から生み出された、新しいタイプの「家庭面」である。こうした中心部からの歩み寄りとは、「周縁部」の存在を無力化してしまうことになりかねない。以上のような流れの中で、今後、家庭面は組織上の周縁性が温存される一方で、テーマやイシューだけは中心に吸収されていくのではないかと危惧される。

- ② 「周縁性」との関連：家庭面と「周縁性」との関係は、第一義的に「女性」というマイノリティとの関わりを挙げることができる。このように情報源、テーマ、そして読者すべてに一貫して、ある特定の社会のマイノリティ・グループに絞り込んだ新聞紙面は他に例を見ない。また社内において自分たちが周縁部に位置しているという意識が、社会の周縁に目を向けさせる動機のひとつとなってきたこと、そしてそれが結果的に既存の新聞公共圏の新たな開拓に一役買ったこと、も重要であろう。

それらのことが評価できる一方で、家庭面が関わってきた「周縁部」とは、ほとんどが「個人」としての女性たちである。家庭面の記事の多くは、人物描写を中心としており、政治・社会現象を構造的に分析したり、既存の制度問題に切り込んだり、市民の運動の「政治的目標」や「社会的意義」を体系的に追求するというジャーナリズムは弱い。その意味で、近年フェミニズム運動の拡散が指摘され、同時に「女性」というカテゴリーよりは抽象的な概念操作によって構成された「社会的マイノリティ」がイシューになるに従って、「家庭面」はそのような新しい意味における周縁部の求心力とはなり得ない弱さを持ち合わせている。

また、そもそも日本においては、どのような理由にせよ、いわゆる「マイノリティ・グループ」が育ちにくいという社会/文化的背景がある。そのことは家庭面だけでなく、マスメディア全体において、社会の周縁部とのインターフェースの脆弱さを生み出していると考えられる。家庭面の場合もその例外に漏れず、今日も多くは「読者の声」を記者が汲み上げて、それを紙面に掲載し、やがて個別的に他の読者の「共感」を呼んでいく、という手法が主流で、マイノリティの取材に関しては非体系的な方法から抜け出せないでいる。

家庭面は、今日まで「平凡な主婦」の視点からの記事を多く掲載してきた。「主婦」という視点は、格好の集客力として働く—そのような期待は、発行部数維持のための一般紙の経営ノウハウとして受け継がれてきた。しかし「平凡な主婦」とはいったい何を意味し、誰を指すのか。記者たちが新聞社側から作られた「主婦の視点」に拘泥してしまえば、ジャーナリズムはラディカルな周縁性に接近することを妨げられ、彼らが記者として持つべき主体性を阻まれることになりかねない。加えて女性がマイノ

リティ意識を持ちにくくなっている今日、女性というイシューは社会の周縁の不公平や不正への認識につながりにくくなっている。つまり現代の女性が持つ（あるいは持つべき、と考えられている）「日常意識」をジャーナリズムの所与の区画と見なすことによって、家庭面ジャーナリズムは自らの公共圏にまで限界を引いてしまっている。家庭面ジャーナリズムにとって、「女性」というカテゴリーは、強みでもあり、弱みでもある。

- ③ 思想性：家庭面ジャーナリズムがその活動の根拠を主張する思想としては、まず「当事者公共圏」を挙げることができよう。個人の日常の経験が「家庭面」に媒介されて社会的地平に接続され、やがてその経験は公共のものとなっていく。このプロセスこそ、家庭面がジャーナリズムとしての存在理由を見出すものだろう。また、家庭面に特徴的である婦人投稿欄は、投稿者が書くことによって自らの存在を確認し、掲載後は、投稿者と読者とのゆるやかな連帯が意識されていくという意味で、デューイの「パブリック」の思想を想起させられる局面であろう。とりわけ 1970 年代は婦人投稿者たちがグループを結成して積極的に集い、ジャーナリズムや社会運動に関与していったことは、ジャーナリズムと社会運動との連関を垣間見る現象であった。

さらに家庭面は一般紙の中に存在し、中心とのインターアクションが比較的とりやすいポジションにある。そのことはそのジャーナリズムが「当事者」の間だけに留まらず、より広い世界へと広がって政治的プロセスに編入される可能性を示唆するものだ。その点から、家庭面ジャーナリズムとは理論的には、社会全体における広い民主主義のプロセスに編入されるためのよきポジションにあり、デリバラティヴ・デモクラシーの底辺を支えるポテンシャルを持つ位置にあると言えよう。

- ④ 現状と今後の行方：家庭面は今後、その他の紙面から自らのジャーナリズムの稜線を明確にするために、「家庭」というものに特化した記事を一層強く打ち出さざるを得なくなるかもしれない。そのことは潜在的に社会や政治、経済とのインターフェースを弱めたジャーナリズムになることを意味し、家庭面の記事がほとんど「実用記事」に特化されていく可能性もある。つまり今後、家庭面は、大正時代の紙面一育児の心得、和裁・洋裁の手ほどき、今日の献立—に回帰していく可能性もあるし、あるいは「家庭」と名のつく面は消滅してしまう可能性さえ排除できない。家庭面の行方は、今後の日本の新聞ジャーナリズムの行方との連関の中で、多くの不確定要素をはらんでいる。

## (2) taz のジャーナリズムと中心・周縁との関わり

①「中心」への視線：taz はもともと、既存のマスメディア産業に対抗するために発案されたジャーナリズムであった。そのため、マスメディアの中心部とは異なった「オルターナティブ」な内容や組織が構想されたのだった。従って taz は、広告、社内ヒエラルキー、編集部の独立など、既存のマスメディアが築いてきたありとあらゆる慣行を拒否したのだった。しかしそれらの試みが開始後まもなく失敗するにつれ、taz のマスメディアの中心に向けられる視線も変化していった。taz はこれまでに何度も紙面改革をしてきたが、taz はそうした改革ごとに「中心」に接近してきた、と言える。今日それは、「ドイツの全国紙」となるべく発行部数増加に余念がない。今日の taz の姿は、初期に掲げた理想とは大きな隔たりがある。taz のこうした姿は現在のドイツの「オルターナティブ」のあり方とも大きく関係する。つまり過去に「オルターナティブ」として結成された緑の党は、今や政権担当の与党の地位にありドイツ政治の中枢に位置している。時代的に緑の党の結成と歴史的出自を同じくする taz は、そうしたドイツ社会全体における〈オルターナティブなるもの〉の〈中心部〉への変動とともに、自らの位置づけを模索している。現在、あらゆる意味で taz の〈オルターナティブ性〉は削がれてきた。果してそれが taz にとっての「成長」であると言えるのかどうかは、意見の分かれるところであろう。

②「周縁性」との関連：taz のジャーナリズムの特徴は、メインストリームのジャーナリズムから「周縁部」と見なされてきたイシューを取り上げ、公共圏に提示することにある。それは現在に至るまで taz ジャーナリズムのアイデンティティとなっている。創刊当時、taz のジャーナリストのほとんどが新しい社会運動の参加者や賛同者であった。taz がスタートする時、彼らはジャーナリズムにおいて全くの素人であり、その意味で彼らにとって、ジャーナリズム業界のあらゆる慣習を打ち破ることに抵抗がなかった、と言えよう。従って、彼らのジャーナリズム業界における周縁性とは、まさに別の「オルターナティブな」ジャーナリズムの創造のためには都合がよかった。

1970年代、新聞の集中化、保守化が進む中で、左派の若者たちがめざした taz を軸にした「オルターナティブ・ジャーナリズム」の目標とは、「周縁の声の公共圏への反映」であった。しかしながら、taz が新聞社としてジャーナリズムを続けていく中で明らかになったことは、新聞社がマスメディアとして成長しない限り、周縁の声は周縁の公共圏に留まるのみで、当初の目的であった「周縁の声の公共圏への反映」は達成できない、ということだった。taz が心がけた周縁性は、中心に媒介されてこそアイデンティティを獲得する、という周縁性の逆説が明らかになったのだった。

③思想性：taz は 1960 年代の学生運動によって生まれた「当事者公共圏」ならびに「オルターナティブ公共圏」そのものをモチーフに出発している。今日も、オルターナティブなアングルによる報道、オルターナティブな 이슈の論評などは taz の得意とする分野である。

taz は、1970 年代のドイツにおける左派の若者たちのフォーラムをめざして創刊された。それは紙面の上の言説のフォーラムという意味のみならず、taz 創刊のための資金集め、taz のディストリビューションの手配、taz の読者会など taz を中心としてできあがっていった様々なネットワークを意味する。また、一連の新しい社会運動との関わりにおいても、taz はジャーナリズムとしてその動向を伝えながら、その運動家たちのフォーラムになろうとした。その意味で taz はドイツのオルターナティブ左派の求心力となって、ドイツにおける新しい「パブリック」を形成した、と言えよう。しかしながら先に述べた通り、創刊から 20 年以上を経た現在のドイツ社会において「オルターナティブ性」の意味には揺らぎが見え始めている。それに伴って、かつて taz が形成した「オルターナティブ・パブリック」のパワーも拡散しつつあると言えよう。ところが、ドイツ社会のメインストリームから見ると taz は依然として「オルターナティブ左派の若者たちのもの」と見なされており、一般市民からは十分に受け入れられない。売り上げ部数の伸び悩みはそのことを物語っている。このような社会背景の中に置かれている taz は、3つの事例の中では最も「読者のフォーラム」形成機能が衰弱している段階にあると見られる。

taz においてももうひとつ重要な思想潮流は、「左派」という点であろう。1990 年以降、社会主義の崩壊に伴って、ドイツのみならず世界中で左派が社会に持つべき、あるいは持ち得る意義と役割が問い直されてきている。つまり今日、「左派」たちも新たなアイデンティティを模索しなければならない、という問題が関わっている。今後、左派は政治的および経済的保守主義への批判を行う以上に、「現存する社会主義」に取って代る、建設的な現代社会のあり方への代案を探っていかなければならないだろう。以上のことから、taz は現在、「オルターナティブ」という点と、「左派」という点との二重の意味で、そのアイデンティティを問い直さねばならない段階に来ていると言える。

④現状と今後の行方： taz は依然として財政難に悩まされている。そのような財政的圧力を克服しない限りは、taz ジャーナリズムは常に危機的状態にある、と言ってよかろう。社会におけるオルターナティブを実践しようとして、経済活動の意義の一切を否定して出発した taz というメディアは、年月を重ねて〈マスメディア・ジャーナリズム〉に近づきながらも、一層経営問題に悩まされている。taz は何らかの手段を講じて財政的に恵まれた状況にならない限りは、再び体力をつけて社会の中でそのユニークな周縁性を

十分に発揮できるようにならないだろうと思われる。

### (3) 米国「パブリック・ジャーナリズム」運動の中心/周縁のダイナミズム

- ①「中心」への視線：米国のパブリック・ジャーナリズム運動が持つ中心への視線は批判的である。しかしそれと同時に、それは自らの運動がやがて中心に影響を及ぼし、米国ジャーナリズムの活動全体に修正を施そうという目標が設定されていることに特徴がある。つまり、運動のアイデンティティは taz に見られたような「中心」からの自らの差別化、というよりは、中心へのメッセージ性にある。

米国の〈マスメディア・ジャーナリズム〉は産業の規模としても、またジャーナリズムという活動の影響力からしても、非常に膨大である。それはまた、現代米国社会が抱える様々な病理の、直接的あるいは間接的引き金となっていることがしばしば指摘されてきた。パブリック・ジャーナリズムとは、そうした米国のメインストリーム・ジャーナリズムが生み出すさまざまな問題を目の当たりにして、今日なぜそのような事態が起こっているのかを、米国のマスメディアおよびジャーナリズムに精通する研究者と実務者が分析し、それに代替するジャーナリズムの可能性を模索する試みであると解釈できよう。その運動の目的は、いつの日かそうして考案された新しいジャーナリズムのモデルが、全米に理解されて受け入れられ、米国市民社会を改革する中枢的役割を担うことにある。

- ②「周縁性」との関連：パブリック・ジャーナリズムは、第一にそれが米国のメインストリームとなっている「自由主義的言論の自由思想」に疑義を挟んだことによって、その周縁性が際立つ。建国以来、「言論の自由」思想が純粹培養的に育まれ、継承されてきた米国社会において、パブリック・ジャーナリズムの「言論の自由」へのまなざしは、異端で周縁性を持つと言えよう。

また、この運動の周縁性は、〈マスメディア・ジャーナリズム〉の業界内部の周縁性という点においても符合する。パブリック・ジャーナリズムの運動は、米国地方紙において展開されており、それは『ウォール・ストリート・ジャーナル』や『ニューヨーク・タイムズ』、あるいは3大テレビ・ネットワークなどのメインストリーム・マスメディアに対する周縁意識を持つ。しかしながら、運動を推進する地方紙のジャーナリストたち自身は、マイノリティやその社会周縁部と積極関わり合おうとしてはいるものの、彼ら自身が周縁アイデンティティを持っているとは言い難い。というのも、この運動は、地方新聞の販売地域を「コミュニティ」と指定し、その地方紙ジャーナリズムがコミュニティの中心的牽引力となることを自らに任じる運動である。ジャーナリストたちはむ

しろ、パブリック・ジャーナリズムを通して、自らがその地域のパブリック・ライフの活性化運動の渦の中心に位置すべきであると考えている。従って、パブリック・ジャーナリズム運動を推進しているジャーナリストや研究者たちは、日本の家庭面記者たちが持つ社内の注目度の低さから来る周縁意識や、70年代ベルリンの若者たちの持っていた社会のアウトロー的意識とは全く異なるアイデンティティを持っていると言える。

- ③思想性：パブリック・ジャーナリズム運動とは、ジャーナリストと研究者との協力体制のもとに推進されている。従って、運動の構想に際して、それが依拠する思想や社会理論が明確に議論されていることは事例研究で既に述べた。その点を簡単にまとめると、第一にパブリック・ジャーナリズムとは、1980年代に米国の思想界を席卷した自由主義理論に対抗するコミュニタリアニズムの思想をバックボーンとしていることが挙げられる。この思想は、米国自由主義の象徴である「言論の自由」の解釈にも深く関わる論争であり、この論争がジャーナリズムの思想へと波及し、パブリック・ジャーナリズムという実践的運動に結実していったと言えよう。具体的には、パブリック・ジャーナリズムでは、事実の客観性や中立性という点にさほど価値を置かず、むしろ「コミュニティ」の善のためにジャーナリズムの活動を決定していくことが特徴である。従って、これまでのジャーナリズムがこだわる、「意見と事実の峻別」という点も、パブリック・ジャーナリズムにとっては二次的なジャーナリズムの要件となる。

さらにパブリック・ジャーナリズムは、1920年代にデューイが発表した「パブリック」理論、ひいてはそのデューイの思想に色濃く現れている米国の共和主義思想（リパブリカニズム）からも影響を受けている。米国の共和主義に基づく「パブリック」の概念は、J.ハーバーマスが論ずる「公共圏論」における「パブリック」の概念とは異なったニュアンスがあることは注意を払うべきであろう。つまりリパブリカニズムにおいて議論される「パブリック」には、米国建国時に見られたニューイングランドのタウン・ミーティングの伝統という具体性が意味の中に込められている場合が多い。その点において、パブリック・ジャーナリズムとは米国の建国時の伝統に根ざすものであり、tazに見られるような前衛的「オルターナティヴ性」はない。

パブリック・ジャーナリズムはまた、その手法のひとつとして市民フォーラムを開催し、市民の間に討議の活性化を図ることを目的としている。それは、討議を重視する民主主義、つまりデリバラティヴ・デモクラシーを現代社会において実践しようとする工夫のひとつであると見て取ることができる。そのような一般読者とのインターアクションが起こるための仕掛けを工夫し、実践するという点で、パブリック・ジャーナリズムはジャーナリストおよび研究者からの評価を得ている。しかしながら、その欠陥を挙げるとすれば、その仕掛けは地方紙によってデザインされるために、地理的に限られた空

間—多くの場合、その地方紙の販売地域となる—における討議だけを「パブリック」として射程に収めるに留まってしまうことである。ゆえに、パブリック・ジャーナリズムは、グローバル化、情報化といった現代社会が持つ複雑なパラメーターを取り入れた「パブリック」を構想することが難しい。

- ④現状と今後の行方：米国のマスメディア/ジャーナリズム研究においては、パブリック・ジャーナリズムをめぐる論争のピークは過ぎ去ったという見方が大勢のようだ。今後、パブリック・ジャーナリズムがもたらした成果を継承していくためには、この運動の核心部にある「自由主義的言論の自由」解釈の修正という思想性を、「地方紙とコミュニティ」という枠を超えていかに発展させていくことができるか、を考案することにかかっていると思う。そのような「自由主義的言論の自由」への修正案は、戦後すぐに「プレスの社会的責任理論」としていったん提出されたし、さらにその後もプレス・カウンシル設立、そしてこの 90 年代のパブリック・ジャーナリズムに至るまで、さまざまな形で理論的に引き継がれ、実践として現れては消えていった。果して、今日まで強固な支持を得ている米国の「自由主義的言論の自由」とは、今日の多メディア情報化時代において今以上に説得力を増して迎え入れられていくのか、あるいはパブリック・ジャーナリズムのような運動によって少しずつ修正が施されていくのか。今後、パブリック・ジャーナリズム運動がたとえ衰退していったとしても、それが社会に提起した問題とは、米国ジャーナリズムの行方全体に関わる問題であろう。

以上テーマごとにまとめたが、3つの事例の比較がより明らかになるように、次に簡単な表を作成した。



「家庭面」、taz、パブリック・ジャーナリズムの比較検討

	家庭面（日本）	taz（ドイツ）	パブリック・ジャーナリズム（米国）
「中心」への視線	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の一般紙というマスメディアの中心の中。</li> <li>編集局内では中心からは遠いという醒めた意識。</li> <li>一般紙紙面では「大衆ジャーナリズム」の中心的存在である。</li> <li>「大衆性」と「ジャーナリズム性」の並存という点が買われて、目下社内の中核部門からの歩み寄りが顕著である。それによって「くらし」や「福祉」など新しい紙面が登場している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>メインストリーム・マスメディアとは別物（オルターナティブである）であるという明確なアイデンティティ。</li> <li>創刊時からしばらくは、中心のあらゆる伝統と因習を断固拒否してきた。</li> <li>しかし、恒常的財政難の解決のために、やむをえず、マスメディア産業の論理を取り入れざるを得なかった。</li> <li>今日、ドイツ社会全体における「オルターナティブ」の中心部への移動（i.e.緑の党の政権担当など）によって中心へのスタンスはあいまいである。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>米国のメインストリームの〈マスメディア・ジャーナリズム〉へ向けて、地方の中小新聞がメッセージを送る。必ずしも中心からの離反や逸脱を意味しない。</li> <li>パブリック・ジャーナリズムがやがて全米に認知されて、メインストリームに影響を及ぼすことを狙う。さらに米国市民社会の再建を担うことを最終的目標としている。</li> <li>今日のマスメディアの中心部は、米国社会における個人主義の行き過ぎ、あるいは市民社会の崩壊などさまざまな問題を助長していると分析している。</li> </ul>
周縁性との関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>「女性というマイノリティ」からくるテーマの周縁性。</li> <li>編集局内における地位の低さから認識するジャーナリストたちの周縁的アイデンティティ。</li> <li>そうした周縁意識が社会の中の周縁へ向ける目を養ってきた。</li> <li>しかし、今日「女性」という概念は「社会的マイノリティ」という概念と結び付けられにくくなっており、そのために社会の周縁性をめぐる概念的論争力に欠けるようになってきた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>イッシューの周縁性。メインストリーム・ジャーナリズムからとり残されてきたテーマを取り上げることを心がけてきた。</li> <li>創刊時は、ジャーナリズムの素人ばかりで発足。その意味で業界の異端としてジャーナリズムのあらゆる常識を破って、自分たちのオルターナティブ性を発揮できた。</li> <li>創刊メンバーたちはまた、60年代学生運動に傾倒した者、あるいは新しい社会運動に積極的に関わる運動家の集りであった。彼らは、当時の反抗児たちであり、社会的前衛をめざした人間たちだった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>運動推進家たちは、マスメディア業界全体から見れば周縁的地位にある。つまり彼らはほとんどが、地方紙のジャーナリストである。</li> <li>米国に確立されている「自由主義的言論の自由」解釈へ疑義を挟んだことによる思想的周縁性。</li> <li>そうした周縁的な「コミュニタリアニズム的言論の自由」を軸にした独特のジャーナリズム手法は、メインストリームから見ると多くが異端である（市民によるアジェンダ・セッティング、新聞社による市民フォーラムの設定、など）。</li> </ul>



「家庭面」、taz、パブリック・ジャーナリズムの比較検討（前ページから続く）

	家庭面（日本）	taz（ドイツ）	パブリック・ジャーナリズム（米国）
周縁性との関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「女」「主婦」という概念は、「周縁性」という意味だけでは捉えられないあいまいさがあり、その点で家庭面ジャーナリズムもラディカルさの限界がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今日はしかし、taz はジャーナリスト志望の若者たちの登竜門的存在であり、そこで働くジャーナリストの意識は、明らかにメインストリームをめざしている。</li> <li>・また、taz の周縁性は、周縁にとどまっていたはその存在が社会的に認知されないというジレンマを抱えている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ジャーナリストたちは、販売地域のコミュニティにおいてマイノリティや社会の周縁部と関わろうとするものの、自分たち自身は、コミュニティの中心に位置しながら運動を推進しているという自負がある。</li> <li>・客観性や中立性という米国ジャーナリズムの中心的綱領にさほど価値を置かないという意味で、周縁的ジャーナリズムである。</li> </ul>
思想性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・当事者公共圏</li> <li>・新しい社会運動/フェミニズム</li> <li>・デューイの「パブリック」/プラグマティズム</li> <li>・デリバラティヴ・デモクラシー論</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・オルターナティヴ公共圏</li> <li>・新しい社会運動</li> <li>・左派としての保守主義/自由主義批判</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コミュニタリアニズム</li> <li>・デューイの「パブリック」</li> <li>・リパブリカニズム</li> <li>・デリバラティヴ・デモクラシー論</li> </ul>
現状と今後の行方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新聞紙面再編によって、多くの新しい「家庭面ジャーナリズム」面が登場しているために、家庭面自身はアイデンティティ危機に陥っている。</li> <li>・他の紙面との差異をつけるために、「家庭」というものを前面に打ち出すことで、かえって実用記事一辺倒になりかねない。そうなるのかかつての対立意識に基づいた「家庭面のジャーナリズム」は消滅していくという可能性も排除できない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・恒常的財政難の圧迫によって、売り上げ増加は火急の課題である。そのためにジャーナリズムのオルターナティヴ性に、譲歩を迫られている。</li> <li>・今後「左派」の定義をいかに舵とっていくか、も taz にとっては大きな課題である。</li> <li>・「左派」、「オルターナティヴ」、などこれまで核心としてきた概念に揺らぎが見えている。その揺らぎに起因するアイデンティティ危機をいかに乗り越えていくかが、今後の taz ジャーナリズムの成否を左右する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2000 年代に入って、やや停滞気味といわれている。ブームは過ぎ去ったと見るべきか。</li> <li>・今後は研究者とジャーナリストたちが「地方紙」あるいは「(地理的な) コミュニティ」という枠組みを取り払って、「言論の自由」の社会的意義について、社会におけるジャーナリズムの役割について、より踏み込んだ議論を重ね、その可能性を提示していくことが、パブリック・ジャーナリズムの議論を復活させる道であろう。</li> </ul>