

# 博士論文

デジタル時代のオルタナティブ・メディアの理論体系の

構築および有効性の実証研究：

～米国新興デジタル・ニュース・メディアの実践を手がかりに～

(Theory of Alternative Media in the Digital Age  
and an Empirical Study of its Efficacy:  
a case study of digital startup news outlets in the US)

2017年3月

立命館大学大学院社会学研究科  
応用社会学専攻博士課程後期課程

藤原 広美



立命館大学審査博士論文

デジタル時代のオルタナティブ・メディアの理論体  
の構築および有効性の実証研究：  
～米国新興デジタル・ニュース・メディアの実践を手がかりに～  
(Theory of Alternative Media in the Digital Age  
and an Empirical Study of its Efficacy:  
a case study of digital startup news outlets in the US)

2017年3月

March 2017

立命館大学大学院社会学研究科  
応用社会学専攻博士課程後期課程  
Doctoral Program in Sociology  
Graduate School of Applied Sociology  
Ritsumeikan University

藤原広美  
FUJIHARA Hiromi

甲号：研究指導教員：金山 勉教授  
Supervisor : Professor KANAYAMA Tsutomu



## 目次

序章	1
0-1 メディアの変革期とオルタナティブなメディア	1
0-1-1 メディア・システムの中のオルタナティブ・メディア (AM)	2
0-1-2 変化するニュースの概念	4
0-1-3 「民主的メディア・システム」の構築に向けて	5
0-2 本論文の目的と意義	6
0-2-1 「サイクル」仮説と AM	6
0-2-2 目的と意義	7
0-3 本論文の構成	9
0-3-1 第 I 部 デジタル時代の AM 研究	10
0-3-2 第 II 部 民衆のメディアの誕生と変遷	11
0-3-3 第 III 部 米国新興ニュース・メディアの ジャーナリズム実践についての考察	12
0-4 AM 関連研究への貢献	15

## 第 I 部

### デジタル時代のオルタナティブ・メディア研究

—2000 年以降の欧米先行研究から再考する「オルタナティブ」の概念と定義—16

第 1 章 今なぜオルタナティブ・メディア (AM) なのか	17
1-1 AM の理論体系構築の必要性	17
1-1-1 AM の学術的研究を阻む要因	17
1-1-2 AM の理論体系構築の必要性	18
第 2 章 伝統的なオルタナティブ・メディア (AM) 研究	20
2-1 伝統的な AM での研究枠組	20
2-1-1 対概念としての主流メディアの役割と制約点	20
2-1-2 伝統的な研究枠組での AM の特徴	21
2-1-3 AM のコンテンツの特徴	24

第3章 民主的メディア・システムとオルタナティブ・メディア (AM) .....	25
3-1 メディア制度のなかの AM.....	25
3-1-1 メディア制度の基礎枠組.....	25
3-1-2 AM を内包した「民主的メディア制度」.....	25
3-1-3 民主的なメディア実践における AM の役割.....	26
3-1-4 「民」が担う第三セクターとしての AM .....	27
3-2 デジタル時代の AM と民主的メディア・システム.....	27
3-2-1 インターネットを民主的メディアにするために.....	27
3-2-2 デジタル時代の「民主的メディア」構築に向けて.....	28
第4章 デジタル時代のオルタナティブ・メディア (AM) .....	31
4-1 デジタル時代の AM の定義と概念.....	31
4-1-1 デジタル時代の AM の定義.....	31
4-1-2 デジタル時代の AM 研究(研究手法・研究枠組).....	31
4-2 デジタル時代の AM : 先行研究レビュー.....	32
4-2-1 Bailey, Cammaerts and Carpentier の4つの理論的アプローチ.....	32
アプローチ①: コミュニティに奉仕するメディア.....	33
アプローチ②: 主流メディアの代替物としての AM.....	35
アプローチ③: 市民社会との関連を強調するアプローチ.....	36
アプローチ④: リゾームとしての AM.....	37
4-2-2 Fuchs のプロセス重視/コンテンツ重視のアプローチ.....	39
4-2-3 Lievrouw のジャンルによる5つの分類.....	39
ジャンル①: カルチャー・ジャミング.....	40
ジャンル②: オルタナティブ・コンピューティング.....	41
ジャンル③: 参加ジャーナリズム.....	42
ジャンル④: 動員の媒介.....	42
ジャンル⑤: 共通知識.....	43
4-2-4 Atton の主要コンセプトによる4分類(メタ分析) .....	44
第5章 新たなオルタナティブ・メディア (AM) の類型化.....	45
5-1 分類方法.....	45
5-1-1 類型化の進め方.....	45
5-2 主要先行研究(2000年~2014年)から類型化した5つの AM.....	46

5-2-1	ラディカル・メディア&社会運動メディア	46
5-2-2	支配的メディア権力への対抗勢力としてのAM	48
5-2-3	批判的メディアとしてのAM	48
5-2-4	市民メディア	50
5-2-5	オルタナティブ・ジャーナリズム (AJ)	51
第6章	第I部まとめ	54
第II部		
民衆のメディアの誕生と変遷		
—メディア史におけるオルタナティブ・メディアの新たな位置づけ—		
第7章	AMの歴史的アプローチ	57
7-1	AMの歴史的アプローチの意義	57
7-1-1	AM研究の歴史的視座の必要性	57
7-1-2	「民衆のメディア」とは	59
7-1-3	歴史的アプローチで扱うメディアと時代	60
7-2	「民衆のメディア」の視座からのメディア史再考	61
7-2-1	「民衆のメディア」の視座から捉えたメディア史	61
7-2-2	一般的メディア史研究の問題点	62
7-2-3	カルチュラル・スタディーズを基盤にした研究枠組み	63
7-2-4	カルチュラル・スタディーズを援用した歴史的アプローチ	64
第8章	「民衆のメディア」としてのオルタナティブ・メディア (AM) の誕生	66
8-1	新聞が誕生する前の「民衆のメディア」	66
8-1-1	活版印刷技術の発明と宗教革命	66
8-1-2	新聞が誕生する前のニュース出版物	66
8-2	「ブルジョア・ジャーナリズム」の黎明期	67
8-2-1	「ブルジョア・ジャーナリズム」の誕生と社会的役割	67
8-2-2	「言論の自由」の闘いと「ブルジョア・ジャーナリズム」	69
8-2-3	東の間の「言論の自由」がもたらしたもの	70
8-3	新聞の登場とジャーナリズムの発展	71
8-3-1	英国での新聞の誕生と「ブルジョア・ジャーナリズム」	71

8-3-2	コーヒーハウスと「政治的公共圏」の誕生.....	73
8-3-3	「民衆のメディア」としての「エッセイ・ペーパー」.....	74
第9章	「民衆のメディア」ラディカル・プレスの台頭と衰退.....	76
9-1	印紙税法による新聞の統制とラディカル・プレスの誕生.....	76
9-1-1	印紙税導入による新聞の統制.....	76
9-1-2	ラディカル・プレスの誕生.....	76
9-1-3	ラディカル・プレス急増の背景.....	78
9-2	「民衆のメディア」としてのラディカル・プレス.....	79
9-2-1	第二世代のラディカル・プレス.....	79
9-2-2	「民衆のメディア」としてのラディカル・プレス.....	80
9-3	ラディカル・プレスの衰退.....	85
9-3-1	ラディカル・プレスの衰退.....	85
9-3-2	印紙税の引き下げと日曜新聞の躍進.....	85
第10章	新聞の構造的変化と「民衆のメディア」の衰退.....	87
10-1	ラディカル・プレスの衰退と新聞の構造的変化.....	87
10-1-1	新聞の値下げ競争と広告依存の高まり.....	87
10-1-2	新聞制作コストの急増.....	88
10-1-3	新聞の産業化.....	89
10-2	「ブルジョア・ジャーナリズム」の構造的変化.....	89
10-2-1	ラディカル・プレス台頭期の「ブルジョア・ジャーナリズム」.....	89
10-2-2	「ブルジョア・ジャーナリズム」の構造的変化.....	90
10-3	印紙税撤廃の本当の意味.....	92
10-3-1	印紙税撤廃の背景.....	92
10-3-2	印紙税撤廃がもたらしたもの.....	92
10-4	「公共圏」モデルから考察する「民衆のメディア」の衰退.....	93
10-4-1	新聞の大衆化と「政治的公共圏」の衰退.....	93
10-4-2	Habermas の「公共圏」モデルへの批判と「民衆のメディア」.....	94
第11章	「メディア参加」の視座から考察する「民衆のメディア」史.....	97
11-1	近代初期の英国におけるメディア参加の変遷.....	97
11-1-1	メディア参加の「一元的モデル」と「多元的モデル」.....	97



1 1-1-2 「メディア参加」の誕生と「多元的モデル」	97
1 1-1-3 「一元的モデル」の制約点	98
1 1-2 「一元的モデル」への変化とメディア制度との関わり	98
1 1-2-1 メディア参加に関係する二つの制度的変化	98
1 1-2-2 「一元的モデル」への移行の背景	99
1 1-2-3 多元的メディア参加とその現代的意味	101
第12章 第II部まとめ	103

### 第三部

#### 米国新興デジタル・ニュース・メディアのジャーナリズム実践についての考察

.....106

第13章 デジタル時代のオルタナティブ・ジャーナリズム (AJ)	107
1 3-1 デジタル時代の AJ	107
1 3-1-1 デジタル時代の新興ニュース・メディア	107
1 3-1-2 オルタナティブ・ジャーナリズム (AJ) とは	108
1 3-1-3 主流ジャーナリズムと AJ	109
1 3-1-4 デジタル時代の AJ を理解する概念枠組	110
第14章 米国新興デジタル・ニュース・メディアと オルタナティブ・ジャーナリズム (AJ) の実践・変容	112
1 4-1 新興ニュース・メディアを対象にした AJ の実証研究の枠組	112
1 4-1-1 AJ と AM の操作的定義	113
1 4-1-2 研究枠組と研究課題	113
1 4-1-3 AJ の継続性を検証する4つのリサーチ・クエスチョン	115
1 4-2 調査方法と調査対象	116
1 4-2-1 調査方法	116
1 4-2-2 調査対象	117
1 4-3 調査結果報告	119

1 4-3-1	RQ 1 : AM の設立目的・動機は何か.....	119
1 4-3-2	RQ 2 : AM はどのような経営形態（組織形態・資金源）をとるか.....	121
1 4-3-3	RQ 3 : AM のニュースの情報源は何か.....	123
1 4-3-4	RQ 4 : AM による主流ニュース・メディアとの協働はあるか.....	124
第 1 5 章 第Ⅲ部まとめ.....		128
終章 本論文のまとめと考察.....		131
第 1 6 章.....		131
1 6-1	本論文のまとめ.....	131
1 6-1-1	オルタナティブな視座から再構築するメディア・システム.....	131
1 6-1-2	第 I 部 デジタル時代の AM 研究.....	133
1 6-1-3	第 II 部 民衆のメディアの誕生と変遷.....	134
1 6-1-4	第 III 部 米国新興ニュース・メディアの ジャーナリズム実践についての考察.....	136
1 6-2	デジタル時代の AM/AJ 研究の課題.....	137
1 6-2-1	AM のオーディエンス研究.....	137
1 6-2-2	右翼系新興ニュース・メディアの台頭と研究課題.....	138
1 6-3	デジタル時代の AM/AJ の課題と展望.....	140
1 6-3-1	デジタル時代の AM/AJ の課題.....	140
1 6-3-2	AM 独自の評価軸の必要性.....	141
1 6-4	デジタル時代の「民主的メディア」の構築に向けての考察.....	142
1 6-5	日本の AM/AJ の課題と展望.....	143



## 序章

### 0-1 メディアの変革期とオルタナティブなメディア

21世紀を迎えデジタル・メディアが台頭していくなかで、人々を取り巻くメディア環境は大きな変革期を迎えている。新聞・テレビといった伝統メディアが、情報のチャンネルを支配していた時代は、良きにつけ悪きにつけ終わり、今世紀のメディア環境の制度や秩序の枠組が大きく揺れ動いている。

伝統メディアへの信頼性が低下する中、民主的な情報発信が期待されているインターネットを基盤とした新しい情報発信のチャンネルへの信頼も揺らぎ始めている。人々の情報に対する選択的接触の傾向がますます強まる中、イデオロギー的に偏ったコンテンツや、偽情報・デマ、社会の少数派を攻撃するヘイトスピーチ、著作権を侵害したまとめサイトなどがサイバー空間でやり取りされ、情報の信頼性を失わせている。

このような混沌としたメディア状況を理解していくには、これまでのような主流メディアを中心とした、伝統的なメディア研究の枠組では難しくなっている。本論文では、オンライン上での情報のやり取りが、日常のメディア活動の中心になりつつある中、オンライン上に、伝統メディアとは異なる、オルタナティブな（Alternative=代替的な）コンテンツが氾濫する今世紀の新しいメディア状況を理解するには、「オルタナティブ・メディア（Alternative Media=以後 AM と呼ぶ）」の視座から現在のメディアを読み解いていく必要があると考える。

このように複雑化するメディア環境を背景に、ニュースを伝達するジャーナリズムそのものも、大きな変革期を迎えている。ニュース領域でも、デジタル技術を駆使した新しいジャーナリズム実践を行なう新興デジタル・ニュース・メディア（以後、新興ニュース・メディアと呼ぶ）が次々に誕生して情報発信の担い手の幅が拡大し、既存のメディアを超えて、メディア環境が民主化されている。一方、偽のニュース記事が広く拡散し、一国の未来を左右するような政治判断にも影響を与えるようになっている。

伝統メディアとは異なるオルタナティブなチャンネルからの情報が、社会的影響をますます強める中、グローバル社会の進展と、これを社会的システムとして支えるテクノロジーを基盤としたデジタル化社会において、メディアおよびジャーナリズムのあり方自体も大きく揺らいでいる。このようなメディア変革期に直面する現代社会において、AM および、そこでのオルタナティブなジャーナリズムの実践（オルタナティブ・ジャーナリズム）の視座から現代のメディア状況を分析・考察していくことは、大きな意義を持っている。

本章では、まず、現在のメディア・システムのなかで、AM がどのように位置づけられているのか、デジタル時代を迎えて、ニュースの概念はどのように変わってきているのか、そして「民主的メディア・システム」を構築する上での AM の役割を概観したうえで、本論文

の目的と意義、概略について言及する。

### 0-1-1 メディア・システムの中のオルタナティブ・メディア (AM)

メディアが国家権力のプロパガンダに使われた過去の反省を踏まえ、第二次世界大戦以後、先進諸国は、民主的なメディア・システムを手に入れたと何の疑いもなく考える傾向があるように感じられる。特に米英社会を中心に、戦後 1950 年代から 1960 年代に、黄金時代を迎えた地上波テレビを中心としたメディアコミュニケーションの発達がみられ、1980 年代には、世界的な規制緩和のトレンドによって、ケーブルテレビや衛星放送による多チャンネル化が進展していった。その際、「新自由主義」下で進行した規制緩和政策の拡大で、新しく台頭したメディアは「自由市場」と「自由競争」の下、市民が求める情報が、「民主的なメディア・システム」によって発信されていった、というのがメディア史の通説となっている。しかし、市場原理で「民主化」されたメディアは、強者が更に強く、更に大きくなることを促し、実際には、僅か 10 社にも満たないグローバル化したメディア・コングロマリットによる寡占化状態が出来上がっていった。しかも、そこには市民というよりも、消費者の概念が強く存在していた。

巨大化したメディア企業が、米英の社会を中心に支配する構図は、1990 年代後半以降に台頭していったインターネットによって塗り替えられ、人々の間では一般的に誰もがアクセスでき、参加できる、本来の意味での民主的なメディアが社会に位置づけるのではないかと期待が高まった。21 世紀初めの現代社会を概観する時、Google、Apple、Microsoft、Facebook といった IT の巨大企業が、パソコンや検索エンジン、SNS のプラットフォームといったハード面だけでなく、音楽、映像、書籍からニュースに至る情報ソフト面までもコントロールしようと競い合っている現実がある。これら巨大 IT 企業は、伝統的なメディア企業とは違い、インターネット社会の進展がもたらす民主主義の促進を、基本的な経営理念と位置づけてはいるが<sup>1</sup>、その崇高な理念と営利企業として市場から利益を生み出し発展させるという二つの間でバランスをとることが果たして出来るか、難しい課題に直面している。特に米国においては、1990 年代後半から既存のメディア・コングロマリットが、次々と有望な IT 企業を買収して傘下に収めることで、インターネット事業への参入拡大を急速に進めている。このような中、21 世紀初頭のメディア環境は、メディアが社会をより民主化した方向へと導けるかどうか、先を見越すことができない混沌とした状況にあると言えるだろう。

また、世界の人々を取り巻く社会も、従来の国家単位から、国境を越えて経済活動が展開

---

<sup>1</sup> 例えば、Google では経営理念の「Google が掲げる 10 の事実」のなかで、「ウェブ上の民主主義は機能する」「悪事を働かなくても金は稼げる」などを挙げている（出典：Google のホームページ）。

<sup>2</sup> 日本コミュニティ放送協会（JCBA）によると、2016 年 7 月現在、全国のコミュニティ FM 放送の運営数

され、より多様な情報が行き交うグローバル化現象が急速に進んでいる。だからこそ、このようなグローバル化した社会で人々が共生してゆくために、マス・メディアが果たすべき役割は大きいのである（金山勉・金山智子 2005）。

また一つの国の中でも、多様な民族・文化・宗教などの価値観や視座が主張されるようになると、相互間で利害関係が生じるようになり、世界的に異質なものへの無理解、不寛容さ、そして憎悪からくる悲惨な出来事を伝えるニュースが続いている。このような時代に、メディアは多様な声の受け皿となる回路として存在すること、そして多様な声に耳を傾け、これらを解決するための議論の場を提供する役割を担うことが、果たして保障されているのだろうか。本論文は、そのような疑問から出発している。

高度情報化社会で生活する人々は、日々接する情報の大部分を何らかのメディアを介して受け取っている。それゆえに、その国のメディア環境のあり方次第で、その国の人々が、どのような情報を、どのように獲得するかという点において差が生じてくる（Curran et al. 2009; 吉見 2001）。しかし、世の中の人々にとってのメディアとは、あまりに日常的な存在であるため、その基盤となるメディア・システムは、通常、所与のものとみなされ、その在り方に疑問が挟まれることは殆どない（McChesney 1999; McChesney and Nichols 2010）。

マス・メディアだけでも、国によってかなりシステムが異なっており、それに応じて人々が受け取る情報の量も質も異なることが実証的データによって示されている（Curran et al. 2009）。例えば、米国と日本の間でメディアの違いを大きく感じさせるものとして、伝統的なマス・メディア以外の AM の存在がある。

一般的に AM とは、様々な媒体の周縁部に存在するメディアだと言われている。例えば、新聞という媒体に連なる AM にはマイノリティの人々に向けた「外国語新聞」や、労働運動と連動した「労組新聞」などがある。雑誌については、自主制作の雑誌全般を指す「ミニコミ誌」がある。「ミニコミ」は、マスコミ（mass communication）に対する mini communication を略した造語で、1960 年代から 1970 年代に流行した表現である。日本では、同じ趣味・目的意識を持って集まった人々で制作した「同人誌」が、「ミニコミ誌」の一種として知られており、現在でも、世界最大の同人誌即売会「コミックマーケット」が開催されるなど、特に漫画・アニメといったサブカルチャー領域で一定の影響力を持っている（Lessig 2004）。

ラジオでは、1960 年代から 1970 年代に、英国やフランスなど、主にヨーロッパの国々において違法で運営されていた「海賊ラジオ」や日本には 300 局以上ある「コミュニティ FM<sup>2</sup>」、映画では「自主制作映画」などが AM の代表例として挙げられる。これらの AM は、大手新

---

<sup>2</sup> 日本コミュニティ放送協会（JCBA）によると、2016 年 7 月現在、全国のコミュニティ FM 放送の運営数は 303 局で、JCBA のメンバーとなっている 224 局のうち株式会社等が 218 局、NPO が 6 局。非メンバーでは、株式会社等が 53 局、NPO が 26 局となっている。

聞社やテレビ局、ラジオ局、映画制作会社といった主流メディアと比べると、規模は非常に小さく、多くの国々において社会的な影響力も限定的である。

米国の AM を見てみると、日本と比べオープンで、主流の既存マス・メディアでは伝達されない情報や視点を提供するなど、公共的なジャーナリズムの役割を持つものも多く見られ、ある一定の社会的な影響力を持つようになってきている (Fujihara 2010)。

1980 年代頃からの情報通信技術の発達を受け、一般市民がケーブルテレビの中で独自のチャンネルを持ったり、自主制作の番組配信を担ったりする市民チャンネル、インターネットが普及した 21 世紀以降は、オンライン上のブログや、新興ニュース・メディアなど、新しいメディア技術をプラットフォームにした AM も次々に誕生している。

様々なジャンルや目的を持つ AM は、既存の主流メディアとは異なる視座や形態によって、世の中の出来事にかかわるニュースを発信している。それらの中には、政治活動・社会運動を支援して社会変革を目指すハードで急進的なものから、アート活動やファン雑誌の刊行など自己表現の場を提供するソフトなものまで多岐にわたっている。

また、AM は、単に主流メディアと異なる情報を伝達するという特性を社会に示すだけでなく、社会の周縁にいる移民や性的マイノリティの情報源やネットワークの道具として、また地域活性化を推進し、そこに生活する人々をエンパワーメント (=与えられた目標を達成するために、組織の構成員に自律的に行動する力を与えること) させる道具として、社会的な役割を担っている。

2000 年代以降、伝統的なメディア・コングロマリットや巨大 IT 企業が、インターネット上の情報伝達の覇権争いを繰り広げる中、周縁的メディアとして位置づけられるようになった AM は、ブロードバンド環境が進展するインターネット・メディアの社会的浸透によって、誰もがアクセス可能で情報発信できる状況になったことから、むしろ既存のマス・メディアの存在感を超越する潜在性を持つとも考えられる。

### 0-1-2 変化するニュースの概念

21 世紀に入り、生まれた時からデジタル機器に慣れ親しんできた「デジタル・ネイティブ」と呼ばれる若者たちを中心に、人々のニュース受容や、ニュースそのものに対する概念も大きく変化してきている。Watson and Hill (1984) の *A Dictionary of Communication and Media Studies* によると、「ニュースとは、情報そのものと同じように、個人、グループ、コミュニティ、国家 (国民) にとって必要不可欠な生活の構成要素である。ニュースは、毎日数回人々に情報を伝え、それが印刷媒体であれ放送媒体であれ、ニュースは人々に世界、つまり、『現実』を表象 (re-present) するものである」(p.151) と定義されている。インターネットが普及した現在、ニュースは、もはや新聞・テレビなど一握りの主流メディアがマスに向かって

発信するものではなく、ブログや SNS を通じ、誰もが発信できるものになってきた。インターネットは、商業目的の新興ニュース・メディアから、個人で情報発信するブロガー、そして専門知識を持つネットユーザーまで、つまり、プロフェッショナルから一般市民まで幅広い情報発信を生み出すためのメディア・ツールとなり、これまで主流メディアが独占していたニュース・メディア業界に大きな変化をもたらしている。

また、ニュースの消費のされ方も、近年になって大きく変化している。ニュースは、従来のように新聞やテレビのニュース番組から一方的に受けとるものではなく、米国ではオンライン上のポータルサイトやニュースのアプリ、SNS 経由で、能動的に読むことが、すでに「新しい常識」となっている<sup>3</sup> (Pew Research 2016)。また日本では、Yahoo News やスマートニュース、ライブドアニュースなど大手ニュースサイトの「まとめ」サイトで、記事を読むことが一般的になってきている。

オンライン上のまとめニュースサイトでは、主流メディアから配信された記事もブログ記事も同列に扱われており、ニュースの読み手側は、ニュースを誰が発信しているのかには、注意を払わない傾向も指摘されるようになった。

このような変化は、これまで一握りの主流メディアに独占されていた情報の流れが、インターネットによって民主化された証左だと捉えられるかもしれない。しかし、関連領域のメディア研究者を中心に、送り手側、受け手側の双方において、必ずしも自由で開かれた民主的な情報の流れに向かっているわけではないとの状況指摘がなされている (FreePress 2016; Hindman 2009; Pariser 2011=2012; Sunstein 2001=2003; Wu 2011=2012)。

### 0-1-3 「民主的メディア・システム」の構築に向けて

本論文では、民主的な情報の流れが阻害されている要因として、主流メディアを批判することに特化して議論してはいない。確かに主流メディアは、市場において寡占化を強めることで情報の画一化を進める要因にもなっている。情報をパーソナライズしてメディアビジネス環境にメディア利用者、または消費者を「囲い込む」選択的接触が進む中、主流メディアは、人々に広く世の中の出来事や価値観の準拠枠を提供しており、そこで得られた共通体験は一種の社会的な接着剤の役割を果たすという重要な役割を依然として担っている (Sunstein 2001=2003)。

また、メディアが市場システムの中に組み込まれている中、主流メディアが営利目的の企業である限り、視聴率や発行部数を増やすために、人々が知るべき情報よりも、人々が見たい・読みたい情報を優先させることは、一般的に予想される営みであり、それを非難するこ

---

<sup>3</sup> 最新の調査によると、アメリカ人の成人の6割が、ソーシャルメディア経由でニュースを読んでいるといい、44%がよく読む、もしくは時々読むと答えている (Pew Research 2016)。



とはできない (Baker 2002)。

自由で開かれた言論空間を維持するには、視聴率・発行部数至上主義の主流メディアを批判することからでは建設的な議論は生まれてこない、という見方が重要になっている。自由で開かれた言論空間を構築するには、メディア権力の集中によって、自由な言説がコントロールされることのないメディア・システムを構築することが必要なのである (Curran 1991=1995; Fujihara 2010)。以上の前提に立てば、本論文が問題意識の中に取り込んでいるのは、主流メディア自体ではなく、主流メディアに独占されているメディア・システムそのものと言うことができる。

そして、多様な言説が共存できる民主的なメディア・システムを構築するには、多様な形態のメディアが、いずれかに偏りすぎずに存在出来るメディア環境が必要となる。つまり、主流メディアがメディア・システムを独占するのではなく、様々な形態の AM の存在が、そこには必要となるのである。

## 0-2 本論文の目的と意義

### 0-2-1 「サイクル」仮説と AM

米国のメディア法研究者 Tim Wu (2011=2012) は、インターネット以前にも、ユートピア的理想主義を謳うオープンなメディアが登場しては、その後、管理された閉鎖的な方向へ転換していくという歴史が、これまでに幾度となく繰り返されてきたと指摘している。Wu (2011=2012) は、様々なメディアが、一定のパターンで発生から転換までを繰り返す変遷過程を「サイクル」と呼び、その「サイクル」を、実例を挙げて検証している。

本論文では、Wu (2011=2012) の「サイクル」仮説のなかでも、特に、様々なメディアが誕生した当初は、一般民衆が自分たちの手によって、自らの声を発信するという行為をそこに込める、いわゆる「オルタナティブ・メディア」の特徴を多分に持っていたという指摘<sup>4</sup>に注目した。

これまで通説だとされてきたメディアの歴史や、所与の物とされている既存のメディア・システムを、一旦「脱構築」(Derrida 1992) して、AM という周縁化されたメディアの視座からメディアのありようを捉え直すことで、新しいメディアが「サイクル」のパターンに陥り、多様な意見や声の取り込みに消極的にならず、また、すでに「サイクル」が進んで管理された閉鎖的な産業となってしまったメディアについても、開かれた民主的な部分を取り戻すための手がかりを得ることができるのではないかと考える。

その萌芽期にはオルタナティブな性質を帯びていたメディアが、その後、どのような政治

---

<sup>4</sup> 同様の指摘は、Starr (2004)、水越 (1993; 2005) などによってもなされている。

的・社会的・経済的な要因によって閉鎖的な性格を持つものへと方向転換していったのか。これに関わって、「サイクル」のプロセスとその背景を AM の視座からたどっていくことによって（\*下線部、藤原強調）、現在進行形で議論されている、インターネットのオープン化と民主的なメディアとしての活用に関わる議論へとつなげてゆきたい。これまでの伝統的なメディア研究では、無視されるか、過小評価されてきた AM というメディア領域を、既存メディアの立ち位置との相関で議論しようとした理由はここにある。

Wu（2011=2012）は、一般的にオープンで民主的なメディアと認識されているインターネットも、歴史的な「サイクル」の中に組み込まれ、最終的には閉鎖的な方向へ向かうことが避けられないと指摘する。本論文では、「サイクル」として反復される傾向があるメディアの生成流転を捉え直すことにより、オルタナティブなメディア領域が担保された「民主的なメディア・システム」のあり方を問い、さらに、現在のメディア・システムをどのように再構築すれば、自由で多様なメディアの回路を維持・発展させることが出来るのかについて考えてゆきたい。

## 0-2-2 目的と意義

本論文では、AM、特にインターネットが台頭している現在のメディア環境では、インターネットが内包するオルタナティブな部分を、言論の多様性を担保する「民主的メディア・システム」に不可欠な領域として位置づけている。その上で、デジタル時代の AM が「民主的メディア・システム」に不可欠だとする主張は妥当かどうか、その論拠となる理論と実証的な知見を再検討するとともに、AM が既存のメディア・システムから阻害されてきた構造的課題を明らかにしたい。

「民主的メディア・システム」とは、四半世紀前に英国のメディア研究者 James Curran（1991=1995）が提唱したもので、公共メディアを中核として、商業メディア以外に、非営利メディア・市民メディアなどのオルタナティブな領域のメディアを組み込むことで、主流メディアに極端に偏らず、多様な形態のメディアが共存できるシステムを指している。「理想論」と捉えられていた「民主的メディア・システム」を再考し、これが現実的な議論となり得るという考えを議論の俎上にのせるため、デジタル時代の AM の理論体系について検討し、その有効性にかかわる知見を示してゆきたい。

それらは、以下のような3点に集約される。

まず、(1) メディア・システムに AM が不可欠だとする議論の前提として、メディアの形態や目的の多様性から未だコンセンサスがとれていない AM にかかわる新たな定義を示したい。そうすることによって、デジタル時代の AM を一つの集合体として捉える視点を提示できると考える。特に、インターネットがメディアに与える影響として更に多様化し複雑化する

るメディア環境の中、インターネットの台頭によって大きく変化し、再活性化されていると指摘され、また定義が難しくなっている AM を、2000 年以降の主要な先行研究をメタ分析することで類型化する。この領域の理論構築と議論・考察の土台となる AM の定義のあいまいさが、AM の過小評価に繋がり、研究の進展を遅らせてきたとも言えるだろう。デジタル時代の AM の輪郭を明らかにする調査研究は、今後の AM 研究を進めるための基礎固めという意義を持っているのである。

次に、(2) 本論文では、AM の重要性を理解する際、歴史的視座が必要との立場をとる。そして、メディア史を AM の視座から捉え直す「歴史的アプローチ」によって、AM がどのように誕生し変遷していったかを、特に主流メディアとの関連性に着目して明らかにする。これは Wu (2011=2012) の、新たに誕生したメディアが最終的には商業的圧力によって巨大資本に納まっていくという「サイクル」の仮説と連動して、AM の変遷過程と、その関連性を明らかにする作業である。

ここでの AM の歴史の掘り起こしとは、メディアの初期段階で、一般民衆の手にあった AM が具体的に、民主的市民社会の形成にどのような役割を担い、どのように歴史上の出来事に社会的・政治的影響を与えたのかを、たどっていく作業でもある。AM としてのアイデンティティや実践が生まれた経緯について、歴史的考察から得られた知見は、「民主的メディア・システム」における AM の存在意義の妥当性にかかわる知見を与えてくれる。そして、AM として位置づけられた先駆的メディアが、現在に至るまでどのように継承され、更に未来に向けてどのように変化するかを展望する上で重要な視座を提供してくれる。

最後に、(3) AM が民衆のメディアとして誕生し、現在まで継承されているとするならば、現在、インターネット社会の急速な広がりを経験する米国の新興ニュース・メディアが、AM を継承するメディアとして捉えられ得るのかについて、実証研究によって検証する。AM として位置づけられるかどうかの基準は、多くの関連する先行研究で示された知見に基づき、AM としての特徴が容易に判断でき、また主流メディアとの比較がされやすい、以下の3点を選択した。それらは、①設立動機・目的、②経営形態、そして③ニュースの情報源で、これら3点が AM としての位置づけに該当するかどうかで検証することとした。更に、近年、主流メディアと AM が二項対立的な関係ではなくなっているとの知見を受けて、④主流メディアと AM の両者が同質化しているかどうか、ハイブリッド化しているかどうかをめぐり、新たな協働関係があるかどうかについても検証した。

実証研究では、AM が「民主的メディア・システム」の中で、特に言論の多様性を担保する役割を担っている点に着目する。

新興ニュース・メディアが、AM としての特徴を持つならば、主流メディアとは違うニュース選択や切り口による報道、または情報発信がなされていることが考えられ、そうであれ

ば、言論の多様性に寄与することに通ずることになるとの研究課題を設定した上で、メディアコミュニケーション、およびジャーナリズムの活動に従事する送り手側の編集者やジャーナリストへの聞き取り調査を行い、その結果を考察している。

実証研究の調査対象を、米国の新興メディアの編集者やジャーナリストとしたのは、彼ら/彼女たちこそが、世界中で起きている無数の出来事の中から何をニュースとして伝えるのかを選択する「ゲートキーパー（門番）」(White 1950)の役割を果たしているからである。編集者やジャーナリストが選択・レポートした記事は、読者や視聴者に直接的な影響は与えないにしろ、世の中で何が重要なニュースとなっているのかという「ニュースの顕出性」を知らせる「議題設定機能」(McCombs and Shaw 1972)を担っている。

さらに、ある一つの出来事やニュースをどのような「フレーム（枠組）」(Scheufele 1999)によって伝えるかは、ニュース組織の編集者やジャーナリストの価値観やジャーナリズムの規範に多くを負っていることも先行研究によって指摘されている。これら、「ゲートキーパー」「議題設定機能」「フレーミング」といったメディアの役割は、その担い手である編集者やジャーナリストの意図や行動規範に大きく影響される(金山勉・金山智子 2005)。新興ニュース・メディアの送り手側が、主流メディアの送り手たちと異なる意図やジャーナリズム規範を持っているとすれば、そこから発信されるニュース自体やそれが伝える視座は、自ずと主流メディアとは異なるものになり、言論の多様性に繋がっていくと考えられる。

本論文では、物理的な制約により、新興ニュース・メディアにおける言説の多様性や議論の拡大の実体について、発信記事のコンテンツ分析やオーディエンスの受容調査などにかかわる実証的な調査研究は行っていない。他方、それら組織の編集者やジャーナリストの職業規範や日常的なジャーナリズムへの実践、所属する組織の形態などの状況を明らかにすることができれば、発信されるニュースの選択や伝え方の切り口について踏み込んだ知見を与えてくれるだろう。

新興ニュース・メディアの発信者に焦点を当てた本論文の実証的な調査とそこから得られたデータは、そのニュース媒体がAMとしての特徴を備えているか、そして主流メディアとの間で差別化が図られているのかを検証するうえで一定の有効性を持つものとする。

### 0-3 本論文の構成

先に示した三つの主要な研究の視座は、本論文の第Ⅰ部から第Ⅲ部に対照・該当するように配置されている。以下では、第Ⅰ部から第Ⅲ部に至るまで、それぞれの概要について示しておきたい。

### 0-3-1 第 I 部 デジタル時代の AM 研究

本論文の第 I 部では、デジタル時代の AM 研究を主な研究対象とし、デジタル時代に則した AM の定義づけと、類型化を行なうことを目的としている。

AM は、すでに過去のメディアであり、概念自体も時代遅れだと見なされる傾向にあるが、デジタル時代の AM 研究は、デジタル技術を活用することで AM がどのような発展を遂げ、どのような新しい役割を担っているのかを扱う現在進行形の研究領域と受けとめられている (Atton and Hamilton 2008; Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007; Harcup 2013; Kenix 2011; Lievrouw 2011)。

例えば、デジタル化した AM と様々な社会運動との繋がりや、多様化する社会の中でバーチャルなコミュニティの形成や、グローバルな規模で人々にネットワーク化をもたらすなど、AM の役割はデジタル時代になって拡大していると解釈することができる。

しかし、AM は、その多様性から一つのメディア領域としての理論構築をすることが難しく、未だに確固たる定義のコンセンサスを持つにさえ至っていないのが現状である (Atton and Hamilton 2008; Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007)。そのことが、AM の包括的な理解を妨げる要因となっているばかりか、AM を一つの研究領域として発展させていく足かせにもなっている (Hamilton 2000; Atton and Hamilton 2008)。

このような経緯から、AM が主流メディアとは異なる目的や特徴を持ち、民主的メディア・システムにとって不可欠なメディアであるといった議論へと展開していくことの困難さが浮き彫りとなってくる。

AM の目的や存在意義が理解され、その役割が適正な評価を得るためには、まずコンセンサスが取れていない「オルタナティブ」という概念と定義を再考する必要がある。そこで第 I 部では、AM の最新研究を対象にして、デジタル時代の AM の再定義を行なうとともに、研究テーマやそこから得られた知見をリストアップし分類することで、現在の AM の類型化を行なった。

これまでまとまりを欠いていた AM の概念を、包括的に再定義し類型化することは、AM を一つのメディア領域として際立てるという学術的な作業であり、多様なメディア研究領域において、AM 研究領域の系統化、ひいては理論化に向けた基礎作業と位置づけることもできるだろう。

なお本論文では、主に公的な目的で時事的なニュース、言説・論説を伝える AM を研究対象としているため、この類型化された AM の中でも、特に5つ目の「オルタナティブ・ジャーナリズム (Alternative Journalism=以後 AJ と呼ぶ)」の実践に焦点を当てている。AJ は、Atton (2007) が示した「市民ジャーナリズム」の定義を拡大して、デジタル時代になって目覚ましい発展を遂げている新しいオンライン・ジャーナリズムの実践を含めた AM のジャーナリ

ズムの実践と定義されており、AM の一つの領域として類型化されている。従って、本論文で言及されている AM という用語は、AJ と同義語またはオーバーラップするものとして使われている。

### 0-3-2 第Ⅱ部 民衆のメディアの誕生と変遷

第Ⅱ部では、AM の歴史的な変遷のプロセスと社会的役割を、主流メディアとの関係性に注目しながら明らかにしていく。一般的なメディア史に AM は登場しないか、または、たとえ取り上げられたとしても、大きな社会変革の時代に登場した一過性のメディアという扱いで、AM の誕生からの変遷を取り上げた研究は、非常に少ないといえるだろう (Hamilton and Atton 2008; Williams 1970)。一般的に AM は、1960 年代から 1970 年代に誕生したと見なされる傾向があるが、実はその歴史は古い (Atton and Hamilton 2008; Dagron 2004; Gibbs and Hamilton 2001)。

AM を歴史的アプローチで分析するにあたり、AM が 1970 年代の産物と見なす一般的な認識との混同を避けるため、本論文ではメディア史における創成期の AM を「民衆のメディア」と名付けた。そして、公的な目的で時事的な言説・論説を伝える「民衆のメディア」を先行研究から掘り起こし、それらを通説のメディア史のなかに改めて位置づけ、「民衆のメディア」の歴史的役割と当時の主流メディアとの関係性を明らかにしていった。

有山 (1995: 3) は、「新たなメディアの出現は、メディアの置換というより、それまでのメディアがつくり出してきたコミュニケーションの上に新たなメディアによるコミュニケーションが累積し重層的構造を形成していく過程」だと指摘している。有山の指摘は、媒体としてのメディアだけでなく、メディアが果たす役割の変遷過程にも適用されるであろう。

第Ⅱ部の調査研究は、AM というメディア領域がどのように誕生・発展し、そして衰退し、また周縁化され、現在に引き継がれているのかを、様々な文献資料から探し出し再構築していく作業である。その際、「言論の自由との闘い」「メディアの商業化」「メディアの大衆化」「公共性 (公共圏)」「メディア参加」を重要概念とした調査・研究を行なっている。Gibbs and Hamilton (2001) が指摘するように、AM を歴史的視座から見ていくことによって初めて、この領域のメディアが決して最近生まれたのではないことを認識できるだけでなく、その実践には非常に幅広く多様な目的やゴールが含まれていることが理解できるだろう。

第Ⅱ部の歴史的アプローチでは、英国が調査対象となっている。民衆のメディアの歴史は古く、その起源は 17 世紀まで遡ると指摘される (Atton and Hamilton 2008; Dagron 2004; Hamilton 2000)。その時代、AM の実験場とも考えられる米国は、まだ誕生していないという物理的理由があり、民衆のメディアとしての AM の歴史は、あえて英国からレビューすることが適切であると考えた。

また、英国から多くの人々が植民した米国において、そのジャーナリズムが、英国のジャーナリズムと多くの共通点があるという指摘も背景にある。近代ジャーナリズムの基礎は、1830年代から1920年代にかけ、英国と米国のジャーナリストによって発明され実践された「Anglo-American Journalism」によって築かれたとされる（Chalaby 1996）。

AMの歴史的な役割については、階級社会の英国では階級闘争の局面が、そして、英国の植民地だった米国では、建国や国家のアイデンティティを巡る闘いという局面が強調されているものの、英米両国において、AMは言論の自由との闘いを通して、民衆の解放運動を先導した役割を担ったとする解釈が一般的になっている<sup>5</sup>（Hamilton and Atton 2001）。

本論文では、メディア史におけるAMの歴史を掘り起こすにあたり、カルチュラル・スタディーズの研究枠組を援用した歴史的アプローチによって調査研究をおこなった（飯塚1999; Williams 1974; 吉見 2000）。

英国で誕生し発展したカルチュラル・スタディーズでは、通常メディア史の研究視座とは異なり、英国メディアの生成過程を、社会的、政治的、文化的な文脈から分析している（Atton and Hamilton 2008; Curran 2002; Thompson 1964=2003, 2003; Williams 1970）。そのため、「民衆のメディア」の歴史的な実践は、通常メディア史ではなく、カルチュラル・スタディーズの先行研究の中から、多くが見出されるのである。歴史的アプローチでの調査研究の二次資料の多くは、英国が研究対象であったことも、本論文で英国を組み込んだ理由の一つとなっている。

歴史的に見ても、オルタナティブな特徴を持つメディアは、Williams（1961=1983; 1970）やAtton and Hamilton（2008）が指摘していたように、誕生当時から主流メディアとは異なる存在意義を持っており、英国で世界に先駆けて市民社会が形成され、ジャーナリズムが誕生したという歴史においても、重要な役割を担っていたことが示唆されている。

新聞が商業化・大衆化していくことで、当時のAMは周縁化されたが、その特徴と役割は、次世代のAMに継承されていったとされる（Curran 2011）。それらの特徴と役割が、現代のデジタル時代にあって、新興メディアに引き継がれているかどうかを明らかにするには、実証的な研究の知見が必要となる。そのための実証研究が、第Ⅲ部として続いてくる。

### 0-3-3 第Ⅲ部 米国新興ニュース・メディアのジャーナリズム実践についての考察

第Ⅱ部では、オルタナティブなメディア領域は、19世紀半ば以降に周縁化されたものの、その歴史的な存在意義や社会的役割は、その後も継承されていったことが示唆されたが、第Ⅲ部では、それらのAMとしての特徴や役割が、現代の米国新興ニュース・メディアに引き

---

<sup>5</sup> 米英両国のAM研究の枠組の共通点として、言論の自由との闘いと、民衆の解放運動とを同列に扱っていることが指摘されている（Hamilton and Atton 2001）。

継がれているのかについて検証するための実証研究を行なっている。

実証研究の調査対象を米国の新興ニュース・メディアとしたのは、以下のような理由による。まず、英国の植民地から独立し、移民の手で建国された米国は、建国当時から多様な民族、価値観が共存しており、メディアにオルタナティブな領域を欲する潜在的な要求が相対的に強いという背景がある。例えば、移民たちが母国語で読める外国語新聞の需要の高さは、歴史的に早い段階から存在していた (Ryan 1992)。

さらに米国は、建国当時から「言論・報道の自由」に対し、特別高い価値観を置いて国家運営がなされていったという背景がある (Schudson 1981; Starr 2004)。この「言論・報道の自由」の基本原則は、自由市場のなかで最良のものが提供されるという「思想の自由市場」から来ており、この原則の下、米国では政府による言論機関へのあらゆる介入が排除されてきた (Schudson 1981; Starr 2004)。

新聞などの出版物に限らず、ラジオやテレビの放送メディアも政府の介入は極力控えられたため、ラジオやテレビを公共メディアとして制度上保障した英国や日本とは異なり、米国の放送媒体は、商業局のみで開局し、それらを核として発展したという独特の経緯を持つこととなった (Starr 2004)。

米国の公共放送 PBS は、商業放送に遅れて 1969 年に開局 (翌年に放送開始) されたものの、民間放送からなる全米放送事業者協会 (NAB) の強力なロビー活動の結果、英国や日本のように受信料を運営資金とするシステムは採用されず、その結果、PBS は常に資金不足の問題に悩まされ、誕生してから現在に至るまで、英国の BBC や日本の NHK のような影響力を持つ存在になりえていない (Fujihara 2011; McChesney and Nichols 2010; Pickard 2014; Starr 2004)。

このような公共メディアのプレゼンスが低い米国独特のメディア環境では、市場システムが最も影響力を持つため、広告主がターゲットにしない貧困層、高齢層、人種的なマイノリティ層などの少数者の声は、主流メディア上で排除される傾向が強くなってしまった (Baker 2002; McChesney 1999)。

そのため、社会の少数派に分類される人々は、自分たちのアイデンティティを獲得し、その声を発信する目的で AM を強く望むようになっていったのである。そのオルタナティブな領域の強化に、公共メディアの強化も含まれていることが米国独特の状況であるといえる (McChesney and Nichols 2010; Pickard 2014)。

社会的・政治的背景に加え、米国では、近年政治的な偏向報道がエスカレートしており、人々の主流メディアに対する不信感が強くなってきている (Pew Research 2016)。このような要因も、AM に対する潜在的なニーズの高さに繋がっていると推測される。

デジタル・メディアが台頭する現代社会では、世界的規模でデジタル技術を駆使した革新



的な新しいジャーナリズムの実践が、次々と誕生している。なかでも米国は、その新しいジャーナリズムの実践の先頭を走っていると評価できる。

このように米国では、社会的・政治的背景から、AM に対するニーズが高いことに加え、オンライン上で展開されている新興ニュース・メディアの数も、サイトへのアクセス数も他のメディアとの比較で相対的に多いことが示されている (Pew Research 2016)。これらの背景から、米国が本論文の実証研究の調査対象として最も相応しいと考えた。また、第Ⅱ部の歴史研究との繋がりにおいても、前述したように、近代ジャーナリズムの基礎は、英国と米国のジャーナリストによって発明され実践された「Anglo-American Journalism」(Chalaby 1996)にあるとされ、AM においても両国の共通点や継続性が先行研究によって指摘されている。

例えば、言論の自由との闘いを通して、階級闘争を先導した英国での先駆的な AM/AJ の社会的役割は米国にも引き継がれており、米国では AM が、植民地支配からの独立運動や建国後のアイデンティティ形成に寄与したとされている (Hamilton and Atton 2001)。

これらの背景を踏まえ、第Ⅲ部では、米国の新興ニュース・メディアを調査対象とし、それらが実際に言論の多様性に貢献しているのかを課題とした実証研究を行なった。

Harcup (2013) や Forde (2011) の実証研究によると、AM で働く編集者やジャーナリストは、主流メディアとは異なったニュースバリューを持ち、別の切り口でニュースをカバーし、異なったニュース関係者や情報源にアクセスしていたとされる。つまり、AM の実践は、プロフェッショナル化したジャーナリズムの倫理や規範、ルーチンに対する批判であるとも理解され、またそれらに対する代替的なものを提供する役割を果たしているとも理解できる (Atton 2007; Atton and Hamilton 2008; Forde 2011; Hurcup 2013)。

先行研究の知見から、本論文では、米国の新興ニュース・メディアのジャーナリズム実践が、AM としての特徴を持つならば、主流メディアに対する代替的な情報を提供していることになり、言論の多様性に寄与するのではないかと、この研究課題を設定した。

その研究課題を検証するため、以下のような4つのリサーチ・クエスチョンを作成した。

**RQ1: AM の設立目的・動機は何か**

**RQ2: AM はどのような経営形態(組織形態・資金源)をとるか**

**RQ3: AM のニュースの情報源は何か**

**RQ4: AM による主流メディアとの協働はあるか**

上に示した4つの RQ にかかわる実証研究は、2015年1月から2月にかけて、ランダムに選択した米国東部地域の6つの新興ニュース・メディアに対し、質問票による選択回答と自由回答方式による聞き取り調査として実施した (Denscombe 1998)。量的調査では抽出すること

が出来ない、深く掘り下げたデータ収集を目指している。

聞き取り調査の結果をまとめたところ、新興ニュース・メディアの送り手側の実践には、AMの特徴と重複するものがいくつか確認され、新興ニュース・メディアが「言論の多様性」に寄与している可能性が示唆された。また主流・新興の両メディアは常に対抗的でなく、同質化の傾向もみられた。新興メディアがAMの特徴を持つならば、言論の多様性に寄与するとする仮説は、本研究の限られたデータによる分析の範囲内ではあるが、部分的に支持されたと言えるだろう。

#### 0-4 AM 関連研究への貢献

近代メディア研究は、マス・メディアが発信する情報に対する受け手への影響をテーマにした研究を中心に発達してきた（大石 2005; 佐藤 1998; 吉見 2000; Williams 1961=1983; 1970）。このため、マス・メディアの外側に存在するAMは、比較的最近まで学術的な研究対象になっていなかった（Atton 2002a）。

AMに関する著作物は、AMの実践者による組織運営や制作実践を取り上げたものが中心となっていたが、2001年のDowning et al.による*Radical Media*やChris Attonの*Alternative Media*の発刊を契機に、欧米を中心にAMの理論研究が広まっていった。

日本でのAM領域の研究としては、「地域メディア研究」（林茂樹 2006; 河合・遊橋・モバイル社会研究所 2009; 田村 2003; 田村・白水 2007）、「コミュニティ・メディア研究」（金山智子 2007; 松浦・川島 2010）、「市民メディア（パブリック・アクセス）研究」（津田・平塚 2006; 津田・魚住 2008; 松本 2009; 金山勉・津田 2011）、「オルタナティブ・ジャーナリズム研究」（林香里 2002; 2011）といった領域ごとに、もしくは幾つかの領域を横断して研究が展開されてきた。なかでも、AMの実践に焦点を当てた研究は、特に日本のAMを代表する存在であるコミュニティFM<sup>6</sup>を筆頭に、比較的活発に行なわれているが、デジタル時代に対応したAMの理論研究は、欧米と比べて遅れをとっていると言えるだろう。

本論文は、AMの欧米の最新研究動向のメタ分析による分類化、歴史的アプローチによるAMの存在意義や継続性の検証、そして、デジタル時代の新興メディアが、AM/AJとしての役割を継承しているかについての実証研究に至るまで、AM/AJの歴史的経緯から現在進行形の実践まで包括的な調査研究を行なっている点に特徴がある。これらの研究から得られた知見によって、これまで系統立てて論じられることの少なかったAM/AJの成り立ちや、メディア制度との関わり、規範的な役割などについて、多角的な検証が可能となり、今後の日本のAM研究の進展に寄与できるものと考えられる。

---

<sup>6</sup> 日本のコミュニティFMは、AMとして扱われることが期待されているが、それに対する異議も出されている。

## 第 I 部

### デジタル時代のオルタナティブ・メディア研究

#### ～2000 年以降の欧米先行研究から再考する「オルタナティブ」の概念と定義～

AM は、その多様性から、未だにコンセンサスのとれた定義もなく、一つのメディア領域としての理論構築が難しいという問題を抱えている。そのことが、包括的な理解を妨げる要因となっているばかりか、AM を一つの研究領域として発展させていく足かせにもなってきた (Atton and Hamilton 2008; Hamilton 2000)。その中、近年では AM 研究の理論化が進展し、旧来の「主流 vs オルタナティブ」という単純な二項対立的な方法から脱却した新たな枠組みで考察されるようになってきている。

第 I 部では、AM の最新研究を研究対象にして、デジタル時代の AM の再定義を行なうとともに、研究テーマやそこから得られた知見をリストアップし分類することで、現在の AM を 5 つに類型化する。

それらは、(1) 社会・政治変革を目的とする「ラディカル&社会運動のメディア」、(2) 寡占化・グローバル化する「支配的メディア権力への対抗勢力」としての AM、(3) 対抗的公共圏を作り出すことを目指す「批判的メディア」、(4) 自分たちのメディアを持つことでエンパワーメントしてく「市民メディア」、そして (5) ネット時代の新しいジャーナリズムの実践である「オルタナティブ・ジャーナリズム」である。

これまでまとまりを欠いていた AM の概念を、包括的に再定義し類型化することは、AM を一つのメディア領域として際立てるという学術的な作業であり、多様なメディア研究領域において、AM 研究領域の系統化、ひいては理論化に向けた基礎作業と位置づけられる。

## 第1章 今なぜオルタナティブ・メディア（AM）なのか

### 1-1 AMの理論体系構築の必要性

#### 1-1-1 AMの学術的研究を阻む要因

元来、オルタナティブな領域のメディアは、特定の個人やグループに向けたパンフレットや新聞、地下出版、低出力 FM ラジオ、ケーブルテレビの市民チャンネル、オンライン上のブログ等、様々なジャンルや目的のメディアを含有している。そして、既存の主流メディアとは違った視座や形態でニュースを発信したり、政治活動・社会運動を支援して社会変革を目指すラディカルなものから、アート活動やファン雑誌の刊行など自己表現の場を提供したりするというソフトなものまで多岐にわたる。

これらのメディアを対象とする AM 研究は、近年、ようやく一つの研究分野として認知されるようになってきたものの、学術的な研究は他のメディア領域と比べて遅れをとってきた。その第一の要因として挙げられるのは、その多元性・多様性ゆえに、AM を一つのまとまったメディア領域として捉えることが難しいという点である。AM は、未だコンセンサスの取れた呼び名も定義も存在しておらず、何がその研究領域に含まれるのかという基本的な議論さえ、あまり進んでいないのが現状である (Atton 2002a; Atton and Hamilton 2008; Downing et al. 2001)。

二つ目の要因は、伝統的なメディア研究は、主流メディア (=マス・メディア) のオーディエンスへの効果研究を中心に発展してきた経緯を持っていることである (大石 2005; 佐藤 1998; Williams 1961=1983; 1970; 吉見 2000)。このような実証的な効果研究においては、ターゲットが一般大衆でなく、オーディエンスの数も限定的で偏っている AM は、研究対象から外されていたという背景がある (Atton 2002a)。

三つ目の要因として、メディアやジャーナリズムが果たす社会的役割や価値基準についての研究枠組は、主流メディア組織を念頭に構築されてきた点を挙げるができる。AM は、主流メディアと違った社会的役割や存在価値を持っているにもかかわらず、主流メディアを測る尺度で評価されてきたため、常に過小評価され、研究価値の低いものと見なされてきたのである (Atton 2002a)。

四つ目は、AM は組織形態が不安定で移り変わりが早く、不確実性が高い点を挙げるができる (Deleuze and Guattari 1980=1994)。そのことが原因で、研究対象として扱いにくいという物理的な要因が発生している。例えば、特定の社会運動と密接に結びついた AM は、その運動が下火になると連動して、消滅してしまう傾向があり、運営資金を支援者の寄付や公的助成金に頼っている AM 組織は、経済基盤が不安定で継続的な運営が難しくなる (Atton 2002a; Downing et al. 2001)。先に示したような AM 組織は、短命で終わる傾向が強い。

以上のような理由から、AM は、民主的なメディア・システムを構成する重要な領域の一つと評価されながらも (Curran 1991=1995; Fujihara 2010)、学術的な研究が遅れてしまった。その結果、AM は、その存在意義を正当に評価されることなく、周縁的ポジションに置かれるという悪循環に陥ってしまったのである (Atton 2002a; Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007)。

### 1-1-2 AM の理論体系構築の必要性

この領域のメディアを「オルタナティブ・メディア (AM)」と呼ぶのが適切なのかどうかも含め、その定義づけについては、これまで研究者の間で繰り返し論争的になってきた。メディア研究者の中には、AM の包括的な定義づけは物理的に無理で、そのような試み自体が無意味だとの主張もある (Atton and Hamilton 2008)。

本論文では、Gibbs and Hamilton (2001) が指摘するように、AM というメディア領域を総括的に表現する言葉や定義がない限り、その領域の役割を包括的に解明・分析できないと考え、この分野の研究を発展させていくためにも、まずは定義を確定すべきだという立場をとる。

例えば、過去 30 年以上にわたりジャーナリズム的な実践を行ってきた「労働者新聞」「フェミニスト新聞」もしくは「アングラ・メディア」のような出版物を、まとめて AM とラベル付けすることで、それまでバラバラな存在であったものが、集合体として一つのメディア領域となり、はじめて包括的に指し示すことが可能になるのである (Gibbs and Hamilton 2001)。

未だにコンセンサスは得られていないものの、この領域のメディアを指すうえで最も一般的な名称になっているのが「AM」である。この名称は、主流 (マス) メディアに対する代替的 (オルタナティブ) な立場、あるいは、それに抵抗したり、補完したりするメディアという解釈に立っている (Atton 2002a; Atton and Hamilton 2008)。

先に示した定義についても、「オルタナティブ (代替的)」である限り、常に主体となるメディアがなければ成立しないという矛盾から解放されないとの批判もある (Downing et al. 2001)。このことから、他の名称を使うよう提唱している研究者の指摘も無視できない (Rodriguez 2001)。

AM の概念は「市民メディア」に取り替えられた方がよいと主張している Rodriguez (2001) は、AM という名称は、代替物ということ以外の可能性、つまり主流メディアに対抗する力を潜在的に持つことを、初めから除外してしまうことになるかと批判している。

しかし、市民メディアをはじめ、コミュニティ・メディア、ラディカル・メディア、エスニック・メディアなどの名称は、そこに含まれるものを特定のメディアに限定してしまうだけでなく、この分野に含まれるべきメディアを除外してしまうという点で限界がある。

Dagron (2004) は、AM は現在も進行中のプロセスと捉えており、AM に厳格な定義づけを行なうことには否定的である。これまで AM を型にはめて定義・分類してきたことで、AM の生き生きとした、常に進化しているプロセスを「フリーズ」させてしまったかもしれないというのである (Dagron 2004)。

多種多様な目的やゴールを表している数々の名称を、一つの包括的な用語にまとめることは、それぞれのユニークな特徴が軽視されてしまうというデメリットがある一方、呼び名を一つにすることのメリットのほうが大きいと言えるだろう (Gibbs and Hamilton 2001)。

本論文では、これら研究者の示唆に富んだ指摘を踏まえた上で、この領域に属する全てのメディアを包括することが可能な「AM」という名称を採用している。

## 第2章 伝統的なオルタナティブ・メディア（AM）研究

### 2-1 伝統的な AM での研究枠組

#### 2-1-1 対概念としての主流メディアの役割と制約点

伝統的な AM の研究枠組では、AM を定義する際、常に主流メディアが対概念として意識されている。ここでは、先ず対概念となる主流メディアの特徴を確認する。

一般的に指摘される主流メディアの特徴は、(1) 大規模で、大勢の同質なオーディエンスに適合させている、(2) 国営・公共組織もしくは、商業的な企業が運営している、(3) 垂直的な（ヒエラルキー型）組織構造をしている、(4) ジャーナリストや編集者などプロ集団がスタッフとして働いている、そして (5) 支配的な言説と表象（representation）を伝えている、といった点が挙げられる（McQuail 2005=2010）。

歴史的な視座から見ると、近代以降、国民や国民文化、そして国民的アイデンティティは、「主流メディア＝マス・コミュニケーション」の発達・普及と連動しながら、創出され、形成され、普及してきたとされ、主流メディアは、国家主導型の近代化を進めるうえで要となる役割を果たしてきた（大石 2005）。

現代においても、大部分の人々が、主流メディアを通じて日々起きている主要なニュースや、何がいま重要な議題になっているのか、様々な出来事に対しどのような意見が持たれているのか等の情報を得ており、主流メディアによって共通の情報が共有されることで、政治や社会の統合が図られているといえる（Sunstein 2001=2003）。

また、デジタル時代において、情報をパーソナライズして「囲い込む」選択的接触が進む中、主流メディアは、人々に世の中の出来事や価値観の準拠枠を提供し、そこで得られた共通体験は、一種の社会的な接着剤の役割を果たしている（Sunstein 2001=2003）。

他方、ポストモダン社会を迎え、民族、宗教、地域といった文化に関わる価値観、アイデンティティの領域がクローズアップされるようになり、様々な問題、対立、紛争が世界的に発生するようになっている。このような文化間の対立は、「例えば『国民文化』対『下位文化』という形をとって現れるようになり、従来の国民国家というシステムに対し根本的な疑問や批判を生み出すようになった」（大石 2005: 6）。さらに近年では、「グローバル・ジャスティス運動」や格差拡大を批判し世界的なムーブメントを引き起こした「オキュパイ・ウォール・ストリート」など、国民国家における、現体制の自明性に異議を申し立てる様々な抗議活動が国境を越えて、世界規模で起こっている。

主流メディアは、国家が社会統合や国民統合を進めるうえで重要な役割を果たしたが、他方で、画一的な『国民文化』を再生産させる過程で、これまで多くの社会問題を潜在化させ、時に排除してきた」という制約点も持ち合わせているのである（大石 2005: 6）。

このような中で AM は、主流メディアによって潜在化されたり排除されたりしてきた、社会における根源的な疑問や、社会問題を顕在化させ、主流メディアからこぼれ落ちた庶民の声を代弁するという、主流メディアの制約点を補完する役割を担ってきたと言える。

また、専門知識を持ち、訓練を受けたプロのジャーナリストによって実践される主流ジャーナリズムの実践にも制約点が指摘されている。Schudson (1987) は、ジャーナリズムが、より多くのプロの手によって実践されればされるほど、社会やメディア組織がより民主化されていくという前提に多くの研究者が疑問を持ち始めていると述べている。

メディアでどのようなコンテンツが制作されるのかよりも、メディアがどのように組織され、どのような社会的繋がりで見えられているのかという方が、ジャーナリズム研究にとって重要な研究領域になってきているとの指摘もある (Hamilton 2000; Schudson 1987)。このような現代ジャーナリズムに対する批判的研究と AM 研究とは、親和性が高いと言えよう。

## 2-1-2 伝統的な研究枠組での AM の特徴

AM は、目的、参加者、組織形態、そして使用する媒体も様々なことから、それらの特徴付けたり、その様態を簡潔にまとめることは難しい。一般的に、AM は次のような特徴を持つ事が指摘されている。

- ・ 動機・目的は、商業的な動機ではなく、人道的、文化的、教育的、民族的な目的を主張し、権力構造とその言説に対して抵抗し、同じ動機・目的を持つ人々や組織の支援や連帯、ネットワークを形成すること。
- ・ 資金源として、国家や自治体からの助成金、広告収入を拒絶していること。
- ・ 規制制度からは、完全に独立した自由な立場か、特定機関によって監督されていること。時に、無免許で放送を行う海賊ラジオなど、法律に違反することもある。
- ・ 組織構造は、水平的な形態 (=反ヒエラルキー型) で、メディアに「完全」に参加できる民主的なコミュニケーション手法がとられていること<sup>7</sup>。
- ・ プロフェッショナルな活動を批判する立場で、アマチュアの自主的な参加を推奨し、取り上げるニュースに、独自の選択基準を持つこと。
- ・ コンテンツは、支配的な言説や表現描写を補完、もしくは、それらに対抗する内容や、覇権的な政策や優先順位、視点に対する代替的な見方を提供すること。
- ・ 主流メディアでは、オーディエンスは消費者と見なされ、制作者によって統制されているが、AM では、オーディエンスは消費者自身であり、当事者として自らのニーズ

---

<sup>7</sup> AM は主流メディアのようなピラミッド型のヒエラルキーで作られた垂直構造の組織でなくても運営できることを示唆している。特に、社会運動と連動している AM は、組織内でも民主性を重視しており、水平的な組織構造で運営されていることが多いと指摘されている (Atton 2002a)。



や目的を伝達している。AM では、コミュニケーションが民主化されている。

- ・ オーディエンスは、主に、若者、女性、地元住民で構成され、多元性・多様性を持っている。
- ・ AM がカバーする範囲は、広域／全国レベルではなく、ローカル（限定的な地域）である。
- ・ AM の調査方法は、質的調査、エスノグラフィー、長期的調査で特徴づけられる。

先に挙げた AM の特徴の殆どが当てはまる AM もあれば、ほんの僅かしか該当しない AM もある。以下の表 2-1 で列挙したのは、いわば AM の最大公約数的な特徴として AM を特徴づけ、また定義できる要素を、領域・分野との関係で示している。

そしてそれらの伝統的な AM が実践しているメディア形態には、新聞、雑誌、ラジオ、テレビ、パンフレット、ポスター、同人誌 (Zine)、ファンの同人誌 (Fan Zine)、グラフィティ、街頭演劇、歌、音楽、自費出版、インディレコードなどが含まれている。

表 2-1 一般的なオルタナティブ・メディアの定義

領域・分野	例
動機・目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 商業的動機の拒絶</li> <li>● 人道的、文化的、教育的、民族的な目的を主張</li> <li>● 権力構造とその言説への抵抗</li> <li>● 支援、連帯、ネットワークの形成</li> <li>● 個人的オーナー欲求</li> </ul>
資金源	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国家・自治体からの助成金の拒絶</li> <li>● 広告収入の拒絶</li> <li>● 読者・支援者からの寄付金</li> <li>● 小規模広告</li> </ul>
規制制度	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 特定機関による監督</li> <li>● 独立／「フリー（何ものにも規制されない）」</li> <li>● 法律違反も（海賊ラジオなど）</li> </ul>
組織構造	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 水平的組織</li> <li>● 「完全」参加できる</li> <li>● 民主的なコミュニケーション手法</li> <li>● 多様な形態がある</li> </ul>
プロフェッショナル活動を批判	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 自主的な参加を推奨</li> <li>● アマチュアのためのアクセスと参加</li> <li>● ニュース選択における独自の選択基準</li> </ul>
メッセージ内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 支配的な言説や表現描写を補完／抵抗したもの</li> <li>● 覇権的な政策、優先順位、視点に対する代替的な見方</li> </ul>
オーディエンス/消費者との関係	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ユーザー/消費者コントロールの程度が低い</li> <li>● オーディエンス/消費者自身（当事者）によって述べられたニーズや目的を伝達</li> <li>● コミュニケーションの民主化</li> </ul>
オーディエンスの構成	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 若者、女性、地元住民</li> <li>● 多元性・多様性</li> </ul>
カバー範囲	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 広域／全国レベルではなくローカル（限定された地域）</li> </ul>
調査方法の特性	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 質的、エスノグラフィー、長期的なフィールド調査</li> </ul>

(Bailey, Cammaerts and Carpentier, 2007: 19 をもとに藤原が作成)

### 2-1-3 AM のコンテンツの特徴

主流メディアと AM とでは、コンテンツにおいても違いがみられる。一般的に、主流メディアでは、支配的なイデオロギーや表象 (representation) が発信されていると言われていている (Harman and Chomsky 2002; McChesney 1999)。

一方、AM には様々な社会的グループやコミュニティが参加していることから、そのコンテンツは、地域の文化に関すること、人種的マイノリティ・グループに関すること、コミュニティで議論になっている政治的課題など、主流メディアとは異なるコンテンツや視座を発信する傾向がある。換言すると、AM は、主流メディアとは異なるコンテンツを伝達するスペースや回路を提供することが、その存在意義となっているとも言える (Jankowski 1994)。

主流メディアのニュース番組では、政府筋を情報源にしたニュースを好むことから、「構造的バイアス」と呼ばれるようなエリート志向のニュース内容になる傾向があることが指摘されている (McNair 1998)。一方で、AM は社会運動の参加者、社会のマイノリティ・グループに属している人々、サブカルチャー／対抗カルチャーの従事者などを情報源にして、多種多様な声を届ける事が目的にされており、そこでは、当事者から直に発せられる声を届けることが多い。

つまり、AM では自己表象 (self-representation) に重点を置くことで、結果的に多様性のあるコンテンツを届け、社会における言説の多様性に寄与していると言える (Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007)。

### 第3章 民主的メディア・システムとオルタナティブ・メディア（AM）

#### 3-1 メディア制度の中のAM

##### 3-1-1 メディア制度の基礎枠組

メディア制度は、民主主義国家であれば、どの国も大差がないと認識されがちだが、実際には国によって、かなりの違いが見られる。

例えば、米国のように自由な競争から最良のものが提供されるという市場原理主義の考えから、商業メディアを中心に発展していった国もあれば、英国や欧州諸国のようにメディアの公益性を重視して公共メディアを中心に発展していった国もあり、日本のように公共メディアと商業メディアが放送の開始当初から両輪で発展していった国は、世界的に見ると特殊だといえる（吉見 2012）。

一般的に、メディア制度は、民主的な方法によって国民の利益を最優先にして形成され、そのように実施されていると思われがちだが、現在のメディア制度は、理想形でもなければ所与のものでもなく、それぞれの国のメディア制度は、その国の様々な社会的、政治的、経済的、技術的な要素が絡み合って、現在のような形態に至っている（伊藤 2014; McChesney 1999; 吉見 2012）。

このような視座を踏まえたうえで、現代の世界において、どのようなメディア制度があるのか概観する。そのメディア制度の枠組みとして代表的なのは、Hallin and Mancini (2004) が提示した、以下の3モデルである。

- (1) The Mediterranean or Polarized Pluralist Model（地中海型分極多元モデル）
- (2) The North /Central European or Democratic Corporatist Model（北・中央ヨーロッパ型民主的コーポラティスト・モデル）
- (3) The North Atlantic or Liberal Model（米国型自由主義モデル）

Hallin and Mancini (2004) のメディア制度モデルでは、オルタナティブ・メディアを構成要素に含めていない。他方、このような一般的なメディア制度のモデルに関係なく、韓国やドイツ、米国など、オルタナティブなメディア領域を法律で保証している国もある。

##### 3-1-2 AM を内包した「民主的メディア制度」

AM を、メディア制度の構成要素の一つとして初めて明確に位置づけたのが、Curran (1991=1995) が提唱した理念型としての「民主的メディア・システム」のモデルである。このモデルは、5つのメディア領域（部門）が揃ってはじめて、民主的な機能を果たすことが

可能だとしている。これら5つは、(1) 中核メディアとしてモデルの中心に位置づけられる公共サービス放送(主流メディア領域)、その周りを囲む形の(2) 市民メディア部門(オルタナティブ領域)、(3) 専門職メディア部門(オルタナティブ領域)、(4) 私的企業部門(主流メディア領域)、そして(5) 社会的市場部門から構成されている。

Curran (1991=1995) は、これら5つのメディア部門には、それぞれに長所・短所があるため、公共サービス放送を核にして、その他4つの領域がバランスを取りながら共存することで、それぞれが持つ短所を補うことができると考えた。

5つの部門があることで、メディア・システムの全体に、様々な資金源(受信料を運営資金にする公共サービス放送、広告を主な収入源にする私的企業部門、助成金や寄付金を資金源にする市民メディアなど)、組織形態(垂直型の公共サービス放送や私的企業部門と、水平型の市民メディアや専門職メディア部門など)、担い手(プロが担い手となる公共サービス部門や私的企業部門、専門職メディア部門と、アマチュアが担い手となる市民メディア部門など)、メディア参加の形態(一般の人々のメディア参加が限定されている公共サービス放送、私的企業部門と、それが推奨されている市民メディア部門など)における多様性が、制度上保障されることになる。つまり、5つのメディア部門がメディア制度で保障されることによって、言説の多様性が保障されることになり、理想的な「民主的メディア・システム」が形成され得るといっているのである。

### 3-1-3 民主的なメディア実践における AM の役割

Habermas (1994) の概念によるモデルでは、公共圏は、「公共善」に影響を与える重要な情報への広範なアクセスが可能で、そこでの議論は国家支配から自由で、公的討論に参加する全ての人々が平等な立場であるような中立的なゾーンとされている。そして、このような公共圏で、人々は理性的な討論を通じて社会が発展していく望ましい方向を集合的に決定し、そのような討論が政府の政策実行を形づくるというのである。そこでのメディアの民主的役割は、「公的討論の場を提供し、私人を世論形成における公的存在として再構成することで、そのような過程を促進する」(Curran 1991=1995: 131) こととされている。その公共圏を健全に機能させる上で重要となるのは、いかにメディアにアクセスする人たちの多様性を保障するかにある (Atton and Hamilton 2008)。

Curran は、そのような多様性を保障するには、何もせずに待っているだけでは実現しないという立場をとり、公共圏の再構築の必要性を主張している。そして公共圏の再構築は、そこから排除されてきた人々の参加を可能にするという単なる公共圏の拡張だけでは不十分だとして、「公共圏と、公共圏との関係におけるメディアの役割が新たな形で再概念化され、再生されなければならない」(Curran 1991=1995: 131) と主張している。つまり、メディアが民

主的役割をなし得るために、多様性を担保できる重層的な公共圏を構築出来るようなメディア・システムの見直しが求められているのである。

#### 3-1-4 「民」が担う第三セクターとしての AM

メディア制度の中には、メディアの担い手が誰なのかという視点から構築されたモデルもある。そこでは、まず、公共目的のための国や地方自治体、すなわち「官」が担うメディアとしての第一セクター、次に営利目的のための私的団体（営利企業）、すなわち「私」が担う商業メディアとしての第二セクター、そして公共的な目的のために、市民レベルすなわち「民」が担うメディアとしての第三セクターという位置づけがなされている（Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007; Curran 1991=1995; McChesney 1999）。AM が属する、第三セクターの「民」によるメディアは、言論の多様性や民主的世論形成という社会的役割を担っているとされる。

世界の大部分の国では、メディアは「官」が担う第一セクターと、「私」が担う第二セクターの二つが主要な構成要素になっている。「官」が担う第一セクターでは、多くの公共メディアが厳しい予算カットに直面している一方で、「民」の第二セクターでは、市場圧力の強まりや、グローバルな規模でメディア企業の寡占化が進んでおり、それらが要因となって、今日のメディアと関わる様々な問題が引き起こされている。

前述したような動きは、世界的な新自由主義の拡大に伴ってメディアの規制緩和が進んでいることと深く関係しており、多分に政治的な要素が強く含まれている。さらに、主流メディアは、メディアの行き過ぎた商業主義や寡占化が引き起こす弊害など、自らの立場を不利にするような問題について、全くと言っていいほど報道しないため、メディアに関するこのような問題が、広く社会で議論されることは殆どない。

AM は、メディア組織が「第三セクター」という選択肢で、その存在の場を強く押し出せる余地が残っていることを示している（Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007）。メディアが様々な問題を抱える中で、AM には、民主的なメディア制度を構築するために、メディア自身が自浄作用によって制度をただしていけるような、主流メディアに対する「番犬（ウォッチ・ドッグ）」としての役割を担うということも期待されている（Fujihara 2010）。

### 3-2 デジタル時代の AM と民主的メディア・システム

#### 3-2-1 インターネットを民主的メディアにするために

インターネットは、脱中心的、脱ヒエラルキー的なメディアとして、寡占化された巨大メディア企業によって制作されるニュースとは根源的に違うものに刷新してくれるとの期待があるが、他方、そのような楽観論に水を差す論点が次々と示されている。

Bolton（2008）によると、オーストラリアでは、小規模の新興ニュース・メディアは、ア

アクセス数も多く人気はあるものの、ホスティング・サービスやブロードバンド・サービスへ支払うコストの増加が原因で経営的に苦戦している状況にあるという。そして、「AM との類似性が指摘されていた初期のインターネットでの新しい手法によるニュース制作、配信、そして受信の実践は、当初は盛り上がりを見せたものの、その後、そういった実践は脅かされている」と指摘している (Bolton 2008)。リアルな世界で見られるメディアの権力関係が、急速にオンラインの世界でも明らかになっているという指摘もその一つである。

インターネットはますます、個人的なツールというより、ラジオやテレビのように集団に向けて使われるツールになってきており、初期のラジオやテレビの潜在性と同様に、双方向コミュニケーションのツールとしての民主的な潜在的可能性よりも、主流メディア企業によって、娯楽的価値を最大限に活用する方向へと展開しているのが現状である (Bolton 2008)。

21 世紀を迎え、メディア産業と、それが社会に与える包括的な影響について、再度、定義づけを行う時期に遭遇している。デジタル時代を迎えた現在、旧来のような垂直型で一枚岩の組織が全国規模で市場をカバーするモデルや、固定化された規定の政策決定を継続するよりは、メディアを民主化させるインターネットの自律的な傾向によって、新たなメディアのあり方が形成されることを望む声も多い (Coleman and Blumler 2009)。

### 3-2-2 デジタル時代の「民主的メディア」構築に向けて

Curran (1991=1995) と同様の視座を持つ Couldry (2002) は、メディア研究を発展させていくうえで、AM は、周縁的でなく中心的なアジェンダになるべきだと主張している。それは、主流メディアで取り上げられない意見や人々は、そのような状況に置かれることで、すでに「現実を構築する力」である「象徴権力」(Bourdieu 1991) に支配されてしまっており、そのことへ異議申し立てをしているのが AM だからである<sup>8</sup>。そして、代議制民主主義の衰退が議論されている中、メディア研究は、「現実を構築する力」や「命名する力」から除外されている人びとの声に着目することで、メディアと政治理論と民主主義の議論との間に重要なリンクを作ることが可能となると Couldry (2002) は考えている。

デジタル時代の「民主的メディア」の構築に向けて考察する前段階として、その社会（国家）で、どのような民主主義が望まれているのかが、まず議論される必要があるだろう。なぜならば、どのような民主主義が求められているのかにより、ジャーナリズムに求められる役割も違ってくるからである。民主主義の4つのモデルとジャーナリズムの関係を考察した Strömback (2005) によると、代議制民主主義（代表モデル①・②。表3-1参照）では、ジャーナリズムは権力の番犬としての役割が求められる一方で、参加民主主義、討議民主主義

<sup>8</sup> AM がメディア研究のなかで長い間無視されてきたことも、メディア組織が持つ「象徴権力」に、不平等があることの証左でもあると Couldry (2002) は指摘している。

(参加モデル③・④。表3-1参照)といった市民参加が基本となる民主主義では、ジャーナリズムは、市民の声を伝えることが主要な役割として求められると指摘している。

表3-1 理想的なメディア・モデル：代表モデル vs 参加モデル

民主主義の4つのモデル [①②代表モデル vs ③④参加モデル]	ジャーナリズムとの関係
① Procedural (involving election) 手続き型民主主義	番犬の役割
② Competitive (more competitive election) 競争型民主主義	番犬の役割
③ Participatory 参加民主主義	市民の声を伝える
④ Deliberative 討議民主主義	市民の声を伝える

(出典：Strömbäck, 2005: 341 をもとに藤原が作成)

また、参加モデルの民主主義概念では、討議民主主義をさらにラディカルにした、「闘技的民主主義＝ラディカル・デモクラシー」(Laclau and Mouffe 1985=2012; Mouffe 1992)がある。Habermasのコミュニケーション理論に依拠する「討議的民主主義」が、様々な利害関係のある多様な意見を対話によって最適な妥協点を導く(Benhabib 1995)一方で、「闘技的民主主義＝ラディカル・デモクラシー」(Laclau and Mouffe 1985=2012; Mouffe 1992)は、ポスト・マルクス主義理論の枠組で、政治をヘゲモニー闘争の空間と捉えている。どちらのモデルが民主主義にとって必要なのか、もしくは望ましいのかという議論は、現在もまだ決着がつかない状態にあるとされている。

Couldry (2002)は、理想的なメディア・システムを構築するためには、「討議的民主主義」と「闘技的民主主義＝ラディカル・デモクラシー」の二つの理論の相違点よりも共通点の方が重要なのだと指摘し、この二つの理論が共に、民主政治の将来はシティズンシップを基盤とするという共通認識のもとに、それぞれの民主主義を機能させるには、いかに複雑で開放的な言論空間を構築できるかにかかっていると捉えている。それは一つの固定された空間ではなく、公衆(public)が「連結したネット」状に繋がった形態だという(Benhabib 1995: 73)。そして、その空間の前提として、誰もが相互に発言する権利と、その声を聞く権利が認められており、異なる意見を持つ人びとが、その中から同意する条件を探していくことが、参加者の共有責任になっているという(Cohen 1995: 113)。

「討議的民主主義」と「闘技的民主主義＝ラディカル・デモクラシー」が共に必要としている開放的な言論空間を構築する上で、AMは重要な役割を担うとCouldry (2002)は指摘している。日常的に様々な情報を、メディアを通じて得ている現代の人々は、メディアが介在



する (mediated) ことで、自分自身が「存在 (表象)」されている。その際に、主流メディアが介在した公共圏内で行使される象徴権力を除外し、権力のヒエラルキーと争う試みを、自分達自身が制作者になることで実践しているのが AM なのである。つまり、AM の実践自体が、象徴資本の集中に対しての異議申し立てであり、新しいアクセス方法を獲得する交渉にもなっているのである (Couldry 2002)。

また、Deuze (2008) は、デジタル時代の市民は「流動的ジャーナリズム (liquid journalism)」が最も適しているとし、そこでの民主主義とジャーナリズムの関係は、市民に知らせるべき情報を完全に知らせるといった伝統的ジャーナリズムの目的や手段を基盤にしていけないという。Deuze (2008) によると、ジャーナリズムは民主主義に必要な情報を知らせるための道具だが、ここで前提となっている民主主義は、ネットワーク化された民主主義を意味しており、ジャーナリズムに期待されるのは多様なコンテンツや潜在的な会話を可能にし、拡大させる役割なのである (Coleman and Blumler 2009)。

多様化する価値観が複雑に絡み合う現代社会において、様々な問題解決方法を、市民参加による民主主義で実践しようという動きは、欧米で徐々に広がりを見せている。英国では、2016年に実施された欧州連合 (EU) 離脱の是非を問う国民投票など、重要な政治判断を国民投票によって決定した事例も実際に起きている。このような市民が参加する民主政治が、衆愚政治に陥らないようにするためにも、現代社会における AM の役割は非常に重要なのだといえる。

## 第4章 デジタル時代のオルタナティブ・メディア（AM）

### 4-1 デジタル時代のAMの定義と概念

#### 4-1-1 デジタル時代のAMの定義

インターネットが台頭し、これまでは新聞、テレビ、映画など従来は別々に区分されていたメディアが技術的に融合され、またこれまでは、メディアの送り手と受け手が明確に区分されていたのが、受け手も送り手として簡単に発信することが可能になっている。このようにメディアが大きな変化を遂げる中、AMもデジタル環境に対応した定義や分類方法が求められている。

従来のような型にはまったAMの定義や分類は、Dagron（2004）が指摘するように、常に変化し続けているAMの特徴やその潜在性を見逃す原因にもなりかねない。そこで本論文では、従来のAMの定義概念と分類方法に疑問を呈し、それに変わる新たな定義と分類方法を探究する。

まず、新たなメディア環境によって、これまで二つのメディア領域が「主流 vs オルタナティブ」という二項対立的に区分できたものが、現在では不可能となっていることに注目する必要がある。例えば、従来はAMの領域で発信されていたアマチュアが撮影した写真や映像が、主流メディアで使われることは、現代社会においては珍しくなくなっている。また、インターネットのニュースサイトでは、アマチュアが執筆したブログ記事が、プロのジャーナリストによる記事と並んで掲載されることが一般化してきている。

本論文では、AM研究の伝統的な研究枠組である「主流 vs オルタナティブ」に固執せず、Atton（2007）やKenix（2011）らに倣って、AMを、主流とオルタナティブの二つのメディア領域を横断したメディア組織の「集合体」「連続体」と捉える。

その上で、AMの定義を、「民衆（＝一般の人びと）の代弁者としての歴史的継続性を持ち、支配的メディア・システムや言説への対抗、民衆の声の代弁、メディア権力のバランス調整、メディアを使った政治・社会変革、主流ジャーナリズムへの異議申し立てなど、多様な目的を実現する潜在的可能性を持つ多元的なメディアの集合体」と位置づけ、その解釈に幅を持たせる定義を大前提に置くこととする。

#### 4-1-2 デジタル時代のAM研究（研究手法・研究枠組）

デジタル時代の到来とともに、AM領域の研究も、新たなメディア環境に対応することが求められている。AM研究では、ブログ、SNS、新興ニュース・メディアなどを、主流メディアを補完し対抗するメディアとして捉えており、デジタル時代の新しい研究領域としての研究が取り組まれている。

他方、一般的なメディア研究では、これらの新しいデジタル・メディアの実践は、「ニューメディア」、「オンライン・メディア」という枠組みでの分析が主流であり、研究手法も伝統的なマス・コミュニケーションの「受け手研究」を踏襲したものや、新しいデジタル情報技術に焦点を当てたものが中心で、ブログ、ソーシャル・メディア、新興ニュース・メディアが持つオルタナティブ的な特徴に着目した研究は限定的にしか存在していない。

デジタル時代の AM の定義づけや分類を行なうにあたり、本論文では、AM をあえて歴史的視座から見ていくことの重要性にこだわっている。ニュース・メディア研究における歴史的アプローチの必要性については、「オンライン・ニュース・メディア」研究を批判的に分析した Mitchelstein and Boczkowski (2009) も指摘しているように、「オンライン・ニュース・メディア」の研究領域は、その実践がどのような経緯で進化したのかという歴史的視座を欠いたことが、「オンライン・ニュース制作の新規性を過度に強調すること」に繋がり、経験的研究や概念の解釈を底の浅いものにしてしまうリスクを生んでしまったという (Michelstein and Boczkowski 2009: 576)。

AM も、歴史的な文脈の中で調査研究の概観基盤を確定させて初めて、この領域のメディアが決して最近生まれたのではないことを認識できるのであり、歴史的視座があつてこそ現在のインターネットを基盤としたブログや SNS など、AM の流れをくんでいると見られるメディアに、どのような継承性がみられるのかを検証していく際の重要な知見を提供してくれる (Gibbs and Hamilton 2001)。なお、メディア史における AM を歴史的視座から捉え直し、その存在意義や、現在に至るまでの経緯について概観する詳細な調査研究は、第 II 部で取り上げている。

#### 4-2 デジタル時代の AM : 先行研究レビュー

2000 年以前の AM 研究は、主流メディアと比較して相違点を明らかにするという枠組みにおいて、AM の最大公約数的な特徴を導き出すという分析が主流であった。しかし本格的なデジタル時代の到来を迎えた 2000 年以降は AM の理論化が進展し、これまで何人かの研究者 (Atton 2002b; 2007; Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007; Fuchs 2010; Lievrouw 2011) が、旧来の「主流 vs オルタナティブ」という単純な二項対立的な方法から脱却した新たな枠組みで AM の分類を試みるようになった。以下では、その中から主要な先行研究を抽出し、概観していく。

##### 4-2-1 Bailey, Cammaerts and Carpentier の 4 つの理論的アプローチ

多様性と不確実性に特徴を持つ AM の定義の難しさについては先に述べたが、AM の機能を理論化する上でも、一つの特徴にのみ焦点を合わせたアプローチを取れば、別の側面のア

アイデンティティを無視してしまうという壁に突き当たってしまう。

そこで Bailey, Cammaerts and Carpentier (2007) は、4つの理論的アプローチを組み合わせることによって、AM の多様性と幅広い特徴を捉えようと試みている。彼らは、この理論的アプローチを構成する上で、全ての分野における差異を、たった一つの線引きされた法則によって固定したり構成したりするものは存在しないとする Laclau and Mouffe (1985=2012) の概念を援用している。Bailey, Cammaerts and Carpentier は本質主義的 (=essentialist) なものと、相関主義的 (=relationalist) なものを区別する Laclau and Mouffe の視座を援用することによって、AM のアイデンティティを構築させる構成要素を網羅させようとしたのである。

その際、彼らは AM を特徴づける機能に着目し、その中から主要な機能を4つのアプローチで分類していった。それぞれのアプローチを特徴づける一つの基準軸は、自律的なアイデンティティを持つ本質主義的なものか、もしくは、他のアイデンティティとの関係性で自らのアイデンティティを形成している相関主義的なものかという区分である。そして二つ目の基準軸となるのが、そのメディアの機能がメディアを中心にしたものなのか、社会を中心にしたものかという区分である。以下では、それら4つのアプローチを詳しく見ていく。

表 4-1 オルタナティブ・メディアの4つの理論的アプローチ

メディアのアイデンティティ	メディア中心	社会中心
自律的アイデンティティ (essentialist=本質主義的)	アプローチ①: コミュニティに奉仕	アプローチ③: 市民社会の一部
他のアイデンティティとの関係性 (relationalist=相関主義的)	アプローチ②: 主流メディアの代替	アプローチ④: リゾーム

(出典: Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007: 7, \*藤原和訳)

#### アプローチ①: コミュニティに奉仕するメディア

「コミュニティに奉仕する」という一つのアプローチでは、AM はコミュニティの概念に重点が置かれている<sup>9</sup>。伝統的な媒体とコミュニティの関係については、地理的な面が

<sup>9</sup> 世界各国のコミュニティ・ラジオ放送の実践を包括する組織である AMARC (世界コミュニティ・ラジオ

強調されているが、「興味のコミュニティ」のような結びつきで補完されれば、必ずしも地理的な結びつきがなくても成立する (Williams 1976)。またそれにより、「人種別のコミュニティ」、「活動のコミュニティ」など、共通の背景や課題を共有したりする人々もコミュニティを形成することができる。

コミュニティは現実の空間だけでなく、「バーチャル・コミュニティ」または「オンライン・コミュニティ」などと呼ばれるオンライン上のコミュニティでも形成されることが指摘されている (藤原 2013; Rheingold 1994)。それらは地理的なコミュニティと類似した特徴を持ち (Jones 1995)、強力で、団結力のある、支援的なグループを形成でき、世界規模に発展することもある (Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007)。

また、「コミュニティに奉仕する」AM というアプローチでは、例えば、コミュニティ・メディアの活動において、放送する側とコミュニティとの関係は、双方向コミュニケーションが前提となっていることから、「参加」と「アクセス」という概念が重要となる (Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007)。

AM の役割のなかで、参加の促進という部分に焦点を当てた場合、「メディアに参加」することと、「メディアを通じて参加」することを区別する必要性が指摘されている<sup>10</sup>。ただし基本的には、そのどちらも、コミュニケーションのプロセスを、プロの制作者によって厳しく統制された一連の活動としてではなく、社会の誰もが享受することができる、基本的権利だという考えがその中心にあるという点で共通している<sup>11</sup>。

「メディアに参加」することを定義する場合、メディアのコンテンツにプロでない一般の人々が参加すること (コンテンツに関連した参加) と、メディアの意思決定に参加すること (構造的な参加) の2つがある。このような、マイクロレベルでのメディア参加は、一般市民がコミュニケーションする権利を行使することに繋がり、民主的・市民的な態度を学んだり実践したりすることを通じて、市民文化の強化が図れるという点で重要だと見なされている。また、「メディアを通じて参加」するとは、メディア上での公の議論に参加することや、公的空間での自己表現 (表象) を行なうことを意味してもいる (Couldry 2002)。

---

放送連盟) のヨーロッパ支部 (1994) では、世界中に様々なアイデンティティを持つラジオ局が存在していることを踏まえ、「コミュニティ・ラジオ」の暫定的定義 (working definition) を、「非営利で、現在放送を行っており、拠点とするコミュニティのためにサービスを提供もしくは、そのコミュニティに向けて放送しており、ラジオを通じてコミュニティに参加を推進しているラジオ局」としている。

<sup>10</sup> これは、Wasko and Mosco (1992) が、メディアの中を民主化することと、メディアを通して民主化することの違いを区別したのと同様の視座である。

<sup>11</sup> UNESCO は、「新世界情報コミュニケーション秩序」(New World Information and Communication Order = NWICO) で「情報の自由でバランスの取れた流れ」を要請し、第3の人権として「コミュニケーションする権利」を掲げている (Jacobson 1998)。そして、世界人権宣言の第19条では、「すべて人は、意見及び表現の自由に対する権利を有する。この権利は、干渉を受けることなく自己の意見をもつ自由並びにあらゆる手段により、また、国境を越えると否とにかかわらず、情報及び思想を求め、受け、及び伝える自由を含む」と謳っている。

メディアへの参加として、主流メディアでは、世論の代表的な声を伝えるという手法として、街頭インタビューや、新聞の投書欄など、オーディエンスの参加をパターン化しようと試みている (McNair et al. 2003)。他方、AM では、コンテンツの制作への参加と、制作する組織への参加という二つの方法によって、オーディエンスがより深いレベルでメディア参加することを可能にする実践に成功していることが示されている (Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007; Downing et al. 2001; Rodriguez 2001)。

「アクセス」とは、公衆 (public) が、様々な関連する番組を選択することができ、番組に対するリアクションを伝達することができるフィードバックの手段を持つこと、更に制作組織やチャンネルへのアクセスを要求できることを指している (Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007)。

「コミュニティに奉仕する」というアプローチにおける AM の目的は、コミュニティのメンバーによってアクセスや参加を可能にし、促進する事と解釈することができる。「メディアを通して『普通の人びと (ordinary people)』の声を多くの人に届ける機会が発生することで、自分たちのイデオロギーや抗議の声を伝達することに責任を持つこと、同時に彼らの発言は、出版・放送するに値する重要なものだと示すことで、ここに関わるメンバーをエンパワーメントすることが出来る」 (Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007: 14) ののである。

## アプローチ②：主流メディアの代替物としての AM

「主流メディアの代替物」としての AM のアプローチでは、AM は、主流メディアに対する補完的役割、もしくは反覇権的な批判の役割を果たすと見なされている (Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007)。このアプローチでは、「オルタナティブ」の概念に焦点が当てられており、主流メディアと AM の区別を明確に区分している伝統的な AM の研究枠組に、今も依拠している点に特徴がある。

主流メディアの反覇権的な批判という視座から見ると、「AM は、イデオロギー、支配、そしてグラムシ的ヘゲモニーの概念から切り離すことはできない」 (Atton 2002a :15)。ここでの AM の存在は、政治的なものからサブカルチャーまで、覇権的なものへの直接的又は間接的な挑戦と見ることができる。例えば Downing et al. (2001) は、AM を「覇権的な政策、優先順位、視点への代替的な視点」を提供するものと捉えている。

イタリアのマルクス主義理論家である Antonio Gramsci (1981) は、イデオロギーを通じた知識や政治的なプロセスに注目し、ヘゲモニーの概念を提唱した。ヘゲモニーとは、すでに確立されたイデオロギーの形成プロセスとは違った要素が、新しいシステムに (再度) 明確化されるプロセスであるという (Laclau and Mouffe 1985=2012)。

Hall (1996) は、イデオロギーの闘争は、支配的グループの覇権に対する闘争に関わる、

政治的な戦略を通して行なわれると指摘している。このような闘争は、革命のように、人々が全く新しいイデオロギーを支持して、旧来のものと闘う場合に起きるだけでなく、既存の言葉やカテゴリーに新しい意味づけをすることで、今あるイデオロギーが破壊されたときにも引き起こされるという (Hall 1996)。

Gramsci は、「コモンセンス」、「当たり前」と誰もが思う力としてのイデオロギーの中心的役割を認識していた。そのようなイデオロギーが形成されるプロセスにおいて、大衆文化 (popular culture) とメディアは、重要な役割を担っているとも指摘されている (Williams 1970; Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007)。ヘゲモニー概念を適用して考えれば、大衆文化を広く伝播させる役割を持つ主流メディアは、まさにヘゲモニーを作り出し、拡散させていく役割を担うこととなり、AM はそれに対抗する反覇権的な役割を持つメディアとして理解することができる (Harman and Chomsky 2002)。

### アプローチ③：市民社会との関連を強調するアプローチ

3つ目のアプローチでは、AM が市民社会の一部として定義されており、市民社会との結びつきが強調されている。

市民社会の概念定義は、今も議論の渦中にあり、その多義的な定義を一つに収斂させることはできない。その解釈の一つとして、市民社会は国家権力からの統制を受けない「公共空間」だとする見方がある (Habermas 1962=1994)。この視座から解釈すると、このアプローチでは、AM は国家権力から独立した「公共空間=公共圏」の一部と見ることができる。また、そのように定義することで、AM は公共メディアと商業メディアの間に存在する「第三の声」と見なすこともできる (Servaes 1999)。

一般的に、市民社会における社会的なセグメントは、民主主義を実行可能にする上で非常に重要な役割を担っていると見なされる (Habermas 1962=1994)。市民社会への参加レベルを増加させるという意味で、民主主義を拡大・深化させるための要になっていると言える。その文脈で捉えるならば、AM は、市民社会の一部、つまり市民社会の分野で活動している様々な組織の中の一つと捉えられる。市民がコミュニケーションの権利を行使して日常生活に関係する問題について熟議を重ねて公共圏を活発にしていくなかで、AM はその機会を提供する、民主的役割を担う組織と見なすことができるのである (Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007)。

この第三のアプローチは、前述した民主主義をめぐる政治概念とも関連付けられる。一般的に、合意に由来する民主主義のモデル (= 討議民主主義 / 熟議民主主義) (Fishkin 2009=2011) では、対話と熟議の重要性が強調され、ハーバーマス流に、合理的議論に基づいた公共圏において集合的な意思決定がなされることに注目が集まる。

一方、Laclau and Mouffe (1985=2012) らは、対話や熟議ではなく、対立に由来する民主主義のアプローチ（闘技民主主義）と、対抗的公共圏を強調し、政治的相違と闘争の不可避免性を指摘する。それとともに、メディアはヘゲモニー闘争が繰り広げられる重要な場所だと捉えられている（Kellner 1992）。先に示したような相違点はあるものの、合意重視モデル、闘争重視のモデルの両方の民主主義の形態は、市民の対話、ディベート、熟議のプロセスへの参加の必要性を、共に強調している。

#### アプローチ④：リゾームとしての AM

第4のアプローチは、Deleuze and Guattari (1980=1994) によって提唱された地下を横断しながら増殖していく「リゾーム（地下茎）」のメタファーによって構築されている。リゾームの概念は、樹木状の思考との対概念をベースにしている。樹木状とは、垂直、階層的、固着性のあるツリー状の形態で、幹から細部に向かって小さく枝分かれしている構造は、国家の根本原理（価値観）を表しているとき、それに対するリゾーム的な構造とは、水平的で無秩序（アナキー）、遊牧的であるという（Deleuze and Guattari 1980=1994）。

「リゾーム」のアプローチでは、AM の持つ（1）市民社会における交差点的な役割、（2）とらえ所のない点、そして（3）市場や国家との相互接続や連結が可能である点、という3つの特徴に着目している（Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007）。

第一に、リゾームのメタファーは、AM が組織や活動と市民社会とを結びつける交差点的な役割を持つことを強調している（Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007）。リゾーム的な連結という特徴は、AM 組織や活動が、地域を超えたネットワーク、多様性、流動性を持つことを示していることに他ならない。

AM の捉え所のなさや偶発性（不確実性）の高さという特徴も、リゾームの概念で説明することが可能となる（Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007）。AM は、市民社会のなかに埋め込まれていながら、国家や市場に対して敵対的な関係にもあるという両面性を持っている。それこそが、AM のアイデンティティを捉え所のないものにしてはいるのだが、この捉え所のなさや偶発性が、リゾームの特徴と重なる。AM が地下を横断して増殖していくリゾームのように境界を横断し、既存の様々な隔たりを繋いで偶発的な連結をつくり出していくことは、市民社会における AM の重要な役割の一つと言えるだろう（Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007）。

また、リゾームの概念を適用することで、AM は固有のアイデンティティを失うことなく、国家や市場の組織と結合・吸収されずに存在し、また国家や市場と協働して活動するという特徴を説明することが可能になる（Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007）。つまり AM は、市場や国家の領域から完全に分離された外側で活動する「反覇権的」な存在であるだけな



く、程度の差こそあれ、市場や国家に関与（engage）しつつも、主流メディアとは異なる種類の関係を市場や国家と築くことが可能な「超覇権的」な存在になり得ることを意味している（Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007）。

AM は生き残りのために、公共メディアや商業メディア組織の確固さや確実さを不安定にさせたり、「脱領土化（=維持された境界を解除すること。自らを自らでないものにする）」させたりすることが可能な、潜在性を持つメディアと捉えることが可能なのである（Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007）。

「リゾーム」のアプローチで最も強調されているのは、AM が、多様な活動や闘争に関わる人々が出会い、協力しあう場を提供する「触媒的役割」である（Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007）。AM は、ある特定の社会的・政治的課題に取り組む人々の声を伝える道具としてだけでなく、すでに同じ課題で問題解決のために闘っている人々や、別の社会運動に参加している人々や組織でも問題意識を同じくするメンバーたちが出会える場を提供し、そういう人々を繋げる触媒的な役割を果たしている。

他方で、AM の捉え所のなさや偶発性（不確実性）の高さといった特徴は、欠点にもなり得る。例えば、社会運動家たちが開設したラジオ局やウェブサイトは、活動に関連するイベントが発生するたびに開設されるが、イベントが終われば消滅するか、別のメディア活動へと変容していく。リゾーム的アプローチの概念で、AM のマイナス面を説明することも可能となるのである。

1999年にWTO首脳会議がシアトルで開催された際、ネット上に独自のプラットフォームを開設し、抗議者側からの情報発信を開始した *Indymedia* は、その代表例として挙げられる。*Indymedia* は、リゾーム的要素が強すぎたことで、継続的に組織を規制・統合することが困難となり、結果的に、建設的な運営を継続することが出来なかったと指摘されている（Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007; Pickard 2006; Platon and Deuze 2003）。

AM は市場や国家との相互接続や連結が可能というプラス面もある一方で、それらとの複雑な関係は、例えば経済的な圧力によって、AM の独立性が脅かされる危険性も孕んでいる。さらに、AM 組織の流動性と偶発性は、AM を包括的に保障する政策立案の制定へと繋がる「共通のグラウンド」を持つことを阻害する要因にもなっている。AM を統合し、組織を構造化するうえで「共通のグラウンド」を欠くことは、AM を代表する組織（例えば AMARC=世界コミュニティラジオ放送連盟）の機能を複雑化させてしまい、明確に定義された AM のムーブメントの発生を阻害する要因にもなっているのである（Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007）。

#### 4-2-2 Fuchs のプロセス重視／コンテンツ重視のアプローチ

Bailey, Cammaerts and Carpentier (2007) が提唱する 4 つのアプローチについて、Fuchs (2010: 177) は、分類の定義が「恣意的」で、既存の「社会理論に立脚していない点」を批判している。そのうえで、Giddens (1984=2015) の主観主義と客観主義、弁証法的社会理論を援用し、既存の社会理論に基づいた AM の理論化・分類化を試みている。

Fuchs (2010) は、主観-客観の概念によって、AM 理論をプロセス重視のアプローチとコンテンツ重視のアプローチという枠組みで区分している。前者では、市民参加が可能で自己組織的な制作プロセスを特徴の中心に置いており、小規模なコミュニティ・メディアでの実践が強調されている。

このようなプロセス重視のアプローチでは、プロとして活動している対抗的な AM 組織を除外してしまう。Fuchs (2010) は、そればかりか、アマチュアによる小規模な AM での活動では政治変革につながるような対抗的公共圏の形成は難しいと指摘し、コンテンツ重視のアプローチを優先させた視点を提示した<sup>12</sup>。

その背景には、たとえ AM によって、市民がメディア制作者となり多様なメディア環境が達成されたとしても、僅かな人にしかその声が届かなければ、メディアによる民主化には繋がらないという考え方がある。Fuchs (2010: 178) は、そのような状況に甘んじることは、「主流メディアが、むしろ収益、権力、受け手、影響力を独占し続ける状況を正当化する」ことに繋がってしまうと指摘している。

#### 4-2-3 Lievrouw のジャンルによる 5 つの分類

Lievrouw (2011) は、ネット時代のオルタナティブなメディア・プロジェクトを「オルタナティブ／アクティビスト・ニューメディア」と名づけ、ニューメディア、特にオンライン・メディアを使った AM を、テレビ、新聞など伝統的なマス・メディアを使ったものと区別して定義・分類を行なっている。そこでの制作物は、組み替え可能なネットワークの特質を上手に活用し、利用者に遍在性と双方向性を提供することで、創造的なプロジェクトをつくり出しているという。そして、「これらのメディア・プロジェクトは、支配的勢力への対抗・批判を主な目的としているが、主流メディアや主流文化を単に批判するだけでなく、時にはそれらの構成要素になったり、介入したりすることもある」と指摘している (Lievrouw 2011: 19)。

ネット時代の AM 分類に際し、Lievrouw (2011) は「ジャンル」の概念を援用している。「ジャンル」は、集合的アイデンティティ（あるいは定義）が、内容の目標、形式、意味と

<sup>12</sup> Comedia (1984) は、小規模なオルタナティブ・メディア組織を「オルタナティブなゲッター」と呼び、それらは、運営資金や人材、情報などの資源が欠乏しているため、質の高い番組作りができず、政治への関連性や、それに対する影響力を欠いているとして、批判的に捉えている。

関連している場合、分類を行なうのに適用される概念である (McQuail 2005=2010)。

Lievrouw(2011)は、「ジャンル」が、利用者の環境や興味によって変化するアクティブでダイナミックなコミュニケーション様式・表現を分類できるものであり、移り変わりの早いネット時代に相応しい分類方法だとし、その上で「ジャンル」別にAMを5つに分類している。

それらは(1)カルチャー・ジャミング、(2)オルタナティブ・コンピューティング、(3)参加ジャーナリズム、(4)動員の媒介、そして(5)共通知識である。

表4-2 オルタナティブ&アクティビスト・ニューメディアのジャンル

ジャンル	領域	形態	目的
カルチャー・ジャミング	大衆文化 メインストリーム・メディア 企業広告	大衆文化のイメージ サウンド、テキスト	文化批判 政治・文化解釈
オルタナティブ・コンピューティング	コンピュータの利用 インターネット メディアインフラ ハードウェア&ソフトウェア	ハッキング オープンソースの システムデザイン ファイル・シェアリング	情報 ITのオープン・アクセス とその利用
参加ジャーナリズム	レポート(記事) ニュース、コメンタリー 世論	オンライン・ニュース・ サービス ブログ <i>Indymedia</i>	主要メディアで報道されない グループや イシューをカバー。 調査報道
動員の媒介	社会運動、 アイデンティティ 政治文化、ライフスタイル	ソーシャル・メディア フラッシュモブズ 仮想現実、ブログ	アクティビストの動員 ライフスタイル
共通知識	専門知識 学問/技術領域・機関 社会に公認された知識	タグ付け ブックマーク WIKIS クラウド・ソーシング	「アウトサイダー」の動員 アマチュア知識 多様で複雑な知識の 包括的な集積と実施機関

(出典:Lievrouw 2011: 23 \* 藤原和訳)

#### ジャンル①：カルチャー・ジャミング

「カルチャー・ジャミング」は、大衆文化や主流文化、特に企業資本主義、商業主義、そして消費主義を批判するジャンルである。メディア・アーティストやアクティビストが、大

衆文化の要素を、皮肉的または破壊的な視点を適用することによって、全く新しい何かを創作し、文化批判や政治的・文化的解釈を表現することを指している (Lievrouw 2011)。

「カルチャー・ジャミング」は政治的目的を持つアートを制作する上での一つの戦略として、インターネットが登場する前から存在している<sup>13</sup>。その代表的なものとして、ダダイズムやシュールレアリズムなどの前衛芸術活動が挙げられる。

初期のカルチャー・ジャミングのプロジェクトは、カナダの雑誌 (ウェブサイト) *Adbusters* のように「マス・メディアや大衆文化の制作物、特に出版や放送広告と企業のイメージコミュニケーション (例えば、会社のロゴ、スローガンや製品) から素材を借用して、権力的な物を批判する対抗文化的なアート作品を制作」していた (Lievrouw 2011: 22)。

1990年代になると、インターネットの誕生によって、「カルチャー・ジャミング」の創作活動の場は急速にオンラインに移っていき、その担い手はオンライン・アクティビストとデジタル・メディア・アーティストとなり、彼らが「カルチャー・ジャミング」の戦略を適用するようになっていった (Lievrouw 2011)。

## ジャンル②：オルタナティブ・コンピューティング

「オルタナティブ・コンピューティング」は、コンピュータの利用、インターネット、そして ICT (=Information and Communication Technology) 企業の権力とネット・インフラの門番的な役割に関係しているジャンルで、情報や情報技術のオープン・アクセスを抑制する商業的・政治的な勢力に反対・抵抗する広範な活動を指している。

「オルタナティブ・コンピューティング」は、熟練したプログラマーやエンジニアなどの技術的専門家と、「情報の自由・公開性・透明性」などを求める明確な倫理的義務感とが結合した結果生まれたジャンルといえる。その活動領域は、「ハクティビズム」と呼ばれる、組織や企業の悪行を暴露する意図を持った非合法的なハッキング行為も含まれるという。政府、企業、宗教団体などの機密情報をサイト上で公開している *WikiLeaks* は、このジャンルの代表的な実践として挙げられる (Mitchell 2011; Rosenbach and Stark 2011)。

その他にも、「フリー&オープンソース・ソフトウェアの開発・普及から、特許技術 (技術の独占) を批判する行為、ユーザーのプライバシー保護、国家や企業の説明責任、そして、国家や企業による情報の監視や検閲を回避・妨害するプログラムやシステムの開発、デジタル著作権のマネジメントや複製防止スキームを無効にすること、ファイル・シェアリング」など、「オルタナティブ・コンピューティング」に含まれる実践は多岐にわたっている

---

<sup>13</sup> カルチャー・ジャミングは、ラディカル、または対抗的なメッセージやスタイルを再適用・回収 (recuperation) する「リバーズ・ジャミング」が進行・循環することがあるため、その制作者たちは、主流メディアに対し、自分たちの作品の対抗文化的イメージをアピールし、対応していく必要があるという (Hebdige 1979=1986)。

(Lievrouw 2011: 24; Lessig 2004; 2006)。

「オルタナティブ・コンピューティング」は、リバタリアン（個人的自由、経済的自由の双方を重視する自由主義思想）のイデオロギーや、コンピューティングは進歩的な社会変革や自己表現の力になると捉える『ハッカー』を自称する 1960 年代、および 1970 年代の熟練プログラマーたちの間で発展していった対抗文化の価値観を継承していることが指摘されている (Lievrouw 2011: 24-25; Nissenbaum 2004; Thomas 2002)。

### ジャンル③：参加ジャーナリズム

「参加ジャーナリズム」は、「オンライン上で実践される、オルタナティブでラディカル／批判的なニュース組織の活動で、主流メディアで報道されないグループやイシューを取り上げたり、独自の取材で問題を掘り起こす調査報道を行っており、それは公共的で、市民のための、参加型／『オープンソース』ジャーナリズムの実践と理念」(Lievrouw 2011: 25) を指している。

このジャンルに含まれるのは、オンライン・ニュース・サービス（伝統的な活字メディアやオンライン出版メディアと同様の方法でニュースを収集し発行している）、ニュースや言説を扱うブログ（筆者や読者が意見を投稿し、時事問題や課題について議論するサイト）、反原発運動や反グローバル化運動などの社会運動に付随するメディアなどである。「参加ジャーナリズム」の特徴は、「既存の主流ジャーナリズムの伝統や特権に対して批判的」なことで、特に「主流ジャーナリズムが、地方や、マイノリティのグループ・コミュニティにおける課題や視点を、意図的に過小評価」(Lievrouw 2011: 25) していることに批判の目を向けている点である。「参加ジャーナリズム」の送り手は、個人的な興味や政治的な信条から、そのメディアが取り上げる記事や課題に興味を持つ人々で、ボランティアで参加している傾向が強いことも特徴として挙げられる。

このジャンルの代表的な実践例として、*Indymedia* 運動の拠点となった Independent Media Center (IMC) が挙げられる。そこでは、「メディア参加への関与が高まれば高まるほど、コミュニティ内での結束力や双方向性が促進されるとし、ニュースの送り手と受け手(=市民)の区別がなくなるまで、相互のやり取りが行なわれるような状況を涵養することを目指している」(Lievrouw 2011: 25) という。

### ジャンル④ 動員の媒介

「媒介による動員 (mediated mobilization)」は、社会運動、グループのアイデンティティ、政治文化やライフスタイルの領域に関連している。このジャンルは、「SNS、個人ブログ、フラッシュモブズ、仮想現実、DIY デジタル・メディアが含まれ、ウェブを基盤にしたソーシ

ャル・ソフトウェア・ツールを使って、個人的なネットワークを構築したり、リアルな、もしくはオンライン上での集団的行動に参加する人々をネットワーク化し動員したりするために活用されるメディアの実践」(Lievrouw 2011: 25)を指している。

例えば、新自由主義やグローバル化を批判する「グローバル・ジャスティス運動」は、共通の興味や懸念を持つ人々が、新しいメディア技術を通じて、地理的な距離や社会的/文化的境界を越えて情報交換し、世界規模の抗議活動へと発展していったことが知られている。デジタル時代になって、世界の人々は日常的にオンライン上で人間関係を築いており、そこではアドバイスやガイダンスを求めたり、与えたり、「reputation capital (評判という資本)」<sup>14</sup>を収集したり、交換したりしている。こういった「日々の日常的な行為である個々のライフスタイルが、社会運動、文化運動、そして政治運動に繋がっていく重要な契機になっている」(Lievrouw 2011: 26)のである。社会運動理論でも示唆されているように、共通のアイデンティティに注目したり、共通の事柄に関心を持つことから生まれる「新しい社会運動」と、インターネットやそれに関連するオンライン技術とは、非常に親和性が高いと言える(Lievrouw 2011)。

#### ジャンル⑤：共通知識

「共通知識 (common knowledge)」は、知識や専門性の特徴、情報がどのように体系化され評価されるのか、そして誰によって判断されるのかに関連しているジャンルである。伝統的な価値判断は、専門家によって裏付けされた専門知識や、図書館のカタログで使われているようなトップダウンの階層的な分類システムによって行なわれた。そのような社会的に公認された知識を指南役にして、どのような情報が収集する価値があり、どの分野や領域の知識が他の情報とどのように関連するのかを見極めていくのが一般的である。

しかし、オンライン上では、検索エンジンやタグ (分類・検索のためのキーワード) 付け、ブックマーク、wiki、クラウド・ソーシングなど新しいデジタル・ツールを使えば、専門家だけが理解できる専門用語を使わなくても、ユーザーが自分の言語で情報収集を行なえるようになった。つまり、これまで専門家集団の「アウトサイダー」であった素人でも、「以前なら専門家しかアクセスできなかった情報源から情報やデータを入手し、自分の尺度で情報の評価や分類ができるようになった」(Lievrouw 2011: 26)のである。

このような下からのボトムアップの分類スキーム<sup>15</sup>は、時に専門家による情報種集・分類に

---

<sup>14</sup> 「reputation capital (評判という資本)」の例として、アマゾン・ドット・コムマーケットプレイスで商品を購入した人々が、ランキングにより「評判」を蓄積していくシステムが挙げられる。「評判 (reputation)」を指標化、可視化することのニーズは高まっていると指摘されている (Botsman 2012)。

<sup>15</sup> 多様で少数の人々でしかシェアされていない情報や、特定地域に限定されていたり、個人的なアマチュアが情報源となっている多様な情報を指す (Lievrouw 2011)。

対して異議申し立てすることになり、専門家たちの権威に対して批判的な役割を担うことにもなる (Lievrouw 2011)。

#### 4-2-4 Atton の主要コンセプトによる 4 分類 (メタ分析)

Atton (2007) は AM を、幅広いメディア領域のなかで様々な機能を持つ、独立した、しかし相互に関連する集合体と捉え、主流メディアの外側でコンテンツ制作しているメディア組織を AM と定義している。

そこには、抗議グループや反体制活動家たちが運営する硬派なメディアだけでなく、ファンや趣味のグループなどの「ソフトな」メディアも含めており<sup>16</sup>、AM の主な機能は、社会で目の目を見ないグループの視点やニーズを代弁することと捉えている (Atton 2007)。

Atton (2007) は、既存の社会理論に依拠するのではなく、AM の主要論文や著書をメタ分析することで AM の類型化を行っており、主要研究論文が (1) どのようにオルタナティブな「メディア」や「コミュニケーション」を概念化し、そして (2) それぞれの概念がどのように社会的、文化的実践と関連しているのかに焦点を当て、AM を表現する呼び名、採用している領域、強調されている概念を抽出してリストアップしていった。

さらに Atton (2007) は、リストアップしたものの中から、AM の最も特徴的な概念として (1) ラディカル・メディア、(2) 社会運動メディア、(3) 市民メディア、そして (4) 市民ジャーナリズムの 4 つを、選出して類型化している。

Atton (2007) の研究の特徴は、AM そのものではなく AM の研究成果を分析対象としたことで、それぞれ多様な視点から散発的に行われてきた AM 研究の概念整理の限界性を超えて AM 研究の現状を考察した点であり、極めて意義深いと言える。

---

<sup>16</sup> Atton (2002a) は、基本的には、AM のメンバーは、プロではなく、ジャーナリストとしての訓練は僅かか又は全く受けていないアマチュアで、市民として、コミュニティのメンバーとして、活動家として、もしくはファンとしての立場で記事を書いていると定義している。

## 第5章 新たなオルタナティブ・メディア（AM）の類型化

### 5-1 分類方法

#### 5-1-1 類型化の進め方

これまで見てきた4つの先行研究が示したAMの分類方法は、多面性を持つAMを理解する上で、それぞれが有益な指南役を果たしている。

しかし、AMが時代とともに変容する「現在進行中のプロジェクト」(Dagron 2004)である以上、AMの多種多様な機能、目的、コンテンツ、組織形態などを網羅的に分類するのは難しく、AMの変容とともに分類法も変容せざるを得ないだろう。

本論文では、Atton (2007) にならい、AM研究の主要論文・著作の概要を整理することで現時点におけるAMの分類を試み、そうすることによってAM研究全体の最新動向や、課題を浮き彫りにしていく。具体的な研究手法としては、Atton (2007) の先行研究をベースに、それぞれの研究でAMを表現する呼び名が採用している領域と、強調されているコンセプトをリストアップし、メタ分析の手法で類型化を試みる。

分析対象は、2000年から2014年に発表されたAMに関する主要論文・著書のうち、33編を選んだ<sup>17</sup>。この期間にしたのは、2つの理由による。一つは、2000年を境に、AMの初めての入門書 *Alternative Media* (Atton 2002a) をはじめ、AM研究の先駆的著書 *Radical Media* 改訂版 (Downing et al. 2001)、市民メディアの概念を提唱した著書 *Fissures in the mediascape* (Rodriguez 2001) など、主要なAM研究が次々と出版され、それを契機にAMが一つの学問領域として確立していったからである<sup>18</sup> (Atton 2007)。

二つ目の理由は、2000年以降、かつて主流だったAMと主流メディアを相互排他的な二項対立として捉える視点に慎重になるべきとの指摘がなされたことで (Downing et al. 2001; Hamilton 2000)、特にジャーナリズムの実践における、主流メディアとAMの関係性が新たな研究テーマとして発展してきたからである (Kenix 2011)。

分析対象となった論文における、この領域のメディア実践の呼び名は、オルタナティブ・メディア (Atton 2002a; Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007; Couldry and Curran 2003; Dagron 2004; Downey and Fenton 2003; Gibbs and Hamilton 2001; Hamilton 2000; Hamilton and Atton 2001; Vatikiotis 2005; Waltz 2005=2008) 以外に、市民メディア (Rodriguez 2001; Schaffer 2007)、コミュニティ・メディア (Carpentier and Servaes 2003; Jankowski 2006)、民主的メディア (Carroll

<sup>17</sup> メタ分析の為に集めた論文・著書33編は、Social Sciences Citation Indexなどのデータベースから関連論文を検索した。そして、更にそれらの論文の参考文献にリストアップされていた中から、分析に関連した文献を追加した。

<sup>18</sup> 一般的にAM研究の出発点は、1984年に出版されたDowningの著書 *Radical media (the 1st edition)* だと見なされている (Atton 2007)。



and Hackett 2006)、ラディカル・メディア (Downing et al. 2001)、社会運動メディア (Lievrouw 2011; Platon and Deuze 2003; Waltz 2005=2008)、批判的メディア (Fuchs 2010)、戦略的(=tactical)メディア (Bruns 2003)、エスニック・メディア (Deuze 2006)、オルタナティブ・ジャーナリズム (Allan 2013; Atton and Hamilton 2010; Atton and Wickenden 2005; Curran 2010; Fenton 2009; Forde 2011; Harcup 2003; 2005; 2013)、市民ジャーナリズム (Atton 2007)、参加ジャーナリズム (Domingo et al. 2008; Singer 2011)、草の根ジャーナリズム (Gillmor 2004) などがあった<sup>19</sup>。

これらの名称は、主流メディア以外のメディアが持つユニークな特徴を概念化したものである。それぞれ強調されているコンセプトは、呼び名ごとに異なっているものの、部分的に重複する要素が存在していて、相互補完的な関係にあった。ただし、これらの様々な呼び名をまとめて、主流メディアに対抗する一つのメディアとして提示するのは、物理的にも難しいだけでなく、AM が元来持つ多面性を矮小化することになってしまう。

そこで本論文では、前述したように AM を様々な目的・特徴を持つメディアの集合体と捉え、Atton (2007) が類型化した(1)ラディカル・メディア、(2)社会運動メディア、(3)市民メディア、そして(4)市民ジャーナリズムという4つの分類をベースに、本稿が分析に加えた最新の論文レビューを加えて、以下の通りに再類型化した。

一つ目は「ラディカル & 社会運動メディア」(Downing et al. 2001; Lievrouw 2011; Platon and Deuze 2003; Waltz 2005=2008)で、この二つは、多くの特徴が重複していたため、本論文研究では一つにまとめた。二つ目は「支配的メディア権力への対抗勢力」(Couldry 2002; Couldry and Curran 2003; Dagron 2004)、三つ目は「批判的メディア」(Fuchs 2010)、四つ目は「市民メディア」(Rodriguez 2001; Schaffer 2007)、そして五つ目は「オルタナティブ・ジャーナリズム」(=オルタナティブ・メディアが実践するジャーナリズム) (Allan 2013; Atton and Hamilton 2008; Atton and Wickenden 2005; Curran 2010; Fenton 2009; Forde 2011; Harcup 2003; 2005; 2013)である。これら5つは、相互排他的ではなく、幾つかの部分で重複していることを断っておきたい。

次節では、5つに類型化したAMの概念の、それぞれの特徴を分析していく。

## 5-2 主要先行研究(2000年~2014年)から類型化した5つのAM

### 5-2-1 ラディカル・メディア & 社会運動メディア

AMを歴史的な視点から見ると、その領域に含まれると推測できるメディアは、かなり昔から存在していたことが示唆されている (Atton 2002a; Dagron 2004; Gibbs and Hamilton

<sup>19</sup> それらが実践しているメディア形態は、新聞、雑誌、ラジオ、テレビ、ブログ、ホームページ、ポータルサイト、SNS、動画サイト、パンフレット、ポスター、同人誌 (Zine)、ファンの同人誌 (Fan Zine)、グラフィティ、街頭演劇、歌、音楽、自費出版、インディレコードなどが含まれている (Atton 2002a)。

2001; Hamilton 2000; Kessler 1984)。AM を社会変革のプロセスと相互関係を持つメディア (Dagron 2004; Downing et al. 2001) と捉えるならば、「ラディカル・メディア」、および「社会運動のメディア」は、最も先駆的な AM に内包されていた特徴だと言えよう。

AM の歴史は、古くは清教徒革命 (1641 年-1649 年)、アメリカ独立戦争 (1775 年-1883 年)、フランス革命 (1789 年-1799 年) の時代まで遡ることができるとする研究者もいる (Dagron 2004; Hamilton and Atton 2001)。もちろん当時は AM という概念も名称も存在しなかったが、その時代のメディアが社会変革を目的とし、人びとを行動へと駆り立てたのであれば、その存在意義や機能は、まさに現代の AM と重複するといえるだろう。AM の歴史的な役割や変遷については、第 II 部で詳しく取り上げる。

近代においては、米国での 1960 年代以降の公民権運動やベトナム反戦運動、新左翼、フェミニズム運動など、政治的・経済的な支配勢力やグローバル化に対する抵抗運動、さらには多文化の社会運動の台頭によって、「ラディカル・メディア」、「社会運動のメディア」としての AM の存在が知られるようになってきている (Atton 2002b; Downing et al. 2001; Gibbs and Hamilton 2001; Pickard 2006; Platon and Deuze 2003)。

Downing (2001) は、AM の価値は政治的、社会的変革へのポテンシャルにあるとして、そのようなラディカルなメディアを、ある特定の政治的、社会的変革のための活動を通じてコンテンツが制作される、社会運動のためのメディアと捉えた。そして、そのようなメディアにおいては、メッセージの内容だけではなく、そのメディアがどのように組織されているのかが重要であるとし、AM の役割は、自ら制作するコンテンツで現体制に対抗するだけではなく、主流メディアの制作手法や組織形態に対しても異議申し立てをすることだと指摘している (Downing et al. 2001)。ラディカル・メディアの目的が社会変革や政治変革に影響を与えることであるなら、そのメディアがどのように実践されているかに注目することは重要である (Atton 2007)。

一方、「ラディカルな社会運動のメディア」という部分が強調されることで、AM は左翼運動、転覆運動、革命運動の一部だと一方的にラベルづけされ、「民主的」な社会を不安定にし、「自由なメディア」を脅かす存在として、悪意ある中傷に晒されることにもなった (Dagron 2004)。反社会的で過激なメディアとラベルづけされたことで、AM にネガティブなイメージが植え付けられた点は否めない。

このような批判に対し、Atton (2002a) は、AM をラディカルな信条や目的を持つメディアに限定するのではなく、「ミニコミ誌」、「ファン同人誌」、趣味を扱う「ブログ」など「ソフト」なものも含めるべきだと主張し、AM は新しい文化表現のメディアも含む広範囲なメディア領域と定義することで、ラディカルな面だけが強調されないようにすべきだと指摘している。

### 5-2-2 支配的メディア権力への対抗勢力としての AM

Couldry and Curran (2003: 7) は、AM の実践は、「主流メディアにメディア権力が集中しているメディア空間のアンバランスな状態を調整する役割」にある点を強調している。ここでの「オルタナティブ」は、主流メディアとの比較における対概念を表す言葉であり、AM が集合体となることで、主流メディアに対抗するメディア勢力になりうるという点が強調されている。

このオルタナティブの概念が台頭したのは、新自由主義の台頭による規制緩和によって、メディア企業の寡占化やコングロマリット化、それに伴って行き過ぎた商業主義が進んだことへの反動から、それを批判・対抗する AM の存在が研究テーマとして多く取り上げられるようになったという背景がある。

Couldry (2002) は、AM を「自らの空間で何らかのパワーを生み出すことができる社会的プロセス」だと捉えており、「AM が民主的なコンテンツを発信することで、主流メディアが作り出す『現状』への異議申し立てをすることが可能になる」(Couldry 2002: 25) と主張した。そして、AM は主流メディアの慣習や、それが代表する言説に対抗するリアリティを、構築（および再構築）できる潜在性を持っていると考えた。

これは Bourdieu (1991) の「象徴的権力が、リアリティを構築する」という概念を発展させたもので、市民が参加するアマチュア・メディアの制作は、組織化されたプロのメディア権力に対する抵抗であり、象徴的な言説・形態を生産（またそれらを再生産）するメディア権力の独占に対する異議申し立てだと理解することが可能なのだとの指摘がある (Atton 2010; Benson and Neveu 2005; Couldry 2002)。

また、このような役割を持つ AM は、メディアの多様性という文脈のなかでは、民主主義のシステムを機能させるうえで必要な言論の多様性を担保する媒体として捉えられている (Curran 2011; Hamilton 2000; Kenix 2011)。ここでの AM と主流メディアとの明確な違いは、AM は社会のなかに存在する多様性を尊重し、他の意見や価値観を持つ人びととの相互理解を促進することを目的としている点であるという (Kenix 2011)。

### 5-2-3 批判的メディアとしての AM

Fuchs (2010) は、AM は必ずしもラディカルである必要はないものの、単に主流メディアを代替するメディアの実践として捉えるのではなく、支配的な社会（および言説）に疑問を呈する「批判的メディア」として理解されるべきだと主張した。そして、「批判的メディア」としての AM の目的は、現体制への批判であり、政治改革だとしている。

Rodriguez (2001) の「市民メディア」のように、AM を「参加」や「セルフラーニング」といったプロセスにおいて重視すると、小規模なコミュニティ・メディアに重点が置かれて

しまい、プロと同様の手法で AM を実践している対抗的メディアを除外してしまうことになると Fuchs (2010) は指摘している。さらに、小規模な AM では、受け手も少数であり、そこから政治改革や社会改革へと繋がるような結果を期待する事はできないと批判している。

これと関連して Fuchs (2010) は、AM のプロセスではなく、AM が制作するコンテンツに注目している。そして、対抗的公共圏 (Downey and Fenton 2003; Negt and Kluge 1983) の概念を援用して、AM のコンテンツの理論化を試みている。Fuchs (2010) は、批判的なコンテンツを制作する「批判的メディア」は、「批判的公共圏」の概念と結びついているとし、AM を対抗的公共圏におけるコミュニケーション的側面を担うメディアと捉えた。ここでの対抗的公共圏は、Habermas が『公共性の構造転換』(1962=1994) で概念化した、議論空間としてのブルジョア公共圏<sup>20</sup>に対抗するオルタナティブな公共圏とされている (Negt and Kluge 1983)。ブルジョア公共圏と対抗的公共圏の歴史的な形成過程と、AM との関連については、第 II 部で詳しく取り上げる。

「批判的メディア」が制作したコンテンツは、抑圧されたグループや人びとが現体制や現実社会へ抗う声や、変革の潜在性・可能性を表現したものであると指摘している (Fuchs 2010)。そこでは、批判的なメディア・コンテンツの存在が必要不可欠である。他方、「批判的メディア」の概念では、市民参加、メディア所有者の自律性、代替的な配信手段などについては、そのような特徴を持つことは望ましいものの、絶対条件とはされていない (Fuchs 2010)。

さらに Fuchs (2010: 183) は、「より多くのオーディエンスに情報を届けるためには、AM は主流メディアで実践されている戦略やプロのマーケティング手法を全面的に否定すべきではない」とも主張している。むしろ、「そのような商業メディアのメカニズムを使うことによって、進歩的なコンテンツを制作・配信する潜在性が生まれるのだ」と指摘する。

対抗的公共圏における「批判的メディア」の役割は、支配的な社会 (および言説) に疑問を投げかけることである以上、「分断された闘争を支援し特定の関心事を扱う小規模なメディアが多数あるよりも、数は少なくとも広範囲の人びとがアクセス可能で影響力を持つ大規模な『批判的メディア』のほうが効果的であり、望ましい」としている (Fuchs 2010: 186)。

「批判的メディア」としての AM は、目的こそ「ラディカル・メディア」や「社会運動のメディア」と同じ「現体制への批判」であり「政治改革」であるが、その実践手法はかなり実用主義的であり、社会的な影響力を持つ対抗的公共圏を作り出すためには、従来の「オルタナティブ」なやり方にこだわる必要がないという点で、他の AM の実践とは一線を画している。

---

<sup>20</sup> Fraser (1992=1999) をはじめとする多くの研究者が、Habermas のブルジョア公共圏では、女性や貧乏人など人口の大多数が除外されている点を批判した。Habermas の「公共圏」モデルへの批判と AM の関連については、第 II 部 10 章で詳しく取り上げている。

#### 5-2-4 市民メディア

Rodriguez (2001) が提唱する「市民メディア」は、Fuchs (2010) の「批判的メディア」とは対極に位置づけられる概念といえる。Rodriguez (2001) は、普通の人びとが自分たちの手で自分たちのためのメディアを作り上げることで、初めて自分自身や自分たちのコミュニティの声を代表 (represent) することができると考えた。そのような「市民メディア」を通じて、「一般の」市民はエンパワーメント (=与えられた目標を達成するために、組織の構成員に自律的に行動する力を与えること) されていくという。

Rodriguez (2001: 19-20) は、「市民たちのメディア制作の体験は、それを通じて自ら学んでいく教育のプロジェクト」と捉えていた。教育の手段という側面では、Freire (1970=1979) の「意識化」 (=教育を個人や社会の意識的な形成のための手段として用いる試み) と批判的教育学の理論を取り入れている。そして、民主主義の手段という側面では、Mouffe (2005=2008) の「闘技的な」立場で既存の権力諸関係を根底から変容させ、新しいヘゲモニーを樹立することを目的とする「闘技的民主主義 (ラディカル・デモクラシー)」の概念を「市民メディア」の定義に取り入れている (Rodriguez 2001)。

Rodriguez (2001) は、「市民メディア」を古典的な意味でのメディア、つまり人びとに情報を提供し、影響を与えるコミュニケーションの媒体としてだけでなく、メディアを通して自ら学んでいくという学びの手段として、また、人びとが自分たちの住むコミュニティの様々な問題を討議によって解決していくという民主主義の手段として捉えたのである。つまり「市民メディア」としての AM とは、社会的な相互作用としての役割を持つコミュニケーション媒体であり、ここでは、その役割が強調されているのである。

Rodriguez (2001) の「市民メディア」の概念に近いのが、Dagron (2004) の「参加」を強調した AM の捉え方である。Dagron (2004: 46) は、「オルタナティブなコミュニケーション手段は、参加型コミュニケーションの核心部分である」とし、「オルタナティブな精神は、普通の人びとが参加するという構成要素が最小化されたり、除外されたりしない限り、失われることはない」と指摘している。この「参加」を強調した概念は、AJにおける「参加ジャーナリズム」(Domingo et al. 2008; Singer 2011) の概念や実践とも密接な繋がりを持つのである。

また Tracy (2007) は、これまで自分たちの生活に影響を与える出来事に対して、単なる観客だった人びとを、AM は能動的な参加者に変身させる役割を担っていると指摘している。一方、Vatikiotis (2005) は、市民メディアとしての AM のプロジェクトについて、一般の人びとが社会参加することで得られる「生きた経験」をベースにしている点を強調しており、AM の実践全体の枠組みは、シティズンシップ (=市民権) を創出するプロジェクトとして捉えられると述べている。

### 5-2-5 オルタナティブ・ジャーナリズム (AJ)

オルタナティブ・ジャーナリズム (Alternative Journalism=AJ) は、Atton (2007) が示した「市民ジャーナリズム」の定義を拡大するもので、デジタル時代になって目覚ましい発展を遂げており、新しいオンライン・ジャーナリズムの実践を含めた一つの領域として類型化されている。この分野の研究では、マスに向けた情報発信を行なう個人ブログや SNS から、欧米で目覚ましい発展を遂げている新興ニュース・メディアのジャーナリズムの実践などが研究対象となっており、2010年代に入ってから傾向として、主流／オルタナティブ両者のジャーナリズムの実践がハイブリッド化、同質化してきている状況などが指摘されている (Curran 2010; Kenix 2011)。

デジタル時代に台頭してきた新興ニュース・メディアが AM としての特徴を持つのかどうか、さらにそれらのメディアが言説の多様性に寄与しているのかについての実証研究は、第Ⅲ部で取り上げている。

インターネットによる情報発信の技術的な環境が整ったことで、ジャーナリズムの実践を目的とした AM が近年急速に増加している。無料や廉価で誰もが簡単にブログを始められるだけでなく、無名であってもコンテンツが良ければアクセスランキングの上位にランクされたり、記事のシェア、リツイートなどで何十万、何百万もの読者を集めたりすることも可能となった。

また、近年オンライン版のみで配信される新興ニュース・メディアが、ハイテク分野のベンチャー企業のようにクラウド・ファンディングや投資家からの資金調達で事業を始める「スタートアップ」という形態で次々と誕生している (Caplan 2015; Jarvis 2015=2016)。また、数は少ないものの、米国の *ProPublica* のような億万長者からの巨額な寄付を基金にして運営される非営利メディア組織も設立されている (大治 2013)。

これら新興ニュース・メディアは、インターネットの登場以降、広告収入が減少し経営難に陥った新聞・雑誌などの主流メディアが弱体化し、以前のように実践できなくなった調査報道のジャーナリズムの担い手にもなっている (Pew Project for Excellence in Journalism 2015)。

また、それらの新興ニュース・メディアは、行き過ぎた商業主義や伝統的な規範・慣習で硬直化してしまった主流メディアのジャーナリズムを反面教師にして、デジタル・テクノロジーを駆使した創造的なニュース制作・配信を実践している (Caplan 2015)。

第Ⅲ部で詳しく取り上げるが、第Ⅰ部の AM の先行研究レビューの作業と並行して、2015年1月から2月にかけて、米国で実施した AM を対象とする聞き取り調査では、新興ニュース・メディアの編集者やジャーナリストが自らの組織を「オルタナティブ・メディア」とラベル

づけしている所はほとんどなかった<sup>21</sup>。

本論文研究のため実施した、調査対象の全ての新興ニュース・メディア組織に対し、設立目的や動機を聞いたところ、主流メディアとは違ったアジェンダ、視点、情報源、配信方法によってニュース制作を実践するためだと回答していた。AM の歴史的観点から見れば、これらの新興ニュース・メディアの実践は、AJ の実践に他ならないといえる。新興ニュース・メディアはインターネットの台頭によって突然現れたわけではなく、デジタル技術によって、それが顕在化したと考えられ、また「オルタナティブ」なルーツを継承するメディアだという歴史的視点なしに、新興ニュース・メディアの存在意義や目的を正しく理解することはできないだろう。

Atton (2007) は、AJ は、その実践を通して、真実、リアリティ、客観性、専門性、オーソリティ、信頼性などの主流メディアが築き上げた既成概念や、プロのコミュニケーションを支える制度（機関）を再検討し、異議申し立てしていると指摘する。AJ の役割は、2つ目に類型化した「支配的メディア権力への対抗勢力としての AM」と重複する部分も多くあるが、主流ジャーナリズムの規範に対する批判的なジャーナリズムの実践に焦点を絞っている点に特徴がある。

例えば、プロのジャーナリストは「客観報道」という縛りがあるため、事実と価値を明確に区別しなければならず、記事では自分の意見や立場を書くことはできない (Schudson 1981; 2001)。他方、AM は、「客観報道」の規範に縛られず、当事者または専門家として自らの立場や意見を明確に表明することができる。AJ の実践は、プロフェッショナル化したジャーナリズムの倫理や、規範、ルーチンを批判することになるのである (Atton 2007; Atton and Hamilton 2008; Atton and Wickenden 2005; Forde 2011; Hurcup 2003)。

また実践レベルでは、主流メディアのニュース素材として市民ジャーナリズムがますます活用されてきていることが最近の研究で明らかになっている (Allan 2013; Atton 2007; Kenix 2011)。テレビのブレイキング・ニュースでは、偶然に事件や事故の現場にいた「目撃者」が、家庭用ビデオカメラや携帯電話で撮影した映像や写真が使われることが非常に増えてきている。このような一般市民が行なうジャーナリズムは、「アクシデンタル・ジャーナリズム」 (Allan 2013) などと呼ばれている。

昨今では、主流メディアのニュース番組で、市民の声を伝える街頭インタビューの代わりに、個人のブログや SNS など主張されているコメントを、あたかも世論の声として取り上

---

<sup>21</sup> 筆者は、2015年1月から2月に米国ニューヨーク、フィラデルフィア、ワシントンD.C. の新興デジタル・メディアの編集者・記者に聞き取り調査を行った。質問項目は、各メディア組織の設立目的・使命、組織・運営形態、ニュースの決定要因、情報源、イデオロギーなどであった。調査を行った全ての組織で、情報の送り手側は、主流メディアとの差別化を意図的に図っており、そこでのジャーナリズムの実践は、歴史的文脈でのオルタナティブなジャーナリズムの実践であることが示唆された。

げたり、生放送の番組中 Twitter で寄せられたコメントを、リアルタイムで紹介したりすることが日常的に行なわれている。このような傾向と連動するように、近年、主流メディアと AM が協働するハイブリッド化や、二つのメディアのコンテンツの同質化の進行を指摘する実証研究の知見も発表されている (Atton 2007; Curran 2010; Kenix 2011)。

先行研究では、コミュニティ・メディアなどでの AM の制作が、実際には主流メディアや商業メディアの内部で行なわれているケースが多いことが指摘されていた (Atton 2007; Deuze 2006; Jenkins 2006)。近年のハイブリッド化・同質化は、人的レベル、コンテンツレベル、経済レベル、配信レベルなど多岐にわたっており、今後、主流メディアとオルタナティブ・メディアとの新しい関係が新しいジャーナリズムの動きとして研究対象になる傾向が現れている。



## 第6章 第I部まとめ

第I部では、2000年から2014年に発表されたAMに関する主要論文・著書の論点を整理することで、AMの特徴的な機能を5つに類型化し、提示していった。そして、AMを、これら5つを代表的な機能とする、まさに多様なメディアの集合体・連続体であると捉えた上で、これまで困難と言われていたAMの総括的な定義づけをおこなった。

これら5つに類型化されたAMとは、歴史的視点から見てAMの原点とも言える社会変革・政治変革を目的とする「ラディカル・メディア」および「社会運動のメディア」(Downing et al. 2001; Lievrouw 2011; Platon and Deuze 2003; Waltz 2005=2008)、寡占化・グローバル化する「支配的メディア権力への対抗勢力」(Couldry 2002; Couldry and Curran 2003; Dagron 2004)としてのAM、批判的なコンテンツを広範囲に発信することで対抗的公共圏を作り出すことを目指す「批判的メディア」(Fuchs 2010)、普通の人びとが自分たちの手で自分たちのメディアを持つことでエンパワーメントしていく「市民メディア」(Rodriguez 2001; Schaffer 2007)、そして、ネット時代になって顕在化し拡大している「オルタナティブ・ジャーナリズム(AJ)」(Allan 2013; Atton and Hamilton 2008; Atton and Wickenden 2005; Curran 2010; Fenton 2009; Forde 2011; Harcup 2003; 2005; 2013)であった。これら5つに類型化されたAMは、それぞれの特徴を単独で持つAMもあるが、実際には、AMの多くは、類型化した幾つの特徴を併せ持っている。

第I部で行なった、デジタル時代のAMの類型化によって、現在進行形のAMの多様な特徴を体系的に把握することが可能となった。これは、デジタル時代になって、新旧のメディア技術が融合し、新しいメディア環境が現在進行形で形成されようとしている中、「主流 vs オルタナティブ」という二項対立的な見方を超えた、新たなAMを把握する上でも有益な視座を提供してくれるだろう。

これまで述べたように、なぜAMがメディア・システムに必要な存在なのか、という根源的な問いに答えるためには、歴史的な視座が必要となる。第II部の調査研究では、AMというメディア領域がどのように誕生し、発展し、そして衰退・周縁化し、現在に引き継がれているのかを、様々な文献資料から探し出し再構築していく。

## 第 II 部

### 民衆のメディアの誕生と変遷

#### ーメディア史におけるオルタナティブ・メディアの新たな位置づけー

第 II 部では、AM を理解するにあたり、歴史的視座の導入が必要だとの視点に立ち、メディア史を AM の視座から捉え直す「歴史的アプローチ」によって、AM がどのように誕生し変遷したかを、特に主流メディアとの関連性に着目して明らかにしていく。創成期の AM を「民衆のメディア」と名付けた第 II 部の調査研究は、AM というメディア領域がどのように誕生し、発展し、そして衰退・周縁化して、現在に引き継がれているのかを、様々な文献資料から探し出して再構築していく作業である。これは Wu (2011=2012) が示唆した商業的圧力によって巨大資本にメディアが独占されていくという「サイクル」の仮説と、AM の変遷過程との関連性を明らかにすることでもある。

AM の歴史の掘り起こしは、メディアの初期段階で、一般民衆の手にあった AM が具体的にどのような役割を担っていたかを明らかにするとともに、AM が、どのように歴史上の出来事に社会的・政治的な影響を与えたのかを明確化させることにつながる。これら AM の歴史的考察から得られた知見は、「民主的メディア・システム」における AM の存在意義の妥当性にかかわるものであり、AM として生じた先駆的メディアが現在に至るまでどのように継承され、更に、未来に向けてどのような展望をみせてくれるかについて重要な視座を与えてくれるものである。

第 I 部で述べたように、AM というメディア領域は、その実践形態、目的、参加者も様々で、それらの多様な歴史的経緯を同列で扱うことはできない。したがって、第 II 部では、AM の中でも、特に、公的で時事的な情報を制作し発信する AM、つまり第 I 部で類型化したところの「オルタナティブ・ジャーナリズム (AJ)」を実践している AM に、研究対象を絞っていく。したがって第 II 部で言及している AM は、ジャーナリズム的な実践をおこなう AJ と切り離せない関係にあり、用語上も AM と AJ は同義語として扱われている。

第 II 部は、特に「民衆のメディア」と主流メディアとの関係性に着目しながら、歴史的アプローチによって「言論の自由との闘い」「メディアの商業化」「メディアの大衆化」「公共性(公共圏)」「メディア参加」を重要概念に据えて調査研究を行なっている。

歴史的アプローチは、AM の存在意義を提示し、その領域を現在のメディア・システムに制度的に位置づけることに焦点をあてる本論文において、必須の研究調査作業である。オルタナティブな領域が、主流メディアと異なる存在意義を持つ点に関しては、その誕生から検証していく必要があり、その領域が現在まで引き継がれているとする前提も、歴史的視座か

ら検証していく必要がある。

Gibbs and Hamilton (2001) が指摘するように、AM を歴史的視座から見ていくことによって初めて、この領域のメディアが決して最近生まれたのではないことを認識できるだけでなく、その実践には非常に幅広く多様な目的やゴールが含まれていることが深く理解できる。

AM をメディア史のなかで位置づけ直すことは、過去だけでなく、現在の新たな「民衆のメディア」としての実践を掘り起こすこと、さらにインターネットを基盤にした新しい形のAM をどのように守り育てていくことができるのか、という現在進行形の議論にも繋がると考える。

## 第7章 AMの歴史的アプローチ

### 7-1 AMの歴史的アプローチの意義

#### 7-1-1 AM研究の歴史的視座の必要性

第I部では、2000年以降のAM研究の主要論文および著書33編を精査・精読したうえで、そこから抽出されたAMの特徴や目的をリストアップし、多岐に亘る現在のAMを5つに類型化するメタ分類作業を行った。ネット時代のAMがどのような目的で、どのように実践されているのかを類型化することは、AMの概念をめぐる、未だに確固たる定義のコンセンサスにさえ至っていない、現代のAMを包括的に把握する研究の一つと位置づけられる。

第II部では、AMの起源とその変遷をたどる歴史的アプローチによる調査研究を行っていく。AMの歴史に着目したのは、元来、「新たなメディアの出現とは、それ以前のメディアと継続性を持ったものであり、既存のメディアの上に新たなコミュニケーションが累積し重層的な構造を形成している」（有山 1995: 3）と指摘されているように、現在のAMを理解するには、それ以前のメディアとどのような継続性を持ったものなのかという歴史的な視座が不可欠だからである（Atton and Hamilton 2008）。

序章でも言及したが、ニュース・メディア研究における歴史的アプローチの必要性については、「オンライン・ニュース・メディア」に関する研究を批判的に分析した Mitchelstein and Boczkowski (2009) も指摘している。

Mitchelstein and Boczkowski (2009: 576) は、オンライン・ニュース・メディア研究での歴史的視座の欠落が、オンライン・ニュース制作の「新規性を過度に強調することに繋がり、経験的研究や概念の解釈を底の浅いものにしてしまうリスクを生んでしまった」と述べている。更に、両氏はブログや市民ジャーナリズム等のデジタル時代のUGC (=User-Generated Contents, ユーザーによって制作・生成されたコンテンツ) の新規性が過度に強調されたのは、歴史的な前例や今日の実践へ繋がる進化の過程を軽視したことが要因にあった、との見解を示している。

UGCは、ラジオやテレビなど既存の媒体でのコンテンツ制作にオーディエンスが参加していた過去の形態や、オンライン上の様々な先駆的な実践から派生したものであり、決してそれらが突発的に誕生したわけではないのである（Michelstein and Boczkowski 2009; Rheingold 1994）。オンライン・ニュース制作の研究は、過去と現在の実践の類似点と相違点、今日の発展に繋がる長期的な過程の記述に焦点をあてて深化させることで、より多くの知見が得られるのだと Michelstein and Boczkowski (2009) は指摘している。

Mitchelstein and Boczkowski (2009) による研究の視座は、本論文のAM研究の歴史的アプローチと通じるものがあるが、決定的な違いが一つある。それは、Michelstein and Boczkowski

(2009) のオンライン・メディア研究は、それ以前の市民メディアとの継続性に注目しているが、その研究対象が主流メディアなのか AM なのかについては、特に着目していない点である。

主流メディアと AM の区分を明確化しないままでの分析では、たとえ歴史的視座をとり入れたとしても、オンライン・ニュース制作の複雑な進化の過程を解明するのは難しい。インターネットが登場する前、UGC は主に AM の領域で実践されてきた。しかし、現代のオンライン・ニュースでは、主流メディアと AM の両方が、それぞれ独自に UGC の実践に乗り出したり、もしくは、その二つが融合したりする実践がなされている。しかも、それらの形態は日々進化している。このように、主流メディアと AM は相互に影響し合いながら今日まで発展してきていると考えられる。

第 I 部で提示したように、主流メディアと AM は、目的や参加形態が異なり、それぞれが異なる社会的役割を持っている。主流メディアと AM の二つの側面を併せ持つオンライン・ニュースの実践を理解するためには、主流メディアと AM の歴史的な系譜がどのように現在のオンライン・ニュースの実践の中で交差し、オーバーラップしているのかについての研究視座が必要なのである。

主流メディアと AM は、さまざま歴史的要因に影響されながら、現在に至っていることに着目する必要もあるだろう。どのメディアも程度の差こそあれ、オルタナティブな領域を持っているが、多くのメディアは、その創成期において、自由で開かれたオルタナティブな特徴を強く持っていたことが先行研究によって示唆されている（水越 1993; 2005; Starr 2004; Wu 2011=2012）。

第 II 部の歴史的アプローチによる研究調査は、序章で述べた、Wu (2011=2012) の、誕生当初は開放的でオルタナティブな特徴を持っていたメディア空間が、その後商業的圧力によって押しつぶされ、管理された閉鎖されたメディア空間へ導かれてしまうという「サイクル」の仮説を検証することにも繋がるだろう。

主流・AM の歴史をたどっていく研究は、主流メディアと AM が、権力との関係や、社会的役割などで、どのような根源的な違いが、どのような要因で生じたのかを解明するために、オンライン・ニュースのみならず、あらゆる媒体において必要なのである。

本論文では、主流メディアと AM という研究視座を持つことによって、メディアの入り組んだ発展の経緯を分析することや、長期的なスパンでメディアの社会的役割を理解することが初めて可能になると考える。したがって、本論文の歴史的アプローチによる研究調査では、主流メディアと AM を区分して、それぞれの誕生の経緯や、目的、特徴を明らかにし、二つのメディアの関係性に着目しながら、特にニュース・メディアの変遷に注目しながらたどってゆく。

### 7-1-2 「民衆のメディア」とは

第Ⅱ部では、主流メディアの変遷を追った一般的なニュース・メディア史を、AMの視座で捉え直すことによって、メディア史におけるAMの位置づけを再構築し、AMが主流メディアとは異なる存在意義や社会的役割を持って誕生し、それらが、どのような経緯を経て現在まで継承されているのかを明らかにすることを目的としている。その際、各時代で覇権的（ヘゲモニック）な言説を伝えるメディアを主流メディア、それに対抗するメディアを現代のAMの先駆的なメディアと位置づけ、主流・オルタナティブの二つのメディアの関係性に焦点をあててみてゆく。

ニュース・メディアの歴史において、AMの視座から考察した研究は、非常に限定的にしかな行なわれていない（Hamilton and Atton 2008）。しかも、その中でみられる先行研究のAMの起源や歴史的な背景は、「ラディカル・メディア」「市民メディア」などの領域ごとに研究される傾向が強い。そのため、それら先行研究の多くは、包括的にAMの歴史を捉える研究視座を欠いているという問題点がある。

対抗的なメディア領域を指す数多くの名称の中で、最も一般的と言えるのがAMだが、その呼び名は、1970年代以降、新しい社会運動の隆盛とともに出現した「労働者新聞」「フェミニスト新聞」「地下出版」などの個々の出版物の総称的な名称として、もしくは、それらをラベルづけするために付けられたとされる（Gibbs and Hamilton 2001）。

そのため、オルタナティブなメディア領域自体も、AMという名称が生まれた1970年代の産物とみなされる傾向がある。しかし、AM研究者ら（Atton and Hamilton 2008; Dagron 2004; Gibbs and Hamilton 2001）が主張するように、この領域のメディアの歴史は古く、わずか半世紀ほど前に誕生したという見解はあまりに視野狭窄であろう。

AMは、公共性を有し、市民の声を代弁するメディアと幅広く定義でき、覇権的な言説を生産し伝達する主流メディアに対抗する、総括的なメディア領域と捉えることができる（Atton and Hamilton 2008; Dagron 2004; Gibbs and Hamilton 2001）。

このような視座に倣い、本論文では、ニュースのメディア史に登場する、AMの先駆的なメディアを、「当時の覇権的な権力と、その覇権的言説を伝えるメディアに異議申し立てを行い、社会変革や社会問題の解決を目的とする、民衆の声を代弁するニュース・メディア」と定義した。そして、AMを歴史的アプローチで分析するにあたり、AMを1970年代の産物と見なす一般的な認識との混同を避けるため、このAMの先駆的なメディアを、「民衆のメディア」と名付けた。

「民衆のメディア」の「民衆」は、「一般人・庶民（common people）」そして「草の根（grass-roots）」という意味を含んでいる。第Ⅱ部では、その「民衆のメディア」が、ニュースのメディア史のなかで、どのように誕生し、発展し、そして衰退・周縁化していったのか、「言論の自由と

の闘い」「メディアの商業化」「メディアの大衆化」「公共性（公共圏）」「メディア参加」を重要概念として調査・研究していく。

### 7-1-3 歴史的アプローチで扱うメディアと時代

中世から前近代（pre-modern）へと歴史が大きな変遷を遂げる中、メディア史も、グーテンベルクが活版印刷技術を発明して以降、大きな変化を遂げていった。

第Ⅱ部の歴史的アプローチでは、ニュースという公的で時事的な情報を伝えるメディアの発展に大きく寄与した、活版印刷技術の発明をスタート地点にして研究調査を行なっていく。そこではまず、活版印刷技術が広く社会に普及したことによって、「民衆のメディア」がどのように誕生したのか、そしてそれ以降「民主のメディア」がどのような役割を果たしてきたのか、それぞれの時代の政治的、社会的、経済的な文脈のなかで考察していく。

第Ⅱ部の歴史的アプローチでは、英国を調査対象にして調査研究をおこなっている。大航海時代、商業的ニュースの需要は西ヨーロッパ諸国に広がっており、活版印刷技術が普及し社会的影響を与えていったのは、広くそれらの国々に対してであった。しかし、その中でも、活版印刷の技術を使って初めて国内に向けてニュースを伝え、それが契機となって、世界に先駆けてジャーナリズムを誕生させたのは、英国であった。そのような歴史的背景が、「民衆のメディア」と密接な繋がりがあることを示していく。

「民衆のメディア」の起源は17世紀まで遡ることが出来ると言われている（Atton and Hamilton 2008; Dagron 2004; Hamilton 2001）。当時、米国はまだ誕生していないが、英国のニュース・メディアの歴史は、英国の植民地であった米国のニュース・メディアの発展に大きな影響を与えていくことになる。そして両国のジャーナリズムは、このような歴史的な繋がりを背景に、他の西洋諸国とは異なった、独自の発展を遂げていくのである。現代のニュースにかかわる概念は、1830年代から1920年代にかけて英国と米国のジャーナリストによって発明・実践された「Anglo-American Journalism」という近代ジャーナリズムの基礎の上になるとされる（Chalaby 1996）。つまり、現在、英国だけでなく米国で実践されているオンライン・ジャーナリズム、ブログなど最先端のオルタナティブなメディア実践の起源をたどるためには、英国の「民衆のメディア」の誕生から紐解いていく必要がある。

近代ジャーナリズムの誕生と発展に関わりを持っていた英国のラディカル・プレスと同様、国の独立運動を支えその実現に寄与した米国の新聞は、「政治と市民をつなぐ政治的な言論の場」を提供するという社会的役割を担っていたという。英国に追随して米国では19世紀末から20世紀初頭に、商業新聞に対抗するラディカルなジャーナリズムが創設された。その米国版のラディカル・プレスは、一足早く1830年代に英国で台頭したラディカル・プレスと同様に、「労働者新聞」や、参政権や人権などを訴えていた社会運動を基盤にした新聞で、支配的

な言説を伝える「商業的大衆ジャーナリズム」への対抗勢力となっていた (Atton and Hamilton 2008: 17)。英国では 19 世紀後半に周縁化されたオルタナティブな領域のメディアは、米国へと継承され、女性や移民たちなど、社会の少数派の言説を発信する「対抗的公共圏」の形成という役割を米国社会で担ったのである (Fraser 1992=1999; Ryan 1992)。

また、米国では、「労働者新聞」や公民権運動など社会運動を基盤にして創刊された新聞に加え、コミュニティや小さな町単位で発行されている新聞が、自分たちの伝統やアイデンティティにかかわる危機感を抱くようになり、特に都会の大衆文化へ飲み込まれてしまうことへの懸念を示した。これを受けて、対抗的なジャーナリズムを形成していったのである。それが、1970 年代に北米でコミュニティ・メディアを求める動きとして具体化され、以降、パブリック・アクセス運動として息の長い広範な展開をみせていったという経緯がある。

## 7-2 「民衆のメディア」の視座からのメディア史再考

### 7-2-1 「民衆のメディア」の視座から捉えたメディア史

一般的なメディア史で庶民のメディアといえば、バラッド (物語詩・俗謡)、ニュース・ブック (主に殺人、奇跡、怪物などのトピックを扱う)、かわら版など、娯楽的要素の強いものが中心で、社会変革を支える役割を果たしたニュース・メディアとしての「民衆のメディア」は、長い間、過小評価されてきたと言える (Atton and Hamilton 2008; Williams 1970)。

このような社会変革のメディアとしての「民衆のメディア」は、一般的なメディア史では小さな扱いで、たとえ言及されたとしても社会変革の文脈で限定的に言及されるだけで、それが普遍性や継続性を持つメディアとして扱われることは殆どなかった。それは、この領域のメディア全般を指し示す概念が広く認知されておらず、ラベル付けもされていなかったことが要因と考えられる。

AM を歴史的アプローチでたどると、「民衆のメディア」は、宗教革命や市民革命など大きな政治的・社会的変革と密接に関係しながら誕生したことが示唆されている (Dagron 2004; Kessler 1984)。つまり「民衆のメディア」は、近代ジャーナリズムの誕生と密接に関連しており<sup>22</sup>、その誕生からジャーナリズム的役割を内包していたと言えるのである。ジャーナリズムの起源が、個人のジャーナル (日記) にあるように、「民衆のメディア」は、絶対権力によって統制されていたメディアとは違う、庶民による私的なチャンネルがその起源にある。

第Ⅱ部の「民衆のメディア」の変遷をたどる歴史的アプローチは、新聞、つまりジャーナリズムの歴史を、AM の視座から再考していくものであり、「民衆のメディア」におけるジャ

---

<sup>22</sup> 桂 (2009: 119) は、「現代につながる近代ジャーナリズムの内実を獲得するための2つの歴史的体験」の一つとして、「1776年のアメリカ独立、1789年のフランス大革命という2つの市民革命が、民主政治に貢献すべき使命を新聞に課したこと」を挙げている。



ーナリズムの実践をたどっていく研究調査が中心になる。

### 7-2-2 一般的メディア史研究の問題点

通常、メディア史では、特定のメディア技術や、現在の主流メディアへ繋がる系譜を持つ人物や、個別の媒体に焦点をあてて、それぞれのメディアが発展していった経緯が語られるのが一般的である (Curran 2002)。その際、主流メディア以外のメディアには殆ど注意が払われていないという問題点が指摘されている (Atton and Hamilton 2008; Williams 1963)。

Curran (2002) は、その議論を発展させて、メディア史研究における三つの問題点を指摘している。ここでの Curran の指摘は、メディア史のなかで、なぜ AM が周縁化されているのかという理由も同時に示唆している。

Curran (2002) が指摘した第一の問題点は、メディア史研究の大部分が「媒体」の歴史であり、しかも、新聞、映画、テレビ、ラジオなど、媒体別に縦割りにされている点である。そのためメディア全体が果たした歴史的な役割は分断されてしまい、包括的な理解が阻害されてしまっているという。

第二の問題点は、一般的なメディア史ではメディア (媒体) そのものが研究の中心であり、メディアの発達と社会との関連など、広い視座で分析する研究テーマは、注意が払われない傾向があることである (Curran 2002)。さらに、メディアごとに焦点を当てる研究分野が違っている点も、メディア史特有のアプローチ方法だと Curran (2000) は指摘している。例えば、映画史は研究ルーツが文学研究にあるため、映画のコンテンツに焦点を当てたものが伝統的な研究手法になっている。他方、新聞や放送の歴史は、組織的または制度的な発達を研究の中心に置く傾向がある。このような研究上の慣習的な位置づけ方が、メディア研究の縦割りを生む一因となっていると言えるだろう。

そして第三の問題点は、前に述べた視野狭窄に起因する二つの問題によって、主流メディア以外のメディア史への興味を弱めているという点であるとしている (Curran 2002)。このような問題は、Marshall McLuhan らが主張するメディア発展にかかわる技術決定論的な解釈が広まっていることが背景にあるとされる (Williams 1974b)。さらに技術決定論の視座でメディア史を単純化させてしまった結果、伝統的な主流メディア以外の歴史である、複雑な背景を持つ「代替的なメディア史」は、決定論の視座に覆い隠されてしまったと Curran (2002) は指摘している。

そのうえで、技術的な発達だけでなく、「そのメディアが誕生した時代背景 (政治的・社会的な影響など) も含んだ『代替的なメディア史』は、長期的な社会変化とメディアの発達との関連性を理解する上で、一般的な主流メディア史より多くの有益な情報や解釈をもたらしてくれる」と Curran (2002: 135) は指摘している。

第Ⅱ部は、Curran (2002) が指摘するような「代替的なメディア史」を構築していく試みの一つと位置づけられる。つまり、主流メディアの歴史から埋もれてしまっている「民衆のメディア」という「代替的なメディア史」を構築する試みとも言えるだろう。

### 7-2-3 カルチュラル・スタディーズを基盤にした研究枠組み

第Ⅱ部では、カルチュラル・スタディーズの研究枠組みを基盤にして、特定のメディア技術の発展や人物の取り組みに焦点を当てた一般的なメディア史を批判的に読み解きながら、メディアが持つ包括的な役割や実践に着目し、AMの歴史的な位置づけを再定義したい。

カルチュラル・スタディーズに注目したのは、その研究視座が、「既存の学問分野で分析対象とならなかった現象や関係」を明らかにする「学際的な」研究領域を扱っているからで (Turner 1996=1999: 22)、「民衆のメディア」も研究対象に含まれている。

本論文におけるAMの歴史研究と、カルチュラル・スタディーズの研究領域・目的とが、高い親和性を持っていることは、カルチュラル・スタディーズを「ポピュラー文化の批判的研究」と捉え、普通の人びとが日常の中で何気なく営んでいる文化的諸実践についてのある種の政治学／詩学であるとする、吉見 (2000) の以下の記述からも推測される。

(カルチュラル・スタディーズ) はマス・メディアや消費の文化、若者たちのサブカルチャー、文学的生産と消費、労働者階級の文化、人種やジェンダー、アイデンティティの文化的機制などについての批判的かつ内在的な理解方法であり、既存の分野との関係でいうならば、とりわけ文学研究と社会学、人類学、歴史学、マス・コミュニケーション論などを横断したところに成立している。同時にそれは、しばしばわれわれの社会で支配的な現実となっているマス・カルチャーの諸形態を扱いながらも、それらの支配的な文化の周縁部や裂け目に異化や転覆、オルタナティブな歴史の可能性を探っている (吉見 2000: 25)。

前出の吉見 (2000) の説明から、本論文の研究領域であるAM研究とカルチュラル・スタディーズとで、次のような三つの親和性が見てとれる。

第一に、AMは、その存在自体が主流メディアへの批判 (エリート主義、過度な商業主義、メディア所有の寡占化、少数派の声の排除などへの批判) を内包しており、その研究は大衆文化の批判的研究に当たること。

第二に、AMは、労働者階級の文化、若者のサブカルチャー、人種やジェンダー、アイデンティティをめぐる自己表現や、その権利を得るための闘争などと密接な関係を持っていること。

そして第三に、AMの大部分が、支配的な主流メディアの周縁部や裂け目に存在している

ことである。また、AM を深く理解するには、社会学、政治学、歴史学といった学際的な研究視座が必要なところも、カルチュラル・スタディーズの研究視座と重なる。

「民衆のメディア」を歴史的に読み解く上で、英国の新聞の通説となっている歴史を批判的に読み解き、その歴史の再解釈を行なっている英国の批評家・メディア研究者 Raymond Williams (1921年-1988年)の研究視座から得た示唆を以下で示したい。

Williams (1974b) は、文化を扱う一般的な社会学的研究と同様に、メディア研究も、研究対象を社会的・歴史的な文脈のなかで理解し、当事者の意図や観察者の状況へ関与することを重視すべきだと主張し、効果研究に代表されるような米国の伝統的なマスコミ研究や、技術決定論的な McLuhan のメディア論に批判の目を向けている (吉見 2000)。

Williams がそのような批判をする根底には、「メディアとは、政治的、経済的、社会的な力が絡まり合う場のなかでこそある一定の姿をとるのであり、最初からその制度的形態や利用のされ方が決められているわけではないという認識があった」(吉見 2000: 63) からである<sup>23</sup>。

Williams や Curran の視座に依拠しつつ、一般的なメディア史で殆ど取り上げられることはない AM (「民衆のメディア」) に光をあて、オルタナティブな視点からメディア史を再構築していく試みの重要性とともに、「民衆のメディア」という新しい定義を採用し、AM (「民衆のメディア」) の歴史的な変遷をたどっていくことの意義については、(1) AM (「民衆のメディア」) がメディア史のかなり古い段階から存在していたことが示唆され得ること、(2) 現在所与とされている支配的なメディアとは違った社会的役割を AM が担ってきたことが示唆され得ること、そして (3) AM が継続性のある一つのメディア領域であり、その歴史的な存在意義が、現在のデジタル・メディアでのオルタナティブなメディア実践へと引き継がれていることが示唆され得る点の、三つが挙げられる。

#### 7-2-4 カルチュラル・スタディーズを援用した歴史的アプローチ

第II部の歴史的アプローチによる調査研究では、まず「民衆のメディア」として分類可能なメディアの実践を、年代ごとに、当時の政治的、社会的、経済的な文脈との繋がりや、「主流メディア」との関係性を明らかにしながら、時系列に沿ってリストアップしていった。

ここでの二次分析のための資料は、「民衆のメディア」の担い手である労働者階級を扱った「カルチュラル・スタディーズ」の歴史研究から多くを得ている。「民衆のメディア」が誕生・発展・衰退していった経緯をたどり、時代ごとの「民衆のメディア」が持つ歴史的な意味合いを、同時代の「主流メディア」と比較分析していくことで、「民衆のメディア」の役割や特

<sup>23</sup> 吉見 (2000: 64) は、「ウィリアムズはメディア研究を技術的あるいは社会的決定論の呪縛から解き放つことで、現代のメディアのなかに、既存の放送制度や受容パターンとは異なる可能性を見出そうとしていた」のだと指摘している。

徴が浮び上がってくるだろう。

新しいメディアが誕生し、発展していく背景には、「それが欲せられる文化的な必要性や社会的な圧迫、自然条件や技術的な要請、商業的な利害や政治的状況、そしてそれを受け入れる人々の生活水準や文化的土壌など」（伊藤 2014: 29）の多様な要因があり、それらが複雑に絡み合い繋がり合って、現在のような形態に継承されている。「民衆のメディア」も又然りである。

AM をメディア史のなかで位置づけ直すことは、過去だけでなく、現在の新たな「民衆のメディア」としての実践を掘り起こすことや、インターネットを基盤にした新しい形の AM をどのように守り育てていくことができるのか、という現在進行形の議論にも繋がっていくと考える。

第Ⅱ部では、メディア史のなかの「民衆のメディア」が、現在に至るまで、どのように継承されたのか（もしくは、継承されなかったのか）についても取り上げている。その際、今日のインターネットを基盤にした新興ニュース・メディア、情報発信を目的としたブログや SNS を、AM の延長線上にあるメディアと捉えることの妥当性についても検討している。

## 第8章 「民衆のメディア」としてのオルタナティブ・メディア（AM）の誕生

### 8-1 新聞が誕生する前の「民衆のメディア」

#### 8-1-1 活版印刷技術の発明と宗教革命

「民衆のメディア」の歴史を考察するにあたり、本論文では、グーテンベルクが活版印刷を発明し実用化していった時代からたどってゆく。活版印刷の技術によって真っ先に伝えられたのは「聖書」であった。1455年（諸説あるが1445年頃と言われている）に初めて『グーテンベルク聖書』が印刷されたが、ここだけ切り取れば、この技術は教会の絶対的権力を強固なものにする手助けをしたかの印象を受ける。しかし、本論文で注目するのは、その後、活版印刷技術が、宗教革命を支援することになるという歴史である。印刷技術が、「声の届く範囲とスピードを超えて大量の読者を生み出すことで、議論と共感を活性化させ、権威や権力を打破する力」（伊藤 2014: 71）へと繋がっていった。

それを理解するポイントとなるのが、活版印刷技術が商業目的で社会に普及したという点である。グーテンベルクをはじめとする活版印刷業者は商人であったため、その技術を使って利益を得るため、教会以外にも販路を広げていった。そして一般庶民のニーズに応じて、聖書はラテン語ではなく、母国語で印刷されたものを大量に廉価で販売するようになった結果、ラテン語で写本されていた時代のように、聖書は聖職者に独占されるものではなくなったのである。つまり、活版印刷技術が商業目的で普及したからこそ、聖書は、聖職者に独占されることはなかった（伊藤 2014）。

更に活版印刷の商業的な利用は、教会の社会での位置づけも変化させていった。庶民もアクセスできる印刷物によって、腐敗した教会の権威へ反旗を翻す理念を拡大・浸透させることが可能になり、それが宗教改革（16世紀）の拡大を助けたのである（Dagron 2004; 伊藤 2014）。このようなことから、宗教改革に寄与した印刷物は、既存の体制への抵抗や社会変革を目指した「民衆のメディア」の先駆的な実践であったと捉えることも可能である。

#### 8-1-2 新聞が誕生する前のニュース出版物

新聞という形態が誕生するまでのニュース刊行物はどのように誕生し、どのように人々に読まれていたのだろうか。「一番古くから意識的に集められたニュース」は、国のトップもしくは行政官たちによって集められた「官報としてのニュース」であった<sup>24</sup>（伊藤 2014: 79）。一方、一般庶民に向けて刊行されたのは「かわら版」である。「かわら版」は随時発行で、「少

<sup>24</sup> 17世紀中頃になると、行政当局は、命令や指令を公示するために新聞の形態で官報を出すようになり「日刊新聞」が創刊されたという（Habermas 1962=1994）。

なくとも 1480 年代以降のものが現存」しており、「政治的動乱や災害や殺人や幽霊の出現など」庶民の関心を引く雑多な題材を取り上げて人気があったという（伊藤 2014: 80）。

16 世紀（中世末期）になると、社会変化に伴い、ニュース出版に新たなニーズが生まれてくる。この時代の西ヨーロッパは、宗教改革や戦争などで社会的な動乱期であり、他方では交易による商業活動が活発化する大航海時代に当たる。そのため、交易が盛んな自治都市で誕生した中産資本階級の市民の間で、政治や商業に関する情報のニーズが高まり、ヨーロッパを横断する商業ニュースの取引が盛んに実施されるようになった（Atton and Hamilton 2008; 伊藤 2014; 芝田 2000; Williams 1961=1983）。

1620 年代以降は週 1 回から 3 回発行されるパンフレット形式のニューズ・ブックがヨーロッパ各地で出現して、ニュースという概念が日常的なものになり、それまでは官報、かわら版、商業情報、広告情報という形態でバラバラに存在していたニュース出版の媒体が一斉に合流し、やがて新聞という形態へ収斂されていったという<sup>25</sup>（伊藤 2014）。

## 8-2 「ブルジョア・ジャーナリズム」の黎明期

### 8-2-1 「ブルジョア・ジャーナリズム」の誕生と社会的役割

「民衆のメディア史」をたどっていく歴史的アプローチは、17 世紀に新聞が誕生したのに伴い、その研究対象は新聞に絞られていく。したがって本節では、新聞という新しいメディアの生成過程に注目しながら、「民衆のメディア」としての新聞がどのように誕生し、社会変革を支えていったのかをたどってゆく。

前述したように、初期のニュース刊行物は、近代国家の装置と一緒に成立した中産資本階級（Habermas 1962=1994）が、主に自分たちと同じ階級の人々に向けて、貿易や株式等の商業関連のニュースを提供するために誕生したものである<sup>26</sup>（Atton and Hamilton 2008; 芝田 2000; Williams 1961=1983）。

本論文では、このような中産資本階級が商業的に行なった新聞ジャーナリズムの実践を、Atton and Hamilton（2008）に倣い「ブルジョア・ジャーナリズム」と呼ぶ。

「ブルジョア・ジャーナリズム」は、新しい経済システムである資本主義と中産資本階級が誕生したことによって、誕生することができた（Atton and Hamilton 2008）。中産資本階級こそが、「ブルジョア・ジャーナリズム」の新聞広告のスポンサーであり、新聞の読者（＝購読者）でもあった。つまり、国王や聖職者の直接統治から脱却し、一定の経済力を持って主体的行動が取れるようになった中産資本階級によって「ブルジョア・ジャーナリズム」は運

<sup>25</sup> 西ヨーロッパでは、「17 世紀初頭が新聞の萌芽期」とされ、この頃から「雑多なニュースの売買が商売になりつつあった」という（伊藤 2014: 79）。

<sup>26</sup> Williams（1961=1983）によると、日刊新聞で政治的評論が控えられていたのは、論評が不必要だと考え

営され、その経済基盤があって、初めて誕生することができたのである<sup>27</sup> (Atton and Hamilton 2008)。

ここで、本論文で言及する「ジャーナリズム」の定義について明らかにしたい。「ジャーナリズム」とは、「広くニュース生産に関わる諸活動のこと」を指し、「ニュース生産という作業には、日々生じる様々な社会的出来事を組織的に取材し編集すること、社会に広く流通・消費させること、そしてそれを通じて特定の『現実』を社会の中で共有させること」(山腰 2013: 167) を含んでいる。

メディア研究者によって概念化されている新聞ジャーナリズムの社会的・政治的役割の代表的なものとしては、社会統制のエージェンシー(主体/作用/仲介者)、意見交換のためのフォーラム、公的情報の提供、政府の権力濫用の監視、気晴らしや娯楽の源などがあげられる(Curran 2011)。

「ブルジョア・ジャーナリズム」は、まだ最も初期の段階のジャーナリズムであったため、その社会的・政治的役割は、現在のジャーナリズムの概念と比べて限定的であったといえるが、それまでの貴族や聖職者が主体であった体制を転覆させた、市民革命を引き起こすエージェンシーとしての役割を担ったとされている (Atton and Hamilton 2008)。

Williams (Atton and Hamilton 2008: 10-11 より重引き) も、近代ジャーナリズムの形成に中産資本階級が貢献したことを認識しており、彼らの手によって誕生した「ブルジョア・ジャーナリズム」が、国王による絶対政治から市民社会へと変革させた、ラディカルな民主政治のための歴史的なブレイクスルーを可能にした立役者だったとしている<sup>28</sup>。つまり、この時代の「ブルジョア・ジャーナリズム」が、社会変革のための「民衆のメディア」としての役割を果たしたことが示唆されるのである。

当時の中産資本階級の人々は、この「ブルジョア・ジャーナリズム」を通じて、初めて、国王や宗教に関係ない個人のルートから知識や情報を得ることができるようになった。そして、このような新しい知識や情報を伝達し共有する回路が生まれたことによって、国王の統治や聖職者の権威に異議申し立てする人びとを団結させることが可能となり、さらには、一握りの特権階級が知識・情報を独占していることに対し、その回路を通じて異議申し立てすることが可能となったとされる (Atton and Hamilton 2008)。

また、「ブルジョア・ジャーナリズム」は、国王や聖職者が基盤にしていた知識や権威とは、

---

ていたからではなく、定期刊行出版物のほうが好都合に行なうことが出来たからであったという。

<sup>27</sup> 資本主義の勃興の背景には、帝国建設と植民地拡大に国家の関与が増していった事がある。17世紀の資本主義と帝国主義の興隆は、社会的、経済的不平等を引き起こしたのと同時に、国家君主による統治の領域外で増加し、王や聖職者など既存の権力への対抗勢力であるブルジョアジーを増加させ、彼らを統合することを可能にしたことが指摘されている (Atton and Hamilton 2008)。

<sup>28</sup> 社会主義者である Williams が、『『現代的な新聞』の形成に中産資本階級が貢献したというパラドックスを認める事は、当初はさぞかし困惑しただろう』と Atton and Hamilton (2008:10) は指摘している。

全く違ったものを基盤にしていた点に注目する必要があるだろう。資本主義と中産資本階級が台頭する前は、知識と権威は、神の言葉と神から授かった統治の権利であり、人間の力の次元を超越した絶対的な権威によって正当化されていたが、市場経済とともに発展した商業的なニュース出版物である「ブルジョア・ジャーナリズム」が基盤にしていたのは、資本主義と帝国主義のシステムであり、そのなかで支持され台頭していったのである（Atton and Hamilton 2008）。

その後の歴史的経緯からすると矛盾するように思われるが、急進的民主政治や急進的大衆ジャーナリズム（＝ラディカル・プレス）の原点は、「ブルジョア・ジャーナリズム」にあった。しかし、「ブルジョア・ジャーナリズム」の担い手は、「新たに出現した資本主義と帝国主義のシステムの中で支持され機能した、中産資本階級」であったため、公共的言説の手段として、労働者階級とは一線を画す自らの階級的な制約を一定程度持つことは避けられなかったのである（Atton and Hamilton 2008: 15）。従って、ラディカル・プレスは、「ブルジョア・ジャーナリズム」とは袂を分ち、労働者たちの声を代弁する民衆のメディアへと発展していったのである。しかし、その発行理念は、「ブルジョア・ジャーナリズム」の初期の理念（民衆のための社会変革を支援するメディア）を受け継いだものであったと言えるだろう。

### 8-2-2 「言論の自由」との闘いと「ブルジョア・ジャーナリズム」

本節では、「言論の自由」との闘いを鍵概念として、「ブルジョア・ジャーナリズム」の変遷をたどっていききたい。英国では、1586年から存在していた星室庁印刷条例から17世紀の特許検閲法（1662年）に至るまで、法律によって「言論の自由」は厳しく統制されており<sup>29</sup>、国王などの権力に逆らう言論はおろか、国内の政治問題を扱うニュース（＝内政ニュース）の出版も禁止されていた<sup>30</sup>。その背景には、「権力に反対する言論はそれを容易に信じる民衆がいる限り、特許と検閲という2つの手段で統制しないと、権力が危機に陥る」（芝田 2000: 80）という、支配者側の理論があったからである。

新聞ジャーナリズムの誕生は、時の権力者にとって都合のいい情報しか流さなかった官報的な機能から、それらに対する批判的な内容を含む自国内の政治や社会に関する内政ニュー

<sup>29</sup> 英国における言論統制の経緯を確認しておくと、初期の「言論の自由」をめぐる闘いは、特許と検閲との闘いであった。ピューリタン革命期（1641-1649年）には、国家による報道の独占が、特許検閲制度によって効果的に行なわれていたとされる。そして王政復古期（1660-1685年）には、このシステムが王党派の手に渡り、1662年の特許検閲法（Licensing Act）によって、包括的な統制が行なわれるようになった。この法律の特許制度に基づき、印刷業者は出版印刷業組合（Stationers' Company）所属の業者、ケンブリッジとオックスフォードの両大学、ヨーク大主教に独占された。「同時に検閲制度については、原稿を検閲官に提出し、許可を得た場合のみ、出版印刷業組合に登録し、印刷出版が可能」になった（芝田 2000: 65）。

<sup>30</sup> ただし、内政ニュースは印刷でなく手書きであれば違法にならなかったため、17世紀いっぱい手書きのニューズ・レターという形で流通していたという（伊藤 2014）。



スを発行するようになったことと密接に関連していたことが指摘されている（伊藤 2014; Williams 1970）。つまり特許検閲法によって禁止されていた内政ニュースの印刷発行に抵抗し、「言論・出版の自由」を求めたプロセスの中に、新聞ジャーナリズムの誕生の萌芽が見つかるのである。

「民衆のメディア」として市民革命に寄与した初期の「ブルジョア・ジャーナリズム」は、どのように「言論の自由」との闘いに対峙していったのだろうか。当初「ブルジョア・ジャーナリズム」は、中産資本階級のみに向けて商業ニュースや外国ニュースを主に提供していたが、その後、禁止されていた内政ニュースの自由な発刊を求めていくものが出てきたという。しかし「言論の自由」は、特許検閲法で厳しく統制されており、「議会が伝統的に持っている特権により、議会の論議を記事にすることはできず、それを破った新聞発行者は処罰されていた」（芝田 2000: 20）。

当時は、無許可の地下出版という形で新聞を刊行することは至難の業で、街頭で売ろうとしようものなら、秘密出版はただちに発覚し、新聞発行の独占権を持った勢力によって印刷者も発行者も逮捕・投獄されたという（Sutherland, Thompson 1964=200 より重引）。この時期の「民衆のメディア」は、権力への抵抗や異議申し立てをする出版物を発刊したくても、その試みは厳しい取り締まりによって押さえつけられていた。特許検閲制度によって厳しい言論・出版統制が課せられた時代、「民衆のメディア」は、主として「出版の自由・言論の自由」と闘っていたと言える。

### 8-2-3 束の間の「言論の自由」がもたらしたもの

しかし、この厳しい言論統制が、例外的に解かれた時期が英国に生まれた。当時の西ヨーロッパ諸国で内政ニュースの出版が禁止されていたなか、1641年に突如、英国だけに議会や内政ニュースを合法的に印刷出版できる状況が生まれたのである<sup>31</sup>（伊藤 2014; 芝田 2000）。ただし、これは「言論の自由」の闘いの結果手に入れたものではなく、内政混乱で出版統制に関する法律の更新が出来ずに失効したからであった（伊藤 2014; 芝田 2000）。

この時代の英国は、ピューリタン革命（1642年～1649年）、王制廃止と共和制体制の成立（1649年）、そして王政復古（1660年）と、絶対主義から市民社会へ移行する混乱期にあたり、内政ニュースの合法化はまさに、その混乱期の「偶然の産物」（伊藤 2014: 83）といえるものだった。この混乱に乗じて発行されたのが、週1回から3回発行されるパンフレット形

<sup>31</sup> グーテンベルクによる活版印刷の発明（1445年）以降、西ヨーロッパでは、宗教改革とそれに反対する勢力との間で起こった宗教パンフレット合戦など、活版印刷の技術は初期段階から政治問題を扱ってきた。しかしこれらは、基本的には宗教がらみの国際的な政治問題であった。したがって、国内の政治問題を扱ったニュースの発祥は英国であり、それゆえに「世界に先駆けてジャーナリズムが勃興した」とされる（伊藤 2014: 82）。

式のニュース・ブックで、1642年には16種類のニュース・ブックがロンドンで刊行され、ホーカーと呼ばれる女性が呼び売りしていたという（伊藤 2014; 芝田 2000）。

政治上の混乱期の「偶然の産物」であったが故に、この時の「言論の自由」は短命で終わったが、検閲なしでニュース・ブックが発刊されたことは、「言論の自由」という概念を社会に提示した点で、重要な意味を持っていたと指摘されている（伊藤 2014）。

その象徴ともいえるのが、1644年に出版された John Milton による『アレオパジティカ』（1644=2008）であった。この「言論の自由の古典」といわれるパンフレットで、Milton は、「真理の追究には『自由にして公然と開かれた対決場』が重要であり（思想の公開市場）<sup>32</sup>、その禁止や抑制よりも、理性と判断を信頼したうえでの言論の自由のほうが望ましい結果をもたらす（市場の自動調整作用）」（伊藤 2014: 85）と唱えた。

Habermas（1992=1994）によると、17世紀には、教育的啓蒙、批判、評論をめざす雑誌が現れ、やがてそれらが公権力から分離した「民衆広場」として発展し、公権力の正当性の証しを求めるようになったという。これが「公論する公衆」の成立であった。英国ではそれまで「世界（world）」「世人（mankind）」と表現してきたものを、「公衆（public）」と呼ぶようになっていた（Habermas 1962=1994: 36-38）。

Milton の『アレオパジティカ』（1644=2008）は、このような公衆の啓蒙を目指した出版物の一つと位置づけられるだろう。「真理は自由に委ねよと主張」し、「認可なき印刷の自由」を求めた Milton の主張（桂 2009）によって、直ちに検閲の撤廃がもたらされることはなかったが、『アレオパジティカ』は、それ以降の言論の自由をめぐる議論に大きな影響を及ぼすことになった（伊藤 2014）。ゆえに、『アレオパジティカ』は、ジャーナリズムの原点と、見なされているのである。

英国では、内政ニュースが一時的とはいえ解禁されたことが契機となり、そこから「言論の自由」をめぐる長い闘い、つまり「メディアを権力の独占物とするか、それとも幅広い社会層が接触することのできる日常環境の一部とするかの闘い」（伊藤 2014: 85）が始まったのである。

### 8-3 新聞の登場とジャーナリズムの発展

#### 8-3-1 英国での新聞の誕生と「ブルジョア・ジャーナリズム」

王政復古（1660年）後の英国では、1662年に特許検閲法（Licensing Act）が施行されて再び「言論の自由」が厳しく規制され、その後ニュース・ブックや新聞は再び検閲官の許可を

---

<sup>32</sup> 「民主的な市民社会における表現の自由と、資本主義的な市場における事業活動の自由とを、誰にも認めるとする制度の下での新聞の発行・普及は『思想の自由市場』という考え方に支えられている」（桂 2009: 120）。

得たものしか出版できなくなった<sup>33</sup>。このような厳しい検閲制度のもと、1665年に政府公認の官報として発刊されたのが *The London Gazette* (創刊時は *The Oxford Gazette*) で、英国最初の新聞とされている (芝田 2000; Williams 1961=1983)。

新聞誕生の経緯を見ていくまえに、まず新聞の一般的な定義を確認しておきたい。『現代社会学事典』によると、「新聞とは、固有の題号(新聞名)をもち、不特定多数の人々に時事的事柄やその論評を集めて伝える定期的な刊行物」(土屋 2012: 703)である。

英国で初めて新聞の定義に該当するニュース出版物である *The London Gazette* は、形態的にも、表紙なし両面印刷、1枚もの4頁で、初めて新聞と呼べるものだった<sup>34</sup> (芝田 2000)。ただし、この新聞は官報だったので、内容は政府の広報的なニュースに限られ、議論の分かれる題材やゴシップは取り上げられなかった (芝田 2000)。

当初は、この *The London Gazette* が、「王政復古期における殆ど唯一の新聞」(芝田 2000: 66)だったが、17世紀後半の大きな政治変革とともに、英国の新聞はドラスティックな変容を遂げていく。1688年、復古王政を打倒した名誉革命で立憲君主制が確立し、翌年「権利の章典」が宣言されると、英国は、王の命令ではなく議会の討議によって政治が進む体制が整えられた。そして、1695年には特許検閲法が廃案となり、印刷出版するのに特許も検閲も不要な「言論の自由」が確立されたのである。これを受けて日刊紙は、ただちにその年に8紙が創刊され、10年後には20紙までに増えたという<sup>35</sup> (伊藤 2014)。

ただし、検閲なしで新聞が出版できるようになったとはいえ、ただちに紙面で自由に政府批判が出来るような状況ではなかったようである。その後も政府を不快にさせる記事を出版したら、名誉毀損の罪などで逮捕され、裁判の結果、罰金や投獄、晒し者の刑が課せられたといい、「1695年以降の状況は、だれもが気に入ったものを出版する自由を得た代わりに、(出版のもたらす)結果も甘受しなければならなかった」のである (Sutherland, 芝田 2000: 83より重引)。

このような留保付きではあったが、1695年に特許検閲法がなくなったことで、新聞は、合法的に内政ニュースを掲載できるようになっただけでなく、特許法で定められていた組合による出版独占も消滅した。新聞の歴史にとって、後者の意味は大きかったとされる。「1695年以降、18世紀初期までの期間に生まれた新聞が、イギリスで最初の政府権力から独立した新聞」(芝田 2000: 111)となったからである。

中産資本階級が担った「ブルジョア・ジャーナリズム」は、まず、市民社会と商業的な自

<sup>33</sup> 1679年に特許検閲法が失効し、1641年のように突然に言論の自由が訪れた時期もあったが、1685年には法律が更新され、再び言論の自由は東の間に終わってしまった (芝田 2000)。

<sup>34</sup> それ以前のニュース出版物の多くは、表紙付き8-16頁の小冊子という形態のニュース・ブックだった。

<sup>35</sup> 1702年には、英国初の日刊紙『デイリー・クーラント』が誕生している (芝田 2000)。

由を得たことで誕生した。その後、言論・出版の自由、政府権力からの独立を手に入れていくことで、そのジャーナリズムとしての機能も変化を遂げていくことになる。そして「ブルジョア・ジャーナリズム」が、政治と市民をつなぐ言論機関としての機能を持つためには、「政治的公共圏」が必要となるのである（伊藤 2014）。

### 8-3-2 コーヒーハウスと「政治的公共圏」の誕生

政府権力から独立したジャーナリズムは、幅広い社会層が接触可能なメディアに記事を掲載することで初めて、市民社会を機能させる一翼を担う、独立した社会的機関（＝言論機関）になることが可能となる（伊藤 2014）。

17世紀末に「言論の自由」を獲得してからの「ブルジョア・ジャーナリズム」は、どのようにして、幅広い社会層が接触可能なメディアへと発展していったのだろうか。本節では、当時の新聞が、誰にどのように読まれ、普及していったのかを概観し、「ブルジョア・ジャーナリズム」と「政治的公共圏」との関連について考察していきたい。

まずこの時代の新聞の普及について留意が必要なのは、新聞が現代とは違う読まれ方をされていたという点である。当時、新聞は一人で静かに読むものというより、記事を誰かが読み上げ、それを周りに集まった何人かが一緒に聞くという形態で消費されていた。そして、読み上げられた新聞記事を題材にして、議論が繰り広げられていったのである（村上 2010; 芝田 2000; Williams 1970）。このように、時事的な情報を共有し、自由に議論する場が、コーヒーハウス<sup>36</sup>であった。

17世紀の中期以降ごろから、コーヒーハウスは、単にコーヒーを飲む場所ではなく、多様な機能を果たす市民の「たまり場」になっており、そこで生まれた文芸的公共圏は、様々な学問や政治の集まりを形成していったという（Habermas 1962=1994）。

そして、コーヒーハウスは、人びとが自由に集いながら社会に参加し、文化を創造する場となり、市民革命や産業革命を支える場へと発展していったとされる（Habermas 1962=1994）。最盛期の18世紀初期には、ロンドン市内に2,000から3,000軒ものコーヒーハウスがあったと言う<sup>37</sup>（芝田 2000; 伊藤 2014）。つまり、コーヒーハウスと新聞は、その二つの機能があ

<sup>36</sup> 当時は、手書きのニュースも印刷されたニュースも、コーヒーハウスなど口頭場で流通していたと考えられており、「商談も、密談も、政治談義も、教養談義も、文学批評も、芸術論も、賭博も、おしゃれも、全てコーヒーハウスでおこなわれていた」という。英国の「コーヒーハウスで生まれた文芸的公共圏は、様々な学問や政治の集まりを形成」した。それは「市民革命や産業革命を支える場であったとともに、人びとが自由に集いながら社会に参加し文化を創造する場のモデル」にもなっており、こうした流れが18世紀フランスで「公衆が啓蒙思想を育て、革命思想を育てていく公共圏につながっていった」という（伊藤 2014: 88）。

<sup>37</sup> コーヒーハウスのなかには、政府機関や外国の新聞から得たニュースを素材に、手書きのニューズ・シートをつくり、配布していたところもあったという。「こうしたコーヒーハウスのニューズ・シートが、1696年から97年に発行されていた『ロイズ・ニューズ』(Lloyd's News)につながった」（芝田 2000: 88）と考えられている。また伊藤（2014:88）は、「コーヒーハウスがロンドンに3000軒あったというのは、おそらく誇

いまって、政治的公共圏を維持・発展させていく上で、欠くことの出来ない役割を担うようになっていったと言えるのである。

前述したように、当時、新聞は声に出して読み上げられていたため、限られた知識層だけでなく、字が読めない人も、コーヒーハウスやパブで情報を得たり議論に加わったりすることができた<sup>38</sup> (Thompson 1963=2003)。そのため、コーヒーハウスの「政治的公共圏」で議論するのに、身分は関係なかったとする解釈もあるが、コーヒーハウスは誰もが参加できる議論の場ではなかったようである。実際には、コーヒーハウスの客の多くは中流階級以上の男性であり、下層労働者、女性、人種的マイノリティなどは除外されていたと指摘されている (Fraser 1992=1999)。

Habermas (1962=1994) は、その点を無視してしまったために、この時代のブルジョア公共圏を理想化しすぎていると批判されることになる (Calhoun 1992=1999; Fraser 1992=1999)。他方、労働者階級や女性などによって、主流勢力の外側に形成された多種多様なオルタナティブな公共圏は、「民衆のメディア」と密接な関係を持つことになる。この点については、第10章の「ハーバーマスの『公共圏』モデルへの批判と『民衆のメディア』」の節で詳しく述べる。

17世紀後半から18世紀に「政治的公共圏」を形成したコーヒーハウスは、幅広い社会階層に開かれていなかったという点で、真に公開性を持った公共圏になりえなかった。とはいえ、そこで伝達され、議論の種を提供した当時の「ブルジョア・ジャーナリズム」が、「政治的公共圏」で世論というものを作り出し、それまでは国王や教会が絶対的な権力で支配していた政治に異議申し立てをするようになった点は過小評価すべきではないだろう。

内政ニュースを扱う新聞と公共圏は、市民社会へ向かう変革のただなかというタイミングで登場している。西ヨーロッパの活版印刷技術は、商業目的の技術として社会に埋め込まれ日常化していったが、政論としてのニュース出版は、単に利益のためでなく、「政治と市民をつなぐ政治的な言論の場」を提供する公共的な目的のために、「印刷技術を社会に埋め込もうとする試み」でもあったと、伊藤 (2014: 89) は指摘している。つまり内政ニュースの出版は、「市民のための政治が行なわれる社会で (市民社会)、国家から独立した民間組織が (商業的な自由)、内容を問われずにメディアを自由に使い (言論・出版の自由)、政治的な議論を活性化させるオープンな場となる (政治的公共圏) ことで、初めて存在意義を持つ」ものになり得たのである (伊藤 2014: 89)。

---

張であった」だろうと指摘している。

<sup>38</sup> Thompson (1963=2003) によると、19世紀に入っても、バラッド歌手や「口上香具師」の仕事がまだ繁盛していたし、読み書きのできない労働者は、ラディカル・プレスが朗読されるパブに出かけたりしていた

### 8-3-3 「民衆のメディア」としての「エッセイ・ペーパー」

コーヒーハウスが台頭していった18世紀初期、英国では、スウィフト（Jonathan Swift：1667年-1745年）、デフォー（Daniel Defoe：1660年-1731年）、アディソン（Joseph Addison：1672年-1719年）、スティール（Richard Steele：1672年-1729年）などの著名な文筆家たちが編集・執筆した「エッセイ・ペーパー」<sup>39</sup>が相次いで発刊されている（Innis 1951=1987；芝田 2000）。

そのことも、「民衆のメディア」史においては注目に値する。「エッセイ・ペーパー」は、時事的なニュースというより、政治的な問題を中心に読み物を主体としている点や形態から、新聞というよりは、雑誌の歴史の一環で捉えるべきとして、新聞の歴史に含めていない研究者もいる。しかし、彼らが執筆した「エッセイ・ペーパー」は、単なる情報ではなく、当時の新聞と同様に、コーヒーハウスに集まる政治に関心のある人々に議論の種となる、編集者の見解を提供することを目指していたことから（Innis 1951=1987；芝田 2000）、「民衆のメディア」の発展と密接な関係があったと見なすことが出来るだろう。

実際、デフォー、アディソン、スティールらは、日刊や週3回刊という当時の新聞と変わらない頻度で記事を書き続けており、職業的なジャーナリストとして、今日の新聞の基礎を築いた存在だと指摘されている（Innis 1951=1987；芝田 2000）。デフォーは、エッセイ・ペーパーを「進取的精神と改革の機関紙にし、その完全な自立を試み」、アディソンやスティールは、「コーヒーハウスのなかに組織的な世論を作り出し」て、ジャーナリズムをパトロン依存から脱却させたという（Innis 1951=1987: 217- 218）。彼らは、まさに「近代ジャーナリズムの開拓者」（村上 2010: 68）として、自分たちの刊行物を「民衆のメディア」として機能させることを目指して、ジャーナリズムを実践していたことが示唆されるのである。「エッセイ・ペーパー」は、「ニュースをストレートに伝えるのが新聞であった時代から、18世紀中期以降の批評の時代へ向かう時期の先駆者」とも捉えられていた（芝田 2000: 128）。

このように「エッセイ・ペーパー」は、「民衆のメディア」としての新聞の発展に一定の役割を演じたことが示されたが、1712年に印紙税による出版規制が課せられると、瞬く間に姿を消してしまった（村上 2010）。その後、スウィフトは『ガリバー旅行記』、デフォーは『ロビンソン・クルーソー』を執筆するなど、「エッセイ・ペーパー」のなかで発達したジャーナリズムの力は、文学の世界で発揮されていったのである。

---

め、読み書きできないことが、政治的な議論をする上での妨げにはならなかったという。

<sup>39</sup> デフォーらが書いたエッセイは、「随筆」という訳より、政治的な諸課題について正面から論じた「論文」「小論」と訳す方が適当である、と芝田（2000）は指摘している。

## 第9章 「民衆のメディア」ラディカル・プレス在台頭と衰退

### 9-1 印紙税法による新聞の統制とラディカル・プレスの誕生

#### 9-1-1 印紙税導入による新聞の統制

これまで見てきたように、時代ごとに支配階級や政府がとった言論統制は、「民衆のメディア」も含めた新聞の発達に大きな影響を与えてきた。英国では、1695年に特許検閲法が廃止され、条件付きとはいえ「出版の自由、言論の自由」が確立されたが、1712年に印紙税法が導入されたことで、再び束の間の自由で終わってしまった。印紙税法は、新聞や出版物の発行に課税と登録を義務づけるもので、政府は財源の確保だけでなく、出版物への課税という間接的な方法で再び新聞に対する統制を行なったのである。

印紙税の導入直後は、新聞が値上げされたため、「発行部数の一時的な停滞はあったものの、新聞の発展普及にとって致命的な障害にはならなかった」という（芝田 2000: 156-157）。また、印紙税を定める法令に、6頁あるいは1シート半の週刊紙が含まれていなかったことから、中流資本階級をターゲットにしていたロンドンの有力紙は、課税を免れるため頁数を増やす<sup>40</sup>という「法の抜け道」を利用したり、値上げして乗り切ったという（Innis 1951=1987; 芝田 2000）。

印紙税を課すことによって、政府が最も統制しなかったのは、労働者階級向けの新聞であった（Curran 2011; Thompson 1963=2003）。「特許検閲法廃止以降に急速に人気を獲得した新聞を支配階級の人々は歓迎しなかった。彼らのいう『下層階級』の者が、政治や現在の情勢に過度に関心を持つこと（すなわち新聞を購読すること）を奨励するのは危険であると考え」（Thomas, 芝田 2000: 79より重引）していたのである。

先のような政府の態度は、当時の時代情勢を反映したものだった。当時の英国は、産業革命の進展によって、都市は膨張して労働者があふれ、様々な問題が噴出するようになっていた（伊藤 2014; 村上 2010）。つまり、印紙税は、新聞の値段を引き上げて、不満を鬱積させている労働者階級に新聞を読ませないようにするための言論統制であったと理解されうるのである。

#### 9-1-2 ラディカル・プレスの誕生

このような労働者階級向けの新聞を標的にした政府の言論統制に反発し、印紙税を払わない非合法な新聞、ラディカル・プレスが誕生した（Curran 2011; 伊藤 2014; 村上 2010; 芝田 2000; Williams 1961=1983; 1970）。

<sup>40</sup> 印紙税法の適用外となることから頁数が増えた分、新たな内容が盛り込まれたり、紙面が大きくなったりする等、印紙税法は、新聞の発展に寄与する予期せぬ副産物ももたらしたという（芝田 2000）。

ラディカル・プレスは、1770年代から1830年代のおよそ60年間にわたり労働者階級出身の急進派ジャーナリストによって発行された、完全に独立心を持った反体制的新聞で（Williams 1961=1983; 1970）、これまで登場してきたニュース・メディアのなかで、最も明白に「民衆のメディア」としての役割を担っていたと言える。

しかしラディカル・プレスの実践や役割は、英国新聞史の通説では過小評価されてきたという（Curran 2011; Williams 1961=1983）。通説では、英国の新聞は、印紙税の撤廃後、新聞の統制が国家の手から市場へ移行したことで、国家への従属的立場から商業的自律性を獲得し、国家装置としての新聞から、統制する者とされる者をつなぐ独立したコミュニケーション・チャンネルへ転換したとされている。つまり通説では、まだ新聞が印紙税によって国家統制されていた時期に、すでに支配的な政治に対して異議申し立てを行ない、国家の言論弾圧に対して直接闘ったラディカル・プレスの存在は、無視されてきたのである。

また英国新聞史の通説では、1896年に創刊された *The Daily Mail* の創設者、ノースクリフ卿（1<sup>st</sup> Viscount Northcliffe）が大衆新聞のパイオニアだとされている（Williams 1961=1983）。ノースクリフ卿は、19世紀には *The Times* の最盛期の発行部数でさえ5万部という小規模だった新聞事業を、20世紀には100万部を超える一大産業へ発展させた立役者として広く知られている人物である。しかし Williams（1970）は、大衆新聞の本当の英雄は、通説で言われているようなノースクリフ卿でも *Daily Mail* でもなく、William Cobbett、Thomas Jonathan Wooler、Henry Hetherington といった急進派ジャーナリストたちが創刊した *Political Register*、*The Black Dwarf*、*The Poor Man's Guardian* などのラディカル・プレス<sup>41</sup>なのだと指摘している。このような急進派ジャーナリストたちの功績は、過激な急進派という政治的偏見を受けてきたことで、正当な評価を得られなかったと言われている（Williams 1970）。

「現在、我々がその状況を想像することは非常に難しいが、当時は、民衆の要求を体現したり、人々の関心を代弁するための、組織立った商業的な民間組織も政治システムもない状態だったことを念頭に置かなくてはならない。ラディカル・プレスは、さもなければずっと沈黙が続いたかもしれない状況のなかで、（民衆の）新たな要求、声なき声を拾い上げ、紙面で発信していた。その実践自体が違法であり処罰の対象であったなかで、…個人的なリスクを負ったうえで、やっつけてけたのが、急進派ジャーナリストたちだったのだ」（Williams 1970: 19 \*藤原和訳。括弧内は藤原追加）。

同様に Curran（2011）も、ラディカル・プレスを、新聞誕生の初期に勇気ある急進派ジャーナリストたちが、国家による新聞の経済的統制である印紙税（知識への課税）へ抵抗した

<sup>41</sup> Williams は、ラディカル・プレスを「the independent popular press（独立大衆紙）」、Thompson（1963=2003）は「急進的出版物」と呼んだが、混乱を避けるために、本研究論文ではラディカル・プレスで統一する。



新聞だとして、その功績を高く評価している。

他方、その当時、中産資本階級向けに発刊されていた「尊敬すべき新聞」（当時の主流メディアに該当する）は、ラディカル・プレスの読者だった労働者階級の人々のために記事を書くどころか、彼らのことを考慮することさえしていなかったという（Williams 1970）。

### 9-1-3 ラディカル・プレス急増の背景

前述したように、この時代に英国でラディカル・プレスが一挙に増加したのは、労働者階級の間で、労働環境の悪化に対する不満や、選挙法改正の要求など政治参加に対する関心の高まりという、当時の社会背景が大きく影響していた（伊藤 2014; 芝田 2000; Williams 1961=1983; 1970）。その受け皿となったのがラディカル・プレスであり、既存の伝統的な新聞では取り上げられない労働者階級の声を紙面に反映させていた（Williams 1970）。

ラディカル・プレスがこの時代に急増したのは、このような社会背景以外に、新聞がまだ手動印刷機を使って週刊で発刊されており、新聞制作のコストが低く抑えられていた、という経済的な理由も大きかったとされる。高速で印刷できる高額な蒸気印刷機は、その頃はまだ殆ど普及しておらず（1814年に *The Times* が初めて導入）、印刷にかかる経費は、資本や広告収入がものをいうほどには高くなかったため、庶民の手によって創刊されたラディカル・プレスも、中産階級が運営していた「ブルジョア・ジャーナリズム」の商業新聞と同じように、新聞を印刷することができたのである（Thompson 1963=2003）。

とはいえ、初期のラディカル・プレスは、組織化された配布システムも整っておらず、限られた労働者階級内で配布されていたため、発行部数はそれほど多くなく、当時の主な読者は一般兵士や貴族に仕える召使たちであったという。しかし19世紀以後、ラディカル・プレスは読者を増やしていき、当時の急進派ジャーナリスト William Cobbett の *Political Register*（1802年-1836年）の販売部数は4万4000部で、実際の読者数にすると500万人にもものぼったと言う（Williams 1961=1983; 1970）。

このように労働者階級の間で急速に読者を獲得していったラディカル・プレスは、当時の支配階級や既存の社会構造で既得権益を得る人々にとって、社会秩序に対する脅威と映っていた。それを示すものとして、当時の機密報告文書に、ラディカル・プレスが、「議会の議論に対する懸念や、武装した反乱軍が暴動を起こすなどの記事」を掲載して、市民に恐怖を煽ったとする記述が残されている（Curran 2011: 141）。

事実、ラディカル・プレスの急進的な主張を恐れた英国議会は、非常に厳しい態度でそれらを取り締まっている。1819年には、聖ピーター教会広場で開かれた労働争議を弾圧し（「ピ

一ターラーの虐殺)」、また言論弾圧六法 (the Six Acts)<sup>42</sup>で言論統制を強化し、わずか3年間で、125紙にのぼるラディカル・プレスが文書誹謗罪に問われたという (伊藤 2014; 村上 2010; Williams 1970)。

1820年代は、「ラディカル・プレスは壊滅とまではいかなくとも、危機に瀕し、…急進派のジャーナリストの世論形成への影響力は著しく衰退した<sup>43</sup>」(村上 2010: 76)。他方、政府に楯突かない無害な新聞には助成金が与えられ、手厚く保護されたという (伊藤 2014; Williams 1970)。ラディカル・プレスと、これらの新聞の関係性については、後ほど詳しく取り上げる。

## 9-2 「民衆のメディア」としてのラディカル・プレス

### 9-2-1 第二世代のラディカル・プレス

1819年の政府による厳しい弾圧によって、1820年代にはラディカル・プレスは鳴りを潜め、「政治的静穏」と呼ばれた10年間は訪れた。しかし1830年代になると、ラディカル・プレスは復活を果たすことになる (伊藤 2014; 村上 2010; 芝田 2000; Thompson 1963=2003)。

この復活組は、「第二世代のラディカル・プレス」とも呼ばれている (村上 2010)。Wiener (1969)によると、1830年から36年までの7年間に発行された第二世代のラディカル・プレスの数は、短命な物も含めると550紙にのぼっている。そのなかには、発行部数が当時の中流資本階級向けの「尊敬すべき新聞」に匹敵、もしくは凌駕するものもあったという (Thompson 1963=2003)。

第二世代のラディカル・プレス復活を先導したのは、一人の印刷工 Hetherington<sup>44</sup>が1931年に創刊した *The Poor Man's Guardian* (1831年-1835年) という新聞であった。手動印刷機を紋章に据えた、この新聞は、『知は力なり』をモットーとし、表題には「本紙は、『権力』に対する『力』の能力を試すために、『法律』に逆らって発行される」というメッセージが掲げられていた (Thompson 1963=2003: 869)。

1830年代にラディカル・プレスが復活したのは、労働者階級と資本家・貴族階級との間の対立を強調したことが原動力になっていたという。19世紀初めの用語法では、工場の所有者

<sup>42</sup> 「この法案 (言論六法) が適用の対象としているのは、尊敬すべき新聞ではなく、貧民の新聞に対してである…」と、Lord Ellenborough が明確に政府の態度を説明している (Williams 1961=1983; 村上 2010: 76)。

<sup>43</sup> このような弾圧に対抗すべく、コベットは *Political Register* を、印紙を捺印した版と、無印紙版の二種類で発行し続けたという。また、多くの急進派ジャーナリストは、その新聞を廃刊するか、「合法的」刊行に切り替えるか、あるいは *Political Magazine* のように、印紙税法の適用外の月刊誌へと変更する事を余儀なくされた (村上 2010)。

<sup>44</sup> 編集長の Hetherington は、1830年代の労働者急進派の指導的役割を担った「全国労働者諸階級同盟」の創設者の一人で、「労働者階級の刊行物だった *The Poor Man's Guardian* …は、事実上、その機関紙」(Thompson 1963=2003: 869) であった。

は労働者に含まれていたが、1830年代になると、『資本』対『労働』間の、さらには、貴族・工場主・商業主の連合と労働者との階級闘争といったように、明確な階級的立場を表明」（村上 2010: 79）するようになっていったのである。

ラディカル・プレスの主張は、労働者は政治的にも経済的にも搾取されるシステムで社会が成り立っていると捉える、急進的な視座で支えられていた<sup>45</sup>（Curran 2011）。それらの攻撃の矛先は、貴族的な政治支配から、次第に、経済的搾取やそれを支えるイデオロギー、当時の威圧的な制度へとシフトしていき、「政治システムを変えることが、社会変革を起こす第一歩と見なされるようになっていった」（Curran 2011: 142）。

また、当時の社会状況を推計したデータから、ラディカル・プレスの読者層である労働者階級の新聞読者数が、この時代に急増していたことが窺える。クインラン（村上 2010: 74 より重引）によれば、「1780年から1830年の間（ラディカル・プレスの第一世代が発刊されてから弾圧された時代にあたる \*藤原加筆）に、イギリス総人口が約1400万人に倍増したのに対して、読者層は約150万人から7~800万人へと、およそ5倍」に増えたという。この増加の多くを労働者階級が占めていたと推測できるデータとして、「労働者階級の識字率は、1830年までにすでに65パーセントから75パーセントに達していた」という数字が挙げられる（ウェブ、村上 2010: 74 より重引）。

このような当時の社会状況を推測するデータからも、ラディカル・プレスが、労働者階級の読者の急増とともに発展し、英国社会で決して無視出来ない存在へと成長していたことが見て取れる。

### 9-2-2 「民衆のメディア」としての「ラディカル・プレス」

Williams（1961=1983）は、英国の新聞史を理解するには、「尊敬すべき新聞」と、ラディカル・プレスの両方を取り上げて研究されるべきところを、「一般的な新聞史では、*The Times*の歴史ばかりが注目されている」と批判している。そして、「尊敬すべき新聞」だけから新聞の歴史を書くことは易しいが、「独立不羈<sup>ふき</sup>の急進派新聞の歴史が、本当のところは重要」（Williams 1961=1983: 164）なのだと言っている。権力からの公然たる言論の自由への抑圧に抗して激しく闘い、貧しい人々の意見を代弁したのは、ラディカル・プレスだったからである。

本論文ではこのような Williams の視座に倣って、ラディカル・プレスのジャーナリズムに着目し、それらの実践の目的や特徴を、主にカルチュラル・スタディーズの先行研究から探

<sup>45</sup> ラディカル・プレスは、「神によって定められた自然秩序の支配的イデオロギーは、富める者が貧しい者を騙すために発明された作り話だ」と、当時の支配階級を痛烈に批判したり、「政治的な手法で社会変革することが可能だ」という主張を定期的に訴えていたという（Curran 2011: 141）。

し出してリストアップしていった。それらを集約したところ、以下のような5点に集約された。

#### ① 支配的権力への抵抗運動を支えるメディア

1830年代は、英国近代史の〈改革の時代〉の前期にあたる<sup>46</sup>。こうした急激な時代転換のなかで繰り広げられた支配的権力への抵抗運動が印紙税反対闘争であった。その先導役となったのが、第二世代のラディカル・プレスで、地域ごとにバラバラに実行されていた労働者階級の闘争を、全国規模の労働運動へ集約していく役割を担っていたという (Curran 2011; 村上 2010)。

ラディカル・プレスは、支配的権力への抵抗運動を束ねて、支えるメディアとして、対抗的ジャーナリズムを実践していたと言えるのである。つまり「民衆のメディア」として、労働環境の改善や普通選挙権の要求などを訴える労働者たちの声を代弁し、これら新聞の大義に賛同する民衆たちの支えによって「新しい冒険的試みが政治的变化の諸局面と直接関連して行なわれ続ける」(Williams 1961=1983: 165) ことができた。Williams (1961=1983: 165) が指摘するように、「この反体制的新聞がなかったら、ジャーナリズムのみならず政治と意見の歴史は、非常に違ったものとなった」かもしれないのである。

#### ② 民衆のための、民衆の手によるメディア

中産資本階級が運営・支援した「ブルジョア・ジャーナリズム」と、ラディカル・プレスとの大きな違いの一つは、その担い手である。ラディカル・プレスの創刊者や、そこで働くジャーナリストたちは、殆どが労働者階級の出身者であり、急進主義の運動家であった (Thompson 1963=2003)。ラディカル・プレスは、まさに、民衆のための、民衆の手によるメディアだったのである。

その代表的な担い手は、Cobbett (1762年-1835年)、Wooler (1785/86年-1853年)、そして Hetherington (1792年-1849年) であった。Thompson (1964=2003) の著作で言及されている彼らの出身や経歴を詳しく見ていくと、ラディカル・プレスこそが、民衆の手による「民衆のメディア」であったことが理解される。

急進主義運動家でありジャーナリストであった Cobbett は、1802年に政治評論紙 *The Political Register* (1802年-1836年) を発行し、翌年には、近・現代の英国史研究に欠かせな

---

<sup>46</sup> 1830年代に英国では、急激にすすむ工業化・都市化に対処するため、第一次選挙法改正 (1832)、工場法制定 (1832)、救貧法改正 (1834)、都市自治体法 (1835) などの諸改革に着手しはじめたという。これらの諸改革などによって、英国は「農業国から工業国 (『世界の工場』) へと大きく転換を遂げ、また国政の実権は、貴族・聖職者からなる地主階級からブルジョワ階級へ次第に移行して」いったという (村上 2010: 84)。

い議会討論の記録である *Parliamentary Debates* を発行している。1805 年以降、反体制の急進主義へと転じて、ナポレオン戦争後の議会改革運動の指導者の一人となり、労働者階級的生活状況に多大な関心を寄せるなか、1833 年の工場法を支持し、児童労働に反対した。また、Cobbett は、イングランド国教会の聖職者の腐敗ぶりを、紙面で厳しく糾弾したことで知られている (Thompson 1963=2003)。

Wooler は、出版印刷工として働き、その後ジャーナリストに転身している。ナポレオン戦争 (1803 年-1815 年) 後の政治弾圧を風刺的に攻撃した *The Black Dwarf* (1817 年-1824 年) を編集・出版したことで知られている。Hetherington は、ロンドンの仕立て屋の息子として生まれるが、印刷業の徒弟として仕事を始めた。労働者保護を唱え、現在の協同組合の基礎を作ったロバート・オウエンの影響を受けて協同印刷業組合に参加し、急進改革協会で活発に活動するようになったという。1830 年代には *The Poor Man's Guardian* (1831 年-1835 年) などのラディカル・プレスを発行した。度重なる罰金、二度の投獄、印刷機等の没収・破壊という激しい弾圧を受けたが、それに屈せず、印紙税撤廃運動に尽力したことで知られている (Thompson 1963=2003)。

Thompson (1963=2003) によると、ラディカル・プレスに関わった人々は、編集者や出版者に限らず、それを配布した書籍商に行商人、さらにはビラ張り人に至るまで、言論・出版の自由の闘いの最前線に立っていたという。そして、ラディカル・プレスは、その大義に奉仕した、これらの人々の「絶え間のない自発的ないしは採算無視の努力によって」(Williams 1961=1983: 165) 支えられてきたのである。また、ラディカル・プレスの読者となっていたのは、急進的指導者や運動家だけでなく、織布工、仕立工などの労働者階級の人々であった。

### ③ メディアを通じた組織的ネットワークの形成

1819 年の「ピータールーの虐殺」、「言論六法」の施行という政府による激しい弾圧によって、ラディカル・プレスは壊滅的なダメージを受けたかに見えたが、実際には、1820 年代は、潜伏した急進派労働者たちのネットワークによって、1830 年代のラディカル・プレス復興に向けた準備が水面下で進められていたという (村上 2010)。

1830 年代始めには、「印紙税の法の網を回避する組織的なネットワーク」が、ラディカル・プレスの支援者たちを中心に形成され、「印紙税法違反で当局に逮捕・投獄された人々の家族の生計を援助するために『被害者救援基金』が、密かに設置され」ていた (村上 2010: 77)。1830 年代に復活した第二世代のラディカル・プレスは、組織化された地下出版という形で運営され、ネットワーク化された売り手たちによって新聞が配布されるようになった。当時は、新聞を配布すること自体が、社会的、政治的な組織活動になっていたのである (Williams 1970)。

さらにラディカル・プレスは、新聞を出版するだけでなく、読者が実際に討論する機会も

提供していた。例えば、*The Black Dwarf*の編集者 Wooler は、読者が参加する討論クラブを組織していた。読者は「(それぞれ 20 人以下) の組に分かれ、週 1 ペニーの会費を集め」て、「主要な急進的出版物の販売と、それについての討論」することが主な活動であったという (Thompson 1963=2003: 805)。

#### ④ メディアを通じたアイデンティティの形成

ラディカル・プレスの置かれた社会的な文脈を理解するには、ラディカル・プレスが誕生した時代、すでに上流階級と労働者階級間に比較的明確な階級制度上の敵対関係が生まれていた点に着目する必要があるだろう。Williams (1961=1983) によると、この頃から新聞もそれぞれの階級に向けて発刊されるようになり、労働者階級にはラディカル・プレスが、政治的エリート層や中産資本階級には、財政的独立や編集権の独立に向けて進んでいた *The Times* などの「尊敬すべき新聞」が読まれるようになっていた<sup>47</sup>。

労働者階級は、1830 年代半ばまでに形成された (Thompson 1963=2003) とされているが、第二世代のラディカル・プレスは、この新しい階級アイデンティティの感覚を発展させることに貢献したと指摘されている。そして、「そうした階級意識の形成にとって、重要なシンボルとしての意味作用を担ったのが、印紙税反対のかけ声だった」(村上 2010: 84) という。

またラディカル・プレスは、労働者階級を英国の富を創り出すものとして称賛し、このような労働理論の価値観を広める役割も担っていた (Curran 2011)。印紙税法反対、労働闘争、選挙法改正を掲げた労働者たちの運動は、自らのアイデンティティを形成しながら、「1830 年代以降の改革の時代を先導」(伊藤 2014: 96) していったといえよう<sup>48</sup>。ラディカル・プレスは、労働者階級の人々の間で、情報や知識だけでなく、彼らのアイデンティティを共有し拡散させていくという点においても、「民衆のメディア」としての役割を担っていたことが示唆されるのである。

#### ⑤ 当事者レポート／調査報道の担い手

第二世代のラディカル・プレスを代表する存在だった *The Poor Man's Guardian* では、新聞や自身に対する弾圧そのものを、逐次、紙面で報道するという、今日の AJ で実践されている

<sup>47</sup> Williams (1961=1983) は、この時期に、労働者階級に向けた新聞と「尊敬すべき新聞」との間の事実上の分裂が生まれ、その分裂状態が現在まで継続していることを指摘している。

<sup>48</sup> 印紙税法下の広告税引き下げ (1833)、印紙税と用紙税の引き下げ (1836) が実施されたのは、実際のところは労働運動の成果ではなく、同時期に進行していた法と秩序の制度改革の一環だったと伊藤 (2014) は指摘している。18 世紀～19 世紀にかけて、当時の人々の死に対する感性が大きく変貌して、公開処刑が激減したほか、人道的でない監獄も改良の対象になったという。当時の一連の刑法改革が目指したのは、犯罪の抑止からその予防へと力点を移すことで、その実現のために、民衆の道德教育が必要とみなされ、庶民から新聞を遠ざけることは得策ではないと判断されたという背景があったという (伊藤 2014)。

「当事者レポート」と同様の戦略が取られていた (Thompson 1963=2003)。そこでは、自らが置かれた状況をニュース素材・情報源にすることで、「印紙税反対闘争を自己増殖の回路に巻き込ん」でいったのである (村上 2010: 82)。1831 年 11 月の *The Poor Man's Guardian* に掲載された、ストックポートの裁判所における治安判事審理の様態をレポートした記事は、その一例である (Thompson 1963=2003: 874-875)。その記事には、「印紙税不払い」の刊行物を売ったかどで起訴された呼び売り屋ジョウジフ・スワン (Joseph Swann) に、裁判長のキャプテン・クラーク (Captain Clarke) が、自分の弁護のために何か言っておくべきことがあるか、と尋ねた際のやり取りが掲載されている。

被告人 はい裁判長。ここしばらく私は失業しています。仕事を見つけることもできません。家族はみな飢えています。・・・それからもう一つ、いちばん大切な言い分があります。私はそれを、同国人のために良かれと思って売っているのです。そして、彼らの意思が議会で代表されていないことをわからせたいのです・・・私は、一杯食わされていることを民衆に知らせたいのです・・・。

裁判官 即刻、話をやめなさい。

被告人 いいえ、やめません！私は、すべての人にこうした出版物を読んでもほしいですから・・・。

裁判官 おまえはきわめて傲慢だ。ゆえに、ナッツフォード懲治監に三ヶ月投獄、重労働に処す。

被告人 くそくらえってんだ。出てきたら、必ずまた呼び売りをやってやるさ。覚えておけ [クラーク裁判長のほうを見て]、最初に売りにいくのはお前の家だ・・・。

(Thompson 1963=2003: 874-875)

新聞や自身に対する弾圧を、逐次、紙面で報道する戦略を実践したのは、*The Poor Man's Guardian* が最初ではなかった。すでに 18 世紀後半に、それまで非公開だった議会討議を、「議会特権の侵犯」だと糾弾し、その討議のやり取りを公開させる発端となった、John Wilkes (1725 年-1797 年) とその新聞 *The North Briton* が、同じ戦略をとっていたという (村上 2010)。このような現代の AJ で実践されることの多い「当事者レポート」に当たる手法が、18 世紀、19 世紀にすでに実践されていたのである。

また、当時のラディカル・プレスでは、現在の調査報道に繋がるジャーナリズムの実践も行なわれていた。例えば、撰毛工出身のジャーナリスト John Wade (1788 年-1875 年) は *The Black Book* で、「議会での汚職、イングランド国教会における閑職の提供や聖職者の兼任や怠

慢、またイングランド銀行や東インド会社での縁故採用や浪費について」、その証拠を調べ上げて記事にしていたという (Thompson 1963=2003: 806)。これらの記事は、政府や企業などの権力濫用を監視する調査報道の先駆的な実践と言えるだろう。 *The Black Book* は、「隔週 6 ペンスで刊行され、各号につき 1 万部が販売」されていたという (Thompson 1963=2003: 806)。

このように、ラディカル・プレスは、(1) 印紙税撤廃、労働環境の改善といった支配的権力への抵抗運動を支えるメディア、(2) 労働者階級出身者たちが同じ階級に属する人々の声を発信し、それらの人々へ奉仕するメディアであった。そのメディアの送り手側と読者との間で、(3) メディアを通じたネットワークや、(4) アイデンティティを形成していた。そこで実践されたジャーナリズムは、現代における (5) 当事者レポートや、(6) 調査報道といった、今日の社会において AJ と呼ばれるジャーナリズムの先駆的な実践が行なわれていたことが、先行研究から示唆された。

このようなラディカル・プレスの実践は、支配階級に対抗するジャーナリズムとしてだけでなく、商業化・大衆化に大きく舵を切っていた「商業的大衆ジャーナリズム」とは一線を画するジャーナリズムとしての存在意義を持っていたと言える。

### 9-3 ラディカル・プレスの衰退

#### 9-3-1 ラディカル・プレスの衰退

「民衆のメディア」として、労働者階級の拡大とともに彼らの声を代弁し、社会的アイデンティティの形成に寄与したラディカル・プレスは、19 世紀半ば位から勢いを失っていく。そのようなラディカル・プレスの衰退は、この時代に新聞が商業化・大衆化へと大きく舵を切っていく過程で直面した、新聞業界の構造的な変化と深い繋がりがあることが示唆されている。この変化は、Habermas (1962=1994) によって指摘された、新聞の公共的役割の構造転換ともリンクしているのだが、これについては、後ほど詳しく述べたい。

まず、新聞は、この時期になぜ、どのように構造的な変化を遂げていったのだろうか。Curran (2011: 149) は、この時代の様々な変化の主な要因は、「ビクトリア朝時代 (=ビクトリア女王が統治していた 1837 年から 1901 年) に起こった政治的混乱」によるものであり、「英国の新聞の構造的変化」の結果としての、「ジャーナリズムの再編」もその一つであったと捉えている。つまり政治的混乱を背景に、国家による新聞の保障制度が崩壊したことで、新聞の所有を規制するシステムが自由市場に引き継がれ、新聞産業に構造的変化が起こった (\*下線強調は藤原) というのである。

#### 9-3-2 印紙税の引き下げと日曜新聞の躍進

1830 年代の英国の新聞を取り巻く状況の変化は、印紙税の引き下げという制度上の変化が



引き金となって始まっている。印紙税の是非をめぐるのは、議会で議論が交わされていたが、当時の政府は、新聞を事実上統制している印紙税をいきなり撤廃してしまうのは危険すぎると判断して、1836年にまずは、印紙税を減額（4ペンスから1ペニーに値下げ）することに決めた。

この減税措置により、印紙税を払っていた合法的な新聞は、税負担が減ったことで徐々に経済的な安定を取り戻していったが、その一方で、印紙税未払いの非合法的なラディカル・プレスに対しては、捜査の手が強められたうえに未払いの罰金も引き上げられ、これを契機にラディカル・プレスの数は激減してしまったという<sup>49</sup>（Curran 2011）。

この印紙税引き下げで最も恩恵を受けたのは、日曜新聞だったと指摘されている（Atton and Hamilton 2008; 伊藤 2014; Williams 1961=1983）。日曜新聞は、労働者に向けて安息日である日曜日に週1回発行され、内容的には、政治ニュースにあまり力点を置かず、犯罪ものや風俗ファッション、ゴシップ、スポーツ記事などの娯楽記事を多く取り上げているのが特徴である（伊藤 2014; 芝田 2000; Williams 1961=1983）。

日曜新聞は、印紙税の減税によって新聞が値下がりしたことで発行部数を大幅に増やし、「1850年には、27万5000部」（Williams 1961=1983: 167）まで急増したという。同時期の日刊新聞の総発行部数が1日あたり6万から7万部だったのと比べると、その人気ぶりが窺える（伊藤 2014; 芝田 2000）。

一方、日曜新聞の台頭によって、最も打撃を受けたのは、他ならぬラディカル・プレスだった。ラディカル・プレスは、労働者階級の声をも代弁していた新聞だったにも関わらず、同じ労働者階級を読者に持つ日曜新聞に、読者を奪われてしまったのである<sup>50</sup>（Atton and Hamilton 2008; 伊藤 2014）。

---

<sup>49</sup> この時点までどうにか生き延びたラディカル・プレスは、違法の地下出版をやめて、印紙税を払うようになったという（Curran 2011）。

<sup>50</sup> 他方で、「中産階級以上を対象にした日刊紙も、価格を下げて広告を増やし、ときには政府から補助金をもらって経営を安定させた」という（伊藤 2014: 98）。

## 第10章 新聞の構造的変化と「民衆のメディア」の衰退

### 10-1 ラディカル・プレスの衰退と新聞の構造的変化

前述したように、ラディカル・プレスの衰退は、日曜新聞に読者が奪われたことが直接的な原因だった。しかし、それを単に労働者階級の人々が娯楽的な日曜新聞の方を好んだからと結論づけてしまえば、それが起こった構造的な背景を見過ごしてしまうことになるだろう。

ラディカル・プレスの衰退は、この時代に起こった新聞の構造的変化と無縁とは言えないのである。新聞が構造的変化を起こした契機となったのは、印紙税の撤廃（1855年）であったが、それは、新聞に次のような二つの変化をもたらしたのである（Williams 1970）。

一つは、新聞が自由市場の中で厳しい競争に勝ち抜くために生じた経済的な変化、そしてもう一つは、自由市場が新たな言論統制のシステムとして機能するようになるという変化である（村上 2010; Williams 1970）。これら二つの変化が、ラディカル・プレスの衰退と、密接な関わりを持っていたのである。

#### 10-1-1 新聞の値下げ競争と広告依存の高まり

まず、新聞の構造的変化によって引き起こされた新聞界を取り巻く経済的变化と、その変化がどのようにラディカル・プレスに影響したのかを見ていく。前述したように、新聞の構造的変化の契機となった印紙税の撤廃は、新聞にとって、国家統制から解放された言論の自由をもたらした。しかし、その言論の自由は、残念ながらユートピア的な民主的公共圏をもたらすことはなかった。印紙税撤廃後に実際に起こったことは、全ての新聞が、大衆をターゲットにした自由市場のもとで、読者を奪い合う激しい競争に晒されることであった（Atton and Hamilton 2008; Curran 2011; 伊藤 2014; Williams 1961=1983）。

その競争は、次第に新聞の値段を安くする価格競争へと転化していった。値下げ競争は、印紙税撤廃とともに誕生した一部1ペニーという廉価の日刊大衆紙「ペニー・プレス」、その後登場した「半ペニー・プレス」とエスカレートしていった。他方、これが新聞発行部数を飛躍的に伸ばし、新聞業界が大きく発展していく原動力にもなった。競争に晒された新聞は安定した運営を継続するため、広告への依存度を高めざるを得なくなっていた（Atton and Hamilton 2008; Curran 2011; Williams 1961=1983）。大衆新聞同士の競争が激化し、原価割れしても価格を下げて販売部数を獲得しようとした結果、「大量」の広告で収益を埋め合わせる必要に迫られたのである（Williams 1961=1983）。

では、ラディカル・プレスは、このような経済的变化に、どのように巻き込まれていったのであろうか。反体制的で非合法でもあるラディカル・プレスは、発刊当初から強い広告差別を受けていたため、運営資金は、読者からの購読料とパトロンからの寄付金で賄っていた。

本紙の値下げ競争と、値下げによる減益分を広告で埋め合わせるといふ、新聞の新しいビジネス・モデルと経済環境に、ラディカル・プレスは全く適応することができなかつた (Atton and Hamilton 2008; Curran 2011; Williams 1961=1983)。さらに、読者を日曜新聞に奪われ、運営資金の命綱だつた購読料も失ひ、経済的基盤を失つたラディカル・プレスは衰退せざるをえなかつたのである<sup>51</sup>。

Curran (2011) は、経済的に厳しい状況に追い込まれたラディカル・プレスは、次のような選択肢を取らざるを得なかつたとしている。一つ目は、ライバル紙に比べて遥かに多数の発行部数がありながら廃刊を余儀なくされる。二つ目は、僅かな読者を残すだけで「ゲットー化 (主流から隔離される)」する。三つ目は、広告主がターゲットにする裕福層を求めて高級紙の市場へ参入し、生き残り戦略としてラディカルさを緩める。四つ目は、初期の *The Daily Herald* のように、組織的パトロンを代替的な財源として、それに依存することで生き延びる、というものであつた。これら四つの道のいずれかを選んだとしても、ラディカル・プレスは、かつてのように、民衆の声を代弁し、社会変革のエージェンシーとなるような社会的影響力を持ち続けることはできなかつた。

ラディカル・プレスが衰退した後の英国の新聞ジャーナリズムは、大衆路線をさらに強め、「ペニー・プレス」の時代へと移つていったのである (伊藤 2014; 芝田 2000; Williams 1961=1983)。

#### 10-1-2 新聞制作コストの急増

この時代の新聞の経済的変化の二つ目は、新聞操業の規模拡大に比例して諸経費が急増し、新聞制作のコストが急上昇したことであつた (Curran 2011)。それが、新聞が広告への依存度を更に高めていくことにも繋がつた。制作コストが急増したのは、発行部数を増やすためライノタイプや輪転機など高価な印刷機械が導入され、より多くの読者にアピールするために記事や頁数が増加し、それに伴つて大規模な新聞運営を展開することが求められ、多人数のスタッフを雇用しなければならなくなつたことが背景にある。

「1830年代には、ある程度の資金があれば全国紙を創刊し、事業を成功させることが可能であつた」 (Curran 2011: 150) という。実際、19世紀初頭には、労働者階級や、その支援者が所有してゐたラディカル・プレスのなかに、発行部数や社会的影響力などから主要新聞に位置づけられる有力紙が幾つか存在してゐたのである。しかし、新聞操業の規模が拡大し、新聞制作のコストが急増していったことで、1920年代までには、まとまつた資金がないかぎり、新聞運営を成功させることは不可能になつてゐた (Curran 2011)。

<sup>51</sup> ラディカル・プレスは、1856年まで新聞販売だけで利益を挙げることが出来たといふ (Williams 1961=1983; Curran 2011)。

### 10-1-3 新聞の産業化

また大衆社会化がすすみ、大量消費時代へ移行するなかで、企業の広告支出が増加し、商業新聞が広告収入を安定的に確保出来るようになったという社会的背景が、新聞の新しいビジネス・モデルの発展を後押しした (Atton and Hamilton 2008)。新聞は、グループ化・チェーン化によって統合が進められ、「金を生む」一大産業へと変化を遂げたのである。そのおよそ 100 年弱の間に、新聞の制作・出版コストは 100 倍以上にも膨れ上がり、「大衆新聞のオーナーは、圧倒的に富裕層の企業家となっていた」 (Curran 2011: 150)。

ラディカル・プレスの衰退後、社会的な影響を持ち得る新聞は、庶民の手から完全に離れて、一握りの富裕層の手に握られるようになった (Williams 1961=1983)。皮肉なことに、「知識への課税 (=印紙税)」が撤廃され「言論の自由」が拡大された結果、新聞は議論する公衆のものから、商業的な利益を優先するメディア企業的手中へ移っていったのである (伊藤 2014)。

このように新聞が一大産業へと変遷していく過程で、資金力のないラディカル・プレスは、急速に周縁化されていった。そしてラディカル・プレスがかつて持っていたラディカルな部分は、伝統的な自由主義的批判に融合されていったのである (Curran 2011)。しかし、Curran は、周縁化された後も、政治的システムから締め出された社会階級の人々 (主に労働者階級) が、自分たちの手で、自分たちを代弁 (=represent) する新聞を統制していったことが重要なのだと指摘している。

このようなラディカル・プレスの後継者たちは、決して大規模ではないが、社会における代替的な言説を発展させるための組織的な資金源を持ち、社会変革を目指すグループを支援し、ラディカルなサブカルチャーを育てるという役割を担い続けていった (Curran 2011)。このようなラディカル・プレスの特徴や役割を引き継いだメディアこそが、現在の AM として位置づけられるのである。

## 10-2 「ブルジョア・ジャーナリズム」の構造的変化

### 10-2-1 ラディカル・プレス台頭期の「ブルジョア・ジャーナリズム」

前節まで、英国でみられた「民衆のメディア」としてのラディカル・プレスの誕生から、1830 年代後半に急速に衰退するまでの期間をみてきた。本節では、現在の主流メディアの系譜となる「ブルジョア・ジャーナリズム」が、19 世紀初頭、どのような変化を遂げたのか、特にその構造的変化と、ラディカル・プレスとの関係性に焦点を絞って概観していく。

Williams (1961=1983) によると、エリート層に向けて発刊されていた「ブルジョア・ジャーナリズム」を代表する *The Times* は、1820 年代には、中産階級読者に支持されて、「尊敬すべき」改革の最も重要な機関新聞として、指導的地位を占めるようになっていたという。

「尊敬すべき新聞」は、助成金をもらって政府から経済的な庇護を受けていたため、政府寄りのスタンスを取っていた。しかし *The Times* は、労働争議のさなかに発生した惨劇「ピータールーの虐殺 (1819 年)」で政府を批判しただけでなく、「キャロライン王妃離婚論争 (1820 年)」でも民衆側に加わり、政府寄りのスタンスから、政府に抵抗する改革派を支持する方針に切り替えている (Williams 1961=1983)。

この時期 *The Times* が、宗旨替えしたのは、読者である中産階級からの堅実な広告提供の援助によって資金面で政府に頼らず運営できる経済的基盤が築ける算段がたったことと、政府から完全に独立した言論機関になりたいという願望が結合したからであったという (Williams 1961=1983)。さらに技術面においても、*The Times* は、世界最初の蒸気力印刷機を 1814 年に導入し、発行部数を飛躍的に増やせる目処がたったことも、追い風となったといえる (Williams 1961=1983)。

しかし、「尊敬すべき新聞」が、全面的に政府に対抗する改革派支持へと変貌したわけではなかったようである。Altick (1957) によると、支配階級による下層階級への言論統制は、1820 年までに、以下のような二つの手法を取り入れることで成功したという。一つは、「投機的で順応的な政治信条を持った資本家が、廉価でレスpekタブルな (=尊敬すべき) 新聞を発刊するための道を開き、危険なラディカル・プレスを駆逐すること」で、もう一つの手法は、「家庭向けの情報や娯楽を掲載する廉価な新聞を発刊して、読者の思想と感情を国家の安心出来る方向に導くこと」であったという (村上 2010: 76-77)。

Altick (1957) が「尊敬すべき新聞」の代表例として挙げていた、*Sunday Monitor* など、18 世紀末に登場した日曜新聞が、ラディカル・プレスを弱体化させる目的で、支配階級の支援を受けながら、支配階級の思惑どおりに勢力を拡大していったのである。そして、ここでの支配階級の思惑は、後ほど述べる、「印紙税撤廃の本当の意味」とリンクしていくことになった。

### 10-2-2 「ブルジョア・ジャーナリズム」の構造的変化

初期の「ブルジョア・ジャーナリズム」は、国王や聖職者の絶対的権威に対抗した市民革命の原動力になったが、その「ブルジョア・ジャーナリズム」は中産資本階級の産物であったというパラドックスを抱えていたことは前述した。つまり「ブルジョア・ジャーナリズム」は、それを運営し経済的に支えていたのは中産資本階級であったがために、それが実際に奉仕していたのは大衆 (=労働者階級) ではなかったのである (Atton and Hamilton 2010; Williams 1970)。

そのようなパラドックスを抱えていた「ブルジョア・ジャーナリズム」は、自由市場のシステムに適応する過程で、今度は大衆 (=広告の商品を購入してくれる消費者としての大衆)

に奉仕する「商業的大衆(Commercial-Popular)ジャーナリズム」へ変貌していったという (Atton and Hamilton 2008; Williams 1961=1983)。

これは、印紙税撤廃 (1855 年) を契機に起こった「ブルジョア・ジャーナリズム」の大きな構造的変化の一つと言える。印紙税という形での国家による言論統制がなくなったことは、それまでラディカル・プレスを駆逐するため政府から支援を受けていた商業新聞にとっては、その後ろ盾を失うことを意味していた。その統制システムが自由市場に委ねられるようになった結果、「ブルジョア・ジャーナリズム」を実践する商業新聞は、より多くの読者を獲得し、より多くの広告収入を得るため、大衆化をすすめる必要に迫られた。そして、商業新聞が大衆化をすすめたことにより、ラディカル・プレスの読者だった労働者たちは、ブルジョア・ジャーナリズムへ取り込まれていったのである。

そして、二つ目の構造的変化は、新聞に「社会秩序の維持を組織的に支援する」という社会的責任が求められるようになったことである (Curran 2011: 148)。これは、新聞の存在意義に関わる変化であり、ラディカル・プレスにとっても、そして「ブルジョア・ジャーナリズム」にとっても、大きな意味を持っていた。そのような社会的責任が課せられた結果、現体制の基盤を揺るがすようなラディカルな記事を掲載するラディカル・プレスは弱体化し、「商業的大衆新聞」はもとより、「尊敬すべき新聞」でも現体制を揺るがすようなラディカルな記事は自主的に控えられるようになっていった。これらの背景については、次節で詳しく述べる。

この時期、ラディカルな記事が紙面から全く消えてしまったわけではなかった。「商業的大衆ジャーナリズム」は、庶民に向けた娯楽的記事に加えて、ラディカルな社会的・政治的態度も選択的に取り入れて、ラディカルな態度にも適応していくようになったのである (Atton and Hamilton 2008)。

ラディカルな記事を「選択的に」取り入れたのは、ラディカル・プレスの読者を取り込むための戦略であり、政府や広告主が許容出来る範囲でラディカルな要素を入れ込んだという、現実的な選択であったことは想像に難くない。とはいえ、ラディカル・プレスの専売特許であったラディカルな部分を、労働者階級のガス抜きになる範囲内で「商業的大衆ジャーナリズム」が、吸収・編入していったことで、ラディカル・プレスの存在意義が薄れていったことは確かであろう。

社会変革を訴える庶民の声を伝え、その運動を支援するという「民衆のメディア」の実践および存在意義は、このような動きとともに希薄化されていったと言えるだろう。新聞の商業化・大衆化という大きな流れのなかで、ラディカル・プレスは周縁化されていったが、印紙税の撤廃がその変化の契機となっていたことから、その背景には政治的な要素も強く作用していたことが示唆されるのである。

### 10-3 印紙税撤廃の本当の意味

#### 10-3-1 印紙税撤廃の背景

新聞の構造的変化をもたらした印紙税の撤廃は、どのような背景でなされ、どのような政治的意味合いを持っていたのだろうか。まず、当時の印紙税撤廃を求めた組織的運動は、現代の感覚のような表現の自由や多様性を保障することを目指して行なわれていたのではなかったことに留意する必要がある（Curran 2011; 伊藤 2014）。当時、「新聞を国家の統制下に置くことに賛成する者も反対する者も共に懸念していたのは、新聞が社会秩序の維持を組織的に支援する役割を果たすのかどうかという点」であった（\*下線強調は藤原）という（Curran 2011: 148）。

Curran によると、賛否両論が渦巻く中、結局、当時の政府が印紙税法の撤廃へと舵を切ったのには二つの理由があったという。一つは、「廉価な新聞を通じて秩序が低下する、とする主張が啓蒙されたことで、新聞に対する社会的責任が増加」し、社会秩序を乱す記事は新聞側が自己規制するようになると見込んでいたことで、二つ目は、「国家による直接統制よりも、自由市場と規範的統制のほうがモラル的に好ましいばかりか、効果的なシステムだという確信が強まったこと」（Curran 2011: 148）であったという。これら二点を踏まえて印紙税撤廃の議会キャンペーンを支えていたのは、ビクトリア朝時代、新聞の権力を拡大させることが、自分たちの権益を拡大する力強いエージェンシーになると気づいた中産階級の改革主義者たちであったという（Curran 2011）。

#### 10-3-2 印紙税撤廃をもたらしたもの

1855年に印紙税法が撤廃され、英国のジャーナリズムは大きく変化していった。この印紙税撤廃を契機に、ラディカル・プレスの多くが、廃刊するか、リベラルな大衆商業新聞へ統合されていった。その一方で、次々と地方紙が創刊されたが、その多くは、地方の名士や資本家の手によって誕生している（Curran 2011）。

これら新世代の地方紙は、地方のコミュニティが社会文化的な統合を進めるうえで、重要なエージェンシーになったという。ラディカル・プレスが、「労働者と政府や資本家との対立に焦点を当ててローカル・ニュースを提供していた」のに比べ、新世代の地方紙は、「対立を扱うニュースを遮断し、経済格差といった記事は最小限の扱い」にする一方で、「地方コミュニティのアイデンティティや伝統を奨励し、中流階級のリーダーシップを肯定的に取り上げる傾向」があったという（Curran 2011: 149）。

この時代に創刊された全国紙の殆どが、保守系の新聞で占められていたことも注目に値する。1858年以降、英国の新聞では、女性の権利、労働組合の保護、戦争などラディカルなテ

ーマは、大きく取り上げられなくなったことが、実証データによって示唆されている<sup>52</sup> (Curran 2011)。

ジャーナリズム史の通説では、近代ジャーナリズムが自由と独立を獲得する事ができたのは、19世紀半ば広告収入の飛躍的な成長によって安定した経営基盤が形成されたからだとされている。しかし、この通説に対して疑問を呈している研究者たちは、市場システム（市場原理）こそが、国家による言論統制に代わるものになったと指摘している (Curran 2011; 村上 2010)。国家による言論統制にもつながる印紙税法の廃止で明らかになったのは、社会秩序の維持を組織的に支援する機関として新聞を機能させるのには、国家による統制よりも、市場原理という新たな統制システムに任せる方が効果的だということだった、と Curran (2011) は指摘する。

新聞が自由市場のシステムに適応していく過程で、「ブルジョア・ジャーナリズム」は、「商業的大衆ジャーナリズム」へ変容していった。そしてその「商業的大衆ジャーナリズム」は、より多くの広告と読者を獲得することと、新聞に対し、社会統制のエージェンシーとしての社会的責任を遂行するという二つの目的のために、現体制の地盤を揺るがすようなラディカルな政治ニュースを、自主的に紙面から消していったのである。その代わりに、センセーショナルな犯罪ものや、ゴシップ、スポーツ記事を掲載したのは、売り上げを増やすという商業的な要求に応えたのと同時に、それらが労働者階級の不平不満のガス抜きとなり、本質的な問題から労働者階級の目を逸らさせたいという中産資本階級の要求にも応えるためだった (伊藤 2014)。これら新聞の役割の構造的な変化は、ラディカル・プレスが衰退していった理由と密接に繋がっていることが示唆されるのである。

#### 10-4 「公共圏」モデルから考察する「民衆のメディア」の衰退

##### 10-4-1 新聞の大衆化と「政治的公共圏」の衰退

初期の新聞は、コーヒーハウスで形成された初期のブルジョア公共圏と密接な関係を持っており、新聞記事を元に展開された議論によって世論が形成され、開かれた政治的討論の場（「政治的公共圏」）が築かれていったとされる (Habermas 1962=1994)。

Habermas (1962=1994) によると、この「政治的公共圏」は、19世紀末には自由主義的な法治国家が福祉国家<sup>53</sup>化し、個人の私的領域<sup>54</sup>に介入するようになったことで、その機能を奪

<sup>52</sup> ビクトリア女王が英国の新聞紙面でどのように取り上げられたかを分析することで、紙面のラディカルさの違いが顕著に現れるのだという。1837年から1855年までの間ラディカル・プレスは、非常に強硬な共和制支持の論調で、女王の存在を非難していた。女王が「引退」を延長した時期は、主流新聞でも女王に対して批判的だったが、それは新聞が保守化されていく移行期の出来事だったからだと言われている。1870年代半ば以後は、女王は国家の象徴として、英国の新聞全般において肯定的に捉えられるようになったと指摘されている (Curran 2011)。

<sup>53</sup> Habermas (1962=1994) は「社会国家」と呼んでいる。

<sup>54</sup> Habermas (1962=1994) によると、市民的公共性は、国家と社会の緊張場面において展開されるが、それ



われ、領域を狭めていった。つまり、人々が国家福祉の受益者になったため、社会と国家が互いに融合していったことで、国家を批判的に監視していくという意味での「公共圏」の公開性は失われ、その役割は、「広報活動、マス・メディアを舞台にした誇示や、世論形成と操作」(Fraser 1992=1999: 123)に譲られるようになった。

このように、開かれた政治的公共圏が縮小されていく傾向は、マス・メディアの大衆化によって更に促進されていったと、Habermas (1962=1994)は指摘する。つまり、新聞が議論する公衆のものから、商業的な利益を優先する大衆新聞の経営者たちの手中へ移ったことで、新聞の大衆化に拍車がかかっていったのである(伊藤 2014)。

廉価な大衆紙「ペニー・プレス」の経営者たちは、より多くの部数売って利益を上げるため、読者にとって魅力的な情報を届けようと競い合った。それは新聞のコンテンツが、よりセンセーショナルで娯楽色の強い情報にエスカレートしていくことを意味していた<sup>55</sup>。それが後の「イエロー・ジャーナリズム」へと繋がっていくことになる。

この変化は、「民主的な市民社会に埋め込まれることで、公共圏の機能を担うはずの新聞の構造的転換でもあった」(Habermas 1962=1994; 伊藤 2014: 99)。かつては、主に政治的動機から志向されたはずの「廉価な知識」(＝ラディカル・プレスによって提供されていた)は、広範な大衆層のレジャーや気晴らしへの要求に順応することで(＝日曜新聞を初めとする「商業的大衆ジャーナリズム」によって提供される)政治的な性格を失っていったのである。

さらに、新聞などのマス・メディアの大衆化とともに、知識層と呼ばれる人々が出現し、「公衆は、公共性なしに議論する専門家から成る少数派と、公共的に受容する一方の消費者たちの大衆へと分裂」(Habermas 1962=1994: 231)していったという。その結果、自律的・理性的な市民(公衆)による開かれた討論の場としての公共圏は喪失していった、と Habermas (1962=1994)は指摘している。

#### 10-4-2 Habermas の「公共圏」モデルへの批判と「民衆のメディア」

1962年にドイツで出版された『公共性の構造転換』(Habermas 1962=1994)で展開された Habermas の主張は、政治学、社会学、メディア学など幅広い学問分野の研究に影響を与え続けている。そして多くの研究者が、公共圏概念の有用性を認めた上で、それについての批判的研究を行なっている。ここでは、そのような「公共圏」の批判的研究の中で、「民衆のメディア」と関連性を持つ議論を概観し、公共圏の批判的研究との接合を試みる。

---

自身はあくまで私的領域に属しているという。

<sup>55</sup> 伊藤(2015)は、このようなセンセーショナルリズムの傾向は、庶民が「路上のスペクタクル」(＝公開処刑など)から「紙上のスペクタクル」へ目を移しただけで、民主的な議会制を持つ市民社会が一定の「言論の自由」を手に入れたそのとき、商業的新聞は読者の期待に応えるべく、見世物的な興味関心にその紙面の多くを割くようになったのは皮肉なことだ、と指摘している。

Habermas 理論の批判的研究で知られる Calhoun (1999: 24) は、Habermas が『『古典的』なブルジョア的公共圏と、それが転換された後の『組織』資本主義ないしは、『後期』資本主義の公共圏を同列にあつがっている』点に批判の目を向け、Habermas が「公共圏」における政治的な討議と群衆との関係ばかりに注目し、庶民が話題にするような世俗的な言論に関心を払わなかったことが、公共圏の衰退を過大に評価することに繋がったと指摘している。

Habermas は、公共圏を個々人が自分の考えを持ち、批評を行なう場所だというブルジョア主義的な自由主義の理念に固執して捉えていたため、世俗的な言論や社会運動が形成した大衆的な公共圏（＝代替的公共圏 \*藤原加筆）の存在意義を過小評価してしまったと言うのである<sup>56</sup> (Calhoun 1992=1999; Fraser 1992=1999)。

「民衆のメディア」の視座から見ると、ハーバーマスが過小評価した大衆的な公共圏こそが、重要なのである。Calhoun (1992=1999) は、公共圏には、討議による問題解決という役割だけでなく、「世界開示」としての役割があることを指摘しているが、それには、大衆的公共圏（＝代替的公共圏 \*藤原加筆）における、フェミニズム、ゲイ、エスニック、若者意識のような現象の「世界開示」も多分に含まれているという。つまり、「政治闘争が抱える問題点やアイデンティティの再定義」は大衆的公共圏（＝代替的公共圏）で行なわれていたのである<sup>57</sup> (Calhoun 1992=1999: 26)。Fraser (1992=1999: 141) は、「公共圏は、討議を媒介にして意見形成を行なうだけの舞台であるだけではなく、社会的なアイデンティティを形成し、立法化していくための舞台でもある」と指摘している。

Calhoun (1992=1999) は、Habermas が 18 世紀から 19 世紀にかけての大衆公共圏（＝代替的公共圏）に関心を払わず、二義的な討議に周縁化してしまったのは、その当時からブルジョア公共圏が、大衆公共圏（＝代替的公共圏）からの要求によって拡大していったという全体像を理解できていなかったからだと批判している。

実際には、大衆的公共圏（＝代替的公共圏）からラディカルな異議申し立てが行なわれ、公共圏での討議されるアジェンダに新しい問題点が付け加えられていったのだと、Calhoun (1992=1999) は指摘する。その上で「言論の自由」の闘いなどでの重要な部分の多くは、実は大衆公共圏（＝代替的公共圏）の活動家たちによって担われていたとしている (Calhoun 1992=1999)。

Mary Ryan (1992) は、19 世紀の米国では、様々な階級や人種に属する女性たちが、公式の公共圏から排除されてきたにもかかわらず、公共的な政治生活に接近していくルートを多

<sup>56</sup> Fraser (1992=1999: 120) は、ハーバーマスの歴史的に限定されたブルジョア公共圏のモデルは、「20 世紀後半の『福祉国家と大衆民主主義』という変容した条件のもとでは、もはや実現不可能」だと指摘している。

<sup>57</sup> 大衆的公共圏（＝代替的公共圏）への参加が意味するのは、自分自身の声で話すのと同時に、独自の語法や文法を通じて、自分の文化的アイデンティティを作り上げ、表現できることでもあった (Fraser 1992=1999)。

様な方法で作りに上げていたとする。例えば、当時のエリート階級のブルジョア女性たちは、女性だけで自発的に慈善団体などのグループを設立して、対抗的な市民社会を作り上げていたのである。

Ryan (1992) の指摘で示されたのは、中流階級以上の白人男性で形成されていたブルジョア的公共圏だけが公共圏ではなかったということである。19 世紀の米国には、すでに、ナショナリストの公共圏、庶民的農民の公共圏、エリート女性の公共圏、労働者階級の公共圏など、数多くの競合する対抗的な公共圏が存在していた (Fraser 1992=1999)。

Fraser (1992=1999) によると、そのような多層的に競争しあう公共圏が当時、すでに存在していただけでなく、ブルジョア的公共圏とその他の公共圏とは常に抗争が絶えない関係であった。対抗的公共圏は、最初からブルジョア的公共圏の「排他的な規範に対して闘いをいどみ、政治行動の代替様式や、公共の場における言論の代替規範を精緻なものにしていった」のに対し、ブルジョア的公共圏は、「これらの代替物を強く批判し、より広範な参加を慎重にはばもうとした」という (Fraser 1992=1999: 127-128)。

このように「公共圏」を巡る論争を経て、ブルジョア的公共圏以外にも、様々な公共圏が多層的に存在するという捉え方が主流になっていき、Calhoun (1992=1999) が指摘した大衆公共圏、つまり対抗的公共圏 (Fraser 1992=1999) は、オルタナティブ公共圏の議論へと展開していった。そして、それらの多層的公共圏が形成される場や媒体となったのが、「民衆のメディア」の系譜を持つ、多種多様な AM であると捉えることができる。

公共圏の批判的研究は、メディア研究における AM 研究と立場的にも内容的にも非常に親和性が高い。AM には、対抗的公共圏、オルタナティブ公共圏を形成する媒体としての役割があるからである。公共圏の批判的研究は、AM の存在意義を議論する上で、一つの重要な理論的支柱となっている。

「公共圏」概念の生みの親である Habermas も、Fraser (1992=1999) らの批判を受けて初期の理論を訂正し、後になって労働者階級や女性などもオルタナティブな公共圏に追加している。その修正を行なう上で、Habermas は、新たな公共圏の形成を支援するために、討論に必要な情報を提供する AM や、メディア上の公開討論としての AM の可能性を提起している (Waltz 2005=2008)。

## 第 11 章 「メディア参加」の視座から考察する「民衆のメディア」史

### 11-1 近代初期の英国におけるメディア参加の変遷

#### 11-1-1 メディア参加の「一元的モデル」と「多元的モデル」

Hamilton (2003) は、資本主義経済が拡大していった 17 世紀から 18 世紀の英国で、AM の先駆的メディアに、人々が様々な形で参加していたことに注目している。そして、「メディア参加」という概念や実践が、メディア史のなかで、どのように変遷していったのかについて考察している。

その際、Hamilton (2003) は、「メディア参加」の形態を、「一元的モデル」と「多元的モデル」という 2 つのモデルに区分した。そして、時代が近代へ移行していくのに伴い、それまで多様なメディア参加が可能であった「多元的モデル」が、今日のメディアで支配的な、メディア企業の限られた人々によって独占されていく「一元的モデル」へと「リメイク（作り替え）」されていった経緯を明らかにしている。

メディア史のなかで「民衆のメディア」の位置づけや存在意義を再考することを目的とする本論文にとって、「メディア参加」の概念から、メディア史を捉え直す Hamilton (2003) の研究は、多くの示唆を与えてくれる。第 11 章では、Hamilton (2003) の研究に依拠しながら、AM にとって鍵概念の一つである「メディア参加」という視座から、「民衆のメディア」の変遷をたどっていきたい。

#### 11-1-2 「メディア参加」の誕生と「多元的モデル」

Hamilton (2003) は、「メディア参加」という行為は、中世から近代へ転換していく大きな変革期に始まったとし、その概念を理解するには、「印刷文化が始まった時代まで遡って歴史的な文脈から考察していく必要がある」(Hamilton 2003: 300) と述べている。本章の研究対象は、メディア全般の概念であると同時に、具体的なメディアとしては印刷媒体を射程に入れている。

Hamilton (2003) によると、新聞の初期段階（＝初期の「ブルジョア・ジャーナリズム」）のメディア参加は、様々な階層、職業の人々に開かれていた「多元的モデル」であったという。しかし、英国が近代へ移行する間に起こった様々な文化的、経済的、制度的な変化が要因となって限られた人々によって独占されていく「一元的モデル」へ、メディア参加の形態は変化していったと指摘している。

メディア参加が「多元的モデル」から「一元的モデル」に変化していった文化的な要因として、Hamilton (2003) は、その時代に生まれた大衆文化に注目している。大衆文化は、それが形成されていく過程で、元来持っていたラディカルでリベラルな潜在性に手が加えられ

(re-worked)、商業的形式と融合していくことで形成されていった、という背景を持つからである (Williams 1970)。

つまり、大衆文化が形成される過程で、市場システムからふるい落とされた多様なメディア参加の形態は、主流メディアの実践から姿を消していき、メディア参加は専門知識と職業としての技能を持つプロフェッショナルに限定されていった、と理解することができる。さらに、メディアが産業として発達していくなかで、より利益を上げるために、より多くの読者の関心を惹く記事を書くことができるプロフェッショナルが必要とされたという、経済的要因も背景にあった (Hamilton 2003)。

コミュニケーションと参加の関係について、歴史的なアプローチで研究している Carpentier, Dahlgren and Pasquali (2013: 291) は、「産業資本主義の台頭と、メディア企業の民営化が、新聞、商業ラジオやテレビへの大衆の参加を、効果的に阻害していった」と指摘しており、その背景として、商業メディアは常に商業的な成功を得ることが大命題であり、それがシステム上の制約になっていたと指摘している。

### 1 1-1-3 「一元的モデル」の制約点

プロや専門家に「メディア参加」が独占されている「一元的モデル」は、現在では所与のものとして扱われているが、Hamilton (2003) は、歴史的視座からみれば、そのモデルには二つの制約点 (limitations) があると指摘している。第一の制約は、「一元的モデル」の概念が、18世紀ヨーロッパで生まれた自由主義的な政治経済学を基にしているため、経験的な裏付けがないまま、理論的、経営的、商業的な視座から構築されている点である。Williams (1970) がすでに指摘したように、市場を中立的なものとし、「生産者」対「消費者」、「生産」対「消費」といった抽象的な視点でしか、メディア参加を捉えることができないという指摘とも合致する。第二の制約は、「一元的モデル」では、「メディア参加」の歴史的な解釈を技術決定論の枠組みで行なっているため、メディアの歴史が、イベントや技術的発見を羅列していく直線的な捉え方になっている点であるという。

一方、「多元的モデル」では、「一元的モデル」で振り落とされてしまう、市場システムの周縁や外側で実践されている多様で広範なメディア制作のプロセスや実践、メディア形式も取り込むことが出来るという (Hamilton 2003)。なお、メディア参加の「多元的モデル」と「民衆のメディア」との関連については、後で取り上げる。

## 1 1-2 「一元的モデル」への変化とメディア制度との関わり

### 1 1-2-1 メディア参加に係る二つの制度的変化

Hamilton (2003) は、メディア参加の形態が「多元的モデル」から「一元的モデル」へ変

化していった要因の一つとして、メディア参加に関する制度的変化を挙げているが、その変化を理解する上で重要な2つの歴史的な動きを指摘している。

第一に、「メディアを所有する」という概念が、近代初期に生まれたことである。それ以前にメディアを支配していたのは、そうすることで知識を独占していた君主と聖職者に限定されていた。しかし、資本主義社会の到来で中産資本階級が誕生し、自らメディアを所有して商業目的に運営することが可能となった。つまり、君主と聖職者以外でもメディア参加が可能になったのである。当時のメディア参加は、一人の制作者が、個人の所有するメディアに参加することを意味しており、そこでは、自分の書きたいことを比較的自由に書くことが可能な状況にあった (Hamilton 2003)。

第二の歴史的動きは、著作業 (authorship) の誕生である。作品が原本であれば、それは書いた人の所有物になるという著作権の概念は、近代になって生まれた (Lessig 2004)。それ以前の「16世紀の英国では、メディア実践とは主に、誰かが書いた情報の収集や、集めた情報の枠組み作りを行なうことを指しており、自ら何かを創作するものではなかった」 (Hamilton 2003: 301)。

近世までは、出版物を支配していたのは神の予言など権威的言説であり、誰かの著作物、個人の所有権という考え方は、まだ存在しておらず、従って個人の著作権や知的所有権などの概念は存在しなかったのである (Hamilton 2003; Lessig 2004)。

資本主義社会が勃興し、メディア制作が組織化されて発展していくのに伴い、近代的な「一元的メディア参加」の視座と実践へと移行していった。そのような変化は、作家がプロ化して、個人の所有物や著作権という概念が認知され、自分と他人の著作物を明確に区別することが法的、政治的、経済的に制度化されたことと連動して生まれていったとも指摘されている<sup>58</sup> (Hammond, Hamilton 2003: 304-305 より重引)。

### 1 1-2-2 「一元的モデル」への移行の背景

名誉革命 (1688 年) を経て市民社会へ移行した 17 世紀後半になると、英国ではライター (著述家) という職業が社会で認知されるようになり、個人によってではなく、組織的に編集者、印刷工、出版者という分業体制で、本やパンフレットが制作されるようになった (Hamilton 2003)。

プロのライターの仕事は、自分の意見を書くのではなく、賃金の対価として要求されたものを書くことで、当時、現在のジャーナリストに該当するのは、外国語を英語にする翻訳者

---

<sup>58</sup> また「17世紀の個人主義(国家や社会の権威に対して個人の権利と自由を尊重することを主張する立場)が、メディア参加を含む、全ての人間の個々の活動に理論的根拠を与えた」という社会背景も指摘されている。その中で著作権の概念が広まっていき、1737年の License Act 制定に繋がったという (Hamilton 2003: 305)。

か、既存の出版物から情報を集める記録係だったという。そのような人々は、常勤かフリーランスの匿名のライターで、次第に、事件現場や街中から情報を収集したり、コーヒーハウスで交わされていた議論を聞いて記事にしたりするなど、ジャーナリストの先駆けとなっていった（Sutherland, Hamilton 2003: 307 より重引）。

1690年代に入ると、新聞、雑誌、評論などの出版物が日々の生活の必需品になっていき、そしてその時期から1720年の間に、市場システムの下、出版物が大量に生産・消費される新しい制作手法が発明され<sup>59</sup>、今日では当たり前とされている制度化された一元的なメディア参加が誕生したのである（Hamilton 2003）。

この期間は、特許検閲法が廃案になって、印刷出版に特許や検閲が不要になった1695年から、課税による言論統制である印紙税が導入された1712年までの、わずか20年足らずの「言論の自由」が確立されていた時代に該当する。

短い期間ではあったが、言論統制が国家の手から市場システムに移った途端に、メディア参加がプロや専門家に限定された「一元的モデル」に取って代わられたことは、注目に値するだろう。初期のブルジョア・ジャーナリズムが、市場システムの中で大衆化していったのと同様、近代の一元的なメディア参加は、資本主義のメディア参加の形態の中で、それに助けられて誕生し、発展していったのである。

商業ベースの大衆新聞で実践された「ブルジョア・ジャーナリズム」では、プロが制作するコンテンツと、それを消費する消費者というように、送り手と受け手の区別が明確になり、一般の人々がメディアに参加する機会は極めて制限されていった。

このような一元的メディア参加は、特に異議申し立てをされないままに発展し、現在に至っている。また、効率的な経営と収益増が優先される市場システムのなかで、新聞のチェーン化・グループ化がすすんで寡占化されていくなかで、メディアに参加できるのは、ますます少数のプロのジャーナリスト、編集者に限定されていった。

メディア参加の歴史を辿って示唆されるのは、一元的メディア参加は、唯一の方法でも、所与のものでもないということである。実際のメディア参加には、生産者・消費者という単一の枠組みに収まりきれない、多様でハイブリッドなケースも存在している。そのような複雑なメディア参加の形態を、多元的モデルでは説明することが可能となる（Hamilton 2003）。

---

<sup>59</sup> 商業的メディア組織が誕生していくうえでのパイオニア的存在は、新聞ではなく、大衆劇場であったという。印刷物と違って、劇場の切符のレシートは毎晩数えられ、売り上げが集計されたので、個々の演劇の出来が、商業的価値と直接関連づけられるようになった。そして、商業的に成功しそうな劇作家が注目されるようになり、作家がプロ化した。作品に商業的価値が出てきたことで、法的、経済的、文化的な枠組みが出来上がり、今日のような著作権（知的所有権）の概念が生まれた。コンテンツの市場での地位が再定義されたことで、著作権の成立が可能となった（Hamilton 2003; Williams 1976）。

### 1 1-2-3 多元的メディア参加とその現代的意味

Hamilton (2003) は、プロや専門家がメディア制作を独占している一元的な参加モデルの外側で実践されている代替的なジャーナリズムの実践の方法を探究し、そのような機会を生み出すために、メディア参加の多元性を取り戻すことが必要だと主張する。そして、メディア参加の多元的モデルは、現在の AM のプロジェクトで多様なメディア参加を組織する上での理論的支柱になりうることも指摘する。

また Hamilton (2003) は、多元的なメディア参加の具体例として、全米 3000 以上のケーブルテレビでパブリック・アクセスとして公共・教育・政府 (PEG) チャンネルを代表する ACM (the Alliance for Community Media)、急進的な独立メディアの集合体である IMC (Independent Media Center)、そしてネットカルチャーを挙げている。

ACM では、あらゆる人々がメディアにアクセスし、それを活用することが推奨されている。また IMC では、1999 年シアトルで開催された WTO 会議での反グローバリゼーションを掲げた抗議活動を、当事者の視座から情報発信するため、オープン・パブリッシング・システムを独自に開発した。この新しいプラットフォームは、誰もが自分の書いた記事を IMC のウェブサイトに掲載することを可能にした。そして、近年以降はブログや SNS が普及したことで、オンライン上ではプロもアマチュアも関係なく、誰もが個人で、もしくは同じ興味や目標を持つグループ同士で協働して、発信することを可能ならしめた (Hamilton 2003; Pickard 2006; Platon and Deuze 2003)。

メディア参加の「多元的モデル」は、解釈枠組みに限界のある「一元的モデル」に対する生産的な返答であり、それは「メディア参加」という概念やその研究を抜本的に見直す視座を提供するものだという (Hamilton 2003)。

例えば、「多元的モデル」は、メディアへの参加形式の特徴や、その数の増減といった単一次元での議論ではなく、メディア参加がどのような特定の実践や文脈で可能なのか、もしくは、メディア参加は過去や現在のどのような民主的コミュニケーションで可能なのか、という問いに答える際に適用できる (Hamilton 2003)。したがって「多元的モデル」は、プロとアマチュアの発信者が混在し、ブログや SNS の台頭でメディア参加が多様化した今日の複雑なメディア環境でこそ、必要とされるモデルだと Hamilton (2003) は指摘する。

さらに、Hamilton (2003: 308) は支配的メディアへの異議申し立ては、多様性を促進したり、消費者を制作者にするだけでなく、支配的メディア全体の概念や組織的なインフラに対して異議申し立てをしていく必要があるとし、その具体例としては、支配的メディアの「商業主義、オーディエンスを獲得するための直接的・間接的手段、プロ化、成功の尺度としてオーディエンスの規模を最大化させる義務、著作権や知的所有権による情報の囲い込み」などへの異議申し立てを挙げている。



Hamilton (2003) は、現在の支配的メディアの実践に対するこのような批判的な異議申し立てと、17 世紀、18 世紀に多角的なメディア参加を実現させた当時のメディア参加の概念との間に多くの共通点がみられると指摘している。そして、新旧二つの実践を照らし合わせて論じることで、メディアの多角的な参加モデルの存在を再認識することが可能となり、それがひいては、AJ/AM 全般の認知や実践を広げていく上での一助になると考えている。

## 第12章 第Ⅱ部まとめ

第Ⅱ部では「民衆のメディア」をカルチュラル・スタディーズの歴史的なアプローチを援用し、その時代ごとの社会的政治的文脈と関連づけて調査研究した。その結果、オルタナティブな特徴を持つメディアは、誕生当時から主流メディアとは異なる存在意義を持っており、英国で世界に先駆けて市民社会が形成され、ジャーナリズムが誕生したという歴史においても、重要な役割を担っていたことが知見として得られた (Atton and Hamilton 2008; 伊藤 2014; Williams 1970)。

「民衆のメディア」に該当する、英国の「ラディカル・プレス」の最盛期には、第Ⅰ部で類型化した AJ としての目的や特徴はもちろんのこと、「社会的弱者の代弁者」「庶民の手による情報発信」「広告に依存しない自律したメディア」「分散していた社会運動の統一」「庶民同士のネットワークの形成」「社会変革のエージェンシーとしての役割」「労働者階級のアイデンティティの形成」など、現在の AM と類似する様々な特徴と社会的役割を持っていたことが示唆された (Atton and Hamilton 2008; Curran 2002; Thompson 1964=2003; Williams 1970)。

他方、19世紀半ば以降、新聞の商業化・大衆化が進み、一大産業へと発展していったのを契機に、AM の役割を担った「民衆のメディア」としての新聞は、急速に周縁化してしまった。このプロセスは、Wu (2011=2012) が提唱する「サイクル」の仮説をサポートするものであった。

17世紀に誕生したとされる、英国の「民衆のメディア」は、その後、当時まだ英国の植民地だった米国においても、庶民の代弁者、アイデンティティの形成、庶民同士のネットワークの作成などを推し進め、英国からの独立運動を支える重要な役割を担っていた。

そして米国が建国した後も、米英両国においてメディアのオルタナティブな領域は、その時代ごとの政治的、社会的文脈のなかで、商業的圧力によって巨大資本にメディアが独占されていくという、いわゆる「サイクル」(Wu 2011=2012) のパターンを踏襲して周縁化されつつも、「民衆のメディア」としての AM の特徴は、後世へと継承されていったと考えられる。

19世紀には、その当時の主流メディアと肩を並べる存在であった「民衆のメディア」は、衰退した後も、社会変革を目指すグループを支援したり、ラディカルなサブカルチャーを育てたりするなど代替的メディアとしての役割を継承していった (Curran 2011)。

1960年代から1970年代に欧米で台頭した AM も、この時代に突然現れたのではなく、それ以前の「民衆のメディア」を引き継いだメディアであったと考えることができる。

元来「民衆のメディア」は、市井の人々が自らの声を、自分たちのメディアを通じて発信していくものであった。それらは、絶対的権力を持つ支配者層への対抗勢力となり、社会変革を支える原動力となった。それゆえに、「民衆のメディア」の盛衰は、それらが存在する時

代に大きく左右されると考えられる。社会の変革期に、多様な視点や意見を求める人々の声を伝える「民衆のメディア」が頭角を現すのは、まさに必然とも言えるだろう。

「民衆のメディア」の変遷を俯瞰すると、18世紀から19世紀の欧米の市民革命、労働者運動、参政権運動などの大きな節目を経て、盛り上がりを見せた「民衆のメディア」が、近代国家の誕生、大衆文化の台頭を経て周縁化されていったことがみてとれる。そして二つの世界大戦中において、メディアがそれぞれの参戦国において厳しい統制下に置かれ、国家の意向に背く「民衆のメディア」は、過酷な弾圧を受けて消え去っていった。

「民衆のメディア」が再び台頭するのは、米国の公民権運動（1950年代から1960年代）やフランスの5月革命（1960年代後半）、その後の世界的な女性解放運動、環境保護運動など「新しい社会運動」（トゥレーヌ 1983）と呼ばれる市民運動の高まりと連動している。中でも1960年代以降台頭していった「新しい社会運動」<sup>60</sup>との関わり合いの中で誕生したメディアは、一般的にオルタナティブ・メディアと呼ばれるようになり、これが欧米では広く知られるようになっていった。低出力FMラジオ、複写機、Fax、さらに携帯電話のテキストメッセージなど、各時代の最先端のメディアを活用しながら「民衆のメディア」はAMという位置づけの下、広く認知されることになったのである（Rheigold 1994; 2002; 山本 2002）。

しかし、市民運動・社会運動が下火になるとともに、存在意義を失ったAMは消滅するか淘汰され、細々と存続することを強いられることとなった。1980年代の新自由主義を基盤とした規制緩和政策の下で、大きなメディアはますます巨大化し、他方でAMの多くは取り残されてしまったのである。

社会に影響を与えることが可能な広範囲なメディア発信は、物理的に主流メディアに独占され、市民による情報発信は、非常に限定的な状況に置かれることとなった。市民のメディアアクセスや参加を阻む状態が続く中、主流メディアは、1990年代のインターネットの本格登場によって大きく潮目が変わっていくことになった。

元来、誰でも自由にアクセスが可能な民主的なメディアとして設計されているインターネットは、それまで多くの人に情報やメッセージを届けることができる発信手段を持たないAM組織や、発信したくても手段がないため声をあげられないでいた人々に、非常に廉価で簡単な方法で情報発信できる機会を提供することを可能にした（Rheigold 1994; 2002; 山本 2002）。つまり、廉価で有効な発信手段を持たなかったAMが、インターネットの登場によって、新たに情報発信の表舞台へ踊り出たと言えるだろう。

市井の人々の声を代弁したり、主流メディアとは異なる視座や情報を提供するといった

---

<sup>60</sup> 住民運動から市民運動へと転換され、地域の問題でありながら普遍的な価値や目標を共有する「新しい社会運動」に共通するものは「主に政府が主張してきた『公共性』に対するオルタナティブの提示であった」（牛山 2004: 66）という。

AM としての役割は、インターネットが普及した現在、どのようなデジタル・メディアがその役割を継承して実践していると考えられるのだろうか。本論文では、2000 年以降、目覚ましい発展をみせている新興ニュース・メディアに着目した。第Ⅲ部では、それら新興ニュース・メディアが、AM としての役割を引き継いでいるかどうかを、特に、AM の持つ言論の多様性に貢献する役割に着目して実証的に検証していきたい。

## 第Ⅲ部

### 米国新興デジタル・ニュース・メディアのジャーナリズム実践についての考察

第Ⅲ部では、デジタル時代に台頭してきた新興ニュース・メディアが、支配的な言説に対抗し、主流ジャーナリズムと異なる多様な視座や切り口によって、ニュースや情報を伝えるAMとしての特徴を持つのかどうか、さらにそれらのメディアが民主主義に必要な「言論の多様性」に寄与しているのかについて、実証研究を通じて分析する。

本研究では、新興ニュース・メディアのジャーナリズムがAMの特徴を持つとすれば、主流メディアと異なる視座や枠組で情報発信していると考えられ、結果的に言論の多様性に貢献するのではないかとの研究課題を設定した。

本研究は、新興ニュース・メディアが発信した情報の内容分析を行なうものではない。そのため多様性を左右するのは、情報を発信する際のゲートキーパーであるとの視座に依り、ニュースをどのように選択し、どのようなフレームで伝えるのかを決定する役割を持つ、編集者やジャーナリストの規範、彼ら/彼女らが所属しているニュース組織の運営形態、ニュースの情報源をどこに求めるかというニュース制作を左右する外的要因の多様性に依拠する。

実証研究では、ランダムに選択した米国東部地域の新興ニュース・メディアに質問票による選択回答と自由回答方式の聞き取り調査を実施し、送り手側の実践にAMの特徴とオーバーラップするものがあるかどうかを確認する。これによって、新興ニュース・メディアが「言論の多様性」へ寄与する可能性があるかどうか、また主流・新興の両者は常に対抗的でなく、同質化の傾向があるかどうかについても検証を行う。

### 第13章 デジタル時代のオルタナティブ・ジャーナリズム(AJ)

本章では、AMが「民衆のメディア」として誕生し、民衆の声を代弁するメディアとして、言論の多様性に貢献するという役割が、現在まで継承されているのかを検証するための前段階として、デジタル時代のオルタナティブ・ジャーナリズム(Alternative Journalism=AJ)の現状と主流メディアのジャーナリズムとの関係性について概観する。

#### 13-1 デジタル時代のオルタナティブ・ジャーナリズム(AJ)

AJとは、Atton(2007)が示した「市民ジャーナリズム」の定義を拡大し、デジタル時代になって目覚ましい発展を遂げている新しいオンライン・ジャーナリズムの実践も含めた、AMのジャーナリズム実践を指している。AJは、本論文の第I部で類型化した、デジタル時代のAMの5つの領域の中の一つに該当する。

本章では、デジタル時代の新興ニュース・メディアが台頭してきた背景や、そこでの具体的なジャーナリズムの実践、社会的に期待されていることなどについて言及する。特に、デジタル時代のAJにかかわる定義を確認した上で、主流メディアのジャーナリズムとAJの間では、どのような特性や機能の違いがあり、AJが主流ジャーナリズムとどのような位置関係にあるかについて考える。

また、これまで二項対立的に見られてきた、二つのジャーナリズムの実践における新たな傾向として指摘されている、主流ジャーナリズムとAJとの協働から生まれるシナジー効果などにかかわる新たな関係性についても見ていく。

##### 13-1-1 デジタル時代の新興ニュース・メディア

主流メディアによるジャーナリズムの実践は、過度な商業主義や、伝統的な規範・慣習が要因となって、ジャーナリズムの硬直化に至るなど構造的な問題を抱えていると指摘されている(Herman and Chomsky 2002; McChesney and Nichols 2010)。さらに、主流メディアのなかでも特にプリント・メディアは、インターネットの台頭で経営基盤が脆弱となったことで、ジャーナリストの人員削減や新聞社・雑誌出版社の倒産が相次ぎ、ジャーナリズムの危機を懸念する声も上がっている(McChesney and Nichols 2010)。

他方、インターネットによる情報発信の技術的な環境が整う中、欧米諸国では近年、オンライン上だけで情報発信する新興ニュース・メディアが次々と誕生している。これら新興ニュース・メディアの多くは、ハイテク分野のベンチャー企業のようにクラウド・ファンディングや投資家からの資金調達で事業を始める「スタートアップ」という形態で起業されている(Jarvis 2015=2016)。

また、数は少ないものの、米国の *ProPublica* のような億万長者からの巨額な寄付を基金にして運営される非営利の新興ニュース・メディア組織も設立されており、質の高い調査報道の担い手として注目されている（大治 2013）。このような新興ニュース・メディアは、新規参入が非常に困難な伝統的なメディアとは、異なる経営基盤で誕生していることが特徴的である（Jarvis 2015=2016）。

そして何より注目を集めているのは、新興ニュース・メディアが、デジタル技術を駆使した革新的なニュースを制作・配信する、新しいジャーナリズムを実践し始めていることである（Caplan 2015; Jarvis 2015=2016）<sup>61</sup>。このような実践を通じて、新興ニュース・メディアが、人員削減や倒産で危機的な状況に陥った伝統メディアのジャーナリズムを物理的に補完するだけでなく、ジャーナリズム自体を再生・復興してくれるのではないかとする見方も出ている（Curran 2010）。

その背景には、新興ニュース・メディアは、双方向性を生かして多様な声を送受信され、Habermas が指摘したように、解決に向けての議論を行なう場（公共圏）を提供する民主的なメディア（Curran 2010; Couldry and Curran 2003; Harcup 2013）としての役割を担ってくれるのではないかと、という期待が込められていると言えるだろう。

### 1 3-1-2 オルタナティブ・ジャーナリズム（AJ）とは

インターネットによる情報発信の技術的な環境が整ったことで、ジャーナリズムの実践を目的とした AM が近年急速に増加している。無料や廉価で誰もが簡単にブログを始められるだけでなく、無名であってもコンテンツが良ければアクセスランキングの上位にランクされたり、SNS 上での記事のシェア、リツイートなどで何十万、何百万もの読者を集めたりすることも可能となった。

AM 研究では、マスに向けた情報発信を行なう個人ブログや SNS など、欧米で目覚ましい発展を遂げている新興ニュース・メディアのジャーナリズムの実践を AJ と捉えている。そして、第 I 部で言及したように、本論文でも AM 研究の枠組に倣って、AJ を AM の一つの領域に類型化したうえで、「デジタル時代になって目覚ましい発展を遂げている、新しいオンライン・ジャーナリズムの実践を含んだ、AM のジャーナリズムの実践」と定義している。

まず、AJ は、主流メディアの実践するジャーナリズムと比べて、そこで制作・発信されるニュースに差異がみられる。主流メディアが発信するニュースは、プロの編集者が世の中の数多くある出来事を、伝統的なニュースバリューの基準に則ってフィルターにかけて選出されたもので、そこでは、伝統的なジャーナリズムの規範に則った、中立性や客観性が要求さ

---

<sup>61</sup> 著者が 2015 年 1 月 22 日に行なったニューヨーク市立大学大学院ジャーナリズム・スクールの Jeremy Caplan 教授へのインタビューから。

れる (Kovach and Rosenstiel 2014; Schudson 1981; 2001)。

つまり、プロのジャーナリストは「客観報道」という縛りがあるため、事実と価値を明確に区別しなければならず、また「中立性」を保たなくてはならないため、記事では自分の意見や立場を書くことはできない (Schudson 1981; 2001)。

他方、AJ では、主流メディアのニュース選択のフィルターからはじき出された出来事や視座を意図的に伝えており、「客観報道」や「中立性」の規範に必ずしも縛られずに、ニュースの当事者や専門家が、自らの立場や意見を明確に表明していることが多い (Atton and Hamilton 2008; Harcup 2013)。

Harcup (2013) や Forde (2011) の実証研究によると、AM で働く編集者やジャーナリストは、主流メディアとは違ったニュースバリューを持ち、別の切り口でニュースをカバーし、主流メディアとは異なるニュース関係者や情報源にアクセスしていたとの知見が示されている。つまり、AJ の実践は、既存のジャーナリズムのニュースの書き方、情報源、読み手の従属的な役割などプロフェッショナル化したジャーナリズムの倫理や、規範、ルーチンに対する批判であり、それらに対する代替的なものを提供していると理解できる (Atton 2007; Atton and Hamilton 2008; Forde 2011; Harcup 2013)。

Atton (2007) は、AJ は、その実践を通して、真実、リアリティ、客観性、専門性、オーソリティ、信頼性などの主流メディアが築き上げた既成概念やプロのコミュニケーションを支配する制度 (機関) を再検討し、異議申し立てをしているのだと指摘する。その役割は、「支配的メディア権力への対抗勢力」としての AM と重複する部分も多くあるが、AJ では、主流ジャーナリズムの規範への批判的な実践に焦点を絞っている点に特徴があると言えるだろう。

### 13-1-3 主流ジャーナリズムと AJ

日常的なジャーナリズムの実践レベルでは、主流メディアのニュース素材として市民ジャーナリズムがますます活用されてきていることが最近の研究で明らかになっている (Allan 2013; Atton 2007; Kenix 2011)。

テレビのブレイキング・ニュースでは、偶然に事件や事故の現場にいた「目撃者」が家庭用ビデオカメラや携帯電話で撮影した映像や写真が使われることが非常に増えてきている。このような一般市民が行なうジャーナリズムは、「アクシデンタル・ジャーナリズム」 (Allan 2013) などと呼ばれている。

また、主流メディアのニュース番組では、市民の声を伝える街頭インタビューの代わりに、個人のブログや SNS など主張されているコメントを、あたかも世論の声として取り上げたり、生放送の番組中 Twitter で寄せられたコメントを、リアルタイムで紹介したりするようになってきた。これと連動するように、近年、主流メディアと AM が協働するハイブリッド化



や、二つのメディアのコンテンツの同質化の進行を指摘する実証研究の知見も発表されている (Atton 2007; Curran 2010; Kenix 2011)。

以前から、コミュニティ・メディアなどでの AM の制作が、実際には主流メディアや商業メディアの内部で行なわれているケースが多いことが指摘されていた (Atton 2007; Deuze 2006; Jenkins 2006)。

近年のハイブリッド化・同質化は、人的レベル、コンテンツレベル、経済レベル、配信レベルなど多岐にわたっており、今後、主流メディアと AM との新しい関係が新しいジャーナリズムの動きとして研究対象になる傾向が現れている。

#### 13-1-4 デジタル時代の AJ を理解する概念枠組

現在の主流メディアと AM がハイブリッド化したメディア環境では、「批判的メディア」という概念で AM を定義した Fuchs (2010) の研究視座が、デジタル時代の AJ を理解する上で必要となるだろう。

「批判的メディア」の概念では、批判的なメディア・コンテンツの存在が必要不可欠である一方で、市民参加、メディア所有者の自律性、代替的な配信手段などについては、そのような特徴を持つことは望ましいものの、絶対条件ではないとされている (Fuchs 2010)。

さらに Fuchs (2010) は、AM は主流メディアで実践されている戦略やプロのマーケティング手法を全面的に否定すべきではなく、むしろ、より多くのオーディエンスに情報を届けるためには、商業メディアの戦略や手法を利用しても構わないとする。

「批判的メディア」の役割が、支配的な社会 (および言説) に疑問を投げかけることである以上、分断された闘争を支援し特定の関心事を扱う小規模なメディアが多数あるよりも、数は少なくとも広範囲の人びとがアクセス可能で影響力を持つ大規模な「批判的メディア」となるほうが効果的であり、むしろ、望ましいとしている (Fuchs 2010)。

「批判的メディア」としての AM は、目的こそ「ラディカル・メディア」や「社会運動のメディア」と同じ「現体制への批判」であり「政治改革」としているが、その実践手法はかなり実用主義的であり、社会的な影響力を持つ「対抗的公共圏」を作り出すためには、伝統的な「オルタナティブ」手法にこだわる必要がないという点で、他の AM の実践とは一線を画している。「批判的メディア」としての AM の概念は、主流メディアと同レベルか、それ以上のアクセスを集め、多大な影響力を持つようになっていく *The Huffington Post* などの新興ニュース・メディアの実践分析にも適用することができると考える。

また、AJ の存在意義についても、AM と同様に、公共圏の概念からその有用性を議論することができるだろう。AM は、主流メディアが発信する支配的な言説から形成される「ブルジョア公共圏」に対抗する、多様な意見で構成される「代替的公共圏 (対抗的/批判的公共圏)」

の形成に関わっているとされる (Downey and Fenton 2003; Fuchs 2010; Negt and Kluge 1983)。

AJ の実践も、主流ジャーナリズムと異なる視点や情報源でニュースを発信していることから、多元的な民主社会で必要とされる「代替的公共圏」や、現体制の支配的な言説に対抗する「対抗的公共圏」の形成に寄与すると指摘されている (Atton 2007; Atton and Hamilton 2008; Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007; Harcup 2003; Kenix 2011; Lievrouw 2011)。

21 世紀を迎え、デジタル・メディアが人々の日々のメディア受容を大きく変化させている中、ニュース領域でも、デジタル技術を駆使した新しいジャーナリズム実践を行なう新興ニュース・メディアが次々に誕生している。これまで主流メディアが独占していたニュース発信に、誰でも自由にアクセスすることが出来る新たな発信のチャンネルが身近となり、メディアが民主化されている傾向が示されている。そのようなジャーナリズムの実践を AJ として分類し、デジタル時代の新しいジャーナリズムとして社会的に期待されているという側面が本節で指摘された。

他方、デジタル化はこれまで二項対立的に見られてきた主流メディアと AM の関係性にも影響を与えている。新しい主流・オルタナティブの関係には、協働によるシナジー効果というポジティブな面と、2 つのメディアの境界線が不明瞭になるハイブリッド化、同質化といったネガティブとも取れる面も指摘されている。このように複雑化するメディア環境を背景に、ニュースを伝達するジャーナリズムそのものも、大きな変革期を迎えていることが示唆されたが、オルタナティブなジャーナリズムの実践である AJ という概念は、「批判的メディア」、「対抗的公共圏」という概念枠組で理解されることが示された。

## 第14章 米国新興デジタル・ニュース・メディアと オルタナティブ・ジャーナリズム(AJ)の実践・変容

前章では前段階として、デジタル時代のオルタナティブ・ジャーナリズム(AJ)の現状と主流メディアのジャーナリズムとの関係性にかかわる最新の動向について先行研究レビューを行なった。

本章では、前章で得られた知見を踏まえて、米国の新興ニュース・メディアが、覇権的な言説に対抗し、多様な視点や意見を代弁する「民衆のメディア」としての役割を継承するメディアとして果たして捉えられ得るのかどうかについて、実証研究によって検証していく。調査対象となった新興ニュース・メディアの編集者やジャーナリストたちは、自らをオルタナティブなジャーナリズムの実践者だとラベル付けをしていない可能性がある。これはAMの一般的な捉え方が、1960年代、1970年代に台頭した一過性のメディア形態だとの認識があるからである。しかし、AMということ意識しようがしまいが、彼ら/彼女らの日常のジャーナリズムの実践を形づくる、メディア組織の目的や動機、組織形態、情報源などが主流メディアと異なるオルタナティブなものであるならば、そこから生み出されるニュースは、主流メディアとは異なる視座や切り口のニュースであると考えられる。つまり、AMかどうかについて無自覚であろうとも、現代の新興ニュース・メディア組織がAMとしての役割を果たしているのならば、言論の多様性に寄与していることが示唆されると言えるだろう。

現代社会において運営を続ける、あるメディア組織、機関の取り組みがAMとして位置づけられるかどうかについての基準は、①設立動機・目的、②経営形態、③ニュースの情報源の3点が該当するかどうかで検証することとする。さらに、前章で指摘されたように、インターネットが急速に社会に浸透しているグローバル化した社会において、主流メディアとAMが二項対立的な関係でなくなってきたことから、④両者が同質化、ハイブリッド化している新たな協働関係があるのかどうかについても検証する。

新興ニュース・メディアが、AMとしての特徴をもつならば、主流メディアとは違うニュースの選択や切り口による報道または情報発信がなされていると考えられ、そうであるならば、言論の多様性に寄与することに通じることになるという研究課題を設定した。その上で、メディアコミュニケーション、およびジャーナリズム活動に従事する送り手側の編集者やジャーナリストへの聞き取り調査を行い、その結果を分析・検証していく。

### 14-1 新興ニュース・メディアを対象にしたAJの実証研究の枠組

本節では、米国の新興ニュース・メディアの実証研究を実施する上での、具体的な調査枠組についてみていく。具体的には、①AJとAMの操作的定義、②研究枠組と研究課題、そし

て、③AJの継続性を検証する4つのリサーチ・クエスチョンについて言及する。

#### 14-1-1 AJとAMの操作的定義

本論文では、AJを、Atton (2007) が示した「市民ジャーナリズム」の定義を拡大し、デジタル時代になって目覚ましい発展を遂げている新しいオンライン・ジャーナリズムの実践も含めた、AMのジャーナリズム実践と定義している。AJは、本論文の第I部で類型化した、デジタル時代のAMの5つの領域の中の一つである。

AMは一般的に、主流メディアの外側に存在するメディアと定義される。しかし、オンライン上では、主流メディアとオルタナティブな領域のコンテンツが混在一体となっていることから、どのようなオンライン・ニュース・メディアがAMなのか、明確な定義づけは難しい。そのため、本論文では、*Pew Research, Columbia Journalism Review* などメディア調査機関で採用している分類やカテゴリー概念に倣い、操作的な定義付けをおこなった。

第III部で実施する実証研究では、主流ニュース・メディアの電子版は調査対象から除外したほか、*Google News, Yahoo News* など、アルゴリズムで掲載するニュースを選択するアグリゲーションサイトも、新興ニュース・メディアには含めていない。ただし、創設時は新興ニュース・メディアとしてスタートし、その後、大手メディアやIT企業が買収や資本投下しているオンライン・ニュース・メディアはAMに含めている。

#### 14-1-2 研究枠組と研究課題

第III部の実証研究では、新興ニュース・メディアが、実際に言論の多様性に貢献しているのかを課題とし、実証研究を通じて新たな知見を得ることを目的としている。社会の多様化に伴い、社会の諸問題を解決していくには、多元的な視座をメディアが伝え、それを議論する場（公共圏）を提供することが求められている。

先に述べたように、一般的な「ニューメディア」の研究では、伝統的なマス・メディア研究の枠組みを援用するのが主流となっている (McQuail 2005=2010)。

しかしAM研究では、第II部で述べたように、新興メディアを、デジタル技術から誕生した「ニューメディア」の研究枠組の中に位置づけず、ジャーナリズムの誕生と結びつくAMの長い歴史の延長線上にある、AMを継承したジャーナリズムの実践と捉え、AM研究の枠組ベースとしている (Atton and Hamilton 2008)。

その背景には、19世紀にメディアの商業化が進展していくのに伴い、民衆のメディアとしてのAMは周縁化されてきたが、昨今のデジタル技術の普及で誰もが情報発信できるようになったことで、長い間埋もれていた、民衆の声を発信するという、AMのニーズが顕在化してきたという歴史的側面の認識がある。

実証研究を進めるにあたり、AJの先行研究の学術的知見の上に立ち、新興ニュース・メディアのジャーナリズム実践がAMとしての特徴を持つならば、主流メディアとは違うニュース選択や切り口によって発信が行なわれていると考えられ、そこでのジャーナリズム実践は言論の多様性や議論の拡大に貢献するのではないかとの研究課題を設定した。

この研究課題を明らかにするために、研究対象とする新興ニュース・メディアが、AM組織としてジャーナリズムを実践し、言論の多様性に寄与する営みがみられるかどうかについて、送り手側の編集者やジャーナリストへの聞き取り調査を行い、その調査結果に基づいて検証・考察する。

調査対象を、新興ニュース・メディアの編集者やジャーナリストとしたのは、彼ら/彼女たちこそが、世界中の数多ある出来事の中から何をニュースとして伝えるのかを選択する「ゲートキーパー（門番）」（White 1950）であり、編集者やジャーナリストが選択したりレポートしたりした記事は、世の中で何が重要なニュースとなっているのかを知らせる「議題設定機能」（McCombs and Shaw 1972）を担っているという視座が背景にある。さらに、世の中の出来事やニュースをどのような「フレーム（枠組）」（Scheufele 1999）によって伝えるかは、その担い手である編集者やジャーナリストの意図や行動規範に大きく影響される（金山勉・金山智子 2005）。新興ニュース・メディアのジャーナリズムに従事する送り手側が、主流メディアの送り手たちと、異なった意図や行動規範を持っているとすれば、そこから発信されるニュース自体、またはそこに盛り込まれる視座は、自ずと主流メディアとは異なったものになり、言論の多様性に繋がっていくと考えられる。

本論文では、新興ニュース・メディアにおける言説の多様性や議論の拡大の実体について、発信記事のコンテンツ分析や、オーディエンスの受容にかかわる実証的な調査研究は行わない。しかし、新興ニュース・メディアの編集者やジャーナリストが、日常的にどのように実際のジャーナリズム活動を行なっているのか、編集上の意図や行動規範、組織の形態などの状況を明らかにすることは、発信されるニュースの選択や、伝え方の切り口についてAJとしての継続性がそこに存在するかどうかという重要な知見を与えてくれると考える。

本研究の調査枠組は、主流メディアとAMで実践されているジャーナリズムの関係性についての実証研究を実施したHarcup（2005）の調査手法にならった。Harcup（2005）は、AMと主流メディアの両方でプロフェッショナルとして経験を積んだ編集者やジャーナリストに対し、AMでのジャーナリズム実践の目的や動機、制作プロセスなどについて主流メディアとの比較からAMの実践上の特徴を分析した。この調査研究において、Harcup（2005）は、ジャーナリストへのインデプス・インタビューによる質的調査と共に、質問票を使った調査を併用しており、本調査研究でもこれを援用した。

本研究の調査課題におけるAMの特徴や機能を備えているかにかかわる基準は、Harcup

(2005) の調査が示した知見を含む既存の先行研究に基づいて設定した。具体的には、①設立動機・目的、②経営形態、③ニュースの情報源の3つに焦点を当てて、RQ1：AMの設立目的・動機は何か、RQ2：AMはどのような経営形態（組織形態・資金源）をとるか、RQ3：AMのニュースの情報源は何か、という3つのリサーチ・クエスチョンを設定した。更に、主流メディアとAMが二項対立的な関係ではなく、相互補完的な関係性も示し始めていることから、④両者が同質化、ハイブリッド化して新たな協働関係が見られるかどうかについては、RQ4：AMによる主流メディアとの協働はあるか、とするリサーチ・クエスチョン（RQ）を設定した。

#### 14-1-3 AJの継続性を検証する4つのリサーチ・クエスチョン

各リサーチ・クエスチョン（RQ）を導出した先行研究については、それぞれのRQごとに以下で示す。

##### RQ1：AMの設立目的・動機は何か

AMでは主流メディアでカバーされないトピックや、視座でニュースを発信することを目的や動機にしている（Atton and Hamilton 2008; Harcup 2005; 2013; Lievrouw 2011）。ニュースの送り手側の組織の設立目的・動機が、主流ジャーナリズムの実践を批判したものかどうかを明らかにし、それと差別化することで結果的に情報の多様性に貢献しているかを分析する。ここでは、調査対象の設立目的・動機の中に、AMが備えている特徴が見られたならば、情報の多様性に貢献していると判断する。

##### RQ2：AMはどのような経営形態（組織形態・資金源）をとるか

主流ニュース・メディアは、ヒエラルキーのある垂直型の組織形態をしており、公共メディアを除く全てが広告収入などによる営利企業である。このため、スポンサーや、親会社から直接的・間接的な政治経済的圧力を受けやすいという構造的な欠点を抱えている（McChesney and Nichols 2010; Herman and Chomsky 2002）。一方、オルタナティブなニュース組織は、一般的に上下関係のない水平的な組織形態で、非営利的傾向があり、スポンサーや親会社から政治経済的圧力を受けにくいとされている（Atton and Hamilton 2008; Harcup 2005; 2013; Lievrouw 2011; Forde 2011）。AJが主流ニュース・メディアとは異なる経営形態や資金源を持っているならば、主流ジャーナリズムで伝えられない情報を取り上げる可能性があると考えられ、言説の多様性に繋がっている可能性があるかと判断できる。

### RQ3 : AM のニュースの情報源は何か

AJ を実践しているニュース・メディアでは、社会運動の参加者、社会のマイノリティ・グループに属している人々、サブカルチャー／対抗カルチャーの従事者などを情報源にして、多種多様な声を届ける事が目的にされており、そこでは、当事者から直に発せられる声を届けることが多い (Atton 2002a; Downing et al. 2001; Waltz 2005=2008)。つまり、AJ では自己表現 (self-representation) に重点を置くことで、結果的に多様性のあるコンテンツを届け、社会における言説の多様性に寄与していると言えるのである (Bailey, Cammaerts and Carpentier 2007)。つまり、新興ニュース・メディアがエリート以外の多様な情報源からニュースを制作しているのであれば、ニュースの多様性、視点の多様性に貢献していることが示唆される。

### RQ4 : AM による主流メディアとの協働はあるか

デジタル時代になって、欧米の AM で実践されるジャーナリズムの研究では、新興ニュース・メディア、情報提供を目的としたブログや SNS なども研究領域に含まれるようになり、それらの実践や概念も、インターネットの登場以前と現在とでは変化がみられる。以前は、AM のジャーナリズムの実践は、主流ジャーナリズムに対抗するものとして、覇権的言説への批判的な実践に研究の焦点が当てられてきた。しかしインターネットが普及した 2000 年以降は、従来のような主流ジャーナリズムと二項対立で捉える枠組みに批判が向けられるようになった (Atton 2002b; Downing, et al. 2001; Hamilton 2000; Kenix 2011)。

近年、ジャーナリズムの実践における、主流メディアと AM の関係性が、新たな研究テーマとなり、特に 2 つのメディアを横断するジャーナリズムの実践を扱う研究領域に注目が集まっている (Atton and Hamilton 2008; Harcup 2005; 2013; Kenix 2011)。技術の発展や融合などメディア環境の変化によって、オルタナティブと主流メディアにおけるジャーナリズム実践の関連が複雑化してきており、二つのメディアの協働で生まれるシナジー効果や、実践上の重複がみられるハイブリッド化・同質化が指摘されている (Atton and Hamilton 2008; Kenix 2011)。ネガティブな影響としては、両者が同質化することで言論の多様性が損なわれる可能性も示唆されている。

## 14-2 調査方法と調査対象

本実証研究を行う上での調査方法と調査対象は、以下の通り設定した。

### 14-2-1 調査方法

本研究における調査方法は、Harcup (2005) の先行研究に拠る。調査課題に対する新たな考察を導きだすデータを取得するための選択回答式の質問と、回答者の経験や意見を更に

深く探求するための自由回答式の質問との両方を含む質問票によって、聞き取りを行なった。聞き取りの対象者から AJ の取り組みにかかわる事実（状況）と意見の両方を収集するのに適切だと判断したからである（Denscombe 1998）。特に、量的調査では抽出することが出来ないニュース制作のプロセスについて、インデプス・インタビューによって深く掘り下げた内容のデータ収集することとした。

質的調査は、単なる「逸話的」データの集積に終わるリスクを伴う（Silverman 2000）。一方で、ターゲットグループの動機や自己意識について、量的調査より深く探究できる可能性が高いというメリットがある。特に自由回答式の聞き取り調査は、少ないサンプルにおいても、事象の実体に深く踏み込んだデータを提供できる潜在性もある（Denscombe 1998）。

なお、本研究調査にあたり、インデプス・インタビューに協力した回答者には、研究で得たデータは、学術的目的にのみ使用すること、ニュース組織や個人名が、何らかの不利益を引き起こすような利用には使用しないことを事前に伝え、同意を得て実施した。また、インタビュー内容は、本人の同意を得て録音し、データは書き起こしてトランスクリプトにし、その上で分析を行っている。

新興ニュース・メディアはめまぐるしい変化の渦中にある。そのなかでの研究には多くの制約が伴うが、ジャーナリズムの変容を分析していく上で、実証的なデータに基づき考察することが重要であり、本調査から得られた経験的データは、この分野の研究をさらに深めることに貢献すると考える。

#### 1 4-2-2 調査対象

本調査の研究課題を検証するため、2015年1月から2月にかけて、米国東部地域の6つの新興ニュース・メディアに聞き取り調査を行った。調査対象は、ジャーナリズム的な情報を発信する、新興ニュース・メディアに所属する編集者およびジャーナリストとした。対象は、主に *Columbia Journalism Review* が作成した「オンライン・メディア・スタートアップス」の303組織からランダムに選択した。

調査対象の選択基準は、新興ニュース・メディアが（1）独自記事を提供し、（2）常勤が最低1名おり、（3）主流メディアのオンライン版以上の存在であり、その上で、（4）持続的な経営に真剣に取り組んでいることの4点に置いている。これらの選択基準は、*Columbia Journalism Review* の「オンライン・メディア・スタートアップス」のデータベースに準拠した。

なお本調査は、調査地域を限定して実施した。対象メディア組織が数多く拠点にしているニューヨーク（対象メディア33組織あり）、フィラデルフィア（同9組織）、ワシントンD.C.（同14組織）に絞り込んだことがその理由であり、合計20カ所に対して電子メールでコン



タクトをとり調査依頼書を送り、以下の 6 つの組織から協力の同意を得て、訪問調査を実施した。

① **Billy Penn (Philadelphia)** <http://billypenn.com> (2015 年 2 月 3 日実施)

2014 年設立。「ハイパーローカル」メディア。オンライン版のみ。若者層のモバイルユーザーを優先した方針で動向が注目される。2015 年 5 月のアムトラック脱線事故の際には、ソーシャル・メディアを駆使して、有益な最新情報を最も早く伝達したことで注目を集めた。ユニークビジター数は月 12 万 5 千人。回答者は、創設者兼 CEO の Jim Brady 氏。

② **Corner News Media (New York)** <http://cornermediagroup.com> (2015 年 2 月 4 日実施)

全米に多数ある小規模運営の「ハイパーローカル」メディアの代表例。ニューヨークのブルックリン区を 6 つのエリアに分割し、6 つの「ご近所」サイトを運営している。オンライン版のみ。ユニークビジター数は、月 25 万～30 万人。回答者は、発行人の Liena Zagare 氏。

③ **OpenSecrets.org (Washington D.C.)** <http://www.opensecrets.org> (2015 年 2 月 2 日実施)

質の高い調査報道を行なう非営利メディアの代表例。首都ワシントンで、政治と資金の動きに焦点をあてた調査報道を展開。2013 年には 3500 万ページビュー、500 万人のユニークビジターがあった。回答者は、編集長の Viveca Novak 氏。

④ **Philadelphia City Paper (Philadelphia)** <http://mycitypaper.com> (2015 年 1 月 29 日実施)

全米に 100 以上ある伝統的オルタナティブ週刊紙の代表例。営利で、ウェブ版と紙媒体の両方で発刊している。創刊は 1981 年。紙媒体は週一回 7 万部発行。回答者は、編集長の Lillian Swanson 氏。

⑤ **The Hechinger Report (New York)** <http://hechingerreport.org> (2015 年 2 月 3 日実施)

コロンビア大学 Teachers College が運営支援する、教育分野に特化した非営利ニュース組織。大学と連携する新興ニュース・メディアの代表例。オンライン版のみ。ユニークビジター数は、月 25 万人。教員や教育関連の行政担当者など全国規模の読者を持ち、教育政策にも影響を与える調査報道で知られる。回答者は編集長の Sarah Garland 氏。

⑥ **The Huffington Post (New York)** <http://www.huffingtonpost.com> (2015 年 2 月 5 日実施)

2005 年に保守系ニュースサイトに対抗するリベラルな意見発表の場として、編集長のアリアナ・ハフィントン氏が設立。現在、米国で最多アクセス数を誇る、新興ニュース・メディア。

有力な伝統メディアと肩を並べるアクセス数と影響力を持つ。独自記事以外に、著名人のブログ、各種ニュース媒体から記事を集めたニュース・アグリゲーターである。回答者は国際担当エクゼクティブ・エディターの Nicholas Sabloff 氏。

調査対象は、これら 6 組織という限られた対象サンプルではあるが、パイロット的な調査と位置づけて実証研究を行なった。

### 1 4-3 調査結果報告

本研究では、AJ の先行研究の知見をもとに、新興ニュース・メディアのジャーナリズム実践が AM としての特徴を持つならば、そこでのジャーナリズム実践は言論の多様性や議論の拡大に貢献するのではないかと研究課題を設定した。そして、その研究課題を実証的な調査として展開するために、RQ 1 : AM の設立目的・動機は何か、RQ 2 : AM はどのような経営形態（組織形態・資金源）をとるか、RQ 3 : AM のニュースの情報源は何か、RQ 4 : AM による主流メディアとの協働はあるか、という 4 つのリサーチ・クエスチョンを設定した。

前節で示した調査方法に基づいて、6 つの新興ニュース・メディアで得られたデータの調査結果を、4 つの RQ ごとに報告していく。なお、それぞれの RQ に対する、6 つの新興ニュース・メディアの回答の概略は、筆者が作成した表で提示している（表 5 から表 8 を参照）。

#### 1 4-3-1 RQ 1 : AM の設立目的・動機は何か

RQ 1 「設立目的・動機は何か」について、6 つの新興ニュース・メディアの編集長・ジャーナリストに聞いた回答から、組織ごとにまとめて報告する。

##### 【1. *Billy Penn*】

*Billy Penn* の設立目的の一つは、特に 35 歳以下の若者たちをターゲットに、主流メディアのニュースに満足できない人々に、社会への関心を喚起する情報を伝えることである。主流ジャーナリズムと異なる新しいアプローチとして、ニュースを伝えるだけでなく、実際に解決していくことを目指す「解決ジャーナリズム(solution journalism)」と、35 歳以下が興味を持つ記事を選択する「キュレーション」を挙げている。

二つ目の目的は、社会への関与に興味を持つ若者層に、行動を促す情報や機会を提供することである。主流ジャーナリズムでは記事を提供したらそれで一連の情報伝達サイクルは終わるが、*Billy Penn* では、その課題について更に知りたい、実際に関わりたい人のために、記

事と共に関連先のリンクを提供している<sup>62</sup>。またオフラインでも、課題ごとにいくつものイベントを開催し、同じ社会的関心を持つ者同士のネットワークづくりや活動に関与する契機を提供している。

### 【2. *OpenSecrets.org*】

*OpenSecrets.org* は、オープンデータをもとに政治家や政府高官への政治資金の流れを追跡して、不正な動きを暴く調査報道を行なうことを目的に設立された。主流ジャーナリズムが幅広いジャンルを扱う一方で、扱うジャンルを特化していること、専門家によるデータ・ジャーナリズムを特徴とする戦略が存在している。

### 【3. *Philadelphia City Paper*】

*Philadelphia City Paper* は、元来オルタナティブ・ウィークリーとしてスタートしていた。このため、社会の少数派の視点に立った調査報道が、設立動機であり、それは現在も維持・継承されている。他のメディアでは取り上げないオルタナティブな情報や視点を提供することを目的としている。

### 【4. *The Hechinger Report*】

*The Hechinger Report* は、全米の教育問題を解決するためのイノベーションや、人種や貧富の差から生じる教育の不平等に焦点を当てた調査報道を行なうことを目的に設立された。人員削減がすすむ主流メディアで教育問題をカバーする記者が減った分の穴埋めをするだけでなく、この分野の知識と人脈を活かした質の高い調査報道を目指している。

### 【5. *The Huffington Post*】

*The Huffington Post* では、トップダウン型でニュースを配信するだけでなく、ニュースに対するコメント、シェア、相互のインター-アクティブなやりとりなど、サイトから対話が生まれるプラットフォームを作り出すことを目指している。多様な視点と対話は、多くの著名人を含む8万人以上が提供しているブログの存在が大きく貢献しているという。また、一つのサ

---

<sup>62</sup> Billy Penn のサイトは中立であり、視点が対立している場合は反対・賛成両方の立場のリンクを提供して

イト上に、政治・経済からハリウッドのゴシップまで扱う記事の間口の広さが特徴で、幅広い読者のニーズにワンストップで対応できる点が主流メディアと最も異なる点である。情報量も群を抜いて多く、一日およそ 2000 本の記事が掲載されている。

調査を実施したメディア組織の設立目的・動機は様々だったが、それぞれが、明確な使命を持って、日々のジャーナリズムの実践を行っていた。そこでの目的や動機は、主流メディアとは明らかに異なるものであり、それぞれのニュース組織でニュースの選択やニュース制作にかかわる重要な役割を担う編集者らは、主流メディアのジャーナリズムの実践と、意図的に差別化してニュースを送り出していた。

表14-1 「RQ1 AMの設立目的・動機は何か」調査結果まとめ

メディア組織	目的・動機	戦略
<i>Billy Penn</i>	①社会的関心を喚起する情報を伝える ②行動を促す情報や機会を提供する	解決ジャーナリズム、キュレーション イベント開催
<i>Corner News Media</i>	①近隣住民の生活の質の向上 ②地域を盛り上げる	生活に関わる近所の情報を網羅 情報を足でかせぐ
<i>OpenSecrets.org</i>	政治資金の不正を暴く調査報道	扱うジャンルを特化 データ・ジャーナリズム
<i>Philadelphia City Paper</i>	オルタナティブな視点の調査報道	オルタナティブ・ウィークリーの伝統 継承
<i>The Hechinger Report</i>	教育問題の革新的な解決方法、教育の不平等についての調査報道	この分野の専門知識、人脈を活かした 質の高いジャーナリズム
<i>The Huffington Post</i>	①対話が生まれるプラットフォーム形成 ②扱う記事の間口の広さ、多様な媒体でのアウトプット	多くの著名人も参加するブログの活用 SNSの活用、情報量の多さ

#### 14-3-2 RQ2：AMはどのような経営形態（組織形態・資金源）をとるか

##### 【組織形態についての調査結果】

今回調査した6メディアのうち、*Corner News Media*を除く5つの編集長もしくはCEOをトップにした組織において、主流メディアと同じ垂直型の組織形態運営がみられた。調査対

いるという（創業者兼CEOのBrady氏とのインタビューから）。

象の中で最も小規模の *Corner News Media* だけは、唯一上下関係のない水平型の集合体で運営されていた。

### 【資金源についての調査結果】

資金源では、非営利組織の *OpenSecrets.org* と *The Hechinger Report* が、基金や助成金、寄付金などで運営されており、それ以外の4つは営利組織であり、広告が主な収入源になっていた。非営利のメディア組織は、広告主からの圧力を受けずに調査報道ができる環境が与えられていた。これにより、主流ニュース・メディアが伝えない、または伝えられない情報を取り上げることが可能とした。しかし非営利の2組織は共に、常に資金集めに時間と労力を費やしていると指摘しており、運営資金の確保において厳しい状況に直面している。

一方、営利組織として運営されている新興ニュース・メディアでは、ウェブ広告のシェア争いが激しくなっている点が指摘された。オフラインで若者向けのイベントを多数開催している *Billy Penn* は、テキサス州の非営利新興ニュース・メディア *The Texas Tribune* が、イベントビジネスで年間120万ドル（1ドル100円換算で1億2000万円）の収益を上げている点を指摘し、広告だけに頼るのではなく、将来的にはイベントを収益の柱にしていきたいとの意向を表明している。新興ニュース・メディアが、イベントなど、広告以外で安定した収益が得られるようになれば、広告主の圧力から解放され、言説の多様性に貢献出来る可能性が出てくる。

新興ニュース・メディアの経営形態は、調査対象6組織のうち4つが営利、2つが非営利であり、それぞれ異なる経営形態にあっても、多様な言論の可能性を追求出来るという現実を示していると理解できる。

表14-2 「RQ2 AM ほどのような経営形態(資金源)をとるか」 調査結果まとめ

営利（広告収入など）	非営利（基金・寄付金など）
<i>Billy Penn</i>	<i>OpenSecrets.org</i>
<i>Corner News Media</i>	<i>The Hechinger Report</i>
<i>Philadelphia City Paper</i>	
<i>The Huffington Post</i>	

#### 14-3-3 RQ3 : AMのニュースの情報源は何か

調査対象となった6つの組織すべてが、公的機関の発表情報をそのまま情報源にして記事にすることはないと回答している。この内、*The Huffington Post* では、記者会見の内容を伝えるのは主流ジャーナリズムに任せ、自分たちは、問題を掘り下げることにより、別の視点から記事を書いている。また *Philadelphia City Paper* は、一度もメディアに登場したことのない人たちを記事にすることが多く、*Philadelphia City Paper* で報道された人や物、さらに世の中の出来事を、主流ジャーナリズムが後追いで取り上げることも少なくないという。

ハイパーローカルの *Corner News Media* は、カバー領域がニューヨーク市のブルックリン地区という狭いエリアに限定されているため、自分の足で地道に情報を探し、独自の報道をすることが多い。近所で話題になっている店や活躍している人物を取り上げることで、地域を活性化したいと *Corner News Media* 発行人の Liena Zagare 氏は話している。

*OpenSecrets.org* の情報源は、米国議会などが公式発表した政治資金にかかわるデータを中心としており、そこから不審な資金の動きを見つけ出し、これにかかわる調査や取材をもとに記事にしていくデータ・ジャーナリズムを実践している。

*The Hechinger Report* は現場取材を基本としており、情報源には政府の教育政策担当者も含まれるが、他方で発表情報には依存していない。主要な情報源は、現場の教師や専門家（大学教授など）であり、扱うトピックの当事者や特定のトピックに精通している関係者に直接取材して記事にしている。

リサーチ・クエスチョン3にかかわるニュースの情報源について、調査対象にした6つのメディア組織では、社会的にみれば、時に情報のボトルネックとなる社会的「エリート」に対して情報収集するのではなく、それ以外の多様な情報源を求める姿勢を維持しており、そこで制作されるニュースが言論の多様性に貢献している状況がみられた。

表14-3 「RQ3 AMのニュースの情報源は何か」調査結果まとめ

メディア組織	情報源
<i>Billy Penn</i>	フィラデルフィアを扱うあらゆる媒体。ソーシャル・メディア。地元のネットワークを重視
<i>Corner News Media</i>	ブルックリンを扱うあらゆる媒体。ソーシャル・メディア。スタッフの人脈。スタッフが足で稼ぐ
<i>OpenSecrets.org</i>	米国議会などから正式発表されるデータに拠る
<i>Philadelphia City Paper</i>	通信社以外のあらゆる媒体。地元人脈による情報ネットワークを活かして主流メディアでカバーされていない人物や問題を取り上げることが多い
<i>The Hechinger Report</i>	教育政策の担当者。現場の教師。専門家（研究者）。専門知識に裏付けされた、幅広いネットワークを強みとする
<i>The Huffington Post</i>	ソーシャル・メディア、ブログを含むあらゆる媒体、関連人物。政府の発表情報をそのまま記事にするのは主流ジャーナリズムに任せ、問題を掘り下げて、別の視点で記事を執筆

#### 14-3-4 RQ4：AMによる主流ニュース・メディアとの協働はあるか

調査対象となった6つの新興メディアの内、4つの組織の編集長がエリート紙の *The Washington Post*、オピニオン誌の *Time* など主流メディアの出身者だった。これは主流ニュース・メディアと新興ニュース・メディアとの間で、メディア間の「人材上の連携」がはかられており、主流ニュース・メディアとの協働によるものと考えられる。主流ニュース・メディアから新興ニュース・メディアに転職した理由は、主流ニュース・メディアで出来なかったことを実現したい (*Billy Penn* の Brady 氏、*Philadelphia City Paper* の Swanson 氏) としており、これは「夢実現型」と理解される。

他方、主流ニュース・メディアの締め切りに追われる働き方から時間的余裕を持った働き方へ変えたい (*The Hechinger Report* の Garland 氏、*OpenSecrets.org* の Novak 氏) という「ワーク・ライフ・バランス型」を理由とするものもあった。新興ニュース・メディアは、プロのジャーナリストの働き方についてもオルタナティブな選択肢を提供することに貢献している可能性が示唆された。「ワーク・ライフ・バランス型」と回答した Garland 氏、Novak 氏は、共に女性編集者兼ジャーナリストだが、特に新興ニュース・メディアは、女性がライフスタイルの変化によって主流ニュース・メディアとは異なる働き方を求める際、魅力的な選択肢の一つに成りうると思われる。

新興ニュース・メディアでは、編集長以外に主流ニュース・メディアの出身者は殆どおら

ず、年齢層も 20 代から 30 代の若手ジャーナリストが多数を占めていた。*The Hechinger Report* では、コロンビア大学のジャーナリズム・スクールとの提携によりインターンを受け入れており、そのまま常勤記者として働いている事例もみられた。*The Huffington Post* でも、ジャーナリズム・スクールを卒業した 20 代を多く採用している。このような取り組みの背景には、若者層の興味・関心をひく記事について、同年代の記者の視点が必要であること、また日進月歩で変化するデジタル・メディア環境に素早く適応するため、デジタル・メディアの最新動向に精通した若い世代のジャーナリストを抱えることが必要 (*The Huffington Post*, Sablof 氏) との理由がある。

多様な視点から、掘り下げた調査報道を実践している *OpenSecret.org*、*The Hechinger Report*、*Philadelphia City Paper* の編集長らは、実践していた客観報道、中立性、ファクトチェックなどの伝統的な調査報道の規範を踏襲していると回答した。主流ニュース・メディアとの協働は、実務的な日々のオペレーションの中では発生していないが、人材の流動化現象の中で、主流ニュース・メディアから新興ニュース・メディアへの流入が発生していることで、結果的に協働しているかのような疑似状況が生まれている。主流・新興のジャーナリズムの実践は、ハイブリッド化・同質化に向かっていると理解される。

人材の流出・流入による主流ニュース・メディアとの擬似的な協働状況の他には、記事の掲載というジャーナリズムのオペレーションでの連携が見られた。*The Hechinger Report* と *OpenSecret.org* では、記事を自組織のサイトと共に、提携している主流ニュース・メディア (紙面・オンライン版) でも掲載することにより記事の露出を高めることを狙っていた。この戦略は、新興オンライン・ニュース・メディアで初めてピューリッツァー賞を受賞した非営利ニュース組織 *ProPublica* が採用したことから、非営利の新興ニュース・メディアに広く普及していった。*ProPublica* は、億万長者の寄付による基金を主財源に組織運営されており、その豊富な財源をバックに、エリート紙で活躍していた優秀なジャーナリストを採用し、次々と質の高い調査報道記事を発表して全米で広く認知される存在となった。*ProPublica* のジャーナリズムの実践は、新時代の非営利ニュース組織が、調査報道の新たな担い手となり得る事例として注目され、その運営モデルは多くの非営利ニュース組織に影響を与えている。

また、様々なニュース媒体の記事を 1 カ所に集め、提供するニュース・アグリゲーターでもある *The Huffington Post* と *Billy Penn* では、主流ニュース・メディアの記事を掲載する際、ヘッドラインについて、読者の目を引くよう書き換えていた。新興ニュース・メディアでは、



主流ニュース・メディアのコンテンツのリンクを掲載することにより、自組織を超えてニュースのラインナップを充実させることが可能となる。また主流ニュース・メディアでも、新興ニュース・メディア経由で自社の記事のアクセス数が増えることには一定のメリットがある<sup>63</sup>。主流ニュース・メディアと新興ニュース・メディアとの間の連携は、多様な視点、論点を社会に向けて協働して発信することにつながっており、そこにシナジー効果が発生している可能性が示唆された。

他方で、*The Huffington Post* は 2011 年からオンライン・メディア大手の AOL（2016 年 8 月現在では Verizon）の傘下に入り、*Philadelphia City Paper* は 2014 年に日刊フリーペーパー業界で世界最大手の *Metro* に買収されるなど、主流メディアによる新興メディアの買収や資本提携が活発になる状況が本調査でも確認された。どちらも、編集権の独立は保たれ、親会社からの介入はないとしているが、影響を全く受けないという保障はなく、むしろ主流メディアと資本上の繋がりが出来たことで、言論の多様性に対する懸念が発生する状況が出てきたと言えるだろう。

新興ニュース・メディアと主流ニュース・メディアとの協働は、人材面、オペレーション面で散見され、双方にとってメリットとなるシナジー効果が確認できたが、他方、資本面での統合・合併により言論上の同質化を招く懸念も示唆された。

---

<sup>63</sup> 主流・新興メディアの広告収入の取り分をめぐる議論については、本研究で扱う範囲を超えているため、触れていない。

表14-4 「RQ4 AMによる主流メディアとの協働はあるか」 調査結果まとめ

メディア組織	人材移動	記事の掲載	ニュース・アグリゲーター
<i>Billy Penn</i>	編集長が主流メディア出身		主流メディアの記事を見出し書き換えて掲載
<i>Corner News Media</i>			
<i>OpenSecrets.org</i>	編集長が主流メディア出身	独自記事を主流メディアで掲載	
<i>Philadelphia City Paper</i>	編集長が主流メディア出身		
<i>The Hechinger Report</i>	編集長が主流メディア出身	独自記事を主流メディアで掲載	
<i>The Huffington Post</i>			主流メディアの記事を見出し書き換えて掲載
※推測される効果	⇒ハイブリッド化・同質化	⇒シナジー効果	⇒シナジー効果

## 第15章 第Ⅲ部まとめ

第Ⅲ部では、新興ニュース・メディアが、過去のAMを受け継ぐと判断されるAMの特徴や役割を継承するジャーナリズムの実践と位置づけられるか、また、「言論の多様性」に貢献しているかについて実証的データを収集することで、これを分析した。AMは、主流メディアと異なる視点や情報源でニュースを発信し、多元的民主社会に必要な「代替的公共圏」の形成に寄与するとされる。新興ニュース・メディアがAMの特徴を持つならば、言論の多様性に寄与するとする研究課題は、第Ⅲ部で行なった新興ニュース・メディア6組織を対象とする限られたデータによる分析ではあるが、部分的に支持されたと考える。

RQ1「AMの設立目的・動機は何か」については、本研究が調査手法として依拠したHarcup(2005)の実証研究において、調査したジャーナリストたちのAMでのジャーナリズムの実践の目的・意義にかかわって、政治的・文化的にラディカルなコンテンツの発信、代替的スタイルの表現、コミュニケーション技術の創造的な使用、代替的手法での発信などが、主流メディアと差別化される特徴がみられた。

本調査では、新興ニュース・メディアの調査対象者から、「行動を促す情報や機会を提供する」、「対話が生まれるプラットフォームを形成する」といった目的、「扱う記事の間口の広さ」、「主流メディアで扱わないトピックや視座の提供」などの戦略が示され、送り手側が主流メディアと意図的に差別化を図ろうとしている点が顕在化された。これらの回答から、新興ニュース・メディアが言論の多様性に寄与している可能性が示唆された。

RQ2の「AMはどのような経営形態（組織形態・資金源）をとるか」では、特に、Harcup(2005)の実証研究では、ヒエラルキー型よりは水平型のコミュニケーションがAMの特徴として挙げられていた。本調査においては、非営利の2つの新興ニュース・メディアが、基金や寄付金など広告以外の資金で運営されていることから、広告主の圧力を受けやすい主流ニュース・メディアが伝えない、または伝えることができないトピックや視座を伝えている可能性が示された。他方、営利の新興ニュース・メディアは、主に広告収入に依存しており、また組織形態も、殆どが垂直型で運営されていたことから、主流ニュース・メディアとの差異は殆どみられなかった。他方、組織形態が共に営利企業だからという理由で、主流ニュース・メディアと新興ニュース・メディアのニュース制作プロセスが同じとは限らない。両者の制作プロセスの違いはどこにあるかについては、今後の研究調査において参与観察により明らかにする必要があるだろう。

RQ3「AMのニュースの情報源は何か」では、新興ニュース・メディアは、主流ニュース・メディアで主要な情報源にしている政府機関の記者会見や発表ものを、情報源にしていなかった。回答者からは、ソーシャル・メディアの積極活用、独自のネットワークを使ったニュ

ース素材の発掘、データ・ジャーナリズムの実践など、多様な情報源を活用して主流メディアと差別化していることが確認された。これら情報源の違いが、新興ニュース・メディアの言論の多様性に寄与している可能性が示唆された。

現在では主流メディアも、積極的にソーシャル・メディアの活用やデータ・ジャーナリズムに取り組んでおり、この領域での両者の境界線は不明瞭になってきている。特にマルチメディアを駆使したデータ・ジャーナリズムは、*The New York Times* など資金力のある主流メディアから優れた記事が発表されている。その意味では、AM の多様性報道に向けた取り組みが主流ニュース・メディアの取り組みに還流する状況が生まれつつあるとも理解できる。

一部で主流・新興メディア間での同質化が見られたが、RQ1「AM の設立目的・動機は何か」RQ2「AM はどのような経営形態（組織形態・資金源）をとるか」RQ3「AM のニュースの情報源は何か」の調査結果から得た新興ニュース・メディアの実践の多くは、少なくとも現段階では、ニュースの書き方（特にヘッドラインの書き方）、情報源、読み手の従属的な役割など、主流ニュース・メディアの伝統的ジャーナリズムの規範やルーチンに対する批判的な実践（Atton 2007; Atton and Hamilton 2008; Harcup 2013）を行なおうとしている傾向がみられ、AM の特徴とオーバーラップしている。本調査で調査対象とした 6 つの新興ニュース・メディアは、「言論の多様性」に一定程度、寄与していると言えるだろう。

RQ4 の「AM による主流メディアとの協働はあるか」については、Harcup（2005）の実証研究では、AM と主流メディアの役割が不明瞭になっている点が指摘されており、AM と主流メディアは、二つの対立したメディアというよりは、一つの連続体としてのメディアの一部であるとする事ができるのではないかとの知見が示されている。

本調査でも、そのような傾向を裏付ける結果が示されたと言える。主流・新興の 2 つのニュース・メディアの関係が常に対抗的という状況でなく、協働することでシナジー効果を生み出そうとする状況も感じられた。これまで明確に区分された主流メディアと AM 領域の境界線が不明瞭となるハイブリッド化や、両者の取り組みが同質化する傾向がみられたことが、本調査の知見として得られた。

特に、ハイブリッド化や同質化の傾向は、主流メディアと AM という二つのメディアのニュース価値を左右する編集責任者が、多くの場合主流ニュース・メディアの経験者であるという点において、特徴的に見られた。従来、AM にかかわる人々は、関心のある課題の専門家や、関与している運動の当事者であることが多く、必ずしもプロのジャーナリストである必要はなかった。しかし、調査対象の 4 組織の創設者・編集者は主流メディアの出身者で、しかも古巣で実績を持つジャーナリストであった。

これは主流・新興メディア間で人材面のハイブリッド化、同質化が示されたのと同時に、新興ニュース・メディアの特徴が、プロフェッショナルでない一般市民を担い手としている

AM の必要条件に該当しない場合であっても、必ずしもそれが「言論の多様性」の阻害要因になっているわけではないことが示されたとも言える。つまり新興ニュース・メディアが「言論の多様性」に貢献するパターンは、実際には複数存在し、AM の分析枠組では収まりきれない複雑性を持っていることが示唆されたと言えるであろう。

調査を行なった新興ニュース・メディアの編集長たちは、かつて主流メディアを経験して新興メディアへ転職した事例が多くみられた。その背景には、主流ニュース・メディアでできなかったことを実現したい「夢実現型」と、締め切りに追い立てられる働き方から時間的余裕を持った働き方へ変えたい「ワーク・ライフ・バランス型」の主に2つの要因が作用しているとみられる。新興ニュース・メディアは、言説の多様性に貢献するだけでなく、主流メディアで働くプロのジャーナリストの働き方に新たな選択肢を与えることにも貢献しているとも言えるだろう。「ワーク・ライフ・バランス型」の二人の編集者は、共に女性であった。結婚・出産などで働き方の変化を強いられることの多い女性にとって、特に、新興ニュース・メディアは、自分のライフスタイルにあった働き方を実現する上で、魅力的な選択肢の一つとなり得るだろう。

また、新興ニュース・メディアは、大学生のインターンシップの場を提供しており、それらの組織が多く若手ジャーナリストたちを吸収する受け皿として機能していることが、聞き取り調査から示された。この知見は、米国の衰退するローカルジャーナリズムに対し、新興ニュース・メディアがその代替効果を持っている証左となるだろう。これらを統合すると、ジャーナリズムの多様性とジャーナリストのあり方の多様性という二つの側面から、新興ニュース・メディアは「言論の多様性」に貢献していると理解できる。

他方、主流メディアによる新興ニュース・メディアの買収や資本提携が活発化している傾向が本調査でも確認された。今後、主流メディアとAM が同質化に向かい、AM の取り組みの流れを止めてしまうというリスク要因を顕在化させる可能性もあることから、その動向を注視する必要があるだろう。

## 終章 本論文のまとめと考察

### 16-1 本論文のまとめ

本節では、第Ⅰ部「デジタル時代のAM研究」でのデジタル時代に則したAMの定義付けと類型化、第Ⅱ部「民衆のメディアの誕生と変遷」でのAMの歴史的な変遷のプロセスと社会的役割、そして、第Ⅲ部「米国新興ニュース・メディアのジャーナリズム実践についての考察」での実証研究から、それぞれ得られた知見について考察する。

#### 16-1-1 オルタナティブな視座から再構築するメディア・システム

本論文は、自由で開かれた言論空間を維持する際、メディア権力の集中により、自由な言説が統制されることのないメディア・システムを構築することが必要だとする、AMおよびAJの中心的な研究視座を基盤としている。

自由な言説空間実現に向けたメディア・システムの青写真は、いまからおよそ四半世紀前にCurran (1991=1995) が提唱した「民主的メディア・システム」の中で示されている。その基本をなすのは、主流メディア以外に、非営利メディア・市民メディアなどのオルタナティブな領域のメディアを組み込むことであり、主流メディアに極端に偏らず、多様な形態のメディアが共存できるシステムを構築するというものであった。そのようなメディア組織（形態）の多様性を制度上保障することで、メディア全体のバランスと言説の多様性が確保され、自由で開かれた情報の流れが実現できると考えられていた。

Curran (1991=1995) は、「民主的メディア・システム」を社会に向けて提起することで、巨大メディア・コングロマリットによって統制され、寡占化された商業メディアと、政治権力の介入を招きやすい公共メディア<sup>64</sup>以外で、市場や政治の影響の外側に存在することが可能なAMが、一定のプレゼンスを持って機能できる環境を担保するシステムを構築することを求めたのである。

しかし当時は、新自由主義に基づく経済政策が主要先進諸国を席卷しており、度重なる規制緩和による商業メディアの寡占化、コングロマリット化が急速に進行する渦中にあった。メディア・システムにおける営利の商業メディアのプレゼンスはますます高まり、「民主的メディア・システム」に逆行する現象が続く中、特に商業メディアがメディア・システムを独占していた米国では、Curran (1991=1995) の提言は実現不可能な理想論だと見なされていた

---

<sup>64</sup> 米国の公共メディアは、英国や日本のような受信料システムで運営されていないため、十分な財源が確保できず、商業放送のネットワーク局のような影響力を持たない。米国の公共テレビ（PBS）は、ケーブルテレビのPEG Channel (Public, Education, Government Access Channel)にコンテンツを提供しており、AMとの繋がりが強いポジションにあるといえる。

ようである。

本論文では、インターネットの誕生を受けて、メディアを取り巻く状況が大きく変化し、非営利メディアや市民メディアなどのオルタナティブな領域のメディアが次第に存在感を増すなかで、「理想論」と捉えられていた「民主的メディア・システム」を再考し、これを現実的な議論として俎上に載せようと試みた。

インターネットの台頭によってますます高度化・複雑化するメディア環境下で、AM(特に、インターネットが台頭している現在のメディア環境では、インターネットが内包するオルタナティブな部分)をメディア・システムに不可欠な領域として位置づけることの意義およびその妥当性の論拠となる知見を導き出すことを、本論文の目的とした。それらは、以下の3つに集約される。

一つ目は、AM 研究の重要な研究基盤の一つとして、メディア・システムに AM が不可欠だとする議論の前段階において、いまだコンセンサスがとれていない AM の暫定的な定義を提示するとともに、デジタル時代の AM の機能や特徴を類型化した。この領域の理論構築の遅れが AM の過小評価に繋がり、研究の進展を阻害していたことから、ここでの調査研究は今後の AM 研究を進めるための地固めとなる作業である。

二つ目は、メディア史を AM の視座から捉え直す歴史的アプローチによって、AM がどのように誕生し、変遷していったかを、特に主流メディアとの関連性に着目して明らかにしていった。これは商業的圧力によって巨大資本にメディアが独占されていくという、Wu (2011=2012) の「サイクル」の仮説と、AM の変遷過程との関連性を明らかにする作業でもあった。ここでの AM の歴史の掘り起こしは、メディア・システムにおける AM の存在意義を提示してくれるとともに、AM の先駆的メディアが現在に至るまでどのように継承され、更に、未来にどのように繋げていくべきかを展望するうえで重要な視座を提供してくれた。

三つ目は AM が現在まで継承されているとする知見を踏まえ、米国の新興ニュース・メディアを調査対象に実証研究を行なった。これらの新興ニュース・メディアが、AM としての特徴を持つならば、言論の多様性に寄与するとの考えの上で、送り手側の編集者やジャーナリストへの聞き取り調査を行い、その結果を基に検証・考察を行なっている。

本論文は、AM の欧米の最新研究動向のメタ分析による分類化、歴史的アプローチによる AM の存在意義や継続性の検証、そして、デジタル時代の新興ニュース・メディアが、AM/AJ としての役割を継承しているかについての実証研究と、それらの歴史的経緯から現在進行形の実践まで、包括的な AM/AJ 調査研究を行なっている点に特徴がある。これらの研究から得られた知見によって、これまで系統立てて論じられることの少なかった AM/AJ の成り立ちや、メディア制度との関わり、規範的な役割などについて、多角的な検証が可能となり、今後の日本の AM 研究の進展に寄与できるものと考えている。

以下では、第Ⅰ部から第Ⅲ部までの研究から得られた知見をまとめるとともに、それに基づく考察を行う。

#### 16-1-2 第Ⅰ部 デジタル時代のAM研究

本論文の第Ⅰ部では、デジタル時代のAM研究を主な研究対象とし、デジタル時代に則したAMの定義づけと、類型化を行なうことを目的とした。まず Bailey, Cammaerts and Carpentier (2007) の先行研究に倣い、インターネットの登場以前と、それ以後に区別してAMの定義づけを行ない、デジタル時代のAMを、いくつかのメディア領域を横断し、多様な目的を実現する潜在的可能性を持つ、多元的なメディア組織の「集合体」「連続体」とする新しい捉え方を採用した。

このように解釈に幅を持たせて定義づけを行なったのは、インターネットの登場以降、主流メディアとAMとを区別する境界線が不明瞭となり、二つのメディアを二項対立的に捉えることへの批判を反映し、また、これまでAMに柔軟性のない定義を当てはめたことで、AMが元来持つ可能性や潜在性を、あえて狭めてしまったとする指摘にも応えたものであった。

デジタル時代を反映した類型化を行なうため、研究調査対象を、2000年以降のAM研究の主要論文および著書に絞り込み、それらAM研究の特徴や目的に注目してリストアップしてメタ分類することで、多岐にわたる現在のAMを5つに類型化した。

これら5つは、(1)AMの原点とも言える社会変革・政治変革を目的とする「ラディカル・メディア」および「社会運動のメディア」、(2)寡占化・グローバル化する「支配的メディア権力への対抗勢力」としてのAM、(3)批判的なコンテンツを広範囲に発信することで対抗的公共圏を作り出すことを目指す「批判的メディア」、(4)普通の人びとが自分たちの手で自分たちのメディアを持つことでエンパワーメントしていく「市民メディア」、そして(5)ネット時代になって顕在化し拡大している「オルタナティブ・ジャーナリズム(AJ)」であった。これら5つの特徴をそれぞれ単独で持つAMもあるが、実際にはAMの多くは、類型化した幾つの特徴を併せ持っている。

このような類型化を行なったことで、AMとは、類型化した多様なメディアの「集合体」であり、また、一部では、主流とオルタナティブが同質化・ハイブリッド化した「連続体」的な部分もあることが示された。このように、これまで実体が不明瞭であったAMを体系化し、理論的に理解し直すことができたことは、AMの存在感、さらにはその社会的な役割を広く社会に認知する上で、その意義は大きいと言えるだろう。

デジタル時代を迎えてメディア環境が大きな転換点を迎えているなか、今後、我々がどのようなメディアを目指すべきかについて議論する上で、「オルタナティブ」なメディアの存在は、決して無視できないものになっている。メディア・システムのなかに、多様な言説、多



様なメディアを保障することの必要性を議論する際に、本論文で再考されたデジタル時代の「オルタナティブ」の概念と定義は、その理論的支柱として貢献し得ると考える。

### 16-1-3 第Ⅱ部 民衆のメディアの誕生と変遷

第Ⅱ部では、AMの歴史的な変遷のプロセスと社会的役割を、主流メディアとの関係性に注目しながら明らかにしていった。その際、AMを1970年代の産物と見なす一般的な認識との混同を避けるため、本論文では、メディア史における創成期のAMを「民衆のメディア」と名付けた。そして、公的な目的で時事的な言説・論説を伝える「民衆のメディア」を先行研究から掘り起こし、それらを通説のメディア史のなかに再構築し、「民衆のメディア」の歴史的役割と当時の主流メディアとの関係性を歴史的アプローチで明らかにしていった。

第Ⅱ部の調査研究は、AMというメディア領域がどのように誕生し、発展し、そして衰退・周縁化し、現在に引き継がれているのかを、様々な文献資料から探し出し、再構築していく作業であった。その際、「言論の自由との闘い」「メディアの商業化」「メディアの大衆化」「公共性（公共圏）」「メディア参加」を重要概念に挙げ、調査・研究を行なった。AMを歴史的視座から見えていくことで、この領域のメディアが決して最近生まれたのではないことが認識でき、その実践には幅広く多様な目的やゴールが含まれていることが明らかにされた。

第Ⅱ部の歴史的アプローチは、AMの存在意義を提示し、その領域を現在のメディア・システムに制度的に位置づけることを中心に置く本論文において、欠くことのできない研究調査作業であった。オルタナティブな領域が、主流メディアと異なる存在意義を持つ点に関しては、その誕生から検証していく必要があり、またその領域が現在まで引き継がれているとする前提も、歴史的視座から検証していく必要があった。AMをメディア史のなかで位置づけ直すことは、過去だけでなく、現在の新たな「民衆のメディア」としての実践を掘り起こすことに加え、インターネットを基盤にした新しい形のAMをどのように守り育てていくことができるのか、という現在進行形の議論にも繋がっていくのである。

本論文では、メディア史におけるAMの歴史を掘り起こすにあたり、カルチュラル・スタディーズの研究枠組を援用し調査研究を行なった。メディア技術の発達のプロセスや、歴史上のメディアの立役者たちを柱にしている一般的なメディア史では見過ごされている「民衆のメディア」が、英国で誕生し発展したカルチュラル・スタディーズでは、重要な研究対象の一つになっているからである。

英国メディアの生成過程を、その時代ごとの社会的・政治的・文化的な文脈と関連づけて分析している、カルチュラル・スタディーズの研究枠組を援用した歴史的アプローチによって、英国の「民衆のメディア」をたどっていく中で、それらの先駆的なAMは、当時の主流メディアに対抗するという目的や特徴を持っていたばかりでなく、「社会変革のエージェンシ

一としての役割」「社会的弱者の代弁者」「庶民の手による情報発信」「広告に依存しない自律したメディア」「分散していた社会運動の統一」「庶民同士のネットワークの形成」「労働者階級のアイデンティティの形成」など、現在の AM と重複する様々な社会的役割を担っていたことが示唆された。

特に、19 世紀前半の英国の「民衆のメディア」は決して周縁化された存在ではなく、むしろ労働者階級の間では最も人気が高く、最盛期には、当時の主流メディアと肩を並べるものさえ存在していた。しかし 19 世紀半ば以降、新聞の商業化・大衆化が急速に進み、一大産業へと発展していくプロセスのなかで、「民衆のメディア」としての新聞は、それに逆行して急速に周縁化されていく過程が改めて浮き彫りにされた。

AM が誕生してから周縁化されるまでのプロセスに、Wu (2011=2012) が提唱する「サイクル」の仮説を適用してみると、以下のような解釈が可能となる。「サイクル」の初期にあたる創成期の新聞は、大資本家でない庶民でも参加することができる、比較的自由に開かれたオルタナティブな回路を持っていたが、その後、大資本の商業的大衆新聞が英国の新聞界を席卷していく過程で、AM は周縁化されていったという「サイクル」である。

本論文では、現在まで継承されるメディアのなかで、最も長い歴史を持つ新聞に絞って歴史学的アプローチによる調査研究を行なったが、Wu (2011=2012) の「サイクル」仮説は他のメディアにも適用される普遍的な変遷過程とされていることから、新聞以外の媒体の AM も同様の「サイクル」が適用される可能性があると言える。

「サイクル」に取り込まれ、周縁化された後の AM は、Curran (2001) の指摘どおり、AM が衰退し、表舞台から姿が見えなくなってからも、完全に消滅することはなかった。周縁に置かれながらも、その代替的なメディアとしての機能は、後世に引き継がれていったことが、本研究第 II 部の歴史学的アプローチによっても示唆されている。このような草の根的な「民衆のメディア」の特徴や役割を引き継いだメディアが、現在のオンライン上の、ブログ記事や YouTube などにアップされた UGC、新興ニュース・メディアなどへと継承されていると考えられる。

歴史的視座から現在の UGC の隆盛を考察する時、昨今、プロフェッショナルではない一般のメディアユーザーが、次々とニュースの送り手として情報発信するようになったという事実は、長い間埋もれていた、草の根からの情報発信という「民衆のメディア」のニーズが、今日のデジタル技術の普及によって顕在化してきたとも理解される。

メディア史を AM の視座から捉え直す歴史学的アプローチによって、Wu (2011=2012) の商業的圧力によって巨大資本にメディアが独占されていくという「サイクル」の仮説と、巨大資本の参入によって AM が周縁化されるという変遷過程における関連性も示唆された。AM の歴史を掘り起こすことによって、現在のメディア・システムが決して所与のものではなく、

AM がメディア・システムの中で必要な存在として再認識される必要性を指摘しておきたい。そして、歴史的な文脈の中で、AM が現在に至るまでどのように継承され、未来に向けてどのような立ち位置を維持すべきかについて展望するうえで、重要な視座を提供してくれたと言える。

#### 16-1-4 第Ⅲ部 米国新興ニュース・メディアのジャーナリズム実践についての考察

第Ⅲ部では、第Ⅱ部で示唆された AM の歴史的な役割が、その後も次世代の AM に継承されているとする知見を踏まえ、デジタル時代の新興ニュース・メディアを調査対象とする実証研究を実施した。ここでは、AM の持つ言論の多様性という役割に着目し、新興ニュース・メディアが AM の特徴を持つならば、主流メディアとは違うニュース選択や切り口によってニュース発信が行なわれ、結果的に言論の多様性に寄与するのではないかとする研究課題を設定した。

この研究課題を明らかにするため、先行研究を基に4つのリサーチ・クエスチョンを設定し、送り手側の編集者やジャーナリストへの聞き取り調査から得たデータ基に検証・考察していった。

実証研究の結果、RQ1「AM の設立目的・動機は何か」、RQ2「AM はどのような経営形態（組織形態・資金源）をとるか」、RQ3「AM のニュースの情報源は何か」の3つの調査結果からは、新興ニュース・メディアの編集者やジャーナリストは、主流メディアとは明確に異なる目的や動機を基にジャーナリズムを実践し、非営利組織では営利目的の主流メディアとは異なる経営形態で運営され、また主流メディアとは異なる情報源を求めニュース制作していることが示唆された。新興ニュース・メディアのジャーナリズム実践には、主流メディアの伝統的ジャーナリズムの規範やルーチンに対する批判的な実践といえる傾向がみられ、AM の特徴とオーバーラップしていたことが示唆された。本調査で調査対象とした6つの新興ニュース・メディアは、「言論の多様性」に一定程度、寄与していると言えるだろう。

RQ4 の「AM による主流メディアとの協働はあるか」については、主流・新興の2つのメディアの関係が常に対抗的という状況でなく、人材面での流動性や記事の掲載等のオペレーション面で協働することでシナジー効果を生み出そうとする状況や、主流メディアと AM 領域の境界線が不明瞭となるハイブリッド化や、2つのメディアの同質化傾向がみられたことも、本調査の知見として得られた。

従来、AM にかかわる人々は、関心のある課題の専門家や、関与している運動の当事者など、アマチュアが主な担い手とされていたが、調査対象の4組織の創設者・編集者は主流ニュース・メディアの出身者であった。これは主流・新興メディア間の人材面でのハイブリッド化、同質化が示されたのと同時に、新興ニュース・メディアの特徴が AM の必要条件に該

当しない場合であっても、必ずしもそれが「言論の多様性」の阻害要因になっているわけではないことも示唆された。つまり新興ニュース・メディアが「言論の多様性」に貢献するパターンは、実際には複数存在し、AM の分析枠組には収まりきれない複雑性を伴っていることが示唆されたと言えるだろう。

また、新興ニュース・メディアは、ベテラン・ジャーナリストの働き方の選択肢を増やしたり、大学生のインターンシップや若手ジャーナリストたちの受け皿としても機能していたことが、聞き取り調査から示された。これらの知見は、米国の衰退するローカルジャーナリズムに対し、新興メディアがその代替効果を持っている証左となるだろう。この点において、新興メディアは「言論の多様性」に貢献していると理解することもできるだろう。

主流ニュース・メディアは、多様化する社会や人々に共通の視座や情報を提供するうえで重要な役割を果たす一方、画一的な言説や視座を再生産させる過程で、多くの根源的な疑問や批判、社会問題を潜在化させ、排除してきたというネガティブな側面を持っていることは既に指摘した。

このような中で AM は、主流ニュース・メディアによって潜在化されたり排除されたりしてきた社会問題や、一般の人々の批判の声を代弁するという、主流ニュース・メディアの制約点を補完する役割を担ってきたと言える。また、特定分野の研究者や、社会運動のアクティビスト、データ分析のプロ、主流ニュース・メディアの制約を打破するため新たに新興ニュース・メディアに転職・転向したジャーナリストなどが、デジタル時代の AJ の担い手となり、彼ら/彼女らによるジャーナリズムの実践が、プロのジャーナリストによって実践される主流ジャーナリズムの制約点を補完する役割を担うようになった点も特筆される。

## 16-2 デジタル時代の AM/AJ 研究の課題

第Ⅲ部で見てきたように、デジタル時代を迎えて、AM/AJ は、従来とは実践形態も、社会的役割も変化を遂げている。それに伴い、AM/AJ を扱う研究枠組や研究対象も、従来のものからアップデートすることを迫られている。本節では、デジタル時代の AM/AJ 研究が直面している課題や、拡大が望まれる新たな研究領域について考察していく。

### 16-2-1 AM のオーディエンス研究

本論文は、ニュースや情報の送り手側に焦点を当てた研究であり、受け手側は研究領域に含まれていない。しかし、実際に私達がどのように情報を消費しているのかを把握するには、送り手と受け手、双方の調査研究が必要不可欠である。本論文で得られた知見を、どのようにデジタル時代の受け手研究と接合させていくのが、AM 研究でも重要となってくるだろう。特に、デジタル時代の情報の受け手は、オーディエンスであると同時に、アクティブ・

オーディエンスたる情報の発信者にもなっている。UGC の実践の多くは、AM を通じて発信されていることから、特に AM 研究では、このような新しい時代のオーディエンス研究へと展開していく必要があるだろう。

最近の受け手側の情報接触に関する動向に視点を向けてみると、AM を通じて、いくらオンライン上で多様な言説が展開されたとしても、それら情報の消費者たる受け手が、多様な意見に対して、必ずしもアクセスするとは限らないとの知見が示されている。

Sunstein (2001=2003) が指摘するように、自分のイデオロギーや意見に反する情報にはアクセスしない傾向が強まり、集団分極化、分断化の現象が近年では顕著に見られるようになっている。

デジタル時代の受け手の動向は、本論文の領域を超えているが、次のステップとして、受け手の選択的接触の傾向が、多様性を重んじる健全な民主主義社会を妨げる要因になっているとの指摘に基づく諸仮説を検証するための実証研究へとつなげてゆくことも課題として挙げられる。

#### 16-2-2 右派系新興ニュース・メディアの台頭と研究課題

AM/AJ 研究の課題としてまず挙げられるのが、対象とする研究領域に偏りが見られる点である。元来、AM には多様な目的やイデオロギーを持つメディアが含まれているはずだが、特定領域の研究が見過ごされているという側面も抱えている。この課題については、インターネットが登場する前から指摘する声もあったが、デジタル時代になって AM の間口が広がってきているにもかかわらず、研究対象の偏りは是正されていないという点に起因している。

デジタル時代の AM 研究においては、その殆どが、AM は民主主義に必要な多様な視点を提供するポジティブなメディアという前提で議論されてきたため、社会にネガティブな影響を与えている AM は研究の対象外となったままである。保守派のイデオロギー、特定人種や性的マイノリティへの差別・中傷を目的とする AM の研究、さらにはテロや暴力を提唱し人びとを煽動する AM を批判的に分析する研究はまだ少なく、今後の取り組みが必要となっている (Atton 2007)。

特に、政治的な AM の領域内において、研究対象に偏りが見られる。欧米の先行研究の多くが、AM の主な役割として、主流メディアや支配的権力への対抗勢力としてのメディアという部分に焦点を当ててきたことから、社会主義やアナキズムなどの左派的イデオロギーや、政治・社会改革を目的にするメディアが主な研究対象になっていたのである。

インターネットが登場して間もない初期段階では、社会運動と密接な関係を持ち、ラディカルな言説をオンライン上のプラットフォームから発信する反体制メディアが、新時代の

AM として台頭したが、近年では世界的にオンライン上における保守系・右派系メディアの台頭が目覚ましい。日本でも、「桜チャンネル」といった保守系メディアをはじめ、ネット右翼（ネトウヨ）と呼ばれる保守系・右派系のイデオロギーを持つ人々によるインターネットの利用は排他的な過激な発言（なかにはヘイトスピーチも含まれる）によって、オンライン上の言説に一定の影響を持っている（安田 2012）。しかし日本における保守系オーディエンスについての学術的な研究も、漸く着手されてきた段階にあるといえるだろう。

米国でも、保守系・右派系の新興ニュース・メディアが、非常に大きな影響力を持つことを改めて見せつけた出来事があった。2016 年の米国大統領選挙でドナルド・トランプ氏が、当選を果たしたことは世界を驚かせたが、トランプ支持の票集めに大きく影響したのが白人至上主義的思想を持つ alt-right（オルタナ右翼）と呼ばれる新勢力であったことが、多くの米国メディアで指摘されている（Goldstein 2016）。

注目すべきは、alt-right がネット発の運動である点である。alt-right は、伝統的な右派政治運動や保守思想とつながりの深い旧来の雑誌などではなく、保守系・右派系とされるウェブメディアや掲示板、チャットルーム、Twitter や Facebook 等、電子的バーチャル空間における議論から育ってきた（八田 2016）。

その alt-right の言説を広めるのに多大な貢献をしたとして批判されているのが、極端な右派系の記事を掲載するオンライン・メディア *Breitbart News* (breitbart.com) で、その最高経営責任者は、トランプ新政権の首席戦略官に任命されたスティーブン・バノン氏である（BBC News, November 24, 2016）。バノン氏は、選挙戦でトランプ陣営の最高責任者を務め、*Breitbart News* はトランプ氏の主張を代弁する報道機関となって、大統領の座に導いた立役者とされている（Bellware 2016）。

そもそも *Breitbart News* は、リベラル系の *The Huffington Post* に対抗する保守系の新興ニュース・メディアとして 2005 年に誕生した。米国では、保守・右派系のネットメディアは、リベラル・左派系に比べて出遅れていたが、*Breitbart News* を筆頭に、近年になって急速に勢力を拡大している。2016 年 12 月 2 日現在では、*Breitbart News* は、米国の全サイトのアクセス数ランキングで 36 位と、オンライン・ニュース・サイトとして、主流メディアからランクインした 21 位の *The New York Times* (nytimes.com)、新興ニュース・メディアからランクインした 33 位の *The Huffington Post* (huffingtonpost.com) に続いて三番目の位置につけており、また保守系の主流メディアとして君臨してきたケーブルニュース・チャンネルの *Fox News* (foxnews.com) (37 位) を僅か 1 ランクながらも上回った<sup>65</sup> (Alexa 2016)。今後、米大統領選

<sup>65</sup> Alexa (2016) の米国トップサイトランキングでは、ポータルサイトの Google が 1 位、Youtube が 2 位、ソーシャルメディアの Facebook が 3 位だった。その他、サイト経由でニュースが読まれる（視聴される）ものは、Yahoo が 5 位、ソーシャルニュースサイト・掲示板の Reddit が 7 位であった。

挙を契機に飛躍してきた保守・右派系の新興ニュース・メディアは、注目すべき研究対象として射程に入れておくべきだろう。

米国では、民主党ヒラリー・クリントンと共和党ドナルド・トランプとの間で争われた 2016 年大統領選挙に関する捏造記事や、それらを掲載していた新興ニュース・メディアが偽サイトであったことが議論されているが、それらの捏造記事はトランプ支持派に向け、マケドニアなど海外の米国政治には無関心な若者たちが、金稼ぎのために量産していたことが、*BuzzFeed News* (2016) の調査報道で明らかにされている。これらの捏造記事のなかには、「ヒラリー・クリントンは電子メール問題に絡み、2017 年に起訴される」「『ドナルド・トランプのような人物の出馬を望む。正直で、買収されることがないからだ』2013 年、ヒラリー・クリントンが発言」などが含まれており、前者は Facebook で 14 万エンゲージメント (=シェア、いいね! などのリアクション、コメントの合計数)、後者は 48 万エンゲージメントにのぼったという (*BuzzFeed News* 2016)。捏造記事は、民主党支持者に向けても発信されたが、圧倒的に多くのエンゲージメントを得ることができたのは (つまり、それによって捏造した人物たちが広告費を稼げたのは)、トランプ支持者をターゲットにしたトランプ氏有利な流れを生み出す捏造記事だったと *BuzzFeed News* では指摘している。

リベラル・左派系と保守・右派系の新興ニュース・メディアについては、サイトのコンテンツだけでなく、それを利用する人々のニュース消費にも大きな違いがあることが示された例だと言える。極端な右派色を感じさせる新興ニュース・メディアについては、プロパガンダ的要因も念頭に置いたオーディエンス研究の着手が期待される。

このような米国の傾向は、保守系 (ネット右翼) とリベラル・左派系との情報受容の二極化がすすむ日本でも、研究対象としてしっかり位置づけられることが望まれる。イデオロギーの違いによって、オーディエンスの受容パターンにどのような違いが生まれるのか、日本における実証的な研究の進展が期待される。

## 16-3 デジタル時代の AM/AJ の課題と展望

### 16-3-1 デジタル時代の AM/AJ の課題

デジタル時代の AM は、従来の AM とは違った課題に直面している。デジタル化して技術的には誰もが参入することが可能となったオンライン・ニュースの領域に、プロ化された企業組織として活動している新興ニュース・メディアが次々と誕生し、AM 全体の比重の多くを占めるようになってきている。AM がプロ化した営利企業となることは、否定されるべきではないが、営利企業である以上、それら新興ニュース・メディアには、主流メディアのような商業的圧力から決して解放されないという点は留意すべきであろう。

また、新興ニュース・メディアが AM としての社会的機能を果たしていくには、メディア

組織としての自律性が、どのようにしたら保てるのかという点が議論されなければならないだろう。例えば、新興ニュース・メディアは、主流メディアと同じ土俵の自由市場で競争させることが最適な選択肢なのかどうかという点や、Bolton (2008) が指摘するように、AM の定義として「市場経済の影響の外側で制作されているメディア」という点を重視するならば、オルタナティブな新興ニュース・メディアは、広告から収益を得ずにどうやって独立性を保って運営することが出来るのかという点も議論していく必要があるだろう。

### 1 6-3-2 AM 独自の評価軸の必要性

AM は、その多様性から一つのメディア領域としての理論構築をすることが難しく、未だに確固たる定義のコンセンサスを持つにさえ至っていないのが現状である。そのことが、AM の包括的な理解を妨げる要因となっているばかりか、AM を一つの研究領域として発展させていく足かせにもなってきた。

また独自の理論が構築されていないため、結局、主流メディアの評価基準である市場規模やオーディエンスの数で評価されたり、コンテンツをプロのクオリティと比較されたりしてきたことで、素人がやっている偏狭なメディア、取るに足らないメディアなどと過小評価されてきた。

AM の価値を適切に評価するためには、主流メディアの基準ではない独自の評価基準が必要と言える。それらは、例えば、①ユーザー同士のコミュニティやネットワークの形成に寄与しているか、民主的な情報発信の場になっているのか、②主流メディアとは違った視点や情報を提供しているかどうか、そして③AM に参加している人々をエンパワーメントしているかどうか、などの評価基準が挙げられるだろう。

本論文では、営利・非営利、そしてプロ・アマチュアの制作者やニュース組織を含む様々な AM を一つの集合体と捉える新たな定義を提唱しているが、そうすることによって、AM は、一握りの巨大メディアに独占されているメディア・システムに対抗するメディア勢力としての価値を強調することが可能となる。つまり、規制緩和によって、主流メディアの国際的な寡占化・統合が進むメディア環境の中、AM という集合体の概念によって理論体系を構築し、その存在を分析することで、AM の重要性が浮かび上がってくるのである。

一つの集合体として AM の定義と理論が構築されることによって、AM は独自の評価基準を持つことが可能となる。つまり、従来のように、主流メディアとの比較で評価や理解がされるのではなく、AM が、社会の本質やその方向性に資する公の議論において、多くの人びとが有意義に参加できる媒体として理解され、概念化されることが可能になる。



#### 16-4 デジタル時代の「民主的メディア」の構築に向けての考察

本格的なデジタル時代を迎えた現代社会において、「民主的メディア・システム」は、インターネット空間で、いかに開かれた民主的な情報の流れを維持できるかが重要な鍵を握るようになってきている。元来、技術的に開放的な構造を持ち、万人に開かれたメディアであるインターネットも、黎明期のラジオがたどってきたように、その使われ方次第で、商業的圧力による一部の企業の利潤を生むための道具へと変わりかねない危険を孕んでいることは、多くの先行研究で指摘されていた。

Wu (2011=2012) のメディア「サイクル」の視座を AM に援用し、AM が周縁化されていたプロセスを辿る作業は、どのようにして主流メディアが周辺の競争的媒体を囲いこみ、独占していったかをあぶり出す作業でもあった。本論文では、AM の視座から、既存のメディア・システムの変遷やあり方を検証することで、主流メディアが、多様な担い手を持つオルタナティブなメディアを囲い込み・独占する今日的な構造的課題を明らかにし、ひいては民主的メディア・システムを構築するための改善策を見通すヒントが得られたと考える。

インターネットは、脱中心的、脱ヒエラルキー的なメディアとして、寡占化された巨大メディア企業によって制作されるニュースとは根源的に違うものに刷新してくれると期待されている一方で、そのような楽観論に水を差す傾向や現象が証拠も次々にあらわれている。

自由で開かれたインターネット空間を脅かすさまざまな動きの具体例としては、ソーシャル・メディアを通じて大量に集積された個人データが広告・マーケティングに利用されたり、インターネットの中立性 (Net Neutrality)<sup>66</sup> を保障する制度が企業側の不利益になるという理由で反対されたり、巨大資本が本来オルタナティブな領域にある新興ニュース・メディアを傘下に収めたり、といった事例が挙げられる。インターネットによって、自由で民主的なメディア環境は整ったという考え方は、もはや「ナイーブ」と言わざるを得ない状況にある。

このような、主流メディアの既得権益保護のための動きや、平等で開かれたアクセスを阻害する動きは、主流メディアで、あえて大きく扱われることがない。そのため、前述の動向には、経年的な変化を十分注視しながら、その知見を積み重ねておく必要がある。Wu (2011=2012) の「サイクル」の仮説で指摘されていたように、民主的というインターネットの潜在的な特徴は、社会的にも政治的にも脆弱な部分を孕んでおり、それを守るための強力な条件がクリアされて初めて、民主的な特徴を承認することができることをしっかりと覚えておくべきだろう。

---

<sup>66</sup> ネットの中立性を巡っては、特定のコンテンツやアプリからのアクセスを遮断することやトラフィックを減速させることを禁じる新規制に通信事業者やケーブル事業者が反対している。すでに、追加料金を受け取って優先的に高速配信する「ファストレーン」の提供は法律で禁じられている。

## 16-5 日本の AM/AJ の課題と展望

英国、米国、日本では、それぞれメディア環境の違いが大きいことを踏まえたうえで、本論文で考察してきた米英の AM 研究の概念を、どのように日本の社会状況のなかでローカライズしていくべきか、最後に、その展望について考えてみたい。

新興ニュース・メディアが既存メディアと肩を並べるようになってきている米国などに比べると、日本では、現時点では、依然主流メディアが情報発信を中心的に担っており、AM の存在自体の認知度は低く、主流メディア以外の AM を求める声も限定的である。Curran (1991=1995) の「民主的メディア・システム」に倣うならば、日本においても、オルタナティブなメディア領域のプレゼンスを高めることが肝要となってくるだろう。

日本で AM を育てていく土壌は、どのようにしたら形成されうるのか。その一つの手がかりとなるのが、隣の韓国である。韓国では、「アラブの春」や「オキュパイ・ウォール・ストリート」など世界的な民主化運動の広がりを見せた 2011 年に遡る、さらに 10 年以上も前から、インターネット上の AM が民主化運動に大きな役割を演じてきた（藤原 2013）。長期軍事政権から民主化へと向かう動きと連動して、市民自らが発信する市民メディアが次々にネット上に誕生し、政権の統制下を経験した主流メディアが伝えない「市民の声」を発信したことは記憶に新しい。

日本と韓国におけるインターネット利用と、ネット上で多様な意見や主張を発信したり議論したりする積極的な市民参加との関連性について、社会関係資本の概念を援用して実施した藤原（2013）の実証研究によると、日韓ともに積極的に市民参加している人は、オンライン上での同質な人同士の閉じた社会的ネットワークにおいて、より強い正の連関が示された。この結果は、異質な他者同士の開かれた社会的ネットワークとの関連が強いとする欧米の知見とは異なっており、アジアと欧米では異なる条件によってオンライン上の市民参加が促進される可能性が示唆されたものである。

しかし、日韓を比較すると、2000 年に設立された韓国の市民メディア『オーマイニュース』の成功例からも見られるように、相対的に韓国の方がオンライン上の情報発信が活発であり、主流メディア以外のオルタナティブなメディアの存在感が強い。これらの知見が示唆するのは、AM を育てる土壌や社会的環境にかかわっては、現状のメディア制度、人々を情報発信という行動へ駆り立てる社会的背景（国や社会に対する不満の度合い）、メディアの社会的役割の違いや、議論好きかどうかという国民性など、多くの要因が複雑に絡み合っているという点である。

AM での情報発信が不活発な日本は、それだけ国や社会に対する不満がないとは一概には言えないだろう。むしろ国民、または市民が、自由に声を上げられない、または積極的に意思表示することが躊躇される社会環境が存在することも想定しなければならないだろう。

日本でも東日本大震災や福島第一原発事故を契機に、インターネットから発信されるニュース・メディアや個人ブログなど既存メディア以外の情報源が社会的に認知され、FacebookやTwitterなどのソーシャル・メディアも、仲間同士の親密なやり取りだけでなく、より多くの人に向けたオルタナティブな情報発信のツールとして広がりつつある。

一方、2013年には、朝日新聞をパートナーに『ハフィントン・ポスト』が、また2015年にはバイラルメディアの旗頭である『バズフィード・ジャパン』がYahoo! JAPANと提携して日本版をスタートさせるなど、米国発の新興ニュース・メディアが次々と日本に上陸している。

市民メディアとして韓国から輸入された『オーマイニュース』は、日本では失敗に終わったが、米国生まれの新興ニュース・メディアは、米国でそうであるように、日本の既存メディアとどのように差別化が図られるのか、今後継続的にフォローする必要がある。日本において、スタート時から朝日新聞やYahoo! JAPANという大手既存メディアと提携する『ハフィントン・ポスト』や『バズフィード・ジャパン』がどこまでオルタナティブな役割を果たしていけるのかは未知数であり、今後の研究対象ともなり得るだろう。

デジタル化の進展により、日本のメディア環境も大きな変革期にある。新興ニュース・メディアは新しい衣をまとった既存メディアの同類なのか、多様な視点や情報を発信し民主社会に貢献するメディアなのか、AMの概念で分析することで、それらメディアの真価を問い直すことが可能となるだろう。日本を中心とするアジア諸国に向けた連携・連帯を促進する機能を果たせるような言説を展開できるAMの登場も社会的に期待される中、本論文に連なる関連研究が集積され、新たな知見を提示してゆくことが、本論文の今後の課題として意識されるべきだと考える。

## 引用・参考文献

- 阿部潔 (1998) 『公共圏とコミュニケーション：批判的研究の新たな地平』 ミネルヴァ書房
- Alexa (2016) Top sites in United States. <http://www.alexa.com/topsites/countries;0/US>  
[accessed on December 02, 2016]
- Allan, S. (2006) *Online news: Journalism and the Internet*. Berkshire, UK: Open University Press.
- (2013) *Citizen witnessing: Revisioning journalism in times of crisis. Key concepts in journalism*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Altick, R. (1957) *The English common reader: A social history of the mass reading public, 1800-1900*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Anderson, B. R. (2006=2007) *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism, the 6<sup>th</sup> edition*. London and New York: Verso. (白石隆・白石さや訳『定本 想像の共同体：ナショナリズムの起源と流行』書籍工房早山)
- Annual Report on American Journalism (2008). Circulation growth in alternative newsweeklies.  
[http://www.stateofthenewsmedia.org/2008/narrative\\_Newspapers\\_alternative.php?cat=6&](http://www.stateofthenewsmedia.org/2008/narrative_Newspapers_alternative.php?cat=6&)  
[accessed on January 12, 2014]
- AMARC (1994) One Europe – many voices, democracy and access to communication. Conference report, AMARC Europe Pan-European Conference of Community Radio Broadcasters, Ljubljana, Slovenia, 15-18 September, Sheffield: AMARC.
- 有山輝雄 (1995) 「歴史のなかの現代メディア」有山輝雄・津金澤聡編『現代メディアを学ぶ人のために』世界思想社 2-21
- Atkinson, J. (2004) *Building a resistance performance paradigm: An analysis of the roles of alternative media in the social construction of reality in social justice movements*. PhD thesis, University Missouri-Columbia.
- (2005) Towards an understanding of the complexities of alternative media: Portrayals of power in alternative media. *Qualitative Research Reports in Communication*, 6 (1), 77-84.
- Atton, C. (2002a) *Alternative media*. London, UK: Sage
- (2002b) News cultures and new social movements: Radical journalism and the mainstream media. *Journalism Studies*, 3, 491-505.
- (2007) Current issues in alternative media research. *Sociology Compass*, 1(1), 17-27.
- Atton, C. and Hamilton, J. F. (2008) *Alternative journalism*. London, UK: Sage.
- Atton, C. and Wickenden E. (2005) Sourcing routines and representation in alternative journalism: A case study approach. *Journalism Studies*, 6(3), 347-359.
- Bagdikian, B. (2000) *The media monopoly, the sixth edition*. Boston, MA: Beacon Press.

- Bailey, O. G., Cammaerts, B., and Carpentier, N. (2007) *Understanding alternative media*. Berkshire, UK: Open University Press.
- Baker, C. E. (2002) *Media, markets, and democracy*. Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Baudrillard, J. (1984=2008) *Simulacres et simulation*. (竹原あき子訳『シュミラークルとシミュレーション』法政大学出版局)
- BBC News (2016) 「【米政権交替】トランプ氏、オルタナ右翼を非難『否定する』」BBC ニュース日本語版 <http://www.bbc.com/japanese/38074058>  
[accessed on November 24, 2016]
- Bellware, K. (2016) 「スティーブ・バノン氏とはどんな人物か 白人至上主義者がトランプ氏の首席戦略官に」 *The Huffington Post*. (November 15, 2016)  
[http://www.huffingtonpost.jp/2016/11/15/steve-bannon\\_n\\_12977598.html](http://www.huffingtonpost.jp/2016/11/15/steve-bannon_n_12977598.html)  
[accessed on November 16, 2016]
- Benhabib, S. (1995) Towards a deliberative model of democratic legitimacy. In S. Benhabib (Ed.), *Democracy and difference*. Princeton, NJ: Princeton University Press. 64-94
- Benson, R. (2003) Commercialism and critique: California's alternative weeklies. In N. Couldry and J. Curran (Eds.) *Contesting media power: alternative media in a networked world*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield. 111-125
- Benson, R. and Neveu, E. (2005) *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Boler, M. (2008) *Digital media and democracy: Tactics in hard times*. Boston, MA: MIT Press.
- Bolton, T. (2008) News on the net: A critical analysis of the potential of alternative journalism to challenge the dominance of main stream news media. *SCAN, Journal of Media Arts and Culture*. [http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal\\_id=71](http://scan.net.au/scan/journal/display.php?journal_id=71) [accessed on April 23, 2015]
- Botsman, R. (2012) Welcome to the new reputation economy. *Wired, UK*. August 20, 2012  
<http://www.wired.co.uk/article/welcome-to-the-new-reputation-economy>  
[accessed on June 6, 2015]
- Bourdieu, P. (1991) *Language and symbolic power*. Cambridge, UK: Polity Press.
- (1996 =2000) *Sur la télévision, suivi de L'emprise du journalism*. (櫻本陽一訳『メディア批判』藤原書店)
- Boyle, M. P. and Schmierbach, M. (2009) Media use and protest: The role of mainstream and alternative media use in predicting traditional and protest participation.” *Communication Quarterly*, 57(1), 1-17.
- Breitbart (2016) Breitbart.com Home page. <http://www.breitbart.com> [accessed on October 02,

2016]

- Bruns, A. (2003) Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news. *Media International Australia Incorporating Culture & Policy*, 7(3), 359-377.
- (2006) Wikinews: The next generation of alternative online news? *Scan Journal*, 3(1) <http://eprints.qut.edu.au/4862/1/4862.pdf> [accessed on April 23, 2015]
- (2008) The active audience: transforming journalism from gatekeeping to gatewatching. In *Making online news: The ethnography of new mediaproduction* (Eds.) Paterson, C. & Domingo, D. New York, NY: Peter Lang
- Calhoun, C. (1992=1999) Habermas and public sphere. In C. Calhoun (Ed.) *Habermas and public sphere*. Cambridge, MA: MIT Press. (山本啓・新田滋訳「序論：ハーバーマスと公共圏」『ハーバーマスと公共圏』未来社 11-37)
- Carey, J. W. (1989) *Communication as culture: Essays on media and society*. Boston, MA: Unwin Hyman.
- Carpentier, N., Dahlgren, P. and Pasquali, F. (2013) Waves of media democratization: A brief history of contemporary participatory practices in the media sphere. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 19(3), 287-294.
- Carpentier, N., Lie, R. and Servaes, J. (2003) Community media: Muting the democratic media discourse? *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 17(1), 51-68.
- Carroll, W. K. and Hackett, R. A. (2006) Democratic media activism through the lens of social movement theory. *Media, Culture & Society*, 28(1), 83-104.
- Chalaby, K. J. (1996) Journalism as an Anglo-American invention: A comparison of the development of French and Anglo-American journalism, 1830s -1920s. *European Journal of Communication*, 11(3), 303-326.
- Cohen, J. (1995) Procedure and substance in deliberative democracy. In S. Benhabib (Ed.), *Democracy and difference* (pp. 64-94). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Coleman, S. and Blumler, J. G. (2009) *The Internet and democratic citizenship: Theory, practice and policy*. New York, NY: Cambridge University Press
- Comedia (1984) The alternative press: The development of underdevelopment, *Media, Culture and Society*, 6(2), 95-102.
- Couldry, N. (2002) Mediation and alternative media, or relocating the center of media and communication studies. *Media International Australia*, (103), 24-31.
- Couldry, N. and Curran, J. (2003) *Contesting media power: alternative media in a networked world*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.

- Curran, J. (1991=1995) Mass media and democracy: A reappraisal. In *Media and society*. (Eds.) J. Curran, and M. Gurevitch, London: Edward Arnold. (児島和人・相田敏彦監訳「マスメディアと民主主義：再評価」『マスメディアと社会：新たな理論的潮流』勁草書房 127-188)
- (2002) Media and the making of British Society, c. 1700 – 2000. *Media History*, 8(2). 135-154.
- (2010) The future of journalism. *Journalism Studies*, 11(4), 464-476.
- (2011) Press as an agency of social control. In J. Curran (Ed.), *Media and democracy*. New York: Routledge. 140–152.
- Curran, J., Iyengar, S., Lund, A.K., and Salovaara-Moring, I. (2009) Media system, public knowledge and democracy. *European Journal of Communication*, 24(1), 5-26.
- Curran, J. and Seaton, J. (1997) *Power without responsibility: The press and broadcasting in Britain, 5<sup>th</sup> ed.* London, UK: Routledge.
- Dagron, A. G. (2004) The long and winding road of alternative media. In J. Downing, D. McQuail, P. Schlesinger & E. Wartella (Eds.), *The SAGE handbook of media studies*. London, UK: Sage. 41-63.
- Deleuze, G. and Guattari, F. (1980=1994) *A thousand plateaus: Capitalism and schizophrenia*. (宇野邦一ほか訳『千のプラトー：資本主義と分裂症』河出書房新社)
- Denscombe, M. (1998) *The good research guide: for small-scale social research projects*. Buckingham, UK: Open University Press.
- Derrida, J. (1992) *Deconstruction and the possibility of justice*. Eds. D. Cornell, M. Rosenfeld, and D.G. Carlson. London and New York: Routledge
- Deuze, M. (2006) Ethnic media, community media and participatory culture. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, 7, 262–280.
- (2008) The changing context of news work: Liquid journalism and monitorial citizenship. *International Journal of Communication*, 2, 848-865.
- Domingo, D. et al. (2008) Participatory journalism practices in the media and beyond: An international comparative study of initiatives in online newspaper. *Journalism Practice*, 2 (3), 326-342.
- Downey, J. and Fenton, N. (2003) New media, counter publicity and the public sphere. *New Media & Society*, 5(2), 185-202.
- Downing, J. et al. (2001) *Radical media: Rebellious communication and social movements*, London, UK: Sage.
- Downing, J. (2003) Audiences and readers of alternative media: The absent lure of the virtually

- unknown. *Media Culture & Society*, 25(5), 625-645.
- Entman, R. (1993) Framing: Toward clarification of fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Enzensberger, H. M. (1974=1975) *The Consciousness Industry: On Literature, Politics and the Media*. New York, NY: Seabury Press (中野孝次・大久保訳『メディア論のための積木箱』河出書房新社)
- Fenton, N. (2009) *New media, old news: Journalism and democracy in the digital age*. London, UK: Sage.
- Fishkin, J.S. (2009=2011) *When the people speak: Deliberative democracy and public consultation*. Oxford, UK: Oxford University Press. (曾根泰教・岩木貴子訳『人々の声が響き合うとき：熟議空間と民主主義』早川書房)
- Fiske, J. (1992) British cultural studies and television. In R. C. Allen (Ed.), *Channels of discourse, reassembled, (2nd ed.)*. London, UK: Routledge.
- Forde, S. (2011) *Challenging the news: The journalism of alternative and community media*. Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan.
- Fraser, N. (1992=1999) Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. In *Habermas and public sphere*. (Ed.) C. Calhoun, Cambridge, MA: MIT Press. (山本啓・新田滋訳「公共圏の再考：既存民主主義の批判のために」『ハーバースと公共圏』未来社 117-159)
- Free Press (2016) Free Press Home Page: <http://www.freepress.net> [accessed on January 12, 2016]
- Freire, P. (1970=1979) *Pedagogy of the Oppressed*. New York: Continuum. (小沢有作・楠原彰・柿沼秀雄・伊藤周訳『非抑圧者の教育学』亜紀書房)
- Friedman, T. (2016) Social media: Destroyer or creator? *New York Times*. February 03, 2016
- Fuchs, C. (2010) Alternative media as critical media. *European Journal of Social Theory* 13 (2), 173-192.
- Fujihara, H. (2010) *Media as an enabler of democracy*. Master Thesis, New York University, Steinhardt School of Culture, Education, and Human Development.
- 藤原広美 (2013) 「ネット時代の積極的市民参加 (civic engagement) : 日韓比較調査—社会関係資本の形成の違いからの考察—」『立命館産業社会論集』49(2) 119-136  
立命館大学産業社会学会
- (2015) 「デジタル時代のオルタナティブ・メディア研究—2000年以降の欧米先行研究から再考する『オルタナティブ』の概念と定義—」『立命館大学産業社会論集』51(3) 87-103 立命館大学産業社会学会



- (2016) 「米国新興デジタル・ニュース・メディアのジャーナリズム実践についての考察～米国での聞き取り調査を手がかりに～」『情報通信学会誌』 34(2) 99- 108  
情報通信学会
- Gans, H. (1979) *Deciding what's news*. New York, NY: Pantheon Books.
- Gibbs, P. L. and Hamilton, J. (2001) Alternative media in media history. *Media History*, 7(2), 117-118.
- Giddens, A. (1984=2015) *The construction of society: Outline of the theory of structuration*. Cambridge, UK: Polity. (門田健一訳『社会の構成』 勁草書房)
- (1990=1993) *The consequences of modernity*. Cambridge, UK: Polity. (松尾精文・小幡雅敏訳『近代とはいかなる時代か？—モダニティの帰結』 而立書房)
- Gillmor, D. (2004=2011) *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Sebastopol, CA: O'Reilly Media. (平和博訳『あなたがメディア！：ソーシャル新時代の情報術』 朝日新聞出版)
- (2009) Towards a (new) media literacy in a media saturated world. In Z. Papacharissi, (Ed.), *Journalism and citizenship: New agendas in communication*. New York, NY: Routledge. 1-11
- Gitlin, T. (1980) *The whole world is watching: Mass media in making and unmaking of the new left*. Berkley: University of California Press.
- Golding, P. and Murdock, G. (1991=1995) Culture, communication and political economy. In *Media and society*. (Eds.) J. Curran, and M. Gurevitch, London: Edward Arnold. (杉山あかし訳「文化、コミュニケーション、そして政治経済学」『マスメディアと社会：新たな理論的潮流』 勁草書房 1-30)
- Goldstein, J. (2016, November 20). Alt-right gathering exults in Trump election with Nazi-era salute. *The New York Times*. Retrieved from <http://www.nytimes.com/2016/11/21/us/alt-right-salutes-donald-trump.html>
- Gramsci, A. (1981) 『グラムシ獄中ノート』 V. ジェルラターナ編 獄中ノート翻訳委員会 訳 大月書店
- Greenberg, J. and Knight, G. (2004). Framing sweatshops: Nike, global production, and the American news media. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 1, 151-175.
- Greer, J. and Mensing, D. (2004) The evolution of online newspapers: A longitudinal content analysis, 1997-2003. *Newspaper Research Journal*, 25(2), 98-112.
- Habermas, J. (1962=1994) *The structural transformation of the public sphere*. (The original book is written in German in 1962 and was translated into English in 1989 by MIT Press. (細谷貞雄・

山田正行訳 『公共性の構造転換：市民社会の一カテゴリーについての探究』 第2版  
未来社)

- (1992) Further reflections on the public sphere. In C. Calhoun (Ed.), *Habermas and the public sphere*. Cambridge, MA: MIT Press. 421-461
- Hall, S. (1984) The work of representation. In S. Hall (Ed.) *Representation: Cultural representations and signifying practices* (vol. 2), London, UK: Sage. 1-74.
- (1996) Signification, representation, ideology: Althusser and the post-structuralist debates, In J. Curran, D. Morley and V. Walkerdine (Eds.), *Cultural studies and communications*. London, UK: Arnold. 10-33.
- Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., and Roberts, B. (1978). *The social production of news*. 53-77.
- Hallin, D.C. and Mancini, P. (2004) *Comparing media systems: Three models of media and politics*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- 濱野智史 (2008) 『アーキテクチャの生態系：情報環境はいかに設計されてきたか』 NTT 出版
- Hamilton, J. (2000) Alternative media: Conceptual difficulties, critical possibilities. *Journal of Communication Inquiry*, 24(4), 357-378.
- (2003) Remaking media participation in early modern England. *Journalism*, 4(3), 293-313.
- Hamilton, J. and Atton, C. (2001) Theorizing Anglo-American alternative media: Toward a contextual history and analysis of US and UK scholarship. *Media History*, 7(2), 199-235.
- Hampton, M. (2001) ‘Understanding media’: theories of the press in Britain, 1850-1914. *Media Culture and Society*, 23(2), 213-231.
- 原寿雄 (2009) 『ジャーナリズムの可能性』 岩波新書
- Harcup, T. (2003) “The unspoken –said.” The journalism of alternative media. *Journalism*, 4 (3), 356- 376.
- (2005) “I’m doing this to change the world”: Journalism in alternative and mainstream media. *Journalism Studies*, 6(3), 361-374.
- (2013) *Alternative journalism, alternative voices*. Abingdon, UK: Routledge.
- Hass, T. (2004) Alternative media, public journalism and the pursuit of democratization. *Journalism Studies*, 5, 115-121.
- (2005) From “public journalism” to the “public’s journalism”? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs. *Journalism Studies*, 6(3), 387-396.

- 八田真行 (2016) 「alt-right (オルタナ右翼) とはようするに何なのか」『Newsweek 日本版 オンライン』 <http://www.newsweekjapan.jp/stories/world/2016/09/alt-right.php> [accessed on September 8, 2016]
- 林香里 (2002) 『マス・メディアの周縁、ジャーナリズムの核心』新曜社  
 —— (2011) 『〈オンナ、コドモ〉のジャーナリズム：ケアの倫理とともに』岩波書店  
 林茂樹編著 (2006) 『地域メディアの新展開——CATVを中心として』中央大学出版部
- Hebdige, D. (1979=1986) *Subculture: The meaning of style*. London, UK: Routledge. (山口淑子訳 『サブカルチャー：スタイルの意味するもの』未来社)
- Herman, E.S. and Chomsky, N. (2002) *Manufacturing consent; the political economy of mass media*. New York, NY: Pantheon Books. (中野真紀子訳 『マニユファクチャリング・コンセンスト：マスメディアの政治経済学』トランスビュー)
- Hindman, M. (2009) *The myth of digital democracy*. Princeton: Princeton University Press.
- Howley, K. (2005) *Community media: People places and communication technologies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ヒョン・ムアン 玄武岩 (2005) 『韓国のデジタル・デモクラシー』集英社新書
- 市川正人 (2015) 『表現の自由とヘイトスピーチ』立命館法学 2(360) 122-134, 立命館大学法学会
- 飯塚浩一 (1999) 「メディア史研究の方法をめぐって—『カルチュラル・スタディーズ』の創始者たちの試みを手掛かりにして—」『東海大学紀要文学部』72 98-110, 東海大学文学部紀要委員会
- Innis, H. A. (1951=1987) *The Bias of Communication*. University of Toronto Press. (久保秀幹訳 『メディアの文明史：コミュニケーションの傾向性とその循環』新曜社)
- 磯部祐一郎 (1984) 『アメリカ新聞史』ジャパン・タイムズ社
- 伊藤明己 (2014) 『メディアとコミュニケーションの文化史』世界思想社
- Ito, J. (2003) Weblogs and emergent democracy. Retrieved from <http://joi.ito.com/static/emergentdemocracy.html> [accessed on August 08, 2009]
- Jacobson, T.L. (1998) Discourse ethics and the right to communicate, *Gazette*, 60(5): 395-413
- Jankowski, N. (1994) International perspectives in community radio. In AMARC Europe (Ed.), *One Europe, many voices. Democracy and access to communication*. Conference report. AMARC-Europe Pan-European conference, Slovenia, September, 2-3. 15-18.
- (2006) Creating community with media: History, theories, and scientific investigations. In L.A. Lievrouw & S. Livingstone (Eds.), *Handbook of new media: Social shaping and social consequences of ICTs*. London, UK: Sage. 55-74.

- Jarvis, J. (2015=2016) *Geeks bearing gifts: Imagining new futures of news*. New York, NY: CUNY Journalism Press. (夏目大・茂木崇訳 『デジタル・ジャーナリズムは稼げるか：メディアの未来戦略』 東洋経済新報社)
- Jenkins, H. (2006) *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Johnson, S. B. (2009) Old Growth Media and the Future of News.  
<http://www.stevenbelrinjohnson.com/2009/03/the-following-is-a-speech-i-gave-yesterday-at-the-south-by-southwest-interactive-festival-in-austin-if-you-happened-to-being.html>  
 \_\_\_\_\_ [accessed on Feb.1, 2015].
- Johnson, T.B. and Kaye, B.K. (2004) Wag the blog: How reliance on traditional media and the Internet influence perceptions on credibility of weblogs among blog users. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(3), 622-642.
- Jones, S.G. (1995) Understanding community in the information age, In S.G Jones (Ed.), *Cybersociety: Computer-mediated communication and community*. London: Sage. 10-35.
- Kahn, R. and Kellner, D. (2004) New media and Internet activism: From the 'Battle of Seattle' to blogging. *New Media & Society*, 6(1), 87-95.
- 金山智子編著 (2007) 『コミュニティ・メディア：コミュニティ FM が地域をつなぐ』 慶応義塾大学出版会
- 金山勉・金山智子 (2005) 『やさしいマスコミ入門：発信する市民への手引き』 勁草書房
- 金山勉・津田正夫編著 (2011) 『ネット時代のパブリック・アクセス』 世界思想社
- 桂敬一 (2009) 「新聞とジャーナリズム」 浜田純一・田島泰彦・桂敬一編『新訂新聞学』第4版 日本評論社 118-127
- 河合孝仁・遊橋裕泰・モバイル社会研究所 (2009) 『地域メディアが地域を変える』 日本経済評論社
- Kellner, D. (1990) *Television and the crisis of democracy*. Boulder, CO: Westview Press.  
 ——— (1992) *The Persian Gulf TV war*. Boulder, CO: West View Press.
- Kenix, L. J. (2011) *Alternative and mainstream media: The converging spectrum*. London: Bloomsbury Academic.
- Kessler, L. (1984) *The dissident press: Alternative journalism in American history*. Newsbury Park: Sage.
- Kirkpatrick, D. (2010=2011) *The Facebook effect: the inside story of the company that is connecting the world*. New York, NY: Simon & Schuster. (滑川海彦・高橋信夫訳『フェイスブック 若き天才の野望：5億人をつなぐソーシャルネットワークはこう生まれた』 日経 BP

社)

小林恭子 (2011) 『英国メディア史』 中公選書

Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2014) *The elements of journalism, Revised and updated third edition: What news people should know and the public should expect*. New York: Three Rivers Press.

Laclau, E. and Mouffe, S. (1985=2012) *Hegemony and socialist strategy: towards a radical democratic politics*. London, UK: Verso. (西永亮・千葉真訳 『民主主義の革命—ヘゲモニーとポスト・マルクス主義』 ちくま学芸文庫)

Lessig, L. (2004) *Free culture: How big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. New York, NY: Penguin Press.

——— (2006) *Code, version 2.0*. New York, NY: Basic Books.

Lewis, P. (Ed.) (1993) *Alternative media: Linking global and local. Reports and paper on Mass Communication*. 107. Paris: UNESCO.

Lievrouw, L. (2011) *Alternative and activist new media*. Cambridge, UK: Polity.

Lippman, W. (1922=1987) *Public Opinion*. New York, NY: Macmillan. (掛川トミ子訳 『世論 (上) (下)』 岩波文庫)

Loader, B.D. and Mercea, D. (Eds.) (2012) *Social media and democracy: Innovations in participatory politics*. London, UK: Routledge.

Lowrey, W. (2006) Mapping the journalism-blogging relationship. *Journalism*, 7(4), 477-500

前納弘武・岩佐淳一・内田康人編著 (2012) 『変わりゆくコミュニケーション 薄れゆくコミュニティ：メディアと情報化の現在』 ミネルヴァ書房

牧野洋 (2013) 『米ハフィントン・ポストの衝撃：メディアのあり方を変えた』 アスキー新書

Manovich, L. (2001) *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press.

Mathes, R. and Pfetsch, B. (1991) The role of the alternative press in the agenda-building process: Spill-over effects and media opinion leadership. *European Journal of Communication*, 61(1), 33-62.

Matheson, D. (2004) Weblogs and the epistemology of the news: Some trends in online journalism. *New Media & Society*, 6(4), 443-468.

松本恭幸 (2009) 『市民メディアの挑戦』 リベルタ出版

松下慶太 (2012) 『デジタル・ネイティブとソーシャルメディア：若者が生み出す新たなコミュニケーション』 教育評論社

松浦さと子・川島隆編著 (2010) 『コミュニティメディアの未来—新しい声を伝える経路』 晃洋書房

- McChesney, R. (1999) *Rich media, poor democracy: Communication politics in dubious times*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- McChesney, R. and Nichols, J. (2010) *The death and life of American journalism: The media revolution that will begin the world again*. Philadelphia, PA: Nation Books.
- McCombs, M.E., Einsiedel, E.F., and Weaver, D.H. (1991=1994) *Contemporary public opinion: Issues and the news*. Taylor & Francis. (大石裕訳 『ニュースメディアと世論』 関西大学出版部)
- McCombs, M.E. and Shaw, D.L. (1972) The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2): 176-187
- McNair, B. (1998) *Sociology of journalism*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- (2000) *Journalism and democracy: An evaluation of the political public sphere*. London, UK: Routledge.
- McNair, B. et al. (2003) *Mediated access broadcasting and democratic participation in the age of mediated communication*. Luton: University of Luton Press.
- McQuail, D. (1995) Mass media in the public interest: Towards a framework of norms for media performance. In J. Curran and M. Gurevitch eds. *Mass media and society*. New York, NY: Edward Arnold. (児島和人ほか訳「公共性の観点から見たマスメディア—メディア・パフォーマンスのための規範の構築に向けて」『マスメディアと社会：新たな理論的潮流』 勁草書房 103-126)
- (2005=2010) *Mass communication theory: an introduction, 5<sup>th</sup> edition*, London: Sage. (大石裕監訳 『マス・コミュニケーション研究 (第5版)』 慶応義塾大学出版会)
- Melucci, A. (1996) *Challenging codes: Collective action in the information age*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mitchell, G. (2011) *The age of WikiLeaks: from collateral murder to cablegate (and beyond)*. Dayton, OH: Sinclair books. (宮前ゆかり訳 『ウィキリークスの時代』 岩波書店)
- Milton, J. (1644=2008) *Areogagitica: A speech of Mr. John Milton to the Parliament of England, for the liberty of unlicensed printing*. (原田純訳 『言論・出版の自由：アレオパジティカ他一篇』 岩波文庫)
- Mitchelstein, E. and Boczkowski, P. J. (2009) Between tradition and change: A review of recent research on online news production. *Journalism*, 10(5), 562-586.
- 水越伸 (2014) 『21世紀メディア論』 放送大学教育振興会
- (2005) 『メディア・ビオトープ：メディアの生態系をデザインする』 紀伊國屋書店
- (2002) 『新版 デジタルメディア社会』 岩波書店

- (1993) 『メディアの生成：アメリカ・ラジオの動態史』 同文館出版
- 水越伸・吉見俊哉編 (2003) 『メディア・プラクティス：媒体を創って世界を変える』  
せりか書房
- 門奈直樹 (2001) 『民衆ジャーナリズムの歴史：自由民権から占領沖縄まで』 講談社学術文庫
- (2009) 「歴史のなかの新聞—世界と日本」 浜田純一・田島泰彦・桂敬一編『新訂新聞学』第4版 日本評論社 11-23
- (2014) 『ジャーナリズムは再生できるか 激変する英国メディア』 岩波書店
- Morris, M. and Ogan, C. (1996) The Internet as mass medium. *Journal of Communication*, 46(1), 39-50.
- Mosco, V. and Wasko, J. (1988) *The political economy of information*. The University of Wisconsin Press.
- Mouffe, C. (1992) Democratic citizenship and the political community. In C. Mouffe (Ed.), *Dimensions of radical democracy: Pluralism, citizenship, community*. London, UK: Verso
- (2005=2008) *On the political*. New York, NY: Routledge. (酒井隆史監訳・篠原雅武訳『政治的なものについて 闘技的民主主義と多元主義的グローバル秩序の構築』 明石書店)
- 村上直之 (2010) 『近代ジャーナリズムの誕生：イギリス犯罪報道の社会史から』 現代人文社
- 村松泰子 (1995) 「女性と現代メディア」 有山輝雄・津金澤聡編『現代メディアを学ぶ人のために』 世界思想社 26-44.
- Napoli, P. (Ed.) (2007) *Media diversity and localism: Meaning and metrics*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Negri, A. and Hardt, M. (2012=2013) *Declaration*. New York, NY: Argo Navis Author Services. (水嶋一憲・清水知子訳『叛逆：マルチチュードの民主主義宣言』 NHK ブックス)
- Negt, O. and Kluge, A (1983) The proletarian public sphere. In A. Mattelart and S. Siegelau (Eds.), *Communication and Class Struggle*, vol. 2: Liberation, Socialism, (Stuart Hood Trans.). New York: International General. Original work published 1972.
- 日本コミュニティ放送協会 (JCBA) (2016) コミュニティ FM 放送局一覧  
<http://www.jcba.jp/map/> [accessed on August 02, 2016]
- Nissenbaum, H. (2004) Hackers and the contested ontology of cyberspace. *New Media & Society*, 6 (2), 195-217.
- Noam, E. (2009) *Media ownership and concentration in America*. New York: Oxford University

Press.

Norris, P. (1999) *Critical citizens: Global support for democratic government*. Oxford: Oxford University Press.

オ・ヨンホ  
呉連鎬 (2005) 『オーマイニュースの挑戦—韓国「インターネット新聞」事始め』大畑龍次・大畑正姫訳 太田出版

大治朋子 (2013) 『アメリカ・メディア・ウォーズ：ジャーナリズムの現在地』講談社現代新書

大石裕編著 (2012) 『戦後日本のメディアと市民意識：「大きな物語」の変容』ミネルヴァ書房

大石裕編 (2013) 『デジタルメディアと日本社会』学文社

大石裕 (2011) 『コミュニケーション研究：社会の中のメディア』慶應義塾大学出版会  
—— (2005) 『ジャーナリズムとメディア言説』勁草書房

Ostertag, B. (2006) *People's movements, people's press: The journalism of social justice movements*. San Francisco, CA: Beacon Press.

Owens, L. and Palmer, L.K. (2003) Making the news: Anarchist counter-public relations on the World Wide Web. *Critical Studies in Media Communication*, 20(4), 335-361.

Papacharissi, Z. (2004) The virtual sphere: The Internet as a public sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9-28.

——— (2009) *Journalism and citizenship: New agendas in Communication*. New York, NY: Routledge

Pariser, E. (2011=2012) *The filter bubble : what the internet is hiding from you*. London, UK: Penguin. (井口耕二訳『閉じこもるインターネット：グーグル・パーソナライズ・民主主義』早川書房)

Paulussen, S., Heinonen, A. Domingo, D. & Quandt, T. (2007) Doing it together: Citizen participation in the professional news making process. *Observatorio (OBS) Journal*, 1(3), 131-154.

Pew Project for Excellence in Journalism (2014) The state of the news media 2014: An annual report on American journalism.  
<http://www.journalism.org/packages/state-of-the-news-media-2014/> [accessed on March 30, 2014]

——— (2015) The state of the news media 2015: An annual report on American journalism.  
<http://blog.journalistics.com/2015/the-state-of-the-news-media-2015/> [accessed on March 30, 2015]



- Pew Research Center (2016) News use across social media platforms 2016  
<http://journalism.org/2016/05/26/news-use-social-media-platforms-2016> [accessed on April 02, 2016]
- Pickard, V. (2006) United yet autonomous: Indymedia and the struggle of sustain radical democratic network. *Media, Culture & Society*, 28 (3), 315-336.
- (2014) *America's battle for media democracy: The triumph of corporate libertarianism and the future of media reform*. New York: Cambridge University Press
- Pippa, N. (2002) *Democratic phoenix: Reinventing political activism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Platon, S. and Deuze, M. (2003) Indymedia journalism: A radical way of making, selecting and sharing news? *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, 4(3), 336-355.
- Poster, M. (1997) Cyberdemocracy: Internet and the public sphere. In D. Porter (Ed.), *Internet culture*. New York: Routledge. 201-217.
- Putnam, D. (2000) *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. New York, NY: Simon and Schuster.
- Reese, S. D. and Ballinger, J. (2001) The roots of sociology of news: Remember Mr. Gates and social control in the newsroom. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 78(4), 641-658.
- Regan, T. (2003) Weblogs threaten and inform traditional journalism. *Nieman Reports*, 57(3), 68-70.
- Rheingold, H. (1994) *The virtual community: Surfing the Internet*. London, UK: Minerva.
- (2002) *Smart mobs: The next social revolution*. Cambridge, MA: Perseus.
- Rodriguez, C. (2001) *Fissures in the mediascape: an international study of citizen's media*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Rosen, J. (2005) Bloggers vs. journalists is over. *PressThink*. Retrieved from [http://archive.pressthink.org/2005/01/21/berk\\_essay.html](http://archive.pressthink.org/2005/01/21/berk_essay.html) [accessed on August 02, 2010]
- Rosenbach, M. and Stark, H. (2011) *Staatsfeind WikiLeaks: wie eine Gruppe von Netzaktivisten die mächtigsten Nationen der Welt herausfordert*. (赤坂桃子・猪俣和夫・福原美穂子訳『全貌 ウィキリークス』 早川書房)
- Ryan, M. P. (1992) Gender and public access: Women's politics in nineteenth-century America. In C. Calhoun (Ed.), *Habermas and public sphere*. Cambridge, MA: The MIT Press. 259-288.
- Sandoval, M. and Fuchs, C. (2010) Towards a critical theory of alternative media. *Telematics and Informatics*, 27, 141-150.

- 佐藤卓己 (1998) 『現代メディア史』 岩波書店
- Schaffer, J. (2007) Citizen media: Fad or the future of news? The rise and prospects of hyperlocal journalism. [http://www.kcnn.org/research/citizen\\_media\\_report/](http://www.kcnn.org/research/citizen_media_report/) [accessed on September 21, 2015]
- Scheufele, D.A. (1999) Framing as a theory of media effects. *Journal of Communication*, 49(1): 103-122
- Schudson, M. (1981) *Discovering the news: A social history of American newspaper*. New York, NY: Basic Books.
- (1987) Critical response: A revolution in historiography? *Critical Study in Mass Communication*, 4(4), 405-408.
- (2001) The objectivity norm in American journalism. *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, 2(2), 149-170.
- (2003) *The sociology of news*. New York, NY: Routledge.
- Servaes, J. (1999) *Communication for development. One world, multiple cultures*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Shah, D., Kwak, N. and Holbert, L. (2001) Connecting and disconnecting with civic life: Patterns of Internet use and production of social capital. *Political Communication*, 18, 141-162.
- 芝田正夫 (2000) 『新聞の社会史—イギリス初期新聞史研究—』 晃洋書房
- Shoemaker, P. J. and Reese, S. D. (1990) *Mediating the message: Theories of influences on mass media content*. New York, NY: Longman.
- Sinclair, U. (1936=2009) *The Jungle*. London: Penguin (巽孝之監修, 大井浩二訳 『ジャングル』 松柏社)
- Singer, J. B. et al. (2011) *Participatory journalism: Guarding open gates at online newspapers*. Chichester, UK: Wiley-Blackwell.
- Silverman, D. (2000) *Doing qualitative research: a practical handbook*. London, UK: Sage.
- Starr, P. (2004) *The creation of the media: Political origin of modern communications*. New York, NY: Basic Books.
- Strömbäck, J. (2005) In search of a standard: four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies*, 6(3), 331-345.
- Sunstein, C.R. (2001=2003) *Republic.com*. Princeton, NJ: Princeton University Press. (石川幸憲 訳 『インターネットは民主主義の敵か』 毎日新聞社)
- 鈴木謙介 (2009) 「ジャーナリズムの社会的意義と新しいメディア」 浜田純一・田島泰彦・桂敬一編 『新訂新聞学』 第4版 128-139

- 田村紀雄編 (2003) 『地域メディアを学ぶ人のために』 世界思想社
- 田村紀雄・白水繁彦編著 (2007) 『現代 地域メディア論』 日本評論社
- Tarrow, S. (1994) *Power in movement: social movements, collective action and politics*.  
Cambridge: Cambridge University Press.
- Technorati (2010) State of the blogosphere. <http://technorati.com/state-of-the-blogosphere/>  
\_\_\_\_\_ [accessed on June 4, 2010]
- Thomas, D. (2002) *Hacker culture*. University of Minnesota Press.
- Thompson, E. P. (1963=2003) *The making of English working class*. New York: Pantheon Books  
(市橋秀夫・芳賀健一訳 『イングランド労働者階級の形成』 青弓社)
- Touraine, A. (1983) 梶田孝道訳 『声とまなざし：社会運動の社会学』 新泉社
- Tracy, J. F. (2007) A historical case study of alternative news media and labor activism: The  
Dubuque leader 1935-1939. *Journalism & Communication Monographs*, 8(4), 267-343.
- 津田大介 (2012) 『動員の革命：ソーシャルメディアは何を変えたか』 中央公論新社  
——— (2009) 『Twitter 社会論：新たなリアルタイム・ウェブの潮流』 洋泉社
- 津田正夫・魚住真司編 (2008) 『メディア・ルネサンス：市民社会とメディア再生』 風媒社
- 津田正夫・平塚千尋 (2006) 『新版パブリック・アクセスを学ぶ人のために』 世界思想社
- Tuchman, G. (1978) *Making news: A study in the construction of reality*. New York, NY: Free  
Press.
- Turner, G. (1996=1999) *British cultural studies, An introduction, the 2<sup>nd</sup> edition*. London, UK:  
Routledge. (溝上由紀ほか訳 『カルチュラル・スタディーズ入門：理論と英国での発  
展』 作品社)
- 内野茂樹 (1960) 『アメリカ新聞の生成過程』 弘文堂
- 上杉隆 (2011) 『ウィキリークス以後の日本：自由報道協会(仮)とメディア革命』 光文社書
- 牛山久仁彦 (2004) 「市民運動の変化と制度・政策要求」 帯刀治・北川隆吉編著 『社会運  
動研究入門：社会運動研究の理論と技法』 文化書房博文社 60-79
- Vargas, J.A. (2009) Young voices in the future of news: Connection, conversation, community.  
<http://www.huffingtonpost.com/jose-antonio-vargas/the-future-of-news.html> [accessed on  
August 9, 2010]
- Vatikiotis, P. (2005) Communication theory and alternative media. *Communication and Culture*,  
1, 4-29.
- Waltz, M. (2005=2008) *Alternative and activist media*. Edinburgh: Edinburgh University Press. (神  
保哲生訳 『オルタナティブ・メディア：変革のための市民メディア入門』 大月書店)
- Wasko, J. and Mosco, V. (1992) *Democratic communications in the information age*. Toronto:

- Garamond Press.
- Watson, J. and Hill, A. (1984). *A dictionary of communication and media studies*. London, UK: Arnold
- Weaver, D and Wilhoit C. (1991) *The American Journalist: A portrait of U.S. news people and their work* (2<sup>nd</sup> ed.). Bloomington: Indiana University Press.
- White, D.M. (1950) The “gate keeper”: A case study in the selection of news. *Journalism Quarterly*, 27(4): 383-390
- Wiener, J.H. (1969) *The war of the unstamped: the movement to repeal the British newspaper tax, 1830-1836*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Wilhelm, A. (2000) *Democracy in the digital age: Challenges to political life in cyberspace*. New York, NY: Routledge.
- Williams, R. (1961=1983) *The Long Revolution*. London, UK: Chatto and Windus. (若松繁信ほか訳『長い革命』ミネルヴァ書房)
- (1962=1969) *Communications*. Harmondsworth, UK: Penguin. (立原宏要訳『コミュニケーション』合同出版)
- (1970) Radical and/or respectable. In R. Boston (Ed.), *The press we deserve*. London: Routledge & Kegan Paul. 14-26 .
- (1974a) Communications as cultural science. *Journal of Communication*, 24(3), 17-25
- (1974b) *Television: Technology and cultural form*. London, UK: Fontana
- (1976) *Keywords. A vocabulary of culture and society*. London, UK: Fontana.
- (1978) The press and popular culture: an historical perspective. In G. Boyce, J. Curran, and P. Wingate (Eds.), *Newspaper history from the seventeenth century to the present day*. London, UK: Constable. 41-50.
- (1979) *Politics and letters: Interviews with New Left Review*. New York, NY: Schocken.
- (1980) Means of communication as means of production, In *Problems in materialism and culture: Selected essays*. London, UK: Verso. 50-63.
- Wright, S. and Street, J. (2007) Democracy, deliberation and design: The case of online discussion forums. *New Media & Society*, 9(5), 849-869.
- Wu, T. (2011=2012) *The master switch: The rise and fall of information empires*. New York, NY: Vintage Books. (斉藤栄一郎訳『マスタースイッチ：「正しい独裁者」を模索するアメリカ』飛鳥新社)
- 八木啓代ほか (2011) 『リアルタイムメディアが動かす社会：市民運動・世論形成・ジャー

- ナリズムの新たな地平』東京書房
- 山腰修三 (2013) 「デジタルメディアとジャーナリズム」大石裕編『デジタルメディアと日本社会』学文社 167-190
- (2013) 「デジタルメディアと政治参加」大石裕編『デジタルメディアと日本社会』学文社 pp. 151-165
- 山本純一 (2002) 『インターネットを武器にした〈ゲリラ〉—反グローバリズムとしてのサバティスタ運動—』慶応義塾大学出版会
- 安田浩一 (2012) 『ネットと愛国—在特会の「闇」を追いかけて』講談社
- 吉見俊哉編著 (2001) 『メディア・スタディーズ』せりか書房
- 吉見俊哉 (2000) 『カルチュラル・スタディーズ』岩波書店
- (2012) 『改訂版 メディア文化論：メディアを学ぶ人のための15話』有斐閣アルマ
- Zittrain, J. L. (2008=2009) *The future of the Internet: and how to stop it*. New Heaven, CT: Yale University Press. (井口耕二訳『インターネットが死ぬ日』早川新書)

Data handling policy

- Data collected from this questionnaire will be used ONLY for academic purposes.
- Data will be collected and used anonymously; it will never be associated with a specific organization, company, or individual name, nor used to the disadvantage of any respondent.

■ Basic Questions ■

Q: Name of your organization/ company ( )

Q : Mission: (check here  if your mission is on your web site)

Q : Your outlet's ideology:  liberal  conservative  non-partisan  other

Q : Business type:  for-profit  nonprofit  union-affiliated,  L3C

Q : Revenue source: Check all that apply:

- local ads  national ads  endowments / grants  donations  subscriptions
- foundation  events  membership  merchandise  training
- venture capital  other ( )

\* If you check ads, what kinds of ads do you place on your site? : Check all that apply:

- banner  native ads  programmatic  other ( )

Q : Organization type:  traditional institution  collective  other ( )

Q: # of editorial staff:  1  2 to 5  6 to 10  11 to 20  21 to 40  more than 40

Q : # of volunteer staff:  1  2 to 5  6 to 10  11 to 20  21 to 40  more than 40

Q : Main targets of your audience. Check all that apply:

- general  millennial  local/ hyperlocal  global  specific professional
- educated  rich  liberal  conservative  social minority
- other ( )

Q : Media platform: Check all that apply:

web SNS mobile video (YouTube) other ( )

Q : Unique visitors / month: ( )

■ Tell me about yourself.

Q : Did you have journalism experience prior to working here ?

Yes No

\* If yes, how many years of experience?

1 2 to 5 6 to 10 11 to 20  more than 20

\* If no, have you ever trained as a professional journalist?

Yes No

Q : I used to work at legacy media digital native outlet both.

Q : What is the average age of your editorial staff?

teens 20 – 29 30 – 39 40 – 49 50+

■ Tell me about news production.

Q : Content: Check all that apply:

arts & culture  business  education  ethnic news  foreign affairs

general  hyperlocal  humor/ funny stuff  investigative  politics

science  sports  technology  user-generated content

other ( )

Q : Who chooses the topics / articles? Check all that apply:

editor(s) writer(s) algorithm  other ( )

Q : What is the **most** important factor in choosing news / content?

whether it worth telling the people,  whether it can increase traffic

whether it can attract advertisers  other ( )

Q : What are your main news sources? Check all that apply:

legacy media  other digital native outlets  SNS (Twitter, Facebook, Pinterest, etc.)  blogs  user-generated content  news wire (AP, Reuters, etc.)

journalist's own sources  tips from readers / viewers  other ( )

Q : Engagement by readers/viewers: Check all that apply:

interactive  passive  actively spread the article through SNS

visit frequently  visit occasionally  other ( )

Q : What distinguishes your outlet from legacy media? Check all that apply:

uniqueness of content  cover topics that legacy media never/ rarely handle

- web technology  content curation (do not produce original content)  
 web design  other ( )

Q: Do you have any specific writing style standard?

- Yes  No

\* If yes, how would you describe your writing style?

- short  long  simple  personal  storytelling  
 other ( )

Q: Do you feel/ have you felt any pressure when producing news from outside influences?

- Yes  No

\* If yes, where do these pressures come from? : Check all that apply:

- advertisers  parent company  donors  investors  regulators  
 other ( )

Q: Do you care about objective reporting and/or balanced reporting?

- objective reporting  balanced reporting  neither

Q : How do you guarantee the credibility of a news story?

- check the background of news sources  fact check from other source(s)  
 if reprint, no check  other ( )

■ Tell me about the technology you use.

Q: What kinds of technology do you use for content production?

- search engine optimization  curation algorithm  data visualization  
 other ( )

Q : Please indicate if you have a specific design on your site:

- to place large-size attractive photos on the front page  to fit mobile monitors,  
 to use special fonts  to have in-house designer(s)  
 other ( )