

ジャーナリズムと「感情の政治」

三 谷 文 栄

はじめに

ジャーナリズムにおける客観報道と感情

ニュース生産過程における「感情」の分析

ニュースと「感情の政治」

おわりに

はじめに

ジャーナリズム、マス・コミュニケーションという研究領域にとって、「感情」は現代的な分析対象の一つである。例えば、近年のポピュリズム現象である「トランプ現象」やイギリスのEU離脱に見られるように、ポピュリストたちは感情を喚起するような発言を通じて広範な支持を集めている。ここでは、批判する対象に「不満」や「不安」を引き起こすとして様々な社会問題の原因を押し付けるような発言がなされ、「我々」と「彼ら」という二項対立図式を作り出している。この過程では、「怒り」や「不満」、「不安」といった感情がメディアを

通じて社会に広がり、そうした感情に基づく人々の発言もまた、ソーシャルメディア上であふれかえることになる。

民主主義社会におけるジャーナリズムの役割の観点からは、「感情」は批判的に、あるいは否定的に評価されることが少なくない。なぜなら、ジャーナリズム論やジャーナリズム実践において、客観報道は理念として重視されており、一般市民に必要な情報を広く伝えることは、民主主義社会において必要となるためである。こうした一般市民に「合理的」な判断を促すために、ジャーナリズムは「感情的」なものよりも「客観的」なものが良いと考えられているのである。感情的になることは合理的な見解を批判し、自身が知りたいこと／聞きたいことと相反するニュースを「フェイクニュース」だと批判することにつながる。その結果、「客観的」で「合理的」なニュースではなく、フェイクニュースが社会で蔓延することになる。

しかし、現在の政治的・社会的な状況を見ると、ニュースの生産・消費過程には多くの感情が見られることは明らかである。例えば、トランプ現象では、既存のエリートに対する「不満」や「怒り」、あるいはそうした言説を引き起こす要因としてトランプ大統領に対しての「不満」や「怒り」が報道にあらわれている。新型コロナウイルス感染症の報道ではコロナウイルスに対する「恐怖」が、そして Black Lives Matter 運動の報道では人種差別に対する「怒り」があらわれている。客観報道を理念として掲げつつも、ジャーナリズムにおいて「感情」はすでに大きな部分を占めている。

今日のポピュリズムの台頭を受けて社会学や政治学を中心に感情の役割の再検討が積極的に行われている（例えば吉田 二〇一四・齋藤 二〇一二）。メディア研究では、伊藤守（二〇一七、二〇一九）が「情動」に焦点を当てて研究を進めている。こうした感情をめぐる研究の潮流と同じくして、ジャーナリズムにおいても感情が不可欠なものとして存在していると指摘する研究が行われてきた点も見逃さるべきではない（例えば Pantti 2010:

Wahl-Jorgensen 2019)。

したがって、先行研究を整理しつつ、ジャーナリズム研究の観点からの感情の今日的な分析枠組みを構築することが重要であり、本論はそのための予備的作業を試みるものである。以下ではまず、ジャーナリズムにおける客観報道の理念と感情について議論したのちに、「感情をめぐる戦略的儀礼」の概念を説明する。こうした議論や概念を基に、ニュース生産・消費過程における感情の機能を分析するための視座を考察する。

ジャーナリズムにおける客観報道と感情

ジャーナリズムの実践は、通信技術や大量印刷技術といった一九世紀のマス・コミュニケーション技術の発達と連動しながら発展してきた(マクニア 二〇〇六＝二〇〇六、一一六―一一八頁: Wahl-Jorgensen and Hanitzsch 2000, pp. 45)。このマス・コミュニケーションは大量・多量の意味を持つ「マス」と、情報の伝達、意味の共有という意味を持つ「コミュニケーション」の二つの用語からなるものである。本論の問題関心から注目したいのは、「マス」という用語には「大衆」という意味もあり、マス・コミュニケーション研究は当時の大衆社会論的視座に立脚しながら進められてきたという点である。大衆社会論においては、大衆とはマス・コミュニケーションを通じてエリートによって容易に操作されうる原子化した受動的かつ非合理的な存在、すなわち「感情的なものとして位置づけられている(岡田 一九九二、二五―二七頁)。こうした大衆の存在を理論的な前提としつつ皮下注射モデルとして研究されたマス・コミュニケーション研究は、限定効果モデルへと発展するにつれ「マス」概念、すなわち原子化した大衆という知見を否定していったのである(山腰 二〇一七、二〇頁: 大石 一九九八)。限定効果モデルにおいては、人々は集団の中で自身の先有傾向に基づき、選択的接触を行いながら判断

を下していくとされた。受動的で容易に操作されうる大衆というマス・コミュニケーションの受け手像を否定する傾向は、メディア環境の変化と連動するような形で発展していったのである。

「マス」、すなわち大衆を否定しながら発展したマス・コミュニケーション研究においても、改めて「マス」概念の検討が進められている。例えば、二〇二〇年の『マス・コミュニケーション研究』（九七号）は特集「マス概念再考」で、大衆の概念を多様な研究領域から再検討している。これは「実際は大衆などというものは存在していない。ただ人々を大衆とみなす、いろんな見方があるだけなのである」（ウィリアムズ 一九六六―二〇〇八、二四六頁、一部改訳）とされるように、現代社会の状況から大衆の存在が改めて注目されるようになったことを意味する。そこでは、「感情」の重要性も認識されつつある。

こうした傾向の背景には、近年にポピュリズム現象が世界的に広くみられることが挙げられる。ポピュリズム政治では我々／彼らという二項対立図式に基づくコミュニケーション戦略がとられる。それは、「彼ら」を「敵」と位置づけ、憎しみや不満、不安をおおることによって支持を獲得するという過程であり、ここでは「感情」がマス・コミュニケーションを通じていかに共有されるのかということが問われつつあるのである。このように、マス・コミュニケーション研究は、「マス」概念、大衆の存在を検討し続けることを通じて、直接的ではないにせよ、「感情」に向き合いながら発展してきたといえる。

ジャーナリズム研究はこうしたマス・コミュニケーション研究と連動しながら進展していったが、感情に焦点を当てた研究が十分になされてきたとは言えないとされる（Wahl-Jorgensen 2019）。その要因として、第一に、ジャーナリズム研究自体の学問的なディシプリンとしての発展が比較的最近であることが挙げられる（Wahl-Jorgensen and Hanitzsch 2020, p. 3; Wahl-Jorgensen 2019, p. 31; Zelizer 2004）。ジャーナリズム研究そのものは、二〇世紀初頭から進められてきたが、当初はジャーナリズム教育や現場を研究対象としたものが少なくなかった。

一九四〇年代、五〇年代にはポール・ラザーズフェルドに代表されるように政治学や心理学などに影響を受け、実証的な研究が進められた（例えば White 1950: Galtung and Ruge 1965）。一九七〇年代、八〇年代には「社会的回転」と呼ばれるように、社会学と人類学に影響を大きく受け、ジャーナリズムの慣習やルーティンなどが研究対象となり進められた（例えばタックマン 一九七八―一九九一: Gans 1979 など）。この社会的回転を受けて、一九九〇年代以降、近接領域であるマス・コミュニケーションや、社会科学の他の領域との関連をこれまで以上に積極的に模索されるようになった（Tumber, Bromley and Zelizer 2000, pp. 5-6）。メディア研究、コミュニケーション研究、カルチュラル・スタディーズとの関連を意識しながら、ジャーナリズム独自の研究が重視されるようになり、学術雑誌『Journalism』が発刊したのも二〇〇〇年であった。このように、ジャーナリズム研究自体の学問的ディシプリンとしての発展が比較的最近であり、そのため、研究上の合意に達していない争点がいまだに幅広く存在しているのである（Wahl-Jorgensen 2019）。

第二に、ジャーナリストたちがプロフェッショナルとして客観報道を理念として掲げてきたことが挙げられる（Schudson 2011, p. 75）。客観報道の起源は、近代化の過程においてジャーナリズムが政治や経済とともに社会的に分化していくなかで、規範的な目標として機能したとする革新主義的な観点からの説明や、コミュニケーション技術の発達により求められたとするAP起源説、資本主義経済の発達により広範なオーディエンスを獲得するためのものとするペニープレス起源説、一九世紀末のジャーナリズムのプロフェッショナル化と連動したとする説が挙げられる（Anderson and Schudson 2020, p. 14; 大井 一九九九参照）。客観報道の起源は諸説あるものの、ジャーナリズムにおいて客観報道が理念として重視され、それが規範となりジャーナリズムの実践と研究に大きく影響を与えたということである。

こうした客観報道とプロフェッショナル化と関連付ける見解に対して、アメリカのジャーナリズムを中心に広

がった客観報道という理念が、すべての国で理想として掲げられているのかという批判や疑問も当然のことながら提示されている。実際に、ダニエル・ハリンとパオロ・マンシーニは客観報道とプロフェッショナルリズムと強く関連付けたものの、アメリカを中心とした一部の西欧諸国を除いて、各国のメディア制度がプロフェッショナル化や客観報道の程度に影響を与えているとしている (Hallin and Mancini 2004)。また、非西欧諸国ではより文脈を重視した客観報道を採用しているとするものや、また西欧諸国においてもアメリカと欧州でも異なるとの指摘もある (Anderson and Schudson 2020, pp. 141-142)。

こうした批判はありつつも、プロフェッショナルとしてのジャーナリズム活動と客観報道が深く関連しているという前提に基づいて議論している点は重要である。すなわち、客観報道が理念として掲げられることで、ジャーナリズムにおいてはそれが必要不可欠ともいえるものであると広く認識されているのである。この客観報道という理念が「特権化」されたことにより、メディアと感情、あるいはジャーナリズムにおける感情をめぐる研究が十分に進展してこなかったといえる。それに加えて、客観報道がジャーナリズムの理念として位置づけられる以前に、イエロージャーナリズム⁽²⁾が見られたことも重要である。すなわち、客観報道の理念が広がっていった一九世紀末においては、大衆は理性的ではなく感情的だと位置づけられたゆえに、民主主義の観点からジャーナリズムでは客観報道を取ることが求められたのである。そうした理論的前提に基づいてジャーナリズムの実践と研究が進められ、それが広く普及し、客観報道が「特権化」しているため、感情という観点の研究が進んでこなかったのである。

このように、ジャーナリズム研究の学問的なディシプリンの発展が比較的最近であること、そして客観報道がジャーナリズムの実践や研究で理念として重視されることにより、ジャーナリズムと感情、メディアと感情をめぐる議論が十分に進展しなかったといえる。しかし、社会で大きく注目されるようなニュースは、客観報道であ

ると同時に人々の感情を喚起することも少なくない。実際にピューリッツアー賞の記事は「感情を喚起する」もの、あるいは感情的なものがその大半である (Wahl-Jorgensen 2019)。ジャーナリズムにおいて客観報道と感情は排他的ではなく、両立するのである。

ニュース生産過程における「感情」の分析

感情労働としてのジャーナリズム活動

それでは、感情はニュースにどのように組み込まれているのであろうか。客観報道により「不可視化」されているものの、ジャーナリズムの伝統的な慣習や戦略の中にはジャーナリストや情報源の「感情」が存在している。ニュース生産過程における感情を把握するうえで、ゲイ・タックマンの「客観性をめぐる戦略的儀礼」が重要な視点を提供している。

タックマンの「客観性をめぐる戦略的儀礼」とは、ジャーナリストが職業上のリスクから身を守るための実践である。彼女は、ジャーナリストが次の三つの儀礼の実践を通じて「すべての記者が公平に、先入観なく、個人の感情を出さない形で『事実』を集め、記事として組み立てる限りにおいて、締め切りは守られ、名誉棄損の訴訟も回避できると考えている」と論じた (Tuchman 1972, p. 664)。ここにおける「儀礼」とは、求められている目的に必ずしも直接関係しないルーティン的な手続きを意味する (Tuchman 1972, p. 661)。第一の手続きが「形式」である。ジャーナリストは、記事を書く際に報道を提示する内容に論争の可能性を提示する、事実を裏付けするものを提示する、引用を報道内容の裏付けとして使用する、取材で得た情報を適切な一連の流れに構築するといった「形式」に注意して作成するとしている。第二が、適切な情報源を獲得するための組織内の関係の把握で

ある。これは、情報源がそのトピックにおいて語ることが最も適切であることを把握する手続きである。例えば、政策に関するコメントを関係省庁や政治家に求める際に、省内や党内の情報源の位置づけを把握しなければ、適切な情報源を獲得するのは難しいとしている。第三が文脈である。文脈とは、ニュースで取り上げるトピックや、そこでの表現が社会の文脈に沿っているかという確認の手続きである。

これらルーティン的な手続きそのものは、報道の客観性に直接関係するものではないが、こうした手続きに則ることで、客観性に対する批判をそらしている。儀礼という概念を用いて、タックマンは「手続きに従うことは、しばしば脅迫的なものとなる。その手続きは、確かに求められている目的を達成するうえで最もよく知られている手段であるかもしれない。だがそのことは、一連の手続きが持つ儀礼としての特徴を損なうものではない」(Tuchman 1972, p. 661)と述べた。

こうした議論を踏まえて、感情もニュース生産過程で儀礼を通じて「不可視化」されているとするのがカリ・ウォール・ヨルゲンセンである。ジャーナリストは戦略的儀礼に則りながら取材し報道するが、その過程では様々な感情に直面している。例えば、事件や事故に巻き込まれた被害者の家族に対するインタビューでは、加害者や取材を行うことへの怒り、被害を受けた悲しみ、将来への不安といった感情と直面することになる。これらの感情は、取材対象者のみならず、取材を行っているジャーナリスト自身にも影響を及ぼす。しかし、ジャーナリストはプロフェッショナルとして、感情をコントロールしながら取材対象者にインタビューに答えようと思わせるように対応することが求められる。このように、ジャーナリストはニュース生産過程において、多様な感情に直面しつつも、その感情を管理する必要がある、一種の「感情労働」であるとウォール・ヨルゲンセンは指摘している(ホックシールド 一九八三＝二〇〇〇: Wahl-Jorgensen 2019)。

この感情労働の中には、先述した客観性をめぐる戦略的儀礼が含まれる。「事実」を提示するという報道の手

続きである戦略的儀礼に従う限りにおいて、ジャーナリストは、いわば他者の感情を描写する権限が与えられているのである (Wahl-Jørgensen 2019, p. 39)。すなわち、「感情」がジャーナリスト自身の感情ではないこと、戦略的儀礼を通じて示していくことになる。

ニュースにおける感情表現

では、「感情」はどのような形でニュースの中で表現されるのだろうか。ニュースにおける感情表現に関して、メルヴィ・パンツティは情報源による感情の表現、感情を喚起する映像や写真、トピックスの語り方、ジャーナリスト自身の四つを挙げている (Pantti 2010, pp. 174-176)。一つ目の情報源に関しては、衝撃的な出来事のみならず、喜ばしいことが生じたとき、情報源がその感情を表現することで、ニュースには感情が組み込まれることになる。二つ目の衝撃的な事件の映像や写真は、オーディエンスに不安や恐怖といった感情を与える。三つ目のトピックスの語り方は、そうした情報源や映像、写真のみならず、その出来事を語る際に、感情を喚起するような形で物語る方法が相当する。四つ目のジャーナリスト自身の感情に関しては、客観報道の規範から外れるため、ほとんど見られないとされる。

これらの感情表現は、先述した客観性をめぐる戦略的儀礼を通じて行われる。例えば「悲しい」あるいは「怒りを誘う」ニュースでは、そうした感情を表現している情報源の発言が引用される。それにより、ニュースで表現された感情には裏付けがあり、その表現は妥当なものとなる（「形式」）。ジャーナリストは、感情表現の最も適切な情報源を選択する（「適切な情報源」）。そして、そうした感情を抱くこと、表現されている感情が適切であるように、記事の語り方を検討するのである（「文脈」）。このように感情を情報源に外部化し、その感情を適切であることを示すことによって、ジャーナリストは記事の「客観性」を担保している。すなわち、「ジャーナ

リストによる物語という行為や、感情を記事に組み込むという制度化され、体系化された実践が存在しており、ジャーナリズムのニュースストーリーが客観性の理念に忠実なものであったとしても、それは同時に感情を伴うもの」となる (Wahl-Jorgensen 2019, p. 38)。

当然のことながら、ジャーナリストらはこうした手続きを、意識して行っているわけではない。ジャーナリストらはこうした感情をめぐる戦略的儀礼を通じてニュースに客観性を保つ。しかし、この儀礼はジャーナリズムの伝統的な慣習であり、ジャーナリストとして社会化し、日常的なルーティンを繰り返していく中で身につけていくものである。そして、ジャーナリストは感情労働をしつつも、自身や情報源の感情を儀礼を通じてニュースの中でうまく扱うのである。

このように、ジャーナリストは、感情労働を行い、情報源の感情を、「戦略的儀礼」を通じて表現している。すなわち、「不可視化」されていた「感情」という要素はニュース生産過程に存在しているのである。

ニュースと「感情の政治」

真正な語りの政治性

ニュースにおいて感情は戦略的儀礼を通じて「不可視化」されていたが、近年ではより明確に表現されるようになってきている。例えば、アメリカのトランプ大統領に対する怒りや称賛はニュースにおいて表現されることは少なくない。今日の政治状況の中で、感情が中心的な役割を果たすようになったのである。

政治において感情が中心的なものとなった背景の一つに、ソーシャルメディアを中心としたメディア環境の変化が挙げられる。近年はツイッターやフェイスブックを通じて政治家自身が自らの言葉で発信し、それがオー

デイエンスに直接伝達されている。ニュースメディアもソーシャルメディアで話題になった出来事や、政治家の発言を取り上げ報道している。政治家も自身の「感情」——特定の集団や国家に対する「嫌悪」や「好意」——をソーシャルメディア上で語ることも少なくない。こうした感情を通じて一般市民の支持を獲得するポピュリズムの現象は、現代において広く観察可能である。このように、ソーシャルメディアの利用者が増加したことに伴い、政治コミュニケーション戦略が変化し、政治家自身が情報発信することで「感情」をもって「自ら語る」ことが重要となったのである。

ウォール・ヨルゲンセンは、個人が物語ることにより、その物語に「真正性 (authenticity)」が生じることを指摘している。例えば、イギリス労働党のジェレミー・コービン党首(当時)は、自身の感情や考えを自分の言葉で説明したことにより、人々の感情を理解している「普通の」「常識的な」「本当の」——「真正性」のある政治家だと評価された。その一方で、当時の首相テリーザ・メイは、決められたフレーズを繰り返し、自身の感情を表現しなかったことで、「真正性」があるとは認識されなかったことを指摘している。すなわち、物語の「真正性」は、個人が自身で感情を物語ることによって獲得されるのである (Wahljorgensen, 2019, p. 71)。

こうした「真正な語り」は、政治家のみならず一般市民も行っている。そして、それが「真正性」に対するニュースバリエーションの一層の高まりに貢献している。すなわち、ニュースの分析戦略にどのように感情を組み込むのかを検討する必要性が高まっている。

それでは、個人が物語る、「真正な語り」と「感情」どういう視座で分析すべきなのだろうか。日常生活を通じて人々は一貫性のない多様で先行き不透明な経験をする。この経験に筋立てし、一貫性を与えるのが物語である (リクール 一九九〇—一九九六、頁)。自分自身を物語ることは、誰にとっても困難である。この困難性について、ジュデイス・バトラーは次のように述べている (バトラー 二〇〇五—二〇〇八、七一頁)。

「私による自分自身の説明は部分的なものであり、私がいかなる決定的な物語ももたらずることができないものに取り憑かれている。私は、なぜ自分がこのような仕方でも出現したのかを正確に説明することができないし、物語的再構築における私の努力は、つねに修正を受け続けている。私がどんな説明もすることができない、私の中の、私にとっての対象が存在するのである。」

このバトラーの指摘のように、自分自身の経験やそして感情を語ることは、部分的であり、完全な形で語ることは不可能である。加えて、様々な経験は、自分以外の他者と関係しており、「私自身の人生物語は、私の人生を構成する意味として引き受け、他者から受け取った私自身の物語で満たされて」いるのである(リクール 一九九〇＝一九九六、*同上*頁)。インタビュアーであるジャーナリストとの相互作用を通じて、自分自身の物語が構成されることになる。すなわち、私が物語るとき、それはインタビュアーからの質問や求めに応じながら答えることになり、それが果たして、「私」の「本当」の経験や感情なのか、という問いが生じることになる。

このように、情報源による経験や感情の物語は、常に不完全なものでしかなく、それは一時的な一側面に焦点を当てたに過ぎないものである。取材対象となる情報源への負担も少なくない。メディアで自分自身をさらけ出すことによつて批判や中傷に晒される場合もある。にもかかわらず、リアリティTVなど自分自身を物語化してさらけ出すメディアの形式は広がっている(クドリー 二〇一二＝二〇一八、一五五頁)。このことは、ジャーナリズムにおける物語の「真正性」がより求められるようになることに貢献している。すなわち、多くの人がメディアで自分自身を語り、さらけ出すと同時に、その物語が一面的であることも広がっていく。それにより、ジャーナリズムの情報源のより「本当の」、「真正性」が求められることにもつながり、「感情の表現」がより一層強く求められることになる。

しかし、こうしたジャーナリズムの傾向は、自身に降りかかったときに、自分自身を説明することができず、その困難性に直面することにもなる。その場合、感情をめぐる戦略的儀礼という手続きに収まる状況ではない。「『ニュース・オブ・ザ・ワールド』は、他人を追いかけ、説明させることを生業にしていた。自身に説明する順番がまわってきたとき、失敗した」とルバート・マードックが述べたように（クドリー 二〇一〇年二〇一八、二九七頁）、ジャーナリズムに対する不信が高まるなか、ジャーナリズム自身の「真正性」もまた、問われているのである。

ポピュリズムとニュースの物語

「本当の」「もっともらしい」という「真正性」の高まりは、ポピュリズムやポストトゥルースの状況を促進している。ポピュリズム政治では、我々／彼らという二項対立図式に基づき、我々を「善」、彼らを「悪」とする勧善懲悪の物語が利用される（Mazzoleni 2003, p. 11）。例えば、二〇〇五年の郵政選挙は明確にこの勧善懲悪に則った物語がニュースに適用されていた。しかし、近年のポピュリズム政治は、勧善懲悪の物語に留まらない。例えば、トランプ大統領の政治を「怒りのポピュリズム」とするように、善悪という規範とは異なる「感情」の重要性が高まっている。

そうした関心から、ウォール・ヨルゲンセンは、ニュースの物語分析を通じてそこに組み込まれている感情を明らかにしている（Wahl-Jorgensen 2019）。そこでは、ニュースにおいて敵／味方、あるいは我々／彼らの位置づけを分析し、役割に則った形で出来事を物語ること、感情が喚起される。抗議活動の報道において、怒りがどのように表現されているのかを分析を通じて、抗議活動の位置づけが「敵」にもなり「味方」にもなることを明らかにしている。抗議活動の目的が合理的で、その活動が非暴力的であることによって、抗議者たちの怒りは

正当化されるとされる。また、その目的が非合理で、暴力や破壊に訴えるものである場合は正当ではない怒りと位置づけられる。しかし、暴力や破壊に訴えるような抗議活動であっても、その目的が合理的であり、被害が少ない場合は正当な怒りと位置づけられる場合もある。換言すると、「怒り」という一つの感情であっても、その怒りがどのように評価されるのかは、文脈次第であるとしたのである。ただし、近年のポピュリズム政治において「怒り」が極めて重要な感情として出現しつつある。こうした「怒り」はオバマ政権においては見られなかったものであり、社会で共有されている感情に関する規範やルールである「感情のレジーム」⁽³⁾が「怒り」へと変化しつつあると指摘している。すなわち、社会的な生活において「怒り」を表明することが、受け入れられるようになっていっているという社会の価値観の変化が生じているとしている。

この分析は、感情をめぐる戦略的儀礼の観点から、ニュースにいかなる感情がどのように組み込まれているのかを分析しているものである。だが、それはなぜ出来事が「怒り」や「喜び」を生むものとして表現されるのか、ということの説明するものではない。感情が社会的なものであるならば、ニュースにおいて表現された「怒り」や「喜び」「悲しみ」などの感情に対して、なぜその出来事を取材したのか、また出来事をそうした感情と関連させて報道することが可能なのか、という社会の価値を問う視点もまた重要である。

こうした視点からニュース・テキストの物語に焦点を当てているのが、言説分析の視座である。言説分析においては、ニュースには社会で共有されている価値観が反映されると位置づけられ、ニュースの分析を通じて価値観、ひいては常識の持つ権力性を考察することが求められる。言説分析を行うことで、ニュースに組み込まれた感情を考察することが可能となる。すなわち、なぜ出来事が特定の感情と結びつくのか、報道を通じて特定の感情が広がり、それに基づいて「我々」と「彼ら」に分かれていくのかを考察できるのである。

もちろん、ポピュリズム政治のニュースをめぐる言説分析はすでに行われている(例えば山腰 二〇一二など)。

これらの先行研究では、善／悪、我々／彼らという境界線を分析している。重要なのは、感情がニュースの中に表現として現れ、それによってオーディエンスの感情が喚起されるというところにある。感情という側面をニュースの分析に含めることにより、オーディエンスによるニュースの消費過程へとその視座を広めることとなる。すなわち、感情表現が含まれた出来事のニュースに接し、オーディエンスがどのように感情を喚起したのか、ということもニュースの分析のみならず、ソーシャルメディアなどを通じて分析することが求められるのである。こうしたニュースの消費過程という視点に加えて、感情という側面で注目すべきなのは、その分析視座に「怒り」や「嫌悪」といった否定的な感情のみならず、「愛」といった肯定的な感情が含まれるというところにある。感情は理性と対立するものと批判されてきたが、その議論では否定的な感情を中心に取り上げられてきた。しかし、デジタルメディアが普及した環境では、「好意」という感情をオーディエンスに喚起させることで支持を得得することも見られる。例えば、イギリス労働党のエド・ミリバンド党首（当時）はデジタルメディアを中心に特に若い女性の「好意」の感情を喚起しており、その支持者は「ミリファンダム」と呼ばれるほどであった（Wahl-Jorgensen 2019, p. 133）。「真正性」を通じて「好意」、そしてその先にある支持を獲得することは、ポピュリズム政治とは離れたところでも、政治コミュニケーションの戦略の一つとして日常的に行われていると考えられる。

このように、デジタルメディア環境におけるポピュリズム政治をめぐるニュースの言説分析の戦略に感情という側面を組み込むことで、ニュースの「送り手」と「受け手」の双方の視野に含めた分析することが可能となるのである。「真正な語り」を通じて「好意」という感情がメディアを介して広がっていくという現象を分析することは、ポピュリズムとニュースの研究に新たな知見を提示すると考えられる。

おわりに

ジャーナリズムにおいて理性と感情の対立図式が広く受け入れられており、客観報道の理念が重視されていた (Pantti 2010, p. 170)。このため、ジャーナリズム研究における感情の観点からの研究は、発展してきたとはいえないものであったが、近年の様々な政治的・社会的現象を通じて注目されるようになった。「民主的な意思形成—決定の過程から感情を排除するのは可能なことでもなければ、望ましいことでもない」とあるように、人々の日常生活に感情は不可欠のものである (齋藤 二〇二二、一七九頁)。感情がメディアを介してどのように構築され、共有されるのかという観点の研究は、メディア環境が急激に変化した現代社会においても重要なものである。

本論は、ニュースにおける感情をどう分析できるのかを考察してきた。ニュース生産過程にはジャーナリストの感情労働、そして情報源の感情というように、感情という側面が存在している。本論は、ニュースにおける感情を言説分析の観点から考察することで、その報道の感情がいかなる社会的な価値観と結び付いていたのかを明らかにすることができることを示した。また、出来事を物語ること、その「真正な語り」の重要性の高まりについても指摘した。ジャーナリズムが感情を情報源に依存するが、情報源の物語も完全なものとはなりえない。「真正性」が重視されるようになることで、情報源の物語がより一層求められるようになっていく。近年のジャーナリズムに対する不信、ポピュリズム政治は、こうした感情という視座から考察することによって、新たな知見を得られる可能性もある。

本論の考察は試論の域を出ないものである。現代のメディア環境において感情がいかに構築され、共有されるのか、それが政治的社会的な諸問題にどう関係するのかといった考察することが重要である。本論で提示した視

座をもとに理論的な検討と事例分析を重ねていくことで洗練化させていくことが求められる。

- (1) 情動は感情とは異なる概念であるが、深く関連するものである。情動は、「強度」として経験される身体的な反応であり、「感情」が生起する前に生じると考えられている。そのため、感情は情動の一つの過程として位置づけることも可能である。情動は身体的な反応であるが、文化的・社会的な現象である(伊藤 二〇一九、六七頁)。しかし、感情そのものや、感情の表現もまた文化的・社会的な現象である。本論では、文化的かつ社会的なものである感情を「個々人の身体で経験される情動をめぐり、諸関係の中で行われる解釈」と定義し、論じるものである(Walsh-Jorgensen 2019)。
- (2) イエロージャーナリズムとは、センセーショナルで大胆な報道を特徴とするジャーナリズムの形式である。一八九〇年代後半のアメリカの『ニューヨーク・ジャーナル』と『ニューヨーク・ワールド』間で見られた、センセーショナルな内容や派手な絵を用いた読者獲得競争を一つの起源とする。読者獲得のために、ロマンスやスキヤンダルスポーツを積極的に取り上げ、出来事を誇張したセンセーショナルな報道がなされた(Zelizer and Allan 2010, p. 173)。
- (3) ウォール・ヨルゲンセンは「感情のレジーム」という概念を分析に用いているが、メディア研究やカルチュラル・スタディーズで関連する概念として「感情の構造(structure of feeling)」が挙げられる(ウイリアムズ 一九八三〇二一六、一七頁)。感情の構造は「社会秩序の現実的な形態に対する個別的な反応」であり(ウイリアムズ 一九八三〇二一六、一七頁)、「社会で共有された全体的な意識」と説明しうる(高山 二〇一〇)。人々は感情を感じることを通じて感情の構造に参加しており、感情を政治的、かつ社会的なものとして捉える点において、感情のレジームと同様である。しかし、感情の構造は諸権力の関係の中で構成され、常に変化しているという動的な点、そして感情の構造が「様々な制度、組織などが実際にいかに受け止められ、経験されているのかを表現しようとするもの」(高山 二〇一〇、二二八頁、強調は筆者による)ということと、感情のレジームとの違いがある。詳しくは、伊藤(二〇一八)や高山(二〇一〇)を参照のこと。

参考文献

- Anderson, C. W. and Schudson, M. (2020) "Objectivity, Professionalism, and Truth Seeking." Wahl-Jorgensen, K and Hanitzsch, T. (eds.) *The Handbook of Journalism Studies, Second Edition*. New York: Routledge, pp. 136-150.
- バトラー、J. (二〇〇五＝二〇〇八) 『自分自身を説明すること——倫理的暴力の批判』佐藤嘉幸、清水知子訳、月曜社。
- クドリ、N. (二〇二二＝二〇一八) 『メディア・社会・世界——デジタルメディアと社会理論』山腰修三監訳、慶應義塾大学出版会。
- Galung, J. and Ruge, M. H. (1965) "The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers." *Journal of Peace Research*. 2(1), pp. 64-91.
- Gans, H. J. (1979=2004) *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. Evanston, Illinois: Northwestern University Press.
- Hallin, D. C. and Mancini, P. (2004) *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press.
- ホックシールド、A. R. (一九八三＝二〇〇〇) 『管理される心——感情が商品になるとき』石川准、室伏亜希訳、世界思想社。
- 伊藤守 (二〇一七) 『情動の社会学——ポストメディア時代における「ミクロ知覚」の探求』青土社。
- 伊藤守 (二〇一八) 「カルチュラル・スタディーズとしての情動論——「感情の構造」から「動物的政治」へ——」『年報カルチュラル・スタディーズ』六巻、五—二三頁。
- 伊藤守 (二〇一九) 「公共と情動的ネットワーク——コミュニケーション資本主義と触発される情動」『思想』四号 (第一一四〇号)、五九—八一頁。
- マクニア、B. (二〇〇六＝二〇〇六) 『ジャーナリズムの社会学』小川浩一、赤尾光史監訳、リベルタ出版。
- Mazzoleni, G. (2003) "The Media and the Growth of Neo-populism in Contemporary Democracies." Mazzoleni, G., Stewart, J., and Horsfield, B. (eds.) *The Media and Neo-Populism: A Contemporary Comparative Analysis*.

- Westport: Praeger Publishers.
- 大井眞二(一九九九)「客観報道の起源を巡って——アメリカ・ジャーナリズム史のコンテクストから——」鶴木眞編 著『客観報道…もう一つのジャーナリズム論』成文堂、三—三二頁。
- 大石裕(一九九八)『政治コミュニケーション——理論と分析』勁草書房。
- 岡田直之(一九九二)『マスコミ研究の視座と課題』東京大学出版会。
- Pantti, M. (2010) "The Value of Emotion: An Examination of Television Journalists' Notions on Emotionality," *European Journal of Communication*, 25(2), pp. 168–181.
- リクルール, P. (一九九〇—一九九六)『他者のような自己自身』久米博訳、法政大学出版局。
- 齋藤純一(二〇一二)「デモクラシーにおける理性と感情」齋藤純一、田村哲樹編『アクセスデモクラシー論』日本経済評論社、一七八—一九九頁。
- Schudson, M. (2011) *The Sociology of News, 2nd Edition*. New York: W. W. Norton & Company.
- 高山智樹(二〇一〇)『レイモンド・ウィリアムズ——希望への手がかり』彩流社。
- Tuchman, G. (1972) "Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity," *American Journal of Sociology*, 77(4), pp. 660–679.
- タックマン, G. (一九七八—一九九二)『ニュース社会学』鶴木眞、櫻内篤子訳、三嶺書房。
- Tumber, H., Bromley, M. and Zelzer, B. (2000) "Editorial," *Journalism*, 1(1), pp. 5–8.
- Wahl-Jorgensen, K. (2019) *Emotions, Media and Politics*. London: Polity.
- Wahl-Jorgensen, K and Hanitzsch, T. (2020) "Journalism Studies: Developments, Challenges, and Future Directions," Wahl-Jorgensen, K and Hanitzsch, T. (eds.) *The Handbook of Journalism Studies, Second Edition*. New York: Routledge, pp. 3–20.
- White, D. (1950) "The Gatekeeper: A Case Study in the Selection of News," *Journalism Quarterly*, 27(3), pp. 383–390.
- ウィリアムズ, R. (一九六六—二〇〇八)『文化と社会 一七八〇—一九五〇』若松繁信、長谷川光昭訳、ミネルヴァ

書房。

ウイリアムズ、R. (一九八三・二〇一六) 「想像力の時制」『想像力の時制 文化研究Ⅱ』川端康雄編訳、みすず書房、八―二三頁。

山腰修三 (二〇一七) 『コミュニケーションの政治社会学：メディア言説・ヘゲモニー・民主主義』ミネルヴァ書房。

山腰修三 (二〇一七) 「ポピュリズム政治における『民衆』と『大衆』——批判的コミュニケーション論からのアプローチ——」『メディア・コミュニケーション』六七号、一九―二八頁。

吉田徹 (二〇一四) 『感情の政治学』講談社選書メチエ。

Zelizer, B. (2004) *Taking Journalism Seriously: News and the Academy*. London: Sage.

Zelizer, B. and Allan, S. (2010) *Keywords in News & Journalism Studies*. New York: Open University Press.