

章立て

はじめに

第1章 マス・メディアに対する信頼度の実態

第2章 なぜ信頼を失いつつあるのか

第1節 信頼とは

第2節 パーソナル・メディアの登場

第3節 システムから人格へ

第3章 情報過多社会における今後のメディア

おわりに

はじめに

初めに、本論文で取り扱う「メディア」という言葉の定義を明確にしておきたい。様々な定義の仕方があると思うが、本論文ではメディアは、「多様な情報の伝達を主な目的とする手段呼び組織」と定義する。(津田 2016) 広義に解釈すると、標識や衣服、空間など、何かしらの情報を伝えるものを全てメディアとして含まれるが、情報を伝えることを主な目的とするものを指す。更に、メディアを「マス・メディア」と「パーソナル・メディア」に分類する。マス・メディアとは、テレビ、新聞、ラジオ、雑誌を指し、マスコミュニケーションの媒体となるものである。多くの人々(マス)へ一方向的に情報を提供する組織であり、一度に多くの情報を取り入れることができ、大変便利である。それに対しパーソナル・メディアとは、スマホ、インターネット、SNS など個人が保持しているメディアのことである。一つの組織が流す情報のみの世界ではなく、個人が発信できる場を世界に提供している。そのため、現代では一方向的なコミュニケーションに限らず、双方向的なやりとりが可能になっている。しかし、パーソナル・メディアの発展により個人発信が促進され、人々の処理能力を超える量の情報が溢れかえっており、現代社会を情報過多社会とも捉えられることができる。例えば、ふと疑問に思ったことを携帯で検索すると、検索結果が 100 万件超えになることがある。一つのことについて調べ始めるときりがなく、正解にたどり着くまでにも時間がかかる。もはや何が正解なのか見分けることも難しくなっている。

近年、マス・メディアの代表であるテレビや新聞への接触時間は低下している。メディア環境研究所によると、日本人の 1 日の平均テレビ視聴時間は 2006 年では 171.8 分だったことに対し、2020 年では 144.2 分に減少している。新聞においては 32.3 分から 14.9 分、ラジオは 44.0 分から 28.9 分、雑誌は 19.6 分から 11.2 分と、全てのマス・メディアにおいて接触時間が減少している。(メディア環境研究所 2020) 更に、この結果と比例しているかのように、マス・メディアへの信頼性も同様の傾向が見られる。トランプ大統領を中心に、フェイクニュースという言葉が流通するようになり、マス・メディアに対する人々の警戒度は高まりつつある。テレビの視聴率の低下や新聞離れの原因の一つといっても過言ではないだろう。

これらを踏まえて、マス・メディアに対する信頼度が低下しているため、接触時間も低下しているという仮説を立てることができる。しかし、世の中の実態を把握するためには、マス・メディアを利用しないことはもはや不可能であ

る。信頼度はこれからも低下していくのか。仮にそうである場合、信頼性を取り戻すためにどのような変化をすることができるのだろうか。そのような現状の中で私たちは今後どのようにメディアと付き合っていけば良いのか。本論文ではこれらの問題を考えたい。第1章では、マスメディアに対する信頼度の実態を説明する。第2章では、リップマンの信頼論を中心に、まず人々はそもそもなぜマス・メディアを信頼するようになったのか、信頼とはどのように生まれるものなのかを見ていく。そしてその信頼が実際になぜ失われつつあるのかの原因を探っていく。第3章では、前章で述べたことを踏まえて、情報過多社会と呼ばれる現代社会において、今後のメディアのあり方の可能性、そしてメディアと人々の今後の関係性について考える。

第1章 マス・メディアに対する信頼度の実態

「テレビのニュースは、都合のいいように編集されている。」「新聞によっては左派的な考えが強すぎるのがある。」「報道の仕方がいちいち大袈裟すぎる。」このような声をあげる人も少なくはない。特に今年に入ってからコロナ感染が拡大し、毎日何人感染したかテレビで放送されている。本当にこの数なのか、と不思議に思うこともある。

情報を入手する場は大きく分けて二つある。諸個人が自分の周囲の環境を直接的に知覚し経験する環境(＝直接的環境)と、メディアを通じて間接的に知覚し経験する環境(＝間接的環境)に分類される(大石 2016)。私たちは、メディアのおかげで世界を広く捉えることが可能になった。例えば、自動車や飛行機が発達されたことにより、昔では想像すら出来なかった長距離の移動が可5能になった。また、国際情勢を知ったり、海外旅行を計画する際に必要な情報など、直接的な経験では得られないものを現在はメディアが提供してくれている。

反対に、近代社会ではメディアが発達したため、人間は間接的環境に重く依存するようになったとも捉えられる。リップマンは、間接的環境のことを、メディアが語る出来事や世界は客観的な世界ではなく、擬似環境であると述べている。メディアを通して学んだことによって、目の前の現象に対して解釈が変わってくる。メディアによる報道の仕方や内容が私たちの現実を構築し、人はそれらの情報を基にして定義をしてから現実を見ると唱えている。これがもし本当であれば、私たちは真の現実を見られていないことになる。

更に、ヴェーバーは「合理化の逆説」について唱えている。経済、法律、政治の領域だけに限らず、技術や科学においても合理化が進んでいる。(友枝 2017)。彼が言う逆説とは、社会的ディレンマ、もしくは合理的選択理論に似ているだろう。すべての人が幸福になるために合理的な選択をしたとしても、むしろ社会全体にとっては非合理的な帰結をもたらし、すべての人が不幸になることもあるのだ。

現に、私たちはこの合理化のディレンマに向き合わなければいけないのではないのか。なぜならば、メディアを通して私たちは合理的に生活を楽にしようとしているが、それはかえって人間性を失う原因になり得るため、不幸な方向へと転換する可能性も十分にあるのだ。この合理化のパラドックスを忘れるべきではないだろう。合理性だけを求めてしまうと、結果として利益や目的の実現だけを考える思想や組織が広がり、人間の存在に意味を与えてくれる価値も失われるとヴェーバーは考えた(出口 2019)

このような考え方は、社会問題がどのようにして構築・構成されているのかにも現れている。日本の報道機関は客観的主義を規範としているが、水俣事件などの公害問題を通してその規範が変化していった(山口 2018)。

しかし、この考え方にも批判する人もいる。それはあたかもメディアが作る世界の外側に真の現実があるかのように語っている点である。私たちの考えやバイアスを左右し、社会的問題の定義の仕方によってそのニュースの重要性を高めたり、別の意味を帯びたりする可能性がある。「現実」とは何なのかという定義の仕方が重要だろう。

ジョン・キツセとマルコム・スペクターのクレイム申立て活動によると、社会問題は元々解決すべきものではない

く、問題であると主張するものによって定義され、構築される。これは本来人間が行うべき活動だと思うが、現在はメディアが主に行なっているのではないかと私は思う。しかしこれは、批判的な目を常に持つことが大事であることを示していて、現にメディアが創作している現実、または提供している情報が全て誤っているということを示しているわけではない。

第2章 なぜ信頼を失いつつあるのか

第1節 信頼とは

なぜマス・メディアは信頼を失いつつあるのか。この実態を追求する前に、まず信頼とは何か、人々は何を根拠にあるものに対して信頼を託すのかを検討していきたい。信頼に関する考え方は様々な社会学者が触れているが、今回はルーマンの信頼論に着目する。ルーマンは、信頼を人格的な信頼とシステム信頼の二つに分類している。人格的な信頼は、特定の誰かに対する信頼である。長年一緒に過ごしている親友にお金を貸すのが一つの例である。これに対しシステム信頼は、あるシステムの働き全体に対する信頼のことである。(友枝ほか 2017) 私たちが銀行にお金を預けるという行為がこちらの例である。

この例を取り上げて、人はなぜ銀行を信頼して自分のお金を預けることができるのかを考えてみる。銀行というシステム全体はあまりにも巨大で、複雑である。友人にお金を預けるのとは異なり、そのシステムに携わる人や仕組みを十分に理解しきることはほぼ不可能である。その上で、人々が銀行を信頼する理由として主に二つある。一つ目は、他の人たちも銀行を信頼している点。二つ目は、銀行を信頼しても不都合が生じない点。不都合が生じないというよりも、私たちは銀行を利用することによって、少ない額だとしても利息という形でむしろ恩恵を受けている。また、大金を自分で保持するよりも銀行に預ける方が安心、そして安全である。銀行の仕組みは理解していないが、そのシステムに信頼を置いている。

これは銀行に限らず、マス・メディアに対する信頼でも同じことが言えるのではないのか。まず一つ目に関して、マス・メディアは世界中の多くの人々によって利用されている。二つ目は、マス・メディアを利用することにより、政治、経済、文化などの多方面の情報を取り入れることができ、新しい知識を増やせる。また、エンターテインメント分野では他人と関わる際に話題提供の元にもなる。つまり、メディアを信頼することにより人々は恩恵を受けているのである。したがって、私たちは今までメディアを信頼してきた、そして今でも信頼しているという説明つく。しかし、この信頼はパーソナル・メディアの登場によって揺らいでくる。

また、ルーマンは社会の複雑性は縮図されているという社会システム理論を唱えていたが、これも今のメディアが中心に行っていることなのではないのかと思う。代表的な例としてルーマンは信頼を挙げている。信頼の機能とは、完全には知り得ないことを知ろうとするときに生じる心理的負担を軽減することにある(友枝 2017)。例えば、電車や飛行機が事故を起こさない保証がないにも関わらず、信頼して交通機関を利用している。また、政治的立場にいるリーダーが政策をやり通すことは不確実ではあるが、彼らを信頼し国の運営を任せている。同じように、私たちはメディアが流している情報を少なからずある程度は信頼しているだろう。その情報メディアが単純化しすぎると世の中の様々な可能性を破棄してしまうことになるだろう。私たちが得られていない情報の可能性がなくなることにより、私たちの思考も変わってくるであろうし、知的な発達の可能性も失われていることになる。

第2節 パーソナル・メディアの登場

パーソナル・メディアとは、スマホ、インターネット、SNS など個人が保持しているメディアのことである。マス・メディアの接触時間が低下していると前述したが、逆に携帯電話やスマートフォンのいわゆるパーソナル・メディアの接触時間は大幅に増えている。2006 年では 1 日わずか 11.0 分だったのが、今年に入って 121.2 分まで増えている。(メディア環境研究所 2020)これは平均であり、個人によっては数時間以上使用していることもあるだろう。

ここでは、パーソナル・メディアのダメ出しをするつもりではない。必ずしも悪い面しか持っていないわけではない。例えば、情報が民主化され、一つの意見や支店に偏ることが昔よりも減っただろう。しかし、パーソナル・メディアは、個人発信を可能にし、一個人がインターネットや SNS をプラットフォームにしてメディアになれるという変化を生み出した。これにより、情報の爆発が起こり、現代は情報過多社会と呼ばれるようになったとも言える。また、ツイートやポストから見られるように、自分の感情を他人に、あるいは他人のものを別の他人にシェアできる環境が生まれた。今まではマス・メディアに対して不満があったとしても、友達や家族、身近な人のみにしか共有できなかった。しかし、SNS 上などで自分の意見を発信できるようにあって、自分と同じ感情をもっている人々と共有できるようになり、仲間意識が強まる。マス・メディアによる大衆コントロールが完全にできなくなったというわけではないが、パーソナル・メディアが誕生して弱まったとも言えるのではないか。

さらに、マス・メディアを通して一方向コミュニケーションが主流だったのが、パーソナル・メディアの登場により双方向コミュニケーションの時代へと変化した。言い換えると、情報の受け取り方が、マスコミュニケーションからミニコミュニケーションになり、かつては受取手が見えない大衆に向けて伝達していたものが情報を必要としている少数に向けての伝達になったのである。(小山 2017)マス・メディアからの一方向の発信だけではなく、個人同士、少人数同士のコミュニケーションも可能になったということである。これらを踏まえると、マス・メディアにおいてのシステム信頼が崩れかけきているのではないかと考える。

第3節 システムから人格へ

現代では、マス・メディアにおいてのシステム信頼が以前よりも弱まっている可能性がある。そのことを踏まえると、大きなシステムに対しても人格的な信頼を求めるようになってきているのではないのか。また、人々の価値観の多元化・共有化により、本来マス・メディアは中立性を保つ必要があるのに、今の時代では難しくなっている。大衆文化から分衆・個衆文化へと移り変わり、中立という立場が失われた。数十年の時間を通じ、一貫した生身の人間が責任主体となる個人と企業などの大きな主体、どちらを信用するか。これは個人型メディアが突きつける究極の問いになる。(田端 2012)

現代の人々が人格的な信頼を求めるようになってきている一つの例として、YouTuber が挙げられると考える。最近ではテレビのニュースを見るよりも、YouTuber の解説動画を閲覧する人も増えている。お笑い芸人オリエンタルラジオの中田敦彦さんは、教育系の動画を配信している。YouTuber が発信するコンテンツがなぜ人気なのか考えてみると、いくつか理由がある。もちろん、もともとのお笑い芸人としてテレビに出演をし、有名だから人気があるという事実もあるが、発信者である彼を実際に解説している姿見えるから信頼しやすいのではないのか。情報を発信している人の顔、考え、生き方が見えることにより、その人に親しみを覚え、そこに信頼が生まれる。YouTuber は個人だからこそ何百万人ものファンがつく。マス・メディアや企業が YouTube に申述したとしても、個人に勝つことは難しいだろう。実際に、日本テレビや TBS 専用のチャンネルが開設されているが、個人チャンネルで解説して

いる人と比較してみると再生回数は高くない。そのため、現代社会ではシステム信頼から人格的な信頼への移行期に入っているのではないかと考える。

また、ルーマンは社会の複雑性は縮図されているという社会システム理論を唱えていたが、これも今のメディアが中心行的に行っていることなのではないのかと思う。代表的な例としてルーマンは信頼を挙げている。信頼の機能とは、完全には知り得ないことを知ろうとするときに生じる心理的負担を軽減することにある（友枝 2017）。例えば、電車や飛行機が事故を起こさない保証がないにも関わらず、信頼して交通機関を利用している。また、政治的立場にいるリーダーが政策をやり通すことは不確実ではあるが、彼らを信頼し国の運営を任せている。同じように、私たちはメディアが流している情報を少なからずある程度は信頼しているだろう。その情報メディアが単純化しすぎると世の中の様々な可能性を破棄してしまうことになるだろう。私たちが得られていない情報の可能性がなくなることにより、私たちの思考も変わってくるであろうし、知的な発達の可能性も失われていることになる。

第3章 情報過多社会における今後のメディア

パーソナル・メディアの誕生により個人発信が可能になり、情報量が劇的に増加した。そんな中、私たちはメディアと今後どう付き合っていくべきなのか考えてみたい。先ほど述べたように、大きなシステムに対しても人格的な信頼が求められる時代に変化している可能性がある。マス・メディアが人々からの信頼を得るためには、裏を見せる必要があるのではないか。裏を見せるというのは、私たちはメディアに依存していないという解釈である。メディアを主体として考えるのではなく、情報を受容している受け手が解釈の主体であって、受け手が主導権を握っている。人間は情報に対して多様な読み方をするので、能動的なオーディエンス、観衆であるという考えだ。確かに、人それぞれ同じニュースに対しても解釈の仕方が異なることは日常的にある。台風や地震の速報が流れた場合、ある人はまた大袈裟に捉えすぎていると考えるかもしれないし、ある人は危険であると判断し万が一のために準備をするという違いが生まれてくるだろう。

更に、利用満足研究によると、現代は消費者・視聴者中心主義であり、皆がどのようなコンテンツを求めているのかを視聴率を気にし過ぎてしまい、実際にはメディアは報道したいことを流すことが出来ない状況に陥っている。そして私たちは自分が好むニュースを見る傾向性があり、ニュースを快楽的に消費しているだけであって、メディアに強く思考が影響されているわけではない。

おわりに

上記のようにメディアと人間の関係に対しての様々な考え方や理論を見てきたが、果たしてどれが現代社会に当てはまるのか。正解は一つとは限らないと思うが、人間とメディアは互いに影響しあっていることは確かである。多くの情報で溢れている現代の情報化社会は、非常に複雑で日進月歩で変貌している。インターネット、SNS、AI等の普及により、世界の流動化が更に加速している。その流れが速いがために、社会現象を捉えるのは難しい。どの時代でも様々な社会現象が起き（あるいは起こされ）、現代でもそうである。メディアと人間の双方が構築する世界の中で私たちがどう影響されているのか、あるいは思っていたよりもされていない可能性もあることを見てきた。いずれにしろ、変化の流れが非常に激しく、次に何が起こるのか予測不可能な現代社会において、一つの考え方に限定し、他の可能性を排除してしまうことは危険だと私は考える。

私たちは今後、どのようにマス・メディア、パーソナル・メディアと付き合っていくべきか。単にメディアリテラシー

を高めなければならないと言えれば簡単であるが、それだけでは済ませられないはずである。私たちが接触する情報が多すぎるという認識から、自分が関心のある情報だけを選びたいという意識が高くなっているのではないか。スマホや SNS の誕生により、自分の欲求通りに知りたいことだけを知ることが物理的に可能になった。個人的な趣味に興味偏りが生じるため、注意をする必要がある。そのため、自分がマス・メディア、パーソナル・メディア関係なく、それらから何を求めているのか、何を信じたがっているのかを見つめ直すのが良いのではないのか。マス・メディアに求める信頼性の特徴や意義が時代とともに変化している。信頼を維持するためには、誰がどのように情報収集しているのかを見せる必要があり、また私たちが自分が何を信じたがっているのかを把握するべきである。今回は日本国内の全体的な傾向をもとに追求したが、今後は国や年齢、性別において信頼に対する捉え方の違いがあるかどうか見ていきたい。

最後に、今までご指導をしてくださった澤井先生と助言をしてくれたゼミの仲間々に心より感謝申し上げます。

[文献]

- 出口剛司、2019、『大学4年間の社会学が10時間でざっと学べる』KADOKAWA.
- 早川晋平、2020、「情報爆発時代に必要なメディアの影響力とは？社会が動く揚力の正体」(2020年10月27日取得、<https://www.drone-enterprise.com/blog/5158>)
- 保高隆之、2018、『情報過多時代の人々のメディア選択―「情報とメディア利用」世論調査の結果から』(2020年10月29日取得、https://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/pdf/20181201_7.pdf)
- 小山隆信、2017、「マスメディアからパーソナルメディアになった」(2020年11月1日取得、<https://note.com/stevekoyama/n/nf58085acb989>)
- メディア環境研究所、2020、「メディア総接触時間の時系列推移」(2020年10月26日取得、<https://mekanken.com/mediasurveys/>)
- 大石裕、2016、『コミュニケーション研究 第4版 社会の中のメディア』慶應義塾大学出版会.
- 新聞通信調査会、2019、「メディアに関する全国世論調査」(2020年10月26日取得、<https://www.chosakai.gr.jp/project/notification/>)
- 田端信太郎、2012、『Media Makers 社会が動く「影響力」の正体』宣伝会議.
- 友枝敏雄・浜日出夫・山田真茂留編、2017、『社会学の力 最重要概念・命題集』有斐閣.
- 津田正太郎、2016、『メディアは社会を変えるのかーメディア社会論入門』世界思想社.
- 山口仁、2018、『メディアがつくる現実、メディアをめぐる現実 ジャーナリズムと社会問題の構築』勁草書房.