

メディア・コミュニケーション 2017 No.67 抜刷

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—

山腰修三

慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所

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——

山腰修三



▶ 1 大衆社会論とマス・コミュニケーション論

(1) 「大衆」像に対する批判的視座

2010年代後半の今日、メディア・コミュニケーション研究において「マス」概念を参照する意義はどこにあるだろうか。この問いを検討するにはまず、かつて、メディア・コミュニケーション研究において、なぜ「マス」概念を問うことが重要であったのかを確認する必要がある。

良く知られるように、マス・コミュニケーション研究は戦間期に大衆社会論を理論的基盤として成立・発展してきた。日本では戦後、1950年代を中心に、大衆社会論の「ブーム」と欧米のマス・コミュニケーション論の参照を通じた研究領域の確立がほぼ同時に連動しつつ展開することとなった（清水 1951, 清水編 1955）⁽¹⁾。

それでは、この時期の大衆社会および「大衆」はどのようなものと論じられていたのだろうか。当時、日本における大衆社会論の代表的な論者であった松下圭一は、大衆社会の成立を次のような図式で描き出している。

資本主義内部における生産の社会化を起動因として、Ⅰ人口のプロレタリア化、Ⅱテクノロジーの発達にともなう大量生産・大量伝達の飛躍的な展開、ついで、これらⅠ・Ⅱを基礎とした伝統的社会層の標準化によるⅢ政治的平等化がうながされていった。ここに社会形態の変化が必然とされ、社会は原子化・機械化された「大衆社会」という位置づけをみたのである（松下 1994: 16）。

なお、「人口のプロレタリア化」とは、「労働者階級の量的増大と、独占資本段階の人口構成のすぐれた特徴をなす新中間階級の新登場」を指し示す（松下 1994: 16）。このように、松下は資本主義の独占段階の成立によって「階級」が「大衆」へと変質したという視点から大衆社会の成立を論じているが、この一連の議論において、「大衆」の特徴が指摘されている。すなわち、資本主義の進展、技術の発展、普通選挙の確立といった近代化の過程の中で、同質的な、それにもかかわらず原子化した、つまり、相互に関係を持たない多数から成る集団が登場したのである。

重要な点は、こうした大衆社会の成立において、「社会」の変化や「経済」の発展だけでなく、「政治」が密接に関係していると理解されていることである。

<大衆>の問題性は、「社会」の形態変化を背景とした体制の論理の貫徹という、特殊 20 世紀の

「政治」状況に設定されるべきである。「経済」の独占資本段階における労働者階級は、「社会」形態の変化を媒介として、体制の論理に「政治」的に適合した場合、〈大衆〉という行動様式ないし意識形態をもってくるといふ連関がこれである（松下 1994: 50）。

すなわち、大衆社会、あるいは「大衆」の分析においては、社会形態や階級構造の分析に加えて「政治機構、政治指導、政治心理などの政治過程の次元における分析」が重要とされる（松下 1994: 49）。ここでは政治的無関心と政治的熱狂の間を揺れ動くという大衆の性格と、それによって支えられる大衆民主主義の問題が前景化する。そしてこの視座から大衆民主主義における情報操作や動員という問題とマス・コミュニケーションの研究とが結びついたのである。

大衆社会論的視座に基づくマス・コミュニケーション論は次のように整理される（岡田 1992: 25-27 参照）。第一に、エリート（パワー・エリート）が受動的な大衆を支配、統制、動員するための道具としてマス・メディアが位置づけられる（ミルズ 1956=1958）。第二に、マス・コミュニケーションを通じてメッセージが原子化した個々の大衆に直接到達し、即時的な効果を及ぼすという皮下注射モデルが想定される。そして第三に、その結果、大衆動員や、社会の価値観の画一化、あるいは政治的無関心や疎外をもたらすという民主主義におけるネガティブな影響が論じられるのである。

このように、「大衆」はマス・コミュニケーションを通じて支配、統制、動員される対象とみなされた。そしてそうした「大衆」イメージは、大衆民主主義に対する否定的評価と密接に結びついていた。したがって、大衆社会論的視座に基づくマス・コミュニケーション論はしばしば、大衆社会における権力関係の分析とともに、大衆の「解放」の可能性の模索、そしてオルタナティブな民主主義の構想という批判的プロジェクトと連動することになったのである（清水編 1955: 64-67; 福武編 1957; マルクーゼ 1964=1974）⁽²⁾。

(2) マス・コミュニケーション研究の発展と「マス」概念の自己否定

しかしながら、その後のマス・コミュニケーション研究の展開は、自らが拠って立ってきた「マス」概念を批判ないし否定してきた歴史であるとも言える。しばしばマス・コミュニケーション研究の展開は、大衆社会論的視座から実証主義的視座への転換とみなされる（岡田 1992: 23）。それは、社会心理学的な実験や社会調査といった「科学的」手法の洗練化によって大衆社会論的視座に基づくマス・コミュニケーション研究の知見が反証ないし批判されてきたことと関連している。そしてマス・コミュニケーション研究の実証主義的視座は、大衆社会論の基盤となる諸前提もまた、批判・否定することとなった（大石 1998）。

例えば、集団内のコミュニケーションがマス・コミュニケーションの受け手に対する影響力を限定的なものにすると説明する「コミュニケーションの二段の流れ」は、マス・コミュニケーション効果研究の皮下注射モデルを批判するにとどまらず、「集団の再発見」を通じて「原子化した大衆」という大衆社会論の理論的前提そのものを批判する知見を提示することになった。また、「選択的接触」や「先有傾向」などのマス・コミュニケーションの受け手の心理メカニズムを強調するアプローチは、受動的で情報操作されやすいという大衆社会論的視座に基づく受け手像に対する反証を提供した。このように、マス・コミュニケーション研究は受け手の「能動性」や「多様性」を強調することを通じて、従来の「大衆」観を批判していった。他方で、一見するとそれは、大衆社会論的視座でも論じられた「大衆の解放」と響きあうように見えるが、科学的な価値中立性の立場に立つ実証主義的なアプローチにおいては民主主義との関連でマス・コミュニケーションを論じる視座は背景に退いていったのである（Hall 1989）。

注目すべきは、受動的で画一的な存在としての「大衆」像がマス・コミュニケーション

研究の中で批判されてきたことに加え、そうした傾向がメディア環境の変化と連動するようになった点である。1980年代ごろの「ニューメディア」ブームにおいては、新たなメディアの登場、そして通信技術やインフラの発達と自由化が一方向的なマス・コミュニケーションとは異なる双方向型のコミュニケーションを可能にすると論じられた。この双方向型のコミュニケーションを可能にするメディアが発達、普及することによって、マス・コミュニケーションによってもたらされる受け手の画一化や受動性といった諸問題の解決が期待されたのである。こうしたマス・コミュニケーションの批判と双方向型のコミュニケーションに対する肯定的評価は、1990年代後半以降、インターネットの発達と普及によってより一層積極的に語られるようになった。一連の議論においても、従来型の受動的な「大衆」としての「受け手」像は批判され、能動的に情報を発信し、そうした情報発信を通じて社会や政治に積極的に参加する「ユーザー」像が提示されたのである。

このようなメディア環境の変化は、デジタル化とモバイル化が進展し、ソーシャルメディアが発達した2000年代後半以降、マス・メディアの「凋落」ないし「終焉」という認識を促進してきた。新聞は部数減が加速し、近年は「テレビ離れ」もデータで裏づけられるようになった。すなわち、「マス・オーディエンス」のみならず、「マス・メディア」そのもののプレゼンスが低下してきたのである。

それでは、マス・コミュニケーション研究は、そして「マス」概念は、その歴史的使命を終えたのであろうか。無論、答えは「否」である。今日においても、「マス」概念、あるいは「マス」をめぐるこれまでの議論が有用な知見を提供しうるような事象は依然として存在する。インターネットが中心となったメディア環境においても、あるいは多様化が進んだ社会においても、「マス」現象は生じうるのである。

とくに、民主主義とメディアという次元において取り組むべき今日的な課題として、ポピュリズムが挙げられる。なぜならば、以下に見るように、ポピュリズム政治ではメディアを通じてなぜ人々が動員されるのか、また、そうした人々がいかなる集団であるか、という点に関心が寄せられてきたからである。現代のメディア・コミュニケーション研究は、こうしたポピュリズムをめぐる問題に対してどのような分析枠組みを提示しうるのであろうか。また、そこで「マス」概念を参照することの意義はどこにあるのだろうか。

▶ 2 ポピュリズムとメディア

(1) ポピュリズムの論理

近年、ポピュリズムは民主主義政治を読み解くキーワードの一つとなっている。ポピュリズムは統一的な定義が困難な概念であるが、本論では次の特徴に注目する（山腰 2016: 74）。第一に、社会を二つの勢力に分断する。第二に、社会や政治が抱える問題が、一方の勢力に起因するものとして、善悪二元論の対立図式に位置づける。第三に、自らが一般民衆と共に敵対勢力と闘うという「勸善懲悪」の物語を提示し、現状に不満を抱く多様な層の支持を調達する。そして第四に、メディアを積極的に活用すること、である。

2016年に世界中の関心を集めたのが、アメリカ大統領選における「トランプ現象」であった。当初泡沫候補の一人と目されていたドナルド・トランプは共和党の大統領候補となり、選挙当日まで当選が有力視されていた民主党候補ヒラリー・クリントンを破り、第45代アメリカ大統領となった。

大統領選におけるトランプ候補の政治手法はポピュリズム的と評された。第一は、差別的な発言など、「過激な」主張を展開した点である。第二に、移民などの少数派やエスタブリッシュメント層を「敵」と位置づけ、それらの勢力がアメリカを「危機」に陥れているという論理を展開したことである。そして第三に、こうした「敵」との対決を通じて

「アメリカを再び偉大な国にする」という「勸善懲悪」の物語を提示した点である。これら一連の手法が現状に不満を抱くアメリカのマジョリティにアピールしたとされている。

それ以前の大統領選と同様に、2016年の大統領選でもメディアがどのような役割を果たしたのかが注目された。この選挙では、メディア環境の変化とポピュリズム政治とが結びついて論じられた点に特徴がある。『朝日新聞』2016年11月15日の記事「既存メディア問われる役割」によると、アメリカ国内のテレビは当初、トランプ候補のポピュリズム的なパフォーマンスに注目し、会見や集会、インタビューを大々的に報じた。トランプ候補に関する報道は視聴者の関心が高く、CNNは広告収入の大幅な増加につながったとされる。共和党の大統領候補に選出されたところから批判的な報じ方が増加したが、トランプ候補も主流メディア批判を鮮明化させる戦略に転じ、むしろ支持の拡大につながる結果となった。新聞は多くがトランプ批判の姿勢を示していたが、これらもトランプ候補によって「エスタブリッシュメント」の勢力に位置づけられ、トランプ候補と支持者の批判の対象とされた。主流メディアに対する信頼の低下がこうしたトランプ候補の論理に説得力を持たせた。一方でトランプ候補はFacebookやTwitterといったソーシャルメディアを活用し、有権者へ直接訴える戦略を展開した。それを通じて主流メディアを「既得権益」「敵」と位置づけつつ自らのメッセージを有権者に伝達することを可能とした。さらに、ネット上のフェイクニュースも有権者に影響を与え、トランプ候補の勝利に貢献したとされる（『朝日新聞』2016年12月3日「虚実の境ない世界どこへ」）。このように主流メディアも、そしてソーシャルメディアもポピュリズム政治の内部に組み込まれていたのである。

それでは、この現象をどのように解釈することができるであろうか。「マス・メディアの敗北／ソーシャルメディアの勝利」という二項対立図式に基づく視座では、今日のメディア政治の重要な側面を捉えそこなうことになる。重要な点は、既存の主流メディアやソーシャルメディアが複雑に入り組んだ今日のメディア環境においても、ポピュリズムを可能にするマス・コミュニケーションが成立するという点である。すなわち、不特定多数が情報を共有し、その結果、価値観やイデオロギーの画一化が進展する基盤が依然として（あるいは新たな装いと共に）存在しているといえる。

(2) ポピュリズムを支える政治的主体

トランプ現象をマス・コミュニケーションの観点から捉えるうえでもう一つ示唆に富む点は、「トランプ支持者とは誰か」という点である。トランプ候補は当初、中部や南部の差別主義的な保守主義者が主たる支持者とみなされていたが、大統領選で勝利すると、いかなる層が支持したのかがメディア上で積極的に論じられるようになった。例えば有力な説明としては、ラインベルトの労働者階級の白人男性、あるいはグローバル化の流れに取り残された白人中間層、といったものがある（『朝日新聞』2016年11月10日、『読売新聞』2016年11月10日）。しかし他方で、「トランプ支持者」は富裕層、女性、黒人・中南米系などの多様な層からも構成されていた点は重要である（『毎日新聞』2016年11月18日）。

一連の支持者たちは選挙後、メディアによって「隠れトランプ支持者」と名づけられた。「隠れトランプ支持者」は、トランプ候補のメッセージに共振し、支持をした多様な人々から構成される集団である。それらの集団はアメリカ内外のメディアにとって当初、「不可視」化されていた。そして選挙後に事後的に「発見」され、メディア表象として構築された主体である。このメディア表象においては、支持者たちの多様性は消去され、一枚岩の同質的な集団として意味づけられた。このことは、ポピュリストの政治コミュニケーションだけではなく、マス・メディアもまた、ポピュリズムを支える統一的な主体の

意味構築に非意図的であれ、結果的に関与していることを指し示している。

トランプ現象で見られるポピュリズムを支える政治的主体の構築性を考えるうえで、重要な参照点となるのが、2001年から2006年にかけて政権を担った小泉純一郎首相の「劇場型政治」である（大嶽 2006）⁽³⁾。この小泉首相の政治手法もポピュリズムとみなされている。無党派層が増大し、政治的無関心と冷笑主義が広がっていた中で登場した小泉首相は「自民党をぶっ壊す」というスローガンを掲げ、人々の熱狂を煽った。テレビを中心とするマス・メディアは小泉首相が展開する「改革勢力」対「抵抗勢力」という二項対立図式に基づく「劇場」となった。小泉内閣の支持率は発足当初は90%近くに達し、その後も高い支持率を維持した。近年の日本社会におけるこのポピュリズム政治の経験は次のことを示している。すなわち、この90%近い支持者は、本来的には多様な人々によって構成されているものの、「劇場型政治」を通じてポピュリズムを支える統一的な主体となったのである。あるいはメディアを通じて表象される劇場型政治の観客たちは、そのような主体としてイメージされるのである（「想像された大衆」⁽⁴⁾）。そしてこうした政治的主体は、多くの点で「大衆」と重なり合う存在でもあった。劇場型政治の観客としての「われわれ」は、政治的無関心から政治的熱狂の状態へと揺れ動いた、同質的な存在だったからである。すなわち、それは大衆社会論が顧みられなくなった時代に「われわれ」がたとえ一時的であるにせよ「大衆」化するという経験にほかならない。トランプ現象であれ、あるいは小泉劇場であれ、政治的主体としての「大衆」はポピュリズム政治を通じて「再発見」されることとなる。

本来的に多様な人々がポピュリズム政治を通じて政治的無関心の状態から政治的熱狂の状態へと揺れ動く。そしてポピュリズムの二項対立図式の言説戦略の中で、事後的に同質的で画一的な集団が形成される。このことは、「マス」概念を手がかりにポピュリズムとメディアとの関係性を捉える上で重要である。第一に、今日の政治的文脈において「大衆」はポピュリストが政治コミュニケーションを通じて意味構築する対象である。第二に、メディア（主流メディア、オルタナティブ・メディアを問わない）もまた、政治的主体としての「大衆」の産出に寄与している。そして第三に、これらの「大衆」は、本来的には多様なアイデンティティから構成されているが、マス・コミュニケーションを通じて統一的な主体として意味構築される。このように、多メディア化が進展した今日のメディア環境においても、統一的な政治的主体を意味構築するマス・コミュニケーションをめぐる問題が重要な研究領域として存在しうることが了解されるのである。

▶ 3 批判的コミュニケーション論とイデオロギー

(1) 「大衆」の構築性とイデオロギー論の展開

マス・コミュニケーション研究の視座から今日のポピュリズム政治を分析する上で重要なことは、マス・コミュニケーションを通じてポピュリズムを支える政治主体が構築される過程をどのような分析枠組みでアプローチしうるのか、という点である。本論では主流パラダイムとは異なる独自の視点からマス・コミュニケーションの分析を行ってきた批判的コミュニケーション論の諸概念を手がかりに、この問題に取り組むことにしたい。

注目すべきは、批判的コミュニケーション論において、大衆社会論とマス・コミュニケーションとの関連の中で、「大衆」が構築された存在であることがいち早く示されていた点である。例えば批判的コミュニケーション論と密接なかかわりを持つ英国カルチュラル・スタディーズの始祖の一人であるレイモンド・ウィリアムズは、1960年代に「大衆などというものは実際には存在しない。人々を大衆とみなす、さまざまな見方が存在するだけである」と指摘している（ウィリアムズ 1966=2004: 246 訳一部変更）。同書でウィ

リアムズは構築される主体としての「大衆」をマス・コミュニケーションと民主主義との関係から論じている。ただし、その後の批判的コミュニケーション論においては、「大衆」よりも「階級」、さらにさまざまなサブカルチャーの担い手へと分析対象が変遷していった。とは言え、こうした政治的主体の構築という視座はその後継承・発展していったのである。

批判的コミュニケーション論に大きな影響を与えた分析概念がルイ・アルチュセールのイデオロギー論である。1960年代後半から70年代にかけて展開されたアルチュセールのイデオロギー概念は、政治的主体の意味構築を説明する上で有用な知見を提供した。アルチュセールは、イデオロギーを「諸個人が自らの現実的な存在諸条件に対してもつ想像的な関係を表している」と定義する（アルチュセール 1995=2005: 354）。こうした構築主義的なイデオロギー概念に基づいて、アルチュセールは「あらゆるイデオロギーは、主体というカテゴリーの機能によって、具体的な諸主体としての具体的な諸個人に呼びかける」という「呼びかけ」を通じた主体形成というテーゼを提示する（アルチュセール 1995=2004: 365-6）。さらに、アルチュセールは資本主義国家の支配的価値観を支える主体を形成する「国家のイデオロギー装置」の一つとしてメディアを位置づける（アルチュセール 1995=2004: 336）。つまり、新聞やテレビは国家から相対的に自律しつつも、人々を「消費者」「有権者」「国民」として呼びかけ、現状のシステムの再生産に寄与する主体へと仕立てあげるイデオロギー機能を持つと論じたのである。

アルチュセールによるイデオロギー概念の再検討は1970年代の批判的コミュニケーション論、とくに英国のカルチュラル・スタディーズに大きな影響を与えた（Rojek 2003: 82）。例えばカルチュラル・スタディーズの理論的指導者であったスチュアート・ホールは、アルチュセールの議論に依拠しつつマス・コミュニケーションの「イデオロギー効果」について論じ、それが階級闘争にいかなる影響をもたらすかを論じている（Hall 1977）。しかし、ホールはその後、1985年の論文でアルチュセールのイデオロギー論に一定の評価を与えつつも、その階級還元主義的な傾向を批判している（Hall 1985）。

ホールによるアルチュセールのイデオロギー論に対する批判は、当時のホールが取り組んでいたサッチャリズムの分析と関連していると考えられる。1979年から1990年にかけて英国で長期政権を担った保守党のサッチャー首相の政治はホールの理論枠組みの転換をもたらした（Hall 1988, 山腰 2012）。ホールが関心を寄せたのは、サッチャー政権が労働組合や労働者にとって厳しい政策を採用したにもかかわらず、労働者からの支持を獲得することに成功した点である。それは、労働者階級の利害は労働党のような革新政党が代表するという階級政治の視座では説明ができない現象であった。このような問題意識のもと、ホールはサッチャー首相のイデオロギー戦略を「権威主義的ポピュリズム」と名づけた⁽⁵⁾。ここに批判的コミュニケーション論におけるポピュリズム分析の分析枠組みの礎が築かれたのである。

(2) 批判的コミュニケーション論におけるポピュリズムの分析

それでは、イデオロギーと主体形成の問題をめぐる批判的コミュニケーション論の分析視座はどのように転換したのであるか。ホールはサッチャリズムのイデオロギー戦略を「差異から統一性を構築すること」にあるとする（Hall 1988: 4-5）。すなわち、本来的に多様な複数のアイデンティティからサッチャリズムを支える統一的な政治的主体を構築しえた点に、サッチャリズムのポピュリズムの特徴があると論じた。それはイデオロギーの「呼びかけ」を通じた政治的主体の構築が、アルチュセールの想定よりも複雑で偶発的な過程であることの発見でもあった。

このようなサッチャリズムの複合的な主体の構築過程を説明するうえで、ホールはエル

ネスト・ラクハウの言説理論の諸概念を参照している（ホール 1982 = 2002, Hall 1988）。ラクハウは独自の言説理論に基づいてポピュリズムを再定式化している（ラクハウ 1977 = 1985）。ラクハウもまた、ポピュリズムをイデオロギー闘争の観点から論じるが、イデオロギー論で前提とされてきた、ある特定のイデオロギー要素が自動的・必然的に特定の階級に帰属すると想定する階級還元論的視座を明確に否定する。

イデオロギー的<諸要素>は、必然的な階級の内包を持つものではなく、またこの内包はただ具体的なイデオロギー的言説において、これらの諸要素を節合させた結果に過ぎない（ラクハウ 1977 = 1985: 100 訳一部変更）。

ラクハウはイデオロギーを構成する諸要素の結びつきは、階級政治や経済決定論のような必然性を伴って機械的に決定されるのではなく、イデオロギー闘争の結果として、偶発的に結びつくことを説明するために「節合」という概念を導入する。そして「階級」のような政治的主体はこうしたイデオロギーを構成する諸要素が結びついて一時的、偶発的に形成された統一体に過ぎないと指摘したのである。

続いてラクハウは、ポピュリズム的な言説が社会で広範な支持を獲得する上で、「人民 = 民主主義的」なイデオロギー要素が重要であると論じる。「人民 = 民主主義的」な要素とは、例えば「自由」や「平等」、あるいは「秩序」のような幅広い集団や階層の要求を満たしうる政治的シンボルや言語である。ポピュリズムはある特定の歴史的、政治的状况において、「人民 = 民主主義的」要素に基づくイデオロギーの構築を通じて多様なアイデンティティから支持を調達する。したがって、ポピュリズム的なイデオロギーを通じて「呼びかけ」られる主体は、多様なアイデンティティが偶発的に「節合」された複合的統一体となるのである。

こうしたラクハウの言説理論を参照しつつ、ホールはサッチャリズムのポピュリズムをイデオロギー闘争の過程として描き出した。それは、「人民 = 民主主義的」諸要素を通じて、本来的に相互に関係性を持たないアイデンティティの間に関係性を成立させ（すなわち、節合させ）、統一的政治的主体を構築する過程にはかならない。例えばサッチャリズムは「新自由主義」のイデオロギー要素と「保守主義」のイデオロギー要素を「節合」した。そして従来保守党の支持者に対しては、「反労働組合」的な呼びかけを行い、労働者に対しては「強い英国を（移民から）取り戻す」といったナショナリズムに基づく呼びかけを行うことを可能とした。それを通じて、保守党の支持者のみならず、白人労働者からの支持も調達したのである。サッチャリズムの支持者はこのような複合的なアイデンティティから構成された統一体であった。しかし、批判的コミュニケーション論の観点から重要なことは、ホールがこうしたイデオロギー闘争の過程を「意味づけをめぐる政治」というコミュニケーションとして提示した点である。

「言説における闘争」はまさに、言説の節合と脱節合の過程からなる。最終的に節合と脱節合の結果を主に左右しうるのは、「闘争する諸勢力」の相対的な強さ、ある戦略上の時機における諸勢力のバランス、「意味づけをめぐる政治」が効果的に遂行されるか否かである。（中略）そうした闘争は、特定の時点におけるある重要な用語をめぐる効果的な脱節合にまさに起因している。つまり、「民主主義」「法の支配」「市民権」「国民」「民衆」「人間」などといった重要な語句の従来の意味上の連結を脱節合し、それに新たな意味を挿入し、新しい政治主体の登場を表象するのである（ホール 1982 = 2002: 230 訳一部変更）。

この「意味づけをめぐる政治」は権威主義的ポピュリズムを支える主体がどのように構築されるのかを説明するものである。だが、それにとどまらず、そうした権威主義的ポピュリズムに対する異議申し立ての対抗言説の編制の可能性に対しても開かれた概念でもある。すなわち、支配的なレジームのヘゲモニーに対抗する多様なアイデンティティから

構成された主体の産出を説明する政治コミュニケーションの分析枠組みともみなすことができる。

無論のこと、ホールにとって力点はいくまでもサッチャリズムの分析にあった。そしてオルタナティブな民主主義とそれを支える主体の構築について、ホールは「マス」概念あるいはマス・コミュニケーション論の観点から理論を深めることはなかった。とは言え、ホールの「意味づけをめぐる政治」は、ポピュリズム政治における政治的主体の構築の分析にとって示唆に富む概念である。このように、大衆社会を背景として成立したマス・コミュニケーションの批判的パラダイムは、今日のポピュリズム政治の分析枠組みとして継承され、あるいは発展してきたと考えることができる。

▶ 4 マス・コミュニケーション研究における「民衆」の構築の分析に向けて

大衆社会論を基盤として成立したマス・コミュニケーション研究が有していた大衆をめぐる批判的視座、すなわち、コミュニケーションを通じて構築される多数から成る統一的な政治的主体が民主主義においていかなる役割を果たしうるのか、という問題構成は、今日の政治的文脈においては、ポピュリズムとメディアの問題として継承されていることが明らかになった。この点において、メディア・コミュニケーション研究における「マス」概念をめぐる問題構成は依然として重要であると結論づけることができよう。

本論で指摘したように、1980年代にホールはサッチャリズムの分析に取り組む中で、批判的コミュニケーション論の分析枠組みを再構成した。それは、ラクラウの言説理論における節合概念を参照することで、複合的な政治的主体の構築を「意味づけをめぐる政治」の過程に位置づけるものであった。このホールの視座転換は、今日のポピュリズム政治をマス・コミュニケーション論から批判的に分析する上で、有用な知見を提供するものである。

留意すべきは、ポピュリズムに関する政治理論はその後にも発展してきた点である。換言すると、ポピュリズムに関する理論的發展を参照することで、より一層深みのある分析枠組みを構想する余地があるといえる。最後にこの点を検討したい。

ポピュリズムの政治理論を發展させた理論家として、引き続きラクラウの議論を参照する。サッチャリズムの分析に際し、ホールはラクラウの1970年代のポピュリズム論を主に参照していたが、ラクラウ自身はその後、ラディカル・デモクラシー論を提起し、また、言説理論を發展させながらポピュリズム概念を刷新し続けてきた（ラクラウ＝ムフ1985＝2012, Laclau 2005）。ラディカル・デモクラシー論の中でラクラウ（とシャンタル・ムフ）が取り組んだ課題の一つが、「新しい社会運動」に代表されるさまざまな異議申し立てを相互に結びつけ、より「普遍性」を志向した対抗言説の編成とそれを担う集合的アイデンティティをいかに構築しうるのか、という点であった。こうした問題関心はポピュリズムをめぐる議論へと引き継がれている。

この新たなポピュリズム概念においては、さまざまなアイデンティティの中から統一的な主体を産出する政治的論理こそがポピュリズムであるとされる。ラクラウはポピュリズムが拡大し、ヘゲモニー闘争へと發展する過程を次のように説明する（Laclau 2005: 117-124）。まず、社会の中で不満を抱え、特定の要求を掲げるアイデンティティが複数存在する。次に、これらのアイデンティティの間に何らかの共通性が成立することで、「等価性の連鎖」が形成される。この等価性の連鎖が集合的アイデンティティ、すなわち「われわれ」を構築する。この等価性の連鎖は、「われわれ」と同時に、「われわれ」の要求の達成を疎外する対象を意味構築する。すなわち、「われわれ」と対立する「彼ら」である。等

価値の連鎖は多様なアイデンティティ、要求を組み込むことで拡張する。その過程で、多様なアイデンティティをまとめ上げる「普遍的」なシンボルや物語が構築される。それを通じて「われわれ」はより「普遍的」な主体へと変容する⁽⁶⁾。最終的に、政治空間は「われわれ」と「彼ら」の二項対立図式として捉えられるようになる。この場合、「彼ら」とは現状のシステムそのものを指し示すようになる。その結果、政治社会秩序の変容に発展しうるヘゲモニー闘争が生じる。この現状のシステムに不満を持つ複数のアイデンティティから複合的に構築される主体こそが「民衆」であり、こうした「民衆」の構築を可能にする政治的論理がポピュリズムである。

重要な点は、ラクラウのポピュリズム論が民主主義を深化させる可能性に対して開かれていることである。ラクラウは「民主主義のまさにその可能性は、民主主義的な『民衆』の構築に依存している」と論じている (Laclau 2005: 171)。前述のように、「民衆」はさまざまなアイデンティティによって複合的に構築された政治的主体である。そうした「民衆」がどのようなアイデンティティから構成され、いかなる要求をかけたか、対抗的な言説を編成するのは政治的、社会的、歴史的な文脈に依存する。したがって、政治社会秩序およびそれに対する不満や要求を伴った集合的アイデンティティを分析することが民主主義の現状と可能性を明らかにすることに通じるのである。

また、ラクラウが「民衆」を論じる中で、それを「異質性を伴った大衆」(Laclau 2005: 159)と表現していることにも注目したい。この記述はラクラウにとっては必ずしも本筋ではないが、「大衆」から検討を始めた本論にとっては示唆的である。これまでの議論からも明らかなように、ラクラウのポピュリズム論における「民衆」は、複数のアイデンティティが等価値の連鎖を通じて同質性を帯びることで形成された統一体である。また、そうした複数のアイデンティティは呼びかけられ、動員される対象である。こうした「同質性」、「動員」といった特徴は大衆社会論で語られた「大衆」像と重なり合う。しかしその一方で、ラクラウのポピュリズム論における「民衆」の統一性はその「異質性」によって不安定化し、常に一時的、偶発的なものに留まる。すなわち、この「民衆」像は、「同質性」と「異質性」を併せ持つ不安定な主体である⁽⁷⁾。そしてこうした政治的主体としての「民衆」は新たなヘゲモニー闘争の中で解体し、敵対関係の再構築や集合的アイデンティティ＝新たな「民衆」の再構築、そしてそれを通じた民主主義の深化へと開かれているのである。このような「民衆」像は、大衆社会論における「大衆」像、そして大衆民主主義をよりラディカルに再構成する理論的基盤を提供するものである。

トランプ現象が指し示していることは、ポピュリズム政治を通じて従来の政治コミュニケーションが大きく変化しているという状況である。今日の主流メディアとソーシャルメディアがポピュリズム政治にどのように組み込まれているのか、あるいはジャーナリズムがどのようにポピュリズム政治に介入しうるのかはメディア・コミュニケーション研究にとって重要な課題である⁽⁸⁾。したがって、このようなポピュリズム論を参照することを通じて従来の「大衆」をめぐる議論と、それを通じて成立してきたマス・コミュニケーション論の問題構成を深化させる視座が提起される。いわばそれは、今日のメディア環境におけるポピュリズム政治のあり方と政治的主体の構築の新たな分析枠組みである。この分析枠組みにおいて、メディア・コミュニケーション研究における「マス」概念の今日的意義を問うことが可能になるのである。

●注

- 1 良く知られるように、大衆社会論の観点に立つマス・コミュニケーション研究は、清水幾太郎の『社会心理学』で本格的な紹介がなされた。河出書房から出版された『マス・コミュニケーション講座』は大衆社会論視座を強く意識している。とくに第1巻、第2巻、第5巻の一連の論考を参照のこと。

- 2 この大衆の「解放」の問題は、マス・コミュニケーション論のみならず、人文・社会科学全般の批判学派によって論じられてきた。例えばヘルベルト・マルクーゼは「一次元的人間」という「大衆」観を提示しているが、こうした大衆社会状況（あるいは管理社会状況）の中からいかなる変革の論理を構想することができるのか、批判理論の役割であると論じている。
- 3 大嶽秀夫は「劇場型政治」を「プロフェッショナルな政治家や官僚を政治・行政から『甘い汁』を吸う『悪玉』として、自らを一般国民を代表する『善玉』として描き、その両者の間を勧善懲悪のドラマとして演出する」ポピュリズム政治の一形態と論じている（大嶽 2006: 2）。
- 4 例えば竹内洋は、現代社会においても大衆社会状況は継続していると論じる。ただし、過去の大衆社会とは異なり、政治指導者や知識人、メディアが「想像された大衆」を構築するとともに、この「想像された大衆」に自ら服従する状況が生じているとする。こうした状況の中に現代的なポピュリズムを位置づけている（竹内 2014: 25）。
- 5 ホールによると、「権威主義的ポピュリズム」とは、「古典的ファシズムとは異なりほとんどの代表的諸制度を保ったまま、同時に人々の積極的な合意を構築することに成功した資本主義国家の例外的形態」とされる（Hall 1988: 42）。
- 6 ただし、これまでの議論からも明らかのように、この「普遍性」は一時的・偶発的なものに留まる。
- 7 ラクラウのポピュリズム論、民主主義論における「異質性」の問題については山本（2016）を参照。
- 8 新自由主義が展開する政治状況において、主流メディアがポピュリズム政治においてどのような役割を果たしてきたのか、また、ポピュリズム政治にどのように組み込まれていったのかという点については山腰（2016）を参照。

●引用・参考文献

- L. アルチュセール（1995=2005）西川長夫ほか訳『再生産について：イデオロギーと国家のイデオロギー諸装置』平凡社。
- R. ウィリアムズ（1966=2008）若松繁信・長谷川光昭訳『文化と社会 1780-1950』ミネルヴァ書房。
- 大石裕（1998）『政治コミュニケーション：理論と分析』勁草書房。
- 大嶽秀夫（2006）『小泉純一郎 ポピュリズムの研究：その戦略と手法』東洋経済新報社。
- 岡田直之（1992）『マスコミ研究の視座と課題』東京大学出版会。
- 清水幾太郎（1951）『社会心理学』岩波書店。
- 清水幾太郎編（1955）『マス・コミュニケーション講座 1：マス・コミュニケーションの原理』河出書房。
- 竹内洋（2014）『大衆の幻像』中央公論新社。
- 福武直編（1957）『講座社会学第7巻 大衆社会』東京大学出版会。
- S. ホール（1982）藤田真文訳「イデオロギーの再発見：メディア研究における抑圧されたものの復活」大石裕・谷藤悦史編『リーディングス政治コミュニケーション』一藝社：215-48。
- 松下圭一（1994）『戦後政治の歴史と思想』ちくま学芸文庫。
- H. マルクーゼ（1964=1974）生松敬三・三沢謙一訳『一次元的人間』河出書房新社。
- C. W. ミルズ（1956=1958）鶴飼信成・綿貫譲治訳『パワー・エリート（上・下）』東京大学出版会。
- E. ラクラウ（1977=1985）横越英一監訳『資本主義・ファシズム・ポピュリズム：マルクス主義理論における政治とイデオロギー』拓殖書房。
- E. ラクラウ=C. ムフ（1985=2012）西永亮・千葉眞訳『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。
- 山腰修三（2012）『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。
- （2016）「ポピュリズム政治の論理から読み解く日本のジャーナリズムの現状と課題」『Journalism』no.313:72-78。
- 山本圭（2016）『不審者のデモクラシー：ラクランウの政治思想』岩波書店。
- Hall, S. (1977) 'Culture, the Media, and the 'Ideological Effect'' in J. Curran, and M. Gurevitch, and J. Woollacott, (eds.) *Mass Communication and Society*, Arnord: 315-48.
- (1985) 'Signification, Representation, Ideology: Althusser and the Post- Structuralist Debates' *Critical Studies in Mass Communication*, 2, no.2: 91-114.
- (1988) *The Hard Road to Renewal*, Verso.
- (1989) 'Ideology and Communication Theory' in B. Dervin, , L. Grossberg, B. J. O'Keefe and E. Waretella (eds.) *Rethinking Communication*, Sage:40-52.
- Laclau, E. (2005) *On Populist Reason*, Verso.
- Rojek, C. (2003) *Stuart Hall*, Polity.

山腰修三（慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所准教授）