

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～

Journalistic practices in the U.S. digital startup news outlets: A case study approach

立命館大学大学院博士後期課程 藤原広美

1. デジタル時代のオルタナティブ・メディア

米国では近年、ネット版だけの新興デジタル・ニュース・メディア（以後、「新興メディア」）が次々と誕生し、双方向性やマルチメディア技術を生かして、多様な声を伝え、解決に向けての議論を行なう場を提供する民主的なメディアとして注目されている

本研究は、このような新興メディアが、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。オルタナティブ・メディア（以後「AM」）¹の研究枠組をベースにしている本研究では、新興メディアを、民衆の手によるジャーナリズムを実践した先駆的な AM²を継承したメディアと捉えた（Atton & Hamilton, 2008）。AM の実践は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、多元的民主社会で必要な「代替的公共圏」の形成に寄与するとも指摘されている。

Harcup (2013) らの実証研究によると、時事的なニュースを伝える AM では、主流メディアとは違うニュースバリューや切り口でニュースをカバーし、違ったニュース関係者や情報源にアクセスしていた。つまり、AM でのジャーナリズムの実践は、主流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いえる。

2. 新興メディアのジャーナリズムの実証研究：米国の事例研究

これら先行研究の知見から、新興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の仮説を立てた。仮説を検証するため、2015年1月～2月、米国東部地域の6つの新興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、新興メディアで働く編集者および記者である。

本研究の調査方法は、Harcup (2013) に倣った。特定の情報を引き出すための選択回答式と、回答者の経験や意見を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形式で実施した（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た。

仮説を検証するため、先行研究を基に以下4つのリサーチクエスチョン (RQ) を設定した。

RQ1: 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 & Hamilton, 2008; Harcup, 2013; Lievrouw, 2011)。調査対象の設立目的・動機に AM のような特徴が見られたならば、情報の多様性に貢献していると考えられる。

RQ2: どのような経営形態(組織形態・資金源)か

AM は水平的な組織形態で、非営利的傾向があるため、スポンサーや、親会社から政治経済的圧力を受けにくい (Atton & Hamilton, 2008; Harcup, 2013; Lievrouw, 2011)。調査対象が AM と同様の経営形態ならば、主流メディアで伝えられない情報を取り上げる可能性があり、言説の多様性に繋がっていると考えられる。

RQ3: ニュースの情報源は何か

AM の情報源は、非エリートで、ニュースの当事者や一般市民であることが多い (Atton, 2002; Downing et al., 2001; Waltz, 2005=2008)。調査対象が AM と同じ情報源を持つのであれば、言説の多様性に貢献していると考えられる。

RQ4: 主流メディアとの協働

2000 年以降、デジタル技術の発展や融合などメディア環境の変化によって、AM と主流メディアの関連が複雑化し、従来のように二項対立で捉える研究枠組みに批判が向けられている。新たな研究領域としてジャーナリズムの実践における 2 つのメディアの関係性が注目され、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。ネガティブな影響として、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が示唆される。

3. 調査結果のまとめ・考察

RQ1 では、新興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」といった目的や、「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、送り手側で意図的に、主流メディアと差別化が図られていることが確認できた。これら回答から、新興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 の経営形態では、基金や寄付金で運営されている非営利の新興メディアでは、広告主の圧力を受けやすい主流メディアが伝えない (伝えられない) トピックや視座を伝えている可能性が示された。他方、主に広告収入に依存している営利の新興メディアでは、組織形態も、殆どが垂直型で運営されており、主流メディアとの差異は殆どみられなかった。しかし経営や組織形態が同じでも、両者のニュース制作のプロセスが同じとは限らない。

両者の違いについては、制作プロセスの参与観察によって明らかにする必要があるだろう。

RQ3 では、主流メディアで主要な情報源である政府機関の記者会見や発表ものを、新興メディアでは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。しかし、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。

一部で主流・新興メディア間での同質化が見られたが、RQ1 から RQ3 の調査結果から得られた新興メディアの実践の多くは、少なくとも現段階では、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言えるものであり、AM の特徴と重複していたことが確認された。したがって調査対象の新興メディアが、「言論の多様性」に一定程度、寄与していることが示されたと言える。

RQ4 では、主流・新興の2つのメディアの関係は常に対抗的とは言えず、協働することで生まれるシナジー効果、これまで明確に区分された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散見された。

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6組織のうち半数の創設者・編集者は主流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した。つまり新興メディアが「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。

また、新興メディアは、ベテラン・ジャーナリストの働き方の選択肢を増やし、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示されたが、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。この点で、新興メディアは「言論の多様性」に貢献していると言えるだろう。

他方で、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化している傾向が本調査でも確認されたが、今後、双方のメディアが同質化を進めるリスク要因として、その動向を注視する必要があると言える。

註

¹ 一般的に AM は、大手新聞社やテレビ局などの主流メディアの補完・対抗としてのメディアと理解されており、設立目的、組織形態、配信方法・媒体まで様ざまで、その多様性から未だコンセンサスのとれた定義はない。最大公約数的な特徴として、国家や自治体からの助成金・広告収入の拒絶、水平的な組織形態、アマチュア的志向などが挙げられている (Atton, 2002)。本研究では *Pew Research, Columbia Journalism Review* などメディア調査機関に倣い、*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は AM には含めないが、大手メディアが買収・資本投下しているオンライン・ニュース・メディアは AM に含めた。

² Atton & Hamilton (2008)ら AM 研究者は、19 世紀の英国や米国で、事実上の言論統制であった印紙税（「知識への課税」）の撤廃や、労働者階級の労働条件の改善や選挙権獲得などを訴えた「ラディカル・プレス」を AM の先駆的なメディアと位置づけている。社会的弱者の代弁者、広告に依存しない運営、散在していた社会運動を束ねる役割を担うなど「ラディカル・プレス」の様々な特徴が、現代の AM の特徴と重なっていることが指摘されている。

参考・引用文献(抜粋)

- Atton, C. (2002) *Alternative media*. London: Sage
- Atton, C. & Hamilton, J. F. (2008) *Alternative journalism*. London: Sage
- Bailey, O. G., Cammaerts, B., & Carpentier, N. (2007) *Understanding alternative media*. Berkshire, UK: Open University Press
- Denscombe, M. (1998) *The good research guide: for small-scale social research projects*. Buckingham, UK: Open University Press
- Downing, J., et al. (2001) *Radical media: Rebellious communication and social movements*, London: Sage
- Habermas, J. (1962=1994) *The structural transformation of the public sphere*. (原著は 1962 年ドイツ語で出版。『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 細谷貞雄、山田正行訳。未来社)
- Harcup, T. (2013) *Alternative journalism, alternative voices*. London: Routledge
- Lievrouw, L. (2011) *Alternative and activist new media*. Cambridge, UK: Polity
- McChesney, R., & Nichols, J. (2010) *The death and life of American journalism: The media revolution that will begin the world again*. Philadelphia, PA: Nation Books.
- Pew Research (2015) *The state of the news media 2015*.
URL: <http://www.journalism.org/2015/04/29/state-of-the-news-media-2015/> (access on May 4, 2015)
- Waltz, M. (2005=2008) *Alternative and activist media*. Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.
(『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』神保哲生訳 大月書店)

Appendix 1: 調査対象の新興ニュースメディア

- (1) *Billy Penn* (Philadelphia) <http://billypenn.com>
- (2) *Corner News Media* (New York) <http://cornermediagroup.com>
- (3) *OpenSecrets.org* (Washington D.C.) <http://www.opensecrets.org>
- (4) *Philadelphia City Paper* (Philadelphia) <http://mycitypaper.com>
- (5) *The Hechinger Report* (New York) <http://hechingerreport.org>
- (6) *The Huffington Post* (New York) <http://www.huffingtonpost.com>

Appendix 2: 調査結果まとめ

表1 「RQ1 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

表2 「RQ2 どのような経営形態(資金源)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>	

表3 「RQ3 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
<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
<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が強み
<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

表4 「RQ4 主流メディアとの協働」 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
<p>※推測される効果 ⇒ハイブリッド ⇒シナジー効果 ⇒シナジー効果</p> <p>化・同質化</p>			