

人文科学研究会（辻幸夫教授担当）提出卒業論文

2014/02/01

言語学的視点から見た政治報道
—小泉政権下の政治報道にみる言葉の権力性—

法学部政治学科 4年S組

学籍番号：31058363

氏名：寺本 涼馬

目次

序章

第Ⅰ部 人間の認知活動における言葉

第1章 認識と言葉の関係性

第2章 政治社会の認知における言葉の権力性

第Ⅱ部 マス・メディアの権力作用としての言葉

第3章 マス・メディアの影響・効果

第4章 権力とマス・メディア

第Ⅲ部 小泉政権下の報道から見る言葉の権力

第5章 小泉政権のメディア戦略

第6章 マスメディアの反応

第Ⅳ部 二つの視点から見る小泉ブーム

第7章 マス・メディアの視点から

第8章 言語学的視点から

終章

序章

「初めに言葉ありき、言葉は神とともにあり、言葉は神なりき」

この言葉は新約聖書、ヨハネの福音書第一章の第一節である。我々が住む日本にも、古来より「言霊信仰」という思想が深く根付いている。果たして、言葉にそのような神聖な力が宿っているのかはともかくとして、言葉がある種の権力性を持つという点は様々な場面において指摘されている。それは「言語、および言語に組み込まれた概念や言葉は、個人とその環境との間に位置して、目に見えないフィルターの役割を果たしている」（ミューラー：1975）ことを考えれば、至極当然ともいえる。そして、言葉を主要な道具として用いる報道も、その例に漏れない。さらに言えば、その中でも政治報道は政治社会という権力関係がきわめて顕著かつ重要な社会を対象としているため、言葉の権力性という一面はより強調される。そのため本来、あるトピックスを伝える道具である「言葉」によって、そのトピックスが規定される現象も多々確認されよう。道具として用いた言葉に認識、行動を規定される我々。権力による言葉と我々の主従関係の逆転。さらに忘れてはならないのが、こうした言葉の権力は無意識化に働くという側面である。この点において、言葉というものは非常に危険であると言えないだろうか。我々は言葉に支配されていることに気付かないのである。それはつまり、支配へ抵抗する術を持たないことを意味する。マス・メディアの体制や内部慣習などに焦点を当て、警鐘を鳴らす言説は多いが、それにも劣らず「言葉」の権力やその危険性も大きなものがあるのではないだろうか。

本論文では、我々の認知過程における言葉の役割を踏まえた上で、報道によって言葉の権力が我々の認識や行動を大きく変化させた事象をテーマとして扱うことによって、報道という場において言葉が持つ権力の大きさを明らかにしたい。そして、その危険性に対する警鐘を鳴らし、言葉の持つ権力への意識啓発の一助たらんことを願うものである。

第 I 部 人間の認知活動における言葉

第 1 章 認識と言語の関係性

序章で紹介したミューラーの言葉にもあるように、認識と言語は切っても切り離すことが出来ない関係にある。言葉が先か、認識が先かという議論については著名な学者の間でも双方、諸説あるため安易に結論を出すことはできないが、今日の前にあるものを頭の中で言葉を全く使わずに認識しようとしてみれば、それがいかに難しいことか理解できよう。どちらが先かはともかくとして、少なくとも言葉と認識がいかに密につながっており、影響を及ぼしあっているかは想像できるであろう。言葉の主な用途は他者への意味伝達手段であるように思われているが、このように現実社会のあらゆる事象を認識する過程でもフィルターとして非常に大きな役割を担っているのである。このフィルターをドイツの言語学者バイスゲルバーは「中間世界」と称した。この時に例示されているのは、日米の虹のとらえ方である。日本では虹を構成する色に対する名前は 7 個与えられているが、アメリカではそれが 6 個であるとされている。これは日本語と英語がつくる中間世界に違いがあることを意味している。言葉の作る中間世界が認識に大きく寄与していることを示すわかりやすい例であり、その影響の大きさがわかる。

先ほどの事例からもわかるように、複雑な現実社会を認識するうえで言葉は非常に便利なものであるが、その一方で我々の知覚を限定し、歪曲もする。言葉の権力がこのような作用に大きく行使されたとき、社会に対して負の結果がもたらされることも散見される。その一因として例に挙げたいのが「連想の固定化」である。そもそも、連想が固定化されるのは、その連想が言語で表現できるものに限られてしまっているからである。例えば「知性」という言葉について考えてみると、誰も明確に説明できないのにもかかわらず、ほとんどの人がその存在を連想し、それを良いものだと考え、測定するテスト方法まで開発されている。その結果、このテストにより悪い数値が結果として現れた人に対して社会から差別的な視線や対応が為される場合すら出てきて

いる。このように、ただの「知性」という言葉がぼんやりとしたものにはっきりとした輪郭を与えることによって、個人や社会に負の重大な影響を生み出しているのである。

第2章 政治社会の認知における言葉の権力性

認識過程において言葉の持つ権力性は看過しがたいものであることは第1章で述べた。しかし、本論で扱う政治社会に対する我々の認識について言うならば言葉の持つ影響力はさらに大きくなる。その理由の一つである、政治社会の権力関係による言葉の権力強化については序論で軽く触れたが、ここでもう一度詳しく考えてみる。この点について考察するためには「語用論」という概念が非常に重要となる。語用論とは、言語表現とそれをを用いる使用者や文脈との関係を研究する分野である。政治社会という背景を基に、政治家という使用者による言語表現を通して言葉の権力性を考察していくうえで、非常に重要な概念である。

政治の社会における語用論的特徴として、「社会の中では権力やさまざまな資源が不平等な仕方で偏在しているということで、その結果、政治や言葉といったしくみとその運用、更新にもそうした権力関係ないし資源分布が反映されており、さらにはしくみとしての政治や言葉は、不均衡な権力関係を表すばかりか、そうした権力関係を持続させる働きを持つ」という点が第一に挙げられる（中野晃一：2009）。すなわち、言葉の持つ「支配の道具」としての権力的な側面が、政治の世界では他のフィールドと比べて色濃くみられることを意味している。例として「法改正」という言葉は、現在違和感のないほど普遍的に用いられているが、価値中立的に正しく言い表すのならば「法改定」が妥当な言葉である。当然のように用いられるこの言葉の裏には法を変える側が正しいのであるということが含意されており、法を変える側とそれを維持しようとする側の権力関係がこの一語の中だけでも見てとれる。このように、政治社会とはそもそもあらゆる政治的決定をするための権力闘争の場であるために、そこで用いられる言葉もその権力性を肥大化させているのである。

さらに、選挙演説やぶら下がり取材などに代表されるように、政治家は限られた短

い時間内で大衆に印象的なメッセージを伝える必要性が度々出てくる。そうした場面で、二項対立的な断言は歯切れがよく、強い印象を与えるためによく使用されるが、これも言葉の権力が強化された形で現れる危険な例であると言える。例えば「善—悪」という言葉は、誰にとって、何にとって、どういう善なのか、悪なのかが全く分からないにもかかわらず「善」という言葉は無条件に賛美され、「悪」という言葉は憎悪の対象となる。このように、二項対立的な断言は連想の固定化をより過激な形で実現させてしまう。さらに一番問題なのが、そもそも現実の世界はこのように二極分裂してはいないということである。世界のあらゆる事象が「善—悪」に二分できるわけではない。むしろできないものの方が多いと言える。そんななかで「善—悪」という言葉を多用することは、連想を固定化し、思考を放棄させる言葉の権力の乱用とも言えよう。

また、政治社会における言葉の権力強化は、フィルターとしての言葉の登場機会の多さに依る部分も大きいと言える。選挙活動や国会討論など、そもそも政治家はその職務内容から言葉により職への資質を判断されることが多く、認識過程におけるフィルターである言葉が介在する頻度や量が他の職業よりも多い。さらに、国会を毎回実際に公聴したり、選挙演説を聞きに行く人は殆どいないと言えるため、その情報源をマス・メディアに頼る人が非常に多いこともその特徴である。つまり、政治社会に関する情報はマス・メディアの言葉によるフィルターも通ってから大衆へと届くことを意味するのである。大衆のみでなく、マス・メディアの側も政治報道に力を入れていることは、新聞紙面上に「政治欄」という単独の枠を設けていることからわかる。このような事実を背景に、政治家によって他の情報発信元よりも多くの言葉のフィルターがかかり、その上からマス・メディアによる言葉のフィルターがかかることにより、言葉の権力は政治社会において加速度的に権力を増しているのである。これに加え、先ほど見たように政治社会における語用論的特徴として、そもそも用いられる言葉が権力的な側面が色濃いものであるという点も留意すれば、政治社会の認知における言葉の権力性がいかに比重の大きなものであるか理解できるであろう。こうした背景を理解した上で、次章ではマス・メディアというフィールドにおける言葉の権力に焦点を当てていきたい。

第Ⅱ部 マス・メディアの権力作用としての言葉

第3章 マス・メディアの影響・効果

政治社会における言葉の権力性を見るうえで、マス・メディアが重要なファクターであることは第Ⅰ部の終わりに触れた。そこで、第Ⅱ部ではマス・メディアやそこで用いられる言葉がどのような過程を経て、どのような影響を大衆や政治家に与えているのか、または与えられているのかを見ていきたいと思う。

マス・メディアが大衆に対して与える影響モデルは、その時代と共に変化してきた。その中でも3つの代表的なモデルとして「弾丸効果モデル」、「限定効果モデル」、「強力効果モデル」が挙げられる。本論文では、扱う事例への対応度の観点から、この中でも最も近年のモデルである「強力効果モデル」を取り上げたいと考える。強力効果モデルはテレビ・メディアの普及や、それに連動する形での社会変化に対応する形で現れたモデルであり、その中でもよく用いられるモデルについて見ていきたい。

強力効果モデルの中でも最も引用機会も多いであろうと思われるのが「アジェンダ設定モデル」である。アジェンダとはその名の通り議題であり、ここでいうそれはマス・メディアや大衆の間で重要度や顕出性が高まった社会的な問題や争点を指す。マス・メディアによって報道された社会問題などが大衆の注目を集め、政府機関が対処すべき問題として認識し、実際に政策としてこれを解決するに至るというモデルである。これは、選挙キャンペーンを例にとるとわかりやすいであろう。解決に至らない場合、それがマス・メディアに報道されることにより大衆の注目は更に増し、政府機関の中でのプライオリティーも上がっていくという循環モデルと見ることが出来る。この例は、原発報道などを見れば妥当性が少なからずあるように思われる。そして、このモデルからわかることはマス・メディアの影響力は「いかなる意見を持つべきか」という側面よりも「どの争点や問題について意見を持つべきか」という側面において強くなるということである。これはマス・メディアによって恣意的に争点や問題のフレーミングが行われていることを意味する。ここで思い出してほしいのが、言葉

による「連想の固定化」である。両者とも思考をフレーミングするのである。マス・メディアによりアジェンダを提示され、マス・メディアを通じて届けられる政治家による言葉で連想を固定化される。この状況下において、いかに自分の思想が無意識化で強制されているか理解できれば、若干の恐怖すら覚えても不思議ではない。マス・メディアによる大衆への影響パターンが言葉の権力を増大させていると言えよう。

これについても原発報道を例に考えてみるとわかりやすい。なお、原発問題に関しては、イシューそのものがきわめて重要度が高いためそのままこのモデルに当てはめるのはいささか危険が伴うが、連想の固定化とアジェンダ設定モデルのシナジー効果を見る分には問題ないと考える。本論文の執筆現在では、ちょうど都知事選が控えている。この都知事選に関してマス・メディアは各候補者の原発への支持・不支持の態勢を逐一報道している。必然的に投票権を都民もこのアジェンダに関して興味を持つ。候補者陣営もその状況を見て、より支持を得られそうな対原発態度を表明するといった次第である。この説明は過度な言い切りがないとは言えないが、概況としては間違ったものではないため、この概況をこれまで述べてきた視点から見直してみる。まず、そもそもマス・メディアのアジェンダ設定機能によって対原発姿勢が重要アジェンダであると思いが誘導されている。そもそも都知事の職務は都政全般の広きに及び、この投票基準がこのアジェンダに過度に偏るのは好ましいと言えないのは衆目の一致するところであろう。さらに、「反原発」という言葉も原発の増設に反対なのか、再稼働に反対なのか、即時廃炉なのか、どのような対策案を持ち合わせているのか、何もかもが曖昧であるにも関わらず「原発事故によって引き起こされたあの悲惨な状況を再び引き起こさないという素晴らしい思想」という連想の固定化がなされていると見ることが出来る。しかし、ここでは深く触れないがこの例は言葉の権力の別の側面である、選挙スローガンにおける「断言の危険性」も関連していることには留意されたい。

第4章 権力とマス・メディア

マス・メディアと権力について論じる際には報道機関の担う役割について触れなければならないであろう。マス・メディアをはじめとする報道機関の担う役割の第一に「権力の監視・批判」が挙げられる。これが課せられているのは、暴力の独占体である国家が市民社会の存続に不可欠でありながらも大きな脅威でもあるという二律背反によるものだが、それはここでは重要な問題ではないため深く触れることは避ける。しかし、そのような理由から、マス・メディアは国家権力に対する監視や批判を使命の一つとしているため、批判的視点からの報道が必然的に多くなる。特に、政治は国家権力と密に絡み合っているため、政治報道に関してはその傾向が強くなると見ることが出来る。また、批判的視点は現状に対して刃を突き立てることを目的としているため、時として強い断言調の言葉を誘発することは想像に難くない。そもそも、ある程度強い言葉でなければ現状を受け入れている大衆に、現状に対する批判的視点を提供することは難しいと言える。そして、これまで再三述べてきたように、断言調の強い言葉は、言葉が持つ権力的側面を増長させる。故に、皮肉なことにマス・メディアが担う国家権力の監視機能としての使命が、言葉自身の権力を増長させているのである。

さらに、今日のテレビ・メディアの隆盛も権力とマス・メディアについて論じるうえで一考の余地がある。映像メディアであるテレビの隆盛によって、政治報道の形も一変した。政治家の演説の様子、取材に答える立ち居振る舞いなどが映像で届けられるようになり、政治家のビジュアル的要素が重要なファクターになってきたことは至る所で言及されているが、本論文においてのテレビ・メディアの本質はそこではない。「視覚的なわかりやすさ」の強化である。このテレビ・メディアの特徴を利用する形で、マス・メディアの報道もわかりやすい二項対立的な視点から描かれることが多くなった。政治報道という分野に限っても与党対野党、原発維持派対反・原発など、枚挙に暇がないほどである。しかし、先の章でも触れたように安易な二項対立的表現は言葉の権力性を増強させる。テレビ・メディアの登場により、マス・メディアの報道

は言葉の権力的側面に焦点が当たりやすい環境になったというのは決して過言ではないであろう。

さらに、テレビメディアには報道のアジェンダが一極集中しやすいという特徴がある。例えば、あるテレビ局が小泉氏が、負傷を押して出場し、幕内優勝した貴乃花に対して「感動した！」と言葉をかけたシーンを放映する。そのシーンの視聴率がとてもいい数字をとると、途端にその局だけではなく他局でも一斉にそのシーンを放映するという現象が起きる。これは視聴率という、わかりやすく重要度の高い指標があるため、あるアジェンダが視聴率を取れるとなると各局がこぞってそのアジェンダを取り扱うことで数字を稼ごうとするからである。これは、前述の「アジェンダ設定機能」がテレビ・メディアの場合、より極端に偏重した形で現れることを意味する。テレビ・メディアによって提供されるアジェンダは、他のメディアと比較して少ないということになる。しかし、提供されるアジェンダは前述の通り視聴率の高い物であるため、視聴者の満足度は高い。そのため、同一のアジェンダが繰り返し提供されることにより、視聴者の視点が強制的に狭められている現状に当事者達が不満を抱きにくいという奇妙な現象が起きているのである。ここまで書けばもうお分かりであろうが、テレビ・メディアは第3章で述べたような構造で言語の権力を増強させているのである。

このように、テレビ・メディアの登場は我々に多くの利点をもたらしたが、一方でマス・メディアと言葉の権力の関係をより共犯的なものにしたことも疑いようのない事実なのである。

第Ⅲ部 小泉政権下の政治報道から見る言葉の権力

第5章 小泉政権のメディア戦略

小泉政権のメディア戦略は今まで多くの論文や書籍などで取り上げられてきた。テレビ・メディアを初めとしたメディア戦略が功を奏し、内閣支持率80%以上という驚異的な人気を誇り、今までの内閣総理大臣とは一線を画した扱いが為された。その手法は「劇場型政治」「ワンフレーズ・ポリティクス」と形容されてきたが、そういったメディア戦略に対してこれまで述べてきたような言語学的な視点から再考察を加え、言葉の権力の大きさを具体的事例をもって明らかにしたいと考える。

小泉氏のメディア戦略の代表的な例でもあり、言語学的視点からも興味深いのは、数多くの過激な発言であろう。その中でも特にわかりやすく、よく言及されるのが「善悪二元論」である。小泉氏は自らが進めようとする改革に対して難色を示す面々を「抵抗勢力」と呼ぶことで「悪」の立場に位置づけた。それにより、あたかも自分の立ち位置が「善」であると印象付けたのである。前述の通り、このような二項対立的な断言は言語学的視点から見ても大きな危険を孕んでいたのだが、これについては後の章で詳しく触れたい。

しかも、小泉氏がこのような善悪二元論を駆使したのは一度ではない。2005年における総選挙の際に使われた「刺客」というフレーズの裏にも、善悪二元論が潜んでいる。小泉氏が唱えた郵政民営化の是非が焦点となったこの選挙において、氏は郵政民営化に反対する自民党の造反組を「悪」と定義し、彼らに「善」からの刺客として対抗馬を擁立するという形式を作りあげたのである。こうした手法に加え、「ワンフレーズ・ポリティクス」と称される10～15秒程度の短い尺の中で強烈な印象を残す強い言葉を多用するなどの巧妙なメディア戦略も駆使した。前述の、貴乃花へかけた「感動した！」をはじめとして、選挙キャンペーンにおいて多用した「聖域なき構造改革」、「自民党をぶっ壊す」などがその例に挙げられよう。

また、メディア戦略という点でいえば小泉氏がワイドショーやスポーツ紙などの

いわゆる「ソフト・ニュース」を取り扱うメディアに積極的に登場しようとしていたことも重要である。政治コミュニケーション研究者のバウムによれば「ソフトニュース番組の利点は、必ずしも政治を懐疑的な目で見ているわけではない視聴者を惹き付けているところです。彼らは全くさまざまな理由で視聴しているために、政治的なガードが下がっていて、受け取るメッセージの影響を受けやすい可能性があります。我々はみな幼いころから政治家の言うことに懐疑的であるよう教えられています、比較的友好的な環境で見ると、視聴者は政治家の発言をより信じる傾向にあるかもしれません」という（バウム：2004）。つまり、小泉氏は自身の過激な発言をそのまま鵜呑みにする可能性の高い視聴者が集まりそうなメディアに、選好的に露出しようとしたのである。言葉の権力を最大化しやすいメディアを恣意的に選んだのである。これが、今までの政治家にない斬新かつ効果的なメディア戦略であったことは、選挙結果を見れば否定できないであろう。

さらに、余談ではあるが、小泉氏のメディア戦略の大成功と彼のビジュアル的要素も無縁ではないであろう。テレビ・メディアという映像媒体のメリットを最大限享受するべく戦略を練った小泉氏ではあるが、その下地に大衆受けする風貌があつてこそとも言える。その下地を最大限生かすために身振り手振りはもちろん、服装も視聴者に与える印象を意識していたという。これも一種のメディア戦略の一つとも言えるかもしれない。

第6章 マスメディアの反応

それでは、上記のような思惑を背景とした小泉氏のメディア戦略に対して、マス・メディアはどのように対応したのか。この章では、マス・メディア側からみた小泉氏に関する報道について触れていきたい。

2001年の自民党総裁選において、当初は自民党最大派閥の領袖である橋本氏が最も有力と見られており、小泉氏はチャレンジャーという位置づけであった。このような勢力図にも関わらず、マス・メディアは他の候補よりも小泉氏を多く取り上げた上、彼は肯定的なとらえ方をされて報道されたのである。例えば、マス・メディアは一貫して小泉氏をアウトサイダーとして描き続けたが、改革がアジェンダとなっている状況において、これは小泉氏に有利なレッテル貼りであった。さらに、彼はその言動から明らかであるように、派閥政治を批判していたが、実は以前に彼自身が派閥政治に身を投じ、森政権時代に森派の会長であったことにもマス・メディアは触れなかったのである。そもそも、自民党総裁選は一般国民が参加できないものであることを鑑みれば、「自民党をぶっ壊す」などのフレーズが大衆に浸透するほどの報道量自体が、異例であると言えよう。

小泉氏の内閣総理大臣就任後も報道の熱は収まらず、むしろ、その量をさらに増していった。彼をモチーフとした商品までもが登場し、マス・メディアはもちろんそのようなトピックスも取り上げた。こうした報道は小泉氏の「アイドル化」を促進した大きな要因の一つであろう。こうしたマス・メディアの報道によるアイドル化は、彼の知名度や支持率を上昇あるいは維持させることに寄与し、政権運営に大きなプラスであったことは間違いない。

以上のように、小泉氏が一方的にマス・メディアを上手く利用しようとしたのではなく、マス・メディア側も好意的にそのメディア戦略を受け入れたのであるが、その背景の説明は次の章へ譲りたい。

第IV部 二視点から見る小泉ブーム

第7章 マス・メディアの視点から

前章で述べたように、マス・メディア側も小泉氏のメディア戦略に沿う形で好意的に報道を続けた。その事実にはどのような背景があるのかをマス・メディア側の視点から見ていきたい。

これほどまでにマス・メディアが小泉氏を取り扱ったことからわかるように、実はマス・メディア側から見ても小泉氏は絶好の存在だったのである。自民党のインサイダーが長く支配してきた政治の世界において、そんな因習を「ぶっ壊す」反権力のチャレンジャーとして小泉氏は登場した。小泉氏のその姿勢は、前述したマス・メディアの国家権力に対する反権力的志向と共鳴したのである。つまり、マス・メディアに課せられた使命や特徴を表現するうえでこれ以上ないトピックスであったことが、まず挙げられる。小泉氏が現状への激しく警鐘を打ち鳴らす姿そのものが、マス・メディアの果たすべき役割と重なったのである。

さらに、テレビ・メディアに関して言えば、この機能の一つに「アジェンダ設定機能」があることは既に述べたが、この点においても小泉氏というトピックスはマス・メディア側からみて非常に扱いやすい物であったのである。小泉氏は「ワンフレーズ・ポリティクス」と称されるスローガンを選挙キャンペーンや国政運営の際に多用した。図らずも、こうしたスローガンはそのままテレビ・メディアが設定するアジェンダそのものであったのである。2005年時の選挙における郵政民営化などはその最たる例と言えよう。また、テレビ・メディアは映像メディアの例に漏れず、視覚的なわかりやすさを武器とすることも触れたが、それゆえにテレビ・メディアで扱うトピックスはこの武器を最大限に活かすことのできる素材であればあるほど良いというメディア側の思惑がある。こうした側面からも小泉氏のメディア戦略はマス・メディア側から見ても都合のいいものであった。彼が多用する二項対立的なスローガンは「〇〇 vs 〇〇」という形で、非常にわかりやすい形で視覚化しやすく、政治をわかりづら

く難しい政策論争から、わかりやすい人間関係のドラマや人柄を中心とした娯楽的なものへ安上がりな形でコンテンツとして容易に形成することができたからである。さらに、ソフト・ニュースを扱うメディアにはテレビ・メディアの他にスポーツ紙なども挙げられるが、彼らも小泉氏に好意的な報道を続けた。そして、これにも理由と背景があったのである。そもそも彼らスポーツ紙の記者は首相にインタビューできる機会など本来はあまりない。しかし、小泉氏は彼らのインタビューも積極的に受けたため、スポーツ紙の記者らはおおむね好意的な記事を書き続けたのである。

このように、様々な面から見て小泉政権のメディア戦略はマス・メディア側から見ても都合のよい物であり、この互惠関係ともいえる背景をもとに「小泉ブーム」は形成されていったのである。

第 8 章 言語学的視点から

最後の章であるこの章では、これまで述べてきた言葉の権力的な側面についての知識を基に、過激なブームともいえる「小泉ブーム」の危険性を言語学的視点から見ていきたい。

まず、小泉氏の断言調のスローガンに着目したい。再三述べてきたように、これは言葉の受け手である我々の連想を著しく固定する。しかも、より過激な方向へと連想を固定化させる。「自民党をぶっ壊す」という言葉を見てみる。ぶっ壊すとは何を指しているのだろうか。建築物のような形のあるものであればわかりやすいが、この場合は判然としない。そして、壊した後はどうしたいのかもわからない。当然だが、壊しただけでは空白である。与党の座にある党が空白状態では、国政に大きな影響が出るのではないだろうか。このような疑問が出てくるが、その言葉のインパクトの強さが、そうした疑問へと大衆の意識を向かわせないのである。この「連想の固定化」が、言語学視点から見た小泉ブームの重罪と言えよう。

また、彼がよく用いた「善一悪」の対立表現も言語学的視点からみて非常に危険な表現であることは論を俟たない。実は、政治の場に限らず「善」「悪」という言葉自体が危険であるとも言えるのである。そもそも「善」「悪」とは何か、と聞かれて明確に答えることが出来る人は殆どいないであろう。このような極めて抽象的な言葉にも関わらず、強い権力を有しているのである。権力の大きさを確認するには「悪」を見た方がわかりやすいであろう。殺人者などのきわめて重い犯罪を犯した者なども悪人と呼ぶことを考えてほしい。小泉氏が「悪」に位置づけた人たちと、殺人罪に課せられた人が「悪」という同一カテゴリーに含まれてしまうのである。極端な例ではあるが、それほどのイメージの強さを与える言葉であると言える。いかに危険であるか理解できよう。

総じて、小泉政権のメディア戦略によって生み出された、話題となった発言の数々はその発言の指す意味内容を評価されたのではなく、その言葉の持つイメージからうけるインパクトから注目を集めただけなのである。意味伝達手段であるはずの言葉が、その役割とは異なる権力的な側面を評価され、誤解を恐れずに言えば、その評価によ

り内閣総理大臣が選ばれたのである。そして厄介なのが、そのことに大衆が気付いていなかったという点である。百歩譲ってその是非はともかくとしても、政治という国の実利を求めるフィールドにおいて、言葉の中身ではなく外面の評価で総理を選んでいることに自覚がないということは大きな問題であり、大きな危険を孕んでいるのである。

終章

今まで、小泉政権下の政治報道を例として言葉の権力の強大さを見てきたが、これは小泉氏の報道や、政治報道に限った話ではない。さらに言えばマス・コミュニケーションに限らず、個人的なコミュニケーションの場にも十分に関係してくるのである。マス・コミュニケーションに限って言えば、ほとんどの場合我々は情報や言葉の受け手である。この立場はつまり、言葉の権力を行使される側であることを意味する。不利益を享受する側であることを意味する。その不利益を実感として得難いため、危険性に気づかない人も多々いる事であろう。しかし、その言葉の権力の大きさがどれほどのものなのか、そうした権力の乱用がどのような背景を基に行われるのかは本論文を通して筆を尽くしたつもりである。これを機会に、言葉を扱うということの重大さや言葉を受け取る時の懐疑的視点の有用性に気付いて頂ければ本望である。有用性と書いたが、ネットメディアなどが台頭してきた昨今においては、最早「有用性」ではなく「必然性」なのかもしれない。Twitterの炎上に見るネットリテラシーの低さは注目を集めているが、SNSを通じた発信者に限らず、これらを通じた情報や言葉の受け手にも強くリテラシーを求めたい。本論文で見たように、受け手の理想的な反応を引き出そうとする打算的な言葉の権力による不利益も恐ろしい。しかしSNSのような経路で、言葉の素人である我々が発した言葉を受け取る時も負けず劣らず恐ろしいのである。打算はないが、その分言葉は精査されておらず、いわば言葉の権力は行先を定められていないため、暴走の可能性を有しているのである。その場がSNSともなればその使用の簡易性から暴走の可能性は更に増大する。

本論文で最も言いたかった点を述べさせていただくのならば、「あなたが友人にかける何気ない一言も、途方もなく大きな言葉の権力を有している」ということであろう。そのことに気付くことが、言葉の権力と戦う術を身につける第一歩に他ならない。

参考文献

- 鈴木孝夫（1973）『ことばと文化』岩波新書
- 鈴木孝夫（1996）『教養としての言語学』岩波新書
- 内田樹（2004）『現代思想のパフォーマンス』光文社新書
- 辻幸夫（2001）『ことばの認知科学事典』大修館書店
- 大石裕（2006）『ジャーナリズムと権力』世界思想社
- 大石裕（1998）『コミュニケーション研究』慶應義塾大学出版会
- 大石裕（1998）『ジャーナリズムとメディア言説』勁草書房
- 大石裕（1998）『政治コミュニケーション—理論と言説—』勁草書房
- 大石裕 編（2012）『ジャーナリズムとメディア言説』ミネルヴァ書房
- 山腰修三（2012）『コミュニケーションの政治社会学』ミネルヴァ書房
- 上丸陽一ら（2010）『報道現場』慶應義塾大学出版会
- ジョージ・オーウェル（著）高橋和久（訳）（2009）『一九八四年[新約版]』早川書房
- 丸山圭三郎（2012）『ソーシャルを読む』講談社
- 松永澄夫 編（2009）『言葉は社会を動かすか』東信堂
- エイモリー・ゲッシン（著）村田靖子（訳）（2004）『言語・思考・権威 言葉の罫と自分で考えること』未知谷
- W・ラッセル・ニューマンら（著）川端美樹ら（編）（2008）『ニュースはどのように理解されるか メディアフレームと政治的意味の構築』慶應義塾大学出版会