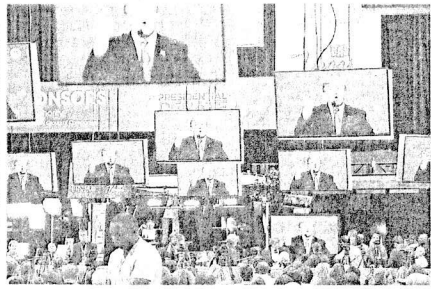
トランプ氏という「怪物」を生み出し、その本人に「既得権層」と敵視された

既存メディア 問われる役割

トランプ大統領という「怪物」を生み出したのはメディアだった。過激な発言をひっきりなしに取り上げたあげく、その本人に「最も腐敗した既得権層」と敵視され、切り捨てられた。ソーシャルメディアに押し上げられた人気を読み切れず、新聞など伝統的なメディアへの信頼度は地に落ちた。米大統領選が終わった今、メディアの役割が改めて問われている。

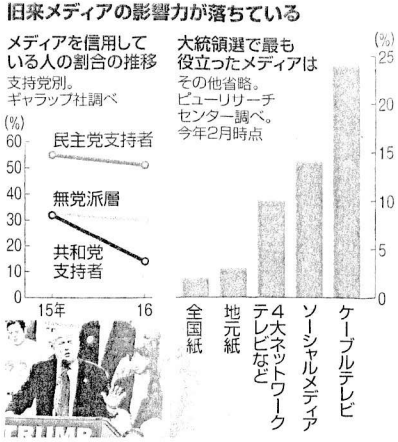
▼1面参照



米大統領選の第2回討論会でモニターに映しだされたトランプ氏＝10月19日午後、ラスベガス、矢木隆晴撮影

トランプ氏の集会で報道陣に対してブーイングする支持者。掲げたTシャツには「CNNは最悪だ」のロゴ＝4日午後、ペンシルベニア州ハーシー、矢木隆晴撮影

旧来メディアの影響力が落ちている



テレビ

高視聴率 トランプ報道加速

テレビの人気リアリティー番組「アプレンティス」で司会役を務め、プロレスのリング上でレスラー顔負けのパフォーマンスを繰り広げる――。そんな実業家が繰り出す過激な発言は、テレビ各局にとって昨年6月の立候補表明直後から、高い視聴率を稼げる「キラーコンテンツ」になった。

トランプ氏は、積極的にテレビ局の取材に応じ、会見も頻繁に開いた。長年メディアの取材対象となり、テレビ出演で培った経験と知識をいかした。

今回の選挙で、トランプ氏がメディアを通じて得られた宣伝効果は50億㌦に相当するという試算もある。

特にケーブルテレビのCNNは、トランプ氏の会見や集会の中継を続けた。

CNNのジェフ・ザッカー社長は13年に就任する前、NBCでエンターテインメントなどを担当していた。同局で「アプレンティス」の立ち上げにも深く関与。視聴者がトランプ氏に関心を抱く傾向を熟知していたとみられる。

米公共ラジオ（NPR）によると、CNNのテレビとデジタルをあわせた広告収入は通常の選挙の年よりも1億㌦増える見通しという。ワシントン・ポスト紙のメディア担当、マーガレット・サリバン氏は10月のコラムで、ザッカー氏についてトランプ氏を躍進させた1人だと指摘。「テレビ局の幹部が視聴率と利益を目指すのは当然だ。しかし、ジャーナリズムは違うのではないか」と批判した。

CNNだけではない。テレビの主要ネットワークの一つ、CBSのレスリー・ムーンベス会長も2月、トランプ現象が視聴者の関心を集めていることを好意的に語っていた。「米国にとって良くないかもしれないが、CBSにとっては全くすばらしい」

ただ、トランプ氏が共和党の大統領候補になることが確実になったころから、メディアの取り上げ方には変化が現れた。ハーバード大のトーマス・パターソン教授が分析したところ、政策や過去の発言に注目が集まり、ネガティブな報じ方が多くなったという。

するとトランプ氏は、メディア対応を一変させた。7月を境に会見を開かなくなり、テレビ取材も保守的なFOXニュースがほぼ独占し始めた。中でも、同局のショーン・ハニティ氏の番組への出演が目立った。

「ジャーナリストではない」と公言し、トランプ氏支持を隠さない人物だ。

トランプ氏が集会で記者を「最も信用ならない人たち」とけなし、支持者が記者席に向けてブーイングすることが繰り返されるようになった。

新聞

都市偏重 有権者と距離

全米の新聞の圧倒的多数は、社説で「反トランプ」を唱えた。だが、既存政治に不満を抱える有権者には響かなかった。

米国では新聞が社説で候補を推薦する慣例がある。カリフォルニア大学サンタバーバラ校のまとめによると、全米で部数が最も多い100紙のうち、57紙がクリントン氏を推したのに対し、トランプ氏は2紙だけ。リバタリアン党のジョンソン氏を推薦した4紙よりも少なかった。

伝統的に共和党を支持しながら、トランプ氏の政策や発言が保守的な価値観に合わないとして、推薦しなかった地方紙も多い。だが1890年の創刊以来、初めて民主党候補を推薦したアリゾナ・リパブリックには直後から脅迫や嫌がらせが殺到したという。

メディアと有権者の断絶は、他の面でもあらわだ。ハーバード大学でメディア研究などを手がける、シレンスタイン・センターのニッコ・ミリ所長は10日、ニューヨーク、ワシントン、ロサンゼルスの3都市に、米メディアの記者の5人に1人が集中していると指摘。3都市圏あわせても、全米の人口の1割程度に過ぎない。対照的に50州中21州では、連邦議会を専門に担当する記者を置く地元紙が1紙もないという。記者が暮らしの現場から離れる一方、数多くの州では政府で何が行われているのか、市民が知る方法がなくなっているとの分析だ。

そんな中、トランプ支持者による「エリート」「エスタブリッシュメント（既得権層）」批判はメディアにも重ねられた。

ギャラップ社の今年の調査によると、「メディアを信用する」と答えた人は過去最低の水準で、特に共和党支持者では14%に急落した。同社は「政治家や保守評論家が、トランプ氏をめぐる報道を不公平だと言っていることが原因かもしれない」と分析している。

米メディアもトランプ支持者の動きを報じてはいた。それでも記者や評論家の多くにとって、トランプ氏の当選は驚きだったようだ。NPRでメディアを担当するデビッド・フォルケンフリック氏は9日のコラムで「政治記者と有権者の間の距離をこれほど感じたことはない」と嘆いた。

SNS

虚偽情報でも広がる支持

「フェイスブックやツイッターで、これほど数の力があることが、勝利につながったと思う」

13日放送のテレビインタビューで、トランプ氏はそう誇らしげに語った。

トランプ氏のツイッターアカウントのフォロワーは、今年2月には約600万人だったが、今では1500万人以上にふくれあがった。これを使って他の候補者や、既存メディアへの批判を何度も繰り出した。

候補者と有権者の間の伝達役を担ってきた既存メディアを、いわば「中抜き」にする手法。タイム誌は「デイスインターメディエーション（仲介排除）」と評した。

もちろん、ソーシャルメディアで有権者に直接情報を伝える政治家はトランプ氏が初めてではない。オバマ大統領も積極的に使ってきた。だがトランプ氏の場合は、既存メディアを明確に「敵」と位置づけた点で異なる。

8月に、選挙対策本部のトップとして最右派系オンラインメディアの「ブライトバート・ニュース」のスティーブン・バノン会長を起用してからは、その傾向が一層顕著になった。

ペンシルベニア州立大のマシュー・ジョーダン准教授は「トランプ氏がメディアを攻撃するのは、戦略の一つだ」と話す。

ファクトチェック（事実確認）を行うウェブサイトによれば、トランプ氏の発言の7割以上が虚偽もしくは虚偽に近いと判断されている。だがトランプ氏は、「メディアは腐敗しており、不当な偏見がある」とけなすことで、自らへの批判をそらしたという。

ソーシャルメディアの隆盛で、「自らが望んでいるストーリーを読む」習慣が広がったことも、トランプ氏の勝利につながったと、ジョーダン氏は指摘する。

「虚偽の情報も、何回も伝え続けると、多くの人が信用するようになる」

トランプ政権の下では、今後もメディアが「敵対勢力」とみなされる可能性が高い。トランプ氏は10日夜、自らの当選に抗議するデモについて、ツイッターで「職業的な抗議者が、メディアにそそのかされて抗議している。とても不公平だ！」と発信した。13日には、自らの女性蔑視や人種差別などの問題を報じてきたニューヨーク・タイムズ紙を批判するツイートを連続して投稿。「『トランプ現象』についての非常に不正確な報道の結果、何千もの購読者を失っている」と決めつけた。（ニューヨーク＝中井大助、ワシントン＝山脇岳志）