

# 「テレポリティックスver.2」か「e-ポリティックス」か？ それとも新「ソーシャルメディア・ポリティックス」なのか？

本格的な「テレポリティックス」の到来は1960年のアメリカ大統領選挙であった。初めてテレビ中継された討論会において、テレビ映りの良いケネディ候補が優位に立ったことで「テレビが政治を主導しはじめた」と言われている。

以降、ネガティブ・アドをはじめ「テレポリティックス」ではさまざまな技法が駆使されるが、それらは基本的にテレビメディアを利する方向で展開されてきた。特に2010年のシティズンズ・ユナイテッド判決 (Citizens United v. FEC, 558 U.S. 310) は、政治活動支出規制を違憲とし、これにより実質的に政治活動への寄付制限が撤廃されたので、マネー・ポリティックスに拍車がかかった。たとえば2012年度の大統領選では、いわゆる「スーパーPAC (巨大化した政治活動組織)」が6億800万ドルを「独立支出 (independent expenditures=いずれの候補者とも連携せず、独立して特定の候補者の当選または落選を目的とした選挙運動)」し、テレビ離れが進んで広告収入の減少に喘ぐアメリカのテレビ業界にネガティブ・アドという恵みの雨を降らせたのである。

しかし2016年の大統領選挙はこれまでの「テレポリティックス」のあり方を変容させたといえよう。当初、共和党系スーパーPACからもテレビ攻撃を受けたトランプ氏は、これまでにない手法で反撃し勝利したのである。テレビ広告に資金をつぎ込むことはあまりせず、過激な言動によって無料で自身の姿をテレビに取り上げさせることに成功した。支持の訴えは、主にソーシャル・メディアを利用したのである。

確かにテレビは利用されたが、テレビに恵みの雨を降らせたのは敗者のクリントン氏であった。クリントン氏はトランプ氏の約3倍の量のテレビ広告を打ったとされる。また、確かにインターネットは利用されたが、ネットを通じて小額の寄付を全米から集めることに成功したオバマ氏の手法とも違う。トランプ氏の手法は、これまでに例のない「ソーシャルメディア・ポリティックス」なのかもしれない。

## 魚住真司 関西外国語大学外国語学部 准教授

NHK報道カメラマン、ジョージタウン大学ロー・センター客員研究員などを経て、現職  
同志社大学大学院 アメリカ研究科 アメリカ研究専攻 修士  
M.A. in Communications, University of Hawaii at Manoa

日時: 2月1日(水) 16:40 - 18:10

会場: 志高館SK102教室

来聴歓迎  
予約不要

今後のイベントの案内ご希望の方は、メールに氏名を記入しこちらにご連絡ください。

同志社大学アメリカ研究所 075-251-4900 ji-amekn@mail.doshisha.ac.jp