

情動社会のネガティブ・リテラシーのために

——「伝えること／伝わること」のメディア史的考察

「上智大学文学部新聞学科教授」

佐藤卓己

Sato Takumi

「伝えること／伝わること」の構造が変化した現代、AIとSNSが普及した社会は情報の真偽よりも感情への影響力が重視される「情動社会」へと変化している。誰もが発信者となった時代に求められるのは、情報を瞬時に判断する批判的思考力ではなく、あいまいさに耐える「ネガティブ・リテラシー」だ。メディア史研究の第一人者である佐藤卓己氏が、メディア史の視点から解説する。

1.「情動社会」を生き抜くためのメディア史的思考

多くのメディア研究者は、私自身をふくめ未来社会を読み間違えていた。農業化、工業化の次に来る「第三の波」は情報化だ、と多くの論者が唱えてきた。そこで実現するのは、情報社会。つまり、知識産業で頭脳労働に従事する市民たちの理性的な社会としてイメージされていた。だが、私たちがいま直面しているのは、人間的というより動物的な情動社会である。

この情動社会では関心経済と感情労働の認知資本主義が世界を覆っている。文書作成や翻訳要約など知的労働の多くがAI（人工知能）に委ねられる以上、情報処理のIQ（知能）より

対人対応のEI（感情知能）が重視されるのは必然である。対話形式も手紙による文通とX（旧Twitter）の違いが典型的に示すように、意味の理解で合意をめざす文脈依存型コミュニケーションから、共感の持続だけを目的に「いいね」ボタンを押す接続依存型コミュニケーションへと変化した。

20世紀末から喧伝された「Eデモクラシー」も電子民主主義（electronic democracy）ではなく、感情民主主義（emotional democracy）の略語だったことになる。この感情民主主義ではメッセージ（内容）の真／偽は問題とされず、「もう一つの事実（alternative facts）」に向き合うメディア（媒体）の信／疑だけが争点化されている。

国際政治においても、20世紀の思想戦は21世紀の認知戦へと情動論的転回を遂げた。そこではもはや言語化された「正義」「自由」「平等」などの理念を介することなく、快／不快の生理に直接働きかけるプロパガンダが展開されている。私たちが夢見た情報社会、いま現実には直面している情動社会、その両者の特徴をあらかじめ、わかりやすくモデル化すると次のようになるだろう（図1）。

こうした情動社会で生き抜くための「伝えること／伝わること」の能力を考える場合、情報を正確に処理するリテラシー（批判的思考力）ではなく、あいまいさに耐えて不要な情報を聞き流すネガティブ・リテラシー（耐性思考力）が必要となるのではないだろうか。

情報社会と情動社会をそれぞれ読み解く文法として、図1ではジャーナリズム論とメディア論を挙げている。大学の講義内容など見る限り、ジャーナリズム論もメディア論も同じもの、そう思っている教員さえ少なくないようだ。私は両者の違いを講義の冒頭で次のように説明している。

ジャーナリズム論の問いが「その内容は真か偽か」だとすれば、メディア論の問いは「その影響力は大か小か」である。メディア論において情報の真偽はその影響力の大小ほどに重要ではない。啓蒙時代から続くジャーナリズム論に対して、メディア論は総力戦体制期の効果研究

として1930年代にスタートしたマス・コミュニケーション（プロパガンダ）研究の上に成立している。そのため、メディア論は報道の真実よりも宣伝の効果を主要な分析対象としてきた。「ポスト真実」時代に求められる学知は、ジャーナリズム論よりメディア論なのではないか。さらに言えば、マーシャル・マクルーハン「*1」をはじめ有名なメディア論者の著作はその大半がメディアの歴史的展開を論じている。優れたメディア論者はすべてメディア史家である。以下では、メディア史の視点から情動社会化における基軸メディアとコミュニケーションの変遷を考察する。

2. 最新メディアは、最古のメディア形式

図2は基軸メディアの情報史を簡単に図式化したものである。むろん、時間的には約500万年前に始まる人類史の中で、言語を使う現生人類（ホモ・サピエンス）の登場はせいぜい10万年前であり、文字は紀元前3000年頃にメソポタミアで成立した。その意味で「有史（文字）」以前が圧倒的に長い人類史の中で、マスコミ時代は「瞬時」に過ぎない。図2は極端なまでに現代的視点に立った整理といつてよい。

基軸メディアとは世論形成の中核にあるメディアである。印刷技術以前なら対面接触の口頭コミュニケーションだが、近代化とともに雑誌・新聞など活字メディアが台頭し、20世紀に

はラジオ・テレビなど放送メディア、21世紀にはインターネット上のソーシャルメディアが基軸となった。そのため新聞やテレビなどのマスメディアはオールドメディアともレガシイメディアとも呼ばれている。オールド（旧来）もレガシイ（遺産）も、「時代遅れ」のニュアンスを持つ形容であることは言うまでもない。

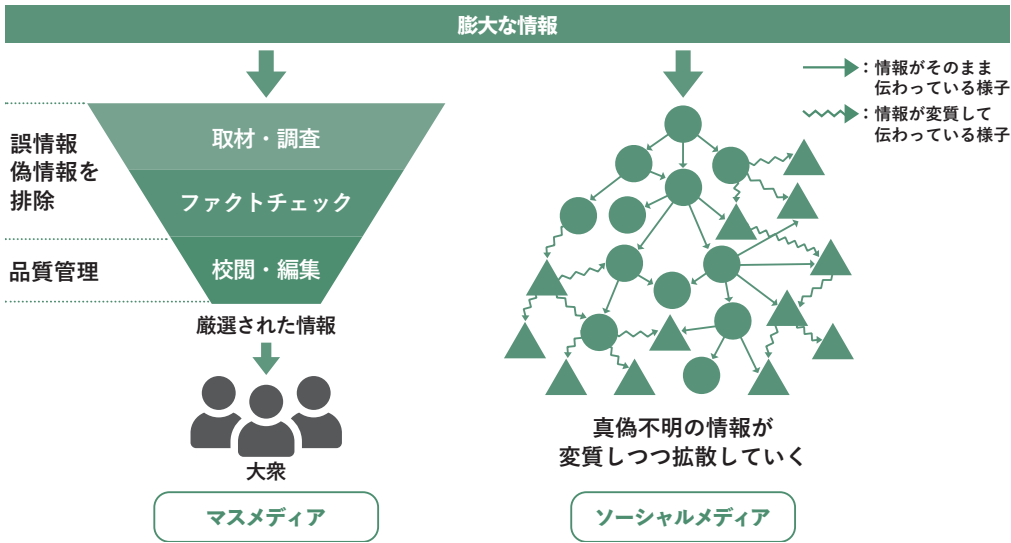
マス（大衆）に向けて一方的に情報を発信するマスコミ（新聞やテレビなど）では、送り手側が圧倒的な優位性を誇っていた。マスメディアが「無冠の帝王」とも「第四権力」とも呼ばれた理由は、大衆に何を伝えるかを決める決定権を握っていたためである。必要な情報だけを選択して伝える機能はゲートキーパー機能と呼ばれる。メディアの機能は「情報を伝えること」だと考えている人もいるだろうが、現実には「不要な情報を伝えない」機能が重要なのだ。

実際、世界中で膨大なニュースが刻々と量産されているが、マスメディアが報道するニュースはそのごく一部に過ぎない。ウェブ上で世界中のニュースサイトにアクセス可能な今日の視点で見ると、マスメディアの中心機能は「情報拡散」ではなく「情報制限」と断じて過言ではない。ゲートキーパー機能こそが誤情報・偽情報を排除する役割も担っていたからである。マスメディアの内部には誤記・誤認を排除すべく記者だけでなく校閲者や編集デスクなどが幾重にも関与するシステムが構築されている。それが新聞やテレビの信頼性を維持することに役

■ 図1：情報社会と情動社会

	情報社会	情動社会
文法	ジャーナリズム論 (メッセージの真偽)	メディア論 (メディアの信疑)
経済	知識経済	関心経済
労働	頭脳労働	感情労働
対話	文脈依存型	接続依存型
政治	電子民主主義	感情民主主義
能力	リテラシー (批判的思考力)	ネガティブ・リテラシー (耐性思考力)

■ 図3：マスメディアとソーシャルメディアの情報伝播プロセス



ディアをバイラル（感染性の）メディアと呼ぶ表現は適切だ。実際、新型コロナウイルスのパンデミック期にソーシャルメディアの流言拡散に注意喚起する報道が新聞やテレビに溢れていた。その典型例は、2020年2月末に発生し

■ 図2：基軸メディアの情報史

項目	有史以前	古代	中世	近代	20世紀	21世紀
情報史	遺伝子情報	言語情報	文字情報	活字情報	電気情報	デジタル情報
進化	有機的進化	人間化	歴史化	標準化	高速・大量化	情動化
基軸メディア	うわさ	文字	書物	新聞	映画・ラジオ・テレビ	インターネット
情報環境	音声と身振りによる直接的な対面コミュニケーション。記録に残らず、その場限りの情報伝達が中心。	文字の発明により情報を記録・保存可能に。時間と空間を超えたコミュニケーションが実現。	書物による知識の体系的保存と継承。学校や修道院などを中心として情報の組織的な蓄積が開始。	印刷技術の登場で同一情報の大量複製が可能に。新聞を通じて社会全体で共通の価値観が形成。	電気技術により同時性と広域性を実現。社会全体が同じ時間に同じ情報を共有し、マスメディアが「第四権力」として機能。	情動社会として、共感や快不快の情動が重視。SNSでうわさ型コミュニケーションが復活。

立っていたわけである。これからは新聞やテレビが生き残るためには、ゲートキーパー機能を強化してファクトチェックなどで情報の正確さを売りとするビジネスモデルが重要になるだろう（図3）。

これに対して、個人が自由に送受信するSNSなどのソーシャルメディアの特徴は、ゲートキーパー機能を欠いた「情報拡散」である。情報拡散には当然ながら誤情報・偽情報が多く含まれている。一応、誤情報・偽情報と書くけれども、私自身はこうした言葉の使用を極力避けている。それは「誤」や「偽」が付かなければ、情報は正しく、また真であるという先入観を与える危険性のためだ。そもそも「情報」は明治期の日本陸軍が「敵情報告」の略語として創出した和製漢語であり（小野厚夫『情報ということば―その来歴と意味内容』富山房インターナショナル・2016年など参照）、この軍事用語の来歴からしても誤解や偽計の可能性は排除すべきではなく、あらゆる情報にはあいまいさが残ると考えるべきなのだ。

ソーシャルメディアは、かつてマスメディアの受け手にすぎなかったすべての人々を情報の送り手に変えた。だが、それは新しいコミュニケーション形式ではない。むしろ、その急速なグローバル化が実現したのは、そのコミュニケーション形式が人類にとって馴染みのある最も古い形式であったためだ。あるいは、AI時代がポスト・ヒューマン（脱人間的）だからこ

た「トイレットペーパー騒動」報道である。福長秀彦「新型コロナウイルス感染拡大と流言・トイレットペーパー買いだめ」（『放送研究と調査』2020年7月号）はそれを詳しく分析している。

流言の発生地は台湾とシンガポール、香港であり、2020年2月初旬に「トイレットペーパーが不足する」という流言がウェブ上で拡散された。この段階で日本のマスメディアは報じていないが、2月16日からTwitter（当時）で「日本でも不足」の流言が拡散され始めた。2月28日にテレビでマスクやトイレットペーパーの品切れが報じられて以降、この流言は急拡大していった。3月になると、「次はティッシュペーパー」など根拠のないデマがウェブ空間を飛び交った。福長は次のようにまとめている。

「国内のテレビ・ラジオが伝えたのは、流言の打ち消しであって、流言を否定せずにそのまま放送したという事例は、筆者が調べた限りでは見当たらない。」

重要なことは、人々を「買占め」行動へと走らせたのはウェブ情報ではなく、流言に警戒を呼びかけたマスメディアであったことである。つまり、情報の真偽よりメディアの信疑が問題だった。マスメディアは流言を打ち消したが、買占め行動を「パニック」と表現した報道も少なくなかった。4000人を対象とするインターネット調査の結果が引用されている。「買だめをした理由」で「うわさを信じていたか

ら」と答えたものは11.2%に過ぎず、最大多数の48.9%はこう答えている。「自分はうわさがデマだと分かっていたが、（うわさを信じた人が多めに買えば、結果的に不足してしまう）と思ったから」

うわさを信じたのは少数だが、テレビ報道を信じた人は多い。その上で、「うわさを信じるとパニックが発生する」というマスメディアの警告はむしろ有害だった。その警告により他者のパニックへの自己防衛として必需品を備蓄する人が多く出たためである。個人の行動としては十分に合理的だが、それが社会全体に不合理な影響をもたらす状況は「予言の自己成就」（ロバート・K・マートン「*3」）として説明することができる。マスメディアの警告を予言として受けとめた者が、予言に沿った行動を取ることにより、その警告がなければ起こらなかった品不足が起こり、あたかも予言的中したように見える状況が生まれた。

この事例は情動社会でもオールドメディアの情報がお信頼性を保持していることを示した。逆に言えば、多くの人々がまだSNSで情報の真偽を判断していない現在、マスメディアの信疑が問われているのである。

4. アクティブ・オーディエンスのネガティブ・リテラシー

それにしても、情動社会ではフェイクニュースにファクトチェックをいくら丁寧に繰り返し

立っていったわけである。これからは新聞やテレビが生き残るためには、ゲートキーパー機能を強化してファクトチェックなどで情報の正確さを売りとするビジネスモデルが重要になるだろう（図3）。

これに対して、個人が自由に送受信するSNSなどのソーシャルメディアの特徴は、ゲートキーパー機能を欠いた「情報拡散」である。情報拡散には当然ながら誤情報・偽情報が多く含まれている。一応、誤情報・偽情報と書くけれども、私自身はこうした言葉の使用を極力避けている。それは「誤」や「偽」が付かなければ、情報は正しく、また真であるという先入観を与える危険性のためだ。そもそも「情報」は明治期の日本陸軍が「敵情報告」の略語として創出した和製漢語であり（小野厚夫『情報ということば―その来歴と意味内容』富山房インターナショナル・2016年など参照）、この軍事用語の来歴からしても誤解や偽計の可能性は排除すべきではなく、あらゆる情報にはあいまいさが残ると考えるべきなのだ。

ソーシャルメディアは、かつてマスメディアの受け手にすぎなかったすべての人々を情報の送り手に変えた。だが、それは新しいコミュニケーション形式ではない。むしろ、その急速なグローバル化が実現したのは、そのコミュニケーション形式が人類にとって馴染みのある最も古い形式であったためだ。あるいは、AI時代がポスト・ヒューマン（脱人間的）だからこ

た「トイレットペーパー騒動」報道である。福長秀彦「新型コロナウイルス感染拡大と流言・トイレットペーパー買いだめ」（『放送研究と調査』2020年7月号）はそれを詳しく分析している。

流言の発生地は台湾とシンガポール、香港であり、2020年2月初旬に「トイレットペーパーが不足する」という流言がウェブ上で拡散された。この段階で日本のマスメディアは報じていないが、2月16日からTwitter（当時）で「日本でも不足」の流言が拡散され始めた。2月28日にテレビでマスクやトイレットペーパーの品切れが報じられて以降、この流言は急拡大していった。3月になると、「次はティッシュペーパー」など根拠のないデマがウェブ空間を飛び交った。福長は次のようにまとめている。

「国内のテレビ・ラジオが伝えたのは、流言の打ち消しであって、流言を否定せずにそのまま放送したという事例は、筆者が調べた限りでは見当たらない。」

3. 内容の真偽からメディアの信疑へ

情報の拡散力から考えると、ソーシャルメ

大衆は、彼らが真実だと信ずるものを情報と呼び、彼らが虚偽、ないし、確かめられないものだと思うものを、うわさと名づけているのである。（中略）真と偽の対立を論理的に検討すると、情報とうわさの分離線がきわめて不鮮明であることがわかる。一般に、大衆は、あるニュースが口から耳へともたらされたとき、真実と虚偽を区別することができない。（19-21頁）

うわさの伝播プロセスにおいても、私たちはただの受け手ではありえず、目的に応じてうわさの内容を取捨選択し、自分がより説得的だと思う情報を付け加えて誰かに語る。こうして、うわさを口にした者はすべて情報の送り手となる。この双方向コミュニケーションで情報とうわさ、真と偽の区別が困難であることをフランスの社会学者ジャン＝ノエル・カプフェレ「*2」は『うわさ―もつとも古いメディア』（古田幸男訳、法政大学出版局・1993年）でこう述べている。

たとしても、内容の真か偽かではなく快か不快かを問題にする人々には影響を与えないのではないか。また、「あなたたちは騙されている」という不快なメッセージは人々の自尊心を傷つけるだけで、そう警告するマスメディアへの疑念を深める人もいるだろう。あえて誤解を恐れずにいえば、情動社会で必要なのは論理的な思考力であるメディアリテラシーではなく、情報に対するネガティブ・リテラシーなのである。私はそれを『あいまいさに耐える』（岩波新書・2024年）で次のように定義している。

ネガティブ・リテラシーとは、あいまい情報を受け取ったとき、あいまいなまま留め置き、その不確実性に耐える力である。より具体的には、SNSなどにあふれる情報を必要以上に読み込まず、不用意に書き込まないだけの忍耐力と言ってもよい。情報を真／偽に二分するのはAIが最も得意とするデジタル思考である。AI時代に求められる人間力とは、そうした白／黒、善／悪、利／害、優／劣の判断を急がず、あいまいな状況と向き合う耐性思考だからである。

しかし、教育現場ではメディアリテラシーに限らず、伝統的な読み書き能力も、もっぱらポジティブ（積極的・肯定的）に語られている。特に日本社会では読み書き能力がネガティブ（消極的）に論じられることは少ない。読み書き能

いのである。

私たちは読み書きでも速度と精度を優先しがちである。速く正確にわかることが強調されると、学校のペーパーテストがそうであるように、まず問題設定で問題そのものをマークシート対応に単純化してしまう。単純な問題ならば速く正確に解ける。しかし、情報の真偽は急がなければ時間の経過で自ずから明らかになる場合が圧倒的に多い。その場合、性急に判断せず、保留したまま不確実な状況に耐えることが最も有効な対応となる（図4）。

ホガートは労働者階級文化の知恵である「人びとの黙って無視するという偉大な能力、ただ影響を受けたふりをして、物事を『なりゆきに委せる』というやり方」を、情動に流されないために必要な道徳的資質として高く評価している。このようなネガティブ・リテラシーがあればこそ、アテンション・エコノミー^{＊5}の広告や「ポスト真実」のプロパガンダでさえも適当にやり過ぎず生活が可能になる。

ホガートは、1950年代当時のイギリスの労働者階級は大衆メディアからの悪影響をそれほど受けていないとも指摘する。これこそカルチュラル・スタディーズが明らかにした「エンコーディング（記号化）／デコーディング（解読）」モデル、すなわち送り手側の意図とは別に受け手側が情報を自ら解釈するアクティブ・オーディエンス（能動的な受け手）論の起点なのである。

力の国民的向上こそが近代化や工業化を推進した前提であり、それが豊かな社会を可能にしたと信じられているからだろう。

とはいえ、リチャード・ホガート^{＊4}『読み書き能力の効用』（原著1957年、ちくま学芸文庫）のように、その効用を批判的に考察したカルチュラル・スタディーズの古典も存在する。労働者階級が読み書き能力を得たことで、何が労働者文化から失われたか、この問いにホガートは真正面から向き合っている。自らも労働者階級出身の奨学生だったホガートは、大衆読物に対するアンビバレントな思いをこう綴っている。

真理に触れるには、ほかの道がいくらかもある。より詰らない大衆娯楽に私が反対する最大の理由は、それが読者を「高級」にさせないからではなく、それが知的な性向をもっていない人びとがかれらなりの道をとって賢くなるのを邪魔するからなのだ。

ホガートは個人的に消費される画一的な大衆文化を批判し、かつて労働者階級文化に含まれていた「より積極的な、より充実した、もっと協同で楽しむ種類の娯楽」の衰退を愁いている。仲間を楽しませることで自らも楽しむことができた「おれたちの世界」は、マスメディアに登場するスターの代行作用で満足する「見物人の世界」に変貌したというのである。それは身体

5. 結び

それにしても、今日の日本社会でネガティブ・リテラシーが必要なのは、労働者階級よりもジャーナリストや研究者など情報流通にたずさわる専門職だろう。一般的な生活者にファクトチェックが困難である以上、情報に関わる専門家の責任は重い。サーチサーチ（検索・調査に「再び」「反対に」を意味する接頭語をつけたリサーチ research（研究）を職業とする専門家とは、ステレオタイプから離れて観察する人々である。「見てから定義しないで、定義してから見る」ステレオタイプ思考から距離を取るためには、特に耐性思考力が求められる。まずは、あいまいさの中で他者の発言に必ずカッコを付け、「……」という意見もある、と真偽を即断せずに留め置く習慣を身に着けるべきだろう。あるいは関西風に、まずは「……」の後に「知らんけど。」と必ず付け加えてもよい。それこそが、他者が反証する可能性を残した討議に向けた情報発信なのである。

そうした耐性思考力をアクティブに身に着ける方法として、知識人が伝統的に行ってきたのが古典の読書である。情報の鮮度とは無縁な古典では、まず時間を気にする必要がない。また、いくつもの解釈が可能な古典はあいまいさに耐える力、自ら考えて他者に伝える力を養う素材として最適である。それこそがノンヒューマン

■ 図4：メディアリテラシーとネガティブ・リテラシー

場面	メディアリテラシー	ネガティブ・リテラシー
あいまい情報に遭遇	●複数の情報源を検証 ●ファクトチェック ●真偽を見極めようとする	●「分からない」状態を受け入れる ●性急な判断を避ける ●時間による自然な解決を待つ
SNSでの情報拡散	●正しい情報で訂正 ●積極的な情報発信 ●議論への参加	●拡散を控える ●不用意な発信を避ける ●「情報のソーシャルディスタンス」
デマやフェイクニュースへの反応	●真実を追求 ●批判的分析 ●反証の提示	●「耐性思考」で対応 ●確証のない情報は放置 ●感情的反応を抑制

性が剥奪された大衆娯楽の世界である。

こうした現代化の中で、大衆にメディアリテラシーが期待できるものだろうか。ホガートは大多数の国民が高級新聞『タイムズ』を読む日が来ると期待すべきではないし、上品な雑誌を読むことが良い生活の条件でもない、と過剰な教育信仰を批判している。むしろ、「よい生活を送るのに必要欠くべからざるもの」は読み書き能力ではなく、むしろ労働者階級が保持していた「黙って無視するという偉大な能力」だと

（非人間的）なAIが基軸となる情動社会でより良く生きるために、また私たちが生身の身体性を取り戻すために必要なヒューマニティーズ（人文学）のアクティブラーニングなのではなかろうか。

それはデジタル社会で一般に推奨される「楽しい学び」とは真逆のものかもしれない。耐性思考力を鍛えることを教育に期待するのであれば、ある意味ではこの不快な難問に、アクティブなネガティブ・リテラシーで挑む気概が必要なのだろう。（終）

注

- ＊1 カナダの英文学者・メディア理論家。「メディアはメッセージである」という有名な言葉で、メディアが運ぶ内容よりもメディアの形式そのものが人間の知覚や社会に大きな影響を与えることを示した。現代メディア論の先駆者として知られる。
- ＊2 フランスの社会学者・マーケティング研究者。うわさや流言の伝播メカニズムを社会学的に分析した。
- ＊3 アメリカの社会学者。「予言の自己成就」という概念を提唱。根拠のない噂や思い込みであっても、人々がそれを信じて行動することで、実際にその状況が現実になってしまうことを示した。
- ＊4 イギリスの英文学者・文化研究者。カルチュラル・スタディーズの創始者の一人。代表作『読み書き能力の効用』では、労働者階級の読み書き能力向上が伝統的な労働者文化に与えた影響を批判的に分析し、大衆文化の画一化を指摘した。
- ＊5 情報で溢れる社会において、人々の関心や注目（アテンション）を得ることが、経済的価値を持つという概念。情報の質よりも注目度の獲得が重要視される現代社会の特徴を表す。

佐藤卓己（さとう・たくみ）
1960年、広島市生まれ。上智大学文学部新聞学科教授・京都大学名誉教授。専門はメディア史、大衆文化論。京都大学文学部西洋史学専攻卒業。ミューン大学留学を経て、博士（文学）取得。東京大学助手、同志社大学助教授、国際日本文化研究センター助教授、京都大学教授を歴任。2024年から現職。著書に『キング』の時代（サントリー学芸賞）、『言論統制』（吉田茂賞）、『八月十五日の神話』、『ファシストの公共性』（毎日出版文化賞）、『あいまいさに耐える ネガティブ・リテラシーのすすめ』など多数。