

【第4回・アメリカ】

クリストファー・スターリング氏 (ジョージ・ワシントン大学教授) に聞く
～多メディア時代の“小さな公共放送”の役割～

メディア研究部 (海外メディア研究) 柴田 厚



クリストファー・スターリング氏

クリストファー・スターリング (Christopher H. Sterling) 教授は、1943年、ワシントンDC生まれ。ユタ州立大、テンプル大で教鞭をとった後、1980年から2年間、FCC (米連邦通信委員会) に勤務した。その後、ワシントンDCにあるジョージ・ワシントン大学に移り、これまで40年にわ

たってアメリカの放送・通信の歴史と政策に関する研究を行ってきた。特に、放送が政府や国民、産業に与える影響や、教育効果、規制のあり方、技術革新などを研究テーマとしている。主な著書に、世界のメディア企業を網羅した *Encyclopedia of Journalism* (全6巻、編者) やアメリカのラジオ通史とも言える *Rise of American Radio* (全6巻、共著)、通信の歴史を描いた *Shaping American Telecommunications*、メディアを学ぶ学生の教科書にも採用されている *Broadcasting in America* (共著)、アメリカの放送メディア全体の歴史を扱った *Stay Tuned: A History of American Broadcasting* などがある。膨大な資料に裏打ちされた、公平で客観的なメディア観と考察には定評がある。URLは、<http://chrissterling.com/>

アメリカの公共放送は、日本やヨーロッパとは大きく異なる。アメリカでは1920年代から大学や地域コミュニティが運営する非商業教育ラジオ (公共放送の前身) が地域向けに小規模な放送を行っていたが、その後、3大ネットワークを中心とする商業放送が大きな影響力を持つようになった。1967年、各地で別々に放送を行っていた公共放送局を組織面、財政面から支援するために「公共放送法 (Public Broadcasting Act of 1967)」が制定され、1969年に非商業テレビ局の連合体としてPBS (Public Broadcasting Service) が作られ、1970年にラジオの連合体NPR¹⁾ が設立された。日本のNHKやイギリスBBCが全国をあまねくカバーする“大きな公共放送”であるのに対して、アメリカは各地で独立して活動する公共放送局をゆるやかに結んだ“小さな公共放送”と言える。また、アメリカではテレビ (PBS) とラジオ (NPR) が別の組織であることも特徴である。両者の最大の違いは、PBSが番組を作る機能を持たず、その主要な役割が番組の調達・配信などを行う“コーディネーター”であるのに対して、NPRは独自に取材や番組制作を行う“報道機関”であるという点である²⁾。

公共テレビと公共ラジオ

—ケーブルや衛星、ネットなど様々なメディアが興隆して、有力な商業放送が覇権を競うアメリカの放送界では、公共放送はますます小さくなっているのでしょうか？

スターリング氏: ラジオとテレビを分けて考える必要があります。ラジオについて言うと、“拡張傾向”です。アメリカでは、ラジオ・ジャーナリズム、イコール NPR と言っているでしょう。近年、ますますその重要性を増しています。というのも、商業ラジオ局は、報道にはほとんど力を注がないからです。NPR はニュースと社会問題を扱った番組 (public affairs programs) に力を入れ、毎年、聴取者を増やしています。代表的な番組として、『Morning Edition』(朝のニュース番組) や『All Things Considered』(午後のニュース番組) があります。商業放送のリスナーの数に比べれば絶対数は少ないかもしれませんが、これらの番組を聞くのは、いわゆる“社会を動かす層の人たち”なのです。こうした人たちは、政治的、社会的、文化的、教育的な指導層で、公共ラジオの熱心な支持者です。彼らは影響力を持っており、数は多くなくても、重要なリスナーなのです。

—公共テレビの現状はどう見えますか？

スターリング氏: PBS は多くの課題を抱えています。PBS は、『News Hour』などニュース番組以外に、『セサミ・ストリート』に代表される子供向け番組やドキュメンタリーなどに力を入れています。今では特定の得意分野を持った様々なケーブル局や衛星チャンネルが増え、良質な子供番組や自然科学番組、歴史番組、ドキュメンタリーなどを制作しています。PBS の独自性が薄れてしまっているのです。また、小さいうちは PBS を見ていた子供たちも、成長するにつれて PBS から離れていきます。ビデオゲームや商業放送に熱中するようになるのです。年をとると公共テレビに戻るという傾向はあります

が、好意的に見ても視聴者の数は“横ばい”状態です。

—公共放送の財源はどのようなのでしょうか？

スターリング氏: アメリカの公共放送の財源システムは、日本やイギリスに比べると貧弱です。NHK では受信料システムを採用して、テレビを持つ家庭から一定の金額を集めていますよね、詳しい額はすぐには思い出せませんが…〔筆者注・衛星契約は月額 2,290 円〕。それに対して、アメリカでは 1 家庭あたりの公共放送への拠出額を平均すると、月 1 ドル程度です。元々、アメリカの公共放送は、財源を安定的に確保するシステムとして作られていないのです。

アメリカの公共放送の財源は、大別すると▽個人からの寄付金、▽アンダーライティングと呼ばれる、企業からの拠出金、▽連邦政府や州政府、地元自治体からの交付金、などに分けられる。2008 年度で見ると、公共放送全体の収入は約 28 億 5,000 万ドルで、その内訳は、個人の寄付金が 26.3%、アンダーライティング 17.8%、連邦政府交付金 13.8%、州政府交付金 11.8% などとなっている。この中でも連邦政府交付金は、税収の状況や時の政権の意向に左右されやすく、公共放送の財源を不安定にする要因となっている。ブッシュ前政権は、イラク戦争などでのリベラルな報道内容を理由に、たびたび公共放送の交付金の削減を提案した。

多様なプラットフォーム展開

—テレビは地上波に加えて、衛星、ケーブルなどがありますが、そうした多様なメディア状況の中に、比較的地味なラジオは埋没してしまいませんか？ 日本ではそれに近い状況になっていますが…。

スターリング氏: ラジオも、テレビに負けずに、多様な展開を行っています。1例が、衛星ラジオです。いくつかの会社が合併して今では Sirius XM という1社のみが行っていますが、特徴は衛星を使うため、全国どこでも同じ番組を高音質で聞くことができるという点です。私も音楽を楽しむのによく聞いています。地域に根差すのがラジオ、という伝統的な考え方の一方で、今ではこうしたあり方も可能なのです。

そして、もちろんインターネットという手があります。今では、ほとんどすべてのラジオ局がオンラインで24時間のストリーミング・サービスを行っています。私はこのあと『国際ラジオ』という授業で、Voice of America³⁾ について講義しますが、VOAも含めて、こうしたラジオ・サービスは世界のどこにいても、いまや全てウェブ上でアクセスすることができます。もう短波ラジオの受信機で聞く必要はありません。ラジオの聞き方も、地上波、衛星、オンラインと形態は多様化しているのです。

—それは、具体的にどんな利用スタイルに見られますか？

スターリング氏: 私が教えている大学生たちは、すでにラジオを「聞く」ものという風には考えていません。我々くらいの年代の人はテレビを見るならテレビの前、ラジオを聞くなら家のリビングや車のラジオで、というとらえ方をしますが、彼ら若者にとってアクセスするのは、まず「(PCやスマートフォンの) スクリーン」なのです。そこで彼らはテレビやラジオを視聴したり、オンデマンドやポッドキャストで番組にアクセスするのです。そして、番組のオンエアに合わ

せて視聴するのではなく、自分の好きな時間に見たり聞いたりする「タイムシフト視聴」が当たり前になっています。

放送のデジタル化に伴って、私はこれから多くの放送事業者が淘汰されていくと思います。それは、まずAMラジオ局から始まるでしょう。今でも放送局の数は多すぎるくらいです。テレビを見ても、今ではケーブルが何百チャンネルもの選択肢を用意していて、地上局はどんどん視聴者が減っています。テレビは少し長生きするかもしれませんが、ラジオ、特に商業ラジオ局は今後3～5年でかなりの局が消えていくのではないかと考えています。スポンサーがテレビやラジオからどんどん離れていき、広告モデルはすでに成立しなくなっているのです。

ジャーナリズムの危機

—新聞をはじめとして、アメリカでは既存メディアの凋落ぶりが激しいですね…

スターリング氏: 悲しいことですが、その通りです。我々世代のアナログ人間は、新聞とその“紙の手ざわり”が好きなのです。日本では、いまだに新聞が大きな発行部数を保っているのは驚きです。アメリカでは考えられない部数です。私の家では、ワシントン・ポストとニューヨーク・タイムズをとっていますが、2紙ともどんどん薄くなっています。内容も同様です。私には成人した娘が2人いますが、彼女たちは紙の新聞は読みません。しかし、世の中のニュースを知らない、というわけではないのです。インターネットをはじめとして別の方法で世の中の動きを仕入れるのです。我々は今、

公共放送の必要性

過渡期にいます。その先に何が待ち受けているかわかりません。しかし、確かなことは「紙の新聞モデル」はもう通用しないということです。同様なことは「商業ラジオ放送モデル」にも言えます。

—企業の存続基盤がゆらいでしまうことは、ジャーナリズムの危機につながりませんか？

スターリング氏: その通りです。ですから、みんな新しいビジネスモデルを懸命に探しているのです。最近、私は大学の同僚とよく“ジャーナリズムの凋落と勃興”について議論します。ただ単に、会社としての新聞社やテレビ局・ラジオ局がどう生き残っていくかだけではなく、財政的な裏付けなしにこれからのジャーナリズムはきちんと機能していけるのか、という問題です。アメリカでは、今まで100年以上の間、広告主が新聞社や放送局を支える資金を提供してきて、誰もそれを心配する必要はなかったのです。しかし、今やそれは大変な速さで変わっています。インターネットがシステムを大きく変えました。最近では、オンラインでのコンテンツ配信について、「無料広告モデル」から「有料課金モデル」に移るメディア企業が増えています。ニュース・コーポレーションのオーナー、ルパート・マードック氏などがその急先鋒です。彼らは、「なぜ、オンラインだけ無料でなくてはならないのか？」と有料化に打って出て、一部は成功を収めています。そして、それに倣う企業が出てきています。数年後には日本やヨーロッパでも、同様のことが起こるでしょう。こうしたことは、アメリカでまず顕在化します。

—NHKやBBCのような受信料制度はアメリカにはなじみませんか？

スターリング氏: かつて、受信料に似たものはアメリカでも検討されたことがあります。カーネギー財団が1960年代に提案をしました。彼らは、現在よりももっと大規模な「公共放送」の仕組みを考えていました。しかし、議会が反対しました。議員たちは公共放送に対して自分たちが強いコントロール権を持ち続けたいと考えたのです。ですから、今でも毎年、公共放送（ラジオ・テレビ）は、予算申請と事業説明を議会に対して行わなくてはなりません。

新たな料金制度を導入することについては、多くのアメリカ人は「自分たちはすでに放送にお金を出している」と考えています。つまり、アメリカ国民の8割はケーブルや衛星に契約して、毎月その料金を支払っているのです。無料の地上放送だけを視聴しているのは全体の2割にすぎません。公共放送に新しい支払い義務を課すという考え方は、アメリカでは現実的ではありません。

—では、商業放送が大きな比重を占めてきたアメリカで、国民は将来も公共放送を必要とするのでしょうか？

スターリング氏: 地上放送になるか、ケーブルのようなものになるか形態はわかりませんが、それに似たものは必要だと思います。圧倒的に大きな商業放送とバランスをとる存在が必要なのです。一例として「トークラジオ」をあげてみましょう。トークラジオの論調の95%は右

派、保守派です。その最たる例がラッシュ・リンボー (Rush Limbaugh)⁴⁾ です。トークラジオの司会者は、右寄りの考えばかりを提供します。そして、それは政治的に大きな影響力を持ちます。リスナーが彼らの言うことをすべて真に受けているとは思いませんが、現実にはトークラジオは大変な人気です。R.リンボーの番組はアメリカで最も聞かれているラジオ番組なのです。ですから、多くの企業がこうした番組のスポンサーになり、お金を出すのです。商業放送の作る番組とバランスをとる番組を、公共テレビや公共ラジオは提供する必要があります。それこそが、彼らの使命です。強大なマーケット、市場主義経済のアメリカでは、公共放送が「リーダーシップ」をとることは難しいかもしれませんが、「必要とされる存在」であることは間違いありません。

かつて、番組の内容が偏らないように配慮するために「Fairness Doctrine (公平原則)⁵⁾」というルールがありました。25年前に廃止されました。再びそれが採用されることはないでしょうが、私は古いタイプの人間なので、Fairness Doctrine が復活して欲しいと考えています。放送において重要なことは“バランス感覚”なのです。

—バランスの観点から言うと、FOX はブッシュ時代に政府寄りの立場でしたが、とても人気がありました…。

スターリング氏: FOX News の論調は明らかに保守的です。そして、FOX は視聴率の面でも収入面でも大変うまくいっています。その立役者が社長のロジャー・アイルズ (Roger Ailes) です。かつての NBC, CBS, ABC に加えて4

大ネットワークの一角を占めるに至った FOX の成功は、テレビ・ビジネスの面からは驚異と言えますが、世論のバランスという点から見ると脅威でもあります。

—アメリカ国民は、放送内容の“バランス”に対して敏感ですか？

スターリング氏: ほとんどの人は、そうしたことに関心はありません。多くの国民は、楽しく放送を聞ければいいのです。ニュースでも娯楽でも自分の気に入った番組さえあればいいのです。放送全体のバランス、などということに関心を払う人はごくわずかです。突き放した言い方になりますが、現実はそのようなのです。アメリカ人の多くは、本質的には保守的な考えの持ち主です。ですから保守的な番組が支持を集めるのです。バランスというものは、必ずしも重要なファクターではないのです。その意味で、公共放送の PBS や NPR の存在は重要です。

—私 (筆者) も、トークラジオの司会者が扇情的に進行する番組のあとに、NPR の『All Things Considered』などを聞くと、その穏やかで公平な番組の作りにホッとします…。

スターリング氏: 重要なのは「選択の自由」があることです。意見の違いを反映した多様な選択肢 (番組) が用意されていて、人々がそれを自由に選べるのが大切です。それを保障するシステムとして、アメリカの公共放送は今後も存在していくべきだと思います。

インタビューを終えて

8月初め、ビル・ゲイツやウォーレン・バフェットなどのアメリカの大富豪40人が、資産の多くを慈善事業に寄付することに同意し、その総額は6,000億ドル(約51兆円)にもものぼる見込みだというニュースが流れた。アメリカという国は、善意も悪意も“振り幅”が大きいというのが、筆者の実感である。公共放送も、その「善」の面に支えられてきた部分が大いだが、今までは、華々しい商業放送の陰に隠れて目立たなかった。しかし、長引く不況を受けて、今、“公共的”なるものの価値が改めて見直され始めている。ジャーナリズムの世界では、質の高い放送を出し続けるNPRのリスナーが順調に増え、寄付金で活動を行う非営利のニュース組織、ProPublicaがアメリカで最も権威あるピューリッツァー賞を受賞するなど、公的メディアは高い評価と実力を得ている。そこには、「経済的成功」と同じくらい、憲法修正第一条で謳われている「言論・表現の自由」に重きを置く、アメリカ国民の価値観の一端がかいま見える。

日本やヨーロッパとは設立経緯も特徴も全く異なる「アメリカの公共放送」だが、インターネットの興隆と深刻な不況で、多くの既存メディア(特に地方の中小の新聞社や放送局)の存続が危ぶまれる中で、公共的性格を持ったメディアの果たすべき役割と、それに対する期待は確実に大きくなっていると感じる。

(しばた あつし)

[インタビュー]

ジョージ・ワシントン大学で2010年2月18日に実施

次回は、キム・ジョンギ(金政起)氏 韓国外国語大学名誉教授(元放送委員会委員長)の予定

注:

- 1) NPR(全米公共ラジオ)はNational Public Radioが正式名称だが、デジタル展開に重点を置くようになったことから、2010年からは、広く浸透している「NPR」を優先して使うようにしている
<http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2010/07/07/AR2010070704578.html>
- 2) PBSの概要については、拙稿「世界の公共放送のインターネット展開 第1回アメリカ・PBS」『放送研究と調査』2008年9月号、NPRについては、同じく「ラジオ局の枠を超えて～米NPRマルチ展開の取り組み」『放送研究と調査』2009年12月号を参照されたい
- 3) VOAはアメリカ政府が行う国際放送で40余りの言語で週1,500時間のニュース、情報番組、ドキュメンタリーなどを放送している
- 4) 保守系コメンテーターとして、自身の番組や著書、共和党の大会などで、リベラル陣営やオバマ大統領、クリントン元大統領などを痛烈に批判し、しばしば物議を醸している
- 5) FCCが1949年、放送に社説放送を認めた際に、対立する見解にもそれを表明する機会を割り当てることを放送局に義務付けたものだが、その後、放送通信市場が発展したことで見解を表明する場が増えたとして、FCCは1985年にFairness Doctrineルールを廃止した