



米大統領選挙で勝利したのは、想定外のドナルド・トランプ候補であった。今回の大統領選挙はトランプ旋風が吹き荒れ、誹謗中傷に終始した史上最低の選挙戦になった。これを仕掛けたのはトランプ候補であり、TV・新聞メディアとSNSの新旧メディアを巧に操ったのである。トランプ候補のポピュリストとしての希代の才能が、次期米大統領への道を切り開いたとあってよい。今回は、トランプ候補のメディア戦略について検討してみたい。

### 米大統領選挙が大接戦になった事情

米大統領選挙の投票日、2016年11月8日は世界中の注目を集めた。ヒラリー・クリントン（Hillary Clinton）とドナルド・トランプ（Trump）との接戦が伝えられており、いずれの候補が次期大統領に選ばれるか、日本も含め世界中が注目した。

選挙の投票直前までは、旧来メディアの大半は、ヒラリー優位と報じていた。それが、開票後早い段階から間違いであることが、判明してしまった。アメリカの旧来メディアが、選挙民の動向を把握できていなかったことを、露呈したのである。（「メディアがトランプ勝利を読めなかったワケ」、The New York Times、2016年11月10日）

昨今、ビッグデータやAIが大きなブームになり、それらを活用していたはずの今回の選挙予報は、役に立たなかったのである。ビッグデータやAIを責めるよりは、選挙民の動向が混沌としていて、実態の把握が非常に難しかったということであろう。

しかし、正確に予測した学者もいた。アメリカン大学の著名な歴史学者であるアラン・リヒトマン教授は、2016年9月の時点でトランプの勝利と予測していた。1984年以降の米大統領選の結果を全て言い当ててきた記録を、今回も更新したのである。

アメリカの大統領選挙は、メディアによるイメージ選挙という色彩が非常に強い。TV・新聞などのマスメディアやSNSなどのニューメディアなど、時代の最先端メディアをいかに味方につけるかで勝敗が決まるといって、ルーズベルト大統領以来の伝統がある。

今回の選挙では、TV・新聞という旧メディアから強い批判を浴びたにもかかわらず、SNS・ツイッターなどのニューメディアを見方につけたトランプ候補が勝利した。彼自身

も、選挙後の11月13日夜の米CBSドキュメンタリー番組「60 Minutes」のインタビューで、「すべての選挙戦でSNSが勝利の助けになった」と、語っている。

しかし、今回のイメージ選挙は、これまでの大統領選挙とは大きく異なり、複雑に絡み合い、これが大混戦になった理由である。主要なポイントについて整理しておこう。

第一に、イメージ選挙の主役であるTV・新聞という旧メディアとSNS・ツイッター等の新メディアの影響力が、従来とは大きく変わっていた。TV・新聞の信頼性が低下した上に、SNSではニセ情報の拡散といった想定外の事態が、大きく影響したとされている。

第二に、二大政党である共和党と民主党は、伝統的な枠組みを維持できず、異例の選挙戦を余儀なくされた。特に、共和党はトランプという異例な候補を代表に選ばざるを得なかったことが、両政党の選挙のあり方を大きく変えてしまった。

第三に、米国民からは「嫌われ者どうしの対決」と呼ばれるほど、選びたくない候補者の中での選挙になってしまった。「ヒラリー 対 トランプ」ではなく、「反トランプ 対 反ヒラリー」という異例の構図での選挙戦が、イメージ選挙を複雑にした。

第四に、富裕層と貧困層の格差拡大、白人と黒人の人種対立、キリスト教徒とイスラム教徒との宗教対立、拡大する不法移民の拡大と雇用不安などなど、深刻な問題が山積しており、これまでの政権や政党への不信感が高まっていた最中での選挙戦であった。

## ポピュリストとしてのトランプ候補の素顔

当初は泡沫候補とみなされていたトランプ候補が、何故ここまで多数の票を獲得できたのであろうか。それは、米国民と新旧メディアを味方につけてしまうトランプの巧みなメディア戦略による所が大きい。まず、トランプ候補の実像と経歴を見てみよう。

第一に、トランプ候補は、抜群の才能を持ったポピュリスト (Populist) であった。ポピュリストとは「一般大衆の利益や権利、願望、不安や恐れを利用して、大衆の支持のもとに既存のエリート主義である体制側や知識人などと対決しようとする政治家」(ウィキペディア)である。彼は、上述のアメリカの不安な情勢を、巧に利用したのである。

第二に、トランプ候補は、アメリカンドリームを実現した成功したビジネスマンであった。彼の経歴は、常に新しい夢に挑戦し成功してきた異才の持ち主であったことを示唆している。ヒットラーなどの正体不明のポピュリストとは異なり、国民からは信頼され得る人物として評価を、立候補する前から、得ていた(出所:「ドナルド・トランプ——アメリカンドリームを体現か」、BBC-NEWSJAPAN、2016年11月7日)。

第三に、トランプ候補は、過去の大統領選挙での出馬経験を積んでいた。それは1988年という大分以前から始まっており、その時からの経験が、今回の大統領選挙に生かされている。このポイントは、第三政党からではなく共和党からの出馬にあった。

北大准教授の渡辺将人によれば、「トランプの大統領選挙への色気は1988年に遡る。2000年には改革党という第三政党から実際に短期間出馬した。連日テレビに出演して、視聴率を獲得した。その度にトランプの不動産事業の宣伝にもなった。2004年、2012年にも『出馬するかも』騒ぎがあった」。(出所:「トランプ旋風が止まらない!? アメリカでいま何が起きているのか」、2016年1月25日)

## トランプ候補の巧みなメディア戦略

最後に、トランプ候補の巧みなメディア戦略について紹介したい。トランプ候補は、ビジネスマンとしての過去の体験も含め、メディア対策に精通しており、日本の選挙常識からみると、信じられないメディア戦略を展開していたのである。

第一に、トランプ候補は、今回、右派ニュースサイト「ブライトバート (Breitbart)」を味方につけていた。トランプ候補を支援する **Breitbart** は、総エンゲージメント数 (いいね! 数+コメント数+シェア数) で、ヒラリー候補を支援するエスタブリッシュメント・メディアである CNN、BuzzFeed、NY Times、Fox News を、大きく上回っていた。

田中善一郎氏は、「Breitbart の Steven Bannon 会長は、トランプ陣営の選挙対策最高責任者に任命され、トランプ氏に過激な言動を再開させ、それが功を奏して勝利に至った」と指摘している。(出所:「トランプ次期大統領のニュースメディア対策、鍵握る右派ニュースサイト「Breitbart」が勢いを増す」、2016年11月14日)

第二に、新旧メディア間の相互作用を巧みに操っていたのである。多くの解説では、トランプ候補が SNS などのニューメディアを味方に、ヒラリー候補が TV・新聞などの旧メディアを味方にしたような説明がなされているが、それは単純化しすぎている。

実際、TV・新聞などの旧メディアによるトランプ批判は、凄まじかった。ウィキペディアの「ドナルド・トランプ」に、一連の批判の詳細が記載されている。これだけアメリカの主要メディアに批判されながら、国民の支持を獲得できたのは驚異といってよい。

トランプ候補は、TV・新聞の旧メディアからの批判を、SNS などのニューメディアを利用し、批判をプラスに転換させる方策を編み出し、巧みに操縦していたのである。

これについては、渡辺由佳里氏が判り易く解説しており、その部分について以下に引用・紹介させてもらう。(「トランプの巧妙な選挙戦略、炎上ツイートと群がるメディア」、渡辺由佳里、NewsWeek-japan、2016年2月23日)

「トランプは、政治に限らずその時話題になっていることについて、素早く極端な意見をツイートする。(中略) こうしたツイートは必ず炎上するので、テレビ番組はトランプの動向を連日何時間も語り、インターネットにもトランプの記事があふれる。(中略) 暴言や他人との言い争いが多い人のほうがツイッターのフォロワーは多くなるが、トランプは大統領選に出馬する前から経験としてそれを知っている。(中略) 無料のツイッターでフォロワーを集め、マスメディアに無料の PR をさせ、1回で数千人を集めることができるラリーで時間とコストの節約をする。それがトランプの巧妙な戦略だ」。

第三に、史上最低の誹謗中傷合戦は、トランプ候補が仕掛けた巧妙な罠であった。窪田順生氏 (ノンフィクション作家) は、次のように説明している。

「政治経験ゼロの大統領候補が、どんなに実現可能性の高い政策を語ったところで、所詮絵に描いた餅である。レベルの高い政策論争になればなるほど、クリントン氏の実務経験が際立ち、トランプ氏の素人感が強調され、支持者離れを招く恐れもある。(中略)

その逆に、相手のスキャンダルや古傷をこきおろす誹謗中傷合戦になれば、トランプ氏は俄然有利になる。(中略) クリントン氏のスキャンダルは汚職がらみ。トランプ氏より遥かにヘビーな内容なのだ」。(「マスコミのトランプ叩きが米大統領選の行方を決めた」、DIAMOND ONLINE、2016年11月11日)。(TadaakiNEMOTO)