

社会的機能としてのメディア“謝罪”

～メディア・イベントとしての“謝罪”の実証的比較研究～

博士論文

武蔵大学

コバーチ・エメシエ

2016.

本研究の一部は、一般財団法人 守谷育英会の平成 23-25 年度の奨学金を受けて行われました。

要旨

本論文の目的は、日本のメディアに現れる謝罪会見と二つの国（アメリカとハンガリー）の謝罪を比較し、日本の謝罪会見の特殊性を明らかにすることである。さらに、その特殊性だけではなく、なぜ日本の社会では形式化された謝罪会見が誕生したのか、それに対して社会はどう反応したのかも明らかにする。

本論文は、謝罪の国際比較を通じて、日本の謝罪会見は文化的要因とメディア環境要因という二つの要因から生じたと結論付けている。欧米では、個人と企業は異なる方法で謝罪を行うが、日本では、このような違いはあまり見られない。謝罪における欧米と日本の差異は、社会的責任の負い方、個人にとっての所属集団の重要性の違いに基づいていると考えられる。謝罪会見の形式化の過程では、伝統的な謝罪において最も重要であった被害者の立場がメディア側にはぎ取られた。この結果、メディア謝罪の場から被害者はいなくなり、謝罪は被害者のためというより、メディアのために演じさせられているようになった。

日本のメディアにおける謝罪の形式化において、影響力を持ったのは、他国にはあまりみられない独特なメディア制度にあると考えられる。記者クラブは、日本のメディア制度の特殊性を代表しており、この仕組みによって、日本の新聞、テレビにおいて報道される情報は均質化し、謝罪のパターン化に影響を与えたと考えられる。官公庁や組織団体から発表される情報を多く扱うメディア制度によって、日本の新聞、テレビは政治的なテーマに対する影響力が弱いという側面が見られるが、企業の不祥事などの社会的なテーマにおいて影響力を示すことで、メディアの権力を維持しているとも考えられる。

結果的に、形式化された謝罪は、あまりにも不自然になり社会的な機能を完全に失ったように見える。2000年代から、謝罪ショー、広告と映画も報道し始め、謝罪の文化的な重要性を無視しながらメディアによって作られた謝罪は、社会的な機能と構成を破壊し、メディアにとっては、視聴率を高めるメディア・イベントであり、視聴者にとっては、娯楽の対象としてしか見えないようになってしまったのである。

社会的機能としてのメディア“謝罪”

～メディア・イベントとしての“謝罪”の実証的比較研究～

目次

序章	1
第1章 「謝罪会見」概観	7
第1節 視聴者の目で見える「謝罪会見」	7
(1) インタビュー調査	7
(2) アンケート調査	10
(3) インタビューとアンケート調査の結果	15
第2節 新聞に見る謝罪会見の分析	16
第3節 テレビに現れる謝罪会見	31
第4節 形式化された謝罪	41
(1) 謝罪＝頭を下げる	41
(2) パターン化された謝罪、謝罪トレーニング	41
(3) 謝罪者－視聴者－メディアの三角形	44
第2章 日本における謝罪の変容	47
第1節 伝統的な謝罪	48
第2節 “公開謝罪”	50
第3節 公開から“メディア謝罪”へ	52
(1) メディアの立場の変化	52
(2) 写真アングルによる誤解	53
(3) 視聴者－謝罪者－メディアの立場変化	54
第4節 “パフォーマンス謝罪”	56
第5節 “エンターテインメント謝罪”	60
第6節 パロディーにまで進化した謝罪会見	62
第7節 映画化された謝罪 《謝罪の王様》	64

(1) 《謝罪の王様》に見える謝罪の要素.....	65
第8節 謝罪構成の変質	67
第3章 謝罪・メディア・社会	71
第1節 ニュースからイベントへ	72
(1) ニュースの作り方.....	72
(2) 情報収集からニュース作りへ.....	74
(3) メディア・イベントの解釈.....	77
(4) メディア・イベントとしての謝罪会見.....	79
第2節 日本のニュースの生産体制の特殊性.....	82
(1) 記者クラブ制度.....	84
(2) 日本の記者クラブの歴史.....	90
(3) 日本の記者クラブのメリット・デメリット.....	92
(4) 謝罪会見と記者クラブの関連.....	96
第3節 謝罪の文化的な背景	97
(1) 集団主義一個人主義.....	98
(2) 日本の文化の独自性.....	100
(3) 責任	107
(4) 謝罪に関する文化的な差異.....	109
第4節 伝統的な謝罪からメディア謝罪へ.....	111
(1) 研究における謝罪.....	111
(2) 謝罪と文化圏.....	114
(3) 謝罪の様式.....	118
(4) “謝罪マニュアル”	122
第5節 日本型謝罪の様式	127
第4章 謝罪の比較研究	130
第1節 俳優の謝罪	133
第2節 政治家の謝罪	141
第3節 企業謝罪（事故）	147

第4節 企業謝罪（不祥事）	154
第5節 企業謝罪の国際クロス比較	157
第6節 謝罪の構成	165
(1) 個人の謝罪	165
(2) 企業の謝罪	166
(3) 文化圏に合わせた謝罪	169
終章	171
資料1（アンケート用紙）	180
資料2 新聞	182
資料3 テレビ	198
参考文献	200

序章

「本日、台風の影響で電車が 3 分程遅れてしまいまして、お急ぎの中ご迷惑をおかけしまして、大変申し訳ございません」、または「世間様をお騒がてしまいまして誠に申し訳ございません」。日本では挨拶のように謝罪の言葉と毎日に出会う。さらに、個人的な生活のレベルに限られているだけではなく、テレビでも謝る人々の姿はよく現れている。不祥事を起こした販売店、公園で裸で騒いだ芸能人、事故を起こした企業など、さまざまな種類とレベルの「謝罪会見」が開かれている。

勿論、これと似たような事例が外国のメディアにも存在するが、日本と比較すると、数は少ない。さらに、日本では謝罪を決まった型で行うが、ヨーロッパやアメリカでは謝罪の決まった型はなく、謝り方は人それぞれである。

本研究の目的

本研究では、日本と欧米で行われている謝罪の差異の原因を明らかにするため、日本、アメリカ、ハンガリーの 3 か国のメディアで行われていた謝罪会見を分析し、各国における謝罪の差異を示していく。そして、それらの差異がどのような理由で生じているのかを明らかにする。本研究では、特に日本の「謝罪会見」の特徴に注目しながら、日本と欧米のメディア謝罪を比較することによって、謝罪とその背景にある集団主義と個人主義の文化的な差異に注目する。更に、日本の謝罪会見の存在に、文化だけではなく、日本の独特なメディア制度が、どのように影響を与えているかを調べる。本研究においては、Geert Hofstede と Harry C. Triandis の集団主義者と個人主義者の社会・文化的な理論と、Daniel Boorstin のメディア・イベントの定義に基づいた理論的な枠組みを構築していく。

本研究では、二つの問題設定に答えるため、研究を進めていく。

- RQ1** 各文化圏で謝罪イベントが社会的な機能として、また構造がどのように異なるのだろうか
- RQ2** 日本の特徴である謝罪会見はどのような原因で生まれたのか、どのような社会的な意味を持っているのだろうか

日本のメディアにおける謝罪会見の形式化とその変質

(第1章)

筆者が2007年と2009年に行った研究¹において、日本のメディアでは「謝罪会見」の数が増え、謝罪が決まった形式で行われるようになったことが明らかとなっている。なぜ特定の形式が成立したかについて、筆者は非常に興味を惹かれた。2009年に謝罪の仕方が統一され、頭を下げている角度から、声のトーン、使っている言葉まですべて決まった形で行われるようになった。この決まった型は恐らく日本のメディアの固定的な制度と権力のせいで生まれたのではないかと考えた。2010年までには、メディアを満足させる完璧な謝罪会見の型を教えるためにコンサルタント企業が多く立ち上がった。個人も企業も、日本のメディアの怒りから逃げられる一つの方法は謝罪会見の場合で完璧な謝罪をすることであると気づいたのである。完璧な謝罪をすると、メディアの批判は収まり、事件が報道される時間も短くなるのである。

(第2章)

一方、メディアのために行う謝罪会見のせいで、謝罪者は社会の一般人ではなく、メディアにあるいは、記者に対して謝っていると考えられる。立場と役割が変わっているのであれば、視聴者は謝罪者が社会に向かって謝るようには感じなくなり、謝罪会見はただの演技のように感じるようになるだろう。更に、謝罪会見は皮肉な方向へと向かい、社会的な役割が変化してきた。2009年に放送された西友スーパーマーケットの広告が良い例である。この広告では、完全に形式化された謝罪会見の中で、西友の経営陣を演じる俳優が、他店より商品の価格が安いことを謝罪することで、低価格をアピールした。さらに、2013年秋に『謝罪の王様』というコメディ映画が日本全国に公開され、形式化された謝罪会見の奇妙さを紹介した。

文化の差異

(第3章)

¹ Kovacs, “日本のメディアにおける謝罪会見の分析”

謝罪の変質を理解するためには、各文化圏での謝罪行為の社会的な機能を明らかにするべきである。

Goffman によると、人間は対人関係の中に住んでいるので、メンバーとの言語行為的・非言語行為的なコミュニケーションがどのように行われるかが重要である。彼は「面子」という表現を社会のメンバーが自分の価値のよいところを紹介するための行為として把握している。この「面子」が謝罪とどうつながっているかという点、Goffman は偶発な事件が起こる時、面子に対する脅迫が行われる場合、人々が自分の面子を守るための修正プロセスが必要になり、その時「すみません」という言葉を言う。一方、Goffman は「どれほど文化の違いがあっても、人々は一つの普遍的な人間性をもっている」²と述べている。つまり、人間性を説明するためには、人間自身ではなく、それらの社会とその社会での成員がどのように動員されているかを明らかにしなければならない。

まず、Geert Hofstede の研究によると、アメリカは個人主義社会で、日本は集団主義社会であることが示された³。当時ハンガリーは調査対象外であったが、その後に行われた研究によってハンガリーも個人主義社会に分類された。

集団主義社会と個人主義社会の基本的な違いを見てみると、集団主義文化の人々は集団の制度の中で生き、集団の調和を守ることが重要な目的となる。集団主義が強い社会では、他者から批判されないため、社会の他の成員と同じ行動をしなければならず、集団によって定められた規則に反することは重大な結果をもたらす。多くの集団主義の社会では、一番厳しい罰は集団から排除されることである。集団から排除されることはどのような意味を持ち、どのような帰結をもたらすのか、歴史的にどのような背景を持っているかを調べる必要がある。

相賀によれば、江戸時代では、村の規則を破った人の家の前には注連縄（しめなわ）が張られ、村の人々も排除された本人と交流することが禁止された上、秘密で交際を行った人も同じく集団から排除されていた。さらに、村における十の重要な集団行為の二つ、防火と葬儀にしか参加できず、残りの八つには参加することが禁止されていた。「村八分」という言葉がこれを示している。しかし、本人が深くお詫びした場合には集団に戻るこ

² ゴッフマン, 儀礼としての相互行為—対面行動の社会学(43-44).

³ Hofstede, 多文化世界—違いを学び共存への道を探る.

が許されたとされている⁴。このような強い集団意識は今でも日本の集団の特徴として残っていると考えられる。

一方、個人主義の社会では、個人の利益が優先されている。集団主義社会において、人々は他者と同じようになれるように努力するが、個人主義社会においては人々が、他者とは違うようになるため行動する⁵。成功することに対しても個人主義者と集団主義者の考え方は異なる。個人主義者は成功のことを自分の才能、失敗は外的影響によると考え、逆に集団主義者は成功は集団の力で、失敗は自分の能力の不足で起こったと考える傾向にある⁶。Triandis は個人主義と集団主義の社会での面子について、「個人主義者は自分の面子を守ることが最も重要であり（自己面子への関心）、一方、集団主義者は内集団成員の面子を守ること重要である（他者面子への関心）」⁷としている。つまり、集団主義の文化の日本人は他人に迷惑をかけないことに対する関心が強く、ヨーロッパとアメリカなどの個人主義者は他人に迷惑をかけても、個人の利益を守ることへの関心が強い。

大谷⁸はアメリカ人と日本人は友達のパソコンサックを壊した時、どのようにお詫びするかの実験を行い、その結果として、日本人もアメリカ人も謝罪を行うが、アメリカ人の場合は謝罪に責任を認めることも含まれていることが示された。つまり、アメリカ人の「ごめんなさい」の中には、「すべての責任を取って、被害を弁償する」という意味も含まれている。一方、日本人の場合は、謝罪には責任を認めることが含まれず、人間関係を守るため、そして、集団の調和を守るために謝罪は行われるが、その謝罪は責任を認めたこととは違う。アメリカ人の場合は、人間関係より個人利益の方が重要である事が見られている。

つまり謝罪は、それぞれの文化において違う意味と役割を持つと言える。Goffman は人間行為がもともとと同じ普遍的な人間性に基づくとしたが、Triandis が示した社会・文化的な違いでそれぞれの社会での謝罪が異なると考えられ、謝罪はある文化の成員の行動と社会規範によって変わってくると言えるだろう。つまり、謝罪の違いはまず文化の違いに基づくということだ。しかし、メディアで行う謝罪も文化的な原因だけに基づくかどうかは疑問の余地が残る。

⁴ 相賀, “村八分.”

⁵ Triandis, “A Társas Viselkedésmintázatok Kulturális Eltérései.”

⁶ Johnson, *Önbecsülés és Alkalmazkodás*.

⁷ Triandis, *A Társas Viselkedésmintázatok Kulturális Eltérései*.

⁸ 大谷, “謝罪はどのように遂行され、どのように解釈されたのか—英語の謝罪談話のケーススタディー.”

メディアの権力

文化的な違いだけであれば、個人主義のアメリカとハンガリーの謝罪会見と同じように、日本でも様々な種類の謝罪が存在するはずである。しかし、なぜ日本だけが一種類の謝罪の型しか存在しないのか不思議である。

まず、「謝罪会見」が含まれる「メディア・イベント」を詳しく見てみる。

Boorstin によると、メディア・イベントは視聴者が本物のイベントとして思っているが偽物のイベントである。これらは視聴率を高くするために行われる。Boorstin⁹の定義では、メディア・イベントは普及させるために、誇張されて作られている魅力的なパフォーマンスである。このようなパフォーマンスをさまざまなメディア制度がどう扱っているかによって謝罪会見が異なるだろう。

筆者の仮説は、各国のジャーナリズムのあり方が謝罪会見の形式化されるプロセスに大きな役割を持つ。ある国で記者の調査ジャーナリズムが弱ければ、メディアでの謝罪の形式がはっきり表れるが、調査ジャーナリズムが強い国々ではメディアでの謝罪は形式化されていないのではないかと、いうものだ。つまり、調査ジャーナリズムが強ければ、謝罪などのメディア・イベントは様々な様式で、様々な意見から紹介されているが、調査ジャーナリズムが強くなければ、メディアは統一された様式でメディア・イベントを紹介する傾向が強くなるだろう。

日本には、「記者クラブ」という特別なメディア制度が存在する。このエリートของกลุ่มには決まった記者しか所属することができず、記者クラブの規則を守れない記者は記者会見に入れなくなる。道徳的なルールといえば、他の記者と一緒に同時に報道すること、さらに決まった事件だけを報道することである¹⁰。この理由から、日本のニュースは各新聞と各テレビチャンネルで類似しているのだろう。さらに、日本の記者クラブ制度は謝罪会見の形成化されたパターンと何らかの影響があるかを調べる必要があるだろう。

謝罪の比較

⁹ Boorstin, *The Image*.

¹⁰ Hirose, *The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future*.

(第4章)

日本の謝罪会見の特徴を明らかにするため、日本、ハンガリーとアメリカのメディアで行われた謝罪を研究した。謝罪の種類を2つのグループに、個人謝罪と企業謝罪に分けて、個人謝罪のケースでは芸能人と政治家、企業のケースでは事故と事件カテゴリーを作った。最後に、文化的クロスのカテゴリーとして、日本の企業が海外で謝罪するケースと外国の企業が日本で謝罪するケースを比較した。

日本のメディアに現れる、高度に形式化された謝罪会見は文化的な対人関係の差異だけに基づくのではないことが示されている。謝罪行為がもともと個人主義と集団主義の文化でも違うように行われる、日本のメディアの権力によって発達し形式化された謝罪会見はもともとの社会的な機能から離れすぎて、集団主義者の日本人にとっても、理解するのが困難になり、違和感をもたらすようになっていく。一方、他の文化圏でも「申し訳ございません」というフレーズは重要な役割を持ち、これを上手に使うと社会的に再始動するチャンスが与えられることが明らかになっている。オオカミが日本版の『赤ずきん』で涙を流しながら謝罪する¹¹ことは偶然ではない。

¹¹ Lanham, *Ethics and Moral Precepts Taught in Schools of Japan and the United States*.

第1章 「謝罪会見」概観

第1節 視聴者の目で見える「謝罪会見」

(1) インタビュー調査

本節では、メディアの内容分析に入る前、「謝罪会見」について視聴者がどのように考えているかを調べた。印刷メディアと電子メディアで現れる「謝罪会見」が、視聴者にどう受け入れられるか、謝罪する人を許すか、許さないか、視聴者が期待している「謝罪」はどのような謝罪か、メディアで報道されている謝罪が視聴者を満足させているかを確かめることが本節の目的である。視聴者はこのような問題をどのように見ているかを明らかにするためアンケート調査と、それに先立つインタビュー調査を行った。

視聴者へのインタビュー調査の方法

インタビューは2009年5月から6月にかけて、13人に対して行った。調査対象者の13人の年齢は21歳から73歳で、住まいは東京、千葉、埼玉、愛知、岐阜と大阪で、女性9人、男性4人であった。この調査の目的は、本調査のアンケートを作成するための情報を集めることであった。インタビューで調査対象者の話を聞き、ある事件についてどう考えて、「謝罪会見」自体にどのような印象を持つかを明らかにしようとした。その結果、日本に住んでいる日本人にとっても「謝罪会見」は不思議な存在であることが分かった。

インタビューでは以下のことを対象者に尋ねた。

- 1、どこから日常的にニュースを入手するか。
- 2、次の4つの事件についてどのように考えているか。
 - ① SMAPメンバー草彥剛が深夜公園で騒いだ事件の謝罪会見（2009）
 - ② プロボクシングの亀田大毅がタイトルマッチの反則を行った謝罪会見（2007）
 - ③ 船場吉兆の食品表示偽装で行った謝罪会見（2007）

④ 雪印乳業の食中毒事件で行った謝罪会見（2000）

3、「謝罪会見」自体についてどのように考えているか。

筆者がこの4つの事件を選んだ理由は、以下の五点である。第一に、過去に起きた事件について人々がどれくらい覚えているかを明らかにしたかった。つまり、つい最近のニュースについては当然覚えているだろうが、10年近く前の2000年の事件も覚えているかを明らかにしたかった。第二に、個人としての「謝罪会見」と企業としての「謝罪会見」に対する受け手の反応の違いを明らかにしたかった。第三に、事件の種類による反応の違いを明らかにしたかった。食品の偽装表示とスポーツにおける反則、または芸能人による迷惑行為では意見が変わるかを明らかにしたかった。第四に、謝罪者が芸能人か会社員かで反応が変わるかどうかを明らかにしたかった。最後に、選んだ「謝罪会見」のすべてがメディアに大変注目された事件であったため、視聴者も事件についてなんらかの意見を持っているはずだと考えたからである。SMAPの草彅剛の事件は、韓国とイギリスでもニュースになり、世界中で不思議な事件と名付けされた¹²。亀田大毅の反則事件¹³自体も大きなニュースになったが、それより彼の「謝罪会見」のときの話し方や態度が反則そのものよりも批判されていた。船場吉兆のケース¹⁴では社長の母親が、「謝罪会見」に応答する息子に横から答えるべき内容を囁いたことが、メディアで大いに話題になった。そして、最後に2000年におこった雪印乳業の「謝罪会見」のときの社長の反応、つまり「私は寝てないんだ」という言い方がメディアの怒りを買った。

インタビュー調査の結果

まず、ニュースの入手方法について、30歳以下の調査対象者は主にインターネット、30歳から40歳の調査対象者はテレビとインターネット、40歳以上の調査対象者は主にテレビと新聞からニュースを得ていた。

¹² SMAP 芸能グループメンバー、草彅剛は2009年4月に東京の中心にある公園で裸で騒いで、謝罪させられた。

¹³ 亀田大毅ボクシングの選手はWBA、IBF世界Sフライ級統一戦で起き反則で謝罪させられた。

¹⁴ 2008年5月で大阪府中央区にあった船場吉兆は客の食べ残し料理を使い回したことで謝罪させられた。

アイドルグループ SMAP の草薙剛の事件について調査対象者の 61%、特に若い調査対象者は彼が「かわいそうだ」「ただの飲みすぎだ」と考えていた。一方、39%は「この年齢でこの行動は恥ずかしい」と答えていた。草薙の事件から、たった 5 週間での復帰については、「長い」25%、「短い」33%、「ちょうどいい」41%という答えだった。

船場吉兆の食品偽装について、ほぼ全員（1 人は事件を詳しく知らなかった）が「ひどい、許されない行為」と答えた。謝罪者が反省していたかどうかについての質問に「謝罪会見」を見た人の全員が「反省していなかった」と答えた。世間は船場吉兆を許すかどうかについて質問すると、全員「許せない」と答えた。もし明日、船場吉兆へ招待されたら、76%は「行かない」、24%は「ちゃんとやっているかどうかを見に行く」と答えた。

亀田大毅の事件について 61%が「謝罪は当たり前」「親も責任がある」、15%が「お兄さんが偉い」「残念でした」と答えた。他の 15%は「事件が分からない」と答えた。世間は許すかどうかの質問に 40%は「許さない」、20%は「許しているかもしれない」、40%は「許している人と許さない人もいる」と答えた。

雪印乳業の食中毒の事件については、20 代の 2 人が事件を覚えていなかったが、他の 11 人が「驚いた」「よくないこと」と答えた。事件自体についてインタビュー相手の 84%が覚えていたが、雪印の「謝罪会見」については、その内の 27%しか覚えていなかった。1 人は、「人間はそんなものです。事件が起きるとすぐ批判するが、時間が立ってしまうとだんだん忘れていきます」と答えた。

インタビューの中で、四つの事件の話が終わり、「謝罪会見」において重要な点について質問した。被験者は「謝罪会見」において重要なのは、

- ・ 「言い訳しないこと」
- ・ 「二度とこのようなことを行わないこと」
- ・ 「言葉できちんと謝罪を私たちに表明すること」
- ・ 「お辞儀より今後の態度のほうが必要」

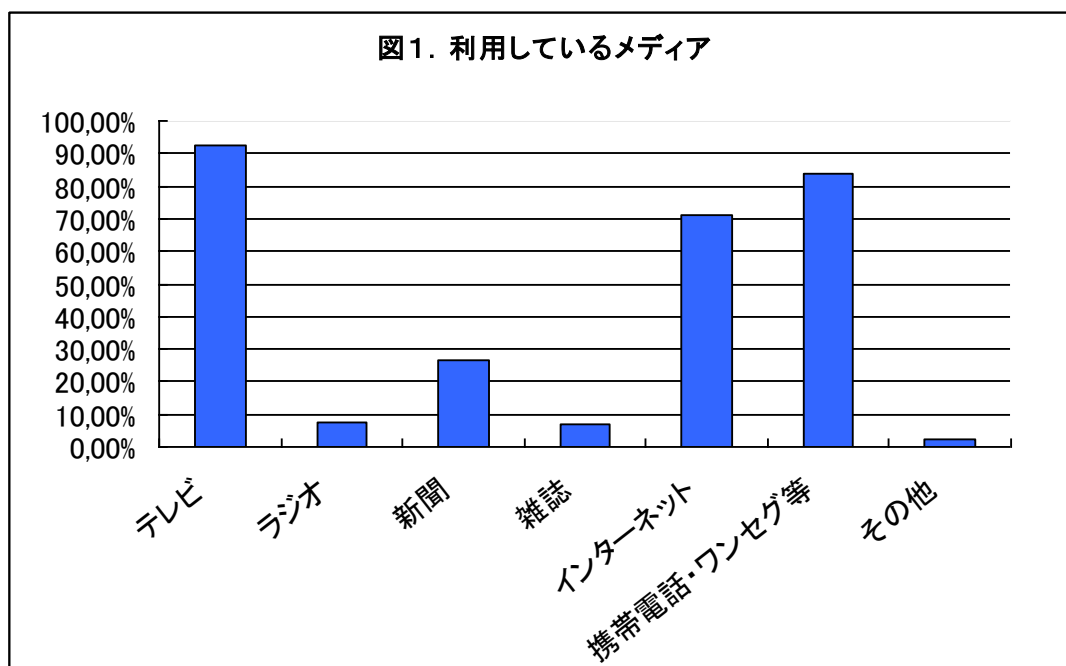
と答えた。また、お辞儀はどう行うべきかについて聞いた。全員がお辞儀は「立って」行うべきだと言い、1 人は「ずっと立ちっぱなしでちゃんと説明をする」と答えた。謝罪者が涙を流すことが必要かどうかの質問に 60%は「なしのほうがいい、どうしてもわざとらしく見える」「泣いてもしょうがない」、40%は「その涙によります」と語った。そして、

全員が「謝罪会見」が増えているように感じていた。最後に、現在の「謝罪会見」をどう理解しているかの質問に「後々のためにまず謝る」という答えがあった。

(2) アンケート調査

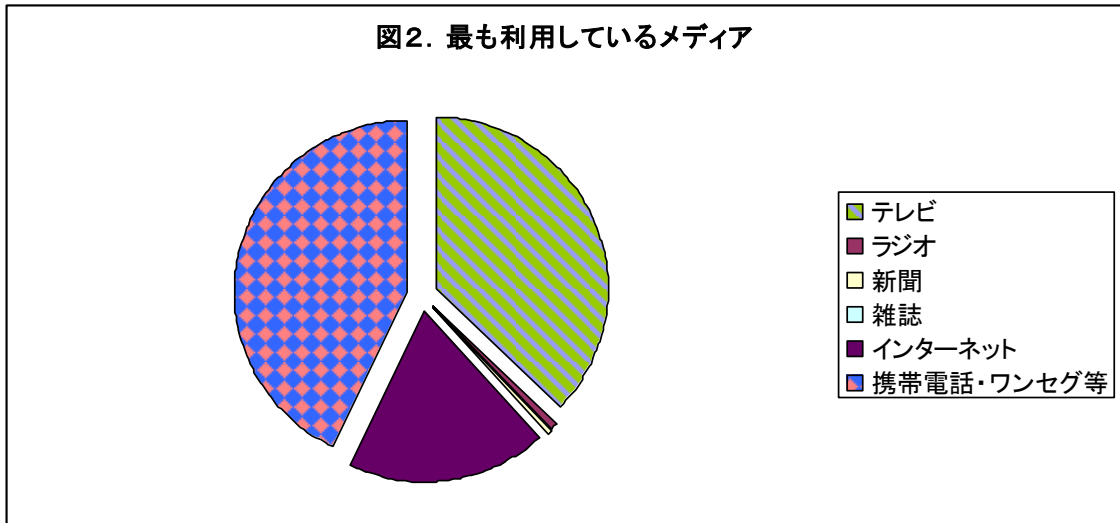
アンケート調査の方法

インタビューの結果を元にして、アンケート調査を行った。対象としたのは都内私立大学の大学生 180 人であった。180 人の学年構成は、1 年生 161 人、2 年生 13 人、3 年生 1 人と 4 年生 2 人であった。アンケートは 2009 年 10 月 30 日に行った。5 項目の質問に対する結果は次のとおりである。アンケート用紙は別紙の資料として添付している（資料 1 参照）。



アンケートの問 1 は、回答者のニュースの入手先についてであった。この質問は複数回答で、利用しているメディアを選択肢の中からいくつでも回答してもらった。回答者の 92%が「テレビ」を、89%が「携帯電話・ワンセグ」、71%が「インターネット」、26%が「新聞」、7%が「ラジオ」からニュースを得ていると回答した。ニュースの入手先として最も使われていないメディアは雑誌で、2%しか利用されていない。

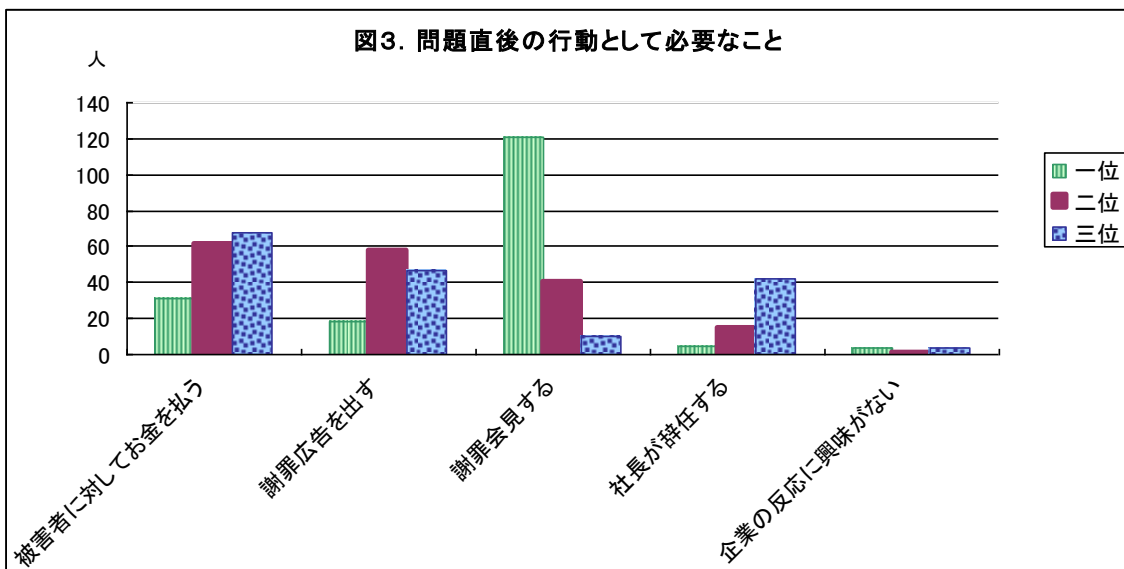
図2. 最も利用しているメディア



回答者が利用しているメディアの中で、最も多く接しているものが何であるかも尋ねた。図2で示したように回答者が最も利用しているメディアは「携帯電話・ワンセグ」（43%）で、2番目は「テレビ」（37.2%）、そして3番目は「インターネット」（18.6%）であった。「新聞」と「ラジオ」を最も多く利用するのは1人ずつしかいなかった。つまり、ほとんどの回答者は携帯電話やテレビ、インターネットなどからニュースを手に入れていると言えるだろう。

問2は、企業が問題を起こした場合にするべき対応についてであった。回答は、重要なものに順位をつけてもらう形式にした。

図3. 問題直後の行動として必要なこと



結果として、「最も重要である」との回答が多かったのが「謝罪会見する」であった。「次に重要なもの」として多く選ばれたのは「被害者に対してお金を払う」で61人、「三番目に重要なもの」は「謝罪広告を出す」ということであった。これらのことから、企業が問題を起こした場合、最も重要なのは「謝罪会見」であり、続いて「被害者に対してお金を払う」と「謝罪広告」が重要だと考えられていることがわかる。逆に、回答者の多くが重要だと考えていないのは「社長が辞任する」ことであった。つまり、社長が辞任することより、「謝罪会見」を開き、謝罪することが大事で、それにより社会に許してもらえることができる。実際に多くの人に期待されているからこそ、問題を起こした企業や個人は「謝罪会見」を開くと考えられる。

問3では、「謝罪会見」一般についての捉え方について尋ねた。

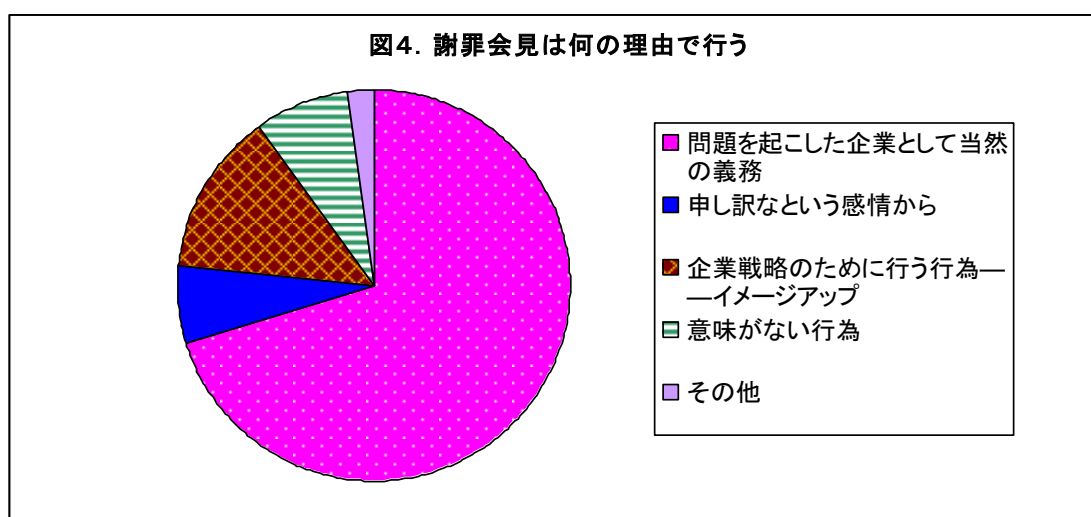
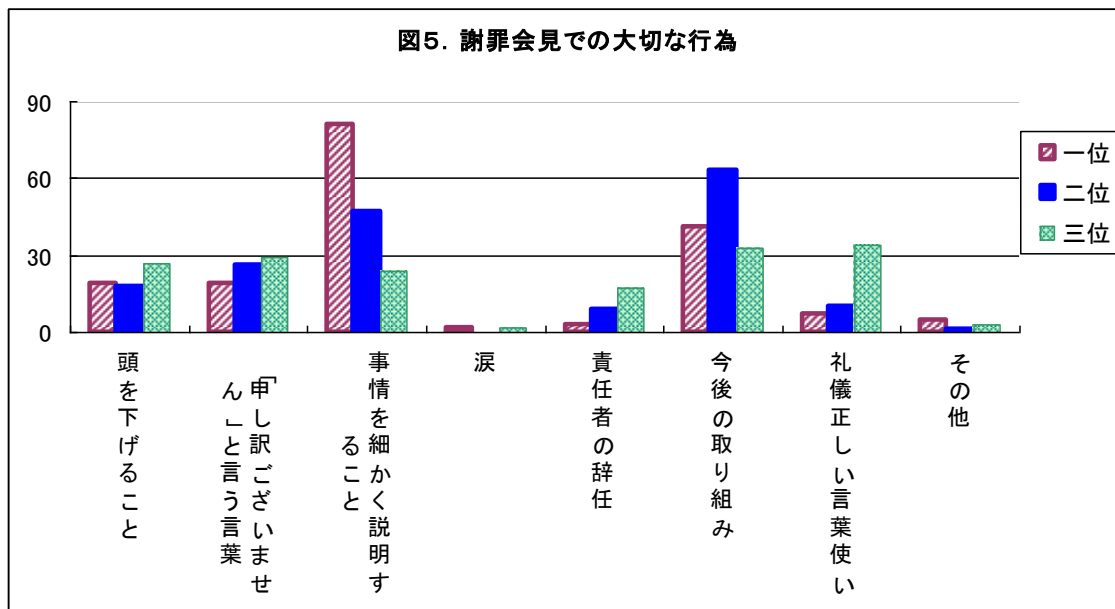


図4から読み取れるのは、126人の回答者が「謝罪会見」を行う理由として、「問題を起こした企業として当然の義務」と答えて、11人が「申し訳ないという感情」、24人が「企業戦略のために行う行為—イメージアップ」、14人が「意味がない行為」、4人が「その他」を選んだ。「その他」の自由記述欄には、「これからどうしてゆくかの意思表示」「謝罪の気持ちが仮になくてもできる。そう見せて、イメージアップは出来ないと思うのでイメージの回復行為」「儀式化している」、そして「責任の場所の表示」と書かれていた。

問4では、「謝罪会見」が行われるときに回答者が何を期待しているかを尋ねた。図5から読み取れるのは、回答者が期待しているのは、第一に「事情を細かく説明すること」(81人)、第二に「今後の取り組み」(63人)、そして第三に「礼儀正しい言葉使い」

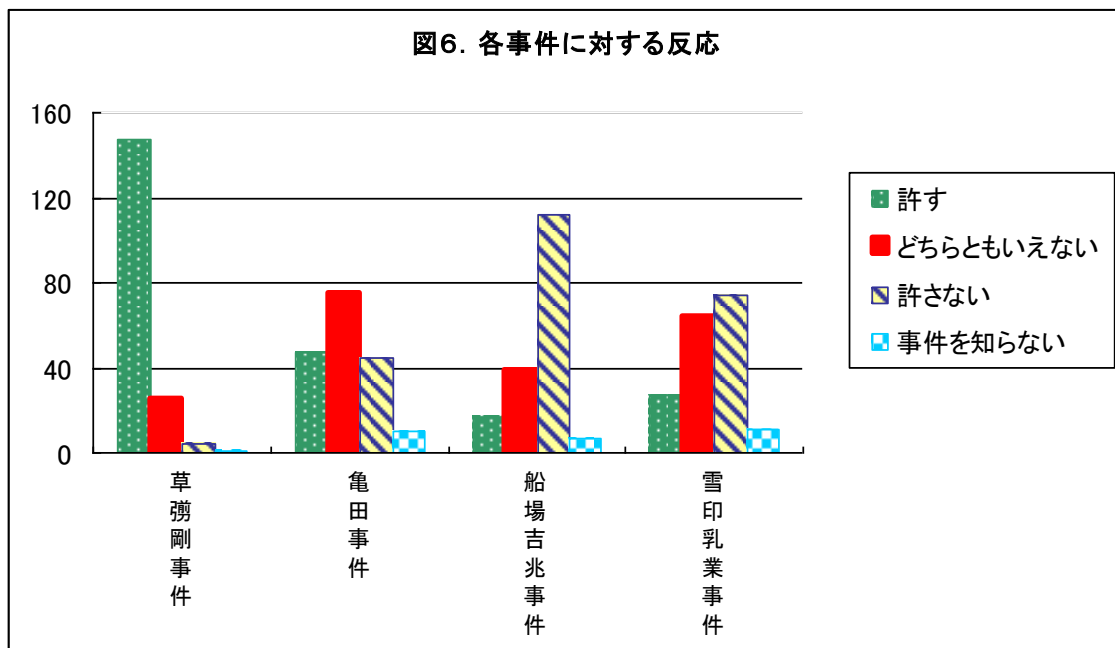
(34人)であることだ。一方、「申し訳ないという言葉」「頭を下げること」「責任者の辞任」は非常に少なかった。一番いらないとされたのは「涙」であった。



それでは、具体的な事件についてはどう考えているだろうか。インタビューと同様に4つの事件について問5で質問した。この4つの事件の選択の理由についてはインタビュー調査の概要で述べたとおりである。

図6から読み取れるように、SMAPメンバー草彥剛が深夜の公園で騒いだ事件について147人が「許す」、25人が「どちらともいえない」、4人が「許さない」と答え、「事件を知らない」と答えたのは1人だけであった。プロボクシングの亀田大毅の反則事件について47人が「許す」、75人が「どちらともいえない」、45人が「許さない」そして10人が「事件を知らない」と答えた。船場吉兆の食品偽装の事件について17人が「許す」、39人が「どちらともいえない」、112人が「許さない」、そして7人が「事件を知らない」と答えた。雪印乳業の食中毒事件について27人が「許す」、64人が「どちらともいえない」、74人が「許さない」、そして11人が「事件を知らない」と答えた。

結果をまとめると、草彥剛の事件が一番よく知られた事件であり、一番多くの人々が「許す」と答えた。この事件が広く知られているのは、アンケート調査を行った年に起きた事件であることと、回答者が大学生であったからだろう。しかし、何故草彥剛の事件に対して80%以上の人々が許すと回答したのだろうか。



草薨の事件に対しては「許す」という回答が多いが、亀田の事件に対しては「許さない」が多いのは、回答者が大学生であることが影響しているかもしれない。

運動部やサークルに入っている大学生が多いからこそスポーツルールを守るべきということを知っていて、亀田の反則を回答者の 25%しか許さなかった。スポーツで活躍している学生はルール違反したらおそらくコーチに厳しく叱られるが、しかし、飲み会で騒いだぐらいでは叱られないだろう。

「許さない」という回答が一番多かったのは船場吉兆の事件、二番目は雪印乳業の事件であった。この二つの企業に対して「許せない」という回答が多かったのは、船場吉兆も雪印乳業も食品関係の企業であるから、食品偽装はスポーツにおける反則や迷惑行為よりもっと深刻なものだからだろう。では、なぜ雪印乳業よりも船場吉兆を「許せない」と答えた人が多かったのか。一つの答えは、船場吉兆の事件は 2007 年で、雪印乳業の事件は 2000 年であり、7 年前は大学生にとっては大昔のこと¹⁵であり、否定的な印象が弱まっているということであろう。しかし、雪印乳業と亀田の事件を「知らない」と答えた人数は

¹⁵筆者は何故雪印乳業中毒問題を事件として選んだかという、学生は 2000 年に小学生であり、給食での雪印乳業の牛乳がいきなり消えてしまったと分かり、それについてどれぐらい印象が残っているかを調べたかった。

ほぼ同じで、雪印乳業の事件は昔のことであるにもかかわらず、93.7%が事件のことを覚えていた。全体としても回答者の96%が4つすべての事件を覚えていた。

(3) インタビューとアンケート調査の結果

本節ではインタビュー調査と、大学生に対するアンケート調査を通して「謝罪会見」が、一般的にどのように考えられているかを明らかにしようとした。「謝罪会見」を見るときに何が期待され、何が大切と考えられているかを調べることで、期待されていることとメディアが強調していることが、どの程度一致するかを明らかにしたかった。

本節で明らかになったのが、不祥事が起きたとき「謝罪会見」が期待されているということであった。「謝罪会見」は「申し訳ないという感情」だけでなく、「企業として当然の義務」で行われると考えられている。しかし、「謝罪会見」で「お辞儀」は必要ではないと明らかになった。「謝罪会見」で一番大切だとして選ばれたのは、「事情を細かく説明すること」であった。なぜ、「謝罪会見」において頭をさげることが求められていないのだろうか。メディアの中で頭を下げる姿は、回答者にとって「謝罪会見」、または「謝罪」とつながっていないのかもしれない。おそらく、頭を下げている姿を見慣れてしまい、お辞儀の裏に本当のお詫びの気持ちが感じられなくなってしまうということであろう。メディアが強調しているステレオタイプと、回答者が期待していることが一致していなかったら、「謝罪」の意味が伝わらなくなるだろう。

では、回答者が期待している「謝罪会見」とは一体どんなものだろうか。頭を下げることはせず、礼儀正しい言葉使いで事情を細かく説明し、今後の取り組みも説明するような「謝罪会見」であろうか。だがそれは、「謝罪会見」というよりも、単なる「説明会」ではないだろうか。おそらく、回答者は「謝罪会見」の形式的な行為の代わりに解説と約束を期待しているのだろう。

以上のように本節ではアンケートを通じて、メディアで現れる謝罪と視聴者が要求している謝罪の間にズレがあることが明らかになった。第2節では、メディアで放送されている「謝罪会見」は視聴者が期待している「謝罪会見」とどこがずれているか、何が象徴されているかを明らかにする。

第 2 節 新聞に見る謝罪会見の分析

第 1 節で明らかにしたのは、視聴者の「謝罪会見」に対する期待は、新聞またはテレビで現れる「謝罪」とは一致していないことであった。第 2 節の目的は、視聴者が期待している謝罪とメディアでの謝罪はどこが、どのような理由で一致していないかを明らかにすることである。そのため、メディアで現れる「謝罪」の分析研究を行う。新聞研究から始めて、「謝罪」はメディアを通してどのように変化したかも調べる。その変化によって、視聴者の現在の「謝罪」に対する批判も明らかになるだろう。

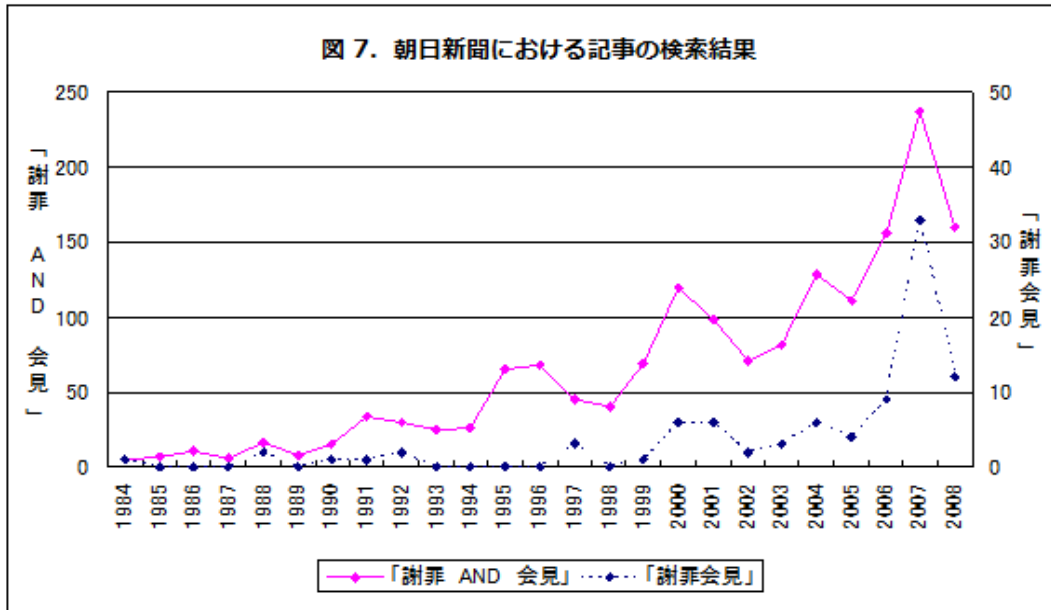
新聞の分析

本文では新聞の「謝罪会見」記事がいつから現れたのか、「謝罪会見」という言葉はいつから使われているかを明らかにする。また、「謝罪会見」で頭を下げている写真がいつから使われ始めたのか、「謝罪会見」の記事はいつ、どのような事件がきっかけで始まったのかも明らかにしていく。その上で、「謝罪会見」のニュース、または記事が日本のメディアの中でどのような役割を持ち、どれくらい現れるかを理解するために新聞とテレビの分析を行っていく。

分析方法

修士論文を書き始めたときに、朝日新聞に注目し、一紙だけを調査対象とした。朝日新聞の記事を調べるため新聞記事データベース『聞蔵 2』を使ってほぼ 30 年間にわたって調べた。

「謝罪会見」は日本のメディアで昔から存在しているものではなく、多くなったのは、つい最近であることが明らかとなった。1984 年から 2009 年までのデータベースで「謝罪会見」という言葉を検索すると、東京で発行された同紙で 124 の記事が出てきた。「謝罪 AND 会見」、つまり「謝罪会見」を一つの単語として扱わない場合、2900 個の記事が出てきた。これらの記事の中、外国の事件、戦争など本論文では研究の対象としない事件がたくさん現れた。「謝罪会見」および「謝罪 AND 会見」の検索結果は図 7 の通りである。



『聞蔵 2』の検索を使いながら、検索結果の中から「政治」「朝鮮」「中国」「韓国」のキーワードが現れる記事をすべて取り除いた。また、週刊朝日の地方版は使わず、東京だけで発行された本紙（朝刊と夕刊）を対象とした。「謝罪会見」で検索した事件数の結果は97件、「謝罪 AND 会見」では1754件であった。グラフの実線（—）は「謝罪 AND 会見」、点線（……）は「謝罪会見」の1984年から2009年までの記事の件数の変化を示している。

第一のピークとして2000年から2001年にかけて、第二のピークとして2007年に「謝罪会見」が急増したのが読み取れる。そこで、この二つの時期に焦点を合わせ研究を進めることにした。しかし、朝日新聞だけの分析を続けていくことに対し、二つの疑問が浮かんできた。まず、朝日新聞に限ると、ほかの新聞が「謝罪会見」をどのように紹介するかが分からない。朝日新聞は日本の大新聞の一つだが、ある事件をどう紹介するか、どの写真を使うか等が、ほかの新聞と違うであろう。

もう一つの疑問は、私は今まで従った研究方法を使いながら論文で解決したい質問に答えを得ることができるだろうか。つまり、「謝罪会見」はいつからどの事件の発端で普及し、頭を下げている写真をいつから新聞が使い始めたか、朝日新聞が扱った事件のみに限定すべきものではないだろう。

そこで、次は毎日新聞と読売新聞も調査研究対象に含め、日本の 3 つの主な新聞で「謝罪会見」を検索し、比較することにした。毎日新聞は『毎日 NEWS パック』、読売新聞は『ヨミダス文書館』のデータベースで調べて、比較した。1984 年からのデータが非常に少なかったため、1987 年から 2009 年までを研究対象とした。各新聞の朝刊の発行部数は、朝日新聞が 8,031,579 部¹⁶、読売新聞が 10,018,117 部¹⁷、毎日新聞が 3,804,373 部¹⁸である。すべての新聞を同じように分析するため、図書館で利用できる縮刷版を用いた。1987 年 1 月 1 日から 2009 年 6 月 30 日まで各新聞のデータベースリンクで現れた各記事を対象にした。記事の検索結果は、別紙の資料として添付している（資料 2 参照）。

日本の全国紙は東京版とさまざまな地方版がある。しかし、地方版も含めて研究するのは難しいため、東京版のみ対象とし、また朝刊と夕刊での区別はしなかった。しかし、読売新聞のデータベース『ヨミダス文書館』では、地方版と東京版を区別する自動的な検索ができず、地方版も同時に現れていたため、東京版以外の新聞を除外した。また、週刊誌の記事も検索されたが、分析の対象とはしなかった。

「謝罪会見」が行われた事件の分野を以下のように 6 つの分野を設け、記事を政治、経済、社会、総合、スポーツ、その他にコーディングした。

本研究では、記事が誰によって書かれたかを分析するためには、ストレートニュース¹⁹と記者または読者の意見を区別するのが重要である。以下のように、4 つのカテゴリーを作り分析した。記者によって書かれた意見、または批判に 1 の印をつけ、読者の意見、つまり読者によって書かれた記事、コメントなどに 2 の印をつけ、特集の記事の場合は 3 をつけ、分からない、またはどちらでもない場合はその他のカテゴリーを作り 4 つの種類にコーディングした。

記事に現れる写真の分析

記事自体ではなく、記事とともに報道された写真についても分析を行い、記事に対する写真の有無をコーディングした。

¹⁶ <http://adv.asahi.com/2009/circulation.pdf> 2010.01.03

¹⁷ <http://adv.yomiuri.co.jp/yomiuri/n-busu/index.html> 2010.01.03

¹⁸ <http://macs.mainichi.co.jp/now/section-b/01.html> 2010.01.03

¹⁹ アナウンサーやキャスターの私的なコメントが入っていないニュースである。

新聞記事に写真が有る場合は、写真を区別した。記者会見の写真である場合は 1、そうでない場合は 0 とし、写真の分析からは除外した。謝罪している側として何人かが写真に現れていて、頭を下げているかいないかの画像の有無を分析した²⁰。

すべての写真ではっきり分析することができるのは、謝る側が立っているままか、座ったまま頭を下げているかである。この分析によって、正しい謝罪の基準が分かるだろう。

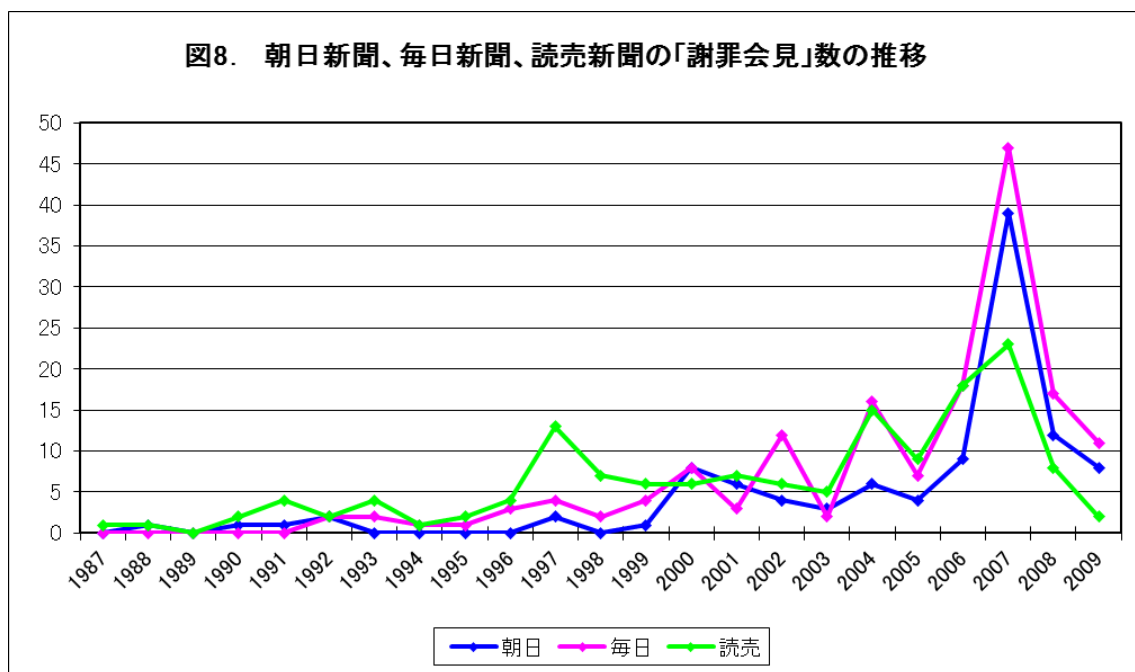
分析結果

以上、書いてきたように三大新聞の比較分析から次のことが明らかとなった。

図 8 のグラフは 1987 年から 2009 年までの「謝罪会見」をキーワードとして検索して、現れた日本国内で起った事件の記事をまとめたものである。国外で起った事件の記事はすべて除外している。図 8 のグラフから読み取れるのは、三つの大新聞の中で、もっとも「謝罪会見」の記事が多いのが毎日新聞（170 件）であり、次に読売新聞の 154 件であり、朝日新聞がもっとも少ない 119 件であった。グラフの変化を見ると、各紙の傾向が明らかになる。まず毎日新聞のグラフを見ると、2000 年まで「謝罪会見」という言葉をほぼ使われず、2000 年で 8 件、2002 年には 12 件、2004 年に 17 件の「謝罪会見」が書かれるようになっていく。その後、2007 年にそれまでの約 3 倍多い 50 件が報道されている。2007 年

²⁰ 写真のコーディングとして頭をまったく下げていない、つまり写真では目が見えている状態であれば 1 とし、頭を完全に下げている状態の場合は、つまり顔が見えなく、髪の毛が見える状態である場合は 2 とした。だが、謝罪側が 3 人の場合で 1 人が頭を下げているが 2 人は下げていないこともある。あるいは、2 人、または 4 人の場合、全員ではなく、謝る側の半分だけ頭を下げているときもあった。そこも頭を下げている行為が大切なので、謝罪している側の 1 人でも頭を下げているとしたら 2 としてコーディングした。しかし、区別をしにくいところがあり、完全にお辞儀しないとき、頭あるいは、目だけをすこし下に向けてところがあった。この場合は 3 とした。謝罪している側は、カメラの方向へ向いているか、いないかによって誰に対して謝るか、記者の存在がどれぐらい大切かどうか分かるだろう。写真では、謝罪している人の両肩が見えるときに 1 をつけ、肩の一方しか見えない場合は 0 とした。

にはさまざまな「謝罪会見」に関する事件が起こり（船場吉兆²¹、朝青龍²²、亀田²³、ミートホープ²⁴）、毎日新聞が一番多くの記事を書いた。



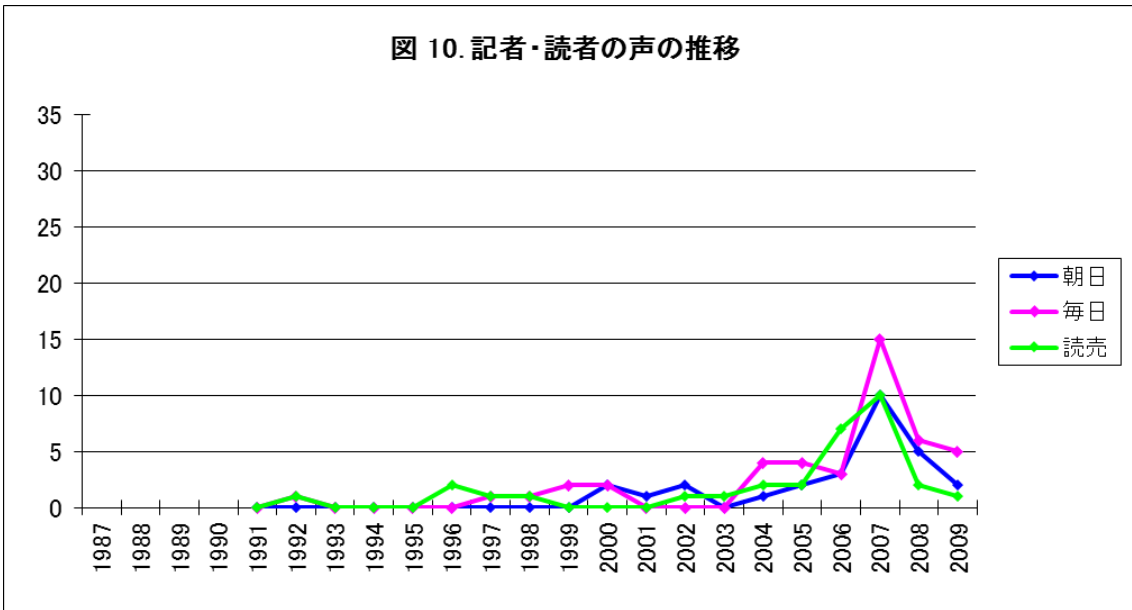
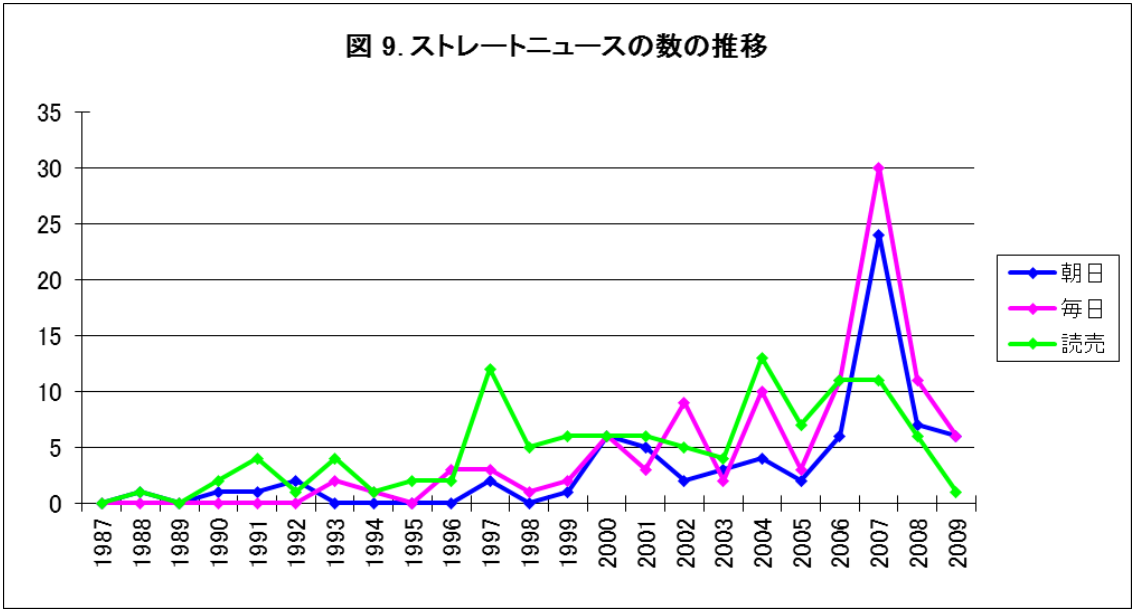
一方、読売新聞のグラフを見ると、あまり激しくなく、2007年に多くはなったのが、その他のピークの年との差が毎日新聞ほど多くなく、2007年でも24件であった。読売新聞は早くも1997年から「謝罪会見」という言葉を多く使い始めていたことが明らかとなった。また、朝日新聞のグラフでは一番変化がなく、2006年までは激しい動きはなく、1年間の記事数は10件にも届かなかったが、2007年にいきなり40件に上がった。つまり、朝日新聞は2007年までは「謝罪会見」について、さして強い意識を持てなかったことが読み取れる。しかし、このグラフでは記者の声、特集の記事、または読者の声もすべて含まれている。つまりストレートニュースと記者、または読者の感想の違いを図8では見ることはできない。

²¹ 2007年10月に消費期限切れや賞味期限切れの菓子・惣菜販売、翌11月、摘発された牛肉味噌漬けの産地偽装問題などを起こした（アマノ2008）。

²² 2007年7月、夏巡業で不参加を届け出ながら、モンゴルでサッカーに興じていた（アマノ2008）。

²³ 2007年10月に世界フライ級のタイトルマッチで、亀田大毅選手がチャンピオン内藤大助選手に繰り返した反則行為が問題となった（アマノ2008）。

²⁴ 2007年6月に明らかになった牛肉ミンチの食品表示の偽装問題を起こした（アマノ2008）。



次に、1987年から読者と記者の意見がどれくらい増えているかを明らかにするためストレートニュースと感想または特集を区別して、時系列の変化を分析した。まず図 9 は、「謝罪会見」という用語を用いた記事の変化を示している。読売新聞は 1997 年に「謝罪会見」についての多くの記事を掲載したが、読者と記者の意見は多くなかった。

1997年に読売新聞に掲載された「謝罪会見」の記事は、山一証券、野村証券、日興証券、大和証券または社労士国家試験での出題ミスについてである。山一証券の野沢正平社長は泣きながら「心から申し訳なく思っている。穴があったら入りたい」と述べた。または日興証券の金子昌資社長は「このような事態になり誠に遺憾。信頼回復に努めていきたい」。そして野村証券の氏家純一社長は「不適切な行為により証券市場に対する信頼を損ない、心よりおわび申し上げます」と述べた²⁶。では、なぜこのような重要な事件を毎日新聞と朝日新聞は報道しなかったのか。本当は、毎日新聞と朝日新聞はこの事件をすべて報道していたが、開かれた記者会見を「謝罪会見」として呼んでいなかった。



写1. 山一証券の野沢正平社長 1997.11.24.²

朝日新聞と毎日新聞には、「謝罪会見」という用語が存在せず、「記者会見が開かれ、〇〇社長は××と述べた」と書かれていた。

すべての新聞が「謝罪会見」という用語を用いた事件は2004年までなかった。2004年に世間を騒がせた「三菱自動車リコール問題」の事件をすべての新聞は「謝罪会見」として報道した。この年から毎日新聞で読者の声が当時までの倍に増え、これから記者の意見と読者の意見も増え始めた。その3年後、2007年はどの新聞についてもピークに達した年になった。2007年はミートホープ、船場吉兆、亀田、朝青龍の事件が起った年である。朝日と毎日新聞が「謝罪会見」という言葉を使い始め、急に記事が増えてきた。両新聞で20件以上のストレートニュースが現れた。2007年の「謝罪会見」ニュース記事本数のほぼ半分が朝青龍と亀田の事件であった。二人に対しての批判が非常に多く、記者と読者の意見もいきなり増加した。2007年には毎日新聞に現れた読者の意見は15件であった。

²⁵ マッド・アマノ, マッド・アマノの「謝罪の品格」.

²⁶ <https://database.yomiuri.co.jp/rekishikan/> 2010.01.03



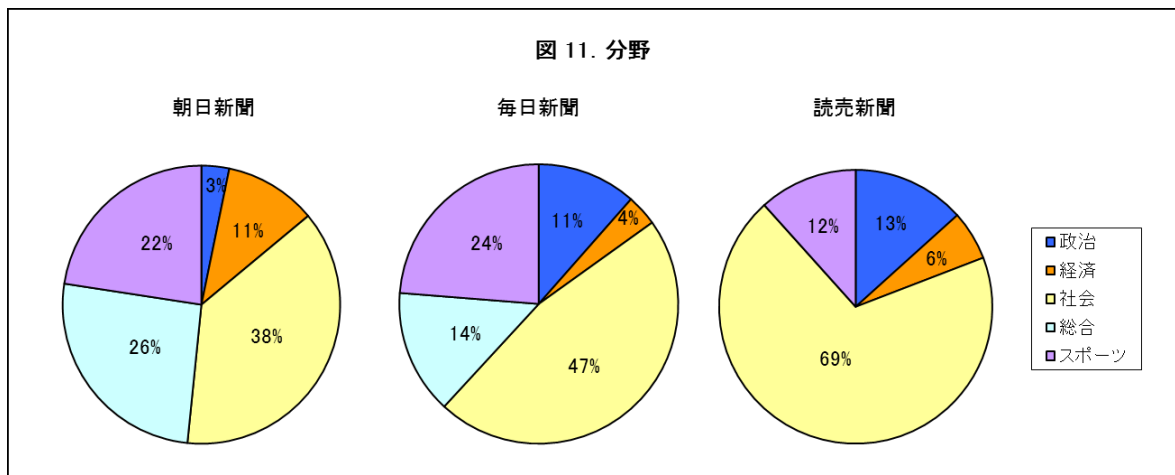
写2. 亀田選手の謝罪会見²⁷



写3. 朝青龍の謝罪会見²⁸

図8と図9と図10を総合して読み取れることは、2007年に起ったさまざまな事件のため、すべての新聞で「謝罪会見」という言葉が使われるようになり、読者と記者が謝罪に対して敏感になったことである。

図11の円グラフは、各紙に現れた「謝罪会見」の分野がどのように違っているかを理解するために作成した。分野の分析と同じように0の印で表したカテゴリー、つまり外国で起った、日本と関係ない事件はすべて除外した。



三大新聞すべてで社会のカテゴリーが一番多い。朝日新聞の場合は 37.6%であり、毎日新聞では 46.7%あり、読売新聞の場合が一番多く 69.1%である。総合の事件は朝日新聞で一番多く 25.8%、毎日新聞で 14.1%、読売新聞ではまったくなかった。スポーツの事件は朝日新聞で 22.5%、毎日新聞で 23.7%、読売新聞では一番少なく 11.6%しかない。一方、

²⁷ <http://mainichi.jp/enta/sports/graph/2007/1017/> 2010.01.10.

²⁸ http://mainichi.jp/enta/sports/graph/2007/1130_2/ 2010.01.10.

政治の事件は読売新聞で一番多く 13.3%、毎日新聞は 11.5%、朝日新聞が一番少なく 3.2%である。最後、経済の事件は朝日新聞で 10.7%、毎日新聞は 3.5%、読売新聞では 5.8%である。なお、「その他」の категорияはグラフから除いてある。

つまり、このグラフで読み取れるのは、すべての新聞で、「謝罪会見」は「社会」の分野として現れることが一番多いことである。もちろん、記事の掲載面の選択は、各社の判断に過ぎないのだが、このグラフが示すように「謝罪会見」は社会と大きなかかわりを持つことが推測される。

次に記事中の写真（写 4）について調べた。図 12.1 と図 12.2、図 12.3 のグラフでは、各紙に写真が掲載された場合、その写真に謝罪している姿が写っているのか、謝罪と関係ない写真であるのかを示している。「謝罪会見」に使用された写真の数は朝日新聞の場合 27 枚、2009 年すべてが「謝罪会見」に関する写真であった。毎日新聞の場合は



写 4. トンネル工事の手抜き 読売新聞 1990.4.21.

39 枚、読売新聞の場合は 55 枚であった。毎日新聞と読売新聞の場合は、「謝罪会見」と関係がない写真も掲載された。

読売新聞では 1990 年から「謝罪会見」の場において撮られた写真が多く掲載されるようになった。読売新聞が初めて写真を記事に添えたのは、JR 東日本の御徒町トンネルの手抜き工事についての「謝罪会見」であり、熊谷太郎社長は「世間のみなさまに大変申しわけなく思っております」と言った²⁹。社長らは謝り、頭を下げている写真が掲載された。

一方、毎日新聞と朝日新聞の場合はこのような写真は少ない。毎日新聞の場合は、1992 年と 1993 年で一枚ずつ写真が掲載された、その後 1999 年まで、まったく掲載されていなかった。1992 年に起った西武百貨店を舞台にしたセゾングループの架空取引事件で、経営

²⁹ <https://database.yomiuri.co.jp/rekishikan/> 2010.1.3.

陣が3人謝罪したが、写真では頭を下げていない。朝日新聞の場合は、1990年で一つの写真が掲載されたが、2007年までは非常に少なかった。1990年に報道された事件に、東京都板橋区の化学薬品製造会社「第一化成工業」で起きた爆発事故で8人が死亡した事件があり、翌日、社長が「謝罪会見」を開き1人で謝ったが、写真に写っているのは頭を下げてない姿である。朝日新聞と毎日新聞は、2007年まで会見の写真があまり多くなかったが、2007年にいきなり増加していた。

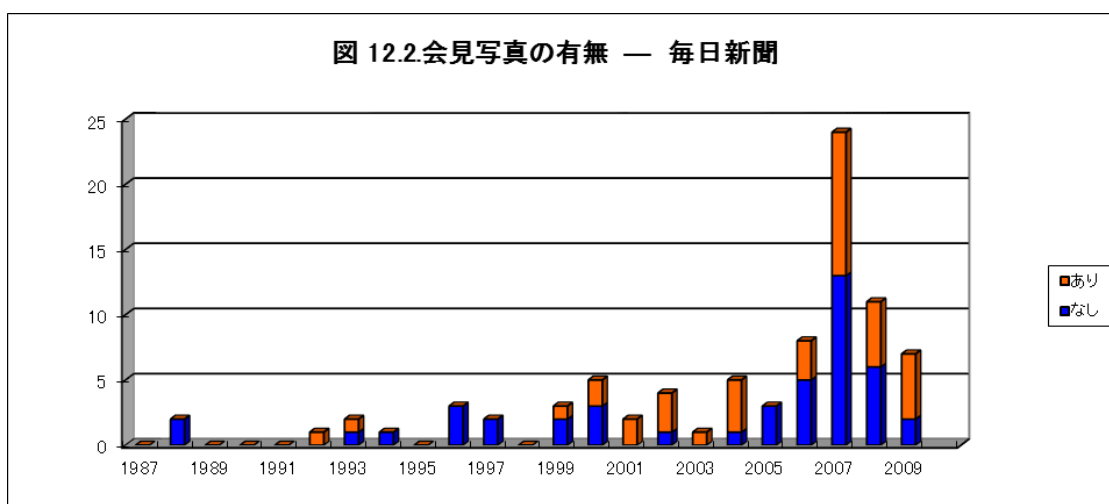
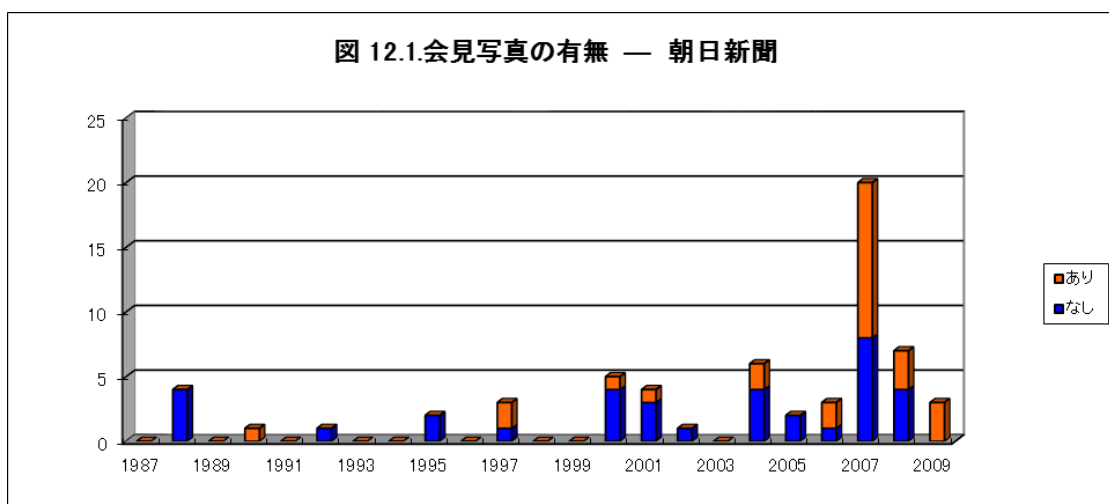
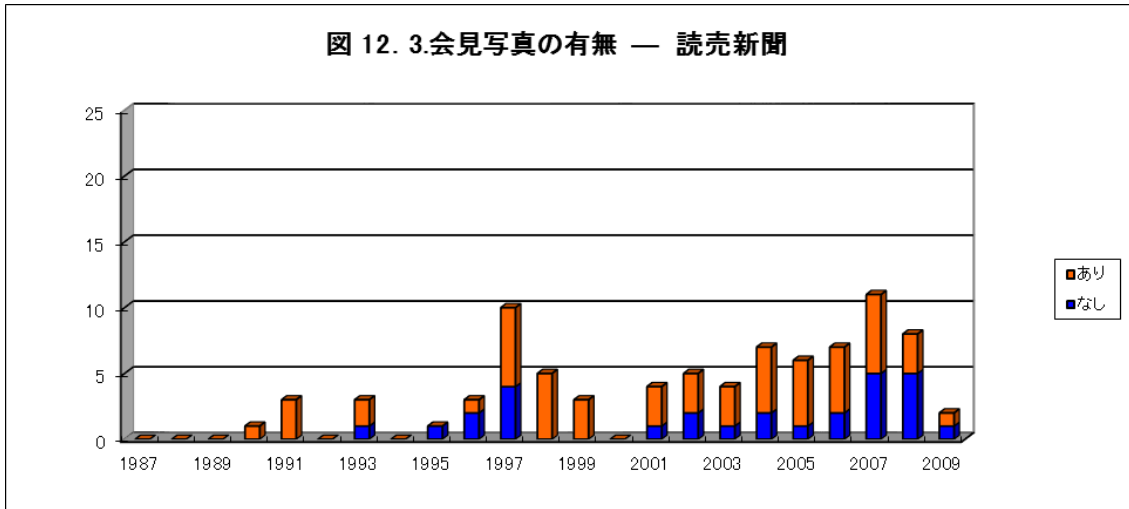
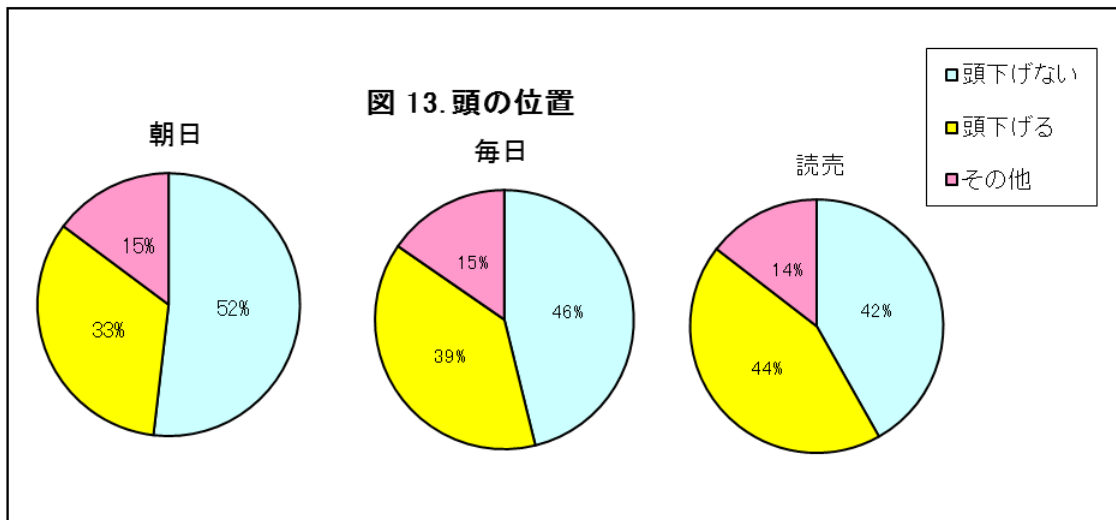


図 12. 3.会見写真の有無 — 読売新聞



読売新聞では急な増加が見られず、写真を添えていた場合は、記者会見で撮られた写真であった。つまり、読売新聞においては、1997年から「謝罪会見」という概念が、記者会見で撮られる写真—頭を下げている—というイメージとセットでとらえられ始めたと考えられる。ほかの新聞は「謝罪会見」という表現も使わず、記者会見で撮った写真もあまり使われていなかった。

図 13. 頭の位置



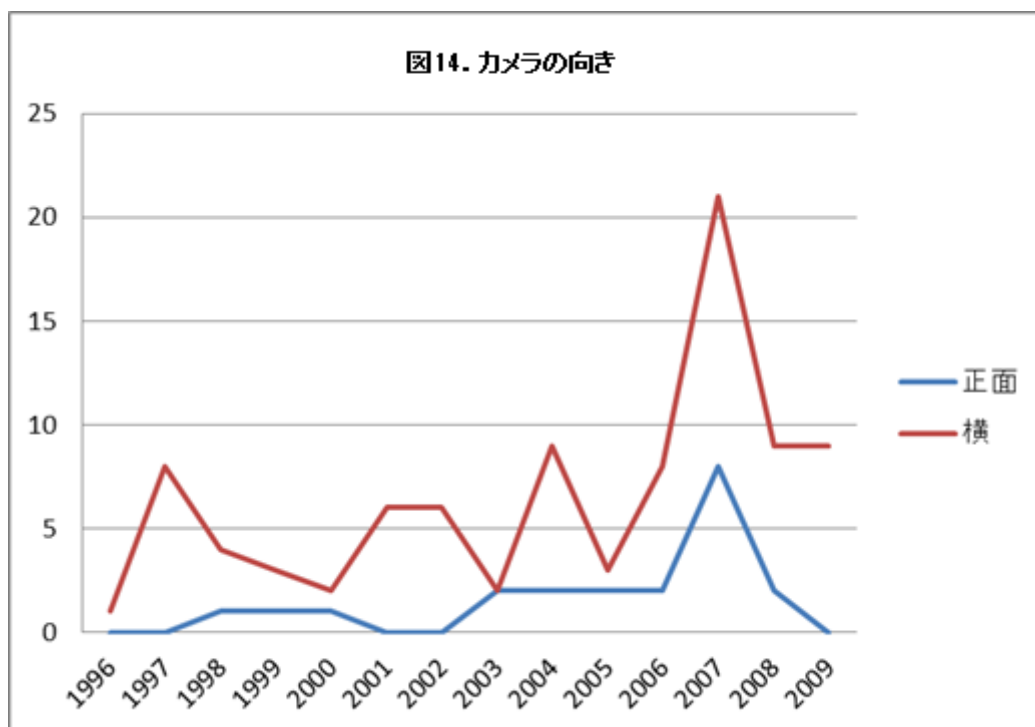
次の図 13 のグラフでは、掲載された記者会見の写真の中で謝罪している側が頭を下げているか、下げているかを分析した。頭を下げていない写真が、朝日新聞で 51.9%、毎日新聞では 46.2%と多くなっているが、読売新聞では、41.8%である。謝罪側の全員ではなく、1人でも頭を下げていたら「頭下げる」カテゴリーに入れた。朝日新聞で 33.3%、毎

日新聞で 38.5%、読売新聞で 43.6%である。筆者には分析しにくいところもあった。ここは謝罪している人が頭を下げているが、体は動かさず、目は下を向いて、顔も見えない。これを「その他」のカテゴリーに入れてろい、すべての新聞に 15%近く見られた。

図 13 で読み取れるのは、すべての新聞で頭を下げていない写真と、下げている写真は半々ぐらいということである。読売新聞だけ頭を下げている写真のほうが多い。朝日新聞では、写真の 50%以上は頭を下げていない写真である。つまり、「謝罪会見」の記事で写真を用いるときに必ず頭を下げている写真を出すとは言えないということである。

図 14 のグラフは、謝罪者がどこへ向いて謝っているのかを表しており、二つの分類を作った。「横」のカテゴリーは謝っている人がカメラに向いていない、「正面」は謝罪者がカメラに向いて謝っていることを意味する。

分析対象の期間に調べた写真の中で、被害者に対して謝った写真はまったくなく、すべて記者の前で行った会見の時に撮られた写真であった。つまり、謝罪者は被害者に対して謝っていたとしても、記者が撮った写真を通して謝っていたということである。



すべての新聞で、横から撮られている写真が多い。このように新聞の記者は横から撮られた写真を好んで用いているといえるだろう。しかも、2007年以降は正面から撮られている写真は非常に減り、2009年にまったくなくなっていた。

最後に、謝罪している時に座っている状態か、立っている状態かについても調べたが、一つの例を除いて、すべて立って謝罪が行われていた。その一つの例とは、2007年に朝日新聞に掲載された、パロマ製品の連続事故に関する記者会見での謝罪であった。

新聞の紙面分析のまとめ

「謝罪会見」を歴史的に調べる際に、容易に利用できる資料は新聞だけである。テレビニュースは、公的なアーカイブがないため、入手が困難である。朝日新聞、読売新聞、毎日新聞の内容分析の結果として次のことが明らかになった。2007年に「謝罪会見」が急増加し（図 8）、それとともに記者または読者の反応も増え（図 9、10）、「謝罪会見」の記事の多くは社会の分野（図 11）であった。

「謝罪会見」という用語が使われるようになったきっかけの事件を特定することはできなかった。各新聞ともある事件から、徐々にこの言葉を使い始めた。三紙の中で初めて「謝罪会見」と報道したのは朝日新聞で、1984年自民党の有馬元治の健康保険についての報告であった。当時の記事を見て、朝日新聞は初めに「記者会見」という表現を使い、記事の最後に—ためすように—「政界内に次第に広がり、この日の『謝罪会見』となった」³⁰と記していた。一方、読売新聞は1987年に北野たけしの事件で「たけしが『謝罪会見』をした十二月二十二日」³¹という表現があった。つまり、読売新聞は自信を持って「謝罪会見」の言葉を使用していた。毎日新聞は、一番遅れて1992年に西武百貨店の事件で、「『謝罪会見』をしたのがウソのような結果になった」³²と記していた。

新しい言葉を作る時の新聞の心配は、読者が理解できるかどうかということであり、そのことを新聞社は判断しなければならない。言葉として「謝罪会見」を使い始めた時期は、ばらばらであるが、5、6年たって、各新聞では「謝罪会見」の記事が次第に多くなり、2007年までに事件がゆっくり増え、はっきりしたピークが2007年に来た。2007年にはスポーツ事件、前述のように朝青龍や亀田選手の事件が起った。2007年の記事の半分以上はこの2人の謝罪についてであった。

³⁰ 『朝日新聞』1984.12.08.

³¹ <https://database.yomiuri.co.jp/rekishikan/> 2010.01.10.

³² <https://dbs.g-search.or.jp/aps/WMNP/main.jsp?ssid=20100112202700054acropolis01> 2010.01.10.

なぜこの 2 人はこのような大きな注目を集めたのだろうか。その唯一の答えは、2 人とも正しい謝罪ができなかったからである。朝青龍の場合、メディアは謝罪を期待したが、本人は自分が悪いという認識がなかったため謝罪するつもりがなかった。亀田の場合、謝罪はあったが、十分ではなく、批判が多くなり、さまざまなメディアが「正しい謝罪」ではないと述べた。ほかの事件を考えても、2000 年の雪印牛乳の事件でメディアの取材に社長が怒り、「私は寝てないんだ！」³³で注目されたり、2007 年の船場吉兆の事件でも母親の私語にメディアが注目した。これらを考えると、メディアは正しく謝らないと判断したことに対して、批判を集中させていることが分かる。

朝青龍と亀田の場合は、2 人の「謝罪会見」を比較する記事が多数報道され、誰がどこでだめだったかが強く批判された。つまり、注目される「謝罪会見」は「間違っている謝罪会見」である。確かに、謝罪を間違えると読者の声上がり、批判が多くなり、話題になる。そうならないため、つまり早く許してくれる、または静かに救われるために、謝罪側が正しく謝罪すればいいという傾向がある。その正しい謝罪を教えるためメディア・トレーニングが立ち上がった。メディア・トレーニングの目的は、危機が起きるとき、メディアに対して正しい謝罪をし、謝罪すると早く忘れられ、メディアの注目を受けないようにすることである。この理由で、現在「謝罪会見トレーニング」が多数存在している。これは間違っている謝罪会見に対するメディアの強い批判の為に生まれてきたのではないだろうか。

写真の分析では、2007 年の三紙すべてで、「謝罪会見」で撮られた写真が多かった。読売新聞は 1997 年から記者会見の写真をよく用いていたが、朝日新聞と毎日新聞では 2007 年から非常に増加した（図 12.1、12.2、12.3.）。これら写真はすべて、「謝罪会見」で撮られている写真だが、必ずしも頭を下げている姿ではなかった。各紙で、頭を下げている写真と、下げている写真は半々ぐらいである（図 13）。「謝罪会見」とともに反省を表す写真が増えたのも分かった。例えば、頭を深く下げる、目を少し閉じる、涙を流す。この動作がよく見えるような写真を撮るために記者が動いてさまざまなアングルで写真を撮る。この結果、真正面ではなく、横からの写真が増えてきたのではないだろうか。横から写すと顔の表情の細かいところまで反応が見えるからである。図 14. から読み取れるように、1996 年から横から撮っている写真が多かったが、正面からの写真は 2009 年にまった

³³ マッド・アマノ, マッド・アマノの「謝罪の品格」.

くなくなった。写真を正面から撮ると、読者に対して謝っているように感じるだろう。一方、横から撮っている場合は、誰に対して謝っているかが分からなくなる。

次節では、テレビの場合、つまり動画である場合に「謝罪会見」の構成がどのように変わるかを見ていく。

第3節 テレビに現れる謝罪会見

本節では、新聞の内容分析に続き、現在日本人が最も多く接しているメディアであるテレビ³⁴において、「謝罪会見」がどのように現れているかを調べる。新聞研究で明らかになったとおり、新聞の写真には頭を下げているものと、下げていないものも両方が存在していたが、テレビの場合では「謝罪会見」はどのように紹介されているだろうか。

本節の目的は、テレビに現れる「謝罪会見」を分析し、新聞における「謝罪会見」とテレビにおける「謝罪会見」の基本的な違いと、テレビと新聞での「謝罪」で強調される相違点を明らかにすることである。また、2007年と2009年に放送された「謝罪会見」のニュースの構成に変化があるかどうか調べる。もし変化があるとすれば、それがどのような理由であるかを明らかにしたい。

テレビの研究を新聞の分析の時期と一致させ、同じ事件について新聞とテレビの両方で分析を行うのが望ましいが、残念ながら、日本ではテレビニュースの公開アーカイブがなく、過去に放送されたテレビ番組の「謝罪会見」を分析することができなかった。

テレビの分析では、2007年に録画したニュースと2009年に録画したニュースの「謝罪会見」を分析対象として扱う。テレビの分析で対象とした期間は、2007年10月17日から11月30日までの6週間と3日、および2009年5月25日から7月5日まで6週間である。以上の二つの時期を選んだ理由は、2年1回の研究で謝罪会見の変質があるかどうかのためにあった。2回とも6週間の時間対を調べ、両方とも任意の時期を選んだ。ニュースは日本放送協会（以下NHKと略す）の月曜から日曜の19:00から19:30まで放送された『ニュース7』を選んだ。NHKを選んだ理由は、日本の唯一の公共放送であり、『ニュース7』は当時報道番組の中でもっとも高い視聴率があったからだ。2009年にその視聴率は若干下落したが、世帯視聴率で15%以上であった。

分析方法

録画したニュースにみられる「謝罪会見」について、以下の7つの点について分析を行った。

³⁴ 『情報メディア白書2009』によると、日本人が最も接するメディアはテレビである。平日の平均視聴時間は3時間20分である。

NHK の『ニュース 7』の 40 秒ぐらいのオープニングで「謝罪会見」と関係のあるニュース項目が現れるかどうか注目した。オープニングでは、二つあるいは三つの項目しか放送されていないが故に、そこに現れるニュースが重要であることが分かる。

放送された「謝罪会見」がいかなる事件と関係しているか調べることにより、テレビニュースに取り上げられる事件の傾向を明らかにするためのものである。謝罪の種類を、社会、スポーツと政治の三つのカテゴリーに分けた。社会をさらに、交通、宿泊、学校、食品、警察・刑務所、銀行と製造の 6 つのカテゴリーに分けた。

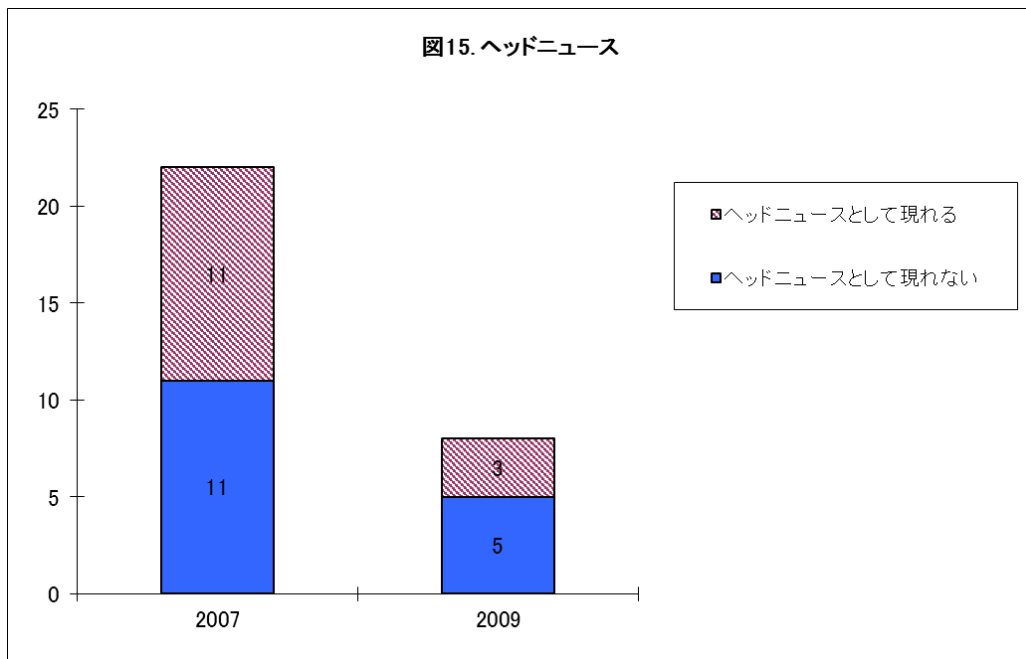
次に、1 項目あたりの報道時間を以下のようにコーディングした。

- 1 0–60 秒
- 2 61–120 秒
- 3 121–180 秒
- 4 181–240 秒
- 5 241–300 秒
- 6 301 秒以上

そして、ニュース項目の「謝罪会見」で謝罪者側が頭を下げる回数によりコーディングを行った。頭を下げるスタイルが立ったまま、座ったまま、あるいは土下座で行ったかどうかによって分析を行った。ニュース項目内にお辞儀の映像が現れるタイミングを区別し、項目が始まってから 20 秒か項目が始まって 20 秒以降～項目が終わる 20 秒以前か、あるいは項目が終わる前の 20 秒以降に行ったかによってコーディングした。最後にニュース項目内の街頭インタビュー放送の有無によって分析を行った。

分析結果

2007 年 10 月 17 日から 11 月 30 日までの 6 週間と 3 日の間に 22 件の「謝罪会見」が行われた。一方、2009 年の 6 週間——2009 年 5 月 25 日から 7 月 5 日まで——の間には 8 件しか行われなかった。つまり 2007 年の場合は一週間で平均 3.42 件であり、2009 年の場合は 1.33 件であった。



まずヘッドニュース（日本では「トップニュース」の意味）分野を見ると事件の重要さが分かるだろう。図 15 から読み取れるように 2007 年には 22 件のうち 11 件（50.0%）はヘッドニュースとして現れたが、2009 年には 8 件のうち 3 件（37.5%）しかヘッドニュースとして現れなかった。この違いは、2007 年に起った事件は非常に注目される事件が多く、オープニングでも放送されていたが、2009 年の事件はそれほど注目されなかった、あるいは 2 年間で「謝罪会見」の珍しさがなくなったため、視聴者の関心が低いニュースであると放送側が判断したと考えられる。

実際どのような事件が起ったかを調べるため、ニュースの分野のカテゴリーを設けて、分析した。図 16 から読み取れるように、2007 年には食品に関する謝罪が最も多く 12 件であった（赤福、船場吉兆、ミートホープ、ミスタードーナツ、マクドナルド、比内地鶏、御福餅、鹿児島漬物、三宝製菓）。次に、製造に関する謝罪が 4 件（東洋ゴム工場、栗本鐵工、三和シャッター工業、ニチアス）、スポーツに関する謝罪（亀田、朝青龍）と交通に関する謝罪（ヘリコプター墜落事故・小型機墜落事故）、学校関係に関する謝罪（関東学院大学、NOVA 英会話学校）がそれぞれ 2 件ずつであった。一方、2009 年には、食品関係の謝罪はまったくなく、最も多いのは 3 件の警察と刑務所に関する謝罪（山形県警察本部・茨城県警察本部・月形刑務所）であった。その次が、2 件の銀行に関する謝罪（シティーバンク・三菱東京 UFJ 銀行）であった。また、政治（鳩山由紀夫民主党代表（当時））と宿泊施設（山口秋芳プラザホテル）、学校（茨木市教育委員会）に関する謝

罪がそれぞれ 1 件ずつあった。以上のように、2007 年は食品偽装に関する謝罪、2009 年は官僚、企業関係の事件が多かった。



写 5. 御福餅の謝罪会見³⁵



写 6. 船場吉兆の謝罪会見³⁶

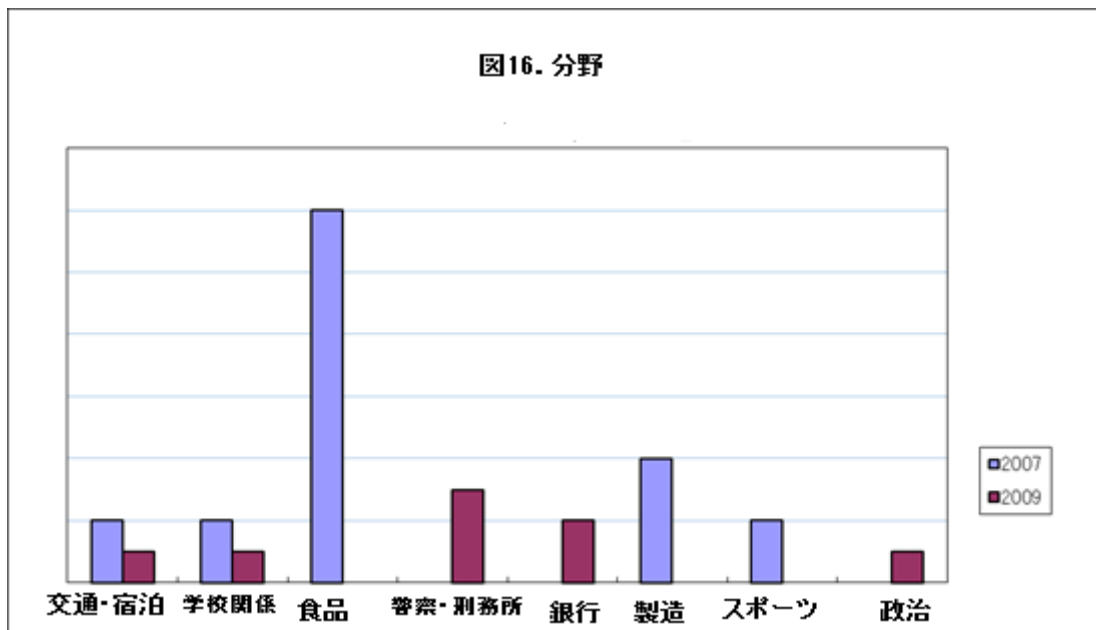


図 16 から読み取れるのは、2007 年と 2009 年に行われた「謝罪会見」の事件の分野が大きく異なるということである。両方の年で「謝罪会見」が行われた分野は、学校に関するものと交通・宿泊に関するものだけであった。2007 年は食品に関する「謝罪会見」が突出

³⁵ <http://mainichi.jp/photo/graph/20071031/26.html> 2010.01.10.

³⁶ http://publications.asahi.com/esc/detail/?item_id=8991 2010.01.10.

しているように、テレビが偽装問題をより大きく取り上げたことがわかる。食品の問題は多くの人にとって身近な問題であり、テレビは視聴者の強い関心を反映したのだろう。一方、2009年には食品問題がなく、官僚問題が増えてきたことが分かる。2007年の製品の表示偽装（船場吉兆、マクドナルド、三和シャッター工業など）から2009年の個人情報漏洩（月形刑務所、三菱東京UFJ銀行など）問題への変化を読み取ることができる。

ここで、謝罪の特別な事例に注目したい。

- * 2009年5月26日に小沢代表代行が記者会見を開かず、手紙で謝罪し、手紙の文書がニュースで放送された。このような「謝罪会見」ではない「謝罪報告」も存在する。
- * 2007年11月15日に小型飛行機の墜落事件で乗客の二人が死亡し、一人が大けがを負った事故では、昭和航空の社長が、「皆さんにご迷惑をかけまして申し訳ございません」と述べた。このような事故において、「謝罪会見」が開かれることはまれであり、そして必要がないのではないだろうか。
- * 本文で言及した「謝罪会見」はほぼすべて記者またはカメラに向かって行われたが、被害者に対して直接謝罪が行われたこともある。それは、2009年6月17日に足利事件を巡って菅家利和氏に宇都宮地検のトップ幕田英雄検事正が直接謝罪した事例（写7）である。この二人の謝罪の様子をカメラが横から撮影した様子がニュースで放送された。

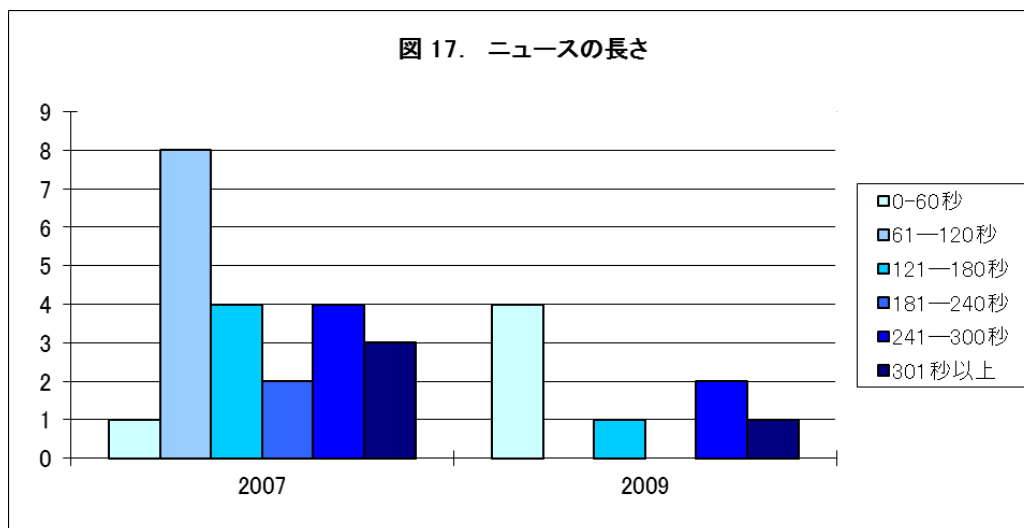


写7. 菅家利和氏に謝罪する幕田英雄検事正³⁷

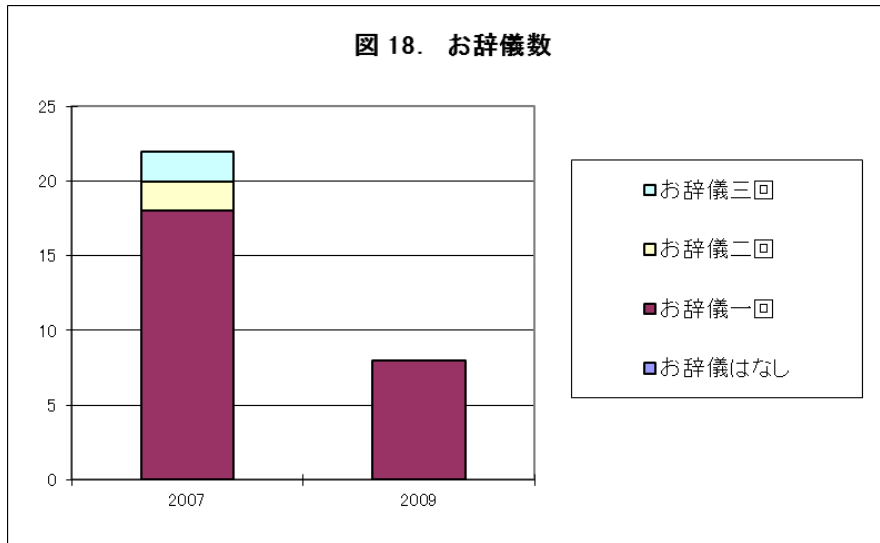
³⁷ <http://www.nikkei.co.jp/news/main/im20091005SSXKB006105102009.html> 2010.01.10.

ニュースの構成

ここでは、ニュースの内容分析を行い、構成を比較する。図 17 から読み取れるように、ニュースの長さを比較すると、2007 年は 60 秒以内の短いニュースは一つしかなく、61～120 秒のニュースが一番多く 8 件であった。一方、2009 年では 9 件の内ほぼ半数の 4 件が 60 秒以内の短いニュースであった。121～180 秒のニュースは 2007 年で 4 件、2009 年で 1 件であり、181～240 秒のニュースは 2007 年で 2 件、2009 年では一つもなかった。長いニュースを比較すると、241～300 秒のニュースは 2007 年で 4 件、2009 年では 2 件であった。300 秒以上のニュースは 2007 年で 3 件、2009 年で 1 件であった。2007 年 10 月 26 日の 476 秒の長いニュースは、英会話学校 NOVA が倒産することについてであった。11 月 16 日には、313 秒の船場吉兆の偽装問題のニュースがあった。また、2007 年の調査期間の中の一番長いニュースは 500 秒で 11 月 30 日の朝青龍の日本への帰国と謝罪のニュースであった。一方、2009 年には長いニュースは 1 件しかなく、それは 2007 年のニュースよりも長い 604 秒で、山口秋芳プラザホテルで起きた事故についての 6 月 3 日のニュースであった。この事故では大阪府から修学旅行に同行した小学校のカメラマンが死亡し、ホテルの経営者が謝罪した。

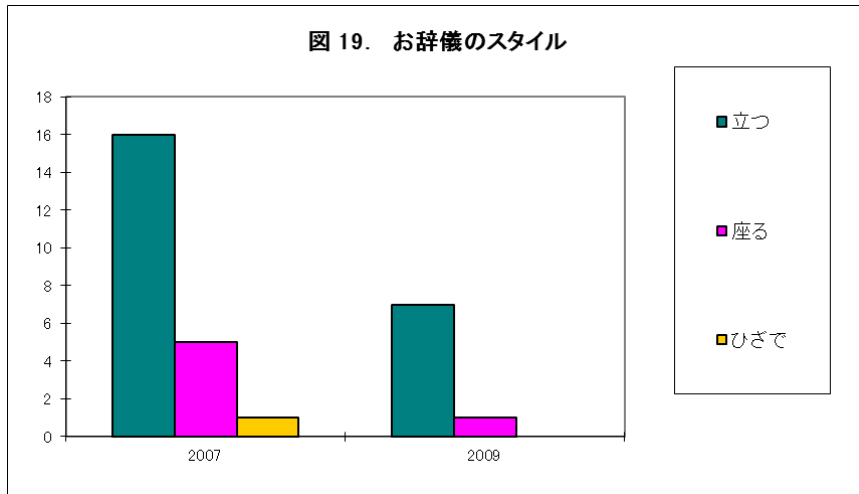


一方、短いニュースは 2009 年でニュース番組の後半でフラッシュニュースとして放送された「謝罪会見」が多かった。これは 60 秒以内の短いニュースで、すべて始まる時に頭を下げている映像と事実の説明があり、ニュースが終わるという構成であった。これは例えば、シティバンク（銀行）、山形県警察本部、茨木市教育委員会と月形刑務所の謝罪がそうであった。2007 年では 60 秒以下のニュースは 1 件しかなく、ニチアスの謝罪であった。



続いて、ニュース項目の構成におけるお辞儀の有無を調べた。前節で分析した新聞の写真よりも、テレビの動画の方が視聴者にとって視覚的に重要な意味を持つだろう。図 18 から読み取れるように 2007 年で起きた 22 件すべての事件で頭を下げる映像が必ず現れた。頭を下げない謝罪会見がまったくなく、二つのニュース項目で 2 回頭を下げた謝罪者もいた。それは亀田選手の父親の謝罪会見と船場吉兆の偽装事件の謝罪会見であった。さらに、二つの項目で 3 回頭を下げた映像もあった。これは、赤福の偽装事件と関東学院大学で行った大麻に関する事件における教授の謝罪だった。彼らはニュース項目の初め、中間、終わりに頭を下げていた。2009 年では、全てのニュースで頭を下げる姿があったが、それは 1 回だけに限られていた。

つまり、テレビで「謝罪会見」を象徴するためには頭を下げる姿が必要であり、それが謝罪の一番魅力的なシンボルであると考えられるのであろう。テレビ局がこの瞬間を選んで放送していることがわかる。しかし、謝罪者は単に頭を下げればよいのではない。視聴者は、謝罪者が「謝罪会見」をどのように行うかによって謝罪の是非を判断する。謝罪は、立ちながらも、座りながらも、ひざをついたままでも行える。2007 年には、これらすべての状態で謝罪が行われた。図 19 から読み取れるのは 16 件が立った状態で、5 件が座った状態で、1 件がひざをついた状態で、謝罪がなされたことである。唯一のひざをついた状態での謝罪は、2007 年 11 月 17 日に放送された船場吉兆の社長と NHK 記者の個人インタビューのときに行われた謝罪であった。2009 年のグラフを見ると、座っているままのお辞儀は大幅に減ったことがわかる。7 件は立った状態で、1 件は座った状態である。



筆者は謝罪者がどのような場合に立ち、どのような場合に座ったままで謝るかを明らかにしようとしたが、2007年の座っている謝罪は、亀田選手の父親、赤福、鹿児島漬物、栗本鐵工、マクドナルドなどあらゆる分野の謝罪会見に見られ、傾向を見いだすことはできなかった。しかし、映像を見ると、立った状態だと頭を深く下げることができるが、座った状態だと頭を深く下げるのが難しいことがわかる。2009年の謝罪は、ほぼすべてのケースで立っている状態で行われ、座って謝罪を行ったのは、民主党代表（当時）の鳩山由紀夫だけであった。このことから、2009年には既に謝罪は立った状態で行うという型が成立していたと考えられる。

テレビニュースは新聞と異なり、最初から最後まで視聴者の注目を引く必要があるため、象徴的な映像を選ぶのが大切と考えられる。この観点から、ニュースの映像をどのように構成しているかに注目した。図 20.は、頭を下げる映像がニュース項目の最初の 20 秒（「前」）、または最後の 20 秒（「終」）、あるいはそれらの間（「中」）のどこに現れるかを示している。2007 年ではさまざまなケースがあり、「前」に頭を下げている映像が 8 件、「終」も同様に 8 件、「中」は 11 件であった。しかも、この中の 2 件で「前」「中」「終」の 3 回、頭を下げる姿が映し出された。これは赤福と関東学院大学の謝罪会見であった。一方、2009 年には「終」に頭を下げる姿が映し出されるニュースがなくなり、項目が始まる時にすぐ頭を下げるが多くなった。「前」が 5 件、「中」が 2 件であった。このような構成は、ニュース項目において、代表的な映像を早く出し、視聴者がすぐに「謝罪会見」であることを判断できるようにするための材料を提供するためであろう。ニュースが始まる時の最初の映像は一番重要であり、やはり「謝罪会見」は頭を下げている姿によって象徴されていると言えるだろう。

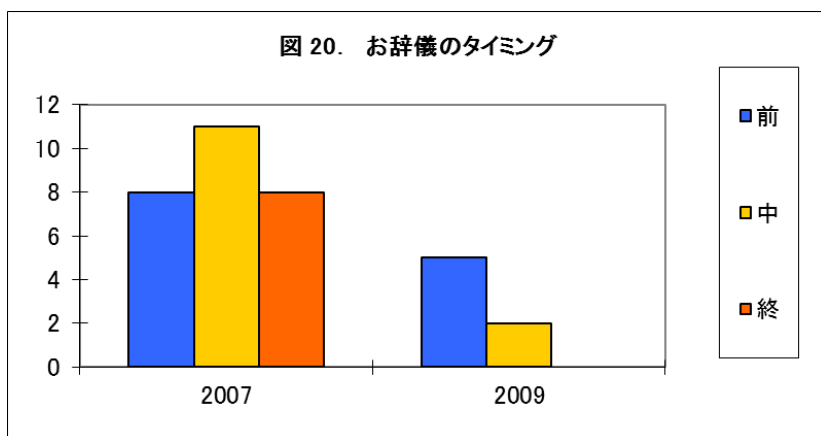
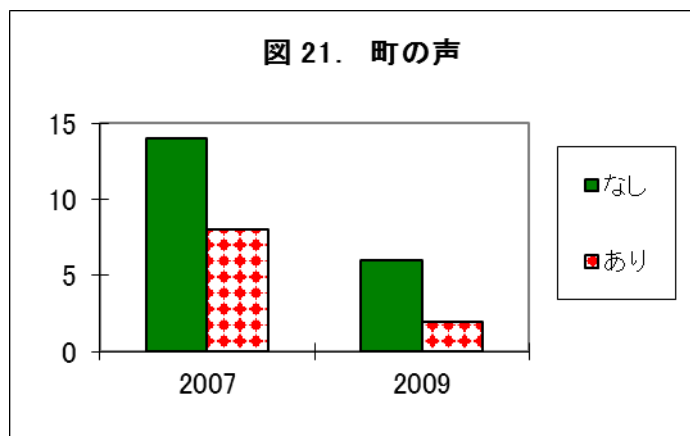


図 18、19、20 を合わせてみても、2007 年の「謝罪会見」についてのニュース項目の構成については、はっきりした基準を見出すことはできなかった。2007 年の謝罪はさまざまであり、当時は多様な「謝罪会見」のニュースが存在していた。つまり、3 回頭を下げる謝罪者、そしてニュースの最初と最後に頭を下げている謝罪者もいた。しかし、それから 2 年が経ち「謝罪会見」が定着すると、標準化された「謝罪会見」が成立した。謝罪者は、出来る限り立った状態で頭を深く一回下げる。その姿をテレビ局は、ニュース項目の一番前に置き、視聴者に「謝罪会見」であることを印象づけたのである。

新聞と同様に、テレビでも 2007 年は「謝罪会見」のピーク年であり、スポーツから食品偽装問題まで次から次に事件が登場した。そして、視聴者は頭を下げている謝罪者の姿に慣れさせられた。視聴者は、2007 年からテレビニュースによる影響を受け、新聞もテレビなどのメディアから「謝罪会見」の基準について影響を受けてきたのではないだろうか。それによって、「よい謝罪会見」と「よくない謝罪会見」との間の区別ができるようになったと考えられる。更に、2009 年にインターネットで匿名でコメントを書く利用者が増え、謝罪会見などに対する感情的なトピックが話題になった。視聴者とメディアの間の相互の影響について、このように憶測してしまってよいのか。例えば、ボクシング選手である亀田大毅の謝罪は大きな話題になり、彼の話し方と頭の下げ方について、メディアが激しい批判を展開した。メディアの強いプレッシャーで父親も結局は謝罪をした。父親の謝罪にもさまざまな失敗があり、メディアがその謝罪も受け入れず、結局兄の興毅までも謝らせられた。メディアが謝罪を認めない場合は、謝罪者にプレッシャーをかけ、正しい謝罪を要求する。朝青龍は謝罪しようとしなかったが、日本で以後の活動が困難にならないため謝罪した。朝青龍は、亀田大毅のように反則行為をしたわけではなく、倫理の問題であり、本人が謝罪を決めるべきものであったが、メディアは朝青龍に謝罪させた。

2007年と2009年を比べると、もうひとつの大きな違いがある。2007年にはニュースの項目で街頭インタビューも放送されたが、2009年には減ってしまった。2007年はニュース項目の中に一般の視聴者の声があったのに対し、2009年には2件しかなかった。一般の視聴者の意見とは、



道を歩いている一般人へのインタビューである。「ああ、ひどいですね。やっぱり許せないね」などとよく話している。しかし、街頭でのインタビューが、視聴者の意見を代表してはいないだろう。放送されている一般人の意見は、テレビの前に座って「謝罪会見」を見ている視聴者の考え方を誘導するために使うことができるだろう。また、2009年に視聴者の声は減ってしまった理由は、二つ考えられる。一つ目は、2007年はメディア側が視聴者を利用し、謝罪に対する批判を視聴者に代弁させていたが、2009年には、謝罪を許すか許さないかをメディアが直接自分たちで決めるようになったということである。もう一つの考え方は、インターネットが普及するとともに、メディアでの視聴者の声がいらなくなったということかもしれない。

第4節 形式化された謝罪

本章で明らかになったのは、2007年と2009年にテレビに現れた「謝罪会見」のニュース項目に大きな違いがあるということだ。2009年で、図15からわかるように、ヘッドニュースとしての「謝罪会見」が大きく減り、日常的に謝罪会見が報道されるようになり、珍しさが薄れたと言えるだろう。また、図16から読み取れるように、謝罪が行われた事件や事故の分野にも大きな変化があり、2007年には食品偽装が多かったが、2009年には個人情報漏洩が多くなった。そして、ニュースの構成を比較すると、図17から見られるように、ニュース項目が短くなり、「謝罪会見」のニュースは2009年でフラッシュニュースとして現れたものが多かった。つまり、メディアは何を謝罪すべきかを提示し、それについて内部告発などが行われ、結果として件数が増えた。

(1) 謝罪＝頭を下げる

新聞とテレビにおける「謝罪会見」の大きな違いが図18に現れている。新聞の場合は編集者によって、そのニュースを代表する一枚の写真が選ばれる。もちろん、テレビの場合でも放送されている映像は編集者、または放送局の判断で編集されたものだが、写真のように静止画ではなく、動画であるから連続的な場面が映し出される。ゆえにテレビの「謝罪会見」のニュースでは視聴者にとって一番印象深い映像が選ばれる。これが頭を下げている姿である。新聞の写真は、必ずしも頭を下げている姿ではないが、テレビには必ず頭を下げている姿が見られる。つまり、テレビでは謝罪を表現するため、頭を下げている姿が大切なのである。換言すれば、動画で反省を示すためには、頭を下げる必要があるのだ。

(2) パターン化された謝罪、謝罪トレーニング

図19と図20を総合するとわかるのは、2009年に「謝罪会見」の定型パターンが登場したことである。2007年にはさまざまな種類の「謝罪会見」が放送されていたが、2009年には決まったスタイルになっていた。それは、ニュース項目の最初の部分で立った状態で頭を一回だけ下げることである。

しかし、なぜ2009年に「謝罪会見」の標準となるパターンが成立したのだろうか。新聞研究で説明したように、2007年には多くのメディアに注目された「意味がはっきりしない謝罪」が放送され、それらに対してメディアが強く批判した。「意味がはっきりしない

謝罪」が行われると、メディアの強い批判によって不祥事を起した人の名前は不誠実なイメージと結びつけられるようになる。このようなイメージは、その人のその後の社会活動をも困難にする。自分の名前が不誠実なイメージと結びつけられないために、「正しい謝罪会見」をしようとする。では、正しい「謝罪会見」とはどんな会見であろうか。これについては、それを教えるための、PR 会社などによるメディア対応のトレーニングがすでに存在している³⁸。メディア対応のトレーニングの中で、「謝罪会見」のトレーニングがなされ、2009年にはメディアに批判されない「正しい謝罪会見」のパターンが生まれてきたのだろう。まだ 2007 年には、謝罪会見で何をすべきかが明らかではなかったが、おそらく 2009 年には、トレーニング企業の活動状況からさまざまな企業で「謝罪会見」のトレーニングが行われていたと推測され、その結果 2009 年には物議を醸すような「謝罪会見」が少なくなったのだろう。もちろん、メディアで謝罪した人が皆トレーニングを受けていたとは言えない。むしろ、一部の企業に対するトレーニングによって、メディアの中に手本となる「正しい謝罪会見」が現れたから、トレーニングを受けていない人も、それを真似することで、「正しい謝罪会見」をすることができたのだろう。

2007 年に出版された本の中で中島は、「謝罪会見」を開くときに気をつけなければならないことを注意している。

会見者全員が立ち上がり、謝罪の言葉を述べながら記者団に向かって頭を下げます。その目的は、カメラマン、テレビに、「不祥事、緊急事態で社会に不安を投げかけている会社のトップとして率直に謝っている姿を撮ってもらうため」です。(中略)お辞儀した姿勢で「5 秒間」は静止していただきたいと思えます(5 秒ルール)。(中略)その 5 秒ですが、「ひゃくいち、ひゃくに、ひゃくさん、ひゃくよん、ひゃくご」と「百」をつけて心の中で数えるとよいとされます。(中略)お辞儀の最後で笑う人が少なくないのです。実は、正確にいうと笑っているのではなく、ホッとして顔の筋肉がゆるんでしまい、笑ってい

³⁸ 2006 年 3 月 4 日の朝日新聞東京版には、ギャビン・アンダーソンやフライシュマン・ヒラード・ジャパンなどのメディア対応のトレーニングを行う企業が紹介されている。「不祥事や事故が起きた場合、新聞やテレビの取材にどう対応すればいいのか。万一に備え『メディアトレーニング』を受ける企業が増えている。危機的状況での悪影響を最小限にする一方、メッセージを効果的に発信し好印象を高めたいと、トップ自ら受ける企業も多い。」(中田由美, 2006, 「取材対応鍛えます」『朝日新聞』朝刊東京版 2006 年 3 月 4 日 36.)

るように「見える」のです。「会社を代表してきちんとお辞儀をしなければならぬ！」（中島 2007：214-217）

「メディア・トレーニング」において何が重視されるかは、電通のホームページでこう書いてある。

一般的に「記者会見」で重要なのは、メディアの方々に誤解や曲解を与えないことです。「この会見では何をどこまで伝えなければならないか」を前提に準備し、正確に、こちらの意図通りに伝えるためには、(1)わかりやすい表現で、(2)誠実な態度（伝える姿勢・熱意）で、そして(3)あらゆるツールを駆使して説明することが基本です。電通PRは、メディア・トレーニングルームを設置しています。このトレーニングルームは、記者会見や記者発表会の演習室、個別インタビューの練習室、そして講評室の三つの部屋で構成されています。（中略）これらを駆使し、「緊急お詫び会見」であれ、「M&A」や「新製品の発表」であれ、お客様が如何に工夫をして説明を試みるかを我々スタッフが厳しい眼でじっくりと観察いたします。（中略）インタビュー練習室は「大企業の役員応接室」を想定し調度類を整えました。壁紙やカーテンも、背景としてインタビューを受ける方の顔が映える色調、デザインを吟味しました。また講評室は、スポークスパーソンを含む関係部署の方々数名がお入りいただけるスペースを確保し、ここにモニターとビデオデッキを設置し、収録した映像をご覧いただきながら、講評とディスカッションを行ないます³⁹。

ニュースでの街頭インタビューについても 2007 年と 2009 年では違いがあった。図 21 のように、2007 年にはニュースの中に街頭インタビューによる「視聴者の声」が多かった。しかし、2009 年になるとそれが大きく減ってしまった。視聴者の意見はいらなくなったのだろうか。それは、インターネットで意見を出す視聴者が増えたという理由か、2007 年には視聴者に代弁させていた判断を 2009 年にメディア自身でいうようになったとの理由も考えられるだろう。謝罪会見に関するニュース全体の放送時間が減ったことも原因のひとつ

³⁹ <http://www.dentsu-pr.co.jp/servicemenu/01.html> 2010.01.10

つだが、反応に面白味がなくなったのも原因のひとつだろう。あるいは、2009年には「謝罪会見」の形が形式されたため、この決まった「謝罪会見」のパターンをメディアが認識したことで、視聴者の存在はいらなくなったのだろうか。視聴者の声がいらなくなったのが、インタビュー調査の結果として、視聴者が期待している「謝罪」と実際に放送されている「謝罪」が一致していないことがその証左といえるだろう。

(3) 謝罪者—視聴者—メディアの三角形

三者の不思議な関係を理解するため、二つの図を比較してみる。

図22を見てみると、ある企業が不祥事を起こし、社会的な評判が落ちてしまう。この落ちてしまった評判をもとに戻すため「謝罪会見」を開く。「謝罪会見」にメディアが注目し、注目を失わないため、できる限り謝罪の批判ができそうな点に注目し、報道する。報道する時間が長ければ長いほど、ニュースはもっと注目を得る。謝罪が正しくない場合は、メディアからのプレッシャーにより再び謝罪させ、メディアにもっと厳しい目で見られる。二～三回謝罪を繰り返すと、評判をもとに戻すことができなくなってしまう。

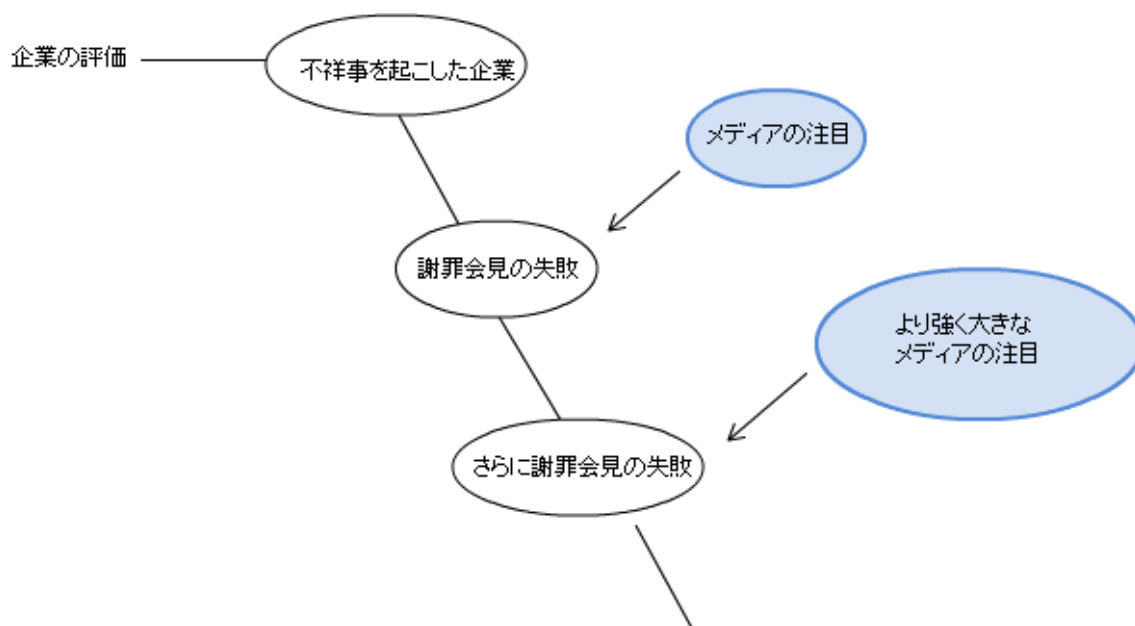


図22. 不祥事を起こす企業

一方、図23を見ると、同じようにある企業が不祥事を起こし評判が落ちるが、謝罪を正しく終わると、メディアの注目がもうなくなれば、評判を元に戻すことができる。

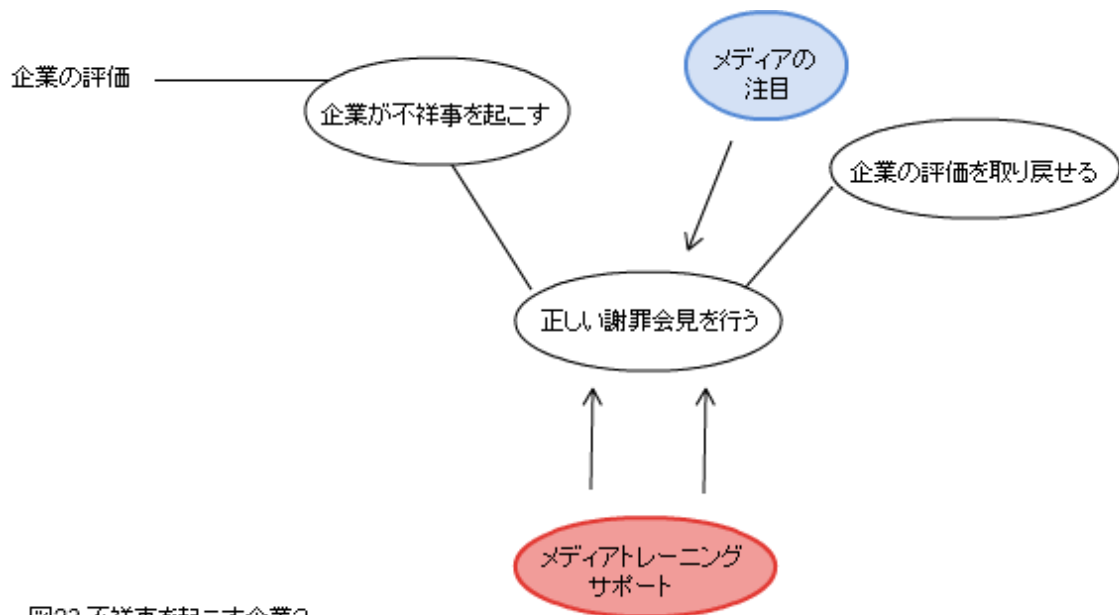


図23.不祥事を起こす企業2

図 22 と図 23 の企業の違いは、図 23 の企業は正しい謝罪ができるようにトレーニングを受けていたか、それまでのメディア報道により認識されていた謝罪会見の形式を理解していたこと。企業へのトレーニングでは、はじめに、メディアが謝罪として何を認め、何を認めていないかをトレーニング企業側が理解し、クライアントに教える。この関係と行為が繰り返されることによって「謝罪」がパターン化されて、セットが決まってくるのである。一方、よく考えてみると、この流れから謝罪を受けるはずの被害者が排除されていることがわかる。この理由もあって 2009 年に「視聴者の声」が少なくなってしまったのだろう。

2009 年の「謝罪」は視聴者のためではなく、第一義的にはメディアのために行っている。メディアの前に謝罪で合格するかどうかは、トレーニングによる。しかしパターン化された謝罪は視聴者に当然気に入られているとは言えず、前述のインタビュー調査においてパターン化の謝罪のシンボルとなった「頭を下げること」と「申し訳ないという言葉」は要らないという意見がこれを表しているであろう。視聴者はパターン化された「謝罪会見」より、「説明会」を期待しているのかもしれない。

パターン化されたことの原因は二つ考えられる。一つがメディア側とトレーニング側の関係が強くなり、お互いにサポートをしていることであり、トレーニング企業はメディアで行われる謝罪をサポートするサービスとして生まれ、トレーニング側がメディアの要求に合わせた謝罪を形式化していったということである。もう一つとして考えられるのが、

20年の間に「謝罪」があまりにもたくさん行われ、種類もあまりにも多く、パターン化される必要があった。つまり、メディア自体は適切な謝罪は何かを決め、謝罪者にその謝罪パターンを強いることになった。

第1章では、謝罪は形式化されたことを明らかにし、その形式化された謝罪は実際の視聴者の謝罪に対する期待とは合っていないことを示した。第2章では、パターン化される謝罪までの謝罪の変質を紹介していく。伝統的な謝罪から公開された謝罪、謝罪イベントまで謝罪のすべての種類を解明する。また、謝罪がパロディーにまで「進化」していったが、謝罪のパターン化との関係についても答えを探していく。

第2章 日本における謝罪の変容

第1章では新聞とテレビにおける「謝罪会見」の分析を行い、2007年には「謝罪会見」の報道スタイルは定まっていなかったが、2009年になると、はっきりとした「謝罪会見パターン」が登場していることが明らかとなった。2009年には「謝罪会見」の標準パターンが完成したと言ってよく、標準的なパターンに従えば謝罪者がメディアから強い批判を受けずに済むようになった。このパターンの確立には日本でその数年前に現れた危機管理・PRコンサルティング会社らのトレーニングの存在が影響しているだろう。トレーニングによって、メディアに「正しい謝罪」として認められる「謝罪会見」が普及したのだ。

本章の目的は、形式化された謝罪までの道と謝罪の変容を見ていくことである。更に、日本のメディアに存在する「謝罪会見」が、いつから、どう生まれたのかを明らかにすることもある。「謝罪会見」のおよそ20年間の歴史の中、伝統的な謝罪から公開謝罪を通して、メディア謝罪、パフォーマンス謝罪とさらにはパロディーとしての謝罪になるまでのすべてのステップを見ていく。そして、日本の古くからある謝罪の文化と現在の「謝罪会見」どの程度離れていたかを明らかにすることである。また、テレビに現れる「謝罪会見イベント」と「謝罪会見パロディー」はどのような原因で生まれたかも考えてみたい。そして、近年の「謝罪会見」のさまざまなイベントを分析しながら、「謝罪会見」はパロディーとイベントとして登場してきたのが「謝罪会見」がパターン化されたことが原因であるかどうかを明らかにすることも目的としている。

第1節 伝統的な謝罪

人間関係が壊されている場合、その関係を取り戻せるため修正プロセス、つまり謝罪が必要である⁴⁰。加害者が被害者に対面して謝る。文化によって謝罪のシンボルは異なり、日本のケースでは頭を下げる行為が「伝統的な謝罪」と考えられている。この「伝統的な謝罪」は「謝罪会見」の原型であるが、メディア、あるいは第三者がこの私的な行為へ入ることはできなかった。これは謝罪者と被害者の間に行なわれるプライベートな行為だからである。このプライベートな行為は公開されてはいなかったため、関係者以外には謝罪がどのように行われたか、想像することしかできなかった。謝罪はメディアで現れるでおそらく謝罪はさまざまであり、ケースバイケースでやり方も異なっていたと考えられる。

しかし、1960年代から様々な時代劇テレビドラマ（『水戸黄門』『大岡越前』など）が放送され始め、そのテレビドラマの影響によって、伝統的な謝罪のシーンを見ることができるようになった。ここでは、一つの時代劇、『水戸黄門』（写8）に注目し、紹介していく。

2011年12月19日放送の『水戸黄門最終回スペシャル』まで、42年間、計1227話という長い歴史を持っている番組が『水戸黄門』である。平均視聴率は22.2%、最高視聴率は43.7%（1979年2月5日、第9部最終回）を記録している⁴¹。

ドラマの主人公である水戸黄門は国を回り、日本各地で悪い人物、あるいは自分の権力を使いすぎた人を見つけて、悪事を暴いていく。自身の身分は隠しながら、一般人の話を聞き、ドラマの最後に



写8. 「水戸黄門」アンコール 2013年11月

自分が何者かを明らかにして、悪い人物を驚かせて、謝らせるドラマである。このドラマ

⁴⁰ Goffman, *Relations in Public*; ゴッフマン, 儀礼としての相互行為—対面行動の社会学.

⁴¹ <http://www.tbs.co.jp/mito/>

のクライマックスで、悪い人が土下座をして、水戸黄門に対して土下座で謝る場面が必ず挿入される。水戸黄門と一緒に旅をしている人物の意見は様々であり、水戸黄門と意見が合わないケースもある。水戸黄門は悪い人物に罰を与えるが、基本的に許す立場にいる。しかし、お供の人々と水戸黄門の意見が割れるケースもある。水戸黄門はいつも事実を明らかにし、謝罪させる力を持っている。

このドラマに見られる小さい集団をもっと広い社会的な範囲に置き換えて考えてみよう。失敗とミスが社会に明らかになると、どう反応するべきかの事例として水戸黄門は考えられる。水戸黄門は社会の正義を象徴し、社会は不正を行った者に謝らせるべきだと示している。勿論、主人公のお供の人物の中でも批判が出るし、社会の中でも批判する人が多くなる。だが、主人公の権力が社会のパワーと同じように強く、最後に彼、黄門様が判断する。社会的な広い範囲で見ると、土下座させることは、**社会に許してもらうための懺悔**としても考えられる。土下座を主人公にさせるか社会にさせるかは構わず、自分の失敗やミスを認めて、反省することの証明として土下座は捉えることができる。

『水戸黄門』のドラマは1969年から2011年まで制作され、現在もアンコールの再放送がされている。40年間以上放送されていた『水戸黄門』のドラマを知らない日本人の方が珍しいだろう。そう考えると、土下座に注目する『水戸黄門』が日本の謝罪に影響を与えていたとは考えられないだろうか。1969年ごろまで謝罪は新聞にもまだ現れておらず、最高の謝罪として『水戸黄門』に見られた土下座がよい例としてあったと考えられる。さらに、『水戸黄門』は約40年間放送が続き、ドラマの中で毎回毎回現れる土下座シーンは変わらず、基本的な謝罪として日本人の多くに「ステレオタイプとしての謝罪」を埋め込んでいったといえる。『水戸黄門』の長い放送の歴史と社会的な罰の話は、1990年代に生まれてきた「謝罪会見」の映像にも大きく影響したとも考えられる。

第2節 “公開謝罪“

ある時代から、視聴者は『水戸黄門』のドラマのような実際に起こった不祥事とミスの場合による本物の謝罪も見たくなってきた。実際に、この頭を下げるというメディア・イベントを本当に見たくなかったのが視聴者かメディアかはまだ疑問である。可能性としては、不祥事を起こした企業が視聴者の皆様に対する反省を見せるため、マスメディアを使って、マスメディアを通じて、謝罪するために『水戸黄門』で見られたようなシーンを作ったとも考えられる。とにかく、1980年代から、新聞で頭を下げている謝罪する姿の人物の写真が現れ、「公開謝罪」が登場した。「公開謝罪」は、企業または個人が直接被害者に対して謝罪する姿が写った写真や映像が撮影され、メディアを通じて公表されることを指す。謝罪者が目の前に立っている被害者のほうへ向かって、頭を深く下げて謝る。横からカメラがこの動作を撮影するのである。

一つの例として「公開謝罪」として放送されたのが、1985年8月15日に日本航空123便墜落事故のときであった。亡くなった乗客の家族が事故の現場に到着し、飛行機から降りた時に、日本航空の社長が被害者のほうへ向かって頭を下げている写真(写9)があった。写真には、被害者と謝罪者の姿がはっきり写っており、謝罪のもっとも重要な瞬間——頭を下げているところ——が撮影されていた。



写9. 朝日新聞 1985年8月 日本航空123便墜落事故

また、2009年5月には、足利事件の冤罪被害者である菅家利和氏に対して最高検の検事が直接謝罪する姿が報じられた。日本航空の墜落事故と同じように謝罪者は被害者に対して謝っている様子をカメラが撮影していた。「公開謝罪」のケースではメディアが伝達者として情報を読者や視聴者に伝えるために存在し、視聴者は単なる観察者である。「公開謝罪」には伝達者としてメディアが関与するが、謝罪そのものを行うのであれば謝罪者と被害者だけで十分である。つまり、「公開謝罪」のケースでは、メディアは視聴者と同じ立場から観察者として事件を見ているだけで、謝罪者と被害者の私的な関係へメディアも

視聴者も入ってはいない。この意味では、「公開謝罪」は記者会見ではないため、「謝罪会見」のカテゴリーには入らず、「公開謝罪」は「伝統的な謝罪」に近く、人間関係の私的な行為を覗けるイベントといえる。

第3節 公開から“メディア謝罪”へ

(1) メディアの立場の変化

しかし、次第に「公開謝罪」を開くのが困難なケースが増えてきた。それは、世の中には企業などが被害者に直接謝ることができないケースが多いからである。例えば、大勢の被害者、あるいは被害者を特定できない場合は「公開謝罪」というかたちでは行えなかったため、謝罪者がメディアを通して被害者に対して謝罪するという「謝罪会見」の形が生まれたと考えられる。被害者を特定できない場合は、謝罪者はメディアを利用して、視聴者全員を被害者として扱い、視聴者は観察者ではなく、潜在的な被害者の立場となる。今まで「公開謝罪」を外から見ていた視聴者は自分たちも潜在的な被害者として「謝罪」に含まれることとなる。



写 10. 産経新聞オンライン版⁴²

つまり、「謝罪会見」ではテレビニュースの視聴者が被害者として考えられることで、メディアの立場も変化する。メディアは視聴者を代表して、メディア自身も被害者の立場に入った。これまで「謝罪」を利害関係の外から見ていたメディアが、事件を被害者の視点から見ようになったのである。それは、日本人全員が被害者になるような場合、報道関係者も潜在的な被害者になるばかりでなく、被害者の代理人となり、事件に対する怒りを表明する形になったのである。

⁴² <http://sankei.jp.msn.com/photos/affairs/crime/090405/crm0904052229018-p2.htm> 2010.01.10.

このような原因から考えて、メディア・イベントの「謝罪会見」が登場したと考えられる。「公開謝罪」と「謝罪会見」の間には、大きな違いがある。「公開謝罪」では謝罪者と被害者の私的領域にメディアが立ち入っただけなので、誰に対して謝るかを視聴者は容易に理解できる。しかし「謝罪会見」では、メディアが被害者のいわば代理人として現れ、謝罪者は会見に出席している記者側へ向かって謝るため、被害者の映像がないことで、誰に対する謝罪なのかが一見不明確である。

(2) 写真アングルによる誤解



上の写真は、ファミリーレストラン「サイゼリヤ」の社長と関係者の「謝罪会見」⁴⁵を2つのアングルから撮った写真（写 11.1、11.2）である。左の横から撮った写真では、手、目、顔の表現がよく見える。右の真正面から撮った写真では頭のとっぺんのところしか見えない。もちろん、記者会見で撮影する位置が決まっているし、大勢の取材陣がいる場合は思うようにいかないこともあるから、意図的とは限らないが、二つの写真のメッセージはかなり違うと考えられる。

筆者は「謝罪会見」を写真のメッセージによって二つの種類に分けた。そのひとつは、謝罪者が真正面から撮影され、頭を下げている姿が正面から見えるケースである。もう一つは、謝罪者が横から撮影されているケースである。横からの撮影は、謝罪者のさまざまな行動がよくわかるために多くなっている。その時、謝罪者の前に記者がいるということ意識できるが、誰に対して謝っているかは分からない。「公開謝罪」とは似たような写

⁴³ <http://sankei.jp.msn.com/photos/life/lifestyle/081021/sty0810211135004-p1.htm> 2010.01.10.

⁴⁴ <http://sankei.jp.msn.com/photos/life/lifestyle/081021/sty0810211135004-p5.htm> 2010.01.10.

⁴⁵ イタリア料理のファミリーレストラン「サイゼリヤ」で販売されたピザの生地から有害物質メラミンが検出された理由で謝罪した。

真だが、相手の被害者が映っておらず、構成がわかりづらい写真として考えられる。一方、右の写真は頭のとっぺんしか見えないが、私、つまり視聴者に対して謝っているように感じる。つまり、私、視聴者が被害者となっているように捉えられる。このように写真、あるいは映像を撮ったアングルによってそれを読み取る読者、視聴者の印象も変わるだろう。

(3) 視聴者—謝罪者—メディアの立場変化

視聴者の目線から「謝罪会見」を見ると、この行為は不思議に感じられる。なぜ不思議に感じるかという、横から謝罪者が映っている場合は、被害者が映っておらず、謝罪者は誰に対して謝っているかが分からないからである。一方、写真を真正面から取っている場合は、「どうして私に対して謝っているのか」と考えられ、どちらも不思議に感じる。事件とは無関係な人にとって、無理やり私的な謝罪行為に入れられている感じがする。これは写真だけの問題ではなく、自分が被害者ではないのに、被害者として扱われていることが間違っているだろう。

しかし、謝罪者の目線から「謝罪会見」を見てみると、不祥事を起こした場合は、社会すべてに、同時に謝ることができるのが楽なところである。被害者に1人ずつに「ご迷惑をかけしまして、申し訳ございません」というより、一回で完璧に、感情的に気持ちを伝えれば謝罪のプロセスを終わらせることができる。演技のように考えると、毎日舞台に立って同じ演技をやるより、生放送のように一回だけで終わらせられるとも考えられる。しかし、その生放送を完璧にしないと、修正することができず、注意が必要である。そのために第1章で説明した謝罪トレーニングが生まれてきたのだろう。

最後にメディアの目線から「謝罪会見」を見てみると、メディアにとっても「謝罪会見」は楽なイベントである。メディアが視聴者の立場を代表し、『水戸黄門』の黄門様の役を担っているのである。つまり、謝罪者に許すかどうかをメディアが判断する。なぜこのようになったかという、「公開謝罪」では、謝罪者と被害者は直接会っていたので、被害者は自分で許すか許さないかを判断できた。一方、「謝罪会見」では被害者と謝罪者は直接会えないので、メディアは現場で被害者の役を演じる。メディアは「国民の目」として動き、謝罪者と直接会って、視聴者の視点で謝罪を見、視聴者の代わりに反応する。このために本当は直接利害のないメディアが謝罪者を視聴者＝謝罪を受ける側の強力な力を背景にし、厳しい目で見、許すか、許さないかを判断するのである。

つまり、謝罪者の役以外は、被害者とメディアの役が入れ替わったために、視聴者は「謝罪会見」を不思議な存在として考えてしまうのだろう。

第4節 “パフォーマンス謝罪“

前述した理由により、新しく生まれてきたメディア謝罪ではメディアの力が見えてくる。第1章で説明したように、2007年にはまだ様々な種類の謝罪があり、メディアがどれを許すか何を基準にするかはまだ決まっていなかった。しかし、2009年に謝罪が形式化され似たようなスタイルで行われるようになった。その形式化された謝罪を筆者は「パフォーマンス謝罪」と名付け、本節で見えていく。本節の目的は、パフォーマンス謝罪から謝罪会見の社会的な機能に変化しはじめたことを明らかにすることである。

例①

2007年11月30日に行った横綱朝青龍の「謝罪会見」はメディアの怒りを買った。朝青龍は治療を受けるためモンゴルへ帰国し、モンゴルであるサッカーゲームに参加した。日本に再び戻ってくると、日本のメディアは必ず謝らせたかった



が、飛行機から降りてきた朝青龍は全く謝らなかった。さらに、無言のまま笑顔で空港から出た。これは特にメディアの怒りを買うこととなった。数時間後に「謝罪会見」が開かれ、「大変なご迷惑をかけたこと心からお詫びを申し上げます」と謝罪した（写12）。一方、頭を下げるのがほとんどなく、会見の最後に「これから精一杯がんばりますということ」と述べた。11月30日の『報道ステーション』で朝青龍の謝罪が分析され、外国人でまだ若くて、正しい謝罪と日本人の期待を分かってないというコメントが。

例②

2007年11月16日に大阪と福岡の船場吉兆が食品偽装で疑われた。船場吉兆の湯木社長は次のように述べた。「信頼しきっていたところに、この...なんというんですか...偽装というものがあつたのに、非常に裏切られた気持ちで、本当に申し



訳ない、お恥ずかしく、もうこれは本当に痛切に感じるわけでございます。」（写 13）。社長の表現は非常に感情的で、声のトーンもよく変わったりした。11月17日に湯木尚治取締役はNHKに特別に謝罪をした。「本当にこのたびは一連の不祥事に対して、深く心からお詫びを申し上げます」と述べた。話の中、単語と単語の間に必ず長く止まって、深く空気を吸って、神妙な面持ちでゆっくり話をした。

この二つのケースにおいて謝罪者はそれぞれ会見のための準備をしているように考えられる。朝青龍の場合は、やらされたようにも見え、あらかじめ決められたように演技しているが、内心反省する感情は全くなさそうに見える。筆者は、このような演技的な謝罪会見を「パフォーマンス謝罪」と呼ぶ。パフォーマンス謝罪の社会的な意味は被害者に謝ることであるが、一般の「謝罪会見」とは違って、謝罪者はよいイメージを出すため努力をする。あるいは、全く謝りたくない感情を見せる。つまり、「謝罪」自体は演技にしか見えない。勿論、演技が上手な謝罪者は本当に心から謝っているように見えるが、その完璧な演技をするために謝罪トレーニングが必要であろう。

勿論、「パフォーマンス謝罪」が嘘とは言えないが、謝罪者は必ず謝罪に準備をして、発表前に振り付けを決めて、使う言葉を考えて、顔の表現も決めていくということであろう。演技するための準備といえる。

例③

このような「パフォーマンス謝罪」は最近も見られている。2013年10月28日にフジテレビの『とくダネ』でフリーアナウンサーのみのもんたの息子が窃盗未遂を起し、みのもんたは親としての責任があるとし、謝罪して、仕事を辞めた



写14. フジテレビ「とくダネ」2013年10月28日

(写14)。70分の謝罪会見は17秒の長いお辞儀で始まり、謝罪会見中に涙も笑顔も見せたみのもんたはプロフェッショナルな「パフォーマンス謝罪」を見せた。みのもんたの謝罪の中に笑顔から、悔しい気持ち、涙、そして最後に怒りの表情も現れた。みのもんたの「まず、私事で大変世間をお騒がせしまして、誠に申し訳ございません」と述べた時、単語のスペース、話をゆっくり

から非常に早くまでするスピードの変化、声のトーン、そして声の大きさが全て完璧に演技された。『とくダネ』の番組のキャスターが述べたように、みのもんたの謝罪会見の70分の中では表情がよく変わり、カメラマンのシャッターチャンスが多かった。『とくダネ』のメインキャスターである小倉智昭は、「みのもんたの謝罪会見であまりにもたくさんの感情が混ぜられて、違和感があった。本人は長い間にテレビの前の経験あることが見えている」と述べた。

朝青龍、船場吉兆とみのもんたの「謝罪会見」を比較すると、すべて社会的な期待、つまり謝るということに応えている。しかし、みのもんたの謝罪は構造的に作られており、謝罪会見を開く前に長く頭を下げて、感情的な部分が多かった。記者の質問に決まった答えがあると分かる。つまり、パターン化された「謝罪会見」がパターン化された「パフォーマンス謝罪」になっていたのである。

例④

2012年10月に森口尚史はIPS細胞を使った世界初の心筋移植手術を実施したと読売新聞にニューヨークで述べた。日本のメディアはこのことに注目したが、二日後、説明したことが嘘だったということが発覚した（写



15)。森口は自分の嘘により、情けない記者会見を開いた。12月15日に日本に帰国し、空港内に待っていた多くのメディアを怖がって小走りをしたが、結局成田空港外で報道群に囲まれて謝罪した。この事件を事例にした理由は、会見が面白いだけではなく、メディアの立場がよく表れている事例だからだ。なぜメディアはこの事件にあんなに注目したか二つの要因が考えられる。一つは、メディアは森口にだまされたから、罰として森口を謝らせたかった。もう一つは、メディアが森口が嘘を言っていることに気づき、視聴者に娯楽として紹介すれば、視聴者の注目を得ることができると考えたからである。このケースはメディアの権力をよく見せる事件である。

第5節 “エンターテインメント謝罪“

2009年に入って、ニュース以外で謝罪する番組が増えてきた。次に紹介するエンターテインメント謝罪は謝るだけではなく、視聴者に注目するために放送された。筆者は、このような「謝罪会見」の第一の目的は社会的な反応ではなく、謝罪をメディア・イベントとして使いながら娯楽とすることであると考え。このようなエンターテインメント謝罪のよい例は2009年に行ったSMAP草彥剛の「謝罪会見」である。

2009年4月末にSMAPアイドルグループのメンバー草彥剛が夜中の公園で騒いだ事件が理由で「謝罪会見」を開き、その後5週間の謹慎をした。2009年6月1日に『草彥剛復帰 SPECIAL LIVE』というタイトルの番組がフジテレビで生放送された（写16）。生放

送の番組で、女性ばかり数百人のファンが観客として画面に現れ、番組の始まりにはファンたちの泣き声も聞こえた。SMAPメンバーが舞台上に登場する直前に「いつもの番組をお送り出来なかった事をお詫び申し上げます」という字幕が表示され、続いてメンバーの5人が白いスーツ——白は清浄の意味である——で現れた。草彥は無言で頭を下げ、ステージの一番前まで出たとき、口を手で覆いながら泣いている女性ファンの姿が同時に映し出された。そして、草彥は次のように語った。



写16. フジテレビ『草彥剛復帰 SPECIAL LIVE』2009年6月1日

「皆様、この度は大変ご心配ご迷惑をかけしました。本当に申し訳ございませんでした。今日から復帰させていただいたこと、ファンの皆様、関係者の皆さん、SMAPのメンバーに心から感謝しています。」

2009年までSMAPの謝罪番組と似たような「エンターテインメント謝罪」は日本のテレビには現れなかった。このような「エンターテインメント謝罪」は社会的なプレッシャーとメディアマーケティングが合わさったよい例である。番組の社会的な意味と娯楽的な意味を比較すると、歌、トーク、料理と同時に放送し、娯楽のほうが一番重要な目的だったと考えられる。なぜ、「エンターテインメント謝罪」は「パフォーマンス謝罪」とこん

なに違うだろうか。まず、エンターテインメント謝罪は主に娯楽のためだからである。そして、「公開謝罪」でも「パフォーマンス謝罪」でもなく、これら二つを合わせた番組であるからである。数百人のファン—あるいは被害者—がスタジオにやって来たのに、「公開謝罪」ではなかった。なぜなら、カメラもファンの一員の視点から番組を撮影しており、視聴者はファンの目線から番組を見ていたからである。この番組は、ある程度は「パフォーマンス謝罪」だが、第一の目的は娯楽であるため「パフォーマンス謝罪」とは違う。さらに、「パフォーマンス謝罪」のケースでは、メディアがニュースとして報道するが、「エンターテインメント謝罪」の場合はメディアも娯楽番組として作られている。視聴者を用意して、視聴者の感情の顔を番組で見せて、謝罪者を舞台に立たせて、スポットライトを使っていること全てが娯楽のために作られているという証明といえる。謝罪者の目線から考えて、「パフォーマンス謝罪」と「エンターテインメント謝罪」のケースでも同じように謝罪のために準備して、言いたいことを決めているという点で、違いはない。一方メディアの目線から見ると、「パフォーマンス謝罪」ではメディアはただの送り手であるが、「エンターテインメント謝罪」では製作者である。つまり、「エンターテインメント謝罪」はメディアの創作なのである。

社会的な機能、つまり謝罪を伝える意味を持っている謝罪の種類は前述した通りである。第1節では社会的な機能を持っている謝罪を紹介したが、本節で見たSMAP 草彥剛の謝罪はどれぐらい社会的な意味を持っていたか、どれぐらい娯楽のために放送されたか疑問である。

第6節 パロディーにまで進化した謝罪会見

SMAPの謝罪が放送された5ヶ月後には「謝罪会見」を基にした「パロディー謝罪」がバラエティ番組や広告に登場してきた。

例①

2009年10月からフジテレビの朝の情報番組『どうもキニナル』という番組の中で新しいコーナーが始まった。このコーナーは『土下座して!』というタイトルで、視聴者の手紙に基づいて、一般人の間の些細な事件を調べて、土下座させて欲しい人を探し、土下座させるという企画である。例えば、結婚記念日を忘れていた夫を土下座させるため、過ちを証明し、先輩から忠告を与える。一般の出演者を土下座させるときに、番組の進行役であるお笑いコンビ品川庄司の庄司智春——番組では土下座屋庄司と呼ばれる——が、はかま姿で現れ、問題の当事者と一緒に土下座する。このような番組は、「公開謝罪」とも「メディア謝罪」とも言うことができず、バラエティショーとして娯楽のために、謝罪を使っているといえるだろう。

例②

2009年10月～11月に放送されたスーパーの西友の広告は「謝罪会見」を基にして、西友の社員3人が謝っているという設定であった。3人の真ん中に座っていた人物が「私どもどこよりも安く心掛



写17. SEIYU 広告⁴⁶ 2009年

⁴⁶ <http://www.youtube.com/watch?v=oF9Ke8Yhdeg> 2013.1.13.

けておりますが、ごく稀に他店のほうが安い場合もございます」と述べ、3人同時に頭を深く下げて謝罪する。さらに、その中で、横に座っている人が船場吉兆の社長の母親の真似をして、「ごく稀、ごく稀」と耳打ちをしていた。つまりこの広告は、「謝罪会見」の本来の意味から完全に離れ、「謝罪会見」のネガティブなポイントをコミカルに表現して視聴者を笑わせようとしているのだ。娯楽を生じさせるために使ったポイントは船場吉兆の謝罪会見でメディアが注目して、批判した瞬間と同じである。

例③

また、2009年の12月10日から、レストラン、ガストのステーキの広告キャンペーンがはじまった。この広告キャンペーンでは12月10日は「ごめんねの日」として設定した。広告曰く、「ごめんねの日」は、今まで直接ごめんねと言えなかった人に、今回がチャンスであると言うわけだ。この広告キャンペーンのウェブサイトでは、35人の「謝り美人」が謝る様子を見ることが出来る。また、ホームページの下に「お詫び。申し訳ございません。盛りつけの際に、鉄板からお肉が多少ハミ出る場合がございます」と書かれていて、頭を下げている人の写真がある。その横には、鉄板からはみ出された大きいビーフステーキセットの写真が配置してある。

その上、「謝り美人」の写真をクリックすると、自分のパソコンにその人の謝る姿の写真をダウンロードすることが出来るというサービスもあった。これは、ある意味で美人コンテストとお詫びのコンビネーションといえる。この広告は謝罪している“かわいい”女性の姿とステーキの大きさについての皮肉的な謝罪をアピールとして使いながらレストランの宣伝をしていたのである。

西友とガストの広告は両方とも、お詫びのネガティブな意味をポジティブなアピールに変えて使っていた。これらの広告のすべてが、謝罪の本来の意味から離れ、視聴者を楽しませる「お詫び」の方向へ進んでいる傾向を表している。

第7節 映画化された謝罪 《謝罪の王様》

2013年秋に全国で日本の映画『謝罪の王様』のコメディイが紹介されていた。この映画が生まれた経緯について、脚本を書いた宮藤官九郎は、ちょうど脚本を書き始めたころにテレビで謝罪会見があつて、そこに違和感を感じて、正式な謝罪のやり方を誰かが教えてくれればいいのにとこのアイディアがわいて、脚本を書き始めたと述べている⁴⁷。

ストーリーとして六つの謝罪のケースが取り上げられ、すべてのケースで謝罪師の主人公が謝り方を説明する。勿論、映画自体はコメディイだが、なぜコメディイになったのか、観察者はどうして笑っているのか、すべては謝罪会見の違和感と繋がっている。

映画に現れる六つの謝罪ケースを分析すると、すべて違うタイプの謝罪を代表している。第1のケースでは、謝るのが苦手な女性がタイミングを逃してしまつて謝るケース。主人公に謝ることのタイミングがどんなに大事か、偽装でもいいから反省する姿を見せるのが大切だと教えてもらう。

第2のケースでは、セクハラで訴えられている男性の謝り方が正しくなかったので、謝罪師が、謝罪の時の言葉使いが非常に大事だと教えてもらう。謝罪師によると、日本人は、一所懸命がんばっている人を許してあげるのだから、謝罪者を走らせる演出をし、焦っている姿で謝罪すると、許してあげやすい状態になる。謝罪がたりない時、あるいは失敗したときにはもっとも正しい謝罪をするべきだと教えられている。

第3のケースでは、芸能人夫婦の息子が逮捕された事件で芸能人の父親と母親も謝罪することになる。謝罪師によると、芸能人の父親の謝罪会見は、演技が過剰になりすぎたり、お辞儀が短かかったり、涙が嘘くさいと指摘する。芸能人の母親の謝罪は、頭が下がりにすぎたり、謝罪会見を自分のテレビドラマの広告のためにも使った。ミスした謝罪会見の釈明会見とその釈明会の謝罪会見に囲まれ、終わりが無い謝罪が続いていた。だんだんと、謝罪をなぜ行っているかをもう分からなくなっている。そこで、主人公の女性が述べたのが謝罪会見の重要なポイントとなる。

「ずっと思ってたんですが、なんでカメラの前に謝らなきゃならないんですか。だって、この事件って、テレビを見ている私たちは関係ないですよ。世間を騒がし

⁴⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=qFuExL23JWk>

てとずっと言うんですけど、むしろ楽しんでますよね。本当に謝ってほしいのは被害者の A さんだね。」⁴⁸

第 4 のケースでは、弁護士が娘に謝りたいが、謝る力と心理的余裕がなく、アドバイスを求めた。謝罪師はすぐ会わせて謝罪すればいいとアドバイスをするが、弁護士は精神的にまだできないと答える。

第 5 のケースでは、個人のケースから離れ、映画監督がある国の王様を映画に取材したことから国と国の間での謝罪を紹介することにした。このケースは特に文化的な違いに注目し、国と国によって、謝罪自体だけではなく、言葉も、振る舞いもすべて違うことが見えてくる。そこで主人公は土下座を超える謝罪があると述べる。

最後の第 6 のケースでは、主人公が関わってくるケースであり、ラーメン屋の店員に謝ってほしいという。これに対し、店員本人の変わりに店長が謝ってきて、主人公がそれを認めず、本人が謝ってほしいと言いつける。本人の変わりに、ラーメン屋のチェーン店の社長が謝るが、主人公がどうしても本人が謝ってほしいという。結局、本人の謝罪がされないまま、ラーメン屋が潰れる。このケースは日本の世間の力を表しているだろう。さらに、あるミスが本人だけではなく、所属している企業にも影響を及ぼし、本人の代わりに責任が企業全体にも影響するということが理解できる。

(1) 《謝罪の王様》に見える謝罪の要素

以上の映画は 2013 年で、なぜコメディとして成功したかという点、第 1 章で説明したように 2009 年から謝罪パターンが生まれてきたからである。パターン化された謝罪があまりにも似ているので、視聴者がコメディで見ていた謝罪の風景が現実で見ていた謝罪と繋がる。謝罪の強調点に映画の製作者が注目し、大袈裟に紹介し、視聴者に謝罪の違和感を理解させ、笑わせる。

一方、筆者にとっては、この映画は笑わせるだけではなく、映画の製作者、つまり現実の視聴者が謝罪のどこに違和感があるかを詳しく紹介してくれる点で興味深い。主人公は最初に三つのケースでいくつかのことに注意させる。例えば、頭を下げる動作の角度が低すぎて、時間が長すぎる。観察者が 1 分以上頭を下げることに對して大きく笑っている。しかし、5 秒で頭を持ち上げることに笑っている。言葉使いにも注目する。被害者に対して礼儀正しい単語を

⁴⁸ 「謝罪の王様」 50 : 30 ~ 50 : 55

使うように促している。謝罪のタイミングも重要な点である。遅くなると謝罪をもう一回、もっと正しくやるべきであるとしている。

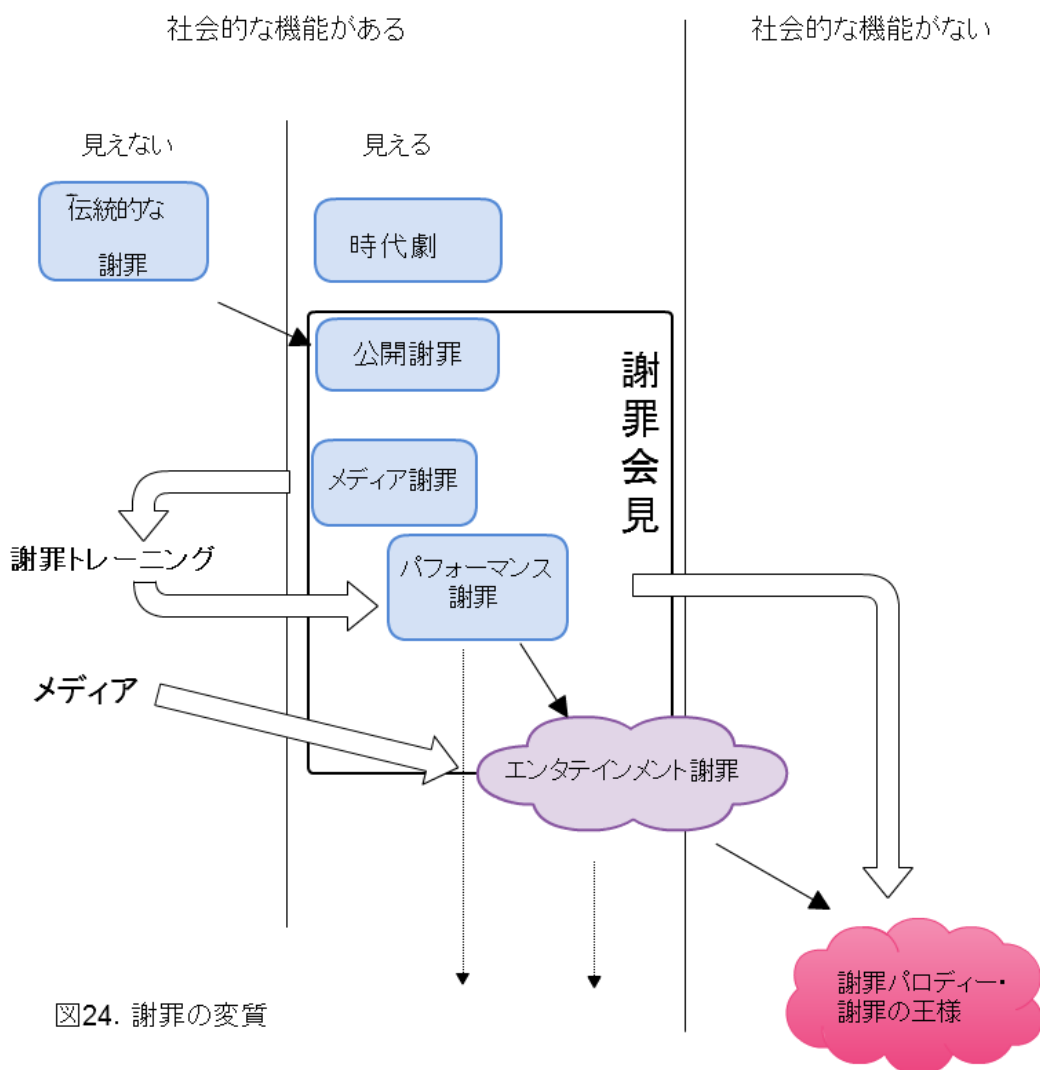
主人公は謝罪にはランキングが存在すると説明する。映画から理解できるのが、初級レベルの謝罪は、会見ですべての義務を正しく見せることである。中級レベルは、初級をミスした場合に使い、相手に本格的な反省を見せるために偽装して、あるいは本人ではなく、本人の上司に謝る。最高レベルの謝罪は土下座であるが、映画では土下座より、もっとレベル高い謝罪があると言われる。筆者の解釈では、それは相手の心までの道を見つけることである。

主人公のもう一つの謝罪に関する重要な社会的な期待があるという。それは、まず本人が謝ることである。その謝罪が何かの原因で足りないか、あるいは正しくないか、その本人の上司が謝るべきである。さらに、その謝罪も解決にならない場合は、上司の上司が謝るべきである。第6のケースではこの謝罪の構成を見せるつもりだが、このケースでは、本人の謝罪がないことが原因で謝罪に対する違和感がある。このような謝罪の一つの事例が亀田ボクシングの家族の謝罪会見であり、スポーツのルールに違反した本人は正しく謝れず、父親、そして兄までも謝罪させられたのである。

最後に主人公が説明したのが精神的な部分である。つまり、謝罪者は謝りたい気持ち、または余裕があるかないかによっても謝罪が変わる。つまり、謝罪者が謝りたい気持ちがあり、謝罪の必要性を感じれば、自然と謝罪をすることができる。勿論、このケースでも予想外のミスがあるかもしれない。しかし、本人が謝罪の必要性を感じなければ、あるいは謝罪したい気持ちが全くなければ、謝罪のやり方を教えても真実に謝罪をできなくなる。この映画は、謝罪を精神的と社会的、演技的な部分で分析し、三つの面で謝罪の違和感の特徴に焦点をあて、違和感について今まで見えなかった視聴者に分かりやすく解説しているのである。

第8節 謝罪構成の変質

1985年には、旅客機墜落事故のときに、社長が亡くなった乗客の家族に対して頭を下げて謝ったが、2009年になると、ついにレストランの肉が大きすぎるから、鉄板からはみ出すことについて頭を下げて謝罪するようになったのである。24年の間にメディアの中の謝罪は、真剣な「公開謝罪」から皮肉の「パロディー」まで、非常に大きく変化したのである。



本章のまとめとして、まず謝罪の20年間の歴史の道を説明する。謝罪は全体的に二つのグループに分けられる。それは謝罪が視聴者に何を伝えるべきかによる。謝罪の意味を持つか、あるいは、娯楽として見せるつもりがあるのか。勿論、娯楽として見せるつもりと思われるケースが2009年以降しか存在せず、2009年までは謝罪の本当の意味しかなかった。その中でも、特に1980年代までは、見えない謝罪と見える謝罪に分けられる。見えない謝罪は「伝統的謝罪」であり、謝罪者と被害者しか入っていなかった。見える謝罪は1960年代から始まったテレビドラマの影響で見えるようになった。「伝統的な謝罪」と時代劇の組み合わせで、視聴者に見せるための「公開謝罪」が1980年代ごろにまず新聞に現れた。「公開謝罪」は見えない「伝統的な謝罪」の社会的な機能を持ち、時代劇の演技的な特徴を持ち、現在まで見えなかったことを見せるために生まれた。この関係で、謝罪者と被害者もメディアの前に現れ、彼ら2人の私的謝罪行為を公開するようになった。しかし、1990年代から謝罪者と被害者の私的関係から被害者がいなくなり、新しい、当時までなかった、メディア・イベントが生まれてきた。この「メディア謝罪」の違和感は私的行為の重要な役が抜けていること、つまり被害者がいなくなったことである。実は、いなくなったわけではなく、本当の被害者は代役としての被害者、つまりメディアに移ってきたのである。視聴者とメディアが被害者の代理となった。この因果関係は図25で見えるように次のようになった。「公開謝罪」では、被害者と謝罪者の間に相互作用があり、メディアと視聴者が他人として外側から見ている。一方「メディア謝罪」では、被害者の役が視聴者に移ったため、儀祖被害者、つまりメディアに謝罪者が謝る。

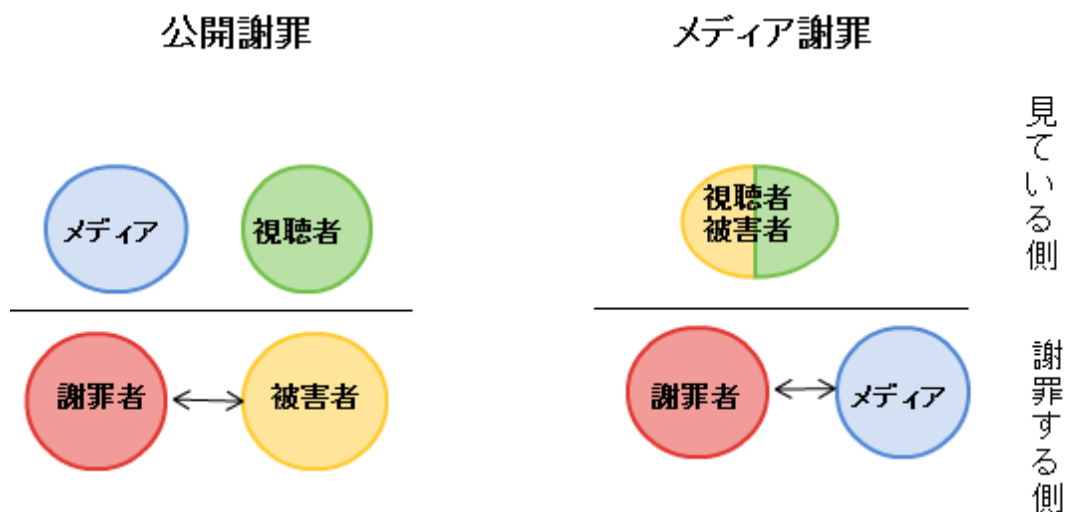


図25. 公開謝罪とメディア謝罪の比較

しかし、この距離はあまりにも遠くて、メディアが視聴者よりもっと重要な被害者となった。簡単に言えば、第一の被害者はメディアで、第二の被害者は視聴者になった。一方、メディアが第1の被害者になったからこそ、力が強くなり、メディア自体が謝罪会見のルールを教え始めた。つまり、メディアにとってよくない謝罪が行われたとき、被害者の立場から許さないという権利を振りかざし、もう一回謝罪させる傾向が始まった。謝罪者はメディアの力と期待に早く気付いて、適切な謝罪をできるように努力した。その適切な謝罪を一番完璧に教えてくれるのはメディアよりほかにない。この理由でトレーニング企業が生まれてきて、謝罪者に適切な謝罪を伝えてきた。これが原因ですべての謝罪は似たようになり、謝罪パターンが決まった。しかし、メディアの前での発表に慣れてない謝罪者は教えてもらった演技をやると「パフォーマンス」のようにしか見えない。この結果で「パフォーマンス謝罪」が登場してきた。パフォーマンスは娯楽と非常に近いが、その時の第一の目的はまだ被害者に許してもらうことであった。しかし、2009年に謝罪の歴史である急激な変化があり、「エンターテインメント謝罪」が生まれてきて、謝罪を娯楽の方向に押ししてしまった。「エンターテインメント謝罪」はもともと「パフォーマンス謝罪」であるが、メディアは謝罪として扱っただけではなく、娯楽のための番組を作っている。つまり、「パフォーマンス謝罪」で見たセッティングと音声と照明全てはショーとして作ってある。一方ショー化された謝罪とパフォーマンス化された謝罪はパロディーの道を開いて、トレーニングによって決まったパターンの謝罪はパロディーの元になった。完全に娯楽としての意味を持っている「パロディー謝罪」が登場してきた。20年の長い歴史を持つ謝罪の最後にパロディー化になった証明として、2013年に『謝罪の王様』という映画が公開された。この映画は、謝罪の違和感を解き明かし、視聴者にすべての偽装謝罪方法を見せる。この映画は基本的に謝罪のパロディーだけではなく、トレーニング方法の存在はがどこまで重要か、どんなに謝罪を間違っている方向に押ししてしまうかの証明でもある。

本章の目的は、「謝罪会見」という単語の中に含まれている全ての種類の謝罪を紹介することでもあり、その謝罪の変質の流れを明らかにすることであった。勿論、変質と言っても、すべての種類の謝罪は今も存在しているが、メディアとトレーニング企業の影響によって新しく生まれてきた謝罪が多くなってきた。現代、私たちは「謝罪会見」として使っている言葉の中には「公開謝罪」と「メディア謝罪」、「パフォーマンス謝罪」が含まれていて、形式化された謝罪の広義の表現として使われている。

1985年で見つめた頭を下げた謝罪と2013年で見つめた頭を下げた謝罪は基本的に参加者の役の変化で、そして新しい参加者が入ってきたため、ルールも変わって、間違った方向に進

んでいた。一方、これらすべてはメディアとトレーニング企業の責任だけとは言えない。もしそうだったら、欧米社会でこのような変化があるはずである。一方「メディア謝罪」は日本の独特の行為である。なぜ日本だけで謝罪がこのような変化をしたのかを第 3 章で見えていく。謝罪は日本の文化でどのような役割を持つか、その役割はどこから生まれたのか。さらに、なぜ日本のメディアがそこまで力を持つのか、なぜ娯楽としての謝罪が大事だったのか。日本の謝罪の文化的な背景と日本のメディアの特別な構成と力、そして多メディアの競争のための娯楽のサービスを明らかにする必要がある。

第3章 謝罪・メディア・社会

第1章と第2章では日本のメディアで現れる謝罪会見の特徴と変化の歴史を見てきたが、論文の以降では日本と外国のメディアで現れる謝罪の比較研究を行う。その比較のため、第3章で謝罪の差異の原因と考えられる分野の先行研究を見ていく。

第3章は大きく二つのテーマに分かれている。第1節と第2節は各文化のメディアの違いに注目する。第1節は、謝罪がメディアにとってなぜ重要であるか、誰のために行われるかの問いの答えを探す。第2節は、日本と外国のメディア構造の違いを明らかにし、日本のメディアの権力を把握する。つまり、第1節と第2節は謝罪会見をメディアが対象としてどのように報道するかについて述べている。第3節と第4節では謝罪自体が各文化圏でなぜ異なるかを見ていく。第3節は各文化圏の社会的な違いを明らかにし、集団主義と個人主義の社会での相互行為を比較する。最後の第4節は謝罪の相互作用を対象として、第3節と合わせながら、各文化圏でどのような理由で謝罪が異なる方法で行われるかを明らかにする。本章の先行研究の整理は第4章で行う実証研究を理解するために必要である。

第1節 ニュースからイベントへ

(1) ニュースの作り方

現在の社会では、インターネット、テレビ、新聞、携帯電話などによって国内および国際ニュースをたくさん得ることが出来る。その多くのニュースから、私たちは自分たちの好みであるニュースを選択し、読んだり、聞いたりする。一方、その読んだニュースがどれぐらい正しいのか、どれぐらい現実通りに伝わっているのかは視聴者にはわからない。平気ですを書いたりするメディアも存在するので、すべてのニュースが正しいとは言えないだろう。まず、信頼性を高めるための一つの方法は、ニュースを作ったメディアソースの名前を確認し、そのメディアの過去の評判を考えながら判断することである。筆者の経験でこのことを重要だと感じたのが、2011年3月11日の東日本大震災の時だった。国際ニュースだけではなく、日本国内のニュースの中にも、あまりにも違うニュースが流れ、どれを信じればよいか全くわからなくなってしまった。

なぜ、ニュースはそんなに違ってしまうのかと考えるためには、記者の目線からニュースを作る時に重要なポイントが何なのかを見てみないと分からない。ニュースを作る時に大事なファクターはいくつかあるが、その中でもっとも記者の目線から外れてはいけないのが、次の五つである⁴⁹。

- ① ニュースは新しいものであること
- ② 魅力的であること

⁴⁹五つのポイントを考えながら記者はニュースを作る。しかし、主なメディアはスポンサーとから広告から収入を得ているので、この理由で、メディアは視聴者を満足させるだけではなく、スポンサーを満足させることも必要となる。つまり、メディアが報道するニュースでは、まずスポンサーを満足させる必要があるが、視聴者も同時に満足させられるかどうか保証はない。そのために、メディアはニュースを報道するときに、自分の放送局を経済的に支える企業の権益も守らないといけない。一つの例をあげると、2011年に東日本大震災の時、福島にある第一原子力発電所は大きな被害を受け、日本の各放送局はそれについてさまざまに異なったニュースを報道した。ニュースがその異なったニュースの理由はとして、東京電力がたくさん多くの放送局に広告を出していたため、自局のスポンサーについて気を付けて配慮したために、報道した局が少なくなかったと考えられる。一方、震災での被害があまりにも大きかったため、福島第一原子力発電所については外国のメディアでも報道され、日本のメディアのニュースとは異なった情報が多かった。勿論、メディアはニュースを報道する原則があるが、報道することととものできる限り、自分のスポンサーの利益も図る。メディアは放送料広告料をもらっているスポンサーに不利益が生じないように報道しているとも言えるだろう。

- ③ 量的に視聴者の注目を得るものであること
- ④ 地域との関係が望ましいものであること
- ⑤ 規則違反、つまり道徳的なルールを破る事件、または政治的なルールを破る事件は視聴者の注目を得ること

このようなファクターにあてはまる事件を伝え、メディアに対する視聴者の関心が高まる。

ニュースが異なっているもう一つの理由としては、メディアの数があまりにも多く、視聴者の数を増やすために競争をしていることがあげられる。競争に勝つために視聴者を得る方法の一つは、ニュースを面白くすることである。

娯楽の方法へ

テレビニュースは他局との競争による影響で、視聴者にニュースを報道するとき、事件を分かりやすくするための例を出したり、ドラマチックでセンセーショナルな方法でニュースを紹介したりして、視聴者を納得させる。しかし、これによってニュースをそのまま報道するという目標が失われてしまう⁵⁰。視聴率の競争はニュースを客観的なジャーナリズムよりもっと視聴者を楽しませる方向へ流されているとよく批判されている⁵¹。マス・メディアはデモクラシーの背骨を構成する。メディアの民主的な機能は社会・政治的な発展を監視しながら、関連するテーマを確認し、ディベートのための場所を提供することでもある。しかし、評論家によると、ニュースは報道するより楽しませる傾向に向かっており、イデオロギーよりパーソナリティに注目している。つまり、言葉を言い換えると、ウォッチ・ドッグが間違ったタイミングで吠えるとも言えるだろう⁵²。

大衆化されたメディアでは、悪いもの、奇異なもの、恐ろしいもの、危険なものは重要な役割を持つ。恐怖と危険はメディアにとって非常に魅力的なニュースである。恐怖と危険は具体的な事件が起きるまでは目に見えないものなので、メディアが危険を確定する原因を選ぶのに重要な役割を持っている。つまり、事件が起きるまでに、あるものは危険か

⁵⁰ Fog, *The Supposed and the Real Role of Mass Media in Modern Democracy*.

⁵¹ Abramson, *Four Criticism of Press Ethics*.

⁵² Fog, *The Supposed and the Real Role of Mass Media in Modern Democracy*.

どうかを判断するのがメディアである。さらに、報道することによって、メディアは私たち視聴者に、あることについてどのように考えればいいかをよく教えてくれる⁵³。例えば、事件を紹介するとき、メディアはなぜその行動は不適切であるかも説明する。規則違反の事件は視聴者に道徳的評価と一緒に紹介される。つまり、メディアにとっては視聴者に軽蔑と尊敬を提示するチャンスがある事件が望ましいニュースである。そのため、メディアは道徳のメンテナンスと再生に大きな影響を持っている⁵⁴。

(2) 情報収集からニュース作りへ

新聞は初めて出版されたころは、ニュースの取材方法は現代のものとは大きく異なっていた。新聞が定期的に出版されるようになってから、ニュースの数も増えてきた。世界ではたくさんの出来事があると思われたが、新しいニュースがなかったとき、それはジャーナリストの責任であるように考えられた。二十世紀に入って、新聞の発行が多くなるとともに、新しいニュースを出す期待が高まってきた。新しい出来事がなくても、ジャーナリストが探すべきとされ、見つからなかった場合は、作るべきであるという傾向へと向かった。

毎回同じニュースを繰り返さないため、新しいニュースを出すためのメディア・イベントに対する要求が高まった。ニュースを集める傾向はニュースを作る傾向へと向かった。インタビューはニュースを製作するための奇抜な方法であった。最初のメディアイベントとしてのインタビューを 1859 年に行った Boorstin によると、私たちの社会では、神様よりジャーナリストが世界を面白くするための責任があるという⁵⁵。

「私たちはジャーナリストに仕事を与え、私たち視聴者に興味を起こさせるため、神様の代わりにジャーナリストにストーリーを書かせる。」⁵⁶

メディア・イベントは嘘か

⁵³ Ibid.

⁵⁴ Luhmann, *The Reality of the Mass Media*.

⁵⁵ Boorstin, *The Image*.

⁵⁶ Ibid.

1962年にメディア・イベントは Pseudo イベントとして、初めて Daniel J. Boorstin⁵⁷によって提唱された。Pseudo はにせものという意味で、メディアの影響によって、視聴者は偽の出来事を本物のイベントとして受け入れているとされている。Pseudo イベントあるいはメディアイベントは PR 行為でもある。ジャーナリストが情報を見つけられない時、メディア・イベントがニュースとして使われていた。インタビューや記者会見などもメディア・イベントの一つである。Boorstin⁵⁸によると、Pseudo イベントは 4 つの重要な特徴を持つ。

- ① 作られたイベントであり、
- ② 報道されるために行われ、
- ③ Pseudo イベントとその元になったイベントの関係はあいまいであり、
- ④ Pseudo イベントの目的は事前に想定していた予想の証拠になることである。

メディア・イベントのため、意識的な準備が必要である。一方、準備したすべてのイベントはメディア・イベントにはなれない。自発的に見せて、意識的に準備され、メディアの注目を得るつもりで作られたイベントだけがメディア・イベントになる。イベントを行う前にメディアで報道するため、前もって準備を行う。

更にもう一つ大事な点は、メディア・イベントでは本物のファクターより、作られたファクターの方が多くなければならない⁵⁹。例えば、インタビューは報道するためにわざわざ作られた行為であり、メディアでの報道のために用意されたインタビューのファクターは、その実際の出来事より多い。さらに、インタビューの方が実際の出来事より大事であり、さらに出来事とインタビューの関係はあいまいでもある。

Pseudo イベントはメディアが報道するために行うので、どれくらい真実であるか疑問であり、よく批判されている。さらに、報道価値があるかどうかも疑問である⁶⁰。

⁵⁷ アメリカの作家、学者。Pseudo イベントの社会学なテオリーによく知られている。彼の用語で Pseudo イベントはにせもののイベントであるが、本物のイベントより重要な役割を持つ。

⁵⁸ Boorstin, *The Image*.

⁵⁹ Rivers and Mathews, *Médiaetika*.

⁶⁰ Boorstin, *The Image*.

メディア・イベントは劇的であり、もともと普及させるために躍動的に作られていて、自発的イベントではないと視聴者がわかっているのに、なぜメディア・イベントは人気になったのだろうか。Boorstin は次のように述べている。

「Pseudo イベントの魅力を一度経験したら、重要なイベントのように考える。進化は私たちの経験の源泉を毒殺する。しかし、その毒はあまりにも甘くて、私たち視聴者の純粋なニュースに対する欲求を阻害する。私たちの誇大な予想を満足させる外観的知識は視聴者のために製作されているイベントということを忘れさせる。」

61

メディア・イベントの社会への影響

メディア・イベントは出演者と視聴者にも影響がある。出演者に対する影響は、生放送で報道するイベントを全世界が見ているので、メディア・イベントで出演することがかなり大きなプレッシャーとなる。このことから、出演者が普段と違うような振る舞いを見せることが珍しくない。

メディア・イベントのジャーナリストに対する影響は、新しい方式を試すことができることである。さらに、メディア・イベントはジャーナリズムのルールを再定義し、ジャーナリストも主催者とともにメディア・イベントの参加者にもなる。

一方、メディア・イベントは視聴者にも影響を与え、視聴者の日常生活の集中とリズムを乱す。メディア・イベントは「リビングルームに新しい意味」を作る。イベントが神聖化し、そのイベントのためテレビという道具を媒体として家が公の場所に変更され、リビングに新しい意味を作る。メディア・イベントによって、劇場とスタジアムからの注目は、リビングルームにある道具に向かって、群衆から社会を少人数のグループに減らした。さらに、メディア・イベントは社会イベントを公開し、視聴者もテレビを通して参加するようになった。メディア・イベントを見られる機会は視聴者にとって非常に大きな魅力であり、その魅力に答えるためイベントが作られている。その意味では、メディア・イベントが社会の境界線を再定義する力があると考えられる⁶²。

⁶¹ Ibid.

⁶² Dayan, *MEDIA EVENTS*.

(3) メディア・イベントの解釈

1、アジェンダ・セッティング

あるメッセージは、送り手から受け手までさまざまな方法で影響を与える。しかし、送り手と受け手のメッセージ解釈は異なる可能性がある。多くの情報からどれが選ばれ、送り手は自らどのようにメッセージを伝えるかにより受け手の解釈も変わる。送り手はどの情報を選び報道するのは、メディア分野でアジェンダ・セッティングと呼ばれている⁶³。メッセージをどのような枠組みで伝えるかは、フレーミングと呼ばれている。もちろん、そのアジェンダ・セッティングとフレーミングによって受け手の解釈も変わる。一方、受け手はメッセージをどのように受け入れるかは記号論でコーディングと呼ばれており、送り手と受け手の文化的、言語的、時代的な違いでメッセージのコーディングは異なることがある。

フレーミングによって情報の一部だけに注目させる一方で、他の情報を曇らせることもできる⁶⁴。コミュニケーションをするとき、相手は何者かを理解できないと、伝えたいメッセージが違う方法で記号化されている可能性がある。それは逸脱解読として知られている。1972年に Umberto Eco が指摘した逸脱解読はマスメディアでよく現れることである。送り手のメッセージはどんなに説明しても、同じ文化の中に住んでいても、同じ言葉で話しても、送り手のメッセージが同じように記号化されるとは限らない。言語、文化、時代などによってコーディングが異なる可能性もある⁶⁵。

フレーミングはコミュニケーションの一部にハイライトされることによって、視聴者にある情報をもっと有意義に、あるいは顕著に紹介することもできる。アジェンダ・セッティングの力はメディア・イベントのケースでよく見られる。メディア・イベントとして持ち上げるテーマが世論の関心に基つき、サポートするとともに、反対する人の注目も得る。たまたま、メディア・イベントは社会的と政治的な変化をも導く⁶⁶。

アジェンダは誰にセッティングされているのか

⁶³ McCombs and Shaw, *The Agenda Setting Function of Mass Media*.

⁶⁴ Entman, *Framing*.

⁶⁵ Fiske and Hartley, *Reading Television*.

⁶⁶ Dayan, *MEDIA EVENTS*.

一つの事例を出すと、新しい武器をさまざまな方法でメディアで紹介することができるということがあげられる。素晴らしい技術の発展として紹介することもできるが、大変危険な恐ろしい道具としても紹介できる。どの情報を、どのように紹介するかメディアが決めている。しかし、そのフレーミングによってテーマに対する視聴者の反応も大きく変わる。この理由でフレーミングが第二レベルのアジェンダ・セッティングと呼ばれている。勿論、上の事例でもよく分かるのが、アジェンダ・セッティングとフレーミングはメディアによって決められているが、政治家もマスメディアのアジェンダ・セッティングに大きな影響を受けていることである⁶⁷。

Fog は Habermas の考え方に基づき、マスメディアは政治的・経済的にコントロールされ、視聴者を操縦するようになると語った。操縦は PR と意見を作ることの一種類で、メディアは情報を報道するだけでなく、情報を製作するときに形成することも行う⁶⁸。

2、コーディング

ある映像をどのように見せるか、紹介するかも重要な意味を持つが、どのように受け入れられるか、あるいはコーディングされるかも重要である。そのためには記号論を理解しないといけない。記号論は、サインとコードとこの二つが機能する文化の仕組みである。

私たち視聴者は将官のユニホームを見たら、そのユニホームはまず階級を表示する表示義（デノテーション）であり、さらに彼に対する尊敬は共示義（コノテーション）である。表示義はシニフィアンとシニフィエ⁶⁹の関連から生まれて、共示義はさらに、サインとある文化に基づく感情と価値観の相互作用で生まれている⁷⁰。

⁶⁷ Fog, *The Supposed and the Real Role of Mass Media in Modern Democracy*.

⁶⁸ Ibid.

⁶⁹ Saussure のテオリーで「記号表現『シニフィエ』は意味を運ぶべき物的存在、そして記号内容『シニフィアン』はその意味となるべき心的概念である。記号とは、両者の連合的全体であって、つまりは意味づけをする構成体である。」フィスク, テレビを“読む,” 44.

⁷⁰ Fiske and Hartley, *Reading Television*.

写真はコノテーション⁷¹とデノテーションの符号の合計である。デノテーションの符号は技術的なツールで、コノテーションの符号はそのツールの追加に社会的な意味も与える。この理由で、コノテーションのためには、デノテーションが必要である⁷²。

コーディングの技術的なサポート

Fiske はコーディングを三つのレベルに分け、第一レベルは、現実のレベルであり、つまりある人の外見と服装、メイクアップ、振る舞い、スピーチ、音声、ジェスチャー、表現によって暗号化されている。第二のレベルは、表示のレベルで、カメラの動きと照明、編集、音楽、叙述によっても暗号される。第三レベルはイデオロギーのレベルで、テーマと統一されたイデオロギー（個人主義、人類主義、唯物論）によってさらに暗号される⁷³。

カメラの動きによっても視聴者の感情に影響を与えることができる。例えば、軍人を紹介するとき、軍人の肩の上からカメラを動かすと、私たち視聴者は軍人の立場から世界を見る。あるいは、ミッドショットとクローズアップは視聴者とキャラクターの間に親密な関係を作る。最大クローズアップは悪者を紹介するときによく使われている。悪意を見せるため、重要な質問に答える瞬間にカメラマンは最大クローズアップを使い、顔の一つの部分に集中する。ドキュメンタリーでは、最大クローズアップを使わない製作者が多い。最大クローズアップで出演者を見るのが、嘘や悪意が見えるという意味もある。使っている色によっても、視聴者を説得させることができる。英雄に使う色は黄色で、悪者には白である。会話では、英雄は冗談を言える余地があるが、悪者は全くない⁷⁴。

（４）メディア・イベントとしての謝罪会見

筆者は日本のメディアでよく現れている謝罪会見はメディア・イベントとして考えている。謝罪会見は Boorstin のメディア・イベントの４つの特徴のすべてに当てはまるからである。謝罪会見を事例にすると、報道されるために、わざと作られているイベントである。どの事件を考えても（SMAP の草薙剛の道で騒いだ事件、笹子トンネルで起こった墜落事故など）、実際の事件と謝罪会見の関連があいまいである。つまり、実際の出来事がある

⁷¹ Barthes のテオリーでは、写真に写されているものはデノテーションであり、どのように移されているかはコノテーションである。Fiske, *The John Fiske Collection*, 2010.

⁷² Gaszpor, *Tömeg/kommunikáció*.

⁷³ Fiske, *The John Fiske Collection*, 2010.

⁷⁴ Ibid.

いは、その出来事に対する謝罪はどちらをもっと報道する必要があるのかはあいまいである。勿論、謝罪会見は反省する、つまり自分が悪かったということを証明する目的で行われる。「申し訳ございません」ということを発言する謝罪者は自分が悪かったということをおもな意味で認めているだろう。視聴者にとってこのような謝罪会見での行動は重要な社会的な機能を持つだろう。一方、謝罪会見はメディア・イベントであることによって、どれくらい真実か、どれくらい報道する価値があるかを批判することができるだろう。

メディア・イベントの謝罪会見では、視聴者は参加者としても入っていることが少なくない。しかし、視聴者は謝罪会見をどのように解釈するかはメディアのアジェンダ・セッティングによって変わる可能性がある。メディアによって謝罪会見は中立な状態ではなく、ネガティブな状態として紹介されると、筆者は考える。謝罪者の目的は、謝罪会見ですでにネガティブの状態から自分の立場を中立の状態に戻すことである。

謝罪者の服装、振る舞い、話し方によって、視聴者の謝罪者に対する批判が異なる。さらに、カメラの動きによっても、視聴者は無意識的に説得させられる。謝罪者は重要な質問に答えるとき、視聴者の悪意を強調するため、カメラはよくクローズアップのショットを使っている。または、謝罪者の手、足、目にクローズアップするカメラの動きも珍しくない⁷⁵。

メディアにとって、謝罪会見は重要なイベントである。勿論ニュースとして使われているが、楽しませる役割もある。謝罪は本来私的な行動であるが、テレビに登場する場合には、メディアによって公的な行動となった。謝罪する側とそれを受ける側の行動は私的な行動としてはなくなった⁷⁶。私的な謝罪には視聴者は関係がなかったが、公的になってから視聴者も受け入れられたので多くの人が関心を持つに至った。視聴者が関心を持つと、メディアも注目し、報道する欲求も高まることになるだろう。

なぜ筆者は謝罪会見に関心を持つのかは、Umberto Eco の逸脱解釈⁷⁷で説明できる。日本の視聴者は以前から謝罪会見を見て、ニュースの一種類として解釈してきたのだろう。一方、海外から来日した筆者は、言語・文化・社会的な違いで、謝罪会見を日本人と違う視点からコーディングした。コーディングが違くと謝罪会見の解釈も異なる。違う文化・

⁷⁵ Ibid.

⁷⁶ Hearit, *Crisis Management By Apology*; Tavuchis, *Mea Culpa: A Sociology of Apology and Reconciliation*.

⁷⁷ Fiske and Hartley, *Reading Television*.

社会的な目線から見た謝罪会見の分析は日本人の視聴者の解釈も再コーディングできるだろう。

第2節 日本のニュースの生産体制の特殊性

日本と他国の主な新聞を見てみると、まず気づくのが、日本の新聞の第一ページに載せている記事は日本の他の新聞の第一ページとほとんど一緒であること。レイアウトだけではなく、書いてある内容と載せてある写真までも似ていることが分かる。一方、イギリスの *The Guardian* と *The Times* を比較すると、トップニュースの内容と写真も異なることに気づく。さらに、ハンガリーの *Népszabadság* と *Magyar Hírlap*⁷⁸を見てみると、同じ事件の場合でも新聞記者の意見は非常に異なっていて、記事自体は違う目線から紹介されていることである。日本の新聞はなぜそこまで似ているのかに違和感がある。その原因は、日本のマスメディアの歴史か、マスメディアの構造によるものであるかを明らかにする。筆者は、日本の新聞の記事が類似しているという不思議さを日本人の国民が感じているのか、あるいは外国人しか気づかないのかを疑問として考えている。

日本の新聞の発行部数を見てみると、世界最大であることが分かる。しかし、世界的に珍しいのが、日本の新聞社の多くは、朝刊と夕刊も発行し、これをセットとして販売している場合が多いことである。⁷⁹

Gamble と *Watanabe*⁸⁰はこれを強く批判し、西洋のメディアでは夕刊がほとんど存在しないと述べている。日本では、一般紙、スポーツ紙と専門紙を比較することができる上、発行エリア、発行形態によっても細かく分類することもできる。

放送メディアの場合、他国と同じく公共放送局と民間放送局を区別できる。日本の場合、公共放送局は *NHK* 一局であり、それは全国放送で、全国を一つの事業体でカバーしている。一方、日本の民間テレビとラジオ放送は一つ以上の放送局を同時に経営することが禁止されているので、外国でよくある全国で放送できる民間テレビネットワークが日本には存在しない。しかし、1950年代から新聞社と放送局が系列を結び、全国で放送することが

⁷⁸ ハンガリーでは新聞の中で、扇情新聞と一般新聞を比較する。IPSOS 企業の調査によると、一般新聞のなか、もっとも読まれているのが *Népszabadság* ネープサバドシャグ（国民自由）と *Magyar Nemzet* マジャールネムゼト（ハンガリー国民）である。<http://www.piackutatasok.hu/2012/01/ipsos-2-sajtotermek-olvasottsaga-2011.html>

⁷⁹ 藤竹暁, 図説 日本のマスメディア.

⁸⁰ *Gamble and Watanabe, A Public Betrayed.*

出来るようになった⁸¹。基本的にニュースを東京地方で作リ、自分の系列にある東京以外
 の他局に渡す。一方、すべての番組を一つのキー局から出すことが法律的に禁止されてい
 るので、ローカル局も自分たちで番組とニュースも作っているが、それは非常に少ない⁸²。

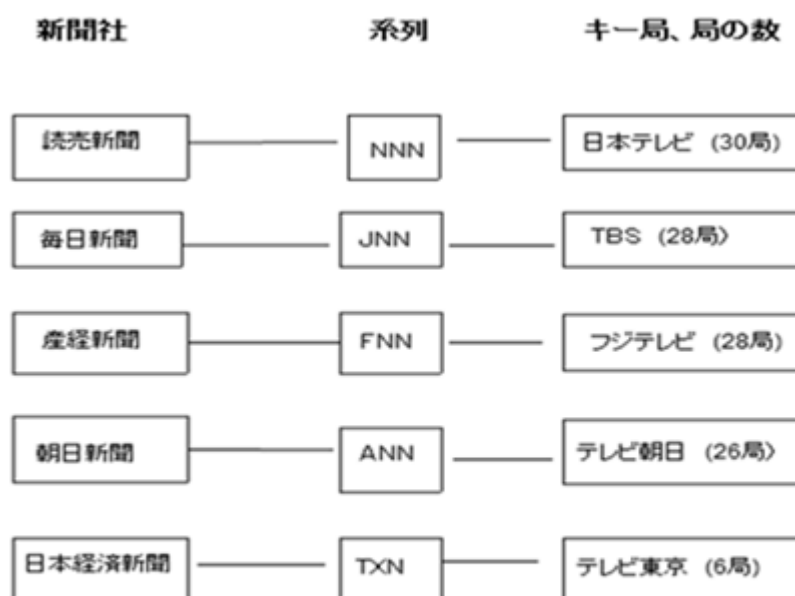


表1. 新聞とテレビ局の系列

表 1 は日本の新聞社とテレビ放送局のネットワークの系列を表している⁸³。各新聞は自
 分のニュースネットワーク企業とテレビ放送局を持つ。即ち、日本では新聞と通信社とテ
 レビ局による系列が存在する。系列のメリットは、キー局が制作した番組を同じ系列の局
 に販売し、全国で放送することが出来ることである。ローカル局にとっての系列のメリッ
 トは番組制作の努力をしなくても、キー局から番組を得ることが出来ることである。系列
 の存在によっては、番組だけではなく、ニュースの類似性も見られる。キー局が取材した
 ニュースをローカル局に渡し、ローカル局が取材したニュースをキー局によって他のロー

⁸¹ 当時、日本の民間放送テレビ局、日本テレビは読売新聞と設立時の資本金の抛出の他に、新聞社から放
 送局へのニュース素材の提供・役員・社員の派遣などで強化されていた(藤竹暁 2005)。

⁸² Onoe and Sakamoto, *A Televizio Tárdasalmi Hasznossága*.

⁸³ 読売新聞は NNN ネットワークにつながっており、30 局を持ち、キー局は日本テレビである。毎日テ
 レビは、JNN ネットワークにつながっており、28 局を持ち、キー局は TBS テレビである。産経新聞は
 FNN ネットワークにつながっており、28 局を持ち、キー局はフジテレビである。朝日新聞は ANN ネット
 ワークにつながっており、26 局を持ち、キー局はテレビ朝日である。日本経済新聞は TXN ネットワー
 クにつながっており、6 局を持ち、キー局は東京テレビである。

カル局に渡すので、ニュースがほぼ同じになるのである。外国であるテレビ系列によってのニュース類似は珍しくはないが、全国全ての局のニュースの類似は非常に違和感がある。たとえば、朝の 8 時のニュースを比較すると、各局でニュースの内容、ニュースの順番、そしてニュースで使われている映像も似ている。筆者は、ニュースの類似は日本の特別なメディア構造 (= 「記者クラブ」制度の厳しさ) から生まれたものだと考えている。

(1) 記者クラブ制度

1993 年に日本の皇太子妃を選ぶ出来事があった。日本のメディアはその出来事に非常に注目し、報道し始めた。しかし、日本新聞協会のとりまとめと自粛 (協定) で記者は皇太子妃について報道することが禁止された。報道禁止期間は 1993 年 1 月末まで続いたはずだったが、事件が起きた。日本のメディアはこの協定に従い、まったく報道しなかったが、外国ジャーナリストが皇太子妃が決まったということを知り、1993 年 1 月 6 日に *Washington Post* の本社に情報を送ったのである。日本新聞協会は危機感を感じた。情報協定には従うべきだったが、日本の国民は皇太子妃が選ばれたことを外国のメディアから知ると、日本のメディアは批判されるはずだからだ。さらに、日本のメディアから知らなければ日本国民の面子 (プライド) が傷つく状況にあったので、結局、編集委員会の責任者は正式に協定を終了し、CNN、AP、Reuters、AFP が情報を報道した同日の午後 8 時 45 分に、日本の二つの通信社⁸⁴が皇太子妃のニュースを伝えた。⁸⁵

なぜ、日本のメディアではこのような大切なニュースが秘密とされるのか。どのような厳しい制度によって、記者の誰もが情報を報道しないのか。日本以外の多くの国では、ジャーナリストは「外」の立場に立って、政治について情報を得たら、すぐ国民に知らせ、国民を注意する義務を持っていると考えられている⁸⁶。一方、日本のメディアは政府とともに「内」の立場にいて、外にいる国民とは違う利害を持っている⁸⁷。

⁸⁴ 共同通信社と時事通信社

⁸⁵ *Freeman, Closing the Shop: Hirose, The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future.*

⁸⁶ *Akhavan-Majid, The Press as an Elite Power Group in Japan.*

⁸⁷ *Cooper-Chen and Kodama, Mass Communication in Japan.*

以上のような理由で、外国のジャーナリストは“ウオッチ・ドッグ＝番犬”と呼ばれているが、それより日本のジャーナリストは“ラップドッグ”のイメージがある。ラップドッグは政府に対して素直で従順であり、“政府ジャーナリズム”に見出せるようなものである⁸⁸。

独占された組織

「記者は頭より足の方が大切である」⁸⁹

外国人の記者は、毎日ニュースを報道するため、自らニュースを探し、目を凝らしながら道を歩いている。周りに起きている出来事を一般人と違う目で見、ニュースになりそうなことを探している。

一方、日本の記者は毎日朝から記者クラブへ行って、その場で一日を過ごして、そこから帰る。自らニュースを探ることがまったくなく、形式的なイベント、「記者会見」または、非公式なイベント「懇談⁹⁰」などに参加する。⁹¹

記者クラブは、「日本新聞協会⁹²加盟社の社員である、常駐記者達が日本の官庁など公的機関の重要な情報源の建物の中にある記者室を独占的に使用し、排他的に取材・報道する日本独自のユニークな記者団体のことである」⁹³。記者クラブという特別なシステムは、独占的に権力へのアクセスを持ち、記者室あるいは、記者会見の主権権を持つということが世界的に珍しい⁹⁴。日本新聞協会の1949年のガイドラインによると、記者クラブという独占的組織の設備（記者部屋、記者会見室）は会員しか使えない。外国人の記者もこれが原因で長く記者クラブでの取材を拒絶されていた（Hirose: 71）。そのため、外国のジャーナリストから記者クラブ制度は非常に批判された。現在は外国の記者と日本のフリージャーナリストが記者会見にオブザーバー（観察者）として参加ができる⁹⁵。記者クラブの

⁸⁸ Freeman, *Closing the Shop*.

⁸⁹ Alsop and Alsop, *The Reporter's Trade*, 5.

⁹⁰ ニュースソースとお話しながら重要な情報を得ることができる機会である。Hirose, *The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future*.

⁹¹ Ibid.

⁹² 全国の新聞と放送企業と通信社を集める協会である。しかし、日本放送協会はメンバーしか入れず、報道機関は全て加盟した（Hirose: 68）。

⁹³ 浅野健一、記者クラブ解体新書。

⁹⁴ Ibid.

⁹⁵ 中央官庁の記者クラブのメンバーは記者会見場、記者室と警備を無料で使い、毎月の会費は数百円から数千円ぐらいである。一方、自由報道協会の記者は、記者室を使えず、記者会見場と警備を有料で使うこ

中には、階級があり、質問する権利を持つ記者と持たない記者、あるいは、オブザーバーが区別されている⁹⁶。

ディビッド・マックニール英インデペンデント紙東京特派員によると、記者会見では最初に大手マスコミが質問する。外国人は最後まで待たされる。外国人の質問が始まる前にカメラマンたちはみんな部屋から出て行く。そして、最後にどんなに手を上げて、無視され、質問ができないことが多い。また、皇太子がモンゴルに行く前の記者会見で「この質問はよくない」と記者に言われて、答えてくれなかったこともあった⁹⁷

現在、15社のメイン報道機関が記者クラブに入っている。この15社とは、5大新聞社（読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、日本経済新聞、産経新聞）と3ブロック新聞社（中日、西日本、北海道）の、5大ネットワークのテレビ局（NHK、NNN、JNN、FNN、ANN）、そして時事通信社と共同通信社である。なお、TXNネットワーク（テレビ東京）は記者クラブには入っていないため、TXNネットワークは通信社の情報に頼っている⁹⁸。現在、記者クラブの数は不明であるが、全国で大体800以上あると予想されている⁹⁹。1966年には、警視庁クラブで140人の記者が働き、外務省の霞クラブ¹⁰⁰では180人だった。最高裁判所には71人の記者、永田町クラブで70社の報道機関から300人の記者がいた¹⁰¹。この数は毎年増えており、現在一番大きい記者クラブは永田町にあり、永田クラブ¹⁰²には記者およそ600人（その内130人はオブザーバー）が働いている¹⁰³。

なぜ、フリーランスの記者と外国人のジャーナリストが記者クラブに加盟できないのか。記者の数をなぜ増やさないのか。Feldman¹⁰⁴によると、記者クラブは社会的なセッティングがあり、仲間を作り、秘密を交換したりする組織である。「カルテルのメンバーが増加することによって、カルテルを破って得られる利益は、カルテル破りが見つかって罰を受

とができる。年間費は10000円である。外国人記者の場合は、記者会見場、記者室、警備も有料で使えるが、月会費は11000円、入会金37500円、保証金40000円がかかるIbid.。

⁹⁶ 畠山, 記者会見ゲリラ戦記.

⁹⁷ 浅野健一, 記者クラブ解体新書.

⁹⁸ Feldman, *Politics and the News Media in Japan*.

⁹⁹ 藤竹暁, 図説日本のマスメディア.

¹⁰⁰ 外務書の記者クラブ

¹⁰¹ Kim, *Japanese Journalists and Their World*, 45.

¹⁰² 総理大臣官邸の敷地内にある記者クラブ。永田クラブ所属の記者は、主に内閣総理大臣、内閣官房長官、内閣官房副長官、首相官邸や内閣府の取材を担当する。 <http://ja.wikipedia.org/wiki/記者クラブ一覧> 2014.2.12.

¹⁰³ Hirose, *The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future*.

¹⁰⁴ Feldman, *Politics and the News Media in Japan*.

けることで生じる損失よりも早く増加する¹⁰⁵」。もし、記者の人数が増えると、この社会的なセッティングはどう崩れるか、記者クラブに入っていた記者達の情報カルテルに他の記者はどのように影響するのか、記者クラブ自体には恐ろしい将来だろうと筆者は考える。

記者クラブのルール

記者クラブには、いくつかのルールがある。ルールを破った記者は罰金を課せられるか、あるいはクラブから除名させられる。よくあるケースで、記者がクラブから除名される理由は、記者に書かれた記事が情報源の好みではなかった場合である¹⁰⁶。Inoueによると、この理由で、記者の主な目的は、メディアを利用しているオーディエンスを報道することより、記者クラブのルールを守ることにあるという¹⁰⁷。

記者クラブのルールの一つは、「黒板協定」である。記者クラブの黒板に書かれているニュースについては報道することが禁止されているということである¹⁰⁸。このルールの「重要な機能の一つは、公的機関が提供する情報の流れを制限し、あるテーマの情報入手をめぐる記者間競争を抑制することと言える」¹⁰⁹。筆者が考えるのが、記者クラブは情報源との独占的な関係のためだけではなく、他の記者との親密な関係を守るためにもある。記者はお互いにライバルであるはずだが、日本ではライバルとうよりお互いパートナーになっている。重要な情報を速く手に入れても、他の記者が同じ情報を手に入れるまで、黙って国民には知らせない。さらに、記者が他の記者に情報を伝えることも珍しくない。つまり、記者クラブは記者友好協会とも呼べるだろう。記者クラブをスポーツ競技として考えてみると、次のようになる。マラソン大会は競争であり、一番早い人が優勝する。一方、走っている人はみんな手をつないでゴールを一緒に渡れば、競争の意味はなくなるだろう。そして速さの意味もないだろう。

さらに、記者クラブでもう一つ珍しいルールがある。記者は情報をどこから、誰から得たかによって、情報源を特定させないための専門用語が存在する。例えば、「政府筋」または「政府高官筋」と書いていると、情報は政府のどこかから得たことを示している¹¹⁰。

¹⁰⁵ Freeman, *Closing the Shop*.

¹⁰⁶ Ibid.

¹⁰⁷ IN:Gamble and Watanabe, *A Public Betrayed*.

¹⁰⁸ Feldman, *Politics and the News Media in Japan*.

¹⁰⁹ Freeman, *Closing the Shop*.

¹¹⁰ Ibid.

「文部省筋」というのは文部省で働いている人からのニュースであることを示している¹¹¹。情報源の名前を特定しないケースは、勿論外国にもあるが、政治関係の情報で名前が特定されていないと、なぜ特定していない情報なのかと怪しくなる。もし政治家が秘密をばらしたら、なぜ記者が全員、同じ情報を分かっているのかも違和感が残る。

外国での記者クラブの有無

イギリスのプレスクラブは18世紀に設立され、それに基づいてオーストラリアと日本の記者クラブが作られた。もともと記者クラブの制度は世界で同じであるが、文化的な違いで異なる。日本の記者クラブはほぼ50年間、与党が自民党のままだったので、極端になったといわれている¹¹²。

研究者によって、日本の記者クラブはよく批判されている。アメリカ、イギリス、オーストラリア（US National Press Club、The Lobby、Canberra Press Gallery）と日本の記者クラブはかなり違って、プレスクラブに記者が入れるかどうかは政治によって決められている。しかし、日本では記者クラブ制度が誰を仲間にするかを判断している¹¹³。イギリスの記者はLobbyに入ると、他の記者にではなく情報源に注目し、話しをする¹¹⁴。その上、日本に存在する情報共有のための特別な集まり（懇談¹¹⁵、夜討ち¹¹⁶）はアメリカとイギリスのプレスクラブには存在しない¹¹⁷。日本の記者クラブは欧米のプレスクラブとはあまりにも違っているので、英語でプレスクラブと訳すのは間違っている¹¹⁸。

Kraussによると、日本と外国の記者クラブの大きな違いは、日本の記者クラブはどこにも存在するということである。出版メディアと放送メディアでも必ず現れる¹¹⁹。このこ

¹¹¹ Feldman, *Politics and the News Media in Japan*.

¹¹² O'Dwyer, *Japanese Kisha Clubs and the Canberra Press Gallery*.

¹¹³ Kelly, Masumoto, and Gibson, *Kisha Kurabu and Koho*.

¹¹⁴ Freeman, *Closing the Shop*.

¹¹⁵ 情報を集めるための一つの方法であり、情報源と親密に話のできる機会である。Feldman, *Politics and the News Media in Japan*.

¹¹⁶ 夜、政治家は家で行っている、非公式なミーティング

¹¹⁷ Feldman, *Politics and the News Media in Japan*.

¹¹⁸ 浅野健一, 記者クラブ解体新書.

¹¹⁹ Krauss, *Broadcasting Politics in Japan*.

とは、日本におけるメディアと政府や企業との協力的な繋がりが存在するというひとつの根拠といえるかもしれない¹²⁰。

記者クラブは民主主義の機能ではなく、民主主義の結果である。オーストラリアの記者クラブの政治的平等は、野党と他の小さな党の存在に守られている。一方、日本では記者クラブが同質方向により発展し、1955年から対抗できる野党が存在しないので、徐々に与党の支配で動くようになった¹²¹。

番記者

記者クラブは芸者クラブと同じことである。日本の社会では、芸者はみんなスポンサーがいて、芸者と同じように記者にも政治家のスポンサーがいる¹²²。

日本の記者クラブでは、もう一つ外国の研究者¹²³によく取り上げられている珍しいことがある。ある記者は毎日同じ一人の政治家に自宅から職場まで同行し、政治家と親しい関係を作り、秘密な情報を集めている。この記者は「番記者」または「ウォッチ記者」と呼ばれている。番記者は特別な記者で、5-7人のグループで、一人の政治家につながって、その政治家から記者会見では知らされない情報を得る¹²⁴。番記者は自分の情報源（政治家）とよい関係を築き、情報源と毎日懇談を行う。この親密な関係の結果、情報源は記者に広報していない情報または秘密を教えることがあるが、その情報を公開することは禁止されている¹²⁵。

また、番記者は政治家だけではなく、政治家の家族ともよい関係を作るのが大事である。例えば、政治家の家族の誕生日にプレゼントを送ることも珍しくない。情報源とよい関係

¹²⁰ Gibson, *Japanese Media Relations*.

¹²¹ O'Dwyer, *Japanese Kisha Clubs and the Canberra Press Gallery*.

¹²² Sherman, *Pack Journalism, Japanese Style*, 39.

¹²³ Feldman, *Politics and the News Media in Japan*; Cooper-Chen and Kodama, *Mass Communication in Japan*; Freeman, *Closing the Shop*.

¹²⁴ Cooper-Chen and Kodama, *Mass Communication in Japan*.

¹²⁵ Feldman, *Politics and the News Media in Japan*.

を作ることは、情報を集めるための基本である¹²⁶。Feldman によると、記者は、記者会見で情報の 20%、懇談¹²⁷と夜討ちで情報の 80%を得ることが出来るとのことである¹²⁸。

しかし、筆者の疑問は、記者は夜討ち中に秘密の情報を分かったとしても、報道することができないのでは意味がないのではないかということである。1976 年当時の内閣総理大臣、田中角栄のロッキード事件¹²⁹について、番記者は全員知っていたが、文藝春秋¹³⁰と Los Angeles Times が取り上げるまでは誰も報道しなかった¹³¹。また、1989 年に当時の内閣総理大臣、宇野宗佑の事件¹³²も The Washington Post が取り上げるまで、国内新聞はどこも事件に触れなかった¹³³。このように、秘密の情報が分かっても記者がその情報をどのように扱うか筆者は疑問である。

(2) 日本の記者クラブの歴史

記者クラブの制度は 1890 年からの長い歴史を持ち、当時「議会出入記者団」として始まった。正規の記者クラブは、その後「同盟新聞記者倶楽部」と名づけられた。それは排他的な組織であり、地方都市の記者はほとんど加入できなく、当時から「記者倶楽部」の存在は批判されていた。1910 年には、ほとんどの政府機関で記者クラブが設立され、特別な部屋と家具と設備が記者に用意されていた。1925 年に 37、1931 年に 51、1939 年には 84 に記者クラブが増えた。第 2 次世界大戦後、記者クラブの制度は再編成され、日本新聞協会に採択された¹³⁴。1970 年代までは外国の記者は記者クラブに加盟できず、記者会見にも参加することができなかった。しかし 10 年後、オブサーバーという制度が作られ、外国

¹²⁶ Freeman, *Closing the Shop*.

¹²⁷ 情報を集めるための一つの方法であり、情報源と親密に話のできる機会である。Feldman, *Politics and the News Media in Japan*.

¹²⁸ Ibid.

¹²⁹ 国内航空大手の全日本空輸（全日空）の新ワイドボディ旅客機導入選定に絡み、自由民主党衆議院議員で前内閣総理大臣の田中角栄が、1976 年（昭和 51 年）7 月 27 日に受託収賄と外国為替・外国貿易管理法違反の疑いで逮捕され、その前後に田中以外にも運輸政務次官佐藤孝行や元運輸大臣橋本登美三郎 2 名の政治家が逮捕された。<http://ja.wikipedia.org/wiki/ロッキード事件>

¹³⁰ 週刊誌と月刊誌を持つ出版社は記者クラブに入っておらず、記者クラブのルールを守る必要がなかった。調査ジャーナリズムが行っている週刊誌 O'Dwyer, *Japanese Kisha Clubs and the Canberra Press Gallery*.

¹³¹ Gamble and Watanabe, *A Public Betrayed: Horsley, A Konformista Japán Televízió- Tiszteletudó Vétel*.

¹³² 内閣総理大臣宇野宗佑は性的な関係をもつために芸者に金銭を支払った事件があった。

¹³³ Sherman, *Pack Journalism, Japanese Style*.

¹³⁴ Hirose, *The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future*.

の記者は観察者として会見に入れたが、質問することはできず、記者会見後の懇談にも参加できなかった¹³⁵。共同通信社によると、1986年の時点で、全国で記者クラブに加盟していた記者の数は611人だった¹³⁶。

1992年にWashington D. C.のNational Press Clubは日本の記者クラブ制度は言論の自由を守っていないという理由で、日本新聞協会に抗議の手紙を出した。全ての記者が公平に記者クラブに加入出来、記者活動を開始出来ることを要求した。手紙の結果として、霞クラブはAPとReutersの記者に公開され、本格的な記者として認められた¹³⁷。しかし、他のクラブは、外国メディアと日本のフリーランス記者と雑誌記者をオブザーバーとしてしか認めず、質問する権利と懇談に参加する権利を与えなかった。

2002年10月に外国の記者はヨーロッパ連合に日本の記者クラブ制度に対する抗議文書を提出し、ヨーロッパ連合は日本の記者クラブに次のことを書いた。

”It unfairly makes them (foreign journalists) slower to bring information to their audience than domestic organizations, and, unable to put questions on the spot, force them to rely on secondhand information.”¹³⁸

つまり、日本の記者クラブ制度は外国の記者に対して、国内記者より情報を与えることを遅らせることで不公平を生じさせている。また、外国の記者に会見中に質問をさせないことにより、間接的な情報源に頼ることを強制させる、と抗議したのである。しかし、この抗議による変化はほとんど見られなかった。

2010年4月に学者とジャーナリストのグループは日本政府に手紙を送り、日本の記者クラブ制度を「報道カルテル」と呼び、政府にフリーランス記者の記者クラブ内での取材活動の自由を要求した。当時与党であった民主党の鳩山内閣は、記者クラブを撤廃する権利と目標も持っていたが、成功させることはできなかった。四つの省だけは記者の接近方法を変えることができた。一方、制度はほとんど変わってない¹³⁹。これについて勿論、日本のキー局のメディアはどこも報道しなかった¹⁴⁰。

¹³⁵ Ibid.; 畠山, 記者会見ゲリラ戦記.

¹³⁶ Freeman, *Closing the Shop*.

¹³⁷ Hirose, *The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future*.

¹³⁸ Inoue, *Japan's Press Club System and Its Impact on Media Relation Practices*.

¹³⁹ 山田, 言論の自由.

¹⁴⁰ Gamble and Watanabe, *A Public Betrayed*.

(3) 日本の記者クラブのメリット・デメリット

日本の記者クラブ制度について 1980 年代から数多くの文献に書かれてきた。著者のほとんどが、日本の独特の情報カルテルのデメリットについて記している¹⁴¹。また、記者クラブのメリットについても少し記されている。

記者クラブのメリット

- ① 記者クラブは非常に効果的な組織であり、記者クラブを通して、情報源は簡単に記者まで情報を届かせることができる。情報源の目線から見ると、記者とは個別に対応せず、一人一人探さなくてもよい。記者会見を開き、記者クラブに情報を提供すればよいので、発表側にとっては都合のよい組織でもある。情報を急いで報道するとき効果的なやり方である。¹⁴²
- ② 記者クラブは秘密の組織である。記者にとっては、大切なニュースに間に合わないことはありえない。記者クラブに入ると、他の記者との信頼関係を作り、大事な情報はいつ、誰に発表すればよいか、情報をすべてお互いで相談し、記者は部屋にいただけで情報を集められる。さらに、記者会見は集団で行うことによって、情報源からより多くの情報を引き出すことができるというメリットもある。¹⁴³
- ③ さらに、日本新聞協会の目線から見ると、記者クラブは信頼関係に基づいているエリートクラブである。加盟している記者は、クラブのルールを守り、許されていることについてしか報道しない。つまり、日本新聞協会が情報を禁じているとき¹⁴⁴、クラブの全員はルールを守って、情報を流さない。これはまさしく安全な

¹⁴¹ Freeman, *Closing the Shop*; Feldman, *Politics and the News Media in Japan*; Pharr and Krauss, *Media and Politics in Japan*; Gamble and Watanabe, *A Public Betrayed*; Hirose, “The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future”; Kim, *Japanese Journalists and Their World*; Inoue, “Japan’s Press Club System and Its Impact on Media Relation Practices”; 小倉 and 瀬木, コミュニケーションする PR; 山田, 言論の自由; 藤竹暁, 図説 日本のマスメディア; 島山, 記者会見ゲリラ戦記; Cooper-Chen and Kodama, *Mass Communication in Japan*; 上杉隆, 新聞・テレビはなぜ平気で「ウソ」をつくのか。

¹⁴² 藤竹暁, 図説 日本のマスメディア; Hirose, *The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future*.

¹⁴³ Hirose, *The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future*; 藤竹暁, 図説 日本のマスメディア。

¹⁴⁴ 1993 年に日本の皇太子妃の出来事

情報カルテル¹⁴⁵である。

記者クラブのデメリット

- ① 日本の記者は調査ジャーナリズムを全く行わずに情報を集めていることだけ、多くの研究者は日本の記者クラブ制度を批判する。日本の記者は怠け者と考えられ、自ら情報を探さず、記者室にいて、記者会見に参加するだけで、報道することができる¹⁴⁶。全ての記者は同じ機関につながり、お互いに情報を伝えたりするので、重要な情報をミスする恐れがない¹⁴⁷。ニュースを他の記者より速く自ら見つけなければならないプレッシャーと刺激を日本の記者は知らない。ジャーナリズムは、外国と日本では違うように定義されていると考えられているだろう。
- ② 政府機関と他の情報源などは、記者クラブを自分のパブリック・リレーション活動の一つとして考えられている。これはアナウンス・ジャーナリズムと呼ばれて、記者はアナウンスの役割を持つ¹⁴⁸。記者は政府機関のただの情報移転する機械として使われている。
- ③ 国民にとって記者クラブの大きなデメリットの一つはニュースが類似してしまうことである。日本の新聞とテレビの報道の類似性は非常に高い。この原因としては、日本では100年前と同じように個人個人の意見を出さずにみんなと同じ意見の方が強いからである。更に他の国と違って、日本の公共放送局に対する信頼性が高い。¹⁴⁹
- ④ 記者クラブ制度が最も批判されている理由は、外国の記者とフリーランスの記者が自由に取材を出来ないことである。一方、現在多くの機関には、外国記者とフリーランス記者は参加することが出来たが、自由に質問し、記者会見の後に行われる懇談に参加することは出来ない。この事態は言論の自由を奪うものと批判さ

¹⁴⁵ Laurie Anne Freeman は *Closing the Shop, Information Cartels and Japan's Mass Media* の本で情報カルテルと言う表現を使っている Freeman, *Closing the Shop*.

¹⁴⁶ Hirose, *The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future*.

¹⁴⁷ 小倉 and 瀬木, コミュニケーションする PR.

¹⁴⁸ Hirose, *The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future*.

¹⁴⁹ Kim, *Japanese Journalists and Their World*; Hirose, *The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future*; Horsley, *A Konformista Japán Televízió- Tiszteletudó Vétel*.

れている¹⁵⁰。

- ⑤ アメリカのメディアは情報を得たらすぐ視聴者に報道するが、日本の記者はメディア機関に相談し、許可をもらってから報道する¹⁵¹
- ⑥ Pharr and Krauss によると、日本の記者は情報源との親しい関係が理由で、客観的な報道が出来なくなっていると述べている。記者は情報源に頼っているので、この頼りによって自由性をなくしてしまう。この結果として、記者は情報源の目で、情報源の好みで報道する恐れがある。¹⁵²

本節の結論

日本の記者は「知らせる権利」を「自ら知らせたい権利」として定義する。¹⁵³

日本国憲法第二十一条によると、「集会、結社及び言論、出版その他一切の表現の自由は、これを保障する。検閲は、これをしてはならない。通信の秘密は、これを侵してはならない¹⁵⁴」。一方、雑誌記者と評論家である岩瀬達也によると、日本の記者は嘘を書かないが、心地よくないニュースを書くのも避ける¹⁵⁵。それは「グッド・ニュース・オンリー」システムあるいは、「フェイバラブル・ニュース・オンリー」ポリシーとも呼ばれている¹⁵⁶。日本のメディアは対立を静める目的を持ち、その理由でよろしくないニュースを報道しないことが多い¹⁵⁷。あるニュースを報道するかどうかメディアが自ら決めて、その決め方のガイドラインも自分で考える¹⁵⁸。Sherman は2年間日本のNHKで働いて、彼は、日本のジャーナリストが「検閲の文化」に住んでいると述べた。彼らは社会的な役割によってよくない、またはショッキングなニュース（特に、権力を持つ企業か機関に対するニュ

¹⁵⁰ Inoue, *Japan's Press Club System and Its Impact on Media Relation Practices*; Freeman, *Closing the Shop*; Feldman, *Politics and the News Media in Japan*; 山田, 言論の自由; Cooper-Chen and Kodama, *Mass Communication in Japan*; 畠山, 記者会見ゲリラ戦記.

¹⁵¹ Freeman, *Closing the Shop*.

¹⁵² Pharr and Krauss, *Media and Politics in Japan*.

¹⁵³ Brown and Lee, *The Japanese Press and the 'People's Right to Know.'*

¹⁵⁴ <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S21/S21KE000.html> 2014. 2.20.

¹⁵⁵ Gamble and Watanabe, *A Public Betrayed*.

¹⁵⁶ 原, “発表ジャーナリズム時代への抵抗.”

¹⁵⁷ Wolferen, *The Enigma of Japanese Power*.

¹⁵⁸ Tsuruki, *Frame Imposing Function of the Mass Media As Seen in the Japanese Press*.

ース)を隠すことができる¹⁵⁹。アメリカでは記者はまずニュースについて考える。一方日本では、特に政治のテーマでは、まず考えられるのが国の利益であり、さらに記者が所属している企業の利益であり、最後に記者としてニュースを報道することである¹⁶⁰。そうすると、日本では言論の自由があるかということを研究者によく批判される。さらに、これはジャーナリズムと呼べるのかとの批判もある¹⁶¹。Kase は日本のジャーナリズムにはバイアスがあると述べた。ソ連と中国でも外国の記者が接近することが出来ないところがいくつかあり、その時には本当の事情を知らないので、記者は表面的な見方しか出来ない¹⁶²と考えられている。日本の記者は西洋ジャーナリズムに関心があるけれど、実際、この二つはかなり離れている。評論家の岩瀬達也によると、日本は西洋ジャーナリズムの「ハードウェア」(見た目)を持っているが、「ソフトウェア」(能力)がない¹⁶³。

Freeman によると、日本の文化をもとに考えて、記者クラブの制度では、記者会見は「建前」であり、懇談は「本音」である。しかし、「本音」の懇談で聞いた情報を記者は報道することが出来ない¹⁶⁴。Gibson は、日本の記者は国民に情報を知らせる欲求がなく¹⁶⁵、自分の情報源に好ましい記事を書くという目的があるとしている。さらに、メディアは、情報を解釈して報道することによって、我々の社会的な世界を規定するための現在進行形の枠組みを与えるのである¹⁶⁶。このように強く情報をコントロールしている日本のメディアでは、新聞記事あるいは、テレビニュースの類似があることに驚かない。多様性が本当でないメディアでは、自然的な結果として、権力者が見ている、あるいは権力者が見てほしい世界の姿を過度に強調することになってしまう¹⁶⁷。これが日本のメディアの本当の目的だと思われる。一方、それはメディアだけではなく、メディアと強く繋がっている政府との目的でもあるだろう。Freeman によると、強く批判されているのが、日本のメディアはアジェンダ・セッティングをしておらず、メディアの代わりに日本の他の機関、例えば政府がアジェンダ・セッティングをしていることである¹⁶⁸。

¹⁵⁹ McManus, *A Market-Based Model of News Production*.

¹⁶⁰ Sherman, *Pack Journalism, Japanese Style*, 40.

¹⁶¹ Vanden Heuvel and Dennis, Everette, *The Unfolding Lotus: East Asia's Changing Media*.

¹⁶² 恒存, 新聞のすべて.

¹⁶³ Gamble and Watanabe, *A Public Betrayed*.

¹⁶⁴ Freeman, *Closing the Shop*.

¹⁶⁵ Gibson, *Japanese Media Relations*.

¹⁶⁶ Freeman, *Closing the Shop*.

¹⁶⁷ Bagdikian, *The New Media Monopoly*.

¹⁶⁸ Freeman, *Closing the Shop*.

もし、日本のメディアが国民に知らせたいという欲求があるのであれば、まず、記者クラブ制度を外国の記者と日本のフリーランス記者に開放し、言論の自由を養しなうことだろう。これとともに、日本のジャーナリズムの質も上がってくるだろう。一方、これによって、日本の大手メディアの独占的な立場もなくなるだろう¹⁶⁹。

記者クラブは、取材源とニュース市場の独占を推進するための重要なメカニズムになった。メディアは情報をコントロールすることで、政府の重要な道具として機能し始めた¹⁷⁰。Hallin と Manchini によるメディアと政治の制度によると、さまざまな国で政治へのオリエンテーションの有無がはっきり見える。ある制度で、記者は視聴者を説得させる義務を持つが、他の制度では、自分がただの情報通信者として考えられている。政治的なオリエンテーションと専門職業意識は強い関係を持つ。政治的なオリエンテーションが高い国では、メディア企業は政治と強くつながり、記者は積極的に政治化する。一方、そのような国では専門職業意識は低くなり、記者の自治権も少ない¹⁷¹。

(4) 謝罪会見と記者クラブの関連

日本の記者クラブによる強いコントロールの影響で、日本と外国のジャーナリズムの方法が異なるといえるだろう。日本ではニュースに類似性があり、外国では新聞とテレビごとに違うテーマが報道される。日本で謝罪を行うケースを見てみると、メディアはほとんどの謝罪会見を同じように否定的に報道する。外国では、メディアがさまざまな意見を表明するが、日本では全部のメディアが同じ立場になっている。それが日本では記者クラブの存在があるからメディアの権力があると考えられている。その権力の影響で、すべてのメディアが認める謝罪会見の形が生まれてきたのだろう。2章で説明した通り謝罪者は日本のメディアの権力を理解し、メディアの目線から隠れるため、メディアが期待している適切な謝罪会見を演じられるために努力している。なぜ日本人は努力するか次の文化の3節で明らかにする。

¹⁶⁹ Hongo, *Group Seeks 'kisha Club' Shutdown*.

¹⁷⁰ Freeman, *Closing the Shop*.

¹⁷¹ Hallin and Mancini, *Comparing Media Systems*.

第3節 謝罪の文化的な背景

本節ではさまざまな文化圏で行われている人間行動の差異を明らかにしていく。仮説としては、各文化圏で、それぞれの教育によって、人間関係のレベルと質、または相互関係が異なると考えられる。Goffman によると、人間はみんな同じであると述べており、周りにある社会が人間を動している。「人々が一つの普遍的な人間性をもっているものなら、その人間性を説明するために人びと自身を考察してみてもあまり意味がない。むしろ、人々がいろいろな社会をつくるものであるなら、それらの社会はその成員たちを社会的出会いへの自制心をもった参加者として動員するはず」¹⁷²と述べていることに注目しないといけない¹⁷³。

本論文は基本的に謝罪の行為に注目するが、比較研究には謝罪だけではなく、他の行為についても考える必要がある。人間対人間、人間対所属しているグループ、さらにグループ対グループの間の振る舞いを理解する必要があると考えられる。孤立している日本文化圏と多種多様な民族が混合している欧米文化圏ではあまりにも違っており、多くの学者の注目を引きつけた。このことを考慮すると、文化圏の差異を無視して、比較研究をすることは大きな間違いであると考えられる。

文化とは何か

「牛の群れ」を対象にすると、社会学者は「群れの周りのフェンス」を研究する。そのフェンスを群れが自分で作ったのか、変えたかったら変えられるのかなどを調べる¹⁷⁴

「文化は私たちと一緒に生まれたものではなく、社会化されるときに親から、学校から、メディアから学ぶものである」¹⁷⁵。文化を定義してみると、ある集団のメンバーが同じ価値観を持っているという意味でとなる。文化と文化の間には、正しいものと正しくないという基準は存在せず、文化と文化は階層的にも比較できない。一方、文化は自分の周りの

¹⁷² ゴッフマン、儀礼としての相互行為—対面行動の社会学、44.

¹⁷³ ゴッフマン、儀礼としての相互行為—対面行動の社会学.

¹⁷⁴ Elster, *Explaining Social Behavior*.

¹⁷⁵ Malota and Mitev, *Kultúrák Találkozása*, 225.

環境が変わると変化するので¹⁷⁶、各国では高齢者と若者の文化が異なると考えられるだろう。同じ文化圏に住んでいても、時代が経ってから、環境が変わるとともに文化も異なり始める。同じ国の中でも地方によって文化が相違するが、違う国、または違う大陸での文化はもっと大きく異なる。

東洋文化と西洋文化の違いはあまりにも大きく、20世紀から様々な学者¹⁷⁷がその差異に注目した。日本人の態度と行動に関心が寄せられている研究は「日本人論」と呼ばれている。高野¹⁷⁸によると、日本人論での主な内容は、「日本人は集団主義的だ」ということである。これを一言でいえば、日本人は個人より集団のほうを優先することに意味を持つ¹⁷⁹。1986年にアメリカ人と日本人の管理職をテーマにしたある映画¹⁸⁰では、アメリカ人が日本人と口論したとき、「アメリカ人はみんな自分が特別だと思いチームの一員になろうとしない」と述べている。

(1) 集団主義—個人主義

1968年に Geert Hofstede は、世界中の IBM の社員を対象にし、アンケート調査を行った。それと同じ調査が 1972 年にもう一度行なわれた。調査結果として、Hofstede は文化差異を見つけ出し、「権力格差」「個人主義—集団主義」「男性らしさ—女性らしさ」「不確実性の回避」と名付けした 4 つの文化的次元を確認した¹⁸¹。Hofstede の文化的な次元は今でも文化比較研究を行う際によく参照されている。

Hofstede が世界の 50 か国以上の人々の価値観に関する調査の分析をする際に、Inkeles と Levinson の文化の研究結果に基づいていた。Hofstede が影響を受けた Inkeles と Levinson の研究は次のようなものであった。

¹⁷⁶ Malota and Mitev, *Kultúrák Találkozása*.

¹⁷⁷ Benedict, *The Chrysanthemum and the Sword*; Doi, *The Anatomy of Dependence*; Nakane, *Japanese Society*; Triandis et al., *Individualism and Collectivism*.

¹⁷⁸ 高野, 「集団主義」という錯覚—日本人論の思い違いとその由来.

¹⁷⁹ Ibid. Ibid.

¹⁸⁰ ガン・ホー (Gung Ho) は、1986年に製作されたロン・ハワード監督、マイケル・キートン主演のコメディ映画

¹⁸¹ Triandis, *A Társas Viselkedésmintázatok Kulturális Eltérései*.

「世界の国々はどこも共通の基本的な問題に取り組んでいるが、その解決方法には違いがあり、その解決方法は、社会の機能や社会を構成している集団の機能、さらに集団に属している人々の行動に多大な影響を与えている、というのである。」¹⁸²

Hofstedeによると、日本はアルゼンチンとイランと同じレベルの集団主義であり、権力格差が大きい国である。一方、アメリカとイギリスは強い個人主義であり、権力格差が少ない国である。個人主義スコアでは100に近いスコアの国は個人主義であり、0に近い国は集団主義に近いことを表している。日本の個人主義スコアは46、アメリカは91、イギリスは89である。三つの中で、アメリカは1番、イギリスは2番目として個人主義で、日本は個人主義に近い集団主義の国である。Hofstedeによる集団主義とは、「人は生まれた時から、メンバー同志の結びつきの強い内集団に統合される。内集団に忠誠を誓うかぎり、人はその集団から生涯にわたって保護される」¹⁸³。

「男性らしさ-女性らしさ」の次元では、日本は研究された国々の中でもっとも男性らしさの高い国である。これが意味するのは、男性が高い給与を得る機会があり、よい仕事をするとき十分に認められることが多いということである。50か国それぞれのスコアを見ると、イギリスは9番目、アメリカは15番目に「男性らしさ」のランキングが高かった。第4文化次元の「不確実性の回避」では日本のスコアが高く(92)、アメリカ(46)とイギリス(35)のスコアは低かった¹⁸⁴。勿論、集団主義と個人主義を証明するため多く研究者がHofstedeの結果に基づいているが、現在の学者の中には、Hofstedeの文化的次元を批判する人もいる¹⁸⁵。本論文では、Hofstedeの四つの文化的次元の中でもっとも関わりが深いのは「集団主義-個人主義」のカテゴリーである。

一方、Hofstedeの研究を理解する上、研究者はみな日本人が集団主義であるという表現には賛成しない。山岸によると、日本社会が集団主義的な社会であるからといって、日本人の心にも集団主義的な性格がある。しかし、実際に聞いてみると、「自分自身は集団主義的な考え方をしていないが、周りの人たちは集団主義的な考え方の持ち主である」と答える¹⁸⁶。つまり、日本人が自分自身を集団主義的であるという意識は低いと考えられる。

¹⁸² Hofstede, 多文化世界—違いを学び共存への道を深る。

¹⁸³ Ibid.

¹⁸⁴ Ibid.

¹⁸⁵ Fülöp, *A Csoport és a Közösség Szerepe a Japán Társadalomban*.

¹⁸⁶ 山岸, 日本の「安心」はなぜ、消えたのか—社会心理学から見た現代日本の問題点。

集団主義から個人主義へと変化したハンガリー

ハンガリーは 1989 年まで旧ソ連の共産主義の国として、チェコスロバキア、ユーゴスラビア、ポーランド、ブルガリア、ルーマニア、東ドイツとともに東欧ブロックの国の一つであった。Hofstede の 1960-80 年代にかけて行われた IBM 研究にハンガリーが対象となっていない理由は、東欧ブロックの共産主義の国々では IBM が存在しなかったからである¹⁸⁷。ハンガリーの研究者の多くは、共産主義の時代からハンガリーは他の東欧ブロックの国々とともに集団主義であったと述べている。一方、1989年に政治的な変化が起きた際に、文化的な改革も行うべきだったが行われなかった。共産主義の時に、ハンガリーの工場は政治に頼って、工場の経済的な計画は政治によって決められていた。政治に守られていたので安定性が高かったが、急に資本主義に変化し、共産圏経済相互援助会議がなくなり、商品が売れなくなった。当時、工場は市場性追求を目指したが、資本主義に対する経験がない人¹⁸⁸しかいなかった¹⁸⁹。

この歴史的な背景を理解する上で、今でも研究者の中ではハンガリーが個人主義か集団主義かどうかさまざまな議論が起きている。ハンガリーの場合、Hofstede の研究では対象となっていなかったため、研究者は Hofstede の方法をもとに研究を行った。現在、研究者の多くがハンガリーを個人主義の国として位置付けているが、個人主義の中でも共産主義に近いのか遠いのかは、結果はでていない。しかし、研究者は、ハンガリー人は純粋な個人主義ではなく、共産主義時代は集団主義の文化に、今は更に個人主義の文化にも強く影響される側面があると述べている¹⁹⁰。

(2) 日本の文化の独自性

「人」という漢字は二つの線で書かれている。この二つの線を二人の人間として考えるとしたら、この二人はお互いを支えながら、頼りながら存在すると考えられる。「人」という文字の象徴的な意味は人間が一人で立てず、他人のサポートが必要である。これは日

¹⁸⁷ Heidrich, *Szervezetei Kultúra és Interkulturális Menedzsment*.

¹⁸⁸ これを表しているのが、二つ目の自由な政治選考の時、党の名前が変えられたが、共産主義の時代に支配していた政治家が選ばれたことである。Ibid.

¹⁸⁹ Bakacsi and Takács, *Honnan-Hová? A Nemzeti és Szervezeti Kultúra Változásai a Kilencvenes évek Közepének Magyarországon*; Heidrich, *Szervezetei Kultúra és Interkulturális Menedzsment*.

¹⁹⁰ Bakacsi and Takács, *Honnan-Hová? A Nemzeti és Szervezeti Kultúra Változásai a Kilencvenes évek Közepének Magyarországon*; Heidrich, *Szervezetei Kultúra és Interkulturális Menedzsment*; Kopp and Skrabski, “Hogyan Teremthető Politikai Közösség Egy Individualista Társadalomban_”

本での人間関係を良く示しているだろう¹⁹¹。日本の集団主義的な社会の中で行われる謝罪を理解するため、いくつかのカギとなる単語を明らかにしなければならない。まず、謝罪する側が要求している甘えの構造を見ていく。

甘え

「日本人論」または日本の文化について研究するとき、必ず出会う言葉は「甘え」である。甘えは日本文化において神秘的な言葉である。それと似たような単語は英語でもハンガリー語でも存在するけれども、日本語のいう「甘え」のすべての意味は含まれていない。

甘えについての研究を行った土居健郎によると、甘えは日本人の特別で精神的な構造であり、先輩または家族からの感情的な同意を要求する気持ちである¹⁹²。「甘える」という動詞は他人の善意に推定して頼ることから作られ、愛されることを望み、人に頼りたい気持ちという意味がある¹⁹³。日本では、どんな人間関係（母と子ども、先生と生徒、社長と社員）にでも「頼り」または「甘え」が見られる¹⁹⁴。

甘えは謝罪するときにも重要な役割を持つ。日本人は集団に頼るからこそ失敗したときに謝罪のことばとして「すまない」という単語を使う。これは「やるべきとおりにやっておらず、それによって相手に迷惑をかける」という意味となる。しかし、「すまない」という単語の裏に甘えさせてもらいたいという望みと「あなたに対する義務を果たしていない」という意味も含まれている。罪の感情を表現するために使われているが、罪の自白より満たせなかった義務に対する気持ちを表現しているようにも考えられる¹⁹⁵。

調和

研究者の多くは、集団主義者はお互いに頼ることが大事であり、メンバー間の調和が重要となると述べている。この頼ることの哲学的な原理には、仏教の相互主義と儒教のイデオロギーが中にある。一方、西洋文化では個人の独立性は啓蒙のイデオロギーに基づいて

¹⁹¹ Fülöp, *A Csoport és a Közösség Szerepe a Japán Társadalomban*.

¹⁹² Doi, *The Anatomy of Dependence*.

¹⁹³ 日本人は相手に「no」を言えない理由は人間関係が甘えに基づいているからである。(Doi: cited in Sahashi 1980.p79)

¹⁹⁴ Dale, *The Myth of Japanese Uniqueness*; Doi, “Amae: A Key Concept for Understanding Japanese Personality Structure.”

¹⁹⁵ 土居, 英文版「甘え」の構造; Doi, “Amae: A Key Concept for Understanding Japanese Personality Structure.”

いる。このイデオロギーはそれぞれの社会構造で時代が経って作り変わり、現代にも強く残っている¹⁹⁶。

集団主義ではお互いに頼ること、個人主義では感情的に独立することが強調され、個人主義の文化では闘争を明らかにするが、集団主義の文化ではグループの中の調和が大事であるため、競争をしない¹⁹⁷。Benedictによると、日本での振る舞いは個人の良心ではなく、社会的承認に対する恐れにより定められている。

集団主義の日本では規範がはっきり決まっており、人はルールを守る。日本のような地理的に孤立している国では、決まった規範の発達は確率的に高い。さらに、人口密度が高ければ高いほど規範が発達する。それは人口が多い国で国民の対立を少なくするためでもある¹⁹⁸。通常、ルールが厳しい文化圏では、他人と同じことをすれば、集団の批判から自分を守ることができる。ルールが厳しい文化圏のプラスの面は、逸脱が少ないことである。その理由で、東京は世界一安全な町でといわれている。一方、マイナス面は、決まった通りに動かないと集団の他者から批判される。しかし、例外もある。障害者、酔っ払っている人、外国人はルールを破っても許される¹⁹⁹。つまり、我々外国人がルールを間違っても社会には怒られず、特別扱いされる。

日本では20世紀の末までは統一の文化であり、メンバーはお互いを言葉なしでも理解した。今でもそれが期待されている。調和を強く求めて、闘争を避けることは自分の感情を管理することと関連し、人は自分の攻撃性と怒りを表に出さないために努力する。これも儒教の考え方であり、人々がお互いを好きじゃなくても、すべての環境でお互いに対する尊敬の気持ちが大切とされる²⁰⁰。このことから、日本の文化を全く知らない外国人は、日本人がいつも幸せであるから誰とも対立しないと考えている。

日本人は集団の調和のため、集団と個人の利益を一致させるために努力する。万が一、個人と集団の意見が合わない場合、自分の意見を隠す。日本人は西洋人よりお互いの意見を尊重する²⁰¹。

¹⁹⁶ Johnson, *Önbecsülés és Alkalmazkodás*.

¹⁹⁷ Triandis, *The Self and Social Behavior in Differing Cultural Contexts*.

¹⁹⁸ Triandis, *A Társas Viselkedésmintázatok Kulturális Eltérései*.

¹⁹⁹ Ibid.

²⁰⁰ Fülöp, *A Csoport és a Közösség Szerepe a Japán Társadalomban*.

²⁰¹ Johnson, *Önbecsülés és Alkalmazkodás*; Triandis et al., "Individualism and Collectivism."

子どもは小さいころからグループに調和させる方法を学ばされる。喧嘩が起きると、両者の言い分を聞いて、誰が誰に謝るかを決める。謝罪は明確であり、謝罪された人は必ず許さなければならない。謝罪は大人になってからも重要な役割を持つ。長く解決されない確執を残さないために、表面的にだけでも謝罪するというのは期待されている行為である²⁰²。

勿論、日本の中でみんな対立と競争なしに調和して生きているとは言えないが、個人主義者より調和への要求が高いと言えるだろう。勿論、日本の集団の中でも競争が存在する。日本の階層的な構造で年齢とともにみんな上に上がるが、首相は一人しかなれないので、競争は当たり前にも存在する²⁰³。

村八分

日本の社会はグループに区別されているが、各グループはメンバーから個人の過度な重視をしないことを期待される。このように、メンバー間の調和が守られている²⁰⁴、²⁰⁵。日本の社会のモデルは人々が決まった階層的な枠組みで活動することと仮定される。この構造の心理学的なプロセスは甘えに基づき、グループ内での適合と協力が予期されている²⁰⁶。社会がスムーズに動くため、自分のメンバーにやらせたいことを自らやりたがるように教育させなければならない。そのために必要なことは、外からのプレッシャーによってルールを守るのではなく、自発的に行わせることである。それはどのように行うかは、子どものころから教えられている。日本では、グループに所属することが道徳的な義務としてある。グループのルールを守らず、グループに迷惑をかけるとグループから排除させられる恐れがある²⁰⁷。グループに所属していない人はよくいじめられ、暴力の被害者になる可能性も少なくはない²⁰⁸。グループから排除されること、あるいは汚名を着せられることは集団主義の文化で最も重い罰である。昔は、村で生活した日本の集団制度で、集団から孤立

²⁰² Peak, *Learning to Go to School in Japan*.

²⁰³ Fülöp, *A Csoport és a Közösség Szerepe a Japán Társadalomban*.

²⁰⁴ Nakane, *Japanese Society*.

²⁰⁵ 高野, 「集団主義」という錯覚—日本人論の思い違いとその由来.

²⁰⁶ Moeran, *Individual Group and Seishin: Japan's Internal Cultural Debate*.

²⁰⁷ Davies and Ikeno, *The Japanese Mind*.

²⁰⁸ Fromm, *Psychoanalysis and Zen Buddhism*.

した人は村の井戸から水をもらえず、いくつかの村の活動に参加ができなかった。それは「村八分」²⁰⁹と呼ばれていた。

村の規範を違反した場合には、村八分の判断が出された²¹⁰。村八分は、村の全員の合意で発動され、決議されたことを本人に通告していた。門口に青竹を結び、あるいは注連縄を引っ張り、その場所の出入りを禁止した。本人と交際する人も同罪とされることが普通であった。村八分の状態では、村の10の行事のうち2つ（葬儀と防火）には参加できるが、残りの8つの行事には参加することが禁止されていた²¹¹。この村八分はお詫びを言うと許してもらえるようになるので、謝罪することが普通であった。香川県五郷村では髪を切るということでもあった。謝ってもすぐには許されず、待たされた。仲直りをするときには、アヤマリ酒、コトワリ酒が存在した。詫状を差し出しても、公的な場面での差別は続けられた²¹²。

恥の文化

西洋人と東洋人の文化の大きな違いは、個人主義であり西洋人の文化は罪に、集団主義である東洋人の文化は恥に基づく²¹³。西洋と東洋では失敗が違うように理解されている。日本人の場合は問題を犯したことは、集団の全員に恥をかかせ、集団を裏切ってしまったとを感じる。しかし謝って、「すまない」と言うと集団から排除されない。つまり、日本的な罪には明瞭な構造があり、「裏切ってしまった」から始まり、「謝罪」で終わる。これが罪の原型である²¹⁴。日本人の場合は「恥」を感じるのは、悪いことではない。自分で「恥」を認めることは美德であり、「恥」は日本の倫理で権威と道義と考えられている

²⁰⁹ 村八分は地方によって名前が違っていった。岩手では村ハジキ、宮城では村ハヅレと呼ばれた。地方によって罰することが変わり、群馬県の中里村では、村八分として村から外へ追い出されたこともある。柳田, 山村生活の研究.

²¹⁰ 長井, “村八分論.”

²¹¹ 残り八分は成人式、結婚式、出産、病気の世話、新改築の手伝い、水害時の世話、年忌法要、旅行である。

²¹² 柳田, 山村生活の研究; 相賀, “村八チブ.”

²¹³ Lal, *Unintended Consequences*.

²¹⁴ Dale, *The Myth of Japanese Uniqueness*.

215。東洋の文化では恥を見せると道徳的な人と思われ、集団からの排除、汚名を着させられることを避けることができる。

西洋文化でも汚名を着させることは珍しくなかった。歴史の中で島に流刑させられた人物が何人もいた。各文化圏においては、自分の標準が作られ、それ以外の行動は逸脱として考えられる。このことは、ある文化圏での標準からの逸脱が、必ずしも他の文化圏での逸脱ではないということである。つまり、標準からの逸脱は文化的な価値観を示す²¹⁶。筆者の考えだと、個人主義の西洋文化では標準からの逸脱の管理は、組織が行い、集団主義では組織とともに社会が管理している。西洋文化では標準からの逸脱が理由で汚名を着させられることは東洋文化より少ないと考えられる。一つの例を出すと、犯罪を行った人の名前は日本のメディアではすぐ報道されるが、個人主義のハンガリーでは裁判の判決までは禁止されているということがあげられる。

グループか自分か—集団主義と個人主義の違い

さまざまな研究に基づき、東洋と西洋の文化の中で「個人」が異なる見方をされている。アメリカと日本を比較すると、この二つの文化では社会と個人の繋がりについて異なる考え方が持たれている²¹⁷。日本人は「個人主義」という言葉を否定的な場面を中心に紹介し、その悪い面を強調する際に使われる。日本人にとって「Individualism」という単語の中には、我々西洋人が使っている個人主義のよい面は含まれていない。個人主義のよい面は「個人主義」という単語の中にはなく、「個性」に含まれているように考えられる。日本人は、「個性」が独特で独創的な日本のものであると考えているのだろう²¹⁸。

Nakane によると、日本人はお互いを所属と出身によって区別し、お互い階層的な位置に興味を持つ²¹⁹。このために自己紹介の時に日本人は勤務先を強調し、名刺を渡す。これは、ある集団の一員であることを証明するものである。これは、日本人が海外旅行に行く

²¹⁵ Benedict, *The Chrysanthemum and the Sword*.

²¹⁶ Bálint, *Deviancia és Megbélyegzés*.

²¹⁷ Johnson, *Önbecsülés és Alkalmazkodás*.

²¹⁸ Moeran, *Individual Group and Seishin: Japan's Internal Cultural Debate*.

²¹⁹ Nakane, *Japanese Society*.

ときにも個人で行くことが少なく、ツアーで皆と一緒にいくことが多いことにも現れる。日本人は集団主義的であり、個人としては弱いのである²²⁰。

集団主義者	個人主義者
団体のために仕事する	自分の名声のためにしごとする
団体を代表する	権力を目指す
自己より他人の方がよく知る	他人より自分についてよく知る
長期間の目標がある	短期間の目標がある
自分のグループの調和が大切	独立、競争的な状態を要求する
一番大きな罰は：グループから排除されること	一番大きな罰は：人に頼ること
恥の感情	罪の感情
謙虚な人が望ましい	自信がある人が望ましい
どのように他人と同じになれるのか	どのように他人と違うようになれるのか
階層的	平等的
葛藤の時、仲介人を使う	葛藤の時、裁判を使う
個人とグループの目的はよく一致する	個人とグループの目的は一致しない

表 2. Triandis の研究に基づく集団主義と個人主義の文化表

なお、上述したように、集団主義の文化では社会に注目し、お互いに頼って、団体の利益を重視する。一方、個人主義の文化では、個人の意見は団体の利益と対立しても、個人の利益を優先する。集団主義者は自らの動きが団体にどのように影響を与えるかを気にする。個人主義者は感情的にグループから外れて、自分の独立性を優先する。家族内の関係には親しみがあるが、家族内で争うことは珍しくない。一方、集団主義の人は各グループに対して異なる態度を取る。自分のグループに対して卑下したような振る舞いをし、他グ

²²⁰ 土居, 英文版「甘え」の構造; Lebra, *Japanese Patterns of Behavior*; Reischauer, *The Japanese*.

グループに対して儀礼的に敬意をはらうような態度を見せる²²¹。Triandis²²²の研究に基づき次のように集団主義者と個人主義者を区別することができる。

(3) 責任

成功することに対しても個人主義者と集団主義者の考え方は異なる。アメリカ人は成功を自分の才能、失敗は外からの影響のせいだと思っている。集団主義者は逆に、成功はグループのみんなの努力で、失敗は自分の能力の不足と説明する²²³。日本の運動会はその良い一つの例である。我々西洋人は運動会では一人で優勝を目指すことが多いが、日本で運動会はほとんどがチーム戦である。西洋人は優勝しても一人で喜んで、負けても一人で泣く。逆に日本人はグループで優勝してグループで喜ぶ。一方、集団主義者、あるいは日本人は自分の成功を認めるより、自分の否定的な特徴を認めるのが好きである。筆者の経験では、日本人は家族の一人について話をすると、よく否定的に紹介する。つまり、「たいしたことではない」などの表現を使う。しかし、アメリカ人は自分の家族に対して素晴らしいことしか言わない。日本文化の特質は、人間関係とともに社会の構造を立てる態度である。日本人の自己批判は自尊心が低いことを示しているのではない。日本では自分を批判することは自分の能力を直すことの一つのチャンスであり、さらに、グループに所属する気持ちを表現する証明でもある。個人の成功はグループの力になる²²⁴。

森田は、会社を支配する時に、アメリカ人は不満がある時に、外部の人に頼るが、日本人はそんなことをしないという。日本人はグループの中で結論を出す。しかし、一回でも信頼を失った日本人は、アメリカとヨーロッパの人々のように、次の社会的なチャンスももらえない。日本では会社の社長が責任を取るが、責任を取る社長は悪い人間とは思われず、責任者としては考えられていない²²⁵。

日本人の結論を出すプロセスを実験により明らかにすると、非常に面白いことに気づく。筆者による実験の対象者は大手企業の部長と係長、担当者、アシスタント担当者であった。

²²¹ Triandis, *A Társas Viselkedésmintázatok Kulturális Eltérései*.

²²² Ibid.

²²³ Johnson, *Önbecsülés és Alkalmazkodás*; 山岸, 日本の「安心」はなぜ、消えたのか—社会心理学から見た現代日本の問題点.

²²⁴ Johnson, *Önbecsülés és Alkalmazkodás*.

²²⁵ Morita, *Made in Japan*.

担当者：ただ今、このような緊急事件が起きてしまいました。どのように対処いたしまし
うか。一つの可能性としては A 案で対処することができますが、問題は大変時間が
かかりそうなことであるます。

係長：そうですね、A 案で対処することは悪くないが、時間が問題ですね。あと、お金の問
題もある。

担当者：確かに、時間もお金も問題ですね。もう一つのアイデアは B 案ですが、それもお
金がかかりますので。

部長：確にかかるとは、A 案よりまだやすいよ。

係長：そうですね、A 案よりはまだいいと思います。

担当者：そうですね。A 案よりは B 案の方がよいと思います。技術的な問題を心配していま
すが。

部長：それは大丈夫でしょう。

係長：大丈夫のはずです。

担当者：分かりました。では、B 案ということで。

部長：そうですね。

係長：そうですね。

アシスタント：はい、かしこまりました。

つまり、担当者はアイデア A 案を出しますが、自ら自分のアイデアをすぐに批判す
る。その後、上司の反応を持つ。上司の反応に合わせて自分の返事を変える。一方、係長
も自ら判断ができず、担当者と同じように賛成の「そうですね」の表現をしたあと、批判
する。つまり、賛成するとともにみんなすぐ批判も入れて、アイデアに対してはっきり
と賛成も批判も出さない。日本人は他人の感情に対して非常に敏感であり、一言でお互い
を理解する。つまり、「ちょっと」という単語で表現すると、すぐ否定的なことを理解で
きるが、「ちょっと」という単語自体に否定的な意味は含まれていない。結局、お互いの
反応を聞きながら結論を出す、最後に誰が結論を出したかは、まったく分からない状態
である。その状態は非常に楽であり、判断者は不明であるため、グループ全員で責任を取

るという形になる。責任を一人で取ることは、日本の集団主義社会では望ましいことではないので、みんなの力を合わせて判断することが道徳的なルールである。

一方、個人主義者のハンガリー人の場合に同じような実験を次のように行った。

係長：ただ今、このような緊急事件が起きまして、どうしましょうか。

担当者①：私は A 案で対処すればいいと思います。なぜかという、絶対財政的にも問題なく、時間的にも一番早い方法ではあると思います。

担当者②：時間的には良いかもしれないが、財政的には絶対無理です。それより安い方法もあります。例えば、B 案とすればもっといいんじゃないか。

担当者①：いやいやいや、違います。B はその金額では絶対できない。この前もそうでしたが、金額は倍になって、赤字だった。

係長：分かった、じゃとりあえず A 案で行きましょう。明日まで、いくらで行けるかを計算して見せてください。

ハンガリーのケースでは、判断するプロセスは日本より早いと見え、担当者は皆自らアイデアを出す、自分のアイデアを強調し、他の人のアイデアを否定的に考え、意見が対立することが多い。相手の意見に積極的に反応し、グループの調和を考えることはまれである。日本とは違って、グループで判断することではなく、最終的に判断を出すのが係長で、階級が上にいる人が責任を持ち、結論を出す。

日本人のケースでの話の曖昧さは、集団の調和を守るためにあり、一方、個人主義の文化では、意見を対立させることは、力を見せるためであると考えられる。

(4) 謝罪に関する文化的な差異

集団主義である日本人は、グループ内の調和を守るため、お互いに対立しないように努力する。更に、できる限り集団と同化し、集団のメンバーに頼りたい。個人として弱いと思われるが、集団としては圧倒的に強いのである。個人主義の西洋人は、独立することを目指し、人に頼ることは弱いことであると考え、自分の利益で動き、グループの利益を優先しない。

社会のより良い一人になるため、子どものころから文化を学ばされる。個人主義では独立させることに注目し、集団主義者は集団の重要さを教える。個人主義のハンガリーでの「自分の足で立ちなさい」という表現の意味は、「誰にも頼らず一人で生活をできるようになりなさい」と言う意味である。一方、日本での「出る釘は打たれる」という諺は、「集団とは同じにならなければならない」という意味を持つ。

各文化圏でもメンバーがルールを守らないと批判される。個人主義と集団主義でもその場合は集団から出されて一人で残される。社会、または集団から排除させることは二つの文化圏でも見られるが、集団主義の日本人にはもっと重い意味がある。道徳が深い日本の文化では、道徳の責任を取り謝罪すると、集団に許される可能性が高い。日本では、道徳的な謝罪は、強い意味を持っているが、個人主義の文化では、道徳ではなく、法的に謝罪を扱う。つまり、個人主義の文化では、謝っても、一番重要なことは責任とともに損害補償を誰に払わせるかということになる。一方、日本では、謝罪とともに損害補償の話は全く現れず、道徳の責任を持つことが重要と思われる。自分の責任を取り、恥を見せるのが悪いことではなく、恥を認めるのが美德なのである。つまり、謝罪とともに、日本人は自分の美德を見せて、西洋人は債務的な責任だけを結論とする。

さらに集団主義の日本人は、集団に対する責任も持っているので、集団の一人の失敗に対して集団全員が責任を持つ²²⁶。この理由で、あるテーマで判断するのに時間がかかるのだと考えられる。日本人は個人で判断をすることがほとんどなく、非常に長い時間をかけて誰が結論を出したかが分からないような判断をする。それは、日本の特別な共同責任のプロセスであると思われる。個人主義者の場合は、個人で判断し、個人で責任を取る。

つまり、謝罪を行う理由は、各文化圏で異なる。日本の文化では、甘えに基づき、社会的なプレッシャーにより、美德を見せるために行う。一方、個人主義の西洋文化では責任の取ることによる結果を恐れて、謝罪が行われないことが多いのである。

²²⁶ Triandis, *Individualism & Collectivism*.

第4節 伝統的な謝罪からメディア謝罪へ

事件が起きたときに、まず謝罪が必要かどうかは重要な問題である。謝罪が必要としても、誰が誰に謝罪するか、あるいは誰が責任を負うのか大きな問題となる。更に、いつ謝罪のかも重要である。つまり、謝罪は「申し訳ございません」という言葉だけではなく、謝罪の対象とタイミングを細かく考える必要がある。謝罪があった場合とない場合でも困ることが起こり得る。事件が起きた後に、補償金ではなく、謝罪を要求する人は少なからずいる。また、謝罪だけではならず、補償金を要求してくる人もいる。つまり、謝罪の方法はケースバイケースで考えなければならないと言える。本節では、謝罪のいくつかの定義を紹介し、文化圏によって異なる謝罪の方法を見ていく。

(1) 研究における謝罪

謝罪は人間関係の中でよく現れる行為であり、様々な学者により研究が行われてきた。そして、謝罪は一つの場面からだけではなく、言語学、社会心理学、法学の側面からも定義することができる。多くの学者達が、それぞれの分野で謝罪が自己イメージと面子と強くつながっていると述べている。

社会学・心理学における謝罪

Goffman²²⁷は社会的な人間関係で謝罪は重要な意味を持つと考えていた。Goffman はこう述べた。人はみんな社会的に他人に出会い、生活している。「そうした個々の出会いにおいて、人は方針と呼ばれるものを打ち出す傾向を見せる。方針とは、言語行為・非言語行為の型によって、人は自分がいる状況についての意味を表明し、またその場にいる人に対する評価、とくに自分自身に対する評価を表明する」。つまり、人間はイメージ（自己イメージあるいは他人に対するイメージ）の世界に住んでいる。

Goffman の研究でよく使われている面目あるいは面子は、自分についてあるいは他人について作られたイメージの社会的な価値として把握される。

「面目という概念を定義づけるなら、ある特定の出会いの際、ある人が打ち出した方針（その人が打ち出したものと他人たちが想定する方針）にそって、そ

²²⁷ ゴッフマン、儀礼としての相互行為—対面行動の社会学。

の人が自分自身に要求する積極的な社会的価値、ということになるだろう。」

228

一方、その面子に被害が起きる場合は、つまり偶発的に事が起きて、その人間関係が壊されている場合には、修正プロセスが必要である。「その際に参加者の中に礼儀としての不均衡・不名誉の状態にいる人が一人ないし複数いるわけで、その人たちにとって満足できる儀礼的状态を改めて確立させる試みが必要になる」²²⁹。

Goffman によると修正プロセスは、三つの重要な部分に分けられる。それは報告と謝罪と要望である。修正の一つには謝罪がある。謝罪するとき、謝罪者は自分を二人に分解され、一人の自分は罪を感じて、責任も感じる。一方、もう一人の自分では、犯罪行為から解離し、被害者に距離を置く²³⁰。

Goffman の理論を踏まえて、Schonbach は遺憾の感情と補償金の提供によって、恥の受け入れ方が二つに分けられると述べた²³¹。更に、Schlenker は「無罪の防御」「弁解」「正当化」の三つに報告を分けた。その中で、「無罪の防御」は事件が起きていないことを前提にするか、あるいは責任が持てないことを条件に²³²。一方、Meier によると、修正プロセスで責任を断言するではなく、前提条件として推測されるように考えるべきだ²³³。

つまり、謝罪会見は自分のイメージを訂正するために行い、その行為の中に責任が含まれているかどうか学者によって意見が異なる。

言語学的側面における謝罪

社会学者は、謝罪が人間関係をどのように変化させるのか、動かすのかに注目するが、言語学者は、表現の使い方を研究する。言語学者によると謝罪はスピーチ・アクト²³⁴であり、視聴者は潜在的に妨害にかかわった時、サポートを提供する意図で行う。謝罪をする

²²⁸ Ibid., 5.

²²⁹ Ibid., 18.

²³⁰ Goffman, *Relations in Public*, 113.

²³¹ Benoit, *Accounts, Excuses, and Apologies*.

²³² Ibid.

²³³ Suszczynska, *Remedial Work in Hungarian - A Case Study*.

²³⁴ Holmes, *Apologies in New Zealand English*.

とき、謝罪する側は恥を感じて、自分の行動に対する失敗と責任を認める。謝罪を行って、謝罪が認められて、謝罪者が許されて、何も起きてなかったように人生を続けたいという要求が（謝罪する側には）ある²³⁵。

謝罪は謝罪者の積極的な面子²³⁶にダメージを与える行為である。一方、被害者の面子に対する消極的な演技でもある。謝罪は二重の構造で、消極的な丁寧構造と積極的な面子にダメージを与えるものである。謝罪者の目的は、自分の積極的な面子のダメージを最小限にすることである。一方、被害者の目的は、謝罪者に対して明白な謝罪を強制させることである²³⁷。

謝罪は5段のセットで構造されている。

- 1、IFID (Illocutionary Force Indicative Device) には、謝罪の慣例と定式化された形が含まれている。遂行的な動詞を使いながら謝罪を表す。
- 2、謝罪者が責任を取ることにに対する表現
- 3、説明
- 4、修正に対する提供
- 5、辛抱の約束

また、Holmes によると、謝罪は A 者と B 者の間のバランスを戻すための行為である。謝罪する時に A 者は責任を取る。謝罪に必ず含まなければならないのは

- ① 謝罪行為
- ② A は B に罪を犯した意見（自供）
- ③ A は自分の行為に対して責任（自責）

言語学者は、謝罪を被害者に対して行う面子支持行為として見ているが、社会学者は謝罪者のイメージ回復の道具として謝罪を見ている。面子に対するダメージは謝罪者と被害者の間に起きた事件との関連ですでに存在するが、謝罪が行われない場合、そのダメージ

²³⁵ Olshtain, *Apologies across Languages*.

²³⁶ Goffman の文献では面目と呼ばれているものと同じ

²³⁷ Brown and Levinson, *Politeness*.

はもっと大きくなる。謝罪するときには積極的な面子に対するリスクはなく、積極的な面子に対する回復の試みのみある²³⁸。

法的場面の謝罪定義

クライシス・コミュニケーションの中で最も難しい方略を持っており、議論の余地がある行為は謝罪である。それは、謝罪の二つの種類を区別することができる。。一つ目の「全面的謝罪」はクライシスの認識を認めて、必ず責任も含めて、関心と遺憾を表示されて、もう二度と行わないという約束も含まれている複雑な行為である²³⁹。一方、「一部の謝罪」は関心と遺憾を表示するのみの行為である。なぜこの二つが存在するのかは、法的な負債の有無による。責任を負っていると訴訟を起こし、裁判で補償金を払わせることになる。一方、感心と遺憾のみの謝罪は責任を含まれていない。ということで、「謝罪」という定義を使う時、「全面的謝罪」あるいは、「一部の謝罪」を指しているのかを区別しないといけない²⁴⁰。

Coombs の研究に基づき、筆者は責任を二つに、「道徳責任」と「法的責任」に分けた。「法的責任」は Coombs の「全面的謝罪」であり、謝罪の中に債務的な責任も含まれている一方、「道徳的謝罪」は Coombs の「一部の謝罪」であり、財務的な責任は含まれていない。

筆者は本論文では、主に社会的と法的な謝罪の定義を使い、責任を負わされているのか、否かによって謝罪を区別している。次に、日本人はどの定義に基づく謝罪を使っているのか、謝罪に対してどのような気持ちを持っているのか調べる。

(2) 謝罪と文化圏

日本の謝罪の特徴

聖徳太子が 604 年に制定した十七条の条令は、和の精神を基とし、儒教・仏教の思想を調和して、諸人の従うべき道徳を示したもので、

²³⁸ Holmes, *Apologies in New Zealand English*.

²³⁹ Kellerman, *When Should a Leader Apologize—and When Not?*

²⁴⁰ Coombs, *Ongoing Crisis Communication*.

和をもって尊しとなす＝和を必ず守ろう！不調和を避けよう

は、日本人の心情の根幹を成している。

論理的な口論より日本では義理（行動ルール）と人情（感情）が大きな役割を持つ。

裁判に呼ばれることは、日本では恥とされ、日本人にとって法的行動は人間関係を壊すと考えられている。これを避けるため、事故をした人は謝罪し、事故にかかわった人は法的動きをしない²⁴¹。一方、この行動のもう一つの意味は、「ごめんですめば、警察はいらない」ということでもある。つまり、「許してください」というのは、単語の意味からすれば、「責任を追及しないでください」「なかったことにしてください」という意味も含まれている²⁴²。

それをメディアの謝罪会見で考えてみると、いったん謝罪会見をして、それが終わってしまえば、もう事が済んだかのような感じになっている。具体的な責任の取り方もあいまいなまま、ただの儀式として行ったテレビの前だけの謝罪会見ではないかと批判される²⁴³。これを分かっているから、メディアの「まず謝れ」という表現は、「責任を取れ」とは全く違うということが明らかになる。

謝罪の中でよく「世間様をお騒がしてしまい申し訳ございません」と言われているが、「世間様」とは誰か。結局、日本の謝罪は誰に対して行なわれているのかという批判が残る。

多くの国では、他民族と一緒に住んで、伝統的価値観が同質ではなく、その国の道徳的な基準として宗教が考えられている。しかし、日本の場合は、「神」だけではなく「世間」が共通の道徳標準として置かれているわけである²⁴⁴。このことにより、公的な謝罪の時に、「『世間様』をお騒がしてしまって、申し訳ございません」という表現がよく使われている。「世間」というのは、観念的な社会として思われているのだろう。

²⁴¹ Kondorosi, Maros, and Visegrády, *A Világ Jogi Kultúrái, a Jogi Kultúrák Világa*.

²⁴² 新谷, 日本人はなぜそうしてしまうのか.

²⁴³ Ibid.

²⁴⁴ 岡本, 世間様が許さない！——「日本的モラリズム」対「自由と民主主義」.

謝罪の比較

雨が降っている日にペンシルバニアである研究が行なわれた。駅前で他人の携帯を貸してもらいたい男の人が、” Can I borrow your phone for a second?” と聞いたところ、聞かれた人の9%しか貸してあげなかった。一方、” I am sorry about the rain. Can I borrow your phone for a second?” と言ったら、50%が貸してくれた。つまり、謝罪は米国でも社会に影響を与えることが証明されている。罪が全くなくても、雨に対して謝罪すると人間関係をもっと和ませる傾向がある²⁴⁵。

いったい、異なる文化圏にとって、謝罪は同じであるのか、違うものであるのか。違っていたらどのように異なるのかを見ていく。

日本人は「ごめんなさい」を言う時に、「あなたに対してこんなことをしてしまって私は恥ずかしい」という意味であるが、自分の非を認めているわけでは決してない。一方、昔、アメリカで交通事故を起こした場合に” I’ m sorry” と言ったら、自分の非を認める証拠になり、裁判で不利になるということがあった。他の例を出すと、中国の飛行機が遅れた時に、日本語でのアナウンスが「申し訳ございません」と言ったが、中国語では全く謝らなかった²⁴⁶。日本ではクレームが入る時、または入る前に「まず謝ろう」という考え方がある。

日本と外国の謝罪の一番大きな違いは、「謝罪」の中に何が含まれているかということである。つまり、謝罪に責任が含まれているか、あるいは遺憾の感情のみを見せるための表面的な演技であるのか。このことについて、大谷麻美が行った研究がある。大谷の研究では、日本語の謝罪が定型表現による場合は、「聞き手との関係を修復」する機能を考えながら、聞き手に迷惑をかける可能性のある機能へ、英語では、「責任」が意識されやすい機能へと広がりを見せることを指摘した。日本語では謝罪は「迷惑をかけた気持ち」、英語では「責任の重要性」の意味を含んでいる。それぞれの言語の謝罪の発語内行為と発語媒介行為によって規定されていることは明らかだった²⁴⁷。

²⁴⁵ Leonard, *How the British Habit of Constantly Apologising (even If You’ve Done Nothing Wrong) Makes You Look MORE Trustworthy.*

²⁴⁶ 伊藤, “アメリカ人、中国人、韓国人に、謝ってはいけなかい?”

²⁴⁷ 大谷, “謝罪と感謝の日・英対照研究—話し手の心理からの考察”; 大谷, “謝罪はどのように遂行され、どのように解釈されたのか—英語の謝罪談話のケーススタディー.”

以上のことは、文化の 3 節で指摘した集団主義の社会と強くつながっている。ハンガリーと日本を比較するとき、日本では連帯責任と共同行為がよく見られる。このことにより、社員が失敗すると社長が辞任する。ハンガリーで同じようなことが起きた場合は、失敗した社員がクビになる。ハンガリーでは、上司は責任を失敗した本人に押し付け、自分自身と会社は失敗した本人から離れる努力をする。日本では集団が道徳な契約である²⁴⁸。一方、日本では引責自殺、つまり職場で失敗したときに責任を取って自殺することも珍しくない²⁴⁹。

「自由」という言葉は、日本でもう一つの言葉と特別つながりをもっている。日本では、「自由」と表裏一体の関係にある「責任」というものだ。なぜ日本では、悪いことを起こした本人だけではなく、他者も責任を取るのか。日本的モラリズムのもとにある日本の社会行動に対しては、責任関係を理解しないといけない。日本の場合は、成人が悪いことをした場合にも、「行動をコントロールするルール上の義務を負っていない親・上司・社長・学長など出てきて謝罪する（謝罪しなければならないような社会的な圧力がかけられる）」²⁵⁰。これに対してマスコミがよく使う概念は「道義的責任」である。

謝罪の発言的な違い

Patricia M. Clancy の研究によると日本人は言葉の表現には信頼を持っていない。観察されたのは、日本人が後悔を表すときに非言語的な表現、たとえば顔の表情も見せることである。さらに、日本人と ESL スピーカー²⁵¹は躊躇を見せるときに話の中にポーズを入れている。一方、アメリカ人は言語的な表現を見せて、はっきりした言語的な構造を使っている。これは日本人が言葉より顔の表情が好みだとの証拠である²⁵²。

更に、謝罪するときの、三つの重要な違いを明らかにしていく。一つ目は、アメリカ人は相手を平等に扱うが、日本人は相手を持ち上げ、自分の上司のように扱う²⁵³。日本語の

²⁴⁸ Hidasi, *Japán*

²⁴⁹ Fekete, *Öngyilkosság és kultúra*.

²⁵⁰ 岡本, 世間様が許さない! — 「日本的モラリズム」対「自由と民主主義」.: 108

²⁵¹ English as second language, 母国語は英語ではない研究相手

²⁵² Clancy, *The Acquisition of Communicative Style in Japanese*.

²⁵³ Tomoko Takahashi, Leslie M. Beebe, *Cross-Linguistic Influence in the Speech Act of Correction*.

ような敬語を用いる言語族では、相手に対する表現は、権力と距離による²⁵⁴。謝罪の時、敬語を使うことは珍しくない。二つ目は、状況が形式的であればあるほど、謝罪はもっと長くて、複雑である。文化によって構造が変化するが、日本の文化では形式的な表現は望ましいのである²⁵⁵。三つ目には、日本においては会議に遅れるとき、謝るか、待っていてくれたことに対する感謝を伝えるのかの二つがある。Coulmas によると感謝の対象と謝罪の対象の間のリンクは負債のコンセプトである。西洋文化では、感謝と恥の気持ちがはっきりと区別されているが、日本の文化圏ではその境界線はあいまいである²⁵⁶。

(3) 謝罪の様式

ここまで見てきたことはすべて謝罪についてであったが、メディアでの謝罪ではない。謝罪をメディアで表す時、視覚化される必要があるため、さまざまな文化圏でメディアにおける遺憾を表すためのプロセスが存在する。

日本

日本のメディアで現れる謝罪には、必ず見られる行為がある。それは、お辞儀または土下座である。文化の影響で謝る時、頭を下げる行為は西洋文化では存在しないので、独特な東洋文化の一つの特徴であると言わざるを得ない。

お辞儀・土下座

「お辞儀は敬意をあらわす動作ですが、もともとは敵意がないことを伝える表現でもありました。頭は人間にとってもっとも大切な部分です。その頭を下げることにより、無抵抗の状態を示すこととなります」²⁵⁷。つまり、日本の文化では頭を下げる行為は敵ではないという意味である。一方、お辞儀は一つの種類だけではなく体をまげる角度によって意味が異なる。お辞儀には三種類、「会釈」「敬礼」「最敬礼」がある。「会釈」は 15 度で、軽い挨拶をするときに使いや人とすれ違うとき、部屋へ入る時にも使う。「敬礼」は

²⁵⁴ Ibid.

²⁵⁵ Fraser, *On Apologizing*.

²⁵⁶ Coulmas, *Poison to Your Soul. Thanks and Apologies Contrastively Viewed*.

²⁵⁷ 藤野紘, 日本人の美しい和のふるまい.:101)

30 度、日常的な挨拶のときやお客様に対して使う。そして、「最敬礼」は 45 度で、かしまった席や目上の人に敬意を表すとき、おわびの場面などで使う²⁵⁸。「最敬礼」は決まったルールに基づいて行われる。「これは、まず正しい姿勢から眼を先方の胸のあたりにむけ、腰を少しひく心持で上体をそのままじょじょにまげ、両手は体とともに手の指先が膝頭に達するまで下げる。このとき下腹を中心に、首をたれず、背を丸くせず、両手のひじと両膝を折らないようにする。つぎに上体を起こしながら両手をもとの位置にもどし、先方の気持ちより離れないように考える。呼吸は、三息である。つまり吸う息で上体をまげ、吹く息だけ止め、ふたたび吸う息で上体を起こすのである」²⁵⁹。「おじぎの本来の精神は、神仏あるいは相手の人に恭敬・敬愛の心もちをあらわすわけで、自分のまごころ、誠の心をひれきするのである。（中略）この心を忘れては、たんなる形であっておじぎではなく、礼法でもないのである」²⁶⁰。

新谷によると、頭を下げることは、日本の伝統的なあいさつで、日本人の自然なしぐさであるという²⁶¹。

深く頭を下げる方法は神仏への祈りの作法であり、日本人だけがやる作法ではない。世界に共通する作法で、人間に頭を下げるという挨拶は相手を尊敬する丁寧な形である。古代の貴族から中世近世の武士へ、テレビにも現れている²⁶²。

涙

涙は女の武器です。しかし、田中外相、カメラの前で涙ぐんだことについて聞かれて時、「涙は女の最大武器だっていうからね。泣かれると、もう男は太刀打ちできないでしょう」²⁶³。

平安時代でも貴族の間で、泣くことは恥ずかしいことではなかった。感情が高ぶれば、泣くのが自然であった。古今和歌集には、平安時代の貴族たちの恋歌がたくさんあり、彼

²⁵⁸ 現代用語編集, *現代用語の基礎知識* 2007, 2006.

²⁵⁹ 小笠原, 小笠原流.:191)

²⁶⁰ Ibid.:189–190)

²⁶¹ 新谷, 日本人はなぜそうしてしまうのか.

²⁶² Ibid.

²⁶³ Ibid.

らがいかに燃える恋にあつい涙を流したかが示されている。平家物語でも、武士たちの涙に暮れる悲劇の描写が存在した。口惜しいとか、うれしいとか悲しいとか、適当な言葉が見つからないようなとき、いっそ大声で泣けば、相手に気持ちがよく伝えられると考えられていたのだ²⁶⁴。

現在の謝罪会見でもよく泣いている人が見られる。泣いてさっぱりしたと言った謝罪者もいた。大声で泣くことによって、気持ちが晴れるということも意味している²⁶⁵。

丸刈り

もう一つ、日本の謝罪で定期的に表れることは髪を切って丸刈りで謝罪することである。丸刈りはもともと仏教とつながっている文化であり、髪を落とすと、ものも落とすという意味を持つ。それとはまた別に、アジアの国々では髪を切るのが刑罰でもある。江戸時代では、公事方御定書²⁶⁶では、不貞の罪を犯した女の人、奉行所で髪を剃られるということが書いてあった。更に、日本の軍隊でも丸刈りを使い、現代の学校の校則としても丸刈りは珍しくない。しかし、日本の丸刈りと校則を違反して罰として使われている丸刈りも存在する。最近の謝罪として、他人から強いられなくても、自ら謝罪の意思と誠意を示したいとして、頭を丸める人²⁶⁷が現れている。つまり、自分の面子を自分で潰して、自分を先に罰する行為だとも考えられる。丸刈りは解決にはなっていないが、懺悔のような行為で、憐憫の情をもらって、それ以上は他人から言えなくなるために行うとも思えるだろう²⁶⁸。

海外の謝罪

謝罪を相手がどう受け止めてくれるか分からないと、謝罪の意味がはっきりしなくなる。謝罪は相手に伝えるものなので、伝えられなかったら、謝罪は成功ではない。まず、日本

²⁶⁴ Ibid.

²⁶⁵ Ibid.

²⁶⁶ 江戸時代では、江戸幕府の法典であった。新村, “広辞苑.”

²⁶⁷ 歌手の峰岸みなみやボクシング選手の亀田大毅、マラソン選手の川内優輝など

²⁶⁸ “丸刈りでおわび!? ニッポンの”謝罪”.”

の謝罪は西洋圏との謝罪とかなり違っていると理解し、異なる文化圏では、どのような謝罪が効果的であるかを勉強する必要がある²⁶⁹。

大谷麻美の実験によると、日本人とアメリカ人は謝罪をそれぞれ違うように把握している。次のような実験を行った。

「あなたは大学生で、友達のパソコンにコーヒーを零してしまう。どうするか。」

日本人はその瞬間に「ごめんなさい、ごめんなさい」と言う。10回以上「ごめんなさい」を繰り返した人もいた。一方、アメリカ人は、謝りの言葉もほとんど使わず、「いくらだったか」「まだ買えるか」と発言した。つまり、アメリカ人は、すぐに問題解決に集中するが、日本人は問題解決より人間関係を守る。更に、アメリカ人は謝ることとともに、責任を負うが、日本人は「ごめんなさい」と発言するが、責任を曖昧に残す²⁷⁰。

例えば、Tiger Woods が浮気問題のせいで行った謝罪会見で、責任を負うと言わなかったことは当たり前である。謝罪の言葉もほとんどなかった。「私のせいではなく、名声のせいだ」と語った²⁷¹。あるいは、アメリカの歌手 Beyonce はアメリカの国家をロパクで歌った事件でも、謝罪は全くなかった。本人はサウンドチェックがなかったせいでロパクしたと語った²⁷²。西洋文化圏で自らの失敗を認めない謝罪の方が効果的である。

一方、我々西洋人も日本の文化での謝罪の特徴を理解するべきである。謝罪はどこの文化圏で行うかによって異なるので、居場所あるいはステージに合わせて謝罪を行う。これについて、以前から様々な事例がある。1980年に Paul McCartney がマリファナを日本へ持ち込んだ疑いで逮捕された。最初の反応は「たった数グラム」だったが、数日間刑務所にいた後、後悔していることを見せて、謝罪してから²⁷³解放された²⁷⁴。2015年までにさ

²⁶⁹ Ibid.

²⁷⁰ Ibid.; 大谷, “謝罪と感謝の日・英対照研究—話し手の心理からの考察”; 大谷, “謝罪はどのように遂行され、どのように解釈されたのか—英語の謝罪談話のケーススタディー.”

²⁷¹ Shipnuck, *The Shrinking of Tiger Woods*.

²⁷² “丸刈りでおわび!? ニッポンの”謝罪”.”

²⁷³ 謝罪の裁判での影響もあるということは本当はないが、日本では被害者が裁判で謝ると、判決は弱くなる可能性がある。アメリカの法律制度では、犯罪者の感情は関係なく、犯罪行為に基づく判決は出される。Fiske et al., *A Szociálpszichológia Kulturális Mátrixa*.

²⁷⁴ “Beatles Paul McCartney.”

さまざまな外資企業²⁷⁵が日本で謝罪会見を開き、日本の謝罪スタイルに合わせて、頭を下げて謝った。その企業はみな、自国で謝罪するときには、別な方法で謝るが、日本のステージに合わせて、日本の文化を受け入れ、日本で日本人のように謝らないと消費者が減ってしまうことを理解し、謝罪した。

(4) “謝罪マニュアル”

謝罪の仕方

実際どのように日本で謝罪すべきかは、たくさんの人に注目されている。筆者は2013年に大手コンサルタント企業 Prap Japan の危機管理担当にインタビュー調査を行った結果、毎年謝罪の仕方を学ぶための企業が増えていることを知った。事件はまだ起きなくても、念のため謝罪の仕方を知りたい企業、あるいは事件が起きた後に、今すぐ手伝ってほしいという企業も存在するという。トレーニングは秘密保持契約の影響で誰にも公開されていないが、謝罪のトレーニング中に 4 つの重要なことに集中していることが明らかになった。

- ① 事態をどう受け止めているかをまず示す
- ② これまでの事実関係を分かりやすく説明する
- ③ 原因究明と責任の所在について客観的に説明し、会社として最大限の誠意を示す
- ④ 再発防止策

一方、どんなに謝罪のやり方を習っても、間違っただけで反応し、失敗する企業が少なくない。失敗を避けるために 2013 年 11 月に『President²⁷⁶』にたくさんの記事が書かれていた。

まず、事件が起きた後に七か条²⁷⁷として、以下の事柄があげられている。

- 1、罪を認めて謝罪する
- 2、感情を抑えて素直に聞く

²⁷⁵ Schindler Group, Citibank, McDonalds Corporation

²⁷⁶ 月に 2 回出版されるビジネス誌

²⁷⁷ 宮内, “どんな怒りもスーッと消える相手の 6 タイプ別「切り返し」の魔法.”

- 3、正確にメモを取る
- 4、冷静に考えてから説明する
- 5、現場を確認する
- 6、正確に対応する
- 7、対応は平等に

一方、アメリカの研究者によると、この条件が変わる。危機に対する応答の 4 つの態度は次の通りである。

1. 否定する（告訴人を攻撃すること）
2. 批判を減少すること（釈明、正当とする理由）
3. 再建する（補償、謝罪）
4. 強化する（思い出させる、犠牲にする）

更に、クライシス・コミュニケーションでは責任の属性も提供する²⁷⁸。

発言するときの注意

日本では会見中に「分からない」またはノーコメントとするのは禁止されている。その代わりに「今分かっていることをすべてお話した」と言う²⁷⁹。相手の気持ちを必ず理解しながら言葉を選ぶ。「それは大変だったのですね、本当に申し訳ございません」、相手と同じテンションで謝罪する。謝罪の時に必ずメモを取る。内容の記録は勿論だが、「あなたの話をきちんと受け止めています」ということも示していることになるので、大事である。メモを取ることは、メモを取りながら「おっしゃる通り」「そこまで気が付きませんでした」「勉強になります」と言い続けて、相手の気持ちに発言を合わせる²⁸⁰。更に、時間的に 1 時間ぐらい考えて、相手の話をひたすら聞く²⁸¹。

²⁷⁸ Coombs, *Ongoing Crisis Communication*.

²⁷⁹ 五十嵐, 新版 実践マニュアル 広報担当の仕事; 篠崎, 会社を守る!もしもの時のメディア対応策.

²⁸⁰ 宮内, “どんな怒りもスーッと消える相手の 6 タイプ別「切り返し」の魔法.”

²⁸¹ 古谷 and 西出, “知らないで恥の上塗りーお詫びのマナー入門.”

必ずやっではいけないことのリスト

テーブルにクロスをかけずに足を隠さないことは間違っている²⁸²。人間はいくら集中しても手元と足元と体の全体をコントロールすることは難しい。食品メーカーの企業の謝罪会見で、テーブルの上にカバーがなくて、社長の足は記者からよく見えて、会見中に社長が靴を脱いで、足を椅子でマッサージし始めた²⁸³。

また謝った後に一言を言ってしまう、または許してもらった後に冗談を言うことは失敗につながる²⁸⁴。

「汗を拭いたり、苦笑いをしたりすると、必ずフラッシュの嵐になるので、必ずそのようなことは避ける」²⁸⁵。

「謝罪先に出されたお茶には手を付けない。タバコを吸わない。すまなそうな表情を崩さない。マニュアル的な謝罪は避ける」²⁸⁶。

「失礼な言葉、たとえば「それは違います」「だから」「それはですね」「よくあることなんです」「どうしてですか。」「ほんとですか。」「たぶん」「契約時にお伝えしましたが」などの言い方は禁止されている」²⁸⁷。

謝罪会見のタイミングをよく考えて決めておく。**Schindler** エレベーターの記者会見で、ある記者がこう質問した。「記者会見の日を今日に設定にしたのは、サッカーのワールドカップで日本が初戦を戦う日だからでしょうか」。その時、社長は苦笑いを浮かべてしまって、その苦笑いがカメラのフラッシュを浴びて、会社の信頼が一瞬で落ちた。謝罪会見では笑顔は禁止である²⁸⁸。

²⁸² 篠崎, 会社を守る!もしもの時のメディア対応策.

²⁸³ 中島, “知らない恥の上塗りーお詫びのマナー入門.”

²⁸⁴ 大宮, “日本古来の礼式? 「土下座」のやり方を点検”; 福田, “一分間診断「気持ちを逆なでする」残念な言い訳.”

²⁸⁵ 篠崎, 会社を守る!もしもの時のメディア対応策.

²⁸⁶ 高井 and 内藤, “効果満点! 仕事の場面別「頭を下げ方」ガイド.”

²⁸⁷ 古谷 and 西出, “知らない恥の上塗りーお詫びのマナー入門.”

²⁸⁸ 篠崎, 会社を守る!もしもの時のメディア対応策.

「まずは謝ります」という姿勢で謝罪するのは全く意味がない。自分が悪かったという気持ちがあればちゃんと謝れない。あくまでも世間を騒がしたことに對して遺憾の意を表しているだけで、会社として何か責任を伴った謝罪は存在しない²⁸⁹。

メディアで視覚化された謝罪

いつから危機管理コミュニケーションが始まったのか、はっきり定義することはできないが、20年前からリスクコミュニケーションはコミュニケーション研究の中で新しい分野として現れた。危機が起きた時、重要な目的は危機によって起こった被害を減少することである²⁹⁰。しかし、リスクを見ている相手によって、説明方法が異なる。研究者はリスクを科学的に見ているが、一般の人は直観的な目線からしか見ない。研究者は確率で、一般人はイエスかノーで考えている。研究者は人口平均で、一般人は個人的な結論でリスクを見ている²⁹¹。つまり、謝罪の時、相手を調べるのが一番重要なこととなる。それは、個人か社会かメディアであるか、さらに日本の社会、あるいは欧米社会であるかによって謝罪の仕方がかなり異なる。日本の謝罪会見はマスコミ＝社会²⁹²に對して行うと書いているが、本当は社会に對して行うかどうかは疑問である。マスコミに對して行っているという方が間違いないのではないだろうか。その証拠の一つに「世間をお騒がせて申し訳ございません」と言う言い方だが、実は騒がせることで、なぜ謝罪しなければならないか。更に、騒いでいるのが、カメラマンや記者たち、それとも一般視聴者なのか²⁹³。ともかく、「頭を下げて、相手の目を見て、謝って、もう一度頭を下げる²⁹⁴」形式的な謝罪はあまりにメディア向けのパフォーマンスのように見えるので、本格的な謝罪を見せている行為とは考えにくい。

本節で明らかにしたように、文化によって、謝罪行為は異なる。我々西洋人から見ると、日本の謝罪は特別である。多くの研究者に注目されているのは、日本の謝罪行為の特徴で

²⁸⁹ 大宮, “日本古来の礼式? 「土下座」のやり方を点検”; 松崎, “火だるま必至! 絶対非を認めてはいけないケース.”

²⁹⁰ Coombs, *Ongoing Crisis Communication*.

²⁹¹ Leiss and Douglas, *Mad Cows and Mother's Milk*.

²⁹² 五十嵐, 新版 実践マニュアル 広報担当の仕事.

²⁹³ 新谷, 日本人はなぜそうしてしまうのか.

²⁹⁴ 古谷 and 西出, “知らない恥の上塗り—お詫びのマナー入門.”

ある「お辞儀」「丸刈り」「連帯責任」などである。謝罪の責任については、さらに研究が必要である。ここまで示したように、欧米文化では、謝罪とともに、責任が含まれ、補償金が要求される。一方、日本の場合には、謝罪とともに責任の問題をはっきりさせず、曖昧に残される。この違いによって、外国での謝罪は起こりにくく、日本では事件の直後に必ず誰かが頭を下げている。謝罪行為の目的は、Goffman²⁹⁵も書いたように、壊れた人間関係を修正プロセスでもとに戻すことである。

一方、日本では壊れてない人間関係でも謝罪が行なわれるので、西洋人に日本の謝罪行為が理解しにくくなる。「すみません」または「ごめんなさい」は人間関係をもどすときだけではなく、感謝の時にも表す。なぜプレゼントをもらう時に「すみません」と言うのか。それについて Coulmas の定義では、欧米では感謝と謝罪の気持ちがはっきり分かれているが、日本ではその二つの境界はあいまいであるとしている²⁹⁶。あまりにも離れた気持ちなのに、日本語では、「感謝」と「謝罪」の単語でも同じ「謝」が現れる。「謝」はお礼とお詫びを両方とも表しており、「謝」の文字だけを見るとどちらを示しているのか分からない。周りの雰囲気からしか分からない。それは、実際も同じ。頭を下げてお詫びをするが、謝るか、あるいは許してもらったことに対する感謝なのか分からない。それは、日本の文化の空気を読める日本人しか分からないのである。

²⁹⁵ Goffman, *Relations in Public*.

²⁹⁶ Coulmas, *Poison to Your Soul. Thanks and Apologies Contrastively Viewed*.

第5節 日本型謝罪の様式

本章の目的は、様々な国で行われている謝罪行為の違いの様々な原因を明らかにすることであった。謝罪は、日本と欧米でもそれぞれ違うように行い、異なる報道がされるので、その相違を理解できるように、各国の謝罪プロセスを明らかにする。

本章は、大きく二つに分かれており、1節と2節はメディア、3節と4節は社会に分類した。メディアが謝罪をなぜ報道するのか、どのように報道するのかを理解する必要がある。まず、理解すべきことは、謝罪がメディア・イベントであることである。メディア・イベントは Boorstin に定義され、自然に発生したニュースではなく、メディアの報道のためにわざと作られたイベントという意味がある。謝罪会見はメディア・イベントのすべての基準に当てはまる。メディア・イベントはもともとニュースが足りない時に、記者によって作られ、視聴者の注目を得るために報道された。一方、多くの研究者は、メディア・イベントが偽装されたイベントであるならば、信頼できる情報なのか、報道する価値があるのかについて批判している。

筆者は、謝罪会見には特有の価値観があると考えるが、それは Boorstin が定義したメディア・イベントの意味だけにはとどまらない。視聴者のための価値観ではなく、メディアにとっての価値観がある。謝罪会見のようなメディア・イベントに多くの視聴者が興味を持つために、メディアは視聴率を上げるために、非常に多く謝罪会見を報道する。日本のメディアでよく聞かれる表現は「世間様をお騒がせして申し訳ございません」であるが、この言葉に対して筆者はいくつかの批判的見解をもっている。まず、世間様とはどなたを指すのかということである。「世間」が「社会」であれば、なぜ『社会』とは言えないのか。更に、「様」という敬語の表現を付けるのが、謝罪行為以外ではほとんど耳にしない表現であり、無理やりつけられた感じがする。二つ目は、「騒がせる」と言うのは世間の平穏を乱すという意味で、平穏を乱したのが誰であるか明らかにしていない。もしかすると、メディアが世間を騒がせているだけではないだろうか。三つ目は、騒がせたから謝るといのが間違っているだろう。つまり、「世間様をお騒がして申し訳ございません」とは、正しくは「メディア様が騒いでいるので謝ります」という表現であり、正しく用いてほしいと考えている。

メディアの目的は、謝罪しなくてはいけない人々を見つけて、それらに視聴者の注意を引きつけることである。どんなに時間がたっても、罪を忘れることなく、あらゆる手段を

使って謝罪すべき人を探し出し、追跡し、謝罪するまで離れない。更に、謝罪を必ず否定的な立場から報道し、謝罪者は否定から中立な状態へ戻る努力をするが、最終決定はメディアが出す。筆者がずっと疑問であったのは、なぜ、日本のメディアがこのような圧倒的な権力を持っているのかということであった。その答えは、2 節で述べた「記者クラブ」制度にある。

日本の記者クラブはあまりにも独特で、理解しにくいものとして、以前から諸外国から注目されている。2 節で書いたように学者の多くは日本には言論の自由がないと述べている。日本のメディアは政府に動かされて、「グッド・ニュース・オンリー」の政策に従って、視聴者のために報道するのではなく、政府の道具となっている。目的は、政府の指示に従って、視聴率を高くすることである。筆者はこれまで、日本のメディアには圧倒的な権力があると述べてきたが、実は日本のメディアの力は一面では弱すぎるため、権力があるように見えているだけかもしれない。つまり、重要なテーマではメディアは権力がなく、ただの情報を伝える道具であるが、重要ではないところで権力があるように見せる。謝罪会見はただのメディア・イベントであり、その場で圧倒的な権力を見せるのは間違っているだろう。社会的な事件で力を見せることで、政治関係の報道での弱さを隠したいのだろう。日本のメディアはそのバランスをかなり上手に守っている。一方、研究者は、記者は謝罪会見で謝罪者に非常に厳しい質問を出す。総理大臣の記者会見では、前に書かれた質問、さらには、決まっている質問しか出せないことを分かっている。これを考察すると、なぜ記者クラブの制度は今でも必要なのか、なぜ外国人の記者は今も記者クラブに入れないのか、なぜ日本の新聞とテレビ放送局のニュースは類似するのか、すべてが明らかになる。また、このことは普段はめったに明らかにならない。いくつかの難しいケース²⁹⁷があったが、まだまだ日本の政府とメディアの秘密の「浮気」はばれてはいない。

謝罪会見は、メディアにとって、自分に存在しない権力を一方的に見せられる場所であると言える。これはメディアの態度にたいしての答えになる。筆者がこのテーマを選んだ理由の一つは、どのようにメディアが謝罪者にメディアの意思を強いているかを不思議と考えたからである。

²⁹⁷ ロッキード事件、皇太子妃を選ぶ事件

ヨーロッパの謝罪では、どれほどメディアが頑張っても、謝罪者の家の前で待っても、会社まで行っても謝らせることができない。それなのに日本では、なぜ当たり前のようにみんな頭を下げるのか理解できなかった。その答えは、本章3節で見えてきた。

Hofstede の研究に基づくと、日本の社会は集団主義であり、ヨーロッパと欧米社会は個人主義である。その意味は、日本人は集団の中で住み、集団の調和を守る。一方、個人主義者は個人のために努力する。責任の取り方も異なり、西洋人は個人で責任を取るが、日本人は共同で責任を負う。それ故、謝罪するときにも会社の場合は一人ではなく、みんなで謝罪し、頭を下げる。自分の弱いところを見せるのは、日本の文化では悪いことではなく、美德と思われている。しかし、このためだけで日本人は事件後すぐ謝るのではなく、企業の評判に対するダメージを最小限に止めるために謝罪する。日本の謝罪は欧米の謝罪と違って、責任が含まれていない。もちろん、道徳的責任が含まれてはいるが、つまり、謝罪者は、自分が失敗したことについて、事件にかかわっていることは認めるが、債務的な責任は含まれていない。このように考えると、謝罪しない理由は一つもない。一方、欧米では、まず自分の弱いところを見せるのは美德ではなく、さらに、謝罪は債務的な責任とつながっているため、できる限り謝罪しないように努力するのである。

日本の謝罪のもう一つの特徴は、上手に視覚化されていることである。欧米では言葉の表現だけで謝罪を表すが、日本では言葉も、お辞儀も、土下座も、丸刈りも、さらにまれなケースでは自殺もある。実は、頭を下げることは、謝罪だけではなく、お礼を伝えるときにも日本で使われている。逆に、お礼を言う時に「すみません」と言う言葉も使われている。それは、Coulmas によると、日本では感謝と謝罪の境界線があまりにも近くて、はっきりと区別できない。一方、欧米ではこの二つは全く違う行為である。そうすると筆者の疑問は、謝罪者は頭を下げて、「大変申し訳ございません」と言いながら、それは謝罪であるのか、あるいは今後の信頼のお礼であるのか、はっきりとは分からない。

本節をまとめると、謝罪会見は、メディアと謝罪者にとっても重要な行為である。メディアは権力を見せながら、視聴率を高めて、謝罪者は失うものが全くないので、道徳的責任を持ちながら、社会の調和を守るためにとりあえず早く謝罪する。二つの分野は、お互いの要求をよく理解しながら相互行為を行っている。この行為で、利益と目的がないのは視聴者だけである。

第4章 謝罪の比較研究

本章の目的は、第3章の理論的な仮説を実証することである。第3章では、個人主義と集団主義の文化を区別し、各文化では謝罪行為がどのように行われるのかを明らかにした。つまり、欧米文化で行われた謝罪会見は、経済的な責任が含まれているが、日本では極めて感情的・情動的な様相に集中していることである。このことにより、日本の謝罪会見は事件直後に行われるが、欧米の場合では、数日が経っても謝罪が行われない場合が珍しくはない。筆者の仮説では、日本での謝罪会見の目的が、強制された振る舞いを通して恥を視覚化させることであると考えられるが、欧米での謝罪は個人的関心に基づき、責任と弱気を見せる日本の謝罪会見より、もっと個人主義の傾向を示す行為である。更に、メディアがどのような理由で謝罪に注目するか第3章で明らかにしてきた。謝罪会見はメディア・イベントであり、視聴率を増加させる働きがある。しかし、日本と外国のメディアの謝罪報道は異なるため、その原因はメディアの権力の違いと考えられるだろう。

この仮説を検証するため、さまざまな国のメディアに現れる謝罪会見を比較し、危機管理コミュニケーションの文化的な背景を理解しながら社会に対する働きに注目する。本章では、国ごとの社会的・文化的な違いを表すため、日本とハンガリーとアメリカのメディアを通して行われた謝罪会見を対象とする。Hofstede²⁹⁸の研究によると、日本は集団主義の国であり、アメリカは個人主義であり、ハンガリーは共産主義制度後に集団主義から個人主義に変わったと述べている。三つの国を分析することにより、それぞれ主義ごとの特徴を明らかにできるのではないかと考えた。研究方法としては、すべてのケースについて内容分析を行い、比較研究によって、各文化圏での危機管理の手順と特徴を明らかにした。

本章の構造は、5節に分かれている。各節に二つか三つの国で似たような事例を比較していく。それぞれ5つの節は以下の図27のように区別されている。

図27から分かるように、第1節では、アメリカとハンガリーと日本で起きた芸能人が酔っ払った時の道徳的な失敗（ハンガリーは道徳的だけではなく）に対する反応を対象とした。芸能人の場合は、事件後の謝罪ではなく、復帰時のインタビューあるいはショーを比較した。

²⁹⁸ Hofstede, “National Cultural Dimensions”; Hofstede, “Hungary - Cultural Dimension”; Hofstede, “Japan- Cultural Dimension.”

第 2 節では、政治家の私的な問題に対する謝罪や説明会に注目し、アメリカと日本の政治家の浮気問題に対する謝罪を比較した。どの国においてもリーダー、あるいは芸能人はもっとも注目を得るため、どのように謝るのかというのは、メディアにとっても重要なできごとである。アメリカと日本の政治家の事件は時間的に非常に離れているが、この二つを選んだ理由は、アメリカでは 1990 年代にも政治家の記者会見が行われていたことを示したかったからである。

第 3 節では、日本とハンガリーで起きた企業の事故を対象とした。二つのケースとも、自然による被害か人為的なミスかは明らかにはなっていなかった。二つのケースとも同じくらいの死者がでている。

第 4 節では、アメリカと日本で行われた企業の道德問題を対象とした。

第 5 節では、文化クロス比較を行った。クロス比較とは、アメリカの企業の日本での謝罪会見、日本の企業のアメリカでの謝罪会見を対象とした。第 4 節までに、様々な文化圏での基本的な謝罪を把握できるようになり、自分とは違う文化圏で行われる謝罪の場合は、どのように謝罪の方法が異なるかに注目する。

更に最後の第 6 節では、自分の文化圏で行われた謝罪が、外国で報道されているときにどのように外国人に理解されているのか、アメリカで報道された日本の謝罪と、日本で報道されたアメリカの謝罪を比較する。

本章の比較研究の一つの目的は、アメリカとハンガリーではさまざまな種類の謝罪会見が存在するが、日本ではすべての謝罪が決まった形式で行われていることを示すことである。

	日本	アメリカ	ハンガリー
芸能人の謝罪	事例③ SMAP草薙剛	事例① Mel Gibson	事例② Stohl András
政治家の プライバシー謝罪	事例⑤ 中川郁子	事例④ Bill Clinton	
事故に対する企 業の謝罪	事例⑥ 笹子トンネル事故		事例⑦ MAL赤泥事故
企業の謝罪	事例⑧ JR山手線	事例⑨ Alaska Airline	
企業の謝罪 クロス比較	事例⑪ マクドナルド謝罪	事例⑩ TOYOTAの謝罪	

図 27. 比較研究で対象にした事例

分析方法

分析の対象としたのは新聞記事かテレビ映像であった。両方とも、個人の謝罪の場合は謝罪者、企業の場合は特に社長あるいは経営者の存在に注目し、彼らの発表とコメントを分析した。発表の流れを比較し、事情の説明の有無、失敗の認識の有無、責任を負うことの有無、今後の約束の有無があるのかどうか、あるとしたらどのように発言するかを調べた。その中でも、特に謝罪の表現を比較して、言語的と非言語的な行為を比較した。最後に謝罪者の表情と外見を確認して、各国でどのような違いがあるかを明らかにする。

第1節 俳優の謝罪

芸能人はリーダーと同じように、成功すると英雄になり、失敗すると犠牲者となる²⁹⁹。失敗した場合に謝罪するのは、ファンとメディアの怒りを収めて、自己の名声を元に戻すことである。芸能人の事例として取り上げたすべてのケースで、お酒を飲みすぎたり、麻薬を使用したりする状態で起こした事件であるが、Gibson と草薨のケースは法的な問題はなく、Stohl の場合は裁判で判決が出された。芸能人の場合、実際の事件に対する謝罪会見ではなく、カムバックの謝罪ショー、またはインタビューに注目した。

事件の概要

事例① Mel Gibson の謝罪（アメリカ）

Mel Gibson（アメリカの人気俳優）は2006年7月28日に酔っ払い運転をしたことで警察に捕まり、警察の車で警察官に「お前はユダヤ人でしょう。ユダヤ人は世界のすべての戦争の責任者だよ」と言った。この反ユダヤ主義の表現が多くの人々の気持ちを傷つけた。Gibson は GMA Exclusive でインタビューに応じ、当時の気持ちについて語った。

事例② Stohl Andras の謝罪（ハンガリー）

Stohl Andras はハンガリーの人気芸能人である。俳優でもあり、多くの番組でアナウンサーとして勤めていた。2010年、酒を飲み酩酊状態で車の事故を起こし、事故に巻き込まれた二台の車に乗っていた人が数人怪我をした。彼は、事故後すぐメディアと劇場の仕事の半分以上を失った。裁判の判決は有罪で、5か月間刑務所に入った。刑務所に入る前に自分の心境についてのインタビューを受けている。

事例③ 草薨剛の謝罪（日本）

草薨剛は日本のアイドルグループ SMAP のメンバーである。2010年酩酊状態で、東京都内の公園で裸になって騒ぎ、警察に逮捕された。事件後すぐに SMAP と一緒の仕事を一時期失い、放送されていた広告が休止され、5週間の謹慎が課せられた。謹慎が終わってから、生放送のショーで改めて謝罪し、復帰した。

²⁹⁹ Kellerman, *When Should a Leader Apologize—and When Not?*

分析方法

事件を比較するため、YouTube に保存されていた映像を用いながら、三つのケースの内容分析を行った。本節では、特に事件後の謝罪会見ではなく、カムバックの時のショー、あるいはインタビューの映像を分析した。勿論、すべてのケースにインタビューとショーの中に謝罪が含まれている。

アメリカの Gibson の事例については、2006年7月28日に行われ、8月1日にインターネットにアップされた謝罪の手紙³⁰⁰と2006年10月13日に GMA Exclusive Good Morning America (ABC チャンネル) で放送された 20 分のインタビューを研究対象として用いた。

2010年5月8日に起きた事故後にすべての放送局が Stohl について報道した。その中でも、RTL Klub の民間放送局で9分間のニュースと Fokusz 番組の4分間の映像を対象とした。更に、裁判での有罪判決後に行われ、ケーブルテレビ STORY4 で放送された17分のインタビューを対象として用いた。

日本のケースでは、草薙剛の5週間謹慎後のカムバックショーを対象とした。2009年6月1日に『草薙剛復帰 SPECIAL LIVE』というタイトルの番組がフジテレビで生放送された。24分の生演奏と BistroSmop の番組を比較対象として用いた。

比較分析

アメリカとハンガリーのケースは非常に似ていることが分かった。二人の芸能人ともに自分の失敗を認めていたが、今までとは違うようにそれを発言した。

” Are those anti-semitic words? Oh, yeah, yeah, sounds horrible. And I’m ashamed of that. That came out of my mouth. That’s not who I am, you know?”

「反ユダヤ主義の発言でしたか。 そう、そう。ひどいでしょう。本当に恥ずかしいですよ。口から勝手に出てきましたよ。でも、私はそんな人じゃないよ、分かるでしょう。」³⁰¹

³⁰⁰ Gibson, *Mel Gibson’s Apology to the Jewish Community*.

³⁰¹ <https://www.youtube.com/watch?v=FDfUhlBgfoU>

Stohl の場合でも似たような自己バッシングが見える。

” Nem csak a bácsi lábát sikerült eltörnöm, hanem úgy tűnik, hogy az életemet is ketté törtem… Erre nincs mentség. Számtalanszor mondták, mindig mindenki, Ancsika, anyukám, nővérem, gyerekeim. Mindenki felé csak lelkiismeretfurdalással tudok tekinteni, mindenkinek igaza volt, én voltam a hülye… Tudom, hogy erre nincs bocsánat, de ha lehet bocsássanak meg nekem az emberek. ”

「おじさんの足を骨折させただけでなく、自分の人生も骨折してしまいました。私の行為に対して言い訳はありません。何回も言われて（酔っ払って運転することについて：筆者）、奥さんに、お母さんにお姉さんに私の子供にも、非常に罪悪感があります。みんなが正しかったです。私はバカでした。許されないと思いますが、可能なら許してください。」³⁰²

二つのケースでも、自己バッシングをしているのが確認できる。他の人に謝るより、自己バッシングを他の人に見せる。謝るより、自分の罪を感じていることを外に出す。大谷が発言したように、「自分の面子を自分で潰して、先に罰することです。人に罰せられる前に先に罰する。そうすると、心情的にもうそれ以上言えなくなってしまいます」³⁰³。そのため丸刈りをして、自己バッシングを見せているのだとしている。一方、外国の芸能人のインタビューでも同じように自分を罰する行為が見えるので、このような行動は外国の丸刈りであるとも考えられる。筆者により、国民の怒りを定めるために Gibson も Stohl も自己バッシングのプロセスを発言した。一方、意図的にやっていたのか、自然的にやったのかは判断しにくい。また、怒りがこの行為によって収まるかどうかは疑問である。

³⁰² <https://www.youtube.com/watch?v=qxwdFtJmpnA>

³⁰³ “丸刈りでおわび！？ニッポンの”謝罪”.”:21:02



写 18. Mel Gibson の謝罪の写真³⁰⁴

更に、二人のケースでは今回起こった事故を、一種の祝福として考えている。

” That`s the price you paid. Because sometime that`s what you need. In my case public humiliation in a global scale seems to be required.”

「これは自分の行為の代償です。誰でもどきどきあるでしょ。私のケースでは、世界的な規模恥さらしになったみたいですね。」³⁰⁵

一方、ハンガリーの Stohl は、

” Ez a legemberségesebb ítélet ami most történt. Engem széttéptek volna.. hogyha én felfüggesztettet kapok. Az életben nem mostam volna le hogy megvettem az ítéletet. Így meg normálisan végig tudok menni az utcán.”

「これは一番人間らしい裁判の判決です。私は執行猶予をもらおうと、みんなに怒られると思います。一生、賄賂じゃなかったと証明できないです。こうすれば、普通に道を歩けるようになります。」³⁰⁶

二人の場合、自己バッシングとともに、自己確認も現れる。自分の行為を認めていつかこのようなバッシングが要求されていることも述べている。否定的なことでも積極的な部

³⁰⁴ GMA Exclusive Good Morning America 2006年10月13
<https://www.youtube.com/watch?v=FDfUhlBgfoU>

³⁰⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=FDfUhlBgfoU>

³⁰⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=YVsPEC2EPoY>

分を見つける。例えばそれは、今まで他の人に怪我をさせたことがなかったことである。更に、ハンガリーの場合は自分の失敗をネタにし、本を出版することにもなった。

それは、ただの公的な懺悔であるか、あるいは失敗から利益を得るために書かれていたかは疑問である。しかし、海外の場合は事件が謝罪だけで終わるわけではない。

Gibson は、ユダヤ人コミュニティに公的な手紙を送って、謝罪し、さらに謝罪を証明するための最初のステップとしてユダヤ人に会って、話をしたいと書いた³⁰⁷。それとともに、アルコール中毒であることを理解し、治すためにカウンセリングへ行った。インタビューの最後にユダヤ人コミュニティに寄付する話も上がってきた。

Stohl の場合は、法的な処罰としてドラッグセラピーに行くことが課せられ、ボランティアでハンガリー全国の高等学校を回り、麻薬の悪い効果についてのプレゼンテーションをすることとなった³⁰⁸



写 19. Stohl Andras の謝罪の写真³⁰⁹

二人のケースでは長いインタビューが行われ、行為の原因を探した。家族問題、アルコール中毒などについて正直に話し、深層面接のような話が行われた。重要なのは、二つのケースとも日本とは違って、一対一のインタビューである点である。つまり、お客さんの参加はなく、親密な状況を作り、事実を説明するイベントが作られた。このインタビューには二つの意味が考えられるだろう。一つは謝罪者の否定的なイメージを自己バッシングの話によって増加させることであり、もう一つは謝罪につながるメディア・イベントを作り、視聴率を高くすることである。謝罪者にとっても視聴率が高ければ高いほど効果があると考えられている。

³⁰⁷ Gibson, “Mel Gibson’s Apology to the Jewish Community.”

³⁰⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=PZTaufEp5H0>

³⁰⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=YVsPEC2EPoY>



写 20. 草薨剛の謝罪写真³¹⁰

一方、日本の草薨の謝罪ショーを見てみると、まず明らかなのは、カメラの前だけで行われているショーではなく、お客さんも参加するイベントであることがわかる。それは、お客さん＝社会の反応もすぐ見せる行動とも考えられる。更に、お客さんの泣き声、叫び声を放送することで視聴者を上手く惹きつけることができるだろう。

外国の Gibson と Stohl の発言と草薨を比較すると、草薨は他の人、客、視聴者の目線から話していることが多い。「本当に申し訳なく思い」「みなさんに迷惑をかけてしまって、心配かけてしまったんです」「皆様、温かく声をかけてくださる」³¹¹など自分を他人の視点から見て話すことが少なくない。一方、アメリカとハンガリーの場合は、このような表現は非常に少ない。Gibson の場合に一度、ユダヤ人の気持ちを理解していなかったという表現があった。その違いは、集団主義と個人主義の文化の違いから来ているだろう。つまり、集団主義の日本人は他人との調和を守るため、自分の目線から事件を見ているではなく、集団に対してどれぐらいの迷惑をかけたかで自分を判断する。一方、個人主義のアメリカ人とハンガリー人（特にハンガリー人）は、今回の事件は自分にとってどれぐらいの不利益を起こしたかをまず見る。

しかし、日本の場合でも他人からじゃなくて、自分の視点から言及することも見えてくる。

³¹⁰ 板谷, “草薨剛復帰 SPECIAL LIVE.”

³¹¹ Ibid.

「一つのところで留まって、じっとしてるとつらいじゃないですか。そうすると、普段考えないこととかを考え始めちゃうんですよ。それはすごくなんか、良かったです。一番何考えたか。自分はどうやって生きていくのか。何が自分にとって幸せなのか。」³¹²

アメリカとハンガリーと同じように面子を自ら潰すほどではないが、自分を調べて自分を探すという傾向がある。反省し、罪をよく考えて、別人として戻ってきたとの証明とするためだろう。Gibson と Stohl と同じように謹慎の 5 週間、つまり定められたバッシングがよかったと草薙も述べている。Gibson の場合は非道徳的な問題を起こしただけだったので、法的なバッシングがなく、国民の怒りを鎮静化させるためにインタビューが行われた。誰にも怪我をさせなくてよかった、早く捕まえられてよかったと Gibson は述べている。Stohl の場合は、法律を破ったから法的なバッシングもあり、本人は国民の怒りを沈静化させるため有罪の判決でよかったと述べた。草薙の場合は、5 週間の謹慎中にいろいろ考えて、自分を見つめ直せてよかったと述べていたが、謹慎とは何だろうか。誰が出しているバッシングなのか。社会的に何の意味があったのか。

草薙の同番組の料理コーナーでは、メンバーと二人のゲスト出演者と一ヶ月の謹慎についての話があった。5 週間の謹慎は 5 週間家から出ないという約束であった。そこで、それぞれのメンバーが謹慎中の草薙と、どのように付き合ったかと言う話があった。メンバー二人は電話したり、会ったりしたが、残り二人は全く留守電に返事していなかった。メンバーの木村拓哉は「電話に出たら、この時間の意味ねえな」と語った。まるで、SMAP が社会の縮図であるかのように行動したと考えられる。二人は本人を甘えさせていたが、他の二人は厳しくてし、謹慎の終わりを待っていた。

筆者は、謹慎はまるで村八分の現代バージョンではないかと考えている。現代では町からの追放は難しいので、部屋に閉じ込めて、社会から隔離された。5 週間の間家から出ないと社会に許される。つまり社会へ戻れて、家から出られる。つまり、別の言葉で言えば社会的な贖罪である。この社会的な贖罪は外国であれば、ボランティア活動とアルコールセラピー、あるいはお金の寄付がこれに該当すると考えられる。

芸能人の謝罪の比較のまとめとして、謝罪以外になんらかの形でカミングバック（復帰）のために、インタビュー番組などが必要であると考えられる。その中で、本人は自分が思

³¹² Ibid.

った、感じたことを発言することによって客と視聴者から共感を得て、許されやすくする。更に、芸能人の場合、視聴率が高くなるからメディアもインタビュー番組を作ることに賛成する。インタビュー・ショーの意味は次のとおりである。

- ・ 反省した
- ・ 見直した
- ・ それを証明するため活用する

つまり、謝る言葉がなくても、メディアの前に現れたことが反省したことを意味し、自分で自らの面子を潰すことは見つめ直したことであり、ボランティア活動、あるいは謹慎を守ることで、反省と見つめ直しを証明することである。

第2節 政治家の謝罪

事件の概要

事例④ Bill Clinton の謝罪 (アメリカ)

Bill Clinton は 1993 年から 2001 年までのアメリカの大統領であり、1995-96 年にインターンとしてホワイト・ハウスで仕事をしていた Monica Lewinsky と交際をし始めた。Lewinsky は交際について同僚に話し、その話はテープに記録されていた。スキャンダルは 1998 年 1 月に公開されていて、Clinton は交際を断った。しかし、1998 年 8 月 17 日に全アメリカに対して謝罪した。

事例⑤ 中川郁子の謝罪 (日本)

中川郁子は日本の自由民主党の農林水産大臣政務官である。2015 年 2 月末に同僚議員と路上でキスをしたというスキャンダルが公開された。中川はスキャンダルが公開された後に、2 週間病院に滞在し、国会で謝罪させられた。

分析方法

事件を比較するため、YouTube に保存されていた映像を用いながら二つのケースの内容分析を行った。アメリカの Clinton の事件では、1998 年 8 月 17 日に行われた ABC 放送局が報道した謝罪³¹³を対象にした。映像のタイトルは” Bill Clinton apologizes to America”である。日本の中川の場合は 2015 年 3 月 12 日に国会で行われた NIPPON CHANNEL³¹⁴にアップされた謝罪³¹⁵を対象として用いて、比較研究をおこなった。Clinton の謝罪は 4 分 15 秒、中川のケースは 1 分 40 秒の長さであった。映像の内容分析の目的は、謝罪者二人のパフォーマンス、言葉使い、表情に注目することでもあり、罪を認める方法も明らかにすることであった。

³¹³ <https://www.youtube.com/watch?v=tKi-byuzgXg>

³¹⁴ 国会中継を YouTube にアップするサイト

³¹⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=5957yaSuueo>

比較分析

二つのケースとも会見ではなく、謝罪の発表だった。アメリカのケースでは、一台のカメラの前に Clinton が立って発表し、日本のケースでは国会の会議の場で中川議員が謝罪した。しかしながら、日本のケースは謝罪会見と似たような構成であり、メディアではなく他の議員の前で謝罪を行った。



写 21. Bill Clinton の謝罪の写真³¹⁶

アメリカの大統領の謝罪ケースでは、すぐ分かるのが、非常に準備された状態で、謝罪を行っているということである。映像の後ろに花束が設置され、大統領はずっとカメラを見ながら話していた。4 分間、下を向いた瞬間は一回または、一回も見られず、自信に満ちた状態で話していた。謝罪の構成を見てみると、

- ① 事実を説明する
- ② 嘘をついたこと、責任を認める
- ③ 国民を誤解させた理由
- ④ 私的人生に対する注意
- ⑤ やり直し
- ⑥ 今後の重要な仕事

一方、中川の場合は、事件後に 2 週間の休みがあり、国会に戻った後に謝罪させられた。1 分 30 秒の短い謝罪報告では、謝罪の表現と今後の仕事が含まれていたが、事実の説明がなかった。話し方は Clinton と全く違って、ずっと下を向いて、一度も上を見ていなかった

³¹⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=tKi-byuzgXg>

た。これは反省の気持ちを表したかったのか。一方、Clinton は言葉では反省していたが、顔の表情は謝ってはいなかった。それは Clancy³¹⁷が書いたように日本人は非言語的な表現、たとえば顔の表現で後悔を表す一方、西洋人は言葉の表現に自信を持つからと考えられる。



写 2 2. 中川議員の謝罪の写真³¹⁸

勿論、西洋人は言葉の使い方が上手とは言えないこともあるが、日本では表現、西洋では言葉にもっとも注目されていることが事実である。言葉の選び方によって謝罪を柔らかくすることもできる。Clinton は謝罪発表の 40 秒に、嘘をついたことを認め、Monica Lewinsky との交際も明らかにしたが、その言葉に自信を持ったままで、国民に謝ることがなく、罪を認めることもなく、自分自身の罪を認めるように感じられる。

” As you know, in a deposition in January, I was asked questions about my relationship with Monica Lewinsky. While my answers were legally accurate, I did not volunteer information. Indeed I did have a relationship with Ms. Lewinsky that was not appropriate. In fact it was wrong.” (00:36-00:55)

「みなさんご存知ように、1月の免職中に Monica Lewinsky との関係について聞かれたことがありました。私の返事は法的に的確でしたが、自ら進んで情報を出していませんでした。確かに Ms. Lewinsky と適切ではない関係にありました。事実として、これはよいことではありませんでした。」

嘘をついたことを全く言わず、あくまでも自分が言ったことが法的に正しくて、すべての情報を出していなかったと発言した。つまり、自分の弱いところを見せず、強い大統領

³¹⁷ Clancy, *The Acquisition of Communicative Style in Japanese*.

³¹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=5957yaSuueo>

の印象を謝罪の最後まで残す。唯一弱さを見せているところは、家族について話している場である。その一カ所だけで、謝罪の言葉を出す。しかし、その謝罪の言葉は国民に対する謝罪ではなく、奥さんに対する謝罪だ。

” I know that my public comments and my silence about this matter gave a false impression. I misled people, including even my wife. I deeply regret that.”
(01:18-01:32)

「この問題に関する私のコメントと沈黙で不誠実な印象を与えたことを理解しました、特に妻に対して。それについては非常に後悔しています。」

一方、中川の場合は、最初に発言するのが国民と皆様に対する謝罪である。

「私の軽率な行動のため皆様をお騒がせしたこと、深く反省しているところでございます。」 (02:26-02:41)

中川の謝罪行為から見えてくることは、使っている言葉の準備である。「申し訳ございません」という表現を使わず、自分の行為を「反省している」と述べた。謝罪を考えると、日本の謝罪会見で必ず現れているのが、「申し訳ございません」という表現であり、国民に対する一番深い謝罪と考えられる。一方、反省しているという表現は、自分を罰する行為に聞こえ、国民に対する謝る言葉ではないだろう。このように中川の謝罪は国民にとって、少し軽い謝罪とも考えられるが、顔の表情はそうではない。やはり、日本では自分の弱いところを見せるのが美德であるが³¹⁹、全員のケースがそうではない。政治家の立場まで進んだ人は力の強いところも見せないといけない。この理由で中川は謝罪につながるお辞儀もしていなかったと考えられる。

プライバシー

中川の謝罪には複雑な行為が見える。謝罪していない状態で謝罪したのである。つまり、外のプレッシャーに応じ、反省する姿を見せたが、日本の謝罪会見でいつも必ず見える行動と言葉を口にしていなかった。その点で二つの謝罪は大きく異なっている。

³¹⁹ Benedict, *The Chrysanthemum and the Sword*.

中川は国会の場において他の議員（民主党の大西健介議員）からプレッシャーをかけられた。

「早く地元に戻られて、そして地元のみなさんにご説明をされて、そして謝罪をして回られる方がいいんじゃないでしょうか。まあ、それをされないというならば、我々もこの問題を引き続き聞かなければならないと思いますけれども、自ら身を引きなさる、そういうつもりはございませんでしょうか」（01:17-01:35）

つまり、地元に戻るという表現は、投票してくれた支持者に自分の行動を説明すると考えて、さらに、それをしないと「我々もこの問題を引き続き追及しなければならない」を意味していると考えられる。つまり、私たちはその事件を忘れず、議員辞職されるまで、ずっとプレッシャーをかけるという意味であろうか。なぜ、相手をそこまで追い詰めているのだろうか。

一方、今回の中川と Clinton のケースでも仕事とは関係なくプライベートの場で起きた事件だった。勿論、メディアに出ている人の行為にみんな注目するが、プライベートの行為は政治家という職そのものにも影響を与える可能性がある。しかし、二人ともそのバランスをどのように取り、自分の文化圏に合わせて、適切な謝罪をするだろう。

中川が無視して反応しないと、日本社会、さらに他の党の怒りで事件を忘れさせてくれなくなる。そこで、早く解決するためには、適切に反省することが必要であろう。

しかし、西洋人のアメリカ大統領はもっとも激しく違う態度を選んだ。

” Now this matter is between me, the two people I love most, my wife and our daughter and our God. I must put it right. And I`m prepared to do whatever it takes to do so. Nothing is more important to me personally. But it is private. And I intend to reclaim my family life for my family. It`s nobody`s business, but ours. Even presidents have private lives.”（02:42-03:15）

「このことは私と私にとって大事な二人、妻と私たちの娘と神様の間の話です。戻さなければなりません。そのために何でもやるつもりです。個人的にこれは一番大切です。しかし、これは私的であります。私の家族を私の家族のため返してあげます。これは私たちのみの用であります。大統領にも私的な生活があります。」

Clinton は国民を優しく注意し、この問題は他の人の問題ではなく、ただ奥さんと彼の間の用であるとしている。更に「奥さんと私たちの娘と神様」の表現は、かなり多くの社会グループに魅力を与える。筆者の意見では意図的に「私の娘」という表現ではなく、「私たち娘」という表現を使うと、家族の大切さが含まれて聞こえるからだろう。更に、神様の存在も表すと、多くのアメリカ人はキリスト教徒のため³²⁰、懺悔は神様の前で行うべきことであるため、国民が同情すると考えられる。

メディアの利用方法

メディアの利用によって、メディアは謝罪にどこまで係わることができるのであろう。Clinton はメディアを完全に伝達者として使い、メディア記者あるいは他人が参加せずに、一人でカメラの前で発表した。中川の場合もメディアは単なる伝達者として使われているが、他人の議員の前で行われた謝罪は、他人が謝罪に関わっているので、謝罪の成功が本人だけではなく、他人からの批判にも影響をうけるだろう。カメラの前で、一人で話すと、謝罪の成功の確率が上がるだろう。

Kellerman³²¹と Tavuchis³²²によると、政治家とリーダーが謝罪するかしないかは重要な問題である。基本的に、政治家は自分の間違った行動をよく計算し、現在と将来的に影響があるとしたら謝罪はするが、影響がなければ謝罪をしない。更に、用いるすべての言葉が意味を持つので、注意深く言葉を選ばないといけない。Clinton の謝罪の目的は、まずはアメリカの国民との関係を回復、さらに自分の家族との関係をやり直すことであった。そのため、自分の間違った行動を認め、” I was wrong ” と述べた。Clinton の謝罪は成功に終わり、謝罪後にメディアは大統領の仕事に注目した。大統領時代の最後の Clinton の支持率は 66%に戻った³²³。

³²⁰ アメリカ人の 80%はキリスト教の様々な種類の宗教を持っている。
(www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/)

³²¹ Kellerman, *When Should a Leader Apologize—and When Not?*

³²² Tavuchis, *Mea Culpa: A Sociology of Apology and Reconciliation.*

³²³ Kellerman, *When Should a Leader Apologize—and When Not?*

第3節 企業謝罪（事故）

ハンガリーと日本でそれぞれ一つずつ注目されていた重大な事故を選んだ。二つの事故のレベル、死者の人数などは大変類似していた。

事件の概要

事例⑥ 笹子トンネル事故（日本）

2012年12月2日午前8時5分に、山梨県大月市笹子町の中央自動車道上り線笹子トンネル大月市側出口から約1700メートル付近で突然天井のコンクリート板（1.7トン）が130メートルにわたって落下した事故があった。走行中の自動車3台が巻き込まれ、死者が9人であった。笹子トンネルを管理運営していたのは、中日本高速株式会社（以下、中日本高速道路）（NEXCO）である。

事例⑦ MALの事故（ハンガリー）

2010年10月4日12時25分にハンガリーの北西町アイカ市にあるアルミニウム工場で廃棄物集積ダムの壁が壊れ、80万立方メートルの赤泥が流出し、周りの村を押し流し、10名の死者を出した。アルミニウム工場を管理運営していたのがMALハンガリーアルミニウム製造販売株式会社である。

分析方法

事例研究のため、それぞれの国の購買率がもっとも高い新聞、日本では読売新聞³²⁴、ハンガリーではネープサバドシャグ新聞³²⁵を選んで調査対象とした。

二つのケースともオンラインデータベースにキーワードで検索を行い、記事を集めた。日本の場合は、読売新聞で「笹子トンネル」と「中日本高速道路」と入力し、ハンガリーの場合は、ネープサバドシャグ新聞で「赤泥」（vörösiszap）と「MAL株式会社」（MAL Zrt.）のキーワードを入力して、記事を検索した。二つの事故の場合とも、事故が起きた日

³²⁴ 一日の全国販売部数は900万部で、東京本社版一日部数は650万部

³²⁵ 一日の部数は8万1980部

にちから 30 日以内にデータベースに登載された記事を調査対象とした。読売新聞で 31 件、ネーパサバドシャグ新聞で 28 件を確認した。

新聞以外にハンガリーの場合は民間放送局の RTL Klub³²⁶と TV2³²⁷の映像も内容分析のため利用した。

比較分析

笹子トンネルの事件が起きた日の午後 2 時、中日本高速道路株式会社は記者会見を開き、金子剛一社長は深く頭を下げ、「大きな事故を起こして大変申し訳ない。行方不明者の救出を第一に考えています」と謝罪し、「なぜ崩落したのかわからない」と繰り返した。次の朝 9 時に改めて会見を開き、保全・サービス事業本部長は「9 人が亡くなっており、心からご冥福をお祈りいたします」と再び謝罪した。

事件直後にメディアが注目したのが、中日本高速道路の謝罪と事故の原因についてであった。中日本高速道路はメディアに「なぜ落下したのか分からない」と述べつつ、原因となるさまざまな可能性についてメディアに説明した。さらに、事故の次の日に、中日本高速道路は事故にかかわった被害者に対して、相談を受ける専用ダイヤルを設置した。その上、経営しているすべての高速道路を改めてチェックする約束もした。

事故直後、国土交通省は事件の調査結果を報告した。その次の日、業務上過失致死傷容疑で中日本高速道路本社と他 6 ヶ所の捜索を行い、保守点検資料など約 550 点を押収したことが、新聞に報道された。事故 3~4 日から新聞はすでに公開された情報を繰り返し、特にトンネルの管理とチェックの仕方に注目した。一週間後、中日本高速道路は安全点検が不十分であったことを認めた。そして二週間後、国土交通省は中日本高速道路を安全点検の再検討をするように指示した。

³²⁶ RTL Klub はドイツの本社の CLT-UFA の子会社であり、1997 年 10 月 7 日にハンガリーの民間放送局として放送し始めた。

³²⁷ MTM-SBS, Scandinavian Broadcasting System は本社であり、ライバルの RTL Klub と同じく 1997 年 10 月 4 日に放送をし始めた。



写 23. MAL Zrt における被害³²⁸

一方、ハンガリーの MAL 事故の場合は、事故直後に謝罪会見は開かれず、MAL 株式会社（以下、MAL）は、メディアに現れなかった。当時、事故直後、衛生局によると、「赤泥は重金属を含み、呼吸器や消化器に入ると有害な影響を及ぼす」、あるいは「赤泥は肌に触れると、ただれるなどの影響を及ぼすので、水でよく洗い流すように」との説明が繰り返された。MAL の本社が出した情報は、「赤泥は EU 基準に照らせば、有害物質ではない」³²⁹ということであった。

MAL の社長らは、事故後三日までメディアの前に現れず電話のみで質問に答えた。MAL は、「事故が起きた日の朝、ダムは検査され、異変はなかった」と述べた。一日後、MAL の議長は「私たちは失敗していなかった」「MAL の従業員は全て規則通りにやったので、災害の原因は分からない」し、また「事故一時間前従業員はダムをチェックし、損傷箇所がなかった」と述べた。流された村の住民は、MAL が赤泥水をダムの許容レベル以上に入れたことを知り、メディアにもこの情報を流した。

³²⁸ 写真：Varga Gyorgy MTI（左）、mno.hu（右）

³²⁹ 家田，“ハンガリー産業廃棄物流出事故に見る東欧と EU の境界：赤泥の定義をめぐる二重規範。”



写 24. MAL 社長の謝罪の写真³³⁰

一方、MALはこの批判に「現在、私たちは将来の被害がないように全力をあげており、証拠がない情報には答えたくない」と語った。事故三日後、初めてメディアの前に現れ、工場の入り口の門の前で質問に答え、亡くなった被害者に対する感情を表明した。当時、ハンガリーのメディア TV2 が字幕で書いたテロップは、

「責任の問題」

であった。社長は、紙を見ながら読み上げたのは、「最初にこれを言わないと、どうしても正直にならないが、被害者と死者の遺族に非常に残念な気持ちを伝えたい」であった。



写 25. MAL Zrt における被害

事故二日後、地方開発省の副大臣は MAL に業務停止命令を出した。当日、被害を受けた村の住民は MAL と相談会を開き、その場にメディアも呼んでいた。一方、MAL の社長らは現れなかった。代わりに MAL の技術部長が登場したが、彼は答える権利がなかったから、質問に一つも答えられなかった。翌日、警察が調査を始め、証人を探した。事故四日後、MAL は被害を受けたすべての世帯に 340 ユーロ (45,560 円) の慰謝料を提供した。

³³⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=bKfVD4CMQH0>

この金額はさらに被害者の怒りをつのらせた。右の写真³³¹に赤泥で「MAL どうも」と書いている。

同じく事故四日後、ハンガリーの首相は現場を視察し、被害者に会った。メディアに「ここは救い出すものがなく」また「私たちはたくさんの命を失い、この場所の生活環境が打ち壊された。この事故に対して誰かが責任を取らなければならない。責任と罰則は被害とのバランスに合わせなくてはならない」と述べた。10月11日の事故から一週間後、首相は国会議事堂でMALの社長の逮捕を発表したとき、大きな拍手をもらった。当時のスピーチでは、「金持ちは逃げ出して、貧乏人が苦しんでいることはもう許さない。ハンガリー政府は国民のために働くことを証明する時だ。そのため、MALを今日から政府が支配する」と述べた。国会議員は賛成した。

事故十日後、警察はMALの技術システムとオフィスを管理下においた。国会議員は調査官を選び、MALはハンガリー政府が事故による補償に使った金額を返却するまで調査官が会社の管理を続けるとした。調査官は、「工場の稼働は週末から再開する」と述べた。その次の日に、地方開発省の副大臣は『MALはダム調査に対して嘘をついている』と述べた。翌日、MALの社長は警察から釈放された。

10月21日事故15日後、MALの弁護士は次のように発表した。「MALは事故に関する責任を取らないが、これから5年間毎年3億フォリント（約1億3600万円）を被害者のサポートのため政府に振り込む」とし、さらに「専門家によると、事故の原因は地下10メートルの深さでのダムの決壊だ。この決壊の原因として考えられるのが、夏の大雨だ。そう考えると、事故は自然災害だと思われる」。しかしこの結果とは関係なく、裁判ではMALが事故で家を失った全ての家庭に1千万フォリント（約450万円）を支払う判決を出された。同じ日にMALの常務取締役は辞任した。理由は、現在の事件でMALが世間に注目され、ドイツ人の常務取締役はハンガリー語を話せないため、役に立たなかったためであった。

危機管理準備の相違点

二つの事例を比較すると、はっきり分かるのが、中日本高速道路が事前によく準備していたことである。中日本高速道路は、事故の前に危機が起きた時の計画を持っていた。こ

³³¹ <http://jobbik.hu/hireink/jobbikos-nyomasra-veg-re-karteritest-kapnak-vorosiszap-karosultak>

のため、事故直後、記者会見を開き、二回も謝った。一回目は社長が、二回目は保全・サービス事業本部長が謝罪した。また、彼らは二回とも、かなり言葉使いに気をつけているのがよく分かる。必ず、「責任」という単語を口に出さず、被害者の家族に対するお詫びを強調している。勿論、事故が起きたことに対して謝罪はするが、それは責任を取ることとは同義ではない。彼らの言葉使いは将来のことに言及し、過去の行動と過去のことについては避けられていた。

一方、ハンガリーのMALは、危機に対する準備がまったくなかった。最後にMALは、官報に公告させられたが、彼らが強調したのは、「MALは全て規則通りにした」ということである。MALの大きな一つの失敗は、記者達に情報を流していないことで、これによって、記者が自分たちで情報を調べることに邁進させ、結局、記者達に取り上げた記事と報道がMALにとって致命的な情報になってしまった。

企業イメージ・責任

中日本高速道路の危機管理計画では、企業イメージを守るための行動もあった。否定的な立場を取り戻すため、彼らは有料高速道路をある期間帯に無料で使用できるようにし、さらに反省の気持ちと企業のイメージアップの宣伝もした。これにはパターン化された方法が見えてくる。まず謝罪して、その次はこれからの変化の約束をして、最後に企業広告をする。一方、ハンガリーの場合は、注目していたのが企業イメージではなく、財務の責任であった。一番重要なテーマとして取り上げたのが、支払いの金額、その金額の源泉と安全なダムを建設することであった。

謝罪の差異

文化的な文脈での謝罪の違いは儀式的な行為のレベルである。日本では、このレベルが非常に高く、メディア謝罪が非常に儀式化されている。その一方、ハンガリーではこのレベルがとても低い。

分析からよく分かるのが、中日本高速道路の謝罪会見は企業の評判を守るために行われたということである。謝罪の受け手は世間全体であるから、日本のメディア謝罪は集団主義と関連する特別な行為であるとも考えられる。

日本でのメディア謝罪の発展は、集団主義好みの社会態度にあると考えられる。Hofstede³³²が述べたように、日本では自然災害事件が多いから、日本人は不確実性の回避が強い国民である。それは災害だけではなく、企業の危機の状態にもよく見えている。日本の企業が謝罪会見を準備していることが不確実な出来事に対する過敏な反応を示す証左である。

一方、ハンガリーの場合は、分析によると、形式的ではなく、個人主義的なコミュニケーションスタイルが見える。MALの社長らは個人的な目的を取るためのような発言をした。ハンガリーの文化は個人主義で、国民の態度は個人的な利益によって変化すると述べた。結果的に、このような個人的な利益を大事にする態度は企業の危機管理行為にも現れている。

謝罪の取り扱いについてハンガリーと日本を比較してみると、大きな違いは謝罪会見をする時の責任と財務に関する対応である。日本の謝罪会見は、主に感情的な要求に基づき、財政的な説明はめったにない。一方、ハンガリーでの謝罪は、もっとも注目するのが事故に対する責任、賠償責任そのものである。

土居³³³によると、謝罪は罪の外的な表現である。彼の考え方をもっと広い意味で解釈すると、企業にとって、謝罪は社会から追放させられないための計略であると考えられる。

Hofstede³³⁴は日本の社会は長期志向に対する気持ちが世界の国野中でも非常に高いと述べている。それは、日本の企業として、長く顧客と社会の信頼関係を維持していきたいという意味を持つ。しかし、本論文が示すように、現代の日本企業の長期志向の考え方は感情的な関連に限られているように見える。

³³² Hofstede, *Japan- Cultural Dimension*.

³³³ Doi, *The Anatomy of Dependence*.

³³⁴ Hofstede, *Japan- Cultural Dimension*.

第4節 企業謝罪（不祥事）

事件の概要

事例⑧ Alaska Airline の謝罪（アメリカ）

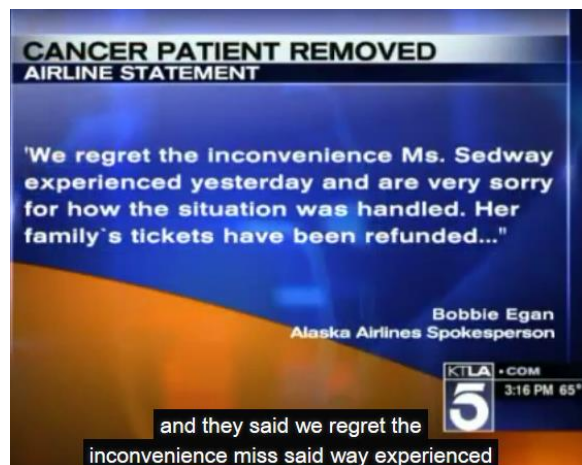
2015年4月6日、ホノルルからサンホセまで飛ぶ Alaska Airline の飛行機から癌の患者が降ろされた事件である。乗客の健康を守るため、ハワイから大陸まで緊急着陸ができな
いので、乗客を乗せることは出来ない断ったが、その後会社は謝罪した。

事例⑨ JR の謝罪（日本）

2015年4月12日、東京都の JR 東日本は山手線の神田と秋葉原の駅の間
の架線支柱が倒れたという問題が発見され、列車が運休になった。12日に電車の運休は、およそ40万人に影響を与えた。4月12日に JR 東日本はお詫びのコメントを出し、さらに記者会見も開いて、謝罪した。

分析方法

事件を比較するため、4月7日にアメリカの KTLA ニュースが報道した映像を
対象として使った。日本の場合は、JR 東日本が出した正式なお詫びコメントと、4月13日にフジテレビ「みんなのニュース」の番組で報道された謝罪会見を
対象とした。



写 26. アラスカ航空会社の謝罪報告³³⁵

³³⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=vYguEsygTUM>

比較分析

企業の謝罪での大きいな違いは、アメリカのケースでは、記者会見が開かれず、社長も現れなかった。スポークスマンが AP 通信社に出した謝罪広告がメディアで放送されることとなった。謝罪報告で発表されたのは、「ご迷惑をかけまして、大変申し訳ございません」ということと、そのプロセスのやり方に対しても謝罪した。

日本の企業 JR の場合でも、同じようにお詫びコメントを出して、事情を短く説明し、お客さんに謝罪した。この点はアメリカの事件とは全く同じである。

【お詫び】

4月12日（日）山手線・京浜東北線運転見合わせについて

山手線・京浜東北線は、4月12日（日）、神田駅～秋葉原駅間にて架線を支える柱が倒れた影響により、列車の運休や大幅な遅れが発生いたしました。

多くのお客さまに多大なご迷惑をおかけいたしましたことをお詫び申し上げます。

東日本旅行鉄道株式会社³³⁶



写 27. JR 東日本の謝罪 フジテレビ「みんなのニュース」2015年4月13日

³³⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=vYguEsygTUM>
bi.pdf

一方、謝罪コメントとともに、日本の場合は記者会見も開かれて、**JR**の経営者は頭を下げて謝った。会見中に、コメントで書かれたことを少し細かく発表した。なぜ視覚化された謝罪が必要になったか筆者には疑問である。

企業の不祥事の場合、企業が手紙で失敗を認めることはアメリカと日本でも同じように見られるが、強調として手紙とともに頭を下げることは、手紙だけで謝罪は伝わらない恐れがあるという意味を持つ。つまり、日本の場合、手紙だけで謝罪することは不十分と考えられているのだろう。

第5節 企業謝罪の国際クロス比較

不祥事を起こした企業の場合、自分の国ではなく別の国で謝罪しなければならないこともある。つまり、外国で不祥事を起こしたら外国で謝るべきである。筆者はそれをクロス比較と名付けた。本節では、アメリカの企業が日本で起こした不祥事、日本の企業がアメリカで起こした不祥事に対して謝ったケースを比較する。また、それぞれのケースの比較も行うが、自国ではなく外国で行った謝罪がどのように異なるかを注目する。

事件の概要

事例⑩ トヨタの謝罪（アメリカにて）

アメリカでトヨタは3回もリコールの問題を起こした。2009年に、床のマットがアクセルペダルに引っかかるなどの問題を起こし、2010年にはまたアクセルペダルの問題が起こった。同じく2010年にアンチロックブレーキシステムの問題の影響でリコールが行われた。その三つの問題のせいで合わせて37人が死亡したと記録されている。トヨタは全体的に900万台の車をリコールして、謝罪も行った³³⁷。

事例⑪ 日本マクドナルド（日本にて）

2014年7月にマクドナルドは中国産のチキンを使っていたというスキャンダルが取り上げられ、2014年12月には、マクドナルドのサンデーにプラスチックの破片が混入していた事件も起こった。当時、一か月遅れて、1月7日に謝罪会見が開かれたが、再びマクドナルドの商品での遺物混入トラブルが発生し、マクドナルドホールディングスジャパンの社長、サラ・カサノバは、2015年2月5日に東京証券取引所で会見を開いて、もう一度謝罪した。³³⁸

分析方法

事件を比較するため、トヨタの場合は2010年2月24日にアメリカの行政監視と改革委員会の前で行われた公聴会にて行われた謝罪を分析した。更に、トヨタの謝罪に対して評

³³⁷ “Toyota Apology | Recall | The Perfect Apology.”

³³⁸ Ito, *Apologizing in Japan*.

使された記事を二つ対象として用いた³³⁹。公聴会での発表は謝罪会見とは呼ばないが、グーグルの検索に” Toyota apology” の検索を入れると必ず出てくる映像であった。そのため、謝罪経験として映像を使った。マクドナルドの場合、2015年2月5日に行われたFNNのYouTubeに残された謝罪を対象とした。これ以外に、東洋経済オンライン新聞とForbes AsiaとJapan Timesの記事も比較研究のために用いた。

比較分析

トヨタの社長の公聴会での発表をどこまで謝罪会見として扱うかどうか疑問があるが、メディアの前で行われた発表であり、謝罪の言葉も発言している。よって、日本の形式化された謝罪会見とは違うが、次の理由で分析対象として使うことにした。日本の場合は、伝統的な謝罪として名付けた、被害者と加害者の間で行われる謝罪会見が存在するが、公聴会のケースでも伝統的な謝罪と似たように、加害者あるいは、被害者の代わりに代表がいて、謝罪者が被害者の代表に向かって事情を説明して謝る。その行為をメディアが録画して視聴者に見せる。今回のトヨタの場合、アメリカの全国民に影響を与えそうな事件であったため、被害者の代わりに公聴会の会長が代表としている。会長とトヨタの社長の間に行われている会話をメディアが録画して報道する。このことにより、アメリカでのトヨタの会見は伝統的な謝罪会見としても捉えることができ、謝罪会見の一種類として扱うこととした。

本会見の特徴は日本の企業が外国で起こした問題の場合、問題を起こした国の文化に合わせて謝罪するべきであるのか、自国の謝罪の定義に合わせて謝ればよいのかということである。Kellermanによると謝罪は文化、内容そしてジェンダーによって形式化されている。更に、謝罪者が理解しないといけないのが、各文化の視聴者が謝罪を異なる方法で解釈することである³⁴⁰。つまり、各文化に合わせて謝罪することが正しいやり方である。今回、トヨタの謝罪もこれの一つの例であった。豊田社長の発表は日本の視聴者には合わない方法で行れ、アメリカンスタイルの謝罪会見に合わせてあった。それを証明するためにいくつかのポイントを取り上げる。

³³⁹ Maynard, “Toyota’s President Offers ‘Full Responsibility’”; “Toyota Apology | Recall | The Perfect Apology.”

³⁴⁰ Kellerman, *When Should a Leader Apologize—and When Not?*

① 感情移入させる発言

” I love cars as much as anyone. And I love Toyota as much as anyone. “

「皆さんと同じように私は車が好きです。皆さんと同じようにトヨタが好きです³⁴¹。」 (2:31-2:39)

まず、豊田社長は発表を感情的な発言から始めた。日本の謝罪会見でほとんど見られない感情的な構造である。視聴者に同意を得るためのプロセスとも考えられる。このような感情的な言い方は理化学研究所の小保方晴子の謝罪³⁴²で「STAP 細胞はあります」という論理ではなく感情に近い発言に似ている。

② お礼

トヨタの社長は、話の最初に会長に今回はこの場で発表出来る機会をいただいたことに対するお礼を述べている。それは日本の謝罪会見の場合、「本日はお忙しい中、お集まりをいただきありがとうございます」という意味と同じであろう。

” I would like to express my appreciation(中略)for giving me this opportunity to express my thoughts today.”

「今日は、私の意見を発言できる機会をいただき、感謝の気持ちを伝えたいです。」³⁴³ (3:50-4:14)

③ 責任を取ること

” However in the past few months our customers have started to feel uncertain about the safety of Toyota`s vehicle and I take full responsibility for that.”

「しかし、最近の数か月間お客さんはトヨタ自動車の安全に対する不安が高まっていき、それに対して私は全面的な責任を負います。」³⁴⁴ (3:03-3:16)

³⁴¹ “Toyota Gas Pedals.”

³⁴² <https://www.youtube.com/watch?v=bLcROcJ9Z-E>

³⁴³ “Toyota Gas Pedals.”

³⁴⁴ Ibid.

トヨタの社長は発表を始めてすぐにすべての責任を取るという発言をした。日本の謝罪ではこのように、すべての責任を負うという発言はほとんど聞かれないので、アメリカの社会に合わせて責任問題をはっきりさせるためにこう述べたのだろう。

④ 謝罪

” I am deeply sorry for any accident that Toyota driver have experienced, especially I would like to extend my condolences to the members of the Saylor family for the accident in San Diego. I would like to send my prayers again and I will do everything in my power to ensure that such a tragedy never happen again.”

「事故を経験したトヨタ自動車の運転者に深くお詫びを申し上げます。特にサンディエゴのセラー一家にお悔みを伝えたいです。お祈りを送り、このような事故が再び起こらないように全力で努力します。」³⁴⁵ (7:40-8:08)

謝罪を表す表現は、勿論日本にもあるが、形式化された謝罪表現が使われている。トヨタの社長の感情的な謝罪は日本ではほとんど聞かれない表現である。日本では「ご迷惑をおかけまして申し訳ございません」という表現を使い、細かく〇〇家族にとはいわない。一方、今後の約束については日本の謝罪会見と同じようにここにも見られている。



写 28. 豊田章男トヨタ自動車株式会社の社長³⁴⁶

トヨタの謝罪を全体的に分析すると、日本の謝罪より感情的な言葉が現れている。日本では言葉ではなく、顔の表現、お辞儀、涙で感情を表すが、アメリカでは体ではなく言葉

³⁴⁵ Ibid.

³⁴⁶ Ibid.

で感情を出す。逆にそれが日本人は言葉の表現には信頼を持たない³⁴⁷ことを証明するだろう。この謝罪の構造を見ると、三つのグループに分けられる。まず、一番目はトヨタのイデオロギー、二番目はリコールの問題の説明、三番目は品質管理マネジメントであった。お客様の安全について 3 回も繰り返し、発表の最後にはもう一度感情的な方向へ戻り、「私の名前はすべての車に付してあります。必ずお客様の信頼を戻すために努力することを私は約束します。」と述べた。

一方、どんなに感情的でもアメリカの研究者はトヨタのパフォーマンスを良い謝罪として認めてなかった。*The Perfect Apology*³⁴⁸はお悔みと発言するのはよいが、それは実際、何に対してのお悔みであるのか。リコールが遅くなったことに対する失敗を認めているのか、あるいは国民のみなさんと同じように亡くなった人に対するの悔やみであるのか。更に、トヨタは実際の自分の失敗に距離を置き、それに対する説明も謝罪もなかった。

このように、*The Perfect Apology* の研究者によって欧米と日本の謝罪の差異が見えてくるようになった。日本の謝罪は、曖昧さに注目しないといけない。ほぼ 10 分間の説明で、誰が誰に何に対してお悔みを感じているのか分からない。誰が誰に何のことに對して謝罪しているのかも分からない。トヨタが失敗したのか、どこでしたのかも分からない。責任を負うと言っているが、誰に何に対する責任を負うかも分からない。一応説明はしたが、はっきりした説明ではなく、曖昧さの残る説明で、事情は隠されたままであった。



写 29. マクドナルドホールディングスジャパンの謝罪³⁴⁹

³⁴⁷ Clancy, *The Acquisition of Communicative Style in Japanese*.

³⁴⁸ “Toyota Apology | Recall | The Perfect Apology.”

³⁴⁹ (全録)日本マクドナルドのサラ・カサノバ社長が会見.

マクドナルドのサラ・カサノバ社長の謝罪を分析すると、言語的な発言でトヨタとの謝罪と類似点が多い。一方、非言語的な方法から見てみると、カサノバ社長は日本の形式化された謝罪を演じていたと言える。会見場に入る時、他の取締役とともにカサノバ社長もお辞儀したが、お辞儀の長さは長く、挨拶ではなく謝罪としても理解しやすかった。

社長の発表は日本語で書かれものを英語に翻訳したものだということがすぐ分かる。”
Thank you for coming today despite your busy schedules.”は「本日お忙しいの中お集まりをいただきまして誠にありがとうございます。」という表現だろう³⁵⁰。更に挨拶の後、すぐに謝罪に入り、

” I would like to sincerely apologize once again for all of the great anxiety and concern that the recent reports of food related foreign objects have caused our customers.”

「異物混入問題が起きましてお客様に多大なご迷惑、ご心配をおかけしまして、ここで改めて深くお詫び申し上げます。」³⁵¹ (2:00-2:27)

そこでもう一度 3 人が立ち上がり、6 秒の長いお辞儀を行った。そこからカサノバ社長は冷静に自分たちの前回の失敗を説明し、言葉で再び謝った。事前の問題に関して、誤解しやすい説明、遅かった謝罪、直接社長が現れなかったことに対しても謝った。つまり、自ら前回の謝罪方法の失敗を理解し、今回の問題が発生して、日本の社会に合わせて、早く謝罪したのだろう。次に、原因の調査と今後の対応についての約束をした。ここで、トヨタと似たような表現を使い、企業の責任を感情的な表現で説明する。

” We serve billions of menu items every year. And in the food industry we understand that these kind of incidents should never happen. It is our responsibility to do everything we can to attain as close to zero as possible.”

「私たちは毎年十数億食のお食事をご提供させていただいております。食べ物扱う企業として、異物混入はあってはならないことです。私たちはこれを可

³⁵⁰ 以前のマクドナルドの会見の時、カサノバ社長は、”Hello Everybody, Thank you for coming today”と言う発言した。

³⁵¹ (全録)日本マクドナルドのサラ・カサノバ社長が会見。

能な限りゼロに近づけることを目指し、強い意志で日々努めていることを約束いたします。」

” As a leader of McDonalds Japan it is my responsibility to do everything I can to assure food safety and quality for our customers.”

「私には日本マクドナルドのトップとして安全な商品を安心して召し上がっていただけるように、あらゆる努力を払うことが私の責任であることを考えています。」

ここでは通訳に注目する。トヨタのケースはすべて英語で行われた謝罪だったが、マクドナルドの場合は英語の発表が日本語に翻訳されていた。上の二つの文章で分かるように、日本語では必ず謙譲語を使っている。勿論、英語では謙譲語は存在しないと分かっているが、二つの言語の違いから企業の立場が違うように見える。つまり、日本語の場合は英語より、企業の立場が低く感じられるだろう。

以前のカサノバ社長の謝罪に比べて、カサノバ社長の服装も変わり、髪の毛を結び、白いシャツとグレイのスーツで入場した。それも意図的に日本の社会に合わせてあったのだろう。Asamiによると、謝罪は何も隠さない誠意のことを象徴してる³⁵²。そのため、カサノバ社長の服装が変わり、二回目の会見で頭を深く下げたのだろう。しかし、Itoによると、Era はマクドナルドの謝罪では、「何かが合ってなかった。振り付けされた感じがしました。³⁵³」と述べている。

³⁵² Ito, *Apologizing in Japan*.

³⁵³ Ibid.



写 30. サラ・カサノバ社長の 2015 年 1 月 7 日と 2 月 5 日の謝罪

トヨタとマクドナルドの場合どちらも、社長が現れて、最初にスピーチをし、謝罪をしたが、細かい話は社長ではなく、企業の専門家にまかせていた。筆者は社長の出現は重要な意味を持つと考えている。すべての謝罪で社長が現れる必要があるのか、あってもそれはどのような意味を持つのかを考えるべきである。

第6節 謝罪の構成

本章では、個人の謝罪と企業の謝罪を比較してきた。対象として使った国々は集団主義と分類された日本と個人主義として分類されたアメリカとハンガリーであった。本章で分かったのは、すべての文化圏で謝罪が異なる方法で行われていることである。その差異がどの原因で生まれたかを明らかにする。

(1) 個人の謝罪

比較分析は個人の謝罪の事例から始めなければならない。なぜなら、もともと基本のパターンは人が失敗すると、自分の失敗に対する謝罪をするからである。それと一番似たようなケースは、芸能人の事例研究である。三つの国を比較して分かったことは、アメリカとハンガリーでは似たようなパターンで謝っていた一方、日本人の謝罪のやり方は完全に異なっている。欧米の事例の場合、インタビューが行われ、芸能人は自分へのバッシングを行う。その意味は、自らバッシングをすると、社会からの賛成を得て、甘えさせてくれて、許してくれるというプロセスの一つとして考えられる。一方、日本では、自分へのバッシングを外見の変化（丸刈り）あるいは行為（お辞儀、土下座）で表す。西洋の謝罪では、誠意を見せるため、ボランティア活動をする芸能人は珍しくない。自分の失敗で自分のイメージを壊し、自分をバッシングすることとボランティア活動とともにイメージを戻す傾向がある。一方、日本ではボランティア活動はほとんど見ないということは、謝るプロセスは謝罪で終わることを示す。つまり、日本では謝罪が重要な役割を持つ。自ら誠意を見せないと、社会からあるいは世間から誠意を証明するためのバッシングが来る。草薨剛の事例の場合は、5週間の謹慎と言うことで、社会から外されたことであった。勿論、すべての芸能人の謝罪はパフォーマンスであるが、どこの国でも誠意をなんらかの形で証明する必要がある。

同じような傾向は政治家の謝罪にも見られた。政治家の場合は、入念に準備されたともいえ、発表原稿が書かれてあったと考えられる。感動させるインタビューより正式な発表が行われる。今回調べた二つの事件とも、プライバシーの問題で行われ、謝罪者は自分の失敗を認めたが、国民への謝罪はしていない。政治家は芸能人と違って、自分のミスではなく、謝罪する必要があるのかも疑問である。しかし、メディアが取り上げた事件でイメージを壊したことなので、イメージを戻すため、失敗を認める将来的な価値がある。日本とアメリカの事例のケースでもっとも異なったことは、欧米の謝罪は言葉の使い方に力を

入れて、日本の謝罪では表現が大切にされていた。更に、アメリカの謝罪では、強く意見を出し、国民に対する問題ではないと述べ、力強く目をカメラに合わせて発表していた。一方、日本では頭を下げている状態で、自ら表情の表現で失敗を認める様子を表し、自らの意見など考え方を視聴者に聞かせない。



図 28. 外国と日本における謝罪タイプの分析

これまでの分析結果によって、個人謝罪を A タイプと B タイプに分けて、二つの謝罪を把握することが出来る。

A タイプ：自分で起こした失敗を認め、メディアの前に現れるとともに、壊したイメージを戻すためと、誠意を証明するために自らボランティア活動に従事する。謝罪は自らのバッシングと平等的に使われている。表情より言葉の使い方に力を入れる。

B タイプ：自分が起こした失敗を認め、はっきり社会=世間に謝罪する。何に対して謝罪するのかははっきりしていない。誠意を証明することを表現（お辞儀、丸刈り、土下座、涙）で表す。決まった言葉を使い、決まった表情を表す。言葉より表情に力を入れている。

（2）企業の謝罪

企業の場合、謝罪の構造が変わることが分かる。外国の企業の場合、謝罪はまったくないか、あるとしても手紙を出している謝罪が基本である。しかし、日本では個人的な謝罪と変わらず、企業の謝罪もほぼ同じように行われている。その原因を明らかにするため、法的と文化的な差異を理解する必要がある。

法的な側面から調べてみると、すべての国で、企業の不祥事の場合、法的責任と道徳責任は区別される。法的責任の有無を裁判で決めているが、道徳責任は裁判とは関係なく、社会のための行為で、道徳責任を負うか負わないかは、企業自体が決めている。欧米文化では、法的責任と道徳責任がはっきり区別されているが、どちらか一つを取ると考えられている。裁判で責任が決められている場合は、道徳責任を表さず、法的な問題ではない場合は道徳責任を取る企業は少なくはない。しかし、道徳的責任の場合でも、謝罪の手紙を出すことが基本である。一方、日本では、法的責任の場合でも、道徳的責任を取る企業は多い。なぜ西洋文化圏では責任の取り方がこのように異なっているのか。アメリカとハンガリーでは、謝ることは責任を負うことを含めて、裁判を向かえるにあたって、有利にはならない。つまり、裁判の判決が出る前に謝罪すると、罪をすべて認めている意味となり、裁判の判決に影響があると考えられている。しかし、日本では、この二つははっきり分かれて、謝罪は道徳責任を負うという意味であるが、法的には負っていないこととなっている。これは、ハンガリー企業とアメリカ企業は法的なケースで謝罪をしたくなく、日本企業は事件後すぐ謝罪する理由の一つであると考えられる。

もう一つ、文化的な側面から調べると、個人主義の欧米人は自分の会社であっても、別の人の失敗で責任を負うのは逃れたい。勿論、企業のイメージを戻すための努力はするが、メディアの前に立ち、別の社員の失敗で謝罪することは少ない。更に、欧米企業では、ある社員が、どこからどこまでの責任があるかがはっきりと契約書で定められており、不祥事が誰の責任であるかがはっきりしている。一方、日本は集団主義の国で、グループの制度が重要であり、同じグループの人に対しても責任を負う。会社は家族のような存在で、成功を平等に喜び、不祥事でも平等に責任を負う。筆者は、日本の企業は人間あるいは家族として思われているから謝罪も個人と同じように求められていると考えている。一方、海外では、個人は個人で、企業が人とは関連がなく企業として謝罪する。

これらの事を考慮すると、個人の謝罪の図に合わせて、企業の謝罪の定義も把握することができる。図 28 で表したように、外国の企業の場合は個人の謝罪と違って、C タイプと名付けた。しかし、日本の企業の謝罪は個人の謝罪と同じように行われている。

C タイプ：謝罪の言葉を最小限にし、同情する気持ちを伝える。責任を負うことを曖昧に残す。表現で謝罪をなるべく表わさず、短い文章で謝罪を終わらせる。

B タイプ：自分が起こした失敗を認め、はっきり社会=世間に謝罪する。何に対して謝罪するかははっきりさせない。誠意を証明することは表現（お辞儀、土下座、涙³⁵⁴）で表す。

日本の企業は外国の企業とは違う立場にあるのが明らかになっているが、それは法人という呼び方だけでなく、社長の登場も証明となっている。日本の場合は謝罪する際に社長が必ず謝ることが明らかとなった。勿論、すべての国で、失敗したときに企業は謝罪すべきであるが、社長まで謝る必要があるかは疑問である。よく見られるのが、社長らは個人的に関係がない出来事に対しても謝っていることである。不祥事の重要さに合わせて、社長が現れるべきである。小さい問題では、社長ではなく、部長あるいは係長が謝るべきである³⁵⁵。

では、なぜ日本では必ず社長までも謝るのか。その答えは、日本の企業の特別な構造を見ると明らかになる。

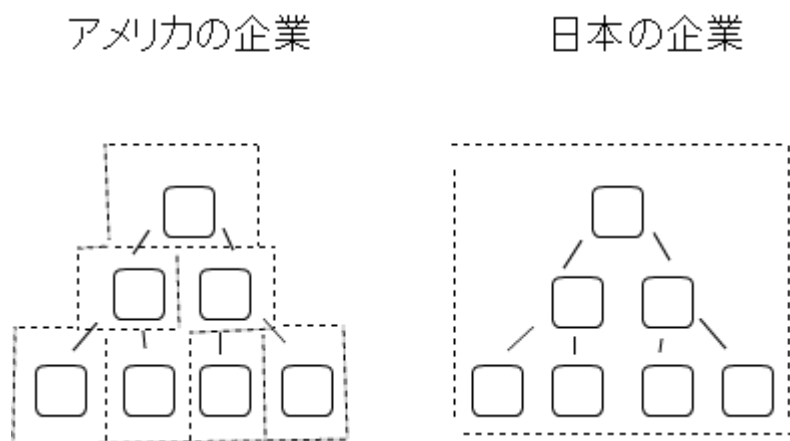


図 29. アメリカと日本における責任の構造

表 9 に表したように外国の企業では社員全員が、自分の仕事の責任の範囲が分かり、失敗の場合、はっきり誰の失敗かを明らかにすることが出来る。個人主義の国として、みんな自分の失敗に対する責任を負う、共連帯責任は必要じゃない。Kellerman³⁵⁶も記しているように、不祥事または失敗の重要さに合わせて社長ではなく、部下でも謝れる。しかし、集団が大事にされている日本では、企業の部下が謝ると謝罪として認められない。その理由の一つは、企業が家族のように一体として考えられているからであろう。企業は法人、

³⁵⁴ 注：企業の場合、丸刈りはない。

³⁵⁵ Kellerman, *When Should a Leader Apologize—and When Not?*

³⁵⁶ Ibid.

つまり法的な人格という名称でも呼ばれている。勿論、法人という言い方は日本以外にも存在³⁵⁷するが、日本との解釈は異なっているだろう。企業は個人と同じように謝罪させられていること、さらに社員が「〇〇銀行と申します」という挨拶の仕方が、すべて企業が家族のように考えられていることを示しているだろう。このため、日本の集団主義の文化圏でなぜ社長が必ず登場する必要があるのかが説明できる。家族の代表として、企業の代表として、責任者、代表として社長が登場するのだろう。アメリカでの公聴会に登場したトヨタの社長に、議長は「今日、豊田社長はボランティアで証言するために来ていただき、とても印象的であり、感謝しています。」と言ったことも、外国では社長まで登場することは当たり前と考えられていないことを証明している。

(3) 文化圏に合わせた謝罪

最後にクロス比較を見てみると、アメリカでの日本の謝罪と日本でのアメリカの謝罪の間の差異を明らかにした。二つの謝罪で同じように行われたことは、まず社長が現れたことである。社長の発表の二つのケースとも、事件に対する具体的な説明はなかった。トヨタの場合は、社長が謝罪より同情の気持ちを表し、今後はこのような事故がないことに努力する約束もした。勿論日本のお辞儀のような表現はなかった。一方、責任を負うことに対してははっきりと語った。日本では見られない感情的な表現がいくつかあり、イメージを戻す発表であった。

しかし、マクドナルドの場合、外国人がお辞儀をする不思議な表現が行われ、外見も会場に合わせて、謝罪会見が行われた。責任のことについての発表はなく、発表の最後に感情的な発言をした社長は今後の信頼を戻すことについて語った。

³⁵⁷ 英 : legal person, ハンガリー語 : jogi személy

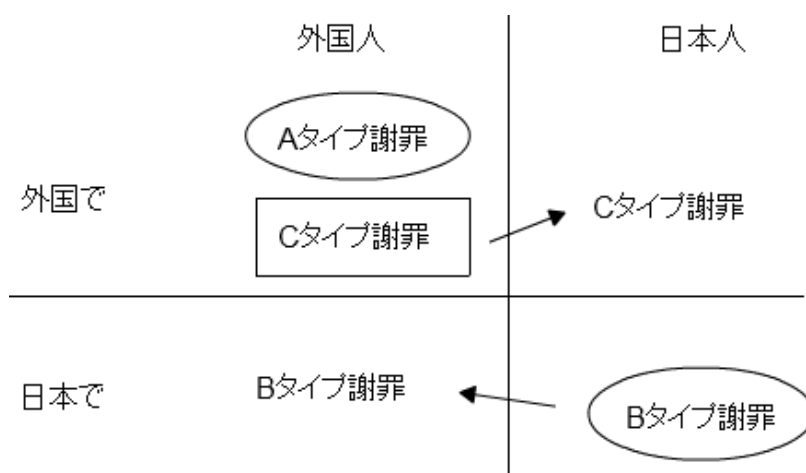


図 30. 文化圏に合わせた謝罪の種類

つまり、謝罪のクロス比較から分かることは、謝罪においては、会場あるいは舞台が一番重要である。各舞台の視聴者に謝罪を合わせないと、謝罪が伝わらなくなる。自分の文化圏で使っている言葉と同じように謝罪をしても、違う文化圏では通じないのである。更に、謝罪はパフォーマンスとして考えると、その文化圏のパフォーマンスで演じないと全く違う意味が生まれてくる可能性がある。各文化圏では、それぞれ謝罪の重要な特徴が存在するので、それを必ず謝罪に入れないといけない。つまり、アメリカのケースでは、責任を負うことと謝ることは重要で、日本では頭を下げることと謝ることが重要なのである。

このように、外国と日本の謝罪の構造を明らかにすることができる。外国で行われている謝罪は個人と企業の場合でも異なるが、日本で行われている謝罪は企業と個人のケースも同じである。一方、アメリカで行われた日本企業の謝罪は、日本の謝罪の特徴を失い、アメリカの舞台に合わせていた。逆に、日本で行われた外国企業の謝罪では日本の謝罪の特徴が表れていた。結果として、謝罪にもっとも重要なのは謝罪が行われる文化圏に行為を合わせることである。

謝罪文化はグローバル現象である。自己の利益で動かされ、社会目的のために行う。謝罪は謝罪者と視聴者の間に先へ進むために行う交換行為である。過去から将来へ移り変わる行為である。しかし、謝罪は文化、内容とジェンダーによって異なる。これによって、視聴者は違う方法で反応する³⁵⁸。

³⁵⁸ Kellerman, *When Should a Leader Apologize—and When Not?*

終章

本論文の目的は、三国（アメリカ、日本、ハンガリー）の謝罪会見を比較し、日本のメディアで現れる謝罪会見の特殊さを明らかにすることであった。更に、その特殊さだけではなく、なぜ日本の社会では独特な謝罪会見が誕生したのか、何の影響で必要になったのかを明らかにすることであった。

2007年と2009年の謝罪会見を比べると、大きく変化していた。2009年の謝罪ではニュース項目が短くなり、珍しさはなくなり、メディアが日常的に謝罪会見を報道するようになった。まず、すべての謝罪で必ず現れていたのは、頭を下げる行為であった。日本の文化で、お詫びを表現するときにお辞儀はよく使われており³⁵⁹、謝罪を視覚化させるため、記者が一番印象的な瞬間として選んだのだろう。つまり、頭を下げている姿が大切なのである。更に、2009年には謝罪の統一されたやり方、定型的なパターンが登場したことも明らかになった。一方、2007年にはさまざまな種類の謝罪会見が放送されたが、2009年には、決まったスタイルの謝罪会見が多くなってきた。

なぜ2009年に「謝罪会見」の標準となるパターンが成立したのか、2007年では「意味がはっきりしていなかった謝罪³⁶⁰」、あるいは「適切ではない謝罪」が多かったため、メディアはそれを強く批判した。メディアの強い批判によって、不祥事を起した人の名前は不誠実なイメージと結びつけられるようになった。このようなイメージは、その人の今後の社会活動も困難にするので、謝罪者は「正しい謝罪会見」をしようとするようになった。メディアにとって適切な謝罪を教えるため、トレーニング企業が立ち上がった。メディアが謝罪として何を求めているかをトレーニング側が理解し、謝罪者に教えた。これで、メディアと謝罪者とトレーニング企業のお互いに対する需要のサークルができて、謝罪がパターン化され「セット」が決まっていた。2009年に「謝罪」は、メディアあるいはトレーニング企業により、準備・学習できるパフォーマンスになったと考えられる。

筆者は、謝罪会見のあり方には二つのことが影響力を持っていると考えられる。それは文化とメディアである。文化の違いで謝罪のノウハウが異なり、メディアの違いの影響で謝罪の構成の差異が見え、それによって現代の謝罪会見の社会的な機能も異なるようになった。謝罪会見は文化的な原因でどのように異なるかを確認した。

³⁵⁹ 現代用語集、現代用語の基礎知識2007, 2006.

³⁶⁰ 船場吉兆、亀田一家、朝青龍

第4章では、個人で行われている謝罪の事例から、アメリカとハンガリーは似たようなパターンで謝っていたが、日本人の謝罪の仕方は完全に違っていたことを分かった。それは文化の違いから生まれてきていた。Hofstede³⁶¹の研究によると、日本の社会は**集団主義**であり、欧米社会は**個人主義**である。Triandis³⁶²によると、日本人は集団に自分を合わせて、集団の調和を守るために行動する。一方、個人主義者は自分を集団とは合わせず、個人のため、つまり自分のために行動する。そのため、集団主義と個人主義の文化圏で謝罪も異なる方法で行われていると言えるだろう。

ハンガリーとアメリカの謝罪の場合、謝罪者は自分へのバッシングを行い、社会からの賛成を得て、許してもらおう要求を持っているプロセスが明らかになった。一方、日本では、自分へのバッシングを外見の変化（例えば、丸刈り）あるいは、行為（お辞儀、土下座）で表し、自らの罪を認めていると判断される基準が社会で異なるからである。Benedictによると、日本では、自分の罪を認めて、自分の弱い部分を他人に見せるのが美徳と考えられている³⁶³。一方、個人主義の文化では自分の弱いところを見せるのが美徳とはならず、それは自分のイメージをネガティブな立場に立たせる行動と考えられている。筆者が考えるのは、謝罪の行動の差異は、西洋文化と日本文化の罪と恥に対する感情から来ているということである³⁶⁴。誠意を見せることはどの文化でも大事であるが、西洋の謝罪は、言葉での謝罪だけではなく、活動（ボランティア活動）で証明する人が少なくない。一方、日本では、ボランティア等の活動は見られず、謝罪自体と謝罪での行動（お辞儀、土下座）で誠意を示していると考えられる。このため、日本での謝罪会見は重要な役割を持つ。謝罪の比較の時に必ず明らかにするのが、他の社会での謝罪の視覚化された方法である。

頭を深く下げのお辞儀の行為は、日本の謝罪のシンボルである。一方、西洋文化では謝罪が視覚化された行為が見られず、言葉の感情的な使い方での謝罪を示す。勿論、個人は自分の壊されたイメージを元に戻すために謝罪を行うが、西洋の謝罪は言葉の使い方に力を入れて、日本の謝罪では表現が大切にされている。更に、アメリカ人は謝罪で強く意見を出す。日本では頭を下げている状態で、自らの意見など考え方をめったに出さない。Clancyの研究によると日本人は言葉の表現には信頼を持っていない。日本人が後悔を表す

³⁶¹ Hofstede, 多文化世界一違いを学び共存への道を探る。

³⁶² Triandis, *A Társas Viselkedésmintázatok Kulturális Eltérései*.

³⁶³ Benedict, *The Chrysanthemum and the Sword*.

³⁶⁴ Triandis, *A Társas Viselkedésmintázatok Kulturális Eltérései*.

ときに非言語的な表現、たとえば顔の表情を見せることがあるが³⁶⁵、それは謝罪の研究にも見られている。

個人の謝罪の比較の場合は、はっきりとした差異が見えるが、企業の謝罪の比較研究では、もっと異なった結果が出た。外国の企業の場合、外国の個人の謝罪と違い、謝罪はまったくくないか、あるとしても手紙を出して謝するの罪が基本である³⁶⁶。しかし、日本の企業の謝罪は、日本の個人の謝罪と同じようなパターンで行われている。社長が現れ、頭を深く下げ、謝罪する。このように、西洋文化圏では、謝罪が個人と企業の場合で異なる方法で行なわれるが、日本では、個人でも企業でも同じように謝罪会見が行われている。それは、他文化圏では、責任を負うことの差異で行なわれると考えられる。

責任問題を明らかにするため、まず Coombs の研究³⁶⁷に基づき責任を法的責任と道德責任の二つに分けた。法的責任の有無は、裁判が決められているが、道德責任は裁判とは関係なく、社会のための行為であるので、道德責任を負うか負わないか企業自体が決めている。欧米文化では、法的と道德責任ははっきりと区別されているが、どちらか一つを負うと考えられている。裁判で責任が決められている場合は、道德責任を負わず、法的な問題がない場合は、道德責任を取る企業が少なくない。しかし、道德責任の場合でも、会見を開くのではなく、謝罪の手紙を広報することが基本的である。一方、日本では、法的責任の場合でも、道德責任を取る企業は多い。

なぜ西洋文化圏と責任の取り方がこのように異なっているか。責任は謝罪とどうつながっているのか。アメリカとハンガリーでは、謝ることは責任を負うことにつながる。つまり、裁判が判決を出す前に謝罪すると、罪をすべて認めることになり、裁判の判決に影響があると考えられている。しかし、日本では、この二つははっきり分かれていて、謝罪は道德責任を負うという意味を持っているが、法的には負っていないこととなる。これは、ハンガリーとアメリカの企業が、謝罪をせず、日本企業が事件後すぐ謝罪する理由の一つであると考えられる。

もう一つ、文化的な原因から調べると、個人主義の欧米では、どんなに自分の会社で起きた事件でも、別の人の失敗で責任を負うのは逃れたい。勿論、企業のイメージを戻すための努力はするが、メディアの前に立ち、別の社員の失敗で謝罪することは少ない。更に、

³⁶⁵ Clancy, *The Acquisition of Communicative Style in Japanese*.

³⁶⁶ Coombs, *Ongoing Crisis Communication*.

³⁶⁷ Ibid.

欧米の企業では、ある社員の責任範囲が契約書にはっきり定められている。よって、不祥事が起きた場合は、誰の責任であるのかがはっきり分かる。一方、日本は集団主義の国であるから、グループの制度が重要であり、同じグループの人に対する責任も負う³⁶⁸。会社は家族のような存在で、平等に責任を負う。筆者は、日本の企業は人間、あるいは家族として考えられているから、謝罪も個人と同じように要求されているのだと考えてり。このため、日本の謝罪会見では必ず社長が家族のトップとして登場するのだと考えられる。

集団が家族のように大事にされている日本では、企業の部下が謝っても謝罪として認められない理由の一つは、企業が家族として考えられているからであろう。一方、ハンガリーとアメリカのケースでは、企業は人として考えられておらず、謝罪のやり方は個人の謝罪のやり方と違っていても認められるだろう。

また、ある企業が外国で謝罪するときにはどうすればよいのか。それは最も重要な相手である被害者に合わせて謝罪を行うことである。つまり、すべての謝罪においては、会場あるいは舞台がどこにあるか重要である。各舞台の視聴者に謝罪を合わせないと、謝罪が伝わらなくなる。更に、謝罪をパフォーマンスとして考えるなら、ある文化圏に合わせないと誤解される可能性がある。各文化圏では、それぞれ謝罪に重要な特徴が存在するので、それを必ず謝罪に含むべきである。それは、アメリカの場合では文化の違いから生まれている責任を負うこと、日本では謝罪の視覚化として一番大切に思われている頭を下げることである。

その結果、他国と日本の謝罪会見が文化的な原因でどう異なっているかを明らかにした。つまり、日本の企業と個人の謝罪会見が全く同じ方法で行われている理由は、集団主義の日本の文化圏で調和を守るため、人々は自分を社会に合わせて、同じグループの人に対する責任を負うという文化的な違いに基づいている。更に、日本では道徳責任と法的責任がはっきり分かれているため、謝罪はしやすくなると考えられる。しかし、日本だけで存在し、決まったパターンの謝罪は、文化の影響だけではなくメディアの影響で作られていたことも明らかとなった。

謝罪会見では、メディアの影響を明らかにするため、まず日本の謝罪会見の30年の構成の歴史を理解するべきである。謝罪の機能を全体的に二つに分けることができる。それは謝罪が視聴者に社会的な機能の意味を持つか、あるいは、娯楽として見せるつもりで行う

³⁶⁸ Triandis, *A Társas Viselkedésmintázatok Kulturális Eltérései*.

のかである。また 1980 年代までは、見えない謝罪と見える謝罪も区別できる。見えない謝罪は「伝統的謝罪」であり、謝罪者と被害者の間に行なわれた私的な行為であった。見える謝罪のグループは 1960 年代から始まったテレビドラマ『水戸黄門』などの影響で公開されるようになった。「伝統的な謝罪」に『水戸黄門』の影響があると考えられ、1980 年代ごろにまず新聞で「公開謝罪」が現れた。「公開謝罪」は謝罪者と被害者がメディアの前に現れ、彼ら二人の私的謝罪行為が公開されることである。しかし、1990 年代から謝罪者と被害者の私的関係から被害者がいなくなり、新しく記者が注目するメディア・イベント³⁶⁹の側面を持つ謝罪が生まれてきた。本当は被害者がいなくなったのではなく、被害者の役は偽装の被害者に移っており、それはメディアの記者であった。メディアの批判は強くて、その影響で「メディア・イベントの謝罪会見」が誕生した。一方、この構造から、謝罪でのもっとも大事な役者、被害者がいなくなり、謝罪は被害者のためではなく、メディアのために演じるようになった。「演じる」という言葉を使っている理由は、トレーニング企業が被害者と謝罪者の間に入っていることにより、謝罪者は被害者の前ではなく、メディアの前で謝罪した。許すかどうか、あるいは合格させるかどうかはメディア側が決める。なぜ日本のメディアがこのような圧倒的な権力を持っているのか。

その力は日本の独特なメディアの制度にあり、それは「記者クラブ」と呼ばれている。記者クラブは日本の大手新聞と放送局、通信社の記者を特別に集めて記者会見などをする制度である。しかし、記者クラブに入っていない記者は、日本の多くの記者会見に参加できず、質問ができない。更に、日本の記者クラブは厳しい親密なルールに基づき、ルールを守らない記者はクラブから排除させられる。勿論海外にも記者クラブが存在する³⁷⁰が、日本とは全く違う。日本の記者クラブはあまりにも独特で、理解しにくいものとして、外国人に以前から注目されていた³⁷¹。第 2 章で書いたように学者の多くは日本のメディアでの言論の自由がない³⁷²ことについて述べ、日本のメディアは視聴者のためではなく政府のために動き、政府の声を伝えるだけの道具となっていると言われている。筆者はこれまで、

³⁶⁹ Boorstin, *The Image*.

³⁷⁰ O'Dwyer, *Japanese Kisha Clubs and the Canberra Press Gallery*; Kelly, Masumoto, and Gibson, *Kisha Kurabu and Koho*.

³⁷¹ Feldman, *Politics and the News Media in Japan*; Freeman, *Closing the Shop*; Kim, *Japanese Journalists and Their World*; Gamble and Watanabe, *A Public Betrayed*; 富山泰, 謝罪無用! : 日本外交土下座に終止符を。; 浅野健一, 記者クラブ解体新書; Inoue, "Japan's Press Club System and Its Impact on Media Relation Practices"; Cooper-Chen and Kodama, *Mass Communication in Japan*; Hirose, "The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future."

³⁷² Inoue, *Japan's Press Club System and Its Impact on Media Relation Practices*; Freeman, *Closing the Shop*; Feldman, *Politics and the News Media in Japan*.

日本のメディアに圧倒的な権力があると書いたが、実は、日本のメディアの権力が弱いため、権力があるような振りをしているだけなのかもしれない。つまり、メディアは政治と強くつながっているのに、重要なテーマの場では権力がなく、ただの情報を伝える道具であるが、重要ではないところで権力があるように見せている。謝罪会見は社会の注目が得られる、視聴率を高くすることができるメディア・イベント³⁷³であり、その場で圧倒的な権力を見せることができる。社会的な事件で力を見せることで、政治関係の報道での弱さを隠したいとも考えられるだろう。日本のメディアは、そのバランスを上手に守っている。記者は謝罪会見で謝罪者に非常に厳しい質問を出すのが、総理大臣の記者会見では、事前に提出させられた質問、さらに決まった質問しか出せないことも分かっている。外国の記者の多くは記者クラブにつながっておらず、親密なルールを守らなければならないプレッシャーがなく、政治家にも厳しい質問を出せる。記者の力は報道の方法で表せる。つまり、調査ジャーナリズム弱い国では、メディアでの謝罪の形式がはっきりと表れるが、調査ジャーナリズムが強い国ではメディアでの謝罪は形式化されていないと考えられる。

筆者は、日本の記者の圧倒的な力と書いたとき、このアンバランスな状態を示したかった。つまり、厳しい「記者クラブ」に所属している日本の記者は、日常的な情報提供者である政府に対する強い力を見せられないが、社会的な謝罪行為で力強く登場することができる。この強い登場で政治に対する自分の弱いところを上手に隠せるだろう。更に、記者クラブ制度によって、日本の報道されている情報は均質化され、新聞、テレビのニュースの類似、さらに謝罪会見の類似化されたプロセスにも影響がある。

日本の記者は謝罪会見でなぜ権力を持っているか、あるいは権力を見せているかを説明してきたが、どのように謝罪会見でその権力を見せるようになったかを次から指摘した。

第3章では Boorstin の定義³⁷⁴に基づき、謝罪会見がメディア・イベントであると示した。つまり謝罪会見は偽装イベントで、以前から準備されて報道するために作られたイベントである。メディア・イベントは視聴率をあげるための報道対象であるから、メディアにとっては魅力的な内容である。この理由で、メディアは必死に謝罪会見を報道し、視聴者の意識を謝罪から離れないように努力していた。

そのため、メディアにとって視聴率を高くするための謝罪会見という社会的なメディア・イベントで被害者の立場を取り去ること、メディアの権力を見せることには重要であ

³⁷³ Boorstin, *The Image*.

³⁷⁴ Ibid.

る。メディアの均質化の影響ですべての謝罪が否定的な立場から報道され、謝罪者を否定から中立な状態へ戻すための努力をさせる。なぜ謝罪者はメディアの要求に答えるようにするかは筆者にとって疑問である。それは日本の集団主義の文化の理由で、集団の調和を守るためにあると考えられる。しかし、謝罪のケースでは、集団は社会ではなくメディアであると明らかになっている。謝罪会見はメディアがルールを決め、謝罪者についてメディアが判断する。その構成のためにメディアをサポートするためのトレーニング企業も入る。三者の相互行為で生まれた謝罪パターンを「パフォーマンス謝罪」と名付けた。しかし、謝罪の社会的な機能を見てみると、「メディア・イベント謝罪」までは謝罪の機能があったが、パフォーマンスでは娯楽に近くなっている。一方、「パフォーマンス謝罪」では、社会的な機能が弱くなり、メディアのために行っている義務の機能が現れている。

2009年において、謝罪の歴史にある急激な変化が起こり、「メディアエンターテインメント」が生まれてきた。「メディアエンターテインメント」はもともと「パフォーマンス謝罪」であるが、メディアは謝罪としてではなく、娯楽のために番組を作った。それは番組に対するフレーミングで明らかになる。言葉を変えると、謝罪がショー化されるようになった。一方、ショー化された謝罪とパフォーマンスされた謝罪はパロディーの道を開き、トレーニングによって決まったパターンの謝罪がパロディーの元になった。2010年には「パロディー謝罪」が現れて、社会的な機能をなくし、娯楽として報道されるようになったのである。

まとめると、パターン化されたことは、次のように考えられる。記者クラブの均質化の制度により、記者は力強く謝罪者を批判し、「適切な」謝罪パフォーマンスと「不適切な」謝罪パフォーマンスとが判断されるようになった。記者の要求にトレーニング企業が反応し、謝罪者に教えて、パターンが決まっていた。つまり、道徳の機能を持っていた相互行為は、道徳の意味をなくし、ビジネス化されたのである。一方、このビジネス化させられた謝罪会見パフォーマンスの構成は、もともとの謝罪の構成と全く違っていた。更に、パターン化された謝罪がパロディーになった理由は、パターン化された謝罪は社会的な機能を完全に失い、あまりにも不自然になり、視聴者に娯楽の対象としてしか見えないようになったからといえる。それは伝統的な謝罪パターンに無理やり入ったメディアのせいである。つまり、無理やり入ったメディアが謝罪の社会的な機能と構成を壊し、謝罪に全く違う社会的な意味を与えた。それが娯楽であった。

本論文の目的は、各文化圏での謝罪の構成と機能を明らかにすることでもあった。謝罪の比較研究によって、文化的な影響で謝罪の機能が異なると分かり、メディア制度によって謝罪の構成も変更することを明らかにした。しかし、ある文化圏で謝罪を成功させるためには、構成と機能を理解しないと危険である。特に、日本の謝罪構成と機能を理解しないと謝罪が失敗してしまう。そこで、日本の特徴な謝罪に注目し、分析した。勿論、文化的な差異で違いが生まれるが、日本での特徴な謝罪会見が文化的だけではなく、日本のメディアの影響で世界中の謝罪とは異なっているといえるだろう。謝罪の構成にメディアが無理やり入ったり、被害者の立場を取り去ったりすると、謝罪の伝統的な構成が崩されて、社会的な機能もなくしてしまう。それによってパターンが生まれてくるが、不自然さは明らかになっているので、娯楽に使われることも珍しくない。一方、日本の謝罪のもっとも重要な特徴は、今なお構成が崩れていても、あいまいな機能でも、まだまだ社会的な意味を持っている。しかし、この意味はもともとの謝罪の意味とは異なり、メディアに対する義務の意味である。つまり、日本の謝罪会見の社会的な意味は被害者に対する謝罪の意味ではなく、メディアに対する義務で行われるようになっていると言えるだろう。よって、メディアは被害者の役だけを取り去ったわけではなく、謝罪会見の場合は、社会全体の立場を自ら代表し、コントロールするようになったのである。

資料1(アンケート用紙)

「謝罪会見」に関するアンケート

下記アンケートにご協力をお願いします。

この調査は、あなたが日頃抱えている「謝罪会見」を調べるためのものです。
この調査の結果は統計的に処理しますので、個人の情報が外にもれることはありません。

Q1. ニュース情報を何から得ていますか。次の質問にお答えください。

	1	2	3	4	5	6	7
	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	インターネット	携帯電話・ワンセグ等	その他
1. ほぼ毎日利用するメディア (いくつでも)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. そのうち、最も長く接するメディア (ひとつだけ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q2. ある企業が問題を起こした場合、その企業は最初にとのように対応するべきだと思いますか？以下の中から重要だと思う順に番号を入れて下さい。

一位..... 二位..... 三位.....

1. 被害者に対してお金を払う
2. 謝罪広告をだす
3. 謝罪会見する
4. 社長が辞任する
5. 企業の対応に興味がない

Q3. あなたは「謝罪会見」をどうとらえますか。当てはまるものを以下の中からひとつだけをお選びください。

1. 問題を起こした企業として当然の義務
2. 申し訳ないという感情から
3. 企業戦略のために行う行為——イメージアップ
4. 意味がない行為
5. その他 ()

裏へ→

Q4. あなたが「謝罪会見」で期待することは何ですか。以下の中から三つをお選びください。

一位..... 二位..... 三位.....

1. 頭を下げること
2. 「申し訳ございません」という言葉
3. 事情を細かく説明すること
4. 涙
5. 責任者の辞任
6. 今後の取り組み
7. 礼儀正しい言葉使い
8. その他 ()

Q5. 以下の事件ではすべて謝罪会見を行っています。謝っていることであなたはどの程度許せますか。

	1	2	3	4
	許す	どちらともいえない	許さない	事件を知らない
1. SMAPの草彅剛が酒で酔って、騒いだこと(2009)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. ボクシングの亀田選手がボタイトルマッチでの反則(2007)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 船場吉兆の食品偽装(2007)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 雪印乳業の食中毒(2000)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

あなたは何年生 :

性別は :

アンケートは以上で終わりです。ご協力をありがとうございました。

資料2 新聞

朝日新聞

時間	タイトル	朝刊／夕刊	分野	記事の種類	写真の有無	会見の写真の有無	人数	頭の位置	カメラの向き	体の位置
1984/12/08	健保国会で自社なれ合い 自民の有馬氏、著書で“暴露”	朝刊	4	0	0	0				
1988/11/24	「コメント控えたい」 全氏の謝罪会見で竹下首相	朝刊	4	0	1	0				
1990/05/28	作業場の床に穴 社長が初の謝罪会見 板橋の爆発事故	朝刊	3	0	1	1	1	1	1	
1991/12/21	8社役員ら15人起訴 東京高検、ラップ材カルテル容疑で	朝刊	3	0	0	0				
1992/08/01	臨時休業し謝罪会見 タイ航空日本支社 タイ航空機墜落事故	夕刊	3	0	1	0	0			
1992/10/02	堤清二氏の代表権、西武百貨店でも返上 任期残し正式決定	夕刊	4	0	0	0				
1997/06/11	「会社ぐるみ」を否定 福岡放送、CM間引きで謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	3	3	0	
1997/11/19	事件の経過語らず 起訴の選手ら謝罪会見 プロ野球脱税事件	朝刊	5	0	1	1	3	2	0	立つ
1999/01/29	巨人・長嶋監督に「優勝贈る」 ガルベス再来日 プロ野球	朝刊	5	0	0	0				
2000/03/20	白川代議士、秘書かばう「依頼断り切れぬ」 新潟県警違反もみ消し	朝刊	3	0	1	1	3	2	0	立つ
2000/03/20	恥隠さず徹底捜査せよ 新田勇さん（インタビュー・警察危機）	朝刊	3	0	1	0	1	1	1	
2000/05/16	審判への暴行、告訴は見送り プロ野球	朝刊	5	0	0	0				
2000/06/05	また舌禍、また絶句 森首相「国体」発言に改めて資質問う声	朝刊	3	0	0	0				
2000/06/06	医療ミス防ぐ教育を探ろう（声）	朝刊	6	2	1	0				
2000/06/06	怠慢と行き過ぎ（記者ノート）	朝刊	6	1	1	0				
2000/08/17	問題絡みの会話認める 疑惑2教授、漏えいは否定 歯科医師試験	朝刊	3	0	0	0				
2000/11/14	官能小説家 明治文学偽史：58 高橋源一郎	夕刊	6	0	1	0				

2001/09/02	外部監察を導入すべきだ 神奈川県警（社説）	朝刊	4	0	0	0				
2001/09/03	謝罪会見2年で10回（かたえくぼ）	朝刊	6	3	1	0				
2001/09/07	外相らの処分検討 「甘い」前例、踏み込むか 外務省公金詐欺事件	朝刊	1	0	1	0				
2001/09/07	外務省課長補佐を逮捕 4億円の詐欺容疑、私的流用分4300万円	朝刊	4	0	1	0	1	1	0	
2001/09/07	外務省局長ら約15人無料宿泊 浅川容疑者仲介 ホテル水増し事件	夕刊	3	0	0	0				
2001/12/13	流用問題、歯切れ悪く 脱税事件で自治労が謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	3	2	0	立つ
2002/01/31	敵増やし四面楚歌 あいさつで「宣戦布告」 田中外相の9カ月	朝刊	1	0	1	0				
2002/05/24	キャンプ地、我慢我慢 待つ滞滞1日（鼓動・サッカーW杯）	朝刊	3	0	0	0				
2002/08/29	企業統治 「株主価値最大化」希薄（会計不正 日本への教訓：下）	朝刊	2	1	0	0				
2002/09/11	世界の晴れ舞台、暗転（東電ショック）	朝刊	2	1	0	0				
2003/06/20	「厳しく処分」 相次ぐ不祥事に早大謝罪会見	朝刊	3	0	0	0				
2003/09/30	東京・中央線の工事ミスで調査チームを結成 JR東日本	朝刊	3	0	0	0				
2003/12/17	トヨタ、問題漏洩で販売会社におわび行脚 再編計画に冷や水	朝刊	2	0	0	0				
2004/03/12	三菱自再建、道険し 顧客離れの懸念も リコール届け出表明	朝刊	2	0	1	1	3	1	1	
2004/03/30	無頓着にもほどがある 丸山タケシ（TV構造改革）	夕刊	6	4	1	0				
2004/04/05	素粒子	夕刊	4	1	0	0				
2004/07/29	UFJ、迷走続く 検査忌避、刑事告発なお可能性	朝刊	2	0	1	0	4	1	0	
2004/11/27	「ヨン様」沸騰 車に殺到、ファン10人けが ホテル正面に姿	朝刊	3	0	1	0	1	1	1	
2004/12/31	2004ニュースを回顧	朝刊	6	0	1	1	2	2	0	立つ
2005/02/01	「親の顔に泥を塗り…」 中村七之助容疑者が謝罪会見	朝刊	3	0	1	0	1	1	0	
2005/03/18	素粒子	夕刊	4	1	0	0				
2005/05/07	（beReport）山一処理、日銀特融1千億円焦げ付き 実は避け得た国民負担	朝刊	6	3	1	0				
2005/09/27	日航機また未承認離陸 管制・機長「失念」 宮崎空港	朝刊	3	0	0	0				
2006/01/27	素粒子	夕刊	4	1	0	0				
2006/02/27	謝罪会見は明日の方向 民主・送金メール問題	夕刊	4	0	0	0				
2006/03/01	（声）疑惑追及する議員は必要だ	朝刊	6	2	0	0				
2006/03/02	「有権者の声、分かってない」 民主都議、本部に怒り メール問題	朝刊	1	0	0	0				
2006/03/23	（社説）民主党 何をぐずぐずしている	朝刊	4	1	0	0				
2006/04/02	強気貫き、深めた傷 民主・前原代表辞任の舞台裏	朝刊	4	0	1	1	3	2	0	立つ
2006/06/24	「日銀・福井総裁は直ちに辞任を」 野党、共同アピール 村上ファンドへの投資問題	夕刊	4	0	0	0				
2006/11/08	（保険金不払い 横並びの構図：上）「常識」だった顧客軽視 構造的不正、行政も放置	朝刊	2	0	1	0	8			

2006/11/26	OS初期化、遅れた決断 検証・NTTのIP電話障害	朝刊	2	0	1	1	1	1	1	
2007/01/21	(時時刻刻) 架空の実験、写真は別人 崩れた「信頼」の根幹 納豆減量を捏造	朝刊	4	3	1	0				
2007/01/24	(消費者パワー 日米比較：2) 製品事故、探る防止策	朝刊	2	0	1	1	4	2	0	座る
2007/01/27	(声) フジTVには責任ないのか	朝刊	6	2	0	0				
2007/03/09	国交省、談合加担の反省に濃淡 OB・ノンキャリ、身内に同情	朝刊	3	0	1	1	7	1	0	
2007/03/25	週間asahi.com アクセスランキング 3月12日～18日	朝刊	6	4	0	0				
2007/04/01	(もっと知りたい!) サクラサク、記録的乱れ 暖冬続き、予想ほころぶ	朝刊	3	0	1	0				
2007/04/14	(時時刻刻) 不払い、見えぬ全容 横並び、遅れた調査 生保各社	朝刊	4	3	0	0				
2007/05/30	軽い制裁、幕引き狙う 「謹慎の意を表した」 プロ野球・西武裏金問題	朝刊	5	0	1	1	1	1	0	
2007/06/13	(声) 介護で不正し脱法は論外だ	朝刊	6	2	0	0				
2007/07/06	(時時刻刻) 年金幕引き図る 安倍首相、参院選へ躍起	朝刊	4	3	1	1	1	1	0	
2007/08/10	朝青龍、謝罪会見を拒否 親方、説得を続ける意向 大相撲	朝刊	5	0	0	0				
2007/09/02	(時時刻刻) 甘かった「身体検査」 政治とカネ、改造内閣も直撃	朝刊	4	3	1	0				
2007/10/18	亀田父「スタイルのまま」 内藤側への謝罪「日改めて」 亀田家が謝罪会見	朝刊	5	0	1	1	3	3	1	
2007/10/18	「丸刈り」、無言で退場 父「反則の指示ない」 亀田大毅選手が謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	3	1	0	
2007/10/18	インデックス 10月18日	朝刊	4	4	1	1	1	1	0	
2007/10/25	再度の謝罪を亀田側に要請 協栄ジム会長が意向 ボクシング	朝刊	5	0	0	0				
2007/10/26	亀田兄弟、再スタート 長男・興毅、きょう謝罪会見 ボクシング	朝刊	5	0	0	0				
2007/10/26	インデックス 10月26日	朝刊	4	4	0	0				
2007/10/26	協栄ジム、亀田史郎氏の契約解除へ 兄弟は現役続行 ボクシング	朝刊	3	0	0	0				
2007/10/26	亀田史郎氏は引退 興毅選手、謝罪会見で反則指示認める ボクシング	夕刊	3	0	1	1	1	1	1	
2007/10/26	亀田史郎氏、姿見せぬまま 興毅、声詰まらず場面も 謝罪会見 ボクシング	夕刊	5	0	0	0				
2007/10/27	処分の亀田兄弟再起、ジム主導 プロボクシング	朝刊	5	0	1	1	2	1	0	
2007/10/28	週間asahi.com アクセスランキング 10月15日～21日	朝刊	6	4	0	0				
2007/10/30	(Media Times) 「亀田騒動」責任は? TBS、便乗で高視聴率	朝刊	3	3	0	0				
2007/11/01	亀田興毅がメキシコへ 協栄ジム発表 ボクシング	朝刊	5	0	0	0				
2007/11/03	プロボクシングの亀田興毅選手に笑顔、メキシコへ	朝刊	3	0	1	0	1	1	1	
2007/11/04	週間asahi.com アクセスランキング 10月22日～28日	朝刊	6	4	0	0				
2007/11/15	船場吉兆の偽装「取締役が指示」 パート女性ら会見	朝刊	3	0	0	0				
2007/11/24	干しイモ再出荷「最低3、4年」 マルヒが謝罪会見	夕刊	3	0	0	0				
2007/11/27	謝罪会見のコツ指南 経産省が企業向けマニュアル	朝刊	3	0	1	0				

2007/12/01	ボクシングの亀田大毅「ゼロからスタートを」 謝罪会見、練習再開	朝刊	3	0	1	1	2	2	0	立つ
2007/12/02	朝青龍「真っ先に来たかった」 先代佐渡ヶ嶽親方の甲間に 大相撲	朝刊	5	0	1	1	1	1	1	
2007/12/02	(100Answers) 大みそかの「紅白」は必要ですか	朝刊	6	2	0	0				
2007/12/03	太田府知事、不出馬 カネ絡みで支持得られず 大阪府知事選	夕刊	3	0	1	1	1	1	1	
2007/12/08	(between) 悪役 メディアの品性にも疑念	朝刊	6	3	0	0				
2007/12/26	力士の反省、帰省いらぬもの 朝青龍の希望却下 本人も「分かりました」 大相撲	朝刊	5	0	0	0				
2007/12/28	(乱気流 07年経済:2) 消費者・株主「ノー」決然 偽装・不利益、厳しく監視	朝刊	2	0	1	0				
2007/12/30	(ハーフタイム) 横綱朝青龍がけいこ納めで「今年は曇り」 大相撲	朝刊	5	0	0	0				
2007/12/31	ニュースで見る2007 1月~6月	朝刊	6	3	0	0				
2008/01/10	(嵐再来 朝青龍の今:上) 横綱、心磨けるか 笑顔と威圧、表情急変 大相撲	朝刊	5	3	1	1	1	1	1	
2008/01/28	しなやかに、ポジティブに 大黒摩季、新アルバム 「前向き」健在、やさしさも	夕刊	6	0	0	0				
2008/02/04	(Behind the Scene) 相撲初場所の朝青龍 善玉VS. 悪役 西村欣也	夕刊	5	3	1	0				
2008/02/05	「夢に見た 年金生活 今悪夢」 値上げ・偽装、サラリーマン詠む 川柳入選作を発表	朝刊	3	0	0	0				
2008/03/14	(もっと知りたい!) 大人になるのは18歳? 世界の主流だが、考え次第	朝刊	3	3	1	0				
2008/03/31	最大手、手抜き試験 旧公団、空欄報告書承認 高速道資材	朝刊	3	0	1	1	1	2	0	立つ
2008/06/11	「償いきれぬ」両親が謝罪 東京・秋葉原無差別殺傷	朝刊	3	0	0	0				
2008/06/22	(社説) 韓国大統領 牛肉騒動の手痛い教訓	朝刊	4	1	0	0				
2008/11/04	(社説) 若者と大麻 興味本位の代償の大きさ	朝刊	4	1	0	0				
2008/11/05	慶大講師も大麻 米国人、所持容疑で現行犯逮捕 今年2月	朝刊	3	0	0	0				
2008/11/05	歳暮商戦を控え、業績悪化不可避 伊藤ハム社長が謝罪会見	朝刊	2	0	0	0				
2008/11/23	聞いて聞かせて 神奈川県立神田高校の「外見で合否決定」に賛否 読者からの投稿	朝刊	6	0	1	1	3	3	0	
2009/02/18	松井稼、6年目の飛躍へ 2000安打「一試合でも早く」 MLB大リーグ 17日	夕刊	5	0	0	0				
2009/02/21	「原則守らず作業」 担当医が謝罪会見 香川県立中央病院の受精卵ミス	朝刊	3	0	1	1	1	1	0	
2009/03/14	陸上のモグスが謝罪会見、競技再開は白紙 母国ケニアで事故	朝刊	5	0	0	0				
2009/04/15	ジムが謝罪会見 滝でボクサー死亡	朝刊	5	0	0	0				
2009/04/25	謝罪会見 公園全裸事件の草なぎ剛さん、釈放	朝刊	4	0	1	1	1	3	0	
2009/04/26	(声) 草なぎさんの話題、騒ぎ過ぎでは	朝刊	6	2	0	0				
2009/04/27	(声) 「最低の人間」発言はお粗末	朝刊	6	2	0	0				
2009/04/29	タレントの北野誠さんが謝罪会見 発言巡り謹慎処分	朝刊	3	0	1	1	1	3	0	

毎日新聞

時間	タイトル	朝刊／夕刊	分野	記事の種類	写真の有無	会見の写真の有無	人数	頭の位置	カメラの向き	体の位置
1992/07/02	[インサイド] 堤オーナーの責任、ペールに――西武百貨店架空取引事件	朝刊	2	1	1	1	3	1	0	
1992/10/03	[ズーム&ワイド] 堤さんは象徴的存在に――セゾングループ新会長を取りまく環境	朝刊	2	3	0	0				
1993/05/01	副操縦士の内規違反操縦、過去1年間に6便で――JAS	朝刊	3	0	1	1	2	1	1	
1993/05/03	ぬれた脱出シューターで次々 地面に衝突、転ぶ――羽田・全日空機の「煙流入」事故	朝刊	3	0	1	0				
1994/05/25	プロ野球 横浜3-1ヤクルト 横浜、初回にアーチ攻勢 野村監督が陳謝	朝刊	5	0	1	0				
1995/10/28	[近事片々]	夕刊	6	4	0	0				
1996/03/08	ミドリ十字が謝罪会見「心からおわびしたい」――薬害エイズ訴訟、地裁が最終和解案	朝刊	3	0	0	0				
1996/03/28	TBS側の対応――オウムビデオ問題	朝刊	3	0	0	0				
1996/03/28	12日以降、TBSに抗議電話が1000本――オウムビデオ問題	朝刊	3	0	0	0				
1997/05/31	[ガリバーの背信] 野村証券事件 “傍流”から上りつめ――酒巻英雄容疑者	朝刊	3	0	1	0				
1997/09/17	世論の批判、予想以上――佐藤孝行氏の謝罪会見	朝刊	6	0	0	0				
1997/09/23	ケジメ「不十分」 橋本首相の謝罪会見、追及スルリ――佐藤孝行総務庁長官、辞任	朝刊	3	0	1	0				
1997/12/03	[みんなの広場] 預金者救済の自己責任を果たせ＝無職・織田昌一・80	朝刊	3	2	0	0				
1998/01/23	日体大の婦女暴行...激震、スケート界――解任部長のコーチ辞意、五輪選手に影響か	朝刊	5	0	0	0				
1998/04/04	[みんなの広場] 失政のツケ回し、もうご免だ＝会社員・菊地邦男・42	朝刊	3	2	0	0				
1999/02/28	[おもかじとりかじ] カメラに写らない真実＝青戸三千彦	朝刊	6	1	1	0				
1999/07/19	東芝、「暴言」謝罪へ ネットでトラブル暴露の男性に――仮処分申請取り下げの方針	夕刊	3	0	0	0				
1999/08/10	[メディアを読む] サイバー 「両刃の剣」ネットの威力＝岡村久道氏	朝刊	4	1	1	0				
1999/09/06	うそじゃなく「説明不足」 神奈川県警、苦しい弁明――女子大生脅迫で謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	5	1	1	
2000/02/19	[社説] 警察のうそ 「おごり」が消えていない	朝刊	3	1	0	0				

2000/03/13	地下鉄日比谷線事故、犠牲者5人に――会社役員・横山陽子さん死亡	夕刊	3	0	0	0					
2000/04/19	[みんなの広場] 愛知県警の醜悪な謝罪に憤った＝学生・逢坂昌道・29	朝刊	3	2	0	0					
2000/05/31	栃木・会社員リンチ殺害、あす判決 息子の命、救えたはず――県警、通報にも動かず	朝刊	4	0	1	1	3	1	1		
2000/07/14	変われ警察・提言の行方／上 手抜き、背景に人不足――増える事件に息切れ	夕刊	3	0	1	1	16	1	0		
2000/10/14	プロ野球・松坂大輔投手、無免許運転で活動禁止――西武が処分、球団社長ら辞任へ	朝刊	3	0	1	0					
2000/11/06	旧石器発掘ねつ造 成果上げたかった――謝罪会見の藤村新一氏、力なく	朝刊	3	0	1	0					
2000/12/04	旧石器発掘ねつ造・発覚1カ月 どうする文化財認定――北海道教委が困惑	夕刊	3	0	1	0					
2001/08/27	[選挙] 参院選・高祖憲治氏派遣反 足立郵政事業庁長官が謝罪会見――郵政局長逮捕	夕刊	3	0	0	0					
2001/08/27	SMA Pの稲垣吾郎容疑者を釈放、東京地裁が拘置認めず――活動自粛を表明	朝刊	3	0	1	1	1	1	0		
2001/08/31	SMA Pの稲垣吾郎逮捕 テレビ局大揺れ「稲垣ショック」――“不自然な対応”も...	夕刊	3	0	1	1	2	1	0		
2002/01/22	つけ込まれた「裏取引」、元組員が現金要求――埼玉県警、覚せい剤事件隠べい	夕刊	3	0	1	0					
2002/01/29	[100人ニュースランキング]	夕刊	4	4	0	0					
2002/02/28	白豚肉に「黒」表示、虚偽シールで出荷――食肉卸3位「スターゼン」佐賀工場	朝刊	3	0	0	0					
2002/03/16	丸紅子会社、鶏肉の産地を偽装――「国産」実はブラジル産	朝刊	3	0	0	0					
2002/04/01	[で、どうなった?] 日本版ビッグバンから5年 経済活性化、進まず	朝刊	2	0	1	1	3	2	0		立つ
2002/05/26	浜岡原発冷却水漏れ 管の老朽化が原因?――事故、過去にも2回	朝刊	3	0	0	0					
2002/07/09	[100人ニュースランキング]	夕刊	4	4	0	0					
2002/08/08	[クローズアップ2002] BSE問題 日本ハムの牛肉偽装、疑問多く	朝刊	3	0	1	1	1	2	0		立つ
2002/09/05	三井物産社長、未練にじませ 事件の説明、一切なし――辞任会見	朝刊	3	0	0	0					
2002/11/08	[100人ニュースランキング]	夕刊	4	4	0	0					
2002/11/17	日本信販・商法違反事件 排除の流れに逆行――現金振り込み、年々増額	朝刊	3	0	1	1	2	2	0		立つ
2002/11/20	犯罪白書の検挙率訂正で謝罪会見 配布も遅延――法務総合研究所	夕刊	3	0	0	0					
2003/10/04	キャンパル：斬る JR中央線工事ミス、8時間も不通!	夕刊	4	0	0	0					
2003/11/21	耳の手術ミスに続き、4月に男性「異状死」も――東京医大、1日2回謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	3	2	0		立つ
2004/02/11	関学大生遭難 「掘っても掘っても雪」――ワンゲル部員、謝罪会見	朝刊	3	0	0	0					
2004/02/22	佐賀・鳥栖の女児連れ去り：「まさか警官が」住民に衝撃と不信	朝刊	3	0	1	1	2	1	0		
2004/03/10	[100人ニュースランキング] 9日	夕刊	4	4	0	0					
2004/03/13	[キャンパル] 斬る 相次ぐ個人情報流出	夕刊	4	2	0	0					
2004/03/14	佐賀・鳥栖の女児連れ去り：福岡県警官を再逮捕――別の女児略取容疑	朝刊	3	0	0	0					
2004/03/27	年金未納問題：江角マキコさん「反省」――謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	1	3	0		
2004/03/29	[100人ニュースランキング] 26日	夕刊	4	4	0	0					

2004/05/09	三菱ふそうタイヤ脱落：堀会長を参考人聴取――捜査当局	朝刊	3	0	0	0					
2004/06/15	三菱ふそう欠陥隠ぺい：ポート社長「過去の問題」強調――体質改善訴え	朝刊	3	0	0	0					
2004/07/08	[仲畑流・万能川柳] いいことがあったか今の政権で	朝刊	6	2	0	0					
2004/07/13	三菱ふそう欠陥隠ぺい：上層部の関与否定 社員を懲戒解雇――社長謝罪会見	朝刊	3	0	0	0					
2004/08/14	プロ野球：巨人・渡辺オーナー辞任 実力者去り、球界混迷	朝刊	5	0	1	1	1	1	0		
2004/10/29	プロ野球：スカウト不正 明大・一場投手、プロ「自信ある」――都内で謝罪会見	朝刊	5	0	1	1	1	1	0		
2004/11/03	プロ野球：楽天参入 明大・一場獲得に名乗り	朝刊	5	0	0	0					
2004/11/09	[仲畑流・万能川柳] ご褒美は達成感という社長	朝刊	6	2	0	0					
2004/12/28	[特集WORLD] 選者・仲畑貴志さんと毎日新聞で選ぶ、万能川柳2004年	夕刊	4	2	1	0					
2005/04/21	NTTドコモ顧客情報流出：アクセス権限を悪用、業務妨害容疑で派遣社員を逮捕	夕刊	3	0	0	0					
2005/06/16	仲畑流・万能川柳：アボなしで急に来るなよNHK	朝刊	6	2	0	0					
2005/08/06	みんなの広場：痛み伴わない処分は効果なし＝無職・三好渡・83	朝刊	6	2	0	0					
2005/08/13	日航機墜落：発生20年 「何も学んでいない」――慰霊式当日の福岡・JAL系機出火	朝刊	3	0	1	0					
2005/08/18	カネボウ粉飾決算：中嶋章義会長が謝罪会見	朝刊	3	0	0	0					
2005/10/11	特集WORLD：自民圧勝の総選挙から1カ月 小泉チルドレンに“存在感”	夕刊	4	2	1	0					
2005/11/25	特集WORLD：流行語大賞候補に見る05年 軽さ際立つ、政治の世界	夕刊	4	2	1	0					
2006/01/16	東論西談：ES細胞論文ねつ造 問い直される国益信仰	朝刊	0	0	0	0					
2006/02/27	「堀江メール」問題：民主、党見解で陳謝へ 永田議員、一両日中に会見	朝刊	1	0	0	0					
2006/02/28	100人ニュースランキング：27日	夕刊	4	4	0	0					
2006/02/28	「堀江メール」問題：民主、きょう会見 根拠・手続き、どう説明	朝刊	1	0	1	0					
2006/03/01	100人ニュースランキング：28日	夕刊	4	4	0	0					
2006/03/01	「堀江メール」問題：民主、偽メール断定 永田氏の謝罪、不十分と反発――与党	朝刊	1	0	1	0					
2006/03/01	「堀江メール」問題：民主、偽メール断定 永田寿康・衆院議員の謝罪会見要旨	朝刊	1	0	1	0					
2006/03/01	クローズアップ2006：「堀江メール」問題 民主、偽断定、野田氏引責（その2止）	朝刊	1	4	0	0					
2006/03/01	クローズアップ2006：「堀江メール」問題 民主、偽断定、野田氏引責（その1）	朝刊	1	4	1	0					
2006/03/13	民主メール問題：検証結果公表先延ばし、全容「執行部限り」 民主、信頼回復遠く	朝刊	1	0	0	0					
2006/04/01	民主党：前原執行部総退陣 前原代表の会見（要旨）	朝刊	1	0	0	0					
2006/04/22	ブロードキャスト：NHKと熟年離婚＝荻野祥三	夕刊	4	3	1	1	3	2	0		立つ
2006/04/27	毎日新聞読者情報流出：毎日新聞が謝罪会見 関係者処分へ	夕刊	3	0	0	0					
2006/05/14	仲畑流・万能川柳：金貸したやつを見舞って安心し	朝刊	6	2	0	0					
2006/06/05	村上ファンド証取法違反疑惑：インサイダー認める（その1） 謝罪会見も村上節	夕刊	3	0	1	1	1	1	0		

2006/06/13	クローズアップ2006：東京・芝のエレベーター事故死 シンドラー社、初会見	朝刊	3	3	1	1	3	2	0	立つ
2006/07/08	特定商取引法違反：シロアリ防除工事・サニックス、違法勧誘 6店の訪問販売停止	朝刊	3	0	0	0				
2006/09/06	青森・むつの海自誤射：撃ち尽くしたと隊員が勘違いかー総監部が謝罪会見	朝刊	3	0	0	0				
2007/01/01	ネット君臨：第1部・失われていくもの／1（その3止） 2ch管理人に聞く	朝刊	6	0	1	0				
2007/02/02	発信箱：失言の温床＝中村秀明	朝刊	6	4	0	0				
2007/03/15	保険金不払い：損保10社行政処分 調査ごと件数増、「甘えの構図」鮮明に	朝刊	2	0	1	1	1	1	0	
2007/06/12	牧太郎の大きな声では言えないが...：報道陣の劣化	夕刊	4	0	0	0				
2007/06/22	長野・信州大准教授セクハラ：大学が謝罪会見	朝刊	3	0	0	0				
2007/06/25	授業で新聞：「言葉集め」きっかけに	朝刊	6	0	0	0				
2007/07/03	クローズアップ2007：防衛相原爆投下発言 言葉軽く、釈明弱く	朝刊	6	3	0	0				
2007/08/10	大相撲：朝青龍・出場停止処分 親方「納得するまで行く」 引きこもる横綱と再び面談	朝刊	5	0	1	0				
2007/08/10	クローズアップ2007：土俵際に立つ朝青龍 高砂親方「説得に失敗」	朝刊	5	3	1	0				
2007/08/21	視聴室：サラリーマンNEO	朝刊	6	2	1	0				
2007/09/11	記者の目：朝青龍の療養帰国 理事長の筋書き＝上鶴瀬浄（運動部）	朝刊	5	1	1	0				
2007/09/21	社説：射殺事件と処分 警察は信頼を回復できるか	朝刊	3	1	0	0				
2007/10/18	ボクシング：亀田家会見 「スタイルは変えぬ」 大毅無言、敗戦と処分で憔悴	朝刊	5	0	1	1	1	3	1	
2007/10/19	大相撲：朝青龍の再来日、九州場所後に 高砂親方が言及	朝刊	5	0	0	0				
2007/10/20	憂楽帳：潔さ	夕刊	3	1	0	0				
2007/10/25	比内鶏偽装：「死に切れなかった」 社長、謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	1	3	1	
2007/10/26	ボクシング：協栄ジム、亀田家処分 史郎氏の辞職了承 兄試合自粛、弟に厳重注意	夕刊	3	0	1	1	1	1	0	
2007/10/26	ボクシング：亀田家処分 「反省している」 反則指示に興毅謝罪	夕刊	5	0	1	1	1	3	1	
2007/10/26	ボクシング：亀田兄弟、協栄ジムに残留へ 史郎氏と離れ活動ーきょう処分	朝刊	5	0	0	0				
2007/10/26	ボクシング：亀田史郎氏、事実上の追放 協栄ジム、契約解除きょう発表	朝刊	3	0	1	1	1	1	0	
2007/10/27	近事片々：偽ベストセラー...	夕刊	1	1	0	0				
2007/10/27	ボクシング：亀田家処分 亀田兄弟、父離れ再出発 成長の好機にできるか	朝刊	5	0	1	1	2	1	0	
2007/11/01	ボクシング：亀田兄弟、練習再開は12月	朝刊	5	0	0	0				
2007/11/03	ボクシング：亀田興に明るさ メキシコへ出発 「ニワトリはパフォーマンスやで」	朝刊	5	0	1	0				
2007/11/30	近事片々：OECDの学習到達度調査で...	夕刊	1	1	0	0				
2007/11/30	ボクシング：亀田父子処分 大毅、練習再開へ きょう再び謝罪	朝刊	5	0	0	0				
2007/12/01	大相撲：朝青、冥福祈る 謝罪会見から一夜、先代佐渡ヶ嶽親方の仏前へ	夕刊	5	0	1	0				
2007/12/01	近事片々：買い物ついでにパパとママは投票を...	夕刊	1	1	0	0				

2007/12/01	大相撲：朝青龍が謝罪会見 「自分がコントロールできなかった」	朝刊	5	0	1	1	2	2	0	立つ
2007/12/01	大相撲：朝青龍謝罪 朝青「自分に責任」	朝刊	5	0	1	1	2	1	0	
2007/12/01	ボクシング：亀田父子処分 大毅「ゼロからスタート」	朝刊	5	0	1	1	1	3	0	
2007/12/01	波：大相撲 朝青龍謝罪 協会の体質変えねば再発	朝刊	5	0	0	0				
2007/12/02	大相撲：「いつも通り」 朝青龍が意欲一きょうから冬巡業	朝刊	5	0	0	0				
2007/12/02	余録：「社長限界でしょ」。こんな言葉を耳にして気分を害さない社長は...	朝刊	1	0	0	0				
2007/12/03	大相撲：朝青龍、歓迎ムード 冬巡業初日「気持ちよかった」	朝刊	3	0	1	0				
2007/12/05	記者の目：笑顔振りまきサービス、巡業先の朝青龍＝田原和宏（西部運動部）	朝刊	5	1	0	0				
2007/12/08	大相撲：改心？ 朝青龍、動きは激しく／親方、最後まで見届け	朝刊	5	0	1	0				
2007/12/08	日誌：11月30日～12月6日	朝刊	6	4	0	0				
2007/12/11	日本のスイッチ：あなたに問いたいことがある／261	朝刊	3	2	0	0				
2007/12/12	記者の目：07年に一言 偽装 商人道に恥ずべき行い＝近藤勝重（夕刊編集部）	朝刊	6	1	0	0				
2007/12/15	馬肉不当表示：社長が謝罪会見	夕刊	3	0	0	0				
2007/12/18	牧太郎の大きな声では言えないが...：結婚する結婚詐欺師？	夕刊	4	0	0	0				
2007/12/21	大相撲初場所：新番付発表 3場所ぶりの朝青龍、けが回復強調 「出たくて仕方ない」	朝刊	5	0	1	0				
2007/12/25	大相撲：朝青龍「帰国したい」／高砂親方「認めない」 きょう話し合いも...	朝刊	5	0	1	0				
2007/12/25	みんなの広場：悪質な企業には、「不買」で＝無職・松永照夫・79	朝刊	6	1	0	0				
2007/12/30	みんなの広場：この1年／上 「潔さ」が途絶える危機に突入＝派遣パート・小畑令子	朝刊	1	1	0	0				
2007/12/31	2007年スポーツ回顧：（その1） 相次いだ不祥事／五輪競技／大相撲	朝刊	5	3	1	1	4	2	0	立つ
2008/01/08	大相撲初場所：13日初日 青・白、熱気7番 けいこ総見、初の横綱対決	夕刊	5	0	1	0				
2008/01/09	どうなる朝青龍：謝罪会見からの40日間／上 「変身」アピールに腐心	朝刊	5	0	1	0				
2008/01/09	耐火材偽装：不適切建材、「認識不足」と故意否定 会見は1社、文書で謝罪だけでも	朝刊	3	0	1	1	2	1	0	
2008/01/10	どうなる朝青龍：謝罪会見からの40日間／中 「心の成長」か「戦略」か	朝刊	5	0	1	0				
2008/01/11	どうなる朝青龍：謝罪会見からの40日間／下 対抗心隠さぬ白鵬	朝刊	5	0	1	0				
2008/01/17	憂楽帳：手は口ほどに	夕刊	3	1	0	0				
2008/01/18	NHK：職員インサイダー取引疑惑 謝罪会見、声かすれ 橋本会長「許されない行為」	朝刊	3	0	1	1	1	1	0	
2008/01/19	再生紙偽装：コピー、ノート、印刷用...全大手で 「品質維持できず」	朝刊	1	0	1	1	5	2	0	立つ
2008/01/28	大相撲初場所：綱の激突、白鵬こん身 左上手でねじ伏せ	朝刊	5	0	1	0				
2008/01/31	中国製ギョーザ中毒：ジェイティフーズなど陳謝 管理の甘さ認める	朝刊	3	0	1	1	4	2	0	立つ
2008/02/01	大相撲：役員13人、無投票当選 協会理事・監事、2期連続で	朝刊	5	0	0	0				
2008/02/13	仲畑流・万能川柳：割りばしがやたらと折れる食べ放題	朝刊	6	2	0	0				

2008/02/27	仲畑流・万能川柳：金かかる神様だから信じない	朝刊	6	2	0	0				
2008/08/18	仲畑流・万能川柳：誤解して結婚理解して離婚	朝刊	6	2	0	0				
2008/09/10	仲畑流・万能川柳：放言を方言にした麻生さん	朝刊	6	2	0	0				
2008/10/31	慶大生の大麻売買：若者むしばむ大麻 04年以降、5人逮捕――大学が謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	4	2	0	立つ
2008/12/30	みんなの広場：この1年／上 謝罪会見、今年も多すぎた＝自営業・平郡奉昭・64	朝刊	1	2	0	0				
2009/01/25	サラリーマン川柳：年金は 賭けるつもりで 掛けている	朝刊	2	2	1	0				
2009/02/01	大相撲：若麒麟大麻所持 容疑者、相撲協会に引退届 除名視野？受理せず	朝刊	3	0	0	0				
2009/02/20	受精卵取り違え：夫婦「100%我が子なら…」 調査法なく出産断念	朝刊	3	0	1	1	3	2	0	立つ
2009/03/19	余録：「情けない奴だ、しょっちゅう金の話ばかり持ち出して！…	朝刊	1	0	0	0				
2009/04/16	漢検協会：正副理事長辞任 「世間騒がせた」胸張り謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	2	2	0	立つ
2009/04/18	元三菱UFJ証券社員の顧客情報売却：情報漏れ、苦情7500件 社長ら謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	2	2	0	立つ
2009/04/25	草なぎ剛さん：謝罪会見「大人として恥ずかしい」	朝刊	3	0	1	1	1	3	0	
2009/05/03	視聴室：サラリーマンNEO	朝刊	6	2	0	0				
2009/05/05	みんなの広場：草なぎ剛さん、良き酒飲みであれ＝無職・梅原進・75	朝刊	3	2	0	0				
2009/05/11	オフ・ライン：「読まれる」と「伝えたい」	朝刊	4	1	0	0				
2009/05/28	記者の目：舌禍タレント無期限謹慎の影響＝若狭毅（大阪学芸部）	朝刊	6	1	1	1	2	2	0	立つ

読売新聞

時間	タイトル	朝刊／夕刊	分野	記事の種類	写真の有無	会見の写真の有無	人数	頭的位置	カメラの向き	体の位置
1987/03/04	[SEE・SAW] TV局、心はハムレット？ 視聴率気がかりな「たけし欠場」	夕刊	6	3	0	0				
1988/11/22	リクルート 一夜明ければコロコロ変わる... “ウソ語録”深まる疑惑	夕刊	3	0	0	0				
1990/04/03	花博事故は“過密ダイヤ”だった 乗客倍増図り、開幕直前に計画変更	朝刊	3	0	0	0				
1990/04/21	トンネル工事の手抜き 謝罪会見、17日後また...／熊谷社長	朝刊	3	0	1	1	2	2	0	立つ
1991/06/24	大阪府警で誤認逮捕 ひったくり事件、アリバイ成立	朝刊	3	0	0	0				
1991/07/06	日本航空電子、不正輸出認め謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	1	1	0	
1991/07/25	タイ女性引き渡し 「裏取引」認める 本部長が謝罪会見／三重県警	朝刊	3	0	0	0				
1991/08/29	「航空電子」不正輸出 金井社長が頭を深々と謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	1	2	0	立つ
1992/01/17	[気流] センバツ辞退 理解できない 教員・田野倉豊54＝東京都杉並区	朝刊	6	1	0	0				
1992/12/12	豪に新婚旅行中行方不明の新妻見つかる 事件とは無関係 迷惑かけたと謝罪会見	朝刊	3	0	0	0				
1993/04/19	JAS機事故 繰り返した内規違反 副操縦士が離着陸 “米子の教訓”生かせず	夕刊	3	0	1	1	3	1	0	
1993/12/01	検事暴行「信じられなかった」 岡村検事総長が謝罪会見 捜査への影響は否定	朝刊	3	0	1	1	1	1	1	
1993/12/23	細川首相あす謝罪会見 政治改革法案越年の公約違反問題で 景気基本策も表明	朝刊	1	0	0	0				
1993/12/25	参院政治改革委の実質審議入り 自民「空転」批判避ける 与党決行通告で	朝刊	1	0	1	0				
1994/11/10	週刊文春問題 JR側も和解に合意 「記事内容に誤り」文春専務が謝罪会見	朝刊	3	0	0	0				
1995/12/27	北海道庁裏金問題 「私にも責任」 横路前知事が謝罪会見	夕刊	3	0	0	0				
1996/04/01	「思い」それぞれ入社春 もやもや晴れぬ中で TBS、揺れる局内でピリピリ	夕刊	3	3	1	0				
1996/04/02	TBSビデオ問題 信頼回復へつながるか... 番組ごとに検証の動き	夕刊	3	0	1	0				
1996/04/24	[モニター] TBS「調査情報」復刊延期 メディアとしての総括望む	夕刊	3	1	0	0				

1996/12/05	岡光前次官逮捕 底なし「厚生省腐敗」 山口次官「悲しく、つらく、無念」	朝刊	3	0	1	1	1	2	0	立つ
1997/07/31	第一勧銀・野村行政処分 「信用回復」道遠く 両社トップが苦渋の会見	朝刊	3	0	1	1	2	2	0	立つ
1997/08/05	社労士国家試験で昨年も出題ミス	夕刊	3	0	0	0				
1997/09/18	山一証券利益供与疑惑 野沢社長が謝罪会見 「会社ぐるみ」を否定、最後は涙	朝刊	3	0	1	1	1	3	0	
1997/09/18	大和証券、小池被告への不正資金 総会荒らし封じて復活 交渉役依頼の見返り	夕刊	3	0	1	0				
1997/10/04	四大証券・第一勧銀不祥事 辞めるわ辞めるわ74人 トップ・役員“横ならび”	朝刊	3	0	1	1	4	2	0	立つ
1997/10/31	総会屋利益供与 おわび会見、もう恒例 「残念」三菱自は3度目＝訂正あり	朝刊	3	0	1	0				
1997/11/07	大和証券の地下倉庫に大量書類 小池被告への利益供与の取引記録隠す	朝刊	3	0	1	0				
1997/11/19	プロ野球脱税事件 処分選手20人に拡大か 在宅起訴10選手に出場停止も	朝刊	5	0	1	0				
1997/11/26	日立製作所と三菱地所、トップ引責辞任を否定 「再発防止が経営責任」	朝刊	2	0	1	1	2	2	0	立つ
1997/12/13	プロ野球脱税事件 阪神・ダイエー・中日の選手にキャンプ自費などの処分	朝刊	5	0	0	0				
1997/12/13	[視点] プロ野球脱税事件 起訴された選手と“同罪”	朝刊	5	1	0	0				
1997/12/18	放送界ポケモンショック 調査終了まで放映中断 今年3月NHKアニメでも発作	朝刊	3	0	1	1	2	2	0	立つ
1997/12/27	プロ野球脱税事件 小久保ら3選手が紹介料 脱税“拡散役”に衝撃	朝刊	5	0	1	1	4	1	0	
1998/01/21	プロ野球脱税で「有罪」の中日・鳥越、山田洋両被告 年俸、現状据え置き	朝刊	5	0	0	0				
1998/01/27	大蔵検査官汚職 「痛恨の極み、慙愧に堪えません」 トップざらり異例の会見	朝刊	6	0	1	1	4	1	0	
1998/01/28	[よみうり寸評] 接待病に効く療法は？	夕刊	6	1	0	0				
1998/01/28	三塚蔵相ぶ然「辞表出す」 “包囲網”に抗し切れず キャリア官僚、不満も	朝刊	3	0	1	1	2	1	0	
1998/08/02	プロ野球、ガルベス投手の審判ボール投げつけ行為 今季出場停止 連盟が処分	朝刊	3	0	1	1	1	1	1	
1998/12/12	会計検査院97年度報告 防衛庁不正、厚かった壁 「機密」盾に抵抗受ける	朝刊	6	0	1	1	1	2	0	立つ
1998/12/27	[98消えた主役たち] (5) 大蔵省銀行局 「裁量行政」に限界(連載)	朝刊	2	3	1	1	4	1	0	
1999/10/01	東海村の臨界事故ドキュメント＝9月30日・10月1日	夕刊	3	0	0	0				
1999/10/06	茨城・東海村臨界事故の主な経過	朝刊	3	0	0	0				
1999/11/14	神奈川県警覚せい剤もみ消し事件 渡辺元本部長ら9人きょう書類送検	朝刊	3	0	1	1	1	2	0	立つ
1999/11/14	神奈川県警覚せい剤もみ消し事件 「隠べい、主犯は元本部長」 書類送検を発表	朝刊	3	0	1	1	2	1	0	
1999/11/16	神奈川県警、止まらぬ不祥事 なれ合いのツケ 無責任体質、末端まで(解説)	朝刊	6	0	1	1	1	1	0	
1999/12/31	藤岡・元社長宅退去のオウム信者、読売新聞記者に手紙で心情吐露＝群馬	朝刊	3	0	0	0				
2000/03/09	日比谷線死傷事故 「心からおわび」 寺島営団地下鉄総裁が謝罪会見	朝刊	3	0	0	0				
2000/03/21	日興証券元課長が詐欺 2億円被害、転職先社員ら月内告訴へ	朝刊	3	0	0	0				
2000/07/18	「山崎製パン」デザート品質問題 製造記録、殺菌問題なし＝群馬	朝刊	3	0	0	0				
2000/08/05	筑波大病院の患者取り違えミス チェック体制を強化 院長が会見	朝刊	3	0	0	0				

2000/09/08	発覚50日、辞任発表 三菱自社長がクレーム隠し「深くおわび」	夕刊	3	0	0	0				
2000/10/23	三洋電機の出力不足太陽電池販売問題 市民団体の指摘、2年間放置	朝刊	3	0	0	0				
2001/07/17	ハイヤー不正の外務省課長補佐 「水増し」他社にも持ちかけ 裏付け捜査急ぐ	朝刊	3	0	1	0				
2001/07/27	総領事公金流用 在外公館課の幹部、内部告発握りつぶす 発覚まで1年以上も	朝刊	3	0	0	0				
2001/08/27	「SMAP」の稲垣容疑者、釈放会見でおわび	朝刊	3	0	1	1	1	2	0	立つ
2001/08/28	「SMAP」の稲垣吾郎容疑者逮捕 対応に追われる放送界	夕刊	3	0	1	1	2	1	0	
2001/08/30	[視聴率] 8月20日-26日	朝刊2部	6	4	0	0				
2001/09/07	外務省不祥事 不正連鎖も「個人的…」と会見で外務次官 組織ぐるみなお否定	朝刊	3	0	1	1	4	1	0	
2001/10/26	高祖派公選法違反事件 郵政事業庁長官が処分受け謝罪会見	夕刊	3	0	0	0				
2002/05/21	肉まんに禁止添加物 「事実公表する」要求の会社へダスキンが6300万円払う	夕刊	3	0	1	1	3	2	0	立つ
2002/07/27	元社員の強盗婦女暴行容疑 テレ朝が謝罪会見	夕刊	3	0	1	1	2	2	0	立つ
2002/08/21	日ハム気配り処分 社長「会社の礎作った」会長→名誉会長・副会長→最高顧問に	朝刊	3	0	1	1	1	3	0	
2002/08/28	三井物産ODA疑惑 モンゴル大使館「本国にも至急連絡」	夕刊	3	0	0	0				
2002/12/28	[ズームアップWEEKLY] 2002年「番外編」 不祥事企業、再生へ一歩	夕刊	6	3	1	0				
2003/05/08	内部告発者保護案 隠ぺい体質改善狙う 罰則なし...効果に疑問も	朝刊	2	0	1	1	5	2	0	立つ
2003/06/19	アンマン爆発事件、毎日記者が謝罪会見 「責任一生背負う」「報道の資格ない」	朝刊	3	0	1	1	3	1	1	
2003/06/20	女子大生への集団暴行事件、早大が謝罪会見	朝刊	3	0	0	0				
2003/07/24	[時代の証言者] 豊かさへの軌跡・福原義春(15) 損失補てん自ら謝罪会見	朝刊	6	0	1	0				
2003/12/26	[なるほど! 経済] 日本経団連の会員 一流企業! のはずが...不祥事で苦渋	朝刊	2	3	1	1	5	2	1	立つ
2004/02/21	昭和大病院、ミス認める 腹腔鏡手術の女性死亡で謝罪会見	朝刊	3	0	0	0				
2004/02/28	ヤフーBBの情報流出 452万人分を確認 孫社長が謝罪会見	朝刊	3	0	0	0				
2004/03/27	江角さん「勘違い」謝罪 国民年金未加入、「払ってると信じてた」	朝刊	3	0	1	1	1	2	0	立つ
2004/04/01	[気流] 国民年金の未納、制度周知が大切 看護学生・高山ミワ29	朝刊	2	1	0	0				
2004/04/14	堤西武鉄道会長辞任 頭下げた“王国の主” 経営陣逮捕45日、初めて公の場に	夕刊	3	0	1	1	1	1	0	
2004/04/17	中医協汚職、下村容疑者逮捕 健保連が謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	3	2	0	立つ
2004/06/01	日歯接待でゼンセンが“公職総辞職” 吉高副会長を解任、謝罪会見	朝刊	3	0	0	0				
2004/06/03	三菱自欠陥隠し再発覚 謝罪会見、延々2時間 「国には報告していた」	朝刊	3	0	0	0				
2004/06/03	三菱自欠陥隠し 「不具合情報」際立つ多さ 体質改善全く進まず	朝刊	3	0	1	0				
2004/06/19	補助金不正問題、大学ぐるみを否定 慈恵医大が謝罪会見	朝刊	3	0	0	0				
2004/07/02	三菱自元社長起訴 元幹部、欠陥も良心も封印10年 死亡事故「胸痛んだ」	朝刊	3	0	0	0				

2004/08/21	[こころの四季] 野沢正平さん あの日の涙が忘れられぬ	朝刊	3	1	1	0					
2004/08/29	様々な企業リスクに対応―「賠償保険」広がる 損保各社、新分野に活路	朝刊	2	0	1	1	5	2	0		立つ
2004/10/29	現金提供問題で謝罪会見 一場「不注意だった」 日本でのプレー希望／プロ野球	朝刊	5	0	1	1	1	1	1		
2004/11/03	プロ野球「楽天」誕生 「楽天一場」誕生？ 獲得競争に参戦	朝刊	5	0	0	0					
2005/01/15	[社説] 社保庁不祥事 調査結果を抜本改革に生かせ	朝刊	2	1	0	0					
2005/03/12	中西議員「一生お酒は飲まない」「自分に誓った」 強制わいせつ謝罪会見	朝刊	3	0	1	1	1	3	1		
2005/03/18	日航会長が代表権返上 ミス続発で引責、CEO退任4月前倒し 役員5人降格	朝刊	3	0	1	1	3	1	0		
2005/04/03	日航のトラブル続出なぜ？ 効率優先→焦る現場 長期政権→風通しの悪さも	朝刊	3	0	1	1	3	3	0		
2005/04/21	NTTドコモ個人データ流出事件 元派遣社員を逮捕 威力業務妨害容疑／警視庁	夕刊	3	0	0	0					
2005/10/16	[人物語] 転落警察キャリア、弁護士で再起 敵は「思考停止」	朝刊	3	3	1	0					
2005/11/07	NHK記者の放火未遂 橋本会長、報酬30%返上 謝罪会見「慚愧に堪えない」	朝刊	3	0	0	0					
2005/11/07	記者放火未遂事件 NHK「捜査見守った」 内部調査には慎重	朝刊	3	0	1	1	2	2	0		立つ
2005/12/13	みずほ証券株誤発注で現金決済 歴史的措置、軟着陸なるか	朝刊	3	0	1	1	2	1	1		
2006/01/10	[政治の現場] 続・小泉チルドレン(1) タイゾー指南、四苦八苦	朝刊	1	0	1	1	1	2	0		立つ
2006/02/10	USO放送＝2月10日	朝刊	3	2	0	0					
2006/02/28	メール問題 民主、永田議員処分へ 「堀江被告の可能性低い」 きょう謝罪会見	朝刊	1	0	0	0					
2006/02/28	メール問題 民主・野田氏辞意、党は慰留 永田氏、党員資格停止	夕刊	1	0	1	1	1	2	0		立つ
2006/03/01	[よみうり寸評] 未練がましい民主党の未熟者	夕刊	1	1	0	0					
2006/03/01	[編集手帳] 「消炭色」の民主党	朝刊	1	3	0	0					
2006/03/01	民主・永田氏会見 与野党から批判 議員の資質欠ける／遅きに失した	朝刊	1	0	0	0					
2006/03/01	民主・永田氏会見 与党「謝罪にならぬ」 幹事長会談も拒否	朝刊	1	0	0	0					
2006/03/01	メール問題 確信お粗末、大失態 民主・永田議員「なお調査」と執着	朝刊	1	0	1	1	1	3	1		
2006/03/02	[気流] メール問題 真剣に反省して民主立て直しを 大学生・大出知広35	朝刊	1	1	0	0					
2006/03/07	[気流] 「メール問題」で十分な検証必要 大学院生・高橋亘25	朝刊	1	1	0	0					
2006/04/01	民主後継代表、小沢氏軸に調整 前原氏が辞任 永田議員も辞職願	朝刊	1	0	1	0					
2006/05/11	読売新聞社「報道と人権プライバシー」新聞監査委顧問・審査委合同会議＝特集	朝刊	6	0	1	1	2	1	0		
2006/06/06	[よみうり寸評] 村上氏「モノ言う容疑者」に	夕刊	6	1	0	0					
2006/06/21	「黒い交際」根絶誓う 年内めど選挙規定整備 PGAが謝罪会見	朝刊	5	0	1	1	2	1	0		
2006/06/22	[インサイド] PGA会長選事件 主導権争い背景に 利権？名誉欲？	朝刊	5	0	1	0					
2006/08/04	年金保険料不正免除 16万件、新たに判明 虚偽報告で埼玉局長を更迭	朝刊	3	0	0	0					
2006/11/14	[社説] いじめ自殺 連鎖を今すぐに断ち切らねば	朝刊	3	1	0	0					

2007/01/24	「あるある大事典」捏造で社内処分 あいまいな制作責任（解説）	朝刊	6	3	1	0				
2007/04/11	[News Review] 今週のZOOM UP「謝罪会見」	夕刊	6	1	1	0				
2007/06/09	コムスン事業譲渡 遅すぎた謝罪会見、険しい信頼回復（解説）	朝刊	6	1	0	0				
2007/06/09	[編集手帳] 遅すぎた謝罪会見	朝刊	6	1	0	0				
2007/08/14	[編集手帳] 師匠の威厳	朝刊	6	1	0	0				
2007/09/25	安倍首相の謝罪会見 麻生氏らのクーデター説を否定	朝刊	1	0	0	0				
2007/09/25	安倍首相の謝罪会見 批判拡大を懸念 野党「責任問題揺るがぬ」	朝刊	1	0	0	0				
2007/09/25	安倍首相が謝罪会見 退陣理由「体力の限界」	朝刊	1	0	1	1	1	1	1	
2007/10/18	亀田父子が「謝罪会見」 無言の大毅、父は「申し訳ありません」／ボクシング	朝刊	3	0	1	1	3	3	0	
2007/10/23	[鈴木美潮の donna どんな] 強い人ほど優しい	夕刊	6	1	1	0				
2007/10/24	機長飲酒問題 全日空が謝罪会見	朝刊	3	0	0	0				
2007/10/25	「偽装指示」比内鶏社長が謝罪会見 「全国ブームに便乗」	朝刊	3	0	1	1	1	1	0	
2007/10/26	亀田興毅選手が謝罪 ジム処分で3か月間出場自粛 反則指示認める／ボクシング	夕刊	3	0	1	1	2	2	0	立つ
2007/10/27	[視点] 心に響かぬ反省 興毅会見／ボクシング	朝刊	5	1	0	0				
2007/11/03	亀田興毅がメキシコへ／ボクシング	朝刊	5	0	0	0				
2007/11/09	関東学院大ラグビー部員、大麻栽培で逮捕 大学選手権辞退へ	朝刊	3	0	0	0				
2007/11/09	関東学院大・大麻事件 屈指の強豪に汚点 ラグビー協会「びっくり」	夕刊	3	0	0	0				
2007/12/01	[THIS WEEK] 11月24日（土）-30日（金）	夕刊	6	4	1	1	1	1	0	
2007/12/01	謝罪会見 朝青龍「心磨く」 仮病は否定、神妙50分間	朝刊	3	0	1	1	2	1	0	
2007/12/03	[よみうり寸評] 横綱復帰、反省と精進を	夕刊	6	1	0	0				
2007/12/14	[デイリーヨミウリ記者のコレって英語で?] (183) 品格（連載）	夕刊	6	4	0	0				
2007/12/25	[生活白書2007] (1) 品格ブーム 「横綱」「女性」「ハケン」...（連載）	朝刊	6	3	1	0				
2007/12/29	[2007年名言] 国内編 スポーツこの1年	朝刊	5	3	0	0				
2008/01/05	朝青、反骨こそ本領 初場所へ気合の調整／大相撲	朝刊	5	0	1	0				
2008/01/27	[スカナー] どう見ましたか...朝青龍のみそぎ場所 「品格」不信か懸賞半減	朝刊	5	3	1	0				
2008/04/26	織田1年ぶり復帰 渡米前謝罪会見／スケート	夕刊	6	0	0	0				
2008/07/08	外見磨いて男を上げる 髪形、服装、立ち振る舞い...サービス続々	朝刊	6	0	1	0				
2008/08/30	学カテスト好成绩の秋田 少人数学級など「細やか指導」が成果（解説）	朝刊	3	0	1	0				
2008/09/22	[平成を歩く] おわびの作法 誠意を欠けば...火に油	朝刊	6	3	1	0				
2008/11/17	大麻容疑、早大生ほかにも4人が04年以降摘発され退学に 大学は謝罪会見	夕刊	3	0	1	1	3	2	0	立つ
2008/11/29	「八百長告発で報酬250万円」 元若ノ鵬が謝罪会見／大相撲	朝刊	3	0	1	1	1	3	0	

2009/01/13	[許す心] (8) とりあえず謝罪 多すぎ (連載)	朝刊	6	3	1	0				
2009/03/24	群馬・老人施設火災 つっかい棒、理事長指示 謝罪会見「安全対策怠った」	夕刊	3	0	1	1	1	3	0	

資料3 テレビ

NHK『ニュース7』

日付	事件	ヘッドニュース	分野	ニュースの長さ	お辞儀の回数	お辞儀のスタイル	お辞儀のタイミング	街の声
2007/10/17	亀田選手	1	2	5	2	2	中,終	0
2007/10/19	赤福	1	1.3	5	3	2	前,中,終	0
2007/10/19	ミートホープ	0	1.3	2	1	1	中	0
2007/10/22	赤福	1	1.3	4	1	1	中	0
2007/10/22	比内地鶏	0	1.3	2	1	1	中	0
2007/10/26	NOVA	1	1.2	6	1	1	中	1
2007/10/27	ヘリコプター事故	1	1.1	3	1	1	終	1
2007/10/30	御福餅	1	1.3	3	1	1	中	1
2007/10/30	鹿児島漬物	0	1.3	2	1	2	終	0
2007/10/31	ミスタードーナツ	0	1.3	2	1	1	終	1
2007/11/01	赤福	0	1.3	2	1	1	終	0
2007/11/03	三宝製菓	0	1.3	2	1	1	終	0
2007/11/05	東洋ゴム工場	0	1.6	2	1	1	前	0
2007/11/08	ニチアス	0	1.6	1	1	1	前	0
2007/11/09	関東学院大学	1	1.2	5	3	1	前,中,終	1
2007/11/15	小型機墜落	1	1.1	3	1	1	中	1
2007/11/16	船場吉兆	1	1.3	6	2	1	中	1
2007/11/17	船場吉兆	0	1.3	5	1	3	中	0
2007/11/21	栗本鐵工	1	1.6	4	1	2	前	0
2007/11/22	三和シャッター工業	0	1.6	2	1	1	前	0

2007/11/27	マクドナルド	0	1.3	3	1	2	前	0
2007/11/30	朝青龍	1	2	6	1	1	前	1
2009/05/30	山形県警察本部	0	1.4	1	1	1	前	0
2009/06/03	山口秋芳プラザホテル	1	1.1	6	1	1	中	1
2009/06/04	茨木市教育委員会	0	1.2	1	1	1	前	0
2009/06/17	茨城県警察本部	1	1.4	5	1	1	中	0
2009/06/25	三菱 UFJ	1	1.5	5	1	1	中	1
2009/06/26	シティバンク銀行	0	1.5	1	1	1	前	0
2009/06/30	民主党鳩山代表	0	3	3	1	2	前	0
2009/06/30	月形刑務所	0	1.4	1	1	1	前	0

参考文献

- Abramson, Jeffrey B. "Four Criticism of Press Ethics." In *Democracy and the Mass Media: A Collection of Essays*, edited by Judith Lichtenberg, N edition. Cambridge ; New York: Cambridge University Press, 1990.
- Akhavan-Majid, Roya. "The Press as an Elite Power Group in Japan." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 67, no. 4 (December 1, 1990): 1006–14. doi:10.1177/107769909006700401.
- Alsop, Joseph, and Stewart Alsop. *The Reporter's Trade*. Reynek, 1958. <http://ci.nii.ac.jp/ncid/BA54302528>.
- Bagdikian, Ben H. *The New Media Monopoly*. Boston: Beacon Press, 2004.
- Bakacsi, Gyula, and Sándor Takács. "Honnan-Hová? A Nemzeti és Szervezeti Kultúra Változásai a Kilencvenes évek Közepének Magyarországon." *Vezetéstudomány* 29, no. 1998.2 (1998): 15–22.
- Bálint, Emese. "Deviancia és Megbélyegzés." *Korunk*, no. 12 (1998): 40–52.
- "Beatles Paul McCartney." www.winnipegfreepress.com. *Winnipeg Free Press*, January 26, 1980.
- Benedict, Ruth. *The Chrysanthemum and the Sword*. Houghton Mifflin Harcourt, 2006.
- Benoit, William L. *Accounts, Excuses, and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies*. State University of New York Press, 1995.
- Boorstin, Daniel J. *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Vintage, 1992.
- Brown, Penelope, and Stephen C. Levinson. *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Reissue edition. Cambridge Cambridgeshire ; New York: Cambridge University Press, 1987.
- Brown, Ronald G., and Jung-Bock Lee. "The Japanese Press and the 'People's Right to Know.'" *Journalism Quarterly*, January 1977.
- Clancy, Patricia M. "The Acquisition of Communicative Style in Japanese." In *Language Socialization across Cultures*. Studies in the Social and Cultural Foundations of Language. Cambridge University Press, 1987. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511620898.011>.
- Coombs, W. Timothy. *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. 2nd edition. Los Angeles: Sage Publications, Inc, 2007.
- Cooper-Chen, Anne, and Miiko Kodama. *Mass Communication in Japan*. Ames, Iowa: Iowa State University Press, 1997.

- Coulmas, Florian. "Poison to Your Soul. Thanks and Apologies Contrastively Viewed." In *Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech*, edited by Florian Coulmas. Walter de Gruyter, 1981.
- Dale, Peter N. *The Myth of Japanese Uniqueness*. New York: Palgrave Macmillan, 1991.
- Davies, Roger J., and Osamu Ikeno. *The Japanese Mind: Understanding Contemporary Japanese Culture*. Boston: Tuttle Publishing, 2002.
- Dayan, Daniel. *MEDIA EVENTS*. Harvard University Press, 1994.
- Doi, Takeo. "Amae: A Key Concept for Understanding Japanese Personality Structure." In *Japanese Culture and Behavior*, edited by Takie Sugiyama Lebra and William P. Lebra, 121–29. Honolulu: University of Hawai'i Press, 1986.
- . *The Anatomy of Dependence*. Reissue. Kodansha Amer Inc, 2001.
- Elster, Jon. *Explaining Social Behavior: More Nuts and Bolts for the Social Sciences*. 1 edition. Cambridge ; New York: Cambridge University Press, 2007.
- Entman, Robert M. "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm." *Journal of Communication* 43, no. 4 (December 1, 1993): 51–58. doi:10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x.
- Fekete, Sándor. *Öngyilkosság és kultúra*. Budapest: Új Mandátum Könyvkiadó, 2004.
- Feldman, Ofer. *Politics and the News Media in Japan*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1993.
- Fiske, Alan P., Shinobu Kitayama, Hazel R. Markus, and Richard E. Nisbett. "A Szociálpszichológia Kulturális Mátrixa." In *Kultúra és Pszichológia*, edited by Márta Fülöp and Lan Anh Nguyen Luu, n.d. Accessed June 20, 2014.
- Fiske, John. *The John Fiske Collection: Introduction to Communication Studies*. 3 edition. London ; New York: Routledge, 2010.
- . *The John Fiske Collection: Television Culture*. 2 edition. London ; New York: Routledge, 2010.
- Fiske, John, and John Hartley. *Reading Television*. 2 edition. London ; New York: Routledge, 2003.
- Fog, Agner. "The Supposed and the Real Role of Mass Media in Modern Democracy," 2004.
- Fraser, Bruce. "On Apologizing." In *Conversational Routine: Explorations in Standardized Communication Situations and Prepatterned Speech*, edited by Florian Coulmas. Walter de Gruyter, 1981.
- Freeman, Laurie Anne. *Closing the Shop: Information Cartels and Japan's Mass Media*. Princeton,

- N.J.: Princeton University Press, 2000.
- Fromm, Erich. *Psychoanalysis and Zen Buddhism*. Open Road Media, 2013.
- Fülöp, Márta. “A Csoport és a Közösség Szerepe a Japán Társadalomban.” *Szemle* 18, no. 4 (1998): 469–98.
- Gamble, Adam, and Takesato Watanabe. *A Public Betrayed: An inside Look at Japanese Media Atrocities and Their Warnings to the West*. Washington, D.C.; Lanham, MD: Regnery Pub. ; Distributed to the trade by National Book Network, 2004.
- Gaszpor, Réka. *Tömeg/kommunikáció*. Pont Kiadó, 2009.
- Gibson, Dirk C. “Japanese Media Relations: A Quick Overview.” *Public Relations Quarterly*, October 1, 1998.
- Gibson, Mel. “Mel Gibson’s Apology to the Jewish Community.” *ADL*, August 1, 2006. <http://www.adl.org/anti-semitism/united-states/c/mel-gibsons-apology-to-the-jewish-community.html>.
- Goffman, Erving. *Relations in Public: Microstudies of the Public Order*. New York: Harper Torchbooks, 1972.
- Hallin, Daniel C., and Paolo Mancini. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge ; New York: Cambridge University Press, 2004.
- Hearit, Keith Michael. *Crisis Management By Apology: Corporate Response to Allegations of Wrongdoing*. 1 edition. Mahwah, N.J: Routledge, 2005.
- Heidrich, Balázs. *Szervezeti Kultúra és Interkulturális Menedzsment*. Budapest: Human Telex Consulting, 2001.
- Hidasi, Judit. “Japán.” In *Kultúrák@kontextusok.kommunikáció*, edited by Judit Hidasi. Perfekt Kiadó, 2007.
- Hirose, Hidehiko. “The Press Club System in Japan: Its Past, Present and Future.” *Keio Communication Review*, no. 16 (1994).
- Hofstede, Geert. “Hungary - Cultural Dimension,” 2010. <http://geert-hofstede.com/hungary.html>.
- . “Japan- Cultural Dimension,” 2010. <http://geert-hofstede.com/japan.html>.
- . “National Cultural Dimensions.” Accessed May 29, 2013. <http://geert-hofstede.com/hungary.html>.
- . 多文化世界—違いを学び共存への道を探る. Translated by 岩井紀子 and 岩井八郎. 東京: 江草忠敬, 1995.

- Holmes, Janet. "Apologies in New Zealand English." *Language in Society* 19, no. 2 (June 1, 1990): 155–99.
- Hongo, Jun. "Group Seeks 'kisha Club' Shutdown." *The Japan Times Online*, April 20, 2010. <http://www.japantimes.co.jp/news/2010/04/20/news/group-seeks-kisha-club-shutdown/>.
- Horsley, William. "A Konformista Japán Televízió- Tiszteletudó Vétel." *Tömegkommunikációs kutatóközpont VII. évfolyam* 50.szám, 1975.
- Inoue, Kunio. "Japan's Press Club System and Its Impact on Media Relation Practices." *現代社会研究*, no. 第8号 (n.d.): 3–11.
- Ito, Masami. "Apologizing in Japan: Sorry Seems to Be the Hardest Word." *The Japan Times Online*, February 21, 2015. <http://www.japantimes.co.jp/news/2015/02/21/national/social-issues/apologizing-japan-sorry-seems-hardest-word/>.
- Johnson, Maarit. *Önbecsülés és Alkalmazkodás*. ELTE Eötvös Kiadó, 2008.
- Kellerman, Barbara. "When Should a Leader Apologize—and When Not?" *Harvard Business Review*, 2006. <https://hbr.org/2006/04/when-should-a-leader-apologize-and-when-not>.
- Kelly, William, Tomoko Masumoto, and Dirk Gibson. "Kisha Kurabu and Koho: Japanese Media Relations and Public Relations." *Public Relations Review* 28, no. 3 (2002): 265–81. doi:10.1016/S0363-8111(02)00133-9.
- Kim, Young C. *Japanese Journalists and Their World*. The University Press of Virginia, 1981.
- Kondorosi, Ferenc, Kitti Maros, and Antal Visegrády. *A Világ Jogi Kultúrái, a Jogi Kultúrák Világa*. Napvilág kiadó, 2008.
- Kopp, Mária, and Árpád Skrabski. "Hogyan Teremthető Politikai Közösség Egy Individualista Társadalomban_." *Századvég* 50, no. 2008.4 (2008): 143–51.
- Kovacs, Emese. "日本のメディアにおける謝罪会見の分析Nihon no media ni okeru syazaikaiken no bunseki - The analysis of the apology conferences in the Japanese media." *ソシオロジスト*, no. 13 (2011): 145–167.
- Krauss, Ellis S. *Broadcasting Politics in Japan: NHK and Television News*. Ithaca: Cornell University Press, 2000.
- Lal, Deepak. *Unintended Consequences*. The MIT Press, 1999.
- Lanham, Betty B. "Ethics and Moral Precepts Taught in Schools of Japan and the United States." In *Japanese Culture and Behavior: Selected Readings*, edited by Takie Sugiyama Lebra and William P. Lebra, 280–96. Honolulu: University of Hawai'i Press, 1986.

- <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1525/eth.1979.7.1.02a00010/abstract>.
- Lebra, Takie Sugiyama. *Japanese Patterns of Behavior*. Univ of Hawaii Pr, 1976.
- Leiss, William, and H. Powell Douglas. *Mad Cows and Mother's Milk: The Perils of Poor Risk Communication*. 2 edition. Montreal ; Ithaca: McGill-Queen's University Press, 2004.
- Leonard, Tom. "How the British Habit of Constantly Apologising (even If You've Done Nothing Wrong) Makes You Look MORE Trustworthy," October 21, 2013.
- Luhmann, Niklas. "The Reality of the Mass Media." *Scribd*. Accessed June 20, 2014. <http://www.scribd.com/doc/49882643/Niklas-Luhmann-The-Reality-of-the-Mass-Media>.
- Malota, Erzsébet, and Ariel Mitev. *Kultúrák Találkozásá*. Alinea Kiado, 2013.
- Maynard, Micheline. "Toyota's President Offers 'Full Responsibility.'" *The New York Times*, February 24, 2010. <http://www.nytimes.com/2010/02/25/business/global/25toyota.html>.
- McCombs, Maxwell, and Donald Shaw. "The Agenda Setting Function of Mass Media." In *Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion and Policy Making*, edited by David L. Protes and Maxwell McCombs, 17–27. Lawrence Erlbaum Associates, 1991.
- McManus, John. "A Market-Based Model of News Production." *Communication Theory* 5, no. 4 (November 1, 1995): 301–38. doi:10.1111/j.1468-2885.1995.tb00113.x.
- Moeran, Brian. "Individual Group and Seishin: Japan's Internal Cultural Debate." In *Japanese Culture and Behavior: Selected Readings*, edited by Takie Sugiyama Lebra and William P. Lebra, 62–79. Honolulu: University of Hawai'i Press, 1986.
- Morita, Akio. *Made in Japan*. Budapest: Arkadia, 1989.
- Mulhern, Chieko. "Channels of History- Watching Television Can Be an Education." *Japan Update*, 1995.
- Nakane, Chie. *Japanese Society*. Berkeley: University of California Press, 1972.
- O'Dwyer, J. "Japanese Kisha Clubs and the Canberra Press Gallery: Siblings or Strangers." *Asia Pacific Media Educator* 1, no. 16 (December 1, 2005): 1–16.
- Olshtain, Elite. "Apologies across Languages." In *Cross Cultural Pragmatics: Requests and Apologies*, by Juliane House and Shoshana Blum-Kulka, edited by Gabriele Kasper. Norwood, N.J: Ablex Pub, 1989.
- Onoe, E., and Y. Sakamoto. "A Televízió Tárdasalmi Hasznossága." *Tömegkommunikációs kutatóközpont XI. évfolyam 25.szám*, 1979.
- Peak, Lois. *Learning to Go to School in Japan: The Transition from Home to Preschool Life*. Berkeley:

- University of California Press, 1993.
- Pharr, Susan J, and Ellis S Krauss. *Media and Politics in Japan*. Honolulu: University of Hawai'i Press, 1996.
- Reischauer, Edwin O. *The Japanese*. Cambridge, Mass.: Belknap Press, 1978.
- Rivers, William R., and Cleve Mathews. *Médiaetika*. Bagolyvár Kiadó, 1999.
- Sherman, S. "Pack Journalism, Japanese Style." *Columbia Journalism Review* 29, no. 3 (1990): 36–40.
- Shipnuck, Alen. "The Shrinking of Tiger Woods." *Sports Illustrated*, March 1, 2010.
- Solomon, Howard M. "A Stigma a Nyugat Európai Kultúrában - Történelmi áttekintés." In *Deviációk*, edited and translated by Judit Bíró. Budapest: Új Mandátum Könyvkiadó, 1998.
- Suszczyńska, Malgorzata. "Remedial Work in Hungarian - A Case Study." University of Szeged, 2010.
- Tavuchis, Nicolas. *Mea Culpa: A Sociology of Apology and Reconciliation*. Stanford University press, 1991.
- Tomoko Takahashi, Leslie M. Beebe. "Cross-Linguistic Influence in the Speech Act of Correction." In *Interlanguage Pragmatics*, edited by Gabriele Kasper and Shoshana Blum-Kulka, 138–58. Oxford Univ Pr on Demand, 1993.
- "Toyota Apology | Recall | The Perfect Apology." Accessed April 5, 2015. <http://www.perfectapology.com/toyota-apology.html>.
- "Toyota Gas Pedals: Is the Public at Risk?" Accessed April 8, 2015. <http://oversight.house.gov/hearing/toyota-gas-pedals-is-the-public-at-risk/>.
- Triandis, Harry. "A Társas Viselkedésmintázatok Kulturális Eltérései." In *Kultúra és Pszichológia*, edited by Márta Fülöp and Lan Anh Nguyen Luu. Budapest: Akadémiai Könyvkiadó, 2003.
- Triandis, Harry C. *Individualism & Collectivism*. Westview Press, 1995.
- . "The Self and Social Behavior in Differing Cultural Contexts." *Psychological Review* 96, no. 3 (1989): 506–20. doi:10.1037/0033-295X.96.3.506.
- Triandis, Harry C., Robert Bontempo, Marcelo J. Villareal, Masaaki Asai, and Nydia Lucca. "Individualism and Collectivism: Cross-Cultural Perspectives on Self-Ingroup Relationships." *Journal of Personality and Social Psychology* 54, no. 2 (1988): 323–38. doi:10.1037/0022-3514.54.2.323.
- Tsuruki, Makoto. "Frame Imposing Function of the Mass Media As Seen in the Japanese Press." *Keio Communication Review*, no. 3 (1982): 27–37.

- Vanden Heuvel, Jon, and Dennis, Everette. *The Unfolding Lotus: East Asia's Changing Media*. New York: Freedom Forum Media Studies Center, 1993.
- Wolferen, Karel Van. *The Enigma of Japanese Power: People and Politics in a Stateless Nation*. New York: Vintage Books, 1990.
- 浅野健一. 記者クラブ解体新書. 東京: 現代人文社: 発売所大学図書, 2011.
- 家田修. “ハンガリー産業廃棄物流出事故に見る東欧とEUの境界: 赤泥の定義をめぐる二重規範.” 境界研究 2 (2011): 149–72.
- 五十嵐寛. 新版 実践マニュアル 広報担当の仕事: すぐに役立つ100のテクニック. 東京: 東洋経済新報社, 2004.
- 伊藤博之. “アメリカ人、中国人、韓国人に、謝ってはいけないか?.” *PRESIDENT*, 18 2013.
- 上杉隆. 新聞・テレビはなぜ平気で「ウソ」をつくのか. 東京: PHP研究所, 2012.
- 岡本薫. 世間様が許さない! —— 「日本的モラリズム」対「自由と民主主義」. ちくま新書, 2009.
- 大宮冬洋. “日本古来の礼式? 「土下座」のやり方を点検.” *PRESIDENT*, 18 2013.
- 大谷麻美. “謝罪と感謝の日・英対照研究—話し手の心理からの考察.” お茶の水女子大学大学院, 2004.
- . “謝罪はどのように遂行され、どのように解釈されたのか—英語の謝罪談話のケーススタディー.” 2008.
- 小倉重男, and 瀬木博道. *コミュニケーションするPR*, 1995.
- 小笠原清信. 小笠原流. 学生社, 1967.
- 相賀徹夫. “村八チブ.” *Encyclopedia Nipponica*. 22. Shogakukan, 1988.
- ゴッフマン・アーヴィング. 儀礼としての相互行為—対面行動の社会学. Translated by 敏夫 浅野. 新訳版. 東京: 法政大学出版局, 2012.
- 現代用語編集部. *現代用語の基礎知識2007*. 東京: 自由国民社, 2006.
- . *現代用語の基礎知識2007*. 東京: 自由国民社, 2006.
- 板谷栄司. “草薙剛復帰SPECIAL LIVE.” NTSC. 東京: フジテレビジョン, Spring 2009.
- 篠崎良一. 会社を守る!もしもの時のメディア対応策. 東京: オーエス出版, 2004.
- 新村出, ed. “広辞苑,” 1991.
- 新谷尚紀. 日本人はなぜそうしてしまうのか. 東京: 青春出版社, 2012.
- 高井伸夫, and 内藤誼人. “効果満点!仕事の場面別「頭を下げ方」ガイド.” *PRESIDENT*, 18 2013.

- 高野陽太郎. 「集団主義」という錯覚—日本人論の思い違いとその由来. 東京: 新曜社, 2008.
- 土居健郎. 英文版「甘え」の構造. 講談社インターナショナル, 2001.
- 富山泰. 謝罪無用! : 日本外交土下座に終止符を. . 東京: 恒文社21, , 2003.
- 中島茂. “知らないと恥の上塗り—お詫びのマナー入門.” *PRESIDENT*, 18 2013.
- 長井真理. “村八分論.” In 岩波講座: 精神の科学 8 治療と文化. 岩波書店, 1983.
- (全録) 日本マクドナルドのサラ・カサノバ社長が会見, 2015.
https://www.youtube.com/watch?v=KlkhXWxBzdg&feature=youtube_gdata_player.
- 畠山理仁. 記者会見ゲリラ戦記. 東京: 扶桑社, 2010.
- 原寿雄. “発表ジャーナリズム時代への抵抗.” *70年代の俚証/80年代への祖座*, n.d., 16–23.
- フィスク・ジョン. テレビを“読む.” 復刊版. 未来社, 1991.
- 福田恒存. 新聞のすべて, 1975.
- 古谷治子, and 西出ひろ子. “知らないと恥の上塗り—お詫びのマナー入門.” *PRESIDENT*, 18 2013.
- 福田健. “一分間診断「気持ちを逆なでする」残念な言い訳.” *PRESIDENT*, 18 2013.
- 藤竹暁. 図説 日本のマスメディア. 東京: 日本放送出版協会, 2005.
- 藤野紘. 日本人の美しい和のふるまい: 日本人の誠実さ、やさしさ、美しさをあらためて見直してみませんか. 東京: 河出書房新社, 2007.
- マッド・アマノ. マッド・アマノの「謝罪の品格」. 東京: 平凡社, 2008.
- “丸刈りでおわび!? ニッポンの”謝罪”.” 週刊ニュース深読み. 東京: NHK, 9 2013. 松崎隆司.
- “火だるま必至! 絶対非を認めてはいけないケース.” *PRESIDENT*, 18 2013.
- 宮内健. “どんな怒りもスーッと消える相手の6タイプ別「切り返し」の魔法.” *PRESIDENT*, 18 2013.
- 柳田國男. 山村生活の研究. 国書刊行会, 1975.
- 山岸俊男. 日本の「安心」はなぜ、消えたのか—社会心理学から見た現代日本の問題点. 集英社インターナショナル, 2008.
- 山田健太. 言論の自由: 拡大するメディアと縮むジャーナリズム. 京都: ミネルヴァ書房, 2012.

謝辞

本論文は5年間半かけて武蔵大学の博士論文として書き上げました。その5年間ずっとサポートして下さった多くの方々のおかげで2015年8月に本論文は現実になり、提出することが出来るようになりました。

まず、本論文を査読して下さった先生方にお礼を申し上げたいです。また、本論文の指導教授でいらっしゃる武蔵大学の小田原敏先生には長い間、優しいご指導をいただいたことにお礼を申し上げたいです。私の激しい性格に合わせて下さった論文のスケジュールと絶えることのなかった応援、私のものの見方をより現実的により創造的な方向へと導いて下さり、また論文以外についてもお世話になり、心から感謝しております。さらに、小玉美意子先生、矢田部圭介先生、踊共二先生など、武蔵大学の多くの先生方には貴重なご意見、熱心なご指導をいただきお礼を申し上げたいです。

また、愛知産業大学三河高等学校の元校長でいらっしゃる合川功先生には、5年間かけて、私の論文の足りない日本語を直して下さったことへのご協力と親切丁寧なたくさんのご支援と応援をいただき、心から感謝しています。

さらに、博士号の学位を授与されるまで、長きに亘り、一般財団法人守谷育英会から多大なる修学援助をしていただいたことに、心より感謝しております。

また、武蔵大学と他大学の先輩や後輩、特に渡辺耕平さん、Mátrai Titanillaさんに、小林直美さん、藤井達也さんに、駒井雅子さんにはお忙しい中いつも助けていただいたこと、私の間違っている日本語を直していただいたこと、そして、論文のアドバイスをいただいたこと、諦めないための精神的なサポートをいただき、大変感謝しております。

そして武蔵大学の職員の皆さん、特に教務課の相澤裕子さんと白星江莉奈さんにいつもの優しくお手伝いいただき、ありがたく思っております。

最後に、母と父に9年間私が日本に住むことを応援してくれて、論文を最後の最後まで諦めないように叱ってくれたことを今さらながら嬉しく思っており、非常に感謝しています。

Köszönöm a szüleimnek, hogy 9 éven keresztül támogattak abban, hogy Japánban éljek, hogy folyamatosan zaklattak és nem hagyták, hogy félbehagyjam a doktori disszertációt.