

メディア・ポピュリズム論の再検討

——その現代的展開と分析枠組みの構想に向けて——

三 谷 文 栄

1. はじめに

本論の目的は、現代的なポピュリズム政治におけるメディアの役割に関する分析枠組みを構想するために、先行研究や諸概念を整理し、批判的に再検討することにある。

政治コミュニケーションという研究領域にとって、「トランプ現象」やヨーロッパにおける排外主義の台頭に代表される一連のポピュリズム現象は、現代的な分析課題の中心であるといえる。例えば、政治コミュニケーションという観点からは、「トランプ現象」の以下のような特徴が注目されうる。第一に、ポピュリストの政治手法や発言が、

主流メディアの批判にもかかわらず、広範な支持を集めるということである。第二に、むしろ主流メディアがポピュリストやその支持者たちにとって「敵」とみなされることである。「トランプ現象」の場合、主流メディアはしばしば「フェイクニュース」と名指しされ、批判されている。第三に、ソーシャルメディアがポピュリズムをめぐる政治コミュニケーションの主要な舞台の一つとなりつつあることである。トランプ大統領は積極的にツイッターを用いた情報発信を行うことがよく知られている。また、主流メディアを批判的にみる一般の人々は、ソーシャルメディアを通じて主流メディアの報道に対して疑問を投げかけ、それらを共有する。そして第四に、これらの政治コミュニケーションの結果、社会が大きく分断されているということである。

それでは、こうしたポピュリズム現象を政治コミュニケーションの観点から分析するために、どのような概念やアプローチが求められるのであろうか。ここで留意すべきは、ポピュリズムとメディアの関係性に注目した研究はこれまでも蓄積されてきたという点である。確かに、「トランプ現象」やイギリスのEU離脱といった現代的なポピュリズムは、二〇一〇年代の後半に顕在化し、昨今の「ポピュリズム研究」の潮流もその過程で発展してきた。しかし、メディアとの関係性を重視する研究は、スチュアート・ホルルの「サッチャリズム」研究にまで遡ることができる(Hall 1988)。また、二〇〇〇年代には「テレビ政治」が注目される中で、ポピュリズムとメディアとの関係が論じられてきた。後に検討するように、ヨーロッパでは、テレビやポピュラー・プレスの役割を重視する「メディア・ポピュリズム」の比較研究が展開されてきた(Mazzoleni 2003など)。日本でも、比較政治研究や政治過程論の文脈で「日本型ポピュリズム」が論じられ(大嶽 二〇〇三)、また小泉純一郎総理大臣が展開した「劇場型政治」や「ワイドショー政治」はメディア研究の中でも分析対象とされてきた(山腰 二〇一二)。

とはいえ、その一方で、今日の新たなポピュリズムの台頭を受けて政治理論を中心にポピュリズム概念の再検討が積極的に行われてきた点も見過ごされるべきではない。また、二〇〇〇年代後半以降、ソーシャルメディアが発展し、主流メディアの地位が揺らいできたというメディア環境の変化も考慮されなければならない。

したがって、先行研究を整理しつつ、政治コミュニケーションにおける今日的な分析枠組みを構築することが重要である。本論ではまず、ポピュリズム概念の今日的な展開を概観し、ポピュリズムとメディアの関係性を分析するうえで中心となりうる特徴を指摘する。それを踏まえつつ、ポピュリズムとメディアの関係性をめぐる先行研究が何を明らかにしてきたのかを論じる。そして今日的なポピュリズム概念の展開やメディア環境の変化を考慮しつつ、先行研究にはどのような困難性や課題があるのかを指摘し、新たな分析枠組みを構想するための手がかりを明らかにする。

2. ポピュリズム概念の今日的な展開

ポピュリズムの特徴を明示して定義することは困難であるといわれている。その背景の一つに、「ポピュリズム」がジャーナリストや人々の関心を多く引き付けるあまりに、その用語が広範に用いられていることが挙げられる。ポピュリズムという用語をいかなる文脈で用いるかで、その用語が指し示す現象が異なるのである。

ポピュリズムが指し示す現象は、一九世紀後半にアメリカやロシアで生じた現象であり、近代的なものであると指摘されている（ミューデ、カルトワッセル 二〇一七 二〇一八、三七）。例えば、アメリカにおいては、一九世紀半ばの農地改革の際の汚れなき人民である農民と、農民から貸し付けて財産を奪おうとするエリートという二項対立図式が適

応された政治現象を指して用いられる傾向がある (Mudde 2018)。それに加えて、二〇世紀の冷戦期の反共運動の中で、愛国を訴える右翼的な運動を指す際にも「ポピュリズム」が用いられている。また、ラテンアメリカの場合では、「ポピュリズム」は自由市場を批判し、配分を訴える、アルゼンチンのペロニズムを指して用いられる傾向がある。すなわち、ポピュリズムという用語が指し示す現象は、時代、地域によって異なっており、多様な事例に適応できるようにポピュリズムを定義づけることは困難なのである。そのため、「日本型」ポピュリズムや「欧州」ポピュリズムといった形で地域を限定し、その地域の特徴からポピュリズムを定義することが少なくない (大嶽 二〇〇三：庄司 二〇一八：谷口、水島編 二〇一八)。このように、ポピュリズムの共通の定義が困難であるものの、反多元主義であること、「人々」の心に訴えるということ、そして「エリート」を糾弾するという特徴が共通しているとされる (Canovan 1999, 7; ミュラー 二〇一六：二〇一七：ミュデ、カルトワッセル 二〇一七：二〇一八、一四一―一七)。

数多くあるポピュリズムの定義は、大別すると二つに分けられるとされる (Kramer 2014)。第一は、イデオロギーとしてのポピュリズムである。ここでは、ポピュリズムは社会が二項対立的な陣営に分かれていると考え、政治は一般意思の表現であるべきだとする「中心の薄弱なイデオロギー」として位置づけられている (ミュデ、カルトワッセル 二〇一七：二〇一八、一四)。ポピュリズムそのものは、社会における平等や自由のあり方といったことを説明するものではない。また、社会で生じる諸問題に対して、解決策や対処法を提案するものでもない。むしろ、他の思想やイデオロギーと結びついて登場するのがポピュリズムなのである。例えば、ヨーロッパ諸国で見られるポピュリズム現象は、主に排他的な極右思想と結びつきながら発展している。しかし、ポピュリズムは排他的な極右思想のみと結びつくのではない。スペインのポデモスやジェレミー・コービン体制のイギリス労働党に見られるように、左派と結び

つくものでもある (Mudde 2018: ムフ 二〇一八||二〇一九参照)。

第二の定義はスタイルやレトリックとしてとらえるポピュリズムである。政治的スタイルとしてポピュリズムを定義するモフィットは、ポピュリズムをイデオロギーとして捉えることに対して、「中心が薄弱すぎる」ゆえに、その概念の妥当性や有用性を失っていると批判する (Moffitt 2016, 19)。彼の定義における政治的スタイルとは、象徴的に媒介されたパフォーマンスのレパートリーとして理解される。そのパフォーマンスは、政府から日常生活という領域にまで影響を及ぼすものであり、政治的なものを構成する権力の場を作り、操縦することに慣れているオーデイエンスに対して向けられる (Moffitt 2016, 38)。より具体的には、複雑な政治的社会的諸問題を、わかりやすく目立ちやすい、砕けた口調で説明するといった形となる。また、常識を疑問視することで「エリート」と「人々」を対立させ、民主主義の代表性に対して対抗する。これらのスタイルを演じることで、多くの喝采を得るというものである。

ポピュリストたちがパフォーマンスで人々に対して訴える際に用いる言説において、「人々」とは単純に有権者を意味するのではない。その言説において、「人々」は以下の三つに分類される (Canovan 1999, 5)。第一が、「統一された人々」を訴えるものである。既存の政治勢力によって、人々は「分裂」されており、ポピュリストによって「人々」を統一し、その意思を政治に反映するというものである。第二に、「われわれ」である。この場合、「われわれ」に属さない人々——例えば、移民や難民などを「彼ら」と位置づけ、「われわれ」と区別する言説編制がなされる。第三に、「一般の人々」である。高度に教育された、権威のあるリベラルな発想を有するエリートとは異なる庶民の意思を自らのみが代表するという、言説が編制される。当然のことながら、こうしたスタイルやレトリックとしてのポピュリズムにおいて、現存する政治的社会的諸問題の解決は見込めない。しかし、「エリート」や「彼ら」の

モラルや倫理といった問題を問うことで、象徴的に様々な問題と「エリート」や「彼ら」を結びつけ、「エリート」を倒すことまたは「彼ら」を排除することを訴え、支持を獲得する。また、演者としてのポピュリストは、「多くの普通の人々を導く、最も非常な個人」であり、カリスマ性を有するといわれている (Taggart 2000, 1)。

こうしたスタイルやレトリックとしてのポピュリズムに対して、「イデオロギー」と区別して考察できるのかという批判もある。すなわち、スタイルやレトリックが完全に中立的であることはなく、どのような目標が設定され、それがいかなる言葉で表現されるのか、といったことはイデオロギーと深く関連するのである (ラクラウ 二〇〇五 二〇一八、一九二二; Krämer 2014, 46)。ラクラウ (二〇〇五 二〇一八、一六三) はこうした二分法を越える定義として「政治的論理」としてのポピュリズムを提示している。

ラクラウは、政治スタイルやイデオロギーではなく、「名づけ」という固有の権力を伴った意味作用に着目する。彼によると、民主主義社会には様々な政治的社会的問題が存在しており、それゆえに人々の要求も多様である。そうした要求は「人民」という名の下に等価性を付される。すなわち、それらの要求は差異がありながらも、「人民」という名により、まとまりが生まれ、包括的な一つの要求へと推移するのである。加えて、「人民」によりまとまりが生じることで、同時に「人民」とそれ以外の人々との間に政治的境界線を形成し、それらは敵対的勢力として構築される。ポピュリズムとは、こうした「人民」という名の下で異なる要求を持った人々がまとまり、敵対的勢力を構築することを可能とする政治的論理なのである (ラクラウ 二〇〇五 二〇一八、一六三)。

政治的論理としてのポピュリズムにおいて、重要なことは、「人民」とは構築されるものであるという視点である。「人民」とは、国民や有権者といったような既存の特定の集団を指すものではない。「人民」は「空虚なシニフィア

ン」であり、「人民」とは誰かをめぐっての闘争が生じるのである。その闘争の結果、構築されるものが「人民」なのである。また、「人民」が広範にわたって社会で支持を獲得する上で、「人民」民主主義」といったようなイデオロギー的要素が重要となる。すなわち、「人民」という名のもとに人々をまとめる際に、「自由」や「平等」といった政治的シンボルを用いられるが、訴えかけられ、節合し、まとめられていく人々は、異なる要求を有した異質な人々たちなのである（山腰 二〇一七参照）。

ラクハウの提示するポピュリズムの理論は政治スタイルとイデオロギーといった二つの視点を含めたものとして、評価することができる。政治的論理としてのポピュリズムという観点にたつと、ポピュリズム現象においては、「人民」の構築という名づけの権力作用を分析することが必要となる。重要な点は、「人民」の構築や名づけの権力作用の過程において、ポピュリストなどの政治エリートだけではなく、メディアもアクターとなるという点である。より具体的には、メディアがいかなる政治シンボルを用いて報道していたのか、それによってどのような人々が呼びかけられたのか、といったことを分析対象とすることが求められる。すなわち、「人民」の構築過程を分析する際には、メディア固有の自律的な機能を分析する必要がある。

3. メディア・ポピュリズムとそのアプローチ

前節ではポピュリズムの定義を見てきたが、それではメディアはポピュリズムにどのように関係しているのか。本論では、前述のようなポピュリスト的なイデオロギーや、二項対立図式を提示し、敵を倒すことによって目

標が達成されるとする政治的スタイルをメディアが報道で用いること、そして「人民」を構築し、それ以外を敵対するものとして報道することを「メディア・ポピュリズム」と定義する (Mazzoleni 2008)。

メディア・ポピュリズムの研究は、近年のポピュリズムへの注目が高まる中、多くの研究がなされている。第一が、政治的なスタイルやレトリックの観点からメディアの報道を分析するものである。この観点から、近年のヨーロッパでのポピュリズム政治におけるメディアの報道内容を分析した研究では、主にポピュリストの活動や発言がどのようにメディアで報道されていたのかということを対象としているものが多く見られる。例えば、オランダの研究では、ポピュリストに関する報道において当選後は徐々に「ポピュリスト」として位置づけられなくなること (Bos and Brants 2014)、また、ポピュリストと既存主要政党の党首のメディアへの依存度を比較し、依存の程度に大きな差異は見られなかったが、主要政党の党首が「ポピュリスト的な」活動や発言をすると、ポピュリスト以上に批判が加えられるといったことが指摘されている (Bos, van der Brug, and de Vreese 2011)。

こうした研究は、ヨーロッパ諸国を中心になされており、様々な国や地域の事例との比較が進められている (Albertazzi and McDonnel 2008 ; Alberg, et. al. 2017など)。これらの研究では、メディア・ポピュリズムの背景には、メディアの商業主義化とタブロイド化があると指摘している。タブロイド紙においては、ポピュリストとされる政治エリートたちは、より好意的に報道される傾向がある。それは、ポピュリストたちが、社会の「常識」や「価値観」と抗争する場合、高級紙などの主流メディアはポピュリストたちを「逸脱者」と位置付けて、報道を控える傾向にあるためである。タブロイド紙は、高級紙が報道しない「逸脱者」をセンサーショナルに報道し、それによって読者を獲得する。一方、「逸脱者」の報道を控える高級紙などの主流メディアは現状を維持する報道を意図せず行うことにな

る (Mazzoleni 2003, 11)。それがポピュリストたちのエリート批判へとつながり、タブロイド紙はより一層報道することになる。すなわち、ポピュリストたちは、「われわれ」「一般市民」は、「エリート」たちを中心とした政治から疎外され、「普通の人々」の声が政治に反映されていないと批判するのである。重要なことは、ポピュリストたちが擁護する「われわれ」や「一般市民」といったカテゴリーの中に、たとえば政権批判を行っているものがあつたとしてもメディアは含まれないのである。なぜなら、ポピュリストたちにとってメディアとは自身と「人々」とのコミュニケーションを阻害するものとして位置付けているためである。このように、ポピュリストの政治的スタイルやレトリック、それが報道にどう反映されているのか、またオーディエンスのそれに対する反応といったことが、ヨーロッパを中心に様々な事例を積み重ねながら比較検討されているのである。

第二のアプローチとしては、メディア・ポピュリズムを効果論の観点から分析するものである。その一つに、スキーマ理論を用いたものが挙げられる。ここでは、社会秩序の表象とポピュリズム現象といった政治的な諸問題の処理に関するスキーマに対するメディアの影響が検証される。例えば、ポピュリストたちが用いるような言葉や世界観が報道されたことによって、政治システムから阻害された一般の「普通の」人々という二項対立図式で政治を捉える「ポピュリスト・スキーマ」が共有されるようになり、そうしたメディアに登場する人々を「典型的」な社会の構成員と判断する「メディアを基礎とした他者化 (media-based othering)」が生じるというものである (Krämer 2014, 55)。また、メディアが日常的にポピュリストたちを報道することで、ポピュリストが用いるようなレトリックが社会で共有されるのである。

メディア・ポピュリズム分析の効果論のもう一つの視点として、「多数派の意見の認知」に着目することも提案さ

れている（ノエル・ノイマン 一九八〇―二〇一三参照）。すなわち、オーディエンスは、社会における主流派の見解をマス・メディアの報道を通じて認知するとされるが、ポピュリストたちの報道により、その認知に偏りが生じ、多数派の意見に関する認知に影響を及ぼしているのではないかというものである（Kramer 2014, 56）。このように、効果論のアプローチからは、メディアがポピュリズム現象を報道することが、オーディエンスにとっていかなる影響を与えるのかという観点からの研究の必要性が指摘されている。

メディア・ポピュリズムの第三のアプローチとしては、言説分析が挙げられる。前述した政治的論理としてのポピュリズムにおいては、特定の政治社会において満たされない不満は要求として表出される。多様な要求は「人民」という名のもとに連関し、敵対的勢力に対して一つにまとめられ、統一性が生まれるとされる。その統一性は諸要素が「節合」することによって生じるものである。節合とは相互に関連のない諸要素であったとしても、それらを特定の意味で結びつける、すなわち意味連関を構築することを意味する。

ラクラウらは節合の結果として生じる構造の全体性を「言説」と呼んでいる（ラクラウ、ムフ 二〇〇一―二〇一五、二四〇）。重要なことは、この言説は閉じられたものではなく、常に開放性を有しているということである。節合という意味連関は、意味を「部分的に」固定化する結節点であり、その固定化は部分的であるがゆえに一時点のものに過ぎない（ラクラウ、ムフ 二〇〇一―二〇一五、二五七）。すなわち、あるヘゲモニー的な節合は、敵対的勢力によつて可能となつているのであり、その対決の結果によつて、再び新たなヘゲモニー的な節合が生じるのである。このように、いかなる「人民」が、どういった意味と節合し、いかなる人々が「敵対的勢力」と位置づけられているのか、それを可能とする政治的論理を明らかにするといった観点から、メディアの報道を言説分析するのである。

これら三つのアプローチは、ポピュリズム政治におけるメディアの役割を考える上で重要な分析の視座を提示するものである。しかし、これらには以下のような問題点がある。第一に、ポピュリストの政治スタイルやその報道を国際比較する研究は、重要であることは確かではあるが、一般化が困難であるということが挙げられる。メディア・ポピュリズムの分析対象の各国の政治社会的な背景が多様である。ポピュリズムの定義も一般的に共有することが困難であるように、各国の様々な事例を積み重ね、特徴を明らかにしても、広く共有されるメディア・ポピュリズムのアプローチを提示することが困難だという限界を有している。第二に、政治スタイルの観点から比較する研究において、ポピュリズムのイデオロギイ的要素が十分に検討されているとはいえないという点である。すなわち、いかなるイデオロギイ的「呼びかけ」があり、その結果「人民」が構築され、いかなる人々に対して敵対性が付与されたのかという点が十分に考慮されているとはいえないのである。第三に、効果論の観点からのアプローチは、政治的スタイルやレトリックに注目するのみならず、分析対象としてオーディエンスを含めることができている点において評価できる。しかし、ポピュリズムという現象が決して「ポピュリスト」たちを起点とした一方向的なコミュニケーションによるものではないことを考えると、効果論という枠組みには限界があることは確かである。第四に、ラクラウラの提示する言説分析のアプローチは、哲学的な議論が背景となり、事例に適応する際の操作化が必要となるという点が挙げられる（山腰 一〇二二…山本 一〇一六参照）。

このように、これらのメディア・ポピュリズムのアプローチは、それぞれに有用な点がありつつも、同時に問題点や限界を有している。名づけや意味づけの権力性、敵対性の付与という過程を、ポピュリストによる一方向的なコミュニケーション過程やメディアのみを分析するという静態的にメディア・ポピュリズムを捉えるのではなく、メ

ディア・ポピュリズムを理論的に深めつつも、オーディエンスを含めた、より動的に捉えた分析枠組みが必要とされていることは明らかである。

4. メディア・ポピュリズムの可能性とその限界

メディア・ポピュリズムを動的に捉えるために、いかなるアプローチが適切なのか。前述の効果論のアプローチは、オーディエンスという視点を提示したが、効果論という一方向的コミュニケーションを念頭に置いた議論には限界があるだろう。すなわち、一つのアプローチだけでは現代のメディア・ポピュリズムの現象を分析するには限界があり、総合的に分析する必要がある。その上で、より動的に分析する枠組みとして重要になってくるのは、ニュースの生産過程と消費過程という視座である。

メディア・ポピュリズムのニュースの生産過程の分析を考える際、フレームという概念が有用である。例えば、エントマンは政策決定者、メディア、世論が互いに影響を与え合うことによって争点のフレームが決定するというカスケード・モデルを提示している (Entman 2004)。マス・メディアは可能な限り多くのオーディエンスにとって理解可能で受け入れやすいものを提示する。ジャーナリストは出来事取材するが、出来事を構成するすべての要素を取り上げてニュースを制作することはできない。そのため、出来事の構成要素を選択するのである。出来事のいかなる構成要素を拾い上げるのかという選択と排除、出来事の解釈や構成要素の強調は、ニュース制作においてパターン化される。このパターン化された出来事の構成要素の選択／排除、出来事の解釈や強調を、メディア・フレームと呼ぶ

(Gitlin 2003, 7)。メディア・フレームには社会で広く共有された価値観が反映されており、その価値観に沿って出来事の構成要素が選択／排除され、組織化されるのである (Gansson and Modigliani 1989)。そして、その価値観に基づいて「必要な」「重要な」情報が判断され選択、強調され、「妥当な」「適切な」解釈が加えられることになる。この価値観は、ジャーナリストのみならず、一般の人々や政治的アクターなど社会で広く共有されているものである。そして、ニュースの言説がオーディエンスである一般の人々や政治的アクターたちの出来事の解釈に影響を与えることによつて、社会ですでに共有されている価値観を再生産するのである (Fairclough 2001)。すなわち、ポピュリストたちの発言や行動が、メディアによつて選択される背景には、オーディエンスたち、そして社会で広く共有されている価値観により彼らのニュースバリューが高まり、選択の対象となるのである。

また、近年のインターネットやSNSにおいてフェイクニュースが拡散され、メディアに対する不信が高まり、これらがポピュリズムの政治を促進している。これらは、オーディエンスの消費過程という観点から分析していく必要があるだろう。例えば、インターネットやSNSにおいて、いかなる「人民」が構築されているのか、そしてフェイクニュースを通じて、いかなる人々に対して敵対性が付与されているのかを分析を通じて明らかにしていくことが求められる。すなわち、インターネットやSNSにおいていかなる「われわれ」と「彼ら」を構築しているのかという視点からの分析を進めることで、メディア・ポピュリズムにおけるオーディエンスの役割を分析の視座に含めることが可能となる。

これらのニュースの生産過程と消費過程の分析を通じて、メディア・ポピュリズムにおける「人民」の構築と敵対性の付与の検証につながる。このように、「人民」と敵対性の意味づけをめぐる政治のプロセスを総合的なアプローチ

チを用いて分析することが、ポピュリズム政治におけるメディアの役割を考える上で必要となるだろう。

【謝辞】本研究はJSPS科研費研究活動スタート支援 (JP18H05734, JP19K20931) の助成を受けたものである。

- (1) 大嶽秀夫は、「劇場型政治」をポピュリズム政治の一形態として論じている。ここでは、政治家や官僚が「甘い汁」を吸う「悪玉」として描き、自らをそれらを退治する、一般の人々を代表する「善玉」として訴え、勧善懲悪のドラマとして政治を演出することを指している (大嶽 二〇〇六、一二)。この場合、政治的スタイルやレトリックとしてのポピュリズムの定義として位置づけることができるだろう。
- (2) メディア研究においてポピュリズムとメディアの研究はオランダで精力的に勧められている。その中でも、ボスとデ・ヴリースが所属するアムステルダム大学は数多くの研究成果を発表している。本文中で紹介した以外にも、Hameleers, Bos, and de Vreese (2017) などが挙げられる。
- (3) ラクラウ自身は事例分析をしているわけではない。ラクハウの言説理論を言説分析として体系化する動きは、エセックス大学を中心に見られる (Howarth 2000 ; 山本 二〇一六参照)。

参考文献

- Alberg, T., Esser, F., Reinemann, C., Strömbeck, J., and de Vreese, C. H. (2017) *Populist Political Communication in Europe*. New York: Routledge.
- Bos, L. and Brants, K. (2014) Populist Rhetoric in Politics and Media: A Longitudinal Study of the Netherlands. *European Journal of Communication*, 29 (6) :703-719.

- Bos, L., van der Brugg, W. and de Vreese, C. (2011) How the Media Shape Perceptions of Right-wing Populist Leaders. *Political Communication*, 28:182-206.
- Canovan, M. (1999) Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy. *Political Studies*, XLVII:2-16.
- Entman, R. M. (2004) *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Fairclough, N. (2001) *Language and Power, Second Edition*. New York: Longman.
- Ganson, W.A., and Modigliani, A. (1989) Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95 (1) :1-37.
- Gitlin, T. (2003) *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
- Hall, S. (1988) *The Hard Road to Renewal*. London: Verso.
- Hameleers, M., Bos, L., and de Vreese, C.H. (2017) The Appeal of Media Populism: The Media Preferences of Citizens with Populist Attitudes, *Mass Communication and Society*, 20 (4) :481-504.
- Howarth, D. (2000) *Discourse*. Buckingham: Open University Press.
- Krämer, B. (2014) Media Populism: A Conceptual Clarification and Some Theses on its Effects, *Communication Theory*, 24:42-60.
- エルネスト・ラクラウ (二〇〇五―二〇一八) 『ポピュリズムの理性』、澤里岳史、川村一郎訳、明石書店。
- エルネスト・ラクラウ、シャントル・ムフ (二〇〇一―二〇一五) 『民主主義の革命——ヘゲモニーとポスト・マルクス主義』、西永亮、千葉真一訳、ちくま学芸文庫。
- Mazzoleni, G. (2003) The Media and the Growth of Neo-populism in Contemporary Democracies, In Mazzoleni, G., Stewart, J., and Horsfield, B. (eds.) *The Media and Neo-Populism: A Contemporary Comparative Analysis*. Westport: Praeger

Publishers.

Mazzoleni, G. (2008) Populism and the Media. In Albertazzi, D. and McDonnel, D. (eds.) *Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy*. New York: Macmillan Palgrave.

水島治郎 (二〇一七) 『ポピュリズムとは何か：民主主義の敵か、改革の希望か』、中公新書。

Moffitt, B. (2016) *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. California: Stanford University Press.

シヤンタル・ムフ (二〇一八||二〇一九) 『左派ポピュリズムのために』、山本圭、塩田潤訳、明石書店。

Mudde, C. (2018) How Populism Became The Concept That Defines Our Age. *The Guardian*, 22 November, 2018.

カス・ミュデ、クリストバル・ロビラ・カルトワッセル (二〇一七||二〇一八) 『ポピュリズム——デモクラシーの友と敵』、永井大輔、高山裕二訳、白水社。

ヤン||ウェルナー・ミュラー (二〇一六||二〇一七) 『ポピュリズムとは何か』、板橋拓己訳、岩波書店。

エリザベス・ノエル||ノイマン (一九八〇||二〇一三) 『沈黙の螺旋理論——世論形成過程の社会心理学』、池田謙一、安野智子訳、北大路書房。

大嶽秀夫 (二〇〇三) 『日本型ポピュリズム——政治への期待と幻滅』、中公新書。

大嶽秀夫 (二〇〇六) 『小泉純一郎 ポピュリズムの研究——その戦略と手法』、東洋経済新報社。

庄司克宏 (二〇一八) 『欧州ポピュリズム——EU分断は避けられるか』、ちくま新書。

Taggart, P. (2000) *Populism*. Buckingham: Open University Press.

谷口将紀、水島治郎編 (二〇一八) 『ポピュリズムの本質——「政治的疎外」を克服できるか』、中央公論新社。

山腰修三 (二〇一二) 『コミュニケーションの政治社会学——メディア言説・ヘゲモニー・民主主義』、ミネルヴァ書房。

山腰修三 (二〇一七) 『ポピュリズム政治における『民衆』と『大衆』』『メディア・コミュニケーション』六七号、一九—二八頁。

山本圭 (二〇一六) 『不審者のデモクラシー——ラクラウの政治思想』、岩波書店。