

メディアの独立を脅かすもの—プロダクト・プレースメント

盧世祥

ちょうど会期末を迎えた台湾の立法院では、政府の予算修正案が成立し、政府が「プロダクト・プレースメント」により、宣伝活動することに制限を設けた。プロダクト・プレースメント(Product Placement)とは広告手法の一つで、ニュースやテレビ番組の中に広告主が提出する情報を組み込み、一般の広告とは異なった方式で宣伝するものである。こうしたやり方は、魚の目を真珠と見せかけるようなもので、台湾のメディア界では古くから問題とされてきた。近年、政治的対立が激化するにつれ(特に馬英九政府が発足した後)、改善されるどころか、むしろ氾濫の様相さえ帯びている。ついには、政府がマスメディアを買収するという構想まで表面化し、社会の耳目を集めている。立法院では政府がプロダクト・プレースメントを実施することに制限を設けたが、これはここ数カ月にわたる社会団体の努力の結果である。特に、一月中旬には200を超える社会団体が「反買収新聞連盟」を組織し、積極的に要求したことが大きい。

台湾のプロダクト・プレースメントはそれほど広まっているのだろうか。広告主にとって、政府は大口顧客であり、中央政府から地方政府に到るまで、公営事業から政府が関与する投資事業、法人に到るまでが、あらゆるニュース、テレビ番組と広告を区別しないやり方で宣伝を繰り返している。政府の首長が出演するのはその最たるものだ。過去三年、馬政府は「兩岸経済協力枠組協議(ECFA)」、台北市の花博などについて、プロダクト・プレースメ

ントを大々的に実施している。

政府を除けば、プロダクト・プレースメントを使う大規模な広告主は民間に存在する。いわゆる紙媒体が報じる「商工業のあらゆるサービス」「業務提携の問題」「シンポジウム」から、電子メディアの「情報サービス」「特別報道」、さらにはテレビの連続ドラマまで、これらすべての場面においてプロダクト・プレースメントが充満していると言ってよい。さらには、ラジオ局が番組を時間ごとに切り売りした際、請け負う側は利益追求のため、番組と広告の区別など付けられていないのが一般的になってしまっている。民間におけるプロダクト・プレースメントは、過去には行政新聞局によって、現在では通信放送委員会(NCC)によってある程度の管理がなされている。例えば、昨年末、年代テレビ局が放送免許の更新を許可されなかったのは、番組と広告が明確に分別化されていなかったというのが、NCCによる処分理由だ。報道に関する業界は、欠陥の多い法規で管理することを余儀なくされているため、こうした現象は近年深刻になりつつあり、業界全体の経営悪化と共に斜陽化している。そのため、プロダクト・プレースメントは溺れる者がかむ最後の藁なのである。

ただ、商工業界が行うプロダクト・プレースメントの程度は、政府機関と同等とはいっても、やはり台湾におけるメディアによる「媚商」問題を反映している。メディアの報道は常に巨万の富を築いた者をおだてあげ、ジャーナリストとしての尊厳と榮譽を損ない、

メディアの自主独立を傷つけている。こうした状況は、馬政府が金でニュースを買おうとしていることとさして変わりはないはずだ。

プロダクト・プレイスメント問題について、馬政府が非難の的になる原因は一面的なものではない。本質的にいって、馬政府は党国体制(党と国は一体)を再構築しようとしており、そのためにメディアの掌握を必要としている。公視テレビなどの公共放送局を手中に収めるだけでなく、プロダクト・プレイスメントをメディア籠絡の手段としているのだ。こうして政府によるプロダクト・プレイスメントに毒された中国時報や聯合報など、国民党政府にとって最も友好的なメディアが出現するというからくりである。

より一層反発を引き起こしているのが馬英九氏の一貫性の無さと言行不一致である。国民党が野党の時代、国民党主席だった馬英九は、当時与党の民進党に対し「プロダクト・プレイスメントを行っている」と非難し続けた。総統選挙期間中、馬英九は「政府は政治目的を持ったプロダクト・プレイスメントをするべきでない」とまで述べ、総統当選後には政府によるプロダクト・プレイスメント停止にサインまでしているのだ。しかしながら、就任後、馬英九は過去の立場や発言をさも忘れたかのように、3年後のいまではせっせとプロダクト・プレイスメントを進め、台湾社会からの反感を買うばかりか、米「フリーダムハウス」等の国際人権組織からも、プロダクト・プレイスメントが台湾メディアの独立性に疑義をもたらしていると批判され、報道の自由が退歩した原因とされている。

今般、立法院で可決された政府によるプロダクト・プレイスメントの禁止は、与党が過半数以上の

議席を有することを逆手に取り、とりあえず見せかけだけ取り繕ったに過ぎない。例えば、禁止する範囲を「政治性のあるもの」に限定することも出来るし、政府予算法でのみ規定することも、対象が政府出資の法人や投資事業の場合はゆるやかな制限にとどめることも可能である。馬英九の過去の言動から鑑みると、こうした状況は、手を変え品を変えて出現する可能性は否めない。今般の立法による政府のプロダクト・プレイスメント禁止措置が有効と見なすことは出来ないであろう。

台湾のメディア界でプロダクト・プレイスメントが氾濫する現状を改変するには、同時に新聞メディア、つまりニュース売買の供給側に対しても考慮せざるを得ない。馬政府と商工業界は臆面することなく「プロダクト・プレイスメントにより、メディアを買い、メディアを養う」と公言しており、非常に悪質と言わざるを得ない。もしメディアが利益のみを追従するようなことになれば、ニュースの売買さえも可能となり、ひいては大衆に偽情報を供給することに加担し、ジャーナリズムの最も基本的なプロ意識と倫理に反する結果となることは自明の理である。メディアが欲に目をくらまし、正義を忘れた結果、近年では自らプロダクト・プレイスメントの共犯として加担し、台湾に敵対する中国さえも、プロダクト・プレイスメントによって台湾メディアに公然と介入している。こうした状況は、いかなる法律に照らしてみても違法であるが、馬政府は見て見ぬふりを続けたままだ。台湾の民衆は今まさに挑戦の時を迎えている。社会は第4の権力」に対して沈黙を守り、手をこまねいて見ているべきではない。B