

関係性の未来

アメリカ大統領選挙を動かす インターネット

多様化する市民の政治参加

来年に迫ったアメリカ大統領選。これまで以上に大きな役割を果たしているのがインターネットだ。政治広告はもちろんのこと、ネットワーク、動員力、献金活動などの強力なツールとして、従来の政治キャンペーンに革命的な変化をもたらしている。FacebookやYouTubeによる、一般市民の政治参加も活発化。インターネットを通して、候補者と支持者の新しい対話が始まっている。インターネット活用に最も積極的な民主党大統領候補のバラク・オバマ上院議員のキャンペーンを中心に、大統領候補のインターネット戦略と市民の政治参加について探ってみた。



民主党大統領候補、バラク・オバマ上院議員。9月に行われたマンハッタンでの政治集会では3万人の支持者を集めた。インターネット世代の圧倒的な支持を誇る。

Face book

アメリカ合衆国の学生向けに作られたソーシャル・ネットワーク・サービス。特徴として、自分の好きなアプリケーションを選択して追加できるなど最新の技術が駆使されていること、自分が参加するネットワークによってURLが異なる方式を取っていることなどがある。先日、マイクロソフト社が2億4000万ドルの出資を発表。企業価値は150億ドルと評価され、話題を呼んだ。



<http://www.facebook.com/>

YouTube

2005年にアメリカで誕生したインターネットの動画共有サービス。ほとんどの動画は会員登録をしなくても閲覧できる。YouTube社の動画配信のできるソーシャル・ネットワーク・サービスは「Web2.0」を代表するサイトのひとつ。本年6月、日本語版がスタートした。



<http://jp.youtube.com/>

ネットワークと動員力の構築

最新の統計によると、アメリカ市民の25%がインターネットで政治情報を調べ、35歳以下になると、その割合は新聞よりも多くなるという。これは、前回の大統領選に比べると倍以上の数字だ。政治ニュースを得るという面でも、アメリカ市民のインターネット利用は定着してきたと言える。それに伴い、各大統領候補も、インターネット

をキャンペーン戦略の中核に置き、各自工夫を凝らした政策を展開している。

なかでも注目されているのは、バラク・オバマ候補だ。彼のサイト、BarackObama.comは月72万のユニークビジターを持ち、他の候補を倍以上も引き離している。

「インターネットによって、候補者の支援参加が簡単になった」と語るのは、オバマ候補の政治集会に参加したニューヨーク

大学の学生。ネットワーク・サイトで見つけた同大学のオバマ候補支援会に所属する。「候補者の中でも一番若いオバマ候補は、私たちと同じインターネット世代」と情熱的に語る。オバマ候補のサイトには、いくつもの支援ネットワークが掲載されている。近くの支援会を検索することももちろん、自分で支援会を始めることもサイトの機能を使うと驚くほど簡単だ。

08 米大統領選 有力候補者	7月のユニークビジター数 (Nielsen)	各候補サイトからリンクされている ソーシャル・ネットワークサイト	9月末締め今年3期までに集められた 予備選挙のための献金合計額	Facebook.com (F) および MySpace.com (M) に 登録されている支持者数	10月5日付け世論調査による支持率
ヒラリー・クリントン www.hillaryclinton.com	437,000	Facebook MySpace YouTube Flickr Eons	63 億ドル	(F) 4.6 万人 (M) 14 万人	53%
バラク・オバマ www.barackobama.com	717,000	Facebook MySpace YouTube Flickr PartyBuilder Eventful Linkedin	75 億ドル	(F) 15.2 万人 (M) 18 万人	20%
ジョン・エドワーズ www.johndwards.com	348,000	Facebook MySpace YouTube Flickr PartyBuilder Eventful その他、市民ジャーナリストなどへも 向けたネットワークサイト が全部で27	30 億ドル	(F) 2 万人 (M) 4.9 万人	12%
共和党候補					
ルドルフ・ジュリアーニ www.joinrudy2008.com	124,000	Facebook MySpace YouTube Flickr Eons Linkedin Dig Blip.tv Gather	40 億ドル	(F) 6 千人 (M) 7 千人	34%
フレッド・トンブソン www.fred08.com	381,000	Facebook MySpace YouTube Flickr Twitter del.icio.us	11.5 億ドル	(F) 1万7千人 (M) 1万人	17%
ジョン・マケイン www.johnmccain.com	104,000	Facebook MySpace YouTube Flickr	25.5 億ドル	(F) 11万5千人 (M) 3万9千人	12%
ミット・ロムニー www.mittromney.com	116,000	Facebook MySpace YouTube Flickr	45 億ドル (そのうち、 17 億ドル は自己資産 から)	(F) 1万9千人 (M) 3万人	11%

インターネットを利用したネットワークは、前回の大統領選で、ハーワード・ディーン元候補が活用し、多くの動員力を集め、ディーン旋風を巻き起こした。当時、ソーシャル・ネットワークとして使われたのはMeetup.com(※1)であったが、Web 2.0時代の現在は、Facebook.com、MySpace.com(※2)、Flickr.com(※3)に代表される。ほとんどの候補はこれらサイトに自分のページを持つが、ここでも、突出しているのはオバマ候補だ。Facebookに掲載されている支持者は15万人で、2位のヒラリー・クリントン候補を5万人ほど引き離し、今も1日500人ほどの勢いで増えている。

日本に比べると遅れているアメリカの携帯サービスだが、そのテキスト・メッセージを積極的に利用しているのもオバマ候補だ。集会では参加者に携帯電話を掲げさせ、「62262と押ししてくれ」と登録を促す。62262はオバマ候補のメールニュースを受け取るための登録番号である。

キャンペーン・サイト、ネットワーク・サイト、そして、テキスト・メッセージを駆使し築き上げているのは、草の根運動を支えるネットワークの拡大、そして素早く数多くの支援者を動かす動員力だ。

工夫を凝らした献金集め

選挙資金は、支持の広さと人気のバロメーターであり、3ヶ月ごとに公表される獲得資金額に国民の関心は集まる。キャンペーンは資金集めのためにあると言っても過言ではない。

この資金集めでも、話題をさらったのはオバマ候補だ。5~7月期では3200万ドルを集め、第2位のクリントン候補を500万ドル近く引き離れた。注目すべきは、献金の3分の1がインターネットを通じてという事実だ。その90%が10ドルから100ドルまでの小額献金だ。献金者総数も35万人強と群を抜く。「私たちは、一緒に歴史に残る最大の草の根キャンペーンを展開することができた」とオバマ候補は勝利宣言した。

インターネットによる献金は、「時間と手間がかからない」という便利さだけではなく、献金する側には、「小切手に金額を書くという政治的初心者をひるませるような行為をしなくてもいい」、そして「10ドルという小額でも、気兼ねなく献金できる」という精神的な利点がある。各候補も政治献金ページは充実しており、月額自動引き落としの設定も拔かりない。支持者の自主的な参加を常に促すオバマ候補のサイトでは、自分で集める目標額を立て、献金活動を始めることができる。5ドル献金すれば、

オバマ候補との食事券が当たるという企画も成功した。

こうした、企業や裕福層からの大口献金だけではなく、一般市民の小口献金にも焦点をあてるという戦略は、前述のディーン元候補が大成功させた政策だ。その戦略担当者であったジョー・トリッピ氏は、現在、ジョン・エドワーズ候補のキャンペーン・マネージャーとして活躍。そこでも彼は、「Small Change for Big Change」(※4)というキャンペーンで、従来ならば1000ドルはする政治イベントへの参加費を、15ドルという格安料金にして各地で開催している。エドワーズ候補のお母さんのレシピによるパイの作り方を6ドルで提供という企画は1週間で30万ドル集めた。

YouTube現象

前大統領選挙で雨後のタケノコのように乱立し、政治的影響を与えたのはブログであった。今回の選挙では、各候補ともブロッガーを選挙運動員に雇い、ブログの政治利用は定着している。

今回の選挙のホットな機能はYouTubeだ。一般市民が動画を送る無料シェアサイトで、大統領候補者の討論会にも登場し注目を集めた。政治メッセージを伝える動画もあるが、ヒット数の多いのは政治家たちの

間違いやおかしな瞬間を捕らえた「gotcha(ゴッチャ、つまえたぞ)」ビデオ。

ジョン・マケイン候補は市役所の懇談会で、「イラクに爆弾をボン、ボン、ボン」とビーチボーイの曲に合わせて歌ったビデオがYouTubeに登場。ひんしゅくをかった。クリントン候補が信じられないくらいの音痴でアメリカ国歌を歌っているビデオも登場。ミット・ロムニー候補は、中絶賛成グループに賛同した後、別の会場では中絶反対グループにも賛同したところをビデオ撮影され、YouTubeで配信された。「常にビデオを撮られていることを忘れない、また、相手のビデオを撮ることも忘れない」というのが各候補の最近の合言葉だ。

問題は、多くの動画の制作者が誰かに雇われているのか、後ろに政治団体がついているのかなどの情報が不明なことだ。「Think Different」という70年代のアップル社のTVコマーシャルのパロディで、クリントン候補を批判したビデオは、制作者が実は、中傷キャンペーンは行わないと断言したオバマ候補の運動員であったことが判明。その制作担当者は辞任した。

一般市民の声と活動の場

インターネットによって、誰もが様々な形態で政治に参加できる機会が広がって

きた。YouTubeに掲載される「ゴッチャ」瞬間や「オバマガール」のようなパロディも、笑いを誘うエンターテインメント性が強いとはいえ、政治家たちの発言や行動を監視する大切な市民活動の道具だ。インターネットは、「興味はあるが、まず何を始めればいいのかわからない若い世代に政治参加への様々なツールを提供する」とオバマ候補の政治集会に参加した学生は語る。

ある非政治団体の統計によると、手紙や電話でのキャンペーンやボランティアによるドア回りなど、60年代から続く従来のキャンペーンはまだ効果的との報告がある。インターネットで集められた献金もそのほとんどが、テレビコマーシャルなど既存の広告キャンペーンに使われる。つまり、インターネットを通じて大きく変わったことは、候補者によるキャンペーンそのものではなく、一般市民が、いかに候補者の支援活動に参加するか、そのかわり方だと言えよう。ネットワークも献金も支持者の積極的な参加がなくては動かない。「インターネットは人々に声と活動の場を与えた」とその学生は言う。

さて、インターネットを制するものは勝利を制するか。前回の大統領選で、最有力候補と見なされていたディーン元候補は、ふたを開けてみると、惨敗。ネット上の支持者を実際

に動員することに失敗した。こうした経験から学んだオバマ陣営によるサイトには、「支持者を実際に動かし、政治活動に参加させる」という意向の機能が満載だ。

現在のところ、資金集めや動員力では先行するオバマ候補も、世論調査ではベテラン、クリントン候補にリードを譲る。民主党の大統領候補を選出する予備選挙は来年2月。そして、大統領選は11月。初のインターネット大統領が現れるのか、注目されるどころだ。

Text by : Jun Moto



Johndwards.com

ジョン・エドワーズ候補のサイト。ディーン元大統領候補のキャンペーン戦略士、ジョー・トリッピ氏をキャンペーン・マネージャーに起用。インターネットや携帯の幅広い活用はオバマ候補に劣らない。27ものソーシャル・ネットワークサイトに登録しており、ブロッガーや市民ジャーナリスト達への情報提供にも気を配る。



Joinrudy2008.com

共和党有力候補、ルドルフ・ジュリアーニ氏のサイト。共和党支持者は民主党支持者に比べ、インターネット利用が少ない。興味深いことにラジオ番組から政治情報を得るといった支持者が多く、共和党候補のサイトには、ラジオ番組の電話番号リストが掲載されている。



YouTube.com

今選挙のホットな話題はYouTube。一般市民に加わり、候補者同士の中傷キャンペーンも絶えない大統領選挙の最新線舞台となっている。写真はアップルのCM「Think Different」のパロディでクリントン候補を批判したビデオ。



オバマ候補の政治集会に参加したニューヨーク大学の学生達。大学の支援会に入っているほか、Facebook.comやMySpace.comなどでも支援のネットワークを広げている。



集会で参加者に携帯電話を掲げさせ、テキストメッセージの登録を促す。オバマ候補のサイトからは、携帯用ウォールペーパーやヒップホップにのったオバマ候補のスピーチの着信音などがダウンロードできる。

※1 Meetup.com

同じ興味を持っている人達がグループを作り、イベントを行うことを目的としたコミュニティサイト。政治、スポーツからビデオ・ゲームまで、様々なテーマに沿って多数のディスカッション・グループが生まれている。 <http://www.meetup.com/>

※2 MySpace.com

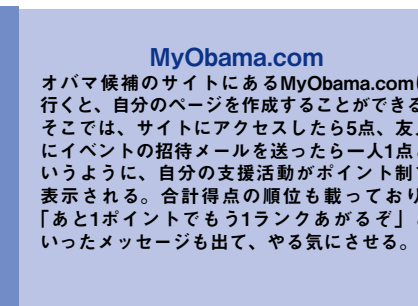
約7400万人の会員数を誇るコミュニティサイト。グループフォーラム、クラシファイド広告、イベント情報などを提供する。とりわけエンターテインメント分野に重点を置いており、音楽の試聴、ダウンロード、ビデオ再生が可能。日本版もスタートしている。 <http://www.myspace.com/>

※3 Flickr.com

ヤフーが運営するコミュニティサイト。地域のネットワークから登録でき、写真の投稿、保存、交換サービスが容易にできる。 <http://flickr.com/>

※4 「Small Change for Big Change」

「少ないお金で大きな変化を」。Changeには「釣り銭、小銭」と「変化」という意味がある。



MyObama.com

オバマ候補のサイトにあるMyObama.comに行くと、自分のページを作成することができる。ここでは、サイトにアクセスしたら5点、友人にイベントの招待メールを送ったら一人1点というように、自分の支援活動がポイント制で表示される。合計得点の順位も載っており、「あと1ポイントでもう1ランクあがるぞ」といったメッセージも出て、やる気にさせる。

オバマガール

今年6月、YouTubeに突如現れた怪しげな動画。セクシーな女性がなまめかしい姿態で、「オバマ、あなたって誰よりも最高」とため息まじりに歌う。「オバマに夢中」と題されたこのビデオは350万以上のヒット数を記録。テレビ、新聞でも取り上げられ、出演の女性は「オバマガール」として一躍話題の人になった。動画の仕掛け人はオバマ支持者の大学生と友人の広告業幹部。「何か笑えることをやりたかった」という。この成功を機に、サイト(Barelypolitical.com)を立ち上げ、ジュリアーニ候補支持の女性と対立させた「オバマガールVSジュリアーニガール」なるビデオも制作し、米大統領選に色気と笑いを提供し続けている。



barelypolitical.comのサイトとオバマガール