

はしがき

本書は、「知る公衆 (informed publics)」の意義を国際法の視点から検討するものである^{*}。そのために、国際メディア法の枠組や、制度的な場面における国際法のメディア化の実態を分析する。これによって、国際法とメディアの相互関係がいかに複雑であるかが明らかになるとともに、国際的な「知る公衆」の存在を前提としつつ、その存在自体が今や疑問視されているなかで、国際法がコミュニケーション資本主義 (communicative capitalism) ——たとえば公報性 (publicity) のような媒介的手法——にますます依存していることの危険性が浮かび上がる^{**}。

* [訳者註] 本訳書では、「informed publics」の訳として、「知る公衆」という語を採用する。これは、公衆が単に情報を受動的に受け取る存在ではなく、情報を媒介に自律的に判断し、能動的に行動する社会的主体としての公衆を表現するための訳語である。本書では、公衆が「国際法の制度的プロセス、参加、そして改革に不可欠な役割を果たす」と示されており、「知る」という訳語はこのような動詞的・能動的な語感を保つために採用されている。また、「知る公衆」という概念は、日本社会において定着している「知る権利」とも親和性が高く、民主主義社会において市民が適切な情報にアクセスするための同権利とも密接に関連する。さらに、知る「公衆」の側面は、単なる人数的多数を指す「大衆」ではなく、公共的な意思形成に寄与することのできる社会的存在を示す。「知る公衆」という概念は、ハーバーマスの分析した「公共圏 (Public Sphere/Öffentlichkeit)」構想を批判的に乗り越えるために提示されており (第1章第1節参照)、その意味で公共性の担い手としての公衆像を強調するための訳語でもある。

* * [訳者註] 本訳書では、「publicity」の訳語として新たに「公報性」、そして「public relations」の訳語として「公報関係」を採用する。いずれも、単なる情報の伝達や注目の獲得にとどまらず、公共性に関わる情報発信と社会的関係形成の次元を強調する意図によるものである。「publicity」は、従来は「宣伝」や「広報」という漢字表記や、そのまま「パブリシティ」とカタカナ表記され、メディア露出や注目度の獲得といったマーケティング的文脈で用いられてきた。しかし、本書が取り扱う文脈での「publicity」は、単なる公開や周知を超えて、情報が公衆に到達し、社会的・政治的判断に資する状態を指す概念である。関連する概念として、「公開 (Öffentlichkeit)」や「公告・公示 (Publizität)」といったドイツ語圏情報法での用語があるが、本書でいう「公報性」はより包括的に、「報道」を主たる任務とするメディアを通じた情報の可視化・伝達を基盤としつつ、公衆にとってアクセス可能であり、社会的討議や公共的判断の前提を成す状態を強調している。この点で、「公報性」という訳語は、上記の「知る公衆」と密接に関連し、公共圏における情報の可視化とアクセス可能性を重視する

本書では、従来の規制枠組や分析のカテゴリーが、いかに新たな情勢——重大な技術革新やフェイク・ニュースへの懸念、ビッグデータやアルゴリズムに基づく責任への関心の高まりなど——によって挑戦され、不十分であることが暴かれ、あるいは迂回されてきたかを探る。同時に、それらの制度が今後も持ちうる強靱性と有効性についても評価する。また本書は、デジタル時代におけるメディアと国際法の重層関係を分析することが、十全な「知る公衆」を欠いた国際法システムが直面する問題の本質を理解するうえで不可欠であると主張する。

国際法は、その機能を果たし、私たちが直面している複雑なグローバル規模の問題に取り組むために、グローバルな「知る公衆」に依存しているのである。こうした視点は、国際法との関係でメディアが果たす役割、そしてメディアを規律する際に国際法が果たす役割の両方に光を当て、国際法の本質がいかに「コミュニケーション的 (communicative)」性格を有するかを明らかにするものである。

「公 (に) 報 (じる)」という表現が適切であると判断した。同様に、「public relations」に関しても、単なる「広報」活動にとどめず、「公報」関係と訳すことで、情報発信を通じた社会的関係形成という双方向的・関係的な側面を明示する。ここでの「関係」は、公共性を基盤にした社会的な信頼構築や相互作用を意味し、マーケティング的なPR概念よりも広い射程を持つ。