

「主催者の戦略」がもたらす 政治デモの規模縮小

～Women's March の分析を通して～

湯川ゼミ 6 班

法学部国際公共政策学科 2 年生 02B17024

木本雄大

法学部国際公共政策学科 2 年生 02B17017

金井明日香

2021 年卒業見込み

第1節 はじめに

政治デモの規模は何によって規定されるのか。今まで、数多くの研究者が「政治デモの規模」を決定する要素を分析の対象とし、様々な見地からアプローチを行ってきた。天候や気温、議会の構成など参加者を取り巻く外的要因を独立変数に置いたもの、国民性やトピックへの関心度など参加者の内的要因を独立変数に置いたものなどその説明は多岐にわたる。

しかし、このような数多くの蓄積された研究には「政治デモ同士がもつ関係」という一つの盲点がある。政治デモ（特に大規模なもの）は一度きりでその運動が終わるものではないにもかかわらず、従来の研究はそれらを個別的に研究してきた。しかし複数の政治デモ同士が持つ関係、運動の時系列的変化に着目した動的な視点は、政治デモという社会的現象の特徴を理解する上で欠かせないはずである。

これを踏まえ、政治デモ規模の決定要因について、「一つの運動の中でおこる複数のデモ同士の関係性」という視点を導入し研究を行なった。複数の政治デモを時系列的に観察し、その変化を分析すると、一つの興味深い傾向を発見した。それは、複数の政治デモを行う政治運動、特に大規模なものにおいて、回数を重ねるごとにその政治デモ規模が縮小するというものである。

本稿ではこの現象を踏まえ、「同一の主催者による同一の趣旨の運動は、なぜ回を経るごとにその規模が縮小するのか」という「問い」を設定した。この「問い」に答えるため、本稿が注目したのは「主催者」の存在である。これまでは参加者を独立したアクターとして捉える研究が中心であった。それゆえ、主催者側の戦略や意図といった政治デモを発信する側の側面や、主催者と参加者との密接な関係が無視されてきた。しかし、Facebook や Twitter をはじめとするソーシャルネットワークサービスにより、デモ主催者と参加者の距離は一気に縮まった。したがって、「主催者側が、デモにどのような意味付けを与えているか」という要素は、市民のデモ参加の意思決定過程において、今や見過ごせないものになったといえよう。このような問題意識から、「主催者側が政治デモに与える枠組み」を分析対象とし、それがどのような変化を見せるのか、そしてその変化が政治デモの規模にどのように影響しているかを観察した。

上記「問い」に対する答えとして本稿は、「政治デモの規模の縮小は、主催者側が市民に向けて提示する『政治デモの枠組み』を戦略的に変化させることによって起こる必然的な結果」と主張する。つまり、デモの人数が減るのは主催者の合理的な戦略であり、その意味で意図したものなのである。

第2節 リサーチ・クエスチョン —政治デモの縮小—

この節では、まず同一の組織による運動の規模が回数を重ねるごとに縮小している事例を

示し、続いて本稿の出発点となる「問い」の導出を行う。

第1項 縮小する政治運動

同一運動内でデモの規模は回を経るごとに縮小する、それが本稿の問いであり、基盤とである。したがって、まずはその傾向自体を確認したい。ここでは、アメリカで起こった人権運動としてのWomen's March, 反オバマや課税反対運動であるTea Party Movement、日本で起こった原子力発電所反対運動としてのさようなら原発1000万人アクションの政治デモ規模、の三例を取り上げる。

以下で示した規模の時系列グラフに現れているように、 이슈が違っても、国が違っても、同様の減少傾向が見られる。ここではあくまで代表的な三例のみを挙げたが、これは多くの運動で見られるものである。

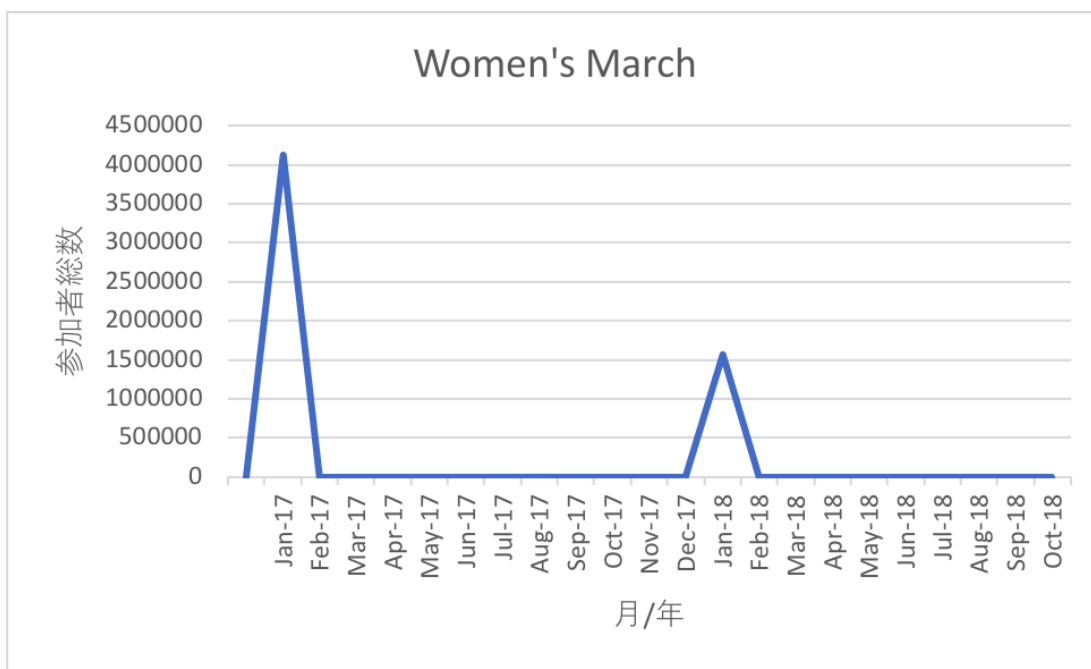


図1 Women's March参加者の変化 (Count Loveより筆者作成)

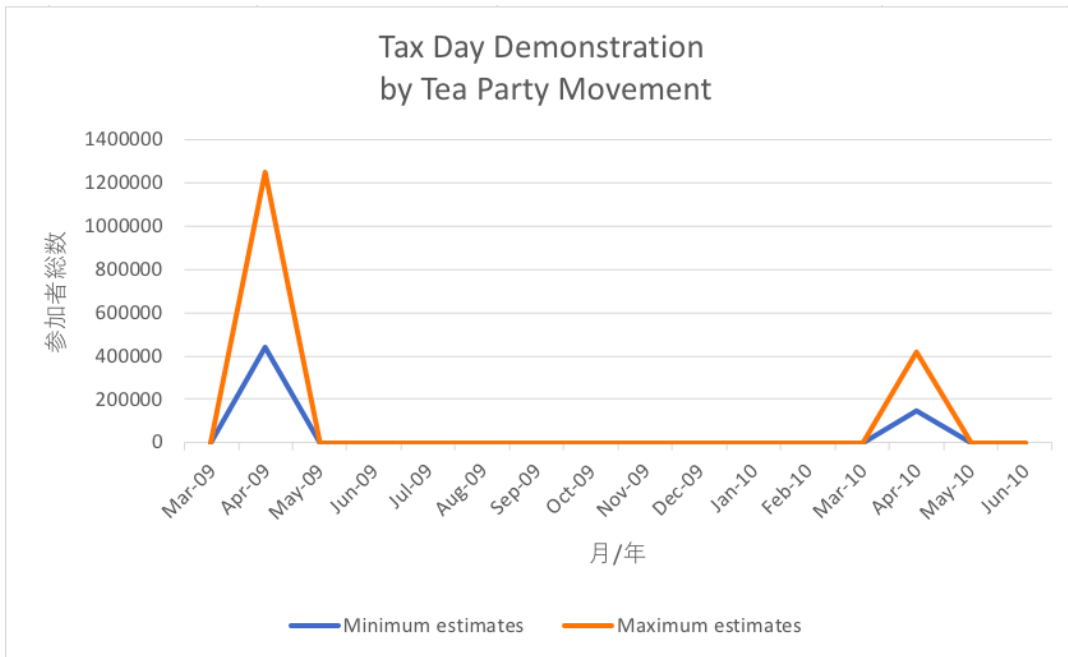


図2 Tea Party MovementによるTax Day Demonstrationの参加者の変化(Veuger (2013)および2018年のGuardianの記事¹をもとに筆者作成)

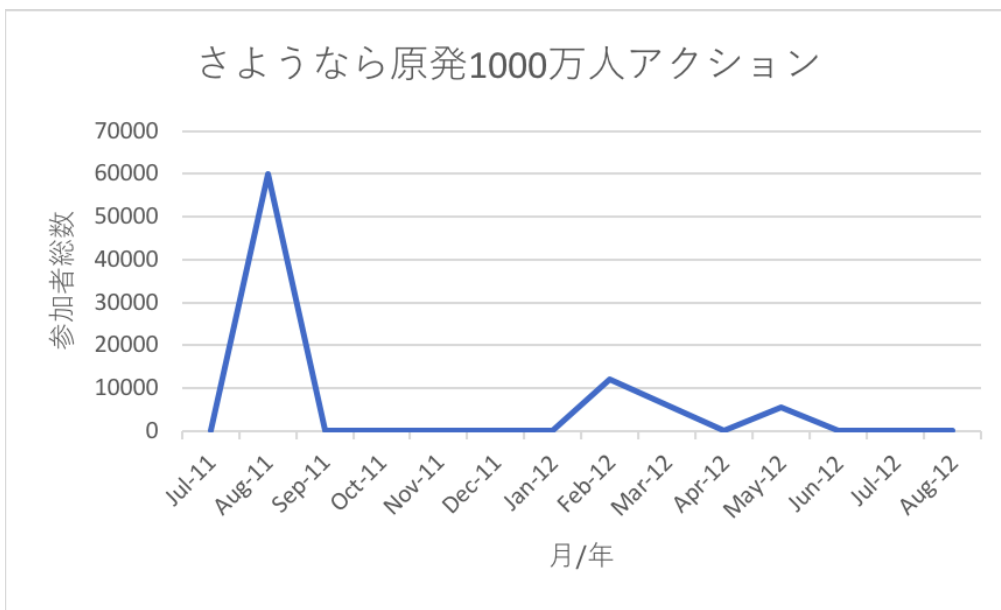


図3 さようなら原発1000万人アクションの参加者の変化 (同運動のWebページより筆者作成)

¹ Chenoweth, Ean., & Pressman, J. (31 Jan 2018) *The Women's March could change politics like the Tea Party did*. Retrieved from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jan/31/womens-march-politics-tea-party>

第2項 問いの導出

以上のように、同一の組織が行う運動の多くは、回数を経るごとに規模が縮小するという傾向が見られる。特に注目すべき点は、1回目から2回目にかけての激減である。この急激な縮小現象は、以下の2つの理由から、パズリングな現象であると考えられる。

第一に、主催者側の宣伝量に変化はない。例えばWomen's Marchのケースを見てみると、2017年の政治デモにインスパイアされた、自発的な政治デモを“sister march”と認定してホームページで掲載し、また世界中でこのような趣旨のデモを広める呼びかけを行っている。その意味で、主催者側の宣伝量を比較する限り、この激減は自然な傾向とは言えない。

第二に、その活動の認知度はむしろ増加している。例えば、Women's MarchのFacebookフォロワー数を見てみると、2017年では約170,000人であったのに対し、2018年には約850,000人となり、その数を5倍に増やしている。その意味で、本来ならばより多くの「潜在的なデモ参加者」が政治デモの存在を認識し、より多くの人々が参加すると考えるのが普通であろう。

このような事実から、「同一の主催者による同一の趣旨の運動は、なぜ回を経るごとにその規模を縮小するのか」という「問い」は学術的に取り組む価値のあるものだと考えられる。それを通して、ひいては政治デモの規模決定要因について、デモ同士の連関という新たな視座を提供することになる。

ここで重要な言葉の定義づけを行う。まず政治運動とは、(1)活動を主導する主催者が存在すること、(2)活動の宣伝にはSNS、ホームページなどを用いていること、(3)同じ主催者が二回以上の政治デモを行っていること、の3要素を満たしたものとす。また、政治デモとはそのような一連の運動における集会や行進などの個々の活動であると定義し、本稿では「政治デモ」と「政治運動」とを区別して用いる。

政治デモの規模については、「その活動への参加者の総人数」と定義する。留意しておきたいのは、上記で述べたようにそのデモが必ずしも一つの場所で完結するものではないということである。政治デモの参加者の総人数として、複数の場所で行われた政治デモを、その運動の参加者として合わせてカウントした。

第3節 先行研究

政治デモの規模の決定要因に関する研究は、政治的機会構造論、動員構造論、フレーミング論の三つ²が代表的である。一つ目の政治的機会構造を用いた説明では、選挙制度や政

² McAdam, D., J. D. McCarthy and M.N. Zald eds. (1996). *Comparative Perspective on Social Movements: Political Opportunities, Mobilizing Structures, and Cultural Framings*. Cambridge: Cambridge University Press.

Snow, A. David and Benford, D. Robert. (2000). FRAMING PROCESSES AND SOCIAL MOVEMENTS: An Overview and Assessment. *Annual Review of Sociology*, 26, 611-639.

策決定過程などの社会の諸制度がデモの規模を変化させるとする³。二つ目に動員構造論とは、運動主体が持つ財政的・人的等の様々な資源の分配の方法によって参加者がデモへの参加・不参加を決定するというものである⁴。最後にフレーミング論では、個人や集団にある特定の意味付けを行うような「フレーム」に共感した受け手が動員されると説明される⁵。しかしこれらの研究は、異なる政治デモの単発的な規模の決定要因を分析しているため、多くの運動で回を経るごとにデモが縮小するという動的な傾向を説明できない。

他方、少ないながらも運動の動的な変化に焦点を当てた研究はいくつか存在する。集合行為論の理論を用い、回数を経るごとにフリーライダーが増加するという説明を行ったもの⁶や、運動の政治デモのメンバー同士が、回を経るごとに性的関係を持つことで規模縮小につながったと説明するもの⁷、政治デモのテーマへの関心が増加したことを規模の変化の説明とするものなどがある⁸。

しかし、これらの研究にも以下の2つの問題がある。第一に、観察の対象とする市民の範囲が全体的ではないことである。つまり、活動の影響力・認知力の広まりによる新たな参加者の可能性を考慮できず、一度運動に参加した人の動機および状況の変化のみに注目するという近視眼的なものである。第二に、政治デモの時系列的縮小を説明するための実証が不十分なことである。あくまで理論的な可能性の提示に留まっている。

以上の研究状況を踏まえ、本稿では市民の参加決定の意思決定過程に大きな影響を持つ主催者の存在に着目し、動的な特徴を観察する。また、フレーミング分析⁹を用い、主催者側が戦略として市民に提示する「政治デモへの意味づけ（フレーミング）」に注目し、このフレーミングの時系列的变化を観察することで、政治デモの縮小現象を説明することを試みる。また、実証分析に際しては、政治デモに関する膨大で網羅的なデータセットを用

³ Tarrow, Sidney G. (2011). *Power in Movement: Social Movements and Contentious Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

⁴ John D. McCarthy and Mayer N. Zald. (1997). *Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory*, Chicago: The University of Chicago Press.

⁵ 西城戸誠 (2003) 「抗議活動への参加と『文化的基盤』」『現代社会学研究』, 16, 119-136

⁶ Marwell, G. and Oliver, P. (1993). *The Critical Mass in Collective Action: A Micro-Social Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.

⁷ Jeff Goodwin. (1997). The Libidinal Constitution of a High-Risk Social Movement: Affectual Ties and Solidarity in the Huk Rebellion, 1946 to 1954. *American Sociological Review*, 62(1), 53-69.

⁸ Erilk W. Johnson. (2008). Social Movement Size, Organizational Diversity and the Making of Federal Law. *Social Forces*, 86(3).

⁹ Goffman, E. 1974. *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge, MA, US: Harvard University Press

「フレーム」とは「人々が発話・行為・現象を理解するにあたり、意識的/無意識的に使う解釈枠組み」のことである。Goffmanが考案し、社会運動分析に多用されている。社会運動の分野におけるフレーミング分析では、「主催者がどのような枠組みをその運動に与えているか」、「人々がどのような枠組みを通してその運動を解釈しているか」を分析することによって、社会運動の特徴や動向を探ることが可能になる。

いた。すなわち、Count Loveプロジェクトという、2017年のWomen's Marchを機に始まったデータセットである。

第4節 仮説

本節では、「政治デモはなぜ縮小するのか」という問いに対する仮説を提示する。最初に仮説の概要を示し、次に仮説のメカニズムを詳述する。

第1項 仮説：フレーミングの転換による規模の縮小

本稿は、政治デモ活動の規模縮小を説明するにあたり、以下の2つの点に着目した。一つ目は「主催者の戦略性」である。つまり、政治デモ活動の縮小現象を主催者の意思と反する不本意な結果として捉えるのではなく、主催者の合理的な戦略の結果であるという可能性を考察する。二つ目は「主催者側が市民に提示する枠組み」である。主催者側が政治デモを市民に宣伝するにあたり、どのような意味/枠組み（フレーム）を与えているかという点に注目する。以上の二つの点を踏まえ、「主催者側の戦略的なフレームの転換」を政治デモの縮小現象の理由として提示する。言い換えると、主催者側は意図的に政治デモへの意味付けに変化を加えており、規模の縮小は、その結果として現れる結果であるということだ。

では、「主催者側の戦略的なフレーミングの転換」とは何か。本稿は仮説として、主催者の提示するフレームが「市民の動員を最重要目的としたフレーム」から、「自らの要求の提示を最重要目的としたフレーム」へ転換すると主張する。以下前者を「参加者動員フレーム」、後者を「要求提示フレーム」と呼ぶこととする。

参加者動員フレームとは、自らが持つ要求を前面に出すことなく、より多くの市民の共感を得るために様々な価値を掲げ、包括的に市民の参加を促すことで、その規模の拡大を目指すものである。例えば、日本で大学生を中心に2015年に結成された、SEALDsと呼ばれるデモ組織があるが、この組織の結成当時のフレーミングがこれに当てはまる。彼らは、特定の 이슈に特化した意味づけを行わず、立憲主義、安全保障、生活保障など、包括的な価値を掲げた。つまり、「改憲か護憲か」という議論ではなく「立憲主義」という近代国家に不可欠な価値を根拠に、自民党改憲草案や解釈改憲に反対したが、これは包括的な参加者動員フレームの格好の例といえる¹⁰。

他方、要求提示フレームとは、自分たちが持つ目的（法整備や政権打倒等）を実現する

¹⁰ 有田芳生 *SEALDsの歴史的意味を過小評価するな* Retrieved on December, 26, 2018 from <https://ironna.jp/article/1944>

ために、よりはっきりと対立構造を示す¹¹ことで自らの要求を提示することで、参加者動員フレームに比べて、排他的な宣伝になるものである。例えば、2015年11月にSEALDs KANSAIは、「思想信条の自由を侵害し、住民の生活を破壊している」と主張し、維新に対する反対の立場を明確にしたが¹²、これは要求提示フレームに分類されるだろう。

そして、主催者は前者から後者への転換を戦略的に行う。つまり、主催者は初期の政治デモにおいては、参加者の規模拡大を最重要課題に設定し、それを達成するための宣伝を行うが、回数を重ねるごとに、実際の要求を提示することを最重要課題に設定し、そのための宣伝に移行するのである。そしてこのフレーミングの変化によって、政治デモの規模縮小は引き起こされることになる（図4）。

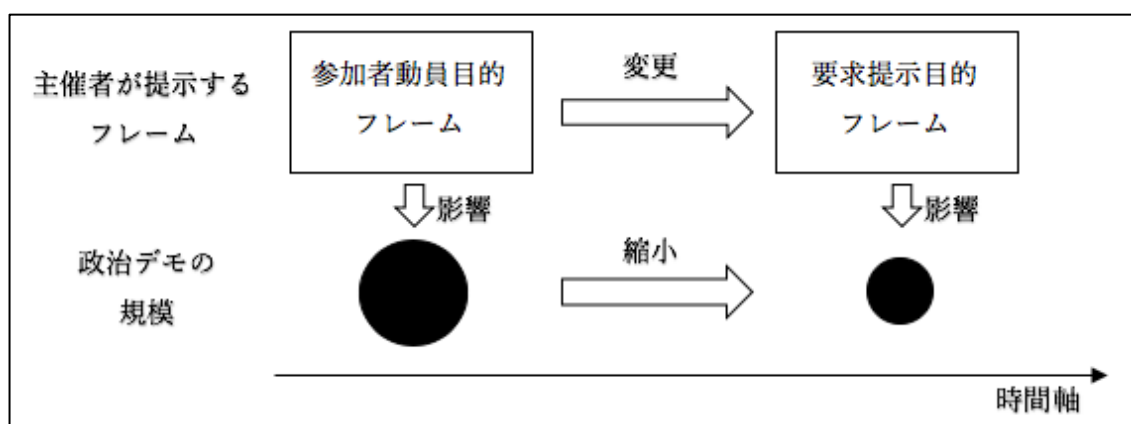


図4 仮説の図式化①（筆者作成）

第2項 メカニズム：背景に存在する合理性

では、なぜ主催者は上記のような時系列的なフレーミングの転換を行うと考えられるのだろうか。この項では以下、二つの部分に分け、上記仮説のメカニズムを説明する。

■ 規模確保と要求提示のトレードオフ関係

主催者の目線に立つと、以下の二つの項目が必要な要素として挙げられる。一つ目は政治デモの規模の確保、二つ目は自分たちが持つ要求の提示である。これらは実際に自分たちの持つ目的を達成するためには、どちらも不可欠な要素であると考えられる。一つ目の規模の確保は、社会に対する影響力を持つために必要である¹³。自らの存在が数々のメディア

¹¹ 多くの政治デモは「我々—敵」という二項対立の構造を持つ。2009年から始まった Tea Party Movement を例にとると、「市民—オバマ政権」という二項対立を持っていた。「敵」に対して不満を持った「我々」がこのような要求を行なっていると示すことが「自らの要求をはっきり提示する」ことにつながる。

¹² 『毎日新聞』 2015年11月12日

¹³ Katrin Uba., 2007, Political Protest and Policy Change: The Direct Impacts of Indian Anti-Privatization Mobilizations, 1990-2003. *Mobilization*, 10(3), 383-396.

アに取り上げられ、多くの人々がその大切さを認知することではじめて、議会等で実際に話し合われたり、次の選挙でその効果が現れたりという効果が期待できるからである。一方、自らの目的を達成するためにはその要求を明示的・先鋭的に提示することが必要である。「誰に対し何を求める運動なのか」を明確にしなければ自分たちが欲する効果は期待できない。

つまり、この二つの異なる要素を達成することで、(1)社会に影響力を持つ団体として、(2)自らの要求を明確に訴えることができるため、目的の達成が期待できるようになる。そして、この二つの異なる要素を達成するには、それぞれに適したフレーミングが必要となる。これが前項で述べた「参加者動員フレーム」と「要求提示フレーム」なのである。

ここで一つの大切な前提を主張したい。それは、上記二つの必要項目が「トレードオフの関係にある」ということである。つまり、一方の条件を優先すると一方の条件に負の影響を及ぼすということだ。理由は以下の通りである。

政治デモの規模の拡大を求めて、様々なカテゴリに含まれる人を包括的に取り入れようとすると、本来の要求の明確性が失われる。反対に、自らが求める要求の明確性を追求し、対立関係をはっきりと示すと、包括性を失い政治デモの規模が縮小する。例えば、若者憲法集会実行委員会を例にとると、2014年は、デモへの意味づけとして憲法問題のみを取り上げた一方¹⁴、2015年においては「民主主義は止まらない」や、「安倍政権包囲へ」など、より包括的なテーマを掲げた¹⁵。結果、前年と比較すると4倍以上の参加者を獲得した¹⁶。このことから、参加者を獲得し、社会への影響力を得ることと、自らの要求を明確化することはトレードオフの関係にあることが伺える。したがって、この二つの条件を同時に達成することが難しく、前項の仮説の概要で述べたような「フレームの転換」が必要となる。

	2014/6/22	2015/6/14
参加人数	800人	3500人
掲げたもの	「いらない集団的自衛権」 「勝手に憲法解釈を変えるな」 「秘密保護法は廃止に」 「憲法をつかって自由を守ろう」	「民主主義は止まらない」 「安倍政権包囲へ」 「憲法守れ」 「戦争法廃止へ」

表1 若者憲法集会実行委員会のフレーミング比較（赤旗新聞の記事を元に筆者作成）

Lohmann, Suzanne., 1993, A Signaling Model of Informative and Manipulative Political Action. *American Political Science Review*, 87(2), 319-33.

Doug McAdam and Yang Su., 2002, The War at Home: Antiwar Protests and Congressional Voting, 1965 to 1973. *American Sociological Review*, 67(5), 696-721.

¹⁴ 『赤旗新聞』2014年6月23日

¹⁵ 『赤旗新聞』2015年6月16日

¹⁶ この例は、「政治デモは縮小する」という本稿が示した傾向に反するものである。本稿はこのような運動の傾向を、主催者の戦略の失敗であると考えている。詳細はのちに述べる。

■ フレームの戦略的転換

以上、市民の動員と要求の提示という二つの必要な要素があるとした上で、この二つの要素がトレードオフであるために同時に達成することが難しく、「フレーミングの転換」が必要であることを示した。ではなぜ合理的な主催者は仮説で述べた「参加者動員フレーム→要求提示フレーム」という「順序」を選ぶと考えられるのか。ここでは戦略的な主催者が仮説で述べた順序をとるメカニズムについて説明する。

主催者にとって、最も良いシナリオは「影響力を持って自らの要求を明示的に提示する」ことである。これを最適解として考えたとき、この順序は合理的なものと言える。なぜなら、その運動が一度社会から影響力のあるものと認知されると、その後の活動にもその効果を持続させることができるからである。一度その運動が大規模のものであると社会に認識された場合、たとえ 2 回目以降の政治デモが実質的に参加者を縮小させたとしても、社会が持つ「大規模な団体」という認識に大きな変化はないと考えられる。実際、“Women’s March 2017” と “Women’s March 2018” をそれぞれ Google で限定検索をかけると、前者は 264,000 件のヒット、後者は 311,000 件のヒットがかかり、実際の規模の縮小にかかわらず、多く Women’s March に関する記事が発表され、社会へのインパクトを失うことはなかったと言える。

さらに、初めの政治デモの規模が大きいほど「潜在的デモ参加者」へのリーチが増加するため一つの運動としては規模を確保できる。実際 Tea Party Movement において、初めの政治デモ (initial protests) が大きかったために、その後の政治デモ (subsequent protests) の頻度が増したという事実が示されている¹⁷。

以上より、合理的な主催者は、初めの政治デモをより大規模なものにすることを第一優先とし、それに適したフレーミングを行う。それにより、人々の認知度を上げ、社会に影響力のある団体であると認識させた後、本来の要求の提示を行う段階に移行するのである (図 5)。そしてこの合理的な戦略の結果として、政治デモの規模縮小が観察されると考える。

¹⁷ Veuger, S., Shoag, D., Drott, D. Y. (2013). Do Political Protests Matter? Evidence from the Tea Party Movement. *Quarterly Journal of Economics*, 128 (4), 1633-1685.

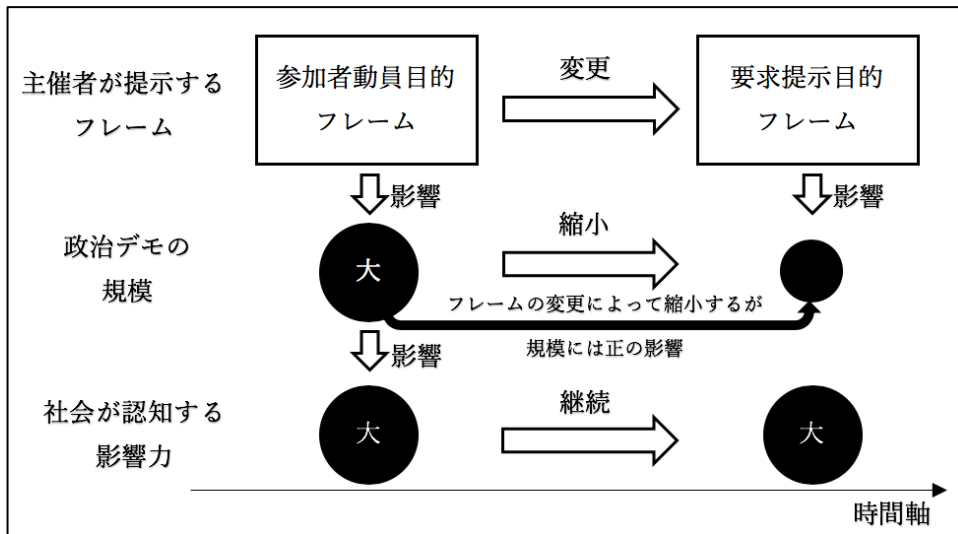


図5 仮説のメカニズムの図式化②（筆者作成）

第5節 実証

本節では、上記仮説で述べたような「主催者の戦略的なフレーム転換」が現実に行われており、政治デモの規模へ影響していることを実証する。実証の材料としては“Women’s March”を用い、第1項と第2項において、2017年と2018年に行われた2つの政治デモを時系列的に比較分析する¹⁸。続いて、第3項において、「フレームの転換」が実際に政治デモの規模を規定する大きな要因となっていることを実証する。

第1項 2017 Women’s March

Women’s Marchが始まった契機は、Facebookによるある投稿が話題を呼んだことである。2016年大統領選挙におけるヒラリー・クリントンの敗北と、ドナルド・トランプの勝利に対し、ヒラリー・クリントン支持者であったハワイのTeresa Shookが抗議の意をFacebookで投稿するとともに「pro-women march in Washington DC」のイベントページを作成した。そのページで彼女はトランプの就任式の後にデモをすべきだと主張、その投稿は一夜にして10000人という多数のフォロワーを集めた。その後、ヒラリー・クリントンを支持する団体や男女平等を目指して活動しているフェミニスト団体、さらにBob bland、Tamika

¹⁸ ここで分析対象とするWomen’s Marchの「主催者」は、第1項で触れるTeresa Shook、Bob bland、Tamika Mallory、Carmen Perez、Linda Sarsourをはじめとする運営組織とする。この組織によって、WebページやFacebook、Twitter上で、政治デモの宣伝や、運動に関係するスピーチ等の発信が行われている。

Mallory、Carmen Perez、Linda Sarsour も加わり組織運営にこぎつけた¹⁹。ここから、Women’s March の起源すなわち主催者の本来の要求および目的は「トランプ大統領の不信任の表明」さらには「政権交代」であることがわかる。

しかし、主催者はこのイベントを宣伝するにあたり、上記のような本来の要求を明確に提示することはしなかった。“The March”という当たり障りのない主題²⁰を掲げた 2017 年の行進が、市民に対してどのように宣伝（フレーミング）されたかを以下で詳しく見ていく。

“The March”において主催者は“Unity Principle”²¹と呼ばれる団結の目的および求める権利をまとめたものを提示した。ここでは、トランプ大統領が迫害しようとしている社会的属性を持つ者たち、例えば女性や障害者、移民などの権利を求めており、確かに一つ一つを観察すると、トランプ大統領への強いメッセージであることが仄めかされているようにも思われる。一方で政治的意図を明示的に示す宣伝は一つもなかった。実際に、主催者が支持するヒラリー・クリントンの名前が主催者側から提示されることはなく²²、Facebook においては、「誰に投票したかは関係なく誰でも参加してください」という声明が行われ²³、さらには特別なイデオロギーが示されることもなかった。つまり、“The March”の宣伝の場においては、本来持っていた政治的意図を伴うことなく、この包括的な権利の要求を行う“Unity Principle”の純粋な強調が盛んに行われていたのである。

実際、主催者の一人である Mallory は、「この運動は反トランプのためではなく女性のためのものである。この運動において我々は団結し、可能な限り声を上げている。」と述べた

¹⁹ Marie berry, Erica Chenoweth. (2018). Who Made the Women’s march?.

The Resistance: The Dawn of the Anti-Trump Opposition Movement. Oxford: Oxford University Press, 75-89.

²⁰ Women’s March が行う行進には主題がつけられる。2017 年の行進は“The March”と名付けられた。

²¹ Women’s March の主催者が公式 Web サイトで公表していた運動が求める要求のリスト。19 項目あるうちの 8 項目が男女平等や妊娠・出産に関する自由、女性の健康など、「女性」に関するものであり、残りの 11 項目はすべての市民の市民権の保護や、障害者、移民、LGBTQ、社会的弱者、その他多くのマイノリティの権利の保護、環境保護など多岐にわたる。なお、この“Unity Principle”自体には政治的意図は一切含まれていない。Women’s March が掲げた要求が非常に包括的なものであることがうかがえる。

²² Marie berry, Erica Chenoweth. (2018). Who Made the Women’s march?.

The Resistance: The Dawn of the Anti-Trump Opposition Movement. Oxford: Oxford University Press, 75-89

²³ Women’s March の公式 Facebook で 2017 年 1 月 14 日に投稿された“Prepare to March”というタイトルの動画より。政治的意図はないことが動画内で強調された。Retrieved on December 13 2018 from <https://www.facebook.com/womensmarchonwash/videos/1401849963161612/>

24. このインタビューからもわかるように、主催者はこの政治デモが「“pro-women”であること」だけにとどまらず、「“anti-Trump”ではないこと」を強調したのである。

このような事実から、本来の目的である「トランプ大統領の不信の表明」という要求の提示を、初めから明確に行うことをせず、代わりに参加者の動員を第一優先に考えた「参加者動員フレーム」を行ったという主催者の戦略を観察することができる。その結果、“The March”には4122943人という大勢の参加者が集結し、アメリカ史上最大の政治デモとなるに至った。(表2)

第2項 2018 Women’s March

前項で示された戦略どおりのフレーミングによって2017年に社会的影響力と知名度を得たと確信した主催者たちは、その影響力を用いて運動のフレームを戦略的に変化させ、2018年には自らの要求の提示に移行する。この戦略性は公式Webページにおいて2018年の運動の趣旨を示す際に主催者が「2017年は私たちの運動のもつ力を示した。2018年は変化を起こすためにその力を使う²⁵。」と記していることから伺うことができる。では、主催者は、2018年のデモ行進をどのように宣伝したのだろうか。以下具体的に見ていく。

2018年のデモ行進への宣伝において、昨年と最も変化したのは、政治的意図を大々的に示したことにある。主題は2017年の“The March”から、“Power To The Polls”へ変更され、テーマの段階からより選挙を意識した意味付けを行った。また、2017年と同様の“Unity Principle”を掲げてはいるものの、2017年のようにそれ自体の強調は減り、代わりに要求として掲げられたのは、中間選挙での票の獲得や、トランプの不信表明等であった。また、政治デモの開催地として最も力を入れて宣伝されたのは、スイングステートであるネバダ州であり、「民主党対共和党」という構図をよりはっきりと明示した。さらに、2017年では運動のスポンサーであったフェミニスト団体を、イデオロギーの違いという理由で、スポンサーリストから排除した。これらは、自らの政治的立場やイデオロギーをはっきりと示す態度であるといえ、2017年の包括性とは対照的であると言える。

このように2017年と比較して、2017年に獲得した社会への影響力のもと、より排他的なフレーミングを通し、2018年11月に行われる中間選挙での民主党の勝利、すなわち本来の要求である「トランプ大統領の不信の表明」、さらには「政権交代」を掲げた。(表2) この明らかなフレーミングの変化は、「本来持っていた要求の提示」に焦点を当てたフレーミングへの転換を主催者が行った結果であると言えそうだ。

²⁴ Salazar, A. M. (December, 21, 2016). *Organizers Hope Women’s March On Washington Inspires, Evolves* Retrieved from <https://www.npr.org/2016/12/21/506299560/womens-march-on-washington-aims-to-be-more-than-protest-but-will-it>

²⁵ *Women’s March about power to the poll* Retrieved from <http://www.powertothepolls.com/about.html>

実際、2018年の“Women’s March”に関する主催者の意図は、「主催者は、今回の運動では参加者の規模よりも自らの主張を広めることに関心がある、と述べた。」と報じられた²⁶。スイングステートの一つであるネバダ州を「バトルグラウンド」と銘打って集中的にデモを開催した事実から、すでに主催者の戦略性は十分にうかがえるが、それに加えてこの発言は、主催者が参加人数の確保から本来の要求の提示へと主眼を転換したこと、また政治的な選好を含んだ限定的なフレームを掲げれば参加者が減少することが想定済みであったことを明らかにしている。こうして、主催者らは前年に得た知名度と影響力の下、「要求提示フレーム」を用いて二度目のデモを行ったことが分かった。

	2017 Women’s March	2018 Women’s March
時期	2017/1/21	2018/1/20
政治デモの主題	The March	Power To The Polls
求めたもの	“Unity Principles”	<ul style="list-style-type: none"> ・ “Unity Principles” ・ 政権交代 ・ 中間選挙での票の獲得
政治的意図	Everyone is welcome to march no matter (中略) how you chose to vote	<ul style="list-style-type: none"> ・ 民主党の勝利(特に、swing stateであるネバダ州) ・ “Unity Principles”を政策に反映する候補者の当選
イデオロギーの提示	特定のイデオロギーは示さない	「中絶反対」を掲げるフェミニスト団体をスポンサーから排除
1日のデモ数	427回	238回
参加総人数	4122943人	1560500人
平均参加人数	9678.3人	6584.4人

表2 2017年と2018年のWomen’s March比較 (Women’s MarchのオフィシャルサイトおよびFacebookの投稿をもとに筆者作成)

²⁶ On Anniversary Of Women’s March, A Las Vegas Rally With A Tighter Focus: The Midterms. (January 21, 2018) *National Public Radio*

Retrieved from

<https://www.npr.org/sections/thetwo-way/2018/01/21/579553749/on-anniversary-of-womens-march-a-las-vegas-rally-with-a-tighter-focus-the-midter2018/12/23>

以上より、政治運動の主催者は、戦略的に、意思をもってフレーミングを転換させたという事実を示すことができた。

第3項 フレーミングの転換と政治デモ規模の縮小

この項では、本稿が掲げる「問い」に答えるべく、上記で実証したフレーミングの転換が、実際の規模縮小にもたらした影響を分析する。二つの“Women’s March”の参加者を州ごとに分析した結果、フレーミングの変化が、規模縮小に大きく寄与していたことが明らかとなった。

本稿は、上記フレーミングの転換が実際の規模縮小に影響していることを示すため、共和党支持傾向のある州(赤い州)、民主党支持傾向のある州(青い州)、特定政党への支持傾向の強くない州(紫の州)ごとの“Women’s March”の参加人数の差に注目した。下の表はそれぞれの州の参加人数の変化を示している²⁷。

州の性質	2017年の参加者 総数(人)	2018年の参加者 総数(人)	減少人数(人)	減少率(%)
青い州	2019282	1249730	769552	38
赤い州	118677	50560	68117	57
紫の州	359258	57990	301268	84

表3 赤い州/青い州/紫の州ごとの参加人数の変化の比較 (Jones(2016)および Count love を元に筆者作成)

特筆すべき特徴は二つある。一つ目は、赤い州と青い州の減少率の差である。民主党支持傾向のある青い州では、参加者の減少率が38%に留まった一方、共和党支持傾向のある赤い州では、57%もの減少率を見せた。この減少率の差は、まさに2018年のフレーミングが「中間選挙での民主党の勝利」という色を強く持ったことの結果であると言える。2017年では見られなかった政治的意図を2018年では強調して政治デモのフレーミングを行ったため、政敵である共和党を支持する傾向の強い州において、政治デモ規模のより大幅な縮小が起こったと考えられる。二つ目は特定政党への支持傾向の強くない紫の州の顕著な減少率である。2017年においては、包括的で政治的意図を含まないフレーミングを行ったからこそ、政党に特別な選好をもたない人々も数多く参加した。一方で、政治的意味付けが顕

²⁷ Jones, J. M. (February 3, 2016) Red States Outnumber Blue for First Time in Gallup Tracking

赤い州/青い州/紫の州の分類はこの論文をもとに行った。

赤い州: Alabama, Alaska, Idaho, Kansas, Montana, North Dakota, Oklahoma, South Carolina, South Dakota, Tennessee, Utah, Wyoming

青い州: California, Connecticut, Hawaii, Illinois, Maryland, Massachusetts, New Mexico, New York, New Jersey, Rhode Island, Vermont

紫の州: 上記以外の州

著に行われた 2018 年ではそのような政治的動機が弱い人々の参加を減少させたと言えよう。

さらに、このことは、本稿の「問い」に対して多くの人が持つであろう「単に運動に参加することに飽きたから人数が減ったのではないか」という直感的な対抗仮説の不十分性を示すものでもある。もし対抗仮説が正しければ、各州での参加者の減少に大きな差は見られないはずだからである。

以上より、フレーミングの転換こそが規模の縮小をもたらしたということを説得的に示すことができた。そのフレーミングの転換自体が意図的に行われたことを合わせて考えると、規模の縮小とは主催者の戦略の結果だったということになる。

第6節 おわりに

本稿は、「同一の主催者が同一の趣旨で行う運動において、回を経るごとにその規模が縮小しているのはなぜか」という問いを切り口に、「主催者の意図」という新しい視点を通して、政治デモ組織のダイナミズムを分析した。仮説では主催者の合理的な戦略について考察し、実際に Women's March の主催者がどのような政治デモの意味付けを行ったかを分析して実証した。また、その戦略が参加者数の縮小に影響していることを、Count Love のデータを用いて示し、「問い」への回答とした。

最後に、本稿が政治デモの研究に貢献したと考える点を二つ提示し、結びとする。一つ目は、複数の政治デモの関係性の解明という新たな視点から、政治デモ規模の効果的で新しい独立変数を示した点である。既存の先行研究のほとんどが政治デモを個別的に分析するものであった中、本稿は主催者の意図という視点を導入し、政治デモ組織の動的な性格を分析することができた。その結果、それぞれの政治デモの規模は、主催者の戦略という一本の軸によって互いに関係し合っていることがわかった。

二つ目は、「問い」に対する分析の副産物として、政治デモが効果的に目的を達成するための運動の形成方法を体系化できたことである。長期的継続的な活動を見据えている政治デモの主催者は、巧みなフレーミングの変化を行うことでより効果的な政治的活動を組織できると考える。

今後も政治デモの参加要因やその動体の分析では、政治デモを個別的に分析するだけでなく、それぞれの政治デモの関係性を解明することで、動的な政治デモ組織の性格が明らかにされることを期待する。