

逢坂 巖

おうさか・いわお

立教大学社会学部助教。

1965年福岡県生まれ。

東京大学法学部卒、

東京大学大学院法学政治学研究科

博士課程中退、同研究科助手を経て現職。

共著に『テレビ政治』（朝日選書）など。

# テレビ報道は公平だったのか 09年衆院選のテレポリティクス

## 2

009年8月30日、第45回衆議院選挙の投票票がおこなわれた。

結果は、民主党が308議席を獲得して圧勝、戦後日本における選挙を通しての初めての政権交代が成就した。

このような圧勝は、05年の「郵政選挙」の時にもおこった現象であったが、その際には、圧勝の原因として「小泉マジック」にかかったメディア、なかならずテレビに「国民が惑わされた」ためだとする批判が相次いだ。

しかし、今回の選挙においては、同じ圧勝現象を前にしながらも、メディアが敗北したとの声は、ジャーナリズムからはほとんど上がっていない。むしろ、「テ

レビ各局はその「郵政選挙時の」反省から、各党のマニフェスト（政権公約）を丁寧に紹介するなど政策重視型にシフトしている」（東京新聞8月29日付朝刊）といった、肯定的な評価が多い。とはいえ、インターネットの世界では、テレビの党派的報道を指摘する声、特に自民党支持者からは「今回の選挙で、マスメディアは民主党を後押しした」といった非難が多数見られる。

## 歴史的な選挙報道で テレビは何を伝えたか

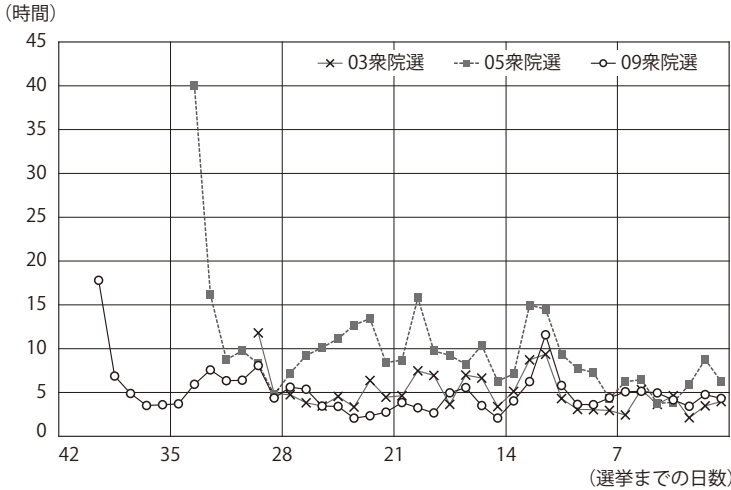
本稿は、09年衆院選において、テレビ

の画面上で何がおこっていたかをスケッチしていきながら、選挙による政権交代が可能となった21世紀の日本政治における、テレビの選挙報道のあり方を考えてみたい。

テレビに対し、一方で政策重視型にシフトしていると評されながらも、他方からは党派性への批判が渦巻いている現状がある。テレビは果たして、この歴史的といわれる選挙において、「健全な民主主義の発達」に資していたのであろうか。

放送法には、「何人からも干渉され、又は規律されること」なく、「政治的に公平」で、「事実をまげないで」、「意見が対立している問題については、できるだけ多く

図1 政治・選挙関連情報の放送時間推移(全東京キー局)



の角度から論点を明らかにすること」が唱えられているが、今回の選挙でそれは達成されたのか。いや、そもそも、二大政党制が定着していく中で、本当にバランスをとった「政治的公平」は実現可能なのだろうか。

今回の選挙におけるテレビ政治を考察する場合は、昨年10月以来の一連の発言の「ブレ」やK Y(漢字が読めない)といっ

た麻生太郎氏への「批判」、小沢一郎氏をめぐる政治献金事件、選挙直前の自民党のゴタゴタなど、党首や党のイメージ並びに支持率に大きな影響を与えた政局報道や、リーマン・ショック、派遣村といった経済や暮らしをめぐる報道についての検証が必要であるのは論をまたない。その点で少なくとも1年、もしかしたら前回の衆院選以来の4年間の時間軸での分析が必要とされるのかもしれない。

また、選挙結果との関連では、地方局も含めた個々の番組内容を精査することも必要なのだが、時間と紙幅、そしてなによりも能力の関係から、長期の本格的分析は他稿に譲り、本稿における考察対象は地上波の東京キー局の解散後の放送とする。内容的にも分析というよりも概要を大雑把にまとめた素描にとどまるものであるが、取り急ぎの報告として、「選挙による政権交代」が可能になった新しい時代における政治報道／選挙報道の議論に少しでも資することがあれば幸いである。

なお、使用するデータは、筆者が収集した各選挙時のDVD記録に加え、テレビ番組とCMをモニターしている株式会社エム・データ(東京都港区)

のデータを使用する。エム・データは東京、大阪、名古屋各地区の全テレビ番組の内容をテキスト化するともに、CMや番組コーナーごとの放送時間をデータ化している。そこで、エム・データのデータを政治・選挙関連のキーワードで検索した上で、筆者の所有するDVDとのクロスチェックをおこない分析用のデータとしている。

## 量的には低調だった選挙報道の全体像

まずは、今回の選挙におけるテレビの選挙報道の全体像を確認してみよう。図1は、09年衆議院選挙における、6つの東京キー局のテレビのニュース番組とワイドショーにおける政治・選挙関連情報の放送量を表したものである。縦軸は放送された時間を表し、横軸は選挙までの日数を表している。比較のために、今世紀にはいつておこなわれた2つの衆議院選挙時のデータをとともに表示している<sup>2</sup>。データの対象期間は国会解散から投票日前日までであり、右にいくほど選挙が近づくようになっていく。

これを見ると、今回の選挙におけるテ

テレビ報道は、全般的に低調であったことが確認できる。解散日からの選挙前日までの総放送時間で見ると、03年が149時間17分、05年が334時間52分、09年は200時間59分、これを解散日から選挙前日までの日数で除した1日あたりの平均時間は、03年4時間58分、05年9時間51分、09年5時間01分、1局あたりではそれぞれ50分、1時間38分、50分となる。歴史的ともいわれた今回の選挙におけるテレビ放送量は、03年並み、05年の郵政選挙からは1局1日あたりの平均で50分ほど短かったことになる。

図2-1、2は、解散からの1日平均放送時間を、選挙日までの時間軸に並べたものだが、ここからも05年郵政解散の「盛り上がり」ぶりと、07年の参院選に比してすら放送時間が少なかった今回の選挙報道の低調さを見て取ることができる。

それでは、なぜテレビ放送は低調になったのか、この点を番組のタイプという点から確認してみよう。図3-1、2はテレビ番組をニュース番組とワイドショーとにタイプ分けし、過去3回の衆院選での各々の放送量について、1週間単位の平均時間をとったものである。

これらを見ると、改めて05年郵政選

図2-1 1日平均の放送時間推移 (衆院選比較)

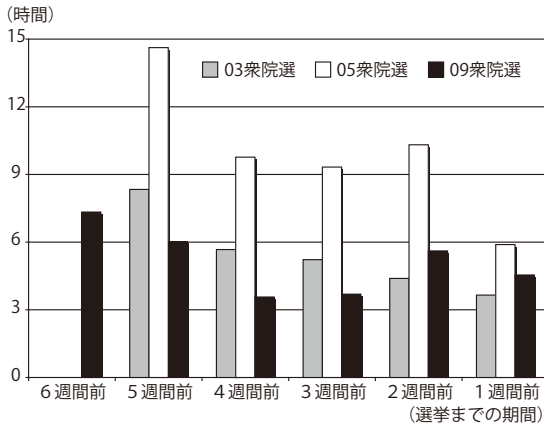


図2-2 1日平均の放送時間推移 (参院選比較)

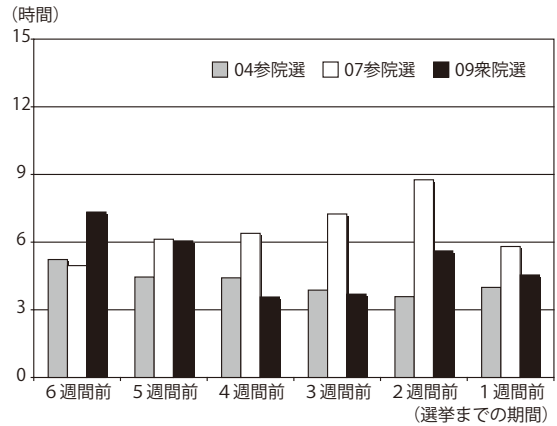


図3-1 1日平均の放送時間推移 (ニュース番組)

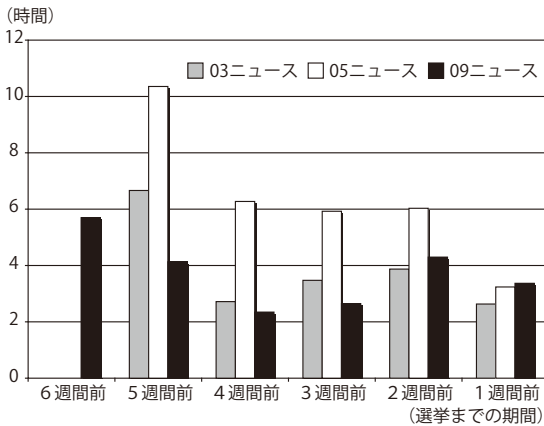
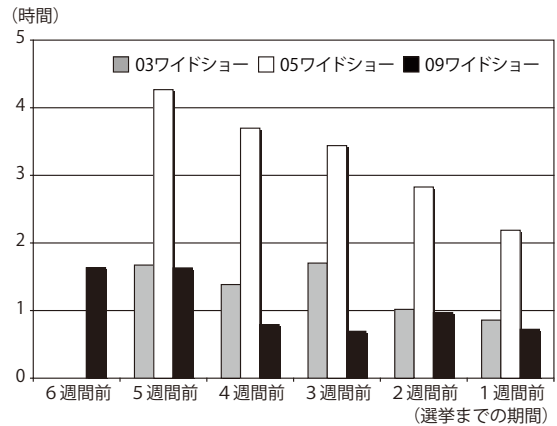


図3-2 1日平均の放送時間推移 (ワイドショー番組)



挙時のワイドショーにおける「小泉劇場」の大きさに感心させられるが、逆に09年の場合は、(特に03年と比した場合)ニュースよりもワイドショーの取り扱いの小ささに注目がいく。ニュースは、途中に落ち込みはあったものの、その後、選挙関連報道を増大させ、1週間前には05年の報道量を凌いでいるが、ワイドショーの選挙報道は、特に4週前と3週前に、05年と比べて約3時間、03年と比しても1時間程度、平均で減っていることがわかる。

なぜ、大きく減ったのか。その原因は、この時期に起こった女性タレントの覚醒剤をめぐる事件の報道にある。図4は、3つの衆院選でのワイドショーの放送量の日別の推移を表したのだが、09年の放送時間が落ちたのは選挙26日前の8月4日、女性タレントが夫の覚醒剤所持の現行犯逮捕を受けて失踪したことが所属事務所の記者会見で明らかになった日であった。彼女には7日(選挙23日前)に逮捕状が出され、8日(同22日前)に警察署に出頭、逮捕ということになるが、その折々で報道は過熱し、選挙報道は横に追いやられる。特に逮捕状が出された7日にはワイドショーは政治/選挙

関連のニュースは何も扱っていない。この時期は、公職選挙法上の選挙期間には当たらず、メディアは比較的フランクに政治的な議論や検証をおこなう時期で、ちょうど各党のマニフェストが出そろい、本格的に政策の比較や検証が可能な時期であった。そのような貴重な時間に、一挙にタレントの事件報道を拡大し、極端に選挙関連の報道を減少させたのは、視聴率に影響されやすいワイドショーの性質ということなのだろうが、有権者としては残念なことであった。

## マニフェストを軸に 選挙報道は展開された

次に内容面から、今回の総選挙報道を振り返ってみよう。これも詳細な検証は別稿にゆずり、全体的な概観をみると、ニュース、ワイドショーともにマニフェストを取り上げ、各党の政策の紹介が多かったことは、大いに評価されるべきであろう。次の図5は、ニュースとワイドショーにおける、注目選挙区報道とマニフェスト関連報道の量的比較をおこなったものである。これを見ると全体としてマニフェスト関連報道が盛んで、特に解

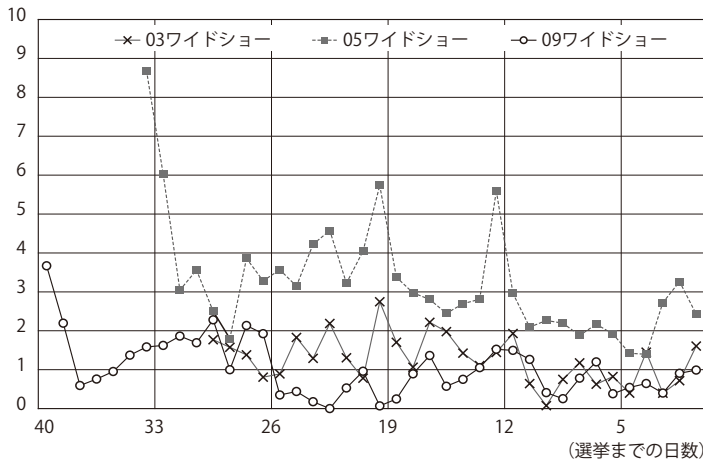
散から公示前までの時期にマニフェスト報道が大きくなっているのがわかる。

マニフェストは、03年の総選挙で民主党が用い始めることで、日本の選挙に登場してきた。財源と期間、そして優先順位を明確化した政策群を事前に明示することで、有権者には自身の選択の意味が明確になるとともに、政党にも今後実現すべき課題と責任を負わせるものであり、従来のお任せ型の選挙に対して、選挙での「政策の循環」を保証するものである。

しかしながら、民主党が提唱した03年当時は、「民主党がマニフェストなるものを出した」という、行為そのものへの関心が報道の中心で、当の民主党もマニフェストを出したこと自体の話題作りを重んじていた部分もあり、中身が議論になることは少なかった。

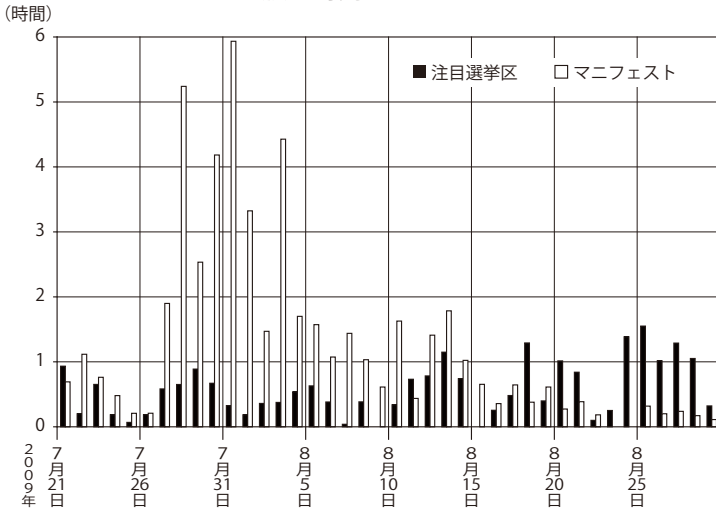
続く05年の総選挙時のテレビ報道では、マニフェストの中身を検証しようという志向も表れてはいた(例えば、フジテレビ系列の朝のワイドショー「とくダネ!」では、郵政民営化、年金、子育て、税制といったテーマごとに、各党のマニフェストを1週にわたって毎日比較検討するコーナーを展開している)が、自民

図4 ワイドショー放送時間量推移  
(時間)



党が訴えを郵政民営化一本に絞ったことと、数々の「刺客」の擁立を華々しくおこなうなどの話題作りもあり、テレビでは「戦い」の報道、すなわち、注目選挙区情勢や党首演説などが大きなボリュームを占め、個別の政策の吟味は吹き飛ばされてしまった。図4における05年のワイドショー拡大の大部分は、それら「戦い」の表象であった。

図5 ニュース・ワイドショーにおける注目選挙区とマニフェストの放送時間  
(時間)



その点、今回の選挙では、ほとんどのワイドショー、ニュース番組でマニフェストの項目比較がおこなわれ、各党の政策が紹介比較された。時間としては、解散からの40日間の期間で、ニュースにおいては37時間10分、ワイドショーにおいては13時間30分のマニフェスト関連報道がおこなわれた。これは、ニュースの選挙関連情報の26%、ワイドショー

また、マニフェスト関連報道では、発表時における各党政策の単純な比較だけではなく、個別の争点やテーマごとの政策比較を日々の特集で展開することも、多くの番組でおこなわれた(表1)。この点も、05年の政策報道が、自民党が設定した郵政民営化一点を中心に展開しがちであったことに比す

るだろう。特に05年ではいわゆる「刺客」が放たれた選挙区での「改革派 vs. 守旧派」の情勢報道が中心であったことと比べると、政策を中心とする選挙にむけての大きな進歩である。登場から6年かかって、マニフェストが報道にも定着し始め、政策と向き合うことが、テレビ報道でも当たり前になりつつあると評するだろう。

では32%にあたり、マニフェストが選挙報道の核の一つとして成長していることが確認できる。ちなみに、注目選挙区報道はニュースで17時間10分(選挙情報の12%)、ワイドショーで6時間4分(同14%)であり、いずれもマニフェスト関連報道より小さい。03年、05年ともに、注目選挙区報道、特に05年ではいわゆる「刺客」が放たれた選挙区での「改革派 vs. 守旧派」

表1 テレビ各局の主な争点・マニフェスト検証企画

<p><b>ニュースウォッチ9 NHK</b> 争点の現場（8月10日～14日） 1）働き方・雇用、2）地方分権、3）年金、 4）子育て支援、5）外交・安全保障</p>
<p><b>とくダネ！ フジテレビ</b> マニフェストの現場に行く（8月4日～6日） 1）長崎2区、「道路建設」か、「生活支援」か 2）北海道12区、農業「個別補償」と「自給率」 3）群馬5区 群馬「巨大ダム」の是非を問う</p>
<p><b>スーパーニュース フジテレビ</b> 審判の日 マニフェスト“目玉”を検証 （8月25～27日） 1）ETC1000円 vs. 無料化 高速道路…利用者も賛否 2）激突子育て支援 2万6000円 vs. 無償化 3）年間所得120万円食べられない…農家の苦悩</p>
<p><b>Newsリアルタイム 日本テレビ</b> 私たちが選ぶ「暮らしの姿」マニフェスト 各政党比較 1）子育て・少子化（8月12日）、2）高速道路（13日）、 3）農業（14日）、4）政策決定システム（21日）、 5）景気・雇用（25日）</p>
<p><b>総力報道！ THE NEWS TBS</b> シリーズ'09 真夏の政権選択 年金“崩壊”の現場から（8月4日）／崩壊する介護の現場（5日）／どう違う？安全保障政策（6日）／“医療崩壊”を救うのは？（19日）／“少子化”解決の対策は？（20日）</p>
<p><b>スーパーJチャンネル テレビ朝日</b> 次期政権の課題 道路行政・住民が必要としない道路計画がなぜ（8月10日） ／教育格差・大学行かせたい…シングルマザーの悲鳴（17日） ／どうする「年金」・各党の政策とは？（23日）</p>

## 政権交代を前提にした テレビ報道の課題

ると、多面的な政策報道をおこなったという点で評価することができるだろう。

以上、今回のテレビの選挙報道ではマニフェストを軸として、政策の報道が増えていたことを確認した。しかし、それではどうしてネット上でテレビの偏向批判が強いのか、いやネット上の「世論」こそ偏向しており、テレビは今回見事に

選挙報道の任を果たしたのか。筆者の立場は、ネットに近い。テレビは確かにマニフェスト関連、争点関連に多くの時間を割いたが、一方でそれゆえに、結果として民主党を利する報道になっていたと思われる。

このことは単にテレビ各局各番組の党派性によって生じたというものでもなく、テレビの性質、または従来、等閑視されていた政策報道が盲点を突かれたことによるものではないだろうか。以下、今回のマニフェスト報道で見たテレビ報道

の課題を概観しながら、政権交代を前提にした民主主義が動き出した新しい時代の選挙報道について考えてみたい。課題の一つは、「結局、どうなるのか」という全体像や哲学といったものが十分に明らかにされなかった点にある。

「毎日新聞もそう、朝日もそう、読売もそう、日本経済新聞も、東京新聞もそうです。大変、民主、民主（が勝つ）って書いてありますが、もうひとつ書いて欲しかった。じゃあ、そうなら日本はどうなるか、そこが書いていないんでネ、専門家のご意見でちよつと書いていただけなにかと思っんですすけど」（みのもんだ「みのもんだの朝ズバツ！」 09年8月28日）

この言葉はTBS「朝ズバツ！」の総合同会者みのもんだ氏が、選挙前々日の番組終盤に発したものである。「朝ズバツ！」では、7時半頃からの「8時またぎ」というコーナーにおいて、「8・30 政権選択の夏」と題して20回にわたる選挙特集をおこなってきたが、先の言葉はその「最終20弾」のVTR終了後にコメンテーターの新聞記者に問いかけた

ものである。20回にわたる特集において  
は、幹事長や政策関係議員による生討論、  
個別争点の議論など長時間の報道がおこ  
なわれたのだが、それを最も近くで「見  
ていた」司会者の口から以上のような言  
葉が出てしまったことこそ、今回のテレ  
ビ報道の課題を象徴している。

05年の郵政選挙の時は、各々の政策の  
是非はともかく、自民党を選択すると「郵  
政民営化が始まり、日本は『改革』され  
るのだ」という「全体像」は表現され  
たが、今回は逆に「子ども手当が支給され  
、官僚の天下りはなくなり、農家の戸別所  
得補償が実施され、年金は基礎年金7万  
円になり……」ということは一応理解で  
きたが、それらが一緒になると何を意味  
するのか、日本がどちらの方向に進むの  
かという、個別の政策の根っこにある各  
党の「哲学」なり「信条」がテレビから  
は十分に伝わってこなかった。

みの氏は、「そうなると日本がどうな  
るのか」を、新聞に「書いて欲しかっ  
た」というが、テレビも同じ報道機関と  
して、取材を通じて情報を集め、堂々と  
評するべきだし、またテレビ独自の機会  
である生討論の場で各党の責任者に問い  
つめ、有権者に情報提供するべきではな

かったのか。

## 全体像や根っこの部分を 厳しく吟味する必要性

この点を報道の党派性という面から考  
えると、個別のテーマや政策に議論が集  
中し、全体像が問われなかったのは、民  
主党の「生活が第一」という曖昧なキー  
ワードの内実が深く検証されなかったと  
いう点で、民主党を利していたといえる  
だろう。「政権交代」は何のためにする  
のか、目的としていた「脱官僚の政治」  
とはそもそも何で、それが選挙期間中に  
「脱官僚依存の政治」（傍点筆者）と変  
わったのにはどんな意味があるのか。「生  
活が第一」とはいうが、「誰の」「どの」  
生活に（厳しい財政の中で）プライオリ  
ティが置かれるのか。鳩山氏の掲げる「友  
愛」とは何で、それは民主党の政治信条  
となったのか。

テレビの政策報道では、それらの「根っ  
こ」の部分が厳しく吟味されず、結果と  
して民主党をスポイルするものとなって  
いた。しかし、スポイルされて困るのは  
実は民主党であり、巡りめぐっては国民  
である。個別の政策に加え、「哲学」や「信

条」も選挙期間中に伝えられ、吟味さ  
れ、理解されておかないと、政権の獲得  
後にマニフェストの一行一行が物神化し  
て政治を縛り、政治家と有権者とともに  
苦しめるものになってしまおうのではない  
か。そして、それは逆説的に政策を軸と  
するマニフェスト選挙を危機に陥れる可  
能性がある。そのような危険を防ぎ、「健  
全な民主主義の発達」に資するためにも  
個別の政策の後ろにある政党の「精神」  
「哲学」「信条」をも厳しく問いつめて視  
聴者に提供し、時には政党とともに鍛え  
上げていくことも、今後のテレビの選挙  
報道には求められる。

一方、個別のマニフェスト・争点報道  
についても、肝心の政策の吟味という点  
では不満が残る。これらの報道は、取材  
VTRの後に各党の政策ポイントを報じ、  
キャスターなどがコメントをつける場合  
が多かったが、内容的には取材VTRが  
中心で、政策そのものの吟味は時間的に  
も内容的にも薄かった。

例えば、フジテレビの朝のニュース番  
組「めざましテレビ」では、「今こそ陳情！  
めざまし写メ」と題して「選挙後の新政権  
に解決してもらいたい身近な問題を、視  
聴者のみなさんの生活者の目線で撮影し

表2

めざましテレビ	フジテレビ
総選挙 2009 今こそ陳情！めざまし写メ	
「地域」(8月19日) / 「雇用問題」非正規労働者(20日)	
／「子育て・教育」不妊治療保険不適応(21日)	
／「医療・介護」アルツハイマー型認知症、介護施設(24日)	
／「子育て・教育」保育園待機児童数(25日)	
／「年金」(27日) / 「農業」休耕田(28日)	

は休耕田であったりと、あまりマスメディアでは触れられていない課題を取り上げていた点では素晴らしいものであったのだが、それを受けての政策の部分が各党の全体的な政策を読み上げるだけで、非常に薄かった。

## 国民のための情報収集が報道の役割ではないか

てもらった写真付きメールで訴えていた「だくコーナー」を展開し、地域、雇用問題、農業などの争点について報道をおこなっていた(表2)。

視聴者から送られてきた写真メールをもとに取材をおこない、VTRで報じた内容は、例えば、「子育て・教育」に関しては不妊治療、「医療・介護」ではアルツハイマー型認知症、「農業問題」では

以下に雇用と農業を取り上げた時の、司会者のコメントを掲げたが、いずれも「どの政党がどれほどの政策で対応しているのかよくわからない」「五十歩百歩」という評価で、せっかくの争点の発掘が政策の評価や吟味にまで達しておらず、これでは有権者は政治一般への不満や不安を抱えるだけではないだろうか。

雇用コメント「例えば民主党などはマニフェストで原則として製造現場への派遣を禁止するとして、転換を宣言しています。工場で単純労働に従事するようなケースは派遣を認めなくしよう、正規雇用を増やしたり、常雇型派遣を主体にしようという意図が見えていますけれども、そうすると逆に雇用がまたうんと狭まるというマイナスの面も考えられます。本当にこの問題は難しいですが、なんとか安定した雇用(を確保し)、そして賃金がさらに上昇するように、本当にこれは緊急の課題ですよね」(大塚範一「めざましテレビ」8月20日)

農業コメント「自民党のマニフェストでは小規模農家の支援策、そして民主

党のマニフェストでは農家への個別所得補償制度を打ち出しておりますけれども、まあ、それぞれ一長一短、国民への負担もいろいろ出てきますので、簡単ではありませんよね。ただ、これは食糧自給の問題も含んでおりますので、本当に大事な大事な課題でありますよね」(大塚範一「めざましテレビ」8月28日)

「緊急の課題」「大事な大事な課題」だからこそ、各党に問題を提起して政策案を取ってきて、それを専門家などと評価し、報道する。国民の財産である電波を放送局に預けているのは、個々の国民に代わって重要な情報を取ってきて伝えてもらうためだ。伝播力の最も大きな報道機関として、選挙の際には、争点を挙げるにとどまらず、各党の政策を聞いてきて、吟味し、有権者である国民に伝えて欲しいかった。

「後期高齢者医療制度、いま自己負担分というのはフォローされています

けど、とにかく枠組みは残すという風に一方は言っている。じゃ、この医療の崩壊をどうするのか。そしてまた一方は、後期高齢者医療制度をやめろと言っている。廃止するなら将来はどうなるのかという（ことになり）、これも、明らかに現役世代に負担がかかるということは感じられるわけですね。とにかく、医療、年金、介護と社会保障セットですね、ビジョンというものを投票日まで（に）、各政党はもっと詳しく示して欲しいと思いませんか？（古館伊知郎「報道ステーション」8月11日）

日本で最も視聴されているニュース番組の一つ、テレビ朝日「報道ステーション」のキャスター古館伊知郎氏は、8月11日の特集『政権選択』大物たちの夏⑤ “医師の乱” 元大臣 vs. 元官僚”で、後期高齢者医療制度をめぐる対立している茨城6区の選挙情勢のVTRの後で、上記のようなコメントをしたが、国民が報道機関にもとめるのは、そのビジョンを忙しい国民の代わりに取ってきて、吟味して報じることであり、「もっと詳しく示して欲しいと思いませんか？」とは

視聴者が発する言葉で、報道機関が言うべき台詞ではない。

ちなみに、報道ステーションでは、この特集の後に、社会保障についての争点特集が組まれることはなく、「各党の覚悟」と称する各党幹事長を招いた「生直撃」でも、社会保障関係の質問は、自民党への「自公共通公約で、年金給付の受給資格が10年に短縮されたが、支給額の1万6千円をもうちょっと『補強』してもらいたい」と、民主党への「宙に浮いた年金を2000億かけて回復できるか」という2問のみであり、「社会保障セットのビジョン」とやらは問われることはなかった。

なお、社会保障関連では、NHKの「ニュースウォッチ9」の特集「争点の現場」で年金を取り上げた際（8月12日）にも、取材VTRと記者による各党政策比較の後に、キャスターが「私たちが年金問題を考える上で、どういうところに注目すればよいのでしょうか」と尋ねたところ、記者は「まず、時代にあった制度のあり方が重要です。同時に私たちが一番気になる所、関心があるのは、どのくらいの負担をして、老後どのくらいの年金が受け取れるかということ

だと思えます。しかし、残念ながら各党は具体的な数字を示しているとは言えません。私たちの判断のもとになる、しっかりとした数字を示して欲しいと思います」と答えた。

これも、与えられたマニフェストに留まってしまった報道といえる。政党が「教えてくれない」のならば、番組として試算を出すなり、専門家の意見を報じるなど、吟味するべきではなかったのか。「数字を示して欲しい」とは視聴者の台詞であって、報道機関としては「一番気になる」判断材料を提供できなかったことを反省すべきではないのか。

## 争点報道が民主党の格好のパブリシティに

マニフェスト報道が見せたもう一つの課題は、この薄い政策報道の裏面をなす部分、すなわち時間的に多く報道された取材VTRがもたらすイメージの問題である。今回のマニフェスト・争点報道で多く取り上げられたテーマは、「子育て」や「雇用」「年金」といった内政課題であり（表1参照）、それが「問題」として扱われ、特集の中心である取材VTRで

は、それぞれの課題に悩む国民の姿（イメージ）が報じられた。

「子育て」では母子家庭で教育費が払えず悩んでいる母親、「雇用」では首切りにあった非正規労働者や東京都大田区の中小企業労働者、「年金」では消えた年金が回復できず無年金になっている男性などの「困窮」の姿が長時間報じられた。確かに、それらは「現実」であり、各番組とも自主的な判断によって報じたのであるが、一方で、テーマの多くは民主党が設定した争点であり、「困窮」のイメージは自公政権の無策を表現するものとして、反射的に民主党の議題設定の正しさを保証するものとなった。

広報の観点から、例えば広告主の視点に立ってテレビを見つめた場合、そのメディアとしての「役割」は、自らがコストをかけて計画を練ってCMをつくり、そのコンテンツを流す媒体（メディア）としての役割（アド＝advertisement）と、例えば新製品や新サービスがニュースや情報番組に取り上げられるなど、CMとは異なる、「無料」で番組内容の一部として紹介されるパブリシティの媒体としての役割（パブ＝publicity）に分かれるが、民主党からすると上記の取材V

TRは格好のパブリシティとして、しかも、政策を厳しく問われないという点では、マニフェスト・争点報道全体が大きなパブリシティと見えたことだろう。

一昨年の参院選、民主党は終盤に「みんなの声」篇と称する一連のCMを流した。このCMでは「十分な教育をさせてあげられるのかな」とか、「自分たちの税金をムダ遣いされている」といった、教育・介護・年金への不安や、税金への不満を語る生活者の姿（イメージ）が流されたが、これらのイメージは、あたかも2年間かけてCMから取材VTRへ引越してきたかのように、今回の衆院選報道で多数流された困窮する国民の姿とピタリと重なるものだった<sup>5</sup>。

## 「小泉劇場」とは逆の「アンチ自民劇場」

逆に自民党にとってのテレビは、例えば、おそらく麻生政権の唯一の頼りであった「4～6月期GDPが1年3カ月ぶりのプラスに転じた」という「争点」も、「生活者の実感は薄い」とあまり大きく報じられない（報道ステーションではエンディング直前の20秒でしか伝えなかつ

た）など、05年とは真逆の「アンチ自民劇場」のように感じられたのではないか。

民主党の「パブ」は、マニフェスト報道が下火になった選挙終盤には、注目選挙区報道や街頭インタビューで続いた。この注目選挙区報道こそ、05年に「小泉劇場」が華やかに展開した場所であったが、前回の小泉チルドレンに代わって、今回の主役は小沢ガールズ。各局は、群馬4区、長崎2区、東京10区、東京12区などで、自公の大物議員と闘う若手・女性候補者を取り上げ、古い自民党が政権交代を掲げる新しい民主党にやられていくという構図を報じた。

街頭インタビューにおいても現在の生活者の不安、自公政権への様々な不満が多数、報じられた。

「勉強不足ちゃうか、政治家、アホが多すぎるわ。こっちが信用して任せとんのやからな、向こうもしつかりせな。で、責任とらへんやろう、ずっとそうやる。拉致もそうやし、もう一つあったやん、社会保障のやつかて、保険のやつかて。あんな日本人優しすぎんねん、反乱起こして当たり前や」（報道ステーション）8月12日

表3 報道ステーション（テレビ朝日）「全国！職業別意見帳」のラインアップ

8月10日	豆腐屋さん
8月11日	トラック運転手
8月12日	東大阪・町工場
8月13日	米農家
8月14日	介護福祉士
8月18日	博多の屋台店主
8月19日	理髪店
8月20日	沖縄・タクシー運転手
8月21日	サラリーマン
8月24日	漁師
8月25日	不動産店
8月27日	寿司屋
8月28日	主婦

表4 2009年8月分  
東京地区放映  
政党テレビCM  
放映時間ランキング

順位	政党名	CM放映時間
1位	民主党	3時間58分00秒
2位	自由民主党	2時間41分15秒
3位	幸福実現党	57分30秒
4位	日本共産党	2分30秒

右に掲げたのは、その中の一つ、報道ステーションで展開された「全国！職業別意見帳」（表3）という、全国の様々な声を職業別に聞く特集の「東大阪・町工場編」での「声」である。この「声」の中の「日本人優しすぎんねん、反乱起こして当たり前や」の部分は、テレビ朝日の選挙特番の番組宣伝（アド）の素材としても繰り返し報じられたが、民主党から見ても格好のパブリシティになっていたのでないか。

## 実は自民党より多かった 民主党の8月のCM

なお、8月にはいつてからは、自民党よりも大量のテレビCMを、特に主婦層

の視聴が多い昼間と若者が多い24時台に厚く流すなど、民主党はアドの面でも活発に展開していた（表4、図6、図7）。データはすべて首都圏）。

図8は、07年参院選とのテレビCMの出稿時間帯の比較をおこなったものだが、これを見ると、この2つのターゲットには意図的に露出を増加させたことが確認できる。従来、民主党が弱いとされた女性層や、郵政選挙で小泉自民党を支持し、麻生人気も支えているとされた若者層を取り込むことは、今回の衆院選では重要なことであった。民主党は、首都圏において、これら2つのターゲットを狙って戦略的にテレビCMを展開していたのである。ところが、結果として、ワイドショーやニュース番組からも「パブリシティ」としての「接近」がおこなわれていたの

であった。

「潮目が」大きな、グッと上がったのは、やっぱり、（麻生氏の）失言につぐ失言とか、そういうことで年末ぐらいからだいぶ変わってききました。そして、最後、ドンといっちゃったのは、やっぱり選挙に入ってからです。入ってからが、僕らが言っている数（予測議席260程度）ぐらいいだったのが、それよりドンと、もっといっちゃった」。「数字だけ見ると、今度の選挙は民主党に入りたいという人は、前から高かった。しかし、支持率そのものが逆転していくのは、ちようどその（選挙に入った）頃からだと思えます」（赤松広隆、「2009政権争奪！徹底解説ライブ」BS11、8月30日）

民主党の選挙対策委員長だった赤松広隆氏は、衆議院選挙の開票番組で、「最後、ドンといっちゃった」のは選挙に入ってからだと振り返るが、以上見てきたように、選挙期間中のテレビは、結果として、アドとパブの両面から民主党にテレビジャックされており、「風」を送り続けていたのではないだろうか。

# 結果的に「野党」の片棒をかついだ敗北

以上、マニフェスト報道を中心に09年のテレビの選挙報道について概観した。冒頭でも述べたように、時間と能力の限界のため、あくまで概観にとどまるものではあるが、今回の選挙報道を振り返ると、一つにはマニフェストが多く取り上げられ、政策が議論され始めたというこ

とがわかった。マニフェストが報道の中心の一つになったこと自体は、日本の民主主義にとって大いに歓迎すべきことである。しかし一方でマニフェストが取り上げられることで、結果として、報道全体が民主党のパブリシティに化していた側面をも指摘した。マニフェスト報道で取り上げた争点が、民主党が設定したものに近似していたこと、また、政策が「全体像」においても個別争点においても厳しく問われず、結果的に、取材V T

Rに映る困窮する人々たちの姿（イメージ）が中心的に伝えられたことで、現政権が批判され、反射的に民主党が有利になったためである。その意味で、今回の選挙期間、確かに報道の主導権や議題設定機能を政権に奪われなかったという点でテレビは敗北しなかったが、イメージ中心の政権批判と甘い政策報道を通じて、結果的に「野党」の片棒をかついでもった面は否定しがたいのではないか。多くの国民に民主党

図6 CM出稿量比較 8月3日～29日

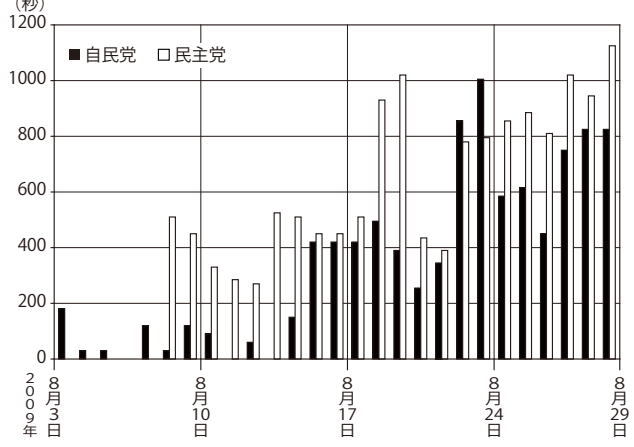


図7 民主・自民の時間帯別CM出稿量 8月8日～29日

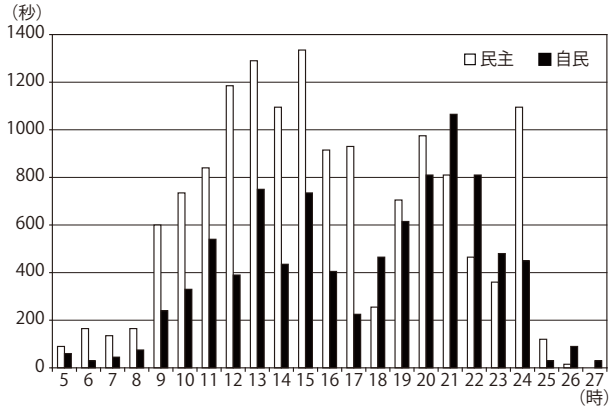
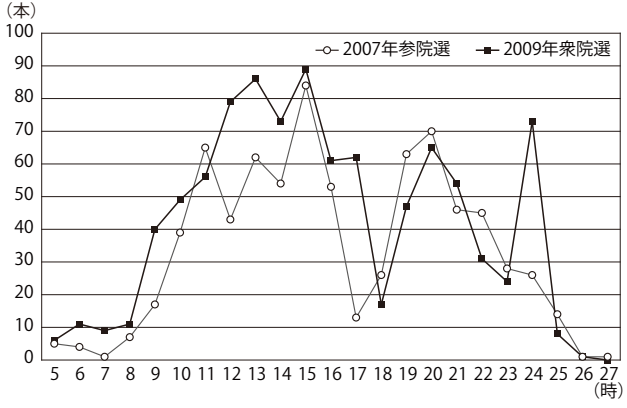


図8 民主党CM 出稿本数の比較



が勝つたら「じゃあ、そうなる」と日本はどうなるか」ということや、個別の政策の「一番気になるところ」も伝えきれないままに投票に臨ませたことは、「論点を明らかに」しきれなかったという点での敗北ではなかったのか。

マニフェストに重点を置き始め、権力から独立した議題設定をおこなったのは、大きな進歩であり、大いに評価されるべきであるが、次の選挙では、もう一歩進み、政策を厳しく吟味して欲しい。政策の吟味に際しては、「一番気になるところ」を徹底的に取材するのはもちろん、個別政策の優劣についても「どつらもどつち」と言うのではなく、スタンスを明らかにした上で、どちらが「より悪くないか」(Tesser evil)を指摘するぐらいまでは踏み込んでよいのではないだろうか。また、「信条」や「哲学」についても、局や番組で評価できないのなら、たとえばアメリカの番組のように各党支持者や党派性を明らかにしたコメンテーターを配し、議論を展開することも考えられるだろう。

選挙による政権選択が可能となり、その選挙がマニフェストを軸に回り出しているということは、選挙時において政党

とマニフェスト、そしてリーダーを吟味することが大きな課題となっていることを意味する。その際、最強の伝播力を有するテレビの持つ力は依然として大きい。「健全な民主主義の発達」のため、各局の一層の努力に期待している。

#### 1 注

ニュースとワイドショーの時間数、政見放送と経歴放送、「ビートたけしのTVタックル」(テレビ朝日系列)、「太田光の私が総理大臣になったら」(秘書田中)。(日本テレビ系列)といった、バラエティー番組は含まれていない。

#### 2

05年衆議院選挙時のテレビ放送に関して、詳しくは、拙稿「小泉劇場inテレビ 05年総選挙のテレポリティクス」「内戦」としての「改革」その表象と消費」「選挙研究」22号(木鐸社、2007)。また、07年参議院選挙時のテレビ放送に関しては、「2007年参議院選のテレポリティクス(上・中・下)」「朝日総研リポートAIR21」208、209、211号(朝日新聞ジャーナリスト学校、2007)を参照。

#### 3

注目選挙区報道は、選挙区の公認問題のみの情報は除外。複数の選挙区報道をまとめたニュースや党首の選挙区運動などは含む。争点と選挙区が重なって報じられていた場合、マニフェストと注目選挙区の両者にカウント。マニフェスト報道はマニフェストの作成や発表に関連する情報もカウントした。

#### 4

先にも述べたが、触れられていない課題を出したという点で、「めざましメ」は評価に値する。

#### 5

07年の民主党CMについて詳しくは、拙稿「掲掲「朝日総研リポートAIR21」

#### 6

東京12区で公明党の太田昭宏代表(当時)と闘った青木愛氏の場合、取材のテレビカメラを向けると小沢一郎事務所から派遣された秘書が止めさせると、本人自身を露出させない、「小沢メソッド」を実践したという。メディアへの露出を少なくすることで逆に存在感を際立たせるとともに、選挙中にはあえて政治家としての資質を判断させる材料を与えない作戦だったとのことだが、「民主党の選挙戦略「小沢流」を追う」BS11、選挙特番09年8月30日、バブを意識した対応である。また、民主党代表の鳩山氏は選挙公示以降は、「ぶらぶらがり」取材を拒否(選挙日まで1回のみ)続けた。他の幹部が続けながらも、鳩山氏のみ拒絶し続けた理由は、氏の「失言」や「発言のブレ」を恐れたためとされる(朝日新聞8月28日付など)が、パブリシティ対策の一環といえる。

#### 7

小沢前代表は、「1万人ネット会見」と称するニコニコ動画での生中継をおこなったり、タレントの上原さくら氏が司会をする番組で恋愛話を語ったりと、インターネット放送に複数回出演し、若者層や女性層への支持拡大を図っていた。また、選挙期間中でも、鳩山氏、菅直人氏、岡田克也氏といった幹部は、都支部を中心に街頭演説を繰り返していた。関連して、民主党の選挙対策委員長を務めた赤松広隆氏は、党の選挙戦術について以下のように振り返る。「選挙戦術は」両面ある。(一つは)小沢さんのな、組織を固める(戦術)。もちろん、新人候補には自分の後援会の企業その他も、秘書が入って、ダーツとそれにくっつけて繋いでいく。しかし、それだけでは勝てない。だから、鳩山さんの、岡田さんの、もつとぶわつとされる、無党派層も包み込めるような、引き寄せられるような(戦術)。そういう(無党派)層と、組織でキチッとやると、両方(の戦術)がうまくまとまった。それが、驚くような票につながっている。そういうことじゃないのかと思う(赤松広隆、「2009政権争奪!徹底解説ライブ」BS11、8月30日)