

参院選と新聞の態度

藤 原 恵

昭和40年(1965)7月に行われた参議院議員選挙に対して、新聞がどのような取扱いをしたかをモニターしてみたい。国会議員選挙ではあるが参議院議員選挙となると、ある程度アンダーバリュースられるのはやむを得ない。衆議院議員選挙と異なり参院選は7回目であり、その半数が入れかわるだけで、このことは3年前からわかっていることではあり、国民の関心も総選挙ほどではない。といって新聞が軽くタッチすればよいとはいえないし、事実新聞は終始選挙ムードをもりあげるように企画報道や論評を掲載していたことは当然である。選挙となると野次馬的にワイワイガヤガヤと紙面にいたずらに大きい活字を踊らすだけの、とるに足らぬ新聞も続出するが、ここでは三大新聞といわれる朝日、毎日、読売の三紙を対象にしほりたい。

戦後特にここ10年間は「選挙と新聞」というテーマを考えると、どうしても見落とすことのできないのは放送メディアの進出である。公職選挙法148条には「新聞、雑誌の報道の自由と評論の自由」をうたっているが放送はこれにふくまれていない。しかし151条の3に「選挙放送の公正確保」として「NHKと民放は選挙に関し虚偽の事項を放送または事実を歪曲して放送するなど表現の自由を濫用して選挙の公正を害してはならない」と規定していることは、148条の但し書の「虚偽の事項を記載または事実を歪曲して記載するなど表現の自由を濫用して選挙の公正を害してはならない」と同一文句で、放送の報道評論の自由は確保されているといえる。しかし放送として実施できる選挙運動のための放送は、公選法による政見放送と経歴放送だけである。政治活動についての放送は制限されていないが、その政治活動が選挙運動のかたちをとってくると、選挙運動

のためにする放送ということになり選挙法違反になる。新聞・雑誌などの活字メディアに比べて放送メディアに対しては、当局もかなり神経を使っていることはよくわかる。立合演説会、候補者の放送討論会、政党代表者の政策討論会など放送法にある「政治的公平」に引っかかる場合もないとはいえない。実況放送ともなると新聞のように編集過程がないだけにやっかいである。

ここで想起されることはアメリカの大統領選挙とマスメディアの関係である。新聞雑誌の活字メディアはもとよりテレビ、ラジオの放送メディアもことごとく動員され、文字通りてんやわんやの大騒ぎになるということはたれ知らぬものもない。前々回の大統領選挙でケネディとニクソンが争ったときなど、ニクソンは徹底的にテレビを活用し、そのために膨大な費用をかけたが、おかげで「テレソン」のニックネームをつけられたほどである。もう一つ前の大統領選挙ではアイゼンハワーがテレビを利用し、堅苦しい老将軍だろうといった一般民衆のイメージを、人なつこい気のよさそうなおとしよりである、といったイメージにつくりかえたという事実もある。日本の場合は「選挙と放送」はかなり制約があり事情を異にしているが、いずれにしても新聞にとって放送メディアの現状と将来性は看過してはならない。対立する有力なライバル・メディアである。

ここで簡単に第7回参院選について放送が関連した2、3の事実を紹介しておこう。選挙となると毎回当局は適当に啓蒙(けいもう)宣伝をやっているが、こんども自治省が広報予算8千万円(ラジオ2千万円、テレビ6千万円)を使って6月10日の公示の日から民放各局にキャンペーン番組とスポットを提供した。「明るく正しい選挙」と「ひとり残らず投票」の2点を強調したようで

ある。政党側では「政党スポット」として社会、公明の両党を除いて自民、民社、共産各党が民放の電波に乗った。共産党では、ラジオは東京放送から、テレビは日本テレビ、東京放送、フジテレビの3社からといった調子で、ラジオ、テレビ合せて百本近くのスポットを流したが、東京に重点をおいた点が他の党と異なり効果的であったのではないかと思う。他に放送メディアによるものとしては、候補者のラジオでの政見放送であるが、1回5分・8千円の放送料金は国費負担で、全国区1回、地方区3回を民放・NHK合わせての放送OKである。テレビ時代ではあり大して効果があったとは思えない。新聞と放送と選挙、といった三題ばなしではないが、放送と新聞が競合したのはむしろ開票速報の面にあると思う。放送、新聞、中央選管の三者協力、在京民放テレビ5局の協力体制、NHKのそれ、といった全国区の開票速報機構のことや、開票にともなう各党の表情とか街頭風景などの中継放送に民放各社の共同取材ぶりなどは、新聞側にとっては是非研究しておくなければならぬ問題である。

もうひとつ。私は投票日をはきんで前後8日間ほど岐阜、富山、石川、福井の北陸地方を旅行していたが、旅館でみるテレビはNHK2局と民放1局のチャンネル計3つしかなく、NHKの総合テレビのオールマイティといった感じであった。ということは受信料制度による「大衆課税方式」の「公営」放送だけを視聴している地方では、東京大阪のような都会地での放送受容態度とは違った受入れかたをしているということである。「オールマイティ・NHK論」についてはここではとりあげない。CMのためにのみ存在しているのではないかと邪推せられてもいたしかたのないような地方弱小民放局の多いことも事実であるが、地方では活字メディア、特に地元の地方新聞が大きい影響力をもっているといえよう。

放送メディアは報道に重点をおく方が好ましいと私は考えているが、効果的には限度がある。その点活字メディアが優位性をもっている。放送は娯楽機関にしかすぎない、と逆に割切っている人もあるがそんなものでもない。もちろん新聞にしても「報道する、知らせることによって教える、

娯楽を与える」といったような機能をもっているがウエイトをどこにおくかが問題である。放送も同じ機能をもっているが、娯楽に重点をおかざるを得ないのが宿命である。ここで私のいいたいことは、放送は「社説」をもつことができると肩をいからせている放送関係者の独善が、かえって放送プロパーのマイナスになりはしないかをおそれるということである。「言論」はやはり新聞にまかせておくほうが無難である。

組織とほうまつの参院選

こんどの参院選はさきにいったように衆院選と異なり、それほど大きすぎもなく、むしろ投票日を静かに待つ、といった落ちついたムードの中に終始したといえよう。新聞だけが適当にさわいだわけであるが、笛を吹いても民衆も昔ほど踊らなくなったためであるとも思う。新聞が適当にさわいだというのは公示日の前後と投票、開票日前後ぐらいで中盤戦では新聞も落ちついてきた。ということは、国民の参院選に対する無関心さが、紙面に反映していたといってもよい。日本の政治の貧困さ、政策不在の参院選といった一種のあきらめムードが、国民の大半に浸透していたことも事実である。「組織とほうまつの参院選」感はたれしももっていたようである。「選挙と新聞」という点に主眼をおいて朝日新聞の紙面を中心に、毎日、読売にも必要な場合にはもちろん言及しながら、6月10日の公示から7月7日（開票終了後の新議席確定）まで印象に残ったことを順次デッサンしてみよう。とりあげた紙面は朝日、毎日、読売三紙とも大阪市内（住吉区）に配達したもので、朝刊はいずれも15版、夕刊は5版であって一応最終版ということになっている。以下列記する日付の書き出しに新聞紙名のないのはいずれも朝日新聞である。



10日（木）朝刊。1面トップに「参院選きょうスタート」の横トッパンで、いよいよ本番へのスタートである。朝日と読売が「スタート」のことばを使っているが、毎日の「きょう公示」のほうがすっきりしている。立候補予想330人前後と

たっているが、これは毎日、読売も同じく330人前後でピタリと一致している。朝日の社説は「参院選挙の意味するもの」をとりあげてわかりやすく書いている。やはり「党よりも人」を強調して、有権者の良識と自覚を訴えている。この日、当然のことながら3紙とも「各党の主張」を公約のかたちで特集している。ソースが同じだから字句は幾分異なっても内容は同じであるが、一般読者はあのギッシリつまった活字を読んだかどうか疑問である。しかし「公約」を紹介するのは活字メディアの責務といえよう。記録性のない放送では絶対できない。プリントしてあってこそ、はじめて読まれる「公約」になる。朝日1面の左上に「カラーで写された宇宙遊泳」の写真がのっている。ニュース写真にカラーを使ったのは成功である。全面を選挙記事で埋められる可能性が多いとき、カラー写真は読者にやすらぎを与えることになる。

夕刊では“小教激戦”へ顔ぶれそろろう、と316人が届出たことがトップになっている。読売も同数、毎日では317人で1人多い。3紙とも1面、2面、3面、社会面は候補者の名前と写真、街頭風景などで選挙一色である。これはいたしかたないが選挙ともなれば、いつも同じ白ダスキ姿の演説風景がどの新聞のどのページにも、ドカドカのっているのは感心しない。ただちょっとどうかと思うのは、あの肩にかけている白ダスキに書いてあるはずの候補者名を、修整して白く塗りつぶしてしまうことである。これは真実を報道(写真)していないことを示している訳で微苦笑ものである。ほうまつ候補は困るが、当選確実な筋の通った「良識候補」なら、タスキの字が写っていてもおかしくはないと思うのだが、新聞は不偏不党だからといったようなことから遠慮しているのであろう。タスキの字が見えなくても、これは赤間文三だと大阪人ならすぐわかる写真など少々変なぐあいである。



11日(金)朝刊はとたんに静かな紙面になる。「各党、熱おびる論戦」のトップ記事はこれは各党の論点をとりあげた解説である。2面の「選挙メモ」と大阪版の「3議席ヘダッシュ」のトップ

ぐらいが目につく。夕刊は「今日の話題」に「全国区の再検討」をとりあげて、もっと合理的な選挙制度を確立せよと主張している。毎日、夕刊1面で連載もの「これで売り込む」がはじまったが、その第1回目は「党首の顔」で、佐藤首相の顔をクローズアップした自民党宣伝ポスターの刷りあがりの“山”の写真である。少なからず抵抗を感じる。

12日(土)朝刊。朝日第2社会面に「組織のなかの1票」のつづきものが出はじめる。よきテーマである。西宮で白昼、重役夫人殺される、沖縄少女が空から落ちてきた落下サンをつけたトレーラーに押しつぶされる、といった事件が大きいのっており、読む人にショックを与える。夕刊では各紙とも佐藤、西尾両党首の大阪遊説を社会面までつぶして報道している。田舎くさい紙面でオーバーである。



13日(日)立候補届出の締切日である。各紙朝刊1面に「重松、世界最高で優勝。ポリテクニクマラソン」がでている。重苦しい選挙中に明朗なニュース。朝日の社説は、この日2本建てであるがそのトップ「金権候補を監視せよ」はいいたいことを代弁しており啓蒙(けいもう)的である。夕刊には選挙記事はひとつもない。ただ、東京都議会の解散が写真入りで1面あたまになっている。批判のまとであった都議会だけに、やっと一段落だという安堵(あんど)の気もちである。

14日(月)朝刊で立候補者332人を発表。これは10日付紙面で330人前後と予報した数字にほぼ一致している。読売の大阪市内版に「参院選中盤入り」の白スキトッパンを立てている。立候補届出を締め切った翌日の紙面に「中盤入り」とは明らかに用語の行過ぎである。

15日(火)朝刊は大阪市内版に候補者紹介があるだけで、夕刊を通じて選挙のニュースらしい記事は見あたらない。

“ほうまつ候補”を追及

16日(水)朝刊。1面に「ほうまつ候補へ法改正、手続き厳正化、供託金も大幅引上げ、自治省

検討」の見出しでトップ扱い。他の新聞にもときには出ていたように思うが、それも「ほうまつ候補を何とかしなきゃあ……」といった程度で、真っ正面からこの問題をとりあげたのは朝日のこの記事が初めてである。選挙関連記事としてはホームランか3塁打に匹敵する大ヒットであると思う。ほうまつなどとかなで書くと年輩のものにはピッタリこぬが「泡沫」であり「うたかた」である。泡沫候補というのは当選の見込みが絶無なのはもちろん、供託金没収線以下の得票しかなさそうな候補者に名づけた名称である。落選も供託金没収も覚悟の前で、なぜ泡沫候補が立つのか。単純な売名道楽もあるだろうが、おおむね供託金を失っても、それを償って余りある物的利益が目当てである。といったところが泡沫候補の定義でこれは一般人の常識語になっている。泡沫会社というのは国語辞典にもものっているが、改訂版には泡沫候補という一項もはいるだろう。この1日付朝刊の記事は、ハガキの横流しと広告代理店のリポートを中心にとりあげている。ほうまつ候補のことについては、38年の総選挙のあとでいろいろ問題にしたようである。いわゆる背番号候補、有名貴族の姓の借用、新聞広告や選挙公報での政見発表の無内容、立会演説会の無断欠席などをとりあげて、報道と評論の対象としたが泡沫候補の資金源としての新聞広告リポートについては各新聞ともほとんど問題にしなかった。ただひとつ確認されているのは38年11月23日付朝日新聞の朝刊で「裏側からみた総選挙」という記者座談会のなかで、広告リポートの問題をとりあげているだけである。

公職選挙法149条に新聞広告の回数制限とその公営が規定されている。衆議院と参議院地方区は5回、参議院全国区は6回にわたり新聞広告を出すことができる。38年11月の総選挙で東京、大阪、名古屋などの大新聞の場合1候補1回分で20万円前後の広告料であった。5回出すとすれば総額100万円が各候補者に国費で支払われたことになるが、これが全部新聞社の広告収入になるのではなく、代理業者に手数料が1割5分、ほかに広告主に1割5分から2割、3割をリポートとして割りもどすようである。総額100万円とするとり

べートが2割でも20万円になるわけだから供託金15万円を差引いても余りがある。選挙用ハガキも無料で交付されるが、譲渡禁止を破って15円とか20円で他の候補に横流しをすれば(たとえば衆議院の場合2万5千枚の候補者割当分)供託金を差引いてももうかる。

選挙用ハガキの横流しが半ば公然と行われていることについては、新聞が事実をとりあげて報道し論評を加えるのはよくわかる。しかしハガキ問題は新聞社としては当事者ではない。問題は新聞広告リポートである。弱小広告代理店のやることであり、ひとつの商習慣であるなどといった“いいのがれ”を黙殺して、選挙浄化へエネルギーにキャンペーンを展開した朝日のやりかたは、ほかの新聞へ衝撃を与えたものといえる。新聞社も“一枚かんでいる”といわれているだけに、編集人のもつ気迫を表明したトップ記事「ほうまつ候補へ法改正」は高く評価されよう。新聞社同士のいわゆる“同業批判せず”とか、新聞広告リポートの場合の新聞社の立場などを考えて、それにタッチせず「不可触」扱いすることは、新聞の公器としての役割りを放棄することになる。それは新聞の信用問題にもなってくることははっきりしている。むしろ営業、特に広告部あたりから、この種のリポート問題についてのキャンペーンをはじめてほしかった。いずれにしても、朝日のこの日の記事のみで、読者(有権者)は胸がスッとしたことであろう。

17日(木)朝刊は朝日の大阪版がおもしろい。大阪地方区の立会演説会の記事である。争点などよりもふん囲気の描写がよい。ヤジっているジュスチュアの写真も気がきいている。夕刊には選挙記事はない。

18日(金)夕刊に“選挙屋”のさばる東京地方区として「金もうけと売名さ」の記事、ほうまつ候補の生態といったところで、内容は軽すぎて食いたらないが一応読ませる。これもキャンペーンになる。この日朝刊で毎日「どの党に投票するか」の世論調査を扱っている。「前回なみの比率」という見出しだけで、あとは念入りに読む気がしない。数字やグラフがはいると、一般読者はすぐにはとびつかない。見出しで引きつける工夫が必

要である。

地方区情勢は詳報を期待

19日(土)朝刊で朝日も「どの政党を支持するか」の世論調査を扱った。「自民漸減, 35%に, 公明進出, 両社も頭打ち」となると読んでみようかということになるのではなかろうか。というのは「自民党が減った」という見出しが人を引きつけるというわけである。大阪版も「有権者の政党支持の態度」の調査をあたまたに押さえている, ローカルものの調査だけに身近い感じである。

20日(日)「アルジェリアでクーデター, ベンベラ政権追放」がトップニュース。AA会議の主権国だけにショッキングである。あとは朝刊1, 8, 9, 16面をつぶして参院選序盤の情勢調査の詳報である。全国区の情勢は別として, 地方区の情勢を本紙でいちいちとりあげているのはどうだろう。大阪の読者には大阪版の「序盤の展望」で結構である。8面「地方区の形勢」に書いてあることを引きのばして大阪版に再録した感じがしないでもない。蛇足(だそく)ともいえる。選挙期間中ほど地方版はよく読まれることはないと思う。高校野球に出場校を出している地元(地方版)の読者が, 甲子園情報を知りたがるのと同じぐらいの関心をもって, 地方版を見ているといっても過言ではない。



21日(月)朝刊は「広島に豪雨禍」で社会面は大あわてである。毎日, 読売はこれを1面で大きくのせている。

22日(火)朝夕刊とも連載もの「北から南から」や大阪版の「私の公約」以外に関連記事はない。

23日(水)朝刊は日韓正式調印とその関連ものでオーバーフローしている感じ。夕刊はAA会議延期強まるがトップ。

24日(木)朝夕刊とも選挙関係のニュースは見あたらず。ただ毎日が朝刊1面に「参院選は明るくなったか」という, 公明選挙連盟から頼まれたようなテーマで世論調査をしている。食欲が出ない。

25日(金)「全国区99名確定, 補充立候補届出締切る」の2だん扱いがひとつあるだけである。

26日(土)朝刊は「サイゴンで悪質テロ」150人死傷した記事が写真入りであたま。テロリズムに良質のものもあるのではないかと思わせるような「悪質」のことは解せない。「大仕掛けなテロ」という用語はあると思うが「悪質テロ」というのはちょっとうけとれない。先だってアメリカ上院で朝日の紙面批判をやられた影響で, 朝日もこのごろ対米批判の筆が鈍った, などと邪推されるようになると大変である。大阪版ではきのうの紙面から「甲子園へ競う112校」の連載がはじまる。スペースはだんだん窮屈になってくる。

27日(日)川崎での豪雨禍による住宅街生埋め事件, 読者を暗然とした気もちにさせる。

28日(月)朝刊。AA会議秋まで延期にきまる, アルジェリアのクーデターで。もう既定事実みたようになっていたことだし, ああそうかといった感じである。社説のひとつ「権利の上に眠るこわさ」は低調な参院選への苦言である。

29日(火)30日(水)ともにきまりもの, ハコもの以外は選挙の関連記事はない。いずれも地方版だけで「終盤の追込み」を記事にしている。

勝馬予想・各党議席推計表

7月1日(木)朝刊社会面に各党首の追込み風景のハコものと, 大阪の立会演説会で候補者に灰ザラを投げつけた“無法者”の違反事件を扱っているが, 大阪版には全然ハコものも入っていない。何か選挙記事はひとつぐらいあったほうがよい。読売は「参院選あと3日, 全国の形勢」のトッパンを立てて「全国世論調査(6月24日実施)を基礎に全国通信網による取材, 政治部記者による状況分析, 各党本部, 支持団体の判断などを加味した総合調査を行なった」のリードをつけて「本社総合調査」と銘打った議席数推計の表を出している。6月27日付で読売PR版なるものを読者に配っているが, それには「選挙報道はよみうり, 定評の世論調査近く掲載」と宣伝していたので, どんなものかと思っただけにあってない「企画」だった。

選挙関係企画もの（候補者紹介，政党関係のものを除く）6月以後の分，数字は日付

	朝 日	毎 日	読 売
政 治 面	参議院とは 6・4-10	参院選ノート 6・24-7・3	参院選豆辞典 6・6-7・4
	選挙メモ 6・10-22	追い込みの表情 6・19-22	現地に探る参院選 6・14-20
	参院選6つの視点 6・26-7・1	われら主権者 6・24-30 激戦地の形勢 6・26-28	
社 会 面	組織の中の一票 6・12-20	参院選を考える 6・11-18	七度目の正直 6・11-30
	争点の町に 6・26-7・2		
夕 刊	私の一票 6・18-7・3	これで売りこむ 6・11-16	
	ご注意選挙違反 6・4-17		
	参院選北から南から 6・21-30		

2日（金）朝刊1面で「参院選挙終盤の形勢，27，28日現在，本社調査」の横トッパンで「自民やはり減少か，社党ふえ公明も躍進」と大きくやっている。推計の数字もプラス・マイナスの誤差を入れると，選挙終了後の7月12日朝刊にのった「党派別の参議院議員数」にピタリである。これは何も朝日だけをほめているわけではなく，各社それぞれ「勝馬予想」のように「各党当選者数」の予想数字を取扱っており，いずれも誤差を入れると例によってピタリとあたっている。問題はむしろ“ニュースは先方からやってくる”のではなく“ニュースをつくる”という記事企画そのものにあるといえる。自作自演でデカデカ全面をつぶして“作りあげたニュース”を買わされている読者の身になってみれば，いい加減の企画記事は紙面にのせられないという誠実さを新聞がもつことである。この問題はさておき，この日朝日大阪版の「ゴール前の展望」もあとから考えると正確である。有権者の関心度と投票態度についてのグラフも大したことはないが，タイムリーな調査である。この関心度調査のとき「選挙と新聞」をとりあげてみたらおもしろかったと思う。テーマはいろいろ考えられよう。

3日（土）あす投票，6日正午前に新分野，佐藤内閣に初の審判，といった“大上段”に構えた本格見出し。佐藤内閣に初の審判という文句は少し飛躍しすぎているように思う。総選挙ではないしニュアンスをもたせた見出しの方がよかった。3面には候補者一覧表をのせ，大阪版もほとんど全面をつぶしてサービスしているかたちである。夕刊3面でも「お願いしまーす」の街頭風景で写真特集をやっており，前日からの九州の豪雨禍は片すみに追いやられた印象を受ける。

4日（日）きょう投票日，42都道府県で即日開票，熊本延び確定遅れる，とうたい「投票の注意」までハコにしておき，各党の談話や声明の発表を紹介している。いたれりつくせりである。

ずばりモノをいった社説

5日（月）朝刊は大変なことになっている。というのは4日夕方から開票結果の速報という最後の大仕事にとり組んだとたんに，吉展ちゃん殺しを小原が自供したという大ニュースがとび込んだので，紙面構成もガラリと一変したようである。2年3カ月ぶりに事件解決という待望のニュースではあり，即日開票の票数がぼつぼつ編集局に入りはじめた午後7時半すぎではあったが，非常編成のため編集局は総動員していたことと思われ，各紙ともほとんど完べきの取材ぶりである。普通の日曜日だったら，とてもこれほどにはスムーズに取材できなかったと思う。吉展ちゃん事件解決のうらには，新聞を主流とするマスメディアの協力によるバックアップがあったことは大きく評価される。営利誘拐（ゆうかい）の場合には新聞，放送の協力は是非必要で，今後のこの種の犯罪防止にもいろいろ示唆するものがある。この日の朝刊は吉展ちゃん事件解決で全紙面をつぶしたようなことになったが，これは全国的な事件であり話題であっただけに当然といえる。

社説は「総選挙の投げかけたもの」のテーマで「ほうまつ候補の選挙公報」「目に余る選挙の悪用」「選挙侮辱は罪にできぬか」の3項目をとりあげてずばりものをいっている。「ほうまつ候補に支払われた国費は新聞広告代，テレビ・ラジオ

きまりもので選挙を扱った回数（6月以降）

朝日	毎日	読売
社説 8	社説 5	社説 6
天声人語 4	余録 3	編集手帳 7
社会戯評 10	近時片々 11	寸評 3
素粒子 5	記者席 9	政界メモ 10
今日の問題 5	投書 7	気流 10
記者席 13	フクちゃん 5	今日も一日 3
ことば 2	まっぴら君 6	轟先生 2
読者と新聞 2		
声 6		
こだま 3		
サザエさん 5		
フジ三太郎 5		

放送料、ハガキ代だけで（ほうまつ候補53名）総計5,260万円で1人あたり約100万円」といったように、具体的に数字を出して説明している。結論として、社説では「問題は自覚と、政府、国民一体のやる気如何であろう」としている。なお前日4日付朝刊でも「よく考えて、投票にゆこう」をのせ、投票の心構えを説いていることを忘れてはならない。読売も5日の社説で「参院選挙を顧みて」をのせているが、全国区制のこと、ほうまつ候補のことをとりあげているものの、具体的になく常識的で食いたらない感じである。朝日の夕刊は、前夜からの開票結果で「大勢ほぼ決る」をうたい、笑っている当選者の写真がドギつく目にとまる。もうひとつは吉展ちゃん関係の記事がはらんしており“2本建て”である。

6日（火）朝刊も開票結果の続報で、毎回の選挙にみるマンネリの企画である。12面の「全国区当選の浪速5人男」の特集はスペースがもったいない気がする。大阪市民は郷土意識などほとんど持たせていない。地方の県ならいざ知らず、無理に大阪と関係づけて登場させても、むしろ逆効果になるのがオチである。三流新聞にまかしておくこと。社説に「東京地方区の自民党完敗」をとりあげている。夕刊に「自社両党首、抱負を語る」記者会見があり、これも常道で当然のせるべきであろう。

7日（水）選挙さわぎも落ちついたし、社説にみるように「参院選の結果と今後の役割り」に関心をもつべき段階に入った。「参院選の残した問題」で座談会の連載をはじめている。社会面では

恒例の選挙違反記事が出はじめる。夕刊も選挙違反記事だけがめだっており、やっと参院選も本筋は終わったというわけである。

前衛戦で各紙の企画

参院選の本番といえは6月10日の公示から7月7日の議席本極りまでの期間といえるが恒例のこととはいえ、やはり閣議決定から公示前日までの期間も選挙期間となる。5月21日から6月9日までのいわば前衛戦も、各紙それぞれの“企画報道”をやっている。5月21日朝刊で「参院選は7月4日」とはっきりトップに打ち出したのは毎日であるが、朝日は「参院選全国区を探る」を26日、「地方区を探る」を29日まで3回にわたって連載している。社説も29日「選挙につながる組織悪」をとりあげている。5月下旬にすでに意欲的にスタートを示しているのは朝日1紙といえる。6月に入ると毎日は「参院選その実態」読売は「国会閉幕、焦点は参院選へ」と1日付から各紙一斉にくつわを並べてとび出した格好である。朝日の4日から7回にわたっての「参議院とは」の解説ものの連載は特に光っている。8日夕刊で「補充名簿はあすまで」と具体的に改正法の詳しい点を説明しているのも親切である。公示前の20日間は国民をしてもっと政治に関心をもたせるためにも、新聞としては更にPRを強力に展開すべきであると思う。この前衛戦ともいえる公示前の20日間に、選挙についての記事（報道、評論など）は大まかにみて朝日は32回、毎日は20回、読売は13回となっており、毎日と読売の二紙を合計したら朝日の回数になる。ということは選挙については朝日が初手から積極的にスタートしていることを示している。



6月10日の公示からおよそ1カ月間の、朝日の紙面を中心とした選挙関係報道のあらましをフォローしてみたわけであるが、ほかにも問題のとりあげかたはいろいろある。あのケースではA新聞はこうだったが、B新聞はこうだった、真実はひとつしかないはずだとか、報道の重点はこちらにおいた方がよいとか悪いとか、世論調査と実際の

数字はどう違ったとか、あの地方区の情勢判断は正しかったかどうか、といったディテールについてはここではタッチしない。結論的にいえば朝日がほかの新聞を引きはなして、こと参院選挙に関する限りスマートなやりかたをしていたことは認めなくてははいけない。

ゴキブリ候補の紹介は不用

新聞記者の悪いくせは、選挙の場合など選挙戦は開票速報戦であるかのようにいきり立つことではなからうか。“選挙は朝日”とか“選挙は読売”とか各社それぞれ社内のおちこちにビラを張りめぐらせていることと思うが、それは“水増し票数”をのせない、常に報道は公正である、などと速報につながっている“威力”を誇示しているとすれば問題である。むしろ民主政治を推進するために、選挙戦を通じて国民の啓発に、いろんな角度から迫力あるキャンペーンを行い得る新聞は自分の社（朝日であり毎日であり読売である）だけである、というその“威力”を発揮してこそ“選挙は〇〇新聞”といえるのではなからうか。新聞協会の調査によると、投票直前に「一票の権利の行使」をうたった社説は1日から4日までまでの間に57本。開票後の社説は10日までに93本に及んだということで全国の新聞がかなり馬力をかけたことはよくわかる。県紙といわれる地方新聞数紙を調べたところ、投票率の低さ、婦人層の自覚の向上、東京地方区の自民党完敗などから、社会党の“増加”はヒットによる得点でなく、自民党のエラーによる得点だといった調子で各紙とも社説、論説で一応筋を通している。選挙制度の法改正、参院の今後のありかたなどについても、2・3の新聞がかなりつっこんだ提言をしている。報道機関としては放送メディアにかなわないとすれば、当然言論機関として、これだけは主張しておかなくては、ということからだったかも知れない。この社説を中心とする新聞論調査をやってみてもおもしろいが、ほうまつ候補とそれからむハガキ横流し、新聞広告リポートなど“ゴキブリ退治”のそのように徹底的にやっつけたのは前述のように朝日新聞だけである。

ここまでほうまつ候補をやっつけた以上はさらにもう一步進んでやってもらいたいことがある。朝日のみならず毎日、読売にもあてはまることである。というのは中盤とか終盤（この字句もあまりよい感じはせぬが）の情勢記事のうちで、ABCは優勢、Dはすれすれと書き、ここで切ってしまうばよいと思うが、さらにEFGといったほうまつ候補の名を出し「これにつづいて必死である」などと紹介していることである。地方区の情勢報告の記事で目立ったわけであるが、また候補者紹介の欄で、他の候補者と同じ大きさの写真同じ分量の文章で、ほうまつ候補を並べて紹介しているのも変である。明らかにほうまつとわかっているときは写真はのせず、全角ゴチックでちゃんとつけ足しておく、といったやりかたが好ましい。要は黙殺することである。選挙妨害にはならないと思う。各紙大阪版の候補者紹介をみていて不愉快になったのは、このほうまつ候補優遇紹介であった。おそらく執筆する記者もいやな気もちだったろう。また、ほうまつとおばしきゴキブリ候補の広告も朝日にもあったと思うが、これもチェックすべきである。選挙広告はむしろ公告である。



もうひとつ、選挙違反事件は投票日以前に2・3件のっていたが、全国区候補の運動員何のなにがしとはっきり名前がでていても、その全国区候補の氏名を伏せている。違反候補に投票するな、と社説で呼びかけても、かんじんの候補の名前がわからなくてはこまる。選挙違反事件が裁判ざたになり、もし候補者が無罪になったら、選挙妨害で訴えられるおそれがあることを懸念して、新聞は“某”でやっているのではないかと思う。しかし名誉棄損やプライバシー事件とは異なり新聞は“選挙妨害に非ず”のたてまえで堂々と実名を出して報道すべきである。選挙法改正にまでもっていく気構えでやることである。違反候補者の実名を報道せぬことは、みずから言論の自由を放棄していることであるといえるかも知れない。せつかく明るく正しい選挙のキャンペーンをしておりながら首尾一貫せず、頭かくしてしりかくさずということになる。要は新聞としては、政治の現状は

こうなっている、少くともこれだけは投票の前に知っていなければならぬとか、この点をもっとつっこんで個人個人が考えなければいけないといったような資料を、読者の前にさらけ出すことが必要である。データを提供するとともに“期待される政治”はこうあるべきであるという理想像を打ち出して、もっと積極的に社説、解説で“根なし草”のような国民を“彼岸”に引っぱっていく気魄が新聞に要請される。



参院選の開票競争をとりあげるとなかなか興味あるエピソードも出ると思うが、ここではとりあげない。ただ読売と NTV、毎日と TBS がそれ

ぞれ協力体制をとって電子計算機を使い、共同通信と NHK はそれぞれ単独に利用したようである。当選者数の推計とか当落判定に計算機がとび出すのは、今回の参院選では 3、4 回目であるが、新兵器はどんどん利用することである。当選確実の判定で NHK の示した“威力”には私なりに一応敬服しているというか、感心している。スピードアップはもう極限にきているのではなからうか。新聞としても、号外や街頭張出しをやめたことは、テレビ時代の到来を肯定していることではあろうが、あすの時代にそなえて、対放送メディアの問題を研究しておくべきだと思う。