



衆院選の開票が進む中、大勢の報道陣の前でインタビューに応じる安倍晋三首相(中央)―東京都千代田区の自民党本部で10月22日、渡部直樹撮影

曲がり角の選挙報道

選挙期間中の報道に必要なのは、有権者の投票行動に資する情報を伝えることだ。昨年までの国政選挙では、2014年の衆院選直前に自民党が政治的公平性を要請したことを受けて放送局が萎縮したことなどもあって、放送時間が短かった。今回の衆院選は、突然の解散で短期決戦になったことや新党創設もあって、前回に比べて選挙関連の放送時間が増えたことが報告されている。では中身はどうだったか。

有権者に有益な情報を

放送時間の延びの大部分は情報・ワイドショー番組。きっかけは東京都の小池百合子知事が9月25日に「希望の党」設立を突然表明したことであった。衆院選への立候補もわざわざされた小池氏の「一挙手一投足をカメラが追いかけて、公示日(10月10日)前日までの15日間で情報・ワイドショー番組の放送時間は123時間にも膨れあがった。

同学科の水島宏明教授によると、自民が政権を奪還した12年の衆院選は、環太平洋パートナーシップ協定(TPP)問題を巡り、米国や韓国で現地取材し検証するなど「調査報道的な手法がかなり見られた」。だが最近「調査報道がほぼ姿を消し、注目の選挙区レポートや、インター

注目選挙区のレポートは14年の約3倍近い14時間41分に急拡大した。

NHK特集「党首奮戦」に疑問の声 「安倍首相ばかり露出」

今回の衆院選を扱ったテレビ報道の中で、上智大の水島宏明教授は、投票日前日の10月21日夜にNHK総合が放送した衆院選特集「党首奮戦」密着 12日間の熱戦」を問題視している。主要8党党首の選挙戦に密着した番組で、70分の放送時間のうち自民が約3割の22分を占め、希望が12分、公明が8分と続くなど、自民に多くの時間が割かれた。

選挙報道は大まかに言って①候補者・政党の情勢報道(当落・獲得議席予想)、②注目選挙区の候補者ルポ(暴言や不倫にかかわった候補者への密着など)、③政見放送・選挙広告を含めた候補者・政党の政策報道――に分かれる。各社の報道量やおおよそこの順番だ。

①は日本で伝統的に選挙報道の華であり続けている。投票締め切りと同時に予想議席数を示し、開票率0%で当選確実を報道することを取材力の証明だとしているが、果たして正しいだろうか。今回は小池新党の話題が加わって劇場化した。永田町の政局報道」の域を出えないと言え、あえて言えば報道

機関の自己満足の色彩が強い。②も典型的な取材・報道対象だが、中身は変容しており、「当たり障りのない」軽い話題に始まっている。もし今回の解散の真意が「情報隠し」にあるならば、もっとも追及すべきなのは、「大臣の資質がない」として事実上更迭された候補者であるべきだが、そうした報道は少なかつた。たたきやすいところを批判しているに過ぎず、現状追認を進めることにはかならない。

③については、公約にメディア自身が不信感を持ったためなのかもしれないが、政策の詳細な分析を怠っていた。たとえば今回、多くの党が公約に「情報公開」を掲げた。過去の言動と比較や実行可能性など検証は

一連の選挙報道は、視聴者の政治家に対する失望感を高め、投票への足を遠のさせる効果さえあったのではないだろうか。開票結果について世の中がこの日から変わるかのごとき大仰な紙面・番組作りには、受け手が閉口してしまう。選挙報道は有権者のためにならなければならない。抜本的な見直しが必要である。

(専修大教授・言論法)

ジャーナリズム ウォッチ

山田健太



原則毎月第2木曜日掲載

原則毎月第2木曜日掲載

原則毎月第2木曜日掲載

NHK「党首奮戦」(10月21日)

番組で扱った時間(分)	公示前議席数
22	284
12	57
8	35
7	21