

地方版の選挙報道  
— 86年衆参同日選挙の新聞報道分析 —

神 江 伸 介

目 次

[問題関心]

[ I ] 分析方法

[ II ] バイアス

1. 対象領域
2. 従来バイアス研究
3. 本研究の結果

[ III ] 報道スタイル

1. 対象領域
2. 従来報道スタイル研究
3. 本研究の結果

[まとめ]

## [問題関心]

選挙に関するマス・メディア報道の実証的研究の発展には目を見張るべきところがあるが、日本の研究状況に関してはなお確かめられねばならないメディア事象が数多く残っている。米国のマスコミ研究においては、研究テーマが多様化する一方、旧テーマの追試・深化が行われているのに対して、日本の研究ではマスコミの一般論的問題関心に基づいた個別テーマの断片的確認にとどまり、選挙における日本のマスコミのあり方に基礎的問題関心をおいた上での個別テーマへの関与という形になっていない。

日本のマスコミは、日本の選挙の枠組みによって影響を受け、選挙政治は勿論日本の政治の枠組み更に法的構造によって影響を受けているはずである。これらの枠組みの条件の操作（相違の標準化）によって、他国のマスコミ研究の知見も参照できるようになるはずである。

第一に、統治機構・選挙法制関係では、議院内閣制と跛行的二院制、そして選挙運動の法的規制の影響がある。このことから予想できる日本のマス・メディアの対応のうち、解散制・運動期間の法定による時系列軸上での報道の多少、衆院優位によるメディアの関心の焦点となる公職、選挙運動の法的規制のための報道諸対象のウエイト配分、等に特色が現れるであろう。

第二に、日本の政治構造の内、特に政党制・政党構造に注目し、一党優位型多党制ということと、自社の議員政党的体質を取り上げてみると、これらからは、候補者間、政党間、現職・新人間での報道量の配分に特色が生ずるだろう。

第三に、日本型大選挙区制と候補者本位の大政党の組織構造により、日本の選挙人に政党より候補者個人を選定基準とする政治文化が育まれ、その文化にメディアも追隨しなければならない。選挙が人物本位になるということは、中央での争点と地方での「争点」との乖離＝捻れ現象としても

現れ、マスコミ報道がその役の一端を担うことになる。

そこで、本稿の研究目的は、日本の政治枠組みの中でのマス・メディアの選挙報道に視点を据えた上で、米国で問題となってきたマスコミ報道研究の諸テーマを、香川県の新聞、地方版を分析する中で検討することである。

## [ I ] 分析方法

分析の対象となった新聞紙面は、四国新聞1、2面、朝日、毎日、読売香川版左右の朝刊2面分の選挙に関する記事すべて、である。以下、地方紙である四国新聞を含め4紙を地方版と総称する。調査期間は、衆院解散日の6月2日の翌日3日から投票日の前日7月5日までの32日分である(6月9日(月)は休刊日)。

立候補の状況は、参院一自民現職1、社会新人1、共産新人1、衆院1区(定数3)一自民前2、自民新1、社会新1、共産新1、無所属2、衆院2区(定数3)一自民前2、自民新1、社会新1、共産新1、であった。

分析に採用されたアイテムは以下の通りである。

(1) 記事種。言及されている対象が変わるところまでを区切りとするストーリーを分析単位とし(見出しと写真は今回は分析の単位から除外した)、その行数が計算された。言及対象は、候補者、争点、政党、選挙管理関係、世論調査(予測記事的なものを含む)、有権者、そしてその他である。このアイテムは以下の全ての計量分析の単位である。

(2) 言及対象に対する好意性。言及対象には、候補者、争点(賛成、中立、反対)、政党につき好意性というアイテムが付加されている。これは、好意的、中立、非好意的の3コードであるが、その判断は、記事の言語表現の中に該当のシンボルがあるかどうかで行われた。

(3) 記事形式<sup>(6)</sup>。該当ストーリーが掲載されている枠組みである。全紙全

期間の報道を概観した結果、通常の報道形式を取る一般記事、特定テーマにつき特別に組まれた特集記事、連続性を持った番号が付されているシリーズもの、面談、対談等を囲みで報道したインタビュー記事、その他に分類することにした。

(4) 言及公職。記事対象に関する公職種である。衆院、衆院1区、2区、参院選挙区、比例区、衆参、その他、NAのコードに分かれる。

(5) 記事順位。これは同種記事種の同日紙面中の該当記事の順位を意味しており、対象に対するバイアスがあるか否かを紙面の位置で調べようとしたものである。例えば、個々の候補者につき、第一位から順に記者の選好順が低下するという具合（候補者については届出順など一応の扱いの基準はあるようだが、一般記事の場合、必ずしもその順ではないこともある）。複数の記事対象が同一紙面に当然出現するが、異種の記事対象をスキップして同種の記事対象の間の順位が付された。

(6) 政党との連携。記事対象と政党との連携の存否とその連携の仕方が求められた。政党のコードは、自社公民共その他と連携なしであり、連携の仕方は積極的、中立、消極的のコードである。同様に集団との連携の存否とその仕方もコードされた。

(7) ニュースソース。引用符で囲まれていたり、「……によれば」という形式の記事であり、それを伝達した主体の種類と、記事対象に対するソースの好意性が判定された。

(8) コメントの存否、記者の主体性、記者の記事対象への好意性は、特に記事の記述以外でコメントを加えていることが明らかな場合コメントの存否とコメントの評価についてコードした。

(9) 候補者名。衆院1区；福家俊一(自)、藤本孝夫(自)、木村義夫(自)、真鍋光広(無)、三野優美(社)、松原昭夫(共)、衆院2区；月原茂皓(自)、森田一(自)、大野功統(自)、藤井賢(社)、野角満昭(共)、参院；平井卓志(自)、喜岡淳(社)、田村守男(共)、の外に、複数候補者、匿名、その他のコードである。この中で衆院につき話題の焦点は、1区の木村義夫

(自)の父武千代(元)が選挙前に病気で倒れ、義夫が2世候補として立候補した点、三野優美(社)も同じく、前職の前川旦が選挙前に急死した身代り候補であるという点、2区では、前職加藤常太郎の娘婿であり、知事選にも出馬したことがある知名度の高い候補大野が加藤の引退の後を受け立候補した点、である。

(10) 争点種。出現争点に従って分類したものである。福祉、公害、物価、不況対策、農業対策、中小企業、税金問題、行政改革、憲法問題、防衛問題、政治倫理、教育文化、地域開発、勝敗、中曽根政治、同日選、その他である。

(11) 記事位置<sup>(7)</sup>。該当記事対象の紙面における位置であり、扱いの選好順を示すものである。全国紙については、県版—四国版の見開き2頁のうち、各紙面を上中下に分け、県版—四国版の順に1—2—3—4—5—6とコードした。四国新聞は、第一面—第二面の順に1—2—3—4—5—6とコードした。

次の二つは合成変数である。

候補者所属政党。(9)候補者名を候補者の公認政党に再コードした。

好意性得点。(2)言及対象に対する好意性+(5)記事順位+(7)のうちニュースソースの好意性+(8)のうち、記者の記事対象への好意性+(11)記事位置。計5点。

(データ収集は、香川大学法学部神江ゼミの研究活動の一環として1986年夏に実施した)

[注]

JQ: Journalism Quarterly, POQ: Public Opinion Quarterly

- (1) 見出しの尺度化については、ステンペル三世のものが代表的である。かれは、全段 streamer, 二段以上全段内 spread head, 二段, 顕著な一段, その他の一般見出し, に分類した。Stempel III, G.H., "The Prestige Press Covers the 1960 Presidential Campaign," JQ, 38, 1961; 159. Coffey, P., "A Quantitative Measure of Bias in Reporting of Political News," JQ, 52, 1975. Windhauser,

J.W., "How the Metropolitan Press Covered the 1970 General Election Campaign in Ohio," JQ, 53, 1976. 見出しの尺度化は、バイアス分析のケースに多く、報道スタイルの研究では余り見られない。報道スタイルの研究中、マンハイムは候補者との関連で量的尺度化を試みた。それは、0点=見出し、小見出しで候補者言及ないもの、1点=小見出しで言及あるもの、2点=1~2段見出しで言及あるもの、3点=2段より上、又は、顕著な見出しで言及あるもの、という尺度であった。Manheim, J.B., "Urbanization and Differential Press Coverage of the Congressional Campaign," JQ, 51, 1974; 651. その他に、フェドラーとリーの研究事例でも見出しが考慮にいれられている。Fedler, F., "100 Jobs' Dominate News During Florida Election," JQ, 58, 1981, Lee, J., "Editorial Support and Campaign News Content Analysis by Q-Method," JQ, 49, 1972.

- (2) 図画又は写真については、リーも、フェドラーも候補者関連の写真を計算した。Fedler, op. cit., Lee, op. cit. ベッカーは、内容カテゴリーを4種に分け、その内に候補者に関連した写真と漫画を含めそのコラムインチを計算に含めた。Becker, J., and Fuchs, D.A. "How Two Major California Dailies Covered Reagan vs. Brown," JQ, 44, 1967. マンハイムは、グラフィックスの存否と質の評価を含めた。即ち、0=グラフィックスなし、1=候補者と非関連のグラフィックスあり、2=候補者と関連のグラフィックスあり、3=主たるサブジェクトとして候補者が扱われているグラフィックスあり。Manheim, op. cit., 1974; 651.
- (3) アイテムとしての候補者は、そのカテゴリーとして、候補者名がくるのは当然だが、更に、単位の文章が好意的 favorable か非好意的 unfavorable か中立 neutral かというカテゴリーが付加される。候補者に対する評価が主要なアイテムとされる場合、その候補者へのメディアの選好を重視するバイアス研究に多い。評価の判断基準については、それぞれの研究者により工夫がなされている（ウィルホイトは次のようにした。即ち、好意的とされるのは、(1)勝利について有利な地位にある、(2)両候補者が訴える集団に対して有利な地位にある、(3)社会的承認がある対象又は価値が言及されている、(4)積極的評価、人格的徳、(5)争点の好意的評価に付随して候補者が位置する、場合である Wilhoit, G.C., and Auh, T.S., "Newspaper Endorsement and Coverage of Public Opinion Polls in 1970," JQ, 51, 1974; 656. キャンペーン報道の例では、候補者特性についてのアイテムがみられる。例えば、グレイバーは、候補者の人格、専門性といった属性をコードした Graber, D.A., "Press and TV as Opinion Resources in Presidential Campaigns," POQ, 40, 1976; 286, Graber, D.A., "Press Coverage Patterns of Campaign News: The 1968 Presidential Race," JQ, 48, 1971, Graber, D.A., "Effect of Incumbency on Coverage Patterns in 1972

Presidential Campaign,” JQ, 53, 1976. 競馬記事では、候補者人物報道か争点報道かということにテーマを設定した研究に候補者のアイテムがみられる。ラッソネロらは、競馬か争点、候補者報道かを見る際に、「人格関係、性格関係、個人的スタイル、専門的イメージ、過去の公的業績、公職への個人的資格、子供時代の個人的生活、財産、宗教信念」等につき候補者が言及されている場合候補者記事としてコードした。Russonello, J.M., and Wolf, F., “Newspaper Coverage of the 1976 and 1968 Presidential Campaign,” JQ, 56, 1979 ; 362. マドックスらは、政治家の言及カデコリーとして、名前のみ、経歴、政治的役割、社会的役割、週刊誌パズルでの利用、をコードした。Maddox, W.S., and Robins, R., “How People Magazine Covers Political Figures,” JQ, 58, 1981 ; 114.

- (4) 数多くある争点を分類し少数のカテゴリーにすることが一般的である。ウィンドハウザーのカテゴリーは、政治と政府、戦争と防衛、経済活動などのカテゴリーであった。Windhauser, J.W., “How the Metropolitan Press Covered the 1970 General Election Campaign in Ohio,” JQ, 53, 1976. グレイバーは、28争点アイテムを国際政治、経済政策、内政、社会問題の4カテゴリーに縮小した。Graber, D.A., “Press Coverage Patterns of Campaign News: The 1968 Presidential Race,” JQ, 48, 1971 ; 503, Graber, D.A., “Effect of Incumbency on Coverage Patterns in 1972 Presidential Campaign,” JQ, 53, 1976. 即ち、国際政治(共産主義、外交政策、国際関係、核兵器、ヴェトナム戦争)、経済政策(財政、農政・保護、政府支出、雇用、労働政策、貧困、繁栄と税)、内政(候補者の政治的人脈、政党大会、ジョンソン政府の政策、世論調査、投票年齢、キャンペーン技術、候補者間討論の可能性と競争候補者の議論)、社会問題(犯罪、暴動とデモ、法と秩序、都市問題、人種関係、住宅、個人の自由の問題)。日本の研究の事例であるが、小林は、数量化理論第II類によって「ニュースの種類」を析出した。彼によると、「経済や国内政治といった『かたい』、ハードなニュースと、社会というソフトなニュース」に弁別できると言うのである(小林良彰「テレビのニュース報道に関する内容分析」(『法学研究』第55巻第9号, 1981)。勿論これは、争点カテゴリー内の分類には応用できないで、むしろ、競馬報道の方の関心領域に近いであろうが、争点種を縮小する方法として参考になるだろう)。報道スタイルの研究の中では争点報道とアジェンダ設定の研究では争点が重視される。争点報道の研究では、マイヤーズが代表的である。80年の大統領選挙の報道研究では、軍縮、対外援助・貿易、移民、イラン人質、国防、平和、経済、判事任命、宗教と政治であった。Myers, D.S., “Editorials on the Economy in the 1980 Presidential Campaign,” JQ, 59, 1982. 彼は、行数の%のクロス表で各紙の比較を行った。68年の大統領選挙でも同様の手法で内容分析を行った。彼は、争点のカテゴリーに同時にその党派的方向も加え民主党、

共和党、(第三党)、中立というカテゴリーをコード化した。アジェンダ設定で、ケイドらは、共和党候補者支持、インフレ、平和、Veto-proof 議会、二党制、Cattlemen 問題をコードした。Kaid, L.L., and et al., "Media Agenda Setting of a Specific Political Event," JQ, 54, 1977. ボウワーズは7カテゴリー。Bowers, T.A., "Newspaper Political Advertising and the Agenda-Setting Function," JQ, 50, 1972.

- (5) 当該記事の対象となっている政党名であり、米国の研究では、民主党又は共和党又は第三党又は中立である。政党名は、屢々分析単位を弁別するアイテムとされるので候補者名等と並んで重要である（ウィルホイトは、分析単位を決めるにあたり、特定態度対象として候補者又は政党に関連する relevant 文章、関連しない文章と区分し単位を決めた。Wilhoit, op. cit., 1974; 656. マラニーは一まとまりの実質的カテゴリー即ち、候補者、政党、争点についての言明のセットを分析単位とした。Malaney, G.D., and Buss, T.F., "AP Wire Reports vs. CBS TV News Coverage of a Presidential Campaign," JQ, 56, 1979. 関連するものとして、新聞社の党派的态度をコードする場合がある。コフィーは、新聞社の推薦傾向、編者への調査を通してそれを判断した。Coffey, P.J., "A Quantitative Measures of Bias in Reporting of Political News," JQ, 52, 1975. 政党というアイテムは、党派間の報道のバイアスを測定するとき重要となるので、テーマとしてはバイアス研究に含まれるカテゴリーである。その場合、政党に対する好意性、賛否のアイテムが付加されることがある。
- (6) 米国の、新聞を中心とするバイアス、報道スタイル研究の例では、記事形式からいうと紙面に掲げられている、アドを除いた、全ての形式の記事が採用されてきている。列挙すると、一般ニュース、イベント記事、意見、写真、見出し、手紙、漫画、社説、引用、解説、争点等である。一見すると多様であるが、これらは基本的には、読むものと見るものに分けることが出来る。本研究では、読むものに限定した分析である。
- (7) ステンペルの場合は単に一面、二面の尺度を採ったが、ベッカー、コフィーも位置を考慮にいれている (Becker, op. cit., 1967, Coffey, op. cit., 1975)。コフィーの場合更に細分化され、通常の紙面のページ位置に加えて、紙面上 (= 1点)、紙面下 (= 0点) という紙面内位置も測定した (Ibid.)。

## [II] バイアス

### 1. 対象領域

ある報道にバイアスが存するというときに、事実に反するかだます目的で報道する「うそつきとしてのバイアス *bisa as lying*」、不当な省略、過少又は過大強調、削除又は誇張により生じる「歪曲としてのバイアス」、そしてジャーナリストの階級的立場・イデオロギーにより生じる「価値主張としてのバイアス」<sup>(1)</sup>があるといわれる。68年の大統領選挙の後の共和党副大統領候補者のアグニューがネットワークの客観性・公正に対して批判したのは第三の「価値主張としてのバイアス」にあたる。

バイアスは、事実と報道との間のずれ<sup>(2)</sup>を意味する。なぜそのずれが発生するかについては、ジャーナリストの価値判断が介在することによるものがその主な原因であり、バイアス批判もこの面に向けられるわけである。それ以外のバイアスは、編集—報道の過程での技術的要因によるものが<sup>(3)</sup>多い。

バイアスを生むジャーナリストの価値観の類型には次のようなものが考えられる。

①政治社会の規範についての選好、②政党＝候補者に対する選好、③争点に対する選好、④報道内容に対する選好、があげられる。

### 2. 従来のバイアス研究

①政治社会の規範についての選好。従来の米国の研究からいえば、①は、<sup>(4)</sup> 二大政党制を規範とし第三党を軽視する傾向に事例が見いだされる。

更に①は、現職候補者が選挙執行時の権力状態を形成していたという意味で、現職を選好し新人を不利に扱うというバイアスを生む。現状維持もしくはは政治的安定に対する選好<sup>(5)</sup>をジャーナリストがもつ場合である。

②政党＝候補者に対する選好。二党制でかつ小選挙区制が支配的な米国

の選挙の場合、政党に対するメディアの選好は候補者に対する選好と屢々重複する又はその逆もあるため、メディアの政治的バイアス研究も両政党又は両候補者への好意性の存否という形で行われてきた。大統領選挙では、ステンペルらの研究に代表されるが、彼又は彼らの結論は二党間のバイアスは認められないということであった。<sup>(6)</sup>

しかし、大統領より下位の公職になると、バイアスが増加するという発見が多く、しかも、米国マス・メディアの特徴である、新聞の候補者推薦との関係が深いようである。このことは、66年カリフォルニア州知事選挙を研究したベッカーら<sup>(7)</sup>、1960から71年のテキサス州の市選挙を研究したマックレンハン<sup>(8)</sup>、議会選挙を主として対象としたウィルホイト<sup>(9)</sup>、コフィー<sup>(10)</sup>の研究結果で実証されている。

日本の研究事例では、堀江らが80年同時選挙における、大平首相・自民党、等に対する新聞（朝日、毎日、読売）報道のバイアスを分析した。<sup>(11)</sup>分析の結果、大平総理に対する報道量が多い、新聞により政党報道量に違いがある、大平死後大平と政府関係者への好意的記事が多くなる、等というようなことを見いだした。

日本の政党のテレビ報道におけるバイアス研究は河野によって行われた。彼は、1981年東京都議会選挙期間のテレビニュースを対象とし、ニュース全体の中では政党に関するニュースを冷遇している、自民党に関するニュース割合が多い、政党の議席数に報道量が対応していない、局による相違がある、等の結果を得た。<sup>(12)</sup>

③争点に対する選好。新聞の争点又はイデオロギー上の立場が、新聞の事実報道の強調点に影響することがあり、事実と報道との間にバイアスが生じることがある。その場合、報道内容の事実との対応性を検証する技術的方法が問題となる。研究者達は色々な工夫をしてきたが、例を挙げれば、世論の分布と新聞の投書掲載率との相違を検討したもの<sup>(13)</sup>、センサスの統計（ベトナム米軍駐留数、犯罪率、暴動件数）と関連の事件の報道量とのバイアスを検討したもの<sup>(14)</sup>、等が見られる。

争点報道の党派間割合の研究では、マイアーズはバイアスを見いだして<sup>(15)</sup>いる。(争点報道の項を参照すること)。

直接、新聞の一定事件に対する評価の偏向を事例としてとりあげた研究では、選挙途中で副大統領候補をおりたイーグルトンに対する3大ネットワークの報道に対する調査がある。その研究は、「ネットワーク全てが一致してイーグルトン問題に否定的であったわけではない」等という結果からバイアスはなかったという結論である<sup>(16)</sup>。

④報道内容に対する選好。マス・メディアがその商業メディアとしての関心、経営上の関心のため、特定の報道対象に対して、過剰な報道をしたり、トーンダウンをしたりする場合がある。その結果として、特定陣営への有利不利、有権者への情報のアクセスの閉塞が生じたりすることがある。従来の研究では、この現象はニュース性を基準とした選択的報道である、として注目されてきた。ファンクハウザーによると、現実の事件（彼はセンサスとの対応を求めた）とそのメディアの報道とにはずれがあるということである<sup>(17)</sup>。

72年の大統領選挙では、民主党候補者のマクガバンがニュース性があるものとして注目されており、メドウもその観点で研究を行った。その結果、マクガバンの報道量はニクソンを上回っていた（前出）ということ、彼ともなって民主党副大統領候補者のシュライバーが新聞でより多く取り上げられたということを見いだした<sup>(18)</sup>。

### 3. 本研究の結果

米国のバイアス研究の問題意識を日本の地方版に適用する際の留意点は、第一に、米国は二党制が選挙競争の基礎となっているのに対して、日本の場合自民党一党優位多党制が規範である。そのため日本の場合報道の許容範囲がかなり広がり、純粹の泡沫候補のみその範囲から外れることになるだろう。第二に、現職優位の傾向は、日本の選挙人の選択規範として作用してきた。また、与党首相が行う選挙の際の諸活動の報道は、マスコ

ミにおいては独自の地位を占めてきた。80年の同日選挙の際、大平首相の急死に関連した政府・自民党関係の報道が増大したことは周知の事実である。ただ、現職優位の一般的傾向が、今回の香川の選挙の一つの焦点でもあった「世代交代」とどの様に関わるかは一つの分析課題である。以上は、①政治社会の規範についての選好に関連する留意点である。第三に、候補者＝政党間バイアスを分析する際には、日本の中選挙区制、多党制を考慮にいれる必要がある。即ち、報道の候補者間公平性という点については、地方版は意を払う傾向にあるといえるが、1選挙区に多数の候補者を擁立する大政党とその他の政党との間の公平性を考慮にいれることはかなり困難である。これは②政党＝候補者に対する選好についての留意点である。なお、日本の新聞は候補者推薦を行っていないし、政党支持を公的に表明していないから、推薦によるバイアスの存否は問題領域から外れる。

①政治社会の規範についての選好。日本の場合、多党制が規範となってきたから小党が報道から排除されることは予想されないにしても、いわゆる極左・右翼団体などの候補者がしばしば立ち、それらの候補者に対しては事件を起さない限り新聞は余り報道をしない。今回も1区で同名同音(異字)の候補者が立って、訴訟騒ぎになりかかったが、その候補者の報道はそのとき限りであった。<sup>(19)</sup>米国の議会選挙の場合、泡沫候補は予選レベルで淘汰されてしまうので問題とならない。

日本の新聞と米国の新聞との①に関して問題となる点は現職(前職)－新人間の扱い方であろう。総選挙の場合、既に解散されているので、個々の選挙区での前議員は建前上は1候補者に過ぎないが、日本の選挙区での現(前)職・元職優位の傾向は依然として存在する。香川の戦後の立候補と当選率について言えば、前職が、24、7年の2回を除いて7割以上の高い当選率である。元職は35年を境界に以後殆んど1名が立ち、当選する確率も極めて高い。新人の当選率は17%と低迷している。<sup>(20)</sup>

また、議会選挙であるので、大統領のような現職としての行政長官の行動がそのまま個々の選挙区での選挙報道とはならないが、与党首相として

の選挙活動が、報道に影響することは周知の通りである。今回の選挙では、6月15日に中曽根首相が来県し、自民党県連の時局演説会に出席した。記事自体は、県の同党候補者と一緒に行った演説の紹介などは小部分で、全体として、屋島でうどんを食べたり、昔の写真をみて感激したり、長男(弘文)のおしめをかえてもらった話であったり、というたあいもないものであった。しかし、記事量から言うと、例えば、読売新聞では、15日の社共の自民批判演説会の記事を同時に掲載したが、首相来県の記事との行数比率では、66行対12行と圧倒的差であった(「読売」6月16日)。朝日には社共の記事はなかったが、上記の些末記事に限定したばかりではなく、前川知事(革新系)と談笑する写真を掲載するなどしてバランスを取っていた(「朝日」同日)。

候補者の記事行数の点で、第II-1表をみると、全期間の全紙平均の記事行数中、衆院では前職4名に対する報道率は4.5~5.3%で新人5人に対する報道率は3.8~5.8%とむしろ新人に対する報道率が高い者が多い。共産党の2名の候補者の報道率1区、2区各3.8、4.1%を除外すれば、新人優位の報道率である。地方版は現職より新人有利に報道する傾向があるのだろうか。しかし、今回は自社の現職の引退、死亡があったという県の事情を反映しているところもあるので、この傾向を一般化するのは危険である。量的面でのバイアスは参院に関しては見いだされなかった。現職の平井6.8%に対して新人喜岡(社会)と田村(共産)各6.7、6.3%と差が微小である。しかし、新聞別でみると、四国新聞社主である平井が四国新聞の全候補者記事中15.4%と圧倒的に優利な扱いを受けている。

②政党=候補者に対する選好。日本の選挙制度では、参院比例区を除いて人に対する投票の制度であり、同じく人に対する投票制度が二党制であるために党に対する投票となっている場合が多い英米とは対照的である。このことにより、有権者の政党支持と投票行動の齟齬が拡大する反面、メディアの報道にも二重性を与えるであろうことが十分予想される。県版の記事としても、一応候補者と政党の記事とは区別して掲載することがある

第II-1表

候補者中 記事		一 区						二 区					参 院					計
		福家 (自前)	藤本 (自前)	木村 (自新)	真鍋 (無新)	三野 (社新)	松原 (共新)	月原 (自前)	森田 (自前)	大野 (自新)	藤井 (社新)	野角 (共新)	平井 (自現)	喜岡 (社新)	田村 (共新)	複数	匿名	
朝日	%	3.8	6.3	7.6	6.9	3.2	3.1	5.5	5.2	5.1	4.8	6.4	7.2	6.2	6.6	13.8	8.3	100
	行数	54	90	108	99	46	45	78	75	73	68	91	103	89	95	197	118	1429
	好意	11	15	14	11	12	10	15	10	16	14	8	15	7	11	14	18	201
毎日	%	5.1	5.0	10.1	4.8	5.2	5.0	5.4	5.0	5.2	5.1	5.5	5.9	8.4	7.0	16.7	0.7	100
	行数	53	52	105	50	54	52	56	52	54	53	57	61	87	73	174	7	1040
	好意	9	8	7	2	10	7	8	6	8	7	6	7	11	7	13	1	117
読売	%	5.7	5.1	1.9	4.8	8.8	4.3	5.6	4.9	5.5	5.2	1.3	3.8	3.9	4.3	33.3	1.6	100
	行数	73	65	24	61	113	55	72	63	70	66	16	49	50	55	425	21	1278
	好意	9	10	5	8	10	6	7	6	9	5	2	3	2	3	22	2	109
四国	%	2.1	3.9	2.1	2.3	5.7	2.3	2.1	2.1	4.1	2.3	2.3	15.4	11.7	8.8	20.1	12.9	100
	行数	10	19	10	11	28	11	10	10	20	11	11	75	57	43	98	63	487
	好意	1	3	1	1	4	0	1	1	2	1	0	6	5	3	10	6	45
全体	%	4.5	5.3	5.8	5.2	5.7	3.8	5.1	4.7	5.1	4.7	4.1	6.8	6.7	6.3	21.1	4.9	100
	行数	190	226	247	221	241	163	216	200	217	198	175	288	283	266	894	209	4234
	好意	30	36	27	22	36	23	31	23	35	27	16	31	25	24	59	27	472

地方版の選挙報道 (神江伸介)

が、両者が混合し合うか候補者や争点の記事の中に融合されることが多い。このことを念頭に置いた上で、候補者記事、政党記事のバイアスの量的分析を行っておこう。

前掲Ⅱ－1表に候補者への言及行数の全言及行数に対する割合（100分率）が掲載されている。1区では、共産への言及率が低く、木村と三野への言及率が若干高いということを除いては全体として大きな差はない。2区では、共産を除く4候補者間の差は0.4%程度でますます差がない。参院では候補者間差が認められない。

次に、[I]で言及した好意性得点という指標で衆院各区と参院の候補者間比較を行ったのが「好意」という行である。表によると、1区では、松原と真鍋に対する好意性が低く三野に対する好意性が高い。2区では、野角に対する好意性が低く、大野に対する好意性が高い。また、参院では平井に対する好意性が他候補と比べ6ポイント高い。

即ち、総選挙の報道では、共産党候補者に対するバイアスがみられる外は行数という観点でのバイアスは明確ではない。しかし、記事中の扱いという観点では、行数で僅かな差を見せていたものが拡大する。即ち、新聞によって一貫した保革の候補者間選好がみられない以上、1区の社会党議席死守を掲げた三野、2区の今回の世代交代候補である大野といった、好意的注目を受けた新人がいたという文脈で拡大しているのである。

直接政党記事として分類できるストーリーの行数中の各党の割合は全体についてのみ第Ⅱ－2表に示してある。表によると、自民記事が最大で、次に社会、民社、共産、そして公明と続いている。政党間バイアスが認められるわけである。新聞間でも、ほぼこの順位に沿っており、相違は認められなかった。しかし記事種としての政党記事自体が全記事行数の7.4%という少なさであるのでこの傾向を直ちに一般化することはできない。

そこで、候補者記事を政党記事に読み換えたアイテム－候補者所属政党の分析結果を第Ⅱ－3表、好意性得点の結果を「好意」行に示した。表によると、記事行数は自民、社会、共産の順で（全紙平均各、54.4、24.8、

第II-2表

政党記事中		政 党							計
		自 民	社 会	公 明	民 社	共 産	その他	言及無	
全体	%	37.9	13.0	5.3	12.5	10.1	16.9	4.3	100
	行数	324	111	45	107	86	144	37	854
	好意	33	13	6	10	8	5		75

第II-3表

候補者記事中		候補者所属政党			計
		自 民	社 会	共 産	
朝日	%	57.2	20.0	22.8	100
	行数	581	203	231	1015
	好意	96	33	29	158
毎日	%	53.5	24.0	22.5	100
	行数	433	194	182	809
	好意	53	28	20	101
読売	%	54.0	29.7	16.3	100
	行数	416	229	126	771
	好意	49	17	11	77
四国	%	48.9	30.5	20.6	100
	行数	154	96	65	315
	好意	15	10	3	28
全体	%	54.4	24.8	20.8	100
	行数	1584	722	604	2910
	好意	213	88	63	364

20.8%)、好意性得点もこの順である。

余りにも当然といえば当然であるが、候補者擁立数に応じて政党の報道行数、好意性得点に2倍以上のバイアスが存在するのである。バイアスが問題となるのは、報道が有権者の候補者又は政党選択に予断を与える危険性である。新聞は、報道量という点では候補者間平等に最大の意を用いな

から、その努力が結果的に多くの候補者を擁立した政党の方を有利に報道してしまうというパラドックスに陥ってしまっているのである。これは意図されざるバイアスというものであろうが、候補者を選ぶという選挙制度を持つ日本と、政党選択もしくは小選挙区制度の国とのマスコミ報道における最大の相違である。

〔注〕

- (1) Hofstetter, C.R., *Bias in the News: Network Television Coverage of the 1972 Election Campaign*, 1976; 4-11.
- (2) Ibid.
- (3) Ibid.,; 32ff.
- (4) ステンペルIII世らの研究では、68年の第三党候補者ウォーレスの記事量が民主党・共和党候補者の半分の報道量であったこと、80年の第三党候補者アンダーソンの場合ウォーレスより記事量が減少したということが見いだされている。Stempel III, G.H., "Prestige Press Meets the third Party Challenge," JQ, 46, 1969; 701. Stempel III, and G.H., Windhauser, "The Prestige Press Revisited: Coverage of the 1980 Presidential Campaign," JQ, 61, 1984; 55.
- (5) メドウは72年の大統領選挙の調査では、マクガバンがニュース性があるためニュース量としてニクソンを上回っていたが、現職大統領としての報道を加えるとニクソンのニュース量も多くなるということを示した。Meadow, R.G., "Cross-Media Comparison of News Coverage of the 1972 Presidential Campaign," JQ, 50, 1973; 487.
- (6) 「『有名紙』がこのキャンペーンのニュース報道において一方的であったといえない」(1960年の調査。Stempel III, G.H., "The Prestige Press Covers the 1960 Presidential Campaign," JQ, 38, 1961; 163), 「全体として、両党に平等に扱うという点では差がない」(64年の調査。Stempel III, G.H., "The Prestige Press in Two Presidential Elections," JQ, 42, 1965; 21), 「二党に対する、スペースという点での公平は期されていた」(68年の調査。Stempel III, op. cit., 1969; 701, 706), 「共和党は量的に多く民主党は一面ニュースが多い、という点で二党間のバランスが取れている」(80年の調査, Stempel III, G.H., and Windhauser, op. cit., 1984; 55), であった。又、エバートらも「全体として親共和党的だが、それほどバイアスがある訳ではない」(Everts, D., and Stempel III, G.H., "Coverage of the 1972 Campaign by TV New Magazines, and Major Newspapers," JQ, 51, 1974; 676), ということを見いだした。
- (7) 66年 Cal. 州知事選挙に際して、同州二大紙(サクラメント・ビー紙=民主党系,

地方版の選挙報道（神江伸介）

オークランド・トリビューン紙＝共和党系）のバイアスを研究したベッカーらは、ビー紙は圧倒的に民主党候補者のブラウン支持の記事数、長が大きく、トリビューン紙も記事長で共和党候補者のリーガンが長く、各紙の非支持候補者に対する好意的記事数が少ないことを見いだした。Becker, J., and Fuchs, D.A., "How Two Major California Dailies Covered Reagan vs. Brown," JQ, 44, 1967.

- (8) マックレンハン は、1960～71年の Tex. 州の 7 市の選挙の10新聞の調査を行って、被推薦候補者の方が対立候補者より多くの記事長を割かれ、かつ、90%の推薦候補者が当選したという結果をえた。McClenghan, J.S., "Effects of Endorsements in Texas Local Elections," JQ, 50, 1973. しかし、1975～77年の調査では、報道は推薦候補者の対立候補者の方が量的に多く、推薦候補者の当選率も53%と悪かった、という結果も得ている。McClenghan, J.S., "Effect of Endorsements on Newspaper Space in Texas Papers," JQ, 55, 1978. 新聞推薦の影響とバイアスある報道量の2要因が対立したケースと言えよう。
- (9) ウィルホイトラは、70年上院議員選挙、知事選挙のバイアス研究を行い、新聞社の特定候補者推薦が世論調査の好意的報道を増やすか否かを研究した。調査の結果、推薦紙は推薦候補者を好意的に非推薦候補者は非好意的に扱うとともに、推薦していない新聞でも両候補者間の扱いに差がみられた。Wilhoit, G.C., and Auh, T.S., "Newspaper Endorsement and Coverage of Public Opinion Polls in 1970," JQ, 51, 1974.
- (10) コフィーの1974年の中間選挙の研究では、共和党系新聞は共和党に多くのスペースを与え、無所属の新聞は民主党に多く与えたという傾向が見いだされた。Coffey, P.J., "A Quantitative Measures of Bias in Reporting of Political News," JQ, 52, 1975.
- (11) 堀江、小林「同時選挙をめぐる三大紙の内容分析」（『新聞学評論』1982年度、219-36頁）。86年同日選挙記事の自民党へのバイアスについては、O. フェルドマン「同日選挙の新聞論調」（1987年度「日本選挙学会」報告）でも見出されている。
- (12) 河野武司「日本のテレビニュースの内容分析——政治報道を中心に」慶大大学院法学研究科（『論文集』昭和60年度、第22号、127-44頁）。
- (13) Hill, D.B., "Letter Opinion on ERA: A Test of the Newspaper Bias Hypothesis," POQ, 45, 1981; 390-1.
- (14) Funkhouser, G.R., "Trends in Media Coverage of the Issues of the '60s," JQ, 50, 1973.
- (15) 68年、72年のヴェトナム問題記事割合で民主党よりの傾向があったという発見である。Myers, D.S., "Editorials and Foreign Affairs in the 1968 Presidential Campaign," JQ, 47, 1970, and Myers, D.S., "Editorials and Foreign Affairs

in the 1972 Presidential Campaign,” JQ, 51, 1974.

- (16) Einsiedel, E.F., “Television Network News Coverage of the Eagleton Affair,” JQ, 52, 1975; 58.
- (17) メディアがとりあげるニュース性のあるイベントとないイベントとを区別する要因は、「事件の流れに対するメディアの順応、重要だが非日常的事件の過剰レポート、本来ニュース性のない状況のニュース性ある側面の選択的報道、争点に関するニュース性ある事件の創作＝『疑似事件』、ニュース性のない事件をニュース性ある方法で描く状況＝『事件サマリー』』と見た。Funkhouser, op. cit., 1973; 537.
- (18) Meadow, op. cit., 1973.
- (19) 香川1区立候補予定者である木村義男県議が、高松地裁に、木村吉夫に対し、立候補の差し止めと県選管が届出を受理しないことを求める仮処分を申請し、僅か5時間後に取り下げたという事件。
- (20) 神江「香川の選挙」(『政治研究』第33号、1986年3月、64—66頁)

### [III] 報道スタイル

#### 1. 対象領域

報道スタイルとは、マス・メディアの選挙運動に関する情報の伝達様式である。従来の研究では、情報の量、情報提供の仕方、そして情報内容という問題領域に分かれるようである。ここでは仮に、量的側面の分析をキャンペーン報道として、提供の仕方を「競馬」報道とジャーナリストの主体性としてまとめておく。いずれも、メディアの選挙過程における情報提供者としての役割、その期待されるあり方が何か、という問題意識が背景にある。情報内容では、メディアも争点啓発に役割を果たしており、争点の内容、その提供の仕方が問題となる。前者を争点報道、後者をアジェンダ設定というテーマにまとめる。

#### 2. 従来の報道スタイル研究

①キャンペーン報道。研究者の関心は、報道量を決める要因に焦点がある。特に報道量を決める要因としてこれまで言われてきたことは、公職レ

地方版の選挙報道（神江伸介）

<sup>(1)</sup>ベル、ニュース枠 hole、ワイヤー・サービス数<sup>(2)</sup>、議員の出身州規模、委員会役職<sup>(3)</sup>、平均平日ニュース紙面、週当りの発行日数<sup>(4)</sup>、地域（都市、農村）<sup>(5)</sup>、等であった。

日本の研究事例では、武市らによる75年東京都知事選挙の報道量の時系列分析がある。<sup>(6)</sup> 彼らは、都知事選挙の全国統一地方選記事中の報道割合、期間別の報道量の相違を明らかにしようとしたが、都知事選挙の記事割合は全国選挙記事の半分以上、時期的には、告示前に報道量のピークがあるということを見いだした。

更に、岩淵は、83年参院選のテレビニュースを対象として、参院選を含む報道カテゴリー別（参院選やロッキード裁判などのカテゴリー）行動主体別（政党）の報道量・件数の局別分析<sup>(7)</sup>を行った。結局、キャンペーン報道内容に局別差がみられたというわけで、報道量決定要因は放送局の特性ということか。

キャンペーン報道の質的側面を含めた分析はマンハイムによって行われた。彼は、70年の中西部5議会選挙区の議会選挙報道調査を行った結果、都市部では見出しに関する尺度において低いということ、都市では画の使い方がいいが地方でも可能な限り使用しているということ<sup>(8)</sup>を見いだした。しかし、報道量で言うと、農村部に行くほど増大するということ<sup>(9)</sup>を指摘している。

②「競馬 horse race」報道。「競馬」報道に関して積極的な検討の対象となる点は、内容データのカテゴリー分類に関して何を競馬—非競馬の二分法の左右に配置するか、その分別の基準は何かという問題である。従来の研究からいえば、「競馬」性のある次元として、シンクレアーによると、「世論調査報告、選挙人プロフィール・ストーリー、全国・地域・選挙区のムード報告、キャンペーン戦略（勝機を改善するために何かをやっている政党・指導者についての記事）、キャンペーン活動（キャンペーン日程報告、集会記述）、そして政治的推薦（政策又は争点を抜きに政党・指導者への支持を報告する記事）」<sup>(10)</sup>である。これらの次元に更に、過去の研究から、政策を集

团的に決定する主体としての政党に対置されるものとしての人物報道、興味本位の報道内容を加えておける。<sup>(11)</sup>

他方、実質報道は、「(1)争点—新聞自身によって議論される争点だけでなく政党リーダーと政党組織からの政策言明」,「(2)指導者の人格資質—政党指導者の政策・哲学, 性格, 行為, 人格特性, 専門的資質<sup>(12)</sup>」である。

このカテゴリー分類はいうまでもなく、現代民主制を支える政策責任政党のキャンペーン活動を報道することでマス・メディアが社会的役割を果たしているか否かを問うものである。

世論調査報道に「競馬」性があることについては、ブローの研究で指摘されてきた。<sup>(13)</sup>

従来競馬—非競馬の次元の観点で行われてきた研究の事例では、週刊誌の調査を行ったマドックス、大統領選挙の調査を行ったグレイバーはいずれも報道の「競馬」性を認めているが、ラッソネロらは、「競馬」記事が68年から76年にかけて減少し「実質」記事が増加したと指摘した。<sup>(14)</sup><sup>(15)</sup>

日本の研究事例は、71年3月の東京都知事選挙の世論調査の新聞報道の仕方を分析したものがあ<sup>(16)</sup>る。新聞と週刊誌の記事分析の結果、「みのべ」「はたの」「両候補者の支持率の調査結果を単純集計では示さないこと,そして、両者の支持が互角に近い,あるいは互角に近くなりつつある,ということを見出しも効果的に使って印象づけること,そして結局,両者は大変にいい勝負をしているという印象を与え」<sup>(17)</sup>るという傾向を見いだした。彼は、その傾向の原因に付き様々な考察を加えているが、結局日本のメディアの世論調査記事も「競馬」性があるということであろう。

③ジャーナリストの主体性。米国のマス・メディア研究では、報道の画一性 uniformity という形で論争点を形成している問題がある。画一化の影響を受けるものとして、報道パターン、候補者の特徴についての報道、争点報道、写真、ニュースソース、推薦傾向、等であった。画一化を促す要因として、ワイヤーサービス、同一ニュースソース、コラムニストへの依存、マス・メディアの系列化、等であった。これらの要因によって、マス・

メディアの多元性、批判性、自主的活動が阻害されることになるという懸念が意識されているからである。従来の研究傾向では、68、72年の大統領選挙の新聞調査を行ったグレイバーが報道の画一性<sup>(18)</sup>を認め、更に、ワックマンらは、60年から72年の4つの大統領選挙の候補者推薦を調査し、その推薦傾向が系列紙 chain-owned newspaper で同質的であるか否かの調査をし、系列紙間の「圧倒的な同質」性<sup>(19)</sup>を見いだした。

しかし、マーティンデールは、新聞の間の非画一性と、ワイヤーサービス間での非画一性もみられたことから、新聞はワイヤーサービスに従属していないし、新聞記者の主体性も示されていると結論した<sup>(20)</sup>。

④争点報道。選挙時の争点報道の研究は、マイヤーズによって行われてきた。彼の関心は、60年代以降の選挙人の争点投票指向が高まったことから主として新聞の外交争点報道に当てられてきたが、80年から経済問題の調査も含められるようになった。68年の調査では、外交問題が選挙社説中最大であり、その内容はヴェトナム問題が多く、しかも民主党寄りの報道であった<sup>(21)</sup>という傾向が見いだされた。72年では、68年と比較すると、外交問題記事割合は全体で若干低下していた。しかし、ヴェトナム問題が言及第一位で、民主党寄りの記事が多いということも68年と同じであった<sup>(22)</sup>。80年の調査では、64年から5回の彼の研究が比較されているが、外交問題は80年に増大した、党派的に中立な社説が多く候補者の立場と外交政策の違いを余り結合させない、外交一般—中東—国防—軍縮という順で言及された<sup>(23)</sup>ということを見いだした。同じ80年の大統領選挙に際し、ストヴァルも新聞イベント記事の調査を行ったが、そこで彼は、外交問題は共和党、民主党の候補者をニュースソースとして提案されることが多い、新聞の興味を引く外交争点が主役を演じる、等の特徴を見いだした<sup>(24)</sup>。

80年には、マイヤーズは、同時に経済問題の報道調査も行ったが、全争点中(外交問題は、イラン人質、国防というように個別化されている)、経済問題が最大の報道をされている、インフレ問題ではいずれかの候補者の批判を伴っていた、ということを見いだした<sup>(25)</sup>。

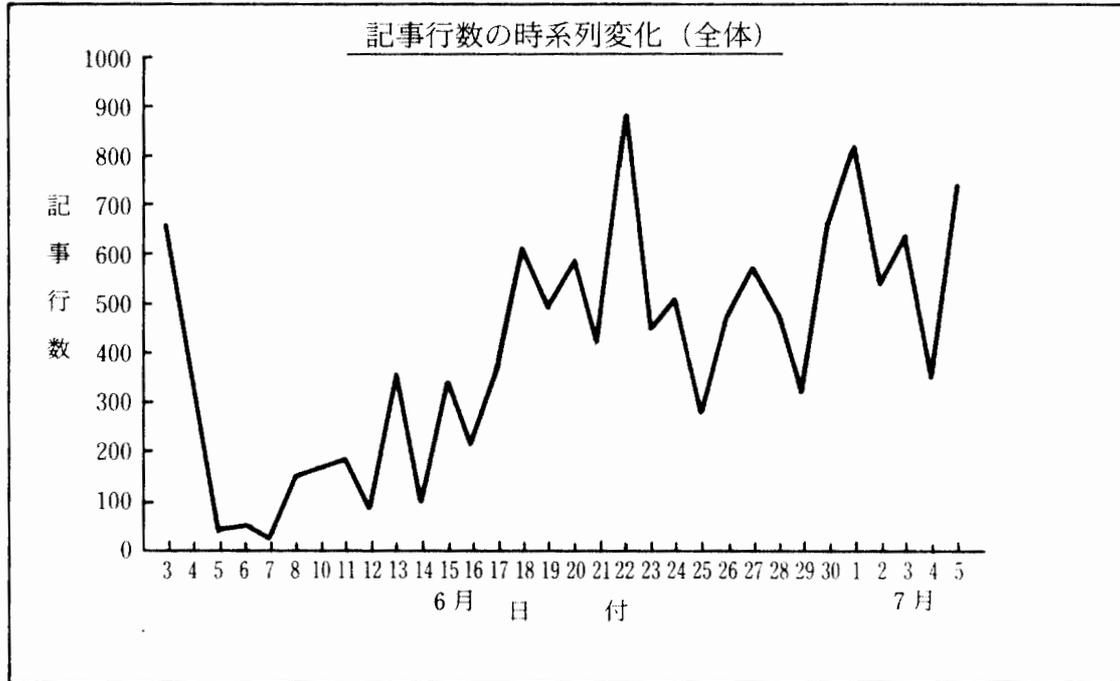
⑤アジェンダ設定。アジェンダ設定は、選挙人の争点意見の変容にメディアが効果を持つのではなく、選挙人が考えるべき争点の認知を与えるという仮説である。それ故、従来の研究では、メディアの内容だけでなく受け手の世論調査も含めた分析が行われてきた。その過程で種々の知見が得られてきたが、アジェンダ設定が成立する大前提として、メディアの間の争点上の重要順位についての合意が存在しなければならない。この点で、内容分析のみを行った本研究の関わりもあるわけだ。米国の研究では、例えば、ボウワーズの研究は、送り手の集団（政党別、公職別）に合意の存在を確認したものである<sup>(26)</sup>。しかし、ケイドらの調査では、メディア間のアジェンダの合意を認めていないという結果も見いだされた<sup>(27)</sup>。アインジューデルの研究では候補者の間のアジェンダ設定機能も認めているが、候補者の報道量の差のみからの結論であるとすれば、むしろ、バイアス研究の枠組み<sup>(28)</sup>で議論したほうがいいたろう。

日本の研究事例として竹下のものが挙げられる。竹下は、1982年に和歌山市の有権者の世論調査と、当市の全国紙、テレビ定時放送の分析を行い、メディアのアジェンダ設定仮説の検証を行った。その中で、彼は、選挙人の議題設定に最も効果のあるメディアの報道期間（最適効果スパン）が存在すること、随伴条件（メディアへの接触度、政治関心、対人的コミュニケーション）<sup>(29)</sup>によってその効果に変異があること、等を見いだした。

### 3. 本研究の結果

①キャンペーン報道。報道量を決める要因として本調査では、時間と公職種とに注目した。時間については第Ⅲ-1図に6月3日から7月5日までの時系列による記事行数の変化が、公職種については第Ⅲ-1表に全期間を通しての言及公職行数%が示されている。第Ⅲ-1図によると、6月3日、19日、22日、7月2日、5日に記事量のピークがみられる。全期間を通してみると、19日以前がその後より少ないという傾向がみられる。この記事量の変化を説明する要因として明らかな点は、解散が決まった翌日、

第Ⅲ－1 図



衆院・参院の公示の翌日にピークがあるということである。また、選挙運動期間に入っの記事量が飛躍的に拡大している。つまり、統一国家体制でかつ議院内閣制を取る日本の議会の特性、そして、運動期間を定めている日本の選挙法制の影響が記事量に現れたわけである。予選から党大会まで大会から本選挙までの長期間のレースを追う米国のマスコミではこのような短期間を区切る要因は問題でない。即ち、日本では日常的なマスコミによる政治啓発が制度によって阻まれているといえるし、ひいては有権者の選択を困難とし政治的無関心を助長するものとなる。また、逆の意味で、予選制度をもって候補者選択を行いその報道も十分なされている米国と比べて、日本の政党による候補者選びが舞台裏に隠れてしまい、それが話題となるときは（武市が見いだしたような）異常な野次馬的関心をマスコミに与えたときだけなのである。

第Ⅲ－1 表では、公職種別、選挙区別の記事行数%が掲げられている。全紙平均でいうと、衆院・参院で各49.4%（「衆院」、「1区」、「2区」合計）、18.5%（「選挙区」、「比例区」計）というように両院間のアンバランスが顕

第Ⅲ－１表

		言 及 公 職							計
		衆院	一区	二区	選挙区	比例区	両院	その他 ・不明	
朝日	%	15.4	20.7	11.7	17.9	0.4	22.1	11.7	100
	行数	665	894	506	772	17	952	506	4312
毎日	%	5.8	25.9	20.6	16.0	0.3	25.9	5.5	100
	行数	192	855	681	528	10	857	183	3306
読売	%	12.1	18.0	18.9	13.2	4.7	29.7	3.4	100
	行数	421	628	660	461	163	1035	120	3488
四国	%	22.9	19.1	6.2	19.7	4.5	23.2	4.4	100
	行数	377	314	102	324	74	381	72	1644
全体	%	13.0	21.1	15.3	16.4	2.1	25.3	6.9	100
	行数	1655	2691	1949	2085	264	3225	881	12750

著である。この傾向は社によって若干の異同はあるものの新聞の間の大きな差はない。また、公職内では衆院の1区優位、参院の選挙区優位という傾向があり、これも社による相違はない。衆院優位という傾向の原因については、候補者数の相違により自動的に行数が増えたということ、跛行的二院制の憲法構造による衆院優位、党派間争い、派閥間争いが参院より激しいためメディアの興味を引くなどの理由が考えられる。しかし、公職の相違に応じて有権者の関心が惹起されなければならないということ、通常選挙単独の場合の記事の絶対量としては同日選挙ほど少なくなかったということ、現在参院の存在理由を有権者に自覚させる場をマス・メディアが提供する社会的責任を負っているということ、などの理由で公職間差を設ける必然的理由はない。ただ、上記の理由は同日選挙という方式の場合メディアには物理的制約として働くので、公職間報道量の差をもたらした責任はその様な選挙方式を採用した自民党にもある。

公職内差については、先ず参院の場合、比例区では文書や演説会などの通常の選挙運動がなされないので運動の報道の対象となり得ないというこ

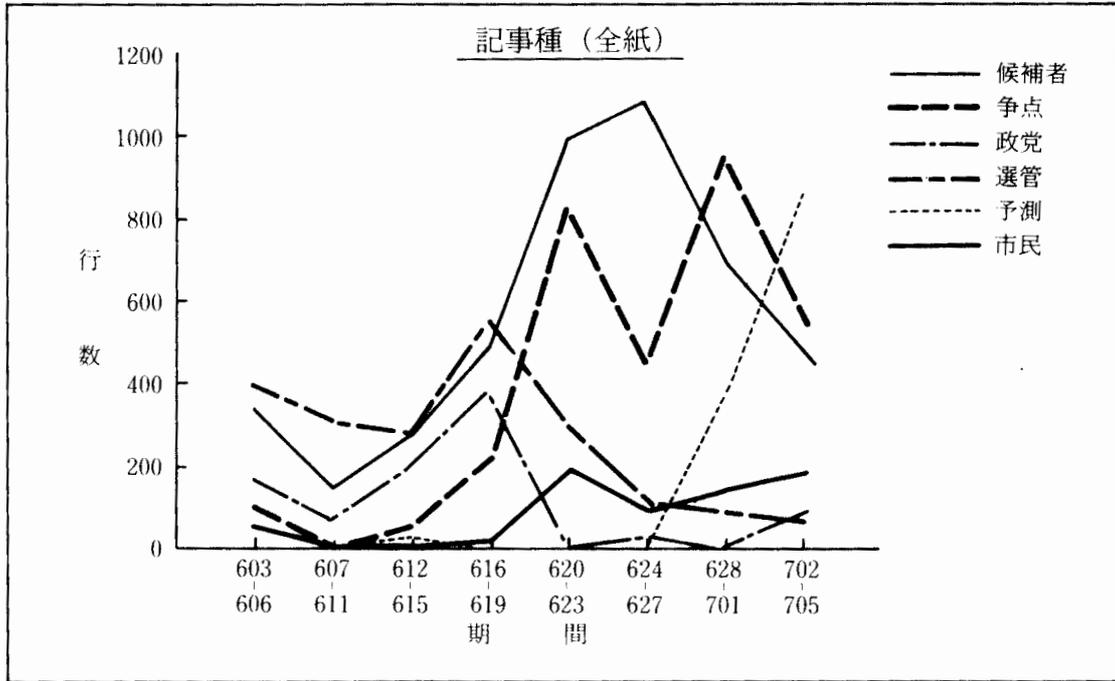
第Ⅲ－２表

		記 事 種							
		候補者	争 点	政 党	選 管	予 測	有権者	その他	
朝日	%	34.5	31.5	3.1	13.2	13.4	3.8	0.4	100
	行数	1489	1360	133	569	577	165	19	4312
毎日	%	33.1	34.2	6.5	15.3	6.7	3.0	1.3	100
	行数	1094	1130	214	507	221	98	42	3306
読売	%	38.0	13.4	12.5	22.0	2.5	8.1	3.5	100
	行数	1327	468	435	768	87	282	121	3488
四国	%	36.2	12.0	9.7	13.7	23.7	4.7	0.0	100
	行数	595	197	160	225	389	78	0	1644
全体	%	35.3	24.7	7.4	16.2	10.0	4.9	1.4	100
	行数	4505	3155	942	2069	1274	623	182	12750

<sup>(30)</sup>とが考えられる。衆院での1区優位の傾向は、香川の場合政治的には西高東低ということがいわれてたにもかかわらず、県都高松を含みかつ各社の本社・支局がある東の第一選挙区に関心が集中しがちであるということと一区の候補者数が一名多いことに関係があるのだろう。

②「競馬」報道。本研究では、「記事種」のアイテムの中で、候補者個人記事対争点記事・政党記事という分類を採用した。<sup>(31)</sup>日本の選挙政治の争点として従来から、党か人かという観点から、政党近代化を指向するものとして候補者個人に情報提供と判断が偏重することにマイナス評価が加えられてきたからである。第Ⅲ－２表が記事種の分布を示すものである。表によると、全紙平均で、候補者記事が35.3%と他記事種を引き離して多く、次に争点記事が続く(24.7%)、政党記事は少ない方から二番目である。候補者記事の中で、その候補者と政党とを連携させて紹介してある記事は全紙平均で44%と半分以下であった。即ち、党・争点か人かという基準で「競馬」性をみると、地方版は「競馬」指向性を持っているといえる。また、争点の内容についても、第Ⅲ－３表にみるように勝敗記事が24.9%の多数

第Ⅲ-2図



に上り、香川版の記事の「競馬」性を示すものである。<sup>(32)</sup>

直接「競馬」性との関連はないが、第Ⅲ-2表の記事種で選管記事が16.2%と第3位である。これは米国の記事分類にも例をみないものであり特記する必要がある。第Ⅲ-2図に示されるように、4日区分の時系列でみると選管記事は公示前に集中している。それらの記事の例をみると、県警に取り締まり本部が設置された(「××選挙事前運動取締り本部」という看板を掛けている写真付き)とか、県警本部長の「違反摘発 県警本部長語る」といったものが多く、選挙が暗く陰湿な雰囲気で行われるかのような錯覚を有権者に与えている。<sup>(33)</sup>日本の選挙運動の独特な風景であるとともに、この種の記事の多さにより有権者が本当に必要としている情報が圧迫されるということについてメディアがどこまで自覚しているのだろうか。

③ジャーナリストの主体性。報道に際して記者の主体性がどれほど反映されているかについて、第Ⅲ-4表、5表が示すように、取材範囲の開発の努力という点で「ニュース・ソース」を取り上げ、記事中の判断・評価記事の存否で「コメント」の「あり」、「なし」、そして記事全体としてのコ

第Ⅲ—3表

		争										点					
		福 祉	公 害	物 価	不 況	農 業	中小企業	税	行 革	防 衛	倫 理	教育, 文化	地 元	勝 敗	中曾根	同日選挙	
朝日	%	5.4	1.1	0.0	6.5	0.0	0.0	4.3	2.2	7.5	2.2	2.2	21.5	2.2	14.0	31.2	100
	件数	5	1	0	6	0	0	4	2	7	2	2	20	2	13	29	93
毎日	%	0.0	0.0	0.0	9.3	0.6	2.5	0.6	1.9	4.3	1.2	19.9	19.9	23.6	5.6	10.6	100
	件数	0	0	0	15	1	4	1	3	7	2	32	32	38	9	17	161
読売	%	3.8	0.0	1.3	1.3	0.0	0.0	3.8	0.0	3.8	1.3	2.6	30.8	20.5	14.1	16.7	100
	件数	3	0	1	1	0	0	3	0	3	1	2	24	16	11	13	78
四国	%	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	63.8	5.8	27.5	100
	件数	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	44	4	19	69
全体	%	2.0	0.2	0.2	5.5	0.2	1.0	2.0	1.2	4.2	1.2	9.0	19.5	24.9	9.2	19.5	100
	件数	8	1	1	22	1	4	8	5	17	5	36	78	100	37	78	401

地方版の選挙報道 (神江伸介)

第III-4表

		ニュースソース						
		候補者 運動員	政 党	選 管	公的機関	市 民	その他	
朝日	%	52.8	15.3	6.7	8.6	6.7	9.8	100
	件数	86	25	11	14	11	62	209
毎日	%	65.6	5.9	5.9	3.2	7.7	11.8	100
	件数	145	13	13	7	17	26	221
読売	%	46.3	15.0	7.5	12.9	8.8	9.5	100
	件数	68	22	11	19	13	14	147
四国	%	48.3	18.0	4.5	3.4	19.1	6.7	100
	件数	43	16	4	3	17	6	89
全体	%	55.2	12.3	6.3	6.9	9.4	10.0	100
	件数	342	76	39	43	58	62	620

第III-5表

		コ メ ン ト		記者の主体性	
		あ り	な し	あ り	な し
朝日	%	37.2	62.8	41.2	58.8
	件数	54	91	35	50
毎日	%	26.4	73.6	60.6	39.4
	件数	43	120	40	26
読売	%	35.3	64.7	44.9	55.1
	件数	30	55	22	27
四国	%	29.6	70.4	50.0	50.0
	件数	24	57	22	22
全体	%	31.9	68.1	48.8	51.2
	件数	151	323	119	125

ーダーの印象を「記者の主体性」というアイテムで記録した。ニュース・ソースでは、55.2%の記事が候補者または運動員からのものであった。コ

メントのない記事は7割近くあった。「主体性」が記録されたものは48.8%であった。即ち、客観報道をしなければならないという日本の新聞の実状の中では地方版記者は選挙に主体的に関わっているといえるが、取材範囲が狭いという印象がある。

④、⑤争点報道、アジェンダ設定。ここでは、地方版で言及される争点の種類の特徴とその新聞間の合意の程度を分析する。第III—3表に、今回選挙報道で言及された争点の種類と争点記事全体中のその比率が掲載されている。争点の順序としては、勝敗→地元政策＝同日選挙→中曽根政治→教育文化→不況→防衛→行革となっており、それ以外はわずかである。即ち、中央レベルでは、第一に、一時は同日選挙の可能性が消えたにもかかわらず強引な政治手法によって同日選挙に持ち込んだ中曽根首相の「ウソつき」問題、第二に、大型間接税導入をちらつかせながら首相を中心としてそれを打ち消しに回ったことによる「増税隠し」問題の二つがあったが、<sup>(34)</sup>地方版ではこれらの争点は第3位以降に回ってしまったという点が注目される。即ち、県の各候補者の勝敗に対する関心、それと同程度に県の地域開発に対する関心がトップツーを形成したわけである。勝敗についての関心の源泉は上述の競馬性にあると思われるが、候補者の地域政策についてはメディア側のアクションによるというより候補者側のアクションを重視したい。

第III—6表は、第28回から34回までの香川の候補者達の総選挙における公約の言及度数をまとめたものである。<sup>(35)</sup>第III—6表によると、「全国的争点」とは関わりなしに香川の候補者達は自民系を中心として「地元」政策を第一義的に訴え続けてきたということが明確である。つまり、各々の選挙報道でいかに新聞が争点形成を計ったとしても、候補者間のバランスをとり且つ候補者記事中心の報道となっている以上、結果的に報道争点種は候補者のアクションの占めるウエイトが大きくなるのである。新聞側の主体的な争点形成としては、市民とのインタビューやコラムの中で特集を組んで啓発を計るのだが、その政策問題は幅広く等量的に扱われることが多く、

第III-6表 香川の候補者の政策主張

選挙回	執行日	全国的争点	党派	外交・平和	教育	税制	社会保障	中小企業	農業	地元	物価	労働者	政界肅正・倫理	大学紛争	公害	列島改造
二八回	三三年	不明確	自民系	○	二	一	五	三	二	三						
			社会	一	○	三	三	○	二	○						
二九回	三五年	所得倍増 警職法・安保・	自民系	一	二		四	四	三	六						
			社会	二	○		○	○	○	○						
三〇回	三八年	物価問題	自民系	二	二		六	三	三	六	一	○				
			社会	三	○		三	一	一	○	二	二				
三一回	四二年	黒い霧	自民系	三				二		四			六			
			社会	一				○		○			二			
三二回	四四年	紛争・公害 沖繩返還・大学 物価	自民系	三	四	三	三	四	六	四	五			三	○	
			社会	二	○	○	一	一	二	○	二			○	一	
三三回	四七年	論等 日本列島改造	自民系	三	二	一	六	三	三	五	三				三	二
			社会	二	○	二	二	○	二	一	二				一	○
三四回	五一年	ロッキード	自民系		二	二	五	四	三	五	三		三			
			社会		一	一	二	一	二	○	二		二			

一一一一

第III-7表

争点	朝日 順位	毎日 順位	読売 順位
地元	2	2	1
勝敗		1	2
中曽根政治	3	6	4
同日選挙	1	4	3
防衛	4		
不況	6	5	
教育・文化		2	
福祉	5		5
税			6

結局候補者の発言で強調された点が全体の争点記事量を決めるという構造になってしまうのである。

アジェンダ設定については、今回の研究では、送り手分析のみであるので、争点の順位についてのメディア間合意が調べられるのみである。地方版中、四国新聞は1, 2面のみ分析であり、シリーズ等による争点報道は少ないので除外する。他3紙を比較すると第III

—7表のようになる。

表にみるように、「朝日」を除いて「地域開発」と「勝敗」についての争点は1位から2位までに収まっており、また、「毎日」の「中曽根政治」を除いて「中曽根政治」と「同日選挙」の争点は4位までに収まっている。その他の争点については各紙の統一はとれていない。つまり、4種の争点については地方版間の大方の合意が存在するという意味では送り手側のアジェンダの存在は立証されたわけである。地方版の争点の位相は、一方で商業ジャーナリストとしての競馬関心、他方で地元指向性の強い候補者の関心という次元を優位に持ちながら、国政争点を次位におくという地平で形成されていることが分かる。

〔注〕

- (1) Ostroff, D.H., and Sandell, K., "Local Station Coverage of Campaign: A Tale of Two Cities in Ohio," JQ, 61, 1984.
- (2) Fowler Jr., G.L., "Predicting Political News Coverage by Newspaper Characteristics," JQ, 56, 1979.
- (3) Weaver, D.H., and Wilhoit, G.C., "News Magazine Visibility of Senators," JQ, 51, 1974.
- (4) Arrendell, C., et al., "Predicting the Completeness of Newspaper Election Coverage," JQ, 49, 1972.

- (5) Manheim, J.B., "Urbanization and Differential Press Coverage of the Congressional Campaign," JQ, 51, 1974.
- (6) 武市, 松木, 山田, 山中「東京都知事選挙(1975年)をめぐる新聞紙面の分析——朝日・毎日・読売・サンケイの四紙を中心にして——」(『新聞学評論』第25号, 1976年, 48-67頁)。
- (7) 岩渕美克「マス・メディアの政治的効果—第13回参院選におけるTVニュースの内容分析—」(慶大法学研究会『論文集』第20号, 1984年度, 41-54頁)。
- (8) Manheim, op. cit., 1974.
- (9) Ibid; 653.
- (10) Sinclair, K., "'Horserace' vs. 'Substance' in Coverage of Election by British Prestige Press," JQ, 59, 1982.
- (11) Ryu, J.S., "Public Affairs and Sensationalism in Local TV News Programs," JQ, 59, 1982.
- (12) Sinclair, op. cit.
- (13) 彼は, 76年の大統領選挙を素材として, POLL記事を内容分析したが, 全メディアが選挙を競馬に比喻して報道していたことを確認した。Broh, C.A., "Horse-Race Journalism," POQ, 44, 1980.
- (14) 週刊誌の調査であるが, マドックスは, 登場する政治家は有名人である, 政党より人 person を重視する, という傾向を見いだした。Maddox, W.S., and Robins, R., "How People Magazine Covers Political Figures," JQ, 58, 1981. グレーバーは, 68, 72年の大統領選挙の分析から, 候補者の専門的資質より, 人格的情報の方が多い, 争点では, 公共問題よりキャンペーンのごたごたに集中するというメディア報道の競馬性を指摘した。Graber, D.A., "Press and TV as Opinion Resources in Presidential Campaigns," POQ, 40, 1976.
- (15) Russonello, J.M., and Wolf, F., "Newspaper Coverage of the 1976 and 1968 Presidential Campaign," JQ, 56, 1979.
- (16) 柳井道夫「東京都知事選挙におけるマス・メディアの対応——「みのべ」「はたの」の支持率に関する新聞報道を中心として——」(『新聞学評論』第21号, 1972年, 36-54頁)。
- (17) 同書; 48頁
- (18) 68年の大統領選挙の新聞調査から, 報道パターン, 大統領の特徴についての報道, 争点報道(内政問題が第一位となる), について, 地域的差があるものの, 画一性がみられたとする。Graber, D.A., "Press Coverage Patterns of Campaign News: The 1968 Presidential Race," JQ, 48, 1971. 画一性の原因として, 同一ソース, ワイヤサービス, コラムニスト等の理由とともに, ジャーナリストの共通の価値観が反映さるたものとみなした。Ibid; 512. 同じく彼は, 72年の大統領選挙でも報道パターン, 候補者の言及と写真, ニュースソース,

副大統領の報道，候補者資質報道，争点等の点で，「68年と同じく，日刊紙のキャンペーン報道は画一的」であったことを見いだした。Graber, D.A., "Effect of Incumbency on Coverage Patterns in 1972 Presidential Campaign," JQ, 53, 1976.

- (19) Wackman, D.B., et al., "Chain Newspaper Autonomy as reflected in Presidential Campaign Endorsements," JQ, 52 1975.
- (20) Martindale, C., "Newspaper and Wire-Service Leads in Coverage of the 1980 Campaign," JQ, 61, 1984.
- (21) Myers, D.S., "Editorials and Foreign Affairs in the 1968 Presidential Campaign," JQ, 47, 1970.
- (22) Myers, D.S., "Editorials and Foreign Affairs in the 1972 Presidential Campaign," JQ, 51, 1974.
- (23) Myers, D.S., "Editorials and Foreign Affairs in Recent Presidential Campaign," JQ, 59, 1982.
- (24) Stovall, J.G., "Foreign Policy Issue Coverage in the 1980 Presidential Campaign," JQ, 59, 1982.
- (25) Myers, D.S., "Editorials on the Economy in the 1980 Presidential Campaign," JQ, 59, 1982.
- (26) マッコームらの説では，マス・メディアの「ニュース」内容にのみ依存していたという欠点があったとし，ボウワーズは，新聞の候補者「アド」のアジェンダ設定機能の分析を行った。調査対象として70年の上院と知事の選挙を取り上げ，争点の順序は候補者の所属政党別，公職別に異なること，（ハリスの世論調査による）選挙人のアジェンダとアドのアジェンダとの相関が高いこと，選挙人→候補者→メディアの三つのアジェンダがあり連携しているらしいこと等を見いだした。Bowers, T.A., "Newspaper Political Advertising and the Agenda-Setting Function," JQ, 50, 1972.
- (27) ケイドらは，74年の大統領選挙におけるメディアの「特定政治イベント」のアジェンダ設定の研究を行った。彼は，マッコームらの調査が長すぎる期間に亘っていることと，広すぎる公共争点で扱われたことを批判し，一時点における，特定政治イベントについての調査を設定した。内容分析の結果，メディア間にはアジェンダの相関がないこと，メディアと公衆間にもないこと，から，「公衆のアジェンダは，メディアによって設定されていない」という結論を下した。Kaid, L.L., and et al., "Media Agenda Setting of a Specific Political Event," JQ, 54, 1977.
- (28) アインジーデルらは，76年の大統領選挙に際して，小党派候補者マッカーシーの週刊誌報道を調べ，大政党候補者の報道が多い，反面彼に言及した記事が極めて少なく，メディアによる争点だけではなく候補者間のアジェンダ設定機能

があるということを見いだした。Einsiedel, E.F., and Bibee, M.J., “The News Magazines and Minority Candidates-Campaign,” JQ, 56, 1979.

- (29) 竹下俊郎「メディア議題設定仮説の実証的検討」(東京大学『新聞研究所紀要』第31号, 1983年)。
- (30) 参院比例区の一般報道のうち「読売」の例を挙げると, 民社党県連の定期大会(6.7), 世論調査(7.4), と少ない。
- (31) 候補者の個人情報述べる中にその政治能力についての情報を含意させるという記述が一般的である。データの中から抽出できるパターンは次のとおり。保守系: 公職歴, 政治家としての親族の存否, 議員職に関係ある履歴, 有名大学, 高校出身者の時は学歴, 庶民的趣味と暖かい家族関係, 争点上の立場, 政策。社会: 入党経緯, 有名党幹部との個人的関係, 公職歴, 生い立ちの貧しさ, 農民集団か労働集団との連携エピソード, 争点上の立場, 政策。
- (32) 勝敗のサンプルは次のとおり。政党の声明中(政党記事)では, 「総力を結集して与野党対決の姿勢を強め, 党公認候補全員の当選を目指す」(自民, 6.17), 「何としても革新議席の回復に全力をあげる」(社会, 同) など, 一般記事の中では「議席ゼロの窮地に追い込まれた社会の議席死守, 奪還になるか。それとも, 自民の狙う参院香川選挙区と合わせた初の全議席独占が実現するか」(「朝日」6.21)。
- (33) 「読売」から一連の選管関係の事例を挙げると, 看板作り(6.3), 衆院選の執行計画と選挙啓発事業計画(6.4), 県警に取り締まり本部設置(同), 郵便局の選挙用葉書への対応策(6.5)。違反摘発という県警本部長声明(6.6), ポスター掲示板設置(6.10), 開票速報の手順決定(6.11), 立候補予定者説明会(6.12), 事前運動取締り本部から選挙違反取締り本部に切り替え(6.13), 選挙啓発用うちわ(同), 市町選管委員長・書記長会議(6.15), 政見放送録画(6.17), 選管臨戦態勢(6.18), 明るい選挙訴え(6.21), 等。この様に, 公示前は選管記事一色に塗りつぶされていた。
- (34) 杉正夫編『日本の総選挙1986年』(「III 選挙運動」), 1987年, 60頁。
- (35) 神江「香川の選挙」(『政治研究』第33号, 1986年3月, 67—70頁)。

## [ま と め]

香川の新聞, 地方版の選挙報道の特色としては, 第一に, 政治社会の規範から外れる対象へのバイアスが一部認められた。候補者間バイアスもあ

ったが、選挙区の特殊事情を反映する要因によるところが大きい。政党間では、自民党に有利に、共産党に不利にするバイアスが認められた。

第二に、報道量は、時間、公職という要因が決定している。

第三に、所属政党との関連が薄い形での候補者個人報道が大きく政党報道が少ないという点で、報道の競馬性が認められる。争点報道も勝敗中心である。

第四に、記者の主体性の存否の判断はフィフティ・フィフティであった。

第五に、争点報道は、中央政治争点に対する選挙区の争点の捻れ現象が認められた。選挙区の争点では、メディア間合意が認められた。

以上の知見は、日本の政治の枠組みの中で析出した場合一層説明力が高まると思われる。