

研究会『日本政治とメディア テレビの登場からネット時代まで』

中公新書 2014年 逢坂巖著

報告 松本倫明

歴代戦後内閣総理大臣

吉田茂	鳩山一郎	石橋湛山	岸信介
池田勇人	佐藤栄作	田中角栄	三木武夫
福田赳夫	大平正芳	鈴木善幸	中曽根康弘
竹下登	宇野宗佑	海部俊樹	宮澤喜一
細川護熙	羽田つとむ	村山富市	橋本龍太郎
小渕恵三	森喜朗	小泉純一郎	安倍晋三
福田康夫	麻生太郎	鳩山由紀夫	菅直人
野田佳彦	安倍晋三		

～第一章 テレビの登場と自民党の成長～

◆政治家は自身の権力を固めるためにテレビに頼る◆

テレビと政治家

テレビが政治の姿を捉えるのは 53 年からである。吉田茂と鳩山一郎のやり取りが報道されたり、番組内で政治家が出演し議論したりした。55 年頃、まだテレビの家庭への普及度は低く、飲食店などで客寄せに使われていた。家庭への普及度の低さにも関わらず、多くの政治家が出演した理由は選挙事情や政党の戦略にあった。「地盤」や「組織」に挑戦する弱い政党は広報に注力した。そして一方が宣伝をすると、他方も宣伝をするという構図ができた。他方、テレビは造船疑獄の際の本会議を中継するなど、政治の混乱を映すこともあった。

ラジオと政治

電気メディアの元祖・ラジオは 25 年から放送を開始し、以下の変遷をたどった。

① 当初：政治的議論の禁止

② 戦時中：国策放送。政府や軍部への批判は禁止。ラジオと政権の一体化。

③ 占領期：民主化、非軍国主義化を目指す。放送討論会、街頭録音。

④ 造船疑獄：世論に押されて政府の風刺をするも、政府与党から圧力がかかり、一部の番組が打ち切りになる。

鳩山一郎のテレビ利用

吉田茂と異なり、鳩山一郎はテレビ、ラジオを用いた大胆な広報を行い、選挙に勝利する。この選挙の後、自由民主党が成立する。メディアへのアピールの重要性が認識され、引き継がれていく。特に石橋首相は政界の人脈が弱かったので、直接国民に訴えて政治権力を固めようとした。

テレビ時代の到来

首相がメディア、特にテレビに注力した裏側で、マスメディア自体大きく変化していた。50 年代末からテレビが急速に普及し、国民も世の中の動きを知るのにテレビを頼り始める。これを受けて、テレビを巡るメディア政治が本格化し、その最大の契機が 60 年安保だった。

① 新安保以前：新聞が世論を形成し、反対運動へと国民を動かした。

② 安保闘争：テレビは政治の「現場」をリアルタイムで可視化する。テレビは感情的な反応を引き出す「ムード」を作り出し、人々をして反対運動に参加せしめた。

60 年安保を経て、政府・与党は「マスコミ対策」を重要な課題とした。

池田勇人とマスコミ

池田勇人はマスコミ対策として、所得倍増計画という明るい議題を設定した。また低姿勢などのイメージ戦略もとった。

しかし社会党の浅沼が殺害された。この事件はテレビで大きく扱われ、世論は激昂、デモが発生し、深刻な問題となった。

テレビ選挙

池田は国会を解散し、総選挙が行われる。この選挙ではテレビが非常に重視された。

初の選挙期間中の政党スポンサー番組	初の首相出演 CM	テレビ討論
-------------------	-----------	-------

首相のコミュニケーション

自民党の 1960 年の勝利は、組織戦が激しくなった選挙だと報じられた。つまり派閥や個人後援会などの非公式な組織が国民と政府を繋ぐメディアとなった。

首相は以下の三つの側面を持ち、各々の立場から国民とコミュニケーションをとる。

総理(公式)	総裁(公式)	派閥の領袖(非公式)
--------	--------	------------

自民党のコミュニケーション

一方、政党には国民とのコミュニケーションのための三つのルートがあった。

- ① 政務調査会：議員や関連省庁が、政策の議案をチェック(事前審査)
- ② 組織：全国組織委員長の下、組織総局、産業組織局、労働組織局などの局が、各々の対象にアプローチして組織化を計画。
- ③ 広報：日米安保など、大きな政治課題の PR。

派閥争いの激化

しかしこれらの機構は実際には、特に地方支部で、巧く機能しなかった。地方支部ではなく、個人後援会が有権者を政治家と直接結びつけようとしたからである。中選挙区制の下、派閥争いは激化し、新聞記者もそれに巻き込まれ、「派閥記者」が誕生した。

自民党の組織政党化は妨げられた。各社の新聞記者は、非公式な組織である派閥や後援会が選挙の中心になっていると指摘した。

池田 PR が招いた大衆の変化

以上、60 年選挙では以下二つの戦術がとられ、後の政治に大きな影響を与える。

派閥、個人後援会による地上戦	池田のテレビを使った空中戦(所得倍增計画)
----------------	-----------------------

- ① 個人後援会はその後、派閥政治を定着させ、大きな利益集団となる。
- ② 池田が経済を重視し、国民に「消費は美德」というムードを作り上げた。国民は欲望中心主義と家庭中心主義という価値観をもつ戦後的大衆へと変化した。

この大衆の変化によりテレビも変化する。60 年の選挙後も池田は世論を全国のモニターから調査するなど、テレビを用いた大衆とのコミュニケーションを続け、自身

の権力を固めた。しかし臆て高度成長期に豊かになった大衆の世論は、政調や個人後援会などのコミュニケーションルートでは対応できなくなる。池田は人々の心性の変化に気付きながらも、変化に対応できないまま、池田や宮沢のような政治家が退陣することになる。

佐藤栄作とマスメディア

続く佐藤栄作も大衆とのコミュニケーションに敏感であった。彼は人気を気にして、ポジティブなマスコミ統制に取り組んだが、しかし人気は盛り上がらなかった。彼は余りに人為的な政治宣伝を行ったため、マスコミの側がそれを制御しようとしたのである。加えて国際社会が緊張し、国内でも連合赤軍事件が起こるなど、準戦時ともいえる状況があったため、彼はマスコミにネガティブな介入をすることが多かった。特に当時テレビニュースを牽引していた TBS に注視しており、TBS 成田事件はこうした背景で起こった。

この事件をきっかけにテレビは自主規制を強めるようになった。加えて視聴者の側も「重くて真面目で暗い」番組を拒否するようになっていた。

タレント議員の登場

同時に自民党と大衆とのコミュニケーションがうまくいかなくなっていた。自民党が都市部で勝てなくなっていたのである。それは組織や後援会など、公式、非公式のコミュニケーションルートに含まれない人々が都市部に増加していたことを示す。そこで自民党はテレビによって知名度が高く、親しみやすい人を候補者に立てるようになる。つまりタレント候補である。この方法は成功し、選挙に対するテレビによる知名度の影響力が認識された。

~第二章 派閥政治のコミュニケーション~

◆マスコミが政治の闇を暴き、政治家に説明を求める◆

直接語りかける手段としてのテレビ

佐藤は密約や経済の問題で新聞から批判を浴びて辞任した。佐藤は辞意を表明する記者会見で、新聞のように発言が文字になると、真意が歪曲されてしまうと、新聞を批判し、テレビで直接国民に語りたいと言い張った。

続く田中角栄は庶民派宰相として、メディア、国民から歓迎された。

田中のテレビ支配

田中はテレビ局の免許交付や開局に関わり、テレビ局に恩を売る。これを通じ、テレビ局と資本面で深く関与していた新聞社への影響力も増大させた。免許交付という公に不明確な手法で秘密裡に、より深く、メディアを構造的に支配したのである。

田中の政策と退陣

田中は列島改造論を打ち出し、総選挙に臨んだが、都市部でのウケが悪かった。加えて石油危機などによる狂乱物価で批判を受ける。その後の参院選では、「企業ぐるみ選挙¹」と「タレント選挙」を行い、企業の組織とタレントのイメージを選挙に活用した。しかし結果は大都市圏で惨敗だった。この参院選の後、田中の金脈政治と女性関係という二つのスキャンダルがでる。最初、新聞はこれを後追いしなかったが、その理由は以下のような政治と新聞の関係にあるのかもしれない。

金と女に触れない不文律	テレビ、新聞の田中への恩	情報を貰う立場として闇の顔に目をつぶる態度
-------------	--------------	-----------------------

しかし外国メディアがこのスキャンダルをとりあげてから、日本のマスメディアも後追いし始め、田中は退陣を表明する。

この国内メディアの動き方は田中との馴れ合いが原因ではないかと筆者は疑う。田中は郵政省時代、その権限によりメディアや郵便局などの多くの仲間、身内を作り上げた。しかし身内に入らない週刊誌や外国メディア(外人)に闇を暴かれ、終に国内メディアにも批判される。外人はメディアだけではない。先述のように、既に都市

住民も派閥が取り込めない外人になっていた。

穢いイメージを払拭するための三木武夫

三木首相はマスメディアを巧みに使い、世論を背景とした政権維持を図った。派閥が小さく党内の権力基盤が弱かった三木は国民に支持を求め、世論を引きつける工夫をした。三木は理想主義的な政策を提唱し、世論だけでなく、野党さえも味方に付けようとした。しかしこれには多くの妥協を要し、その姿勢が国民の嫌悪を呼ぶ。

ロッキード事件とテレビの影響力

そんな折、自社の航空機を売り込むため、ロッキード社が政府高官に工作資金を渡していたという贈収賄事件(ロッキード事件)が発覚する。政治責任を明らかにすることに反対する党内勢力に対し、三木はテレビを用いて、自分は「清潔な政治」を求めているという姿を訴え、世論を獲得、支持率を回復させた。(但し、NHK はロッキード事件に関して自主規制することも多かった。)

しかしこの事件は激しい派閥闘争を引き起こし、三木はまたも最終的に妥協する。この妥協に世論は失望、国政は停滞、不況も相まって、財政赤字が増大した。

三木は後の選挙で単独過半数を割り込み、責任を問われて退陣した。

福田赳夫と派閥の強大化

福田首相に対する世論は冷たかった。ロッキード隠しの親玉と見做されていたからだ。派閥抗争と金権政治のありようも嫌悪されていた。そこで福田は派閥を弱める策として予備選挙という制度を掲げた。総裁選の際、数百名だけで総裁を選ぶ前に、全国の党員の票で総裁候補を絞り込もうというのである。

福田は順調に政権を安定させたが、自身の総裁選では大平に敗れた。結局、大平は予備選挙でも派閥の力を使っていた。

派閥の弱体化のため導入された予備選挙が、激しい選挙運動の中、更に派閥を強化させた。自民党という公式の組織を派閥が飲み込んだのである。

大平内閣

大平首相は経済を優先中心の時代を反省し、文化中心の時代へと変わることを政治

¹ 大企業に全国区の候補者を割り当てて、資金や運動員を提供させる。

理念としたが、派閥争いのために頓挫する。

また所得倍増計画以来の行政肥大に責任を感じており、自らの手で収束させようと
考えていた。彼は財政再建の手段として消費税導入を検討し、国民に対し、曖昧な
態度をとり続けるという小手先細工を使った。

しかしその細工は新聞報道で壊される。税金を食い物にしたカラ出張やヤミ賞与が
明かされ、反増税の感情が一気に高まる。

総選挙の際には、またも派閥抗争が起こる。派閥抗争のあまりの激しさに大平は病
を患い、死去してしまう。

NHK と政治

ここで NHK と政治の対峙について触れる。

戦後、NHK は権力を監視するジャーナリズムの機関となった。しかし実際には、ロ
ッキード事件の際に自主規制するなど、必ずしもその役割を果たしたわけではなか
った。それには以下のような訳がある。

郵政大臣による管轄	放送法	人事や予算を国会が決定
-----------	-----	-------------

政治情報の変化

テレビには以下のように政治を変容させた。

- ① 佐藤や三木が意識したように、直接国民に真意を伝える可能性が上昇した。
- ② 一瞬で膨大な人に情報が伝わるため、政治家に「公開性」「スピード」「説明責任」
を要求することになる。

～第三章 「テレビ政治」の時代へ～

◆本格的なテレビ政治。国民のイメージが政局を左右する◆

大平死後の選挙結果

大平が首相在任中に死去したことはマスメディアの態度を一変させた。当初、公費
の乱用等を批判していたメディア勢は大平の死後、好意的な回想を報じるようにな
り、国民の関心と同情を呼ぶ。選挙結果は自民党の圧勝であった。マスメディアの
同情的な報道に、特に都市部の有権者が動かされたのであった。

鈴木善幸とメディア対応の失敗

この後、鈴木善幸が首相となり、「和の政治」を政治理念に掲げた。しかし彼はマス
コミ対応の甘さが原因で困難に直面する。それが日米同盟事件である。

日米同盟事件とは、防衛にあまり積極的ではなかった鈴木の違いと裏腹に、日本で
は軍事同盟が強化されたと報じられ、米国では日本が防衛分担に踏み切ったと理解
されたコミュニケーションの齟齬である。この食い違いの原因は以下の二点にある。

記者会見での失言	新聞社対応のぬかり。新聞は首脳会談前に作られた。
----------	--------------------------

この内外との意思疎通の甘さから鈴木は「暗愚の帝王」と揶揄される。
財政再建の課題に関しても、マスコミ対応がうまくいっていなかった。高く設定し
すぎた自身の政策目標を公表したため、ある程度成果を上げて評価されなかった。
行政改革のために用意された土光臨調に関しては、土光=正義という役作りがメデ
ィアでなされ、対する鈴木は悪玉というマイナスのイメージで報道された。

中曽根内閣と国民の支持

続く中曽根首相は早くからメディアの重要性を認識しており、政治に最も重要なツ
ールの一つとしてテレビを挙げた。特徴的なのは、報道内容をかなり細かくチェッ
クしていたことで、NHK の理事を呼び出すこともしばしばあった。
このように国民の印象を気にする中曽根は自身の低い支持率の原因であるタカ派色
を抑えるようになる。内政を重視するとともに他国の首相と引けを取らない態度、
格好よさをアピールし、支持率をあげた。

一方、田中との関係はなかなか解決しなかった。中曽根内閣は田中の傀儡政権といわれる程、田中の派閥の影響を受けていた。

とは言え、田中が病で政治的影響力を弱めてからは、中曽根の人気は上がった。この人気に乗じて、中曽根は策を練り、衆参ダブル選挙で大勝した。この勝利で注目すべきなのは、中曽根が無党派層を意識していたことである。テレビに親しんできた若者の支持を得るため、いいイメージをテレビで伝えるよう努めた。

しかし選挙後は公約違反などとメディア、野党に批判され、悪いイメージが広まり、支持率が低下する。その後も世論に反し従いを繰り返し、支持率も上下した。

このように首相が国民の支持に従いながら政権を維持してきたことはテレビが本格的に政治を動かす時代が来たことの証である。

ニュース戦争

① 報道番組の成長

ここでは 70 年代以降のテレビの歴史を追う。70 年代から「楽しくなければテレビじゃない」を標語に、フジテレビに先導され、ニュースの娯楽化、軽薄化が進んだ。視聴者に見てもらうことを至上命題としたのであった。

② 政治討論番組の成長

80 年代半ばから、生放送の討論番組が始まり、例として「朝まで生テレビ」が挙げられる。これに各局も続いていく。

これらテレビの成長によって、政治が国民にとってより身近となり、テレビ政治の本格化に寄与する。しかし同時に政治を揶揄する否定的な態度を高めることになる。

竹下登とリクルート事件

中曽根退陣後、竹下登が首相となり、財政再建を目標に消費税導入を PR していく。しかしリクルート事件でマスコミに揺さぶられ、退陣に追い込まれる。日本テレビが収賄現場を隠し撮りするなど、マスメディアによる事件の追及が積極的に行われた。この事件のために、竹下は消費税導入を訴える機会を失っていく。

社会党の台頭

自民党が不調になる中、それまでテレビにでてこなかった社会党が表に出てくる。党首土井たかこは政党の PR のためにテレビに多数出演し、それまでなかった大衆性と新鮮なイメージを国民に与え、土井ブームを作り上げた。選挙結果は、社会党の勝利であった。土井は、贈収賄で穢いイメージのある自民党と正反対のイメージを伴ってテレビで取り上げられたために反自民ムードができたのであった。

海部首相の誕生

選挙で敗北を喫した自民党はイメージ戦略として、若さとファッション性のある海部を首相として指名する。海部は選挙に勝つことを目標に、イメージ戦略をとる。組閣の目玉として、当時の土井ブームにあわせ、女性閣僚を二人起用するなど、積極的なメディアキャンペーンを行った。討論番組やニュース番組を活用して、消費税などの困難な問題に関しても国民の理解を得ていった。