

# 報道の送り手側の内実に関する文献調査に基づく公共事業批判報道の背景の考察

田中 皓介<sup>1</sup>・藤井 聡<sup>2</sup>

<sup>1</sup>学生会員 京都大学大学院 都市社会工学専攻 (〒615-8540 京都府京都市西京区京都大学桂4)  
E-mail:tanaka@trans.kuciv.kyoto-u.ac.jp

<sup>2</sup>正会員 京都大学大学院教授 都市社会工学専攻 (〒615-8540 京都府京都市西京区京都大学桂4)  
E-mail:fujii@trans.kuciv.kyoto-u.ac.jp

公共事業の必要性が指摘される一方で、近年の日本においては、否定的な世論の存在が懸念される。そうした世論に影響を及ぼすものとして、マスメディアが挙げられ、公共事業に対する批判的な報道の存在が既往研究によって示唆されている。その中で、公共事業に対する批判的な報道の要因は、報道される側、すなわち公共事業そのものだけではなく、報道する側にもそうした報道を生み出す要因があるのではないかということが指摘されている。そこで本稿では、報道の送り手側に焦点を当て、既存の研究や出版されている書籍における報道関係者の証言をもとにした、メディアの内実について整理した知見に基づき、公共事業批判報道がなされてきた背景について考察を行う。

**Key Words :** *public policy, mass media, journalism, media coverage*

## 1. はじめに

公共事業は、2011年の東日本大震災からの復興や、自然災害への備え、インフラの老朽化対策、さらにはデフレ脱却に向けた経済政策としてなど、その必要性が顕在化している。しかし、一方で近年の日本においては、公共事業に対する否定的な世論が根強く存在していることが懸念される。

そうした世論の形成に少なからぬ影響を及ぼすものとして、マス・メディアが挙げられる。その報道は世論の一端を担うものであると考えられるが、マス・メディアの中でも主要なものの一つである新聞を対象に、公共事業報道の実態が実証的に明らかにされてきた。

田中・中野・藤井(2013a)<sup>1)</sup>は、2011年から2012年までの1年間の全国紙五社の経済関連の社説を分析し、社によって程度の差はあるが、新自由主義的な社説が支配的であることを示唆している。さらに、90%の経済社説においては、デフレという現在の経済状況を十分に想定せずに経済政策を論じ、さらに、「増税」や「構造改革」、「公共事業削減」については、とりたてて根拠を述べることなく、結論的な主張のみがなされている可能性を示唆している。

さらに、田中・藤井(2015a)<sup>2)</sup>は、2000年以降のアメリカ大統領の一般教書演説についての日本の新聞報道を分析し、近年、アメリカでインフラの重要性が強調されるようになってきているが、そのようなことが報道される傾向は著しく低く、報道の送り手が偏った取捨選択傾向を有している可能性を示唆している。

また、田中・神田・藤井(2013b)<sup>3)</sup>によれば、1980年代後半以降で見ると、1993年に談合を巡る報道が顕在化し、そのころから公共事業批判報道も増え始め、特に2000年前後に複数の論点による批判がピークを迎えており、中には事実以上に過剰な批判がなされている可能性を示唆している。

加えて、田中・藤井(2015b)<sup>4)</sup>は、戦後の公共事業関連社説を時系列分析し、その論調が、1950年代から2000年代にかけて徐々に否定的なものへと推移し、特に2000年代は、公共事業についての肯定的論点及び否定的論点を総合的に考慮し、検討するような論調というよりは、一方的に否定的な主張を頻りに繰り返すような論調であった可能性を示唆している。

確かに、報道される側の公共事業に、非効率な整備計画や、事業受注にからむ贈収賄など批判されるべき要因があったことは否定しない。

しかし、田中ら (2015b) によれば、「報道される側の特定の行為の増減によって、報道される公共事業の否定的側面が決まっているというよりはむしろ、報道する側が、批判するテーマを適宜設定しながら、それを特定時期に繰り返して報道している」という報道姿勢の存在可能性も指摘されている<sup>3)</sup>。

つまり、公共事業の批判的な報道を考える上では、報道する側に焦点を当てた研究が必要であると考えられる。

そこで、本稿は報道をする側の特質に関する知見や資料に基づき、既存研究で明らかにされている公共事業に対する否定的な報道の背景について考察を行う。

## 2. 既往研究と位置付け

公共事業報道に限定しなければ、報道の送り手研究は、マス・コミュニケーションの分野で行われてきた。報道の送り手を対象とした量的な研究では、1993年に新聞協会研究所が新聞記者の意識調査を行っている<sup>5)</sup>。あるいは、日本大学法学部新聞学科の研究グループが新聞やテレビの報道関係者 1000 人に対するアンケート調査を 2007 年<sup>6)</sup>と 2013 年に行い、その結果を公表している<sup>7)</sup>。

また、質的な研究として、大石・磐田・藤田 (2000)<sup>8)</sup>や山腰 (2006)<sup>9)</sup>は地方紙を対象としたインタビュー調査を中心に、世の中で起きた出来事がニュースになる過程で、記者が何をニュースとするかの判断基準を調査している。

また、個別の政策に限定した送り手側の調査として、土田 (2011)<sup>10)</sup>や土田・木村 (2011)<sup>11)</sup>が原子力報道についての研究を行っている。ここでは、原子力発電に関する地方紙記者を対象として、報道の送り手側の原子力に対する認識を調査している。

しかし、送り手を対象とした先行研究は、特定の会社を対象としたものや、アンケートによる量的なものに限られており、十分な知見の蓄積がなされていない。

一方で、メディア関係者の質的な意見として、メディア関係者へのインタビューや、元ジャーナリストの著書など、多くの書籍が出版されている。こうした書籍もまた、報道の現場状況を示す資料として有用なものであると考えられる。

そこで、本稿では既存の送り手研究に加えて、出版されている書籍の中で、実際の報道現場での経験のある人々の発言を資料とし、報道の内実に関する調査に基づき、既存研究において指摘されているような、公共事業を巡る報道が行われてきた背景について考察を行う。

## 3. 報道の送り手側の意識

本稿では、既存の研究や、書籍から抽出した発言をもとに、マスコミの送り手側の内実に関する知見をまとめつつ、公共事業報道の背景を考察する。そこでまず、本章でその内実について、発言や資料をもとにとりまとめを行う。もちろん、ここでまとめるもの以外にも、様々な要因があるだろうが、ここでは公共事業報道の背景の考察を前提としてまとめる。

### 3.1 ジャーナリストとしての意識

まず、個別の記事を書く記者や、記事のとりまとめを行うデスク等、実際の報道を作り出す人々は、どのような意識で報道という仕事を行っているのであろうか。

1993年のアンケート調査<sup>5)</sup>によると、記者への就職理由(複数回答)として、「社会の役に立つ」ことを挙げた者は 31.5%である。これは、「他の職業では味わえない体験ができる」(57.6%)、「好奇心を追究できる」(35.0%)、「個性や能力を發揮できる」(34.5%)に次ぐ割合である。

一方で、元共同通信社の浅野健一によれば、新聞各社の中途採用では、同業他社のみならず、夜中まで働かされても苦にならないような労働条件の厳しい一般企業出身者の採用が増えており、「ジャーナリストの志もなく、新聞の理念など、どうでもいいと思っている人もいる」(p.60)<sup>12)</sup>。

さらに、元共同通信社の原寿雄<sup>3)</sup>によれば、「新聞社には記者職で入社するのが普通だが、民放テレビの場合は多くの場合、入社後の適正を見て振り分けられるという仕組み」(p.164)であるため、特に民法テレビにおいては、「個人としてのジャーナリスト意識は、より軽薄になりがちである」(p.164)。

ここで、日本の全国紙をはじめ、各地方新聞や通信社、テレビ局等、主要なマス・メディアが加入している日本新聞協会の倫理綱領には以下のように書かれている。

「おびただしい量の情報が飛びかう社会では、なにが真実か、どれを選ぶべきか、的確で迅速な判断が強く求められている。新聞の責務は、正確で公正な記事と責任ある論評によってこうした要望にこたえ、公共的、文化的使命を果たすことである。」

このように、報道に関わる者には、その責務として公共的な使命が期待されるものの、「社会の役に立つ」という公共性を担おうとする意識よりも、むしろ私的な動機で記者になった者が多く、採用する企業の側も公共的な意識の持ち主を、必ずしも採用しているわけではないようである。

### 3.2 サラリーマンとしての意識

そうした意識の軽薄な記者は、ジャーナリストというよりも、企業に雇われたサラリーマン的な意識が先行することとなり得る。元日経新聞の牧野洋によれば、「日本の新聞社では構造的に編集と経営が分離していない。新卒一括採用で入社した記者が社内競争を勝ち抜き、経営幹部に抜擢されるのである。……これだと記者は「ジャーナリスト」というよりも「サラリーマン」としての立場を優先せざるを得ず、経営幹部の意向にはなかなか逆らえない」(p.96)<sup>14)</sup>のである。

こうした上下の関係はテレビ局においても同様にみられる。元フジテレビの安倍宏行によれば、「視聴率を取るために番組側のいうことに従わざるを得ない、という考えが蔓延し、刷り込まれ、やがて、それが当たり前ようになって、取材部は番組側に屈することになってしまった」(p.44)<sup>15)</sup>のである。

さらに、雑誌記者の名和靖将は、制作会社の幹部の話を紹介している。「番組の制作には局員だけではなく、多くの制作会社や個人が関わっています。頂点に君臨しているのは局のプロデューサーで、下に下請けの制作会社、さらに孫請けと続くピラミッド構造です。局のプロデューサーの指示は絶対なので、下請けのものが拒むと、次の仕事がなくなります」(p.140)<sup>16)</sup>。

このような組織においては、当たり障りのない、従順で無難な記者が重用されるという。元日経新聞社の田村秀雄によると、「今の日経では、上司の意見や指図に忠実で、無難な記事を書く記者を重用するケースが多い」

(p.76)<sup>17)</sup>であり、元共同通信社の浅野も、「最近、記者の採用は、裁判官や銀行員と同じように、従順で器用な体制派をえらぶようです」(p.54)<sup>12)</sup>と語る。さらに、元朝日新聞社の大鹿靖明は、「書かない記者ほど抗議や訴訟など「事故」リスクからは遠いので、社内の階段をステップアップする傾向が強い反面、書く記者ほど「事故」度合が高まり、途中で排除されて」(p.73)<sup>18)</sup>しまう状況を示唆している。

さらに、現場の記者にとどまらず編集権を握るような地位にある人々についても、元共同通信社の原は次のように述べている。「デスクや編集幹部の間に、他紙と同じものを載せていれば無難という消極的な考え方があり、出先の記者はそれを反映しているにすぎない面もあろう。もちろん、編集幹部は常に他社にない特ダネを強く求めるものだが、一方で画一化にすり寄ってしまう責任回避ムードが根強いことは否定しえない」(p.147)<sup>19)</sup>。

そうした記者が重用される理由として、元日経新聞社の田村が指摘するように「毎日、紙面を編集しなければならないので、衝突することの多い記者よりも、従順で差し障りのない内容の記事を器用にこなすタイプのほう

がはるかに使いやすいから」(p.76)<sup>17)</sup>ということが考えられる。

### 3.3 記者のおかれた状況

さらに、現場の記者は、自身の専門性を磨き、自分なりの意見を持つのに適した環境にあるとは言い難い。

元共同通信社でテレビ朝日にも在籍した田中周紀はその状況をこう語る。「いかんせん民放局の経済部は記者の数があまりにも少ない。共同の経済部の記者が部長以下90人近いのに、テレ朝は十数人。しかも、そのうち数人は出先の記者クラブとデスクを兼務する。他の民放キー局も五十歩百歩で、これでは記者会見さえまともにカバーできない」(p.213)<sup>20)</sup>。

そのように、特に民放テレビはそれほどまでに一人当たりの負担が大きいことに加え、「短い期間で配置換えを繰り返すので、専門記者が生まれにくい。深い見識が育たない」(p.58)<sup>21)</sup>環境にあると、元毎日新聞社の河内孝は言う。そして、未経験な記者ほど他社とメモをつき合わせますから、どこの新聞を見ても同じ事ばかり書いてある」(p.61)<sup>21)</sup>ような状況を生むのである。

一方で、アンケート調査<sup>7)</sup>では、仕事に対する不満として「仕事に追われて余裕がない」と思っている人が37.8%と最も多く、専門的な知識をつける時間的な余裕も十分にはないのが現状であると考えられる。

そのような時間的な余裕のない状況下では、元TBSの下村健一の指摘するように「一度「これがメインの見方だ」という線が決まったら、もうそれに沿った情報ばかりがスムーズに“採用”されて、そうじゃない情報は“時間切れ不採用”を繰り返す」(p.29)<sup>22)</sup>すのであり、多様な側面からの報道も容易ではないものと考えられる。

### 3.4 視聴者・読者の影響力

上述のように、マス・メディアも一般企業と同様に、組織で動く企業であり、さらに経営の面でも、公共的な役割を期待されるテレビや新聞と言えども、一企業に過ぎない。「新聞は言論の自由を守るために非公開にしているというが、ではテレビ、ラジオはどうかかという議論はないままに、テレビ会社の株は公開された」<sup>23)</sup>であり、特にテレビは報道機関である以前に、利益を追求する企業なのである。新聞も株式は公開していないものの、採算を無視した営業は不可能である。

そのため、報道機関にとって視聴者や読者は消費者であり、元共同通信社の浅野が指摘するように、「新聞社や放送局に手紙を出すというのは、けっこう効果的です。マスメディアの人間は、読者や視聴者からの声を一般の人が思う以上に重視しているから」(p.75)<sup>12)</sup>と考えられる。

とりわけ、そのような視聴者・読者からクレームが来るのが、その時々空気や人々の考える物語に沿わない報道をしたときである。元朝日新聞社の徳山善雄は、「視聴者は自分の思い描いたストーリーでなければヒステリックに抗議する、それを知るテレビは視聴者に迎合する、その関係にうまく乗っかる政治家がいる」(p.38)<sup>24</sup>という構図を指摘している。元毎日新聞社の小島正美によれば、「マスメディアでさえ、世間や“空気”には逆らえない。逆らうと読者からの抗議が来るし、週刊誌は売れなくなる。視聴率も落ちる」(p.196)<sup>25</sup>のである。さらに、元TBSの下村健一によれば、「視聴者の側も、いったん報道に流れができると、それと違う見方を放送すると怒る人がけっこういるんですね。「何だ、それは。おまえの言っていることは他の報道と違うじゃないか」と。「違う見方も提示してくれてありがとう」なんて滅多に言われません。違うと、投書などで怒られる」(p.30)<sup>22</sup>のである。

加えて、読者・視聴者にはストーリーに沿った内容だけでなく、分かりやすさが求められると考えられる。

例えば複雑な問題について「仕組みを懇切丁寧に説明しても、視聴者が理解する前に画面が切り替わってしまえば、ついていけなくなった視聴者はチャンネルを変えてしまう」(p.228)<sup>20</sup>という元テレビ朝日の田中の指摘にあるように、分かりやすさは視聴者・読者の求める重要な要因であると考えられる。

とりわけ「日本人好みの勧善懲悪的な構成、つまり「水戸黄門」的な単純ストーリーが次々と仕立てられ、視聴率をグイグイと伸ばしていった」(p.35)<sup>24</sup>と元朝日新聞の徳山善雄の指摘するように、悪を叩くという分かりやすい構図が求められているようである。

しかし、事実であればいくらかでも批判していいのであろうか。元毎日新聞社の亘英太郎は「事実であっても、そのことを書いたらどうなるか、ましてすべてのメディアが一斉に報道したら人々はどう反応するか。そういったことへの想像力が現場では欠落する」(p.61)<sup>26</sup>と指摘する。そうして一斉に非難され、一度、“悪”と定められると、「あまりにバッシングがひどくて気の毒になり……かばいたいと思ったりもしたが、そうすると視聴者からの抗議の電話やファックスが殺到する」(p.35)<sup>24</sup>という芸能リポーターの梨元勝の発言も踏まえると、批判的な報道にもバランスが求められるものと考えられる。

### 3.5 広告主に対する自制的配慮

報道機関が気にかけるのは、読者・視聴者だけではなく、広告費を払ってくれるスポンサー企業の存在も無視できない。ただし広告主からの影響について、かつて共同通信社とテレビ朝日に在籍した田中<sup>20</sup>によれば、「“脅し文句”をチラつかせて圧力をかけてくるケース」(p.215)

はほとんど皆無で、「あくまでこちら側の自主規制の話」(p.215)なのである。元電通の本間龍は、「新聞社といえども採算を度外視した経営はできませんので、よほど悪質なケースでない限り、問題のある企業だからといって徹底的に叩いたりはいしません。ただし、ここでも物というのはカネで、年間出稿額の大きな大企業になればなるほど、追求は甘くなります」(p.20)<sup>27</sup>と、広告主に対する報道機関の配慮を示唆している。

さらに、元毎日新聞社の北村肇はその実情について「広告主の批判記事やスキャンダルを書かない、あるいは大きく扱わないということは、以前からあった」(p.68)<sup>28</sup>と、その内情を説明する。

あるいは、元テレビ朝日の田中は自身の経験として、「あそこがうちの大口スポンサーであることは承知しているよな。だから、うちが報道の口火を切ることは遠慮してほしい。どこか他のマスコミが記事にしたら、思う存分やってくれていいから」(p.216)<sup>20</sup>という上司とのやり取りがあったという。

このように、企業からの直接的な圧力がなくとも、報道する側の自主的な配慮がはたらくという実情が示唆されている。

ただ、中には直接的な圧力が存在する可能性を指摘するものもある。元共同通信社の原によれば、広告を出さずか出さないかはスポンサーの自由ではあるものの、「朝日新聞が2006年7月から翌07年3月まで続けた「偽装請負」のキャンペーン報道で違法不正を摘発、批判されたキャノンと松下電器産業の広告は一時期、朝日新聞上から消えた」(p.44)<sup>29</sup>と、スポンサーによるリベンジの存在を示唆している。

### 3.6 権力からの圧力

権力の側からの、メディアに対する圧力ないしは影響力の存在が示唆されている。

圧力というほど、強制的なものではないが、次のように影響を及ぼすと、元日経新聞社の田村は説明する。「財務省の記者クラブである「財政研究会」に在籍する記者たちを、日々のブリーフィングや懇談会を通じて、自分たちの実現したい政策……の空気に包みこんでいきます。……新聞本社への洗脳攻勢もぬかりありません。……社長や会長、編集局長といった、新聞社のトップ及び論説委員会も同時に攻めてくるのです。具体的には、政策について「ご説明に上がります」というかたちで、直接新聞社を訪問してきます。……大手新聞社の経営者といっても、事実上の最高の国家権力者である財務官僚とのつながりを疎かにできません」(p.96)。

加えて、公共事業について直接的なはたらきかけの存在を指摘されている。「同時期に公共事業批判の記事が急に増え、しかも内容がどれも似通っている。「ひょっ

として」と、大蔵省に電話をして尋ねた。「公共事業批判のキャンペーンをおやりになりましたか」と。たとえ事実でも否定するかと思いきや、「もちろんやりましたよ」の返事があっさり返ってきた。「マスコミにすぐ使える資料も提供しました」と (p.251)<sup>30</sup>。

さらに、もっと直接的な圧力があると、元信濃毎日新聞社の猪俣征一は言う。県政に対して批判的な社説を書く、県政側が「言うことを聞く三、四社だけ集めて、翌日発表の部長人事を教えて特ダネを書かせるなど、言うことを聞く社と信濃毎日新聞みたいは是々非々の社を区別するようになった」 (p.85)<sup>31</sup>。

権力側は、情報を遮断することで、報道機関に圧力をかけることが可能なのである。さらにそれだけにとどまらず、財務省 (旧大蔵省) に限って言えば、明確な圧力ではないものの、牽制をしにかけてくるようである。

元日経新聞社の中山秀直は、複数の記者に似たような話を聞いたとして、「何か大蔵省を批判するような記事を書くと、役人がダーッとやってきて『君の記事は間違っている』とせまるんです。そんなことはないと弁明すると、今度は情報を遮断される。それに、税務調査をやられたらどうするんですか。国税と大蔵省は一体なんですよ」 (p.56)<sup>32</sup>と記述している。

同様の話は元日経新聞社の田村もしており、「ある新聞社では、増税反対の論陣を張っていた論説委員が国税庁に狙い撃ちされ、飲食費などの伝票に虚偽の記載がないか、徹底的に調べられたといいます。……税を納めるのは当然の義務ですが、そういう話を聞くと、財務省の意に沿わないことをするとどうなるか、と、つい新聞社の側も考えてしまいます」 (p.91)<sup>17</sup>と、圧力の存在を示唆している。

権力からの圧力はそれだけではない。近年にも同様の圧力があるのかは断定しがたいが、過去の日本における話として、元共同通信社の原は以下のエピソードを紹介している。「田中角栄首相は七二年八月、軽井沢で田中番記者に対し、郵政大臣や大蔵大臣のとき放送局への免許や新聞社への国有地払下げで各社の面倒をみてきた事実を説明した。その上で「マスコミは全部知っているから、やれないことはない」と凄み、クビに平手を当てながら「その気になればコレだってできるし、記事を止めることもわけはない」と恫喝した。このエピソードは当時、記者仲間で話題になったが、ニュースにはなっていない」 (p.71)<sup>29</sup>。

こうした、田中角栄や自民党による圧力について、テレビの周波数の割り当ては、田中角栄元郵政相の下で、新聞社に有利な状態で行われ、テレビ放映権を与えるかわりに、政権批判を控えてもらうという政治と新聞の癒着を指摘する声もある<sup>23</sup>。

## 4. 公共事業報道の背景についての考察

本章では、第 1 章で紹介した公共事業報道がなされた背景について、第 3 章でまとめたメディアの実態に基づいて考察を行う。

### 4.1 2000 年前後をピークとした過激な公共事業批判報道

3.6 で述べた、大蔵省による公共事業批判キャンペーンが行われたのは、その記述から 1998 年ごろかそれより少し前のものと考えられるが、それはちょうど、田中ら (2013) の示す公共事業批判報道のピーク直前と言える。

そうした情報提供があったとしても、それに基づく報道を行うか否かは、報道機関側の自由である。しかし、3.6 で述べたように、特に大蔵省 (現在の財務省) が行う、情報の遮断や、徴税権の行使は、少なくともメディアにとって圧力となっていることは否定できないであろう。

加えて、3.4 でも述べたように、特にバッシング報道については、視聴者・読者に受け入れられやすいことに加え、報道の現場においては「やり過ぎ」まで想像が及びにくいため、大きく盛り上がったものと考えられよう。

### 4.2 全国紙 5 社で新自由主義的物語に基づく論調が、一様に支配的

3.2 で述べたように、「デスクや編集幹部の間に、他紙と同じものを載せていれば無難という消極的な考え方があり……画一化にすり寄ってしまう責任回避ムードが根強いことは否定しえない」のであり、現場の記者も、「未経験な記者ほど他社とメモをつき合わせ」ている。

加えて、何をニュースにするかの価値判断をする際には、他のテレビや新聞を参照していることが指摘されており<sup>78</sup>、一様な論調に偏りやすい性質を報道機関は有していると考えられる。

さらに、大企業に有利とも言われるような新自由主義的な論調を全国紙が揃って支持する傾向の背景には、広告宣伝費の上位には、主要な自動車製造業者をはじめ、事業展開が国内のみにとどまらない大企業が名を連ねている<sup>33</sup>ことに加え、3.5 で述べたような、スポンサー企業への自主的な配慮というメディアの特性が影響している可能性が考えられる。

### 4.3 米国一般教書演説でインフラ整備の必要性に言及されても、日本ではほとんど報道されない

1993 年に健在化した利権批判や、2000 年前後の過激な批判、さらには「コンクリートから人へ」をスローガンとする政党の 2009 年衆院選での大勝など、2000 年代

後半以降の日本には、公共事業＝悪という認識が一定程度浸透していたものと考えられる。

3.4 で述べたように、視聴者・読者が、多面的な方の提示よりも、分かりやすい勧善懲悪を求める傾向がある。特に、一度、「悪」のレッテルが張られると、それに沿わない情報の報道は、視聴者や読者に受け入れられず、クレームや批判も想定されるため、「インフラ整備が必要」というこれまでの流れに沿わないものは、「報道しない」という選択がなされるという報道姿勢の存在可能性が考えられる。

#### 4.4 1993 年の談合報道の顕在化

3.6 で述べたように、公権力の中でも、かつては田中角栄および自民党が、新聞・テレビに大きな影響力ないしは圧力を有していた可能性が指摘されている。しかし、田中角栄の死去および自民党の下野は、いずれも 1993 年であり、その影響力の低下が決定的となった時期と考えられる。そして、報道に対する圧力を有する個人、組織の衰退によって、1993 年の談合報道という公権力批判報道を、報道機関が行いやすくなった可能性も考えられる。もちろん、事件の衝撃の大きさや、発覚時期など、ニュースの取り上げられ方には、様々な要因が作用しているものと考えられ、偶然にも時期が重なっただけの可能性もあるが、この談合報道以降、90 年代後半から 2000 年代にかけて、批判的な報道が活性化していくことを踏まえると、影響力を持った権力の衰退が、それ以前の批判的な報道を、幾ばくか抑止するものであった可能性も考えられるが、より具体的に詳細な検証が必要であろう。

## 5. おわりに

以上、本稿では、既往研究で明らかにされてきた公共事業報道について、その背景を報道の送り手側の特性に焦点を当て、考察を行ってきた。

4.1, 4.4 で指摘したような、公権力からの圧力によって報道が歪められているとすれば、それは問題ではあるが、公共事業批判報道はそれだけの問題ではない。

とりわけ、報道の受け取り手である、視聴者・読者の側に、こうした報道を生み出した要因があると考えられる。すなわち単純な勧善懲悪のストーリーに沿った、分かりやすい報道ばかりを求め、また一部の人に限られるが気に入らない報道にはクレームをつけるという傾向があるのではないかとということが考えられる。

何が悪で何が善かを単純に割り切ることの容易ではないこの社会において、過度にそうした分かりやすい報道ばかりを求めることは、原寿雄の指摘する「報道されている事実は一一つ正確な客観的事実であるとしても、

真実にはほど遠い」(p.157)<sup>13</sup>という事態を招いてしまうことが懸念される。

そのため、報道する側には、過度に、読者・視聴者あるいはスポンサー企業におもねらず、ジャーナリストとしての倫理感に基づいた報道をすることが求められるが、3.1, 3.2 で指摘したように、そうした意識が軽薄でサラリーマン意識が優先しがちな上、一企業であるマス・メディアは経営の問題から自由ではないため、現状の報道体制では、そうした傾向もある程度は仕方のないものと考えられる。

今後は、本研究で得られた知見をインタビューやアンケート調査によってより確かなものとするに加え、公共事業そのものについての意識調査などによって、より具体的・直接的に公共事業報道の検証を行うことが必要であろう。

そして、報道は受け手である国民と表裏一体であり、送り手、受け手双方を含めた総合的な研究もまた必要となろう。

#### 謝辞

本研究は特別研究員奨励費(課題番号:15J02923)の助成を受けたものです。ここに記し、謝意を表します。

#### 参考文献

- 1) 田中皓介, 中野剛志, 藤井聡: 公共政策に関する大手新聞社説の論調についての定量的物語分析, 土木学会論文集 D3, Vol.69, No.5, pp.353-361, 2013.
- 2) 田中皓介, 藤井聡: 米国一般教書演説を巡る大手新聞社の報道内容分析, 土木計画学研究・講演集, Vol.51, 2015.
- 3) 田中皓介, 神田佑亮, 藤井聡: 公共政策に関する大手新聞社報道についての時系列分析, 土木学会論文集 D3, Vol.69, No.5, p.373-379, 2013.
- 4) 田中皓介, 藤井聡: 1950 年代から現代までの公共事業を巡る新聞社説についての時系列分析, 土木計画学研究・講演集, Vol.50, 2014
- 5) 新聞協会研究所: 新聞記者アンケート調査結果(資料)(現代新聞記者像), 新聞研究, No.514, pp.65-96, 1994.
- 6) 日本大学法学部新聞学研究所: 「日本のジャーナリスト 1000 人調査」報告書, ジャーナリズム&メディア, 日本大学法学部新聞学研究所, Vol.1, pp.83-122, 2008.
- 7) 大井眞二, 小川浩一, 小林義寛, 佐幸信介, 福田充, 山本賢二, 宮脇健: 2013 年版日本のジャーナリスト調査を読む—日本のジャーナリズムの現在, ジャーナリズム&メディア, 日本大学法学部新聞学研究所紀要, Vol.7, pp.113-158, 2014.
- 8) 大石裕, 岩田温, 藤田真文: 地方紙のニュース制作過程—茨城新聞を事例として—, 慶応大学メディア・コミュニケーション研究所紀要, 50, pp.65-86, 2000.

- 9) 山腰修三：地方紙と地域問題—熊本日日新聞社のヒアリング調査を事例として—, 慶応大学メディア・コミュニケーション研究所紀要, 56, pp.199-210, 2006.
- 10) 土田辰郎：原子力報道に携わる記者へのインタビュー調査について(報告), 日本原子力学会誌, Vol.53, No.5, pp.47-51, 2011.
- 11) 土田辰郎, 木村浩：原子力報道を行う立地地域の地方紙の特質の理解：事例分析とインタビューを踏まえて, 日本原子力学会和文論文誌, Vol.10, No.4, pp.332-346
- 12) 浅野健一・野田正彰：対論・日本のマスメディアと私たち, 晃洋書房, 2005.
- 13) 原寿雄：ジャーナリズムの思想, 岩波新書, 1997.
- 14) 牧野洋：官報複合体, 講談社, 2012.
- 15) 安倍宏行：絶望のテレビ報道, PHP 新書, 2014.
- 16) 名和靖将：日テレ視聴率買収事件—報道の公共性と企業の公益性, 佐野眞一(編), メディアの権力性, 岩波書店, 2005.
- 17) 田村秀男：日経新聞の真実, 光文社新書, 2013.
- 18) 大鹿靖明：ジャーナリズムの現場から, 講談社現代新書, 2014.
- 19) 原寿雄：新聞記者の処世術, 晩聲社, 1987.
- 20) 田中周紀：TV ニュースのタブー, 光文社新書, 2014.
- 21) 三橋貴明：大マスコミ疑惑の報道, 飛鳥新社, 2011.
- 22) 下村健一：マスコミは何を伝えないか, 岩波書店, 2010.
- 23) 奥村宏：日本の五大新聞, 七つ森書館, 2009.
- 24) 徳山善雄：報道危機—リ・ジャーナリズム論, 集英社新書, 2003.
- 25) 小島正美：こうしてニュースは造られる, エネルギーフォーラム, 2010.
- 26) 亘英太郎：ジャーナリズム「現」論, 世界思想社, 2004.
- 27) 本間龍：電通と原発報道—巨大広告主と大手広告代理店によるメディア支配のしくみ, 亜紀書房, 2012.
- 28) 北村肇：新聞の「限界」と可能性, 佐野眞一(編), メディアの権力性, 岩波書店, 2005.
- 29) 原寿雄：ジャーナリズムの可能性, 岩波新書, 2009.
- 30) 紺谷典子：平成経済 20 年史, 幻冬舎新書, 2008.
- 31) 猪俣征一：実践的新聞ジャーナリズム入門, 岩波書店, 2006.
- 32) 中山秀直：官僚国家の崩壊, 講談社, 2008.
- 33) 日経広告研究所：広告白書 2013, 日経広告研究所, 2013.  
(2015. ?? . ?? 受付)

CONSIDERATION OF NEGATIVE NEWS OVER PUBLIC WORKS  
BASED ON THE MASS MEDIA CIRCUMSTANCES

Kosuke TANAKA and Satoshi FUJII