

## 論文

## マスコミの情報操作と国民主権

藤井正希\*

## 1. はじめに

筆者は、これまで主として憲法学的な観点から、いわゆるマスコミ（テレビ、新聞、ラジオなど）がもたらす種々の社会的弊害を除去するためには、どのようにマスコミを規制したらいいのかを考察してきた。本稿では、自らの保有する膨大な情報を恣意的に操作したり、虚偽の情報を作成したりすることにより、自らが望む世論や政治状況を形成したり、国民を欺き騙したりする等といったマスコミの弊害に焦点をあて、その問題点を検証していく。すなわち、後述するように、マスコミは現代社会においてさまざまな機能を果たしているが、その機能の中で最も基本的かつ重要なのは、言うまでもなく報道の機能である。国民がマスコミの報道機関としての役割に大きな期待を寄せていることは、否定すべくもない事実なのである。しかし、マスコミの報道、とりわけ政治に関する報道において、このような情報操作が行われるならば、憲法の基本原理たる国民主権（憲法前文、1条）さえも侵害されかねない結果となる。すなわち、国民の意思に基づく政治という理念は形骸化し、実質上は“マスコミの意思に基づく政

治”となってしまうのである。筆者は、近時のマスコミによる情報操作が問題となった事例（詳細は後述）を見るにつけ、その危険性を痛感している。このような観点からして、最も慎重な配慮が要請されるのが選挙報道であるが、現在の日本においては選挙報道につき明確な画一的ルールが設定されているとは言い難い状況にある。その危険性すら十分に認識されていないのではなかろうか。確かに、マスコミには国民の知る権利（憲法21条1項）を充足するという使命があり、最大限に取材の自由や報道の自由（憲法21条1項）等が保障される必要がある。しかし、同時に、マスコミには国民主権を実現するという使命もあるのであり、政治的な報道、特に選挙報道については、野放図に認めるわけにはいかず、真の民意が表出されるべく一定のルールが必要であろう。かかる問題意識に立って本稿では、具体的には、まず国民主権の意義を確認した上で、国民主権を侵害し兼ねないマスコミの情報操作の実例を見ていく。そして、その問題点を明確にした上で、国民主権実現のためにあるべき報道ルールを考えてみたい。“マスコミの情報操作が憲法の統治における大原則たる国民主権を侵害しているのでは

---

\*早稲田大学大学院社会科学研究所 2008年博士後期課程満期退学（指導教員 後藤光男）

ないか?”という問題は、憲法学の分野においてもこれまであまり明確に論じられてこなかった論点であると言え、本稿が深い学問的議論の端緒となることが出来たなら望外の幸せである。なお、筆者の前回の論文「マスコミ報道と人権」<sup>(1)</sup>が人権に対するマスコミの弊害をテーマとしたものであったのに対して、本稿は統治に対するマスコミの弊害をテーマとしており、両者は、憲法に対するマスコミの弊害という点で、一体のものと考えている。

## 2. 国民主権の意義

国民主権（憲法前文，1条）とは、政治のあり方は最終的には一人ひとりの国民が主権者として決定するという原理のことであり、換言すれば、国民こそが国政における主役であるという原理のことである。この点、大日本帝国憲法（1889〔明治22〕年発布）においては、神勅（神の意思）を根拠に天皇主権（同法1条）がとられ、天皇が統治権の総覧者（全ての国家権力の帰属者）（同法4条）として神聖不可侵（同法3条）とされ、我われは「臣民」（君主の被支配者）（同法18条以下）とされていたのと対照的である。国民主権の具体的な意義を考えるにあたっては、フランス革命期（1789年～）のフランスで提唱された二つの国民主権概念が注目し値する。すなわち、ナシオン（nation）主権とプープル（people）主権とがそれである。前者のナシオン主権とは、国民主権の「国民」を抽象的・観念的の統一体としての全国民と考え、それ自体として具体的な意思・活動能力を備えた存在とは見ない。よって、政治制度としては間接（代表）民主制が帰結され、国民主権は単に国家統治の正当性の根拠に過ぎないことにな

る。例としては、フランスの1791年憲法が挙げられる。これに対して、後者のプープル主権とは、国民主権の「国民」を人民（具体的には、有権者団）と考え、それ自体として活動能力を備えた具象的に把握できる存在と見る。よって、政治制度としては直接民主制が帰結され、国民主権は国民による直接統治をも是認することになる。例としては、フランス人権宣言（1789年）やフランスの1793年憲法が挙げられる。この点、日本国憲法における「国民主権」については、学説により多少の表現上の差異はあるものの、①国家の権力行使を正当づける究極的な権威は国民に存するという意味（いわゆる正当性の契機。これはナシオン主権的発想）と②国の政治のあり方を最終的に決定する権力を国民自身が行使するという意味（いわゆる権力的契機。これはプープル主権的発想）との両要素が含まれていると理解するのが、憲法学における通説といえる。その上で、通説的見解は、日本国憲法においてはプープル主権的な直接民主制の規定として79条（最高裁判所裁判官の国民審査）・95条（地方自治特別法の住民投票）・96条（憲法改正の国民投票）の三条を定めるのみであり、国民の直接的な主権行使をこの三つの場面に限っている一方で、ナシオン主権的な間接民主制（議会制民主主義）を原則的政治制度として採用していることから（前文・43条）、憲法は正当性の契機、すなわちナシオン主権的発想を国民主権の基本に置いているものと考えている。ただし、そのことにより国民主権の概念が形骸化するのを危惧し、権力行使者が国民の信託に反した場合には、国民は、その権力行使者を批判できるだけでなく、さらにこれに抵抗し倒すことができる権利、すなわち抵

抗権が、書かれざる憲法上の権利として保障されていると考えている<sup>(2)</sup>。

かかる国民主権概念を前提にするならば、間接民主制（議会制民主主義）において代表者たる議員を選出する選挙が極めて重要な意義を有することになる。そして、その選挙がマスコミの情報操作によって支配され、歪められるならば、国民主権の実現は著しく困難になってしまうのである。また、選挙は、憲法学上、公務員を選出する公務であると同時に自らの意思を政治に反映させる人権（選挙権、憲法15条1項）とも考えられており〔佐藤 1995: 108〕<sup>(3)</sup>、選挙におけるマスコミの情報操作は選挙権侵害として人権問題にもなりかねないのである<sup>(4)</sup>。さらに、国民の政治的意思が直接的に政治に反映される数少ない機会である最高裁判所裁判官の国民審査（79条）や地方自治特別法の住民投票（95条）、憲法改正の国民投票（96条）におけるマスコミの情報操作にも、国民主権を侵害する危険性があり、注意が必要となる。例えば、特定の最高裁判所裁判官を罷免に持ち込むことを企図し、衆議院議員選挙の直前に虚偽の情報を流すとか、あるいは、世論を憲法9条改正賛成の方向へ誘導するために、故意に北朝鮮の脅威を誇張するなどが考えられる。しかし、国民主権にとって最も危険が高いのは言うまでもなく選挙の過程におけるマスコミの情報操作であるから、本稿ではこの問題を中心に検討していく<sup>(5)</sup>。

この点、マスコミの情報操作にも、大別してつぎの三類型があることには注意が必要である。すなわち、①マスコミが自ら意図して主体的に情報操作をする場合。また、②マスコミが気付かないうちに権力によって情報操作の一翼

を担わされている場合。さらに、③マスコミが権力によって情報操作を強要されている場合である。そして、その各場合で検討すべき点は全く異なる。まず、類型①の場合には、まさにマスコミが不当な情報操作をしないようにマスコミの報道に何らかのルールを設定すべきではないのか。設定するとしたら、そのルールはいかにあるべきかが問題となる。つぎに、類型②の場合には、むしろ国家機関のマスコミに対する情報操作が問題となる。この場合には、国家機関の十全な情報公開を実現することや、国家秘密の取り扱いの適正化等が課題となろう。そして、類型③の場合には、マスコミ報道が自由かつ十分に行われるように、国家機関のマスコミ報道に対する不当な干渉を排除することが必要となる。このように、類型①の場合にはマスコミの表現の自由、具体的には報道の自由（憲法21条1項）の制限が要請されるのに対して、類型②・③の場合には逆にその保障の強化が要請されることになる。このような二律背反な要請に対して、どのようにバランスを取って妥当な結論を導くかが、マスコミの情報操作を考える場合の困難な問題となる。本稿では、類型①の問題を中心に論じていくが、その際には類型②・③の問題の存在を常に念頭に置き、マスコミの報道の自由に十分に配慮していきたいと考える。

### 3. マスコミの情報操作の実例と問題点

そもそもマスコミが果たしている具体的機能としては、①歴史や文学等、雑多な知識を私たちに教えてくれる教育の機能、②どれが良い商品かを伝えてくれる宣伝の機能、③芸能、スポーツ等、私たちを楽しませてくれる

娯楽の機能、④様ざまなニュースを私たちに届けてくれる報道の機能など、色々な機能が挙げられる [春原・武市 2006: 119]。それらの各場面で、広い意味での情報操作（いわゆる、“やらせ”）が隠密裏に平然と行われている。例えば、①カメラが初めて入るといふ秘境の地のドキュメンタリー教育番組で、元気なスタッフに高山病の演技をさせたり、崖から岩が転げ落ちる「流砂」現象をわざと起こさせる [春原・武市 2006: 156]。また、②ラーメンのテレビ・コマーシャルのために撮影、放送される“おいしそうなラーメン”には、実際には様ざまな薬品が入れられ、「色とつや」が強調される。“こんなに簡単にこんなにおいしそうなラーメンが作れます”とコメントされるが、それは実際にはありえないラーメンであり、もし食べれば確実に死ぬのである [渡辺 2001: 114-115]。さらに、③破綻寸前の夫婦を個性的な司会者やコメンテーターが叱ったり慰めたりする娯楽番組では、生々しい愛憎劇を遺憾なく見せつけた夫婦が、実はセミプロの俳優であったという [春原・武市 2006: 156]。しかし、マスコミの機能の中で最も基本的かつ重要なのは、前述したごとく④報道の機能であり、そこで情報操作が行われるならば、憲法の基本原理たる国民主権（憲法前文、1条）さえも侵害されかねない。この点、以下、マスコミの情報操作の具体例を前述の三類型について見ていく。

まず、マスコミが権力によって情報操作を強要されていた事例としては、戦時体制下の日本においてマスコミが戦争遂行の道具として政府の言論機関に組み入れられていたことが挙げられる。すなわち、出版法、新聞紙法、治安維持法、国家総動員法等の軍国主義的戦時法制や、

言論統制を一元的に行う内閣情報局などによって、マスコミは厳しく統制され、政府の戦争遂行という目的のため、強制的に情報操作の一翼を担わされた [松井 2003: 5-8]。マスコミは、政府と軍部の支配下におかれ、報道内容には事前検閲によるチェックが行われ、戦況自体も「大本営発表」以外は報道することが許されなかった [春原・武市 2006: 27]。

また、マスコミが気付かないうちに権力によって情報操作の一翼を担わされた事例としては、1990（平成2）年、イラク軍のクウェート侵攻で勃発したいわゆる湾岸戦争の際、イラクの環境テロ行為の象徴とされた“油まみれの水鳥”の映像が挙げられる。油まみれで真っ黒になった水鳥の映像は全世界を駆け巡り、その原油はイラクが流出させたものとされ、当該戦争を起したイラクの行為がいかに環境を破壊しているかを訴える場面で度々使われた。それを見た人々は、イラクの非人道的行為に憤慨し、アメリカを中心とする多国籍軍が早期に戦争終結せんことを願った。しかし、戦後、その原油の流出はアメリカ軍の爆撃によるものであり、アメリカ国防総省はそれを知りつつ当該映像を戦意高揚に利用していたことが明らかとなった。すなわち、この映像は、アメリカ政府のメディア・イベント、換言すれば、やらせであったのである。日本でもかかるアメリカ政府の恣意的な情報操作は大きな問題となった [保岡 2002: 149-151]。結局、アメリカや日本を始め各国のマスコミは、知ってか知らずか、アメリカ政府の情報操作の一翼を担ったのである。戦後、アメリカにおいては、主要なマスコミが政府に抗議したり、戦争報道を改善するための原則案を政府に提案したりすることがなされ、また、日

本においても、マスコミがアメリカ側の情報を細かな情報収集や情報分析による検証なく無批判にそのまま流したことが問題点として指摘された [木村 1992: 27-62]。

さらに、マスコミが自ら意図して主体的に情報操作をした事例としては、いわゆる椿発言問題が挙げられる。この問題は、選挙におけるマスコミの情報操作の危険性を広く国民に知らしめることとなった。この問題とは具体的には、1993（平成5）年9月21日に開催された民放連の放送番組調査会にゲスト・スピーカーとして招待されたテレビ朝日の椿貞良報道局長（当時）が、その夏の衆議院議員選挙の報道をふりかえり、選挙活動期間中に報道局長としてニュース報道を通じて、「連立政権の発足を目指して非自民政権をバック・アップするように指示した」という趣旨の発言をしたものである。この衆議院議員選挙は、具体的には、1993（平成5）年7月4日に公示され、同年同月18日に投開票された第40回衆議院議員総選挙のことであり、この選挙で自由民主党は第一党ながら、結党以来初めて野党に転落し、非自民連立政権である細川護熙内閣（当時日本新党党首）が誕生した。この問題は国会でも取り上げられ、ついには自民党からの提案により、椿局長の国会における証人喚問（10月25日）にまで発展することになった [春原・武市 2006: 157]。これが中立・公平を謳う大マスコミの報道局長の発言とはにわかに信じ難く、マスコミによる恣意的な情報操作の危険性を痛感させられる出来事である。かかるマスコミの情報操作を防止する制度的な手立てが現行ではほとんど存在していない点は大きな問題であろう。

#### 4. マスコミの情報操作の手法

それではマスコミは、現実的にはどのような手法で情報操作を行うのであろうか。この点、世論操作につながる情報操作の手法は、大要、つぎのように分類することが可能である<sup>(6)</sup>。まず、①虚偽・歪曲（いわゆる捏造）がある。これは故意に事実を歪曲して情報を流したり、あるいは虚偽の宣伝をすることによって情報操作が行われる場合である。また、②隠蔽・統制がある。これは特定の事実を隠すことによって情報操作が行われる場合である。つぎに、③誇張・演出（いわゆるメディア・イベント）がある。これはイベントを造出することによって情報操作が行われる場合である。具体的には、マスコミの集団的過熱報道により、社会的に大規模なセレモニーがイベントとして演出され、それについての情報が社会に充満していく。それに呼応して、他の情報は相対的に社会から減少していき、ついには排除されたりする。このようにして、国民の関心を造出されたイベントに向けさせることにより、特定の争点から国民の目をそらさせることが可能となる。例えば、現政権擁護の目的で現首相の収賄事件から国民の目をそらさせるために、ささいな有名芸能人の恋愛話を大々的にスクープする場合が挙げられる。また、これとは逆に、造出されたイベントにより人心をあおり、国民の関心を特定の方向へ誘導することも可能となる。例えば、ことさらに北朝鮮の脅威をあおり、北朝鮮への制裁容認へと国民の意思を誘導する場合が挙げられる。さらに、④選択・管理がある。これはマスコミにより情報が出口のところで選択され管理されている場合である。例えば、情報の発表時

期を故意にずらしたり、情報を故意に分割し小出しに発表すること等が挙げられる。加えて、⑤感情訴求・印象形成がある。例えば、「～しないと大変なことになりますよ」と恐怖心をあおったり、また、「こんなことでよいのだろうか」と不安感をあおるフレーズを連発する。かかる言語のみならず、写真や映像、音楽などを駆使し、さらにそれらに作為を加え、芸術的でさえある見事な描写を行う。確かに、それらは決して嘘ではないかもしれない。しかし、それらは過剰なまでに見る者の感情に働きかけ、実態を反映していない印象を視聴者に形成し、国民の中に特定の心象を作出する〔柳井 1993: 222-232〕。この点、選挙報道における虚偽や捏造は論外であり、それらについてはマスコミ自体に特別のペナルティを科することも検討されてよい。しかし、それ以外には効果的な報道を行うためのマスコミの報道テクニックの範囲内として一般的には許容しうるものも多い。よって、これらの手法の一切を一律に禁止することは妥当性を欠くし、また、それは實際上不可能であろう。しかし、国民主権に直結する選挙報道については、“どのように報道するか”よりも、“何を報道するか”に意を払うべきであり、余計な創意工夫は不要である。国民にとって必要な事実をただ冷静に淡々と報道するという姿勢が肝要なのではないか。その意味で、選挙報道番組において各テレビ局が視聴率競争をすることは、どうしても演出過多に走ってしまうことから、妥当ではなかろう。少なくとも投票日前後の選挙報道番組の視聴率は出来る限り非公表とし、視聴率競争を回避するような取り扱いも検討すべきと考える。まずは、各マスコミ間の紳士協定として選挙報道については、“競

争し合う”のではなく、国民のために“協力し合う”ことを取り決めるべきであろう。

マスコミが使用する情報操作の手法として、選挙のたびに問題視されているのが、いわゆるアナウンスメント効果である。アナウンスメント効果とは、マスコミによる選挙結果の予測報道が、実際の投票結果に影響を与える現象をいう。具体的には、①有利と報道された候補者がさらに支持を集める現象たるバンドワゴン効果と②不利と報道された候補者がかえって同情票を集める現象たるアンダードッグ効果とがある。さらに、③楽勝と報道された候補者陣営や支持者の気が緩み、票を減らす現象たる楽勝ムード効果もあろう<sup>(7)</sup>。通常、選挙情報の中で候補者に最も深刻な影響を与えていると考えられているのが選挙予測報道であるが、アナウンスメント効果の実在性や影響力については、現在のところ、学問的に完全に実証されている訳ではない。この点、フランスではアナウンスメント効果が生じるとして、投票日とその前1週間は選挙予測報道を禁止している〔高瀬 2005: 96〕。日本では、以前、東京大学新聞研究所が「『選挙報道と投票行動』プロジェクト研究」を行い、その有無を確認している。この研究によれば、「マスコミ報道は、有権者による候補者の当落や議席数の予測には影響を与えるが、この予測は投票意図の変更や投票行動そのものの変更には結びつかない」と結論している。よって、選挙予測報道それ自体は、情報操作にはならないことになる。しかし、選挙予測報道は、たとえ有権者自身には影響を与えていないとしても、實際上、候補者の陣営には大きな影響を与えているという。例えば、かかる影響について川上和久は、自らの取材をもとに「ある

陣営の幹部は、序盤は『当落線上』と書かれた方が、かえってありがたい、中盤から終盤にかけて、『浸透進む』、『当選圏内』と書いてもらえればベストだと述べていた。…選対は、楽勝ムードが一番怖い。陣営の運動員やシンバが、楽勝ムードで、五人に声をかけるところを二人にしか声をかけなければ、それだけで大きな痛手だ。楽勝ムードが報じられると、それを打ち消して回るのに必死になる。苦しい戦いと報じられれば、それをネタに運動員にハッパをかける。つまり、マス・メディアによって報じられた内容は報じられた内容として受け入れ、それをもとにいかにか効果的な情報操作を、特に自陣営に対してできるかが、選対の腕の見せ所というわけだ」と述べている [川上 1994: 134-135]

また、マスコミが使用する情報操作の手法として、いわゆるサブリミナル効果も問題視されている。サブリミナル効果とは、意識されないレベルで呈示された刺激（サブリミナル刺激）の知覚（サブリミナル知覚）によって生体に何らかの影響を生じさせることをいう。これとは逆に、意識されるレベルで呈示された刺激の知覚は、スプレリミナル知覚と呼ばれる。例えば、1995（平成7）年、TBSのオウム真理教関連番組の中で、サブリミナル効果を狙った手法が使われたことは記憶に新しいところである。この番組においては、挿入時間はほんの一瞬であり、意識していない限りはほとんど気が付かない程度のカットではあったが、オウム真理教代表の麻原彰光被告の顔等のカットが、番組内容とは全く無関係な場面で何度も挿入されていた。この行為は、社会的に厳しい批判を浴びることとなった。その際、TBSは、かかる手法を「番組のテーマを際立たせるための1つの映像

表現として用いた」と釈明したが、当時の郵政省（現在の総務省）は妥当性を欠くとしてTBSに対して嚴重注意処分という行政指導を行った。それに対して、TBSの側も「視聴者が感知できない映像の使用はアンフェアであった」と謝罪した。この事件は、サブリミナル効果の存在を広く世間に知らしめる結果となった。この事件の後、1995（平成7）年に日本放送協会（NHK）が、1999（平成11）年には日本民間放送連盟が、それぞれの番組放送基準でサブリミナル的表現方法を禁止することを明文化している。サブリミナル効果の実在性や影響力についても、現在のところ、学問的に完全に実証されてはいない。この点、かかるサブリミナル効果について、坂元章は、これまでの実証研究の知見によってその効果は確実にあると言えるものではあるが、どのような条件の下でその効果が強くなるかという問題については現在のところ十分に明らかにされていないとする。そして、サブリミナル効果は、人・物の見え方やそれに対する好悪・評価などの感情・認知面に対して一定の効果があることは多くの研究によって実証されているものの、実際の反応・行動面に対しての効果を示した研究は少ないとする。よって、例えば、ある新商品につきサブリミナル効果を狙った手法で宣伝したとしても、視聴者に対して当該商品についての好印象を植え付けることはできても、実際に当該商品を買わせることまではできないということになる。とするならば、マスコミがサブリミナル効果を狙った手法で選挙報道をしたとしても、有権者が無意識のうちに特定の候補者に投票してしまうという危険性はないことになる。ただし、サブリミナル効果は、有権者の感情・認知面に多少なりと

も影響を与えることができさえすれば十分と考えるのであれば、マスコミの情報操作の手段として、それなりに活用できる手法ということになろう [坂元 1999: 171-181]。

さらに、近時、マスコミが使用する情報操作の手法として、いわゆるプライミング効果も問題とされている。プライミングとは、準備する・下地を作るという意味である。プライミング効果とは、本来、心理学の専門用語で、先に与えられた情報（先行刺激）が、後に続く情報（後続刺激）の処理に無意識に影響を及ぼすことをいう。例えば、悪名高い凶悪殺人犯の顔写真の後に、その犯人と似ている別人の顔写真を見せると、見た人はその別人に悪印象を持つと言われている。この点、2006（平成18）年、旧731部隊を取り扱ったTBSのニュース番組のなかで、安倍晋三官房長官（当時）の容姿が約3秒にわたって明瞭にテレビ画面に映っていたことが、何らかのプライミング効果を狙ったものではないかが問題となり、TBSが不適切であったと謝罪したことが記憶に新しいところである。そして、このようなプライミング効果は、選挙時の情報操作にも活用しうるとされている。すなわち、マスコミの報道は、「いま何が重要な社会問題か」「どの社会問題が公に議論されるべきか」といった人々の認識に強い影響を及ぼしている（いわゆるアジェンダ・セッティング [議題設定効果]）。よって、マスコミが選挙前の選挙報道で強調した選挙の争点と有権者が重要と考える選挙の争点とは、一致する傾向がある。そして、特定の争点がマスコミで強調されるにつれて、プライミング効果により、その争点は、有権者が自己の投票する候補者や政党を評価・選択する際の基準として比重

を増してくる。候補者や政党が得意とする政策はそれぞれ異なっているが（例えば、年金問題に非常に詳しい候補者）、マスコミが強調した選挙の争点を得意とし、それについて優れた政策を有する候補者や政党は選挙戦を極めて有利に戦うことができる。このようなことから、自らが得意な争点をどのように働きかけてマスコミに取り上げさせるかが、候補者や政党の選挙戦略・メディア対策においても重要になっているという。このことは、2005（平成17）年のいわゆる「郵政改革選挙」において、小泉純一郎首相（当時）が自らの最も得意な郵政民営化を選挙の一大争点としてマスコミに取り上げさせることに成功した結果、衆議院選挙で自民党が圧勝した事例からも明らかであろう [井上 2004: 194-209]。

アナウンスメント効果やサブプリミナル効果、プライミング効果等は、前述したように、いまだ学問上、科学的な実証が完全になされている訳ではなく、その効果も推測の域を出ない。しかし、それらの手法が単独では効果が乏しいとしても、それらの手法を一体的に駆使しマスコミが情報操作をしようとした場合には、一定の効果が生じうる可能性は十分にありうるものであり、その危険性は決して軽視することは出来ないであろう。また、たとえその効果が皆無であったとしても、かかる手法を隠密裏に使用すること自体が国民に対する信義誠実に反するといえよう。やはり“疑わしきは使用せず”の原則で行くべきである。少なくとも、国民主権に直結する選挙報道については、法律という形式を採るか否かは格別、これらの手法を明確に禁止する統一的ルールを策定すべきであろう。前述したごとくフランスでは、アナウンスメント



効果を避けるため、投票日とその前1週間は世論調査の公表や評論が禁止されており、大いに参考となろう。さらに、かかる手法の存在と危険性を十分に認識して報道に接している国民は決して多くはないであろうから、国民に対してかかる手法の存在と危険性を周知徹底する、いわゆるメディア・リテラシー教育も必要となろう<sup>(8)</sup>。この点、むしろマスコミ自身が選挙報道の読み解き方を含めた国民に対するメディア・リテラシー教育を実践することが理想であろう。今後ますます日進月歩する科学技術により、マスコミの情報操作の手法は、より巧妙化、高度化するに違いない。よって、かかる点の学問的研究は今後とも鋭意、持続されるべきであるし、また、国民自身の目による監視も怠ってはならないと考える。

通常あまり指摘されてはいないが、筆者はマスコミが定期的に発表している世論調査結果を利用して、情報操作をする可能性もありうるのではないかと考えている。すなわち、マスコミが世論調査結果を発表する場合、結果とともに公表されるのは、①調査時期（例・2009年7月3日から5日）、②調査方法（例・電話法）、③調査相手（例・東京都の有権者）、④調査回答数あるいは率（例・1,042人）程度である〔田中・河野他 2009: 194-206〕。当該調査の存在や内容の真正を確認しうる情報はその程度しか与えられていない。それにもかかわらず、大半の国民は調査の手法にはほとんど意を払わず、調査結果にばかり目を向け、名前の知られた大手マスコミの調査であるというだけで何の疑いもなく信じ込んでしまう。それは非常に危険なことではないであろうか。もしかしたらその世論調査自体が全くのでっち上げなのかもしれない

し、そこまではいかなくとも過誤や操作が介在していることは絶無ではなからう。大手マスコミがその気になれば、道義上の問題は別にして、自社の選挙世論調査のデータを隠密裏に改ざんする程度のことは技術的には容易であろう。典型的な世論調査方法には、①個人面接法、②配付回収法、③郵送法、④電話法等があるとされ、選挙世論調査では通常、電話法の手法、具体的には、電話番号を無作為に発生させてその番号に電話をかけ、かけた世帯の対象者から調査相手を等確率で選ぶRDD（Random Digit Dialing）方式という手法が採られることが多い。しかし、この方法は、厳密には等確率抽出（調査相手に選ばれる確率が全ての調査対象者で等しい抽出）ではなく、サンプリング誤差を正確に見積もることは難しいとの指摘もある〔酒井 2009: 19〕。マスコミの世論調査を適正化する何らかの手立てが必要であろう。とりわけそれが選挙世論調査の場合には、国民主権にも関わることであるから、少なくともその調査の適正性を事後的に検証できるようにすることが是非とも必要である。この点、選挙世論調査の方法についてはマスコミの統一的基準を定め、原則としてそれに従って選挙世論調査を行うものとするとも検討に値しよう。また、適正な世論調査がなされたとしても、その調査結果を恣意的に利用することによるマスコミの情報操作にも注意が必要である。例えば、適正な世論調査で「現憲法を改正すべきである」という結果が出たとしても、この場合に、「だから現憲法は時代の要請にそぐわなくなった」とか、「国民は現憲法に満足していない」など、現憲法に否定的な結論を直ちに導くことは明確に誤りである。なぜならば、現憲法の理念をさ

らに推進し、実現させる憲法改正も十分にありうるからである。世論調査結果の恣意的利用による情報操作の危険性を回避するためには、客観的な調査結果データとマスコミ自身の主観的な意見・主張とを、形式上明確に分離する取り扱いを徹底させる必要があるだろう。

## 5. 現行法および判例の立場

### (1) 現行法の立場

選挙時のマスコミ報道については、選挙の“自由”を強調するのか、あるいは選挙の“公正”を強調するのかにより、その取り扱いの基本的なスタンスが異なってくる。すなわち、自由な選挙を重視するならば、選挙時においてもマスコミ報道を特別に規制すべきではなく、むしろ国民の政治的意思が表明される最大の機会として、国民に対する自由な情報提供をより積極的に行うべきということになろう。これに対して、公正な選挙を重視するならば、選挙は国民の政治的意思が表明される最大の機会なのだからマスコミの恣意的、濫用的な報道は決して許されるべきではなく、平時とは異なり公正確保のためにマスコミに対する特別な積極的規制が要請されることになろう。この点、現行法において、選挙時のマスコミ報道に対して規制的に働かうる条文として、以下のものが挙げられる。まず、電波法によると以下のように明文化されている。すなわち、目的としてその第1条においては「この法律は、電波の公平且つ能率的な利用を確保することによって、公共の福祉を増進することを目的とする」、そして、罰則としてその第106条には「自己若しくは他人に利益を与え、又は他人に損害を加える目的で、無線設備又は第100条第1項第1号の通信

設備によって虚偽の通信を発した者は、3年以下の懲役又は150万円以下の罰金に処する」とある。また、公職選挙法にも以下のような罰則規定がある。すなわち、虚偽事項の公表罪（第235条）として、その第1項には「当選を得又は得させる目的をもって公職の候補者若しくは公職の候補者となろうとする者の身分、職業若しくは経歴、…に関し虚偽の事項を公にした者は、2年以下の禁錮又は30万円以下の罰金に処する」、そして、その第2項には「当選を得させない目的をもって公職の候補者又は公職の候補者となろうとする者に関し虚偽の事項を公にし、又は事項をゆがめて公にした者は、4年以下の懲役若しくは禁錮又は100万円以下の罰金に処する」とある。しかし、電波法の罰則にしろ、公職選挙法の罰則にしろ、目的犯であり（「損害を加える目的」、「当選を得又は得させる〔得させない〕目的」）、かつ、故意犯である（「虚偽の通信を発した」、「虚偽の事項を公にした」、「事項をゆがめて公にした」）。よって、犯罪立証上の困難が存するのみならず、原則的には当該記事を書いた自然人たる記者個人に対して適用し、責任を問うしかない。マスコミという組織体にかかる虚偽通信罪や虚偽公表罪を直接に適用するには、刑法上、法人処罰の可否という難問をクリアしなければならない。つぎに、選挙時のみならず一般的に適用される条文ではあるが、放送法3条の第1項が定める番組準則も注目に値する。同条項は、番組編集にあたって遵守すべき事項として、公安および善良な風俗を害しないこと（1号）、政治的に公平であること（2号）、報道は事実をまげないですること（3号）、意見が対立している問題についてはできるだけ多くの角度から論点を明

らかにすること（4号）を掲げている。この2号と4号の2つの要請は、いわゆる「公平原則（公正原則）」と呼ばれているものである〔松井 2007: 465〕。しかし、この条項は、法規範ではあるものの通常あくまで倫理的・道徳的規定と解されており、また、不遵守の場合のペナルティが特別に定められている訳でもなく、よって強い規制の効力はほとんど期待しえない。さらに、選挙時のマスコミ報道に対して特に規制的に働きうる条文として注目に値するのが、公職選挙法148条の規定である。同条1項は、「この法律…は、新聞紙又は雑誌が、選挙に関し、報道及び評論を掲載するの自由を妨げるものではない。但し、虚偽の事項を記載し又は事実を歪曲して記載する等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、そして、同条2項及び3項は、両項相俟って、選挙運動期間中及び選挙の当日においては一定の要件（①新聞紙は毎月3回以上、雑誌は毎月1回以上、号を逐って定期に有償頒布するもの、②第三種郵便物の承認のあるもの、③選挙期日の公示又は告示の日前1年〔時事に関する事項を掲載する日刊新聞にあっては6カ月〕以来、①及び②に該当し、引き続き発行するものであること）を備える新聞・雑誌に限り、当該選挙に関する報道・評論の自由が認められ、そうした要件を具備しない新聞・雑誌で、頒布・掲示するものは、この期間中、選挙に関して報道・評論できないとしている。公選法は、現代社会においてマスコミ報道が国民の政治情報を知る権利（憲法21条1項）の実現に果たしている意義の重大性に鑑みて、マスコミが選挙に関する報道及び評論を掲載する自由を有することを原則的に認めた上で（同条1項）、選挙目当ての新

聞・雑誌が乱発されて、特定候補者・特定政党と結びついて選挙宣伝に用いられる危険性を除去し、選挙の公正を確保するために、一定の要件を満たしたマスコミのみに選挙期間中の選挙に関する報道及び評論の掲載を認めたのである（同条2・3項）〔糠塚 2008: 621〕。しかし、国民主権を侵害するような情報操作を国民に対して行いようとする巨大マスコミは、ほとんどこの要件を満たしているであろうから、かかるマスコミには何らの規制とはならない。以上、概観してきたように、現行法は選挙報道を特別視する立場にはなく、選挙時の巨大マスコミの情報操作により国民主権が侵害される危険性に対しては、ほとんど配慮していない。現行法は、選挙時のマスコミ報道については選挙の公正よりも選挙の自由を強調しているものと評しえよう。

## （2）判例の立場

それでは、判例は選挙時のマスコミ報道について、選挙の自由と公正のいずれを重視しているのだろうか。この点、選挙時のマスコミ報道についてではないが、最高裁は選挙運動一般について、①事前運動の禁止（公職選挙法129条）、②戸別訪問の禁止（公職選挙法138条）、③法定外文書図画の頒布・掲示の禁止（公職選挙法142条）等をいずれも合憲としており、その際、選挙の公正を強調している。すなわち、現在でもなおリーディング・ケースとして命脈を保っている1969（昭和44）年4月23日の最高裁大法廷判決は、事前運動の禁止規定の合憲性につき、「公職の選挙につき、常時選挙運動を行なうことを許容するときは、その間、不当、無用な競争を招き、これが規制困難による不正行為

の発生等により選挙の公正を害するにいたるおそれがあるのみならず、徒らに経費や労力がかさみ、経済力の差による不公平が生ずる結果となり、ひいては選挙の腐敗をも招来するおそれがある。このような弊害を防止して、選挙の公正を確保するためには、…各候補者が能うかぎり同一の条件の下に選挙運動に従事し得ることとする必要がある。公職選挙法129条…は、まさに、右の要請に応えようとする趣旨に出たものであって、選挙が公正に行なわれることを保障することは、公共の福祉を維持する所以であるから、…事前運動を禁止することは、憲法の保障する表現の自由に対し許された必要かつ合理的な制限であるということができると判示し、選挙の公正を確保するために選挙運動という表現の自由（憲法21条1項）を制限することを認めている。

また、選挙の公正とともに選挙の自由を特別に考慮した判決も存在する。すなわち、前述したマスコミの選挙期間中における選挙に関する報道及び評論の掲載を制限する公職選挙法148条3項の規定の合憲性が争われた1979（昭和54）年12月20日の最高裁判決は、「148条3項は、いわゆる選挙目当ての新聞紙・雑誌が選挙の公正を害し特定の候補者と結びつく弊害を除去するためやむをえず設けられた規定であって、公正な選挙を確保するために脱法行為を防止する趣旨のものである。右のような立法の趣旨・目的からすると、同項に関する罰則規定である同法235条の2第2号のいう選挙に関する『報道又は評論』とは、当該選挙に関する一切の報道・評論を指すのではなく、特定の候補者の得票について有利又は不利に働くおそれがある報道・評論をいうものと解するのが相当である。

さらに、右規定の構成要件に形式的に該当する場合であっても、もしその新聞紙・雑誌が真に公正な報道・評論を掲載したものであれば、その行為の違法性が阻却されるものと解すべきである（刑法35条）」と判示し、公職選挙法148条3項が選挙の公正を確保するための規定であるとしつつ、選挙の自由の観点からいわゆる合憲限定解釈を採用し、刑法上の違法性阻却の可能性を肯定する<sup>9)</sup>。

これに対して、選挙の自由を強く主張する判決もある。すなわち、公職選挙の候補者に対する悪評価や批判等を掲載した雑誌に対する出版の事前差止めの許否が争われた、いわゆる北方ジャーナル事件において1986（昭和61）年6月11日の最高裁大法廷判決は、「主権が国民に属する民主制国家は、その構成員である国民がおよそ一切の主義主張等を表明するとともにこれらの情報を相互に受領することができ、その中から自由な意思をもって自己が正当と信ずるものを採用することにより多数意見が形成され、かかる過程を通じて国政が決定されることをその存立の基礎としているのであるから、表現の自由、とりわけ、公共的事項に関する表現の自由は、特に重要な憲法上の権利として尊重されなければならないもの」とし、さらに「その対象が公務員又は公職選挙の候補者に対する評価、批判等の表現行為に関するものである場合には、そのこと自体から、一般にそれが公共の利害に関する事項であるということができ、…憲法21条1項の趣旨に照らし、その表現が私人の名誉権に優先する社会的価値を含み憲法上特に保護されるべきであることにかんがみると、当該表現行為に対する事前差止めは、原則として許されないものといわなければならない」と

判示し、選挙の候補者に関する表現行為は、国民主権の実現に奉仕するものであり公共的なものとし、選挙時における表現の自由（憲法21条1項）を最大限に認め、選挙の自由を確保せんとしている。このように判例が選挙時のマスコミ報道について、選挙の自由と公正のいずれを重視しているのかは、容易に決し難く、ケース・バイ・ケースの個別的判断によっていると結論付ける以外にはなからう。

## 6. おわりに

日本のマスコミは、法的には営利社団法人（会社法3条等）であり、私人の立場にある。よって、表現の自由や政治活動の自由（憲法21条）等の憲法上の権利を基本的には享有するとされている<sup>(10)</sup>。かかるマスコミの私人としての立場を強調するならば、マスコミが自然人同様に自らの意見や主張を持つのはむしろ当然であり、また、自然人同様に自らの意見や主張を実現するために活動することも（例えば、選挙で特定候補を応援すること）、許容されることになる。とするならば、もちろん違法性や不当性の限界はあるが、マスコミの情報操作も決して否定されるべきものではないことになる。例えば、アメリカのニューヨーク・タイムズやワシントン・ポストなどの大新聞は、あくまで“independent（独立）”の立場にたつ。そのため、アメリカでは、それらの大新聞が大統領選挙になると民主党候補を応援、支持するのは常識視されている。すなわち、アメリカ市民は、マスコミに“中立・公正や不偏不党の立場”を期待するのではなく、“自主・独立の立場”にたったマスコミが自らの意見や主張を明確に表明することを期待するのである。このように、欧米

では、独立の看板を掲げる新聞が選挙で特定候補を支持することは、むしろ当然な事として社会的に認知されている [原 1999: 100]。日本においては、マスコミ報道は中立・公正や不偏不党でなければならないし、実際そうであるに違いないという考えが根強い。そのことが、日本においてマスコミ報道が過信されてしまう原因ともなっている。もちろん虚偽報道は決して許されないが、あくまでマスコミは私人であり、本来、自主・独立の立場にあることを再確認すべきである。ただし、ある一定規模以上の巨大マスコミ<sup>(11)</sup>については、別個の考察が必要となる。すなわち、一部の権力化した巨大マスコミは、自然人とは比較にならないほどの、国家権力にさえ比肩しうる強大な社会的影響力を持ち（いわゆるマスコミの第四権力化）、好むと好まざるとにかかわらず公共性を帯びるからである（いわゆるマスコミの公的性格）。また、前述のマスコミ報道を過信してしまうという日本の文化的風土に鑑みても、かかるマスコミには中立・公正性や不偏不党性を一定限度で要求せざるをえず、よってある程度の規制もやむを得ないこととなろう。かかる観点に立ってマスコミの情報操作の問題を考えるならば、一部の権力化した巨大マスコミの報道は、少なくとも国民主権にとって最も重要な選挙報道については不当な情報操作を防止して、中立・公正や不偏不党を実現するため、一定の規制を行うべきである。

このようにマスコミの表現の自由を制限しようとする主張については、マスコミの持つ社会的有用性を軽視するものであるとして、厳しい批判が予想されよう。確かに、この場合、私人たるマスコミの有する憲法上の権利を不当に侵

害しないように最大限の配慮をすべきことは言うまでもない。しかし、マスコミが発達して情報が流通すれば、情報から疎外されていた問題についても人びとが情報を入手できるようになり、政治参加を促進して民主主義的な決定による社会が築かれていくという、いわゆるマスコミの発達が民主主義社会の成熟を促すという理想は、18世紀の革命の世紀だけでなく、20世紀においても繰り返して語られてきた。しかし、この見方は、国家権力や巨大マスコミによる情報操作が横行し、また、情報化が進展すればするほどむしろ政治参加が減退しているかに見える現代の現状を考え合わせても、少し楽観的に過ぎる見方と言わざるを得ないであろう〔川上 1997: 173〕。確かに、選挙の自由は十二分に確保される必要がある。しかし、それは一定のルールに従っていることが大前提であり、選挙の公正を確保するためのルールを事前に明確に策定しておくことはむしろ当然である。この点で、前述した諸点、すなわち①選挙報道における虚偽や捏造につきマスコミ自体に特別のペナルティを科す。②選挙報道番組の視聴率競争を回避させ、選挙報道については“競争し合う”のではなく国民のために“協力し合う”ことを原則とする。③選挙報道において、アナウンスメント効果やサブリミナル効果、プライミング効果等の手法は禁止する。④マスコミ自身が選挙報道の読み解き方を含めた国民に対するメディア・リテラシー教育を実践する。⑤選挙世論調査の実在性や内容の真正性を確認しうる情報を保存させ、調査の適正性を事後的に検証できるようにする。また、世論調査結果の恣意的利用を防止すべく、客観的な調査結果データとマスコミ自身の主観的な意見・主張とを、形式

上明確に分離する取り扱いを徹底させる。さらに、選挙世論調査の方法についてはマスコミの統一的基準を定め、それに従って選挙世論調査を行わせる等を含め、マスコミの選挙報道を公正なものとするための統一的なルール策定が必要であると考えられる<sup>(12)</sup>。

〔投稿受理日2009. 11. 21／掲載決定日2009. 11. 24〕

#### 注

- (1) 具体的には、早稲田大学大学院社会科学研究所紀要『社会学論集・第14号』（2009年9月発行）所収の論文「マスコミ報道と人権」を指す。
- (2) 以上の国民権についての記述を書くにあたっては、憲法学界の通説的見解たる佐藤幸治説〔佐藤 1995: 92-101〕、芦部信喜説〔芦部 2007: 40-43〕、松井茂記説〔松井 2007: 128-137〕等を参照した。例えば、佐藤説については、その国民権論は実定憲法規定の法理論的・法解釈論的意義を追求する可能性を開いたものであり、自律的人間の「生」を可能ならしめる物語の共有という観点から展開された、生きた「人間」にとっての典型的な国民権論として、高く評価する見解がある〔高田 2009: 72〕。また、杉原泰雄説〔杉原 1989: 161-171〕のように国民権をプーブル権中心に考える見解もある。この点、杉原説は、統治機構全体を「権力の民主化」という観点から再構成する見解（いわば権論中心主義）と評しうる〔宍戸 2009: 54〕。しかし、本稿は国民権の意義を解明することが本意ではないので、この問題にこれ以上は深入りせず、以下、かかる通説的見解を前提にして論を進めていくこととする。
- (3) 選挙権に①有権者団という機関としての公務という側面と②公務に参与することを通じて国政に関する自己の意思を表明することができるという個人の主観的権利という側面との二面性を認める見解を二元説といい、学会の通説である〔佐藤 1995: 108〕。
- (4) 本稿は統治に対するマスコミの弊害が中心テーマであることから、以下、人権に対するマスコミの弊害については基本的にふれないこととする。
- (5) マスコミが発信する選挙情報は、内容の点で、つぎのように分類することが可能である。まず、

- ①選挙活動情報（いわば選挙という「戦い」についての情報）が挙げられ、それは政策情報（選挙に参加している政党や個人が掲げる政策についての情報）と参加者情報（選挙を戦う政党の党首や候補者についての情報）とに分けられる。さらに、前者は公約情報（将来実現すべき政策についての情報）と業績情報（過去の政策や政治活動の評価についての情報）に、また、後者は党首情報（主要政党の党首の発言や行動についての情報）と候補者情報（個々の選挙の立候補者についての情報）に分類される。つぎに、②選挙結果情報（選挙の結果としての「勝敗」についての情報）が挙げられ、それは予測情報（選挙とその結果の予測についての情報）と開票情報（投票後に発信される選挙結果についての情報）とに分けられる。さらに、前者は選挙予測情報（選挙がどのような様相を呈するのかについての情報）と政権予測情報（選挙後の政治情勢についての情報）に、また、後者は獲得議席情報（各党の獲得議席とその予測についての情報）と結果解説情報（選挙結果の理解と今後の政局の行方についての情報）に分類される。ただし、実際の選挙情報は、これらの情報のいくつかが融合したものとなっていることが多い [高瀬 2005: 89-90]。
- (6) 元来、民主主義の原理のなかで必要とされた世論の古典的理念について、W・ミルズは、①個人の良心が判断の究極の担い手であり、したがって最高の審判者であること。②諸個人のあいだに諸利害の本来的な平和な調和が予定されていること。③公衆の行動が起こされるに先立って、その行動を決定する諸個人のあいだで合理的な討論が行われ、したがってそこから生ずる世論は、理性の誤りなき声であること。④何が真実で正当であるかを決定した後に、公衆はその決定どおりに行動すること、あるいはその代表に行動させること、と述べている。独裁的、全体主義的社会体制においては、そもそもかかる世論は存在しえず、そうした体制における世論重視は、もちろん政治的粉飾にすぎない。しかし、日本のような民主主義社会においても、時の権力が強大化していくなかで、世論の支持をとりつけようとして、各種の情報操作を駆使し世論操作をもくろむのが通常であり、かかる世論についての前提はかなり幻影に近いものとなっているのが実情であろう [柳井 1993: 221, W・ミルズ 1958: 500-501]。
- (7) “バンドワゴン効果”と“アンダードッグ効果”は、学問上、既に確立された用語であるが、“楽勝ムード効果”は筆者の全くの造語である。
- (8) メディア・リテラシーとは、マスコミから流される情報を鵜呑みにしないで批判的に読み解く力のことであり、メディア・リテラシー教育はカナダやイギリス等の英語文化圏で特に盛んであり、学校教育課程に取り入れられている。
- (9) この点、かかる判例の見解に対して、「こうした限定解釈を加えるのであれば、上述の形式的要件に該当しない新聞や雑誌に対して一律かつ広汎に厳しい規制を加える必要性は乏しい。特にその表現行為が日常では許容され、それ自体本質的には違法性をもっていないにもかかわらず、選挙運動に用いられる『おそれ』から生じる、いわば抽象的な弊害除去のために刑罰を科して制限されている場合は、なおさらである。148条3項の立法目的は、事後処罰といった『より制限的でない』規制手段でも達成できるのであろうから、現行の規制は、強い正当化理由が論証できないかぎり、合理的にして必要な最小限度の範囲を超えている疑いが濃い」と批判する反対説も存する [糠塚 2008: 621]。
- (10) 法人が現代社会において一個の社会的実在として重要な活動を行っていることを根拠に法人の人権を認めるのが通説であり（いわゆる法人実在説） [芦部 2007: 87]、営利社団法人たる巨大マスコミにも当然、憲法上の人権が保障されることになる。
- (11) 規制の対象となる巨大マスコミの規模については、①発行部数や視聴率、②資本金、③従業員数、④本社・支社の数等を勘案して考えていくべきである。
- (12) それを法律によって行うべきか否かは慎重な考慮を要する問題である。筆者は、最終的には国民から直接選挙された選良たる国会議員によって組織された国会の法律によるべきと考えるが、まずはマスコミの自主規制ルールによって行わせるのが穏当であろう。

## 参考文献

- 芦部信喜（高橋和之補訂）[2007]『憲法〔第四版〕』（有斐閣）
- 井上泰浩 [2004]『メディア・リテラシー』（日本評

- 論社)
- 川上和久 [1997] 『メディアの進化と権力』 (NTT出版)
- [1994] 『情報操作のトリック』 (講談社)
- 木村愛二 [1992] 『湾岸報道に偽りあり』 (汐文社)
- 酒井芳文 [2009] 「“政権交代” への軌跡 “前哨戦” で表れた兆候」 (日本放送協会放送文化研究所編 『放送研究と調査・10月号』 日本放送出版協会)
- 坂元章 [1999] 「サブリミナル効果は存在するか？」 (坂元章・森津太子・坂元桂・高比良美詠子編 『サブリミナル効果の科学』 学文社)
- 宍戸常寿 [2009] 「国民主権と代表制」 (『法学セミナー659号』 日本評論社)
- 杉原泰雄 [1989] 『憲法Ⅱ 統治の機構』 (有斐閣)
- 佐藤幸治 [1995] 『憲法〔第三版〕』 (青林書院)
- 高瀬淳一 [2005] 『情報政治学講義』 (新評論)
- 高田篤 [2009] 「佐藤幸治教授の『国民主権と政治制度』 をめぐって」 (『法律時報81巻11号』 日本評論社)
- 田中愛治・河野勝・日野愛郎・飯田健 [2009] 『なぜ政権交代だったのか』 (勁草書房)
- 糠塚康江 [2008] 「選挙運動の制約—選挙運動の自由と公正」 (杉原泰雄編 『新版・体系憲法辞典』 青林書院)
- 原寿雄 [1999] 『ジャーナリズムの思想』 (岩波書店)
- 春原昭彦・武市英雄編 [2006] 『ゼミナール日本のマス・メディア』 (日本評論社)
- 松井茂記 [2007] 『日本国憲法〔第三版〕』 (有斐閣)
- [2003] 『マス・メディア法入門〔第三版〕』 (日本評論社)
- 保岡裕之 [2002] 『メディアのからくり』 (KKベストセラーズ)
- 柳井道夫 [1993] 「情報化と世論—環境認知の視点から」 (石坂悦男・桂敬一・杉山光信編 『メディアと情報化の現在』 日本評論社)
- 渡辺武達 [2001] 『テレビ—「やらせ」と「情報操作」』 (三省堂)
- W・ミルズ (鵜飼信成・綿貫譲治訳) [1958] 『パワー・エリート』 (東京大学出版会)