目次

はじめに　3

第一章　批判はするが支持はしない日本のメディア

印象だけが残る「麻生批判」　19
麻生首相とオバマ大統領　21
不満増幅装置としてのメディア　24
「支持」表明の難しさ　25
「支持」することの意味　27
選挙報道における公正・中立　28
「小泉劇場」で問われたメディアの中立性　31

討論番組の難しさ　34
アメリカでは　38

第二章　二〇〇八年アメリカ大統領選挙はどう報道されたか　41

肌で大統領選の熱気を　43
オバマ氏に自らのプライド回復を賭けるアメリカ人　45
「好意的」七割、「批判的」三割　47
タブー視された人種問題　48
有権者の見方　51
オバマ氏が仕掛けたメディア戦略　52
ネットからテレビへ　57
小口献金の威力　59
メディアを使い分けたオバマ陣営　61
広告番組を放送するネットワーク　62

「オバマ支持」新聞は約三〇〇紙　65
オバマ氏支持の社説――「天賦の才能」を信じる『デンバー・ポスト』　69
マケイン氏支持の社説――オバマ氏は「見かけ倒し」とする『デイリー・プレス』　71
バランスが取れていた？　FOXニュース　75
ペイリン氏のそっくりさん　79
ジョークになった大統領選　83
年収や学歴まで聞く出口調査　86
自ら偏向を認めた『ワシントン・ポスト』　89
メディアと有権者の距離　92

第三章　日本ではメディアの「政党支持」は不可能なのか　95

過半数が「メディアは支持政党を表明すべき」　97
主な賛成意見と反対意見　99
アメリカ大統領選をモデルに検証　100

I　法的環境について　102

法律は評論の自由を妨げていない　102
「不偏不党」は「主張」を認めないのか　104
「政治的公平」が義務付けられているテレビ　108
選挙で負けるたびにメディア攻撃を強める政党　111
再放送されなかった「ロー&オーダー」　117
「公正の原則」を廃止したレーガン大統領　119
根拠が薄れた放送法　122
タブー視せず放送法改正論議を　125

II　メディア側に横たわる問題　126

メディアの「定見」のなさ　126
「メディアの役割」各国事情　131
ポジティブなメディアへ　134

「支持表明」は読者を減らすか　135
「不偏不党」は営利主義の口実？　137
知らぬ間に広がる「偏向」　138
「オピニオンリーダー」であるために　139
Ⅲ　情報の受け手側に横たわる問題　142
党派色を好まない日本人　142
政策・手法による選択を　146
メディア、政党、有権者が一体となって　148
第四章　新聞社、テレビ局、政治家に聞く　151
Ⅰ　新聞社の場合　154
「不偏不党」をどう考えるか　154

「権力批判」だけが役割ではない　156
支持政党を表明する気はあるか？　157
シンクタンクとしての役割　164

Ⅱ　テレビ局の場合　166

影響力の大きいメディアの責任　167
支持表明で生じる「きしみ」　168
「ぎりぎりストライク」を目指して　170
テリトリーを広げる試み　171
是々非々の政策評価の上に　173
新聞とは違うテレビ的アプローチ　174

Ⅲ　政党の立場から　176

「メディアは政党支持を表明できない」　177
政党によるメディア戦略　179

政権交代で何が変わるか　181

第五章　メディアが支持政党を明らかにする日　185

時には世論に逆らう覚悟を　187
オピニオン機能はなぜ重要か　189
話を聞くだけで「取材」と言えるか　192
支持政党表明のススメ　194

おわりに　198
主な参考文献　201