

意見広告運動 事務局から

◆第6期運動がはじまって2カ月が過ぎましたが、寄せられた賛同金は、まだ目標額3000万円の3分の1にも達していません。仮にこのままのペースで推移するとすれば、全国紙一紙への広告掲載も危ういと言えます。事務局では、全国紙と地方紙への意見広告掲載の目標を達成するため知恵を絞っていますが、皆さんにも、周りの方にもうひと声かけ、もう一枚の賛同チラシの配布をお願いします。

◆2007年早々に、安倍総理の重大な発言が報道されました。

◆年頭の記者会見（1月4日）で「今年7月の参院選で憲法改正を争点に据える方針」と、集団的自衛権について「個別的自衛権の範囲拡大を含めて法整備を検討する」考えを示しました。

●この記者会見に先立つ年頭所感（1月1日）で、「憲法改正手続きを定める『国民投票法案』の成立を一月召集の通常国会で目指す」考えも示しました。

◆自民党党首としてならまだしも、総理大臣が憲法の改定を方針とする旨の発言をす

ることは、憲法九十九条（公務員の憲法擁護義務）違反であるとする意見もあります。また、現在の国民投票法の与党案では、主催者の真の意思が反映出来ないという批判も強く、以下のような多くの問題点が指摘されています。

▼憲法改定の成立要件である過半数の定義
▼国民投票公報（憲法改定案とその要旨・解説などを掲載）を作成する公報協議会の構成員の配分
▼四百万人以上の公務員の改憲問題への関与（国民投票運動）の禁止

◆マスメディアの報道が真の問題点や争点を明確に浮き彫りにすることは実に少ないと思います。第6期意見広告運動のホームページに、このほど、メディアと意見広告の意味を考察した、優れた論文、神戸女学院大学の尾崎由佳さんの「公共圏において、反戦意見広告は議題設定能力をもつか」を載せました。

◆マスメディアの報道が真の問題点や争点を明確に浮き彫りにすることは実に少ないと思います。第6期意見広告運動のホームページに、このほど、メディアと意見広告の意味を考察した、優れた論文、神戸女学院大学の尾崎由佳さんの「公共圏において、反戦意見広告は議題設定能力をもつか」を載せました。

◆その中で尾崎さんは、メディアの大きな役割として次の二点を挙げています。

・市民による自由なコミュニケーションの場（公共圏）の提供
・情報を選択してその争点をあらゆる視点から提示（議題設定）し、市民の共通認識化をはかる

ぜひご覧になってみてください。

◆昨年は私たち「市民意見広告運動」の他に、様々な市民団体によって「反戦・平和」「教育基本法の改悪反対」などに関する意見広告が、これまでにないほど多く全国紙・地方紙に掲載されました。

先の論文で尾崎さんは、「市民は、メディアによる情報の争点化が間違っている、外れていると疑問を感じた場合に、意見広告を掲載する」と言っています。であるとすれば、市民による意見広告が多いということとは、マスメディアがその役割を果たしていない、あるいはマスメディアの能力が衰退していることと結びついていることになります。

◆賛同者からも「教育基本法の改悪反対運動で、かなり大きな集会やデモ行進が行なわれていたが、新聞報道が全くといっていいほどされなかった」という声が寄せられています。

マスメディアがその役割を放棄している状況を冷静に受け止め、市民による意見広告運動をもっともって活発化してゆかねばならないでしょう。

この運動への、「市民の意見30の会・東京」の皆さんのいっそうのご協力を期待する次第です。

（橋本保彦）