

国民投票における選挙運動規制と罰則について

国民投票における情報の流通と投票行動の視点から

福井康佐

はじめに

諸外国の運用を参考にして、国民投票における情報の流通と、それが国民投票における国民の投票行動及び、投票結果にどのような影響を与えるか、という視点から報告したい。

- 1 一般に投票者は、情報を十分に獲得していない場合は、国民投票・住民投票において投票する案件(以下「投票案件」という。)に、反対票を入れるとされている。つまり、情報不足の時は、現状維持の方向に投票する。
- 2 投票者は、投票案件に不安を感じると、反対票を投じる傾向にある。このため、投票案件への反対キャンペーン(ネガティブキャンペーン)が効果的である。
アメリカでは、政治資金の多さが、住民投票の結果を左右しているという指摘がなされている。最近の研究は、「政治資金の多さを利用することによって、投票案件を成立させることはできないが、大量のTVコマーシャル等を利用することによって、成立を妨害することができる」と言われている。
国民投票にも、様々な態様があり、運用の仕方も異なるが、「金がある = 投票案件の成立・承認」という図式にはなっていない。
「不安を煽る」という選挙戦術は、必ずしも、政治資金をたくさん使うという方法だけではなくて、影響力のある団体の活動や人物の発言が、投票案件に反対する方向に作用する。～アイルランドの例の離婚に係る国民投票の例
このような傾向に対する否定的評価～度を越えた反対キャンペーンを容認すると、進歩的もしくは必要な改革ができなくなる。だから、TV等で、大量にコマーシャルを流す類の選挙運動は規制すべき。
同、肯定的評価～国民が情報不足であったり、不安を感じるとNOと票を入れることは、決して、悪いことではない。これも、国民の判断の一つであるし、国民自身が、危険を感じて票を入れないと言うことは、国民が自ら「最後の砦」になっている。
- 3 投票者は、「後戻りできない決定」については、慎重に判断する傾向にある。
- 4 投票者は、情報獲得に限界があるが、その場合は、NOと投票するか、別の形の情報獲得のための行動を取る。

投票者は、何から情報を得るのか、どれだけ、情報を獲得することができるのか、という問題がある。

投票者は、パンフレット、新聞、コマーシャル、プロパガンダを多く利用する。

情報獲得が不十分な時は、様々な投票の鍵・ヒントを獲得して対応する。

コマーシャルあるいはプロパガンダは、影響力のかなり強いものであるし、その真偽を判断するのは、困難。対応策 一律に禁止して、パンフレットと、法定ポスターのみにする。 一律禁止は、逆に情報の流通を制限することになるので、規制はしない。

5 政党間・政治的エリートの合意が成立して、国民投票を実施しても、一般国民の意識との間に差がある場合が多い。

6 その他 投票案件が確定して、時間が経つと反対票が増えていく。
投票案件に長期政権の批判票が集まりやすい。
首相・大統領が就任直後等で人気ある時は、提案が承認されやすい。

まとめ

情報の流通と議論の拡散を保障する方向の選挙運動のあり方が望ましい。