

接触メディアと政治心理との関係分析 ～大阪府堺市における事例～

沼尻 了俊¹・中尾 聡史²・宮川 愛由³・神田 佑亮⁴

¹学生会員 京都大学大学院工学研究科都市社会工学専攻（〒615-8540 京都府京都市西京区京都大学桂4）

E-mail: numajiri@trans.kuciv.kyoto-u.ac.jp

²学生会員 京都大学大学院工学研究科都市社会工学専攻（〒615-8540 京都府京都市西京区京都大学桂4）

E-mail: nakao@trans.kuciv.kyoto-u.ac.jp

³正会員 京都大学大学院工学研究科助教（〒615-8540 京都府京都市西京区京都大学桂4）

E-mail: miyakawa@trans.kuciv.kyoto-u.ac.jp

⁴正会員 京都大学大学院工学研究科准教授（〒615-8540 京都府京都市西京区京都大学桂4）

E-mail: kanda@trans.kuciv.kyoto-u.ac.jp

選挙において、国民はその政党や政治家が国や地域を正しい方向に導く「資質」を有するか、否かを判断することが求められるものの、近年、そうした「資質」とは一切無関係な知名度や人気、イメージといった要素が人々の支持意識、投票行動に影響していると推察される事例が散見される。本研究では、選挙における判断材料を提供するメディアが人々の支持意識や投票行動に及ぼす影響を検証するため、大阪府堺市を対象としたアンケート調査を実施した。その結果、メディアの中でも「一般紙」や「テレビ」が支持意識、投票行動に影響を及ぼしている様子が確認された。また、テレビ番組の中でも、とりわけ、「バラエティー番組」が特定政党・政治家への支持意識、投票行動に影響を及ぼしている可能性が示唆された。

Key Words: メディア, 支持意識, 選挙, サイレント層, 政治心理

1. 背景・目的

土木計画・公共政策におけるプランニングとは、我々の社会をより良い社会へと少しずつ改善していこうとする社会的な営みを行うにあたっての方法・手順を考え企てることであり、このプランニングを遂行する人物には、「真善美」とは何であるか、またこの真善美を胚胎する「善き社会」とは何かを探し求める態度が求められる¹⁾。我が国において、そのプランニングを司るのは内閣総理大臣をはじめとする議員・政府であり、地方自治体のプランニングを司るのは、知事や市町村長である。代議制民主主義をとる我が国において、国民は有権者として国会及び地方議員、地方自治体の首長を選挙より選ぶことができる。換言すれば、「選挙」はプランニングを遂行する人物を選ぶものであり、真に実力のある人物が当選することが当然であろう。逆に仮にそうでない人物が当選した場合には、我が国や地域の将来に取り返しのつかない影響を与える可能性が十二分に考えられる。

しかしながら、近年、政治家としての実力や実績よりも、知名度の高さが過大に評価され、首長や国会議員として当選する事例が散見される。例えば、テレビタレントやお笑い芸人が当選する事例がこれに当てはまると考

えられる。

こういった現象の背景には、メディアが有権者の投票行動に多大な大きな影響を与えていることが1つの要因として考えられ、現在までに様々な研究が行われてきている。

善教ら(2012)²⁾は、2011年に行われた大阪市長・府知事同日選挙を対象に、有権者の政治意識及び政治行動の実態をアンケート調査によって分析している。この中で、メディアと支持・投票傾向に関して次のように述べている。まず、新聞・雑誌、インターネット・ブログ、テレビなどのメディアを通じて政治情報を取得する頻度と大阪維新の会への支持・投票傾向との関係を分析している。テレビ視聴に関しては、12種類の代表的なニュース番組およびワイドショー番組の視聴の有無を尋ねている。その結果、「情報ライブミヤネ屋」及び、「たかじんのそこまで言って委員会」の視聴と橋下徹及び大阪維新の会への支持態度の間には一定の関連性があることを明らかにしている。

田中ら(2012)³⁾はメディアが提供する情報の歪みに着目し、大手新聞社の社説を対象とし、公共政策に関する論調を定量的に物語分析している。その結果、「増税やむなし物語」、「脱公共事業物語」、「構造改革推進物

語」等のドミナント・ストーリーが全社説中 88.1%を占め、「内需拡大で諸問題解決物語」というオルタナティブ・ストーリーは、全社説中 1.8%に過ぎないことが明らかとなった。その他、実に 90%以上の経済社説が、日本経済の現状がデフレであるという事を必ずしも踏まえずに経済政策を論じているなど、新聞社の論調が一方の物語に基づいたものばかりである事を指摘している。

また、田中ら(2012)⁹⁾は、公共政策に関する大手新聞社の報道に関して分析を行っている。新聞社のデータベースから得られる過去の記事を対象に、「公共事業」とともに「談合」、「天下り」、「財政」といったキーワードの掲載回数の経年変化を調査している。その結果、年代毎に、公共事業は利権が絡む、環境を破壊する、といったネガティブ・イメージ形成がされており、こうしたネガティブ報道が公共事業関係費の増減に同調している傾向があることを指摘している。また、このことから、新聞社が批判するテーマを適宜設定しながら、特定時期に定期的に繰り返して報道するという行動特性を持っている可能性を指摘している。

松原ら(2011)⁹⁾は、2009年に実施された第45回衆議院議員選挙の期間において、新聞とテレビにおいてなされた報道に対する分析を行っている。この中で、1991年にシャントー・アイアンガーが設定した「エピソード型フレーム」と「テーマ型フレーム」を分析概念として用いている。結果、テレビは人物にフォーカスを当て、具体的事例やエピソード中心の描写を行う「エピソード型フレーム」を用いる傾向が高く、新聞は主題そのものや出来事の内容を中心とする「テーマ型フレーム」を用いる傾向が高いとしている。

また、佐藤ら(2003)⁹⁾はインターネット利用者の政治意識に関してアンケート調査を行っている。その結果、インターネットユーザーは国レベルの政治行政に対する関心は高く、シニシズム（社会の価値体系に懐疑的・嘲笑的で、私生活に閉じこもることを言い、現在の政治を冷ややかに見下し、政治に積極的にかかわっても現状に変化はないと考える意識）が弱いものの、実際の投票参加は低いという意識と行動のギャップがあることを明らかにしている。

このように、既存研究において、メディアの特性と、それが国民世論にどの程度影響を与えているかについての調査が行われているが、メディアが人々の政党や政治家に対する支持意識や投票行動にどのように影響を及ぼしているか、といった知見は十分に蓄積されているとは言いがたい。そこで、本研究では投票行動に影響を及ぼしていると想定される主要マスメディアを取り上げ、国民の投票行動や支持意識に及ぼす影響について、アンケート調査及び分析を行うことで、メディアと政党や政治家に対する支持意識、投票行動に関する知見を得ることを目的とする。

2. 調査概要

本研究では、メディアが国民の支持及び投票行動に与えている影響を分析するためにアンケート調査を実施した。

(1) 対象とする選挙とメディア

a) 対象とする選挙

本研究では、投票行動を観察する選挙として、大阪府堺市長選挙及び大阪府知事選挙を対象とした。堺市長選挙は 2009 年に当時の市長であった木原敬介氏や、元大阪府職員の竹山修身氏ら、計 4 名が争った。選挙の争点は市内の東西を結ぶ LRT の建設計画であり、橋下徹氏の支援を得た竹山氏と自民、公明、民主、社民の支援を得た現職の木原氏による争いの構図となった。結果は約 4 万 7 千票もの差を付け、竹山氏が当選を果たすこととなった。

また、大阪府知事選挙は 2011 年に行われ、大阪維新の会幹事長の松井一郎氏と、前池田市長の倉田薫氏、弁護士で共産党推薦の梅田章二氏など計 7 人によって争われ、「維新の会の候補者 vs 既成政党が支持支援する候補者」という構図となった選挙である²⁾。この選挙の最大の争点となったのは大阪都構想であった。結果、維新の会の候補者であった松井氏が 54.38%の得票率で当選することとなった。自民党団体、民主党団体の支持、支援を受けていた元池田市長の倉田氏は得票率 2 位となる 32.77%の票を集めるが、落選となった。

b) 対象とするメディア

本研究では、国民に影響を与えうるメディアとして、新聞、テレビ、インターネットを取り上げた。これは、2007 年 6 月に財団法人経済広報センターの行った情報源に関するアンケート調査⁷⁾において、「一般的な社会の動きを知ろうとするとときに利用する情報源」の回答で「新聞」、「テレビ」がともに 9 割に達しているためである。また、インターネットを 1 日 1 回以上利用する人では、「インターネット」と回答する人が 7 割を超えており、「第 3 の情報源」として台頭してきている。

本研究では新聞の種類毎の差異を考慮し、「一般紙」、「地方紙」、「スポーツ新聞」を区分して扱うこととした。

c) 対象とするテレビ番組

テレビ番組に関しても、「ニュース番組」、「ワイドショー」、「討論バラエティー」、「バラエティー」の 4 つのジャンルに区分し、それぞれに番組を表-1 のように設定した。

まず、「ニュース番組」として、報道分野の視聴率が高い番組⁸⁾のうち、公共放送と民間放送の差を考慮し、それぞれ「NHK ニュース」と「報道ステーション」を対象とした。NHK が放送するニュースは NHK ニュー

ス 7, NHK ニュースおはよう日本など、複数の番組が存在するものの、それらを区別することなく一括で「NHK ニュース」とした。また、「報道ステーション」は平日の夜 9 時 54 分から放送されるテレビ朝日系列のニュース番組で、古舘伊知郎氏がメインキャスターを務める。

「ワイドショー」は、放送時間等を考慮し、「とくダネ!」, 「みのもんたの朝ズバッ!」, 「情報ライブミヤネ屋」を対象とした。「とくダネ!」は平日の朝 8 時から放送されるフジテレビ系列のワイドショーである。アンカーは小倉智昭氏が務める。「みのもんたの朝ズバッ!」は平日の朝 5 時 30 分から 8 時 30 分まで生放送されている TBS 系列のワイドショーである。メインキャスターはみのもんた氏である。「情報ライブミヤネ屋」は平日 13 時 55 分から 15 時 50 分まで生放送される読売テレビ制作のワイドショーである。メインキャスターは宮根誠司氏が務めている。2006 年の放映当初は関西ローカルであったが、徐々に放送局を増やし、2008 年 3 月から全国放送となった背景を持つ。なお、「情報ライブミヤネ屋」は放送時間帯が昼過ぎであり、「とくダネ!」, 「みのもんたの朝ズバッ!」と比較して主婦層が比較的ゆっくり視聴できる点が特徴といえる。

また、「討論バラエティー番組」として、全国区で長年放送されている「ビートたけしの TV タックル」と、関西圏で中心に放映されている「たかじんのそこまで言って委員会」, 「たかじん NO マネー」を対象とした。「ビートたけしの TV タックル」は毎週月曜日の 21 時から 21 時 45 分に放送される討論バラエティー番組である。司会はビートたけし氏が務めている。「たかじんの

そこまで言って委員会」は毎週日曜日 13 時 31 分から 14 時 58 分に放送される討論バラエティー番組である。関東地方など一部地域を除く日本テレビ系列の放送局で放送されている。司会はやしきたかじん氏が務めていたが、現在は体調不良のため、代理司会となっている。「たかじん NO マネー」は、毎週土曜日の 13 時から 14 時まで放送される討論バラエティー番組であり、テレビ大阪が制作・放映している。司会はこちらもやしきたかじん氏が務めていたが、現在病気療養中のため、現在はその他の出演者だけで継続している。

バラエティー番組として、「行列のできる法律相談所」を対象とした。この番組は、毎週日曜日の 21 時から 21 時 45 分に日本テレビ系列で放送されているバラエティー番組である。2000 年から放映されているが、現大阪市長の橋下氏は 2003 年から大阪府知事選に立候補する 2007 年までレギュラーとして出演していた。

以上のテレビ番組の視聴の程度をアンケート項目として設定した。

(2) アンケート調査の実施

アンケート調査は大手インターネット調査会社のリサーチモニターを対象に 2013 年 6 月下旬に大阪府堺市の住民を対象とした Web アンケート調査を実施し、500 名から回答を得た。なお、アンケート実施に当たっては、年代や性別が均等となるようにした。

(3) アンケート調査の質問内容

アンケート調査の質問内容を表 2 に示す。本研究では、国民の支持、投票行動に対するメディアの影響を調査するために、まず、メディアの情報をどの程度参考にしていくのかを尋ねた。一般紙、地方紙、スポーツ新聞、テレビ、インターネットを質問項目とし、「見ない」, 「見るが、全く参考にしていない」, 「見るが、あまり参考にしていない」, 「少し参考になっている」, 「非常に参考になっている」の 5 段階の選択肢を設定した。また、テレビ番組に関しては、先に述べた番組を質問項目とし、「見ない」, 「たまに見る」, 「よく見る」, 「毎回見る」の 4 段階の選択肢を設定した。

投票行動に関しては、先に述べたように、堺市長選挙および大阪府知事選挙を対象とし、それぞれどの候補者に投票したかを尋ねた。府知事選挙に関しては、「松井

表-1 調査対象としたテレビ番組

分類	番組名	キー放送局	放送曜日	放送時間帯
ニュース番組	NHKニュース	NHK	※	※
	報道ステーション	テレビ朝日	平日	21:54~23:10
ワイドショー	とくダネ!	フジテレビ	平日	8:00~9:55
	みのもんたの朝ズバッ!	TBS	平日	5:30~8:30
	情報ライブミヤネ屋	読売テレビ	平日	13:55~15:50
討論バラエティー番組	ビートたけしのTVタックル	テレビ朝日	月曜日	21:00~21:45
	たかじんのそこまで言って委員会	読売テレビ	日曜日	13:31~14:58
	たかじんNOマネー	テレビ大阪	土曜日	13:00~14:00
バラエティー番組	行列のできる法律相談所	日本テレビ	日曜日	21:00~21:45

※ NHK は複数のニュース番組が存在するが、一括で「NHK ニュース」としている。

表-2 アンケート調査の質問内容

質問文	質問項目	回答の選択肢
政治に関して、以下のメディアの情報をどれくらい参考にしていきますか。	一般紙、地方紙、スポーツ新聞、テレビ、インターネット	「見ない」「見るが、全く参考にしていない」「見るが、あまり参考にしていない」「少し参考になっている」「非常に参考になっている」
以下のテレビ番組をどれくらい見ていますか。	表-1のテレビ番組	「見ない」「たまに見る」「よく見る」「毎回見る」
前回の大阪府知事選挙(2011年)ではどの候補者に投票しましたか。	(右の選択肢から1つを選択)	「松井一郎」「倉田薫」「その他の候補者」「無記入または不投票」
前回の堺市長選挙(2009年)ではどの候補者に投票しましたか。	(右の選択肢から1つを選択)	「竹山修身」「木原敬介」「その他の候補者」「無記入または不投票」「覚えていない」
以下の人物、政党を支持しますか、しませんか。	自民党、民主党、日本維新の会、大阪維新の会、安倍晋三、橋下徹、松井一郎、竹山修身※	「支持する」「どちらでもない」「支持しない」

※ 敬称略

一郎」，「倉田薫」，「その他の候補者」，「無記入または不投票」という項目を設定し，1つを選択するものとした．また，堺市長選挙に関しては，「竹山修身」，「木原敬介」，「その他の候補者」，「無記入または不投票」に加え，「覚えていない」という項目を設定した．これは，前回の堺市長選挙が2009年と数年前の出来事であるため，記憶が曖昧になっている人が実際の行動と異なる選択をしてしまう可能性を考慮し，設定したものである．回答は大阪府知事選挙と同様に，これら項目の中から1つを選択するものとした．

支持意識に関しては，政党として，「自民党」，「民主党」，「日本維新の会」，「大阪維新の会」，人物として，「安倍晋三」，「橋下徹」，「松井一郎」，「竹山修身」を質問項目とし，それぞれに対し「支持する」，「支持しない」，「どちらとも言えない」の3つの選択肢から1つ回答を要請した．

(4) 分析手法

上記のように，本アンケートのメディアに関する回答は順序尺度で与えられている．本研究では，投票行動や支持意識に順序尺度を与え，Kendallの順位相関係数を用いて統計的に分析を行った．

投票行動と支持意識の回答の順序尺度化について説明を加えると，大阪府知事選挙に関しては，「松井一郎氏に投票した」という現象を，「松井一郎」と回答した人に1，それ以外の回答に0を割り振ることで，順序尺度として表現した．同様に，倉田氏に関しても，「倉田薫」と回答した人に1，それ以外の回答をした人に対して0を割り振っている．堺市長選挙に関しても同様に対応した．

支持意識に関しては，「支持する」という回答に1，「どちらでもない」という回答に0，「支持しない」という回答に-1をそれぞれ与えることで，支持意識を順序尺度として表現した．

3. 分析結果及び考察

Webアンケートで得た回答結果に対し，相関分析を行った．メディアの種類と支持意識，投票行動の分析結果を表-3に示す．また，テレビ番組と支持意識，投票行動の分析結果を表-4に示す．

表の数字は相関係数を表しており，5%有意，1%有意，0.1%有意のものには着色している．また，正の相関を示すものには暖色を，負の相関を示すものには寒色を割り振り，有意度が高くなるほど，色が濃くなるよう表現している．

また，以降，日本維新の会，大阪維新の会，橋下氏，松井氏，竹山氏を一括して「維新派」（ただし竹山氏は2009年堺市長選挙当時），自民党，安倍氏，木原氏，倉田氏を一括して「反維新派」と呼ぶこととする．

(1) メディアの種類と支持意識，投票行動

まず，メディアの種類と支持意識，投票行動との結果に関して考察する．

表-3から，政党・候補者への支持意識とメディアの関係をみると，テレビとインターネットが他の媒体と比較して，政党・支持意識に影響を及ぼしている傾向がうかがえる．ここで，テレビを参考にしていない人は，反維新派よりもやや維新派を支持している傾向がみられる一方で，インターネットを参考にしていない人は特徴的な支持意識の構造がみられない．一方，一般紙を参考にしていない人は自民党を支持する傾向が見られ，地方紙を参考にしていない人は維新派を支持しない傾向が見られる．

次に，投票行動とメディアの関係をみると，各メディアの中で特に投票行動に影響を及ぼしている媒体は一般紙であり，次いでテレビ，地方紙となっている．支持意識に影響を及ぼしていたインターネットと投票行動には，関係性がみられない．ここで，一般紙を参考にしていない人は，堺市長選挙においては，反維新派よりも維新派に，大阪府知事選挙においては，維新派よりも反維新派へと投票行動に影響を及ぼしている傾向が見られる．また，地方紙を参考にする人は，反維新派に投票する傾向が見られる一方で，テレビを参考にする人は維新派に投票する傾向がみられる．この結果は支持意識と同様の傾向を示している．

ここで，各メディアの特性に触れておくと，テレビと新聞の相違に関して，松葉らは以下のように指摘している⁹⁾．テレビは，映像を通して出来事を伝えており，雰囲気や臨場感があるため「現実性」が高く，ストーリーの伝達に優れているため「訴求性」が高い．一方で，新聞は面の中に重要性などを考慮しつつ配置されているため「一覧性」が高く，調査報道やインサイドストーリーの発掘に重点をおき，ニュースを様々な角度から報道するため，「詳報性」が高い．

表-3 メディア種と支持意識，投票行動の相関分析結果

分析内容	分析項目	一般紙 (新聞)	地方紙 (新聞)	スポーツ 新聞	テレビ	インター ネット
政党に対する支持意識	自民党支持	.120**	0.011	0.018	.082*	.118**
	民主党支持	-0.005	0.036	0.017	-0.01	-0.016
	日本維新の会支持	-0.069	-0.077	-0.039	.131**	.153***
	大阪維新の会支持	-0.038	-.101*	-0.035	.148***	.120**
政治家に対する支持意識	安倍晋三氏支持	0.052	-0.032	0.019	.103**	.133**
	橋下徹氏支持	-0.063	-.098*	-0.057	.116**	.110**
	松井一郎氏支持	-0.033	-.096*	-0.053	.157***	.087*
	竹山修身氏支持	0.074	-0.007	0.012	.081*	.078*
堺市長選挙 (2009年)	竹山修身氏投票	.195***	-0.015	.095*	.126**	0.074
	木原敬介氏投票	.117**	.147**	0.033	0.008	0.015
	松井一郎氏投票	.087*	-0.058	0.046	.216***	0.08
大阪府知事選挙 (2011年)	倉田薫氏投票	.116**	.151**	0.065	-0.008	0.006

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

暖色：正の相関 寒色：負の相関

表4 テレビ番組と支持意識、投票行動の相関分析

分析内容	分析項目	ニュース		ワイドショー			討論バラエティー			バラエティー
		NHK ニュース	報道ス テーショ ン	とくダネ！	みのもん たの朝ズ バツ！	情報ライ ブミヤネ 屋	ビートた けしのTV タックル	たかじん のそこま で言っ て委員会	たかじん NOマネー	
政党に対する 支持意識	自民党支持	.109**	.109**	.090*	.146***	.131**	.115**	.221***	.166***	.098*
	民主党支持	-0.03	-0.036	0.071	-0.068	-0.052	-.106*	-.162***	-.093*	0.047
	日本維新の会支持	-0.056	0.025	0.071	0.047	.091*	.083*	.205***	.167***	.091*
	大阪維新の会支持	-0.047	.093*	0.036	0.077	.123**	.124**	.256***	.211***	.127**
政治家に対す る支持意識	安倍晋三氏支持	.086*	.115**	0.069	.112**	.124**	.117**	.244***	.189***	0.067
	橋下徹氏支持	-0.065	0.045	0.031	0.056	.079*	.100*	.243***	.202***	.093*
	松井一郎氏支持	-0.009	.091*	0.063	0.073	.140**	.128**	.260***	.225***	.151***
	竹山修身氏支持	.116**	.092*	0.017	0.003	0.057	0.042	-0.027	-0.05	.088*
		NHK ニュース	報道ス テーショ ン	とくダネ！	みのもん たの朝ズ バツ！	情報ライ ブミヤネ 屋	ビートた けしのTV タックル	たかじん のそこま で言っ て委員会	たかじん NOマネー	行列ので きる法律 相談所
堺市長選挙 (2009年)	竹山修身氏投票	.215***	.201***	0.02	0.06	.113**	.212***	.215***	.173***	.092*
	木原敬介氏投票	.109**	0.014	0.06	0.073	-0.003	-0.01	0.018	-0.02	0.029
大阪府知事選 挙(2011年)	松井一郎氏投票	.160**	.179**	0.08	.102*	.171***	.200***	.280***	.254***	.164**
	倉田薫氏投票	.136**	.096*	-0.065	0.042	-0.002	0.006	-0.014	-0.054	-0.016

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$

暖色：正の相関 寒色：負の相関

これらの特徴と、上述の分析結果を考慮すると、「一覧性」や「詳報性」といった特徴を有する新聞を参考にしている人は、「現実性」や「訴求性」が高いテレビを参考にしている人よりも、その政党や候補者の政治理念や政策、過去の言動や実績といった情報をより多く得た状態で、支持する政党、政治家を選んでいものと推察される。このことから、一般紙を参考にしている人に見られた維新派から反維新派への投票行動の変化は、一般紙が提供する詳細な情報によってもたらされたという解釈や、地方紙を参考にしている人は、他のメディアを参考にしている人よりも、地域の現状や課題に関する情報をより多く認識した上で、反維新派の政党、候補者を選択しているものと解釈することも可能であろう。

一方、「現実性」や「訴求性」を特徴とするテレビを参考にしている人は、その政党や候補者の政治理念や政策、過去の言動や実績といった情報は乏しく、その番組が伝える政党や候補者のイメージに影響を受けている可能性が考えられる。

インターネットに関しては、支持意識との関係性が見られるが、実際の投票行動との関係性はみられない

(2) テレビ番組と支持意識、投票行動

次に、テレビ番組と支持意識、投票行動に関して分析を行う。まず、4ジャンルの中で、最も支持意識に影響を及ぼしているのは「討論バラエティー番組」である。とりわけ、やしきたかじん氏が司会を務める「たかじん

のそこまで言っ委員会」、 「たかじん NO マネー」が政党・候補者の支持意識に高い相関を示している。そして、民主党に対しては支持しない傾向を、その他の政党・候補者に対しては顕著な差はみられないものの、投票行動としては、いずれの番組も維新派に投票する傾向がみられる。また、「バラエティー番組」に分類した「行列の出来る法律相談所」、「ワイドショー」に分類した「情報ライブミヤネ屋」において、両番組と同様の傾向が見うけられる。

これらの結果から、討論型バラエティーという番組の構成が人々の支持意識や投票行動に対して大きな影響を与えており、とりわけ、「たかじんのそこまで言っ委員会」、「たかじん NO マネー」の両番組が維新派への投票行動に強い影響を及ぼしている可能性が示唆された。この点について、両番組の司会を務めるやしきたかじん氏は、橋下氏が 2007 年の大阪府知事選挙への出馬を悩んでいる際に「今しかない。行け。後は俺が全部責任を持つ。」と後押し、橋下氏も出馬会見にて「出馬を決めたのは、たかじんさんの一言だった」と語っているというエピソードを踏まえると、それらの番組と維新の会との近接性が視聴者の支持意識、投票行動に影響を及ぼしているものと解釈することもできるだろう⁹⁾。また、「行列の出来る法律相談所」は過去に橋下氏がレギュラー出演していたこと、「情報ライブミヤネ屋」の司会を務める宮根氏と橋下氏との交友関係が度々報道されていることなどから両番組と橋下氏を代表とする維新の会や

その候補者との間にも、近接性が存在するものと考えられ、このことが支持意識、投票行動に影響しているとの解釈も可能といえよう。

次に、「ニュース番組」に着目すると、「NHK ニュース」を見る人は自民党、安倍氏、竹山氏を支持する傾向が見られる一方で、投票行動に関しては、維新系の候補者に対しても正の相関がみられる。ただし、市長選挙と府知事選挙の間で維新の会の候補者の相関係数の値が減少する一方、反維新派の相関係数が増加していることから、NHK 視聴者は市長選挙を経て、支持意識に変化が生じた可能性が示唆される。「報道ステーション」については、支持意識としては維新派よりもやや反維新派に対して相関があるものの、投票行動に関しては反維新派よりも維新派を選択する傾向が見受けられる。

その他の番組について、「みのもんたの朝ズバッ!」、及び「とくダネ!」は支持意識において「自民党」や「安倍晋三」に正の相関が見られるものの、その他の番組と比較して支持意識、投票行動に及ぼす影響は限定的といえる。

4. 結論

本研究では、大阪府堺市の住民を対象とした Web アンケート調査を実施し、メディアが国民の支持構造に与える影響を検証した。メディアとして、「一般紙」、「地方紙」、「スポーツ新聞」、「テレビ」、「インターネット」の各媒体の情報をどの程度参考にしているかを尋ね、また、テレビ番組として、「ニュース番組」、「ワイドショー」、「討論バラエティー番組」、「バラエティー番組」の4ジャンルから計9番組を選択し、各番組の視聴の程度を尋ねた。そして、支持意識として、「自民党」、「民主党」、「日本維新の会」、「大阪維新の会」、「橋下徹」、「松井一郎」、「安倍晋三」、「竹山修身（現堺市長）」を取り上げた。また、投票行動に関しては、2009年の堺市長選挙、2011年の大阪府知事選挙の投票先として、それぞれ「竹山修身」、「木原敬介」、及び「松井一郎」、「倉田薫」の4人を取り上げた。そして、各メディアとの接触の程度と、政党、候補者の支持意識及び投票行動を相関分析により検証した。

その結果、メディアの種類と支持意識、投票行動の関係性について、特徴的な点として以下の3点が挙げられる。

- ① 政党・政治家への「支持意識」に影響を及ぼしているメディアは「テレビ」、「インターネット」である
- ② 投票行動に影響を及ぼしているメディアは「一般紙」、「テレビ」、「地方紙」である
- ③ 「一般紙」を参考にする人は、選挙を通じて投票行動が維新派から反維新派に変化している傾向が

見られる一方、「テレビ」を参考にする人は一貫して、維新派に投票する傾向がみられる

次に、テレビ番組と支持意識、投票行動の関係性について、特徴的な点として以下の3点が挙げられる。

- ① 今回比較した番組カテゴリーの中で、政党・政治家の「支持意識」及び「投票行動」に最も影響を及ぼしているのは、「討論バラエティー番組」である。
- ② 維新の会との関係性の深い番組（「たかじんのそこまで言って委員会」、「たかじん NO マネー」、「行列の出来る法律相談所」、「情報ライブミヤネ屋」）の視聴者は維新系の候補者に投票する傾向が見られる。
- ③ 「NHK ニュース」の視聴者は、反維新派の政党・候補者を支持する傾向がみられ、投票行動についても、「一般紙」と同様に、選挙を通じて維新派から反維新派に変化している傾向がみられる

以上の結果から、メディアの種類及びテレビ番組の特徴と支持意識・投票行動の関係性を解釈すると以下のとおりである。

政党や政治家の支持意識、投票行動には、一般紙やテレビといったマスメディアが影響しており、その影響の仕方は、一般紙や地方紙、公共放送のニュース番組に触れている人々と、テレビ、とりわけ、バラエティー要素の強い番組に触れている人々との間で、異なる傾向が示された。すなわち、前者は、自民党や安倍晋三氏といった「反維新派」の政党や候補者への支持意識・投票行動に影響を及ぼしている傾向がみられる一方で、後者は維新の会や橋下徹氏といった「維新派」の政党・候補者への支持意識・投票行動に影響を及ぼしている傾向がみられた。

これはすなわち、新聞やニュース番組と比較して、情報の詳細性や多面性に劣る一方で、視覚的な効果や臨場感で視聴者を引き付けるテレビ、とりわけ、バラエティー要素の強いテレビ番組が、特定の政党・候補者の支持意識、投票行動を醸成している可能性を示唆しているものと解釈できる。

言うまでもなく、国民が選挙において、いかなる政党・政治家に一票を投じるか、という意思決定は、将来の国や地域の在り方を大きく左右する極めて重要なものであり、その意思決定において求められる判断基準は、その政党、あるいは候補者に、国や自治体を治める「資質」が備わっているか否か、の一点といえる。なぜなら、いかに知名度や人気が高い政党・人物であったとしても、その政党や人物が訴える政策や理念、あるいは、過去の言動や実績がその国や地域をより良い方向へ導くものでなければ、その国や地域の発展あるいは危機からの脱却が実現することは有り得ないからである。従って、政治に関わる国民一人一人が、その政党や候補者に一国の将来をより望ましい方向に導く「資質」が備わっているか

を慎重に見極め、真面目に選挙に参加することが求められる。そのための情報源として、メディアは重要な役割を果たすことは間違いないが、国民に「候補者の資質」に関して偏った認識を与えることは、我が国の将来の形成に大きな影響を与えうることを、本研究で分析した結果は示唆している。

(注：本論文中の役職名は 2013 年 7 月現在のものである)

参考文献

- 1) 藤井聡, 土木計画学—公共選択の社会科学—, 学芸出版社, 2008
- 2) 善教将大, 石橋章市朗, 坂本治也, 大阪ダブル選挙の分析—有権者の選択と大阪維新の会の支持基盤の積明—, 関西大学法学論集 2012
- 3) 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, 土木計画学研究・講演集, CD-ROMvol.39, 2009.
- 4) 田中皓介, 神田佑亮, 藤井聡, 公共政策に関する大手新聞社説報道についての時系列分析, 土木計画学研究・講演集, CD-ROMvol.46, 2012
- 5) 松葉侑子, 上田修一, テレビニュースと新聞におけるエピソード型フレームとテーマ型フレーム:総選挙報道の分析, 三田図書館・情報学会, 2011
- 6) 佐藤哲也, 杉岡賢治, 内藤孝一, インターネット利用者の政治意識, 日本社会情報学学会誌, 2003
- 7) 経済広報センター, 情報源に関する意識・実態調査報告書, http://www.kkc.or.jp/society/survey.php?mode=survey_show&id=4
- 8) Video Research Ltd., 視聴率データ:週間高世帯視聴率番組 10 バックナンバー, <http://www.videor.co.jp/data/ratedata/backnum/2013/index.htm>
- 9) 一ノ宮美成+グループ・21K, 橋下「大阪改革」の正体, 講談社, 2008

(2013.7?? 受付)