



# HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	投票に対するテレビ政見放送の影響 - 1979年・80年札幌調査を素材にして-
Author(s)	荒木, 俊夫; ARAKI, Toshio
Citation	北大法学論集, 33(1), 1-41
Issue Date	1982-07-05
Doc URL	<a href="https://hdl.handle.net/2115/16386">https://hdl.handle.net/2115/16386</a>
Type	departmental bulletin paper
File Information	33(1)_p1-41.pdf



# 投票に対するテレビ政見放送の影響

——一九七九年・八〇年札幌調査を素材にして——

荒  
木  
俊  
夫

## 目次

- はじめに
- 一 テレビ政見放送「視聴」の意味
  - 二 テレビ政見放送視聴の投票効果
  - 三 候補者イメージと政見放送
- むすび

## はじめに

選挙戦の期間には、有権者は、通常の場合以上に、政治や選挙についての多様な情報に多く接触する。世論調査の方法をもって、こうした個々の情報量の全体を正確に測定することは、もとより不可能に近いが、おおよその輪郭は知ることができる。「明るい選挙推進協会」が選挙直後に実施してきた全国調査には次のような設問がある。

役に立ったか立たなかったかは別として、衆議院の選挙で、あなたが見たり、聞いたり、すすめられたりしたものが、この中であつたら全部おっしゃって下さい。

以下三〇項目ほどの選挙運動や選挙報道についての項目が挙げられている。一九七二年の衆議院選挙以降八〇年衆議院選挙までの四回の衆議院の選挙について、同じ形式の質問に対する各項目の回答の割合は非常に安定しており、回答割合に大きな変化がみられる項目はごく限られている。この一連の「選挙推進協会」調査において、最も回答割合の高い項目は「テレビによる候補者の政見経歴放送」であり、四回の調査で投票者のうち六二・七二%の人々がそれを視聴したとしている。

同調査では先の質問に続いて、同じ項目を示し、「誰に投票するかを決めるのに役立ったものがこの中にありましたらおっしゃって下さい。いくつでも結構です。」という質問を行なっている。この回答も情報接触についての回答以上に、四回の調査で安定しているが、ここでも「テレビによる候補者の政見経歴放送」の回答割合は最も高い。つねに、三〇%近くの人が、この項目を挙げており、この割合は二位の「選挙公報」一二・三%を大きく上回っている。<sup>(1)</sup>

一九七九年と八〇年のそれぞれ選挙直後に札幌市で行なつたパネル調査では選挙情報接触と投票に役立った情報に関

じて、「選挙推進協会」調査と同じ形式の質問を行なった。但し、回答項目については「選挙推進協会」では個別にあげられていた項目のいくつかを一つの項目にまとめたり、あまり意味をもたないと思われる項目(例えば連呼)を削除したりして、項目数を一九項目に減らした。七九年札幌調査についてみると、情報接触としてテレビによる政見放送を挙げた者は被調査者全体のうち六二%、それが投票に役立ったとする者は二九%と、いずれも一九項目のうち最も高い。八〇年札幌調査では、これらの質問においては衆議院選挙と参議院選挙とを区別せず、合わせて質問を行なっている。おそらくそのためであろうが、各項目への回答割合は七九年調査に比べ高くなっている項目が多いが、ここでも、テレビによる政見放送を挙げる者は、それぞれ七〇%と三九%と一九項目のうち最も高い。

こうした調査結果からみると、選挙期間中最も多くの人々が接触する情報という点からばかりでなく、投票に最も影響を与える情報という点からも、テレビ政見放送は選挙における極めて重要な情報ということになる。本稿では、札幌調査を素材として、このように重要とされるテレビ政見放送について、その影響は実際にはどの程度のものかという視点から若干の考察を試みる。

論述に先だつて、われわれが現に手にしているデータの限界についてふれておく必要がある。テレビ政見放送が視聴者の投票行動にどのような、また、どの程度の影響を与えるか、その効果を正確に測定することは容易ではない。測定の正確さは、なによりも、どのような研究方法によつて収集されたデータを分析するかに大きく依存するであらう。この点からすると、実験的手法を別にして調査に限定すれば、政見放送放映に前後して行なうパネル調査が最も有効なものと思われる。しかし、札幌調査はこうしたパネル調査ではない。七九年、八〇年それぞれの選挙直後に行なつたパネル調査であつて、一つの選挙における政見放送放映に前後して行なつたものではない。この意味ではわれわれが利用できるデータは普通の一回調査のデータと性格はほとんど変わらない。また、調査はもっぱら政見放送の影響を測定する

ことを目的として設計されたものではなく、テレビ政見放送に関わる質問は全体のごく一部に過ぎない。

さらに、われわれのデータにはもう一つの弱点がある。調査ではSD法による候補者イメージについての質問を設けたが、全体の質問量の大きさを考慮した結果、この質問は候補者と被調査者双方の点で限られたものになった。社会党の二人の候補、横路候補と小林候補についてだけは七九年調査に限って、被調査者全員に対する質問となったが、他の候補については七九年八〇年両調査ともそれぞれ投票した候補についての質問にとどまらざるを得なかった。投票行動に対するテレビ政見放送の影響を考察しようとすれば、分析の手順としてはまず、政見放送視聴と視聴した候補者のイメージとの関係が問われ、次いで、候補者イメージと投票との関係が問われなければならないはずであるが、データの欠陥のため、こうしたシステマティックな分析手順をふむことがむづかしい。

このようなデータの基本的制約を考えれば、札幌調査を用いて、テレビ政見放送の効果を分析することは無謀な試みとも言えよう。しかし、われわれは通常の調査データからだけでも、テレビ政見放送の効果をかなりの程度推定できるのではないかと考える。以下の分析は、手もちのデータを完全に利用した場合テレビ政見放送の効果についてどの程度のこと言えるかについての一つの試行である。

まず一において、テレビ政見放送を視聴したとする回答を基に視聴の意味を考察する。調査では六〇%以上もの人が、政見放送を視聴したと回答しているが、これ程多くの人が本当に視聴しているのだろうか。一体調査での回答は信頼できるものなのか、仮りに視聴したとしてもどれ程熱心な視聴者なのか。実験的手法によってテレビ政見放送の効果を測定しようとする場合、そこでは全神経をテレビに集中している被験者が対象とされているのだが、当然のことながら、現実の視聴者の多くはそうした視聴者ではなからう。現実の世界におけるテレビ政見放送の効果をみようとすれば、実際の視聴者はどうなのかを問う必要がある。二においては、二つの異なった方法によって、投票に対する政見放送の

効果について推定がなされる。一つの方法は、政見放送が投票決定に「役立つ」とする投票者自身の判断に依存する推定であり、他は政見放送の視聴者と非視聴者との間にみられる特定候補への投票差という事実に基づく推定である。三においては、テレビ政見放送が候補者イメージの形成にどの程度の影響を与えるかという問題を、全被調査者に対して候補者イメージについての質問を行なえた社会党の二候補について考察する。本来、二と三の分析順序が逆であるべきであるが、上述した理由から、本稿では政見放送視聴と候補者イメージ形成との関係といわば媒介項をとびこえて、直ちに政見放送視聴と投票との関係を分析することになる。前者は補足的に扱うにとどまる。

### 一 テレビ政見放送「視聴」の意味

一九七九年衆議院選挙と八〇年衆議院選挙において、北海道一区の各議員候補によるテレビ政見放送は、NHKで二回、三つの民放局で各々一回、計五回放映されている。各候補の一回の放映時間は、経歴放送三〇秒、政見放送五分三〇秒であり、四名がグループとなり一つの政見放送の番組を構成している。放映時間帯はできるだけ同一条件の下におかれるように配慮がなされ、またグループ成員の組合せ及び放映順序はくじ引きで決められる。その結果、候補者の組合せや放映順序は放送局ごとに異なってくる。

第一表に、七九年選挙と八〇年選挙における各候補の政見放送の放映日と時間帯、ビデオ・リサーチによる政見放送視聴率を示した。視聴率は番組単位、従ってグループ単位で調べられており、候補者ごとの視聴率は知ることができない。七九年選挙と八〇年選挙での視聴率のパターンは、非常に類似している。NHKと民放とでは視聴率にかなり差があり、三つの民放局の視聴率はいずれも低いが、NHKの視聴率は高い。特に朝のNHKの視聴率はいずれも三〇%を

(ビデオ・リサーチの調査)

80年衆議院選挙

NHK	6月12日(木)	8:30~9:05 p.m. (沖田, みのわ, 小林, 斉藤, なめり川)	% 6.3 ( 8.5)
	6月13日(金)	8:30~8:59 p.m. (多田, 横路, 地崎, 土谷)	4.4 (10.7)
	6月18日(水)	7:30~8:05 a.m. (6月12日と同じ)	31.3 (34.6)
	6月19日(木)	7:30~8:00 a.m. (6月13日と同じ)	30.9 (35.7)
STV	6月9日(月)	10:30~11:00 a.m. (横路, 多田, 土谷, 小林)	1.9 ( 2.7)
	6月10日(火)	10:30~11:00 a.m. (みのわ, 斉藤, 地崎, なめり川, *沖田)	1.7 ( 3.2)
HBC	6月18日(水)	10:30~11:00 a.m. (なめり川, みのわ, 地崎, 横路)	0.2 ( 2.0)
	6月19日(木)	10:30~11:00 a.m. (小林, 多田, 斉藤, 土谷, *沖田)	1.8 ( 1.0)
UHB	6月9日(月)	10:00~10:30 a.m. (地崎, 横路, なめり川, 小林)	1.7 ( 3.1)
	6月10日(火)	10:00~10:30 a.m. (多田, みのわ, 斉藤, 土谷, *沖田)	3.1 ( 2.9)

\* は経歴放送のみ ( )内は前4週平均世帯視聴率

越えている。朝のNHKに限ってみても、ほぼ三世帯に一世帯が政見放送を視聴しているということになれば、テレビ政見放送は選挙キャンペーンとして極めて重要なものとみなされよう。しかし、ここでの視聴率がどの程度政見放送の視聴率とみなしてよいかには疑問がないわけではない。各局の政見放送の視聴率の高低は、前四週平均の視聴率の高低とかなりよく対応している。従って、視聴率の高い政見放送というのは、通常高い視聴率をもつ時間帯にたまたまそれがおかれた政見放送であり、視聴率の低い政見放送というのは、ちょうどその逆であると考えられることもできる。一日のうちの特定時間に特定の放送局のテレビにチャンネルを合わせることが生活の習慣とな

第1表 政見放送視聴率

79年衆議院選挙

NHK	9月28日(金)	7:20~7:50 a.m. (みのわ, 地崎, 小林, 横路)	% 30.4 (34.5)
	9月29日(土)	7:20~7:50 a.m. (斉藤, 土谷, 多田, なめり川)	36.0 (33.6)
	10月3日(水)	7:30~8:00 p.m. (みのわ, 地崎, 小林, 横路)	8.6 (18.6)
	10月4日(木)	7:30~8:00 p.m. (斉藤, 土谷, 多田, なめり川)	6.1 (11.6)
STV	9月27日(木)	10:30~11:00 a.m. (小林, 斉藤, 土谷, なめり川)	1.0 ( 1.8)
	9月28日(金)	10:30~11:00 a.m. (地崎, みのわ, 横路, 多田)	1.6 ( 1.8)
HBC	9月25日(火)	11:00~11:30 a.m. (小林, 多田, 斉藤, 土谷)	1.5 ( 1.6)
	10月1日(月)	11:00~11:30 a.m. (地崎, 横路, なめり川, みのわ)	1.7 ( 1.0)
UHB	9月23日(日)	8:30~9:00 a.m. (横路, 地崎, みのわ, 多田)	1.0 ( 3.9)
	9月30日(日)	8:30~9:00 a.m. (土谷, 斉藤, 小林, なめり川)	3.6 ( 3.1)

っており、そこにたまたま政見放送が放映されていたに過ぎないということなのかもしれない。この場合の視聴率がテレビセットと連動して作動する自動装置によって記録されたものであることを考えれば、極端な場合には、テレビがそのチャンネルに合わせてついているものの誰もそれを視聴していないということもありうる。札幌市のテレビ放映には、札幌市の有権者の投票に関わりのない北海道四区の候補者の政見放送も放映されているが、これらの政見放送の視聴率も朝のNHKの場合には平均して三〇%程度あり、しかもこの視聴率は前四週平均視聴率を五%程下回るだけである。このことも政見放送視聴率はその時間帯に以前おかれていた通常の番組視聴率の反

映にすぎないという見方を補強してしよう。

このようにみると、視聴率に現われた政見放送視聴には意図的選択行為とみなし難い部分をかなり含んでいることになる。勿論、このことは、ここでの政見放送視聴率が情報受容の程度を測る尺度としてほとんど役立たないということではない。

第一に、政見放送視聴率は通常その時間帯にある放送番組の視聴率と大まかに対応しているのであったが、このことは、見方を変えると、スイッチが入れられている番組が政見放送であつても、それが政見放送であるという理由で積極的に拒否されてはいないということを示唆している。確かに、第一表でみると、NHKの夜の七時台の政見放送の場合には、通常の視聴率の半分以下に減つてしまつていゝものが多いが、それ以外の政見放送の場合には、視聴率はそれ程大きく低下していない。七九年九月二十九日のNHKの朝の政見放送のように、むしろ通常の番組の視聴率よりも僅かながら上回っている例さえもみられる。政見放送の視聴がいかに受動的なものであつたにしても実際に視聴しているのであれば——単にテレビのスイッチが入っているだけで、実際には視ても聴いてもいないという状態でない限り——それは候補者からのメッセージに接触していることになる。

第二に、札幌調査では、上述したように七九年調査で六二%の人たちが、テレビ政見放送を視聴したと回答している。しかし、調査におけるこの数字は、一見すると、ビデオ・リサーチ調査の視聴率と比べるとあまりに大きすぎるように思われる。札幌調査での回答は、信頼できるのだろうか。両調査の視聴率には、次の二つの点で基本的な違いがある。一つには、ビデオ・リサーチ調査の視聴率は番組全体の平均視聴率であるのに対し、札幌調査のそれはそうではないということ、二つには、前者が世帯単位であるのに対し、後者は個人単位であること、である。従つて、この二つの調査における視聴率の整合性を正確に論ずることは不可能なことであるが、この点について若干の考察を加えてみよう。

う。その前に札幌調査での質問形式の違いによる回答の差異の問題についてふれておこう。

札幌調査では、テレビ政見放送視聴について、前述の質問形式による以外に次のような質問を設けている。

テレビの政見放送（衆議院候補のもの）<sup>(5)</sup>はごらんになりましたか。 1 見た 2 見なかった

どなたのをごらんになりましたか。（候補者名リストを提示）

七九年調査では、この質問形式によると六七七のものがテレビ政見放送を見たとき回答しており、最初の質問形式による回答六二%より僅かながら高い。この違いは、多数の項目のうちから回答を選ぶという質問形式の場合には、見落しが生じると考えれば、一応はうなずけよう。ただし、多数項目の質問形式による回答の信頼性の問題は単なる見落しだけではないことに注意しておく必要がある。二つの異なる質問形式による回答をクロスさせると、見落しがあると考えられる前者の質問形式ではテレビ政見放送を視聴したとき回答しているにもかかわらず、単独の質問形式では「見なかった」と回答しているという逆のケースが全体の七%あるのである。このような矛盾した回答をした人々は、政見放送視聴についてはかなり曖昧であり、実際に視聴していないのではないかと考えられる。単純質問形式の場合には、その質問にすぐ続いて視聴した候補者名を尋ねる質問がおかれており、このことが視聴したか否かについての回答に曖昧さを許さないように作用したのかもしれない。単独質問形式で政見放送を「見た」と回答した者のうちにも、候補者名を挙げている者がいるが、それは三%程度（全体のうちで二%）と僅かである。

以上の検討から、調査データの上からテレビ政見放送視聴の有無についての最も信頼のおける回答は、視聴した候補者名を挙げている回答とみなすことができる。この回答に基づくとき、政見放送を視聴したとみなされる者は六五%となる。

さて、ビデオ・リサーチ調査の政見放送視聴率は、四名の候補が順番に登場する三〇分間番組の平均視聴率である。これに対し、札幌調査での政見放送視聴回答には一人の候補しか視聴していない者まで含まれている。第二表に調査で

第2表 政見放送視聴者数

		79年選挙	80年選挙
政見放送視聴候補者数	0	35.2%	36.3%
	1人	13.5	12.3
	2	14.9	12.9
	3	11.5	11.9
	4	7.9	7.6
	5	4.1	5.6
	6	2.8	3.1
	7	1.4	1.2
	8	8.6	8.6
N		(1175)	(1175)
候補平均視聴率		28.2%	28.5% (25.3%)

( )内は候補を9名とした場合

視聴したとする候補者数の分布を示した。ここで示されているように、視聴したと回答した者には一、二名の候補しか視聴していない者がかなり多い。今、候補者名を挙げている場合には、その候補者の政見放送は最初から最後まで完全に視聴しているという仮定をとると、第二表のデータから八名の候補による一時間の政見放送番組の平均視聴率を計算することができる。これによると、平均視聴率は七九年、八〇年ともに二八%となる。これに対し、五回の政見放送のビデオ・リサーチ調査の視聴率を全部合計すると——これは同一世帯が同じ候補の政見放送を二度以上は見えていないと仮定していることになる——七九年平均四六%、八〇年平均四二%となる。こうした二つの仮定を前提として両調査の平均視聴率を比較すると四六%四二%（ビデオ・リサーチ調査）対二八%（札幌調査）となる。ビデオ・リサーチ調査の視聴率は世帯単位であるのに対し札幌調査は個人単位であり、視聴世帯のすべての有権者が視聴しない限り、当然個人単位の視聴率の方が低くなる。この二つの数値を比較する限り、札幌調査で政見放送を視聴したとする回答は、当初思われていたほど

過大ではない。しかし、平均視聴率が二八%ということは、各候補の政見放送が平均すると少なくとも四人に一人の有権者によって視聴されているということである。本当に政見放送はそれ程よく視聴されているのだろうか。実際、両調査の視聴率を比較した際の前提そのものを問題にすることができる。まず、ビデオ・リサーチ調査による各局の視聴率を合計する時に前提となっている同一候補の政見放送は二度以上視聴しないという仮定は、事実上成り立たない場合が少なくないであろう。さらに、ビデオ・リサーチ調査の視聴率には、単にテレビのスイッチが入っているにすぎないという状態も視聴したものととして含められている。札幌調査の視聴率を引照する基準としてビデオ・リサーチ調査の視聴率をみる時、これらの要素は後者の視聴率を過大に評価させることになる。過大評価の部分を修正すると、本来かなり差のあるべき世帯単位の視聴率と個人単位の視聴率との差があまりなくなってしまうであろう。このことは逆に、札幌調査の平均視聴率を計算する際に前提とした仮定——視聴したとされる候補者の政見放送は最初から最後まで完全に視聴したという仮定を全部についてはとり得ないということを意味する。つまり、視聴したとして名を挙げられた候補者のうちには、実際には極く一部しか視聴しなかった候補者も少なからず含まれていると推定されるのである。

われわれのデータからはこれ以上進んで、実際の視聴の程度を個々のケースのレベルで分析することは勿論、全体としてどの程度過大評価があるかを推定することもできない。札幌調査での政見放送視聴の回答には、今のべたような意味で過大評価があるだろうという一般的な結論で満足せざるを得ない。しかし、このことに留意しておくことは無意味ではない。というのは、これ以降のわれわれの分析は、視聴したとする候補者についての回答に依存して進められるわけであるが、その場合、一人の候補の政見放送の視聴時間という次元においてさえ実際には存在している視聴の程度を無視して、視聴したか否かの二分法によってデータを処理することになるからである。こうしたデータの制約は、政見

放送視聴と他の変数との関連をみる場合に、より明確に存在していたかもしれない諸関係を曖昧にしか表現しない方向に働くであろう。

政見放送をよく視聴している者は、他のメディアにもよく接触しているであろうか。他のメディアとして、テレビ一般、テレビの「堅い」政治番組、新聞の政治面の三つをとりあげ、政見放送視聴とこれらのメディア接触との関連をみてみよう。

もし、日ごろテレビ一般をよく視聴している者ほど政見放送をよく視聴していて、しかも政見放送をよく視聴している者は、テレビの「堅い」政治番組はあまり視聴していないならば政見放送の視聴が受動的なもので、単にテレビ一般の視聴の反映にすぎないのではないかと、このように上述の論点を裏づけることになる。その逆の関連性がみられる場合には政見放送視聴者はより能動的な情報探究者とみなされよう。しかし、マスメディアによる選挙・政治情報の受容という場合にも、メディアがテレビか新聞かによって情報の受容者の質は異なっているかもしれない。例えば、政見放送をよく視聴するものはテレビの「堅い」政治番組はよく視聴するが、新聞の政治記事の熱心な読者とは言えないかもしれない。

分析結果を示すに先だって、四つの変数がどのようにしてつくられたかを説明しておく。それぞれの変数は以下のような質問からつくられたが、相関係数の比較のため各変数は五つのカテゴリーをもつ順序変数として再コードされた。

まず、政見放送視聴の変数としては、七九年調査における視聴候補者名についての質問からつくられた視聴候補者数を用いる。

次にテレビ一般視聴の変数は、七九年調査におけるテレビ一般の視聴量についての次の質問からつくられた。

ふだんあなたは一日何時間ぐらいテレビをごらんになりますか。 1 ほとんど見ない 2 一時間未満 3 一時間以上 4 二時間以上 5 三時間以上 6 四時間以上

七九年調査では、テレビの「堅い」政治番組として、NHKが選挙期間中放映した二つのシリーズ特別番組——「政見討論会」と「党首は訴える」——をとりあげ、これらについて次のような質問を行なった。

国会解散後、NHKで日曜日の午前中、選挙に関する特別番組（「政見討論会」など）を四回にわたって放映しましたが、この番組はごらんになりましたか。何回ごらんになりましたか。 1 三回以上見た 2 二回見た 3 一回見た 4 見なかった

選挙期間中（九月二七日、二八日、二九日）NHKの夜のテレビ（八時から）で「党首は訴える」を三日間放映しましたが、この番組はごらんになりましたか。 1 三回とも見た 2 二回見た 3 一回見た 4 見なかった

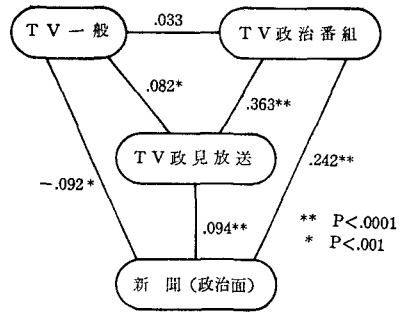
これらの番組の視聴者は、番組の内容、それが放映されている時間帯の点から、選挙・政治情報の能動的受容者となしてよいであろう。これら二つの質問に対する回答を組み合わせた番組視聴回数を、テレビの政治番組視聴の変数とする。

調査では新聞による政治情報の受容について次のような質問を行なった。

あなたは、新聞の政治面をよく読む方でしょうか。 1 よく読む 2 とときどき読む 3 あまり読まない

この質問における回答肢の選択は、先の質問に比べ、回答者の主観的判断に依存している。そのためであろうか、回答肢が単純であるにもかかわらず、パネル調査での二回の回答はかなり不安定であった。質問の性格上、対象自体に短期的変化がそれ程起るとは考え難いから、回答の信頼性をカヴァーするために、新聞による政治情報の受容の変数としてパネル調査による二回の回答を組み合わせたものを用いることとする。

第1図 テレビ政見放送視聴と他のマスメディア接触との関連 ( $r_b$ )



第一図に、テレビ一般の視聴、政見放送の視聴、テレビの「堅い」政治番組の視聴、新聞による政治情報の受容、これら四つの変数相互の相関係数(タウ・ベータ)を示した。これらの相関係数はテレビ政見放送をよく視聴している者の性格を考察する上で、示唆的である。

まず、テレビ一般の視聴と他の三つの変数との関係に注目しよう。テレビ一般の視聴と「堅い」政治番組の視聴とはほとんど関連がない。テレビ政治番組をよく視聴する者は、必ずしも日ごろテレビ一般をよく視聴しているわけではない。政治番組視聴者は、テレビに選択的に接触しているという事態がうかがわれる。次に、テレビ一般の視聴と新聞による政治情報受容との間には逆相関の関係がみられる。つまり、日ごろテレビ一般をよく視聴してい

る者は政治的な関心がむしろ低い、少なくとも活字メディアを通しての政治的情報への関心が低いことになる。これに対し、政見放送視聴とテレビ一般視聴とは有意に関連している。日ごろテレビ一般をよく視聴している者ほど政見放送もよく視聴しているのである。このことはテレビ政見放送視聴には、テレビ一般の視聴の反映にすぎないという側面があることを示唆している。

しかし、他方、政見放送視聴がテレビ一般の視聴と関連を示しているにしても、その関連はそれ程強いものではなく、政治番組視聴との関連がはるかに強いことに注目すべきである。また、政見放送視聴と新聞の政治報道の受容との間にも正の相関がある。政見放送をよく視聴する者は、確かに日ごろテレビ一般をよく視聴しているが、それ以上に政治番組をもよく視聴しており、また新聞の政治面にも比較的関心をもっているのである。このことは政見放送視聴者の能動

的な政治情報受容者としての側面を示唆しよう。

最後に、これらの変数間の相関係数は、政治情報受容において映像メディアにより依存する者と活字メディアにより依存する者とに相違があることを示唆している。テレビの政見放送視聴は新聞による政治情報受容よりもテレビの政治番組視聴により強い関連性があるし、テレビの政治番組は新聞による政治情報受容よりも政見放送視聴により強く関連しているのである。

## 二 テレビ政見放送視聴の投票効果

既述したように、七九年札幌調査において「誰に投票するかを決めるのに役立ったもの」として、「候補者の政見放送、経歴放送(テレビ)」を挙げる者は被調査者全体のうち二九%である。これは投票者全体のうちでは三三%にあたる。

まず、七九年調査におけるこの質問に対する回答に基づいて、投票に対するテレビの政見放送の影響を考察してみよう。投票者の三人に一人が、候補者決定に際して政見放送が役に立ったとしているという事実からすれば、政見放送は、単によく視聴されているだけでなく投票決定に対し極めて大きな影響を与えているということになる。しかし、この質問において投票決定に「役立った」として政見放送が言及されていることの意味は、必ずしも単純ではない。われわれは次の二つの手続きによって、その意味を吟味することにしよう。

第一に、投票候補を決定するのに政見放送が「役立った」とする者は、少なくとも投票した候補の政見放送を当然視聴していたものと考えられよう。しかし、実際には、政見放送が役立ったとする者のうち二〇%弱が、視聴した候補の

名前を尋ねた質問に対する回答では、自分が現に投票した候補を挙げていないのである。このような結果はどうみたらよいだろうか。回答の信頼性を前提とすれば、次の二つの場合が考えられよう。一つには他の候補の政見放送をみることによって意中の候補に投票しようとする確信が一層強められたという場合、もう一つには意中の候補の政見放送を視聴した結果、かえてその候補に投票しようとする当初の意図が変わってしまい、政見放送を視聴したことのない候補他の候補に投票することになったという場合である。いずれの場合においても、政見放送視聴は、投票決定において補強的な効果をもっていたという点では「役立った」と言いうるかもしれない。しかし、投票そのものをポジティブに規定したのは、政見放送視聴とは別な要因である。この意味で、政見放送視聴のこうした効果をネガティブな補強効果とよぶことができよう。

しかし、これらはいくまで回答の信頼性を前提とした上で考えられる論理的可能性にすぎない。実際には、「誰に投票するかを決めるのに」と明記されているにもかかわらず、もっと広い意味で、つまり、いろいろの候補を知る上で政見放送が役立ったという意味で回答がなされていることが多いであろう。

必要とする吟味の第二は、投票決定時期に関わる。調査では、投票した候補を尋ねた質問に続いて次のような質問を行なった。

その人に投票しようとしたのはいつごろでしょうか。 1 棄権した 2 前から決まっていた 3 告示(九月一七日)の頃 4 投票日の一週間くらい前 5 二三日前までに 6 投票日

この質問に対し「前から決まっていた」と「告示の頃」と回答した者を合計すると投票者全体の六二%に達する。ほぼ三人に二人は、政見放送が放映される以前に投票候補を決めてしまっているのであるが、政見放送を「役立った」とする者のうちにもこうした者が同じ位含まれている。勿論、政見放送を視聴する以前からすでに投票候補が決まってい

て、現にその候補に投票した者が、政見放送を「役立った」としたとしても、その回答が無意味であるということにはならない。すでに投票しようとした候補の政見放送を視聴することによって、その決定について一層の確信や満足感が得られる場合には、確かに政見放送は「役立った」と言いうる。つまり、政見放送はすでに下された決定に対するポジティブな補強効果を持ったことになる。しかし、この場合には、政見放送の視聴の有無に関わりなく現に行なわれたように投票はなされたのであるから、投票候補決定要因の一つとして政見放送視聴を考えることはできない。

このようにみると、投票候補決定において政見放送が「役立った」とする回答には、次の四つのカテゴリーが含まれていることになる。第一に、政見放送が候補者一般についての情報を与えたという意味で「役立った」とする回答。この回答は、「投票候補決定において」という限定された意味をもたないから、厳密に言うくと、質問についての誤解に基づく回答と言ってよい。第二に、ある候補の政見放送を視聴することによって、その候補への投票が否定されたという意味で、政見放送が「役立った」とする回答。この場合には、政見放送視聴はネガティブな補強効果をもったことになる。第三にすでになされていた投票候補決定を一層強めたという意味で、政見放送が「役立った」とする回答。この場合には政見放送視聴はポジティブな補強効果をもったとみなされよう。第四に、ある候補の政見放送を視聴したことがその候補への投票誘因の一つになったという意味で、政見放送視聴が「役立った」とする回答。この最後のカテゴリーこそ、政見放送が投票決定に「役立った」という回答によって通常意味されていることであろう。これをこれ以後、政見放送視聴の投票効果とよぶこととする。

われわれのデータだけからは、政見放送視聴が投票効果をもった者を正確に確定することはできない。しかし、政見放送が「役立った」とする回答のうちから、確実に、第一、第二、第三のカテゴリーにのみ属しているとみなされる者——つまり投票した候補の政見放送を視聴していない者あるいは投票した候補が「前から」か「告示の頃」決まっていた

者を除くことによつて、<sup>(8)</sup>政見放送視聴が投票効果をもつたと思われる者が最大限どの程度いるかを推定することはでき  
る。この方法によつて推定すると、政見放送視聴が投票効果をもつたと思われる者は政見放送が「役立った」とする者  
の四分の一に減つてしまう。こうした者は投票者全体のうちの九%にすぎない。ここでは、九%が最大値であることが次  
の二つの点から強調されなければならない。まず、われわれはポジティブな補強効果をもつにすぎない者を除く場合に  
投票決定時期についての回答を基準として用いたのであるが、この基準によつてはポジティブな補強効果のみをもつた  
者をすべて除いていないからである。次に、政見放送が「役立った」とする者のうちには他の項目にも「役立った」と  
言及する者が少なくない。勿論、政見放送視聴が投票決定の唯一の誘因であるというような人は、実際にはむしろまれ  
であろう。<sup>(9)</sup>政見放送視聴の投票効果をこうした人たちにだけ限定する必要はない。しかし、政見放送視聴と同時に他か  
らのパーソナルな働きかけや組織団体の推薦を「役立った」としている者の場合には、一般的に、前者が投票決定の誘因  
としてもつウェイトはかなり限定されたものとみなしてよいように思われる。後者は特定した候補への投票依頼ないし  
推薦であり、それが「役立った」とされている以上それが投票方向をほぼ決定し、政見放送視聴はその決定に補助的な  
役割をはたしたにすぎないと思つていい場合が多いであろう。われわれが今政見放送視聴が投票効果をもつたと推定した  
者九%のうちからさらに、他からのパーソナルな働きかけや組織団体の推薦を「役立った」としている者を除いて、こ  
れを狭い意味で政見放送視聴が投票効果をもつたものとすると、こうした者は七%になる。<sup>(10)</sup>

政見放送視聴の投票効果は、候補者によつて当然異なつていよう。第三表に、各候補の投票者ごとに、投票者のうち  
その候補の政見放送を視聴した者の割合、政見放送が「役立った」と回答した者の割合、及び上述の手続きによつて政  
見放送視聴が投票効果をもつたとみなされる者の割合を示した。ここには、投票候補グループごとに政見放送視聴の意  
味が異なつてることがよく現われている。投票者のうちに自分の政見放送を視聴している者を多くかかえている候補

第3表 79年選挙におけるテレビ政見放送の投票効果

	地崎(白) (%)	箕輪(白) (%)	横路(社) (%)	小林(社) (%)	斉藤(公) (%)	多田(共) (%)	土谷(新自ラ) (%)	全 体 (%)
投票者の中の視聴者	62	59	63	50	66	53	45	59
「役立った」者*	26	28	32	21	27	26	29	27
投票効果	9	15	8	12	5	7	13	9
狭義の投票効果	6	9	6	10	3	5	13	6
投票者数	(230)	(93)	(233)	(141)	(111)	(168)	(31)	(1007)

\* 投票した候補の政見放送を視聴していない者を除く

者が、政見放送を投票に効果的に用いたとは必ずしも言えない。公明党の斉藤候補の投票者には、同候補の政見放送を視聴した者が最も多く、投票者のうち三人に二人はその政見放送を視聴しているが、視聴の投票効果は最も弱い。視聴が投票決定に「役立った」とする者の割合は、他の候補の場合とあまり変わらないばかりか、「役立った」とする者のほとんどは政見放送視聴以前に同候補への投票を決めてしまっているのである。視聴が投票効果をもったとみなされるのは、最大限、投票者のうちの5%狭義の投票効果で3%に過ぎない。社会党の横路候補への投票者も同候補の政見放送をよく視聴ししかも、三人に一人は政見放送が「役立った」としており、これは他候補への投票者に比べ最も多い。しかし、このことは横路候補の政見放送の投票効果が大きいことを意味しない。「役立った」とする者の四人に三人は政見放送視聴以前にその投票を決めているのであり、投票効果は全体平均とはほとんど変わらない。横路候補の政見放送に

は、ポジティブな補強効果が最も大きいように思われる。これに対し同じ社会党の小林候補の場合は対照的である。小林候補投票者のうち同候補の政見放送を視聴した者の割合は、他候補の場合に比べ低く、また、政見放送が「役立った」とする者の割合は最も低い。このことからすると、小林候補はテレビの政見放送に依存することが最も少ない候補のように思われる。このことは、同候補が労組の組織候補といわれている事実とも符合する。にもかかわらず、ここで推定された同候補の政見放送の投票効果は一二%、狭義の投票効果でみても一〇%とかなり高い。このことはどのように考えられるべきか。後述するように、小林候補のイメージは有権者全体にとって必ずしも良好とは言えないし、同候補の視聴者に限っても高くはない。一見すると政見放送が小林候補のイメージアップに大きな役割をはたしたとは考え難い。小林候補の政見放送視聴の投票効果が他候補に比べ相対的に高くなったのは、推定方法がこうした偏りを生じさせるものだったためとも考えられる。七九年選挙では小林候補は出馬準備の遅れた新人候補であり、同候補への投票者には投票を早くから決めていた者が他候補に比べ特に少ない<sup>11)</sup>。その結果小林候補の場合には、「役立った」とする回答のうち政見放送視聴の補強効果をもつたとみなされる者が他候補に比べ少なくなってしまうのである。しかし、結果は単に推定方法の偏りに由来するというだけでなく、現実がある程度反映しているとも言える。一般有権者にあまり知られていない新人候補にとっては、テレビによる政見放送は有権者に直接自分を売りこむ有力な武器であり、その効果は既知の候補に比べ相対的に大きいかもしれない。このことは後述する候補者のイメージ形成におけるテレビ政見放送の役割についての分析から得られる知見とも符合する。最後に自民党の箕輪候補についてであるが、同候補については推定された投票効果は一五%と非常に高い。しかし、同候補への投票者には政見放送が「役立った」とすると同時に「家族の話し合い」も「役立った」とする者が多い。狭義の投票効果でみると九%であり他と比べ著しく高いわけではない。同候補の政見放送が他に抜きんでて強く投票誘因として働いたとはみなしえない。

以上、投票候補を決めるに際し政見放送が「役立った」とする回答者の主観的判断に依存して、政見放送がどの程度投票を決める要因となったかを分析してきた。しかし、一般に決定を生みだした要因が何であるかは、決定した本人が最もよく知りうるとは限らない。より客観的な「事実」に基づいて、政見放送視聴の投票効果を推定することもできるように思われる。二つの推定結果を比較するうえで、同一の対象、この場合には七九年選挙のデータを扱うことが望ましいのだが、これから行なおうとする推定では前回選挙における投票候補についての情報が必要となるため、やむをえず八〇年選挙における政見放送視聴について主として分析を行なう。七九年調査でも前回（七六年）選挙における投票候補についての質問を行なったが、回想に基づく投票回答にはある種の偏りが生ずる。従って、七九年選挙における分析は補足的に扱うにとどめる。

最も単純な前提から始めよう。ある候補の政見放送を視聴することが、その候補への投票誘因の一つになっているならば、その候補の政見放送を視聴したグループにおける当該候補の得票率は、視聴しなかったグループにおける得票率よりも高くなければならない。事実、両グループ間の得票率の差には候補者によって違いがみられるにしても、候補者すべてについてこのことが妥当する。両グループ間の差が最も小さい横路候補の場合にも、同候補の政見放送を視聴したグループでは視聴しなかったグループに比べ、得票率が一・七倍高い（二二％対一三％）し、両グループ間の差が最も大きい斉藤候補の場合には四倍も高い（二〇％対五％）。しかし、いうまでもなく、両グループ間のこうした得票率の差をそのまま政見放送視聴の投票効果によるものとみなすわけにはいかない。政見放送を視聴する者のうちには、視聴以前にすでに投票する候補が決まっています。決まっているからこそその候補の政見放送を視聴するという人が多くいると考えられる。こうした人たちにとっては政見放送は決定に与える補強効果をもっているにしても、投票効果をもつものではない。こうした人たちにおいては政見放送視聴と投票決定との因果関係は逆転しているのであるが、視聴グルー

ブと非視聴グループとの間の得票率の差はこの逆転した因果関係の反映にすぎないかもしれない。従って、政見放送視聴グループと非視聴グループとの間の得票率の差によって投票効果を測ろうとするためには、こうした逆の因果関係から生ずる効果を取り除かなければならない。政見放送放映時点に前後してパネル調査を行ない、それぞれの時点における投票意図と視聴事実に関するデータが得られる場合には、こうした作業をかなり正確に行なうことができようが、われわれはこうしたデータをもたない。しかし、われわれの現にもっているデータでもそれが全く不可能というわけではない。

まず、投票する候補が政見放送放映以前に決まっていた者にとっては、政見放送視聴は投票効果を持たないとみなし得る。従って投票効果をみるためには上述した投票候補決定時期についての質問で「前から決まっていた」あるいは「告示の頃」と回答した者を除外する。

次に、たとえ投票決定時期が政見放送後であったにしても、視聴以前に特定の候補に投票しようとする傾向性が強い者ほど、その候補の政見放送をより視聴しようとするであろう（ファン心理）。われわれは特定候補に投票しようとする傾向性の強さを測る正確な尺度をもたないが、それに近似的に近いものとして前回選挙の投票を用いることができよう。勿論個別的にみれば、前回ある候補に投票した人が今回も同じ候補に投票しようとする傾向性が強いとは限らないが、グループとしてみた場合には、このグループは前回当該候補に投票しなかった人たちのグループに比べ、その候補への投票傾向性がより強いと想定できよう。そして、この傾向性は当該候補の政見放送視聴率を高めるに違いない。事実、われわれのデータでは、告示の頃までに投票候補が決まってしまった者を除いた場合にも、ある候補の政見放送視聴率は、前回その候補に投票した人たちのグループでは、投票しなかった人たちのグループに比べ、一二〜二六%も高い。

第4表 80年選挙における政見放送視聴グループと非視聴グループにおける得票率  
(コントロール変数 79年投票)

地崎候補得票率

80年に地崎政見放送を	79年に地崎へ投票		全 体
	した	しなかつた	
	(%)	(%)	(%)
見 た	39 (36)	23 (113)	27 (149)
見なかつた	30 (37)	6 (267)	9 (304)
全 体	34 (73)	11 (380)	13 (453)

箕輪候補得票率

80年に箕輪政見放送を	79年に箕輪へ投票		全 体
	した	しなかつた	
	(%)	(%)	(%)
見 た	59 (17)	17 (77)	24 (359)
見なかつた	73 (22)	6 (337)	10 (94)
全 体	67 (39)	8 (414)	13 (453)

横路候補得票率

80年に横路政見放送を	79年に横路へ投票		全 体
	した	しなかつた	
	(%)	(%)	(%)
見 た	34 (38)	11 (115)	17 (153)
見なかつた	30 (50)	6 (250)	10 (300)
全 体	32 (88)	8 (365)	13 (453)

小林候補得票率

80年に小林政見放送を	79年に小林へ投票		全 体
	した	しなかつた	
	(%)	(%)	(%)
見 た	41 (17)	23 (111)	26 (128)
見なかつた	62 (29)	6 (296)	11 (325)
全 体	54 (46)	11 (407)	15 (453)

斉藤候補得票率

80年に斉藤政見放送を	79年に斉藤へ投票		全 体
	した	しなかつた	
	(%)	(%)	(%)
見 た	41 (17)	13 (61)	19 (78)
見なかつた	33 (24)	3 (351)	5 (375)
全 体	37 (41)	5 (412)	8 (453)

多田候補得票率

80年に多田政見放送を	79年に多田へ投票		全 体
	した	しなかつた	
	(%)	(%)	(%)
見 た	57 (14)	5 (59)	15 (73)
見なかつた	28 (32)	2 (348)	4 (380)
全 体	37 (46)	3 (407)	6 (453)

(注) 内は該当するカテゴリーに属する母数

第四表に、告示の頃までに投票候補を決めてしまっていた人たちを除いて、候補ごとに、七九年投票をコントロールし、八〇年の政見放送視聴の有無による当該候補の得票率を示した。ここから、次の諸点が指摘できよう。

まず、七九年の投票を無視して、単純に政見放送視聴の有無と投票との関係をみると、ある候補の政見放送を視聴したグループでは、視聴しなかったグループと比べ、その候補の得票率は有意に高い。このことは、すべての候補について言える。一見、政見放送視聴の投票効果は明らかであるかのように見える。

しかし、七九年投票をコントロールすると事態は、そう単純ではない。

第一に、ある候補の政見放送を視聴したか否かは、七九年選挙でその候補に投票した人たちにおいては、その候補の得票率にあまり大きな違いをもたらさない。候補者によって違いがあるが、政見放送視聴者の得票率が有意に高いのは共産党の多田候補の場合のみである。地崎（自）、横路（社）、斎藤（公）の三候補の場合には、政見放送視聴グループでそれぞれの候補の得票率がやや高いが、その差は有意ではない。箕輪（自）、小林（社）の二候補の場合には、逆に政見放送を視聴しなかったグループで、有意な差はないと言えやや得票率が高い。つまり、あらかじめ特定候補へ投票しようとする傾向性をもつグループにとっては、一般にその候補の政見放送視聴は投票効果をあまりもたないのである。

第二に、政見放送視聴の有無による当該候補の得票率の違いは、七九年にその候補に投票していなかった者たちの場合にはかなりはつきりと認められる。確かに、七九年に投票していない候補に八〇年に投票するようになった者の割合はいずれにせよそれ程高くはない。しかし、投票を変えた者の割合は、八〇年に投票することになった候補の政見放送を視聴した者により多くみられるのである。いずれの候補の場合にも、政見放送視聴グループでは、非視聴グループに比べ、当該候補へ投票を変えた者が四倍から二倍大きく、多田候補の場合を除いて、その差は有意である。政見放送視

第5表 政見放送の投票効果の推定  
(80年選挙)

		A	B
地	崎(自)	22票	8%
箕	輪(自)	6	5
横	路(社)	8	4
小	林(社)	15	8
斉	藤(公)	7	7
多	田(共)	6	4
全	体*	64票	6%

A 政見放送視聴の有無による得票の変動部分

B 当該候補の全得票に占めるAの割合

\* サンプル数の小さい土谷(新自)を除く

聴の投票効果は、当該候補への投票傾向性の強くない人たちにのみ認められるということになる。勿論、こうした人たちにおいて、視聴グループでの当該候補の得票率が高いと言っても、あくまで非視聴グループとの比較の上で言えるのであって、視聴グループの得票率の水準自体がそれ程高いものでないから、両グループ間の得票率の差をあまり強調することは危険である。とは言え、得票率の分母となっている七九年選挙での当該候補への非投票者の数は小さくないから、その差を軽視すべきでない。

第四表を基にして、政見放送視聴の投票効果を、候補ごとに推定してみよう。第五表に、政見放送視聴の投票効果を表わすものとして、七九年選挙での当該候補の投票・非投票グループ別に政見放送視聴の有無による当該候補の得票の変動分を計算し、両グループの変動分を合計した得票、及び、それが当該候補の得票全体に占める割合を示した<sup>(12)</sup>。

この推定によると政見放送視聴の投票効果をもった得票の割合は、候補によってやや違いがあるもののいずれも8%以下であり、六候補の平均では6%である。政見放送の投票効果は、イメージ選挙におけるブラウン管の威力が喧伝される程には大きくなく、もっと限定されたものと言えよう。

しかし、選挙が候補者間の得票差を争うものであることを考えれば、政見放送が6%の得票増をもたらすということの意味は小さくはないという反論も当然成り立つであろう。したがって、ここでの推定値はあくまで最大値であり、実際以上に投票効果を過

第6表 政見放送の投票効果の推定  
(79年)

	A	B	C
地崎(自)	17票	9%	9%
箕輪(自)	11	14	15
横路(社)	5	3	8
小林(社)	13	12	12
小藤(公)	9	10	5
多田(共)	8	6	7
全体*	63票	8%	9%

- A 政見放送視聴の有無による得票の変動部分  
 B 各候補の全得票に占めるAの割合  
 C 政見放送が「役立った」とする回答による投票効果  
 \* サンプル数の小さい土谷(新自ク)を除く

大に推定している可能性が強いことを強調しておかなければならない。というのは、政見放送視聴以前に視聴者がすでにもっている特定候補への投票傾向性をコントロールするために用いた変数は、極めて粗いものであったからである。特に、七九年選挙で投票していない候補の政見放送を視聴した者のうちには、たとえ告示以後であっても少なくとも政見放送視聴以前にすでに投票すべき候補を決めており、その意中の候補者の政見放送を視聴したという者が少なからずいるであろう。つまり、われわれのやり方では、政見放送視聴と投票決定との間の逆の因果関係を十分に除去していないのであり、その分だけ政見放送視聴の投票効果を過大に推定することになる。

最後に、同様な方法で七九年選挙における政見放送の投票効果を推定した結果を第六表に示した。この推定結果は、既述の理由から八〇年選挙の場合に比べ信頼性が低いが、政見放送が「役立った」とする回答に基づく先の推定結果と比較することができ(註)、これによると、主要な六名の候補による政見放送の投票効果は平均すると、八〇年と比べて僅かに大きく八%であるが、「役立った」とする回答に基づく先の推定結果九%とほとんど変わらない。候補ごとに見ると、二つの方法による推定結果は、横路、斉藤の二候補の場合には相違しているが、他の四候補の場合には不思議なほどよく似ている。二候補の例外があるため断定的には言えないまでも、われわれの推定は事態をかなり適切に把握しているように思われる。

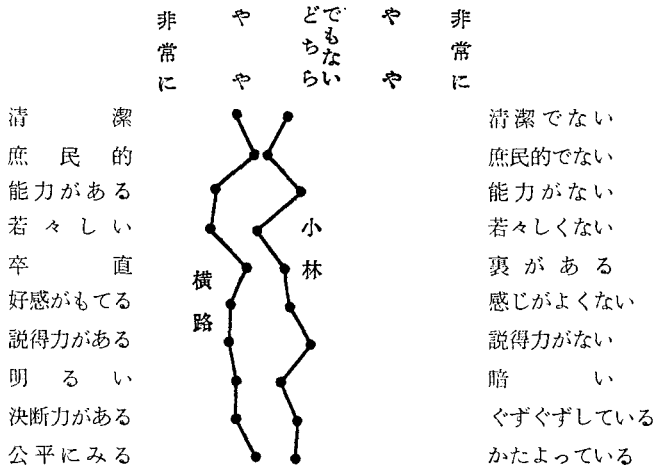
### 三 候補者イメージと政見放送

札幌調査では、次図に示すような質問形式で候補者のイメージについての測定が行なわれた。既述したように、全サンプルに対してこれが行なわれたのは、七九年調査における社会党の横路、小林両候補のみである。ここでは七九年選挙におけるこの二人の候補者のイメージと政見放送視聴との関係について若干の分析を試みる。

横路候補と小林候補は共に社会党の公認候補であるが、両者は対照的な面をもっている。東大出身の弁護士であった横路候補は、衆議院議員であった父の死後、その後継者となつたいわゆる二世候補である。六九年衆議院選挙に初出馬で二位当選をはたし、以来連続当選を重ね、中央政治におけるその活躍を通し革新の若きホープとして知名度は抜群である。社会党支持層に限らない幅広い得票能力をもち、常に最も安定した候補とされてきた。これに対し、小林候補は、引退した島本代議士の後継者として七九年選挙で初めて登場した新人候補である。国鉄労組札幌地本副委員長として道内の労働運動という極く狭いサークルの中で知られているにしても、これまで地方選挙にも候補となつた経歴もなく、その上、社会党の候補者選考が難航し選挙間際にやっと決まつた候補として選挙準備に立遅れたこともあり、知名度は極めて低い。支持基盤を大幅に労働組合に依存する組織候補とされていた。

両候補のこうした相違は、札幌調査にもよく現われている。イメージの各項目への回答数は、被調査者が当該候補についてどの程度明確なイメージをもっているかを測る指標の一つとなるであろう。一〇項目のうちの回答項目数平均は、横路候補の七・二に対し、小林候補は五・四にすぎず、小林候補のイメージ項目の回答数は、横路候補の場合に比べかなり少ない。項目ごとに比較しても、すべての項目について小林候補の方が回答者が少ない。横路候補の場合には、

第2図 横路, 小林両候補のイメージ  
(全被調査者平均)



ほとんどの項目で七〇%以上の人が回答しているが、小林候補の場合には、すべての項目について回答者は五〇%台である。横路候補と比較すると、特に政治家的能力にかかわる項目、「能力がある—能力がない」、「説得力がある—説得力がない」という項目について回答しない者が多い。

両候補の間では、このようにイメージの明確度について差がみられるばかりでなく、回答した者のイメージ評価にもかなり差がある。第二図に、各項目の得点平均による両候補のセマンティック・プロフィールを示した。

横路候補は平均してほとんどの項目で「ややよい」という好意的な評価を受けている。「庶民的」「卒直」「公平」の項目——これらはいずれも回答数が他の項目とくらべやや少ない項目でもある——で評価がやや劣るが、「能力」「若々しい」項目では特に好意的な評価を与えられている。「庶民的」という項目で相対的に評価が劣っているのは、おそらく東大出身のエリートというイメージと関係しているようだが、「公平」、「卒直」項目で相対的に評価が劣っているのは、これらの項目が党派性に関連している項目であることを反映しているのかもしれない。

小林候補はすべての項目とも横路候補よりも劣っている。小林候補で相対的に評価が高く、横路候補で相対的に評価が低い「庶

民的」項目において両者の評価は接近するもののそれでもなお横路候補の評価の方が有意に高い(p<0.01)。特に小林候補自体で相対的に評価が低い「能力」、「説得力」という政治家的能力にかかわる項目において両者の差は拡大している。小林候補のイメージがこのように横路候補と比較する限り劣っているとは言え、小林候補のイメージ自体は各項目とも中間よりはよく評価されていることにも注意しなければならない。この点をどう解釈すべきか、横路候補以外の他の候補については全サンプルのデータをもたないので確かなことは言えない。有権者一般は平均すると普通どんな候補者に対しても、少なくとももう少しした調査では悪い評価を与えないということかもしれないが、他の調査結果をみると必ずしもそうも言い切れない。あるいは、これは小林候補のイメージについては回答数が少ないということと関連しているかもしれない。つまり、もしイメージを持つとしたら低い評価しか与えなかったであろう人たちが、イメージさえもち得ず、回答を留保してしまった結果とみなすことができるかもしれない。

いずれにせよ、被調査者全体をとれば、小林候補のイメージは横路候補のそれよりも劣っているだろうということ、十分に予想されるところであった。興味深いのは、小林候補への投票者に限った場合にも、小林候補のイメージは、第七表に示したように、横路候補のイメージに比べはつきりと劣っていることである。「庶民的」の項目を除いてすべての項目について有意な差があり、しかも「能力がある」、「説得力がある」という項目ではその差が一層大きい。小林候補への投票者には、自分が投票した候補者が同じ社会党の横路候補に比べ劣っていることを知覚しつつ投票した者がかなり含まれているということになる。小林候補への投票者には、「選挙で投票なさるとき、政党をどの程度重視しますか」という質問に「支持政党の候補に限る」と答えた者が四五%もいる。横路候補にはこうした回答をした者は二九%にすぎないから、小林候補投票者には固い社会党支持者がかなり多い。投票前の新聞予測でも横路候補の安定した強さと小林候補の当落線上での苦戦が報じられており、固い社会党支持者は候補者個人の評価を別に、社会党

第7表 小林投票者の小林、横路イメージ (79年)

	小 林 投 票 者 の		
	小林イメージ	横路イメージ	差 の 検 定
清 潔	2.11	1.36	p<.001
庶 民 的	1.70	1.61	—
能 力 が あ る	2.17	1.19	p<.001
若 々 し い	1.63	1.18	p<.001
卒 直	1.97	1.54	p<.001
好 感 が も て る	1.89	1.38	p<.001
説 得 力 が あ る	2.50	1.37	p<.001
明 る い	1.95	1.48	p<.001
決 断 力 が あ る	2.19	1.48	p<.001
公 平	2.22	1.65	p<.001
全 体 評 価	1.94	1.48	p<.001

最も良い評価が1点  
 最も悪い評価が5点  
 中間が3点

の二人の候補の当落結果を考慮し小林候補への投票に向かったものと思われる。実際、小林候補へ投票した者が、同候補へ投票しようとしたのは、他の候補への投票者に比べかなり遅い。投票決定時期についての質問に対し「投票日の一週間ぐらい前」から「投票日」までの間に決めたとする者は、投票者全体では三七％であるが、小林候補への投票者の場合には六〇％がこうした人たちであった。

これまで、主として候補者イメージ項目の評価平均を各項目別にみてきたが、これらの各項目の評価の間にはどんな関係があるのか。われわれは候補者評価の軸として「政治家能力」、「倫理的特性」、「感覚的イメージ」の三つの軸を仮定していた。「能力がある—能力がない」、「説得力がある—説得力がない」、「決断力がある—決断力がない」、「三つの項目は政治家能力に関わり、「卒直—裏がある」、「公平にみる—かたよっている」は倫理的特性に関わり、「好感がもてる—感じがよくない」、「明るい—暗い」は感覚的イメージに関わるだろうと考えた。また、中間的なものとして「清潔—清潔でない」、「庶民的—庶民的でない」

第8表 横路、小林イメージの因子分析(79年)

	横路イメージ	小林イメージ	
	第1因子負荷量	第1因子負荷量	第2因子負荷量
清潔	.737	.726	.290
庶民的	.648	.691	.321
能力がある	.758	.775	-.281
若々しい	.704	.650	.303
卒直	.765	.768	.173
好感もてる	.817	.804	.122
説得力がある	.783	.758	-.393
明るい	.741	.789	.004
決断力がある	.748	.767	-.273
公平	.722	.733	-.191
固有値	5.975	5.957	1.040
説明率	59.8%	59.6%	10.4%

註 欠損値はペアー単位で除く

「若々しい」「若々しくない」の三つの項目を考え、それらが三つの軸のどれによりかかわっているかを知らうとした。実際の有権者の候補者評価はどうかであろうか。第八表に、横路候補と小林候補のイメージについての因子分析の結果を示した。

横路候補イメージについてみると、固有値1.0以上の因子は一つだけで、この因子一つだけで全体の分散の60%を説明する。第一因子負荷量はほとんどすべての項目において高いから、一般的に好意的か非好意的かという一般的評価軸が個別的項目のほとんどの評価を決めてしまっていると思われる。項目のなかでは「好感もてる」と「説得力がある」の二つの項目が他に比べ因子負荷量が大きく、この二つの項目が一般的評価軸を形成する中心となっていると言えよう。

小林候補のイメージも第一因子の説明率は60%あり、横路候補イメージと同じように高い。この軸は「好感もてる」、「明るい」という感覚的イメージを中心とする一般的評価軸とみなすことができる。しかし、小林イメージに

つては、固有値一・〇とあまり高くはないと言え、説明率一〇%の第二因子が析出された。この第二因子は「庶民的」、「若々しい」、「清潔」の三つの項目で正の大きな負荷量をもち、「説得力がある」、「能力がある」、「決断力がある」という三つの項目で負の大きい負荷量をもっている。負の負荷量をもつのはいずれも、われわれが仮定した政治家能力であり、この軸が候補者評価に際し、一つの次元を形成していることが分かった。さらに政治家能力と対極をなすのが、いずれもわれわれが中間的項目とみなしていたものであったことは興味深い。

因子分析の結果は、われわれの仮説が部分的にしか妥当していないことを示した。一般的評価の軸が最も重要であることは予想されたところであったが、実際それはあまりにも決定的であった。政治家能力の軸は、一人の候補者イメージでは析出されたが、それが一般的にどの候補にとつても一つの独立した評価軸になるだろうとは言えない。また倫理的特性の軸はいずれにも見出されない。横路イメージと小林イメージの評価軸の差異が出てくる由来は、他の候補者イメージについて同様の分析を行なうデータをもたないために、残念ながら知ることはできない。

さて、政見放送視聴は、こうした候補者イメージの形成にどれだけ寄与しているであろうか。確かに政見放送を視聴したグループと視聴しなかったグループとは、候補者イメージに差異がみられる。横路候補の政見放送を視聴したグループは、視聴しなかったグループに比べ、より鮮明なイメージを持っているし、評価も高い。政見放送を視聴したグループの方に各項目すべてについて回答者が有意に多いし (D.V.001)、項目別評価も全体評価もすべて高い。小林イメージについてもほぼ同様のことが言える。同候補の政見放送を視聴したグループは視聴しなかったグループに比べ、「説得力がある」項目を除いて他のすべての項目及び全体評価で有意に好意的な評価を下している。

しかし、このような両グループ間の差をもって、それを直ちに政見放送視聴の効果とみなすことはできない。もともと好意的な評価をもっている候補者の政見放送はより視聴されやすいからである。ここでもまた、政見放送視聴と好意

的評価との因果関係は逆転しているのである。

われわれは政見放送視聴前の候補者イメージを測定したデータをもたないから、この問題を正確に解くことはできない。とは言え、われわれの手もちのデータだけでも政見放送視聴が候補者イメージの形成に影響をもったという命題が否定できるか否かという消極的な観点から、この問題を考察することはできるように思われる。つまり、投票した候補者をコントロールした上で、当該候補の政見放送を視聴したグループと視聴しなかったグループとで、候補者イメージに差があるかどうかを検討するのである。例えば、横路候補の政見放送を視聴した者が、そのことによって横路候補により好意的なイメージを持つようになるのであれば、横路候補に投票した者だけをとってみても、同候補の政見放送を視聴したグループと視聴しなかったグループとではそのイメージに差がなければならぬはずである。横路候補に投票しなかった者についても、同じことが言えよう。勿論、このように投票候補をコントロールして、視聴者と非視聴者との間に差が見出されたとしても、それを直ちに視聴の効果とみなし得ない。ある候補に投票しなかった者のうちでも、その候補により好意をもっている者は、その候補の政見放送をより視聴しがちであるかもしれない。従って、イメージ差があることは、政見放送視聴の影響を積極的に証明したことにはならない。もつとも、その場合にも、イメージの項目全部について一様に差があるのではなく、項目によって選択的に差がみられる時には、政見放送の影響をより強く推測させるであろう。いずれにせよ、積極的証明はむづかしいが、逆にイメージ差がない場合には、政見放送視聴の影響は否定されなければならない。

横路イメージと小林イメージについて、それぞれ分析結果を第九表第一〇表に示した。まず、横路イメージについてみよう。横路投票者のうちでは、同候補の政見放送を視聴したグループは視聴しなかったグループに比べ、概してやや各項目とも回答した者が多いとは言え、「説得力」の項目を除いてはその差は有意ではない。評価についても、「能力」

第9表 横路イメージ

	横路投票者				非横路投票者(棄権を除く)			
	横路の政見放送を見た者と見ない者との				横路の政見放送を見た者と見ない者との			
	回答数の差	検 定	評価の差	検 定	回答数の差	検 定	評価の差	検 定
清 潔	.04	—	△.021	—	.14	p<.001	.365	p<.001
庶 民 的	.03	—	.026	—	.12	p<.001	.368	p<.001
能力がある	.08	—	.174	p<.05	.13	p<.001	.383	p<.001
若 々 し い	.05	—	△.053	—	.14	p<.001	.258	p<.001
卒 直	.01	—	.143	—	.13	p<.001	.371	p<.001
好感がもてる	.07	—	.097	—	.16	p<.001	.323	p<.001
説得力がある	.10	p<.05	.219	p<.05	.11	p<.001	.363	p<.001
明 る い	.07	—	.036	—	.11	p<.001	.206	p<.005
決断力がある	.10	—	.015	—	.12	p<.001	.366	p<.001
公平にみる	.07	—	.005	—	.11	p<.001	.289	p<.001
全 体	.62	—	.086	—	1.46	p<.001	.314	p<.001

と「説得力」の項目で視聴者の方がより好意的であるが、その他の項目では有意な差はないし、全体評価にもほとんど差がない。横路候補に強くコミットしているような人の間では、横路候補の政見放送は同候補の全体的イメージを形成する際に影響力をもたないように思われる。但し、政治家能力に関するイメージをよりプラスの方向に向けたかもしれない。これに対し、横路候補に投票しなかった者のうちでは、同候補の政見放送を視聴したグループの方が各項目すべてによく回答しているばかりか、各項目すべてについてより好意的な評価をしており、全体評価も好意的である。このことはどのように解釈されるべきか。一方では、上述したように、政見放送がイメージ上昇効果をもったことの積極的な証拠とならないにしても、同候補の幅広い人気がブラウン管を通じて増幅している可能性を推測させよう。他方、視聴グループと非視聴グループとの間での回答数と評価の違いが、すべての項目にわたってほとんど一様に生じていることは、逆にこの差が視聴効果によるよりも視聴以前に抱かれているイメージ差の反映にすぎない可能性をも示唆することになる。横路候補の「大衆的な人気」を考えれば、同候補に投票しないまでも同候補に対し好意的なイメージをもち、それ故に同候補の政見放送ぐらには視聴したいと思う有権者は少なくないかもしれない。しかし、残念ながら、われわれのデータは、この決定的な相違をもつ二つの解釈のうちどちらをとるべきかについては無力である。

次に小林イメージについてみよう。小林候補に投票した者のうちでは、政見放送を視聴したグループと視聴しなかったグループとでは、各項目への回答者数に差はないし、全体評価についても有意な差はない。しかし、「清潔」、「能力」、「決断力」、「公平」の各項目では政見放送を視聴したグループにより好意的に評価されている。これらの項目のうち「清潔」を除いて、小林イメージの中では相対的に評価の低い項目であり、因子分析において第二因子として析出された政治家能力に関わる項目であった。小林候補にコミットしていた人たち——それは社会党の一候補へのコミットという要素が強かった——の間では、政見放送による同候補のイメージは、これらの弱点をカバーするように働いたのか

第10表 小林イメージ

	小林投票者				非小林投票者(棄権を除く)			
	小林の政見放送を見た者と見ない者との				小林の政見放送を見た者と見ない者との			
	回答数の差	検 定	評価の差	検 定	回答数の差	検 定	評価の差	検 定
清 潔	.07	—	.406	p<.01	.03	—	.099	—
庶 民 的	.03	—	.178	—	.07	—	.198	p<.05
能力がある	.07	—	.282	p<.05	.05	—	.134	—
若々しい	.02	—	.004	—	.07	—	.206	p<.05
卒 直	.12	—	.288	—	.06	—	.126	—
好感がもてる	.03	—	.157	—	.07	—	.114	—
説得力がある	.07	—	.000	—	.04	—	.029	—
明 る い	.05	—	.067	—	.05	—	.099	—
決断力がある	.03	—	.400	p<.05	.04	—	.163	p<.05
公平にみる	.07	—	.357	p<.05	.06	—	.064	—
全 体	.56	—	.135	—	.89	p<.05	.108	—

もしれない。小林候補にコミットしていない人たちに對しては、政見放送はこれとは違った効果をもったように思われる。まず、視聴グループと非視聴グループとは、項目ごとの回答者数では有意な差として現われないうとしても全体の回答項目数の平均では有意な差がある。政見放送視聴は候補のイメージを鮮明にさせる効果をもったのかもしれない。次に、評価の点では、視聴グループは非視聴グループに比べ、「若々しい」、「庶民的」、「決断力」の項目でより好意的な評価を下している。全体評価では両グループ間に有意な差がないことから、評価は選択的に働いていると言える。このことは政見放送視聴の効果を推測させる。小林候補にコミットしていない、従ってまた新人候補であった同候補に対してはほとんど情報をもっていなかった人たちにとっては、政見放送視聴は小林イメージをより明確にさせるとともに、いくつかの点で好意的イメージ形成に寄与したものと思われる。

## む す び

選挙戦期間という限られた時間のなかで展開される選挙キャンペーンが、有権者の投票行動にどの程度の影響を与えるものなのか、これは興味ある問題であるが、同時に測定が極めて困難な問題でもある。本稿ではテレビ政見放送に限定してこの問題を考察してきた。冒頭でふれたように、われわれは分析しうるデータの制約についてはつきり認識していたが、ともかく通常の調査データを最大限利用してこの問題にアプローチしようとした。しかし、データの制約は、分析のすすむにつれ当初予期していた以上に大きいものであることが判明し、得られた知見は限られたものにすぎなかった。知見の一つは、通常の調査において、政見放送の役割について被調査者自身が与える回答は、投票行動に対する影響という点では、かなり割引きされなければならないということである。テレビ政見放送が投票方向を決める要因の一

つとなつているとみられる者は、最も多く見積つてさへ、投票者のうちの六〇八%である。しかも、こうした投票者においてさへ、テレビ政見放送は複数の決定要因の一つにすぎない。

しかし、テレビ政見放送の影響が、この点ではかなり限定されたものであることは、ひるがえつて考えてみると、至極当然でもある。まず、有権者のかなり多くは、政見放送視聴以前に投票すべき候補を決めてしまつてゐる。七九年、八〇年両選挙とも、投票者のうち三人に二人は告示の頃までに投票候補が決まつてゐる。これに、加えて、仮りに「投票日の一週間くらい前に」決まつたとする者の半数ぐらいが政見放送視聴以前に決まつていたとすれば、こうした者は投票者の四人に三人ということになる。そして、一度なされた決定を変更するという点では政見放送はほとんど力をもたないのである。<sup>14</sup>次に、普通の政見放送視聴者は、注意力をもつばらテレビに集中してゐる視聴者ではない。一人の候補についてさへ、それを最初から最後まで見てゐるかどうか疑わしい視聴者が少なくない。最後に、過去何度か選挙に登場してゐる候補者の場合には、そのイメージは有権者にとつてすでに安定的に形成されてしまつてゐるのであつて、僅か数分の政見放送視聴によつて變つてしまふものではないであらう。確かに、それまで候補者の顔や声に直接触れたことのない有権者にとつては、最初に視聴した政見放送は新鮮な刺戟であり、イメージ形成に寄与するところが少なくなかつたかもしれない。しかし、ほとんどの有権者は、この最初の新鮮な刺戟を含めて他のさまざまな情報によつて安定した候補者イメージを形成してしまつてゐるに違ひない。このことは、反面、有権者が既存の安定したイメージをもたない新人候補の場合には、テレビ政見放送はイメージ形成にとつて、従つてまた投票決定の要因としても、既存の候補者の場合よりも影響をもつかもしいれないということの意味する。七九年選挙での小林候補の場合、推定された投票効果が他候補より大きくなつたのは、こうした事情が反映してゐるのかもしれない。

調査においては、テレビ政見放送に比べると、他からのパーソナルな働きかけや組織団体の推薦を投票決定に「役立

った」として挙げる者は多くはない。七九年札幌調査でみると「家族の話し合い」を役立ったとする者こそ、投票者のうち一四％いるが、相対的に多い「後援会や選挙熱心な人のすいせん」「労働組合のすいせん」「同業者団体のすいせん」でも、それぞれ投票者のうちの七〇八％にすぎない。しかし、こうした割合は、テレビ政見放送の推定された投票効果と比べると決して小さくはない。しかも、これらの項目は特定候補への直接的な投票示唆をもつメッセージである。それが投票決定に役立ったとされている場合には、それが投票決定要因として恐らく決定的なウエイトをもったとみなされよう。こうした他からのパーソナルな働きかけや組織団体の推薦が重要な投票決定要因とみなされる有権者のさまざまな特性を分析することが、次の課題となる。

註

(1) 公明選挙連盟「第三三回衆議院議員総選挙の実態Ⅰ」（昭和四八年三月）

明るい選挙推進協会「第三四回衆議院議員総選挙の実態」（昭和五二年三月）

同「第三五回衆議院議員総選挙の実態」（昭和五五年三月）

同「第三六回衆議院議員総選挙、第一二回参議院議員通常選挙の実態Ⅲ」（昭和五六年一月）

(2) 効果測定のために有効な研究方法として二つのものが考えられる。一つは、実験的手法であり、我が国においてもすでにこの手法を用いてテレビ政見放送の投票行動に対する影響の分析がなされている（白鳥令「テレビ政見放送の投票行動に与えた影響」——国民政治研究会『政治とテレビ研究シリーズ』所収——）。実験的手法の最大の利点は投票行動に影響を与えるさまざまな変数をコントロールすることによって政見放送視聴という単一の変数の影響をとりだし、測定できることにある。また、通常の調査データからは確定することがむづかしい変数間の因果関係をも提示できる。他面、実験的手法にはそれ固有の難点があることも否定できない。被験者は実験の場において全神経を政見放送に集中しているのであるが、現実の世界での視聴者には、こうした熱心な視聴者は多くはないであろう。従って、実験データから得られた政見放送の影響力は「理想的な場」で得られる影響力であり、この意味で政見放送の最大限の効果と考えるべきものであるが、現実世界の効果はこの最大限からどの程度の割引がなされるべきかを推定することはむ

つかし。

もう一つの研究方法は政見放送視聴の前と後に二度行なうパネル調査である。我が国ではこの方法による研究はまだなされていないようであるが、外国においては、すぐれた成果がみられる(例えば Blumler, J. G. and McQuail, D., *Television in Politics: Its Uses and Influence, 1968*)。この方法には、実験的手法と違い、投票行動に影響を与える政見放送以外の変数を十分にはコントロールできず、従って影響力の正確な測定という点では難点があるが、現実の世界における政見放送の影響力を問題にできるという点では優れている。

(3) 札幌市における北海道四区の候補者の政見放送視聴率は、朝のNHKの場合、次の通りである。

1979年10月3日(水)	A.M. 7:20~7:50	29.8% (34.9%)
10月4日(木)	A.M. 7:20~7:50	32.1 (35.0)
1980年6月16日(月)	A.M. 7:30~8:00	30.6 (35.6)
6月17日(火)	A.M. 7:30~8:00	27.2 (34.9)

( )内は第4編第5章第5節第5項参照

(4) 全国的規模でテレビ政見放送が開始された一九六九年衆議院選挙において、ある民放局が行なった調査では、次のように言われている。政見放送の視聴率は普段やっている番組の七割ぐらゐの視聴率であり、このうち「四〇%ぐらゐは自動的にテレビがついていたので目にはいって来たという見方をしていて、二〇%の人が意識的に見ている。見ようと思つて見ている。しかし自分の選挙区の候補者の政見放送を意識的に見ようと、わざわざテレビをつけたという率になると全体の一〇%前後です。」

(国民政治研究会「総選挙とテレビ政治番組」昭和四五年七月 四四頁)

(5) 八〇年調査で特に限定した。

(6) 八〇年選挙では九名の立候補があったが、泡沫候補といわれる沖田候補は候補者リストから除外された。

(7) 世帯単位の視聴率と個人単位の視聴率とは、同一の事態を測定している場合にどの程度の違いを生ずることになるかを正確に推定することはできない。その違いは、一世帯あたりの有権者数と一世帯の有権者のうちの視聴者数という二つの変数の関数である。仮りに、すべてが二名の有権者をもつ世帯であり、すべての世帯で一名の有権者しか視聴していないとすると、個人単位の視聴率は世帯単位視聴率の二分の一になるだろう。

(8) 厳密に言えば、投票した候補が「前から」あるいは「告示の頃」決まると回答した者についても、政見放送視聴の投票効果を認めうる場合があるかもしれない。すなわち、以前に決まっていた投票意図が選挙戦の期間中になんらかの理由で変わったが、政見放送視聴によって当初の投票意図に立戻ったという場合である。投票決定時期についての質問に対して、回答者が立戻った時点に回答するのではなく、当初の時点に回答していたとすれば、こうした者に対する政見放送の投票効果を排除してしまふことになる。しかし、実際にはこうした者はいたとしても極く稀であろう。次の知見は、実験的手法による政見放送視聴の効果についての研究から得られたものである。「実験という被験者が全神経を集めて政見放送を注視する最良の環境においても」政見放送はすでに決定されている候補への支持態度を変更させる点ではほとんど無力であった。(白鳥令「テレビ政見放送の投票行動に与えた影響」一六頁 国民政治研究会 昭和四五年)

(9) 七九年調査では、こうした者は投票者のうち二%にすぎない。

(10) 具体的に言うとな次の九項目のうちいずれかを「役立った」として挙げている者である。「電話による勧誘」、「後援会や選挙熱心な人のすすめ」、「家族の話し合い」、「近所の人たちのすすめ」、「職場でのすすめ」、「知人、友人、親戚のすすめ」、「労働組合の推せん」、「同業者の団体の推せん」、「宗教団体の推せん」。

(11) 三〇頁参照。

(12) 今、X候補の政見放送視聴と得票との関係を第四表の形式で表わすとすると、X候補の政見放送の投票効果は、下記のようになる。

(13) 小林候補を除く、五名の候補はいずれも前回(一九七六年)選挙においても立候補している。小林候補の場合には、コントロール変数としての前回選挙投票候補を島本候補とした。小林候補は島本候補の後継者とされており、われわれの調査においても七六年島本候補に投票した者の五二%は小林候補に投票しており、これは小林候補の得票の三五%を占めている。

(14) 註(8)参照。

		前回選挙で X 候補へ	
		投票した	投票しなかった
今回選挙で X 候補を見た	見た	$\frac{a_1}{n_1}$	$\frac{a_3}{n_3}$
	見ない	$\frac{a_2}{n_2}$	$\frac{a_4}{n_4}$

但し、 $n_i$  はそれぞれのカテゴリに属する人の数

$a_i$  は  $n_i$  のうち今回選挙で X 候補に投票した人の数

X 候補の政見放送の投票効果

$$= \left( a_1 - \frac{a_2 n_1}{n_2} \right) + \left( a_3 - \frac{a_4 n_3}{n_4} \right)$$

## 《Summaries of Contents》

### The Effects of Television Broadcast (Seikenhōsō) on Voting Behavior

—A Case of 1979-80 Japanese General Elections—

Toshio ARAKI\*

1. The meaning of 'listening' to TV broadcast
2. The impacts of TV broadcast on voting
3. Candidates' images and TV broadcast

---

\* Professor of Political Science, Faculty of Law, Hokkaido University