

## 首相と 2 大政党への好感度におよぼす NHK ニュース視聴と対人環境の影響

### —小泉内閣期のパネルデータの分析—

同志社大学 白崎護

#### 1 目的

小泉内閣期におけるテレビニュースと対人環境が、有権者の小泉首相・自民党・民主党に対する感情温度へおよぼす影響を論じ、在来政党の自民党と新興政党の民主党から成る当時の 2 大政党制の成立において NHK ニュースと対人環境が果たした役割、およびニュースと対人環境の影響過程を解明する。この際、殊に対人接触とニュース接触の相互作用に着目する。

#### 2 方法

パネルデータである Japanese Election Study III, 2001-2005 (JES III) のうち、2001・2003・2004・2005 年の国政選挙時データに関してパネル分析とクロスセクション分析を行う。対人環境の指標として、政治を話題とする会話の頻度が最も高い相手との会話の頻度、および当該会話相手の政治知識の量をとりあげた。また、視聴の効果を測定するニュースとして公共放送である NHK のニュースをとりあげた。操作変数を用いた一般化モーメント法により変数の効果を測定する。

#### 3 結果

パネル分析では、会話の頻度の増加が首相に対する感情温度を、また会話相手の政治知識の量が自民党に対する感情温度を左右していた。いずれも、会話相手の投票予定政党が自民党の場合には感情温度が上昇し、民主党の場合には低下していた。クロスセクション分析では、第 1 に、2 大政党制において一方の政党が大勝を収める場合、ニュースの視聴は「勝ち犬」への支持を大きく高め、他方で政治についての会話は「負け犬」への不支持を高めた。第 2 に、会話相手の投票予定政党が自民党である調査回答者に関して、民主党への感情温度におよぼすニュースの影響を 2001 年・2003 年の選挙時に確認した一方、対人環境の影響は 2005 年選挙時に初めて確認した。第 3 に、仮に対人環境における党派性の一様化自体が当該対人環境に属する有権者の当該党派への感情温度を上昇させうるにせよ、会話頻度がその上昇効果を強化しうる点を確認した。

#### 4 結論

パネル分析に関して、民主党への感情温度に対しては対人環境とニュースの影響が確認できなかった点も考慮すると、会話相手の知識が自民党関連の内容に偏向していたこと、また、メディアで注視された首相の話題性自体が首相への評価に直結していたことをうかがわせる。クロスセクション分析に関しては、第 1 に、政権の初期には対人環境を流通する民主党関連の情報が欠如していたために専らマスメディアが民主党への評価の材料を提供していたのに対し、2005 年には対人環境の影響が顕現するほどに民主党の情報が人口に膾炙するに至った様子を示しており、2 大政党制の成立に必要な民主党への有権者の認知が進んだ結果と言える。第 2 に、各回の選挙において、仮に周囲が支持する以外の政党を支持する気持ちをメディアへの接触から抱いた有権者が存在する場合、もはや周囲との会話は、周囲の支持する政党への支持を調達する機能を失う脆弱性を持つため、日本では、「勝ち馬」効果、あるいは敗者からなるべく遠ざかろうとする強い意識が、勝敗差の大きな 2 大政党制の形成を助長したと思われる。

#### 文献

東大法・第 7 期蒲島郁夫ゼミ (編), 2008, 『小泉政権の研究』木鐸社。