

投票行動とイメージ

—— TV政見放送を用いた、候補者イメージの構造・機能・変容過程の分析 ——

〔下巻〕

平野 浩

第X I 章 候補者イメージの通時的考察

本章では、候補者イメージに関する次の3つの分析、すなわち、(a)田中(1970, 1971a, 1971b, 1974b, 1974c, 1974d)による、1969年総選挙時の東京3区と6区の政見放送のモニター調査に基づく分析(“69/69”)、(b)本研究の第X章で行った、1969年総選挙時の東京3区と6区の政見放送のビデオを用いて1986年に実施された実験に基づく分析(“69/86”)、(c)本研究の第IX章で行った、1986年総選挙時の東京3区と6区の政見放送のモニター調査に基づく分析(“86/86”)、の結果を比較することにより、候補者イメージの通時的变化を考察し、さらにそれを通じてこの17年の間に生じた政治文化の変容についても検討を加える。

もちろん、これら3つの分析はそれぞれに異なった条件のもとで行われ、特に“69/69”では用いられた項目や分析の方法などが他の2つと若干異なっているため、比較に用いることのできる分析項目はいくつかに限られ、またその結果の解釈においてもこうしたコンテキストや方法論の違いを念頭に置いておかなければならない。

以下、上記の3つの分析の間で比較が可能な3点について、順次論じていくことにする。すなわち、まず〔1〕において候補者イメージの内容についての比較を行い、次いで〔2〕ではその構造を比較し、最後に〔3〕で候補者イメージによる選挙結果の予測結果に関する比較を行う。

(1) 候補者イメージの内容に関する比較

先述のように、“69/69”において用いられたイメージ項目は、他の2つの分析において用いられたものとは若干異なっている。“69/69”では12の7段階SD尺度が用いられているが、その中で“86/86”、“69/86”と重複するのは“清潔さ”、“力強さ”、“政治家”、“洗練”、“信頼”、“説得力”、“当落”、“なじみ”(ただし“69/69”でのワーディングは「知名度が高い—知名度が低い」)、“興奮”(ただし“69/69”でのワーディングは「興奮しやすそうな—冷静そうな」)の9項目である。これを見ると分かるように、“69/69”ではいわゆる[政治的評価]項目は用いられていない。また“69/69”における候補者イメージの測定は事後条件のみで行われているため、その結果に見られる候補者イメージはすべて政見放送視聴後のイメージである。

さて、“86/86”と“69/86”においては、政見放送視聴後の候補者イメージの一般的な内容的特徴がいくつか見出された。特に「重い、清潔な、落ち着いた」といった内容は、2つの分析のいずれにおいても見られるものであった。この点に関して“69/69”の結果(田中, 1970)を見てみると、“69/86”において取り上げた14名の候補者に限った場合、そこでは一般的に「清潔な、力強い、洗練された、冷静そうな、説得力のある、当選しそうな」候補者というイメージが抱かれていることが分かる。すなわち、“69/69”において、政見放送視聴後の候補者イメージは一般的にpositiveな内容を持っているが、特に「清潔で、落ち着いた(冷静そうな)」といった内容は、3つの分析のすべてにおいて見られ、政見放送に登場する候補者のイメージの内容として、時代による変化を受けない一般的なものであると言えよう。また重複している9項目中、“69/69”において最もnegativeな評価を受けた候補者が多かったのが“なじみ”(知名度)であったことも、他の2つの分析における結果、すなわち候補者は一般的に「なじみのない」というイメージを抱かれているという傾向と一致している。他方“69/69”では“力強さ”や“説得力”といった項目に関しても一般にpositiveなイメージが抱かれている、という特徴が見られる。

次に、特に同じ政見放送を視聴した“69/69”と“69/86”について、各候補者に対する評価を比較してみると、野末、赤尾、有島の3名を除いては、一般的に“69/69”における評価の方が高く、逆にこれら3名に関しては、“69/86”において、より高い評価が認められ

る。しかし、評価の絶対的なレベルは異なっているにもかかわらず、各候補者に対する相対的な評価のパターンにはかなりの一貫性が見られることが予想される。そこで“69/69”と“69/86”に共通した9項目のそれぞれに関して、“69/69”と“69/86”の間での相関を算出してみたものが表38である。これを見ると、“69/69”と“69/86”の間における相関、すなわち同じ1969年の政見放送を視聴した場合における、1969年の被験者の反応と1986年の被験者の反応の間の一貫性には、各イメージ項目の性質によって大きな差があることが分かる。まず“信頼”、“洗練”、“清潔さ”の3項目では r が0.80を越え、これに“当落”、“興奮”が続く。そして“政治家”と“なじみ”では r はかなり小さくなるが、これらは5%レベルでは有意である。しかし最後の“力強さ”と“説得力”では有意な相関は見られない。このことは、1969年の政見放送を1969年の被験者と1986年の被験者が視聴した場合、[個人的評価]次元の項目については2つの被験者集団間で評価が良く一致するのに対し、[ダイナミズム]項目についてはこうした一致が見られないということを示している。この場合の1986年の被験者は学生世代のみであるため、これら2つの分析の被験者は時代的に異なるのみでなく、世代的にも全く重複していないことになる。従って、候補者の清潔さや洗練性に関する評価基準はこの17年間にあまり変化しなかったのに対し、力強さや説得力に関する評価基準は、少なくとも異なる世代の間で、大きく変わったと結論することができよう。

さてそれでは、こうした個々の評価の基底にある判断の枠組み、すなわちイメージの構造というレベルにおいてもこうした変化が認められるであろうか。この点を次項において明らかにしてみたい。

(2) 候補者イメージ構造の比較

本項では、候補者イメージの構造に関して“69/69”、“69/86”、“86/86”の3つの分析間での比較を行う。ただし既に述べたように、“69/69”と他の2つの分析とは分析に用いられたイメージ尺度項目にかなりの違いがあり、特に“69/69”では他の2つの分析で用いられたような「政治的評価」項目が用いられていない。従って、以下において行う因子分析結果の比較は、かなり厳密さを欠いた「印象的」なものに留まることをまず断っておきたい。

先に見たとおり、“86/86”と“69/86”では、候補者イメージは[政治的評価]、[ダイナミズム]、[個人的評価]という基本的な3次元と[当落・なじみ]、[活動性]といった副次的次元からなることが示された。これに対して“69/69”におけるイメージ構造(Varimax 回転後の因子構造)は表39に示されるとおりである。

先述のように“69/69”では[政治的評価]項目が用いられていないため、これに対応するような次元は存在しない。ここで[価値評価]因子と名付けられている第Ⅰ因子は、“興奮”、“洗練”、“信頼”、“清潔さ”などを中心としており、基本的に“86/86”、“69/86”における[個人的評価]因子に対応するものと考えられる。また[力動性]因子と名付けられた第Ⅱ因子は、“力強さ”の負荷が最も大きく、“86/86”、“69/86”の[ダイナミズム]因子に対応するものと言える。第Ⅲ因子である[暖かさ]因子は“86/86”、“69/86”においては用いられていない「心の暖かさ」に関する特殊因子である。最後の第Ⅳ因子は、[知名度]因子と名付けられた知名度の高さに関する特殊因子であり、“86/86”や“69/86”における[当落・なじみ]因子にほぼ対応するものと言えよう。

以上のように、“69/69”のイメージ構造における4つの次元には、“86/86”、“69/86”における[個人的評価]、[ダイナミズム]、[当落・なじみ]に対応すると考えられる次元が含まれており、[政治的評価]が本来存在しないことを考慮すれば、“69/69”のイメージ構造はほぼ他の2つと一貫したものと言えよう。ただし、“86/86”と“69/86”においては、政見放送の視聴後に[活動性]と解釈できる因子の独立が見られたが、“69/69”においてはそのように解釈できる因子は存在していない。

次に、個々のイメージ項目が因子的にどのような意味を持っているかについて3つの分

析の間で比較を行うと、そこにはいくつかの興味深い差異を見出すことができる。まず第1に、“説得力”と“政治家”は、“86/86”と“69/86”においては[ダイナミズム]に属する項目であるのに対し、“69/69”では[価値評価]（すなわち“86/86”、“69/86”における[個人的評価]）に属するものとなっている。先に述べたように、このような差異のパターンは、選挙に関する「主体文化」における変容を反映したものと考えられる。すなわち、1969年の被験者における候補者評価の枠組みの中では、「政治家らしく、説得力がある」ということが同時に「清潔で、信頼できる」ことを暗示するものであったのに対し、1986年の被験者における同様な枠組みの中では、「政治家らしく、説得力がある」ことは「力強く、迫力のある」、つまり「ダイナミック」であることを意味するものへと変化したのではないかと思われる。このことから、“政治家”に関しては、1969年の「政治家」がより“statesman”的なものとしてイメージされていたのに対し、1986年の「政治家」はより“politician”的な響きを持つものとして被験者に受け取られていたのではないかと推測される。また“説得力”における変化から考えて、候補者の「能力」に関する判断は、1969年においてはより強くその候補者の価値的な判断としての意味を持っていたのではないかと思われる。これに対して今日では、「能力」は、良い目的にも悪い目的にも使うことができるより純粋な「力」を意味するに過ぎなくなりつつあるように見受けられる。

こうした変化の原因としてまず考えられるのは、この17年の間における一般的な政治不信の昂進であろう。しかし同時にこの変化は、より世代的な変化であるようにも思われる。というのは、先に見たように、“86/86”におけるサブ・グループ別のイメージ構造分析の結果、学生世代のグループでは[ダイナミズム]と[個人的評価]は常に明確に分離していたのに対し、両親の世代のグループでは、しばしばこれら2つの次元が融合して1つの次元となっていた。従って、1986年においても、親の世代ではいまだに1969年において見られたイメージの構造がある程度保持されているのではないかと推測することができる。

次に、“当落”ではこれとは異なったパターンが見られる。すなわちこの項目は、“69/69”では[価値評価]、“69/86”では[個人的評価]と相互に対応する次元に属するものであるのに対し、“86/86”では[ダイナミズム]に属するものとなっている。こうしたパターンは、政見放送として写し出された内容、すなわち選挙に関する「客体文化」における変化を推測させるものである。すなわち、1969年の政見放送の中では、「当選しそう」というイメージを抱かせる候補者たちは同時に「洗練され、信頼できる」というイメージを抱かせる候補者であったのに対し、1986年の政見放送の中では、「当選しそう」な候補

者は「力強く、迫力のある」候補者である。

どのような理由によりこうした結果が生じたかについて、ここで説得力のある議論を展開することはできないが、少なくとも1969年の政見放送においては、当落の判断を「個人的評価」に関する判断と重ね合わせて行わせるような要因が政見放送自体の中に存在し、他方1986年の政見放送においては、当落の判断を「ダイナミズム」に関する判断と重ね合わせて行わせるような要因が政見放送に内在しているものと考えざるを得ない。先にも見たように、岩井(1986)による「1970年代にはソフト・イメージが重視され、1980年代には力強さが重視される」という命題は、有権者の側における投票意図の形成に関する限りは確認されなかった。しかしここでの結果は、むしろ候補者の側が行う演出の中に、こうした時代的な変化が存在している可能性を示唆するものと言えるかもしれない。

以上のように、候補者イメージの構造に関しては、基本的な次元構造における3つの分析間での一貫性ととともに、主体文化、客体文化のそれぞれにおける変化を推測させるような、分析間の差異が見出された。そこで最後に次項では、こうした候補者イメージと実際の選挙結果との関連性という観点から、3つの分析結果の比較検討を行うことにする。

〔3〕選挙結果の予測に関する比較

先の分析によって明らかにされたように、候補者イメージから実際の選挙結果を予測する場合、“86/86”、“69/86”のいずれにおいても、その予測モデルは投票意図の予測モデルとは大きく異なり、またイメージの次元構造とも重なり合わないものであった。すなわち、得票率に関しては“当落”、“なじみ”、“支持者”、“政治家”、“保革認知”のような諸項目が大きな予測力を示した。またこうしたことから、個々の項目を予測変数とした場合に比べて、各次元に関する合成得点を予測変数とした場合には、予測力が大きく低下することとなった。

“69/69”においては、4つの因子のそれぞれに関する合成得点を独立変数とし、各候補者の得票数を従属変数とした重回帰分析によって、これと同様な分析がなされている。その結果は表40に示すとおりである。

この表からは、“69/69”においてもこの重回帰モデルによって得票数を有意に予測することが可能であることが示されている。しかもここではRが.93と極めて高いことが目につく。ただし、Rがこのように大きくなるにあたっては、次のような技術的な要因の影響も大きいと考えられる。すなわち第1に、“69/69”では東京3区と6区の全候補者(21名)が分析に投入されている。先述のように、これらの候補者の中には“69/86”においては分析から除外されたいわゆる「泡沫候補」が多く含まれている。これらの候補者に対する評価は一般的に低く、またこれらの候補者の得票数は押し並べて極めて少ない。従って、分析の中にこうした候補者が多く含まれれば、候補者に対する評価的イメージと実際の得票数との相関が高くなり、モデル全体の予測力が増すものと考えられる。第2に、“69/69”においては、全被験者を通じての平均値を予測変数とする(N=21の)モデルが用いられている。これに対して、“86/86”、“69/86”では個々の被験者を1ケースとして扱っている。このため“69/69”においては測定における様々な誤差が相殺され、その結果重相関係数はより大きくなったと思われる。

この点に留意した上で、各次元の合成得点を予測変数とした場合の、政見放送視聴後におけるこれら予測変数の予測力のパターンについて3つの分析結果を比較してみると、“69/69”では【価値評価】の予測力が最も大きく、【知名度】がこれに次ぎ、【力動性】と

「暖かさ」は有意な予測力を示さない。「69/86」では「個人的評価」、「政治的評価」、「活動性」の順で予測力が大きく、「ダイナミズム」は有意な予測力を持たない。また「86/86」では「政治的評価」と「ダイナミズム」がほぼ同じ予測力を持ち、「個人的評価」がこれに続く。この結果は一見3つの分析の間で予測力のパターンにはかなりの差異が存在することを示しているようにも見えるが、「69/86」及び「86/86」における個々の項目を予測変数とした分析の結果を考慮に入れながらこの結果をより詳細に検討してみると、表面的に現れた結果の裏にかなりの共通性が存在することを示す徴候が認められる。第1に、「86/86」、「69/86」を通じて「当落」は選挙結果■に対して最も大きな予測力を持つ項目の1つであったが、「69/69」においても得票数と最も高い相関を示したのは「当落」($r = .94$)である(田中, 1970)。この項目が「86/86」においてのみ「ダイナミズム」に属し、他の2つにおいては「個人的評価」(「価値評価」)に属している。同様に大きな予測力を持つ「なじみ」も「86/86」でのみ「ダイナミズム」に属し、「69/86」では「活動性」、「69/69」では「知名度」に属している。これらの点から、「86/86」においてのみ「ダイナミズム」が有意な予測力を持ち、他方「69/86」と「69/69」では「個人的評価」(「価値評価」)の予測力が大きく、また「69/86」では「活動性」、「69/69」では「知名度」がそれぞれ有意な予測力を持つことが説明できると思われる。そしてまた「86/86」と「69/86」では、大きな予測力を持つ「支持者」を含むことにより、「政治的評価」も有意な予測力を示すものと推測される。このように個々の項目レベルにおける予測力という点に還元してこの結果を見れば、3つの分析を通じて候補者イメージと選挙結果との関連性にはかなり一定したパターンが存在することが示されているように思われる。

ただし、ここで興味深いのは、「なじみ」と選挙結果の関連である。すなわち、「86/86」と「69/69」においては、より「なじみのある」候補者ほど多くの得票を得ているが、「69/86」においては逆に「なじみのない」候補者ほど多くの得票を得ている。これは実際には極めて当たり前の結果ともいえるが、「「なじみのある」候補者ほど多くの得票を得る」という場合の「なじみ」は、その選挙が行われた時点における「なじみ」であり、異なる時代に行われた評価におけるそれではない、ということがここに示されている。

以上、本研究の第2部では、まず第IX章において1986年総選挙時における政見放送のモニター調査に基づき、候補者イメージの内容、構造、機能、そして変容についての分析を

行い、次いで第X章では1969年総選挙時の政見放送ビデオを用いた実験に基づき、同様な分析を行い第X章における結果との比較を行った。さらに第XI章では1969年総選挙時に行われた政見放送のモニター調査に基づく分析結果をも比較の対象として加え、政治文化の変容に関する考察を行った。

分析の結果、候補者イメージの構造には、被験者の属する時代(文化)や政見放送の内容(時代性)に関わらず一貫した部分、すなわち人間におけるより基底的な心理構造に規定されると考えられる部分と、主体文化および客体文化の変容に従って変化する部分があることが示された。またイメージ対象としての候補者を評価する際の判断基準にも、通時的に変化する部分(例えば候補者の力強さに関する判断の基準)と、こうした変化の小さな部分(たとえば候補者の洗練性に関する判断の基準)とが存在することが明らかにされた。さらに、候補者イメージと選挙結果の関連についても、ある候補者に対してその選挙が行われた時点において人々が抱くイメージと、実際の選挙結果との間には、通時的にかなり一貫したパターンが存在していることが示唆された。

そこで第3部においては、こうした実証的分析の結果得られた知見が、選挙過程や選挙キャンペーンの態様に対して、あるいはまた選挙に関する規範的な理論に対して、どのようなインプリケーションを持っているかについて考察を進めることにしたい。

第3部

分析結果の持つインプリケーション

第XII章 現代の選挙過程および選挙キャンペーンに対するインプリケーション

第1節 有権者の抱くイメージは選挙過程とどのような関連を持っているか

まず本節では、本研究において見出された候補者イメージに関する実証的な知見が、実際の選挙戦の展開およびその結果に対してどのようなインプリケーションを持つかについて、1986年総選挙とこの選挙時の政見放送を用いた候補者イメージ分析の結果との関連を中心に論じてみたい。

先述のように1986年総選挙においては、大型間接税の導入と中曽根政治の是非が2大争点となった。このうち大型間接税の問題については、野党が1979年総選挙(大平首相が一般消費税導入を争点に掲げ、自民党の敗北に終わった)の再現を狙って執拗に追及したのに対し、政府・与党は大型間接税導入は考えていないとかわし、議論は平行線をたどった。

他方経済の状況に目を転ずると、国内的には物価の落ち着きが見られたが、国際的には急激な円高による不況が深刻化しつつあった。こうした状況において「現実に政権を担っている自民党と、十分な処方せんを提示できないきらいもある野党とでは、有権者の中に信頼感に差が出た」(朝日新聞選挙本部, 1986, p.19)という指摘がなされている。

さらに政策面一般においても、国鉄、教育、税制などの改革を始めとして、総じて中曽根首相のリーダーシップによる政府・与党の施策が~~先行~~するのに対し、野党はそれに対する批判に終始しがちで、説得力ある政策論を出せなかった。

さて、本研究における分析結果は、投票意図の形成において“暮らし”、“政策”、“信頼”といったイメージ項目が特に重要な役割を果たしていることを示した。このことは、上に述べた1986年総選挙における諸状況がすべて自民党に対して有利に働いたことを示唆している。すなわち政府・自民党は「暮らしにマイナス」になりそうな大型間接税の導入

に関しては努めて議論を避け、逆に物価をおさえ円高不況から暮らしを守るための処方箋を積極的に提示し、それによって「信頼できる」という印象を与えることに成功した。さらに政策論争におけるイニシアチブは、少なくとも相対的に「政策に賛成」というイメージを作り出したであろう。

他方第2の主要な争点であった中曽根政治の是非については、野党は衆議院解散に至る中曽根首相の政治姿勢ないしは政治手法そのものに焦点を置き、「ウソつき」、「私利私欲による解散」といった個人攻撃に終始した。

しかしこの点に関して本研究の分析結果が示したことは、政治の「現状」に関する主張は、投票意図にそれほど大きな直接的影響力を与えないということであった。先の表12を見ると分かるように、本研究の被験者によっても最も大きな関心が抱かれているのは「税金」、「円高・不況対策」、「物価」といった、直接生活に関わる争点であり、「政局運営の姿勢」に対する関心は低いものとなっている。

また先にも触れたように、中曽根首相は自らのリーダーシップによる様々な改革路線を「戦後政治の総決算」—— 換言すれば「新しい」政治への第一歩 —— と定義し、それに対する審判を選挙において受けるという姿勢を打ち出した。同時に、今回の選挙の意義を「世代交代」にあるとも述べ、実際に「ニューリーダー」の活躍が目立った。これに対して野党側では、「ニュー社会党」を目指したにもかかわらず候補者選定や支持基盤の面で労組依存体質を脱却できなかった社会党をはじめ旧来の殻を破ることができなかった。すなわち政府・与党が、有権者の日々の生活に直接関わる領域に関しては、これを「守る」ことを「安心して任せられる」という印象を与え、他方日常生活に直接つながっているわけではないが有権者の目を引きやすい領域や政治手法に関しては「革新的」というイメージを打ち出したのに対し、野党はこれと全く逆のパターンのイメージを有権者に与える結果となった。

今回の選挙において自民党が大勝した原因としてしばしば言及されるものに、有権者の「生活保守主義」があるが、この概念は一般的に、上記の論点中の「日常生活を守る」ということへの強力な欲求に焦点を置いている。本研究の結果は、「自分の家族の暮らしにとってプラスかマイナスか」という判断基準が投票意図に対して大きな影響を与えていることを示すことによって、こうした強力な欲求の存在を確認した。それと同時に、そこでは「生活保守主義」における「保守主義」とは何かという問題について、興味深い示唆がなされた。すなわち、イメージ項目間の単純相関（見かけ上の相関）やイメージの次元構

造に関する限りでは、「保守的」な候補者に対してより「投票したい」という関係が現れているが、直接的な影響力という点においては——換言すれば、他の条件が等しい場合には——「革新的」な候補者に対してより「投票したい」という、見かけとは逆の関係が存在していた。分散分析の結果“保革認知”は分析に用いられた項目中最も「客観性」のある項目であることが示されたが、これは各候補者の所属政党を cue として判断がなされるためと思われる。こうした点から考えて、“保革認知”と投票意図の間に見られた上述の関係は、次のようなメカニズムによって生ずるものと考えられる。すなわち選挙当時、投票者によって「暮らしにプラス」になりそうだと思われたのが「相対的に保守的な政党（＝自民党）」に属する候補者であったために、見かけ上、「保守的」な候補者がより望ましく考えられる結果となったものと思われる。従って、本研究における被験者が「投票したい」と考えた「保守的」な候補者とは、「保守的」な政党に所属する候補者のことであり、個人的な姿勢や思想において「保守的」な候補者ではないのではないかと思われる。そして分析の結果は、こうした姿勢や思想に関してはむしろより「革新的」であることが望まれていることを示している。そしてこのことから考えて、一般的に「生活保守主義」においては、自分の生活に対する直接的な影響力が小さいと認識された領域の問題に関しては、より「革新的」なほど高い評価が与えられるのではないかと思われる。

有権者における「生活保守主義」が以上のようなものであるならば、これに基づく判断が政府・自民党と野党のどちらに対してより有利に働いたかは、もはや言うまでもないことであろう。

このほか今回の選挙においては、中曽根首相の打ち出す個人的イメージ、特に「有能な」、「説得力のある」といった好印象が、自民党全体にとって有利に働いたとも言われるが、これら【ダイナミズム】次元に属するイメージが、先に挙げた「信頼性」ほどに有権者に影響を与えたかどうかに関して、本研究の結果は否定的であり、この点興味深いところである。同様に、今回の選挙では、過去10年以上にわたって選挙のたびごとに自民党に不利な影響を与えてきた政治倫理問題が、田中元首相の病気や捻糸工連事件の処理のされ方（自民党の稲村左近四郎が立候補を断念したのに対し、民社党を離党した横手文雄が立候補したことにより、自民党への批判が弱まった）などの影響により大きな争点とならなかったとされているが、本研究の結果からは「清潔さ」に関するイメージそのものが投票意図に対してあまり大きな影響を与えていないことが示された。ちなみに本研究の被験者の間でも「政治腐敗」に対する関心が低いということが表12に示されている。

最後に、1986年の選挙においてしばしば話題とされたものの一つにいわゆる「アナウンス効果」がある。「アナウンス効果」には大きく分けて2つの種類があることについてはすでに触れたが、今回の選挙で問題とされたのはこのうちの「アンダードッグ効果」(判官びいき)に近いものである。すなわち中曽根首相を始めとして自民党幹部が勝敗ラインを議席の過半数という極めて控え目なところに置き、支持者の間に危機感を植えつけ、それが結果的に多くの潜在的支持者を投票所に向かわせたのに対し、野党側はその時点における実力以上の目標を設定しこれを公にしていたため、動員に対してマイナスの影響を与えたというものである。

しかしここでの分析結果は、この説を積極的に支持するものとはなっていない。すなわち当落予測は、どのような条件においても投票意図に対して有意な影響力を示さなかった。もちろんここでの分析は個々の候補者に関するものであって、マクロなレベルにおける各党の獲得議席に関する予測についてのものではなく、またここで言われている「アナウンス効果」はむしろその政党(候補者)の潜在的支持者のみを対象と考えるものであるのに対し、先の結果は被験者全体を対象とした分析から得られたものである、といった問題はある。しかし少なくとも本研究の結果からは、「落選しそう」な候補者に「投票したい」と感じるような投票者像は描かれない。

むしろこうした点に関連して本研究の結果から一層重要であると考えられるのは“支持者”である。「身の回りに支持者が多い」というイメージは常に投票意図に対して大きなプラスの影響を与えている。そしてこの「支持者の数」に関するイメージは、各政党が公にする表向きの選挙予測の如何にかかわらず、自民党の支持基盤が安定している限り、一般的に自民党に有利となるように機能するのではないかと思われる。

以上の議論に示されたように、本研究によって得られた知見が一般的に正しいものであるならば、1986年総選挙は自民党にとって極めて有利、野党にとって極めて不利な状況において投票日を迎えたことになる。そしてこれは選挙結果によって極めて明白に裏付けられたと言えよう。

ところでこの1986年総選挙から1年を経ずして行われた1987年の統一地方選挙において、これらの知見は再びその選挙結果に対する説明力を——ただし前年とは逆の形で——示すこととなった。

統一地方選挙の期間中、上に論じた諸点に関する与野党間の関係は、前年とは逆転した

ものとなっていた。

第1に、総選挙大勝後の中曽根首相の売上税導入の姿勢は、前年には野党による「現状批判」に過ぎなかった「首相のウソ」を、多くの有権者に現実のものとして感じさせ、政府・与党に対する「信頼感」を大いに損なった。

第2に、売上税の導入は、有権者によって「暮らしにマイナス」であると受け取られた。ただし売上税が実際に暮らしにどう響くかは、まさに(単純で直観的・情動的な印象という意味での)「イメージ」的にしか論じられなかった。

第3に、売上税導入を図る側では、その根拠として、それが将来において持つ意味よりも「現状」からの必然性を強調せざるを得なかった。

第4に、統一地方選挙に先立って岩手で行われた参議院の補欠選挙における自民党の敗北以来、従来の支持層の自民党離れが盛んに報道され、これが自民党の“支持者”イメージを著しく傷つけた。

最後に、野党は“暮らし”イメージにおいて優位に立つと同時に、特に社会党などは土井新委員長の登場で(特に政治手法の点で)「革新的」というイメージを打ち出す機会を得た。

こうした状況の中で行われた投票の結果、予想されたとおり自民党は多くの議席を失い、国会においても売上税法案は廃案へと追い込まれた。

以上のように、本研究において得られた知見は、よりマクロなレベルにおける有権者の意識と選挙の行われるコンテキストからその結果を矛盾なく説明するための一般的なインプリケーションに富むものであると言える。

第2節 政見放送は「イメージ選挙」的 コミュニケーションか

第Ⅱ章で我々は「イメージ選挙」の定義を行った。すなわちそれは、視覚的・言語的シンボルの多用、候補者の個人的特性の重視、「話題性」の重視、感性や直観への訴えといった特徴を持つキャンペーンが、様々なメディアを通じて不特定多数の有権者に対して行われる、という選挙(キャンペーン)の態様を指す言葉である。そしてTV政見放送が登場した当時、それが「イメージ選挙」コミュニケーションの代表であるかの如く扱われたのは先述のとおりである。各候補とも自らの良い「イメージ」をブラウン管を通して売り込もうと工夫を重ねた。

さてそれでは今日において、TV政見放送は何らかの形で「イメージ選挙」性を持つと言えるであろうか。ここでは前章で得られた知見に基づき、この問題について若干の考察を加えることにする。

先にも述べたように、「イメージ選挙」コミュニケーションは次のような効果を挙げることを目指すものである。すなわち、

- ①その候補者の知名度を高める。
- ②他の候補者との差異を明確化する。
- ③その候補者に対する好ましい印象を形成する。これは特に候補者のパーソナルな側面の強調や情動的な訴えによって行われる。
- ④以上の効果を票に結びつける。

そこで以下、本研究(特に断りのない場合には1986年総選挙時のモニター調査)の結果からこれらの効果が確認できるかどうかの検討を通じて、政見放送の「イメージ選挙」性について検討してみたい。

①政見放送は知名度を高めるか

知名度に関する指標として“なじみ”をとってみると、政見放送の視聴後には13名の候補者すべてで知名度の上昇が見られ(この差が有意であるものは8名)、その大きさは13名を平均して0.29ポイントであった。従って、政見放送の視聴は一般的に候補者の知名度

を高める効果を持つものと言って良からう。

②政見放送は候補者の差別化を促進するか

分散分析の結果は、少なくとも集合レベルで見た場合には、政見放送の視聴が一般的に候補者間の差異を明確化する効果を持つことを明らかにした。ただし、このような差異の明確化は候補者イメージのどのような側面についても等しく見られるわけではない。この効果が特に顕著であるのは“興奮”、“清潔さ”、“政治家”、“明るさ”、“重さ”、“支持者”などであり、“支持者”を除いては主として候補者の外面的かつ具象的な側面に関するイメージにおいてである。

③政見放送は候補者に関する好ましい印象を形成するか

この点に関しては、本研究の結果から断定的な結論を下すことはできない。というのは、先に見たように政見放送視聴後においては、“清潔さ”、“現状”を始めとして、“政策”、“支持者”、“暮らし”、“信頼”、“好ましさ”、“洗練”、“力強さ”、“能力”など多くの項目で、一般的な傾向としての評価の上昇が見られる。従ってこの点だけから判断すれば、政見放送の視聴は一般的に候補者の様々な側面に関する好ましい印象を形成すると考えることができる。しかし分析の結果は、こうした評価の一般的な上昇が政見放送視聴の無い場合にも存在することを明らかにした。そのため、こうした評価の上昇は、その候補者に対するfamiliarityの上昇の結果ではないかと結論された。

以上の点から考えて、政見放送の視聴は、まず第1に、少なくとも候補者の知名度を高めるという上述の効果を通じて、間接的に候補者に対する好ましい印象を形成していることは確かと言えよう。第2に、しかしこうした間接的効果以外にどれほどの直接的効果があるかについては、本研究の範囲内では断定的な結論を下すことはできない。ただし、同じ知名度の上昇による好印象の形成が見られるとしても、それが単に文字的刺激の反復によるものとTVのような視聴覚的な刺激への接触によるものとは、形成された印象の持つ「強度」、「具体性・現実性」、「持続度」などに当然差が出てくるものと予想される。

ところで、本来TV政見放送の「イメージ選挙」性を論ずる場合には、その効果が特に情動的・直観的かつパーソナルなイメージにおいて最も顕著に現れるものと考えられていた。個人レベルにおけるイメージの変動量に関する分析の結果は、確かに政見放送の視聴が[ダイナミズム]次元を中心としたパーソナル・イメージ項目に対して特に大きな影響を与

えていることを示している。しかしこうした影響は、少なくとも集合レベルで見ただけには、上述のように知名度の上昇によると思われる評価の一般的上昇の中に吸収されてしまう。そしてこの評価の一般的上昇は、パーソナル・イメージ項目や、より情動的・直観的な性格を持つイメージ項目に限られず、より認知的で、また政策や業績に関わるイメージ項目においても同様に見られる。従って、好印象の形成という点に関しては、政見放送の効果は必ずしも「イメージ選挙」仮説が予想するようなパーソナルで情動的なイメージに限られるものではないと言えよう。ただし、こうした認知的、政策的な評価の上昇が、よりパーソナルで情動的な評価の上昇の結果として生じたものであるならば、TV政見放送の「イメージ選挙」性はやはり大きいと言えるであろう。この点についての今後におけるより詳細な分析が望まれる。

④政見放送はパーソナル・イメージを票に結び付けるか

仮に政見放送が候補者イメージを様々に変化させたとしても、それが最終的に票に結び付かなければ、その目的を達成したとは言えない。「イメージ選挙」仮説によれば、「イメージ選挙」における選挙コミュニケーションは、候補者のパーソナルな側面に関する良いイメージ（特に直観的・情動的な性格を持つイメージ）を形成し、そしてこのようなイメージを投票に結びつけることを目的とする。さて、この点に関する本研究の結果であるが、第1に、そもそもパーソナル・イメージ（すなわち [個人的評価] や [ダイナミズム] の次元に属するイメージ）は、一般に投票意図とは直接的に結びついていないことが明らかにされた。すなわちまず [個人的評価] や [ダイナミズム] に関するイメージは投票意図を含む [政治的評価] に関するイメージとは独立した判断の軸を形成している。パーソナル・イメージ項目の中で、[政治的評価] の次元にも関連の大きいのは、“信頼”と“好ましさ”の2項目に限られると言ってよい。そしてこれら2項目を除いては、投票意図に直接大きな影響を及ぼすと思われるパーソナル・イメージ項目は見出されなかった。

第2に、政見放送の視聴は、“69/86”の場合に見られるようにこうした [政治的評価] 次元と [個人的評価]、[ダイナミズム] 両次元の分離を促進しこそすれ、これらを融合させる——すなわちパーソナル・イメージを投票意図に結びつける——ような働きは全く持たないことが明らかとなった。すなわち政見放送は、それを視聴した者の行う候補者評価を、「イメージ選挙」仮説による予想とは反対に、むしろより「論理的」な枠組に基づいたものとするということが示唆された。

尚、先述のようなfamiliarityの増大に起因すると考えられる評価の一般的な上昇は、投票意図においても見られる。このことは、政見放送視聴後において、より「なじみのある」候補者に対してより「投票したい」と考えられている事実とも一致する。従って政見放送には、familiarityを上昇させることにより、直接的に投票意図を上昇させる効果もないとは言えない。ただし実際的には、政見放送には全ての候補者が登場し選択的接触が行われにくいことから、こうした効果はどのような候補者に対しても一様に現れることになり、従って特定の候補者のみの評価を上昇させ選挙結果自体に影響を与えることはあまりないものと思われる。

以上を要約すれば、政見放送は「イメージ選挙」コミュニケーションの目指す効果のうち、候補者の知名度を高める、あるいは候補者間の差別化を促進する、といったより認知的な側面に関わる点においては、期待された役割をほぼ果たしていると言えるが、候補者のパーソナルな側面に関する情動的・直観的な好印象の形成という点に関しては、その固有な効果には疑わしい点が多く、最後にそうしたイメージを得票に結びつけるという効果に関しては、期待された役割をほとんど果たしていないということになる。

従って結論としては、現在の政見放送は「イメージ選挙」コミュニケーションの一環であるとは言いがたいということになるが、こうした結果をもたらした最大の原因の一つは、やはり政見放送の内容自体の魅力のなさであろう。これについては新聞のコラムなどにおいても、「ほとんどはニッコリ笑っての話しかけ調べかり」で、カメラワークが決まっているために「文脈は似たりよったり」になり、全く面白みに欠ける（毎日新聞、1986年6月28日 夕刊）といったような批判が見られる。内容に関する様々な制約による極めて画一的で感覚的な情報に乏しい現在の形態を採り続ける限り、今後においても政見放送が「イメージ選挙」コミュニケーションとしての機能を果たすことはまず考えられない¹。

第XⅢ章 規範的理論に対するインプリ

ケーション

先に第Ⅱ章において我々は、「選挙におけるイメージ」に対する規範的観点からの議論について概観し、そこにおいてしばしは見られる「イメージ」概念に関する3つのネガティブな含意、すなわち「実像対虚像」の次元における「虚像」性、「理性対感性」の次元における「感性」性、「合目的対非合目的」の次元における「非合目的」性について論じ、「イメージ選挙」に対する批判の中にこれらの含意がどのような形で現れているかを示した。

本研究における調査の中でも、「イメージ選挙」に対する知識、評価、意見を問う質問がなされたことについては先に触れた通りであるが、「86/86」の調査における結果を見てみると、まず「イメージ選挙」という言葉を知っているのは全被験者の60.0%である。このうち「イメージ選挙」を「概して望ましくない」とする者が75.8%であり、「概して望ましい」とする者の22.6%を大きく上回っている。そしてイメージ選挙に関する10項目の意見（「イメージ選挙」に対して肯定的なもの、否定的なもの、それぞれ5項目ずつ）のうち、被験者による賛成が最も多かったのは、「表面的なイメージにとらわれて政策などへの関心が疎かになる」、「有権者がイメージ戦術に操られる恐れがある」、「政治家が大衆の好みに迎合するようになる」の3項目であった。これらはそれぞれ「イメージ」の「非合目的」性、「虚像」性、「感性」性と密接な関係を持つ意見であると言える。このことは、本研究の被験者の中にも「選挙におけるイメージ」に関して一般的に見られる否定的な意見を持つものが多いことを示しており興味深い。

さて、それでは「選挙におけるイメージ」に対して一般的にこうした否定的な意見を持っている本研究の被験者自身の抱く「候補者イメージ」もまた、これら「非合目的」性、「感性」性、「虚像」性といった性格を免れていないものであろうか。本研究における分析は、必ずしもこうした問いに答えることを目的としてはいないが、そこでの実証的知見はこの問題に対しても若干のインプリケーションを含んでいるように思われる。そこで

以下、これら3つの否定的性格のそれぞれに關してのこうしたインプリケーションについて、簡単に検討を加えることにしたい。

①候補者イメージは「非合目的」的か

「選挙におけるイメージ」の「非合目的」性批判とは、有権者が候補者の選択にあたって、しばしば選択の目的から考えてirrelevantな基準(例えば候補者の外見)に基づく意思決定を行う場合があるとし、こうしたirrelevantな基準を「イメージ」に帰するというものであった。

この点に關して、本研究における結果は次のようなことを明らかにした。すなわち、被験者の抱く候補者イメージの構造においては、常に「政治的評価」、「個人的評価」、「ダイナミズム」といった次元が明確に分離しており、投票意図は常に「政治的評価」の次元にのみ属するものであった。この「政治的評価」次元は「政策」、「政党」、「暮らし」といった投票の意思決定に対して最もrelevanceの高い項目——すなわち最も「合目的」的な項目——から成り立っているものである。他方、いわゆる「非合目的」的項目であるとされる、候補者の外見的なイメージは「ダイナミズム」および「個人的評価」という独立した次元を形成しており、これらの次元はTV政見放送の視聴後も「政治的評価」次元と融合するようなことはない。また政見放送視聴の有無にかかわらず、投票意図に直接的な影響を与えるのも主として「政治的評価」次元の項目であり、候補者の外見的印象などの直接的影響は小さい。

従ってこれらの点から考える限り、本研究における被験者の抱く候補者イメージは極めて「合目的」的であり、先に述べたような批判はあたらないということになる。むしろ今後こうした規範的議論がなされる場合には、単に「イメージ」の「非合目的」性といった観点からではなく、本研究において投票行動に影響を与えていることが示された様々な要因、すなわち「自分の暮らしにプラスかマイナスか」、「身の回りに支持者が多いか」、「政策に賛成か」、「現状認識に賛成か」などについて、それらがデモクラシー理論に照らしてどのような意味を持つものであるかを吟味するといった作業が必要ではないかと思われる。

②候補者イメージは「感性」的か

イメージの「感性」性に関する批判とは、有権者が意思決定において理性的な推論によ

らず、感情・情動・情緒・直観などを含めた広い意味での「感性」に基づいて判断を行っているとするものである。

この問題に関する検討は、先の合目的性に関する検討と比較していくつかの困難を含んでいる。というのは、合目的性の判断は意思決定の結果からの判断がより容易であるのに対し、理性的／感性的という判断は、意思決定のメカニズム自体を観察しなければ明確な判断が下せないからである。従ってここでは、こうした制約の範囲内で、この問題に関するいくつかの推測的な考察を行ってみることにする。

まず、本研究の分析に用いられたイメージ項目の中で、“政党”と“保革距離”の2項目のみは事後的に算出されたスコアが用いられた。すなわちこれらの項目に関するスコアは、個々の被験者の主観的世界の中で何らかの論理的操作が行われた場合の結果と仮定されたものである。さてこのような性格を持つこれら2項目であるが、いずれもイメージ構造の中では「政治的評価」次元に属している。逆に考えると、投票意図を含む「政治的評価」に関する判断は、論理的操作の結果と考えられる“政党”、“保革距離”から独立したものではないとすることができる。同時にこれら2項目は投票意図に対して直接的な影響力を持っている。

第2に、本研究で用いられたイメージ項目中、特に「感性」的性格が強いと考えられるのは“好ましさ”、“迫力”、“清潔さ”、“明るさ”などであるが、“好ましさ”を除いては「政治的評価」次元との関連の小さい項目ばかりである。また投票意図に対する直接的影響力においても“好ましさ”を除いては大きなものは見られない。そして“好ましさ”に関しても、投票意図への影響力の大きさは、「政治的評価」次元の諸項目と比較して特に大きいということはない。むしろ候補者に対する好感と投票意図が全く無関係であるという仮定の方が不自然であることを考えれば、この影響力も極く常識的なものと言えるであろう。

以上の結果から、本研究の被験者が抱く候補者イメージが理性的判断に乏しく、感性的判断に支配されていると断定する根拠は存在しないと結論できよう。

③候補者イメージは「虚像」か

最後に、イメージの「虚像」性に関する批判であるが、これは有権者の抱くイメージの内容が、候補者による操作や有権者自身の心理的メカニズムの働きなどによって、そのイメージ対象の真の姿から掛け離れたものとなっていると指摘するものである。

この批判に関しての実証的分析結果に基づく検討は、他の2つの批判に関する^{もの}と比べても極めて困難であると言える。なぜならば、「実像」と「虚像」の対立を考えるということは、すでに何らかの認識可能な「実像」の存在が仮定されていることを意味する。しかしこのような「実像」の存在を常に仮定することは困難である。また厳密に言えば、こうした「実像」は本来純然たる認知的なイメージにおいてのみ考えることができるものであり、これを価値評価的なイメージについて考えることは始めから不可能である場合が多い。例えば選挙戦の時点において、ある候補者に対する「暮らしにプラス」というイメージにそもそも「実像」など存在するであろうか。そして純然たる認知的イメージの場合であっても、それが「虚像」であるか「実像」であるかを判断することは、多くの場合極めて難しいであろう。

従ってこの問題に関しては、今後候補者の認知的特性(cognitive property)と受け手のイメージの間関係の分析により、新しい知見が得られることを期待するにとどめておきたい。ただしこうした分析にあたっては、本研究における次のような知見、すなわち比較的認知的性格の強いイメージ項目においては、それが「虚像」であるか「実像」であるかを別として被験者間で大きなコンセンサスが見られたという事実が何らかの手がかりを提供するのではないかとと思われる。

以上3点に関する検討の結果は、従来論じられてきたような「イメージ」のネガティブな性格が、本研究の被験者の抱く候補者イメージの中には確認されず、これらが必ずしも「選挙におけるイメージ」一般に見られる特徴ではないということを示した。また同時にここでの検討過程から、「選挙におけるイメージ」に関する従来の規範的議論の立て方自体がかなり限定的な性格を持ったものであることが示唆された。

従って、今後この問題に関するより一般的かつ包括的な議論の基盤となるような、新しい分析の枠組みが必要とされているように思われる。例えば、これまでに論じてきた「実像／虚像」、「理性的／感性的」、「合目的的／非合目的的」といった判断基準ではなく、「情報処理」のような概念を取り入れた操作化しやすい基準を用いることも可能であろう。すなわちそこでは、(a)候補者情報自体の内容的な質(情報処理の対象となる情報がどの程度正確なものであるか)、(b)情報処理プロセスにおける形式的合理性(情報処理がどの程度論理的なプロセスによって行われているか、換言すれば情動的・動機的な圧力によって形式的論理性が歪められていないか)、(c)情報処理プロセスにおける内容的(実質的)合

理性(意思決定に到達するに当たっての様々な情報の利用の仕方、例えば個々の情報に与えられるウエイトやプライオリティが、ある価値体系に照らして合理的と言えるか)、といった基準を立てることができるであろう。

ここでの「合理性」は、第一義的にはSmith(1969)の言う「プロセスにおける合理性」、すなわち候補者への評価を下すまでの手続き上の合理性を意味しているが、それはまた「プロダクツにおける合理性」、すなわち下された判断の実質的合理性(ただしこれにもいかなる価値体系に照らしての合理性かによって、いくつもの基準を設定し得る)の前提を成すものでもある。

今後、選挙に関する実証的あるいは実践的な視点からの研究成果の蓄積と並行して、こうした規範的な視点からの議論の深化がますます期待される。

第XIV章 今後の研究に関する展望

第1節 本研究の理論的・方法論的貢献 および問題点

本章では、本研究の成果を踏まえて、選挙・投票行動とイメージに関する今後の研究方向について展望してみたいが、これにあたってまず本研究が、その土台とした様々な理論や方法論に対してどのような貢献をなしたか、またその一方で本研究がどのような理論的・方法論的問題を残したかについて、簡単に振り返ってみたい。

第三章において述べたように、本研究はその使用概念、対象認識の枠組み、理論的基礎、分析の方法論などにおいて、主として次の3つの研究領域に大きく負っている。すなわち、(1) 政治学の分野における、選挙、特に投票行動に関する研究、(2) 社会心理学の分野における、イメージ・態度・意味・認知などに関する研究、(3) 文化の概念および文化変容に関する研究、の3領域である。

このうちまず投票行動研究の領域に対する本研究の貢献としては、第1に、投票行動を規定する諸要因をイメージという形で内在化し、さらに候補者イメージの構成要素として繰り込むことにより、従来の様々な理論が用いてきた多様な説明変数を候補者イメージという場において集約的に捉えることを可能としたことが挙げられる。そしてこのコンセプトに基づいて、候補者イメージの構造、機能、変容過程を解明したが、そこで明らかにされた結果が、従来の諸研究の知見を総合するものであり、また現実の選挙過程をも矛盾なく説明するという事実によって、本研究の基礎的コンセプトおよびそれに基づいて提出されたモデルや方法論が基本的に妥当性を持つものであることが示された。

第2に、本研究における分析結果は、投票意図や選挙結果の予測あるいは今後の選挙キャンペーンに対する指針などのように、より実践的な領域に対しても有効な知見を提供し、また同時に、現実の実証的な把握を通じて、より規範的な視点からの議論に対しても意義のある示唆を行うことができた。

第3に、本研究は、現在の日本において候補者がTVを通じて有権者に直接訴える唯一のプログラムであるTV政見放送の効果を計量的に分析し、このプログラムが持つ意味を多面的に明らかにした。

次に、社会心理学的な研究領域に対しての貢献としては、まず選挙の候補者という特殊な刺激に対するイメージの構造においても、日本人が持つ一般的な意味構造が再現されることを明らかにしたことが挙げられる。同様に、本研究では投票意図形成における各イメージ項目の影響力のパターンを一種のスキーマとして捉え、その内容およびそれに対する映像コミュニケーションの影響を明らかにすることができた。さらに、個々のイメージ項目に関して、そのイメージ内容の形成メカニズムやコミュニケーションの効果についての考察を心理学的観点から行うことにより、従来提出されていたいくつかの仮説を検証した。

第2により方法論的な貢献として、イメージ測定の方法として様々な内容を持つ諸項目をすべて同一形式のSD尺度化することの、分析における有効性を示したことが挙げられる。この方法を用いることにより、投票行動を規定する様々な要因を、候補者イメージという場において全て同一の資格で捉えることが可能となった。そしてこの結果、イメージの構造や投票意図形成のためのスキーマをより明確な形で示すことができた。

最後に文化研究の領域に関する貢献としては、“69/69”、“69/86”、“86/86”という3つの分析の結果を比較するという方法を導入することにより、「主体文化」と「客体文化」のそれぞれにおける変容を考慮に入れた文化変容の分析を、比較的簡略な手続きで行うことを可能としたことが挙げられる。そしてこの分析の結果は、実際に「主体文化」と「客体文化」のそれぞれにおいて生じた変容を示すことができた。

さて以上のような貢献の一方で、すでに本論の中でも何度か述べたように、本研究には以下のような理論的・方法論的問題点あるいは今後の課題とすべき点が存在している。

第1に、本研究における被験者はサンプリングにより選ばれたものではなく、当然その社会的属性や政治的先有傾向に関して、実際の有権者における分布を正しく反映していない。従って本研究で得られた知見の一般化にあたっては、この点に関する留保を付けなければならない。

第2に、本研究の“86/86”の分析において用いられた「実験的変数操作を取り入れた、パネル形式のモニター調査」はデータ収集のデザインとして基本的に有効であったと思われるが、今回の調査では政見放送の視聴を行わない選挙区の候補者に関するイメージ評定

をいつ行うかに関する指示が徹底しなかったため、そこにおける統制群の意味づけに関して若干曖昧な点を残した。今後の調査においては、この点をよく考慮したデザインが必要である。

第3に、本研究で用いられたイメージ項目のうち若干のものについては、被験者にとってその意味が必ずしも明確でなかったり、あるいは当初の狙いどおりの意味を持たなかったりした可能性がある。例えば“現状”は「活動・過去・全体指向」の評価的イメージ項目として分析に用いられたが、“政策”との相関が極めて高く、独自の意味にやや乏しいきらいがあった。政見放送の内容などから考えて、今後は候補者個人の「実績・業績」に関する項目を取り入れる価値があるのではないかと思われる。同様に“支持者”は当初仮定された「社会的圧力」を意味するだけでなく「世間での評判」をも意味しているように見受けられ、また“清潔さ”は政治倫理的な清潔さではなく外面的な清潔さという意味合いが(特に政見放送視聴条件において)強いように思われた。従って、今後の研究における尺度作成にあたっては、その尺度の意味を正確に伝えることにより一層の注意を払わねばならない。

第4に、分析方法に関する非常に重要な点であるが、本研究における項目間の関係は相関的に分析されたのみであり、厳密な意味で因果的に分析されたものではない。従って、投票意図形成スキーマの分析結果についても、必ずしも全ての影響力の流れが各イメージ項目から投票意図へという方向のものであるとは断定できない。またこうしたスキーマの分析において、各項目の持つ間接的な影響力の大きさについては分析がなされなかった。そこで、今後より因果関連的な分析手法を用いた研究が進められることが望まれる²。

最後に、文化変容の分析において、本研究では個々の選挙の特徴や、各選挙区の特徴に関してあまり考慮が払われなかった。このため、異なる選挙間における候補者イメージの差異が一般的な文化変容によるものか、あるいは分析の対象となった選挙に特殊な条件を反映したに過ぎないものかが厳密な検討の対象とされなかった。今後分析対象とする選挙の数を増やすことにより、文化変容の大きな流れと個々の選挙に特殊な変動が分離されることが期待される。

また個々の選挙区の特徴に関しても、定員、候補者の顔触れ、政治・経済・社会的特性の異なる選挙区を同じ分析に投入することは、特に得票率の予測などにおいて、しばしば無理を生ずる恐れがある。例えば、候補者数の多い選挙区ほど平均的な得票率は低くなる。そこで今後本研究のような分析デザインを採るのであれば、むしろ田中(1974b)が行った

ように、異なる選挙区の有権者を比較することにより選挙区の特徴と政治文化の関連を分析する、あるいは本研究における方法を応用して、2つの選挙区の有権者を対象とし、それぞれの選挙区の被験者の半数は自分の選挙区の政見放送を視聴し、他の半数は他方の選挙区の政見放送を視聴するというデザインで、「主体文化」と「客体文化」の双方の比較を行う、といった方向の研究がより有効なのではないかと思われる。

第2節 今後の研究方向に関する若干の展望

前節に論じた本研究の貢献と問題点を踏まえて、本節では今後望まれる研究の方向について、次の二点に絞って論ずることとする。一つは心理的な「システム」としての「候補者イメージ」を、そのメカニズム自体の徹底的な分析により解明していこうとする方向であり、他の一つは有権者に抱かれる「意識」としての「候補者イメージ」を、その環境との相互作用の中から「理解」していこうとする方向である。

(1) 候補者イメージ「システム」の計量的分析

本研究において、候補者イメージは一定の構造を持つものとして考えられ、また投票意図の形成においてもある種のスキーマが存在するものと仮定された。ところで当初こうした構造やスキーマは心理学的な態度(attitude)の構造(認知的、情動的、動能的といった成分から成る)と何らかの関連を持つのではないかと仮定された。しかし実際の分析結果には、こうした関連は明白には見出せなかった。もちろんこの原因の一つは分析に用いるイメージ項目の選択の仕方にあるが、同時に従来態度理論自体の中にも原因があるように思われる。すなわち、各成分(component)を相互に独立したboxとして並列に置くといった概念化の方法が、実際の分析において適切なモデルの構築を妨げている場合があるように感じられる。ここでは態度理論自体を論ずることが目的ではないので、この問題に関してこれ以上踏み込まず、上述の3つの成分を並列的なboxとしてではなく、有機的に関連しあったサブ・システムとして捉えるべきであると指摘するに止めるが、この問題は今後検討されるべき極めて大きな問題であると言えよう。

さてこうした認識のもとに、候補者イメージをいくつかのサブ・システムからなる一つの心理的システムとして捉え、このシステム自体を計量的な手法で徹底的に分析することにより投票行動のメカニズムを解明しようとするのが、ここに論ずる第1の方向である。

こうした分析を行うにあたっては、候補者イメージのシステムをどのようにモデル化するかということが本質的に重要となるが、ここでは特に有望であると考えられる一つのモデルを示すことにより、この方向に関する展望としたい。

Lau & Sears(1986b)に見られるように、最近の認知心理学的アプローチにおいては、ある対象に対するイメージを、その対象によって喚起される概念のネットワーク(schema)として捉えている。本来イメージ(態度)の認知的側面(ないしは機能)とは、このように多くの概念が様々な連合関係によりネットワークを形成することを指すのが適切であると思われる。従って「候補者X」に対するイメージの認知的側面は、その「候補者X」と様々な心理的連合関係により結び付けられている概念のネットワークとして捉えることができる。こうした概念としては、(a)その候補者の様々な政治的特性(政策、業績、所属政党、イデオロギーなど)、(b)同じく個人的特性(性別、年齢、信頼性、能力、清潔さ、経歴、家系など)、(c)その他その候補者と関連のある諸概念(身近にいるその候補者の支持者など)、(d)一般的な評価概念(「好ましい」、「当選すべきである」など)、などおよそあらゆる種類のもので考えられる。分析においては、これらの概念と候補者との結びつきを連想語の抽出やmagnitude scaling(Bastedo & Lodge, 1980)などの方法により測定することになる。

次に、「候補者X」そのものにも、またそれと結び付いた個々の概念にも、それぞれに何らかの情動(affect)が付随するであろう(もちろん何らの情動も喚起されない可能性を排除しない)。Abelson et al.(1982)は候補者に対する情動の測定において、その候補者の名前を見た時に感じる様々な情動・感情(「うれしい」、「悲しい」など)を評定させるという方法をとった。こうした方法で候補者やそれに結び付いた概念が喚起する情動を測定し、その候補者を中心とした概念のネットワークに対応する情動のパターンを明らかにすることができるであろう。

最後に、以上に論じたような概念のネットワーク及びそれが喚起する情動のパターンという2つのサブ・システムは、それら全体として様々な行動に対する意図を産み出す。候補者に対するこうした行動意図には、「投票意図」を始めとして、その候補者を支援する何らかの行動を行う意図や、その候補者に関する情報を得るための行動(例えば政見放送の視聴)など多様なものがある。こうした行動の意図は本研究でも用いたBD尺度などを用いて測定できるであろう。このようにして測定されたものが、言語(概念)化された形におけるイメージの動能的側面であると言える(もちろんこうして概念化さ

れた行動意図はそれ自身様々な情動を喚起する)。

以上のように、ここで述べた分析の方向は、候補者イメージをいくつかのサブ・システムが有機的に関連しあった複合的システムとして捉え、このシステムのメカニズムの解明を目指すものである。こうした分析は、投票行動の心理的メカニズムを従来の態度理論と比較してよりリアルに捉えることを可能とし、同時に従来以上に精度の高い予測と実践的な有効性をもたらすものと期待される。

(2) 候補者イメージの「意味」の探究

候補者イメージと投票行動に関する今後の研究における今一つの重要な方向と考えられるのは、有権者によって抱かれる「意識」としての候補者イメージの「意味」を、それを抱く主体とこれをとりまく環境との相互作用の中で「理解」する試みである。

本研究の結果は、投票意図の形成において「身の回りに支持者が多い」、「暮らしにプラス」といったイメージが大きな影響力を持つことを明らかにした。しかし一人一人の被験者にとってこの「身の回りに支持者が多い」、「暮らしにプラス」という言葉が何を「意味」しているかについては触れることがなかった。しかしながら投票行動の真の理解のためにはこれを知ることが不可欠であり、また選挙コミュニケーション効果やデモクラシーの実態についてのより内在的な理解のためにも、こうした知識は極めて重要であると思われる。

こうしたアプローチにおける第一歩は、例えば「身の回りに支持者が多い」というイメージが、それを抱く主体にとってどのような内容を持ったものであるかを知ることである。「自分の家族がその候補者の後援会に入っている」、「職場や地域の知人の中に、その候補者の支持者が多そうに見えた」、「マスコミの報道によると、この候補者を支持する人が多いらしい」といったことはすべて「身の回りに支持者が多い」というイメージの内容としてあり得るものである。このようにイメージの内容を問うことは、同時にそのイメージを抱くようになった「主観的根拠」を問うことをも意味している。言い換えれば、「身の回りに支持者が多いとはどういうことか」と問うことは「なぜその候補者の支持者が多

いと考えるのか」を問うことである。またこれと同時に、その主体が「身の回りに支持者が多い」ということを候補者の特性としてどのように意味づけ、評価し、そしてそれが投票意図の形成にどのように影響を与えているのかについても問わなければならない。

このようにして、あるイメージの、それを抱く主体にとっての「主観的意味」を把握したならば、次の段階として必要なのは、こうしたイメージの形成が主体と環境との間どのような相互作用の中で行われたか、あるいは環境のどのような特性がこのようなイメージを生み出したか、を探ることである。このようにイメージの「主観的根拠」を生み出した「客観的条件」を探ることは、本研究におけるように一旦「イメージ空間」という場に視点を集中した後に、再びそこから一步踏み出し、「主観的意味」と「客観的条件」との相互作用へと焦点を移し変えることを意味している。

この客観的な条件(変数)に関する分析の視角としては、主体に外在的な条件(変数)、例えば客観的な政治・経済・社会的状況、社会的ネットワーク、選挙コミュニケーションの内容などに焦点をあてるもの以外にも、欲求、動機づけといった主体に内在的な客観的条件(変数)に注目するものや、イメージ形成の時間的側面(社会化過程)に重点を置くものなどを考えることができる³。

もちろんこのように「主観的意味」と「客観的条件」の関係を相互作用として捉える限り、後者が前者を規定する側面だけでなく、前者が後者を絶えず創造していくという側面をも見落としてはならないであろう。

第XV章 効果的選挙コミュニケーション

戦略の展望

本研究の最後にあたって、本章では、今後どのような内容を持つ選挙コミュニケーションが有効であるかという点について、本研究によって得られた実証的知見からいくつかの指針を引き出してみたいと思う。

① 日常生活領域に関しては「保守性」を、非日常的領域に関しては「革新性」を打ち出せ

候補者の打ち出すべきイメージとしてまず最も大切なのは、「有権者やその家族の日常的生活を守るという仕事を安心して任せられる人物」、ということになるだろう。それと同時に、日常的な暮らしへの影響がそれほど明らかでなく、しかも話題性のある領域や政治手法に関しては大胆な革新を行う、といったイメージが、特に生活領域に関する保守性と相乗効果によって非常に有効なものとなるだろう。従ってこれと反対に、日常の暮らしに大きな変動をもたらす可能性のある政策を提示しながら、その体質や政治手法において旧態依然たるイメージを与えるような候補者や政党は、多くの支持を得ることを期待することはできないであろう。

② 「皆が自分を支持している」というイメージを作り出せ

次に大切なことは、「自分の身の回りに、この候補者の支持者が多い」というイメージを作り出すことである。本研究では詳細に明らかにすることができなかったが、こうしたイメージは次の3つのコンテキストにおいて作り出されるものと考えられる。第1に、社会的ネットワークを通じて加えられる圧力の認識によるイメージ形成である。ここではパーソナル・コミュニケーションの重要性が高く、組織的なキャンペーン活動自体がイメージ形成のためのメッセージとなる。第2に、候補者の「社会的な名声」(reputation)に関する認識を作り出すことにより、こうしたイメージは形成される。そして第3に、より曖

味な「社会的・文化的な大勢」、例えば「一般的にこの党の候補者は多くの人々に支持されている」といった漠然とした印象に関する認識によっても、こうしたイメージは作り出される。今後、これらの様々なコンテキストを複合的に利用しての“支持者”イメージの形成が、非常に有効なコミュニケーション戦術となろう。

③過去・現在にこだわらず未来を指向せよ

一方、国家レベルのよりマクロな政治的・経済的争点に関しては、その「現状」にあまりにこだわり、あるいはこれへの批判に多くを費やすのは効果的な方法とは言えないようである。むしろ、より未来指向の政策やビジョンに重点を置くべきであろう。こうした未来指向の政策・ビジョンの相対的重要性は、政見放送のような説得的選挙コミュニケーションを行う場合に特に大きなものとなる。このことは、強い不安感や不快感を喚起するメッセージは受け手の心理的抵抗を引き起こすことにより却ってその効果を低下させる可能性がある、というコミュニケーション科学における知見からも支持されよう。

④「所属政党」・「イデオロギー」の使い方に注意せよ

また予想された通り、各候補者に対する投票意図に対して、その候補者の所属政党への支持態度やその候補者とのイデオロギー的な距離は重要な意味を持っている。従って、キャンペーン期間中における、自分の所属政党に対する有権者一般の評価——所属政党の勢い——の如何によって、所属政党を強調するかあるいはそれについては最小限度しか触れないかを決定しなければならない。同様に、有権者一般のイデオロギー的動向にも注意を払い、それに柔軟に適應することが必要である。

⑤有権者の信頼と好感を得られるよう努力せよ

候補者のパーソナル・イメージとしては、特に信頼間および一般的な好感が投票意図に直接的な影響力を持っている。従って、有権者の信頼感、特に暮らしを任せることに対しての信頼感を勝ち取り、また有権者に好感を抱かれることが極めて重要である。他方、同じパーソナル・イメージでも、候補者の「能力」や「清潔さ」にのみ頼るのは危険である。すなわちこれら「能力」や「清潔さ」に関するイメージは、一般的な好感、信頼感、あるいはより政治的な諸点に関する評価などに結びつけられることにより、初めて投票意図そのものに対する効果を持つということに留意する必要がある。

⑥有権者に「なじみのある」人物であれ

候補者にとって、有権者に「なじみのある」人物であるかどうか、あるいは若干広く解釈すれば「知名度の高い」、「身近な」人物であるかどうかは、2重の意味で重要である。第1に、こうしたfamiliarityの上昇は、その候補者のイメージ全体をより好ましい方向へと変化させる。第2に、familiarityの上昇は直接的にも投票意図を高める結果をもたらす。TVを始めとするマス・メディアの日常的な利用は、こうしたイメージを作り出すために大きな役割を果たすであろう。

以上、今後の選挙コミュニケーションに関する6つの指針を挙げたが、最後に選挙コミュニケーション全体に関する考え方について、一言付言しておきたい。すでに何度も述べたように、候補者の「能力」や「清潔さ」のようなパーソナル・イメージは、投票意図に対して直接的には大きな影響力を持たないが、他方投票意図との相関の大きさなどから考えて、何らかの間接的な影響力、すなわち信頼感、一般的好感、政治的評価などを通じての影響力があるのではないかと思われる。こうした点から考えて、「イメージ選挙」キャンペーンにおいても候補者は、従来言われてきたような「商品」そのものではなく、むしろ「暮らしを守る」、「多くの人々に支持されている」、「評価できる政策やビジョンを持っている」といったイメージ(「商品」)と票とを交換する「商人」に近いのではないかと思われる。そしてパーソナル・イメージが重要なのは、「売り手のイメージを良くすることにより、商品のイメージをも良くする」ことができるからであり、またその場合に限ってである。ここには「好ましい資質を持った人物の提示する政策は、当然優れたものであろう」という形で、先に論じたpsycho-logic(心理的論理)の働きを見ることが出来る。

そしてこうした「商人」の中でも特に評判の高いものが、現代政治における「カリスマ」であるとするのも可能ではなかろうか。1986年総選挙における中曽根首相、1987年統一地方選挙における土井社会党委員長などは、こうした意味における「カリスマ」に近い存在であったと言えるかもしれない。

終章

以上、本研究では、「政治」と「人間」が接触し相互に流入しあう場としての「候補者イメージ」の実証的・計量的分析を通じて、今日の議会制民主主義国家の市民が行う最も重要な政治的行為である投票行動のメカニズムを明らかにし、さらにそれを通じて現代の政治過程およびそこにおける人間の実態に新たな方向から光を当てることを試みた。

この作業を通じて強く印象付けられたのは、こうした投票行動研究、さらには選挙研究一般が現在置かれている状態である。本論の中でも言及した、投票行動に関する心理的説明変数を用いた最初の実証的分析と言われるRiceの研究が公刊されたのは、今から60年前のことである。また日本においても、投票行動の実証的分析に関するまとまった労作が現れ、TV政見放送の開始に伴いこれを用いた実験的研究なども生まれた1960年代の後半から、すでに20年が経過している。そして現在では、選挙に関する学会や専門誌も生まれ、選挙研究はますます盛んとなってきている。

しかしその反面、そこで用いられる概念・方法論・アプローチなどの内容や相互関係についての意識的な整理はいまだ非常に後れており、まさに百花繚乱といった様相を呈している。こうした状況が生まれた大きな原因は、投票行動という事象が多様な研究領域から多様な関心をもってアプローチされており、しかもこの事象が議会制民主主義諸国のいずれにも存在していながら、現実にはそれぞれの国の制度や文化に大きく規定されているということである。

例えば本研究における分析の中心的概念である「イメージ」一つをとってみても、その意味を明確にしておくために、まずこの概念の持つ3つの意味、すなわち「映像」としての「イメージ」、「心象」としての「イメージ」、「総体的印象」としての「イメージ」を区別し、次いで選挙との関連でこの概念を用いる場合の3つの視点、すなわち「個人の投票行動」、「選挙キャンペーン」、「規範的理論」の関係を明らかにするという作業が必要であった。しかも、個人の投票行動を規定する総体的印象としての「イメージ」に関しても、文化の違いによるその意味の微妙な差（例えばアメリカではこの意味での「イメージ」は専ら「パーソナル・イメージ」を意味するといったニュアンスの違い）に注意を

払わなければならなかった。同様に、投票行動分析の諸アプローチについても、それぞれのアプローチが投票行動の規定要因とするものを候補者イメージの構成要素という同一平面上で整理し直すにあたって、こうしたアプローチ間の相互関係がこれまで適切に整理されてきていないことが明白となった。

こうしたことから、現在投票行動分析の中に、ある種の「統合」のモーメントが必要とされているように思われる。ただし「統合」と言っても、個々の研究においては当然何らかの軸となる視点が必要である。本研究ではこうした軸として、それぞれのアプローチにおける投票行動の規定要因が行使する影響力の、最終的結節点としての「候補者イメージ」を分析の中心に据え、その構造・機能・変容過程を計量的に分析した。序章で述べたように、この「候補者イメージ」はまた「政治における人間性」と「人間における政治性」が最も顕著な形で顕在化する結節点の一つでもある。本研究の分析は、候補者の選択という「政治システムへのインプット」の中に人間心理の基底にある情動的意味（affective meaning）の構造が顕れていることを発見し、また他方でTVの画面に写し出された人物の評価において「家族の暮らしにとってプラスかマイナスか」、「自分の身の回りに支持者が多いか」といった政治現象の本質——「価値の配分」、「影響力を伴う社会関係」——を見事に衝いた基準が重視されていることを見出すことにより、この点を確認するものであった。

もちろん、上述の「統合」のための中心を、こうした内面的な場ではなく、個々の投票者に外在的な政治・経済・社会・文化の構造に求めることもできる。そして最終的にはこうした様々な「統合」の試みが相互に補い合う形で整理されることが期待される。

また「統合」は、実証的分析の諸アプローチ間だけでなく、実証科学的、実践的、規範的といった異なる視点の間や異なる文化の間においても試みられなければならない。前者に関しては、本研究では、実証科学的な視点による分析結果の、実践的および規範的視点に対するインプリケーションの検討という形でこれを試みた。また後者に関しても、本研究では日本国内の時代的な文化の差に注目したが、今後は多くの国家間での交差文化的研究の発展が望まれる。

このように、投票行動の研究においては、いまだ広大な領域が足を踏み入れられないまま分析の鍬が入れられるのを待っている状態にある。

政治が本質的に人間的な事象であり、また人間が政治的な動物である限り、こうした未踏の領域の征服は我々が我々自身を知ることには他ならず、またこの征服によって得られた

知識は、我々が何を如何に為すべきかを考える前提となり、指針となるものである。我々が絶えず自らのイメージをこれら未踏の領域に遊ばせる所以もここに存するのである。

注

序章

- 1) 本論文中では、原則的に「テレビ」は“TV”と略すこととする。

第1部

第I章

- 1) これら様々な種類の「心象」を包括する概念として「イマジェリー」(imagery) が用いられることがある。
- 2) イメージ(態度)の変容に関する学問的研究における基本的な考え方については、これに関する古典的な著作であるHovland, Janis, & Kelly(1953)を、また特にマス・コミュニケーションの影響に関するものについてはKlapper(1960)をそれぞれ参照。
- 3) 「態度」概念に関する詳細な解説については、McGuire(1969)を参照。
- 4) ただしより厳密に言えば、ここでの議論から明らかなように、物質・エネルギー・情報の循環によりイメージが交互に変容されていくのであって、イメージ自体が循環するわけではない。

第II章

- 5) ただし、心理的な説明変数を重視する諸研究においても、それらの説明変数が一般的に「イメージ」と名付けられているわけではなく、「態度」のようなより厳密な概念も多く用いられる。ここでは、こうした用語の用い方にこだわらず、この第1の視点に見られる考え方を代表するような研究を挙げた。
- 6) これに対して、同じように実証的・計量的な投票行動分析ながら、より社会学的アプローチによって大きな成果を上げたのが、LazarsfeldやBerelsonらによって代表されるコロンビア学派であり、その代表的な成果が、Berelson, Lazarsfeld, & McPhee(1954), Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet(1968)などである。
- 7) 従来のアメリカの投票行動において、政党支持がいかに重要な要因であったかについては、Campbell et al.(1960)を参照。
- 8) アメリカの投票行動における、争点に対する態度の重要性の増大については、Nie,

Verba, & Petrocik(1976) を参照。

- 9) "New Politics"一般及びそこにおける選挙キャンペーンに関するより立ち入った議論については、Clotfelter & Prysby(1980), Costikyan(1980), Crotty(1980), Lane(1971), ニンモー(1971), Nimmo(1974), Pool(1971), Rubin(1977), 内田(1975a) を参照のこと。
- 10) 日本の「イメージ」選挙についてのより詳細な論述については、箱崎(1972), 勝又(1986), 川越(1971), 前田(1985), 大久保(1969, 1974), 田中(1974c), 内田(1975a, 1975b, 1978), 柳井(1972), 柳井・飯田(1975), 読売新聞世論調査室(1975)を参照せよ。
- 11) 尚、「選挙におけるイメージ」の持つポジティブな契機について言及したのも全く無いわけではない。例えば「各派が何らかのイメージを出し・・・政治を身近に感じさせるようになったのは、一応の進歩」(井出嘉憲, 朝日新聞 1969年12月2日 夕刊)、「イメージは政策ではないが、政策を判断する手がかりになるという点では一歩前進」(丸岡秀子, 同)などはこうした例と言えよう。
- 12) 例えば、先に第2の視点における「イメージ」は大都市における選挙でより重要な意味を持つことを論じたが、他方第1の視点からするならば、「選挙におけるイメージ」は都市であるか農村であるかにかかわらず、投票行動に対して同様に重要な意味を持つものと言える。柳井・飯田(1975)は、補助金獲得・施設誘致・後援会育成などの日常活動によって作りあげられた「評判」こそが、郡部・中小都市における「候補者イメージ」にほかならぬと述べているが(Pp.36-37)、これは第1の視点から見た場合「イメージ」の重要性が地域的に普遍性を持つものであることを論じた好例であると言えよう。

第IV章

- 13) こうしたイメージによる投票行動の説明に対して、同じ内在的変数による説明という立場をとりながらも批判的なのが鮑戸(1975)である。彼は「政党支持イメージ論の不毛」として、イメージの良し悪しによって投票が行われるという「イメージ選挙説」の非科学性を、「私がいまカレーライスを食べたのは、私がカレーライスが好きだったからである」というのと同様の論理であるとして批判する。そして様々な変数の複雑で微妙な交互作用のパターンをうまく把えられるような変数として「ライフスタイル」を提唱する(Pp. 187-188)。

しかし本研究においてイメージは、単なる外面的印象や好悪ではなく多面的で複雑な構成体として考えられている。従ってそれはむしろ主観的な場で捉えられた「様々な変数の複雑で微妙な交互作用」に他ならないと言える。

尚、鮑戸の言う「ライフスタイル」(生き方、及びそのもとになるものの見方感じ方のパターン)が政党支持に影響を与えると考えるにしても、それは結局各個人の「ライフスタイル」とそれらの人々が各政党に対して抱くイメージとのマッチングの問題に帰着する。この点については第V章を参照。

- 14) ただし、イメージを説明概念とする社会心理的アプローチと合理的選択アプローチとの関係は微妙である。これらのアプローチの相違は本文でも述べたように意思決定プロセスの質における相違である。そして合理的アプローチにおける「合理性」とは推論の

方法に関する合理性、すなわち思考の手続的な合理性である。

他方、こうした推論の材料としての情報は、必ずしも経済的な争点などに限らず、候補者の特性や哲学的な争点であっても構わないとされる(Enelow & Hinch, 1984)。しかもある候補者や政党がこれらの争点についてどのような立場を取っているか、あるいはこうした候補者や政党がどのような特質を持っているかに関する判断そのものは単なる印象(=イメージ)であっても構わないのである(Kinder & Kiewiet, 1981)。そしてこうした印象の形成には、もとより様々な「社会心理的」メカニズム(例えば、認知的不協和の低減)が働く(Finkel & Norpoth, 1984; Kinder, 1978; Miller & Miller, 1976; Wright & Niemi, 1983)。

こうした点から考えて、これら2つのアプローチ間の関係も背反的なものではなく、むしろ相互補完的なものであることが分かる。本研究では形成されたイメージが投票行動に与える影響を分析するが、そこでの情報処理の方法の細部には立ち入らない。従って、今後はこれらに対立するものとして扱うことはしない。

- 15) 尚、様々なアプローチ間に見られたのと同様な相互補完性は、いくつかの〈選挙観〉そのものの間においてもある程度見られるものである。例えば「イメージ選挙」は、選挙という事象を構成する様々な要素の中で、特にキャンペーンという要素の性格に焦点を置いた〈選挙観〉であるのに対し、「組織選挙」は特に影響力のチャンネルに焦点を置いた〈選挙観〉である。すなわち、これら2つの〈選挙観〉は、選挙における2つの異なった側面に関する性格付けに基礎を置いており、従って必ずしも相互に背反的な事象ではないことが分かる。このことは、「組織的なネットワークを用いたイメージ・キャンペーン」といった形態の選挙運動が存在し得ることからも明らかである。

第VI章

- 16) 先にも若干触れたように、アメリカにおいて“image politics”という場合の「イメージ」は、この候補者のパーソナルな特性に関するイメージを指すものである。同様に、「候補者イメージ」という概念も、一般的にこうしたパーソナルな特性に関するイメージに限定された意味で用いられる。例えば Conover(1980)は候補者イメージとは「一人の人物(person)としての候補者について個人が持つ信念(情報)」(p.91)であると定義している。

- 17) ここでは様々な要因を個々に取り上げて論じてきたが、実際の投票行動分析においてはこれらの中のいくつかを組み合わせて分析の枠組とすることがしばしば行われる。

このような枠組みとして代表的なものが、本文中にも触れたミシガン学派以来の基本的枠組である、政党支持-争点に関する態度-パーソナル・イメージ、というトライアドである。

また近年しばしば取り上げられるものに、物質的利益/シンボリックな態度、という対立軸に基づく枠組がある。「物質的利益」、「シンボリックな態度」両者とも、その内容は論者によって厳密に一定ではないが、Sears, Lau, Tyler, & Allen(1980)によれば、「物質的利益」(material benefit)とは自己利益の中でも特に物質的幸福に關係す

るもの(例えば経済状態、衣食住、健康的な環境など)を指し、他方「シンボリックな態度」とは政党やイデオロギーといったシンボルに対する情動的な選好であるとされる。また彼らは「物質的利益」は本来客観的(外在的)な要因であるが、それらは社会化を通じて投票者の中でよりシンボリックな態度に移し変えられ、そうした形で投票行動に影響を与えるということを示唆している。

尚、一般的に投票行動において「自己利益」は極めて大きな意味を持つものと認められている。Campbell et al.(1960)は、投票者の選好はしばしば素朴な自己利益の反映に過ぎないと述べている(p.205)。また高島(1980)は、日本の選挙においては社会的ネットワークと並んで利害関係が最も重要な意味を持つと指摘する。すなわち候補者は、有権者にとって自分がいかに役立つかという日常的利益の次元で自分を売り込み、他方投票はこうした日常的な受益に対する手形の決済行為であると言われる。

第七章

- 18) この点については平野(1987)を参照。
- 19) 尚、こうした情報の量と候補者イメージとの関係について、近年特に注目されているテーマとして、情報量と候補者イメージの形成様式の間に関連の問題がある。すなわち一般に候補者情報が乏しい場合には、その候補者の属性やカテゴリー(例えば所属政党や性別・年齢)、パーソナルな特性などに基づいたイメージ形成が行われ、他方情報が豊富にある場合には、その候補者の個人的な政治活動に基づくイメージ形成がなされると言われている(Conover, 1980; Lau & Sears, 1986b; Miiller & Wattenberg, 1985; Sapiro, 1981)。
- 20) 以下特に断りのない限り、単に政見放送と言った場合にはTV政見放送(経歴放送を含む)を指すものとする。
- 21) このような映像技法の影響についてはBaggaley & Duck(1976, Pp.78 -108)を参照。
- 22) ただしこの点について白鳥(1970)は、たとえ被験者数に制限はあっても条件の管理が厳密になるため、少ない結果を解釈する際の信頼度はむしろ高くなるという点も考慮すべきであるとしている(p.6)。
- 23) 尚、この点を考慮し、実験的にコントロールされた条件におけるTVの影響力とより自然で自発的な条件におけるそれとを比較し、トータルなコミュニケーション環境の影響を解明しようとする興味深い研究として、Lang & Lang(1978)を参照。
- 24) 実際には、ビデオ・プロジェクターを使用して、一度に100人程度の被験者を用いた実験を行うことも技術的には可能であり、その実施についての検討も行ったが、(a)それだけの人数を1個所に集めた場合の実験過程全体の統制の困難さ、(b)被験者間にインターラクションが生じそれが攪乱要因となる可能性が大きいこと、(c)被験者が学生に限られてしまうこと、等の理由からこの方法をとることは見送られた。

第八章

- 25) 朝日新聞 1969年12月23, 24日
- 26) 朝日新聞 1986年7月3日 衆院選終盤の情勢(中)
- 27) 朝日新聞 1986年7月3日 衆院選終盤の情勢(下)

第2部

第IX章

- 1) スケジュールの作成は、東京都選挙管理委員会において行われる。各政見放送の中で候補者の順番は、候補者による鑑引の結果により決定される。
- 2) 尚、様々な事情で政見放送を見ることができなかった学生のために、大学の教室でビデオを見ながら候補者イメージの評定を行うセッションも設けたが、参加した学生は約20名と多くなかったため、分析においてはこれらの学生に関するデータも他と区別せず一括して扱った。
- 3) 先に挙げた22項目中、ここでの20項目に含まれていない“政党”と“保革距離”に関しては、〔5〕において説明を行う。
- 4) 以下、ある項目名を示す場合には“ ”を、ある項目における特定の方向(内容)を示す場合には「 」を用いることにする。
- 5) これと同様な結果は、1960年のアメリカ大統領選挙におけるTV討論会の研究の中で、ケネディとニクソンのイメージ・プロフィールを時系列的に分析したKraus & Smith (1962)によっても報告されている。こうした結果を生ずる原因として、Pool (1959)の言うように、被験者が政見放送を事前に抱いていたイメージのチェックのために用い、事前のイメージと大きく矛盾しない限り期待した通りのイメージをTVから受け取る、といったメカニズムの存在が考えられる。
- 6) イメージがstimulus determined であるとする理論は“image thesis”とも呼ばれる。この考え方に従えば、同一の刺激は多数の受け手の内に同じようなイメージを形成することになる。他方、イメージがperceiver determined であるとする理論は“perceptual balance theory”とも呼ばれ、対象に対するイメージは個々の受け手の内に既に存在している態度と一貫するような形で形成されるとする。従って、同一の刺激は異なる態度を抱く受け手の内に様々なイメージを形成することになる(Blumer & McQuail, 1968; Conner, 1980; Shyles, 1984; Sigel, 1964; Van Jones, 1982)。
現在では、イメージの形成はこれら2種類のメカニズムのどちらか一方によって排他的に行われるのではなく、刺激である候補者の投影するシンボルと受け手の間での微妙な相互作用(Nimmo, 1974, p.124)の中で行われるものと考えられている。
- 7) 先述のように、本研究におけるイメージ尺度項目のうち、投票意図を測定する“投票”は厳密に言えばBD尺度と呼ばれるべきものであるが、一般的にこのような「選挙における投票意図」はBD法を用いた諸研究においては「尊敬(賞賛)」の次元と呼ばれる

次元に属し、さらにこのBD法における「尊敬」の次元は、SD法における「評価性」の次元との関連性が大きいことが報告されている(Triandis & Davis,1965; Triandis, Loh, & Levin,1966; Triandis, Tanaka, & Shanmugam,1966)。

- 8) 尚、本研究において行うイメージ構造の分析は、すべてイメージ項目間の構造(すなわち先述の態度内構造)に関するものである。このほか従来行われている分析には、イメージ対象(本研究の場合には候補者)間の構造を折出し、そこに現れた次元の解釈を通じて間接的に態度内構造の次元をも推定しようとするものがある。これについては、Kornberg, Mishler, & Smith(1975), Nygren & Jones(1977), Sherman & Ross(1972), Stone & Coles(1972), Weisberg & Rusk(1970)等を参照。
- 9) 実際には、Varimax回転は4因子解の他、5因子解、6因子解の計3通りについて行ってみた。そして〔BA〕、〔AN〕、〔AM〕のいずれの条件においても、4因子を回転した場合に、因子の解釈に関して最も良好な結果が得られた。
- 10) 各条件において第IV因子として現れた副次的3因子は、上述したVarimax回転の6因子解において、いずれの条件においても主要3因子とならんで現れる。従ってこれらの副次的3因子は、候補者イメージの構造において主要3因子に次ぐ重要性を一般的に持つものであることが分かる。
- 11) またここに見られる候補者イメージの3次元構造は、ほぼ同様な項目を用いて平野(1986a)が行った政党イメージの分析において認められた3次元構造とも極めてよく似ている。そこでは日本の主要7政党に対するイメージの構造に関する因子分析が行われ、その結果「評価」、「力動性」、「若さと清潔さ」の3因子が抽出された。これらは明らかに本研究における〔政治的評価〕、〔ダイナミズム〕、〔個人的評価〕に対応するものである。この時に行われた政党イメージの分析の一環として、平野(1986b)は政党名に対する連想語の分析も行い、政党がかなりのウェイトにおいてそれを代表する人物を媒介としてイメージされていることを示した。このことは、候補者イメージと政党イメージの構造的類似に対する一つの説明となろう。
- 12) 尚、各因子のsalienceに関して Tanaka, Oyama, & Osgood(1963)は、日米の文化にかかわらず、刺激が抽象的言語である場合には「評価性」次元が相対的にsalientであるのに対し、形態刺激の場合には「力量性」次元が、また色彩刺激では「活動性」次元がそれぞれsalientであることを明らかにした。本研究においても、抽象的言語(文字)刺激のみである〔BA〕条件においては〔政治的評価〕が第I因子であるのに対し、形態、色彩、動きを含むTV映像を刺激とした〔AM〕条件では〔ダイナミズム〕が第I因子となっている。従って、この変化を刺激のモードの変化によるものとする(そして〔AN〕条件にもこうした変化が反映されていると考える)解釈も可能であろう。しかしここではこの解釈を裏付けるだけのデータに不足しており、以下この問題には立ち入らない。
- 13) 主因子法による因子抽出の結果、固有値1.0以上であった因子の数は、FS群において3つの条件を通じて5、FP群の〔AM〕条件において3であった以外は、すべての場合において4であった。
- 14) 本研究においては、重回帰分析の独立変数として7段階のSD尺度を用いた変数のみでなく、-1から+2の値をとる“政党”や0から6の値をとる“保革距離”なども投

入されている。従って、これらの諸変数間で影響力の相対的な大きさを比較するためには、標準化された偏回帰係数 (β) を用いるのが適切であると判断した。

- 15) ただし実際には、指標間の比較を目的として、相対得票率の他にも、標準化された得票得点および絶対得票率を従属変数とした分析も試験的に行ってみたが、いずれの指標を用いた場合にも、結果における実質的な差は見られなかった。

第 X 章

- 16) 尚、主因子法による因子抽出の結果、固有値 1.0以上であった因子の数は、〔BA〕条件において6、〔AA〕条件において5であった。
- 17) この〔当落・なじみ〕因子は、Varimax回転する因子数を5ないし6に増やした場合にもそのまま残る。従って、こうした融合が生じたのは、回転する因子数が少ないという技術的な問題によるものではないと考えられる。

第 3 部

第 X II 章

- 1) もちろん、こうした事実がTVによる選挙コミュニケーション自体を無意味とするものではない。従来の諸研究においても、また本研究においても、TVによる選挙コミュニケーションが投票行動自体に広範な変化を引き起こすということを示すような結果は示されていないが、こうしたコミュニケーションの効果は必ずしも投票行動に対するものみには尽きないということが、多くの論者によって指摘されている。第1に、たとえ投票行動自体に対する効果は小さくとも、様々な知覚的、認知的、情動的な変化——例えば争点に関する認識や候補者に対する感情における変化——に対する影響を無視することはできない(Blumer & McQuail, 1968; Miller & MacKuen, 1979; ニンモー, 1971; Patterson & McClue, 1980)。第2に、本研究において分析されたようなTVの直接的影響力のみでなく、パーソナル・ネットワークを通じての間接的影響力をも考慮する必要がある(Baker & Norpoth, 1981)。第3に、こうしたコミュニケーションが及ぼす長期的・累積的な効果、特に一般的な政治意識に対する効果は重要な意味を持つ(Lang & Lang, 1959)。最後に、投票行動に対する影響に関しても、少数の有権者に対する影響が、結果的に選挙結果全体を左右する可能性があることも忘れてはならない。Kinder & Sears(1985)の言うように、「効果の絶対的な大きさが小さくとも、それが大きな政治的結果をもたらし得る」(p.713)のである。

第 X IV 章

- 2) このような因果的分析を行ったものとしては、選好と当落予測(勝敗認識)の関係を扱ったBartels(1985)、Sigelman & Sigelman(1984)、情動的項目と手段的(認知的)項目の関係を扱ったHarrop(1977)、選好と争点態度の近接性の関係を扱った Sherrod(1971)、双方向的な因果関係の分析を行ったPage & Jones(1979)などがある。またかつてBerelson et al.(1954)が processanalysisとして示した、タイム・ラグのある変数を利用した分析を行ったものとして、Markus & Converse(1979)がある。
- 3) これらのうち外在的条件(変数)以外のものについては、本論では触れることができなかった。内在的条件(変数)に注目した議論については、Alexander(1959)、Bishop, Barclay, & Rokeach(1972)、Hurwitz & Peffley(1980)、Lane(1986)、レーン(1983)などを参照せよ。また社会化過程についてはDawson, Prewitt, & Dawson(1977)、Greenstein(1965)、Kinder & Sears(1985)を参照せよ。

図1 選挙とイメージに関する3つの視点間の関連

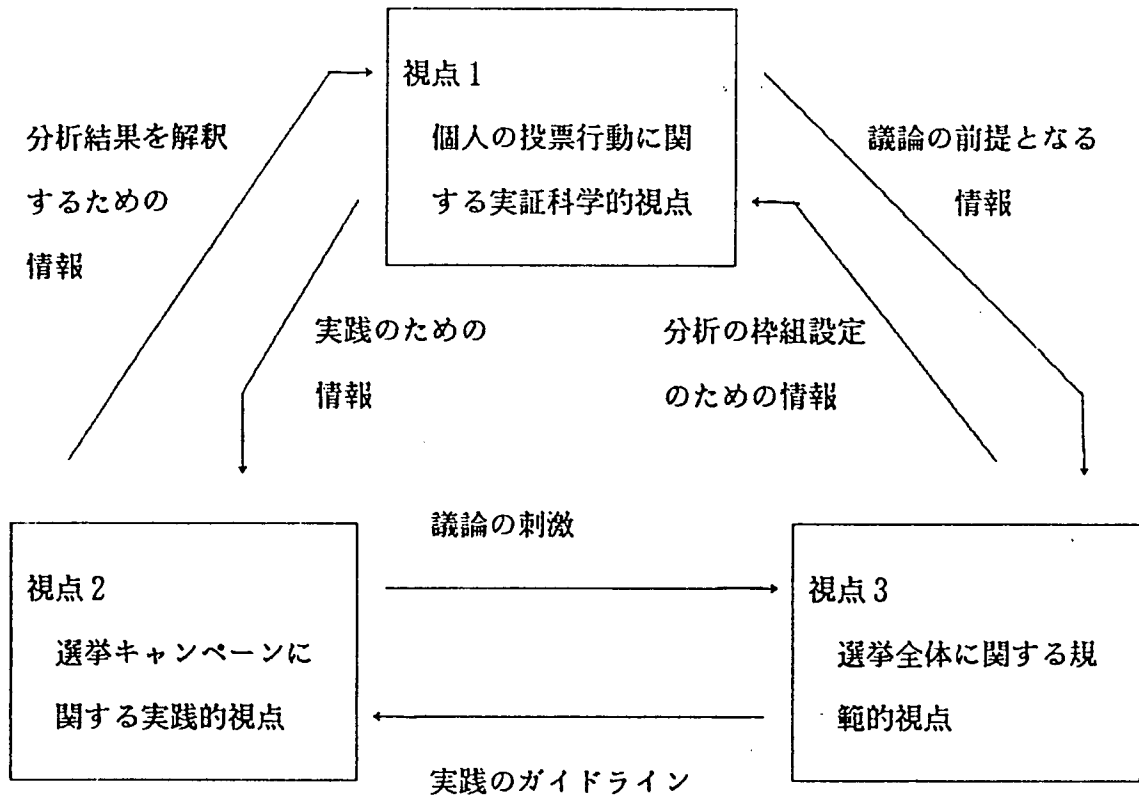
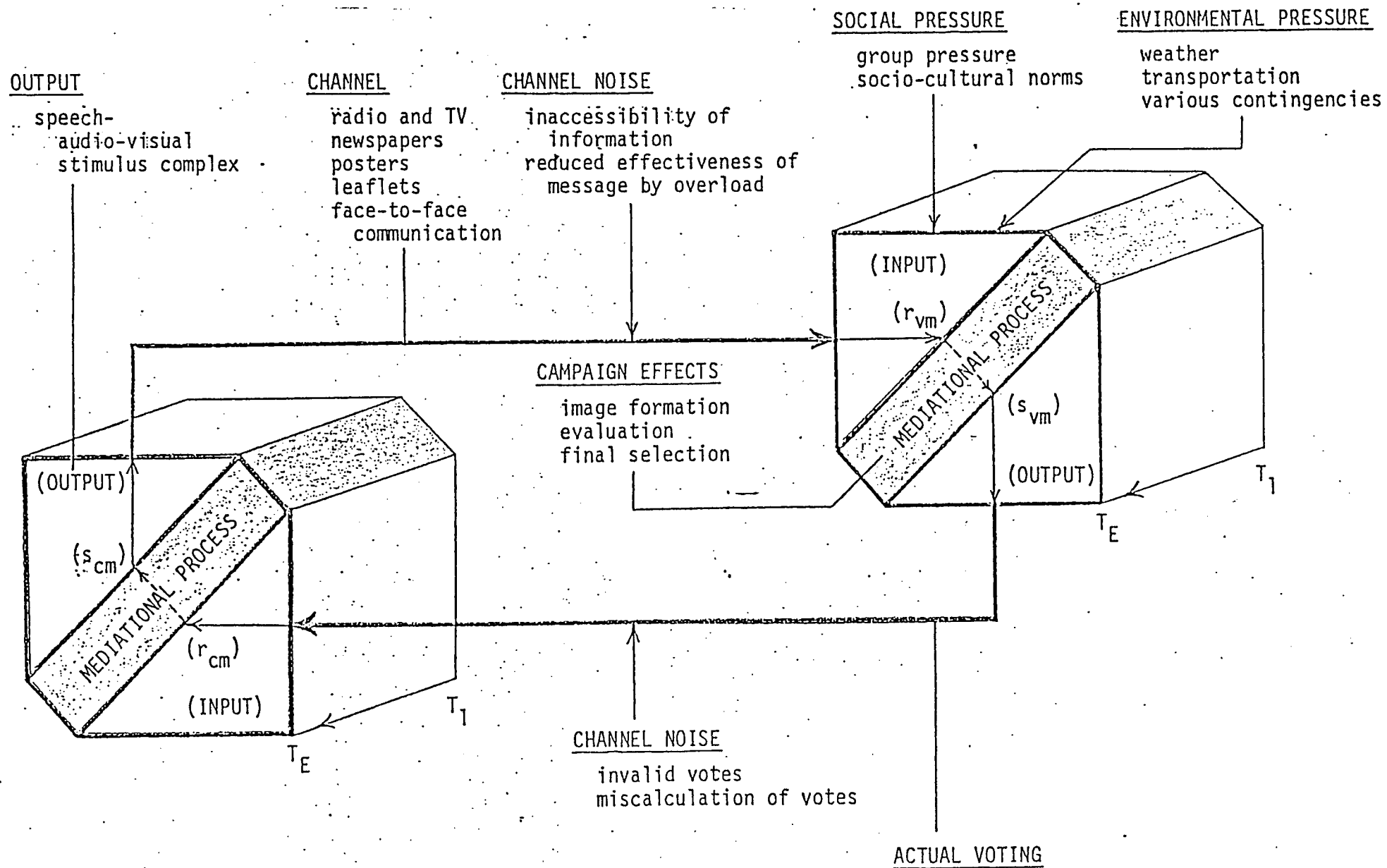


図2 田中(1986)による選挙コミュニケーション・モデル



通時的変動

図3 本研究における投票行動モデル

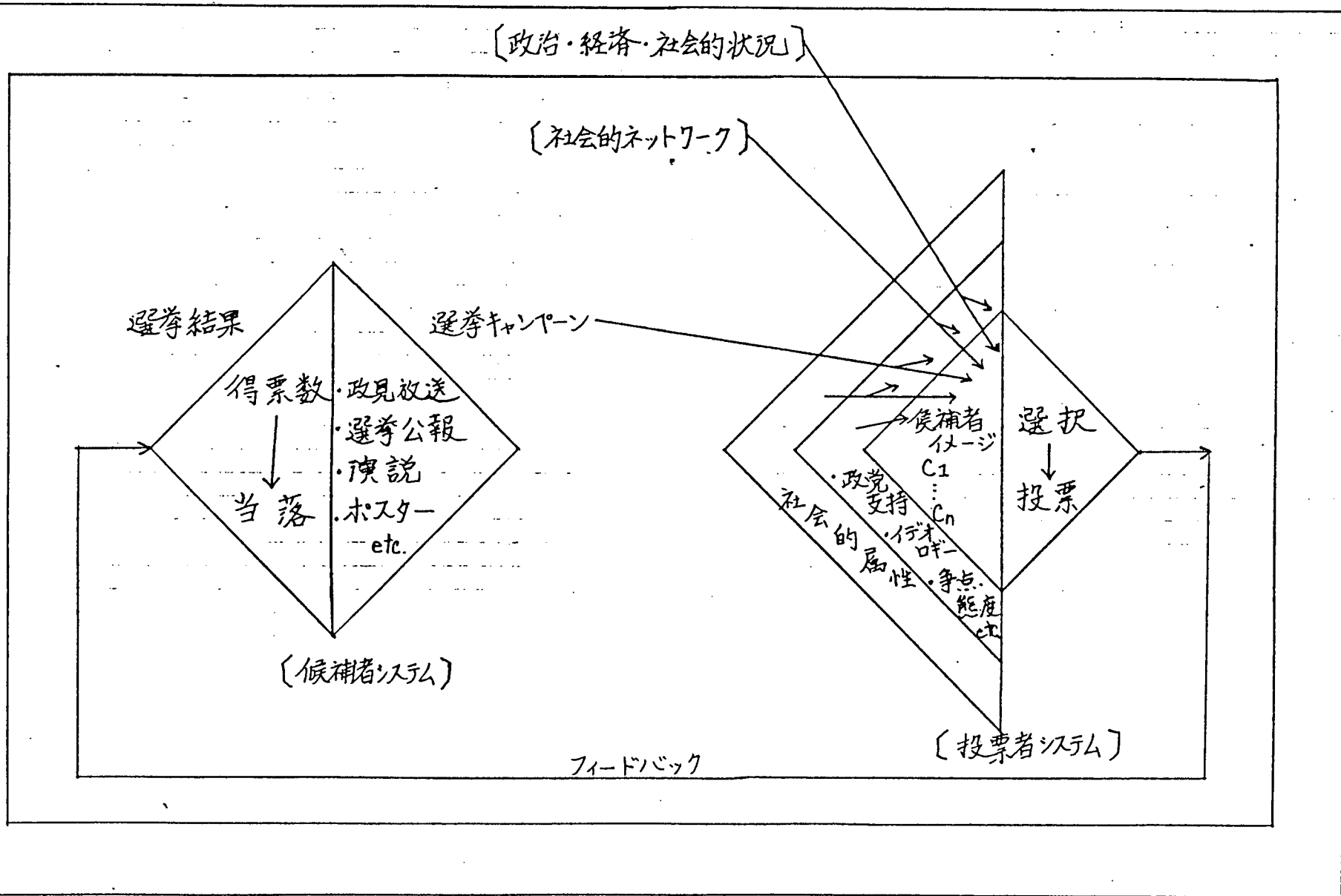
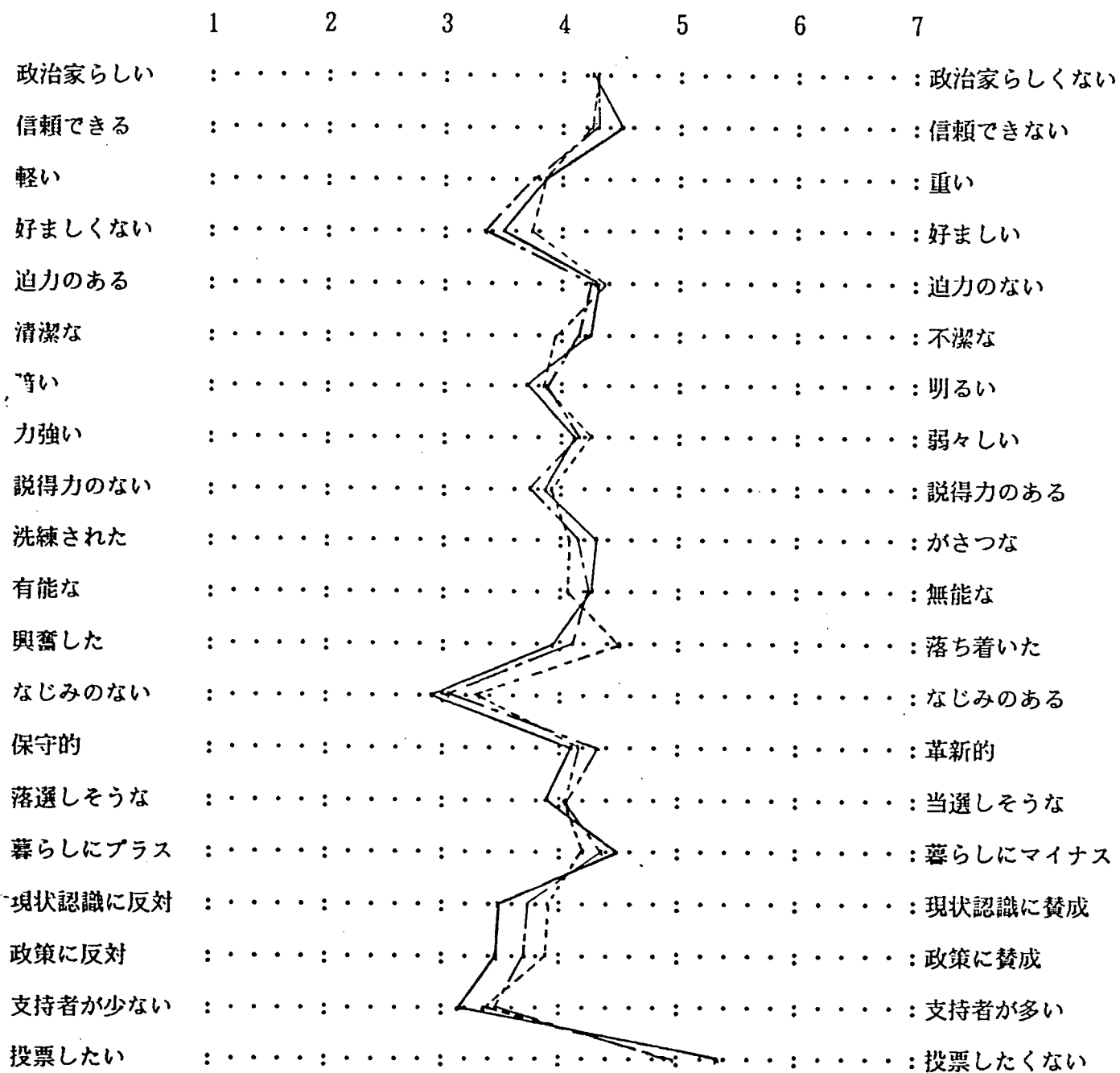
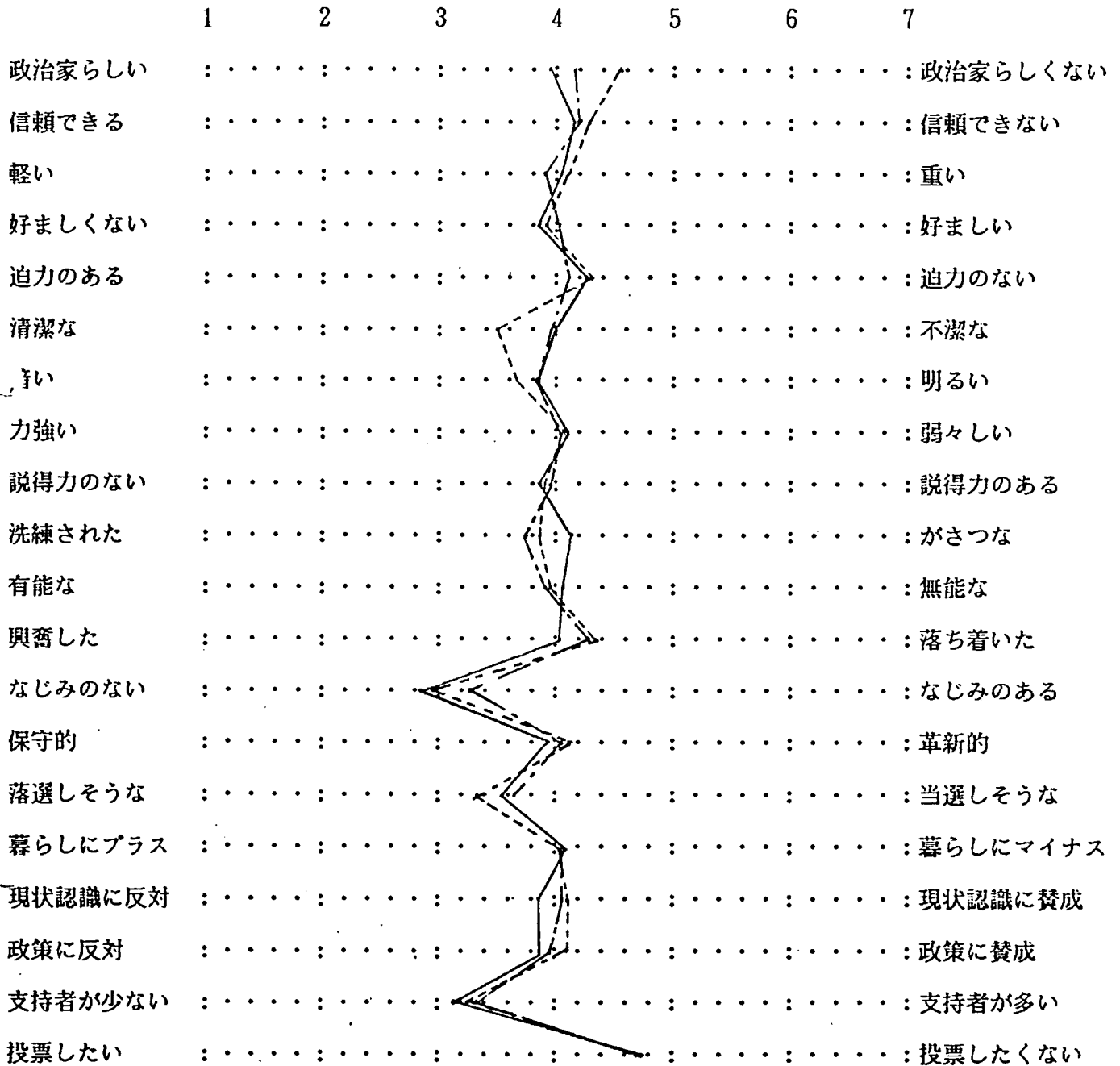


図4・1 池田克也（公明党）のイメージ・プロフィール（“86/86”）



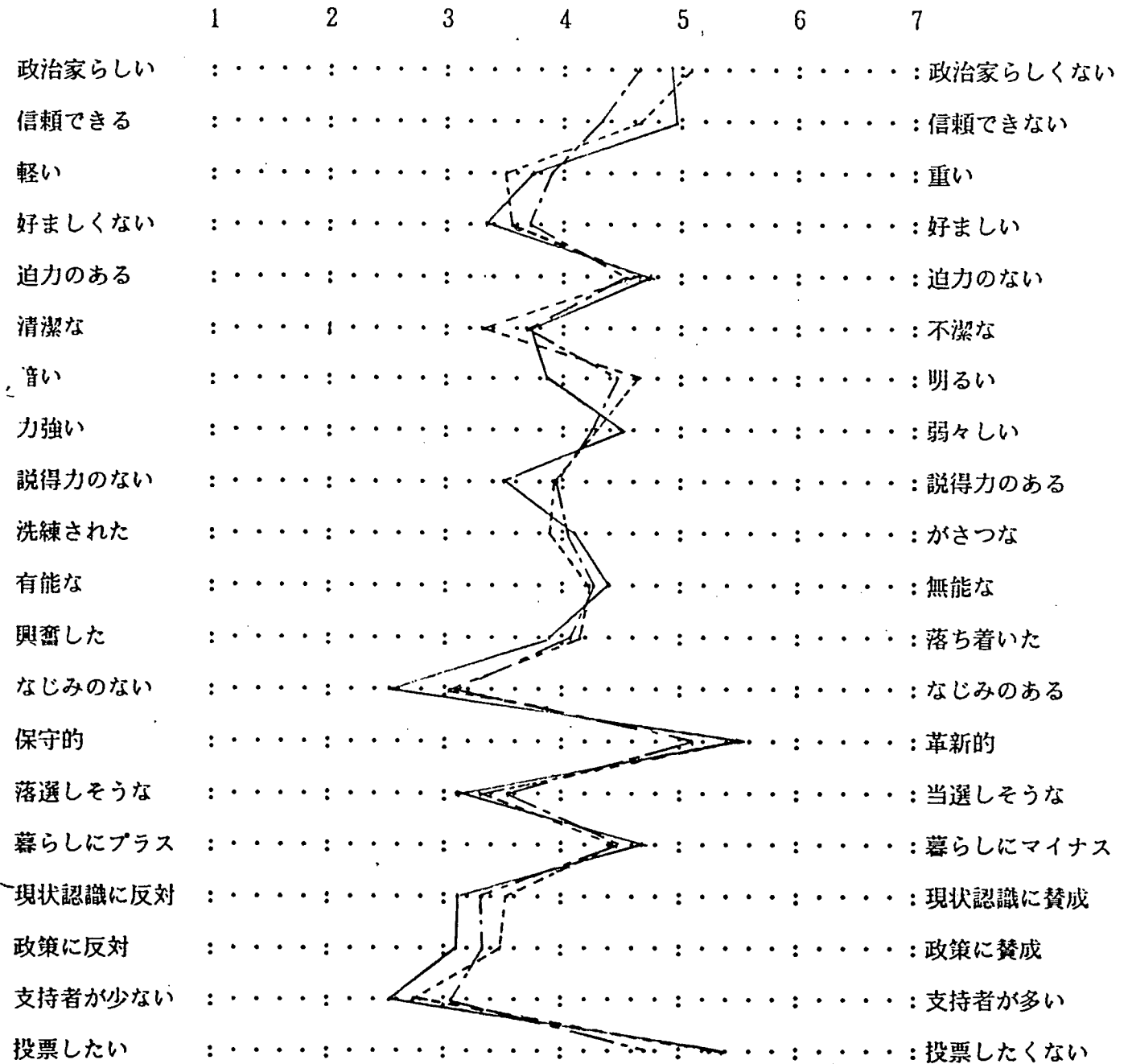
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AN〕条件、-・-は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図4・2 伊藤勢次（民社党）のイメージ・プロフィール（“86/86”）



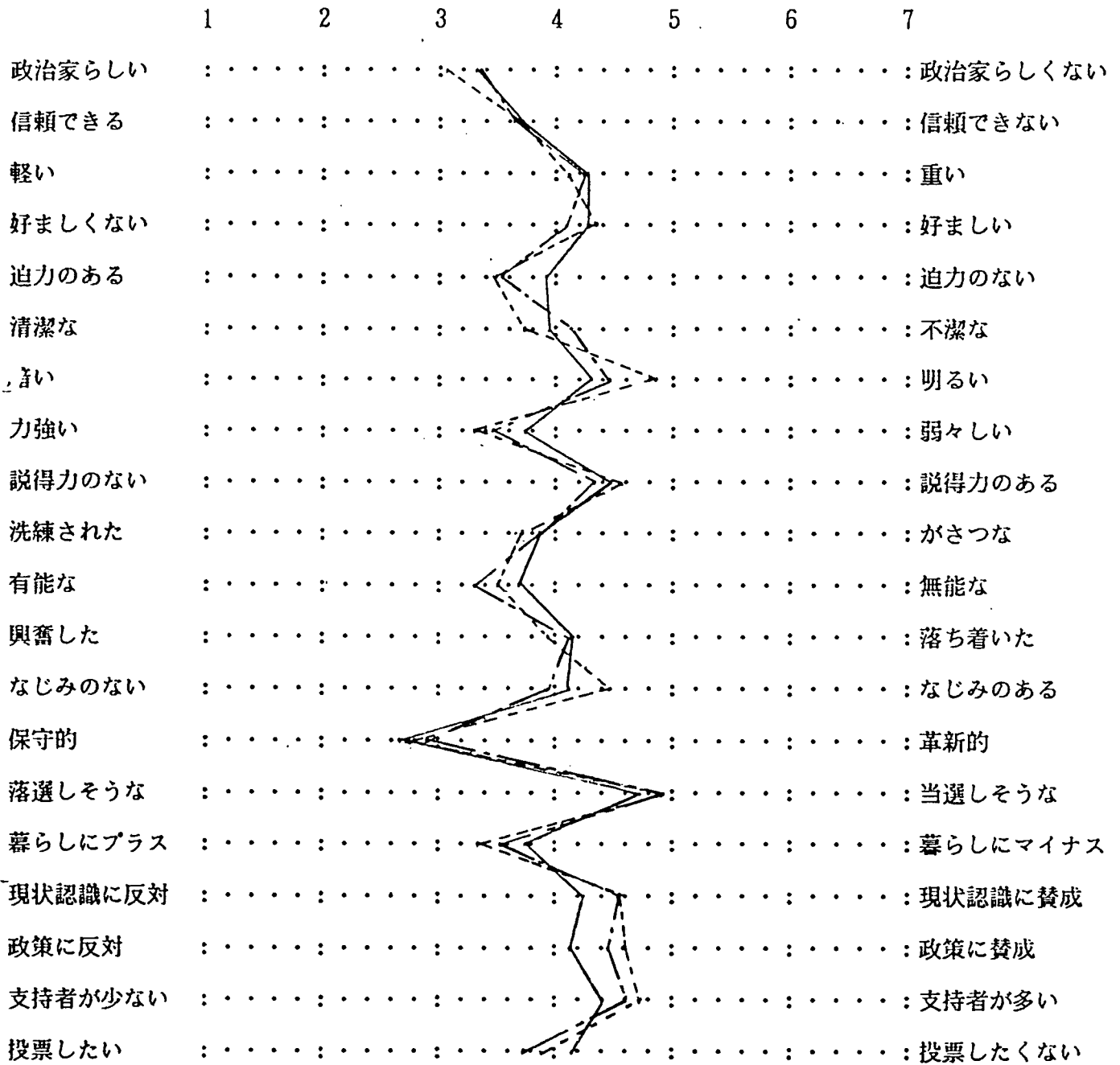
注) 一は〔BA〕条件、---は〔AN〕条件、--は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図4・3 大田みどり（共産党）のイメージ・プロフィール（“86/86”）



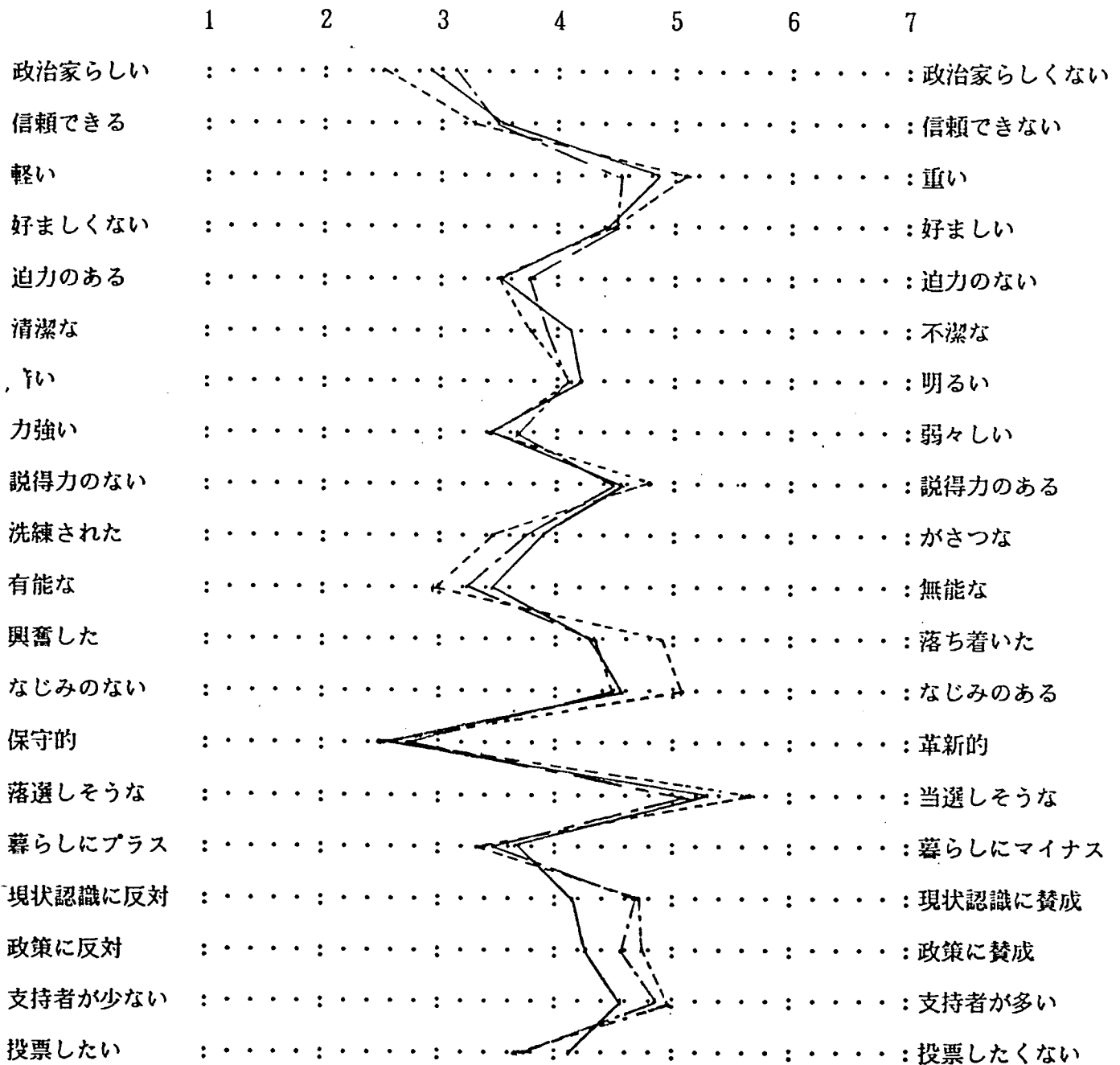
注) —は〔BA〕条件、- -は〔AN〕条件、···は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図4・4 越智通雄（自民党）のイメージ・プロフィール（“86/86”）



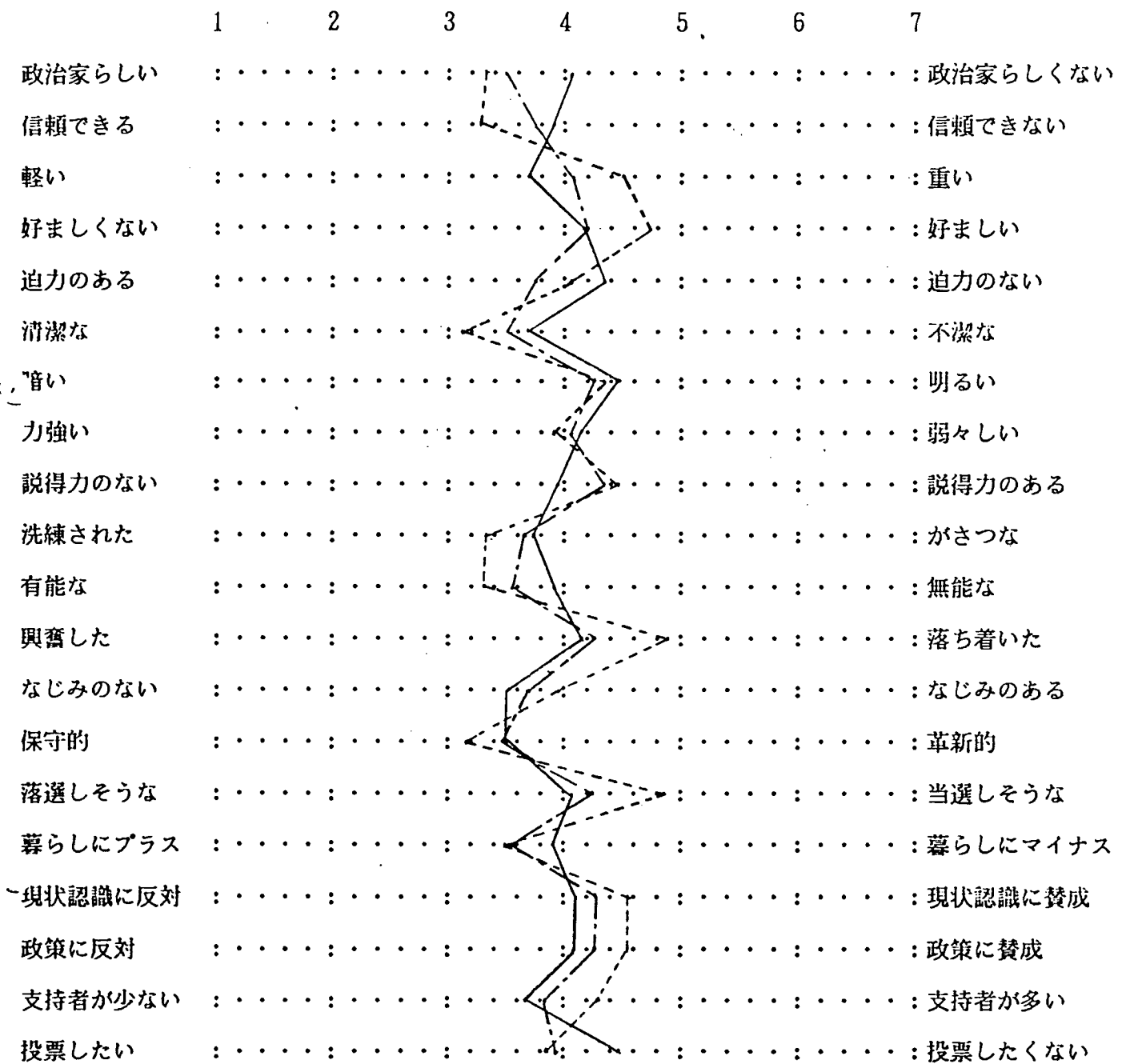
注) 一は〔BA〕条件、---は〔AN〕条件、--は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図4・5 小坂徳三郎（自民党）のイメージ・プロフィール（“86/86”）



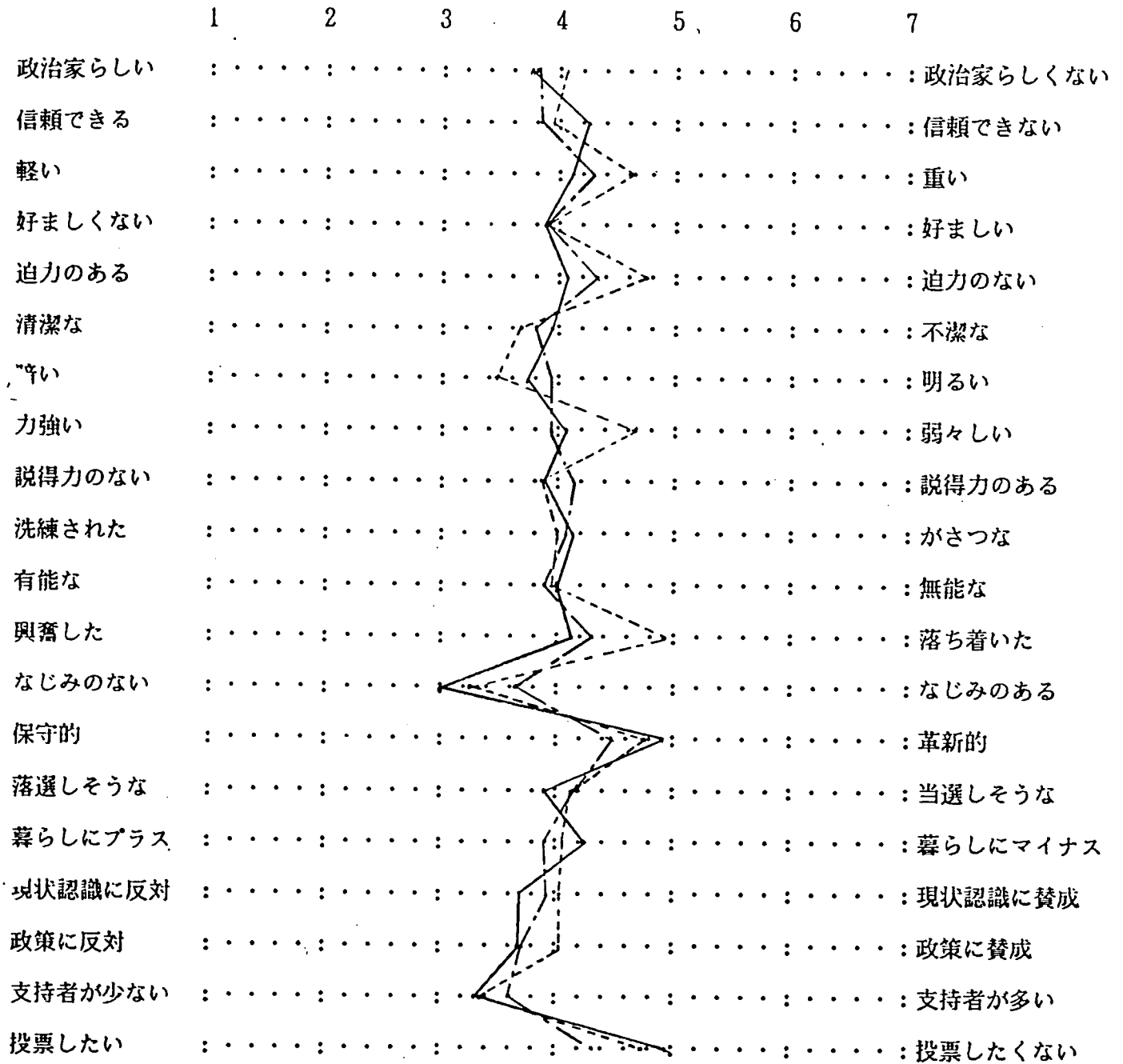
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AN〕条件、---は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図4・6 小杉 隆（新自ク）のイメージ・プロフィール（“86/86”）



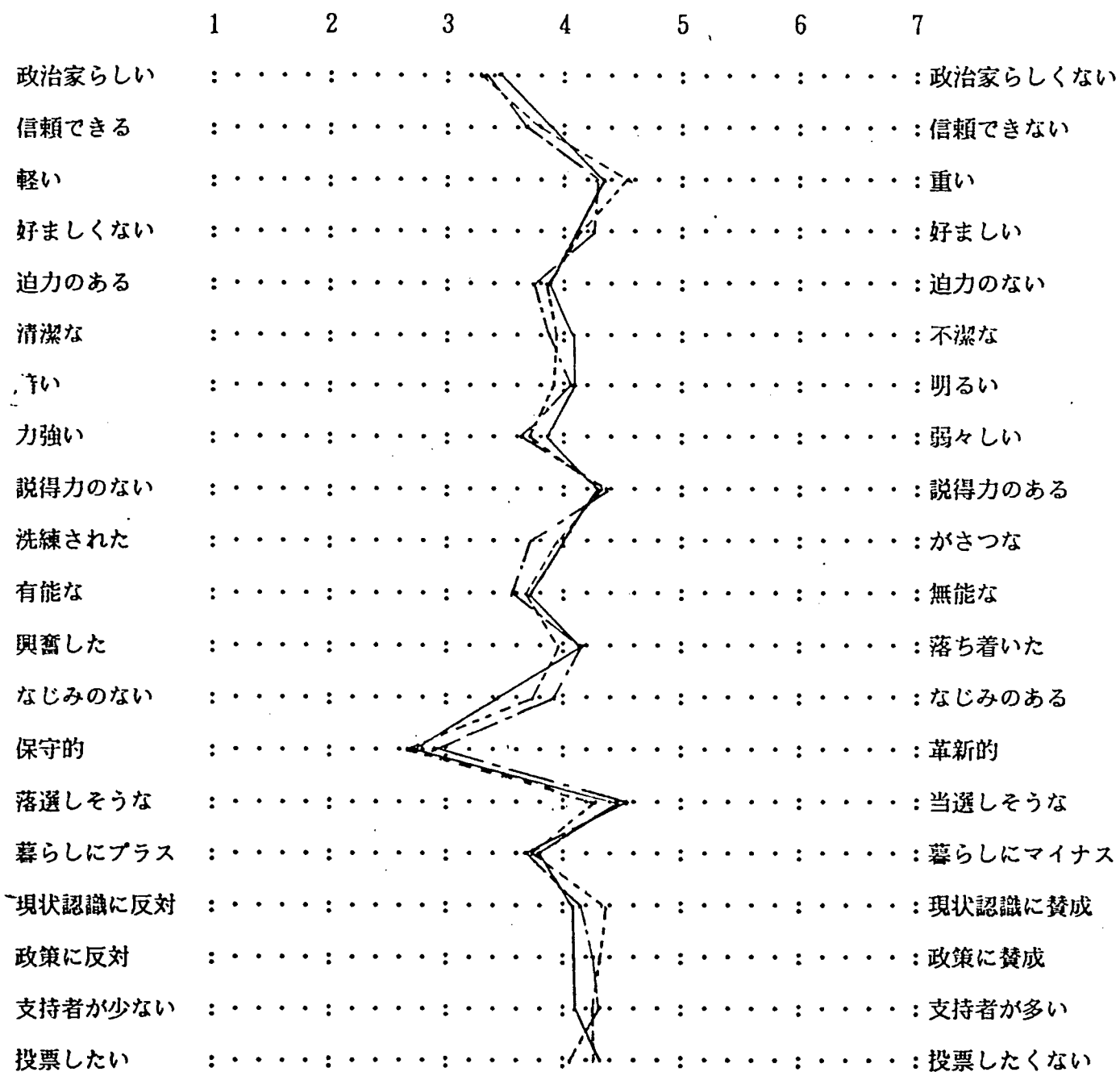
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AN〕条件、...は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図4・7 山本政弘（社会党）のイメージ・プロフィール（“86/86”）



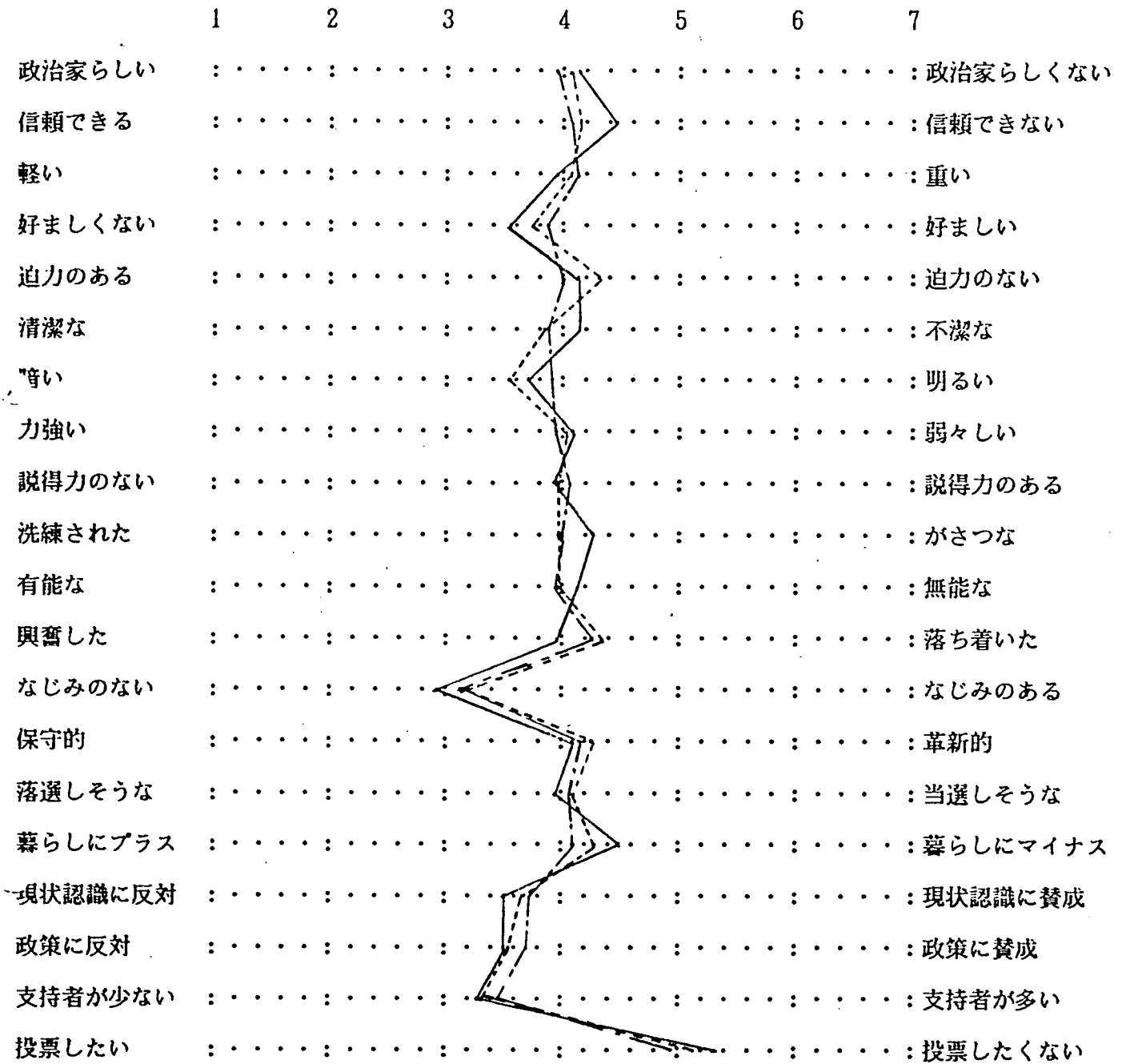
注) 一は〔BA〕条件、---は〔AN〕条件、--は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図4・8 天野公義（自民党）のイメージ・プロフィール（“86/86”）



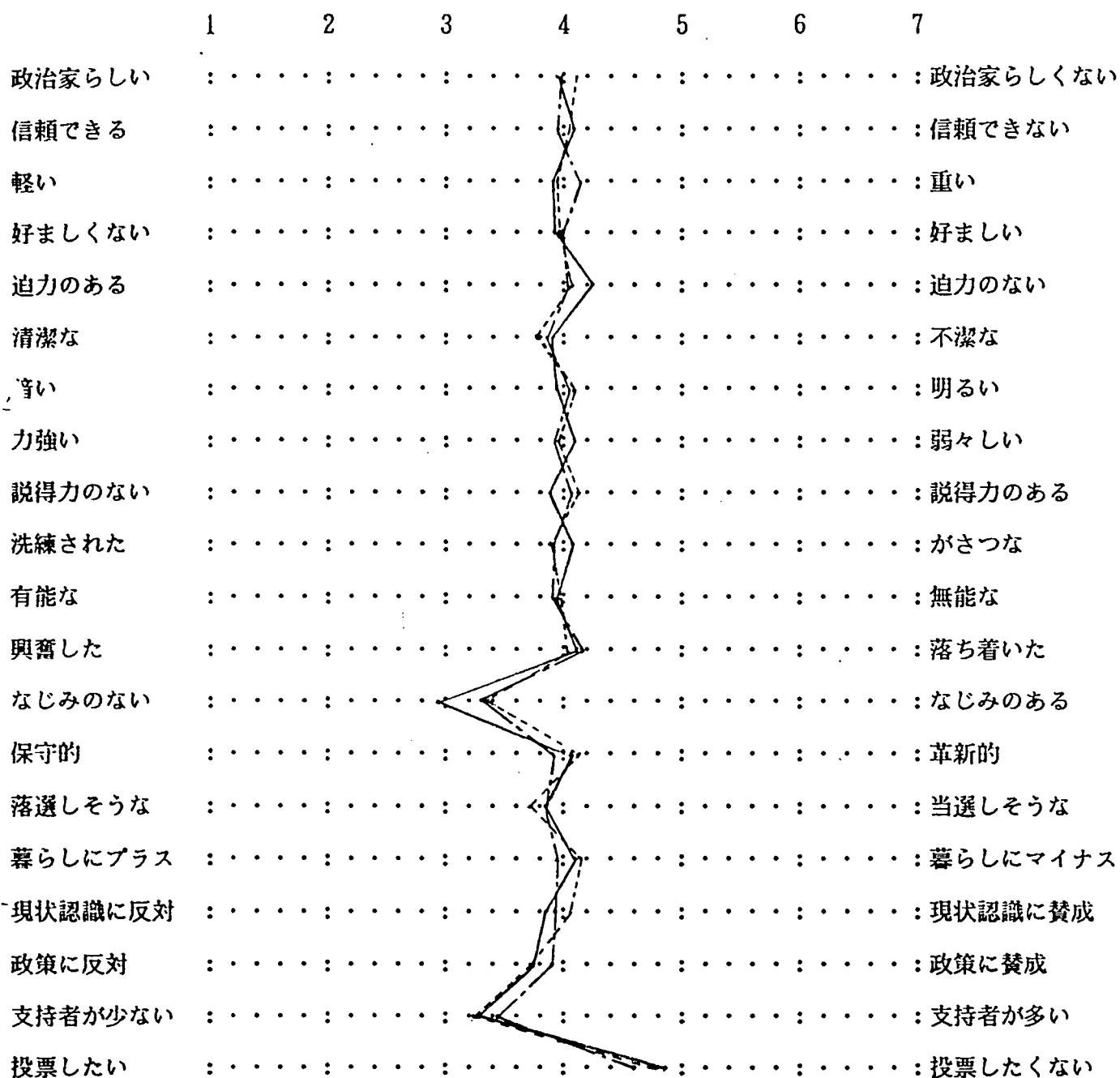
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AN〕条件、---は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図4・9 有島重武（公明党）のイメージ・プロフィール（“86/86”）



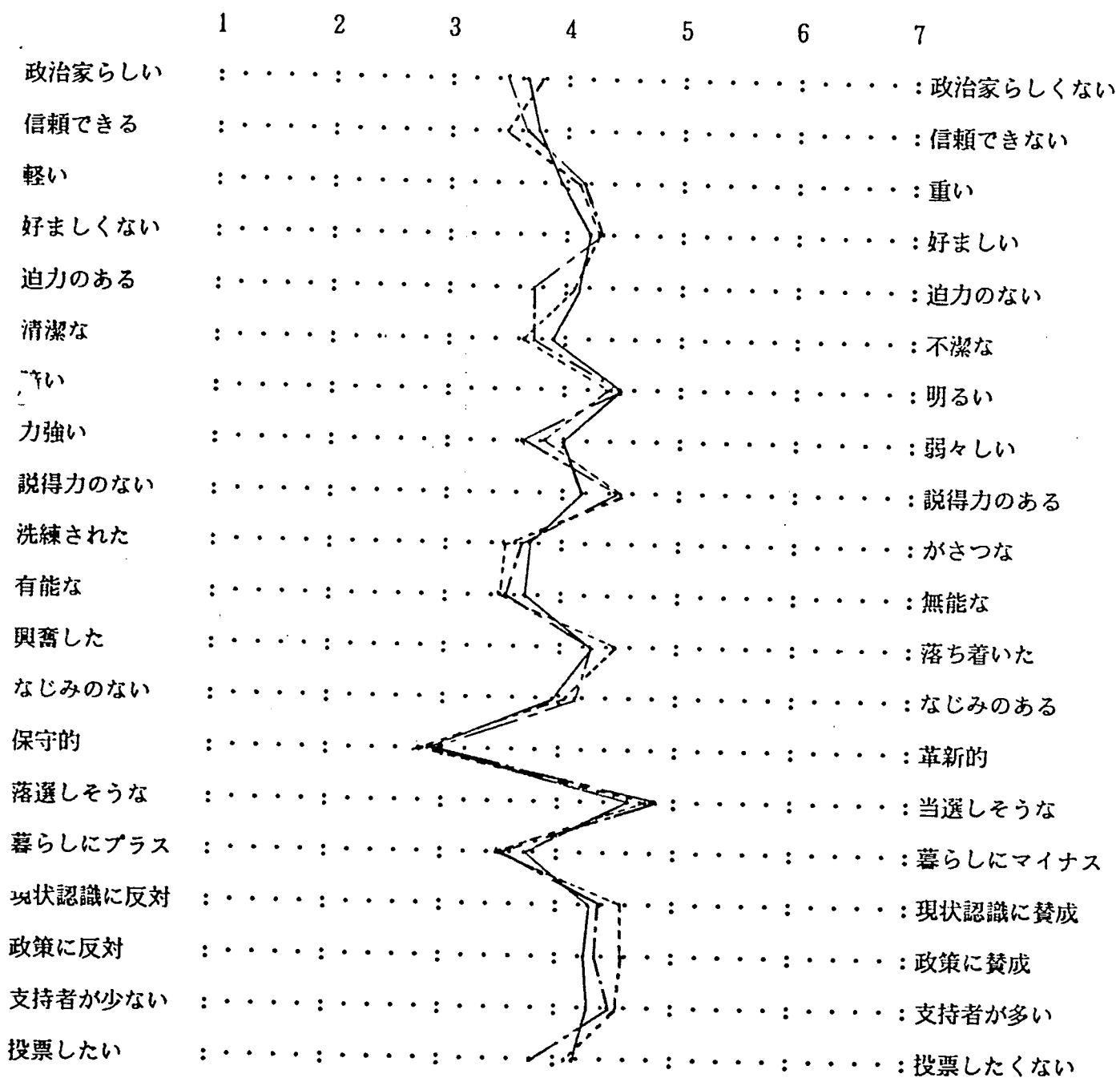
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AN〕条件、--は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図4・10 伊藤昌弘（民社党）のイメージ・プロフィール（'86/86'）



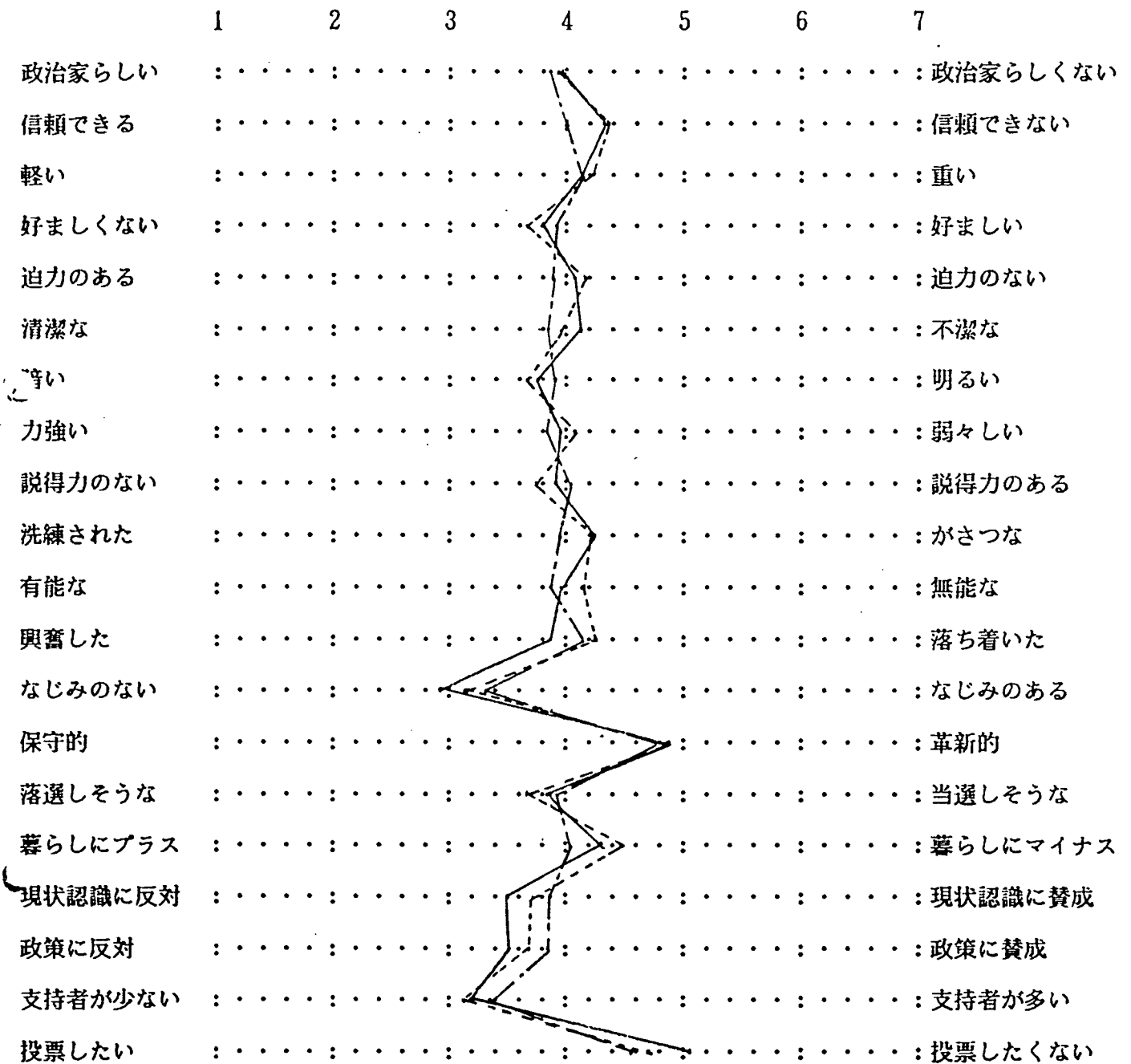
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AN〕条件、-・-は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図4・11 柿沢弘治（自民党）のイメージ・プロフィール（“86/86”）



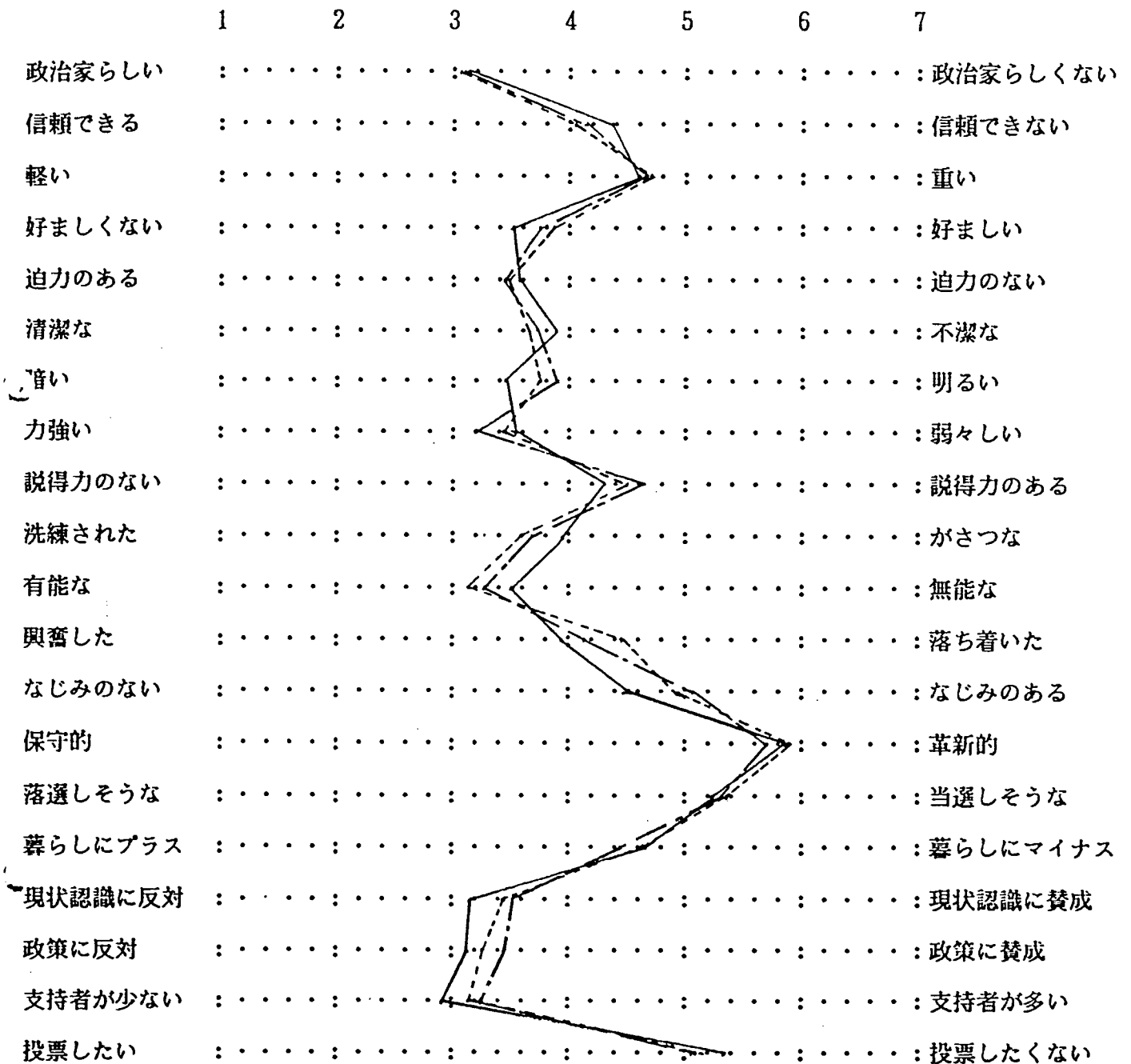
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AN〕条件、-・-は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図4・12 鮫島将夫（社会党）のイメージ・プロフィール（“86/86”）



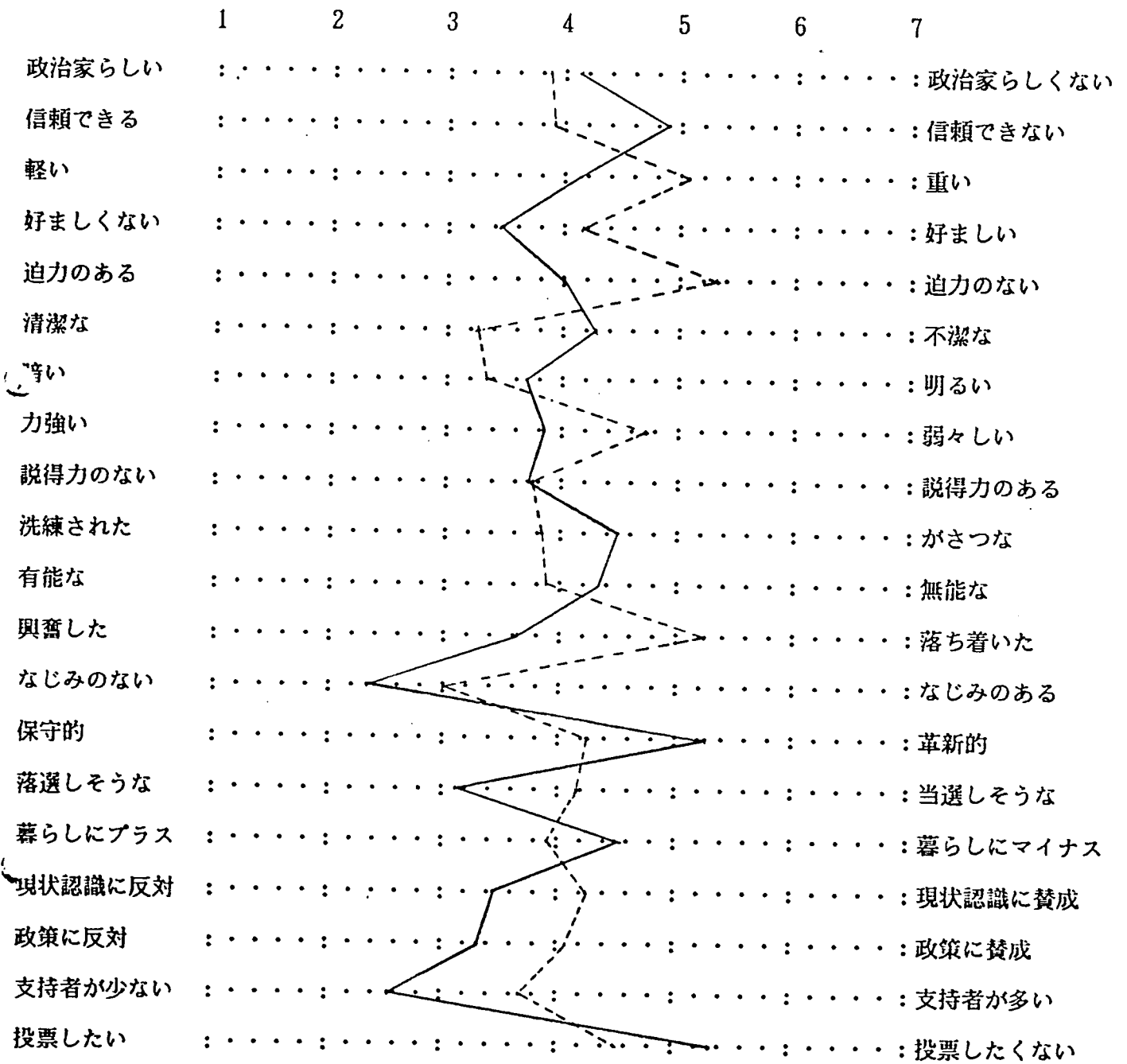
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AN〕条件、-・-は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図4・13 不破哲三（共産党）のイメージ・プロフィール（“86/86”）



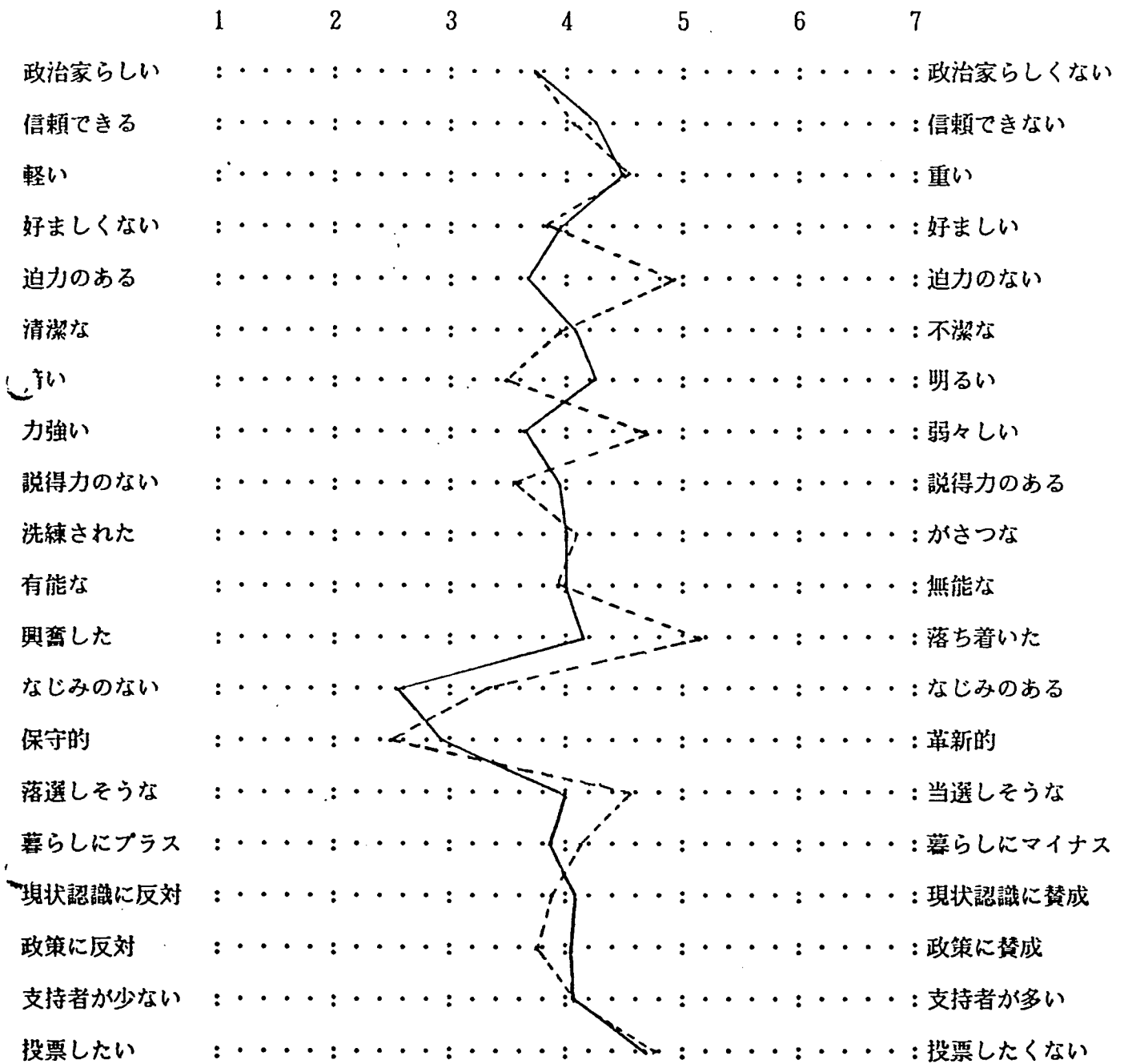
注) 一は〔BA〕条件、---は〔AN〕条件、--は〔AM〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・1 梅津四郎（共産党）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



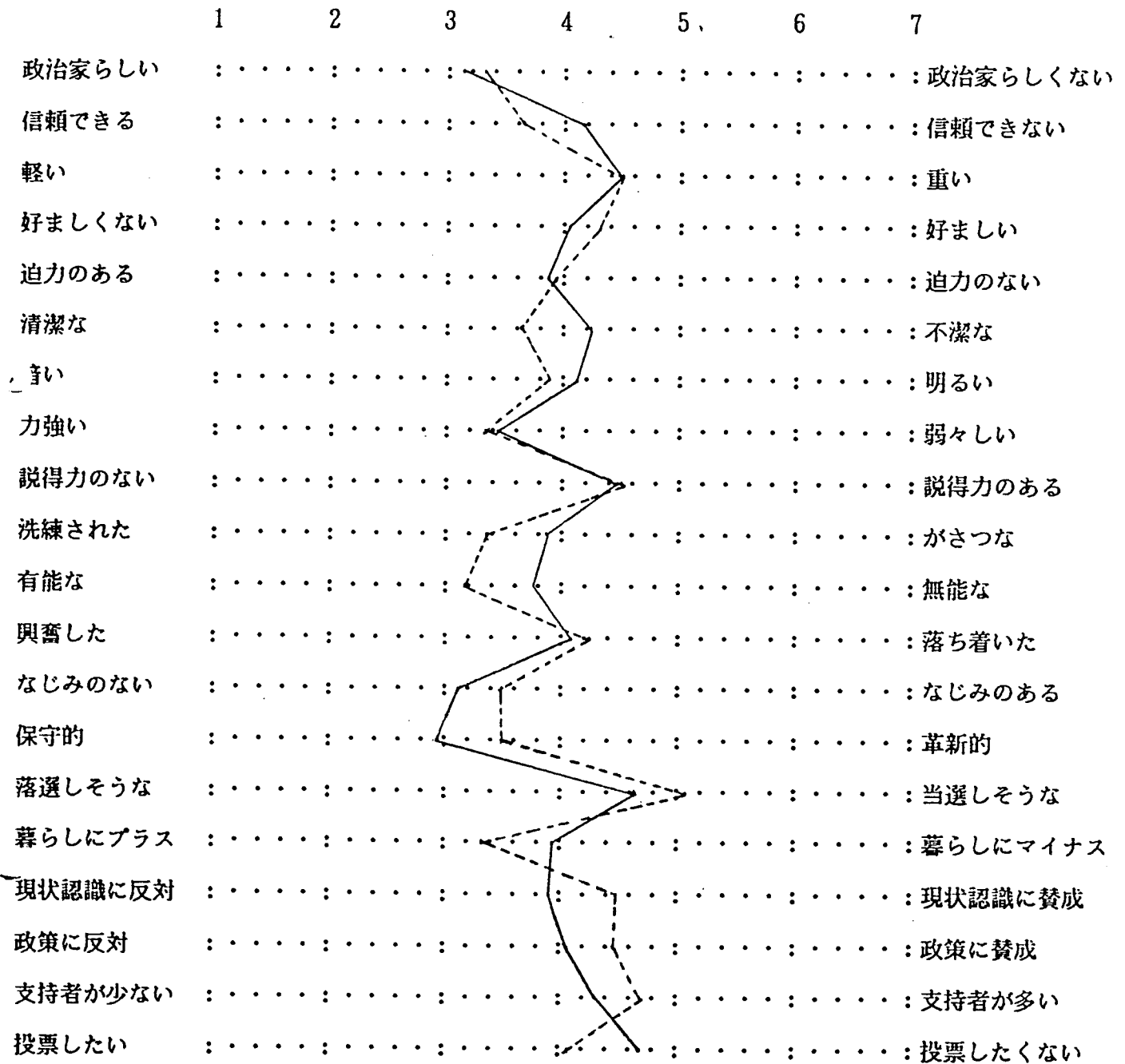
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・2 賀屋興宜（自民党）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



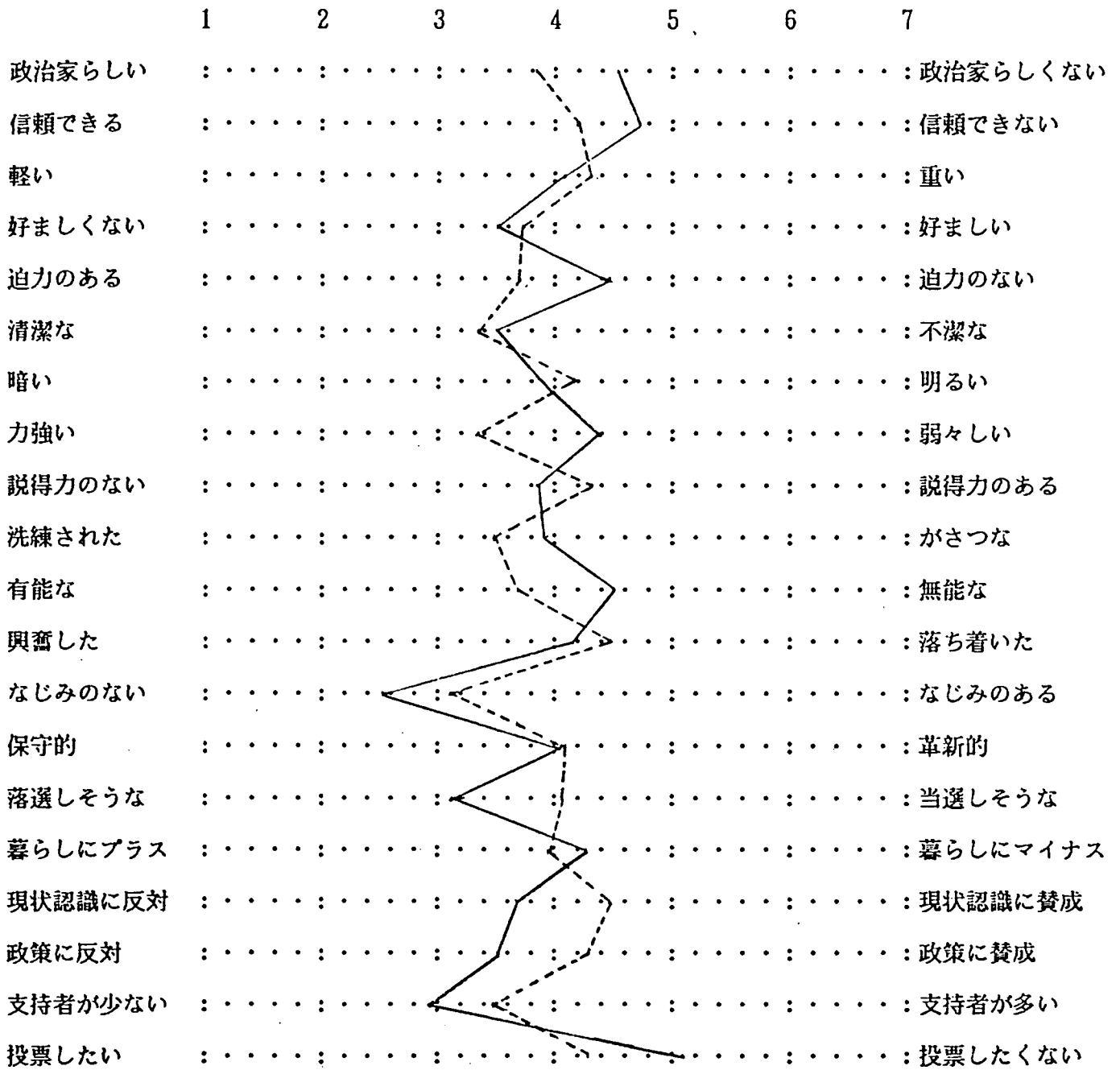
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・3 小坂徳三郎（自民党）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



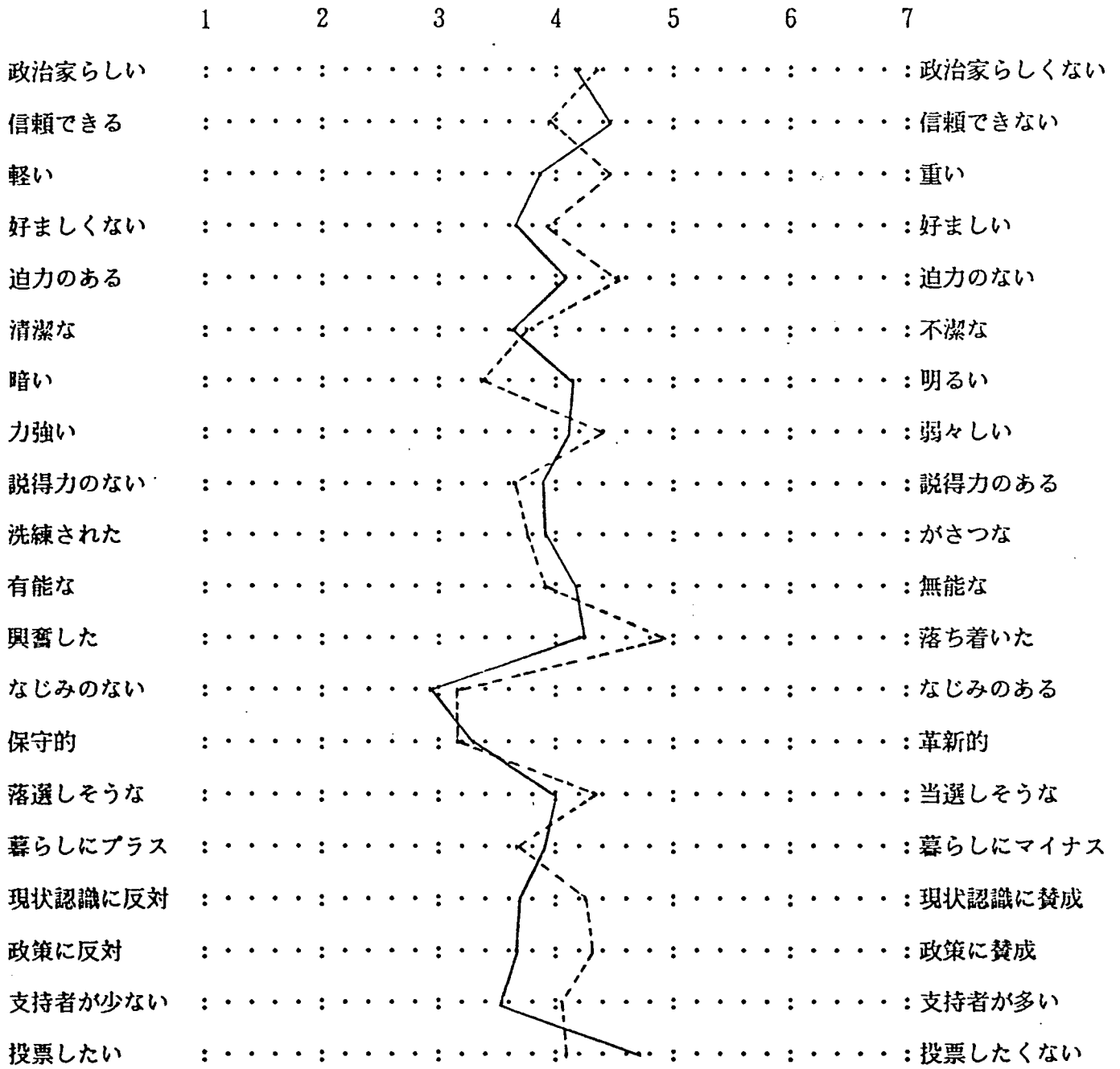
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・4 多田時子（公明党）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



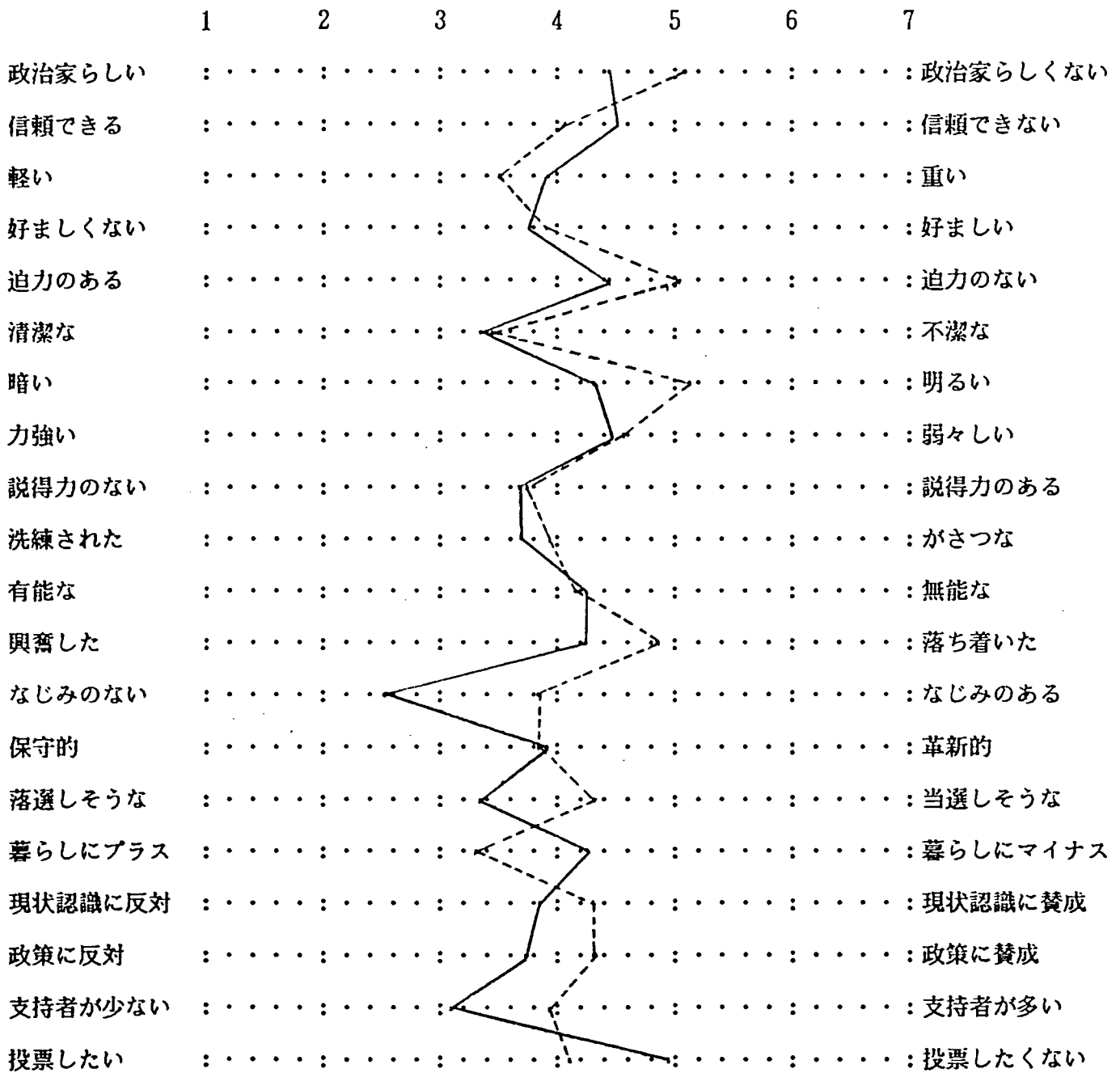
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・5 広川シズエ（自民党）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



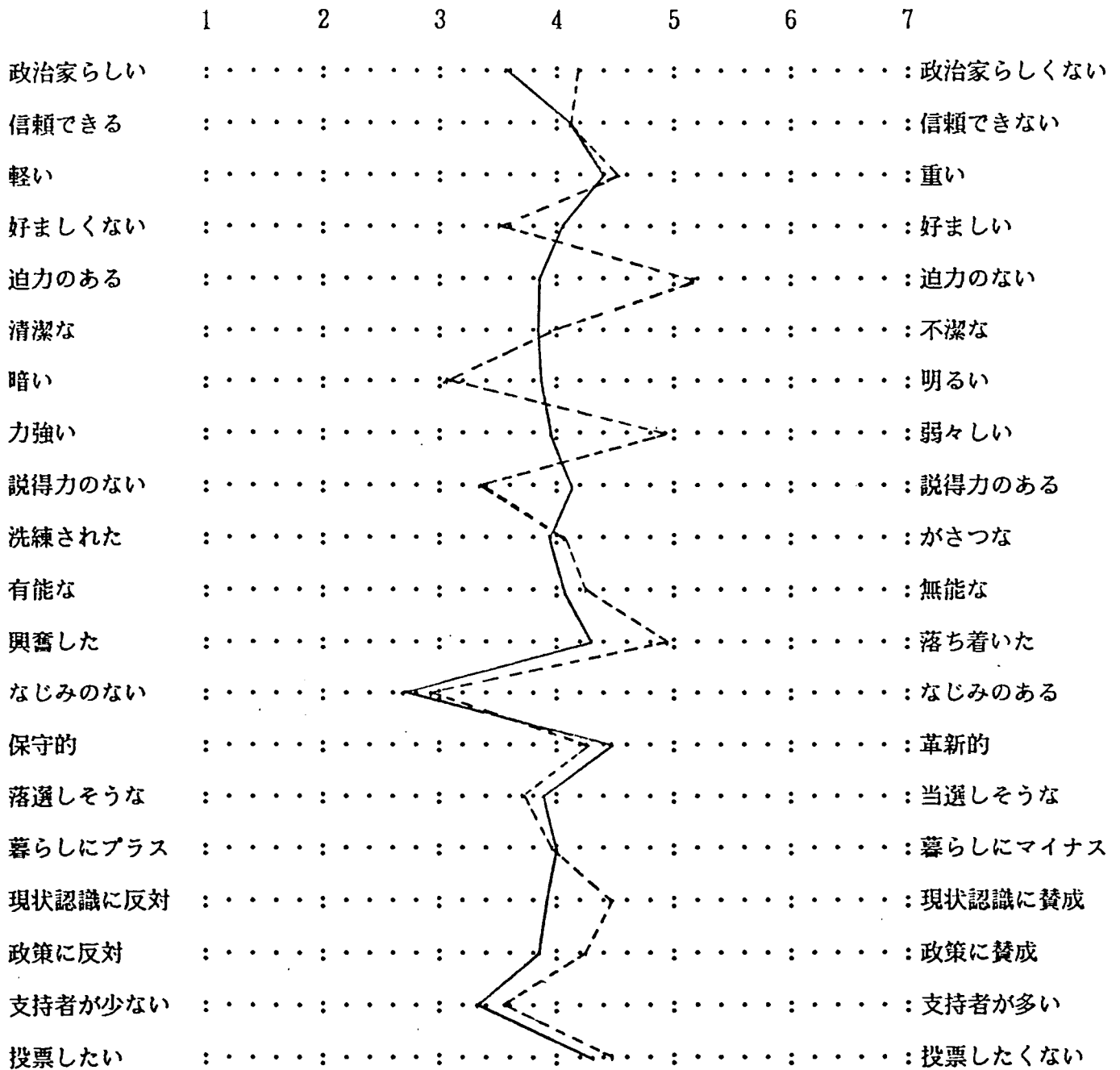
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・6 本島百合子（民社党）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



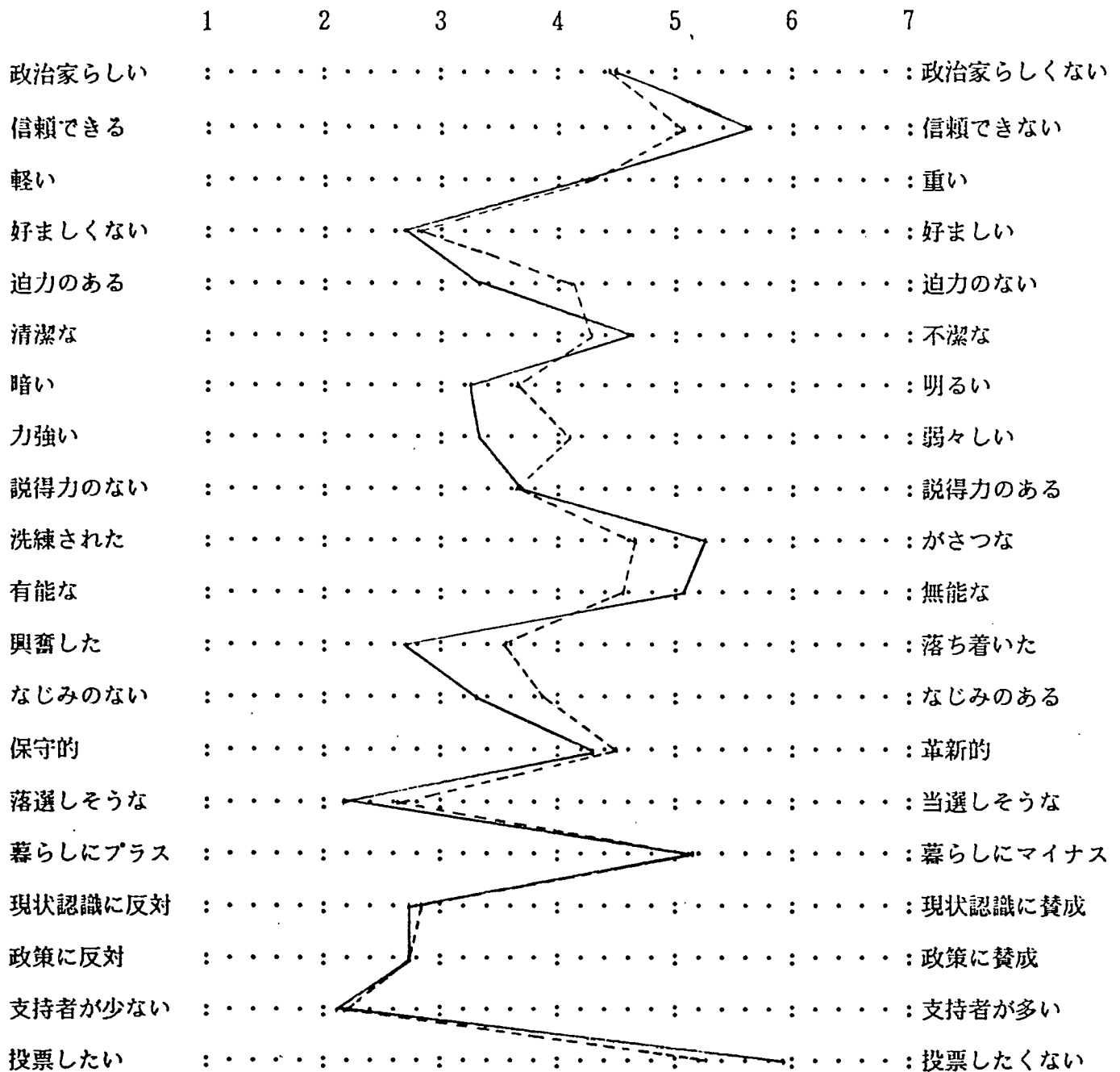
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・7 山本政弘（社会党）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



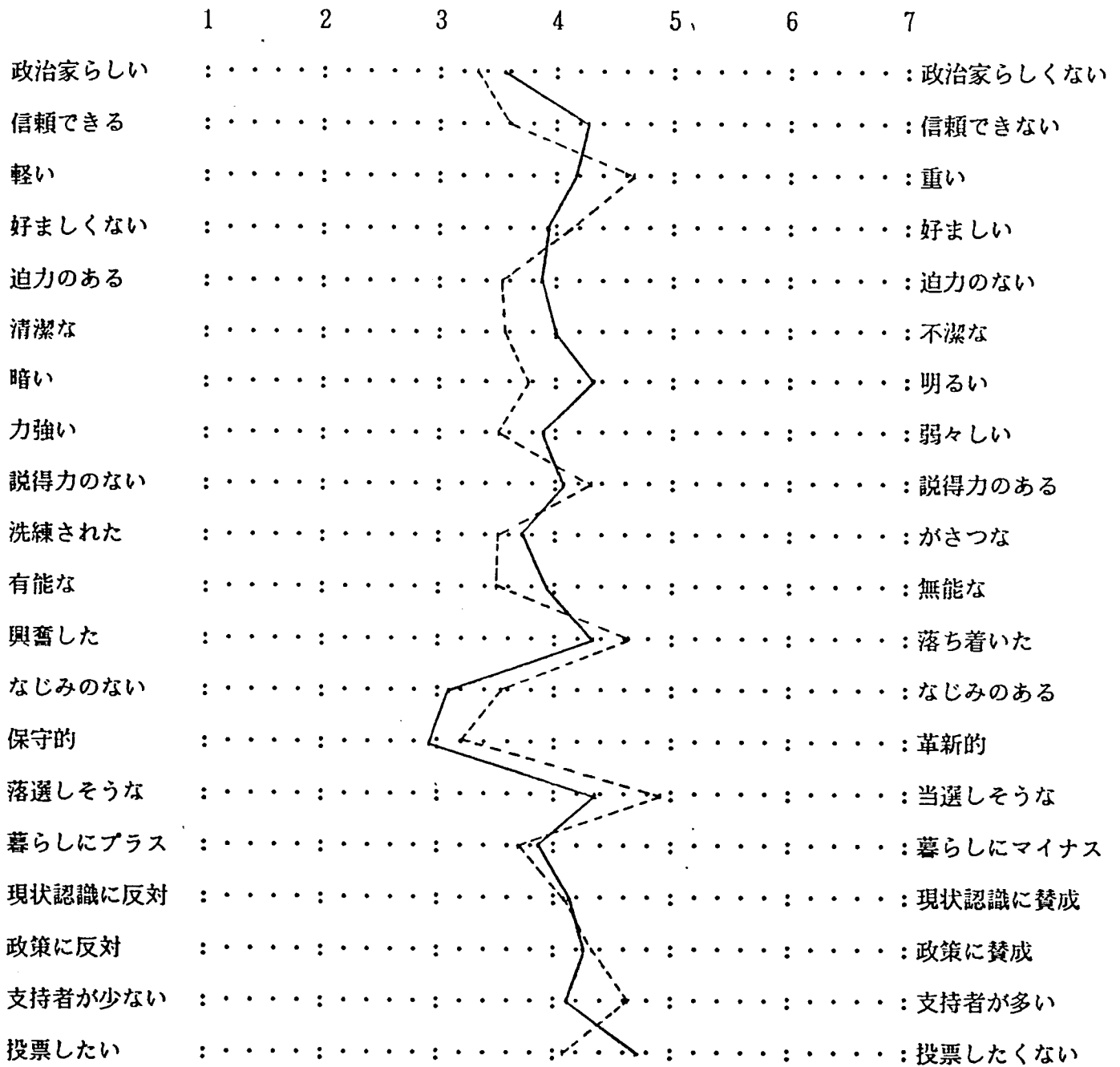
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・8 赤尾 敏（愛国党）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



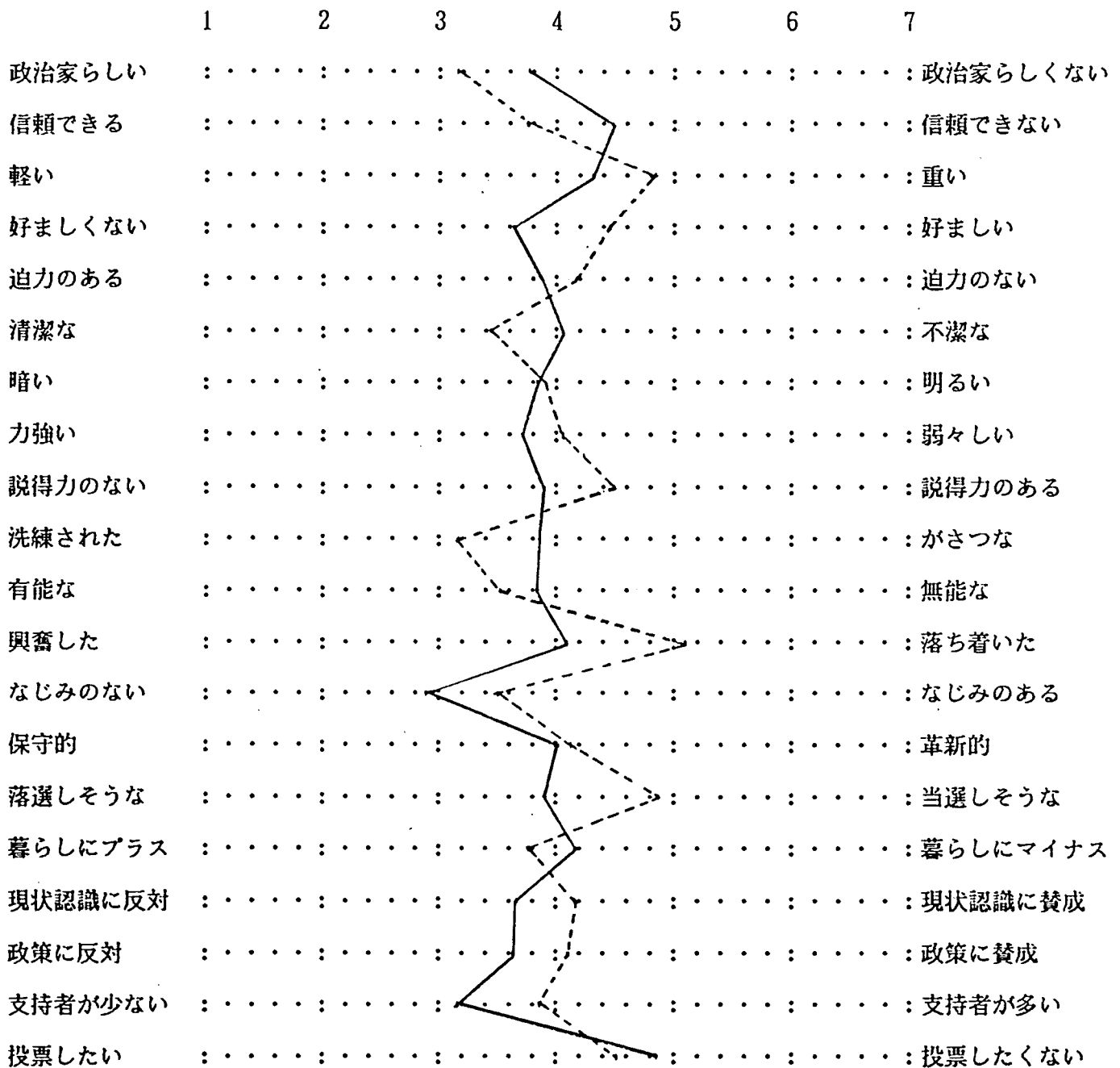
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・9 天野公義（自民党）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



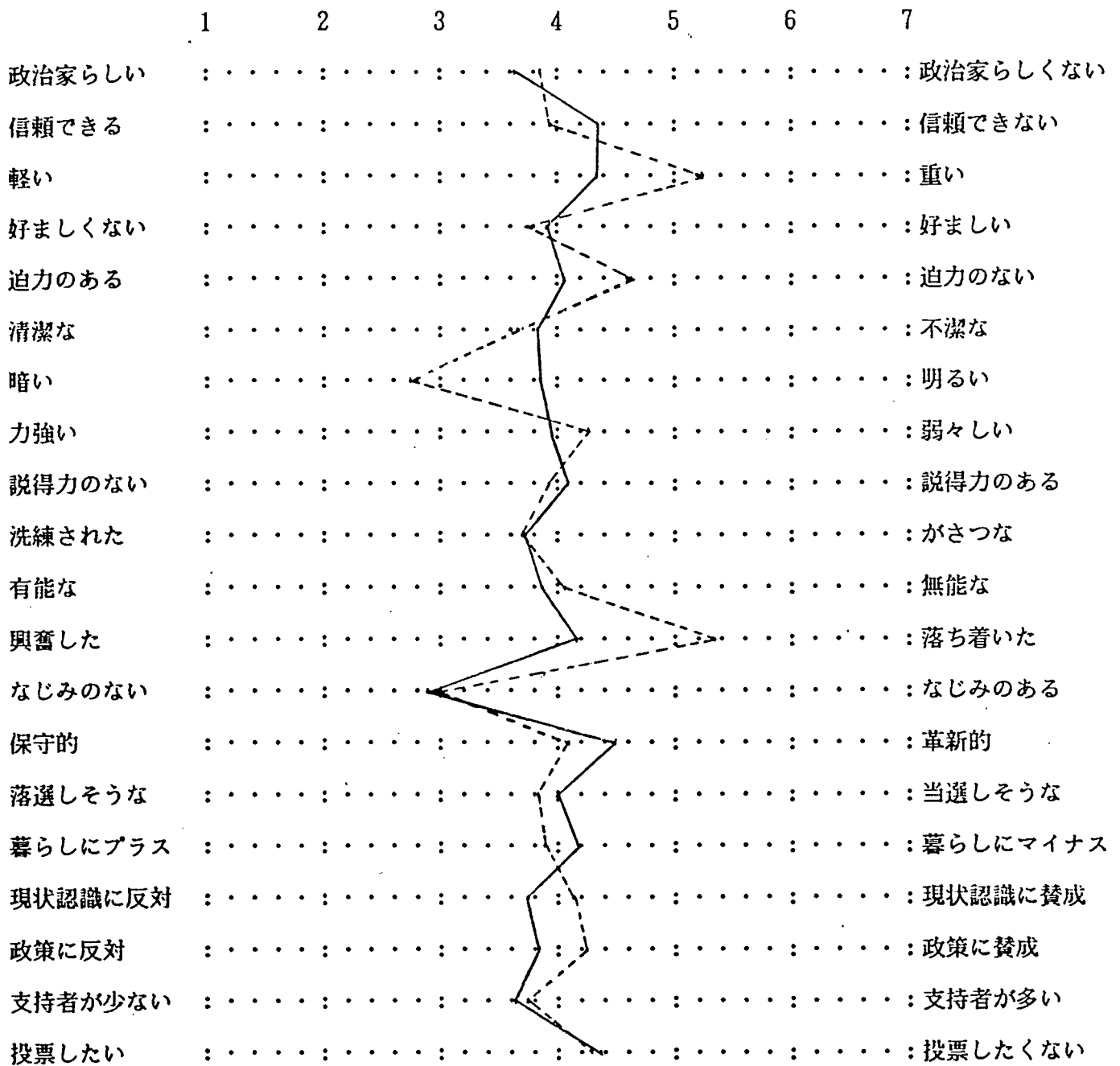
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・10 有島重武（公明党）のイメージ・プロフィール（"69/86"）



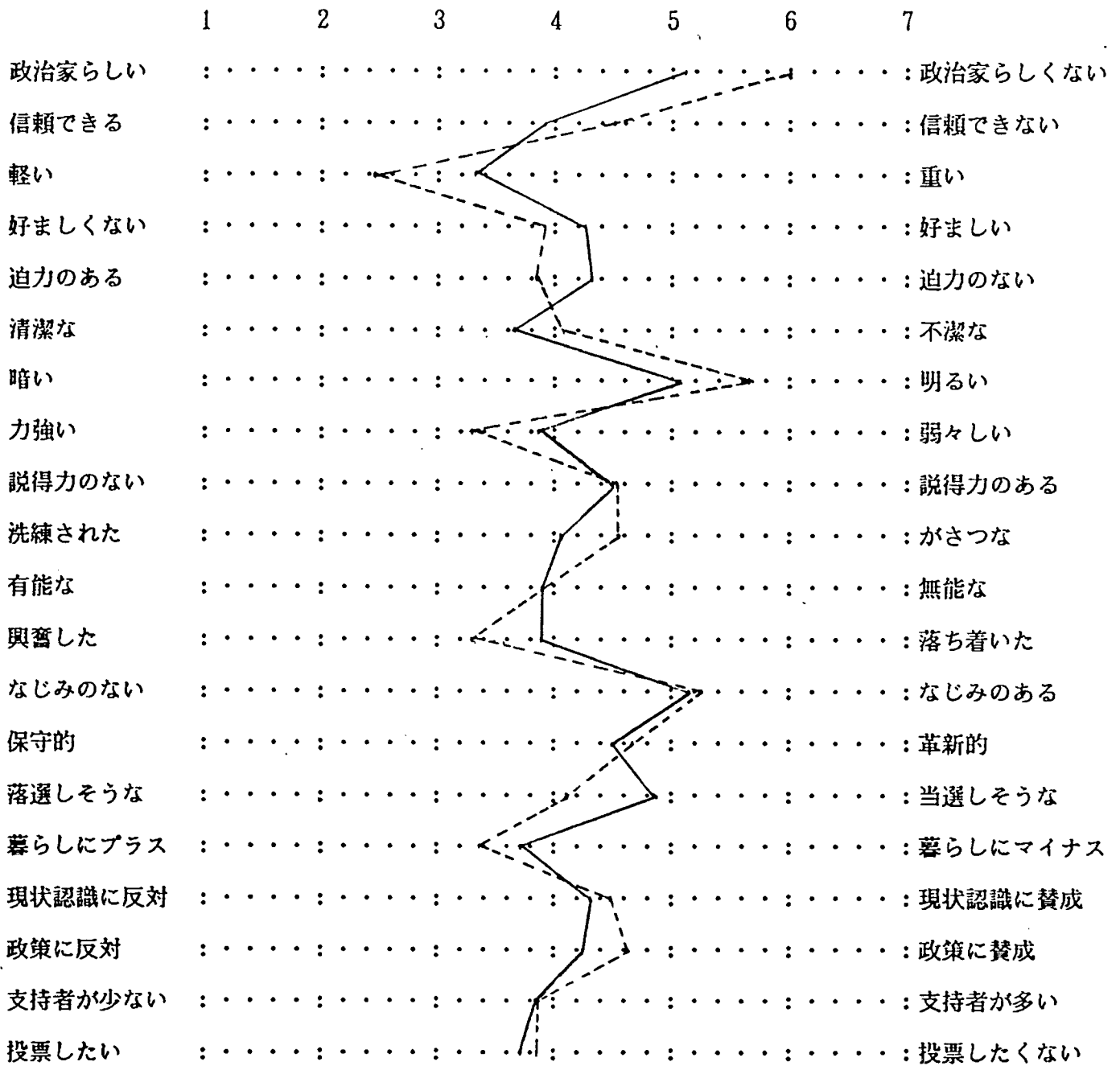
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・11 佐野 進（社会党）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



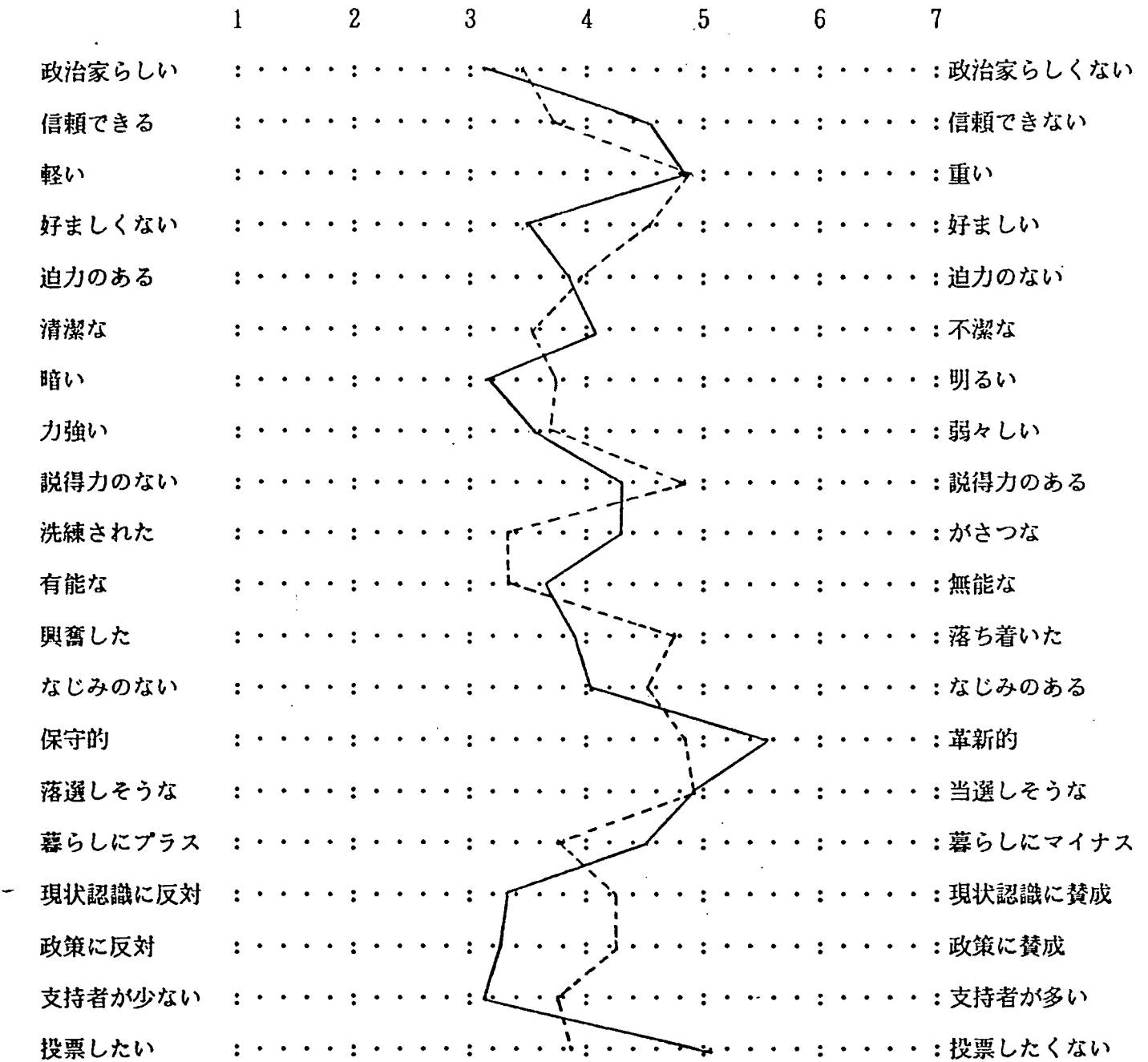
注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・12 野末チンペイ（無所属）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



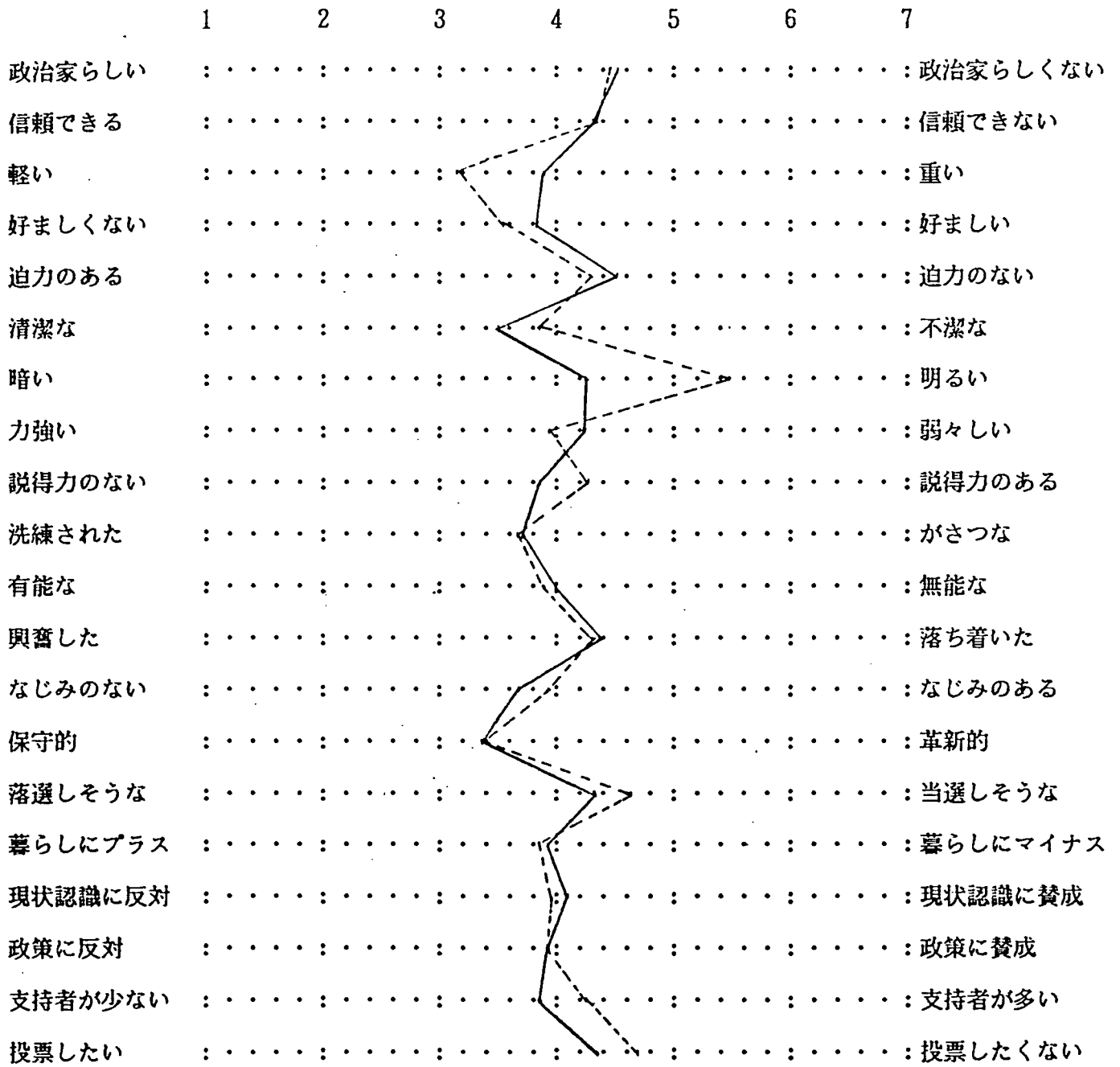
注) —は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・13 不破哲三（共産党）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

図5・14 山口シヅエ（自民党）のイメージ・プロフィール（“69/86”）



注) 一は〔BA〕条件、--は〔AA〕条件の結果をそれぞれ表す。

表1 選挙とイメージに関する3つの視点

| | 視点1 | 視点2 | 視点3 |
|----------------|-------------------|-------------------|-----------------------------------|
| 主として関連する 事象 | 個人の投票行動 | 選挙キャンペーン | 選挙に関する規範的 な評価 |
| 関心の方向 | 実証科学的指向 | 実践的指向 | 評価的指向 |
| 関心の焦点 | 個々の有権者 | コミュニケーション 状況全体 | 政治システム |
| 関心の対象のレベ ル | 個人の社会的行動 | 社会的コミュニケー ション | 社会的制度・システ ム |
| 「文化」との関連 性 | 選挙に関する主体文 化の解明 | 選挙に関する客体文 化の創造 | それ自身として、「 客体文化への指向を 持つ主体文化」 |

表2 投票行動分析の各種アプローチ

| アプローチ | | 内容 | 例 |
|-----------------------|---------------------------------|---|--|
| 外在的要因 からのアプ ローチ | 法的・制度的 アプローチ | 選挙結果を、選挙に関する法的・ 制度的な枠組から説明しようとする。 る。 | デュベルジェ(1970) 三宅(1986) |
| | 政治・経済・ 社会的要因に よるアプロー チ | 政治、経済、社会的な各種指標か ら、投票行動を説明する。 | 猪口(1983) Kiewiet(1983) 小林(1987) |
| | 社会的属性(社会集団)か らのアプロー チ | 階級、階層、職業、宗教、居住形 態などから投票行動を説明する。 | Lazarsfeld et al.(1968) 綿貫(1986a) |
| | 社会的ネット ワーク・アプ ローチ | フォーマルな組織やインフォーマ ルな集団の影響から投票行動を 説明する。 | フラナガン・リチャ ードソン(1980) 高畠(1980) |
| 内在的要因 からのアプ ローチ | 合理的選択ア プローチ | 功利的計算に基づく合理的選択に よって投票行動を説明する。 | ダウンス(1980) Enelow & Hinch (1984) |
| | 社会心理的ア プローチ | 態度、イメージ、価値観といった 社会心理学的変数によって投票行 動を説明する。 | Campbell et al. (1960) 田中(1974d) |

表 3・1 1969年総選挙における東京3区の候補者と得票数(率)

| 候補者 | 得票数 | 相対得票率(%) |
|-------------|-------|----------|
| ☆小坂徳三郎(自・新) | 94209 | 21.5 |
| ☆多田 時子(公・新) | 67543 | 15.4 |
| ☆山本 政弘(社・前) | 66084 | 15.1 |
| ☆賀屋 興宣(自・前) | 63527 | 14.5 |
| 本島百合子(民・前) | 59625 | 13.6 |
| 梅津 四郎(共・新) | 55473 | 12.7 |
| 広川シズエ(自・前) | 30923 | 7.1 |
| 石戸 薫(無・新) | 555 | 0.1 |
| 麦谷 一雄(諸・新) | 180 | 0.0 |

有効投票数 438119 投票率 58.55%

☆は当選を示す

表3・2 1969年総選挙における東京6区の候補者と得票数(率)

| 候補者 | 得票数 | 相対得票率(%) |
|-------------|-------|----------|
| ☆有島 重武(公・前) | 69662 | 19.0 |
| ☆天野 公義(自・前) | 67696 | 18.5 |
| ☆山口シヅエ(自・前) | 58276 | 15.9 |
| ☆不破 哲三(共・新) | 52860 | 14.4 |
| 佐野 進(社・前) | 46964 | 12.8 |
| 山田 正明(無・新) | 35573 | 9.7 |
| 野末チンペイ(無・新) | 31033 | 8.5 |
| 赤尾 敏(諸・元) | 2277 | 0.6 |
| 有田 正憲(諸・新) | 567 | 0.2 |
| 久保 義一(無・新) | 483 | 0.1 |
| 明石 貞治(無・新) | 312 | 0.1 |
| 手塚 恒雄(諸・新) | 242 | 0.1 |

有効投票数 365945 投票率 60.56%

☆は当選を示す

表4・1 1986年総選挙における東京3区の候補者と得票数(率)

| 候補者 | 得票数 | 相対得票率(%) |
|-------------|--------|----------|
| ☆越智 通雄(自・元) | 103413 | 21.6 |
| ☆小杉 隆(ク・前) | 78362 | 16.4 |
| ☆小坂徳三郎(自・前) | 76746 | 16.0 |
| ☆池田 克也(公・前) | 74143 | 15.5 |
| 山本 政弘(社・前) | 73280 | 15.3 |
| 大田みどり(共・新) | 48250 | 10.1 |
| 伊藤 勢次(民・新) | 24184 | 5.1 |

有効投票数 478378 投票率 59.40%

☆は当選を示す

表4・2 1986年総選挙における東京6区の候補者と得票数(率)

| 候補者 | 得票数 | 相対得票率(%) |
|-------------|-------|----------|
| ☆柿沢 弘治(自・前) | 89166 | 23.5 |
| ☆有島 重武(公・前) | 72250 | 19.1 |
| ☆不破 哲三(共・前) | 70120 | 18.5 |
| ☆天野 公義(自・元) | 62224 | 16.4 |
| 伊藤 昌弘(民・前) | 60191 | 15.9 |
| 鮫島 将夫(社・新) | 24725 | 6.5 |

有効投票数 378676 投票率 64.44%

☆は当選を示す

表5 1986年総選挙における東京3区及び6区の政見放送スケジュール

東京3区

| | | | | | | | | | |
|----------|-------|-----|----|----|----|----|----|----|----|
| 6月27日(金) | 13:25 | NHK | 山本 | 大田 | 小杉 | 越智 | 小坂 | 池田 | 伊藤 |
| 6月27日(金) | 22:00 | NHK | 山本 | 大田 | 小杉 | 越智 | 小坂 | 池田 | 伊藤 |
| 6月28日(土) | 5:11 | TBS | 池田 | 越智 | 山本 | 大田 | 伊藤 | 小杉 | 小坂 |

東京6区

| | | | | | | | | |
|----------|-------|-------|----|----|----|----|----|----|
| 6月25日(水) | 13:25 | NHK | 有島 | 伊藤 | 柿沢 | 鮫島 | 不破 | 天野 |
| 6月25日(水) | 22:00 | NHK | 有島 | 伊藤 | 柿沢 | 鮫島 | 不破 | 天野 |
| 6月27日(金) | 5:50 | テレビ朝日 | 柿沢 | 天野 | 伊藤 | 鮫島 | | |
| 6月28日(土) | 5:50 | テレビ朝日 | 不破 | 有島 | | | | |

表6 被験者の性別×年齢 (“86/86”)

| 年齢 | 男性 | | 女性 | | 計 | |
|-------|-----|--------|-----|--------|-----|---------|
| | n | (%) | n | (%) | n | (%) |
| ~19 | 32 | (7.7) | 34 | (8.2) | 66 | (15.9) |
| 20~29 | 81 | (19.6) | 48 | (11.6) | 129 | (31.2) |
| 30~39 | 1 | (0.2) | 1 | (0.2) | 2 | (0.4) |
| 40~49 | 20 | (4.8) | 71 | (17.2) | 91 | (22.0) |
| 50~59 | 77 | (18.6) | 42 | (10.2) | 119 | (28.8) |
| 60~ | 5 | (1.2) | 0 | (0.0) | 5 | (1.2) |
| NA | 0 | (0.0) | 1 | (0.2) | 1 | (0.2) |
| 計 | 216 | (52.3) | 197 | (47.7) | 413 | (100.0) |

表7 被験者の性別×職業（“86/86”）

| 職業 | 男性 | | 女性 | | 計 | |
|-----------------|-----|--------|-----|--------|-----|---------|
| | n | (%) | n | (%) | n | (%) |
| 商工業・サービス業経営 | 18 | (4.4) | 1 | (0.2) | 19 | (4.6) |
| 商工業・サービス業の家族従業者 | 1 | (0.2) | 6 | (1.5) | 7 | (1.7) |
| 自由業 | 3 | (0.7) | 1 | (0.2) | 4 | (0.9) |
| 事務職 | 7 | (1.7) | 3 | (0.7) | 10 | (2.4) |
| 技能・労務 | 2 | (0.5) | 0 | (0.0) | 2 | (0.5) |
| 販売・サービス | 1 | (0.2) | 3 | (0.7) | 4 | (0.9) |
| 管理職・会社役員 | 60 | (14.5) | 0 | (0.0) | 60 | (14.5) |
| 専門職 | 9 | (2.2) | 5 | (1.2) | 14 | (3.4) |
| 主婦 | 0 | (0.0) | 93 | (22.5) | 93 | (22.5) |
| 学生 | 113 | (27.4) | 82 | (19.9) | 195 | (47.3) |
| 家事手伝・無職 | 2 | (0.5) | 0 | (0.0) | 2 | (0.5) |
| その他 | 0 | (0.0) | 3 | (0.7) | 3 | (0.7) |
| 計 | 216 | (52.3) | 197 | (47.7) | 413 | (100.0) |

表8 被験者の性別×学歴 (“86/86”)

| 学歴 | 男性 | | 女性 | | 計 | |
|---------------|-----|--------|-----|--------|-----|---------|
| | n | (%) | n | (%) | n | (%) |
| 小学校・新制中学校 | 1 | (0.2) | 1 | (0.2) | 2 | (0.4) |
| 新制高校・旧制中学校 | 21 | (5.1) | 57 | (13.8) | 78 | (18.9) |
| 旧制高専・短期大学 | 4 | (1.0) | 29 | (7.0) | 33 | (8.0) |
| 新制大学・旧制大学・大学院 | 76 | (18.4) | 27 | (6.5) | 103 | (24.9) |
| 大学在学中 | 113 | (27.4) | 82 | (19.9) | 195 | (47.3) |
| NA | 1 | (0.2) | 1 | (0.2) | 2 | (0.4) |
| 計 | 216 | (52.3) | 197 | (47.7) | 413 | (100.0) |

表 9 サブ・グループ×居住地 (“86/86”)

| 居住地 | MS群 | | FS群 | | MP群 | | FP群 | | 計 | |
|------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|-----|--------|-----|---------|
| | n | (%) | n | (%) | n | (%) | n | (%) | n | (%) |
| 東京3区 | 9 | (2.2) | 7 | (1.7) | 10 | (2.4) | 11 | (2.7) | 37 | (9.0) |
| 東京6区 | 0 | (0.0) | 0 | (0.0) | 1 | (0.2) | 1 | (0.2) | 2 | (0.5) |
| 上記以外 | 100 | (24.2) | 71 | (17.2) | 91 | (22.0) | 103 | (24.9) | 365 | (88.4) |
| NA | 4 | (1.0) | 4 | (1.0) | 1 | (0.2) | 0 | (0.0) | 9 | (2.2) |
| 計 | 113 | (27.4) | 82 | (19.9) | 103 | (24.9) | 115 | (27.8) | 413 | (100.0) |

表10 被験者の支持政党（“86/86”）

| 第1回 調査 | 第2回調査 | | | | | | | | | | 計 |
|-----------|---------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|------------|----------------|
| | 自民 | 社会 | 公明 | 民社 | 共産 | 新自ク | 社民連 | その他 | 支持無し | NA | |
| 自民 | 205 (49.6) | 2 (0.5) | 1 (0.2) | 6 (1.5) | 1 (0.2) | 9 (2.2) | 3 (0.7) | 0 (0.0) | 7 (1.7) | 1 (0.2) | 235 (56.9) |
| 社会 | 5 (1.2) | 34 (8.2) | 1 (0.2) | 1 (0.2) | 2 (0.5) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 5 (1.2) | 0 (0.0) | 48 (11.6) |
| 公明 | 1 (0.2) | 1 (0.2) | 5 (1.2) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (0.2) | 1 (0.2) | 0 (0.0) | 2 (0.5) | 0 (0.0) | 11 (2.7) |
| 民社 | 6 (1.5) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 10 (2.4) | 0 (0.0) | 1 (0.2) | 1 (0.2) | 0 (0.0) | 4 (1.0) | 1 (0.2) | 23 (5.6) |
| 共産 | 2 (0.5) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 7 (1.7) | 0 (0.0) | 1 (0.2) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 10 (2.4) |
| 新自ク | 5 (1.2) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (0.2) | 1 (0.2) | 18 (4.4) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (0.2) | 0 (0.0) | 26 (6.3) |
| 社民連 | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (0.2) | 1 (0.2) | 1 (0.2) | 6 (1.5) | 0 (0.0) | 2 (0.5) | 0 (0.0) | 11 (2.7) |
| その他 | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 3 (0.7) | 1 (0.2) | 0 (0.0) | 5 (1.2) |
| 支持無し | 5 (1.2) | 1 (0.2) | 1 (0.2) | 1 (0.2) | 2 (0.5) | 5 (1.2) | 2 (0.5) | 2 (0.5) | 18 (4.4) | 0 (0.0) | 37 (9.0) |
| NA | 5 (1.2) | 2 (0.5) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 7 (1.7) |
| 計 | 234 (56.7) | 40 (9.7) | 8 (1.9) | 20 (4.8) | 14 (3.4) | 35 (8.5) | 14 (3.4) | 5 (1.2) | 40 (9.7) | 3 (0.7) | 413 (100.0) |

() 内は%

表11 被験者の保革自己イメージ (“86/86”)

| 第1回 調査 | (保守的) | | 第2回調査 | | | | | (革新的) | | 計 |
|-----------|--------------|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|-------------|-------------|----------------|---|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | NA | | |
| (保守的) 1 | 22 (5.3) | 16 (3.9) | 7 (1.7) | 5 (1.2) | 2 (0.5) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 52 (12.6) | |
| 2 | 7 (1.7) | 40 (9.7) | 26 (6.3) | 10 (2.4) | 2 (0.5) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 85 (20.6) | |
| 3 | 3 (0.7) | 15 (3.6) | 40 (9.7) | 26 (6.3) | 5 (1.2) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 2 (0.5) | 91 (22.0) | |
| 4 | 1 (0.2) | 11 (2.7) | 21 (5.1) | 53 (12.8) | 12 (2.9) | 1 (0.2) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 99 (24.0) | |
| 5 | 1 (0.2) | 2 (0.5) | 6 (1.5) | 6 (1.5) | 32 (7.7) | 6 (1.5) | 1 (0.2) | 1 (0.2) | 55 (13.3) | |
| 6 | 1 (0.2) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 4 (1.0) | 9 (2.2) | 14 (3.4) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 28 (6.8) | |
| (革新的) 7 | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (0.2) | 1 (0.2) | 0 (0.0) | 2 (0.5) | |
| NA | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (0.2) | 0 (0.0) | 0 (0.0) | 1 (0.2) | |
| 計 | 35 (8.5) | 84 (20.3) | 100 (24.2) | 104 (25.2) | 62 (15.0) | 23 (5.6) | 2 (0.5) | 3 (0.7) | 413 (100.0) | |

()内は%

表12 争点に対する関心 (“86/86”)

| 争点 | 第1回調査 N=413 | | | | 第2回調査 N=413 | | | |
|---------|-------------|----------|----------|-----------|-------------|----------|----------|-----------|
| | 1 | 2 | 3 | 計 | 1 | 2 | 3 | 計 |
| | n (%) | n (%) | n (%) | n (%) | n (%) | n (%) | n (%) | n (%) |
| 円高・不況対策 | 71(18.1) | 24(6.1) | 29(7.4) | 124(30.0) | 62(16.0) | 27(7.0) | 32(8.3) | 121(29.3) |
| 物価 | 54(13.7) | 37(9.4) | 27(6.9) | 118(28.6) | 53(13.7) | 37(9.6) | 29(7.5) | 119(28.8) |
| 税金 | 73(18.6) | 69(17.6) | 39(9.9) | 181(43.8) | 82(21.2) | 63(16.3) | 35(9.1) | 180(43.6) |
| 行財政改革 | 22(5.6) | 24(6.1) | 21(5.3) | 67(16.2) | 27(7.0) | 27(7.0) | 17(4.4) | 71(17.2) |
| 社会福祉 | 17(4.3) | 31(7.9) | 35(8.9) | 83(20.1) | 20(5.2) | 25(6.5) | 40(10.4) | 85(20.6) |
| 医療・健康保険 | 9(2.3) | 24(6.1) | 33(8.4) | 66(16.0) | 13(3.4) | 36(9.3) | 22(5.7) | 71(17.2) |
| 住宅・土地問題 | 12(3.1) | 22(5.6) | 29(7.4) | 63(15.3) | 12(3.1) | 27(7.0) | 31(8.0) | 70(16.9) |
| 公害・環境保護 | 21(5.3) | 28(7.1) | 28(7.1) | 77(18.6) | 16(4.1) | 17(4.4) | 38(9.8) | 71(17.2) |
| エネルギー問題 | 12(3.1) | 21(5.4) | 12(3.1) | 45(10.9) | 14(3.6) | 20(5.2) | 14(3.6) | 48(11.6) |
| 教育改革 | 29(7.4) | 34(8.7) | 39(9.9) | 102(24.7) | 17(4.4) | 32(8.3) | 49(12.7) | 98(23.7) |
| 安保・防衛問題 | 43(10.9) | 49(12.5) | 43(10.9) | 135(32.7) | 45(11.6) | 38(9.8) | 25(6.5) | 108(26.2) |
| 政治腐敗 | 18(4.6) | 18(4.6) | 28(7.1) | 64(15.5) | 14(3.6) | 26(6.7) | 29(7.5) | 69(16.7) |
| 政局運営の姿勢 | 12(3.1) | 11(2.8) | 30(7.6) | 53(12.8) | 12(3.1) | 12(3.1) | 25(6.5) | 49(11.9) |

表13 選挙に関する情報源（“86/86”）

| 情報源 | 情報を得ている人数 | |
|---------|-----------|--------|
| | n | (%) |
| テレビ・ラジオ | 311 | (75.3) |
| 新聞・雑誌 | 269 | (65.1) |
| 個人的な会話 | 22 | (5.3) |
| 選挙公報 | 79 | (19.1) |
| その他 | 6 | (1.5) |

N=413

表14 各モニター条件に関する被験者の分類 (“86/86”)

| | 3区群 | 6区群 | 全視聴群 | 無視聴群 | 計 |
|-----|---------------|--------------|--------------|-------------|----------------|
| MS群 | 81 (19.6) | 17 (4.1) | 12 (2.9) | 3 (0.7) | 113 (27.4) |
| FS群 | 64 (15.5) | 9 (2.1) | 9 (2.1) | 0 (0.0) | 82 (19.9) |
| MP群 | 68 (16.5) | 12 (2.9) | 17 (4.1) | 6 (1.5) | 103 (24.9) |
| FP群 | 80 (19.4) | 8 (1.9) | 23 (5.6) | 4 (1.0) | 115 (27.8) |
| 計 | 293 (70.9) | 46 (11.1) | 61 (14.8) | 13 (3.1) | 413 (100.0) |

() 内は%

3区実験群=354

6区実験群=107

3区統制群=59

6区統制群=306

表15 各イメージ項目に関する分散分析の結果 (“86/86”)

| | (B A) (N=5369) | (A N) (N=2249) | (A M) (N=3120) |
|--------|----------------|----------------|----------------|
| | η (F) | η (F) | η (F) |
| “政治家” | .36 (66.36)** | .32 (21.39)** | .50 (87.01)** |
| “信頼” | .29 (39.68)** | .21 (8.71)** | .34 (33.54)** |
| “重さ” | .27 (34.68)** | .22 (9.06)** | .38 (42.39)** |
| “好ましさ” | .25 (29.40)** | .21 (8.81)** | .28 (22.20)** |
| “迫力” | .26 (31.35)** | .25 (11.85)** | .33 (31.20)** |
| “清潔さ” | .13 (7.76)** | .12 (2.72)** | .24 (14.99)** |
| “明るさ” | .25 (30.24)** | .22 (9.34)** | .37 (41.64)** |
| “力強さ” | .23 (25.26)** | .28 (16.16)** | .34 (32.90)** |
| “説得力” | .23 (24.20)** | .23 (10.24)** | .26 (18.74)** |
| “洗練” | .16 (11.39)** | .18 (5.91)** | .24 (15.76)** |
| “能力” | .23 (24.30)** | .28 (15.28)** | .34 (34.06)** |
| “興奮” | .13 (7.07)** | .06 (0.61) | .31 (26.58)** |
| “なじみ” | .37 (70.91)** | .42 (39.55)** | .45 (66.81)** |
| “保革認知” | .64 (300.64)** | .66 (139.30)** | .67 (205.41)** |
| “当落” | .40 (85.28)** | .42 (40.40)** | .50 (86.75)** |
| “暮らし” | .28 (36.44)** | .29 (16.32)** | .34 (34.16)** |
| “現状” | .30 (42.46)** | .28 (15.11)** | .31 (27.26)** |
| “政策” | .30 (43.11)** | .28 (16.22)** | .35 (35.98)** |
| “支持者” | .39 (76.88)** | .39 (32.69)** | .50 (86.68)** |
| “投票” | .28 (37.54)** | .32 (21.16)** | .34 (34.10)** |

注) 1 df (B A) 12, 5356 (A N) 12, 2236 (A M) 12, 3107

2 **p < .01

* p < .05

表16 Varimax 回転後の因子構造 (“86/86”)

I 事前((BA))条件 (N=5369)

| 項目 | 因子 | I | II | III | IV | h ² |
|-------------------|----|-------|--------|-------|-------|----------------|
| | | 政治的評價 | ダイナミズム | 個人的評價 | 当惑・不安 | |
| 政策に反対-政策に賛成 | | .78 | | -.37 | | .77 |
| 現状認識に反対-現状認識に賛成 | | .75 | | -.36 | | .73 |
| 暮らしにプラス-暮らしにマイナス | | -.65 | | .37 | | .61 |
| 投票したい-投票したくない | | -.57 | | | | .42 |
| 支持者が少ない-支持者が多い | | .55 | | | .37 | .52 |
| イデオロギー近い-イデオロギー遠い | | -.46 | | | | .23 |
| 政党不支持-政党支持 | | .44 | | | | .27 |
| 保守的-革新的 | | -.39 | | | | .20 |
| 迫力のある-迫力のない | | | .79 | | | .63 |
| 力強い-弱々しい | | | .72 | | | .54 |
| 政治家らしい-政治家らしくない | | | .56 | | | .47 |
| 有能な-無能な | | | .52 | .47 | | .55 |
| 軽い-重い | | | -.47 | | | .29 |
| 説得力のない-説得力のある | | | -.46 | -.35 | | .45 |
| 清潔な-不潔な | | | | .67 | | .50 |
| 洗練された-がさつな | | | | .61 | | .45 |
| 暗い-明るい | | | | -.49 | | .37 |
| 好ましくない-好ましい | | .43 | | -.49 | | .52 |
| 信頼できる-信頼できない | | -.42 | .39 | .48 | | .59 |
| 興奮した-落ち着いた | | | | -.38 | | .20 |
| 落選しそう-当選しそう | | | -.38 | | .54 | .51 |
| なじみのない-なじみのある | | | | | .49 | .40 |
| %TV | | 15.9 | 13.0 | 12.3 | 5.2 | |

注) 負荷量の絶対値が .35以上のもののみを示す。(どの因子にも、.35以上の負荷をもたない項目については、最大の負荷を持つ因子への負荷量を示す。)

表16 Varimax 回転後の因子構造 (“86/86”)

2 事後無視聴(〔AN〕)条件 (N = 2249)

| 項目 | 因子 | I | II | III | IV | h ² |
|-------------------|----|--------|-------|-------|-------|----------------|
| | | ダイナミズム | 政治的評価 | 個人的評価 | 政策・業績 | |
| 力強い-弱々しい | | .70 | | | | .50 |
| 政治家らしい-政治家らしくない | | .64 | | | | .46 |
| 迫力のある-迫力のない | | .63 | | | | .41 |
| 有能な-無能な | | .61 | | .36 | | .53 |
| 落選しそうな-当選しそうな | | -.61 | | | | .42 |
| 説得力のない-説得力のある | | -.61 | | | | .48 |
| 軽い-重い | | -.48 | | | | .30 |
| なじみのない-なじみのある | | -.47 | | | | .28 |
| 支持者が少ない-支持者が多い | | | .62 | | | .53 |
| 投票したい-投票したくない | | | -.62 | | | .54 |
| 暮らしにプラス-暮らしにマイナス | | | -.58 | | -.35 | .56 |
| イデオロギー近い-イデオロギー遠い | | | -.54 | | | .34 |
| 保守的-革新的 | | | -.53 | | | .29 |
| 政党不支持-政党支持 | | | .52 | | | .30 |
| 清潔な-不潔な | | | | .63 | | .48 |
| 洗練された-がさつな | | .40 | | .48 | | .41 |
| 好ましくない-好ましい | | | .36 | -.44 | | .51 |
| 信頼できる-信頼できない | | .42 | -.39 | .42 | | .56 |
| 暗い-明るい | | | | -.34 | | .21 |
| 興奮した-落ち着いた | | | | -.26 | | .11 |
| 現状認識に反対-現状認識に賛成 | | | .56 | | .62 | .77 |
| 政策に反対-政策に賛成 | | | .57 | | .60 | .77 |
| %TV | | 16.7 | 13.9 | 8.1 | 5.6 | |

注) 負荷量の絶対値が .35以上のもののみを示す。(どの因子にも、.35以上の負荷をもたない項目については、最大の負荷を持つ因子への負荷量を示す。)

表16 Varimax 回転後の因子構造 (“86/86”)

3 事後有視聴([AM])条件 (N =3120)

| 項目 | 因子 | I | II | III | IV | h ² |
|-------------------|----|--------|-------|-------|-----|----------------|
| | | ダイナミズム | 政治的評価 | 個人的評価 | 活動性 | |
| 迫力のある-迫力のない | | .71 | | | | .59 |
| 力強い-弱々しい | | .70 | | | | .63 |
| 政治家らしい-政治家らしくない | | .67 | | | | .57 |
| 落選しそうな-当選しそうな | | -.62 | | | | .58 |
| なじみのない-なじみのある | | -.55 | | | | .41 |
| 説得力のない-説得力のある | | -.54 | | -.43 | | .52 |
| 有能な-無能な | | .53 | | .44 | | .61 |
| 政策に反対-政策に賛成 | | | .74 | -.38 | | .76 |
| 現状認識に反対-現状認識に賛成 | | | .70 | -.38 | | .69 |
| 暮らしにプラス-暮らしにマイナス | | | -.68 | .38 | | .67 |
| 支持者が少ない-支持者が多い | | -.43 | .62 | | | .60 |
| 投票したい-投票したくない | | | -.61 | | | .56 |
| イデオロギ-近い-イデオロギ-遠い | | | -.50 | | | .26 |
| 政党不支持-政党支持 | | | .47 | | | .29 |
| 保守的-革新的 | | | -.42 | | | .27 |
| 清潔な-不潔な | | | | .73 | | .61 |
| 好ましくない-好ましい | | -.35 | .36 | -.53 | | .60 |
| 暗い-明るい | | | | -.51 | | .43 |
| 洗練された-がさつな | | | | .51 | | .45 |
| 信頼できる-信頼できない | | .41 | -.38 | .47 | | .64 |
| 興奮した-落ち着いた | | | | | .63 | .42 |
| 軽い-重い | | -.41 | | | .48 | .44 |
| %TV | | 17.4 | 16.5 | 12.6 | 6.2 | |

注) 負荷量の絶対値が .35以上のもののみを示す。(どの因子にも, .35以上の負荷をもたない項目については, 最大の負荷を持つ因子への負荷量を示す。)

表17 サブ・グループ別に見た因子構造

1 男子学生(MS)群

| 因子 条件 | I | II | III | IV |
|------------------------------------|---|--|---|---|
| 事前 (BA) 条件 (N=1469) | 政策に反対-政策に賛成 .80 現状認識に反対-現状認識に賛成 .77 暮らしにプラス-暮らしにマイナス -.63 投票したい-投票したくない -.61 支持者が少ない-支持者が多い .57 信頼できる-信頼できない -.50 好ましくない-好ましい .46 イデオロギー-近い-イデオロギー-遠い -.43 政党不支持-政党支持 .42 | 迫力のある-迫力のない .82 力強い-弱々しい .75 説得力のない-説得力のある -.52 政治家らしい-政治家らしくない .51 有能な-無能な -.47 軽い-重い -.44 | 清潔な-不潔な -.69 洗練された-がさつな -.59 好ましくない-好ましい .48 有能な-無能な -.46 信頼できる-信頼できない -.42 興奮した-落ち着いた .40 暗い-明るい .40 | 落選しそうな-当選しそうな .55 なじみのない-なじみのある .40 支持者が少ない-支持者が多い .36 |
| %TV | 17.8 | 13.4 | 12.0 | 5.3 |
| 事後 無視聴 (AN) 条件 (N=644) | 現状認識に反対-現状認識に賛成 .76 政策に反対-政策に賛成 .75 暮らしにプラス-暮らしにマイナス -.73 投票したい-投票したくない -.67 支持者が少ない-支持者が多い .67 好ましくない-好ましい .55 信頼できる-信頼できない -.55 保守的-革新的 -.53 イデオロギー-近い-イデオロギー-遠い -.52 政党不支持-政党支持 .45 | 迫力のある-迫力のない .70 力強い-弱々しい .67 政治家らしい-政治家らしくない .59 軽い-重い -.52 説得力のない-説得力のある -.51 信頼できる-信頼できない .43 有能な-無能な .42 落選しそうな-当選しそうな -.42 | 清潔な-不潔な .58 洗練された-がさつな .51 有能な-無能な .40 信頼できる-信頼できない .33 暗い-明るい -.31 | 落選しそうな-当選しそうな .58 なじみのない-なじみのある .44 洗練された-がさつな -.37 支持者が少ない-支持者が多い .37 |
| %TV | 19.0 | 13.0 | 7.4 | 5.9 |
| 事後 有視聴 (AM) 条件 (N=825) | 政策に反対-政策に賛成 .76 現状認識に反対-現状認識に賛成 .73 暮らしにプラス-暮らしにマイナス -.70 投票したい-投票したくない -.63 支持者が少ない-支持者が多い .58 イデオロギー-近い-イデオロギー-遠い -.50 政党不支持-政党支持 .44 好ましくない-好ましい .42 信頼できる-信頼できない -.42 保守的-革新的 -.40 | 迫力のある-迫力のない .73 政治家らしい-政治家らしくない .67 力強い-弱々しい .66 落選しそうな-当選しそうな -.56 なじみのない-なじみのある -.54 軽い-重い -.50 説得力のない-説得力のある -.49 支持者が少ない-支持者が多い -.44 有能な-無能な .44 | 清潔な-不潔な .77 洗練された-がさつな .62 好ましくない-好ましい -.58 有能な-無能な .52 信頼できる-信頼できない .52 説得力のない-説得力のある -.51 暗い-明るい .50 暮らしにプラス-暮らしにマイナス .41 政策に反対-政策に賛成 -.39 投票したい-投票したくない .36 現状認識に反対-現状認識に賛成 -.36 | 興奮した-落ち着いた .59 軽い-重い .46 暗い-明るい -.43 |
| %TV | 17.0 | 16.2 | 14.7 | 4.8 |

表17 サブ・グループ別に見た因子構造

2 女子学生(F S)群

| 因子 条件 | I | II | III | IV |
|------------------------------------|--|---|--|--|
| 事前 (BA) 条件 (N=106) | 迫力のある-迫力のない .76 力強い-弱々しい .69 政治家らしい-政治家らしくない .58 有能な-無能な .56 説得力のない-説得力のある -.55 落選しそうな-当選しそうな -.50 軽い-重い -.43 | 政策に反対-政策に賛成 .87 現状認識に反対-現状認識に賛成 .84 暮らしにプラス-暮らしにマイナス -.48 投票したい-投票したくない -.46 支持者が少ない-支持者が多い .35 | 清潔な-不潔な .67 洗練された-がさつな .62 暗い-明るい -.52 信頼できる-信頼できない .51 好ましくない-好ましい -.47 暮らしにプラス-暮らしにマイナス .41 | 保守的-革新的 -.51 支持者が少ない-支持者が多い .48 政党不支持-政党支持 .46 イデオロギ-近い-イデオロギ-遠い -.31 |
| %TV | 13.2 | 11.2 | 11.0 | 6.7 |
| 事後 無視聴 (AN) 条件 (N=447) | 力強い-弱々しい .85 迫力のある-迫力のない .74 説得力のない-説得力のある -.65 有能な-無能な .62 政治家らしい-政治家らしくない .58 落選しそうな-当選しそうな -.47 軽い-重い -.43 なじみのない-なじみのある -.41 信頼できる-信頼できない .41 | 政策に反対-政策に賛成 .78 現状認識に反対-現状認識に賛成 .76 暮らしにプラス-暮らしにマイナス -.74 投票したい-投票したくない -.69 支持者が少ない-支持者が多い .62 イデオロギ-近い-イデオロギ-遠い -.50 好ましくない-好ましい .42 信頼できる-信頼できない -.41 政党不支持-政党支持 .40 | 清潔な-不潔な -.60 信頼できる-信頼できない -.60 好ましくない-好ましい .57 洗練された-がさつな -.51 落選しそうな-当選しそうな .42 興奮した-落ち着いた .38 | 軽い-重い .59 暗い-明るい -.47 |
| %TV | 16.7 | 16.6 | 10.5 | 3.6 |
| 事後 有視聴 (AM) 条件 (N=619) | 迫力のある-迫力のない .75 力強い-弱々しい .72 政治家らしい-政治家らしくない .70 有能な-無能な .64 落選しそうな-当選しそうな -.64 説得力のない-説得力のある -.59 支持者が少ない-支持者が多い -.50 なじみのない-なじみのある -.47 信頼できる-信頼できない .46 | 政策に反対-政策に賛成 .72 暮らしにプラス-暮らしにマイナス -.66 現状認識に反対-現状認識に賛成 .64 投票したい-投票したくない -.56 支持者が少ない-支持者が多い .52 政党不支持-政党支持 .45 イデオロギ-近い-イデオロギ-遠い -.43 信頼できる-信頼できない -.37 | 清潔な-不潔な .70 信頼できる-信頼できない .59 洗練された-がさつな .59 好ましくない-好ましい -.58 有能な-無能な .47 投票したい-投票したくない .43 | 興奮した-落ち着いた .66 暗い-明るい -.57 軽い-重い .52 力強い-弱々しい .36 |
| %TV | 19.0 | 13.3 | 13.0 | 6.4 |

表17 サブ・グループ別に見た因子構造

3 父親(MP)群

| 因子 条件 | I | II | III | IV |
|------------------------------------|---|---|--|---|
| 事前 (BA) 条件 (N=1339) | 政策に反対-政策に賛成 .85 現状認識に反対-現状認識に賛成 .81 暮らしにプラス-暮らしにマイナス -.70 好ましくない-好ましい .54 投票したい-投票したくない -.53 支持者が少ない-支持者が多い .51 信頼できる-信頼できない -.43 暗い-明るい .39 政党不支持-政党支持 .37 イデオロギー-近い-イデオロギー-遠い -.35 | 政治家らしい-政治家らしくない -.65 力強い-弱々しい -.60 軽い-重い .59 落選しそうな-当選しそうな .59 迫力のある-迫力のない -.59 有能な-無能な -.54 なじみのない-なじみのある .53 説得力のない-説得力のある .48 信頼できる-信頼できない -.42 | 洗練された-がさつな .67 清潔な-不潔な .57 有能な-無能な .53 信頼できる-信頼できない .42 暗い-明るい -.36 | 保守的-革新的 .70 イデオロギー-近い-イデオロギー-遠い .50 政党不支持-政党支持 -.30 |
| %TV | 17.4 | 15.3 | 8.9 | 5.3 |
| 事後 無視聴 (AN) 条件 (N=570) | 政治家らしい-政治家らしくない .70 力強い-弱々しい .67 落選しそうな-当選しそうな -.65 有能な-無能な .64 迫力のある-迫力のない .61 説得力のない-説得力のある -.60 なじみのない-なじみのある -.59 洗練された-がさつな .47 軽い-重い -.47 | イデオロギー-近い-イデオロギー-遠い .67 保守的-革新的 .61 投票したい-投票したくない .55 支持者が少ない-支持者が多い -.50 政党不支持-政党支持 -.49 信頼できる-信頼できない .48 暮らしにプラス-暮らしにマイナス .45 好ましくない-好ましい -.40 政策に反対-政策に賛成 -.39 現状認識に反対-現状認識に賛成 -.37 | 政策に反対-政策に賛成 .81 現状認識に反対-現状認識に賛成 .79 暮らしにプラス-暮らしにマイナス -.49 支持者が少ない-支持者が多い .37 投票したい-投票したくない -.37 | 清潔な-不潔な .60 好ましくない-好ましい -.52 洗練された-がさつな .46 暗い-明るい -.43 信頼できる-信頼できない .43 興奮した-落ち着いた -.37 有能な-無能な .36 |
| %TV | 17.7 | 12.1 | 9.3 | 9.2 |
| 事後 有視聴 (AM) 条件 (N=769) | 力強い-弱々しい .76 迫力のある-迫力のない .67 清潔な-不潔な .58 有能な-無能な .56 洗練された-がさつな .55 説得力のない-説得力のある -.54 暗い-明るい -.52 好ましくない-好ましい -.51 信頼できる-信頼できない .47 政治家らしい-政治家らしくない .45 軽い-重い -.36 | 政策に反対-政策に賛成 -.66 投票したい-投票したくない .64 暮らしにプラス-暮らしにマイナス .63 現状認識に反対-現状認識に賛成 -.61 イデオロギー-近い-イデオロギー-遠い .60 保守的-革新的 .58 支持者が少ない-支持者が多い -.58 政党不支持-政党支持 -.48 信頼できる-信頼できない .35 | 落選しそうな-当選しそうな .69 なじみのない-なじみのある .63 政治家らしい-政治家らしくない -.59 軽い-重い .46 支持者が少ない-支持者が多い .45 信頼できる-信頼できない -.40 | 政策に反対-政策に賛成 .56 現状認識に反対-現状認識に賛成 .56 清潔な-不潔な -.44 暮らしにプラス-暮らしにマイナス -.43 信頼できる-信頼できない -.42 好ましくない-好ましい .41 興奮した-落ち着いた .34 |
| %TV | 17.4 | 16.0 | 12.1 | 9.3 |

表17 サブ・グループ別に見た因子構造

4 母親(FP)群

| 因子 条件 | I | II | III | IV |
|--------------------------------------|---|--|---|--|
| 事前 ((BA)) 条件 (N=1495) | 力強い-弱々しい .72 迫力のある-迫力のない .69 有能な-無能な .66 信頼できる-信頼できない .57 政治家らしい-政治家らしくない .57 洗練された-がさつな .52 清潔な-不潔な .52 軽い-重い -.41 | 政策に反対-政策に賛成 .70 現状認識に反対-現状認識に賛成 .68 暮らしにプラス-暮らしにマイナス -.62 イデオロギー近い-イデオロギー遠い -.57 投票したい-投票したくない -.52 支持者が少ない-支持者が多い .52 保守的-革新的 -.50 政党不支持-政党支持 .45 信頼できる-信頼できない -.37 | 好ましくない-好ましい .61 暗い-明るい .56 現状認識に反対-現状認識に賛成 .52 政策に反対-政策に賛成 .51 説得力のない-説得力のある .45 清潔な-不潔な -.43 信頼できる-信頼できない -.38 洗練された-がさつな -.37 暮らしにプラス-暮らしにマイナス -.37 | なじみのない-なじみのある .64 落選しそうな-当選しそうな .61 説得力のない-説得力のある .43 支持者が少ない-支持者が多い .42 |
| %TV | 15.7 | 14.2 | 12.1 | 8.4 |
| 事後 無視聴 ((AN)) 条件 (N=588) | 政策に反対-政策に賛成 -.64 現状認識に反対-現状認識に賛成 -.64 投票したい-投票したくない .63 暮らしにプラス-暮らしにマイナス .59 支持者が少ない-支持者が多い -.58 イデオロギー近い-イデオロギー遠い .56 保守的-革新的 .56 政党不支持-政党支持 -.50 | 洗練された-がさつな .67 有能な-無能な .66 政治家らしい-政治家らしくない .56 力強い-弱々しい .55 迫力のある-迫力のない .52 落選しそうな-当選しそうな -.40 信頼できる-信頼できない .39 清潔な-不潔な .35 | 落選しそうな-当選しそうな .66 なじみのない-なじみのある .58 説得力のない-説得力のある .57 軽い-重い .45 好ましくない-好ましい .37 信頼できる-信頼できない -.37 暗い-明るい .35 | 好ましくない-好ましい .50 興奮した-落ち着いた .46 現状認識に反対-現状認識に賛成 .45 政策に反対-政策に賛成 .44 信頼できる-信頼できない -.41 清潔な-不潔な -.35 |
| %TV | 14.4 | 12.3 | 11.0 | 7.4 |
| 事後 有視聴 ((AM)) 条件 (N=907) | 政策に反対-政策に賛成 .75 現状認識に反対-現状認識に賛成 .70 暮らしにプラス-暮らしにマイナス -.64 支持者が少ない-支持者が多い .64 投票したい-投票したくない -.59 イデオロギー近い-イデオロギー遠い -.55 政党不支持-政党支持 .45 保守的-革新的 -.44 信頼できる-信頼できない -.35 好ましくない-好ましい .35 | 清潔な-不潔な .77 有能な-無能な .61 洗練された-がさつな .59 好ましくない-好ましい -.52 力強い-弱々しい .51 信頼できる-信頼できない .51 迫力のある-迫力のない .50 説得力のない-説得力のある -.41 暮らしにプラス-暮らしにマイナス .39 | 落選しそうな-当選しそうな .67 政治家らしい-政治家らしくない -.60 なじみのない-なじみのある .59 迫力のある-迫力のない -.57 力強い-弱々しい -.56 説得力のない-説得力のある .47 軽い-重い .44 有能な-無能な -.43 支持者が少ない-支持者が多い .42 | 興奮した-落ち着いた .55 軽い-重い .49 好ましくない-好ましい .40 |
| %TV | 16.4 | 16.1 | 14.7 | 6.8 |

表18 主要3次元を独立変数とした投票意図の予測（“86/86”）

1 事前（〔BA〕）条件（N=5369）

| 次元 | β (F) | r |
|----------|--------------------|-----|
| [政治的評価] | .56 (1923.32) ** | .61 |
| [ダイナミズム] | .04 (12.84) ** | .28 |
| [個人的評価] | .37 (24.78) ** | .37 |

R = .62 (F (3, 5365) = 1093.44) **

* p < .05

** p < .01

表18 主要3次元を独立変数とした投票意図の予測 (“86/86”)

2 事後無視聴([AN])条件 (N=2249)

| 次元 | β (F) | r |
|----------|--------------------|-----|
| [政治的評価] | .63 (1393.41) ** | .68 |
| [ダイナミズム] | .09 (29.58) ** | .29 |
| [個人的評価] | .08 (18.89) ** | .38 |

R = .70 (F (3, 2245) = 704.02) **

* p < .05

** p < .01

表18 主要3次元を独立変数とした投票意図の予測 (“86/86”)

3 事後有視聴((AM))条件 (N=3120)

| 次元 | β (F) | r |
|----------|--------------------|-----|
| [政治的評価] | .61 (1466.75) ** | .69 |
| [ダイナミズム] | .08 (23.48) ** | .42 |
| [個人的評価] | .08 (25.23) ** | .43 |

R = .70 (F (3,3116) = 980.17) **

* p < .05

** p < .01

表19 各イメージ項目を独立変数とした投票意図の予測 ("86/86")

| | (BA) (N=5369) | (AN) (N=2249) | (AM) (N=3120) |
|------------|----------------|----------------|----------------|
| | β (r) | β (r) | β (r) |
| 「政治家らしい」 | | | -.04 * (.38) |
| 「信頼できる」 | .10 ** (.45) | .09 ** (.50) | .12 ** (.56) |
| 「重い」 | | -.05 ** (.16) | |
| 「好ましい」 | .06 ** (.43) | .07 ** (.47) | .09 ** (.53) |
| 「迫力のある」 | | .07 ** (.23) | |
| 「清潔な」 | | .05 ** (.31) | |
| 「明るい」 | | | -.03 * (.29) |
| 「力強い」 | | | |
| 「説得力のある」 | | | |
| 「洗練された」 | | | |
| 「有能な」 | .03 * (.33) | | |
| 「興奮した」 | .05 ** (-.15) | | .04 ** (-.14) |
| 「なじみのある」 | .03 ** (.28) | | .05 ** (.39) |
| 「保守的」 | | | -.04 ** (.24) |
| 「当選しそうな」 | | | |
| 「暮らしにプラス」 | .16 ** (.52) | .16 ** (.57) | .12 ** (.60) |
| 「現状認識に賛成」 | .04 ** (.51) | .06 * (.55) | .07 ** (.58) |
| 「政策に賛成」 | .15 ** (.54) | .12 ** (.57) | .15 ** (.61) |
| 「支持者が多い」 | .20 ** (.49) | .28 ** (.59) | .16 ** (.58) |
| 「イデオロギー近い」 | .06 ** (.31) | .09 ** (.37) | .13 ** (.37) |
| 「政党支持」 | .09 ** (.34) | .10 ** (.37) | .08 ** (.38) |
| R (F) | .64 (180.65)** | .72 (116.66)** | .73 (164.91)** |

注) 1 各条件において β が有意であるもののみを示した。

2 df (BA) 21, 5347 (AN) 21, 2227 (AM) 21, 3098

3 **p < .01

*p < .05

表20 サブ・グループ別に見た投票意図の予測(β)

| | 男子学生(MS)群 | | | 女子学生(FS)群 | | | 父親(MP)群 | | | 母親(FP)群 | | |
|------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------|---------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| | 事前 (CBA)条件 N=1469 | 事後 無視聴 (CAN)条件 N=644 | 事後 有視聴 (CAM)条件 N=825 | 事前 (CBA)条件 N=1066 | 事後 無視聴 (CAN)条件 N=447 | 事後 有視聴 (CAM)条件 N=619 | 事前 (CBA)条件 N=1339 | 事後 無視聴 (CAN)条件 N=570 | 事後 有視聴 (CAM)条件 N=769 | 事前 (CBA)条件 N=1495 | 事後 無視聴 (CAN)条件 N=588 | 事後 有視聴 (CAM)条件 N=907 |
| 「政治家らしい」 | | | | | | -.16 ** | | | | | | |
| 「信頼できる」 | .17 ** | .10 * | | .17 ** | .13 * | .21 ** | | .11 * | .14 ** | | | .10 * |
| 「重い」 | | | | | | | | | | | | |
| 「好ましい」 | .10 ** | .08 * | .09 * | | | .14 ** | | | .08 * | | | |
| 「迫力のある」 | | | | | | | | | | | | |
| 「清潔な」 | | | | | | | | | | .07 ** | .13 ** | |
| 「明るい」 | | | | | | | .06 * | | | | .09 * | |
| 「力強い」 | | | | | | | | | | | | |
| 「説得力のある」 | | | | | | | -.06 * | | | | | |
| 「洗練された」 | | | | | .09 * | | | | | | | |
| 「有能な」 | | | .07 * | | .12 * | | | | | | | |
| 「興奮した」 | .06 ** | | | | | | .07 ** | | .06 * | | | |
| 「なじみのある」 | | | .08 ** | | | | .10 * | | | .06 * | | |
| 「保守的」 | | | | | -.13 ** | | | | | | | |
| 「当選しそうな」 | | | .09 ** | | | | -.06 * | | | | | |
| 「暮らしにプラス」 | .13 ** | .12 ** | .12 ** | .25 ** | | .08 * | .17 ** | .23 ** | .19 ** | .13 ** | .11 ** | .10 * |
| 「現状認識に賛成」 | | | .15 ** | | .18 ** | .11 * | | | | | | |
| 「政策に賛成」 | .22 ** | .14 ** | .13 ** | .16 ** | | .18 ** | .14 ** | .18 ** | .14 * | | .11 * | .19 ** |
| 「支持者が多い」 | .14 ** | .25 ** | .15 ** | .15 ** | .37 ** | .16 ** | .16 ** | .28 ** | .16 ** | .28 ** | .27 ** | .18 ** |
| 「イデオロギー近い」 | | .10 ** | .11 ** | .06 * | .14 ** | .06 * | .12 ** | | .14 ** | .09 ** | .10 ** | .19 ** |
| 「政党支持」 | .08 ** | .11 ** | .06 * | .09 ** | .09 ** | | .09 ** | .12 ** | .13 ** | .13 ** | .08 * | .10 ** |
| R | .70 | .75 | .78 | .65 | .76 | .77 | .61 | .72 | .73 | .64 | .71 | .71 |
| F | 68.16 ** (df 21, 1447) | 36.92 ** (df 21, 622) | 66.23 ** (df 21, 803) | 35.77 ** (df 21, 1044) | 28.97 ** (df 21, 425) | 39.92 ** (df 21, 597) | 36.99 ** (df 21, 1317) | 27.47 ** (df 21, 548) | 41.50 ** (df 21, 747) | 51.42 ** (df 21, 1473) | 28.77 ** (df 21, 566) | 47.89 ** (df 21, 885) |

注) 1 各サブ・グループの各条件における有意なβを示す。

2 ** p<.01

* p<.05

表21 主要3次元を独立変数とした得票率の予測 (“86/86”)

1 事前([BA])条件 (N=5369)

| 次元 | β (F) | r |
|----------|------------------|-----|
| [政治的評価] | .15 (87.45) ** | .17 |
| [ダイナミズム] | .08 (30.46) ** | .13 |
| [個人的評価] | -.03 (2.45) | .08 |

R = .18 (F (3, 5365) = 62.71) **

* p < .05

** p < .01

表21 主要3次元を独立変数とした得票率の予測 (“86/86”)

2 事後無視聴([AN])条件 (N=2249)

| 次元 | β (F) | r |
|----------|-----------------|-----|
| [政治的評価] | .11 (21.13)** | .14 |
| [ダイナミズム] | .10 (18.82)** | .14 |
| [個人的評価] | .01 (0.31) | .10 |

R = .17 (F (3, 2245) = 22.89) **

* p < .05

** p < .01

表21 主要3次元を独立変数とした得票率の予測（“86/86”）

3 事後有視聴（〔AM〕）条件（N=3120）

| 次元 | β (F) | r |
|----------|------------------|-----|
| [政治的評価] | .22 (104.77)** | .25 |
| [ダイナミズム] | .21 (104.98)** | .26 |
| [個人的評価] | -.14 (43.30)** | .07 |

R = .31 (F (3,3116) = 113.77)**

* $p < .05$

** $p < .01$

表22 各イメージ項目を独立変数とした得票率の予測 ("86/86")

| | (BA) (N=5369) | (AN) (N=2249) | (AM) (N=3120) |
|-----------|---------------|---------------|----------------|
| | β (r) | β (r) | β (r) |
| 「政治家らしい」 | .05 ** (.17) | .05 * (.15) | .16 ** (.32) |
| 「信頼できる」 | | | .09 ** (.21) |
| 「重い」 | -.06 ** (.04) | | -.06 ** (.10) |
| 「好ましい」 | | -.07 * (-.06) | |
| 「迫力のある」 | | | -.06 ** (.16) |
| 「清潔な」 | | | -.14 ** (-.06) |
| 「明るい」 | | | .09 ** (.14) |
| 「力強い」 | | | |
| 「説得力のある」 | | | |
| 「洗練された」 | | | |
| 「有能な」 | | | |
| 「興奮した」 | | | |
| 「なじみのある」 | .13 ** (.22) | .10 ** (.19) | .06 ** (.28) |
| 「保守的」 | .24 ** (.27) | .25 ** (.25) | .20 ** (.33) |
| 「当選しそうな」 | .15 ** (.24) | .19 ** (.25) | .23 ** (.35) |
| 「暮らしにプラス」 | | | |
| 「現状認識に賛成」 | | | |
| 「政策に賛成」 | | | |
| 「支持者が多い」 | .06 ** (.21) | .08 ** (.18) | .12 ** (.32) |
| 「投票したい」 | | | |
| R (F) | .38 (48.79)** | .37 (18.95)** | .50 (50.25)** |

注) 1 各条件において β が有意であるもののみを示した。

2 df (BA) 20, 5348 (AN) 20, 2228 (AM) 20, 3099

3 **p < .01

*p < .05

表23 個人レベルにおける各項目の変動量 (“86/86”)

| 視聴なし(N=13) | | 視聴あり(N=13) | |
|------------|--------------------|------------|--------------------|
| 項目 | 変動量 | 項目 | 変動量 |
| “なじみ” | 1.17 | “なじみ” | 1.25 |
| “投票” | 1.15 ⁻ | “投票” | 1.23 ⁺ |
| “当落” | 1.08 ⁻ | “政治家” | 1.21 ⁺⁺ |
| “政治家” | 1.06 ⁻⁻ | “当落” | 1.18 ⁺ |
| “支持者” | 1.02 | “迫力” | 1.14 ⁺⁺ |
| “説得力” | 1.00 ⁻⁻ | “説得力” | 1.13 ⁺⁺ |
| “迫力” | 0.98 ⁻⁻ | “好ましさ” | 1.06 |
| “明るさ” | 0.96 | “明るさ” | 1.05 |
| “好ましさ” | 0.95 | “力強さ” | 1.04 ⁺ |
| “保革認知” | 0.94 | “支持者” | 1.02 |
| “重さ” | 0.93 | “重さ” | 1.02 |
| “力強さ” | 0.92 ⁻ | “能力” | 1.00 ⁺⁺ |
| “信頼” | 0.91 | “興奮” | 1.00 ⁺ |
| “現状” | 0.90 | “保革認知” | 0.97 |
| “政策” | 0.89 | “信頼” | 0.96 |
| “清潔さ” | 0.89 | “現状” | 0.95 |
| “興奮” | 0.87 ⁻ | “洗練” | 0.94 ⁺ |
| “能力” | 0.86 ⁻⁻ | “清潔さ” | 0.94 |
| “洗練” | 0.85 ⁻ | “政策” | 0.93 |
| “暮らし” | 0.84 | “暮らし” | 0.80 |
| 平均値 | 0.96 | 平均値 | 0.98 |

(++) } p < .01 (++) } p < .05
 (--) } (-) }

表24 集合レベルにおける各項目の変動量 ('86/86')

| 視聴なし (N=13) | | 視聴あり (N=13) | |
|-------------|--------------------|-------------|--------------------|
| 項目 | 変動量 | 項目 | 変動量 |
| "投票" | 0.43 ⁺ | "興奮" | 0.37 ⁺⁺ |
| "なじみ" | 0.41 | "現状" | 0.34 |
| "支持者" | 0.31 ⁺ | "政策" | 0.31 |
| "信頼" | 0.27 | "なじみ" | 0.29 |
| "現状" | 0.27 | "投票" | 0.28 ⁻ |
| "迫力" | 0.26 | "清潔さ" | 0.27 |
| "政策" | 0.26 | "明るさ" | 0.25 |
| "清潔さ" | 0.25 | "政治家" | 0.24 |
| "暮らし" | 0.25 | "信頼" | 0.23 |
| "洗練" | 0.21 | "洗練" | 0.23 |
| "明るさ" | 0.19 | "当落" | 0.23 |
| "力強さ" | 0.19 | "重さ" | 0.22 |
| "説得力" | 0.19 | "暮らし" | 0.20 |
| "能力" | 0.18 | "力強さ" | 0.19 |
| "重さ" | 0.17 | "能力" | 0.19 |
| "興奮" | 0.17 ⁻⁻ | "好ましさ" | 0.18 |
| "保革認知" | 0.17 | "迫力" | 0.18 |
| "政治家" | 0.16 | "支持者" | 0.18 ⁻ |
| "当落" | 0.16 | "説得力" | 0.16 |
| "好ましさ" | 0.14 | "保革認知" | 0.13 |
| 平均値 | 0.23 | 平均値 | 0.23 |

$\left. \begin{matrix} (++) \\ (--) \end{matrix} \right\} p < .01$
 $\left. \begin{matrix} (+) \\ (-) \end{matrix} \right\} p < .05$

表25・1 全項目を通じてのイメージ変容の各形態の割合（“86/86”）

| | 視聴なし(N=44291) | | 視聴あり(N=61878) |
|--------|---------------|------|---------------|
| 改変 | 10.4 | < ** | 12.0 |
| 強化・活性化 | 21.4 | < ** | 29.2 |
| 不鮮明化 | 26.8 | > ** | 23.4 |
| 無変化 | 41.6 | > ** | 35.3 |
| 計 | 100.2 | | 99.9 |

（単位は%） ** p < .01

 * p < .05

表25・2 “投票”に関するイメージ変容の各形態の割合 (“86/86”)

| | 視聴なし (N=2217) | | 視聴あり (N=3095) |
|--------|---------------|------|---------------|
| 改変 | 12.1 | < ** | 14.4 |
| 強化・活性化 | 20.3 | < ** | 25.0 |
| 不鮮明化 | 30.3 | > ** | 25.5 |
| 無変化 | 37.3 | > * | 35.1 |
| 計 | 100.0 | | 100.0 |

(単位は%) ** p < .01

 * p < .05

表26 被験者の性別×年齢 (“69/86”)

| 年齢 | 男子 | 女子 | 計 |
|-------|-----------|-----------|------------|
| | n (%) | n (%) | n (%) |
| ~19 | 10 (27.7) | 18 (50.0) | 28 (77.8) |
| 20~29 | 6 (16.7) | 2 (5.5) | 8 (22.2) |
| 計 | 16 (44.4) | 20 (55.6) | 36 (100.0) |

表 27 被験者の支持政党（“69/86”）

第1回セッション

| 自民 | 社会 | 公明 | 民社 | 共産 | 新自ク | 社民連 | その他 | 支持無し | NA | 計 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|---------|
| 18 | 3 | 0 | 1 | 3 | 1 | 2 | 1 | 7 | 0 | 36 |
| (50.0) | (8.3) | (0.0) | (2.8) | (8.3) | (2.8) | (5.6) | (2.8) | (19.4) | (0.0) | (100.0) |

第2回セッション

| 自民 | 社会 | 公明 | 民社 | 共産 | 新自ク | 社民連 | その他 | 支持無し | NA | 計 |
|--------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|-------|--------|-------|---------|
| 18 | 2 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 | 0 | 7 | 1 | 36 |
| (50.0) | (5.6) | (2.8) | (2.8) | (11.1) | (2.8) | (2.8) | (0.0) | (19.4) | (2.8) | (100.0) |

() 内は%

表28 被験者の保革自己イメージ (“69/86”)

| | (保守的) | | | | | (革新的) | | | 計 |
|----------|------------|-------------|-------------|--------------|-------------|------------|------------|------------|---------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | NA | |
| 第1回セッション | 3 (8.3) | 7 (19.4) | 8 (22.2) | 10 (27.7) | 5 (13.9) | 2 (5.6) | 1 (2.8) | 0 (0.0) | 36 (100.0) |
| 第2回セッション | 1 (2.8) | 6 (16.7) | 8 (22.2) | 8 (22.2) | 9 (25.0) | 2 (5.6) | 1 (2.8) | 1 (2.8) | 36 (100.0) |

()内は%

表29 各イメージ項目に関する分散分析の結果（“69/86”）

| | (B A) (N=504) | (A A) (N=504) |
|--------|---------------|---------------|
| | η (F) | η (F) |
| “政治家” | .46 (10.01)** | .48 (11.04)** |
| “信頼” | .30 (3.80)** | .30 (3.75)** |
| “重さ” | .30 (3.80)** | .58 (19.26)** |
| “好ましさ” | .29 (3.40)** | .33 (4.48)** |
| “迫力” | .27 (2.99)** | .42 (7.60)** |
| “清潔さ” | .32 (4.18)** | .26 (2.78)** |
| “明るさ” | .41 (7.43)** | .66 (28.47)** |
| “力強さ” | .30 (3.61)** | .43 (8.50)** |
| “説得力” | .21 (1.66) | .31 (3.96)** |
| “洗練” | .35 (5.37)** | .39 (6.55)** |
| “能力” | .31 (3.91)** | .32 (4.09)** |
| “興奮” | .36 (5.64)** | .49 (11.96)** |
| “なじみ” | .40 (7.02)** | .39 (6.54)** |
| “保革認知” | .52 (13.80)** | .45 (9.56)** |
| “当落” | .50 (12.19)** | .43 (8.37)** |
| “暮らし” | .35 (5.37)** | .38 (6.47)** |
| “現状” | .35 (5.20)** | .31 (4.11)** |
| “政策” | .36 (5.62)** | .33 (4.65)** |
| “支持者” | .40 (7.35)** | .43 (8.57)** |
| “投票” | .32 (4.15)** | .24 (2.23)** |

注) 1 df (B A) 13, 490 (A A) 13, 490

2 ** p < .01

* p < .05

表30 Varimax 回転後の因子構造 (“69/86”)

1 事前([BA])条件 (N =504)

| 項目 | 因子 | I | II | III | IV | h ² |
|---------------------|----|-------|--------|--------|-------|----------------|
| | | 政治的評価 | 孝養・なじみ | ダイナミズム | 個人的評価 | |
| 政策に反対—政策に賛成 | | .75 | | | | .73 |
| 現状認識に反対—現状認識に賛成 | | .73 | | | | .70 |
| 暮らしにプラス—暮らしにマイナス | | -.69 | | | | .60 |
| 支持者が少ない—支持者が多い | | .47 | .42 | | | .45 |
| イデオロギー—近い—イデオロギー—遠い | | -.41 | | | | .20 |
| 政党不支持—政党支持 | | .38 | | | | .17 |
| 保守的—革新的 | | -.25 | | | | .11 |
| なじみのない—なじみのある | | | .62 | | | .40 |
| 落選しそうな—当選しそうな | | | .54 | | | .42 |
| 投票したい—投票したくない | | -.48 | -.53 | | | .56 |
| 信頼できる—信頼できない | | | -.51 | | -.36 | .61 |
| 好ましくない—好ましい | | | .46 | | .39 | .57 |
| 暗い—明るい | | | .39 | | .36 | .29 |
| 力強い—弱々しい | | | | .71 | | .60 |
| 軽い—重い | | | | -.63 | | .40 |
| 政治家らしい—政治家らしくない | | | | .62 | | .43 |
| 迫力のある—迫力のない | | | | .58 | | .36 |
| 説得力のない—説得力のある | | | .44 | -.52 | | .52 |
| 有能な—無能な | | | -.44 | .46 | -.37 | .59 |
| 洗練された—がさつな | | | | | -.64 | .47 |
| 清潔な—不潔な | | | | | -.63 | .48 |
| 興奮した—落ち着いた | | | | | .61 | .46 |
| %TV | | 13.5 | 11.6 | 11.3 | 9.6 | |

注) 負荷量の絶対値が .35以上のもののみを示す。(どの因子にも, .35以上の負荷をもたない項目については, 最大の負荷を持つ因子への負荷量を示す。)

表30 Varimax 回転後の因子構造 (“69/86”)

2 事後([AA])条件 (N =504)

| 項目 | 因子 | I | II | III | IV | h ² |
|-------------------|----|-------|--------|-------|------|----------------|
| | | 政治的評価 | ダイナミズム | 個人的評価 | 活動性 | |
| 政策に反対—政策に賛成 | | .87 | | | | .80 |
| 現状認識に反対—現状認識に賛成 | | .86 | | | | .77 |
| 投票したい—投票したくない | | -.65 | .35 | | | .59 |
| 暮らしにプラス—暮らしにマイナス | | -.63 | | .44 | | .64 |
| イデオロギー近い—イデオロギー遠い | | -.53 | | | | .29 |
| 信頼できる—信頼できない | | -.51 | .35 | .43 | | .57 |
| 支持者が少ない—支持者が多い | | .48 | | | | .38 |
| 政党不支持—政党支持 | | .36 | | | | .16 |
| 力強い—弱々しい | | | .81 | | | .71 |
| 迫力のある—迫力のない | | | .80 | | | .67 |
| 説得力のない—説得力のある | | | -.68 | | | .62 |
| 有能な—無能な | | | .56 | .47 | | .64 |
| 政治家らしい—政治家らしくない | | | .45 | .41 | | .47 |
| 保守的—革新的 | | | -.36 | | | .14 |
| 洗練された—がさつな | | | | .67 | | .46 |
| 落選しそうな—当選しそうな | | | | -.59 | | .45 |
| 清潔な—不潔な | | | | .58 | | .40 |
| 好ましくない—好ましい | | .46 | | -.52 | | .53 |
| 興奮した—落ち着いた | | | | -.43 | | .40 |
| 暗い—明るい | | | | | .85 | .80 |
| 軽い—重い | | | | | -.68 | .60 |
| なじみのない—なじみのある | | | | | .39 | .24 |
| %TV | | 17.0 | 13.9 | 12.8 | 7.8 | |

注) 負荷量の絶対値が .35以上のもののみを示す。(どの因子にも、.35以上の負荷をもたない項目については、最大の負荷を持つ因子への負荷量を示す。)

表31 4つの次元を独立変数とした投票意図の予測 (“69/86”)

1 事前([BA])条件 (N=504)

| 次元 | β (F) | r |
|----------|-------------------|-----|
| [政治的評価] | .48 (129.04) ** | .61 |
| [ダイナミズム] | .10 (8.20) ** | .28 |
| [個人的評価] | .06 (2.09) | .30 |
| [当落・なじみ] | .19 (23.64) ** | .45 |

R = .65 (F (4,499) = 89.36) **

* p < .05

** p < .01

表31 4つの次元を独立変数とした投票意図の予測 (“69/86”)

2 事後((AA))条件 (N=504)

| 次元 | β (F) | r |
|----------|------------------|------|
| [政治的評価] | .56 (197.50)** | .63 |
| [ダイナミズム] | .23 (44.43)** | .38 |
| [個人的評価] | .04 (0.61) | .38 |
| [活動性] | -.09 (6.74)** | -.02 |

R = .67 (F (4,499) = 102.26)**

* p < .05

** p < .01

表32 各イメージ項目を独立変数とした投票意図の予測（“69/86”）

| | (B A) (N=504) | (A A) (N=504) |
|------------|----------------|----------------|
| | β (r) | β (r) |
| 「政治家らしい」 | | |
| 「信頼できる」 | .27 ** (.59) | .12 * (.56) |
| 「重い」 | | |
| 「好ましい」 | | |
| 「迫力のある」 | | |
| 「清潔な」 | | |
| 「明るい」 | | |
| 「力強い」 | | |
| 「説得力のある」 | | |
| 「洗練された」 | | |
| 「有能な」 | | |
| 「興奮した」 | | .08 * (.01) |
| 「なじみのある」 | .11 ** (.35) | .07 * (.24) |
| 「保守的」 | -.13 ** (-.04) | |
| 「当選しそうな」 | | |
| 「暮らしにプラス」 | .17 ** (.53) | .11 * (.51) |
| 「現状認識に賛成」 | | |
| 「政策に賛成」 | .16 * (.56) | .20 ** (.62) |
| 「支持者が多い」 | | |
| 「イデオロギー近い」 | .11 ** (.26) | .10 ** (.37) |
| 「政党支持」 | .12 ** (.31) | |
| R (F) | .73 (26.47)** | .75 (27.46)** |

注) 1 各条件において β が有意であるもののみを示した。

2 df (B A) 21, 482 (A A) 21, 482

3 **p < .01

*p < .05

表33 4つの次元を独立変数とした得票率の予測 (“69/86”)

1 事前([BA])条件 (N=504)

| 次元 | β (F) | r |
|----------|-----------------|-----|
| [政治的評価] | .23 (18.45)** | .24 |
| [ダイナミズム] | .04 (0.81) | .08 |
| [個人的評価] | .07 (2.42) | .16 |
| [当落・なじみ] | -.06 (1.53) | .07 |

R = .26 (F(4,499) = 8.80)**

* p < .05

** p < .01

表33 4つの次元を独立変数とした得票率の予測 (“69/86”)

2 事後([AA])条件 (N=504)

| 次元 | β (F) | r |
|----------|-----------------|------|
| [政治的評価] | .18 (13.10)** | .30 |
| [ダイナミズム] | -.06 (2.03) | .05 |
| [個人的評価] | .28 (33.82)** | .36 |
| [活動性] | -.08 (4.12)* | -.07 |

R = .40 (F(4,499) = 23.40)**

* p < .05

** p < .01

表34 各イメージ項目を独立変数とした得票率の予測（“69/86”）

| | (B A) (N=504) | (A A) (N=504) |
|-----------|----------------|----------------|
| | β (r) | β (r) |
| 「政治家らしい」 | .18 ** (.26) | .16 ** (.28) |
| 「信頼できる」 | | |
| 「重い」 | | |
| 「好ましい」 | | |
| 「迫力のある」 | | |
| 「清潔な」 | -.14 ** (.05) | |
| 「明るい」 | | |
| 「力強い」 | | |
| 「説得力のある」 | | |
| 「洗練された」 | .11 * (.25) | .15 ** (.31) |
| 「有能な」 | | |
| 「興奮した」 | -.13 ** (-.25) | |
| 「なじみのある」 | -.20 ** (-.09) | -.12 * (-.09) |
| 「保守的」 | .09 * (.15) | |
| 「当選しそうな」 | .19 ** (.25) | .15 ** (.34) |
| 「暮らしにプラス」 | | |
| 「現状認識に賛成」 | | |
| 「政策に賛成」 | | |
| 「支持者が多い」 | | .21 ** (.32) |
| 「投票したい」 | | -.16 ** (.08) |
| R (F) | .48 (7.45)** | .50 (10.15)** |

注) 1 各条件において β が有意であるもののみを示した。

2 df (B A) 20, 483 (A A) 20, 483

3 **p < .01

*p < .05

表35 個人レベルにおける各項目の変動量 (“69/86”)

| 項目 | 変動量 |
|-----------|------|
| “迫力” | 1.24 |
| “当落” | 1.21 |
| “政治家” | 1.20 |
| “投票” | 1.12 |
| “興奮” | 1.12 |
| “説得力” | 1.10 |
| “好ましさ” | 1.07 |
| “なじみ” | 1.07 |
| “保革認知” | 1.03 |
| “明るさ” | 1.03 |
| “力強さ” | 1.02 |
| “重さ” | 1.01 |
| “信頼” | 0.99 |
| “支持者” | 0.94 |
| “政策” | 0.94 |
| “現状” | 0.93 |
| “洗練” | 0.88 |
| “清潔さ” | 0.87 |
| “能力” | 0.85 |
| “暮らし” | 0.72 |
| 平均値(N=14) | 1.02 |

表36 集合レベルにおける各項目の変動量（“69/86”）

| 項目 | 変動量 |
|-----------|------|
| “興奮” | 0.71 |
| “迫力” | 0.63 |
| “明るさ” | 0.61 |
| “当落” | 0.54 |
| “投票” | 0.52 |
| “力強さ” | 0.51 |
| “信頼” | 0.50 |
| “なじみ” | 0.48 |
| “現状” | 0.44 |
| “政策” | 0.44 |
| “支持者” | 0.43 |
| “重さ” | 0.41 |
| “好ましさ” | 0.39 |
| “清潔さ” | 0.38 |
| “洗練” | 0.37 |
| “暮らし” | 0.37 |
| “政治家” | 0.36 |
| “保革認知” | 0.31 |
| “能力” | 0.30 |
| “説得力” | 0.29 |
| 平均値(N=14) | 0.45 |

表37 イメージ変容の各形態の割合（“69/86”）

| | 全項目 (N=10080) | “投票” (N=504) |
|--------|---------------|--------------|
| 改変 | 10.9 | 12.5 |
| 強化・活性化 | 29.9 | 22.5 |
| 不鮮明化 | 21.9 | 26.6 |
| 無変化 | 37.4 | 38.4 |
| 計 | 100.1 | 100.0 |

（単位は％）

表38 9つのイメージ項目に関する“69/69”と“69/86”の相関

| 項目 | r |
|-------|-------|
| “政治家” | .58* |
| “信頼” | .83** |
| “清潔さ” | .82** |
| “力強さ” | .31 |
| “説得力” | .20 |
| “洗練” | .83** |
| “興奮” | .74** |
| “なじみ” | .48* |
| “当落” | .78** |

(N=14) ** p < .01

 * p < .05

表39 “69/69”におけるVarimax 回転後の因子構造 (N=180)

| I | | II | | III | | IV | |
|---------|-----|--------|-----|---------|-----|--------|-----|
| 価値評価因子 | | 力動性因子 | | 暖かさ因子 | | 知名度因子 | |
| 冷静な | .93 | 力強い | .93 | 心の暖かそうな | .91 | 知名度の高い | .71 |
| 洗練されている | .87 | 根性がある | .91 | | | | |
| 得票数 | .87 | 印象が強い | .88 | | | | |
| 当選できそうな | .86 | 知名度が高い | .63 | | | | |
| 信頼できる | .83 | | | | | | |
| 清潔な | .82 | | | | | | |
| 説得力のある | .78 | | | | | | |
| 政治家らしい | .71 | | | | | | |
| %TV | 46 | %TV | 27 | %TV | 10 | %TV | 8 |

注) 田中, 1974b および 1974d から筆者が作成した。

表40 “69/69”における4つの次元を独立変数とした得票数の予測 (N=21)

| 次元 | B | t |
|------|----------|------------|
| 価値評価 | 28220 | 8.058 * |
| 力動性 | - .4440 | -0.669 |
| 暖かさ | - 3980 | -0.752 |
| 知名度 | 5970 | 2.131 * |
| | C = 3810 | R = .934** |

注) 1 田中, 1974b および 1974d から筆者が作成した。

2 **p < .01

*p < .05

参考文献 (ABC順)

A. 論文中に引用されたもの

- Abelson, R. B., Kinder, D. R., Peters, M. D., & Fiske, S. T. 1982 Affective and semantic components in political person perception. Journal of Personality and Social Psychology, 42, 619-630.
- Abelson, R. P. & Rosenberg, M. J. 1958 Symbolic psychologic: A model of attitudinal cognition. Behavioral Science, 3, 1-13.
- 明るい選挙推進協会 1986 第38回衆議院議員総選挙 第14回参議院議員通常選挙の実態
—— 世論調査の概要 ——
- 鮑戸 弘 1970 イメージの心理学 潮出版社
- 鮑戸 弘 1975 政党支持の心理と論理 内田 満 (編) 現代のエスプリ, No.94,
選挙 181 - 196.
- 鮑戸 弘 1985 政治と経済のインターフュージョン — ミクロレベルでの連関 —
年報社会心理学, 25, 133 - 152.
- Alexander, F. 1959 Emotional factors in voting behavior. In E. Burdick & A.J. Brodbekc (Eds.) American voting behavior. Ne York: Free Press. Pp.300 - 307.
- Almond, G. & Verba, S. 1963 The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations. Princeton: Princeton University Press.
- Anderson, L. R. & Bass, A. R. 1967 Some effects of victory or defeat upon perception of political candidates. Journal of Social Psychology, 73, 227-240.
- 荒木俊夫・相内俊一・川人貞史・蓮池 穰 1983 投票行動における連続と変化 — 札幌市の場合 — 木鐸社
- 朝日ジャーナル編集部 1969 「こんにちわ、政治家です」 —— イメージ選挙の危険な陥穽 —— 朝日ジャーナル, 1969年12月21日号, 4-9.
- 朝日新聞選挙本部(編) 1986 朝日選挙大観: 第38回衆議院総選挙 第14回参議院通常

- Baggaley, J. & Duck, S. 1976 Dynamics of television. Farnborough: Saxon House.
- Baker, K. L. & Norpoth, H. 1981 Candidates on television: The 1972 electoral debates in West Germany. Public Opinion Quarterly, 45, 329-345.
- Bartels, L. M. 1985 Expectations and preferences in presidential nominating campaign. American Political Science Review, 79, 804-815.
- Bass, L. 1984 The primary source of meaning of a secondary symbol: The case of the constitution and Ms. Murphy. Political Psychology, 5, 687 - 703.
- Bastedo, R. W. & Lodge, M. 1980 The meaning of party labels. Political Behavior, 2, 287-308.
- Becker, S. L. & Lower, E. W. 1962 Broadcasting in presidential campaigns. In S. Kraus (Ed.), The great debates: Background-perspective-effects. Bloomington: Indiana University Press. Pp.25-55.
- Ben-Zeev, S. & White, I. S. 1962 Effects and implications. In S. Kraus (Ed.), The great debates: Background-perspective-effects. Bloomington: Indiana University Press. Pp.331-337.
- Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F., & McPhee, W. N. 1954 Voting. Chicago: The University of Chicago Press.
- Bishop, G. F., Barclay, A. M., & Rokeach, M. 1972 Presidential preference and freedom-equality value patterns in the 1968 American campaign. Journal of Social Psychology, 88, 207-212.
- Blumer, H. 1959 Suggestions for the study of mass-media effects. In E. Burdick & A.J. Brodbeck (Eds.), American voting behavior. New York: Free Press. Pp.197-208.
- Blumer, J. G. & McQuail, D. 1968 Television in politics. London: Faber and Faber.
- ブーアスティン D.J. 星野郁美・後藤和彦 (訳) 1965 幻影の時代 — マスコミが製造する事実 — 東京創元新社
- Boulding, K. E. 1956 The image. Ann Arbor: The University of Michigan Press.
- Brown, C. E. 1982 A false consensus bias in 1980 presidential preference. Jour-

- nal of Social Psychology, 118, 137-138.
- Campbell, A., Converse, P. E., Miller, W. E., & Stokes, D. E. 1960 The American voter. New York: John Wiley & Sons.
- Carter, R. F. 1962 Some effects of the debates. In S. Kraus (Ed.), The great debates: Background-perspective-effects. Bloomington: Indiana University Press. Pp.253-270.
- Chaffee, S. H. & Choe, S. Y. 1980 Time of decision and media use during the Ford-Carter campaign. Public Opinion Quarterly, 44, 53-69.
- Clotfelter, J. & Prysby, C. L. 1980 Political choices: A study of elections and voters. New York: Holt, Rinehart, & Winston.
- Conover, P. J. 1980 The perception of political figures: An application of attribution theory. In J.C. Pierce & J.L. Sullivan (Eds.), The electorate reconsidered. Beverly Hills: Sage. Pp.91-109.
- Costikyan, E. N. 1980 How to win votes: The politics of 1980. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Crotty, W. 1980 Overview: the party symbol and its changing meaning. In W. Crotty (Ed.), The party symbol: Readings on political parties. San Francisco: Freeman. Pp.1-28.
- Dawson, R. E., Prewitt, K., & Dawson, K. S. 1977 Political socialization. 2nd ed. Boston: Little, Brown and Company.
- Deutsch, K. W. 1963 The nerves of government: Models of political communication and control. New York: The Free Press of Glencoe.
- ダウングズ A. 古田精司 (監訳) 1980 民主主義の経済理論 成文堂
- デュベルジェ, M. 岡野加穂留 (訳) 1970 政党社会学 潮出版社
- Easton, D. 1965 A systems analysis of political life. New York: Wiley.
- Edelman, M. 1964 The symbolic uses of politics. Urbana: University of Illinois Press.
- Edelman, M. 1971 Politics as symbolic action: Mass arousal and quiescence. Chicago: Markham.
- Enelow, J. M. & Hinch, M. J. 1984 The spatial theory of voting: An introduction.

- Cambridge: Cambridge University Press.
- Finkel, S. & Norpoth, H. 1984 Candidates and issues in the 1980 campaign: The ideological connection. Political Behavior, 6, 61 - 77.
- Fiorina, M. P. 1981 Retrospective voting in American national elections. New Haven: Yale University Press.
- Fischer, G. W. & Johnson, E. J. 1986 Behavioral decision theory and political decision making. In R.R. Lau & D.O. Sears (Eds.), Political cognition. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates. Pp.55-65.
- フラナガン S. C.・リチャードソン R. M. 中川 融 (監訳) 1980 現代日本の政治
敬文堂
- 船津 衛 1980 準拠集団論 安田三郎・塩原 勉・富永健一・吉田民人(編) 基礎社
会学 第I巻 社会的行為 東洋経済新報社 Pp.92-114
- Greenstein, F. I. 1965 Children and politics. New Haven: Yale University Press.
- 箱崎総一 1972 情緒工学の提唱 マーケティングと広告, 1972年11月号, 13 - 19.
- Harrop, M. 1977 Beliefs, feelings, and votes: The British case. British Journal of Political Science, 7, 301-320.
- Herstein, J. A. 1981 Keeping the voter's limits in mind: A cognitive process analysis of decision making in voting. Journal of Personality and Social Psychology, 40, 843-861.
- 平野 浩 1986a 政党イメージ構造の分析 日本心理学会第50会大会発表論文集, 614.
- 平野 浩 1986b 連想語による政党イメージの研究 日本社会心理学会, 日本グループ・ダイナミックス学会合同大会論文集, 39-40.
- 平野 浩 1987 分極度タイプ別に見た候補者イメージ構造の分析 日本社会心理学会第28回大会発表論文集 55.
- 堀 幸雄 1987 第二回衆参同日選挙の分析 選挙研究, 2, 5-25.
- 堀江 湛・上条末夫・富田信男(編著) 1980 政治心理学 北樹出版
- 放送文化編集部 1968 テレビ選挙と視聴者 — 調査でみた視聴者像 — 放送文化, 1968(9), 56 - 58.
- Hovland, C. I., Janis, I. L. & Kelly, H. H. 1953 Communication and persuasion. New Haven: Yale University Press.

- Hurwitz, J. M. & Peffley, M. A. 1980 Personality and the evaluation of anti-ideal candidates. In J.C. Pierce & J.L. Sullivan (Eds.), The electorate reconsidered. Beverly Hills: Sage. Pp.135-155.
- 池田一貞(編著) 1973 マーケティングシステム 森北出版
- 稲葉三千男 1969 情報化時代とTV選挙 — 新しい集票機構となりうるか — エコノミスト, 1969年・12月16日号, 46-50.
- Inglehart, R. 1977 The silent revolution: Changing values and political styles among western publics. Princeton: Princeton University Press.
- 猪口 孝 1983 現代日本政治経済の構図 東洋経済新報社
- 猪口 孝 1986 経済状況と政策課題 綿貫譲治・三宅一郎・猪口 孝・蒲島郁夫
日本人の選挙行動 東京大学出版会 Pp.203-235.
- 岩井奉信 1986 候補者イメージの分析 堀江 湛・梅村光弘(編) 投票行動と政治意識 慶応通信 Pp.63-77.
- 岩本 汎 1972 テレビはアメリカの選挙を大きく変えた — 大統領候補の売り込み作戦 — 放送文化, 1972(10), 18-21.
- 蒲島郁夫 1986a 有権者のイデオロギー 綿貫譲治・三宅一郎・猪口 孝・蒲島郁夫
日本人の選挙行動 東京大学出版会 Pp.55-73.
- 蒲島郁夫 1986b 争点, 政党, 投票 綿貫譲治・三宅一郎・猪口 孝・蒲島郁夫
日本人の選挙行動 東京大学出版会 Pp.237-267.
- Kaid, L. L. 1981 Political Advertising. In D.D. Nimmo & K.R. Sanders (Eds.), Handbook of political communication. Beverly Hills: Sage. Pp.249-271.
- 勝又美智雄 1986 選挙運動の変容 1986年度「日本選挙学会」研究会(報告)
- 川越 昭 1971 イメージ選挙の周辺 放送文化, 1971(6), 2-5.
- Key, V. O. 1961 Public opinion and American democracy. New York: Alfred-A-Knopf.
- Key, V. O. 1966 The responsible electorate. Cambridge: Harvard University Press.
- Kiewiet, D. R. 1983 Macroeconomics & micropolitics: The electoral effects of economic issues. Chicago: The University of Chicago Press.
- Kinder, D. R. 1978 Political person perception: The asymmetrical influence of sentiment and choice on perception of presidential candidates. Journal of Personality and Social Psychology, 36, 859 - 871.

- Kinder, D. R. 1986 Presidential character revisited. In R.R. Lau & D.O. Sears (Eds.), Political cognition. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates. Pp.233 - 255.
- Kinder, D. R. & Kiewiet, D. R. 1981 Sociotropic politics: The American case. British Journal of Political Science, 11, 129-161.
- Kinder, D. R., Peters, M. D., Abelson, R. P., & Fiske, S. T. 1980 Presidential prototypes. Political Behavior, 2, 315-337.
- Kinder, D. R. & Sears, D. O. 1985 Public opinion and political action. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), Handbook of social psychology. 3rd ed. Vol.2. Special fields and applications. New York: Random House. Pp659-741.
- Klapper, J. T. 1960 The effect of mass communication. Glencoe: Free Press.
- 小林良彰 1985 計量政治学 成文堂
- 小林良彰 1987 投票行動と政治意識に関する計量分析 選挙研究, 2, 26-63.
- Kornberg, A., Mishler, W., & Smith, J. 1975 Political elite and mass perceptions of party locations in issue space: Some tests of two positions. British Journal of Political Science, 5, 161-165.
- Kraus, S. & Smith, R. G. 1962 Issues and images. In S. Kraus (Ed.), The great debates: Background-perspective-effects. Bloomington: Indiana University Press. Pp.289-312.
- 楠精一郎 1985 選挙運動とメディア ジュリスト増刊総合特集, 38, 157-163.
- Lane, R. E. 1971 Alienation, protest, and rootless politics in the seventies. In R. Hiebert, R. Jones, E. Lotito, & J. Lorenz (Eds.), The political image merchants: Strategies in the new politics. Washington D.C.: Acropolis Books. Pp.273-300.
- Lane, R. E. 1986 What are people trying to do with the schemata? : The question of purpose. In R.R. Lau & D.O. Sears (Eds.), Political cognition. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates. Pp.303-317.
- レーン, R. 大谷博愛・荒木義修・谷藤悦史(訳) 1983 政治における思想と意識 勁草書房
- Lang, G. E. & Lang, K. 1978 Immediate and delayed responses to a Carter-Ford

- debate: Assessing public opinion. Public Opinion Quarterly, 42, 322 - 341.
- Lang, K. & Lang, G. E. 1956 The television personality in politics: some consideration. Public Opinion Quarterly, 20, 103-113.
- Lang, K. & Lang, G. E. 1959 The mass media and voting. In E. Burdick & A.J. Brodbeck (Eds.), American voting behavior. New York: Free Press. Pp.217 - 235.
- Lang, K. & Lang, G. E. 1962 Reactions of viewers. In S. Kraus (Ed.), The great debates: Background-perspective-effects. Bloomington: Indiana University Press. Pp.313-330.
- ラスウェル H. D. 本間康平 (訳) 1968 社会におけるコミュニケーションの構造と機能 シュラム W. (編) 学習院大学社会学研究室 (訳) 新版マスコミュニケーション — マス・メディアの総合的研究 東京創元社 Pp.66 - 81.
- Lau, R. R. 1986 Political schemata, candidate evaluations, and voting behavior. In R.R. Lau & D.O. Sears (Eds.), Political cognition. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates. Pp.95-126.
- Lau, R. R. & Sears, D. O. (Eds.) 1986 Political cognition. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lau, R. R. & Sears, D. O. 1986a An introduction to political cognition. In R.R. Lau & D.O. Sears (Eds.), Political cognition. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates. Pp.3-8.
- Lau, R. R. & Sears, D. O. 1986b Social cognition and political cognition: The past, the present, and the future. In R.R. Lau & D.O. Sears (Eds.), Political cognition. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates. Pp.347-366.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. 1968 The people's choice. 3rd ed. New York: Columbia University Press.
- Leduc, L. 1976 Semantic differential measures of British party images. British Journal of Political Science, 6, 115-128.
- Lippmann, W. 1936 Public Opinion. New York: Macmillan.
- McGrath, J. E. & McGrath, M. F. 1962 Effects of partisanship on perceptions of political figures. Public Opinion Quarterly, 26, 236-248.
- McGuire, W. J. 1969 The nature of attitudes and attitude change. In G. Lindzey

- & E. Aronson (Eds.), The handbook of social psychology. 2nd ed. Vol.3. The individual in a social context. Reading: Addison-Wesley. Pp.136 - 314.
- マキアヴェッリ N. 黒田正利 (訳) 1959 君主論 岩波書店
- 前田寿一 1980 政治的イメージ 堀江 湛・上条末夫・富田信男 (編著) 政治心理学
北樹出版 Pp.165-173.
- 前田寿一 1985 イメージ戦略とマスメディア ジュリスト増刊総合特集, 38, 151-156.
- Markus, G. B. & Converse, P. E. 1979 A dynamic simultaneous equation model of electoral choice. American Political Science Review, 73, 1055-1070.
- Miller, A. H. & MacKuen, M. 1979 Learning about the candidate: The 1976 presidential debates. Public Opinion Quarterly, 43, 326-346.
- Miller, A. H. & Miller, W. E. 1976 Ideology in the 1972 election: Myth or reality - a rejoinder. American Political Science Review, 70, 832-849.
- Miller, A. H. & Wattenberg, M. P. 1985 Throwing the rascals out: Policy and performance evaluation of presidential candidates, 1952 - 1980. American Political Science Review, 79, 359-372.
- 三宅一郎 1979 有権者構造の変動と選挙 年報政治学1977, 259 - 302.
- 三宅一郎 1985 政党支持の分析 創文社
- 三宅一郎 1986 比例代表選挙の投票行動 綿貫議治・三宅一郎・猪口 孝・蒲島郁夫
日本人の選挙行動 東京大学出版会 Pp.121-128 .
- 三宅一郎・木下富雄・間場寿一 1967 異なるレベルの選挙における投票行動の研究
創文社
- 水島恵一・上杉喬 (編) 1983 イメージの基礎心理学 誠信書房
- 森脇俊雅 1986 日本の都市有権者 — 実証的データからの報告 — 1986年度日本政治学会研究会 (報告)
- 村田昭治 1980 マーケティング プレジデント社
- 村田昭治・斎藤通貴 1985 消費者行動研究へのマーケティング・アプローチ 年報社会心理学, 25, 53-72.
- 直井道子 1979 階層意識と階級意識 富永健一 (編) 日本の階層構造 東京大学出版会 Pp.365-388.
- Nie, N. H., Verba, S., & Petrocik, J. R. 1976 The changing American voter.

Cambridge: Harvard University Press.

ニンモー D. 大前正臣 (訳) 1971 近代選挙を演出する影の選挙参謀 政治広報センター

Nimmo, D. D. 1974 Popular images of politics: A taxonomy. New Jersey: Prentice-Hall.

Nimmo, D. D. & Sanders, K. R. 1981 The emergence of political communication as a field. In D.D. Nimmo & K.R. Sanders (Eds.), Handbook of political communication. Beverly Hills: Sage. Pp.11-36.

Noelle-Neumann, E. 1978 The dual climate of opinion: The influence of television in the 1976 West German federal election. In M. Kaase & K. von Beyme (Eds.), Elections & parties: Socio-political change and participation in the West German federal election of 1976. London: Sage. Pp.137-169.

Nygren, T. E. & Jones, L. E. 1977 Individual differences in perceptions and preferences for political candidate. Journal of Experimental Social Psychology, 13, 182 - 197.

岡田直之 1960 投票行動の社会心理学的分析 年報社会心理学, 1, 171-188.

O'Keefe, G. J. & Atwood, L. E. 1981 Communication and election campaigns. In D. D. Nimmo & K. R. Sanders (Eds.), Handbook of political communication. Beverly Hills: Sage. Pp.329-359.

大久保貞義 1969 選挙キャンペーンにおけるマーケティング技法の開発 — 候補者と有権者をめぐる政治情報 — マーケティングと広告, 14(6), 32 - 37.

大久保貞義 1974 日本人の投票行動 至誠堂

オスグッド C. E. 田中靖政・南博 (訳) 1968 戦争と平和の心理学 岩波書店

Osgood, C. E., May, W. H., & Miron, M. S. 1975 Cross-cultural universals of affective meaning. Urbana: University of Illinois Press.

Osgood, C. E. & Sebeok, T. A. 1954 Psycholinguistics: A survey of theory and research problems. Supplement, Journal of Abnormal and Social Psychology, 49, 4/2.

Osgood, C. E., Suci, G. J., & Tannenbaum, P. H. 1957 The measurement of meaning. Urbana: University of Illinois Press.

- Page, B. I. & Jones, C. C. 1979 Reciprocal effects of policy preference, party loyalties and the vote. American Political Science Review, 73, 1071-1089.
- Patterson, T. E. & McClure, R. D. 1980 Television and voter's issue awareness. In W. Crotty (Ed.), The party symbol: Readings on political parties. San Francisco: Freeman. Pp.324-334.
- Pool, I. D. S. 1959 TV: A new dimension in politics. In E. Burdick & A.J. Brodbeck (Eds.), American voting behavior. New York: Free Press. Pp.236 - 261.
- Pool, I. D. S. 1971 What will be new in the new politics? In R. Hiebert, R. Jones, E. Lotito, & J. Lorenz (Eds.), The political image merchants: Strategies in the new politics. Washington D.C.: Acropolis Books. Pp.240-272.
- Ray, J. J. 1984 Combining demographic and attitude variables to predict vote. Journal of Social Psychology, 122, 145-146.
- Rice, S. A. 1928 Quantitative methods in politics. New York: Knopf.
- Roseman, I., Abelson, R. P., & Ewing, M. F. 1986 Emotion and political cognition: Emotional appeals in political communication. In R.R. Lau & D.O. Sears (Eds.), Political cognition. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates. Pp.279-294.
- Rossi, P. H. 1959 Four landmarks in voting research. In E. Burdick & A.J. Brodbeck (Eds.), American voting behavior. New York: Free Press. Pp.5-54.
- Rubin, B. 1977 Media, politics, & democracy. New York: Oxford University Press.
- 佐伯 胖(編) 1982 推論と理解 東洋・大山 正(監修) 認知心理学講座 第3巻
東京大学出版会
- Sagara, M., Yamamoto, K., Nishimura, H., & Akuto, H. 1961 A study on the semantic structure of Japanese language by the semantic differential method. Japanese Psychological Research, 3, 146 - 156.
- 坂上順夫 1965 現代選挙学 政治広報センター
- Sapiro, V. 1981 If U.S. senator Baker were a women: An experimental study of candidate images. Political Psychology, 3, 61 - 83.
- Sears, D. O. 1969 Political Behavior. IN G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), The handbook of social psychology. 2nd ed. Vol.5. Applied social psychology. Reading: Addison-Wesley. Pp.315-458.

- Sears, D. O., Lau, R. R., Tyler, T. R., & Allen, H. M. 1980 Self-interest vs symbolic attitudes and presidential voting. American Political Science Review, 74, 670-684.
- Shabad, G. & Anderson, K. 1979 Candidate evaluations by men and women. Public Opinion Quarterly, 43, 18 - 35.
- Sherman, R. C. & Ross, L. B. 1972 Liberalism-conservatism and dimensional salience in the perception of political figures. Journal of Personality and Social Psychology, 23, 120 - 127.
- Sherrod, D. R. 1971 Selective perception of political candidates. Public Opinion Quarterly, 35, 554-562.
- 白鳥 令 1970 テレビ政見放送の投票行動に与えた影響 白鳥 令・田中靖政 テレビ政見放送の選挙に与える影響 国民政治研究会 Pp.5-41.
- 白鳥 令 1986 毎日新聞1986年5月24日 (23) 紙上掲載談話
- Shneidman, E. S. 1963 The logic of politics. In L. Arons & M.A. May (Eds.), Television and human behavior. New York: Appleton-Century-Crofts. Pp.178 - 199.
- Shyles, L. 1984 Defining "images" of presidential candidates from televised political spot advertisements. Political Behavior, 6, 171 - 181.
- Siepmann, C. A. 1962 Were they "great"? In S. Kraus (Ed.), The great debates: Background-perspective-effects. Bloomington: Indiana University Press. Pp.132-141.
- Sigel, R. S. 1964 Effects of partisanship on the perception of political candidates. Public Opinion Quarterly, 28, 483-496.
- Sigelman, L. & Sigelman, C. K. 1984 Judgment of the Carter-Reagan debate: The eyes of the beholders. Public Opinion Quarterly, 48, 624-628.
- Smith, M. B. 1969 Social psychology and human values. Chicago: Aldine.
- 杉 正夫 1974 選挙とコミュニケーション 内川芳美・岡部慶三・竹内郁郎・辻村明 (編) 講座 現代の社会とコミュニケーション4 情報と政治 東京大学出版会 Pp.109-134.
- 総理府統計局 1983 昭和55年国勢調査モノグラフシリーズ No3 日本人口の地域分布と
その変化

総理府統計局 1984 昭和55年国勢調査モノグラフシリーズ No9 我が国の世帯構成とその変動

Stokes, D. E. 1963 Spatial models of party competition. American Political Science Review, 57, 368-377.

Stone, L. A. & Coles, G. J. 1972 Multidimensional judgment scaling of well-known political figures. Journal of Social Psychology, 87, 127-137.

Stricker, G. 1963 The use of the semantic differential to predict voting behavior. Journal of Social Psychology, 59, 159-167.

Stricker, G. 1964 The operation of cognitive dissonance on pre- and postelection attitudes. Journal of Social Psychology, 63, 111-119.

田所 泉 1975 「テレビ選挙」の歴史と動向 内田 満(編) 現代のエスプリ, No.94, 選挙 83-90.

高島通敏 1980 現代日本の政党と選挙 三一書房

田中愛治 1987 わが国における政治行動研究の最近の成果と動向 レヴァイアサン 1 174-182

田中靖政 1969 コミュニケーションの科学 日本評論社

田中靖政 1970 テレビ政見放送の効果測定に関する一試論 白鳥 令・田中靖政
テレビ政見放送の選挙に与える影響 国民政治研究会 Pp.42 - 57.

田中靖政 1971a テレビ政見放送の効果測定 — 選挙のシステム・モデルにもとづく計量的アプローチ — 白鳥 令(編) 数量政治分析 ぺりかん社 Pp.103-139.

田中靖政 1971b 民族性と主観文化(2) — 政治文化と人間行動のモデル — 自然, 1971年 2月号, 88-97.

Tanaka, Y. 1974b A case study of effectiveness of communication: A televised election campaign. In J.L.M.Dawson & J.L.Walter (Eds.) Readings in cross-cultural psychology. Hong Kong: Libra Press. Pp.296-304.

田中靖政 1974c 選挙イメージと予測(1) — システム論的アプローチ — 自然, 1974年 3月号, 74-79.

田中靖政 1974d 選挙イメージと予測(2) — システム論的アプローチ — 自然, 1974年 4月号, 84-91.

田中靖政 1986 選挙予測と実際 — 心理的パラダイム — 1986年度「日本選挙学

会」研究会(報告資料)

- Tanaka, Y., Oyama, T., & Osgood, C. E. 1963 A cross-culture and cross-concept study of the generality of semantic spaces. Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior, 2, 392-405.
- Tannenbaum, P. H., Greenberg, B. S. & Silverman, F. R. 1962 Candidate images. In S. Kraus (Ed.), The great debates: Background-perspective-effects. Bloomington: Indiana University Press. Pp.271-288.
- Thomas, D. B., Sigelman, L., & Bass, L. R. 1984 Public evaluations of the president: Policy, partisan, and "personal" determinants. Political Psychology, 5, 531 - 542.
- 富永健一(編) 1979 日本の階層構造 東京大学出版会
- Triandis, H. C. 1964 Exploratory factor analyses of the behavioral component of social attitudes. Journal of Abnormal and Social Psychology, 68, 420-430.
- Triandis, H. C. & Davis, E. E. 1965 Race and belief as determinants of behavioral intentions. Journal of Personality and Social Psychology, 2, 715-725.
- Triandis, H. C., Loh, W. D. & Levin, L. A. 1966 Race, status, quality of spoken English, and opinions about civil rights as determinants of interpersonal attitudes. Journal of Personality and Social Psychology, 3, 468-472.
- Triandis, H. C., Tanaka, Y., & Shanmugam, A. V. 1966 Interpersonal attitudes among American, Indian and Japanese students. International Journal of Psychology, 1, 177-206.
- 内田 清 1975a イメージ時代の選挙コミュニケーション 内田 清(編) 現代のエスプリ, No.94, 選挙 72-82.
- 内田 清 1975b 選挙運動 内田 清(編) 現代のエスプリ, No.94, 選挙 91-92.
- 内田 清 1978 都市デモクラシー 中央公論社
- 内川芳美 1979 マスコミ時代の展開と政治過程 年報政治学1977, 303 - 321.
- Van Jones, B. 1982 Attitude change toward the candidates of the 1980 presidential election. Journal of Social Psychology, 116, 297 - 298.
- ウォーラス G. 石上良平・川口 浩(訳) 1958 政治における人間性 創文社
- 綿貫議治 1986a 社会構造と価値対立 綿貫議治・三宅一郎・猪口 孝・蒲島郁夫

- 日本人の選挙行動 東京大学出版会 Pp.17-53.
- 綿貫議治 1986b 候補者による選挙動員 綿貫議治・三宅一郎・猪口 孝・蒲島郁夫
日本人の選挙行動 東京大学出版会 Pp.137-151.
- 綿貫議治 1986c 候補者の認知と評価 綿貫議治・三宅一郎・猪口 孝・蒲島郁夫
日本人の選挙行動 東京大学出版会 Pp.152-164.
- 綿貫議治・三宅一郎・猪口 孝・蒲島郁夫 1986 日本人の選挙行動 東京大学出版会
- Weatherford, M. S. 1983 Economic voting and the "symbolic politics" argument:
A reinterpretation and synthesis. American Political Science Review, 77, 158 -
174.
- ウェーバー M. 世良晃志郎 (訳) 1970 支配の諸類型 創文社
- Weisberg, H. F. & Rusk, J. G. 1970 Dimensions of candidate evaluation. American
Political Science Review, 64, 1167-1185.
- Wides, J. W. 1979 Perceived economic competence and the Ford/Carter election.
Public Opinion Quarterly, 43, 535 - 543.
- Wright, J. R. & Niemi, R. G. 1983 Perceptions of candidates' issue positions.
Political Behavior, 5, 209-223.
- 柳井道夫 1972 東京都知事選挙におけるイメージ・キャンペーン 成蹊大学文学部紀要,
8, 53-82.
- 柳井道夫・飯田良明 1975 現代の選挙 潮出版社
- 読売新聞社世論調査室 (編) 1975 選挙を徹底分析する — '70 年代の選挙と政治 —
読売新聞社

B. 論文中に引用のないもの

- Adams, W. C. (Ed.) 1983 Television coverage of the 1980 presidential campaign.
Norwood: Ablex.
- 荒木俊夫 1982 投票に対するテレビ政見放送の影響 — 1979・80年札幌調査を素材に
して — 北大法学論集, 33(1), 1-41.
- 荒海秀太郎 1972 情緒のマーチャンダイジング マーケティングと広告, 1972年11月号,
7-12.
- Bass, L. R. & Thomas, D. B. 1980 Dissonance and perception during a presidential
campaign: Pre- and postelection findings from the Carter-Ford contest. Journal
of Social Psychology, 112, 305-306.
- Bitzer, L. & Rueter, T. 1980 Carter vs Ford: The counterfeit debates of 1976.
Madison: The University of Wisconsin Press.
- Bogart, L. 1972 Silent politics: Polls and the awareness of public opinion.
New York: John Wiley.
- Boor, M. 1980 Effect of candidate's psychotherapy treatment on the choice of
simulated voters. Journal of Social Psychology, 110, 299-300.
- Brent, E. & Granberg, D. 1982 Subjective agreement with the presidential can-
didates of 1976 and 1980. Journal of Personality and Social Psychology, 42,
393 - 403.
- Brody, R. A. 1986 Candidate evaluations and the vote: Some considerations
affecting the application of cognitive psychology to voting behavior. In R.R.
Lau & D.O. Sears (Eds.), Political cognition. Hillsdale: Lawrence Erlbaum
Associates. Pp.297-302.
- Bull, R., Jenkins, M., & Stevens, J. 1983 Evaluations of politicians' faces.
Political Psychology, 4, 713-716.
- Burdick, E. 1959 Political theory and the voting studies. In E. Burdick & A.J.

- Brodbeck (Eds.), American voting behavior. New York: Free Press. Pp.136 - 149.
- Butler, D. & Stokes, D. 1974 Political change in Britain. 2nd ed. London: Macmillan.
- Christenson, R. M. & McWilliams, R. O. (Eds.) 1962 Voice of the people: Readings in public opinion and propoganda. New York: McGraw-Hill.
- Convoer, P. J. & Feldman, S. 1986 The role of inference in the perception of political candidates. In R.R. Lau & D.O. Sears (Eds.), Political cognition. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates. Pp.127-158.
- Dreyer, E. C. & Rosenbaum, W. A. (Eds.) 1970 Political opinion and behavior. 2nd ed. Belmont: Wadsworth.
- Einhorn, H. J., Komorita, S. S., & Rosen, B. 1972 Multidimensional models for the evaluation of political candidates. Journal of Experimental Social Psychology, 8, 58-73.
- Fagen, R. R. 1966 Politics and communication. Boston: Little Brown.
- 藤岡喜愛・徳田良仁・飯坂良明 1978 イメージ・情報・宗教 講座 情報社会科学15, 新しい価値観の展開 I 学習研究社
- Goldenberg, E. N. & Traugott, M. W. 1980 Congressional campaign effects on candidate recognition and evaluation. Political Behavior, 2, 61-90.
- Granberg, D. & Brent, E. E. 1974 Dove-hawk placement in the 1968 election: Application of social judgement and balance theories. Journal of Personality and Social Psychology, 29, 687-695.
- Granberg, D. & Brent, E. 1983 When prophecy bends: The preference-expectation link in U.S. presidential elections, 1952 - 1980. Journal of Personality and Social Psychology, 45, 477 - 491.
- Hiebert, R., Jones, R., Lotito, E. & Lorenz, J. (Eds.) 1971 The political image merchants: Strategies in the new politics. Washington D.C.: Acropolis Books.
- ヒトラー A. 平野一郎・高柳 茂 (訳) 1961 わが闘争 1, 2, 3 黎明書房
- 堀 四志男 1968 テレビ選挙時代に第一歩 — NHKの選挙放送が狙ったもの — 放送文化, 1968(9), 48 - 51.
- 堀江 湛・上条末夫・富田信男 (編著) 1980 政治心理学 北樹出版

- Hughes, E. 1962 The impact of TV on American politics. In R. M. Christenson & R. O. McWilliams (Eds.), Voice of the people: readings in public opinion and propaganda. New York: McGraw-Hill. Pp.365-371.
- 猪口 孝 1982 政治学における方法論的諸問題 行動計量学, 10, 29-35.
- 石井健一 1985 政治的支持に経済が及ぼす効果の時系列分析 社会心理学研究, 1, 1-8.
- 岩井奉信 1985 選挙予測とその影響 ジュリスト増刊総合特集, 38, 140-144.
- Johnson, R. W. 1981 Perceived physical attractiveness of supporters of Canada's political parties: Stereotype or in-group bias? Canadian Journal of Behavioral Science, 13, 320-325.
- Judd, C. M., Kenny, D. A., & Krosnick, J. A. 1983 Judging the positions of political candidates: Models of assimilation and contrast. Journal of Personality and Social Psychology, 44, 952-963.
- Kaid, L. L., Nimmo, D., & Sanders, K. R. (Eds.) 1986 New perspectives on political advertizing. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- 神島二郎 1977 磁場の政治学 年報政治学1976, 7 - 20.
- Katz, E. & Feldman, J. J. 1962 The debates in the light of research: A survey of surveys. In S. Kraus (Ed.), The great debates: Background-perspective-effects. Bloomington: Indiana University Press. Pp.173-223.
- Kelley, S. K. 1960 Political campaigning: Problems in creating an informal electorate. Washington, D.C.: The Brookings Institution.
- Key, V. O. 1981 The responsible electorate. In N.R. Luttbeg (Ed.), Public opinion and public policy: Models of political lineage. 3rd ed. Itasca: Peacock. Pp.79 - 98.
- 木田 元・滝浦静雄・立松弘孝・新田義弘 (編) 1980 講座・現象学4 現象学と人間諸科学 弘文堂
- King, M. 1977 Assimilation and contrast of presidential candidates' issue position, 1972. Public Opinion Quarterly, 41, 515-522.
- Klingemann, H. D. & Taylor, C. L. 1978 Partisanship, candidates, and issues: Attitudinal components of the vote in West German federal election. In M. Kaase & K. von Beyme (Eds.), Elections & parties: Socio-political change and partici-

- pation in the West German federal election of 1976. London: Sage. Pp.97 - 133.
- 児島和人 1964 選挙と放送 NHK放送文化研究所年報, 9, 132-165.
- 近藤 操 1967 選挙放送の表現自由権 新聞研究, 1967(1), 12 - 19.
- 近藤 操 1970 選挙制度とテレビ — 公営政見放送の実現するまで — 放送学研究,
21, 75-103.
- Kornhauser, W. 1959 The politics of mass society. Glencoe: Free Press.
- Ladd, E. C. & Hadley, C. D. 1973 Party definition and party differentiation.
Public Opinion Quarterly, 37, 21-34.
- Lane, R. E. 1972 Political man. New York: Free Press.
- Lau, R. R., Sears, D. O., & Centers, R. 1979 The "positivity bias" in evaluation
of public figures: Evidence against instrument artifacts. Public Opinion Quar-
terly, 43, 347-358.
- レーニン V. I. マルクス=レーニン主義研究所 (訳) 1954 なにをなすべきか?
ソ同盟共産党中央委員会付属マルクス=エンゲルス=レーニン研究所 (編) レーニン
全集 第5巻 大月書店 Pp.363-573.
- May, E. R. & Fraser, J. (Eds.) 1973 Campaign '72: The managers speak. Cambridge:
Harvard University Press.
- 三宅一郎 1984 政策争点・政策能力イメージ・政党選択 年報政治学1983, 265-291.
- 三宅一郎・山口 定・村松岐夫・進藤栄一 1985 日本政治の座標 — 戦後四〇年のあゆ
み — 有斐閣
- 水原泰介 (編) 1977 講座社会心理学 1 個人の社会行動 東京大学出版会
- Modigliani, A. & Gamson, W. A. 1979 Thinking about politics. Political Behavior,
1, 5-30.
- Ogmondson, R. 1975 Party class images and class vote in Canada. American Socio-
logical Review, 40, 506 - 512.
- 大前正臣 1974 英総選挙にみる政治広告 アドバタイジング, 19(5), 30 - 37.
- バックカード V. 中村保男 (訳) 1978 人間操作の時代 プレジデント社
- Paletz, D. L. & Vinegar, R. J. 1977 Presidents on television: The effect of
instant analysis. Public Opinion Quarterly, 41, 488 - 497.
- Patton, G. W. R. & Smith, B. 1980 The effect of taking issue positions on rating

- of political candidates. Political Psychology, 2, 20-34.
- Preez, P. du 1980 Social psychology of politics: Ideology and the human image.
Oxford: Basil Blackwell.
- Pulzer, P. G. J. 1967 Political representation and elections in Britain. London:
George Allen and Unwin.
- Roshwalb, I. 1959 The voting studies and consumer decisions. In E. Burdick &
A.J. Brodbeck (Eds.), American voting behavior. New York: Free Press. Pp.150-
161.
- Russell Neuman, W. 1981 Differentiation and integration: Two dimensions of
political thinking. American Journal of Sociology, 86, 1236 - 1268.
- 佐藤三治郎 1968 報道機関から言論機関への道 — 選挙とローカル・テレビのあり方 —
放送文化, 1968(9), 52 - 53.
- Schatzman, C. D. & Strauss, A. 1973 Social class and models of communication.
In C.D. Mortensen & K.K. Sereno (Eds.), Advances in communication research.
New York: Harper & Row. Pp.406-417.
- Schumpeter, J. A. 1942 Capitalism, socialism, and democracy. New York: Harper.
- Shaffer, W. R. 1972 Computer simulations of voting behavior. New York: Oxford
University Press.
- Shneidman, E. S. 1963 The logic of politics. In L. Arons & M.A. May (Eds.),
Television and human behavior. New York: Appleton-Century-Crofts. Pp.178 - 199.
- Sniderman, P. M., Brody, R. A., Siegel, J. W., & Tannenbaum, P. H. 1982 Evalu-
ative bias and issue proximity. Political Behavior, 4, 115-131.
- 田中靖政 1974a 世論とコミュニケーション 内川芳美・岡部慶三・竹内郁郎・辻村
明(編) 講座 現代の社会とコミュニケーション4 情報と政治 東京大学出版会
Pp.135-181.
- 谷口哲一郎 1986 候補者の属性と当落順位 綿貫謙治・三宅一郎・猪口 孝・蒲島郁夫
日本人の選挙行動 東京大学出版会 Pp.165-173.
- 東郷 勤 1968 茶の間の立会演説会 — 参院選とローカル・テレビ報道 — 放送文化,
1968(9), 54 - 55.
- 戸井田道三 1972 情緒: 根底にある無意識の思惟 マーケティングと広告, 1972年11月

号, 3 - 6.

Wald, K. D. & Lupfer, M. B. 1978 The presidential debate as a civics lesson.
Public Opinion Quarterly, 42, 342 - 353.

Warr, P. B., Schroder, H. M., & Blackman, S. 1969 The structure of political
judgement. British Journal of Social and Clinical Psychology, 8, 32 - 43.

Weisberg, H. F. & Fiorina, M. P. 1980 Candidate preference under uncertainty:
An expanded view of rational voting. In J.C. Pierce & J.L. Sullivan (Eds.),
The electorate reconsidered. Beverly Hills: Sage. Pp.237-256.

Weitzner, J. 1971 Handling the candidate on television. In R. Hiebert, R. Jones,
E. Lotito, & J. Lorenz (Eds.), The political image merchants: Strategies in the
new politics. Washington D.C.: Acropolis Books. Pp.107-107.

吉田正昭 1972 情緒の発現形態とマーケティング マーケティングと広告, 1972年11月
号, 20-26.

A 東京3区

| 候補者 内容 | 山本政弘 (社) | 大田みどり (共) | 小杉隆 (7) | 越智通雄 (自) | 小坂徳三郎 (自) | 池田克也 (公) | 伊藤勢次 (民) |
|--------------------------|--|---|---|--|---|---|--|
| 本人及び 所属政党の 実績 | | <ul style="list-style-type: none"> 党の文教委員 防衛庁フルタイム問題追及 党の実績なれあいのストップ | <ul style="list-style-type: none"> 議員歴 党の政策委員長 スリ防止法案、防衛費1%突破に反対 環境政務次官 連立政権内で自民党をチェック | <ul style="list-style-type: none"> 国政12年の経験 | | <ul style="list-style-type: none"> 若い人々との対話 環境保全の戦い 電話局火災の補償活動 | <ul style="list-style-type: none"> 2100回の街頭演説 |
| 国や地域の 政治・経済・ 社会的現状 | <ul style="list-style-type: none"> たましち解散 憲法違反 政府・自民党の批判が必要 国家機密法 靖国問題 軍事大国化 戦前への回帰 福祉、教育、民主制をとりもたせる行革 | <ul style="list-style-type: none"> 議会制無視 ウソとファクシ 与党と共産党以外の野党の責任 | <ul style="list-style-type: none"> 腐敗と党と 反対野党 政治の硬直化 | <ul style="list-style-type: none"> 流動的な状況 | <ul style="list-style-type: none"> ハイテクによる社会変化 教育問題 円高 東京の機能不全 | <ul style="list-style-type: none"> いじめ、非行 教育対策の不備 政治の空白による中小企業対策の遅れ | <ul style="list-style-type: none"> 腐敗した与党と無責任な野党 政治への不信 生活基盤の危機 教育・税制問題 官民格差 情報化、国際化 長寿社会、女性の進出 |
| 個人の生活の 現状 | <ul style="list-style-type: none"> 自殺者の増加 年金の切り下げ | <ul style="list-style-type: none"> 円高不況によるホー入の半減 | | <ul style="list-style-type: none"> 国民生活に不安の影 年金切り下げ | | | |
| 政策 | <ul style="list-style-type: none"> 年金・保険の充実 障害者対策 税制改革、減税 教育の荒廃、管理の克服、受験地獄の解消 | <ul style="list-style-type: none"> 日米軍事同盟解消 少子数増進 地域医療 環境保全 医療無料化 不公平税制改革 減税 | <ul style="list-style-type: none"> 積極的環境行政 | <ul style="list-style-type: none"> 経済の安定 税制改革、間接税反対 福祉、長寿社会の対応 教育改革 財政再建 地域再開発(土地、環境、産業) | <ul style="list-style-type: none"> 教育改革 経済を元気に 世界との協調 東京のレインフォレスト | <ul style="list-style-type: none"> 教育改革を軸とした社会全体の改革 地元の発展、環境インフラ 防衛費、1%以内 文化、生活の充実 景気対策 減税、間接税に反対 | <ul style="list-style-type: none"> 防衛問題への取り組み 環境保全 年金 |
| 活動(及びその 結果)に関する 抱負 | <ul style="list-style-type: none"> 互換・軍縮・緊張緩和 一人一人を大切に うそのない政治 不安のない社会 | <ul style="list-style-type: none"> 国民に役立つ、わかりやすい政治 核戦争阻止、核兵器廃絶 人々の命、幸せを大切に | <ul style="list-style-type: none"> 健康な政治・行政・教育・防衛・税・経済を目標 | <ul style="list-style-type: none"> 批判ではなく、決断と実行が必要 | | | <ul style="list-style-type: none"> 対決から対話へ 生活の安定、静かな進歩 世界への義務を果す 政治を変える 右の中心から左を大切に |
| 将来の社会 についての展望 | <ul style="list-style-type: none"> 自民党の増税路線により、間接税が導入され、マル優が廃止される | <ul style="list-style-type: none"> 間接税の導入、マル優の廃止が行われる | <ul style="list-style-type: none"> 経済的豊かさが心の少りをアゲアゲする時代 | | | <ul style="list-style-type: none"> 間接税が導入される | |
| イデオロギー | | | | | | | |
| 所属政党 関連事項 | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 本物の野党、自主 独立の党 清潔、軍縮の党 | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 連立政権 | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 | | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 活力、発想、庶民の党 | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 |
| 集団・階層・地 域・職業的シ ボル | <ul style="list-style-type: none"> 勤労国民 弱者 高齢者 | | | <ul style="list-style-type: none"> 都民 中小企業・地元商店街 | <ul style="list-style-type: none"> 東京 | <ul style="list-style-type: none"> 世田谷・目黒 中小企業 | |
| その他個人的 特性 | | <ul style="list-style-type: none"> 2才の娘の母親 | <ul style="list-style-type: none"> 土地、子 毎日のジョギング | <ul style="list-style-type: none"> 57才働きまじか | <ul style="list-style-type: none"> 元気でやっている | <ul style="list-style-type: none"> 若手 | <ul style="list-style-type: none"> 33才の若手元氣 |

B 東京6区

| 候補者 内容 | 有島重武 (公) | 伊藤昌弘 (民) | 柿沢弘治 (自) | 鮫島将夫 (社) | 不破哲三 (共) | 天野公義 (自) |
|---------------------|--|--|--|---|--|---|
| 本人及び所属 政党の実績 | <ul style="list-style-type: none"> 消費者保護基本法の制定 放送大学の設置 教育行政のチェック 市民相談 | <ul style="list-style-type: none"> 区会、都会を経験 | <ul style="list-style-type: none"> 堤防建設 環境政務次官 交通網の発展に努力 | | <ul style="list-style-type: none"> 17年間の活動 共産党委員長 下請け企業の救済 | <ul style="list-style-type: none"> 吉田首相秘書官 27才が当選10回 自治大臣 都市政策 税制、中小企業対策 |
| 国や地域の政治・経済・社会的現状 | <ul style="list-style-type: none"> 円高不況 議会無視の解散 | <ul style="list-style-type: none"> 与党ホド、野党ホドの無責任政治 教育、マスコミに対する共産主義勢力の思想的侵略 保険切り捨て | <ul style="list-style-type: none"> 東京は変貌の時 円高不況 | <ul style="list-style-type: none"> 下町はまがり角にひかかっている 高齢化、人口増加 経済力の低下不況の直撃 社会的施設が不十分 中曽根内閣が障害に 早稲、経済無策 | <ul style="list-style-type: none"> たましうち解散 アメリカ、財界のいいなり 野党は大臣病 中曽根ファッショ政治 | <ul style="list-style-type: none"> 今回は発展のための選挙 自民の議席をふやす必要がある 安定過半数へ |
| 個人の生活の現状 | | | | | | |
| 政策 | <ul style="list-style-type: none"> 平和の維持により経済力を高め、福祉へとつなげる 21世紀トータルプラン 消費者保護 教育改革 下町つくり | <ul style="list-style-type: none"> 教育とマスコミの重視 行財政合理化 国の根幹にかかわる仕事 | <ul style="list-style-type: none"> 東京のまち作りは下町が先頭に 副都心スポーツセンター博物館地区再開発 中小企業対策(金融、税制) 景気対策 | <ul style="list-style-type: none"> 反核、軍縮、平和 積極財政 減税 経済的活力を利用し、任地や町に 地域、福祉施設への補助金 地域民主主義 | <ul style="list-style-type: none"> 軍事から福祉、医療 大企業中心から、国民多数の利益へ 中小企業救済 円高差益還元 民主主義を守る 非核 民主連合政府 | <ul style="list-style-type: none"> 「自由化」 産業の振興 円高対策、差益還元 税制改革 下町の再開発 |
| 活動(及びその結果)に関する抱負 | <ul style="list-style-type: none"> 一連の危険な動きを防く | <ul style="list-style-type: none"> 自由主義の2大政党制へ 国と地域をつなげる | <ul style="list-style-type: none"> 下町と国を結ぶ政治力 責任ある立場で活動する | | <ul style="list-style-type: none"> 新しい政治の風を起す 新しい政権の構想を示す | |
| 将来の社会についての展望 | <ul style="list-style-type: none"> 間接税の導入、マル優廃止の恐れ 福祉切り捨て、防衛費増大、言論制限の恐れ | | <ul style="list-style-type: none"> 21世紀は都市の時代 | <ul style="list-style-type: none"> 間接税導入、マル優廃止の恐れ | | |
| 行方ロギ | | <ul style="list-style-type: none"> 共産化の危機 | | | <ul style="list-style-type: none"> 革新 | |
| 所属政党 関連事項 | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 | | | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 浅沼委員長以来の伝統の再現 | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 革新の党 戦前から民主主義を守る | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 |
| 集団・階層・地域 職業的シンボル | | <ul style="list-style-type: none"> 中小企業 庶民 | <ul style="list-style-type: none"> 中小企業 下町 | <ul style="list-style-type: none"> 下町 中小家内工業 | | |
| その他個人的 特性 | <ul style="list-style-type: none"> 初心 | <ul style="list-style-type: none"> 零細企業出身 言行一致 | <ul style="list-style-type: none"> 若返り 責任 | | | |

A 東京3区

| 候補者 | 梅津四郎 (共) | 山本政弘 (社) | 夕田時子 (公) | 小坂徳三郎 (自) | 賀屋興宣 (自) | 本島百合子 (民) | 広川シズエ (自) |
|------------------|--|--|--|---|---|--|--|
| 本人及び所属政党の実績 | 都議会に於ける議席増 | | | | 予防医学会会長 防衛・安保に熱心にとり組む。 | | 理解と共鳴を基礎に議会で勇敏に発言。 文教委員 自民党の結末により教科書無料に。 |
| 国や地域の政治・経済・社会的現状 | 安保による軍事的・経済的危険 大企業優先 環境悪化 本土の核基地化 強行解散 | 大企業優遇 人命よりも金もつけ 沖縄も真の返還ではない。 戦争の道 | 沖縄の平和的返還を言明 日本を戦争にまよこぼす 高度成長 物価高 | 多くの問題が手をつけられていないことによる社会不安 国力増大、金を使える まじめに働く人々に報いていない。 経済と政治のアンバランス | 世界のどこかで戦争が起きている。 | 消費者物価世界一 | 野党は党利党略。 |
| 個人の生活の現状 | 労働者の低賃金 主婦のしわ寄せ デパート、スーパーによる一般商店の圧迫 | 働く老夫婦の苦しい生活 税金、物価、社会保障の問題 生活不安 | | 教育問題 交通事故 物価高 | | 物価高 | |
| 政策 | 独立、平和、中立 | 軍国化阻止 平和外交、軍縮 安保破棄 世界から尊敬される国家に。 | 中米との友好条約 国連の誘地 平和国家へ 安保の段階的解消 公共料金の抑制 流通機構の改善 大企業の価格の規制 健全な経済成長 | 国力を使う まじめに働く人々に報いる、減税、老後の保障 都市問題 青年の問題 中小企業問題 金を思いきって使う。 | 物価、税、中小企業、教育、住宅、公害等あり、ここは平和の問題。 安保で、金を使わずに戦争を防ぐ。 自衛隊必要。 | 公共料金を抑え家計の安定を。 食品添加物の規制 社会保障、福祉、お産、児童手当、住宅、教育、学園紛争をおこめる 安保改訂 民族の誇り高める。 | 教育改革 大学の正常化 台所の要望を因へ 流通機構の改善 優正保護法改正 |
| 活動(及びその結果)に関する抱負 | 国政の場で美濃部部政を徹底させる 国民の意思が反映される政治 | 富める者と働く者の格差をなくす。 本当の近代政治 | 人々に戦争の苦しみをおぼせない。 暮らしの充実と、守る政治 生命と人間性を尊重する政治。 | 不安をとり除くのが70年代の政治課題 政治の近代化 | 政治とは、国民の幸福をはかること。 | | 現実を踏まえ、理想に一步一步近づく。 |
| 将来の社会についての展望 | | 平和、進歩、文化の1970年 | 激動と混戦の60年代から平和と繁栄の70年代へ | 70年代前半に不安をとり除くことが危険 | | | |
| イデオロギー | | 革新 | 中道主義 | | | | |
| 所属政党関連事項 | 政党名 議席数 47年間たたかしてきた。 財閥から金をもらわない。 | 政党名 | 政党名 | | | 政党名 | 平和と繁栄の党 大物の応援 |
| 集団、階層、地域、職業的シンボル | | 働く者 老人 | 主婦 消費者 | まじめに働く人 | | お母さん代表 働く人 母と子 | |
| その他個人的特性 | 嘘をつかない。 | | 目黒、世田谷育ち 学歴 戦争中の青春 女性は無条件平和主義者 主婦、消費者として | | | | 世田谷住民 自己鍛錬 暗いところにはない 未亡人 とらぬ野心はなし 誠信誠意、真心 責任自覚 |

— 329 —

B 東京6区

| 候補者 内容 | 天野 公義 (自) | 山口シツエ (自) | 佐野 進 (社) | 野末ケンパイ (無) | 有島 重武 (公) | 不破 哲三 (共) | 赤尾 敏 (諸) |
|--------------------------|---|--|--|--|--|--|---|
| 本人及び所属 政党の実績 | <ul style="list-style-type: none"> 地域開発への努力 治水 | <ul style="list-style-type: none"> 27年の議員生活 自民党の労働、保険、年金問題における実績 交通安全対策 | | | <ul style="list-style-type: none"> 公明党の議会内での活躍 基地の点検 | <ul style="list-style-type: none"> 党の政治外交の責任者 | <ul style="list-style-type: none"> 迫害されている 国民のため、平和のために戦っている |
| 国や地域の 政治・経済・ 社会的現状 | <ul style="list-style-type: none"> 沖縄返還 平和と自由化の上の発展(輸入の重要性) 共産主義勢力の暴力は遺憾千万 | <ul style="list-style-type: none"> 失望すべき社会党 | | <ul style="list-style-type: none"> 大資本、大企業優先 6区は開発が遅れている。道路、下水道 | <ul style="list-style-type: none"> 佐藤訪米により戦争の方向へ ホロカシ解散 不毛の対決 | <ul style="list-style-type: none"> アメリカの戦争の足場にしている 自民党は財界のヒモつき | <ul style="list-style-type: none"> 今の選挙は大政党財閥、宗教団体に有利なインテリ 五大政党にまともなものがない 北方領土問題 資本主義は、今狂っている |
| 個人の生活の 現状 | | | | <ul style="list-style-type: none"> 政治への不平不満が多い下層 税・物価、給料の不満 | | | |
| 政 策 | <ul style="list-style-type: none"> 自由主義諸国との友好の基盤を固め、安保堅持 地域開発(防災、道路) 中小企業対策 福祉 暴力の排除 人間性の回復 | <ul style="list-style-type: none"> 下町再開発 公害対策 交通問題対策 防災対策 | <ul style="list-style-type: none"> 暮らしを守り、家庭生活を充実 下町を住み良い町に 安保廃棄 北方領土問題 大資本より庶民優先 物価、税、中小企業対策 青年、婦人問題 防災、地域再開発 環境、住宅、交通 | <ul style="list-style-type: none"> きれいな選挙 安保段階的解消 非核 公共料金抑制 税金、恩給 | <ul style="list-style-type: none"> 中国に手をこたねしてはならない 軍事同盟は段階的に解消 税、物価問題 教育問題 福祉 交通 公害 | <ul style="list-style-type: none"> 沖縄無条件返還 安保廃棄、平和中立 国民の暮らしと健康を守る 物価、税 公害対策 社会保障 防災 教育 | <ul style="list-style-type: none"> 憲法改正 安保強化、軍備増強 沖縄に抑止力としての核を 国家、国民生活の全面的保障 |
| 活動(及びその結果)に関する抱負 | | <ul style="list-style-type: none"> 分裂と対決から合意と協力へ | <ul style="list-style-type: none"> 政治姿勢を正し、政治を庶民の手に | <ul style="list-style-type: none"> 庶民のための政治 政治に若手を注ぎこめ 庶民の声を反映させ | <ul style="list-style-type: none"> 真に国民のための政治 | <ul style="list-style-type: none"> 希望に満ちた明るい日本をつくる | <ul style="list-style-type: none"> 日の丸を象徴とする昭和維新 愛国の革命 |
| 将来の社会に ついての展望 | <ul style="list-style-type: none"> 来年は安保の自動延長 かかやかい年に | | | | <ul style="list-style-type: none"> 来年は安保の対立(血を流して争うべきではない) | <ul style="list-style-type: none"> ソ連から千島を取りもどせる | <ul style="list-style-type: none"> 左右の革命闘争 |
| イデオロギー | <ul style="list-style-type: none"> 共産主義勢力の伸長 | | | | <ul style="list-style-type: none"> 中道政治 新しい人間主義 | | <ul style="list-style-type: none"> 人道主義、平和主義 反共 修正した社会主義 |
| 所属政党 関連事項 | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 | <ul style="list-style-type: none"> 社会党から自民党へ 自民党の全面的バックアップ | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 | <ul style="list-style-type: none"> 庶民の政党を作る必要 | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 実行力の党 | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 清潔 | <ul style="list-style-type: none"> 政党名 |
| 集団・階層、地域、 職業的シンボル | | | <ul style="list-style-type: none"> 庶民(⇔大資本) | <ul style="list-style-type: none"> 庶民 | | | |
| その他個人的 特性 | <ul style="list-style-type: none"> 6区に生まれ育つ 従軍体験 | | <ul style="list-style-type: none"> 経験豊富 49才働き盛り 実行力 | <ul style="list-style-type: none"> 若さ | | <ul style="list-style-type: none"> 子を持つ親 | <ul style="list-style-type: none"> 苦難の立場 |

— 330 —