

政治的な態度と行動におよぼすインターネット情報の影響の解明

白崎 護

京都大学学際融合教育研究推進センター 研究員

1 データ

使用するデータセットは、「Japanese Election Study III, 2001-2005 (JES III)」である¹。2001年から2005年の間、衆議院選挙は2003年11月9日と2005年9月11日に、また参議院選挙は2001年7月29日と2004年7月11日に執行された。加えて、2002年には統一地方選挙が執行された。各国政選挙に関しては選挙の前後2回、統一地方選挙に関しては選挙前に1回のパネル調査が行われた。この9波のパネル調査データのうち、2003年以降の各国政選挙前に行われた調査データ、および2005年選挙後に行われた調査データを使用する²。2003年から2005年までの選挙前調査データ、および2005年の選挙後調査の各々の標本規模は、2162 (57.5)、2115 (56.6)、1504 (70.5)、1498 (86.3) であり、括弧内の数値は回収率を表す³。

標本抽出の方法を記す。まず、全国を11の地域に分割する⁴。第二に、人口に応じて各地域を5つのグループに分割する⁵。この時点で、5つのグループのうち最大の人口を擁するグループを除くと、計44のブロックが確定する。この44ブロックに、東京23区および13の大都市の計14ブロックを加算し、総計58ブロックを確定する。最後に、各ブロックの人口に比例して各ブロックの調査回答者数を決定し、ブロックごとに無作為抽出を行った⁶。

質問項目は、政党帰属意識、争点態度、内閣に対する業績評価などを含むほか、各種メディアとの接触状況、政治を話題とする対人コミュニケーションの状況を含む。

パネル調査の間、議員定数の変更を除き、各議院の議員選出方法についての公職選挙法の変更はなかった。

2 前提と仮説

本研究は、2003年・2004年・2005年選挙に関するクロスセクション分析を行う⁷。本研究の目的は、有権者の政治的な意識と行動を左右する政党・政治家への感情温度に対してインターネットを中心とするメディア、およびSocial Networksがおよぼす影響の解明である⁸。

第一に、Social Networks との相互作用も含めたメディアの影響に関して述べる。本研究は、インターネットサイトの閲覧、およびNHKニュースの視聴の有無によってメディアとの接触効果を捕捉する⁹。インターネットに関する質問事項は、「インターネットで政治ニュースを見る」・「インターネットで地方自治体のホームページを見る」・「インターネットで個人や民間の団体による政治関係のホームページを見る（候補者支援以外のもの）」・「インターネットで政治関連のメールマガジンを読む（候補者支援以外のもの）」・「候補者やその支援者のホームページを見る」・「インターネットで政治関係の電子掲示板・電子会議室・メーリングリストを読む」・「インターネットで政治について発言する」の7つである¹⁰。分析に必要な回答者数を勘案し、このうち最初の3点を本研究でとりあげる。これら3点は、候補者支援以外の内容のために党派性を想定せず、従属変数との間の双方向因果性を考慮しない¹¹。

日本に関して、参加型ネットツールである匿名掲示板・ブログ・SNSにおける政治関連情報の閲覧・ポスト行動が2007年の参議院選挙での投票参加におよぼす影響を若年層に対するウェブ調査に基づき解析した金の研究によると、それらのツールに影響力は認められなかった（金，2009）。標本規模およびデータ分布の問題があるため、本研究では参加型ネットツールについては扱わない。

本研究では、投票参加の前提とも言える感情温度への影響を検討する。「インターネットで地方自治体のホームページを見る」・「インターネットで個人や民間の団体による政治関係のホームページを見る（候補者支援以外のもの）」に関しては、結果を予測するための先行研究が欠如するため、仮説を設けない。「インターネットで政治ニュースを見る」に関しては、マスメディア報道の中立性と選挙区の規模の両面について、旧来のマスメディアについて次段に論じた内容が妥当と思われる。そこで、2005年選挙における自民党のマスメディア戦略に言及した箇所を除き、「インターネットで政治ニュースを見る」影響に関しては、次段以降に記すNHKニュースと同様の前提および仮説を設ける。

さて、マスメディア報道が中立的である点、政党や候補者のマスメディア利用に関して法規制が存在する点、選挙区が比較的狭いためにマスメディアが各選挙区をとりあげにくい点を理由に、Miyake や Flanagan は日本における有権者の投票行動におよぼすマスメディアの影響が小さいと主張した (Miyake, 1991; Flanagan, 1991b)。また、政党制の安定が各有権者において政党帰属意識の共通する Social Networks を実現する結果、有権者は Social Networks と異なる党派性が認識されたメディアからは影響を被らなくなると Schmitt-Beck は主張した (Schmitt-Beck, 2003)。この説に従えば、自由党を吸収した民主党の議席の拡大により二大政党制への展望が開ける 2003 年選挙からは、Schmitt-Beck の言う「政党帰属意識の共通する Social Networks」への展望も開けたと思われる。実際に本研究のデータにおいても、2004 年と 2005 年の選挙に関しては、調査回答者と国政選挙時に政治を話題とする会話を行う頻度の高い相手 2 名の投票予定政党に関して、2 名の投票予定政党がいずれも自民党、またはいずれも民主党である場合に統計的な分析が可能となる人数を得た。そこで、Schmitt-Beck の仮説の検証を試みる。

もっとも、本研究で扱うデータにはメディアに関して調査回答者に認識された党派性を問う質問項目が存在しない。このため、「NHK ニュースの不偏性に基づき、感情温度に対して NHK ニュースの視聴は影響をおよぼさない。仮に影響力を発揮する場合にも、その影響は調査回答者の属す Social Networks が支持する政党またはその党首への感情温度を上昇させる、または二大政党のうち調査回答者の属す Social Networks が支持しない政党またはその党首への感情温度を下降させる場合に限る」との仮説を設け、Schmitt-Beck の説の検証を試みる¹²。但し、選挙報道の不偏性を定めた公職選挙法と放送法を NHK が遵守した点を本稿の前提とする。つまり、結果的に NHK ニュースがいずれかの政党に有利な情報を視聴者に提供する事態を想定するが、NHK ニュースに関して事前に何らかの党派性を仮定しうる根拠はない。NHK ニュースの不偏性を前提とするので、マスメディアの影響を計測するための regressor である NHK ニュースの視聴は predetermined variable とした¹³。

但し、前段に設定した仮説に対しては対立仮説も考える。日本においても争点やイデオロギーよりイメージを重視した投票がなされる際にはマスメディアが大きな効果を発揮する点を Flanagan は指摘した (Flanagan, 1991b)。また、たとえ選挙区が比較的狭くても、小泉首相の人気次第では自民党を支持する coattail effects がマスメディアを介して発生しうる。実際に McElwain は、2005 年選挙に関して小泉首相が選挙応援に駆けつけた選挙区において自民党への投票が増加する coattail effects を発見した (McElwain, 2009)。1992 年から 1993 年の間に Pittsburgh と Cleveland において世論調査を行った Mondak によると、薄弱な政党帰属意識を抱く有権者の議会選挙での投票行動には大統領に関する coattail effect が確認された。そして Mondak は、大統領の人気を議会選挙の結果に反映させる coattail effect が発生する上で、マスメディアが必要であると結論した (Mondak, 1995)。以上より、NHK ニュースの影響は調査回答者の属す Social Networks が支持する政党またはその党首への感情温度を下降させる、または調査回答者の属す Social Networks が支持する以外の政党またはその党首への感情温度を上昇させる可能性を持つ。殊に、自民党のマスメディア戦略が同党の大勝を招いたとされる 2005 年選挙に関しては、NHK ニュースの視聴が民主党に対する感情温度を低下させる可能性を認められる。

第二に、Social Networks の影響に関して述べる。日本では Social Networks の中で同調的な政治的行動が生じやすいという Flanagan らの説が小泉政権期に関して妥当するか否かを検証する (Flanagan & Richardson, 1977; Flanagan, 1991a)。Social Networks の党派性を考慮するため、調査回答者に認識された 2 名の会話相手の党派性が自民党の場合と民主党の場合で標本を分割する¹⁴。

本研究は、2 つの regressor によって Social Networks の効果を捕捉する。1 つは、調査回答者と政治を話題とする会話を交す相手との会話の頻度である。いま 1 つは、その会話相手に関して調査回答者が認識した政治知識の量である。コロンビア学派は、選挙期間に入り政治についての会話の頻度が上昇すると、有権者は周囲の人々の間で優勢な党派性を再認識する機会が増すために自身もその党派性を受容しやすくなると考えた (Berelson, Lazarsfeld, & McPhee, 1954; Katz & Lazarsfeld, 1955)。また Mutz によると、有権者は人気ある候補者を支持しやすい。なぜならば、有権者は他者がその候補者を支持する理由の理解を試み、実際に理解できたならばその候補者への支持を強める傾向があるからだ (Mutz, 1998)。政治を話題とする会話を通じて Social Networks の帯びる党派性が認識されるという考え方は自然なので、政治を話題とする会話の頻度を通じて党派性に関する Social Networks の同質性が強化されると仮定する。つまり、政治を話題とする会話の頻度が高まるほど、会話相手の投票予定政党に対する調査回答者の感情温度が上昇し、また会話相手の投票予定政党が自民党ならば小泉首相に対する調査回答者の感情温度も上昇するとの仮説を提示する。逆に、小泉政権期が二大

政党制の形成期である点に鑑みて、政治を話題とする会話の頻度が高まるほど、二大政党のうち会話相手の投票予定政党ではない政党に対する調査回答者の感情温度が下降し、また会話相手の投票予定政党が民主党ならば小泉首相に対する調査回答者の感情温度も下降するとの仮説を提示する。だが、この仮説に対しては対立仮説も考えうる。マスメディアの不偏性を前提とすると、周囲の人々の支持政党が一様な場合、有権者は周囲が支持する以外の政党への支持を促す情報を Social Networks から入手し難くなる。従って、周囲の人々との会話の頻度ではなく、特定の党派性を帯びた周囲の人々に圍繞される状態自体が有権者に影響をおよぼしうる。この仮説に従えば、会話頻度は調査回答者の感情温度に影響しないと予想される。後述する Mondak の研究では、政治議論を交わす主な相手の党派性自体が調査回答者の下院選挙での投票行動に大きく影響する一方で議論頻度の効果を検出しなかった。このために Mondak は、議論頻度が増すほど本人の行動の変化におよぼす議論相手の影響力も増すという社会学における Burt の仮説が妥当しなかったと結論した (Burt, 1987; Mondak, 1995)。また、1995 年と 1996 年における日本の国政選挙時に収集されたパネルデータに基づき、政治に関する議論を行う相手の党派性や議論の頻度が調査回答者の政党帰属意識と投票行動におよぼす影響を分析した Ikeda らによると、相手の党派性が有意な影響力を示す一方、議論の頻度は有意な影響力を示さなかったため、Social Networks の成員が Networks 内の他者に対して特定の政党への支持を醸成することではなく、同一の党派性を持つ他者に圍繞される状況自体が調査回答者へ影響をおよぼすと結論した (Ikeda, Liu, Aida, & Wilson, 2005)。

次に、1996 年のデータを用いた Huckfeldt の研究によると、政治について詳しいと調査回答者本人が認知した相手に対して、調査回答者は政治的な内容の会話を進んで行っていた (Huckfeldt, 2001)。1990 年代の調査に基づく同様の結果は、東西ドイツおよび日本においても確認された (Huckfeldt, Ikeda, & Pappi, 2008)。これらの研究からも推測される通り、政治を話題とする会話の相手の持つ政治知識の量が多いと調査回答者に認識されるほど会話相手の話の内容が説得力を持つと考えられるので、会話相手の持つ政治知識の量が増すほど党派性に関する Social Networks の同質性が強化されると仮定する¹⁵。つまり、会話相手の持つ政治知識の量が増すほど、会話相手の投票予定政党に対する調査回答者の感情温度が上昇し、また会話相手の投票予定政党が自民党ならば小泉首相に対する調査回答者の感情温度も上昇するとの仮説を提示する。逆に、小泉政権期が二大政党制の形成期である点に鑑みて、会話相手の持つ政治知識の量が多いと調査回答者に認識されるほど、二大政党のうち会話相手の投票予定政党ではない政党に対する調査回答者の感情温度が下降し、また会話相手の投票予定政党が民主党ならば小泉首相に対する調査回答者の感情温度も下降するとの仮説を提示する。

regressor と regressand の間の双方向因果性に基づく simultaneity bias の可能性を考慮して、後述のモデル I では、政治を話題とする会話の相手との会話頻度、および政治を話題とする会話の相手が持つ政治知識の量を内生的な regressor とする¹⁶。なぜならば、Flanagan らの説に鑑みて既に日常の接触相手との政治的な同質性を有すると思われる調査回答者に関して、Social Networks を体現するこれら 2 つの regressor の影響を正確に計測するためである (Flanagan & Richardson, 1977; Flanagan, 1991a)¹⁷。また、有権者は自己と同様の政治的選好を持つ他者に対して選択的接触を行うという Huckfeldt らや Mutz らの説が妥当する場合にも、政治を話題とする会話の相手との会話頻度、および政治を話題とする会話の相手が持つ政治知識の量が感情温度へおよぼす影響を内生性の考慮に基づき正確に計測できる (Huckfeldt & Sprague, 1988; Mutz & Martin, 2001; Mutz, 2002)。殊に、本研究で扱う会話相手の党派性は調査回答者の主観的な認識なので、投影の可能性を考えても内生性への対処が必要となる¹⁸。

次に、本研究が政党帰属意識と投票行動を扱わない理由を記す。まず、regressor または regressand として政党帰属意識をとりあげない理由を記す。本研究が用いる世論調査には「ふだんの支持政党」を問う項目が存在するが、以下二点の理由より当項目を主たる分析に使用しなかった¹⁹。第一に、regressand である感情温度と「ふだんの支持政党」の間の高い相関を容易に予想できる。この場合、名義尺度である「ふだんの支持政党」よりも間隔尺度である感情温度をとりあげる方が分析に柔軟性を与えられると考えた。第二に、55 年体制成立以後の政党制の安定性に疑義を呈する Richardson や Miyake の指摘する事情から、家庭内で継承されて生涯継続するような政党帰属意識を日本では想定し難い。(Richardson, 1975; Miyake, 1991)。従って、「ふだんの支持政党」よりも各選挙時点での各党に対する感情温度の方が有権者の意識を的確に反映する変数だと考えた。

次に、regressand として投票行動をとりあげない理由を記す。本研究が用いる投票日直前の世論調査には「次の国政選挙で投票を予定する政党」を問う項目が存在するが、以下の理由より当項目を分析に使用しなかった²⁰。1998 年から 2004 年までの時期に行われた全国世論調査を見ると、自民・民主両党の政党支持率、および「支持する政党がない」と回答する有権者の率が短期間に 10% から 20% 程度の急激な変動を示す。読売新聞社が定期

的に実施する全国世論調査を分析した松本によると、「支持する政党がない」と回答する割合が各選挙後に10%から20%程度下落し、その下落分がその選挙における勝利政党の支持率の上昇を招いていた。ここから松本は、ふだんの支持政党を尋ねることが「いま選挙があれば、どの党に投票するか」を尋ねることに同義と化したと結論した（松本, 2006）。従って、小泉政権期において「ふだんの政党支持」を regressor、投票政党を regressand とする典型的な投票行動分析では、regressor と regressand の間の高い相関が予想されるために、翻って「ふだんの支持政党」を規定する変数を明らかにしなければ分析の意義に乏しい。そして、「ふだんの支持政党」ではなく感情温度をとりあげる方が望ましい理由は前段に記した。従って、現在の日本に適した分析手法を追究する本研究では、感情温度を規定する変数の解明に焦点を当てる。

そして、他に使用する regressor である年齢・イデオロギー・収入を predetermined variable として投入する²¹。

3 モデル

変数の内生性とデータの形式に鑑みて、本研究では2つのモデルを導入する²²。モデルⅠは、内生性を考慮し、モデルⅡは内生性を考慮しない²³。モデルⅠについての内生性に関する検定の結果、もしも内生性が存在しなかったならば、モデルⅡを適用する。分散不均一を想定するので、二段階最小二乗法よりも有効性の高い the optimal generalized method of moments (GMM) estimator を利用する (Cameron and Trivedi, 2005, 187)²⁴。the optimal GMM estimator を使用する際、モデルⅠにおける excluded exogenous variables をモデルⅡにおけるモーメント条件として用いる。モデルⅠの regressand はモデルⅡの regressand と同じであり、モデルⅠの included exogenous variables はモデルⅡの regressor と同じである。

政治を話題とする会話を交す頻度の高い相手2名の投票政党が一致する場合の対人接触の影響を検証するため、分析では政治を話題とする会話を交す頻度の高い順に2名の会話相手の投票政党がいずれも自民党の場合、およびいずれも民主党の場合を区別する²⁵。モデルⅠは、18の equation system を検証する²⁶。それぞれのシステムの regressand は、それぞれ小泉首相・自民党・民主党への好悪を表す数値である。また、モデルⅠの各 equation system における excluded exogenous variables はそれぞれ異なる²⁷。モデルⅡでは、小泉首相・自民党・民主党の各々への感情温度を regressand とした18の場合を検証する。

後述の検定の結果、これら内生性の疑われる2つの変数が、実は外生変数であったと判明した。従ってモデルⅡを採用し、これら2つの変数を regressor に加えた (Cragg, 1983; Davidson and MacKinnon, 1993)。

4 検定手順

まず、内生性の疑義ある変数について C 検定を施す (Hayashi, 2000)。帰無仮説の下で、疑義ある変数は外生変数として扱えるため、帰無仮説を棄却しない場合には問題の変数を外生変数として扱う。次に、excluded exogenous variables が除外制約を充足するという帰無仮説について J 検定を施す (Hansen, 1982; Hayashi, 2000)。帰無仮説を棄却しない場合、excluded exogenous variables は除外制約を充足する。さらに、内生性の疑義ある変数を従属変数とする方程式において係数行列が full rank ではないという帰無仮説に関して Kleibergen-Paap 検定を施す (Kleibergen and Paap, 2006, 97-126)。帰無仮説を棄却した場合、excluded exogenous variables は内生性の疑義ある変数と相関を持つ。

実際には、excluded exogenous variables と included exogenous variables の選択を通じて、大半の分析に関して検定結果を1つの場合に限定できた。それは、C 検定と J 検定が帰無仮説を棄却せず、かつ、Kleibergen-Paap 検定が帰無仮説を棄却する結果である。従って、C 検定の対象であった2つの変数は、以下の分析においてモーメント条件に利用される外生変数として扱う。また、それぞれの事例で検定に用いた exogenous variables も、モーメント条件に利用される外生変数として扱う。操作変数法を用いる必要がないと判明したため、回帰係数についてはモデルⅡの推定結果のみを解釈する²⁸。

5 推定結果

先述の3つの検定手続きに関して期待される結果を充足した上で、モデルⅡの F 検定が設定した有意水準を下回る場合のみを記す。第一に、自民党支持者に圍繞された場合を論じる。

首相への感情温度を従属変数とする場合、2003年には保守的なほど、また相手1の政治知識が少ないほど温度が上昇した。2004年には、インターネットで個人や民間の団体による政治関係のホームページを見ないほど

温度が上昇した。2005年には、インターネットニュースを見るほど、また個人や民間の団体による政治関係のホームページを見ないほど温度が上昇した。さらに、低所得であるほど温度が上昇した。

自民党への感情温度を従属変数とする場合、2004年にはインターネットで地方自治体のホームページを見るほど、またNHKニュースを見るほど温度が上昇した。さらに、高所得であるほど温度が上昇した。2005年にはインターネットニュースを見るほど、また個人や民間の団体による政治関係のホームページを見ないほど温度が上昇した。さらに、相手1の政治知識が少ないほど温度が上昇した。

民主党への感情温度を従属変数とする場合、2005年に関して相手1との会話量が少ないほど温度が上昇した。加えて、NHKニュースを見るほど、また高所得であるほど温度が上昇した。

第二に、民主党支持者に囲繞された場合を論じる。民主党への感情温度を従属変数とする場合、2004年には高所得であるほど、また相手1との会話量が少ないほど温度が上昇した。2005年にはインターネットで地方自治体のホームページを見ないほど、また相手1との会話量が少ないほど温度が上昇した。

6 議論

第一に、インターネットの影響を論じる。自民党支持者に囲繞された場合、小泉首相と自民党への感情温度を従属変数とする2005年の結果を見ると、インターネットニュースが温度を上昇させており、仮説通りである。またインターネットニュースの影響に関して、全ての場合につき仮説に反する事例を得なかった。次に、地方自治体のホームページの閲覧に関して係数が有意となる場合、会話相手の党派性に関わらず自民党に有利な結果を得た。そして、個人や民間の団体による政治関係のホームページの閲覧が有意となる場合、民主党支持者に囲繞された際には影響を検出せぬ一方、自民党支持者に囲繞された際には、首相および自民党に対する一貫した負の影響を検出した。自民党支持者に囲繞される場合、相手1の知識の増大が首相および自民党への温度の低下を導く点をあわせて考慮すると、ニュースや地方自治体からの情報といった公的な情報源以外から寄せられる政治解説は、首相および自民党に対して不利な内容であったと思われる。他方、2005年にインターネットニュースの閲覧が首相と自民党への温度を上昇させたほか、2004年には地方自治体のホームページの閲覧が自民党への温度を上昇させている。つまり、インターネットに関して公的な情報源から寄せられる情報は首相と自民党に有利な内容であったと思われる。同じく、民主党支持者に囲繞された場合、2005年に地方自治体のホームページの閲覧が民主党への温度を低下させる影響は自民党へ有利に働いたと思われる。

第二に、NHKニュースに関しては、自民党支持者に囲繞された場合のみ影響を検出した。2004年には仮説通り自民党への感情温度を上昇させる影響を認めたが、2005年には仮説に反して民主党への感情温度を上昇させた。従って、NHKニュースには一定方向への偏向が存在しなかったと思われるが、結果的に一方を利する報道内容であった。つまり、いずれの陣営にとっても有利または不利とならぬ報道を実現するという意味での不偏性を持つわけではない。

第三に、Social Networksの影響を論じる。自民党支持者に囲繞された場合、首相への感情温度については仮説に反して相手1の知識の増大が感情温度を低下させた。同じく自民党への感情温度についても、仮説に反して相手1の知識の増大が感情温度を低下させた。つまり、たとえ相手1が自民党支持者であったとしても、相手1が調査回答者にもたらす情報は首相や自民党に対して不利となる。他方で民主党への感情温度について、相手1との会話量の増大が温度の上昇を抑制する点は仮説通りである。つまり、相手1との政治的な会話の量が単純に増大する場合と、その会話が政治状況の理解に参考となる解説をもたらす場合では、自民党への影響に関して逆の効果が生じている。ただ、会話量の単純な増大は首相および自民党に対する温度を直接に上昇させていないため、相手1との会話は自民党にとってむしろ危険が大きい。

次に、民主党支持者に囲繞された場合、民主党への感情温度については仮説に反して相手1との会話量の増大が感情温度を低下させた。2005年に関するこの結果は、自民党支持者に囲繞された場合の同年の選挙において、相手1との会話量の増大が民主党に対する温度の上昇を抑制する結果と同様である。つまり、会話相手の党派性に関わらず、同年における相手1との会話量の増大が民主党に不利に働いており、民主党大敗の原因の一部を説明する。

7 今後の課題

インターネットに関してとりあげた3つの項目以外のインターネット利用様式を含んだ研究が期待される。内閣府および総務省の調査によると、小泉政権期はパソコンおよびインターネットの家庭への普及が急速に進

んだ時期にあたる²⁹。それ以降、携帯電話の機能の向上、およびtwitterやFacebookなど新たなインターネットの利用形式の普及が実現したので、現在ならばこの課題を克服する調査が可能であろう。殊に、テレビや新聞など旧来のメディアと比較した場合のインターネットの特性として、発信者と受信者間で双方向的コミュニケーションを行いやすい点を挙げられる（岡本，2003；稲葉・森，2009）。選挙期間中の政党・候補者によるインターネットを用いた選挙運動が解禁された現在、インターネットニュースやホームページの閲覧にとどまらぬ双方向的なインターネットの利用に伴う、政党や候補者への有権者の感情の変化が研究課題となろう。但し、扱える世論調査データの内容が拡大したならば、年齢や所得、あるいは学歴と関連したデジタルデバイドに対する配慮が研究の質を決定的に左右する。つまり、旧来のメディアに比して利用者の能動性が作用しやすいインターネット利用の特性に鑑みた研究でなければ、その知見は有権者全体の動向を誤って伝える情報となりかねない³⁰。

【参考文献】

- Baltagi, Badi H. 2008. *Econometric Analysis of Panel Data*, 4th ed. West Sussex: Wiley.
- Baum, Christopher F., Mark E. Schaffer, and Steven Stillman. 2010. ivreg2: Stata module for extended instrumental variables/2SLS, GMM and AC/HAC, LIML and k-class regression.
<http://ideas.repec.org/c/boc/bocode/s425401.html>
- Berelson, Bernard, Paul F. Lazarsfeld, and William McPhee. 1954. *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago: University of Chicago Press.
- Bertrand, Marianne, Esther Duflo, and Sendhil Mullainathan. 2004. “How Much Should We Trust Difference in Differences Estimates?” *Quarterly Journal of Economics* 119(1): 249-275.
- Burt, Ronald S. 1987. “Social Contagion and Innovation: Cohesion versus Structural Equivalence.” *American Journal of Sociology* 92(6): 1287-1335.
- Cameron, Colin A., and Pravin K. Trivedi. 2005. *Microeconometrics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cragg, John G. 1983. “More efficient estimation in the presence of heteroskedasticity of unknown form.” *Econometrica* 51(3): 751-763.
- Davidson, Russell, and James G. MacKinnon. 1993. *Estimation and Inference in Econometrics*. New York and Tokyo: Oxford University Press.
- Flanagan, Scott C. 1991a. “Mechanisms of Social Network Influence in Japanese Voting Behavior.” In *The Japanese Voter*, eds. Scott C. Flanagan, Shinsaku Kohei, Ichiro Miyake, Bradley M. Richardson, and Joji Watanuki. New Haven and London: Yale University Press.
- Flanagan, Scott C. 1991b. “Media Influences and Voting Behavior.” In *The Japanese Voter*, eds. Scott C. Flanagan, Shinsaku Kohei, Ichiro Miyake, Bradley M. Richardson, and Joji Watanuki. New Haven

- and London: Yale University Press.
- Flanagan, Scott C., and Bradley M. Richardson. 1977. *Japanese Electoral Behavior*. London and Beverly Hills: Sage.
- Hansen, Peter L. 1982. "Large Sample Properties of Generalized Methods of Moments Estimators." *Econometrica* 50(4): 1029-1054.
- Hayashi, Fumio. 2000. *Econometrics*. Princeton: Princeton University Press.
- Hsiao, Cheng. 2003. *Analysis of Panel Data*, 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
- Huckfeldt, Robert. 2001. "The Social Communication of Political Expertise." *American Journal of Political Science* 45(2): 425-437.
- Huckfeldt, Robert, Ken'ichi Ikeda, and Franz U. Pappi. 2008. "Political Expertise, Interdependent Citizens, and the Value Added Problem in Democratic Politics." In *The Politics of Modern Japan*, Vol. I, ed. Christopher P. Hood. New York: Routledge.
- Huckfeldt, Robert, and John Sprague. 1988. "Choice, Social Structure, and Political Information: The Informational Coercion of Minorities." *American Journal of Political Science* 32(2): 467-482.
- Huckfeldt, Robert, and John Sprague. 1991. "Discussant Effects on Vote Choice: Intimacy, Structure, and Interdependence." *Journal of Politics* 53(1): 122-158.
- Ikeda, Ken'ichi, James H. Liu, Masahiko Aida, and Marc Wilson. 2005. "Dynamics of Interpersonal Political Environment and Party Identification: Longitudinal Studies of Voting in Japan and New Zealand." *Political Psychology* 26(4): 517-542.
- 稲葉哲郎・森有人. 2009. 「衆議院議員ウェブサイトの分析—双方向性の視点から—」『選挙研究』 25-1.
- Katz, Elihu, and Paul F. Lazarsfeld. 1955. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, Glencoe: The Free Press.
- 金相美. 2009. 「市民の政治参加におけるインターネットの影響力に関する考察—参加型ネットツールは投票参加を促進するの—」『選挙研究』 25-1.
- Kleibergen, Frank, and Ricard Paap. 2006. "Generalized Reduced Rank Tests Using the Singular Value Decomposition." *Journal of Econometrics* 133(1): 97-126.
- 小林哲郎・稲増一憲. 2011. 「ネット時代の政治コミュニケーション: メディア効果論の動向と展望」『選挙研究』 27- 1 .

松本正生.2006.「無党派時代の終焉—政党支持の変容過程」『選挙研究』21.

McElwain, Kenneth Mori. 2009. “How long are Koizumi’s Coattails? Party-Leader Visits in the 2005 Election.” In *Political Change in Japan: Electoral Behavior, Party Realignment, and the Koizumi Reforms*, eds. Reed, Steven R., Kenneth Mori, McElwain, and Kay Shimizu. Stanford: The Walter H. Shorenstein Asia-Pacific Research Center.

Miyake, Ichiro. 1991. “Agents of Partisan Socialization in Japan.” In *The Japanese Voter*, eds. Scott C. Flanagan, Shinsaku Kohei, Ichiro Miyake, Bradley M. Richardson, and Joji Watanuki. New Haven and London: Yale University Press.

Mondak, Jeffrey J. 1995. *Nothing to Read: Newspapers and Elections in a Social Experiment*. Ann Arbor: The University of Michigan Press.

Mutz, Diana C. 1998. *Impersonal Influence: How Perceptions of Mass Collectives Affect Political Attitudes*. Cambridge: Cambridge University Press.

Mutz, Diana C. 2002. “Cross-cutting Social Networks: Testing Democratic Theory in Practice.” *American Political Science Review* 96(1): 111-126.

Mutz, Diana C., and Paul M. Martin. 2001. “Facilitating Communication Across Lines of Political Difference: The Role of Mass Media.” *American Political Science Review* 95(1): 97-114.

岡本哲和.2003.「政治家のホームページ・スタイル—衆議院議員ウェブサイトについての数量分析の試み—」『選挙学会紀要』1.

Richardson, Bradley M. 1975. “Party Loyalties and Party Saliency in Japan.” *Comparative Political Studies* 8(1): 32-57.

Schmitt-Beck, Rüdiger. 2003. “Mass Communication, Personal Communication and Vote Choice: The Filter Hypothesis of Media Influence in Comparative Perspective.” *British Journal of Political Science* 33(2):233-259.

〈発 表 資 料〉

題 名	掲載誌・学会名等	発表年月
小泉首相と自民・民主各党への感情温度におよぼす対人接触とニュース視聴の影響	日本選挙学会	2013年5月19日
『メディアとネットワークから見た日本人の投票意識』	ミネルヴァ書房 (単著)	2013年6月10日

¹ データは、東京大学内の the Social Science Japan Data Archive において公開されている。
(<http://ssjda.iss.u-tokyo.ac.jp>) (2013-1-21 アクセス)

² 収入を尋ねる質問は、2003年・2004年選挙に関して選挙前調査で、2005年選挙に関して選挙後調査で行われた。2005年選挙後の調査の質問項目に関して、本研究が使用する変数は収入のみである。選挙前調査は、投票日前の11日間において、選挙後調査は投票日後の15日間において、いずれも面接で行われた。なお、2001年調査に関してはインターネットの利用に関する質問文が他の年と異なるため、分析から省いた。

³ 計画標本規模は、3000である。

⁴ 11の地域とは、北海道・東北・関東・北陸・東山・東海・近畿・中国・四国・北九州・南九州である。

⁵ これらのグループは、町村、10万人未満の市、10万人以上20万人未満の市、20万人以上の市（東京23区と13の大都市を除く）、東京23区および13の大都市である。13の大都市とは、札幌・仙台・横浜・川崎・千葉・名古屋・大阪・京都・神戸・広島・北九州・福岡である。

⁶ 分析の際は、この抽出方式に基づく Sampling Weights を用いる。

⁷ individual heterogeneity をコントロールできるなどパネル分析の長所は多いが、標本の attrition が分析の有効性を制限する (Hsiao, 2003; Baltagi, 2008)。また、インターネット利用者のうちでも、特に利用頻度の高い調査回答者数が希少であったため、本研究ではパネル分析を回避した。

⁸ 感情温度とは、対象に対する好悪を0~100の値で表現する指標であり、値の大きなほど対象を好感する。なお、内閣に対する感情温度を尋ねる質問項目は調査に含まれない。

⁹ NHK ニュースの視聴に関しては、「ふだん、政治についての情報を見たり聞いたりするメディアはどれですか」との質問に対して、「NHKのニュース番組」との回答に1、「わからない」・「無回答」を除くその他の回答に0を付す。

¹⁰ これらの頻度を1~4の値で問う。値が小さなほど、頻度は高い。

¹¹ 小林らによると、インターネットニュースへの選択的接触を扱う研究が増加しているが、本研究が用いる調査にはインターネットニュースの党派性を問う項目が存在しない (小林・稲増, 2011)。

¹² 「Social Networks が支持する政党」とは、会話相手の投票予定政党を指す。

¹³ 一般に、日本のマスメディアのなかで最も不偏性が高いとされるマスメディアはNHKである点も、NHKニュースの視聴を predetermined variable とした理由である。使用する質問項目以外のメディアとの接触を尋ねる質問に関しては、調査回答者数が分析可能な規模に達しなかった。

¹⁴ 調査では、「日本の首相や政治家や選挙のことが話題になる人で20歳以上」の相手のうち、主たる2名を問う。それぞれ「相手1」、「相手2」と呼ぶこととする。なお、本研究で記す「会話相手の投票政党」とは、「次の国政選挙では、その会話相手はどの政党の候補者に投票されると思いますか」との質問で得られた政党を指す。つまり、調査回答者が会話相手に対して投票予定政党を確認した場合を除き、会話相手の投票政党は調査回答者の推測である。会話相手の党派性を調査回答者自身が推測する場合、投影の可能性がある。だが、本研究と同様の方法で会話相手の党派性を調べた Mondak によると、たとえ投影が生じていたとしても、会話の影響自体は保たれる (Mondak, 1995)。但し、1984年大統領選挙の際に収集されたデータを分析した Huckfeldt によると、相手の党派性を正確に推測できた場合の方が対人接触の影響力は高い (Huckfeldt & Sprague, 1991)。会話相手の投票政党を確認するためにはスノーボール調査が必要だが、本研究が扱う調査では実施されていない。

¹⁵ 但し、1984年大統領選挙の際に収集されたデータを分析した Huckfeldt によると、調査回答者と会話相手の政党帰属意識をコントロールした場合、調査回答者が認識した会話相手の政治への理解度は、従属変数であるレーガン候補への調査回答者の投票確率に影響しなかった (Huckfeldt & Sprague, 1991)。

¹⁶ まず、調査回答者は政治を話題とする会話を行う相手との会話の頻度を1から3の3点尺度で評価する。数字が小さなほど、頻度は高い。次に、調査回答者は政治を話題とする会話を行う相手の政治知識量を1から3の3点尺度で評価する。数字が小さなほど、政治知識量は多い。加えて、調査回答者は政治を話題とする会話を行う相手と自分の上下関係を1から3の3点尺度で評価する。自分から見た場合の相手の地位に関して、3が目上、2が同輩、1が目下である。なお、相手1および相手2と調査回答者との上下関係、ならびに相手2の会話頻度と政治知識量を操作変数の候補として利用したため、相手1の会話頻度と政治知識量のみを regressor に加える。

¹⁷ 政治を話題とする会話を行う相手との関係を示す変数のうち、分析可能な規模の調査回答者数を得られた変数は、「政治を話題とする会話を行う頻度」・「政治を話題とする会話を行う相手の政治知識の量」・「自身と相手の上下関係」の3つに限定された。なお、日本では小集団内での影響力の作用において上下関係が重要であるとの Flanagan らの指摘に基づき、「自身と相手の上下関係」を操作変数として利用した (Flanagan & Richardson, 1977)。なお、政治を話題とする会話を交す相手を3名以上持つ調査回答者の人数は分析可能な規模に達しなかった。

-
- ¹⁸ 調査回答者自身が好感を抱く政党に対して会話相手も好感を抱いていると思いつま場合を想定しうる。
- ¹⁹ 但し、ふだんの支持政党を問う質問への回答を excluded exogenous variables として一部に利用する。
- ²⁰ 衆議院選挙・参議院選挙ともに2種類の投票方式が存在するが、本研究で扱う投票日直前の世論調査では、いずれの方式に関しても「投票を予定する政党」を質問している。
- ²¹ イデオロギーは0~10の値で問われ、値の大きなほど保守的である。収入は、0から1400万円未満までを200万円区切りで1から7の値を付し、また1400~2000万円未満とそれ以上に各々8、9の値を付す。
- ²² 分析にはSTATA11を使用する。この際、モジュールであるivreg2を利用する (Baum, Schaffer & Stillman, 2010)。
- ²³ 分散不均一な推定量の分散行列に関してcluster-robustとなる推定値を得られるモデルを用いる。
- ²⁴ 選挙区ごとのクラスターに関して頑健な標準誤差および推定量を得る (Bartrand, Duflo, and Mullainathan, 2004)。
- ²⁵ 会話相手2名の投票予定政党がそれぞれ異なると答えた調査回答者の人数は、単独で分析可能な規模に達しなかった。
- ²⁶ 4つの観測時点、3つのregressand、会話相手に関する2つの投票予定政党、という条件に鑑みると、モデルⅠについては24のequation systemが、モデルⅡでは24の方程式が検証対象となるはずであった。だが、2003年の調査では、民主党への投票が予想される2名の会話相手を持つ調査回答者数が分析可能な規模に達しなかったため、モデルⅠ・モデルⅡともに18の事例のみが検証対象となった。
- ²⁷ それぞれのequation systemで用いるexcluded exogenous variablesの表示は略す。
- ²⁸ 紙幅の制約のため、出力表の提示は避ける。本稿が行う全ての検定において有意水準を10%未満に設定した。
- ²⁹ 〈<http://www2.ttcn.ne.jp/honkawa/6200.html>〉 (2013-3-21 アクセス)
- ³⁰ 2000年に起きた、いわゆる「加藤の乱」の教訓でもある。