慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	購読紙と政治意識
Sub Title	Newspaper readership and political attitudes
Author	前田, 寿一(Maeda, Toshikazu)
Publisher	慶應義塾大学法学研究会
Publication year	1978
Jtitle	法學研究 : 法律・ 政治・ 社会 (Journal of law, politics, and sociology). Vol.51, No.5 (1978. 5) ,p.311- 338
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	中村菊男先生追悼論文集 挿表
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-19780515-0311

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

購読紙と政治意識

前田寿一

はじめに

投票行動ないしは政治意識とマスコミュニケーションとの関係については、*The People's Choice*, (1948), エルミラ調査を始めとしてすでに多くの研究がなされている。特に一九六〇年の大統領選におけるケネディとニクソンのテレビ討論会を分析した*The Great Debate*, (1962), 以来、マスコミュニケーションの投票行動に与える影響はいわゆるイメージ選挙とかかわつて政治学や社会学、マスコミュニケーション科学だけでなく、マーケッティング等の分野からも関心がもたれるようになつてきた。わが国においても、昭和四十四年の第三十二回総選挙に初めて全国的にテレビの政見放送が実施されて以来、マスメディアを利用したさまざまな選挙技術や大衆説得の問題が研究者の関心を引くようになつてきた。

ところで世論調査としては最も標準的なものの一つである時事世論調査をみると(表—1)、昭和三十年代から昭和四十年代の前半までほぼ二五%前後であつた支持政党なし、DK. NA. 層がそれ以降順次に増加している。一方、投票率そのものに

表―1　支持政党なしの増加と投票率

年度	支持政党なし・DK	投票率	
		衆院	参院
35	25	73.5	
36	25		
37	28		68.2
38	28	71.1	
39	26		
40	27		67.0
41	26		
42	26	74.0	
43	27		68.9
44	30	68.5	
45	28		
46	31		53.2
47	31	71.8	
48	33		
49	36		73.2
50	37		
51	41	73.5	
52	36		68.5

%，時事世論調査報告より作成

ついてみると昭和三十五年の衆院選以来、多少の変動はあるものの、七〇%前後を上下し、低下する傾向は見られない。つまり、いわゆる支持政党を持たない有権者――無党派層は確実に増加しているものの彼らも何らかの理由、動機、要因の作用で投票に行くわけである。このような事実を説明するためにさまざまな仮説が提出されている。社会心理学の領域から鮑戸弘や岩男寿美子はライフスタイル仮説を提示している。(1) よりマスメディアの効果を直接的に測定しようとした試みとして堀江湛は昭和五十一年の第三十四回総選挙に際して新自由クラブの躍進した原因を新聞の紙面分析を通じて分析し、新聞の政党に対する態度が有権者の投票行動に大きな影響を与えることを証明している。(2) しかしながら、新聞といってもいわゆる六紙、朝日・毎日・読売・東京・サンケイ・日経から、スポーツ紙、業界紙に至るまで現在われわれの手に入る新聞は多種多様にわたり、それぞれ編集方針や紙面構成も異なっている。

従来のマスコミ研究では、テレビ、ラジオ等の電波メディアや雑誌、週刊誌、新聞等の活字メディアについて、それぞれメディア別には利用満足や接触構造が異なっているという指摘はなされてきたが、それぞれのメディア内部における相違、

具体的には、朝日新聞、毎日新聞、読売新聞のそれぞれの購読者の社会的属性に大きなかたよりがあるのではないか、という点については触れられてこなかつた。すなわち、特定のメディアの受容者の属性については差がないということが暗黙の前提とされてきたわけである。しかしながら、われわれの経験では新聞についてみると、購読紙別にその読者層が異なつていることが知られている。一方非公開であるためにここに引用することはできないが、中央調査社の行なつている M. M. R. (Mass Media Research) やビデオ・リサーチ社が行なつている A. C. R. (Audience Consumer Report) 等の資料を見ると、各紙の購読者層に明白な相違点があることがわかる。

本研究は、このような諸点に注目し、東京都において広く購読されている六紙、朝日新聞・読売新聞・毎日新聞・東京新聞・サンケイ新聞・日本経済新聞の読者が、社会経済的属性、投票行動、長期的争点に対する態度に関してそれぞれどのような相似と相違を示すかを統計的に分析したものである。なお分析に用いられたデータは慶應義塾大学新聞研究所が昭和五十一年十二月に行なわれた第三十四回総選挙に際して東京二区（大田区・品川区）で行なつた世論調査をもとにしたものである。(3)

一　購読者層の構造

六紙の購読状況をみると（表—2）、その多い順に読売新聞三六・二%、朝日新聞三三・二%、毎日新聞一四・四%、東京新聞九・六%、日本経済新聞八・六%、サンケイ新聞六・一%となつている。また新聞を一紙も購読していないもの（以下購読紙なしと略す）が九・二%もいることがわかる。

いわゆる三大紙として朝日・毎日・読売は同列に挙げられるが、その購読状況をみると、毎日は朝日・読売に相当大きく水をあけられている。このことは（表—3）の併読率を見るとさらに明白となる。つまり朝日・読売の併読率はともに二〇%

表—2 各紙の購読状況

購読紙	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	なし	合計
割合	33.2	14.4	36.2	9.6	6.1	8.6	9.2	117.3
実数	263	114	287	76	48	68	73	(793)

表—3 六紙の併読率

購読紙	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経
比率	24.7	30.7	20.2	27.6	45.8	66.2
実数	65	35	58	21	22	45

表—4 併読の状況

1紙購読	2紙購読	3紙購読	4紙購読	なし	合計
76.9	12.4	0.9	0.6	9.2	100
(610)	(98)	(7)	(5)	(73)	(793)

( )は実数

表—5 二紙併読のパターン

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経
朝日	78.1 (198)	7.5 (8)	6.9 (19)	5.7 (4)	4.9 (2)	32.8 (20)
毎日	3.2 (8)	73.8 (79)	3.3 (9)	4.3 (3)	4.9 (2)	9.8 (6)
読売	7.6 (19)	8.4 (9)	83.0 (229)	5.7 (4)	14.6 (6)	14.8 (9)
東京	1.6 (4)	2.8 (3)	1.4 (4)	78.6 (55)	7.3 (3)	1.6 (1)
サンケイ	0.8 (2)	1.9 (2)	2.2 (6)	4.3 (3)	63.4 (26)	3.3 (2)
日経	8.0 (20)	5.6 (6)	3.3 (9)	1.4 (1)	4.9 (2)	37.7 (23)
合計	100 (251)	100 (107)	100 (276)	100 (70)	100 (41)	100 (61)

( )は実数

代であるのに対して毎日のそれは三〇・七%であり前二者にくらべてその独立性が薄くなつている。またここで注目しなければならないのは日経の併読率が六六・二%と非常に高いことである。（サンケイの値も同様に高くなつているが）日経の購読者の約三分の二が他の新聞も購読しており、日経の購読者を分析するためにはこれら併読者の存在を無視するわけにはいかないことがわかる。ではこれらの併読者の併読の状況はどのようになつているのだろうか（表—4）。一紙のみを購読するものは七六・九%であり、二紙購読者は一二・四%となつている。三紙購読者や四紙購読者はそれぞれ〇・九%、〇・六%であり、合計しても一・五%にしかならないため併読の状況を説明する際には無視してもよかろう。表—5は一紙購読者と二紙併読者のパターンを見たものである。日経については朝日との併読者が三二・八%もあり、このような併読のかたよりは他紙に見られないものである。つまり日経の購読者層は日経一紙購読者と日経・朝日併読者の二層に分かれているわけである。サンケイの併読率も日経に次いで高く、併読パターンを見るとサンケイ・読売併読者が一四・六%いる。しかしながらこの値は日経・朝日ペアーの半分以下であり、実数でも六サンプルにしかならないのでサンケイ新聞の購読者を二層に分ける必要はない。それ以外の併読パターンを見ても、それぞれの併読率はすべて一〇%以下であり、特定の新聞同士のかたよつた併読傾向はない。したがつて以下の分析で各紙の購読者層の諸特性を明らかにする際には六紙についての一紙のみの購読者と朝日・日経併読者、また購読紙なしの八グループをその対象としよう。

二　購読紙と社会経済的属性

ここでは性別・年齢・学歴・収入・住居の形態・居住年数・勤め先の産業・職業・仕事上の地位・所属団体の一〇のインデックスについて各紙の購読者および購読紙なしの特性を比較分析する。

(一)　性　別（表—6）

表—6　性　別

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
男	47.0	45.6	47.2	47.3	69.2	56.5	60.9	55.6
女	53.0	54.4	52.8	52.7	30.8	43.5	39.1	44.4
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

表—7　年　齢

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
20～24才	22.7	12.8	21.2	7.3	12.0	17.4	26.1	33.4
25～29才	16.7	11.5	16.2	20.0	12.0	8.7	8.7	29.6
30才代	19.7	12.8	18.3	27.2	16.0	30.5	4.4	11.1
40才代	16.7	14.1	14.9	16.4	28.0	0	26.1	14.8
50才代	13.6	20.5	13.1	16.4	12.0	21.7	13.0	3.7
60才以上	10.6	28.3	16.2	12.7	20.0	21.7	21.7	7.4
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

表—8　学　歴

あなたが最後に卒業された学校は何ですか。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
中　学	19.1	31.2	34.7	32.7	37.5	13.6	4.5	29.4
高　校	53.7	50.6	51.1	59.6	50.0	63.6	54.5	54.9
大　学	27.2	18.2	14.2	7.7	12.5	22.8	41.0	15.7
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

朝日・毎日・読売・東京は女性の値が高くなつているが、他の三紙と購読紙なしは男性の値が多くなつている。サンケイ、日経、日経・朝日併読グループに男性の購読者が多いのはこれらの新聞に経済紙というイメージがあるためだと思われる。

(二) 年　齢（表—7）

朝日、読売の購読者に占める二十才代の割合はともに三七%前後であるのに対して、毎日の購読者の場合には二十才代が二四・三%と低くなつており、逆に六十才以上の購読者が二八・三%と朝日の二倍以上となつている。これは毎日の購読者の高令化と理解されるだろう。また購読紙なしに占める二十才代の割合が六四%に達していることも大きな特徴である。

(三) 学　歴（表—8）

各紙の購読者の学歴の高さを比較するために、大卒者に得点三、高卒者に得点二、中卒者に得点一をそれぞれ与えてみよう。最も学歴水準の高い購読者から成つているのは日経・朝日併読グループであり、その値は二・三七（最高三、最低一）であり、以下日経の購読者二・〇九、朝日の購読者二・〇八、毎日の購読者一・八七、購読紙なし一・八六、読売の購読者一・八〇、東京の購読者、サンケイの購読者がともに一・七五となつている（表—9）。このことから非常に興味あるいくつかの点が指摘できる。第一点は日経・朝日併読グループの学歴は日経や朝日の一紙購読者よりも高いということである。一般的には二紙購読者の学歴は高いが、日経・朝日以外の購読の学歴は表—17にあるように大卒者二八・八%、高卒者四九・四%、中卒者二一・八%であり、このグループはそれらよりさらに高くなつている。第二点は学歴が低いと推定された購読紙なしの学歴水準が読売、東京、サンケイの値よりも高いことである。しかしながらこのことは年令の分析で述べたように、この層が二〇才代に集中していること、そして一般に若年層ほど教育水準が高くなつていることと考え合わせなければならない。第三点は産業経済新聞という経済専門紙から出発し、その意味では日経と同じイメージを持たれているサンケイと日経

表—9 学歴の指数

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
学歴の指数	2.08	1.87	1.80	1.75	1.75	2.09	2.37	1.86

表—10 世帯の年収

あなたの世帯の年収は税込みで，どのくらいになりますか。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
0～99 万円	19.1	24.1	27.5	16.4	24.0	5.6	26.1	25.9
100～199万円	16.5	13.3	17.0	16.4	24.0	16.7	0	48.1
200～299万円	21.3	18.7	21.2	23.6	20.0	16.7	13.0	13.0
300～399万円	22.9	20.0	15.8	25.4	16.0	22.0	8.7	7.4
400～499万円	8.5	13.3	10.8	5.5	12.0	16.7	4.3	3.7
500～599万円	8.0	5.3	3.6	9.1	4.0	5.6	4.3	1.9
600万円以上	3.7	5.3	4.1	3.6	0	16.7	43.6	0
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

表—11 住居の形態

あなたのお住いは次のどれですか。

	朝日	毎日	読売	東京	サイケイ	日経	朝日日経	なし
持家	51.0	63.3	50.2	45.4	53.8	52.1	74.0	14.8
民間借家	27.0	22.7	31.4	32.7	26.9	26.1	4.3	37.0
公営借家	3.6	1.3	2.2	10.9	3.9	4.4	4.3	5.6
社宅，公務員住宅	11.8	5.1	4.8	5.5	7.7	4.4	8.7	7.4
借間，下宿，住み込み，寄宿舎，独身寮	6.6	7.6	11.4	5.5	7.7	13.0	8.7	35.2
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 〔23)	100 〔23)	100 (73)

の購読者の学歴に大きな差がみられることである。第四点は朝日、毎日、読売として三紙同列にあつかわれる中では朝日新聞の購読者の学歴水準が最も高く読売は三紙の中で学歴水準が最も低くなつている点である。

㈣ 収　入（表—10）

三大紙についてみると毎日の購読者の収入が最も高く、読売の購読者の収入がやや低く、朝日の購読者は両者の中間である。ただしこの場合も年齢の分析で説明したように、毎日の購読者の年齢は相対的に高くなつており、この条件をコントロールしなければならず、単純に比較できない。また日経については学歴でも三紙の購読者より水準が高くなつていたが、収入も同様に高い値をしめし、日経の購読者は社会的階層では他紙の購読者に比べ上位にランクされる層からなることがわかる。日経・朝日併読グループについては年収六〇〇万円以上という高額所得者が四三・六%もおり、また購読紙なしについては収入が平均的に低いことが注目される。東京、サンケイについては他紙の平均よりやや低くなつている。

㈤ 住居の形態（表—11）

住居の形態における特徴は毎日購読者と日経・朝日併読グループの持家率がそれぞれ六三・三%、七四%と高くなつており、一方購読紙なしに借間、下宿、住み込み、寄宿舎、独身寮の者が三五・二%と他に比べ特に高くなつていることである。一般に東京では自分の家を持つことが一つの社会階層を測るインデックスであるわけだから、このことからすると各紙の購読者は日経・朝日併読グループ、毎日購読者、サンケイ購読者、日経購読者、朝日購読者、読売購読者、東京購読者、購読紙なしの順にスケーリングされるわけである。

㈥ 居住年数（表—12）

居住年数と購読紙の関係について第一に注目すべき点は、居住年数一年未満の者が朝日購読者に一六・二%と他紙に比べて多くなつていることである。これは朝日新聞のネームバリューによるものではないかと推定される。一方、一年以上一〇

表—12 居住年数

あなたはこの家に何年住んでいますか。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
1年未満	16.2	13.9	11.4	10.9	11.5	13.0	13.0	24.1
1～3年	18.7	10.1	23.1	16.4	19.2	17.4	17.4	38.9
4～6年	15.7	11.4	12.2	10.9	11.5	8.7	8.7	11.1
7～9年	6.1	3.8	7.0	14.5	7.7	0	4.3	7.4
10～15年	6.1	16.5	11.8	10.9	11.5	21.7	8.7	11.1
16年以上	37.2	44.3	34.5	36.4	38.6	39.2	47.9	7.4
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

表—13 勤め先の産業

どういう所で働いていますか（勤め先の産業）。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
農林・水産業	0.9	0	1.4	0	0	0	0	0
鉱業	0	0	0.7	0	6.7	0	8.3	0
建設業	11.1	13.2	9.2	2.9	13.3	0	0	8.1
製造業	28.9	36.7	34.1	37.0	20.0	14.3	25.0	51.4
卸売・小売業	12.0	13.2	17.0	14.3	13.3	35.8	16.7	0
金融保険・不動産業	6.0	5.3	5.0	5.7	0	28.6	8.3	2.7
運輸通信・公益	6.9	10.5	8.5	8.6	6.7	7.1	0	13.5
サービス業	23.9	15.8	21.3	22.9	40.0	7.1	41.7	21.6
公務員	10.3	5.3	2.8	8.6	0	7.1	0	2.7
計 (N)	100 (117)	100 (38)	100 (141)	100 (35)	100 (15)	100 (14)	100 (12)	100 (37)

年未満の者をみると読売の講読者では五四・一%を占め、朝日購読者が四六・六%、毎日購読者が四一・八%、東京購読者が四一・八%、サンケイ購読者が三八・四%、日経購読者が二六・一%の順になつている。ところで一〇年以上居住する者についてみると、毎日購読者の値が五〇・八%と、その購読者の半分以上を占めていることに気がつく。つまり毎日の購読者は固定化しており、新しくその地域に転入してきた者をその購読者に加えることに失敗していることがわかる。また購読紙なしについては、一年未満の者が二四・一%、一年から三年の者が三八・九%を占めており、両者で全体の五〇%を越える結果となつている。

(七) 勤め先の産業（表—13）

朝日、毎日、読売の三紙をまず比較してみよう。毎日の購読者には製造業の者が多く、朝日の購読者には製造業に従事する者が少なく公務員が特に多くなつている。また読売の購読者には卸売・小売業とサービス業が多くなつている。東京の購読者については読売の購読者とやや似かよつた傾向が見られる。サンケイの購読者はサービス業が四〇%ときわめて高く、日経の購読者の特徴はそれが経済に強いことを反映してか、金融保険・不動産業や卸売・小売業の従事者の占める割合が六〇%以上となつている。一方、購読紙なしの者は五一・四%が製造業に従事しているのが特徴である。

(八) 職　業（表—14）

まず三大紙の比較を行つてみよう。朝日の購読者は専門・技術職、管理職、サービス職、学生が多い。読売の購読者はいわゆるブルーカラーとホワイトカラーが多い。一方毎日の購読者は両者のちようど中間であるが、学生の比率は低くなつている。東京の購読者、サンケイの購読者については、三大紙の購読者に比較してブルーカラーの比率が著しく高くなつているのが目につく。また学生の割合も三大紙が六%前後であるのに対して一%ほどしかないことがわかる。日経の購読者については、管理職とホワイトカラーで全体の五〇%を占めていることが注目される。また日経・朝日併読グループについては、

表—14 職　　業

どのような内容のお仕事ですか。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
専門的・技術的職業従事者	5.9	2.7	2.8	3.8	4.8	5.0	4.5	6.1
技能工，生産工程作業者および単純労動者	13.4	16.2	19.5	21.2	28.6	5.0	9.1	32.7
管理的職業従事者	4.8	4.1	3.3	1.9	0	10.0	4.5	2.0
事務従事者	16.1	16.2	15.8	11.5	9.5	20.0	9.1	14.3
販売従事者	6.5	2.7	10.7	7.7	4.8	20.0	9.1	2.0
農林・漁業作業者	0	0	0.5	0	0	0	0	0
採鉱・採石作業者	0	0	0	0	0	0	0	0
運輸・通信従事者	4.3	2.7	2.8	5.8	0	0	0	8.2
保安職従事者	0.5	0	0	0	0	0	0	2.0
サービス職業従事者	6.5	2.7	5.6	11.5	4.8	0	13.6	8.2
分類不能の職業	0	0	0	0	0	0	0	2.0
学生	8.6	5.4	6.5	1.9	0	5.0	13.6	8.2
主婦	26.9	27.0	24.1	27.0	28.5	25.0	22.9	8.2
無職　NA	6.5	20.3	8.4	7.7	19.0	10.0	13.6	6.1
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

表—15 仕事上の地位

あなたのお仕事の上での地位は何ですか。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
役員	9.8	10.3	7.6	0	6.3	6.7	16.7	2.5
雇い人のある事業主	2.4	5.1	9.0	7.7	12.5	0	25.0	7.5
雇い人のない事業主	10.6	10.3	10.4	12.8	12.5	13.3	8.3	2.5
家族従業員	7.3	7.7	12.5	10.3	18.8	20.0	8.3	0
雇い人	69.9	66.6	60.5	69.2	49.9	60.0	41.7	87.5
計 (N)	100 (123)	100 (39)	100 (144)	100 (39)	100 (16)	100 (15)	100 (12)	100 (40)

表—16 所属団体

各カテゴリー毎に100%

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
利益団体	7.6	13.9	12.7	9.1	7.7	17.4	13.0	1.9
政治団体	7.6	8.9	8.3	5.5	26.9	8.7	4.3	3.7
労働組合	19.7	7.6	10.5	16.4	3.9	8.7	8.7	16.7
宗教団体	10.1	5.1	8.3	12.7	19.2	21.7	4.3	16.7
その他の団体	9.6	13.9	6.1	9.1	11.5	4.4	8.7	7.4

学生とサービス職従事者の比率が高くブルーカラーの比率が低くなつている。購読紙なしについてはブルーカラーの比率が三二・七%と異常に高く、また主婦の比率が八・二%と他紙1/3以下であることに注目される。

(九) 仕事上の地位（表—15）

この質問項目を雇い人（自前意識小）か雇用主（自前意識大）に二分して分析する。そうすると、自前意識の高い購読者から構成されていると思われる順に、日経・朝日併読グループ、サンケイの購読者、日経の購読者、読売の購読者、毎日の購読者、東京の購読者、朝日の購読者、購読紙なしの順になつていることがわかる。同じ朝日の購読者でも、一紙のみ購読する者と日経を併読する者のちがいが明瞭にでていることがわかる。

(一〇) 所属団体（表—16）

商店会、同業者組合、医師会、歯科医師会等の利益団体、政党や政治家の後援会などの政治団体、労働組合、宗教団体、その他の団体の五項目についてそれぞれの購読者の加入状況を調べてみよう。朝日の購読者については、労働組合に加入している者の割合が他に比較して最も高いことが最大の特徴である。毎日の購読者は利益団体とその他の団体に加入しており、反対に労働組合や宗教団体に加入している者が少ないことで特徴づけられている。読売の購読者の場合には、それぞれの項目でほぼ朝日の購読者と毎日の購読者の中間に位置するが、その他の団体加入者が三紙の中では最も

多くなつている。東京の購読者は政治団体への加入者が少なく、また労働組合への加入者も少ない。サンケイの購読者については利益団体への加入率が朝日の購読者に次いで少なく、逆に政治団体への加入者が他紙の二倍以上あることが特徴である。日経の購読者は利益団体、宗教団体への加入者の率が高くなつている。購読紙なしについてみると、利益団体や政治団体にほとんど加入しておらず、労働組合や宗教団体への加入者が多いことが目につく。

以上、性別、年齢、学歴、収入、住居の形態、居住年数、勤め先の産業、職業、仕事上での地位、所属団体の一〇項目について各紙の購読者及び購読紙なしの属性についてそれぞれの特徴を説明してきたが、これらの点をまとめてみるとそれぞれのグループにはどのような傾向が見いだせるであろうか。

まず朝日新聞の購読者についてみると、年齢的には比較的若い層が多く、従つて学生の比率も高くなつており、学歴も非常に高くなつている。収入の面ではほぼ平均的であり住居の形態では社宅、公務員住宅に住む者の比率が高いことが特徴である。職業でみると、公務員の比率が最も高いのも、そのひとつの特徴である。また、いわゆるホワイトカラーが多くブルーカラーが少なくなつている。さらに所属団体をみると労働組合の加入者が非常に多いことで特徴づけられる。

毎日新聞の購読者の特徴は、年齢と居住年数に最もよくあらわれている。つまり、六〇才以上の高年齢者の比率が二八・三％と他のどの新聞よりも高く、また、その居住年数も一〇年以上その地域に居住している者が六〇％を超えている。このことと関係して住居の形態をみても持ち家を持つ者の比率がやはり六〇％を超えている。

読売新聞の購読者の特徴は、ここで分析してきたいずれの項目についてもきわ立つた特徴がなく、逆に言えばそれだけ全ての階層に属する読者から構成されていることである。

東京新聞の購読者の特徴は、いわゆるホワイトカラーの比率が他紙の購読者に比べて低いということである。年齢でも二

○代の比率が低く、学生の比率もサンケイに次いで低くなつている。そしてその住居の形態をみると持ち家率が非常に低く、民間や公営の借家に住む者が四〇％を超えている。また学歴では、大学卒以上の者が七・七％しかおらず、低学歴者の占める割合が、高くなつている。しかしながら、収入の面でみるとほぼ平均的であることが注目される。

サンケイ新聞の購読者の特徴の第一は、いわゆる零細企業の事業主の比率が高く、ホワイトカラーや学生の比率が低いことである。このことと関係して、持ち家率は高くなつており、年齢的には二〇代が少なく、壮年層の比率が高くなつている。学歴を見ても中卒者の比率が三七・五％を占め、大卒者の比率は一二・五％と最低になつている。ホワイトカラーが少なく、零細事業主が多いことと関連して労働組合への加入率は最低であるが、一方、政治団体、宗教団体への加入率は非常に高くなつている。

日経の購読者の特徴は、非常に学歴が高く収入も高い管理職を含めたホワイトカラーの比率が高いことである。そして勤め先の産業をみても金融保険、不動産やサービス業、卸売・小売業といつた第三次産業の従事者が七〇％にも達している。

日経・朝日の併読者は、学歴と収入、居住年数、住居形態、職業等について他紙の購読者と著しい対比をみせている。学歴については中卒者が四・五％しかなく、大卒者の割合が四一％を占めていることからもわかるように非常に高学歴の購読者層である。収入をみると六〇〇万円以上の高額所得者が全体の四三・六％にものぼり、他紙の購読者の比率が一〇％以下であることを考え合せると、特にこの点に注目すべきであろう。居住年数でも一〇年以上の者が五〇％を超え、また持ち家率も七四％と極めて多くなつている。職業の面からみると第三次産業に従事する者の比率が七〇％にのぼり、その仕事上の地位においても役員及び事業主の比率が五〇％に達している。また、学生の比率も高い。一方その所属団体についてみると労働組合、政治団体、宗教団体等への加入者は少なくなつていることがわかる。学歴についてみるとわかるように、これらの事実は二紙併読者全体に言えることではなく、日経・朝日併読グループのみに特有の性格である（表—17）。つまり一言で

言えば、非常に高い社会階層に属する層からこのグループの購読者は構成されていると言えるのではないだろうか。

最後に購読紙なしについてみてみる。彼らの社会経済上の諸特性は非常にはっきりしている。つまり年齢が非常に若く、二〇才代が六〇％以上を占めている。また収入も低く、居住年数三年未満の者が六〇％を超えている。持ち家の比率も一四・八％と圧倒的に低く、職業では製造業に勤めるブルーカラーが三分の一以上を占めている。これらを総合するとこのグループは若い被雇用人である単身グループであるとみられる。

表—17　日経・朝日以外の併読者の学歴構成

	N	%
中　学	19	21.8
高　校	43	49.4
大　学	25	28.8
合　計	87	100

三　購読紙と投票行動

購読紙と投票行動との関係について分析を行なつてみよう。本調査では有権者の投票行動をふだん支持する政党（支持政党）、今度の選挙で投票するつもりの政党（投票予定政党）、今度の選挙で投票するつもりの候補（投票予定候補）の三レベルで測定しているが、購読紙との関係でみると、支持政党と投票予定政党では大きな差が見られないため支持政党と投票予定候補との関係についてのみ分析を行なう。

(一)　支持政党（表—18）

その購読者の中で自民党の支持者の比率が最も高いのは日経であり、五二％にも達している。次いで多いのが日経・朝日併読グループの四八％であり、以下毎日の購読者、読売の購読者、朝日の購読者、東京の購読者、サンケイの購読者、購読紙なしの順になつているが、その支持率は二〇％代であり、日経と日経・朝日併読グループの自民党支持率の高さが目につく。新自由クラブについては、東京二区で候補者を立てなかつたこともあつて全般に支持率は低くなつているが、そのなか

表—18 支持政党

あなたはふだん何党を支持していますか。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
自民党	26.3	29.1	28.0	25.5	23.1	52.0	48.0	11.1
新自由クラブ	1.0	1.3	0	1.8	3.9	4.4	0	1.9
民社党	6.1	2.5	3.5	1.8	15.4	4.4	4.3	1.9
公明党	7.6	5.1	6.1	9.1	15.4	8.7	4.3	18.5
社会党	16.2	12.7	13.1	27.3	7.7	0	4.3	5.6
共産党	6.6	3.8	3.5	7.3	3.9	4.4	4.3	7.4
支持政党なし	36.2	45.5	45.8	27.2	30.6	26.1	34.8	53.6
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

表—19 保守—革新スケール

(保守1～革新6)

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
保守—革新度	3.10	2.68	2.75	3.35	2.90	1.83	1.92	3.60

表—20 投票予定候補

あなたは今度の選挙でだれに投票するつもりですか。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
石原	13.1	15.2	18.8	12.7	7.7	47.8	21.7	14.8
宇都宮	4.0	6.3	5.7	10.9	7.7	0	21.7	1.9
大内	5.6	5.1	3.9	3.6	23.1	13.0	8.7	1.9
鈴切	8.6	6.3	7.0	12.7	11.5	4.4	4.3	22.2
大柴	11.6	10.1	10.0	10.9	3.9	0	8.7	1.9
米原	5.1	3.8	4.8	9.1	7.7	4.4	4.3	3.7
川戸	1.0	0	0	1.8	0	0	0	0
山本	0.5	2.5	0.4	1.8	0	0	0	1.9
黒沢	0	1.3	1.3	0	0	0	0	0
東	0	1.3	0	0	0	0	0	0
まだ決めていない	50.5	48.1	48.1	36.5	38.4	30.4	30.6	51.7
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

では日経の購読者とサンケイの購読者の支持率が高い。民社党についてはサンケイの購読者と朝日の購読者の支持率が高くなつている。公明党については購読紙なし、サンケイの購読者と東京の購読者における支持率が高い。社会党については東京の購読者の支持率が自民党のそれよりも高く二七・三％ある。また朝日の購読者の支持率も一六・二％と高くなつている。共産党の支持者が多いのは購読紙なしと東京の購読者、朝日の購読者であり、ほぼ他紙の購読者の二倍になつている。いまかりに、政党が自民・新自由クラブ・民社・公明・社会・共産の順に保守から革新にならんでいると仮定し、さらにその距離が政党間で同一であるとしてそれぞれの購読者を保守――革新軸の上でスケーリングしてみよう（表―19）。（自民支持の場合に一を与え、共産支持の場合六を与える）革新度の強い順に、購読紙なし（三・六〇）、東京の購読者（三・三五）、朝日の購読者（三・一〇）、サンケイの購読者（二・九〇）、読売の購読者（二・七五）、毎日の購読者（二・六八）、日経・朝日併読グループ（一・九二）、日経の購読者（一・八三）の順にならんでいることがわかる。一方、保守―革新とは関係なく、支持政党なしについてみると、購読紙なしの五三・六％つまり半分以上がこれに該当する。以下、読売の購読者、毎日の購読者、朝日の購読者、日経・朝日併読グループ、サンケイの購読者、東京の購読者、日経の購読者の順に支持政党なしが減少する傾向にある。しかし、朝・毎・読の三大紙の購読者と東京、サンケイ、日経の購読者の間にこの点に関して一〇％以上の差があることが興味深い。

(二) 投票予定候補（表―20）

今度の選挙では誰れに投票するつもりかを問うた投票予定候補では、全体的にみると支持政党で見られた傾向とさほど変化はなく、各紙ごとに見た支持政党と投票予定候補は相関の高いものだと言える。特に朝・毎・読三紙の購読者にその傾向が強く表われている。しかしサンケイと東京の購読者と日経・朝日併読グループの態度については変化が見られる。つまり、サンケイの購読者について見ると、支持政党では自民党の支持率が二三・一％であつたのに投票予定候補では七・七％に下

が、反対に民社党の候補である大内が二三・一％と最高値になつている。また東京については、支持政党のレベルでは自民党と社会党の支持率は二五・五％と二七・三％であり、それに対して共産党の支持率は七・三％であつた。ところが、投票予定政党のレベルでは、自民党の支持率は一六・四％になり、社会党の支持率は一四・六％と二倍ほど増加している。また、日経・朝日併読グループについてみると、支持政党では四八％あつた自民党の支持率が投票予定候補では二一・七％と二五％以上減少している。そしてその減少とほぼ見合つた程度だけ、無所属（この場合は主に宇都宮徳馬）と民社党に大内啓伍が増加する結果となつている。つまりこのグループに属する有権者は、今回の選挙で、本来は保守党支持であつても批判的な立場から自民党を離党した宇都宮や野党の中では最も自民党と類似点のある民社党の大内に投票する傾向をしめしたのではないかと推定される。

四　購読紙と長期的な争点に対する態度

ここでは経済、労働、宗教、教育、政治のあり方、人生観、法意識という七つの長期的な争点に対する態度が各紙の購読者及び購読紙なしについてそれぞれどのように異つているか調査を行なつた。しかしながら教育と政治のあり方については購読紙別に有意な差がみられなかつたので、この二点については分析をさしひかえる。

㈠　経済のあり方（表―21）

鉄鋼、電力、石油などの重要な産業は国が直接経営する方が望ましいと考える者が最も多いのは購読紙なしであり、七九・六％に達している。以下サンケイの購読者と東京の購読者の値が高くなつている。一方、これらの重要な産業は自由な競争にまかせる方が望ましいと考える読者が多くなつているのは、日経、日経・朝日併読グループと朝日の購読者である。しかしながらこれらの購読者は、社会的属性のところで明らかにしたように、ホワイトカラーや管理職の占める比率が高かつた

表—21 経済のあり方

1. 鉄鋼・電力・石油などの重要な産業は国が直接経営する方が望ましい。
2. 〃 民間の自由な競争にまかせることが望ましい。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
1	54.1	59.7	59.7	63.0	73.1	47.8	47.8	79.6
2	45.9	40.3	40.3	37.0	26.9	52.2	52.2	20.4
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

グループである。このような点を十分考慮しなければ争点に対する態度の相違が購読紙による影響なのか、社会的属性による影響なのかは判断することは出来ない。

(二) 労働問題に対する態度（表—22）

ストライキは労働者の権利だからいかなる場合にも制限してはならないと考えている読者の多いのは朝日の購読者であり、毎日、日経・朝日併読グループや読売さらに購読紙なしの値が高くなつている。反対に東京、サンケイ、日経の購読者は、ストライキは労働者の権利だが、みんなの迷惑にならないようにやるべきだと答える者が圧倒的に多くなつている。この問題についても(一)の経済問題と同様にやはり他の様々な社会的属性の影響を考慮しなければならない。

(三) 宗教（表—23）

正しい宗教なら全ての人にすすめるのが当然だと考える読者がきわだつて多くなつているのはサンケイと購読紙なしグループである。この問題もやはり宗教団体加入率や学歴、年齢が各紙によつて異つていることに注意しなければならず、購読紙の違いによつてこのような問題に対する相違が生まれてきたとは言えないだろう。

(四) 人生観（表—24）

人と生まれた以上仕事の上で何かをなしとげ、人に後指をされないような人生を送りたいと考えるものの比率が多いのは、日経の購読者と日経・朝日併読グループである。一方、反対に人と生まれた以上世の中のしきたりや形式にとらわれず心のおもむ

表—22　労働問題に対する態度

1. ストライキは労働者の権利だからいかなる場合にも制限してはならない。
2. 〃　だがみんなの迷惑にならないようやるべきだ。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
1	16.8	15.4	10.6	7.3	3.9	4.4	13.0	16.7
2	83.2	84.6	89.4	92.7	96.1	95.6	87.0	83.3
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

表—23　宗　教

1. 正しい宗教ならすべての人にすすめるのが当然だ。
2. 宗教は個人の問題だから一人一人の判断にまかせるべきだ。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
1	3.6	6.3	5.3	9.1	15.4	8.7	4.5	16.7
2	96.4	93.7	94.7	90.9	84.6	91.3	95.5	83.3
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

表—24　人　生　観

1. 人と生まれた以上，仕事の上で何かをなしとげ，人にうしろ指をさされないような人生をおくりたい。
2. 人と生まれた以上，世の中のしきたりや形式にとらわれず，心のおもむくままに自由奔放に生きたい。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
1	74.5	80.8	73.1	69.1	80.8	87.0	86.4	55.6
2	25.5	19.2	16.9	30.9	19.2	13.0	13.6	44.4
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

表—25 法　意　識

1. ワイロをうけとつたという疑いをうけた政治家といえども，裁判が終るまでは無罪としてあつかわれるべきだ。
2. 公害のような社会的に許しがたい行為をおかした企業は法律はどうあれただちに刑罰を与えられるべきだ。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経朝日	日経	なし
1	37.6	42.1	33.3	39.6	48.0	56.5	47.8	46.3
2	62.4	57.9	65.7	60.4	52.0	43.5	52.2	53.7
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

くままに自由奔放に生きたいと答える者が多いのは購読紙なしの者である。

(五) 法　意　識（表—24）

ワイロを受け取つたという疑いを受けた政治家と言えども裁判が終わるまでは無罪として扱われるべきだと考える者の多いのは、日経購読者、サンケイ購読者、日経・朝日併読グループである。

これらの争点に対する態度は以上見てきたようにそれぞれ異なるものであるが、その相違がどうして生じてきたかについては、他の分析を待たなければならず、ここではその解釈は行わずに事実のみを提示しておいた。

五　争点選択にみるマスコミの問題設定の機能

社会的属性、投票行動そして争点に対する態度の分析から各紙の購読者及び購読紙なしがそれぞれ異なる社会的属性を持ち、またその投票行動や争点に対する態度もそれぞれ異なつていることを明らかにしてきた。従来のマスコミ接触構造の研究では、電波メディアや雑誌メディアまた新聞メディア等のメディアの相違によつて社会的属性が異なつているということが言われてきたが、この分析から明らかなように、新聞についてみた場合には、その購読紙によつても差があり、単純に新聞メディアの受容者を一括して取り扱うことはできないことがわかつたわけである。

ところで M. McCombe らは一九六八年と一九七二年の大統領選挙における調査結果から、マスメディアが選挙の争点として強調したものと投票者自身が争点として認識しているもの、そして投票者の支持する政党や候補が争点として強調しているものの相互関係を明らかにしようとした。その結果、マスメディアの強調する争点と、投票者自身の争点の間に高い相関がみられ、投票者が支持する政党や候補者が強調した争点との相関はそれよりも低くなつていた。以上の結果から、彼らは大統領選挙におけるマスメディアの問題設定（Agenda Setting）の機能の作用を指摘しているわけである。(4)

我が国に於ては、このようなマスメディアの問題設定機能は、どのように理解されるであろうか。最後に今回の調査項目であげられた有権者の争点と彼の支持する候補者及び新聞のとりあげている争点の三者を相関分析し（表—26、27、28、29）、マスコミュニケーションの投票行動に与える影響について若干の考察を加えてみよう。

この結果によると本人の争点とその支持する候補者との相関係数は〇・八三であるが、新聞のとりあげている争点と本人の争点との相関係数は〇・三五とほとんど相関を持たないことがわかる（表—30）。一方また新聞の争点と候補者の争点の相関係数は〇・七二となり新聞の争点と本人の争点よりも高くなつている（図—1）。

この事実から指摘できることは、日本の場合一般的にみると有権者は投票に際して新聞の意見（争点）をもとに候補者を選択するのではなく、自分の争点にあつた候補者を選択するということである。では、すべてのタイプの有権者に対して新聞は全く、その投票行動に影響を与えないのであろうか。この問題を分析するために、有権者のタイプを、支持政党のあるものとないものに二分して考えてみよう（表—31）。支持政党のあるグループにおける、本人の争点と新聞の争点の相関係数は〇・三〇である（表—30）。つまり、このような支持政党を持つている有権者は新聞の挙げている争点は全く関係なく本人の争点を決めているということがわかる。ところが一方、支持政党を持たない有権者についてみると本人の争点と新聞のあげている争点との相関は〇・四一となる。つまり支持する政党を持たない有権者については、新聞の挙げる争点と自分の争

表—26 本人の争点

今度の選挙であなたにとつて一番重要な問題は何ですか，1つだけあげて下さい。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
税金	4.6	5.1	7.4	5.5	3.9	4.4	8.7	1.9
不況・景気対策	11.1	17.7	10.5	16.4	19.2	34.7	34.7	3.7
教育	2.5	2.5	3.9	1.8	7.7	0	0	1.9
ロッキード・金権・三木おろし	13.1	16.5	17.5	12.7	15.4	8.7	17.4	14.8
社会福祉	7.1	12.7	7.9	9.1	11.5	13.0	4.3	3.7
物価・公共料金・インフレ	38.4	27.7	33.6	29.1	19.2	26.1	21.7	31.5
住宅・土地対策	1.5	0	2.6	1.8	3.9	0	0	3.7
公害・自然環境の保全	1.0	1.3	0	1.8	0	0	0	0
その他	8.1	3.8	5.2	12.7	11.5	8.7	4.3	7.4
DK. NA	12.6	12.7	11.4	9.1	7.7	4.4	8.7	31.4
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

表—27 候補者の争点

今度の選挙であなたの支持する候補者が一番重要な問題として訴えているのは何ですか，1つだけあげて下さい。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
税金	2.5	1.3	5.2	3.6	0	4.4	4.3	1.9
不況・景気対策	4.6	8.9	4.8	3.6	3.9	13.0	17.4	1.9
教育	1.0	2.5	2.2	1.8	3.9	0	0	1.9
ロッキード・金権・三木おろし	14.7	13.9	11.4	12.7	15.4	4.4	26.1	9.3
社会福祉	5.6	7.6	4.8	7.3	7.7	17.4	8.7	13.0
物価・公共料金・インフレ	15.2	6.3	12.2	18.2	7.7	17.4	4.3	14.8
住宅・土地対策	1.5	2.5	0.4	0	0	4.4	0	1.9
公害・自然環境の保全	1.5	1.3	0.4	3.6	0	0	0	0
その他	3.5	2.5	3.5	9.1	3.9	8.7	8.7	0
DK. NA	49.9	53.2	55.1	40.1	57.5	30.3	30.5	55.3
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

表—28 新聞の争点

今度の選挙で新聞が一番重要な問題として訴えているのは何ですか，1つだけあげて下さい。

	朝日	毎日	読売	東京	サンケイ	日経	朝日日経	なし
税金	2.0	0	1.3	3.6	0	0	0	0
不況・景気対策	4.6	6.3	5.7	7.3	3.9	17.4	13.0	0
教育	1.5	1.3	0.4	0	3.9	0	0	0
ロッキード・金権・三木おろし	63.1	55.7	55.5	52.7	42.2	43.4	52.4	44.3
社会福祉	1.0	1.3	0.9	0	3.9	8.7	4.3	1.9
物価・公共料金・インフレ	7.6	7.6	9.6	7.3	19.2	8.7	13.0	5.6
住宅・土地対策	0	0	0.4	0	0	0	0	1.9
公害・自然環境の保全	0.5	0	0	1.8	0	4.4	0	0
その他	1.0	2.5	2.6	1.8	0	4.4	4.3	3.7
DK. NA	18.7	25.3	23.6	25.5	26.9	13.0	13.0	42.6
計 (N)	100 (198)	100 (79)	100 (229)	100 (55)	100 (26)	100 (23)	100 (23)	100 (73)

表—29 争点のまとめ

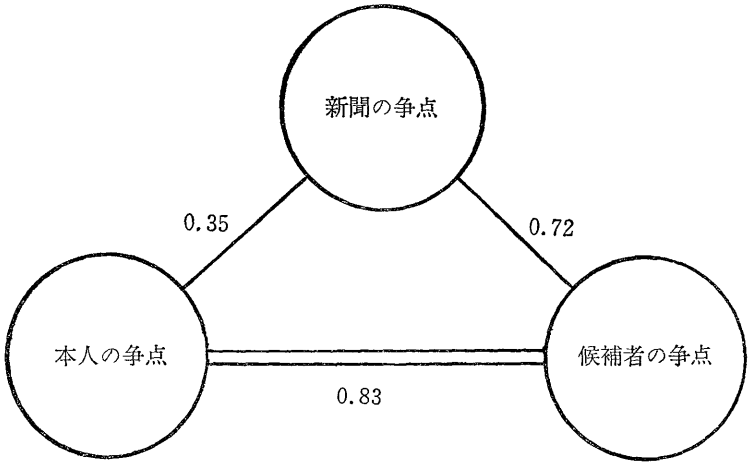
	本人の争点	マスコミの争点	政党・候補者の争点
税金	6.4	1.8	6.9
不況・景気対策	16.2	8.5	11.7
教育	3.5	1.2	3.8
ロッキード・金権・三木おろし	16.9	70.5	25.9
社会福祉	9.1	1.7	15.2
物価・公共料金・インフレ	37.1	11.4	23.8
住宅・土地対策	2.1	0.4	1.4
公害・自然環境の保全	0.7	0.8	2.5
その他	8.0	3.7	8.8
合計	100.0	100.0	100.0

表—30　本人・新聞・候補間における相関係数

全　　体	本人の争点 ——— 新聞の争点	0.35
	本人の争点 ——— 候補者の争点	0.83
	新聞の争点 ——— 候補者の争点	0.72
支持政党あり	本人の争点 ——— 新聞の争点	0.30
	本人の争点 ——— 候補者の争点	0.82
支持政党なし	本人の争点 ——— 新聞の争点	0.41

表—31　支持政党ありとなしの争点選択

	支持政党あり			支持政党なし	
	本人争点	マスコミの争点	候補者の争点	本人の争点	マスコミの争点
税　　金	6.3	2.1	7.3	6.9	1.0
不況・景気対策	17.9	9.7	10.4	13.4	5.6
教　　育	2.9	0.5	3.8	3.7	2.5
ロッキード・金権・三木おろし	15.9	70.6	25.3	18.4	71.7
社会福祉	9.1	2.1	15.2	9.2	1.0
物価・公共料金・インフレ	36.4	9.9	24.9	38.2	14.1
住宅・土地対策	2.0	0.5	1.7	2.3	0
公害・自然環境の保全	0.9	1.0	2.4	0.5	0.5
そ　の　他	8.6	3.6	9.0	7.4	3.5
合　　計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



点とにやや類似性がみられるわけである。

いわゆる無党派層を支持政党を持たない有権者とおきかえることには多少問題があるがいずれにせよ、このようなタイプの有権者は政党支持態度のはつきりしているようなタイプの有権者（固定層）に比較すると、新聞等のマスコミに影響をうけることがこの結果から示唆されるわけである。

無党派層と言われるようなタイプの有権者に対して新聞は多少、問題設定機能を持つているものの、全体的にみると、我が国においては、有権者は投票に際してほとんどマスコミの影響を受けていないことがわかつた。

では日米のこのような差はどうして生じたのであろうか。アメリカのメディアは自分の立場（意見）を明確に打ち出すが、日本の場合は新聞の中立というタテマエからそのような点に欠けているという批判がしばしばなされている。さらに選挙制度それ自身も日米間に大きな違いがあり、候補者の選挙のやり方も異なつている。マスコミュニケーション・システムの相違、選挙システムの相違がこのような結果となつてあらわれたのではないかと思われるが、この点については本研究が主に購読紙による有権者の社会経済的属性及び意識の違いという点に焦点を当てて

分析してきたので、これ以上の分析は控える。しかし、争点選択の分析を通じて明らかになるのは、今回の総選挙はロッキード事件という近来に例をみない政治的危機において行なわれたわけで、その意味においてマスコミの過度な反応に対して有権者の方は逆にクールに自分からの選択を行なつたということを指摘できるだろう。

（1）ライフスタイルとは有権者の総体的な生活様式、行動様式、思考様式の複合的パターンであり、広範な概念であるが、現在のところかならずしも明確化されているわけではない。

（2）堀江湛、域所洋子「新自由クラブの躍進と新聞報道」新聞研究一九七八年二月号。

（3）この調査の概要はつぎの通りである。㈠調査地域――東京二区、㈡調査の対象――投票日当日に二十才以上の男女、㈢抽出方法――二段無作為抽出法、㈣標本数と回収率――標本数一二五〇サンプル回収率六三・四％（七九三サンプル）、㈤調査期日――昭和五一年十一月二六日から十二月四日、㈥調査方法――面接調査法。

（4）M. McCombe and D. Shaw, "The Agenda-Setting Function of Mass Media," *Public Opuion Quarterly*, 36 (1972) T. H. White, *The Making of the President 1972*. New York Bantam, 1973