

世論調査とメディア

上智大学教授

石川 旺

世論調査の前提条件

メディアが実施する「世論調査」の結果に対する注目度は近年ますます上がってきている。特に調査結果の数字が大きく動いたり、予想外の数字が出たりするとそのこと自体がメディアで大きく取り上げられ、結果として「世の中の大勢」が人々の意識の中に強く印象付けられることになる。具体的な例の一つは小泉首相の就任時の支持率であった。各種世論調査に表れた支持率の高さが話題を呼び、そのことによって世の中にある種の共通理解が定着した。しかしよく考えてみれば、内閣発足の時点で、一般の市民はその内閣を支持するかどうかについて詳しい情報を入手し、その上で判断しているわけではない。内閣支持を問うのであれば、発足後一定期間を置き、ある程度の実績も判明したところで支持・不支持を問う方がより適切である。発足時の支持率はその意味で「期待」に過ぎない。その「期待」はどこから来ているのだろうか。首相就任までの政治家としての姿勢、様々な局面における行動、自民党総裁選挙の動向などの情報が総合されて一定の「期待」が生まれてきたと考えられるが、小泉内閣支持率の世論調査に答えた人々も基本的にはメディアが供給した情報によって一定のイメージを形成したと考えられる。このように考えると、内閣支持率の世論調査は結局のところ、メディアが供給したイメージに基づいて人々が回答し、その回答の集計結果が「世の中の大勢」として認知されるという循環現象を構成しているのではないかという疑問が生じる。

世論調査は人々の意見を知る重要な手段のひとつである。しかし世論調査を重要な参考資料として用いるためにはいくつかの前提が必要である。第一に、人々に質の高い情報を提供するマス・メディアが存在しなければならない。第二に、人々はメディアを通じてさまざまな情報を収集し、それらを総合して理性的に意見を形成しなければならない。それらの前提が満たされたうえで正確な方法に基づいた調査が行われれば、世論調査は民主主義的な社会の中できわめて有用な手法となる。しかしメディアが提示する情報に歪みや偏りがあった場合にはどうなるのだろうか。あるいは、人々が提供されている様々な情報を有効に活用することが出来ず、理性的な判断を下せなくなっていたらどうなるのだろうか。これだけ大量の情報が氾濫していると現実の情報処理は容易ではない。結果として人々の判断はメディアへの依存性を強めることになる。今日の状況を見ると、一方ではメディアがある特定の立場に拠った論調を展開する場合が目立ってきている。この種のメディアの影響力は今日更に増している。他方、複雑化する社会の中で人々の間では、意見表明に際し、自ら熟慮することなくメディア情報を単純に受け売りする行動が広がってきている。受け入れた情報を右から左へオウムのように伝えるこの種の行動パターンはパロディングと呼ばれる。さらに、世論調査の技術的な変化に伴う問題も生じてきている。具体的には面接調査から電話調査への移行に伴う質問文、回答文の制約や、ランダム・ディジット・ダイヤ

リングの採用に伴うサンプルの代表性の問題などがその主なものである。

今日の「世論」と「世論調査」の問題点は要約すれば収集された「意見」の実質に対する疑問と言ってよい。人々が表明する「意見」はメディアに大きく左右されているのではないが、あるいは左右されている状況から更に進行し、単なる口移しのパロティングになってはいないだろうか。さらには、メディア自身が人々の意見形成にある場合には意図的に関与し、その結果を反映した世論調査の結果にまた引きずられて一種の自家中毒を起こしていないかという疑問である。

「意見」の本質

まず「意見」に関する問題点について検討してみたい。

社会生活を営む人々は様々な体験を蓄積し、様々な状況に適応しつつ社会的な対応の様式を次第に確立する。その過程においては重要な他者やメディアなどが影響の源泉としてかわってくる。このような対応の様式はその人に固有の一定の価値観に基づいて相互に整合してくるものであり、傍からもある程度観察可能である。このように内的な一貫性を保った対応の様式を通常「態度」と呼ぶ。態度は個人の経験に秩序を与え、自らの周囲の状況の意味付けや反応のパターンを形成する。したがって「態度」は簡単に変化するものではない。何か劇的なことが起きたりした場合には急激な変化が起きるが、通常は態度は長期にわたって把持され、変容に年月を要する。

そのように軽々しく変動するものではないが故に、態度は人間関係の構築基盤となり得る。人の個性というものの持つ特長性、安定性はその人が様々な局面において示す態度の一貫性と深くかかわっている。態度が頻繁に

変わる人というのは、社会生活上他者との信頼関係を築くうえで大きな問題を抱えることになる。他者の理解はその個人が示す態度の一貫性の上に構築されるのであり、したがってある特定の争点に関して個人がどのように反応するかについて、その個人の態度に関する資料から予測が可能になる場合すらある。そのような安定性・一貫性を持つのが態度である。

「意見」はこの態度の言語的な表現とするのが通常理解である。したがって意見も簡単に変化するものではない。たとえばNHKが定期的実施している「日本人の意識」という調査の中に結婚後の夫婦の姓の選択に関する項目がある。1973年の調査では全体の46%が当然夫の姓を名のるべきと回答している。この比率は2003年の調査では29%まで減少した。この間、世の中は男女平等に向けて大きく動き、価値観も変化している。世論調査の結果にもその変化が表れているのだが、そのことは必ずしも、多くの個人の中で態度の変化があったことを意味しない。調査結果の変化の大きな部分は世代の交代によるものであり、特に男性の高年層では依然として夫の姓を名のるのが当然と考える人が多い。つまり、男女平等に関する態度は時代が変わり、世の中の価値観が大きく変化しても、個人の中ではかなり強く把持されているのである。態度とはそうしたものであり、意見も態度に根ざしている限りそうそう簡単には変わらないものと考えられる。

しかし、今日の世論調査の結果を時間の流れを追ってみてみると、極めて短時間に調査結果が大きく変動している。たとえば、自衛隊のイラク派遣について毎日新聞が2003年12月22日の紙面で公表した調査結果では派遣反対が54%と過半であり、賛成の35%を大き

く上回っていた。しかしその後、本隊派遣に向けて現実の事態は急速に進行した。わずか一か月後の2004年1月26日の毎日新聞はイラク派遣に関する世論調査結果で賛否が47%で並んだと伝えている。現実の派遣実施に伴ってメディアの報道内容ははっきりと変化した。2004年2月3日の派遣実施に伴い、朝日新聞は社説で「私たちは今イラクに自衛隊を送ることに反対である。法律的にも政治的にも無理を重ねた派遣に、世論は大きく二分されたままで」としつつ「派遣は現実となった」「隊員が無事に仕事をこなすよう、切に祈らずにいられない」と述べている。この後、派遣現地からの報道を含め、内容は現状追認の論調を強めた。現地から送られてきた情報の中には、厳しい自然環境の中でがんばっている自衛隊員や現地の人々の好意的な反応などが大量に含まれていた。本来であれば、この問題に関する賛否は憲法に関する認識、態度に深くかかわっており、したがって自衛隊派遣の現状がどのように進行しようと、賛成は賛成、反対は反対で一貫するはずのものである。このような現状追認は日本のメディアの習性であるといつてよい。

1930年代の満州事変について、新聞がどのように世論を形成したかを分析した研究は次のように述べている。

「満州事変を『厳粛無比の事実』によって正当化した新聞」はその後既成事実のみを論拠とする非論理的論説を製造する傾向を強めた。「既成事実=現実とする発想法はその後のマス・メディアの論理を根本的に拘束し、…言論の主張によって支配層の選択したコースの変更を求めるために努力するよりも、政治状況の変化を事後的に正当化することに力点がおかれ、既成事実への無限の追従と追認が行われ」と明快に分析している。(掛川

1972 p.22) 毎日新聞の1月26日の調査結果の記事には「現状追認広がる?」という見出しが付けられていた。他人事のように見出しをつけているが、上記研究に照らせば、メディアの責任についての無感覚さが指摘されるであろう。上記の研究はさらに「しかもより悪しきことには、そこから支配層の意向を先取りしようとする傾向が必然的に生じることである。すなわち、新聞が既成事実の追認による正当化から、既成事実化しそうな状況の先取りへと転化することによって、大衆のみならず支配層も煽動」とも述べている。1930年代と現代を対比させる論考も現れている今日であるが、上の指摘は現状を貫く光芒を放っている。

自衛隊イラク派遣に関する世論調査では「国際協力」「復興支援」といった現状追認の肯定的な意味合いを含む語彙がメディアで多用されたことの影響と見られる回答傾向が現れていた。しかしそれにしても、短期間でこれほど世論が変化する影響力の強さは危惧を抱かせるものである。調査結果は人々が様々な争点に関して、熟慮していないことを示しているのではなかろうか。

パロティング - 熟慮を欠いた意見表明

熟慮の欠如、意見の表面化は様々な局面で観察されている。

筆者は2003年の夏に東京都の杉並区と世田谷区で世論調査を行った。調査の目的は購読紙と意見との関係を検証することであった。日本の各家庭は圧倒的に一紙購読である。第二次世界大戦後の長い間、日本の大手の新聞の内容には大きな差がなく、各紙の内容は似通っており、どれを読んでも大体同じだという認識が一般的であった。ある時期までその認識は妥当性を有していた。したがって新聞

はどれか一紙を購読すれば事足りたのである。しかし今日ではさまざまな争点に関して大手の新聞が提示する内容、論調は相互に異なってきた。そのような状況の中で情報源を一紙に依存している人々の間では、争点に関する意見形成で差が出てくるのではないかと考えられる。

調査は小泉内閣の支持率、首相の靖国神社参拝問題、原子力発電の将来、憲法改正、国旗・国歌法案、歴史認識、有事法制、自衛隊のイラク派遣などの争点に関する意見を収集し、購読紙別に検討した。さまざまな争点に関する意見の差は一目瞭然であった。(拙著『パロディングが招く危機』リベルタ出版 2004) 各争点に関する新聞各紙の内容分析を行い、それらの新聞の論調を比較したうえで、その新聞の購読者の意見を比較してみると、それぞれの新聞が提示した論調に読者は強く影響されていることが明らかになった。

このことはある程度予想できたことであった。主たる情報源としている新聞がそれぞれ異なる論調を示していた場合、それらに繰り返し接触している人々の間で差が生じてくるのは当然のことともいえる。しかし問題は、その意見の差が、社会現象としては常識を超える大きさを示したことであった。例えば小泉内閣の支持率についてみると、朝日新聞の定期購読者では内閣を支持しない人が 46.3% であり、支持する人の 44.5% を上回った。しかし読売新聞の定期購読者では、小泉内閣の支持者は 58.0% であり、支持しない人 29.0% のほぼ倍に達した。支持者が不支持者の倍存在する社会と、支持者よりも不支持者の方が多い社会は、常識的に考えれば全く別の社会である。つまり新聞の論調の差により、実際にはこの社会の中に極めて異質なグループが形成されていると見ることができる。ここま

で大きな差というのは社会現象としてはかなり極端な部類に属する。たとえば自民党支持者と野党各党支持者という属性別のデータであればこのような差も有り得るが、一般の人々を対象とし、購読紙という分析項目を設定しただけでこれだけの差が生じるというのは「世論」の実態を考える上で重大であり、通常の世論という概念の再検討を要するものである。

この差が、従前から小泉内閣を支持していた人が大手の新聞の中で読売新聞を選択・購読しているのであり、小泉内閣を支持しない人が朝日新聞を選択・購読しているところから生じているのであれば社会的な問題は少ない。つまり人々がそれぞれ自らの意見や信条を確立しており、その意見や信条に近いメディアを選択・購読しているのであれば、このような差が出てきて当然である。このような現象が起きてくることはむしろ社会としては健全であるともいえる。しかし現実はそのようではない。人々はいつのまにか購読している新聞が提示する論調に影響され、その論調をあたかも自分の意見であるかのように錯覚し始めていると考えられる。

原因と結果の関係について、調査データは確証を与えてはいない。相関を示しているに過ぎない。しかし、人々は自らの先有傾向に合わせて購読紙を選択しているのではなく、どれもほとんど同じという考えの下に長年にわたって同一紙を購読してきていると考えられる。その選択は営業活動の結果であったり、スポーツ記事の好みであったり様々であったと考えられるが、提示記事の論調とのかかわりはあまり深くなかったのではないかと考えられる。そのように推察する根拠はいくつかある。例えば読売新聞の場合、1980年代に入ってからさまざまな争点に関する論調が大き

く変化した。にもかかわらずそのことによって読者数の目立った増減はなかった。それが示唆するのは、人々は購読紙を選択する際、その新聞が提示する論調によって選んではないということである。となれば、調査結果に現れた差は、他紙とほとんど同じと思って習慣的に読んでいる新聞の論調に知らず知らずの内に影響を受けたためと推察される。

問題となるのはその影響の強さであろう。内的な態度にまで及ぶ影響を受けていれば、状況の変化に対しても人々はある程度一貫した反応をするはずである。しかし現実にはごく簡単に意見が変動している。ということは人々は実際には各争点に関して、自らの知識や価値観に根ざした熟慮を経たうえで意見表明をしていないのではないかという疑問が生じてくる。購読紙が一紙のみであっても、世の中にはさまざまな情報源が他に存在するわけであり、かつ人々はその生活歴の中で独自の価値観をそれぞれが育ててきているわけであるから、争点に対する態度や意見はそうした内的な熟慮を経て形成され、表明されてくるはずである。しかし最近の世論調査に表れている人々の「意見」は、そのような熟慮を経て表明されたものではないのではなかろうか。そう考えなければ、世論調査に表れた「世論」の極めて高い変動性は説明できない。

なぜこのような熟慮を欠いた反応が出てくるのだろうか。一つには意見を求められたときに、答えることによって得られる充足がある。実際にはその問題について熟知していかなくとも、メディアから得られた表面的な知識に基づいて意見表明をすることにより、調査事態において擬似的に課題解決の感覚を得ることができる。質問に答えて意見表明をすることは自己確認の契機をもたらすのである。たとえば小泉首相の靖国神社参拝に関する各

国からの抗議に対し、政権党の幹部の談話が「内政干渉」という見出しで報じられる。そうすると、その見出しだけのパロティングによる反応が広がる。質問されれば明快に「内政干渉だと思う」と答える人が増える。問題の背後に広がる様々な経緯の知識はなくとも、明確な答えは可能である。内政干渉という言葉で状況を定義しているのだが、それがメディアの見出しのパロティングであるということはその本人には明確に意識はされていない。しかし日常生活の中でこの種のパロティングに陥る可能性は誰もが持っている。

このような人々の意見表明に関する問題を明確に指摘したのは E. フロムである。彼は著書『自由からの逃走』の中でメディアに誘導された「偽の思考」について述べている。彼が例として用いたのは天気予報に関し、海辺に住む漁師と海辺を訪れた二人の避暑客の意見である。海辺で生活してきた漁師は長年の経験から雲行きを眺め、風を読み、その後の天候を予測し、彼自身の見解を述べることができる。これは混じりけなしの彼自身の「意見」である。避暑客の一人は、自らが天候の予測に関してはまったく能力を持たないことを認識しており、「メディアが伝えた情報として」天候予測に関して発言する。ここには、自己認識とメディア情報に関する弁別の双方が確立している。彼は天気に関して述べるがその内容は彼自身に内発したのではなく、他から受け入れたものであることを明確に意識している。もう一人の避暑客は、天候の今後の推移について、「雨になるであろう」「晴れるであろう」といったことを得々と述べる。実は彼が述べているのはメディアが伝えた天候予測に過ぎない。しかし彼はメディアから入手した情報を「自らの意見と錯覚しつつ」論じてているのである。

現在問題となっているのは、この最後のケースである。日常生活を振り返ってみると、これに類似していると思いつける場合が多々あるのではないかと。さまざまな争点に関して表明される意見は、よく吟味してみると単にメディア論調をオウム返しにしているに過ぎず、細部にわたって個人個人が行うべき検討が欠如していたり、はなはだしい場合には具体的な内容に関する知識を欠いていたりする可能性があるのではないかと。

最近の日本においては、人々の争点認知の低下がさまざまなデータに現れている。社会的な問題に対する関心が全般的に低下しているのが現状である。そうした状況の中で、メディアが述べた見解を自分の中で醸成されたものと錯覚しているケースが人々の間に広がってはいないだろうか。世論調査などで質問されると、メディアが述べていた論調そのままの受け売りで答える場合が増加してきてはいないだろうか。「パロティング」は個人の中で培われた態度との関連が希薄なままに、「情報」として受容された争点に関する見解をそのまま表明する行為だが、このような行為は、争点に対する自らの利害関与が少なかったり、あるいは利害が存在するのに認識されていない場合などに起こり得る。また争点に関する関心の程度も深くここにかかわる。吟味してみると日常生活の様々な分野にパロティングは入り込んできている。それが今日においては世論調査の中に深く入り込んできている。

筆者が最初にこの疑問を抱いたのは 1985 年の日航ジャンボ機の墜落原因に関する世論調査結果であった。

1985 年に起きた日航ジャンボ機の墜落事故では 500 人を越える人命が失われた。しかし、奇跡的に生き残った乗客も居り、そのことが世間の注目を集め、墜落原因に関する

様々な報道も活発化した。

1985 年 9 月に NHK が実施した調査の中に下記がある。(NHK 1985)

(Q22) ところで日航ジャンボ旅客機の事故ですが、事故に一番つながりが深いと思われることはどのようなことでしょうか。

1 会社の過密ダイヤ	9.4%
2 機体整備の手抜き	58.6
3 操縦技術上のミス	1.6
4 機体の安全性に問題	24.3
5 その他	0.8
6 わからない、無回答	5.4

このデータは世論調査で得られる回答に関する重要な問題を端的に示している。航空機事故の原因の確定は高度に専門的な技術を要する作業であり、通常は結論に達するまでに長い年月を要する。機体製造会社と航空会社の責任と利害が常に対立し、機体の欠陥を主張する航空会社と操縦ミスを主張する機体製造会社の論争が起きるのが常である。しかし、日航ジャンボ機の場合は異例の短期間に事故原因の着着を見た。以前に起きた破損事故の修理不十分が原因とする結論は、操縦ミスではないとする航空会社を満足させ、また事故原因は当該機のみ起因するもので、同一機種すべての問題ではないという意味で、機体製造会社にも受け容れ可能なものであった。マス・メディアの報道もそうした結論にいたる流れに従っていた。調査に表れた回答は、世の中に流布されていた説をなぞっている。一般の人々は、事故原因を判断し得る立場にはない。高度の専門知識も保有していないし、事故原因の究明のための詳細な情報も供給さ

れていない。にもかかわらず、メディア情報に接していた調査対象者は、判断できるかのように錯覚し、回答した。「わからない、無回答」とした回答者は全体の中ではわずかであった。

以後、このような例は数多く見られる。日本だけではなく、海外においても同様の現象がある。

1998年2月26日の毎日新聞は、当時アメリカの大統領であったクリントンの不倫疑惑について、ニューヨーク・タイムズ紙とCBSテレビが行った世論調査の結果を伝えている。そこでは米国民の59%が「大統領がホワイトハウス元実習生と関係を持っていたかもしれない」とみなしていると報告されている。アメリカではこの種の世論調査が最近目立っている。著名なフットボール選手が妻殺しの容疑で逮捕されたO.J.シンプソン事件のときも、シンプソンは有罪と思うかどうかという世論調査が行われた。このような事象について、世論調査を行うのにどのような意味があるだろうか。一般の人々は自主的に真相の判断をなし得る立場にはない。入手可能な情報はメディアによって供給されたものであり、人々はそのようなメディア情報に基づいて、雰囲気にしたがった回答をしているに過ぎない。それでも、多くの人々は、他者の不倫関係や殺人の容疑について問われれば明快に述べる。

アメリカにはアマチュアの一般市民による陪審員の制度があるが、世論調査で人々に求められている判断は陪審員に求められている判断とは異なる。陪審員は法廷で可能な限りの情報提供を受け、その上で市民的な常識に基づいた判断を求められる。一般の世論調査の回答者はそこまでの情報提供は受けていない。回答は、単にメディア論調の受け売りになっていると考えられる。

このようなメディア論調のうち、情緒的な意味や評価的な判断を含むものは特に人々のパロティングを誘発しやすい。他者や事象に対して善悪、好悪を判断したり評価を下すことは自己の確認の意味合いを持つ。メディアを通じて供給された情報が情緒的な意味や評価的な内容を含むとそれらは熟慮を経ることなく受け入れられ、広がってゆく可能性が強まる。このような反応は、メディアと人々との間だけではなく他の領域でも広がっている。ネット上でバッシングが起きたりするのも、他者に対して批判的な判断を下すこと、またその判断結果を発信することによって得られる自己確認が背景にある。その意味でバッシング情報を発信する行為とパロティングとは極めて近い関係にある。

メディアと世論調査 今日の問題

今日の世論調査をめぐるもう一つの問題は、メディア各社の報道・論説において世論調査が戦略性を強めているところにある。

世論調査は両刃の剣であり、有効な道具ともなり得るが危険な武器ともなり得る。現在の新聞各社の世論調査を見ると、ある一定の結果を導くために調査を設計しているのではないかという疑問を抱く場合がある。現在小泉首相の靖国神社参拝が問題化しているがこの問題は何年も継続して論争になっている。2001年8月15日を前に中国・韓国からの抗議があり、必ず参拝すると明言していた首相は8月13日に前倒し参拝した。その直前の8月4日、朝日新聞は世論調査の結果として「首相靖国参拝 『慎重に』増え65%」という見出しを掲げた。読売新聞は8月7日に世論調査結果として首相の靖国神社参拝に関し、賛成が40%で、反対の34%を上回ったと報じ、さらにこの結果を受けて9日の社説で「首相はも

う参拝を中止できない」という見出しを掲げ、「今やめれば自民党総裁選のときから断固として掲げ続けてきた“信条”を外国の圧力に屈して曲げた、ということになる」と書いた。朝日は8月16日の社説で「これが熟慮の結果か」との見出しを掲げ、「首相の靖国参拝はそもそも、憲法20条の政教分離原則に照らしても疑義がある」と書いた。

両社共にほぼ同時期に世論調査を行っているが、読売は回答選択肢に「賛成」「反対」「どちらでもない」を設けている。それぞれの比率は(40%)(34%)(24%)である。賛否を単純に問うているが同時に中間項を設定し、そこに回答の約1/4を吸収している。

朝日は回答選択肢に「積極的に取り組んでほしい」「慎重にしたほうがよい」「その他」を設けている。比率はそれぞれ(26%)(65%)(9%)である。「積極的に取り組んでほしい」という強い表現が用いられたことにより、賛成の反応が低く出たと考えられる。両社がこれだけ異なる設計をし、これほど異なる結果を出しているということは、世論調査が各社にとっての戦略の一環となっていることを意味する。

2005年になってから、この靖国参拝問題は一気に外交の重要問題となった。そこで強調されたのは中国、韓国などの強い抗議であり、それに対する首相の対応も強い表現が目立つようになってきた。そんな中での朝日は5月31日に世論調査結果を報じ、「靖国参拝 首相は中止を49%」という見出しを掲げた。ここでの質問文は「小泉首相は靖国神社の参拝を続けた方がよいと思いますか、やめた方がよいと思いますか」というものであり、回答は「続けた方がよい」(39%)、「やめた方がよい」(49%)となっている。厳密に言えばここでは首相の参拝に対する原則的な賛否は問われてい

ない。現況への対処方法が問われている。しかし少なくとも見出しからはそこまでは読みとれない。

ここで浮かび上がってきているのは、メディアの論調と世論調査の関係である。メディアが一定の論調を示し、その論調に見合った結果を導くような世論調査を設計し、その調査結果が展開した論調への手ごたえとして受けとめられているとすれば、そこに進行しているのは本来の世論形成過程とは異なる自己完結的なサイクルである。

最近では重要な争点に関して、キャンペーンや意見提案を行い、それによって変化した世論調査の結果を公表する場合もある。そのような世論調査結果は大々的に報じられることにより、多数に従うという人々の心理を刺激し、世の中の既定の事実化をしてゆく。そこまで極端ではない場合でも、メディアが展開した論調とその論調を反映した世論調査結果との間でサイクルが回り始め、世の中の意見が一定の方向に収斂して行くという現象はしばしば観察されるのではないが。

このように考えてくると現在の世の中においては市民一人一人の意見表明の集約をそのまま信じることに對し、留保が必要であることが明らかになる。世論調査結果をすべて錦の御旗とすることには危険が伴う。力のあるものがメディアを使って地ならしをし、人々の意見のある一定の方向に向かわせたうえで、世論調査を行い、それを正当化の手段とするようなことも事態としてあり得るからである。

その背景として、メディアの地ならしを可能にする人々のパロティングがある。さらにメディアが実施する世論調査の持つ今日の技術的な諸問題があることも確かである。世論調査においてランダム・ディジット・ダイヤリングは今日の主流となっている。この方法

はサンプルの代表性に関して問題をはらむことはすでに述べた。さらにパロティングもここに関わってくる。この方法では深く考えもせず、問われれば簡単に答える人がより多くサンプルの中に入ってくる可能性がある。重要な争点に関して、熟慮を欠いているにもかかわらず簡単に回答する人々、メディアの論調をあたかもそれが自分の意見であるかのように錯覚しながら得々としてパロティングする人々が回答者の中に占める比率が高まる一方、熟慮する人々の間では回答拒否が増加しつつあるということはないだろうか。

世論調査の本来機能は危機に瀕しているという認識の下に全体状況の再検討が必要と考えられる。

参考文献

- E. フ ロ ム (日高六郎訳)『自由からの逃走』
創元新社 1951
- 石川 旺 『パロティングが招く危機』
リベルタ出版 2004
- 掛川トミ子 「マス・メディアの統制と対米
論調」細谷他編
『日米関係史 4』 東京大学出版会 1972
- NHK 放送文化研究所編
『現代日本人の意識構造』日本
放送出版協会 2004
- NHK 放送文化調査研究所
『放送研究と調査』1985年11
月号

