

## 目次 民意のはかり方——「世論調査×民主主義」を考える

はじめに

### 序章 〈民意〉とは何か ————— 吉田 徹 Ⅰ

「乱用」される民意 / 民意を生んだもの / 民意と世論 / 世論の危険性 / 世論調査の誕生 / 民意を計る / 世論調査への批判と反批判 / ポリフォニーな民意

## 第1部 〈民意〉をよむ世論調査の方法と課題

### 第1章 民意を測る世論調査 ————— 岩本 裕 25

2016年の衝撃 / 世論調査の黎明：200万人調査を打ち負かした3000人調査 / 世論と輿論：戦後のGHQ支配と世論調査の普及 / 世論調査の科学的根拠：ランダムサンプリングと中心極限定理 / なぜ1000人で国民を代表できるのか / 世論調査を変えたRDD (Random Digit Dialing) 法 / 政権を左右するようになったRDD調査 / RDD調査はどこまで信用できるのか？ / 回答率減少が招く調査の信頼性低下 / 本当の民意を知る？ 討論型世論調査 / 岐路に立つ世論調査

## 第2章 ソーシャルメディア時代の民意とその困難

西田亮介 60

問題の所在：社会学，民意，世論調査 / ソーシャルメディアの普及状況と介入事例，その学術的評価 / 日本版ソーシャルメディア時代の組織型スピンドクター？：2013年参議院選挙における自民党トゥルース・チームを中心に / おわりに：有権者に軸足を置いた「民意」理解に向けた課題と展望

## 第2部 新たな世論調査からみえてくる〈民意〉

### 第3章 「感情温度」が表すもの ————— 三輪洋文 83

●東京大学×朝日新聞社の世論調査から

感情温度 / 調査の概要 / 世論の測定における感情温度の利点 / 社会集団や政治的シンボルに対する感情温度 / 感情温度が意味するもの / 日本における有権者の感情温度 / 感情の構造 / 結語

### 第4章 「イメージ政治」からみえるもの ————— 西田亮介 105

●立命館大学×毎日新聞社のネット選挙調査から

はじめに：日本版ネット選挙の実態把握を目指して / 「イメージ政治」とその蔓延，その背景 / 事例の紹介：実践としての毎日新聞社ネット選挙調査 / 毎日新聞社ネット選挙調査の評価と課題，展望

第5章 「感覚マップ」から浮かび上がるもの — 吉田 徹 122

●北海道大学×北海道新聞社の世論調査から

北海道大学—北海道新聞共同調査「感覚マップ」の概要 / 「感覚マップ」から解るもの / 「感覚マップ」の目指したもの：世論調査の4つの弊害の克服 / 調査方法と課題 / 民意とのコミュニケーションを図る調査

終章 「メディア」としての世論調査 ————— 吉田 徹 138

●〈民意〉なき時代の民主主義

本書のまとめ / 断片化する民意, 極化する民意 / 3つの調査に共通しているもの / 民意をつかまえるメディアとして

◆コラム

- 1 世論調査が間違える時 18
- 2 調査方法によるバイアス 39
- 3 ダブルバーレルとキャリーオーバー 49
- 4 中間的選択肢 55
- 5 「民意」と民主主義の脆弱性 72
- 6 選挙情勢報道 101
- 7 「政治のわかりにくさ」と新しいジャーナリズムへ? 118  
——規範のジャーナリズムから機能のジャーナリズムへ