

今回の衆院選で、対立政党を批判するCMを見た人の約六割が、批判された政党ではなく、批判した政党側に対して悪い印象を持ったことが十一日、情報通信学会「間メデア社会研究会」の調査で分かった。

同日記者会見した研究会の遠藤学習院大教授は、自民党が民主党の政策を批判するアニメCMをネットで公開したり、ビラや冊子を配布した

他党批判の CM逆効果

りしたのは「日本で初めての本格的なネガティブキャンペーンだった」と指摘。「逆効果」になっていたことが調査で明らかとなり、「有権者は良識を持って行動している」と分析している。

調査は、衆院選後の八月三十一日と今月一日の両日、選挙に投票した二十代から六十代の男女千人を対象に、インターネットを通じ、メディアが投票行動に及ぼす影響を調

衆院選で調査 6割悪い印象

べた。

それによると、45.5%の人がネガティブCMを見ており、そのうち63.5%が批判する政党に対して悪い印象を受けた。自民党に投票した人の33%もネガティブCMについて悪い印象を持ったと答えた。

インターネットの情報を重要と感じる人の割合は全体の57.3%。二十代では76%が重要と答え、58%の新聞、75.5%のテレビを上回った。