

メディア内容分析研究の展開と 計量テキスト分析に関する一考察

佐々木 孝夫

- 1 はじめに
- 2 議題設定機能仮説と内容分析
- 3 第三者効果仮説と内容分析
- 4 地方紙と全国紙地域版の選挙報道と内容分析
- 5 受け手研究における政治番組の内容分析
- 6 内容分析研究の今後と課題

1 はじめに

近年、我が国において、アジア諸国の新聞データを含む「多言語文献検索システム」(特許平成13年)による政治関連データ・アーカイブの構築と拡充が進んでいる。その一方で著作権の問題が絡むメディア報道のデータ整備、内容分析は発展途上にある。

内容分析研究は、ベレルソン等による表明されたコミュニケーション内容の客観的、体系的、数量的記述のための調査技法、またはデータをもとにそこから文脈に関して再現可能でかつ妥当な推論を行うための1つの調査技法と定義される。また、分析対象となっているデータ産出の送り手(メディア研究では「送り手」、「受け手」と表現する)やデータ消費の受け手の社会的状況を推測する手段としても内容分析研究は行なわれてきた。

我が国におけるメディア内容分析研究は、1990年頃から新聞データベース利用の研究に移行した。その後、テキストマイニングソフトの開発(ex-Ray KHCoder)により本格的計量テキスト分析が進んでいる。この計量テキスト分析とは、量的・質的データについて信頼のおける分析グループによるコーディングによって数値化し、計量的分析手法を適用して、データを整理、分析、理解する方法であったが、現在は実際の分析にコンピューターを用いる。

一方、米国においては計量的手法を用いてテキスト型データを整理または分析し、内容分析を行う。この方法は1960年代からすでに開発、使用されてきた。現在、上記の解析技術も進み、アンケートの自由回答、インタビュー記録、新聞記事、議事録分析が可能となった。

先行研究では、コーディングの問題点、つまり分析者自身の手作業による①信頼性、②妥当性、③時間的コスト等が指摘され続けてきた。最近の計量テキスト分析におけるコンピュータコーディングの問題点としては、①妥当性、②物理的コスト等があげられる。

この後者のメディア内容分析における計量テキスト分析は、ITの進化とともに膨大で複雑なデータ分析を可能にした。分析対象も従来は限定的で、保存されている新聞、テレビメディアなどが中心であった。しかし、現在は、電子化された膨大な新聞記事テキストや映像資料テキスト資料を入手することが可能になった。⁽¹⁾

本稿では、メディア内容分析研究の変化を事例的に振り返りつつ、受け手研究の発話分析について明らかにし、今後の内容分析研究の課題について説明する。

2 議題設定機能仮説と内容分析

内容分析の手法を用いた理論仮説の1つに議題設定機能がある。これらの新聞、テレビの内容分析を取り入れた議題設定機能に関する研究は、68年大統領選挙におけるマコームズとショー等の実証研究（チャペルヒル調査）以来、多くの追試的分析や概念提起が行われてきた。76年の大統領選挙では、ウィーバーらが、米国の新聞やテレビが議題設定においてどのような役割を果たしているのかを探究し、マスメディアの持つ特徴を以下のように表現した。⁽²⁾

「マスメディアは、単なる導管として、または世界に差し出された鏡として役立つものではない。…現代のマスメディア（新聞、テレビ、ラジオなど）は、世界をありのままに写し出す…鏡というよりも、むしろ通過する光を屈折させたり濾過したりするプリズムに似ている」

議題設定機能とは、マスメディアが強調している争点と有権者が認知して

いる争点間の相関によって認知レベルでの効果を主張するものである。つまり、マスメディアの議題設定機能という考え方はマスコミの強調する事柄と、受け手の人々にとってこれらの話題の持つ顕出性との間に強い正の関連性が存在することを明示する関係概念である。すなわち、マスメディアにおけるある争点の顕出性の増大が争点に対する公衆の顕出性に影響を及ぼす（その原因となる）ということである。この76年調査では、マスメディア報道と有権者認知との間に高い相関があることが検証された。

我が国でも、竹下、小林、時野谷、竹内、岩渕等らを中心に実証研究が行われてきた。この議題設定仮説を検証する方法として、多くはスピルマン順位相関係数によって分析されてきた。この相関分析は、内容分析に関して報道量の多い順に、世論調査では回答率の高い順にそれぞれ順位を付け、両者の争点順位を導き出すものである。

しかし、この相関分析では、争点項目の順位しか考慮しないため、順位以外の視点からマスメディアの効果を時系列的に把握できないという欠点がある。また、相関係数を初めて定式化したピアソン自身が、相関関係は因果関係よりいわば広義の概念で、因果関係は相関関係の極限の場合であると述べていることから相関分析のみで議題設定機能の因果関係の検証を行なうことは問題である。

その理由として、議題設定機能がマスメディアの認知の側面に注目し、受け手の争点顕出性を被説明変数としマスメディアの強調争点を説明変数として因果関係を仮定している以上、この時間的経過を説明変数として考慮する必要がある。

その他にも、①刺激の属性（争点の種類、社会的状況など）、②受け手の属性（メディア接触量・デモグラフィック的な特徴・オリエンテーション欲求の程度など）の随伴条件等、③媒体による効果の相違（例えば、チャペルヒル調査では「新聞は公衆の議題を組織する原動力である。新聞が主として公衆の関心の舞台を設定する。テレビは、公衆の議題を学習するのに短期的なインパクトを及ぼしている。おそらく、これらの影響を対比する最良の方法は新聞の役割を議題設定と呼び、テレビの役割をスポットライト化（顕出化）と名付けることであろう」という結論になっている）についての総合的

な分析を必要とする。それは、以下のマコームズ等の指摘からもわかる。

「マスコミ研究の影響を探究するパースペクティブとして、議題設定の概念に持つ大きな魅力は、議題設定の事象が過去において別々に取り扱われてきた個別の要素、すなわち受け手の行動とマスメディアの内容とをともに単一の概念で統一することにあった」

マスメディアは、ニュースとしてどのようなことを取り上げ、また、ニュースの中でどのようなことを強調するかといった一連の選択作業を通じて、我々が何を考えるかではなしに、何について考えるかを教示しているというマコームズ等の定義に基づき議題設定機能の分析が行われてきた。

これは、コーエンの新聞は多くの場合、何を考えるべきかを民衆に教えるのに成功していないかも知れないが、何について考えるべきかを読者に知らせるのに驚くべきほど成功しているという有名な言葉から派生したものであり、リップマンの擬似環境論の概念が発展したものであるといわれている。今日では、72年に出版されたマコームズ等の研究・著作以来、多くの出版物・論文が著わされてきた。マコームズの分類に従えば、議題設定機能に関する実証研究の潮流は2点に大別できる。

第1に、議題設定機能は、従来の理論的な領域とマスメディアの議題と公衆の議題の接点をこえその研究領域が拡大してきているということである。例えば、従来の議題設定機能に関する追試や議題設定機能の効果を引き起こす随伴条件に関する調査があげられる。これらの調査は、リップマンの“The picture in our heads”や心理学者トルーマンの認知地図つまり「各個人は、自らの世界に関する地図を作ることで、物理的・心理的環境を把握し、行動への指針を得ようとする」という理論に基づくオリエンテーション欲求の概念が強調されてきた。その後も候補者の特徴や争点への個人的関心度との関係について、報告がなされてきている。

第2に、90年代に入ってから議題設定機能に関して研究者は、70・80年代の研究をさらに理論的に精級化しマスコミュニケーションと世論の新たな分析対象を採求した。例えば、ダレツによる直接的情報と間接的情報の競争に関する研究やウィーバーらによる個人的争点と社会的争点に関する研究などがある。

一方、我が国の議題設定機能に関する実証的な研究は、欧米と比べてその研究数も非常に少なく、仮説を積極的に肯定する研究も数少ない。我が国において今まで行われてきた議題設定機能の検証結果をまとめてみると「我が国における議題設定効果は、その争点がマスメディアで強調された場合、報道の1週間程度以内の場合よりも、報道2週間から3週間経過した後の効果が顕出されやすいと指摘できる可能性がある」といえる。この時間的な経過について、小川は次のように指摘している。

第1に、説得的コミュニケーション論における「仮眠効果」との関係、第2に「ダイレクトな情報の2段階の流れ仮説」と「沈黙の螺旋状仮説」の複合効果によるタイムラグ発生の可能性、第3に「意識培養効果仮説」によるタイムラグ発生説明の可能性である。

その他にも、佐藤はセブリンとタンカードの指摘をふまえながら、議題設定機能に関して幾つかの問題を指摘している。

第1に、「議題設定をどこまで広げるか」という点である。これはガーブナーの「培養理論」との識別が困難であろうという根拠に基づいている。ガーブナーはテレビ視聴時間が長い人ほど暴力にまきこまれると高く考えがちであるという仮説を提唱した。政治、暴力等の間接体験、または伝聞でしかわからない領域の話題（議題設定機能でいう最重要話題）などと報道量の相関関係は、他の理論仮説でも散見される。

第2は、「議題設定はどの様に作用するのか」という問題である。これはこの仮説命題に内在する問題点で、換言すれば、争点の顕出性がメディアから受け手に移転するとき一体どの様な現象を生起するかというものである。

最後の問題点は、この仮説命題の内在的かつ外在的な問題点である。「誰がメディア議題を設定するのか」というものである。より明確に言えば、誰が、どの様な目的のために、メディア議題を構築設定し、どの様な政治的機能をもたらしているのかという問題である。このように議題設定機能と政治システム・政治過程と連動させて分析を行ない重要な知見を得ている研究者も存在する。例えば、コブとエルダーの制度議題に関する研究や議題構築は何等かの相互作用を伴う集合過程と捉え、より広範な分析枠組みが不可欠であると主張するラング夫妻の研究などがあげられる。

また、この仮説を我が国に適用し検証を行なう場合には、一般的に我が国のマスメディアが権力からの影響を受けやすいという構造（ニュースの情報源となる記者クラブ制度・官庁・政党の存在）についても検討する必要がある。さらに、我が国の議題設定機能の効果は一般的に低いものであるという検証結果が提出されているからには、何故欧米と比較して効果が低いのかマスメディアと政治（経済・社会・文化）との関係に着目した分析も不可欠である。

これらの問題点に対して、もう一度「公衆議題」の定義を整理してみたい。議題設定に関して分析を加えていく上では、「誰がメディア議題を設定しているのか」という問題は避けられない。この点について、ジュは「公衆議題」の5つの構成要素を定義している。それは、①利益集団議題、②メディア議題、③受け手議題、④政策作成議題、⑤政策議題の5点である。利益集団議題とは、様々な利益集団が推進する争点でコミュニケーション技術の発展と組織的な集団展開によって自己の目標に向けて圧力行動を行なうことによって議題を設定してきたというものである。これは、利益集団政治が強い米国において特徴的なものである。②のメディア議題は、ニュース報道の争点でも際立っている争点ということができる。③の受け手議題とは、受け手によって認知された争点の顕出性といえる。

一方、マコームズによれば、一般的には、個人内議題、対人議題、知覚されるコミュニティー議題と概念別に分けられるという。さらに、政策作成過程議題とは、政策作成過程における政策作成アクターの争点についての重要性を認めるものである。ただし、政策議題とは区別している。このように「誰が議題を設定しているのか」については、様々な議論が行われてきたが、このジュの定義を考慮し再検証する必要がある。

また②のメディア議題と公衆議題間の因果関係を検証するためには、時系列分析が有効な分析方法となりうる可能性がある。60年代には、ファンクハウザーが米国における公衆議題に関する研究を行ない、世論とマスメディア報道量の間に相関関係があることが再度検証された。70年後半以降には、アイエンガー等によるテレビ視聴と公衆議題に関する研究いわゆる「プライミング」効果研究などがある。

この仮説は、議題設定機能の短期的効果に注目したもので認知心理学におけるスキーマ理論と密接に関係する。公衆議題の質的な側面に関しては、ゴルデバァーグ等による研究やザッカーによる争点の質的側面と時間経過との関係に関する分析などが行われてきた。

このように議題設定機能への時系列分析の適用が試みられている。分析上のスピアマン順位相関の欠点については、前述した通りであるが、時系列分析の利点は次の通りである。第1に、単一争点のアグリゲートデータに基づいた分析であるためデータの収集が経費的にも安価で済む。第2に因果関係のパフォーマンスが高い。第3に、トレンドを除いた後の事実を丹念に見つめそれをモデル化するのに優れ、ある変数の時間的変動パターンを自らの過去データから推定する。第4に、1つの方程式で複数の争点を検証することが可能であり、特殊な争点の特徴的な点を調べることができる。

この分析方法を用いることは、従来の短期間における議題設定機能の検証における方法論的問題点の解決に有効と思われる。

マコームズ等によって初めて議題設定機能の効果が検証されてから今まで数理的なモデル展開は十分に行われてこなかった。その理由としては、議題設定機能の持つ研究範囲の広さやコミュニケーション学者の数理モデル・計量化に対するアプローチ方法習得の不十分さによるところが大きい。それでも幾つかの極めて重要な分析が行われている。従来の議題設定機能に関する仮説は、以下の線形モデルによって表される。

$$P = a_0 + M a_1 \quad \dots\dots\textcircled{1}$$

ただし、Pは争点の顕出性、aは議題設定機能の効果、 a_0 は定数項、Mは争点に関するメディアの報道を表している。従来の議題設定機能の検証にいくつか問題がある。まず、メディアの報道量が増加するにつれて争点の顕出性もそれに比例して増加するわけであるが、争点の顕出性には限界がある。つまり、争点の顕出性が全てメディアの争点に関する報道と一致することは現実には起こりえない。第2に、データに関する問題である。現実には、メディアの効果は時間ともに変化するものであるが、線形モデルでは固定化されたものとして扱われているのである。

このような線形モデルの問題点を解決するために、議題設定機能に関する

非線形モデルが提起されてきている。主に、ニューマン、プロシウス&キープリンガー、ワッツらがこの非線形モデルに関するモデルを用いて仮説の検証を行なっている。メディアの争点に関する報道と争点の顕出性との関係は以下の式で表される。

$$P = e^{M} / (1 + e^{M}) \quad \dots\dots②$$

ただし、P は世論の顕出性であり、M はメディアの報道量、e は自然対数である。

ニューマンが初めて議題設定機能に応用したこのモデルは、45～80年の政治的争点へ向けられた政治的関心とメディア報道量との関係について時系列データを用いながら、政治的認知と議題設定機能の効果を分析したものである。彼は、争点の種類によるメディア報道と政治関心の関係についても同様に時系列分析による分析を行なっている。この分析は、単回帰モデルによるB係数によって線型か非線型かを区別している点で他のタイムラグを取り込んだ分析と相違している。

また、ワッツ等は、飛行機の騒音問題とメディア報道量との関係を分析した。その分析内容は、飛行機発着の騒音に対する苦情件数とマスメディア(新聞・テレビ)の騒音に対する報道を内容分析し、気温との関係に、「週末効果」(Weekend effect)があることを発見した。

この「週末効果」とは、飛行機の1週間単位の飛行計画と日常生活の1週間単位の生活パターンによるものである。メディア報道の効果に関しては、短期における直接的効果をうみ、議題設定機能も短期間のスパンで効果が現われたという分析結果であった。この分析のコンセプトは、心理学における「記憶の衰退」理論に基づいている。このメディア報道量の影響は、情報の蓄積と減衰関係を考慮したもので、報道量が減っても、受け手は今までの全ての情報を忘れてしまうことはない。さらに、このメディア報道量の情報蓄積過程は、個人を争点に引き付ける力を顕出性に対して行使するものと考えられることできる。

ワッツはこのモデルを集合レベルの行動に適応し、議題設定機能の時系列分析に新たな概念を導入した。

$$P_t = a_t \sum M_{t-e}^{-k(t-1)} \dots\dots\dots \textcircled{3}$$

ただし、 P は、 t 時における世論の顕出性、 a は議題設定機能係数、 M は $t-1$ におけるメディア報道量、 e は自然対数、 k は記憶の衰退に関する定数頁である。また、過去に蓄積された報道量が t 期の顕出性に影響を与えると仮定する場合、その過去の報道量の期間をどの様に設定するか(1週間・1か月・1年) いわゆる「タイムウインドウ」に関する問題もこのモデルにおける問題点といえる。

しかし、この両者の争点の顕出性に関する分析結果は、メディア報道量の影響について同様の評価をしているわけではない。これは、ジュの見解によるとロジスティックモデルは社会的レベルにおける争点の顕出性を浮きだたせ、一方ワッツらのモデルは個人レベルにおけるプロセスを分析過程の中に含んでいるためであるという。そしてジュとその研究グループは、この両者の統合化されたモデル構築を93年に行ない、実際に時系列分析を行なっている。

68年大統領選のチャペルヒル調査に始まったマコームズの議題設定機能の提起は、コミュニケーション学だけでなく隣接する諸学問領域にも影響を及ぼしてきた。そして、この議題設定機能に関する研究領域は、着実に拡大し公共政策と世論研究にも影響を与えている。特に、理論面に関しては、多くのマスコミ研究者によって仮説の検証や問題指摘が繰り返し行われてきた。

今後の研究課題として、以下の6点が考えられる。①公衆議題のより正確な定義、②時系列分析をマスコミ研究に用いる際の問題点、③ニュースの制作過程における議題設定に関する研究、④我が国のマスメディア状況を考慮に入れた独自モデルの構築とクロスナショナルな分析の必要性、⑤議題設定によって如何なる影響を世論に及ぼし、望ましいメディアと世論関係から如何なる様に乖離しているかを検討する規範的な側面の分析が不可欠であること、⑥メディア報道と争点の顕出性の因果関係に関するより精緻な分析が必要である。

3 第三者効果仮説と内容分析

有権者は、様々な意見や態度を政治現象や社会的事象に対して持っている。

その意見や態度に影響を及ぼしている一要因は、コミュニケーションである。一概にコミュニケーションといっても、それらの意見を形成する上で重要なパーソナルなコミュニケーションやマスメディアなどのマスコミュニケーションに至るまで様々なコミュニケーション形態がある。

マスコミュニケーション研究では、個人の意見と世論、メディアの関係について様々な仮説が提起されてきた。70年代以降に提起された主な仮説をあげてみると、メディア依存理論、前述の議題設定機能仮説、沈黙の螺旋状仮説、知識ギャップ仮説、情報処理アプローチやプライミング効果などがある。なかでも、議題設定機能仮説と沈黙の螺旋状仮説に関する検証数は、非常に多い。この2つの理論仮説が注目された理由は、マスコミ限定効果に対する見直しにあったといえる。

本節で取り上げる第三者効果も、限定効果論以降に提出されてきた仮説である。第三者効果仮説を提起したデーヴィソンは、硫黄島での米国黒人部隊の例を挙げながら、以下のように具体的な説明をしている。彼によれば、日本軍が、第2次世界大戦時に硫黄島に兵を進めた黒人部隊に「今回は白人の戦争のために戦うのか」という類いの戦争宣伝のピラをまいた。そのメッセージが米国部隊の戦闘意欲に影響を及ぼしたのかははっきりしなかったが、次の日にその部隊は兵を引揚げた。この兵を引揚げたのは、黒人部隊を率いていた白人の隊長が、日本軍のピラによって黒人たちの心理にどの程度影響を与えたかはっきりしないが、多分彼らは影響を受けたに違いないという事例から考え出されたものである。⁽³⁾

つまり、人は自分に対する説得的コミュニケーションの影響を過小評価するが、自分や自分と同類以外の人々（第三者）に対しては、説得的コミュニケーションの影響を過大視しがちである。その結果、行動レベルでは他者がメディアの影響を受けたと想定し、その結果予想される変化に対処すべく自らの行動も変化する。従来メディアの効果とは、どのようなものであるのかという命題が中心であったこの種の研究に対して、メディアの影響を人々はどのように捉えているのかという視点に立って認知レベルと行動レベルを検証することによって捉え直そうとした仮説である。この仮説の検証に関しては、多くのマスコミュニケーション研究者が、80年代後半から90年代にかけ

て検証を行っている。その多くはどのような条件下で第三者効果が起こりうるのか、いわゆる随伴条件を中心に行われてきた。

我が国では、文部省科学研究費重点領域研究「情報化社会と人間」のうち「情報化と政治過程」班による電話調査によって行われた。

分析当時の電話世論調査方法は、ミチフスキー&ワクスバーグ法による調査である。サンプルからコンピューターによりランダムに番号を抽出させ、カーター&トロダール法による被調査対象者を無作為に選び出す方法を使用した。未使用電話や会社、調査不可能対象を除く調査反応率は、50.4%である。社会調査のRDD（ランダムデジットダイヤリング）は、1970年代後半から使用されてきたが、被調査者の抽出・代表性や電話番号の偏りなど幾つかの問題点もかなり以前から指摘されている。しかし同時に、調査コストや代表性の正当性についての調査結果も報告されている。1997年に毎日新聞社、2001年朝日新聞社、共同通信社、2002年に日本経済新聞、2004年にNHK、2008年に読売新聞社が定例世論調査に採用している。⁽⁴⁾

「法案に関してあなたはメディアの影響を受けたか」という質問項目と「法案に関して世間の人々はメディアの影響を受けたと思いますか」という質問項目をクロス分析してみた。第三者効果仮説よれば、自分が法案に対する評価を決めたのは、「自己判断によるものであり、マスメディアの影響によるものではない」と答える傾向が強く、他者は「メディアの影響を自己判断よりも強く受けている」と捉える傾向にあるのではなかろうかということになる。調査では、より詳しくメディアの種類（新聞メディアかテレビメディアか）まで質問を行った。その結果によると、自分の法案に対する評価は、自分の判断によるものであるというのが36.1%であった。一方、マスメディアによる影響を受けたものをみても、新聞メディアの影響を受けたというものが11.7%であり、テレビメディアの影響を受けたというものが41.0%であった。新聞メディア、テレビメディア両方の影響を受けたというものが6.0%いた。

つまり、自分自身の判断だけで法案のような疎遠な政治話題に評価を決定するのは難しく、何らかの点でマスメディアを利用していることが判明した。第三者効果では、認知レベルにおいて自分自身はメディアの影響を受けない

と仮定されるが、情報の種類によってはこの仮定が成立しないことがわかった。政治情報番組が、様々な形で有権者の視聴対象番組の選択肢になった今日では、政治情報のテレビメディア、ネット依存が高まっているものと考えられる。

では、他の人々（第三者）に関して有権者はどう思っているのか検討してみよう。自分については、先に指摘したようにテレビメディアの方が自己判断よりも多少ながらも受けたと答える人々が多かったが、この分析の結果をみる限り、他の人々は、自己判断によっていると思う人が92.1%、新聞の影響を受けているに違いないという人々が9.5%、テレビの影響を受けているに違いないと思っている層が59.5%と圧倒的にテレビメディアの影響を受けているに違いないと思っていることが判明した。

次に、自分も他人も新聞メディアの影響を受けたに違いないという層と、自分も相手もテレビメディアの影響を強く受けたに違いないという者は、後者の層が前者の層の2倍に及んでいることがわかる。つまり、自分よりも他の人々の方がメディアの影響を強く受けているに違いないと考える我々の認知がこのような結果を導いているものと考えられる。

では、法案への自己評価に他人の評価認知がどの程度影響を及ぼしているのか、その評価が投票行動にもどの程度影響を与えているのかを検証した。この研究では社会調査データをもとに有権者の法案への態度に関するパス解析を行った。被説明変数は、次回の選挙での投票予定政党である。説明変数は、性別、年齢等の社会的属性変数、法案への世間の評価変数、新聞・テレビなどのマスメディアの報道評価変数、法案関係の報道視聴程度、そして新聞・テレビの政治報道に対する有権者の信頼性評価等である。

その結果性別や年齢をコントロールして分析を行ってみても、今回の法案の自己評価が投票行動と重要な決定要因とはなっていない。また、メディア報道の内容認知、他者の法案評価認知の双方がダイレクトに投票行動に影響を与えることもなかった。他者評価の情報が自己の評価に影響を与えるという点は、確認できても他者の評価認知が投票行動にまで影響を及ぼすという点には否定的結果である。

この結果からマスメディアの投票行動への影響をダイレクトに考えるより

も、問題視されている投票率の低下や政治的アパシー及び政治の有効性との関係を分析する必要がある。

さらに、ホブランド研究や先のクロス分析でも指摘したテレビメディアについて、テレビメディアの政治報道を信頼している層と信頼していない層の2グループに分け、各々パス解析を行った。分析の結果からは、性別は他者の法案評価認知、メディア報道評価認知、投票行動に、年齢はメディア報道評価認知と投票行動に一定の有意な影響を与えていることがわかる。改革法案の報道視聴程度については、自己の政治改革法案評価のみに対して一定の影響を及ぼしていることがうかがわれる。

メディアがどのように法案の報道を評価していたかというメディア報道の評価認知の変数は、自己の政治改革法案の評価に一定の影響を及ぼしている。しかし、それ以上に他人がどのように法案を評価しているかという他者法案評価認知の変数が、より強く影響を及ぼしている。

また、自己の法案評価は、投票行動に直接的に影響を及ぼすものではなく、性別や年齢、政権支持変数よりも低い値であった。これらの結果から考えられることは、認知レベルにおいては、他者（第三者）の評価意見を気にしながら自分の評価を同調させる傾向が強く、投票行動のような行動レベルまで一貫した経路を形成するものではない。調査時期に選挙が行われていたとしても法案への賛否が投票行動を決定する要因にはなっていなかったものと思われる。

一般に、政治的争点に関する有権者の評価は、政党支持や政治的関与の程度に影響されると指摘されてきた。しかし、分析の結果、マスメディア、世論調査等の報道が無視できない影響を視聴者である有権者に与えていることが判明した。

以上のように、従来認知から態度、行動に至るまでの過程において他者の認知、態度が政治行動にどの程度影響を与えているかを検討し、メディアと同様に他者認知が重要なファクターであることを確認できた。さらにメディアの信頼性や質によっても有権者認知や態度に変化がみられた。

4 地方紙と全国紙地域版の選挙報道と内容分析

分析対象期間は、第40回衆議院議員選挙公示前日(1993年7月3日)から選挙投票日(1993年7月18日)までの16日間である。ただし、7月12日は新聞休刊日にあたるため、分析対象から除外している。^⑤記事コード分類は以下の通りである。

- A：選挙戦に関する出来事の報道で、いずれかの候補者に直接関係するもの。
- B：選挙戦に関する出来事の報道で候補者自身に直接関係しないもの。
- C：選挙戦に関する解説。
- D：世論調査に基づく選挙戦の情勢分析。
- E：争点に関する出来事の報道、争点に関する解説や特集。
- F：広義の候補者パーソナリティ、投書や川柳、一般市民へのインタビュー名簿など。

分析の結果

- ①選挙戦においてある特定の候補者だけに絞った報道はほとんど皆無にちかいかい。しかし、佐賀新聞は、候補者に関する情報を詳細に報道している。奈良新聞、秋田魁新報、山陰新聞も佐賀新聞ほどではないにしろ候補者に直接関係する報道を行っている。
- ②選挙戦に関する候補者に直接関係しない報道が目立つ。この傾向は、すべての地方紙、全国紙に共通するものである。特に、全国紙ほどこの傾向が強いが、これは選挙中においても中央政界の動きなどをフォローしながら報道する必要があるためであろう。
- ③その他にも、世論調査に基づく選挙戦の情勢分析、争点に関する出来事の報道などについてはある程度同様の報道傾向が全国紙、地方紙にみられる。しかし、選挙戦における解説や相違点に関する解説など解説を行なう記事量は少ない傾向がある。これを選挙報道における公平性の現われと捉えるか、報道が勝敗のみを追う傾向にある「ホースレース」報道となっていると捉えるか非常に微妙なところである。

96年衆議院議員選挙における全国紙地域版の選挙報道については以下の通りである。^⑥

各全国紙は、毎日約2面にわたって地域版を設けて報道を行っている。地方紙のようなきめ細やかな都道府県内情報をこのスペースで報道するためであるが、この地域版の選挙報道に関する内容分析は、ほとんど行われてこなかった。

その理由としては、全国紙の報道内容分析は、国政レベルに焦点を合わせて分析する傾向が強く、地域レベルの報道には関心が寄せられてこなかったことがあげられる。さらに、データの的にも地方紙を収集するだけでも非常に困難な上、全国紙の地域版収集することは、それ以上に煩雑な作業であった。最近では、朝日新聞、毎日新聞、読売新聞、日本経済新聞などの電子メディアが利用できるようになったが、地域版の情報までは入っておらず、縮刷版にさえ収録されていない。

先述したように、全国紙の地域版は、地方紙発行部数優位の地域にあって非常に重要な働きをする。多元的な情報源からこそ、有権者は政党・候補者の公約や過去の実績、さらには争点に関する情報を入手することが可能である。

地方紙の選挙報道分析と同様に、量的質的内容分析を全国紙地域版について分析した。特に、今までは全国紙を一括して分析する傾向があったこの種の研究で、県レベルの報道内容の相違を中心に検討した。

分析対象は、全国紙でただ1紙全国の地域版すべてを収録している『朝日新聞地方版』である。分析対象期間は、96年10月に行われた衆議院総選挙である。分析方法は、前述の地方紙と同様の方法によって分析を行った。ただし、地域版は1都道府県に1地域版という版建てをおこなっている所と複数の地域版で構成されている所がある。

分析の結果、事前報道では、「改革のキーワード」(第1面)、選挙の争点について検討している「公約を問う」(第2面)が連載形式をとっている。その他にも「選択肢はなにか」など政策論争を中心に構成されている。政治面では、「首相経験者のインタビュー」投票日まで〇日」発言語録、オピニオン面での「論壇特集」を報道している。社会面では、「沈む争点」「官を問う」「選挙の影絵」で選挙戦の実態を様々に報道している。

日本では公約より選挙結果の速報性が重要であるという従来の報道姿勢が

いまだ残っている。また選挙報道とアナウンスメント効果については、選挙研究だけでなく内容分析研究でも指摘され続けてきた。

一般的に、アナウンスメント効果とは元々金融関係の用語として使用され、経済政策が報告されると、その報告内容が市場価格やアクターへ心理的影響を及ぼし、実体経済変化前に各主体の行動が変化し直接的影響を与えることであった。

投票行動におけるアナウンスメント効果とは、候補者や政党の現在おかれている状況に関する何らかの情勢報道が、有権者の投票意図や、実際の投票行動に何らかの変化をもたらすことと定義される。「勝ち馬」効果（バンドワゴン乗隊車）、「負け犬」効果（判官びいき・アンダードック）などのように同情票が有権者の投票行動に影響を与えると考えられてきた。わかりやすく言えば、マスコミの情勢報道が「選挙戦において優勢」と報じられ、選挙戦で当選しそうな候補者に予測以上の集票が起こったり（勝ち馬効果）、「選挙戦において劣勢」と報じられ、選挙戦で不利な状況の候補者に共感、同情票が増えたりする（負け犬効果）「判官鼻頂（ほうがんびいき）」現象が生じるという仮説である。

両者は理論上、矛盾するように思われるが、選挙制度や選挙の局面を考えれば、両方が考えられる。当選者が1人の小選挙区制では、自分の票をムダにしたくないと考える有権者は、「死票」を回避すべく優勢な候補者に入れるので、バンドワゴン効果が働く。

逆に、同じ選挙区で複数の当選者が出る旧中選挙区制のような制度では、同じ党から複数の候補者が出ている場合など、当選が確実視される候補者に入れるよりは、同じ党で当落を競っている候補者に入れる方が、議席増につながるので、アンダードック効果が考えられる参院の選挙区選挙でも複数改選区では類似の現象が考えられる。

また、政党の議席数についても、アナウンスメント効果が考えられる。政党支持者の中には、その党が勝ってほしいが、「勝ちすぎ」はいけないという判断をする人があり、そのような支持者は、「大勝」との予測報道がなされると、棄権したり、別の党の候補者に入れたりするといわれる。

選挙制度がアナウンスメント効果とどのような関係にあるのか明確な結論

には至っていない。ただ、判官びいきが強いといわれている日本の研究では、バンドワゴンアンダードック効果相殺仮説があり、選挙結果に影響しないという報告がなされている。近年、小選挙区制の米国大統領選挙において、劇的な選挙結果による「勝利への逆転劇、驚き」を予備選通じて作りあげるためにメディアの優劣報道 (horse race) に敏感になる戦略的選挙戦がおこなわれている。どの国の選挙陣営にとっても、バンドワゴン効果は選挙戦対策上士気が下がり、好ましいものではないため、「接戦であり、負けそう」な状況であると有権者、支持者に訴える傾向にある。

また、日本では90年代まで自民党政権を望んでいるが、自民党が勝ち過ぎることを望まない「バッファプレイヤー (牽制的投票者)」という有権者層の存在がわかっていた。この有権者層がメディアから世論、投票意識の状況を知り、それによって自身の投票行動を調整すると指摘されてきた。さらにこのバッファプレイヤーは、アナウンスメント効果の影響を受けやすいという研究結果が報告された。このように選挙報道と内容分析はアナウンスメント効果を焦点に研究展開されてきた。

5 受け手研究における政治番組の内容分析

従来、コーダーによる内容分析が中心であった時代から計量テキスト分析の時代へととなった背景に、IT 技術の発展が少なからず影響している。

本稿では、新聞、テレビ映像視聴に関するクラウド型クリッカー発話分析による受け手研究について考察をおこなう。受け手の情報に対する反応を知るツールとして次のようなアナライザー機器を利用した。

国内大学におけるレスポンスアナライザーの講義使用は、2000年代に入ってから徐々に普及してきた。しかし一部を除くと製品単価は高く普及率も低かった。2010年代以降は、無料で使用できるクラウド型クリッカーの登場 Clica[®] (株デジタル・ナレッジ「東京」)などの登場もあり、ようやくコスト面で講義に使用できるようになってきた。

我が国におけるメディア内容分析研究では、受け手研究における計量テキスト分析は数少ない。これまで受け手研究の多くが、社会調査やインタビュー調査法に基づくものであった。ただし、分析方法の進歩により受け手のメ

ディア情報の内容把握分析も徐々に進展しつつある。本稿では、受け手の情報分析に関するアプローチ法と計量テキスト分析による分析と手作業による伝統的な方法の課題について検討する

①対象者 平成28年度1～4年次履修者 211名(男性180名女性31名)である。当日出席者147名である。

②カリキュラム 対象の社会学はメディア社会論や現代社会論、社会調査論などの社会学関連科目の基礎的科目である。

③クラウド型クリッカー

数年間講義などに使用できるクリッカーを探してきたが、米国を中心とする製品が多く、無料版アプリを提供している本製品を採用した。初期の時から徐々にバージョンアップをしており、検証時は平成28年度版を使用している。以下の2点についてデータ収集を実施した。①学生に読売新聞提供の時事問題、朝日新聞の時事問題に対する理解度を調査(選択問題)②社会学に関する映像(NHK)、比較分析のため新聞記事を見せながら、自由回答記述式問題を28年度の授業でおこなった。本稿では主に後者②について検証する。調査方法は欠席者を除く学生を対象とし、発言者数、発言文章量、発言回数を調査した。

本調査以前には、携帯電話の学生所持率が高くなった時期に、携帯メールなどを使用して解答を送付させる取り組みを行った。その後スマートフォンが普及したが、それでも今回スマートフォン不所持学生は数名ほどいた。この学生には、メモによる提出を可としたが、持っていない学生には、所持していないことに対する慎重なケアや貸与が必要である。BYODの長所短所ともいえる。

(分析方法)

社会科学における内容分析の基本的な手順は、インタビュー・自由記載の調査票を作成し、文章のパソコンへの入力・ボイスレコーダーの利用により、形態素解析、構文解析、意味解析、文脈解析を実施し単語の頻度、文章の構文解析、 χ^2 検定、クロス表、クラスター分析、主成分分析、因子分析、判別分析、文脈的分類分析などをおこなう。マスメディアの新聞報道研究の分野ではコラムセンチ等の報道量・質を調べ、その他にもインタビュー(テー

プレコーダー、ボイスレコーダー等による録音)、インタビューの逐語録の作成(テキスト化・デジタル化)、カテゴライズ(コーディング)概念(要因)の抽出、ネーミングカテゴライズなどにより実証的分析をおこなう。

米国におけるメディア研究領域の学術誌に掲載された論文の2割以上は、内容分析の方法を用いており、こうした論文数は増加傾向にある。その背景に、ジャーナリズム・マスコミ研究者数や学術誌の増加、データベース・アーカイブの利用の実現などがあるという。我が国でもNHKを中心にNHKアーカイブスが整備され放送ライブラリーなどで利用できる環境となった。また、民間企業においてもテレビ報道番組内容のテキスト化を商業ベースでおこなっている。ネット社会の到来によってSNSの内容分析へ研究対象領域も拡大しつつある。

内容分析は決して「従来の」「伝統的で」「古典的な」手法ではなく、新技術の計量テキスト分析によって物理的コスト等で不可能なものが可能になった。この変化の過程において林の数量化理論や自己組織化マップ等のデータ分析の理論や概念の登場も同分野の研究進展に貢献してきた。

今回はText Analytics for Surveysにより得られた受け手のテキスト回答をコード化し、そのテキストを視覚化、評価等を実施した。

何千件を超す膨大なテキストデータになると、すべてを読み進めながら理解し、データの構造を把握することは不可能に近い。解析を行なうためにテキストデータから自動的にワードを取り出す処理を行なうことが一般的である。

<例>

世界／の／インターネット利用者数／は／おおよそ／35億人／で／ある

上記の文はこのように分割されるが、助詞、助動詞などの省略によってデータの表す内容の言葉に気をつけ分析を進めていく。これを手作業で行っていた研究時代があったわけであるが、新聞記事などの膨大な記事を分析するには時間コストがかかりすぎていた。Text Analytics for Surveys を利用することで、确实・迅速・詳細に自由記述回答を定量化し、他の調査データと合わせて解析することも可能になる。つまり回答を一語一句読むことなく、

主要データを特定、ポジティブなコメントとネガティブなコメントを容易に区別することができる。もちろんデータ検証の再現性は、倫理的にも重要な点である。

実際の検証過程で予備的テストとして授業出席を取ると、予測していたことだが、指示しなくとも「サイド発話」をクリックする学生が数名いる。サイド発話とは学生相互のコミュニケーション状態から、いわゆる「学生同士による授業過程に意味のある私的なやり取りが行われ授業内の公的な発言」として位置付けられる。意味のないコメントを書き込むことに対する警告は、自由回答法の分析において正確なデータ収集のためにも重要である。再発防止のため無意味な言葉の羅列などに対しては、スマホ、プロジェクター双方に映写し各個人の回答、発言内容、ログイン時間などをすべて記録しデータベース化されていることを注意喚起し、周知させた。

次に2つの資料 (NHK) ①「プロフェッショナル仕事の流儀」自殺対策 NPO 代表・佐藤久男49分 ②ヒトラーに関する新聞記事と NHK「映像の世紀」映像について自由な意見、感想の書き込みをさせた。書き込み文章の一部は以下の通りであるが、原文のままである (斜体は筆者加筆)。データ分析の総単語数は11122文字である。特徴のある表現を斜体にしている。計量テキスト分析以前は、これらの文字数、コラムセンチ、写真の有無、文章評価について数名の信頼の置けるコーダーを育成し、膨大な時間をかけ分析をしていた。

ヒトラーの演説が上手いから、愚民の大衆の意識を1つにして、大きな力を得たとわかった

強弱のあるあの演説が人々を惹きつけるのだと思う。

ヒトラーはかなりインパクトを残す為に文章や話し方などを考えてスピーチをしていた。

ヒトラーの演説を生で聴いてみたいと思った

同じ言葉を繰り返すことで大衆に自分の言葉を植え付けている。2回目、3回目を聞く嫌でも耳に残る。ヒトラーの巧さだと思う。

しゃべり方に勢いがある

“国民ほとんどが満足したような顔をしていた”

同じような言葉を繰り返すことで、人々の頭の中に残すことができる。これが、ヒトラーの演説のやり方である。この方法はすごく有効だと思った。

2時間も演説するのは、とてもハードであると思う

ヒトラーは同じ言葉を繰り返す言うのが特色で、大事な部分を強調するなら大切だと思った

“ヒトラーはドイツ国民一人一人の民族として訴えていた。

ポイントを絞ってヒトラーは同じことを繰り返して言う。”

身振り手振りのクセがすごいじゃ～ ノブ

国民の心のつかみ方がうまい

ヒトラーは同じ言葉を繰り返している。

“ヒトラーの演説は前半落ち着いて話されていたが、後半の方はかなり声を大きくして話されていた。この演説の特色として、彼は同じ言葉を繰り返す。

でも、自分は、その言葉は重要で大事なことだと思うので、しつこいかもしれないけど、みんなに理解して欲しいということで話されていると思う。”

ヒトラーの演説はポイントをしばって繰り返すことで言いたいことを強調していた。

“ヒトラーは人を騙す様な独特な演説で、人を動かすことができる

何処から湧いてくるから分からないが絶対的な自信を持っているように、自分が如何に正しいかを一所懸命に伝える”

インフレーションにより昔なら処罰させるほどの利子というのは考えられないほどの利子なのだろう。

演説では、自身の不満と国民の不満を重ねて問いかけ、思想を強調しているのがわかります。

“ヒトラーは演説がうまいため人々の注目を集め若者を中心に支持があがった。

ヒトラーは独裁者でひどいやつだというイメージがあったがこんな才能があったのかと感じた。”

“ヒトラーの演説は静かに始まり、次第にヒートアップし前政府への怒り、不満を強い口調何度も同じ言葉で国民に訴える。

これだけ言葉を巧みに使っているからこそ、あれだけの支持を得ていたのかもしれない。”

“ヒトラーはポイントをしっかりと言い言葉の強弱を使いながら話していてとてもわかりやすく聞けると思った”

“ヒトラーさんは人の心をひきつける能力があると思います。
マインドコントロールが上手いと思いました！”

民族としての誇りを訴えかけてた

“ヒトラーの演説は同じ事の繰り返し！口調が強い！

“町中にヒトラーのピラをまき、ヒトラーの演説ではおなじく言葉を何回も繰り返し、地獄のような生活を送っていた大衆は、洗脳状態にあったのではないかと思った

ヒトラーは演説の時に同じことをポイントをしばってということで国民の暗記、理解して欲しくて繰り返し、同じことを演説してると思う

“話し方はとても参考になる部分が多い
声の大きさはとても響き渡るなど感じた”

失業者をうまく利用してヒトラーは自分の思い描く国を作ろうとしていた。そして独裁政治の道へと進んでいきユダヤ人殺害にまで行ってしまった。

ヒトラーの演説の特色は同じ言葉を繰り返すことであり、市民は繰り返さないとすぐに忘れてしまうと、自らの言葉を市民に植え付ける様にしているし怖いと思いました。

演説の中で重要なポイントを繰り返し言っている

ヒトラーは大衆にしっかり印象を残すためポイントを繰り返し演説している。ヒトラーはあらゆる心理テクニックを使って、人々の心を掴んだ。

“みんなの視線も本当に聞いている感じ。”

話したい内容の書いたメモをそばに置き、頭の中に内容がほぼ入っているのか全然紙を見ることなく演説をしていた。人々はみな話しており、ヒトラーは静かになるまで待っていた。大事な内容は何回も繰り返し人々の脳裏にその内容や言葉を焼き付けた。次第に話の内容に熱が入っていた。

ヒトラーの演説は同じことを繰り返すことですぐに忘れてしまう人々に焼き付けるようにしていた。

ヒトラーの演説の特徴は同じことを何度もくり返し言うことらしい。ポイントをしばって何度も言うこと。

重要なところを繰り返してる

“ヒトラーは人の心につけ込むのがうまいんだと思った。 宗教みたい
にほぼ洗脳されている気がする。

ただ、ヒトラーの演説の能力はすごいものだと感じた。

ヒトラーの演説の特色は同じ言葉の繰り返しということだったんだ。”

やはり、国民皆がヒトラーについて来た訳では無く、1部であるが大衆の突き動かす方法がおかしいと思ってる国民がいたということ。その1部は、今後ヒトラーがどのような指導をしていくのか悟ってのかもしれない

ヒトラーのような強いリーダーシップを持った首相は今の時代いない。ドイツ復活に向けてこの人ならやってくれるという期待は誰もがするであろう演説というよりは、生徒を叱るかのようだ。

ドイツのヒトラーは演説を行うときは6時半以降に行った（労働後のため疲れているときを狙っていたと言われている）またナチスが批判していることになると声を大きくして同じ言葉をひたすら繰り返した。”

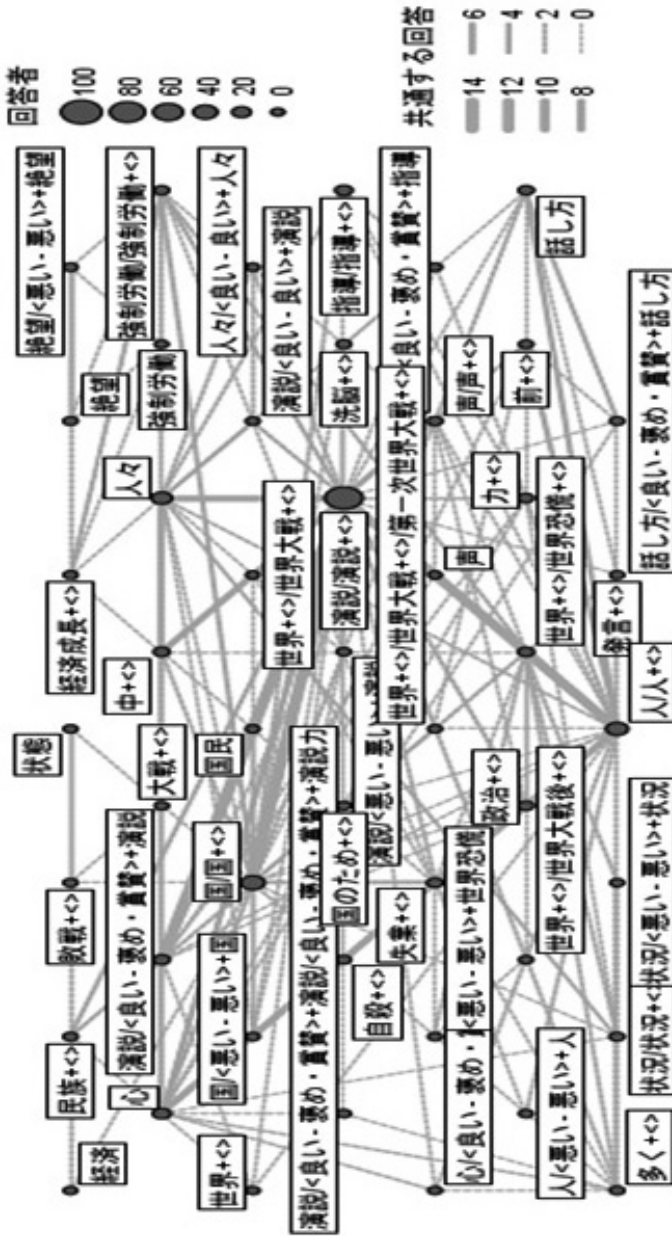
“人前で発言するときはヒトラーのような話し方を参考にしようと思った。ヒトラーは若者を中心に演説をラジオで中継したり、自分の話を皆が聞くまで話をしなかったりと辛抱強く、ドイツの復興を目指すということで心をつかんだ

①、②の映像に対する学生の全コメントについて各キーワードの持つ意味に着目して抽出する「感性分析」を行っている。テキスト解析処理には、NTTデータ日本語解析エンジンを使用しテキストの表現から書き手の心理状態や感性を自動判断することで、回答者の思考や行動に関する洞察を得る。

さらに、手動による分類の細分化や、作成した分類・コードの再利用も可能で、一貫性のある分析結果を得ることができる。従来行ってきた内容分析の欠点である、手作業のコーディングを行った場合に起きやすい恣意性や主観性などを最小限に抑えられる。

キーワードとキーワードがどれだけ結びついて使われているかというカテゴリ間の関係性が、結ばれた線の太さで表示されている（図1-図5）。分析の結果、予測していた不規則発言は少なくなり、筆記で行うより文面が適切なものが多かった。ネット上からの不正引用も考え、ローデータを確認したがほぼゼロであった。これは①、②双方に共通する。他の学生からの引用であるサイド発話は少なかったが、学生自らの感想やコメントを的確に記述コメントしていたものといえる。

図1 ヒトラー映像に関する分析結果



受講者2151	ヒトラーの演説は説得力があり、メンタルがすごく強いと思いましたし、話し方が上手いと思いました。
受講者2094	ヒトラーの演説力が本当にすごいと思った。 あれだけ多くの人の心を動かせるひとはそういないと思うし、それがいい方向に向かってれば、良かったと思う。
受講者2153	同じことを何回も繰り返し、国民に植えつけるやり方は素晴らしい演説だと感じた。
受講者2152	ヒトラーの演説に対する熱が凄い！
受講者2148	国民に見えさせるように重要な言葉を何度も主張するのが印象に残った。
受講者2099	恐怖の恐ろしさというのはここまでひどいものとは思わなかった。 実際に映像では見たこともなかったので見てみてものすごい残像でびびりました。どんなに過去の栄光があっても失業者がしまえばそれまで自殺してしまうのだなと思った。ドイツはドイツで本当にどんだん鹿も倒れた。ただなぞ独裁に走ってしまったのか。そこでも、カリスマ的支配ではなく、合理的支配だったら、もう少し変わったのかなって思った。
受講者2149	演説力がすごいとおもった
受講者2087	ヒトラーの演説のは口調が強く説得力があった。 すばらしい演説だったと思う。 彼が、ドイツ民族だったから、この演説に心を奪われてしまうと思う。 演説が終わると、曲が流れ、ナチスがどんだん大きくなっていくように感じました。
受講者2028	ヒトラーは世界恐慌の中でドイツで大衆演説を出来てメンタルが強いと実感した。
受講者2124	ヒトラーの演説は、同じ言葉を何度も繰り返すのが特徴であり、1つ1つの言葉にとても気持ちが入り込んでいるように感じられた。
受講者2126	重要なところを何回も言って国民を信用や信頼させていると思った。
受講者2076	ヒトラーの演説力のすごさ。人の上に立つ指導者の模範だと思う。
受講者2040	ヒトラーのスピーチは洗脳のような雰囲気がありました。
受講者2147	あのように強く演説されたら洗脳されても仕方ないと思う
受講者2104	今映像で見ているだけで見入ってしまう。ということはその場で聞いているドイツ人はヒトラーに夢中になっていたのかもしれない。
受講者2040	日にちのスピーチは洗脳のような雰囲気がありました。
受講者2063	強制労働させられている映像を見て、誰一人休む暇もなく働かされていたということがわかった。ヒトラーはカリスマ的支配によって不況で苦しむドイツ国民を導く指導者となり、独裁者となった。
受講者2049	国民が情けなくなるのを待た、大事なポイントを繰り返し何度も伝えていた。ジースチャーを、使って熱この頃のドイツにはこのような圧倒的な指導者が、必要だったと思う。ドイツ国民もこのような指導者。
受講者2032	ヒトラーの政治のやり方に良い部分と悪い部分があると思いました
受講者2075	同じ言葉を使い続けるようにしている
受講者2145	
受講者2090	ヒトラーの力の大ききを感じました。
受講者2079	ヒトラーは独裁的だったが、あの当時はついていく人もいた訳で、現代では受け入れられないかもしれない
受講者2039	支配して怖い
受講者2135	ヒトラーはスピーチの天才で、トランプやジョブズみたいなしにしっかりと考えを伝え納得させる力が爆発
受講者2074	ヒトラーは絶望におちいた
受講者2092	言葉が強烈にそれが毒だ！
受講者2127	前政府の失敗などを批判し、最後にはドイツ民族の誇りや復興を訴えかける。国民の心を掴む演説
受講者2074	このドイツの第一世界大戦などによっての不況は失業者が600万人に及んだそしてこの不況の中で「大恐慌で失業者が増え600万人が職を失い、自殺者も増えた。ヒトラーの演説はジースチャーが多く
受講者2118	
受講者2068	ヒトラーはヒトラーなりに政治的にも経済的にも衰弱してきたドイツを立て直そうと頑張った。 だが、ナチスのやり方は悪いと思う。 世界三大虐殺の一つであるユダヤ人迫害をしたのだから。
受講者	ヒトラーの演説を聞いたら鳥肌が立った。 当時の人々も話し方がうまく、強く話が伝わります。
受講者2090	
受講者2046	ヒトラーの演説は重要なポイントを繰り返している
受講者2021	演説が終わると随分の真意を語る曲が流れ、国民の中でナチスがどんだん大きくなっていくのだと思う
受講者2041	自分も当時のドイツ民族だったら、ヒトラーのそのカリスマ的な演説に心を奪われてしまうと思う
受講者2128	社会主義国の一体感がすごいと思いました
受講者2096	ヒトラーは、同じことを言うことで人々の記憶に残そうとしている。
受講者2019	ナチスは、ドイツを独裁、侵略によって民衆を突き動かしたのだと思う。
受講者2045	繰り返し同じ言葉を言っていた
受講者	腕を組むクセがあるように見えます。
受講者2085	同じ言葉を繰り返して印象を強く残している
受講者2125	ヒトラーの演説の特徴は、同じことを繰り返し言うこと。
受講者2051	話術がすごいと思いました。人の心を惹きつける独特な口調。心理学の要素を使った話し方で人々
受講者2058	ヒトラーは強く訴えるために同じことを何度も言った
受講者2026	ヒトラーの演説は、同じ言葉を繰り返し、聞いている人が記憶に残るような演説をしている
受講者2031	ヒトラーは国民の心を掴んでいた。 若者はそれに影響されていたがナチスを狼狽と言う人もいた ヒトラー自身も第一次世界大戦に参加していたためナチス前のドイツを演説で怒っていた
受講者2131	強い意志は伝わる
受講者2011	ヒトラーは巧みな演説で人々に希望を抱かせ国民は洗脳されてしまったのかなと思いました
受講者2141	口調が強くて同じ事を言っている
受講者2099	期の組み方、指差し。 ジースチャーが一歩強りになっている。

※分析データの一部

筆者作成（クリッカーデータをそのまま掲載しているため誤字脱字あり）

図2 ヒトラー映像に関するデータとカテゴリー化分析

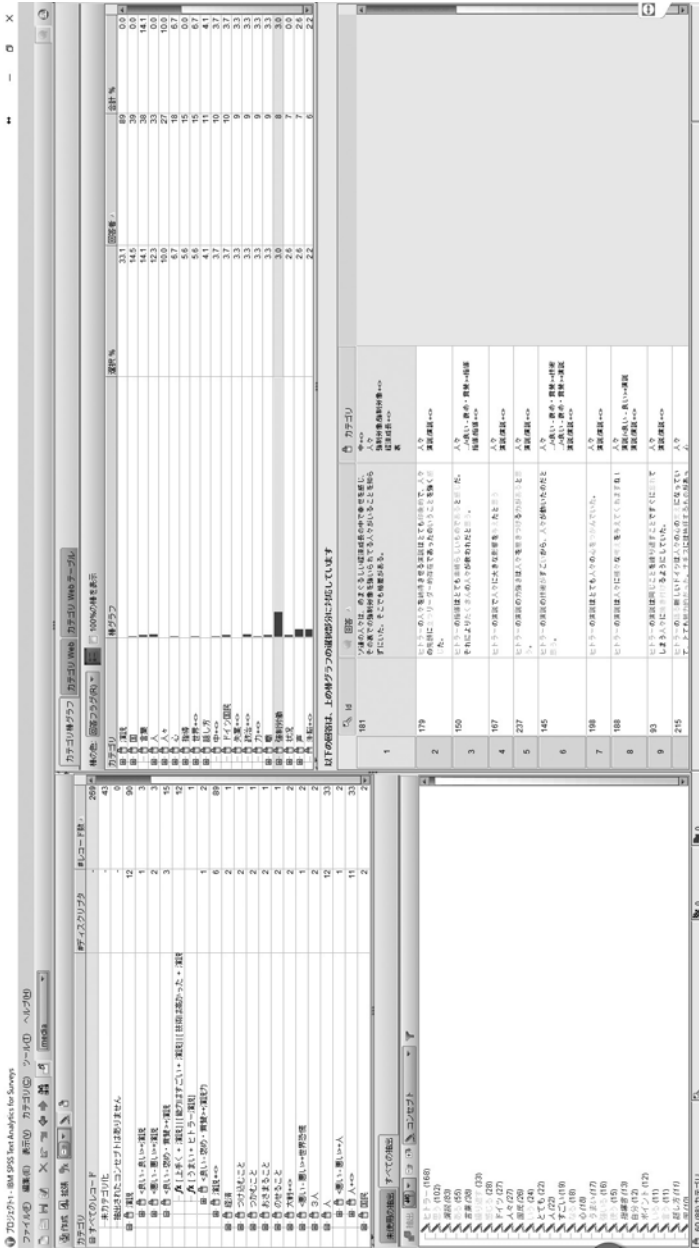


図3 自殺コメントに関する分析結果



図4 ヒトラー映像に関するカテゴリー順ワード分析結果

media

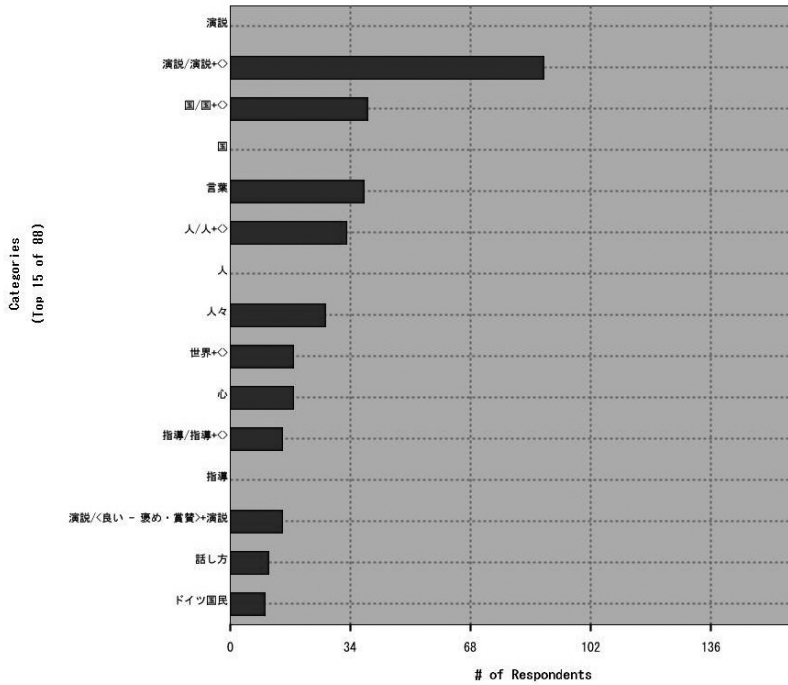


図5 ヒトラー映像に関するカテゴリー別度数結果

度数	カテゴリー1	カテゴリー2			
13	人/人+<>(33)	演説/演説+<>(89)			
8	人/人+<>(33)	心(18)			
4	人/人+<>(33)	言葉(38)			
4	人/人+<>(33)	話し方(11)			
4	前+<>(4)	人/人+<>(33)			
3	前+<>(4)	演説/演説+<>(89)			
3	心(18)	演説/演説+<>(89)			
3	心(18)	掴むこと/<良い - 褒め・賞賛>+掴むこと(3)			
3	掴むこと(3)	心(18)			
3	掴むこと(3)	掴むこと/<良い - 褒め・賞賛>+掴むこと(3)			
3	言葉(38)	演説/演説+<>(89)			
2	人/<悪い - 悪い>+人(2)	職(9)			
2	人/<悪い - 悪い>+人(2)	職/<悪い - 悪い>+職(3)			
2	人/人+<>(33)	力+<>(9)			
2	人/人+<>(33)	人々(27)			
2	人/人+<>(33)	心/<良い - 褒め・賞賛>+心(2)			
2	人/人+<>(33)	発言+<>(4)			
2	人/人+<>(33)	大勢+<>(2)			
2	人/人+<>(33)	尊敬+<>(2)			
2	人/人+<>(33)	掴むこと(3)			
2	人/人+<>(33)	掴むこと/<良い - 褒め・賞賛>+掴むこと(3)			
2	人/人+<>(33)	職/<悪い - 悪い>+職(3)			

ヒトラーに関する図では、中心付近にある「演説」と結びつく「声」、「人」という部分からもわかるようにヒトラー自身の演説スタイルへの自由回答が多くこれは、ナレーションにおける「ヒトラー独特の演説スタイル」というフレーズによって映像とともに記憶に残っているためかもしれない。右上方向には「強制労働」について右下には「声」「話し方」についての回答が多い。左上方向には「演説・良い褒める賞賛」という回答が集中している。度数分布の図表における各単語出現数「演説関係・演説+<>」（以下「+<>」は演説ワードを修飾）、「国/国+<>」、言葉、「人/人+<>」、人々、世界+<>、心、指導/指導者+<>と続いている。

今回は、国内の映像資料と国外の歴史に関する NHK 映像資料を2つの異なる映像資料と新聞記事を用意したが、ヒトラーの演説スタイル映像に驚きある種の共感をもってしまい褒め称えるコメントがあった。映像資料だけでは誤った情報を与える可能性もあり、新聞記事や歴史に触れながら批判的思考力を向上させていくことが大事である。対象が SNS などに慣れている学生であったことも影響していると思われるが、映像データや情報源の歴史的背景を理解せずに、単なる映像資料視聴ととらえる少数派もおり受け手分析の世代属性変化についての追加研究も必要である。

本分析における計量テキスト分析でなければ、膨大なワードとワード間のつながりを把握することは不可能であり、従来の内容分析では言葉の出現数と回数を数えるレベルであった。もちろん、計量テキスト分析において日本語データ解析の精緻化も重要であり、方法論的問題点として指摘されることになるであろう。ただし、AI の成果がこの分野にも影響を及ぼし始めている。この研究分野における自己組織化マップ解釈やコーディングルールの作成は、メディア研究だけでなくデータサイエンス分野全体の課題となっている。

また、上記の分析では一方通行の情報を相手に与えた際、受け手の情報把握認知が映像やナレーションに影響を受けた可能性がある。この点についてはナレーションの有無による判別分析が必要である。このような課題があるにしろ、計量テキスト分析は従来の内容分析では、判別しづらかった複数の因果関係を予測可能なレベルにまで引きあげてきた。

内容分析が調査技法である以上、実践的な方法のモデル化も、研究の促進と発展につながる。そう考えれば、方法論的問題点の解決ももう1つの課題といえる。

6 内容分析研究の今後と課題

近年のメディア研究は年々学際的になり、細分化、分散化の傾向にある。我が国でテレビメディアが誕生したのは戦後であり、インターネットの原形であるアーパネットが生まれたのは、半世紀前のことである。10年後のメディア環境を予想することは困難であり、加速度的に進化している。⁽⁷⁾

政治、世論過程における主要アクターとしてのマスメディアの変容は、社会的、経済的変化より著しい。また新聞やテレビメディア、そしてネットワーク系メディアの融合化は我々の想像以上の進展、変化をしている。米国におけるトランプ政権の「フェイクニュース」問題を指摘するまでもなく、政治とメディアに関する研究、および関連内容分析研究は、その重要性がますます高まっている。さらに議題設定機能研究や第三者効果研究等の事例においても、メディア、世論への依存性という観点からの研究が増えつつある。

その一方で、カルチュラル・スタディーズのメディアコミュニケーション研究では、「能動的なオーディエンス」に焦点をあわせテキスト、テクノロジー、オーディエンスに関する分析をおこなっている。「利用と満足」に関する研究でも受け手の能動性に関して分析が進んでいるが、ブラムラーが指摘するように複数の側面（効用・接触の可能性・選択性・影響への抵抗性）から構成される多義的な概念だけに研究者間で論議を生んでいるのが現状である。

以上のようにネットメディアの登場により送り手、受け手という単語が死語になりかねないメディア研究の状況下にあるが、その情報、コンテンツに関する内容分析研究は、データベースの整備と言語処理技術の発達により学際連携が容易となり、今後の研究進展と多くの知見発見が期待される。

【注】

- (1) 主要な研究として、フィスク著伊藤守他訳『テレビジョンカルチャー』梓出版社、1996年、フリス著『サウンドの力』晶文社、1991年、吉見俊哉『メディア時代の文化社会学』新曜社、1994年、カラン他著児島和人他訳『マスメディアと社会』勁草書房など参照のこと。政治とマスメディアについては、グレーヴァー編佐藤雅彦訳『メディア仕掛けの政治』現代書館、1996年、ノエル＝ノイマン著池田謙一他訳『沈黙の螺旋理論—世論形成過程の社会心理学』ブレーン出版、1997年、ウィーバー他竹下俊郎訳『マスコミが世論を決める—大統領選挙とメディアの議題設定機能』勁草書房、1988年を参照。
- (2) 例えば、我が国の研究の成果をまとめた論文として、竹下俊郎「マスメディアと世論」『レヴェアアサン』木鐸社、1990年、竹下俊郎「マスメディアの議題設定機能研究の現状と課題」『新聞学評論』三嶺書房、1981年が詳しい。さらにこれらの論文をまとめ、マスコミ研究の今後を検討したものとして竹下俊郎『メディアの議題設定機能～マスコミ効果研究における理論と実証～』学文社、1998年がある。1980年代以降は、認知心理学の影響を受けスキーマ理論が新たに導入され、投票行動やマスコミュニケーション研究で盛んに研究されている。詳しくは池田謙一『社会心理学』誠信書房、1995年。
- (3) 安野智子「マスメディアの影響の認知は世論形成を媒介するか～第三者効果による世論形成過程モデルの試み」1995年日本選挙学会理論部会論文や時野谷浩、小川恒夫「第三者効果仮説の検証」情報通信学会発表論文、1995年などがある。
- (4) 電話世論調査とテレビにおけるインスタント調査（例えばテレゴング）とは、全く相違するものである。このような議論は、田中愛治「これでは世論操作になる」『放送文化』（日本放送協会出版部、1994年7月号）、谷口哲一郎「電話世論調査の現状と問題点」1994年日本選挙学会データ部会論文で行われている。
- (5) 日本経済新聞社の日経テレコムを今回の資料索引に使用し、不明な点が出ないように直接各新聞の縮刷版をみる作業を行った。作業は、慶應義塾大学で政治学を専攻する3人の学生で行ない最終チェックを筆者自身が行なう形式をとった。
- (6) 内容分析の主な先行研究と指定可の文献を参照のこと。武市・松木・山田・山中「東京都知事選挙をめぐる新聞紙面の分析～朝日・毎日・読売・サンケイの4紙を中心にして～」『新聞学評論』第25号、1976年、48・67頁や柳井道夫「東京都知事選挙におけるマスメディアの対応～「みのべ」「はたの」の支持率に関する新聞報道を中心として」『新聞学評論』第21号、1972年、36—53頁、竹下俊郎「争点報道と議題設定仮説」東京大学新聞研究所編『選挙報道と投票行動』東京大学出版会、1988年、157—196頁、後藤将之「各政党はいかに報道されたか」東京大学新聞研究所『選挙報道と投票行動』東京大学出版会、1988年、197—214頁。小林良彰『計量政治学』成文堂、1985年、213—234頁、堀江湛・小林良彰「同時選挙をめぐる3大紙の内容分析」『新聞学評論』1982年、219—236頁。平野浩「選挙報道とマスコミ～91年都知事選におけるマスコミ報道の内容分析～」日本選挙学会編『政治におけ

るマスコミの役割に関する研究』北樹出版、1992年、河野武司「テレビ報道の内容分析」堀江湛・梅村光弘『投票行動と政治意識』慶應通信、1986年、197—209頁、同著「日本のテレビニュースの内容分析～政治報道を中心に」『慶應義塾大学法学研究会論文集』昭和60年度、第22号、127～44頁、同著「1996年選挙におけるテレビ報道の内容分析」日本選挙学会研究会報告論文1997年などがある。その他に武重雅文「新選挙制度下の総選挙における選挙報道」1997年度日本政治学会研究会報告論文。岩淵美克「マスメディアの政治的効果第13回参院選におけるTVニュースの内容分析」『慶應義塾大学法学研究会論文集第20号』、1984年、41—54頁、神江伸介「地方版の選挙報道～86年衆参同日選挙の新聞報道分析」『香川法学』87年、35～70頁。

- (7) マスコミュニケーション研究の展開については、児島和人『マスコミュニケーション受容理論の展開』東京大学出版会、1993年や同共著『マスコミュニケーション効果研究の展開』北樹出版、1992年などが参考になる。

参考文献

- 朝日新聞社世論調査室編. 1996. 『民意50年の流れ 内閣支持率・政党支持率—1946—95年調査の全データ』朝日新聞社.
- 荒木俊夫. 1994. 『投票行動の政治学—保守化と革新政党—』北海道大学図書刊行会.
- 林知己夫・林文. 1995. 「国民性の国際比較」『統計数理研究所』第43巻1号
- R・イングルハート著三宅一郎・金丸輝男・富沢克訳. 1978. 『静かなる革命～政治意識と行動様式の変化』東洋経済新報社、Ronald Inglehart. 1977. *The Silent Revolution : Changing Values and Political Style among Western Publics*, Princeton University Press.
- 猪口孝. 1982. 「政治学における方法論的諸問題」『行動計量学』10巻1号、29—35
- 猪口孝. 1983. 『現代日本政治経済の構図—政府と市場—』東洋経済新報社.
- 石井健一. 1987. 「世論過程の閾値モデル～沈黙の螺旋状過程のフォーマライゼーション」『理論と方法』第2号、15—28.
- Jacoby, WillamG. 1995. “the Structure of Ideological Thinking in American Electorate.” *American Journal of Political Science* 39:314—35
- 時事通信社・中央調査社編. 1992. 『日本の政党と内閣1981—1991 時事世論調査による分析』時事通信社.
- 蒲島郁夫・竹中佳彦. 1996. 『現代日本人のイデオロギー』東京大学出版会.
- 小林良彰. 1987. 「投票行動と政治意識の関する分析」『選挙研究』2号、北樹出版.
- 小林良彰. 1991a. 『政治過程の計量分析』芦書房.
- 小林良彰. 1991b. 『現代日本の選挙』東京大学出版会.
- 小林良彰. 1997a. 『日本人の投票行動と政治意識』木鐸社.
- 小林良彰. 1997b. 『現代日本の政治過程—日本型民主主義の計量分析』東京大学出版会.

- 小林良彰. 2017. 「政治関連データ・アーカイブの構築と拡充」『法学研究』慶應義塾大学法学研究会、第90巻第12号、1—23頁。
- 駒澤勉・土屋隆裕. 1995. 「可視化による探索的数量化Ⅲ類の分析法～第9次「日本人の国民性調査」データの順序構造に関する分析」『統計数理研究所』第43巻1号。
- 公平慎策. 1979. 『転換期の政治意識—変わる日本人の投票行動—』慶應通信。
- 中村隆. 1995. 「交互作用効果モデルと過大分散モデルを用いたコーホート分析～日本人の国民性調査データへの適応～」『統計数理研究所』第43巻1号。
- NHK 放送世論調査所編. 1975. 『図説 戦後世論史』日本放送出版協会。
- 日本放送協会放送世論調査所編. 1979. 『日本人の県民性 NHK 全国県民意識調査』、日本放送協会出版。
- 日本放送協会放送世論調査所編. 1979. 『NHK 全国県民意識調査』、日本放送協会出版。
- NHK 放送文化研究所編. 1997a. 『現代の県民気質—全国県民意識調査』NHK 出版。
- NHK 放送文化研究所編. 1997b. 『データブック全国県民意識調査1996』NHK 出版。
- 日本人研究会編. 1974. 『日本人研究～日本人の心は変わったか～』至誠堂。
- 西平重喜. 1995. 「社会的価値観は変わるか」『統計数理研究所』第43巻1号
- 前田忠彦. 1995. 「日本人の満足感の構造とその規定因に関する因果モデル～共分散構造分析の日本人の国民性調査への適用～」『統計数理研究所』第43巻1号。
- 三宅一郎. 1971. 「政党支持の流動性と安定性」日本政治学会編『現代日本における政治態度の形成と構造 年報政治学1970』岩波書店。
- 三宅一郎. 1986. 「政党支持と政治イメージ」綿貫・三宅・猪口・蒲島『日本人の投票行動』東京大学出版会。
- 三宅一郎. 1985. 『政党支持の分析』創文社。
- 三宅一郎. 1998. 『政党支持の構造』木鐸社。
- 宮野勝. 1983. 「年齢、時代、世代の効果の識別についての一考察～リッジ回帰適用の試み」『北海道大学文学部紀要』第32号。
- 坂本慶行「特集日本人の国民性調査について」『統計数理研究所』第43巻1号、1995。
- 坂本慶行「日本人の国民性調査～40年間の意識動向」『統計数理研究所』第43巻1号、1995
- 生命保険文化センター・野村総合研究所編. 1980. 『日本人の生活価値観～将来社会展望のために～』東洋経済新報社。
- 盛山和夫. 1986. 「社会学における因果推定の問題～パスモデルにおける loop をめぐって～」『行動計量学』14巻第1号、71～78。
- 祖父江孝男. 1971. 『県民性』中央公論社。
- 数理社会学会. 1993. 『理論と方法』～特集 計量的手法の応用と開発～第8号ハーベスト社。
- 数理社会学会. 1993. 『理論と方法』～特集 政治への数理・計量的アプローチ第9号ハーベスト社。
- 杉本政治・飯塚寿子・塚本勝昭. 1995. 「新たな地域意識の芽生え～東京都・東海3県

- 県民意識調査から～』『放送研究と調査』、日本放送文化研究所。
- 高橋幸市. 1997. 「地域社会と帰属意識～全国県民意識調査から～」『放送研究と調査』、日本放送協会出版。
- 十川宏二. 1993. 「現代日本における経済状況と政党支持」『レヴェイアサン』12号木鐸社。
- 高根芳雄. 1992. 「制約付き主成分分析について」『行動計量学』第19巻1号、29-39, 1992
- 田中愛治. 1996. 「国民意識における55年体制の変容と崩壊」『年報政治学』1996年号
岩波書店。
- 田中愛治. 1997. 「『政党支持なし』層の意識構造—政党支持概念再検討の試論」『レヴェイアサン』20号、木鐸社。
- 土屋隆裕. 1995. 「複数データセット間の構造の違いを探る等質性分析」『統計数理研究所』第43巻1号。
- 統計数理研究所国民性調査委員会. 1961. 『日本人の国民性』至誠堂
- 統計数理研究所国民性調査委員会. 1970. 『第2日本人の国民性』至誠堂
- 統計数理研究所国民性調査委員会. 1975. 『第3日本人の国民性』至誠堂
- 統計数理研究所国民性調査委員会. 1982. 『第4日本人の国民性』出光書店
- 統計数理研究所国民性調査委員会. 1992. 『第5日本人の国民性』出光書店
- 綿貫讓治. 1998. 「投票行動と政治意識研究の諸問題—政治社会学の視点から」日本選挙学会1998年度研究会発表論文。
- 綿貫讓治・蒲島郁夫. 1998. 「若い有権者の意識調査」『選挙』。