【257】

氏　名(本　籍)	竹　下　俊　郎（神奈川県）
学位の種類	博　　士（社会学）
学位記番号	博　乙　第　1,344　号
学位授与年月日	平成10年 1 月31日
学位授与の要件	学位規則第4条第2項該当
審査研究科	社会科学研究科
学位論文題目	**メディアの議題設定機能** ーマスコミ効果研究における理論と実証
主　査	筑波大学教授　博士（社会学）　副田義也
副　査	筑波大学教授　佐藤守弘
副　査	筑波大学教授　岩瀬庸理
副　査	学習院大学教授　博士（社会学）　藤竹　暁

論文の内容の要旨

マスメディアはわれわれの意識や行動に対してどのような効果を及ぼしているのか。マスメディアはどのような社会的機能を果たしているのか。こうした問題に答えるためのひとつのアプローチは「マスメディアはわれわれが“何について”考えるかを指示している」と仮定することである。アメリカで1970年代に提起された「メディアの議題設定機能」仮説は，マスメディアの活動のうちでもとくにジャーナリズムに着目し，ニュースメディアが日々のニュースの選択と格付け作業を通して，われわれの注目の焦点の形成に寄与していること，そして，社会システム全体にとっての優先課題の決定に影響を及ぼしていることを主張するものである。H. ラスウェルの有名なコミュニケーション機能論になぞらえるならば，議題設定は，マスコミュニケーションが果たす「環境監視」と「社会的調整」の両機能に関わるものだといえる。すなわち，マスメディアが，社会システム内外の問題を摘出し，警鐘を打ち鳴らし，社会全体としてその問題に対処するための合意形成過程を始動させるという働きを，実証的に追究するものである。議題設定仮説は，ニュースメディアと世論，あるいはもっと広く，ジャーナリズムと政治との関連を解明するうえで，きわめて有効な理論的パースペクティブであると評価することができる。

本論文は，議題設定仮説がマスコミュニケーション研究のどのようなコンテクストの中で生まれ，その理論的意義はどこにあるのか，また実証研究がどのように進められ，どのような成果が得られてきたのか，を系統的に論じている。さらに，日本での実証研究例を示しながら，日本のマスコミュニケーション現象を説明するうえでも，この仮説が一定の有効性を持つことが例証される。本論文は，序章と「結びにかえて」を含む9つの章から構成されている。

序章では，1980年代中盤のエチオピア飢餓報道を引き合いに出しながら，マスメディアの議題設定機能の概略的な定義と，本論文の目的，構成が示される。

1章「議題設定仮説登場の文脈」では，議題設定仮説がメディア効果研究の流れの中でどう位置づけられるのか，そのアプローチの特徴は何か，について考察が行なわれる。議題設定仮説の創始者は，アメリカのコミュニケーション研究者であるM. マコームズとD. ショーであるが，しかし議題設定機能の発想自体は彼らの独創ではない。W. リップマンを嚆矢とする数々の先駆者が存在する。マコームズらの功績は，このアイディアを実証可能な命題へと定式化し，探作化のモデルを提示したことにあると考えられる。議題設定と発想を共有する先

行研究（その中には，日本で提起された擬似環境論も含まれる）を取り上げながら，議題設定が，マスメディアの現実定義機能を追究する研究系譜の一部として位置づけられることが主張される。

2章「70年代以降の効果研究：議題設定研究以外の動向」では，限定効果論以降の効果研究のうち，議題設定研究以外について検討が行なわれる。研究のひとつの流れとして，議題設定とほぼ同時期に提起された新しい理論仮説に関する動向がある。ここでは代表的なものとして，ドイツのE. ノエル＝ノイマンが提起した「沈黙のらせん仮説」と，アメリカのG. ガーブナーらによる「培養仮説」を俎上にのせる。これらはともにメディアの現実定義機能のうち議題設定とは別の側面を扱っており，その意味で議題設定とは補完的な関係にあるといえる。また，他の流れとして，限定効果論の見直しに関わる研究動向についても概観し，限定効果論自体の適用範囲をより限定して考えるべきであると結論する。

3章「議題設定研究の発展」では，現在までの議題設定研究の成果に関する詳細なレビューが行なわれる。議題仮説効果の基本仮説がどう概念的に精緻化され，どのような測定モデルが提起されてきたのか。数々の実証研究の結果として，議題設定効果について何が明らかになったのか，が検討される。議論のひとつの強調点は，マコームズとショーが最初の実証研究で提起して以来，議題設定研究のひとつの範例となっている測定モデルに関するものである。このモデルの妥当性についてはいく人かの研究者から強い疑義が提起されており，マコームズらでさえその批判を部分的には是認している。しかし，前提となる効果過程のモデルを別の種類に変更することによって，この初期の測定モデルがそれなりの妥当性を保持しうることが，筆者によって主張される。

4章「日本における議題設定研究(1)：基本仮説の検証」は，和歌山市民を対象に実施した議題設定仮説の検証結果の報告である。新聞とテレビニュースのそれぞれについて，最適効果スパン，随伴条件（仮説の有効性を規定する条件）などを考慮しながら，仮説の検証を試みられた。結果として，テレビニュースよりも新聞に関して，より明瞭な議題設定効果が検出された。

5章「日本における議題設定研究(2)：随伴条件の検討」は，東京都町田市の市長選挙に際して実施された議題設定仮説の検証報告である。新聞の地方版の選挙報道が，市長選の争点を有権者に指定するうえで一定の効果を持っていたことが示される。また，随伴条件としてアメリカの研究で提起されてきた「オリエンテーション欲求」の概念が，日本でも効果の個人差を説明するうえで有効であることが例証される。オリエンテーション欲求の概念化については，アメリカの研究では新旧2つのモデルが提起されている。この章では2つのモデルを比較検討し，旧モデルのほうが新モデルよりも妥当性があることを実証データによって明らかにしている。

6章「日本における議題設定研究(3)：パネル調査による検証」は，東京都武蔵野市で衆参同日選挙の際に実施したパネル調査に基づく分析である。選挙争点として新聞やテレビニュースで強調された問題を重視する人の割合が，選挙キャンペーンの進行とともにどう増減するかという観点から，議題設定効果の検証を試みている。以上，3つの章の実証分析を通して，議題設定仮説が日本におけるメディア効果を説明するうえでも有効であることが例証された。ただし，海外の研究知見と同様に，日本においても，議題設定効果は決して普遍的なものではなく，その生起は数々の条件に規定されていることが示された。

7章「今後の研究課題」は，議題設定研究の今後の方向を示す。研究の新たな発展方向としては次の3つが指摘される。第1に，受け手に対する効果仮説としての議題設定の適用範囲をさらに拡張し，現実定義機能の他の側面までをも研究の射程に取り込んでいく方向。第2に，基本仮説と他の変数を結びつけることで，受け手側だけでなく送り手側も含めた，マスコミュニケーション過程全体を説明する理論へと仮説を発展させていく方向。そして第3に，政治過程におけるマスメディアの機能の解明を志向した，よりマクロなモデルの構築を目指す方向である。それぞれの発展方向に関わる課題が論じられる。

最後の「結びにかえて」では，近年の情報技術の進展に伴うメディア環境の変化――多メディア化・多チャンネル化，およびメディア産業の独占再編――が，ジャーナリズムそしてその課題設定機能にどのような影響を及ぼしうるのかという問題が議論される。

審 査 の 結 果 の 要 旨

本論文は，つぎの５点で，日本におけるマスコミュニケーション研究に大きい貢献をなしとげている。

(1)メディアの議題設定機能の研究を中心に，マスコミュニケーションの効果研究をレビューし，論理的に説得的な議論を展開した。

(2)理論的貢献のみならず，実証化への方法を提案し，成功している。従来の研究成果を着実に整理し，著者独自の仮説を構成，検証した。

(3)メディアの効果にかんする研究成果を総合する視点を提出した。

(4)いわゆる送り手研究と受け手研究を総合する研究視座を提出して，マスコミュニケーションの効果研究に新しい展望を与えた。

(5)メディアの議題設定機能の世界各国の研究成果にたいして，日本における実証データをもちいて参加し，世界の研究動向をさらに前進させた。国際的な舞台で議論されるに値する成果をあげた。

よって，著者は博士（社会学）の学位を受けるに十分な資格を有するものと認める。