

Title	マス・メディア, 世論, 政策間の関係に関する実証的研究(1956年~2004年) : 第2レベルの議題設定研究の視点から
Sub Title	
Author	イー, タン(Lee, Hongchun) Weaver, David(Ogawa, Tsuneo) 李, 洪千 小川, 恒夫
Publisher	慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所
Publication year	2014
Jtitle	メディア・コミュニケーション : 慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要 (Keio media communications research). No.64 (2014. 3) ,p.147- 164
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA1121824X-20140300-0147

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

マス・メディア, 世論, 政策間の 関係に関する実証的研究 (1956年~2004年)

——第2レベルの議題設定研究の視点から——

イー・タン, デイヴィッド・ウィーバー

(翻訳) 李洪千・小川恒夫



本研究では、国政レベルにおける第2レベルの議題設定を検討する。特に、政策決定に与えるマス・メディアの役割をよく理解するために、議会政策、世論、ニューヨークタイムズ論調の3者間の関係について分析し、加えて、3つの議題に関する大統領の政策リベラリズムという媒介変数についても分析を行う。マス・メディアの議題設定に関する初期の研究において、各議題の分析単位は、対象となる問題と公的争点、あるいは選挙候補者であった。しかし、1991年以来、McCombsは2つの異なる種類の議題設定を明確に区別している。彼によると、各議題に登場する人物や事柄は、多様な属性を持つ(McCombs, 2004)。各人物や事柄が顕在性において異なるように、それらの属性もまた顕在性において異なる。メディア、公衆、政府の間における人物や事柄の顕在性の違いは第1レベルの議題設定の問題であり、属性の顕在性違いは第2レベルの議題設定の問題である。

第2レベルの議題設定効果の研究領域における位置付けは、議題設定研究における理論的な新境地であり(Lopez-Escobar, Llamas, McCombs, & Lennon, 1998)、今のところ、議題設定の2つのレベルにまたがって仮説検証された研究は非常に少ない。なぜなら、属性の意味は広く、多くの重要な属性の議題設定効果は、実証的に明らかにされていないからである。今後は、これまでの第1レベルの議題設定の調査結果が第2レベルの議題設定において再検討される必要があり、両者は新たなフレームワークに統合されることになる。

本研究では、全国レベルにおける政策議題、世論議題、メディア議題間の第2レベルの議題設定過程を調べる。この研究におけるメディア効果は、各政治家の認識や行動よりも政策形成(法案賛否投票)の結果に、各争点の詳細(たとえば、争点環境や争点フレーム)よりも政策イデオロギーに焦点を合わせて調査されている。調査期間としては、50年以

*本稿の第1稿は、文部科学省によって選定された21世紀COEプログラム「多文化他世代交差世界の政治社会秩序形成——多文化世界における市民意識の動態」(略称:21COE-CCC)のために書かれたものであり、2006年11月に慶應義塾大学で開催された「多文化世界における市民意識の動態」において発表された。本稿はその改訂版の日本語訳である。英語の原文はその後さらに改訂されて、*Mass Communication and Society*, 13: 412-434, 2010に発表されている。この翻訳はこの最後の改訂を1部取り入れてはいるが、この2010年版と完全に同じにはなっていない。

上の選挙期間と非選挙期間の両方を扱い、内容については、政党広告ではなく報道ニュースを主に分析した。

政策議題研究の重要性と必要性は、メディア研究者と政治理論家の双方に認識されている。メディア研究者である Dearing と Rogers (1996) は、政策議題はメディア議題と世論議題の結果であると主張している。これとは逆に、政治理論が専門の Jones と Baumgartner (2005) によれば、個人の認識能力には限界があり、情報交流が必ずしも充分でない過剰情報環境の下では、政策議題が他に優先する。しかし、Kingdon (2003) は、政策が決定される前の形成過程を理解する必要性を強調し、大衆迎合型政治家が人気を得る社会では、メディア、世論、大統領が政策形成過程での影響力を強めたとの指摘もある (Iyengar, 1997; Kernell, 1997; Vinson, 2005)。

メディアの議題設定と世論の議題設定に比べ、政策の議題設定に関する先行研究は少なく、一貫性にも欠けている (Dearing & Rogers, 1996; McCombs, 2004)。これは、法律制定に関する研究と比べると、政策過程に関する研究が少ないことに似ている。いくつかの障壁ははっきりしている。第1は、政治的集合行動とも言えるテーマの複雑性である。多くの参加者たち (大統領、利益グループ、公衆、議会の党員集会、メディア、政府機関) が、見え隠れしながらこのプロセスに参加している。第2の障壁は、メディアと政策の間の高度に複雑な関係である。第3に、メディア議題と政策議題の関係を研究するには、メディア研究と政策研究という異なる領域の伝統、諸概念、諸理論を融合することが必要になる。

Dearing と Rogers はメディア議題、世論議題、政策議題を包括する全体議題設定について言及している。しかし、それ以外ではこれらの諸議題を統合的に扱った研究は、特にフレーミング (Maher, 2001) や第2レベルの議題設定の分野では少ない。政治学者と社会学者は、世論が政策議題に及ぼす影響に興味を示すが、コミュニケーション学者は、マス・メディアが世論議題に及ぼす影響に関心をもっている (Rogers, 2004)。

議題設定研究は、世論議題と政策議題との間の関係を、集合的データを使って説明するということをしてこなかった (Rogers, 2004)。ほとんどの政治行動と権力関係は、全体社会レベル、制度レベルで作動しているにもかかわらず、これまでの実証研究や理論は、市民個人や政策立案者個人の行動の研究に専念してきた (McLeod, Kosicki, & McLeod, 2002)。政策議題設定は、主としてマクロ的な現象である。民主的反応と民主的代表性は、基本的に集合レベルの現象である (Erikson, MacKuen, & Stimson, 2002; Cohen, 2006)。政策立案者たちは、個人ではなく集団を代表しているのである。

▶ 先行研究

属性議題 (Attribute Agenda) :

議題という用語については、政治学者とメディア研究者双方によって様々な定義がなされている。政策形成という観点から、Cobb と Elder (1972) は、議題を「特定時点において政治的関心を必要とする一群の政治的論点である (p.14)」と定義している。Kingdon (2003) は、議題を「政府の当局者 (または、彼らと緊密な関係をもつ外部の人々) がある時期に真剣な関心を払う諸問題や課題のリストである (p.3)」としている。ここでいう問題とは、重要な価値が毀損されたり、他と比較されたり、何らかのカテゴリーに分類された時の状態である (Kingdon, 2003)。Cobb と Elder (1972) によれば、争点とは、2つ以上の異なる属性をもつグループ間における地位や資源の配分に関する実質的問題やその手続きを巡る対立である (p.82)。政策過程とは、現在発生し、あるいは今後起こりうる社会的問題を解決するための一連の政府の動きや決定のプロセスである (Lester and

Stewart, 1996)。

メディア報道という観点から、McCombs (2005) は、議題を「新聞、テレビニュース、その他のマス・メディアが作り上げた主要トピックスの優先順位のリスト、ならびに公衆や政策立案者が重要と思うトピックスである」(p.156) と記している。先述したように、McCombs は、議題の概念を対象そのものから、対象を構成し区分している属性、あるいは対象を性格付けている特徴にまで拡張した。対象と同じように属性もその顕在性によっては議題になりうる。これら概念の主要点を要約すると、議題とは (1) 問題、争点、トピックス、それに属性の優先順位であり、(2) それらはメディア、公衆、政策立案者の関心を引き、(3) その重要性和正当性が認められたものである。

第2レベルの議題設定理論における重要な論点のひとつに、属性とフレームをどのようにに区別するかという問題がある。フレーミングについての Entman (1993, p.52) の定義はよく知られているが、これは「認知された現実のある側面を選択し、コミュニケーションの文脈でそれらを顕在化させること」というものである。これは、「ある対象について議論する際の属性に関連した意味的選択」という McCombs の定義とかなり類似している。

しかし、Maher (2001) は、システム理論を用い、対象、属性、要素間の関係、それに環境の4つをまとめて1つのフレームとしている。彼は、第2レベル議題設定が対象と属性のみを考慮に入れているのに対して、フレーミングは先述した4つの要素全てを含んでいると論じている。Reese (2001) と Gandy (2001) もまた、対象と属性の頻度、存在、欠如よりも対象と属性間の関係、および両者と環境との関係の方がより重要であると強調している。

Reese はさらに、抽象性はフレームの一面に過ぎず、フレームがもっているより重要な特徴は、限定性、公開性、一貫性、包括性によって特徴付けられる情報を浮き立たせるその構成力である、としている。Weaver, McCombs と Shaw (2004) もまた、「理由付けのための方策」(因果関係、倫理性の提示、対策提言) や「論争」は、対象の性格ではないので、属性について広く一般的に共有されている定義を超えたものであると述べている。

メディア・バイアス：

最近の第2レベルの議題設定研究において、もっとも頻繁に議論の対象となっているのは立候補者であり、彼らについては、争点ポジション、政治的イデオロギー、経歴の内容、個性、認知された能力と判断力、誠実さなどがもっともよく取り上げられている。その半面、メディアが特定の候補者や争点について特定の立場を支持する際、その根拠や取材先の人物はどのようなものであるのかについてそれほど研究されていない。一方で、マス・メディアは、候補者や論争の争点を記述する際に、有名なシンクタンクや政治団体からの提案や調査結果をよく引用する傾向がある。

本研究では、シンクタンクや政治団体からの引用は、対象としている争点や候補者についてマス・メディアが記述する際の特徴であると考えられている。このような特徴は、各争点に対する編集者やレポーターの政治的傾向性を示唆するのもかも知れない。実際、このような特徴は多くのフレーミング研究者によって強調されている。例えば、Tankard (2001) は、情報源、提携機関、引用源として何が選択されているかを分析することによって、フレームを区別することを提案している。Pan と Kosicki (1993) は、重要なフレーミング装置の一つは、意味的構成 (情報源を引用する際のルールやその確実性を裏付ける証拠) であると論じている。さらに、Entman (2007) は、メディア・バイアスという概念はフレーミングの概念そのものであると述べている。Terkildse, Schnell と Ling (1998) は、メディア言説を分析するにあたって、情報源にその手がかりを求めている。このような特徴は、記事表現におけるイデオロギー性を決定する。つまり、リベラルなシンクタンクを持続的

に引用する記事ほどリベラルなバイアスをもっていると認識され、その逆も同じである。

59の定量調査のメタ分析(D'AlessioとAllen, 2000)によると、新聞やニュース雑誌においては、選択のバイアス(主題の選択)、報道量のバイアス(争点のそれぞれの立場についての記事の量)、意見表明のバイアス(本文への意見投入)などは見られなかった。ただ、ネットワークテレビにおいては、報道量と意見表明においてややリベラル寄りのバイアスが見られた。しかし、GrosecloseとMilyo(2005)は、シンクタンクや政治団体からの意見引用のパターンを調べた結果、重要な報道においてリベラル寄りのバイアスが色濃く反映されていることが発見した。しかし、シンクタンクや政治団体はニュースの主題ではないから、この引用バイアスは上述した3つのタイプのバイアスに比べると微妙なものである。引用によるバイアスは、報道における正確性や誠実性の問題というより選択の問題である。一流と言われる政治団体はすべて、それぞれの領域で専門性を持っていて、彼らの見解を支持する実証的データを持っている。属性のこのようなとらえ方は、フレーミングを絵の額縁を使って定義するやり方に似ている。本稿では、メディア・バイアスを確認する指標として、社説の主張を用いる。他のバイアスと比較して、社説の主張にはメディア経営者、オーナー、編集責任者の影響が強く出る。

大統領候補者として誰を支持するかは、メディアの経営者や編集責任者だけがもつ数少ない決定事項である(D'AlessioとAllen, 2007)。民主党の立候補者に対する支持宣言は、リベラルなバイアスを意味し、その逆も存在する。記者が行う引用によるバイアスは、社説レベルのバイアスを常に反映している訳ではないが、社説レベルでのバイアスは、ニュース報道に重要な影響を与えているようである。209のキャンペーン報道のメタ分析結果によれば、新聞が特定の立候補者を支持宣言する場合は、その立候補者は好意的に報道される傾向が強い(D'AlessioとAllen, 2007)。

▶ メディアと世論の関係

前述したように、McCombsは議題の概念を対象から属性へと拡張した。1976年におけるアメリカの大統領選挙で、世論の属性議題とメディアの属性議題の間に高い相関があることが明らかにされた(14の属性がメディアの報道内容と有権者の立候補者についての記述の双方に発見された)(Weaver et al., 1981; Becker & McCombs, 1978)。1996年のスペインの国政選挙においては、7つのメディアに報道された3人の立候補者について5つの実質的属性と3つの情緒的属性がメディアと有権者の双方で確認された(McCombs, Lopez-Escobar and Llamad, 2000)。1994年に行われた台北の市長選挙においては3つの新聞が報じた3人の立候補者についての12の属性が双方で確認され(King, 1997)、1995年のスペインの地方選挙においても同様の現象が見られた(McCombs, Llamas, Lopez-Escobar and Rey, 1997)。経済改革を目的として行われた1993年の日本での国政選挙(システム重視型フレーム対倫理重視型フレームが争われた)(Takeshita & Mikami, 1995)、および1992年に日本で行われた国連会議をめぐる争点(Mikami, Takeshita and Kawabata, 1995)、インディアナ州とミネアポリス市における経済問題(BentonとFraizer, 1976)、および人造湖の造成をめぐる論争においても同様の結果が得られた(Cohen, 1975)。これらの結果、実験的研究(Kiousis, Bantimaroudis and Ban, 1999)からも、メディアにおける属性型議題と世論における属性議題との間にはしばしば因果関係が見られることが確認されたのである。

メディアと政策の関係:

プライミング(点火)理論によると、視聴者・読者は官僚や政治組織の活動を評価する

際に、顕出性の高い争点で判断する。しかし、63のメディアによるプライミング研究を対象にしたメタ分析によると、メディア一般の点火効果の相関係数は.10にすぎなかった（Roskos-Ewoldsen, Klinger, & Roskos-Ewoldsen, 2007）。フレーミング理論によれば、選択、強調、排除、推敲を通じ、ある問題や争点についての定義、説明、対処法や道徳的判断基準を提案するための文脈を提供する中心的構成概念がフレームである（Entman, 1993; Tankard, 2001）。

第1・第2レベルの議題設定、プライミング理論、そしてフレーミング理論は多くの研究によって検証されてきた。それによると、マス・メディアは、問題の重要性、政治家や官僚を評価する判断尺度、社会的問題の定義づけについて公衆に影響を与えているが、一般の人々に比べ、議員に対するメディアの影響はより複雑である。ある面において、議員は、全国・地方メディアをよく利用し、常に注意を向けている（Cooper, 2002）。彼らは、争点に対して高い志向性を持っていると同時にメディアの影響を受けやすい存在である。特に、彼らは、再選可能性の増大、世論議題の設定、政策案への他の議員からの賛同、代替案についての議論展開のためにメディアを利用する。心理学的に言えば、マス・メディアの監視機能は、日々の出来事に関する情報収集のために不可欠というだけでなく、政治家に安心感を与えるものでもある（Graber, 2002）。

さらに、一般の人々に比べると、政策立案者は複数の情報源をもっており、その範囲は行政機関、ロビイスト、利害団体、立法機関の職員や各方面における専門家など多岐にわたる。マス・メディアは、これらの情報源のひとつに過ぎない。5つの州において行われた有権者に対する政治家の意識調査において、ローカル・メディアは最も価値の低い情報源であった（Rosenthal, 2004）。Cooperの研究（2002）によると、州議会の議員らは、メディアにあまり効果が期待できないからというよりも、そこに十分な情報がないがためにメディアよりも伝統的な手法に頼ってしまう。これに対してLinskey（1986）とKedrowski（2000）の研究は対照的な結果を示している。彼らによると、政治家や官僚の大半は連邦政策にメディアが強い影響を与えていると思っている。その影響は次の3つに区分できる。（ア）マス・メディアは政策形成過程にかかわる全ての関係者と接触できる、（イ）膨大な情報を迅速且つ定期的に発信している、そして、（ウ）メディア間の相互議題設定により、そのインパクトは拡大する。

メディア研究者はマス・メディアがいかに政策形成へ影響を与えるかに関心を寄せる。一方、政治学者は老獪な政治家が政治的目的を達成するためにいかにメディアを利用するかを重視する。政治家は、プレスリリース、記者会見、事実関係の説明など政治に関する情報伝達経路をコントロールすることで、メディアを操作しようとしている。例えば、連邦議会議員1人が1年で発表するプレスリリースの数は144件で、1週間で3件のペースになる。また、通信社が全ての委員会をカバーすることができないことから、連邦議会自身もプレスリリースを発行している。プレスリリースは、議員自身が自らの言葉で政策などについて説明することが出来るので、ほとんどの議員室にプレスリリースを専門に担当するスタッフが最低1人は在室している。

しかし、これまでの研究結果によると、メディアと議会間の相関関係はゼロかあるいは逆相関関係にあるということが明らかになっている。全国紙やネットワークテレビは、議会に対する批判的なニュースを繰り返し報道し、しばしば意図的に敵対関係を維持しようとする場合も珍しくない（Davidson & Oleszek, 2002）。考えてみれば当然である。ジャーナリスト1人がカバーする下院議員の数は71名であり、上院議員は16名である。ジャーナリストたちが、ある政治家に関する情報を無視することもあれば、議員たちが全国向けではなく、自分の選挙区向けだけの広報に力を入れていることもある（Graber, 2000）。

公共政策に関する以下の2つの理論は、政治家たちはなぜある政策を選択するのかにつ

いて、行動論的観点から説明しているが、これらはメディア効果理論の認知的側面を補強している (Walgrave & Aelst, 2006)。まず1つは、政策循環モデルである。それは、政策形成プロセスをいくつかの段階に分けて考える。例えば、Jones と Baumgartner (2005) は、政策形成プロセスを次の4つの段階に分けている。(1) 議題設定の段階 (注意の喚起)、(2) 問題定義の段階、(3) 政策提案と討論の段階 (代替案の考察)、(4) 政策選択の段階。ここで注目すべき点は、第1レベルの議題設定は、争点への注意の喚起を扱っているのに対して、第2レベルの議題設定とフレーミング理論は、主に争点の何が問題であるかとそれに対する対策を扱っている。本研究では、主に第2レベルの議題設定 (問題の定義づけと対策の提案) に焦点を合わせている。

もう1つの理論は、Baumgartner と Jones によって1991年および2005年に提案された分断均衡 (punctuated equilibrium) と呼ばれる折衷理論である。分断均衡とは、長期的な政策の安定性が突発的かつ重大な事件によって中断される場合を想定している。このような分断は、意思決定や政策立案に対するチェック・アンド・バランスの役割を果たす公的なルールの運用における認知能力の限界から引き起こされる。この場合の認知能力とは、周囲環境からの情報の収集、整理、解釈、優先順位を設定するといった政治家の能力に大きく依存しているのだが、マス・メディアもまたこの過程で上下両院を“助ける” (あるいはそれらに影響を及ぼす) 重要な役割を果たしている。

それに加えて、メディアは政策に普段は関心を払わない公衆を動員することで、政策の独占を防ぐ役割も果たしている。政策の独占は、閉ざされた密室政治の鉄のトライアングルと類似しており、関係者内部だけにしか開かれていないまま長期的な安定性が維持されている。しかし、外部の人間は政策の独占に対して寛容である。なぜなら独占された政策には、妥当であり安全であるというイメージがあるからである。しかし、いったんイメージが変わると、公衆の関心も変わり、その政策に無関心だった公衆、政治家、官僚もそれに係わるようになり、政策独占は解消させるようになる。マス・メディアは、政策イメージを定義、あるいは再定義するキープレイヤーである。

世論と政策の関係：

民主主義社会では一般的に、世論が政治リーダーの決定と行動に強い影響を与えている。しかし、政治家もジャーナリストは、公衆の怒りは短期的で、無視してもどうということはないし、矛先を他に向けることも簡単であるということをよく知っている (Graber, 2002)。しかも有権者が直接選挙で選ぶことができる政府関係者は、大統領、国会議員、下級判事であり、しかもそれは何年かに1回である。つまり、代表性が完璧な政府などというものは存在しないのである。それでも、死刑、児童労働法の修正、女性陪審員制度の導入に対する政治家の行動 (Erikson, 1986)、課税、軍事活動、貿易 (Page & Shapiro, 1983)、米国憲法修正第1条をめぐる問題 (Gaziano, 1978)、合衆国 (Erikson, MacKuen & Stimson, 2002)、および州レベル (Erikson, Wright & McIver, 1993, 2006) におけるリベラリズムと世論の間には高い相関関係があることが明らかになっている。これらの先行研究が共通して明らかにしていることは、集合レベル (マクロ・レベル) での代表性である。重要なのは各選挙区を基盤とした従来の有権者像でもなければ議員と彼等の選挙区の選挙民でもない。重要なのは組織としての議会とアメリカ国民全体なのである。Weissberg (1978) は、政治家が議会においてたとえランダムに投票を行ったとしても、選挙区民の世論を反映したような政策が作られることになるということを、標本抽出理論を用いて明らかにした。彼の見解は、議員たちが自分の選挙区民の選好に関心を払っていなくても、彼等の議席は容易に保たれうるということを示している。

上述の先行研究から、引用バイアスもひとつの争点になる。メディア効果理論 (とりわ

け第2ベルの議題設定）や Baumgartner と Jones の理論によれば、引用バイアスは公衆のイデオロギーおよび議会の双方と正の相関になるはずである。従って、本研究では以下の3つの仮説を検討することにした。

- H1：全国メディアの報道がよりリベラルであれば、世論もよりリベラルになる
- H2：全国メディアの報道がよりリベラルであれば、議会の政策はよりリベラルになる。
- H3：世論がよりリベラルであれば、議会の政策はよりリベラルになる。

大統領選挙における議題：

さらに、本研究においては、大統領選挙における議題が、上述した3種類の属性議題間の重要な媒介変数として分析される。なぜならば、アメリカの大統領は、国内政治におけるもっとも重要な議題の設定者であるからである。大統領の重要な任務のひとつは、メディア・ニュースの焦点、世論、そして議会の活動に影響を及ぼすことである（McCombs, 2004）。先行研究によれば、1970年の大統領選挙においては、選挙公約がメディア議題に大きな影響を与えたが、1978年においてはそのような影響はなかった。また、大統領に対するメディアの影響は1978年にはあったが、1970年には認められなかった。以上のような状況ごとに異なる結果は、1934年、1940年、1982年、1985年にも確認された（Johnson & Wanta, 1995; Wanta, Stephenson, Turk & McCombs, 1989; Gonzenbach, 1996; Wanta & Foote, 1994; Miller & Wanta, 1996; Edwards & Wood, 1999; Wood & Peake, 1998）。大統領の個性の違いは、本研究における重要な要因である。

本研究では、3種類の属性議題およびそれらの間の関係を時系列的に測定、比較するため、適切な時間変数（時間単位）と期間の選択が非常に重要である（Winter & Eyal, 1981）。ここでは各議題が及ぶ範囲と持続期間、およびそれぞれの関係（効果）の持続時間を中心に述べる。

まず、一般的に言って、メディア、公衆、公共機関のすべてが同時に注目される事柄はめったにないので、3つの議題ともに、識別される項目数（容量）は限られたものだということである。先行研究によれば、同じ時期にメディア議題でもあれば世論議題でもあるとして認められるのは5～7項目である（McCombs, 2004）。また、議題間の生存競争は激しく、ゼロサムゲームになっている（Zhu, 1992）。個人レベルでは、国が直面しているもっとも重要な議題として認識できる議題数は1.07個にすぎない（McCombs & Zhu, 1995）。政治家は、それまで議論されていた法案を撤回することなく新しい法案を次々に出すことができるので、政策議題の容量は、メディア議題や世論議題の容量よりも柔軟である（Jones & Baumgartner, 2005）。1980年代と1990年代の議会において、公聴会も開かれないうまま可決された法案は年平均5,000件から20,000件にも及んでいる。

世論議題が顕在化している持続期間は1.5ヶ月から47.4ヶ月にとされており、平均すると18ヶ月になる（McCombs & Zhu, 1995）。また、世論議題とメディア議題との間の相関関係は8～26週間後には完全に消滅するので、世論議題へのメディア議題の影響は、比較的短期なものである（Wanta & Hu, 1994）。一方、Downs（1972）は、持続時間とは別に、争点に対する公衆の関心の変動を説明するため「争点喚起サイクル」を提唱した。それは、(1)問題認識前の段階、(2)警戒を促す発見および問題解決に対する熱意、(3)事態の進展に伴うコストの認識、(4)問題に対する関心・興味の緩やかな低下、そして(5)問題認識後という5つの段階から構成される。ダウンスは、それぞれの段階の持続期間を特定してはいないが、環境問題をテーマにした彼の研究から推測すると、数年という長きに及ぶ場合もあると考えられる。更に、他の研究者たちは、公衆が長期にわたって争点に注意を向け続けるケースとして、1962年から1980年代にかけての児童虐待問題（Nelson,

1984) や、1970 年から 1978 年にわたる高齢者に対する犯罪問題 (Cook and Skogan, 1991)、1950 年代後半から 1970 年代にかけての原子力問題、同じく 1950 年代後半から 1964 年の喫煙問題、1960 年代半ばから 1980 年にわたる薬物濫用問題、そして 1961 年から 1970 年代後半までの都市問題などがあることを明らかにした (Baumgartner & Jones, 1991; Baumgartner, Jones and Leech, 1997)。Carmines と Stimson (1989) によると、一般的に、文化的な争点は、社会的分裂や政党間の明確な違いに基づいているため、その進展にははるかに多くの時間がかかる。Baumgartner, Jones と Leech によれば、メディアは議会に対して直接圧力をかけるのではなく、争点に対する社会的理解の流れを変えることで影響を与えている、としている。従って、政策議題は、他の 2 議題に影響を与える場合も、あるいはそれらから影響される場合も、当然長い時間を要するだろう、と推論できるのである。影響の持続性に関する知見がまちまちなのは、第 1 レベルの議題設定と第 2 レベルの議題設定との違いに起因するかも知れない。すなわち、第 1 レベルの議題設定が扱っているのは注意喚起であるから、その展開のスピードは第 2 レベルの議題設定よりはるかに早いと考えられる。

第 2 レベルの議題設定効果がもしも累積的なものであるとすれば、短期間の研究で影響の全容を明らかにすることはできないだろう。本研究は長期研究であり、世論と政策形成に対するメディアの効果についてより一般的で、包括的な全体像を示すことができる。ただし、相関係数はそれほど高くはないかもしれない。本研究では各属性議題の発展過程とそれらの関係性について調査する時間単位を 1 年間とした。1 年は、メディア議題における第 1 レベルの議題設定の影響期間よりは長く、政策議題の影響期間よりは短い時間である。したがって、本研究は 1 日、1 週間、あるいは 1 ヶ月を単位として行われてきた従来の研究とは異なる結果をもたらす可能性がある。1 年という期間を用いることで、短期的な効果は互いに相殺される一方、微弱でありながらも一貫した影響は蓄積される。従って、長期的な効果は、議会、公衆、メディア間の関連に関して新たな視点を我々に提供する。

▶ 方 法

メディア議題：

メディア属性議題は、2005 年に Groseclose と Milyo により提案されたメディア・バイアス (Liberalism 対 Conservatism のレベル) を国政および州レベルで測定した。この測定値は、各議員の ADA (Americans for Democratic Action; 民主主義の実現を目標として結成されたアメリカ人の団体) スコアの調整済み平均値に基づいている。ADA スコアは、高いほどリベラルであることを意味している。Groseclose と Milyo は、議会のウェブサイト (<http://thomas.loc.gov>) が提供している連邦議会議事録の中から、米国で最も有名とされる 200 のシンクタンクと政治団体について各議員が引用している部分を調べた。次に、有名な報道機関からのニュースの内容分析を行うために、Lexis-Nexis Academic から各ニュースが前述した 200 のシンクタンクと政治団体を引用した頻度を数えた。最後に the New York Times, the Washington Post, USA Today, the Drudge Report, Fox News' Special Report の特報、他の全国ネットワークニュースの調整済み ADA スコアを、構造モデルを用いて計算した。最終的に、その結果は、各議員らが持つ ADA スコアと比較された。

彼らの論文では、異なったシンクタンクと政策集団を引用した議員らの平均スコアのリストが作成された。計算の結果を明確にするため、ローカル紙に登場した頻度を用いて ADA スコアを計算した。ADA スコアは、Groseclose と Milyo が用いたリストの上位 20 のシンクタンクと政策集団からの引用頻度によって計算されている (表 1)。これら 20 の

●表1 メディアで言及されたシンクタンクと政策集団上位20

No.	シンクタンク・政策集団名	言及した議員の平均点	ニューヨークタイムズ紙による年間言及数(平均値)
1	Brookings Institution	53.3	93.3
2	American Civil Liberties Union	49.8	184.1
3	NAACP	75.4	241.8
4	Center for Strategic and International Studies	46.3	31.6
5	Amnesty International	57.4	72.5
6	Council on Foreign Relations	60.2	42.9
7	Sierra Club	68.7	71.2
8	American Enterprise Institute	36.6	47.9
9	RAND Corporation	60.4	61.5
10	National Rifle Association	45.9	53.3
11	American Association of Retired Persons	66.0	31.4
12	Carnegie Endowment for international Peace	51.9	20.8
13	Heritage Foundation	20.0	31.7
14	Urban Institute	73.8	26.6
15	Center for Responsive Politics	66.9	25
16	Consumer Federation of America	81.7	21.9
17	Christian Coalition	22.6	75.4
18	Cato Institute	36.3	22
19	National Organization for Women	78.9	60
20	Institute for International Economics	48.8	34.7

注：メディア・バイアスを計算するために使われた式は次の通りである。

$$\text{Brookings} \times 53.3 + \text{Civil} \times 49.8 + \text{NAACP} \times 75.4 + \text{Strategic} \times 46.3 + \text{Amnesty} \times 57.4 + \text{Foreign} \times 60.2 + \text{Sierra} \times 68.7 + \text{Enterprise} \times 36.6 + \text{RAND} \times 60.4 + \text{Rifle} \times 45.9 + \text{Retired} \times 66 + \text{Carnegie} \times 51.9 + \text{Heritage} \times 20.0 + \text{Urban} \times 73.8 + \text{Responsive} \times 66.9 + \text{consumer} \times 81.7 + \text{Christian} \times 22.6 + \text{Cato} \times 36.3 + \text{Women} \times 78.9 + \text{Intereco} \times 48.8) \div \text{言及総数} = \text{メディア・バイアス点}$$



シンクタンクは、容易にアクセスでき、また高度に専門的であり、それらを利用することによってアクセス可能性と専門性のばらつきを制御することができる。ただ、本研究の計算方法⁽⁴⁾はGrosecloseとMilyoのそれとは異なるため、両研究の結果を直接比較することは難しいという点を付記しておきたい。

ニューヨークタイムズの記事は、1952年から2004年までのすべての年でサンプリングが行われた。1981年から2004年までの記事全文は、Lexis-Nexis Academicから入手した。前述したように、このサイトは、シンクタンクの名前が言及されているかどうかを調べるのに便利な検索機能を提供している。特に、上位20のシンクタンクの名前はニュース検索用キーワードとしてすでに登録されている。1952年から1980年までの記事全文はニューヨークタイムズのホームページ(www.nytimes.com)から入手した。シンクタンクの名前をホームページから検索した結果、25文字程の短い文章は表示されるが全ての記事を無料で表示させることはできなかった。シンクタンクからの引用の頻度と各シンクタンクに関するADAスコアを基に、毎年のニューヨークタイムズのバイアス・スコアを次の式に従って計算した。

$$B_m = \frac{\sum F_{mn} A_n}{\sum F_{mn}}$$

- B_m — メディア・バイアス
 F_m — シンクタンク言及数
 A — 言及した議員の平均点

さらに、大統領候補者に対するニューヨークタイムズの支持表明は、引用によるバイアス・スコアを測る尺度として用いられた。ただ、これらの2つの尺度は必ずしも密接な関係にあるとはいえない。ニューヨークタイムズの記者や編集者はリベラルなシンクタンクをよく引用している半面、経営者や編集人は共和党の大統領候補者を支持する場合もあるからである。しかし、大統領候補者に対する新聞社の支持表明の分散は、引用によるバイアスのそれとかなりの程度一致していることが予測される。

世論議題：世論の属性議題は、Erikson, Mackuen, Stimson の国政における公衆ムード (“public mood”) の測定と、Erikson, Wright, McIver (1993) の州レベルにおける州イデオロギー (state ideology) の測定によって示されている。

公衆ムードとは、1952年から2004年におけるリベラル/保守尺度上の変動と政府の政策に対する公衆の支持の変動を測定したものである。ここで言う「ムード」とは要するに「イデオロギー」のようなものなのだが、教育費、銃の所持、国防、地方交付金という異なる4つの政策争点に対する調査結果の加重平均によって構成された尺度である。公衆の反応は、1950年から行われている一連の政策への選好に関する質問調査である一般社会調査 (General Social Surveys) と国家選挙調査 (National Election Surveys) から得られた。

これらの質問は次のようなものである。

「私たちは、国全体にかかわる多くの問題に直面しています。どれも簡単に、しかも低コストで解決できるものではありません。これからそうした問題のいくつか提示しますので、それらの問題に使用しているお金が、多いか、少ないか、それとも適切であるかについてあなたのご意見をお聞かせください」。そして、国の教育制度、国防制度、地方への補助金などが続いて示される。また、銃規制については、「銃所持に警察の許可を必要とするべきかどうか」と質問している。

個々の質問に対する公衆の反応は、“リベラル”と答えた人（つまり、教育と都市補助に支出することに賛成し、銃規制に賛成し、国防費増額には反対な人）を全ての回答（ただし、中立な反応や欠損値は除く）で割った割合として算出された。4半期、半年、年度ごとの数値が、Stimson のウェブサイトを利用して利用可能となっている。

政策議題：国政レベルの1956年から2002年までの政策行動のリベラリズム測定にErikson, MacKuen, Stimson (2002) の著書で示されている3つの尺度が用いられた。第1の尺度は、ネットグループ・レイティングと呼ばれている。それは、下院（または上院）のADAスコアとACA/ACU（アメリカ国民の憲法に関する活動への賛同）スコアの年間平均をとったものである。他の2つの尺度は、議会の投票結果を示すものである。特に、彼らはアメリカ国内政治の特質である保守とリベラリズムに2極化する議会での投票結果を使用している。そして、彼らは議会におけるリベラリズム連合の各年の中央値と、リベラリズム派が勝利した年間の勝率を計算した。

上述の8項目を組み入れた測定を行う前に信頼性テストが行われた。テスト結果では、

ACA/ACU が削除された時に全体の信頼性が増加するため、ACA/ACU スコアは相応しい項目ではないということが判明し、ACA/ACU スコアは除外された。他の6項目は、政策活動リベラリズムの尺度として Cronbach のアルファ係数 0.75 で平均化された。

大統領議題：この変数には、操作された変数が含まれている。Erikson, MacKuen, Stimson の研究は、1956年から1996年までの大統領の政策活動のリベラリズムについて2つの尺度を提示している。その1つは、大統領支持連合の ADA の割合である。もう1つは、各年において大統領の政策が支持された割合である。この2項目の Cronbach のアルファ値は 0.85 である。従って、この2項目は大統領の政策活動におけるリベラリズムを示唆するものとして合計された。

議題設定の効果：一般的に議題設定の効果は3つの議題間のピアソン相関係数によって測られる。また大統領の選挙公約をコントロール（統制）するためには重回帰分析が用いられる。

単純相関関係では、3議題間の因果関係を説明することはできない。3議題間の因果関係を知るため、本研究では一連のベクトル自己回帰モデル（VAR）が使われている。従属変数は4つの期間における各議題である。使用された VAR は、因果関係推定のための Granger アプローチの多変量解析版と見てよい。Granger の因果関係検定ではブロック Z 検定が使われるが、それは従属変数以外の変数の過去データを独立変数に含んだ場合と、それ自身の過去データのみを独立変数とした場合のどちらかが、予測精度が高いかを比較して決定される。もしも前者の方が、予測精度が高いならば、他の従属変数はその従属変数の原因になっているというのが Granger の考えである。さらに、これらの変数間の関係についてより詳細な情報を引き出すために、インパルス反応関数（impulse response functions）^④が使われている。これにより因果効果の方向と程度をさらに詳しく検討することが可能となっている。

▶ 分析結果

引用バイアス（Citation bias）：表1は、シンクタンクの名称とメディア・バイアス測定値の測定方法を示している。シンクタンクの順位は、Groseclose と Milyo の研究において用いられた国内ニュース10社がそれらを引用した頻度に基づいてランキングされている。この引用頻度とニューヨークタイムズの引用頻度間のスピアマンの順位相関係数は 0.55 ($p = .01$) であり、これはシンクタンクからの引用条件において、ニューヨークタイムズは国内ニュース各社の適切な代表であることを示している。

系列的に見ると（図1参照）、ニューヨークタイムズは1952年以降、リベラル的傾向が強くなり、1963年にピークに達したが、その後徐々にレベルを落とし1982年には1952年のレベルへ戻っている。保守化傾向は、1995年と1996年に頂点に達した。2000年代に入りリベラル傾向に少し傾いた時期もあるが、それでもその程度を示す平均値は1952年より低い。引用バイアスは、ニューヨークタイムズの大統領支持傾向と一貫性を持っていることがわかる。事実、ニューヨークタイムズは、共和党の大統領ドワイト・D・アイゼンハワーを2期（1951～1958年）にわたって支持した後、民主党大統領支持へと回っている。1952年から1958年にかけての7年間のニューヨークタイムズのリベラル・バイアスの平均値は62.47であり、その後7年間の平均値は66.85である。

図2は、メディア・バイアス、公衆ムード、そして政策リベラリズムが1956年から1996年までの間にどのように変化したかを示している。政策リベラリズムの変動幅が最

図1 ニューヨークタイムズ紙の言及バイアスの時系列変動

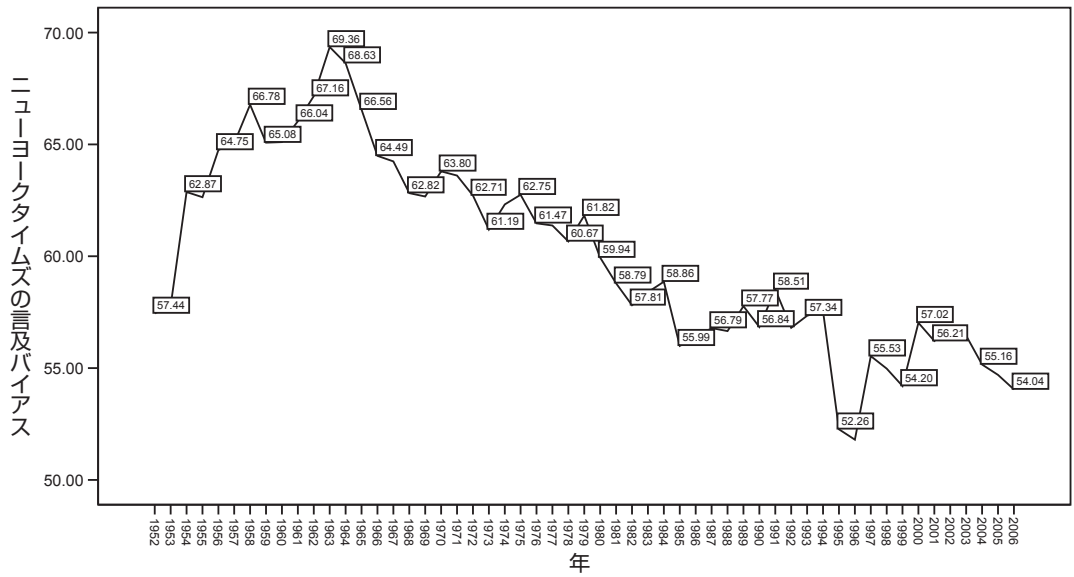


図2 メディア・バイアス、公衆ムード、政策リベラリズムの時系列変動

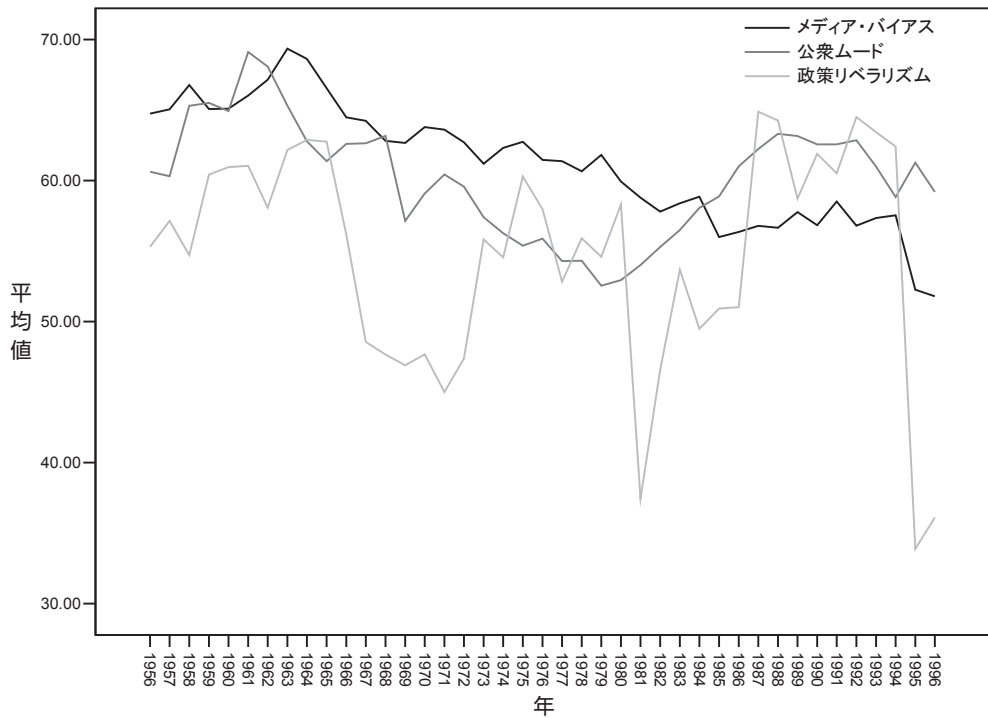


Figure & Table

も大きいものの、これらの3つの線は概ね並行している。1952年から2006年までのニューヨークタイムズの引用バイアスの平均値は60.08(標準偏差4.34)である。最もリベラルだったのは1963年であり、最も保守的だったのは1996年である。1952年から2004年までの公衆ムードの平均値は60.10(標準偏差4.30)であり、両者の数値はよく似ている。それとは対照的に、1956年から1996年までの間において、議会政策は他より保守的(平均値

54.75) で変動幅も大きい（標準偏差 7.83）。大統領の政策リベラリズムはさらに保守的（平均値 42.39）で変化も劇的（標準偏差 22.22）であった。この大きな変化は2大政党の政権交代によってもたらされた。1980年初めにニューヨークタイムズの引用バイアスは保守的になり，公衆はリベラルになった。

第2レベルの議題設定効果:単純相関分析結果によれば，メディア・バイアスと公衆ムード間では $r=.016$ ($p=0.26$)，メディア・バイアスと政策リベラリズム間では $r=0.31$ ($p=0.046$)，そして公衆ムードと政策リベラリズムとの間では $r=0.33$ ($p=0.033$) になっている。

これら3つの変数間のばらつきと大統領からの媒介的效果をコントロール（統制）するために，政策リベラリズムを従属変数として重回帰分析を行なった。このモデルはこの変数分散の27パーセントを説明している。メディア・バイアス，公衆ムード，大統領リベラリズムの3要因はいずれも議会政策にある程度の影響を及ぼしているが，最高の子測力を持ったのは大統領リベラリズムであった ($\beta =-.34$, $p=.03$)。大統領の政策リベラリズムは議会におけるイデオロギー変化とは逆相関になっている。さらに，メディア・バイアス1単位の増加は議会の政策リベラリズムの値を.53増加させるが ($p=.07$)，公衆ムード1単位の増加もまた政策リベラリズム値を.55増加させている ($p=.07$)。

上述の分析結果に基づくと，H2とH3は支持されても，H1は支持されていない。すなわち，国家レベルでは，メディア，公衆，議会議題には正の關係がある。特に，国内メディアの内容がよりリベラルであると，議会が出す政策は，公衆よりもリベラルになる。しかし，大統領の政策リベラリズムだけに対しては，議会政策に対するメディア・バイアスと公衆ムードの影響は減少している。表2はGranger検定の結果を示しており，図3はインパルス応答関数⁹⁾を示している。

表2のテストデータは，メディア・バイアス，公衆ムード，議会リベラリズムは強い關係性をもっていることを示している。さらに，ある時点で，ある変数は過去の値と強い關係を持っている。しかし，図3で示すように応答の平均値変化を見ると，メディア・バイアスと公衆ムード間の関連性は強くない¹⁰⁾。つまり，メディアと公衆は歴史的な傾向性に強く拘束されず，リベラリズムも長続きするとは限らないことを意味する。また，視点は異なるが，議会リベラリズムは，過去2年間の自らの値に負の相関をもっていることもわかる。

また，Granger検定とインパルス応答関数は，メディア・バイアスが公衆ムードと議会リベラリズムから一貫して独立していることを示している。第2レベルの議題設定の視点から見ると，リベラリズムの影響において，公衆ムードと議会活動には，メディア・バイアスとの間にGranger因果性が確認できない。理論的にこれは，議会と公衆は，メディア・バイアスに直接的な關係をもっていないことを示唆する。

同じ方法で展開すると，公衆ムードは，リベラリズムにおけるメディア・バイアスと議会政策の独立変数となる。しかし，第2レベルの議題設定において，リベラリズムに関するメディア・バイアスと議会政策は，公衆ムードとの間でGranger因果性を確認できない。

一方，メディアは，リベラリズムに関する議会政策とGranger因果性をもつ。図3の右欄から，メディア・バイアスにおける標準偏差が1変化するごとに政策的リベラリズムに変化が生じていることが確認できる。しかし，この影響は，方向性を変化させながら年々薄れてきている。それは，議会が政策イデオロギーを決める際に，マスコミを手掛かりにその反応を変化させることを示している。メディアが引用パターンを変更すると，議会もまたメディアと同じ方向，あるいは反対方向に，法案への賛否投票の方向を変更するのである。

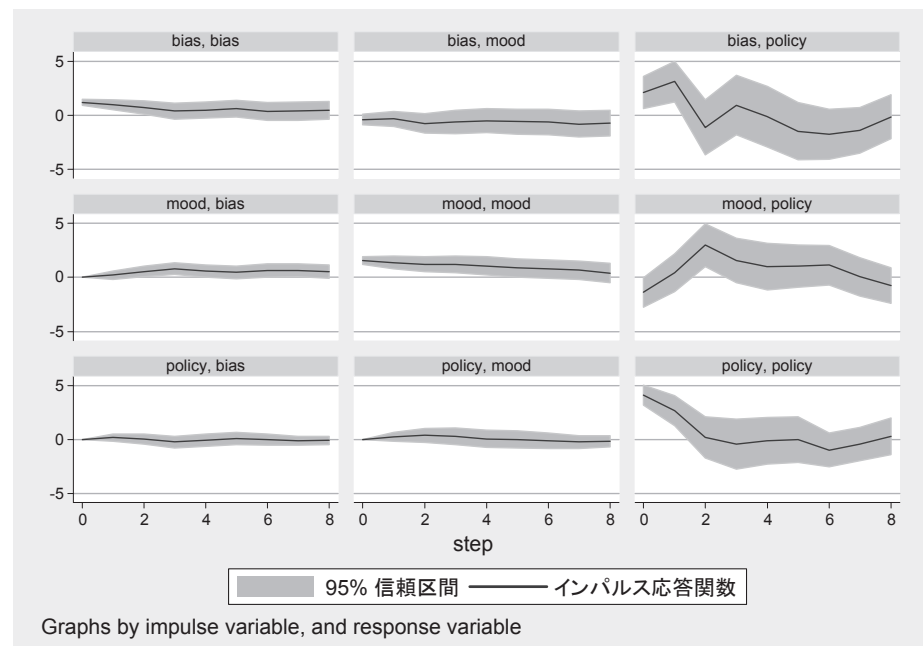
インパルス応答関数からみると，公衆ムードは議会リベラリズムに影響を与えると考

●表2 メディア・バイアス、公衆ムード、政策リベラリズム間の関係を示す Granger 検定の結果

従属変数	独立変数		
	メディア・バイアス	公衆ムード	政策リベラリズム
メディア・バイアス			
L1	4.58*** (0.000)	1.40 (0.16)	0.12 (0.26)
L2	-0.02 (0.98)	0.13 (0.90)	-1.08 (0.28)
L3	0.96 (0.34)	-0.17 (0.87)	-1.06 (0.29)
L4	-0.22 (0.83)	-0.69 (0.49)	1.10 (0.27)
公衆ムード			
L1	-0.33 (0.74)	5.56*** (0.000)	1.27 (0.21)
L2	-1.66 (0.10)	-0.25 (0.81)	-0.05 (0.96)
L3	1.63 (0.10)	0.30 (0.76)	0.09 (0.93)
L4	-0.23 (0.82)	-0.25 (0.80)	-1.24 (0.22)
政策リベラリズム			
L1	2.52* (0.01)	1.69 (0.09)	4.21*** (0.000)
L2	-3.19** (0.001)	0.40 (0.69)	-2.31* (0.02)
L3	3.60*** (0.000)	-1.73 (0.08)	0.97 (0.33)
L4	-3.54*** (0.000)	0.79 (0.43)	-0.60 (0.55)

注：表中の数字は Z 値。括弧内の数字は p 値。観測値は 1960 年から 1996 年までの 37。

図3 インパルス応答関数



られる。一方、Granger 検定では、公衆ムードの p 値は .09 で、影響が統計学的に有意でないことを示している。

▶ 結 論

本研究は、ニューヨークタイムズの引用バイアス、公衆ムード、そして合衆国議会の政策が1956年から1970年にかけて同じ方向に動いたことを明らかにした。

1980年代初期、ニューヨークタイムズの引用バイアスは保守的であったものの、世論はリベラル寄りであった。ニューヨークタイムズを標本として得られた結果を他の全国メディアに一般化するには注意が必要である。しかし、ニューヨークタイムズを使ったメディア・バイアスの測定値とニューヨークタイムズの大統領支持傾向とは一貫している。

この結果を第2レベルの議題設定に関する一般的な研究結果として検討すると、リベラリズムという属性に関するメディア・バイアスと議会政策、また、メディア・バイアスと公衆ムードとの間には正の相関関係が明らかになった。特に、全国メディアの報道がよりリベラルであると、議会の政策もリベラル寄りになり、世論がよりリベラルであると議会の政策もよりリベラル寄りになることをみると、第2レベルの議題設定は支持されたといえる。しかし、大統領の政策リベラリズムの影響がコントロールされると、議会政策へのメディア・バイアスと公衆ムードの効果は縮小する。今後の第2レベルの議題設定プロセス研究において、大統領の政策議題には注目する必要がある。

メディア（メディア・バイアス）、公衆ムード、議会（政策リベラリズム）の属性議題にはみな強い慣性（inertia）がある。特に、「リベラルか保守か」という属性は、過去におけるそれぞれのイデオロギー志向性と強い相関がある。これは慣習であり、また伝統文化であるかもしれない。さらに、政策議題の慣性は、他の2つの議題の場合より強くなっている。特に、議会政策のリベラリズムは、過去2年間の議会での価値志向性と強い負の相関が存在する。議会には、極端にリベラル寄りにも保守寄りにもならない力があるように思われる。この傾向は、中道のイデオロギーの候補者を好む選挙のメカニズムと三権分立のバランスから導かれるものかもしれない。

一方、メディア・バイアスは、公衆ムードと議会政策のリベラル化から独立していることが明らかになった。ジャーナリスト達は、様々なシンクタンクから取材して引用記事を書くことにはかなりの独立性をもっている。しかし、メディア・フレーミングは、議会の政策形成に影響を与えている。特に、メディアが引用パターンを変えると、議会はそれと同一方向または反対方向に法案への賛否投票の結果を変更しがちである。なぜ議会に対するメディアの影響が隔年ごとに異なるのかは十分に説明することができないが、議会は、ある年にはメディア・バイアスを支持するが、次の年になるとそれに反対するようにも観察される。1つの想定であるがその理由は、下院の選挙が2年ごとに行われることと関係があるかも知れない。つまり、議員たちは選挙中にはメディアに迎合するが、当選するとそれに逆行するのであろう。

公衆ムードも、メディア・バイアスと議会政策のリベラル化から独立している。つまり、議会とメディアは、公衆のリベラル化や保守化志向性に影響を及ぼすことに失敗していることを意味する。公衆は、政策的立場を決定する際に、議会やメディアだけからヒントを得るのではない。この理由の1つは、政策争点はそれ自体複雑であり、メディアと政治家達は、ただ公衆の関心に方向性を与えることができるだけで、そのイデオロギー的志向性に対しては無力なのである。

3つの議題のうち議会政策のリベラル化は、他の2つの議題に比べて影響を受けやすい。議会政策は、メディア・バイアスからの蓄積効果を受け、公衆ムードからも多少の影響を

受ける半面、メディア・バイアスや公衆ムードには影響を与えていない。この結果は、メディア効果理論（具体的にはメディア・アクセシビリティ理論やオリエンテーション欲求仮説）、民主主義理論、議会からの情報発信内容には一貫性がないというジョーンズとバウムガルトナーの説（Jones & Baumgartner, 2005）によって説明できる。議会政策は、公衆ムードを意識しながら徐々に進化し、政策的問題の定義や解決策を常に調整していく。このプロセスにおいて、マス・メディア、特にニューヨークタイムズのような一流の全国メディアは、政治家が世論の動向を把握する有効な手段となる。政治家は、この過程で政策の独占を打破しようとしたり、公衆を扇動したり、あるいは再選の準備をするなど様々なことを考えている可能性がある。

メディア・バイアス測定結果の妥当性には限界があるという指摘には、謙虚に耳を傾けたい。この分析を行うなかで、本研究は、シンクタンクをメディアがどのような文脈で引用しているのかについて評価作業を行っておらず、メディアが行う引用には、すべて同じ重要性和肯定（支持）性があると仮定して分析作業を行っている。さらに、本研究で算出されたメディアのバイアス・スコアの絶対値は、算出方法が単純であるため、政治家の ADA スコアと無関係に評価することも政治家の ADA スコアと比較することもできないということを記しておきたい。すなわち、この研究においてニューヨークタイムズのバイアス・スコアがある議員の ADA スコアよりも低くても、そのことを持ってニューヨークタイムズがその議員よりも保守的であることを意味しない。しかし、時系列的にみれば、バイアス・スコアの変動はニュース報道の保守/リベラル・バイアスの変動を示しているはずである。

●注

1. Groseclose と Milyo は、ADA スコアを計算するためにいくつかの多名目的ロジスティックモデルを使用した。このモデルの詳細は、彼らの論文の 1208 頁から 1211 頁を参照のこと。本研究における計算結果は Groseclose と Milyo が計算した ADA スコアよりも一貫して低くなった。具体的には、2001 年 7 月 1 日から 2002 年 5 月 1 日までのニューヨークタイムズ紙の ADA スコアは 73.7 であったが、我々の計算結果は、2001 年においては 56.21、2002 年においては 56.72 であった。
2. 時系列予測のためにインパルス応答関数が使われた。これによって、特定の時点での 1 単位の増加 (shock) によって、将来何が起きるかが予測できる。シミュレーションを繰り返すことによって、この関数の 95 パーセント信頼区間を設定することができる。
3. インパルス応答関数は、あるシステムのインパルス変数に 1 単位の入力値 (shock) を与えることによって、応答変数にどのような変化が表れるかを記録する (Peake, 2001)。図 3 は標準偏差を 1 増やすという入力値に対して応答変数が変化する場合と量を 8 年間にわたって表したものである。標準偏差 1 とは、メディア・バイアスと公衆ムードではいずれも 4.3、政策リベラリズムでは 7.8 (いずれも調整済み ADA 値) であった。1 列目の 3 つの図は標準偏差 1 のインパルスがメディア・バイアスに与える効果、次の 2 列目と 3 列目はそれぞれ公衆ムードと政策リベラリズムに与える効果である。
4. X 軸の 0 に対応する Y 軸上の値は、1 年目の入力値 (shock) に対する応答 (response)、X 軸の 1 に対応する Y 軸上の値は、2 年目の入力値に対する応答、以下同じ。

●引用文献

- BAUMGARTNER F. R., & JONES B. D. (1991). Agenda dynamics and policy subsystems. *The Journal of Politics*, 53 (4), 1044-1074.
- BECKER L. B., & MCCOMBS M. (1978). The role of the press in determining voter reactions to presidential primaries. *Human Communication Research*, 4 (4), 301-307.
- BENTON M., & FRAZIER P. J. (1976). The agenda-setting function of the mass media. *Communication Research*, 3, 261-274.
- BRATTON I. A., & HAYNIE K. L. (1999). Agenda setting and legislative success in state legislatures: the effect of gender and race. *The Journal of Politics*, 61 (3), 658-679.
- COBB R. W., & ELDER C.D. (1972). *Participation in American politics: The dynamics of agenda-setting*. Boston: Allyn and Bacon.

- COHEN B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- COHEN D. (1975). *A report on a non-election agenda setting study*. Paper presented at the Association for Education in Journalism.
- COHEN J. E. (2006). Introduction: Studying public opinion in the American States. In J. E. COHEN (Ed.), *Public Opinion in State Politics* (pp. 3-18). Stanford: Stanford University Press.
- COOPER C. A. (2002). Media Tactics in the state legislature. *State Politics and Policy Quarterly*, 2 (4), 353-371.
- D'ALESSIO D., & ALLEN M. (2000). Media bias in presidential elections: A meta-analysis. *Journal of Communication*, 50 (4), 133-156.
- D'ALESSIO D., & ALLEN M. (2007). On the role of newspaper ownership on bias in presidential campaign coverage by newspapers. In R. W. PREISS B. M. GAYLE N. BURRELL M. ALLEN & J. BRYANT (Eds.), *Mass media effects research: Advances through meta-analysis* (pp. 429-454). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- DAVIDSON R. H., & OLESZEK W. J. (2002). *Congress and its members* (8th ed.). Washington, D.C.: CQ Press.
- DEARING J. W., & ROGERS E. M. (1996). *Agenda-Setting* (Vol. 6). Thousand Oaks: Sage.
- ENTMAN R.M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- ENTMAN R. M. (2007). Framing bias: Media in the distribution of power. *Journal of Communication*, 57 (1), 163-173.
- ERIKSON R. S., MACKUEN M. B., & STIMSON J. A. (2002). *The Macro Polity*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- ERIKSON R. S., WRIGHT G. C., & MCLVER J. P. (1993). *Statehouse democracy: Public opinion and policy in the American states*. Cambridge: Cambridge University Press.
- GANCY O. H. (2001). Epilogue-Framing at the horizon: A retrospective assessment. In REESE S. D., GANDY O. H. & GRANT A. E. (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 355-378). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- GROSECLOSE T., & MILYO J. (2005). A measure of media bias. *The Quarterly Journal of Economics*, CXX (4), 1191-1237.
- HACKETT R. (1984). Decline of a paradigm? Bias and objectivity in news media studies. In M. GUREVITCH & M. R. LEVY (Eds.), *Mass communication review yearbook*, (Vol.5, pp.251-274). Beverly Hills, CA: Sage.
- IYENGAR S. (1997). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- IYENGAR S., & KINDER D. R. (1987). *News that matters: Television and American opinion*. Chicago: University of Chicago Press.
- JONES B. D., & BAUMGARTNER F. R. (2005). *The politics of attention: How government prioritizes problems*. Chicago: The University of Chicago Press.
- KEDROWSKI K. M. (2000). How members of congress use the media to influence public policy? In GRABER D. A. (Ed.), *Media Power in Politics* (4 ed.). Washington, D. C.: CQ Press.
- KERNELL S. (1997). The theory and practice of going public in IYENGAR S. & REEVEW R (Eds.), *Do the media govern? Politicians, voters, and reporters in America* (pp. 323-333) Thousand Oaks: Sage.
- KING P. (1997). The press, candidate images, and voter perceptions. In M. MCCOMBS D. L. SHAW & D. WEAVER (Eds.), *Communication and Democracy* (pp. 29-40). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- KINGDON J. W. (2003). *Agendas, alternatives, and public policies* (2nd ed.). New York: Longman.
- KIOUSIS S., BANTIMARODIS P., & BAN H. (1999). Candidate image attributes: experiments on the substantive dimension of second-level agenda setting. *Communication Research*, 26 (4), 414-428.
- LESTER J. & STEWART J. (1996). *Public policy: An evolutionary approach*. New York: West.
- LINSKY M. (1986). *Impact: How the press affects federal policymaking*. New York: W.W. Norton & Company.
- LIPPMANN W. (1922). *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- LOPEZ-ESCOBAR E., LLAMAS J. P., MCCOMBS M., & LENNON F. R. (1998). Two levels of agenda setting among advertising and news in the 1995 Spanish elections. *Political Communication*, 15 (2), 225-238.
- MAHER T. M. (2001). Framing: An emerging paradigm or a phase of agenda setting? In REESE S. D., OSCAR J., GANDY H. & GRANT A. E. (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 83-94). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- MCCLAIN P. D. (1990). Symposium: agenda-setting, public policy and minority group influence: An introduction. *Policy Studies Review*, 9 (2), 263-272.
- MCCOMBS M. (2004). *Setting the agenda: The mass media and public opinion*. Cambridge, UK: Polity Press.
- MCCOMBS M. (2005). The agenda-setting function of the press. In G. OVERHOLSER & K. H. JAMIESON (Eds.), *The press* (pp. 156-168). Oxford: Oxford University Press.
- MCCOMBS M., LLAMAS J. P., LOPEZ-ESCOBAR E., & REY F. (1997). Candidate image in Spanish elections: second-level agenda setting effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74, 703-717.
- MCCOMBS M., LOPEZ-ESCOBAR E., & LLAMAS J. P. (2000). Setting the agenda of attributes in the 1996 Spanish general election. *Journal of Communication*, 50 (2), 77-92.
- MCCOMBS M., & SHAW D. (1972). The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years in the marketplace of ideas. *Journal of Communication*, 43 (2), 58-67.

- MCLEOD D. M., KOSICKI G. M., & MCLEOD J. M. (2002). Resurveying the boundaries of political communication effects. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 215-267). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- MIKAMI S., TAKESHITA T., NAKADA M., & KAWABATA M. (1995). The media coverage and public awareness of environmental issues in Japan. *Gazette*, 54, 209-226.
- NELSON B. J. (1984). *Making an issue of child abuse*. Chicago: The University of Chicago Press.
- PAN Z., & KOSICKI G. M. (1993). Framing analysis: An approach to news discourse. *Political Communication*, 10 (1), 55-75.
- RAY D. (1982). The sources of voting cues in three state legislatures. *The Journal of Politics*, 44 (4), 1074-1087.
- REESE S. D. (2001). Prologue-Framing public life: A bridging model for media research. In REESE S. D., OSCAR J., GANDY H. & GRANT A. E. (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 7-32). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- ROGERS E. M. (2004). Theoretical diversity in political communication. In L. L. KAID (Ed.), *Handbook of political communication research* (pp. 3-16). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- ROSENTHAL A. (2004). *Heavy lifting: The job of the American legislature*. Washington, D.C.: CQ Press.
- ROSKOS-EWOLDSSEN D. R., KLINGER M. R. & ROSKOS-EWOLDSSEN B. (2007). Media priming: A meta-analysis. In PREISS R. W., BURRELL N. ALLEN M. & BRYANT J. (Eds.), *Mass media effects research: Advances through meta-analysis*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- SCHNEIDER S. K. & JACOBY W. G. (2006). Citizen influences on state policy priorities: The interplay of public opinion and interest groups. In COHEN J. E. (Ed.), *Public Opinion in State Politics*. Stanford: Stanford University Press.
- SQUIRE P. (1993). Professionalization and public opinion of state legislatures. *The Journal of Politics*, 55 (2), 479-491.
- TAKESHITA T., & MIKAMI S. (1995). How did mass media influence the voters' choice in the 1993 general election in Japan? A study of agenda-setting. *Keio Communication Review*, 17, 27-41.
- TANKARD J. W. (2001). The empirical approach to the study of media framing. In REESE S. D., OSCAR J., GANDY H. & GRANT A. E. (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 95-106). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- TERKILDSEN N., SCHNELL F.I. & LING C. (1998). Interest groups, the media, and policy debate formation: An analysis of message structure, rhetoric, and source cues. *Political Communication*, 15 (1), 45-61.
- THURBNER J. A. (2003). Foreword. In KINGDON J. W. (Ed.), *Agenda, alternatives, and public policies* (pp. vii-xi). New York: Longman.
- VINSON C. D. (2005). Congress goes public: Who is using the media for policymaking goals? Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association. From <http://www.allacademic.com/meta/p40880-index.html>.
- WALGRAVE S., & AELST P. V. (2006). The contingency of the mass media's political agenda setting power: Toward a preliminary theory. *Journal of Communication*, 56 (1), 88-109.
- WANTA W., & HU Y. (1994). Time-lag differences in the agenda setting process: An examination of five news media. *International Journal of Public Opinion Research*, 6 (2), 225-240.
- WEAVER D. H., GRABER D. A., MCCOMBS M., & EYAL C. H. (1981). *Media agenda-setting in a presidential election: Issues, images, and interest*. New York: Praeger.
- WEAVER D. H., MCCOMBS M., & SHAW D. L. (2004). Agenda-setting research: Issues, attributes, and influences. In KAID L. L. (Ed.), *Handbook of political communication research*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

イー・タン (台湾国立中山大学伝播管理研究所 [Institute of Communication Management] 研究員)

デイヴィッド・ウィーバー (インディアナ大学ジャーナリズム学部名誉教授)

李洪千 (慶應義塾大学総合政策学部専任講師)

小川恒夫 (東海大学文学部心理・社会学科教授)