

| | |
|------------------|--|
| Title | 世論研究の現状と展望 : コミュニケーション過程としての世論の総合的モデルの模索 |
| Sub Title | On the trend of the study of public opinion : toward an integrated model of mass media and interpersonal communication |
| Author | 金, 鐵鎔(Kim, Cheol Yong) |
| Publisher | 三田哲學會 |
| Publication year | 2003 |
| Jtitle | 哲學 No.110 (2003. 3) ,p.225- 265 |
| JaLC DOI | |
| Abstract | Public opinion is not a static, immobile object that holds a constant shape and mass over time. Rather, it is a highly dynamic, fluid process in which people interact and communicate with each other. As a communication process, public opinion is influenced by two main sources-mass media and interpersonal communication. In general, those two main sources are assumed to have influence on public opinion process constantly. However, until recently the studies of public opinion has underestimated the interplay of mass media and interpersonal communication in the process of public opinion formation. The history of communication study shows that most, if not all, communication theories have focused only on the relative strength of the effect of mass media and interpersonal communication, rather than the interplay of the two. This study posits that the study of public opinion should focus on the interplay of mass media and interpersonal communication. In this study Lenart (1994)'s 'total information flow model' was viewed as an excellent example of an integrated model of mass media and interpersonal communication. The model was originally served to explain the information flow in a presidential election campaign but it is argued that the model could apply to the broader process of politics, not to mention the public opinion process. Also argued is that the total information flow model is most relevant for the study of the process of public opinion formation and political participation on internet, which is not only mass media, but also interpersonal communication channel. |
| Notes | 特集コミュニケーション課程の諸相 論文 |
| Genre | Journal Article |
| URL | https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00150430-00000110-0227 |

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.

世論研究の現状と展望

—コミュニケーション過程としての世論の総合的モデルの模索

金 鐵 鎔*

On the Trend of the Study of Public Opinion —Toward an integrated model of mass media and interpersonal communication

Kim, Cheol Yong

Public opinion is not a static, immobile object that holds a constant shape and mass over time. Rather, it is a highly dynamic, fluid process in which people interact and communicate with each other. As a communication process, public opinion is influenced by two main sources—mass media and interpersonal communication. In general, those two main sources are assumed to have influence on public opinion process constantly.

However, until recently the studies of public opinion has underestimated the interplay of mass media and interpersonal communication in the process of public opinion formation. The history of communication study shows that most, if not all, communication theories have focused only on the relative strength of the effect of mass media and interpersonal communication, rather than the interplay of the two. This study posits that the study of public opinion should focus on the interplay of mass media and interpersonal communication.

In this study Lenart (1994)'s 'total information flow model' was viewed as an excellent example of an integrated model of

* 慶應義塾大学大学院社会学研究科博士課程

mass media and interpersonal communication. The model was originally served to explain the information flow in a presidential election campaign but it is argued that the model could apply to the broader process of politics, not to mention the public opinion process. Also argued is that the total information flow model is most relevant for the study of the process of public opinion formation and political participation on internet, which is not only mass media, but also interpersonal communication channel.

1. はじめに

社会科学分野において最も重要であり、持続的に使われてきた概念の中の一つが世論である (Price, 1992, p. 1). しかし、今まで世論を明確に定義しようとする試みは全部失敗に終わった (Price, 1992). Kim (1997), Noelle-Neumann (1993), そして Price (1992) らは、世論を定義しようとする様々な研究者達の努力を紹介しているが、そのような努力は結局世論とは何かという問いに対して満足な答えを提示できなかった。そんな中、Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro (1999) は、「世論は時間の経過と関係のない静的で動かない物体ではない。むしろそれは人々がどのように考え、どのように相互作用し、どのように政治的なものを彼らの中で組織化していくのか、という、非常にダイナミックで、流動的過程である」(p. 381) と主張した。彼らは、「世論研究者達は、世論を定義する際に付随的についでくる曖昧さと一緒に暮らすしかない」(p. 30) と指摘し、しかし、「世論を明確に定義できないということが、世論研究がその研究領域を持っていないということを意味するのではない」(p. 30) と指摘しながら¹、世論研究と関連をもつキー・ワードとして政治、コミュニケーション、社会的過程という三つを提示した。

¹ また、Price (1992) も「世論に関する一般的定義を下すのが不可能であるということを認めることが、直ちに世論は意味のないものであるということを意味するのではない」(p. 4) と指摘した。

まず、政治に関して、現代の政治は世論政治とも言われており、世論が政策形成および決定に大きな影響を与えている²ことを考えると、世論と政治との関係は改めて論じるまでもないであろう³。また、世論はマス・メディアとインターパーソナル・コミュニケーションの影響を受けるということは疑う余地のないことで、世論をコミュニケーションと分離して考えることはありえないといえよう。さらに、このように世論と政治とコミュニケーションとの関係を認めると、そのような政治的過程とコミュニケーション過程が繰り広げられる社会的コンテクストが世論に影響を与えるということは、言うまでもない。したがって、世論というものが社会的過程の産物であるという命題は自明なものであろう。

本論文は、このような世論のキー・ワードの中、特にコミュニケーションとの関係を中心に、今までの世論研究の主要な流れを整理し、これからの世論研究が目指すべき方向を模索することをその目的とする。具体的に、本論文は、①世論形成過程をコミュニケーション過程として捉えた Price & Roberts (1987) の論議を紹介し、②しかし、実際の世論研究の歴史はそのコミュニケーション過程のある一つの側面（マス・メディアか、あるいはインターパーソナル・コミュニケーションか）を強調してき

² その一例として、Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro (1999) は湾岸戦争の時、アメリカのブッシュ大統領が戦争に対する世論調査結果を見てから戦争に踏み切ったことをあげている。

³ 世論と政治との関係は明白なもので、また、世論研究の本領は政治学であると考えがちであるが、実際にはそうでない。例えば、Berelson (1952) は、心理学、社会学、マーケティング研究、統計学などが世論研究に大きく貢献してきたが、政治学理論の中の論議が世論研究の特性により大きく貢献すべきだと主張した。彼は、長年の間、政治学研究者達は世論の特性と政治的過程における世論の役割に関して論じてきたが、近年において、我々が世論と呼んでいるものが政治的内容を有していること、民主主義政治理論の中で世論の問題を扱ってきた長年の知的伝統があるということ、そして、このような理論が意見研究の組織化と実行のための有用な枠組みを提供してくれるということを看過する傾向があると指摘した。したがって、彼は、政治的理論家と世論研究者とのより密接な共同作業 (collaboration) が、両者に、新しい問題やカテゴリーの発見とより優れた洗練さと精緻さをもたらすであろうと指摘した。

たことを示し、③コミュニケーション過程としての世論をよりよく理解するためには、マス・メディアの影響とインターパーソナル・コミュニケーションの影響を全部含む、情報の総合的流れ (total information flow, Lenart, 1994) を考慮しなければならない、と主張するものである。

まずは、コミュニケーション過程として世論を捉えている Price & Roberts (1987) の論議を見てみよう。

2. コミュニケーション過程としての世論

Price & Roberts (1987) は「世論の初期概念が社会の組織的特性を強調したにもかかわらず、経験的世論研究はそのような初期の強調点を反映していない」(p. 781) と批判する。すなわち、「我々はしばしば世論研究を世論調査の問題として考えて」(p. 781) おり、「職業的世論調査者は世論を、ある時点の特定の問題に関して特定母集団 (the public) 内の個人のもつ特性 (opinions) の集合として扱っている」(p. 781) 傾向があるというのである。しかし、彼らは社会的過程 (social process) としての世論、特にコミュニケーション過程としての世論に注目すべきだと主張している。

Price & Roberts (1987) は、経験的研究以前の研究は、世論を人々や公衆の特性として見るのではなく、ディスコース的な (discursive) コミュニケーション過程を経る社会的組織のダイナミックな過程として捉えたと指摘し、その例として相互作用主義者 (interactionist) の主張を挙げている。つまり、彼らは個人の自我 (individual self) と同様、個人の特性と意見もコミュニケーションと社会的活動を通して形成されるものとして捉え、したがって世論をも公的討論 (public discussion) の中で個人の意見表明を通じて形成されるが、それは決して個人の意見には還元されない「より大きな精神 (the larger mind)」の内部で作られる相互的影響力の産物として捉えたというのである。しかし、世論に関する正確な科学的

な定義を目標とした経験的研究は「集団的精神という悪霊 (daemon of the group mind)」を払う (exorcize) ために努力し、その結果個々人の意見の和が「公衆の (public)」意見と同一視されるようになったと、Price & Roberts (1987) は指摘する⁴。しかし、Price & Roberts (1987) は「社

⁴ しかし、これは経験主義者に対する正当な評価ではないように思われる。

例えば、Allport (1937) は、「意見は個人の反応である：意見を公衆のものであると見なすのは、研究をあいまいで難解なものにする」(p. 9) と言いながら、集団ではなく個人を分析単位とすることを主張したが、彼が決して集団的過程を無視したわけではない。つまり、「我々は集団相互作用の超越的産物 (superior product of group interaction) が存在する可能性を否定しているわけではない。我々はただそのような発現的産物 (emergent product) があるとしても、我々は、それがどこにあるのか、それをどのように発見し、同定し、検証し、あるいはどのような基準に基づいてその価値を評価すべきなのかがわからない、ということを行っているだけである。たとえ可能な抽象的真理 (possible abstract truth) の領域ではそのような理論 (発現的な理論) があるとしても、そのような理論 (発現的な理論) は、問題に対する科学的処置に関心を持つ限り、行き詰まりのように見える」(p. 11, 括弧内は筆者によるもの) というのである。

また、Lazarsfeld (1957) は 19 世紀の世論に対する推論的アプローチ (speculative approach) と現代の経験的アプローチとの関係を対立的 (antithetical) ではなく、補完的な (supplementary) ものと見て、次のように述べた。

現代の経験主義者と古典の擁護者との間の衝突は様々な分野で起こっているが、これは常に生産的である。……第一に、経験主義的発展は常に古典を新しい観点から見ることを可能にする、より鋭利な概念的道具を提供してくれる：以前は微かにしか知覚されていなかったものが今はより明確に区分され、結果的にあらゆる新しいインプリケーションに照明が当てられる。第二に、古典的材料を研究する行為自体が、それがなかったら、その当時の作業に対する執着のために、あるいは経験的研究者達は何が重要なイシューであるかよりは何が現在扱いやすいのかによって導かれる傾向があるために、見逃される可能性のあるアイディアに注目するようにしてくれる。最後に、古典的伝統は決して終わったものではない……我々は、研究者達が、このような問題に関するデータあるいは推論の方法が利用可能であるかどうかに関わらず、より広い範囲でその問題を考えることを願っている。(pp. 40-41).

つまり、彼は「現代の経験主義者たちは彼らの進歩について喜んでいるのは当然であるが、一方で彼らが古典的伝統から多くのものを得ることができるのもまた疑えない」(p. 53) と指摘しながら、古典的研究の問題提起を経験的研究の中に積極的導入することを主張したが、これは古典的研究と経験主義研究の断絶というより、むしろ古典的研究の発展的継承を主張しているのである。

会的イシューに関する個人の思考は公的討論の内容と形式によって影響を受け」(p. 783), したがって「個人の意見に対してのみ分析の焦点を当てるのは, 決して世論に関する理論を作れない」(p. 783) と主張する.

2-1. コミュニケーション集団としての公衆

Cooley (1909/1993) は世論を「分離されている個人の持つ意見の単純な集合ではなく, コミュニケーションと相互影響力が創り出す産物」(Price & Roberts, 1987, p. 783) と指摘した. Price & Roberts (1987) は「公的コミュニケーション (public communication) を通じる社会的組織化の過程は非理性的で模倣的な群衆の行為とは区別されるもの」(p. 783) で, 「公衆は群衆とは違って協同的な組織体 (cooperative organization) である点と, あるイシューに関する討論という点をその特徴とする」(p. 783) と指摘する. これと関連して, Blumer (1951) は大衆と公衆の区分を試みた (Price & Roberts, 1987, p. 784). 彼によると, 大衆は緩く組織されており, 組織化された行動のできない匿名の集団であり, 異質な人々の単純な集合体であり, 大衆に属している人々は集団的関心事より彼ら各々の欲求に従って行動する. これとは対照的に, 公衆は①あるイシューに直面しており, ②そのイシューに対してどのように対処すべきかについての異なる考えによって分離されており, ③そのイシューに関する討論に参加する人々の集合体である.

要するに, 大衆は隣接感 (contiguity) を, 群衆は感染 (contagion) を, 公衆は会話 (conversation) をそれぞれの主な特徴とする (Price & Roberts, 1987, p. 784).

Price & Roberts (1987) はこのようにコミュニケーションの中で発展する公衆 (developing public) の概念を提示し, その含意を次のように指摘する. 第一に, 公衆は与えられたイシューを解決するためにコミュニケーションするまでには, 固定された形で組織されない. 第二に, 世論は

公衆内部の多様な意見の単純な分布ではなく、一連の行動に関する集合的決定を下すために個別的なアイデアが表現され、調整され、妥協される過程の複雑な関数である。彼らは「イシューが公衆を定義するにもかかわらず、一般的な慣行は公衆がイシューを定義すると仮定している」(p. 785)と批判し、「イシューが論争を経ながら変化するにつれて公衆もその大きさと構成において変化する」(p. 785)と指摘し、「世論形成過程は時間の経過と共にイシューを中心に進行される」(p. 785)と強調する。

2-2. コミュニケーション過程としての意見形成

Price & Roberts (1987) は意見が個人的なものではなく社会的属性を持っているものであると指摘する。すなわち、「意見は公的討論の文脈の中で発生し発展するため、意見はそれを取り巻いている社会的環境とリンクされている」(p. 787)。したがって、彼らは意見の発展モデル (a developmental model of opinion) を提示する。

意見は時間の経過と共に発展すると見なされるべきである。意見は、討論が内的な (intrapersonal) ものであれ、外的な (social, public) ものであれ、持続的で相互作用的な討論行為の産物である。たとえその討論が個人内部で行われるもの (intrapersonal) であっても、他者と準拠集団が重要な役割を果たしているという意味で、その討論は依然として社会的である (p. 789)。

したがって、彼らは「意見はコミュニケーション表現 (communicative expressions) として研究されるべきである」(p. 792)と強調する。彼らは「意見は長時間の内的『会話 (dialogue)』や社会的状況に対する衝動的反応、多数の見解と思われるものに対する順応や盲目的な擁護、あるいは単に無作為な行動 (simply random behavior) などを反映」(p. 792) してお

り、「そのような表現が有効な意見 (valid opinion)⁵ として受け入れられるか、あるいは擬似意見 (pseudo-opinion) として受け入れられるかは、その表現自体より、それを解釈する主題やそれを取り巻いている政治的文脈と関係している」(p. 792) と主張し、意見をより広い社会的文脈の中に位置付けている。

2-3. 社会的過程としての世論

Price & Roberts (1987) は「世論形成過程が社会的であるというのは、思想と意見の表現が集合的機能 (collective undertaking) を持っているからだけでなく、世論が討論を通じて社会的妥協と調整過程を含んでいるからでもある」(p. 793) と指摘する。

彼らは「多くの経験的研究が、個人の意見の単なる集合だけで集団の意見形成過程を理解することはできないと教えている」(p. 793) と指摘し⁶、「人々は討論を通じて①特定 이슈ーに関する彼ら自身の内在的思想と意見を形成し、また②他の集団構成員の考えと感情に関する知覚を発展していく」(p. 794) と述べた。

ある 이슈ーに関する公的討論は①公衆を構成する各々の構成員の心の中にある意見と思想とを組織化するだけでなく、②集団の路線に一致するように公衆を組織化する機能を含んでいる。そのような組織

⁵ 有効な意見 (valid opinion) は、基本的に情報に基づいた意見で、一般的に当該 이슈ーに関して考え公的討論を経て下した個人の判断として見なされる反面、擬似意見 (pseudo-opinion) は漠然とした印象とその場で即時に下した判断から形成される (Price & Roberts, 1987, p. 790).

⁶ 彼らは集団意思決定過程に関する研究をその例としてあげている。例えば、いわゆる「危険な転換 (risky shift)」研究と呼ばれる初期の研究によると、討論が進行するにつれ、初期の個人意見の分配から予測される結果より、極端で過激な集団決定につながることもあるし、また集団意思決定過程での順応を重視する研究は集団構成員が多数の圧力に敏感であることに焦点を当ててきた (Price & Roberts, 1987, p. 793).

化の二つの形態, すなわち社会学的なものといデオロギー的のものは, ある意味では同じものである. イシューに関して読んだり, 考えたり, 話したりする上で, 公衆の構成員は彼ら自身を社会的関係の複雑なネットワークの中に位置付け, そのような関係の中でイシューを定義することができる. ……これは, 人々が常に知覚された集団の規範に順応するというを意味するのではなく, 集団の意見に関する彼らの知覚が, 彼らが公的コミュニケーション (public communication) を理解し, 自分の決定を下す際に手助けになるということの意味する. ……公的コミュニケーション (public communication) 過程は思想と意見とを社会的関係の中に翻訳する (translate) (p. 797)

また, Price & Roberts (1987) は「公衆は一元的でなく, 集団内で, あるいは組織内で共通のイシューを解決するために相互作用的手段を使用しながら発展していき組織されていく人々の集合体」(p. 803) であると指摘し, 「日常の会話で世論という言葉は, あるイシューに関する公衆の『心の状態 (state of mind)』の意味で用いられる」(p. 804) が, しかし「世論を公衆の特定イシューに関する社会的組織の状態 (public's issue-specific “state of social organization”）」(p. 804) と定義することを提案する.

彼らはこのような公衆の組織化過程の中で政治的行為者 (political actors) と関心のある公衆 (interested public) とを区分する必要があると指摘するが, 前者は政治的連合を形成し, これを代表する役割を遂行する反面, 後者はある政治的分派の連合に引っ張られる多くの人々である. 「お互い紐帯関係のない多くの大衆の中から政治的行為者と関心のある公衆はコミュニケーション的な世論形成過程 (communicative public opinion process) に参加する」(Price & Roberts, 1987, p. 804).

人々は、政治的事件とそれに対して全体公衆の反応がどのように変化していくのかを報じるマス・メディアの媒介過程に基づいて、また、彼らを囲んでいる直接的な社会的影響力によってフィルタリングされた公衆論争の中で「今何が起きているのか」に関する印象を発展していく。マス・メディアは政治的行為者と関心のある公衆との間で、世論形成に関わる二つの重要な役割を遂行している。第一に、マス・メディアは報道機能を遂行する。これは、ニュースや論評の形で重要事件と政治行為を再現する媒介的役割である。第二に、マス・メディアは世論調査者 (poll-takers) の機能を通じて、イシューに対して公衆が組織化していく反応を媒介する (p. 806).

この過程の中で「関心のある公衆の持つ政治的パワーは彼らが実際に何をするかにあるのではなく、彼らに何ができるかに関する政治的行為者の知覚にある」(Price & Roberts, 1987, p. 805).

このように Price & Roberts (1987) は「世論形成過程は時間の経過を伴う、様々な次元の間を含みコミュニケーション現象」(p. 811) であり、したがって、「世論研究は意見調査の問題の次元を超え、コミュニケーション科学として行われるべきである」(p. 811) と強調している。

3. 世論におけるマス・メディア、そしてインター パーソナル・コミュニケーションの影響

このように世論をコミュニケーション過程として捉えると、その過程は当然、様々なコミュニケーションの影響を受ける。そして、そのコミュニケーションの影響を大きく分けると、マス・メディアからの影響とインターパーソナル・コミュニケーションからの影響である。つまり、マス・メディアとインターパーソナル・コミュニケーションが、人々が意見を形成する上での情報の二つのソースである (Lenart, 1994)。しかし、Price

& Roberts (1987) が世論過程における討論の役割とマス・メディアの役割の両方に注目し、その重要性を強調したが、実際の世論研究の歴史はその二つの中、どちらか一つだけを強調してきた。

以下では、その各々の研究の流れを整理してみることにする。

3-1. 世論におけるマス・メディアの影響

世論とマス・メディアとの関係を論じた最も有名な初期の著者は Walter Lippmann (1922/1997) であろう。McCombs, Einsiedel, & Weaver (1991) は、Lippmann が「外界 (the world outside)」と「頭の中の映像 (the pictures in our heads)」との関係、そして、民主主義を維持・発展させる上でのジャーナリズムの持つ限界を指摘した最初の著者ではないが、彼が誰よりもそのテーマに関して簡明で、また説得的に表現したと指摘した。Lippmann (1922/1997) は「我々が政治的に扱わなければならない世界は、到達することができず、見ることができず、考えることができない (the world we have to deal with politically is out of reach, out of sight, out of mind)」(p. 18) という前提から始まり、メディア（彼の時代では新聞）は外界に関する「我々の頭の中の映像」(p. 3) を提供するという概念を提示した。

Noelle-Neumann (1993) によると、Lippmann の世論概念の進展は、彼の現実的な人間理性と人間感性の理解にあると言う。Lippmann は鋭く、人々が直接的に得る知覚と、他の手段、特にマス・メディアを通して得る知覚との差を見ているというのである。そして、このような差を人々は認識していないということを指摘しているという。Lippmann の考えでは、人々は間接的経験をあまりにも完全なものとして受け入れ、彼らの概念をそれにあわせる傾向があり、彼らの直接的経験と間接的経験とは区分できなくなってしまう、その結果、マス・メディアの影響を意識できなくなってしまう (Noelle-Neumann, 1993, pp. 145-146)。

Lippmann の考えでは、現実の映像を描くのは無理な作業である。「なぜなら、実際の環境は、直接的に観察するには、あまりにも大きく、あまりにも複雑であり、あまりにも速く過ぎてしまうからである。我々はそのような多様で皮相的なものの組合せを扱う能力を持っていない。我々はその環境の中で行動するしかないが、それらを扱うためにはそれらをより単純なモデルとして再構成しなければならない」(Lippmann in Noelle-Neumann, 1993, p. 146). そして、このような単純なモデルの構成に利用されるものがステレオタイプ (stereotype) である。世論過程はステレオタイプによって助長される。「ステレオタイプは知覚を導く；ステレオタイプは特定の（普通は否定的な）要素に注目するようにし、選択的知覚をするように導く」(Noelle-Neumann, 1993, p. 44).

Lippmann の言う擬似環境 (pseudo-environment) はこのようなステレオタイプによる選択的過程を通して現れるものである。つまり、メディアが世界の中で選択して我々に提供してくれるものが、我々の環境を構成するというのである。言い換えると、「実際の世界が、我々が届けない、我々が見られない位置にある限り、メディアが示す世界は、世界に対する我々の唯一の観点になる」(Noelle-Neumann, 1993, p. 150) というのである。

このような Lippmann の論議を受け継ぎ、マス・メディアの世論への影響をより具体化したのが、議題設定研究とメディア・フレーミング (media framing) 研究である。前者は、人々がある 이슈が重要であると知覚することにおいて、ニュース・メディアが重要な影響を及ぼすということであり (例えば, McCombs & Shaw, 1972), 後者の場合は、これより進み、 이슈の重要性だけでなく、 이슈についてどのように考えるかにまでニュース・メディアが影響を与えるというのである (例えば, Pan & Kosicki, 2001). 以下では、ニュース・メディアのこの二つの機能に関してより具体的に見ることにする。

3-1-1. 議題設定研究

Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro (1999) は「世論ダイナミズムにおいて重要な、しかししばしば過小評価される力は、どのようにそしてなぜ人々は他のイシューではなく、あるイシューに注意を傾けるように選択するのか、他の問題でなくある問題に関して考える時間と努力をより多く注ぐように選択するのか、である」(p. 388) と指摘している。彼らは、イシューに対する知覚とイシューに対する注目は、それに対する意見の立場 (opinion position) を形成することに先行し、我々の注目の範囲、そして与えられた時間の中で我々が扱えるイシューの範囲は制限されていると指摘している。彼らは、人々は各々環境問題、貧困問題、性差別問題など、多様なイシューに関心を持っているが、このようなイシュー全部に対して均等な関心を持っている人はほとんどいないと指摘し、むしろ人々は彼らの関心を「議題化し (agendize)」, それに優先順位を付与すると強調し、ニュース・メディアは我々がそれに対して意見を持つイシューの議題に微妙に、そして持続的に影響を与えていると強調した。

McCombs, Einsiedel, & Weaver (1991) によると、議題設定の概念は「我々の頭の中の映像」という Lippmann のアイデアと「言論は人々に何を考えるべきかに関して語るにおいてはそれほど成功していないが、何に関して考えるべきかに関して語るにおいては非常に成功している」(McCombs, Einsiedel, & Weaver, 1991, p. 12) という Bernard Cohen の観察にその起源をもっている⁷。言い換えれば、メディアは、我々がどのような意見を持つべきかを我々に伝達するにおいては、それほど効果的では

⁷ しかし、竹下 (2002) は、議題設定関連文献の中、引用されている頻度において Lippmann が圧倒的に多いが、実際に議題設定に関する多くの実証研究が検証してきたのは、Lippmann が提起した擬似環境より、Lazarsfeld & Merton が提起した「地位付与機能 (status-conferral function)」であると指摘している。また、Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro (1999) もメディアの議題設定機能と「地位付与機能」との論理的類似性を指摘している。

ないが、我々が何に関して意見を持つべきかを我々に伝達するにおいては、非常に効果的であるということである。

Glynn, Herbst, O'Keefe, Shapiro (1999) のレビューによると、多くの研究がニュース・メディアの議題設定機能を証明した。新聞あるいはテレビ・ニュースが特定の事件あるいはイシューに関してより多く報道し、強調すればするほど、このようなメディアのオーディエンスはその事件とイシューをより顕出 (salient) で、より重要なものとして考える可能性があるということである。

McCombs & Shaw の研究は、ニュース・メディアで扱われたイシューの順位と公衆によってこのようなイシューに付与された重要性の順位との直接的関連を発見した (McCombs & Shaw, 1972)。市民がどのようなイシューが最も重要であると思うのか、その重要性の順位は、そのようなイシューがニュースの注目を浴びる程度とかなり高い一致度を示した。つまり、イシューに対して人々が与える重要度は、そのイシューがどのくらい多く報道されたのかによって予想された。このような研究で、ニュース報道は典型的に新聞、雑誌、そしてテレビ・ニュースの内容分析によって測定された。個々のトピックはそれらが、印刷メディアの場合は空間、あるいは放送ニュースの場合は時間の側面で、どのくらい多く報道されたのか評価された。また、トピックに与えられた顕出性 (salience) も考慮されたが、例えば、新聞の場合は、どのくらい1面に報道されたのか、あるいはテレビの場合、ニュースの始まりとどのくらい近いのかによって、その顕出性が測定された (Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro, 1999)。

また、このような関係の時間的順序を綿密に追跡した研究もあったが、これはニュースがオーディエンスの議題を形成するようにする（その反対ではなく）のを示す上で、非常に重要な作業であると、Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro (1999) は指摘した。大部分の場合、イシューは

ニュースの議題の中で最初に強調され、それが公衆の中で重要であると知覚された。多くのトピックにわたる、テレビ・ニュースを含む実験室研究がこれを証明したと Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro (1999) は指摘している。

McCombs, Einsiedel, & Weaver (1991) は、このような議題設定研究が、それ以前まで無視されてきたメディアの効果を再び強調する、一種のメディアの強力効果理論として位置付けられうるが、しかし、それは、決して、あらゆる人々に同一の効果をもつ普遍的な (universal) ものではないという点を強調している。つまり、公衆議題 (public agenda) を形成する言論のこのような力は明白にその限界を持つというのである。Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro (1999) のレビューによると、議題設定の多様な側面を調査した広範囲の研究にも関わらず、どのような条件の下でそのような影響が大きくなるのか、あるいは小さくなるのかに関する、確実な結論はまだない。ある研究はイシューに関するインターパーソナルな討論が議題設定の影響を小さくすると指摘しているが、また、他の研究は特定のイシューに関する市民の関与が大きくなればなるほど、議題設定の効果は大きくなるという結論を提示する。人々は、ニュース・メディアの影響が彼らの関心、あるいは経験を強化する時、そのようなメディアの影響をより受けることがあるというのである。

このように、最近の議題設定研究は、インターパーソナル・コミュニケーションとの関係を考慮に入れたり、単にイシューの重要性だけでなく、イシューの様々な属性（論点や側面）に対する影響までも視野に入れたり⁸して、その研究範囲を広げている。竹下 (2002) は、議題設定研究は

⁸ これは、「属性型議題設定 (attribute agenda setting)」もしくは「第二レベルの議題設定 (second-level agenda setting)」と呼ばれるもので、このアプローチの、フレーミング研究との類似性のために、議題設定研究者とフレーミング研究者との間で様々な論議が行われている（例えば、Maher, 2001; McCombs & Ghanem, 2001; 竹下, 2002）。

これからも、その概念的問題をより精緻化しなければならないし、また、新しいメディア環境における新たな問題に挑戦していかねばならないと指摘した。

3-1-2. メディア・フレーミング研究

マス・メディアの人々への影響をより徹底的に追究したのが、メディア・フレーミング研究である。

Entman (1993) はフレームを次のように定義した。「フレーミングを行うことは、知覚された現実の中からある側面を選択し、それをテキストの中で明示化することであるが、そのような選択と明示化は特定の問題の定義、特定の因果関係解釈、特定の道徳的評価、そして・あるいは特定の解決策を奨励する形で行われる (To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communicating text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation and/or treatment recommendation)」。 (p. 52). Entman (1993) の定義以外にもフレームに関する定義は様々な研究者によって行われてきたが、Reese (2001) はそのような定義を踏まえた上で、彼なりに次のような作業定義 (working definition) を提案する。

フレームは、社会的に共有されており、一貫性を持つ、社会的世界を有意味に構造化するために象徴的に機能する組織化原理である (Frames are *organizing principles* that are socially shared and *persistent* over time, that work *symbolically* to meaningfully *structure* the social world) (p. 11, 強調は原文によるもの)

Tankard, Jr (2001) は、メディア・フレーミングは、それが古い「客

観性とバイアス (objectivity and bias)』パラダイムに対するオルタナティブを提供してくれるし、また、マス・コミュニケーション効果を理解する上で手助けになるし、さらに、コミュニケーション実行者 (communication practitioner) に価値ある提案を提供してくれるので重要であると指摘している。

このようなフレーミングはいくつかの重要な面においてバイアスとは異なる (Tankar, Jr, 2001, pp. 96-97)。第一に、それはより複雑な概念である。それは、賛成あるいは反対、好意的あるいは非好意的、否定的あるいは肯定的という概念を超えるものである。フレーミングはより複雑な感情的反応の可能性と、また認知的次元 (態度だけでなく対象に対する信念) を含んでいる。第二に、フレーミングはテキストつまりメディア・プレゼンテーションが状況を定義し、イシューを定義し、論争の中の用語を提示することができるということを認知している。

フレーミングは、また、メディア・ディスコースの豊富さと、具体的なトピックが異なる仕方で提示されると現れ得る微妙な差異を反映する。このような微妙な差異は、賛成あるいは反対という粗雑なバイアス・アプローチではしばしば失われるものである。

このようなメディアによるフレーミングは、Entman (1993) によって説明されたように、政治的問題の特定の側面を強調し、これはそのような問題に対して、特定の政治的バイアス、あるいは道徳的判断に傾いている解決策を提示することにつながる。彼は、アメリカとソ連との間の冷戦の例を提示しているが、それは1950年代から1980年代までの世界の事件に関するニュース報道の大部分を支配した。発展途上国の内戦は、例えば、その国家に関するイシューと原因よりは「共産主義者」、あるいはソ連と関連しているグループが介入しているのか、そしてその介入はどのように行われたのかという文脈の中で、アメリカのニュース・メディアに報道される傾向があったというのである。

また、Iyengar (1991) による一連の実験はフレーミング効果の可能性を示したと、Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro (1999) は指摘している。彼は、テレビ・ニュースはしばしば、適切な文脈、あるいは説明を提供せずに、「エピソード的 (episodic)」つまり、事件に基づいた (event-based) ストーリーにあまりにも多くの強調点を置いていると批判する。しかし、イシュー、あるいは事件と、政策との関連を示してくれる、より「テーマ的 (thematic) な」ストーリーは、より幅広い、有用な情報を提供してくれると、彼は指摘する。このような二つのストーリーの伝達方式が、オーディエンスがそれらにどのように反応し、それらをどのように解釈するのかに影響を与えているということを、Iyengar (1991) の研究は示している。

彼は、オーディエンスに六つのイシュー（犯罪、国際テロリズム、貧困、失業、人種間不平等、そして、1980年代のイラン・コントラ・スキャンダル）に関するニュース報道を見せた。異なるオーディエンス・グループは各々のイシューに関する異なる報道方式に接した。つまり、ある人々は特定のイシューに関するエピソード的なバージョンを見、他の人々はテーマ的なバージョンを見た。オーディエンス・メンバーは、その後、ニュース・ストーリーの中で描写された問題に関する責任の所在に関して質問された。言い換えれば、人々はニュース・ストーリーを見た直後に、このような問題の原因に関して政治的判断を形成するように要求された。全部の場合ではないが、大部分の場合、ニュース・ストーリーのエピソード的なバージョンを見たオーディエンスは、その問題の中で登場する個人に責任を帰属させる傾向がある反面、テーマ的なバージョンを見たグループは社会的条件、あるいは政策にその原因を帰属させた。Iyengar (1991) は、このような結果の含意は、テレビ・ニュースの中、テーマ的報道よりエピソード的報道の方が多いうことを考慮すると、テレビ・ニュース視聴者達は、彼らが見る問題に対して、社会的条件、あるいは政策を批判する

より、個人の短所を批判する傾向になりうる、と指摘した。

このように、フレーミング研究は、人々に対するマス・メディアの影響の大変興味深い研究結果を提示しているが、Tankard, Jr (2001) は、そのようなアプローチの最大の問題点として、その客観的基準が未だにないということ指摘している。つまり、上でフレーミング研究の長所として指摘した、トピックが提供される方式の微妙な差を区別できるという点が、また、フレーミング研究の問題点にもなるわけで、そのような微妙さがフレーミングを定義することを難しくするというのである。彼は、日常的用法そして学問的用法両方において、フレーミングという用語はしばしば、主にメタファーとして誤って用いられていると指摘した。フレーミングに関する初期の研究のほとんどは、量的なテキスト分析アプローチに依存したが、それは、研究者個人が、専門家として一人で作業をし、メディア内容のフレームを同定することであった。このようなアプローチはフレーム同定を主観的過程にしてしまう恐れがあるというのである。つまり、このような個人研究者による分析には一連の可能なフレームの同定が恣意的に行われる恐れがあるというのである。彼は、フレームを定義することにおいて体系的でない (unsystematic) アプローチは、可能なフレームの集合 (set) が枯渇的 (exhaustive) でないこと、あるいはフレームのカテゴリーが相互排他的 (mutually exclusive) でないことを意味する可能性があり、また、可能なフレームを定義することにおいて体系的な (systematic) アプローチがないと、研究者達が意識的あるいは無意識的に探し出そうとしたフレームを見出す傾向がありうると指摘し、フレーミング研究において客観的基準の確立が重要であると指摘した。

3-2. 世論におけるインターパーソナル・コミュニケーションの影響

世論におけるインターパーソナル・コミュニケーションの影響はしばしば看過されてきたが (Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro, 1999), 「科学

的」コミュニケーション研究の歴史では、マス・メディアの影響よりインターパーソナル・コミュニケーションの影響の方が先に注目されており、マス・メディアの影響に対する注目は、それに比べ、むしろ新しい流れである⁹。

一般的に、マス・メディアの効果研究の歴史は三つの時期に分類される(竹下, 2002, p. 7)¹⁰。第一の時期は、20世紀初頭(特に第一次世界大戦後)から1930年代にかけてで、アメリカを中心に、メディアの力を万能視する「魔法の弾丸理論(magic bullet theory)」や「皮下注射モデル(the hypodermic needle model)」といった見方が広まった時期である。

第二の時期は、1940年代から60年代前半にかけてである。メディア効果に関する実証的研究が本格化し、知見がある程度蓄積された結果、いわゆる「限定効果論(the limited effects theory)」が登場する。マス・メディアは受け手の既存の態度を変化させるよりも補強する方向に働くことが多い、という Joseph Klapper (1960) の一般化は、その前の時期から一転して、メディアの無力さを証明したものと当時は解釈された。

そして1960年代後半(特に70年代)以降になると、限定効果論を批判し、あるいはその射程外の問題に着目することで、メディアの影響力を再評価するような新しい理論がいくつか登場する。議題設定理論、培養理

⁹ それにも関わらず、本論文の中世論へのインターパーソナル・コミュニケーションの影響より、マス・メディアの影響を先に論じたのは、コミュニケーション研究に対する「科学的」アプローチが行われる前から、大衆社会論を基に、事例的な証拠に基づいた推論(speculation)ではあるが、マス・メディアの効果に関する研究が進行していた点、そして、政治的情報の流れにおいて、インターパーソナル・コミュニケーションよりマス・メディアが1次的である(Lenart, 1994)という点、つまり、大部分のイシューにおいてそのイシューに関するインターパーソナル・コミュニケーションが行われるためには、それがまずマス・メディアによって報道されなければならないという点に起因する。

¹⁰ 竹下(2002)は、このような3時期の区分に対して、その基準の曖昧さを指摘しながら、より具体的で細密な区分が行われるべきであると提案しているが、このような3時期の区分が一般的であることは認めている。

論、沈黙の螺旋理論など、いわゆる「強力効果論¹¹」に分類される諸理論である。

このように単純に図式化されたコミュニケーション研究の歴史の中で、コミュニケーション効果に対する科学的アプローチが最初に登場したのは第二の時期で、この時期、Carl Hovland, Paul Lazarsfeld などの研究者達は、マス・メディアの説得的影響をそれほど大きくなく、むしろ人々の先有傾向などの多様な媒介要因（Hovland の場合）とオピニオン・リーダーの影響（Lazarsfeld の場合）など個人的特性とインターパーソナルな関係の特性が、マス・メディアの影響より強力であることを発見した（Lenart, 1994）。言い換えれば、科学的コミュニケーション研究が登場して以来、最も先に登場したのは限定効果パラダイム、つまり、マス・メディアの効果よりはインターパーソナル・コミュニケーションの効果がより大きいという考え方である。

Lenart (1994) は、世論、あるいは個人の意見に影響を及ぼすインターパーソナル・レベルの影響を3つ—個人間の影響 (person-to-person influence)、集団レベルの影響 (group level influence)、意見風土の影響 (opinion climate influences)¹²—に分けたが、以下ではまず彼の区分にし

¹¹ しかし、これに関して本によっては、異なる名称が使われているが、例えば、Windahl & Signitzer with Olson (1992) は、竹下 (2002) と同様、「強力効果論 (the powerful mass media)」という名称を使っているが、Baran & Davis (1995) の場合は、「中効果論 (the moderate effects)」という名称を使っている。

¹² Noelle-Neumann (1993) は、意見風土の知覚を主にマス・メディアの影響として捉えており、これは Lenart (1994) も認めている。しかし、Noelle-Neumann (1993) が意見風土の知覚におけるインターパーソナル・コミュニケーションの影響を全く無視したわけではないし、文脈によっては（例えば、Lenart (1994) の実験のように被実験者同士の討論）インターパーソナル・コミュニケーションが、その場の意見風土を知覚する上での唯一の情報ソースである場合もある。したがって、Lenart (1994) は、むしろ、意見風土の影響は、マス・メディア、インターパーソナル・コミュニケーション両方によって生み出されるものとして捉えており、主にマス・メディアの影響を受ける意見風土を社会における意見風土 (societal opinion climate)、そして、主にインターパーソナル・コミュニケーションの影響を受ける意見風土を地域における意見風土 (local opinion climate) と名づけている。彼が、個人の意見に影響を及ぼす三つのインターパーソナル影響の中、意見風土の影響だけを複数 (influences) で表記したのは、このように意見風土の影響は二つのレベルで行われるからである。

たがって、個人の意見に影響を及ぼす多様なインターパーソナル・レベルの影響に関して見てみることにする。

3-2-1. 個人間の影響 (person-to-person influence)

Lenart (1994) は、この水準の分析は、コミュニケーションの二段階流れモデルの伝統に起因するものであると指摘している。Katz & Lazarsfeld (1955) の個人的影響の研究に基づいて、二段階流れモデルは、個人と個人との間の影響を潜在的メディア効果から公衆を保護するものであると見た、と Lenart (1994) は指摘した。

Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet (1948) は「観念はしばしば、ラジオや印刷物からオピニオン・リーダーに流れて、そしてオピニオン・リーダーからより能動性の低い層に流れる (ideas often flow radio and print to the opinion leaders and from them to the less active sections of the population)」(p. 151) と指摘した。Lenart (1994) は、この仮設の大部分は、人々は政治に関心がなく、したがってメディアの中の選挙キャンペーンに注目していないという観察に基づいていると指摘している。そして、政治的に無関心な人々は、むしろ彼らの同輩の中のキャンペーン情報に関心がある人々に依存しているというのである。Lenart (1994) は、このような文脈で、インターパーソナルなオピニオン・リーダーを経由したメディアからの人々への情報の二段階流れは、オピニオン・リーダーの役割が影響の潜在的な運搬体であることを示していると指摘した。

勿論、1940年代以降、メディア・テクノロジーとメディア環境は大きく変わり、二段階流れモデルも多くの修正を受けた (Lenart, 1994)。このような発見の中で注目を引く研究が Robinson (1973) によって提示された。彼は、影響は一方向的なものではないと指摘しながら、メディア、オピニオン・リーダー、そして他の市民との間の相互作用に、より注意を払うべきであると主張し、そのモデルの修正を試みたのである。彼は、ある

人が他の人と相互作用するとしたら、影響は一方向的でなく、少なくとも多少は共有されるであろうと指摘し、その「流れ」は、少なくとも多少は下向的であると同時に、「上向的」でもあると主張した。彼は、オピニオン・ギバーとオピニオン・レシーバーは、非常に重なっており、したがってオピニオン・リーダーとファロワーという当初の二段階流れモデルでの区分よりは、オピニオン・シェアリングという概念がより適切であると主張した。そして、メディアから人々への直接影響も当初の二段階流れモデルよりは頻繁であることを発見した。

このような初期モデルの修正にもかかわらず、伝統的な二段階流れ研究のインターパーソナル・ダイナミズムの発見は、個人間のコミュニケーションの中での影響ダイナミズムに重要な洞察を与えていると Lenart (1994) は指摘している。Lenart (1994) によると、この中で最も重要なのは、オピニオン・リーダーと彼らが影響を与える人々が非常に同質で、主に家族、友人、そして同輩という一次的集団に属しているということである。共有された価値、信念、そして同じような教育水準や社会的地位などに基づいた同質的なコミュニケーションは、インターパーソナル・コミュニケーションの多くの部分を特徴付ける傾向がある。「個人間の共通性は、彼らをコミュニケーションを行うように導き、また、そのコミュニケーションを有意義なものにする傾向がある」(Rogers, 1973, p. 300, in Lenart, 1994, p. 19) ということである。したがって、「個人間の政治的コミュニケーションは、そのような相互作用の同質性のために、非常に影響力があると期待される」(Lenart, 1994, pp. 19-20).

3-2-2. 集団レベルの影響 (group level influence)

政治学におけるインターパーソナルな影響を扱った最近の研究は、二段階流れの古い仮定より、準拠集団というマイクロ環境 (microenvironment) の中での主な討論者 (main discussant) の役割に注目している、

と Lenart (1994) は指摘した。「ネットワーク分析」,あるいは「社会的文脈 (social context) 研究」と呼ばれるこのような研究は,個人間の影響より,より広い社会的文脈に注目しており,例えば, Huckfeldt & Sprague (1995) は次のように述べた.

討論者の影響を研究することは,単純に個人間の影響の流れを研究することではない.むしろ,それは,個人を社会の中の集団と結びつける結合 (linkage),そして,個人達の政治 (politics of individuals) がより広い社会の集合と構造的に関連する方式に関する,より徹底した探求である (p. 160)

Lenart (1994) は,このような観点は基本的にグループ・メンバーシップの社会心理に依存していると指摘する.つまり,このような観点は,個人が,社会的に同質的な集団の中の他者と相互依存していると捉えるが,集団のメンバーシップは集団のアイデンティティを維持し,集団の目標を達成するために必要な合意を提供するために同調を要求する.また,集団の規範から逸脱した成員に与えられる否定的サンクションに加えて,集団の結束 (cohesiveness) は,個人に対する社会的サポートと機能的利益の提供によってさらに維持される.このように,インターパーソナルな関係は個人に:

1. コミュニケーション・ネットワーク
2. 個人の意見,態度,習慣,価値の準拠点 (anchorage point)
3. 共有された価値に基づいた,共有された引力 (attraction) 過程を説明する,価値同質性 (value homophily) の創造

を提供する.

インターパーソナル・コミュニケーションに関する最近の研究はこのような側面を強調する.情報と意見の準拠点 (anchorage) におけるイン

ターパーソナル・コミュニケーション・ネットワークの重要性に関して、最近のコミュニケーション研究者は次のように主張する。

我々の個人的な世界観に内在している限界を補充するために、相互作用は必要である。それは、ある一つの観点が持つ主観的で家父長的な特性に対抗する一つの方法である。ある一つの事件を捉えるただ一つの正しい観点、あるいはある一つの問題に対する完璧な解決策はないとしても、相互作用は、人々がどのような知覚が、他の知覚より有用でないかを発見する上で役に立つ (Jones, Barnlund, & Haiman, 1980, p. 22, in Lenart, 1994, p. 21).

Lenart (1994) のレビューによると、集団の結束 (cohesiveness) は、固有の慣性 (inertia) を持ち、社会的影響 (social influence) と強い関係を持つ。つまり、より強い結束は、個人のメンバーシップにより大きな満足を与え、その成員が影響 (説得) を与えたり、影響 (説得) を受けたりする傾向は、より結束の強い集団ほど大きいということである。なぜなら、集団に魅力をたくさん感じる成員が、一般的に (その集団の) 他の成員の話によく耳を傾ける傾向があり、その意見をより受け入れる傾向があるからである。

また、Lenart (1994) は、準拠集団の影響は社会的相互作用の中で出会う肯定的、そして否定的補強 (reinforcement) によって最もよく説明されると指摘した。つまり、政治的討論の中、個人は彼らの態度が他の人々のそれと同じであったり、あるいは異なったりすることに気づくが、同じ態度はその個人に有益な肯定的補強や社会的承認を与えるが、異なる態度は社会的非承認という形の否定的な補強を与えるということである。そして、異なる態度を持っている場合、それを集団の意見に順応させるインセンティブは、その集団の結束や同質性の程度によって媒介される。

準拠集団の同質性や結束が政治的行動に大きな影響を与えるという主張は、態度変化が最も注目する変数 (variable of interest) である場合は理論的な問題点を露呈すると、Lenart (1994) は指摘する。ここで論議されている効果は、主に、態度変化ではなく態度補強である場合が多いからである。これに対して、Lenart (1994) は、態度変化は、準拠集団の異質性と関係していると説明する。つまり、家族のような非常に結束の強い準拠集団では、その影響の方向が以前の態度を補強することによって特徴付けられる反面、結束の弱い準拠集団では、ある程度、既存の態度と競合したり、少なくともそれを疑問視したり、弱めたりする影響を提供することがあるということである。

3-2-3. 意見風土影響 (opinion climate influences)

世論、あるいは個人の政治的意見に対する意見風土の影響に関する論議は、Noelle-Neumann の沈黙の螺旋理論に基づいている。そして、意見風土の影響に関する考え方は、Noelle-Neumann の世論の捉え方と非常に密接に関連している。したがって、まず、彼女の世論の捉え方から見ることにする。

Noelle-Neumann (1993) は、一連の選挙研究を通じて、口頭の支持 (vocal support) を得ている観点 (viewpoint) が現にそうである以上に優位に見え、他方の観点は弱く見えるようになることを目撃した。彼女は、ある状況におけるそのような傾向は別の状況にもつながり、優位な観点を支持する人々は声を出しつづけ、他方の観点を支持する人々は声を出さずに沈黙しつづけると主張し、それは、優位な観点が公的な場を支配し、他方の観点が公的な場から消えていき、公衆の知覚の中からも消えていくまで、螺旋的過程を経ながら続くと主張し、そのような、ある観点が優位に立ち、自らを優位に見せ、他方の観点の支持者を沈黙させる過程を「沈黙の螺旋 (spiral of silence)」と呼んだ。

彼女は、個人が持っている孤立に対する恐怖 (fear of isolation) が、沈黙の螺旋過程を始動させる力として作用すると主張する。「孤立しないで一団となって走るのは気持ちいいものだろう。が、皆と同意見を公然と表明してこの一団の内に加われないのであれば、第二の選択として、皆に許容してもらうために少なくとも沈黙を守るという道もある。」(Noelle-Neumann, 1984 (池田謙一 (訳), 1988), p. 8)

Noelle-Neumann は、「人々は過ち (error) より孤立 (isolation) を怖がっている」という de Tocqueville の説明と集団の判断に順応する人々の心理的傾向を示した Asch の実験を引用しながら、個人が孤立に対し感じる恐怖が相当なものだと強調し、それは人間の社会的性質 (social nature) に起因するものだと主張する。「我々の社会的性質は、我々を同輩からの孤立 (isolation) と分離 (separation) を恐れるようにし、彼らに尊敬され、好かれることを望むようにする」(Noelle-Neumann, 1993, p. 41) というのである。

Noelle-Neumann (1993) は public と opinion という言葉それぞれの意味を考察する上で、世論の新しい定義を試みる。

まず、彼女によると、opinion は二つの異なる意味を持つ。一つ目は、それは知識と区別される判断という意味である。つまり、opinion とは、知識、信念、確信とは区別される、正確ではない価値のない判断という意味で、このような立場の代表的なものとして、彼女は、「opinion は、客観的のみならず主観的にも不十分な判断」(Noelle-Neumann, 1993, p. 60) という Kant の言葉を引用している。opinion が持つ二つ目の意味は、アングロ・サクソンとフランス語での opinion という言葉の使い方と関連がある。つまり、それは「opinion が価値があるものなのか価値がないものなのかという判断は留保したまま、それを全人口の合意、あるいは全人口の一部の合意としてみなす」(Noelle-Neumann, 1993, p. 60) というもので、このような立場の代表的な例として David Hume が「common

opinion (共通の意見)」という用語と opinion を同じ意味で使っていたことが挙げられている。すなわち、このような伝統では、意見とは社会的に受け入れられる (acceptable) という意味を持つ。彼女はこのような「社会的に受け入れられる」という意味を持つ後者のほうが世論研究において多くの示唆点を提供していると指摘している。

public も、opinion と同じく、複数の意味を持っているが、それは次の三つである (Noelle-Neumann, 1993, pp. 61-62)¹³。

public の一つ目の意味は、その公開的側面を強調する、public の法的意味である。それは誰に対しても開かれており—例えば、公的な場所 (public place)、公道 (public path)、公開裁判 (public trial) のような—、個人が所有権を主張する私的なものとは区分されるものである。

public の二つ目の意味は、public right (公権) と public force (警察力) という概念の中で探することができる。ここでの public は、国家の介入を意味する。このような二つ目の使い方 (usage) によると、public とは公共的利害と関連している。

Noelle-Neumann は、public の持つ三つ目の意味は社会心理学的なものだと主張する。彼女は、個人は、彼が思考し感知する内的空間の中のみに住んではいないし、彼の生活はまた外に向けられていると述べ、ある特定の条件の下で露出された個人は、例えば、共通の宗教を通じて生まれた親密感や信頼によって守られるが、しかし、文明が発達するにつれて、個々人はより公開的な社会の要求の前で露出されるようになると指摘する。そして、個人が持つ、孤立に対する恐怖や軽蔑 (disrespect)、評判を

¹³ public の意味を三つに分けるのは、しかし、一般的なものではない。例えば、Vincent Price は、public が二つの意味を持っていると述べているが、その一つ目の意味は、公的な場所 (public place) の意味のように、誰もがアクセスできる (public access)、という意味を持つもので、二つ目の意味は、皆の関心を引き問題、具体的に、国家、官庁などの問題と関連しているという意味である (Price, 1992, pp. 7-8)。これは、それぞれ、Noelle-Neumann が分類した、public の一つ目、二つ目の意味に該当する。

落とすこと (unpopularity) に対する恐怖によって、個人は絶え間なく彼の環境に注目し、したがって、「公の目 (public eye)」を知覚するようになると主張する。このように、個人が絶え間なく注目する、評判と不評、尊敬と軽蔑を裁き分ける匿名の法廷が public の三つ目の意味だと彼女は指摘している。

Noelle-Neumann は、大勢の研究者たちは独立した個人という理想に魅了され、同輩の意見を恐れる個人の存在を見落としたと批判し、したがって、世論に関する 20 世紀の様々な定義の中で public の社会心理学的側面は無視されてきたと指摘している。しかし、彼女は、このような public の社会心理学的意味は、人々によって、彼らの感覚的、社会的皮膚 (sensitive social skin) の中で、そして、彼らの社会的性質 (social nature) の中で感知されてきた意味だと主張する。

以上のような、opinion と public の意味を考察した後、Noelle-Neumann は、世論に関する、新しい操作的定義に取り組んだ。それは、世論は「個人が、孤立に対する恐怖を持たずに、公開的に表明できる、論争的イシューに関する意見である」(Noelle-Neumann, 1993, pp. 62-63) とするものである。しかし、彼女は、世論に関するこのような定義は、ただ様々な意見が競争する場合にのみ適用できる、という前提を強調している。つまり、Tonnies が、世論が社会集団の様々な状態—つまり、固体状 (solid)、液状 (fluid)、ガス状 (gaseous) の状態—の中に存在すると述べたことを引用すると、沈黙の螺旋はただ社会が液状である時のみ存在するということである (Noelle-Neumann, 1993, p. 63)。

Noelle-Neumann は、意見の分布や対立している傾向の相対的力という考えは、「世論」という表現より「意見の風土 (climate of opinion)」という表現の中によく現れていると指摘し、沈黙の螺旋は、まさにこのような意見の風土に対する反応であると指摘している。そして、このような環境に対する観察は、二つのソースを通じて行われるが、それは、個人の

環境に対する直接的観察と、マス・メディアを通じて得る環境に関する情報であると述べている。Noelle-Neumann (1973) が、「強力なマス・メディア概念への回帰 (return to the concept of powerful mass media)」と主張するのは、まさに、このようなコンテクストの中である。つまり、「メディアは、人々が意見風土を見積もる際、利用する二つのソースの一つである。影響力のあるメディアは言葉と主張 (words and arguments) を他のジャーナリストとその立場を支持する人々に貸し、したがって、世論過程に影響を与え、話すか、沈黙するか、という傾向に影響を与える」(Noelle-Neumann, 1993, p. 200) のであり、「個人が自分の意見がメディアによって支持されていることを知覚するのは、個人の話す意思を決める際の重要な要素である」(Noelle-Neumann, 1993, p. 201) のである。

つまり、簡単に言うと、Noelle-Neumann (1993) によれば、我々の意見風土の知覚は主にマス・メディアの影響を受けるが、そのような意見風土の知覚が、他者に対し自分の意見を話すか、あるいは、沈黙するか、という我々のインターパーソナル・コミュニケーションの成立を決定するということである。しかし、意見風土の知覚に利用されるもう一つのソースとしてインターパーソナル・コミュニケーションが存在し、そのインターパーソナル・コミュニケーションによって知覚された意見風土は、必ずしも、マス・メディアによって知覚された意見風土と一致するのではない (Lenart, 1994)。Noelle-Neumann (1993) も「二重の意見風土 (dual climate of opinion)」という表現で、その二つが異なる可能性を述べている。そして、そのような場合、沈黙の螺旋の進行は中止される (Lenart, 1994)。つまり、意見風土の知覚は、専らマス・メディアからの影響によるものではないということであり、インターパーソナル・コミュニケーションとの関係においても捉えることができる。

このような沈黙の螺旋理論に対して多くの批判が行われ¹⁴、また、その理論を検証しようとする多くの研究が行われたが、金 (2001) のレビューによると、このような研究の中で支配的意見 (dominant opinion) を知覚することが意見の表明に影響を与えるという Noelle-Neumann の主張は検証されたが、その相関関係は弱かった¹⁵。

しかし、このような意見風土の世論に対する影響は、多元的無知 (pluralistic ignorance)、鏡像知覚 (looking-glass perception)、第三者効果 (third person effect)、虚偽合意 (false consensus) などの知覚効果と共に、世論形成過程に影響を与える知覚的效果として今も注目されている (Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro, 1999)。

4. 結論に代わって—情報の総合的流れモデルの台頭

以上の論議から見ると、世論過程におけるの二つの情報または影響のソースとしてのマス・メディアとインターパーソナル・コミュニケーションはきわめて重要であり、Price & Roberts (1987) が指摘しているように、その二つの中のどちらも世論過程においては欠かせない存在である。しかし、最近までの世論研究では、この二つのコミュニケーション・ソースを共に考慮せずに、個別的に研究されてきた (Katz, 1995; Kim, 1996; Lenart, 1994)。

世論の最も重要な特徴は、その動的な側面である (Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro, 1999)。「世論は時間の経過と関係のない静的で動かない物体ではない。むしろそれは人々がどのように考え、どのように相互作用し、どのように政治的なものを彼らの中で組織化していくのか、という、非常にダイナミックで、流動的過程である」(Glynn, Herbst, O'Keefe,

¹⁴ その主な批判に関しては、平林 (1987, 1992) を参照されたい。

¹⁵ 特に、沈黙の螺旋理論を検証する研究の中でサーベイ方法を用いた研究のレビューは Glynn, Hayes, & Shanahan (1997) を参照されたい。

& Shapiro, 1999, p. 381). Price (1992) はこのような世論形成の過程をコミュニケーション過程として概念化し、世論のディスコース・モデル (discursive model of public opinion) を提示する。「世論のディスコース・モデルは、世論を、個人の思考だけに還元されない、討論と論争を通じた発現的産物 (public opinion is an emergent product of debate and discussion, which cannot be simply reduced to an individual's thoughts) として理解するものである」(Kim, 1997, p. 49). このように世論形成過程を捉えると、その中心には人々の中の相互作用、つまり討論と論争が存在しており、したがって、世論形成過程においてインターパーソナル・コミュニケーションが重要な意味を持つようになる。しかし、「意見の形成と変化の最も一般的な基盤 (the most common grounding for opinion development and change)」(Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro, 1999, p. 409) である個人間の会話と討論の役割は、最近まで世論形成過程においてあまり注目されなかった¹⁶ (Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro, 1999; Kim, 1997). Katz は世論研究、マス・コミュニケーション研究、世論理論が断絶しており、したがって大部分の最近の世論研究の中で「会話が喪失されている (conversation is missing)」と指摘した (Kim, 1997). このような傾向は世論研究の伝統にも反しているもので、Price (1992) は世論研究の歴史をレビューし、「このような作業を通じて現れた最も顕著なテーマは、世論と討論、論争、集合的意思決定過程との密接な関連」(p. 91) であると指摘し、このような関連は政治学的—哲学的世論の起源と初期の歴史にまで遡ると指摘した。

¹⁶ Glynn, Herbst, O'Keefe, & Shapiro (1999) は市民の間の日常的な意見の伝達過程がほとんど研究されなかった理由を、インターパーソナル・コミュニケーションの遍在性 (ubiquity) から求めており、Kim (1997) は、研究者達が、既に決定されている意見 (predetermined opinion) が存在しており、研究者の任務はこのような意見を単に「引き出す (draw out)」だけであると仮定していたからであると指摘した。

しかし、最近になって、このような世論研究における失われたリンク (missing links, Katz, 1995) を取り戻そうと試みる研究が行われている (例えば, Kim, 1997; Lenart, 1994; McLeod, Daily, Guo, Eveland, Jr, Bayer, Yang, & Wang, 1996; McLeod, Scheufele, Moy, 1999; McLeod, Scheufele, Moy, Horowitz, Holbert, Zhang, Zubric, & Zubric, 1999 など)。ここでは、その代表的なものとして Lenart (1994) が提示した情報の総合的流れモデル (total information flow model) に関する論議を通じて、世論過程におけるマス・メディアの効果とインターパーソナル・コミュニケーションの効果を統合する新しいモデルの意義を考察してみよう (Lenart, 1994, pp. 110-112)。

Lenart (1994) は、世論、あるいは政治的コミュニケーションにおいて、「メディアの政治的影響は典型的に脱文脈的に研究されてきた」(p. 110) と批判し、「インターパーソナル・コミュニケーションの影響は独立的に、そしてメディア効果のフィルターとしても、いつも説明されなければならない」(p. 110) と強調しながら、政治的情報の総合的モデルを提示する。このモデル (図1) は、大統領選挙における情報の総合的流れをモデリングしたもので、これはインターパーソナルな影響¹⁷とメディア影響を統合することに内在している複雑性を示している。

まず、最も基本的なレベルにおいて、情報の総合的流れモデルは、実際の世界の情報が代理者 (メディアとインターパーソナル・コミュニケーション) を経由して、個人に伝達されるということを示している。このようなフィルタリングされた間接的な情報は、それから、固有な情報処理戦略を有する個人によって処理される。結果的に、実際の世界の刺激は、認知連合 (cognition coalesce) に影響を与える前に、異なる二つのフィル

¹⁷ これは、異なる三つのレベル、つまり、個人間の影響 (person-to-person influence), 集団レベルの影響 (group level influence), 意見風土の影響 (opinion climate influences) によって構成される。

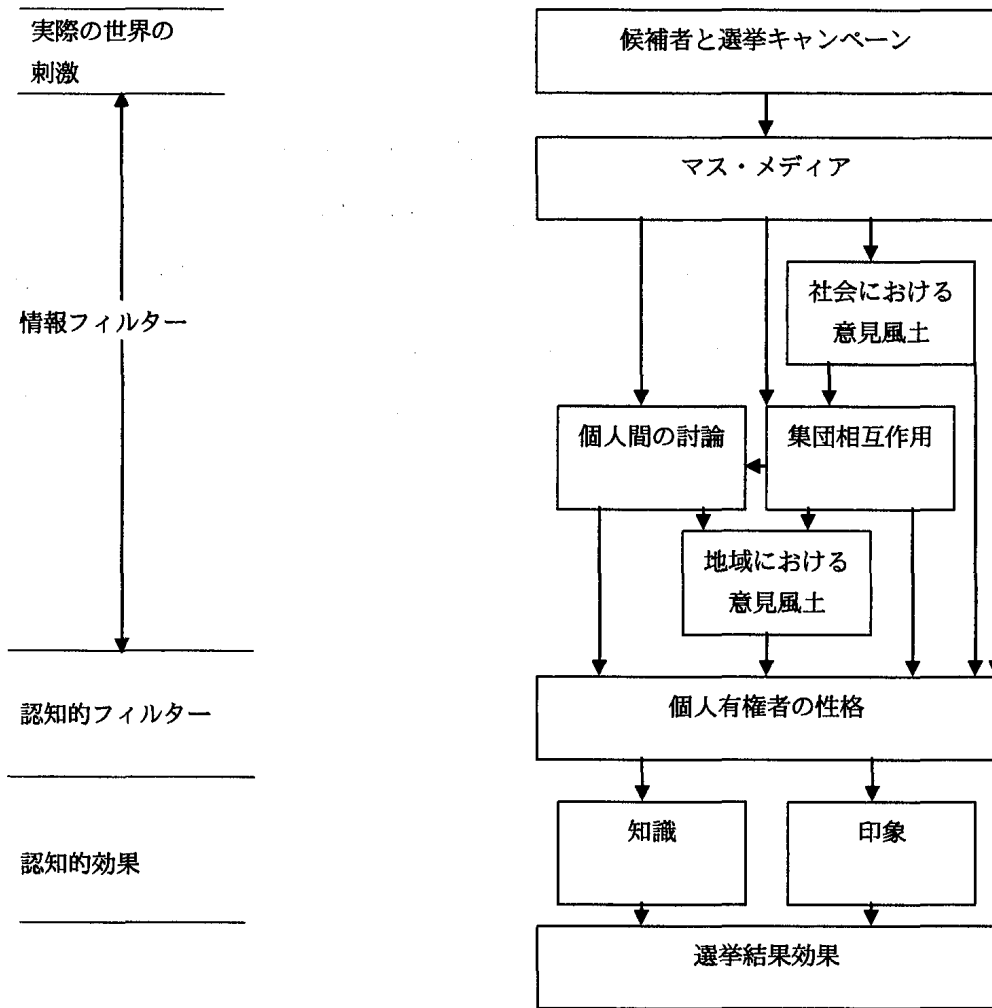


図1. 大統領選挙における情報の総合的流れ (Lenart, 1994, p. 111 より)

ター（情報ソースと認知的なフィルター）を経由しなければならない。このような知識と印象に対する認知的な影響は、投票選択の基盤を提供する。

このモデルは、「候補者と彼らが参加するキャンペーンは、ほとんどの公衆によって、間接的に経験されるという観察に基づいている」(Lenart, 1994, p. 110). 彼は、「マス・メディアは、このような側面において、そのような情報の決定的に重要なソースである」(Lenart, 1994, p. 10)と指摘するが、しかし、「大部分の他の研究とは違って、このモデルは、インターパーソナルな（情報の）拡散に多く依存している、認知的にフィ

ルタリングされた知識と態度効果に対するメディアの影響を概念化する基盤を提供してくれる」(Lenart, 1994, p. 110, 括弧内は筆者によるもの)。そして、彼は「メディア情報のインターパーソナルなフィルターは、三つの異なるレベルで作動するが、それらはお互い完全に区分されるものではない」(Lenart, 1994, p. 110)と指摘する。つまり、個人間の討論は、集団ダイナミズムに統合される部分であり、集団相互作用は、社会における意見風土 (societal opinion climate) ダイナミズムの一部である。ここで、メディアによって始まる意見風土は、インターパーソナル・コミュニケーションを通じて拡散し、沈黙の螺旋を作動させる。同時に、代案的な意見風土 (alternative opinion climate), つまり地域における意見風土 (local opinion climate) は、個人、そして集団相互作用によって活性化される。そして、各々の意見風土はその出発点において、メディア、あるいはインターパーソナル・コミュニケーションに依存しているが、その両者は各々の方式で選挙キャンペーンにおける影響のソースになる。

また、Lenart (1994) は、「情報の総合的流れモデルは、一旦メディアの中でキャンペーンが始まると、全体的なコミュニケーション過程を、メディア、インターパーソナル相互作用、そして意見風土の圧力の相互作用として、最もよく概念化できる」(pp. 110-112)と主張する。そして、このような影響ソースは、キャンペーン期間中、個人有権者に対して、相互的にまたは同時に作用する。

Lenart (1994) は、彼の研究の中で、情報の総合的流れという文脈の中で位置付けられていないメディアとインターパーソナル・コミュニケーションの政治的影響に関する研究は、コミュニケーションの影響を具体化することができないと反復的に強調する。そして、彼は、彼の研究は政治的認知に対するマス・メディアとインターパーソナル・コミュニケーションの影響に関するものであるが、それが、他の領域においても重要なソース相互作用を示唆すると主張する。つまり、「明白に、インターパーソナ

ルな過程は、このような過程の内在的な性質によって、メディアの影響を拡張したり広めたり、あるいは、無効にしたり減少させたりすることができる」(p. 112)ということである。また、彼は、「インターパーソナルな影響の異なるレベルは、相互関連しており、そして、メディアと同時に作動する」(p. 112)ということを強調しながら、「多様なインターパーソナル・ソースからの同時的影響が、実際の世界におけるメディアの影響のインターパーソナル・コミュニケーションによる変化を最もよく捉えられるということは、政治的コミュニケーション過程の複雑でダイナミックな性質を証明する」(p. 112)と主張し、「メディアの影響を情報の総合的流れの文脈の中で捉えようとするならば、インターパーソナルな影響の異なるレベルの特性と機能、そしてそれらがメディアと結合した時に、持つに至る影響のパターンに関する理解がなければならない」(p. 112)ということを再び強調する。

また、最近の世論研究の流れの中で注目すべきことは、Lenart (1994)の研究のように、インターパーソナル・コミュニケーションの影響とマス・メディアの影響が、必ずしも競合するのではなく、総合作用 (interplay) するということに注目して、その両者間の統合的モデルの構築を試みることからさらに発展させ、例えば、Berelson (1952) が提起しているような、古典的政治学の規範的問題意識を取り入れて、政治過程全般にわたる世論過程のモデルの構築を試みていることである。その中で Lazarsfeld (1957) が指摘したように、古典的で規範的な理論を実証研究の中に取り入れようとする試みもなされているが、例えば、熟慮民主主義の公共性 (publicity) と市民性 (civility) の意味を追跡し、それに対する操作可能な下位概念を提示した Park (2000) の研究、熟慮民主主義、公共圏、ニュース・メディア、インターパーソナル・コミュニケーション、意見形成、そして、参加の関係を経験的に捉えようとした Kim (1997) の研究、意見の質 (opinion quality) という規範的な問題に対して主張レパトリー

(argument repertoire) という概念で実証的なアプローチを試みた Price らの研究 (Cappella, Price, & Nir, 2002; Price & Neijens, 1997; Price & Neijens, 1998; Price, Cappella, Nir, 2002), そして, コミュニティの観点から, インターパーソナル・コミュニケーションとニュース・メディア利用の相互作用, そしてそれが政治参加に及ぼす影響を幅広く分析した McLeod らの研究 (McLeod, Daily, Guo, Eveland, Jr, Bayer, Yang, & Wang, 1996; McLeod, Scheufele, Moy, 1999; McLeod, Scheufele, Moy, Horowitz, Holbert, Zhang, Zubric, & Zubric, 1999) は, これからの世論研究の方向を示しているという点で注目に値する。

コミュニケーション研究の歴史はコミュニケーション研究が新しいメディアの出現と共に変化し, 発展したことを示しているという Baran & Davis (1995) の指摘を借りるまでもなく, 最近普遍化しつつあるインターネットは, 他のコミュニケーション研究と同様に世論研究分野においても, パラダイムの転換を求めている。Glynn, Herbst, O'keefe, & Shapiro (1999) が指摘しているように, インターネットの普及は, マス・コミュニケーションとインターパーソナル・コミュニケーションを結び付け, その二つの概念の間の多くの差異を無くしている。このような, インターパーソナル・コミュニケーションの媒体であると同時にマス・メディアでもあるインターネットを研究するためには, 新しい研究パラダイムが必要であり, 上で述べたインターパーソナル・コミュニケーションの影響とマス・メディアの影響を同時に考慮している情報の総合的流れモデルは, インターネット研究のために発展されてきたものではないが, これからのインターネットでの世論形成過程を研究する上で, 非常に重要な概念的な道具になると期待できる。実際に, Kim (2001) は, インターネットはニュース・メディアとしての機能を果たしているだけでなく, 個人間の政治的会話の場にもなりうるし, また, 直接的な政治参加行動の通路としての機能をも果たせると指摘し, したがって, 世論形成過程や政治参加過

程におけるインターネットの役割を研究するためには、ニュース・メディア、インターパーソナル・コミュニケーション、そして政治参加を全部含むモデルで捉えるのが、最も適切であると指摘している。しかし、彼が指摘しているように、研究結果を一般化できず、事例研究に留まらざるを得ないという方法論的な限界は未だに克服されておらず、また、Katz (1995) が指摘しているように、インターパーソナル・コミュニケーションの影響とマス・メディアの影響を統合的に考慮した実証的研究は、まだそれほど多くない。そして、そのような研究における方法論的問題は、解決されているものより、これから解決しなければならないものの方が多い。世論過程のダイナミズムを理解するためには、これからも、さらなる工夫と努力が必要であろう。

参考文献

- Allport, F. H. (1937) Toward a Science of Public Opinion, *Public Opinion Quarterly*, 1(1), pp. 7-23.
- Baran, S. J. & Davis, D. K. (1995) *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, Wadsworth Publishing Company.
- Berelson, B. (1952) Democratic Theory and Public Opinion, *Public Opinion Quarterly*, 16(3), pp. 313-330.
- Blumer, H. (1951) Collective Behavior, In A. M. Lee (Ed.), *New Outlines of the Principles of Sociology* (pp. 167-222), Revised Edition, New York : Barnes and Noble.
- Cappella, J. N., Price, V., & Nir, L. (2002) Argument Repertoire as a Reliable and Valid Measure of Opinion Quality: Electronic Dialogue During Campaign 2000, *Political Communication*, 19, pp. 73-93.
- Cooley, C. H. (1993) *Social Organization—A Study of the Larger Mind*, Transaction Publishers. (Original Edition, 1909).
- Entman, R. M. (1993) Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication*, 43(4), pp. 51-58.
- Glynn, C. J., Hayes, A. F., & Shanahan, J. (1997) Perceived Support For One's Opinions and Willingness to Speak Out: A Meta-Analysis of Survey Stu-

- dies on The “Spiral of Silence”, *Public Opinion Quarterly*, Vol. 61, pp. 452-463.
- Glynn, C. J., Herbst, S., O’Keefe, G. J., & Shapiro, R. Y. (1999) *Public Opinion*, Westview Press.
- 平林紀子 (1987) 「沈黙の螺旋状過程」仮説の理論的検討—世論過程とマス・メディア効果の連繋のために—, 『放送学研究』, 37, 97-134 頁.
- 平林紀子 (1992) 「沈黙の螺旋状」仮説—世論形成におけるマス・コミュニケーションの役割」, 田崎篤郎, 児島和人 (編) 『マス・コミュニケーション効果研究の展開』, 北樹出版, 75-89 頁.
- Huckfeldt, R. & Sprague, J. (1995) *Citizens, Politics, and Social Communication - Information and Influence in an Election Campaign*, Cambridge University Press.
- Iyengar, S. (1991) *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues*, The University of Chicago Press.
- Katz, E. (1995) Introduction, In Th. L. Glasser & Ch. T. Salmon (Eds.), *Public Opinion and the Communication of Consent* (pp. xxi-xxxiv), The Guilford Press.
- 金鐵鎔 (2001) 「インターネット電子掲示板上の発信行動に関する研究—沈黙の螺旋理論の援用」慶應義塾大学大学院社会学研究科 修士論文.
- Kim, J. (1997) *On the Interactions of News Media, Interpersonal Communication, Opinion Formation, and Participation : Deliberative Democracy and the Public Sphere*, Dissertation. Com.
- Kim, J. (2001) A Study on the Role of News Media Use and Interpersonal Conversation in the Political Process, *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 45(2), pp. 86-116. (in Korean)
- Klapper, J. T. (1960) *The Effects of Mass Communication*, The Free Press.
- Lazarsfeld, P. F. (1957) Public Opinion and the Classical Tradition, *Public Opinion Quarterly*, 21(1), pp. 39-53.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948) *The People’s Choice—How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, 2nd Edition, New York: Columbia University Press.
- Lenart, S. (1994) *Shaping Political Attitudes: The Impact of Interpersonal Communication and Mass Media*, Sage Publications.
- Lippmann, W. (1997) *Public Opinion*, Free Press Paperbacks. (Original Edition, 1922).

- Maher, T. M. (2001) Framing: An Emerging Paradigm or a Phase of Agenda Setting ?, In Reese, S.D., Gandy, Jr., O.H., & Grant, A.E. (Eds.) *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (pp. 83–94), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McCombs, M., Einsiedel, E., & Weaver, D. (1991) *Contemporary Public Opinion—Issues and the News*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- McCombs, M. & Ghanem, S. I. (2001) The Convergence of Agenda Setting and Framing In Reese, S. D., Gandy, Jr., O. H., & Grant, A. E. (Eds.) *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (pp. 67–82), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media, *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, Issue 2 (Summer, 1972), pp. 176–187.
- McLeod, J. M., Daily, K., Guo, Z., Eveland, Jr, W. P., Bayer, J., Yang, S., & Wang, H. (1996) Community Integration, Local Media Use, and Democratic Processes, *Communication Research*, 23(2), pp. 179–209.
- McLeod, J. M., Scheufele, D. A., & Moy, P. (1999) Community, Communication, and Participation: The Role of Mass Media and Interpersonal Discussion in Local Political Participation, *Political Communication*, 16, pp. 315–336.
- McLeod, J. M., Scheufele, D. A., Moy, P., Horowitz, E. M., Holbert, R. L., Zhang, W., Zubric, S., & Zubric, J. (1999) Understanding Deliberation? The Effect of Discussion Networks on Participation in a Public Forum, *Communication Research*, 26(6), pp. 743–774.
- Noelle-Neumann, E. (1973) Return to the Concept of Powerful Mass Media, *Studies of Broadcasting*, 9, pp. 67–112.
- Noelle-Neumann, E. (1984) *The Spiral of Silence: Public Opinion—Our Social Skin*, 池田謙一 (訳) (1988), 『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.
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The Spiral of Silence: Public Opinion—Our Social Skin*, The University of Chicago Press.
- Park, S. (2000) The Significance of Civility in Deliberative Democracy, *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 45(1), pp. 162–194. (in Korean)
- Pan, Z. & Kosicki, G. M. (2001) Framing as a Strategic Action in Public Delib-

- eration, In Reese, S. D., Gandy, Jr., O. H., & Grant, A. E. (Eds.) *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (pp. 35–65), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Price, V. (1992) *Public Opinion*, Newsbury Park, CA: Sage.
- Price, V., Cappella, J. H., & Nir, L. (2002) Does Disagreement Contribute to More Deliberative Opinion?, *Political Communication*, 19, pp. 95–112.
- Price, V. & Neijens, P. (1997) Opinion Quality in Public Opinion Research, *International Journal of Public Opinion Research*, 9(4), pp. 336–360.
- Price, V. & Neijens, P. (1998) Deliberative Polls: Toward Improved Measures of “Informed” Public Opinion, *International Journal of Public Opinion Research*, 10(2), pp. 145–176.
- Price, V. & Roberts, D. F. (1987) Public Opinion Process. In C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook of Communication Science* (pp. 781–816). Newbury Park, CA: Sage.
- Reese, S. D. (2001) Prologue-Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research, In Reese, S. D., Gandy, Jr., O. H., & Grant, A. E. (Eds.) *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (pp. 7–31), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Robinson, J. R. (1976) Interpersonal Influence in Election Campaigns: Two Step-Flow Hypotheses, *Public Opinion Quarterly*, 40(3), 1976, pp. 304–319.
- 竹下俊郎 (2002) 「議題設定研究の新たな課題」, 『マス・コミュニケーション研究 60』, 日本マス・コミュニケーション学会, 6–18 頁.
- Tankard, Jr., J. W. (2001) The Empirical Approach to the Study of Media Framing, In Reese, S. D., Gandy, Jr., O. H., & Grant, A. E. (Eds.) *Framing Public Life: Perspectives on Media and Our Understanding of the Social World* (pp. 95–106), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Windahl, S. & Signitzer, B. with Olson, J. T. (1992) *Using Communication Theory—An Introduction to Planned Communication*, Sage.