

テレビ報道活動とその受け手に 対する結果に関する実証的研究

An Empirical Study of the Relationship between Television News Activities and Consequences among the Audience

海後宗男 明海大学外国語学部

Muneo Kaigo Meikai University, Faculty of Languages and Cultures

Keywords

テレビ報道、メディア・フレーム、接触行動の志向、社会的
現実

TELEVISION NEWS, MEDIA FRAMES, ORIENTATION OF MEDIA
EXPOSURE, THE CONSTRUCTION OF SOCIAL REALITY

Abstract

In this study, I investigated the research background of framing by the media and deduced the concepts of episodic and thematic media framing to be the key elements when studying the transmitting factors of television news activities. Next, I considered the audience's orientation towards media exposure, namely the reality and fantasy orientation towards television news, to be key elements when studying the receiving factors of television news activities. By employing

these two transmitting factors and two receiving factors as television news activities, one can obtain four different combinations. From these four combinations I formulated the following hypotheses. First, I inferred that a higher degree of reality orientation towards television news than fantasy orientation will result in the construction of subjective social reality among the audience. However, the difference in exposure to episodic and thematic media framing would result in a difference in the integrity of the construction of subjective social reality. Therefore, I formulated hypothesis one and two.

Hypothesis 1: Those who have a higher degree of reality orientation toward television news rather than fantasy orientation and have more exposure to thematic media framing than episodic media framing will construct an integrated subjective social reality.

Hypothesis 2: Those who have a higher degree of reality orientation toward television news than fantasy orientation and have more exposure to episodic media framing than thematic media framing will construct a short-circuited subjective social reality.

Next, I inferred that a higher degree of fantasy orientation towards television news than reality orientation would result in obstructing the construction of subjective social reality and therefore result in a difference in the way the audience processes the news.

Hypothesis 3: Those who have a higher degree of fantasy orientation toward television news than reality orientation and have more exposure to thematic media framing than episodic media framing will process news as a topic of conversation.

Hypothesis 4: Those who have a higher degree of fantasy orientation toward television news than reality orientation

and have more exposure to episodic media framing than thematic media framing will process news as entertainment.

I conducted three preliminary surveys prior to the main survey. In the first preliminary survey, I conducted a content analysis of all broadcasted news programs in the Tokyo metropolitan area immediately prior to the main survey. In order to classify broadcast news programs into episodic and thematic media framing, I used a classificatory criterion of the following elements characteristic of thematic media framing: 1) circumstance, 2) previous event, 3) history, 4) verbal reaction, 5) expectation, and 6) evaluation. Those programs with a high frequency of the classificatory criterion elements were considered to be thematic and those with a low frequency to be episodic. In the second preliminary survey, I tested the validity of the measurement tools for reality and fantasy orientation towards television news (7 questions each, total 14), and in the third preliminary survey I tested the measurement tools for cognitive style (for construction of subjective social reality), the processing of television news as a topic of conversation and entertainment (6 questions each, total 18). All of these questions will be measured by a five-point scale. Furthermore, to measure the construction of subjective social reality more objectively, I utilized an associative network apparatus where the subjects will select eight elements (nodes) out of a list concerning a news heading and be asked to write down the elements into ovals if they can identify them and furthermore, write arrows with explanations of how the elements interrelate (links). The total number of elements (nodes) and arrows with valid explanation (links) will measure the construction of integrated or short-circuited subjective social reality among the subjects.

The main survey was conducted from mid-April to mid-May of 1998 to test the four hypotheses. The subjects were 867 Japanese

university freshmen and sophomores from the Tokyo and Chiba, Saitama, Kanagawa prefectures. I selected these subjects to control demographic variables and to effectively gain as many subjects to test the four hypotheses of television news by utilizing Japanese university students' tendency to only watch television news and not read newspapers or newsmagazines. The total of valid responses was 675. These subjects were divided into four groups according to their degree of fantasy or reality orientation towards television news and exposure to episodic or thematic media framing in order to test the four hypotheses. I then conducted a factor analysis (varimax rotation) and extracted three factors: 1) topic of conversation, 2) entertainment, and 3) construction of social reality. Next, I conducted t-tests with the highest and next highest means of the responses constructing each factor. Through the results of these t-tests, hypothesis three and four were supported. Finally, I conducted a χ^2 to analyze the responses of the associative network apparatus. As a result, hypotheses one and two were supported. Therefore, all four hypotheses were supported by the results of this survey.

I found that the associative network apparatus in the main survey was a burden to many of the subjects and therefore resulted in many incomplete responses. Further development of a less severe method of measuring the integrity of the construction of subjective social reality is important for future research. Also the fact that the subjects were not randomly sampled limits the extent of how to generalize my findings, however I can also argue that the selection of the subjects for this survey was necessary for the conditions to gain enough data to test the hypotheses.

Through these results, I have accomplished the establishment of a new valid classificatory criterion of elements for analyzing episodic and thematic media framing. I also reproduced Iyengar's (1991)

variables to be valid concepts for empirical research. I confirmed that reality and fantasy orientation towards media exposure are equally valid concepts for empirical research in mass communication. The relationship between television news activities and the consequences among the audience were clarified by the supported hypotheses.

本研究は、過去に行われたテレビ報道に関する諸研究において、テレビ報道活動から社会的現実構築、話題性や娯楽性の形成というそれぞれ異なる結果が受信側で起こることが指摘されているが、何故テレビ報道の受け手に、このように異なる結果が生起するのかという疑問からスタートした。

テレビ報道に関する研究は数多くあり、様々な研究結果が発表されている。これまで報道番組の内容分析、あるいは効果分析が中心であった。しかし、内容分析は特定の報道の番組に限定され、効果分析もいろいろな効果が指摘されてはきたものの特定報道番組に限定されたものが多い。テレビ報道の発信要因と受信要因は相互に関連しているにも拘わらず、その発信要因と受信要因の相互関係により、異なる結果が起きる点についてはこれまでさほど注目されてこなかった。本研究では、全報道番組に基づいてテレビ報道の新しい研究視点を設定することを試み、発信時のテレビ報道のメディア・フレームと受信時の接触行動の志向がテレビ報道を研究する上で重要ではないかと考えた。

1. テレビ報道の発信要因としての「メディア・フレーム」

1.1 「メディア・フレーム」の概念

Goffman (1974, pp. 10-11) によれば、「フレーム (frame)」とは、「ある出来事、特に社会的出来事に関して、その出来事へのわれわれの主観的関与を支配する組織原理 (principles of organization)」である。この「フ

「フレーム」の概念を考えていくとき重要なものとして、「ストリップ (strip、骨格・断片)」がある。「ストリップ」とは進行中の活動の流れから切り取られたもの、客観的現実の中から取り出された、加工されていない断片もしくは骨格の一群であって、分析の発祥点となるものである。つまり、ストリップを用いて全体を組織してゆくものがフレームとなる。そして Goffman のフレームの概念を用いて世の中を考察していくことがフレーム分析 (frame analysis) である。

Goffman (1974) によれば、人の環境に対する予測が日常の出来事や周辺の人々に対する「フレーム」を組織的に決定づける。人々の社会的役割・状況に対する予測は決定されているものではなく、状況に応じて柔軟に予測が変わっていくものだと彼は指摘した。フレームは、ある時点における社会的状況を理解するために使用される予測の特定の集合である。

Tuchman (1978) によれば、報道記者やエディターは常にフレームを求めており、それによって社会的世界の出来事である「ストリップ」の状況を理解する為の予測を与え、意味を与えている。社会的世界の出来事の意味的構成が報道によって行われるということは、「出来事」、「事件」、「ニュース」の三者間の相互連鎖を考慮しなければならないという事である。社会的世界で起きる出来事は意味的構成がなされない限り、無定形である。社会的意味があって、出来事は初めて事件となり、社会的に受け入れられる。だが、意味のある出来事としての事件が全て報道されるとは限らない。マス・メディア報道のプロセスを経て残った事件だけが報道され、「ニュース」となるのである。Tuchman (1978) によれば報道の際、2つの過程が同時に進行している。出来事が事件に変えられる過程と、事件が報道の記事に変えられる過程である。

Tuchman (1978) は Goffman (1974) の「フレーム分析」に基づいて「ニュース・フレーム」をジャーナリストが出来事を記事にすることによってできる枠組みと説明した。これにより、Tuchman はフレームを発信側のものとして限定し、発信側と受信側の両方に混在するフレームの概念を発信側のもの、つまり「ニュース・フレーム」として捉えた。この「ニュース・フレーム」という枠組みが発信側に用いられてはじめてある出来

事に社会的な意味づけが行われ、事件として存在するようになる。Tuchman (1978) はニュース・フレームは日常の現実を組織し、日常の現実の重要な部分でもあると指摘している。つまり、この場合の「フレーム」とは、メディアの発信側が情報を解釈し、評価するために必要な概念的道具 (conceptual tools) であり、それはメディアにより発信される経験に関わる解釈と意味構築という複雑な現象のプロセスにおいて中心的な役割をもつ。

Gitlin (1980) は Tuchman (1978) の「ニュース・フレーム」の概念を「メディア・フレーム」という言葉を用いて説明している。Gitlin によれば「メディア・フレーム」とは認知や解釈、提示、または選択、強調、排除に関する継続的なパターンである。記号操作を行う者はパターンによって言語的あるいは視覚的にディスクール (discourse) を定型的に組織するという。このコミュニケーション過程において発信される「メディア・フレーム」に準じて受け手の社会的現実が構築されると考えられる。

「メディア・フレーム」は持続的ではあるが、出来事の流れに応じて修正されていくものであり、メディアが情報発信する際の伝達、解釈、評価等をするための概念化の道具として考えられる。それに対する受信側の認知構造やスキーマなどは個人の思考が行われる頭脳内の様々な情報などの位層的な構造を意味する。「スキーマ」、「スクリプト」や「認知構造」などの用語は人々の思考構造をさすものであり、しばしば心の中の情報や考えのヒエラルキー構造などをさすが、「メディア・フレーム」はメディアが情報を発信する上での出来事に対する解釈や評価のための概念的道具 (conceptual tool) である。すなわち「フレーム」は報道の送り手側の分析概念として考えることができる。このように「フレーム」の概念はメディア報道などの内容分析等の研究を行う際、最も適切なものであると指摘されている (Neuman et al., 1992)。

Tankard ら (1991) はメディア・フレームとは出来事の文脈を伝達し、分別、強調、除外を行うことによって報道の内容を組織する中心的な概念であると定めている。発信される「メディア・フレーム」に基づいて、受信側に社会的現実が構築されていく。「フレーム」とは事件に関する情報

を発信する際の解釈、分類、組織するときの道具である。つまり、メディア・フレームは発信側のある出来事の切り取り方、あるいは枠づけであり、発信されたメディア・フレームによって今度は受け手の社会的現実の構築が行われるのである。

1.2 「メディア・フレーム」の類型化

Edelman (1993) は受信側の主観的・社会的現実是不確かに構築されており、発信されるフレームによって決定づけられる可能性があることを示唆し、世の中や社会を「潜在的現実の万華鏡 (a kaleidoscope of potential realities)」(p. 232) と表現している。つまり、発信されるフレームの類型によって受け手の主観的・社会的現実の構築が左右されるということである。Iyengar (1991) の研究は、テレビ報道の「メディア・フレーム」の類型によって政府の「政治的責任」に対する受け手の社会的現実の構築が変化し、その結果、政治的責任の問い方が左右されることを明らかにするものである。

過去の研究において、様々な「メディア・フレーム」の実体が指摘されている。これらにおいては、いくつかのトピックに焦点を置き、そのトピックに関する報道の「メディア・フレーム」の内容分析を行ったものが主である。しかし、マス・メディア報道の「メディア・フレーム」という概念を記号的・社会的現実として捉える際には Iyengar (1991) の「メディア・フレーム」の類型化が最も一般的であろう。

Iyengar (1991) はテレビ報道における社会的項目の「メディア・フレーム」の類型化を行った。彼によれば、テレビ報道は「エピソード型」(episodic)、あるいは「テーマ型」(thematic) のどちらかに類型化が可能であり、それに準ずるメディア・フレームも同様であると指摘する。エピソード型メディア・フレームは 1 つのケース・スタディー、あるいは事件の報告の形をとり、実在のもので形成される。つまり、飛行機のハイジャック、殺人事件など「映像」に訴えるテレビ報道はエピソード型メディア・フレームといえる。対照的にテーマ型メディア・フレームはより一般的・抽象的な内容の結果報告や状態の報告の形をとる。例えば政府の社会保障

の予算や、職業訓練学校の政府援助などのニュース項目はテーマ型メディア・フレームのテレビ報道内容である。エピソード型とテーマ型のメディア・フレームの本質的な違いとして次のことがいえる。映像面からみた場合、エピソード型メディア・フレームは「よい」画像が伴い、テーマ型メディア・フレームは漠然とした報告であって、解釈的分析となる。

実際のテレビ報道において純粹にエピソード型メディア・フレームのみ、あるいはテーマ型メディア・フレームのみという内容のものは少ないが、どちらかの類型が支配する報道内容は多い。Gitlin (1980) によればテレビ報道においては、エピソード型メディア・フレームが多いといわれている。

テレビ報道の活動を考える場合、その活動を2種類のメディア・フレームによってとらえることにより、メディア・フレームという概念的道具の実証的類型化が可能となる。本研究においては、この Iyengar のテレビ報道のエピソード型メディア・フレームとテーマ型メディア・フレームという類型に基づいてメディア・フレームという概念的道具をとらえる。

2. テレビ報道の受信要因としての接触行動の現実志向と空想志向

2.1 即時報酬型報道と遅延報酬型報道

Schramm (1949) は、マス・メディア報道への報酬性や志向を次のように捉えた。彼によれば、人間は報酬というものを期待して報道に接触すると考えられ、報道における報酬とはフロイトの「快楽原理」と「現実原理」に関連するものである。そこで彼は、それぞれを「即時報酬」および「遅延報酬」として設定した。「即時報酬」とは即時に報酬が得られる報道であり、自分自身では危険や緊張に巻き込まれることなく「身代わりの経験」を楽しみ味わうことができるものである。「即時報酬」の報道の種類として、犯罪、汚職、事故、災害、スポーツ、娯楽、社会的出来事、人生問題などがある。海外の地震などの報道も即時報酬的なものとして考えられる。

「遅延報酬」とは、即時的には報酬が得られない、その報道に接触する

ことにより不快感やときには心理的な苦痛が伴うものである。「遅延報酬」の報道の種類として、政治・経済の問題（不安定な国際情勢や増税、株価の下落など）、科学（医療）、教育、天候、保険などである。不景気の原因の解説などの報道も遅延報酬的なものとして考えられる。

ただし、「即時報酬」と「遅延報酬」は誰に対しても一定のものとしては考えられない。例えば即時報酬的な「犯罪」の報道も、本人が関わるものであれば遅延報酬的なものとなるだろう。これら「即時報酬」と「遅延報酬」は報道の種類によるものだが、このように受け手側の心理的要因により、本来、即時報酬的なものが遅延報酬的なものに転化しうることとなる。また、その逆も起こりうる。つまり、報道の種類によって「即時報酬」と「遅延報酬」として二分的に捉えることには問題がある。マス・メディア接触においては受信側の心理的要因、すなわち、受け手の志向という観点を取り込む必要がある。従って、「快楽原理」と「現実原理」の概念を「即時報酬」と「遅延報酬」という視点からだけではなく、「現実志向」と「空想志向」という受信側の「志向」の方向性という切り口から、マス・メディア接触行動を捉えていく試みがなされている。次はこの「志向」の問題をとりあげる。

2.2 接触行動の現実志向と空想志向

マス・メディア接触において、受信側の接触行動における報酬や志向は重要な要因である。「即時報酬」と「遅延報酬」という概念を報道の受け手の接触行動の志向で考えた場合、「即時報酬」を空想志向的 (fantasy oriented) 行動として捉え、「遅延報酬」を現実志向的 (reality oriented) 行動として捉えることができる (Schramm ら、1961)。まず、現実志向的行動は、現実原理に基づいて、快感や満足の追求を遅延させる遅延的報酬を求める行動として考えられ、認知的活動が誘発され、現実的諸問題に直面して努力し、恐怖や不安に対処して、啓発される (阿久津、1990)。次に空想志向的行動は、快楽原理に基づいて、不快なことや苦痛を避けて快感や満足の即時的報酬を求める行動である。それによって情動にひたり、気晴らしができて、一時的に現実から逃避し、不安や恐怖から解放され、楽

しみを感じることができる（阿久津、1990）。

これに関して、吉田（1967）は発信過程および受信過程の情報処理に、実経験的（現実志向的）なもの、象徴経験的（空想志向的）なものがあると指摘している。そしてマス・コミュニケーションの報道は、1) 実経験性発信－実経験性受信型と 2) 実経験性発信－象徴経験性受信型に分かれる。

Schramm ら（1961）は現実志向と空想志向は幼年期においてはあまりはっきり分化しないが、高校生以上になればそれが現れると指摘し、また社会階級や教育水準によっても接触行動の志向の傾向が左右されると示唆した。

2.3 空想型思考と指令（現実）型思考

多くの研究者は空想を一つの思考の方法として捉えることを試みた。空想 (fantasy) は想像 (imagination) と関連するものであり、心理学の領域において、空想を reality testing と対比することによって捉えた。「空想」は快楽や充足を得る為、一つの出来事や状態を想像することである。それによって「現実」の世界では妨げられた欲求や希望が達成可能となるものであり、空想する人は想像の世界に逃避してしまう。Reality testing は人や物、出来事の本質を知る為の周辺環境における様々な試みや探求であり、ある考えを支える証拠を探す行動である。他にもマス・コミュニケーションと「空想」に関する研究が行われている。例えば McIlwraith と Schallow (1983) や McIlwraith と Josephson (1985) は生活における「空想」の役割や位置づけとメディア利用に関する研究を行っている。また、Weissman (1995) は「映画」における「空想」に関する研究を行っている。

コミュニケーションにおいて、Davis と Baran (1981) は「現実」と「空想」についてシリアスとノンシリアス (serious, nonserious) な行動という対の比較によって説明を試みた。シリアスな行動は集中力や習得された技術の適用を要求するものである。ノンシリアスな行動は遊びや空想する余裕があり、さほど注意力を要求されない。

Lindolf (1980、1982) はこれと類似する概念として指令型思考 (directed thought) と空想型思考 (fantasy thought) を提唱した。指令型思考は環境

に対処するための目標形成（例：レストランの予約）とそれに関連する記憶の短期貯蔵庫（例：今日は街が混んでいた）と長期貯蔵庫（例：前はレストランに入れなかった）の両方の情報によって成り立つ。指令型思考は人の行動の有無を決定づける。（例：レストランの予約をする・しない。）最後に指令型思考はその精度を検査できる。（例：予約が必要だったかどうか。）指令型思考は自発的にある問題に集中することであり、それに対処する「シリアス」な行動である。

空想型思考は幾つかの側面において指令型思考とは異なる。空想型思考は日常の生活によって長い間中断された欲求や欲望の充足である。空想型思考は指令型思考と比べた場合、より内的なものであり、外的環境に対して関心が弱い。空想型思考は長期貯蔵庫の情報が主体となり、過去を再現し、未来がどうなるかを想像する。空想型思考的傾向の強い人は、思考を「味わう」ことの方が多く、それに基づく行動が少ない。そのため空想度を測定することが難しく、空想の充足度を測定することとなる。

また、現実志向的接触行動と空想志向的接触行動をパーソニアンモデルと対応させることも可能である。現実志向的接触行動を「目標達成」(Goal Gratification) と「適応」(Adaptation) にかかわる道具的 (instrumental) 行動、空想志向的接触行動を「潜在パターン維持」(Latent-Pattern Maintenance and Tension Management) と「内部統合」(Integration) にかかわる表出的 (expressive) 行動として捉えることができる (阿久津、1977)。

3. 接触行動の志向とテレビ報道のメディア・フレーム

3.1 接触行動の志向とテレビ報道のメディア・フレーム

テレビ報道においてメディア・フレームは発信側の要因であり、メディア・フレームの2類型として、エピソード型メディア・フレームとテーマ型メディア・フレームがある。テレビ報道において発信されたメディア・フレームによって受信側における諸活動の結果が変わる。

また、接触行動の志向は受信側の要因であり、現実志向的接触行動と空想志向的接触行動という 2 つの行動の志向として捉えることができる。ここでテレビ報道のメディア・フレームを受信する際、接触行動の志向的要因によって受信側における結果が変わることが想定できる。

2 種類のメディア・フレームと 2 種類の接触行動の志向を関連づけた場合、4 種の組み合わせができることが考えられる。そしてこれらの組み合わせによってテレビ報道の理論における新しい観点とその可能性を検討する。

3.2 接触行動の現実志向とメディア・フレーム

テレビ報道は複雑で直接体験による認知の範囲を越えた環境を、認知可能な形態に変え、受け手に提示する活動を行う。このようなテレビ報道の日常の出来事の情報提供は「メディア・フレームによる主観的・社会的現実の構築」として考えられる。つまり記号的な社会的現実の情報提供によって、メディア・フレームの提示による主観的・社会的現実が構築される。

また、テレビ報道の提供した記号的・社会的現実を主観的・社会的現実として構築するにはもう一つの要因である接触行動の志向を考えていかななくてはならない。エピソード型メディア・フレームやテーマ型メディア・フレームへの接触時、接触行動の現実志向は社会的現実の構築を助け、空想志向的接触行動は社会的現実の構築を妨げることが想定できる。そのためテレビ報道の受信側の社会的現実を統合的に構築するには接触行動の現実的志向が必要となるであろう。

受信側の接触行動の現実志向とテレビ報道におけるテーマ型メディア・フレームの発信、という 2 つの条件が重なったとき、テレビ報道の提供する記号的・社会的現実が受け手によって統合的に主観的・社会的現実として構築されることが考えられる。

これに対して、同様に受け手の接触行動が現実志向的であってもテレビ報道の記号的社会的現実がエピソード型メディア・フレームの場合もある。エピソード型メディア・フレームによるテレビ報道は断片化された報道内容を伝達する。つまりエピソード型メディア・フレームでは、環境の

中の多様な問題が次々にとりあげられ、環境が断片的に提示される。そのため情報は単純化され、短絡的に受信される。このとき接触行動が現実志向的であっても受け手の主観的社会的現実が短絡的に構築されると考えられる。

3.3 接触行動の空想志向とメディア・フレーム

接触行動の空想志向は、それによって情動にひたり、気晴らしができて、一時的に現実から逃避するためのものとして接触行動を行うような場合の志向と考えられる。接触行動の空想志向は快楽原理に基づいて不快なことや苦痛を避けて快感や満足の即時的報酬を求める行動である。また接触行動の空想志向は社会的現実の構築を妨げるものでもある。この時、テレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触は社会的現実の構築ではなく、受け手における「話題性」が形成されているのではないかと考えられる。

接触行動の空想志向が高いテレビ報道の視聴者ではテーマ型メディア・フレームの社会的現実の構築が行われないため、テレビ報道を「話題」として関心を持つことになる。従って、テレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの空想志向的接触行動によって受け手における「話題性」が形成されると考えられる。

テレビ報道の受け手はエピソード型メディア・フレームで断片化されたニュース項目が提示されたとしても空想志向的接触行動の為、主観的社会的現実が構築されないと考えられる。エピソード型メディア・フレームの断片的な情報と接触行動の空想志向の相互作用により、テレビ報道の各ニュース項目に関する視聴者の深い熟考や社会的現実の構築は行われず、視聴者は主に「娯楽性」を形成すると思える。テレビ報道のエピソード型メディア・フレームと受け手の接触行動の空想志向は「娯楽性」の形成として考えられる。

4. 仮説の設定

メディア・フレームやその類型は多様であるが、本研究においては、テレビ報道のエピソード型メディア・フレームとテーマ型メディア・フレームという類型に基づいてメディア・フレームという概念的道具をとらえ、分類するための判断基準も設けた。また、受け手の要因として接触行動の現実志向と空想志向も報道の受信過程に関係すると考えた。従って、テレビ報道の発信要因としてエピソード型メディア・フレームとテーマ型メディア・フレームを考え、テレビ報道の受信要因として接触行動の空想志向性と現実志向性を考えた。

この研究の目的はテレビ報道の発信要因である「メディア・フレーム」と受信要因である接触行動の志向という2つの新しい観点を導入してテレビ報道の活動とその受け手に対する結果の関係を明らかにすることである。テレビ報道の活動を発信要因のエピソード型メディア・フレームとテーマ型メディア・フレーム、受信要因の接触行動の現実志向、空想志向としてとらえた場合、テレビ報道活動の受け手に対する結果の関係は図 1-4 の通りである。

図 1 社会的現実の統合的構築

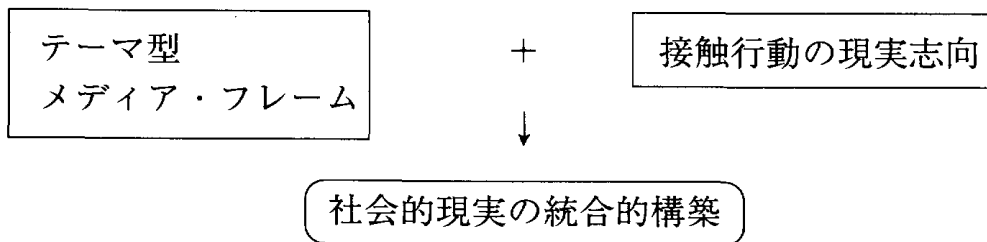


図 2 社会的現実の短絡的構築

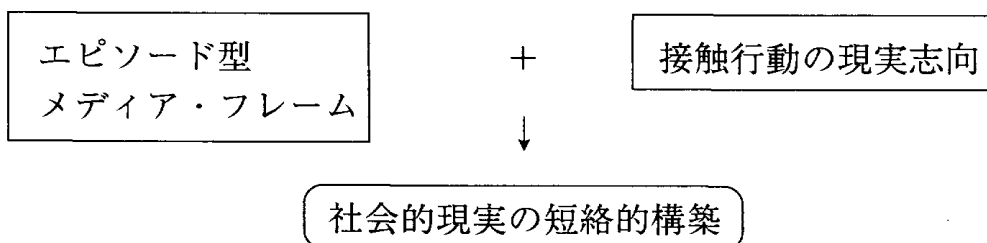


図 3 話題性

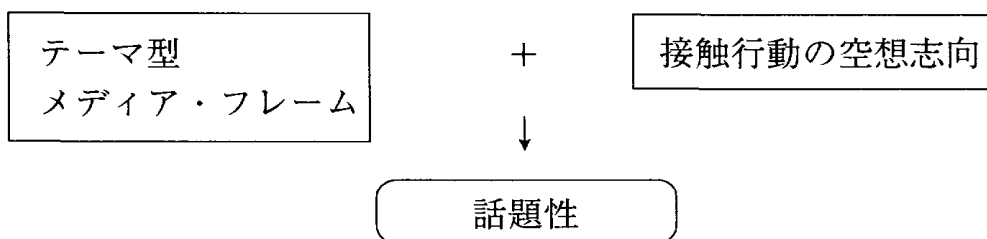


図 4 娯楽

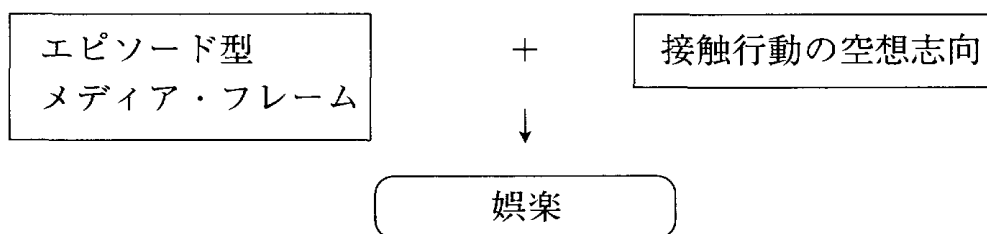


図 1-4 に従い、テレビ報道の活動とその受け手に対する結果の関係を明らかにするために次の 4 つの仮説を設定した。

仮説 1：接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高く、かつテレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触量がエピソード型メディア・フレームへの接触量より多い場合、テレビ報道の受け手において、主観的・社会的現実の統合的構築が行われる。

仮説 2：接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高く、かつテレビ報道のエピソード型メディア・フレームへの接触量がテーマ型メディア・フレームへの接触量より多い場合、テレビ報道の受け手において、主観的・社会的現実の短絡的構築が行われる。

仮説 3：接触行動の空想志向の度合いが現実志向の度合いより高く、かつテレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触量がエピソード型メディア・フレームへの接触量より多い場合、テレビ報道の受け手において、テレビ報道に関する「話題性」が形成される。

仮説 4：接触行動の空想志向の度合いが現実志向の度合いより高く、かつテレビ報道のエピソード型メディア・フレームへの接触量がテーマ型メディア・フレームへの接触量より多い場合、テレビ報道の受け手において、テレビ報道による「娯楽性」が形成される。

5. 調査

予備調査 1 において、発信要因のメディア・フレームの類型化が可能であるかどうかを検討する。予備調査 2 において、受信要因の接触行動の志向の質問項目を検討し、予備調査 3 は「話題性」、「娯楽性」と「社会的現実の構築」の質問項目を検討する。これら 3 つの予備調査では本調査で使用する調査票の選択等の適否の検討を同時に行う。

5.1 予備調査 1 メディア・フレームの類型化

調査方法：1998 年 3 月 20 日～3 月 30 日、及び 1998 年 4 月 3 日～4 月

10日の間に放送されたテレビ報道番組を各期間4回録画した。これら8回をメディア・フレームの分類判断基準要素に基づいて分析し、その結果に基づいて合計の少ないもの（平均が14以下のもの）をエピソード型メディア・フレーム、多い（平均が15以上）ものをテーマ型メディア・フレームとして分類した結果、表1のように分類された。

表1 テレビ報道番組のメディア・フレームの分類結果

エピソード型メディア・フレーム	テーマ型メディア・フレーム
<p>おはよう5 おはよう日本 7:00のニュース 12:00のニュース 首都圏ネット NHK ニュース7 各地のニュース NHK ニュース9 ニュース11 ジパングあさ6 11:30のニュース はーい夕刊 はーい朝刊 ニュース1130 CBS ニュース めざましテレビ ニューススピーク BBC ニュース 早起きチェック やじうまワイド ワイドスクランブル 株式ニュース 日経夕刊</p>	<p>ズームイン!!朝! ニュースプラス1 きょうの出来事 おはようクジラ ニュースの森 筑紫哲也 NEWS 23 スーパーニュース ニュース JAPAN スーパーJチャンネル ニュースステーション News ウェーブ TXN ニュースワイド W ビジネスサテライト</p>

5.2 予備調査2 接触行動の志向

調査対象： 千葉県 K 大学 1 年生、合計 111 人

(男子：95 人 女子：16 人／18 歳 105 人 19 歳 6 人)

調査年月日： 1998 年 1 月

調査項目： 現実志向的接触行動 7 項目、及び空想志向的接触行動 7 項目を 5 段階で測定した。

調査結果と分析：

これらの接触行動の志向に関する 14 項目の分類の妥当性を検討するために因子分析（バリマックス法）を行った。その結果、因子 No. 1 は空想志向的接触行動の 7 項目と対応し、因子 No. 2 は現実志向的接触行動の 7 項目と対応した。従って 2 つの因子「現実志向」と「空想志向」が得られ、これらの質問項目をこの 2 因子の検証に用いることの妥当性が確認できた（表 2）。

表 2 14 の質問項目についての因子分析（バリマックス回転）結果
（固有値 1 以上の因子とパーセント・コミューナリティ）

第 1 因子 (25.5%) 空想志向

- * 8) すっきりするから
- * 9) いやなことやこまっていることを忘れることができるから
- * 10) いやな事があったときに気持ちがおちつくから
- 11) おもしろいから
- * 12) 寂しいときでも寂しくなくなるから
- 13) なにもすることがなく、つまらないから
- * 14) リラックスできるから

第2因子 (17.5%) 現実志向

- * 1) いろいろなことのやり方やものの扱い方などを覚えらるから
- * 2) 自分の今後をあらかじめ予測し、見通せるから
- * 3) 他の人と自分を比べてみて、自分のことがわかってくるから
- * 4) どんなときに、どんなふうに行動すればよいかわかるから
- * 5) 世の中のことがわかるから
- 6) ものごとの解決方法がわかるから
- * 7) 自分の仕事（勉強）に役立つから

(第1因子、第2因子で全分散の43%)

*は負荷量が0.5以上で傾向のより明確な項目

5.3 予備調査3 社会的現実の構築（認知スタイル）、話題性、および娯楽性

調査対象： 千葉県K大学1、2年生、合計96人

男女比（男子：76人 女子：20人）

年齢構成（18歳45人／19歳42人／20歳2人／21歳7人）

調査年月日：1998年4月

調査項目：「社会的現実の構築」（認知スタイル）6項目、「話題性」6項目及び「娯楽性」6項目を5段階にて測定した。

調査結果と分析：

これらの18項目の分類の妥当性を検討するために因子分析（バリマックス法）を行った。その結果、因子No.1は「話題性」の6項目に対応し、因子No.2は「娯楽性」に対応し、因子No.3は「社会的現実の構築」（認知スタイル）の6項目に対応した。従って3つの因子「話題性」、「娯楽性」及び「社会的現実の構築」（認知スタイル）が得られ、これらの質問項目をこの3因子の検証に用いることが妥当であると確認できた（表3）。

表3 18の質問項目についての因子分析（バリマックス回転）結果
 （固有値1以上の因子とパーセント・コミユナリティ）

<p>第1因子（19.3%）～話題性～</p> <ul style="list-style-type: none"> * 7) テレビ報道内容を話題にして友人と話し合うことができる * 8) テレビ報道内容を話題にして家族と話し合うことができる * 9) テレビ報道内容を話題にしてまわりの人と話し合うことができる * 10) テレビ報道はみていると友人にいろいろな情報が伝達できる * 11) テレビ報道はみていると家族にいろいろな情報が伝達できる * 12) テレビ報道をみているとまわりの人にいろいろな情報が伝達できる
<p>第2因子（17.8%）～娯楽性～</p> <ul style="list-style-type: none"> * 13) テレビ報道はみていると楽しい * 14) テレビ報道はドラマティックである * 15) テレビ報道ははらはらしたりわくわくしたりさせてくれる * 16) テレビ報道はおかしくわらわせてくれる * 17) テレビ報道はみているとおもしろい * 18) テレビ報道をただみるのが好きである
<p>第3因子（11.4%）～社会的現実の構築（認知スタイル）～</p> <ul style="list-style-type: none"> * 1) テレビ報道の詳細を見逃さないために集中してみた 2) テレビ報道をみたとき、内容を1つ1つ関係づけることができた * 3) テレビ報道をみて、内容のことをまず考えた * 4) テレビ報道をみて、すぐにその情報に適応することができた 5) 世の中にはいろいろな問題があるということがテレビ報道によってわかった 6) 複雑なニュース項目が好きである

（第1～第3因子で全分散の48.5%）

* は負荷量が0.5以上で傾向のより明確な項目

5.4 本調査

5.4.1 調査手順

本調査のメディア・フレーム類型別接触に関する測定方法として、被調査者に報道番組を3つ選択・記載させ、その視聴の度合いを5点尺度で答えさせた。研究方法に基づき、収集したデータを用いてテーマ型メディア・フレーム、エピソード型メディア・フレームの分類を行った。

また、(1) ニュースを題材にした雑誌を読むか否か、そして(2) 新聞の種類と各欄（政治欄、経済欄、社会欄、文化欄、スポーツ欄、社説）をどのくらい読むかを5点尺度で答えるという2つの統制変数を用いてテレビ報道以外のメディアによる報道への接触の多い被調査者の統制を行った。

予備調査1においてメディア・フレームの分類判断基準を設定し、予備調査2は接触行動の現実志向と空想志向、予備調査3は「話題性」、「娯楽性」と「社会的現実の構築」（認知スタイル）の質問項目の設定及び妥当性を検証した。これらの結果に基づき、本調査表を作成した。

現実志向的接触行動7項目、及び空想志向的接触行動7項目を5点尺度にて測定し、「社会的現実の構築」（認知スタイル）6項目、「話題性」6項目及び「娯楽性」6項目を5点尺度にて測定した。

最後に調査期間直前にテレビ報道されていた顕在性の高いニュース項目3つ（運輸政策審議会、財政構造改革法、朝鮮半島南北会談）に関して要素が8つ含まれるリストを作成し、8つの楕円の中に関連づけができるものだけを記載させ、各楕円間の関連性を矢印として記載させ、関係も記述させた。記載された楕円の数と矢印の数を合計し、社会的現実の統合的構築、短絡的構築の判別に用いた。

調査は集合調査法（調査相手を教室に集合させ、その場で回答を記入してもらい調査票を回収していく）を用いて行った。

5.4.2 被調査者と調査時期

この調査はテレビ報道活動に対する受け手の志向と反応を測定することを目的とする。まず、被調査者に関して、Schrammら(1961)は現実志向

と空想志向は幼年期においてはあまりはっきり分化がないが、高校生以上になればそれが現れると指摘した。しかし、テレビ報道による社会的現実の構築を測定することを考えた場合、やはり被調査者は大学生以上でないと社会的現実を構築することは難しい。社会人になってしまうと職業的要因が入るため、社会的現実の構築に関連する要因を統制するのが難しくなるため、本調査の対象を大学生に限定した。

報道番組の内容の差を統制するため、本調査では東京都（K 大学）、千葉県（M 大学、K 大学）、埼玉県（D 大学）、神奈川県（K 大学）の大学生を被調査者とし、更に就職活動関連の時事問題学習を目的として新聞を多く読むと考えられる大学 3、4 年生を除き、大学 1、2 年生を被調査者とすることにした。

まず、欠損値の多い回答者 21 名を除外し、新聞やニュースを題材にした雑誌を多く読む被調査者やテレビ報道の視聴がないもの 167 名を分析から除外した。また、接触行動の現実志向の度合いと接触行動の空想志向の度合いが同じ被調査者 4 名もあらかじめ分析から除外した（除外総数 192 名）。

有効な回答は 675（総数 867）であった。調査を行った時期は 1998 年 4 月中旬から 5 月中旬である。

表 4 被調査者の内訳（除外後）

	年齢	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	33
性別		353	190	68	35	6	8	5	4	1	1	1	2	1
男	311	119	97	45	27	6	8	4	3	1	1			
女	364	234	93	23	8			1	1			1	2	1

合計 675（23 歳以上の被調査者の多くは 2 部の学生）

5.4.3 調査結果

接触行動の志向とメディア・フレーム別接触

表5は、接触行動の現実志向の度合いの高いもの、接触行動の空想志向の度合いが高いもの及び、テーマ型メディア・フレームへの接触量が多いもの、エピソード型メディア・フレームへの接触量が多いものの被調査者の内訳である。

表5 接触行動の志向とメディア・フレーム

	メディア・フレームの視聴		被調査者合計
	テーマ型	エピソード型	
接触行動の現実志向	257	307	564
接触行動の空想志向	62	49	111
被調査者合計	319	356	675

「社会的現実の構築」、「話題性」及び「娯楽性」

社会的現実の構築（認知スタイル）、話題性、および娯楽性に関する18項目（表6）の因子分析（バリマックス法）を行った。その結果、因子No.1は「話題性」の6項目に対応し、因子No.2は「娯楽性」に対応し、因子No.3は「社会的現実の構築」（認知スタイル）の6項目に対応した。従って3つの因子「話題性」、「娯楽性」及び「社会的現実の構築」（認知スタイル）が得られ、表6を参考にして、18項目を各因子に分けて表7に示した。

表6 18の質問項目の因子負荷量 (バリマックス法)

	因子 1	因子 2	因子 3
1	.1261	.1576	.6784
2	.0809	.1691	.7275
3	.1023	.0763	.7009
4	.0386	.0452	.6460
項 5	.1147	.1192	.2254
6	.1917	.1757	.5166
7	.6292	.0113	.1917
目 8	.7480	.1034	.1993
9	.7903	.1236	.1262
10	.7713	.1915	-.0316
番 11	.8162	.1255	.0683
12	.7932	.1903	-.0040
13	.3533	.6038	.2205
号 14	.1813	.6270	.1176
15	.0819	.6966	.0449
16	.1805	.7033	.0749
17	.2000	.7077	.1752
18	.1411	.4207	.1692

表7 18項目についての因子分析（バリマックス回転）結果
 （固有値1以上の因子とパーセント・コミユナリティ）

<p>第1因子 (21.2%) ～話題性～</p> <ul style="list-style-type: none"> * 7) テレビ報道内容を話題にして友人と話し合うことができる * 8) テレビ報道内容を話題にして家族と話し合うことができる * 9) テレビ報道内容を話題にしてまわりの人と話し合うことができる * 10) テレビ報道はみていると友人にいろいろな情報が伝達できる * 11) テレビ報道はみていると家族にいろいろな情報が伝達できる * 12) テレビ報道をみているとまわりの人にいろいろな情報が伝達できる
<p>第2因子 (14.7%)～娯楽性～</p> <ul style="list-style-type: none"> * 13) テレビ報道はみていると楽しい * 14) テレビ報道はドラマティックである * 15) テレビ報道ははらはらしたりわくわくしたりさせてくれる * 16) テレビ報道はおかしくわらわせてくれる * 17) テレビ報道はみているとおもしろい 18) テレビ報道をただみるのが好きである
<p>第3因子 (13.6%) ～社会的現実の構築（認知スタイル）～</p> <ul style="list-style-type: none"> * 1) テレビ報道の詳細を見逃さないために集中してみた * 2) テレビ報道をみたとき、内容を1つ1つ関係づけることができた * 3) テレビ報道をみて、内容のことをまず考えた * 4) テレビ報道をみてすぐにその情報に適応することができた 5) 世の中にはいろいろな問題があるということがテレビ報道によってわかった * 6) 複雑なニュース項目が好きである

(第1～第3因子で全分散の49.5%)

*は負荷量が0.5以上で傾向のより明確な項目

次に (1) 接触行動の現実志向の度合いが高く、テーマ型メディア・フレームへの接触量が多いもの、(2) 接触行動の現実志向の度合いが高く、エピソード型メディア・フレームへの接触量が多いもの、(3) 接触行動の空想志向の度合いが高く、テーマ型メディア・フレームへの接触量が多いもの、(4) 接触行動の空想志向の度合いが高く、エピソード型メディア・フレームへの接触量が多いものの 4 タイプの被調査者について、各因子を構成する項目の平均点を算出し、顕在性を表す (factor strength) 指標 (Greenberg, 1974) として比較を試みた (表 8)。各項目は 5 ポイントスケールでデータをとっており、従って最高点は 5 点である。また、一番高い平均点と次に高い平均点との間で t- 検定を行った (表 8)。

表 8 各因子を構成する項目得点の平均点 (下線は最高点)

	1. 話題性	2. 娯楽性	3. 社会的 現実の構築 (認知スタイル)
接触行動の現実志向 テーマ型メディア・フレーム	2.90	2.83	<u>3.16</u>
接触行動の現実志向 エピソード型メディア・フレーム	2.91	2.79	<u>3.20</u>
接触行動の空想志向 テーマ型メディア・フレーム	<u>3.53</u>	2.65	2.83
接触行動の空想志向 エピソード型メディア・フレーム	2.70	<u>3.23</u>	2.81

表 9 t- 検定の結果

	平均差	自由度	t- 値	有意水準
接触行動の現実志向とテーマ型メディア・フレーム 社会的現実の構築（認知スタイル）と話題性	.27	256	4.61	p<.0001
接触行動の現実志向とエピソード型メディア・フレーム 社会的現実の構築（認知スタイル）と話題性	.29	306	5.29	p<.0001
接触行動の空想志向とテーマ型メディア・フレーム 話題性と社会的現実の構築（認知スタイル）	.67	61	3.62	p<.001
接触行動の空想志向とエピソード型メディア・フレーム 娯楽性と社会的現実の構築（認知スタイル）	.42	48	2.70	p<.01

表 9 に従い、接触行動の現実志向の度合いが高く、テーマ型メディア・フレームへの接触量が多いものの社会的現実の構築（認知スタイル）と話題性の平均点の t- 検定の結果、t 値 = 4.61、自由度 = 256、有意水準 $p < .0001$ であった。接触行動の現実志向の度合いが高く、エピソード型メディア・フレームへの接触量が多いものの社会的現実の構築（認知スタイル）と話題性の平均点の t- 検定の結果、t 値 = 5.29、自由度 = 306、有意水準 $p < .0001$ であった。接触行動の空想志向の度合いが高く、テーマ型メディア・フレームへの接触量が多いものの話題性と社会的現実の構築（認知スタイル）の平均点の t- 検定の結果、t 値 = 3.62、自由度 = 61、有意水準 $p < .001$ であった。接触行動の空想志向の度合いが高く、エピソード型メディア・フレームへの接触量が多いものの娯楽性と社会的現実の構築（認知スタイル）の平均点の t- 検定の結果、t 値 = 2.70、自由度 = 48、有意水準 $p < .01$ であった。

従って、接触行動の空想志向の度合いが現実志向の度合いがより高く、かつテレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触量がエピソード型メディア・フレームへの接触量より多い場合、受け手におけるテレビ報道に関する話題性の項目の平均が他のものより高い。また、接触行動の空想

志向の度合いが現実志向の度合いより高く、かつテレビ報道のエピソード型メディア・フレームへの接触量がテーマ型メディア・フレームへの接触量より多い場合、受け手におけるテレビ報道に関する「娯楽性」の項目の平均が他のものより高い。

しかし、接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高い場合には、テレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触量が多い時、エピソード型メディア・フレームへの接触量が多い時、この両方においてテレビ報道の受け手の認知スタイルとしての社会的現実の構築の質問項目の平均が他のものより高い。このため、受け手の主観的・社会的現実の統合的構築と短絡的構築をさらに検証する必要性がある。

社会的現実の統合的構築と短絡的構築

接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高いもので、テレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触量がエピソード型メディア・フレームへの接触量より多い場合と、テレビ報道のエピソード型メディア・フレームへの接触量がテーマ型メディア・フレームへの接触量より多い場合、テレビ報道の受け手の主観的・社会的現実の構築がどのように行われるか、どのように異なるかを検証するため、テレビ報道による社会的現実の構築に関する次のような分析を行った。

まず、3つのニュース項目に関して、楕円に記載されたニュースの要素の数の合計と各楕円を結ぶ矢印の数の合計を計算した。つぎに合計数に基づいて4つのグループに分けた。グループ1は楕円も矢印も1つも記載されていない、両方0度数の回答、グループ2は楕円が1つ以上で矢印が0の回答、グループ3は楕円が1つ以上で矢印が1つ以上の回答、グループ4は楕円が10以上で矢印が10以上の回答である。グループ1と2は主観的・社会的現実の短絡的構築として捉え、1の方が2より短絡的構築の度合いが高く、グループ3と4は主観的・社会的現実の統合的構築として捉え、3より4の方が統合的構築の度合いが高いと考えられる。これらの主観的・社会的現実の統合的構築（グループ3と4）、主観的・社会的現実の短絡的構築（グループ1と2）とテーマ型メディア・フレームへの接触が

高いもの、エピソード型メディア・フレームへの接触が高いものの内訳を表したものが表10である。

表10 主観的・社会的現実の統合的構築、短絡的構築

	社会的現実の構築				
	1最も短絡的	2やや短絡的	3やや統合的	4最も統合的	合計
テーマ型 メディア・フレーム	46	8	89	114	257
エピソード型 メディア・フレーム	154	78	60	15	307
合計	200	86	149	129	564*

*「接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高い」回答のみ=564。

この分析の結果、接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高く、テレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触量がエピソード型メディア・フレームへの接触量より多い場合、テレビ報道の受け手の主観的・社会的現実の短絡的構築が行われた被調査者は少なく、主観的・社会的現実の統合的構築が行われた被調査者が多かった。

また、接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高く、テレビ報道のエピソード型メディア・フレームへの接触量がテーマ型メディア・フレームへの接触量より多い場合、テレビ報道の受け手の主観的・社会的現実の統合的構築が行われた被調査者は少なく、主観的・社会的現実の短絡的構築が行われた被調査者が多かった。

この表の χ^2 分析の結果、自由度は3、 χ^2 値は194.01、 $p < .0001$ の有意差があった。

6. 仮説の検証・考察

今回のメディア・フレームの類型化とその被調査者の分類の結果、エピソード型メディア・フレームへの接触量が多いものがテーマ型メディア・フレームへの接触量が多いものより若干多かった。Iyengar (1991) は、テレビ報道ではエピソード型メディア・フレームが主流のため、テレビ報道の視聴者はエピソード型メディア・フレームのみを視聴していると述べた。今回の調査は Iyengar (1991) のテーマ型メディア・フレームとエピソード型メディア・フレームの解釈をより多くの側面から捉え、解釈を広げたものであった。そのため、テレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触量が多いものがエピソード型メディア・フレームへの接触量が多いものより若干少ないが、その差は小さい。

テレビ報道の接触行動の志向に関して、接触行動の現実志向の度合いが高いものが多く、接触行動の空想志向の度合いが高いものが少なかったが、被調査者総数が 675 名であったため、割合が少なくても（空想：現実＝1：5）接触行動の空想志向の度合いが高い被調査者数を 111 名得られた。これによって、テレビ報道への接触行動の空想志向の度合いが高い場合に関する仮説検証が可能であった。

表 8 で示された 1～3 の各因子を構成する項目の得点の平均点を表している。この平均点を目安にして、どのカテゴリーが、どの因子をより多く満たしているのかが判断できる。この表から、次の接触行動の空想志向の度合いが現実志向の度合いより高い場合の仮説の検証ができる。

仮説 3：接触行動の空想志向の度合いが現実志向の度合いより高く、かつテレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触量がエピソード型メディア・フレームへの接触量より多い場合、テレビ報道の受け手において、テレビ報道に関する「話題性」が形成される。

仮説 4：接触行動の空想志向の度合いが現実志向の度合いより高く、かつ

テレビ報道のエピソード型メディア・フレームへの接触量がテーマ型メディア・フレームへの接触量より多い場合、テレビ報道の受け手において、テレビ報道による「娯楽性」が形成される。

表 8 より、仮説 3 と仮説 4 は支持されたと言える。しかし、表 8 の社会的現実の構築に関する項目の平均では接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高い場合の仮説に関する検証はこれだけではできない。つまり、接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高い場合、どちらのメディア・フレームへの接触量が多くても認知スタイルにおいて社会的現実の統合的構築が行われていることを示している。その結果、表 8 において接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高い場合、テーマ型メディア・フレームとエピソード型メディア・フレームのどちらにおいても社会的現実の構築に関する項目平均は高かった。このため、認知スタイルではなく、連想ネットワークとしての社会的現実の構築を捉える必要がある。

表 10 は接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高く、かつテレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触量がエピソード型メディア・フレームへの接触量より多い場合と、テレビ報道のエピソード型メディア・フレームへの接触量がテーマ型メディア・フレームへの接触量より多いときのテレビ報道に関する社会的現実の構築を 4 つの段階として考えた場合のものである。その結果、テレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触量がエピソード型メディア・フレームへの接触量より多い場合、社会的現実の統合的構築されているものが多い。また、テレビ報道のエピソード型メディア・フレームへの接触量がテーマ型メディア・フレームへの接触量より多い場合、社会的現実の短絡的構築が為されているものが多い。表 10 により、次の接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高い場合の仮説の検証ができる。

仮説 1：接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高く、かつテレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触量がエピソード

ド型メディア・フレームへの接触量より多い場合、テレビ報道の受け手において、主観的・社会的現実の統合的構築が行われる。

仮説 2：接触行動の現実志向の度合いが空想志向の度合いより高く、かつテレビ報道のエピソード型メディア・フレームへの接触量がテーマ型メディア・フレームへの接触量より多い場合、テレビ報道の受け手において、主観的・社会的現実の短絡的構築が行われる。

従って本研究の 4 つの仮説が支持された。

連想ネットワークによる社会的現実の構築に関してテレビ報道のテーマ型メディア・フレームへの接触量がエピソード型メディア・フレームへの接触量より多いもののうちでも、社会的現実の短絡的構築の度合いが最も高いグループに入るものがいたが、これは被調査者にとっての調査票の負担が大きかったために起きたことであると考えられる。今後、社会的現実の統合的構築と短絡的構築を被調査者に大きな負担をかけずに多元的な側面から測定する方法を考えていく必要がある。また、無作為抽出を行っていないため仮説の結果を一般化することは難しいが、今回は既に述べたように特定の条件を満たすために被調査者を選択する必要があった。

この研究の成果として、エピソード型メディア・フレームとテーマ型メディア・フレームの類型化を行う際の妥当な分類判断基準・分類法が新たに設定できた。また、Iyengar のエピソード型メディア・フレームとテーマ型メディア・フレームがテレビ報道の実証的研究の変数として有効であり、同様に接触行動の現実志向と空想志向もマス・コミュニケーション研究の今後の実証的研究の変数として有効であることが確認できた。

本研究の 4 つの仮説が支持されたことにより、発信要因と受信要因によりテレビ報道活動の結果が前に述べたように変化することが実証でき、テレビ報道活動とその受け手に対する結果の関係が明らかになった。

参考文献

- Adoni, H., & Cohen, A.A. (1978). Television economic news and the social construction of economic reality. *Journal of Communication*, 28 (4), 61-70.
- Adoni, H., & Mane, S. (1984a). Media and social construction of reality. *Communication Research*, 11 (3), 323-340.
- Adoni, H., Cohen, A.A., & Mane, S. (1984b). Social reality and television news : Perceptual dimensions of social conflicts in selected life area. *Journal of Broadcasting*, 28 (1), 33-49.
- 阿久津喜弘 (1977). 「受け手の構造」, 山根常男他編『テキストブック社会学 (6) マス・コミュニケーション』有斐閣ブックス. 76-88.
- 阿久津喜弘 (1990). 「子供 (児童・生徒) の活字文化と映像文化」, 片岡徳雄編『教師と子供の間』. ぎょうせい, 189-208.
- Ball-Rokeach, S. (1985). The origins of individual media system dependency: a sociological framework. *Communication Research*, 12 (4) 485-510.
- Ball-Rokeach, S., & DeFleur, M. (1976). A dependency model of mass media effects. *Communication Research*, 3 (1), 3-21.
- Berger, L.P., & Luckmann, T. (1967). *The social construction of reality*. New York: Anchor Books.
- Davis, D.K., & Baran, S.J. (1981). *Mass communication and everyday life*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Edelman, M. (1993). Contestable categories and public opinion. *Political Communication*, 10, 231-242.
- Furu, T. (1971). *The function of television for children and adolescents*. Tokyo: Sophia University.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching: mass media in the making & Unmaking of the new left*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. New York: Harper & Row.
- Greenberg, B. (1974). Gratifications of television viewing and their correlates for

- British children. In J.G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications*. (pp. 71-92). Beverly Hills, CA: Sage.
- Hawkins, R., & Pingree, S. (1981). Uniform messages and habitual viewing: Unnecessary assumptions in social reality effects. *Human Communication Research*, 7 (4) , 291-301.
- Hawkins, R., & Pingree, S. (1983). Television's influence on social reality. In E. Wartella, D. C. Whitney & S. Windahl (Eds.) *Mass Communication Review Yearbook 4*. (pp. 53-76). Beverly Hills, CA: Sage.
- Hawkins, R., & Pingree, S. (1990). Divergent psychological processes in constructing social reality from mass media content. In N. Signoriell & M. Morgan (Eds.) *Cultivation analysis*. (pp. 35-50). Newbury Park, CA: Sage.
- Hintzman, D. L. (1976). Repetition and memory. In G. Bower (Ed.), *The psychology of learning and motivation*. (pp. 47-91). New York: Academic Press.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, S., & Kinder, D. R. (1987). *News that matters*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kaigo, M. (1993). The social construction of reality by mass media news source credibility and exposure. *International Christian University Educational Studies*, 35, 207-235.
- Lindlof, T.R. (1980). Fantasy activity and the televiewing event: Considerations for an information processing construct of involvement. *Communication Yearbook*, 4, 277-291.
- Lindlof, T. R. (1982). A fantasy construct of television viewing. *Communication Research*, 9, (1), 67-112.
- McCombs, M., & Shaw, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36 (2), 176-187.
- McIlwraith, R. D., & Schallow, J. R. (1983). Adult fantasy life and patterns of media use. *Journal of Communication*, 33 (1), 78-91.
- McIlwraith, R. D., & Josephson, W. L. (1985). Movies, books, music, and adult

- fantasy life. *Journal of Communication*, 35 (2), 167-179.
- 三上俊治 (1987). 「現実構成過程におけるマス・メディアの影響力」『東洋大学社会学部紀要』 24-2, 237-279.
- 三上俊治・水野博介・橋本良明 (1989). 「テレビによる社会的現実の認知に関する研究」『東京大学新聞研究所紀要』 38, 73-123.
- 水野博介 (1977). 「子どもがテレビから得ている充足について－『利用と満足』のアプローチを用いた調査の報告－」『年報社会心理学第 18 号 会議の社会心理学』, 187-208.
- 水野博介 (1991). 「文化指標研究と培養効果分析－そのアイディア・発展・現状と評価－」『新聞学評論』 40, 274-290.
- Neuman, W.R., Just, M.R., & Crigler, A.N. (1992). *Common knowledge: News and the construction of political meaning*. 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.
- Schramm, W. (Ed.). (1949). *Mass communications*. Urbana: University of Illinois Press.
- Schramm, W. (1954). How communication works. In W. Schramm (Eds.) *The process and effects of mass communication*. (pp. 3-26.). Urbana: University of Illinois Press.
- Schramm, W. (1957). *Responsibility in mass communication*. New York: Harper and Brothers.
- シュラム, W. 編, 学習院大学社会学研究室訳. (1968). 『マス・コミュニケーション: マス・メディアの総合的研究』, 創元社.
- Schramm, W, Lyle, J., & Parker, E. (1961). *Television in the lives of our children*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Shrum, L. J., & O'Guinn, T. C. (1993). Processes and effects in the construction of social reality: Construct accessibility as an explanatory variable. *Communication Research*, 20 (3), 436-471.
- Tankard, J., Henrickson, L., Silberman, J., Bliss, K., & Ghanem, S. (1991, August). *Media frames: Approach to conceptualization and measurement*. Paper presented

to Communication Theory and Methodology Division, Association for Education in Journalism and Mass Communication Convention, Boston.

Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. Free Press.

van Dijk, T.A. (1988). *News as discourse*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Weissman, G. (1995). A fantasy of witnessing. *Media, Culture and Society*, 17, 293-307.

Wyer, R.S., & Srull, T.K. (1980). The processing of social stimulus information: A conceptual integration. In R. Hastie, T.M. Ostrom, E.B. Ebbesen, R.S. Wyer, D.L. Hamilton, D.E. Carlston (Eds.), *Person memory: The cognitive basis of social perception*. (pp. 227-300). Hillsdale: Erlbaum.

吉田民人 (1967). 「社会的コミュニケーション」, 吉田民人・加藤秀俊・竹内郁郎『社会的コミュニケーション』(今日の社会心理学 4), 培風館.