

## マスコミ効果の再評価と「沈黙の螺旋的進展」仮説

大 里 巖

### The Reevaluation of Mass Media Effects and the Hypothesis of the “Spiral of Silence”

Iwao OSATO

#### Abstract

The hypothesis of the “spiral of silence” was advanced by E. Noelle-Neumann during the 1970s in order to discover new paradigms on media effects. Using this model, Noelle-Neumann has reevaluated the effects of mass media, especially on public opinion.

Here, this model is introduced, and theoretical implications, methodological problems and future applications of this model are discussed.

#### 1. マス・コミュニケーションの限定効果論の前提とそれに対する疑義

1940年代に起源を有する、合衆国におけるマス・コミュニケーションの実証主義的研究の系譜が、それまで通説とされてきた、思弁にもとづく「皮下注射説」、すなわちマスコミは無防備で、原子化された受け手たる一般大衆に強力な影響力をもつという想定に、大巾な修正をもたらしたことは衆知の通りである。影響は主として補強効果に限定され、しかもマス・コミュニケーションは個人の態度、行動変化を惹起する社会的諸要因の一要素に位置づけられてしまった観があった。

例えば W.マクガイアーは「社会心理学ハンドブック」で「説得に対するマスコミの影響力は、測定の結果によるときわめて僅かであるようだ。マス・メディアの効果を調査するために、膨大な数にのぼる経験的研究プロジェクトが実施された。結果はどちらかというとも都合なものである。マス・メディアによる態度変容の徴候はほとんど見い出されなかったし、行動への影響の徴候はなお一層僅かであったからである。」<sup>1)</sup>と総括し、ベレルソンは、マス・メディアの効果は、メディアの内容によるよりも、受け手の特質によって左右される、と結

1) W.J. McGuire: The Nature of Attitudes and Attitude Change. In: G. Lindzey and E. Aronson(ed.): The Handbook of Social Psychology. Reading, Mass.<sup>2</sup>1969, Bd.3, p. 229.

論づけている<sup>2)</sup>。

実証的データから必然的に導かれたマスコミ効果の過少評価と、それに伴う他の媒介変数への関心の移行は、この分野の研究者の研究的情熱を少なからず削いだであろうことは想像に難くない。かつてこの分野が四人の偉大な研究者——ラスウェル、ラザーズフェルド、ホウラント、クルト・レヴィン——によって、研究を深められたにもかかわらず、その四人はすべて去り、もはや優れた学究の関心を惹きつけない、というベレルソンの嘆きにもこの辺の事情が窺える<sup>3)</sup>。

しかしこの分野での研究意欲を長期間麻痺させてきた主要因は、マス・メディアの影響は僅かであるという専門家の研究所見と、依然として一般人の日常的経験から導かれる、マス・メディアの影響は強力であるという印象との間のギャップにもとづく、マスコミ研究の隘路的性格ではないであろうか。

こうした状況の中で、固定化されたマスコミの限定効果論を見直し、マスコミの影響力を再評価しようとするいくつかの試みが、70年以降に見られるが、注目すべきモデルの一つが、エリザベト・ノエレ・ノイマンによって提起された「沈黙の螺旋的進展」仮説である<sup>4)</sup>。この仮説成立の足跡を辿ってみると、ノエレ・ノイマンの問題意識が、先ずマス・メディアの改変効果の再検討にあるが、彼女が問題とする改変効果は、今までの研究で見落されてきた、効果の前提条件により生ずるもので、この前提条件を証明するためにこのモデルが必要であったという経緯がある。

彼女の疑義は、限定効果論を生み出す引き金ともなり、母体ともなったラザーズフェルド等の The People's Choice 研究に直接向けられる。彼女は1940年のこのパネル研究が学問的認識に実に多くの成果をもたらしたことを多としながらも、コミュニケーション研究上、きわめて大きな、しかも長期に及ぶ錯誤をもたらしたと主張する<sup>5)</sup>。その錯誤とは、マス・メデ

2) B. Berelson and G.A. Steiner: Human Behavior. An Inventory of Scientific Findings. New York 1964 参照。

3) B. Berelson: The State of Communication Research. In: The Public Opinion Quarterly, Bd. 23, Spring 1959, Nr.1, p.1—6.

4) 日本でも英語文献を通じて注目されはじめている。簡潔で適切な紹介として、児島和人「マス・コミュニケーションの新たな効果モデルの生成」『放送学研究』34号 1984年 117-143頁。

5) E. Noelle-Neumann, Der Einfluß der Massenmedien auf die quasistatistische Wahrnehmung des Meinungsklimas als Beispiel, warum die Wirkungsforschung neue Fragen stellen muß. In: O. Schatz(Hrsg.), Die elektronische Revolution. Wie gefährlich sind die Massenmedien?, Graz/Wien/Köln 1975, S.183 参照。

ィアは態度を変容せず、ただ補強するだけである、という想定である<sup>6)</sup>。この錯誤の原因を考えると、マス・メディアが1940年の大統領選挙戦で態度変容に僅かにしか作用しなかったのは特定の条件が存在したからであり、その前提条件が十分に見究められずに、特定状況における諸結果が一般化されてしまったという事実が浮び上ってくる。

1940年の投票行動研究における限定効果論の根底となった原理は、自己の既存の態度、行動様式に抵触する影響の試みを回避する自己保護作用たる選択的接触と選択的知覚であった<sup>7)</sup>。しかしこの原理をさらに推し進めるならば、「選択の可能性が少なければ少ない程、補強原理は一層僅かにしか妥当しなくなる。つまりマス・メディアによる態度変容の可能性が一層大きくなる。」<sup>8)</sup>という原理を定式化することができる。

はたして実際に選択的受容性が失われる状況というものは存在しえないものであろうか。ラザースフェルド等による研究が行なわれた1940年の時点ではテレビというマス・メディアは存在しなかった。したがって当然のことながら影響源の一つとして考慮されていない。しかし例えばラング&ラングの研究における1960年のケネディとニクソンのテレビ討論の有権者に対する影響についての考察は、すでにテレビの投票行動に対する影響を裏づけている<sup>9)</sup>。ノエレ・ノイマンは、受け手の選択メカニズムが効力を失う実例として先ずテレビを挙げている。テレビのメディア特性から生ずる選択受容性の排除とその結果生ずる影響力についての彼女の詳細な考察は後に論ずるが、ここでは彼女がテレビの改変効果を単独に敷衍するのではなく、沈黙の螺旋過程におけるマス・メディアの影響の論証に不可欠な知見と考えていることを指摘しておく。

受け手の選択の自由が制約されるのは、テレビの場合に限らない。中央集権的に統制されたメディアシステムでは、いかなる出来事を、いかなる論拠で取り上げるべきかのフィルターがあらかじめ定められ、コミュニケーションの協和 (Konsonanz) がきわめて高いため、

- 
- 6) E. Katz: On Reopening the Question of Selectivity in Exposure to Mass Communication. In: R.P. Abelson, W. McGuire, T. M. Newcomb, M.J. Rosenberg and P.H. Tannenbaum (ed.): Theories of Cognitive Consistency: A Sourcebook. Chicago 1968, p. 788—796 参照。
  - 7) P.F. Lazarsfeld, B. Berelson and H. Gaudet, The People's choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign, New York 1944, 1948, 1968, p. 88ff.
  - 8) E. Noelle-Neumann: Wirkung der Massenmedien. In: E. Noelle-Neumann und W. Schulz (Hrsg.): Publizistik. Das Fischer-Lexikon Bd.9. Frankfurt a.M. 1971, S. 335.
  - 9) K. Lang and G.E. Lang: Ordeal by Debate. Viewer Reactions. In: Public Opinion Quarterly, Bd. 25, Summer 1961, Nr.2, p. 277—288 参照。

受け手の選択的受容が著しく制約される<sup>10)</sup>。

これに類似した協和は、ジャーナリスト間にニュース・ヴァリューに関する暗黙の標識が存在し、さらに取り上げられた政治、社会問題の論点に、共通な立場からの一致した解釈が主張される場合には、西側工業諸国でも成立する可能性が高い<sup>11)</sup>。

ところでマス・メディアにおける協和によって選択的受容が制約された場合、実際にはマス・メディアは受け手にどのような影響をもたらすのであろうか。注意すべきことは、ノエレ・ノイマンはラザーズフェルド等が検証しようとした投票意図に対するマス・メディアの改変効果をここで考えているのではない、ということである。投票意図は個人の改変しにくい信念の一つであり、それに対するコミュニケーションの改変効果を測定しようと試みることは、地層のもっとも硬い部分でボーリングを行なおうとするに等しい<sup>12)</sup>。つまり改変効果をもっとも期待しえない投票行動そのものを直接測定するのではなく、マス・メディアがもっとも容易に効果を発揮しうるような事象を選ぶべきなのである。例えば人物に対する評価がそれである。ある政治家に対する評価は容易に変化する。おそらく政治家に対する意見変化は投票意図の変化の数倍頻繁に生ずるであろう。マス・メディアは、政治家に対する個人の評価には比較的容易に影響を及ぼすことができる。したがって意見変化に対するマス・メディアの影響は測定しやすい<sup>13)</sup>。そしてある政党の政治家に対する好意的態度への変容はやがてはこの政党を支持する投票意図へと変化することを推定しうる。

測定の対象を変えるべきであるという示唆は、従来マス・コミュニケーションの効果研究の主要対象とされてきた「態度」にも向けられている。ノエレ・ノイマンは、1969年にはじめて調査で、視点が個々人の態度そのものから、彼等の周囲の人々の態度についての彼等の判断へと移行した、と述べているが、これは、個人の態度変容ないしは態度補強へのマスコミの影響に向けていた注意を、自己の周囲の支配的な見解に関して個人が抱いている想像に及

10) E. Noelle-Neumann: Öffentlichkeit als Bedrohung. Über den Einfluß der Massenmedien auf das Meinungsklima. In: Öffentlichkeit als Bedrohung. Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung, Freiburg/München 1977, S. 213.

11) a.a.O., S. 213.

12) E. Noelle-Neumann: Der Einfluß der Massenmedien auf die quasistatistische Wahrnehmung des Meinungsklimas als Beispiel, warum die Wirkungsforschung neue Fragen stellen muß. a. a.O., S. 181.

13) E. Noelle-Neumann: Wahlentscheidung in der Fernsehdemokratie. Eine sozialpsychologische Interpretation der Bundestagswahl 1972. In: D. Just und L. Romain(Hrsg.), Auf der Suche nach dem mündigen Wähler. Die Wahlentscheidung 1972 und ihre Konsequenzen(Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Heft 101), Bonn 1974. S. 191 und 194 参照。

はすマスコミの影響に、移し変えたことに他ならない<sup>14)</sup>。

## 2. 統計的知覚と沈黙の螺旋過程

事実、個人は相互に孤立しているのではなく、自己の外界、つまり他の人びとに多大な注意を傾けており、争点が分かれる問題について、どの意見が優勢であるか、どの意見が多数になり、どの意見が少数になっているのかを絶えず観察している。外界の意見の分布と趨勢の観察を、ノエレ・ノイマンは統計的知覚 (quasistatistische Wahrnehmung) と名付けるが<sup>15)</sup>、こうした個人の外界観察はいかなる機能を果たしているのだろうか。彼女はここで外界 (Umwelt) の意見とよばれているものを、端的に世論 (öffentliche Meinung) と考える。ただし世論に限定的意味を付与する。すなわち、その効力は特定のテーマや特定の人的範囲に限定されないが、特定の時期および特定の地域に限定される<sup>16)</sup>。この意味での世論は流動的である。見解が対立する場合、その時点で社会の支配的な意見と判断されたもの、それが世論であり、ある意見が世論ではなくなり、代って、対立する意見が世論になるというプロセスが見込まれている。世論はまた個人も為政者も顧慮せねばならぬ支配的意見であり、彼等に順応を強制する。

沈黙の螺旋過程は世論のもつこの制裁機能を前提として成立する。個人が世論に気を配り、それを圧力と感ずるのは、孤立することを恐れるがためである。自分の意見に社会的支持を求めるのは人間の共同生活の前提条件である。

ある問題について社会の見解が大きく二つに分かれている場合、個人は自分の立場をこれらの対立する見解と見合わせて、どのように振舞うかを決める。二つの可能性が考えられる。統計的知覚つまり外界の観察を通じて、彼が対立する二つの見解の一つが有力であると判断し、彼自身の考えがこの支配的ないしは地歩を占めた意見と一致しているならば、彼は自己確信を強め、孤立の危険なしに自分の意見を表明できるし、逆に自分の意見が、大勢を占めたと彼が判断した見解と一致していなければ、意見の表明を差し控えなければならない。現在は多数意見ではないが将来多数を占めるであろうと判断された見解に対しても同様のことがいえる。

14) E. Noelle-Neumann: Der Einfluß der Massenmedien……, a.a.O., S. 184ff 参照。

15) E. Noelle-Neumann: Öffentlichkeit als Bedrohung. a.a.O., S. 216ff.

16) E. Noelle-Neumann: Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt. Ein neuer Ansatz zur Analyse der Wirkung der Massenmedien. In: Publizistik 18(1973) S. 39.

一方は自分の意見を公然と表明し、他方は意見の表明を抑圧してしまうという二様の行動形態は、その後の、個人が外界の観察によって行なう意見の頻度分布の判断に影響を及ぼす。彼は一方の意見を増々頻繁に聞くことが多くなり、他方の意見は増々聞く機会がなくなる。

多数意見、つまり世論と判断されたもの、または将来世論になるであろうと判断された考え方と自分の意見が一致しない場合、少数意見であるが故の孤立の恐れから生ずる自分の意見の表明の逡巡、そして優勢な意見と同調した立場の人びとの発言が増々公然と表明される結果、この逡巡が増大し、沈黙が循環的に進展してゆく現象、これをノエレ・ノイマンは沈黙の螺旋的進展と表現した<sup>17)</sup>。

沈黙の螺旋過程の発想は、トックビルがフランス大革命後、宗教軽視の風潮が一般化した理由を「フランス教会が沈黙したこと」に求め、まだ依然として古い信仰を堅持していた人びとが、一人自分だけが未だに信仰に忠実であることによる孤立化を恐れ、大勢に同調していったと分析した事象にヒントを得ている<sup>18)</sup>。この時点で、個人が世論の動向を判断する手掛かりとしたのは“教会の発言”であった。

沈黙の螺旋過程仮説は、プロセスの進行の鍵を一つの意見の公然表示の拡大または縮小に求めているが、トックヴィルの事例でも理解できるように、個人は公然表示を直接周囲の人々から感知するとは限らず、ある機関——ここでは教会の発言に認めることがありうる。ノエレ・ノイマンは、現代ではこの機関の役割をマス・メディアが担っていると考える。

### 3. マス・メディアの役割

沈黙の螺旋過程が進展するためには、つまり世論に動的变化がもたらされるためには、前述したように相対する二つの意見の一方に公然表示の累積的拡大が必要になる。公然表示は、意見同調者による個人的、集団的な様々なデモンストレーションによっても実現しうるが、なによりも先ずマス・メディアがその担い手にふさわしい<sup>19)</sup>。すなわち、マス・メディアは個人が自己の周囲の意見の頻度分布を観察するためにもっとも適切なシステムであり、まして自己の体験領域以外の問題に関して意見動向を認知するためには、ほとんどマスコミに頼ら

17) a.a.O., S. 40.およびE. Noelle-Neumann: Die Schweigespirale. Über die Entstehung der öffentlichen Meinung. In: Öffentlichkeit als Bedrohung, Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung, Freiburg/München 1977, S. 172—176 参照。

18) A. de Tocqueville: L'Ancien Régime et la Révolution. 1856. Deutsch: Das alte Staatwesen und die Revolution. Leipzig 1857 参照。

19) E. Noelle-Neumann: Die Schweige Spirale, a.a.O., S. 194—195.

ざるを得ない。マス・メディアを通じて間接的にしか認知しえない問題について、マス・メディアがある意見の優勢を示唆するならば、個人はその情報により、自己確信を得て自分の意見を公然と表示するか、落胆して沈黙するかの、いずれかの態度決定をとらねばならないし、自己の立場が世論の支持を受けていないと判断した個人は多数派の意見に組してゆくことになる。このようにしてマス・コミュニケーションは世論の存続、変更に影響を及ぼすことが推定される。

ここで仮説を検証するために引用された数多くの事例研究の中から、「死刑廃止の是非」をめぐる世論の動向を取り上げて、ノエレ・ノイマンの論証を検討してみよう<sup>20)</sup>。西独では戦後施行された基本法102条で死刑の廃止を明言しているが、その賛否については長年意見が割れているのみならず、賛否の割合に変化が生じている。つまり調査によれば1950年から1972年の間に多数意見であった死刑存続論が逆転されて少数意見になっているのである（表1参照）。

表1 死刑に対する態度

「あなたは原則として死刑に賛成ですか、それとも反対ですか。」という質問に対する回答（％）

	1950年 6 月 (n=1707)	1961年 4 月 (n=1921)	1967年 4 月 (n=1933)	1971年 8 月 (n=1034)	1972年 6 月 (n=1971)
賛 成	55	51	50	43	37
反 対	30	28	31	46	47
未 決 定	15	21	19	11	16
	100	100	100	100	100

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD—Umfragen 032, 1052, 2028, 2074, 2083.

また1971年3月には、死刑廃止に関する多数意見がどちらに傾いているかについての住民の判断と、死刑廃止論と死刑存続論のいずれが将来有望な意見となるかについての住民の判断が調査されたが、結果は以下の通りであった。「あなた自身の意見は別として、大半のドイツ人は死刑に賛成だと思いますか、それとも反対だと思いますか。」という質問に対し、14%の人は意見を留保したが86%の人が自分の判断を述べた。すなわち44%の回答者は「大半のドイツ人は死刑に反対である。」と答え、20%の回答者が「大半のドイツ人は死刑に賛成である。」と答え、22%の人が「意見は半々に分かれている。」と回答した。また死刑復活の将来性については、74%の人が判断を示し、13%の回答者が死刑復活を予想し、61%の回答者が

20) E. Noelle-Neumann: Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt. a.a.O., S. 43—45.

あり得ないと回答している<sup>21)</sup>。

この結果から、何故、1971年の春に実際の死刑賛否の意見分布がほぼ半々であったのに、意見分布に対する住民の評価では、「大半の人は死刑に反対である。」という判断の方が明白な多数を占めたのか、という疑問が当然生じてくる。つまり死刑についての事実上の意見分布と、住民が下した意見分布の推測が大巾に齟齬を来しているのである。

いかなる要因が住民の統計的知覚を左右したのであるか。ノエレ・ノイマンはマス・メディアの協和的な姿勢、つまりマス・メディアが一貫して示した死刑復活論の拒否が、多数意見は死刑に反対であるという国民の判断の原因になったのではないかと<sup>22)</sup>、マス・メディアは1950年代の初期から圧倒的に死刑反対の立場であった、と推論し、それはマス・コミュニケーションの内容分析によって検証しようと主張する<sup>23)</sup>。

さらに死刑廃止論（波及しつつある意見）の支持者と死刑存続論（凋落しつつある意見）の支持者を比較すると、両者の姿勢に明白な差異があらわれる（表2参照）。優勢な意見の支持者は一致団結した考え方を示しているのに対し、劣勢な意見の支持者の統計的知覚は拡散している。自分の意見は社会的支持を受けているという、死刑廃止論賛成者の確信と、自己の立場が不利になっていることを認知する死刑存続論賛成者の不安感が、こうした反応の差となって現れると解釈できるが、この判断の源泉も言うまでもなくマス・メディアの協和的報道であったということになるのである。

マス・メディアが取り上げる報道の内容、およびその報道内容に対してとる立場の共通性、類似性に関する研究は、近年送り手研究の分野で内容分析的手法によりかなり成果を上げている<sup>24)</sup>。それによれば、報道の自由を前提にして出来事の現実を忠実に伝達しようと心掛けるジャーナリストの立前とは必ずしも一致しない、片寄った題材の選択と提示が指摘されている。しかもそれがジャーナリスト全般に共通な準拠枠で行なわれるため、各マス・メディアの提供する報道には類似性、つまり協和が生ずる。その上、マス・メディアの報道は類似性を有するのみならず、同一内容の報道が共通の視点から繰り返し取り上げられるという累積性（Kumulation）、ならびに受け手に広範な接触可能性を提供する遍在性（Omnipräsenz）を兼ねそなえている。そして遍在性は当然のことながら公然性（Öffentlichkeit）の側面を有し

21) a.a.O., S. 43ff.

22) a.a.O., S. 44.

23) E. Noelle-Neumann: Die Schweigespirale. a.a.O., S. 201.

24) E. Noelle-Neumann: Kumulation, Konsonanz und Öffentlichkeitseffekt. a.a.O., S. 136.および拙稿「海外ニュースのレアリティとニュース要因」『新聞学評論』32号, 1983年, 25-36 頁参照。



表2 死刑についての見解

「あなた自身の意見はさておき、大半のドイツ人は死刑に賛成だと思いますか、それとも反対だと思いますか。」という質問に対する回答 (%) (1971年3月)

	死刑賛成論者 (敗北意見派) (n = 1 7 5)	死刑反対論者 (勝利意見派) (n = 2 8 0)
大半の人は死刑に賛成	38	12 *
大半の人は死刑に反対	19	64 *
意見は半々に分かれている	29	15
答えられない	14	9
	100	100

「あなたはここ数年のうちに死刑が実施されるようになるかと思いますが、それとも実施されそうもないと思いますか。」という質問に対する回答 (%) (1971年3月)

	死刑賛成論者 (敗北意見派) (n = 1 7 5)	死刑反対論者 (勝利意見派) (n = 2 8 0)
死刑は実施されうる	28	5 *
ありえない	44	79 *
何とも言えない、無回答	28	16
	100	100

\* = 有意水準 1 %

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 2069.

ている<sup>25)</sup>。

累積性と遍在性の条件をそなえたマス・メディアの協和は、中央集権的に統制された報道の場合と同様に、受け手の選択メカニズムを無効にする可能性が高く、マス・メディアの世論に対する影響を十分に推測させる。しかしマス・メディアと世論の関係が具体的にはいかなる性質なのかは依然として不明瞭である<sup>26)</sup>。アーノルド・ゲーレンは「おそらく大多数のマス・メディアは情報の選択と論評に関して中庸的立場をとっているであろうが、時としてメディアが一致してある一面的な立場をとるというケースがありうる。しかしメディア間の一致符合が直ちに聴衆の側の一致符合を示していることにはならない。」と述べている<sup>27)</sup>。しかしメ

25) ただしノエレ・ノイマンは Omnipräsenz = Allgegenwartigkeit と Öffentlichkeit を同義にも用いている。

26) E. Noelle-Neumann: Die Schweigespirale. a.a.O., S. 202.

27) A. Gehlen: Michel Bericht "Das Meinungsproblem" (Bundestagsdrucksache V/2120, 1967, S. 251—254.) S. 253.

ディア間の一致符合が累積性を伴うならば遅かれ早かれ聴衆の側の一致符合を招来するであろうことが予測できる。ただし実証的立場からは当然のことながらその検証が要請される。

#### 4. テレビメディアの影響力

前にも触れたように、ノエレ・ノイマンは受け手の選択的知覚の防禦的メカニズムが機能しない例外として、メディアコンソナンスとともにテレビのメディア特性を挙げているが、メディアコンソナンスが受け手の統計的知覚に及ぼす影響を検証するためにもテレビの影響力を強調する。

500人のエリート男女を対象にしたアメリカ合衆国のある調査で、「あなたの生活や考え方に対し、どの集団や組織または機関がもっとも大きな影響を与えていると思いますか。」という質問に対し、アメリカ政府を抜いてテレビが回答の第一位を占めた<sup>28)</sup>。こうした証言は現在ではいくらでも引き合いに出すことができるであろう。ただしその理由を理論的に考察してみる必要がある。

印刷メディアに比して、テレビは次に述べる理由により比較的容易に受け手の選択的メカニズムのバリアを乗り越えることができる<sup>29)</sup>。

- (1) 新聞、雑誌の場合は、プレコミュニケーションの段階で多数の刊行物の中から自分の立場と一致し、自分の考えを補強してくれると期待できる新聞、雑誌や記事を選ぶことができるが、テレビの場合はチャンネル数も限られる上、政治上の基本的立場に関して、相互にあまり差異のない番組が提供される。
- (2) スペース的に配置された新聞・雑誌記事の場合、不協和な記事内容を読みとばすことができるのに対し、時間的に連続して構成されているテレビ番組の不協和コミュニケーションを排除することは困難である。
- (3) 一人で読むのが通例の新聞、雑誌に対し、テレビは家族全員で視聴するのが通例なので、自分の関心や考え方に合わない番組でも見なければならない機会が多い。政治に関心のない家族構成員もテレビ普及以来、政治番組に接する機会が多くなっている。

28) U.S. News and World Report, 22. April, 1974, p. 31.

29) Öffentlichkeit als Bedrohung. a.a.O. S. 214ff, E. Noelle-Neumann: Der getarnte Elefant. Über die Wirkung des Fernsehens. In: Öffentlichkeit als Bedrohung. Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung, Freiburg/München 1977, S. 115—125,および Wirkung der Massenmedien. a.a.O., S. 335—339を参照。とくに Wirkung der Massenmedienが詳しい。

(4) 新聞、雑誌の場合は、活字を読むという性質上、その努力を行うためにかなり動機が必要であるが、スイッチを入れて座っていれば、とくに努力を勞せずとも、映像と音声が知覚されるテレビの場合には、不協和な内容も安易さと娯楽性の見地から受容されやすい。

以上の理由にドイツの特殊事情も考慮する必要があるだろう。二つの公共放送の三チャンネルの番組は<sup>30)</sup>、番組審査委員会の監督のもとにコントロールされており、公平な報道、つまり対立する見解を平等に紹介することが予測されているので、かりに一方の見地が強調されるようなことがあれば、かえってその影響力は大きい<sup>31)</sup>。

また、メディア消費時間も無視できない。ドイツの場合、平均テレビ視聴時間が2時間余りで、新聞消費時間は32分である<sup>32)</sup>。

問題は、こうした理論的考察を実証的に裏づけることができるかということであるが、ノエレ・ノイマンは三つの事例で検証を試みている<sup>33)</sup>。とくに最後の事例はテレビが受け手の統計的知覚に及ぼす影響を実証しており、興味深い。

第一の調査はテレビメディアの存在が受け手の見解や関心に与える影響を示唆している。テレビをはじめて購入しようとしている人びと（実験グループ）に政治に対する関心の度合いを尋ね、一年後パネル方式で同一人物に同一の質問をした。またコントロールグループとしてテレビを購入しない人が選ばれ、実験グループと同じ調査時に同一の質問が行われた。結果は表3の通りであるが、テレビ受信機購入後一年足らずの間に、被験者の政治的関心が著しく増大していることがわかる。

表3 テレビの普及と政治的関心の増大の因果関係

質問：ごく一般的にいて、あなたは政治に関心がありますか。

	テレビ購入者（実験群）		テレビ非所有者（統制群）	
	1966(購入前) %	1967(購入後) %	1966 %	1967 %
はい	36	44	51	48
それ程ない	40	40	40	40
全然ない、無回答	24	16	9	12
	100	100	100	100
	n = 170		n = 170	

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD-Umfrage 552.

30) 第3プログラムはARD(Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland)所属の放送局の地方放送チャンネルである。

31) Wirkung der Massenmedien, a.a.O. S. 337 参照。

32) Der getarnte Elefant. a.a.O., S. 119.

33) Öffentlichkeit als Bedrohung, a.a.O., S. 227—233 参照。

ここで参考までに、60年代から70年代にかけての政治的関心の一般的傾向（表4参照）と照らし合わせてみると、テレビメディアの存在によって政治的関心が増大していることを認めることができる。これはテレビメディアの存在そのものによって生じるマス・メディアの長期的効果がいかに徹底したものであるかを物語っている。テレビを購入した人は単に政治への関心を深めただけではなく、政治に対する評価まで変った。とくにテレビ視聴以外にあまり新聞、雑誌を読まない人の場合は、以前よりも政治が興味深く分かりやすいと考えるようになって<sup>34)</sup>いる。

第二の調査は1972年の総選挙（Bundestagsauswahl）の前後に有権者のパネルの投票意図や立候補者の政見に対する賛否等を尋ねたものである。その際、とくにメディア利用の差異が選挙キャンペーン期間中の意見変化にどのように影響したかが調査された。すでに触れたように、投票意図そのものはラザーズフェルドのいう人間の態度価値体系の安定性位階<sup>35)</sup>でもっとも変化しにくい部類に属し、マス・メディアの影響が測定しにくい。意見変化が比較的

表4 政治的関心の増大

質問：ごく一般的にいて、あなたは政治に関心がありますか。

	関心がある %
1952年6月	27
1960年1月	30
1960年2月	27
1961年4月	31
1962年8月	30
1962年12月	37
1965年4月	31
1965年9月	39
1965年11月	35
1967年6月	39
1967年11月	38
1969年8月	45
1969年9月	41
1971年1月	43
1972年9月	46
1973年6月	49

Quelle: Jahrbuch der öffentlichen Meinung 1968 bis 1973. Hrsg. von E. Noelle u. E.P. Neumann. Allensbach und Bonn 1974, S. 213.

34) a.a.O., S. 229.

35) P.F. Lazarsfeld, B. Berelson and H. Gaudet: The People's Choice, New York 1968, XXXVII —XXXVIII 参照。

表5 テレビの政治番組視聴と政治家に対する意見変化

	テレビはよく見るが、 新聞の政治欄は読ま ない	テレビもよく見るし、 新聞の政治欄もよく 読む	テレビの政治番組は あまり見ないが、新 聞の政治欄はよく読 む	テレビの政治番組も あまり見ないし、新 聞の政治欄もあまり 読まない
1972年10月の月始と 月末の間に好意的意 見に変わったのは——	(n = 322)	(n = 132)	(n = 23)	(n = 145)
	%	%	%	%
SPD の政治家	70,0	72,5	56,7	54,0
CDU/CSU の 政治家	54,3	56,8	45,6	52,4

Quelle: Allensbacher Archiv, IfD—Umfragen 2126,2128,2129,—Veröffentlichung: Elisabeth Noelle-Neumann: Wahlentscheidung in der Fernsehdemokratie a.a.O. s.192.

容易に生ずる対象、例えば人物を選び、その対象に対する意見変化を調べる方が調査技術上賢明であるといえる。この観点からキリスト教民主同盟 (CDU)、ドイツ社会民主党 (SPD) の二大政党の八人の指導的政治家が選ばれ、彼等に対する選挙期間中の意見変化が調査された (表5 参照)。

その結果をみると、よくテレビを見る被験者 (新聞の政治欄はあまり読まない) に、与党である SPD の政治家に対する好意的意見変化が顕著にみられる。それは、SPD の政治家の方が政権担当者という立場上テレビによく登場するという事実と無関係ではない。そして前述したようにある政党の政治家に対する好意的態度への変化は、政党支持そのものの変化に通じているのである。ノエレ・ノイマンは、投票者が以前よりも頻繁に支持政党を変えるという西側工業諸国にみられる傾向は、テレビの普及の結果であり、テレビの有する態度変容への強力な影響力によるものではないだろうか、と述べている<sup>36)</sup>。

第三の調査は、前述の通り統計的知覚、つまり個人が孤立から自己を守るために行なう外界観察に対する影響を検証しようとするものである。具体的には、身近かな生活環境の直接的観察の他に、マス・メディア、とくにテレビが個人の行なう意見の頻度分析の判断に影響を与えるかどうか調査される。

被験者には「もちろん誰も知ることはできませんが、あなたは次の総選挙でどの党が勝つと思いますか、どの党がもっとも高い得票を得ると思いますか。」という質問がなされた。この選挙戦勝利予測に関する質問は、実際にはどの政党がより多くの支持を得ているか、また

36) Öffentlichkeit als Bedrohung, a.a.O., S. 230.

は得るであろうかを、人びとに尋ねているのであり、実質的には政党支持の分布に関する外界観察を調査していることになる。データとしては、西独の予備選挙戦段階にあたる1976年の3月と7月のパネル調査の結果が用いられた。被験者は、テレビの政治番組をよく見る者、時々見る者、ほとんど見ない者に類別され、さらにそれぞれのグループが政治的関心の有無で区別された<sup>37)</sup>。

結果をまとめたものが表6であるが、このケースでは政治に対する関心の有無の差はテレビの政治番組の影響に反映していないことがわかる。テレビをよく見る人と、テレビをほとんど見ない人、つまり情報をもっぱら周囲の生活環境から直接に得ている人とは、統計的知覚に明確な差異が生じている。テレビをよく見ている人は、政治的関心の有無を問わず、3月から7月の間にドイツ社会民主党・自由民主党連立 (SPD/FDP・Koalition) の10月選挙における勝利の判断を強めたのに対し、テレビを見ず、しかも政治に関心をもっている人は、逆に10月選挙におけるキリスト教民主同盟・キリスト教社会同盟 (CDU/CSU) の勝利の可能性の判断を強め、関心のない人は3月と7月で勝利政党の判断をほとんど変えていない。

しかし国民一般の選挙結果の予測をみると、CDU/CSU が勝利するであろうと考えている人は3月に47%、7月に40%であり、SPD/FDP が勝利するであろうと考えている人は、3月に27%、7月に33%であった<sup>38)</sup>。つまり1976年の3月と7月に国民一般はCDU/CSU の10月勝利を予測していたのである。それでは何故テレビの政治番組をよく見る人の場合、SPD/FDP の勝利を信じるという結果がでたのであろうか。重要なヒントは同時期におけるジャーナリスト間の一致した政治予測にある。すなわちテレビ、ラジオ、プレス of the ジャーナリストの73%がSPD/FDP 連立の勝利を信じていたのである。CDU/CSU が勝利するであろうと考えていたジャーナリストは12%にとどまった<sup>39)</sup>。この数値に、一般人の外界判断に対するメディアコンソナンスの明白の影響を認めようとするのはかなり妥当なことといえよう。

##### 5. マス・メディアは社会の反射鏡か、それとも世論の造型者か。

ノエレ・ノイマンが「沈黙の螺旋的進展」モデルを形成した背後には、語弊があるかもしれないが、マスコミ研究者としてのきわめて当然な、しかも素朴な疑問があったのではないか

37) Blumler と McQuail の研究以来、政治に関心のないテレビ視聴者はとくにテレビの政治番組の影響を受けやすいと一般的には考えられているので、区別したのであろう。

38) Öffentlichkeit als Bedrohung, a.a.O., S. 233.

39) a.a.O., S. 233.

表 6

テレビをよく見る人で							
今度の総選挙でどの党 が勝つと思いますか	政治に関心がある			政治に関心がない			
	指数(3月) =100			指数(3月) =100			
	1976年 3月 n = 144	1976年 7月		1976年 3月 n = 31	1976年 7月		
	%	%		%	%		
	CDU/CSU	49	35	73	39	26	67
	SPD/FDP	32	41	129	32	45	140
どちらともいえない	19	24		29	29		
	100	100		100	100		
テレビを時々しか見ない人で							
今度の総選挙でどの党 が勝つと思いますか	政治に関心がある			政治に関心がない			
	指数(3月) =100			指数(3月) =100			
	1976年 3月 n = 111	1976年 7月		1976年 3月 n = 84	1976年 7月		
	%	%		%	%		
	CDU/CSU	52	46	88	48	43	90
	SPD/FDP	24	28	115	31	31	100
どちらともいえない	24	26		21	26		
	100	100		100	100		
テレビをほとんど見ない人で							
今度の総選挙でどの党 が勝つと思いますか	政治に関心がある			政治に関心がない			
	指数(3月) =100			指数(3月) =100			
	1976年 3月 n = 167	1976年 7月		1976年 3月 n = 95	1976年 7月		
	%	%		%	%		
	CDU/CSU	26	44	167	39	37	95
	SPD/FDP	26	17	67	23	26	113
どちらともいえない	48	39		38	37		
	100	100		100	100		

と思う。社会の現状を眺めるならば、様々な政治問題や社会問題に対する国民の一般的意見、つまり世論が新たに形成され、または変化してゆき、それについてマスコミは多大な影響を与えているはずだと考えざるをえない。それなのに実証的研究がもたらす知見は、マスコミは補強効果は有するが改変効果にはあまり寄与しないという。政党支持率がこれ程めまぐるしく変わっても、マスコミの効果は補強にとどまり、改変効果をもたらさないのであろうか。

また前述したとおりテレビという新たなメディアは既存のマス・メディアにはない独自のメディア特性をいくつか有しており、その影響力を他のマス・メディアと同一視することができないということは、単に一般人の漠然とした印象だけではなく、理論的考察からも論証しうる。それにもかかわらず、マス・メディアの世論に対する影響、ひいては態度変容に対する影響を立証しえないのは、研究方法に欠陥があるのではないだろうか。

研究方法の修正と、それにもとづくマス・メディアの効果の立証については既に触れた通りであるが、ここでその知見を総括しながら彼女の論理的帰結の是非を考察してみたい。

世論の変化はその期間に長短があるにせよ、通常漸進的に行われる。したがってマス・コミュニケーションが世論の変化に影響を与えるにしても、それは皮下注射モデルが主張するような即効的なものではない。

「沈黙の螺旋的進展」仮説は世論の漸進的变化を説明するのに適切である。ある問題について対立する意見がある。一方は多数意見であり、その時点での世論である。他方は少数意見である。しかし何らかの要因で、少数派は自己の意見が優力であり将来性があると確信する。その結果公然と自己の意見を表示する傾向が強くなる。それに対し、多数意見であっても、その意見の支持者たちが、自己の意見が弱い立場におかれていると判断したり、自己の意見の凋落を予想していれば、自己の立場を語ることが少なくなる。両者の公然表示と沈黙という対称的な態度は、個人が行なう外界観察、つまり統計的知覚に影響をおよぼす。実際の意見分布では多数を占めていても、多数派が沈黙し、少数派が公然表示を積極的行なえば、頻度分布の観察にもとづいて少数派の意見が優性になっていると判断される。こうして沈黙の螺旋過程が徐々に進展し、ついには世論の転換が生ずる。

しかし少数意見派の公然表示であるかぎりには、通常は人びとが実際の少数意見を多数意見ないしは普及しつつある意見と解して自分もその意見に同調してゆくということは考えづらい。

ノエレ・ノイマンは、少数派であるにもかかわらず、自己が多数派であることを確信し、その信念にもとづいて公然と自己の立場を表示する人びとを「固い核」(harder Kern)と呼



び<sup>40)</sup>、世論変化の契機として重視している。つまり少数派であってもこの固い核が活力と積極的な公然表示の姿勢を示し続けるかぎり、世論の新たな論争の勃発を予測せねばならず、その際固い核はアバンギャルドの役割を担うと述べている<sup>41)</sup>。しかし固い核が前衛であるとしても、それのみによって人びとが実際上の少数意見を、多数意見あるいは少なくとも優性になりつつある意見であるとは判断しないであろう。

ノエレ・ノイマンは少数意見派の様々な示威運動などを統計的判断への影響力として認めているが、なによりもマス・メディアを主なる影響源として強調する。よく論議されるマス・メディアは社会の現実を映す鏡なのか、それとも世論を造り出す鋳型師なのかを引き合いに出すとき、彼女が言いたいことは、マス・メディアの内容がほとんど大部分、現在の「鏡」であることを否定しないが、ただ問題は、マス・メディアの内容が現実を選択的に反映し、ある立場を強調するような報道をすることがないかどうか、その結果マス・メディアが世論を形成したり、態度に影響を与えたりしてはいないかどうか、ということである。

この疑問に対し、彼女は基本的にマス・メディアは世論の造型者であるという立場に立つ。そして次のような論理を展開する。もしマス・メディアが世論を形成するとするならば、マス・メディアの意見表示と新たな世論の成立間に時間的ずれがなければならない。つまりマス・メディアのコンソナンスが、新たな世論成立に時間的に先行して生じなければならない。もしマス・メディアが世論の反映であるとすれば、メディアコンソナンスと新たな多数意見の成立は同時に発生するはずである。しかし死刑廃止論の例が示すように、先ずメディアで一貫した死刑廃止の支持論議が展開され、その後に死刑廃止が多数意見となり、世論の転換が生じており、メディアの先行が実証される。

このようにノエレ・ノイマンは、少数意見が実際に多数意見に変化する過程で、人びとが少数意見を多数意見ないしは普及しつつある意見と知覚する主要因を、マス・メディアの少数意見支持に認めるのである。

マス・メディアの世論形成に対する影響を実証しようとする試みにおいて、テレビの影響が引き合いに出されるとき、その論証は一層堅固になる。前述した1976年の総選挙前にSPD/FDP連立の勝利を信じた人びとと、テレビ接触量の関係がそれである。テレビは映像メディアという特性から、視覚的なしかも明解な報道の提供に傾きやすい。人物が報道の対象になりやすいのはそのためであるが、このことが影響測定に利点をもたらす。すなわち受け手の人物に対する態度は変化しやすいため、測定もしやすい。政治家に対する態度変化が

40) Die Schweigespirale, a.a.O., S. 190ff.

41) a.a.O., S. 201.

その一例であるが、政治家への態度変化が測定できれば、間接的に政党支持の変化を推定しうるのである。

個人の人物評価は集団のインターアクションにおいて規範となりにくく、テレビは直接に個人の人物観へ影響をおよぼす可能性が高い。こうしてある政治家への好意的態度変容がメディアコンソナンスによって引き起こされるならば、いずれはその政治家への好意的態度によって政党支持も変りうることを十分に予測することができる。

以上のかかなり綿密な方法論の再検討とマス・メディア効果の新モデル設定にもとづく実証的研究の知見を通じて、ノエレ・ノイマンは、かつての皮下注射説とは局面を異にする、強力なマス・メディア論を再現したといえよう。しかし曖昧な部分が残らないでもない。世論の変化がメディアコンソナンスの引き金によって展開しはじめるケースは多く想定しえようが、世論変化がマス・メディアの関連なしに生ずることは一般的認識に照らしても多々見受けられる。いかなる要因によって沈黙の螺旋過程が生起するかは、モデルにおいても未知な部分として解明されずに残っているというべきであり、常にメディアコンソナンスに結びつけることは到底不可能である。こうした事情はノエレ・ノイマン自身が認めているところであろうと思われるが、それにもかかわらず、マス・メディアの統計的知覚へのインパクトを強調し、一般化するならば、教条主義に走る危険がなくはない。強いマス・メディア論の再現がこの留保を常に忘れぬかぎり、現実をかなり正確に分析しているといえよう。