

ニュースの伝播過程に関する研究

川上善郎

A Case Study of News Diffusion

Yoshiro Kawakami

This paper investigates the diffusion of three items of news: Famous sumo wrestler Takahanada's engagement with also famous actress Rie Miyazawa, the subsequent breaking off of the engagement, and the Crown Prince's engagement with Masako Owada. These news events occurred from October 1992 through January 1993. Using responses to questionnaires, the rate and speed of news diffusion, the media to learn the news, and the personal communication behavior after knowing the news are analysed.

All these items of news spread very rapidly and widely. More than 80 percent of respondents learned them directly from mass-media rather than from other people. Fewer than 20 percent of respondents got them through word of mouth communication. But after knowing the news, 50-80 percent of respondents transmitted the news to other people and talked with them about it.

[はじめに]

1940年代に始められたニュース伝播研究は、ケネディ暗殺を契機とし1960年代に盛んに行なわれ、「暗殺」などの社会的に重要で衝撃的なニュースの伝播から、日常的なニュースの伝播まで幅広く研究が行なわれた。ニュースなどの情報伝播過程に果たすパーソナルコミュニケーションとマスコミュニケーションの役割をめぐり様々な議論が行なわれた(広瀬英彦, 1976, 岡田直之, 1993など)が、現在では、マスメディアのニュース伝播における役割の大きさが再確認され一応の決着をみていると考えてよい(児島和人, 1993, 田崎篤郎・児島和人, 1992, Severin & Tankard, 1992)。研究者の関心は「議題設定機能」「培養分析」「メディア依存理論」「沈黙の螺旋過程」などの「新強力効果論」(池田謙一, 1990)に向かい、ニュース伝播研究はあまり関心と呼ばない領域となっている(DeFleur, 1988)。

M.L.DeFleur (1988) は、ニュース伝播研究をレビューし、これまでの研究から次の点が明ら

かにされているとする。(1) メディア技術の変化が情報を初めて受け取る手段に大きな影響を与えている。(2) 多くの人は、人を介するよりもメディアから直接ニュースをえる。(3) 多数の人々の深い関心をひくニュースは、そうでないニュースに比べてより早くより広く伝わる。(4) 暗殺など、高いニュース価値のあるものは、現在でも口づたえで伝わる。(5) 人々の生活のリズムが対人関係を含めてメディア接触を規定しているのでニュースが一日のどの時間に発生したかがニュースの伝播に影響を与える。(6) 個人差や社会カテゴリーの違いがメディア接触やニュースへの関心の違いに影響を与える。

メディア環境は、1980年代後半から90年代にかけ大きく変容しつつある。マスメディアに関しても、通信衛星による放送、衛星放送、都市型CATV、双方向テレビ、CAPTAINなど、また、コミュニケーションメディアとしては、移動電話、留守番電話、ポケットベル、FAX、パソコン通信、電子メールなど、情報メディアとして、各種の情報サービス、データベースサービスなど枚挙にいとまがない。また、既存のマスメディアもこれまでになく多様化し、放送時間の24時間化から、多チャンネル化、ニュースの専門チャンネル誕生などのように放送内容の専門化、ビデオ視聴の一般化など、メディア技術の進歩にともなってこれまでにない変化がおこっている(宮田加久子, 1993)。

DeFleurの主張するように「メディア技術の変化が情報を初めて受け取る手段に大きな影響を与えている」点は、1940年代から1970年代のニュース伝播研究を一読してみると明白である。初めてニュースを受け取ったメディアとしてのラジオ、テレビ、新聞の役割が、テレビの登場とその放送時間の変化により大きく変わっていくことが劇的に示されている。最近の研究では、1987年スウェーデンのバルメ首相が暗殺されたニュースについて扱った一連の国際比較研究(Rosengren, 1987)がある。日本(Gantz & Tokinoya, 1987)を含め12カ国で行なわれ、ニュースの伝播過程が比較分析されている。通信衛星・放送衛星の発達により、国際的な規模で世界同時にニュースが伝えられる情報環境が生まれており、その中でニュースがどのように伝えられるのかを明らかにしている。

本研究の目的のひとつとしては、マスメディア、パーソナルメディアの両面で現在進行中のメディア環境の変化が新しいニュース伝播の形態を生み出すと考え、ニュース伝播のプロセスをニュースの受け手の側から実証的に分析する点にある。

また、本研究ではこれまでのニュース伝播研究が対象とした「初めてニュースに接触したメディア」としてのパーソナルコミュニケーションばかりでなく、ニュースに接触後のパーソナルコミュニケーションの役割に改めて光を当ててみたいと思う。池田謙一(1993)は、ニュース報道におけるパーソナルコミュニケーションの重要性を「テレビニュース理解の研究の中で彼ら(ロビンソンら1990)が一貫して見いだしているのは、ニュース理解における他者との会話の重要性です。そもそもテレビは伝える語句の量が少なく、注意も逸されやすいのです……しかし、テレビニュースについて他者と語り合うことこそが、こうしたテレビの欠点を補い、ニュースの理解と記憶に貢献するのです」と指摘している。ニュース伝播のプロセスを「情報の受け手」としての個人で終わらせるのではなく、「情報の送り手」という能動的な個人としてとらえ、ニュース接触後の他者への伝達や、他者との相互作用までをニュースの伝播のプロセスに取り込み、DeFleur(1988)の指摘するこれまでの知見を実証的に再検討しようとするものである。

[対象としたニュースと調査の概要]

本研究は、92年10月から93年1月に起こった出来事のニュース伝播に関する3種の調査についての報告である(注1)。調査は、質問紙を用いた集合調査で実施された。すべて大学の授業時間を用いて実施された。各調査の対象とする出来事と調査の概要を次に述べる。

調査I：1992年10月26日(月)に報道された「貴花田・宮沢りえ婚約(注2)」(以下婚約ニュースと略す)のニュースである。相撲界第一位の人気力士貴花田とヌード写真集などでつねにマスコミに話題を提供する女優宮沢りえが結婚を約束していることが、テレビ朝日「ニュースステーション」のスクープとして報じられた。報道されたのは、1992年10月26日午後10時30分頃であった。当日中(深夜を含む)に他のテレビ局、ラジオ局もニュースステーション発のニュースとして報道した。10月26日は、プロ野球球団西武ライオンズが日本シリーズにおいて優勝を決定した日でもあったが、翌朝のスポーツ新聞は「貴花田・宮沢りえ婚約」のニュースをトップ記事とした。スポーツ新聞ばかりでなく、朝日、読売、毎日などの一般全国紙の朝刊1面にも掲載された。このことから分かるように、このニュースは、その組合せの意外性と彼らのスター性ゆえにたいへんな驚きと反響をもって受けとめられた。

調査Iは、1992年10月30日(金)、10月31日(土)の両日に、授業出席者を対象に実施した。調査対象者は文教大学学生227名、内訳は、男性177名(78.0%)女性50名(22.0%)、1年87名(38.3%)2年76名(33.5%)3年37名(16.3%)4年27名(11.9%)である。なお10月26日(月)は、大学祭の整理日にあたり授業は休講であった。調査Iの主要な調査項目は、(1)ニュースに初めて接触した日時とそのメディア(2)ニュース接触後の他人への伝達経験(伝達相手、日時、伝達相手がニュースを知っていたかなど)(3)ニュース接触後の情報行動(テレビ、スポーツ新聞、週刊誌、友人、家族などへの接触行動)(4)ニュース評価(好感度、驚嘆度、信用度、及び過剰報道評価)とニュース価値比較(5)貴花田・宮沢りえの結婚の持続度、両者に対する好意度など、および(6)メディア接触度(新聞、テレビ、テレビニュース)と個人属性である。

調査II：1993年1月6日(水)に報道された「皇太子妃決定(注3)」(以下決定ニュースと略す)のニュースである。1992年2月に締結された「皇太子妃報道協定」が続くなか、1993年1月6日「ワシントンポスト紙」最終版で皇太子妃決定のニュースが実名入りで報道されたのをきっかけに、マスコミは、急遽報道協定解禁に走った。しかし、報道協定解禁の予告は午後6時8分にはメディア関係者に流されていたにもかかわらず(丸山昇、1993)、視聴者がこのニュースに接することができたのは午後8時45分になってからであった。しかも、多くの視聴者がテレビを見ているプライムタイムの時間帯の、中でも番組のヤマ場とも言える時間に、それまで流していた番組をすべて途中で打ち切って、このニュースを流したのである。この後、各局一斉に特別放送が深夜まで流された。平島廉久(1993)によると、8時45分からNHK総合、民放5局の視聴率合計は、75.3%という高い視聴率を記録したという。

調査IIは、1993年1月8日(金)、9日(土)、11日(月)、12日(火)に行なわれた。調査実施校と対象者数は次の通りである。文教大学192名、東京大学37名、帝京大学115名、横浜市立大学59名計403名である。内訳は、男性275名(68.2%)女性128名(31.8%)、1年125名(31.0%)

2年74名(18.4%) 3年157名(39.0%) 4年47名(11.7%)である。1月6日は、各大学とも冬季休暇中であった。主要な調査項目は、調査Iとほぼ同一である。調査Iの(5)に代えて、報道協定の認知度、小和田雅子の知名度が、また個人属性として、サークル所属の有無、友人数など、及び当日の午後8時45分の行動もあわせて調査された。

調査III：1993年1月27日(水)に報道された「宮沢りえ・貴ノ花婚約解消」(以下解消ニュースと略す)ニュースである。11月28日に発表された婚約解消に関する宮沢りえの記者会見が午後6時(注4)に行なわれた。午後6時からの定時のニュース番組は「婚約解消発表記者会見」の生中継に費やされた。さらに、午後11時には貴花田の記者会見も行われ、同時間帯のニュース番組において延々と中継された。皮肉なことに、当日は曙、貴ノ花の横綱、大関の昇進決定の日であり、各局のニュース番組は「曙・貴時代到来! 今日正式決定・喜びの2人会見(TBSテレビニュースの森)」などを予定していたが、多くはこの会見に差し替えられた。

「婚約解消」については、正式の発表より以前に、スポーツ新聞とテレビのワイドショーなどで盛んに取り上げられていた。例えば、日刊スポーツの一面のトップ記事として、93年1月6日「貴りえ破局 婚約解消」、1月9日「りえ慰謝料請求」、1月16日「りえ傷心独り旅」、1月17日「貴詰めよる」、1月23日「りえ破局来週にも発表か」、1月25日「貴大関、りえ問題両家で決着つけろ」と報道している(朝日新聞93年1月29日朝刊より引用)。スポーツ新聞とそれを受けた形でのテレビのワイドショー番組では、皇太子妃報道の合間をぬって、1月初旬から「婚約解消」を前提とした報道がなされていた。しかし、朝日、読売、毎日などの一般全国紙が「婚約解消」を報道したのは、記者会見後の1月28日の朝刊になってからであった。

調査IIIは、1月28日(木)当日の試験出席者を対象に実施した。調査対象者は、文教大学学生165名、内訳は、男性128名(77.6%) 女性37名(22.4%)、1年87名(52.7%) 2年42名(25.5%) 3年20名(12.1%) 4年16名(9.7%)である。なお1月27日は、期末試験期間中であった。主要な調査項目は、調査Iの(5)の部分が、婚約解消によるダメージの大きさ、婚約解消の原因帰属に差し替えられ、(6)のメディア接触度の部分などがカットされた。その他の部分はほぼ同一である。

[分析の視点]

本研究では、上記の調査で共通して用いられた項目について、以下の視点から分析を行なった。(注5) ニュースの伝播率と伝播の速度、ニュースを初めて知った方法(メディア)、ニュース内容の評価、ニュースを知った後のコミュニケーション行動とその後の情報行動の4点である。

ニュース伝播研究では、ニュースに初めて接触した時間をもっとも重要な変数のひとつとして扱っている。対象者の接触した時間をもとにニュースがひろがっていく速度と範囲を明らかにしようとするものであり、ニュース伝播研究が共通して調査している変数である。本研究でも、ニュースに初めて接触した時間をもとにニュースの伝播の範囲と伝播の速度について分析する。前者は、ニュースに接触した人が社会のどの程度の範囲にまで広がっているかを示す指標である。伝播の範囲は、過去の研究が重要性の高いニュースについての研究でありほとんどが90%を越えている(注6)。後者は、ニュースがどのような速度で社会を広がっていくのかを示す指標であり、ニュース接触率の累積グラフの傾きで示される。

また、ニュース伝播研究におけるもうひとつの重要な変数は、初めてニュースを知った方法（メディア）に関するものである。マスメディアを通して知ったのか、あるいは口づたえに知ったのかは、当初はコミュニケーションの二段階仮説を補強するという意味で行なわれたが、その後の研究では、二段階仮説の否定という意味で重要な変数として位置づけられた。

これらの2変数は、出来事の内容に依存する面と出来事が発生した時間・場所に依存する面、さらに、その時点でのメディア状況や文化状況などに依存する面があることが指摘されている（DeFleur, 1988, Rosengren, 1973など）。

本研究では、調査対象者のニュースの内容の評価をも主要な変数として考えている。ニュース伝播研究の多くは上記の2変数を中心に研究が進められており、一部の研究を除いてニュースや出来事について、対象者がどのように認知しているかを分析していない場合が多い。その理由は、ニュースや出来事の重要性があまりに自明であったこと、研究が単独のニュースを対象としているために他のニュースと比較する必要がないためと考えられる。Rosengren (1973) は、過去の研究が扱ったニュースについて次の観点から評価を加え上記の2変数との関係を報告している。

1. 「出来事の意外性 (degree of anticipatedness)」、2. 「出来事の重要性の程度」（その出来事によって生活に決定的な影響を被る人数）、3. 「出来事のニュース価値」（ニュースを聞いてそのニュース〔間接的に出来事〕に強い関心を持ったとする人数）である。本研究のニュースはこのように定義からみれば、意外性は高く、出来事自身の重要性は低いと予想できる。

また、ニュースの送り手としての価値について、Buckalew (1974) が、(1) 高度の衝撃性—多数の受け手に影響を及ぼすと予想される事柄。(2) 抗争性—当事者間の物理的衝突、言語的抗争、あるいは自然の災害。(3) 著名性—社会的によく知られている人物、制度、あるいは問題。(4) 近接性—受け手の日常生活の上で身近な人物や事件。(5) 時宜性—最新の出来事とか、どのメディアにも登場しない新鮮なニュース（以上岡田, 1993の訳文）をあげている。Buckalewの観点から、本研究が扱うニュースを整理すると、「婚約ニュース」は、3, 4, 5に該当し、「決定ニュース」は、3, 5に、そして「解消ニュース」は2, 3, 4に該当すると考えられ、送り手の側からのニュース価値はいずれもきわめて高いと言ってよいだろう（注7）。

これまでのニュース伝播研究でも、パーソナル・コミュニケーションの役割に焦点が当てられてきたが、それはニュースを「初めて受け取った」メディアがパーソナルであるからに過ぎない。初めてニュースを知った後でのパーソナルコミュニケーションについての研究はごく限られたもの（Troidahl & Dam, 1965, Ostland, 1973-1974）である。また、マスメディア接触と異なりパーソナルコミュニケーションの本質は、情報の発・受信と人々との相互作用という側面にこそある。これまでの研究では、この点にほとんどふれていない。本研究では、ニュースを知った後での、パーソナル・コミュニケーション行動についても分析を行なう。

【結果と考察】

A. ニュースに初めて接触した時間とニュースの伝播

「……というニュースをどのようにして知りましたか。最初にそのニュースを知ったのはいつですか」という質問によってニュースを初めて知った時間を調査した。まず、ニュースがメディアを通して報道されてから、調査対象者がそのニュースに初めて接触するまでの時間について結果を述べる。

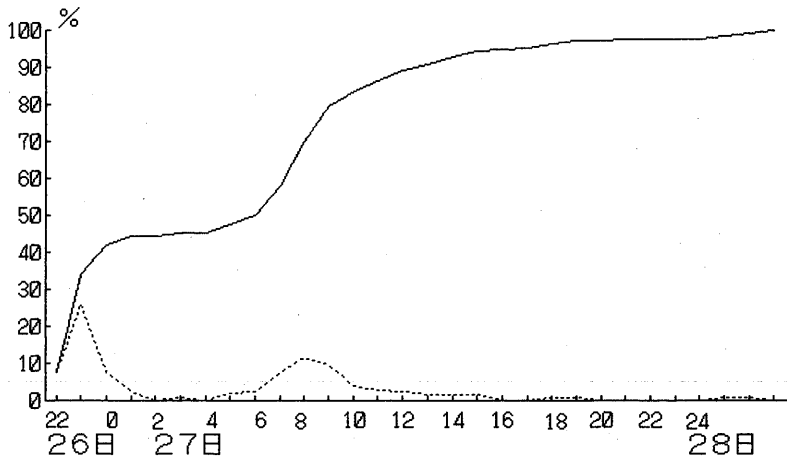
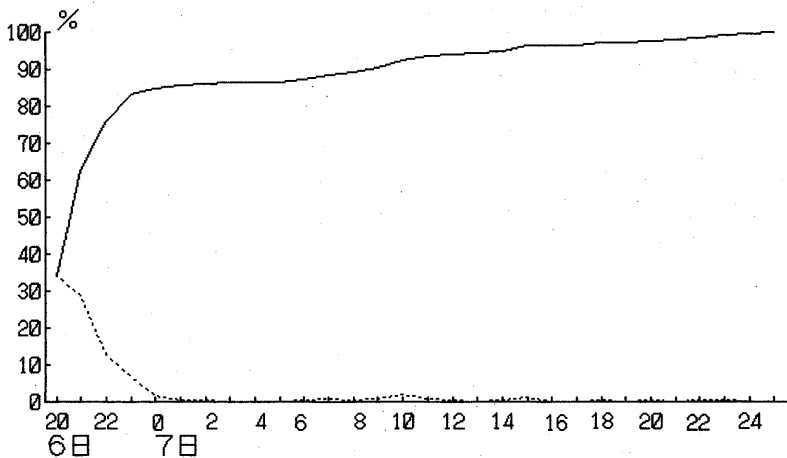


図1 貴花田・宮沢りえ婚約に関するニュースの伝播

図1は、調査I「婚約ニュース」の結果である。破線は時間毎の接触率であり、実線は接触率を累積したものである。ニュースが報道されたのは、22時30分頃であったので、図で26日22時として表示されている部分は正確には30分間の接触率を示している。ニュースが報道されてから2時間以内（正確には1時間30分）に34.2%が知った。時間不明者を加えて37.7%が当日中の伝播率である。深夜の時間帯（0時から6時）に、新しくニュースに接触した人は、12.7%ほどいる。朝の7時台から累積曲線は再び上昇し、その後緩やかになり、報道されてから15時間18分後に調査対象者の90%がニュースを知ったことになる。他の調査との違いは、翌日の午前中に初めて知った人がかなりの割合でいた点である。なお調査時点でこのニュースを知らなかった者は1名（0.4%）であった（注8）。

図2は、調査II「決定ニュース」の結果である。図中の6日20時は実際には15分間を示してい



皇太子妃決定に関するニュースの伝播

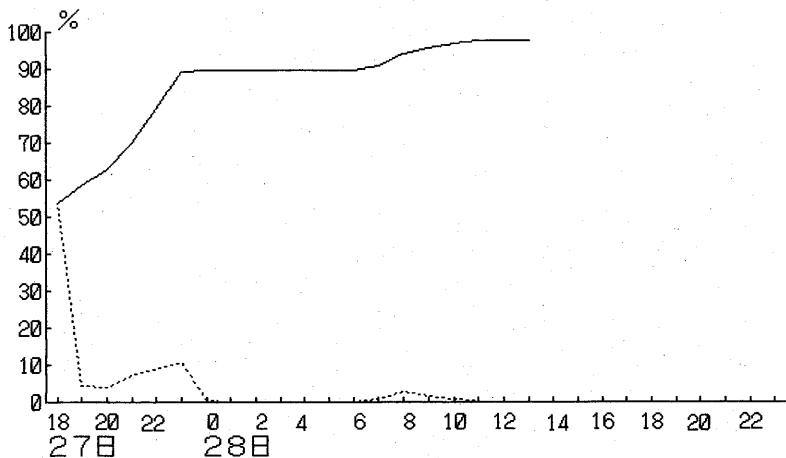


図3 貴花田・宮沢りえ婚約解消に関するニュースの伝播

る。この15分間に34.0%がニュースを知り、2時間以内（正確には1時間15分）に調査対象者の62.9%が知ったことになる。また83.3%が当日中の伝播率であった。深夜の時間帯は、4.0%と少ない。調査Iと異なり翌朝になっても、もはや急激な増加は見られない。調査対象者の90%が知るまでに13時間35分かかっている。なお、調査時点でこのニュースを知らなかったものはいなかった。

図3は、調査III「解消ニュース」の結果である。最初の1時間（このケースではちょうど1時間である）に53.9%が知り、次の1時間では、4.8%の増加に過ぎない。しかし、5時間後の同日中に90.2%に達している。3つの調査でもっとも短時間で90%に達している。ニュース接触率が18時台と23時台に集中している。すでに述べたように18時台に宮沢りえの、そして23時台に貴花田の記者会見が中継されたことによる。調査時点で知らなかったものは2名（1.2%）であった。

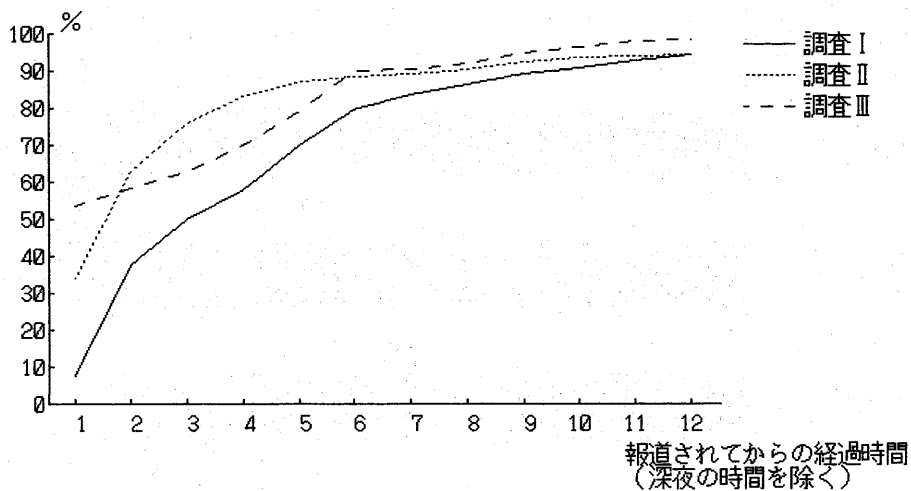


図4 ニュースの伝播率（調整済）

ニュースが初めて報道された時間帯はいずれも夕方以降という点では共通であったが、深夜の時間帯までの時間に差があり、このままの形では比較が難しいので、Rosengren (1987) に従って、深夜から早朝の6時間分（0時から6時）をまとめて朝6時に累積して示す（図4）。調査I「婚約ニュース」は、22時30分ともっとも遅い時間帯に報道されており、しかも、最初の報道がテレビ朝日1局だけであった。すぐに深夜の時間帯にかかってしまい伝播率は翌朝になるまで上昇していない（図1）。しかし、図4に示すように、調査Iは、調査IIと比較し、最初の伝播率は低いものの、その後の伝播の速度はほぼ調査IIに匹敵することが分かる。調査II「決定ニュース」は、もっとも視聴率の高い時間帯にほぼ全テレビ局が一斉に報道した。その上深夜までに十分な時間があり、最初の報道後も特別番組などがほぼ全局をカバーして流された。図に示すようにきれいな累積曲線が描かれている。調査III「解消ニュース」は、夕方の早い時間帯に多数の局が同時に流した。しかし、その後は少数の局で特別番組が組まれたに過ぎない。図4に示されるように、最初の1時間の伝播率は非常に高いものの、その後の速度は極端に遅い。23時台の記者会見で再び伝播率は上昇したが、累積曲線は他の2つのニュースと大きく異なっている。

図1から図3に示す通り、伝播率を示す累積曲線の形はニュースによって異なっている。これらの結果から推測できる伝播の速度を左右する要因として、1. 初めてニュースが報道される時間帯、2. 最初にニュースを報道する放送局の数、3. 最初の報道後に継続してそのニュースに関連する番組が報道されるかなどを指摘しておこう。

B. どのようにしてニュースを知ったのか

対象者は、初めてニュースを知った時間をきかれた後、どのようにしてニュースを知ったかをたずねられた。用意した回答選択肢はニュースによってやや異なっていたが（注9）、テレビ、新聞、ラジオ、家族、友人・知人、その他（注10）に分類して分析を行なった。図5にまとめて結果を示す。初めてニュースを知ったメディアとしては、テレビがいずれのケースでも高い（調査I 59.0%、調査II 76.2%、調査III 79.8%）。調査I「婚約ニュース」が他のニュースに比べてかなり低いと言える。新聞はいずれの調査でも低い（調査I 15.0%、調査II 6.0%、調査III 4.9%）。

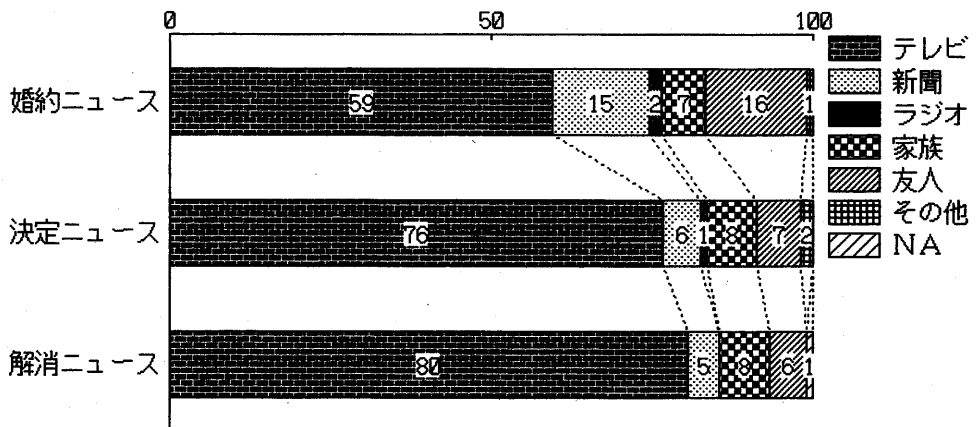


図5 最初にニュースを知ったメディア

%)。しかし、調査I「婚約ニュース」については、15%と高い割合を示している。ラジオはいずれも極端に低く(調査I 1.8%、調査II 1.0%、調査III 0.0%)、ニュースの伝播にほとんど貢献していない。マスメディア(テレビ、ラジオ、新聞)全体でみると、調査I 75.8%、調査II 83.1%、調査III 84.7%といずれも高い割合を示す。これに対して、家族や友人・知人といった口づたえによって知ったものは、調査I 23.3%、調査II 14.6%、調査III 14.1%と少ない。このようにパーソナルコミュニケーションの全体に占める割合は低い。

図5に示されるように調査I「婚約ニュース」が、他の調査に比べてテレビの割合が低く、新聞や友人を通してニュースを知った割合が高いことが言える。調査IIと調査IIIは差が少ない。すでに述べたように、調査I「婚約ニュース」は、他の2つのニュースに比べて、深夜の時間帯に近いなどテレビメディアが十分にその機能を発揮しない状況(時間帯、番組の種類、視聴率など)におかれていたため、テレビ以外のメディアを通してニュースを知った対象者の割合が増えたことを示している。

次に、初めてニュースを知ったメディアによって、ニュースを初めて知るまでの時間がどのように違うのかを示す。各メディア別にニュース接触までの平均経過時間を図6に示す。図では、頻度の少ないラジオは省略し、テレビ、パーソナルメディア、新聞のみの結果を示している。いずれの調査でもテレビが平均経過時間がもっとも短い。テレビを通してニュースを知った人が、もっとも早くニュースに接触したことを示している。パーソナルコミュニケーションを通して初めてニュースを知った人は、テレビより1-2時間遅れて伝達されていることが分かる。新聞で初めて知った人は、いずれのケースでもニュースが初めて報道されてから十数時間後に接触していることになる。このことから、ニュースに早く接触する人と、ニュースに遅く接触する人では、初めてニュースを知る手段が異なることが推測できるだろう (Greenberg, 1964)。

C. これらのニュースを人々はどのように評価したのか

つぎに、これらのニュースを人々がどのように受け止めたのかを述べる。まず、ニュース価値(注11)について、調査I、IIの結果を示す。調査時点で、対象者の印象に残っていると考えら

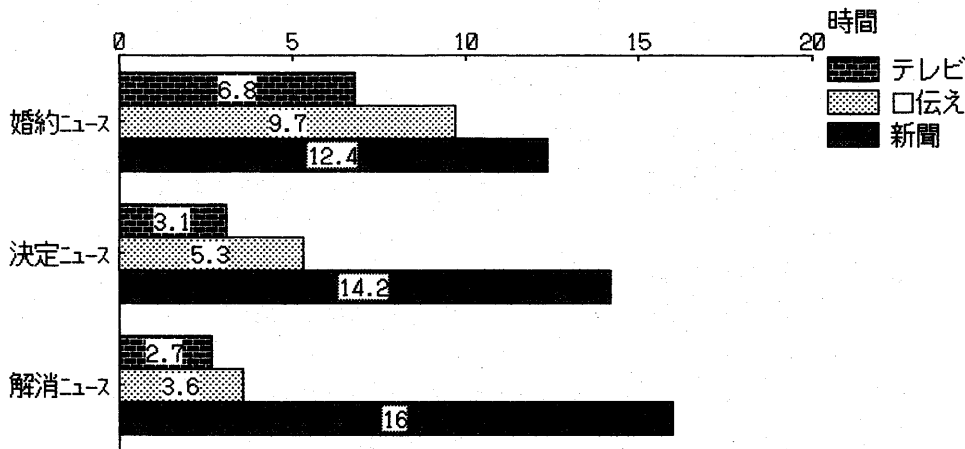


図6 メディア別平均ニュース到達時間

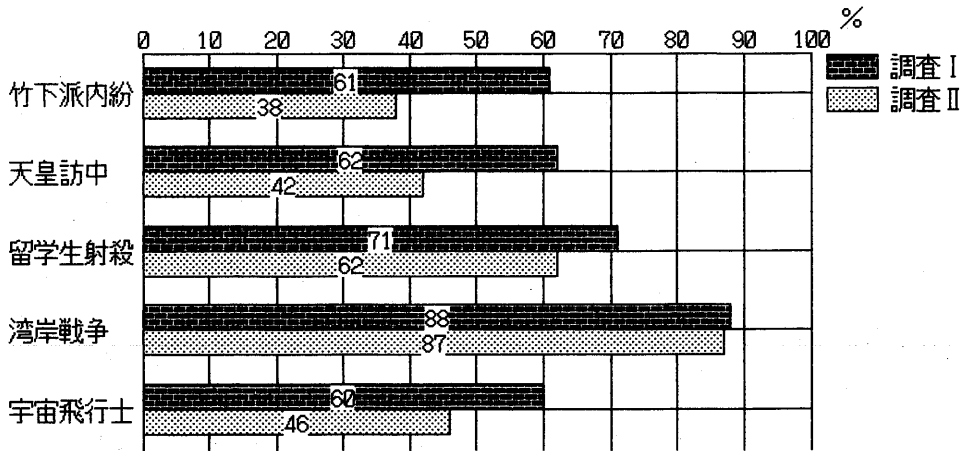


図7 表側のニュースの方が「価値がある」と答えたものの割合

れた大きな出来事として、「竹下派の内紛」「天皇訪中」「日本人留学生射殺事件」「湾岸戦争勃発」「日本人宇宙飛行士誕生」の5つのニュースをとりあげた。「婚約ニュース」「決定ニュース」とそれらと比較させ、「ニュースとしてどちらがより価値があるか」を答えさせた。結果を図7にまとめて示す。調査I「婚約ニュース」はいずれのニュースと比較しても「価値が低い」とするものが過半数(60-90%)を越えている。調査II「決定ニュース」では「竹下派の内紛」「天皇訪中」「日本人宇宙飛行士誕生」よりは「価値が高い」とされ、「日本人留学生射殺」「湾岸戦争勃発」のニュースよりは「価値が低い」とみなされた。調査Iに関しては、これらのニュースより明らかにニュース価値が低いと考えられており、調査IIについては、「湾岸戦争」や「留学生射殺」よりはニュース価値が低い、その他のニュースよりは価値が高いとされたのである。「ニュースとしての価値」を対象者が「出来事それ自身の重要性」としてとらえたのか、「ニュースとして報道する価値」としてとらえたのかは明確ではない。多分その両者が混合したものであ

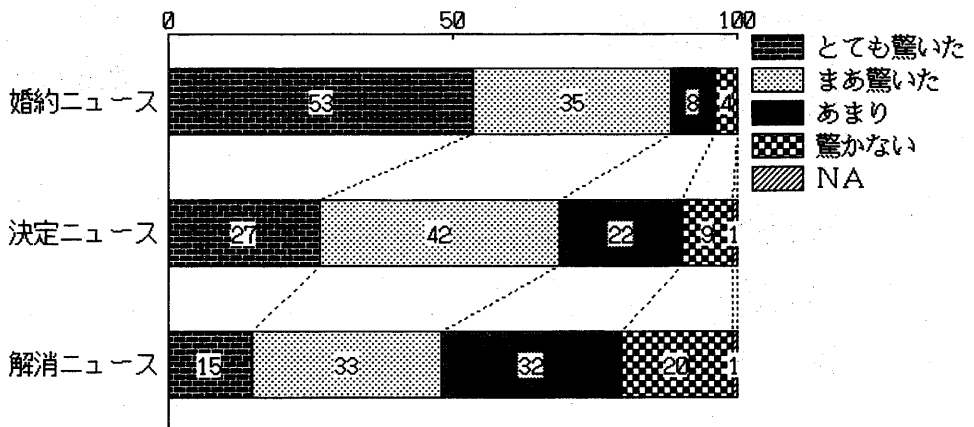


図8 このニュースを聞いたときどの程度驚きましたか

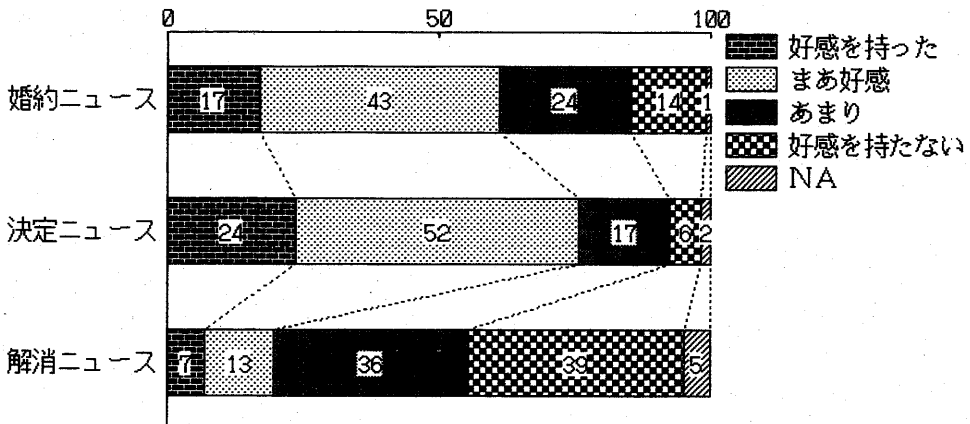


図9 このニュースを聞いたとき信用できると思いましたか。

ろうが、ニュース価値がきわめて高いニュースとは考えてはいないと言えるだろう。

初めてこのニュースを知ったときに感じた驚きは高いものがあった。図8に「このニュースを聞いたときどの程度驚いたか」という質問に対する結果をまとめて示す。三つの調査間に明らかな差がみられた。調査I「婚約ニュース」は、87.7%（とても驚いた、まあ驚いたをあわせた数字）と9割近くが驚いたと答えており、この出来事がいかに予期されていなかったかを示している。また、調査II「決定ニュース」でも68.5%と調査Iに比べるとやや低いが、それでも3分の2以上が驚いたと感じている。調査III「解消ニュース」では、47.2%と驚いたものは約半数であった。

また「このニュースを聞いて信用できないと思ったか」という質問に対する結果を図9に示す。調査Iでは「信用できない」「あまり信用できない」という反応が47.5%を占めている。これに対して調査II、IIIでは、10%程度と差がみられる。この結果は、調査I「婚約ニュース」の意外

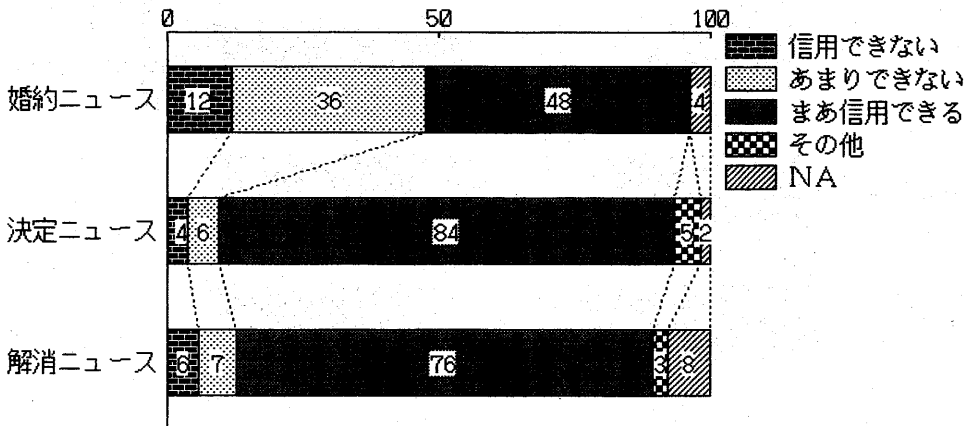


図10 このニュースを聞いたときどの程度好感を持ちましたか

性の高さを示しているとも考えられるだろう。

図10は、「このニュースを聞いて好感を持ったか」という質問に対する結果である。「好感を持った」「まあ好感を持った」は、調査Ⅰでは、60%、調査Ⅱでは、76%であり、好感を持つものが多い。調査Ⅲでは、逆に好感を持たなかったものが75%と多い。調査Ⅲは、調査ⅠⅡと対照的に、情緒的にはネガティブなニュースとして受け止められていたと言える。

93年1月29日づけの朝日新聞は、「『貴・りえ』報道に同情や疑問」として、マスメディアの取り上げ方について読者や識者の声を取り上げ、特に「主役を演じたスポーツ紙や雑誌、テレビワイドショー」(93/1/29朝日新聞)の過剰報道批判を行なっている。「このニュースに対してマスメディア(テレビ)は騒ぎすぎだと思いますか」という質問に対する結果を図11に示す。騒ぎすぎとするもの(「騒ぎすぎ」「やや騒ぎすぎ」をあわせた数字)が調査Ⅰで、56.0%、調査Ⅱ65.5%、調査Ⅲ66.6%と3分の2近くを占める。この結果から、ニュースの受け手がマスメディアの過剰報道に対する批判を持っていると読むこともできるだろう。しかし、批判の内容については、個人のプライバシーの侵害という観点からするものや、ニュース価値もないのに騒ぎすぎという観点もありうる。他方「騒ぐのが当然だと思う」というものも調査Ⅰでは43%と多くみられた。調査ⅡⅢでもほぼ3分の1が「騒ぐのは当然」と受け止めている。一連の過剰報道にも関わらず、報道するに値する「ニュース価値」を持っていると認識する受け手も多いことを示している。

D. ニュースを知ってからのコミュニケーション行動

なんらかのメディアを通して伝えられたニュースが、伝えられた人で行き止まりになるのか、あるいは、その人がまた他の人に伝えるのか。これまでのニュース伝播の研究は、この点にあまり強い関心をよせていなかった。あくまでも、「初めての情報入手源」としての「パーソナルコミュニケーション」の占める割合の方に関心が向けられていた。ニュースの受け手が、情報を受け取るだけにとどまるのか、そうではなくて、より積極的に次の受け手にニュースを伝達する発信者になるのか。あるいは、友人どうしでニュースを話題として相互作用がひきおこされるのかなどニュースを知ってからのパーソナルコミュニケーションについて明らかにする。

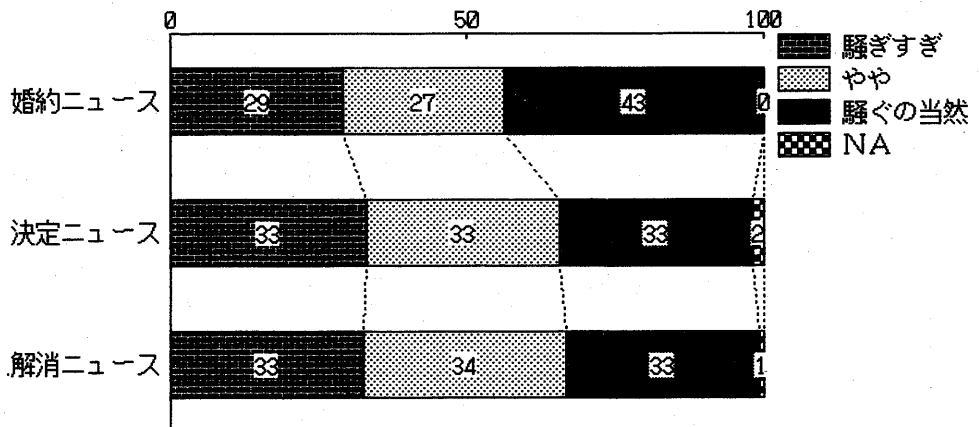


図11 マスメディア(テレビ)は騒ぎすぎだと思いますか

表1 ニュース入手後のパーソナル・コミュニケーション行動

	調査 I	調査 II	調査 III
他の人に話した人の割合	82.3%	54.8%	43.3%
相手の人が未知だった割合	21.9%	20.4%	26.8%
自分の方から友人に話をした割合	63.9%	46.7%	38.0%
その平均人数	2.90人	2.62人	2.32%
友人と話題にした人の割合	77.5%	56.3%	44.8%
その平均人数	3.46人	2.84人	2.40人
家族と話題にした人の割合	38.8%	59.3%	35.0%

表1は、ニュースを知ってからパーソナル・コミュニケーション行動をまとめて示したものである。表の1行目は、なんらかのメディアを通して初めてニュースを聞いた後で他の人に教えてあげた人の割合を示す。三つの調査で明らかに差があり、調査I「婚約ニュース」に接触した人の、8割以上が誰かにそのニュースを伝えている。調査II「決定ニュース」では、約2人に1人が、調査III「解消ニュース」では43%であった。調査Iが断然高い割合を示している。

ニュースを初めて知った後で、他の人に知らせた人のうち「相手はそのニュースを知らなかった」ケースは、2割強で調査によってそれほどの差はみられなかった。この数字は、すでに述べた口づたえによってこのニュースを知った人の割合よりやや大きい、だいたい同じ程度である。

自分の方から積極的にこの話を友人にしたもの、友人とこのことが話題になったものについても、調査I、II、IIIの順で大きな差がみられる。また、伝えた人数についても同様な差がみられる。いずれも調査I「婚約ニュース」が高く、多くの人の口にこの話題がのぼったことを示している。

家族とこの話題について話したものは、調査II「決定ニュース」が高い。この理由は、皇室関係のニュースという理由なのか、ニュースが大学の冬季休暇中の出来事であり、自宅でニュースに接触したものが多かったためなのかははっきりしない。

ニュース伝播のプロセスをニュースを知ってから後で「人々が情報を伝える」プロセスまで拡張して分析をおこなうと、従来の伝播率・速度の指標だけでは不十分であることが明らかになる。伝播率、伝播の速度では必ずしも大きな違いの見られなかった3つのニュースであったが、表1に示すように、その後のコミュニケーション行動では、ニュースの間で顕著な差がみられるのである。

次に、この点をもう少し詳しく分析する。人々がニュースを知ってから、他人にこのニュースを伝えたり、他人とこのニュースを話題にしたりするのはどのような要因によるのか。ニュースを知ってから後のコミュニケーション行動は、前節までに述べた諸要因とどのような関係にあるのかを明らかにする。

表2 正準相関分析の結果（パーソナル・コミュニケーション行動）

変数名	調査 I	調査 II	調査 III
[説明変数群 X]			
経過時間	-0.3789	-0.5723	-0.9098
驚嘆度	-0.8660	-0.7754	-0.0835
好感度	-0.5059	-0.5009	0.1831
信用度	-0.1245	-0.1859	-0.0358
騒ぎすぎ	-0.1252	-0.0753	-0.1858
竹下派内紛	-0.1891	-0.1884	
天皇訪中	-0.1585	0.0356	
留学生射殺	-0.2598	-0.0443	
湾岸戦争勃発	-0.1988	0.1262	
宇宙飛行士	-0.1969	-0.1905	
[基準変数群 Y]			
話をした経験	-0.7887	-0.7723	-0.8388
友人に自分から	-0.6965	-0.5988	-0.3303
友人と話題	-0.7117	-0.4626	-0.2762
家族と話題	-0.2945	-0.7186	-0.4992
正準相関計数	0.5487	0.3772	0.3807
カイ自乗値	104.7813	86.4098	39.7673
上側確率	0.0000	0.0001	0.0053

正準相関分析による分析結果を表2に示す。ニュースに接触後のコミュニケーション行動を基準変数とする。具体的には、表1に用いられている「ニュース接触後に他の人に教えた経験」「友人に自分から伝えた経験」「友人とこのことを話題にした経験」「家族とこのことを話題にした経験」の4変数である。説明変数は、前節でとりあげたニュース内容の評価、すなわち「ニュースを聞いて驚いた程度」「好感を感じた程度」「信用できないと感じた程度」「マスコミが騒ぎすぎと感じた程度」の4変数、さらにニュースとしての価値を比較した項目「竹下派の内紛」「天皇訪中」「日本人留学生射殺事件」「湾岸戦争勃発」「日本人宇宙飛行士誕生」の5変数である。さらに、ニュース発生からニュースを知るまでの経過時間も説明変数として加え、調査I、IIは10変数を、調査IIIでは、5変数を説明変数として用いた。いずれのケースでも1成分のみが統計的に有意な成分であったので、1成分の結果のみをまとめて示す。

調査Iは正準相関係数が0.55と他の2つの調査より高い値を示している。基準変数であるコミュニケーション行動は、「話をした経験」「友人に自分から」「友人との話題」がいずれも高い負荷を持つ。これらの項目間の相関が高いことを示している。説明変数では、「驚嘆度」「好感度」「経過時間」が高い負荷を示している。しかし、ニュース価値に関する5項目はほとんど影響力

を持たない。このことは、ニュース価値の認知はその後のコミュニケーション行動を促進するわけではないことを示している。「ニュースを聞いて驚いた程度」が強いものほど、また「ニュースを聞いて好感を持った」ものほど、さらにニュースと早い時期に接触したもののほど、コミュニケーション行動が促進され、友人に自分から話したり、人とこの話題で話をするのである。

調査IIにおいても、ほぼ同様な傾向が見られる。基準変数の「家族とこの話題を話す」が高い負荷をもっている点が調査Iとやや異なる。「家族とこの話題を話す」と「話をした経験」との間に高い相関がある。ここでも、ニュース価値の認知はコミュニケーション行動と関係がない点。「驚嘆度」「好感度」「経過時間」がコミュニケーション行動を促進している点がはっきりと示されている。

調査IIIは、基準変数として高い負荷量を持つものは「話をした経験」のみである。他の基準変数とは強い関連を示していない。また、説明変数では、「経過時間」のみが高い負荷量をもっている。このニュースに関しては、人より早くニュースに接した人が、他人に教える行動はとるが、話題にするなどのコミュニケーション行動はあまりしていないことを示している。また、調査I、IIで効果のあった驚嘆度などのニュース内容は、ほとんどコミュニケーション行動を説明していない。

これらの分析から次の諸点が明らかになった。まず、調査I IIに関しては、「ニュースを聞いて驚いた」程度が高いほど、さらに「ニュースをきいて好感を感じた」程度が強いほどコミュニケーション行動が促進される。ニュース内容の「意外性」「好感度」がニュース接触後のコミュニケーション行動を促進すると考えてよいだろう。調査IIIでは、これらの変数はまったく関連がないが、すでに述べたように「解消ニュース」は、他の2つに比べて意外性も好感度も低いニュースであった(図8、図10)。このニュースを聞いてびっくりした人々はややニュースに遅れた人々であったとも考えられる。第2に、ニュース価値の認知については、ニュース接触後のコミュニケーション行動と無関係である。今回の調査に関しては、ニュース価値が高いと感じたかどうかは、その後のコミュニケーション行動を説明しない。しかし、対象者の自己関与の高いニュースなどでは、その後のコミュニケーション行動とニュース価値の認知が関連する可能性はあるだろう。この点は、今後の調査が必要である。

つぎに、ニュース接触後の情報探索行動(注12)について結果を述べよう。表3は、コミュニケーション行動に代えて、情報探索行動を基準変数にし、説明変数は同じものを用いて正準相関分析をした結果である。基準変数として「もっと詳しく知るためにテレビをみた」「もっと詳しく知るためにスポーツ新聞などを読んだ」「週刊誌を読んだ」「もっと詳しく知るために新聞を読んだ」の4変数をとりあげた。分析の結果、2つのケース(注13)とも統計的に有意な成分はひとつだけであった。

情報探索行動は、初めてニュースに接触後したに関連するテレビ番組を視聴したり、新聞や、週刊誌などで詳しい情報をもとめたりする行動である。調査Iでは、「テレビ」「週刊誌」「スポーツ新聞」が調査されているが、テレビのみに負荷が高いため、テレビによる情報探索行動と考えてよいだろう。表2のコミュニケーション行動との大きな違いは、「留学生射殺」「天皇訪中」「竹下派内紛」などのニュース価値比較項目が高い負荷を持っている点である。すなわち、この調査が扱っているニュースが価値があると考えている人ほど、テレビ探索行動を積極的にする点である。もちろんニュースを聞いて強く驚いた人ほど、さらに、高い好感度を持つものほど、さ

表3 正準相関分析の結果（情報探索行動）

変数名	調査 I	調査 II
[説明変数群 X]		
経過時間	0.4884	0.4847
驚嘆度	0.7398	0.6738
好感度	0.4700	0.7290
信用度	0.3517	0.0473
騒ぎすぎ	-0.1350	-0.1129
竹下派内紛	0.3965	0.4421
天皇訪中	0.4633	0.1433
留学生射殺	0.5610	0.2149
湾岸戦争勃発	0.3185	-0.0161
宇宙飛行士	0.3241	0.3439
[基準変数群 Y]		
テレビ探索	0.9845	0.8137
スポーツ新聞	0.2900	0.2365
週刊誌探索	0.1718	0.0236
新聞探索		0.7408
正準相関計数	0.5137	0.4857
カイ自乗値	92.4290	129.2065
上側確率	0.0000	0.0000

らに早くからニュースに接触している人ほど、テレビ探索行動は盛んである。

調査 II についても、調査 I と同様「竹下派内紛」「日本人宇宙飛行士誕生」のニュースなどと比べて、このニュースの方が重要だと思う人ほど「テレビ視聴行動」や「新聞を読む」ことを積極的に行なっていることを示している。また、このニュースに対して好感をもち、強く驚き、さらに早くからこのニュースに接触したもののほど、その後の情報探索行動が促進されると言える。

このように、ニュースの重要度の認知は、ニュースに接触後の情報探索活動を促進するが、コミュニケーション行動は促進しないと見える。また、ニュースを聞いて意外性を強く感じるほど、その後のコミュニケーション行動と情報探索行動が促進されると見える。好感度についても同様であるが、今回の2つのニュースがたまたま好感を与えるものにすぎなかったのかもしれない。さらに、ニュース発生からの初めてニュースに接触するまでの経過時間の短いほど、情報探索行動は促進されるが、コミュニケーション活動に関しては、ニュース内容と相互作用があると考えられる。

[まとめ]

本研究は、92年10月から93年1月に起こった3つの出来事のニュース伝播に関する調査報告である。扱われたニュースは「貴花田・宮沢りえ婚約」「皇太子妃決定」「宮沢りえ・貴ノ花婚約解消」である。これまでのニュースの伝播研究が扱ったニュースとの違いは、突発的に起こる暗殺や自然災害などのニュースと異なり社会的な重要性は高くないが、意外性に富んでいた点にある。さらに、当事者側が発表にあたってニュースメディアの選択や発表時間などがある程度統制可能であった点などを指摘できるだろう。

本研究は、ニュースの伝播率と伝播の速度、ニュースを初めて知った方法（メディア）、ニュース内容の評価、ニュースを知った後のコミュニケーション行動とその後の情報行動についてまとめられた。主要な知見を整理して述べる。

(1) いずれのニュースも、最終的には、伝播速度も早く、また伝播の範囲も広い。しかし、初めてニュースが報道される時間帯、最初にニュースを報道する放送局の数、関連する番組がその後報道されるかなどの要因によって伝播の形態には差がみられることが示された。

(2) それらの要因は、また人々が初めてニュースに接触するメディアにも影響を与えた。ニュースが午後10時30分という遅い時間に流れた「貴花田・宮沢りえ婚約」については、テレビの割合が低く、新聞や友人などを通してニュースを知った割合が相対的に高い。

初めてニュースを知ったメディアは、マスメディア、特にテレビが多い。友人・知人や家族などパーソナルなメディアを通して初めてニュースを知った割合は14.1%—23.3%であった。10人に2人弱といったところである。

(3) いずれのニュースも「意外性が高い」と認知されている。特に「貴花田・宮沢りえ婚約」については、88%がニュースを聞いて驚いたと答えている。他方、「ニュース価値」については「皇太子妃決定」がやや高いと認識されたものの全般に低く評価されている。

(4) いずれのニュースも速い伝播速度、広い伝播の範囲を示したにもかかわらず、「このニュースを他人に伝えた」かどうかという点で、ニュースの間に大きな差がみられた。「貴花田・宮沢りえ婚約」では、80%以上の人々がニュースを聞いた後で他人に話を伝えている。しかし、その他のニュースでは、50%前後であった。パーソナルコミュニケーションのその他の指標でも同様の傾向が見られた。

(5) 正準相関分析の結果から、ニュースの「意外性」の認知は、その後のパーソナルコミュニケーションを促進すること、さらに情報探索行動をも促進することが明らかになった。ニュースを聞いて驚く程度が強ければ強いほど、他人にニュースを伝達する、同時にそのニュースに関連する情報を手にいれようと行動すると言える。しかし、ニュース価値については、報道する価値があるという認識が強いほど情報探索行動を促進するが、パーソナル・コミュニケーションは必ずしも促進しないことが明らかにされた。このように、人々がニュースを聞いて他人に伝えるとか、ニュースをめぐる他人と話題にする理由は、ニュース価値にあるのではなく、ニュースの意外性にあることが明らかにされた。

これまでのニュースの伝播研究が「人々にニュースを伝える」ことを目的として行われたのに対して、「人々の間で話される」ことを目的としたニュース伝播研究があってもよいのではないか。どのようなメディアによって伝えられたニュースが人々の間で話題にされるのか。どのよ

うな内容のニュースが人々の間で話題にされるのか……などのように「人々の間で話される」ことを目的とした研究が必要である。個人をマスメディアの発する情報の受け手としてとらえるのではなく、個人を情報の送り手として、また、ニュースを通してお互いに相互作用する存在として考えたときに、ニュースの伝播研究はこれまでと違った方向を模索することが可能になるだろう。

[注]

- 注1 本調査は「うわさとニュースの研究会」（代表川上善郎）が行なっているニュースやうわさの伝播研究の一部である。本調査は、川浦康至氏（横浜市立大学文理学部）、池田謙一氏（東京大学文学部）、古川良治氏（常盤大学人間科学部）の協力で調査表の作成から実施まで行なわれた。データの利用を快諾されたことを感謝する。
- 注2 実際の婚約会見は、11月28日に行なわれた。
- 注3 正式に婚約が決定し、婚約会見が行なわれたのは、1993年1月19日である。
- 注4 当日は午後3時頃に貴花田と宮沢りえがホテルで非公開で話し合いをもったが、その様子は午後のワイドショーなどでは逐一報道されていた。午後6時からの記者会見については、午前中のテレビ番組ですでにアナウンスされていた。
- 注5 それぞれの調査結果は「ニュース伝播に関する調査報告書（速報）」川上、川浦、池田、古川（1993）にまとめられている。
- 注6 Rosengren（1983）のレビューでは、20のうち16の研究でニュース伝播率は90%を越えている。
- 注7 これまでの伝播研究が扱うニュースと違う点は、「婚約ニュース」「決定ニュース」「解消ニュース」のいずれも、ニュースの伝播率を意識し、メディア選択や報道の時間帯が決定されたと考えられる点である。ニュース伝播研究で扱われる出来事の多くは、突発的に発生する事件のニュースが多い。
- 注8 ニュースが報道されてから、調査時点までの時間が3つの調査によって異なっており、調査時点での最終伝播率だけを比較してもあまり意味はない。
- 注9 異なっていたのはテレビ関連の選択肢である。調査I「婚約ニュース」では、選択肢のトップとして用意したのは、1. 当日のニュース・ステーション、2. テレビのニュース番組、3. テレビのその他の番組から、調査II「決定ニュース」では、1. テレビの臨時ニュース、2. テレビのニュース番組、3. テレビのその他の特別番組、調査III「解消ニュース」では、1. テレビの番組、2. テレビのニュース番組、3. テレビの特別番組である。その他は同一で、4. 新聞、5. ラジオ、6. 家族が教えてくれた、7. 友人・知人が教えてくれた、8. その他である。
- 注10 「その他」としてあげられたのは、「新幹線の電光掲示板」「駅の号外」「駅の売店」「パソコン通信」などであった。
- 注11 本研究では、5つの他のニュースとの比較して「ニュースとしてどちらが価値があるか」で判断されたものを「ニュース価値」として考えておく。なお、調査III「解消ニュース」では、これらの項目について調査を行っていない。
- 注12 接触後のコミュニケーション行動は、調査間でやや統一にかけていた。調査I「婚約ニュー

ス」では、「テレビ」「スポーツ新聞」「週刊誌」のみが調査されている。調査II「決定ニュース」では、「テレビ」「新聞」「週刊誌」「スポーツ新聞」、調査III「解消ニュース」では、「テレビ」「スポーツ新聞」のみであった。調査IIIについては回答に偏りがあったので分析しなかった。

注13 情報探索行動のひとつとして、当然パーソナルコミュニケーションを含めるべきである。調査の枠組みとしては、情報探索のひとつの形態として考えていた。分析では、両方を基準変数に含めると、基準変数そのものの解釈が複雑になるのであえて両者を区別して行なった。

[参考文献]

- Buckalew, J.K. The Local Radio News Editor as a Gatekeeper. *Journal of Broadcasting* 18(2):211-221, 1974
- M.L.DeFleur Diffusing Information. *Society*: 72-81, 1988
- W.Gantz & H.Tokinoya Diffusion of News about the Assassination of Olof Palme: A Transcontinental, Two-city Comparison of the Process. *European Journal of Communication*, Vol2: 197-210, 1987
- Greenberg, B.S. Person to Person communication in the diffusion of news events. *Journalism Quarterly*, 41(4):489-494, 1964
- 萩原 滋 テレビにおけるニュース報道の分析、慶応大学新聞研究所年報、No.38: 29-52, 1992
- 平島廉久 検証視聴率、日本能率協会マネジメント、1993
- 広瀬英彦 コミュニケーションの流れ、現代のエスプリ110「コミュニケーション」: 155-165, 1976
- 池田謙一 情報と社会的コミュニケーション 大坊、安藤、池田編、社会心理学パースペクティブ3、誠信書房、1990
- 池田謙一 社会のイメージの心理学、サイエンス社、1993
- 川上善郎 拡大する情報環境 齊藤耕二・菊池章夫編「社会化の心理学／ハンドブック」川島書店、1990
- 川上善郎 コンピュータ・コミュニケーションによるネットワーク形成に関する研究—オンラインコミュニティの可能性—、情報研究、第11号、文教大学情報学部紀要: 129-147, 1990
- 川上善郎 川浦康至、池田謙一、古川良治 電子ネットワーキングの社会心理、誠信書房、1993
- 川上善郎 川浦康至、池田謙一、古川良治 ニュースの伝播に関する調査報告書(速報)、うわさとニュースの研究会編、1993(未公刊)
- 川上善郎 岡山慶子、松田美佐 「エイズとうわさ」調査報告書、うわさとニュース研究会編、1993
- 児島和人 マスコミュニケーション受容理論の展開、東京大学出版会、1993
- 宮田加久子 電子メディア社会、誠信書房、1993
- 丸山 昇 皇太子妃とマスメディア、第三書館、1993

- L.E.Ostland. Interpersonal communication following McGovern's Eagleton decision. *Public Opinion Quarterly*, 1973-74
- 岡田直之 マスコミ研究の視座と課題、東京大学出版、1993
- K.E.Rosengren The comparative study of news diffusion. *European Journal of Communication*, Vol.12: 227-255, 1987
- K.E.Rosengren News Diffusion: An overview. *Journalism Quarterly* Vol.50: 83-91, 1973
- W.J.Severin & J.W.Tankard Jr. *Communication Theories*. 3rd ed. Longman. 1992
- 省察・皇太子妃報道 総合ジャーナリズム研究 No.144 : 16-29, 1993
- 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、1992
- V.G.Troldahl & R.Van Dam Face-to-face communication about major topics in the news. *Public Opinion Quarterly*, Vol.29: 626-634, 1965