

# 「Twitter 政治家」は議題設定機能を有するか

2019 年参院選における候補者ツイートと全国紙のメディア間議題設定

東京大学大学院 公共政策学教育部

公共政策学専攻 公共管理コース

学籍番号：51-198012

氏名：梶野 裕貴

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to explore the intermedia agenda setting between politicians' tweets and traditional newspapers —The Yomiuri Shimbun and The Asahi Shimbun— in Japan.*

*Based on the technique called “cross-lagged panel correlation analysis,” the author compares the issue agendas on Twitter and newspapers during the 2019 House of Councilors election campaign and for the next 18 days.*

*Results suggest that traditional newspapers influenced politicians' tweets not vice versa. Not only aggregate level analyses but also sub-group analyses show generally similar results.*

*The findings imply that traditional newspapers have not lost (issue) agenda setting power yet, while it is often said that social media weaken the power of traditional mass media such as newspapers.*

# 目次

## 第1章 はじめに

第1節 ソーシャルメディアが政治を変える？ 4

第2節 本稿の構成 5

## 第2章 先行研究の整理とリサーチクエスチョン

第1節 先行研究の整理 6

第2節 リサーチクエスチョンの設定 14

## 第3章 分析の方法

第1節 データ 17

第2節 コーディング 23

第3節 分析モデル 28

## 第4章 分析の結果

第1節 付与されたコードの記述統計 32

第2節 メディア間議題設定の実証分析 36

## 第5章 結論

第1節 実証分析の結果の総括 48

第2節 分析結果を踏まえた議論の提示 49

第3節 本稿の分析の限界 50

補論 A・B・C 52

参考文献 75

謝辞 81

# 第1章 はじめに

## 第1節 ソーシャルメディアが政治を変える？

新たなテクノロジーは、政治家やマスメディア、あるいはその両者の関係をどのように変えるのだろうか。おそらくこの問いは、政治家、ジャーナリスト・メディア関係者のみならず、マスメディアを介して政治を観察する私たち市民にとってもレバントなものである。

近年、ソーシャルメディアが普及し、生活に浸透してきたことに異議を唱える者はもはやいないだろう。ソーシャルメディアがもたらす利便性を享受しながら、私たちは日々生活している。

しかし、ソーシャルメディアがもたらすのは利便性だけではない、という認識が社会的にも学術的にも昨今高まりを見せてきたように思われる。特に、現実の政治との関わりにおいて、ソーシャルメディアがもたらす「負の側面」が数多く「発見」されてきた。

「負の側面」が語られる際の、最も典型的なエピソードの1つは、2016年のアメリカ大統領選挙におけるトランプ氏の躍進、そして当選であろう。既存のマスメディアに対する不信を背景としつつ、一部の報道機関を「フェイクニュース」であると「つぶやく」トランプ候補のTwitterは、多くの注目を集めた（前嶋 2017）。そして、トランプ現大統領<sup>1</sup>の「つぶやき」は、2020年のアメリカ大統領選挙でも世界中の注目の的であったと言えよう。

ソーシャルメディアの「負の側面」が語られるのは、アメリカに限ったことでも、一国の内政に限ったことでもない。例えば、福田（2018）は、ロシアがソーシャルメディアを介して他国に対して影響力を行使した事例を紹介している。そして、そのようなデジタル空間上の「攻撃」は、2017年のフランス大統領選挙や同年のドイツ連邦議会選挙といった他国の内政にも影響を与えたと指摘している（福田 2018）。

ところで、ここまで述べてきた事とは反対に、ソーシャルメディアがもたらす「よい側面」を評価する議論も少なくはない。例えば、津田（2012）は、ソーシャルメディアが政治や選挙制度の変革に対して有するポテンシャルは決して小さくないことを指摘している。現実の政治においても、例えば、「アラブの春」と呼ばれる中東・北アフリカ地域における一連の民主化運動において、ソーシャルメディアは大きな役割を果たした。浜中（2015）によれば、2011年のエジプト政変において、反体制デモの先導者はソーシャルメディアを積極的に活用し、ソーシャルメディアを積極的に活用していた市民は反体制デモに参加する確率が高かった。

以上をまとめると、ソーシャルメディアの登場・普及が、政治や政治家、マスメディア、そして私たち市民に対してもつインパクトについて、どちらかといえばポジティブに評価する議論（便宜的に「ソーシャルメディア=ポジティブ論」と表記）もあれば、どち

---

<sup>1</sup> 本稿の執筆がなされた2020年12月現在。

らかといえはネガティブに評価する議論（便宜的に「ソーシャルメディア=ネガティブ論」と表記）も存在している、というのが現在の状況である。

ただし、ここで忘れてはならない視点がもう1つある。それは、「現実における政治（の変化）に対して、ソーシャルメディアは（それほど）積極的な役割を果たしているのか」という基本的な疑問である。「ソーシャルメディア=ポジティブ論」も、「ソーシャルメディア=ネガティブ論」も、ソーシャルメディアに政治を変えるポテンシャルを認めるという前提を置く点は共通している。いわば、ソーシャルメディアは「諸刃の剣」であり、使い方によって、ポジティブなものにもネガティブなものにもなる、ということである。しかし、「現実における政治（の変化）に対して、ソーシャルメディアは（それほど）積極的な役割を果たしているのか」という問いは、ソーシャルメディアが「剣」のような「切れ味」をほんとうに有しているのか、今一度問い直すべきではないか<sup>2</sup>、という問題意識に由来している。

抽象的な議論だけでなく、具体例をあげよう。田中・浜屋（2019）は、昨今の「分極化」の理由は、インターネットやソーシャルメディアの利用ではなく、むしろ個々人の社会経済的属性（例えば、年齢（田中・浜屋 2019: 90-3）など）によって説明される可能性が高いことを指摘している。

以上の議論が示唆するように、「ソーシャルメディアが政治を変える」と述べるのは、実はそれほど簡単なことではない。ソーシャルメディアと政治（家）、そして、往々にしてそれらと対置されるマスメディアの3者間の関係は実に複雑なのである。本稿は、このように複雑な3者の関係を把握する上で有用な知見の提示を目指す。そのための有力な分析ツールとして、「メディア間議題設定（intermedia agenda setting）」というフレームワークを参照する。そして、ソーシャルメディアと政治（家）およびマスメディアの3者間の関係の一側面を成す、政治家によるソーシャルメディアの投稿とマスメディアによる報道の間の相互作用に着目し、両者がもつ影響力を相対的に描くことを目指す。

## 第2節 本稿の構成

本稿の構成は次の通りである。第2章で、先行研究のレビューを行い、リサーチギャップを示した上で、本稿のリサーチクエスチョンを提示する。第3章で、分析に用いるデータやコーディング手法、分析モデルの説明を行う。第4章で、アグリゲートレベル、サブ・グループレベルの実証分析を行う。第5章で、結論と本稿の限界を述べる。

---

<sup>2</sup> 実はそれほどの「切れ味」はないのではないかと、いうことを暗に示している。

## 第2章 先行研究の整理とリサーチクエスチョン

### 第1節 先行研究の整理

本稿は、メディア効果に関する「議題設定」の研究のなかで、サブフィールドを形成しているメディア間議題設定と呼ばれる理論に基づいた分析を行う。「議題設定」に関する研究蓄積は数多く、全てを整理することはしない（し、できない）<sup>3</sup>。

そこで、本節では、第1項で議題設定研究の嚆矢であるマコームズとショーの実証研究をやや詳細に確認し、それが拡大／深化していることを第2項で簡単に示す。そして、その拡大の延長線上に位置づけられるメディア間議題設定の中でも、特にオンラインメディアに関わる実証研究のレビューを第3項で行う。第4項では、日本における議題設定研究について、整理を行う。

#### 第1項 マコームズ＝ショーモデル

マスメディアの議題設定機能に関する研究の嚆矢は McCombs & Shaw (1972) である。同論文において、彼らは以下の仮説を立てた。

マスメディアは政治キャンペーンの議題を設定し、[受け手が] 政治的争点に対して抱く態度の顕出性に影響を与える<sup>4</sup> (McCombs & Shaw 1972: 177)

マコームズとショーの主張はこうである。ある政治キャンペーン（例えば、大統領選挙）に関する報道を行う際、マスメディアが現実世界に広がる無数の論点全てを扱うことは不可能である。そのため、マスメディアはそれらの無数の論点から彼ら自身が重要だと考える論点を選択している。このように無数の論点から選択された数少ない論点は、いわばマスメディアが設定する「議題 (agenda)」なのである。それに加えて、マスメディアは報道の仕方（記事量や放送時間など）を調節することで、それぞれの「議題」の重要性も表現している。

このようにしてマスメディアが発する「議題」を受け取った人々は、その「議題」をポジティブに評価するかもしれないし、ネガティブに評価するかもしれない。しかし、いず

---

<sup>3</sup> Rogers et al. (1993) によると、「議題設定」に関連する研究は1992年の時点で223本存在していた。ロジャーズらの文献収集基準は包括性・網羅性を重視したものであり、必ずしもマコームズとショーが概念化したところの「議題設定」の研究ではないものも含んでいる可能性は否めない。とはいえ、1992年から30年弱（マコームズとショーの研究が発表されてから50年弱）が経とうとしている2020年現在において、「議題設定」の研究が数百のオーダーで存在していることは間違いなからう。なお、「議題設定」に関して包括的に紹介したものとしては、McCombs (2014=2018) や竹下 (2008) があげられる。

<sup>4</sup> 筆者による訳出。[ ] 内は筆者による追加である。

れにせよ、その「議題」自体が重要であると認知する点においては共通している。また、マスメディアがより重要だとする「議題」については、受け手もその「議題」をより重要だと考える。これが、「政治的争点に対して抱く態度に」ではなく「政治的争点に対して抱く態度の顕出性に」という表現がもつ意味である。

McCombs & Shaw (1972) の学術的貢献について、竹下 (1984) は次のように述べる。

すなわち、彼らは議題設定の現象を2変数（独立変数としての“メディアにおける争点強調”，および従属変数としての“受け手における争点顕出性”）から成る実証仮説として再構成し、操作化のための標準化された手続きを提起したのである。このことによって、他の研究者による追試的検討が容易となり、議題設定研究を組織的累積的に発展させていくための素地ができあがったといえる。(竹下 1984: 87)

ここで述べられた McCombs & Shaw (1972) の学術的貢献は主に2つのパートから成っている。1つ目は、マスメディアの機能を検証可能な因果命題として記述したことである。彼らは「マスメディア X による議題設定が、受け手 Y 内の争点顕出性を変化させる」という因果関係を含む図式としてマスメディアと受け手の関係を捉えた。2つ目は、その因果命題を検証するためのリサーチ・デザインの定式化を行なった事にある。前者についてはここまで論じてきた。したがって、ここからは後者のリサーチ・デザインについて確認しておきたい。

1968年のアメリカ大統領選挙戦において、マスメディアが議題設定機能を発揮したのかを検証するために、マコームズとショーが採ったプロセスは次の通りである。

まず、「① 有権者が選挙戦に関して重要だと考える争点」（「重要争点認知」）が世論調査によって測定された。回答者は、チャペルヒル<sup>5</sup>の5選挙区の登録有権者の名簿からランダムにサンプリングされた者のうち、投票先を決めていない100名が選ばれ、面接調査が行われた。

それと同時に「② 選挙期間中に有権者が視聴したマスメディアの報道内容」が収集され、内容分析が行われた。チャペルヒルにおいて、政治的情報源となっている主要なマスメディア（新聞、雑誌、ニュース番組）がほとんど全て特定され、558本がサンプリングされた。

その後、①と②について、15のカテゴリーに「③ コーディング」され、①と②のそれぞれが「④ どのくらい相関しているかの計算」がなされた。計算の結果、両者の相関係数は+0.95以上という極めて高い値であり、①と②が非常に似通っていることが示された (McCombs & Shaw 1972: 180)。なお、ここで述べたリサーチ・デザインの概要は、【表 2.1】に示した。

---

<sup>5</sup> マコームズとショーが当時務めていたノースカロライナ大学がある地域。

【表 2.1】 議題設定の分析プロセス

(① 議題設定を行う「主体」と、議題設定の受け手である「客体」を想定)
① 議題設定の「客体」の重要争点認知を測定
② 議題設定の「主体」のメッセージを内容分析 = 重要争点認知を測定
③ ①と②を比較するために、コーディングを実施
④ コーディングされた①と②について（順位）相関を計算

以上が、McCombs & Shaw (1972) の概要である。繰り返しになるが、この研究の意義は、マスメディアの議題設定機能という検証可能な因果命題の記述とそれを検証するための分析プロセスを1つのパッケージ<sup>6</sup>として提示したことにある。そして、このパッケージを継承しつつも、それを拡大／深化させるような研究が次々と発表されていく。

## 第2項 マコームズ＝ショーモデルの拡大／深化

前項で、マコームズとショーが提示した「議題設定」の基本的な枠組みを確認した。この枠組みをベースに、過去50年弱の間、多くの議題設定研究が世界各地で蓄積されてきた。

ただし、言うまでもなく、マコームズ＝ショーモデルに課題や弱点が全くないわけではない。McCombs & Shaw (1972) 以降の議題設定研究の多くは、マコームズ＝ショーモデルという基本的なアイデアを継承しつつも、このような課題や弱点についても検討を行い、その改善を目指すものであった。

こういった検討あるいは改善の方向性には、マコームズ＝ショーモデルの内容を精緻化させる「深化」のベクトルと、マコームズ＝ショーモデルの対象を拡張する「拡大」のベクトルの2つがあるように思われる<sup>7</sup>。

したがって、本項は、このようなマコームズ＝ショーモデルの拡大／深化を、代表的な文献のピックアップと紹介によって示す。前項と同様、全ての文献を網羅することはしない（し、できない）が、議題設定研究がどのように発展してきたのか、についてのラフなスケッチを提示する。

まず、「深化」のベクトルであるが、これには方法論上のものと理論上のものの大きく分けて2つがある。

方法論上の「深化」として、Iyengar & Kinder (2010: 16-33)<sup>8</sup>による実験アプローチでの議題設定効果の実証が挙げられるだろう。McCombs & Shaw (1972) は、アグリゲート

<sup>6</sup> このパッケージを、竹下 (2008: 111) に倣い、以後「マコームズ＝ショーモデル」と表記する。

<sup>7</sup> 議題設定研究の発展過程を、このように2つに分けて考えるのは、筆者にオリジナルな発想ではない。マコームズ自身、これらの後続の研究（あるいは研究者）を「理論的な基礎に立ち戻る動き」と「新領域への外向きの動き」と2つに分けて表現したことがある (McCombs 2014=2018: 186)。

<sup>8</sup> 同書の初版は1987年であった。



レベルのデータに基づく相関分析であり、第三の変数（交絡変数）や生態学的誤謬の問題をはじめとして、因果推論上の問題が残されていた。Iyengar & Kinder（2010: 16-33）は、実験アプローチを用いて個人レベルのデータ分析を行い、なおかつ、議題設定効果の存在を実証したことで、議題設定研究を相関分析から因果分析のレベルへと引き上げる貢献をなしたと言える。

理論上の「深化」としては、「オリエンテーション欲求」と呼ばれる受け手の心理的側面の紹介を行った Weaver et al.（1981=1988）などが挙げられる。このような概念の整備によって、McCombs & Shaw（1972）では検討されていなかった、受け手の心理的側面も考慮した分析が提示されるようになった。また、これらの分析によって、議題設定効果の高低は受け手によって異なりうると示されたことは、議題設定効果の異質性に対する考慮の必要性を喚起したといえよう。

次に、「拡大」のベクトルであるが、「属性型議題設定」という新たな概念が登場し、「議題設定」の研究は、「争点」レベルだけでなく「属性」レベルの顕出性の転移も分析対象とするようになった。例えば、代表的な研究として、Lopez-Escobar et al.（1998）などが挙げられる。同研究では、1995年のスペインの選挙において、候補者の人柄など、争点よりも下位に位置づけられる「属性」についても顕出性の転移が実証された。他にも、分析対象となるメディアの種類増加、分析対象の地理的拡大、など「拡大」のベクトル上に乗った研究は数多い。ただし、これらの「拡大」の実例については、第3項および第4項で行う文献レビューを読む事で十分に理解されると思われるため、本項では詳細は述べないこととする。

### 第3項 オンラインメディアに関するメディア間議題設定研究

前項で、マコームズ＝ショーモデルが、現在に至るまで拡大／深化を続けてきたことを述べた。ただし、発展してきたのは学説のみではない。テクノロジーも現在に至るまで発展してきたのである。それはつまり、マコームズ＝ショーモデルが提示された当時には存在していなかったメディア——インターネット、ブログ、そしてTwitter——が登場した、ということである。このような新たなメディアの登場は、分析対象となりうるメディアの種類増加（多元化）を意味する。このように様々なメディアが割拠する状況下では、「送り手」としてのメディアと「受け手」としての人間との間の従来の議題設定関係に飽きたらず、「送り手」としてのメディアと「受け手」としてのメディアとの間の議題設定関係も学術的に検討されるようになった。これが「メディア間議題設定」（intermedia agenda setting）と呼ばれる研究の系譜である。前項の術語を用いれば、これもまた、「拡大」のベクトル上に位置づけられると言えよう。

本項では、「メディア間議題設定」の中の現時点でのフロンティアでもある、オンラインメディア（インターネット・ブログ・Twitter）を含むメディア間議題設定研究のレビューを行う。

まず、インターネットとマスメディアの間のメディア間議題設定に関する主要な先行研究をみていく。Lee et al. (2005) は、2000年に韓国で行われた総選挙の際、インターネット上の掲示板と新聞報道の間において、新聞報道がインターネット上の掲示板に対して争点レベルの議題設定を行い、逆に、インターネット上の掲示板が新聞報道に対して属性レベルの議題設定を行っていることを実証した。インターネット空間内における伝統的なマスメディア同士のメディア間議題設定を検討した研究もあり、Lim (2006) は、韓国における新聞社のニュースサイトと通信社のニュースサイトの間において、新聞社のニュースサイトは通信社のニュースサイトに争点レベルの議題設定を行なっていること、国内一番手の新聞社のニュースサイトは国内二番手の新聞社のニュースサイトに争点レベルの議題設定を行なっていることを示した。同一著者による継続的な研究である Lim (2011) は、通信社のニュースサイトが (Lim (2006) で示された) 争点レベルのみならず、属性レベルにおいても新聞社のニュースサイトによる議題設定の「受け手」であることを示した。

次に、ブログとマスメディアの間のメディア間議題設定に関する代表的な先行研究としては Meraz (2009) が挙げられる。Meraz (2009) は、マスメディアが運営するブログとそれ以外の「市民」が運営するブログの間における争点レベルの議題設定について、ハイパーリンクのネットワーク分析をもとに議論を展開している。同研究では、伝統的なマスメディアの議題設定者としての「絶対性」は失われたものの、それでもなお、最も引用されるブログはニューヨークタイムズやワシントンポストが運営するものであり、ブログスフィアにおけるマスメディアによる議題設定の影響力は未だに大きいとする (Meraz 2009)。

次に、Twitter とマスメディアの間のメディア間議題設定に関する主要な先行研究をみていく。これは、本稿の中心テーマでもあり、また、研究の蓄積も (Twitter が比較的新しいツールである割には) それなりに厚い。

Yan & Borah (2019) は、気候変動に関する議題を対象に、アメリカ・インド・インドネシア・中国・イギリスの5カ国の新聞と英語もしくは中国語で書かれたツイートの間の (国際的な) メディア間議題設定を検討したものである。同研究によれば、トランプ米大統領による「パリ協定離脱」宣言直後の5日間についてのみ Twitter から新聞への議題設定が一時的に見られたものの、それ以外の期間においては、新聞から Twitter への議題設定の方が優位であった。この結果から、速報性のあるニュースが存在するような場合、Twitter による議題設定効果は強まる可能性があるものの、通常時には、新聞の議題設定の方が強い影響力をもつ、というインプリケーションが導かれた (Yan & Borah 2019)。ノルウェーを分析対象とした Rogstad (2016) は、選挙などが無い「平時」の3週間において、Twitter で注目されたニュースと伝統的なメディアである新聞やテレビニュースとの間のメディア間議題設定を探求した。多くの争点は Twitter と伝統メディアで共通していた上、Twitter でもっとも注目された争点は伝統メディア由来であったのに対して、逆に伝統メディアの報道で Twitter に言及するものはかなり少ないことから、伝統メディアの議題設定力の強さが指摘された。Valenzuela et al. (2017) は、2010年のチリ大地震が起きてから最初の一週間におけるテレビの報道と Twitter 上のジャーナリストのツイートの間の

争点型議題設定を検討したものである。両者の間には双方向的な影響関係が見られたが、どちらかといえば、Twitter から TV ニュースへの議題設定の方が優位であった。

Twitter と伝統的なマスメディアによるオンラインのニュースとの間のメディア間議題設定に関する研究も存在している。Ceron et al. (2016) は、イタリアにおける 2 つの政治的議論（政党補助金の改革と緊縮財政に関する議論）に関して、伝統メディアのオンラインニュースは Twitter 上の議論に争点レベルの議題設定をおこなっていたが、属性レベルの議題設定はみられなかったことを示した。

そして、一般ユーザーやジャーナリストではなく、政治家（候補者）の Twitter とマスメディアとの間のメディア間議題設定について、検証したものとして Conway et al. (2015) をあげることができる。同研究は、2012 年の米大統領選（共和党）予備選挙期間中における、（共和党の）各候補者、オバマ大統領（当時）、共和党（RNC）、民主党（DNC）のツイートと国内トップの新聞の間の争点レベルの議題設定を検討した（Conway et al. 2015）。すると、Twitter と新聞の間には双方向の議題設定関係があり、争点によって、議題設定効果の強さやそれが現れる時間スパンが異なることが示された。

ここまで、主要な先行研究のレビューを行ってきた。ここまでで確認した（特に Twitter が関係する）研究の知見を大まかにまとめれば、概ね「① 伝統メディアの方が Twitter よりも争点型議題設定については優位にある」が、「② パリ協定離脱や震災直後のような、速報性のあるニュースが求められるときには、Twitter が議題設定を行うこともある」となるだろうか。

このように、メディア間議題設定のフレームワークをオンラインメディアに応用する研究は数多い。ただし、Harder et al. (2017) は、オンラインメディアに対してメディア間議題設定のフレームワークを適用する際には、次の 3 つに注意すべきであると警鐘を鳴らす。

1 つ目は、「争点」レベル以外のメディアアジェンダの測定も考慮すべきであるという点、2 つ目は、オンラインメディアが 24 時間いつでもニュースを発表できることを踏まえて、分析のタイムスパンを柔軟に変動させるべきであるという点、3 つ目は、各メディア内の多様性に留意すべきであるという点である。なお、彼らは代替案として“news story”アプローチを採用し、2014 年のベルギーの選挙期間中の Twitter、新聞、テレビ、ラジオ、オンラインのニュースサイトなどの間の議題設定関係を調べたが、同研究においても、伝統メディアである新聞やテレビの方が新興メディアに対して議題設定を行う傾向にあることが示された（Harder et al. 2017）。

## 第4項 日本における議題設定研究の展開<sup>9</sup>

マコームズとショーによって提起された「議題設定」の枠組みが、その後現在に至るまで拡大／深化を続け、「メディア間議題設定」という豊かなサブフィールドをも形成してきたことを前項までで確認してきた。本項では、こういった議題設定研究が、日本国内において、どのように展開されてきたのかを概観する。

まず、日本における議題設定研究の嚆矢として、竹下俊郎の研究が挙げられる。竹下（1981）は、マコームズとショーの「議題設定」というアイデアを紹介した上で、1970年代に（海外で）蓄積された議題設定研究を整理し、1980年代初頭の時点において残されていた課題の検討を行っている。竹下は、その後も議題設定研究に関わる学説上の論点の紹介や整理を継続的に行っている（竹下 1984; 2002）。

竹下は、理論の紹介・整理のみならず、実証的な知見の提示も数多く行っている。例えば、竹下（1983）は、新聞の政治記事とテレビのニュースが市民に対してもつ争点型議題設定効果を検討したものであり、日本においても新聞が争点型議題設定を果たしていることを実証した<sup>10</sup>（竹下 1983）。また、竹下（1988）は、1986年7月の衆参同日選<sup>11</sup>の際に、新聞の政治記事とテレビのニュースが市民に対してもつ争点型議題設定効果を検討したものである。同研究では、税金問題という単一争点に焦点を当てた個人レベルの議題設定の分析も提示されており、「個人内議題」については選挙期間終盤のテレビ番組が、「世間議題」については新聞が、議題設定効果を発揮したことが示唆された（竹下 1988）。それに加え、選挙報道によく接触し、なおかつ政治関心も高い人（往々にして自らの政治的態度が確立されている）は、議題設定を受けにくいことが「発見」された（竹下 1988）。そして、Takeshita & Mikami（1995）は、「政治改革」が主たる争点であった1993年の総選挙において、新聞とテレビニュースは、統計的に有意（ただし、効果量は中程度）な争点型議題設定効果を発揮し、また、「政治改革」という争点内の「制度関連（system related）」という属性について、統計的に有意（ただし、効果量は中程度）な属性型議題設定効果を発揮していたことを実証した。

竹下は、理論と実証の両面を組み合わせるような研究も数多く提示しており、例えば、竹下（2007）は、「フレーミング」研究を属性型議題設定の立場から検討し、属性型議題設定における「属性」が内包するマクロな次元とマイクロな次元のうち、「フレーミング」は前者のマクロな次元と共通する点が多いことを指摘した。その上で、「日本の経済状況」に

---

<sup>9</sup> 「議題設定」をタイトルに含んでいたり、本文中で「議題設定」のアイデアに触れていたりする文献は数多い。しかし、その中には、新聞やテレビなどのマスメディアが強調した争点の順位を算出するのみで、その「顕出性の転移」についての（データに基づく）言明を欠いたものも少なくない。本項では、基本的にこのような研究は取り上げない。また、本稿が扱うのは、政治コミュニケーション研究あるいはメディア効果論の一領域としての「議題設定」であり、行政学や政策過程論における政策「議題」の設定などについては、その射程外である。

<sup>10</sup> 他方でテレビニュースの争点型議題設定効果は統計的に有意でもなければ、効果量も小さかった。

<sup>11</sup> 岩淵（1989）は、同選挙における議題設定について、政党／支持政党別の分析結果を報告している。

ついて、新聞による「フレーミング」が受け手の認識に影響していることを（属性型議題設定における研究手続きを踏襲しつつ）示した。このように、議題設定研究と他のメディア効果論研究との類似点や相違点を理論的にも実証的にも示すことは、メディア効果に関する主要な理論間の相互関係の整理という意味で重要な貢献をなしていると言えよう。そして、竹下（2008）が、竹下による一連の研究の集大成的な役割を有していることはいうまでもない。

もちろん、竹下以外による議題設定研究も数多く蓄積されてきた。

例えば、小室（2002b）は、「単一争点長期アプローチ」という議題設定研究内の一アプローチを理論的に紹介し、小室（2002a）は同アプローチに基づいて、ダイオキシンの報道の急増が世論、科学者、政策立案者に与えた議題設定効果を、インタビューなどの質的な事例研究と量的な分析を交えながら論じている。

全国紙による議題設定効果については、近年もなお蓄積が見られる。荒井（2014）は、読売新聞の購読者は、同紙において顕出的であった争点を「日本にとって」も「自分にとって」も重要であると認識し、朝日新聞の購読者は、同紙において顕出的であった争点を「自分にとって」重要であると認識し、日経新聞の購読者は、同紙において顕出的であった争点を「日本にとって」重要であると認識する傾向にあることを実証した。それに加えて、このような全国紙の議題設定効果の程度は、テレビやインターネットなどの他メディアへの接触機会が少ない人ほど大きくなることも示した（荒井 2014）。また、谷口

（2015）は、2012年の総選挙の際に、朝日新聞の購読者が同紙において顕出的であった「原発・エネルギー政策」を重視する傾向にあることを示した上で、同紙の原発に対する社論<sup>12</sup>を踏まえると、（原発推進にせよ、脱原発志向にせよ）「原発・エネルギー政策」を重視している人が朝日新聞を購読する傾向にあるという逆方向の因果関係は想定されにくいことをもとに、日本における全国紙の（争点レベルの）議題設定効果の存在可能性を示唆している。また、朝日新聞の購読者が同紙において顕出的であった「原発・エネルギー政策」を重視する傾向については、イデオロギーや党派性を統制してもなお観察された（谷口 2015: 52-4）。「原発・エネルギー政策」については、原発政策に高い関心をもつ人ほど、閲読紙における原発への肯定的／否定的論調が、その人の原発に対する態度に影響を与えていることを示す調査結果（齊藤・竹下・稲葉 2014）もあり、属性レベルの議題設定効果に関しても存在している可能性が高い<sup>13</sup>。

ここまで、日本においてもマスメディアによる議題設定が存在していることを示す数多くの先行研究を確認してきた。ただし、議題設定効果が存在していることは認めつつも、その「強さ」に疑問を呈する研究も存在している。相田・池田（2007）は、「累積接触モデル」（相田・池田 2007: 269）を採用し、個人レベルで議題設定効果が見られるかを分析したものである。同研究によれば、確かに「福祉と負担」「集団的自衛権の行使」「靖国参拝」といった争点に対する重要性認知という従属変数に対して、当該争点に関するメディ

---

<sup>12</sup> 朝日新聞は2011年7月までは原発容認の立場であったが、だからと言って読売新聞のように原発推進の立場でもなかった（谷口 2015: 53）。

<sup>13</sup> ただし、同論文は、「議題設定」の枠組みを明示的に用いているわけではない。

ア報道への接触量という独立変数は統計的に有意な影響を及ぼしていることが確認されたが、その程度は年齢や学歴といった（メディア接触以外の）変数による影響よりもかなり小さいことが示された（相田・池田 2007）。

マスメディアによる議題設定が「強くない」どころか、新聞をはじめとする伝統メディアが、むしろ議題設定の「受け手」となっていることを主張する論考も存在する。小此木（2020）は、（本稿の分析対象でもある）2019年参院選において、朝日・毎日・読売・日経・産経・東京の6紙が、安倍首相（当時）や政府／与党が推進する憲法改正、消費増税、年金問題の3点を多く報道したことを以て、政府／与党による「議題設定」を新聞各社が受けたと主張している<sup>14</sup>。

そのほかにも、必ずしも選挙とは関係のないテーマについて、議題設定のフレームワークを用いて分析を行った例もある。安本・関谷（2018）は、地方紙が「福島県からの避難者」に関する報道を多く行った地域であるほど、「福島県産品を積極的に避ける」と回答する人の割合が高くなることを実証した。同論文では、実際の避難者数と「福島県からの避難者」に関する報道量との間の相関も、実際の避難者数と「福島県産品を積極的に避ける」と回答する人の割合との間の相関も、統計的に有意ではなかったことから、現実の避難者の存在ではなく地方紙が「福島県からの避難者」に関する報道（それらは必ずしも「福島県からの避難者」をネガティブに描いたものではないのだが）を多く行ったことが、福島が未だに復興していないという認知を人々にもたらす効果を有した、という解釈が提示されている（安本・関谷 2018）。

このように「議題設定」に関する研究は、日本国内においても数多く蓄積されている。しかし、まだ検証されていない問いも残されている。この点について、次節で述べる。

## 第2節 リサーチクエスチョンの設定

### 第1項 先行研究に欠けた視点

ここまで、主要な先行研究のレビューを行ってきた。「議題設定」の研究に特徴的なのは、その蓄積の厚さと幅広さである。しかし、そのような「議題設定」研究の中において、まだ問われていない問いも存在している。

まず、メディア間議題設定のフレームワークを用いて、日本における伝統メディアと新興メディア（特に Twitter）との間の相互関係を検討した研究は存在していない。確かに、

---

<sup>14</sup> ただし、同論文は「メディアの持つとされる議題設定機能とは、…（中略）…、背後に隠されている真実や論争状況などをきめ細かく報道することによってその議題の問題点を可視化させ、有権者に正確な判断材料を豊富に提供しつつ世論を喚起することであるはず」（小此木 2020: 25）と論じており、これは（ジャーナリズムの一般論として賛同する点が多いものの）マコームズとショーが提示し、その後発展してきた「議題設定」という学術的概念をかなり拡大解釈しているように（少なくとも）筆者には思われる。なお、小此木は、過去の国政選挙の際にも「議題設定」に基づく論考を提示している（小此木 2017; 2018）。

伝統的なマスメディアと新興メディアを比較するような研究は数多いものの、それらは「メディア間議題設定」の研究として位置づけられていなかったり、それぞれのメディアの投稿内容の分析までは行なっていないかったりする。

加えて、日本における政治家や候補者の Twitter 利用について、そのツイートの内容を検討した研究<sup>15</sup>はあるものの、そのようなツイートの内容を既存のマスメディアの報道内容と比較するような研究は存在しない。

すなわち、「メディア間議題設定」の文脈においては、日本の事例（特に Twitter を含むもの）に関する研究が欠けており、他方で、政治家の Twitter 利用などの研究においては、その投稿内容を（既存のマスメディアの報道内容を参照することで）相対化するような視座が取られているとは限らないのである。

このようなリサーチギャップを埋めるために、次項で本稿のリサーチクエスチョンを提示する。

## 第2項 本稿のリサーチクエスチョン

本稿のリサーチクエスチョンは以下である。

**伝統的なマスメディアの報道内容と、政治家によるソーシャルメディアの投稿内容の間には、どのような議題設定関係があるのか**

なお、本稿では、「伝統的なマスメディア」の代表として全国紙を分析対象とし、「ソーシャルメディア」の代表として Twitter を分析対象とする。

「新聞大国」である日本において、伝統的なマスメディアの代表として全国紙を選定したことに異論を唱える者は多くないかもしれない。他方で、ソーシャルメディアの代表としてなぜ Twitter を選んだのかについて、疑問を抱かれるかもしれない。その選定理由を一言で言ってしまうと、Twitter は政治家が最もよく使うソーシャルメディアだから、である<sup>16</sup>。前述したように、伝統的なマスメディアの報道内容と政治家によるソーシャルメディアの投稿内容の間の関係を、議題設定研究の文脈の中で実証的に検討した研究は、日本においては見られないと言って良い。であるならば、まずは「はじめの一步」として、政治家にとって最もポピュラーな Twitter をソーシャルメディアの代表として分析すべきだと考えた。

さて、上で述べたリサーチクエスチョンを作業仮説にブレイクダウンすると次のようになる。

---

<sup>15</sup> 例えば、上ノ原（2014; 2018）などが挙げられる。

<sup>16</sup> 詳しくは、第3章第1節第2項を参照されたい。

作業仮説 全国紙が政治家のツイートに対して行う争点型議題設定は、その逆（政治家のツイートが全国紙に対して行う争点型議題設定）よりも強い。

これは、多くの先行研究において、伝統メディアの方が Twitter よりも争点型議題設定については優位にあることが示されてきたことに基づく予測である。

なお、本稿の分析は、上記の仮説の検証を中心とするものの、どのような政治家がより議題設定を受けやすい／行いやすいのか、についての探索的な検証<sup>17</sup>も同時に行う。

---

<sup>17</sup> 詳しくは、第4章第2節第2項を参照されたい。



## 第3章 分析の方法

### 第1節 データ

本節では、分析に用いるデータの概要を述べる。本稿の分析で用いられる主なデータは、「参院選<sup>18</sup>の候補者に関するデータ」「候補者の Twitter に関するデータ」「全国紙の記事に関するデータ」の3種類である。以下、項をわけて、それぞれのデータの基本情報を記述する。

#### 第1項 2019年参院選候補者データ

本項では、2019（令和元）年7月21日執行の参議院議員通常選挙に出馬した候補者に関するデータについて述べる。なお、本稿で分析対象とする候補者は、「① 法定得票数<sup>19</sup>以上の票を獲得した候補者（選挙区選出）」と「② 主要政党<sup>20</sup>から出馬した候補者（選挙区・比例代表選出）」の2つの条件のうち、少なくともいずれか一方を満たす者とした<sup>21</sup>。この基準を満たしたのは、出馬した全候補者370名のうち、279名であった。

また、東京大学谷口研究室・朝日新聞共同調査の「2019年参議院議員・参院選候補者調査」（以下、「UTAS2019」と表記）のデータも分析に利用した<sup>22</sup>。279名の候補者のうち、267名（95.70%）がUTAS2019に回答<sup>23</sup>している。

#### 第2項 候補者の Twitter データ

本項では、279名の候補者による Twitter 利用に関するデータについて述べる。筆者による集計に基づくと、2020年11月現在、Twitter を利用しているのは、279名の候補者全体

---

<sup>18</sup> 本稿では、（本稿執筆時点において）直近の国政選挙であった2019年参院選を分析対象とする。

<sup>19</sup> 公職選挙法95条1項2号において、参議院選挙（選挙区選出）の候補者は「有効投票総数÷選挙区定数÷6（＝法定得票数）」以上の得票が無い場合には、当選とされない。

<sup>20</sup> ここでの「主要政党」とは、自由民主党・立憲民主党・国民民主党・公明党・日本維新の会・日本共産党・社会民主党の7つを指す。ただし、比例代表選出の候補者については、（比例代表での議席獲得という実績を鑑みて、）れいわ新選組とNHKから国民を守る党を「主要政党」としてカウントした。

<sup>21</sup> 分析対象とする候補者の選定基準については、候補者個人が作成する有権者向けの情報発信媒体という（Twitter と共通する）性質をもつ選挙公報を用いて2009年衆院選を分析した品田の基準を参考にした（品田 2010）。

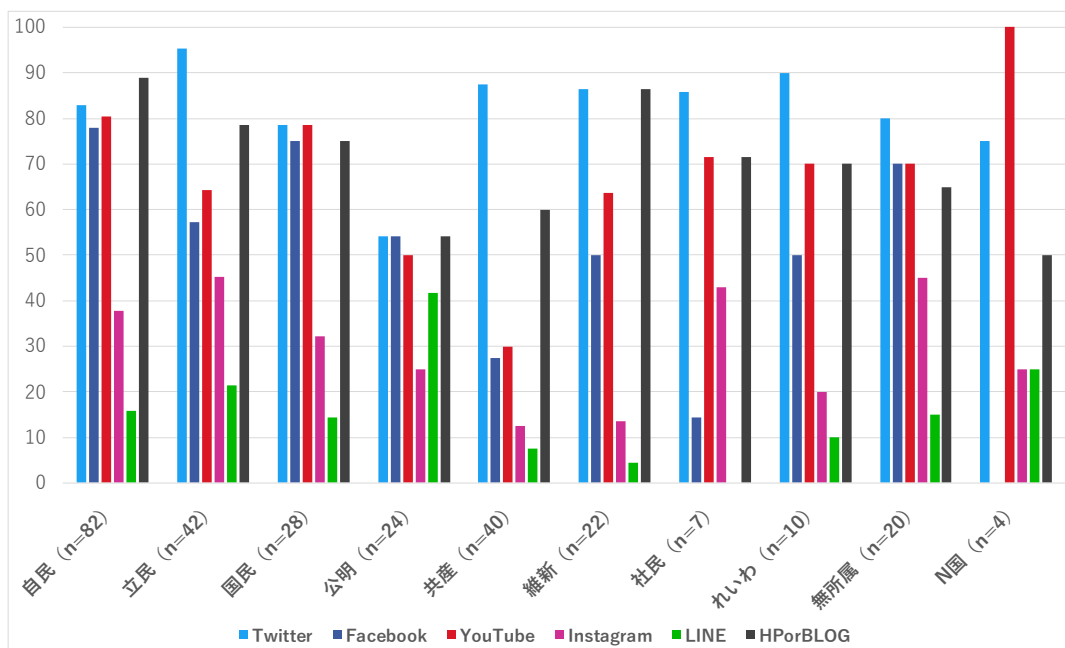
<sup>22</sup> UTAS2019 は以下の URL から入手可能である。<http://www.masaki.j.u-tokyo.ac.jp/utas/utasp.html>（最終アクセス日 2020年11月22日）また、本稿で用いた UTAS2019 の質問文などについては、本稿末尾の「補論 A 用いたデータについて」の A.1.も参照されたい。

<sup>23</sup> UTAS2019 全体の有効回答率は立候補者 94.9%、非改選議員 63.6%であった。

のうち、231名（82.80%）に上る<sup>24</sup>。そして、候補者によるTwitterの利用率（82.80%）は、他のソーシャルメディアのそれよりも際立って高い<sup>25</sup>。また、ソーシャルメディアよりも早い時期に普及したホームページ（もしくはブログ）の開設率が75.27%（210名）であることを踏まえても、候補者個人がもつ情報発信手段として、Twitterは最もよく使われていると言えよう。

Twitterが最もよく使われているというアグリゲートレベルの傾向は、他の要素を統制してもなおみられるのだろうか。【図3.1】は、279名の候補者のソーシャルメディア利用率とホームページ（もしくはブログ）の開設率を政党別に集計したものである。分析対象者が4名しかいないN国党を除けば、全ての政党に関して、Twitterは他のソーシャルメディア以上に利用される傾向がある。また、ホームページ（もしくはブログ）の開設率がTwitterの利用率をわずかに上回る自民党を除けば、全ての政党に関して、Twitterはより早い時期に普及したホームページ（もしくはブログ）以上に利用される傾向がある。これらの傾向は、【図3.2】に示したように、選挙制度や性別を統制した場合にも同様に確認された<sup>26</sup>。

【図3.1】 候補者のソーシャルメディア利用率（政党別、単位は%）

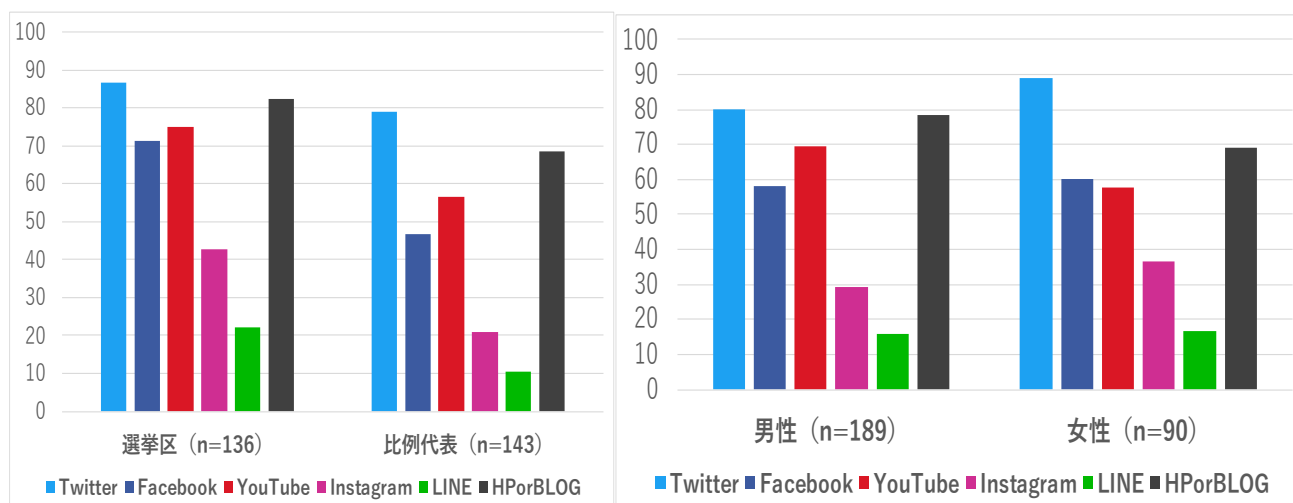


<sup>24</sup> 候補者のソーシャルメディア利用に関するデータについては、本稿末尾の「補論 A 用いたデータについて」の A.2.を参照されたい。

<sup>25</sup> Facebook の利用率は 58.78%（164 名）、YouTube の利用率は 65.59%（183 名）、Instagram の利用率は 31.54%（88 名）、LINE の利用率は 16.13%（45 名）である。

<sup>26</sup> なお、新旧（新人／元職・前職／現職）を統制すると、新人／元職・前職に関しては本文と同様の傾向がみられたが、現職に関しては Twitter よりも YouTube やホームページ（もしくはブログ）の利用率の方が高い傾向にあった。詳しくは、本稿末尾の「補論 A 用いたデータについて」の A.2.内の【図 A.2.1】を参照されたい。

【図 3.2】 候補者のソーシャルメディア利用率  
 ((左) 選挙制度別, (右) 性別別, 単位は%)



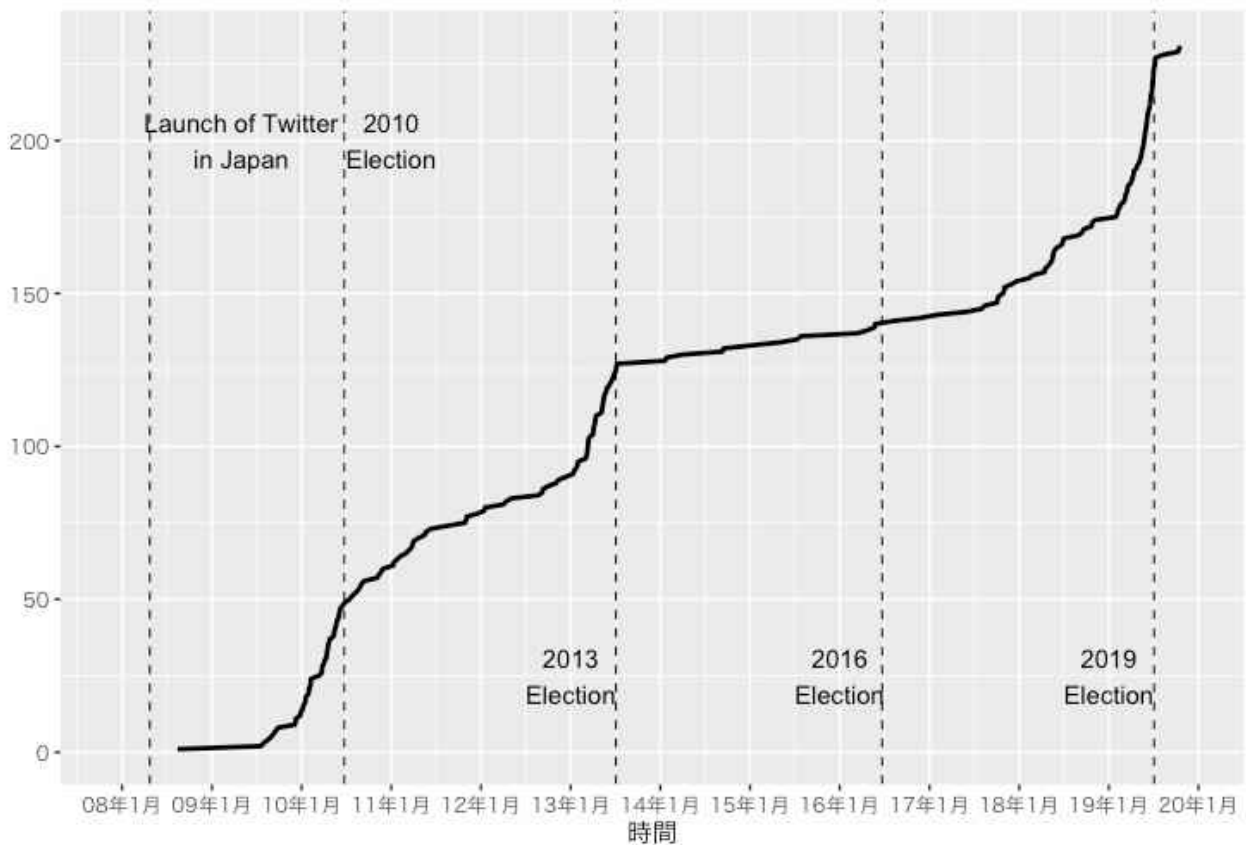
ここまで、候補者の Twitter 利用の有無について確認を行った。ここからは、Twitter を利用している候補者に議論を限定し、そのような候補者がなぜ Twitter を利用しているのか、その利用の目的や動機をデータ<sup>27</sup>から推論したい。

候補者はどのようなタイミングで Twitter の利用を始めるのだろうか。【図 3.3】は、横軸に時間を、縦軸に作成された Twitter アカウント数の累積値をとったグラフである。このグラフから明らかなように、多くの候補者が参院選の公示日直前（おおよそ 6 ヶ月間）にアカウントを開設している<sup>28</sup>。このことは、候補者が Twitter を利用する目的や動機が、目の選挙と大きく関連していることを思わせる。

<sup>27</sup> 候補者の Twitter に関するデータの収集には、R の rtweet パッケージを利用した。収集基準などについては、本稿末尾の「補論 A 用いたデータについて」の A.3.を参照されたい。

<sup>28</sup> ただし、2016 年参院選直前期には Twitter アカウントの「開設ラッシュ」が起きていない。

【図 3.3】 候補者が作成した Twitter アカウント数の推移（累積値）<sup>29</sup>

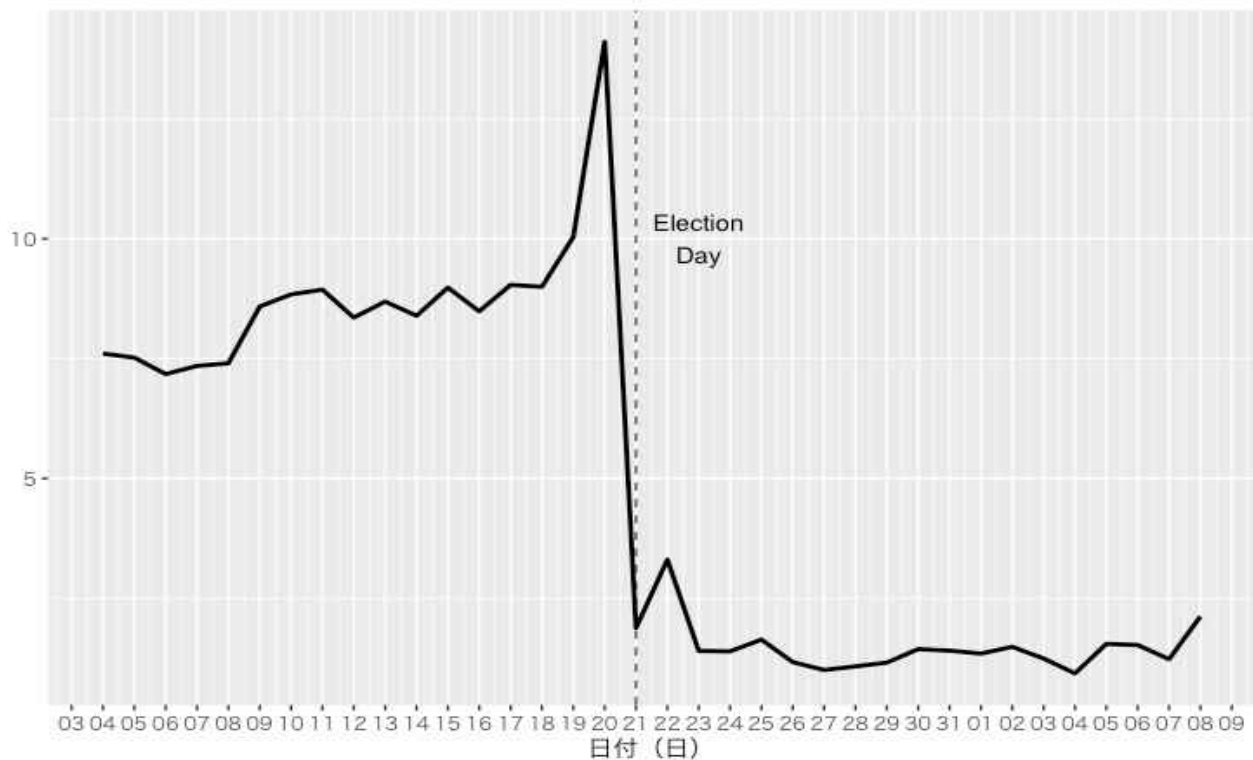


候補者が「選挙のために」Twitter を利用していることを示すデータは他にもある。Twitter を利用している候補者は、どのような時にどのくらいの量のツイートを行うのだろうか。2019 年の参院選公示日である 2019 年 7 月 4 日から同選挙の投開票日である 2019 年 7 月 21 日までの 18 日間と、選挙直後の 18 日間（2019 年 7 月 22 日から 2019 年 8 月 8 日まで）の計 36 日間を横軸にとり、縦軸に候補者<sup>30</sup> 人あたりの平均的なツイート数をとったグラフが【図 3.4】である。

<sup>29</sup> 【図 3.3】 内で縦に走っている破線は、左から Twitter（日本語版）のサービス開始日，2010 年，2013 年，2016 年，2019 年の参院選公示日を表している。

<sup>30</sup> Twitter を利用している 231 名の候補者のうち，92.21%（213 名）が当該期間中にツイートを行っていた。以後，本稿で「政治家」「候補者」という語を用いた場合，（特に注釈などが無い限り）その語が指すのはこの 213 名の候補者である。

【図 3.4】 候補者 1 人あたりの平均的なツイート数<sup>31</sup>



グラフから明らかなように、候補者は選挙期間後（「平時」）に比べて、選挙期間中（「戦時」）に多くのツイートを行う傾向がある。また、同じ「戦時」であっても、投開票日が近づくにつれてツイート数を増やし、投開票日の前日にそのピークを迎える<sup>32</sup>。このアグリゲートレベルの傾向は、政党、選挙制度（選挙区／比例代表）、性別、新旧（新人／元職・前職／現職）といった変数をそれぞれ統制した場合でも概ね確認されている<sup>33</sup>。

本項の知見をまとめると、次の2点に集約される。1点目は、Twitterは政治家が最もよく使うソーシャルメディアである、ということである。2点目は、政治家一般がTwitterを利用する目的や動機は、選挙と大きく関連している、ということである。やや推測を交えれば、政治家は選挙での自らの当選／再選の可能性を少しでも高めるためにTwitterを利用し、ツイートを行なっているのである<sup>34</sup>。このことが有する意味については、第5章で論じたい。

<sup>31</sup> 【図 3.4】 内で縦に走っている破線は、2019年の参院選投開票日（2019/07/21）を表している。以後、グラフ中に垂直な破線がある場合、（特に注釈などが無い限り）それが指すのは「2019年の参院選投開票日」とする。

<sup>32</sup> この傾向は、2013年の参院選（上ノ原 2014）でも、2017年の衆院選（上ノ原 2018）でも確認されている。

<sup>33</sup> 詳しくは、本稿末尾の「補論 A 用いたデータについて」の A.3.内の【図 A.3.1】から【図 A.3.4】を参照されたい。

<sup>34</sup> 選挙に勝ったり、党内の地位を高めたりするために、新たなメディアが登場するといち早くそれを積極的に利用する政治家の様子を「群衆追尾ミサイル」（ポップキン・蒲島・谷口 2008: 4）と評する論者もいる。

### 第3項 全国紙の記事データ

本項では、分析に用いる全国紙の記事に関するデータについて述べる。

日本の全国紙には、読売・朝日・毎日・日経・産経の5紙がある。しかし、データ収集コストの関係上、他紙に比べて圧倒的な部数を誇る読売新聞と朝日新聞の2紙のみを本稿の分析対象とした<sup>35</sup>。加えて、読売・朝日の各紙において、朝刊一面に掲載された記事のみをデータ収集の対象とした<sup>36</sup>。なお、前項のツイートデータと同様、収集対象期間は2019年7月4日から2019年8月8日である。詳しくは、【表3.1】を参照されたい。

【表3.1】分析対象の全国紙記事データの詳細

	読売新聞	朝日新聞
分析対象 テキスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2019年7月4日から2019年8月8日の朝刊一面に掲載された記事</li> <li>※2019年7月16日朝刊は休刊</li> <li>・全国版（地域版含まず）</li> <li>・東京本社発行のもの</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2019年7月4日から2019年8月8日の朝刊一面に掲載された記事</li> <li>※2019年7月16日朝刊は休刊</li> <li>・全国面（地域面含まず）</li> <li>・東京本社発行のもの</li> </ul>
分析対象 外的もの	<p>【記事内部の要素】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・記事冒頭・末尾の支局名や記者の署名</li> <li>・写真、図、表とそれらの説明文</li> <li>・会見や会談のポイント等の箇条書き</li> </ul> <p>【記事外部の要素】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インデックス（目次）</li> <li>・「編集手帳」</li> <li>・天気予報や各種広告</li> </ul>	<p>【記事内部の要素】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・記事末尾の支局名や記者の署名</li> <li>・写真、図、表とそれらの説明文</li> <li>・談話や政府声明の骨子等の箇条書き</li> </ul> <p>【記事外部の要素】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・インデックス（目次）</li> <li>・各種コーナー（「しつもん！ドラえもん」「天声人語」「折々のことば」等）</li> <li>・天気予報や各種広告</li> </ul>

<sup>35</sup> 毎日・日経・産経を分析対象に含めていないことにより、分析結果にバイアスが生じる可能性は否定できない。ただし、トピックモデルと呼ばれる機械学習の手法を用いて全国紙の選挙報道の「多様性」を定量化した千葉（2019）によれば、1989年から2017年までに行われた国政選挙において、読売・朝日・毎日・日経の4紙による選挙報道で扱われた争点は、各紙の間でかなり類似していた。この知見に基づき、2019年参院選においても各紙の選挙報道が類似していたと仮定すれば、本稿の分析結果が孕むバイアスはそれほど大きくないと考えられる。とはいえ、千葉（2019）が扱っているのは選挙期間中の記事のみであり、選挙期間外の記事に関してはより大きな「多様性」がありうる点や、産経新聞の選挙報道を分析対象に加えることで結果が変わる可能性は排除されない。

<sup>36</sup> データ収集にあたり、読売新聞記事データベース「ヨミダス歴史館」、朝日新聞記事データベース「聞蔵IIビジュアル・フォーライブラリー」を利用した。

## 第2節 コーディング

本節では、本稿で用いるテキストデータ（ツイート／新聞記事）を数値化するためのコーディング手法とそのルールについて述べる。第1項で、コーディングに用いる計量テキスト分析ソフトウェア KH Coder についてごく簡単に紹介する。続く第2項で、筆者が作成したコーディングルールについて、その作成プロセスも含めて提示する。

### 第1項 KH Coder によるコーディング

KH Coder<sup>37</sup>とは、樋口耕一によって提案／開発された「計量テキスト分析」を行うためのフリー・ソフトウェアである（樋口 2020）。KH Coder に関する一般的・包括的な説明は樋口（2020）に譲り、本項では、本稿の分析に関わる重要な機能や仕様の説明を行う。

まず、KH Coder はテキストデータの分かち書き処理（「形態素解析」と呼ばれる）を行い、各文書にどのような語<sup>38</sup>がどのくらいの頻度で用いられているのか等を抽出し、データベース化する<sup>39</sup>。

こうして抽出された語をもとに、KH Coder は文書のコーディングを行うことができる。その際には、決められたフォーマットのコーディングルールを分析者が用意する必要がある。なお、KH Coder によるコーディングでは、1つの文書に対して複数のコードが付与されることもありうる（樋口 2020: 132）。したがって、本稿のように、各文書における争点顕出性を見たい場合、コーディングの単位はあまり大きくないほうが望ましい。よって、ツイートをコーディングする際の単位は、「1ツイート（投稿1回）」とし、新聞記事をコーディングする際の単位は、「1段落」とした<sup>40</sup>。なお、候補者によるツイートは 37,668 件、新聞記事は 1,868 段落であった。

### 第2項 コーディングルール

次に、コーディングルールについて、その作成プロセスも含めて明確に提示しておきたい。

まず、コーディングを行うにあたり、分類カテゴリーを決める必要がある。政治家のツイートと全国紙の記事の間の争点型議題設定を探究する本稿においては、分類カテゴリーに「経済」や「外交」のような政策争点（あるいは政策領域）を含める必要がある。そこで、

---

<sup>37</sup> 本稿の分析で用いたのは「KH Coder 3 Beta.01」版である。なお、KH Coder は次の URL から無料でダウンロードが可能である。<http://kncoder.net>（最終アクセス日 2020 年 11 月 23 日）

<sup>38</sup> 正確には「形態素」であるが、以後、「語」や「単語」と表記する。なお、動詞や形容詞などの活用がある語は基本形に補正される。

<sup>39</sup> 形態素解析ソフトウェアには「茶筌」を指定した。

<sup>40</sup> KH Coder では、分析単位をユーザーが自由に設定できる（樋口 2020: 123-4）。

現代日本における主要な政策争点のリストとして、UTAS2019のある設問<sup>41</sup>に対する回答の選択肢を参照した。UTAS2019は、前節でも述べたように、本稿の分析対象である政治家のほとんどが回答している調査であり、政治家がアンケート上で答えた「重要争点認知」と、実際にTwitter上で発信した「争点」との対応関係を見る上でも有用である。これによって、「外交・安全保障」「財政・金融」「産業政策」「農林漁業」「教育・子育て」「年金・医療・介護」「雇用・就職」「治安」「環境」「政治・行政改革」「地方分権」「憲法（護憲・改憲）」「震災復興・防災」「社会資本（インフラ整備など）」「原発・エネルギー政策」の15のカテゴリーが採用された。また、選挙期間中に政治家が街頭演説の告知や報告などの（政策争点に関わらない）ツイートを積極的に行うことが、上ノ原（2014; 2018）によって示されていることを踏まえ、参考までに「選挙一般・選挙活動」カテゴリーも追加した<sup>42</sup>。このようにして、計16のカテゴリーが決定された。

次に、この16のカテゴリーに文書（ツイート／新聞記事）を分類するためのルールを決める必要がある。KH Coderによるコーディングは、各文書がある語を含んでいるか否かの判断を中心とするものである。したがって、コーディングルールの作成には、各カテゴリー（に属すると思われる文書）でよく用いられる単語を列挙する、という作業が必然的に伴う。以下、この作業をいくつかのプロセスにわけて、説明を行う。

まず、カテゴリー名自体、もしくはカテゴリー名の一部を構成する語やそれらの略語の列挙を行なった。例えば、「外交・安全保障」カテゴリーであれば「外交」「安全保障」「安保」を、「農林漁業」カテゴリーであれば「農林漁業」「農業」「林業」「漁業」という語を列挙した。この作業を<作業①><sup>43</sup>と呼ぶことにする。

次に、各カテゴリーに関連するであろうと筆者が推測した語をカテゴリー毎に列挙し、コーディングルールに追加した。例えば、「財政・金融」カテゴリーに「税」「消費税」などの語を追加した。この作業を<作業②><sup>44</sup>と呼ぶことにする。

次に、各カテゴリーの政策領域に対応する官公庁の設置法等で定められた所掌事務を参照し、分類上有用と思われる語（やそれに類似した語）をコーディングルールに追加した。例えば、「外交・安全保障」であれば、外務省設置法第4条や防衛省設置法第4条を参照し、当該カテゴリーに「経済協力」「開発援助」「武力攻撃」などの語を追加した。この作業を<

---

<sup>41</sup> 「今回の選挙に際して、あなたが最も重視する政策はどれでしょうか」という旨の設問である。設問文や選択肢の詳細については、本稿末尾の「補論 A 用いたデータについて」のA.1.内の<分析に用いた設問集>を参照されたい。

<sup>42</sup> このカテゴリーは政策「争点」に関するカテゴリーとは言えないため、第4章で行う議題設定の実証分析では当該カテゴリー（に分類された文書数の多寡）の情報は除外されている。

<sup>43</sup> <作業①>の結果として生成されたコーディングルールについては、本稿末尾の「補論 B コーディングルールの客観性・再現性・追試可能性」の<作業①>を参照されたい。

<sup>44</sup> <作業②>の結果として生成されたコーディングルールについては、本稿末尾の「補論 B コーディングルールの客観性・再現性・追試可能性」の<作業②>を参照されたい。



作業③><sup>45</sup>と呼ぶことにする。

次に、候補者のツイート内容を KH Coder を用いて分析した先行研究である上ノ原(2014; 2018) で用いられたコーディングルールを参照し、分類上有用だと思われる語を追加した。この作業を<作業④><sup>46</sup>と呼ぶことにする。

ここまでの<作業①>から<作業④>の結果として得られたコーディングルールをそのまま用いて分析することは妥当ではないだろう。その理由は主に3つある。

1つ目の理由は、ここまですべて列挙した語の中で、実際に分類(コーディング)を行う対象となる文書にほとんど出てこないものがありうるからである。言うなれば、「余分な」語がコーディングルールに含まれている可能性がある。このような「余分な」語は、分類上それほど役に立たない上、この後の作業コストを高めてしまうため、除かれる必要がある。ここで、「全テキストの中で出現回数が18回以下の語」を「余分な」語と見なす、という基準を採用した<sup>47</sup>。また、それぞれの語について、出現回数をチェックすると同時に、KH Coder による語の切り出され方(形態素解析の結果)を確認<sup>48</sup>し、コーディングマニュアルに反映させた。この作業を<修正①><sup>49</sup>と呼ぶことにする。

2つ目の理由は、ここまですべて各政策カテゴリーに対応すると考えて列挙した語が、実際のデータ上は全く異なる文脈で用いられているために、(人間の想定と異なるという意味で)誤ったコーディングがなされてしまう可能性があるからである。このような誤ったコーディングを可能な限り回避するため、KH Coder に実装されている「KWIC コンコーダンス」機能(樋口 2020: 167-71)を活用し、コーディングルールで示した語の使われ方やその文脈の確認を行った。当初想定されていた文脈とは異なる文脈で使われていた語<sup>50</sup>については、

---

<sup>45</sup> <作業③>の結果として生成されたコーディングルールについては、本稿末尾の「補論 B コーディングルールの客観性・再現性・追試可能性」の<作業③>を参照されたい。

<sup>46</sup> <作業④>の結果として生成されたコーディングルールについては、本稿末尾の「補論 B コーディングルールの客観性・再現性・追試可能性」の<作業④>を参照されたい。

<sup>47</sup> ツイートと新聞記事を合わせた総文書数は 39,536 文書(ツイートが 37,668 文書、新聞記事が 1,868 文書)であった。仮に、単語 A が 18 回登場しており、それが全て新聞記事内であったとしても、その語を含む文書は(新聞記事全体の中で)1%以下のボリュームしかないために分類(コーディング)には大きな影響を与えない、という基準から「18回」という閾値を設定した。

<sup>48</sup> KH Coder (あるいは形態素解析に用いたソフトウェアである「茶筌」)による語の切り出しは、概ね筆者の想定内であったが、「民営化」「高齢化」「無償化」は「民営/化」「高齢/化」「無償/化」と切り出されたのに対し、「少子化」は「少子化」のまま抽出されるなど、当初想定していなかった切り出され方をすることもあった。また、「パワハラ」のような比較的新しい語については、「パ/ワ/ハラ」と切り出される、といった予想外のことも多かった。このような切り出され方に対応したコーディングルールを作成しなければ、妥当なコーディングを行えないと考えたため、この確認作業をおこなった。

<sup>49</sup> <修正①>の結果として生成されたコーディングルールについては、本稿末尾の「補論 B コーディングルールの客観性・再現性・追試可能性」の<修正①>を参照されたい。

<sup>50</sup> 例えば、「雇用・就職」カテゴリーを表す語として「職業」や「派遣」を列挙していたが、KWIC コンコーダンス機能を用いてその文脈を確認したところ、前者は「『職業』不詳の・・・容疑者」のような使われ方をされることが多く、後者は「ホルムズ海峡への自衛隊『派遣』」のような使われ方をされ

削除あるいは修正を行った。この作業を<修正②><sup>51</sup>と呼ぶことにする。

3つ目の理由は、<作業①>から<作業④>で列挙してきた語以外に、文書の分類（コーディング）に有用な語がデータ内に存在している可能性があるからである。そこで、KH Coderの「関連語検索」機能（樋口 2020:171-3）を活用した。この機能とここまでで作成したコーディングルール（<修正②>）を用いることで、特定のコードに強く関連している語で、ここまでのプロセスで検討されていなかった語を新たにコーディングルールに投入した。もちろん、その際には前述の「KWIC コンコーダンス」機能を活用し、語の使われ方やその文脈の確認を行った。この作業を<修正③><sup>52</sup>と呼ぶことにする。

以上で、コーディングルールの作成が完了した。説明がやや長くなったため、大まかに作業内容を要約すると、<作業①>から<作業④>で各政策領域に該当すると思われる語を（法令や先行研究も参考にしながら）筆者が列挙し、それらの語を<修正①>と<修正②>で実際のデータと照らし合わせ、<修正③>で実際のデータ内を探索して有用な語を追加した、と言える。最終的に作成したコーディングルールは、【表 3.2】を参照されたい。

【表 3.2】コーディングルール<sup>53</sup>

\* 外交・安全保障

外交 or 安全+保障 or 安保 or 自衛隊 or 自衛 or 条約 or アメリカ or 中国 or 韓国 or 北朝鮮 or 国連 or アジア or ロシア or 竹島 or トランプ or 辺野古 or オスプレイ or 基地 or 大統領 or 韓-->地名 or ミサイル or 軍事 or イラン or ホルムズ or 有志+連合 or 制裁 or 中東 or 核兵器

\* 財政・金融

財政 or 金融 or 税 or 消費+税 or 予算 or 日銀 or 国債 or 緊縮 or 増税 or 減税 or 通貨 or 金利 or 中央+銀行 or 税率 or 財源 or 税制 or 仮想+通貨

ることが多かった。このような場合、前者は「治安」カテゴリーに、後者は「外交・安全保障」カテゴリーに分類されるべきであり、「雇用・就職」カテゴリーには適していない。このような語を削除・修正したのが<修正②>である。

<sup>51</sup> <修正②>の結果として生成されたコーディングルールについては、本稿末尾の「補論 B コーディングルールの客観性・再現性・追試可能性」の<修正②>を参照されたい。なお、<修正②>の結果、「地方分権」カテゴリーを表す語が一つも無い状況となってしまった。「地方分権」カテゴリーを削除することも考えたが、前述の UTAS2019 との対応、という利点を維持するために、「地方分権」カテゴリーに「地方自治」「地方分権」「地方交付」という語を追加した。これらの出現回数は、それぞれ 14 回、4 回、2 回であった。

<sup>52</sup> <修正③>の結果として生成されたコーディングルールについては、本稿末尾の「補論 B コーディングルールの客観性・再現性・追試可能性」の<修正③>を参照されたい。

<sup>53</sup> コーディングルールの読み方については、樋口（2020:132-41）を参照されたい。

\*産業政策

中小+企業 or 規制+緩和 or 法人+税 or 輸入 or 輸出 or 通商 or 景気 or 株価

\*農林漁業

農業 or 林業 or 漁業 or 水+産業 or 農家 or 食 or 食料 or 森林 or 農

\*教育・子育て

教育 or 子育て or 育児 or 保育 or 保育園 or 幼児 or 学校 or 少子 or 無償 or 学費  
or 奨学 or 教員 or 私立+高校 or 児童 or 少子化

\*年金・医療・介護

年金 or 医療 or 介護 or 社会+保障 or 老後 or 高齢 or 健康 or 長寿

\*雇用・就職

雇用 or 就職 or 氷河期 or 賃金 or 正規 or 就+活 or 賃上げ or 労働+組合 or 長時間+  
労働 or 過労 or 残業

\*治安

事件 or 容疑 or 逮捕 or 捜査 or テロ or 警察 or 犯罪 or 殺人 or 京都+アニメーション  
or 放火 or 暴力 or ( 表現 and 不自由 )

\*環境

自然

\*政治・行政改革

行政+改革 or 公務員 or 民営 or 議員+定数 or 議員+報酬

\*地方分権

地方+自治 or 地方+分権 or 地方+交付

\*憲法（護憲・改憲）

憲法 or 改憲 or 発議

\*震災復興・防災

震災 or 復興 or 防災 or 津波 or 地震 or 被災 or 仮設 or 大雨 or 台風 or 東日本+大  
震災 or 豪雨 or 復旧 or 災害

\*社会資本（インフラ整備など）

インフラ or 道路 or ( 交通 and not 交通+事情 ) or ( 交通 and not 交通+滞在 ) or ( 交通 and not 交通+大臣 ) or ( 交通 and not 交通+状況 )

\*原発・エネルギー政策

原発 or エネルギー or 原子力 or 再生+可能 or 稼働 or 被ばく or 電力 or 東京電力 or 東電

\*選挙一般・選挙活動

選挙 or 公示 or 演説 or 投票 or 期日 or 票 or 比例 or 議席 or 当選 or 落選 or ( 情勢 and not <\*外交・安全保障> ) or 候補 or 有権者 or 投開票 or 参院 or 改選 or 参議院 or 街頭

### 第3節 分析モデル

本節では、テキストデータ（ツイート／新聞記事）をコーディングすることで得られた数量データを当てはめる分析モデルについて述べる。第1項で、メディア間議題設定研究でよく用いられる、交差時間差相関分析というモデルについて説明を行う。続く第2項で、モデルの解釈に関する重要な統計量を説明する。第3項で、従来のメディア間議題設定研究において、理論的に十分な検討がなされてこなかった「最適効果スパン」の問題に言及する。

#### 第1項 交差時間差相関分析

本稿の分析では、交差時間差パネル相関分析<sup>54</sup> (cross-lagged panel correlation analysis) と呼ばれる分析モデルを用いる。このモデルは、メディア間議題設定に関する多くの先行研究 (Yan & Borah 2019; Lim 2011; Lim 2006; Lee et al. 2005; Lopez-Escobar et al. 1998) で用いられてきたものである。以下、このモデルの概要を示す<sup>55</sup>。

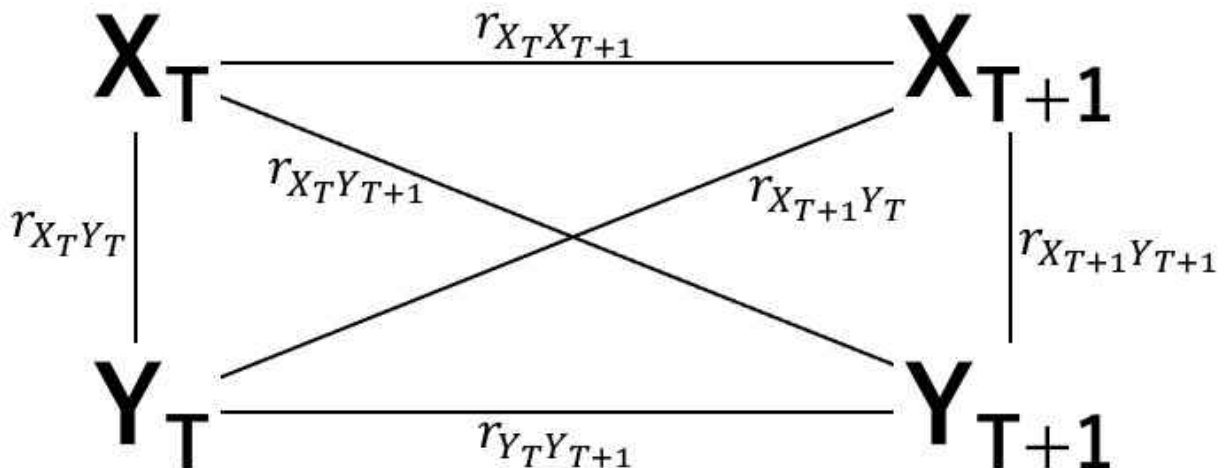
キャンベルとケニーによれば、交差時間差相関分析は、時間とともに変化する2つの変数が存在し、一方の変数が他方の変数に因果的な影響を及ぼしていると想定される状況において用いられる (Campbell & Kenny 1999: 141)。ここで、2つの変数をそれぞれ $X$ 、 $Y$ と表記し、それらの変数が測定される2つの時点を $T$ 期、 $(T+1)$ 期と表記する。すると、2つの時点における2つの変数の値、すなわち $X_T$ 、 $X_{T+1}$ 、 $Y_T$ 、 $Y_{T+1}$ の4つの値について、6つの相関

<sup>54</sup> 同モデルは、「時差相関法」(竹下 1984: 92) などと呼ばれることもあるが、以下では、竹下 (2008) における表記に倣って「交差時間差相関分析」と表記する。

<sup>55</sup> より詳細な解説は、Campbell & Kenny (1999: 141-54) を参照されたい。

関係 ( $r$ と表記) を考えることができる<sup>56</sup>。以下の図はそれら 6 つの相関関係を表した概念図である。

【図 3.5】 2 時点における 2 変数に関する 6 つの相関関係<sup>57</sup>



$r_{X_T Y_T}$  と  $r_{X_{T+1} Y_{T+1}}$  は共時的 (あるいは横断的) な相関であり,  $r_{X_T X_{T+1}}$  と  $r_{Y_T Y_{T+1}}$  は自己相関 (あるいは縦断的な相関) であり,  $r_{X_T Y_{T+1}}$  と  $r_{X_{T+1} Y_T}$  は交差時間差相関 (cross-lagged correlation) と呼ばれる。

交差時間差相関分析では, この交差時間差相関に注目し, 「 $X$ から $Y$ への因果的な影響が $Y$ から $X$ への因果的な影響よりも大きいならば,  $r_{X_T Y_{T+1}}$ は $r_{X_{T+1} Y_T}$ よりも大きいはずである<sup>58</sup>」という推論を行う (Campbell & Kenny 1999: 142)。この推論は, 交差時間差相関の大小比較を通じて, 2 つの因果関係の (相対的な<sup>59</sup>) 強さが測定されうるという仮定に基づいている<sup>60</sup> (Campbell & Kenny 1999: 142)。

<sup>56</sup> 4 つから 2 つを選ぶ場合の数であるから,  ${}_4C_2 (=6)$  通りである。

<sup>57</sup> キャンベルとケニーが提示した図 (FIGURE 9.1.) を一部改変した上で, 筆者作成 (Campbell & Kenny 1999: 142)。

<sup>58</sup> 同じことを言い換えて表現すると,  $X$ から $Y$ への因果的な影響が $Y$ から $X$ への因果的な影響よりも小さいならば,  $r_{X_T Y_{T+1}}$ は $r_{X_{T+1} Y_T}$ よりも小さいはずである。

<sup>59</sup> ここでの議論は,  $X$ が $Y$ に与える因果的な影響の「絶対的な」大きさ (「因果効果」等) について言及したものではない。あくまで,  $X$ と $Y$ の間に双方向の因果関係が想定されるような状況において, 「 $X$ から $Y$ へ」の因果的な影響と「 $Y$ から $X$ へ」の因果的な影響のどちらがより強いのか, という「相対的な」議論である。

<sup>60</sup> なお, 交差時間差相関分析において,  $X$ と $Y$ の両方に影響を与えるような交絡変数 (第三の変数)  $Z$ が, どのようにモデルに組み込まれているのかについては, Campbell & Kenny (1999: 143-5) を参照されたい。議論をごく簡単に述べるならば,  $Z$ が $X$ に与える影響と $Z$ が $Y$ に与える影響のそれぞれが, 時間にかかわらず一定であると仮定するならば, 2 つの交差時間差相関の大小比較を通じて因果関係の

キャンベルとケニーによると、交差時間差相関分析を行う際には、「因果の方向 (direction of causation)」「共通性の変動 (shifts in communality)」「因果モデル (model of causality)」の3つに注意すべきである (Campbell & Kenny 1999: 146-7)。それぞれについて、以下で簡単に説明する。

1つ目は、交差時間差相関の大小関係だけでは「因果の方向」について確定できないという点である。例えば、 $r_{X_T Y_{T+1}} > r_{X_{T+1} Y_T}$ の時には、「① XがYを増加させる因果的な影響の方が、YがXを増加させる因果的な影響よりも大きい」という結論と「② YがXを減少させる因果的な影響の方が、XがYを減少させる因果的な影響よりも大きい」という結論の2通りが導かれうる。前者は「XからYへ」の因果的な影響 (の優位性) についての言明であり、後者は「YからXへ」の因果的な影響 (の優位性) についての言明である。どちらの「因果の方向」が妥当かについて判断するためには、共時的な相関 ( $r_{X_T Y_T}$  と  $r_{X_{T+1} Y_{T+1}}$ ) の正負を考慮する必要がある。すなわち、共時的な相関が正であれば、①の結論がより妥当であると判断し、共時的な相関が負であれば、②の結論がより妥当であると判断すれば良い<sup>61</sup>。

2つ目は、2つの変数の信頼性に差があると、それによって交差時間差相関の大小関係が (因果的な影響関係にかかわらず) 生じてしまうという点である。これは、測定の時点で注意すべき事項といえよう。

3つ目は、交差時間差相関の大小関係を生み出す「因果モデル」が他にも想定されうるという点である。例として、一方の変数に因果的な影響を与え、なおかつ、他方の変数に**時間差**で因果的な影響を与える「交差時間差共通因子 (cross-lagged common factor)」が指摘されている。このような交差時間差共通因子の存在を認めると、交差時間差相関の大小関係が (2変数間の因果的な影響関係ではなく) 交差時間差共通因子に起因する可能性を排除できなくなってしまう<sup>62</sup>。したがって、交差時間差相関の大小関係はあくまで2つの変数間の因果関係を示唆する「必要条件」に過ぎないという点には十分に留意すべきであろう。

なお、ここまで特に断りなく「相関」という語を用いてきたが、以下の分析においては、この「相関」を計測する指標として、スピアマンの順序相関係数 (Spearman's rank correlation coefficient) を用いる。スピアマンの順序相関係数は、順序尺度で測定された2変数間の相関関係の強さを-1から1の間の値で表現するr族のノンパラメトリックな効果量

---

(相対的な) 強さを判定する、という手法には問題がない、ということである。

<sup>61</sup> 言い換えると、(共時的に) 正の相関関係がみられている2つの変数X, Y間において、一方が他方に与える影響は (時間差があったとしても) 「正」であろう、という判断である。なお、共時的な相関がゼロ近辺の場合は、既存の理論などをもとに「因果の方向」を解釈する必要がある。

<sup>62</sup> 交差時間差共通因子の身近な例として、「落雷」が挙げられている (Campbell & Kenny 1999: 147)。夜空がピカッと光る現象が生じたとき、一定時間後にゴロゴロという音が鳴ったとして、我々はそこに因果関係が存在しないことを知っている。そこでは、「落雷」という同一の現象が、(光速と音速の) 時間差を伴って我々に知覚されているだけであり、まさにこれと同じことが交差時間差共通因子によってもたらされる可能性がある。

であり、その解釈も通常の相関係数（ピアソンの積率相関係数）と同様に行うことができる（大久保・岡田 2012: 102-3）。

## 第2項 Rozelle-Campbell baseline

前項において、交差時間差相関の大小比較を通じて、想定される2つの因果関係のどちらがより強いかを判断すると述べた。これは、あくまで「相対的な」判断である<sup>63</sup>が、先行研究においては、因果関係の強さを判断するための基準も提案されている。それが、Rozelle-Campbell baseline と呼ばれる指標である。この指標は、2つの時点における2つの変数に関する共時的な相関と自己相関のみに基づいて（すなわち、 $X$ から $Y$ へ（ $Y$ から $X$ へ）の因果的な影響が全くないときに）期待される交差時間差相関の水準であり、以下の式で計算される（Lopez-Escobar et al. 1998: 233-4）。

[ $T$ 期と( $T + 1$ )期における2つの変数 $X$ ,  $Y$ についての Rozelle-Campbell baseline] <sup>64</sup>

$$= \frac{r_{X_T Y_T} + r_{X_{T+1} Y_{T+1}}}{2} \times \sqrt{\frac{(r_{X_T X_{T+1}})^2 + (r_{Y_T Y_{T+1}})^2}{2}}$$

## 第3項 最適効果スパンの問題

交差時間差相関分析において、時間の単位をどのようにとるか、は本質的に重要な論点である。これは、「最適効果スパン（optimum time span）」の問題と呼ばれてきたが、竹下（2008: 104）が指摘するように、時間の単位の設定については研究者の恣意に任されてきた側面が否めない。

このような恣意性を避けるための次善策として、複数の効果スパンを用意する、という方法を本稿は採用する。竹下（1983）など、効果スパンを複数用意し、それぞれの（効果スパンにおける）分析結果の比較を行った研究もいくつか見られる。

<sup>63</sup> 脚注 59 も参照されたい。

<sup>64</sup> 参照した論文（Lopez-Escobar et al. 1998）における Rozelle-Campbell baseline の計算式には、一部誤植が見られる。他の先行研究などを参照した上で、筆者が修正したのがこの計算式である。

## 第4章 分析の結果

### 第1節 付与されたコードの記述統計

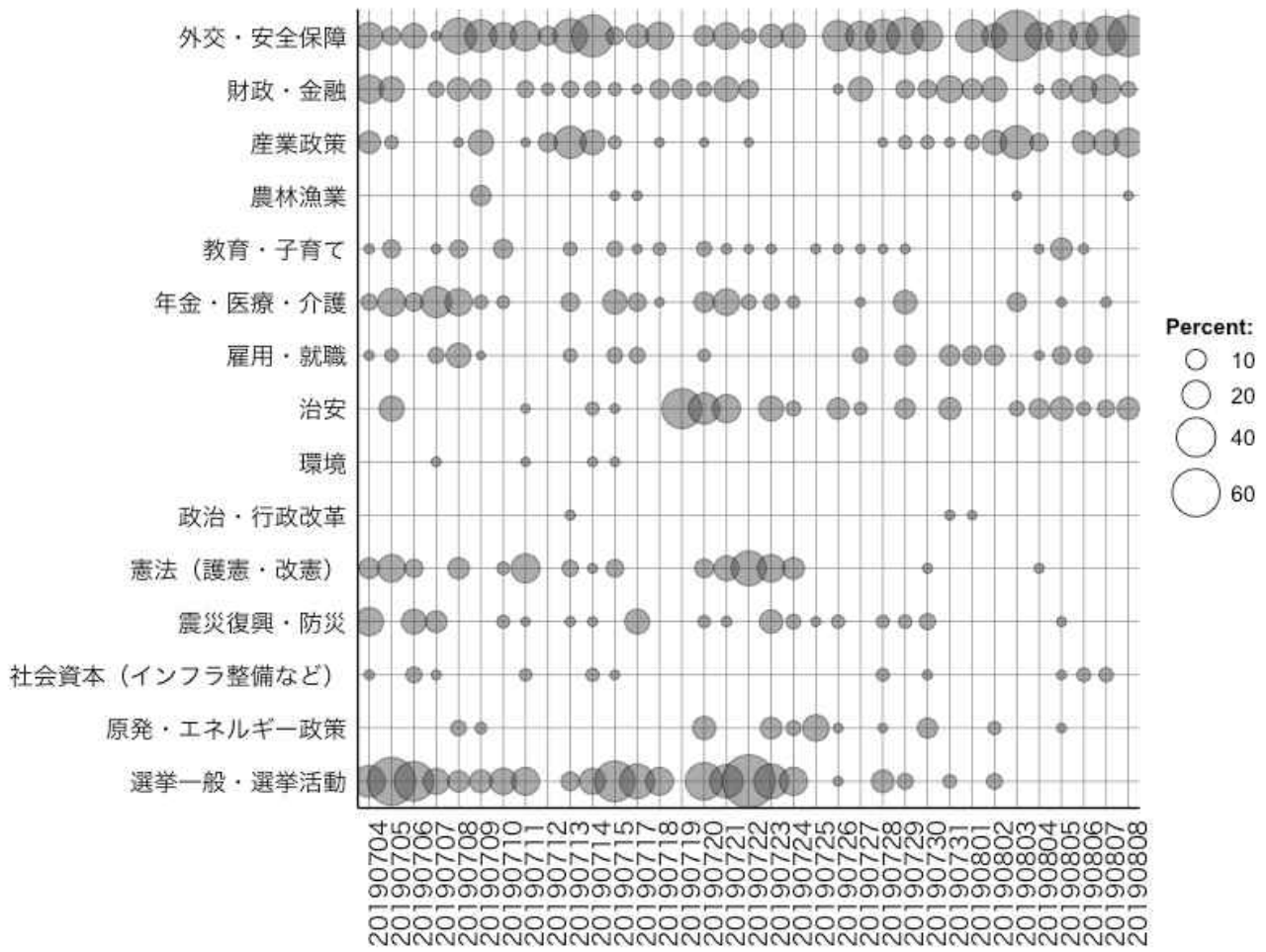
本格的な実証分析に移る前に、各テキストデータ（新聞記事／ツイート）に付与されたコードに関する記述統計を参考までに以下に列挙する（【図4.1】から【図4.4】）。なお、各コードが付与された文書数の時系列上の推移については、バブルチャートによって示す。バブルチャートは、各コードが付与された文書数に応じてバブル（円）の面積が大きくなる点が特徴的である。

【図4.1】新聞記事に付与されたコード

	朝日	読売	合計
* 外交・安全保障	169 (19.16%)	224 (22.72%)	393 (21.04%)
* 財政・金融	67 (7.60%)	72 (7.30%)	139 (7.44%)
* 産業政策	43 (4.88%)	72 (7.30%)	115 (6.16%)
* 農林漁業	2 (0.23%)	9 (0.91%)	11 (0.59%)
* 教育・子育て	19 (2.15%)	23 (2.33%)	42 (2.25%)
* 年金・医療・介護	36 (4.08%)	63 (6.39%)	99 (5.30%)
* 雇用・就職	35 (3.97%)	21 (2.13%)	56 (3.00%)
* 治安	60 (6.80%)	46 (4.67%)	106 (5.67%)
* 環境	1 (0.11%)	3 (0.30%)	4 (0.21%)
* 政治・行政改革	2 (0.23%)	1 (0.10%)	3 (0.16%)
* 地方分権	0 (0.00%)	0 (0.00%)	0 (0.00%)
* 憲法（護憲・改憲）	63 (7.14%)	35 (3.55%)	98 (5.25%)
* 震災復興・防災	15 (1.70%)	46 (4.67%)	61 (3.27%)
* 社会資本 （インフラ整備など）	5 (0.57%)	13 (1.32%)	18 (0.96%)
* 原発・エネルギー政策	21 (2.38%)	20 (2.03%)	41 (2.19%)
* 選挙一般・選挙活動	145 (16.44%)	154 (15.62%)	299 (16.01%)
ケース数	882	986	1868



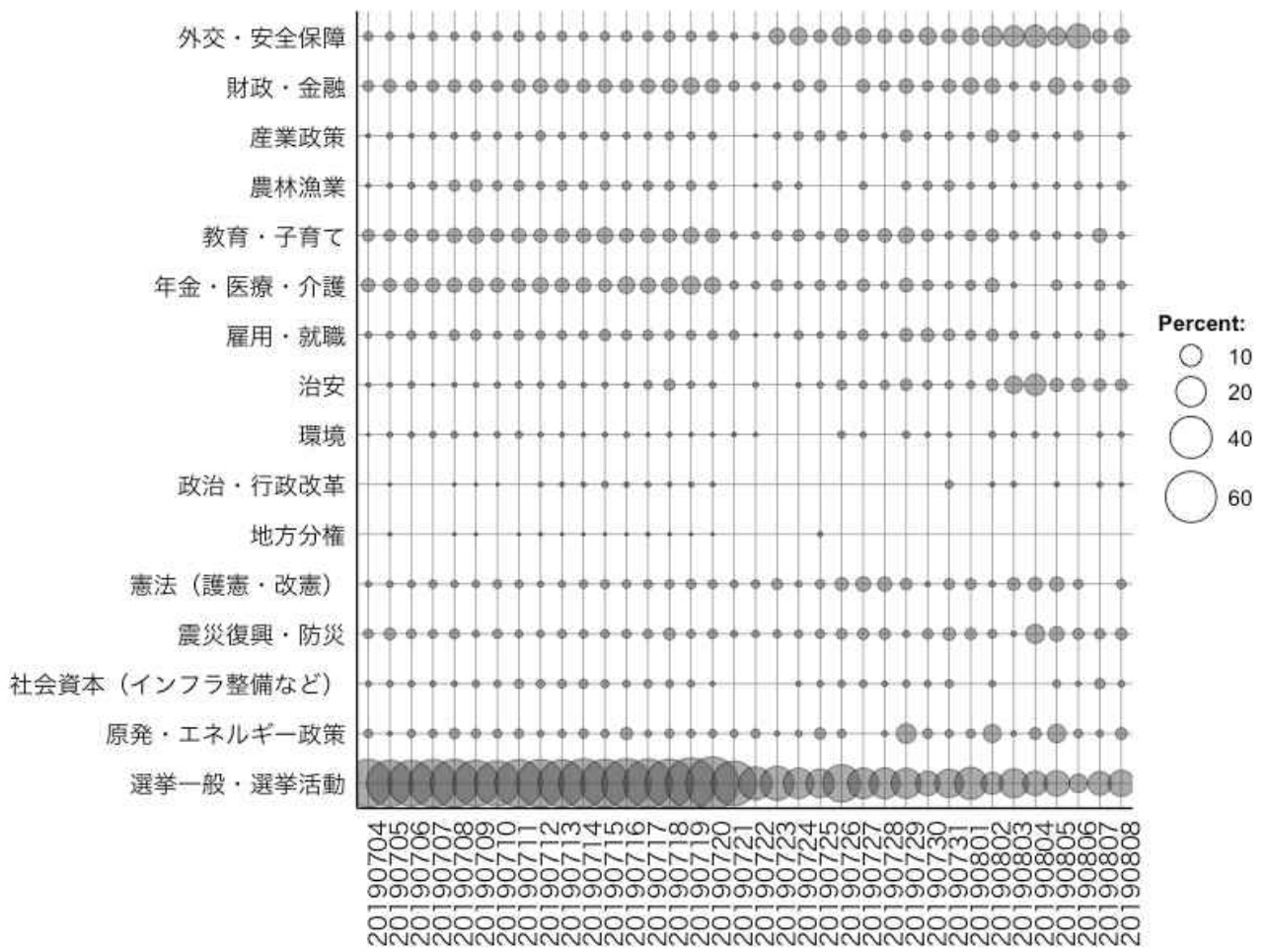
【図 4.2】コードが付与された文書数（新聞記事）の推移（バブルチャート）



【図 4.3】 ツイートに付与されたコード

	合計	
* 外交・安全保障	796	2.11%
* 財政・金融	1212	3.22%
* 産業政策	332	0.88%
* 農林漁業	466	1.24%
* 教育・子育て	1299	3.45%
* 年金・医療・介護	1460	3.88%
* 雇用・就職	531	1.41%
* 治安	317	0.84%
* 環境	121	0.32%
* 政治・行政改革	73	0.19%
* 地方分権	20	0.05%
* 憲法（護憲・改憲）	448	1.19%
* 震災復興・防災	571	1.52%
* 社会資本 （インフラ整備など）	289	0.77%
* 原発・エネルギー政策	517	1.37%
* 選挙一般・選挙活動	18344	48.70%
ケース数	37668	

【図 4.4】コードが付与された文書数（ツイート）の推移（バブルチャート）



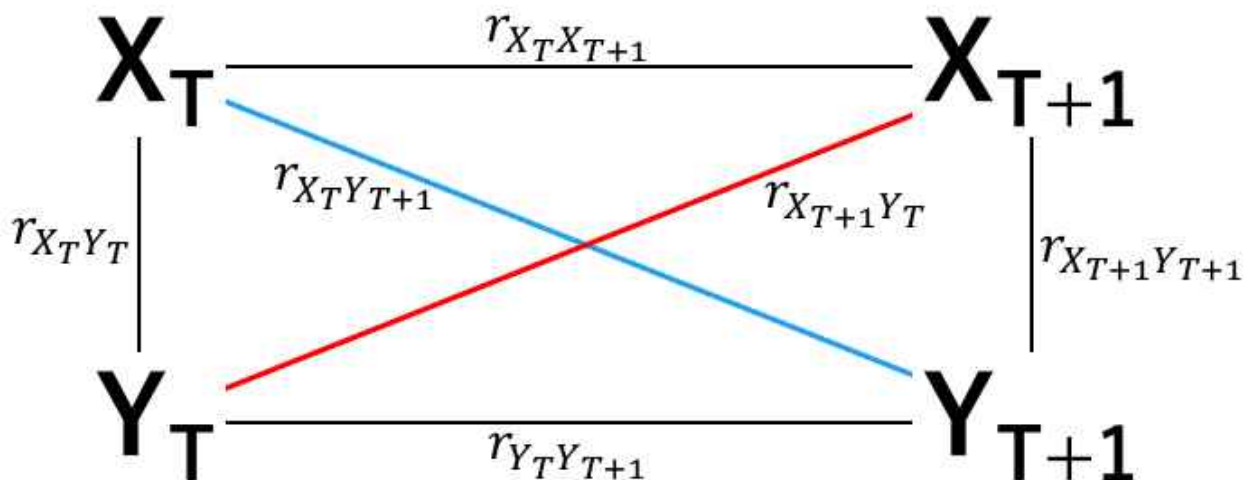
## 第2節 メディア間議題設定の実証分析

本節では、政治家によるツイートと全国紙による報道との間におけるメディア間議題設定の実証分析を行う。第1項で、政治家によるツイート全体における争点顕出性と、全国紙による報道全体における争点顕出性を比較する。これは、いわばアグリゲートレベルの分析であるが、続く第2項では、政治家によるツイートをいくつかのサブ・グループに分けた上で同様の分析を行う。第3項では、メディア間議題設定効果を検討するために本分析で用いた指標（すなわち、2つの交差時間差相関係数）の妥当性について、それに支持的なエビデンスを提示する。

### 第1項 アグリゲートレベルの分析

分析結果を確認する前に、本節でのグラフの表記法について、確認しておきたい。【図4.5】は、第3章で示した【図3.5】内の交差時間差相関係数を表す直線（対角線）に色をつけたものである。ここで、 $X$ は「政治家によるツイート」を、 $Y$ は「全国紙による報道」を表すことにする。前章で確認したように、交差時間差相関分析モデルは2つの交差時間差相関係数を比較して、「 $X$ から $Y$ へ」と「 $Y$ から $X$ へ」の2つの因果関係のどちらがより強いのかを推論する。例えば、もし水色の線で表された交差時間差相関係数が赤色の線で表された交差時間差相関係数よりも大きければ、「政治家によるツイート」( $X$ )から「全国紙による報道」( $Y$ )への因果的な影響が示唆される、ということである。本節におけるグラフは全て、水色の線

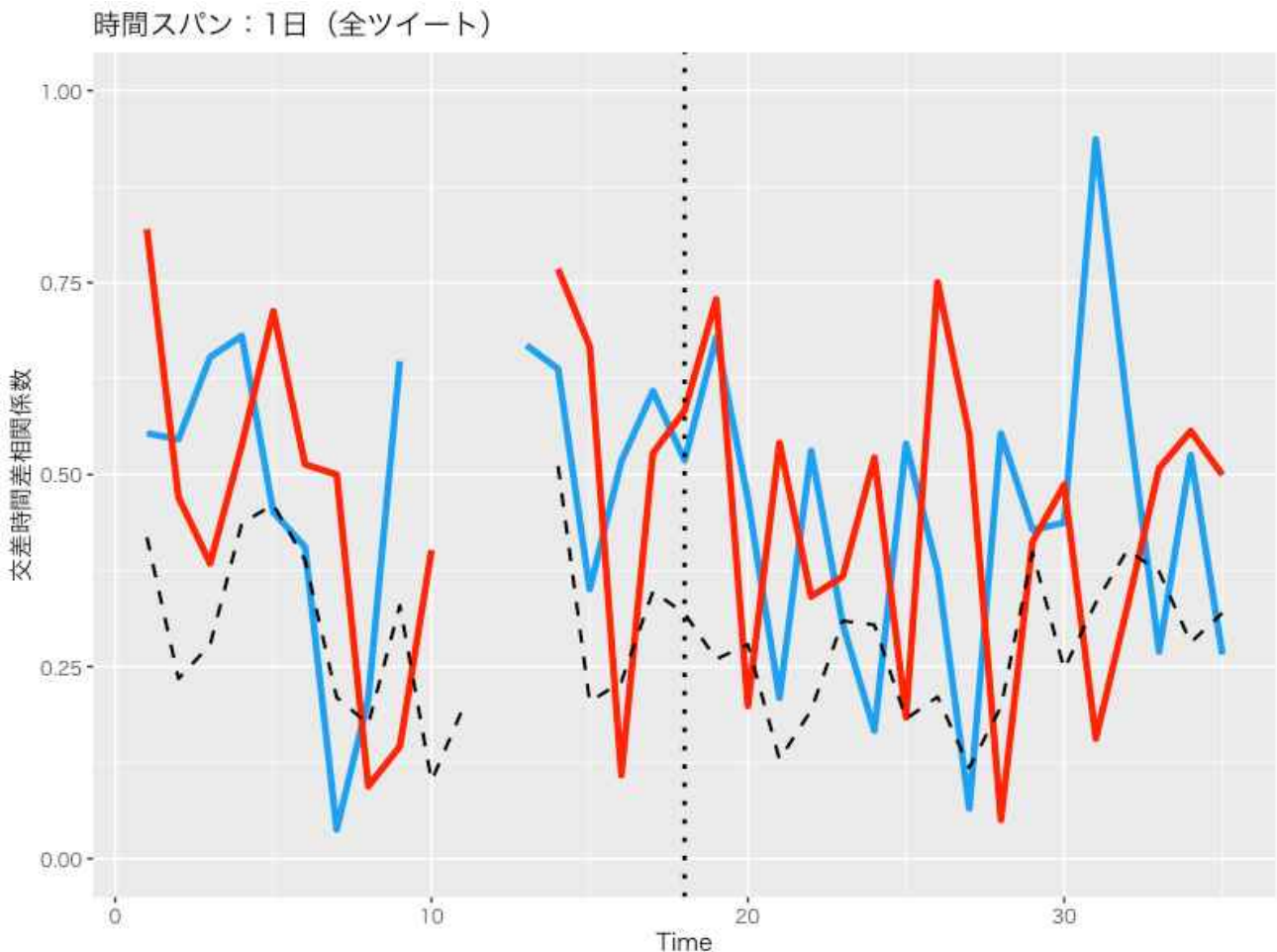
【図4.5】 分析の焦点となる2つの交差時間差相関係数



が「政治家によるツイート」から「全国紙による報道」への因果的な影響（すなわち、議題設定）を表し、赤色の線が「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定を表すこととする。加えて、因果関係の評価を行う上での一種の基準として先行研究で利用されてきた Rozelle-Campbell baseline の値については、グラフ内に黒破線で表現することとする。なお、グラフ中央に縦に走る黒点線は、当該点線よりも左側が「2019 年参院選の選挙期間」であり、右側が「選挙期間後」であることを示すためのものである。ここまでが、本節における分析結果のグラフを読む上での共通ルールである。

それでは、具体的な分析結果を確認していこう。【図 4.6】は、時間スパンを 1 日に設定した時の議題設定の推移である。日によって、赤線と水色線のどちらが上にあるかが頻繁に異なるため、一般的な傾向をグラフから読み取るのは困難である。ただし、赤線にせよ水色線にせよ、概ね Rozelle-Campbell baseline 値よりも上にあることが多く、「政治家によるツイート」と「全国紙による報道」の間の双方向の因果関係が示唆されている。

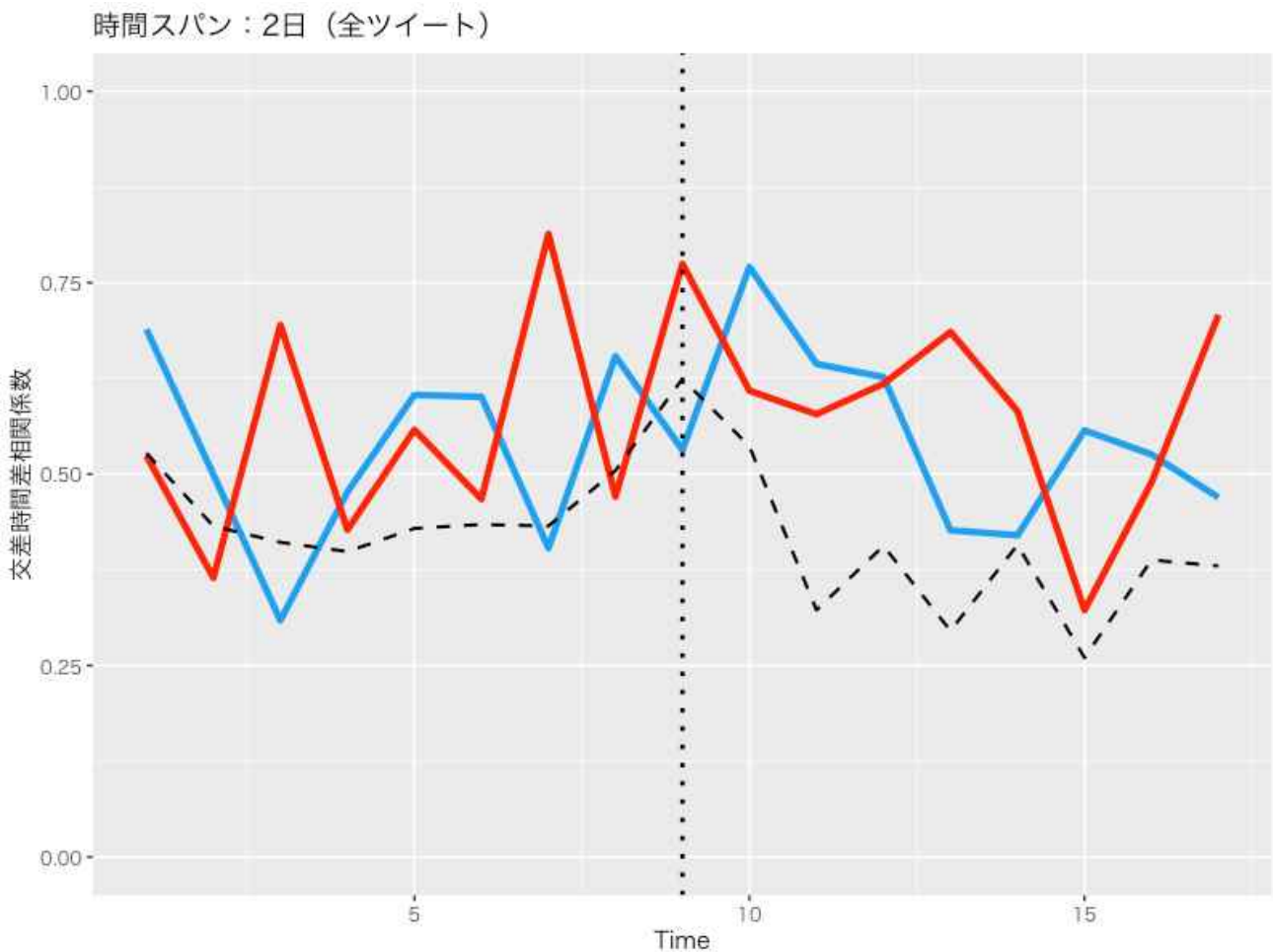
【図 4.6】 時間スパンを 1 日に設定した時の議題設定の推移<sup>65</sup>



次に、時間スパンを 2 日に設定した時の議題設定の推移である【図 4.7】を確認しよう。

<sup>65</sup> この時、共時的な相関係数は、 $-0.062$  から  $0.807$  の間の値をとり、概ね正であった。また、グラフの途切れている部分は読売・朝日両紙が 2019 年 7 月 16 日の朝刊を休刊したために生じている。

【図 4.7】 時間スパンを 2 日に設定した時の議題設定の推移<sup>66</sup>



時間スパンが 1 日であった時と同様に、日によって、赤線と水色線のどちらが上にあるかが頻繁に異なるため、一般的な傾向をグラフから読み取るのは困難である。ただし、赤線にせよ、水色線にせよ、（特に選挙期間後においては）Rozelle-Campbell baseline 値よりも上にあることが多く、「政治家によるツイート」と「全国紙による報道」の間の双方向の因果関係が示唆されている。

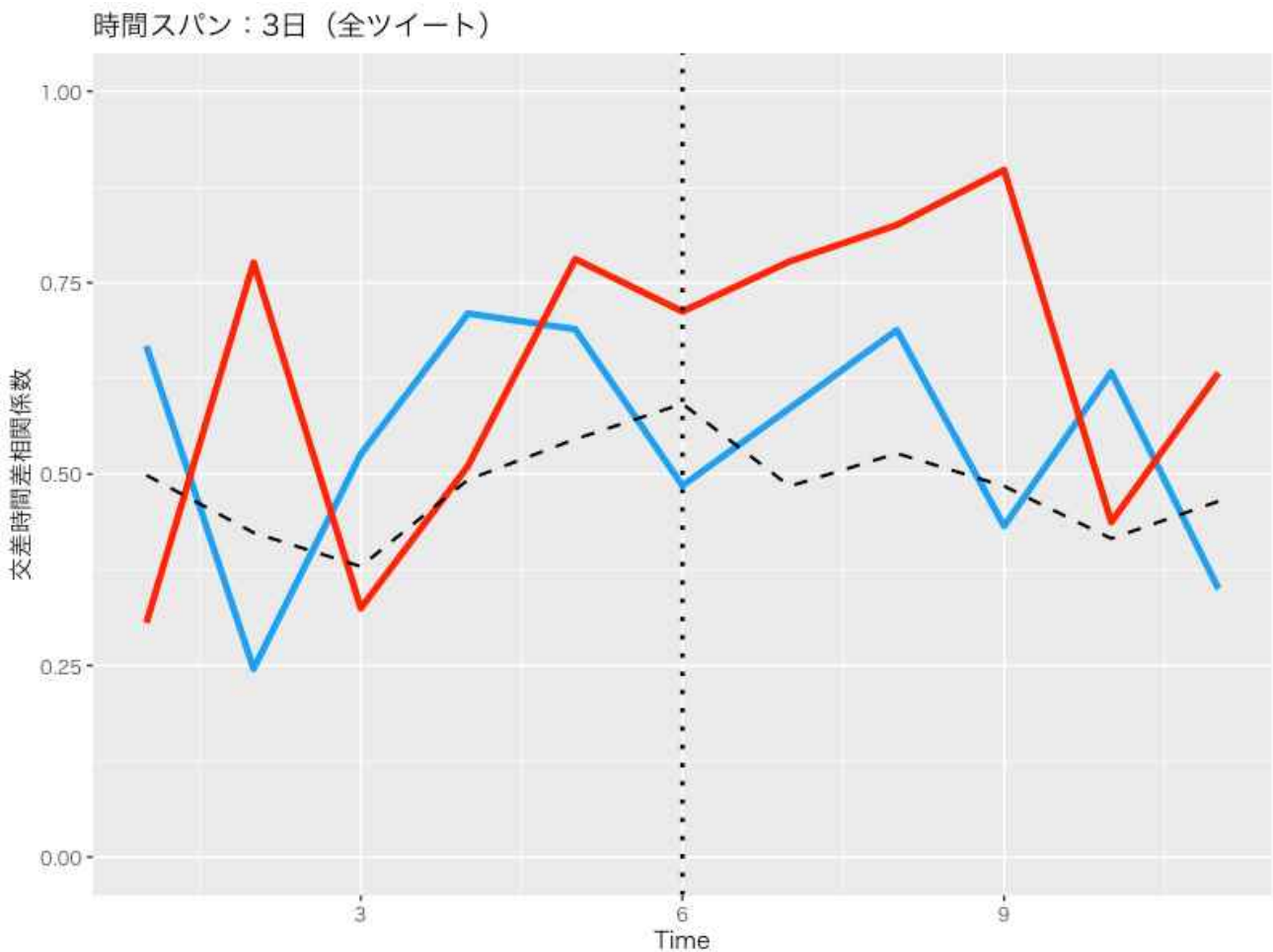
次に、時間スパンを 3 日に設定した時の議題設定の推移である【図 4.8】を確認しよう。日によって、赤線と水色線のどちらが上にあるかが大きく異なる点は時間スパンを 1 日・2 日とした時と同様だが、（特に選挙期間後においては）概ね赤線の方が上にあることが多いという傾向を見いだすことも不可能ではない。また、双方向の因果関係が示唆される点もこれまでと共通している。まとめると、時間スパンが 3 日の時は、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定の方がやや優位であると言えそうだが、逆方向の因果関係を排除するまでには至らないように思われる。

以上で見てきたように、時間スパンが 1～3 日の場合、グラフの解釈が困難なことが多い。したがって、分析結果の「本文における」報告に関しては、以後、時間スパンを 6 日あるいは

<sup>66</sup> この時、共時的な相関係数は、0.446 から 0.807 の間の値をとり、全て正であった。



【図 4.8】 時間スパンを 3 日に設定した時の議題設定の推移<sup>67</sup>



は 9 日に設定した場合のグラフのみを提示する<sup>68</sup>。

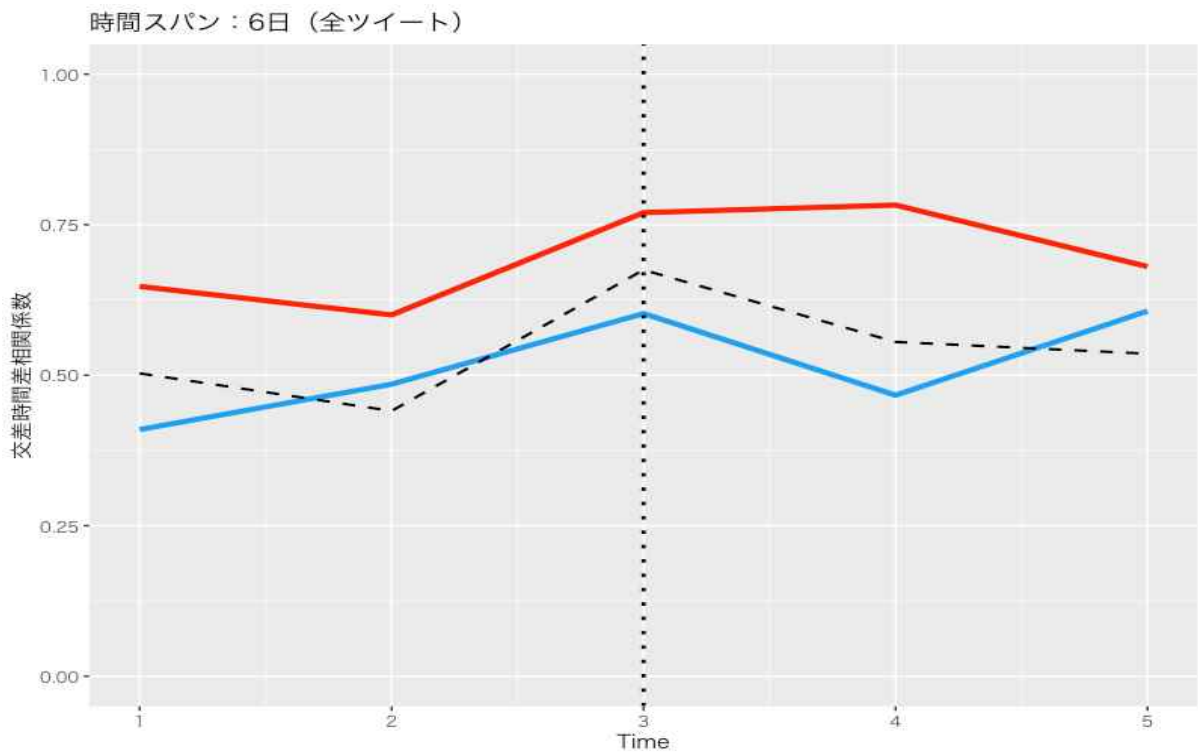
さて、本論に戻り、時間スパンを 6 日に設定した時の議題設定の推移である【図 4.9】を確認しよう。グラフから、選挙期間中にせよ、選挙期間後にせよ、赤線が水色線を上回っていることが見てとれる。水色線が Rozelle-Campbell baseline 値よりも上にある場合も見受けられるが、時間スパンが 6 日の時は、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定の方がかなり優位であると言えそうである。

また、時間スパンを 9 日に設定した時の議題設定の推移である【図 4.10】によれば、選挙期間中にせよ、選挙期間後にせよ、赤線が水色線を上回っており、水色線は Rozelle-Campbell baseline 値近傍であるため、時間スパンが 9 日の時も、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定の方がかなり優位であると言えよう。

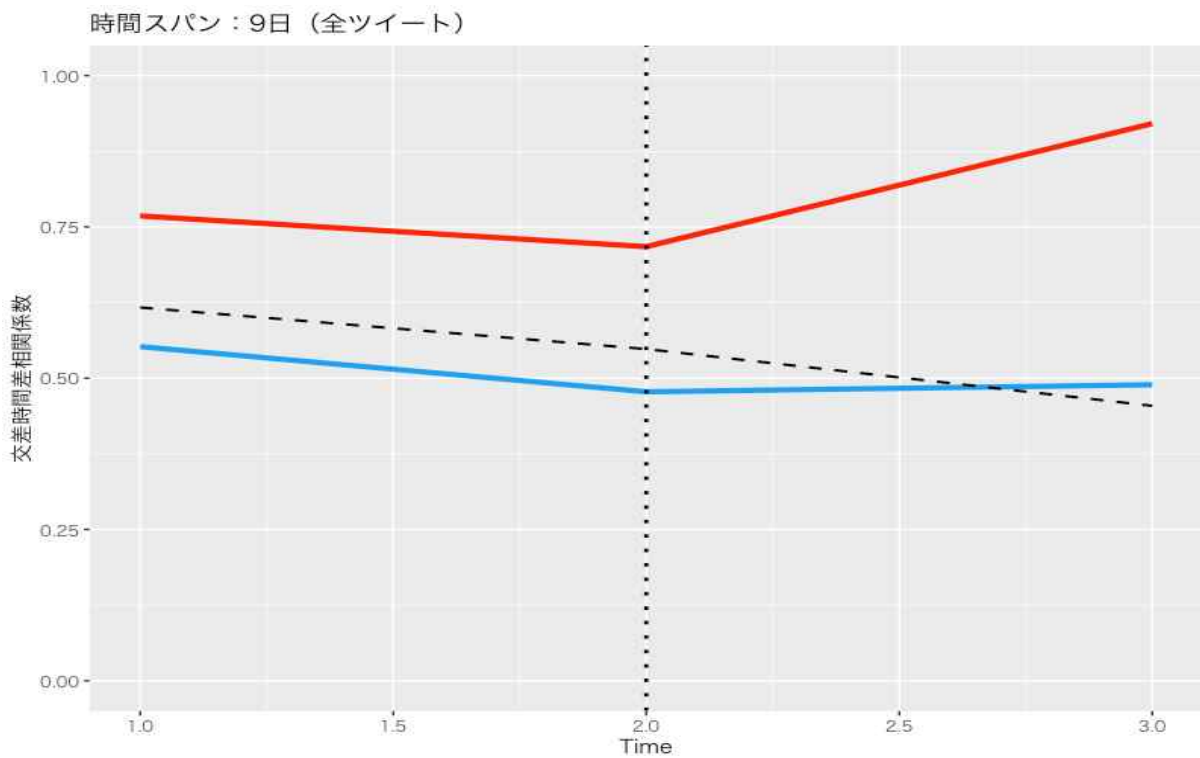
<sup>67</sup> この時、共時的な相関係数は、0.350 から 0.812 の間の値をとり、全て正であった。

<sup>68</sup> もちろん、前章で論じたように、「最適効果スパン」の問題は議題設定研究において非常にクリティカルな論点であるため、異なる時間スパンのもとで行われた分析結果は可能な限り開示されるべきだと筆者は考える。したがって、以後の各分析において、時間スパンを 1 日・2 日・3 日に設定した場合のグラフは、本稿末尾の「補論 C 時間スパン 1~3 日のグラフ」に掲載している。

【図 4.9】 時間スパンを 6 日に設定した時の議題設定の推移<sup>69</sup>



【図 4.10】 時間スパンを 9 日に設定した時の議題設定の推移<sup>70</sup>



<sup>69</sup> この時、共時的な相関係数は、0.476 から 0.814 の間の値をとり、全て正であった。

<sup>70</sup> この時、共時的な相関係数は、0.573 から 0.806 の間の値をとり、全て正であった。



本項の知見をまとめる。まず、時間スパンが1～3日の場合、グラフの解釈が困難なことが多く、一般的な傾向を読み取るのは極めて難しくなる。他方で、時間スパンが6日・9日の場合、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定の方が優位であることを示唆する結果となった。

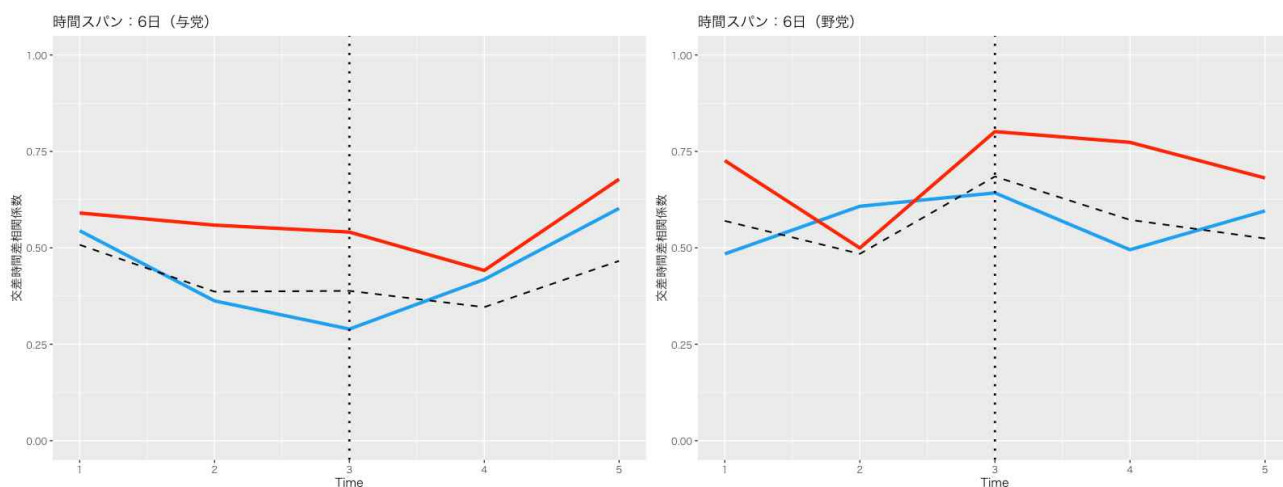
## 第2項 サブ・グループ分析

本項では、政治家によるツイートをいくつかのサブ・グループに分けた上で、第1項と同様の分析を行う。すなわち、政治家に関わる変数を1つ統制して、前項でみたアグリゲートレベルの傾向がどのように変化するかを探索する。

まずは、「政党」を統制した分析を行う。ただし、(本稿が分析対象とする)候補者数がかなり少ない政党の存在も考慮し、与党(自民・公明)と野党(自公以外で、本稿が分析対象とする政党すべて)に分けた分析を行う。2019年参院選では、1人区での候補者一本化など、「野党共闘」が本格化した一方で、従来通りの自公の選挙協力も見られたため、このような与野党の区別はある一定の妥当性をもつと考えられる。

【図4.11】は、時間スパンを6日に設定した時の議題設定の推移を、与野党別に表したものである。赤線が水色線を上回る傾向はどちらも共通しているが、両者には違いも見られる。例えば、与党候補者については、選挙期間後に水色線が赤線に肉薄している。他方で、野党候補者については、選挙期間後に赤線が水色線を大きく上回っている。このことは、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定が優位である、という点は与野党で共通している一方で、与党候補者によるツイートは選挙後に議題設定的な影響力を獲得(あるいは回復)していったのに対して、野党候補者によるツイートは選挙後に議題設定的な影響力を失っていったことを示唆しているのかもしれない。

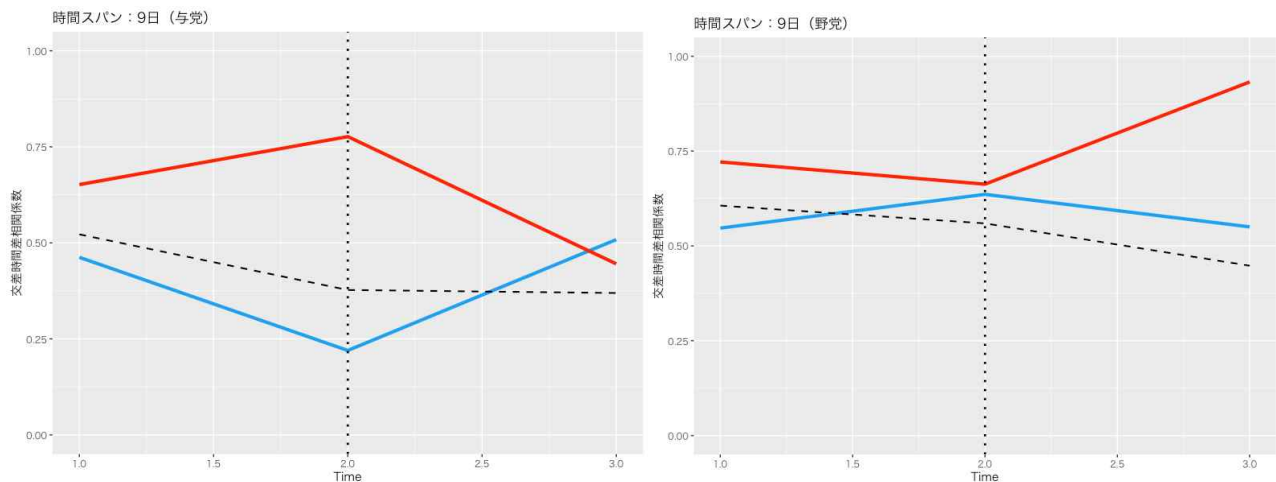
【図4.11】 時間スパンを6日に設定した時の議題設定の推移 ((左) 与党, (右) 野党) <sup>71</sup>



<sup>71</sup> この時、与党については、共時的な相関係数は、0.451 から 0.717 の間の値をとり、全て正であった。

時間スパンを9日に設定した時の議題設定の推移を、与野党別に表したものが【図 4.12】である。やはり、赤線が水色線を上回る傾向はどちらも共通しているが、与党候補者については、選挙期間後に水色線が赤線を超えているのに対して、野党候補者については、選挙期間後に赤線が水色線を大きく上回っている。このグラフからも、与党候補者によるツイートは選挙後に議題設定的な影響力を獲得（あるいは回復）していったのに対して、野党候補者によるツイートは選挙後に議題設定的な影響力を失っていったことが示唆されている。

【図 4.12】 時間スパンを9日に設定した時の議題設定の推移（（左）与党，（右）野党）<sup>72</sup>



次に、「選挙制度」を統制した分析を行う。具体的には、選挙区選出の候補者と比例代表選出の候補者に分けた分析を行う。

【図 4.13】は、時間スパンを6日に設定した時の議題設定の推移を、選挙制度別に表したものだが、一見して両者の違いを見てとることができる。まず、選挙区選出の候補者については、（右端のデータは例外的であるが）一貫して「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定が優位である。水色線が Rozelle-Campbell baseline 値よりも下にあることから、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への一方的な議題設定がなされていると言えよう。他方で、比例代表選出の候補者については、選挙区選出の候補者のように「全国紙による報道」の議題設定が常に優位とは言いがたい。したがって、選挙区選出の候補者の（ツイートの）方が、「全国紙による報道」の議題設定を受けやすい可能性が示唆されている。

また、時間スパンを9日に設定した時の議題設定の推移を、選挙制度別に表した【図 4.14】によれば、選挙区選出の候補者については、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への一方的な議題設定がなされていると言える結果であるのに対し、比例代表選出の候補者については、（赤線が水色線よりも上にあるものの）2本の線がともに Rozelle-

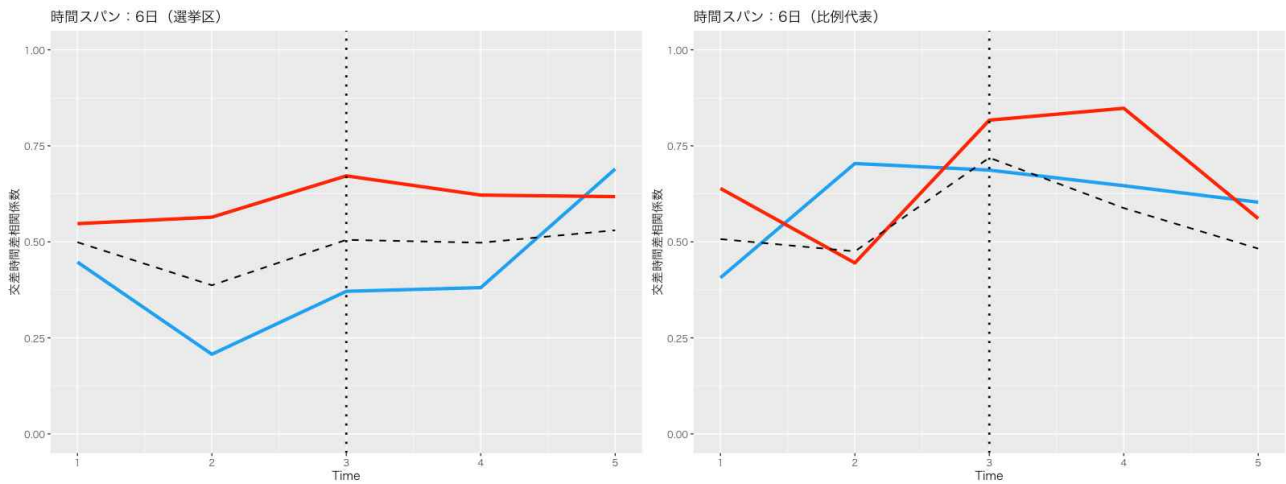
野党については、共時的な相関係数は、0.543 から 0.852 の間の値をとり、全て正であった。

<sup>72</sup> この時、与党については、共時的な相関係数は、0.497 から 0.655 の間の値をとり、全て正であった。

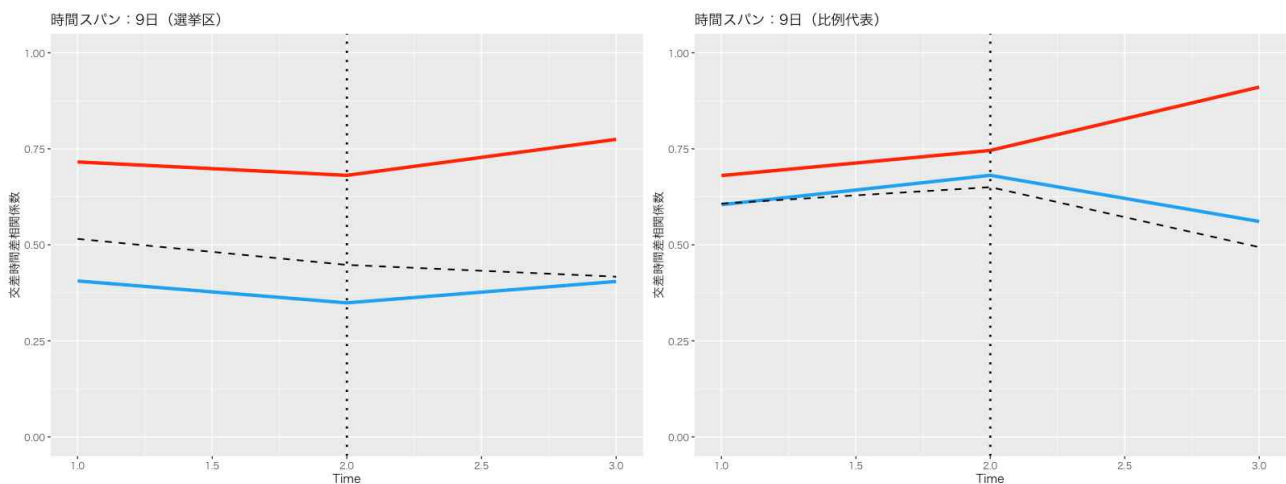
野党については、共時的な相関係数は、0.588 から 0.782 の間の値をとり、全て正であった。

Campbell baseline 値を超えていることから、双方向的な議題設定が示唆されている。

【図 4.13】 時間スパンを 6 日に設定した時の議題設定の推移 ((左) 選挙区, (右) 比例) <sup>73</sup>



【図 4.14】 時間スパンを 9 日に設定した時の議題設定の推移 ((左) 選挙区, (右) 比例) <sup>74</sup>



最後に、「新旧」を統制した分析を行う。具体的には、新人の候補者と新人ではない元職・前職・現職の候補者に分けた分析を行う。

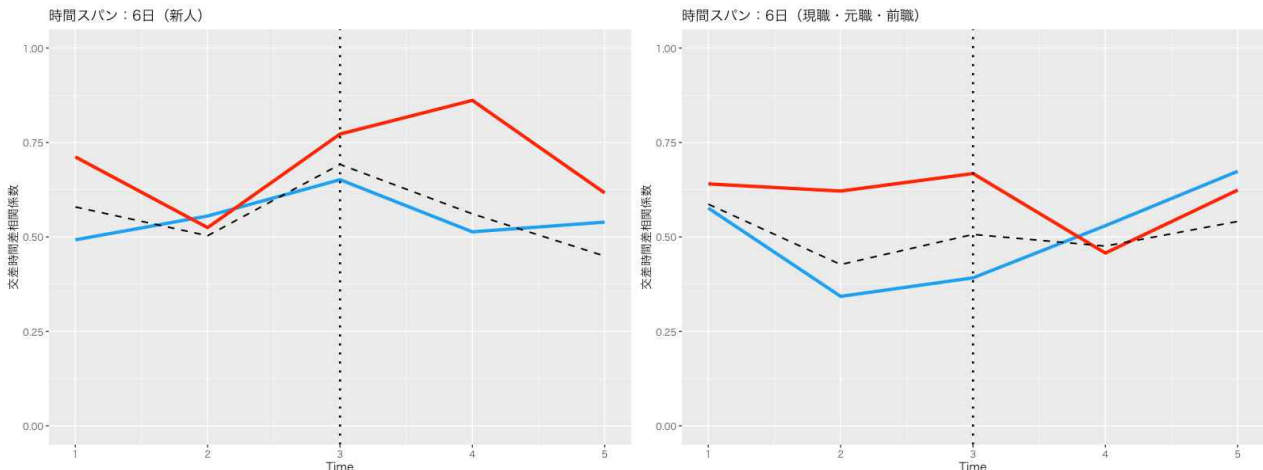
【図 4.15】は、時間スパンを 6 日に設定した時の議題設定の推移を、新旧別に表したものである。「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定が優位であるの

<sup>73</sup> この時、選挙区選出については、共時的な相関係数は、0.523 から 0.710 の間の値をとり、全て正であった。比例代表選出については、共時的な相関係数は、0.409 から 0.844 の間の値をとり、全て正であった。

<sup>74</sup> この時、選挙区選出については、共時的な相関係数は、0.481 から 0.681 の間の値をとり、全て正であった。比例代表選出については、共時的な相関係数は、0.530 から 0.858 の間の値をとり、全て正であった。

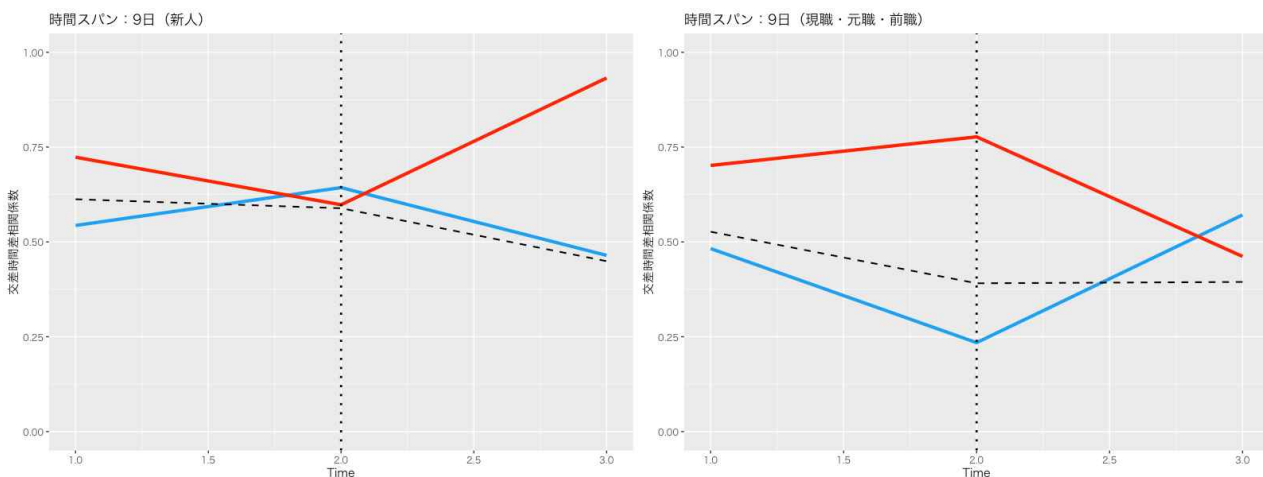
は共通している一方で、新人は選挙後に「全国紙による報道」からの議題設定を強く受け、現職・元職・前職はむしろ選挙期間中に「全国紙による報道」からの議題設定を一方的に受けていることを確認できる。

【図 4.15】 時間スパンを 6 日に設定した時の議題設定の推移  
 ((左) 新人, (右) 現職・元職・前職)<sup>75</sup>



また、時間スパンを 9 日に設定した時の議題設定の推移を、新旧別に表した【図 4.16】からも、新人と現職・元職・前職の対照性を見て取ることができ、新人は選挙後に「全国紙による報道」からの議題設定を強く受け、現職・元職・前職はむしろ選挙期間中に「全国紙による報道」からの議題設定を一方的に受けていることが示されている。

【図 4.16】 時間スパンを 9 日に設定した時の議題設定の推移  
 ((左) 新人, (右) 現職・元職・前職)<sup>76</sup>



<sup>75</sup> この時、新人については、共時的な相関係数は、0.499 から 0.871 の間の値をとり、全て正であった。現職・元職・前職については、共時的な相関係数は、0.554 から 0.754 の間の値をとり、全て正であった。

<sup>76</sup> この時、新人については、共時的な相関係数は、0.510 から 0.816 の間の値をとり、全て正であった。現職・元職・前職については、共時的な相関係数は、0.458 から 0.720 の間の値をとり、全て正であった。

ここで、本項の知見をまとめておきたい。まず、与野党別の分析結果によると、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定の方が優位であるのは与野党共通であるが、与党候補者によるツイートは選挙後に議題設定的な影響力を獲得(あるいは回復)していったのに対して、野党候補者によるツイートは選挙後に議題設定的な影響力を失っていったことが示唆された。次に、選挙制度別の分析結果によると、選挙区選出の候補者の(ツイートの)方が、「全国紙による報道」の議題設定を受けやすい可能性が高い。最後に、新旧別の分析結果によると、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定が優位であるのは新旧で共通しているものの、新人は選挙後に「全国紙による報道」からの議題設定を強く受け、現職・元職・前職はむしろ選挙期間中に「全国紙による報道」からの議題設定を一方向的に受けていることが示された。

### 第3項 指標の妥当性検証

ここまでの分析では、交差時間差相関係数の大小比較を通じて、議題設定の「向き」や「強さ」を解釈してきた。ただし、この交差時間差相関係数が、議題設定の「向き」や「強さ」をうまく反映できていない指標であるならば、ここまでの議論は水泡に帰すだろう。本項では、議題設定の「向き」や「強さ」をある程度予測できるような状況において、交差時間差相関係数とその予測と合致した挙動をみせるか否かを確認する。

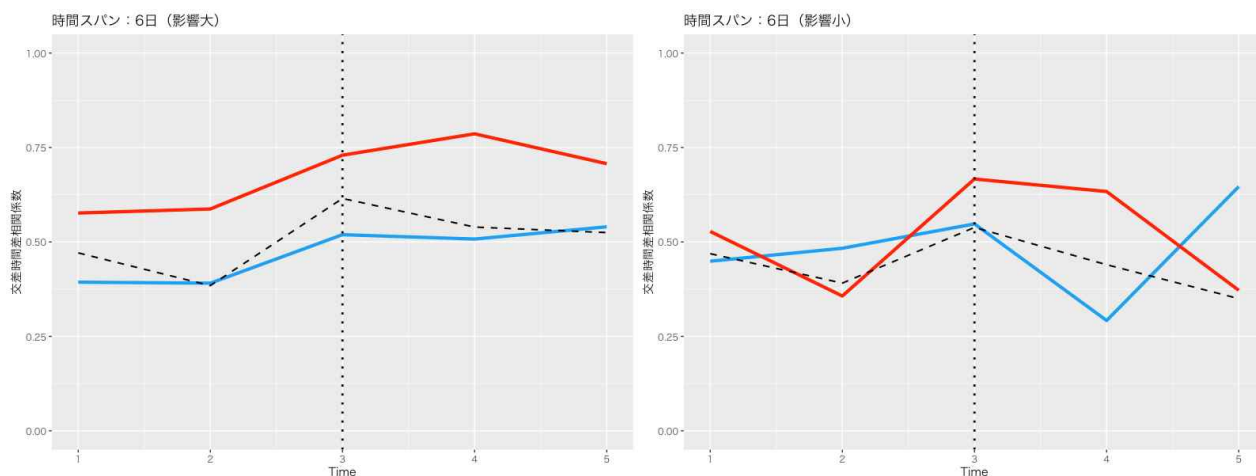
UTAS2019では、各候補者に対して「下記のメディアのうち、あなたの日頃の政治判断に対して影響が大きいとお考えのものはどれですか。あてはまるものを全て選択してください」という質問がなされており、その回答の選択肢(「下記のメディア」)の中には、「全国紙(朝日・読売・毎日・日経・産経)」という項目が存在している。素直に推論すれば、全国紙が自らの政治判断に対して大きな影響力を有していると回答した候補者であるほど、全国紙による議題設定を受けやすいと言えるだろう。

よって、ここからは、上記の設問に対して、全国紙の影響が大きいと回答した者と回答しなかった者の間でサブ・グループ分析を行う。もし仮に、交差時間差相関係数という指標が、議題設定を測定する上で妥当な指標であるならば、全国紙の影響が大きいと回答したグループの(ツイートの)方が、「全国紙による報道」の議題設定を強く受けていることを示すはずである。

【図4.17】は、時間スパンを6日に設定した時の議題設定の推移を、全国紙の影響力認知別に表したものである。一見してわかるように、全国紙の影響が大きいと回答したグループについては、Rozelle-Campbell baseline 値を挟んで赤線が水色線よりも上に位置している。これは、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への一方向的な議題設定が行われていると解釈される結果である。それに対し、全国紙の影響が大きいと回答しなかったグループについては、選挙期間中に赤線が水色線よりも下に位置するなど、不安定な動きを見せている。



【図 4.17】 時間スパンを 6 日に設定した時の議題設定の推移  
 ((左) 全国紙の影響力大, (右) 全国紙の影響力小)<sup>77</sup>

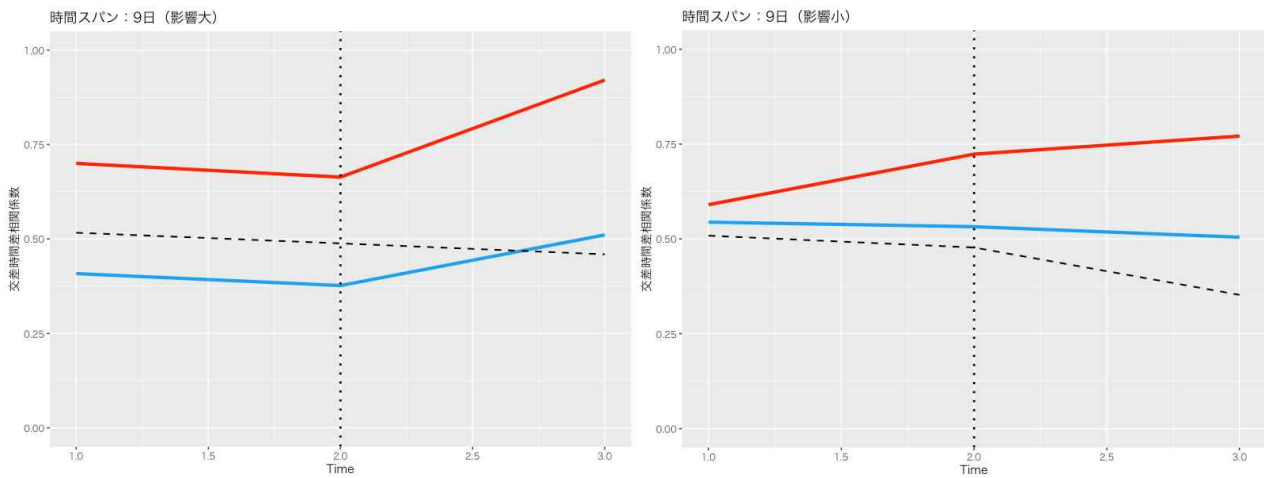


また、時間スパンを 9 日に設定した時の議題設定の推移を、全国紙の影響力認知別に表した【図 4.18】をみると、全国紙の影響が大きいと回答したグループについては、赤線が水色線よりも上に位置しているのに加えて、(右端以外の点においては) Rozelle-Campbell baseline 値を赤線と水色線が挟んでいる。他方で、もう一方のグループについては、赤線は水色線の上方に位置しているが、Rozelle-Campbell baseline 値を挟む形にはなっていない。

以上より、全国紙の影響が大きいと回答したグループの(ツイートの)方が、「全国紙による報道」の議題設定を強く受けていることが示された。このことは、議題設定の「向き」や「強さ」を測定・解釈する際に、交差時間差相関係数という指標が持つ妥当性を高めるエビデンスと言えるだろう。

<sup>77</sup> この時、全国紙の影響が大きいと回答した者については、共時的な相関係数は、0.409 から 0.756 の間の値をとり、全て正であった。影響が大きいと回答しなかった者については、共時的な相関係数は、0.326 から 0.718 の間の値をとり、全て正であった。

【図 4.18】 時間スパンを 9 日に設定した時の議題設定の推移  
 ((左) 全国紙の影響力大, (右) 全国紙の影響力小)<sup>78</sup>



<sup>78</sup> この時、全国紙の影響が大きいと回答した者については、共時的な相関係数は、0.481 から 0.810 の間の値をとり、全て正であった。影響が大きいと回答しなかった者については、共時的な相関係数は、0.425 から 0.771 の間の値をとり、全て正であった。

## 第5章 結論

### 第1節 実証分析の結果の総括

前章で分析した結果を要約すると以下の通りである。

- ・時間スパンが1～3日の場合、グラフの解釈が困難なことが多く、一般的な傾向を読み取るのは極めて難しくなる。以下、分析の時間スパンを6日・9日とした時の結果を述べる。
- ・アグリゲートレベルの分析では、選挙期間中にせよ、選挙期間後にせよ、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定の方が優位であることを示唆する結果となった。これは本稿の作業仮説を支持するものである。
- ・サブ・グループ分析の結果、与野党問わず、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定の方が優位であることを示唆する結果となった。ただし、与党候補者によるツイートは選挙後に議題設定的な影響力を獲得（あるいは回復）していったのに対して、野党候補者によるツイートは選挙後に議題設定的な影響力を失っていったことが示唆されている。
- ・サブ・グループ分析の結果、選挙区選出の候補者については、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定が優位であることを示唆する結果となった。比例代表選出の候補者と比較して、選挙区選出の候補者の（ツイートの）方が、「全国紙による報道」の議題設定を受けやすい可能性が示唆されている。
- ・サブ・グループ分析の結果、新旧問わず、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定が優位であるが、新人は選挙後に「全国紙による報道」からの議題設定を強く受け、現職・元職・前職はむしろ選挙期間中に「全国紙による報道」からの議題設定を一方向的に受けていることが示された。
- ・指標の妥当性検証の結果、交差時間差相関係数は議題設定を測定・解釈する指標として妥当であることを支持するエビデンスが提示された。
- ・最後に、何よりも、前章の実証分析で提示したほとんど全てのグラフにおいて、赤線が水色線を上回る一般的な傾向が確認されたことは注目に値する。これは、「政治家によるツイート」から「全国紙による報道」への議題設定効果よりも、「全国紙による報道」から「政治家によるツイート」への議題設定効果の方が、顕著に大きいことを示唆している。



## 第2節 分析結果を踏まえた議論の提示

本稿の分析結果を踏まえ、以下の2つの議論を提示したい。

1つ目は、伝統的なマスメディアは、争点レベルの議題を設定するという意味で強大な影響力を今もなお有している、ということである。というのも、第3章第1節第2項で示したように、政治家は「選挙のために」Twitter を利用しており、そのツイートは一義的には自身の当選・再選のためになされるはずである。しかし、本稿の分析結果は、その選挙期間中のツイート内容にすらマスメディアの議題設定影響力が及んでいることを示唆している。確かに、Twitter などのソーシャルメディアを利用することで、政治家が伝統的なマスメディアを批判する新たな経路を得たことは事実である<sup>79</sup>が、選挙という政治家にとって最も重要な局面においてさえ、政治家（のツイート）がマスメディアの議題設定の影響を受けていることはやはり注目に値するだろう。

2つ目は、果たして、政治家はマスメディアが提示した争点の顕出性をもとに、自身の重要争点認知を作り上げているのだろうか、という論点に関連する。おそらく、政治家が一般市民と同様に、マスメディアがより多く取り上げる争点を重要だと認識し、それがツイートの反映される、という直接的な議題設定経路よりも、政治家は一般市民が重要だと思っている（と政治家が思っている）争点について、多くツイートすることで一般市民からの支持を調達しようとしている、という間接的な議題設定経路の方が、少なくとも筆者にとっては説得的に思える。竹下(2008)は、「受け手」が設定される議題として、「個人内議題 (intrapersonal agenda)」「対人議題 (interpersonal agenda)」「世間議題 (perceived public agenda)」の3類型を紹介しているが、ここでの議論は、3つ目の「世間議題」に対応する。これは、竹下の言葉を借りれば「自分自身はさておき、世間の人たちの関心を集めている（と回答者が知覚する）争点」（竹下 2008: 91）である。もし、本稿の分析結果が示したのがこの「世間議題」であるならば、伝統的なマスメディアの報道内容と政治家によるソーシャルメディアの投稿内容の関係を探るためには、そこに「媒介変数」として入る「世間」としての有権者の動向も考慮しなくてはならない。このように、伝統的なマスメディアとソーシャルメディア、政治家と有権者のそれぞれの相互作用のダイナミクスを捉えるような議論や研究が今後待たれるだろう。

---

<sup>79</sup> 仮に、政治家のツイートがマスメディアの設定した「争点」議題の影響を受けているとして、その争点の「属性」議題についても政治家のツイートがマスメディアの影響を受けていると結論づけるのは早計だろう。この点（属性型議題設定も踏まえた検討）については、今後の検討課題とする。

## 第3節 本稿の分析の限界

### 第1項 データに起因する限界

用いたデータに起因する限界について、2つに分けて指摘しておく。

1つ目は、Twitterというサービスの「(今後の) 継続性」に起因する問題である。言うまでもなく、インターネットサービスやソーシャルメディアの世界は栄枯盛衰が激しい。そのため、今後も政治家がTwitterを使い続ける保証は必ずしもあるわけではない。したがって、政治家のTwitterの投稿内容に全国紙が議題設定的影響を与えていることを示した本稿の知見が、今後どの程度耐久しうるのかについては確定的なことは言えない。ただし、政治家の情報発信行動（もっと言えば、そのメッセージやコンテンツ）に対して、全国紙が少なからぬ影響を与えているという、より広い文脈に本研究の貢献を位置づけることができたならば、この問題はさほど大きなものではないと考える。

2つ目は、Twitterデータの「保全性」である。Twitterが多くの政治家に利用されるようになった背景には、その投稿の手軽さ・安価さがある。しかし、その反面として、Twitterアカウント自体の削除（いわゆる「アカ消し／垢消し」）やツイートの削除（いわゆる「ツイ消し」）も極めて手軽かつ安価でできることを忘れてはならない。すなわち、第三者が政治家に対して行う政治家調査などとは異なり、政治家のTwitterデータは、その保全や公開に関する決定を政治家自身が行うことができる。したがって、選挙期間中の広報ツールとしてTwitterの使用を終えた候補者が、意図的かどうかはさておき、自身のアカウントを削除することによって、選挙期間中に何を投稿したのかをわからなくする、ということができうる<sup>80</sup>。これに対しては、データのアーカイブ化などが進められる必要があるだろう。

### 第2項 分析手法に起因する限界

用いた分析手法に起因する限界について、2つに分けて指摘しておく。

1つ目は、コーディングに関わる問題である。KH Coderを用いたコーディングでは、コーディングルールをユーザーが自由に設定することができる。これは、各ユーザーが興味関心をもつ理論や分析枠組みに合わせた分析を可能にするという点において、大きなメリットである一方で、コーディングルール次第で結果が変わってしまうという可能性も孕んでいる。

---

<sup>80</sup> 実際、筆者が本稿の分析を行うにあたり、各候補者のTwitterアカウントの収集を行った際、選挙期間中には存在していたと思われるTwitterアカウントが削除されていたり、非公開化（いわゆる「鍵アカ／鍵垢」）されていたりする事例が、(数件ではあるものの) 見受けられた。なお、これは特定の政党に偏った傾向ではなかった。これら数件の削除・非公開化によって、本稿の分析結果が歪められた可能性は排除できない。

機械学習の手法を用いたテキスト分析などを用いることによって、その結果の「揺れ」に対する客観的な判断基準や説明を確保することも今後の議題設定研究に求められる 1 つの方向性であろう<sup>81</sup>。また、機械学習の手法を用いなかったとしても、その分析手続きを外部に公開し、再現可能性、反証可能性を保つことが肝要であることはいうまでもない。

2 つ目は、本稿の分析はあくまで「相関分析」の域を出ない、という点である。交差時間差相関分析モデルにおいて、2 つの交差時間差相関係数に差が生じることは、（一方から他方への議題設定という）因果関係の「必要条件」にすぎないため、より精緻な因果関係の探索が今後行われるべきだろう。議題設定研究においても、実験アプローチや時系列モデルの利用が進んできており、方法論的進歩によってこのような問題は改善しうると思われる。

(以上)

---

<sup>81</sup> ただし、例えばトピックモデルのような機械学習（教師なし学習）の手法を用いた文書分類を行ったとしても、トピックの解釈などには人間による語の意味付けが介在しうるため、誰にとっても納得可能な「客観的な」文書分類手法は（少なくとも今のところは）ないだろう、というのが筆者の考えである。

## 補論 A 用いたデータについて

### A.1. 東京大学谷口研究室・朝日新聞共同調査「2019年参議院議員・参院選候補者調査」 (UTAS2019)

#### <調査概要>

調査時期：2019年5月20日～2019年7月21日

調査対象者：立候補者370人と非改選議員121人を合わせた491人

回答方法：ウェブ入力

有効回答者数：立候補者351人と非改選議員77人を合わせた428人

有効回答率：立候補者94.9%，非改選議員63.6%

バージョン：2019年11月9日版

#### <分析に用いた設問集>

※詳細は、UTAS2019のコードブックを参照されたい。

#### [アンケートデータ]

Q1 今回の選挙に際して、あなたが最も重視する政策はどれでしょうか。また2番目、3番目はどうですか。それぞれ選択してください。(Q1\_1～Q1\_3)

※回答の選択肢は以下の通り。(Q1\_2とQ1\_3は省略)

最も重視する政策 (Q1\_1)

1. 外交・安全保障
2. 財政・金融
3. 産業政策
4. 農林漁業
5. 教育・子育て
6. 年金・医療・介護
7. 雇用・就職
8. 治安
9. 環境
10. 政治・行政改革
11. 地方分権
12. 憲法（護憲・改憲）
13. 震災復興・防災
14. 社会資本（インフラ整備など）
15. 原発・エネルギー政策
16. その他

## 99. 無回答

Q12 下記のメディアのうち、あなたの日頃の政治判断に対して影響が大きいとお考えのものはどれですか。あてはまるものを全て選択してください。(Q12\_1~Q12\_10)

(1) 全国紙(朝日・読売・毎日・日経・産経) (Q12\_1)

### A.2. 候補者のソーシャルメディア利用に関するデータ

#### <データ概要>

集計時期：2020年11月上旬

集計対象者：立候補した370人のうち、(第3章第1節第1項で示した)279人

集計方法：以下の3種類のウェブサイトから、筆者が手作業で網羅的に集計

- ① 毎日新聞「2019参院選 候補者」の各候補者情報のうち、「ネットアカウント」の欄に記載されているもの <https://mainichi.jp/senkyo/25san/koho/> (最終アクセス日 2020年11月12日)
- ② 選挙ドットコム「第25回参議院議員選挙(2019年07月21日投票)」の各候補者情報のうち、「サイト」の欄に記載されているもの <https://go2senkyo.com/sangiin/18052> (最終アクセス日 2020年11月12日)
- ③ ①・②から集計した、各候補者のHPやブログ内のソーシャルメディアのリンクやバナー、各候補者のTwitterやInstagramのプロフィール欄に記載の(他のソーシャルメディアの)URL、Facebookの基本データ欄に記載の(他のソーシャルメディアの)URL、YouTubeのチャンネル概要に記載の(他のソーシャルメディアの)URLなど

#### <変数のコード化>

※「変数名：変数の説明」の形式となっている。

NAME：候補者氏名(「UTAS2019」と共通)

TWITTER：候補者のTwitterのアカウント名(「@」は除く)

候補者がアカウントをもっていない場合や、候補者がアカウントを非公開にしている場合はNAとした。

候補者に関わるアカウントが複数ある場合は、①候補者本人が運用している可能性が最も高いもの、②2019年の参院選時に運用されていた可能性が最も高いものを記載した。

FACEBOOK：候補者が政治活動(広報)にFacebookを利用しているか否か

利用している場合は「1」、利用していない場合は「0」とコーディングした。

候補者がFacebookアカウントをもっていると思われるものの、一般向けには公開していないような場合は「0」とコーディングした。具体的には、Facebookのアカウント登録やログインをせずとも、当該候補者の投稿を見ることができるとどうか、を基準とした。

YOUTUBE：候補者が政治活動(広報)にYouTubeを利用しているか否か

利用している場合は「1」、利用していない場合は「0」とコーディングした。

チャンネルはあるものの、動画コンテンツが1つも投稿されていない場合は、「0」とコーディングした。

HPに埋め込まれたYouTube動画については、YouTube上で一般公開されている場合は「1」と、限定公開などの理由によりYouTube上で検索してもヒットしないような場合は「0」とコーディングした。

政党のYouTubeチャンネルの動画に候補者が出ている場合については、対象外とした。あくまで、候補者個人（あるいは候補者の事務所）がチャンネルを開設し、動画をアップロードしているか、が集計の基準である。

INSTAGRAM：候補者が政治活動（広報）にInstagramを利用しているか否か

利用している場合は「1」、利用していない場合は「0」とコーディングした。

アカウントはあるものの、画像・動画コンテンツが1つも投稿されていない場合は、「0」とコーディングした。

LINE：候補者が政治活動（広報）にLINEを利用しているか否か

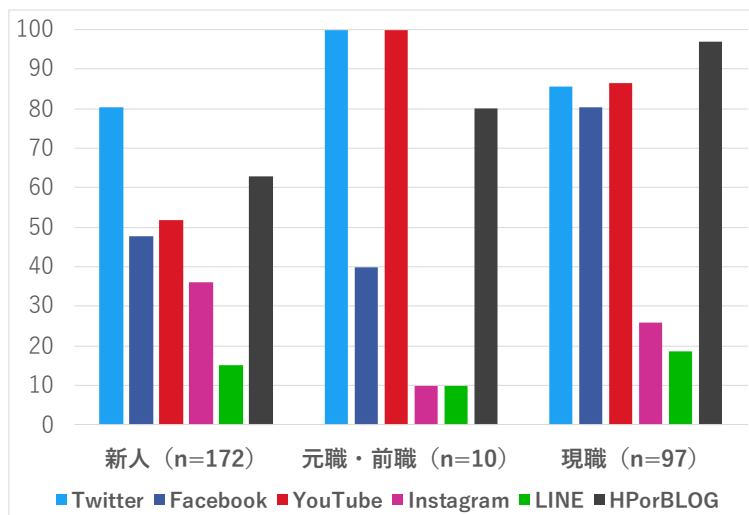
利用している場合は「1」、利用していない場合は「0」とコーディングした。

HP\_BLOG：候補者が個人のHPやブログを開設しているか否か

開設している場合は「1」、開設していない場合は「0」とコーディングした。

リンクが無効になっていたり、アクセスが不可能になっていたりする場合は「0」とコーディングした。

【図 A.2.1】 候補者のソーシャルメディア利用率（新旧別，単位は%）



### A.3. 候補者の Twitter に関するデータ

<データ概要>

集計時期：2020年11月上旬

集計対象者：279人の候補者のうち、Twitterを利用している231人

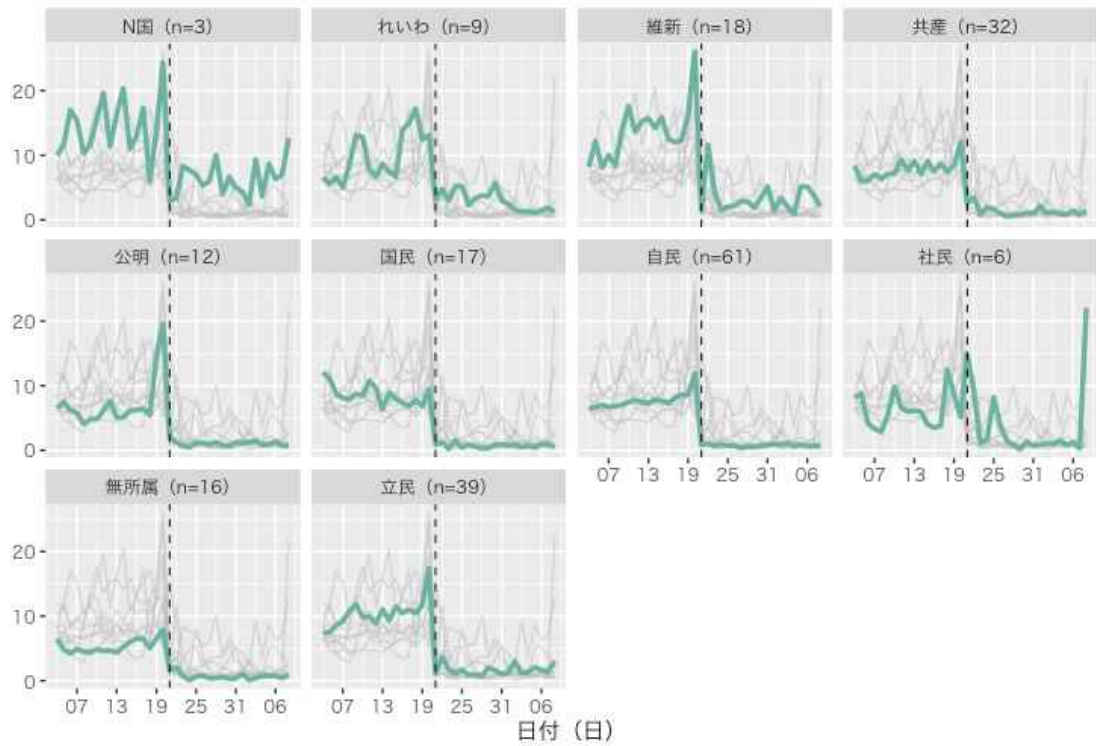
集計対象期間：2019/07/04 から 2019/08/08 まで

集計方法：R の rtweet パッケージを利用した機械による収集（一部、手動による収集）

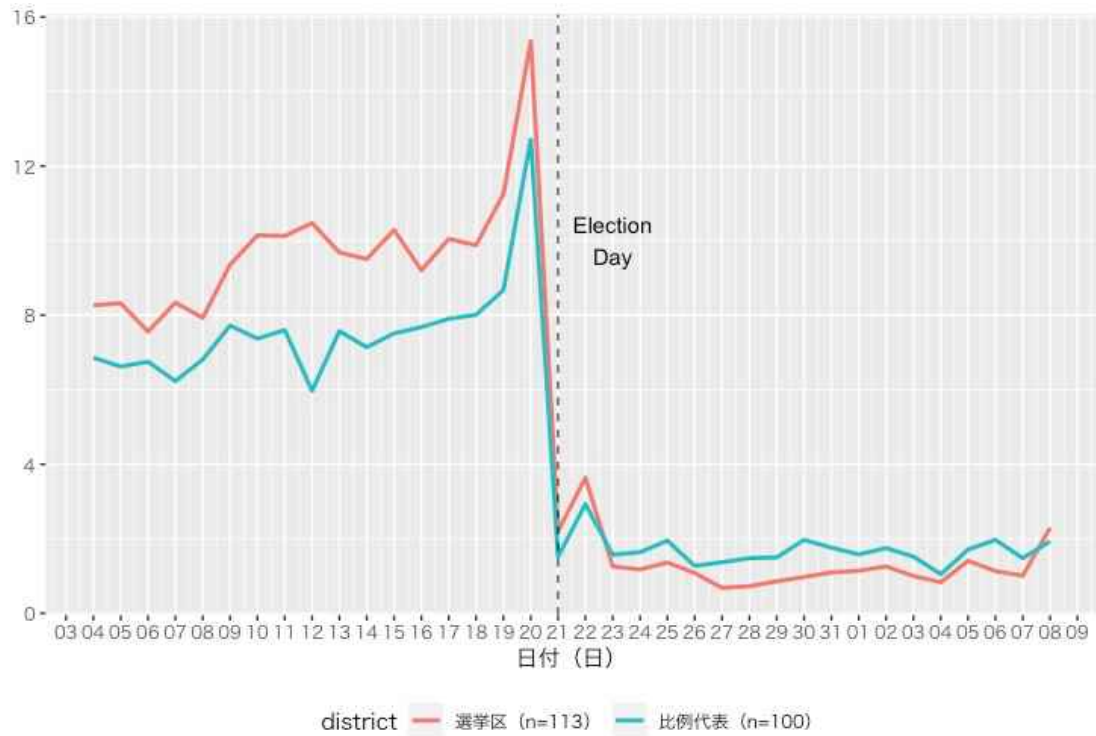
<収集基準>

- ・ 231 個の Twitter アカウントに関して、集計対象期間に作成されたツイートを収集  
※rtweet パッケージ（Twitter API）によるツイート収集において、収集される時間情報はすべて UTC（協定世界時）であるため、より正確な分析のためには、UTC に 9 時間加え、JST（日本標準時）に補正すべきである。しかし、日本時間の「M 月 D 日 9 時 00 分から M 月（D+1）日 8 時 59 分まで」を 1 日のサイクルとするか、日本時間の「M 月 D 日 0 時 00 分から M 月 D 日 23 時 59 分まで」を 1 日のサイクルとするか、は本稿の分析結果に大きな差をもたらすものではない。したがって、便宜上、UTC の時間情報のまま分析を行っている。
- ・ rtweet パッケージ（Twitter API）によるツイート収集には、「直近の約 3200 件まで」という上限がある。そのため、2019/08/09 以降に 3200 件以上のツイートをしている候補者については、集計対象期間になされたツイートを（機械的には）収集できない。このような候補者のツイートについては、筆者が手動で収集を行った。
- ・ 機械による収集と手動による収集の間には、得られるデータに多少の差異がある。ただし、この差異は本稿の分析に大きな影響を与えるものではないため、分析においては機械収集／手動収集の区別は無視している。
- ・ ツイートのうち、リツイート（RT）は本稿の分析の対象外である。また、引用リツイート（引用 RT）については、引用元のツイート（のテキスト）は分析対象外としたが、引用者のコメント部分（のテキスト）は分析に含めた。すなわち、各候補者が「自身の言葉で」「新たに」発信したツイートのみを分析対象とした。

【図 A.3.1】 候補者 1 人あたりの平均的なツイート数（政党別）

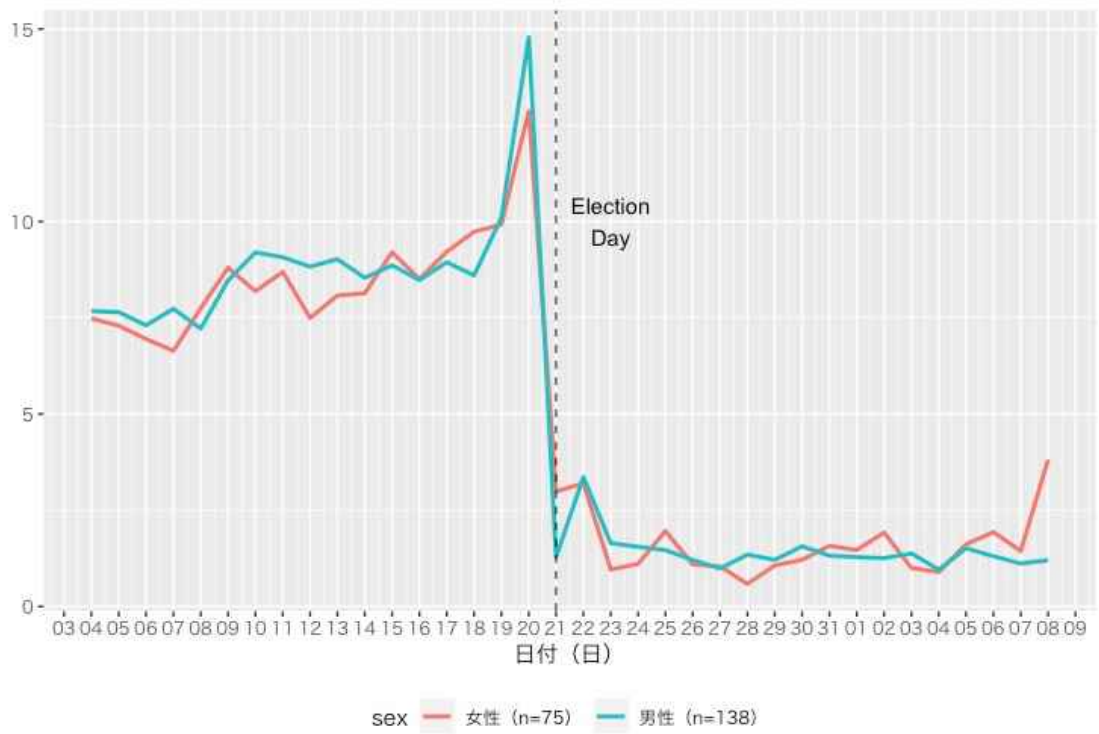


【図 A.3.2】 候補者 1 人あたりの平均的なツイート数（選挙制度別）

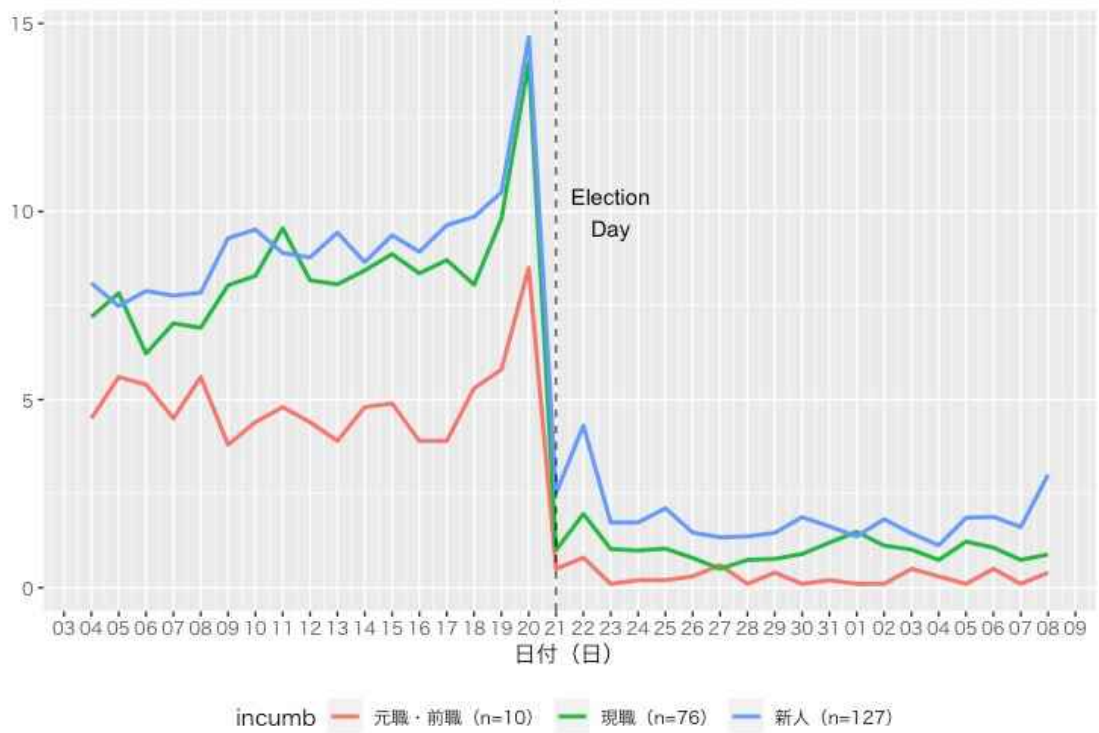




【図 A.3.3】 候補者 1 人あたりの平均的なツイート数（性別別）



【図 A.3.4】 候補者 1 人あたりの平均的なツイート数（新旧別）



## 補論 B コーディングルールの客観性・再現性・追試可能性

### <作業①>

\* 外交・安全保障

外交 or 安全保障 or 安保

\* 財政・金融

財政 or 金融

\* 産業政策

産業

\* 農林漁業

農林漁業 or 農業 or 林業 or 漁業

\* 教育・子育て

教育 or 子育て

\* 年金・医療・介護

年金 or 医療 or 介護

\* 雇用・就職

雇用 or 就職

\* 治安

治安

\* 環境

環境

\* 政治・行政改革

政治改革 or 行政改革

\* 地方分権

地方分権 or 地方 or 分権

\* 憲法（護憲・改憲）

憲法 or 護憲 or 改憲

\* 震災復興・防災

震災 or 復興 or 防災

\* 社会資本（インフラ整備など）

社会資本 or インフラ

\* 原発・エネルギー政策

原発 or エネルギー

\* 選挙一般・選挙活動

選挙 or 選挙活動

## <作業②>

\* 外交・安全保障

外交 or 安全保障 or 安保 or 自衛隊 or 自衛 or 国際 or 条約 or アメリカ or 中国 or 韓国 or 北朝鮮

\* 財政・金融

財政 or 金融 or 税 or 消費税 or 予算 or 日本銀行 or 日銀 or 歳入 or 歳出 or 国債 or 緊縮 or 金融緩和 or 増税 or 減税

\* 産業政策

産業 or 大企業 or 中小企業 or 規制緩和 or 成長戦略 or 生産性 or 内部留保 or 工業 or 法人税 or 輸入 or 輸出

\* 農林漁業

農林漁業 or 農業 or 林業 or 漁業 or 水産業 or 農家 or 食 or 自給率

\* 教育・子育て

教育 or 子育て or 育児 or 保育 or 保育園 or 幼児 or 学校 or 少子 or 無償化 or 幼稚園 or 学費 or 奨学金

\* 年金・医療・介護

年金 or 医療 or 介護 or 社会保障 or 社会保険 or 社会福祉 or 病院 or 老後 or 高齢化

\* 雇用・就職

雇用 or 就職 or 働き方 or 氷河期 or 賃金 or 非正規 or 就活 or 賃上げ or ジョブ型  
or 解雇 or 求人 or 失業

\* 治安

治安 or 事件 or 容疑 or 容疑者 or 逮捕 or 捜査 or テロ or 被害者 or 警察

\* 環境

環境 or 地球 or 温暖化 or エコ or グリーン or 生物多様性 or 自然

\* 政治・行政改革

政治改革 or 行政改革 or 公務員 or 一票の格差 or 官邸主導

\* 地方分権

地方分権 or 地方 or 分権

\* 憲法（護憲・改憲）

憲法 or 護憲 or 改憲 or 9条 or 9条 or 九条 or 改正 or 国民投票

\* 震災復興・防災

震災 or 復興 or 防災 or 津波 or 地震 or 被災 or 仮設 or 大雨 or 台風

\* 社会資本（インフラ整備など）

社会資本 or インフラ or 公共事業 or 道路 or 国土 or 強靱化

\* 原発・エネルギー政策

原発 or エネルギー or 原子力 or 火力 or 水力 or 風力 or 太陽光 or 再生可能 or 再エ  
ネ

\* 選挙一般・選挙活動

選挙 or 選挙活動 or 公示 or 演説 or 投票 or 期日前 or 票 or 比例 or 議席 or 当選  
or 落選 or 情勢

（注）赤字は新規に追加した語を表す。

## <作業③>

\* 外交・安全保障

外交 or 安全保障 or 安保 or 自衛隊 or 自衛 or 国際 or 条約 or アメリカ or 中国 or  
韓国 or 北朝鮮 or 経済協力 or 開発援助 or 防衛 or 軍 or 軍隊 or 武力攻撃

\* 財政・金融

財政 or 金融 or 税 or 消費税 or 予算 or 日本銀行 or 日銀 or 歳入 or 歳出 or 国債 or 緊縮 or 金融緩和 or 増税 or 減税 or 租税 or 国庫 or 通貨 or 貨幣 or 財投 or 外貨 or 健全化 or 金利 or 銀行 or 地銀 or 電子決済 or 暗号資産

\* 産業政策

産業 or 大企業 or 中小企業 or 規制緩和 or 成長戦略 or 生産性 or 内部留保 or 工業 or 法人税 or 輸入 or 輸出 or 構造改革 or 産業構造 or 通商 or 関税 or 為替 or 貿易 or 消費者 or 独占禁止 or 独禁 or 下請

\* 農林漁業

農林漁業 or 農業 or 林業 or 漁業 or 水産業 or 農家 or 食 or 自給率 or 食料 or 農協 or 漁協 or 食品表示 or 食育 or 畜産 or 農作物 or 農地 or 家畜 or 食糧 or 森林 or 水産資源 or 漁場

\* 教育・子育て

教育 or 子育て or 育児 or 保育 or 保育園 or 幼児 or 学校 or 少子 or 無償化 or 幼稚園 or 学費 or 奨学金 or 学習 or 教員 or 小学校 or 中学校 or 高校 or 幼保 or 認定こども園 or 教科書 or 児童 or 生徒 or 学生 or 大学 or 留学 or 研究 or 学術 or 青少年

\* 年金・医療・介護

年金 or 医療 or 介護 or 社会保障 or 社会保険 or 社会福祉 or 病院 or 老後 or 高齢化 or 高齢社会 or 医師 or 健康 or 生活習慣病 or がん or 寿命 or 再生医療 or 老人 or 介護保険 or 健康保険 or 高齢者

\* 雇用・就職

雇用 or 就職 or 働き方 or 氷河期 or 賃金 or 非正規 or 就活 or 賃上げ or ジョブ型 or 解雇 or 求人 or 失業 or 労働組合 or 労組 or 労働 or 労働者 or 労災 or 過労死 or 職業 or 派遣 or 再就職 or 就業

\* 治安

治安 or 事件 or 容疑 or 容疑者 or 逮捕 or 捜査 or テロ or 被害者 or 警察 or 犯罪 or 殺人 or 公安

\* 環境

環境 or 地球 or 温暖化 or エコ or グリーン or 生物多様性 or 自然 or 環境保全 or 温室効果 or オゾン層 or 海洋汚染

\*政治・行政改革

政治改革 or 行政改革 or 公務員 or 一票の格差 or 官邸主導 or 民営化 or 独立行政法人 or 政策評価 or 行政評価 or 統計制度 or EBPM or 統計調査 or マイナンバー

\*地方分権

地方分権 or 地方 or 分権 or 地方自治 or 地方公共団体 or 市町村合併 or 広域行政 or 直接請求 or 住民投票

\*憲法（護憲・改憲）

憲法 or 護憲 or 改憲 or 9条 or 9条 or 九条 or 改正 or 国民投票

\*震災復興・防災

震災 or 復興 or 防災 or 津波 or 地震 or 被災 or 仮設 or 大雨 or 台風 or 東日本大震災 or 避難区域

\*社会資本（インフラ整備など）

社会資本 or インフラ or 公共事業 or 道路 or 国土 or 強靱化 or 交通 or 建設業 or 公共工事 or 都市計画 or 治水

\*原発・エネルギー政策

原発 or エネルギー or 原子力 or 火力 or 水力 or 風力 or 太陽光 or 再生可能 or 再エネ or 省エネルギー or 省エネ or 新エネルギー or 新エネ or 石油 or 天然ガス or 石炭 or 電気 or ガス or 電源 or 再処理 or 原子炉 or 核原料 or 核燃料 or 放射線 or 放射性 or 放射能

\*選挙一般・選挙活動

選挙 or 選挙活動 or 公示 or 演説 or 投票 or 期日前 or 票 or 比例 or 議席 or 当選 or 落選 or 情勢

（注）赤字は新規に追加した語を表す。

参照した法令は以下の通り。

「外交・安全保障」…外務省設置法第4条／防衛省設置法第4条, 「財政・金融」…財務省設置法第4条／金融庁設置法第4条, 「産業政策」…経済産業省設置法第4条／公正取引委員会事務総局組織令第3条と第4条, 「農林漁業」…農林水産省設置法第4条, 「教育・子育て」…文部科学省設置法第4条, 「年金・医療・介護」…厚生労働省設置法第4条, 「雇用・就職」…厚生労働省設置法第4条, 「治安」…法務省設置法第4条／警察法第5条, 「環境」…環境省設置法第4条, 「政治・行政改革」…総務省設置法第4条, 「地方分権」…総務省設置法第4条, 「憲法（護憲・改憲）」…参照法令なし, 「震災復興・防災」…

復興庁設置法第4条, 「社会資本（インフラ整備など）」…国土交通省設置法第4条, 「原発・エネルギー政策」…原子力規制委員会設置法第4条／経済産業省設置法第4条

## <作業④>

### \* 外交・安全保障

外交 or 安全保障 or 安保 or 自衛隊 or 自衛 or 国際 or 条約 or アメリカ or 中国 or 韓国 or 北朝鮮 or 経済協力 or 開発援助 or 防衛 or 軍 or 軍隊 or 武力攻撃 or 国連 or アジア or ロシア or 竹島 or 尖閣 or 北方領土 or PKO or トランプ or 普天間 or 辺野古 or 高江 or 米軍 or オスプレイ or 基地

### \* 財政・金融

財政 or 金融 or 税 or 消費税 or 予算 or 日本銀行 or 日銀 or 歳入 or 歳出 or 国債 or 緊縮 or 金融緩和 or 増税 or 減税 or 租税 or 国庫 or 通貨 or 貨幣 or 財投 or 外貨 or 健全化 or 金利 or 銀行 or 地銀 or 電子決済 or 暗号資産 or 税率

### \* 産業政策

産業 or 大企業 or 中小企業 or 規制緩和 or 成長戦略 or 生産性 or 内部留保 or 工業 or 法人税 or 輸入 or 輸出 or 構造改革 or 産業構造 or 通商 or 関税 or 為替 or 貿易 or 消費者 or 独占禁止 or 独禁 or 下請 or 景気 or 株価 or 日経平均 or ビジネス

### \* 農林漁業

農林漁業 or 農業 or 林業 or 漁業 or 水産業 or 農家 or 食 or 自給率 or 食料 or 農協 or 漁協 or 食品表示 or 食育 or 畜産 or 農作物 or 農地 or 家畜 or 食糧 or 森林 or 水産資源 or 漁場

### \* 教育・子育て

教育 or 子育て or 育児 or 保育 or 保育園 or 幼児 or 学校 or 少子 or 無償化 or 幼稚園 or 学費 or 奨学金 or 学習 or 教員 or 小学校 or 中学校 or 高校 or 幼保 or 認定こども園 or 教科書 or 児童 or 生徒 or 学生 or 大学 or 留学 or 研究 or 学術 or 青少年 or 少子化

### \* 年金・医療・介護

年金 or 医療 or 介護 or 社会保障 or 社会保険 or 社会福祉 or 病院 or 老後 or 高齢化 or 高齢社会 or 医師 or 健康 or 生活習慣病 or がん or 寿命 or 再生医療 or 老人 or 介護保険 or 健康保険 or 高齢者

### \* 雇用・就職

雇用 or 就職 or 働き方 or 氷河期 or 賃金 or 非正規 or 就活 or 賃上げ or ジョブ型  
or 解雇 or 求人 or 失業 or 労働組合 or 労組 or 労働 or 労働者 or 労災 or 過労死 or  
職業 or 派遣 or 再就職 or 就業 or ブラック企業 or パワハラ or 残業

\* 治安

治安 or 事件 or 容疑 or 容疑者 or 逮捕 or 捜査 or テロ or 被害者 or 警察 or 犯罪  
or 殺人 or 公安 or プライバシー or 共謀

\* 環境

環境 or 地球 or 温暖化 or エコ or グリーン or 生物多様性 or 自然 or 環境保全 or 温  
室効果 or オゾン層 or 海洋汚染

\* 政治・行政改革

政治改革 or 行政改革 or 公務員 or 一票の格差 or 官邸主導 or 民営化 or 独立行政法人  
or 政策評価 or 行政評価 or 統計制度 or EBPM or 統計調査 or マイナンバー or 定数  
or 議員報酬

\* 地方分権

地方分権 or 地方 or 分権 or 地方自治 or 地方公共団体 or 市町村合併 or 広域行政 or  
直接請求 or 住民投票

\* 憲法（護憲・改憲）

憲法 or 護憲 or 改憲 or 9条 or 9条 or 九条 or 改正 or 国民投票 or 96条 or 96条  
or 九十六条 or 九六条

\* 震災復興・防災

震災 or 復興 or 防災 or 津波 or 地震 or 被災 or 仮設 or 大雨 or 台風 or 東日本大震  
災 or 避難区域

\* 社会資本（インフラ整備など）

社会資本 or インフラ or 公共事業 or 道路 or 国土 or 強靱化 or 交通 or 建設業 or 公  
共工事 or 都市計画 or 治水 or 新幹線 or 防潮堤

\* 原発・エネルギー政策

原発 or エネルギー or 原子力 or 火力 or 水力 or 風力 or 太陽光 or 再生可能 or 再エ  
ネ or 省エネルギー or 省エネ or 新エネルギー or 新エネ or 石油 or 天然ガス or 石炭  
or 電気 or ガス or 電源 or 再処理 or 原子炉 or 核原料 or 核燃料 or 放射線 or 放射  
性 or 放射能 or 稼働 or 被ばく or 被曝 or 地熱 or 汚染水 or 電力 or 再稼働



\*選挙一般・選挙活動

選挙 or 選挙活動 or 公示 or 演説 or 投票 or 期日前 or 票 or 比例 or 議席 or 当選 or 落選 or 情勢

(注) 赤字は新規に追加した語を表す。

<修正①>

\*外交・安全保障

外交 or 安全+保障 or 安保 or 自衛隊 or 自衛 or 国際 or 条約 or アメリカ or 中国 or 韓国 or 北朝鮮 or 経済+協力 or 開発援助 or 防衛 or 軍 or 軍隊 or 武力攻撃 or 国連 or アジア or ロシア or 竹島 or 尖閣 or 北方領土 or PKO or トランプ or 普天間 or 辺野古 or 高江 or 米+軍 or オスプレイ or 基地

\*財政・金融

財政 or 金融 or 税 or 消費+税 or 予算 or 日本銀行 or 日銀 or 歳入 or 歳出 or 国債 or 緊縮 or 金融緩和 or 増税 or 減税 or 租税 or 国庫 or 通貨 or 貨幣 or 財投 or 外貨 or 健全化 or 金利 or 銀行 or 地銀 or 電子決済 or 暗号資産 or 税率

\*産業政策

産業 or 大+企業 or 中小+企業 or 規制+緩和 or 成長戦略 or 生産+性 or 内部留保 or 工業 or 法人+税 or 輸入 or 輸出 or 構造改革 or 産業構造 or 通商 or 関税 or 為替 or 貿易 or 消費+者 or 独占禁止 or 独禁 or 干請 or 景気 or 株価 or 日経平均 or ビジネス

\*農林漁業

農林漁業 or 農業 or 林業 or 漁業 or 水+産業 or 農家 or 食 or 自給率 or 食料 or 農協 or 漁協 or 食品表示 or 食育 or 畜産 or 農作物 or 農地 or 家畜 or 食糧 or 森林 or 水産資源 or 漁場

\*教育・子育て

教育 or 子育て or 育児 or 保育 or 保育園 or 幼児 or 学校 or 少子 or 無償+化 or 幼稚園 or 学費 or 奨学+金 or 学習 or 教員 or 小学校 or 中学校 or 高校 or 幼保 or 認定こども園 or 教科書 or 児童 or 生徒 or 学生 or 大学 or 留学 or 研究 or 学術 or 青少年 or 少子化

\*年金・医療・介護

年金 or 医療 or 介護 or 社会+保障 or 社会保険 or 社会福祉 or 病院 or 老後 or 高齢+化 or 高齢社会 or 医師 or 健康 or 生活習慣病 or がん or 寿命 or 再生医療 or 老人 or 介護保険 or 健康保険 or 高齢+者

\*雇用・就職

雇用 or 就職 or 働き方 or 氷河期 or 賃金 or 非+正規 or 就+活 or 賃上げ or ジョブ型 or 解雇 or 求人 or 失業 or 労働+組合 or 労組 or 労働 or 労働+者 or 労災 or 過労+死 or 職業 or 派遣 or 再就職 or 就業 or ゼラッタ企業 or パ+ワ+ハラ or 残業

\*治安

治安 or 事件 or 容疑 or 容疑+者 or 逮捕 or 捜査 or テロ or 被害+者 or 警察 or 犯罪 or 殺人 or 公安 or プライバシー or 共謀

\*環境

環境 or 地球 or 温暖化 or エコ or グリーン or 生物多様性 or 自然 or 環境保全 or 温室効果 or オゾン層 or 海洋汚染

\*政治・行政改革

政治改革 or 行政+改革 or 公務員 or 一票の格差 or 官邸主導 or 民営+化 or 独立行政法大 or 政策評価 or 行政評価 or 統計制度 or EBPM or 統計調査 or マイナンバー or 定数 or 議員+報酬

\*地方分権

地方分権 or 地方 or 分権 or 地方自治 or 地方公共団体 or 市町村合併 or 広域行政 or 直接請求 or 住民投票

\*憲法（護憲・改憲）

憲法 or 護憲 or 改憲 or 9+条 or 9+条 or 九条 or 改正 or 国民投票 or 96条 or 9-6条 or 九十六条 or 九六条

\*震災復興・防災

震災 or 復興 or 防災 or 津波 or 地震 or 被災 or 仮設 or 大雨 or 台風 or 東日本+大震災 or 避難区域

\*社会資本（インフラ整備など）

社会資本 or インフラ or 公共事業 or 道路 or 国土 or 強靱化 or 交通 or 建設業 or 公共工事 or 都市計画 or 治水 or 新幹線 or 防潮堤

\*原発・エネルギー政策

原発 or エネルギー or 原子力 or 火力 or 水力 or 風力 or 太陽光 or 再生+可能 or 再エネ or 省エネルギー or 省エネ or 新エネルギー or 新エネ or 石油 or 天然ガス or 石炭 or 電気 or ガス or 電源 or 再処理 or 原子炉 or 核原料 or 核燃料 or 放射線 or 放射性 or 放射能 or 稼働 or 被ばく or 被曝 or 地熱 or 汚染水 or 電力 or 再+稼働

\*選挙一般・選挙活動

選挙 or 選挙+活動 or 公示 or 演説 or 投票 or 期日+前 or 票 or 比例 or 議席 or 当選 or 落選 or 情勢

(注) 赤字は(全テキストにおける出現回数が18回以下であったため)削除した語を表す。

<修正②>

\*外交・安全保障

外交 or 安全+保障 or 安保 or 自衛隊 or 自衛 or 国際 or 条約 or アメリカ or 中国 or 韓国 or 北朝鮮 or 防衛 or 国連 or アジア or ロシア or 竹島 or トランプ or 辺野古 or 米+軍 or オスプレイ or 基地

\*財政・金融

財政 or 金融 or 税 or 消費+税 or 予算 or 日銀 or 国債 or 緊縮 or 増税 or 減税 or 通貨 or 金利 or 中央+銀行 or 税率

\*産業政策

産業 or 大+企業 or 中小+企業 or 規制+緩和 or 生産+性 or 法人+税 or 輸入 or 輸出 or 通商 or 関税 or 為替 or 貿易 or 消費+者 or 景気 or 株価 or ゼジネス

\*農林漁業

農業 or 林業 or 漁業 or 水+産業 or 農家 or 食 or 食料 or 農協 or 森林

\*教育・子育て

教育 or 子育て or 育児 or 保育 or 保育園 or 幼児 or 学校 or 少子 or 無償+化 or 幼稚園 or 学費 or 奨学+金 or 学習 or 教員 or 小学校 or 中学校 or 私立+高校 or 児童 or 生徒 or 学生 or 大学 or 研究 or 少子化

\*年金・医療・介護

年金 or 医療 or 介護 or 社会+保障 or 病院 or 老後 or 高齢+化 or 医師 or 健康 or がん or 高齢+者

\*雇用・就職

雇用 or 就職 or 氷河期 or 賃金 or 非+正規 or 就+活 or 賃上げ or 労働+組合 or 長時間+労働 or 労働+者 or 過労+死 or 職業 or 派遣 or パ+ワ+ハ+ラ or 残業

\*治安

事件 or 容疑 or 容疑+者 or 逮捕 or 捜査 or テロ or 被害+者 or 警察 or 犯罪 or 殺人

\*環境

環境 or 地球 or 自然

\*政治・行政改革

行政+改革 or 公務員 or 民営+化 or 議員+定数 or 議員+報酬

\*地方分権

地方+自治 or 地方+分権 or 地方+交付

\*憲法（護憲・改憲）

憲法 or 改憲 or 9+条 or 9+条 or 改正

\*震災復興・防災

震災 or 復興 or 防災 or 津波 or 地震 or 被災 or 仮設 or 大雨 or 台風 or 東日本+大震災

\*社会資本（インフラ整備など）

インフラ or 道路 or 国土 or 交通 or 新幹線 or ( 交通 and not 交通+事情 ) or ( 交通 and not 交通+滞在 ) or ( 交通 and not 交通+大臣 ) or ( 交通 and not 交通+状況 )

\*原発・エネルギー政策

原発 or エネルギー or 原子力 or 再生+可能 or 電気 or 稼働 or 被ばく or 電力 or 再+稼働

\*選挙一般・選挙活動

選挙 or 選挙+活動 or 公示 or 演説 or 投票 or 期日+前 or 票 or 比例 or 議席 or 当選 or 落選 or 情勢 or ( 情勢 and not <\*外交・安全保障> )

(注) KWIC コンコーダンス機能を用いて文脈を確認した結果、文脈にそぐわないために削除した語（や部分）を赤字で、修正した語（や部分）を赤字で表す。

## <修正③>

### \*外交・安全保障

外交 or 安全+保障 or 安保 or 自衛隊 or 自衛 or 条約 or アメリカ or 中国 or 韓国 or 北朝鮮 or 国連 or アジア or ロシア or 竹島 or トランプ or 辺野古 or オスプレイ or 基地 or 大統領 or 韓-->地名 or ミサイル or 軍事 or イラン or ホルムズ or 有志+連合 or 制裁 or 中東 or 核兵器

### \*財政・金融

財政 or 金融 or 税 or 消費+税 or 予算 or 日銀 or 国債 or 緊縮 or 増税 or 減税 or 通貨 or 金利 or 中央+銀行 or 税率 or 財源 or 税制 or 仮想+通貨

### \*産業政策

中小+企業 or 規制+緩和 or 法人+税 or 輸入 or 輸出 or 通商 or 景気 or 株価

### \*農林漁業

農業 or 林業 or 漁業 or 水+産業 or 農家 or 食 or 食料 or 森林 or 農

### \*教育・子育て

教育 or 子育て or 育児 or 保育 or 保育園 or 幼児 or 学校 or 少子 or 無償 or 学費 or 奨学 or 教員 or 私立+高校 or 児童 or 少子化

### \*年金・医療・介護

年金 or 医療 or 介護 or 社会+保障 or 老後 or 高齢 or 健康 or 長寿

### \*雇用・就職

雇用 or 就職 or 氷河期 or 賃金 or 正規 or 就+活 or 賃上げ or 労働+組合 or 長時間+労働 or 過労 or 残業

### \*治安

事件 or 容疑 or 逮捕 or 捜査 or テロ or 警察 or 犯罪 or 殺人 or 京都+アニメーション or 放火 or 暴力 or ( 表現 and 不自由 )

### \*環境

自然

### \*政治・行政改革

行政+改革 or 公務員 or 民営 or 議員+定数 or 議員+報酬

\*地方分権

地方+自治 or 地方+分権 or 地方+交付

\*憲法（護憲・改憲）

憲法 or 改憲 or 発議

\*震災復興・防災

震災 or 復興 or 防災 or 津波 or 地震 or 被災 or 仮設 or 大雨 or 台風 or 東日本+大震災 or 豪雨 or 復旧 or 災害

\*社会資本（インフラ整備など）

インフラ or 道路 or ( 交通 and not 交通+事情 ) or ( 交通 and not 交通+滞在 ) or ( 交通 and not 交通+大臣 ) or ( 交通 and not 交通+状況 )

\*原発・エネルギー政策

原発 or エネルギー or 原子力 or 再生+可能 or 稼働 or 被ばく or 電力 or 東京電力 or 東電

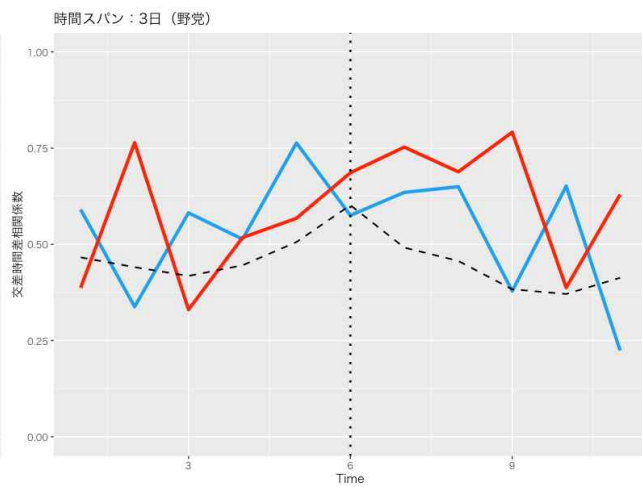
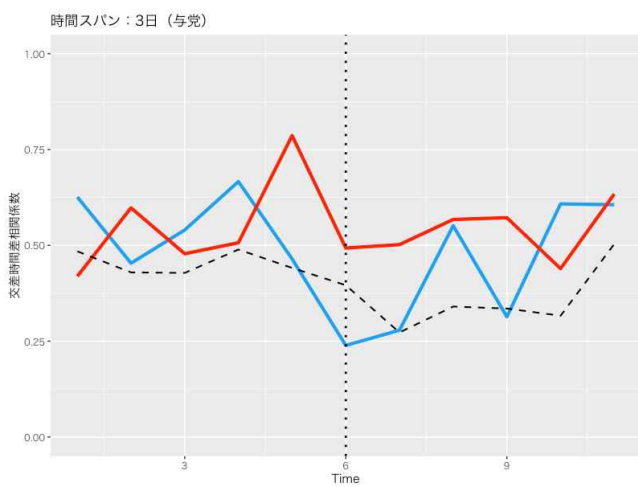
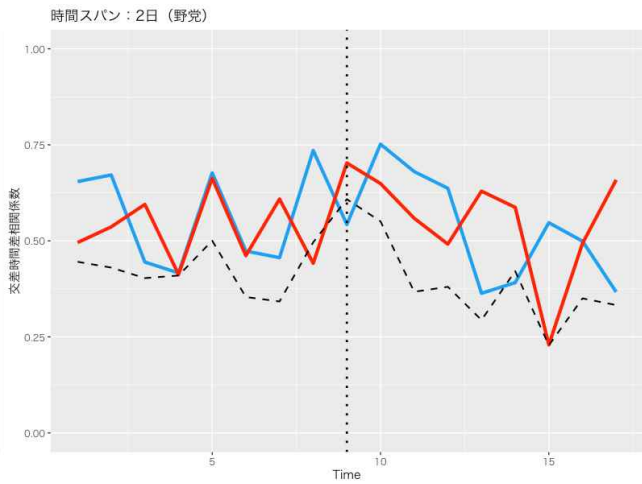
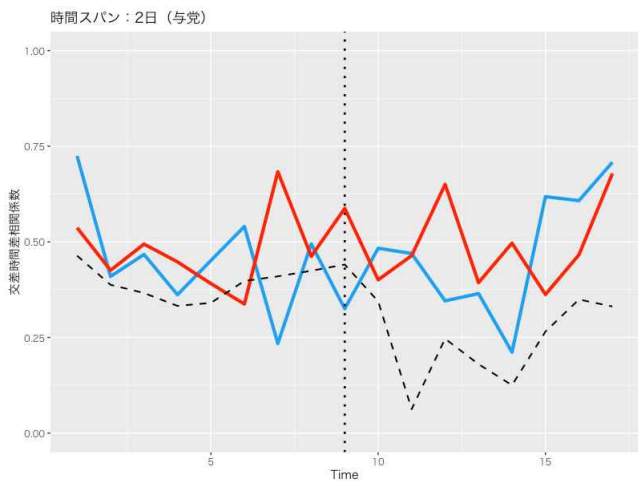
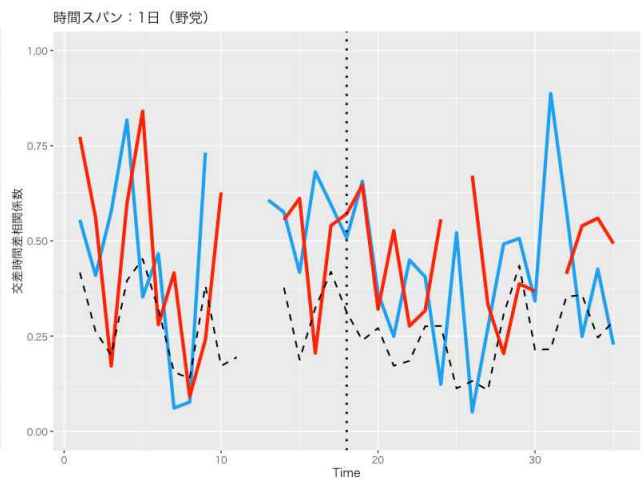
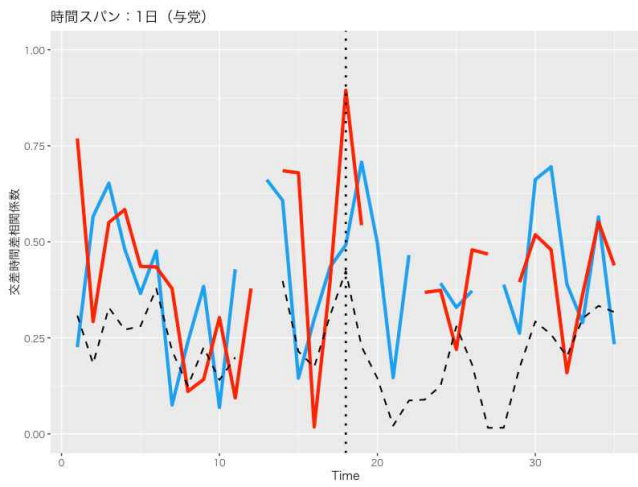
\*選挙一般・選挙活動

選挙 or 公示 or 演説 or 投票 or 期日 or 票 or 比例 or 議席 or 当選 or 落選 or ( 情勢 and not <\*外交・安全保障> ) or 候補 or 有権者 or 投開票 or 参院 or 改選 or 参議院 or 街頭

(注) 赤字は新規に追加した語を表す。

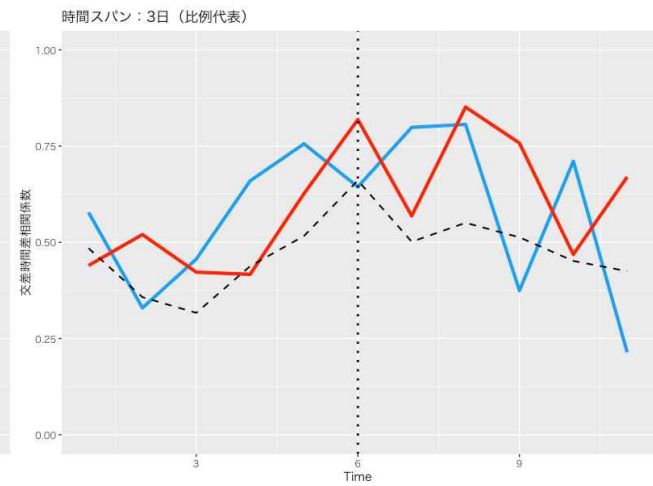
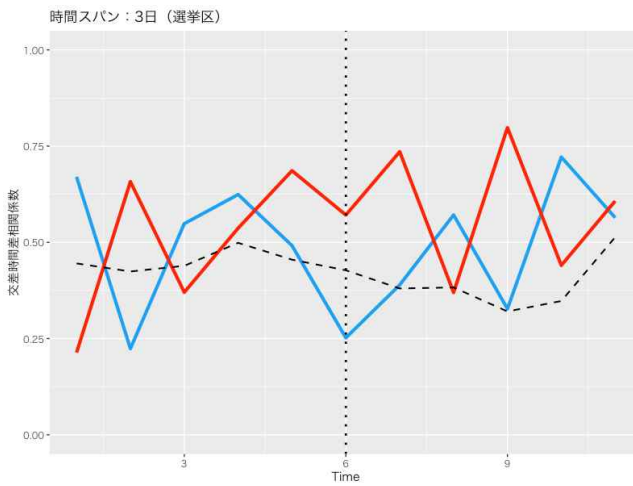
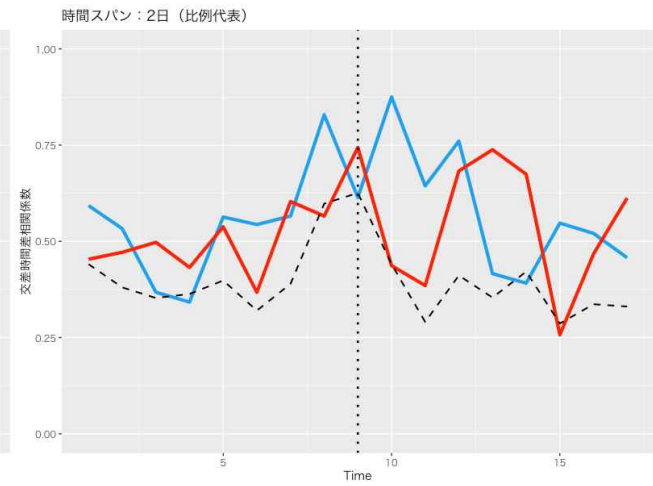
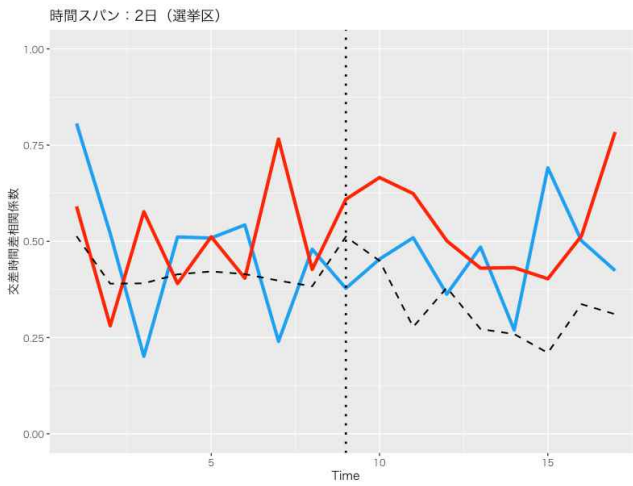
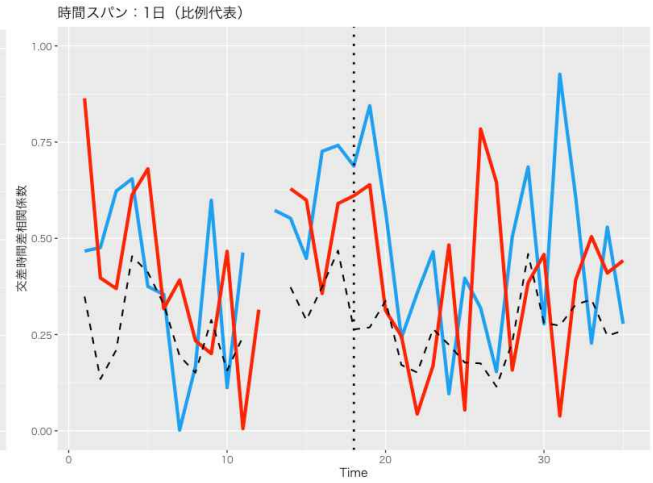
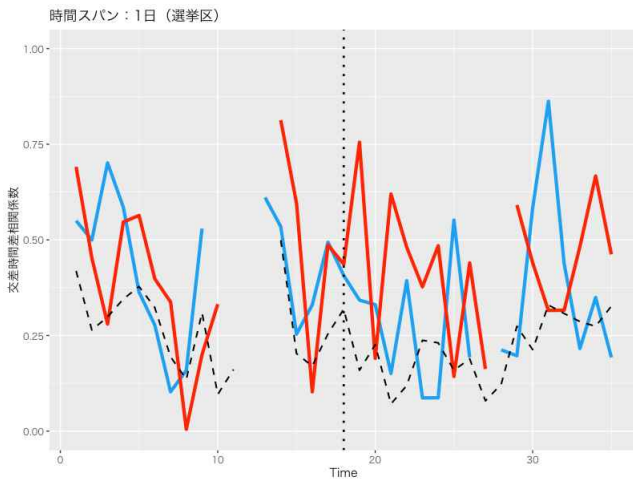
# 補論 C 時間スパン 1~3 日のグラフ

・ 政党





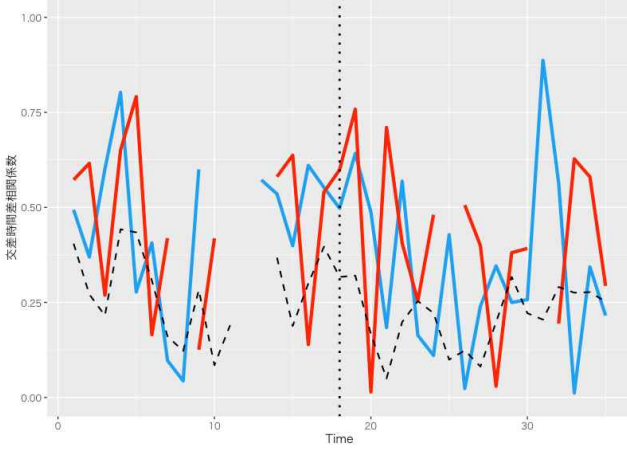
・選挙制度



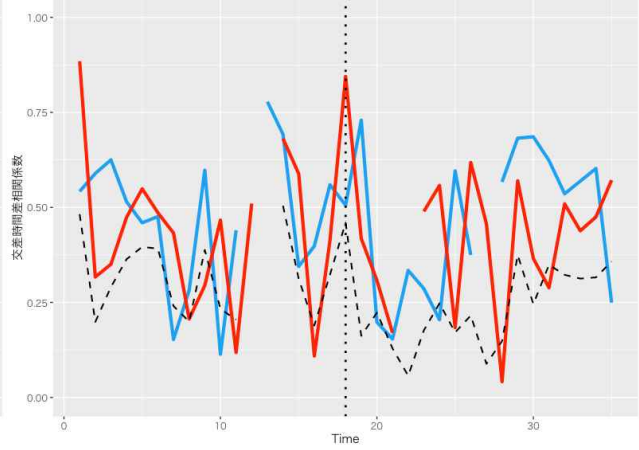


・新旧

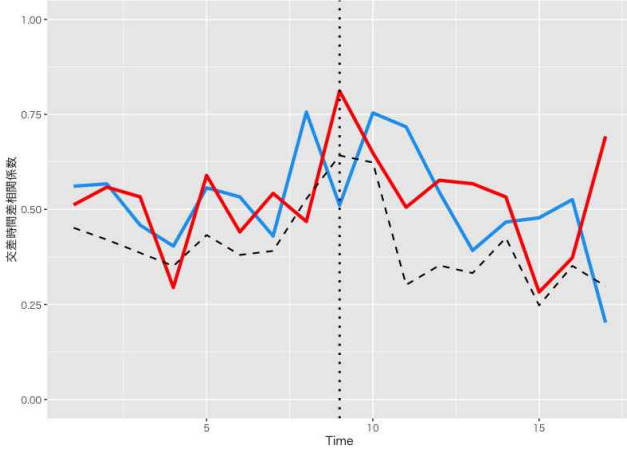
時間スパン：1日（新人）



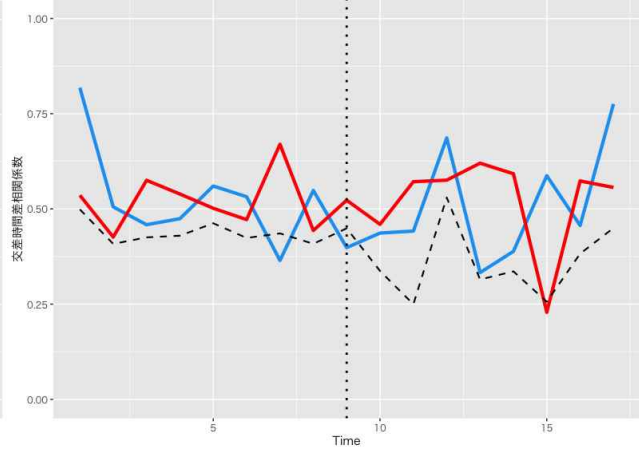
時間スパン：1日（現職・元職・前職）



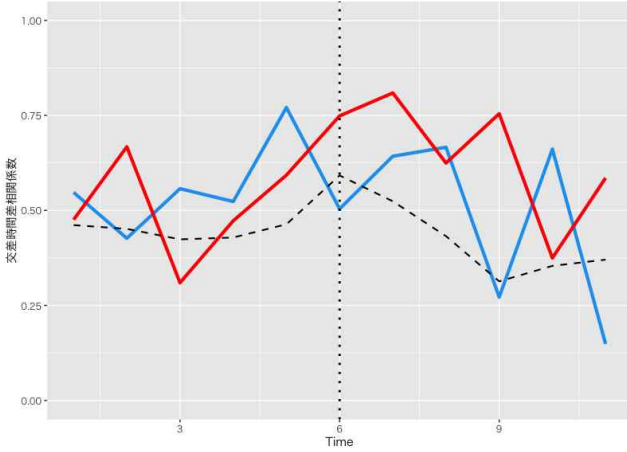
時間スパン：2日（新人）



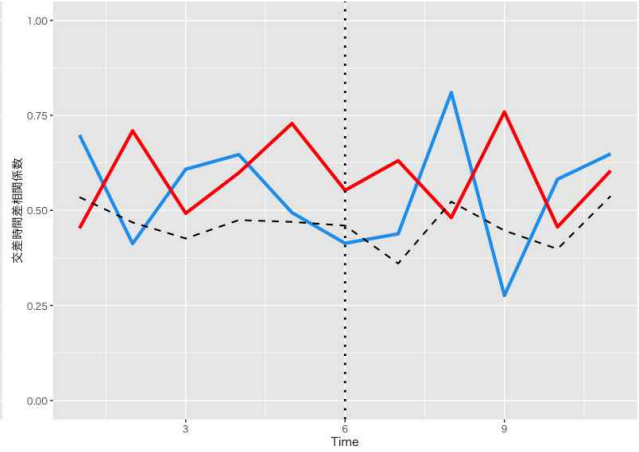
時間スパン：2日（現職・元職・前職）



時間スパン：3日（新人）

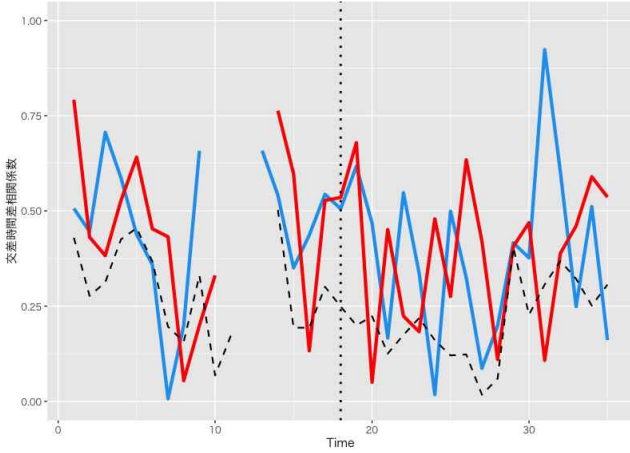


時間スパン：3日（現職・元職・前職）

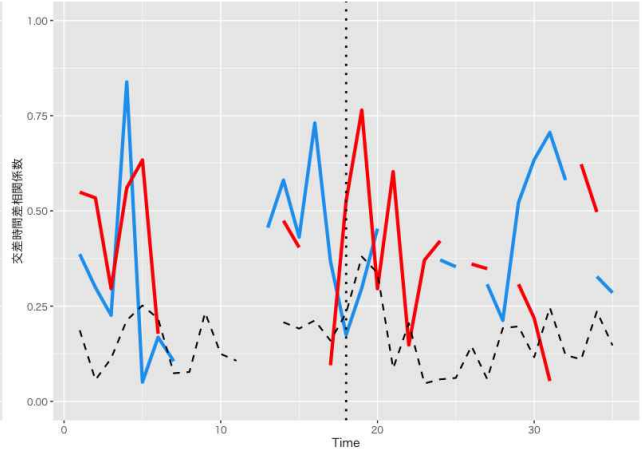


# ・全国紙の影響力

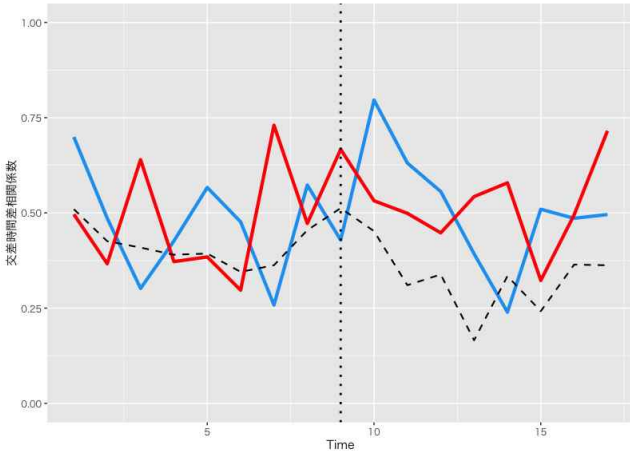
時間スパン：1日（影響大）



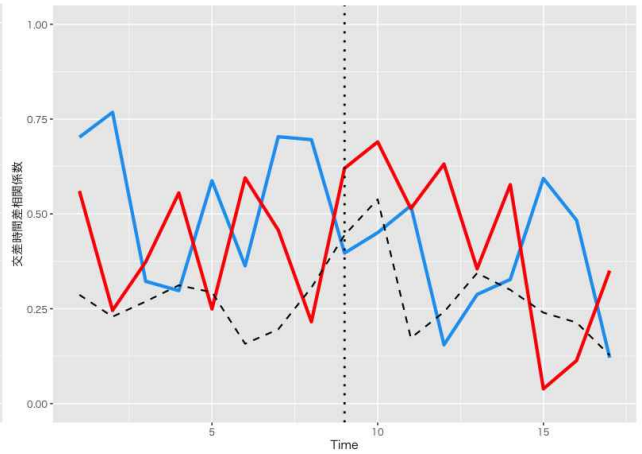
時間スパン：1日（影響小）



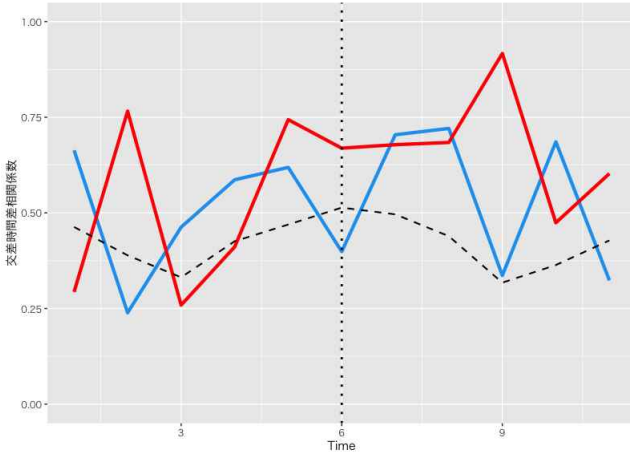
時間スパン：2日（影響大）



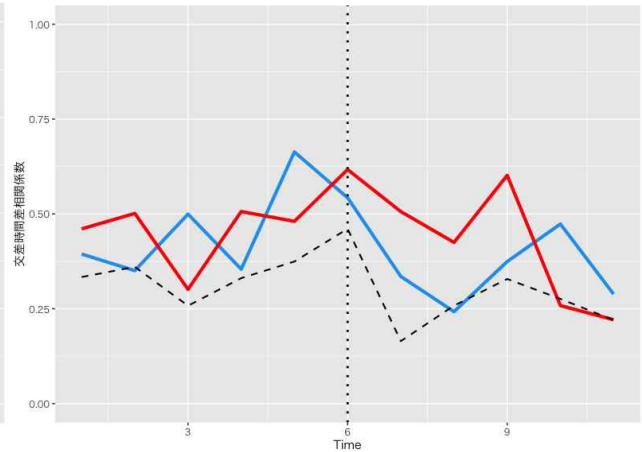
時間スパン：2日（影響小）



時間スパン：3日（影響大）



時間スパン：3日（影響小）



## 参考文献

・邦語文献<sup>82</sup>

- 相田真彦・池田謙一, 2007, 「マスメディアのパワーはいずこに——微力な効果としての強力効果論」池田謙一編『政治のリアリティと社会心理——平成小泉政治のダイナミックス』木鐸社, 265-89.
- 荒井紀一郎, 2014, 「民意のベースライン——新聞報道による議題設定効果の測定」『年報政治学』65(1): 104-22. [https://doi.org/10.7218/nenpouseijigaku.65.1\\_104](https://doi.org/10.7218/nenpouseijigaku.65.1_104)
- 岩淵美克, 1989, 「争点報道と争点選択——議題設定機能の検証」『慶應義塾大学新聞研究所年報』33: 75-94
- 上ノ原秀晃, 2018, 「2017年衆院選とソーシャルメディア——候補者によるツイッター投稿の内容分析」文教大学『人間科学研究』40: 45-59. <http://id.nii.ac.jp/1351/00007363/>
- , 2014, 「2013年参議院選挙におけるソーシャルメディア——候補者たちは何を『つぶやいた』のか」『選挙研究』30(2): 116-28. [https://doi.org/10.14854/jaes.30.2\\_116](https://doi.org/10.14854/jaes.30.2_116)
- 大久保街亜・岡田謙介, 2012, 『伝えるための心理統計——効果量・信頼区間・検定力』勁草書房.
- 小此木潔, 2020, 「2019年参院選における新聞の議題設定の研究——『改憲』『消費税』で政権主導に流される傾向」上智大学コミュニケーション学会『コミュニケーション研究』50: 13-29. <https://digital-archives.sophia.ac.jp/repository/view/repository/20200512040>
- , 2018, 「新聞の議題設定とパブリック・アジェンダ——2017年衆院選の分析」上智大学コミュニケーション学会『コミュニケーション研究』48: 29-42. <http://digital-archives.sophia.ac.jp/repository/view/repository/20180530005>
- , 2017, 「新聞による議題設定と有権者の意識変化」上智大学コミュニケーション学会『コミュニケーション研究』47: 5-19. <http://digital-archives.sophia.ac.jp/repository/view/repository/20170612010>

---

<sup>82</sup> 邦訳書については、「・英語文献」の欄に記載する。

- 小室広佐子, 2002a, 「ダイオキシン報道の展開——議題設定理論：単一争点長期モデルによる事例研究」『東京大学社会情報研究所紀要』 62: 161-89.
- , 2002b, 「議題設定もうひとつの潮流——単一争点長期アプローチ」『マス・コミュニケーション研究』 60: 92-107. [https://doi.org/10.24460/mscom.60.0\\_92](https://doi.org/10.24460/mscom.60.0_92)
- 斉藤慎一・竹下俊郎・稲葉哲郎, 2014, 「新聞の論調は読者の態度に影響するか——原発問題を事例として」『社会と調査』 13: 58-69. <https://jasr.or.jp/asr/13/>
- 品田裕, 2010, 「2009 年総選挙における選挙公約」『選挙研究』 26(2): 29-43. [https://doi.org/10.14854/jaes.26.2\\_29](https://doi.org/10.14854/jaes.26.2_29)
- 竹下俊郎, 2008, 『増補版 メディアの議題設定機能——マスコミ効果研究における理論と実証』学文社.
- , 2007, 「議題設定とフレーミング——属性型議題設定の2つの次元」三田社会学会『三田社会学』 12: 4-18. [https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara\\_id=AA11358103-20070000-0004](https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA11358103-20070000-0004)
- , 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: 6-18. [https://doi.org/10.24460/mscom.60.0\\_6](https://doi.org/10.24460/mscom.60.0_6)
- , 1988 「争点報道と議題設定仮説」東京大学新聞研究所編『東京大学新聞研究所研究叢書 10 選挙報道と投票行動』東京大学出版会, 157-96.
- , 1984, 「議題設定研究の視角——マスコミ効果研究における理論と実証」日本放送協会総合放送文化研究所放送学研究部『放送学研究』 34: 81-116.
- , 1983, 「メディア議題設定仮説の実証的検討」『東京大学新聞研究所紀要』 31: 101-43.
- , 1981, 「マス・メディアの議題設定機能——研究の現状と課題」『新聞学評論』 30: 203-18. [https://doi.org/10.24460/shinbungaku.30.0\\_203](https://doi.org/10.24460/shinbungaku.30.0_203)
- 田中辰雄・浜屋敏, 2019, 『ネットは社会を分断しない』KADOKAWA.
- 谷口将紀, 2015, 『政治とマスメディア』東京大学出版会.

千葉涼, 2019, 「日本の全国紙における選挙報道の多様性——トピックモデルを用いた記事の分類に基づく指標化」日本選挙学会 2019 年度総会・研究会分科会 F (メディア部会) 「マスメディアと政治」報告論文. <https://www.jaesnet.org/archives/report-archives/>

津田大介, 2012, 『ウェブで政治を動かす!』朝日新聞出版.

浜中新吾, 2015, 「エジプト革命におけるソーシャル・メディアの役割」『年報政治学』66(2): 189-211. [https://doi.org/10.7218/nenpouseijigaku.66.2\\_189](https://doi.org/10.7218/nenpouseijigaku.66.2_189)

樋口耕一, 2020, 『社会調査のための計量テキスト分析【第2版】——内容分析の継承と発展を目指して』ナカニシヤ出版.

福田直子, 2018, 『デジタル・ポピュリズム——操作される世論と民主主義』集英社.

ポップキン, サミュエル・蒲島郁夫・谷口将紀, 2008, 「メディアが変える政治」サミュエル・ポップキン・蒲島郁夫・谷口将紀編『政治空間の変容と政策革新5 メディアが変える政治』東京大学出版会, 1-11.

前嶋和弘, 2017, 「2016 年アメリカ大統領選挙とメディア」『選挙研究』33(1): 30-40. [https://doi.org/10.14854/jaes.33.1\\_30](https://doi.org/10.14854/jaes.33.1_30)

安本真也・関谷直也, 2018, 「なぜ北海道と近畿地方において福島県産品に対する不安感が高いのか——地方紙による議題設定に着目して」『地域安全学会論文集』33: 127-36. <https://doi.org/10.11314/jisss.33.127>

・英語文献

Campbell, Donald T. & David A. Kenny, 1999, *A Primer on Regression Artifacts*, New York: Guilford Press.

Ceron, Andrea, Luigi Curini & Stefano M. Iacus, 2016, “First- and Second-Level Agenda Setting in the Twittersphere: An Application to the Italian Political Debate,” *Journal of Information Technology & Politics*, 13(2): 159-74. <https://doi.org/10.1080/19331681.2016.1160266>

Conway, Bethany A., Kate Kenski & Di Wang, 2015, “The Rise of Twitter in the Political Campaign: Searching for Intermedia Agenda-Setting Effects in the Presidential Primary,”



*Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(4): 363–80.  
<https://doi.org/10.1111/jcc4.12124>

Harder, Raymond A., Julie Sevenans & Peter Van Aelst, 2017, “Intermedia Agenda Setting in the Social Media Age: How Traditional Players Dominate the News Agenda in Election Times,” *The International Journal of Press/Politics*, 22(3): 275–93.  
<https://doi.org/10.1177/1940161217704969>

Iyengar, Shanto & Donald R. Kinder, 2010, *News That Matters: Television and American Opinion* (Updated Edition), Chicago and London: The University of Chicago Press.

Lee, Byoungkwan, Karen M. Lancendorfer & Ki Jung Lee, 2005, “Agenda-setting and the Internet: The Intermedia Influence of Internet Bulletin Boards on Newspaper Coverage of the 2000 General Election in South Korea,” *Asian Journal of Communication*, 15(1): 57-71. <https://doi.org/10.1080/0129298042000329793>

Lim, Jeongsub, 2011, “First-level and Second-level Intermedia Agenda-setting among Major News Websites,” *Asian Journal of Communication*, 21(2): 167-85.  
<https://doi.org/10.1080/01292986.2010.539300>

———, 2006, “A Cross-Lagged Analysis of Agenda Setting among Online News Media,” *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(2): 298-312.  
<https://doi.org/10.1177/107769900608300205>

Lopez-Escobar, Esteban, Juan P. Llamas, Maxwell McCombs & Federico R. Lennon, 1998, “Two Levels of Agenda Setting among Advertising and News in the 1995 Spanish Elections,” *Political Communication*, 15(2): 225-38.  
<https://doi.org/10.1080/10584609809342367>

McCombs, Maxwell E., 2014, *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion* (2<sup>nd</sup> Edition), Malden, MA: Polity Press. (=竹下俊郎訳, 2018, 『アジェンダセッティング—マスメディアの議題設定力と世論』学文社.)

McCombs, Maxwell E. & Donald J. Shaw, 1972, “The Agenda-Setting Function of Mass Media”, *Public Opinion Quarterly* 36(2):176–87.

Meraz, Sharon, 2009, “Is There an Elite Hold? Traditional Media to Social Media Agenda Setting Influence in Blog Networks,” *Journal of Computer-Mediated Communication*,

14(3): 682–707. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01458.x>

Rogers, Everett M., James W. Dearing & Dorine Bregman, 1993, “The Anatomy of Agenda-Setting Research,” *Journal of Communication*, 43(2): 68-84.

<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01263.x>

Rogstad, Ingrid, 2016, “Is Twitter just Rehashing? Intermedia Agenda Setting between Twitter and Mainstream Media,” *Journal of Information Technology & Politics*, 13(2): 142-58. <https://doi.org/10.1080/19331681.2016.1160263>

Takeshita, Toshio & Shunji Mikami, 1995, “How Did Mass Media Influence the Voters’ Choice in the 1993 General Election in Japan? A Study of Agenda-Setting,” *Keio Communication Review*, 17: 27-41.

Valenzuela, Sebastián, Soledad Puente & Pablo M. Flores, 2017, “Comparing Disaster News on Twitter and Television: an Intermedia Agenda Setting Perspective,” *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61(4): 615-37.

<https://doi.org/10.1080/08838151.2017.1344673>

Weaver, David H., Doris A. Graber, Maxwell E. McCombs, & Chaim H. Eyal, 1981, *Media Agenda-Setting in a Presidential Election: Issues, Images, and Interest*, New York: Praeger. (=竹下俊郎訳, 1988, 『マスコミが世論を決める——大統領選挙とメディアの議題設定機能』勁草書房.)

Yan, Su & Porismita Borah, 2019, “Who is the Agenda Setter? Examining the Intermedia Agenda-setting Effect between Twitter and Newspapers,” *Journal of Information Technology & Politics*, 16(3): 236-49. <https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1641451>

・ Web サイト

KH Coder のサポートサイト <http://kncoder.net> (最終アクセス日 2020 年 11 月 23 日)

選挙ドットコム 「第 25 回参議院議員選挙 (2019 年 07 月 21 日投票)」

<https://go2senkyo.com/sangiin/18052> (最終アクセス日 2020 年 11 月 12 日)

東京大学谷口研究室・朝日新聞共同調査「2019 年参議院議員・参院選候補者調査」

<http://www.masaki.j.u-tokyo.ac.jp/utas/utasp.html> (最終アクセス日 2020 年 11 月 22 日)

毎日新聞「2019 参院選 候補者」<https://mainichi.jp/senkyo/25san/koho/>（最終アクセス  
日 2020 年 11 月 12 日）



## 謝辞

指導教員を引き受けてくださった谷口将紀教授に心より感謝を申し上げる。

修論の進捗打ち合わせの度に、レジユメのような、メモのような、あるいは書き散らした思考の断片のようなものしか提示することができなかった筆者に対して、谷口教授は数多くの助言をくださった。筆者による進捗共有は極めて不十分であったと思うが、そのような不十分な共有でもなお、筆者の「やりたいこと」を見抜き、今後「やるべきこと」を、筆者が「やれること」の範囲内で、示していただいたように思う。改めて、感謝の意を表したいと思う。本当にありがとうございました。

多くの友人や知人も、私の修士論文執筆を後押ししてくれた。心より感謝申し上げる。

そして、大学院に通うことを承諾してくれた、地元の両親にもこの場を借りて感謝を申し上げたい。ありがとうございました。

なお、本稿に含まれる誤りは、すべて筆者の責によるものです。

2020年12月

梶野 裕貴