

平成 30 年 9 月 5 日現在

機関番号：32601

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2014～2017

課題番号：26380190

研究課題名(和文) 政権交代後のメディア報道：日本の新政権の「ハネムーン効果」はあるのか

研究課題名(英文) Media Coverage after Power Transitions: Is There a "Honeymoon Effect" for New Governments in Japan?

研究代表者

BOYD J・PATRICK (BOYD, J. PATRICK)

青山学院大学・国際政治経済学部・准教授

研究者番号：50449328

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,600,000円

研究成果の概要(和文)：「ハネムーン効果」とは、新政権発足後最初の数カ月の間、メディアの報道が新政権に対し好意的であるという仮説である。政権交代が少ない日本では、この効果はあまり研究されておらず、近年において、宮澤から細川政権、麻生から鳩山政権、野田から安倍政権という政権交代は3回起こった。本研究は、これらの新政権においてこの効果を測り、理解しようとする。3最大新聞からこれらの政権の最初の6ヶ月間に関する記事が集められ、内容分析を行うためのコーディングルールが作成された。発見としては、3つの政権がほぼ同様な頻度で報道されたことである。しかし、研究代表者による研究機関の変更に伴い、内容分析は行われなかった。

研究成果の概要(英文)：The "honeymoon" effect refers to the hypothesis that new governments receive especially favorable treatment from the media during the first months after an election that brings a new party to power. However, this effect is poorly studied in Japan, likely because there have been only three instances of such partisan transfers of power in recent decades: Miyazawa to Hosokawa government (1993), Aso to Hatoyama government (2009), and the Noda to Abe government (2012). This study focuses on measuring and understanding honeymoon effects for these three new governments. Articles were gathered from the three largest national newspapers covering the first six months of these governments and a coding scheme was developed to conduct content analysis. One interesting finding is that all three governments received roughly the same amount of prominent coverage. However, due largely to a change of research institution by the main researcher, the content analysis was not conducted.

研究分野：日本政治

キーワード：メディア 政権交 ハネムーン効果

1. 研究開始当初の背景

「ハネムーン効果」とは、新政権発足後の最初の3ヶ月(もしくは100日)は、国民・野党・メディアは、新政権に対して好意的であるという仮説である(Grossman & Kumar, 1981)。メディアに関しては、報道陣が最初は好意的な報道を行うのは新政権内に情報源を獲得する意図があると仮説される(Farnsworth & Lichter, 2012)。また、新政権誕生直後の政権は、選挙の勝者として国民からの支持が強く、メディア企業は購読者や視聴者を怒らせたくないとの説もある。更に、野党は新政権との関係を構築するために最初は強く批判することを避けるため、報道陣が批判的な発言などを引用する機会が少ない可能性もある。

先行研究では、メディアのハネムーン効果が、時間と政治的状況とともに変容することが明らかにされている。例えば、アメリカ政治研究でのハネムーン効果は、冷戦時の新大統領政権では確認でき、冷戦後の新政権ではあまりなく、オバマ政権発足1年目に確認出来ている(Hughes, 1995; Farnsworth & Lichter, 2012)。日本政治研究でも、新首相の政権誕生時のハネムーン効果のばらつきを確認している(Kabashima & Steel, 2007)。

本研究では、「政権交代」とは、与党と野党の地位の交代とし、さらに、選挙による政権交代に焦点を当てることとする。ハネムーン効果を検証する際、政党間の政権移譲が起きた時が一番適切である理由としては、マス・メディアは新たな情報源を獲得する必要があり、新政権は必然的に有権者から支持を得ており、野党も強い批判を控える傾向にある(Hughes, 1995; Farnsworth & Lichter, 2012)。この「政権交代」の定義では、長期にわたる自民党中心の連立政権支配が続いたため、近年において野党への政権交代は3回しか行われておらず、宮澤政権から細川政権(1993)、麻生政権から鳩山政権(2009)、野田政権から第二次安倍政権(2012)とする。本研究は、これらの三つの新政権においてメディアのハネムーン効果を測り、理解しようとする。

2. 研究の目的

本研究は、日本において政権交代が起こった後、メディアがどのように新政権を報道するかについて仮説を提供し、報道の内容分析を行い、実証するものである。

本研究は、戦後日本では稀にもかかわらず、ここ20年では3度も起こった政権交代を事例とし、新政権発足初期にはメディアが批判的報道を控える「ハネムーン効果」の仮説が日本の政治報道において適用可能かどうかを検証する。先行研究のほとんどが選挙時のメディア動向を研究する中、本研究は選挙時以外に焦点を当てることによって、日本での「メディアと政治」の研究の発展に貢献することをねらいとする。

3. 研究の方法

内容分析とは、事前決定された明確なルールによって、数値で、客観的に、信頼性のある方法で、文書テキストを分類する方法である(Neuendorf, 2002)。政治関連のニュースにおいては、この内容分析方法は、選挙時に対立する候補者に関するメディアの報道を分析するのに適用されることが多い(Druckman & Parkin, 2005)。しかし、アメリカでは、政権交代後の新大統領の報道を評価する際にも応用された(Hughes, 1995; Farnsworth & Lichter, 2012)。これらの分析は全て「フレーム」(framing)という概念に依存している。本研究は、2つの分析フレームを活用する。一つ目の分析フレームは、新首相や各大臣のイメージ・フレーム(例えば、指導力など)である。もう一つは、様々な政策分野において新政権の政策位置や政策実績を分類し、評価することが可能となる政策フレーム(例えば、税制)である(Farnsworth & Lichter, 2012)。これらの分析フレームをさらに「好意的・批判的・中立的」な報道に分類する。そうすることによって、政権に対するメディア報道全体のトーンを分析することが可能となり、イメージ・フレームと政策フレームのバランスや首相と他の内閣大臣とのバランスも分析可能となる。

近年の日本政治におけるメディアの役割研究では、メディアの有権者への影響力の強まりを重視している(Kabashima & Steel, 2007)。特に、多数の研究者が政治家のテレビ番組(伝統的な政治経済「ハード」ニュース番組と娯乐的「ソフト」ニュース番組双方)への出演頻度が増していることを述べている(Taniguchi, 2007; Kabashima & Steel, 2007)。しかし、日本でのテレビニュースのアーカイブの乏しさが、テレビの影響力の研究を難しくしている(Saito & Takeshita, 2008)。本研究で分析するデータは主に新聞記事を基にするが、テレビ報道の課題は次のように扱う予定である。まず、分析に活用する新聞報道は、読売新聞・朝日新聞・毎日新聞の3大新聞社からであり、これらの新聞社はそれぞれ、日本テレビ・テレビ朝日・TBSの民間テレビ放送局との関係が深い。情報の媒体の違いによって多少の差はあっても、主要新聞と主要民放テレビ間の「系列」関係によって各系列グループの新政権に対する全体的なトーンの差はあまりないと予想される。更に、活字メディアでのテレビ報道の扱い方を見極めるために、首相や閣僚のテレビ出演、また新政権のテレビ報道の政策フレームは別途コーディングし、分析する。この分析方法は、間接的とはいえ効率的にテレビ報道の重要性を測る方法であると考えられる。

本研究の内容分析は、ヒューマンコーダーによって、メディア報道を分析し、研究データの一部は複数のコーダーがコーディングし、コーダー間の信頼性を表すクッパ係数

(Cohen's Kappa)によって検定する(Neuendorf, 2002)。この手法では、各コーダーは、記事データの各文章(分析の単位)を全てコーディングする。

本研究では、次の5つの課題を探究する。細川政権、鳩山政権、第2次安倍政権に関するメディア報道が、政権発足直後の3ヶ月は好意的で、それ以降変化したか。もし変化がみられるとしたら、このハネムーン効果とも言える現象の要因は何であるか。これらの3政権に対する報道の違いはあるのか。その要因は、特定の政策分野において政権内、または3政権にわたって報道に変化はあるか。変化の起因は、新聞社によって報道の違いはあるか。これは、3大新聞の「傾向」を裏付けるものか(Feldman, 1993)。3政権にわたって政治家のテレビ出演は増えているのか。活字メディアにおいて政治家のテレビ出演は、より好意的もしくはより批判的に取りあげられているのか。

4. 研究成果

本研究では、主な研究方法として、ヒューマン・コーディングによる新聞記事の内容分析を行うため、ヒューマン・コーディングのためのルールを定めるコーディング・マニュアルを作成するのが、最初の課題であった。当初の計画に記述された通り、このマニュアルを一から新規で作成するのではなく、米国大統領に対するハネムーン効果に関する研究をモデルとして使用し、日本の政治情勢に当てはめる予定であった。しかし、結局模範となるマニュアルは入手できず、途中で新規で作成する方針に変更した。よって、当初の計画より時間が必要となり、第一年度前半までに作成は終わらず、第一年度後半に入り、当初予定していたヒューマン・コーディングの開始時期を延期せざるを得なかった。

第二年度に、コーディング・マニュアル用に、細川政権、鳩山政権、現在の安倍政権の三事例の研究を続け、すべての事例に共通する内閣のイメージと政策位置・実績を評価するコードを揃えた。同時に、研究対象とする新政権発足後の6ヶ月の該当記事を収集した。この作業を行うため、該当記事を3大紙(朝日・毎日・読売)の記事データベースからダウンロードし、コーディング用に電子ファイルとして整理し、保存した。3000個以上となる記事データベースを完成した。ファイルの収集・整理作業を行う博士課程の大学院生を研究補助者として7名採用した。次に、ヒューマン・コーディングを実施するため、同7名にコーダーとして、上記コーディング・マニュアルで定めたコーディング方法の訓練を2週間で行った。コーディング開始の準備が整った。

第三年度以降、研究代表者の所属研究機関の変更に伴い、研究代表者に新しい業務(担当科目など)が発生し、旧研究機関に所属している研究補助者のヒューマン・コーディング

開始が実施できず、コーディング・マニュアルの改訂や記事データベースの管理のみが進み、補助事業期間延長を申請した。しかし、最終年度も前年度と同じ状況が継続し、研究実績は上述の内容に止まった。発見としては、研究対象の3政権がほぼ同じような頻度で報道されたことである。

本研究課題で収集したデータの一部を使用し、2014年7月にシンガポールで行われたアジア研究学会(AAS)で発表を行った。この研究では、現在の安倍政権にスポットライトを当て、新聞記事や世論調査の分析によって、安倍政権の保守的イメージや支持率の関係を調べた。更に、2015年3月に『East Asia Forum』に論文を発表した。この研究では、当時の安倍政権にスポットライトを当て、新聞記事の分析によって、安倍政権の案線保障政策を調べた。

<引用文献>

- Druckman, J., and M. Parkin. 2005. The Impact of Media Bias: How Editorial Slant Affects Voters. *Journal of Politics* 67(4):1030-1049.
- Farnsworth, S.J., and S.R. Lichter. 2012. News Coverage of New Presidents in The New York Times, 1981-2009. *Politics and Policy* 40 (1):69-91.
- Feldman, O. 1993. *Politics and the News Media in Japan*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Grossman, M.B., and M.J. Kumar. 1981. *Portraying the President*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Hughes, W.J. 1995. The "Not-So-Genial" Conspiracy: The New York Times and Six Presidential "Honeymoons," 1953-1993. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 72 (4):841-850.
- Kabashima, I., and G. Steel. 2007. How Junichiro Koizumi Seized Leadership of Japan's Liberal Democratic Party. *Japanese Journal of Political Science* 8 (1):95-114.
- Neuendorf, K. 2002. *The Content Analysis Guidebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Saito, S., and T. Takeshita. 2008. The Media Coverage of Election Campaigns and Its Effects in Japan. In *The Handbook of Electronic News Coverage around the World*, edited by J. Stromback and L. L. Kaid. New York: Routledge.
- Taniguchi, M. 2007. Changing Media, Changing Politics in Japan. *Japanese Journal of Political Science* 8 (1):147-166.

5. 主な発表論文等
(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計1件)
著者名：BOYD J. PATRICK
論文表題：The Perils of Legislating Abe's Collective Self-Defense
雑誌名：East Asia Forum
発行年：2015年3月19日
アドレス：
<http://www.eastasiaforum.org/2015/03/19/the-perils-of-legislating-abes-collective-self-defence/>

〔学会発表〕(計1件)
発表者名：BOYD J. PATRICK
発表表題：To the Right and to the Left: Two Conservatisms in Japan's Shifting Politics
学会名：Association of Asian Studies(アジア研究学会、シンガポール大学)
発表年：2014年7月18日

6. 研究組織

(1)研究代表者

BOYD J・PATRICK (BOYD, J. PATRICK)

青山学院大学・国際政治経済学部・准教授

研究者番号： 50449328