

Coleman, Renita and Wu, Denis. 2015. "Chapter 6. Visual Cues in the Formation of Affect" in *Image and Emotion in Voter Decisions: The Affect Agenda*. pp.97–115. Lexington Books.

法学研究科 D2 ソングェヒョン  
宋財 滋

## 1 概要

目的 視覚情報の影響はいかなるものか

結論 議題設定機能。ただし、言語情報とずれたら ×

## 2 はじめに

- 視覚情報の重要性
  - 例) Dean, Muskie, Nixon, Kennedy, Obama など
  - ニュースなどにおいて sound bite < image bite
- これまでの “image” は visual よりも広義の概念であり、visual には無関心

## 3 視覚情報の影響力

- 視覚情報 > 言語的 (verbal) 情報
  - 注目度、情報処理の速さ、優先順位、記憶
  - 視覚 + 言語情報になると効果 ↑
- 印象形成における視覚情報の優位

## 4 視覚情報 ≠ 言語情報

- 視覚情報の研究は言語的情報のフレームワークでは ×
  - 索引 (*indexical*)、連想の誘発要因として視覚情報
- 視覚情報の測定尺度 ≠ 言語情報の測定尺度
  - 言語情報としては期待できなかったことの測定

- 感情的影響、クローズアップの効果など

## 5 視覚情報としての非言語的行動

- コミュニケーションにおける非言語情報: 65~93%
- 情報獲得における非言語情報: 40%
- 非言語情報において最も重要なのは「表情」
  - 瞬時の情報であっても人は正確に解釈可能

## 6 政治における「表情」

- 表情で候補者の資質を判断
  - 能力、誠実さ、リーダーシップ、共感能力など
- 外見に基いた勝敗の予測度は高

## 7 議題設定における視覚情報

- 初期の研究: 写真の大きさと争点への注目度
- 近年は具体的な視覚情報が視聴者の評価へ与える影響
  - 多くは議題設定よりもフレーミングに関心

## 8 視覚情報が議題設定に与える影響

- Coleman and Banning (2006) と同様の手法
- Table 6.1 (p. 106): 有権者の属性を統制した上で、視覚情報 (Positive/Negative) と印象 (public impression) の偏相関
  - 視覚情報が議題設定に影響
  - 選挙ごとに結びつきが異なる (2000 = 2008 = 2012 > 2004)
  - 候補者の党派性、現職有無などによるパターンは確認 ×
    - ⇒ 誰にも共通する
- これらの効果は視覚情報だけでなく、言語情報との交互作用 (第7章)

## 9 視覚情報と言語情報は一致するか

- ここで注目するのはトーン (tone)
- 視覚情報と言語情報が一致しない場合
  - これまでの研究では視覚情報の方が優先されるという結果に

## 10 不一致の尺度

- Janis-Fadner Coefficient of Imbalance<sup>1)</sup>を使用
  - 記事の写真・内容ごとに分析
  - $-1 \leq y \leq 1$  であり、大きいほど Positive。
- 算出された視覚・言語的トーンの係数の差を検定 (*t*-test)
  - Table 6.2 (p. 109): 2008・2012年の選挙において視覚・言語的トーンの差あり
  - 視覚情報は言語情報より肯定的に描写
- 視覚情報は言語情報よりも議題設定に効果的だという証拠は ×

## 11 結論

- 視覚情報が持つ議題設定機能
- 視覚情報と言語情報間における不一致
  - 議題設定機能 ×

<sup>1)</sup> Janis-Fadner Coefficient of Imbalance は以下のように算出する。

$$y = \begin{cases} \frac{f^2 - f \cdot u}{r \cdot s} & \text{if } f > u, \\ 0 & \text{if } f = u, \\ \frac{f \cdot u - u^2}{r \cdot s} & \text{if } f < u \end{cases}$$

$f$  は Positive、 $u$  は Negative な項目数、 $r$  はコーディングされた項目数、 $s$  はコーディングされた項目数とされなかった項目数の合計。一般的に  $r = s$  なので、後の研究では  $r \cdot s$  の代わりに  $r^2$  を用いる場合も多い (Deephouse media endorsement index)。

## コメント

1. 本書の「Agenda-setting」は何を指すのか
2. Table 6.1 の分析、これでいいのか
  - 「相関係数を示す」ということは「回帰分析の決定係数を示す」同義。
3. Table 6.2: 解釈に問題あり?
  - 2012 年の選挙は視覚情報の方がより Negative なのでは?
  - 2012 年って有意?
  - 2つの係数を使って  $t$ -test ってどういうこと?
  - この結果と議題設定はどういう関係か
4. もしかしたら、自分が書いた英語論文も海外の読者にとってはこのような反応があるかも知れないと考えたら、英語勉強より頑張らないと...