

試験日 ： 2026 年 2 月 21 日（土）
入試種別 ： 大学院入学試験(4 月入学)修士課程 春期試験
学部・研究科：社会学研究科 社会学専攻 ジャーナリズムコース
科目名 ： マス・コミュニケーション論

解答又は解答例

下記 2 問のうち 1 問を選び自由に論じなさい。(1200 文字程度にまとめなさい)

問 1

ニュースは「商品」と言われる理由について自由に論じなさい。

解答例：

回答にあたっては以下のポイントを押さえよう。

1. ニュースとは何かを定義する
2. 自由民主主義社会では、ニュースは受けての需要に応じて生産し、売る「商品」の一種となる。
3. 情報伝達を宣伝手段、プロパガンダと看做す社会主義国家などでニュースは「商品」とみなされない。需要と関係なく、売れなくても生産し、おしつける「思想」の一種だからだ。
4. 商品に瑕疵があると売れないのとおなじく、自由民主主義社会では情報に嘘が混ざっていて、主観や偏見、思想が介在している場合、欠陥商品とおなじく売れない。

問2 「マス・コミュニケーション」の概念について簡略に説明してから、マス・コミュニケーションに影響を与える要素を二つあげ自由に論じなさい。

解答例：

回答にあたっては以下のポイントを押さえよう。

1. 「マス・コミュニケーション」という言葉を自分の言葉で定義する。
2. 「送り手」のマスメディアが「受け手」の一般大衆に情報を伝えようとする場合、すなわち、マス・コミュニケーションを阻害する「要素」によって影響を受ける。
3. 例えば、権力者や利益団体からの圧力。アメリカの銃器規制をめぐる報道とかが典型的な例だ。また、報道内容が広告に影響される場合もある。