

メディア・フレーム・アナリシス

—イシュー連関の内容分析—

鈴木 努

1. 本稿の目的

メディア・フレームという概念は、マス・メディア研究において広く用いられているにもかかわらず、あるいはそれゆえに「分裂したパラダイム」(Entman 1993)といわれる程、論者によって様々な概念化がなされている。本稿では先行研究を継承しながらも、類似の概念とされている属性のメディア・アジェンダとの概念的異同を明らかにすることによって、イシュー連関としてのメディア・フレームという視角を提示する。また、イシュー・トゥリーを用いてイシュー連関としてのメディア・フレームを分析する方法を提案する。この方法は分析フレームの明示化、比較分析を可能にすること、質的内容分析と計量的内容分析の連結を目指している。最後に、この方法で新聞記事を分析した例を示す。

2. メディア・フレームとは何か

2.1. メディア・フレームに関する先行研究

メディア・フレームについて論じるにあたって、まずは Bateson (1972=2000) のフレーム概念から検討する。Bateson によると、フレームとはメッセージの集合であり、集合論においてカテゴリーを画する外枠の線のアナロジーとして理解することができる。それは、メッセージがどのようなコンテキストで発せられたのか (例えば、「これは遊びだ」とか「精神科の治療である」など) を示すものであ

り、それゆえメタ・コミュニケーション的であるといわれる。メッセージとメタ・コミュニケーション・メッセージは相互規定的な関係にあり、メッセージは直示的、暗示的にメタ・コミュニケーション・メッセージを指定し (すなわちフレームを指定し)、同時にメッセージの意味はフレームによって規定される (Bateson 1972=2000 : 259-278)。

日常のコミュニケーションにおいてはフレームはいちいち直接指示されるとは限らない。Goffman ([1974] 1986) はそのような暗黙的なフレームについて論じた。Goffman は Bateson に依拠して、フレームを「出来事、とりわけ社会的な出来事と、それに対するわたしたちの主観的関与を規定する」経験の組織化の原理とした (Goffman [1974] 1986 : 10-11)。

Tuchman (1978=1991) は「ニュースがどのような過程で社会的に構成され、その結果日常の出来事が一定の時間と空間を占めるニュースというものにされるか」(Tuchman 1978=1991 : 4) を探究するのに Goffman のフレーム概念を応用し、それをニュース・フレームとして概念化した。そして、それがニュース制作者の個人的な関心や偏見ではなく、むしろその高度な専門性に基盤をおいた職業意識や組織の論理によって導かれるものであることを示した。

さらに Gitlin (1980) はフレームを、マス・コミュニケーションにおける権力の問題としてとらえ、メディア・フレームという概念によってそれを論じた。「メディア・フレームは、言語的であれ視覚的であれ、それによってシンボルの操作者がルーティン的にディスコースを組織する、認知、解釈、表現、そして選択、強調、排除の持続的パターンである」。彼の関心、そしてジャーナリズム分析が問うべきと彼が考えるのは、「ここでのフレームは何か? なぜこのフレームであって、他ではないのか? この出来事に押しつけられたフレームによって、あの出来事に押しつけられたフレームによって、異なるメディア、異なる場所、異なる時におけるフレームによって、どんなパターンが共有されたのか?」という点である (Gitlin 1980 : 7)。

原子力に関するメディアのフレームの変遷を計量的に調査した Gamson & Modigliani (1989) は、先行研究を踏襲し、フレームは出来事に意味を与え、何

がイシューなのかを示すと論じた。つまり、フレームは特定の政策的立場を示すのではなく、関連した諸々の出来事をどのようなイシューとしてとらえるのかを示すのであり、共通のフレームをもった人々の間にもある程度の論争が許容されるのである (Gamson & Modigliani 1989 : 3-4)。

Entman (1993) はフレームの働きとして、問題の定義、原因の分析、倫理的判断、対処法の提示を挙げている (Entman 1993 : 52)。全てのメディア・テキストがこれらの要素を含むわけではないとも述べているが、Gamson & Modigliani (1989) の概念化よりはより評価的な側面を強調している。

また、Scheufele (1999) はマス・コミュニケーションの総過程論的枠組としてフレーミング研究のプロセス・モデルを提示したが、その中でメディア・フレームの二重の側面、すなわち従属変数としての面と独立変数としての面を指摘した。Tuchman (1978=1991) ように、メディア・フレームがジャーナリストやニュース組織の活動の結果として概念化されるときそれは従属変数であり、一方、メディア効果論のように、メディア・ディスコースのオーディエンスへの効果に関心が向けられるとき、メディア・フレームは独立変数として概念化される。また、オーディエンスの反応がメディアにフィード・バックされるとき、メディア・フレームは再び従属変数となる。

これらの諸研究から導かれるのは、メディアの活動の様式として、またその結果産出されるメディア・テキストの内的構造としてのメディア・フレーム概念である。Entman (1993) は、フレームがコミュニケーション・プロセスにおいて、伝達者、テキスト、受け手、文化という4つの場に存するとした (Entman 1993 : 52)。ここでも、ジャーナリストなど伝達者の心理的なフレームとテキスト自体のフレームが区別されている。Scheufele (1999) のプロセス・モデルでもメディア・フレームは、メディアのフレーム構築の結果であると同時にオーディエンスへのインプットでもあった。このような二重の概念化は研究方法にも反映される。メディアのフレームの構築に関心がある場合、メディアの活動の様式としてのメディア・フレームが研究の対象となり、Tuchman (1978=1991) のようにジャーナリストからの聞き取り調査や現場の参与観察のような方法がとられる。一方、オ

ーディエンスへの効果に関心がある場合、インプットとしてのメディア・フレーム、すなわちメディア・テキストの内的構造としてのメディア・フレームを測定するために内容分析などの方法用いられることになる。本稿の方法は後者をとっており、前者については後者から類推されるにすぎない。

2.2. メディア・フレームとメディア・アジェンダ

メディア・フレームと類似した概念にメディア・アジェンダがある。先述のScheufele (1999) は、いわゆるアジェンダ設定⁽¹⁾に倣って、メディア・フレームのオーディエンス・フレームへの影響をフレーム設定と呼んでいる。メディアのアジェンダ設定機能とは、「マス・メディアで、ある争点やトピックが強調されればされるほど、その争点やトピックに対する人びとの重要性の知覚も高まる」

(竹下 1998 : 4) というものである。重要性とは顕出性 (salience) ともいわれ、あるイシューの優先性や切迫性を表していると考えてよい (竹下 1998 : 89)。

一般にイシューの顕出性は報道量によって計られる。指標としては、イシューの出現 (言及) 頻度、記事のスペース、見出しの大きさなどが用いられる。これらからメディアにおけるイシューの顕出性の順位がつけられ、質問紙調査などで得られたオーディエンス側のイシューの顕出性の順位との相関を分析することによって、メディアのアジェンダ設定機能が検証される。

フレームも本質的に選択と顕出という要素をもっており (Entman 1993 : 52)、その点ではメディアのフレーム設定とアジェンダ設定は同じような作用を指しているといえる。両者の区別については、「アジェンダ設定はイシューの顕出性に関係しているのに対し、フレーム設定... はイシューの属性の顕出性に関係している」(Scheufele 1999 : 116) と考えることができる。

しかし、アジェンダ設定研究にも、特定のイシューにおけるより下位のイシューの顕出性に着目したものがあり、「属性型議題設定」(竹下 1998 : 211) などの呼び方がされている。アジェンダ設定がイシューの顕出性のみならず属性の顕出性までも含むならば、メディア・フレームはアジェンダ設定の枠組でとらえることができるはずである。事実、McCombs & Shaw (1993) は「アジェンダ設定は、

ニュースがわたしたちに何について考えるべきか (what to think about) 教えるという古典的な主張以上のものである。ニュースはそれをどう考えるべきか (how to think about it) もわたしたちに教える。注意の対象の選択と、これらの対象について考えるためのフレームの選択の両方が、強力なアジェンダ設定の役割である」(McCombs & Shaw 1993 : 62) と述べている。

初期のアジェンダ設定研究の基本的な発想とは、マス・メディアは「何を考えるべきか (what to think)」人々に教えること (すなわち強力効果) はできないが、「何について考えるべきか (what to think about)」教えることはできる、というものであり、受け手の重要性知覚に影響を与えるのは、ニュースの情報量や位置 (新聞の1面、見出しなど) であった (McCombs & Shaw 1972)。それが Weaver et al. (1981=1988) では、大統領選挙キャンペーンにおけるメディアの描く候補者のイメージも一種のアジェンダとし (Weaver et al. 1981=1988 : 189-206)、オーディエンスに影響を与える要因として、報道の量や位置だけでなく、報道の内容や論調にまで踏み込んだ。そしてメディア・フレーム概念を包含しうる程にアジェンダ設定概念を拡張している。これは初期に否定的であったメディアの強力効果を認めたようにも見える。

アジェンダ設定研究が「何について考えるべきか」から「それをどう考えるべきか」という点にまでマス・メディアの影響力を認めたのはなぜなのか。また、「何を考えるべきか」と「それをどう考えるべきか」には、どのような異同があるのか。

後者から考えてみよう。そもそも「何を考えるべきか」と「何について考えるべきか」、「それをどう考えるべきか」とは排他的な問題設定ではない。「何を考えるべきか」を受け手の認知レベルと反応レベルとに分けると、「何について考えるべきか」、「それをどう考えるべきか」という次元に分節できるのではないか。この分節は受け手の受容プロセスに関する関心に呼応しており、アジェンダ設定研究においてメディアのプロセス・モデル的な関心が生じていることを示唆する。このことから、アジェンダ設定研究における「それをどう考えるべきか」という影響力への理論的転換は、強力効果論への変説というよりは、理論の精緻化、と

りわけプロセス的な見方の導入と考えた方がよいのではないと思われる。

次に、このような精緻化が要請されたのはなぜか考えてみる。彼らがメッセージの内容がオーディエンスに与える効果にまで踏み込んだのは、報道量による 이슈の顕出性だけでは、オーディエンスや世論の態度やその変化を説明するのに限界があるからである。なぜなら、対立を含むイシューはメディアにとって報道価値のあるものであるが、そのような場合特にメディアの客観性や中立性が問われるからである。

不特定の大衆を読者とする新聞をはじめとして、マス・メディアに客観性や中立性が求められるのはアメリカでも日本でも同じである (三樹 1970 ; 大井 1999 ; 伊藤 1999)。そのため、対立を含むイシューでは報道量も含めて、論調のバランスをとることが図られることになる。メディアの側で意識的に報道量のバランスがとられている場合、イシューの顕出性を示差的に析出するのは困難である。それは複数イシュー間の顕出性を比較するのではなく、単一イシューにおけるサブイシューの顕出性を計る場合に特に問題になる。対立の当事者たちが強調するサブイシューはなるべく等しく扱われるので、報道量からメディアの論調を導くことができないからである。

McCombs & Shaw (1993 : 63) は大統領選挙を例にして、民主党と共和党の間ではバランスがとられて顕出性に差はないが、各党が問題にするイシューの属性に関しては顕出性に差があるとする。このようにイシューの顕出性では計れない効果を説明するために彼らは属性の顕出性という尺度を導入したと考えられる。彼らは、属性の顕出性を説明するとき、「あるイシューについての多様な属性がニュース・アジェンダに含まれているときでさえ、それと分かる優先的な諸属性がある」(McCombs & Shaw 1993 : 63) と述べている。

このような、多面的な属性の特定の面を強調するという点で、属性型アジェンダ設定により近いフレーム概念がある。それは Kahneman & Tversky (1984) や Iyengar (1991) の「心理学的概念化」(Pan & Kosicki, 1993 : 56) である。

Kahneman & Tversky (1984) による有名な実験とは次のようなものである。被験者は、600 人の死者が予想される非常事態において択一的な選択をせまられる。

選択の1組めは、200人が助かるA案と、3分の1の確率で600人が助かり3分の2の確率で誰も助からないB案。選択の2組めは、400人が死亡するC案と、3分の1の確率で誰も死なず、3分の2の確率で全員死亡するD案。1組めの選択ではA案、2組めの選択ではD案が多数の支持を得たが、実は1組めの選択と2組めの選択は生存者と死亡者のどちらを強調するかの違いしかない。つまり、生存者の数を強調するか死者の数を強調するかによって、選択は全く逆になったのである。

また、Iyengar (1991) はニュースが、具体的な出来事を中心にするか、より一般的で抽象的な論じ方をするかによって、エピソード型とテーマ型の2種類のメディア・フレームを概念化した。これらの「フレーム」概念は、メディア・ディスコースの表現において、どのような属性や事実が強調されたかに注目している。研究の理論的出自という点(竹下 1998: 214)を除けば、心理学的メディア・フレーム概念は、McCombs & Shaw (1993) が言うように、メディア・フレームを属性アジェンダと同一視してもよいように思われる。

2.3. イシュー連関としてのメディア・フレーム

前項までで、メディア・フレームと類似の概念であるメディア・アジェンダに関する先行研究を概観した。本項では本稿におけるメディア・フレーム概念を特に属性型メディア・アジェンダとの比較によって定義する。

アジェンダ設定はイシューであれその属性であれ、顕出性に関わるプロセスである。ある属性が顕出的であるというのは、あるイシューに関してその属性が他の諸属性よりも重要性を付与され強調されていることを意味する。ここに選択のプロセスがある。ところで、その選択の前提として、そのイシューに属性の選択肢を与える、選択肢の選択が必要である。つまり、どの属性を強調するか選択するためにはどの属性を付与するかという選択が前提として必要である。前者の選択が属性アジェンダの選択であり、後者の選択がフレームの選択すなわちフレーミングであると考えことにする。

このような視点は明示されていないが、McCombs & Shaw (1993) も暗に前提と

している。先にも引用したように、彼らはニュース・アジェンダとなったイシューには複数の属性が付与されること、そしてそれらの属性のうち顕出的なものが属性のアジェンダであると考えている。つまり、メディアの描くイシューの全体像としてメディア・フレームがあり、それに基づいて顕出的な属性のアジェンダが選択されるのである。よって、同一のメディア・フレームに基づきながら、異なる属性のアジェンダが設定されることもあるはずである。これは、同一フレーム内でも立場に幅があるとした Gamson & Modigliani (1989) の主張に対応している。

フレームとアジェンダの概念的な差異について、Gamson & Modigliani (1989) の研究から例を借りてもう少し詳しく論じてみよう。彼らは原子力に関するメディア・ディスコースの変遷を辿っている。ここでは原子力という特定のイシューがとりあげられているが、他の諸イシューとの関係から考えると、メディアが原子力についてとりあげたこと、これがイシューのアジェンダの選択である。そして、原子力についてのディスコースは進歩、エネルギーの自給、悪魔の契約、逃避などの様々なより下位のイシュー、すなわちサブイシューをとりうる。このサブイシューの選択がフレームの選択である。さらに、進歩というフレームの中でも、進歩によって人々の生活が豊かになると考える場合と行き過ぎた進歩が人類に害悪を及ぼすと考える場合があり、その選択が属性型アジェンダの選択である(図1参照)。もちろん、テキストにいくつかの複合的なフレームや属性アジェンダが含まれることもあるであろうし、オーディエンスが受け取った情報をどう処理するかは、一意的に定まるものでもない。しかし、メディア・フレームは特定の評価的ないし情緒的反応を可能にする場を設定しもする。

Gamson & Modigliani (1989) は、フレームをある政策への賛否と混同すべきではないとする一方、ある種のシンボルは文化的共鳴 (cultural resonances) によって他のシンボルより強い影響力をもつとする。つまり、そのようなシンボルはより一般的なテーマと結びつくことによって、オーディエンスにとって自然で馴染みのあるものになる (Gamson & Modigliani 1989: 5-6)。このとき、より広い文化的テーマと結びつくだけでなく、それに付随する評価的、情緒的反応まで

もプライミングすることができる。

文化的共鳴は単一のシンボルで起こるだけでなく、シンボル相互の結びつきによって文脈を形成し、文化的共鳴を起こすことも考えられる。すなわち、特定のシンボルの組み合わせが特定のフレームの発動を喚起し、さらには情緒的反応さえ誘発するかもしれない。ジャーナリストは文化的共鳴を用いることによって、直接評価的な表現を用いずとも、オーディエンスに期待した反応を喚起することができるであろう。このとき、フレーミングの効果はあくまでもオーディエンスにどのフレームを指示するかであり、オーディエンスの反応は文化的共鳴にを媒介にして起こる。シンボル連関を構成するシンボル群はそれ自体評価的である必要はない。イシューを構成するサブイシューの選択と連関の仕方がフレームを特徴づける。

本稿ではそのような、シンボルの結合によって組織されるイシューの構造、すなわちイシュー連関としてメディア・フレームをとらえ、記述する。ここで、イシュー連関が意味をもつ、ということの含意を考えねばならない。その含意とは、メディア・ディスコースにおいて、メッセージは伝達内容としてのみあるのではなく、メタ・コミュニケーションのレベルにおいても作動している、ということである。

イシュー連関としてのメディア・フレームのメタ・コミュニケーション的なメッセージは、テキスト上に言語によって明示されている以上のメッセージを含んでいる。いわゆる「行間を読む」というようなコミュニケーションを可能にしているのもそれである。では、そのような言外のメッセージとは、テキストの内容として明示されていないゆえに内容分析の対象とならないのであろうか。新聞のような活字媒体（写真や絵などはあるにしても）の場合、対面的コミュニケーションとは異なり、顔の表情や声の抑揚がメタ・コミュニケーション的なメッセージを伝達することはないので、メタ・コミュニケーション的なメッセージの手がかりは明示されていなくてもメディア・テキスト内に含まれているはずなのである⁽²⁾。それゆえ、新聞記事のメタ・コミュニケーション的なメッセージは内容分析の対象でありうる。メディア・フレームの設定がメタ・コミュニケーション的

なレベルで、文化的共鳴を介して行われており、イシュー連関がそのようなフレームの設定をメッセージとして構成しているのである。以下ではメディア・フレームのシンボル連関（イシュー連関）の内容分析技法に関する試論を提示する。

3. 内容分析によるメディア・フレーム分析

3.1. 要請される分析法

前節ではメディア・フレームを、あるイシューにおけるサブイシューの連関の様式と概念化した。ここでは、そのようなメディア・フレームを分析する技法に求められる条件について考察する。

イシューとサブイシューはその包含関係から階層的構造をもつが、その上位・下位関係は相対的なものであり、両者に本質的な差はない。Gamson & Modigliani (1989) の研究では、原子力についてのディスコースに進歩、エネルギーの自給、悪魔の契約、逃避などのパッケージが見られた。その点でこれらのパッケージは原子力イシューのサブイシューと考えることができる。また逆に、これらのイシューのサブイシューとして原子力のイシューを捉えることもできる。

ここでのイシュー間の階層構造はメディア・フレームの組織化の様相を分析者がどのようなフレームで定義するかに関わっている。分析者はメディア・フレームを組織化するためにメディア・フレームを包含する分析フレームを用いているはずである。換言すれば、分析者の分析フレームを越えたメディア・フレームは分析することができない。よって、メディア・フレームにおけるイシューの連関、組織化の様相を明らかにするためには、そのために用いた分析フレームのイシューの連関構造を明示しなければならない。これが求められる条件の1つめである。

次に求められるのは分析結果の比較可能性である。これはメディア・フレームの内容分析によって得られた知見の利用に関わる点である。メディア・フレーム分析の目的によって、比較の対象は異なる。メディアのフレーミング効果に関する研究では、メディア・フレームとオーディエンス・フレームが比較される。その効果が重要性の認知だけでなく、その基盤にある認知の様式にまで及ぼされて

いるのなら、メディア・フレームのイシュー連関構造とオーディエンス・フレームにおけるそれとが比較可能でなければならない。そのためには両者に共通の分析フレームが適用されることが求められるし、その類似性や相関性が何らかの形で計測されねばならない。

メディアがメディアに与える影響や、複数メディア間における論調の異同が研究の関心であるときには、複数メディア間に共通の分析フレームが適用されねばならない。これは例えば異なるいくつかの新聞のように同じ形態の別媒体のこともあれば、新聞とテレビのように別種の媒体であることもある。また、時系列上のメディア・フレームの変化を調べたいときには、同様に時系列上の比較が可能でなければならない。

このような比較可能性が要請されるのは、アド・ホックな質的分析の限界を乗り越えるためである。分析フレームを明らかにしない、質的に洞察的な方法は分析の信頼性に問題があるだけでなく、分析結果の間で比較が困難であるという点で研究のさらなる展開を阻害する。

それでは、一定のコーディング手続に従った内容分析であれば問題がないかといえば、そうでもない。メディア・ディスコースをその言及しているイシューによってコーディングし分類していくとき、複合的イシューが存在するならばダブル・コーディングで対応すればいいところであるが、それでも複合イシューの連関の様相は明らかにできない。そしてその連関の様相こそがメディア・フレームの核心なのである。Entman (1993) は、内容分析がしばしばメッセージの総和的な結論を導くことで、「最も顕出的なメッセージのまとまり—すなわちフレーム—のオーディエンスのスキーマとの関係を計りかねている」(Entman 1993 : 57) としてフレームに依拠しない内容分析の問題点を指摘している。

以下では、メディア・フレームのイシュー連関の階層構造に注目した分析技法について1つの案を示す。

3.2. イシュー・トゥリー

イシュー連関の階層構造の全体像を示すために、より包括性の高いイシューを

上位においてサブイシューを分岐させていく樹形図を用いる。これをイシュー・トゥリーと呼ぶことにする。最上位には報道内容が「何について」のものが示される。その下には、そのテーマがどのようなイシューを含んでいるのかが示される。さらにそれぞれのイシューの下により細かいサブイシューが連なっていく(図2参照)。

サブイシューが常に2つに分岐する必要はないが、数が少ない方が言及の有無の判断が容易であり、信頼性の維持の面からも好ましい。このような階層構造を用いた内容分析法はSchutz (1958) が提案したものであるが、彼の目的は論理的に整合的で信頼性の高いコーディング手順の作成にあり、ここでの方法とは目的を異にする。また彼の方法ではテキストが最終的にどのカテゴリーに属するかを判断するためのものなので、あるテキストについてなされる判断は常に単線的ルートをたどり、分岐した樹形図になることはないが、ここではテキストに含まれる多様なイシューについての全体像の把握が目的なので、テキストにおけるイシューの言及をしめすライン(図2の実線)は樹形になってもかまわない。

さて、図2において、分析対象のテーマはサブイシュー1とサブイシュー2という2つのイシューを含んでいる。サブイシュー1はさらにサブイシュー1-1とサブイシュー1-2というより下位のイシューを含んでいる。それに対してサブイシュー2はその下にサブイシュー2-1、2-2というサブイシューをとることもできたが、それらに言及しなかった。これは、このテキストがサブイシュー1とサブイシュー2では、サブイシュー1の方をより深く掘り下げていることを示している。つまりサブイシュー1の方がより大きな重要性、顕出性を付与されており、サブイシュー1が属性アジェンダであるということができる。

ここでのサブイシュー2-1、2-2のように報道されないイシュー(ナンイシュー)はメディア・テキスト上にはないが、別の回路を通じてイシュー・トゥリーに組み入れられる。それは例えば、他のマス・メディア上のテキストであったり、社会運動組織の出版物などマス・メディア以外のメディア、あるいは分析者独自の調査によって得られる。アジェンダ設定研究は専らメディアの描いたイシューに注目する(岡田 1992 : 134) が、イシュー・トゥリーはナンイシューをも包含す

る分析フレームを用いることによってより広い視野を得るのである。ナンイシューを分析に含めることは、Gitlin (1980: 7) が指摘したように、メディア・ディスコースが何を書かなかったかもフレームを決定する要素であることから重要な意味をもつ。

このように、イシュー・トゥリーが分析フレームを明示する。この分析フレームを異なるテキストに適用することによって、テキスト間の比較が可能になる。例えば、あるイシューについてのいくつかの記事⁽³⁾をメディア・フレームによって分類する場合には、各記事を単位とし、各サブイシューへの言及の有無を 1/0 で表して、イシューの生起行列、記事間の類似性行列を作成してクラスター分析にかけることができる⁽⁴⁾。また、距離行列を用いて MDS、相関行列を用いて因子分析などの分析法を用いることもできる。

以上、分析フレームの明示、トゥリーの形状による比較、量的分析法への応用というイシュー・トゥリーの利点を示した。次にイシュー・トゥリーの作成例を示す。

4. イシュー・トゥリーの例

4.1. 分析対象

分析される新聞記事は朝日新聞夕刊（東京版）1997 年 3 月 31 日、4 月 1 日、2 日、3 日に掲載された「ルポ 隣に障害者施設が建つとき」という記事である。この記事は横浜市青葉区奈良町における複合福祉施設に反対する近隣住民の運動を報じたものである。この住民運動に関して 1997 年 6 月から 1998 年 9 月にかけて聴き取り調査を行った⁽⁵⁾。この運動の発端は、横浜市が市の長期総合計画「ゆめはま 2010 プラン」（横浜市企画局編 1994）の一環として同市青葉区奈良町に知的障害者、ならびに高齢者を対象とした複合福祉施設⁽⁶⁾の建設を計画したことである。計画に反対する近隣住民らは奈良上自治会内に「奈良上地区の環境を考える会」、また自然保護団体「奈良川源流域を守る会」、ならびに「奈良町まちづくり協議会」という団体を結成し、反対運動を起こした。反対住民は署名活動、厚

生省への陳情などの他、ピケを張るなど工事阻止を試みたが、96 年には着工、97 年には横浜地裁が建築工事妨害禁止の仮処分を下し、98 年には施設は完成、開所している。

反対住民運動側の主張は、施設建設予定地である谷戸の環境の保全、収容所型大規模施設への批判、行政の計画決定手続きに住民が参加しなかったことへの批判である。それに対し市側は施設の規模が環境影響評価基準に定めるよりも小さいこと、もともと水田であることを理由に環境影響評価は行わず、また施設によって自然環境は損なわれないと主張した。また、入所更正施設は必要な施設であり、規模も巨大施設ではないとしている。そして、反対しているのは一部の住民にすぎず、地元自治会の承認も得ていることから、決定過程にも問題はないという見解を示した。このように、反対派住民と横浜市の主張が真つ向から対立する中で「隣に障害者施設が建つとき」は掲載されたのである。

4.2. 「隣に障害者施設が建つとき」のイシュー・トゥリー

「隣に障害者施設が建つとき」のイシュー・トゥリーを図 3 に示した。また比較のために反対住民運動の印刷物のイシュー・フレームを図 4 に示す。住民側のフレームの方が言及したイシューが多いのは記事への反論という面があるからである。

これらの図の解釈について若干記す。知的障害者施設「青葉メゾン」の建設問題をめぐるこの記事が扱っているイシューは主に、反対住民運動と行政（横浜市）の問題に分けることができる。朝日の記事で反対住民運動について最も深い記述がなされているのは差別発言についてである。これは運動のメンバーの知的障害者に対する差別的発言の有無についてのイシューで、発言があったとする近隣住民でもある障害者の母親の主張と、差別発言はなかったという運動リーダーの主張が両論併記されている。両論併記によって報道姿勢のバランスがとられているが、差別発言の有無を確定することではなく、差別発言の有無というイシューを取り上げること自体がフレーミングなのである。これによっていかなる文化的共鳴が喚起されるかは容易に想像がつく。差別というシンボルはかなり強いネガテ

イブな情緒的反応と結びつく。さらに、差別発言によって近所づきあいが途絶えたという具体的エピソードも差別発言 이슈の記述を深めている。

紛争はニュース・バリューのあるテーマであり、社会運動もその1つであるが、中でもやはり具体的な紛争のテーマは焦点化されやすい。ここでは、反対住民による工事妨害、工事妨害禁止の仮処分をめぐる裁判、住民のピケがそれに該当する 이슈である。ここで住民側の実力行使であるピケが言及されているのに対し、着工当初、200 人ともいわれる横浜市職員が反対派住民を排除したことに言及はない。また、反対派住民らは建設予定地近隣の団地住民を中心に計画見直しを求める署名を約 3000 人分集めたが、このような活動には触れられていない。

また、反対住民が強調する環境保護の 이슈については、建設予定地の谷戸が守るべき自然か否かについて、やはり両論併記することとどめている。図には示されていないが、住民運動の印刷物には谷戸に棲息する生物について具体的な記述があるが、新聞記事では貴重な自然が「ある」か「ない」かという意見の差異のみがとりあげられている。また、記事では横浜市の河川の源流域を保全するという方針にも触れられていない。横浜市の進める水辺の環境整備とは、親水公園的な一種の土木開発を含んでおり、源流域保全といってもそれをどう進めるのかという論点も可能であったのだが、それについては深められなかった。

一方、行政の側の問題はどのようなサブ 이슈を含んでいるかということ、主に手続に関するものである。住民への説明が十分であったかがやはり両論併記で書かれている。住民の建設同意書が予定地の地権者でもあった奈良上自治会長の独断で提出されたのではないか、という反対住民の主張は扱われていない。

福祉の 이슈に関しては、入所施設を求める障害者と親たちの声が主に扱われているが、60 人規模の入所施設が最善のものかという、福祉の質にかかわる議論はない。福祉の拡充をうたう横浜市の長期計画もハコモノの公共事業という面を多分にもっているのだが、施設の増設とノーマライゼーションなど質の改善の関わりなどを記事は取り上げていない。

以上が聴き取り調査や住民側のフレームを参考に、記事の書かれなかったイシ

ューから新聞記事のメディア・フレームを参照する試みの例である。

5. 今後の課題

最後に今後の課題について述べる。1 点めは 이슈・トゥリーの作成手順である。まず、何を 이슈とするかの基準が必ずしも明確でない。 이슈の階層構造は幾層にも構成可能であり、唯一絶対の解があるわけではなく、それゆえ分析フレームの明示が意味をもつのであるにしても、ナン イシューの設定は分析者に委ねられており、設定の仕方によって類似性などの値も変わってくるので、 이슈の設定に関する何らかの基準を設けることが今後の課題である。

第2に、シンボル連関、 이슈連関を表すのに樹形構造が適当であるか、という点である。樹形の階層構造は 이슈を論理的かつ簡潔に記述することができるが、 이슈の複雑性を切り捨てることになる。一見関連のない 이슈が結びついてユニークなフレームを形成している場合などに樹形構造はかえって不利かもしれない。また、サブ 이슈間の横のつながりも無視すべきではないだろう。

第3に 이슈・トゥリーがどれだけフレームの全体像を記述しているか、という点である。 이슈の顕出性にかかわらず、 이슈連関の全体像を把握するのが 이슈・トゥリーの目的ではあったが、逆に中心的な 이슈、すなわち属性型アジェンダへの相応の顧慮が疎かになることが考えられる。フレームの組織化がどの 이슈を核にしているのか、周辺の 이슈はどのように核となる 이슈を補強しているのか、という点まで記述できて初めて全体像を捉えたといえるだろう。

また、フレームの読み取りという質的な分析から数量的な処理へとつなげる方法としての 이슈・トゥリーの可能性も示したが、この手順についてもさらに検討を重ねる必要がある。今回は事例ではテキストのみを扱ったが、「隣に障害者施設が建つとき」の記事のスペースの3割近くは写真が占めており、視覚的な面でのフレーム設定も今後考慮すべき課題である。

最後に文化的共鳴という概念は魅力的ではあるが、単なる常識や蓋然性に依拠している面がある。文化的共鳴は説明枠組というよりはむしろ、説明の対象である。文化的共鳴をメディア効果のモデルに組み込む場合、メディア・フレームからオーディエンス・フレームへの影響は「文化」という膨大なシンボル体系を経由することになる。そのプロセスの理解にはイシュー連関の動態的把握、イシュー・トゥリーの改編過程の分析が不可欠である。

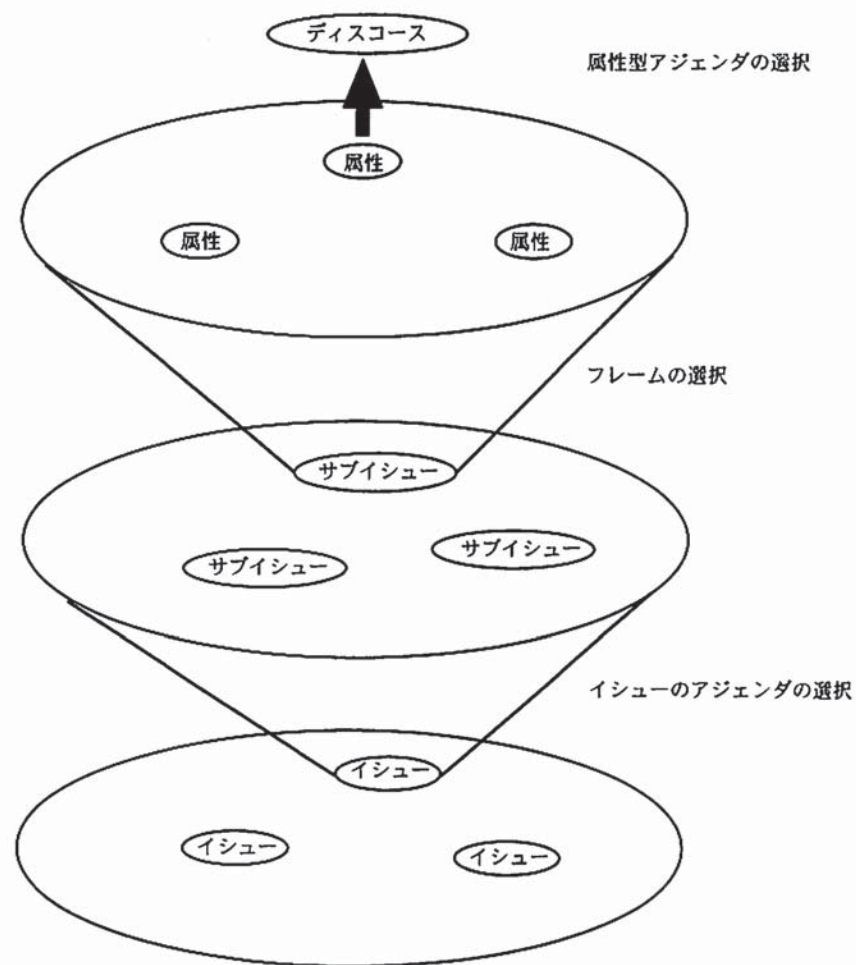


図1 フレームとアジェンダの概念図

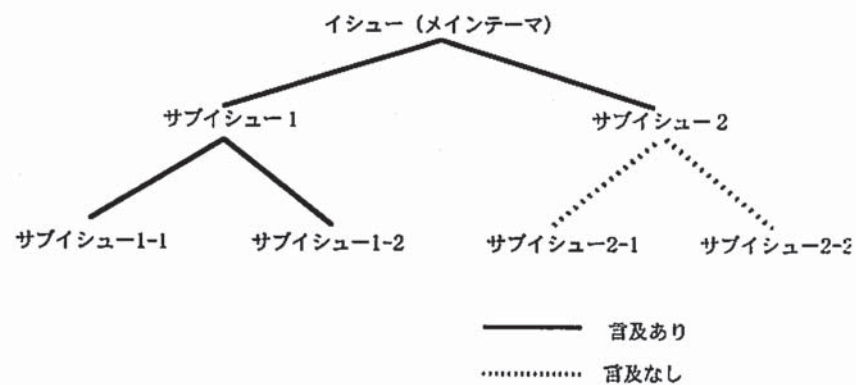


図2 イシュー・トゥリー

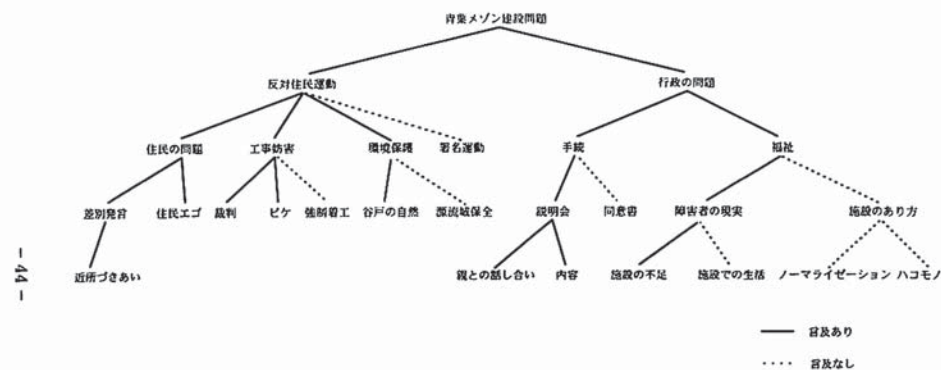


図3 「隣に障害者施設が建つとき」イシュー・トゥリー

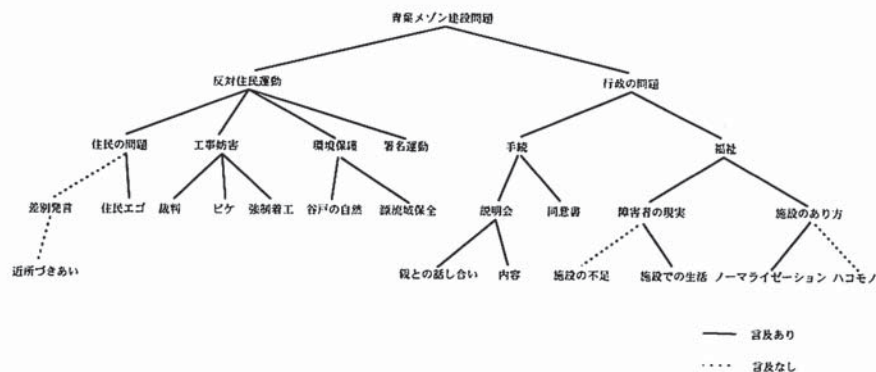


図4 住民運動印刷物のイシュー・トゥリー

註

(1) agenda-setting は日本語ではアジェンダ・セッティング、議題設定などとも表されるが、ここではアジェンダ設定とする。

(2) メタ・メッセージはテキストの内部構造だけでなく、編集の仕方によって、例えばあるイシューが新聞のどの面に掲載されているかによっても表される。Tuchman は女性解放運動の記事が一面ではなく女性欄に掲載されることを指摘している (Tuchman, 1978=1991: 201-202)。それはつまり、女性解放運動は一般的なニュース価値をもたないということをメッセージとして発しているのである。

(3) 記事の文量によって言及できるイシューの数が限られることが考えられるので、各記事の文量は同等であることが望ましい。

(4) 行に単位 (テキスト)、列にサブイシュー項目をおいたイシューの生起行列 A にその転置行列 A' を乗ざると、テキスト間で共有するイシューの数を要素とする行列が得られる。この行列はそのまま類似性行列として用いることができる。ただし、この場合、生起するイシューが多いテキスト間の類似性は、生起するイシューの少ないテキスト間の類似性よりも大きくなることが考えられる。それを避けるには、テキストごとに共有イシュー数をイシューの出現数で除すればよい (この場合、類似性行列は対称になるとは限らない)。前者は共有イシューの実数、後者はイシューの共有率によって類似性を求めている。例えば、生起した 5 イシュー中 2 イシューを共有しているテキスト間と、生起した 2 イシュー中 1 イシューを共有しているテキスト間ではどちらがより類似しているのだろうか。実数と共有率で類似性は逆転する。どちらの算出法を用いるかは類似性の定義による。

(5) 聴き取り調査の時期と対象は次の通り。

- 1997 年 6 月 22 日 住民運動リーダー Y 氏
 9 月 24 日 横浜市福祉局障害福祉部障害福祉課 担当係長 H 氏
 10 月 7 日 住民運動参加者数名
 10 月 11 日 奈良川源流域を守る会メンバー K 氏
 1998 年 3 月 12 日 精神薄弱者更正施設のばら園 指導部長 H 氏
 6 月 6 日 住民運動リーダー Y 氏
 9 月 29 日 奈良町施設近隣住民 I 氏 (電話にて)

青葉メゾンの運営主体である社会福祉法人試行会からは裁判中であることを理由に調査への協力は得られなかった (1997 年 11 月)。

(6) この複合福祉施設は、定員 60 名の精神薄弱者入所更正施設「青葉メゾン」、定員 20 名の「奈良障害者ショートステイセンター」、定員 30 人程度の「奈良地域ケアプラザ」から成る。「青葉メゾン」は、家庭での生活が困難になった 18 歳以上の知的障害者が入所して、生活指導や訓練を受けながら、自立した日常生活を送るための施設。「奈良障害者ショートステイセンター」は、在宅で生活する障害者が家族等の介護者の冠婚葬祭や病氣・旅行等により介護が受けられない状態になった時、一時的に利用する短期入所の専用施設。「奈良地域ケアプラザ」は、地域の福祉・保健等に関する活動や交流の場として利用されるとともに、在宅で援護を必要とする高齢者等にデイサービスを提供する。ともに設置運営主体は社会福祉法人「試行会」。横浜市の総合計画

「ゆめはま 2010 プラン」(1994 年策定)の一環として、市が土地を取得し法人に無償貸与する。敷地面積は 7,500 m²。予定地北側道路の拡幅、南側の都市計画道路(1964 年決定)、小川アメニティの各事業も同時に行う。

参考文献

- Bateson, G., 1972, *Steps to an Ecology of Mind*, Brockman (=2000, 佐藤良明訳『精神の生態学』, 新思索社。
- Entman, R., 1993, "Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm", *Journal of Communication* 43(4): 51-58.
- Gamson, W.A. & Modigliani, A., 1989, "Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach", *American Journal of Sociology* 95(1): 1-37.
- Gitlin, T., 1980, *The Whole World Is Watching: mass media in the making & unmaking of the new left*, University of California Press.
- Goffman, E., [1974] 1986, *Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience*, Northeastern University Press.
- 橋元良明, 1985, 「随伴分析再考」, 『新聞学評論』34: 161-179.
- 池田謙一, 2000, 『コミュニケーション 社会科学の理論とモデル 5』, 東京大学出版会。
- 伊藤高史, 1999, 「日本のジャーナリズムと客観報道—客観報道を巡る議論のレビューと客観報道主義の再評価について—」, 鶴木真編著『客観報道—もう一つのジャーナリズム論—』, 成文堂: 32-66.
- Iyengar, S., 1991, *IS ANYONE RESPONSIBLE? : HOW TELEVISION FRAMES POLITICAL ISSUES*, The University of Chicago Press.
- Kahneman, D. & Tversky, A., 1984, "Choices, values, and frames", *American Psychologist* 39: 341-350.
- 海後宗男, 1999, 『テレビ報道の機能分析』, 風間書房。
- 加東田博, 1992, 『スウェーデンの知的しょうがい者とノーマライゼーション—当事者参加・参画の論理』, 現代書館。
- Krippendorff, K., 1980, *CONTENT ANALYSIS: An Introduction to Its Methodology*, Sage (=1989, 三上俊治・椎野信雄・橋本良明訳『メッセージ分析の技法 「内容分析」への招待』, 勁草書房)。
- McCombs, M. & Shaw, D., 1972, "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *Public Opinion Quarterly* 36(2): 176-187.
- , 1993, "The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas", *Journal of Communication* 43(2): 58-67.
- McCombs, M., Eisinger, E., & Weaver, D., 1991, *CONTEMPORARY PUBLIC OPINION: Issue and the News*, Lawrence Erlbaum Associates (=1994, 大石裕訳『ニュース・メディアと世論』, 関西大学出版部)。
- McCombs, M., Lopez-Escobar, E., & Llamas, J.P., 2000, "Setting the Agenda of Attributes in the 1996 Spanish General Election", *Journal of*

Communication 50(2): 77-92.

- 三樹精吉, 1970, 「客観的報道とその表現について—体験的な新聞文章試論—」, 『東京大学新聞研究所紀要』19: 99-116.
- 岡田直之, 1992, 『マスコミ研究の視座と課題』, 東京大学出版会。
- 大井真二, 1999, 「客観報道の起源を巡って—アメリカ・ジャーナリズム史のコンテクストから—」, 鶴木真編著『客観報道—もう一つのジャーナリズム論—』, 成文堂: 3-31.
- 大石裕, 1998, 『政治コミュニケーション 理論と分析』, 勁草書房。
- Osgood, Charles E., 1959, "The Representational Model and Relevant Research Methods", *Trends in Content Analysis*, ed. I. de Sola Pool. Urbana: University of Illinois Press. 33-88.
- Pan, Z. & Kosicki, G.M., 1993, "Framing Analysis: An Approach to News Discourse", *Political Communication* 10: 55-75.
- 斉藤正美, 1998, 「クリティカル・ディスコース・アナリシス—ニュースの知/権力を読み解く方法論—新聞の『ウーマン・リブ運動』(一九七〇)を事例として」, 『マス・コミュニケーション研究』52: 88-103.
- Scheufele, D.A., 1999, "Framing as a Theory of Media Effects", *Journal of Communication* 49(1): 103-122.
- Schutz, W.C., 1958, "On Categorizing Qualitative Data in Content Analysis", *Public Opinion Quarterly* 22(4): 503-515.
- Semetko, H.A. & Valkenburg, P.M., 2000, "Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News", *Journal of Communication* 50(2): 93-109.
- 鈴木裕久, 1990, 『マス・コミュニケーションの調査研究法』, 創風社。
- 高橋和宏, 1999, 「概念(領域・階層)ネットワーク技法によるパースペクティブの開放化: 方法論としてのネットワーク分析の応用研究」, 『人文学報』299: 117-158.
- , 2000, 「概念ネットワークと命題ネットワーク—社会的テキストのストレック・コンデンス・リリース—」, 『人文学報』309: 111-136.
- 高橋和宏・山崎哲史, 1998, 「概念ネットワーク分析技法による社会的言説の再分析—社会システムの不確定性の開放化を目指して—」, 『人文学報』290: 41-64.
- 竹下俊郎, 1998, 『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。
- Tuchman, G., 1978, *MAKING NEWS*, Free Press (=1991, 鶴木真・櫻内篤子訳『ニュース社会学』, 三嶺書房)。
- Weaver, D.H., Graber, D.A., McCombs, M., & Eyal, C.H., 1981, *MEDIA AGENDA-SETTING IN A PRESIDENTIAL ELECTION: Issues, Images, and Interest*, Praeger Publishers (=1988, 竹下俊郎訳『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)。
- 山崎哲史, 1999, 「社会運動による普遍的公共性の構成—運動主体のフレーム分析による公共性の探索—」, 『社会学論考』20: 45-66.
- 横浜市企画局編, 1994, 『ゆめはま 2010 プラン 基本計画』, 横浜市企画局。

(すずき つとむ・東京都立大学大学院社会科学部研究科)

Media Frame Analysis :
A Method of Content Analysis for the Linkage of Issues

SUZUKI Tsutomu
Graduate School of Social Sciences, Tokyo Metropolitan University

Media frame concept which is called “fractured paradigm” has been variously conceptualized in previous studies. In this paper, I compare the concept of media frame with that of attribute agenda-setting, and propose the concept of media frame as a linkage of issues. It is the cognitive basis of attribute agenda-setting. Attribute agenda-setting refers to the effect that emphasized attributes of issues in news coverage have on the public perception about the importance of issue attributes. Objectivity as journalistic moral, however, balances salience of issues or attributes so that attribute agenda-setting research fails to identify the organization of the media discourse-media frame.

To describe the media frame, I introduce the hierarchical structure of issues, called issue-tree, into analysis. Issue-tree designates the frame of analysis, makes different texts comparable with each other, and combines qualitative and quantitative content analysis. An example of issue-tree is presented in the latter section.