

Title	議題設定とフレーミング：属性型議題設定の2つの次元
Sub Title	
Author	竹下, 俊郎(Takeshita, Toshio)
Publisher	三田社会学会
Publication year	2007
Jtitle	三田社会学 (Mita journal of sociology). No.12 (2007. ) ,p.4- 18
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	特集: メディア研究におけるフレーム分析
Genre	Journal Article
URL	<a href="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</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

## 議題設定とフレーミング

### 属性型議題設定の2つの次元

竹下 俊郎

#### 1. はじめに

マスコミュニケーション研究にフレームないしはフレーミング(=フレームを状況に適用する行為)という概念が導入されたのは1980年代だが、研究者の間で広く注目を集めるようになったのは1990年代以降である。ここでのフレームとは、ある問題や出来事に対する解釈枠組みのことであり、また、フレーミング効果とは、メディアがどのようなフレームを用いて報道するかが、その問題や出来事に対する受け手の解釈や評価に影響を与えることと定義できる。

いまやメディアテキストやその効果の分析に欠かせない概念道具と目されるようになったフレームの概念だが、しかし、問題も少なくない。フレームの定義の仕方が研究者ごとに異なり、また、研究方法も質的なものから量的なものまで多種多様である。百家争鳴といえれば聞こえはよいが、カオスの状況にあるといえないこともない。

この小論では、メディア議題設定研究の立場から、フレーミング研究のうちでもとくにフレーミング効果の分析手続きを、どう標準化できるかという課題を追究する。そのために、幅広い争点やトピックに適用可能なフレーム概念を用い、かつメディアのフレーミングが人びとの認識に及ぼす効果を、信頼性の高いやり方で測定しようと試みた。具体的には、A. エーデルステイン、伊藤陽一、H. ケップリンガー (Edelstein, Ito, & Kepplinger, 1989) が提起した「問題状況 (problematic situations)」図式をフレームのモデルとし、トピックとしては1990年代初頭のバブル崩壊以降長期化した「日本経済の低迷」を取り上げ、2001年東京都内で実施した意識調査で、経済報道(新聞)のフレーミング効果を検証した<sup>1)</sup>。こうした標準化に向けた試みは、研究結果の相互比較や理論的一般化を容易にすることで、フレーミング研究に一定の貢献をなしうると考えられる。

#### 2. フレーム概念の多様な定義と問題点

T. ネルソンとE. ウィリーは、政治コミュニケーション研究におけるフレームという語の用いられ方を4つに分類している (Nelson & Willey, 2001)。第1は「集合行為フレーム (collective action frames)」。これは社会学者が提起したもので、社会運動で支持をいかに動員するかという戦略に関わるものである (e.g., Gamson, 1992)。第2は、「決定フレーム (decision frames)」。心理学者は実験に用いる課題のワーディングの仕方を微妙に変化させることで、実験参加者の判断が大きく変わることを示した (Tversky & Kahneman, 1981)。人間の判断は、物事の客観的事実ではなく、それをどう解釈するかによって左右されるからである。第3の「ニュースフレーム (news frames)」は、ニュ

ースメディアがメッセージをどう枠づけるかに関連する。そして、第4の「争点フレーム (issue frames)」とは、特定の争点を報じる際の視点・切り口を意味する。

メディアのフレーミング効果に関連が深いのは、第3のニュースフレームと第4の争点フレームであろう。ニュースフレームの代表例が、選挙・政治報道における「ゲーム」対「実質的内容」フレーム (Patterson, 1980) や、「戦略型」対「争点型」フレーム (Cappella & Jamieson, 1997)、あるいは社会問題報道における「エピソード型」対「テーマ型」フレームである (Iyengar, 1991)。この種のニュースフレームは、メディアの組織的慣行や営業上の必要に起因するもので、特定のジャンルの報道全般に見出すことができるものだとネルソンらは言う。他方、争点フレームは、原発問題や妊娠中絶問題といった個別具体的な争点に特化したものであり、このフレームの担い手は、メディア自体であるよりも、むしろ政策決定者や利益団体の広報担当者、シンクタンク研究員といったニュースソースだと考えられる。ネルソンが同僚らと行なってきた研究も、この第4の系譜に属する (例えば、Nelson, Clawson, & Oxley, 1997)。とはいえ、メディア自体も、論説や解説・分析記事などによって、ある争点の特定のフレーミングに積極的に加担する場合もあるだろう。

フレーミング効果に限って言えば、第3のニュースフレームに関する研究には次のような問題点がある。まず、おおざっぱな二項対立的フレームに依拠することで、ニュースの描写法を過度に単純化する危険性がある。さらに、受け手側もメディアのそれと対応したフレームで認識を行なっているのかという効果形成過程の問題をバイパスして、ニュースフレームと後続効果 (たとえば、社会問題の責任帰属の認知) とをじかに関連づけてしまう場合が少なくない。

他方、第4の争点フレームに関する研究は、ある争点に固有な条件を特定し、詳細な分析を行なうには有用だが、争点報道におけるメディアの役割に関して一般化を導き出すという方向にはなかなか進みにくい。もちろん、「汎用性」を持った争点フレームモデルを構築しようとする試みがこれまでになかったわけではない。たとえば、W. R. ニューマン、M. ジャスト、A. クリグラーらが提起した5項目のフレームモデル (「実利主義」「対立」「無力感」「人的影響」「道徳性」) はその一例であろう (Neuman, Just, & Crigler, 1992)。ニューマンらは、1987年から88年にかけて40名余りの市民を対象に実施した深層面接で、5つの公共的争点 (アパルトヘイト、スターウォーズ構想 [SDI]、1987年の株価の暴落、薬物乱用、エイズ) がどう解釈され評価されているかを調べた。その結果として、どの争点を解釈する場合にも登場する、いくつかの中心的なフレームを見出したのである。ただ、相対的に顕著なフレームのセットであっても、その体系性や網羅性という点では疑問が残る。

### 3. マクロな属性あるいはフレームとしての「問題状況」図式

1970年代から始まったメディア議題設定効果研究は、当初は、経済や外交・防衛、福祉政策といった一群の公共的争点間の優先順位に着目し、メディアの側で相対的に重要だと判断された争点が、受け手の側でも同様に重要視される傾向があるかどうかを追究してきた (McCombs & Shaw, 1972)。

しかし、「メディアから公衆の側への顕出性 (≒重要性) の転移」という議題設定の基本的なアイ

ディアは、さまざまな応用が可能である。たとえば、特定の争点や候補者について報道する際にも、メディアは、その争点や候補者のどの属性(=側面、具体的には下位争点や人物特性など)を強調し、どの属性を無視するかという取舍選択と格付けの作業を、やはり行なっている。結果として、くだんの争点や候補者が持つどの属性に受け手の注意が向くか、どの属性を手がかりに受け手が争点や候補者を認識するかという点でも、一種の議題設定効果が働くと予想される。これが、いわゆる「第2レベルの議題設定 (the second level of agenda-setting)」ないしは「属性型議題設定 (attribute agenda-setting)」の考え方である。ただ、一見して、フレーミング効果の概念と類似点が少なくないことがわかるだろう。

1990年代に入り、議題設定研究において属性型議題設定の概念が提起されるようになった(ただし、その萌芽は1970年代半ばから存在する〔Weaver, Graber, McCombs, & Eyal, 1981〕)。さらに数々の実証研究も登場してきた。結果として、フレーミング研究と属性型議題設定研究とはきわめて似たテーマを追究することになり、それゆえ、両概念の類似点と相違点をめぐって、両陣営の研究者はさまざまな論争を繰り広げてきた(竹下, 1998, 6章; Weaver, 2007)。

属性型議題設定とフレーミングとの収斂の可能性について論じたM. マコームズとS. ガーネムによれば、属性型議題設定における属性には、客体(争点、候補者など)が持つ多様な要素のうちで顕出的になった要素という「マイクロ」次元の属性から、顕出化した要素にまとまりを与える抽象的なアイデアという「マクロ」次元の属性までを想定できるという(McCombs & Ghanem, 2001)。マイクロな属性を「側面 (aspects)」、マクロな属性を「中心的テーマ (central themes)」と彼らは呼んでいる。後者は受け手を特定の推論や評価へと誘導するものだが、フレーミング研究におけるフレームとはまさにこの中心的テーマのことだとマコームズらは考える。議題設定研究の観点からなされたこのようなフレームの定義に対しては、フレーミングの研究者から異議が出るかもしれない。しかし、フレームという同じラベルの下に多種多様なアプローチや定義が混在する現実に鑑みて、マコームズらの定義もまた、フレームのひとつの定義だと主張することは可能だろう。

本論文では、このマコームズらの概念枠組みにのっとり、マクロな属性としての中心的テーマ(=フレーム)が、受け手にどのような効果を持つかを実証的に検討する。その際、操作手続きの信頼性とフレームモデルの適用性の2点にとくに配慮したい。前者に関しては、争点報道における中心的テーマとしてのフレームを、研究者の直観に頼るのではなく、より信頼性の高い手続きによって抽出することを試みたい。後者に関していえば、研究結果の比較や追試を可能にするためには、アドホックな争点フレームではなく、より広い適用性を備えたフレームモデルを用いることが望ましい。そうした「汎用型」フレームモデルの候補として、エーデルSTEINらが提唱する「問題状況 (problematic situations)」図式を取り上げ、分析に適用する (Edelstein et al., 1989)。

「問題状況」図式とは、人がある状況を何故に問題をはらむもの (problematic) として認識するのか、そのさまざまな理由を体系的なカテゴリーにまとめたものである。エーデルSTEINらは、哲学者J. デューイの議論、そしてより直接的には教育心理学者の、教育における問題解決に関する研究に依拠しながら、問題状況認知の分類枠を作成した。それは以下のような7カテゴリーから

成る。

1. Loss of value [損失] ——個人にとっての何らかの価値あるモノが損失した状態。
2. Need for value [必要] ——個人にとっての何らかの価値あるモノが不足し、それが求められている状態。
3. Institutional breakdown [制度崩壊] ——制度レベルでの価値の損失。統治機構、教育、家族といった社会的制度が、適切に機能しなくなったり、社会的ニーズに合わなくなった状態。
4. Social conflict [対立] ——他のアクター間、制度間で対立が見出される状態。個人間や政府間での戦争や競合・競争など。
5. Indeterminate situation [不確かさ] ——不確かで、曖昧、混乱した状態。
6. Steps toward solutions [解決への措置] ——問題解決に向けてのなんらかの策を要求したり、提案したり、あるいは策が実行されている状態。
7. Blocking [妨害] ——個人や集合体が、あるアクターによって進路を妨げられている状態。

やや抽象度の高い分類図式ではあるが、しかしそれゆえに、多様な争点や問題に適用可能だと考えられる。

#### 4. 本調査の概要

##### (1) 調査のテーマ

本調査のテーマとして取り上げた争点は、1990年代初頭のバブル崩壊以降、長期にわたって低迷を続けてきた「日本の経済状況」である。経済は、一面では雇用や物価、暮らし向きといった個人的経験から実感できる問題であるが、他方、マクロな状況は主にメディアを通して知ることが多いという点で「間接経験的争点」(Weaver et al., 1981)としての性格も持っている。「失われた10年」とも呼ばれたように、日本経済がなぜかくも長きにわたって低迷したかについては、専門家や実務家の間でも諸説紛々である(ごく簡単なレビューは、竹下, 2003)。この複雑な問題について、一般の人びとがどのような視点からどう理解しようとしているのか、また、マスメディアの報道は人びとの問題理解に対して、どのような影響を及ぼしているのか、を追究した。

##### (2) 予備調査：フォーカスグループインタビュー

まず、予備調査としてフォーカスグループインタビューを実施した。1999年の9月から12月にかけて、20歳代から60歳代までの男女を対象に、職業的にも学生、主婦、サラリーマン、退職者などとバラツキをもたせて、5セッションに分け計28人(うち女性は12人)に集まってもらい、低迷する日本の経済状況のうち、何がいちばん問題だと思うかをできるだけ自由に語ってもらった。録音されたインタビュー内容はテープ起こしされ、意識調査質問作成のための資料として用いられた。

### (3) 意識調査：東京都民調査

2001 年 5 月下旬から 6 月初めにかけて、東京都在住の 20 歳以上 70 歳未満の男女 800 人（住民基本台帳から無作為抽出）を対象に意識調査を実施した。留置法を用い、有効回答数は 556 (69.5%) であった。調査地を東京都にした理由のひとつは、都内のかんりの地域が、全国紙の東京本社発行最終版の配布地域であり、縮刷版を用いた内容分析と対応がとれるということがある。

本論文と最も関係する質問——日本の経済状況を調査対象者がどのようなフレームで捉えているかを調べる質問——は次のようなものである。まず冒頭の質問は「今の日本の経済をめぐってはいろいろな議論がありますが、あなたご自身は、A～L のような事柄はどのくらい問題だとお考えですか」。そして、12 項目の陳述それぞれに対して、「4. かなり問題だと思う」「3. ある程度は問題だと思う」「2. あまり問題とは思わない」「1. 問題とはいえない」のいずれかで、問題としての“重大さ”あるいは“深刻さ”を評価してもらった。

12 項目の陳述の内容については、フォーカスグループインタビューにおける参加者の発言内容にもとづき、かつエーデルSTEIN らの「問題状況」図式との対応をも考慮しながら決定した。図 1 の最左列に各項目の具体的なワーディングが示されている。今回はエーデルSTEIN らが提起した「問題状況」図式のうちの 5 カテゴリーを用いた（以降、これらを「問題状況フレーム」と呼ぶ）。他のカテゴリーについては、それらと対応する発言がフォーカスグループインタビューで見出せなかったためである。マトリックス中の H の記号は、質問を作成する段階で、12 項目の陳述がどの問題状況フレームと対応すると仮定されていたかを示している。このように質的分析（フォーカスグループインタビュー）と量的分析（意識調査）とを結びつける試みは、すでに 1970 年代の「利用と満足」研究で導入されており、今回もそうした先行業績を参考にしている（McQuail, Blumler, & Brown, 1972）。

### (4) 内容分析：新聞の経済報道の分析

マスメディアの経済報道における経済問題のフレーミングの仕方を調べるために、内容分析を実施した。素材の入手可能性という条件から、分析対象は新聞に限定した。東京都民の主読紙である「朝日新聞」と「読売新聞」（意識調査の結果では、回答者の 70% がいずれかを読んでおり、うち 7% は両紙を併読）を対象とし、意識調査の実施時期に先立つほぼ 1 年間＝52 週（2000 年 5 月 21 日～2001 年 5 月 19 日）を分析期間とした。曜日ごとに 52 日分から 13 日分を系統抽出し、この 13 構成週（constructed weeks）に該当する日の朝刊と夕刊（夕刊休刊日を除く）をサンプルとした。

分析紙面は毎号で最重要と判断されたニュースが掲載される第 1 面に絞り、そこに登場した「経済関連記事」を分析対象として選定。ここでの経済関連記事とは、基本的に「日本（国内）経済」に関連したもので、生産や消費の動向についてだけでなく、雇用や政府の経済政策など、かなり広い範囲にわたっている。外国の経済動向や外国企業などに言及しているものは、日本への影響が記事の主題となっている場合にのみ分析にかけた。

対象記事は、(a) 経済の下位争点と (b) 問題状況フレームの両カテゴリーにしたがい分類した。

質問項目	関連する 下位争点	問題状況フレーム				
		損失	必要	制度 崩壊	対立	不確実さ
A. 日本の景気が低迷していること	景気					H ↓ A
B. 失業率が上がったたり、就職が難しくなったりしていること	雇用					H ↓ A
C. 公共事業や補助金などで、税金のむだ使いが見られること	既得権益 擁護			H ↓ A		
D. 国や地方自治体の「借金」が膨大な額にのぼっていること	公的債務 残高			H ↓ A		
E. 若い世代ほど、負担に見合った額の年金がもらえない恐れがあること	年金制度	H ↓ A				
F. 税金や年金・健康保険などの負担が今後増えそうなこと	公的負担	H ↓ A				
G. 金融機関の不良債権の処理がなかなか進まないこと	不良債権 処理			H ↓ A		
H. 政府や企業の情報公開がなかなか進まないこと	情報公開		H ↘	A		
I. 年功序列賃金から業績給に変える企業が増えていること	成果主義				H ↓ A	
J. 安い輸入品との競争に負けてしまう国内産業が見られること	国際競争 力				H ↓ A	
K. 役所が業界を保護したり指導したりする政策が続いてきたこと	行政指導			H ↓ A		
L. 「結局、国が何とかしてくれる」という意識の人が少なくなっていること	官依存意 識		H ↘	A		

図1 仮説的分析枠組み

表中の H は、各質問項目の仮定された位置を、また A は、因子分析の結果(表1参照)から推定される、各質問項目の位置をそれぞれ示す。

下位争点とは、フォーカスグループインタビューから抽出した 12 項目が、広義の経済問題のそれぞれの側面に該当するのかをカテゴリー化したものである (図 1 参照)。また、今回の分析単位は 1 本ごとの記事である。(a) (b) とともに、1 本の記事は原則として 1 つのカテゴリーに分類するものとした。ただし、内容によっては 2 つまでのカテゴリーへのダブルコーディングも認めた。あらかじめ訓練を受けた 2 人の学部学生がコーダーとして各対象記事の見出しおよび原則として第 1 パラグラフまでを読み、コーディングを行なった。コーダー間の判定の一致度を示す信頼性係数 (Scott's  $p_i$ ) は、経済の下位争点カテゴリーに関しては 0.86、問題状況カテゴリーに関しては 0.79 であり、いちおう満足のいくレベルだと考えられる。

## 5. 結果の分析

### (1) 有権者の問題状況認識

意識調査の回答者となった都内在住の有権者は、低迷する日本経済のどこに問題があると認識していたのだろうか。図 1 左側に示した A~L までの項目のうち、「かなり問題だと思う」と答えた人の比率が最も高い項目は、「C. 公共事業や補助金などで、税金のむだ使いが見られること」(64%) で、「A. 日本の景気が低迷していること」(61%)、「D. 国や地方自治体の『借金』が膨大な額にのぼっていること」(61%) がこれに続く。逆に、問題として認知する人が少ない項目としては、「I. 年功序列賃金から業績給に変える企業が増えていること」(7%)、「J. 安い輸入品との競争に負けてしまう国内産業が見られること」(17%) などがある (紙数の都合で、表は省略)。景気の低迷を懸念しつつも、財政支出に批判的で、かつ従来の保護主義的な慣行が変わることへの抵抗が少ないという傾向は、今回の意識調査が大都市住民を対象としているためかもしれない。

さて、日本経済に対する問題状況認識がどう構造化されているかを調べるために、回答選択肢を 4 ポイントスケールとみなし、因子分析 (主因子解、バリマックス回転) を行なった。結果を示したのが表 1 である。固有値 1.0 以上の基準で 4 つの因子が抽出された。

第 1 因子は、「H. 情報公開 (以下では、実際のワーディングに代えて、関連する下位争点名 [図 1 の下位争点の列で示したもの] で略記する)」「G. 不良債権処理」「K. 行政指導」など 6 項目の因子負荷量が特に高い。「問題状況」図式の観点から解釈すると、これは「制度崩壊」フレームを表わす因子だといえる。第 2 次世界大戦後から 1980 年代まで、他国もうらやむ高度なパフォーマンスを誇ってきた日本の経済システムが、いまや国内外の変化に対応できず、数々の機能障害を引き起こしている——。こうした観点から現在の日本経済の状況を理解しようとするのがこのフレームである。

第 2 因子は、「F. 公的負担」「E. 年金制度」の 2 項目の因子負荷量が高い。これは「損失」フレームと解釈できよう。エーデルステインらの元来の定義では、「損失」とは過去に保持していた価値あるモノが失われつつあるという点を問題視するフレームである。しかし、今回の例のように、将来の実施が必然視されている増税や年金減額といった“予期される損失”も、このフレームに含めて良いのではなかろうか。



第3因子は、「A. 景気」「B. 雇用」の2項目を中心としたものである。不況や雇用難といった問題は、問題の渦中にある人びとだけでなく、社会全体に対しても先行き不透明で何となく不安な雰囲気醸成する。「問題状況」図式の中では「不確実さ」フレームに相当するといえよう。

最後の第4因子は、「I. 成果主義」や「J. 国際競争力」の項目が高い因子負荷量を持つもので、「対立」フレームに相当しよう。エーデルSTEINらの説明によると、このフレームには、抗争や闘争だけでなく、競争もまた含まれる。

表1 「経済状況に対する問題認識」因子分析結果(主因子解, バリマックス回転)

質問項目(略記)	第1因子 〔制度崩壊〕	第2因子 〔損失〕	第3因子 〔不確実さ〕	第4因子 〔対立〕
H. 情報公開	0.65	0.20	--	0.20
G. 不良債権処理	0.63	0.26	0.23	--
K. 行政指導	0.60	--	--	--
D. 公的債務処理	0.53	0.36	0.32	-0.11
L. 官依存意識	0.52	--	0.12	0.18
C. 既得権益擁護	0.48	0.35	0.18	-0.11
F. 公的負担	0.10	0.66	0.15	0.23
E. 年金制度	0.17	0.65	--	--
A. 景気	0.18	--	0.71	0.10
B. 雇用	--	0.25	0.59	0.25
I. 成果主義	--	0.11	--	0.56
J. 国際競争力	0.23	--	0.26	0.50
	固有値	1.39	1.21	1.05
	寄与率	17.5%	10.9%	6.7%

注: -- 因子負荷量の絶対値が .10 未満のセル

このように因子分析の結果では、A～Lの12項目は、「制度崩壊」「損失」「不確実さ」「対立」という4つの問題状況フレームにまとまるようである。結果を図1のマトリックスにAの文字でプロットした。この図に示したように、われわれは、上記4つに「必要」フレームを加えた5フレームに、12項目は分かると仮定していた。しかし、図の矢印で示したように、「H. 情報公開」や「L. 官依存意識」の項目は、「必要」フレーム——われわれは、従来の日本型システムに欠けており導入・獲得すべきモノを表わすと仮定したのだが——ではなく、「制度崩壊」フレームに属すると見なされたようである。回答者は、時代の変化の要求に制度が対応できない、という文脈でこれらを解釈したのかもしれない。しかし、残り10項目に関しては、因子分析結果を見る限り、われわれの仮定と回答者が解釈した問題状況フレームとは合致していた。

(2) ミクロ属性次元の議題設定：下位争点レベルでの効果

先に掲げた分析手順にもとづき、朝日新聞、読売新聞の第 1 面の経済関連記事を内容分析した。まず、下位争点による分類の結果を示したのが、表 2 の左半分である。今回サンプリングした 13 週分の第 1 面に掲載された経済関連記事で、なおかつ、見出しと第 1 パラグラフの範囲内でなんらかの問題状況を示唆する記述が含まれている記事は、朝日 93 本、読売 90 本の計 183 本であった<sup>2)</sup>。両紙は、どの下位争点を取り上げたかというカテゴリー分布においてもよく似ていたので (スピアマン順位相関係数で .79、N=12、片側検定 1%水準で有意)、表 2 では両紙合わせた結果を示した。「既得権益擁護」に関連した記事が最も多く、「景気」と「不良債権処理」、そして「公的負担」に関して取り上げた記事がそれに続く。

表2 新聞の経済報道における経済問題の下位争点の強調度と有権者における重要性認知度

下位争点	朝日・読売合計		東京都民調査	
	%	順位	平均得点	順位
景気	13.7	(2)	3.54	(2)
雇用	8.7	(6)	3.46	(4.5)
既得権益擁護	20.8	(1)	3.65	(1)
公的債務残高	1.6	(10)	3.51	(3)
年金制度	5.5	(8)	3.45	(6)
公的負担	11.7	(4)	3.46	(4.5)
不良債権処理	13.7	(2)	3.22	(7)
情報公開	8.2	(7)	2.98	(9)
成果主義	0.5	(12)	2.28	(12)
国際競争力	4.4	(9)	2.72	(11)
行政指導	9.8	(5)	2.96	(10)
官依存意識	1.1	(11)	3.07	(8)
その他	3.3			
計	102.7			
N	183		530	

注：下位争点の重要性認知の平均得点(右半分)は、「かなり重要だと思う」=4点から「問題とはいえない」=1点までの4点尺度の平均点。内容分析(表の左半分)は複数コーディングのため合計は100%を超える。

他方、有権者の側はどの下位争点を重要だと考えていたのだろうか。意識調査においてA～Lまでの 12 項目をどのくらい問題だと思うかを 4 ポイントスケールでたずねたときの平均得点を、ここでは回答者側の下位争点顕出性の指標と見なした。回答者全体としての結果を示したのが表 2 の右半分である。

下位争点レベルでの議題設定効果を検証するために、新聞側の争点強調順位と有権者側での争点

重視順位との相関をとってみた。両者の類似度が高ければ、メディアから受け手への効果を推定することができる。もちろん相関関係があっても因果関係の証明にはならないが、日本経済全体についての個々人の認識を調べている以上、そうしたマクロな認識の形成にメディア報道が大きく関わっていると仮定することは妥当であろう。

新聞の下位争点強調度と有権者の下位争点重要性認知との関連を示したのが表3である。回答者全体で見た場合、スピアマン順位相関係数は .59 となり、統計的にも有意である。さらに回答者を「経済報道への注意度」のレベルに応じて3分割したうえで、グループ別に相関を計算してみた。この経済報道への注意度は、調査票に含まれる2つのメジャー——①新聞への接触度と②政府の経済政策への関心度<sup>3)</sup>——を掛け合わせることで構成したものである。単なるメディア接触度よりも、関連するニュースへの注意度のメジャーのほうが、議題設定効果をよりうまく説明できることは、別の研究によっても示されている (Takeshita & Mikami, 1995)。

**表3 新聞の下位争点強調度と有権者の下位争点重要性認知との関連(スピアマン順位相関係数)**

	Rho	N
回答者全体	.59*	12
経済報道への注意度		
高	.58*	12
中	.56*	12
低	.59*	12

注：\* p < .05 (片側検定)

「経済報道への注意度」は、「新聞への接触度」と「政府の経済政策への関心度」とを掛けあわせることで構成した。

もし注意度が高いほどメディア側と受け手側との間の相関が高まるならば、メディア効果の存在を補強する証拠となるだろう。ただし今回は必ずしもそうはならなかった。表3が示すように、注意度が高・中・低のいずれの場合も相関係数は回答者全体のそれとほとんど変わらない。そしていずれも統計的には有意である。この知見から、新聞報道は人びとに対して飽和的に議題設定効果をもたらしていたと解釈できるかどうかは、もう少し検討を重ねてみないとわからない。ともあれ、下位争点レベルで、メディアの強調度と有権者の重要性認知度との間に有意な関連が見られたことは、ミクロ属性次元での属性型議題設定効果の存在に一定の支持を与えるものである。

### (3) マクロ属性次元の議題設定：問題状況フレームレベルでの効果

次に、マクロ属性次元——本論文の場合には、問題状況フレームのレベル——での分析へと移ろ

う。このレベルでの属性型議題設定効果は、したがってフレーミング効果と言い換えることができる。

表 4 は、何らかの下位争点に言及していた新聞記事が、どのような問題状況フレームを用いてその争点について語っていたかを判定した結果である。まず、記事全体の 39% がいずれの問題状況フレームにも「言及なし」と判定されている。これは内容分析のやり方が、あくまでも記事の執筆者が当の問題をどのようなフレームで定義しようとしていたか（コーダー自身や世間一般がその問題をどう解釈するかではなく）を判定するものであり、したがって記事中に特定のフレームを意味するような明示的な記述があるものに限って分析を行なったためである。

**表 4 新聞の経済報道における問題状況フレームの言及頻度(朝日・読売合計)**

問題状況フレーム	
損失	1.6
必要	2.7
制度崩壊	20.8
対立	2.2
不確かさ	8.7
-----	
解決への措置	35.0
妨害	1.1
解決策の帰結	1.1
問題状況の否定	--
-----	
問題状況への言及なし	38.8
計	112.0
N	183

注：複数コーディングを認めているため、合計は100%を超える。

朝日と読売の結果はかなりよく似ていたの  
で(Spearman's  $\rho = .93, N=8$ )、合算した。

今回の内容分析では、アメリカ、フランスそれぞれの大統領選挙報道を「問題状況」図式を用いて分析した A. メイジャーにならぬ、上述の 7 つの問題状況フレームに「解決策の帰結」（これまで解決策を講じた結果やそれに対する評価）と「問題状況の否定」（状況が問題含みであるということ自体を否定する発言）という 2 カテゴリーを追加した (Major, 1992)。しかし、「問題状況の否定」に該当する記事は見出せなかった。

問題状況フレームの中で「解決への措置」が最も多く登場するのは、政府高官や財界・企業トップなどの発言を報じた記事で、経済問題に対する何らかの対策に言及されることが多いからである

う。低迷する経済状況をどう理解しているかという、われわれがフォーカスグループインタビューから抽出した5つの問題状況フレームに関していえば、新聞で際立って強調されていたのは「制度崩壊」フレームであり、それに続くのが「不確実さ」フレームであった。他の3フレームの出現頻度はずっと低くなる。

それでは、報道における問題状況フレームのこうした強弱のパターンが、受け手に対してフレーミング効果をもたらしているのかどうかを検討しよう。意識調査での回答の因子分析結果(表1)から、4つの問題状況フレームに対応すると解釈可能な因子が抽出された。各因子の因子得点スケールは、対応する問題状況フレームに関する重要性認知のメジャーと見なすことができる。そこで、これらのメジャーと、前項でも使用した「経済報道への注意度」のメジャーとの関連を調べてみた。仮にフレーミング効果が存在するならば、メディアの経済報道への注意度が高い人ほど、報道内で強調された問題状況フレームを、より重要なものと認知する傾向があるだろう。すなわち、注意度とフレーム認知度との間には正の相関が見出せるだろう。

検討の結果を示したのが表5である。新聞の経済報道で最も強調されていたフレームは「制度崩壊」であった。表5左列を見ると、経済報道への注意度と「制度崩壊」フレームに対する重要性認知との間には有意な正の相関(ピアソン相関係数で.31)が見られる。また、新聞で2番目に強調されていた「不確実さ」フレームに関しても、「制度崩壊」フレームの場合よりはやや弱いものの、やはり有意な正の相関(.17)が見出された。他方、新聞報道で強調されていなかった「損失」と「対立」フレームに関しては、報道への注意度とフレーム重要性認知との間に、有意な関連は見られなかった。

さらに、報道への注意度と重要性認知との関連が見かけの相関かどうかをチェックするために、いくつかの変数をコントロールしてみた。新聞への接触度は性別や年齢によって偏る傾向がある。また、政党支持——ただし、今回は与党を支持するか否かという区別だけ——も考慮した。結果が表5の右列である。偏相関分析の結果でも、「制度崩壊」と「不確実さ」フレームについては、有意な関連が見られる(それぞれ、.24と.14)。これらは、あくまでも相関分析の範囲内ではあるが、フレーミング効果の存在を支持するデータだといえよう。

## 6. 議論

属性型議題設定研究の観点からメディアフレームを定義するならば、フレームとは、メディアが、特定の争点や人物を描写する際に用いる「中心的テーマ」(＝マクロ次元の属性)と定義しうる。本研究では、この意味でのフレームを、質的分析(フォーカスグループインタビュー)と量的分析(統計調査)とを組み合わせた、信頼性の高い手続きによって抽出しようを試みた。また、特定の問題だけにあてはまるアドホックなフレームではなく、より広い適用性を持つフレーム概念とするために、エーデルステインらの「問題状況」図式をフレームのモデルとして採用した。フレームモデルの「汎用性」が増すことで、他の研究との比較や追試がより容易になるだろう。

「日本の経済状況」を研究テーマとし、新聞報道の内容分析と東京都在住の有権者に対する意識

**表5 フレーミング効果のテスト:新聞の経済報道への注意度と各問題状況フレームの重要性認知との関連(ピアソン相関係数)**

問題状況フレーム	単相関	偏相関
損失	-.03	.01
制度崩壊	.31**	.24**
対立	.02	-.05
不確かさ	.17**	.14**

注:「経済報道への注意度」は、“新聞への接触度”と“政府の経済政策への関心度”とをかけ合わせることで構成された。

4つの「問題状況フレームの重要性認知」は、表1の因子分析で抽出された各因子の因子得点スケールである。

偏相関でコントロールされた変数は、“性別”(女性=1, 男性=0)、“年齢”、“与党支持”(支持与党=1, その他=0)である。

\*\* p < .01 片側検定

調査とを組み合わせた分析から、メディアによる経済問題のフレーミングが受け手側の経済問題の認識の仕方に影響していることを示す知見が得られた。新聞の経済報道では、低迷する日本経済の状況を定義する際に、「制度崩壊」フレーム(次いで「不確かさ」フレーム)が比較的良好に用いられ、他方、受け手の側でも、経済報道を注意してよく読む人ほど、同じフレームを重視する傾向が見られた。

この知見は、次のような意味合いを持っている。日本の「失われた10年」の問題点を論じる時、経済の専門家の間でも大別して2つの立場がある。一方は、不況の原因として景気循環的要因を重視し、適切なマクロ経済政策がとられなかったことが経済の長期低迷をもたらした主因だとする立場である。他方、より構造的な要因を重視し、景気対策よりも日本型政治経済システムの構造改革こそが優先されるべきだとする立場がある。今回の調査結果から見る限り、新聞も東京都民も後者の見方に傾斜していたようである。これは、メディアや有権者が為政者の政策的立場から影響を受けたせいかもしれないが、逆に、メディア論調や世論の一定の傾向が、政府がとりうる政策の幅を規定する可能性も否定できない。奇しくも今回の意識調査の実施時期は小泉内閣発足(2001年4月下旬)の直後にあたっていた。「構造改革なくして景気回復なし」と唱えた小泉内閣に、国民が少なからぬ支持を与えた理由の一端を、本調査結果は示しているといえよう。

ただ、本研究はまだ試論的な分析であり、理論面でも方法面でも今後検討すべき課題は少なくない。例として、内容分析に関わる問題をいくつか指摘しておこう。第1に、今回は新聞報道の内容分析の期間を意識調査実施にさかのぼる1年間としたが、これは便宜的に決められたものであり、

さらなる検討が必要である。ただ、同じデータを用いた別の分析で、内容分析期間を意識調査実施前6ヶ月にまで短縮しても、本論文で報告した結果とほとんど差が出ないことは確認している（竹下, 2003）。もともと議題設定効果の最適効果スパン（＝メディア議題と受け手議題との関連が最大になるような、メディア議題測定期間の長さ）についてはまだ定説がない状態だが（Wanta, 1997）、フレーミング効果の場合にもそれがあてはまる。第2に、新聞では第1面のみを分析対象としたが、フレームを調べるという趣旨からいえば、1面以外の論説や解説、分析記事などももっと分析に含めるべきかもしれない。第3に、問題状況フレームは抽象度が高いため、内容分析のコーダーのトレーニングをかなり念入りに行なわないと、コーダー間の信頼性を満足できるレベルに保てない可能性がある。

### 【註】

- 1) 本論文の調査知見は、科研費研究成果報告書として発表済みのものである（竹下, 2003）。ただし、新聞の内容分析に関しては、今回、残余カテゴリー部分のコーディングを再点検し、若干のミスを修正した。しかし、結論部分は変化していない。
- 2) 政府関連の会議日程や個別企業の動向、株式市場や外国為替市場の値動きなどで、単に事実のみを伝えている記事は分析から除外した。たとえば、「東証、終値〇〇円安」という内容だけの記事は分析対象外である。しかし、「株続落、〇〇円、バブル後最安値を更新」といった見出しが付く場合、日本経済の長期低迷を印象づける効果があると考えられるので、こちらの記事は「景気」に分類した。
- 3) ①新聞への接触度は、「平日の新聞閲読時間」を自由回答でたずね、結果を4カテゴリーにまとめたもの。②政府の経済政策への関心度の質問は、「新聞やテレビのニュースを見ると、このような話題〔政府の経済政策〕にどの程度関心がありますか」。回答選択肢は「非常に関心がある」「ある程度関心がある」「あまり関心がない」「まったく関心がない」。

### 【文献】

- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism*. New York: Oxford University Press. 平林紀子・山田一成監訳 (2005) 『政治報道とシニシズム』ミネルヴァ書房.
- Edelstein, A. S., Ito, Y., & Kepplinger, H. M. (1989). *Communication and culture*. New York: Longman.
- Gamson, W. A. (1992). *Talking politics*. New York: Cambridge University Press.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible?* Chicago: The University of Chicago Press.
- Major, A. M. (1992). 'Problematic' situations in press coverage of the 1988 U.S. and French elections. *Journalism Quarterly*, 69, 600-611.
- McCombs, M., & Ghanem, S. I. (2001). The convergence of agenda setting and framing. In S. D. Reese, O. H. Gandy, Jr., & A. E. Grant (Eds.), *Framing public life* (pp.67-81). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187. 谷藤悦史訳「マス・メディアの議題設定の機能」谷藤悦史、大石裕編訳『リーディングス政治コミュニケーション』一藝社, 2002, pp. 111-123.
- McQuail, D., Blumler, J. G., & Brown, J. R. (1972). The television audience. In D. McQuail, (Ed.), *Sociology of mass communication* (pp. 135-165). Middlesex, England: Penguin Books. 時野谷浩訳 (1979) 「テレビ視聴者」D. マクウェール編著『マス・メディアの受け手分析』誠信書房, pp. 20-57.
- Nelson, T. E., Clawson, R. A., & Oxley, Z. M. (1997). "Media framing of a civil liberties and its effect on tolerance." *American Political Science Review*, 91, 567-583.
- Nelson, T. E., & Willey, E. A. (2001). Issue frames that strike a value balance: A political psychology perspective. In S. D. Reese, O. H. Gandy, Jr., & A. E. Grant (Eds.), *Framing public life* (pp.245-266). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Neuman, W. R., Just, M. R., & Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge*. Chicago: University of Chicago Press
- Patterson, T. E. (1980). *The mass media election*. New York: Praeger.
- 竹下俊郎 (1998) 『メディアの議題設定機能』学文社.
- 竹下俊郎 (2003) 「メディア・フレーミング効果に関する実証的研究」平成 12・13 年度科学研究費補助金 (基盤研究(C)(2)) 研究成果報告書 (課題番号 12610206).
- Takeshita, T., & Mikami, S. (1995). How did mass media influence the voters' choice in the 1993 general election in Japan? *Keio Communication Review*, 17, 27-41.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211, 453-458.
- Wanta, W. (1997). The messenger and the message: Differences across news media. In M. McCombs, D. L. Shaw, & D. Weaver (Eds.), *Communication and democracy* (pp.137-151). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Weaver, D. H. (2007). Thoughts on agenda setting, framing, and priming. *Journal of Communication*, 57, 142-147.
- Weaver, D. H., Graber, D. A., McCombs, M. E., & Eyal, C. H. (1981). *Media agenda-setting in a presidential election*. 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.

(たけした としお 明治大学政治経済学部)