

Title	ニュース分析の視点：内容分析と言説分析
Sub Title	A Perspective of News Research: Content Analysis and Discourse Analysis
Author	大石, 裕(Oishi, Yutaka)
Publisher	慶應義塾大学法学研究会
Publication year	2004
Jtitle	法學研究：法律・政治・社会 (Journal of law, politics, and sociology). Vol.77, No.1 (2004. 1) ,p.103- 125
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	川合隆男教授退職記念号
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-20040128-0103

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.

ニュース分析の視点

——内容分析と言説分析——

大 石 裕

- 一 はじめに
- 二 「科学的手法」としての内容分析
- 三 ニュース研究と内容分析
- 四 シャーナリズムにおける「テキストと権力」
- 五 ニュースの言説分析
- 六 今後の研究課題

一 はじめに

先進産業諸国においては、情報通信技術の発展と新たなメディアの普及に伴い、高度情報社会はしだいに現実のものになってきたかのように見える。しかしその一方で、情報行動全般を見れば、テレビや新聞といった従来型マス・メディアに対する人々の依存度はきわめて高水準を維持していることがわかる。日本社会もその例

外ではなく、NHK放送文化研究所が五年ごとに実施している「日本人とテレビ」調査のなかの「メディアの効用比較」を見ると、人々のマス・メディア依存の実態は明らかである。この調査では、娯楽、教養、生活・余暇、報道、政治・社会問題の解説、といった五つの項目に関してメディアの効用比較が行われている。その結果を見ると、テレビが娯楽、情報、報道、解説の四項目で、新聞が教養の項目で首位を占めている（上村他・二〇〇〇）。

この傾向は、前回調査（一九九五年実施）と比べて、大きな変化は見られない。

メディア接触の効用については、一方において、メディアのメッセージとは無関係に、その行為自体が自己目的化している場合が考えられる。特に携帯電話やパーソナル・コンピュータなど、利便性が高いメディアが普及してきたことから、こうしたメディア接触の傾向が高まってきたと考えられる。すなわち、メディア接触を通して情報やメッセージを入手したり、時には発信することよりも、メディア接触という行為によって社会とつながる、あるいは社会と関わるといった感覚が生じ、そのことを主目的としてメディア接触が行われる場合がある。しかしやはり、とくにマス・メディア接触の場合、それを通じて伝達される情報やメッセージを入手することが、マス・メディアを介したコミュニケーション過程にとつて基本的かつより重要な機能であることは論を待たない。

従って、マス・メディアでいかなるメッセージが伝達されているかという問題は、依然としてマス・コミュニケーション研究においてはきわめて重要である。そこで本稿では、主としてマス・コミュニケーション研究におけるニュースのメッセージ分析の変遷に着目し、従来その中心的位置を占めてきた内容分析と比較しながら、メディア・テキスト、ないしはメディア言説に関する調査研究の有する意味と意義に関して考察を加えることにしたい。

二 「科学的手法」としての内容分析

マス・コミュニケーション研究が、操作や動員、そして疎外といった概念を駆使しながら、大衆化が進展する近代社会を批判する役割を担ってきたのは確かである。そうした問題関心を背景として、マス・コミュニケーション研究は、以下に見るように、主要な研究領域を設定し、経験的手法も積極的に取り入れながらマス・コミュニケーションという社会過程の分析を行ってきた (Severin and Tankard: 1992, pp. 344-345 : 一部改変)。

① 送り手分析——この種の研究は、伝統的にはゲートキーパー研究と結び付いていた。また、選択されるメッセージの言語、情報源の信頼性、メディア所有の問題なども送り手分析に含まれる。

② メッセージの内容と構造に関する研究——この種の研究としては内容分析が即座に思い浮かぶ。ただし内容分析は、他の調査 (例えば効果研究) と結び付くことで有用性を高めることが頻繁に見られる。

③ 受け手研究——受け手が抱く、多種多様なマス・メディアの内容に対する関心、そうした関心を持つ理由について量的に測定するために設計された調査。

④ 効果研究——ここでは、受け手のメディア利用とともに、受け手に対するキャンペーン効果に関する送り手側の意図と評価が研究されてきた。効果研究では、実験的手法、社会調査、内容分析、事例研究など多様な手法が利用される。

このように、効果研究を中心に発展を遂げてきたマス・コミュニケーション研究においては、伝達されるメディア内容は、上述したいずれの分析単位においても中心的位置を占めてきたのであり、従って内容分析は不可欠の調査研究手法であった。

メディア内容に関する調査研究を歴史的に見るならば、内容分析に対する関心が高まり、その手法が洗練され

たのは、二度にわたる世界大戦と関連した宣伝研究の領域であったのは周知の通りである。実際、第一次世界大戦の分析を通じ、近代戦では軍事と経済に加えて宣伝の局面が重要になってきたと指摘したラスウェルは、「内容分析が宣伝技術の評価と直接に関連するのは明らかである。というのも内容分析は、宣伝の過程を正確に記述するのかなり有効な手法だからである。」(Jasswell: 1977, p. 265) と述べている。

またクリッペンドルフは、宣伝研究以降の内容分析の展開について「基本的には言語やその他のシンボルを用いたコミュニケーション・データから推論を導き出す科学的的手法を見いだそうとする方向に発展してきた」(傍点引用者、クリッペンドルフ・一九八〇・一九八九、二〇頁)と要約する。そして、「内容分析とは、データをもとにしてそこから(それが組み込まれた)文脈に関して反復可能でかつ妥当な推論を行うための一つの調査技術である」(同、二二頁)と定義づける。ここで言う「反復可能」という特徴は、無論、内容分析という手法の「科学的」信頼性を主張する際の根拠となるものである。実際、内容分析は、具体的には以下に示す指標を用いながらマス・メディアの内容を明らかにし、評価することを行ってきた(同、五四頁…一部訳改変)。

① メッセージにおける特定のシンボル、考え、テーマの出現頻度。これは重要度、関心、強調点の尺度として解釈されることが多い。

② ある特定のシンボル、考え、テーマを、めぐる好意的・非好意的態度表明のバランス。これは考え方の方向や偏向の尺度として解釈される。

③ ある特定のシンボル、考え、テーマに対して付加された限定や連想。これは信条、信念、動機等の大きさ、強度の尺度として解釈されることが多い。

「科学的手法」を重視し、こうした指標を用いてマス・メディアの内容分析を行うという研究の方向は、主として社会心理学的アプローチに立脚しつつ、マス・コミュニケーション研究を先導してきたメディア効果論に積極

的に導入されていた。メディア効果研究における内容分析と受け手研究の密接な関連については、次のように論じられている。

「あるコミュニケーションを刺激として提示し、それに対する反応を調べる、といった形式に帰着する研究においては、刺激側の特性を明らかにしておかなければ刺激―反応の関係についての推論は不可能である。……効果分析における内容分析がこのタイプである。」(鈴木・一九九〇、九四頁)

「学術的な研究レベルでは、メディア効果に関する研究は、定量分析を用いて調査を行い、アジェンダ設定や培養分析など様々なアプローチを組み込むようになってきた。これら二つのモデルは、マス・メディアの広範な内容が受け手の思考様式に対して、明確に、そして時には強力な影響を及ぼすことを示している。」(Casey: 2002, pp. 19-20)

メディア効果論では、このように内容分析の結果が説明変数、受け手の側で生じた効果・影響が被説明変数として位置づけられるのが一般的である。もちろんメディア効果論では、こうした効果・影響は直接的なものとなされることはなく、特に受け手の側のデモグラフィック特性(性別、年齢、学歴、職業、収入など)や心理的特性(マス・メディアに対する態度、好奇心、外向―内向性など)、そして(それらの特性の結果生じる)マス・メディア接触の程度などが媒介変数として取り上げられ、調査対象となっている(鈴木・一九九〇、など参照)。

三 ニュース研究と内容分析

マス・コミュニケーション研究では、内容分析はこのようにメディア効果論と密接に関連しながら発展をとげてきた。ただし、ここで留意すべきは、メディアが伝達する「内容」とは、本来「マス・メディアによって提供される言語情報と画像情報であり、それは量的に測定されうるし、また質的にも評価されうる。」(Shoemaker

and Reese: 1996, p. 6) と把握やれうる点である。この指摘と同様の問題関心を有しながら、内容分析の位置づけを行う際に参考になるのが、近年のマス・コミュニケーション研究の動向を視野に収めた上で提示されたマクウェールの以下の定義である。

「内容分析とは、メディア・テキストを体系的、量的、客観的に記述する技法であり、それは以下の分析を行うという目的にとつて有効である。その目的とは、メディア情報の分類、メディア効果の探求、複数のメディア間の比較、メディアの時系列的比較、メディアの内容と「現実」との比較である。内容分析は、メディアの「質」に関して一定の指標を提供するが、メッセージに隠された意味の解明にはそれほど適してはいない。」(McQuarrie: 2000, p. 493)

以下、この定義を参考にしながら、いくつかのレベルに分けて、ニュース研究と内容分析の関連について検討してみる。その際、考慮されるべきは、ジャーナリストおよびマス・メディア組織を対象にこれまで展開されてきたジャーナリズム論の観点である。近代社会のジャーナリズムは、正確性と信頼性を有する情報を提供することを使命としていることは広く知られている。ジャーナリズム(研究)において、客観報道、ないしは公平性・中立性という用語・概念が重視されるゆえんである。例えば日本でも「新聞倫理綱領」(二〇〇〇年制定)の中に、「正確と公正——新聞は歴史の記録者であり、記者の任務は真実の追究である。報道は正確かつ公正でなければならず、記者個人の信条に左右されるはならない。論評は世におもねらず、所信を貫くべきである」という項目が掲げられている。ニュースの内容分析を行う場合、ジャーナリズムに関するこうした規範的観点が一つの重要な基準となる。

(1) 特定のメディアを対象とした内容分析

ある特定の新聞記事や放送局のニュースが取り上げられ、内容分析は行われる。ニュースには通常、社会的出

来事に関する報道、解説、論評といった機能が含まれる。この中で、前述したニュース内容の客観性・公平性・中立性の観点からもっとも問題となるのは、言うまでもなく報道であり、この領域を対象とする内容分析によって、各マス・メディアの報道姿勢が問われることになる。

それに関連して、ある特定の新聞や放送局を取り上げ、時系列的比較の観点から内容分析を行うこともある。この場合、メディアの特性、データの利用可能性の点から、新聞などの印刷メディアが対象となることが多い。この種の調査では、ある特定の問題や争点を取り上げ（例えば、日本社会では憲法問題や環境問題）、それについての時系列的な比較が行われる。その際、そうした問題や争点の報道・解説量に加え、それらに関する論評の内容分析を行い、それに関する時系列的な変化の有無、あるいは変化の程度を探ることも行われる。

ただし、マス・メディア内容の変化に関して評価する場合には、各メディアの主張の一貫性という規範的観点と同時に、言論の自由が法制度的に保障されている社会においても、ジャーナリズムが様々な歴史的・社会的制約の中で活動しているという点に留意する必要がある。ジャーナリズムにとっては、「アクチュアリテイ」、すなわち現在進行形という形式の中で出来事を再現することが、その存在意義であり、存在基盤なのである。こうした状況の中では、出来事を選択・編集して「社会的現実」を構築するという作業にはつねに様々な社会的かつ歴史的な制約が加わることになる。この点を考慮することが、時系列的比較を行う際には重要だと言える。

(2) メディア間比較

内容分析にとって、「メディア間比較」は主要な研究目標である。この場合、ある問題や争点に関する新聞各社の記事、解説、論評、そして各放送局のニュース番組の内容分析が行われる。その際、報道量の比較により、そうした問題や争点に関する各メディアの関心度を測定するという手法が取られる。また内容分析によって、各

社・各局の報道姿勢や論調、さらにはそれらから導き出されるニュース・バリュウの類似性や差異を明らかにすることが可能になるが、この点はジャーナリズム論にとつては重要である。

こうしたメディア間比較は、メディア特性がニュース・バリュウに及ぼす影響という観点からの検討も可能にする。例えば、全国紙と地方紙、高級紙と一般紙という比較検討がそれにあたる。また、新聞とテレビといった異なるメディア間のニュース・バリュウの差異が浮き彫りになる可能性もある。というのもテレビの場合、報道内容に対する法制度的な制約が存在し、また概して即時性や映像面におけるインパクトという要因が重視される傾向が高いからである。実際、日本の各メディアの選挙報道を分析し、「新聞とテレビ、テレビに関してはNHKと民放、また民放の中ではモーニングショーとワイドショーという具合に、それぞれの役割・機能が分化している様子が具体的に示された」との結論を導いた調査結果もある(萩原・福田：二〇〇一、一四二頁)。

(3) マス・メディア効果・影響に関する研究

それに加えて、前述した「メディア効果の探求」もあげられる。マス・メディアの内容分析を行い、マス・メディアで報じられた個々のニュースが人々の認知・態度・行動にいかなる効果を及ぼすかという問題が、ここでの研究課題となる。

この領域で多くの研究成果を蓄積してきたのが、選挙におけるマス・コミュニケーションの受容過程研究である。それは、①選挙予測報道の影響研究、②政見放送の効果研究、③投票行動の意志決定過程におけるマス・メディアの影響に関する研究、④利用と満足研究、⑤選挙報道の内容分析を通じての受容研究、に分類されている(児島：一九八八、四六頁)。この分類では、内容分析という用語は⑤にしか登場しないが、実際にはそれ以外の領域においても内容分析は重要な研究手法となっている。

メディア効果を探る際には、前掲の「メディア間比較」と関連させて行われるのが一般的である。すなわち、まずは報道量も含め、各メディアの選挙報道の内容分析を行い、その差異を抽出する。その一方で、有権者の側のメディア接触に関する調査を行い、その結果を被説明変数として、メディア内容の効果・影響の有無、および効果・影響の程度が調査されるわけである。

ただし、こうしたマス・メディア効果・影響を問題にする際には、メディア間の差異を強調し、ニュースのメディア間比較を行うことと同時に、メディア全体が比較的類似の報道姿勢をとり、支配的世論の形成に寄与するという観点からの分析も重要となる。こうしたマス・メディアの報道姿勢は、「総ジャーナリズム状況」（あるいはバック・ジャーナリズム）と呼ばれている。この場合、①ある特定の出来事にすべての種類のメディアが動員され、②その出来事の報道に紙面・番組をできるだけ割り、③しかも報道の姿勢がすべて同じ、という三つの要素を備えることになる（新井・一九八三、一四八頁）。この観点に立つと、マス・メディア全体の報道量と（もちろん実際には主要マス・メディアが対象となる）、その報道姿勢を分析し、それと支配的世論の形成メカニズムとを関連させることが重要な研究課題となる。

（４） 現実と、マス・メディアが構築・構成する「社会的現実」との比較

マス・コミュニケーション論では、例えばリップマンのように、一般に次の二つの環境あるいは「現実」を想定し、その区分の重要性和有用性が主張されてきた。この問題においては、ある個人や集団に直接働きかけ、個人や集団が直接に対応できる環境、すなわち直接的環境という意味での「現実」を一方におき、他方にマス・メディアによって構築・構成される擬似環境（ないしは間接的環境）、すなわち「社会的現実」を据える。

確かに人々は、実際の経験を通じてつねに現実と接触している。他方、社会動向を測定するための様々な指標

(例えば、失業率や犯罪率) が公表され、それは人々が自らを取り巻く現実を理解する手助けとなっている(もちろん、大部分の人々は、そうした指標も実際にはマス・メディアを通じて入手している)。その一方、マス・メディアはそうした現実、すなわち多種多様な社会的出来事を選択・編集してそれをニュースとして社会に提示している。われわれは、内容分析によって現実と「社会的現実」とを比較し、その差異を認識することが可能となる。ガーブナーらが実施した「文化指標」を用いた培養理論に関する一連の研究は、そうした差異の実証を試みたものである。もちろん、この種の研究をメディアの長期的かつ累積的な効果・影響を探るものとして位置づけることも可能である。

その一方で、こうした問題関心から行われる内容分析は、マス・メディアが現実を歪曲して社会的現実を構築するという批判の拠り所になる場合がある。すなわち、先に指摘した客観性・中立性・公平性というジャーナリズムの規範的かつ倫理的観点からすると、マス・メディアによって構築される社会的現実が偏向していると判断された場合、その報道が批判の対象となりうるのである。偏向報道に関して、これまで特に問題とされてきたのが、「党派的、イデオロギー的偏向」が中心となる「政治的偏向」である (Shoemaker = Reese: 1996, p. 42)。
ところが、アメリカの選挙キャンペーン期間を中心に実施されたマス・メディア報道の政治的偏向に関する内容分析の結果を見ると、「経験的調査の結果では、大部分のニュースの内容は中立的であり、ある候補者に肩入れするといった明白な政治的偏向を示すデータはほとんどない」(ibid, p. 43)と要約されている。日本でも一九九九年に実施された東京都知事選挙の報道に関する調査結果では、一定の留保は付けられながらも「選挙期間中の報道の多くは事実の伝達に徹しており、あまり評価を含まないニュートラルな内容が大多数を占めていたように思われる」(萩原・福田:二〇〇一、一四一頁)という見解が提示されている。民主主義が制度化されている社会では、このように明確な政治的偏向を見出すことは難しい。

ただし、現実と社会的現実との差異から生じる偏向について論じる場合、以下の点に留意する必要がある。それは、受け手の側からすると、現代のような多チャンネル化、多メディア化が進展してきたことを考慮するならば、解説・論評においてはもちろんのこと、報道の領域においても「偏向」の意味に関しては、再考を迫られているという点である。この問題に関連してNHK放送文化研究所は、「放送の公平・公正原則」に関する社会調査において、次のような選択肢を用意した（高橋・一九九八）。

- ① 一つひとつの番組の中でバランスをとるべきだ。
- ② 一つひとつの番組では偏っていても、その放送局全体でバランスがとれていけばよい。
- ③ 一つひとつの放送局は偏っていても、放送局の間でバランスがとれていけばよい。
- ④ 新聞や雑誌など、ほかのマスコミを含めて、全体でバランスがとれていけばよい。

これらの選択肢は、放送のみならず他のマス・メディアにも適用可能である。また、マス・メディアの偏向を重層的に捉えている点で、この調査項目はきわめて興味深いものと評価できる。

しかし、偏向に関する以上の見解は、現実と社会的現実との関係の一面しか論じてないと言える。というのも、マス・メディアの影響力が強大化した社会では、マス・メディア報道を前提として現実が計画されるということは度々生じるからである。さらに、マス・メディア自体がそうした現実の企画に加わるといふケースも見られるからである。従って、社会的現実の構成のされ方を想定して現実が生じるという点、ないしは社会的現実を構築する際の主たる担い手（＝マス・メディア）が現実の構成に参加しているという点は重視されるべきであり、マス・メディアの偏向について論じる際には、「メディア・イベント」に象徴される、現実と社会的現実のこのような関係に対して、より多くの関心が向けられるべきだと言える（大石・二〇〇〇、参照）。

それに加えて指摘したいのは、コミュニケーションという社会過程には、ニュースの制作過程も含め、必ずや

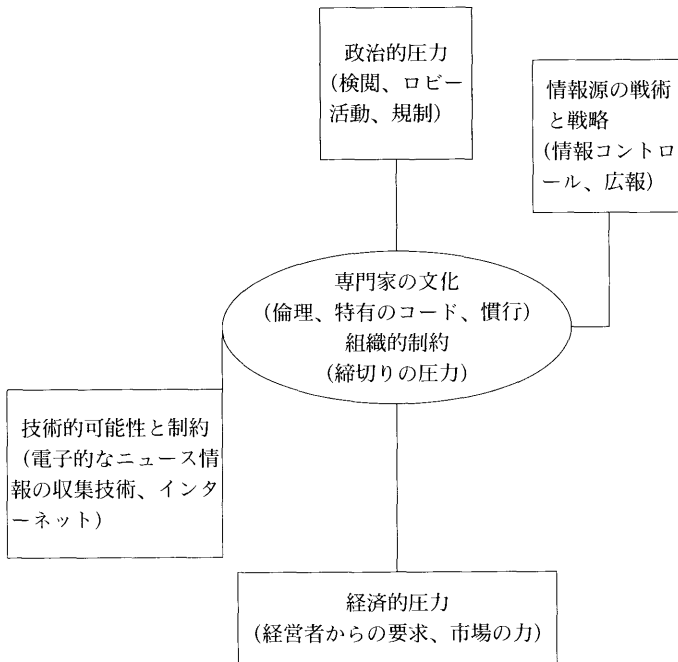
選択や編集という作業が伴うことである。この観点に立つと、現実と社会的現実との差異を前提として、ジャーナリズムに関する職業上の規範的観点とは一線を画しつつ、ニュース分析を行うという手法が採用されることになる。この観点は、内容分析を通じて現実と社会的現実との差異を検証し、それをジャーナリズム批判の根拠とする見解とは明らかに対照的である。そこで以下では、現実と社会的現実に関して、この観点とすぐれて同様の問題関心から分析を進めてきたニュース・テキスト研究について若干検討し、それを言説研究の意義について考察するための予備作業とすることにしたい。

四 ジャーナリズムにおける「テキストと権力」

ジャーナリストやマス・メディア組織の産物であるニュースの制作過程においては、以下のように様々な影響力が行使されていることが示されている。(McNair: 1998, pp. 13-16 : 図1)。

- ① 専門家の文化と組織的制約——ジャーナリス活動の指針となる一連の専門的な倫理、特有のコード、日常的な実践。例えば、客観的な報道姿勢、ニュース・バリューなど。
- ② 政治的圧力——ジャーナリストが活動する際に作用する政治家や政治システムからの影響力。これには、検閲、政府による情報統制・操作、さらには「政治文化」が含まれる。
- ③ 経済的圧力——メディア所有やメディア所有者による統制に代表される、ジャーナリズムに対する経済的な影響力。メディア組織の経済的支配は、文化的な権力に容易に、かつ明確に転化されると考えられている。
- ④ 技術的可能性と制約——ニュース情報の収集や生産に必要な技術が、ジャーナリストの作業に影響を及ぼす。
- ⑤ 情報源の戦術と戦略——ジャーナリズムの言説は、ジャーナリズム以外の行為者(例えば、政治家、圧力団体

図1 ジャーナリズムに対する社会的影響要因



の活動家、警察や労働組合などの公的組織、映画やスポーツの有名人)の情報活動によっても形成される。これらの人々や組織の重要性は増大してきたが、それは「情報源の社会学(sociology of sources)」という研究領域を生み出してきた。

出典：McNair(1998)、p. 14より作成

このようにニュース・テキスト(文字、画像、音声)は、様々な諸力が影響を及ぼした結果の産物として把握できる。これらの諸力のうち、ここで注目したいのは①の項目で掲げられている「専門家の文化」である。というのも、これまでのジャーナリズム論を見るならば、政治的・経済的・技術的な力、そして情報源からの圧力といった諸力に対抗(ないしは反抗)するジャーナリストという規範的図式が存在してきたからである。加えて、前述した日本の「新聞倫理綱領」において明示されている「正確と公正」という項目にしても、ここで言う「専門家としての文化」を象徴すると見なしうるから

である。また、それと密接に関連するジャーナリズムが信頼性を確保するための有力な拠り所である客観報道という職業倫理も、こうした諸力に対抗するという側面を有している。ちなみに、ここで言う客観報道というのは、一般に「報道を行う際に自らの主張や価値観を個人から剝奪する (depersonalization)」ことを前提として、①意見と事実との分離、②論争に関する均衡のとれた説明、③信頼ある人物に依拠することによる報道の確証、を要件とする」という理解が一般的である (*ibid.*, pp. 68-72、大石：一九九八、藤田：一九九八、参照)。

ところが、こうした客観報道の形式が、ニュース・テキストの内容の豊かさを減じてしまい、政治的・経済的・技術的な諸力、そして情報源からの圧力に対する脆弱性を強めてきたという批判が高まってきた。すなわち、「客観性により、ニュースやジャーナリズムの活動には価値が備わり、選択作用が伴うということ、そしてその活動に深く内在するシステムの現状維持という偏向が隠蔽されてしまう」(*ibid.*, p. 72) という見解が提示されるようになってきたのである。この傾向は、映像メディアであるテレビの場合、特に顕著になると言える。以下の記述はその点を要約している。

「テレビのジャーナリストは現実を把握しようとする際、自らの用いる技術を強力な見方と考えている……。ニューススタッフは、テレビカメラの焦点に事実が映し出されるのでそれに信頼をおいてしまっているが、視聴者に誤った印象を与えることについては、それを理由に免責してしまっている。客観性は画面が提供する現実の中にあるとされてしまう」(ラング＝ラング：一九八四、一九九七、二五〇頁)

それに加えて、日本のジャーナリズムの場合、記者クラブを通じた情報入手という取材システムが確立され、(とくに新聞の場合)無署名記事がまだ主流を占め、ニュース・テキストにおいて「無署名性言語」(玉木明)が支配的であることが、客観報道のこうした否定的側面をより強める結果になってきたと考えられてきた。以下の批判は、それらの点を要約したものである。

「日本の戦後ジャーナリズムは、ジャーナリズムの実相に〈中立公平・客観報道〉という「理念の衣」を着せてそれをみてきたのだということ、そうすることによって、ジャーナリズムのあり方そのものに内在する現実的な問題が排除、隠蔽されてきたのだということになる。」(玉木・一九九六、二九頁)

「……ニュースの言葉、無署名性言語とは、〈できごと〉の個別性、未知の部分切り捨て、その〈できごと〉を既存の知識、既存の論理で類型化、一般化する以外にないのだということ……を意味しよう。」(同、二四一頁)

以上の批判や見解を見ると、中立公平・客観報道を志向するジャーナリズムの「専門家の文化(日本の場合にはそれに記者クラブと無署名性言語の存在が加わる)」が、前掲の諸力に対抗する機能を有する一方、ニュース・テキストの生産過程に内在する圧力として位置づけられることが了解される。こうした問題意識は、前述したニュース・テキストの偏向について論じる際にも、きわめて重要な視点を提供していると評価できる。

玉木が提示した問題点は、ジャーナリズムの現況に対し類似の批判を繰り返してきた日本のジャーナリズム論の中にあつては、大変刺激的であり、かつ貴重であると評価できる。ただし玉木が、ニュース報道に携わるジャーナリストの言語活動のあり方に焦点をあわせ、ジャーナリズムに関する処方箋を提示する狙いを前面に出しながら独自の報道論を展開している点は留意されるべきであろう。玉木は実際、「署名記事」の効用を説きながら、「その〈できごと〉を過去の〈できごと〉や他の要素との連関・因果関係においてとらえようとすれば、必然的に〈一人称の言語領域〉(署名記事による主観的な報道)が前面に出てくる」(カッコ内引用者・同、二七七頁)と論じているのである。

しかしその一方、ニュースの制作過程に対する諸力についてより詳細に検討するためには、以下の観点を取り入れることが必要と思われる。それは、先の玉木の指摘、すなわち「〈できごと〉を既存の知識、既存の論理で類型化、一般化する」という作業が、必ずしもニュースの制作過程に限定されるわけではないという点である。

人々は一般に出来事を認識する際、ステレオタイプなどを用いて「注意力の節約」(リップマン)を行うことにより効率的に情報処理を行おうとする。ここで言うステレオタイプとは、先に論じた社会的現実を構築し、意味づける際に動員される枠組みと等置されるものである。そして、その過程はステレオタイプを強化し、再生産するという側面を持つ。この種の見解によるならば、ジャーナリズムの言語活動のあり方に関する観点とは異なるニュース・テキスト論を展開する必要性が認識されることになる。それは、(一人称の言語領域)から成立するニュース・テキストに対しても様々な様式で浸透する諸力に関する考察にほかならない。その際に有用なのが、以下に見るニュースの言説分析とその基盤となる諸理論と考えられる。

五 ニュースの言説分析

ニュースの言説分析に関しては、これまで数多くの研究が蓄積されてきた。ちなみに、これまで言説分析一般をめぐる諸理論は、「あらゆる事物や行為が意味を有し、その意味が歴史的に特定化された諸規則の体系の産物である」という前提に立っていると考えられている(Howarth: 2000, p. 8)。ここから、「言説理論の関心は社会的に生産された意味に関する理解や解釈に向けられる。……このことが意味するのは、言説研究の主要な目的の一つは、ある特定の歴史的文脈において生産される意味を形成する、ある歴史的に特定化された諸規則や慣行について描写することである」という見解が導かれる(*ibid.*, p. 128)。すなわち言説分析は、ある特定の歴史的かつ社会的文脈の中で、社会的出来事が定義づけられ、意味づけられる過程に注目する。それと同時に、そうした過程で作用する諸規則や慣行を分析し、その作業を通じて社会の価値(観)の分布を探り当てるわけである。

フェアクラウは、こうした見解を参照しながら、「社会的実践としての言説」という観点を提示した。それは

以下のように要約されている (Fairclough: 2001, p. 14)。

①言語と言説——批判的言語研究にとって必要な言語に関する概念とは、社会構造によって決定される社会的実践としての言語、すなわち言説である。

②言説と諸言説の秩序——実際の言説を決定づけるのは、社会制度と関連する一連の慣行、すなわち社会的に構成された諸言説の秩序である。

③資本主義社会における階級と権力——諸言説の秩序は、社会制度および社会全体における権力関係の中でイデオロギー的に形成される。

④構造と実践の弁証法——言説は社会構造に影響を与えると同時に、社会構造によって規定される。そして、社会の維持や社会変動に資する。

こうした前提や見解に立脚しつつ進められてきたのが、ニュースの言説分析である。ここでは第一に、「ジャーナリズムとは、事実に加え価値を伝達する活動である」(McNair: 1998, p. 31) という認識が共有される。そこから第二に、事実や価値を伝達する際を中心である言語、テキスト、言説が分析の中心となることが広く了解されている。そして第三に、ニュース言説分析を通じて、批判的観点から社会の権力・支配関係を明らかにするという研究課題が導かれるのである(≡批判的言説分析)。

言うまでもなく、テキストとは本来「意味を生み出すとともに意味を転倒する、開かれた無限の過程」(ローラン・バルト)として把握されうる。しかしそれと同時に、言葉、テキスト、言説をめぐる実践の過程において権力・支配関係が喪失するわけではないことも再度確認されるべきであろう。そうした観点に立つ言説分析では、従来「権力関係が実際に行使され、発動される場としての言説」の状況、すなわち「言説内の権力 (power in discourse)」に関心を抱いてきた (Fairclough: 2001, p. 36)。ここでは、主に直接的対話 (例えば医師と患者の間)

の場面で発動される権力が扱われる。

その一方、主としてマス・メディア、なかでもニュース言説の場合には「言説の背後にある権力 (power behind discourses)」が研究対象となる。このうち批判的言説分析が注目するのは、「(マス・メディア) 言説の背後にある権力」である。この種の権力については、「メディア内容を制約する権力形態とは、ある出来事をめぐる解釈、および「表現 (wording)」を支持し、それ以外の解釈や表現を排除する際に働くものである」(ibid, p. 26)と説明されている。こうしたメカニズムをボヴェの記述方法を借りて表現するならば、ジャーナリズムが報道するニュースというメディア言説、すなわち「真実」はその「真実」を含み込む準坳棒と関係するのであり、こうした「真実」の言説は「真実」を恣意的に構成しているにもかかわらず、あたかも「真実」を発見し、それをうやうやしく伝えるという顔を見せる、と捉えられるのである(ボヴェ・一九九〇＝一九九四、一二五頁、参照)。

それでは、この種の権力はニュースの中で具体的にどのようなように作動するのであろうか。この問題について考える際に、中心概念となるのが「物語 (narrative)」である。ニュースは物語という形式をとり、それによって権力は言説の背後に潜むことになるのである。このような見解においては、物語は次のように把握されている。

「メディア・テキストは、言葉やイメージのたんなる束ではない。その内容は、きわめて体系的に構成され、秩序化されている。テキストを構成する際に最も重要な原則の一つが物語である。物語は、ストーリーを語る際に不可欠なものである。物語は内容を継的に構成する。その結果、言葉やイメージは、さまざまに現れることなく、受け手に意味を理解させるように秩序だてて現れる。このように物語が構成されることで、様々なアイデア、テーマ、そして登場人物は、互いに関連しながら展開し、ストーリーを進めることが可能になる。」(Casey et. al. 2002, p. 138)。

ニュースの場合、こうした特質を備える物語という仕組みは、一般的に見られるニュースの構造の中で現れる。ニュースの構造については、「ニュース言説の中で、ある出来事を再現し、作りあげる際のもっとも顕著で典型

的な特徴の一つは、言説の組み立て方である。……ニュース言説の構造的性質は、ニュースのトップ・ダウンの原則というニュースにおける関連づけによって生じている」(van Dijk: 1988 p. 43)と説明されている。ただし、ここで強調されるべきは、こうした構成をとるニュースの物語に関して、それが社会における既存の支配的価値観の再生産と結び付くと見なしうる点である。すなわち、出来事を要約する機能を担う見出しやリード記事は、短い言葉や文章で読者に明確なメッセージを伝える必要があることから、社会で支配的なスキーマに依存する傾向が一段と強くなる。その結果、見出しやリード記事に続く出来事状況、経緯、背景、そしてそれに関する解説や論評も、そうしたスキーマに依存して認識され、解読される傾向が高まるのである。テレビ・ニュースの場合でも、「ニュースの見出しによって描かれた解釈の枠組みは、「何が問題で」、その問題の重要性がどのようにして定義されるかを正確に指定するだけでない。その枠組みは、日常の文脈の中で何が重要で、あるいは少なくとも何が関連するかという視聴者の感覚を再度確定するという働きを必ずや担う」(Allan: 1998, p. 131)と捉えられるのである。

このようにニュースの見出しは、ニュース言説ないしはニュースの物語において重要な役割を果たすが、それ以外にここで留意すべきは以下の点である。第一に、物語という用語・概念を多義的に捉える必要があるという点である。物語は基本的には、複数の出来事が因果的に展開する「プロット」と、時間の経過とともに展開する「ストーリー」とから成り立っている。それらを踏まえニュースは、①一定の期間内における出来事の発生・展開・終結という物語、②合意・調停・妥協による対立・紛争の解決という物語、③そして成功から挫折(その逆もある)という物語、によって報じる傾向を有する。またニュースは、そうした物語に登場する人物、組織、国家を、①対立の物語によって描き、②当事者を単純な善悪の物語によって描く、といったケースも多々見られる。物語という言葉や概念には、このように多様な意味が含まれていると言える。

それに関連して第二に、こうしたニュースの物語が「われわれ」と「彼ら」という差異を人々に認識させ、アデンティティの形成ないしは再生産と結び付くという点があげられる。このメカニズムについては、批判的な観点から「否定的なニュースの内容は、政治的ないしは社会的に彼らと定義される集団 (them-groups) と関連させられる。他方、中立的あるいは肯定的なニュースの内容は、われわれと見なされる集団 (we-groups) の行為と関連させられる」(van Dijk: 1988, p. 71)と論じられている。それに加えて、通常マス・メディアは国家社会を対象に定期的にニュース情報を提供することから、人々が社会の他の構成員と同時かつ定期的に同じ情報を受容するという状況も、こうしたわれわれ意識の醸成に寄与すると言える。

第三に、ニュース言説の背後で働く権力を上述したニュースの物語の構成と関連づけて考察するという作業が、イデオロギー概念に関する理解の変化と連動しているという点が指摘できる。この場合、イデオロギーとは「物理的世界、社会関係、社会的アイデンティティという）現実を表象し、構築するものである。それは、多様な次元を有する言説実践の形式や意味づけに組み込まれるものであり、支配関係の生産、再生産、変革に寄与するものである」(Fairclough: 1992, p. 87)と把握される。こうした理解では、イデオロギーは社会の多数派の間で当然視されている常識と結び付くことになる。そして、物語化されたニュース言説はそうした常識という装置を通じて社会の合意形成に寄与する役割を担うと捉えられるのである。

六 今後の研究課題

これまでニュースの内容分析と言説分析について、両者を対比させながら考察を試みてきた。その結果、言説分析に関しては、それが内容分析とは異なる問題関心を有しながら、ニュース・メディアやニュース内容に関す

る既存のアプローチ（特にメディア効果論と結び付く内容分析の手法と観点）に対して、そして既存の支配的な政治・経済・社会構造（さらには言説構造）に対して批判的な立場を取りつつ、分析枠組みの構築を行ってきたことが明らかにされた。

言説分析は、ニュース・テキストが決して「透明」（価値中立的）ではないことを、伝統的な批判的コミュニケーション論のみならず、言語学や政治言語学などの研究成果を積極的に摂取しながら体系的に論じようとしてきた。この手法は、ニュース研究を含めマス・コミュニケーション研究、さらにはコミュニケーション研究にとつて興味深いものである。

しかし例えば、本稿でも言及した「物語」やそれに関連する「ニュースの構造」と、支配的価値観の再生産という問題との関連については、一層の考察が必要とされる。というのも、既存の「物語」の形式や「ニュースの構造」、それ自体が支配的価値観の再生産に自動的に結び付くのか否か、あるいはそれらが単なる手段ないしは装置であり、支配的価値観に対抗する価値観にとつても有用なものか否かという点が、いまだ明確ではないからである。また、フェアクラウによって提起された言説実践の考え方は、従来の言説分析の視点を深化させたものと評価できるが、その過程、すなわちニュース・テキストの生産過程における出来事の解釈の多様性、およびテキスト消費における多様な読解の可能性の問題について十分な考察が行われてきたとは言い難い。そうした考察は、言説分析と文化変容、そして言説分析と政治・社会変動との関連を考察する際に重要な示唆を与えてくれるはずである（フェアクラウはかつてこの問題に取り組んだが、そこでの考察はそれほど明確ではない。Fairclough: 1992、第7章参照）。

以上の点を踏まえつつ、ニュースの言説分析を行うことにより、社会の「中に」存在するジャーナリズムの機能を考察するための、より有用な枠組みが得られると考えられるのである。

引用・参考文献

- 新井直之(一九八三)「現代ジャーナリズムの変容」内川芳美・新井直之編著『日本のジャーナリズム』有斐閣、一二一―一五二頁。
- 大石裕(一九九八)「客観報道論再考」鶴木真編著『客観報道』成文堂、六七―九二頁。
- 大石裕(二〇〇〇)「ニュースの機能と受容のメカニズム」大石裕他『現代ニュース論』有斐閣、三三―五六頁。
- 上村修一他(二〇〇〇)「日本人とテレビ・二〇〇〇」『放送研究と調査』二〇〇〇年八月号、二―三四頁。
- クリッペンドルフ(一九八〇―一九八九)三上俊治他訳『メッセージ分析の技法』勁草書房。
- 児島和人(一九八八)「戦後日本の「マス・コミュニケーション」と投票行動に関する研究」東京大学新聞研究所編『選挙報道と投票行動』東京大学出版会、九―五二頁。
- 鈴木裕久(一九九〇)『マス・コミュニケーションの調査研究法』創風社。
- 高橋幸市(一九九八)「視聴者と放送の公共性——「放送の役割」調査から——」『放送研究と調査』一九九八年五月号。
- 玉木明(一九九六)『ニュース報道の言語論』洋泉社。
- 萩原滋・福田充(二〇〇一)「テレビにおける選挙報道」萩原滋編著『変容するメディアとニュース報道』丸善、一一―一四四頁。
- 藤田真文(一九九八)「新聞記事における論評の表明」鶴木真編著『客観報道』成文堂、九三―一二五頁。
- ボヴェ、P・A・(一九九〇―一九九四)大橋洋一他訳『ディスクール』、レッキントリア、F「マクローリン、T編『現代批評理論』平凡社。
- ラング、G・E・IIラング、K・(一九八四―一九九七)大石裕他訳『政治とテレビ』松籟社。
- Allan, S. (1998) 'News from NoWhere', in Allan, A. and Garrett, P. ed. *Approaches to Media Discourse*, Blackwell.
- Casey, B. et. al. (2002) *Television Studies*, Routledge.
- Fairclough, N.(2001) *Language and Power* (2nd ed.), Longman.
- Fairclough, N. (1992) *Discourse and Social Change*, Polity Press.

- Howarth, D. (2000) *Discourse*, Open Univ. Press.
- Lasswell (1977) *On Political Sociology*, The Univ. of Chicago Press.
- McNair, B (1998) *The Sociology of Journalism*, Arnold.
- McQuail, D. (2000) *McQuail's Mass Communication Theory* (4th ed.), Sage Pub..
- Severin, W. J. and Tankard Jr., J. W. (1992) *Communication Theories* (3rd ed.), Longman.
- Shoemaker, P. J. and Reese, S. D. (1996) *Mediating the Message* (2nd ed.) Longman.
- van Dijk, T. A. (1988) *News as Discourse*, Lawrence Erlbaum Associates.