

ニュース・フレーム論の理論的射程と空間定位（後編）

FUJITA, Mafumi / 藤田, 真文

(出版者 / Publisher)

法政大学社会学部学会

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

Hosei journal of sociology and social sciences / 社会志林

(巻 / Volume)

68

(号 / Number)

4

(開始ページ / Start Page)

1

(終了ページ / End Page)

17

(発行年 / Year)

2022-03

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00025435>

ニュース・フレーム論の理論的射程と空間定位（後編）

藤 田 真 文

2. フレーム構築：情報源＝メディア＝メディア・コンテンツ間

2.1 フレーム構築の構成要素

この節では、フレーム構築（frame building）についてより詳細に検討していきたい。Scheufelによれば、フレーム構築とは、「ジャーナリストが適用するフレームの作成や変更に影響を与えるプロセス」である。先述したように、Scheufele は、フレーム構築に関わる可能性のある影響源（potential sources of influence）として、以下の3つをあげている。(i)ジャーナリスト自身＝ジャーナリストのイデオロギー、態度、職業上の規範など、(ii)メディア組織＝メディアの種類や政治的志向、あるいは組織のルーティン（organizational routine）など、(iii)外部の影響源＝政治的アクター、政府、利益団体、その他のエリートなど（Scheufele 1999:115-8）。

Gamson は、外部の影響源の中で、特定のフレーム・パッケージを促進することに関心のあるアクターをスポンサーと呼ぶ。そして、「これらのスポンサーは通常、組織であり、ジャーナリストとの対話を日常的に行う専門家を雇っている」「このようなエージェントは、組織のリソースを利用して、すぐに使えるような形で資料を用意する。凝縮されたシンボルは、ジャーナリストの在庫となり取引される。賢い情報源は、ジャーナリストが適切な一行見出し（one-liner）を好むことをよく知っており、彼らが望むフレームを示唆する適切な一言（bite）を提供する」としている（Gamson 1988:168）

また、Gamsonによればアメリカのメディア組織では、「バランス規範 balance norm によって、政府の公式パッケージに対する特定のライバルが優遇される」「バランス規範では、論争を2つの対立する立場——政府の公式な立場と（もしあれば）政治的にもっとも既得権を有するメンバーが支持する代替案——とに還元する傾向が強い。多くの場合、批判者は政府の公式の立場と同じように、明文化されていない共通のフレームを共有していることが想定される」と言う。つまり、メディア組織が記事で言及するのは、政府のフレームに対する反対者といっても、例えば野党議員のように議論のフレームを政府と共有しているアクターに限られるというわけである（Gamson 1988:169）。

先述したように、Gamson はまた Stuart との共著において、アドボカシー（支援者）・ネットワークという概念を使いながら、たとえば政府やその関係機関と社会運動組織との間には、フレーム

構築に使うことのできる「資源 resource」に格差があり、それがメディアへのアクセスに影響するとしていた。これらの競合するアドボカシー・ネットワークは、それぞれが好むフレーム・パッケージの成功 (career) を促進しようとする場合、より大きな文化的テーマと共鳴するシンボルを使用する言説戦略を取らなければならないとする。「共鳴 (resonance) は、特定のパッケージの魅力を高め、自然で親しみやすいものに見せる。より大きな文化的テーマに反応した人々は、同じ響き (sonorities) を持つパッケージに反応しやすくなる」(Gamson&Stuart 1992:63)。Gamson と Stuart は、このように複数のアドボカシー・ネットワークがシンボルを争う状況について、「誰かがヘゲモニーを握っている場 (arena) というよりも、むしろ激しく争われている場である」としている (Gamson&Stuart 1992:78)。

Gamson は Modigliani との共著において、文化的に共有されやすい言説の事例として、原子力政策では、「進歩」というフレームを挙げる。「進歩」フレームは、「ハイテクによって問題を解決する technofix」という大きな文化的テーマと共鳴し有利になっているとする。一方で、テクノロジーが狂い、制御不能に陥り、フランケンシュタインの怪物が生みの親に牙をむくような映画が多数制作されていることが示すように、「暴走 (runaway)」と「よりソフトな道 (soft paths)」は、オルタナティブな立場の対抗テーマから多くの象徴を引き出している (Gamson&Modigliani 1989:5-6)。

Carragee と Roefs は、このようなフレーミングをめぐる競争での権力の不均衡を強調し、「ニュースストーリーは、政治的アクターが自分が好む問題の定義を提唱して競い合うフレーミング競争の場となる。フレームがニュースを支配できるかどうかは、スポンサーの経済的・文化的資源、スポンサーのジャーナリズム活動に関する知識、ジャーナリズム活動そのもの、フレームがより広範な政治的価値と共鳴するかどうかなど、複雑な要因に左右される」とする (Carragee&Roefs 2004:216)。さらには、「フレーム・スポンサーシップの意味ある検討によって、政治的資源としてのニュースへのアクセスがアメリカ社会において不平等に分配されていること、そしてこの不平等が問題のフレーミングに大きな影響を与えていることを認識できる」と主張する (Carragee&Roefs 2004:220)。

前編で既に述べたように、Molotch と Lester は、フレーム構築に関わる行為者 (agency) として、①ニュース促進者 (news promoters)、②ニュース収集組み立て者 (news assembler) をあげていた。Molotch と Lester によれば、強力なニュース促進者は、様々な形で権力を行使して、メディアのルーティンを変更させ、自分たちが広めたいと思っているイベントとメディアの報道ニーズを合致させようとする。メディアへの権力行使には、直接的で粗野なもの (脅迫的なスピーチ、広告ボイコット、放送局に対する独占禁止法違反の訴訟など) もあれば、曖昧なもの (ジャーナリズム賞の授与や、定期的な意見交換、リーク、記者会見を通じて追跡調査や実験、逸脱をしないような報道機関の行動パターンを助長することなど) もあるという (Molotch&Lester 1974:105)。

2.2 指標化モデルとカスケード・モデル

2.2.1 指標化モデル

ここでフレーム構築において情報源（フレーム・スポンサー、ニュース促進者）とマス・メディアの関係を論じた代表的なモデルとして、指標化（索引づけ）モデル（indexing model）とカスケード・モデルに言及したい。

Bennett は、「マスメディアの報道専門職（mass media news professionals）は、役員室から現場に至るまで、ニュースと社説の両方で、あるテーマについて政府の主流の議論で表明されている意見の範囲に対応して、発言と視点の範囲を『指標化（index 索引をつける）』する傾向がある」とする。非公式な意見であっても、公式の場（政府の主流の議論）で出されている意見に沿って表明されている場合には、記事や社説になる。しかし、主流からはみ出している民衆の反対意見は、記事や社説にならない。Bennett は、「指標化仮説 indexing hypothesis を裏付ける証拠は、報道産業が自主規制を行い、民主主義のバランスを取る任務を政府に譲ったことを示唆している」と批判する（Bennett 1990:106）。つまり、指標化モデルは、政府の発言が指標として「編集者や記者がストーリーをどのようにカバーするかを決定する際に使用する、迅速で準備の整ったガイドとなる」とする（Bennett 1990:108）。

ただし Bennett は、マス・メディアが行うこのような「指標化」が成立する条件・範囲について、以下のような留保をしている。

- ①この仮説は、プロフェッショナルな報道基準を設定し、日々のニュースアジェンダに影響を与える「有力な leading」報道機関（すなわち権威ある全国紙、通信社、テレビネットワーク、ニュース雑誌の「ビッグ3」）の行動を説明するものである。
- ②ジャーナリストは、政府の中でも異端者ではなく、状況の結果に影響を与える可能性のある著名な政府関係者や組織的な権力ブロックのメンバーが表明した意見の範囲に応じて、ニュースの中の正当な声を評価する傾向がある。
- ③公式な議論の範囲外にある社会的な声が記事になるのは、市民の不服従や抗議行動、あるいは違法な行為を伴う場合であり、それらの声に対する否定的な解釈の文脈で言及される。したがって、指標化仮説は、ポジティブで正当な、あるいは「信頼できる」ニュースソースの範囲がジャーナリストによってどのように確立されるかという問題に最も重点的に適用される。
- ④指標化仮説は、日常的な出来事や危機、政策に関する報道に適用することを意図しており、選挙のように独自の規範的・儀礼的秩序を持つ「特別な報道」には適用しない。
- ⑤ニュースに登場する社会的な声の範囲は、問題領域によって大きく異なる可能性が高い。おそらく、外交問題や金融政策のような領域では狭くなり、市民的自由や「分かりやすい pocketbook」経済学の報道では広くなる（Bennett 1990:106-7）。

このような留保をもとに、Bennett は1980年代半ばのコントラ事件についてのニューヨーク・タイムズの報道を分析し、言及される意見の7割が政府関係者・機関のものであり、政府に反対する意見は議会の反対派の意見であることを明らかにしている（Bennett 1990:112-122）。

Bennett によれば、ジャーナリストは、政府による現実の定義を「政治的現実の基盤、責任ある世論の最良の近似値であると考えている」。指標化規範は、「ニュースを国家の政治的・経済的利益の変化に適合させながら、経営者や管理職が報道責任やバランスのとれたジャーナリズムという比較的穏やかな語彙で考え、コミュニケーションすることを可能にする」(Bennett 1990:109)。「現代のジャーナリズムの最上位の規範は、世論（少なくとも法を守る正当性のある意見）を、決定力のある組織的権力ブロック間の議論の範囲に収まるように圧縮することにあるようだ」と指摘する(Bennett 1990:124-5)。

2.2.2 カスケード・モデル

Entman は、ヘゲモニーモデルや指標化モデルは、主に冷戦期を前提にした知見であり、「ソビエト連邦が崩壊した後の国際政治とメディア行動の変化を完全には説明できない。新しいモデルを提示すべき時である」とする(Entman 2004:4)。そして、それらのモデルに替わるカスケード活性化モデル(cascading activation model)を提案する(図3参照)。カスケード活性化モデルは、政府機関(ホワイトハウス、国防総省)―他のエリート(国会議員とスタッフ、政府外の専門家[他国の指導者])―メディア(ジャーナリスト、ニュース組織)―テキスト(フレーム化された言葉・映像)―公衆(世論調査、その他の指標)というシステムの各レベルを結びつける影響力の滝状(cascading)のフローから構成されている。Entman は、カスケード活性化モデルの意義について、以下のように述べている。

カスケード活性化モデルは、あるフレームを支持するような考え方や感情がホワイトハウスからシステムの他の部分へとどのように完全に広がっていく(extend down)か、そして、その結果誰がフレーム競争に勝利し、政治的に優位に立つかの説明に役立つことを意図している。カスケードモデルは、ネットワーク拡散の活性化は、システムの各レベルに適用できると仮定している。(議員であろうと、記者、市民であろうと)個人の心の中で、思想または知識ネットワークのノード(node)の拡散が活性化されることは、ある考え方(idea)が対人的なネットワークに沿って伝えられる、そしてフレームを作る言葉や映像が異なったメディアを跨いで拡散する仕方と並行している(Entman 2004:9)。

例えば、ある出来事についてまず政府機関が公式見解を表明する。その表明によって、ジャーナリストや政治的リーダーの心の中の思想や感情が活性され、参加者の間にある考え方を広めるような会話をもたらす。記者や編集デスクがお互いに話し、印象を比べ他社の報道も参照する。「ジャーナリストは、情報源が表明したのと同じ考え方を聞けば聞くほど、その線に沿って自分自身も考えるようになり、その結果ジャーナリストが作るニュースは同じフレームを確固たるものにする言葉や映像を取り上げるようになる」。Entman は、フレームの拡散を促進する能力に格差があることを強調するためにも、滝のメタファーを選んだという。あるアクターは他のアクターよりも、自

分の考え方をニュースに押し込み、その結果大衆に伝える権力を持っている（Entman 2004:9）。

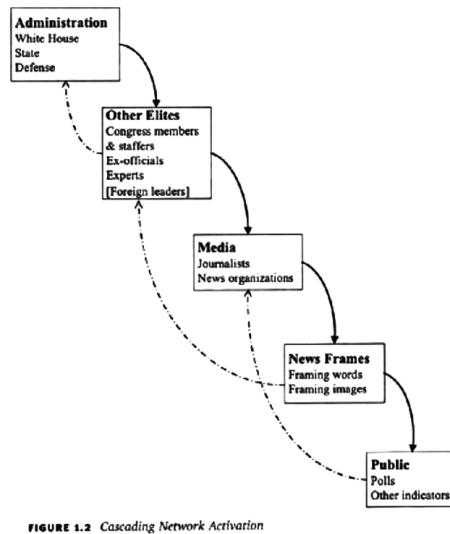


図3：カスケード活性化モデル（Entman 2004:10）

カスケード・モデルでは、政治文化において支配的なスキーマとフレームが一致しているほど、そのフレームは成功するとする（文化的一致 cultural congruence）。本来的にもっとも強力なフレームは、社会のほとんどの成員が習慣的に利用しているスキーマと完全に一致しているフレームである（Entman 2004:14）。

このような点を前提にして、カスケード・モデルは、外交政策に関する政府機関のフレームが他のエリートや大衆のフレームと競争し優越する条件として、以下の5つの仮説を提示し検証する（Entman 2004:17-21）。

仮説1：大統領による外交に関するフレームの制御は、外交が文化的に一致しているか、不一致の場合に高度となる。このような状況に対しては、政府の外にいるエリートは沈黙しがちであり、彼らの沈黙によって、フローが偏っているとの政府官庁の異議申立ては直接メディアに向かう。このような状況では、ヘゲモニー・モデル、指標化モデル、カスケード・モデルの予測は同じである。

仮説2：ジャーナリストは、彼らのストーリーに外交政策の対抗的な読解を入れ込む強い職業的動機を持っており、出来事や争点が不明瞭場合に彼らの動機を満足させる機会が最大となる。（後略）

仮説3：エリート——特に国會議員——は、自分が政治的にサバイバルしたいという強い動機がある。この動機は一方に傾いているかまたは緊張状態にある世論の指標に注意を向けるように彼らを導く。圧倒的多数派が大統領を肯定する方向に傾いていることが明らかな時には、他の

エリートは沈黙し、対立する視点の報道は一貫性のある対抗フレームを生み出しそうにない。しかし、不明瞭な問題に明らかに世論が割れている場合には、エリートの動機は対立に駆り立てられ、誰がフレームの争いで勝利するかを決定する戦略と権力が前面に出てくる。

仮説4：ポスト冷戦期には、ホワイトハウスが、他のエリートやジャーナリストとの関係の取り扱いを誤ったとしたら、特にホワイトハウスが自らのストーリーラインを支える圧倒するスキームを見出せなかったとしたら、大統領はフレームの制御に失敗する。そのような環境下では不明瞭な問題について、対抗的エリート、ジャーナリスト、そして世論の指標はともに、政府官庁と同程度にフレーミングに対する影響力を獲得するかもしれない。

仮説5：冷戦パラダイムの凋落と消滅によって、外交政策に対する公衆の反応が予測しにくいものとなり、意見表出におけるメディアの役割を高める。不安定な時期には、政治家とニュース組織は、公衆感情の指標を以前よりもより注意深く監視するようになり、公衆感情の指標がメディアにおけるフレームに跳ね返ってくる。

Entman は、「ある一定期間における所与の出来事のフレーミングは、一つのフレームの完全な支配から競合するフレームの完全な拮抗までの連続体に沿って並べることができる」とする (Entman 2004:47)。Bennett の指標化モデルは政府のフレームが優越するケースしか取り扱えないのに対し、カスケード・モデルは場合によっては政府のフレームが支配的とはならない、他の対抗フレームとの間で取り得る様々な力関係を包摂できる点が優れているという (Entman 2004:17)。

例えば Entman は、政府がメディアをコントロールできなかった事例として、クリントン政権の外交政策をあげる。「クリントン政権は、ソマリア、ハイチ、そしてバルカン半島に関して、アメリカにとっても重要なこと relevant であると各地の問題を定義するフレーム、または好ましい政策オプションの論理を強化するフレームを構築できなかった」 (Entman 2004:97)。「クリントン政権が、フレーミングをコントロールすることに失敗したのは、ある部分は、ホワイトハウスが政党をコントロールできるかどうかでエリートの言説が構造的に異なってくることが原因である。ボスニア、ソマリア、ハイチについて変化するホワイトハウスの問題定義に対して、議会の共和党、そして多くの民主党議員が、自由に異議を唱えることができた」 (Entman 2004:105)。

Entman によれば、冷戦の終結後、アメリカでは愛国心を呼び起こすことが難しくなり、ジャーナリズムは大統領に対して、「世界唯一の超大国」として自己主張する介入主義的なリーダーシップと、介入が非常にコスト高になったり、泥沼の様相を見せた時にはアメリカのリーダーを厳しく罰することを同時に要求するダブルバインドを押しつける。そのうえで次のようにいう。

私たちはもはやメディアに対する「国家」の権力を安易に一般化することはできない、というのも国家の権力はどの政党が政権を握っているかによって（そして究極的には、どのように軍事力の利用をコントロールするかによって）異なるからである。統制された政府のコントロールとメディア管理を正当化するイデオロギー的な指針も含め、いくつかの理由で通常民主党

よりも共和党の方がニュースフレームの支配に成功している（Entman 2004:96）。

Nelson, T. E., Z. M. Oxley と R. A. Clawson も、カスケード・モデルの仮説3と同じく、大統領以外の政治家（国会議員など）「大半のエリートが期待できるのは、自分のもっとも面白いサウンドバイト juiciest sound bite がマスコミに取り上げられ、最小限の矛盾で再生されることがくらいである（Hallin, 1992）。このような環境では、エリートたちは、証拠や論理的な議論を提示して大衆の信念を変えようとするよりも、自分たちに有利な方法で問題をフレーム化するほうが利益になると学んだようだ。ジャーナリストがエリートの情報源に依存していることで、たとえ情報源の仮定や結論に異論があったとしても、その情報源が構築した条件でストーリーを構築することになる」とする（Nelson, Oxley & Clawson 1997:238）。

2.3 ニュース組織の独立性を左右する条件

指標化モデルとカスケード・モデルは、政府のフレームに対するニュース組織の依存性または独立性を論じているが、Entman も認めているように、「ある一定期間における所与の出来事のフレーミングは、一つのフレームの完全な支配から競合するフレームの完全な拮抗までの連続体」である。政府機関のフレームに対して、ニュース組織がどの程度独立性を保っているかは、さまざまな条件によって左右される。

Bennett, Lawrence と Livingston は、「これまでの研究では、ドラマチックで混乱する troubling 出来事は、相対的に独立した批判的なニュースナラティブを支持するような正統性のある手掛かり（きっかけ peg）を提供し、ニュースメディアが通常よりも積極的にアジェンダを設定することさえ可能にするとされている」と述べている。彼らは、このような出来事の報道を「イベント駆動型ニュース（event-driven news）」と呼ぶ（Bennett, Lawrence & Livingston 2006 :468）。彼らは、「イベント駆動型モデルでは、報道機関がフレーミングの選択にもっとも大きな裁量権を持つのは、出来事の直後であることが示唆されている。政府のニュース管理能力に挑戦するようなドラマチックなイメージを報道機関が提供した場合に、報道機関の選択の裁量がもっとも大きくなると考えられる」とする（Bennett, Lawrence & Livingston 2006 :440）。

Lawrence はまた、ニュースが取り扱う3つの異なるコンテキスト——①外交政策や国家安全保障に関するニュース、特に戦争や国際紛争などのリスクの高い状況下でのニュース、②国内政策に関するニュース、特に社会問題に関するニュース、③選挙戦に関するニュース——によってニュース組織の独立性が異なるという。外交・安全保障の分野では、主流メディアは問題や出来事の背景を明らかにする際に独立性を欠き、政府関係者に大きく依存する傾向がある。一方、国内政策の分野では、（政府以外の）より多様なニュースフレーム作成者に門戸が開かれており、ジャーナリスト自身が特定のニュースフレームを導入・維持するうえで、より独立性を発揮することができる。選挙運動の場面では、ジャーナリストは主要な情報源である候補者とその選挙スタッフに対してかなりの独立性を発揮し、国家安全保障の場面では記者が躊躇するような情報源とは異なった視点を

提供することが多いとする (Lawrence 2010:267)。

ここでも Molotch と Lester の「パブリック・イベントの類型化 (typology of public event)」が、先駆的な業績として言及されている (Bennett, Lawrence & Livingston 2006 :468)。Molotch と Lester は、①ニュースの基礎となるハプニングは、人間の意図的な活動によってか、それとも非意図的な活動によって発生したのか、②出来事をイベントに昇華させるように促進した当事者は、イベントの基礎となるハプニングを最初に成し遂げた当事者と同じであるとみなせるか、という 2 つの基準によって、パブリック・イベントの類型化を試みた (Molotch&Lester 1974:107-111)。

- ①日常的な出来事 (routine events) : 基礎になっているハプニングが目的的に達成されており、ハプニングに責任を負う人々とそれらをイベントに昇華させる人々が同一であるという事実によって他と区別される。記者会見での発言が日常的な出来事の典型であり、毎日の新聞に掲載される記事の大部分はこのカテゴリーに属しているので、頻度の点から Molotch と Lester は「日常的」と呼ぶ。
- ②事故 (accidents) : 基礎となるハプニングが意図的なものではないこと、公共のイベントになるよう促進する人が、ハプニングをもたらす活動をした人とは異なることによって、日常的な出来事とは異なっている。事故の場合、意図しないハプニングが発生し、それが他の人によってイベントとして宣伝される。
- ③スキャンダル (scandals) : 事故と日常的なイベントの両方の特徴を共有しているが、その出来事を起こした当事者とはイベントの戦略を共有していない個人 (Molotch と Lester は「情報提供者 informer」と呼ぶ) の意図的な活動によって出来事となるものが含まれる。出来事がパブリック・イベントとなるような促進は、元々ハプニングをもたらした人々によって行われるわけではない。実際、ハプニングの実現は、元々のアクターたちにとっては驚きであることが多い。贈収賄の暴露を例にすると、贈収賄の当事者にとって贈収賄は意図的な行為であるが、それがパブリック・イベントとして公になることを元々は意図していない。贈収賄を暴露する人は当事者 (仲間割れ) の場合もあるが、それを知り得た第三者の場合もある。
- ④セレンディピティ (serendipity) : 事故と日常的な出来事の両方の特徴を持っている。(事故と同様に) 計画されていないが、(日常的な出来事と同様に) その出来事から成果を得ようと思うもの自身が促進する基本的な出来事がある。たまたま起こった出来事を、自分の処理能力や勇気を示すイベントとして公にするなどが考えられる。

Molotch と Lester のパブリック・イベントの類型化について、先ほど述べたイベント駆動型ニュースとニュース機関の独立性との関連で言えば、Molotch と Lester は、「事故、そして二次的にはスキャンダルにおいてのみ、日常的な政治的作業がある程度超越され、それによって、一般的に公共のイベント作りを管理しているグループに直接敵対する情報へのアクセスが可能になる」としている。逆に日常的な出来事やセレンディピティでは、政府などのニュース促進者のフレームに支配されていることになる。

多くの研究者が、政府のフレームに対するニュース組織の依存性／独立性を表す概念を提示している。Brüggeman, M は、他のアクターから提供された解釈を受動的に伝えることを「フレーム・センディング（送信 frame sending）」とし、それに対してジャーナリスト自身の解釈を視聴者に提供すること「フレーム・セッティング（設定 frame setting）」と呼ぶ。そして、ジャーナリストのフレーミング行為を、それら二極の連続体として概念化する。「フレーム・セッティングとは、ジャーナリストが問題となっている事柄について個人的な解釈に沿って報道を構成することを意味する。フレーム・センディングとは、ジャーナリストが、異なるパブリックアクターによって提示されたフレームを単に中継するという行為を意味する」（Brüggeman 2014:62）。

Brüggeman は、ジャーナリストがとりえるフレーミングの戦略として二極の中間に、第3のカテゴリーが存在するという。

- ①ジャーナリストが自分の意見に沿ったフレームを主に使用すると（フレームセッティング）、社会問題の「フィルターにかけたような説明（filtered account）」になってしまう。ジャーナリストの解釈が報道を支配することになる。
- ②中間の道は、「解釈的な説明（interpretive account）」につながる。ジャーナリストは、自分の意見と一致するものも、対立するものも、さまざまなフレーミングの方法を提示する。そして、ジャーナリストが外部のアクターが提供した「フレームをフレーム化（frames the frames）」する。（中略）
- ③ジャーナリストがフレーム・センディングを主に実践し、アドボカシー（支援者）フレームをリフレーミングする様々な方法を控えている¹と、「道管的説明 conduit accounts」になってしまう。このような報道パターンでは、ある問題について異なるフレームが提示され、どの解釈がより適切であるかについての手がかりが得られない。気候変動の例を見てみると、このようなバランスのとれた報道には批判がある。バランスをとることで情報の偏りが生じ、科学者のコミュニティよりも異端（fringe）の科学者がメディアで注目され、その結果、議論のイメージが歪められてしまう（Brüggeman 2014:62）。

Brüggeman のフレーム・セッティングとフレーム・センディングを、Van Gorp は、「メディアによる by フレーミング」と「メディアを介した through フレーミング」と区別している。「前者の場合、ジャーナリストはある出来事を自分で表象する際に特定のフレームに帰着するが、後者の場合、フレーミングは、例えば、政治家がジャーナリストの質問に答えたときのように、フレームのスポンサーや他のアクターの発話コミュニケーションにおいて処理されたフレームに関係している」（Van Gorp 2007:68-9）

Lecheler と de Vreese は、政府のフレームに対するニュース組織の依存性／独立性の連続体を

¹ 「アドボカシーフレームをリフレーミングする」という点については、後述「4.2ニュース・フレーム論の倫理規範問題」の O'Neil と Kendall-Taylor の議論を参照されたい。

「ジャーナリズム主体の媒介度の違い（differential degrees of journalistic agency）」と概念化する。ジャーナリズム媒介度が低い場合（low journalistic agency）は、外的要素（エリートの利害関係者のフレーミング）の影響が強く、ジャーナリズム媒介度が高い場合は逆という2つの変数の関係で説明する。

3. フレーム設定：メディア＝メディア・コンテンツ＝オーディエンス間

Scheufele のプロセス・モデルではフレーム設定（frame setting）とは、メディアの作成したフレームがオーディエンスに伝えられ、オーディエンスがフレームを獲得するプロセスを意味していた。

オーディエンスは、どのようにしてメディア・フレームを獲得し、獲得したフレームはどのように機能するのであろうか。Price, V., と Tewksbury は、アジェンダ・セッティング、プライミングとフレーミングを比較しながら、次のように述べる。

この3つの研究アプローチに共通しているのは、メディアのメッセージが知識の活性化のパターンを変えることができるかどうかという基本的な関心である。アジェンダ・セッティングとプライミングの背景にあるのは、ストーリーの選択がオーディエンスの評価に影響を与えるという考え方である。これは、ある問題が他の問題よりも頭に浮かぶ可能性を高め、問題の重要性や公的アクターへの承認に関するオーディエンスの判断に影響を与えるというものである。イシュー・フレーミングの背景には、公共の選択を異なる言葉で表現することで、メディアのメッセージは、人々が公共の問題について考え、意見を決定する際に、全く異なる考慮事項を思い浮かべるようにすることができるという考え方がある（Price&Tewksbury 1997 : 184）。

アジェンダ・セッティングとプライミング研究は、ジャーナリストがあるストーリーを「選択し伝達することで」、そのストーリーがオーディエンスに対して顕著になるとする。一方、フレーミング研究の焦点は、「政治的エリートやジャーナリストが特定の問題をどのように表現するかということである（中略）。選択肢をどのように人々に提示するか、つまり選択肢がどのようにフレーム化されているかによって、特定の選択肢が選択される可能性が変わるということである」（Price&Tewksbury 1997 : 182）。

Price と Tewksbury は、認知心理学の連想ネットワーク理論を適用し、フレーミングは、「メッセージの顕著な属性（構造や強調点）が、特定の思考の適用可能性（applicability）に影響を与え、その結果、その思考が活性化され、評価に使用される」ような、メディアメッセージの初期的 primary または第一段階の first-order 効果だとする。それに対して、アジェンダ・セッティングとプライミングのアクセス可能性（accessibility）は、最初に接触したメディアのメッセージが、そのあとと接触する類似のメッセージを目立っていて重要なものと認識させるという意味で、メッセー

ジの二次的 secondary または第二段階の second-order 効果を持つ（Price&Tewksbury 1997：197-8）とする。

ただし、Price と Tewksbury は、フレーミングの適用可能性をメディアメッセージの初期的または第一段階の効果としたことで、フレーミングの効果が短期的で小規模であると誤解しないようにとも注意している。フレームの「特定の構成要素が日常的に活性化され、適用性やアクセス性を介して時間をかけて使用されるようになると、長期的な、そしておそらく累積的な効果をもたらす可能性があることは確かである」としている（Price&Tewksbury 1997：199）。

Nelson, Oxley と Clawson は、フレームがオーディエンスに長期間保持されることを強調する。「フレーミング効果は、フレーミングされたメッセージが提供する新しい情報に還元されるものではないと主張している。それどころか、フレームは、長期記憶に保存されていて受信者がすでに自由に使える（already at the recipients' disposal）情報を活性化することで作用する」（Nelson, Oxley & Clawson 1997:225）。この点が、新たに接触したメッセージによって、オーディエンスが態度を変容させるか否かを問題にする説得的コミュニケーションとは異なる。

あるメッセージが、洗練された（sophisticated）オーディエンスと洗練されていない（unsophisticated）オーディエンスの両方に同じように受け取られ、理解されると仮定すると、洗練されたオーディエンスほど、そのメッセージに「屈服 yield to」したり、説得されたりする可能性は低くなる。というのは、(a)洗練されたオーディエンスはすでに議論に慣れている可能性があり、(b)付加された情報が、たとえ新しい情報であっても、既存の心的な情報の蓄積に比べれば些細なことである。(c)知識が豊富であれば、受け手はより簡単に態度の異なる議論（counter attitudinal arguments）を打ち消し、退けることができる。（Nelson, Oxley & Clawson 1997:227）

Nelson, Oxley と Clawson は、「フレームは、問題についての個人の信念に何か新しいものを加えるのではなく、既存の信念や認知を活性化させるものである」とする。そして、説得コミュニケーション、プライミングとフレーミングの違いについて、「私たちは、政治的コミュニケーション効果への3つの主要な認知的ルートを見ている。メッセージは、個人の問題に関する考察のストックに情報を追加する（adding information）ことで態度を変えるかもしれない（信念の変化）（筆者注：説得的コミュニケーションに当たる）、特定の考察を一時的にアクセスしやすく（accessible）する（プライミング）、あるいは特定の考慮事項の重み（weight）を変えたり（フレーミング）する」と説明している。このことから、フレーミングを通じて「あからさまな説得や操作を試みなくとも、マスメディアやその他のマス政治コミュニケーション機関は、世論に大きな影響を与えることができる」との見解を導き出している（Nelson, Oxley & Clawson 1997:236）。

Chong と Druckman は、適用可能性（applicability）または適切性（appropriateness）という点から、フレーミングとアジェンダ・セッティングやプライミングのアクセス可能性（accessibility）

との違いを考察している。Chong と Druckman は、「アクセス可能性とは、利用可能な考慮事項が評価に使用されるために起動される可能性を意味する（中略）。別の言い方をすれば、長期記憶に保存されている利用可能な考慮事項が、評価を行う際に思い起こされることである。」「コミュニケーションの中でフレームに何度も触れることで、そのフレームへのアクセス性が高まる」とする（Chong& Druckman 2007: 108）。アジェンダ・セッティングやプライミングのアクセス可能性は、もっとも頻繁に繰り返されるフレームが、個人の意見に最も大きな影響を与えると考える「ラウドネス仮説（loudness hypothesis）」に基づいている（Chong& Druckman 2007: 104）。

しかしながら、「アクセス可能な考慮事項の影響は、評価される対象物への適用可能性（applicability）、または適切性（appropriateness）にも左右される」。あるフレームが伝達されても、それが考慮すべき事項と無関係と判断されると重要視されなくなる。「フレームで提起された検討事項が適用可能と判断され、個人の意見を形成する可能性は、その強さや関連性を意識的に（conscious）認識することで高まる」。Chong と Druckman は、①利用可能な考慮事項を強調している、②フレームの説得力があると判断される場合に、フレームの「強さ」が認識されるとする（Chong& Druckman 2007: 108-9）。

このフレームの適用可能性・適切性やフレームの「強さ」は、アジェンダ・セッティングやプライミングが前提としているメディアからオーディエンスへの伝達の「頻度（その結果としての顕出性）」よりも、フレームの「内容」によって左右されることを意味する。Chong と Druckman は、フレームの強さに寄与すると予想される要因として、①情報源の信頼性、②コンセンサスのある価値との共鳴、③強く保持されている事前の信念と矛盾していないことを挙げている（Chong& Druckman 2007: 104）。いわば「強さ仮説（strongness hypothesis）」である。

オーディエンスがどのようにしてメディア・フレームを獲得し、獲得したフレームはどのように機能するかという「フレーム設定」の過程を認知心理学的にアプローチする研究者たちは、研究者が作成したメッセージに被験者を接触させ効果を検証する実験的手法によって、アジェンダ・セッティングやプライミングとフレーミングの違いを明らかにしようとしている。ここでは、実験的手法の詳細には言及しないが、例えば、Lecheler と de Vreese は、アジェンダ・セッティングやプライミング研究の仮説に反して、メッセージの繰り返しや焦点化を行っていない「顕出性 salience のない争点とフレームを用いた研究によって、より長期間持続するフレーム効果を探り当てることができた」とする（Lecheler&de Vreese 2019:79）。

あるフレームをオーディエンスが長期間保持する場合について、以下のような条件をあげている。①ネガティブなニュースフレームは、ポジティブなニュースフレームよりも、意見に対して強く、したがって長期的に持続する効果を持つ、②強い意見と組み合わせられたフレーミング効果は、意見が明確ではない場合よりも、競合するニュースフレームによって消されない傾向がある、③ほとんどの知識のある個人は、より持続的なニュースフレーム効果を示す、④フレームが完全に親しみのあるものではないが、関連する知識がそれを理解するのに十分なくらい展開する場合（Lecheler&de Vreese 2019:79-81）。

認知心理学的な視点からアプローチする研究者たちは、フレーム接触から7日ないし21日の間隔を空けてフレーム効果の事後検証を行うなど、フレームの持続性についても検証を試みている（Lecheler&de Vreese 2019:84-86）。

4. メディア環境の変容と倫理規範問題

4.1 メディア環境とニュース制作・消費の変容

本稿では、1990年代からのニュース・フレーム論の動向をたどってきたが、近年のニュース・フレーム論は、インターネット、SNSの進展によって変容するニュース制作・消費過程を考察に取り込もうとしている。

Tewksbury,David と Riles,Julius Matthew は、「現代のニュース環境は、人々がニュースに接することのできる場所を増やし、ストーリーの選択をコントロールする方法を増やしている。これらの特徴の結果として、ニュース視聴者は意思決定に敏感になり、数多くの選択肢の中から素材を選ぶ準備と意思を持つようになった」と主張する（Tewksbury & Riles 2018: 137）。そのうえで、Scheufele のニュース・フレーミング・プロセスのフレーム構築とフレーム設定の間に、「フレーム分配（frame distribution²）」という過程を入れることを提案する。Tewksbury と Riles は、「フレーム分配とは、フレーム構築と設定の中間段階、あるいは両方の要素として捉え、ジャーナリストが作成したニュースから生まれたフレームが、オーディエンスに届くまでの様々な方法を説明するものである」とする（Tewksbury & Riles 2018: 138）。

ソーシャルメディアをはじめとする共有技術がもたらしたものは、オリジナルのニュースを利用する新しい方法と、一人の人間が解釈する範囲の大幅な拡大である。（中略）その結果、現代版の2段階フローモデルの第2段階は、メッセージがマスメディアから対人コミュニケーションに移行するというモデルの当初の概念とは必ずしも一致しない。ソーシャルメディアを介して、ニュースストーリーに対する個人の解釈が他の多くの人々に伝わり、さらにはオーディエンスのフィードバックメカニズムを介して、ニュースの流れに戻ってくることもある。（Tewksbury & Riles 2018: 147-8）

Tewksbury と Riles は、オーディエンスによる「フレーム分配」の方法として、①ニュースへのコメント（news commenting）、②ニュースの共有（news sharing）＝リツイートやリンクの送信

² ここでは distribution に、ニュースという対象に寄せて「分配」という訳語をあてた。だが、Tewksbury と Riles の主張からすると、現象としては「散布」という訳語がより適切かもしれない。まったく適用の文脈が違うが、次の Wei の用語法を見ても、筆者にはデリダの dissémination に近いようにも思える。

など、③ニュース・アグリゲーション (news aggregation) =ポータルサイトなどをあげている (Tewksbury & Riles 2018: 148-9)。

さらに現代ではネット上でオーディエンスがどのニュースを選んで接触したかがデータとして瞬時にニュース機関にフィードバックされることで、「編集者やジャーナリストが、読者にアピールしていると思われるトピックやフレームを容易に特定」できる (Tewksbury & Riles 2018: 143)。また、現代のテクノロジーは、「ブログやソーシャルメディアなどの参加型ツールを介して、従来のテクノロジーの場合よりも幅広い情報や経験をニュースストリームに反映させる新たな機会を人々に提供している (中略) 市民のフレーム構築への参加が増えることで、政府や企業などの公式ソースがかつて支配的だったフレーミングパワーを奪うことができる」とする (Tewksbury & Riles 2018: 144)。Tewksbury と Riles は、IT技術がもたらす変化が、フレーム構築にも影響を与えている。

Wei は、「SNS、検索エンジン、動画配信サービスシステムに主として携わっている主体、またはこれらの情報技術を情報伝達のために使っている個人」を「民衆的ニュース散布者 (folk news disseminators)」と呼ぶ。そして、「民衆ニュースの情報とフレームは、一定範囲の社会公共 social public にも影響を与え、世論形成や公共問題の変化に影響を与える可能性がある。つまり、新しいメディア環境は、市民がより大きなニュース・フレームの主体 (broad news frame subjects) や小さな主体 (narrow subjects) として、新しい形で社会的構築に参加することを可能にする」という (Wei 2020:222)。

Wei は、このように民衆的ニュース散布者が多数出現するような状況では、専門職業人としてのジャーナリストの倫理であった「客観性」が依然担保されるのどうか検討する必要があるとする (Wei 2020:243)。また、ハーバマスの『コミュニケーション行為の理論』にも言及しながら、「『どのような種類のニュースフレームが合理的 (rational) なのか』という価値の問題」を議論する必要があると指摘する (Wei 2020:248)。

さらに、既存の「メディア組織はフレーム構築の過程をより透明かつオープンなものにし、伝え手とオーディエンスのオープンな相互作用を確立することが必要である」と主張し、以下の提案を行っている。① (自分の発信するニュースがフレームによってオーディエンスを) 操作する可能性があるという前提のもと、よって立つ情報源、取材に含まれるフレームと関連した情報、メディア組織が情報を得られる主体とチャンネルを、できる限り明確に説明する。②ニュースフレームの肯定または否定に関わる組織内の論争を公にすることを含め、伝え手が情報選択の過程で外的なフレームと情報をいかに扱ったかをできるだけ説明する、③メディア組織は、フレームの方向性・合理性に迷いがある場合にはその迷いを公に表明し、公的な出来事についての公衆の判断に貢献する (Wei 2020:250-1)。

4.2 ニュース・フレーム論の倫理規範問題

上記のような Wei の指摘にも示されているように、インターネット、SNSの進展によってもた

らされたオーディエンスによる「フレーム分配」や「民衆的ニュース散布者」の出現は、ニュース・フレーム研究者がフレーミングについてどのような立場を取るべきかという倫理規範問題を惹起している。

指標化モデルやイベント駆動型ニュースを Bennet とともに提起してきた Lawrence は、これまでのニュース・フレーム論には、キャンペーン報道は「ゲーム」志向ではなく候補者の公約を伝えるような実質的なものであるべきとか、ニュースの社会問題フレームは視点の範囲が狭いものよりもフレームの多様性がある方が良い、などという暗黙の前提があったという。そして、「これらの仮定はフレーミング研究の方向性を強力に形成してきた」とする (Lawrence 2010:278)。

Lawrence は、「一般大衆、特に情報弱者が実際にモニターして消化できると研究が示している以上の情報をニュースが提供することを、研究者は期待すべきではない」との Zaller, J (2003) の主張に言及しながら、ニュース・フレーム論もまたそのような「フル・ニュース」基準を研究の前提にしてこなかっただろうかと指摘している (Lawrence 2010:278)。

Nisbet は、ニュース・フレーム論の論集『Doing news frame analysis』に所収された自らの論考の目的を次のように説明している。

本章は、複雑な政策問題がもたらす知覚の麻痺を打破するために、何が必要かを理解したいと考えているジャーナリスト、専門家、支援者 (advocates) などの実務家に向けた入門書を意図している。私の研究や、さまざまな組織、専門家、ジャーナリストと協力してきた経験から得られた洞察をもとに、フレーミングとメディアの影響力に関する過去の研究を、気候変動と貧困のケーススタディを例にして、意味のあるコミュニケーションの原則に変換することを目指している。

この章での私の提案は、かなり基本的な前提に基づいている。つまり、人間性、党派性、メディアの断片化といったコミュニケーション上の障壁を克服するためには、特定のメディアやオーディエンスに合わせてメッセージを調整し、慎重に調査した比喻や暗示、例を用いて、閉塞した問題に対して個人が自分に関係のある問題だという新しい考え方を引き出す必要があるということである。(Nisbet 2010:44)

Nisbet は、ジャーナリスト、専門家や社会運動の支援者が、ニュース・フレーム論の研究成果を利用して、自分たちのメッセージをより効果的にメディアやオーディエンスに伝えるために利用することを目指している。「新しい形態のインタラクティブなデジタルメディアは、従来のニュースフレーミング効果の伝達モデルから、よりインタラクティブで社会構成主義的な『ボトムアップ』モデルへと焦点を移している。一般市民がデジタル・ニュース・コンテンツの積極的な投稿者 (active contributors)、クリエーター、コメンテーター、仕分け人 (sorters)、アーカイバーになるにつれ、フレーミング研究とその専門的な応用に新たな可能性と新たな要求が生じて」おり (Nisbet 2010:75)、大学の研究者も政府機関、専門家、超党派のアドボカシー・グループと協働し

て課題に取り込むことを提案する (Nisbet 2010:76)。

このような Nisbet の提起を受けながら、続編の論集『Doing news frame analysis II』に寄稿した O'Neil, Moira と Kendall-Taylor, Nathaniel が所属するシンクタンク「フレーム・ワークス・インスティテュート」は、「さまざまな学術文献からの洞察を統合し、独自のフレーミング研究を実施することで、現場で活動する専門家、社会運動の支援者 advocates、実務家がニュースメディアやその他の媒介メッセージを利用して大規模かつ長期的な社会変革を推進するのを支援する」活動を行っている (O'Neil & Kendall-Taylor 2018:53)。

フレーム・ワークス・インスティテュートでは、①パブリックディスコースのフレームが問題に対する人々の視点を形成する方法を理解するために、問題領域内の人々の既存の知識と信念の地形図を描く、②特定の問題に関するニュース記事を詳細に分析する、③特定の問題に関する再フレーム (reframes) の候補をデザインし、結果目標との関連でその効果を実証的に検証するという3つのステップを経ながら、社会変革の支援を行う (O'Neil & Kendall-Taylor 2018:52-3)。また、様々な組織のコミュニケーターを対象にした再フレーム化 (reframing) やのジャーナリストや報道機関とのやり取りのトレーニングも実施している (O'Neil & Kendall-Taylor 2018:53-4)。

O'Neil と Kendall-Taylor は、「ニュースメディアの報道で効果的なフレームを得ることは、社会変革のためのコミュニケーションのプロセスの終わりではない。効果的であるためには、言説の変化が政策や社会運動の成果レベルでの変化につながる必要がある。(筆者注：自分たちが携わった) 幼少期の逆境の問題では、このような最終的な変化が見られるようになってきた」と述べている (O'Neil & Kendall-Taylor 2018:64)。

【参考・引用文献】

- Bennett, W.L., 1990, "Framing Processes and Social Movements: An Overview and Assessment," *Journal of Communication*, 40(2), 103-125.
- Bennett, W.L., R.G. Lawrence, & S. Livingston, 2006, "None Dare Call It Torture: Indexing and the Limits of Press Independence in the Abu Ghraib Scandal," *Journal of Communication*, 56(3), 467-485.
- Bruggeman, M., 2014, "Between Frame Setting and Frame Sending: How Journalists Contribute to News Frames," *Communication Theory*, 24(1), 61-82.
- Carragee, K., & W. Roefs, 2004, "The Neglect of Power in Recent Framing Research," *Journal of Communication*, 54(2), 214-233.
- Chong, D., & J.N. Druckman, 2007, "A Theory of Framing and Opinion Formation in Competitive Elite Environments," *Journal of Communication*, 57(1), 99-118.
- Entman, R.M., 2004, *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*, Chicago, IL: The University of Chicago Press.
- Gamson, W.A., 1988, "The 1987 Distinguished Lecture: A Constructionist Approach to Mass Media and Public Opinion," *Symbolic Interaction*, 11, 161-174.

- Gamson, W. A., & A. Modigliani, 1989, "Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach," *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.
- Gamson, W. A. & D. Stuart, 1992, "Media Discourse as a Symbolic Contest: The Bomb in Political Cartoons," *Sociological Forum*, 7(1), 55-86.
- Hallin, D. C., 1992, "Sound Bite News: Television Coverage of Elections, 1968-1988," *Journal of Communication*, 42(2), 5-24.
- Lawrence, R. G., 2010, "Researching Political News Framing: Established Ground and New Horizons," D'Angelo, P. and Kuypers, J. A., eds., 2010, *Doing News Frame Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*, New York: Routledge, 265-85.
- Lecheler, S., & C. H. de Vreese, 2019, *News Framing Effects*, Routledge.
- Molotch, H., & M. Lester, 1974, "On the Strategic Use of Routine Events, Accidents, and Scandals," *Sociological Review*, 39(1), 101-12.
- Nelson, T. E., Z. M. Oxley, & R. A. Clawson, 1997, "Toward a Psychology of Framing Effects," *Political Behavior*, 19, 221-246.
- Nisbet, M. C., 2010, "Knowledge Into Action: Framing the Debates over Climate Change and Poverty," D'Angelo, P. and Kuypers, J. A., eds., 2010, *Doing News Frame Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*, New York: Routledge, 43-48.
- O'Neil, M. & N. Kendall-Taylor, 2018, "Changing the Story Reflections on Applied News Framing Analysis," D'Angelo, P. ed., *Doing News Framing Analysis II: Empirical and Theoretical Perspectives*, New York: Routledge, 51-67.
- Price, V., & D. Tewksbury, 1997, "News Values and Public Opinion: A Theoretical Account of Media Priming and Framing," G. A. Barnett and F. J. Boster ed., *Progress in communication sciences: Advances in persuasion*, vol. 13, Greenwich, Conn.: Ablex, 173-212.
- Scheufele, D. A., 1999, "Framing as a Theory of Media Effects," *Journal of Communication*, 49(1), 103-122.
- Tewksbury, D. & J. M. Riles, 2018, "Framing in an Interactive News Environment," D'Angelo, P. ed., *Doing News Framing Analysis II: Empirical and Theoretical Perspectives*, New York: Routledge, 137-162.
- Van Gorp, B., 2007, "The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back in," *Journal of Communication*, 57(1), 60-78.
- Wei, X., 2020, *Epistemology of News Frame (China Perspectives)*, New York, NY: Routledge.
- Zaller, J., 2003, "A New Standard of News Quality: Burglar Alarms for the Monitorial Citizen," *Political Communication*, 20, 109-130.