

ネットメディアにおけるメディア議題の特性

—Yahoo! ニュースと全国紙の比較から—

石堂 彰彦

1. 目的と方法

1-1. 目的

メディアの議題設定機能とは、メディアが強調する争点（メディア議題）が人びとにとっても重要な争点（公衆議題）となる、という仮説である。これまで議題設定機能研究は、新聞やテレビなどマスメディアをおもな対象としてきた。しかし近年、マスメディアの世論に対する影響力が低下するいっぽうで、ネットメディアの影響力増大が指摘されている。そこで本稿は、ネットメディアにおけるメディア議題の特性を、新聞との比較からあきらかにすることを目的とする。

2000年代に入り、ネットメディアの利用者増加にともなって、世論に対するネットメディアの影響力も無視できないほどに高まってきている。とりわけ若年層においては、新聞やテレビを凌ぐ勢いである。朝日新聞が2018年7月に行なった世論調査の「政治や社会の出来事についての情報を得るとき、一番参考にするメディアは何ですか」という4択の質問に対する回答は、全年代ではテレビ44%、ニュースサイト26%、新聞24%、SNS4%だった。しかし若年層では、18~29歳がニュースサイト38%、テレビ35%、SNS16%、新聞8%というように、「30代以下では圧倒的にネット経由の情報に頼っている」（前田 2019: 79）と指摘される結果だった。また、新聞通信調査会の「第11回メディアに関する全国利用調査」（2018年8月実施）を分析した菅原（2019）は、「あなたは、大きな事件・事故の発生や、政治・経済の大きなニュースを、どのメディアの情報で

入手しますか」という複数回答の質問について、70歳以上が新聞74.9%、ネット12.7%であるいっぽう、18～29歳は新聞11.4%、ネット83.7%という集計結果を示している。さらに「『毎日』 閲読・視聴するメディア」の調査結果から、「若年層の多くはニュースの閲読・視聴習慣がなく、習慣化したとしてもネット、せいぜい民放テレビのニュース止まりとなっている現状が想像される」（菅原 2019: 18）と述べている。

このようなメディア接触環境の急速な変化を背景として、世論や政治的知識などに対するネットメディアの影響についての調査・研究が、近年さかに行なわれている。

政治的知識にかんしては、小林（2011）が、ネットニュース利用が政治的知識を高めることを指摘している。稲増・三浦（2016）はネットメディアのうち、Yahoo! Japanなどのポータルサイトや新聞社のサイトが、個人の選好にかかわらず政治的知識の差を縮小させるいっぽうで、スマートニュースなどのニュースアプリやツイッターは拡大させることをあきらかにしている。政治的関心についても、渡辺ほか（2019）は、メディア利用と政治的関心に関連があることを指摘している。また、これはYahoo! Japanなどポータルサイトではなく新聞社サイト利用者が調査対象の大半を占めていることに留意する必要があるが、宮田ほか（2015）は、オンラインニュースの利用が政治的関心を高めることを報告している。

世論にかんしては、金子・逢坂（2018）が、政治的情報の最も重要な入手源として、若年層では新聞が少なくインターネットが多い点に注目し、こうしたメディア接触環境が、とくに若年層男性の内閣支持率の高さの要因となっている可能性を指摘している。また朝日新聞の上記世論調査では、「一番参考にするメディア」と内閣支持率の関係も調査しており、回答者全体では内閣支持率は38%だったが、メディアごとにみると、内閣支持率は、高い順にSNSを一番参考にする層が48%、ニュースサイト42%、テレビ38%、新聞32%だったという（三輪 2018）。

このようにネットメディアの影響はさまざまな側面に及んでおり、なかでもとりわけ重要な点は、世論に対する影響であろう。竹下（2008）は、今日ほどポータルサイトの利用が広まっていない2008年の時点で、ポータルサイトの調査の必要性に言及しつつ、「ポータルサイトのニュース議題

と主要なニュースサイト〔主要新聞社・通信社のサイトを指す——引用者注〕のニュース議題とは、多少とも似通っていることが予想される」(竹下2008: 283-284)と述べている。しかしその後のスマートフォンやSNSの登場によりニュース接触環境は大きく変化し、とくに若年層はポータルサイト系を含むニュースアプリの利用が中心となっている。また上述のさまざまな調査は、新聞とネットメディアに何らかの違いがあることも示唆している。それは内閣支持率の違いの一因とも考えられるため、新聞とネットメディアの議題設定機能が異なっている可能性もある。このような問題意識から本稿では、ネットメディアにおけるニュース内容の特性について、新聞を比較対象として、議題設定機能の観点から検証することとした。

1-2. 調査の視点——争点議題と属性議題

議題設定機能の研究において、「(メディア) 議題」は「争点」に関する議題を指すことが多い。しかし本稿では以下に述べるように、メディア議題を争点議題と属性議題の2つに分け、それぞれに対応したニュースの報道状況を調査することとする。

議題設定仮説には、第1レベルの議題設定(争点型議題設定)と第2レベルの議題設定(属性型議題設定)があり、それぞれに対応したメディア議題がある。第1レベルの議題設定における議題すなわち争点議題とは、たとえば「経済問題」や「政治改革」などであり、メディアにおける強調度(顕出性)に応じて公衆議題となる。第2レベルの議題設定における属性議題とは、争点議題の下位に位置する争点を指す。たとえば「経済問題」が争点議題であるとき、その下位には「雇用」や「年金問題」などさまざまな側面がある。これが属性議題であり、争点議題と同様に、メディアの強調度に応じて公衆議題となる(竹下2008: 213)。

さらにこの属性議題の強調は、人びとの認知に関連するだけでなく、意見や態度に影響することもあると指摘されている。M. マコームズは、「ある争点のさまざまな側面のうちメディアが提示するものが——それがメディアの属性議題だが——その争点に対するわれわれの見方や意見を形成する」(McCombs 2014=2018: 134)と指摘している。このように属性議題が意見や態度に影響する議題設定機能は、「情緒的属性型議題設定」(竹

下 2008: 277) ともいわれる。従来認知への影響が議論されてきた議題設定機能は、意見や態度への影響も射程に入れるようになったのである。

日本において、メディア報道が態度に与える影響を検討した先行研究としては、石川旺の研究がよく知られている。石川 (2004) は、憲法改正等についての全国紙3紙の論調と購読者の意見を調査し、購読紙の論調が読者の意見に影響していることを論じた。石川はこれを「パロティング (オウム返し)」と呼んでいる。石川の研究をより精緻化した斉藤ほか (2014) は、原発問題について読者の関心が高い場合は、読者の属性を統制した場合でも、購読紙の論調と読者の態度に一定の関連がみられることをあきらかにした。

これら2つの先行研究では、新聞の論調を推定する方法として社説や記事の見出しなどを参照している。しかし、社説の論調が記事の内容と具体的にどの程度関連しているのかという点については十分に示されていない。この点について実証的に検討した竹川 (2012) は、歴史教科書問題を取り上げた社説と、1面や総合面、社会面などに掲載された報道記事との関連を量的・質的側面から調査し、社説の論調が記事にも一定程度反映されていることをあきらかにした。そうであるならば、このことは、社説を読まなくとも記事を読むだけで、読者の意見に影響する可能性があることを示しているといえるだろう。

ところで新聞記事は、「本記」(5W1Hを中心とした基本的な事実関係)とその詳報(ニュースの背景や関係者の声を伝える「サイド記事」や、本質的原因や社会的影響などの「解説」)の2つに大きく分けることができる。本記の部分はどの新聞も同様の内容であり、論調が明確に異なってくるのはおもに詳報である。一般に新聞の1面に掲載されるような大きなニュースの場合、1面に本記、つづく総合面や社会面などに詳報が掲載される。つまり上述の2つのメディア議題との関連でいえば、1面の本記が争点の認知にかかわる争点議題、総合面などの詳報が意見や態度に影響する属性議題となる。この点に関連する研究として、Ogawa (2001) は、日本国内で行なった実験調査で、できごとの事実関係のみを伝えるニュースよりも、具体的な利点や欠点を伝えるニュースのほうが、そのできごとに対する関心を高めることを報告している。関心と意見という違いはある

が、詳報がより大きな影響をもたらすという点で、属性型議題設定の考えと方向性は一致しているといえる。

以上のような研究状況をふまえ、本稿では、争点議題と属性議題というメディア議題の2つのレベルから調査を行なうこととした。そのため調査におけるポイントは2つある。1つは、争点議題となるニュースの報道において、ネットメディアと新聞には量的な差があるのか、という点である。もう1つは、属性議題となりうるニュースの報道において、ネットメディアと新聞にはどのような違いがあるのか、という点である。

1-3. 調査対象および方法

調査対象のメディアは、ネットメディアはYahoo!ニュース、新聞は全国紙4紙（読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、産経新聞）とした。Yahoo!ニュースを選択した理由はいくつかある。新聞社のニュースサイトを含め、ネット上で利用されているネットメディアのうち、もっとも利用者が多いのはYahoo!ニュースであることが、さまざまな調査で示されている（電通メディアイノベーションラボ編 2019: 63; ICT総研 2018など）。またネット上でのニュース接触はSNS経由が増えているとされるが（渡辺 2019）、このSNS上を流通するニュースの多くは、Yahoo!ニュースのものであるとする調査もある（内外切抜通信社 2018）。そこでネットメディアについてはYahoo!ニュースを調査対象とした。

また全国紙4紙を選択した理由はつぎのとおりである。議題設定機能の研究においては、「メディア報道の量的内容分析と世論調査とを組み合わせる」ことが「典型的」（竹下 2008: 5）とされる。これはメディア議題を調査・確定し、それを公衆議題と比較対照する方法である。そしてメディア議題を調査する場合、影響力の大きい全国紙の1面を中心に参照する方法が広く採用されており、そうした研究としては、竹下（1983）や荒井（2014）、小此木（2018）など数多くある。くわえてネットメディアに掲載されるニュースは、その大半を新聞やテレビをはじめとする既存メディアに依存している。石堂（2018）によれば、既存メディアのなかでも全国紙4紙の配信記事が、Yahoo!ニュースのトップページ（「主要」）に掲載されることが多い（なお日本経済新聞はYahoo!ニュースに配信していない）。こ

のように全国紙についてはさまざまな研究の蓄積があり、Yahoo!ニュースとの密接な関係もあきらかにされている。そのため、全国紙を調査対象とすることで、Yahoo!ニュースとの比較をスムーズに行なえるだけでなく、Yahoo!ニュースの特性をより明確に示すことができると判断した。

メディアごとの具体的な調査対象は、全国紙については、各紙の東京本社発行最終版の朝夕刊1面に掲載された記事、およびその関連記事とした。ただし産経新聞の東京本社は夕刊を発行していないため、大阪本社発行の夕刊を参照した¹⁾。また記事の文字数確認のため、各紙のデータベースを補足的に利用した。紙面の調査期間は、新聞が配信した記事がYahoo!ニュースに掲載されるまでのタイムラグの関係から、以下に述べる調査期間終了日の翌日まで含めた。

Yahoo!ニュースについては、2種類の調査を行なった。1つは、Yahoo!ニュースのトップページである「主要」に掲載されたニュース8項目の調査、もう1つは、新聞がYahoo!ニュースに配信した記事の調査である。「主要」の調査では、調査期間中の「主要」画面と、「主要」掲載ニュースのリンク先画面を、10分ごとに取得した²⁾。新聞の配信記事については、記事配信後、「主要」や新聞紙面に掲載されるまでのタイムラグを考慮し、調査開始日前日の午前から調査を行なった。なおYahoo!ニュースの閲覧方法には複数あり、閲覧方法によって最初に表示されるニュースの項目数が異なる。たとえば、スマートフォンの「Yahoo! Japan」アプリでは6項目のニュースが表示されるが、スマートフォンの「Yahoo! ニュース」アプリでは8項目表示される。Yahoo!ニュース編集部では、まず8項目のニュースを選び、そのうえで6項目に絞っていると推定されるため³⁾、本稿ではYahoo!ニュースの「主要」に表示される8項目を調査対象とした。

また、調査期間は1週間に設定した。その理由は、数日間の調査では調査対象のトピック数が不足し十分な比較を行なえない可能性があり、いっぽうで数週間以上の調査を行なうと分析対象が非常に多くなり、分析が困難になる可能性があるためである。具体的な調査期間は、2019年5月27日(月)から同6月2日(日)までとした。この時期を選んだ理由は2つある。1つは国会会期中であるため、政治的議題が新聞で報道される可能性が高いということ、もう1つは調査開始日の前々日に米大統領が国賓として来

日し、これも調査期間中のさまざまな報道が予想されたためである。

以上の方法で得られた調査結果にもとづいて、Yahoo!ニュースにおけるメディア議題の特性をあきらかにしていく。

次章以降の構成はつぎのとおりである。2章では、Yahoo!ニュースにおけるニュース配信・掲載状況など、基礎的な調査結果を示す。3章では、全国紙の各紙1面に掲載された政治関連記事が、Yahoo!ニュースにどの程度配信・掲載されているかを示し、両者の争点議題の一致度について検討する。4章では、各紙に掲載された政治関連の詳細のYahoo!ニュースへの配信・掲載状況をあきらかにし、Yahoo!ニュースにおける属性議題の提示状況について検討する。終章は全体の議論を要約したうえで、Yahoo!ニュースにおけるメディア議題の特性がもたらしうる影響について検討し、最後に本研究の課題を述べる。

2. 基礎的な調査結果

本章では、Yahoo!ニュースのトップページである「主要」に掲載された記事の件数などの調査結果について、次章以下の考察で必要となる範囲で示す。

まず、調査期間の1週間に「主要」に掲載された記事件数は641件、1件あたりの平均掲載時間は126分だった。

図2-1に示したとおり、記事の更新は、おもに午前6時から午前0時にかけて行なわれ、深夜から早朝にかけての時間帯はほとんど更新されるこ

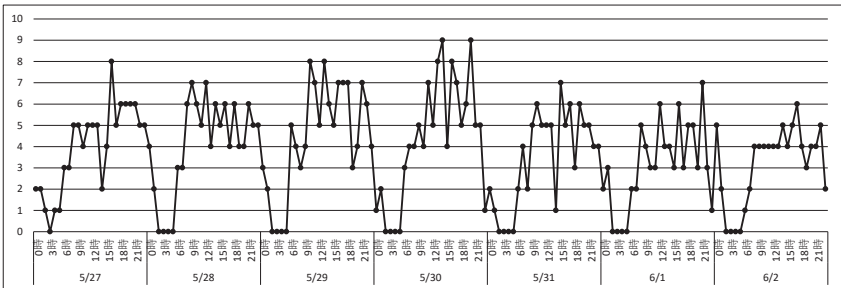


図2-1 調査期間中に「主要」に掲載された記事の1時間ごとの更新回数

とがなかった。そのため、のちに触れるように、深夜直前に掲載された記事の掲載時間がかかなり長くなっている。

表2-1には、「主要」に掲載された記事の配信元上位20社について、記事の掲載件数と合計掲載時間を示した。配信元の並び順は記事件数の多い順である。なお記事取得は10分単位のため、掲載時間も10分刻みとなっている。

Yahoo!ニュースには、2019年10月時点で587のメディアがニュース提供社として記事を配信している（Yahoo!

ニュース 2019）。今回の調査期間では、134メディアが配信した641件の記事が「主要」に掲載されたが、掲載件数でみると、ごく少数のメディアの記事が多数掲載されていることがわかる。

全国紙4紙が上位に入っていることは、先行研究の結果と同じである。しかし今回の調査では、通信社2社が掲載件数で全国紙を上回り、1位と2位を占めていることが注目される。この点については終章で検討する。その他、スポーツ紙や芸能関連のメディアが上位に入ってきている点は、先行研究とほぼ同じである。

なお全国紙のうち、読売新聞の掲載件数が他紙にくらべて少ないが、これは読売新聞の配信件数が少ないことがおもな要因と考えられる。調査期間中の全国紙4紙の配信記事の件数は、読売新聞429件、朝日新聞770件、毎日新聞805件、産経新聞966件であり、読売新聞が他紙の半分ほどである⁴⁾。結果として読売新聞の掲載件数が少なくなっていると推測される。

表2-2には、全国紙4紙の記事掲載件数を、Yahoo!ニュースの記事ジャンルごとに示した。通信社2社についても参考までに示している。

表2-1 配信元の記事掲載件数・掲載時間
(上位20社)

No.	配信元	掲載件数	合計掲載時間(分)
1	共同通信	57	5,780
2	時事通信	54	6,560
3	朝日新聞デジタル	46	6,230
4	毎日新聞	40	6,520
5	産経新聞	37	5,610
6	スポニチアネックス	27	2,480
7	日刊スポーツ	24	3,480
8	読売新聞オンライン	20	2,690
9	オリコン	18	2,510
10	デイリースポーツ	17	2,970
11	フジテレビ系 (FNN)	16	1,810
12	日本テレビ系 (NNN)	12	2,070
13	TBS系 (JNN)	12	1,330
14	ロイター	12	1,000
15	スポーツ報知	11	880
16	西日本新聞	9	560
17	AFP=時事	8	790
18	Yahoo!ニュース 特集	7	850
19	AbemaTIMES	6	820
20	日刊ゲンダイDIGITAL	5	540

表2-2 全国紙・通信社の記事ジャンルごとの掲載件数

配信元	Yahoo!ニュースの記事ジャンル								計
	国内	地域	経済	国際	IT	科学	エンタメ	スポーツ	
朝日新聞デジタル	6	21	6	4	4	4	0	1	46
毎日新聞	13	13	5	3	1	4	0	1	40
産経新聞	15	8	5	4	2	2	0	1	37
読売新聞オンライン	5	10	2	1	0	1	0	1	20
新聞社計	39	52	18	12	7	11	0	4	143
共同通信	14	17	13	6	1	5	0	1	57
時事通信	21	12	7	9	1	3	0	1	54
通信社計	35	29	20	15	2	8	0	2	111
新聞社と通信社の合計	74	81	38	27	9	19	0	6	254
(参考) 全メディア合計	111	141	85	57	29	27	84	107	641

「国内」「地域」というジャンル呼称がややわかりにくいだが、それぞれのジャンルに掲載された記事内容から推測すると、「国内」は中央の政治や、地方のできごと等についての論評的な記事、「地域」は地方の政治・イベントや事件・事故などを含むようだ。

全国紙のジャンルごとの掲載件数では「地域」「国内」「経済」「国際」の順に多い。「エンタメ」「スポーツ」の記事はほとんどない。Yahoo!ニュースに掲載される記事は、「災害や政治・経済など『公共性が高い出来事』と、多くの人の興味を引く『社会的関心事』の2軸」(伊藤 2015: 77)とされる。今回の調査結果からもわかるように、「国内」「地域」に含まれる政治ニュースや事件などの「公共性が高い出来事」は、全国紙や通信社がおもな配信元となっている。いっぽう芸能やスポーツといった「社会的関心事」はスポーツ紙などがおもな配信元である。

3. 新聞とYahoo!ニュースの争点議題

3-1. 新聞とYahoo!ニュースの争点議題の比較

本章では、全国紙4紙の1面掲載記事とYahoo!ニュース「主要」掲載記事の調査結果をもとに、両者の争点議題の一致度について検討する。

なお本章以降では、分析対象とする記事を政治関連に限定する。その理由は、新聞の1面に掲載される記事は、政治以外にも経済、社会など多岐にわたり、それらすべてを調査することがたんに煩雑であるというだけで

表3-1 新聞の1面に掲載された政治関連記事のYahoo!ニュースへの配信・掲載状況

No.	トピック	読売		朝日		毎日		産経		1面掲載紙数
		紙面	配信	紙面	配信	紙面	配信	紙面	配信	
1	トランプ米大統領来日	●	○	●	○	●	○	●	○	4
2	公証人あっせん	●	○	×	×	×	×	×	×	1
3	避難情報変更	○	×	●	×	○	×	○	×	1
4	布川事件判決	○	○	●	○	●	○	○	○	2
5	国民審査権制限判決	◎	○	◎	○	◎	○	○	○	3
6	強制不妊判決	●	○	●	○	●	○	●	○	4
7	がんゲノム保険適用	◎	○	◎	○	◎	○	○	×	3
8	災害関連死事例収集	◎	×	×	×	×	×	×	×	1
9	パワハラ防止法成立	○	×	◎	○	○	○	◎	○	2
10	関電3原発再申請命令	○	×	◎	○	○	○	×	×	1
11	改正放送法成立	○	○	●	○	●	○	◎	○	3
12	氷河期世代支援策	○	×	●	○	○	○	○	○	1
13	韓国水産物検査強化	◎	○	◎	○	○	○	●	○	3
14	再エネ家庭にポイント	◎	×	×	×	×	×	×	×	1
15	中小企業代替わり促進	●	×	○	×	×	×	○	○	1
16	森友売却額不開示判決	○	○	●	○	○	○	○	×	1
17	民間シェルター支援	×	×	○	×	●	○	○	○	1
18	日露2プラス2	○	×	○	×	●	○	●	○	2
19	仮想通貨は暗号資産に	◎	○	●	○	○	×	×	×	2
20	親の懲戒権見直し	◎	×	○	○	◎	○	○	○	2
21	海洋プラスチック削減	○	×	◎	○	◎	○	◎	○	3
22	子どもの貧困対策	×	×	○	×	◎	×	×	×	1
23	南海トラフ対策改定	◎	○	◎	○	◎	×	◎	×	4
24	取り調べ可視化	●	×	○	×	○	×	○	×	1
25	日露外相会談	○	×	●	○	○	○	○	○	1
26	治水見直し	×	×	×	×	●	○	×	×	1
27	フィリピン禁輸解除	×	×	○	○	○	○	●	○	1
28	北朝鮮瀬取り監視	◎	○	×	×	○	○	×	×	1
29	岩屋防衛相年内訪中へ	○	○	○	○	○	○	●	○	1
30	首相イラン指導者と会談へ	×	×	×	×	●	○	×	×	1

注：網掛けはYahoo!ニュース「主要」に掲載された記事を含むことを示す。

注：（「紙面」欄）●=朝刊1面掲載、◎=夕刊1面掲載、○=1面以外に掲載、×=掲載なし

注：（「配信」欄）○=配信あり、×=配信なし

注：（「掲載件数」欄）※=深夜掲載記事を含むことを示す。

その他の配信元	Yahoo!ニュースの見出し	掲載 件数	合計掲載 時間 (分)
時事通信ほか	「米大統領 北巡り韓国に困惑」ほか23件	※24	3,360
—	「公証人あっせん 地裁所長らも」	1	90
個人	「防災情報をレベル化 いつ避難」	1	10
時事通信	「布川事件 国と県に賠償命令」	1	80
時事通信	「国民審査 在外投票制限は違憲」	1	80
河北新報ほか	「強制不妊訴訟 原告の請求棄却」ほか4件	5	490
—	「がんゲノム医療 保険適用へ」	※1	430
—	—	—	—
—	「パワハラ防止法 罰則は見送り」	1	50
福井新聞ONLINE	「関電3原発に設計変更命令へ」	1	60
—	「NHK同時配信可に 改正法成立」ほか1件	2	130
—	—	—	—
—	「政府 韓国産水産物の検査強化」	1	60
—	—	—	—
—	—	—	—
—	「『森友』売却額非開示は違法」	1	50
—	—	—	—
—	「日露、陸上イージス巡り応酬」	※1	570
共同通信	「仮想通貨 呼称は『暗号資産』」	1	60
—	「親の『懲戒権』見直し 諮問へ」	1	110
—	—	—	—
—	—	—	—
時事通信	「南海トラフ 死者想定9万人減」	1	250
フジテレビ系 (FNN)	「取り調べ可視化 きょう義務化」	1	190
共同通信	「日露首脳 大阪で6月29日会談」	1	180
—	「100年に1度の豪雨 最大1.4倍」	1	180
—	「比 福島産水産物の輸入再開へ」	※1	550
—	—	—	—
—	—	—	—
—	「首相 イラン指導者と会談へ」	1	60

はない。議題設定研究では政治関連の議題が取り上げられることが多く、それはそのような議題が世論に大きな影響を与えるためである。そこで本稿でも政治関連の記事に限定して分析を行なうこととし、今回の調査では中央の政治に関連するニュースはすべて含めることとした。その結果、政府・中央省庁の行政、外交、国会における立法、政治家の動向、国に関わる裁判などが分析対象となった。

さて本節では、新聞の1面に掲載された政治関連記事が、「主要」にどの程度掲載されているかについて比較・検討していく。

表3-1には、1面掲載記事を基準として関連する情報をまとめた。最初に表の説明をしておく。左端の欄からみていくと、「トピック」欄は、各紙1面に掲載された記事の主題を時系列で記している。本稿ではこれを争点議題として位置づけている。新聞名の下「紙面」「配信」欄にはそれぞれ、各紙の紙面掲載状況とYahoo!ニュースへの配信の有無を記している。「1面掲載紙数」欄では、朝夕刊を問わず1面に掲載した新聞の数を示している。「その他の配信元」欄は、新聞以外のメディアの配信記事が「主要」に掲載された場合、そのメディアの名称を記している。「Yahoo!ニュースの見出し」欄には、「主要」に掲載された見出しを記している。「掲載件数」「合計掲載時間」欄では、「主要」に掲載された記事の件数および合計掲載時間を記している。

まずトピックごとのYahoo!ニュースの掲載状況では、新聞以外のメディアの配信記事が掲載されたケースも含めると、新聞1面に掲載されたトピックの多くが「主要」に掲載されている。詳しくみると、4紙が1面に掲載した記事3件は、すべて「主要」に掲載されている。2、3紙が1面に掲載した記事10件では、「海洋プラごみ」以外はすべて「主要」に掲載されている。1紙のみが1面に掲載した記事17件は、ほぼ半数の9件が「主要」に掲載されている。このように1面に掲載した新聞が多いほど、「主要」に掲載される傾向がある。

また、Yahoo!ニュースでは、記事の掲載時間の長短が、争点議題の強調度の指標の1つと考えられる。そこで、1面掲載紙数と「主要」の掲載時間の長さを比較したが、両者に明確な関連はみられなかった。たとえば、4紙が朝刊1面に掲載した「強制不妊判決」は、「主要」掲載時間が490分（5

件合計) と長い。しかし2紙が朝刊1面に掲載した「布川事件判決」が「主要」掲載時間80分であるのに対し、1紙しか朝刊1面に掲載していない「取り調べ可視化」が「主要」掲載時間190分といったように、1面掲載紙数の多さは、「主要」掲載時間と明確な関連があるとはいえない。

このように細かい点まで考慮すると、新聞とYahoo!ニュースには一致しない点もみられるが、複数紙の1面に掲載された政治関連トピックの大半は、「主要」にも掲載されており、新聞の主要な争点議題は、Yahoo!ニュースでも取り上げられているといえる。

3-2. Yahoo!ニュース独自の争点議題

前節では新聞1面に掲載されたトピックの、Yahoo!ニュース「主要」への掲載状況を検討した。しかし「主要」には、新聞1面に掲載された記事以外にも、政治関連ニュースが多数掲載されている。それらもあわせて検討しなければ、新聞とYahoo!ニュースの争点議題の一致度が十分にあきらかになったとはいえない。そこで本節では、新聞1面非掲載という意味で、Yahoo!ニュース「独自」の政治関連ニュースについて、その掲載状況を検討する。

表3-2には、Yahoo!ニュース「独自」の政治関連ニュースの、「主要」掲載状況を示した⁵⁾。「独自」ニュース全体の掲載件数および合計掲載時間は28件4,750分、ここから掲載が長時間におよぶ深夜掲載分を除くと23件2,080分となり、1件当たりの掲載時間は90分となる。いっぽう前節で示した、新聞1面に掲載され「主要」にも掲載された記事(以下、「1面＝主要」記事)の件数および合計掲載時間は、49件7,040分、同様に深夜掲載分を除くと44件4,610分で、1件あたりの掲載時間は105分となる。「独自」記事と、「1面＝主要」記事を比較すると、後者が件数ではほぼ2倍、時間でも15分上回っている。これだけみると、Yahoo!ニュースが、新聞が1面に掲載した記事を、新聞と同様に強調した結果であるようにみえる。

しかし調査期間初日は、新聞もYahoo!ニュースも、政治関連記事はトランプ米大統領来日関連でほぼ埋め尽くされていた。トランプ米大統領の来日は日本中の注目を集め、新聞だけでなくあらゆるメディアが取り上げていたといってもよい。そのためこのニュースを新聞とのみ関連付け、

表3-2 Yahoo!ニュース「独自」の政治関連ニュース掲載状況

No.	トピック	配信元	Yahoo!ニュースの見出し	掲載件数	合計掲載時間(分)
1	議員「戦争」発言	毎日新聞ほか	「尾を引く戦争発言 道内外波紋」ほか5件	6	480
2	IT外資規制	ロイター	「外資規制にITも 情報流出防ぐ」	※1	340
3	就活セクハラ	共同通信	「就活セクハラ、男性も被害」	1	140
4	日イラン外交	個人	「日米緊密 イラン外交に裏目か」	1	30
5	姓名の英語表記	時事通信	「英語表記に揺れ 菅氏は名-姓」	1	50
6	記者会見の質問制限	時事通信	「菅氏 記者にその発言指さない」	1	130
7	議員「子3人」発言	産経新聞	「子3人産むように 桜田氏発言」ほか1件	※2	710
8	女性宮家対案	共同通信	「保守派 女性宮家の対案作成へ」	1	70
9	参院選野党動向	共同通信	「野党 30の参院1人区で一本化」	1	70
10	希望の党政党要件	朝日新聞デジタル	「希望の党 政党要件失う見通し」	1	40
11	衆参同日選	ロイター	「安倍首相『解散風』に言及」	1	130
12	行政機関障害者離職	共同通信	「行政機関の障害者 131人離職」	1	30
13	エボラ輸入	毎日新聞	「エボラ病原体を輸入へ 検査用」	1	70
14	国保保険料県内統一	時事通信	「国保保険料の県内統一 支援へ」	1	160
15	ふるさと納税	フジテレビ系 (FNN)	「新ふるさと納税 モノからコト」	1	40
16	政党公認取り消し	毎日新聞	「長谷川氏 維新公認取り消しへ」	※1	540
17	日韓防衛相会談	フジテレビ系 (FNN) ほか	「日韓防衛相 40分の非公式会談」ほか1件	2	270
18	日露外相北朝鮮話題	朝日新聞デジタル	「日露外相 北朝鮮はおっかない」	※1	590
19	自民党改憲公約	産経新聞	「自民混迷 改憲公約作り直し」	※1	550
20	政党広報動画	産経新聞	「甘利氏ボケる『ヒロシです』」	1	180
21	議員発言	朝日新聞デジタル	「野党多弱に国民玉木氏『忍』」	1	130

注：（「掲載件数」欄）※＝深夜掲載記事を含むことを示す。

「独自」記事と対照させるのは適切ではないと考えられる。そこでトランプ米大統領来日記事を除いて計算しなおすと、「1面＝主要」記事の件数および合計掲載時間は22件2,130分、1件あたりの掲載時間は97分となり、「独自」記事の掲載状況とほぼ同じになる。

この傾向は、トピック単位で見えた場合も同様である。前節で示した「強制不妊判決」の掲載件数・合計掲載時間は5件490分と突出していたが、同様に「独自」で最も掲載件数が多い「議員『戦争』発言」は6件480分であり、掲載件数、時間ともほぼ同じである。

また、「主要」に掲載されたニュースどうしを比較する場合は、見出しの掲載位置も、Yahoo!ニュースにおける強調度を知るうえで参考になる。「主要」画面では、8項目の見出しが縦に並んで表示されるため、上位の見出しほど強調度が高いといえる。そこで、深夜掲載およびトランプ米大統領来日関連記事を除き、上から数えて1番目から8番目までの各見出し位置に、記事の見出しが掲載された時間の合計を示したのが表3-3である。

表3-3 「1面＝主要」および「独自」記事の見出し位置ごとの掲載時間

	1	2	3	4	5	6	7	8
「1面＝主要」記事	920	440	380	270	120	0	0	0
「独自」記事	370	620	170	510	310	100	0	0

(単位：分)

表3-4 「強制不妊判決」「議員『戦争』発言」記事の見出し位置ごとの掲載時間

	1	2	3	4	5	6	7	8
強制不妊判決	200	190	100	0	0	0	0	0
議員「戦争」発言	0	130	90	140	110	10	0	0

(単位：分)

「1面＝主要」記事では、1番目の見出しに掲載された合計時間が920分と最も長く、以下、順番に掲載時間が減少している。いっぽう「独自」記事では、2番目の見出しの掲載時間が620分と最も長く、その他の掲載時間にも規則性はない。「1面＝主要」記事と「独自」記事を比較すると、1番目の見出しでは「1面＝主要」記事の時間が上回っているが、2番目では「独自」記事の時間のほうが多い。しかし全体としては、「1面＝主要」記事のほうが、より上の位置に掲載される傾向にある。この点は、上述の掲載件数と合計掲載時間がほぼ同じだった「強制不妊判決」と「議員『戦争』発言」を比較した場合も同様である(表3-4)。

このように、「独自」記事と「1面＝主要」記事は、掲載件数および掲載時間のいずれにおいてもほぼ同じボリュームで掲載されていた。ただし見出しの位置にかんしては、「1面＝主要」記事のほうが、全体にやや高い重要性を与えられる傾向がみられた。

本章では、新聞とYahoo!ニュースの政治関連トピックについて、1面と「主要」の比較を通じて検討した。まず新聞1面に掲載されたおまな政治関連トピックは、Yahoo!ニュースにも掲載されていた。そのいっぽうで、新聞1面に掲載されなかった記事も、重要度ではやや低く位置づけられていたが、Yahoo!ニュースにほぼ同数掲載されていた。つまりYahoo!ニュースでは、新聞が1面に掲載しなかった記事を含めると、新聞よりも多くの争点議題を掲載していた。そのためYahoo!ニュースにおける争点は新聞にくらべ分散し、その強調度も相対的に弱められているといえる。

4. 新聞とYahoo! ニュースの属性議題

前章では新聞の1面掲載記事を軸として、新聞とYahoo! ニュースを比較したが、本章では新聞の詳細について検討を行なう。すでに述べたように、1面に掲載されるような重要性の高いニュースの場合、1面に本記を掲載し、詳細は2面以降に掲載されることが少なくない。詳細を読むことで、ニュースの背景や問題点、論点を知ることができる。そのため詳細は

表4-1 トピックごとの配信・非配信記事の文字数

No.	トピック	読売			朝日		
		配信	非配信	合計	配信	非配信	合計
1	トランプ米大統領来日						
2	公証人あっせん	1,089	1,892	2,981	—	—	—
3	避難情報変更	—	335	335	—	5,316	5,316
4	布川事件判決	144	1,196	1,340	609	2,132	2,741
5	国民審査権制限判決	758	649	1,407	301	2,969	3,270
6	強制不妊判決	815	9,955	10,770	1,288	6,696	7,984
7	がんゲノム保険適用	187	1,173	1,360	450	2,572	3,022
8	災害関連死事例収集	—	862	862	—	—	—
9	パワハラ防止法成立	—	844	844	496	898	1,394
10	関電3原発再申請命令	—	331	331	576	—	576
11	改正放送法成立	465	912	1,377	1,426	619	2,045
12	氷河期世代支援策	—	742	742	710	548	1,258
13	韓国水産物検査強化	888	108	996	999	563	1,562
14	再エネ家庭にポイント	—	1,126	1,126	—	—	—
15	中小企業代替わり促進	—	868	868	—	194	194
16	森友売却額不開示判決	667	—	667	1,520	3,043	4,563
17	民間シェルター支援	—	—	—	—	253	253
18	日露2プラス2	—	966	966	—	347	347
19	仮想通貨は暗号資産に	549	2,171	2,720	1,433	405	1,838
20	親の懲戒権見直し	—	284	284	424	—	424
21	海洋プラスチック削減	—	183	183	494	339	833
22	子どもの貧困対策	—	—	—	—	207	207
23	南海トラフ対策改定	420	2,540	2,960	420	604	1,024
24	取り調べ可視化	—	2,823	2,823	—	3,522	3,522
25	日露外相会談	—	656	656	633	2,416	3,049
26	治水見直し	—	—	—	—	—	—
27	フィリピン禁輸解除	—	—	—	361	—	361
28	北朝鮮瀬取り監視	465	—	465	—	—	—
29	岩屋防衛相年内訪中へ	333	—	333	360	—	360
30	首相イラン指導者と会談へ	—	—	—	—	—	—
	合計	6,780	30,616	37,396	12,500	33,643	46,143

注：網掛けはYahoo! ニュース「主要」に掲載された記事を含むことを示す（表3-1参照）。
注：朝日新聞の有料記事は、通常の配信記事と異なり、記事が途中でとぎれているため、

属性議題として、読者の意見に影響することもある。

そして前章で示した各紙の1面記事についても、その詳報が2面以降に多数掲載されている。それらの記事がどのような内容で、Yahoo!ニュースにどの程度配信・掲載されているかを確認することで、Yahoo!ニュースにおける属性議題の提示・強調の状況を知ることができるだろう。

前章の表3-1ではトピックごとの各紙の配信の有無を示した。だが記事が配信されていたとしても、トピックに関連する記事がすべて配信されて

毎日			産経		
配信	非配信	合計	配信	非配信	合計
—	—	—	—	—	—
—	657	657	—	711	711
1,782	610	2,392	599	211	810
628	3,720	4,348	781	—	781
9,338	1,027	10,365	4,473	1,235	5,708
182	3,299	3,481	—	571	571
—	—	—	—	—	—
617	2,754	3,371	1,578	500	2,078
623	—	623	—	—	—
470	2,554	3,024	325	2,635	2,960
343	—	343	715	—	715
528	—	528	2,758	—	2,758
—	—	—	—	—	—
—	—	—	587	—	587
1,711	—	1,711	—	582	582
1,031	3,210	4,241	572	—	572
797	—	797	397	—	397
—	189	189	—	—	—
1,689	—	1,689	702	—	702
454	2,523	2,977	1,209	—	1,209
—	271	271	—	—	—
—	230	230	—	1,659	1,659
—	3,882	3,882	—	581	581
654	—	654	1,212	—	1,212
741	—	741	—	—	—
325	—	325	482	137	619
606	—	606	—	—	—
344	244	588	456	—	456
732	—	732	—	—	—
23,595	25,170	48,765	16,846	8,822	25,668

ここでは非配信扱いとした。

いるわけではない。そこではじめに、記事が量的にどの程度配信されているかを確認していく。表4-1には、表3-1と同じトピックごとに、新聞社配信記事の文字数、非配信記事すなわち紙面にのみ掲載された記事の文字数、およびそれらの合計文字数を示した。なお「トランプ米大統領来日」は各紙の配信件数や文字数が当初の予想以上に多く、これを含めると全体の傾向がわかりにくくなるため、ここでは除外した。

まず各紙の全体的な傾向を比較する。表4-1下部の「合計」欄に示したように、読売新聞と朝日新聞は配信記事よりも非配信記事の文字数のほうがかなり多く、毎日新聞はほぼ同じで、産経新聞は逆に配信記事の文字数のほうが多い。配信記事の文字数は、もっとも多い毎日新聞では2万3,000字を超え、もっとも少ない読売新聞は7,000字に満たない。このように配信・非配信の文字数は各紙に大きな違いがある。

つづいて各紙のトピックごとの配信状況について検討する。一般に、トピックの合計文字数が少ない場合、そのトピックの記事は事実関係のみの本記であり、文字数が多い場合は、本記に加え背景なども報じた詳細が含まれると推定される。そこで以下では便宜的に、トピックごとに各紙合計文字数1,000字以上・未満で切り分けたくうえで、それぞれの配信状況を確認する。この視点にもとづいて、表4-1を整理しなおしたものが表4-2である。

表に示したとおり、合計文字数が1,000字以上の場合、記事の一部を配

表4-2 各紙のトピック配信状況

	読売	朝日	毎日	産経	計
合計文字数1,000字以上のトピック	10	14	11	7	42
うちすべて配信	0	0	2	3	5
うち一部を配信	8	12	8	3	31
配信なし	2	2	1	1	6
合計文字数1,000字未満のトピック	14	9	14	13	50
うちすべて配信	3	4	9	7	23
うち一部を配信	1	1	1	2	5
配信なし	10	4	4	4	22
紙面掲載のないトピック	5	6	4	9	24

(単位：件)

信するケースが多い(4紙42件中31件)。逆に1,000字未満では、記事をすべて配信するか(4紙50件中23件)、反対にまったく配信しないかにかわかれる傾向がある(4紙50件中22件)。ただし表4-1をみるとわかるように、合計文字数が1,000字以上ですべて配信していないケースでも、記事の大半が配信されているものもいくつかあり、この場合は詳報も配信されていると考えられる。全体としては、文字数の少ない本記のみのトピックでは、配信するさいにはすべて配信し、文字数の多い詳報を含んだトピックでは、本記のみ配信し、詳報は配信しない傾向がある。

そこでこの点について具体的に検証するため、合計文字数が1,000字以上のトピックのうち、「主要」に掲載された記事を配信した新聞の、そのトピック関連のすべての記事について検討する。これにより、その新聞に掲載された記事のうち、どのような記事が「主要」に掲載され、あるいは掲載されなかったか、実態にもとづいて分析することが可能となる。

この条件に該当するトピックは6件ある。表4-3に、トピックごとの配信元、配信・掲載状況や記事の見出し、文字数等を示した。なお合計文字数が1,000字未満のトピックのうち、「主要」に掲載されたものは6件ある。表4-1のNo.16以降の網掛け部分がかこれに当たり、いずれも本記中心の記事の全文が配信・掲載されている。

以下、表4-3を参照しつつ、トピックごとに検討していく。

まず「公証人あっせん」は読売新聞のみが配信している。これは読売新聞の独自記事であり、他紙は後追い報道をしていない。配信された記事は、「公証人『空きポスト』裁判官にも割り当て…最高裁調整」という見出しで、これは「主要」に掲載され、また読売新聞の5月27日朝刊1面にも掲載された。この記事では、公証人のポストの割り当てに最高裁が関わっていたことが報じられているが、そうした行為が行なわれた理由は記事からはわからない。しかし、同日の読売新聞社会面には1,892文字の詳報が掲載され、その理由が報じられている。表に示した見出しを見るだけでも、「高収入」「再分配」で年収安定」というように、経済的利益が背景にあることが明確に示されている。この記事もあわせて読むことで、「あっせん」の問題点がはじめてわかるが、この記事はYahoo!ニュースには配信されず、そのため「主要」に掲載されることもなかった。

表4-3 トピックごとの配信記事および紙面掲載記事の詳細

トピック	配信元	記事配信・掲載状況	「主要」見出し	配信・紙面掲載時の見出し
公証人あっせん	読売	配信・「主要」掲載	公証人あっせん地裁所長らも	公証人「空きポスト」裁判官にも割り当て…最高裁
		紙面掲載のみ	—	高収入の公証人 99%独占/東京・大阪 検察・で年収安定 「出し役場」「もらい役場」
強制不妊判決	毎日	配信・「主要」掲載	強制不妊訴訟原告の請求棄却	<旧優生保護法を問う>旧優生保護法、賠償請求を
		—	—	<旧優生保護法を問う>旧優生保護法は「違憲」
		—	—	<旧優生保護法を問う>賠償請求棄却も裁判長、
		—	—	<旧優生保護法を問う>旧優生保護法仙台地裁判決
		配信・「主要」非掲載	—	<旧優生保護法を問う>強制不妊判決 原告の女性
		—	—	<旧優生保護法を問う>仙台地裁判決に「苦難受け
	産経	—	—	<旧優生保護法を問う>手書きの「勝訴」幻に
		—	—	<旧優生保護法を問う>強制不妊訴訟仙台地裁判決救済法見直し否定的/慶応大教授・小山剛氏(憲法
		紙面掲載のみ	—	旧優生保護法：国賠訴訟 仙台地裁判決 要旨
		配信・「主要」掲載	強制不妊 原告声詰まらせ落胆 強制不妊 一時金の申請進まず	請求棄却に声詰まらせ落胆 強制不妊訴訟の原告女性 強制不妊救済法の一時金 申請・支給決定進まず
		—	—	旧優生保護法は「違憲」仙台地裁 賠償は認めず
		—	—	菅官房長官、旧優生保護法判決に「主張認められた」
毎日	配信・「主要」掲載	がんゲノム医療保険適用へ	がんゲノム医療 6月1日から保険適用に	
	紙面掲載のみ	—	クローズアップ：がんゲノム検査、保険適用 遺伝療費の押し上げ懸念	
	毎日	配信・「主要」掲載	パワハラ防止法罰則は見送り	パワハラ防止法成立 罰則規定は見送り
		—	—	解説 実効性に疑問符
		紙面掲載のみ	—	パワハラ：防止義務化 改正法成立 罰則なし 線「脅し 効果なかった」/ 電通社員自殺 議論加速/
		—	—	国の責任認めず 救済法の議論に一石 旧優生保護
—		—	強制不妊訴訟 成蹊大の渡辺知行教授(民法)「新し	
紙面掲載のみ	—	強制不妊訴訟 中央大法科大学院の升田純教授(民 旧優生保護法「違憲」仙台地裁 国責任と賠償は認め 強制不妊 判決要旨		
改正放送法成立	読売	配信・「主要」掲載	NHK 同時配信可に改正法成立	NHKのネット常時同時配信可能に、改正放送法成立
		紙面掲載のみ	—	NHK 同時配信 年度内に 改正放送法成立 全番組
	朝日	配信・「主要」掲載	NHK 悲願の同時配信 民放は?	悲願のネット配信、変容するNHK 民放は肥大化
		配信・「主要」非掲載	—	NHK 全番組配信、聖火リレーまでに開始 民業に配
毎日	—	—	NHK、常時ネット配信可能に	
	紙面掲載のみ	—	NHK 肥大化に懸念/常時同時配信 民放、追隨の動	
	—	—	—	
韓国水産物検査強化	産経	配信・「主要」掲載	政府 韓国産水産物の検査強化	韓国産ヒラメなど検査強化 政府、輸入規制への対
		—	—	厚労省が韓国産ヒラメなど水産物輸入規制強化を発表
		—	—	韓国産ヒラメ輸入規制「国民の健康守るため」
		配信・「主要」非掲載	—	韓国産ヒラメ輸入検査強化「対抗措置ではない」
		—	—	「国民の健康保護」粛々と措置 韓国産水産物の検査

注：配信記事は記事取得時の文字数を、非配信記事は紙面掲載時の文字数を示した。なお配信後に記事内容が更新されることが

(記事中の小見出しを含む)	字数	配信日時	紙面掲載日・ 掲載面	「主要」掲載日時/ 掲載時間(分)
調整	1,089	5/27 05:04	5/27 朝刊1面	5/27 10:50 / 90
裁判官 OB / 「枠」それぞれ引き継ぎ / 「再分配」	1,892	—	5/27 朝刊29面	—
棄却 仙台地裁 / 旧優生保護法	715	5/28 15:06	5/29 朝刊1面	5/28 15:10 / 200
賠償請求は棄却 仙台地裁判決	756	5/28 15:11	5/29 朝刊1面	—
強制不妊の権利侵害 「極めて甚大」 仙台地裁	882	5/28 21:16	5/29 朝刊1面	—
救済否定、当事者置き去りに	643	5/28 21:33	5/29 朝刊1面	—
落胆 「何のための努力だった」	1,242	5/28 21:45	5/29 朝刊24面	—
止めて、各地の強制不妊訴訟原告	1,157	5/28 21:56	5/29 朝刊24面	—
原告の義姉準備	543	5/28 22:00	5/29 朝刊24面	—
救済遅れの責任問わず / 「議論少なく」で国免責 / 学) / 立教大教授・関礼子氏 (環境社会学)	3,400	5/28 22:10	5/29 朝刊3面	—
	1,027	—	5/29 朝刊22面	—
	932	5/28 20:41	5/29 朝刊26面	5/28 22:20 / 140
	625	5/28 21:00	5/29 朝刊26面	5/29 10:00 / 70
	858	5/28 15:12	5/29 朝刊1面	—
	450	5/28 19:03	5/29 朝刊2面	—
法訴訟判決	924	5/28 21:28	5/29 朝刊2面	—
い権利持ち出し、議論すり替え」	346	5/28 21:59	5/29 朝刊26面	—
事法)「今後、異なる司法判断も」	338	5/28 22:20	5/29 朝刊26面	—
ず (記事の用語説明部分)	170	—	5/29 朝刊1面	—
	1,065	—	5/29 朝刊24面	—
	182	5/29 10:58	5/29 夕刊1面	5/29 23:50 / 430
子解析し最適治療 / 情報もとに差別、恐れも / 医	3,299	—	5/30 朝刊3面	—
	617	5/29 11:49	5/29 夕刊6面	5/29 13:50 / 50
	499	—	5/29 夕刊6面	—
引き難しく / 被害者「もっと踏み込んで」 / 加害者 就活生は対象外	2,255	—	5/30 朝刊25面	—
	465	5/29 11:53	5/29 夕刊3面	5/29 12:50 / 70
ネットで / (解説)「民業圧迫」拭う取り組みを	—	—	5/30 朝刊2面	—
を警戒	870	5/30 06:30	5/30 朝刊7面	5/30 08:40 / 60
慮も	556	5/29 19:36	5/30 朝刊1面	—
	185	—	5/29 夕刊8面	—
き (記事後半部分)	434	—	5/30 朝刊7面	—
抗措置	836	5/30 05:05	5/30 朝刊1面	5/30 11:00 / 60
	588	5/30 11:43	5/30 夕刊5面	—
菅官房長官	263	5/30 12:34	5/31 朝刊1面	—
菅官房長官が強調	267	5/30 17:52	5/31 朝刊1面	—
強化	804	5/30 22:36	5/31 朝刊1面	—

あるが、これをすべて確認することはほぼ不可能であるため、文字数は記事取得時のものを用いた。

「強制不妊判決」では、複数の記事が「主要」に掲載され、全国紙では毎日新聞1件、産経新聞2件が掲載されている。このほか表にはないが、時事通信と河北新報の記事がそれぞれ1件掲載されている。最初に「主要」に掲載されたのは、毎日新聞の1面掲載記事のもととなった715字の記事であり、これは判決文読み上げ中に配信された速報記事である。毎日新聞の記事掲載から約1時間後には時事通信の速報も掲載され、「違憲」の判断が下されたことを伝えている。産経新聞配信の「主要」掲載記事2件の見出しはそれぞれ、「請求棄却に声詰ませ落胆 強制不妊訴訟の原告女性」「強制不妊救済法の一時金 申請・支給決定進まず」というように、毎日新聞・時事通信の速報につづくかたちで、判決に対する反響や背景を報じている。また河北新報の記事では、「<旧優生保護法国賠訴訟>解説／不作為問わず国に配慮」という見出しからうかがえるように、判決の問題点を指摘している。毎日新聞は最終的に、合計文字数9,338字におよぶ多数の記事を配信した。「主要」に掲載されることのなかったそれらの記事の大半は詳報であり、「救済遅れの責任問わず」「当事者置き去りに」「新しい権利 議論をすり替え」といった見出しが示すように、判決の反響や問題点、識者の見解などが報じられていた。しかし、かならずしも毎日新聞の視点と同じではないが、上述のように他紙の記事によってこれらの点は部分的に補われており、詳細をある程度知ることができる。

「がんゲノム保険適用」では、毎日新聞の「がんゲノム医療 6月1日から保険適用に」という見出しの、182字というごく短い記事が「主要」に掲載された。これは毎日新聞の5月29日夕刊1面に掲載された。記事からわかることは、新たに保険適用された医療の費用と対象者のみである。しかし毎日新聞が配信しなかった、翌日の朝刊3面に掲載された3,299字の詳報では、「情報もとに差別、恐れも」「医療費の押し上げ懸念」という見出しからわかるように、この医療の複数の問題点を指摘している。

「パワハラ防止法成立」では、「主要」に掲載された記事の見出しに含まれる「罰則規定は見送り」という文言により、法律の問題点が暗に示されているが、内容は基本的事実中心である。これは毎日新聞の5月29日夕刊6面に掲載された。毎日新聞が配信しなかった合計2,754字の詳報は、「実効性に疑問符」「被害者『もっと踏み込んで』」「就活生は対象外」という

見出しからわかるように、おもにパワハラを受ける側の立場から、この法律のさまざまな問題点を指摘している。なお産経新聞は、「どこまでが指導？線引き悩む企業 パワハラ法規制」という見出しの企業視点の詳細を配信していたが、これも「主要」には掲載されなかった。

「改正放送法成立」では、読売新聞の速報が「主要」に掲載され、翌日には朝日新聞の詳細が掲載されている。読売新聞の記事は5月29日夕刊3面に掲載され、朝日新聞の詳細は翌30日朝刊7面に掲載された。「主要」に掲載されたこれら2件の記事では、改正放送法によるNHKのネット進出に対して、民放が警戒していることまではわかる。しかし朝日新聞の紙面に掲載された詳細と比較すると、「主要」に掲載された詳細は記事の前半部分だけであった。配信されなかった記事後半部分では、NHKの公共メディアとしてのありかたや政府からの独立性の問題について、専門家が指摘していた。

「韓国水産物検査強化」では、産経新聞の独自記事が「主要」に掲載されている。これは産経新聞5月30日1面トップに掲載された。その見出しでは「輸入規制への対抗措置」という政府の「本音」が伝えられている。しかし、産経新聞がその後配信した「国民の健康を守るため」「対抗措置ではない」という政府の「建前」を報じた記事は「主要」に掲載されなかった。

以上、6件のトピックについて検討した。6件中4件で、1面記事が「主要」に掲載されていた。そのうち1件のトピックでは、複数の記事が「主要」に掲載されていたが、この場合も最初に掲載された記事は1面記事だった。ここから推測されることは、1面に掲載されるような重要なできごとが発生したとき、基本的事実中心の本記が第1報としてYahoo!ニュースに配信・掲載され、その後、トピックによってはその詳細が掲載されるという順序があることである。

また、「強制不妊判決」では詳細を複数掲載し、背景や問題点もある程度わかるようになっていた。しかしその他の5件のトピックについては、多少の違いはあるが、いずれも新聞に掲載された記事とくらべると、「主要」に掲載された記事の内容は本記中心にとどまり、ニュースの背景や問題点などについて十分な情報が掲載されているとはいえない状況だった。

その原因は、ここまで検討した内容から2つあると考えられる。1つは、

配信された詳細が「主要」に掲載されないことがしばしばあるということである。ここでは6件のトピックを対象として、「主要」に記事が掲載された新聞を中心に検討したが、他の新聞が配信した詳細も掲載されないケースがあった。こうした点もあわせると、配信された詳細が「主要」に掲載されなかったケースは少なくないといえる。もう1つは、そもそも詳細が配信されていないことである。新聞社が重要と考えるニュースであれば、本記だけでなく、背景や問題点なども取材して詳しく報じるため、記事の文字数は長くなる。こうした記事の場合、本章前半で検討したように、記事すべてを配信するのではなく、本記を中心とした部分を配信する傾向が強かった。

もちろん詳細が「主要」に掲載されない場合でも、配信さえされていれば、記事を検索して探し出せばよいと考えるかもしれない。しかし多くの場合、詳細の配信時間は、最初の速報が掲載されてから何時間も経っている。たとえば「韓国水産物検査強化」の例では、表4-3に示したように、最初の記事が「主要」に掲載されたのは、5月30日11時から1時間である。しかし産経新聞がその後配信した詳細のうち、「国民の健康を守るため」という記事の配信時間は同日12時34分、「対抗措置ではない」という記事は17時52分である。こうしたケースでは、最初に掲載された記事を読み、関心をもった読者が詳細を検索しても、その時点で詳細は配信されていないため、検索結果には本記ばかりが並ぶことになる。そして詳細が配信されるころには、今度は「主要」での記事掲載が終わっているため、「主要」に掲載された記事を読んだ読者が関心を長時間抱きつづけているのでなければ、詳細を探すきっかけがそもそも存在しないということになる。新聞であれば記事の末尾などに詳細があることが記されているケースもあり、その場合は関心があればすぐに読むことができるため、この点はYahoo!ニュースとの大きな違いといえる。

本章では、記事のトピックごとに、Yahoo!ニュースに配信・掲載された文字数や内容について検討した。新聞社が配信する記事の多くは本記中心であり、詳細を配信するケースは全体的に少ない。そのため、Yahoo!ニュースの「主要」に掲載される記事も本記中心となっていた。また詳細が配信されても、それが「主要」に掲載されないことも少なからずあった。

さらに「主要」に本記が掲載される時間と、詳報が配信される時間に間隔があることが多く、詳報にたどりつくのが容易ではないという状況も観察された。以上のことから、Yahoo!ニュースでは、属性議題として読者の意見や態度に影響をおよぼす詳報は、新聞にくらべ実質的にかなり少ないといえる。

5. 結論と課題

本稿ではYahoo!ニュースに掲載されたニュースについて、争点議題と属性議題という視点から、新聞と比較しつつ検討してきた。その結果あきらかになったことは2点ある。第一に、Yahoo!ニュースのトップページである「主要」において、政治関連のニュースは数多く掲載されており、そのうちの半分は新聞の1面記事と一致していたが、残りの半分は新聞が1面では報じなかったニュースだった。そのため新聞とくらべると、争点の認知にかかわる争点議題は分散しており、結果として各争点の強調度も相対的に弱められていた。第二に、新聞社からYahoo!ニュースに配信される記事の多くは、本記中心だった。詳報が配信された場合でも「主要」に掲載されないことは少なからずあり、またYahoo!ニュース内では詳報へのアクセスが難しい面もみられた。結果として、属性議題として読者の意見や態度に影響をおよぼす詳報は、Yahoo!ニュースでは実質的にかなり少なくなっていた。以上を端的に言えば、Yahoo!ニュースは、新聞にくらべ、いま何が問題か(=争点議題)、そしてなぜ問題か(=属性議題)ということを判断するための情報が非常に少ない、ということである。

なお今回の調査期間は1週間だったが、今回あきらかとなった結果は、ある程度一般化が可能と思われる。争点の数については、紙面の物理的制約から新聞の1面に掲載される記事数には限りがあるいっぽう、「主要」の国内ジャンルの記事数はかなり多く、両者の比率が大きく変わることは考えにくい。また詳報については複数の要因があり、それらが今回の調査期間でのみ観察されたと考えるのは無理があるためである。

さらに、Yahoo!ニュースにおいて基本的事実のみを報じるニュースが多いことについては、本論で示したこと以外にもさまざまな要因があるだろ

う。大きな要因として考えられることは、1つのトピックを長時間掲載するよりも、次々に新しいトピックに差し替えたほうが、アクセス数が増加し、それによって広告収入が増えるということである。

詳報にかんしても、同様の理由が当てはまると思われる。だが同時に、詳報の配信は、本記の配信にくらべるとかなり少ないという点にも注意する必要がある。本記の多くは記者会見などでの発表がもとになるため、取材コストは小さい。それに対して詳報は、本記のもととなった情報にもとづいて関係各方面へ取材を行なうため、人的・経済的コストがかかる。これを無料で閲覧可能なネットメディアに配信することは、新聞社にとって経営上のマイナスとなりうる。さらに詳報は、新聞が他のメディアとの差別化をはかる手段であり、新聞にとって「生命線」ともいえる面があるため、配信には慎重にならざるをえない。こうしたこともYahoo! ニュースで詳報が少なくなる一因と考えられる。

それでは、Yahoo! ニュースにおけるメディア議題が上記のような性質をもつとすれば、公衆議題はこれにどのような影響を受けるだろうか。この点を論じるには、Yahoo! ニュースの利用者を調査する必要があるが、本稿の範囲を超えている。そこで以下では、先行研究の知見を参照しつつ、仮説的に述べておくこととする。

本稿で示したように、Yahoo! ニュース「主要」には、新聞の1面よりも多くの政治関連ニュースが掲載されている。小林（2011）はネットニュースの利用が「政治的知識」を増やすことを指摘しているが、ネットメディアにおけるこうしたニュースの多さも関連しているかもしれない。

しかし「政治的知識」がかえって「政治的関心」に対してマイナスに働く可能性もある。この点についても小林（2011）が、政治家のスキャンダルなど「ソフトな知識」は、若年層の投票率にマイナスの効果を持つことを示している。この「ソフトな知識」は、本稿で検討したニュースでいえば、たとえば「議員『戦争』発言」がこれにあたるだろう。このニュースは、新聞1面では報じられなかったが、Yahoo! ニュースはトップページの「主要」に掲載していた。つまりネットメディアによって、「ソフトな知識」を得る機会が増加することで、若年層の政治的シニシズムが高まる可能性がある。また、Ogawa（2001）は基本的事実より利点や欠点などの詳細が

関心をより高めることを指摘したが、新聞にくらべて詳報が少ないYahoo!ニュースを利用することは、相対的な関心の低下をもたらす可能性もある。

斉藤ほか(2014)は、関心が高い場合は、新聞の論調と読者の態度に関連がみられることをあきらかにしている。この関連が、新聞の論調を反映した詳報を読むことで生じているとすれば、Yahoo!ニュースの場合は詳報へのアクセスが新聞よりも難しいため、態度への影響を受けにくくなっていることも考えられる。

また、マスメディアは「戦略的中立性」(池田 2010: 277)を採用しているといわれる。むしろマスメディアは完全に中立であるわけではなく、多少とも論調がある。論調は、本記よりも詳報で強くあらわれるが、本稿であきらかにしたように、Yahoo!ニュースに配信・掲載される記事の多くは本記である。結果として、Yahoo!ニュースが掲載するニュースはマスメディアにくらべ、より「中立的」になるだろう。くわえてYahoo!ニュース側が、多くの利用者に受け入れられるようにするため、マスメディアと同様に「戦略的中立性」を採用していることも考えられる。その場合、詳報の掲載を意図的に避ける傾向もあるかもしれない。

このようにさまざまな可能性が考えられるが、その多くが、Yahoo!ニュースで本記中心のニュースに接していれば、態度への影響を受けることはないかもしれないが、今度は逆に意見を形成することが難しくなる、ということを示しているように思われる。本記だけでは、そのニュースにどのような政治的・社会的問題が含まれているのか、自分とどのようなかわりがあるのか、利害関係はあるのかといったことがわからず、意見をもちようがない。「政治的知識」は増えたとしても、「政治的意見」をもたない人びとが、ネットメディアの利用によって増加している可能性があるのではないか。

そしてその結果が、冒頭で触れた内閣支持率にあらわれている、と考えることができるかもしれない。もちろん、内閣支持率などの世論はメディアの影響のみで形成されるわけではない。渡辺ほか(2019)や松谷(2019)が論じているように、年齢だけでなく、性別や学歴、社会意識などさまざまな要因がかかわってくるだろう。

いずれにせよ、本稿で示したYahoo!ニュースにおけるメディア議題の

特性は、世論に対するネットメディアの影響が軽視できないことを示唆している。石川（2004）が論じたように、新聞購読が生み出すという「パロディング」は望ましいことではないが、Yahoo!ニュースによって生じる可能性のある無関心もまた望ましいことではない。斉藤ほか（2014）は、新聞による世論操作の可能性を論じたが、Yahoo!ニュースをはじめとするネットメディアにおいても同様の可能性があるといえるだろう。

最後に本稿の問題点と限界を示し、今後のネットメディア研究の課題について述べる。

まず、Yahoo!ニュースには基本的事実のみのニュースが多いという点に関連して、今回の調査では検討できなかった点がある。それは2章で触れたように、先行研究では新聞がYahoo!ニュース「主要」の掲載件数上位を占めていたが、今回の調査では共同通信と時事通信の2つの通信社が1位と2位を独占していたことである⁶⁾。これは本稿の調査結果と関連して、重要な意味をもつように思われる。今回は通信社について調査を行っていないため推測も含むが、通信社が配信する記事は、新聞社にくらべると全般的に短い記事が多い。通信社は、速報を他のメディアに配信することを主要な業務としているため、それはある意味で当然といえる。そのため、通信社の配信記事が本記のみというケースは、新聞社の配信記事よりも多いと考えられる。かりにそうだとすれば、通信社の配信記事の掲載が多いということは、今回の分析結果以上に、Yahoo!ニュースにおいて本記のみのニュースの比率が高いということを意味し、結果として詳報の比率がより低くなると考えられる。そのため、通信社の記事が多い傾向が今後も維持されるのか、あるいはいっそう強められるのかといった点について注視していく必要がある。

Yahoo!ニュースの調査方法についても検討すべき点が多くある。まず4章の属性議題の調査・検証作業が煩雑となった点は、今後改善すべき課題である。また、Yahoo!ニュースにはさまざまな機能があり、それらの研究を行なうことで、Yahoo!ニュースの影響力の全体像をはじめ捉えることができるという面もある。Yahoo!ニュースのコメントについては、木村（2018）や上子ほか（2015）など、すでにさまざまな観点から研究が行なわれているが、コメント機能以外にも、たとえばニュースをまとめて届け

る朝刊・昼刊・夕刊や、ニュースのポイントを表示する機能なども、利用者に与える影響という点では重要であろう。Yahoo!ニュースのアクセスランキングをみると、「主要」に掲載されたことのないニュースのアクセス数が非常に多くなっていることもよくある。これはSNSで拡散された結果と考えられるが、こうした点を含めたネットメディアへのアクセス方法も分析対象とする必要があるかもしれない。

また、今回の調査では新聞を比較対象としたが、テレビや他のネットメディアとの比較も重要である。若年層の利用が多いLINE NEWSは、石堂(2018)によれば、Yahoo!ニュースにくらべソフトニュースが多く、そのメディア議題のありかたも異なると考えられる。スマートニュースなど他のネットメディアも利用者を増加させており (ICT総研 2018)、今後さまざまなネットメディアを研究対象とする必要性が増していくと思われる。

ネットメディアの「影響」を調査することはむろん重要である。この点にかんしては冒頭で示したように、これまで数多くの研究が積み重ねられてきた。しかし同時に、ネットメディア自体を分析し、その影響がどのような「要因」によって生じているかをあきらかにすることもまた同様に重要であり、その研究を進展させることは喫緊の課題である。

注

- 1) 発行本社ごとに記事の価値判断が異なることもあるため、発行本社の異なる夕刊を対象とすることには問題もある。しかし本稿では新聞の1面掲載記事とYahoo!ニュースへの配信・掲載記事の関係を調査することを目的の1つとしており、産経新聞の夕刊がなければその1面掲載記事が調査対象外となってしまうため、今回はこれを回避することを優先した。
- 2) 調査時間の間隔を10分単位としてほぼ問題がないことは、石堂(2017)が確認している。
- 3) Yahoo!ニュースの伊藤儀雄は、「主要」に掲載する記事について「トップ8本」(伊藤 2015: 77)と述べており、「主要」の標準の記事数が8本であることがわかる。
- 4) 朝日新聞、毎日新聞および産経新聞は記事重複配信分を含む。読売新聞は重複配信がなかった。また朝日新聞は有料記事の配信分123件を含む。
- 5) 「主要」には、ここに掲げた以外にも、政治関連ニュースが1件掲載されていた。本来であればこのニュースも分析対象とするところだが、このニュースは調査終了日の夜間に掲載されたため、その時間以降に関連記事が配信され「主要」に掲載されたとしても、調査期間後の場合はその確認ができない。そのためこのニュースは分析対象

から除外した。

- 6) 通信社が上位を独占した理由は、おそらくその配信の早さである。今回、全国紙の配信状況を調査した結果、複数紙から内容のほぼ同じ記事が配信されたケースはジャンルを問わず45件あった。このうち34件は、もっとも早く配信した新聞の記事が「主要」に掲載され、10件は2番目に配信された記事が掲載された。つまり大半の「主要」掲載記事は、最初に配信された記事だった。そのため「主要」に掲載された通信社の記事の多くは、最初に配信されたものであったと推測される。Yahoo!ニュースが特定のメディアを優遇したということではなく、配信が早かった結果、通信社が上位を占めた可能性が高い。

引用・参考文献

- ICT総研, 2018, 「2018年 モバイルニュースアプリ市場動向調査」, ICT総研ウェブサイト, (2019年11月2日取得, <https://ictr.co.jp/report/20180509.html>).
- 荒井紀一郎, 2014, 「民意のベースライン——新聞報道による議題設定効果の測定」『年報政治学』2014(1): 104-122, (2019年10月31日取得, https://www.jstage.jst.go.jp/article/nenpouseijigaku/65/1/65_1_104/_article/-char/ja/).
- 池田謙一, 2010, 「マスメディアとインターネット」池田謙一・唐沢穰・工藤恵理子・村本由紀子『社会心理学』有斐閣, 267-289.
- 石川旺, 2004, 『パロティングが招く危機——メディアが培養する理論』リベルタ出版.
- 石堂彰彦, 2017, 「ネットニュースは何を報じないか——『ヤフートピックス』を事例として」『成蹊人文研究』(25): 53-75.
- , 2018, 「LINE NEWSの“報道”に関する一考察——Yahoo!ニュースおよびマスメディアとの比較から」『成蹊人文研究』(26), 97-120.
- 伊藤儀雄, 2015, 「ニュースメディア」藤代裕之編著『ソーシャルメディア論』青弓社, 68-84.
- 稲増一憲・三浦麻子, 2016, 「『自由』なメディアの陥穽——有権者の選好に基づくもうひとつの選択的接触」『社会心理学研究』31(3): 172-183, (2019年10月31日取得, https://www.jstage.jst.go.jp/article/jssp/31/3/31_919/_article/-char/ja/).
- Ogawa, Tsuneo, 2001, "Framing and Agenda Setting Function : A comparative study between "objective fragmentary information" and "influential forecast information", " *Keio communication review*, 23: 71-86.
- 小此木潔, 2018, 「新聞の議題設定とパブリック・アジェンダ——2017年衆院選の分析」『コミュニケーション研究』(48): 29-42, (2019年10月31日取得, <https://digital-archives.sophia.ac.jp/repository/view/repository/20180530005>).
- 金子智樹・逢坂巖, 2018, 「安倍支持の中心は若年男性層——ネガティブ情報の影響薄く」『Journalism』(343):21-29.
- 上子優香・榊剛史・原忠義・森純一郎・坂田一郎, 2015, 「テキスト分析に基づくソー

- シャルメディア上でのニュースの影響度予測に関する研究』『人工知能学会全国大会論文集』29: 1-4, (2019年10月31日取得, https://www.jstage.jst.go.jp/article/pjsai/JSAI2015/0/JSAI2015_4I13/_article/-char/ja/).
- 木村忠正, 2018, 『ハイブリッド・エスノグラフィー——NC研究の質的方法と実践』新曜社.
- 小林哲郎, 2011, 「ネットニュースがもたらす政治的知識」『新情報』99: 10-18, (2019年10月31日取得, https://sjc.or.jp/topics/wp-content/uploads/2018/06/vol099_2.pdf).
- 斉藤慎一・竹下俊郎・稲葉哲郎, 2014, 「新聞の論調は読者の態度に影響するか——原発問題を事例として」『社会と調査』(13): 58-69.
- 菅原琢, 2019, 「メディア比較調査で何が変わり、何が分かったか——『第11回メディアに関する全国世論調査』(下)」『メディア展望』(685): 15-19.
- 竹川俊一, 2012, 「社説と報道によるフレーミング分析——2001年歴史教科書問題に関する朝日と読売を事例に」『マス・コミュニケーション研究』80: 211-229.
- 竹下俊郎, 1983, 「メディア議題設定仮説の実証的検討」『東京大学新聞研究所紀要』(31): 101-143.
- , 2008, 『メディアの議題設定機能』学文社.
- 電通メディアイノベーションラボ編, 2019, 『情報メディア白書』ダイヤモンド社.
- 内外切抜通信社, 2018, 「Twitterでもっともシェアされているメディアは?」, Digital PR Platform, (2019年11月2日取得, <https://digitalpr.jp/r/26911>).
- 前田直人, 2019, 「変わらぬ一強、凍りつく世論——「れいわ」は野党のパイ奪う」『Journalism』(352): 72-79.
- McCombs, Maxwell, 2014, *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion 2nd Edition*, Cambridge: Polity Press. (竹下俊郎訳, 2018, 『アジェンダ・セッティング——マスメディアの議題設定力と世論』学文社.)
- 松谷満, 2019, 「若者はなぜ自民党を支持するのか」吉川徹・狭間諒多朗編『分断社会と若者の今』大阪大学出版会.
- 宮田加久子・安野智子・市川芳治, 2015, 「政治過程におけるオンラインニュースの効果——政治的知識に及ぼす直接的・間接的效果」『社会心理学研究』30(1): 21-34, (2019年10月31日取得, https://www.jstage.jst.go.jp/article/jssp/30/1/30_30.21/_article/-char/ja/).
- 三輪さち子, 2018, 「SNS参考にする層ほど内閣支持率高め——朝日世論調査」, 朝日新聞デジタル, (2019年11月2日取得, <https://www.asahi.com/articles/ASL7H5Q0HL7HUZPS009.html>).
- Yahoo!ニュース, 2019, 「ニュース提供社 - Yahoo!ニュース」, Yahoo!ニュース, (2019年10月31日取得, <https://news.yahoo.co.jp/media>).
- 渡辺洋子, 2019, 「SNSを情報ツールとして使う若者たち——『情報とメディア利用』世論調査の結果から②」『放送研究と調査』69(5): 38-56, (2019年10月31日取得,

https://www.jstage.jst.go.jp/article/bunken/69/5/69_38/_article/-char/ja/).

渡辺洋子・政木みき・河野啓, 2019, 「ニュースメディアの多様化は政治的態度に違いをもたらすのか——『ニュースメディア接触と政治意識』調査から」『放送研究と調査』69(6): 2-31, (2019年10月31日取得, https://www.jstage.jst.go.jp/article/bunken/69/6/69_2/_article/-char/ja/).