

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

石堂 彰彦

1. 本稿の目的

無料ニュースサイト、無料ニュースアプリの隆盛が、伝統メディア、とりわけ新聞読者の減少を加速させている。

スマートフォンの登場は、ニュースをいつでもどこでも、ちょっとした空き時間に気楽に見ることができるものにした。アメリカでは「モバイル端末は、ニュース端末ともいえる状況」⁽¹⁾になっているといわれるが、日本においても同様の事態が生じつつある。たとえばヤフーニュースへのアクセス数は、スマートフォン経由のアクセスが、パソコン経由のアクセスの約2倍になっているという⁽²⁾。

ヤフーニュースをはじめ、スマートニュース、グノシーといったスマートフォン向けのニュースアプリは、100万人、1000万人単位でユーザーを獲得している。フェイスブックやツイッター、LINEなど、ユーザー同士のコミュニケーションをおもな目的としたSNSも、ニュース配信サービスを始めている。また、個人が運営するニュースサイトも無数にあるといわれる⁽³⁾。ネット上の多様な経路でニュースを見たユーザーが、SNSを使ってニュースを拡散させ、それを見たユーザーがさらに……といったように、ニュースはネット上で限りなく読者を獲得していく。

ネットに流れるニュースを、ユーザーは無料で閲覧することができる。ネット上のニュースの多くはマスメディア発といわれる。そうであるならば、わざわざお金を払ってまで新聞を購読する動機が減じるのもやむをえない。

だが、ネットのニュースを見れば、既存のマスメディアのニュースを

見る必要はなくなってしまうのだろうか。そもそも、ネット上のニュースはどの程度マスメディアの記事に依存しているのか。マスメディアの記事を取り上げるネットニュースのあり方には、何らかの問題はないのか。マスメディアが重要と判断したニュースは、ネットニュースでも同様に評価され、報道されているのか。ネットニュースとマスメディアとのあいだに、ニュースバリューに対する判断のズレはないのか。

こうした点について、実証的な検討が十分になされてきたとはいえない。そこで本稿では、ネットのニュースサイトのなかでも最も閲覧数が多いとされるヤフーニュースの「1面」⁽⁴⁾にあたる「ヤフートピックス」に掲載されたニュースと、マスメディアが報道したニュースを比較・分析し、上記の問いを検討する。それによって、ネットニュースの限界と可能性を見極める手がかりを得ることができるかもしれない。

以下、2章でヤフートピックスの概要と調査方法を示し、3章ではヤフートピックスに掲載されたニュース、4章では逆に掲載されなかったニュースを中心に検討していく。

2. 調査対象および方法

2-1 ヤフートピックスとは

本稿で取り上げるネットニュースは、ポータルサイトである「Yahoo! Japan」のトップページに表示される「ニュース」8項目である。かつては「ニュース」ではなく「トピックス」と表示されていたため、現在でもこの8項目の「ニュース」は「ヤフートピックス」と呼ばれることが多いようだ。そこで本稿でも、この呼称を用いることとする。

Yahoo! Japanのトップページで「ニュース」をクリックすると、「Yahoo! ニュース」というサイトに飛ぶ。Yahoo! Japanがニュースだけでなく、ショッピングや旅行など多様な情報への入口である一方、ヤフーニュースは、ニュース専門のサイトである。そしてこのヤフーニュースのトップページ、「1面」に表示されるニュースは、Yahoo! Japanのトップページに表示されていたヤフートピックスと同一である。

ヤフーニュースには、新聞やテレビなどマスメディアをはじめとする数百の「ニュース提供社」から、ニュースが配信される。ヤフーニュー

スは、配信されたニュースを、通常はまず「速報」に掲載し、その後「国内」「国際」「経済」「エンタメ」といったカテゴリに分類して掲載する。これらのニュースのうち、ヤフーニュース編集部が重要と判断したニュースが、ヤフートピックスに掲載される。ヤフートピックスがヤフーニュースの「1面」といわれるのは、こうした事情による。

ヤフートピックスを含むヤフーニュース全体の月間ページビュー (PV) は、2016年8月に150億PVを超えた⁽⁵⁾。2009年には45億PV⁽⁶⁾、2014年に100億PV⁽⁷⁾ だったことを考えると、急速に閲覧数を伸ばしているといえる。利用者 (接触者) 数の面でも、2014年度は約3,000万人で1位を独走し、約1,200万人で2位の新聞社系サイトを圧倒している⁽⁸⁾。近年はスマートフォン向けのニュースアプリも数多く登場しているが、スマートフォンに限定しても、2016年5月の訪問者数はYahoo! Japan (ヤフーニュースを含む) が1,960万人と、2位で555万人のスマートニュースを大きく引き離している⁽⁹⁾。これらの数字をみるだけでも、ヤフーニュース、とりわけそのトップページに表示されるヤフートピックスの影響力が極めて大きいことがわかるだろう。

2-2 調査対象・方法

比較調査の対象は、特定期間内にヤフートピックスに掲載されたニュースと、同時期にマスメディア (新聞・テレビ) が報じたニュースである。

ヤフートピックスに掲載されるニュースは、数十分から数時間ごとに更新される。そのため、掲載ニュースの傾向性を調べるためには、調査時間にある程度の長さが必要となる。今回は1日、すなわちニュースのサイクルが一巡する24時間が妥当と判断し、深夜の0時0分からの24時間のあいだに掲載されたニュースを調査した。調査日は、2016年7月21日 (火) と同年8月24日 (水) とした。2日間としたのは、1日だけでは傾向性に偏りが生じる可能性があり、日を分けて調査する必要があると判断したためである。また平日を選択したのは、休日はメディアからのニュース配信が少ないためである⁽¹⁰⁾。

ヤフートピックスの調査は、0時から10分おきにヤフートピックスのニュース画面をチェックする方法で行なった。ただしこの方法では、

ニュースの更新の有無が10分単位でしか確認できず、10分未満で更新された場合、そのニュースが調査から漏れることになる。そこで事前調査を行ない、10分未満で更新されることは例外的なケースを除いてほぼ存在しないことを確認したうえで、10分おきに画面をチェックする方法を採用した。事前調査で確認したかぎりでは、10分未満で更新されたニュースは、地震関連のニュースのみであった。地震発生時に、まず地震速報として地震が発生したことを伝えるニュースが掲載され、その数分後に震度や震源についてのニュースに切り替わるケースである。

ヤフトピックスと比較するために調査対象としたマスメディアは、新聞は全国紙とし、読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、産経新聞の4紙、テレビは、日本テレビ、テレビ朝日、TBSテレビ、フジテレビの4放送局である（以下煩雑を避けるため、これら4紙4局を「対象メディア」と呼ぶ）。日経新聞とNHKは、調査時点でヤフーへの配信がなかったため、調査対象から除外した。

上記の新聞記事の調査には、それぞれの新聞社が提供するデータベース（ヨミダス歴史館、聞蔵Ⅱビジュアル、毎索、The Sankei Archives）を用いた。これに加えて、記事の扱いの大きさなどを確認するため、各紙

表1 調査対象のテレビ番組

	番組名	放送時間	
		開始	終了
日本テレビ	Oha!4 NEWS LIVE	4:00	5:50
	ZIP!	5:50	8:00
	スッキリ!	8:00	10:25
	PON!	10:25	11:30
	NNNストレイトニュース	11:30	11:45
	ヒルナンデス!	11:55	13:55
	情報ライブ ミヤネ屋	13:55	15:50
	news every.	15:50	19:00
テレビ朝日	NEWS ZERO	23:00	23:59
	グッド!モーニング	4:55	8:00
	羽鳥慎一モーニングショー	8:00	9:55
	ワイド!スクランブル第1部	10:30	12:00
	ワイド!スクランブル第2部	12:30	13:45
TBSテレビ	スーパーJチャンネル	16:50	19:00
	報道ステーション	21:54	23:10
	はやドキ!	4:00	5:25
	あさチャン!	5:25	8:00
	白熱ライブ ビビット	8:00	9:55
	ひるおび!	11:00	13:55
	ゴゴスマ～GOGO!Smile!～	13:55	15:53
フジテレビ	Nスタ	15:53	19:00
	NEWS23	23:00	0:10
	めざましテレビ アクア	4:00	5:25
	めざましテレビ	5:25	8:00
	とくダネ!	8:00	9:50
	ノンストップ!	9:50	11:30
	FNNスピーク	11:30	11:55
	バイキング	11:55	13:45
	直撃LIVE グッディ!	13:45	15:50
	みんなのニュース	15:50	19:00
ユアタイム	23:45	0:40	

※放送時間は日によって異なることがある

の紙面（原則として東京本社発行の最終版）でも調査を行なった。調査期間は、ヤフートピックス調査日とその前後1日を含む3日間の朝・夕刊としたが、これ以外の日に掲載された記事も調査結果に含めている。

テレビニュースの調査では、表1のとおり、上記テレビ局が放送するニュース番組、情報番組などをすべて録画して確認した。バラエティ的な番組であっても、最新ニュースのコーナーなどが設けられていることがあるため、調査対象に含めた⁽¹¹⁾。番組の調査期間は、ヤフートピックス調査日と、前日の夕方以降、そして翌日の午前中までとした。

なお上記の調査期間は、対象メディアからニュースが配信され、ヤフートピックスに掲載されるまでのタイムラグを考慮して設定した⁽¹²⁾。

最後に、ヤフートピックスと対象メディアのニュースの比較対照の方法は、新聞記事の比較調査を行なった先行研究⁽¹³⁾で用いられた方法を参考にして、ストレートニュースの部分、すなわちニュースの基本的な部分であるいわゆる5W1Hが一致する場合は、同一のニュースと判定した。

3. ヤフートピックスが報じたニュース

3-1 ヤフートピックス掲載ニュースの量的傾向

まず基本的な調査結果から確認していこう。表2には、ヤフートピックスに掲載されたニュースの件数と、それらのニュースを配信したニュース提供社数を、7月21日と8月24日それぞれについて示している。ニュース件数は7月21日が100件、8月24日は83件であった。ヤフートピックスに1日に掲載されるニュースの数は、2010年頃に「60本」⁽¹⁴⁾程度であったが、近年は「80～100本」⁽¹⁵⁾といわれるようになっており、次第に掲載件数が増える傾向にあると考えられる。また、ニュース提供社は42社、33社と、ニュース件数より少なくなっており、ひとつの提供社のニュースが複数掲載されていることがわかる。

ニュース提供社を対象メディアに限定し、各メディアのニュース件数と合計掲載時間を示したのが表3である。調査が10分おきであるため、合計掲載時間も10分単位となる。実際には分単位で更新されているが、全体の傾向をとらえることが目的であり、10分単位でも問題はないだろう。

表3では、まず毎日新聞が、ニュース件数・合計掲載時間の両方で突出

表2 ヤフートピックスに掲載されたニュース
およびニュース提供社の数

	7月21日	8月24日
ニュース件数	100	83
ニュース提供社数	42	33

※掲載ニュースには、記事内容はそのまま、
見出しのみ途中で変更されたものがある。
7月21日は2件、8月24日は1件あった。これ
らは1つのニュースとしてカウントしている

表3 対象メディアごとの掲載ニュース件数と合計掲載時間

	7月21日		8月24日	
	ニュース 件数	合計掲載 時間(分)	ニュース 件数	合計掲載 時間(分)
読売新聞※	3	150	4	440
朝日新聞デジタル	9	1,050	4	400
毎日新聞	15	2,650	10	1,900
産経新聞	3	170	5	520
日本テレビ系(NNN)	3	330	4	430
テレビ朝日系(ANN)	2	340	1	260
TBS系(JNN)	5	420	2	210
フジテレビ系(FNN)	3	190	3	480
合計	43	5,300	33	4,640

※「読売新聞(ヨミドクター)」を含む

※提供社の名称は、ヤフートピックス掲載のクレジットに従った

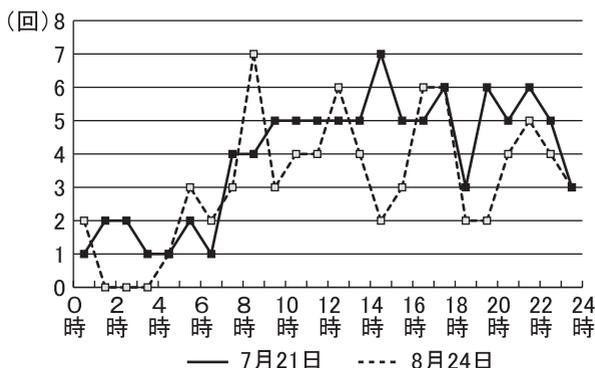


図1 ヤフートピックスの1時間ごとのニュース更新回数

して多いことが目をひく。新聞とテレビとに分けてみると、テレビよりも新聞のほうがいずれの項目でも多い傾向にある。さらに、ニュース件数と合計掲載時間のそれぞれの合計をみると、7月21日が43件5,300分、8月24日が33件4,640分となっている。表2でみたように、ヤフートピックス全体の1日のニュース提供社数とニュース件数は、7月21日が42社100件、8月24日が33社83件であり、各調査日の半数近くのニュースを、わずか8社の対象メディアが占めていることになる。同様に、ヤフートピックス全体の1日のニュース掲載時間は、24時間(1,440分)×8項目=11,520分であるので、掲載時間の半分近くを対象メディアが占めている。ヤフートピックスにおける対象メディアのニュース占有率は、かなり高いといえよう。

さらに、ヤフートピックスのニュースの更新回数を、1時間ごとに示したのが図1である。いずれの日も、深夜の時間帯は更新回数が少なく、朝7時頃に更新回数が伸びる。その後多少の変動はあるものの、ある程度一定して更新が繰り返され、深夜が近づくと減少する傾向にある。ニュース提供社が取材活動を行なう日中にニュースの配信が多くなるため、それに応じてヤフートピックスの更新回数も決まってくると考えてよいだろう。

このように、ヤフートピックスでは、本稿の対象メディアである全国紙やテレビ局によって配信されたニュースが、他のニュース提供社のニュースに比べ、相対的に数多く掲載されているといえる。

3-2 ヤフートピックスが報じたニュース

では、ヤフートピックスと対象メディアにおいて、ニュースの重要性の判断、すなわちニュースバリューに関する判断はどの程度一致しているのだろうか。この点を考える前に、ヤフートピックスに掲載されるニュースが、そもそもどのような体制、どのような基準で選択されているのかを確認しておく必要がある。

ヤフートピックスに掲載されるニュースは、数百のニュース提供社から毎日配信される4,000本ほどの記事から選択されている。他のネットニュースではプログラムが自動的に掲載記事を選択しているケースもあるが、ヤフートピックスの掲載ニュースは、20～30名で構成されるヤフーニュース編集部が選択している⁽¹⁶⁾。

では、ニュースの掲載基準はどうか。ヤフトピックスに掲載される8項目のニュースは、基本的には上から順に、「国内」「地域」からはじまり、「スポーツ」「エンタメ」で終わるというように、「硬軟」の「グラデーション」⁽¹⁷⁾をかけるように配置されている。ヤフトピックス8項目のうち上部に掲載されるニュースは、いわゆるハードニュース中心ということになる。その掲載基準は、「新聞なら一面に来る記事、テレビの報道番組のヘッドラインに取り上げられる記事など、社会的に重要なニュース」⁽¹⁸⁾であり、「公共性の高い話題」⁽¹⁹⁾である。こうしたニュースには、「災害や事件・事故、政治、国際などのニュース」⁽²⁰⁾が含まれる。一方のソフトニュースにあたる芸能・スポーツのニュースは、原則として8項目下部の3本に収めるようにしているという⁽²¹⁾。これらのニュースは、「新聞では大きく取り上げない」⁽²²⁾が、「社会的関心」すなわち「多くのユーザーが知りたいと思っているニュース」で、「とりわけスポーツやエンターテインメント」など、「話題になりやすいニュース」⁽²³⁾に該当する。

そして、ヤフトピックスに掲載されたハードニュースの多くが、このあとみるように、対象メディアによって配信されている。一方で、芸能・スポーツ関連のニュースの提供社は、スポーツ紙や週刊誌、芸能界専門のメディアであることが多い。つまり、ニュースの性質に応じて、ニュース提供社もほぼ決まってくるということである。

ところで本稿の関心は、ニュースバリューについてのヤフーニュース編集部と、既存のマスメディアの判断が、どの程度一致しているのか、ということであった。こうした問題関心から検討すべき点は、新聞であれば「一面」に掲載され、テレビでは「ヘッドライン」に載るニュース、すなわち複数のマスメディアで取り上げられる重要なニュースが、ヤフトピックスでも同様に重要と判断され掲載されているのかどうか、ということになる。本稿の調査方法との関連からいえば、ある1つの対象メディアが配信し、ヤフトピックスに掲載されたニュースのうち、他の対象メディアも報道しているニュースがどれくらいあるか、ということである。

むろん、スポーツ紙や芸能メディアが配信しヤフトピックスに掲載されたニュースは、対象メディアでも報道していることがある。しかしそれらは、「新聞なら一面に来る記事」「公共性の高い話題」とはいえないニュー

スが大半であり、こうしたニュースを分析対象に含めることに積極的な意義はないだろう。そこで以下では、対象メディアが配信し、ヤフートピックスに掲載されたニュースに限定して、検討を進めることにする。

表4と表5には、ヤフートピックスに掲載された対象メディア配信ニュースを、調査日ごとに示している。縦軸に掲載時間順のニュースの見出しとその配信元、横軸に対象メディアを置き、それぞれのニュースを報道したメディアを○印等の記号で示している。

2社以上のメディアが報じたニュースは、7月21日は43件中33件、8月24日は33件中28件ある。複数のメディアが報じるということは、それらのニュースの多くが「社会的に重要」であり「公共性」が高いと判断された結果であり、ヤフーニュース編集部も同様に重要性を認めて掲載したと考えられる。こうしたニュースが、いずれの日も8割前後にのぼっている。

一方で、報道したメディアが配信元を含めて1社以下のニュースの数は、7月21日には43件中10件、8月24日は33件中5件ある。これらのニュースは、ニュースバリューについてのヤフーニュース編集部と対象メディアの判断の相違を考察するうえで、重要と思われる。そこで以下では、これらのニュースについて検討する。

まず、スクープと思われるニュースがいくつか含まれている。7月21日の「UR物件 民泊に不正利用80件」(読売新聞)、8月24日の「千葉県議視察報告コピー常態」(毎日新聞)がそれである。それぞれの新聞紙面上では、前者は7月21日夕刊の1面トップ、後者は8月24日朝刊の社会面トップに掲載されている。スクープであれば、他のメディアが同時に配信してくることはない。またネット上にも関連情報はほとんどないだろう。そうした状況でこれらのニュースを掲載したということは、ヤフーニュース編集部が、配信元メディアと同様にニュースバリューを評価したということであろう。これ以外にも、たとえば7月21日の「野党統一名簿の効果薄い試算」(毎日新聞)は、この時期参院選で話題になっていた「野党統一名簿」に関する記事だが、調査報道的な独自記事であるため、他のメディアは報じていない。

また8月24日についてみれば、「併殺崩し」新ルール検討へ」(産経新聞)というスポーツ記事や、「高畑容疑者 反省の言葉も」(日本テレビ系(NNN))

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

表4 ヤフートピックスに掲載されたニュース (2016年7月21日、対象メディアのみ)

見出し	配信元	読売	朝日	毎日	産経	日テレ	テレ朝	TBS	フジ
鳥越氏 週刊文春記事に抗議文	毎日新聞	○	○	○	○	○	○	○	○
中3が柔道で重体 体格差69kg	毎日新聞		○	○					
ジェット水流死傷 5年で11件	読売新聞	○							
ポケモンGO 偽アプリに注意	毎日新聞	○	○	○	○	○	○	○	
南シナ海判決 中国で不買運動	朝日新聞デジタル	○	○	□		○			○
野党統一名簿の効果薄い 試算	毎日新聞			○					
政府 経済対策20兆円超で調整	毎日新聞	○	○	○	○	○		○	
北朝鮮が「暗号放送」を再開	日本テレビ系 (NNN)				○	○	○	○	
「中国は高圧的」防衛白書案	朝日新聞デジタル	○	○						
ポケモンGO 政府が異例対応	毎日新聞	○	○	○	○	○	○	○	○
「トランプ政権」日本が分析	毎日新聞			○					
生前退位 慎重に徹する政府	毎日新聞			○					
辺野古 政府が沖縄県提訴へ	毎日新聞	○	○	○	△	○	○	○	○
早期復帰困難? 谷垣氏に交代論	毎日新聞	○	○	○	○	○	○	○	
金利91倍のヤミ金か 3人逮捕	テレビ朝日系 (ANN)	△						○	○
内閣改造「ポスト安倍」2人は	毎日新聞		□	○	□				
ロシア人記者爆死 車に爆弾か	TBS系 (JNN)		○	○	○	○	○	○	
軽自動車の普及台数 過去最高	フジテレビ系 (FNN)								
国3兆円融資 リニア前倒しか	朝日新聞デジタル	△	○	○	○				
母の首絞め腹刺す 44歳男逮捕	TBS系 (JNN)	○	○	△	○		○	○	○
立命大の元准教授がIS関与か	フジテレビ系 (FNN)	○	○	○	○	○	○	○	○
小池氏殺害を書き込み 男逮捕	毎日新聞	○	○	○	○	○	○	○	○
都知事選 三つ巴のまま終盤へ	テレビ朝日系 (ANN)						○		
H3 ロケット 年6機発射可能に	朝日新聞デジタル	○	○						
鳥越氏側 文春の告訴状を提出	毎日新聞	○	○	○	○	○	○	○	○
刑法犯 戦後最少の昨年下回る	朝日新聞デジタル	○	○	○	○	○			○
心臓手術で脳障害 慶応を提訴	産経新聞	○	○	○	○	○	○	○	○
こども園で女兒溺れ 意識不明	フジテレビ系 (FNN)	○	○	△	○	○	○	○	○
女子高生に性的暴行 男を逮捕	TBS系 (JNN)				△	○	○	○	
知事の海外出張 8都府県再考	朝日新聞デジタル		○						○
琵琶湖岸 ハス消える 異常事態	産経新聞	△	△	□	○				
都知事選 語られない具体策	朝日新聞デジタル		○						
UR物件 民泊に不正利用80件	読売新聞	○							
タマゴボーロ 竹田和乎氏死去	朝日新聞デジタル	○	○	○	○				
テロ関与? 元准教授は教育熱心	日本テレビ系 (NNN)					○		○	○
高額新薬の使用 指針策定へ	読売新聞 (ヨミドクター)	○	○	□	□				
パニラ高騰でアイス値上げ?	TBS系 (JNN)							○	
傷害事件 異例の起訴取り消し	TBS系 (JNN)	○	○	○	○	○	○	○	
PKO陸自宿営地に複数流れ弾	毎日新聞		○	○		○			
ホークス強すぎ 放火予告容疑	朝日新聞デジタル	△	○						
薬局トイレに乳児遺棄 母逮捕	日本テレビ系 (NNN)		△						
喫煙か 佐賀龍谷高で部室半焼	毎日新聞	○	○	○	○	○	○	○	○
白鵬らしくなく 3秒で完敗	産経新聞	○	○	○	○	○	○	○	○

※○は調査期間内に報道されたニュース (新聞は東京本社版)、△は東京本社版以外の他の本社版、もしくは地域面に掲載されたニュース、□は調査対象日以降に掲載されたニュースを示す (表5も同じ)

表5 ヤフートピックスに掲載されたニュース (2016年8月24日、対象メディアのみ)

見出し	配信元	読売	朝日	毎日	産経	日テレ	テレ朝	TBS	フジ
河川敷の遺体 16歳少年と判明	毎日新聞	○	○	○	○	○	○	○	○
少女刺傷 関与疑いの男を確保	産経新聞	○	○	○	○	○	○	○	○
最低賃金25円上げ初の800円台	毎日新聞	○	○	○	○		○	○	
露パラ除外 IOC判断と対照的	毎日新聞	○	○	○	○	○	○	○	○
ソラシドエア 副社長が転落死	読売新聞	○	○	○	○	○	○		○
千葉女性刺傷 21歳の男を逮捕	日本テレビ系 (NNN)	○	○	○	○	○	○	○	○
北日本海にミサイル1発発射	日本テレビ系 (NNN)	○	○	○	○	○	○	○	○
河川敷遺体 15歳に事情聞く	読売新聞	○	○	○	○			○	○
認可保育所 事前予約を導入へ	朝日新聞デジタル		○		□				○
慰安婦10億円拠出 閣議決定へ	毎日新聞	○	○	○	○	○		○	○
河川敷遺体 複数人が関与か	産経新聞	○	○	○	○				○
北ミサイル 防空識別圏落下か	毎日新聞	○	○	○	○	○	○	○	○
千葉県議 視察報告コピー常態	毎日新聞			○					
生活保護 長期雇用に助成へ	読売新聞	○							読売新聞
「併殺崩し」新ルール検討へ	産経新聞				○				
テロ情報収集 要員を倍増へ	読売新聞	○	○					○	○
高畑容疑者 反省の言葉も	日本テレビ系 (NNN)					○			
IKEA品質管理強化へ 回収続き	朝日新聞デジタル	○	○	○	○				
厚労省 働き方改革へ組織改編	産経新聞	○	○	○	○				
米納入MRJが重量超過 改善へ	産経新聞				○				
河川敷に埋めた 知人がLINE	日本テレビ系 (NNN)			○	○	○	○	○	○
猛暑で? カブトガニ大量死	毎日新聞		△	△					
高畑容疑者 当直1人を把握か	テレビ朝日系 (ANN)					○	○		
16歳遺体 全裸で泳ぎ強制か	フジテレビ系 (FNN)	○		○	○			○	○
前原氏 民進代表選に出馬へ	朝日新聞デジタル	○	○	○	○	○	○	○	○
ゆとりない家庭 魚野菜少なめ	毎日新聞			○					
大規模コンサート 麻疹感染者	毎日新聞	○	○	○	△			○	
伊地震「もはや町はない」	フジテレビ系 (FNN)	○	○	○	○	○	○	○	○
25年前わいせつ 元教頭を提訴	TBS系 (JNN)		△	△	△			○	○
大手脱毛エステ 一部業務停止	朝日新聞デジタル	○	○	○		○	○		
作家の真継伸彦さん死去	毎日新聞	○	○	○	○				
16歳遺体 少年関与認める供述	フジテレビ系 (FNN)	○	○	○	○	○	○	○	○
コンビニ「レジ横」競争激化	TBS系 (JNN)		○		○		○	○	○

といった芸能人の事件に関する記事など、「公共性」よりは「社会的関心」を基準として掲載されたと思われるニュースも含まれている。

一方で、7月21日の「軽自動車の普及台数 過去最高」(フジテレビ系 (FNN))のように、対象メディアがまったく報じていないニュースもある。これはCSのニュース番組で放送されたが、地上波では放送されなかったため、対象メディアの報道がないという結果になったと考えられる。「薬局トイレに乳児遺棄 母逮捕」(日本テレビ系 (NNN))は新聞の地域面の

み報じ、地上波では放送されていないが、これも同様の事情だろう。これらのニュースは、「社会的関心」ではなく「公共性」を基準に掲載されたと考えられるが、さきの「テレビの報道番組のヘッドラインに取り上げられる記事」といった掲載基準からみれば、ヤフトニュース編集部の判断に何らかの問題があったといえるのではない。

このように、1社以下のメディアしか報じなかったニュースには、ニュースバリューの評価が適切でなかったと思われるケースも含まれているが、多くはスクープ・独自記事か、芸能やスポーツなど「社会的関心」を重視したニュースであり、複数のマスメディアが報じない一定の理由があるといえるだろう。

さらに、2社以上のメディアが報じたニュースも含めた全体をみれば、複数のメディアが報道したニュースを、ヤフトピックスも掲載するケースが大半を占めている。新聞の1面やテレビのヘッドラインに来る「社会的に重要なニュース」、複数のマスメディアで取り上げられるニュースを、ヤフトピックスに掲載するという点に関しては、かなりの程度適切に行なわれているように見える。

だが、本章で検討対象としたのは、あくまでヤフトピックスに掲載されたニュースである。すなわち、複数のマスメディアによって報道されたが、ヤフトピックスに掲載されなかったニュースについては、検討の対象外であった。そこで次章では、この点について調査を行ない、複数の対象メディアで報道されたニュースのうち、ヤフトピックスに掲載されなかったニュースについて明らかにしていく。また、これ以外にも、ネットニュース特有の問題がいくつかある。それらについても、あわせて検討する。

4. ヤフトピックスが「報じない」ニュース

4-1 ヤフトピックスが報じなかったニュース

では、複数の対象メディアで報道されたニュースのうち、ヤフトピックスに掲載されなかったニュースはどれほどあるだろうか。とくに、ヤフトピックスの掲載基準である「新聞なら一面に来る記事、テレビの報道番組のヘッドラインに取り上げられる記事など、社会的に重要なニュー

ス」が、実際にどの程度まで有効に機能しているかに注目する。

複数の対象メディアで報道されたニュースで、ヤフートピックスに掲載されていないものはいくつもある。しかし、2、3の対象メディアで報じられていても、それ以外の対象メディアでは取り上げられていないニュースには、必ずしも「社会的に重要なニュース」とはいえないものも含まれている。

そこで以下では、すべて、もしくはほぼすべての対象メディアで報道されたニュースに限定して検討する。ほぼすべての対象メディアで報道されたにもかかわらず、ヤフートピックスに掲載されなかったニュースは、2日間で4件ある。それらのニュースについての対象メディアの報道状況を表6に掲げた。

7月21日のニュースでは、「トルコが非常事態宣言を発令」、「女子大生が7大陸の最高峰を制覇」の2件、8月24日のニュースでは、「日中韓外相会談後の会見内容」、「自衛隊が駆けつけ警護の訓練を翌月開始」の2件である。順に見ていこう。

表6 ヤフートピックスが報じなかったニュース

日付	新聞に掲載された記事	読売	朝日	毎日	産経	日テレ	テレ朝	TBS	フジ
7月21日	トルコ非常事態宣言	○	○	○	○		○	○	○
	女子大生7大陸制覇	○	○	○	○	○	○	○	○
8月24日	日中韓外相会談	○	○	○	○	○	○	○	○
	駆けつけ警護	○	○	○	○	○	○	○	

まず、7月の「トルコ非常事態宣言」のニュースが、各メディアで大きく報道されている。新聞では、産経新聞が22日朝刊の2面、毎日新聞が21日夕刊の8面(総合面)に掲載しているが、読売新聞は21日夕刊の1面肩、朝日新聞は21日夕刊1面トップである。テレビでは、いずれの局もトップニュースではないが、報道がなかった日本テレビ以外は、各局とも複数の番組で取り上げている。「女子大生7大陸制覇」のニュースは、テレビは全局が報じている。新聞は読売新聞と朝日新聞が地域面、毎日新聞はスポーツ面、産経新聞は社会面に掲載している。

8月は、「日中韓外相会談」のニュースがかなり大きく報じられている。テレビは全局が報道し、新聞はいずれも1面に掲載している。読売新聞と朝日新聞が24日夕刊の1面トップ、毎日新聞が24日夕刊1面、産経新聞は25日朝刊1面である。もうひとつの「駆けつけ警護」のニュースも、新聞は各紙1面に掲載している。毎日新聞が24日夕刊1面トップ、朝日新聞が24日夕刊肩、読売新聞は24日夕刊1面、産経新聞は25日朝刊1面である。テレビは、フジテレビは報じていないが、残りはすべて取り上げている。

以上のように、ヤフトピックスに掲載されなかった4件のニュースのうち、「7大陸制覇」を除いたニュース3件は、新聞4紙の夕刊または朝刊ほぼすべてにおいて1面に掲載され、いずれのニュースも少なくとも1紙は1面トップに掲げている。とくに8月24日についてみると、同日の夕刊(産経は25日朝刊)の1面に共通して掲載された記事は、上記2件以外では「北朝鮮のミサイルが日本の防空識別圏に到達」というニュースのみであり、これはヤフトピックスにも掲載されている。つまりこの日の各紙1面に共通して取り上げられたニュース3件のうち、2件がヤフトピックスに載らなかったことになる。

では、これらのニュースがヤフトピックスに掲載されなかったということは、何を意味するのだろうか。「公共性」「社会的に重要」という掲載基準からみれば、「7大陸制覇」のニュースはこの基準を満たさないかもしれないが、残り3件のニュースは十分に満たしているといってよい。対象メディアのほぼすべてがこれら3件のニュースを報道していることから、各メディアとも、これらのニュースが重要だと判断したといえよう。とくに新聞は、トップニュースないしそれに準ずる扱いで報じている。

そしてヤフトピックスにおける「社会的に重要」という判断基準は、「新聞なら一面に来る記事、テレビの報道番組のヘッドラインに取り上げられる記事」というように、マスメディアの報道を参照していた。こうした点を考慮すれば、ほとんどの対象メディアが重要と判断したニュースが、ヤフトピックスに掲載されなかったということは、ヤフトピックスの掲載基準が、部分的であるにせよ、マスメディアの報道基準とは一致しないことを示しているように思われる。端的にいえば、「公共性」

「社会的に重要」という点に関する価値判断が、ヤフトピックスとマスメディアとは異なっているということである。それとも、調査対象日の2日間に、偶然にもこうしたニュースが重なったというにすぎないのだろうか。ただしかりに偶然であったとしても、すくなくともこの2日については、これらのニュースが掲載されなかったことは事実である。

ヤフーニュース編集部の約半数がマスメディア出身者で占められているため、新聞やテレビと同じ基準でニュースバリューを判断できるという自負があるように思われる。だがマスメディア出身といっても、取材経験の浅い編集者が多いことが指摘されている⁽²⁴⁾。また近年は、新卒者も採用するようになっている⁽²⁵⁾。こうしたことも、「社会的に重要なニュース」がヤフトピックスに掲載されなかった一因ではないか。それは同時に、マスメディアと同じようなニュースを、ヤフトピックスが今後も掲載しつづけていくことの限界を意味しているのではないだろうか。

4-2 一部分しか掲載されないニュース

ニュース提供社がヤフーニュースに配信するニュースの多くは、配信元各社のメディアでも報道される。しかしニュースの全文がヤフーニュースに掲載されると、そのニュースを配信元のメディアで見る必要がなくなってしまう。そこで雑誌などから配信される記事では、記事の最後に、「続きは雑誌で」といったフレーズをみかけることがある。ヤフーニュースを入口として、読者を自社メディアに誘導する戦略である。新聞が配信する記事ではそのような記述をみたことはないが、かといって新聞に掲載された記事の全文が、常にヤフーニュースに掲載されているわけではない。

では、ヤフトピックスに掲載された記事と、新聞に掲載された記事の内容には、どの程度の違いがあるのだろうか。そこでヤフトピックス掲載の記事と、新聞掲載の記事の異同を調べ、表7にまとめた。表では、両者の記事の全文がほぼ、もしくは完全に一致するケースと、一部分しか一致しないケースとに分けて、新聞ごとにその数を示している。全文一致のケースが多いが、部分一致のケースも2日間で4分の1ほどある。

そして部分一致のケースのすべてで、新聞に掲載された記事の前半部

分のみが、ヤフトピックスに掲載されている。記事本文が途中で終わっていたり、記事の後半にある識者の解説文がないケースなどである。

表7 ヤフトピックスと新聞掲載記事の異同

日付	一致状況	読売	朝日	毎日	産経	合計
7月21日	全文一致	1	7	15	3	26
	部分一致	2	2	0	0	4
8月24日	全文一致	1	1	8	3	13
	部分一致	3	3	2	2	10

どのような基準に従っているかは不明だが、新聞側がヤフトニュースに配信する際に、記事の前半部分だけを配信しているということだろう。多くのメディアは、ヤフトニュース以外のニュースサイトにも記事を配信しているが、その際にも同様に、記事の一部分のみを配信しているケースがあると考えられる。

記事の前半部分だけでは、記事の内容を理解できないのではないかと疑問に思うかもしれない。これは新聞記事にかぎったことではないが、ニュースを伝える際には、まず最初にそのニュースの事実関係が簡潔に提示される。いわゆる5W1Hの部分であり、ここでニュースの基本的な内容が示される。これにニュースの背景や解説、識者の見解などが続き、読者の理解を助ける。大抵のニュースはこのように構成されている。つまりヤフトピックスに掲載された記事が、元の記事の前半部分だけであっても、いつどこで何が起きたかという事実はわかるようになっている。

しかし、事実関係に関する情報だけでは、読者はそのニュースを自力で解釈しなければならなくなる。背景知識があればよいが、そうでないことも多いだろう。その場合、読者はそのニュースの意味を理解できないかもしれない。そこでヤフトピックスでは、記事末尾に設けた「詳しく知る」や「関連ニュース」などの項目で、他のニュースやWebサイトへのリンクを示すことで、読者の理解を助ける工夫をしている。

とはいえ、そうしたリンク先で得られる情報が、ニュースの理解を助けるために常に役立つかといえ、そうでないこともある。リンク先では、それぞれひとつの独立したニュースや情報が書かれているのであって、そもそもヤフトピックスの記事の理解を助けるという目的で書かれたものではないからだ。

また、情報が部分的にしか掲載されないことで、読者の誤解を招くこともあるといわれている。つまり、一部の情報が掲載され、他の情報が掲載されていないのは、その配信元のメディアになんらかの意図があるからではないか、といった誤解が生じるようなケースである⁽²⁶⁾。

むろん、新聞掲載の記事と同一であったとしても、読者が十全な理解を得られるとは限らない。だがすくなくとも、上記のような無益な誤解が生じることはなくなるだろう。しかし記事の全部を配信するかどうかは、配信元の判断にゆだねられている以上、やはりこれも、自力での取材を行なわないニュースサイトの限界ということになるだろう。

4-3 見逃される「重要なニュース」

ヤフーニュースがアクセスされる時間帯には、3つのピークがあるという。朝の通勤時間（8時～8時30分）、昼休み（12時～12時30分）、帰宅時間帯（17時～18時）の3つである⁽²⁷⁾。スマートフォンとパソコンでは、アクセスの傾向に多少違いがあるが、いずれも昼休みの時間に、1日で最大のピークを迎えることは共通している⁽²⁸⁾。そこで昼休みの時間帯に、ヤフートピックスに掲載されたニュースを確認してみたい。

表8 2016年8月24日12時～12時30分のヤフートピックスの見出し

厚労省 働き方改革へ組織改編
テロ情報収集 要員を倍増へ
19人殺害 精神科医はどう見る (→河川敷に埋めた 知人がLINE)
高畑容疑者 反省の言葉も
IKEA品質管理強化へ 回収続き (→米納入MRJが重量超過 改善へ)
バグパイプ内の菌吸い死亡か (→猛暑で? カブトガニ大量死)
J1横浜 台風で練習場が水没 (→大音量伝言ゲーム 絶対やめて)
夏目アナと有吉が交際 妊娠も

*カッコ内は、12時～12時30分の間に新規掲載されたニュースの見出し

8月24日を例にとれば、掲載ニュースは表8のとおりである。12時から12時30分のあいだに置き換えられたニュースも含め、全部で12件のニュー

スが掲載されている。では、これらのニュースに、この時間帯までに生じた「社会的に重要なニュース」がすべて含まれているだろうか。

この日の午前中には、かなり大きなニュースがあった。ヤフートピックスの見出しでいえば、「北ミサイル 防空識別圏落下か」（毎日新聞）というニュースである。ところが表には、このニュースは含まれていない。実は上記ニュースは、9時過ぎからヤフートピックス8項目のトップに掲載されていたが、12時直前に次のニュースに置き換えられている。

つまり昼休みにヤフートピックスを訪問した読者は、このニュースに気付かないまま、他のニュースを「社会的に重要なニュース」として閲覧したことになる。むろん時間帯を限らなければ、ニュースを知る手段として、ヤフートピックスしか利用しないという人はほとんどいないだろう。テレビや新聞、他のニュースサイトなども当然みているはずだ。だが昼休みという限られた時間では、それほど多くのメディアに接することはないだろう。ヤフートピックスを閲覧して、この時間の重要なニュースはこれで全部、と考えるかもしれない。

ところがこのニュースは、昼以降のテレビ番組でもほとんどが報じており、また読売新聞、朝日新聞、毎日新聞三紙がそろって夕刊1面で報じるほど大きなニュースだった。それほどこのニュースが、ヤフートピックスでは昼前に掲載終了になった。この日は83件のニュースがヤフートピックスに掲載され、そのうちトップに載ったのは12件だった。「北ミサイル 防空識別圏落下か」はこの12件のうちの1件であり、ヤフートピックスのなかでもかなり重要なニュースだったといえる。しかしそのニュースは、ある程度の掲載時間が過ぎてしまえば、そうした重要度とは無関係に、ヤフーニュースの「1面」であるヤフートピックスでは掲載終了となってしまうのである。

これは「ないものねだり」かもしれないが、多くのネットニュースが避けることのできない問題でもある。いかに重要なニュースであっても、同じニュースをずっとトップに掲載していれば、1日に何度も訪問してくるユーザーは飽きて他のサイトに移動してしまう。近年はニュースがSNSなどを介して拡散されるペースが早まっているため、ニュースサイト側もニュースの更新頻度を増やさなければ、SNS経由でニュースサイ

トを訪問するユーザーを獲得できなくなっているといった事情もあるだろう。

つまりヤフーニュースをはじめとするニュースサイトの利用者が、こうしたネットニュース特有の事情を理解したうえで利用することが求められているのである。新聞やテレビの代用としてネットニュースを利用しているのであれば、これはとくに注意しなければならない点だろう。とりわけ若年層がテレビや新聞をみなくなっている現状を鑑みれば、こうした「ネットリテラシー」を身につけることは、今後一層重要性を増すと思われる。

本章では、ヤフートピックスが「報じない」ニュースという視点から、ヤフートピックスのいくつかの側面を検討してきた。まず、「社会的に重要なニュース」、すなわちマスメディアが重視するニュースを掲載するというヤフートピックスの編集方針は、十分に徹底されているとはいえない可能性があることが明らかとなった。また、元の記事の一部しか配信されない記事があることや、閲覧時間にかかわらず「重要」なニュースを見逃す可能性が常にあることもわかった。しかし、これらは多かれ少なかれ、現状では、マスメディアに依存するネットニュースが抱え込まざるをえない課題だろう。ネットニュースを頻繁に利用するユーザーにとっては常識に属することかもしれないが、ヤフートピックスにかぎらず、ネットニュース全般をマスメディアの代用として利用することには限界がある。このような点を見極めたうえでネットニュースに接していくことが、利用者に求められているといえよう。

5. 結論

本稿では、ニュースサイトとして国内最大の利用者数を誇るヤフートピックスに掲載されたニュースと、新聞やテレビなどマスメディアが報道したニュースの異同について、調査・分析を行ってきた。

要約すれば、まずヤフートピックスが報じたニュースの半分近くが、本稿で調査対象とした全国紙4紙と民放4局（対象メディア）のニュースによって占められていた。それらのニュースのうち、大半は複数の対象メディアによって報道されていた。このことは、ヤフートピックスにお

ける「公共性」「社会的に重要」といったニュースバリューの判断基準が、マスメディアとある程度までは一致していることを示している。

一方で、対象メディアが報じたニュースのうち、ヤフトピックスが報じなかったニュースもある。そのうちのいくつかは、ほとんどの対象メディアが重要と判断したニュースだった。このことは、ヤフトピックス編集部と対象メディアの判断基準が、部分的にせよ異なっている可能性があることを示している。

またネットニュース全般にいえることだが、記事が部分的にしか掲載されないケースや、閲覧時間によって「社会的に重要」なニュースを利用者が見逃す可能性があることもわかった。

これらを一言でいえば、ヤフトピックスが報じるニュースは、ある程度まで新聞やテレビの代替として有用である一方、「完全」な代替とはなりえない、ということである。

むろん、一度に8件、一日でも100件程度しかニュースが掲載されないヤフトピックスに、新聞やテレビの代わりを期待することに、そもそも無理があるといえよう。「国内」「国際」といったカテゴリ別の画面もくまなくみれば、より「完全」に近づくことも可能であろうが、はたして常にすべてのカテゴリをチェックするユーザーがどれほどいるだろうか。多くは、「1面」であるヤフトピックスを閲覧するにとどまっているのではないだろうか。

いずれにせよ、現在、新聞だけでなくテレビでも若年層離れが始まっており、多くの若者たちはニュースの主要な情報源として、ネットニュースに依存するようになってきている。こうした状況において、ネットニュースの限界を適切に把握し、「ネットリテラシー」を身につけていくことは、自らのニュース接触環境が抱える問題を見極め、ときには修正するうえで重要な意義がある。そしてこれは、若者だけにとどまる問題ではない。マスメディアを主要な情報源とする大人たちにとっても、若者の情報環境を知ることは、たとえばなぜ若者がこのニュースを知らないのかといった、大人の「常識」が若者に通じない、その背景を考える際にも有効だろう。

では、ネットニュースがマスメディアと同じニュースを常に掲載するようになれば、問題は解決するだろうか。答えは否である。もしそのよう

な状況になれば、今度はマスメディア自体が抱えている報道の問題——発表ジャーナリズムや横並び報道——をネット上に再現してしまうことになるからである。

そこで重要性を帯びてくるのが、多くのネットニュースがマスメディア配信のニュースに依存している状況を、いかにして打開するかということであろう。いわゆるオルタナティブメディアはネット上にも数多くあるが、ヤフーニュースについていえば、マスメディアのニュースとは別に、ニュース編集部が独自に掲載している「ヤフーニュース個人」(2012年開始)や「ヤフーニュース特集」(2015年開始)は、その試みといえるだろう。いずれもニュース提供社が配信する事実中心のニュースではなく、有識者やジャーナリストが事実を掘り下げた解説や論考である。今回の調査対象日にも、これらの記事がいくつか掲載されていた。現状では記事の質にばらつきがみられるようだが、問題を深くえぐるような記事もある。これらの記事を拡充していくことは、マスメディアとは違うネット報道のひとつのあり方を示すとともに、報道の多様性を確保する試みとして、重要な意義をもっているといえるだろう。

今日のニュースサイト、ニュースアプリは乱立状態であり、技術の発展とともに盛衰も激しい。将来どのようなネットニュースが登場するか見通すことはできないが、ニュースの多様性が民主主義社会の基礎であることはいうまでもない。そうした多様性の一端をになうべきネットニュースが今後どのような展開をみせるか、これからも注視していきたい。

注

- (1) 遠藤薫 (2014) 「間メディア社会の<ジャーナリズム>」 同編著『間メディア社会の<ジャーナリズム>』東京電機大学出版局、p.60
- (2) Yahoo!ニュース オフィシャルスタッフブログ (2016) 「Yahoo!ニュース月間150億PVの内訳を解説 スマホはPCの約2倍に」 <http://news.yahoo.co.jp/staffblog/newshack/150pv.html> (2016年10月28日閲覧)
- (3) 平井智尚 (2015) 「個人ニュースサイトの活動にみるニュース空間の偏在性」伊藤守・岡井崇之編『ニュース空間の社会学』世界思想社、pp.60-83
- (4) 奥村倫弘 (2010) 『ヤフー・トピックスの作り方』光文社、p.98

- (5) Yahoo!ニュース オフィシャルスタッフブログ、前掲
- (6) 奥村、前掲書、p.6
- (7) Yahoo!ニュース オフィシャルスタッフブログ (2014) 「『Yahoo!ニュース』月間100億PVの内訳を解説 スマホがPCを超えたのはいつ?」 http://news.yahoo.co.jp/staffblog/newshack/yahoo100pv_pc.html (2016年10月28日閲覧)
- (8) 電通総研編 (2016) 『情報メディア白書』ダイヤモンド社、p.62
- (9) 片岡裕、藤村厚夫、亀松太郎ほか(2016)「スマホとソーシャルメディアの活況でニュースメディアの黄金時代到来か?」『Journalism』(315)、p.10
- (10) 奥村、前掲書、p.114
- (11) 日本テレビ「PON!」の7月21日、22日放送分は、筆者の録画ミスにより内容を確認できなかったが、放送時間が短く、ニュース中心の番組でもないため、大きな問題は無いと思われる。
- (12) たとえばテレビのニュースを例にとると、ヤフーニュースに配信されるのはテレビでの放送と同時か、やや遅れた時間になることが多いようだ。配信されるとまずヤフーニュース内の「速報」に掲載されるが、このニュースがヤフートピックスに掲載される場合、さらに数時間ほどの時間を要することがある。そのため、夕方ニュースであっても、翌日0時過ぎまでヤフートピックスに掲載されていることがある。また、夜間に大きなニュースがあった場合、ヤフートピックスには、他のメディアから配信されたニュースが間を置かず掲載されるが、テレビでは翌朝にならないと放送されないこともある。新聞の場合は、朝刊に間に合わなければ夕刊に掲載される。こうしたタイムラグに対応できるように、調査期間を設定している。
- (13) 小黒純 (2009) 「“横並び報道”と記者クラブ問題」『国際社会文化研究所紀要』(11)、pp.64-78
- (14) 奥村、前掲書、p.8
- (15) 『朝日新聞』2016年2月24日
- (16) 片岡裕、藤村厚夫、亀松太郎ほか、前掲、p.12
- (17) 奥村、前掲書、p.101
- (18) 奥村、前掲書、p.7
- (19) 片岡裕 (2015) 「ヤフー・ニュースの持続的発展にはユーザーの「信頼」の蓄積こそが重要だ」『Journalism』(302)、p.18
- (20) 片岡、同上論文、p.18
- (21) 佐藤真希 (2014) 「ヤフーニュースは報道を変えるか「取材しない編集部」の模索と成算」『Journalism』(285)、p.43
- (22) 奥村、前掲書、p.7
- (23) 片岡、前掲論文、p.18
- (24) 上杉隆 (2015) 「日本最大のメディア「ヤフーニュース」はこうして作られる」『文芸春秋』93(8)、p.304

- (25) 佐藤真希 (2012) 「初めて新卒を迎えたヤフー・トピックス「手探りの新人教育」の成果と課題」『Journalism』(271)、pp.22-29
- (26) 松林薫 (2016) 『新聞の正しい読み方』NTT出版、pp.36-37
- (27) 奥村、前掲書、p.28
- (28) 嶋浩一郎 (2014) 「Yahoo! ニュースの仕組みを徹底解説 ネットニュースの全体像を押さえよ」『広報会議』(67)、p.66