

# 2005 年 J リーグの報道から見た読売新聞の報道姿勢

The content analysis of the J-League articles in the Yomiuri Shimbun 2005

小栗 勝也\*、伊藤 祐\*\*

Katsuya OGURI and Yu ITO

This paper proves the following. In the first half of 2005, the Yomiuri Shimbun had written the J-League articles looking at teams predicted in advance for the championship. However, in the second half, it was to focus on really good performance teams. That's because the media was expected to meet the needs of the audience that had wanted to know who the winning team.

## 1、はじめに

本稿は、標題に示す事柄を題材とし、マスコミ研究における内容分析<sup>(1)</sup>の手法を用いて、新聞社がどのような報道姿勢で記事を書いているかを探ることを目的とした研究である。結論とする所は常識的に推測され得る内容ではあるが、このような内容を具体的に実証した研究が十分にあるとは思われないので、マスコミ研究の一層の充実のため実証例を追加する役目を果たしたいと考えたことが本稿を記した第一の理由である。

また、静岡理工科大学総合情報学部では文理融合的な情報分野の研究・教育を提供できることを特徴として謳っている。本稿で扱うようなマスコミ研究の分野も、社会の中で実際に飛び交う情報の中から人々の意識を探ろうとするものであり、文系的な社会情報分野の一つに該当する。この紀要に本稿を寄せた理由の第二は、このような研究・教育分野が本学に存することを周知させたいという希望があるためである。

なお、本稿で用いたデータは全て伊藤祐が収集し、伊藤はそれを基に小栗勝也の指導の下で卒業論文を作成したが、本稿は伊藤論文が用いたデータを用いて、小栗が新たに書き直したものである。伊藤論文でミスがあった部分を修正しているのでデータの値が異なるし、またデータの整理・分析の方法及び論文の構成と文言も伊藤論文とは異なっている。従って本稿の文責は全て小栗にある。しかしながら伊藤の研究がなければ本稿はなく、伊藤の功績が大であることに変わりはない。伊藤の承諾を得て共同執筆論文として提出した所以である。

## 2、研究対象と方法

2005 年の J リーグの報道を研究対象とした理由は、サッカーに非常に詳しい伊藤が図らずも卒業研究対象としてこれを選んだことに由来し、それ以上に特別な理由はない。伊藤が 2005 年に着目した理由は、この年の J リーグが最終節を迎

えるまで優勝が決まらず、しかも 5 チームに優勝の可能性があったという J リーグの歴史の中でも稀にみる混戦の年であったため、彼の脳裏に強く印象付けられていたからである。

新聞は『読売新聞縮刷版 CD-ROM・2005 年版』<sup>(2)</sup> (以下『読売新聞 CD』と略す)を用いた。同紙を選んだ理由は、内蔵の検索機能により記事を容易に探すことができることに加え、市販されている新聞記事データベースの中で唯一、新聞紙面を 1 面ごとに画像として記録されており<sup>(3)</sup>、そのため記事の大きさを測定し比較することが可能であるためである。

対象としたチームはガンバ大阪、浦和レッズ、鹿島アントラーズ、ジェフ千葉、セレッソ大阪、ジュビロ磐田、横浜 F マリノスの 7 チームとした。このうちガンバからセレッソまでの 5 チームは最終節で優勝争いを演じたチームである。これに磐田と横浜の 2 チームを加えたのは、開幕前日の 3 月 4 日に『読売新聞』に掲載された予測記事の中で、「優勝争いの中心」となる 3 チームとして浦和と並んで両チームが位置づけられていたからである<sup>(4)</sup>。浦和は、実際に最後の優勝争いに加わったが、磐田・横浜は結局、脱落した。当初の優勝予測と実際の成績の違いが影響を及ぼし、報道量の差となって現われるかもしれないとの予想から、両チームも分析対象に加えることにした<sup>(5)</sup>。

分析材料の収集は以下の手順で行った。まず、『読売新聞 CD』付属の年間索引 CD を用いて記事検索を行った。各チーム名<sup>(6)</sup>を入力して検索し、チーム毎に得られた記事一覧の全記事を分析対象とした<sup>(7)</sup>。検索機能で得たデータのみ依存しているため、分析者の違いによる記事抽出の恣意性は排除できている。その後、新聞紙面画像データを収録している各月の CD から対象となる記事の全てを印刷し、これを分析の材料とした。

記事面積はプリントアウトしたものを、手作業によって定規で測定して算出した。面積の中には写真・図表等の部分は含めたが、連載ロゴマークの部分は除いた。測定は伊藤が一人で行ったので、測定者の違いによる誤差は極力避け得たと思うが、それでも手作業のためどうしても誤差が含まれる

2009 年 3 月 17 日受理

\* 総合情報学部人間情報デザイン学科兼理工学部情報システム学科

\*\* 理工学部情報システム学科卒業生

可能性はある。それを承知の上で測定値を用いたことを予めお断りしておく。なお測定に用いた印刷物は実際の新聞の大きさより縮小して印刷しているため、測定された面積値に一定の係数を掛けて換算し実際の新聞記事の大きさになるようにした値を用いた。

検索結果の中には、明らかに同じ記事が異なるチームの検索結果の中に同時に含まれることがある。1つの記事の中で複数のチームに言及されることがあるからである。この場合は、①件数については各チーム毎に1件ずつカウントした。そのため全チームの件数を合算する場合は延べ数となるので注意を要する。本稿が扱った記事は延べで698件である。

②面積については1ステップ別の対応を加えた。なぜなら、検索結果で同じ記事題名であっても実際に記事を読むと、その題名は小さな記事を幾つかまとめた箇所に付された総合的タイトルである場合があり、この場合にはそこに含まれる小さな記事毎にチームを区別できる場合があるからである。小さな記事毎にチームを区分できる場合には、区別して面積を測定し、それぞれの値をそのチームの記事面積とした。記事中に含まれる写真部分もチームを特定・区別できる場合はそのチームの部分に含め、他のチームの部分には含めなかった。このため同じ記事題名であっても、チームによって面積の値が異なる場合がある。なお、チーム別に小さな区別ができない記事の場合は、記事全体の同じ面積値を各チームにそれぞれカウントした。

このようにして得られたデータを、チーム別月別にまとめたものが表1である。ここから一年間の記事件数の推移を月別チーム別に示すと図1のグラフのようになる。Jリーグは3月に開幕する。3～4月に記事が増えるのはシーズンが始まったためである。6月に記事が急減するのは、この時期にワールドカップ・アジア最終予選があり、そのためJリーグの試合が一時中断

されたためである。リーグ戦は7月に再開し、12月の最終節で優勝が決まる。大きな目で見ると、これらの開催状況に連動して件数も変化していることは誰にもわかる。

しかし、細かく見るとチームによって記事が変化する様は異なっている。図1のグラフでは煩雑すぎるので、以下の章ではチーム毎に分けて考察することにした。また、6月に中断があり、しかも中断前と後では後述する通り、報道傾向に違いがみられるので、以下の考察では便宜的に中断前を上半期、中断後を下半期として分けて分析する。

得られた記事データと、その時々をの条件を勘案しながら、どのような時にどのチームの報道量がどう変化するかを分析することで、当該年のJリーグ報道における読売新聞の報道の傾向・特徴を明らかにすることが本稿の目的である。

### 3、上半期の分析 ～予測と報道量～

表1のデータから上半期の記事件数の平均値(月当たり平均値)を見ると、最も多いのは鹿島の7.50件であり、以下、横浜、浦和・磐田(同値)、千葉、セレッソ、ガンバの順となることが分かる。記事面積についても同様に上半期の平均値から

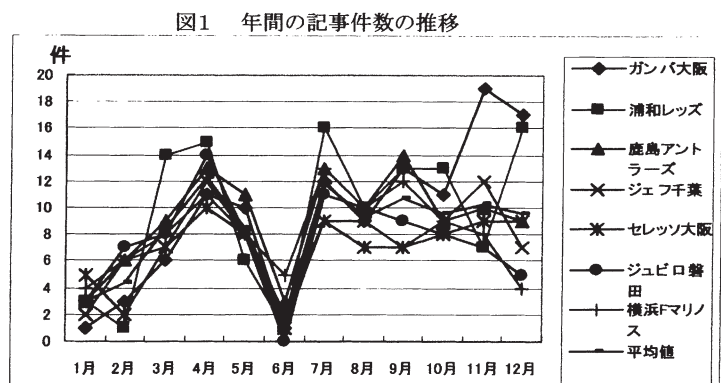


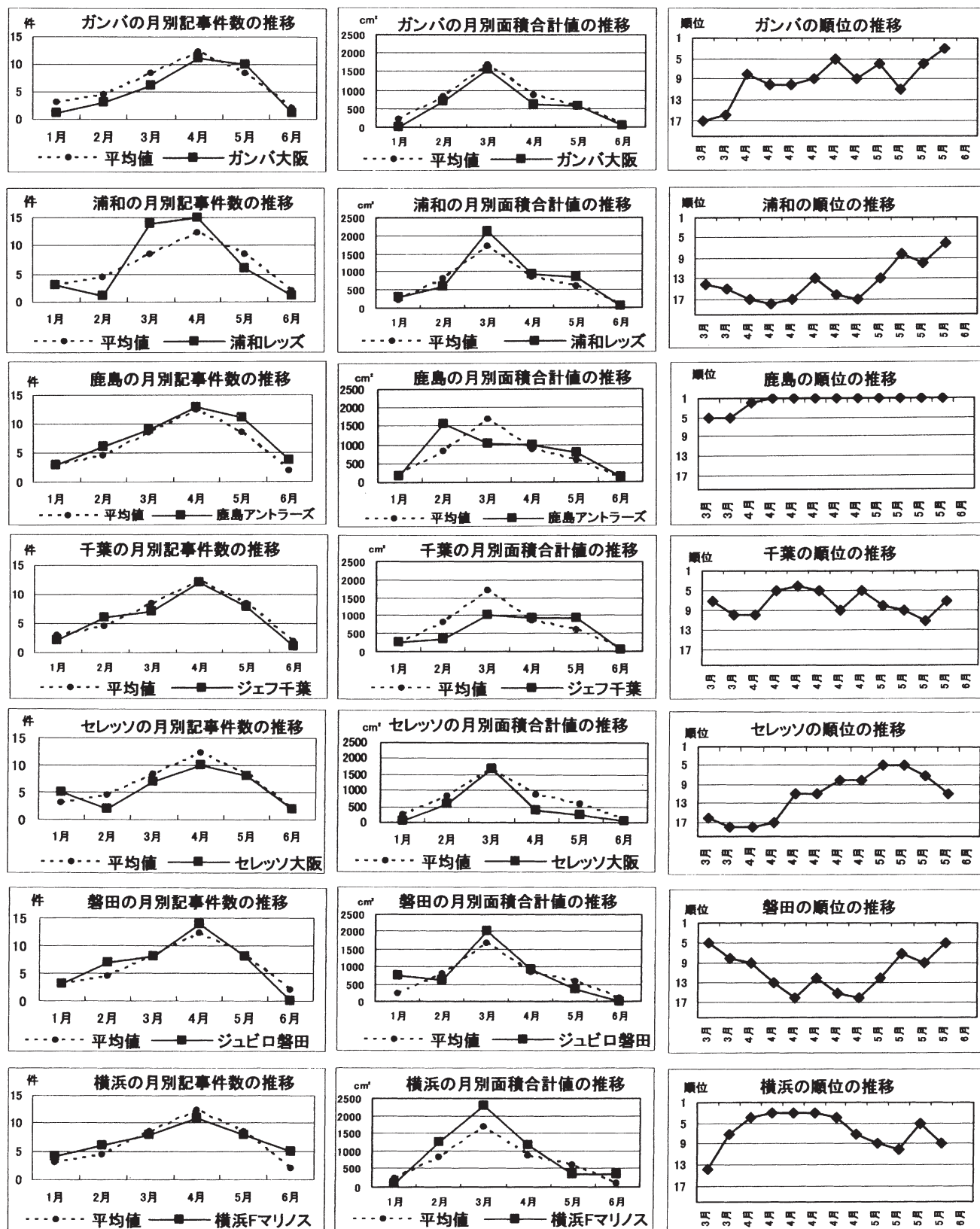
表1 月別チーム別の記事件数・記事面積データの一覧 (面積の値は全て cm<sup>2</sup>)

	ガンバ大阪		浦和レッズ		鹿島アントラーズ		ジェフ千葉		セレッソ大阪		ジュビロ磐田		横浜Fマリノス		7チームの平均値	
	件数	面積	件数	面積	件数	面積	件数	面積	件数	面積	件数	面積	件数	面積	件数	面積
1月	1	7.7	3	276.6	3	168.86	2	240.48	5	44.44	3	725.16	4	88.4	3.00	221.66
2月	3	687.44	1	605.52	6	1545.18	6	348.48	2	584.96	7	596.26	6	1268.24	4.43	805.15
3月	6	1573.22	14	2098.86	9	1014.74	7	1016.84	7	1700.4	8	2033.7	8	2285.14	8.43	1674.70
4月	11	633.36	15	926.49	13	996.82	12	948.05	10	371.02	14	931.23	11	1169.37	12.29	853.76
5月	10	571.09	6	859.92	11	796.3	8	922.9	8	242.06	8	369.5	8	365.04	8.43	589.54
6月	1	39.9	1	39.9	3	142.25	1	39.9	2	62.94	0	0	5	326.12	1.86	93.00
上半期 平均値	5.33	585.45	6.67	801.22	7.50	777.36	6.00	586.11	5.67	500.97	6.67	775.98	7.00	917.05	6.40	706.30
7月	12	1163.81	16	1242.38	13	1020.14	9	299.44	9	625.28	11	823.6	13	1485.98	11.86	951.52
8月	9	534.46	10	529.5	10	790.77	9	481.74	7	205.97	10	626.76	10	793.76	9.29	566.14
9月	13	2010.4	13	1018.68	14	1176.96	7	567.18	7	264.5	9	285.9	12	780.04	10.71	871.95
10月	11	1199.81	13	909.2	9	1017.54	9	829.35	8	697.88	8	910.95	9	538.22	9.57	871.85
11月	19	1906.26	7	544.02	10	612.56	12	1330.2	9	752.56	7	320.28	8	397.34	10.29	837.60
12月	17	2819.68	16	2323.86	9	1570.66	7	1136.1	9	1358.68	5	417.82	4	349.84	9.57	1425.23
下半期 平均値	13.50	1605.74	12.50	1094.61	10.83	1031.44	8.84	774.00	8.17	650.81	8.33	564.22	9.33	724.20	10.21	920.72

大きい順にならべると、最も大きいのは横浜の  $917.05\text{cm}^2$  であり、以下、浦和、鹿島、磐田、千葉、ガンバ、セレッソの順となる。件数と面積では並び順に若干の差があるものの、共通点もある。たとえば横浜や浦和・鹿島は件数・面積とも上位であるし、ガンバ・セレッソは両方とも下位である。

このようなチームによる報道量の違いが何によって決まるのかを調べたい訳であるが、このことをもう少し詳しく考察するために、図2のようなグラフ群を作成してみた。これは表1から上半期のみの件数・面積のデータを取り出して、チーム別に月毎の推移を示し、平均値(7チームの平均値)との差がど

図2 上半期の件数・面積・順位の推移





れほどあるかを一目で分かるように示したグラフに、同時期のリーグ戦の順位<sup>(8)</sup>の推移グラフを加えて並べたものである。このグラフ群から、まず順位と報道量の関係について見ておきたい。

ここで特に注目したいのは、浦和と磐田である。両チームは3～4月のリーグ序盤戦で成績が振るわず低迷していたが、同時期の新聞記事は件数も面積も全て7チームの平均値を上回っていた。中でも浦和の3～4月の件数は抜きん出て高い値であった。

もし、成績が良いチームに新聞社が注目し、より多くの記事を提供するのであれば、単純で分かり易い原理で新聞社が動いていることが分かるが、実際は上の浦和や磐田のように、成績が悪くても報道量が多いケースがある。

逆に、上半期の成績が抜群で7チーム中、常にトップを走っていた鹿島は、報道記事を見ると件数では平均を若干上回る程度の量でしかない。面積ではシーズンが始まる前の2月のみ値を伸ばしているものの、3月は平均以下であるし、その後も平均値と大差ない量でしか報道されていない。

つまり、上半期において読売新聞社は、その時々で成績が良いチームのみに注目して報道をしていた訳ではないことになる<sup>(9)</sup>。それでは何にウエイトを置いて報道をしていたのかという疑問が生じる。そこで次に、事前の予想との関係を見ることにする。

ここでいう事前の予測とは、先に触れた開幕前日の3月4日に『読売新聞』に掲載された記事において示されていた7チームに対する評価のことである。同記事の見出しでは3強に挑戦する2つの挑戦者という位置づけがなされていた。さらに同じ記事の中に「本誌取材班によるJ1チーム力評価」が一覧で掲出されており、そこではA～Cのランクで全チームが評価されていた。これらの情報を基に小栗が対象7チームに便宜的な得点を付し、この得点の値を読売新聞社による予測値と本稿では呼ぶことにする。予測値は表2に示した通りである。

「3強」と扱われ、読売新聞取材班による「チーム力評価」でも最高の「A」であった3チームには5点を、チーム力評価では同じAランクでも、見出しでは挑戦者扱いであったガンバには4点を付けた。同じA評価でも見出しで取り上げられ

図3 上半期の予測値と件数

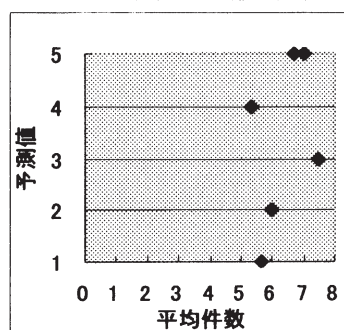
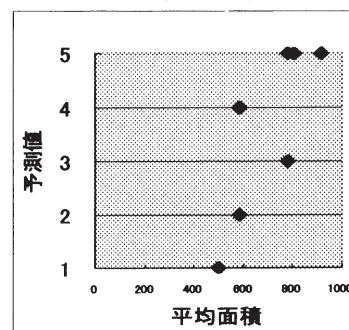


図4 上半期の予測値と面積



ることさえなかった鹿島は、読売新聞の扱いではガンバよりも期待されていなかったと判断して3点を付し、それ以外の千葉、セレッソはチーム力評価がB、Cであったので、それぞれ2点、1点を付け差別化した。1点きざみの差別化は便宜的なものでしかないことを断っておく。

この表2のデータと報道量のデータを比較するために、表1の中の件数・面積の上半期全体の平均値との相関を見た。その結果が図3<sup>(10)</sup>および図4である。この図から明らかに強い相関関係があるとまでは言えないものの、データが右肩上がりのまとまった範囲に位置していることから、ある程度の相関関係があるとは言えそうである。

上半期における読売新聞社は、その時々チームの順位よりも、事前に自社が予測した優勝候補や注目チームにウエイトを置いた報道をしていたと言えそうである。そのように考えると、既述の浦和や磐田のように成績が振るわなくても報道量が多くなっていた理由がよく理解できる。浦和、磐田は、予測値では最高点であったからである。横浜も報道量が多めであったが、予測値では最高の評価であった。それゆえ開幕冒頭では成績はそれほど良くなかったが、3～4月頃の記事面積では他チームより多かった。その後、横浜は順位を上げてくるので、順位の高さも報道量に影響していた可能性は無視できないが、もともと高い予測値のチームであったが故に成績も上がるとそれなりに報道量をキープできたとも考えられそうである。いずれにしても順位の高さだけでは、報道量の高さを説明できないのである。

このことを更に検証するために、対比として順位と報道量の相関関係も見ておきたい。順位は上半期中の平均順位を

表2 読売新聞によるチーム別の予測値

	見出し	チーム力評価	予測値
ガンバ大阪	挑戦者	A	4
浦和レッズ	3強	A	5
鹿島アントラーズ	なし	A	3
ジェフ千葉	なし	B	2
セレッソ大阪	なし	C	1
ジュビロ磐田	3強	A	5
横浜F.マリノス	3強	A	5

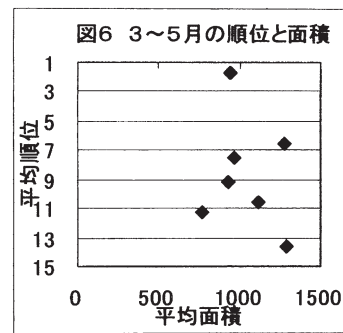
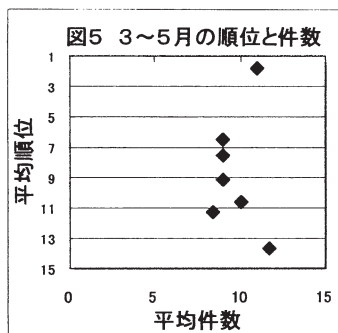
表3 3～5月の順位と報道量

	平均順位	件数平均値	面積平均値
ガンバ大阪	9.17	9.00	925.89
浦和レッズ	13.67	11.67	1295.09
鹿島アントラーズ	1.75	11.00	935.95
ジェフ千葉	7.50	9.00	962.60
セレッソ大阪	11.25	8.33	771.16
ジュビロ磐田	10.58	10.00	1111.48
横浜F.マリノス	6.50	9.00	1273.18

用いることにする。当該時期に行われた各節の試合毎の順位を試合数で割った値である。なお上半期のリーグ戦は3月から始まり5月までであったから、順位のデータも3～5月までの数値になる。このことに合わせて、対比する報道量のデータも3月～5月のみに限定して、その間の件数・面積の月当り平均値を用いることにした。これらの値は表3に示す通りである。この表から順位と報道量との相関関係を示したものが図5および図6である。2つの図から、件数・面積ともに順位とは全く相関関係がないことが分かる。この図と比べれば図3、図4の方がまだ相関関係があるといえるであろう。

最後に、本章冒頭で触れた上半期の報道量の平均値を、いま一度、事前の予測値に従ってチームをグループ分けして概観し直しておきたい。すなわち、表2の中で予測記事の見出しで「3強」と扱われていた浦和、磐田、横浜を、仮に「本命」チームと名付け、同じく見出しで挑戦者として紹介されたガンバを「注目」チームとし、以上の見出しに取り上げられた4チーム以外の残り3チームを便宜的に「非注目」グループとして分けて考えてみたい。この時、グループ別に上半期の平均報道量を並べてみると、次の図7・図8のように示すことができる。これらの図からも、一部の例外を除いて、本命・注目チームの方が非注目チームよりも件数・面積ともに報道量が多かったことが分かる。

ここで非注目チームの中でも報道量が多かった鹿島について言及しておきたい。鹿島は、本稿の予測値では最高点を与えなかったものの、読売新聞のチーム力評価では予測値最高点の浦和・磐田と同じA評価であった。A評価でありながら同記事で見出しにさえ取り上げられなかったのは鹿島のみであった。なぜ読売新聞が鹿島を無視するかのような姿勢を示したのかはよくわからないが、客観的なチーム力評価では、横浜や浦和等とも鹿島は同列に置かれていたことは事実である。本稿の予測値の付け方ではランクを下げてあるものの、もともと読売新聞の評価では高いチームであったのである。しかも実際にシーズンが始まると序盤から底力を発揮し、4月以降は首位を独走する状態であった。鹿島の報道量がトータルで見ると非注目チームの中で頭一つ抜き出ているの



は、事前の評価が高いことと実際に強かったという2つの条件が重なっていたことに起因すると考えられる。

しかし、細かく見ると、その鹿島でさえ、図2から伺える如く、3月は順位の低い浦和よりも記事件数が少なく、4月では磐田よりも件数が少なかった。記事面積で見ると、3月の値のように7チーム平均を大きく下回ることもあった。やはり順位だけでは報道量の多寡を説明できず、順位以外の要素がこの時期には大きく作用していると考えの方が妥当である。

以上のことから、上半期の読売新聞は、その時々々の順位に着目しながら報道をしていたと言うよりも(これも完全に無視することはできないが)、どちらかと言えば、同社が下した事前予測に基づいた報道をしていたと考えるのが妥当のようである。

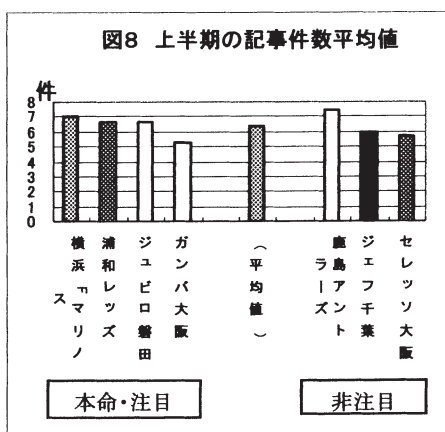
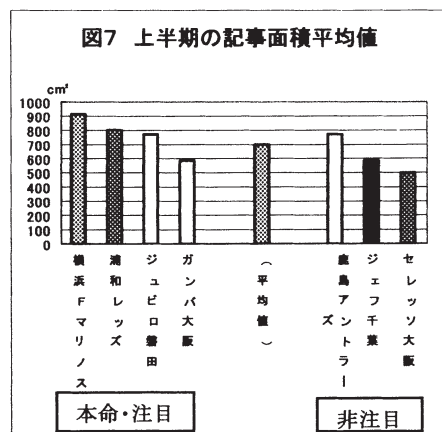
#### 4、下半期の分析 ～順位と報道量～

次に下半期について見てみよう。前章と同様の方法で表1のデータから下半期の報道量を取り上げ、順位のデータを加えてチーム毎に並べたグラフ群を作成した。図9がそれである。このグラフ群からは上半期よりも明瞭な特徴が窺える。

注目したい点は、最後まで混戦を演じた上位5チームのグループと、優勝争いから「脱落」した磐田・横浜のグループの違いである。脱落2チームは、記事件数・記事面積ともに右肩下がりの変化を示し、7チームの平均値を大きく下回っていくことが見て取れる。これに対して、上位5チームは、いずれも右肩上がりの変化を示しており、特に終盤の上昇が著しいチームもある。その中で、千葉とセレッソはやや報道量が少なめで

あるが、それでも、報道量が下降するばかりの磐田・横浜と比べれば、終盤戦に近づくにつれ、件数・面積ともに磐田・横浜を凌駕する報道量を獲得していることが分かる。

2つのグループに明確な違いがあることは一目瞭然である。下半期では、チームの順位が高ければ高い程、報道量が大きくなっ



ていたということである。

順位と件数・面積の関係をより詳しく検証するために、ここでも順位と報道量との相関関係を見ることにしたい。前章と同様の方法で、表1から下半期のチーム毎の記事件数平均

値及び面積の平均値を取り出し、更に図9の順位のデータから下半期の平均順位を計算し、それぞれの関係を調べてみた。下半期は7～12月まで試合があったので、報道量のデータも下半期全期間分の月当たり平均値を用いた。用いたデ

図9 下半期の件数・面積・順位の推移

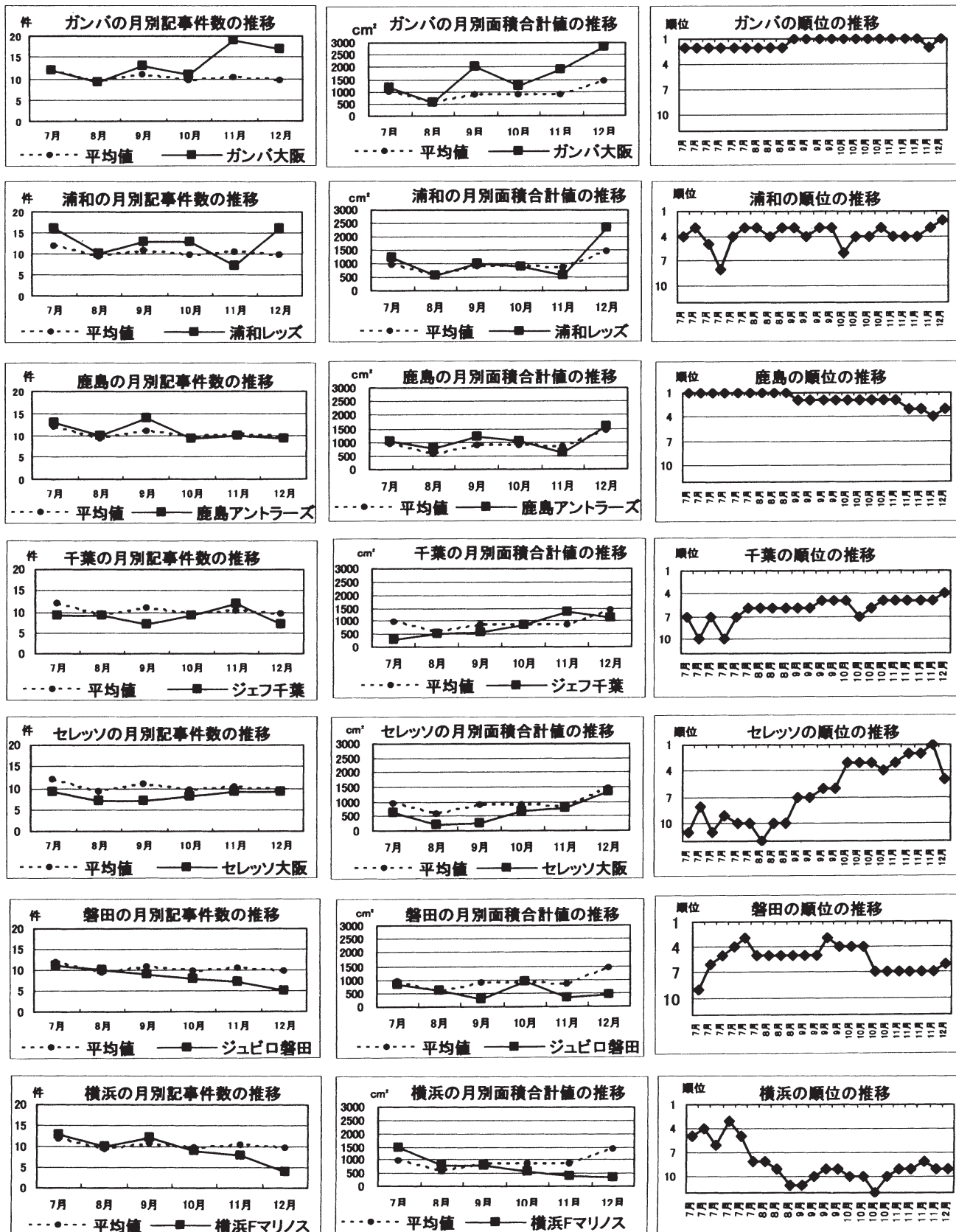




表4 下半期の順位と報道量

	平均順位	件数平均値	面積平均値
ガンバ大阪	1.45	13.50	1605.74
浦和レッズ	3.82	12.50	1094.61
鹿島アントラーズ	1.82	10.83	1031.44
ジェフ千葉	6.09	8.83	774.00
セレッソ大阪	6.50	8.17	650.81
ジュビロ磐田	5.45	8.33	564.22
横浜Fマリノス	8.36	9.33	724.20

ータをまとめると表4のようになる。

この値を基に順位と報道量の相関関係を見たものが図10、図11である。両図ともに右肩上がり型のまとまった分布を示しており、件数と面積が、順位との間に相関関係があることが分かる。しかもその度合いは上半期よりも強い。記事・面積の値が大きい程、順位も高いのであるから、順位の高いチームにウエイトを置いた報道をこの時期の読売新聞はしていたと言える。

ちなみに、上半期には予測値が報道量に影響を与えていたことを確認したが、下半期ではどうであったかを確認するた

め、表2の予測値との相関図も作成してみた。図12、図13がそれである。総体として相関関係があるとは言えない分布となっている。特に予測値最高の5点のチームでも報道量には大きな開きが生じていることが分かる。事前の予測値は高かったけれどもゴールが近づくにつれ優勝争いから脱落した2チームに対しては、読売新聞が報道量を大きく減らしていたためである。優勝できる順位にあるか否かが、この時期の報道量の多寡を決定する最大の要素になっていた訳である。

しかしながら、脱落2チームを除いた残りの5チームについては相関関係があるように見える。だが、この時期には、この5チームの予測値と、実際の下半期の平均順位の間にも相関関係があるので(表2と表4の値を参照)、見かけ上、予測値とも相関関係があるように見えるだけと考える方が妥当だと考える。もし、予測値の方が下半期にも強く作用しているとするならば、脱落2チームは共に最高の予測値であったのだからこの時期も報道量が多くなければならない。だがデータは逆の結果を示している。脱落2チームを加えた全7チーム全体で見ても、実際に順位が報道量に影響を与えている(図10、図11)のであるから、この時期に作用しているのは順位の方であると言ふべきであろう。

更に言えば、順位の影響力は、優勝争いが熾烈を加え混戦の度合いが高まる程、強くなっていた。セレッソの順位が上昇し、5チームの混戦になって行った10月以降のみに着目して、順位と報道量との相関をいま一度見てみると、そのことがよく分かる。表5は、表1から10～12月分のみに着目して計算した記事件数・面積の月当り平均値と、図9から同時期の平均順位を算出したデータをまとめたものである。これを基に各々の相関関係を示したものが図14、図15である。

この図を見ると、下半期全体(図10、図11)と比べても、順位と件数・面積の間に、より強い相関関係があることが分かる。念のため、同じ10～12月の報道量と事前の予測値の間に相関関係があるかを見るために図16、図17も作成した。図12、図13

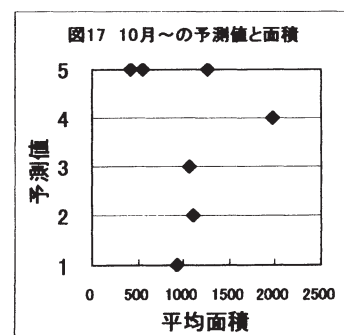
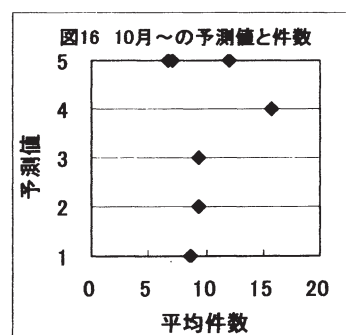
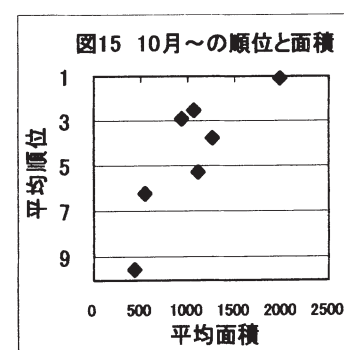
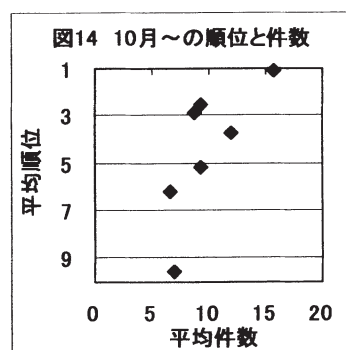
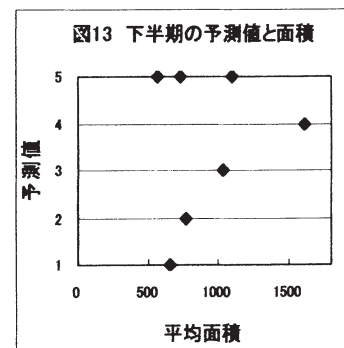
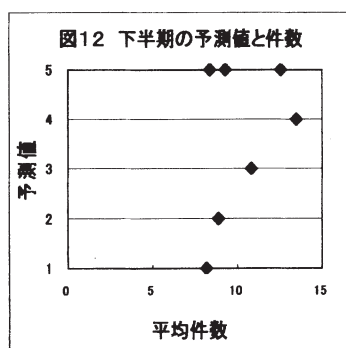
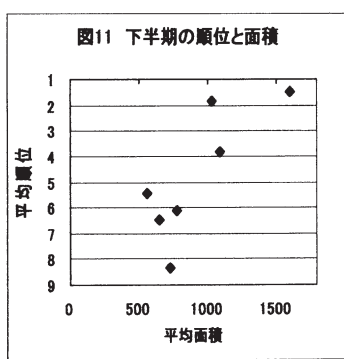
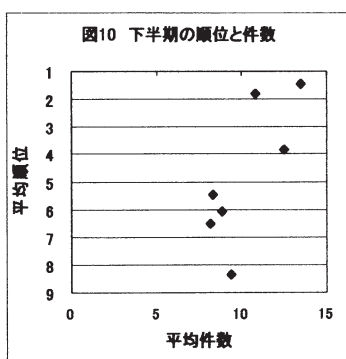


表5 10月～12月の順位と報道量

	平均順位	件数平均値	面積平均値
ガンバ大阪	1.11	15.67	1975.25
浦和レッズ	3.78	12.00	1259.03
鹿島アントラーズ	2.56	9.33	1066.92
ジェフ千葉	5.22	9.33	1098.55
セレッソ大阪	2.89	8.67	936.37
ジュビロ磐田	6.22	6.67	549.68
横浜 F マリノス	9.56	7.00	428.47

と比べると、脱落2チームを除いても、もはやどこにも相関関係は見ることができなくなっている。これらのことから、12月の最終試合に近づけば近づくほど、読売新聞はその時々々の成績上位のチームにウエイトを置いて報道を行っていたことが分かる。

以上のことから下半期では前章で示した本命・注目チームと非注目チームというグループ分けではなく、実際に優勝争いを演じた「トップ」チームと「脱落」チームという別の区分で考えた方が分かり易い。トップチームの方が脱落チームよりも報道量が多くなる傾向があり、しかもその傾向はリーグの終盤に近づくほど顕著であった。

## 5、結 語

以上の分析により、上半期と下半期の2つの時期では読売新聞の報道傾向に違いがあることを示した。これらのことを総合して考えると、次のような解釈が可能であると推察する。すなわち、リーグ戦が始まったばかりの頃は、実際にどのチームが優勝するかは先の話であって、今その時の勝負の結果によって優勝チームを予測することは賢明なことではない。序盤戦に成績がよくて優勝するかもしれないと期待していたのに、実際にはそうならなかったという事例は経験則から考えても、ごくありふれて生起する現象である。サッカーに限らず、プロ野球でもよく見られる同じである。従って、そのような時期（上半期）には、現在只今の順位よりも、過去の実績を加えたチームの実力や総合的な状況を視野に入れて考えた方が間違いは少ないと思われる。実際、読売新聞はリーグ戦開幕直前に全チームの戦力を予測していたが、そこでは過去の戦績やリーグ開幕までの選手の異動その他の情報を総合して予測を示していた。リーグ戦序盤で優勝を占おうとするならば、これらの情報の方が有効であろう。

しかし、実際にリーグ戦が進展し、予測とは違った振る舞いを各チームがするようになると、もはや事前の予測結果は何の意味ももたなくなる。リーグ戦が終盤になり、残り試合が少なくなればなるほど、優勝チームを占う上で決定的な要素になるのは、1試合ずつの勝敗そのものである。過去の実績がどうであっても、実際に試合に勝てなければ挽回は不可能になるからである。チームの勝敗の鍵を握るのは、その時点での実力だけである。だから、その時々々の実力（順位）が注目されることになる。

このように考えると、上半期は事前の予測に重きを置き、下半期はその時々々の順位に重きを置くという違いはあっても、結局のところ、どのチームが優勝するかという点に関心があったという意味では、共通していたことになる。読売新聞社がそのような意識から報道を行っていたということは、読者の関心もまたそこにあると同社が考えていたことになる。

読者の期待（新聞社が想定したもの）に応えるために、より正確な情報を提供したいと考えるのは自然な対応である。間違いないようにするために、リーグ戦序盤では、その時々々の順位になるべく惑わされずに、過去からの長い目で判断しようという意識が働いていたと推察される。リーグ終盤では、目の前で演じられている優勝争いのみに注目していれば優勝チームを見逃すことはないから、過去の実績等は意味を持たなくなる。以上のように理解すればウエイトの置き所の変化を説明できるし、同時に、根本の意識は変化していないという点も浮き彫りになる。

読者＝一般国民の関心に合わせた報道をしなければならぬのは、情報を読者に売ることによって事業が成り立っている新聞社の宿命と言える。購読部数を伸ばすには多くの読者から支持されねばならず、そのためには読者が求める情報の提供に務める必要がある。部数が伸びれば掲載広告単価も高く設定できるから、企業からの広告収入増も期待できる。それゆえ、新聞社が商業的利益を確保して事業を継続するためには、多くの国民から支持される情報を提供せざるを得ないのである<sup>(11)</sup>。読売新聞におけるJリーグの報道でもこの原理が働いていたと見ることができよう。

以上、本稿は、報道機関が何を意識しながら情報を発信しているかを考える上で参考となる事例を一つ提供することができたと考える。

- (1) 内容分析 (content analysis) とは、報道内容を何らかの基準によって定量的に測定した結果を用いて、内容の時系列的変化や報道機関別の横断的比較等を行うことで、ニュース自体に関する理解を深めたり (内容分析の目的利用)、ニュースの背景に潜む人々の意識や価値観等を推察する (内容分析の手段的利用) 研究を指す (大石裕・他『現代ニュース論』(有斐閣、2000年11月20日初版第1刷) 第7章参照)。
- (2) 発行・読売新聞東京本社、販売・紀伊國屋書店。CD2枚で1ヶ月分の記事画像データが収められている。さらに「年間索引」のCDが1枚付属している。
- (3) WEB上で提供されている新聞記事検索サービスでも記事を画像として提供しているものは現在までのところ見当たらない。
- (4) 「3強に挑む」(『読売新聞』2005年3月4日)。なお『読売新聞CD』の検索結果に表示される記事題名は「J1リーグあす開幕 横浜 M、浦和、磐田の3強に挑む東京 V、G 大阪」であるが、これと一言一句同じ見出しは現物の記事にはない。検索 CD では、見出し中の単語を適宜組み合わせ、文意の通るタイトル文に直しているようである。



- (5)なお、同上記事では記事見出しからも明らかなように、東京ベルディとガンバ大阪が3強に挑む有力挑戦者として位置づけられている。このうちガンバは分析対象に入れたが、東京は読売新聞系列のチームであることから公正な報道は期待できないため、比較対象として不適切と考え、今回の分析対象からは除外した。もちろん全チームを分析対象にすれば一番よいのだが、時間の都合上、7チームに絞った。
- (6)但し横浜Fマリノスのみは、この検索システムではアルファベットを混在させるとエラーになるため、「横浜マリノス」の文言で検索した。
- (7)今回の記事検索において選手個人名での検索は一切行っていないため、たとえば日本代表として W 杯予選等で活躍した選手があった場合でも、検索結果に含まれていない場合は本研究の対象になっていない。
- (8)本稿で用いた 2005 年 Jリーグ戦における各節毎の順位は全て WEB サイト「J リーグ 100 チームを目指して wiki 版」(<http://wiki.livedoor.jp/achakun/d/>)内で、チーム別に各節毎にまとめられている成績データを基にしている。なお、図2の中の順位の推移を示すグラフの X 軸は正しくは試合毎の節のデータであり、左から第 1 節、第2節、の順で各節終了時点での順位を示している。上半期は第 12 節が最後であったが、比較する上で節の表示では不便なので各節の試合が行われた時期(月)に置き換えて表示した。下半期を扱った後掲の図9も同じである。
- (9)もともと横浜のように順位と面積値に相関が見られるチームもあるので、いつでそうであったとは言い切れない面はある。しかし横浜は期待値が元々高く、その上、順位も良かったので面積値が大きかったと見ることもできる。本稿では提示した相関図がきれいでないことに象徴されるように、いつでも 100%適用可能な解釈を本稿が提供できているとは思わない。だが、それでも全体の概観的な傾向としては本稿が指摘するような傾向は認められると考える。
- (10)図3では6つのプロットしかないように見えるが、これは浦和と磐田が予測値、平均件数ともに同じであるため、2つのプロットが完全に重なって表示されているためである。
- (11)カナダ・オンタリオ州教育省編(FCT市民のメディア・フォーラム訳、鈴木みどり監訳)『メディア・リテラシー』(リベルタ出版、1992年)が言う所の「メディアは商業的意味を持つ」(9頁)と同じ。

【追記】本稿脱稿後に、面積測定値の計算に瑕疵があったことが分かった。測定時は読売新聞CDから記事画像をプリントしたものを利用したが、縮小印刷であるため実際の新聞の大きさに換算するために一定の係数を乗じて計算した。その係数が不正確であった。本稿で扱った面積値を更に 1.04 倍した値が正確なものであった。この点をお詫してお断り申し上げると共に、読者にご寛恕を請う次第である。ただし、このことは本稿で扱った面積値の全てに当てはまるため、比較の上では支障はなく、従って本稿の分析も有効であると考え。