

早稲田大学大学院政治学研究科ジャーナリズムコース

博士学位申請論文

多様な「報道の多様性」概念に関する理論と実証分析の接合

千葉 涼

目次

| | |
|--|-----|
| 序論..... | 1 |
| 1. 報道の多様性をめぐる議論..... | 6 |
| 1.1. 報道の多様性が必要とされる根拠..... | 8 |
| 1.2. 報道の多様性にまつわる懸念..... | 12 |
| 1.3. 多様な報道の両義性..... | 15 |
| 2. 「報道の多様性」という概念の多様さ..... | 24 |
| 2.1. 報道の多様性とは何の多様性なのか..... | 25 |
| 2.2. どのような報道が「多様」なのか：内的多様性と外的多様性..... | 34 |
| 2.3. 内的／外的多様性と情報環境の構想..... | 40 |
| 2.4. 開かれた多様性と反映する多様性、あるいは均等度と比例度..... | 47 |
| 3. 報道の多様性をどのように分析するか..... | 52 |
| 3.1. 報道の多様性に関する分析デザイン..... | 52 |
| 3.2. ニュースコンテンツの多様性：従来の分析手法..... | 55 |
| 3.3. メディア間の差異に関する分析手法..... | 60 |
| 3.4. より発展的な分析へ向けて：コンテンツ以外の多様性指標..... | 67 |
| 4. ニュースコンテンツの多様性を測定する..... | 75 |
| 4.1. トピックモデル(LDA)を用いたニュースコンテンツの分類..... | 75 |
| 4.2. テストデータを用いた分析手法の検証..... | 79 |
| 4.3. 日本の全国紙における選挙報道の多様性..... | 83 |
| 4.4. Yahoo!ニュースにおける選挙報道の多様性..... | 93 |
| 4.5. 安倍政権に関する新聞報道における評価レベルの多様性..... | 95 |
| 4.6. 小括..... | 101 |
| 5. 報道の多様性と選挙の状況との関連..... | 104 |
| 5.1. 報道の多様性と投票率および選挙の複雑さとの関係..... | 104 |
| 5.2. 報道の多様性と政党のイデオロギー位置との関係..... | 110 |
| 5.3. 選挙に際して接触した新聞における多様性の影響..... | 119 |
| 5.4. 小括..... | 123 |
| 結論..... | 126 |
| 謝辞..... | 131 |
| 付録..... | 132 |
| 参考文献..... | 150 |

図表目次

| | | |
|--------|---|-----|
| 図 1-1 | McQuail(2005=2010, p.117)におけるメディア理論の区分..... | 16 |
| 図 2-1 | 報道の多様性を構成する要素..... | 32 |
| 図 2-2 | 内的多様性のイメージ..... | 36 |
| 図 2-3 | 外的多様性の理想的なイメージ..... | 37 |
| 図 2-4 | 機能不全を起こした外的多様性のイメージ..... | 38 |
| 図 2-5 | 垂直多様性と水平多様性..... | 39 |
| 図 2-6 | 情報環境のモデル..... | 44 |
| 図 2-7 | Curran(1991=1995, p.172)が示したモデル..... | 45 |
| 図 3-1 | 外的多様性における相互補完と重複..... | 59 |
| 図 3-2 | 多様性指標の考え方..... | 60 |
| 図 3-3 | 生態系と情報環境の図式化..... | 64 |
| 図 3-4 | 情報環境のモデル..... | 66 |
| 図 4-1 | トピック数 2 の場合における coherence の計算方法..... | 79 |
| 図 4-2 | テストデータにおける coherence の推移..... | 81 |
| 図 4-3 | テストデータにおける新聞 4 紙のトピック割合..... | 82 |
| 図 4-4 | γ 多様性の推移..... | 89 |
| 図 4-5 | 新聞 4 紙の多様性指標..... | 90 |
| 図 4-6 | β 多様性の推移..... | 90 |
| 図 4-7 | 4 紙のトピック割合 (1990 年衆院選 : $D\beta = 0.023$)..... | 92 |
| 図 4-8 | 4 紙のトピック割合 (2000 年衆院選 : $D\beta = 0.006$)..... | 92 |
| 図 4-9 | 安倍政権に関する 4 紙の差異 (自衛隊・憲法トピック)..... | 99 |
| 図 4-10 | 安倍政権に関する 4 紙の差異 (経済トピック)..... | 99 |
| 図 4-11 | 安倍政権に関する記事の PN 比..... | 100 |
| 図 5-1 | γ 多様性と投票率との関係..... | 106 |
| 図 5-2 | α 多様性と投票率との関係..... | 106 |
| 図 5-3 | β 多様性と投票率の関係..... | 107 |
| 図 5-4 | γ 多様性と「事情がよくわからなかった」の関係..... | 109 |
| 図 5-5 | α 多様性と「事情がよくわからなかった」の関係..... | 109 |
| 図 5-6 | β 多様性と「事情がよくわからなかった」の関係..... | 110 |
| 図 5-7 | wordfish によるマニフェストの一元配置..... | 113 |
| 図 5-8 | γ 多様性と分極化指数(CMP)の関係..... | 114 |
| 図 5-9 | γ 多様性と分極化指数(wordfish)の関係..... | 114 |
| 図 5-10 | γ 多様性と分極化指数 (専門家調査、10 項目の政策的立場) の関係..... | 115 |

| | | |
|--------|---|-----|
| 図 5-11 | γ 多様性と分極化指数（専門家調査、全体的なイデオロギー）の関係..... | 115 |
| 図 5-12 | β 多様性と分極化指数(CMP)の関係..... | 117 |
| 図 5-13 | β 多様性と分極化指数(wordfish)の関係..... | 117 |
| 図 5-14 | β 多様性と分極化指数（専門家調査、10 項目の政策的立場）の関係..... | 118 |
| 図 5-15 | β 多様性と分極化指数（専門家調査、全体的なイデオロギー）の関係..... | 118 |
| 図 5-16 | 投票参加における新聞読者と非読者のグループ間比較..... | 120 |
| 図 5-17 | 各新聞の読者グループにおける投票参加..... | 121 |
| | | |
| 表 2-1 | Hoffmann-Riem(1987)における多様性の分類..... | 27 |
| 表 2-2 | McQuail(1992)における多様性の分類..... | 27 |
| 表 2-3 | Napoli(1999)による多様性の分類..... | 30 |
| 表 2-4 | 報道の多様性と外的要因の多様性との関係..... | 51 |
| 表 3-1 | データの構造と多様性指標の対象..... | 58 |
| 表 3-2 | Simpson's D に基づく $\alpha \cdot \beta \cdot \gamma$ 多様性指標の計算式..... | 65 |
| 表 3-3 | $\alpha \cdot \beta \cdot \gamma$ 多様性指標によって表される情報環境..... | 65 |
| 表 3-4 | 情報環境(a)における多様性指標..... | 68 |
| 表 3-5 | 情報環境(b)における多様性指標..... | 68 |
| 表 3-6 | 情報環境(c)における多様性指標..... | 69 |
| 表 4-1 | Document-Term Matrix のイメージ..... | 78 |
| 表 4-2 | テストデータにおけるトピックと特徴語..... | 81 |
| 表 4-3 | テストデータにおける多様性指標..... | 82 |
| 表 4-4 | 選挙ごとの分析結果（公示後）..... | 84 |
| 表 4-5 | 1990 年衆院選のトピックと特徴語..... | 85 |
| 表 4-6 | 1993 年衆院選のトピックと特徴語..... | 85 |
| 表 4-7 | 2000 年衆院選のトピックと特徴語..... | 85 |
| 表 4-8 | 2001 年参院選のトピックと特徴語..... | 86 |
| 表 4-9 | 2017 年衆院選のトピックと特徴語..... | 87 |
| 表 4-10 | 2010 年参院選のトピックと特徴語..... | 88 |
| 表 4-11 | 選挙ごとの分析結果（公示前）..... | 93 |
| 表 4-12 | 全国紙 4 紙と Yahoo! トピックスの多様性..... | 95 |
| 表 4-13 | 第 1 次安倍政権に関するトピックと特徴語..... | 97 |
| 表 4-14 | 第 2 次安倍政権に関するトピックと特徴語..... | 97 |
| 表 4-15 | 第 3 次安倍政権に関するトピックと特徴語..... | 98 |
| 表 4-16 | 安倍政権に関する新聞報道の多様性指標..... | 99 |
| 表 4-17 | 安倍政権に関する評価レベルの多様性指標..... | 100 |
| 表 5-1 | 多様性指標と投票率および棄権理由の相関..... | 105 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 表 5-2 | 多様性指標と分極化指数 | 113 |
| 表 5-3 | 多様性指標と新聞読者－非読者における投票率の差 | 120 |
| 表 5-4 | 投票参加を従属変数とするロジスティック回帰分析の結果 | 122 |
| 付録表 1 | 各選挙における新聞ごとの記事数 | 132 |
| 付録表 2 | 1989 年参院選のトピックと特徴語 | 133 |
| 付録表 3 | 1990 年衆院選のトピックと特徴語 | 133 |
| 付録表 4 | 1992 年参院選のトピックと特徴語 | 134 |
| 付録表 5 | 1993 年衆院選のトピックと特徴語 | 134 |
| 付録表 6 | 1995 年参院選のトピックと特徴語 | 135 |
| 付録表 7 | 1996 年衆院選のトピックと特徴語 | 135 |
| 付録表 8 | 1998 年参院選のトピックと特徴語 | 136 |
| 付録表 9 | 2000 年衆院選のトピックと特徴語 | 136 |
| 付録表 10 | 2001 年参院選のトピックと特徴語 | 137 |
| 付録表 11 | 2003 年衆院選のトピックと特徴語 | 138 |
| 付録表 12 | 2004 年参院選のトピックと特徴語 | 139 |
| 付録表 13 | 2005 年衆院選のトピックと特徴語 | 139 |
| 付録表 14 | 2007 年参院選のトピックと特徴語 | 140 |
| 付録表 15 | 2009 年衆院選のトピックと特徴語 | 140 |
| 付録表 16 | 2010 年参院選のトピックと特徴語 | 140 |
| 付録表 17 | 2012 年衆院選のトピックと特徴語 | 141 |
| 付録表 18 | 2013 年参院選のトピックと特徴語 | 142 |
| 付録表 19 | 2014 年衆院選のトピックと特徴語 | 143 |
| 付録表 20 | 2016 年参院選のトピックと特徴語 | 144 |
| 付録表 21 | 2017 年衆院選のトピックと特徴語 | 145 |
| 付録表 22 | 安倍政権の各期間における新聞ごとの記事数 | 146 |
| 付録表 23 | 第 1 次安倍政権の期間における新聞ごとの PN スコア別記事数 | 147 |
| 付録表 24 | 第 2 次安倍政権の期間における新聞ごとの PN スコア別記事数 | 147 |
| 付録表 25 | 第 3 次安倍政権の期間における新聞ごとの PN スコア別記事数 | 148 |
| 付録表 26 | 各選挙における多様性指標と投票率および棄権理由の比率 | 149 |

序論

本論文の目的は、ジャーナリズム論における「多様性」という概念について検討し、同時に多様性を分析するための理論的な枠組みと手法を提示することである。本論ではこの目的に向かって議論を進めていくことになるのだが、ここではその前に確認しておくべき2つの点に触れておきたい。1つは、ジャーナリズム論という文脈を離れて、多様性という概念や言葉が社会においてどのように扱われているかという点である。そしてもう1つは、本論文で用いる「報道」や「多様性」という言葉の意味する範疇と、類似する表現や概念との区別である。

一般的な意味での「多様性」あるいはカタカナ語の「ダイバーシティ」という言葉は、日本においてもすっかり市民権を得たと言ってよいだろう。これらの言葉は、人々が選ぶことのできる選択肢の豊かさ、社会集団における創造性の源、自分とは異なる他者への寛容さといった価値観と結びついて、社会に広く受け入れられた現代のマジックワードともなっている。これらの言葉は、環境問題の顕在化やグローバル化の進展にともない、20世紀後半から21世紀にかけての重要なキーワードとなってきた。その中でも代表的なのが生物多様性に関する議論であるだろう。この論点は環境問題が注目を集めた1980年代に広く認知されるようになり、1992年にリオデジャネイロで開かれたサミットにおいては「生物多様性条約」が締結されるに至った。また2001年には、ユネスコが「文化的多様性に関する世界宣言」を発し、2005年には「文化多様性条約」が採択された。そして近年では、企業における多様な人材雇用を論じるダイバーシティ・マネジメント論が注目を集めている。

これらの議論において注目したいのは、多様性を希少生物の保護や社会におけるマイノリティの権利保障という倫理的・コンプライアンス的な義務と責任の観点から論じるだけでなく、人類全体、あるいはマジョリティを含めた社会全体に利益をもたらすものとして積極的に意味づけしようとしてきた点である。たとえば生物多様性に関する議論では、人間の暮らしが自然界から受け取る恵み（これを「生態系サービス」という）を挙げ、生物多様性を保護することがひいては人間社会の発展にも結びつくことを強調する。そうした言説の代表例として挙げられるのが、いわゆる「持続可能な社会」というフレーズであるだろう。こうしたアプローチは文化的多様性に関する議論にも同様に見られる。ユネスコの「文化的多様性に関する世界宣言」¹では、「文化的多様性の保護は、人間の尊厳への敬意と不可分の倫理的義務である。文化的多様性の保護とは、特に少数民族・先住民族の権利などの人権と、基本的自由を守る義務があることを意味している」という倫理的側面に言及するだけでなく、「文化的多様性は、単に経済成長という観点からだけ理解すべきではなく、より充実した知的・感情的・道徳的・精神的生活を達成するための手段として理解すべき、発展のための基本要素の1つである」というように、社会に生きるすべての人々にとって望ましい結果をもたらすものとして述べている。また組織におけるダイバーシティ・マネジメント論も、もともとは1960年代アメリカでの公民権法やアファーマティブ・アクションといった社会

的弱者の救済という文脈から発生したものでありながら、1980年代以降には多様な人材を登用することが組織の活動を活性化させるということを示し、多様性を積極的に高めることが組織全体にとって意義のあることであると論じるようになっていった（谷口 2008）。このように多様性という言葉は、人々が倫理的な観点から保護し推進しなければならないものというだけでなく、それがひいては社会全体にとって価値を持つという積極的な意味で用いられてきたのである。

一方で、多様性というのは何らかのネガティブな反応を喚起しやすい概念でもある。そもそも「多様である」というのは、個人の主観にとっては必ずしも好ましい状況とは限らない。原理的に言えば、「多様である」というのは自分にとって未知のものや受け入れがたいものも存在するという状態であり、多様性を認めるということはそれらの存在を受け入れ共生することである。自分と同じような性質を持つ人々とだけ付き合っていたい、自分が理解でき受け入れられるものだけに囲まれて生きていたいという欲求も、馴染みのないものに対して感じる不安や拒否感も、程度の差こそあれ多くの人を抱えているものであるだろう。そうした拒絶反応の最たる例として挙げられるのは、社会における「他者」を排斥しようとする態度である。世界各地で移民や難民の受け入れに対する反対運動が発生し、LGBTQをはじめとする性的マイノリティや人種的なマイノリティへの差別が存在し、日本においても外国人へのヘイトスピーチなどが問題視されている。また雇用におけるダイバーシティを推進する企業では、多様な社会的・文化的背景を抱えた従業員の間で意見や考え方の摩擦が起りかねないという問題を抱えることになる。

この場で詳細に検討することはできないが、さまざまな文脈で多様性の意義が社会全体へのメリットとして“実益的に”語られてきたことの背景として、このような多様性に対する感情的反発を見落とすことはできないだろう。個人の主観にとって多様性が必ずしもポジティブな意味を持たず、ときに多様化への反発が起こるのだとすれば、多様性の推進または保護を人々の倫理的な義務感だけに訴えることは難しく、より実益的な観点から語ることが必要となるはずである。こうして考えれば、環境保護や文化的共生、組織マネジメントといった文脈では、多様性を実現するためのより現実的かつ戦略的な議論が積み重ねられてきたと言ってよいだろう。

前置きが長くなったが、本論文で扱うのは報道の多様性である。要するに、ジャーナリズム研究の中で論じられてきた多様性について検討することが本論文の主旨であるのだが、その問題意識はこれまで述べてきた内容に結び付いている。のちに詳しく見ていくことになるが、ジャーナリズム論においても、多様性は推進し実現すべきポジティブな価値として論じられてきた。ここで1つ強調しておきたいのは、本論文がそうした価値観に異を唱えるものではなく、報道の多様性が民主的な社会の実現にとって重要な要素であるという前提を共有しているという点である。しかし報道の多様性をめぐる議論は、多様な情報や意見に積極的に接触し、それらを比較検討することのできる理想的な受け手を想定し、「興味のあるニュースだけを見ていたい」という人々の存在を十分に考慮してこなかった。フェイク

ニュースが氾濫し、見たいものだけを見て信じたいものだけを信じるポスト・トゥルースなどという言葉が語られるようになったいま、多様な報道と理性的な受け手という理念型を単に掲げるのではなく、それを実現するための現実的かつ戦略的な議論を積み重ねていくことが必要となる。本論文の問題意識はここに根差している。多様性に関する理論と分析手法を検討するのは、報道における多様性の意義に異論を差しはさむためではなく、多様な報道を実現するためのより有効な議論を可能にするうえで必要なステップだと考えられるためである。

以上、より広い文脈における多様性という論点に注目しながら、本論文の位置づけを述べてきた。続いて、本論文で扱う「報道の多様性」について、類似の言葉や表現との区別を明確化しておきたい。まず「報道」という言葉である。ここでの「報道」は、時事的な話題や出来事についてメディアを通じて伝達される情報と、その伝達活動そのものを指す。今日の社会では主に報道を担うのはメディア組織とそれに従事する人々であり、本論文の後半で実際に分析される対象も新聞がメインである。一方、時事的な出来事について身近な人々と交わす会話などは「報道」に含めない。またどのような情報を「報道」の範疇に含めるかということについては、時事的な出来事の実事関係だけを述べるストレートニュースに限らず、それらの出来事に関する解説や評論も報道の範疇に含めて考える。しかしながら、何が「報道」で何がそうでないかを厳密に定義することは、今日の情報環境では極めて困難であるだろう。その理由として、たとえば SNS の存在が挙げられる。豊富な知識と情報発信力を持つ専門家が SNS などを用いて個人的におこなう時事的な出来事の解説や論評は、今日の情報環境において非常に重要な位置を占めており、何らかのニュースバリューを帯びて「報道」の一端を担っていると考えるべきだろう。他方、そうした知識や権威を持たない匿名の個人が時事的な出来事にコメントを述べていたところで、それを「報道」と考えることは妥当ではない。しかしこうした SNS における情報発信のうち何が「報道」にあたるかを厳密に区分することは難しい。誰が専門家であるのか、専門家の発信する情報のうち「報道」の機能を果たしているのはどれなのか、ということにはグラデーションがあるためである。差し当たりこの場で確認しておきたいのは、本論文で対象とする「報道」とは時事的な出来事に関するすべての情報やコミュニケーションを指すわけではなく、一般的に合意のある「ニュース」の範疇に留まるということである。日常的な会話なども含めてしまえば、そこには実質的に無限の多様性が存在しうるのであり、報道の多様性について実践的な議論の枠組みを提示しようという本論文の目的を果たすことができなくなってしまうだろう。

次に「多様性」という言葉であるが、ジャーナリズム論では同様の概念を指し示すのに「多元性」や「複数性」といった言葉が用いられることもある。このうち「多元性」という言葉は、読んで字のごとく複数の「元」が存在することであるため、たとえば「情報源の多元性」や「メディア組織の多元性」のように、送り手となる人や組織の多様性を特に示すことが多いと考えられる。本論文でもそういった次元については論じるが、ニュースのコンテンツそ

のものや情報流通経路といったより広い枠組みを捉えるために「多様性」という言葉を用いることとする。また「複数性」は、plurality の訳語として思想や哲学といった分野でよく用いられる語であり（例として齋藤 2008）、より規範的なニュアンスを含んでいると言える。diversity が単に「さまざまである」という状態を表す記述的な言葉であるとすれば、plurality とはそうした状態に対して pluralism の観点による規範的な意味づけをともなう言葉と考えてもよいだろう (Karppinen 2018)。本論文でも規範的な議論をすることにはなるが、ここではそのような規範的な意味合いを持たない記述的な言葉として「多様性」を採用することとしたい。同様の理由から、「多様性」の英語表記としては plurality ではなく diversity という語を用いることとする。

また「報道の多様性」に近い文脈では、「メディアの多様性」や「言論の多様性」といった表現が使われることがある。このうち、「メディアの多様性」は「報道の多様性」よりも広い意味を持つ表現として考えられる。この表現はまず、文字どおりに情報媒体としての「メディア」が多様に存在する状態（新聞があり、テレビがあり、ラジオがあり、雑誌があり、インターネットがあること）を指すだろう。また情報内容という点では、報道だけに限らず娯楽の情報や教育的情報が豊富に存在することを意味するだろう。本論文で報道の多様性を論じるうえでは、情報媒体の多様性という前者の論点については触れるが、娯楽や教育まで含めたコンテンツの多様性という後者の論点は取り上げない。必然的に、さまざまなメディアやコンテンツが受け手の時間を奪い合うことによって起こるいわゆる「ニュース離れ」のような現象についても十分な分析はおこなわない。このテーマはあまりに広く、情報環境全体においてニュースというコンテンツがどのように位置づけられるのかという点から考える必要があり、そこに立ち入れば本論文の焦点が曖昧になると考えられるためである。

そして「言論の多様性」であるが、これは「報道の多様性」と部分的に重なる表現であると言ってよいだろう。前述のとおり、「報道」という言葉は時事的な出来事に関する解説や評論も含んでいるため、それらの時事的問題に関する言論が多様であることは、報道が多様であることを意味する。一方、より抽象的な社会のあり方や人の生き方に関する思想の表明のように、時事的な話題に関わりのない言論も存在する。「報道」と「言論」は似たような文脈で使われることの多い言葉ではあるものの、ストレートニュースのように「言論」をともなわない「報道」もありえるだろうし、逆に時事的な話題に関わりのない「言論」というものもありえる。したがって、時事的な話題に関する意見としての「言論」という意味においてのみ、この概念は本論文の関心の一部をなすものとなる。

以上、本論文で扱う「報道の多様性」について、他の用語との関連を説明してきた。最後に、本論文の構成について説明する。まず第 1 章では、報道に多様性が求められる理由や、逆に報道が多様であることによって生じる問題への懸念など、報道の多様性をめぐる議論を整理する。この章を通じて、報道の多様性がある種のアンビバレンスをともなう概念であることを示し、それゆえに理論的な精緻化と有効な分析手法が必要であることを主張する。

第2章では、「報道の多様性」という概念そのもののバリエーションを論じる。この概念は、単にニュースコンテンツの多様性だけを指すものではなく、送り手から受け手に至るさまざまな側面にかかわるものである。また、どのような状態を指して多様な報道がなされているとみなすのか、という考え方のバリエーションについても述べる。それらを整理することで、のちに検討する分析手法が何を明らかにできなければならないのかを明確にする。第3章では、報道の多様性を実証的に測定し分析するための手法を検討する。報道の多様性をどのように測定するかという議論には一定の蓄積があり、また実際に分析をおこなった先行研究も数多く存在する。この章ではそれらの先行研究を批判的に検討し、かつ第2章で整理した多様性概念の理論にも基づいて、情報環境全体で多様性を測定するための手法を提案する。そして第4章と第5章では、そこまでに検討してきた理論的枠組みと分析手法を用いて、実際に日本のメディア環境における多様性について分析することを試みる。まず第4章では、主に日本の全国紙を対象に、政治的なニュースの多様性を測定する。テキストマイニングの手法を用いて記事を分類し、その分類結果に基づいて第3章で提案した多様性指標を計算する。そして第5章では、得られた多様性指標と選挙の投票率や世論調査データとの関連を分析し、報道の多様性がどのような場合に変動し、受け手にどのような影響を及ぼすのかを見ていく。

なお、本論文における一部の内容は筆者がこれまでに発表してきた研究成果をベースに加筆、修正を施したものである。以下にそれらの研究成果を挙げるとともに、当該の箇所では改めて出典を明記する。

千葉涼(2014)「報道の多様性に関する理論的検討と分析方法の考察」日本マス・コミュニケーション学会 2014 年秋季研究発表会、2014 年 11 月 8 日、東洋大学。

千葉涼(2015a)「報道の多様性を分析する際の理論的背景と方法論の接合」政治経済学会第 6 回研究大会、2015 年 3 月 7 日、早稲田大学。

千葉涼(2015b)「報道の多様性を分析する際の理論的背景と方法論の接合」早稲田大学現代政治経済研究所ワーキングペーパーシリーズ、No.J1411。

千葉涼(2016)「報道の多様性を分析する際の理論的背景と方法論の接合」『早稲田政治経済学雑誌』第 389-390 号、44-61。

千葉涼(2019)「日本の全国紙における選挙報道の多様性—トピックモデルを用いた記事の分類に基づく指標化—」日本選挙学会 2019 年度総会・研究会、2019 年 7 月 13 日、東北大学。

1 文部科学省ホームページ「文化的多様性に関する世界宣言」

<https://www.mext.go.jp/unesco/009/1386517.htm> (2020 年 3 月 26 日最終閲覧)

1. 報道の多様性をめぐる議論

本論文の主要な目的は、ジャーナリズム論における多様性という概念がどのようなものであるかを理論的に検討し、さらに報道の多様性を実証的に分析するための手法を提案することである。では、なぜそうしたことを考察する必要があるのだろうか。まず本章では、この研究が持つ意義を明確にするために、ジャーナリズム論において多様性という概念がどのような論点として位置づけられるのかを整理していきたい。もしジャーナリズム論において、多様性という概念があえて検討するほどの論点とならないのであれば、この概念に着目する意義はないということになるだろう。つまり、報道は多様であるべきだという疑いのような合意が存在し、また多様な報道とはどのような報道なのかということが明確に定められているのであれば、それをあえて論じる必要性は薄い。しかしこれから見ていくように、ジャーナリズム論における多様性はさらなる分析と議論を要する重要な論点である。報道に多様性が必要であるという認識は一般論として広く認められている一方、多様性という概念の内容については確たる合意が存在しないのが実情である(Karppinen 2018)。報道の多様性とは何なのか、報道の多様性をどのように実現していくのか、報道の多様性が増大することによって逆に損なわれるものはないのか、といったテーマについてさらなる分析と議論が必要なのである。ゆえに本論文では、多様性の概念について検討し、それを分析するための手法を提案することで、そうした議論の発展に資することを目指す。

本章の構成は以下のとおりである。第1節では、基本的な事柄ではあるが、ジャーナリズム論における多様性という概念の位置づけについて整理していく。一般に、ジャーナリズムにとっての多様性は表現の自由や知る権利と結びついて民主主義に寄与するという枠組みで論じられてきた。表現の自由が存在することで多様な報道が実現でき、人々の知る権利をよりよく充足することができる、という議論である。こうした議論を通じて、報道の多様性のポジティブな側面が主張されてきたと言えるだろう。報道の多様性に関するこれまでの議論は、そうしたポジティブな側面に注目し、それゆえに「ジャーナリズムには多様性が必要である」という主張にたどり着くものが一般的であったと言える。

しかしその一方で、ジャーナリズム論では多様性の意義を相対化するような議論も存在してきた。そこでは過度な多様性が受け手の情報処理にとって負担になることを問題視したり、多様性と衝突するような別の価値基準を主張したりといった議論がなされてきたのである。そこで第2節では、まずメディアやニュースに関する実証的な研究において知見

が積み重ねられてきた、報道の多様性に関連して述べられる懸念について整理していく。膨大な情報が流通することによって、人々が共通の関心や目標を抱くことが困難になり、むしろ意見や態度の分極化や社会の分断といったネガティブな影響を及ぼすことが懸念される。さらに、政治哲学や科学コミュニケーションの議論を参照しながら、多様性の追求が社会的弱者のエンパワーメントや科学的知見の妥当性といった別の価値基準と衝突しうることを見ていく。こうした多様性のネガティブな側面という論点は、ジャーナリズム論よりも政治学や社会学においてさかんに論じられてきた。

以上の議論を踏まえ、第 3 節では報道の多様性というテーマを両義的なものとして位置づける。第 1 節および第 2 節で見ていくように、ジャーナリズム論において報道の多様性という概念は相反する見方に結びついている。多様な情報を発信することは、ジャーナリズムが健全な民主主義を実現するという役割を果たすうえで重要であるが、それによって社会の断片化を招くことも危惧される。この両義性を通じて浮かび上がってくるのは、これからは単に「報道は多様であるべきだ」という規範論に留まるのではなく、「どのように多様な報道をおこなっていくのか」という実践的な議論へと発展していく必要があるということである。そしてこうした議論のために、客観的に多様性を分析する手法が必要となることを述べる。

なお、あらかじめ断っておくと、本論文の目的は多様な報道を実現するための具体的な情報環境を提示することではない。そうした主張を本論文の範囲外とするのは、「報道の多様性をどのように実現するか」という問いが、それぞれのジャーナリストや報道機関、メディアや言論の法制度に携わる人々、教育機関、あるいは一人一人の受け手まで、社会全体で考えていくべき巨大なテーマだと考えられるためである。このような議論はもはやジャーナリズム論という一つの領域に収まるものではなく、ゆえに本論文の中で具体的な情報環境のデザインを構想することは難しいだろう。したがって、本論文の目的は「報道はこのように多様化すべきである」とか「こうすれば多様な報道がよりよい形で実現できる」と提案することではない。はじめに述べたとおり、本論文の目的はその前段階として多様性概念について検討し、やがて議論されるべき「多様な報道を実現するためにどのような情報環境を構想すべきか」という問いを考えるのに役立つ理論的枠組みや分析手法を提示することにある。そうした理論や手法が、ジャーナリズムのあり方を構想する実践的な議論にとって有意義なものであることを期待したい。

1.1. 報道の多様性が必要とされる根拠

ではまず基礎的な事柄として、ジャーナリズム論における多様性概念の位置づけを整理していきたい。そもそもジャーナリズム論において、多様性という概念は受け手と送り手の双方から要求されてきたものである。このことは、報道の画一化がジャーナリズム批判の主要な論点となりやすいことからもうかがえる。たとえば岩崎(1994)は新聞についての紙面批評を分析し、「型どおりの報道手法や記事構成のパターン化」(pp.150-151)や、「単純な事実報道、杓子定規で紋切り型の解説、パターン化されたアングル」(p.154)が批判の対象となっていることを論じている。また林(2006)は、「新聞報道に寄せられてきた批判のなかでももっとも声高に論じられてきたもの」(p.88)のひとつとして報道の画一化を挙げている。あわせて林は、日本新聞協会の調査結果を挙げながら、こうした報道の画一化という問題意識を受け手だけでなく新聞記者の側でも共有していることを述べている(pp.53-54)。テレビに目を向ければ、放送倫理・番組向上機構(BPO)が2011年に実施したテレビ番組制作者調査¹では、東日本大震災が起こった際のテレビ放送について、多様性という観点からいくつかの問題提起がなされている(カッコ内は回答番号)。

大震災下ではやむをえなかったと思う。ただ、視聴者が様々な番組を選ぶことができるようなことがなかったのも、視聴者側に不満があったのではないかと。(中略)テレビがそうした多様性に対応できない歯がゆさを感じた。(43)

感じるのは震災報道の一色さ加減。もっと多種多様なものがあっていいはずなのに、なぜか各TV局が一色になっていく。(64)

情報が画一化されていて、どのチャンネルの切り口も似通っていた。見ていて(不謹慎だが)正直うんざりしている。災害以外の情報もちゃんと流すべき。(66)

多様性は、メディアやジャーナリズムにおけるルールにも織り込まれている。たとえば日本の放送法第四条には「意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること」とある。また2000年に改訂された新しい新聞倫理綱領²では、「新聞は、自らと異なる意見であっても、正確・公正である言論には、すすんで紙面を提供する」ことを宣言している。これは日本に限ったことではなく、欧米においても多様性はメディア

政策の原則の一つとなっている(Karppinen 2006)。このように、報道には多様性が必要であるという見方は、広く共有されていると言ってよいだろう。

それでは、なぜ報道の多様性はこのように求められるのだろうか。これについてはさまざまな見方が示されている。たとえば McQuail and van Cuilenburg(1983)は、メディアの多様性という考えの起源として「大衆社会(mass society)に関する議論と自由で民主的な国家に関する政治理論」(p.146)という 2 点を挙げている。前者の議論では、個人化の進展と社会的紐帯の弱体化を背景として文化的な画一化が起こるとされる大衆社会において、多様性が「普遍化と中央集権化によってもたらされる脅威に対する価値」(p.146)とみなされる。大衆社会において多様性を備えたメディアは、革新的な意見やアイデアを拡散させ、支配的な文化に対するオルタナティブを提示し、既存の権力を揺るがすという役割を果たす。また後者の民主主義に関する議論においては、ある問題に対してさまざまな目標や解決策が自由に表明されることによって個人と社会の幸福がよりよく実現されるという観点から、「メディアの自由、さまざまな意見、そして良き社会が密接に結びついている」(p.146)とされる。要するに、社会の画一化や中央集権化を防ぎ、自由で民主的な国家を成立させるために多様な報道が必要になる、ということである。

このうち後者の見方、すなわちリベラルな民主主義との関連が、報道の多様性を論じる際にもっともよく言及される点であるだろう。こうした考え方の源流は、Milton や Mill といった西洋のリベラルな政治思想に求めることができる。それは表現の自由を確保し、多様な意見が世の中で広く議論されることによって、その中から真理が見出されるという「思想の自由市場」の考え方である。報道の多様性は、こうした「思想の自由市場」が成り立つために必要な表現・言論の自由や知る権利といった論点にも大きく関わっている。人々の情報接触がメディアに強く依存している今日において、報道に多様性が欠けていれば人々の知る権利は大きく制限されることとなる。そしてそのような多様な報道がなされるためには、表現・言論の自由が存在することが前提条件となる。つまり表現・言論の自由が存在することで多様な報道が可能となり、多様な報道がなされていることによって人々の知る権利が満たされる。こうして「思想の自由市場」が成立し、民主的な社会が実現できるということである。

また Strömbäck はジャーナリズムと民主主義の関わりについて、4 つのタイプの民主主義（手続的民主主義、参加民主主義、競争的民主主義、熟議民主主義）がジャーナリズムにどのような規範を要請するかを整理した(Strömbäck 2005)。Strömbäck によれば、手続的

民主主義の観点では、ジャーナリズムやメディアに対して多様性を要請する規範こそ存在しないものの、「民主的なルールや手続きを重んじている最大限の自由を備えたメディアシステムは、もし人々が持つ関心や意見が多様であれば、彼らの求めに応じてあらゆる種類のコンテンツを提供するだろう」(p.338)と想定されている。また参加民主主義、競争的民主主義、熟議民主主義の3タイプは、メディアに対して「政治的な議論のためのフォーラムと、事実に基づいた包括的な情報を提供すること」(p.341)を要請する。こうした民主主義のタイプのうち、特に熟議民主主義のプロセスでは、人々が政治的な争点について十分な情報を持ち、選ぶべき選択肢の賛否両方について多様な見解に触れることが求められる(Fishkin 2009=2011, pp.62-65)。このようにさまざまなタイプの民主主義のあり方を念頭に置いても、メディアやジャーナリズムが多様な情報や意見を伝えることが必要と考えられてきたのである。

また実証的な政治コミュニケーション研究の文脈では、Noelle-Neumannによる沈黙の螺旋理論がメディアにおける多様性の欠如(画一化)について批判的な見方を提示している。沈黙の螺旋理論とは、自らが少数派であると認識した人が孤立を恐れて意見表明を控えるようになり、結果としてそうした意見がさらに少数派となっていくという連鎖を述べた理論である。この理論においては、「自らが少数派である」という認識を形成する要因として、メディア報道を画一化させる共振性(consonance)が挙げられる(Noelle-Neumann and Mathes 1987, p.404; 安野 2002, p.49)。

以上のように、民主的な議論が成立するためにはジャーナリズムやメディアの多様性が必要であると考えられてきた。それゆえに、ジャーナリズムやメディアの規範や職業倫理に関する議論においても多様性の必要性は繰り返し述べられてきた。たとえば1947年にプレス自由委員会が発行した報告書『自由で責任あるメディア』では、少数のマスメディアによるメディア環境の寡占という状況に対して、「多様な意見の交換ができ、思想の自由市場に個人が簡単にアクセスできるような環境が今では根本的に変わって」しまったという認識(Commission on Freedom of the Press & Hutchins 1947=2008, p.16)に基づき、メディア関係者や市民や政府がそのような状況に対してどのように対応すべきかの提言をまとめている。この「自由で責任あるプレス」の自由主義理論に修正を加えたSiebertらの社会的責任理論でも、メディアに対して「説明と批判の交流の場」として奉仕すること、すなわち「単に発行者ないしはプレスを動かしている人の賛成する見解だけでなしに、あらゆる重要な見解を提供するようつとめねばならぬ」(Siebert et al. 1956=1953, pp.164-165)と要請

している。なお、このようにマスメディアに対して多様性を備えたフォーラムとして機能することを期待する立場は、前述のとおり少数のメディアによる寡占状態を背景としたものであったが、その後の技術的発展による情報環境の細分化にともなって別の角度からも論じられるようになっていった。すなわち、多メディア化によって人々が自由に情報を選択できる環境において、多様な情報に触れる機会を提供するための場（フォーラム）として機能することを期待されたのである。こうした議論については第 2 章で詳しく取り上げるとして、ここで確認しておきたいのは、前提となる情報環境の状況やそこから導き出されるロジックが異なるとしても、メディアが多様性を備えた報道をすることの意義が長きにわたって主張されてきたということである。

また 1980 年にユネスコのコミュニケーション問題研究国際委員会がまとめた報告書『多くの声、一つの世界』では、「コミュニケーションの内容における多様性と選択は、民主的参加の前提条件である。おのおのの個人と特定のグループは、あらゆる範囲の情報および多種多様なメッセージや意見を基礎として判断を下し、それらの考えを他のものと分かち合う機会をもてるようになるべきである」(MacBride 1980=1980, p.477)と述べられた。この声明は、ジャーナリズムやメディアの民主主義に対する貢献のあり方を端的に表現したものとと言えるだろう。

Kovach と Rosenstiel は『ジャーナリズムの原則』において、ジャーナリズムの目的を「人々の自由と自己統治にとって必要な情報を伝えること」(Kovach and Rosenstiel 2014, p.17)としたうえで、その目的を達成するためにプレスが果たすべき責務として「公共的な批判と折り合いのためのフォーラムを提供すること」(p.197)および「ニュースを包括的かつ誇張のないものとする」(p.242)を挙げている。前者の責務について Kovach らは、メディアが多様な意見を取り上げることでこうしたフォーラム機能が成立すると考えた。彼らは「ニュースメディアや公共的な論議が複数性のある社会を反映した広範な意見にスペースを割けば、人々は民主主義が結局のところ折り合いをつけることによって成り立っているということを見失いはしないだろう」(p.199)と述べている。また後者の責務については、ジャーナリズムを現代社会における地図製作者になぞらえることで「報道における多様性の考え方についてよりよく理解することが可能となる」(p.243)としたうえで、そこで製作される社会の地図は「広告主にとって魅力的な人々に関するニュースだけでなく、コミュニティ全体に関するニュースを包含すべきである」(p.243)と述べている。

以上のように、ジャーナリズムの規範的な議論では、主としてジャーナリズムの民主主義

的な意義という観点から報道の多様性が求められてきた。もちろん、人々は民主主義の一端を担う有権者として政治に関するニュースに接触するだけでなく、他の意図をもって情報を求めることも多い。たとえばメディアの利用と満足に関する研究の観点からすれば、受け手が娯楽や気晴らし、対人関係での話題作りのためにニュースに触れることも考えられる(大石、岩田、藤田 2000, p.50)。しかしその場合においても、受け手が持つ多様な情報ニーズを満たすために報道の多様性が求められるだろう。このようにメディアが多様な情報や意見を取り上げることは、広くポジティブな意味をもって捉えられてきたのである。

1.2. 報道の多様性にまつわる懸念

第1節で見てきたように、ジャーナリズムには多様性が必要であるという考え方は一般論として広く語られてきた。こうした立場からは、「報道には多様性がなければならない」という規範的な主張が導かれ、それを実現するための報道機関の自由や多元性をどのように確保するかといった議論につながっていく。報道の多様性のポジティブな側面に注目し、それを実現するための環境を構築することが必要であるという考え方は、民主的な社会において広く共有されてきたと言えるだろう。

しかしこうした一般論は、2つの視点から相対化されてきたと指摘することができる。1つ目の視点は、特に実証的な政治コミュニケーション研究の文脈において述べられてきた、過度な多様性が逆に健全な民主主義を損なうのではないかという懸念である。この視点は、ジャーナリズムが民主主義に貢献するうえで多様性が必要だという前提は共有しつつ、際限のない多様化が民主主義にとっては逆効果を生み出しかねないことを指摘する。こうした議論の代表例は、世の中に流通する情報の多様性が増大することでむしろ受け手が接触する情報の多様性が低下するという逆説である。そうした議論の起源としては、Klapper(1960)の選択的接触理論が挙げられる。選択的接触とは、たとえば政治的に保守的な人が保守的な情報に好んで接触するというように、受け手が自らの先有傾向に沿う情報を選別して受け取ることを意味する。もし受け手が接触することのできるメディアや情報が限られていれば、自分の先有傾向に合致する情報だけを選び好みすることは難しくなり、結果として自分の志向とは異なる情報にも接する機会が生じうる。テレビや新聞といった従来型のマスメディアは、それ単体で多様な情報を扱うことができるため、受け手が(偶発的な場合も含めて)接触する情報の多様性を高めると考えられる(Mutz and Martin 2001)。また Yahoo!ニュースのようにマスメディアに依拠しながら単体で包括的な情報を扱うメデ

メディアも、マスメディアと同様の機能を果たすという知見がある (Kobayashi and Inamasu 2015; 稲増・三浦 2016)。しかしマスメディア以外のメディアが増えれば、「利用可能なニュースソースが多様化するにつれ、受け手はそこから取捨選択をするようになり、接触する政治的情報の多様性は縮減することになる」(Mutz and Martin 2001, p.111)という事態が生じる。ケーブルテレビや衛星放送、インターネットなどの新技術が出現するたび、情報環境が細分化されて受け手の選択肢が増え、個々の受け手が接触する情報の多様性が低下するとともに受け手間での情報共有が阻害されることが懸念されてきた。さらに今日では、アルゴリズムによって閲覧履歴をもとに受け手が好むであろう情報を提示するフィルター・バブル(Pariser 2011=2012)の存在が指摘されており、受け手の情報接触における多様性の縮減という懸念はますます強まっている。このために、たとえばオンラインニュースでの記事推薦システムに関する研究では、個人の選好とは異なる多様な記事をどのように提示するかということが議論されている (Li et al. 2014; 関ほか 2017 など)。

では、受け手の情報接触における多様性が縮減し、あわせて受け手間の情報共有が阻害されることによって、どのような事態が想定されるのだろうか。前節で見てきた民主主義の観点で言えば、政治的な判断に必要な情報や自分とは異なる意見に触れる機会が失われ、熟慮に基づいた意思決定が困難になることが想定される。また Lazarsfeld と Merton はメディアが社会や個人に対して持つ機能を整理したが、そこではメディアが大量の情報を提示することで人々が受動的になってしまい政治への関心を失ってしまうという麻醉機能が挙げられている(Lazarsfeld and Merton 1948=1954, pp.281-282)。Wright(1960)は彼らの議論を引き継ぎ、マス・コミュニケーションの報道が受け手にもたらす逆機能として、情報過多によって人々が公的領域への関心を失い私的領域に傾倒してアパシー (無気力、無関心) に陥るという点を挙げた(p.615)。さらに接触可能なメディアの選択肢や情報処理能力という点で受け手の間に格差がある場合、「マスメディアによる情報発信が増えるほど、より高い社会経済的地位を持つ層が地位の低い層よりも速く情報を獲得するようになり、これらの人々の間で知識のギャップが広がる」(Tichenor, Donohue, and Olien 1970, pp.159-160)という知識ギャップ仮説も考えられてきた。今日では、デジタル機器の利用可能性によって情報接触が規定されるデジタル・デバイドの問題がこれと関連するだろう。

他に懸念されるのが、分極化または極性化と呼ばれる現象である。Sunstein(2002)が論じた集団分極化という問題は、同質的な集団における意思決定が、個々の成員が持つ傾向以上に偏ったものとなることを指す。また多様性を欠いた同質的な情報環境はエコー・チェンバ

一と呼ばれるが、そうした情報環境に囲まれた人は自らの意見をより極端なものにするとともに、自分とは異なる意見を持つ人々との隔たりを過大に見積もってしまうとされる(Jamieson and Cappella 2008)。こうした曲解によって、異なる意見を持つ人々が議論を通じて合意を形成するという民主主義の基本がいつそう実現困難になるのである。

また議題設定機能に関する研究では、社会で広く議論されるべき共通議題の設定が困難になるということが指摘されてきた。たとえば竹下(2008)は、メディアの多様化がもたらす帰結として、「ひとつの極端な予想は、公衆議題の細分化である」(p.282)と述べる。つまり「公衆の間で広範に共有される議題——従来型のマスメディアが支えてきたものだが——が崩壊することで、社会的亀裂が増大する」(p.282)ということである。Chaffe と Wilson によると、コミュニティにおける合意形成をニュースコミュニケーションの目標と考える立場からすれば、「何が重要な問題か、その問題について何をなすべきかという点での意見の多様性は、こうした考え方において重んじられないばかりでなく、事をなすうえでの阻害要因となる」(Chaffe and Wilson 1977, p.467)。彼らはこうした観点から、議題設定機能における争点の多様性を測定した。

以上の議論は、多様な報道が民主主義に貢献する意義を持つという前提自体は共有しつつ、過度の多様性はむしろその意義を妨げるという主旨として理解することができる。それに対し、報道の多様性を相対化するもう 1つの視点は、多様性（またはそれと関係の深い客観性や中立性や公平性）といった価値基準とは衝突あるいは対立しうる別の価値基準を提示するものである。たとえば林(2011)は、政治哲学において西歐的なリベラリズムに対する批判的視点として提起されたケアの倫理を参照しながら、多様性や客観性、中立性を重んじる「マスメディア・ジャーナリズムの古典的倫理を相対化」(p.28)するためにケアのジャーナリズムという考え方を示した。このジャーナリズムのあり方においては、メディアやジャーナリストは客観的な第三者の立場から多様な意見を取り上げるのではなく、むしろ当事者意識を持って弱者やマイノリティを積極的にサポートしていくことが役割となる。また気候変動や医療に関する報道では、科学的に主流の意見とそうでない意見を等しく扱うような報道によって、あたかもそこに論争が存在するようなバイアスを生じさせることが指摘されてきた(Boykoff and Boykoff 2004; Dixon and Clarke 2013)。多様な報道を実現しようとするあまり、地球温暖化に関する懐疑論のように科学的コミュニティの中で否定されている主張までも取り上げることは、間違ったバランス(false balance)をもたらすのである。これらのような考え方に基づくと、多様な意見を取り上げるという自由主義的ジャー

ナリズムのあり方は、社会的弱者のエンパワーメントや科学的知見の妥当性といった別の価値基準と対立することとなり、「報道には多様性が必要である」という考え方が相対化されるのである。

以上、報道には多様性が必要だというジャーナリズム論において広く共有されてきた一般論に対し、それを相対化するような議論についてまとめてきた。本節で見えてきたように、特に実証的な政治コミュニケーション研究においては、多様な報道が社会の断片化をもたらすと考える理論やデータも提示されてきた。多様なメディアが存在し、それらによって膨大な量の情報が発信される情報環境は、受け手が自分の見たいものだけを見ることを容易にし、社会全体で知識や情報や価値観を共有することを阻害し、合意形成に基づく民主主義の実現を妨げると懸念されてきたのである。また政治哲学や科学コミュニケーションの議論を参照すると、多様性はジャーナリズムにとって実現すべき唯一の価値基準というわけではなく、社会的弱者の支援や科学的知見の確かさといった異なる価値基準と対立する場合がある。第1節と第2節の内容を踏まえれば、報道の多様性に関してはポジティブな側面とネガティブな側面の両方が論じられてきたと言えるだろう。そこで次節では、報道の多様性にまつわるこうした両義性がどのように論じられてきたかを見ていきたい。

1.3. 多様な報道の両義性

第1節および第2節で見えてきたように、報道の多様性にはポジティブな面が主張されてきた一方、ネガティブな面も指摘されてきた。ポジティブな面は、健全な民主主義を実現するという意義を強調し、表現の自由や知る権利を重要視する自由主義的なジャーナリズム論によって主張されてきた。逆にネガティブな面は、人々が自分にとって好ましい情報だけに接触することで情報共有と合意形成が困難になり社会の断片化が起こるといふ、主に実証的な政治コミュニケーション研究の文脈で論じられてきた理論や、多様性を求める際の根拠となるリベラルなジャーナリズム論そのものを相対化しうる政治哲学や科学コミュニケーションの議論に基づいて主張されてきた。こうした多様性の両義的な意味合いについて理解するうえでは、McQuail が示したメディア理論に関する図式が有用であるだろう (McQuail 2005=2010, pp.116-118)。McQuail は、メディアの理論が社会の変革・自由・個人化・断片化に関する遠心的効果を論じるものと、社会の団結・秩序・まとまり・統合に関する求心的効果を論じるものに分けられるとした。さらに McQuail は、それぞれの効果について楽観的な見方を述べるものと悲観的な見方を述べるものとの区別を設けたうえで、

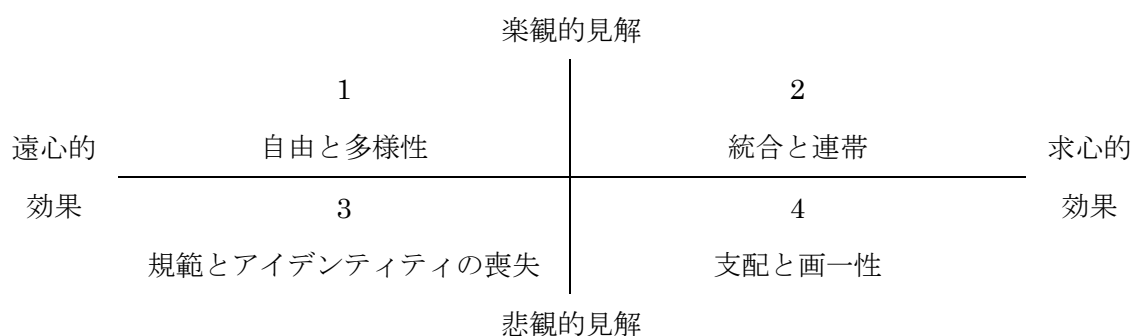


図 1-1 McQuail(2005=2010, p.117)におけるメディア理論の区分

図 1-1 のように整理した。この図式に基づいて考えると、報道の多様性に関するポジティブな議論は社会の支配と画一化をもたらさないようメディアの自由と多様性を重んじる立場であり、ネガティブな議論は社会的な規範とアイデンティティの喪失を懸念してメディアによる社会の統合や連帯を強調する立場であると言える。

このように報道の多様性が両義的な意味を持つということを踏まえれば、「報道は多様であるべきだ」という命題に対しては、「報道は多様でさえあればよいのか」という問いが生じるだろう。さらに「もし多様性が一義的にポジティブなものでないのなら、多様性と画一性の間でどのようにバランスをとり、どのような情報環境を構想すべきなのか」といったことを考えていかなければならない。あらかじめ述べているように、本論文はこれらの問いについて答えを提示することが目的ではなく、これらの問いに関するより精緻な議論を可能とするような理論的枠組みと分析手法を示すことを目的としている。そこで、これらの問いを考えるにあたって参照すべきいくつかの議論を挙げておきたい。

第 2 節で多様性に関するネガティブな議論を取り上げた際、受け手の情報に対する選択的接触について触れた。選択的接触理論の観点からすれば、多様性の増大は受け手にとっての選択肢が増えることを意味し、先有傾向に沿う情報ばかりを選び好みしやすい環境が生まれることで結果的に人々の情報接触における多様性が低下する可能性が生じる。ここで問題となるのは、受け手が自分にとって異質な情報にも積極的に接触し、それらを冷静に比較検討するという資質を備えているのかという点である。これは受け手が情報接触および情報処理のコストを低減しようとする「認知的吝嗇(cognitive miser)」(池田 2000, pp.110-111) に関連する論点であり、また Schudson(1995)の表現を借りれば、受け手を単なる「情報に囲まれた市民(informational citizen)」と考えるのか、自分なりの視点を持ってそれらの情報を処理できる「知識ある市民(informed citizen)」と考えるのかという想定の違いで

ある(p.27)。

この点をめぐって繰り広げられたのが、20世紀前半における Lippmann と Dewey の論争である。この論争の要点は、人々が情報接触への能動性や高い情報処理能力を備え、社会的な問題について十分に思考し議論することのできる「公衆」となりうるのかという点であった。両者の立場を簡潔に整理すると、Lippmann が人々の「公衆」としての能力に疑問を呈したのに対し、Dewey はマスメディアとコミュニケーションによって人々がそれらの能力を発達させることができると考えた。まず Lippmann の立場は、『世論』および『幻の公衆』で以下のように述べられている。

想像できるかぎりどんな時代になっても、目の届かない環境全体がすべての人間にとって明白になり、人びとが自発的に政治上の全問題について健全な世論をもつようになるとは思われない。もしそのような見込みがあったとしても、自分たちに影響のある「ありとあらゆる社会的行為」について意見を形成するために、願って苦勞したり時間をとったりする者がどれだけいるか大いに疑問である。(Lippmann 1922=1987, p.162)

一国の全市民があらゆる情報部の発表を傾聴したならば、いかなる広汎な原理にもけっしてうまくあてはまらない膨大な量の現実問題にも敏感になり、精通し、熱心に取り組むであろう、そういう想定を含む計画は、どれも積極的な注意をほとんどひくことができないでいる。私はそういう想定をしようというのではない。(Lippmann 1922=1987, pp.258-259)

広報が完全無欠になったとして、減債基金委員会や地質調査を見て過ごす時間がどれほどあるというのか。(Lippmann 1925=2007, p.31)

Lippmann の見立てによれば、人々が自分にとって関心のないものも含めた大量の情報に能動的に接触し、それらを吟味して社会の状況を正確に理解することは難しいとされる。代わりに、そうした人々は限られた情報とステレオタイプによって頭の中に構成された疑似環境に基づいて判断し行動する。つまり Lippmann は、メディアが多様な情報を伝えればそれに基づいて人々が熟考し洗練された意見が得られるという、民主主義理論で想定され

る理想の公衆像に否定的な立場をとっている。こうした立場から、社会において広く議論されるべき公衆議題の設定は断念され、「日々の社会管理は健全な条件の下で活動している当事者たちに依存しなければならない」(Lippmann 1922=1987, p.260)というエリート主義的な主張が導き出される。

一方 Dewey は、「民主主義に関する楽観論は今日では暗雲に覆われている」(Dewey 1927=1969, p.125)と述べて Lippmann による悲観的な見方の妥当性に同意しつつも、公衆の実現可能性について以下のように考察した。

われわれはかつてみられなかったような物理的伝達手段を持っている。(中略) コミュニケーションだけが大同社会を創り出すことができる。われわれのバベルの塔は、ことばのそれではなく、それなくしては共通経験の不可能なサインとシンボルのそれなのである。(Dewey 1927=1969, p.159)

共有された関心の範囲を広げて、より多くのさまざまな個人的能力を解放することは、民主主義の特徴を表すものであるが、そうしたことは、もちろん熟慮や意識的な努力の所産ではない。それどころかそれらは、科学が自然のエネルギーを支配した結果生じた工業や商業や旅行や移住や相互通信といった諸様式の発達によって引き起こされたものである。(Dewey 1916=1984, p.140)

Lippmann とは異なり、Dewey は社会全体で特定の関心を共有することは可能であると考えており、そこで重要な役割を果たすと想定されたのが「かつてみられなかったような物理的伝達手段」すなわちマスメディアであった。Dewey の見立てでは、マスメディアが人々の間に共通の関心を生み出し、出来事に対する共有された意味付けを可能にする。第 2 章で詳しく論じるが、こうした Lippmann と Dewey の立場の相違は、今日の情報環境をめぐる議論においても見られる構図を先取りしている。Lippmann は、多様性が高まり断片化された情報環境において人々が重要な議題を共有し合意を形成することの難しさを悲観的に捉えたが、Dewey はそうした多様な情報が存在する環境下でマスメディアがフォーラム機能を果たすことで、社会的な情報共有と議論が可能になると考えた。つまり、報道の多様化によって情報接触の多様性がかえって低下するというネガティブな側面に対し、マスメディアがそれを軽減するように作用すると考えたのである。もちろん、現実に存在する受け

手が異質な情報に触れることのできる機会を得ているのか、また受け手はそれらの機会を積極的に活用できているのか、そしてマスメディアがそうしたフォーラムとしての役割を十分に果たしているのかといった点について考えると、Dewey の見立ては楽観的に過ぎると評価することもできるだろう。とはいえ、報道の多様性がもたらすネガティブな帰結とそれにどのように対処するかという議論は、情報環境が今日よりもはるかに単純だった時代から続けられてきたのである。

ところで、Lippmann が指摘した受け手の情報接触に対する能動性の欠如という問題は、Dewey によってどのように論じられているのだろうか。前述のとおり、Dewey はマスメディアが多様な情報への接触機会をもたらすと考えたが、広範な受け手がマスメディアの発信する社会的な情報に関心を向けるためには、芸術が重要であると述べた。

専門技術的でインテリ向きの表現は、専門家のインテリにしか訴えないであろうし、大衆に対するニュースとはならないであろう。(Dewey 1927=1969, p.203)

文筆的表現にたずさわる芸術家を解放することは、社会研究を解放することと同様に、公的な事柄に関する妥当な見解を望ましい形で創り出すための前提条件なのである。(Dewey 1927=1969, p.203)

専門的な知識を持たない広範な受け手が社会問題について関心を持つためには、彼らの関心を引くための芸術的表現が必要であると Dewey は考えた。この視点は、報道の多様性を考えるうえで重要な 2 つの論点と関連している。1 つは、報道の多様性に関する議論の中に、ある情報に接触する受け手の多様性という側面があるという点である。断片化する情報環境の中でマスメディアがフォーラムとして機能するためには、多様な受け手がそのフォーラムに参加しなければならない。それゆえに多くの受け手にとって魅力的な芸術的表現が重要となるのだが、このことがもう 1 つの論点を生じさせる。つまり、ニュースコンテンツの多様性を考える際には、情報内容（どのような出来事や意見を取り上げるか）の多様性というレベルだけでなく、その伝達様式の多様性というレベルが存在するというのである。こうした多様性という概念そのもののバリエーションについては、第 2 章で詳しく論じていくこととしたい。

この Dewey の主張と関連して、娯楽化されたソフトニュースをめぐる議論についても触

れておきたい。ソフトニュースをめぐる議論の焦点は、政治的あるいは社会的な情報に関心を払わない特定の受け手層がニュースに接触するための選択肢として娯楽性の高いインフォテインメント的な形式を用意することが必要であるのか、そうしたある種の“安易”な選択肢を用意することで生じる問題はないのか、ということである。この点について Baum(2003)は、ソフトニュースを通じて普段ニュース番組を見ない層が政治的な情報に接触することができる点など、ソフトニュースが果たす役割をある程度肯定的に評価している(p.185)。また日本のテレビニュースをソフトニュースとハードニュースに分類して受け手への効果を検証した稲増・池田(2009)は、ソフトニュースの視聴によって政治知識の少ない受け手の政治関心が高まるという結果から、ソフトニュースがもたらすポジティブな帰結を論じている。一方 Prior(2003)は、ソフトニュースに政治的知識を高める効果があるという点には懐疑的な立場を示している(pp.158-164)。こうした議論を報道の多様性という観点から見れば、ソフトニュースという形式面での多様化が、ある情報に触れる受け手の多様性を増大させるのかを検討することが重要であるとともに、そうした情報接触のあり方が政治知識や政治関心を高めるというポジティブな帰結をもたらすのかという点を考えなければならぬということが理解できる。

以上見てきた Lippmann と Dewey の論争、およびハードニュースとソフトニュースに関する議論は、多様な情報への接触が重要であるとの認識に立ったうえで、断片化する情報環境においてそうした多様な情報に接触する機会をいかに確保するかという論点に関してさまざまな立場が存在するというを示すものである。これに対し、別の角度からも報道の多様性に関する両義的な議論について触れておきたい。前節では、政治哲学や科学コミュニケーションに関する議論を参照しながら、そもそも多様性が実現すべき唯一の価値基準ではないとする見方について取り上げた。このような見方と関連して、画一的な情報接触がどのような意味を持ちうるかを論じてきた議論について取り上げていく。

たとえば Jamieson と Cappella は、画一的な情報環境（エコー・チェンバー）によってもたらされる両義的な効果を論じている。アメリカの保守的メディアによるエコー・チェンバーについて分析した Jamieson と Cappella は、「エコー・チェンバーには政治参加を促し受け手のイデオロギー的な一貫性を高めるという正の側面がある一方、バルカン化と分極化、嘲笑と人格攻撃によって個人や国家の熟議を損ないかねない負の側面がある」と述べた (Jamieson & Cappella 2008, p.247)。Mutz(2006)は社会的なネットワークの中で多様な意見に触れる人ほど寛容さが高まる一方で政治参加に消極的になることを論じたが、メディ

ア環境においても多様な情報への接触と政治参加の間にトレードオフの関係が考えられるのである。こうしたトレードオフについて、Strömbäck(2005)が整理した民主主義とジャーナリズムの関係に基づいて考えるならば、人々が多様な意見の中で熟慮することを重んじる熟議民主主義と、人々の積極的な政治参加を重んじる参加民主主義との間で、報道の多様性について相反する評価が下されることになる。多様な報道によって人々が異なる意見を比較し熟慮するようになれば、それは熟議民主主義にとっては望ましい事態である。しかしそうした異なる意見の間で人々が葛藤を抱き、結果として政治参加から遠のいてしまうのであれば、それは参加民主主義の観点からすると望ましくない事態である。

多様性に欠ける情報環境が持つ両義的な意味合いについて考えるうえでは、政治思想における公共圏と親密圏の議論を参照することも有効であるだろう。斎藤(2000)は「自己主張をおこない、異論を提起するためには、自らがあるところでは肯定されているという感情がおそらく不可欠である」(p.15)として同質的な親密圏の持つ意義を示したが、同時に「親密圏の対話は、外から眺めれば、内閉した等質なコミュニケーションとしてしか映らないかもしれない」(p.92)とも述べている。この考え方を参照するならば、画一的な情報環境の中で自らの持つ意見に確信を深めていくことで人は積極的に自己主張ができるようになる一方、そこでは異なる意見との接触とそれを通じた自己の立場への批判的検討という契機が失われかねないという問題も生じる。またジャーナリズムと親密圏の関わりという点では、多様性を重んじるリベラルなジャーナリズムへの批判的モデルとして提起されたケアのジャーナリズムという考え方についても、「ジャーナリズムでは、親密圏の話題となると過剰取材やプライバシーの侵害などが話題になる一方で、『親密圏の政治性』から出発する記事や番組にも確実に期待が寄せられている」(林 2011, p.52)と両義的な意味合いが述べられている。ここで林は、「現代を生きる多様な個人に一人ぼっちで生きていないのだという安心の感覚を保障する領域」(p.51)という親密圏のポジティブなポテンシャルをジャーナリズムが発揮することに期待を寄せているが、そこには「過剰取材やプライバシーの侵害」(p.52)といった問題も存在する。つまり多様性や中立性とは異なる価値基準に立脚するジャーナリズムのあり方は、受け手に自己への肯定感を促しうるというポジティブな効果をもたらす一方で、「親密圏が同化と抑圧の空間に転化する危険性」(斎藤 2000, p.99)もともなうのである。

以上、本章では報道の多様性をめぐるポジティブな議論とネガティブな議論を整理し、多様性が両義的な意味合いを持つ概念であることを見てきた。もちろん、報道の多様性に関す

るポジティブな見方とネガティブな見方のどちらが正しいかを一義的に決定することは、困難であるばかりでなく望ましい議論のあり方でもないだろう。必要なのは、この両義性に対してどのように折り合いをつけ、どのような情報環境をデザインするべきかという議論である。この点について、林(2001)は次のように述べている。

極端に集中化、寡占化するマスメディア産業構造をいかに分散させながら、他方では拡散する「情報体系」あるいは「情報ネットワーク」をいかに収斂させていくか—この二つの一見矛盾する方向に対して、我々は今後いかに制度的構築を図っていくか。これはメディアの問題だけではなく、現代民主主義社会のあり方をいかに構想していくかに関わる重要な課題の一つであろう。(p.120)

しかしジャーナリズム論においては、伝統的に多様性に関するポジティブな見方が強調されてきたことが指摘されている。つまり報道の多様性が民主主義にとって重要であるという西洋的でリベラルなジャーナリズム観が強固に存在しており、社会の断片化など多様性と相対する問題意識はあまり注目されてこなかったということであるだろう。Hallin と Mancini は、各国のメディアシステムを自由主義モデル、民主的コーポラティストモデル、分極型多元モデルの3種に分類したうえで、「一般的には、自由主義モデルが規範的な理想型として世界中に広められている」(Hallin and Mancini 2004, p.247)という点を批判的に指摘している。Curran(1991=1995)は、メディアと民主主義の関係に関するリベラルな論議が「現代とほとんど関連を持たない古い格言の様なものになってしまっているが、しかしそのような論議はあたかも何も状況は変化していないかのように、無批判的に繰り返され続けている」(pp.128-129)と指摘した。また大井(1999)は、20世紀にリベラリズムが直面した袋小路を「プレス規範理論は今なお乗り越えることができていない状況にある」(p.35)と述べた。さらに日本においては、ジャーナリズム論が十分な理論的發展をしてこないまま、規範的なジャーナリズム批判と分離してきたという事情(大石 2005)も指摘されている。結果として、「健全な多様性が不健全な不調和に転じる瞬間は存在しないのだろうか」(Karppinen 2006, p.60)という問いかけが、特に日本のジャーナリズム論においてはあまりなされてこなかったのである。

もちろん、こうした議論は慎重になされるべきである。なぜならば、報道の多様性という概念が持つ意味を問いなおすような議論は、多様性やそれと関連する民主主義的価値観の

否定論へと容易に結び付いてしまうためである。報道の多様性に関するネガティブな側面を強調するあまり、情報の画一化や権力者による情報統制を正当化してしまうことは避けなければならないだろう。しかしそれでも、たとえばより健全な民主主義社会の実現というように、報道が多様化することで果たそうとした目標が、まさにその多様化という変化自体によって達成不能に陥ることのないよう、より精緻な議論が必要となるはずである。結局のところ「統合と多様性は、どちらも“行き過ぎ”ると社会にとっての逆機能となる」(Rössler 2007, p.472)のであり、そうした逆機能を発現させないような情報環境の構想こそが必要となるのである。

そうした議論を進めていくにあたり、実際に報道がどれほど多様であるかを示すことのできる分析手法の存在は必要不可欠である。本論文の意義は、理論的な枠組みを提示し分析手法を提案することで、報道の多様性について有効な議論を可能にするという点にある。多様性を精緻に分析し、それが受け手や社会にどのような影響を及ぼしているかを検証していくことを通じて、実現すべき情報環境の構想が練り上げられていく。しかしこれまで、報道の多様性を分析する手法については十分な議論がなされてきたとは言いがたい。それはすでに述べたように、多様性に関する規範的な議論が先行し、多様性の両義的な意味合いについての考察が不足してきたがゆえに、「報道は多様でさえあればいいのか」という問いが顧みられてこなかったためであるだろう。そこで本論文では、まず報道の多様性に関する議論を、ネガティブな評価を下すものも含めて整理してきたのである。

そしてここからは、報道の多様性を分析するための手法の検討に移る。まず第2章では、分析手法の検討に先がけて、報道の多様性という概念自体を検討していく。それによって、多様性の分析手法が何を測定できなければならないのかが明らかになり、必要な手法の枠組みを設定できるようになるだろう。そのために、報道の多様性という概念がいったい何の多様性を指しているのか、または「報道が多様である」という状態にどのようなバリエーションがあるのかを整理していきたい。そこで得られた理論的枠組みに基づき、第3章では多様性を測定するための指標について検討する。

¹BPO 放送倫理・番組向上機構ホームページ http://www.bpo.gr.jp/wordpress/wp-content/themes/codex/pdf/youth/research/search04/00_6.pdf (2020年3月26日最終閲覧)

² 日本新聞協会ホームページ <https://www.pressnet.or.jp/outline/ethics/> (2020年3月26日最終閲覧)

2. 「報道の多様性」という概念の多様さ¹

第1章では、報道の多様性に関する議論が、民主主義に対するジャーナリズムの貢献というポジティブな議論と、社会の断片化、またはジャーナリズムにとって重要な他の価値基準との衝突というネガティブな議論の2つの側面をもっていることを述べた。多様性は、知る権利や表現の自由と結びついて民主主義を実現するというジャーナリズムの重要な役割に関わる一方、人々が自らの関心に沿う情報にばかり接触することを可能にして社会の断片化を招きもする。あるいは、多様な報道が社会的弱者の支援や科学的知識の伝達といった目的と衝突する場合がある。報道は多様であるべきという規範的な議論が先行する中、こうした多様性の両義的な意味合いはこれまであまり論じられてはこなかったが、社会の情報化にともなうメディアと情報量の増加によってますます重要なテーマとなっている。こうした状況変化の中、どのような情報環境を構想していくべきかを議論するにあたっては、報道の多様性を分析するための妥当な手法が必要となるのである。

では、報道の多様性を分析するための妥当な手法とはどのようなものなのだろうか。言い換えれば、報道の多様性を分析する際には何を明らかにできなければならないのだろうか。それを理解するためには、そもそも分析しようとしている概念がどのようなものであるかを知る必要があるだろう。そこで本章では、報道の多様性という概念自体の理論的なバリエーションを整理していく。こうした議論は、国外では一定の蓄積がある一方で、日本国内ではそれほど注目を集めてはこなかった。これから扱う概念を論じた先行研究としては浅井(2013)が挙げられるが、その関心はジャーナリズムではなくコンテンツ産業であるため、これらの概念のジャーナリズム論的な含意については論じられていない。したがって、ジャーナリズム論の観点から改めて概念的検討をすることに一定の意義が認められるだろう。

はじめに、報道の多様性という概念の指示する対象、すなわち報道の多様性とは何の多様性を意味するのかという点を検討する。続いて、そもそも「報道が多様である」とはどのような状態を指すのかという点を検討する。本章を通じて、「報道の多様性」という概念そのものが極めて多様な要素を含む複雑な概念であることが示される。この複雑さこそが、「報道は多様であるべきだ」という単純な規範論を批判的に問いなおし、どのような情報環境を構築すべきかというより高度な議論が必要であることを浮き彫りにするだろう。

2.1. 報道の多様性とは何の多様性なのか

まずは、そもそも「報道の多様性」という概念はいったい何の多様性を指しているのかを、メディア研究などの知見を参照しながら検討していきたい。一般的に「報道の多様性」という言葉が使われるとき、それは報道内容の多様性を指すことが多いと考えてよいだろう。すなわち、どれだけ多様な出来事が報じられるか、またはある出来事についてどれだけ多様な切り口や意見を提示しているか、という意味である。報道の多様性を、民主主義的な観点から知る権利や表現の自由との関連でポジティブに論じるにせよ、選択的接触や社会の断片化という文脈でネガティブに論じるにせよ、上記のようなコンテンツ面での多様性が主眼となる。なぜなら、それらの議論はどれだけ多様な情報が世の中に流通しているか、そして人々がどれだけ多様な情報に接触しているかに注目するからである。次章で述べるように、報道の多様性を実際に分析しようとする研究も、ニュースのコンテンツに着目し、どれだけ多様な情報が発信されたかという観点から分析がなされることが多い。

しかし、報道の多様性という概念は必ずしもコンテンツという切り口だけに限られるものではない。以下に挙げる指摘のように、ジャーナリズム研究やメディア研究において多様性を論じるにあたっては、コンテンツの送り手やメディアの媒体的性質、受け手の情報接触などさまざまな側面を考慮しなければならない。

一九三〇年代四〇年代は一般的に言論の多様性が失われた時代と理解されており、それはそれ自体間違いではなからうが、そこにおいて言論、メディア、制度がどのような関係にあり、それらのどのような相互関係から言論の多様性が喪失したかが問題である。(有山 2000, pp.51-52)

メディアにおける多様性の保持が民主的な状態への関心からなされる限り、多様性に関する問いは 2 つのレベルで答えられなければならない。メディアが発信するコンテンツが多様であるかどうか、そしてメディアを取り囲む枠組みが多様な情報発信を可能にしているかどうかを明らかにする必要がある。(Sjøvaag 2016, p.172)

こうした関心から、メディアや報道の多様性をいくつかの次元に分類して考えるような考え方が示されてきた。以下、多様性概念そのものを分類する先行研究をいくつか取り上げ、それらを踏まえて本論文での枠組みを提示したい。

まず Hoffmann-Riem(1987, p.61)は、放送における多様性について 4 つの分類を提示している (表 2-1)。第 1 の分類は、フォーマットと論点の多様性である。これが意味するのは、エンターテインメントや情報、教育などさまざまな分野とトピックの番組が放送されなければならないということである。第 2 に、コンテンツの多様性または複数性である。情報を扱う番組では、社会に関する異なった意見を包括的に、かつ事実に基づいて伝えることが求められる。第 3 に、人物のグループの多様性である。放送される番組は、「一部の人々にとっては自らの意見を表明する必要がなかったとしても」(p.61)、コミュニティにおけるすべての成員が抱える関心を提示しなければならない。そして第 4 に、地理的な多様性である。放送は、地域的、国家的、超国家的なコンテンツを含むべきであるとされる。この分類はあくまでもコンテンツに主眼を置いたものではあるが、受け手や地理といった側面に言及している点に注目すべきである。同様の枠組みが、放送以外における報道の多様性についても成立するだろう。

続いて McQuail(1992)は、メディアの多様性について分析する際にとりうるアプローチの選択肢を、送り手から受け手へいたるマス・コミュニケーションのプロセスに沿って 5 つのステージで整理している (表 2-2)。ここではメディアの形態やメディア組織の性質までが考慮されており、「多様性に関する問いはこれらのステージについてなされるし、またなされてきた。そしてリサーチデザインはこれらの要素の組み合わせに基づく」(p.155)と述べられている。以下では、McQuail が示した図式について詳しく見ていきたい。それは McQuail の図式が、本論文でのちに提案するものも含めて、メディアや報道の多様性を考える後続の研究にとって有用な視点を提示してきたためである。

最初のステージはソースの多様性である。ここで言う「ソース」はさらに社会、発言者(advocate)、ニュースソースという 3 つに分けられる。ソースとしての社会とは、情報を生み出す社会そのものの構造や環境を指す。たとえば日本のメディアにおいて社会の多様性が実現されるとすれば、大都市ばかりからニュースを発信するのではなく、地方都市や島嶼部といった多様な社会構造に関する情報が発信されることである。続いて発言者とは、社会において発信されるべき意見を持つ人々を指す。メディア上で表現される意見が、エリートなど一部の人々のものに偏るのではなく、社会に生きる多様な人々の抱くものである場合に発言者の多様性が高まる。そしてニュースソースとは、ジャーナリストの知人やスポークスマン、通信社などを指す。ジャーナリストが情報を得るための情報源を少数の人々にのみ依存するのではなく、多様なルートを通じて取材がなされていることを意味する。

表 2-1 Hoffmann-Riem(1987)における多様性の分類

1. フォーマットと論点の多様性。

娯楽番組や情報番組など、さまざまな分野やトピックの番組が放送されること。

2. コンテンツの多様性または複数性。

社会に関するさまざまな意見が、包括的かつ事実に基づいて伝えられること。

3. 人物とグループの多様性。

コミュニティにおけるすべての成員の関心を提示すること。

4. 地理的な多様性。

放送が地域的、国家的、超国家的なコンテンツを含むこと。

表 2-2 McQuail(1992)における多様性の分類

1. 情報ソースの多様性

- ・ 情報を生み出す社会構造の多様性
- ・ 発言者の多様性
- ・ ニュースソースの多様性

2. チャンネルの多様性

- ・ メディアの種類（新聞、テレビ、ラジオなど）の多様性
- ・ オーナーシップの多様性
- ・ 時間帯（朝、昼、晩）の多様性
- ・ 機能または内容（ニュース、エンターテインメントなど）の多様性
- ・ コンテンツの種類に関するフォーマットとジャンルの多様性
- ・ 地理を考慮した受け手のタイプの多様性
- ・ 経営基盤の多様性

3. 発信されるコンテンツの多様性

4. 受信されるコンテンツの多様性

5. 受け手の多様性

第2のステージはチャンネルの多様性である。この「チャンネル」という言葉は「あらゆる独立したマスメディアの情報流通組織（新聞、ラジオ局、ケーブル局など）」(p.156)を指す。今日の情報環境ではインターネット上のニュースサイトなども考慮に入れるべきだろ

う。そしてこのチャンネルの多様性もさらにいくつかの下位項目に分類されており、新聞やラジオといった情報媒体の種類が多様性や、そのチャンネルが担うジャンルや内容の多様性、どのような資本で運営されているかという経営形態の多様性などが含まれる。これらチャンネルの多様性を測るには「チャンネルの数とチャンネル同士の差異」に注目し、「より多くのチャンネルがあり、それらの差異がより大きいほど多様性が高い」(p.156)という考え方を採用することになる。

第 3 のステージは発信されるコンテンツの多様性である。先に述べたように、メディアや報道の多様性を論じるにあたっては、まずこの発信されたコンテンツの多様性が取り上げられることが多い。この多様性を測定する際は通常「異なるタイプのコンテンツがより多く存在するほど、そしてそれらの配分が均等であるほど高い」(p.157)と考えるが、場合によっては「社会に存在する差異の観点から多様性を評価するために『メディア外』のデータによって測られる」(p.157)こともある。この違いについては本章の後半で論じることとする。

第 4 のステージは受信されるコンテンツの多様性である。これは前述した発信されるコンテンツの多様性に、そのコンテンツが届いた受け手のサイズを加味したものである。仮にさまざまな話題が均等に発信されていたとしても（つまり発信されるコンテンツの多様性が高かったとしても）、受け手の情報接触はその中の一部の情報に偏っていることがありえる。McQuail は「受け手がよりポピュラーなコンテンツを望むために、通常、受信されるコンテンツの幅は発信されるコンテンツの幅よりも狭くなる」(p.157)と述べる。これは先に論じた情報の選択的接触といった理論と関連する視点である。

そして第 5 のステージは受け手の多様性である。これはメディアコンテンツを受け取る受け手がどれだけ多様な集団であるかを指す。その際に参照される属性には、年齢や性別といったデモグラフィックなものだけでなく、趣味嗜好や政治信条といった要素も含まれる。こうした受け手の多様性を測定する際にも、多様な受け手が均等に存在しているかという観点で分析する場合だけでなく、実際の人口分布に近い割合で受け手が存在しているかという観点で分析する場合がある(p.158)。

以上の McQuail による図式は、メディアや報道の多様性を論じるにあたって有効な視点を提示している。以下に挙げる後続の研究事例や本論文で示すことになる枠組みは、メディアの構造的な側面から受け手の情報接触までを視野に入れている点で、McQuail と同様の視点に立っていると言えるのである。

次に取り上げるのは Napoli(1999)の分類である。Napoli は先行する研究において「思想

の自由市場という理想は、単にコンテンツの多様性があるだけでは十分ではない。消費の多様性がなければならない」(Napoli 1997, p.63)と述べていたが、のちにメディアに関する政策において「思想の自由市場というメタファーを用いると、基本的な多様性の構成要素は(a)ソースの多様性、(b)コンテンツの多様性、(c)情報接触(exposure)の多様性の3つである」(Napoli 1999, p.8)という表2-3の分類を示した。このNapoliの議論は主に放送メディアに対する規制のあり方を主眼に置いているが、それ以外のメディアに対しても応用が可能であるだろう。

まずソースの多様性はオーナーシップの多様性と従業員(workforce)の多様性に分類され、このうちオーナーシップの多様性はさらにコンテンツのオーナーシップとメディア組織のオーナーシップに分けられる。ソースの多様性を確保するには、コンテンツの制作に際して、そしてそのコンテンツの発信や流通に際して、多様なオーナーシップが関与することが望ましい。また、メディア組織のスタッフに対して、性別や人種、生まれた国などによる登用の制限がなされないことが望ましい。

コンテンツの多様性はさらに3つの要素に分類される。第1の番組タイプやフォーマットの多様性は、視聴者が選ぶことのできるコンテンツの選択肢の数を意味する。これは後述する水平多様性と同じ考え方である。第2の人口統計的な多様性(demographic diversity)は、番組の中でさまざまな属性を持つ人々が表象されることである。第3のアイデアや観点の多様性は、文字どおり番組の中で特定の事柄についてどれだけ多様なアイデアや観点が見られるかを指す。Napoliはこのアイデアや観点の多様性こそが「思想の自由市場というメタファー、およびそのメタファーと民主的な自治との関係にとってもっとも中心的であるだろう」(p.22)と述べる。

情報接触の多様性は、「何かと無視される多様性の次元」であるが、「思想の自由市場のメタファーと関わりがあるためにコミュニケーション政策にとってはソースやコンテンツの多様性と同じように中心となるものである」(p.24)。多様な意見が交流する中から優れた意見が見出される思想の自由市場という考え方においては、単にメディアが発信する情報が多様なだけでなく、受け手がそれらの情報に広く接触して比較検討することができなければならない。この情報接触の多様性は水平多様性と垂直多様性に区別されるが、これらの概念については後述することとする。

これら3つの分類(ソースの多様性、コンテンツの多様性、情報接触の多様性)について、Napoliは「情報ソースの多様性は(常にではないが)利用可能なコンテンツの多様性

表 2-3 Napoli(1999)による多様性の分類

| (a)ソースの多様性 | (b)コンテンツの多様性 | (c)情報接触の多様性 |
|----------------------|-----------------|-------------|
| 1. オーナーシップの多様性 | 1. 番組タイプやフォーマット | 1. 水平多様性 |
| a. コンテンツの オーナーシップ | 2. 人口統計的な多様性 | 2. 垂直多様性 |
| b. 企業のオーナーシップ | 3. アイディアや観点の多様性 | |
| 2. 従業員の多様性 | | |

をもたらす原因としてよく考えられる。さらに、特に思想の自由市場というメタファーにおいては、利用可能なコンテンツの多様化が受け手の接触するコンテンツの多様化をもたらすと想定されることが多い」(p.11)という関係を述べている。送り手である情報ソースのレベルで多様性があることによってコンテンツの多様性が生じ、コンテンツが多様であることによって多様な情報接触が実現しうる。このように Napoli の図式は、ある要素の多様性が別の要素の多様性に影響を及ぼすと考える点に特色がある。

最後に、Sjøvaag(2016)の分類を取り上げたい。Sjøvaag はメディアの多様性を構造・組織・生産・アウトプット・受容という 5つのレベルに分けて考えた(pp.173-177)。構造の多様性とは、ジャーナリズム活動に影響を及ぼす政治的な圧力や、メディア組織の専門性、規制などを指す。また、メディア企業が直面する競争の激しさや経営状況、広告主の影響力といった経済的条件と、それによる報道の自由度も構造の多様性に含まれる。組織の多様性は構造の多様性との区別が難しいが、オーナーによる人事への干渉や組織内リソースの管理、運営にかかるコストの構造、編集と経営の分離に関する方針、コーポレート・アイデンティティ(企業の統一性)、編集室の文化、情報発信に用いられる技術などが該当する。生産の多様性は、メディアやジャーナリズムの業務に関する多様性であり、ジャーナリスト同士の仕事の進め方における類似性を問題とする。アウトプットの多様性は、「ニュースとジャーナリズムの研究においてもっともよく用いられる作業化」(p.176)であり、主に内容分析によって測定されるコンテンツの多様性を指す。そして受容の多様性は、受け手が多様な情報に接触するののかという点に着目し、受け手にとって利用可能なコンテンツの多様性と、その中で受け手が実際に接触した情報の多様性という 2つの側面から測定される。Sjøvaag の分類を先に取り上げた 3人のものと比べると、経営者との関係やニュースの生産過程など、コンテンツよりもメディア組織やジャーナリストが置かれる構造的要因の方を強く意識し

た分類であると評価できるだろう。どちらかと言えば日本語の文脈においては「多元性」という言葉で論じられてきた領域である。

以上のように、メディアやジャーナリズムの研究においてはコンテンツ以外にもさまざまな側面で多様性が論じられてきた。コンテンツの多様性について論じた Hoffmann-Riem であっても、受け手が抱く関心や地理的な規模といった要素との関連に着眼した。そして McQuail と Napoli の分類は、受け手が多様な情報に接触できる情報環境とはどのようなものかという視点を持ち、そうした情報環境を実現するのに必要なメディア産業の構造的多様性までを射程に捉えるものである。特に Napoli は思想の自由市場というメタファーを強調し、受け手の情報接触における多様性を重視している。他方 Sjøvaag は、多くの人々によって合意が存在するようなテーマについてはコンテンツが必ずしも多様でなければならぬわけではないという認識のもと、むしろ情報生産のプロセスにおいてメディアやジャーナリストが置かれる文脈の多様性に強く着目している。情報生産のプロセスにおいて多様性が確保されているのであれば、結果的に生み出される情報に多様性がなかったとしても、それは社会的な合意が存在することを意味するのである。

以上の先行研究に基づき、本論文では報道の多様性を分析する際の枠組みを図 2-1 のように整理したい。基本的には McQuail の図式と同様に、送り手から受け手に至るマス・コミュニケーションのプロセスに沿って多様性の構成要素を整理するという意図を持っている。

まず送り手側の構造的な多様性である。これはさらにオーナーシップ、スタッフ、地理的な規模という3つの次元に分けられる。オーナーシップの多様性は、1つにはメディア組織による競争の状態を扱う。メディアの寡占あるいは過当競争は、いずれもコンテンツの多様性に影響を及ぼす要因と考えられる。またオーナーシップの多様性は、市場メディア・公営（国営）メディア・市民メディアといった資本形態の多様性も含む。たとえば人事権を政府に握られた国営メディアでは取り上げられにくい政治家の情報を市場メディアが報じ、逆に市場メディアでは取り上げられにくいスポンサー企業の不祥事を公営メディアが報じるといったように、異なる資本形態での相互補完といった関係を論じることができる。続いてスタッフの多様性とは、文字どおりメディア運営に関わるスタッフのデモグラフィックな多様性である。そして地理的な規模の多様性とは、ある情報環境において世界全体の情報を扱うメディアから最小のローカルな単位を扱うメディアまでが存在することを意味する。たとえば日本の新聞では全国紙・ブロック紙・県域紙が階層構造をなしており、さらに小さ

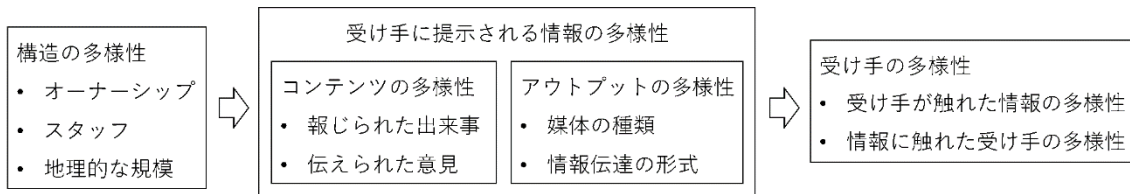


図 2-1 報道の多様性を構成する要素

なエリアを対象とするローカル紙も存在する。これらの構造的な多様性は複合的な要素として考えることができる。たとえばオーナーシップと地理的な規模という 2 つの要素を組み合わせて考えると、最大の多様性を備える情報環境では世界全体を対象とするメディアから最小のローカルな単位を対象とするメディアまでの全レベルにおいて、民間メディア・公営メディア・市民メディアなど多様な資本構造のメディアが存在することになる。またオーナーシップとスタッフの多様性について考えるならば、こちらもあらゆる経営形態のメディアに多様なスタッフが在籍している状態が最大の多様性となる。しかし現実には、利益を求める民間メディアが社会的なステータスの高い人材を重用するのに対し、市民メディアはより多様なスタッフによって運営される、といった偏りが生まれることが考えられる。

続いて発信されるコンテンツの多様性である。繰り返し述べているが、一般的に報道の多様性が論じられる際には、こうしたコンテンツの多様性のことを指していると言えるだろう。これは 2 つの側面を持っており、1 つはどれだけ多様な出来事が報じられたかということ、もう 1 つはある出来事についてどれだけ多様な意見や見方が伝えられたかということである。新聞やテレビなど報道スペース（紙面や時間）に限りがあるメディアの場合、両者はトレードオフの関係になることが想定される。限られたスペースで多くの出来事を取り上げれば、個々の出来事に関して伝えることのできる意見や見方は少なくなる。逆に取り上げる出来事を絞り込むことで、それぞれについて多様な意見や見方を伝えることができる。他方、ネットメディアのように実質的にスペースが無制限である場合には、両者をともに多様化していくことが可能になる。もちろんその場合には情報量が際限なく増大していくことになり、受け手がそれらすべてに接触することは困難になる。

次はアウトプットの多様性である。ただし情報の内容までを範疇とする Sjøvaag の分類とは違い、本論文の分類では受け手に提示される情報の外形的な側面に注目する。この多様性もいくつかの要素に分けて考えることができ、1 つは情報を伝えるメディアの種類の多様性である。デジタル・ディバイドの問題がそうであるように、特定のメディアに接触するこ

とが困難な受け手が存在することを考えると、情報環境内に多様なメディアが存在することで特定の情報にアクセスすることのできる受け手が増えることが予想される。また同じ形態のメディアであっても、それが複数存在することで扱われる情報の多様性が高まることも考えられる。そしてアウトプットの多様性に関するもう 1 つの要素は、情報を伝える際の形式的な多様性である。この要素はたとえばソフトニュースの議論などに関わる。ある出来事を伝える際、受け手に対して多くの知識と高い情報処理能力を要求するようなハードな形式をとるのか、わかりやすく伝えるソフトな形式（多くの場合それは内容の単純化をとるものなのであるが）をとるのかという選択肢がある。もしある出来事が多様な形式で伝えられていれば、その出来事に関する情報はより多くの受け手に届きうるだろう。逆に演出面でのハードニュースとソフトニュースの間で扱われる情報内容そのものが異なるのであれば、ハードニュースを好む層とソフトニュースを好む層で異なる情報に接触することになる。

続いて受け手に提示される情報内容の多様性である。これは先の 2 つ、発信される情報内容の多様性とアウトプットの多様性の連関によって規定される。特定のテーマに関する情報が多様な形態でアウトプットされていれば、多くの受け手が共通のテーマに関する情報に触れることが可能になる。または多様なテーマに関する情報が多様な形態でアウトプットされていれば、受け手にとっては多様な選択肢が提示されていることになるが、それらすべての情報に接触することは困難になる。そしてアウトプットの形態ごとに扱うテーマが限られている場合には、受け手の選択肢が狭まり、より多くの情報に接触することのできる受け手（つまり多くのメディアを扱う技能に長けていたり、ニュースに触れるための時間的な余裕があったり、難解な形式のニュースや異なる言語のニュースでも理解することのできる知識を持っていたりする受け手）とそうでない受け手の間で情報の格差が生じる。

そして最後が受け手の多様性である。これは 2 つの意味を持っており、1 つは個々の受け手が接触した情報の多様性、もう 1 つがある情報に触れた受け手のデモグラフィックな多様性である。思想の自由市場の考え方によれば、個々の受け手はできるだけ多様な情報に触れて自らの意見を洗練させることが望ましい。また社会全体で共有されるべき公衆議題の設定という観点からは、ある情報ができるだけ多様な受け手によって共有されていることが望ましい。この 2 つの条件が両立することが民主的な社会にとっての理想であるが、それが可能であるかは受け手に提示される情報環境の様態とそれを規定するメディア組織やジャーナリストの置かれた構造、そして受け手側の主体性や情報処理能力といった複雑な

要因によって決まるのである。

以上、報道の多様性を分析するための枠組みを示すにあたり、まず報道の多様性とは一体何の多様性なのかということ論じてきた。一般に報道の多様性を論じる際はニュースコンテンツの多様性を扱うことが多いが、この概念はそれ以外にも多様な要素を含むものである。報道の多様性という概念をいくつかの要素に分けて考える視点はこれまでもさまざまな形で示されてきており、本論文ではそれらの先行研究に基づいて新たな図式を提案した。Napoli の図式で想定されていたように、各要素はある要素が別の要素に影響を及ぼすと考えられる。そして報道の多様性を分析する際は、以上の各要素を単体で論じるだけでなく、いくつかの要素を組み合わせて論じることもできる。たとえば新聞やテレビといった多様なメディアがそれぞれ異なるトピックを扱うことで総合的な情報の多様性が確保されているのか、スタッフの多様性が発信されるコンテンツの多様性をもたらすのか、情報発信の形式的な多様性がその情報を受容する受け手のデモグラフィックな多様性に寄与するのか、といった分析をすることができる。もし報道機関として放送局しか存在しなければ、電波を管理する当局の不祥事はニュースになりにくいかもしれない。もしジャーナリストのデモグラフィックな分布が高学歴な男性に偏っていれば、それ以外の人々が持つ視点はメディア上に表現されにくくなるかもしれない。もしある情報が非常にハードな形式でのみ報じられていれば、ハードニュースに関心を払わない人々はその情報を知ることは困難になるかもしれない。このように報道の多様性を分析するにあたっては、情報環境を多面的に捉えることが必要なのである。

本節では報道の多様性という概念が指示する対象について整理してきたが、報道の多様性を分析するための枠組みを提示するためには、ここまでの整理では不十分である。さらにもう1点、そもそも「多様な報道がなされている」とはどのような状態を指しているのかということ考察しなければならない。報道の多様性は、一般的な意味で用いられる「多様」という言葉だけでは回収しきれない含意が論じられてきた。そうした議論の中では、通常であれば多様性が欠如しているとみなされるような状態も、別の見方では多様性を実現していると考えられてきた。ここからは、そうした多様性概念そのもののバリエーションについて整理していきたい。

2.2. どのような報道が「多様」なのか：内的多様性と外的多様性

前節では、報道の多様性を論じる際、メディア組織やジャーナリストがどのような構造に

組み込まれており、そこから情報環境全体でどのような情報が発信されているか、そしてこれらの情報が受け手にどのように受容されているかに着目することが必要であることを述べた。次に本節では、そもそもどのような情報発信のあり方が実現されているときに「多様な報道がなされている」と言えるのか、その考え方のバリエーションを検討していきたい。詳しくは第3章で述べるが、一般的に多様性とは「カテゴリの数」と「カテゴリ間の分布の偏り」という2つの要素から成り立つ概念である。生物多様性で言えば、多くの生物種が偏りなく分布している場合に多様性が高い環境と評価できる。そして報道の多様性で言えば、多くの出来事や意見が偏りなく報じられている場合に、報道は多様であると考えられてきた。逆に、取り上げられる話題が少ない場合や、特定の意見ばかりが集中的に取り上げられている場合は、多様な報道がなされているとは見なされない。しかし報道の多様性という概念については、この考え方をベースとしながらも、さらにいくつかのバリエーションを考えることができる。本節では、メディアコンテンツの多様性に関する先行研究を参照しながら、このバリエーションについて整理していく。そうすることで、多様性の分析手法がどのような測定方法をとる必要があるかが理解できるようになるだろう。

報道の多様性が論じられるとき、その議論がどのような範囲における多様性を指しているのかは場合によって異なる。たとえば「A新聞はB新聞よりも多様な報道をしている」という議論の場合には、個々の新聞において取り上げられた情報の多様性が問題となっている。一方、「マスコミの横並び報道が問題である」という議論の場合には個々のメディアの多様性はあまり問題となっておらず、複数のメディアが似通っていて総体として多様な報道がなされていないことが問題となっている。このように、一口に「多様な報道」と言っても想定されている状況は異なるのである。それでは、こうした概念上の違いをどのように整理しうるのだろうか。

これについて、McQuail(1992)は「内的多様性(internal diversity)」と「外的多様性(external diversity)」という分類を示した(pp.145-147)。「内的多様性」とは、「一般に巨大で同質的な受け手に対し、幅広い内容や視点が同一のチャンネルで提示されるような(システム、セクター、または個別のチャンネルの)状態」(p.146)である(図2-2)。より簡潔に言えば、個別のメディア単体におけるコンテンツの多様性と言えるだろう。この考え方は、少数の新聞やテレビ局が、中立かつ客観的な姿勢をとっているという状態に関係が深い(pp.146-147)。日本においても、大手の新聞やテレビは中立報道を基本姿勢として単体で多様な情報を扱うメディアであり、高い内的多様性を備えていると言ってよいだろう。

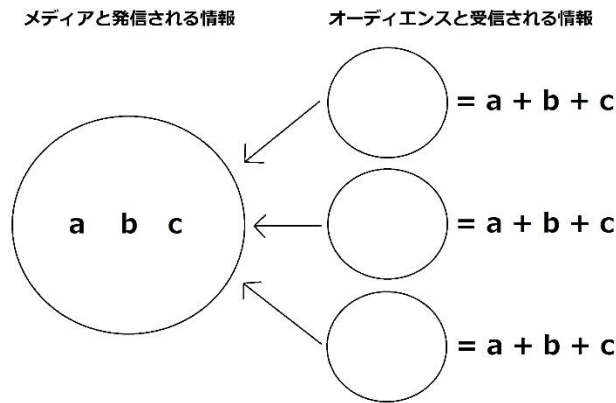


図 2-2 内的多様性のイメージ

一方「外的多様性」とは、「社会において関連のある差異（政治的、社会-文化的など）の全範囲が、もっぱらそのグループや関心のために提供されるような個別かつ自律的なメディアチャンネルと組み合わせられている状態」（p.145）を指す。つまり、個別のテーマや主張について専門的なメディアが存在し、時には客観性や中立性に固執することなく自らの立場を鮮明にした情報提供をおこなうという状態である。この場合、個々のメディアは多様な報道をしているわけではないが、情報環境全体によって多様性が担保されることとなる。たとえば経済ニュースに特化した経済紙やスポーツニュースに特化したCS放送チャンネルなどは単体では多様な情報を扱っているわけではない（つまり内的多様性は低い）が、それらのメディアが相互補完的に集まることで総体的に多様な情報を伝えることができる。このとき、受け手がさまざまなメディアに横断的に接していれば、多様な情報に接触することができる（図 2-3）。

テーマごとに個別のメディアが存在し、そこでは専門的かつ奥の深い情報が提供され、受け手はそれらのメディアを横断することで多様な情報に接触できる、というのが外的多様性の理想像である。たとえば東日本大震災の際には、テレビ各局が単独でさまざまな情報を扱うのではなく、被災者の情報や原発の情報、政府による対応の情報などを、局ごとに分担して取り扱うほうが望ましいのではないかという意見が聞かれた。第1章でも触れたBPOのテレビ番組制作者調査では、「NHK、民放が共同し、それぞれ役割を分担して各局同じ様な内容にならないようにできないか」「各局重複した情報が多いため緊急時に効率の悪さも目立ってしまった。このような緊急時には、国のトップダウン命令などで、各局の役割をすみ分けしてもよいのではないかと思った」といった回答が寄せられている（回答 No.2、No.377）。しかしこうした報道のあり方に対しては、いくつかの批判が想定しうる。たとえ

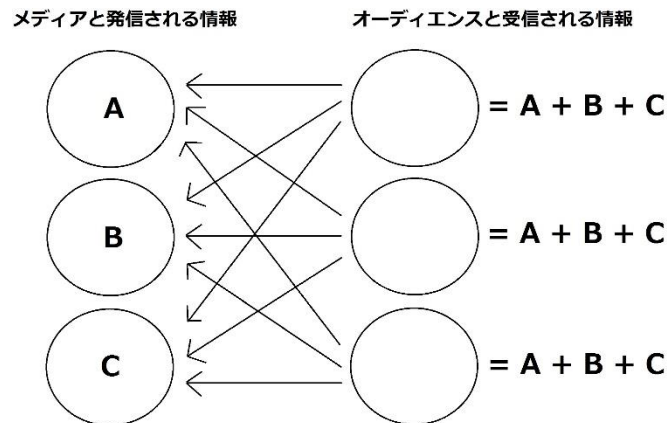


図 2-3 外的多様性の理想的なイメージ

ば第 1 章で取り上げた選択的接触理論で想定されているように、受け手が自らの関心にのみ依拠して偏った情報接触をするために横断的な接触など起こらないだろうという批判が考えられる。災害時などはそれぞれの受け手が自らのニーズに沿う情報だけを求めることにも正当性が認められるが、政治に関する情報など偏った情報接触が望ましくない状況もある。さらに、たとえ受け手がどれだけ積極的に多様な情報に接触しようという姿勢を示したとしても、メディアへのアクセシビリティによってそうした情報接触が不可能となる場合も考慮しなければならない。チャンネルやメディアが増えるほど、そのすべてにアクセス可能な層は限られてくるからである。たとえば日本においては、新聞を複数購読する読者は少ない。ということは、保守的な意見とリベラルな意見を 2 つの新聞がそれぞれ別個に伝えている場合には、読者が両方の意見に触れることは困難なのである。また前述した東日本大震災の事例で言えば、テレビ局の系列ごとに役割分担をした場合、チャンネル数の少ない地域では多様な情報へのアクセスが不可能になることも危惧される。加えてこの社会においては、ラジオの聴き方がわからない若者、PC やスマートフォンの使い方がわからない高齢者、視覚や聴覚に障害を抱える人々、日本語の読めない外国人といった受け手が存在する。以上のような状況を考慮すれば、情報環境全体で相互補完的に多様性を担保するということの難しさが理解できるだろう。つまり、各チャンネルへの十分なアクセス手段が確保されていないか、それらのチャンネルを受け手が横断的に活用しようとしていなければ、発信されたコンテンツの外的多様性は情報接触の多様性をもたらさしはしないのである (図 2-4)。

内的多様性と外的多様性という概念は、複数のメディアからなる情報環境を分析し評価するうえで有効な概念である。たとえば Santana-Pereira(2016)はポルトガルの放送メデ

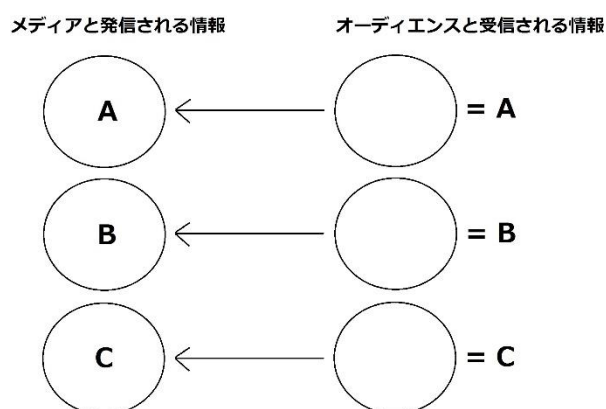


図 2-4 機能不全を起こした外的多様性のイメージ

アについて分析するための枠組みとして内的多様性と外的多様性を用いたが、そこで両者の概念の関係を次のように整理した(pp.790-791)。

- (1) 内的多様性と外的多様性がともに低い環境は、メディアシステムに深刻な政治的バイアスが存在することを示す。
- (2) 外的多様性が低く内的多様性が高い環境は、政治的問題について片方の立場だけを擁護するメディアがほとんど存在せず、いくつかの中立的または多元的なメディアが存在することを意味する。
- (3) 外的多様性が高く内的多様性が低い環境は、分極化しているが多元的なシステムの存在を反映している。
- (4) 外的多様性も内的多様性も高い環境は、多元的なメディアと、異なる政治的意見を擁護する党派的メディアの両方が存在することを示す。

Santana-Pereira は上記の図式に基づき、ヨーロッパ各国と比較してポルトガルの情報環境がどのような特徴を持つかを分析した。その結果、新聞よりもバイアスが強いとされるポルトガルのテレビは、政府寄りの傾向を持つ公共チャンネルと右翼政党寄りの民間チャンネルが存在することによって外的多様性の高い環境を作り出していると結論付けた。

また、内的多様性および外的多様性と類似した概念として挙げられるのが、「垂直多様性(vertical diversity)」と「水平多様性(horizontal diversity)」という概念²である (Litman 1979; 音・日吉・莫 2008; 日吉・音 2013; 日吉 2014)。垂直多様性とはある単体のメディアにおける通時的な内容の多様性であり、水平多様性とはある一時点で利用可能な複数の

| 時間 | チャンネル A | チャンネル B | チャンネル C | チャンネル D | |
|------|---------|---------|---------|---------|--------|
| 19 時 | ニュース | クイズ | ニュース | バラエティ | |
| 20 時 | 情報番組 | バラエティ | バラエティ | ニュース | ←水平多様性 |
| 21 時 | バラエティ | ドラマ | 音楽 | ニュース | |
| 22 時 | ニュース | ニュース | バラエティ | ドラマ | |

↑垂直多様性

図 2-5 垂直多様性と水平多様性

メディア間における共時的な内容の多様性を指す（図 2-5）。この説明からわかるように、内的多様性と垂直多様性、外的多様性と水平多様性はそれぞれ類似した概念であると言える。ただしこの場合の垂直多様性と水平多様性の概念は時間帯と深い関わりを持つため、主に放送メディアに対して用いられるものである。ある放送局が 1 日のタイムテーブルを通して多様なコンテンツを扱うと決めたとしても（つまり垂直多様性が増大したとしても）、それは視聴者が触れることのできる情報の多様性に寄与しないことがある。そのチャンネルを一日中視聴し続ければ多様な情報に接触することは可能であるが、日中働いている人が昼のニュースを見られないように、メディアに接触可能な時間は個人の生活スタイルによって規定されているため、そうした垂直多様性は受け手にとって接触可能な情報の多様性とはならない。むしろ個々の視聴者にとっては、メディアに接触できる時間帯の中でどれだけ多様な選択肢が利用可能であるかということが重要である。この場合には、特定の時点における選択肢の数（水平多様性）によって多様性を考えるべきということになる。もし同時に放送しているすべての局が同じような判断にもとづいて類似した放送スケジュールを組めば、それは決して視聴者の選択肢を増やすことはない。チャンネルを変えたところで似たような情報にしか接触できないという状況が生じるためである。

メディアに関する政策的な議論では、情報技術の発展によりニュースを扱うことのできるメディアそのものが増えていくのにもとない、個々のメディアが必ずしも内的多様性を備える必要はなく複数のメディアが総体として外的多様性を確保すればよいという意見が示されてきた。その代表例として、アメリカの FCC が掲げていた公平原則（フェアネス・ドクトリン）が 1987 年に撤廃されたことが挙げられる。放送局に対して多様な意見の公平な扱いを求めたフェアネス・ドクトリンは、ケーブルテレビの普及にともなって電波の希少

性が薄れていった結果、個々のチャンネルで公平性を担保せずとも多様な意見が表明されることが可能になったという理由で廃止された。それ以降、衛星放送の普及や FM 放送への移行など他の技術的な変化も相まって、アメリカでは党派性を鮮明にしたトークラジオが増加し、やがて Fox News などの党派的なテレビチャンネルが生まれていくこととなった(Jamieson and Cappella 2008)。つまり個々のメディアが多様な意見を公平に伝える内的多様性のあり方から、複数の党派的メディアが総体として多様な意見を取り上げる外的多様性のあり方へと変化していったのである。日本においても、「意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること」を放送局に求める放送法第四条の必要性が議論されている。もちろんこうした変化が受け手の情報接触における多様性を高めるのかという点については、前述したようにさまざまな批判が可能である。

これらの概念区分は、報道の多様性を分析するうえで重要な視点を提示している。内的多様性(または垂直多様性)は個々のメディア組織がどれだけ多様な情報を提供しているかを評価する概念であるので、メディア組織の置かれた構造的条件が発信されるコンテンツの多様性にどのように影響するか、といった分析をする場合に有効である。一方外的多様性(または水平多様性)はある情報環境が総体としてどれだけ多様な情報を提供しているかを評価する概念であるため、受け手の情報接触とその効果を分析するような場合に念頭に置くべき概念である。第 3 章で多様性の分析手法について論じる際にも、内的多様性と外的多様性という概念を参照することとなる。

2.3. 内的／外的多様性と情報環境の構想

ここまで、報道の多様性という概念自体について検討してきた。「報道は多様であるべき」という理念が一般論として広く共有されているのとは裏腹に、報道の多様性という概念は非常に多くの要素を含む複雑なものであり、それによってポジティブな議論もネガティブな議論も成立することを見てきた。

ここまでに整理してきたのは以下の 2 点である。第 1 に、多様性概念が一体何の多様性を指示対象としているかということである。そこでは、よく知られた報道内容(コンテンツ)の多様性だけでなく、情報を生み出すメディア組織の構造的な多様性や、受け手への情報伝達の多様性、そして受け手の情報接触の多様性といった要素があることを示した。つまり報道の多様性を分析する際には、情報環境全体としてどれだけ多様な報道がなされたかを捉えることができなければならない。第 2 に、どのような状況が「多様な報道」と考えられる

のかという点について、内的多様性と外的多様性（およびそれと類似する垂直多様性と水平多様性）という考え方を取り上げた。個々のメディアにおいて多様性がないように見えても、それが他のメディアと相互補完的に多様な情報を扱うということがありえる。

以上をまとめると、報道の多様性を分析するには、情報環境全体を視野に入れて、メディア同士の連関や相互補完的な役割分担を考慮した手法が必要となる。そうした条件を満たす分析手法の検討は次章でおこなうとして、本章では別の角度からさらなる考察をおこないたい。第1章で提起された問題は、報道の多様性が増大すると情報接触の自由度は高まるが、それにとまって人々の情報共有や社会的な議題形成が困難になるというものであった。そして、こうした両義性を「多様な報道をするべきか否か」という安易なトレードオフで片づけるのではなく、どのような情報環境を構築するかというより高度な議論へと発展させる必要があるということが本論文の問題意識であった。たとえば Helberger(2011) は、メディア政策において多様性が達成すべき目標とされる際に考慮されているポイントを、異なる意見への接触、多様性を備えるメディアの確立、受け手による主体的な情報接触の促進、意図せぬ情報への接触という4点に分類し、メディア環境のデザインを通じてそれらの目標を達成することができるという立場から、テレビの電子番組表(EPG)によって情報接触の多様性をいかに高められるかを考察した。ただしすでに述べたように、Helbergerのように具体的な情報環境をデザインすることは本論文の目的ではない。その代わりに、これまでの研究でどのような情報環境が構想されてきたのかを示し、そうした構想と多様性概念との関連を整理しておきたい。

あるべき情報環境の構想という課題については、これまでのメディア論やジャーナリズム論などでたびたび論じられてきたアイディアがある。それは、無数のメディアが分散して存在する情報環境において、多様な情報や意見の混ざり合う中心的なスペースを確立するというアイディアである。そうした中心的なスペースが、人々間の情報共有に寄与し、異なる意見への接触を促し、社会の断片化を防ぐ（または緩和する）役割を担う。第1章で論じた内容に立ち返れば、Lippmann に対する Dewey の立場もこれに類するものであると言えるだろうし、メディアに対して多様な意見の交わるフォーラムの役割を求める立場はジャーナリズムに関する規範論で長きにわたって主張されてきた。一方、その周辺に存在する多様なメディアは、独自の専門性を持ち、中心的なメディアではあまり取り上げられない出来事や意見を伝えたり、受け手のニーズに応じたより深くニッチな情報を扱ったりする。わかりやすく言えば、中心的なスペースでは多様なニュースを広く浅く扱い、周辺的なメディ

アでは特定のニュースを狭く深く扱うということである。

こうした中心的なメディアと周辺のメディアという考え方は、情報環境の多様化と分散による社会の断片化という問題意識を持つ論者によって、さまざまに言及されてきた。以下に一例を挙げておきたい。

理想的には、ある争点は中心的なスペース（フォーラム、アゴラ、タウンミーティング）で合意され、分散したスペース（カフェ、サロン、クラブ、通商組合のホール、政党の本部）で深く議論され、改めて中心的スペースでの議論と意思決定に差し戻されることが望ましい。大衆社会とマス・コミュニケーションの時代においてこれらのスペースは、社会全体に奉仕する一般化されたメディアと、似通った内面を持つ他者が何を考えているかを知る必要のある市民に奉仕する専門的メディアによって供される。(Katz 1996, p.23)

メディア・ワイズになることは、基幹メディアとしてのマスメディアを使って、環境の全体像を把握しながら、さらに必要な情報をさまざまなメディアを利用し、自分独自の判断材料を豊かにすることのできる人間になることである。(藤竹 2000, pp.25-26)

理想的なシナリオでは、区分を生み出すメディア(segment-making media)が利益集団のアイデンティティを強める一方で、そのグループのメンバー同士が語り合いもてなし合う狭量な光景から脱するための機会を、社会を形成するためのメディア(society-making media)が与える。(Turow 2007, p.4)

オンラインの都市計画担当者にはぜひ、関連性とセレンディピティのバランスをよく考えていただきたい。友達に会う安心感と見知らぬ人と出会う興奮のバランスをよく考えていただきたい。快適なニッチと開けた広大な空間のバランスをよく考えていただきたい。(Pariser 2011=2012, p.272)

このように、多様性を備える中心的メディアとある種の偏りを持つ周辺のメディアの相互補完関係というアイディアは、メディア論やジャーナリズム論において繰り返し言及され

てきたのである。

人々にとって、自分とは異なる多様な意見や見方に接触する機会と、自分と同質的な意見に接触する機会の両方が必要であるというアイディアは、ジャーナリズム論やメディア論以外にも述べられてきた。第 1 章でも言及したが、たとえばジャーナリズム論とも関係が深い公共圏に関する議論が挙げられる。公共圏とは多様な意見を持つ異質な人々が対等な立場で議論する空間であり、特にマスメディアはそうした公共圏の機能を果たすことが期待される（大石 2016, p.62）。その一方で、同質的な人々が集まる対抗的な公共圏あるいは親密圏の重要性もまた論じられてきた。斎藤はそうした同質的な空間の意義として『言説の資源』という点で劣位にあるマイノリティにとっては、そうした限界に挑むうえで、自分たち自身の言説の空間を創出することが有効である」（斎藤 2000, p.14）と述べる。つまり多様な意見の集まる公共圏に参入して意見を表明するためには、肯定的な反応を得ることで自らの意見に対する確信を深めることのできる同質的な場が必要になるということである。ジャーナリズムが公平性や中立性に固執せず特定の意見や立場を強調し擁護するとき、それはこのような対抗的な公共圏として機能しうるだろう。林はそのようなジャーナリズムのあり方をケアのジャーナリズムと名付け、自由と多様性を重んじる西洋的リベラリズムを原則とするジャーナリズムのあり方と対置させた（林 2011）。

こうした中心的メディアと周辺のメディアの補完関係という議論は、第 1 章で論じてきた報道の多様性が持つ両義的な意味合いを上手く折り合わせようとするものと評価できる。第 1 章で見てきたように、特定の専門分野や意見の方向性を持つメディアが乱立していく状況では、受け手が自らの志向に合う情報だけに選択的接触をすることが容易となり、社会的な情報共有と合意形成が難しくなっていくことが懸念される。かといって、社会における情報流通を少数の大メディアだけに委ねるのは、受け手の選択肢を狭め、人々の関心を惹きにくい出来事やマイノリティの意見が表出される場を奪い、あるいは情報統制を助長する恐れがある。これらの相反するビジョンへの折衷案として、中心的メディアと周辺のメディアの補完関係というアイディアが提案されてきたのである（図 2-6）。したがって報道の多様性に関する分析や議論については、現状の情報環境がこのモデルにおいてどこに位置づけられるか、あるいはこのモデルにおいてどこを目指して制度構築をしていくか、といった立論の仕方を考えることができるだろう。そしてこうした議論には当然、受け手がどれだけ主体的に多様な情報を求めるかという想定が関係する。受け手が自ずから多様な情報を求めてさまざまなメディアへと接触するだろうと想定できるのであれば、中心的なメディア

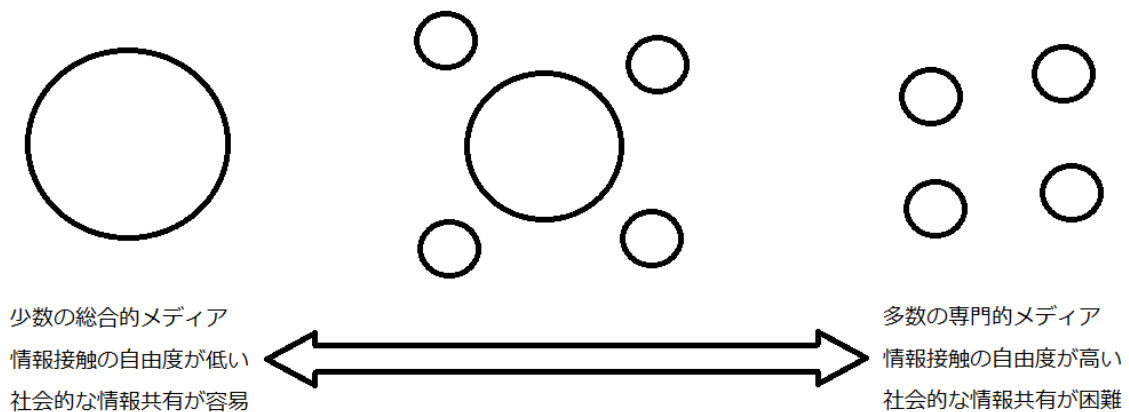


図 2-6 情報環境のモデル

の必要性は薄くなる。逆に受け手が多様な情報接触に消極的で、好ましい情報だけに選択的に接触する存在であると想定するならば、異質な情報への偶発的接触をもたらす中心的なメディアの必要性が高まる。

こうした情報環境において据えられる中心的スペースとなるメディアは、高い内的多様性を備え、多くの受け手がアクセスすることのできる場でなければならない。そしてこの条件は必然的に、多様な情報の扱いを可能にする構造的な多様性を要求するだろう。すなわち限られたオーナーによってコントロールされるのではなく、多様なスタッフによって運営されることが望ましいということになる。逆に周辺的なメディアは、それ単体で多様な情報を扱うというよりも、むしろそのメディアを支持する特定の受け手グループが持つニーズに適合的な情報を発信する役割を果たす。周辺的メディアはそれ単体で多様な情報を扱うことはないが、それらのメディアが集まることで総体として高い外的多様性を示す。情報処理能力の高い受け手は、それら多くの周辺的メディアに横断的に接触することで多様な情報を得ることができるだろう。そうでない受け手は、多くのメディアを横断することはないかもしれないが、少なくとも中心的メディアに接触することで多様な情報を得ることができる。

これらの考え方を具体的なモデルに落とし込んだ例としては、Curran(1991=1995)の提案を挙げることができるだろう。Curranの問題意識は、「多元的なメディア・システムの持つ遠心的なインパクトを、その基礎となっている多元主義へのコミットメントから後退することなく緩和する」(p.170)という点にある。これは第1章で取り上げた「極端に集中化、寡占化するマスメディア産業構造をいかに分散させながら、他方では拡散する『情報体系』

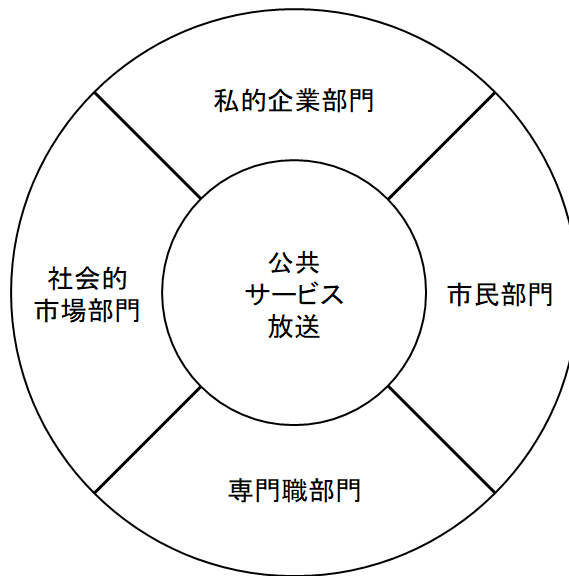


図 2-7 Curran(1991=1995, p.172)が示したモデル

あるいは『情報ネットワーク』をいかに収斂させていくか」(林 2001, p.120)と同様の、多様性の両義的な意味合いに対する問題意識と言ってよいだろう。つまり、多様な情報を流通させつつ、そのことによって引き起こされかねない社会の断片化をいかにして緩和するかという問題意識である。この考察で Curran は、先に挙げた論者たちと同様に、「中核部門」と「周辺的な部門」という 2 つのパートからなる図 2-7 のメディア環境を提案している (pp.167-183)。

中核部門は、「社会が進むべき方向性についての合意や調整の形成を目指して、全ての利害関心の当事者が互いに相互作用を行う公的空間」(p.168)であり、「多くの受け手にゆきとどき、社会的論争のための共通の場を提供する」(p.171)ものである。これは Katz(1996)や Mutz and Martin(2001)が述べるように、これまでは新聞やテレビといったマスメディアに期待されてきた役割であり、Curran の主張では多くの受け手にとってアクセスが容易な公共サービス放送が想定されている(p.172)。そしてもう一方の周辺的な部門は、「より分化された受け手に到達するようなメディアから構成され、競合する声からなる力強い多元性を生み出すように組織化されている」(p.172)ものである。この周辺部門は 4 つの要素からなる。市民メディア部門は、社会に存在するさまざまな集団の利害関心を表現するものであり、「積極的な集合的アイデンティティを活性化し、集合的単一性の感覚を高め、集合的行為によってのみ実現されるような目標を設定する」あるいは「組織へのコミットメントを強化し、組織が機能を発揮していくうえで意義のある情報を伝え、新しい考えや戦略を作り上げて

いくための内部での話し合いの場を提供する」(p.177)という役割を果たす。中核部門が公共圏として機能するのに対し、この部門は同質的な対抗的公共圏あるいは親密圏として特定の意見を深めるために機能するだろう。専門職メディア部門は、「ジャーナリストの自律性を奨励するような、独立した立場の真理探究的なジャーナリストの声」(p.179)を伝える、市場原理や特定の集団への忠誠とは切り離された職業倫理に基づくメディアである。私的企業メディアの部門は文字どおり営利目的の企業によるメディアであり、「全体としての受け手の要求に対する反応を高めるものである」(p.180)。そして社会的市場のメディア部門は、情報環境が営利的メディアの寡占状態に陥ることのないよう、「財源的に不利な集団が剥奪されたメディアを獲得することを手助けするような」制度によって存立するメディアである。こうしたメディアの具体例としては、非営利法人によって運営されるチャンネル4(イギリス)が挙げられている。

Curran のモデルは、個別の社会集団と結びついた市民メディアや営利目的の私企業メディア、ジャーナリスティックな職業倫理に裏打ちされた専門職メディアなど、多様な組織的特性を持つメディアが周辺部門を担うことで、相互補完的に多様な情報環境を作り上げることを想定する。たとえば専門職メディアの必要性は次のように説明される。

公共サービス放送は、国家に結びついており、また市場部門は大企業によって支配されているし、市民的部門は、少なくともそのもっとも影響のある部分では、集合的に組織化された利害関係によってコントロールされている。それゆえ、独立の基礎となり、社会における全ての権力中枢に対する批判的な監視を維持し、それらの権力が世論の下にさらされるようにするために専門職部門が必要なのだ。(p.180)

このように Curran のモデルは、メディアの構造的な多様性を確保することを通じて、情報環境全体で表明される言論の多様性を実現しようという意図を持っているのである。

これまで中心的なスペースとして想定されてきたのは、新聞やテレビといったマスメディアであった。巨大なマスメディアは、多様な意見を取材するための人的ネットワーク、それらを掲載するための豊富なスペース、そして広範な受け手に届きうる大規模な情報流通経路を有していたためである。しかし新聞の部数減やテレビ離れのように既存マスメディアの縮小が叫ばれる今日の状況を考えれば、こうした中心的なスペースが単独のメディアであり続けるとは限らないだろう。さまざまなニュースを集積して発信するニュース配信

サービスのプラットフォームが、中心的スペースとしての機能を担っていくかもしれない。たとえば Yahoo!ニュースのようなニュースポータルサイトは、包括的な情報を扱い従来のマスメディアと同様の機能を果たすと考えられる(Kobayashi and Inamasu 2015)。いずれにせよ、情報環境の中に多様な情報を広範に扱う中心的なスペースと、特定の情報を深く掘り下げていく周辺的なメディアを確立するというアイディアは、受け手にとっての自由の増大と社会の断片化という多様性のジレンマを乗り越えるための方策として、たびたび論じられてきたのである。そしてその議論の中では、メディアの構造的な多様性から受け手に対するアウトプットの多様性までが視野に入れられてきた。このように、報道の多様性という概念をより詳細に整理することを通じて、実現されるべき情報環境の構想という課題について有効な議論が可能となるのである。

2.4. 開かれた多様性と反映する多様性、あるいは均等度と比例度

ここまで、報道の多様性という概念自体のバリエーションについて検討し、それらの概念を用いることで報道や情報環境のあり方についてより精緻な議論が可能となることを見てきた。そして本節では、さらにもう1つの多様性概念のバリエーションに触れておきたい。ただしこれから整理していくように、この概念は先行研究において多様性概念の一種として扱われてきたという背景を持つものの、実際には多様性とは別種の概念としてみなすほうが適切であるように考えられる。これはむしろ、多様性を測定したのち、その結果に意味づけをして評価を下すための概念として考えるほうが適切であるだろう。その意味で、多様性を分析するための手法を提案することを主旨とする本論文でこの概念に言及しておくことには意義があると考えられる。

すでに述べたように、報道の多様性という概念には、さまざまな出来事や意見を偏りなく伝えるという意味合いが含まれる。こうした偏りのなさは、客観報道または中立報道の要件の一つとして挙げられるものでもある(大石、岩田、藤田 2000, pp.24-27)。特定の立場に偏ることなく、さまざまな立場を取り上げる多様な報道をすることで、客観性や中立性が確保されるというわけである。しかし第1章で論じたように、こうした意味での客観報道または中立報道に対しては批判が述べられることも多い。たとえば気候変動問題や医療問題のように、科学的に主流の意見が存在するテーマについてあえて多様な意見を伝えることで、そのテーマが未だ決着のついていない論争的なテーマであるかのようなバイアスが生まれることが指摘されてきた。

「不偏不党」も「公平」も真実追求には、あまり役に立たない。しばしば矛盾する。たとえば公害問題で、加害者の企業と被害者住民側とを同じように並べて、その動きや意見を等分に放送するだけでは、ジャーナリズムと言えるだろうか。タバコの手を認める派と認めない派とを公平に取材し、同じ長さの時間で放送することがジャーナリズムだろうか。(原 1997, p.117)

結局のところ、バランスのとれた報道という規範に執着することは、地球温暖化という問題についてバイアスのかかった記事を生み出すことにつながる。(Boykoff and Boykoff 2004, p.134)

誤ったバランスでリスクを認識することは問題を生じさせる。その問題とは、確実性の高い科学的知識であっても受け手がそれを不確実なものと誤認する可能性を高めるということである。(Dixon and Clarke 2013, p.378)

このように、報じられる対象そのものに何らかの偏りがあるとき、さまざまな出来事や意見をバランスよく取り上げるという多様性を備えた報道のスタイルが適切でなくなる場合がある。こうした状況は、報道の多様性に関する議論においてどのように捉えられてきたのだろうか。この点について、McQuail と van Cuilenburg による整理を検討しておきたい。彼らは、「ある状況で多様性が達成されているかを判断するための基準」として「反映(reflection)」と「均等なアクセス(equally access)」という2つの方向性を示した(McQuail and van Cuilenburg 1983, p.152)。反映は、何らかの外的な基準(受け手の関心や現実社会の勢力バランスなど)に沿って情報が分布している場合に、多様な現実を反映しているという意味での多様性が備わっているものとする。一方で均等なアクセスは、さまざまなテーマや意見が均等に上げられている場合に多様性があるものとする。つまり後者は一般的な意味での多様性という言葉と同義である。政治報道を例に考えれば、与党や大物議員に注目する通常の政治ニュースは、議席数や社会的な重要性、受け手の関心といった外的基準に沿ったものと考えられ、反映という観点からすれば多様性が高い報道ということになる。一方、全候補者に等しく時間を配分する政見放送などは、均等なアクセスという観点からすれば多様性が高い報道ということになる(千葉 2016, p.30)。

これと同様の概念を、のちに McQuail は「比例度(proportionality)」と「均等度(equality)」という言葉で表した(McQuail 1992, pp.147-148)。また van Cuilenburg は、「反映する多様性(reflective diversity)」と「開かれた多様性(open diversity)」という表現を用いた(van Cuilenburg 1999, pp.189-191)。このうち「反映する多様性」という言葉が用いられる際には、外的基準として特に受け手の情報ニーズとの一致度が強調されることが多い(van Cuilenburg 2000, p.53; van der Wurff and van Cuilenburg 2001, p.214; Lund and Berg 2009, p.27)。

ただし、浅井(2013)が「一般的には両立しないであろうアプローチを多様性指標として扱うことで、多様性の程度の解釈は曖昧なものになる」(p.37)と指摘しているように、情報的な偏りの有無を「開かれた多様性」「反映する多様性」のように「多様性」という言葉で表現することは混乱を招くように考えられる。一般的には多様性が欠如しているものとして扱われる偏った報道に対して、「この報道は高い『反映する多様性』を備えている」と評することはあまり適切ではないだろう。外的基準をどれだけ反映しているかという度合いは、「多様性」とは分けて考えるべき概念なのではないだろうか。「多様性」という言葉はあくまでも「偏りのなさ」として概念化しておき、外的基準との一致度はその多様性が持つ意味合いを評価するための別概念として用いるほうが混乱は少ないだろう。その意味では、McQuail and van Cuilenburg(1983)の「反映(reflection)」と「均等なアクセス(equally access)」、または McQuail(1992)の「均等度(equality)」と「比例度(proportionality)」といった表現のほうが直観的に理解しやすいと言える。本論文では、直接引用の箇所を除いて「均等度」と「比例度」に統一して論じていくこととする。

van Cuilenburg(1999)によれば、均等度の高い報道は社会における議論を促進し、比例度の高い報道は既存の社会的な価値や規範を強化するとされる(p.189)。それぞれのテーマや意見を公平に扱う均等度の高い報道は、現実社会のパワーバランスを崩し、少数意見に発言の場を与えて議論を促すこともあるが、すでに見てきたように社会や受け手にとって重要な情報を誇張してある種のバイアスとなることもある。一方、現実社会の基準に沿って各テーマや意見を扱う比例度の高い報道は、社会や受け手にとって重要な情報を重点的に伝えて社会的な議題や合意を形成するのに役立つこともあるが、現実社会のバランスを再生産し、劣位に置かれた意見への抑圧を維持する方向に作用する場合もある。このように、均等度の高い報道と比例度の高い報道にはそれぞれポジティブな含意とネガティブな含意がある。したがってこれらの概念的分類は、多様性の両義的な意味合いを論じるうえで有効

な視点を提供していると言えるだろう。

van Cuilenburg は均等度の高い報道と比例度の高い報道を対比してそれぞれの含意を考察したが、均等度と比例度は相反する概念ではなく、それぞれ独立した両立しうる概念として捉えるべきである。比例度を測るために参照される外的基準自体が多様であるとき（たとえば受け手が多様な情報を求めているときや、あるテーマについて多様な立場が存在するとき）、均等度の高い報道と比例度の高い報道は一致する。一方、外的基準に偏りが存在するとき（たとえば受け手の情報ニーズが偏っているときや、あるテーマについて広く合意のある主流の立場が存在するとき）、メディアの側はそうした外的基準に合致した比率で情報を発信する場合もあれば（この場合は均等度が低く比例度が高い）、外的基準を反映することなく偏りのない情報発信をする場合もあり（この場合は均等度が高く比例度が低い）、または外的基準とは異なった偏りで情報を発信する場合もある（この場合は均等度も比例度も低い）。つまり均等度と比例度を独立した別個の概念としてみなすならば、均等度の高低×比例度の高低という 4 パターンの分類が可能であり、さらにそれぞれのパターンについてポジティブな含意とネガティブな含意を考察することができる。均等度と比例度の関係は、報道内容の多様性と外的基準の多様性によって表 2-4 のように整理することができる。

仮に外的基準として受け手の情報ニーズを想定するとき、表の各項目は次のように説明される。受け手の情報ニーズに偏りがあり、メディアがそのニーズどおりに偏った情報を発信した場合、この報道は低い均等度、高い比例度を備える。これをポジティブに評価するのであればメディアが受け手のニーズをよく理解しているということになるが、これは受け手への迎合というネガティブな評価と表裏一体である。一方、受け手の情報ニーズが多様であるのにメディアが何らかの偏りをもった情報を発信した場合、この報道は均等度、比例度ともに低いということになる。これにはメディアが受け手のニーズからは独立して主体的な情報発信をしているというポジティブな評価と、受け手のニーズに応えられないバイアスのかかったメディアというネガティブな評価ができる。次に受け手の情報ニーズが偏っているのにメディアが多様な情報を扱っている場合、この報道は高い均等度と低い比例度を備える。これはメディアが受け手の嗜好に迎合せずにフォーラム機能を果たしているというポジティブな評価ができる一方、先に見てきたような誤ったバランスによってバイアスが生じるというネガティブな評価もできる。最後に、受け手の情報ニーズとメディアの報道がともに多様である場合には、均等度も比例度も高いということになる。これはメディアと民主主義のあり方として理想的な形だとポジティブに評価することもできるが、社会の

表 2-4 報道の多様性と外的要因の多様性との関係

| | | 外的基準の多様性（例：受け手の情報ニーズ） | |
|------------|---|--|---|
| | | 低 | 高 |
| 報道の 多様性 | 低 | <u>低い均等度、高い比例度</u> P: 社会や受け手への鮮明な認識 N: 社会や受け手への迎合 | <u>低い均等度、低い比例度</u> P: メディアの自律性 N: メディアのバイアス |
| | 高 | <u>高い均等度、低い比例度</u> P: メディアのフォーラム機能 N: 誤ったバランスによるバイアス | <u>高い均等度、高い比例度</u> P: メディアと民主主義の理想形 N: 社会的な合意形成の困難さ |

断片化や合意形成の困難をもたらすというネガティブな側面もある。

以上、均等度と比例度という概念を用いて、多様な報道をどのように評価できるかを見てきた。この概念は「開かれた多様性」「反映する多様性」という多様性概念のバリエーションとして論じられることもあるが、本論文ではこれを多様性とは別種の概念として位置づけるほうが適切であることを論じた。第 1 章で述べたように、報道の多様性はポジティブな議論もネガティブな議論もある両義的な概念である。単に「報道は多様であるべきだ」という一般論を超えて情報環境の構想を論じる際、多様性の分析結果に対して意味付けし評価を下すうえで、これらの概念が有用となる。

¹ 本章における多様性概念の理論的検討は、千葉(2016)の内容をベースに加筆、修正を施したものである。

² なお、Entman(1985)は McQuail の「内的多様性」「外的多様性」と同じ意味で「垂直多様性」「水平多様性」という用語を用いており、概念と用語の関係が錯綜していることに注意すべきである。

3. 報道の多様性をどのように分析するか¹

ここまでは、報道の多様性に関する議論が両義的な意味合いを持っていることを示し、情報環境全体を視野に入れたより精緻な議論が必要であることを論じてきた。さらに報道の多様性という概念自体が多く要素からなるものであり、さまざまな概念的バリエーションがあることを検討してきた。報道の多様性は、ジャーナリズムが民主主義に対する自らの役割を果たすうえで重要な要素であるが、それが社会に与える影響は両義的であるとも考えられる。多様な報道は、ときに人々の意見交換に寄与して民主主義を健全なものとするかもしれないが、他方で人々の間に断絶を生み出し、議論を通じた合意形成を困難にすることもありえる。したがって、単に規範的な理念として多様性を論じるだけでなく、どのような報道のあり方を実現していくべきかを議論していく必要がある。そのためには、どれだけ多様な報道がなされているかを実証的に示すことのできる手法がなければならない。多様性概念のさまざまなバリエーションを検討して明らかになったのは、複数のメディアからなる情報環境全体を視野に入れ、その中でさまざまなメディアがどのように関連しているかを分析する手法が求められるということであった。

そこで本章では、報道の多様性についてより精緻な議論を可能とするために、どのような分析手法が必要かという点について検討する。報道の多様性を分析する試み自体はこれまで数多くなされてきた。しかしそこで用いられてきた手法は、前章まで見てきたような多様性概念自体の多様な側面を捉えることができるのだろうか。そこでまず従来どのような分析手法が用いられてきたのかを整理し、それによって多様性概念のどのような側面が明らかになるのか、どのような側面が明らかにならないのかを確認する。それから、従来の分析手法では捕捉することのできなかつた側面までも捉えることのできる、新たな分析手法を提案していきたい。

3.1. 報道の多様性に関する分析デザイン

第2章では、報道機関の経営形態やスタッフ、受け手の情報接触など、「報道の多様性」という概念を構成する多様な要素を整理した。それでは、ここまで見てきたさまざまな要素によって、報道の多様性についてどのような分析がなされるのだろうか。ニュースコンテンツを主眼に置いた分析だけでも、以下のような切り口が考えられる。

- ・ オーナーシップの多様性が、ニュースの多様性をもたらすのか。
- ・ メディア組織間の競争の激しさが、ニュースの多様性をもたらすのか。
- ・ スタッフの多様性が、ニュースコンテンツの多様性をもたらすのか。
- ・ メディアが対象とする地域ごとに、どれだけ多様なニュースが発信されているのか。
- ・ 新聞、テレビ、ネットといったメディアごとにニュースの多様性は異なるのか。
- ・ 新聞、テレビ、ネットといったメディアが増えるのにもなって、情報環境全体における多様性は高まっていくのか。
- ・ ソフトな形式とハードな形式とで、どれだけ多様なニュースが発信されているのか。
- ・ 多様なニュースに接触した受け手には、どのような影響が見られるのか。
- ・ どのような層の受け手が、多様な情報に接触する傾向を持つのか。
- ・ どのようなニュースが、多様な層の受け手に届くことができるのか。

上記の切り口に関して分析した先行研究をいくつか例示しておきたい。まずジャーナリズムの自由や自律といった観点からは、メディアのオーナーシップとコンテンツの多様性、あるいはメディア企業の競争状態とコンテンツの多様性といったテーマが注目されてきた。どのような運営形態のメディアが多様な情報を扱っているのか、市場メディアが営利目的で多様性を損なうのであればそれを他の運営形態によるメディアが補うのか、といった論点である。Humprecht and Esser(2018)はヨーロッパで国別・オーナーシップ別にコンテンツの多様性を分析し、市場メディアがもっとも多様な視点を伝えていることを明らかにした(p.1839)。Carpenter(2010)は既存新聞のウェブ版とオンライン市民メディアのそれぞれについて Simpson's D の多様性指標を計算し、オンライン上の市民メディアのほうが多様な報道をしていることを明らかにした(p.1074)。またメディアの競争状態とコンテンツの多様性に関する分析では、Lee(2007)が台湾のメディア市場を対象に、新規新聞の参入前後において新聞報道の多様性がどのように変化したかを分析した。その結果、新規新聞の参入によって競争が激化して以降、台湾の新聞における多様性は高まったことが明らかになった(p.149)。

報道に携わるスタッフの多様性と、その結果として発信される情報の多様性との関係もまた重要なテーマである。報道現場の人的多様性が問題となるのは、ジャーナリストの集団が人口の母集団におけるデモグラフィックな分布から逸脱し、たとえば高学歴の男性といった一部の層に偏っているために、それ以外の層やマイノリティの視点がメディア上に表

象されにくいという問題意識からである (Craft and Wanta 2004, 林 2014)。しかしアメリカの新聞社におけるアジア系アメリカ人記者の比率と記事の多様性を分析した Wu and Izard(2008)は、両者の間には関連が見られず、「アジア系アメリカ人ジャーナリストは一般的な編集部の作法とジャーナリズムの慣習に従う専門家である」(p.109)という結論を述べた。

一方受け手に関する分析では、アンケート調査によってどのメディアに接触したかを尋ね、そのデータから接触した情報の多様性を作業化して分析に用いることになる。こうしたデータによって、多様な情報に接触した受け手にどのような影響があらわれるのか、どのような層の受け手が多様な情報に接触しているのか、そしてどのようなニュースが多様な受け手に届きうるのかを分析することが可能になる。Jamieson and Cappella(2008)は、保守的なエコー・チェンバーに接触する受け手が政治参加に積極的になる一方、リベラルな政治家と自身との隔たりを過大に見積もってしまうことを示した。Dubois and Blank(2018)は「メディア環境全体に目を向ければ、エコー・チェンバーははっきりとは見られない。人々は日常的に合意できない事柄にも遭遇している」(p.740)と述べるが、一方で「政治に関心がなく多様なメディアを利用しない人がエコー・チェンバーに取り込まれやすい」(p.741)とも述べている。また van der Wurff(2011)はアンケート調査を用いて、欧州統合に関してメディア上で多様な意見に接触したとする回答者がどのような人々であるかを分析した。その結果、政治関心が高く欧州統合に関して正確な知識を有する回答者ほど多様な意見に接触したと自認する傾向があることを示した。そして NHK 放送文化研究所ではメディア利用と政治的態度に関する調査を実施し、「多様化するニュースメディアを介した政治情報への接触と政治意識との関連に着目」(渡辺・政木・河野 2019, p.2)した分析をおこなった。その結果、メインの情報源とするメディアによって政治関心や投票意欲、ニュースへの接触態度が異なることを明らかにした。

特定の情報に接触する受け手の多様性は、情報環境の細分化にともなって縮小していると考えられてきた。しかし Prior(2007)は Fox News をはじめとするアメリカのメディア接触を分析し、党派的メディアの受け手であっても多様なメディアに接触していることから、受け手の断片化を裏付ける結果が得られないことを述べた。また Webster and Ksiazek(2012)は、ネットワーク分析の手法を用いてアメリカの各メディアにおけるユーザー層の重なりについて検証し、同様に受け手の断片化がそれほど見られないことを示した(p.49)。さらに Fletcher and Nielsen(2017)は Webster らの研究を発展させ、各国の情報環

境を考慮した受け手の断片化に関する国際比較をおこなった。彼らは、メディアシステムが中央集権的で長い歴史を持つ大新聞や強固な公共メディアが存在する国ほど受け手の断片化が見られにくいという仮説を立てたが、そのような一貫した傾向は見られず、受け手の断片化をもたらす要因についてはさらなる検証が必要であると結論付けた(p.489)。

以上のように、情報環境の構造的な特徴から受け手の情報接触に至るまで、報道の多様性についてはさまざまな切り口で分析がなされてきた。しかしこれらの分析では、中心的な位置を占めるメディアコンテンツの多様性が精緻な方法で分析されていないことが多い。特に受け手に関する分析では、アンケート回答者のメディア接触によって接触した情報の多様性を代替させるアプローチをとることが多く、適切な手法で測定された多様性のデータと組み合わせることが課題となる。そこで次節では、ニュースコンテンツの多様性を分析するために用いられる手法について見ていくこととする。

3.2. ニュースコンテンツの多様性：従来の分析手法

報道の多様性を分析しようという試みは、これまでもおこなわれてきた。そうした分析は、特にニュースのコンテンツにおける多様性を主な分析対象とした (e.g. Grant 1994; Hellman 2001; Carpenter 2010; 田中・標葉・丸山 2012; van Hoof et al. 2014; Humprecht and Esser 2018)。日本ではニュースの多様性を測定する研究例はそう多くはないが、ニュースという文脈を離れて見ると、メディアコンテンツの多様性を測定しようという試みは日本でも何度かおこなわれてきた。1990年代には、NHK 放送文化研究所が放送の質的評価について一連の研究を残しており、番組の多様性はその中でも重要な項目として扱われている (Kambara 1992; 神原 1992; 神原 1993; Ishikawa 1996)。これらの研究では、後述する Herfindahl-Hirschman Index や Shannon's H といった多様性指標について検討し、番組を分類するためのカテゴリ設定の問題についても論じている。しかしこれらの研究は、既存の分析方法の特徴や問題点を指摘してはいるものの、体系化された分析手法の提案には至っていない。たとえばカテゴリ設定の問題については、国際比較を可能にするための共通カテゴリが必要であると主張するに留まり、それがどのようなものかということ論じてはいない。また近年では、内容分析によってテレビ番組の多様性が検証されている (音・日吉・莫 2008; 日吉・音 2013; 日吉 2014)。これらの研究では、前章で取り上げた水平多様性に着目し、テレビ局が視聴者に対してどれだけの選択肢を提示できているかを論じている。以上のような研究の蓄積はあるものの、日本においてはジャーナリズムという視点か

らニュースコンテンツを対象とした実証的な分析が十分になされてきたとは言い難く、分析手法自体の検討も進んではいないのが実情である。

報道の多様性に関する分析において、コンテンツの多様性が主な分析対象となるのは自明のことであるだろう。第 2 章で見てきたように、オーナーシップやスタッフの多様性はコンテンツの多様性に影響する先行要因として考えることができ、また受け手の情報接触における多様性も発信されたコンテンツの多様性を前提とするためである。したがって本章でも、まずはコンテンツの多様性を分析する方法について検討していくこととする。

ニュースコンテンツの多様性を分析する際にとられる代表的なアプローチは、内容分析によってコンテンツをいくつかのカテゴリにコーディング（分類）し、何らかの指標を用いて多様性を数量化するという方法である。内容分析という社会科学の手法を使い、かつ指標という数値によって結果を示すという点で、こうしたアプローチは報道の多様性を実証的に論じる際の基本路線であると考えられる。したがって本論文でもこの路線にもとづいて考察を進めていきたい。

こうした従来のアプローチについて、3 つの点を検討しておきたい（千葉 2016, pp.48-49）。まず 1 点目は、ニュースを何らかのカテゴリに分類したデータを用いるという点である。分析結果が何の多様性を表すのかということは、設定されたカテゴリに準ずる。たとえば政治や経済、スポーツといったニュースのジャンルをカテゴリとして設定すれば、その分析によって明らかになるのは報道におけるジャンルの多様性である。増税や憲法改正など、選挙における数多くの争点をカテゴリとして設定すれば、選挙報道において取り上げられた争点の多様性を明らかにすることができる。あるいは、特定の政策に対する意見をカテゴリとして設定すれば、分析結果はどれだけ多様な意見が示されたかを表すものとなる。

ニュースに登場する政党の多様性を分析する場合のように、すでに分類のためのカテゴリが明確に存在しているときには、そのカテゴリを用いることができる。しかし第 1 章で民主主義と報道の多様性との関連について論じたように、報道の多様性とはあるテーマに関する意見や立場、評価や感情といった論点にも深くかかわっている。つまり報道の多様性を分析するにあたっては、どれほど多様な出来事や人物がニュースとして取り上げられたかという点だけでなく、それらの報道の中でどれほど多様な意見や評価が提示されたかという点も重要となってくるのである。このような場合、意見や評価などを分類するためのカテゴリを作成することができればそれらの多様性を分析することも可能であるが、人の意見や評価には明確なカテゴリが前もって存在するわけではない。よって、意見や評価などの

多様性を分析しようとする場合には、何らかの方法でそれらをカテゴリとして設定するという手続きが必要となる。たとえば原子力発電所に関する意見をカテゴリにする場合、もっとも単純なカテゴリは原発の稼働に賛成か反対かという 2 カテゴリであるだろう。これに賛成理由や反対理由を加えていくと、カテゴリはより細分化される。このように分類カテゴリの設定が分析者の側に委ねられる場合、多様性に関する分析デザインの妥当性は、どれだけ妥当な分類カテゴリを設定できるかということによって大きく左右されるのである。

この点は、あくまでも分析のテーマや目的にのみ関わるものである。多様性を計算するうえでデータをカテゴリに分類することが前提となる以上、どのようなカテゴリを設定するかということによって、分析結果が何に関する多様性を表すのかが決まる。したがって分析をおこなう際には、それによって何に関する多様性を示そうとしているのかを考えたいうえで、適切な手続きを経てカテゴリを設定しなければならない。カテゴリは理論的に導かれる場合もあれば、分析前にニュースコンテンツに目を通して抽出する場合もあるだろうし、時にはテキストマイニングなどによってデータを大雑把に分類するなど、適切なカテゴリを把握するために事前の分析作業が必要となることもあるだろう。とはいえこの 1 つ目の点は、「分析の目的に合致するようにカテゴリを設定する」という原則を意味してはいるものの、分析手法自体に直接に影響するものではない。カテゴリ設定の正当性は、サーベイ調査など他の手法においても求められることである。

続いて検討すべき 2 つ目の点は、算出される多様性指標が、データのどの部分の多様性を示しているかという点である。すでに述べたとおり、この基本的なアプローチではいくつかのカテゴリに分類されたデータにもとづいて多様性指標を計算する。ここで問題となるのが、そのデータから算出される多様性指標が単体のメディアによってなされた報道の多様性を表しているのか、複数のメディアによってなされた報道の総体的な多様性を表しているのかということである。たとえば新聞記事をカテゴリに分類して多様性指標を計算するとき、その指標はいくつかのレベルで計算することができる。朝日新聞の記事を分類してデータとすれば、当然その結果は朝日新聞による報道の多様性となる。しかしここに読売新聞のデータを加えると、朝日新聞と読売新聞それぞれの多様性を明らかにすることができるだけでなく、二紙を合算したデータの多様性を測ることもできる(表 3-1)。同様に別の新聞をデータに加えていくと、よりさまざまなレベルで多様性指標を算出できるようになる。

表 3-1 データの構造と多様性指標の対象

| 記事 ID | 新聞 | カテゴリ | 多様性指標の表す対象 | |
|-------|----|------|-------------------------|-----------------------------------|
| 1 | 朝日 | 1 | 算出される多様性指標 ⇒朝日新聞の多様性 | 算出される多様性指標 ⇒二紙を合算した データの多様性 |
| 2 | 朝日 | 3 | | |
| 3 | 朝日 | 4 | | |
| 4 | 読売 | 2 | 算出される多様性指標 ⇒読売新聞の多様性 | |
| 5 | 読売 | 1 | | |
| 6 | 読売 | 3 | | |

複数のメディアからなる情報環境全体で多様性を分析しようとする場合、前章で触れた内的多様性と外的多様性という観点から、各メディア単体での多様性と、複数メディアの総合的な多様性を測定できなければならない。さらに複数のメディアが相互補完的に多様な情報を扱うような情報環境を念頭に置かならば、あるメディアにおいて多様性指標が小さい（つまりカテゴリが少なく偏りが大きい）としても、それが情報環境全体においては多様性に寄与していることもありえる。前章で述べたように、メディア間の相互補完関係がどの程度強いのかということは、選択的接触と情報共有という論点に関わる重要なポイントである。相互補完関係が強いほど、受け手は多様な情報に接触するために複数のメディアに横断的に接触しなければならない。ゆえに報道の多様性を分析する際は、メディア間の差異の大きさにも注目しつつ、多様性指標がいったいどの範囲の多様性を示しているのかを明確にし、さらに多様性指標を多層的に捉える必要がある。

具体的なモデルを示して、内的多様性および外的多様性という概念区分と多様性指標との関係を明らかにしたい（図 3-1）。単体のメディアを対象として多様性指標を計算した場合には、指標の値はそのメディアの内的多様性を表している。また、複数のメディアによるデータを合算して指標を計算した場合には、その値がそれらのメディアにおける外的多様性を表す。ただし、その指標はあくまでも複数のメディアを統合したデータの総体としての多様性に関する結果であり、その結果からは統合される前の個別のメディアにどの程度の差異があるかを判別することはできない。図 3-1 を用いて説明すると、上段は複数のメディアがそれぞれ異なったテーマについて報道をしているのに対し、下段は複数のメディアが互いに似たような割合で情報を発信している。しかし複数のメディアを合算したデータ（矢印の右側）から多様性指標を算出するだけでは、両者の結果は同じ値になってしまうという

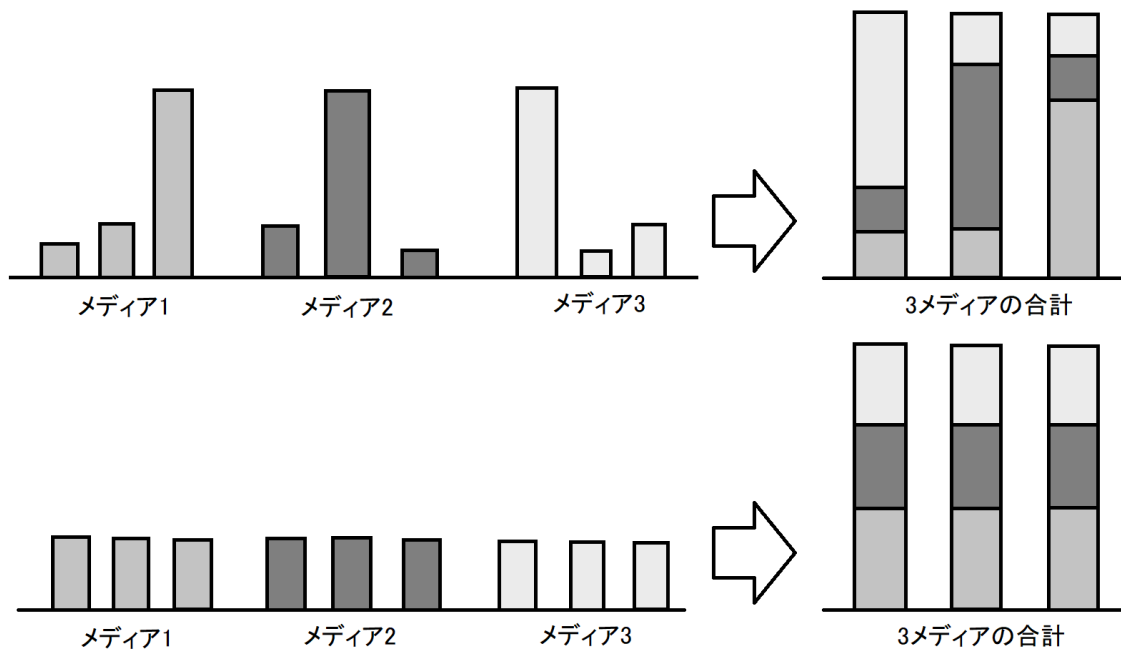


図 3-1 外的多様性における相互補完と重複 (千葉 2016, p.51 より修正して掲載)

ことである。この分析だけでは、外的多様性を分析するにあたって重要なポイントであるメディア間の差異を知ることができず、したがって情報環境において各メディアがどのように関連しているのかを明らかにすることもできない。

そして検討すべき 3 つ目の点は、用いられる多様性指標の性質である。多様性指標はたいていの場合、分類するカテゴリの数が多いほど、そして各カテゴリへの分布の偏りが小さいほど多様であると考えられる (図 3-2)。生物多様性の文脈ではこれを「種の豊富さ(species richness)」と「均等度(evenness)」という概念で表すが (宮下・野田 2003, p.74)、同様の考え方は報道の多様性を分析する際にも有効であると言えるだろう。一般的に、多くの出来事が報じられ、かつ報道量が特定の話題に集中していないときに、報道は多様であると考えられる。逆に扱われる出来事が少なかったり、特定の話題ばかりが集中的に取り上げられたりする場合には、多様性が欠如していると考えられる。

ここで注目すべきは、上記のような性質を持つ多様性指標が、報道の多様性において何を意味しているのかということである。前章では、報道の多様性を評価するために均等度と比例度という 2 つの基準があると述べた。カテゴリの数とその偏りに注目する多様性指標は、このうち均等度によって評価するための指標である。報道を比例度によって評価するためには、別の外的な基準を用意しなければならない。

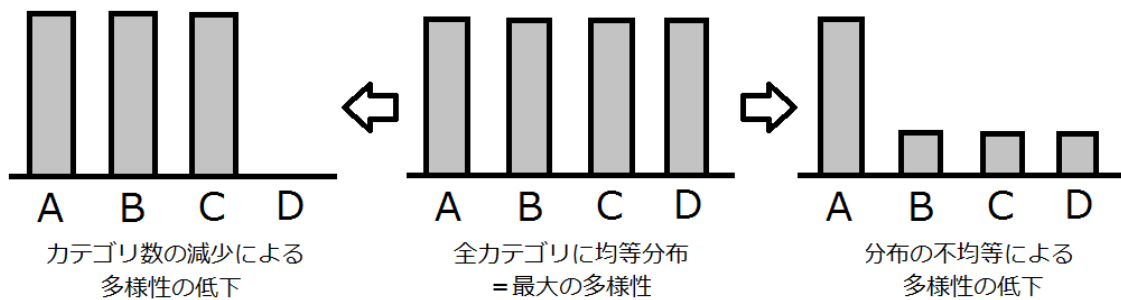


図 3-2 多様性指標の考え方 (千葉 2016, p.49)

以上をまとめると、従来の分析によって明らかにすることができるのは、メディア単体の内的多様性か、メディア間の差異を考慮しない情報環境全体での外的多様性であり、それらの結果は均等度によって報道の多様性を評価しているということである。一方、外的多様性を考えるにあたって重要なメディア間の差異や、比例度による評価という視点は分析に含まれていなかった。そしてそれらの概念が分析に含まれていないということは、前章で見てきた分析手法に求められる条件、つまり情報環境全体におけるメディア間の連関や役割分担を分析することができないということである。よって、これらの概念を捕捉するためには異なる手法を用いなければならない。そこで次節では、上記の条件を満たすことのできる分析手法について考察していくこととする。

3.3. メディア間の差異に関する分析手法

前節では、従来の分析手法がメディア間の差異（または相互補完関係）や比例度の評価基準を考慮してこなかったことを指摘した。本節では、まず前者について考察していきたい。従来の分析手法では捉えることのできなかつたメディア間の差異を分析し、複数のメディアによる外的多様性をより精緻に測定するためにはどのような手法が必要であるだろうか。

すでに述べたように、内的多様性を分析する方法はシンプルである。分類のための適切なカテゴリを設定し、分析対象となるメディアが伝えたニュースをそれらのカテゴリへと分類し、カテゴリ間の比率をもとに多様性指標を計算する。そうして計算された多様性指標は、分析対象のメディアがどれほど多様な報道をおこなったかを表すものであり、そのメディアの内的多様性を表しているものと考えることができる。

ある対象の多様性を測定しようとする際にはいくつかの指標が存在する（千葉 2019, pp.5-6）。代表的なものとしては Simpson's D（または同じ計算式に基づく Herfindahl-

Hirschman Index) や Shannon's H といった指標が挙げられる。それぞれの指標は以下の式で表される。

$$D = 1 - \sum_{i=1}^s p_i^2$$

$$H = - \sum_{i=1}^s p_i \ln p_i$$

(s = カテゴリの数、 p_i = i番目のカテゴリの比率)

これらの指標は、前述のとおりカテゴリの数と比率の偏りという 2 つの要素に基づいて多様性を測定する。カテゴリが多いほど、そしてそれらのカテゴリ間での偏りが小さいほど、多様性が高いということになる。Simpson's D はすべてのデータが 1 つのカテゴリにのみ分類された場合に最小値の 0 となり、全カテゴリに均等に分類された場合に最大値となるが、その最大値はカテゴリ数が多いほど 1 に近づく (カテゴリ数 5 のときに 0.8、カテゴリ数 10 のときに 0.9 となる)。また Shannon's H も同様にすべてのデータが 1 つのカテゴリにのみ分類された場合に最小値の 0 となり、最大値はカテゴリ数が増えるほど大きくなる (カテゴリ数 5 のときに約 1.61、カテゴリ数 10 のときに約 2.3 となる)。McDonald and Dimmick(2003)は実在するラジオ番組のデータを用いてさまざまな多様性指標の変動を検証し、カテゴリ数の変化に敏感に反応するのが Shannon's H、分布の偏りに敏感に反応するのが Simpson's D であると結論付けた(p.74)。

前述のとおり、単体のメディアによるニュースを分類した結果に基づいてこれらの指標を計算すれば、そのメディアの内的多様性を表すことができる。あるいは、複数のメディアによるニュースを分類した結果に基づいて指標を計算すれば、それらすべてのメディアを統合したデータの総体的な多様性を表すこともできる。しかしすでに述べてきたように、この指標だけでは、複数のメディアによって構成される情報環境の外的多様性を十分に表すことはできない。なぜなら外的多様性を分析する際には、それら複数のメディアが似たようなカテゴリの比率となっているのか、あるいはそれぞれ異なるカテゴリに偏った比率で相互補完的な関係にあるのかが重要となるからである。この概念を表すためには、複数のメディアをひとまとめにした総体としての多様性だけでなく、メディア間の差異に目を向ける必要がある。

よって、複数のメディアによる外的多様性を分析する際には、それぞれのメディアがどれほどの多様性を備えているのか、それらのメディアが総体としてどれほどの多様性を備えているのか、そしてそれらのメディア間にはどれほどの差異があるのかという 3 点を捉えることが必要である。前述した多様性指標を計算することで、各メディア単体での多様性や複数のメディアによる総体的な多様性を表すことはできるが、メディア間の差異を表すにはさらなる指標が必要となる。

多様性という観点から複数のメディア間の差異を表すための指標は、これまでもたびたび検討されてきた。Hellman(2001)はテレビ番組の多様性に関する研究において、「個々のチャンネルで提供されるコンテンツの多様性とシステム全体で提供されるコンテンツの多様性を分析すること」だけでなく、「チャンネル間の差異あるいは偏差」を分析するために(p.190)、2つのチャンネル間における差異を表すための Deviation Index(p.192)という指標を提示した。Deviation Index の指標は、あるチャンネルが別のチャンネルと重複の少ない番組を放送している場合に値が大きくなるものであり、以下の式で表される。

$$D = \sum |p_{iA} - p_{iB}|$$

(p_{iA} = チャンネル A における番組カテゴリ i の比率)

チャンネル A とチャンネル B が放送する番組カテゴリの間に一切の重複がないとき、この指標は最大値の 2 となる。逆に完全な重複が見られるとき、指標は最小値の 0 となる。ただし Hellman の Deviation Index は、2つのチャンネル同士の差異を表すものであり、情報環境全体の多様性がどの程度チャンネル間の相互補完によって成立しているのかを明らかにするものではない。

同じように放送におけるコンテンツの多様性を分析した van der Wurff(2004)は、個別のチャンネルと全チャンネルとの間にどれほどの差異があるかを測るための Distinctiveness Index という指標を用いた。この指標は、あるチャンネルにおける番組カテゴリの比率が他のすべてのチャンネルとは異なる特徴的な偏りを示している場合に値が大きくなる。この指標は「Hellman(2001)の Deviation Index と類似しているが、あるチャンネルのプログラムと市場に存在する全チャンネルを比較する」(pp.232-233)という点が異なるとされ、以下の式で計算される。

$$\text{Channel distinctiveness} = \sum |cs_i - s_i| / 2$$

(cs_i = あるチャンネルでの番組カテゴリ i の比率、 s_i = 全チャンネルでの番組カテゴリ i の比率)

この指標はチャンネル間で番組カテゴリの比率が同じであるときに最小値の 0 となる。またチャンネル間にカテゴリの重複がまったくないときに最大値となるが、その値はチャンネル数が多いほど高くなる。たとえば 4 チャンネルの場合は 1.5 が最大値となり、10 チャンネルの場合は 4.5 が最大値となる。

これらの指標は、確かにチャンネル間の差異を表している。だが、これらの指標によって外的多様性の分析にとって重要なチャンネル間の相互補完関係を表すことは困難であるだろう。なぜなら、これらの指標はあくまでも「あるチャンネルが他のチャンネルとどれだけ異なるか」あるいは「あるチャンネルが情報環境全体でどれだけ特徴的な情報発信をしているか」を表すものとして算出されるものであり、個別のチャンネルに関する指標だからである。したがってこれらの指標は、ある情報環境におけるチャンネル間の関係性の全体像を直接に表してはいないのである。

外的多様性の分析に際して以上の問題点を回避するためには、メディア間の差異とメディア同士の相互補完関係という視点を持ちつつ、総体的な情報環境の多様性を表すことのできる指標が必要となる。そこで本論文では、こうした分析を可能にする指標として生態系における生物多様性を分析するために用いられる指標に着目する (千葉 2016, pp.52-55)。生態系における生物多様性を分析する際には複数のエリアから成り立つ総体的な環境を対象とするが、複数のメディアからなる情報環境の分析はこうした生態系の分析と同様の構造を持っていると考えることができ、したがって図 3-3 のように多様性を分析するための手法を参照できると考えられるためである²。

生態系の生物多様性は、個別のエリアにおける生物多様性 (α 多様性)、エリア間の差異 (β 多様性)、そして複数のエリアからなる生態系全体での生物多様性 (γ 多様性) によって表される (Whittaker 1960)。それぞれのエリアにおける生物多様性が低かったとしても、エリアごとに生物の分布が大きく異なっていれば、生態系全体での生物多様性は確保される。これを報道の多様性に当てはめると、複数のメディアからなる情報環境の多様性は、個別のメディアにおける多様性 (α 多様性)、メディア間の差異 (β 多様性)、情報環境全体の多様性 (γ 多様性) という 3つの要素で表すことができる。すでに述べたように、これらは複数のメデ

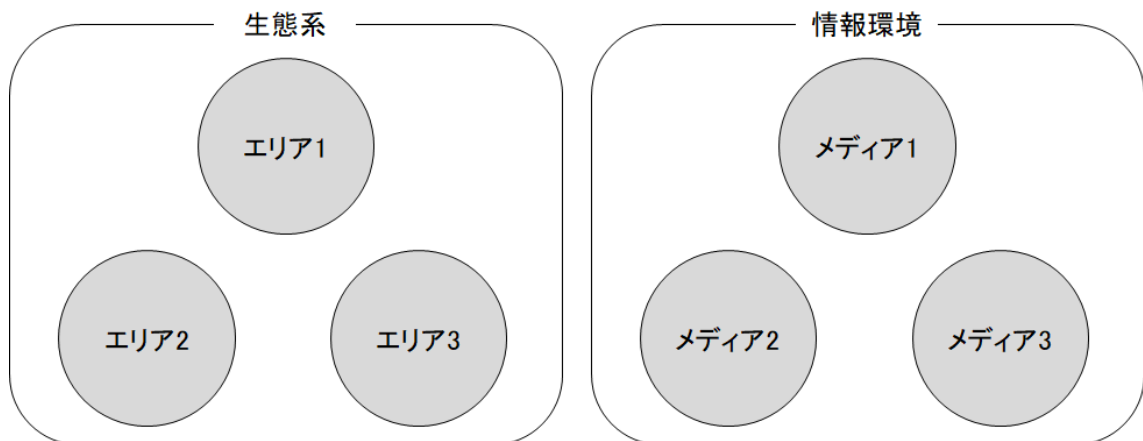


図 3-3 生態系と情報環境の図式化 (千葉 2016, p.52 より修正して掲載)

メディアによって構成される外的多様性を分析する際に必要な要素である。なぜなら外的多様性の分析においては、それぞれのメディアが異なる情報を発信することで相互補完的な関係にあるのか、あるいは同じような比率で情報発信をおこなっているのかを捉えることが重要なのであり、したがってメディア間にどれだけの差異が存在するのかを考慮しなければならぬためである。

そして α 多様性、 β 多様性、 γ 多様性という3つの概念については、 $D_\alpha + D_\beta = D_\gamma$ という計算方法が考案されている(Lande 1996)。生態系全体の多様性を、個々のエリアの多様性とエリア間の差異の和で示すのである。Simpson's D の多様性指標に基づく $D_\alpha + D_\beta = D_\gamma$ の計算方法を報道やメディアの多様性を分析するための手法として位置づけると、それぞれの計算式は表 3-2 のとおりになる³。先に示した図 3-1 を例として考えると、3つのメディアを合計したカテゴリ分布(矢印の右側)は上段と下段で変わらないために D_γ は同じ値となり、2つの情報環境は全体として同程度の多様性を備えていることがわかる。しかしこの結果だけでは、それぞれのメディアが同じようなカテゴリの比率となっているのか、相互補完的なカテゴリの比率になっているのかが判別できない。そこで D_α と D_β の値に着目すると、上段の環境では個別のメディアがそれぞれ異なる専門的なテーマをもっているために D_α の値が小さくなるが、メディア間の差異が大きいため D_β の値は大きくなる。一方下段の環境では、それぞれのメディアが単体でさまざまなテーマをバランスよく扱っているため D_α は大きくなるが、メディア間の差は小さいため D_β は小さくなる。 D_β の値が大きい上段の環境では受け手が3つのメディアを横断しなければ多様な情報に触れることはできないが、 D_α の値が

表 3-2 Simpson's D に基づく $\alpha \cdot \beta \cdot \gamma$ 多様性指標の計算式 (千葉 2016, p.53)

| | |
|----------------------------------|--|
| D_j : メディア j の多様性(Simpson's D) | $D_j = 1 - \sum_{i=1}^S p_{ij}^2$ |
| D_α : 加重平均された個別メディアの多様性 | $D_\alpha = \sum_{j=1}^N q_j D_j$ |
| D_β : メディア間の差異 | $D_\beta = \sum_{j=1}^N q_j \sum_{i=1}^S (p_{ij} - p_i)^2$ |
| D_γ : 複数のメディアの総合的な多様性 | $D_\gamma = D_\alpha + D_\beta = 1 - \sum_{i=1}^S p_i^2$ |

※S: カテゴリ数 N: メディア数 p_i : カテゴリ i の比率 q_j : 全メディアに対するメディア j の比率

表 3-3 $\alpha \cdot \beta \cdot \gamma$ 多様性指標によって表される情報環境 (千葉 2016, p.53)

| | | | |
|----------------------|----------------|---------------|----------------|
| 総合的メディアが多く存在する環境 | D_α : 大 | D_β : 小 | D_γ : 大 |
| 専門的メディアが相互補完的に存在する環境 | D_α : 小 | D_β : 大 | D_γ : 大 |
| 専門的メディアが重複して存在する環境 | D_α : 小 | D_β : 小 | D_γ : 小 |

大きい下段の環境では 3 つのメディアのうちどれか 1 つにしか接触していなくてもある程度多様な情報に触れることができる。こうして、 D_α と D_β の値を算出することにより、情報環境に存在する各メディアが同じようなカテゴリの比率で重複した関係にあるのか、それぞれ異なったカテゴリの比率で相互補完的な関係にあるのかかが把握できるのである。

この指標を用いれば、個別のメディアにおける内的多様性とメディア間の差異の大きさを視野に入れながら、情報環境全体での外的多様性を一貫した尺度で表すことができる(表 3-3)。単体で多様な情報を扱う総合的メディアが多く存在する環境(たとえば全国紙だけがある環境)においては、個々のメディアの多様性を表す D_α が大きくなり、結果的に情報環境全体での D_γ も大きくなるが、メディア間の差異がなくなるため D_β は小さくなる。一方、それぞれ異なるテーマの情報を扱う専門的媒体が相互補完的に存在する環境(たとえばさまざまなジャンルの専門チャンネルが視聴できる環境)では、各メディアの D_α は小さくなるが、メディア間の違いがあるため D_β が大きくなり、結果的に環境全体における D_γ も大きくなる。いずれの場合でも D_γ が大きくなるため、情報環境全体で見れば多様な情報が流通し

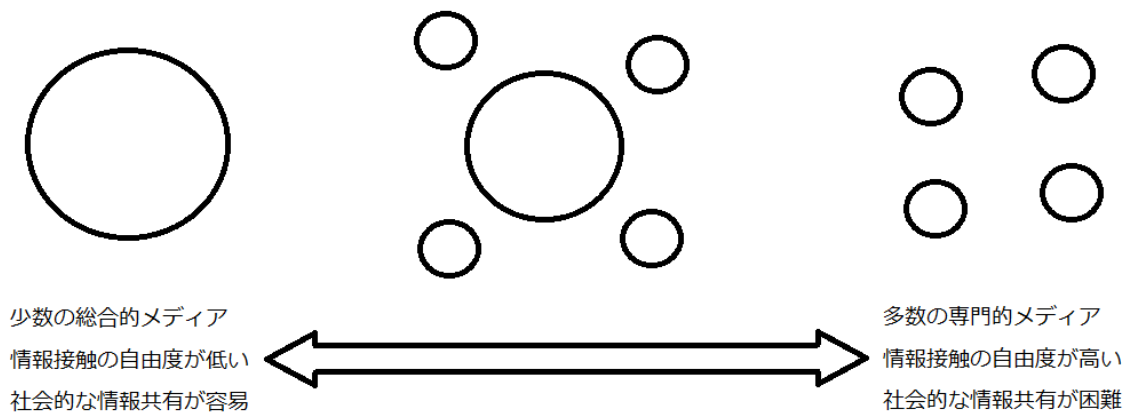


図 3-4 情報環境のモデル

ている状態となる。しかし同じようなテーマを扱う専門的メディアばかり存在する環境（たとえばサッカー雑誌ばかり何誌もある環境）では、 D_α も D_β も小さくなり、結果的に D_γ も小さくなる。

この指標を用いて、前章で提示してきた中心的メディア—周辺のメディアという図式をどのように分析できるだろうか。図 3-4 は前章で示した図を再掲したものであるが、少数のメディアが単体で多様な情報を扱う環境から多数のメディアが相互補完的に多様な情報を扱う環境までの間に、中心的なメディアと周辺のメディアからなる環境を位置付けたものである。この図で言えば、左側の環境に近づくほど D_α の値が大きくなり、右側の環境に近づくほど D_β の値が大きくなる。また情報環境全体での多様性は D_γ で知ることができる。第 2 章での議論を踏まえれば、 D_β の高い環境は選択的接触によって情報接触の多様性が低くなりやすい環境と考えることができ、受け手の積極的な情報接触が求められる。他方 D_α の高い環境は、受け手が 1 つのメディアから多様な情報を受け取ることができるため社会的な情報共有が容易になるが、メディア間の差異が小さいため受け手にとっての選択肢は減少する。現在の情報環境がこの図においてどこに位置付けられるのか、あるいはどのような情報環境を構想するのかを分析し議論するにあたり、 $D_\alpha \cdot D_\beta \cdot D_\gamma$ という指標は有効な手段となるのである。

ここで、3つの多様性指標がどのような挙動を示すのか、いくつかの状況を想定して確認しておきたい。それは(a)内的多様性の高いメディアだけが存在する情報環境、(b)内的多様性の低い複数のメディアが相互補完して高い外的多様性を実現している情報環境、そして(c)内的多様性が高い単体の基幹メディアと内的多様性が低い複数の専門メディアが存在す

る情報環境である。ニュースを分類するカテゴリが5つあると想定して、(a)(b)(c)の情報環境を表3-4から表3-6のように設定した。

まず(a)の環境では、1000本の記事を発信する5つのメディアがそれぞれ特定のカテゴリに全記事の40%を割いているが、残りのカテゴリにも15%ずつのスペースを割いており、一定の内的多様性が存在する。この環境においては、各メディア単体におけるニュースの多様性は0.75となり、5つのメディアを合計した情報環境全体での多様性 D_Y は0.8となる。そして各メディアの多様性を加重平均した D_α は0.75であり、 D_Y と D_α の差である D_β は0.05となる。メディア間の差異が小さいこの環境では、5つのメディアのうちどれか1つだけに接触したとしても、情報環境全体と同程度の多様な情報を得ることができる。

次に(b)の環境では、1000本の記事を発信する5つのメディアがそれぞれ特定のカテゴリに全記事の80%を割き、残りのカテゴリには5%ずつしかスペースを割いていない。これらのメディアは特定のカテゴリに強い専門性を持っており、各メディアの内的多様性は0.35という低い値になる。しかしこれらのメディアがそれぞれ異なるカテゴリを相互補完的に取り扱っているため、情報環境全体での多様性 D_Y は(a)と同じ0.8となる。結果、 D_β は0.45となり、(b)の環境は(a)の環境よりもメディア間の差異が大きいがわかる。この環境では、単体のメディアに接触するだけでは多様な情報を得ることができず、複数のメディアを横断しなければならない。

最後に(c)の環境では、(b)の環境に高い内的多様性を備える巨大な基幹メディアが加わっている。このメディアは5つのカテゴリを同じ比率で扱っているため内的多様性が0.8と高く、記事数も2500本と他のメディアよりも多い。このメディアが加わって加重平均を押し上げることで、(b)では0.35であった D_α は0.5まで上昇し、 D_β は0.3に低下する。メディア間の差異を減少させるこの効果は基幹メディアの規模が大きいほど高くなり、たとえば基幹メディアの全記事数が500本しかなければ D_β は0.41までしか下がらないが、逆に記事数が5000本あれば D_β は0.23まで下がる。これを現実の情報環境に置き換えて考えるならば、内的多様性を備える巨大なマスメディアが存在することで情報環境における差異を小さくすることができるということを意味する。

3.4. より発展的な分析へ向けて：コンテンツ以外の多様性指標

ここまでは、コンテンツの多様性に着目して分析手法の検討をしてきた。しかし前章でも論じてきたように、報道の多様性を分析する際の切り口はコンテンツだけではなく、情報環

表 3-4 情報環境(a)における多様性指標

| | メディア 1 | メディア 2 | メディア 3 | メディア 4 | メディア 5 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| カテゴリ 1 | 400 | 150 | 150 | 150 | 150 |
| カテゴリ 2 | 150 | 400 | 150 | 150 | 150 |
| カテゴリ 3 | 150 | 150 | 400 | 150 | 150 |
| カテゴリ 4 | 150 | 150 | 150 | 400 | 150 |
| カテゴリ 5 | 150 | 150 | 150 | 150 | 400 |
| 内的多様性 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 | 0.75 |
| D_γ | | | 0.8 | | |
| D_α | | | 0.75 | | |
| D_β | | | 0.05 | | |

表 3-5 情報環境(b)における多様性指標

| | メディア 1 | メディア 2 | メディア 3 | メディア 4 | メディア 5 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| カテゴリ 1 | 800 | 50 | 50 | 50 | 50 |
| カテゴリ 2 | 50 | 800 | 50 | 50 | 50 |
| カテゴリ 3 | 50 | 50 | 800 | 50 | 50 |
| カテゴリ 4 | 50 | 50 | 50 | 800 | 50 |
| カテゴリ 5 | 50 | 50 | 50 | 50 | 800 |
| 内的多様性 | 0.35 | 0.35 | 0.35 | 0.35 | 0.35 |
| D_γ | | | 0.8 | | |
| D_α | | | 0.35 | | |
| D_β | | | 0.45 | | |

表 3-6 情報環境(c)における多様性指標

| | メディア 1 | メディア 2 | メディア 3 | メディア 4 | メディア 5 | メディア 6 |
|------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| カテゴリ 1 | 800 | 50 | 50 | 50 | 50 | 500 |
| カテゴリ 2 | 50 | 800 | 50 | 50 | 50 | 500 |
| カテゴリ 3 | 50 | 50 | 800 | 50 | 50 | 500 |
| カテゴリ 4 | 50 | 50 | 50 | 800 | 50 | 500 |
| カテゴリ 5 | 50 | 50 | 50 | 50 | 800 | 500 |
| 内的多様性 | 0.35 | 0.35 | 0.35 | 0.35 | 0.35 | 0.8 |
| D_γ | | | | 0.8 | | |
| D_α | | | | 0.5 | | |
| D_β | | | | 0.3 | | |

境の構造的特徴や受け手の情報接触といった切り口を含む。さらに、分析によって得られた多様性の度合いを評価するにあたっては、単に多様性が高いほど望ましいという評価基準だけでなく、受け手の情報ニーズや現実社会の勢力バランスといった何らかの外的基準をどれほど反映しているかという比例度の観点から評価することもできる。そこで最後に、より発展的な多様性の分析を実現するために、コンテンツ以外の要素の多様性をどのように分析しうるか、および多様性を比例度の観点からどのように評価するかについても言及しておきたい。

本論文では、第 2 章において報道の多様性をいくつかの要素に分けて提示した。まずオーナーシップの多様性について見ていくと、情報環境が少数のメディア組織による寡占状態に陥っていないかという点は、市場の集中度を表す Herfindahl-Hirschman Index(HHI)を用いて表すことができる。

$$HHI = \sum s_i^2$$

(s_i = i 番目の企業の市場占有率)

1 つの企業が市場を 100% 占有しているとき、HHI は最大の 1 となる。逆に多くの企業が市場を争っているときには、HHI は 0 に近づく。この指標は先に取り上げた多様性指標 Simpson's D と似た計算方法であるが、HHI は値が大きいほど市場が集中していることを

示すのに対し、Simpson's D は 1 から引くという操作をとることで値が大きいほど多様性が高いことを示す点異なる。HHI を計算する際は、単位を個々のメディア組織にすることもできるし、公営メディアや市場メディアといった資本形態ごとに合算することで、どのような資本形態のメディアが市場を占めているのかを明らかにすることもできるだろう。この HHI とコンテンツの多様性指標を併用することで、市場の集中度がニュースコンテンツの多様性にどのように影響を及ぼすかを明らかにすることができる。

続いてスタッフの多様性であるが、組織マネジメントの研究においてはグループ内のメンバーの多様性と組織のパフォーマンスとの関連が研究されており、その指標を報道機関のパフォーマンスを分析するのに用いることが可能であるだろう。グループ内メンバーの多様性を測定する際には、年齢のような量的な変数についてはデータのばらつきを表す標準偏差などの数値が、性別や人種のようなカテゴリカルな変数についてはこれまで取り上げてきたような多様性指標が用いられる(Pelled, Eisenhardt and Xin 1999, p.11; Choi and Rainey 2010, p.112)。また集団のデモグラフィックな多様性を分析するこの枠組みは、メディア組織に属するスタッフの多様性を明らかにするだけでなく、ある情報に接触した受け手の多様性を測定するときにも利用可能であるだろう。こうした指標と多様性指標を併用することで、メディアに従事するスタッフの人的多様性がニュースに表象される意見や立場の多様性を高めるのかといった分析や、どのようなニュースが多様な受け手に届くのかという分析が可能になる。

アウトプットの形式的な多様性については、第 2 章でソフトニュースとハードニュースの議論に言及したが、これらをどのように区分するかということについては「ソフトとハードの分類基準について統一した見解が示されていないわけではない」(萩原 2001, p.82)とも言われてきた⁴。Reinemann らはさまざまなソフトニュース／ハードニュースの作業化について整理し、形式的な特徴によって分類するアプローチとしては、事実に基づく報道かリポーターの意見や評価をとるかどうかという軸と、記事のトーンや文体によって区別する軸が存在すると述べた(Reinemann, Stanyer, Scherr and Legnante 2012, p.231)。このような何らかの方法で各ニュースをソフトニュースとハードニュースに分類し、それぞれの形式でどれだけ多様な報道がなされているかを比較することができる。

また、残る地域規模の多様性やメディアの種類が多様性については、単純にどのようなメディアが情報環境に存在しているのかをカウントし、その結果と多様性指標との関連を見ることで意味のある知見が得られるだろう。上記のような指標をコンテンツの多様性指標

と組み合わせることによって、ジャーナリストやメディア組織の構造的な多様性がコンテンツにどのような影響を及ぼすのか、あるいはコンテンツの多様性は受け手の情報接触の多様性とどのように関係するのか、といった分析が可能となる。

そしてもう 1 つ、多様性指標を用いた分析は、指標がカテゴリ数と分布の偏りによって決まることから、第 2 章で取り上げた均等度(equality)を表すものであることはすでに述べたとおりである。そして多様性を評価する際の基準には、比例度(proportionality)という概念が存在することも述べた。比例度を分析することによって、そのメディアが多様性を備えているか否かという評価だけでなく、その多様性（または画一性）が外的な要因を反映しているか否かという評価も下せるようになるのである。多様性の度合いと比例度の度合いとの組み合わせによってどのような含意が得られるのかということについては第 2 章で論じたとおりである。

では、比例度はどのような方法で分析することが可能となるだろうか。すでに述べたように、比例度の考え方では、報道が何らかの外的な基準と同じような比率で情報を発信していることをもって、その報道が現実世界における多様性を反映できていると考える。よって比例度の指標は、メディアコンテンツの量と外的な基準との差を参照する指標となる。たとえば van der Wurff(2004, p.234)が用いた以下の指標は、番組カテゴリごとの放送時間の比率と視聴時間の比率がどれだけ一致しているかを測定するものである。

$$RD = 1 - \frac{\sum |s_i - d_i|}{2}$$

(s_i = 番組カテゴリ i の放送時間の比率 d_i = カテゴリ i の視聴時間の比率)

この指標では、放送局が視聴者のニーズをどれだけ反映しているかを示している。指標は放送局が発信する番組のカテゴリ比率と視聴者の視聴した番組のカテゴリ比率が一致しているほど 1 に近づき、一致していないほど 0 に近づく。

d'Haenens, Antoine and Saeys(2009)は上記とは別の方法で比例度（開かれた多様性）を計算している。この指標は放送時間と視聴時間に注目する点は van der Wurff(2004)と同じであるが、計算式が異なっている。d'Haenens らはフィクションやスポーツ、エンターテインメントといったジャンルごとにこの指標を計算している。

$$RD = \frac{\text{total average viewing time (\%)}}{\text{broadcasting time (\%)}}$$

van der Wurff の指標が全カテゴリのトータルな比例度を算出するものであるのに対し、d'Haenens らの指標はカテゴリごとに受け手ニーズとの差の大きさを算出する。本論文の視点からすれば、あるメディアの全体的な差異の大きさを測定する van der Wurff の指標のほうが適切であるだろう。d'Haenens らの指標は放送時間と視聴時間が一致するほど 1 に近づき、放送時間が短く視聴時間が長い場合には 1 より大きくなり⁵、逆に放送時間が長く視聴時間が短い場合には 0 に近づく。

これらの先行研究は放送の分析であり、比例度を測るための外的基準として視聴者のニーズ（視聴時間）との差に注目しているが、外的な基準は必ずしも受け手のニーズだけに限られないだろう。たとえば政党の議席比率と、各政党に言及するニュースの比率を比較することで、報道が議席の分布をどれだけ反映しているかが明らかになる⁶。もしくは特定の科学的争点に対する専門家の意見分布を外的基準とすることができれば、学術的にはほとんど否定されているような意見が過大に取り上げられていないかを検証することもできる。このように比例度を分析するためには、同じカテゴリを用いて外的基準と報道量のそれぞれの分布を表し、その間にある差異をもとに指標を計算するという方法が考えられる。

比例度の指標は、前節で示した多様性指標と組み合わせることで、分析結果の解釈をさらに深めることができる。たとえば選挙の争点に関する報道を考えてみよう。多くの受け手が消費税増税について強い関心を示しており、憲法改正や外交政策についてはあまり関心を抱いていなかったとする。内的多様性を備えた均等度の高いメディアは、3つの争点を均等に扱うだろう。こうしたメディアは、受け手が関心を示していない争点（この場合は憲法改正や外交）についての情報にも触れる機会を提供する。一方内的多様性が低く特定争点を強調するメディアの場合は、それが受け手の関心をよく反映して消費税増税について重点的に取り上げていれば比例度が高くなる。このメディアは、広く関心を持たれている消費税に関して豊富な情報を発信する役割を果たす。逆に、憲法改正や外交政策が見過ごされがちな重要争点であると判断したメディアがあれば、受け手の関心に反してそれらの争点を強調するため、内的多様性も比例度も低くなる。これらのメディアは、受け手の抱くニーズにおもねることなく、自らが重要だと判断する争点に関して自律した報道をしていると評価できる。結果、比例度の高いメディアと低いメディアがそれぞれ異なる役割を果たすことによ

り、総体的に外的多様性の高い情報環境が生じるのである。これとは逆に、すべてのメディアが受け手の関心に迎合して消費税増税にスペースを割けば、憲法改正や外交政策はあまり取り上げられず、総体的な外的多様性も低下することになる。

このように、比例度の指標は多様性に関する分析をより深めるために有効ではあるが、参照すべき外的基準をどのように設定するかという問題が付きまとう。van der Wurff(2004)や d'Haenens, Antoine and Saeys(2009)は受け手の情報接触（テレビの視聴時間）を外的基準として用いたが、そもそも受け手の情報接触量は送り手による情報発信量によって規定されるのだから、指標を構成する 2 つの要素が独立していないという問題もある。選挙報道に限って言えば、受け手の情報ニーズを知るために世論調査によって示される有権者の争点認知が利用可能かもしれないが、その場合はメディアコンテンツを分類するためのカテゴリと世論調査のカテゴリが共通のものでなければならない。論争のある科学的テーマについて専門家が主張する意見の分布を外的基準にするとしても、アカデミックなコミュニティにおける意見分布の全体像を捕捉することは容易ではないだろう。このように、均等度と比例度の分析を実際におこなう上ではさまざまな困難がある。

本節で取り上げたさまざまな指標をコンテンツの多様性指標と併用することで、第 1 節で例示した多様性に関するさまざまな研究テーマは、より適切に分析することができるようになると考えられる。本論文でそれらの分析アプローチをすべて実践することはできないが、次章以降では実際のニュースコンテンツを用いていくつかの分析を試み、本論文で論じてきた概念や手法の妥当性について検証していきたい。

¹ 本章における多様性指標の検討は、千葉(2014)および千葉(2016)の内容をベースに加筆、修正を施したものである。

² 水越(2005)など、メディア環境を生態系のアナロジーで考える視点はこれまでも試みられてきたものである。

³ $D_\alpha + D_\beta = D_\gamma$ は、Simpson's D に限らず Shannon's H など他の多様性指標に基づいて計算することもできる(Jost 2007)。

⁴ また萩原(2001)は、「少なくとも日本では、そうした形式的特徴ではなく、主たるテーマや言及領域に基づいてソフトニュースとハードニュースを区分することの方が一般的である」(p.82)と述べている。たとえば稲増・池田(2009)ではテキストマイニングによってテレビのニュース番組をソフトニュースとハードニュースに分類しているが、その際にはニュースの形式に関する語を分析から除外している(p.46)。また大森・平野(2017)は、娯楽化したニュースによる政治的有効性感覚への影響を検証するにあたって、政策ではなく政治的アクターの動向に着目する戦略型フレームという分類基準を用いた。

⁵ この指標は理論的に上限がなく、放送時間が極めて短い番組だけを受け手が視聴した場合は値がどこまでも大きくなる。

6 文中で取り上げた比例度の指標を用いているわけではないが、千葉(2016)は新聞の政治報道が現実に存在する政党のパワーバランスをどれだけ反映しているのかを明らかにするために、新聞5紙(朝日、毎日、日経、読売、東京)における各政党が登場する記事の多様性指標に加え、それらの記事数と議席数との相関を測定した。その結果、日本経済新聞を除く4紙では報道量が選挙後の議席数よりも選挙前の議席数をより反映していること、および5紙の中では毎日新聞がもっとも報道量と議席数との相関が低く、各政党を均等に扱うことで多様性の高い報道をしていることを示した。

4. ニュースコンテンツの多様性を測定する¹

本章では、全国紙の新聞記事をはじめとするさまざまなニュースのテキストデータを用いて、前章で検討してきた多様性指標を計算し、ニュースコンテンツの多様性を測定する。まず第 1 節では、多様性指標を計算するためのニュースコンテンツの分類方法について説明する。続いて第 2 節において、テストデータを用いて本論文でおこなう分析手法の妥当性を検証する。それから、さまざまなデータを用いた分析結果について述べていく。第 3 節では、全国紙 4 紙による選挙報道の多様性を測定する。第 4 節では、Yahoo!ニュースの記事データを用いて、近年利用者の増加しているポータルサイトが高い内的多様性を備えた情報発信をしているかどうかを明らかにする。最後に第 5 節では、評価レベルの多様性を分析するべく、第 1 次から第 3 次までの安倍政権に関する全国紙報道を分析する。

4.1. トピックモデル(LDA)を用いたニュースコンテンツの分類

まず本節では、本論文でおこなう分析の手法について概説する (千葉 2019, pp.9-14)。前章で取り上げた多様性指標を計算するためには、まずニュースをいくつかのカテゴリに分類しなければならない。そのためにこれまでの研究では、分析者が分類カテゴリを設定し、ヒューマンコーディングの内容分析によってそれらのカテゴリにニュースを分類するというアプローチがとられることが多かった (e.g. Grant 1994; Hellman 2001; Carpenter 2010; 田中・標葉・丸山 2012; van Hoof et al. 2014; Humprecht and Esser 2018)。しかしこのようにカテゴリの設定を分析者がアドホックにおこなうことには問題がある。それはすでに述べてきたように、カテゴリ数が多様性指標を構成する要素の 1 つとなるためである。したがって、分析者が自由にカテゴリを設定するということは、分析者が分析結果に恣意的に干渉できるということを意味するのである。テレビ放送の多様性について論じた神原 (1993)は、「番組種目の分類のしかたが多様性指標に影響を与えることは明らかである」(p.52)と述べたうえで、後の課題として「今後番組編成の多様性についていかなる研究がなされたところで、基になる番組種目分類が納得できなければ、そこから得られた知見はほとんど意味を持たない。番組編成の多様性診断を有効にする上でも、また、それを国際的に比較研究する上でも、『共通番組分類種目』を作成することは急務であろう」(pp.54-55)と問題提起をしている。指標の値を恣意的に操作できないようにするためにも、また異なるデータでの比較を可能にするという意味でも、カテゴリは分析者の判断によらない方法で設定されるほうが望ましいだろう。分析者が対象とするデータごとに想定されるカテゴリを前もって設定するというやり方では、カテゴリを決める際の判断基準を統一することが難しく、多様性指標が分析者の判断によって影響を受けてしまう。また神原が言うように、この問題を避けるために全データで共通のカテゴリを用いた分類をおこなえば結果を比較すること自体はできるかもしれないが、それでは多様性指標の構成要素の片方を固定することになり、データごとの状況の違いを考慮することができなくなるという別の問題が生じるだろ

う。

こうした問題を回避するためには、分類カテゴリとその数を分析者の主観によらずに決定するための統一的な手続きが必要である。共通のカテゴリを設けるのではなく、カテゴリを設けるための共通の手続きがあれば、カテゴリ数という多様性指標の要素を固定することなく、異なるデータ間でも比較可能な結果を出すことができる。そこで本論文では、機械的な文書分類の手法であるトピックモデル(LDA)によって新聞記事をカテゴリ（トピック）に分類するというアプローチを試みる。トピックモデルとは、ある文書における単語の出現パターンに基づいて、その文書がいくつかのトピックによって成り立っていると推定する手法である(Blei et al. 2003)。この手法では、文書の集合から潜在的なトピックを抽出し、個々の文書が抽出されたトピックによってどれだけの割合で構成されるのかを示す。たとえば、ある記事はトピック 1 が 60%、トピック 2 が 30%、トピック 3 が 10%というような形で表されることになる。この手法を用いることで、再現可能な共通の手続きに則りつつ、扱うデータによって異なるカテゴリを設定することができる。

ただしトピックモデルを実行する際にも、抽出されるトピックの数は分析者が任意で設定することが多い。しかし本論文では多様性指標を計算するためにトピック数(すなわち多様性指標の計算におけるカテゴリ数)を変数としなければならないため、分析者の側でトピック数をあらかじめ指定することは避けなければならない。つまり分析者の判断によらない何らかの基準に基づいて、分析対象となるデータにとって最適なトピック数を決定しなければならないということである。

トピックモデルにおいて最適なトピック数を探るためには、いくつかのアプローチが存在するが、そのうち本論文では **coherence** に基づいたトピック数の決定というアプローチを採用する²。**coherence** とは、概念的にはトピックモデルによって抽出された各トピックの特徴語における意味的な一貫性を指す(Chang et al. 2009)。たとえばあるトピックの特徴語が「犬、猫、馬、羊、牛」であった場合、これらの語には 4 足歩行の哺乳類という一貫性があり、このトピックは **coherence** が高い特徴語を持つ妥当性の高いトピックであると判断される。一方、あるトピックの特徴語が「野球、定規、船、喜び、ラジオ」であった場合、これらの無関係な語には意味的な一貫性がなく、このトピックは **coherence** が低い特徴語を持つ妥当性の低いトピックであると判断される。この **coherence** に基づいて最適なトピック数を決定する場合、**coherence** がもっとも高くなる、つまり抽出された各トピックの特徴語における意味的な一貫性がもっとも高くなるトピック数はいくつであるかを探ることになる。

この **coherence** を評価する手法としては、特徴語の中に無関係な語を 1 つ加えて人間のコーダーがその語を区別できるかを見る **word intrusion** という手法(Chang et al. 2009)のほか、一貫性の高い特徴語が集まっているかをベクトル化した単語間の類似度に基づいて測定する手法が考案されている(Fang et al. 2016)。「首相」と「総理」のように意味の似た単語は、テキストにおいて周辺に出現する語が類似すると予想される。そこでテキストにお

ける各単語をその出現パターンに基づいてベクトル化し、その距離によって単語同士の意味の近さを判定するのである。本論文では後者の方法を用いて **coherence** を数値化し、その数値がもっとも高くなるトピック数に決定するというアプローチを採用する。

具体的な分析手順は以下のとおりである。まず、単語間の距離から **coherence** を計算するためのテキスト（コーパス）を用意する。このコーパスは、単語間の距離を適切に測定できるような十分なサイズを備え、かつ分析対象のデータに含まれる単語を網羅している必要がある。分析対象のデータに出現する単語がこのコーパスに含まれない場合、その単語と他の単語の距離を測定することができなくなり、その単語が特徴語となった場合に **coherence** の計算が不可能になるためである。これらの条件を満たすために、本論文では分析対象のデータとそれ以外の大量のテキストを統合してコーパスとしている。たとえば第 3 節でおこなう新聞の選挙報道の分析では、1989 年から 2017 年までの 20 回の選挙に関する全国紙の報道を分析しているが、ここでは 20 回分の選挙に関するすべての記事 (39,696 本) を統合してコーパスとし、個々の選挙に関する記事を分析している。

次に用意したコーパスに対し、形態素解析エンジン **MeCab** を用いてテキストを単語ごとに分割する分かち書き処理をおこなう。この処理により、たとえば「日本でもっとも高い山は富士山である」という文は、「日本 で もっとも 高い 山 は 富士山 で ある」のように単語ごとにスペースで区切られた状態となる。分かち書き処理に必要な **MeCab** の辞書には、新語や固有名詞に強いとされる **mecab-ipadic-NEologd**³を用いることとした。

続いてこの分かち書きされたテキストに対して **R** の **wordVectors** パッケージを用いて **word2vec** によるベクトル化をおこない、テキスト中に出現する単語間のコサイン類似度を測定できるようにする (小林 2017, pp.208-213)。このコサイン類似度は、「選挙」と「投票」であれば 0.602、「選挙」と「候補者」であれば 0.480、「選挙」と「野球」であれば 0.198 というように、ベクトルが近い (つまりテキストにおいて似たような文脈で出現する) 単語同士であるほど値が大きくなる⁴。

コーパスを用いて単語間の距離から **coherence** を測定できるようになったならば、次は分析対象となるテキストデータにおいて、1 本ずつのニュース記事を単位として特定の単語が何回出現したかを示す **Document-Term Matrix(DTM)**を作成する (表 4-1)。DTM の作成には、**R** で **MeCab** による処理をおこなう **RMeCab** パッケージを用いた。本論文では主に選挙報道にどのような話題があったかをトピックとして抽出することが目的となるので、DTM に収録する単語は記事で扱われている話題を表すと考えられる名詞に限定する。また低頻度語を除外するために、各データの記事数の 1% (小数点以下切り捨て) を基準値として、出現回数がある基準値未満であった単語は除外する。たとえば第 3 節で分析対象とする 2017 年衆院選の全国紙報道では、合計の記事数が 1,832 本であるため、出現回数 18 回以上の単語だけを DTM に収録する。さらに、99%以上の記事に出現する高頻度語 (データ収集の際に用いた検索ワードを含む) と、1 文字だけの単語を取り除いた。なお、こうした単語の除外によって DTM 中での語数が 0 となった記事については、トピックへの割り当

表 4-1 Document-Term Matrix のイメージ

| | 単語 1 | 単語 2 | 単語 3 | 単語 4 |
|------|------|------|------|------|
| 記事 1 | 0 | 1 | 0 | 2 |
| 記事 2 | 0 | 0 | 3 | 2 |
| 記事 3 | 2 | 1 | 0 | 1 |

てが不可能となるため分析から除外される。

こうして作成した DTM に対して、R の lda パッケージでトピックモデルを実行する⁵。その際、トピック数の設定を 2 個から 30 個まで変えながら、それぞれのトピック数における coherence を特徴語間のコサイン類似度に基づいて測定する。具体的には、抽出された各トピックの特徴語上位 5 語におけるコサイン類似度の平均値を計算し、さらに全トピックの間で平均値を計算する。この手順を図示したのが図 4-1 である。仮にトピック数を 2 個に設定したとして、図にあるような 2 つのトピックが得られたとしよう。まずトピック 1 の特徴語上位 5 語は「自民党、民主党、首相、与党、野党」であり、これらの特徴語におけるコサイン類似度の平均値を計算すると 0.648 という値となる。同様にトピック 2 の特徴語上位 5 語は「年金、制度、財源、改革、消費税」であり、これらの特徴語におけるコサイン類似度の平均値を計算すると 0.642 になる。最後に、トピック 1 とトピック 2 それぞれで得られた平均類似度の平均値をとると 0.645 という値になり、この値がトピック数を 2 個に設定した場合での coherence となる。以上の手順を、トピック数を 30 個まで増やしながら繰り返し、もっとも coherence の値が高くなるトピック数を採用するということである。なお、LDA はアルゴリズムに乱数を用いているため、計算を実行するたびに結果が変動するという性質を持つ。このことによるバイアスを避けるために、本論文ではトピック数の設定を変えるごとに計算を 100 回ずつ繰り返し、それぞれのトピック数における最終的な coherence の値はその 100 回の計算結果による平均値とした。後述する多様性指標の計算も同様に、計算を 100 回繰り返した平均値を用いている。

こうして決まったトピック数で記事を分類し、分類された各トピックの比率に基づいて多様性指標を計算する。前述のように、トピックモデルでは各記事についてトピック 1 が 50%、トピック 2 が 30%、トピック 3 が 20%といった形で結果が示される。そこで記事の分類に際しては、記事ごとにトピック割合がもっとも高いトピックに 1 本として割り当てるのではなく、各トピックへのトピック割合の値に基づいて分割的に割り当てることとした。たとえばある記事についてトピック 1 が 50%、トピック 2 が 30%、トピック 3 が 20% という結果となった場合、値がもっとも高いトピック 1 に 1 本とカウントするのではなく、トピック 1 に 0.5 本、トピック 2 に 0.3 本、トピック 3 に 0.2 本とカウントする。それは、同率のトピックが複数存在した場合にどちらのトピックに割り当てるかという問題を回避するためであり、またある文書を複数のトピックから構成されるものとして捉えるトピックモデルの強みを分析に生かすためである。実際の報道においても、1 つの記事で複数の話

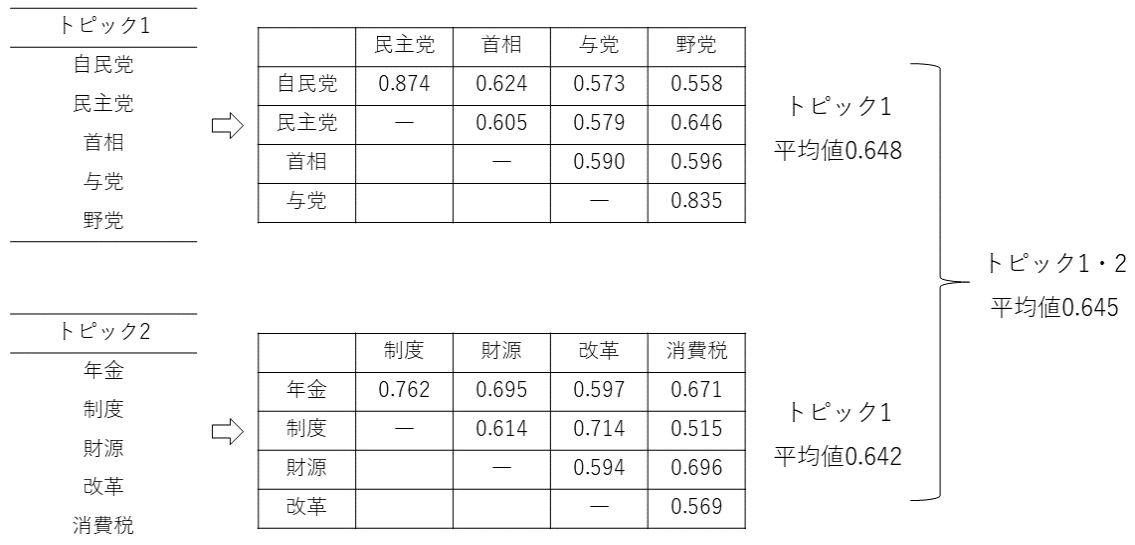


図 4-1 トピック数 2 の場合における coherence の計算方法 (千葉 2019)

題を扱うというケースが往々にして存在するのであり、そうした記事は単体のトピックに割り当てるよりも複数のトピックに配分するほうが妥当な分析であると言えるだろう。

4.2. テストデータを用いた分析手法の検証

選挙報道に関する実際の分析に移る前に、ここまで述べてきた分析手法の妥当性について検証しておく必要があるだろう。すなわち、本論文の分析手法によって記事を適切に分類することができ、その分類結果によって多様性指標が計算できるということを確認しておく必要がある。そこでまず、テストデータを用いた分析でどのような結果が得られるかを見ておきたい。ここでは、全国紙 4 紙 (朝日、毎日、日経、読売) の差異が非常に大きいテストデータを作成して前述の手法でテキスト分類をおこない、その分類結果に基づいて計算される多様性指標 D_{β} が大きな値となるかどうかを検証する。具体的なデータの作成方法として、新聞ごとに 2019 年に起こった異なる出来事についての記事を 1 週間分収集した。各紙の検索ワードと分析期間、記事数は以下のとおりである。なお分析対象となる出来事の選定は、読売新聞が実施したアンケートによる「2019 年読者が選んだ日本 10 大ニュース」(2019 年 12 月 21 日朝刊) の上位 4 つとした。

朝日新聞 : 「令和 OR 改元」、2019 年 5 月 1 日～5 月 7 日 (156 本)

毎日新聞 : 「京都アニメーション OR 京アニ」、2019 年 7 月 19 日～7 月 25 日 (80 本)

日経新聞 : 「消費税 OR 増税」、2019 年 10 月 1 日～10 月 7 日 (102 本)

読売新聞 : 「ラグビー」、2019 年 10 月 15 日～10 月 21 日 (125 本)

朝日新聞では2019年5月1日の平成から令和への改元に関する記事を収集した。改元は事前に日程のわかっている出来事であり、当日の朝刊からそれに関する記事が掲載されるため、5月1日から1週間を分析期間とした。続いて毎日新聞では、2019年7月18日に起こった京都アニメーションの放火事件に関する記事を収集した。この出来事は突発的な事件であったため、分析期間は記事が掲載される翌7月19日から1週間とした。次に日経新聞では、2019年10月1日の消費税増税に関する記事を収集した。こちらも事前に日程のわかっている出来事であるため、分析期間は当日の10月1日から1週間とした。最後に読売新聞では、2019年に開催されたラグビーW杯に関する記事を収集した。分析期間は、日本代表の最終戦となった10月20日の準決勝（日本対南アフリカ）の記事が掲載される10月21日を最終日として、それまでの1週間とした。

このテストデータによって、4つの新聞が異なる話題だけを集中的に取り扱っている外的多様性の高い環境を擬似的に作り出すことができる。本論文の分析手法が妥当なものであれば、このデータから得られる多様性指標 D_{β} は大きな値となるはずである。逆にもし分析手法が新聞間の差異を過剰に小さく評価してしまうのであれば、 D_{β} の値が大きくなることはないだろう。

これらの記事を、前節で説明した手順で分析する。まず、LDAで抽出されるトピックにおける特徴語のcoherenceを測定するために、4つの分析期間における4紙の全記事(24,875本)を収集して1つのテキスト(コーパス)を作成した。そしてこのテキストを分かち書きしてword2vecのベクトル空間とし、そこにおける単語間の距離に基づいて特徴語のcoherenceを測定できるようにした。それから分析対象となる4紙の記事をLDAによって分類した。なおすでに述べたように、以下の結果はLDAの乱数による影響を取り除くために計算を100回繰り返した平均値に基づいている。

トピック数を2から30まで変えながら特徴語上位5語の平均coherenceを計算した結果、トピック数4において全体のcoherenceが最大となった(図4-2)。4つの異なる話題を分析にかけているため、トピック数が4つになることは妥当な分類結果であると言えるだろう。そして4つのトピックにおける特徴語上位10語をまとめたのが表4-2である。特徴語のほとんどがここで取り上げた4つの話題に関連する単語となっており、トピック1は京都アニメーションの放火事件、トピック2は平成から令和への改元、トピック3は消費税増税、トピック4はラグビーW杯に関するトピックであることがわかる。つまりLDAによって抽出されたトピックは、データを収集する段階で設定した4つの出来事を正しく反映できている。

次に、各記事を4トピックに分類した際の新聞ごとのトピック割合を示したのが図4-3である。4つの新聞はそれぞれ異なるトピックが大きな割合を占めており、そのトピックはデータの収集段階で設定した4つの出来事に対応している。朝日新聞は平成から令和への改元に関するトピック、毎日新聞は京都アニメーションの放火事件に関するトピック、日経新聞は消費税増税に関するトピック、読売新聞はラグビーW杯に関するトピックが大きな割

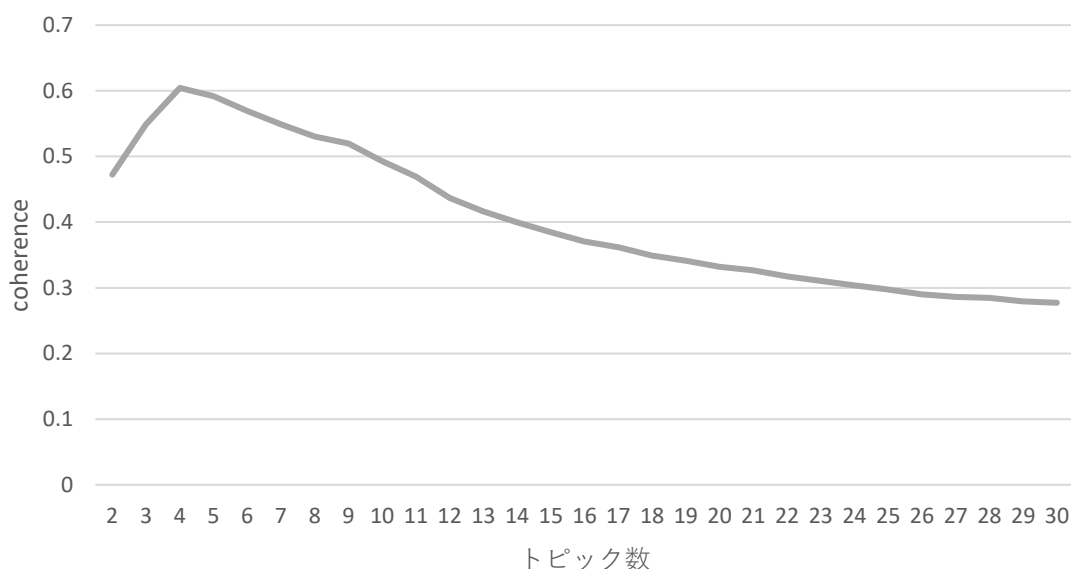


図 4-2 テストデータにおける coherence の推移

表 4-2 テストデータにおけるトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---|
| 1 | 放火、容疑者、アニメ、スタジオ、青葉、京都アニメーション、事件、京アニ、ガソリン、同社 |
| 2 | 令和、天皇、平成、時代、憲法、国民、天皇陛下、陛下、改元、皇后 |
| 3 | 増税、影響、消費税、消費増税、経済、対策、首相、商品、景気、還元 |
| 4 | W杯、ラグビー、選手、大会、紙面、試合、日本代表、南アフリカ、チーム、日本 |

合を占めている。

最後に、トピックへの分類結果から各種の多様性指標を計算した結果が表 4-3 である。 D_α が 0.390 であるのに対して D_β は 0.355 となっており、全体としての D_γ は 0.745 という値となった。先取りになるが、この D_β の値は次節以降でおこなう選挙報道の分析と比べて非常に大きな値である。このようにメディア間の差異が大きくなるようなデータに対しては、 D_β の値もそれに応じて増大するということが示された。以上の結果から、次の 2 点が明らかになったと言える。第 1 に、本論文の手法によって記事を適切に分類することができるということ、そして第 2 に、分類結果から算出される多様性指標はメディア間の差異を反映しており、複数のメディアからなる外的多様性を示しうるということである。したがって、この手法は報道の多様性を測定するうえで一定の妥当性を有していると評価することができるだろう。

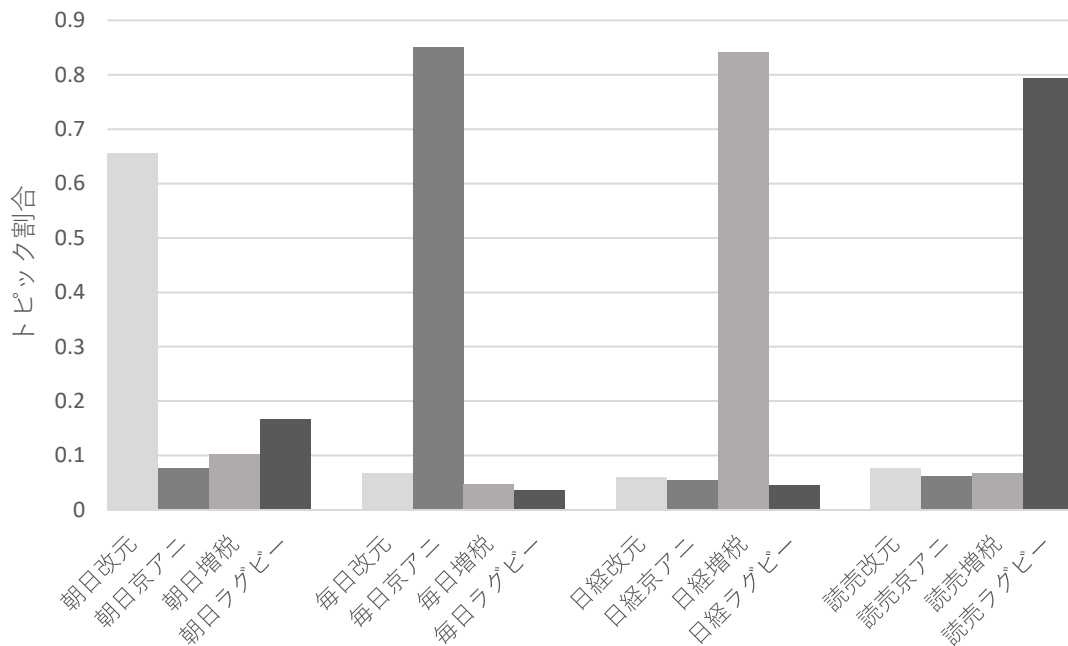


図 4-3 テストデータにおける新聞 4 紙のトピック割合

表 4-3 テストデータにおける多様性指標

| | |
|------------|-------|
| D_γ | 0.745 |
| D_α | 0.390 |
| D_β | 0.355 |
| 朝日新聞多様性 | 0.534 |
| 毎日新聞多様性 | 0.267 |
| 日経新聞多様性 | 0.291 |
| 読売新聞多様性 | 0.370 |

次節以降では、この手法を用いてさまざまな政治的ニュースを分類し多様性指標を計算する。まず第 3 節では、1989 年から 2017 年までにおこなわれた 20 回の国政選挙に関する新聞報道の分析をおこなう。続いて第 4 節では、新聞と比べてインターネットのニュースサイトがどれだけの多様性を備えているかを、Yahoo!ニュースを素材として検証する。これら 2 つの分析は選挙報道に出現する話題の多様性に関するものであるが、第 5 節では安倍政権に関する新聞記事を対象に、ポジティブ／ネガティブという評価レベルでの多様性を分析する。

4.3. 日本の全国紙における選挙報道の多様性

まずは国政選挙についての新聞記事をトピックモデルによって分類し、多様性指標を計算する。本節で分析対象とするのは、朝日新聞・毎日新聞・日本経済新聞・読売新聞の4紙である。各紙の記事データベースで網羅的に収録されている期間に基づき、分析する記事は1989年から2017年までの衆院選および参院選（各10回）についての記事とする。この間のそれぞれの選挙について、公示日から投票日までを分析期間とし、その期間における本紙・全国版の朝刊と夕刊を対象に、衆院選であれば「衆院選 OR 総選挙」、参院選であれば「参院選」をキーワードとして記事を検索した。こうして抽出された記事を、それぞれの選挙ごとに個別のテキストデータとして記録した⁶。また特徴語の coherence を計算するためのコーパスには、20回分の選挙について集めたすべての記事（39,696本）を1つのテキストデータに統合したものをを用いた。

上記のデータに対してトピックモデル(LDA)を実行し、その分類に基づいて多様性指標を計算した結果をまとめたのが表4-4である。トピック数は、2010年参院選が3個ともっとも少なく、2003年衆院選と2017年衆院選が22個ともっとも多くなった。それでは、実際にどのようなトピックが抽出されたのかを、いくつかの選挙における特徴語を参照しながら見ていきたい。

まず、トピック数が5個となった3つの選挙（1990年衆院選、1993年衆院選、2000年衆院選）について、各トピックの特徴語を表4-5から表4-7に示した。この3つの結果を比較すると、類似した特徴語を持ついくつかのトピックが各選挙で抽出されていることがわかる。1つは「支持」や「支持層」といった特徴語が見られるトピックである。いわゆる情勢報道がこのトピックに該当すると考えられる。次に「役員」「委員」といった特徴語を持つトピックである。これは、立候補者一覧などに記載される各候補者のプロフィールに関する情報がトピックとして抽出されているものと見られる。そしてもう1つが「候補」や「陣営」などを特徴語とするトピックである。このトピックは主に政治家や政党の選挙戦における動向を表しているものと考えられる。これらのトピックは他の選挙においても同様に抽出されており、新聞の選挙報道において個々の選挙の文脈を問わず出現する一般的なトピックであることがわかる。

そうした一般的なトピックを除くと、各選挙の特徴的な論点を表すトピックが現れていることがわかる。たとえば1990年衆院選では、前年に導入された消費税の是非が重要争点となっており、それが1つのトピックとなっている（トピック1）。また、1989年のベルリンの壁崩壊と翌年の東西ドイツ統一といった出来事を受け、国際関係や経済についてのトピックが抽出されている（トピック5）。次に自民党が過半数割れをして非自民系連立政権が発足するという結果となった1993年衆院選においては、選挙報道の段階から連立政権のあり方が論じられていたことがわかる（トピック4）。さらに直接的な選挙の争点ではないものの、選挙期間中に開かれたサミットの話や、自民党の下野につながった佐川急便の献金事件といった話題が1つのトピックを形成している（トピック1）。そして2000年

表 4-4 選挙ごとの分析結果（公示後）（千葉 2019）

| 選挙 | 記事数 | トピック | D_γ | D_α | D_β |
|----------|------|------|------------|------------|-----------|
| 参院選 1989 | 1656 | 11 | 0.907 | 0.899 | 0.007 |
| 衆院選 1990 | 1860 | 5 | 0.795 | 0.772 | 0.023 |
| 参院選 1992 | 2414 | 16 | 0.935 | 0.929 | 0.006 |
| 衆院選 1993 | 2061 | 5 | 0.788 | 0.775 | 0.013 |
| 参院選 1995 | 1805 | 13 | 0.920 | 0.915 | 0.005 |
| 衆院選 1996 | 2695 | 10 | 0.894 | 0.881 | 0.013 |
| 参院選 1998 | 2234 | 13 | 0.920 | 0.912 | 0.008 |
| 衆院選 2000 | 2087 | 5 | 0.794 | 0.787 | 0.006 |
| 参院選 2001 | 1685 | 12 | 0.915 | 0.911 | 0.004 |
| 衆院選 2003 | 1787 | 22 | 0.940 | 0.937 | 0.003 |
| 参院選 2004 | 1548 | 10 | 0.896 | 0.892 | 0.005 |
| 衆院選 2005 | 2247 | 6 | 0.820 | 0.817 | 0.003 |
| 参院選 2007 | 1910 | 9 | 0.881 | 0.876 | 0.005 |
| 衆院選 2009 | 2205 | 6 | 0.821 | 0.817 | 0.004 |
| 参院選 2010 | 1871 | 3 | 0.632 | 0.628 | 0.004 |
| 衆院選 2012 | 2177 | 20 | 0.946 | 0.940 | 0.006 |
| 参院選 2013 | 1819 | 14 | 0.926 | 0.924 | 0.003 |
| 衆院選 2014 | 1892 | 17 | 0.937 | 0.934 | 0.003 |
| 参院選 2016 | 1911 | 17 | 0.938 | 0.936 | 0.002 |
| 衆院選 2017 | 1832 | 22 | 0.950 | 0.947 | 0.003 |

衆院選では、まず選挙の発端となった森喜朗の「日本は天皇を中心とした神の国」発言とそれに対する野党の反発というトピックが抽出されている（トピック 4）。加えて、当時批判の高まっていたバラマキ型公共事業の問題や社会保障のあり方といった経済・財政に関するトピック（トピック 5）が見られた。

次に、これよりもトピック数が多いケースにおいてトピックの構成がどのように変化しているのかを、トピック数が 12 個となった 2001 年参院選を例に見ていきたい。2001 年参院選でのトピックと特徴語は表 4-8 に示したとおりである。内容を見ると、すでに見てきた 3 つの選挙と同様に、支持層や情勢に関するトピック（トピック 5、7）、立候補者のプロフィールに関するトピック（トピック 9）、政治家や政党の選挙戦における動向を表すトピック（トピック 2、10）といった一般的なトピックがここでも抽出されている。そしてそれ以外には、この選挙に特有の話題がいくつかのトピックに分かれて抽出されていることがわかる。中でももっとも象徴的なのがトピック 12 であるだろう。この選挙は非常に高い支持

表 4-5 1990 年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---------------------------------------|
| 1 | 消費税、自民党、野党、社会党、廃止、政権、問題、海部、委員長、間接税、政治 |
| 2 | 自民、支持、議席、社会、前回、支持層、当選、自前、民社、公認 |
| 3 | 候補、選挙、投票、応援、事務所、陣営、午後、女性、午前、公示 |
| 4 | 委員長、県議、副委員長、委員、役員、会長、顧問、秘書、推薦、自前 |
| 5 | 日本、西独、東独、米国、ソ連、経済、相場、問題、政府、上昇 |

表 4-6 1993 年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---|
| 1 | 日本、サミット、首相、大統領、経済、米国、合意、協議、献金、問題、政府 |
| 2 | 支持、自民、推薦、自前、前回、社前、支持層、地盤、当選、労組 |
| 3 | 選挙、候補、陣営、投票、有権者、事務所、候補者、応援、大阪、投票率 |
| 4 | 自民党、政権、連立政権、社会党、新生党、連立、政治、非自民、政治改革、日本新党 |
| 5 | 県議、役員、委員、会長、委員長、顧問、弁護士、秘書、副委員長、会社 |

表 4-7 2000 年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 投票、選挙、候補者、有権者、選管、投票率、前回、不在者投票、政治、陣営、今回 |
| 2 | 委員、役員、自前、地区、政務次官、副代表、市議、共産、副幹事長、代表 |
| 3 | 支持、支持層、自民、無党派層、公明、浸透、小選挙区、推薦、前回、比例 |
| 4 | 首相、政権、自民党、野党、党首、与党、民主党、発言、竹下、自公 |
| 5 | 日本、問題、国民、必要、制度、公共事業、景気、社会保障、公約、経済 |

率を誇っていた小泉政権が初めて戦った国政選挙であり、「改革」「痛み」「構造改革」「小泉改革」といった政策面の単語のみならず、「小泉さん」「小泉首相」といった特徴語からもわかるとおり小泉純一郎本人にも注目が集まっていたことがうかがえる。またトピック 1 も同様に、構造改革に関するトピックであると理解できる。それ以外の政治的争点に関するトピックとしては、構造改革と絡めた経済・財政に関するトピック 3 や、京都議定書の批准や靖国神社への参拝といった話題をともなう外交問題に関するトピック 6 が挙げられる。つまりこの 2001 年参院選における報道は、高い人気を誇った小泉政権の話題性のもと、小泉純一郎本人や構造改革という明確なフレーズを端緒としてさまざまな政治的争点を扱った

表 4-8 2001 年参院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 見直し、制度、道路特定財源、改革、公共事業、地方、反対、雇用、医療、事業、高齢者 |
| 2 | 候補、推薦、自民党、公認、支援、選挙、民主党、無所属、参院、派閥 |
| 3 | 株価、景気、処理、不良債権、構造改革、市場、対策、経済、政府、企業 |
| 4 | 沖縄、知事、6 月、事件、知事選、建設、空港、地元、大阪、期待 |
| 5 | 支持、自民、民主、支持層、無党派層、共産、浸透、公明、社民、戦い |
| 6 | 首相、日本、問題、参拝、サミット、米国、外相、京都議定書、靖国神社、中国 |
| 7 | 議席、自民党、野党、民主党、選挙、選挙区、与党、公明党、共産党、改選 |
| 8 | 投票、候補者、政党、選挙、選管、前回、比例、個人、今回、投票率 |
| 9 | 役員、委員、病院、代表、会社、副代表、常任委員、衆院議員、委員長、会長 |
| 10 | 陣営、演説、午後、候補、新人、遊説、現職、街頭演説、JR、午前 |
| 11 | 政治、選挙、政治家、テレビ、CM、政策、写真、関心、自分、女性 |
| 12 | 改革、痛み、国民、構造改革、小泉改革、日本、小泉さん、政治、自民党、小泉首相 |

ものと評することができるだろう。このような盛り上がりは、政治とメディアの関係を示すトピック 11 にも表れている。

最後に、トピック数が最大の 22 個となった 2017 年衆院選におけるトピックと特徴語をまとめたのが表 4-9 である。まず、ここでも支持層や情勢に関するトピック（トピック 7、9、11）、立候補者のプロフィールに関するトピック（トピック 14）、政治家や政党の選挙戦における動向に関するトピック（トピック 1、8）が抽出されている。その他に政治的争点に直接は関係しないトピックとしては、選挙の実施状況に関するトピック（トピック 12、13）や、若者をはじめとする有権者の政治参加に関するトピック（トピック 18）、地名で構成されるトピック（トピック 6、10、16）が見られた⁷。そしてこうした一般性の高いトピックを除いてこの選挙独自の争点を示すトピックに注目すると、非常に多様な争点が扱われていることがわかる。順に見ていくと、沖縄の米軍基地問題に関するトピック 2、憲法改正と安保の問題をめぐるトピック 4、アベノミクスの経済政策に関するトピック 5、原発とその経済効果に関するトピック 15、福祉や教育の問題に関するトピック 17、森友学園や加計学園をめぐる安倍政権の疑惑に関するトピック 19、最後に最高裁判事の国民審査や欧州の移民問題など複数の話題が含まれているトピック 20 である。加えて特徴的なのが、政治的争点の多様化とあわせて、候補者の政策的立場に関するアンケート結果を示すトピック 3 が抽出されている点である。ここには、朝日新聞と東大谷口研究室が共同でおこなった候補

表 4-9 2017 年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 候補、希望、候補者、無所属、選挙、陣営、立候補、民進、出馬、選挙区、応援 |
| 2 | 米軍、沖縄、事故、政府、ヘリ、飛行、発表、炎上、住民、移設 |
| 3 | 反対、賛成、評価、回答、候補者、調査、消費増税、政策、強化、考え |
| 4 | 憲法、北朝鮮、憲法改正、自衛隊、改憲、安保、改正、日本、明記、安全保障 |
| 5 | 企業、アベノミクス、上昇、経済、日本、株価、市場、景気、日銀、金融緩和 |
| 6 | 埼玉、千葉、神奈川、北海道、茨城、福島、群馬、宮城、青森、栃木 |
| 7 | 支持、支持層、自民、無党派層、希望、浸透、立憲、公明、議席、戦い |
| 8 | 代表、演説、街頭演説、党首、小池、首相、政治、政権、JR、東京 |
| 9 | 選挙、公示、予定、区域、有権者、一部、東京、自民党、地域、多く |
| 10 | 福岡、広島、山口、岡山、愛媛、沖縄、鹿児島、長崎、宮崎、大分 |
| 11 | 野党、希望の党、議席、自民党、代表、与党、立憲民主党、民進党、小池、勢力 |
| 12 | 投票、選管、投票率、投票所、期日前投票、有権者、選挙、参院選、期日前投票所、今回 |
| 13 | 台風、接近、投開票、影響、投票日、午前、離島、恐れ、退位、政府 |
| 14 | 比前、地区、政務官、委員、委員長、市議、東京、県議、職員、役員 |
| 15 | 原発、稼働、地方、実現、引き上げ、強化、支援、社会保障、財源、消費税 |
| 16 | 大阪、兵庫、京都、愛知、奈良、滋賀、和歌山、府議、近畿、女性 |
| 17 | 女性、介護、負担、仕事、必要、高齢者、無償化、年金、子ども、大学 |
| 18 | 政治、選挙、投票、自分、政治家、政策、若者、関心、政党、候補者 |
| 19 | 問題、首相、政策、説明、森友、消費増税、議論、野党、加計、安倍政権 |
| 20 | 裁判官、最高裁、判断、難民、制度、判決、自由党、意見、就任、EU |
| 21 | 自民、共産、立憲、維新、希望、公明、社民、自前、民主、候補者 |
| 22 | 比例、小選挙区、数字、民進党、重複、党派、定数、立候補者、選挙区、氏名 |

者アンケートや、読売新聞が実施した候補者アンケートの結果をまとめた記事が含まれる。つまりこの2017年衆院選に関する報道では、非常に多様な争点を取り上げられるとともに、それらの争点をめぐる候補者の立場の差異が子細に示されたということがうかがえる。第1章で論じたように、こうした政治的情報の多様化は受け手の判断を難しくし、政治参加に消極的にさせる効果を持つと想定されるが、実際の投票率も53.68%と低調であった。こうし

表 4-10 2010 年参院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---------------------------------------|
| 1 | 支持、支持層、民主、自民、無党派層、衆院議員、役員、浸透、共産、県議、市議 |
| 2 | 民主党、首相、消費税、自民党、候補、演説、与党、小沢、議席、問題 |
| 3 | 制度、財源、年金、日本、必要、社会保障、負担、経済、雇用、企業 |

た選挙報道の多様性と投票率との関連については第 5 章で詳しく論じることとしたい。

以上の例から、全国紙による選挙報道では候補者の情報や情勢ないし有権者の動向といった共通のトピックが存在しつつ、それぞれの選挙の状況ごとに固有のトピックが出現することがわかった。ここですべての選挙について抽出されたトピックを説明することはできないが⁸、他の選挙についても、選挙ごとの争点を示すトピック、情勢報道を示すトピック、立候補者のプロフィールを示すトピックなど、ここで見てきた 5 つの事例と類似したトピックが抽出されている。

また、coherence に基づいて決まるトピック数が極めて少なくなるケースが見られた。それはトピック数が最小の 3 個となった 2010 年参院選である（表 4-10）。このトピック数 3 という結果はデータ全体を見ても際立って少ない。このようにトピック数が少なくなる理由は、トピック数が少ない段階から一貫性のある特徴語によって構成されるトピックが抽出されなくなり、「支持（層）」などの語を含む選挙報道全般に見られるトピックが押し上げた coherence の平均値が、トピック数を増やすほどに低下していくためと理解できる。2010 年参院選に関する話題が 3 つしか存在しなかったとは考えにくく、たとえばトピック数を増やしていくと沖縄の米軍基地や子ども手当に関する特徴語が抽出されるのであるが、これらの話題が一貫性のある特徴語によって構成されるトピックとしては抽出されず、選挙全般に関する一般的なトピックが先行した結果、最終的なトピック数が少なくなったということである。またもう 1 つ考慮しなければならないのは、coherence を計算するためのコーパスとして全選挙の記事を用いていることの影響である。2010 年参院選は民主党政権下での選挙というイレギュラーなケースであり、この時期に新聞記事に出現する単語は従来の選挙報道とは異なるものであったということが予想される。coherence はコーパスにおける単語間の類似度によって計算されるが、イレギュラーな 2010 年参院選に関する単語はそれ以外の単語との関連が薄く、類似度が小さいものと判定されたということが考えられる。ただし、同様に民主党政権下でおこなわれた 2012 年衆院選はトピック数 20 となっている。この点に関しては、coherence 計算のためのコーパスとしてどのようなテキストを用意すべきかという点など、さらなる検討が必要となるだろう。

続いて、LDA による記事の分類結果から算出した多様性指標について説明していく。まず図 4-4 は γ 多様性（新聞 4 紙を合算したデータ全体の多様性）の推移を示したものである。結果からは指標の時系列的な増減を示す一貫した変化のパターンは見出せないが、選挙ご

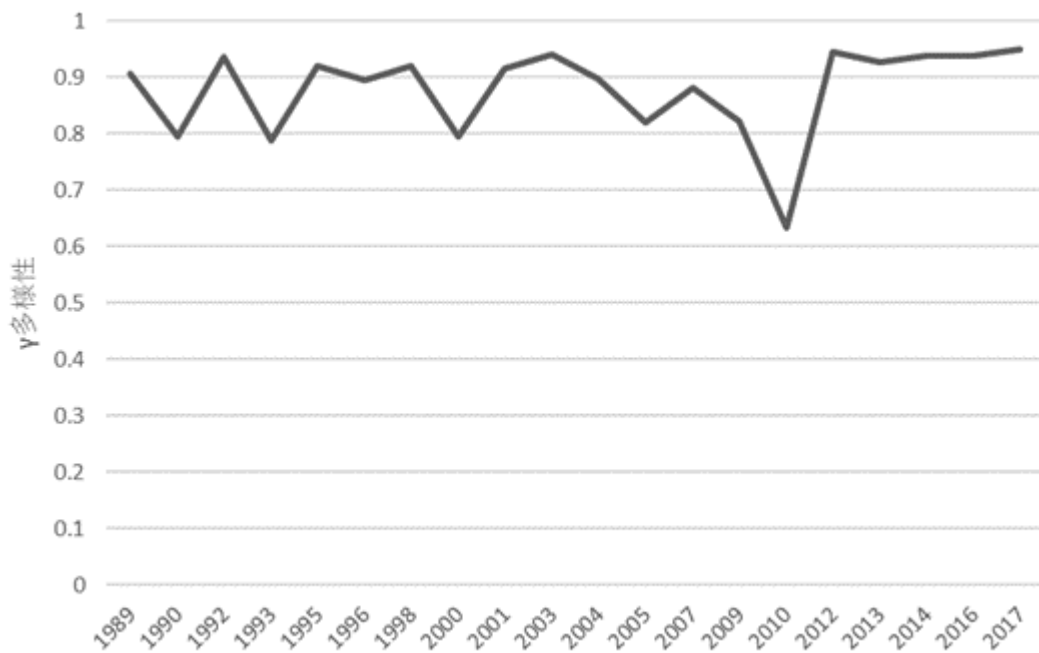


図 4-4 γ多様性の推移 (千葉 2019 より修正して掲載)

とに争点や状況が異なることを考えればこうした結果になるのは妥当であるだろう。なお表 4-4 に示したとおりγ多様性とα多様性はほぼ同じ値となっており、グラフもほぼ同様の形になるため、α多様性の推移に関しては割愛する。γ多様性とα多様性がほぼ同じ値となっているということは、選挙報道におけるトピックごとの比率という点で、新聞 4 紙の間にあまり大きな違いがないことを意味している。また、4 紙で個別に計算した多様性指標を図 4-5 に示したが、この結果からも 4 紙の間にはほとんど差がないことがわかる。ここで分析対象とした 4 紙はそれぞれ多くの読者を擁する全国紙であり、またこれらの新聞は併読率が低いという特徴を持つ。つまりこれらの新聞は単体で広範な情報をカバーすることを期待されている総合的メディアなのであり、これら新聞の間に違いが小さいということはこうした役割にも合致していると考えられる。なお 4 紙のうちでは日経新聞だけが経済紙という専門性を持っているものの、今回は選挙報道に限定して分析したために他紙との差異が大きくならなかったと考えられる。選挙報道に限らず全記事を対象として分析をすれば異なった結果が出るだろう。

続いて図 4-6 はβ多様性（新聞間の違いの大きさ）の推移を示したものである。前述のとおり、全国紙 4 紙のトピック割合に違いが小さくγ多様性とα多様性がほぼ同じ値となっているため、両者の差として計算されるβ多様性は分析期間を通じて非常に小さい値となっている。第 2 節で用いたテストデータにおける D_{β} の値と比較すれば、選挙報道における新聞間の差異の小ささがよくわかるだろう。その中で指標の変化を見ると、参院選は一貫して値が小さいが、衆院選では 2000 年まで相対的に大きな値が記録されている。しかし 2000 年

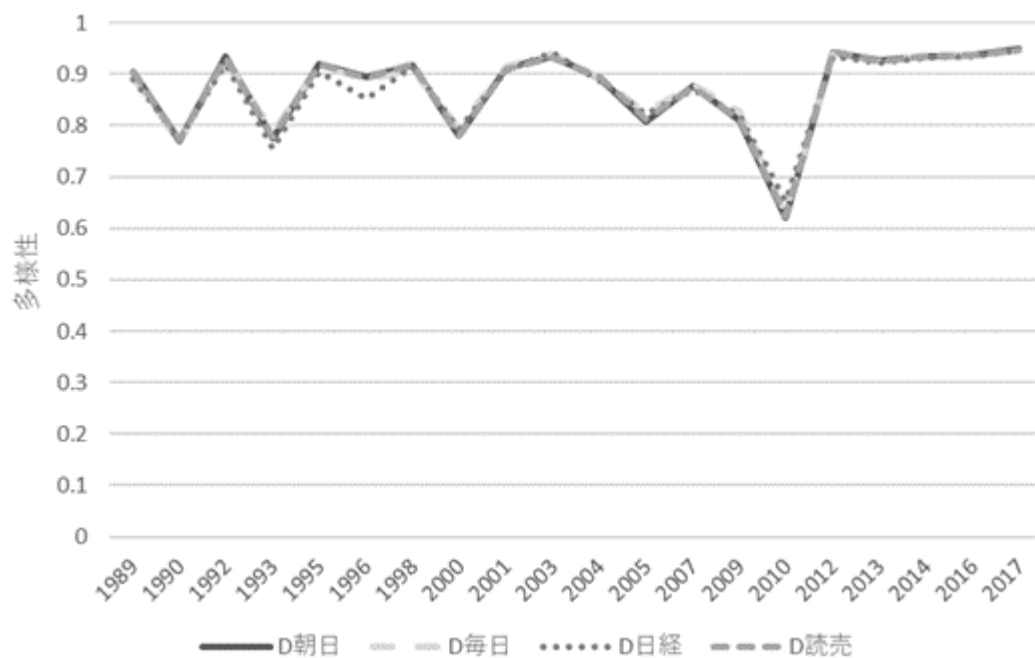


図 4-5 新聞 4 紙の多様性指標 (千葉 2019 より修正して掲載)



図 4-6 β多様性の推移 (千葉 2019 より修正して掲載)

以降は衆院選でも値が小さくなっていった。つまり 2000 年ごろを境に、4 紙の間で各トピックに対する報道量の比率が近くなっていったということがわかる。ただしこの結果から、2000 年以降に 4 紙の選挙報道が画一化したとただちに結論付けることは早計であるだろう。この結果は、4 紙が類似したトピックを同程度の比率で扱うようになったということは示しているかもしれないが、それらのトピックに関する立場や評価、論調といった点で新聞間の差異が縮小しているかどうかを判断することはできない。同じようなトピックに注目しつつ、新聞ごとに異なる主張を述べているということはありえる。そうした評価レベルの分析については第 5 節で述べる。

また、上記のように D_{β} は非常に小さな値となったが、実際には各トピックに対する 4 紙の割合にどの程度の差が存在するのだろうか。ここでは、 D_{β} が最大(0.023)となった 1990 年衆院選と、それと同じトピック数 5 個となった選挙の中で D_{β} が最小(0.006)となった 2000 年衆院選を比較しておきたい。2 つの選挙に関して、5 つのトピックが 4 紙においてどれだけの割合を占めていたかを示したのが図 4-7 と図 4-8 である。1990 年衆院選では、4 紙が同程度の比率を示しているトピックがなく、各トピックで新聞間の差異が見られる。トピック 1 は読売が、トピック 2 は日経が多く、トピック 3 は朝日・読売と毎日・日経の間で差がある。トピック 4 は毎日だけが際立って多く、トピック 5 は日経が多い。それに対し 2000 年衆院選では、日経だけが際立って少ないトピック 1 や、朝日・読売と毎日・日経の間で差があるトピック 2、日経だけがやや多いトピック 5 があるものの、トピック 3 とトピック 4 に関しては 4 紙の間に大きな差はない。このように、4 紙の選挙報道における D_{β} の値は非常に小さいものの、4 紙の間にまったく差がないというわけではなく、 D_{β} の微細な変化は新聞間の差異の大きさを反映していると言える。

以上、全国紙 4 紙による公示日から投票日までの選挙報道を対象に、 $D_{\alpha} \cdot D_{\beta} \cdot D_{\gamma}$ という 3 つの多様性指標について結果を整理してきた。今回分析対象とした 4 紙は内的多様性という点であまり大きな違いがなく、選挙ごとに全体としての多様性は変動するものの、全国紙である各紙の選挙報道は同程度の多様性を備えていることがわかった。また D_{β} の結果から、2000 年以降はもともと小さかった 4 紙の違いがさらに小さくなっていったことがわかったが、このことが報道の画一化を示しているかは現時点では判断できない。

ここまでは国政選挙に関する新聞報道の多様性について分析してきたが、この結果は公示日から投票日という選挙期間に特有のものなのだろうか。公示後は公職選挙法への配慮でメディアが報道に慎重になり、内容が影響を受けるということも考えられる。たとえば 1999 年都知事選に関するテレビの報道を分析した萩原・福田(2001)は、民放が告示前には候補者による討論番組を放送するが、告示後はそうした番組がなくなることを指摘した(pp.121-122)。このような公示日前後での変化を明らかにするために、公示日から投票日までのデータと同じ日数だけ公示日の前日から遡り、同様の手法で多様性を測定した。その結果を示したのが表 4-11 である。公示前の結果と公示後の結果を比較すると、20 回中 14 回の選挙で公示後の方が多様性指標の値が高くなっており、全体の傾向としては公示後の方

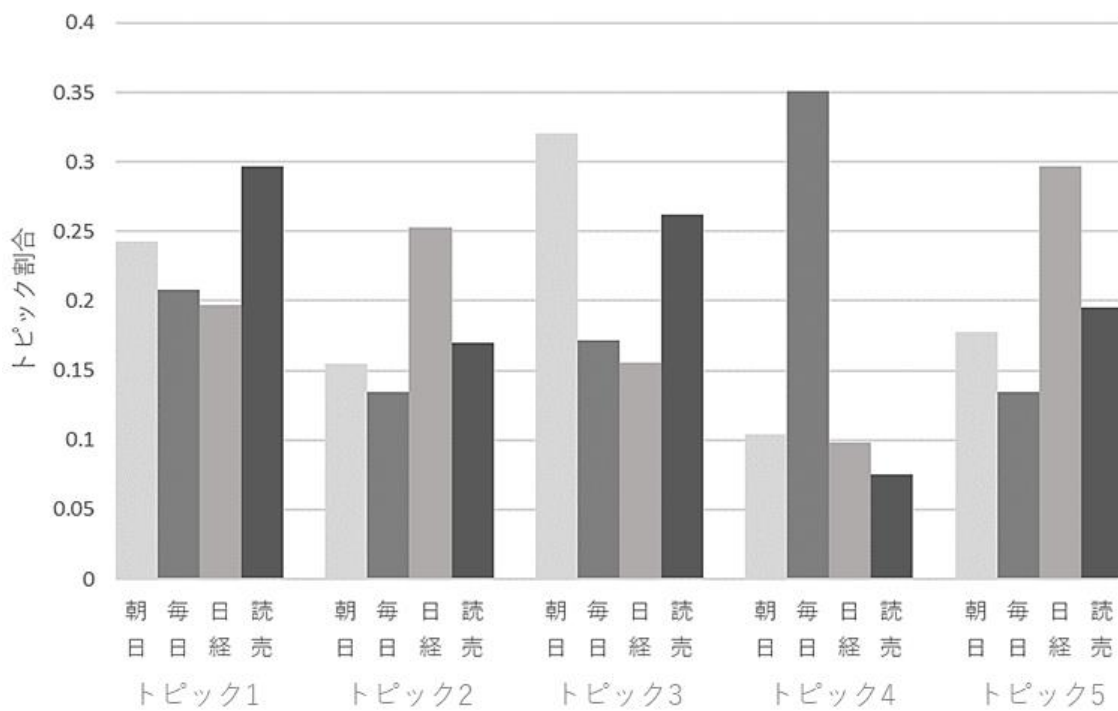


図 4-7 4紙のトピック割合 (1990年衆院選: $D_\beta = 0.023$)

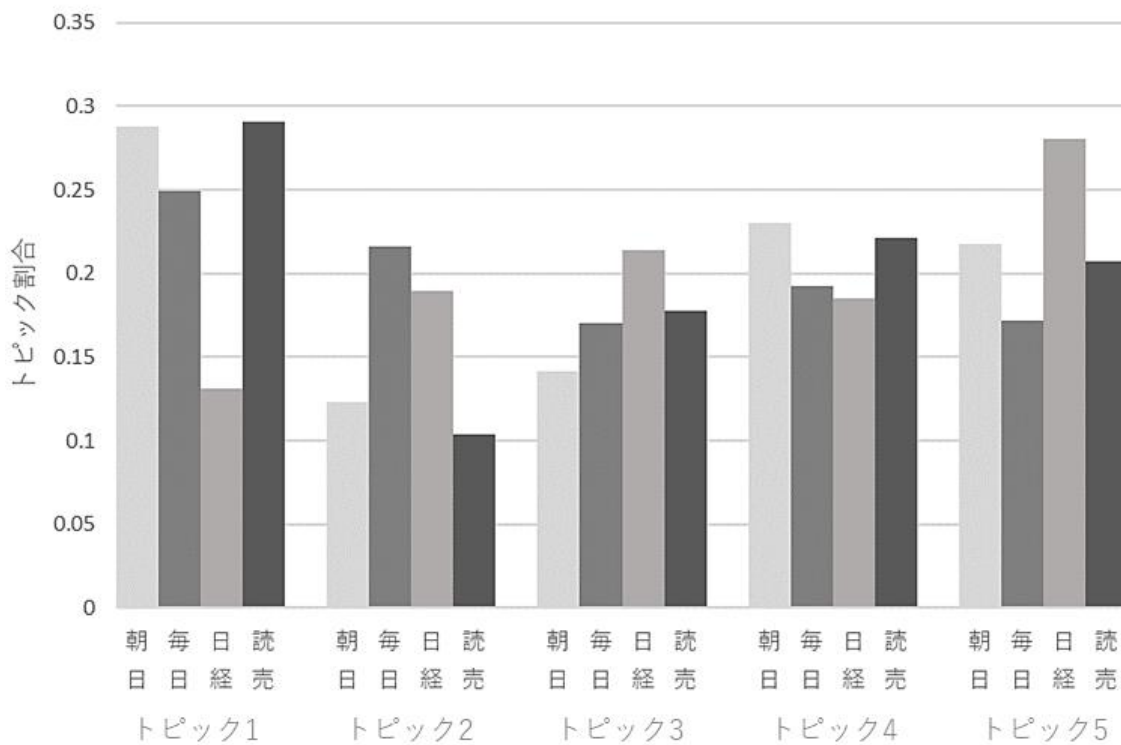


図 4-8 4紙のトピック割合 (2000年衆院選: $D_\beta = 0.006$)

表 4-11 選挙ごとの分析結果（公示前）

| 選挙 | 記事数 | トピック | D_Y | D_α | D_β |
|----------|------|------|-------|------------|-----------|
| 参院選 1989 | 1192 | 13 | 0.921 | 0.917 | 0.004 |
| 衆院選 1990 | 1628 | 3 | 0.665 | 0.658 | 0.007 |
| 参院選 1992 | 1125 | 17 | 0.939 | 0.938 | 0.001 |
| 衆院選 1993 | 2299 | 18 | 0.943 | 0.941 | 0.003 |
| 参院選 1995 | 926 | 3 | 0.650 | 0.647 | 0.003 |
| 衆院選 1996 | 1824 | 9 | 0.885 | 0.881 | 0.004 |
| 参院選 1998 | 1071 | 6 | 0.830 | 0.824 | 0.006 |
| 衆院選 2000 | 1368 | 5 | 0.792 | 0.788 | 0.004 |
| 参院選 2001 | 883 | 4 | 0.746 | 0.739 | 0.007 |
| 衆院選 2003 | 1044 | 7 | 0.849 | 0.846 | 0.003 |
| 参院選 2004 | 753 | 3 | 0.659 | 0.654 | 0.005 |
| 衆院選 2005 | 1745 | 12 | 0.915 | 0.913 | 0.002 |
| 参院選 2007 | 1220 | 8 | 0.870 | 0.865 | 0.005 |
| 衆院選 2009 | 1185 | 8 | 0.867 | 0.866 | 0.002 |
| 参院選 2010 | 1277 | 3 | 0.666 | 0.661 | 0.006 |
| 衆院選 2012 | 1962 | 7 | 0.853 | 0.849 | 0.005 |
| 参院選 2013 | 1085 | 12 | 0.912 | 0.910 | 0.003 |
| 衆院選 2014 | 1479 | 3 | 0.663 | 0.660 | 0.003 |
| 参院選 2016 | 1106 | 6 | 0.827 | 0.825 | 0.002 |
| 衆院選 2017 | 1710 | 10 | 0.897 | 0.894 | 0.003 |

が報道の多様性は高いということが示された。これは、情勢報道や候補者一覧のように、公示後にのみ出現する種類の記事があるためと考えられる⁹。また新聞間の差を表す D_β の値は公示前も公示後も非常に小さいが、公示後のデータでは 1990 年衆院選、1993 年衆院選、1996 年衆院選のように相対的に高い値を示したケースがあったのに対し、公示前にはそのようなケースも見られなかった。公示前は公示後より記事数も少なく、新聞における選挙報道は公示後の方が活性化していることがうかがえる。

4.4. Yahoo!ニュースにおける選挙報道の多様性

前節では全国紙 4 紙を対象に選挙報道の多様性を分析したが、続いてこの節では Yahoo! トピックスにおける選挙報道の多様性を分析していきたい。よく知られているように、新聞の読者は年々減少しており、人々はテレビに加えてインターネットでニュースに接触するようになってきている。総務省の実施している「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する

る調査」によれば、ニュース接触のためのテキストメディアの利用率では、Yahoo!ニュースなどポータルサイトが2018年に紙の新聞を追い抜いている¹⁰。またNHK放送文化研究所が2018年に実施した「ニュースメディア接触と政治意識」調査では、メインの情報源としてYahoo!ニュースを挙げた回答者が14%にのぼったが、これはNHK報道(26%)、民放報道(25%)に次ぐ数字であり、新聞(6%)を上回っている(渡辺・政木・河野 2019, p.4)。

このようにニュース接触にとってインターネット上のニュースサイト、特にYahoo!ニュースをはじめとするポータルサイトの重要性が高まっているが、この新しいメディアは従来の新聞と同程度の多様性を備えているのだろうか。Kobayashi and Inamasu(2015)ではポータルサイトが多様な情報への偶発的接触をもたらす場として受け手の政治知識の差を縮小する機能を持つことが論じられているが、ここではニュースのコンテンツについての分析はおこなっておらず、ポータルサイトの多様性については理論的な想定に留まっている。したがって、コンテンツの分析によってポータルサイトが従来の新聞と同程度の多様性を備えているかどうかを明らかにする必要があるだろう。逆にポータルサイトにおけるニュースの多様性が新聞と比較して大きく劣るのであれば、新聞からポータルサイトへの主要メディアの移行は情報接触における多様性の低下を意味する。

ここでは、2012年衆院選と2016年参院選の公示日から投票日までのYahoo!トピックスのデータを用いる。それぞれの期間にYahoo!トピックスに掲載された全ニュースから、前節と同じく「衆院選 OR 総選挙」または「参院選」のキーワードを含む記事を抽出し分析対象とした。結果、2012年は98本、2016年は148本の記事が分析対象となった。またcoherenceの測定にあたっては、前節で単語間類似度を測るために用いたコーパス(全国紙4紙による20回の選挙に関する全記事39,696本)に上記の2012年と2016年のYahoo!トピックスの選挙報道データを加えたコーパスを用いた¹¹。

これらのデータを全国紙4紙のデータに加えて前節と同様の手法で多様性指標を計算した結果が表4-12である。まず2012年衆院選について見ると、新聞4紙だけで分析した表4-2の結果と比べて、トピック数が2つ増えて22個となり、その結果として全体の多様性 D_{γ} も0.946から0.952に上昇している。Yahoo!トピックスというメディアを追加したことによって、全国紙4紙だけの場合よりも全体での多様性が高まったということである。そして各メディアの多様性を見ると、Yahoo!トピックスは全国紙4紙と同程度の多様性を備えていることがわかる。また D_{β} の値も、全国紙4紙だけで分析した結果からほとんど変化していない。つまりYahoo!トピックスは従来の新聞と同じように、選挙の争点や情勢、候補者の動向といったトピックを幅広く取り扱っていたということである。次に2016年の結果を見ると、2012年と同じく全体の多様性はYahoo!トピックスが加わったことで上昇している(トピック数は17個から20個に、多様性指標は0.938から0.947になった)。一方で各メディアの多様性を見ると、この選挙では全国紙に比べてYahoo!トピックスの多様性が若干ではあるが低くなるという結果となった。ただし D_{β} の値には変化が見られず、Yahoo!トピックスは全国紙と著しく異なるトピックを扱っていたわけではないことがわかる。

表 4-12 全国紙 4 紙と Yahoo!トピックスの多様性

| | 2012 年衆院選 (22 トピック) | 2016 年参院選 (20 トピック) |
|----------------|------------------------|------------------------|
| 朝日新聞多様性 | 0.949 | 0.946 |
| 毎日新聞多様性 | 0.943 | 0.946 |
| 日経新聞多様性 | 0.941 | 0.943 |
| 読売新聞多様性 | 0.951 | 0.946 |
| Yahoo!トピックス多様性 | 0.943 | 0.940 |
| D_{γ} | 0.952 | 0.947 |
| D_{α} | 0.947 | 0.945 |
| D_{β} | 0.005 | 0.002 |

以上の結果から、少なくとも選挙報道において Yahoo!トピックスは全国紙と同程度の多様性を備えていることが明らかになった。この結果は、ポータルサイトがこれまでマスメディアが担ってきた多様な情報への偶発的接触の場として機能するという Kobayashi and Inamasu(2015)の知見とも整合するものである。ただし Yahoo!トピックスの記事件数は新聞と比べて少なく、多様性ではなく情報量という点では両者が必ずしも同等の働きを果たさないことも考えられる。

4.5. 安倍政権に関する新聞報道における評価レベルの多様性

ここまでは、全国紙やポータルサイトのニュースを対象に、国政選挙全般に関する報道の多様性を分析してきた。これらの分析は、選挙に関してどのような側面が取り上げられたかを表している。しかし先行研究では、ニュースコンテンツを分析する際の切り口にはいくつかの階層構造を考えることができることが論じられてきた。たとえばメディアの議題設定機能に関する研究では、第 1 レベルの議題設定と第 2 レベルの議題設定または属性型議題設定という枠組みが示されてきた(竹下 2008, pp.211-216)。どのような争点を取り上げられたかを扱う第 1 レベルの議題設定に対し、それらの争点についてどのような側面が強調されたかを扱うのが第 2 レベルの議題設定または属性型議題設定である。また Noelle-Neumann は、沈黙の螺旋理論の前提となるメディアの共振性について、議題設定(agenda-setting)、焦点形成(focusing)、評価(evaluation)という 3 つのレベルで生じるものだと論じている(Noelle-Neumann and Mathes 1987, p.406; 張 2000, p.131)。

報道の多様性を分析する際にも、こうした階層構造の枠組みを考慮することが重要である。複数のメディア間で取り上げられる争点が似通っており、いわゆる第 1 レベルの議題設定における多様性がなかったとしても、それらの争点についてどのような側面に注目するかという第 2 レベルでの議題設定における多様性や、その争点に関する評価の次元における多様性があることが考えられるためである。上記のような状況は、メディアが社会全体

で共有されるべき重要争点を設定しつつ、その争点について多様な視点や評価を提示するという役割を果たしている」と評価することもできる。

そこで本節では、政治的なテーマについてトピックレベルでの多様性を分析するとともに、ポジティブ・ネガティブという評価レベルでの多様性も分析する。同一のテーマに関する評価の変化を見るため、ここでは第1次から第3次までの安倍政権に関する全国紙4紙の評価に着目する。分析期間は第1次安倍政権（2006年9月26日～2007年9月26日）、第2次安倍政権（2012年12月26日～2014年12月23日）、第3次安倍政権（2014年12月24日～2017年11月1日）の3パターンとし、「安倍政権 OR 安倍内閣」のキーワードで朝日新聞、毎日新聞、日経新聞、読売新聞の全国版朝夕刊における記事を収集した¹²。

まずは収集した記事に対し、前節までと同様の手法でLDAによりトピックを抽出した。トピック数を決定するためのコーパスは、第2節で用いた公示後の選挙関連記事テキスト（39,696本）に各期間の安倍政権に関する記事テキストを組み合わせたものを用いた。抽出されたトピックと特徴語は表4-13から表4-15のとおりである。トピック数は第1次安倍政権が5個、第2次安倍政権が21個、第3次安倍政権が12個となった。1年という短い期間で終わった第1次安倍政権に比べて、2度目の政権が発足して以降は多様なトピックが取り上げられていたことがわかる。

実際にどのようなトピックがあったかを特徴語から読み取ると、まず第1次政権については野党との選挙戦（トピック1）や与党内における人事（トピック2）といった政局的なトピックのほか、政策的なトピックとして経済・財政（トピック4）と外交（トピック5）が見られた。また、当時相次いだ閣僚の不祥事や失言が1つのトピックをなしている（トピック3）。短命に終わった第1次安倍政権に関しては、その後の長期政権となった第2次政権以降とは異なり、多様な政策争点について語られるというよりももっぱら閣僚の不祥事などといった政局的なトピックが強調されていたことがわかる。

続いて第2次政権については、東日本大震災を経て民主党政権から再度の政権交代を果たしたという混迷した政治状況もあってか、非常に多様なトピックが見られた。まず選挙や国会の動向、与党内の人事や野党との関係を示すトピックがあり（トピック2、3、4、19）、またメディアの反応を示すトピック21の存在が特徴的である。個別の政策に関しては、外交（トピック1）、地方行政（トピック5）、経済（トピック6、8、12、13）、教育改革（トピック9）、アジア外交（トピック10）、沖縄基地問題（トピック11）、原発（トピック14）、女性の活躍推進（トピック16）、北朝鮮問題（トピック17）、税と財政（トピック18）、国防と憲法（トピック20）と非常に多岐にわたっている。それ以外には、理念的な政治のあり方に関するトピック7があった¹³。

そして第3次政権については、ほか2つの時期と同様に政局に関するトピックがあり（トピック4、6、7）、また加計学園の獣医学部をめぐる問題が1つのトピックを形成している（トピック10）。政策面では外交（トピック1）、女性の活躍推進（トピック3）、沖縄基地問題（トピック5）、自衛隊と憲法（トピック8）、経済（トピック11）、財政（トピック12）

表 4-13 第1次安倍政権に関するトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|-----------------------------------|
| 1 | 民主、民主党、選挙、参院選、支持、賛成、議席、候補、政党、反対 |
| 2 | 首相、参院、法案、幹事長、民主党、人事、安倍、与党、派閥、官房長官 |
| 3 | 辞任、問題、農相、発言、教育、首相、説明、閣僚、久間、女性 |
| 4 | 改革、企業、成長、財政、経済、予算、地方、消費税、政府、会議 |
| 5 | 日本、北朝鮮、米国、中国、首相、外交、拉致問題、協議、韓国、憲法 |

表 4-14 第2次安倍政権に関するトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 日本、米国、TPP、交渉、中国、ロシア、参加、アジア、協力、合意 |
| 2 | 国会、法案、成立、提出、情報、審議、政府、秘密、与党、NSC |
| 3 | 議席、選挙、民主、候補、衆院選、参院選、支持、候補者、当選、選挙区 |
| 4 | 首相、閣僚、人事、安倍内閣、官房長官、安倍、発足、内閣、政権、起用 |
| 5 | 予算、地方、復興、対策、事業、自治体、地域、整備、公共事業、支援 |
| 6 | 景気、円安、上昇、回復、アベノミクス、輸出、価格、改善、企業、連続 |
| 7 | 日本、政治、戦争、国民、社会、世界、時代、政治家、言葉、自分 |
| 8 | 成長戦略、農業、改革、分野、成長、企業、経済、産業、民間、規制緩和 |
| 9 | 議論、会議、改革、検討、教育、見直し、制度、方針、提言、意見 |
| 10 | 中国、首相、韓国、日本、会談、参拝、関係、日韓、靖国神社、尖閣諸島 |
| 11 | 沖縄、移設、知事、政府、辺野古、反対、承認、基地、埋め立て、普天間 |
| 12 | 日銀、金融緩和、市場、株価、投資、総裁、円安、緩和、アベノミクス、期待 |
| 13 | 企業、賃金、賃上げ、会長、社長、経団連、経営、雇用、ベア、要求 |
| 14 | 原発、稼働、規制、電力、事故、福島、審査、脱原発、原発事故、東電 |
| 15 | 反対、賛成、評価、参院選、支持、憲法改正、改正、回答、安倍内閣、投票 |
| 16 | 女性、仕事、男性、活躍、制度、子ども、社会、企業、子育て、活用 |
| 17 | 北朝鮮、研究、日本、開発、政府、調査、技術、情報、拉致問題、解決 |
| 18 | 増税、社会保障、消費増税、財政、消費税率、減税、税率、引き上げ、消費税、負担 |
| 19 | 民主党、代表、野党、与党、維新、橋下、幹事長、海江田、議員、みんなの党 |
| 20 | 集団的自衛権、憲法、行使、解釈、自衛隊、行使容認、日本、変更、閣議決定、安全保障 |
| 21 | 発言、問題、記事、批判、説明、指摘、報道、社説、検証、紙面 |

表 4-15 第 3 次安倍政権に関するトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|------------------------------------|
| 1 | 日本、中国、米国、北朝鮮、韓国、関係、外交、会談、交渉、T P P |
| 2 | 原発、政治、日本、戦争、教授、言葉、稼働、国民、社会、問題 |
| 3 | 女性、企業、制度、自治体、地方、支援、仕事、活躍、介護 |
| 4 | 首相、閣僚、安倍、政権、辞任、人事、幹事長、議員、派閥、発足 |
| 5 | 反対、評価、沖縄、移設、支持、賛成、調査、辺野古、回答、政府 |
| 6 | 野党、憲法改正、改憲、民進党、民主党、参院選、代表、維新、与党、首相 |
| 7 | 選挙、候補、衆院選、小池、議席、共産、民進、候補者、希望、支持 |
| 8 | 自衛隊、法案、安保、憲法、集团的自衛権、成立、法制、行使、国会、審議 |
| 9 | 改革、会長、安倍政権、方針、政府、農協、連合、幹部、談話、会議 |
| 10 | 問題、首相、説明、国会、新設、文書、発言、答弁、天皇、加計学園 |
| 11 | 企業、賃上げ、経済、日銀、アベノミクス、投資、景気、市場、上昇、賃金 |
| 12 | 社会保障、予算、増税、税収、財源、財政、経済、延期、消費増税、負担 |

といった第 2 次政権の時期から継続して見られるトピックが抽出された。ほかに注目すべき点としては、「原発」「稼働」といった単語が「日本」「国民」「社会」といった大局的な単語と同じトピックに含まれている点だろう（トピック 2）。この結果からは、原発の問題が具体性のある政策争点というよりもむしろ大局的かつ抽象的な政治のあり方をめぐる議論に組み込まれていったことが見て取れる。またトピック 9 は上位 10 単語からはどのようなトピックであるかが理解しにくいですが、11 位以下に「TPP」「経団連」「農業」といった単語があるため、TPP による農業への影響に関するトピックであると考えられる。

そして 3 つの時期における多様性指標の値を示したのが表 4-16 である。多様性指標の値を見ると、 D_{β} の値は同じ時期の選挙報道全体と比べて同程度であり、安倍政権について取り上げる際にどの側面に注目するかという点では、新聞間の差が表れやすくなるという結果は得られなかった。ただし 4 紙の間に違いがまったく見られないわけではなく、微細な差ではあるが新聞とトピックの割合にはいくつかのパターンが見て取れた。たとえば朝日と毎日では自衛隊・憲法のトピック割合が高く（図 4-9）、日経と読売は経済関連のトピックの割合が高い（図 4-10）という傾向が見られた。

そして最後に、3 つの時期における安倍政権に関して各紙がどのような評価を示していたかを、ポジティブ／ネガティブという軸で見たい。ここでは LDA ではなく別の手法によって記事を分類する。まず、これまでの手順と同様に記事を形態素解析して DTM を作成する。ただしここまでの分析では記事で取り上げられる話題を抽出するために名詞のみを用いてきたが、ここではポジティブ／ネガティブの評価に結びつく動詞、形容詞、形容動詞、副詞も DTM に収録することとした。また記事数の 1%未満の回数しか出現しない単語は DTM から除外した。こうして得られた記事中の各単語に対し、日本語評価極性辞書（小

表 4-16 安倍政権に関する新聞報道の多様性指標

| | 記事数 | トピック | D_γ | D_α | D_β |
|-----|-------|------|------------|------------|-----------|
| 第1次 | 5548 | 5 | 0.798 | 0.794 | 0.003 |
| 第2次 | 17416 | 21 | 0.952 | 0.950 | 0.002 |
| 第3次 | 14893 | 12 | 0.915 | 0.912 | 0.004 |

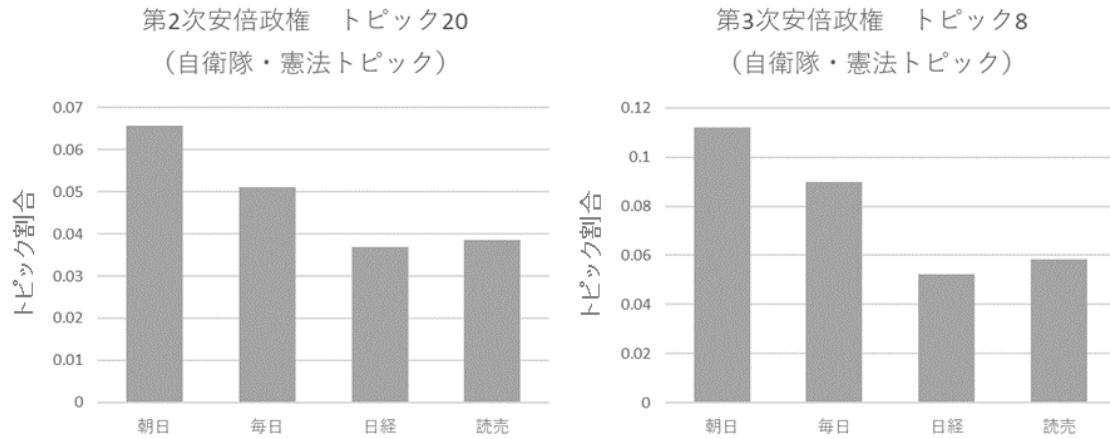


図 4-9 安倍政権に関する4紙の差異 (自衛隊・憲法トピック)

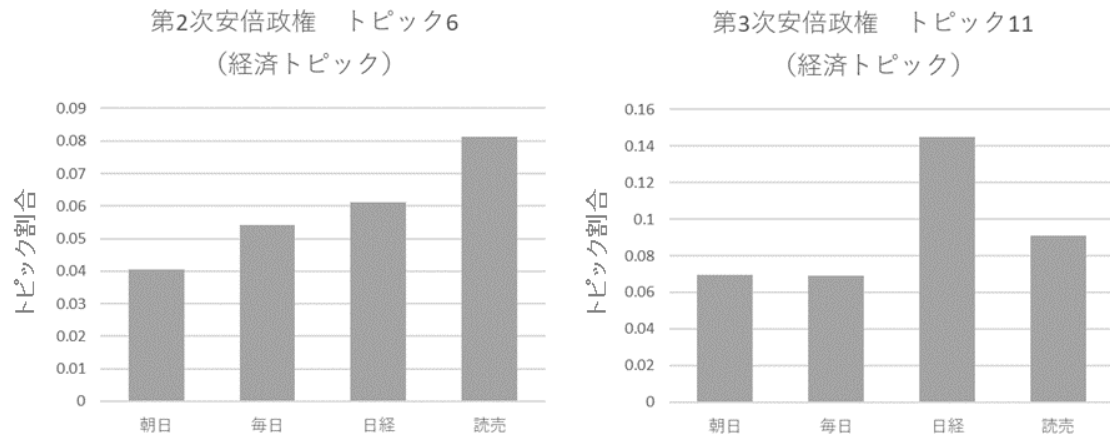


図 4-10 安倍政権に関する4紙の差異 (経済トピック)

林ほか 2005; 東山ほか 2008) に基づいてポジティブまたはネガティブの分類をおこなった。この辞書は、約 8500 語の体言と約 5000 語の用言に対してポジティブ/ネガティブ/ニュートラルの評価極性を付与したものである。この辞書に基づいて、各記事に含まれる単語の中でポジティブ語の総数とネガティブ語の総数をカウントし、その差によって記事全体がポジティブなのかネガティブなのかを判定した。なお、記事の長さによる影響を受けないようにするため、ポジティブ語とネガティブ語の差を総単語数で割って記事ごとのスコ

表 4-17 安倍政権に関する評価レベルの多様性指標

| | D_γ | D_α | D_β |
|-----|------------|------------|-----------|
| 第1次 | 0.776 | 0.775 | 0.002 |
| 第2次 | 0.790 | 0.786 | 0.004 |
| 第3次 | 0.776 | 0.772 | 0.004 |

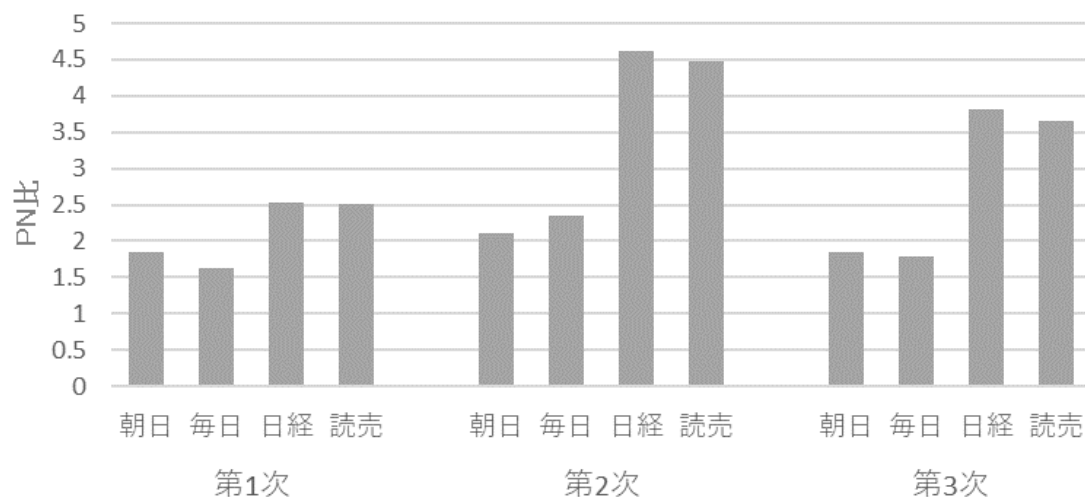


図 4-11 安倍政権に関する記事の PN 比

アとしている。このスコアは正の値（ポジティブ語がネガティブ語よりも多い）であればポジティブな記事を意味し、負の値（ネガティブ語がポジティブ語よりも多い）であればネガティブな記事を意味する。仮に DTM に含まれるすべての単語がポジティブな極性を持つ記事の場合にはスコアは最大値の 1 となり、逆にすべての単語がネガティブな極性を持つ記事の場合には最小値の-1 となる。

以上の操作をおこなった結果、3つの時期における各記事のスコアは-0.35 から 0.4 の範囲に収まった。そこでスコアを 0.05 ごとに区切って各記事を 16 個のカテゴリ¹⁴に分類し、その分類結果に基づいて多様性指標を計算した¹⁵。各新聞における多様性指標の結果は表 4-17 のとおりである。この分析ではスコアの区切り（つまりカテゴリ数）を任意で 0.05 ごとに設定しているため、カテゴリ数によって影響を受ける D_γ や D_α の比較はあまり意味をなさない。そこで D_β の値を見ると、第 1 次政権の時期よりも第 2 次、第 3 次政権の時期の方が値が大きくなっており、新聞間の差異が広がっていることがわかる。

また新聞ごとにスコアがプラスになった記事数をマイナスになった記事数で割った値（PN 比）を比較したのが図 4-11 である¹⁶。新聞ごとの PN 比を比較すると、朝日新聞と毎日新聞よりも日経新聞と読売新聞においてポジティブな記事の比率が高いという傾向があることがわかる。そしてより重要なのは、第 1 次政権の時期に比べて第 2 次・第 3 次政権

の時期のほうが朝日・毎日と日経・読売の差が大きくなっているということである。こうした差の広がり、多様性指標 D_{β} の値を高めている。つまり、朝日・毎日の読者と日経・読売の読者では安倍政権に関する評価のレベルで異なる情報環境に身を置いていることが考えられるのであり、この違いを解消するためには複数の新聞を併読するような積極的かつ横断的な情報接触が必要となっているということである。

ただし、ここでおこなった評価レベルの分析は、出現する単語の評価極性をカウントするという単純なものであることに注意しなければならない。たとえば安倍政権の経済政策に関する記事の文中にポジティブな評価極性を持った語が出現したとしても、その語が政策そのものへのポジティブな評価を表している場合と、その政策に異を唱えるアクターへのポジティブな評価を表している場合とでは実質的な意味合いがまったく異なる。また、否定語の有無により評価極性が逆転するという点も考慮できていない。より詳細な分析をするには、構文解析を併用して単語ごとの係り受けを考慮する必要があるが、そうした分析は今後の課題として別の機会に譲ることとしたい。

4.6. 小括

以上、第 3 章で検討した指標を用いて、主に全国紙による政治記事を中心に多様性を測定してきた。選挙に関する報道では、すべての選挙に共通して見られるトピックとそれぞれの選挙に特有のトピックが抽出され、結果として多様性指標は選挙ごとに増減するという結果となった。また新聞間の差異を示す D_{β} の値は参院選では一貫して小さく、衆院選についても 2000 年以降は減少しているという結果となった。また公示前の選挙報道は、公示後に比べて多様性が低く、新聞間の差異も小さいことがわかった。そして日本の情報環境において存在感を増しており、既存マスメディアと同等の機能を果たすと考えられるようになったニュースポータルサイトの Yahoo!トピックスは、全国紙と同程度の多様性を備えていることも明らかになった。

さらに、安倍政権に関してどのような話題が取り上げられたかを示すトピックを抽出し多様性を測定したところ、短命に終わった第 1 次政権よりも第 2 次政権以降のほうが多様なトピックが得られ、政策に関する報道が多いという結果となった。また極性辞書を用いたポジティブ・ネガティブの評価に関する分析では、第 2 次政権以降に新聞間の差異が大きくなっている傾向が示された。選挙全般に関する報道では近年になって新聞間の差異が小さくなっている傾向が見られたが、政権に対する評価のレベルではそれと逆の変化があるのだとすれば、各新聞は類似した争点に注目しつつ、それらの争点について異なる評価を下すようになっていることが考えられる。沈黙の螺旋理論の観点で言えば、議題設定と焦点形成のレベルにおいては共振性が見られる一方で、評価のレベルでの共振性は見られないという理解になる。つまりどの新聞を読んでも「どのような争点が論じられているのか」という点では読者間の一致がしやすい一方、「どのように評価するか」という点では読んでいる新聞ごとに異なる情報が提示され、多様な評価に触れるためには複数の新聞を横断しなけ

ればならないという状況が考えられるのである。このように、 $D_\alpha \cdot D_\beta \cdot D_\gamma$ という3つの多様性指標を用いることで、ある情報環境でどれだけ多様な報道がなされているかを知ることができるとともに、その中でメディア間の差異がどれだけ存在するのか、受け手が多様な情報に触れるためにどれだけ積極的にメディアを利用しなければならないのかを分析することが可能となる。

次章では、ここで得られた選挙報道の多様性指標を用いて、選挙に関する他の変数との関連を分析していく。選挙報道が多様になるとき、投票率や有権者の認識はどのような傾向を示すのか。あるいは、選挙報道の多様性は政党間の差異を反映しているのか。そして新聞が多様な選挙報道をおこなったとき、読者の政治参加はその影響を受けるのか。これらの分析から、多様性指標の妥当性を確認するとともに、それがどのような分析に活用できるのかを検討していく。

-
- 1 本章は千葉(2019)にておこなった分析をベースにさらなる分析を追加したものである。
 - 2 トピックモデルの結果を評価するために参照される指標としては他に **perplexity** というものがある。
 - 3 **mecab-ipadic-NEologd** は、ウェブ上のテキストを素材としてカスタマイズされた **MeCab** 用の辞書であり、新語や固有名詞に強いという特徴を持つ (Github **mecab-ipadic-NEologd** <https://github.com/neologd/mecab-ipadic-neologd> 2020年3月26日最終閲覧)。
 - 4 ここで挙げた数値は第3節でおこなう分析で用いたコーパスにおけるものである。
 - 5 **lda** パッケージにおける **LDA** 実行時のパラメータは **num.iterations = 100**, **alpha = 5**, **eta = 1** とした。
 - 6 各選挙における記事数の詳細は付録表1を参照のこと。
 - 7 このように地名で構成されるトピックが抽出されるメカニズムは明らかではない。分析に際しては県名を除外することも検討したが、「沖縄」のように政治的争点に結びつく県名もあるため、今回は一律で分析に含めることとした。
 - 8 すべての選挙におけるトピックと特徴語については付録表2から付録表21を参照のこと。
 - 9 ただし、トピック数が3個になった選挙が5回あり、前述した公示後の2010年参院選と同様の問題について検討する必要がある。
 - 10 総務省「平成30年度 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」https://www.soumu.go.jp/main_content/000644168.pdf (2020年3月26日最終閲覧)
 - 11 2年分の **Yahoo!** トピックスだけでは単語間の距離を測るのに十分なサイズのテキストとならないため、前節で用いたコーパスと組み合わせている。
 - 12 各分析期間における記事数の詳細は付録表22を参照のこと。
 - 13 トピック7の特徴語は、11位以下に「私たち、問題、人々、思い、民主主義、国家」といった単語が並ぶ。
 - 14 スコアが0の場合を1つのカテゴリとして16個のカテゴリとなる。
 - 15 各新聞におけるスコアごとの記事数は付録表23から付録表25のとおりである。なおカイ二乗検定をおこなったところ、いずれの期間においても4紙の記事分布には有意な違いが存在することがわかった。
 - 16 すべての新聞で **PN** 比が1以上になっており、ポジティブとされる記事がネガティブとされる記事よりも多いという結果となっているが、これは極性辞書に収録された単語と新

聞記事に頻出する語の関係によって生じたバイアスと考えられる。つまり辞書中でネガティブな極性を付与された語がそもそも新聞記事に登場しにくく、逆に **DTM** に収録された新聞記事に出現しやすい単語には辞書でポジティブな極性を与えられたものが多いためと考えられる。

5. 報道の多様性と選挙の状況との関連

前章では、テキストマイニングの手法を用いて新聞記事やインターネットニュースの記事を分類し、その結果に基づいて多様性指標を計算した。その結果、全国紙はさまざまな情報を扱う総合的メディアとして高い内的多様性を備えており、したがって新聞間の差異は非常に小さいこと、また多くの人々が利用する Yahoo!ニュースに掲載される選挙報道も全国紙と同程度の多様性を備えていることなどが明らかになった。では、こうした結果からどのような含意を導き出すことができるのだろうか。第 1 章で論じたように、報道の多様性は民主主義にとって重要であると考えられてきた一方、過度の多様性は社会での情報共有や合意形成を妨げるという懸念がある。そうした議論を踏まえ、前章で得られた多様性指標を用いて、本章では選挙に関するさまざまなデータとの関連を検証していく。

5.1. 報道の多様性と投票率および選挙の複雑さとの関係¹

それでは、まず各回の選挙における新聞報道の多様性と選挙の状況との関連を見ていきたい。ここで想定されるのは、選挙の争点が複雑あるいは曖昧である場合に、選挙報道は多様化するという関係である。前者の場合は、争点の複雑化を反映する形で報道が多様化する。後者の場合は、メディアの側が重要争点を絞り込むことができず、統一的な見解が形成されずにさまざまな争点が取り上げられる。そして選挙の争点が複雑あるいは曖昧である場合には、有権者の判断基準も複雑化あるいは曖昧化し、意思決定は困難になる。逆に選挙の重要争点が明確である場合には、メディアもその争点に注目して大量の報道をおこなうため、報道量の偏りが生じて選挙報道の多様性は低くなると考えられる。たとえば 2005 年衆院選は郵政民営化という明確な争点があったが、この選挙に関する全国紙の報道から抽出されるトピック数は 6 と少なく、報道の多様性は低かった。こうした構図の単純さは、有権者の判断を容易にし、政治参加を促すだろう。

以上の想定に基づき、本節では 1989 年参院選から 2017 年衆院選までの 20 回の選挙を対象に、以下の 2 つの変数と選挙報道の多様性指標との相関を確認する。1 つは各選挙の投票率、もう 1 つは明るい選挙推進協会が選挙ごとに実施している意識調査において、投票に行かなかった回答者が棄権の理由として「政策や候補者の人物などについて、事情がよくわからなかったから」を挙げた割合である²。なお 2007 年参院選の調査では棄権理由を尋ねていないため、こちらの変数については 19 個のケースで分析をおこなう。そしてこれらの変数との関連を見る指標は、前章で分析した全国紙 4 紙による選挙報道の多様性指標（公示後）である。

予測される相関は以下のとおりである。まず多様性と投票率の間には負の相関が見られることが予測される。先に述べたように、争点が複雑あるいは曖昧である選挙においては報道が多様化することで多様性指標の値が上昇すると予測されるが、そうした選挙では有権者が投票先を選ぶことが困難になり、投票率は下がると考えられるためである。また、前

表 5-1 多様性指標と投票率および棄権理由の相関（千葉 2019）

| | 投票率 | 棄権理由 「事情がよくわからなかった」 |
|--------------|----------------|------------------------|
| γ 多様性 | -.505 (p=.023) | .437 (p=.061) |
| α 多様性 | -.529 (p=.016) | .455 (p=.050) |
| β 多様性 | .560 (p=.010) | -.429 (p=.066) |

章の表 4-4 で示したとおり γ 多様性とほぼ同じ値となる α 多様性も、同様に投票率と負の相関を示すはずである。一方で β 多様性は、投票率との間に正の相関が見られることが予測される。 β 多様性が高く新聞 4 紙の間に差異があるということは、新聞各紙がそれぞれ異なる争点を明確に打ち出していることを意味しているのであり、そうした選挙では有権者の判断基準も明確になると考えられるためである。あるいは全国紙 4 紙の併読率が低いことを考えれば、 β 多様性が高い状況では、それぞれの新聞が相互補完して全体として多様な情報を発信していたとしても、個々の受け手が接触する情報の多様性は低くなる。そのため、 β 多様性と投票率は正の相関になることが予測されるのである。続いて「政策や候補者の人物などについて、事情がよくわからなかったから」という棄権理由を挙げた人の比率は、投票率とは逆に γ 多様性および α 多様性とは正の相関を示し、 β 多様性とは負の相関を示すと考えられる。争点が複雑あるいは曖昧であって報道が多様化するような選挙では、有権者の判断が困難になり、「事情がよくわからなかった」という理由での棄権が増えると考えられるためである³。

各変数の相関をまとめたのが表 5-1 である⁴。まず投票率と多様性指標の相関を見ると、前述の予測どおりに γ 多様性および α 多様性との間には負の相関が見られ、 β 多様性との間には正の相関が見られた。ケース数が 20 しかない相関分析ではあるが、p 値はいずれも 95% 有意の水準を満たしている⁵。また「事情がよくわからなかった」という棄権理由と多様性指標との相関を見ると、相関係数の符号という点では γ 多様性および α 多様性とは正の相関となり、 β 多様性とは負の相関となった。ただしこちらの変数については、p 値が 95% 有意の水準に到達してはいない。結果としては、投票率と棄権理由のいずれについてもおおむね予測したとおりの方向で相関が見られており、有権者にとって政党や候補者の違いが明確ではなく投票率も低くなるような選挙においては、新聞の選挙報道が多様化していたという関係が示唆された。

さらに各指標の関連性を細かく確認していきたい。 γ 多様性と投票率との関係を散布図で示したのが図 5-1、 α 多様性と投票率との関係を示したのが図 5-2 である。前章で述べたように γ 多様性と α 多様性はほぼ同じ値となっているため、2 つの散布図にはほとんど違いがない。図からわかるとおり、選挙報道の多様性指標が高い選挙ほど投票率が低いという関係が見て取れる。2010 年参院選だけは全体的な傾向から大きく外れた位置にあるが、この選挙はトピック数が 3 個しか抽出されなかったイレギュラーなケースであり、現状は外れ値

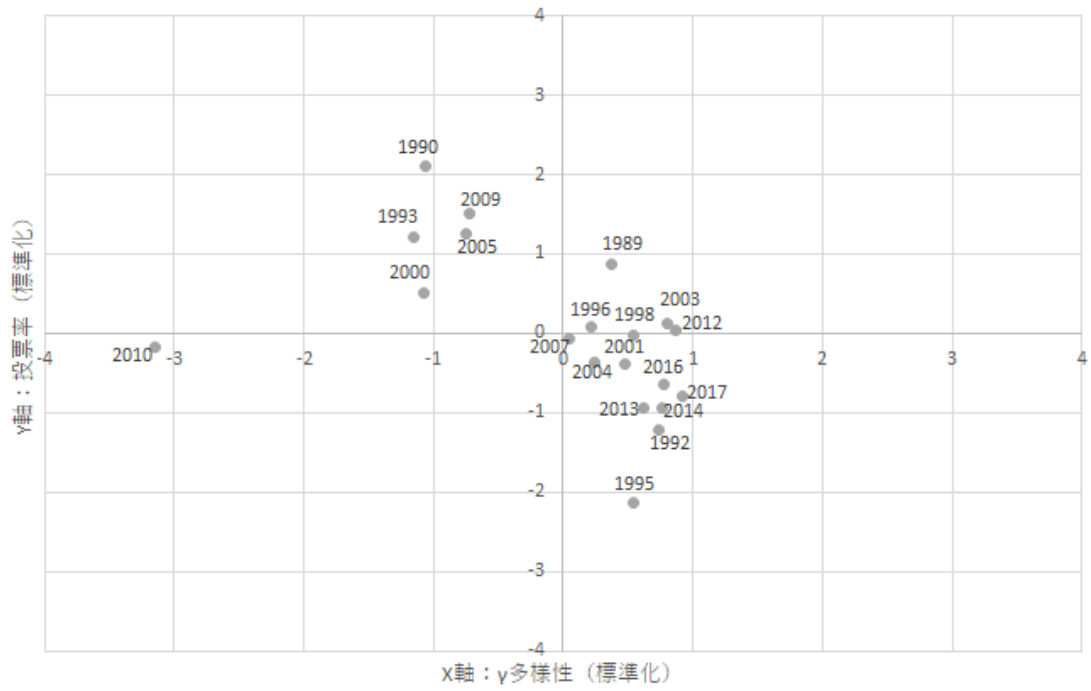


図 5-1 γ 多様性と投票率との関係

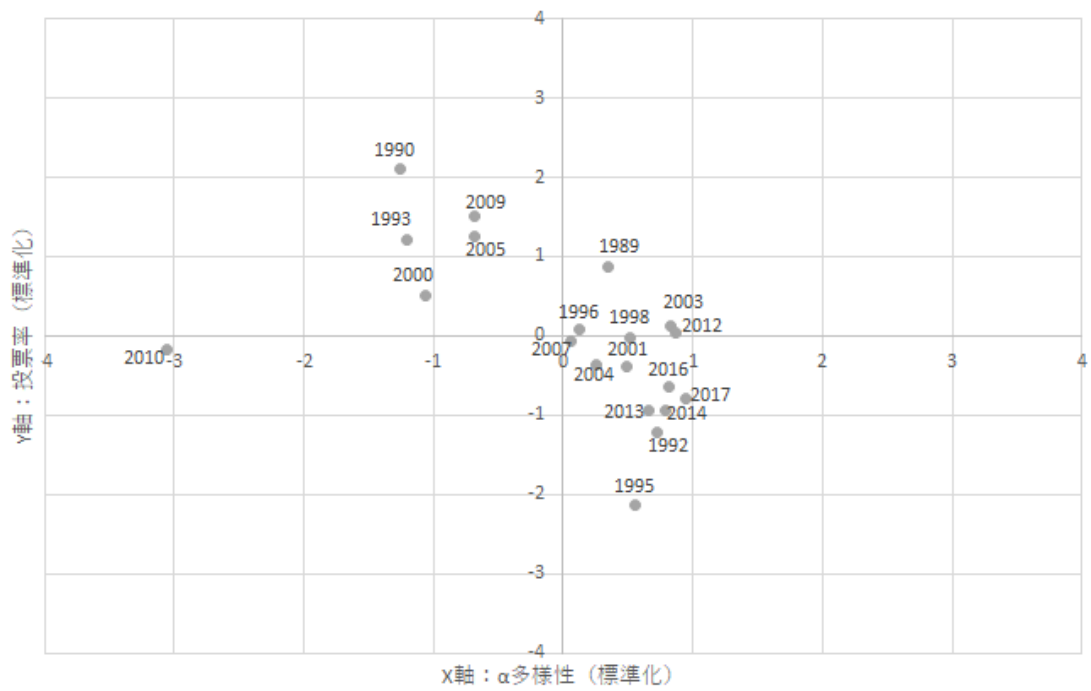


図 5-2 α 多様性と投票率との関係

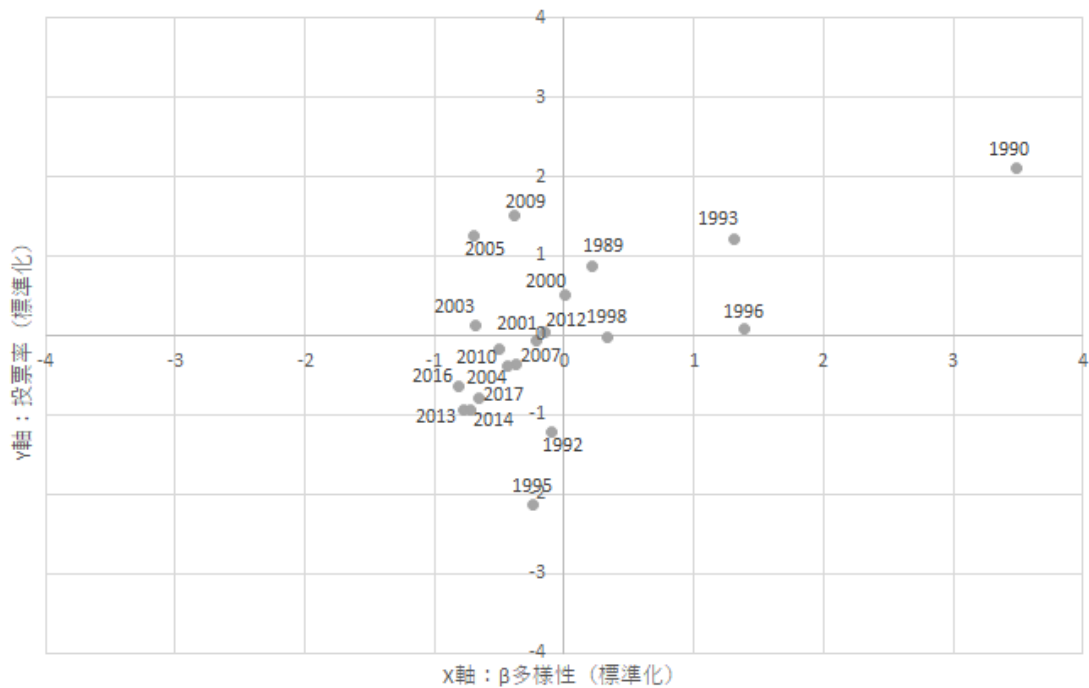


図 5-3 β 多様性と投票率の関係

として除外して考えるべきであるだろう。このようなケースが生じないよう、多様性指標の測定手法を改善していくことが必要であることは前章で述べたとおりである。また 1989 年参院選、1996 年衆院選、2003 年衆院選、2012 年衆院選の 4 ケースは、報道が多様であったにもかかわらず投票率が高めになっている。選挙報道の多様性と有権者の政治参加との関係を明らかにするにあたっては、これらの選挙がどのような文脈で実施され、その報道がどのような特徴を備えていたかをさらに詳細に検討する必要があるだろう。

一方、 β 多様性と投票率との関係を示したのが図 5-3 である。こちらは前述の γ 多様性や α 多様性ほど明瞭ではないものの、全体の傾向としては新聞間の差異が大きく β 多様性が高い選挙ほど投票率も高いという関係となっている。とりわけ、 β 多様性と投票率がともにもっとも高かった 1990 年衆院選が顕著なケースとして挙げられる。この選挙はトピック数が 5 個と少なく γ 多様性も低いケースであった。つまり少数の限られたトピックの中で各新聞が特徴のある報道をおこなっていた選挙として理解することができ、そのような選挙においては有権者の判断も複雑化することなく投票参加がしやすかったのではないかという解釈ができるだろう。一方、2005 年衆院選と 2009 年衆院選は β 多様性がさほど高くはないにもかかわらず投票率は高いという結果になっている。2005 年衆院選はシングルイシューの郵政選挙であり、また 2009 年衆院選は政権交代という例外的な選挙であった。こうした文脈を踏まえれば、新聞間の差異が小さく投票率は高いという結果にも一定の妥当性があるものと言えるだろう。また逆に 1995 年参院選は β 多様性の割に投票率が著しく低い選挙という

特徴を持つ。このような結果となった理由についてはさらなる考察が必要であるが、当時の強い政治不信を背景とした選挙に対する関心の低さが、選挙報道における統一感の欠如および低投票率という結果をもたらしたということは考えられる。

そして γ 多様性および α 多様性と明推協データにおいて「事情がよくわからなかった」という棄権理由を挙げた回答者の比率との関係を示したのが図 5-4、図 5-5 である。全体として、選挙報道における多様性指標が高い選挙ほど「事情がよくわからなかった」という理由での棄権が増える傾向が見られるが、多様性が高いにもかかわらず「事情がよくわからなかった」という棄権が少ないケースが 6 つ存在している。このような結果となった理由についてはさまざまな考察が可能である。たとえばこれらの選挙においては多様なトピックをわかりやすく伝える報道がなされていた、抽出されたトピックが多様ではあれ判断のしやすいものであった、他の棄権理由（「適当な候補者も政党もなかったから」や「天候が悪かったから」など）が増えるような状況があった、などの理由が考えられる。また投票率の分析と同様に、トピック数が 3 個となった 2010 年が全体の傾向から外れた位置にある。

最後に、 β 多様性と「事情がよくわからなかった」の関係を示したのが図 5-6 である。全体としては β 多様性が高いほど「事情がよくわからなかった」という棄権が減る傾向にあるが、同程度の β 多様性を備えるケースであったとしても棄権理由の比率に大きな差が存在する場合もあり、両者の関係はあまり明瞭なものではない。新聞を 2 紙以上読む人は限られており、新聞間の差異は個々の受け手が抱く「事情がよくわからない」という感覚にあまり寄与しないということも考えられる。ただし、 β 多様性をもっとも低い 2016 年参院選で「事情がよくわからなかった」の比率をもっとも高く、逆に β 多様性をもっとも高い 1990 年衆院選では「事情がよくわからなかった」の比率をもっとも低いというように、顕著な結果を示したケースも存在する。受け手が抱く政治的状況の認識に対して β 多様性がどのような関係を示すかという点については、さらなるデータの蓄積も含めて今後の課題となるだろう。

以上、選挙報道の多様性と有権者の政治参加や政治的状況に対する認識との関連を見てきた。全体の傾向としては理論的な予測にある程度合致する関連を示しており、本論文で検討してきた多様性指標は選挙報道の多様性を測定するうえで一定の妥当性を備えていると考えられる。なお、この分析では報道の多様性と有権者側の変数との相関関係について見てきたが、報道内容が受け手に直接影響を及ぼしているのか、あるいは単に各選挙の状況が報道と有権者の態度の両方を規定しているだけの疑似相関なのか、という点は明らかではない。この点についてはより詳しく検証する必要があるだろう。

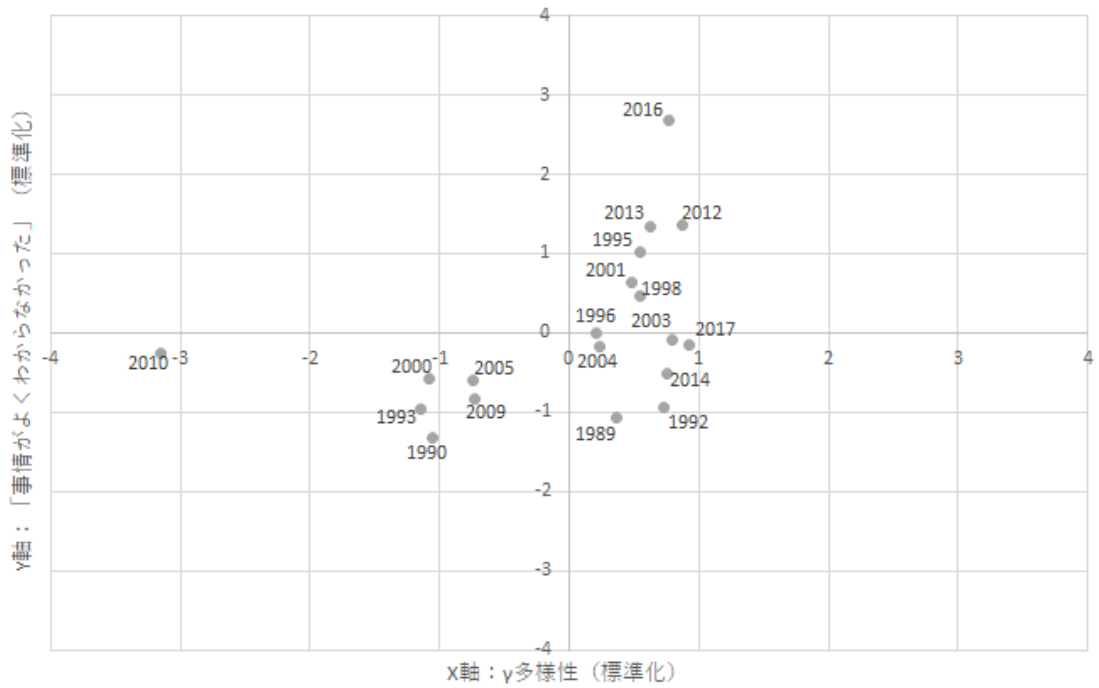


図 5-4 γ 多様性と「事情がよくわからなかった」の関係

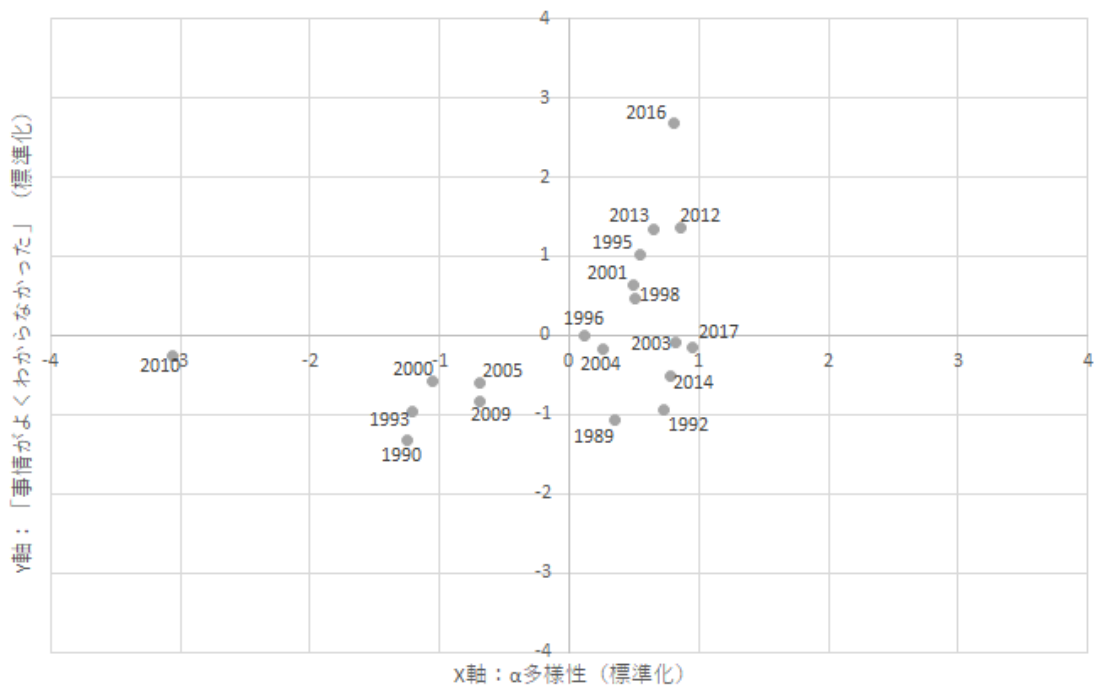


図 5-5 α 多様性と「事情がよくわからなかった」の関係

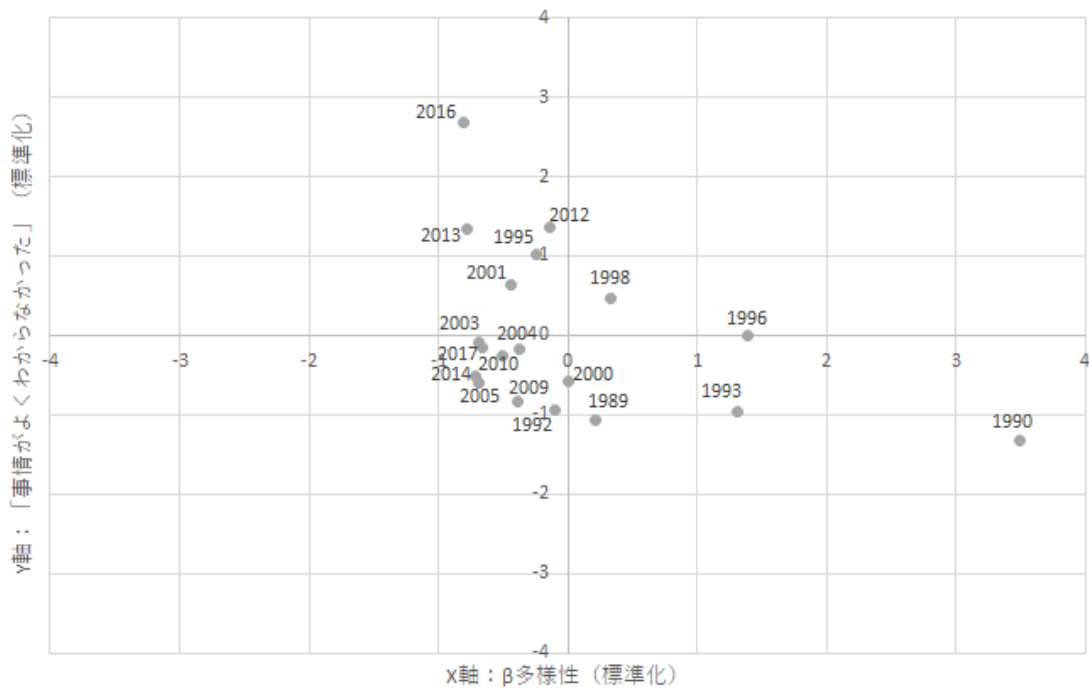


図 5-6 β 多様性と「事情がよくわからなかった」の関係

5.2. 報道の多様性と政党のイデオロギー位置との関係

前節では、新聞の選挙報道の多様性が投票率や有権者の「政党や候補者の事情がよくわからない」という認識と関連していることを示し、多様性指標が各選挙の文脈とある程度の関連性を持った妥当性のある指標であることを確認した。それでは、それぞれの選挙におけるどのような要因が選挙報道の多様性に影響を及ぼしているのだろうか。もちろん、この問いに対する十分な検証を本論文の中でおこなうことは困難であるだろう。個々の選挙における固有の状況を整理し、それらの要因が報道にどのような影響を及ぼしうるかを理論的に想定し、実際の記事内容を精査して政治的な状況から受けた影響を検証する、といった作業はそれ自体が大掛かりな研究テーマとなりうる。そこで本節では 1 つの試みとして、各選挙における政党のイデオロギー位置から導き出される分極化の程度と選挙報道の多様性との関連について見ていくこととしたい。

ここでの問いは、政党のイデオロギー位置が大きく乖離するような分極化した選挙において、選挙報道が多様になるのかということである。単純に考えれば、政党の分極化が進むということは報道される対象の幅が広がることを意味するのだから、分極化の程度に応じて報道の多様性も高まるという関係性が考えられる。しかし逆に、政党の分極化が進むということは政党間の差異が明瞭になることであるとも言えるため、それはむしろ政治的な状況がシンプルになることを意味し、したがって報道内容も単純化して多様性が低下するこ

ともありえる。このように政党の分極化と報道の多様性との間には、正の相関も負の相関も想定しうる。またメディア間の差異という点で言えば、各メディアが何らかの党派性を帯びている場合は政党分極化の程度に応じてメディア間の差異が拡大すると想定されるのに対し、そうした党派性が薄く中立的な報道がなされている場合には政党分極化の影響は生じないだろう。

政党の分極化を作業化するために、ここでは以下の 3 つのデータを用いて政党のイデオロギー的な位置を推定する。まずは各国の政党マニフェストを内容分析した比較マニフェストプロジェクト(Comparative Manifesto Project)⁶における、日本の政党のイデオロギースコア(rile)である。CMP データは政党マニフェストの文言を何らかの主張やメッセージが含まれる分析単位(quasi-sentence)に分割し、それらをヒューマンコーディングの内容分析によって政策的立場を示すカテゴリに分類したものである。各カテゴリに分類された quasi-sentence のパーセンテージによって、それぞれのマニフェストの政策的立場が示される。そして今回の分析に用いるイデオロギースコアは、26 のカテゴリに基づいて政党マニフェストの right と left のスコアを計算するもので、right に該当する 13 のカテゴリをプラス、left に該当する 13 のカテゴリをマイナスとし、26 カテゴリの合計値が正になると右寄り、負になると左寄りであることを意味する。たとえばあるマニフェストの中で Military (対外的な安全保障や国防) に関するポジティブな quasi-sentence が 5%あればそのマニフェストに+5 のスコアが入り、Labor Groups (労働団体や労働者階級、失業者) に関するポジティブな quasi-sentence が 10%あれば-10 のスコアが入る。したがって、もしすべての quasi-sentence がプラスとなる 13 カテゴリに分類されている場合にはそのマニフェストのイデオロギースコアは最大値の 100 となり、逆にマイナスとなる 13 カテゴリに分類されている場合には最小値の-100 となる。イデオロギースコアはマニフェストごとに算出され、たとえば 2003 年衆院選のデータでは自民党のマニフェストが 23.51 で右寄りであり、民主党のマニフェストは-14.46、共産党のマニフェストは-45.7 で左寄りと判断されている⁷。CMP のスコアは 1996 年から 2017 年までの衆院選 8 回分のデータがある。

2 つ目のデータは、政治学者を対象に各政党の政策的立場を尋ねた「東京大学加藤淳子研究室 政党の政策位置についての専門家調査」のデータである⁸。この調査は 1996 年から 2014 年までに行われた衆院選 7 回と 2010 年の参院選にあわせて計 8 回実施されたもので、10 の政策争点について「もっとも左寄りの立場」と「もっとも右寄りの立場」を設定し、1 (もっとも左寄り) から 20 (もっとも右寄り) までの数直線上に各政党をプロットさせるというデザインとなっている。たとえば 1996 年調査における環境保護の争点については、「経済成長を停滞させても環境を保護することを支持する」がもっとも左寄りの立場、「環境を破壊する結果となっても経済成長を優先する」がもっとも右寄りの立場となる。ここで 10 の政策争点における政党の位置を合計し、10 点 (すべて 1=もっとも左寄り) から 200 点 (すべて 20=もっとも右寄り) までの値をとるスコアとして分析に用いる。またこの調査では、その政党が全体として左右イデオロギー軸のどこに位置づけられるかということ

も同様に 20 段階で尋ねており、こちらの数値も分析に用いることとする。前述のようにこの専門家調査は衆院選 7 回と参院選 1 回の計 8 回分のデータがあるが、CMP データとの整合性をとるためにこのうち衆院選 7 回分のデータを用いることとする。

3 つ目のデータは、複数の文書を一次元上にプロットする **wordfish** という手法によって測定されたマニフェスト間の距離である。ここで対象とするマニフェストデータは、1996 年から 2017 年までの 8 回の衆院選で議席を獲得した政党による 102 本の政党マニフェストである。**wordfish** の実行にあたっては、それらのマニフェストに対し OCR（光学的文字認識）を施して文字情報を抽出したテキストを用いる。これらのテキストをテキストマイニングの手法である **wordfish** にかけると⁹、テキスト中に出現する各単語にスコアが割り当てられ、そのスコアに基づいて算出される **theta** の値によって図 5-7 のように各マニフェストが一次元上にプロットされる。**wordfish** を用いた分析では、この **theta** の値によって、政党のイデオロギー的な位置を知ることができるとされる (Slapin and Proksch 2008)。

以上 3 つのデータを用いて、選挙ごとにどれだけ政党のイデオロギー位置が乖離していたかを測定する。ただし専門家調査からは 2 つの結果が得られる（10 の政策から導き出したイデオロギー位置と、全体としてのイデオロギー位置）ため、最終的には 4 パターンの数値が利用可能となる。そして得られた政党間距離に基づいて、分極化指数 (Dalton 2008; 日野・千葉・吉光寺 2019) を計算する。この分極化指数 (PI) は以下の式で計算され、PI の値が大きいほど分極化の程度が大きいことになる。式の中の P_{jk} が各選挙における政党の位置を示す部分であり、ここに CMP、専門家調査、**wordfish** によって測定された政党のイデオロギー位置のスコアが入る。

$$PI = \sqrt{\sum_{j=1} VS_{jk} * ([P_{jk} - \bar{P}_k]/5)^2}$$

VS_{jk} : 選挙 k における政党 j の得票率

P_{jk} : 選挙 k における政党 j の位置スコア

こうして得られた 4 つの PI と新聞報道の多様性をまとめたのが表 5-2 である。PI の計算に用いるイデオロギー位置のスコアはデータによって基準が異なるため、データ間で値の大小を比較するのではなく、データ内での変動の仕方に注目する。4 つのデータから計算された PI の変動の仕方には類似性があまり見られず、政党の分極化に対する評価はどのデータに基づいて測定するかによって影響を受けるということがわかる。こうした結果の違いは政党の位置推定に関する議論にとって重要な論点であるだろうが、報道の多様性をテーマとする本論文ではこの点に関するさらなる検討はおこなわないこととしたい。同様に、これらの結果から政党のイデオロギー位置を推定する手法としてどれが優れているかという議論を試みようというわけではないことも述べておきたい。

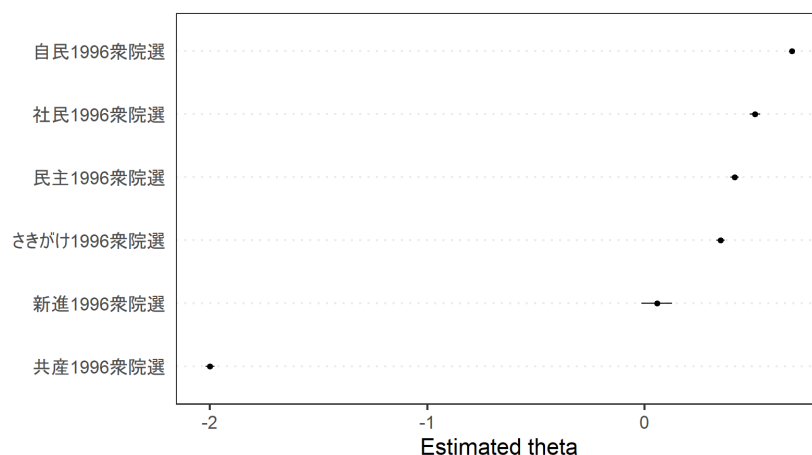


図 5-7 wordfish によるマニフェストの一元配置

表 5-2 多様性指標と分極化指数

| | 1996 | 2000 | 2003 | 2005 | 2009 | 2012 | 2014 | 2017 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| D_γ | 0.894 | 0.794 | 0.940 | 0.820 | 0.821 | 0.946 | 0.937 | 0.950 |
| D_α | 0.881 | 0.787 | 0.937 | 0.817 | 0.817 | 0.940 | 0.934 | 0.947 |
| D_β | 0.013 | 0.006 | 0.003 | 0.003 | 0.004 | 0.006 | 0.003 | 0.003 |
| CMP | 1.612 | 3.732 | 5.062 | 4.352 | 2.221 | 3.593 | 3.941 | 2.831 |
| 専門家調査・10項目 | 6.244 | 5.283 | 5.434 | 5.925 | 5.191 | 5.343 | 5.860 | — |
| 専門家調査・全体 | 0.919 | 0.789 | 0.803 | 0.899 | 0.782 | 1.023 | 1.046 | — |
| wordfish | 0.120 | 0.191 | 0.142 | 0.244 | 0.179 | 0.171 | 0.227 | 0.212 |

次に D_γ と分極化指数との関係を図示したのが図 5-8 から図 5-11 である。ここでは比較のために各数値を標準化して用いている。図を見る限りでは、CMP と wordfish、および専門家調査で尋ねられた 10 項目の政策的立場によって測定された政党位置から計算した 3 パターンの分極化指数は、新聞報道の γ 多様性と一貫した関連性を示してはいない。一方で、専門家調査で尋ねられた全体としてのイデオロギー位置から計算した分極化指数については、(ケース数が少なく統計的に有意なものではないが) 多様性指標との一定の関連性がうかがえる。傾向としては、分極化指数の値が大きいほど新聞報道の γ 多様性が高いという方向になっている。これらの結果の違いは、分極化指数の計算に用いた 4 つのデータの性質によるものと考えることができる。専門家調査における全体的なイデオロギー位置は、政治学者という専門家の視点で各政党のイデオロギーを総合的に評価したものであり、10 項目の政策的立場の総和から算術的に導かれるイデオロギー位置とは必ずしも一致しない。また CMP と wordfish におけるイデオロギー位置は、マニフェストに出現するテキストに基づいて算出されたものであり、こちらも人間の判断による総合的な評価とは異なる仕方を得られた値である。こうしたデータごとの性質の違いを考慮すれば、政治学者という専門家の

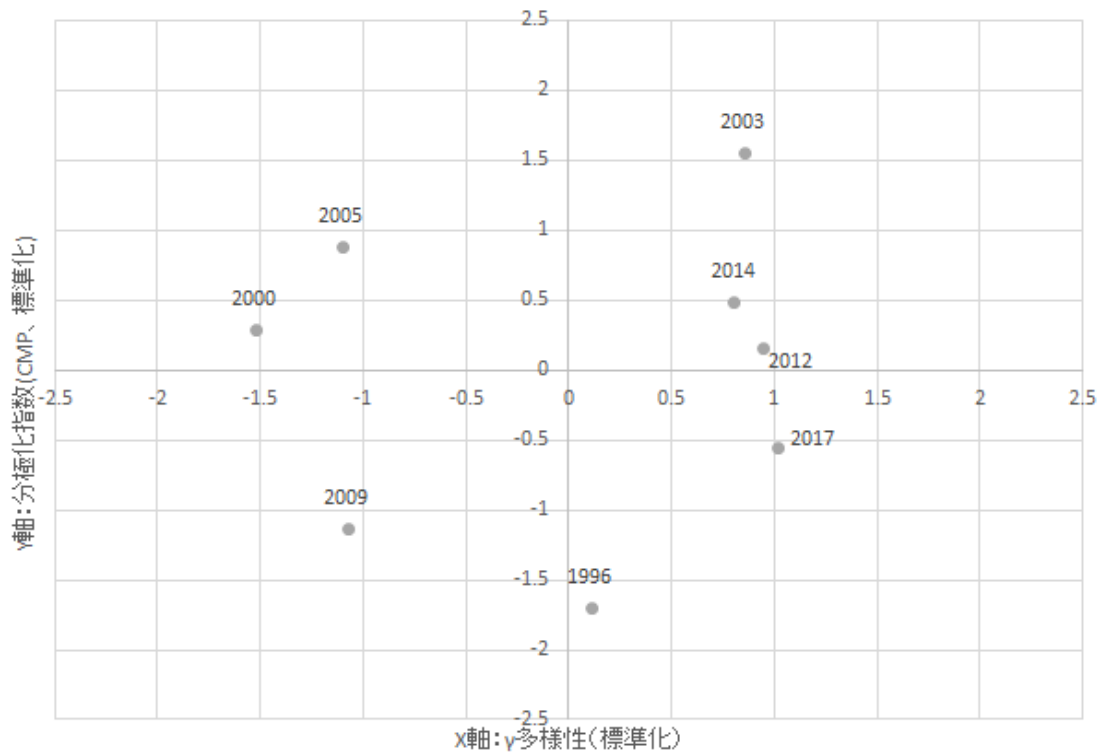


図 5-8 γ 多様性と分極化指数(CMP)の関係

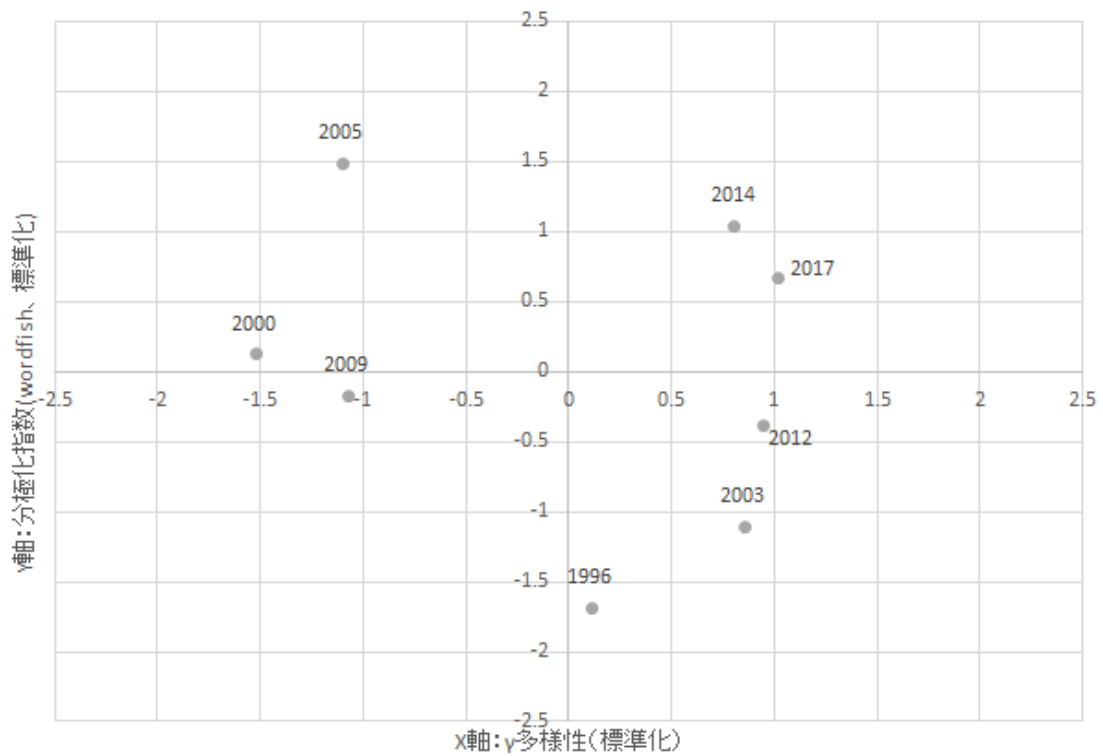


図 5-9 γ 多様性と分極化指数(wordfish)の関係

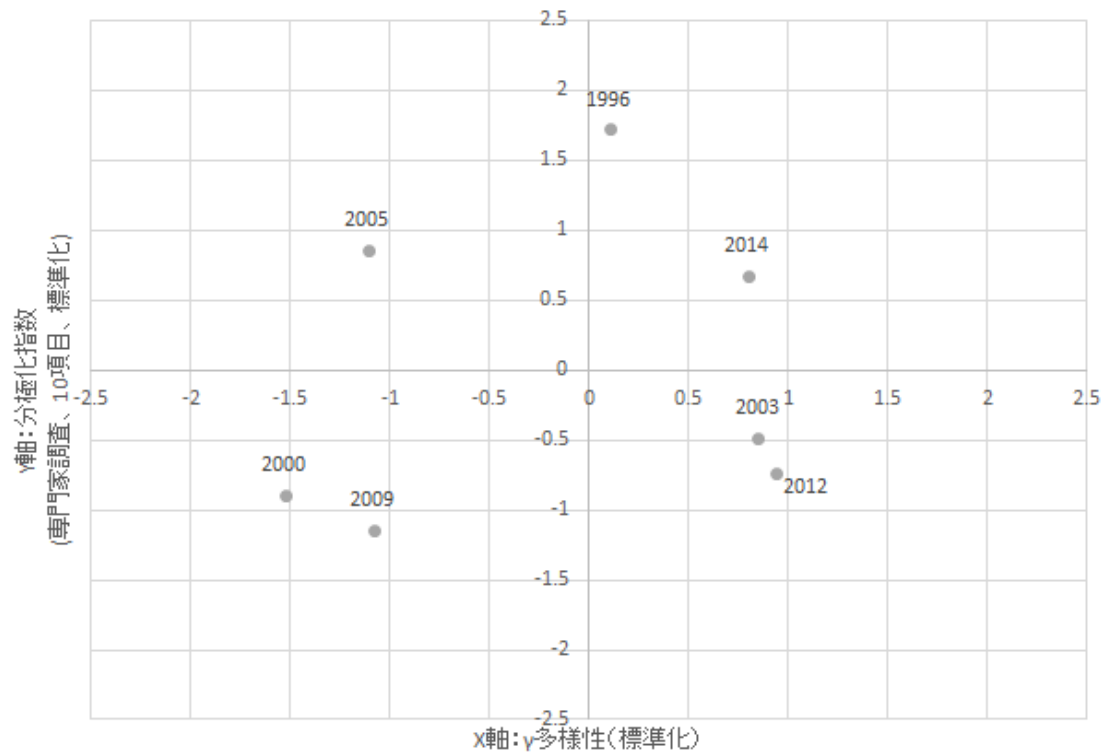


図 5-10 γ 多様性と分極化指数（専門家調査、10項目の政策的立場）の関係

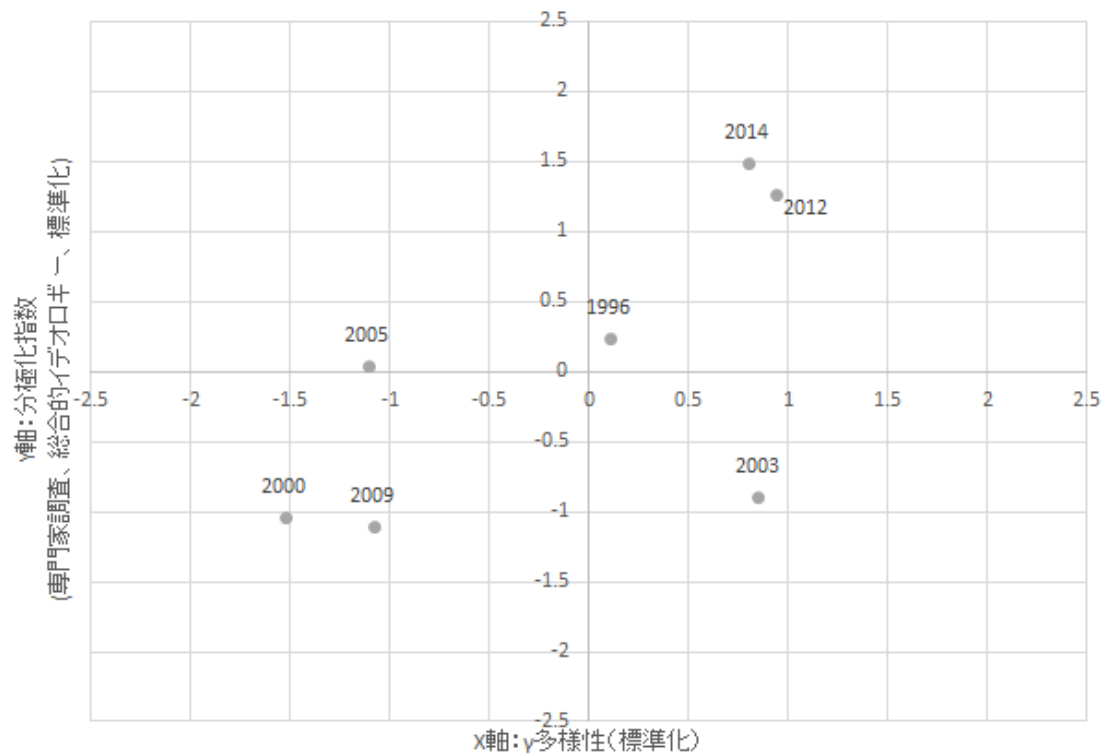


図 5-11 γ 多様性と分極化指数（専門家調査、全体的なイデオロギー）の関係

総合的な評価が反映された分極化の指標だけが、ジャーナリストという専門家の視点が反映された選挙報道の多様性との関連性を示唆しているということも考えられる。

続いて D_{β} とPIの関連を図示したのが図5-12から図5-15である。こちらに関しては、すべてのデータで両者の指標に一貫した関連性が見られなかった。この結果に従えば、政党の分極化によって新聞間の差異は変動しないということになる。この結果を解釈するには、分析対象となったメディアの性質に目を向けなければならない。さほど党派性が強くなく客観報道の原則が作用していると考えられる全国紙というメディアを分析対象としていることを考慮に入れば、政党の分極化が報道内容に影響しないという結果は妥当なものであるとも言える。より党派性の強いメディアを対象とすれば、分極化と β 多様性との間に関連性が見られる可能性はある。また第4章で見てきたとおり、報道においてはトピックという次元での多様性が低下する一方で評価レベルでの多様性が上昇しているという変化も起こりうるため、政党の分極化と評価レベルでの新聞の差異に関連が見られることも考えられる。

以上見てきたように、多くの場合において報道の多様性と政党分極化の間には一貫した方向性を持った関連が見られなかった。また本節のはじめに述べたように、そもそも両者の間にどのような関連性が想定しうるかということも、メディアの党派性といったさまざまな要素を考慮して検討すべき事柄である。報道は政党の分極化の度合いに応じて多様化するのか、政党間の違いが明確化するのにもなってメディアもそれぞれの立場を鮮明にしていくのか、といったことをより詳細に検証していく必要があるだろう。本論文では多様性指標と分極化指数の関連を見るにとどまったが、今後は個別の選挙の文脈や抽出されたトピックの内容を踏まえつつ、報道と政治的状況との関連にどのようなパターンが見出せるのかを精査していくことが課題となる。

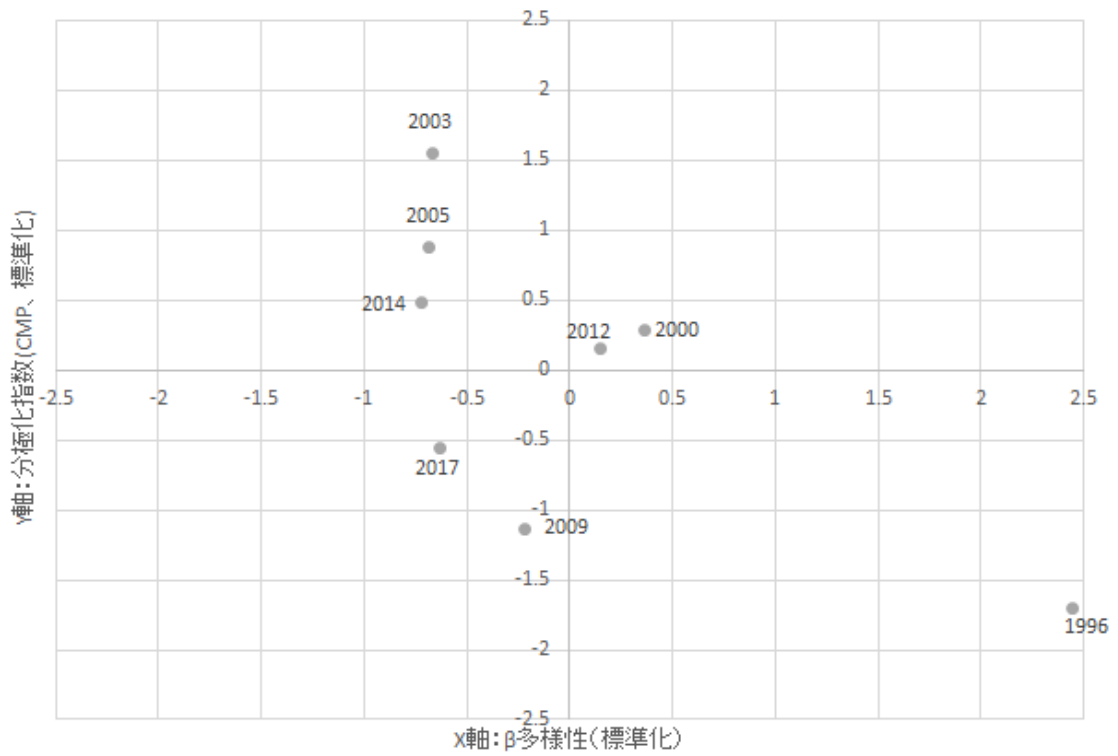


図 5-12 β 多様性と分極化指数(CMP)の関係

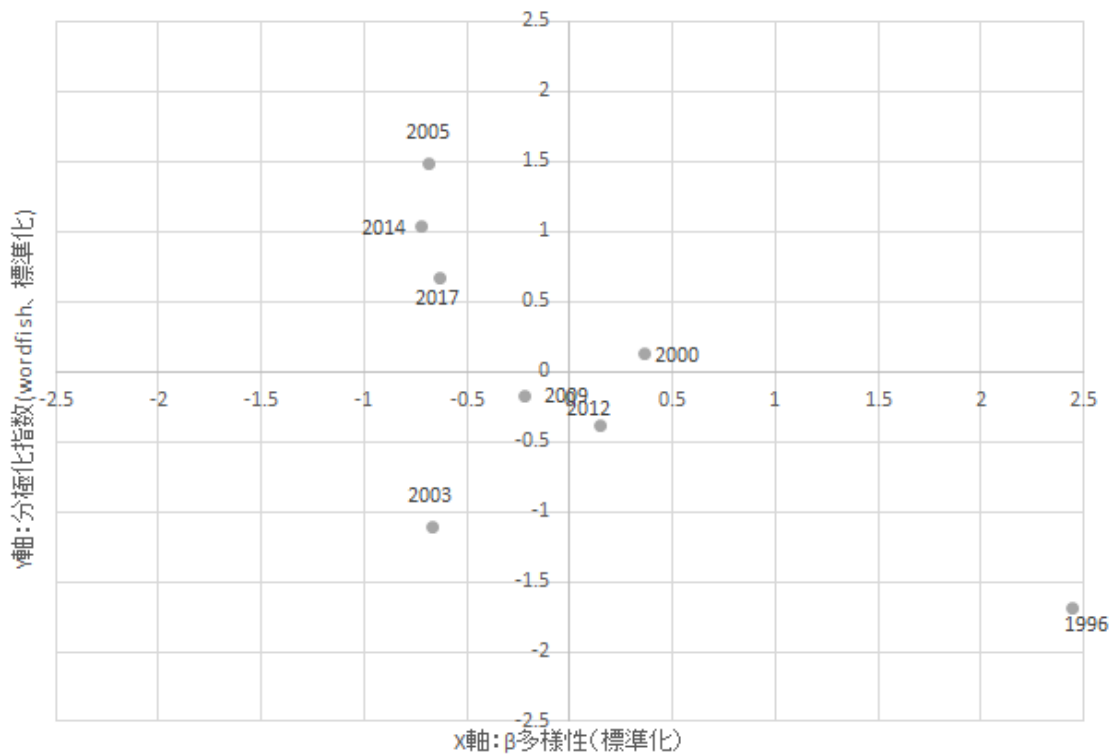


図 5-13 β 多様性と分極化指数(wordfish)の関係

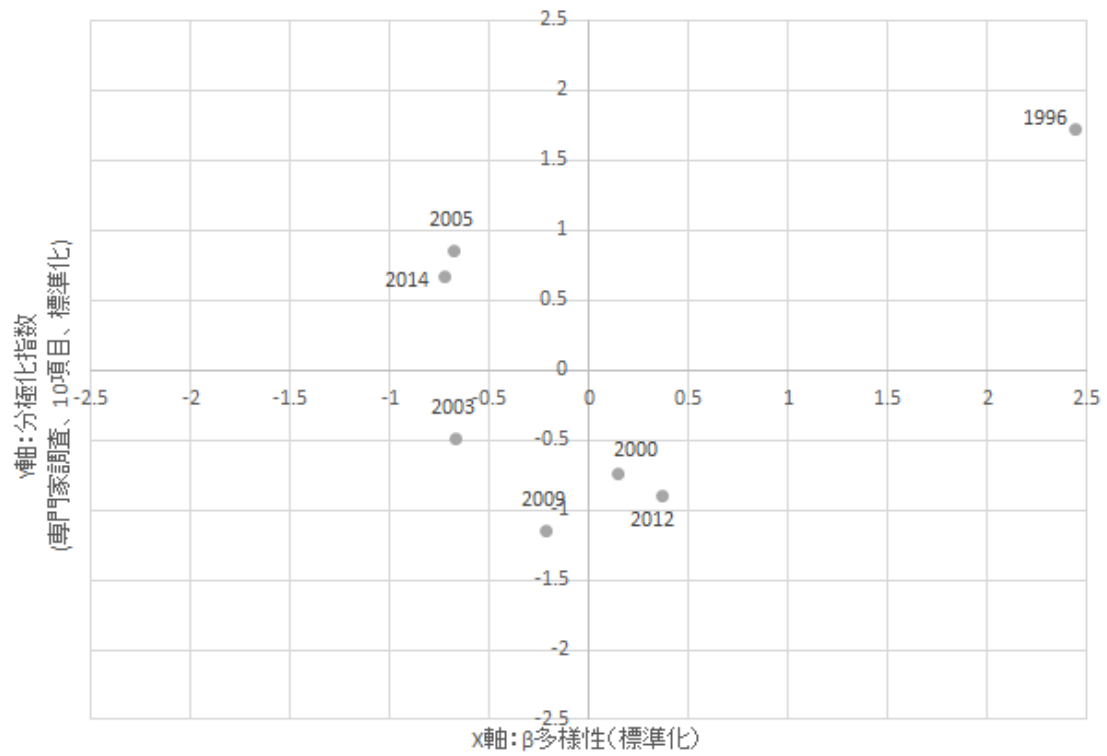


図 5-14 β 多様性と分極化指数（専門家調査、10項目の政策的立場）の関係

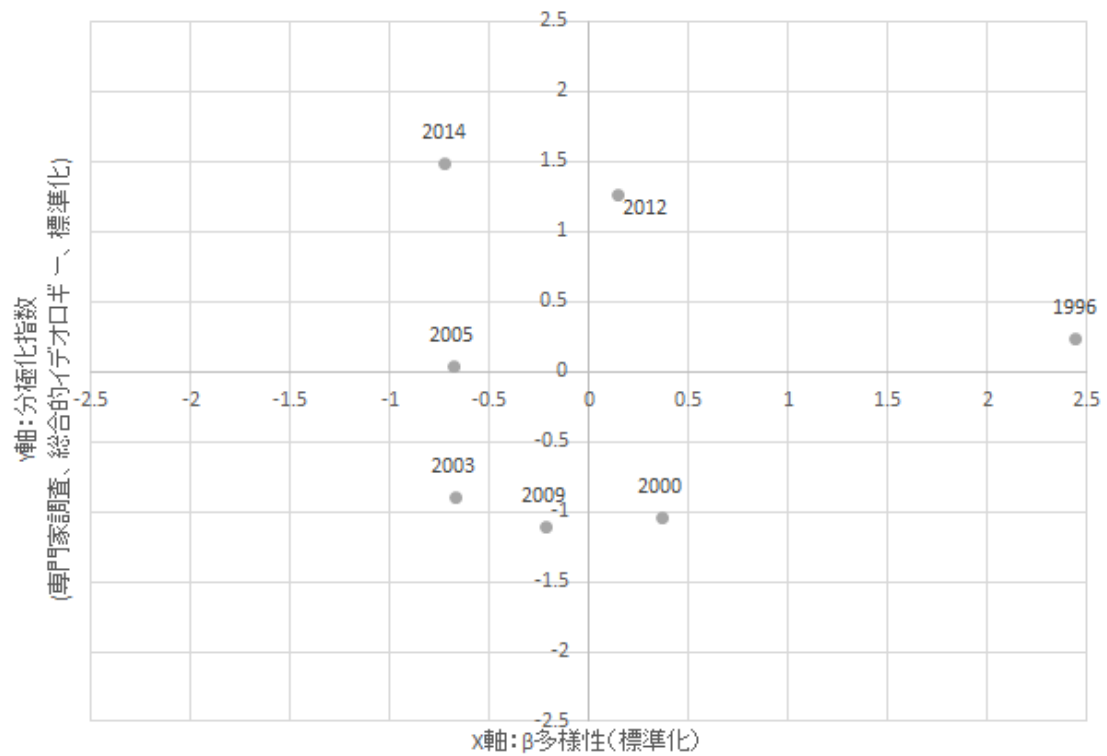


図 5-15 β 多様性と分極化指数（専門家調査、全体的なイデオロギー）の関係

5.3. 選挙に際して接触した新聞における多様性の影響

第1節および第2節では、それぞれの選挙を対象としたマクロなデータを用いて報道の多様性との関連を見てきた。続いて本節では、世論調査というマイクロなデータを用いて、選挙の時期に読んだ新聞の多様性が読者の政治参加に影響を及ぼすのかを見ていきたい。第1節で見てきたように、投票率というマクロなデータでは新聞報道の多様性との間に負の相関が見られたが、有権者の投票行動は接触したメディアによって提示される情報の多様性による影響を受けるのか、あるいはより大局的な選挙の状況が有権者全体の投票率に影響しているだけなのかという問いは明らかになっていない。そこで選挙期間中に接触した新聞を尋ねている世論調査データを用いて新聞読者と非読者をグループ分けし、両者を比較することで新聞による選挙報道の多様性が及ぼす影響を検証したい。

用いる世論調査データは「21世紀初頭の投票行動の全国的・時系列的調査研究(JES III)」および「変動期における投票行動の全国的・時系列的調査研究(JES IV)」である。前者のデータは2001年参院選、2003年衆院選、2004年参院選、2005年衆院選の時期に、また後者のデータは2007年参院選、2009年衆院選、2010年参院選の時期に調査が実施されている¹⁰。これらの調査では「あなたがふだん、政治についての情報を見たり聞いたりするメディアはどれですか」という質問で全国紙や地域紙への接触について尋ねており、この項目に基づいて回答者を2つのグループに分割した。1つのグループは、全国紙4紙のうちどれか1紙を読んでいる新聞読者グループである¹¹。もう1つのグループは、上記の質問において「新聞は読まない」と回答した非読者グループである。

それぞれの選挙において、上記の2グループ間で投票に参加した回答者の比率を比較したのが図5-16である。図に示したとおり、新聞読者グループは一貫して非読者グループよりも投票に参加した人の比率が高い。理論的には多様な報道が政治参加への積極性を損なうという可能性が考えられるといっても、報道にそもそも接触しないグループと比べて新聞読者のグループがより投票に消極的であるという結果にはやはりなっていない。特に新聞のような購読料を要するメディアに接触すること自体が、政治参加への積極性と関連していることは想像に難くないだろう。

したがって次に確認すべきは、報道の多様性によって読者グループと非読者グループの差の大きさが変化するかということである。各選挙における多様性指標(D_y)とグループ間における投票率の差をまとめたのが表5-3である。第1節での分析結果を踏まえれば、新聞の選挙報道が多様であるほど読者グループは多様な情報に接触することとなり、投票参加に消極的になることが考えられる。したがって、新聞報道における D_y の値が高いほど読者グループと非読者グループの差は小さくなるはずである。しかし表を見る限り、選挙報道の多様性とグループ間における投票率の差の間には一貫したパターンは見られない。たとえば2001年参院選から2003年衆院選にかけて D_y の値は0.915から0.940に上昇しているが、それに対して読者グループと非読者グループとの差は0.160から0.169へと大きくなっている。さらに見ていくと、2003年衆院選から2004年参院選にかけて D_y の値は0.940

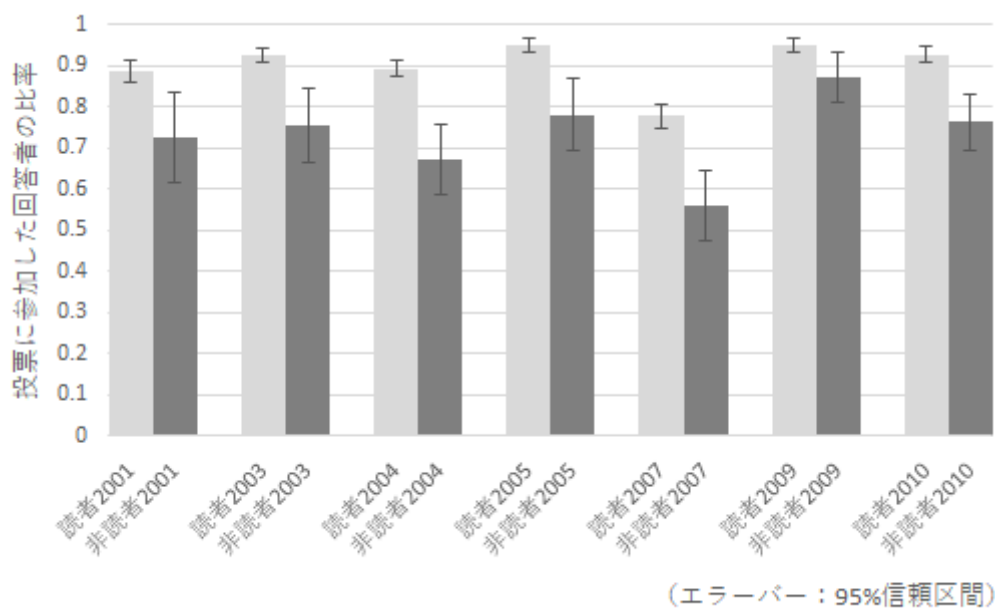


図 5-16 投票参加における新聞読者と非読者のグループ間比較

表 5-3 多様性指標と新聞読者－非読者における投票率の差

| | 2001 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 | 2009 | 2010 |
|-----------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| D_{γ} | 0.915 | 0.940 | 0.896 | 0.820 | 0.881 | 0.821 | 0.632 |
| 読者と非読者の差 (投票参加の比率) | 0.160 | 0.169 | 0.221 | 0.171 | 0.218 | 0.078 | 0.163 |

から 0.896 に低下し、それにもなって読者グループと非読者グループとの差も 0.169 から 0.221 へと広がっているが、2005 年になると D_{γ} の値が 0.820 に低下しているにもかかわらずグループ間の差は 0.171 と縮まっている。それ以降も、多様性指標とグループ間の差との変動の仕方には一貫性が見られない。

あわせて、各選挙においてそれぞれの新聞の読者間で投票に参加した回答者の比率を比較したのが図 5-17 である。2007 年を除き、各紙の読者グループにおける投票に参加した回答者の比率は 9 割前後の高い数値となっている¹²。新聞読者間で投票参加の程度にほとんど差はなく、またその小さな差が多様性指標と関連しているというパターンも見出すことはできない。たとえば 2001 年参院選に関しては日経がもっとも多様性指標が低くなっているが、日経の読者グループは 4 紙の中でもっとも投票参加の比率が高い。

ここまでの分析からわかるとおり、新聞への接触それ自体は投票参加への積極性と正の相関を持つと考えられる。新聞を読むことによって投票参加が促されるのか、または新聞の読者がそもそも投票に積極的に参加するような人々であるのかということは明らかでないが、いずれにせよ新聞を読んでいる人々は投票参加にも積極的であるという関係が世論調

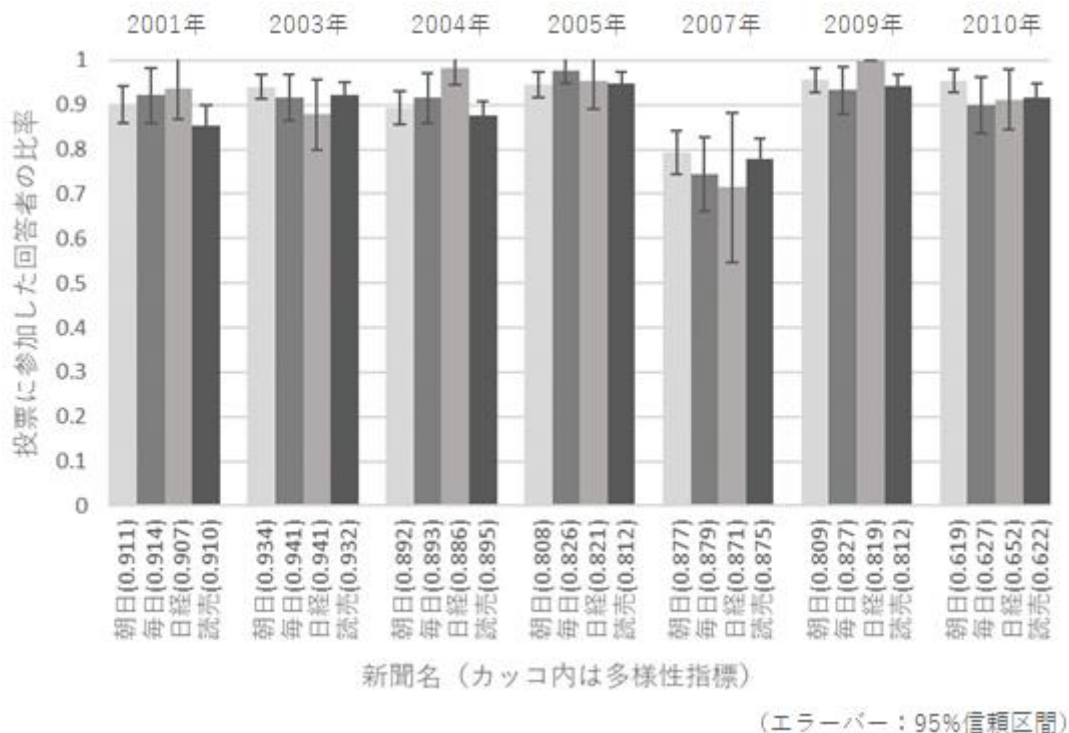


図 5-17 各新聞の読者グループにおける投票参加

査データからはうかがえる。またそうした新聞読者の特性は、新聞報道の多様性による影響を受けてはいないと考えられる。読者グループと非読者グループの比較や、全国紙 4 紙の読者グループ間での比較からは、新聞報道の多様性が高まることで読者の投票参加が阻害されるという傾向はないであろうことが示唆されている。

この点をさらに検証するべく、最後に上記の読者グループと非読者グループのデータを用いて、全国紙への接触 (0=接触なし、1=接触あり) を独立変数とし¹³、投票参加 (0=投票しなかった、1=投票した) を従属変数とするロジスティック回帰分析を選挙ごとにおこなった。統制変数としては、性別、年齢、学歴、年収、都市規模といった基本的なフェイスシート項目のほか、新聞以外のマスメディアへの接触度を投入した。「あなたがふだん、政治についての情報を見たり聞いたりするメディアはどれですか」という質問では、新聞以外にも複数のテレビ番組やラジオへの接触を尋ねており、そこで各回答者が接触したと答えた項目の数を新聞以外のマスメディアへの接触度として作業化した。これらの変数を統制することによって、新聞への接触と投票参加への積極性との関連をより厳密に明らかにし、多様性指標が結果にどのような影響を及ぼすのかを検証することがこの分析の目的である。

ロジスティック回帰分析の結果をまとめたのが表 5-4 である。結果を見ると、新聞への接触は 2009 年衆院選を除くすべての選挙で投票参加の確率を高める有意な効果を示している。新聞への接触と投票参加に正の関連性があることは、これまでに見てきた内容と一致する結果である。2009 年衆院選で有意な効果が見られないのは、この選挙が自民党政権への

表 5-4 投票参加を従属変数とするロジスティック回帰分析の結果

| | 2001 ($D_V=.915$) | 2003 ($D_V=.940$) | 2004 ($D_V=.896$) | 2005 ($D_V=.820$) | 2007 ($D_V=.881$) | 2009 ($D_V=.821$) | 2010 ($D_V=.632$) |
|---------------------------|------------------------|------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|------------------------------|-----------------------------|
| 性別 | -.566 (.348) | -.614 [†] (.336) | .419 (.281) | -.543 (.390) | .017 (.216) | -.826 [†] (.448) | -.149 (.353) |
| 年齢 | 1.471*** (.242) | .853*** (.184) | .900*** (.162) | .469* (.205) | .895*** (.131) | .651** (.228) | .891*** (.168) |
| 学歴 | .239 (.222) | .259 (.204) | .395* (.172) | .231 (.252) | .245 [†] (.128) | -.249 (.242) | .304 [†] (.173) |
| 年収 | .078 (.194) | .225 (.187) | .305 [†] (.170) | .468 [†] (.273) | .072 (.128) | .696* (.297) | .163 (.170) |
| 都市規模 | -.044 (.178) | .307 [†] (.166) | .144 (.144) | .001 (.185) | -.071 (.108) | .184 (.211) | .161 (.147) |
| 新聞への接触 | .873* (.443) | 1.213** (.427) | 1.150*** (.334) | 1.219** (.428) | .872** (.277) | .448 (.480) | .887** (.323) |
| マスメディア接触 | .265* (.204) | .796** (.243) | .383* (.178) | .487 (.318) | .151 (.118) | .322 (.259) | .318 [†] (.170) |
| Nagelkerke R ² | .273 | .212 | .214 | .179 | .194 | .145 | .198 |

*** p<.001 ** p<.01 * p<.05 † p<.1 カッコ内は係数の標準誤差

不信感と政権交代をめぐる選挙であり、非読者グループも含めた世間一般の関心が高かったことが原因であると考えられる。他に投票参加と関連のある変数としては、年齢が一貫して投票参加と正の相関を示しているほか、2004年参院選までは新聞以外のマスメディアへの接触が多いほど投票参加に積極的であるという関連が見られた。2005年以降にマスメディアへの接触が有意な結果を示さなくなっている点については、インターネットの普及といった情報環境の変化を踏まえて検討する必要があるだろう。また2004年参院選のみ、学歴が高いほど投票参加に積極的という有意な結果になっている。

そして新聞への接触と投票参加との関連性が新聞報道の多様性とどのような関係にあるかを見ると、回帰係数の変動は多様性指標の値とは関連性が見られなかった。多様な報道が投票参加への積極性を損なうのであれば、多様性指標が高い選挙ほど新聞接触の係数は小さくなるはずである。しかしたとえば2001年参院選から2003年衆院選にかけて新聞報道の多様性は0.915から0.940に上昇しているが、新聞への接触という独立変数の回帰係数は0.873から1.213とむしろ高くなっている。つまり2003年の新聞読者は2001年よりも多様な情報に接触していたにもかかわらず、投票にはより積極的に参加していたということである。同様に2003年衆院選と2004年参院選を比較すると、多様性指標は0.940から0.896に低下しているが、新聞への接触という独立変数の回帰係数は1.213から1.150と低

くなっている。

以上の 3 つの分析結果から、やはり新聞報道の多様性が読者の投票参加に直接影響を及ぼすという効果は確認できなかったと考えるのが妥当だろう。第 1 章から述べてきたとおり、多様な報道は受け手を政治参加から遠ざけるという効果を持ちうることに懸念されてきたのであり、実際に新聞報道が多様化した選挙においては投票率が低くなるという傾向が見られたのであるが(第 1 節参照)、少なくとも世論調査データを用いた分析を通じては、個々の受け手が接触した新聞の多様性によって投票参加に積極的または消極的になるという関係は見られなかった。たとえばトピック数 22 と非常に多様な話題が提示された 2003 年衆院選であっても、新聞読者は政治参加への積極性を損なわなかった(むしろ新聞接触の効果自体は他の選挙よりも大きいほどであった)。

この結果はジャーナリズム論にとってどのような意味を持つだろうか。本論文の前半では多様な報道の逆機能について言及したが、少なくとも個別の新聞に表れるトピックの多様性という次元では、人々を政治参加から遠ざけるというような逆機能は確認できなかった。すなわち、第 1 章で論じた多様性の両義的な意味合いのうち、ネガティブな側面に関してはそれを裏付けるような結果とはならなかったのである。こうした結果は、受け手の情報処理能力に関する想定を再考するよう促すものであるだろう。また Curran(1991=1995)が提唱しているような、内的多様性を備えるメディアが受け手に多様な情報を提示するための中心的スペースの役割を果たすという情報環境の構想は、その妥当性がより一層認められるようになるはずである。

5.4. 小括

最後にここまでの分析結果を振り返っておきたい。まず第 1 節では、新聞の選挙報道における多様性が投票率や政治的状況の理解のしにくさといった選挙ごとの文脈と関連していることを確認した。人々が政党や候補者の違いを見出せず投票に消極的になるような選挙では、報道の多様性が増大する傾向があったということである。続いて第 2 節では、報道の多様化をもたらす選挙ごとの文脈とは何なのかを明らかにするべく、各選挙における政党の分極化と報道の多様性との関連を検討した。いくつかの方法で測定した分極化指数を用いて分析をしたところ、政党の分極化の度合いに応じて新聞報道の多様性が変動するという関係を示す明白な結果は得られなかった。ただし限られたデータの中では、政治学者が総合的に判断した政党のイデオロギー位置が報道の多様性と(あくまで相対的にはあるが)明瞭な関係を示しており、政治学者やジャーナリストという専門家の目から見た分極化の認識と報道の多様性とが連動しているという着眼点は今後の課題として検討に値するだろう。そして第 3 節では、報道の多様性が実際に受け手に影響を及ぼすのかを検証するべく、世論調査の個票データを用いて分析をおこなった。新聞読者と非読者をグループ分けして投票参加への積極性を比較したところ、選挙ごとの新聞報道の多様性に応じて新聞読者グループの投票参加が影響を受けるという結果は得られなかった。また新聞ごとに読者グ

ループ間の比較をしても、より多様な報道をした新聞を読んだグループが投票参加に消極的になるという関連性は見られなかった。さらにさまざまな変数を統制したロジスティック回帰分析をおこなったが、新聞への接触が投票参加を促す効果の大きさが、多様性指標によって影響を受けるという関連性も見られなかった。

以上の結果を踏まえると、読んでいる新聞に掲載されている情報の多様性が直接読者の政治参加に影響を及ぼすのではなく、選挙における何らかの要因が選挙報道の多様性と受け手の態度の両方に影響を及ぼしているということが考えられる。言い換えれば、多様な報道が民主主義にとってネガティブな効果をもたらすという議論は、少なくとも個別のメディアの内的多様性という次元には該当しないのだと考えられる。

ただし今回用いたデータは非常に限定的であり、上記の結果の大部分は統計的に確かなものではない。こうした事情からも、このテーマについてはより一層の分析が必要となるだろう。本論文の目的は報道の多様性に関する分析手法の提案であり、そうして得られた多様性指標を用いてより高度な分析を進めていくことが今後の研究課題となる。そうした分析をするにあたり、人々が政治的な状況を認識するにあたって参照するであろう要因をすべて統制して報道の多様性単体での効果を検証することは世論調査データでは難しい。報道の多様性によって生じる影響を厳密に検証しようとするならば、多様な情報とそうでない情報を刺激として提示することのできる実験的なデザインのほうが、より精緻な分析を可能にするだろう。

1 本節は千葉(2019)における分析をベースとして加筆、修正を施したものである。

2 この質問の選択肢は時期によって文言が異なっている。2009年衆院選の調査までは「政策や候補者の人物などについて、事情がよくわからなかったから」という文言であるが、2010年参院選の調査では「政党の政策や候補者の人物像がよくわからなかったから」という文言になっており、さらに2012年衆院選の調査からは「政党の政策や候補者の人物像など、違いがよくわからなかったから」という文言に変更されている。

3 なお、棄権理由は棄権者の中でその理由を挙げた人の割合を見ているため、投票率が下がった（つまり棄権者数が増えた）からといって直接的に数値が上がるわけではないのだが、投票率と「事情がよくわからなかった」という棄権理由の間には -0.551 ($p=0.014$)の相関があることに留意すべきである。

4 それぞれの選挙における各変数の値は付録表 26 を参照のこと。

5 ただし D_{β} に関しては、多様性指標と投票率の値がともに際立って高かった1990年衆院選が相関係数を引き上げており、このケースを除外すると相関係数は 0.332 ($p=0.165$)という結果となった。

6 Manifesto Project Database <https://manifesto-project.wzb.eu/> (2020年3月26日最終閲覧)

7 ただし近年のデータでは自民党マニフェストがマイナススコアで左寄りと判定されており(2012年 -16.67 、2014年 -2.04 、2017年 -39.72)、一般的に認識されているであろうイデオロギー位置とは乖離している点に留意する必要がある。

8 東京大学加藤淳子研究室ホームページ <http://www.katoj.j.u-tokyo.ac.jp/> (2020年3月26日最終閲覧)。

9 `wordfish`の実行にはRの`quanteda`パッケージを用いた。

10 他に 2003 年統一地方選などのタイミングでも調査が実施されているが、報道の多様性に関するデータと結びつけて検証するため、ここでは国政選挙の時期におけるデータのみを扱う。

11 新聞報道の多様性を個別の新聞ごとに計算したことと整合性をとるため、新聞を 2 紙以上読んでいる人は分析から除外することとした。

12 2007 年だけが低い値となっている背景として、今回用いた JES IV 調査の実施状況による影響を挙げることができるだろう。投票に行ったかどうかの質問は選挙後の事後調査において事前調査の回答者を中心に尋ねられるが、2007 年参院選に関しては事前調査が実施されておらず、無作為抽出したサンプルに対して直接に投票参加の有無を尋ねている。こうした調査の実施状況における違いが、投票参加の低さに影響を及ぼしていることが考えられる。なお有権者全体で見れば、2007 年参院選は前後の選挙と比べて投票率が低かったわけではない（2004 年参院選が 56.57%、2007 年参院選が 58.64%、2010 年参院選が 57.92%）。

13 各回答者が接触した新聞の多様性指標を個別に投入することもできるが、第 4 章で見てきたように新聞間の差異は非常に小さいため、ここでは区別せずに新聞への接触の有無として作業化した。

結論

本論文では、報道の多様性という概念を理論的に検討し、それを踏まえた分析手法の提案をおこなってきた。今日の社会において、多様性は環境問題や多文化共生などさまざまな文脈で重要な論点となっており、それはジャーナリズム論も例外ではない。むしろジャーナリズム論は、リベラルな民主主義理論と結びついて、多様性の意義を長きにわたって強調してきた分野であると言える。しかしジャーナリズム論では、民主主義にとって多様な報道が必要であるという規範的な一般論が先行してきたという背景があり、特に日本のジャーナリズム論はそれが顕著であるとも指摘されてきた。そのような状況によって生じる問題は、「報道は多様でさえあればよいのか」「多様な報道をどのような形で実現すべきか」という実践的な議論があまりなされてこなかったこと、そしてそのような議論が不在であるがゆえに多様性を分析する必要性が見出されにくく、実証的な分析手法が検討されてこなかったことである。しかし、情報技術の発達により受け手の選択肢が増え、自分の見たいものだけを見るのが容易になったと言われる今日の情報環境において、多様性という概念を改めて位置づけなおすことが必要であるだろう。以上の問題意識から、報道の多様性についてより精緻な議論が可能となるよう、理論的な枠組みと実証的な分析手法について提案することが本論文の目的であった。

ここで、本論文で得られた知見とその意義について論じ、また今後の課題を検討するにあたって、まずは各章の内容を振り返っていききたい。第1章では、ジャーナリズム論における多様性概念が両義的なものであることを示し、より精緻な議論を積み重ねる必要があることを確認した。ジャーナリズムが健全な民主主義に貢献するためには、言論の自由に基づく多様な報道がなされ、それによって人々の知る権利がよりよく満たされることが必要である。このような背景から、報道は多様であるべきだという価値観は広く共有されてきたと言える。しかし多様化した情報環境においては、人々が自らの好む情報だけに触れる選択的接触が容易になり、社会全体での情報共有や合意形成が困難になることも考えられる。また多様性は、社会的弱者のエンパワーメントや科学的知識の正確性といった異なる価値基準と衝突する場合がある。こうした両義性を鑑みれば、報道の多様性をめぐる議論は単に「報道は多様でなければならない」という規範論から脱し、どのような情報環境を構想するかという実践的な方向に向かうことが必要であると考えられる。

続いて第2章では、報道の多様性を分析する際の枠組みを検討するべく、多様性概念そのもののバリエーションについて論じた。ジャーナリズム論において多様性が問題となる時、その指示対象はさまざまである。もっとも頻繁に言及されるのはニュースコンテンツの多様性であるだろう。そしてニュースコンテンツの多様性に影響すると考えられるのは、報道機関の組織的多様性や報道に携わるスタッフの多様性などの構造的な要因である。またどれだけニュースコンテンツが多様であろうと、受け手の情報接触が画一的では思想の自由市場は実現されず、ジャーナリズムの民主主義への貢献という本来の意義が達成され

ることではない。それゆえにニュースを受け手に届けるためのアウトプットの多様性が必要であり、受け手が実際に多様な情報に接触しているかどうかを検証することも重要である。また、そもそもどのような状態を指して「多様性がある」とするかという点でも、報道の多様性には独特な議論がある。仮に単体のメディアが偏った報道をしても、複数のメディアが総体的に多様な報道を実現しているという状況がありえる。これは内的多様性と外的多様性という概念で区別されており、この区別は第 1 章で見てきた多様性の両義的な議論とも深く関係することを示した。簡潔に言えば、外的多様性の高い情報環境は受け手の積極的な情報接触を要求するということである。さらに一般には「さまざまなカテゴリが偏りなく存在する」ことをもって多様性があると考えられるが、報道の多様性に関しては偏りがある状態でも社会の多様性を反映していると評価されることがある。したがって報道の多様性に対する評価は、報じられる社会そのものの多様性とニュースの多様性との関係に基づいて下されるべきなのである。

第 3 章では、前章で整理した多様性概念のバリエーションを念頭に、報道の多様性を測定し実証的に分析するための手法を検討した。ニュースコンテンツの多様性はこれまでも分析されてきたが、従来の手法はメディア間の差異と情報環境全体での多様性という視点を欠いていた。昨今大きな論点となっている選択的接触やエコー・チェンバー、フィルター・バブルなどに関する議論を踏まえると、偏ったメディアが相互補完することで成立する外的多様性の様態を分析できることには大きな意義がある。仮にメディア環境全体で多様な情報が発信されていたとしても、個々のメディアに偏りがあれば、受け手は複数のメディアを横断しなければ多様な情報に接触することはできない。ゆえにメディア間の差異を視野に入れた分析手法が必要となるのだが、従来の手法はこの点を適切に処理できていたとは言い難かった。これを改善するために、本論文では生態系の生物多様性を測定するための $D_{\alpha} \cdot D_{\beta} \cdot D_{\gamma}$ という指標を導入できることを指摘した。これらの指標を用いることで、複数のメディアがどの程度の差異を示しており、その結果としてどれほどの外的多様性が成立しているのかを分析することができるようになる。前章で述べたとおり、外的多様性は情報環境のあり方と受け手の情報接触を論じるうえで重要な概念であり、それが実証的に分析できるようになることには大きな意義があると考えられる。

第 4 章では、提案した多様性指標を用いて、メディアによって実際になされた報道の多様性を測定することを試みた。多様性指標を計算するためには、ニュースをいくつかのカテゴリに分類する必要がある。そのために、本論文ではコンピュータを用いたテキスト分類の手法であるトピックモデルを用いた。まず全国紙における選挙報道の多様性を分析したところ、4 紙の総体的な多様性には時系列的に一貫した変化の傾向は見られず、個々の選挙に固有のトピックが多様性を増減させていることがわかった。また新聞間の差異を示す D_{β} の値は、参院選よりも衆院選のほうが大きいという傾向が見られたものの、2000 年以降は全体的に値が小さくなっていった。さらに公示前後の比較では公示前よりも公示後のほうが報道は多様になるという結果が得られた。次に Yahoo! トピックスにおける選挙報道の多様

性を測定した結果、Yahoo!トピックスは（記事数は少ないものの）全国紙と同程度の多様性を備えていることがわかった。近年ニュースポータルサイトの利用は既存マスメディアを追い越す勢いで伸びているが、多様な情報への接触機会を提供するという従来のマスメディアが担ってきた機能をもニュースサイトが代替するということが示唆された。最後に第1次から第3次までの安倍政権に関する新聞報道を分析し、評価レベルの多様性を測定した。安倍政権に関する新聞報道では、第1次政権の時期は閣僚の不祥事などが注目される一方で政策的なトピックはあまり見られなかったが、第2次政権以降は多様な政策争点が語られるようになった。さらに極性辞書を用いてポジティブ／ネガティブという評価レベルの多様性を分析したところ、第2次政権以降に朝日・毎日と日経・読売の間で差異が大きくなっていったことが示され、どの新聞を読むかによって得られる評価の情報が異なるようになったことがわかった。

そして第5章では、前章の分析で得られた新聞の選挙報道の多様性指標を他のデータと組み合わせ、報道の多様性をめぐりいくつかの論点について分析を試みた。まず選挙報道の多様性と投票率および有権者の「政党や候補者の事情がよくわからない」という認識との関連を見ると、選挙報道が多様になるような選挙においては、投票率が低くなるとともに「事情がよくわからない」という認識が強まるという傾向が見られた。次に選挙報道の多様性と政党の分極化との関連を見ると、データの数極めて少ないため統計的な有意性を論じることにはできないものの、専門家調査の結果に基づいて算出された分極化の程度が高い選挙では報道が多様であるという傾向が示された。専門家調査は国内の政治学者に政党の政策位置を尋ねたものであり、政治学者という専門家の見方とジャーナリストという専門家の見方が関連性を持つものであるという結果には一定の説得力があると言えるだろう。最後に、世論調査データを用いて選挙期間中に読んだ新聞の多様性が政治参加（投票）への積極性に影響を及ぼすのかを分析したところ、両者の間には関連性が見られないという結果となった。新聞を読んでいる人々はそうでない人々よりも一貫して投票に積極的であり、そうした読者の性質はその時々々の新聞報道の多様性に依って変動することはなかった。マクロなデータでは選挙報道の多様性と投票率は負の相関を示したが、世論調査データに表れる新聞読者層に限ってみれば、読んでいる新聞が多様な報道をした場合でも投票に消極的になるといった傾向は見られず、投票参加の変動は別の要因によって規定されているということが示唆された。

以上の知見は、はじめに述べた問題意識に対してどのような貢献を果たすだろうか。本論文の貢献は、報道の多様性に関する理論的な検討と方法論的な検討を結び付けた点にある。より詳しく言えば、報道の多様性に関するポジティブ／ネガティブな議論と多様性概念のバリエーションを関連付け、さらに多様性概念のバリエーションと分析手法を関連付けることで、結果として分析手法のジャーナリズム論的な意義を明確化した点にある。たとえば多様性概念のバリエーションに関する検討については、海外では一定の議論の蓄積があるものの、日本では（特にジャーナリズム研究の文脈では）ほとんど論じられてこなかった。

また本論文で提案した D_α 、 D_β 、 D_γ の多様性指標は、(生物学という他分野とはいえ)それ自体は既存のものである。しかしこの指標をジャーナリズム研究に導入した例は管見の限り見当たらず、さらにその指標が意味するところをジャーナリズム論の理論にしっかりと関連付けたことによって新規性のある手法として提示することができた。このようにロジックを積み重ねることによって、日本のジャーナリズム研究において規範的な議論が先行してきた多様性という論点に関して、実証的な分析アプローチの必要性と有効性を提示することができた。

またニュースコンテンツの分析について新たなアプローチを提案したという点で、ジャーナリズム研究を超えたより広い分野に対しても貢献ができると考えられる。政治コミュニケーション研究ではメディアへの接触が1つの重要な論点であるが、それを分析するにあたってはコンテンツという送り手側の分析をどのように精緻化するかということが常に問題となる。多様性の分析に関して言えば、本論でも述べたようにヒューマンコーディングの内容分析によってコンテンツを分類するという手続きが従来の主流であった。しかしヒューマンコーディングの内容分析を用いた多様性の測定では、入手したデータから探索的に分類カテゴリを検討し、それからコーディングマニュアルを作ってコーダーをトレーニングし、大量の記事を人力でコーディングしなければならない。こうした分析の困難さは、報道の多様性を実証分析に利用する際の障壁となり、分析結果の蓄積を妨げてきたとも言える。その点、本論文で提案した手法の強みは、その簡易さと速やかさにある。選挙が終わって新たなテキストデータが手に入り次第、そのデータを組み込んでただちに分析を実行することができる。本論文で提案した手法を用いれば、大量の記事から多様性を簡単かつ速やかに測定することができ、他の分析に組み込むデータとしての利用可能性も大いに高まることが期待される。

最後に、本論文でカバーしきれなかった課題を挙げていきたい。本論文では第1章から第3章までに多様性の理論的な枠組みと分析手法の検討をしてきたが、そこから導き出されるさまざまな切り口の分析を本論文中で十分に実践できたとは言いがたい。中でも、本論文で検討した分析手法の有効性を確認するうえで特に必要となるのが、党派的メディアなど多様性に乏しいメディアの分析であるだろう。本論文では主に日本の全国紙を分析対象としたが、これらのメディアは高い内的多様性を備えることが予想され、また実際の分析結果もそれが正しい認識であったことを示した。しかし複数のメディアが相互補完をすることで総体的に多様な報道をするという外的多様性の分析をするうえでは、より偏ったメディアのデータを用いることが適切であったはずだろう。高い内的多様性を備える全国紙のみを用いた分析では、メディア間の差異を表す D_β の値が非常に小さくなってしまい、この指標がどのような分析に生かせるのかを十分に検証することができなかった。今後、強い党派性を持つメディアなどのデータを用いた分析へと拡張していくことが必要である。

さらに、本論文では新聞とニュースポータルサイトというメディア間での比較はしたが、メディア組織の経営形態やスタッフ構成といった構造的要因の多様性とニュースコンテン

ツの多様性との関連は分析していない。公共的メディアと市場メディアのどちらが多様な報道をしているのか、女性やマイノリティをスタッフに加えることでコンテンツの多様性は高まるのか、などの重要な論点は未解決のまま残されている。この点については、報道機関の構造的な諸要素に関する利用可能なデータを収集し、より詳細な分析をおこなう必要がある。なお、新聞社における女性記者の比率が一貫して増加傾向である¹ことを考えると、少なくとも「女性記者が増えるとニュースコンテンツが多様になる」といった単純な関連は存在しないことが推測できる。スタッフの多様性がコンテンツに及ぼす影響を分析するにあたっては、コンテンツ分析の枠組みもより精緻化する必要があると考えられる。

また第 5 章の最後におこなった世論調査データを用いた分析では、接触した新聞の多様性が受け手に及ぼす影響を統計的に有意な形で観測することはできなかったが、このテーマに関しては実験的なデザインを導入することでより厳密な検証が可能となるだろう。多様性という点でバリエーションのある何パターンかの情報環境を作成して被験者に提示し、それが政治参加への積極性や政治的有効性感覚に影響を及ぼすのかを検証するというデザインである。このとき、刺激として提示する情報環境の多様性指標を計算することで、その刺激が少数の総合的メディアからなる内的多様性の高い環境であるのか、分極化したメディアによる外的多様性の高い環境であるのかを定式化することができる。

これらの課題を解決していくにあたっては、分析デザインと考察をこれまで以上に洗練させていくことが重要であることは言うまでもない。そしてそれとあわせて必要になるのが、利用可能なデータの拡充である。より多様なニュースコンテンツのデータベースが利用可能になり、運営状況やスタッフ構成といった報道機関の構造的な要素に関する詳細なデータが公開されるなど、アカデミックな領域の外側での変化も重要となる。利用可能なデータが拡充されることで洗練された分析が可能になり、そうした分析の蓄積がさらなるデータの整備を促すだろう。この循環が成立するためには、規範論先行ではない実証的なジャーナリズム分析の必要性がこれまで以上に認識されなければならない。本論文で論じてきた理論的枠組みと分析手法が、そうした実証的ジャーナリズム分析の普及と深化に貢献する知見となり、ひいてはジャーナリズムそのものの発展に寄与することを期待したい。

¹ 日本新聞協会ホームページ「新聞・通信社従業員数と記者数の推移」

<https://www.pressnet.or.jp/data/employment/employment03.php> (2020年3月26日最終閲覧)

謝辞

本研究の遂行ならびに本論文の執筆にあたり、多くの方々からさまざまなご指摘やアドバイスを、ご協力を賜りました。この場を借りて感謝の意を申し上げさせていただきます。

指導教員である早稲田大学政治経済学術院教授 日野愛郎先生からは、日頃から熱心なご指導ご鞭撻を賜りました。ジャーナリズム研究において理論と実証分析を結びつけるという本研究を遂行するにあたり、実証的な研究の重要性について日野先生から薫陶を受けてきたことが大きな意義を持っていることは言うまでもありません。心より御礼申し上げます。

ご多忙のなか学外からのアドバイザーをお引き受けいただいた明治大学政治経済学部教授 竹下俊郎先生ならびに関西学院大学社会学部教授 稲増一憲先生からは、論文の内容について示唆に富んだご指摘とアドバイスをいただきました。実証的な政治コミュニケーション研究について造詣の深い先生方に加わっていただき、特に本論文の分析パートをより良いものとすることができました。厚く御礼を申し上げます。

サブアドバイザーとして長きにわたりご指導いただいた早稲田大学政治経済学術院教授 瀬川至朗先生ならびに早稲田大学政治経済学術院教授 高橋恭子先生からは、ジャーナリズムの実践的な知見に関するアドバイスをいただきました。本論文の理論部分をまとめるにあたり、欠かすことのできない視点であったと考えております。厚く御礼を申し上げます。

この場ですべてのお名前を挙げることはかないませんが、学会や研究会等でご指摘やアドバイスをくださった方々、そして研究を進めるうえでの励みや支えとなってくれた友人たちに深く感謝を申し上げます。

また本論文での分析にあたり、東京大学社会科学研究所附属社会調査・データアーカイブ研究センターSSJ データアーカイブから〔「21世紀初頭の投票行動の全国的・時系列的調査研究 (JESⅢ SSJDA 版), 2001-2005」(JESⅢ研究会 (池田謙一・小林良彰・平野浩))〕および〔「変動期における投票行動の全国的・時系列的調査研究(JESⅣ SSJDA 版), 2007-2011」(JESⅣ研究会 (平野浩・小林良彰・池田謙一・山田真裕))〕の個票データの提供を受けました。

最後に、終わりの見えない研究生活にも理解を持って見守ってくれた父と、身近なところでさまざまな側面からサポートをしてくれた兄、そして論文の完成を見ることなくこの世を去ってしまった母に、心からの感謝を申し上げます。

付録

付録表 1 各選挙における新聞ごとの記事数

| 選挙 | 朝日 | 毎日 | 日経 | 読売 | 合計 |
|----------|-------|-------|------|------|-------|
| 参院選 1989 | 610 | 220 | 418 | 408 | 1656 |
| 衆院選 1990 | 539 | 435 | 518 | 368 | 1860 |
| 参院選 1992 | 479 | 1139 | 349 | 447 | 2414 |
| 衆院選 1993 | 562 | 603 | 409 | 487 | 2061 |
| 参院選 1995 | 383 | 624 | 427 | 371 | 1805 |
| 衆院選 1996 | 511 | 998 | 719 | 467 | 2695 |
| 参院選 1998 | 463 | 946 | 344 | 481 | 2234 |
| 衆院選 2000 | 552 | 753 | 328 | 454 | 2087 |
| 参院選 2001 | 373 | 568 | 296 | 448 | 1685 |
| 衆院選 2003 | 441 | 654 | 285 | 407 | 1787 |
| 参院選 2004 | 442 | 476 | 258 | 372 | 1548 |
| 衆院選 2005 | 669 | 701 | 357 | 520 | 2247 |
| 参院選 2007 | 551 | 557 | 370 | 432 | 1910 |
| 衆院選 2009 | 657 | 652 | 385 | 511 | 2205 |
| 参院選 2010 | 585 | 447 | 359 | 480 | 1871 |
| 衆院選 2012 | 611 | 656 | 409 | 501 | 2177 |
| 参院選 2013 | 556 | 444 | 360 | 459 | 1819 |
| 衆院選 2014 | 513 | 541 | 335 | 503 | 1892 |
| 参院選 2016 | 587 | 520 | 307 | 497 | 1911 |
| 衆院選 2017 | 507 | 540 | 281 | 504 | 1832 |
| 合計 | 10591 | 12474 | 7514 | 9117 | 39696 |

付録表 2 1989年参院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---|
| 1 | 議席、選挙区、自民、投票、政党、今回、比例、比例区、調査、社会 |
| 2 | 政治、自民党、国民、選挙、政権、政治改革、リクルート事件、自由化 批判、農政 |
| 3 | 回答、候補者、質問、政党、項目、政治家、けじめ、党员、議員、選挙 |
| 4 | 選挙、選管、投票、不在者投票、前回、ポスター、噴火、派閥、テレビ 今回 |
| 5 | 消費税、野党、見直し、廃止、社会党、政権、連合、政策、法案、税制 |
| 6 | 自民、支持、支持層、推薦、戦い、候補、陣営、保守、連合、公認 |
| 7 | 委員長、午前、発言、土井、午後、街頭演説、本部、社会党、遊説、農相 |
| 8 | 首相、宇野、サミット、日本、総裁、退陣、遊説、官房長官、自民党、首脳 |
| 9 | 候補、女性、陣営、地元、応援、事務所、社会党、支持者、大阪、消費税 |
| 10 | 役員、委員長、代表、団体、会長、推薦、会社、弁護士、委員、党员 |
| 11 | 相場、市場、予算、ドル、金利、米国、上昇、政局、株式、景気 |

付録表 3 1990年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---|
| 1 | 消費税、自民党、野党、社会党、廃止、政権、問題、海部、委員長、間接税、 政治 |
| 2 | 自民、支持、議席、社会、前回、支持層、当選、自前、民社、公認 |
| 3 | 候補、選挙、投票、応援、事務所、陣営、午後、女性、午前、公示 |
| 4 | 委員長、県議、副委員長、委員、役員、会長、顧問、秘書、推薦、自前 |
| 5 | 日本、西独、東独、米国、ソ連、経済、相場、問題、政府、上昇 |

付録表 4 1992年参院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---|
| 1 | 減税、対策、景気対策、自民党、景気、株価、政府、所得税、生活、経済 |
| 2 | 自民党、幹部、総裁、幹事長、金丸氏、竹下、金丸、竹下派、綿貫、元首相 |
| 3 | 立候補者、名簿、選挙区、女性、当選、順位、改選、竹下派、参院、二人 |
| 4 | 投票、選挙、投票率、有権者、選管、前回、今回、全国、開票、不在者投票 |
| 5 | 議席、自民、選挙区、前回、今回、改選、民社、調査、過半数、公明 |
| 6 | 比例区、政党、候補者、代表、立候補、ミニ政党、日本新党、議員、参院 新党 |
| 7 | 役員、会社、委員、党員、会社員、社長、団体、弁護士、局長、副委員長 |
| 8 | 候補、陣営、推薦、自民、組織、県連、今回、自民党、農協、出馬 |
| 9 | 候補、事務所、陣営、演説、応援、街頭演説、午後、新人、午前、選挙カー |
| 10 | 委員長、社会党、田辺、野党、民社党、公明党、参院、統一会派、書記長 共産党 |
| 11 | 政治、日本、政治改革、国民、選挙、問題、有権者、実現、世界、国会 |
| 12 | 連合、候補、社会党、民社党、選挙、応援、社民、広島、委員長、会長 |
| 13 | 支持、支持層、自民、浸透、自前、情勢、社会、知名度、保守、戦い |
| 14 | P K O、派遣、カンボジア、協力、自衛隊、参加、問題、政府、見直し 日本 |
| 15 | P K O、協力、反対、問題、争点、自衛隊、賛成、自民党 国連平和維持活動、海外 |
| 16 | 首相、宮沢、サミット、訪中、ミュンヘン、臨時国会、天皇、記者、外相 内閣改造 |

付録表 5 1993年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---|
| 1 | 日本、サミット、首相、大統領、経済、米国、合意、協議、献金、問題、政 府 |
| 2 | 支持、自民、推薦、自前、前回、社前、支持層、地盤、当選、労組 |
| 3 | 選挙、候補、陣営、投票、有権者、事務所、候補者、応援、大阪、投票率 |
| 4 | 自民党、政権、連立政権、社会党、新生党、連立、政治、非自民、政治改革、 日本新党 |
| 5 | 県議、役員、委員、会長、委員長、顧問、弁護士、秘書、副委員長、会社 |

付録表 6 1995年参院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 役員、党员、会社、委員、立候補者、会社員、局長、常任委員、代表 社長 |
| 2 | 景気、企業、対策、回復、円高、米国、見方、株価、今年、国内 |
| 3 | 推薦、候補、自民、社会党、新進、新進党、社会、連合、自社、公認 |
| 4 | 政治、政党、国民、有権者、政治家、政権、政策、選挙、連立、改革 |
| 5 | 政府、核実験、経済、問題、与党、フランス、福祉、政策、景気対策、日本 |
| 6 | 候補、陣営、応援、女性、事務所、新人、演説、候補者、現職、街頭演説 |
| 7 | 社会党、首相、自民党、村山、政権、議席、ライン、与党、幹部、勝敗 |
| 8 | 首相、党首、遊説、午前、JR、村山、代表、委員長、午後、水俣病 |
| 9 | 議席、選挙区、比例、前回、情勢、東京、北海道、大阪、さきがけ、確保 |
| 10 | 投票、選挙、投票率、選管、今回、有権者、ポスター、比例区、ミニ政党 選挙区 |
| 11 | 公約、候補、無党派、知事、政治、選挙、共産党、第一声、主婦、反対 |
| 12 | 支持、自民、新進、無党派層、支持層、社会、浸透、知名度、共産、公明 |
| 13 | 名簿、順位、新進党、候補、立候補、比例代表、自民党、比例、候補者 本部 |

付録表 7 1996年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 投票、政治、有権者、選挙、政党、政治家、制度、投票率、今回、関心 |
| 2 | 日本、問題、沖縄、意見、基地、憲法、米国、政府、回答、知事 |
| 3 | 支持、支持層、自民、浸透、無党派層、自前、新進、戦い、拡大、労組 |
| 4 | 政権、自民党、連立、新進党、連立政権、選挙後、過半数、政策、可能性 首相 |
| 5 | 候補、陣営、事務所、演説、選挙、地元、応援、候補者、新人、支持者 |
| 6 | 小選挙区、ブロック、候補者、比例代表、比例、名簿、当選、比例区 立候補、重複立候補 |
| 7 | 自民、新進、民主、新進党、民主党、候補、共産、推薦、選挙、社民 |
| 8 | 党首、消費税、自民党、社民党、代表、民主党、政治、橋本、小沢、共産党 |
| 9 | 役員、委員、地区、自前、会長、会社、立候補者、弁護士、市議、秘書 |
| 10 | 行革、改革、国民、公約、行政、必要、省庁、消費税、負担、行政改革 |

付録表 8 1998年参院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 候補、民主党、労組、自民党、組織、選挙区、推薦、名簿、連合、擁立 |
| 2 | 銀行、金融、不良債権、処理、金融機関、破たん、政府、ブリッジバンク 再生、米国 |
| 3 | 投票、投票率、不在者投票、選管、前回、延長、午後、今回、投票時間 投票日 |
| 4 | 政策、制度、福祉、必要、国民、経済、公共事業、対策、環境、日本 |
| 5 | 減税、首相、恒久、橋本、自民党、所得税、実施、発言、所得、財源 |
| 6 | 選挙、議員、候補者、公示、市民、参院、ホームページ、有権者、立候補 公約 |
| 7 | 政治、投票、政治家、日本、選挙、男性、関心、政党、自分、有権者 |
| 8 | 自民党、共産党、党首、野党、民主党、自由党、政権、社民党、代表 消費税 |
| 9 | 候補、陣営、新人、事務所、現職、自民、候補者、応援、演説、午後 |
| 10 | 支持、自民、民主、共産、社民、支持層、無党派層、浸透、公明、自由 |
| 11 | 議席、自民党、選挙区、首相、改選、選挙、参院、獲得、比例代表 改選議席 |
| 12 | 役員、自由連合、代表、常任委員、委員長、県議、立候補者、衆院議員 部長、副代表 |
| 13 | 知事、沖縄、知事選、昨年、今年、反対、基地、批判、建設、地元 |

付録表 9 2000年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 投票、選挙、候補者、有権者、選管、投票率、前回、不在者投票、政治、陣 営、今回 |
| 2 | 委員、役員、自前、地区、政務次官、副代表、市議、共産、副幹事長、代表 |
| 3 | 支持、支持層、自民、無党派層、公明、浸透、小選挙区、推薦、前回、比例 |
| 4 | 首相、政権、自民党、野党、党首、与党、民主党、発言、竹下、自公 |
| 5 | 日本、問題、国民、必要、制度、公共事業、景気、社会保障、公約、経済 |

付録表 10 2001年参院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 見直し、制度、道路特定財源、改革、公共事業、地方、反対、雇用、医療、事業、高齢者 |
| 2 | 候補、推薦、自民党、公認、支援、選挙、民主党、無所属、参院、派閥 |
| 3 | 株価、景気、処理、不良債権、構造改革、市場、対策、経済、政府、企業 |
| 4 | 沖縄、知事、6月、事件、知事選、建設、空港、地元、大阪、期待 |
| 5 | 支持、自民、民主、支持層、無党派層、共産、浸透、公明、社民、戦い |
| 6 | 首相、日本、問題、参拝、サミット、米国、外相、京都議定書、靖国神社、中国 |
| 7 | 議席、自民党、野党、民主党、選挙、選挙区、与党、公明党、共産党、改選 |
| 8 | 投票、候補者、政党、選挙、選管、前回、比例、個人、今回、投票率 |
| 9 | 役員、委員、病院、代表、会社、副代表、常任委員、衆院議員、委員長、会長 |
| 10 | 陣営、演説、午後、候補、新人、遊説、現職、街頭演説、JR、午前 |
| 11 | 政治、選挙、政治家、テレビ、CM、政策、写真、関心、自分、女性 |
| 12 | 改革、痛み、国民、構造改革、小泉改革、日本、小泉さん、政治、自民党、小泉首相 |

付録表 11 2003 年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---|
| 1 | 大統領、首相、マハティール、保守党、10月、労働党、党首、政権 マレーシア、疑惑 |
| 2 | 議席、支持、自前、無党派層、回答、調査、勢い、小選挙区、情勢、自民 |
| 3 | 陣営、演説、応援、地元、候補、事務所、街頭演説、第一声、午前、最後 |
| 4 | 中曽根、閣僚、元首相、田中、発言、知事、首相、北朝鮮、官僚、議員 |
| 5 | 年金、給付、負担、財源、民営化、制度、保険料、改革、地方、水準 |
| 6 | 民主党、政権、自民党、公明党、首相、与党、両党、代表、共産党、社民党 |
| 7 | 比例、小選挙区、候補、前回、推薦、自民党、立候補、自民、新人、当選 |
| 8 | 裁判官、裁判員、裁判、意見、知事、判決、交渉、農業、最高裁、必要 |
| 9 | 神奈川、千葉、役員、山梨、上田、千葉県、記者、鈴木、南関東、中港 |
| 10 | 委員、地区、自前、常任委員、役員、県議、副代表、市議、政務官、副委員 長 |
| 11 | イラク、憲法、派遣、自衛隊、日本、自衛隊派遣、改正、問題、改憲、憲法 改正 |
| 12 | 支持層、支持、無党派層、浸透、自民、民主、公明、戦い、公保、リード |
| 13 | 埼玉、茨城、宮城、群馬、福島、青森、栃木、岩手、山形、秋田 |
| 14 | 大阪、兵庫、京都、奈良、滋賀、和歌山、府議、秘書、大塚、山下 |
| 15 | 東京、都議、むら、いち、役員、たかし、なか、ひろ、与謝野、ひろし |
| 16 | 新潟、長野、福井、富山、石川、本郷、玉村、西尾、村井、菊田真紀子 |
| 17 | 政治、マニフェスト、政治家、公約、有権者、若者、日本、政権公約、政策、 政党 |
| 18 | 福岡、沖縄、熊本、長崎、鹿児島、佐賀、大分、宮崎、九州、古賀 |
| 19 | 北海道、広島、岡山、島根、山口、鳥取、広島県、副代表、職員、佐藤 |
| 20 | 9月、上昇、銘柄、回復、市場、大手、発表、証券、相場、九月 |
| 21 | 愛知、静岡、三重、岐阜、名古屋市、大石、東海、城内、愛知県、岐阜県 |
| 22 | 投票、投票率、選管、不在者投票、投票所、配布、前回、用紙、総務省、市 町村 |

付録表 12 2004年参院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 再会、北朝鮮、曾我、政府、一家、ジェンキンス、首相、家族、問題 ジャカルタ |
| 2 | 自衛隊、イラク、反対、参加、多国籍軍、日本、憲法、国民、米国、評価 |
| 3 | 企業、景気、経済、6月、発表、景気回復、影響、市場、見方、5月 |
| 4 | 自民、支持、民主、支持層、無党派層、公明、候補、推薦、共産、改選 |
| 5 | 衆院議員、常任委員、役員、委員長、委員、県議、市議、副代表、職員 参院 |
| 6 | 政治、選挙、有権者、政治家、関心、若者、自分、男性、女性、テレビ |
| 7 | 陣営、候補、演説、候補者、事務所、党首、新人、応援、街頭演説、午後 |
| 8 | 自民党、議席、民主党、公明党、首相、自民、両党、選挙、参院、今回 |
| 9 | 投票、選管、前回、選挙、有権者、期日前投票、今回、候補者、政党 投票率 |
| 10 | 年金、制度、改革、保険料、社会保障、財源、給付、国民、問題、地方 |

付録表 13 2005年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 投票、台風、選管、選挙、投票率、期日前投票、今回、問題、有権者、関心 |
| 2 | 年金、改革、制度、負担、必要、政府、マニフェスト、消費税、日本、増税 |
| 3 | 支持、民主、自民、支持層、無党派層、公明、小選挙区、浸透、共産、議席 |
| 4 | 地区、委員、役員、自前、市議、常任委員、県議、東京、副代表、職員 |
| 5 | 候補、自民党、陣営、応援、幹部、演説、選挙、選挙区、立候補、地元 |
| 6 | 首相、自民党、郵政民営化、民主党、政権、小泉首相、法案、党首、賛成、 参院 |

付録表 14 2007年参院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 陣営、演説、候補、現職、街頭演説、応援、新人、午後、台風、候補者 |
| 2 | 反対、賛成、検討、不可、自衛隊、方式、削減、年金、不十分、是正 |
| 3 | 自民党、民主党、首相、与党、野党、議席、参院、過半数、公明党、小沢 |
| 4 | 年金、制度、財源、改革、消費税、記録、対策、市場、負担、所得 |
| 5 | 自民、支持、民主、支持層、公明、無党派層、推薦、共産、候補、浸透 |
| 6 | 日本、憲法、教育、憲法改正、政策、問題、議論、政治、争点、北朝鮮 |
| 7 | 農相、発言、問題、政治とカネ、首相、赤城、説明、6月、政治家、地震 |
| 8 | 衆院議員、副代表、常任委員、委員、市議、代表、役員、県議、政務官 参院 |
| 9 | 投票、選挙、有権者、選管、投票率、前回、期日前投票、今回、政党、関心 |

付録表 15 2009年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---|
| 1 | 日本、政権、米国、民主党、問題、首相、政策、意見、鳩山、政治 |
| 2 | 支持、民主、支持層、自民、無党派層、議席、浸透、公明、小選挙区、戦い |
| 3 | 雇用、制度、年金、削減、財源、必要、負担、政策、地方、廃止 |
| 4 | 副代表、幸福、幸福実現党、職員、党員、役員、幸福の科学、委員、地区、 政務官 |
| 5 | 投票、有権者、男性、選挙、選管、期日前投票、関心、今回、投票率、投票 所 |
| 6 | 候補、民主党、自民、自民党、民主、選挙、立候補、街頭演説、野党、公示 |

付録表 16 2010年参院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---|
| 1 | 支持、支持層、民主、自民、無党派層、衆院議員、役員、浸透、共産、県議、 市議 |
| 2 | 民主党、首相、消費税、自民党、候補、演説、与党、小沢、議席、問題 |
| 3 | 制度、財源、年金、日本、必要、社会保障、負担、経済、雇用、企業 |

付録表 17 2012 年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---|
| 1 | 北海道、候補者、道議、大地、小選挙区、比例区、政党、幹事長、近く、道内 |
| 2 | 公共事業、必要、経済、政治、対策、日本、国民、予算、防災、事業 |
| 3 | 日本、中国、北朝鮮、外交、米国、憲法、発射、問題、韓国、政府 |
| 4 | 政治、政党、選挙、日本、政治家、有権者、政策、投票、自分、関心 |
| 5 | 愛知、静岡、岐阜、三重、名古屋市、愛知県、東海、鈴木、宮沢、岐阜県 |
| 6 | 原発、TPP、稼働、反対、脱原発、参加、交渉、農業、電力、日本 |
| 7 | 地区、委員、市議、職員、政務官、県議、神奈川、委員長、役員、会社 |
| 8 | 東京、埼玉、福岡、重複、茨城、群馬、栃木、職員、沖縄、熊本 |
| 9 | 制度、社会保障、年金、消費増税、負担、増税、消費税、改革、子ども、公約 |
| 10 | 復興、避難、福島、被災地、生活、仕事、原発事故、仮設住宅、住民、津波 |
| 11 | 投票、選管、投票率、有権者、ネット、前回、期日前投票、候補者、公示、ツイッター |
| 12 | 公示、午後、候補、ブロック、届け出、名簿、比例、未来、小選挙区、勢力 |
| 13 | 支持、支持層、自民、無党派層、民主、浸透、議席、公明、戦い、勢い |
| 14 | 日銀、金融緩和、市場、緩和、デフレ、金融政策、国債、上昇、企業、追加 |
| 15 | 首相、11月、12月、影響、モンティ、発表、政権、来年、1月、衆院 |
| 16 | 自民党、小選挙区、派閥、政党、諸派、自民、当選、社民党、無所属、共産党 |
| 17 | 判断、意見、裁判官、判決、最高裁、必要、裁判、事件、違憲状態、格差 |
| 18 | 福島、宮城、新潟、長野、岩手、福井、青森、秋田、石川、山形 |
| 19 | 自民党、民主党、代表、首相、政権、批判、安倍氏、街頭演説、演説、党首 |
| 20 | 自民、民主、候補、新人、維新、選挙、第三極、前回、選挙区、立候補 |

付録表 18 2013年参院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---|
| 1 | ネット、候補者、ツイッター、ネット選挙、政党、有権者、選挙運動、解禁投票、発信 |
| 2 | アベノミクス、企業、成長戦略、雇用、景気、政策、円安、上昇、安倍政権経済 |
| 3 | 参院、政治、ねじれ、議員、政党、衆院選、野党、与党、国会、衆院 |
| 4 | 支持、支持層、無党派層、衆院議員、民主、役員、自民、幸福実現党、県議浸透 |
| 5 | TPP、農業、反対、参加、交渉、農家、北海道、日本環太平洋経済連携協定、農協 |
| 6 | 新人、陣営、演説、街頭演説、候補、候補者、午後、街頭、新顔、有権者 |
| 7 | 原発、稼働、復興、避難、福島、脱原発、東電、申請、問題、原発事故 |
| 8 | 女性、政治、自分、社会、日本、仕事、家族、子ども、政治家、若者 |
| 9 | 改革、公約、年金、制度、社会保障、医療、負担、政策、推進、財政 |
| 10 | 投票、投票率、選挙、選管、選挙権、期日前投票、投票所、訴訟、今回若者 |
| 11 | 代表、自民党、憲法、公明党、民主党、改正、憲法改正、党首、改憲、維新 |
| 12 | 自民党、沖縄、候補、支援、民主党、県内、推薦、幹部、応援、批判 |
| 13 | 議席、改選、選挙区、自民、獲得、維新、候補、民主党、自民党、定数 |
| 14 | 首相、中国、日本、問題、集团的自衛権、外交、自衛隊、関係、周辺、狙い |

付録表 19 2014 年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 議席、民主党、選挙、維新、野党、選挙区、前回、自民、自民党、民主 |
| 2 | 埼玉、北海道、福岡、福島、宮城、茨城、岩手、群馬、栃木、沖縄 |
| 3 | 比例、小選挙区、重複、立候補者、党派、氏名、比例代表、推薦、全国、名簿 |
| 4 | 地区、委員、比前、政務官、市議、職員、県議、委員長、東京、役員 |
| 5 | 円安、解散、11月、影響、市場、景気、GDP、上昇、9月、日銀 |
| 6 | 女性、政治、自分、子ども、若者、政策、ネット、社会、仕事、候補者 |
| 7 | 原発、稼働、集团的自衛権、国民、憲法、移設、日本、閣議決定、行使、必要 |
| 8 | 復興、地方、人口、住民、地域、避難、今年、自治体、被災地、全国 |
| 9 | 支持、支持層、自民、無党派層、民主、浸透、公明、戦い、維新、議席 |
| 10 | 候補、陣営、街頭演説、候補者、議員、幹部、演説、地元、立候補、前回 |
| 11 | アベノミクス、代表、首相、民主党、批判、党首、野党、安倍首相、強調、政権 |
| 12 | アベノミクス、農業、TPP、企業、円安、農協、中小企業、農家、安倍政権、交渉 |
| 13 | 投票、投票率、選挙、有権者、選管、投票所、今回、期日前投票、参院選、前回 |
| 14 | 社会保障、制度、増税、財源、公約、改革、必要、引き上げ、消費税、先送り |
| 15 | 日本、政府、意見、判断、裁判官、12月、発表、中国、米国、11月 |
| 16 | 賛成、反対、神奈川、千葉、評価、候補者、鈴木、山梨、自民、船橋 |
| 17 | 大阪、兵庫、京都、滋賀、奈良、愛知、近畿、和歌山、府議、田中 |

付録表 20 2016年参院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|---|
| 1 | 介護、女性、仕事、子ども、制度、男性、正社員、保育士、子育て、保育 |
| 2 | 社会保障、アベノミクス、政策、増税、財源、延期、年金、消費増税 経済、将来 |
| 3 | 首相、代表、議席、野党、民進党、共産党、アベノミクス、与党、改憲 憲法改正 |
| 4 | 支持、支持層、自民、民進、共産、無党派層、浸透、公明、選挙区、議席 |
| 5 | 憲法、安保、憲法改正、議論、改正、自衛隊、改憲、争点、国民、家族 |
| 6 | 投票、選管、投票所、期日前投票、期日前投票所、有権者、設置、投票率 自治体、用紙 |
| 7 | 合区、鳥取、島根、徳島、首相、高知、地元、遊説、政府、日本人 |
| 8 | 政治、若者、投票、選挙権、選挙、関心、政治家、自分、政策、有権者 |
| 9 | 選挙、高校、投票、生徒、選挙権、政党、授業、関心、新聞、学校 |
| 10 | 出馬、自民党、立候補、都知事選、擁立、小池、表明、増田、投開票、推薦 |
| 11 | EU、英国、離脱、影響、経済、国民投票、欧州連合、アベノミクス、対策 世界 |
| 12 | 幸福実現党、幸福、副代表、代表、政務官、党员、弁護士、改選、参院 会社員 |
| 13 | 6月、問題、社説、テレビ、舛添、指摘、議論、議員、写真、政治資金 |
| 14 | TPP、反対、賛成、評価、農業、北海道、地方、柿木、民進党、地域 |
| 15 | 原発、復興、稼働、沖縄、基地、生活、熊本地震、避難、移設、地震 |
| 16 | 役員、衆院議員、委員、議席、市議、理事、会社、比例代表、政党、政務官 |
| 17 | 候補、自民、民進、現職、野党、陣営、共産、改選、選挙区、幹部 |

付録表 21 2017 年衆院選のトピックと特徴語

| トピック | 特徴語（上位 10 語） |
|------|--|
| 1 | 候補、希望、候補者、無所属、選挙、陣営、立候補、民進、出馬、選挙区、応援 |
| 2 | 米軍、沖縄、事故、政府、へリ、飛行、発表、炎上、住民、移設 |
| 3 | 反対、賛成、評価、回答、候補者、調査、消費増税、政策、強化、考え |
| 4 | 憲法、北朝鮮、憲法改正、自衛隊、改憲、安保、改正、日本、明記、安全保障 |
| 5 | 企業、アベノミクス、上昇、経済、日本、株価、市場、景気、日銀、金融緩和 |
| 6 | 埼玉、千葉、神奈川、北海道、茨城、福島、群馬、宮城、青森、栃木 |
| 7 | 支持、支持層、自民、無党派層、希望、浸透、立憲、公明、議席、戦い |
| 8 | 代表、演説、街頭演説、党首、小池、首相、政治、政権、JR、東京 |
| 9 | 選挙、公示、予定、区域、有権者、一部、東京、自民党、地域、多く |
| 10 | 福岡、広島、山口、岡山、愛媛、沖縄、鹿児島、長崎、宮崎、大分 |
| 11 | 野党、希望の党、議席、自民党、代表、与党、立憲民主党、民進党、小池、勢力 |
| 12 | 投票、選管、投票率、投票所、期日前投票、有権者、選挙、参院選、期日前投票所、今回 |
| 13 | 台風、接近、投開票、影響、投票日、午前、離島、恐れ、退位、政府 |
| 14 | 比前、地区、政務官、委員、委員長、市議、東京、県議、職員、役員 |
| 15 | 原発、稼働、地方、実現、引き上げ、強化、支援、社会保障、財源、消費税 |
| 16 | 大阪、兵庫、京都、愛知、奈良、滋賀、和歌山、府議、近畿、女性 |
| 17 | 女性、介護、負担、仕事、必要、高齢者、無償化、年金、子ども、大学 |
| 18 | 政治、選挙、投票、自分、政治家、政策、若者、関心、政党、候補者 |
| 19 | 問題、首相、政策、説明、森友、消費増税、議論、野党、加計、安倍政権 |
| 20 | 裁判官、最高裁、判断、難民、制度、判決、自由党、意見、就任、EU |
| 21 | 自民、共産、立憲、維新、希望、公明、社民、自前、民主、候補者 |
| 22 | 比例、小選挙区、数字、民進党、重複、党派、定数、立候補者、選挙区、氏名 |

付録表 22 安倍政権の各期間における新聞ごとの記事数

| | 朝日 | 毎日 | 日経 | 読売 | 合計 |
|-------|-------|------|------|------|-------|
| 第1次政権 | 1581 | 1395 | 1208 | 1364 | 5548 |
| 第2次政権 | 6729 | 3917 | 3419 | 3351 | 17416 |
| 第3次政権 | 5413 | 3950 | 2991 | 2539 | 14893 |
| 合計 | 13723 | 9262 | 7618 | 7254 | 37857 |

付録表 23 第1次安倍政権の期間における新聞ごとのPNスコア別記事数

| | ~-0.35 | ~-0.3 | ~-0.25 | ~-0.2 | ~-0.15 | ~-0.1 | ~-0.05 | 0 | ~0.05 | ~0.1 | ~0.15 | ~0.2 | ~0.25 | ~0.3 | ~0.35 | ~0.4 | 合計 |
|----|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-----|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|------|
| 朝日 | 0 | 1 | 0 | 9 | 27 | 125 | 364 | 87 | 561 | 315 | 71 | 14 | 5 | 1 | 1 | 0 | 1581 |
| 毎日 | 0 | 0 | 1 | 7 | 30 | 124 | 335 | 88 | 472 | 241 | 74 | 19 | 3 | 1 | 0 | 0 | 1395 |
| 日経 | 0 | 0 | 1 | 3 | 19 | 73 | 228 | 62 | 440 | 263 | 90 | 25 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1208 |
| 読売 | 0 | 0 | 1 | 6 | 21 | 95 | 240 | 88 | 492 | 302 | 104 | 9 | 5 | 1 | 0 | 0 | 1364 |
| 合計 | 0 | 1 | 3 | 25 | 97 | 417 | 1167 | 325 | 1965 | 1121 | 339 | 67 | 15 | 5 | 1 | 0 | |

$\chi^2 = 82.657 \quad p < .01$

付録表 24 第2次安倍政権の期間における新聞ごとのPNスコア別記事数

| | ~-0.35 | ~-0.3 | ~-0.25 | ~-0.2 | ~-0.15 | ~-0.1 | ~-0.05 | 0 | ~0.05 | ~0.1 | ~0.15 | ~0.2 | ~0.25 | ~0.3 | ~0.35 | ~0.4 | 合計 |
|----|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|------|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|------|
| 朝日 | 1 | 2 | 7 | 28 | 135 | 484 | 1342 | 520 | 2266 | 1367 | 432 | 104 | 32 | 8 | 1 | 0 | 6729 |
| 毎日 | 0 | 0 | 0 | 14 | 70 | 271 | 739 | 242 | 1270 | 862 | 324 | 86 | 24 | 12 | 2 | 1 | 3917 |
| 日経 | 0 | 0 | 0 | 11 | 23 | 114 | 424 | 211 | 1135 | 963 | 401 | 102 | 26 | 8 | 1 | 0 | 3419 |
| 読売 | 0 | 0 | 1 | 4 | 22 | 100 | 454 | 173 | 1053 | 973 | 401 | 124 | 37 | 3 | 4 | 2 | 3351 |
| 合計 | 1 | 2 | 8 | 57 | 250 | 969 | 2959 | 1146 | 5724 | 4165 | 1558 | 416 | 119 | 31 | 8 | 3 | |

$\chi^2 = 612.615 \quad p < .01$

付録表 25 第3次安倍政権の期間における新聞ごとのPNスコア別記事数

| | ~-0.35 | ~-0.3 | ~-0.25 | ~-0.2 | ~-0.15 | ~-0.1 | ~-0.05 | 0 | ~0.05 | ~0.1 | ~0.15 | ~0.2 | ~0.25 | ~0.3 | ~0.35 | ~0.4 | 合計 |
|----|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-----|-------|------|-------|------|-------|------|-------|------|------|
| 朝日 | 0 | 1 | 5 | 18 | 91 | 419 | 1252 | 327 | 1899 | 1042 | 278 | 66 | 12 | 2 | 1 | 0 | 5413 |
| 毎日 | 0 | 0 | 1 | 18 | 55 | 344 | 927 | 203 | 1345 | 752 | 248 | 42 | 10 | 3 | 2 | 0 | 3950 |
| 日経 | 0 | 0 | 1 | 4 | 15 | 126 | 441 | 160 | 1028 | 828 | 281 | 79 | 21 | 7 | 0 | 0 | 2991 |
| 読売 | 0 | 0 | 3 | 4 | 26 | 88 | 395 | 135 | 931 | 669 | 219 | 56 | 11 | 2 | 0 | 0 | 2539 |
| 合計 | 0 | 1 | 10 | 44 | 187 | 977 | 3015 | 825 | 5203 | 3291 | 1026 | 243 | 54 | 14 | 3 | 0 | |

$\chi^2 = 486.348$ $p < .01$

付録表 26 各選挙における多様性指標と投票率および棄権理由の比率

| 選挙 | D_γ | D_α | D_β | 投票率(%) | 事情がよくわからなかった(%) |
|----------|------------|------------|-----------|--------|-----------------|
| 参院選 1989 | 0.907 | 0.899 | 0.007 | 65.02 | 9.1 |
| 衆院選 1990 | 0.795 | 0.772 | 0.023 | 73.31 | 8 |
| 参院選 1992 | 0.935 | 0.929 | 0.006 | 50.72 | 9.6 |
| 衆院選 1993 | 0.788 | 0.775 | 0.013 | 67.26 | 9.5 |
| 参院選 1995 | 0.92 | 0.915 | 0.005 | 44.52 | 17.7 |
| 衆院選 1996 | 0.894 | 0.881 | 0.013 | 59.65 | 13.5 |
| 参院選 1998 | 0.920 | 0.912 | 0.008 | 58.84 | 15.4 |
| 衆院選 2000 | 0.794 | 0.787 | 0.006 | 62.49 | 11.1 |
| 参院選 2001 | 0.915 | 0.911 | 0.004 | 56.44 | 16.1 |
| 衆院選 2003 | 0.94 | 0.937 | 0.003 | 59.86 | 13.1 |
| 参院選 2004 | 0.896 | 0.892 | 0.004 | 56.57 | 12.8 |
| 衆院選 2005 | 0.820 | 0.817 | 0.003 | 67.51 | 11 |
| 参院選 2007 | 0.881 | 0.876 | 0.005 | 58.64 | — |
| 衆院選 2009 | 0.821 | 0.817 | 0.004 | 69.28 | 10 |
| 参院選 2010 | 0.632 | 0.628 | 0.004 | 57.92 | 12.4 |
| 衆院選 2012 | 0.946 | 0.940 | 0.006 | 59.32 | 19.1 |
| 参院選 2013 | 0.926 | 0.924 | 0.003 | 52.61 | 19 |
| 衆院選 2014 | 0.937 | 0.934 | 0.003 | 52.66 | 11.4 |
| 参院選 2016 | 0.938 | 0.936 | 0.002 | 54.7 | 24.6 |
| 衆院選 2017 | 0.950 | 0.947 | 0.003 | 53.68 | 12.9 |

参考文献

- 浅井澄子(2013)『コンテンツの多様性 多様な情報に接しているのか』白桃書房。
- 有山輝雄(2000)「一九三〇年四〇年体制と言論の多様性」『マス・コミュニケーション研究』第 56 号、50-63。
- 池田謙一(2000)「98 年参議院選挙における投票行動の分析：業績評価変数をめぐって」『選挙研究』第 15 号、109-121。
- 稲増一憲、池田謙一(2009)「多様化するテレビ報道と、有権者の選挙への関心および政治への関与との関連：選挙報道の内容分析と大規模社会調査の融合を通して」『社会心理学研究』第 25 巻第 1 号、42-52。
- 稲増一憲、三浦麻子(2016)「『自由』なメディアの陥穽」『社会心理学研究』第 31 巻第 3 号、172-183。
- 岩崎千恵子(1994)「新聞報道に関する批判的意見——各紙の紙面批評欄から」『日本新聞協会研究所年報』第 12 号、144-166。
- 大井眞二(1999)「メディアの自由の歴史——英米の理論の系譜——」田村紀雄、林利隆編『新版ジャーナリズムを学ぶ人のために』世界思想社、20-39。
- 大石裕(2005)『ジャーナリズムとメディア言説』勁草書房。
- 大石裕(2016)「メディアと公共性」大石裕、山腰修三、中村美子、田中孝宜編著『メディアの公共性』慶応義塾大学出版会、59-74。
- 大石裕、岩田温、藤田真文(2000)『現代ニュース論』有斐閣。
- 大森翔子、平野浩(2017)「娯楽化したニュースと政治的有効性感覚——戦略型フレーム報道への接触に注目して——」『選挙研究』第 33 巻第 2 号、73-87。
- 音好宏、日吉昭彦、莫广瑩(2008)「テレビ番組の放映内容と放送の『多様性』 地上波放送のゴールデンタイムの内容分析」『コミュニケーション研究』第 38 号、49-79。
- 神原直幸(1992)「テレビ局の番組構成の多様性と視聴者の番組選択の多様性」『情報通信学会誌』第 36 号、113-117。
- 神原直幸(1993)「番組種目分類と多様性」『放送研究と調査』第 43 号、52-55。
- 小林のぞみ、乾健太郎、松本裕治、立石健二、福島俊一(2005)「意見抽出のための評価表現の収集」『自然言語処理』第 12 巻第 3 号、203-222。
- 小林雄一郎(2017)『R によるやさしいテキストマイニング[機械学習編]』オーム社。
- 齋藤純一(2000)『思考のフロンティア 公共性』岩波書店。

- 齋藤純一(2008)『政治と複数性 民主的な公共性に向けて』岩波書店。
- 関喜史、福島良典、吉田宏司、松尾豊(2017)「多様性の導入による推薦システムにおけるユーザー体験向上の試み」『自然言語処理』第 24 巻第 1 号、95-115。
- 竹下俊郎(2008)『増補版 メディアの議題設定機能』学文社。
- 田中幹人、標葉隆馬、丸山紀一郎(2012)『災害弱者と情報弱者 3・11 後、何が見過ごされたのか』筑摩書房。
- 谷口真美(2008)「組織におけるダイバシティ・マネジメント」『日本労働研究雑誌』第 574 号、69-84。
- 千葉涼(2014)「報道の多様性に関する理論的検討と分析方法の考察」日本マス・コミュニケーション学会 2014 年秋季研究発表会、2014 年 11 月 8 日、東洋大学。
- 千葉涼(2016)「報道の多様性を分析する際の理論的背景と方法論の接合」『早稲田政治経済学雑誌』第 389-390 号、44-61。
- 千葉涼(2019)「日本の全国紙における選挙報道の多様性—トピックモデルを用いた記事の分類に基づく指標化—」日本選挙学会 2019 年度総会・研究会、2019 年 7 月 13 日、東北大学。
- 張寧(2000)「ニュース報道におけるメディア間の共振性の検証」『マス・コミュニケーション研究』第 56 号、130-144。
- 萩原滋(2001)「ニュース番組の内容と形式——娯楽化傾向の検証と番組の類型化——」萩原滋編著『変容するメディアとニュース報道』丸善、67-114。
- 萩原滋、福田充(2001)「テレビにおける選挙報道——1999 年東京都知事選挙を事例として——」萩原滋編著『変容するメディアとニュース報道』丸善、115-143。
- 林瑛香(2014)「主流メディアにおけるマイノリティ・ジャーナリストの困難性：在日コリアン記者のインタビュー調査を通して」『マス・コミュニケーション研究』第 84 号、151-168。
- 林香里(2001)「『プレスの社会的責任理論』再訪：『米国プレスの自由委員会』一般報告書提出から 53 年を経て」『マス・コミュニケーション研究』第 58 号、109-125。
- 林香里(2011)『<オンナ・コドモ>のジャーナリズム ケアの倫理とともに』岩波書店。
- 林利隆(2006)『戦後ジャーナリズムの思想と行動』日本評論社。
- 原寿雄(1997)『ジャーナリズムの思想』岩波書店。
- 東山昌彦、乾健太郎、松本裕治(2008)「述語の選択選好性に着目した名詞評価極性の獲得」

言語処理学会第14回年次大会論文集、584-587。

日野愛郎、千葉涼、吉光寺智紀(2019)「計量テキスト分析による政党システム分極化の測定：政党マニフェストのアーカイブ化と Wordfish による政党位置の推定（1996年～2017年）」日本政治学会2019年度総会・研究大会ポスターセッション、2019年10月6日、成蹊大学。

日吉昭彦(2014)「多チャンネル化と放送の『多様性』に関する一考察 地上波放送およびBS、CSの内容分析調査」『情報研究』第50号、29-56。

日吉昭彦、音好宏(2013)「テレビ番組の放映内容と放送の『多様性』その3 地上波放送およびBS、CS放送の内容分析調査」『情報研究』第49号、19-42。

藤竹暁(2000)「本書を読む人のために」藤竹暁編『図説 日本のマスメディア』NHKブックス、15-26。

水越伸(2005)『メディア・ビオトープ メディアの生態系をデザインする』紀伊国屋書店。

宮下直、野田隆史(2003)『群集生態学』東京大学出版会。

安野智子(2002)「沈黙の螺旋理論の展開」『マス・コミュニケーション研究』第60号、44-61。

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」『放送研究と調査』第69号、2-31。

Baum, M. A. (2003). Soft news and political knowledge: evidence of absence or absence of evidence?. *Political Communication*, 20(2), 173-190.

Blei, D. M., Ng, A. Y., & Jordan, M. I. (2003). Latent dirichlet allocation. *Journal of Machine Learning Research*, 3(Jan), 993-1022.

Boykoff, M. T., & Boykoff, J. M. (2004). Balance as bias: global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change*, 14(2), 125-136.

Carpenter, S. (2010). A study of content diversity in online citizen journalism and online newspaper articles. *New Media & Society*, 12(7), 1064-1084.

Chaffee, S. H., & Wilson, D. G. (1977). Media rich, media poor: two studies of diversity in agenda-holding. *Journalism Quarterly*, 54(3), 466-476.

Chang, J., Gerrish, S., Wang, C., Boyd-Graber, J. L., & Blei, D. M. (2009). Reading tea leaves: how humans interpret topic models. *Advances in Neural Information Processing Systems*, 288-296.

- Choi, S., & Rainey, H. G. (2010). Managing diversity in US federal agencies: effects of diversity and diversity management on employee perceptions of organizational performance. *Public Administration Review*, 70(1), 109-121.
- Commission on Freedom of the Press, & Hutchins, R. M. (1947). *A free and responsible press: a general report on mass communication: newspapers, radio, motion pictures, magazines, and books*. University of Chicago Press. (米国プレスの自由調査委員会 (2008) 『自由で責任あるメディア：マスメディア（新聞・ラジオ・映画・雑誌・書籍）に関する一般報告書』 渡辺武達訳、論創社)
- Craft, S., & Wanta, W. (2004). Women in the newsroom: influences of female editors and reporters on the news agenda. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), 124-138.
- van Cuilenburg, J. (1999). On competition, access and diversity in media, old and new: some remarks for communications policy in the information age. *New Media & Society*, 1(2), 183-207.
- van Cuilenburg, J. (2000). On measuring media competition and media diversity: concepts, theories and methods. Picard, R. G. (ed.). *Measuring media content, quality, and diversity. Approaches and issues in content reesearch*, Media Economics, Content and Diversity Project and Media Group, 51-84.
- Curran, J. (1991). Mass media and democracy: a reappraisal. Curran, J. & Gurevitche, M. (eds.). *Mass media and society*, Routledge, 82-117. (カラン, J. (1995) 「マスメディアと民主主義：再評価」カラン, J.、グレヴィッチ, M.編『マスメディアと社会 新たな理論的潮流』 児島和人、相田敏彦監訳、勁草書房、128-188)
- Dalton, R. J. (2008). The quantity and the quality of party systems: party system polarization, its measurement, and its consequences. *Comparative Political Studies*, 41(7), 899-920.
- Dewey, J. (1916). *Democracy and education*. Mcmillan. (デューイ, J. (1984) 『民主主義と教育』 金丸弘幸訳、玉川大学出版部)
- Dewey, J. (1927). *The public and its problems*. Holt. (デューイ, J. (1969) 『現代政治の基礎—公衆とその諸問題』 阿部斎訳、みすず書房)
- Dixon, G. N., & Clarke, C. E. (2013). Heightening uncertainty around certain science:

- media coverage, false balance, and the autism-vaccine controversy. *Science Communication*, 35(3), 358-382.
- Dubois, E., & Blank, G. (2018). The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication & Society*, 21(5), 729-745.
- Entman, R. M. (1985). Newspaper competition and First Amendment ideals: does monopoly matter?. *Journal of Communication*, 35(3), 147-165.
- Fang, A., Macdonald, C., Ounis, I., & Habel, P. (2016). Using word embedding to evaluate the coherence of topics from twitter data. *Proceedings of the 39th International ACM SIGIR conference on Research and Development in Information Retrieval*, 1057-1060.
- Fishkin, J. S. (2009). *When the people speak: deliberative democracy and public consultation*. Oxford University Press. (フィッシュキン, J. S. (2011) 『人々の声が響き合うとき—熟議空間と民主主義』 曾根泰教監修、岩木貴子訳、早川書房)
- Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2017). Are news audiences increasingly fragmented? A cross-national comparative analysis of cross-platform news audience fragmentation and duplication. *Journal of Communication*, 67(4), 476-498.
- Grant, A. E. (1994). The promise fulfilled? An empirical analysis of program diversity on television. *Journal of Media Economics*, 7(1), 51-64.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge university press.
- d'Haenens, L., Antoine, F., & Saeys, F. (2009). Belgium: two communities with diverging views on how to manage media diversity. *International Communication Gazette*, 71(1-2), 51-66.
- Helberger, N. (2011). Diversity by design. *Journal of Information Policy*, 1, 441-469.
- Hellman, H. (2001). Diversity-an end in itself? Developing a multi-measure methodology of television programme variety studies. *European Journal of Communication*, 16(2), 181-208.
- Hoffmann-Riem, Wolfgang(1987). National identity and cultural values: broadcasting safeguards, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 31(1), 57-72.

- van Hoof, A. M., Jacobi, C., Ruigrok, N., & Van Attevelde, W. (2014). Diverse politics, diverse news coverage? A longitudinal study of diversity in Dutch political news during two decades of election campaigns. *European Journal of Communication*, 29(6), 668-686.
- Humphrecht, E., & Esser, F. (2018). Diversity in online news: on the importance of ownership types and media system types. *Journalism Studies*, 19(12), 1825-1847.
- Ishikawa, S. (1996). *Quality assessment of television*, University of Luton Press.
- Jamieson, K. H., & Cappella, J. N. (2008). *Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment*. Oxford University Press.
- Jost, L. (2007). Partitioning diversity into independent alpha and beta components. *Ecology*, 88(10), 2427-2439.
- Kambara, N. (1992). Study of the diversity indices used for programming. *Studies of Broadcasting*, 28, 195-206.
- Karppinen, K. (2006). Media diversity and the politics of criteria. *Nordicom Review*, 27(2), 53-68.
- Karppinen, K. E. (2018). Journalism, pluralism, and diversity. Vos, T. P. (ed.). *Journalism* (Vol. 19). Walter de Gruyter GmbH & Co KG. 493-510.
- Katz, E. (1996). And deliver us from segmentation. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546(1), 22-33.
- Klapper, J. T. (1960). *The effects of mass communication*. The Free Press.
- Kobayashi, T., & Inamasu, K. (2015). The knowledge leveling effect of portal sites. *Communication Research*, 42(4), 482-502.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: what newspeople should know and the public should expect (revised and updated 3rd edition)*. Three Rivers Press (CA).
- Lande, R. (1996). Statistics and partitioning of species diversity, and similarity among multiple communities. *Oikos*, 5-13.
- Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1948). *Mass communication, popular taste and organized social action*. Bobbs-Merrill. (ラザースフェルド, P. F., マートン, R. K. (1954) 「マス・コミュニケーション、大衆の趣味、組織的な社会行動」 シュラム, W.編

- 『マス・コミュニケーション』学習院社会学研究室訳、東京創元社)
- Lee, Y. C. (2007). Effects of market competition on Taiwan newspaper diversity. *Journal of Media Economics*, 20(2), 139-156.
- Li, L., Zheng, L., Yang, F., & Li, T. (2014). Modeling and broadening temporal user interest in personalized news recommendation. *Expert Systems with Applications*, 41(7), 3168-3177.
- Lippmann, W. (1922). *Public opinion*. Harcourt. (リップマン, W. (1987) 『世論 (下)』掛川トミ子訳、岩波書店)
- Lippmann, W. (1925). *The phantom public*. Transaction Publishers. (リップマン, W. (2007) 『幻の公衆』河崎吉紀訳、柏書房)
- Litman, Barry R. (1979). The television networks, competition and program diversity, *Journal of Broadcasting*, 23(4), 393-409.
- Lund, A. B., & Berg, C. E. (2009). Denmark, Sweden and Norway: television diversity by duopolistic competition and co-regulation. *International Communication Gazette*, 71(1-2), 19-37.
- MacBride, S. (1980). *Many voices, one world: towards a new, more just, and more efficient world information and communication order*. Rowman & Littlefield. (ユネスコ (1980) 『多くの声、一つの世界』永井道雄訳、日本放送出版協会)
- McDonald, D. G., & Dimmick, J. (2003). The conceptualization and measurement of diversity. *Communication Research*, 30(1), 60-79.
- McQuail, D. (1992). *Media performance: mass communication and the public interest*. Sage.
- McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory* (fifth edition). Sage publications. (マクウェール, D. (2010) 『マス・コミュニケーション研究』大石裕訳、慶応義塾大学出版会)
- McQuail, D., & Van Cuilenburg, J. (1983). Diversity as a media policy goal: a strategy for evaluative research and a Netherlands case study. *International Communication Gazette*, 31(3), 145-162.
- Mutz, D. C. (2006). *Hearing the other side: deliberative versus participatory democracy*. Cambridge University Press.

- Mutz, D. C., & Martin, P. S. (2001). Facilitating communication across lines of political difference: the role of mass media. *American Political Science Review*, 95(1), 97-114.
- Napoli, P. M. (1997). Rethinking program diversity assessment: an audience-centered approach. *Journal of media economics*, 10(4), 59-74.
- Napoli, Philip M. (1999). Deconstructing the diversity principle. *Journal of Communication*, 49(4), 7-34.
- Noelle-Neumann, E., & Mathes, R. (1987). The 'event as event' and the 'event as news': the significance of 'consonance' for media effects research. *European Journal of Communication*, 2(4), 391-414.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the internet is hiding from you*. Penguin UK.
 (パリサー, E. (2012) 『閉じこもるインターネット——グーグル・パーソナライズ・民主主義』 井口耕二訳、早川書房)
- Pelled, L. H., Eisenhardt, K. M., & Xin, K. R. (1999). Exploring the black box: an analysis of work group diversity, conflict and performance. *Administrative Science Quarterly*, 44(1), 1-28.
- Prior, M. (2003). Any good news in soft news? The impact of soft news preference on political knowledge. *Political Communication*, 20(2), 149-171.
- Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: how media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. Cambridge University Press.
- Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S., & Legnante, G. (2012). Hard and soft news: a review of concepts, operationalizations and key findings. *Journalism*, 13(2), 221-239.
- Rössler, P. (2007). Media content diversity: conceptual issues and future directions for communication research. *Annals of the International Communication Association*, 31(1), 464-520.
- Santana-Pereira, J. (2016). The Portuguese media system and the normative roles of the media: a comparative view. *Análise Social*, 780-801.
- Schudson, M. (1995). *The power of news*. Harvard University Press.
- Siebert, F. S., Peterson, T., & Schramm, W. (1956). *Four theories of the press: the authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet communist concepts of what the press should be and do*. University of Illinois press. (シーバート, F. S.,

- ピータスン, T. A., シュラム, W. (1953) 『マス・コミの自由に関する四理論』 内川芳美訳、東京創元新社)
- Sjøvaag, H. (2016). Media diversity and the global superplayers: operationalising pluralism for a digital media market. *Journal of Media Business Studies*, 13(3), 170-186.
- Slapin, J. B., & Proksch, S. O. (2008). A scaling model for estimating time - series party positions from texts. *American Journal of Political Science*, 52(3), 705-722.
- Strömbäck, J. (2005). In search of a standard: four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies*, 6(3), 331-345.
- Sunstein, C. R. (2002). The law of group polarization. *Journal of Political Philosophy*, 10(2), 175-195.
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2), 159-170.
- Turow, J. (2007). *Breaking up America: advertisers and the new media world*. University of Chicago Press.
- Webster, J. G., & Ksiazek, T. B. (2012). The dynamics of audience fragmentation: public attention in an age of digital media. *Journal of Communication*, 62(1), 39-56.
- Whittaker, R. H. (1960). Vegetation of the Siskiyou mountains, Oregon and California. *Ecological Monographs*, 30(3), 279-338.
- Wright, C. R. (1960). Functional analysis and mass communication. *Public Opinion Quarterly*, 24(4), 605-620.
- Wu, H. D., & Izard, R. (2008). Representing the total community: relationships between Asian American staff and Asian American coverage in nine US newspapers. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85(1), 99-112.
- van der Wurff, R. (2004). Supplying and viewing diversity: the role of competition and viewer choice in Dutch broadcasting. *European Journal of Communication*, 19(2), 215-237.
- van der Wurff, R. (2011). Do audiences receive diverse ideas from news media? Exposure to a variety of news media and personal characteristics as determinants of diversity as received. *European Journal of Communication*, 26(4), 328-342.

van der Wurff, R., & Van Cuilenburg, J. (2001). Impact of moderate and ruinous competition on diversity: the Dutch television market. *The Journal of Media Economics*, 14(4), 213-229.

総務省 平成 30 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査

https://www.soumu.go.jp/main_content/000644168.pdf(2020 年 3 月 26 日最終閲覧)

東京大学加藤淳子研究室ホームページ

<http://www.katoj.j.u-tokyo.ac.jp/> (2020 年 3 月 26 日最終閲覧)

日本新聞協会 新聞・通信社従業員数と記者数の推移

<https://www.pressnet.or.jp/data/employment/employment03.php> (2020 年 3 月 26 日最終閲覧)

日本新聞協会 新聞倫理綱領

<https://www.pressnet.or.jp/outline/ethics/> (2020 年 3 月 26 日最終閲覧)

BPO 放送倫理・番組向上機構「テレビ制作者たちは、東日本大震災をどう見たか？」

http://www.bpo.gr.jp/wordpress/wpcontent/themes/codex/pdf/youth/research/search04/00_6.pdf (2020 年 3 月 26 日最終閲覧)

文部科学省 文化的多様性に関する世界宣言

<https://www.mext.go.jp/unesco/009/1386517.htm> (2020 年 3 月 26 日最終閲覧)

Github mecab-ipadic-NEologd

<https://github.com/neologd/mecab-ipadic-neologd> (2020 年 3 月 26 日最終閲覧)

Manifesto Project Database

<https://manifesto-project.wzb.eu/> (2020 年 3 月 26 日最終閲覧)