

## Web におけるニュースの表現

清水由美子  
武蔵工業大学長澤陽子  
駒沢女子大学中島誠一  
朝ポニーキャニオン

## 1.1 はじめに

インターネットによるコミュニケーション手段には Web を始めとして、電子メール、ネットニュースなどがある。これらのうち電子メールやネットニュースにおける表現の特徴については数々の論考があるが、Web の表現にも何か特徴が見られるのだろうか。

Web の表現を考察する手始めとして、同一の対象を紙媒体（新聞）と Web とで、どう描き分けているかを見る。長い年月をかけて完成してきた新聞のフォーマットが、Web に場を移した時、どんな変容を見せるのか、具体的にどんな表現の違いになって現れているかを探る。

## 1.2 対象資料

1998年1月8日から2月8日（ただし、1月9・12・14・18、2月2日を除く）までのニュース記事のうち、以下の1、2を対象とする。

- 朝日新聞社ホームページ [http://www.asahi.com/] の「今日の朝刊－総合」  
[http://www.asahi.com/paper/front.html] の全見出しと、朝日新聞（紙）総合欄の Web ページ見出しに該当する見出し
- asahi.com「トップ・ニュース」ページ [http://www.asahi.com] の見出し6本と、同「ニュース速報」ページ [http://www.asahi.com/flash/flash.html] の見出しのうち、「トップ・ニュース」ページの6本に該当する見出し

## 1.3 分析方法

対象資料1では、同一対象を二つの違うメディアでどう描き分けているかを見る。特に「見出し」の表現に注目するのは次のような理由による。asahi.com「今日の朝刊－総合」を紙媒体の「朝日新聞」総合欄と比較すると、縦書きが横書きになることによる数詞表記の変化、段落毎にスペースを設けるなど、同一対象を扱った記事でも様々な違いが見られる。この他にも、紙の新聞ではしばしば見かける、他の面の関連記事の存在に言及する表現が Web ではなくなること、Web では写真にキャプションが付くなどの違いもある。しかし、「表現」という観点から最も顕著な違いが見られるのが「見出し」である。

対象資料2では、asahi.com 内の同一詳細記事への「案内」の役割を果たす2つのページの見出しを比較する。下記の観点からそれぞれの対象資料の「見出し」を分析する。

対象資料1)

- 1-1 1記事当たりの見出し数を比較する
- 1-2 語順の違いのありなしを見る
- 1-3 語順に違いがあるものについて、その詳細を検討する
- 2-1 1記事当たりの見出しの文字数を比較する
- 2-2 文字数に違いのあるものについて、詳細を検討する

対象資料2)

- 1-1 見出し1本当たりの文字数を比較する
- 1-2 文字数に違いのあるものについて、詳細を検討する

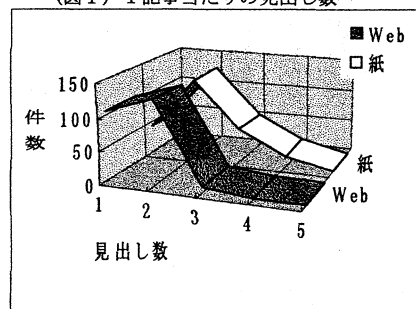
## 2.1 asahi.com「今日の朝刊－総合」（以下「Web」と略）の全見出しと、紙媒体の朝日新聞総合欄（以下「紙」と略）の Web の見出しに該当する見出し

## 2.1.1 1記事当たりの見出し数の比較及び分析

（表1）「Web」と「紙」の記事数・見出し数・総文字数・  
見出しの平均文字数（1記事当たり）

	記事数	見出し数	総文字数	見出しの平均文字数 (1記事当たり)
Web	240	383	6911	28.8
紙	240	522	6388	26.6

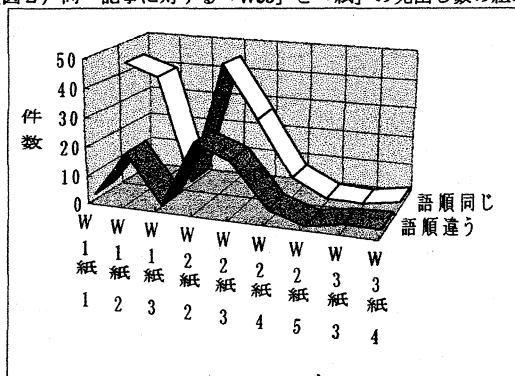
（図1）1記事当たりの見出し数



(図1)のように、Web では1記事当たり1、2見出しのものがほとんどであるのに対し、紙では1記事当たり2つ以上見出しが用いられる場合が多い。

また、同一記事に対する見出しの在り方を比べると、紙・Web 共に1見出しのもの、紙では2見出しだが Web では1見出しになっているものなど、様々なパターンがある。また、紙の見出しと Web の見出しとでは語順が違ふこともある。対象240記事について、これらの分布を見る。

(図2) 同一記事に対する「Web」と「紙」の見出し数の組み合わせと語順の異同



左図で「語順が違ふ」に分類されたものについて例を挙げ考察する。

例1 (Web 1見出し・紙 2見出し)

Web: 生保大手8社「逆ざや」5年で6兆円、低金利が重荷に

紙: 生保「逆ざや」5年で6兆円／大手8社 低金利が重荷に

例2 (Web 2見出し・紙 2見出し)

Web: インターネット経由で自宅から内容証明郵便／あすから実験

紙: 自宅から内容証明郵便／インターネット経由 あすから実験

例3 (Web 2見出し・紙 3見出し)

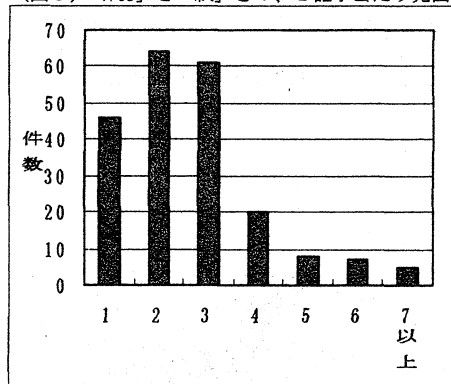
Web: 顧客情報、53万人分流出／美術品販売大阪の会社、名簿業者に売却の元社員を告訴

紙: 顧客情報、53万人分流出／美術品販売、大阪の会社 元社員を告訴／名簿業者に売却  
いずれの例でも、紙の1語あるいは1句が、Web ではそれぞれのあるべき格関係を明示する場所に移されている。こうした語順の変化により、最も強調したい語・句を冒頭に持ってくる紙の見出しの構造が、Web ではそれぞれの要素の役割を明確にしたものになっている。また、紙の見出しには、語レベルの表現をいくつか重ねたものが多い。Web ではそうした語レベルの表現を句・文レベルの表現に構成し直しているものが目に付く。

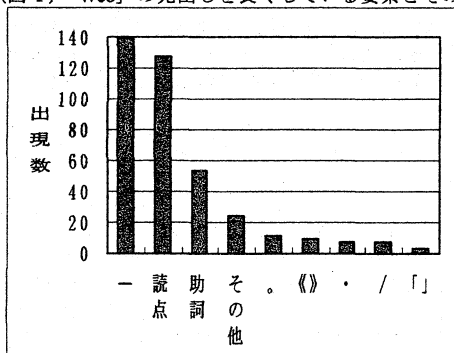
## 2.1.2 1記事当たりの見出し文字数の比較及び分析

(表1)の「見出しの平均文字数(1記事当たり)」に見るように、平均すると、Webの方が紙より1記事当たりの見出しが長い(全240見出しのうち、Webの見出しの方が紙の見出しより長いものは211)。この211見出しについて、どの位(何文字分)長いのか、また、どんな要素によってWebの見出しが長くなっているのかを見る。

(図3) 「Web」と「紙」との、1記事当たり見出し文字数の差



(図4) 「Web」の見出しを長くしている要素とその出現数



(図3)から、Webの方が紙より1～3文字分長いものが多いことが分かる。続いて(図4)で出現数の高い上位4つの要素について、詳細を検討する。

1) — (ダッシュ)

Web のダッシュのほとんどが、紙の 2 見出しを 1 つにまとめるために用いられている。その他、紙の見出しの文字サイズの違いに対応する用法も見られる。

## 2)、(読点)

Web の見出しに加えられる読点には大きく分けて 3 つの用法がある。まず、紙の 2 つの見出しを Web で 1 見出しにする際に加えられるもの。次に紙の見出しの文字サイズの違いに対応するもの (例: 紙「厚生省ソフト更新トラブル」→ Web「厚生省、ソフト更新トラブル」)。そして、紙見出しのスペースに対応する用法 (例: 紙「ナガノ あした輝く」→ Web「ナガノ、あした輝く」) である。

## 3) 助詞

加えられている助詞では「で」が 17 箇所と最も多い。以下、「を」9、「に」8、「の」8、「が」5、「は」4、「と」「へ」「から」が各 1 箇所ずつ加えられている。「で」は 紙「前警部汚職 上司ら 11 人を処分へ」→ Web「前警部汚職で上司ら 11 人を処分へ」のように、テーマを限定するニュース記事に頻出の用法を持つため、多く加えられている。助詞が加わることにより、誤読が防止される例もある (紙「当時の刑事部長減給」→ Web「当時の刑事部長を減給」、紙「インドネシア ルビア統落、史上最低」→ Web「インドネシアのルビア統落、史上最低」)。

## 4) その他

紙「中 1 生を家裁送致」→ Web「中学 1 年生を家裁送致」

紙「西八王子から高尾へ一駅分」→ Web「西八王子から高尾へ一駅分遠のく」

紙「銀行局幹部が自殺」→ Web「大蔵省銀行局幹部が自殺」

上例のように、「Web」で様々な要素の語が加わったものを「その他」とした。いずれも加わることで表現が明晰になっている。

## 2.2 asahi.com「トップ・ニュース」ページの見出し 6 本と、同「ニュース速報」ページの見出しのうち、「トップ・ニュース」ページの 6 本に該当する見出し

### 2.2.1 「トップ・ニュース」ページと「ニュース速報」ページ

asahi.com「トップ・ニュース」ページ (以下「トップ」と略) は<http://www.asahi.com>にアクセスして最初に登場するページである。このページの「トップ・ニュース」1 本、「ニュース速報」の見出し 5 本は、基本的には「ニュース速報」ページの該当詳細記事に跳ぶ。

「トップ」には「メイン」「今日の朝刊」「ニュース速報」などのボタンが並んでおり、このうち「ニュース速報」をクリックすると、「ニュース速報」ページ (以下「速報」と略) に跳ぶ。「速報」には「社会」「政治」「経済」「国際」「スポーツ」「消息」の 6 つの分野の速報記事の見出しが並んでおり、これらの見出しをクリックすると、詳細記事に跳ぶ。また「速報」には上記 6 分野のボタンもあり、ボタンをクリックしてもそれぞれの分野の詳細記事に跳べる。なお、「速報」に並ぶ見出しは、それぞれの詳細記事につけられた見出しと同一である。

「トップ」からでも「速報」からでも同一詳細記事に跳べるという点に注目し、それぞれのページの見出し表現を比較した。

### 2.2.2 見出し 1 本当たりの文字数の比較及び分析

「トップ」の見出し 6 本、「速報」のそれに該当する見出し共に、基本的に 1 記事につき 1 見出しとなっている。約 1 ヶ月分の見出し、各 138 個について考察する。

(表 2)「トップ」「速報」の見出し数・総文字数・1 見出し平均文字数

	見出し数	総文字数	1 見出し平均文字数
トップ・ニュース	138	1725	12.5
ニュース速報	138	2657	19.25

「速報」の見出しは、「トップ」に比べ、平均で 7 文字弱長い。(図 5) に、どんな要素によって「速報」の見出しが長くなっているのか主要要素とその出現数を挙げた。このうち「言い換え」と「新要素 (の添加)」について検討する。

#### 1) 言い換え

例 1: トップ 安田信託会長に富士銀副頭取

速報 安田信託会長に笠井副頭取、社長には本南副社長が昇格

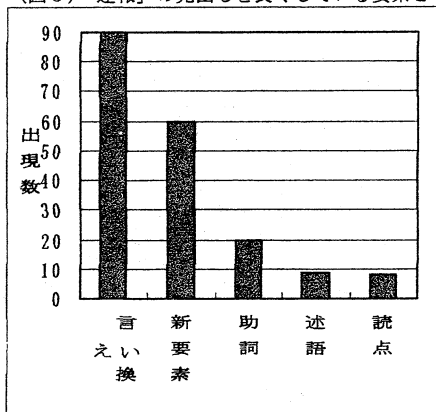
例 2: トップ サニープライアン、引退の危機

速報 サニープライアンの左前脚故障が判明、引退の危機

例 3: トップ 死亡教諭に特別褒賞金?

速報 刺殺事件の死亡教諭に特別褒賞金支給を検討  
「速報」直線アンダーラインが「言い換え」部分である。これらは「トップ」に比べ、情報の焦点を絞っていくタイプの表現になっている。また、「速報」波線部分は 2) の「新要素の添加」に該当する。

(図5)「速報」の見出しを長くしている要素とその出現数



## 2) 新要素の添加

- 例1: トップ 告示日待たず選挙戦突入  
速報 名護市長選、告示日を待たず事実上の選挙戦に突入
- 例2: トップ センター試験始まる  
速報 センター試験始まる、54万6千人が受験
- 例3: トップ 空は200便欠航  
速報 J Rや私鉄、一部路線で運休、空も200便超が欠航

「トップ」には現れなかった様々な要素が「速報」で加わったものである。追加要素はテーマ、動作主、経過、並列の関係にある事柄等、様々である。これらの要素が加わることにより、より正確で詳細な、量の多い情報を得ることができるようになる。

## 3 まとめ

対象1の分析及び考察から次の点が分かった。1) 1記事当たりの見出し数は平均して「紙」の方が多い。「Web」には「紙」の複数見出しをまとめて1見出しにする際、「紙」とは語順を変えて、それぞれの語の果たす役割(格関係・修飾関係)がはっきりするような語順にしているものが見られる。2) 「紙」の見出しには語レベルの表現をいくつか重ねたものが多いが、「Web」では句・文レベルの表現が多い。3) 見出しの文字数に関しては「Web」の方が多い。助詞や読点や語を加えることで、「紙」に比べ誤読されにくい表現になっている。

対象2の分析及び考察からは次の点が分かった。1) 「トップ」に比べ「速報」の方が1見出し当たりの文字数が多い。一つの情報に対し、修飾要素を加えるなど、「トップ」と比べ「速報」には、より焦点の絞られた情報が多い。また、スペースに厳しい制限のある「トップ」が非常に簡潔な表現しかできないのに対し、「速報」では省略された部分を補うなどして、より詳しく正確な情報を伝えている。

紙媒体の新聞「見出し」の役割の一つに、広い紙面を一覧し必要な記事を探すための「案内標識」がある。この役割のためには、ぱっと目に入ってくる表現がよい。しかし、一覧性という点で紙に劣るWebの場合、見出しの役割は「ぱっと目を引く」ことではなくなる。また、「紙」の見出しは「案内標識」以外に、ざっと眺め情報蒐集をするためにも利用される[参考文献1]。画面をスクロールしながら記事を追っていくWebは、眺め渡して情報蒐集をするにも不向きである。

Webの大きな特徴の一つが「即時性」である。長野冬季五輪大会のジャンプ団体で日本チームが優勝した際のアクセス状況について[参考資料2]では次のように述べている。「17日の接続状況は通常の傾向とは少し異なり、ジャンプ団体競技が始まる午前8時台から急に増え始めました。～競技が始まった午前10時台にはさらに接続が増え、原田選手が1回目のジャンプを失敗したあとの午前11時台には、この日のピークを迎えました。」情報の読み手に「即時性」を求める者が多いことが窺える。こうした「即時性」を求める読み手は、読む事柄を既に決めてアクセスしてくる場合が多い。ここで要求される表現も「人目を引く」ことではなく、正確なより情報量の多いものということになる。

さらに、Webには一覧性では紙に劣るものの、全体としての記述量には制限がないという特徴もある。このため、紙面という制限を強く持つ紙媒体の「見出し」の条件がWebには必ずしも要求されない。述語や助詞を抜かすことによって生じる誤解を避けた、格関係や修飾関係が明瞭な読みやすい見出しが多いのは、この事も関係していると思われる。

「トップ」はasahi.comの入り口であり、このページの見出しから詳細記事に跳ぶには一つの手順で済む。これに対して「速報」の見出しに至るには「トップ」でボタンを選択してクリックするという動作が必要になる。ただし、読み手はその間に「速報記事を読む」という自らの行動を確認することになる。「トップ」「速報」共に、そこから詳細記事にジャンプする人にとって「案内」ページになるが、「速報」から跳ぶ場合の方がより情報に対して意識的であると言える。こうした差に対する配慮が「トップ」見出しの「大まかな情報」、「速報」見出しの「より焦点を絞った情報」に見られるのではないと思われる。

## 【参考資料・文献】

- 1 田原広史(1994)昔の新聞を読む『日本語学 第十三巻第5号』明治書院
- 2 asahi.com「朝日新聞社からのお知らせインターネット情報編集室から」  
[http://www.asahi.com/information/10mils.html 1998.2.22]