

プロ野球セ・リーグで読売ジャイアンツ（巨人）が優勝を決めたのは9月22日（日）、東北楽天ゴールデンイーグルス（楽天）がパ・リーグの優勝を決めたのは9月26日（木）でした。翌日の朝刊各紙はこれを第1面で報じました。一般に第1面で取り上げられる記事は、関連記事が他の面にも掲載されます。スポーツ記事であれば、スポーツ面で大きく掲載されるのはもちろん、社会面や人欄でも取り上げられます。

さて、巨人と楽天では、どちらの優勝の方が記事の扱いが大きかったでしょうか。朝日、毎日、読売、産経各紙の東京本社発行最終版で比べてみました。まず、第1面ですが、9月23日（月）朝刊の巨人優勝の記事は、4紙とも第1面に掲載されましたが、朝日は紙面右端の主な記事一覧（インデックス）の中での扱い、産経は写真なしでした。一方、楽天優勝は4紙すべてが写真付きで、「P」紙を除くと、巨人優勝の記事よりも大きな扱いでした。「Q」紙は第1面全体の3分の1もの大きさと取り上げていました。「P」「Q」はそれぞれのどこの新聞でしょうか。新聞名を想像させてみましょう。

巨人の優勝を社会面で取り上げたのは読売だけでしたが、楽天優勝は4紙すべてが社会面にも関連記事を掲載しました。うち3紙は、広告を含む1ページ全体の半分以上を占めていました。

9月23日の読売「顔」は、巨人の抑えの切り札として優勝に貢献した西村健太郎投手。27日の毎日「ひと」、読売「顔」、産経「きょうの人」はいずれも、楽天を優勝に導いた星野仙一監督でしたが、朝日の「ひと」は楽天の打撃投手、藤崎紘範さん（33）でした。他紙が星野監督にするだろうとの予想のもと、かなり前から藤崎さんに決めていたのでしょうか。陰で頑張っている人にスポットを当てた記事でした。

記事を大きく載せるかどうかは、ニュースの価値を総合的に判断して決めます。政治、経済、生活、安全、国際、文化、科学、運動など様々な分野での重要性のほか、驚きや新鮮さ、感動なども判断材料になります。「〇〇で初」「過去最高」などもそのひとつです。東日本大震災の被災地の球団、創設9年目での初優勝……いやが上にもニュース性は高くなります。

（鈴木伸男 全国新聞教育研究協議会顧問）