

新型コロナ禍における朝日新聞の「三密」関連報道の内容分析

—ヘルスケアコミュニケーションの観点から—

A Content Analysis of Asahi Newspaper Coverage of the '3Cs' during the COVID-19: From the Perspective of Health Communication

徐 寧/Ning XU¹

¹ 北海道大学国際広報メディア・観光学院 博士後期課程ⁱ

[Abstract]

This study focuses on health communication related to behavior change concerning the "3Cs" (closed spaces, crowded places, and close-contact settings) and aims to clarify how the "Three Cs" were communicated in Japanese newspaper media. The articles published from April 1, 2020 to July 31, 2020 from *Asahi* discussing the "3Cs" were analyzed. The analysis involved the number of articles and articles content using KH Coder, revealing the overall picture of "avoidance of the 3Cs" from a health communication perspective. Furthermore, based on prior studies concerning the principles of health communication for behavior change, coding analysis was conducted.

The results revealed that, overall, these articles included a certain degree of information intended to promote behavioral change. Furthermore, when health information was presented in these articles, cognitive aspects such as "simulation," "conflict," and "numerical data" were significantly more prevalent than emotional aspects such as "narratives" and "pros and cons." Additionally, the coverage during this period was characterized by discourse promoting the "normalization of avoiding the 3Cs," indicating a tendency to frame daily life as an adaptation to coexist with the virus while assuming the avoidance of the 3Cs as a given. These findings suggest that newspaper reports not only delivered information to encourage health behaviors but also reflected how the communication of health information was closely intertwined with the surrounding social context. It can be concluded that newspapers played an important role as a form of health communication that promotes behavioral change among the public.

[キーワード]

三密、行動変容、新聞報道、内容分析、ヘルスコミュニケーション

1. はじめに

本研究の目的は、「三密」をめぐる報道を事例として、行動変容の促進という観点から、日本の新聞においてコロナ感染を防ぐために行われたヘルスコミュニケーションの特徴や現状を解明することである。

2020年、新型コロナウイルスの感染拡大は日本の社会や経済に巨大な影響をもたらした。日本政府は感染拡大に対応するために、「新型コロナウイルス感染症対策本部」を設置し、新型コロナウイルス感染症対策について医学的な見地から助言等を行う「新型コロナウイルス感染症専門家会議」を開設した（厚生労働省「1」、「2」）。この専門家会議で、密閉、密集、密接という三つの条件を避けるべきことが提起され（厚生労働省「3」）、こうした三密回避を通じて社会全体の感染リスクを減らすための行動変容が求められた。

以前にも、コロナウイルスのような感染性が高い病気（SARS）が発見されたことがあったが、「三密」のような感染防止に向けた特定の概念が提唱されたことはなかった。コロナ発生以来、「三密」が新型コロナウイルス感染症への対応を特徴づける概念として広く認識されている。しかし、市民にとって「三密」という複合用語は「マスクの着用」「外出を控える」「手洗い」のようなわかりやすい表現に比べて、理解しにくい可能性がある。従って、「三密」はコロナ時代に初めて生まれた概念であり、これに基づく一般市民向けの三密回避は複雑で新しい行動変容であることから、どのように伝えるかがヘルスコミュニケーション上の重要な課題となっている。

マスメディアの議題設定機能は、特定情報を発信し、人々が認知することによって注目を集め、ある争点に対する重要性の認識を高める（竹下「4」）。コロナの感染経路は大きく空気感染、接触感染、飛沫感染であることがよく知られており、不特定多数の人が感染する可能性があることから、「三密回避」の対象者はすべての人々であ

る。新聞は伝統的なマスメディアとして、特に社会問題というテーマにおいて高い信頼性を持つ情報源であり、不特定多数の人々を対象に情報を発信するコミュニケーション手段であることから（総務省情報通信政策研究所[5]）、「三密回避」を伝える上で重要な媒体と見られる。2020年8月に実施した「新型コロナウイルスとメディア接触・信頼度調査」において、コロナ拡大の中で「世の中の動き」や「ニュース」入手するメディアの信頼度を調べた結果、新聞報道が一番高く、69.5%であった（一般社団法人日本新聞協会[6]）。コロナは複雑な公衆衛生問題であるため、新聞報道でのこの関連情報の発信は、社会全体の認識形成に多くの役割を果たすと考えられる。したがって、三密回避に関する行動変容を促進するために、新聞がどのようなコミュニケーションを行ったのかを明らかにする必要がある。

マスメディアなどを活用したヘルスコミュニケーションに関しては多くの先行研究が行われてきた。その中で、新聞記事の内容分析に関する研究もかなり蓄積されている。例えば、宮脇[7]は、がん関連記事の内容分析を行い、予防記事に対して、人のがんにかかる要因の記載の有無及び詳細内容を確認した。その結果、がん関連記事において、がん予防関連記事の占める割合は低く、生活習慣関連要因を強調する一方、具体的な基準を示す記事が少ないと指摘した。また、町田[8]は受動喫煙規制に関する新聞報道の現状と傾向を明らかにするため、新聞記事の内容分析を行った。記事の記載内容において、肯定意見や否定意見が一面提示か両面弁論であるかが明らかになるようコーディングし、報道内容の説得力を評価した。

また、コロナ感染症の情報発信に関する先行研究において、菅原[9]は、「接触8割減」に関する新聞報道の内容分析において、「接触8割減」をめぐるメディア報道が日本の新型コロナ対応に与えた影響や、複雑化する情報環境における報道の位置づけ等について考察を行ったが、感染防止に重要な行動変容には触れていない。Shimizu[10]は、日本政府による人々の行動変容のためのコミュニケーションが全般的に不十分であると批判した。さらに、吉川[11]は、コロナの不明瞭な情報公開について指摘し、「三密」という抽象的な概念が、具体的な行動指針に欠けていることを問題にした。具体的には、「密閉」「密集」「密接」という三密用語が何を指すのかが分かりにくく、これらの用語に関するメッセージの訂正や更新が不足していると述べている。

これらの先行研究から、三密という抽象化の概念は、より具体的で実践的な行動指針の提示が必要であることが示唆されている。従って、非常事態宣言解除が予測され始めた時期以降には、新聞報道においても抽象的な「三密回避」の表現にめぐって、具体的な感染予防行動に関する表現が増加すると予想される。さらに、非常事態宣言が解除された後には、こうした具体的な表現が定着し、読者の行動変容を促すようなヘルスコミュニケーション戦略への移行が見られると仮定する。

以上により、コロナ禍における市民向けのコミュニケーションについて多くの問題点が存在していたことが示唆されたが、行動変容を促すヘルスコミュニケーションがどのように行われたかについての研究は十分とはいえない。本研究は、「三密」をめぐる報道を研究事例として、行動変容の促進という観点から、日本の新聞がコロナ感染を防ぐために行ったヘルスコミュニケーションの特徴や現状を解明することを目的とする。行動変容を促すコミュニケーションに関する理論をもとに、新聞報道でのヘルスコミュニケーションが実際にどのように行われたかに関して現状を解明する。

以上に基づいて、本研究の問いは以下の二つである。

一つ目は、「三密」の新聞報道がどのように構成されていたのか。ヘルスコミュニケーションの観点から、新聞報道における「三密回避」の全体像はいかなるものだったのか。

二つ目は、健康行動変容に関する先行研究が提唱した理論を踏まえ、新聞の情報発信において三密をめぐりいかなる情報を伝達したのか。

結論を先に述べると、以下の2点を明らかにすることができた。第一に、本研究は、「三密回避」の事例分析を通じて、ヘルスコミュニケーションやリスクコミュニケーションにおいて新たな概念が提起される際に、新聞をはじめとするマスメディアが大衆の行動変容を促すために果たす情報伝達の特徴を明らかにした。第二に、本研究の学術的貢献として、ヘルスコミュニケーション研究におけるマスメディアの役割に関し、日本における新たな実証データを提供できた点が挙げられる。

2. 研究方法

2.1 分析対象と分析期間

本研究は全国紙である朝日新聞を分析対象とした。『朝日新聞クロスサーチ』のデータベースから、「コロナ」と「三密/三つの密」をキーワードとして記事検索を行い、計1548件の記事を抽出した。

「朝日新聞」を分析対象とした理由は二つある。一つ目は、三つある全国紙の中で、朝日新聞が3月24日付の記事において「三密」という言葉を使用しており、一番早く報道していたからである。二つ目は、『朝日新聞』は他紙（読売・毎日）に比べて特集記事や連載企画が充実していた。新型コロナウイルスが始まったばかりの2020年前半の時期に、「コロナに関する特集」というニューストピックを開設しており[13]、「コロナを生きる言葉集」、「医療危機」などの特集が組まれ、コロナ問題に力を入れていたからである。それらの中に、三密に関わる「ディスタンス」、「マスク」が含まれ、ヘルスコミュニケーションにおける課題を検討する記事が多く見られ、コロナ禍によりもたらされる社会問題を深く掘り下げる報道姿勢が感じられる。

また、本研究の分析期間は2020年4月1日から2020年7月31日までとした。2020年は「三密」という言葉が初めて広く認識された時期であり、「三密」に対する国民の認識を定着させる上で非常に重要な時期だったと言える。2020年2月24日に開催された専門家会議において、「三密」の原型は見解を出すと同時に示され、「三密」の3要素のうち、「密接」「密集」への警告が入っており、「三密」の起源となっていると考えられる（田中[14]）。2020年2月24日以降の記事を実際に調査すると、朝日新聞において2月24日に三密の構成要素（「近い距離」「一定時間以上の会話」など）が初めて登場し、その後の「2020年4月1日～7月31日」は「三密」という言葉が最も取り上げられた時期であることから、本研究の分析期間とした。

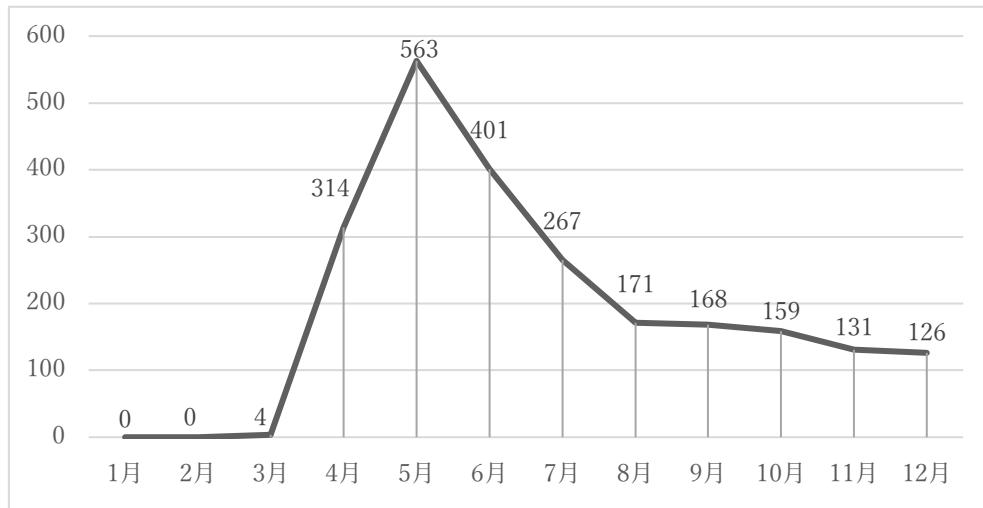


図1 2020年の朝日新聞における「三密」に関する記事数の変化

2.2 分析手順

一つ目の問い合わせに着目する第一段階の分析は、KH Coderを用いて、「コロナ」と「三密/三つの密」の両方をキーワードとして抽出した1548件の新聞記事を対象に計量テキスト分析を行った。月ごとに計量テキストの分析期間を区切って、「三密」の記事数や、KH Coderにより抽出した頻出語彙を用いて（樋口[15]）、報道の特徴を導き出し、「三密」に関する報道環境を把握して、報道の時系列変化を明らかにした。各月の記事数は、4月が314件、5月が563件、6月が404件、7月が267件であった。第二段階では、新聞報道が「三密回避」への行動変容をどのように促したかが明らかになるようコーディングルールを作成した。2020年4月1日～7月31日の計1548件の三密報道のうち、重複している記事、一週間のニュースの見出しをまとめた記事を除外し、残った1526件の記事をコーディングの対象とした。そのため、本研究の分析はあくまで「コロナ初期」の一側面を扱ったものである。

2.3 コーディングの基準

本研究では、C.エイブラハム[16]の『行動変容を促すヘルス・コミュニケーション：根拠に基づく健康情報の伝え方』で提示されている「健康行動変容技法」のうち、感情的態度と認知的態度という二つの側面を基盤に、奥原[17]が提示した『実践行動変容のためのヘルスコミュニケーションにおいて人を動かす10原則』を参照した。これらの10原則の具体的な内容は、「驚きを与える」、「クイズを使う」、「受け手の視点で考える」、「数字を使う」、「ストーリーを使う」、「視覚的・具体的に伝える」、「メリット・デメリットで感情に訴える」、「シミュレー

ションしてもらう」、「情報量を絞る」「中学生にもわかるように伝える」である。

C.エイブラハムの「健康行動変容技法」では、感情的態度と認知的態度の二つの側面の考え方を変化させるようにデザインされた技法を取り上げている。感情的態度は、行動や行動パターンによる対象者の感情の変化に焦点を当てている。具体的には、行動によって引き起こされる結果に対する個人の感受性を強調する技法や、行動によって起こりやすい感情の結果を記述する技法（体験談など）などが含まれ、これは奥原の「ストーリーを使う」「メリット・デメリットで感情に訴える」などの原則に対応する。認知的態度は、セルフエフィカシー¹⁾の強化に焦点を当てている。具体的な技法として、行動内容の教示、課題/目標の設定、行動のモデル化などが挙げられ、これは奥原の「数字を使う」や「シミュレーションしてもらう」といった原則に対応する。

本研究は奥原の10原則の中から、「数字を使う」、「ストーリーを使う」、「メリット・デメリットで感情に訴える」、「シミュレーションしてもらう」に焦点を絞って、コーディング項目を作成した。理由は以下の通りである。

「驚きを与える」、「クイズを使う」、「視覚的・具体的に伝える」は、新聞記事のような相対的に情報量が多い媒体より、チラシやポスターなどで使用されることが多い（奥原[17]）。チラシやポスターは、短時間で視覚的にインパクトを与えるため、驚き、クイズ、写真などの要素が効果的である。「受け手の視点で考える」は、健診・検診などの医療現場で多く使われるものであるため、本研究の分析に適していない。また、「情報量を絞る」「中学生にもわかるように伝える」という原則について判断する場合、「情報量の多少」「わかりやすさ（わかりにくさ）」を確認する必要がある。これらは受け手の主観的な意識に依存するので、本研究の分析項目に入れていない。これに対して、採用された原則についてそれぞれ見てみる。「数字を使う」ことで、数字で「他のみんなの評価や行動」を示す場合、相手を問わず、強い影響を与える。「ストーリーを使う」ことは、人間の思考と記憶に最適のコミュニケーションの形だと言われている。川端[19]はこのようなナラティブ型のヘルスコミュニケーションが合意形成に有効であると主張した。ストーリーにより、情報の受け手が共感し、説得力を高めることで、行動変容を促すのに効果的である。「メリット・デメリットで感情に訴える」について、感情を刺激した情報は定着しやすいことから、人が「行動変容のメリット」と「行動変容をしないデメリット」を強く感じるほど、その人はその行動をとる可能性が高くなる。O'Keefe[20]は疾病予防を促進するための説得コミュニケーションを行う場合、こうしたロス・ゲイン・フレームで健康情報を伝えると説得力が高いことを示唆した。「シミュレーションしてもらう」については、状況や行動を自ら具体的にイメージすることによって、自分で自分を説得することができる。行動をイメージした本人が、その行動を「実際にできる」と強く感じるほど、その行動がとられる可能性が高まる。

加えて、三密の伝達においては、報道で三密回避を強調する一方、社会機能を維持する必要性との間で対立が生じる状況が多く生じた。例えば、避難所、経済回復、保育園、病院などでこうした状況が見られた。ここでいうコンフリクトは、「感染拡大を防ぎたい」という社会的責任と、「自由に外出したい」「マスクを外したい」といった個人的欲求との間で生じる認知的・感情的な対立を指す。このような対立は、受け手に自己内省を促す重要なきっかけとなり得る。C.エイブラハムが提起する「感情的態度」や「認知的態度」の変化においても、このようなコンフリクトは両側面にまたがる要素として機能し、行動変容を促す力を持っているといえる。それゆえ、本研究ではコンフリクトを独自のコードとして「行動変容を促す報道」の一つとする。具体的なコーディングルールは、以下の表1の通りである。

表1 コーディングルール

分類	コーディング	コーディングの説明
行動変容を促す報道	数字を使う ²⁾	人々の評価や行動を示す数字
	ストーリーを使う	行動をとった人の体験談、病気が気になってしまった人の体験談、社会の人々の声に言及する
	メリット・デメリットで感情に訴える	行動するメリットや行動しないデメリットを伝える

	シミュレーションしてもらう	行動計画や行動目標など状況や行動を具体的にイメージできる情報を伝える
	コンフリクトを使う	避難所、経済回復、保育園など三密回避と矛盾する状況を伝えることで、複雑な社会環境に適応した感染予防対策の重要性を認識させる。
報道 行動変容を促さない	三密を背景にした事実報道	政府情報の伝達、事業施設の感染予防策、支援金の予算案、休校、ウェブ会議、事前予約制、無接触受付システム導入、在宅勤務などの事実を伝える
	そのほか	歌壇、俳壇など

1 件の記事を分析単位として、マルチカウントで報道内容をコーディングする。すなわち、一つの記事が複数のコーディングルールに合致した場合には、複数のコードを一つの記事に与えた。最後にコーディングされた結果の統計を取り、各項目の全体に占める割合や時系列による変化などを明らかにした。

3 計量テキスト分析

2020 年 4 月 1 日から 7 月 31 日までの記事数を調査し、曜日サイクルによる記事数の変化を以下の図 2 にまとめた（週単位）。また、KH Coder により、月別に頻出語彙を抽出し、頻出語彙による各月頻出語彙リストを作成し、報道の特徴を検討した（表2）。

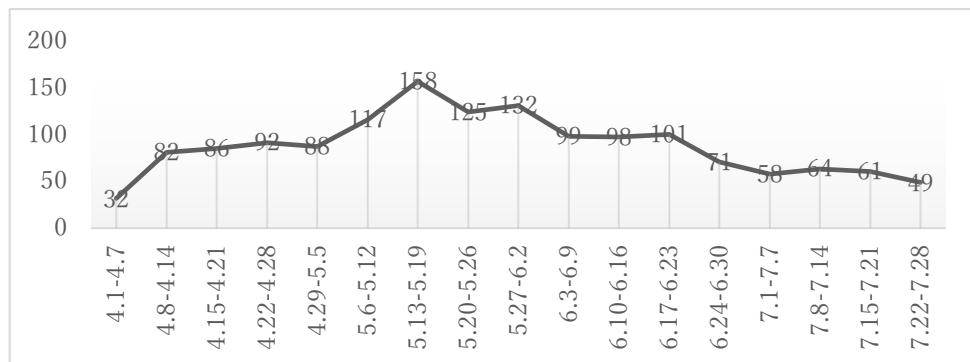


図2 2020年4.1～7.31の朝日新聞における「三密」記事数の変化

表2 各月頻出語彙リスト

4月記事に上位した100語									
抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
感染	1232	県内	224	出る	140	政府	105	避難	91
コロナ	671	密集	203	市	134	会見	104	検討	90
新型	606	外出	197	会議	127	担当	103	発表	90
要請	485	対応	196	医療	124	確認	102	市内	89
密	429	必要	196	支援	123	判断	102	声	89
ウイルス	426	話す	193	東京	123	方針	102	リスク	88
拡大	369	事業	191	決める	122	客	101	思う	87
休業	365	休校	189	利用	122	店	100	接触	86
県	364	受ける	186	時間	121	予定	100	企業	85
自粛	351	密閉	180	制限	121	考える	99	広がる	85
人	346	協力	173	出す	116	生活	99	全国	85

宣言	314	密接	172	子ども	115	飲食	98	説明	84
緊急	298	5月	160	多い	115	影響	98	中止	84
事態	288	呼びかける	160	営業	113	防ぐ	97	示す	83
知事	288	防止	160	地域	113	再開	96	午後	82
対策	257	学校	158	3月	111	聞く	95	今	82
施設	256	大阪	150	可能	111	会社	94	4月	81
対象	251	職員	149	勤務	109	相談	93	在宅	81
避ける	235	マスク	143	国	108	活動	92	スーパー	80
求める	228	状況	141	場合	105	店舗	91	福岡	80

5月記事に上位した100語

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
感染	1871	拡大	432	登校	257	確認	194	社会	176
コロナ	1063	緊急	403	店	234	事業	192	高校	174
新型	927	4月	402	利用	231	声	189	国	174
県	855	事態	398	外出	227	前	189	出る	173
再開	853	学校	389	マスク	224	続ける	189	消毒	169
密	731	防止	380	飲食	222	判断	188	担当	168
休業	726	求める	372	授業	220	示す	186	以降	167
要請	683	県内	359	続く	220	多い	185	市	166
ウイルス	647	避ける	359	考える	219	対象	185	5月	162
対策	641	中止	304	会議	215	決める	184	パチンコ	162
人	591	大会	299	休校	215	検討	183	延長	162
月	589	受ける	294	6月	211	リスク	182	今	161
解除	580	対応	280	経済	209	聞く	182	生徒	159
年	563	知事	277	時間	205	地域	181	使う	158
施設	487	必要	275	思う	204	予定	181	密集	157
自粛	464	生活	274	支援	200	開催	180	可能	154
話す	461	状況	267	場合	199	発表	180	不安	152
営業	457	客	263	子ども	198	県立	178	3月	151
宣言	447	全国	262	東京	196	呼びかけ	177	医療	150
避難	447	活動	258	影響	194	方針	177	徹底	149

6月記事に上位した100語

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
感染	1007	拡大	197	多い	144	災害	131	開催	108
コロナ	891	市	196	県内	143	参加	129	見る	107
新型	690	学校	195	生活	143	思う	124	実施	107
避難	689	受ける	182	会議	142	宣言	124	登山	107
密	581	客	180	6月	141	事業	121	リスク	106
対策	484	中止	178	時間	141	全国	121	場所	106
ウイルス	433	4月	172	状況	141	確認	120	職員	106
月	421	前	172	支援	140	観光	119	行う	105
人	421	活動	167	地域	140	事態	119	登校	105
年	418	オンライン	166	東京	138	防ぐ	118	企業	104
再開	383	対応	165	消毒	136	教室	117	高い	103
県	314	予定	161	解除	135	店	115	専門	103
話す	307	求める	160	聞く	135	今年	114	開設	102
避ける	300	子ども	158	呼びかけ	135	多く	114	間隔	98
マスク	263	使う	157	運営	134	休業	113	始める	98
施設	222	利用	156	緊急	134	声	113	午前	96
5月	220	必要	153	大会	134	回避	112	新しい	96
影響	211	営業	148	出る	132	確保	112	難しい	96
授業	208	自粛	148	7月	131	場合	111	午後	95
防止	199	担当	148	考える	131	続く	109	着用	95

7月記事に上位した100語

抽出語	出現回数								
感染	924	受ける	118	影響	91	リスク	76	徹底	66
コロナ	478	防止	118	経済	91	回避	76	社会	65

避難	442	状況	113	6月	90	日本	75	選手	64
新型	356	県内	110	施設	90	大阪	74	子ども	63
密	309	多い	108	予定	90	飲食	72	高い	62
対策	306	増える	104	活動	88	広がる	72	政府	62
人	289	出る	102	職員	88	場合	72	対象	62
ウイルス	261	前	102	知事	88	自粛	71	発生	62
月	236	対応	102	観光	87	実施	71	熊本	61
年	235	中止	102	今	86	場所	71	行動	61
東京	190	求める	101	全国	85	生活	70	豪雨	60
県	179	支援	100	利用	85	登山	70	事業	60
拡大	168	開く	98	専門	83	医療	68	会議	59
話す	148	参加	98	可能	82	再開	68	担当	59
避ける	143	呼びかける	97	地域	80	使う	68	男性	59
確認	140	考える	97	旅行	80	女性	68	防ぐ	59
市	131	災害	96	客	79	運営	67	5月	58
大会	128	検査	94	コロナ	78	接触	67	自治体	58
必要	126	開催	93	発表	78	今年	66	続く	58
マスク	124	思う	93	4月	77	声	66	検討	57

図2を見ると、5月と6月の三密の記事数が目立っている。5月と6月に、マスメディアは三密の議論に注目し、三密に関する記事を多く取り上げたことによって、人々は三密に対する認識を構築し、自分の意識、行動に影響を与えた可能性が高いと考えられる。頻出語リストを見ると、緊急事態宣言に関する語として、「緊急」、「事態」、「宣言」が2020年4月から6月までの三密に関する新聞報道で頻出している。この期間は「緊急事態宣言の発令・継続・解除」に重点を置いて言説を構築する傾向があることがわかった。

月別の三密に関する記事を見ると、4月7日に第1回緊急事態宣言が発令されたことを受け、三密の定義を政府が正式に発表した2020年4月は、「密集（203回）、密閉（180回）、密接（172回）」といった三密の構成要素を新聞記事で繰り返し強調し、三密の回避に関する対策方針の伝達が中心となっている。三密概念の起源である「新型コロナウイルス感染症対策専門家会議」において、多く提起されていたと見られる（会議の回数：127回）。

そして、緊急事態宣言の解除・延長をめぐる議論が盛んだった5月には、新聞記事で三密回避における懸念を取り上げながら、緊急事態宣言の「解除」（580回）と社会施設の「再開」（853回）が検討されていた。そこでは、「緊急事態宣言を解除するか」を議論すると同時に各事業施設の再開が重要な社会課題として位置付けられていた。三密回避における懸念は、社会施設の再開と関わる基準として検討されていた。同時に、緊急事態宣言が解除されたかどうかに関わらず、コロナ感染防止のため、三密回避が持続的な課題であることを強調していた。

2020年5月25日に緊急事態宣言が解除され、6月になると、社会施設や社会活動の再開により、通常の社会生活に戻ろうとしていた。こうした社会活動の再開に伴い、社会生活と三密回避の間の矛盾「避難（689回）、運営（134回）」も徐々に生じるようになった。「オンライン」（166回）と「学校」（195回）が頻出語彙として登場した。学習の遅れを取り戻すことを求める一方で、「換気の悪い密閉空間」「人の密集」「近距離での会話」の三密になる場所を徹底的に回避するための新しい取り扱い方を示した。さらに、6月になり梅雨や台風シーズンを迎えたことにより、災害に関する社会問題が顕在化した。特に、梅雨末期に九州を中心とした豪雨が起り、7県に大雨特別警報が発表され、全国で約65万世帯、約140万人に避難指示が発令された（一般財団法人国土技術研究センター[22]）。これにより、6月の記事で、避難所に関する「避難」（689回）についての言及回数が激増し、「災害」（131回）と「運営」（134回）も頻出語彙に入った。災害発生時、人々は一時的に避難所に集中するため、避難所が過密状態になりやすい状況を示している。これらは緊急事態宣言の解除後、三密を回避する中でウイルスと共存する新たな生活様式を取り上げたものであり、三密という課題の常態化を示唆している。

2020年6月の梅雨に続き、7月3日から8日にかけて、特に顕著な大雨が発生した（一般財団法人国土技術研究センター[22]）。これにより、「避難」（442回）が引き続き7月の頻出語彙に入るとともに、「豪雨」（60回）という言葉が新たに登場した。一方で、コロナの感染状況が落ち着いた7月は、自粛を緩和する中、「経済（91回）と事業（60回）」が頻出語彙に入り、三密回避と社会経済活動をどう両立させるかが重要な検討課題となった。社会経済活動再開の一環として、国土交通省の赤羽大臣は2020年7月10日の会見で、新型コロナ禍で急減した消費を喚起する「GO TO トラベル事業」を7月25日から実施することを発表した（国土交通省「21」）。頻出語彙表に「観光（87回）、支援（100回）、旅行（80）」が見られる。また、「検査」（94回）という言葉が頻出リストに初登場し、PCR検査の実施が常態化するようになったことがうかがえる。これは経済活動や社会活動を続けるた

め、積極的にPCR検査を受けることを求める内容の記事が多かったことを反映している。7月の報道において主題は相対的に分散しており、感染拡大防止措置を呼びかける主体は、徐々に社会施設の事業者から社会施設の利用者に移行する傾向が見られた。

4 コーディング分析

4.1 コーディング結果の概観

2020年4月1日～7月31日にかけて1526件の対象報道をコーディングした。その内訳は、行動変容を促す報道が726件(47.58%)、三密を背景にした事実報道が735件(48.17%)、その他の報道が65件(4.26%)である。行動変容を促す報道は47.58%と、全体のおよそ半分の割合を占めており、三密を背景にした事実報道の件数とほぼ同じである(図4)。緊急事態宣言の発令や感染症対策の社会的認知が進む中で、新聞報道は単なる情報提供だけでなく、具体的な行動を促すヘルスコミュニケーションが重視されるようになった状況を反映していると考えられる。

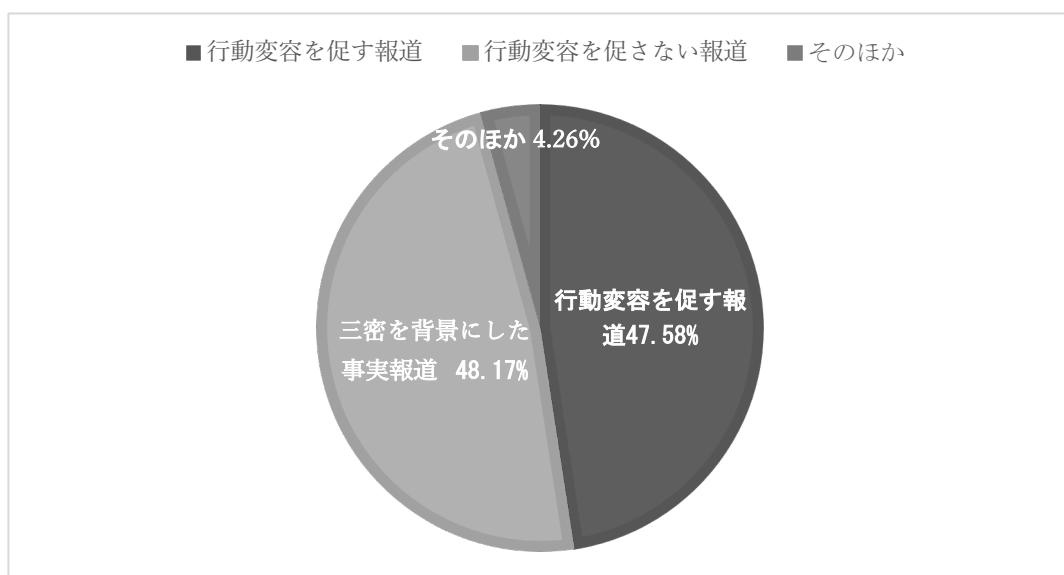


図4 コーディング結果の概観

4.2 内容別に見る「三密」報道の行動変容

三密報道において、行動変容を促す報道と三密を背景にした事実報道のそれぞれの内訳について、「数字を使う」は全体に占める割合が一番多く、32.96%である。次いで、「シミュレーションしてもらう」が13.56%、「コンフリクト」が20.9%、「ストーリーを使う」が6.29%、「メリット・デメリットで感情に訴える」が4.65%である。「ストーリーを使う」と「メリット・デメリット」は比較的低い割合である。ここから、「シミュレーション」、「コンフリクト」「数字」に分類された記事は「ストーリー」と「メリット・デメリット」に分類された記事より明確に多かったと言える(表4)。「行動変容を促さない報道」がわずかに多い割合を占めていることがわかる。図5は、各行動変容原則に分類された報道件数の一週間ごとの変化を示しており、社会状況の変化と連動した報道傾向の推移を把握できるようになっている。

表3 内容別に見る三密報道（マルチカウントによる、n=1526）

		4月	5月	6月	7月	総計
行動変容を促す報道	数字	101 (6.62%)	166 (10.88%)	139 (9.11%)	97 (6.36%)	503 (32.96%)
	ストーリー	26 (1.07%)	31 (2.03%)	26 (1.70%)	13 (0.85%)	96 (6.29%)
	メリット・デメリット	31 (2.03%)	25 (1.64%)	8 (0.52%)	7 (0.46%)	71 (4.65%)
	コンフリクト	19 (1.24%)	43 (2.82%)	67 (4.39%)	37 (2.42%)	166 (10.88%)
	シミュレーション	28 (1.83%)	76 (4.98%)	71 (4.65%)	32 (2.10%)	207 (13.56%)
行動変容を促さない報道		141 (9.24%)	296 (19.40%)	184 (12.06%)	114 (7.48%)	735 (48.17%)

図5のように、行動変容を促す報道は4月1日から7月31日かけて上下に変動を繰り返している。分析は、「4月1日～7月31日」の期間を、(1) 4月1日～5月25日 (2) 5月26日～7月9日 (3) 7月10日～7月31日という三つのフェーズに分けた。行動変容を促す各原則の報道数の推移としては、第Iフェーズが742件、第IIフェーズが596件、第IIIフェーズが188件であった。

第Iフェーズの終点である5月25日は第一次緊急事態宣言が解除された日であり、この時期は第一次緊急事態宣言が実施された4月7日～5月25日とほぼ重なっている。この期間は、「三密」言説や「緊急事態宣言の実施・解除・延長」に関する議論が集中して展開された時期である。第IIフェーズは、緊急事態宣言を解除した後、豪雨や台風など災害のリスクが高まる時期である。特に7月3日から8日にかけて九州地方を中心に発生した大雨は、多くの地域に甚大な被害をもたらした（一般財団法人国土技術研究センター[22]）。同時に、緊急事態宣言解除後の社会経済活動の再開に伴い、公共施設の利用やイベントの実施、社会経済の活性化に向けた動きも活発化していた。第IIIフェーズの始点である7月10日は、「GO TO トラベル事業」が発表された日である（国立国会図書館調査及び立法考査局[23]）。社会生活の再開とともに、三密回避と社会活動を並行する中で、様々な社会課題が新たに生み出された時期である。

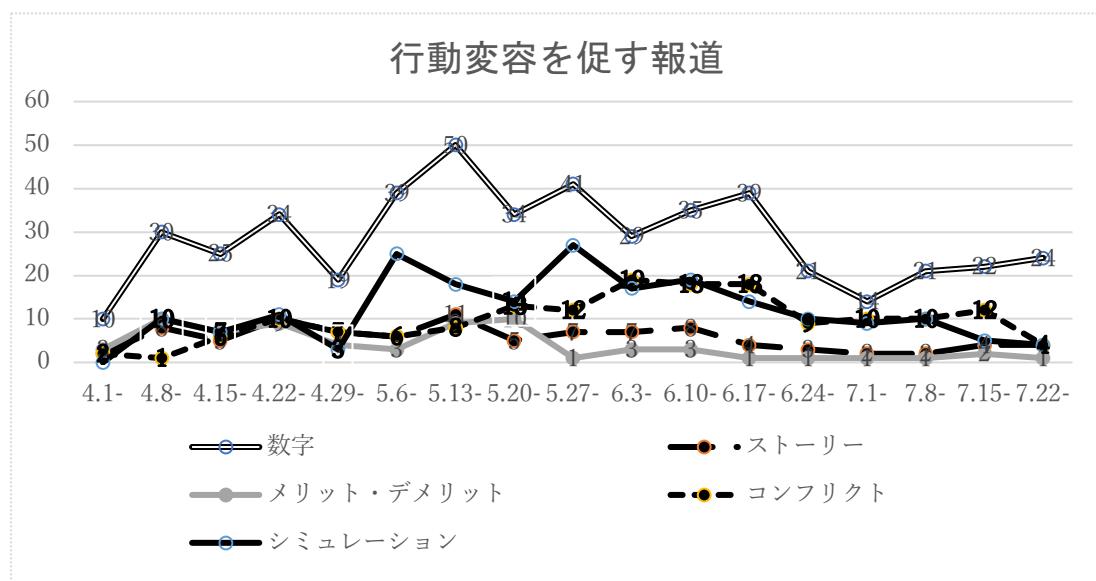


図5 行動変容を促す各原則の報道数の週ごとの変化

5 考察

社会全体に向けての三密回避は、複雑で新しい行動変容を求めるものであり、感染拡大防止の重要な対策の一環として位置付けられる。新聞メディアは「三密回避」を伝える上で重要な媒体となることから、本研究では、市民の感染防止行動を促すために、新聞メディアがどのように「三密回避」を伝えたかを検討した。その結果、行動変容を促す報道は三密報道において 47.58%を占めていた。行動変容を促す報道のうち、「数字を使う」が 32.96%、「シミュレーションしてもらう」が 13.56%、「コンフリクト」が 20.9%、「ストーリーを使う」が 6.29%、「メリット・デメリットで感情に訴える」が 4.65%であった。またこれらの項目の割合は、時系列でみると変化していることが明らかになった。

5.1 内容から見る「三密」報道の行動変容

全体的に見ると、三密に関する新聞報道において、行動変容を促すような記事は、全体のおよそ半数を占めており、新聞報道は具体的な行動変容を促すヘルスコミュニケーションを重視する傾向が見られる。そして、行動変容を促す報道の中で、「ストーリーを使う」や「メリット・デメリット」より「シミュレーション」、「コンフリクト」「数字」の占める割合が比較的高いことがあげられる。さらに、これら「数字」と「シミュレーション」の原則を組み合わせた形で表現する記事も多く見られた。「シミュレーション」や「数字」に分類された記事は、内容に実際のデータや行動計画を示すことで、コロナの感染状況や感染拡大防止政策の実施を具体的にイメージできる。行動を具体的にイメージしてシミュレーションすることで、必要な知識が不足している人たちのセルフエフィカシーを高めることができる。報道に人々の行動や評価を示す数字を用いることで、社会的行動が正しいと考えさせ、社会的証明の効果を得られるかもしれない。三密報道の行動変容は行動の「真実感」「できる感」を得られるように工夫を加え、C.エイブラハム[16]が提示した「健康行動変容技法」の感情的態度と認知的態度のうち、認知的な面からヘルスコミュニケーションを行ったものが多いと考えられる。

したがって、行動変容を促す報道の中で、認知的な側面からヘルスコミュニケーションが行われたものが多いことがわかった。しかし、認知的な側面からのヘルスコミュニケーションが支配的であり、行動変容のための説得に重要である感情的要素に配慮していない傾向がある。そのため、朝日新聞では三密に関する健康情報を伝える際に先行研究で提示されているロス・ゲイン・フレームとナラティブの手法を活用しなかったと考えられる。C.エイブラハム[16]は、行動変容の促進において、情報を伝える際に、感情的と認知的に関する各行動変容技法の組み合わせが最も効果的であると指摘している。したがって、今後は、公衆衛生向上の立場から、認知的な手法に加えて感情的な手法も取り入れた健康関連記事が望ましいと考えられる。

5.2 時系列から見る「三密」報道の行動変容

三密報道の変化の動向と当時のコロナ下の社会状況とが繋がっていたことが示唆された。第Ⅰフェーズでは、三密概念が提出されたばかりであり、報道が社会の様々な場所での三密の具体的な実施策に焦点を当てることで、三密回避のための人々の行動方針を可視化している。図5から見ると、第Ⅰフェーズにおいては「数字を使う」に分類された記事が最も多く、次いで「シミュレーションしてもらう」が多かった。緊急事態宣言に伴う「自粛」、「休業」「休校」(表 2)といった社会課題を伝える際に、数字や行動を取り上げ、三密に関する情報を具体化することによって、三密回避の概念の重要性を強調した。具体的には、各地感染者数の増減、施設における混雑度の推定、クラスター発生事例に関するデータなどが提示され、休校・休業・外出自粛などの行動を取る必要性を強調する内容が中心であった。そのため、第Ⅰフェーズでは、「三密回避概念の定着」を中心に報道していたと考えられる。第Ⅱフェーズの間、「コンフリクト」にある記事も大幅に増加し、三密回避と現実の間の衝突が深刻化することで、社会危機の意識共有という役割を果たしていたと考えられる。例えば、6月からの梅雨や台風シーズンによって、避難所における過密状態への懸念、学校再開に伴う子どもたちの学習、経済活動再開による人流増加と感染防止策の両立の難しさなどが取り上げられた。「シミュレーション」に分類された記事は引き続き多く見られ、一般的な社会施設での三密対策に加え、避難所、山小屋などの三密回避が困難な場所での対策に焦点を移していた。さらに「ストーリー」に分類された記事が増加し、市民の感想や声を取り上げ、「三密回避の確保」と「日常生活の継続」のバランスを取ることの難しさを伝えていた。第Ⅲフェーズの新聞報道は、「三密回避の矛盾」に関わる社会的な葛藤を言説化し、報道の中心が三密と共に存しながら日常生活を再構築していく過程や、その中で生じる現実的な課題の共有へと移行していた。第Ⅲフェーズの間、新型コロナウイルスの感染状況は少しずつ収まりを見せ、社会施設の再開がさらに進んでいった。全体的に行動変容原則に基づく記事数が以前より減少し、三密回避の呼びかけも徐々に落ちついてきた。観光喚起を目的とした「GO TO トラベル事業」の推進に

より、経済活動の再活性化が強調されるようになり、社会経済活動の回復に焦点を当てた三密に関する事実報道が多く見られるようになった。三密回避を促す具体的な行動指針の提示や、感染リスクを可視化する「シミュレーション」「数字」を用いる記事は減少した。そのため、この期間の報道は、単に三密を避けることの重要性を強調する段階から一歩進み、三密回避を前提とした「新しい日常」を模索する段階へと移行していることが示唆される。新聞報道は、三密回避が社会で「常態化」する過程を描き、日常の一部として意識させていることがわかった。

このような知見から、「三密回避」における社会的文脈に従って、三密を取り扱った報道の中心に変化があることを明らかにした。分析結果から前述のように、第Ⅰフェーズでは「三密回避」を「緊急事態宣言継続か解除か」の文脈上で報道していたため、報道内容は三密の社会状況を確認する言説が繰り返される中で、三密回避の重要性を意識させる内容となっていた。第Ⅱフェーズでは緊急事態宣言が解除される中、社会活動を進める上で、三密を回避することとの矛盾が新聞記事から浮かび上がってきた。第Ⅲフェーズにおいては、三密回避の実施を長期的に維持する必要から、「三密常態化」に関する言説が多く見られた。以上から、三密課題の複雑化・深刻化や多様な社会事態など環境が激しく変化している中、新聞報道は、三密回避のための行動を場面ごとに具体化するとともに、三密回避が直面する社会課題など問題提起を行っていたと言える。先行研究では日本政府による行動変容のためのコミュニケーションが不十分であるという指摘や、「三密」概念そのものの不明瞭性や定義の欠如への批判 (Shimizu[10] ; 吉川[11]) がみられるが、本研究による実証分析を通じて、新聞は報道において三密実施の具体例、市民の声、具体的な行動計画など詳しくわかりやすい情報を取り上げていたことがわかった。ここから、新聞報道は政府の情報発信を補完する役割を果たしていたと評価できる。また、公衆衛生事件において、新聞報道は行動変容を促す情報を一定程度取り上げており、人々の健康行動の促進に力を入れた報道姿勢を示していたことを明らかにした。つまり、受け手の行動変容を促進するヘルスコミュニケーションとしての役割を果たしていたと考えられる。また、新聞報道は人々の健康行動を促進しようとする情報を発信すると同時に、この発信の手法は社会環境の変化につながる可能性が示唆された。そのため本研究は、新聞報道において、公衆衛生の緊急事態における問題意識の共有と構築、そして行動変容の促進のため、どのような内容を伝えるかを検討していく際に重要な示唆を提供する。

本研究は送り手研究としてヘルスコミュニケーションの視点から、日本の新聞が行動変容のための情報を発信するという特徴を明らかにした。しかし、本研究は朝日新聞一紙に限定した分析であるため、今後は他の全国紙や地方紙、テレビ・SNS といった他の媒体との比較分析により、より包括的なヘルスコミュニケーションの特徴を把握することが求められる。そして、ヘルスコミュニケーションの効果を解明するためには、受け手にも焦点を当てる必要がある。分析の精緻化を図ると同時に、ヘルスコミュニケーション情報は実際に受け手の行動変容にどの程度影響を与えたのかを実証的に分析していくことが本研究の今後の課題である。

[注]

1) セルフエフィカシー（自己効力感）は、動機付けや行動スキルを向上させ、効果的な行動変容のために重要な前提条件となる。人が行動や成果を求められる状況下において、自分自身に遂行する能力、成果を出す能力があると認識できるかどうかを表す。

2) 表1「数字」の分類については、記事中に数値が登場していても、その文脈がコーディング基準の定義に一致しない場合には、「数字」として分類していない。例えば、年齢や日付、滞在日数などの単なる情報提示にすぎない数値については、「三密に関わる人々の評価や行動を示す情報提示」とは見なさず、「数字」のカテゴリには含めていない。

[参考文献]

- [1]厚生労働省. 新型コロナウイルス クラスタ対策班の設置について. 2020
https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_09743.html (2025年2月20日アクセス可能)
- [2]厚生労働省. 新型コロナウイルス感染症対策専門家会議の設置について. 2020
https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000121431_senmonkakaigi.html (2025年2月20日アクセス可能)
- [3]厚生労働省. 新型コロナウイルス感染症対策の基本方針の具体化に向けた専門家の見解(2月24日). 2020
https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/newpage_00006.html (2025年2月20日アクセス可能)
- [4]竹下 俊郎. メディアの議題設定機能増補版：マスコミ効果研究における理論と実証. 学文社. 2008

- [5]総務省情報通信政策研究所. 令和2年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書. 2021.
https://www.soumu.go.jp/main_content/000765258.pdf
- [6]一般社団法人日本新聞協会. 新型コロナウイルスとメディア接触・信頼度調査. 2020
https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/audience/files/COVID_19.pdf
- [7]宮脇 梨奈, 石井 香織, 柴田愛, 岡浩一朗. 新聞に掲載されたがん予防関連記事の内容分析. 日本公衛誌 2017;64(2):85-94
- [8]町田夏雅子, 石川ひろの, 岡田昌史, 加藤美生, 奥原剛, 木内貴弘. 受動喫煙規制に関する新聞記事の内容分析. 日本公衛誌 2018;65(2):637-645
- [9]菅原 慎悦, 小林 誠道, 長井 裕傑. 新聞メディアはCOVID-19をどう報じたか? :全国紙における「接触8割減」の内容分析. 社会安全学研究 2021;11:57-81
- [10] Shimizu, Kazuki, George Wharton, Haruka Sakamoto, and Elias Mossialos. Resurgence of covid-19 in Japan: The government looks set to repeat its mistakes. *Editorials* 2020;370:m3221
- [11]吉川肇子. 新型コロナウイルス感染症におけるリスク・コミュニケーションの問題. 日本情報経営学会情報経営 2021;82(0):9-12
- [12]島崎崇史. ヘルスコミュニケーション-健康行動を習慣化させるための支援. 東京:早稲田大学出版部. 2016;18-19
- [13]朝日新聞. 新型コロナに関する特集・連載について. 2020
<https://www.asahi.com/special/coronavirus/feature/> (2025年2月20日アクセス可能)
- [14]田中 重人. 「3密」概念の誕生と変遷-日本のCOVID-19 対策とコミュニケーションの問題-. 東北大学文学研究科研究年報 2021;70:57-81
- [15]樋口 耕一. 社会調査のための計量テキスト分析-内容分析の継承と発展を目指して. 京都:ナカニシヤ出版 2020;17-48
- [16]C.エイブラハム, M.クールズ. 行動変容を促すヘルス・コミュニケーション: 根拠に基づく健康情報の伝え方. 京都:北大路書房 2018;87-146
- [17]奥原剛. 実践行動変容のためのヘルスコミュニケーション. 東京:大修館書店. 2021;16-142
- [18]奥原剛, 木内貴弘. ヘルスコミュニケーションの新たな展開-進化生物学的視点によるがん対策への示唆. 医療と社会 2020;30:91-94
- [19]川端 祐一郎, 藤井 聰. ナラティブ型コミュニケーションの性質と公共政策におけるその活用可能性の研究. 土木計画学研究・講演集 2013;1-4
- [20] Daniel J. O'Keefe & Jakob D. Jensen. The Relative Persuasiveness of Gain- Framed and Loss-Framed Messages for Encouraging Disease Detection Behaviors: A Meta-Analytic Review. *Journal of Communication* 2009;59(2):296-316
- [21]国土交通省 赤羽大臣会見要旨. 2020 <https://www.mlit.go.jp/report/interview/daijin200710.html> (2025年4月26日アクセス可能)
- [22]一般財団法人 国土技術研究センター. 令和2年7月豪雨災害調査報告. 2020
http://www.jice.or.jp/cms/kokudo/pdf/tech/reports/38/jice_rpt38_08.pdf (2025年4月26日アクセス可能)
- [23]国立国会図書館 調査及び立法考査局. Go To トラベル事業の経緯と論点. 調査と情報—ISSUE BRIEF —. 1193

[謝辞]

本研究は、JST 次世代研究者挑戦的研究プログラム JPMJSP2119 の支援を受けたものです。

ⁱ maiqing321@yahoo.co.jp