

論文要旨

ニュース記事制作・選択の権限委譲
~ユーザー・人工知能の参加が及ぼす影響~

修士号請求論文

指導教授：西川英彦教授

法政大学大学院 経営学研究科 経営学専攻修士課程

マーケティングコース

田中 祥子

新聞の発行部数や雑誌・書籍の販売額が下がり続けている。さまざまな情報を無料で閲覧できるインターネットの情報サイトが増え、情報を有料で提供するというコンテンツビジネスの根幹が揺らいでいる。中でも、社会で起きた出来事を伝える「ニュース」は無料で配信されることが増えてだけでなく、これまで新聞社の記者やジャーナリストが手掛けてきた記事を、読者であったユーザーや、人工知能が担うなど提供過程にも大きな変化が生じている。

本研究では、ユーザー・イノベーションに関する研究を援用し、新聞社の記者が担ってきたニュース制作や選択を、ユーザーや人工知能が代替した場合の態度への影響を調査する。まず、ニュースの提供者が異なる場合、読者が実感することを抽出するために、定性調査を実施した。次に定量調査を行い、異なる分野の記事、功利的な経済ニュースと情緒的な社会ニュースについて、それぞれ提供者が記者・ユーザー・人工知能であった場合のニュースに対するユーザーの製品態度、購読意向、企業態度を実験により明らかにした。

本研究より得られた知見は、以下の3点である。

- 1点目は、分野は社会ニュースが態度に正の影響を与える。
- 2点目は、提供方法は、制作より選択が、態度に正の影響を与える。
- 3点目は、提供者においては、ユーザー参加が製品態度、購読意向、企業態度に正の影響を与えるわけではないということである。

本稿の理論的貢献は、テキスト情報で構成されたニュース、つまり有形財ではない情報財に焦点を当て、ニュースの制作者と選択者が異なる場合のユーザー態度を明らかにした点である。実務的貢献としては、ニュースサイト運営者が、自社サイトへの閲覧数や訪問者の増加、購読者の獲得を考えた際の施策立案の示唆となる点である。