

メディア・世論調査への 不信の多面性

— 社会調査データの分析から —

稲増 一憲

関西学院大学社会学部

-
- 1 はじめに
 - 2 メディア・世論調査は信頼されているのか
 - 3 メディア・世論調査への信頼の規定因
 - 4 メディアと世論調査への信頼についての
社会調査から見えること
 - 4.1 マスメディア不信は党派性と結びついて
いるのか
 - 4.2 マスメディア・世論調査不信の元凶は
インターネットか
 - 4.3 マスメディア・世論調査不信はメディア
リテラシーか 政治からの退場か

1 はじめに

本稿は2015年5月に放送文化研究所によって行われたランダムサンプリングに基づく留置調査の結果をもとに、メディアと世論調査に対する信頼について検討するものである。

インターネットの普及によって、ソーシャルメディアやブログ、電子掲示板などにおいて、毎日のように人々がマスメディアの報道に対する批判を行う姿を目にするようになった。また、複数のメディア事業者が行った世論調査の結果が比較され、その相違についての批判がなされることも、当たり前のように行われるようになった。

マスメディアの影響力を考えても、人間が行う以上完全に無謬・中立・客観的な報道が不可能であるということを考えても、報道や世論調査の内容が人々に検証され、自由に批判されること自体については、望ましいといえよう。しかしながら、マスメディアや世論調査に対する批判の中には明らかな事実誤認に基づくものも少なくない。たとえば世論調査に対する「たった数千人に調査をしても何も分からない」「新聞社の世論調査はその新聞の読者だけを対象としている」といったものはその典型である。

もし、インターネットの普及とともに、民主主義社会においてマスメディアはもはや必須の存在でなくなったのだとすれば、マスメディアに対する信頼の低下は、時代の必然であり、ことさら問題とすることではないのかもしれない。しかし実際には、ポータルサイトやソーシャルメディア、ニュースキュレーションアプリなどによるニュースの発信も、その情報源の多くはマスメディアに依存しており、現状ではマスメディアに代わる取材や報道の担い手が登場しているとは言えないのが現状である。また、世論調査についても、現状では新聞社やテレビ局が行う世論調査以上に有権者全体の意見を反映している調査は存在しない。このような現状においては、マスメディアや世論調査への信頼の低下が民主主義を蝕む危険性がある。

メディアが多様化する中でマスメディアの信頼性低下という問題は日

本に限られたものではない。Ladd (2012) は米国において、マスメディアへの信頼の低下によって、ニュースが視聴者獲得競争という経済的プレッシャーに晒されたことがコンテンツの娯楽化を招き、それがかえって報道の質を低下させ、さらなる不信を招くという負のスパイラルの存在を指摘している。このように、マスメディアの信頼の低下については、日本に限らず、多くの民主主義国がこれから向き合っていかなければならない問題といえる。

本稿では、そのための一歩として、まずはマスメディアと世論調査に対する不信という現象が広く見られる現象なのか、起こっているとすればどのような側面において生じているのかということを社会調査データの分析によって検討する。次節において、まずはメディアと世論調査に対する信頼について、さまざまな側面から尋ねた回答の結果を紹介する。

2 メディア・世論調査は信頼されているのか

今回の調査では新聞社・テレビ局への信頼を尋ねているが、どちらの項目もマスメディアへの信頼の低さを窺わせる結果となっている。

新聞社を「とても信頼している」のはわずか3.0%であり、「かなり信頼している」35.2%を合わせた割合は、「あまり信頼していない」と「まったく信頼していない」の合計を下回る。テレビ局に対してはより信頼度が低く、「とても信頼している」は3.1%、「かなり信頼している」は29.6%であった。なお、この信頼度を他の組織や人と比較すると、マスメディアへの信頼度は、警察や自衛隊・裁判所よりは低く、総理大臣や地方自治体と同程度、国会や政治家よりは信頼されているという状況にある(図1)。ただし、上記の結果からマスメディアが有権者に見放されていると結論付けるのは早計である¹⁾。

図2は「テレビのニュース」「新聞の記事」「週刊誌・雑誌の記事」「ポータルサイトのニュース」「掲示板やブログ」という5媒体に対する信頼度

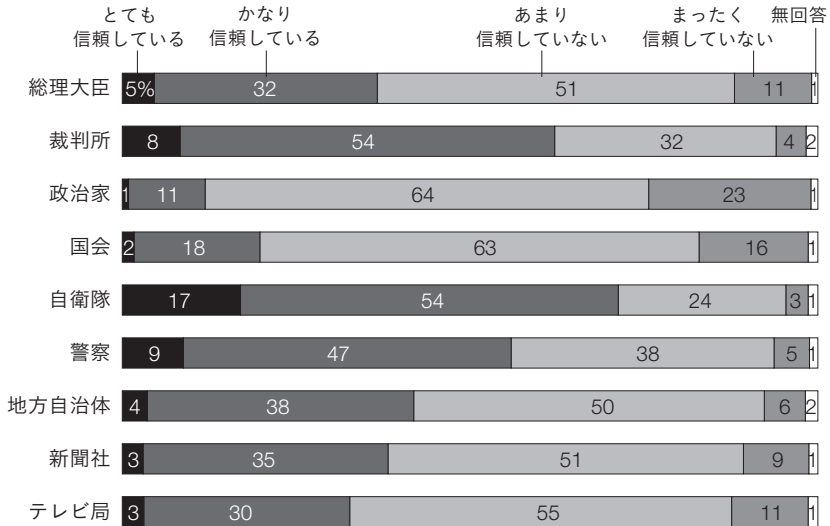


図1 各組織・人への信頼度

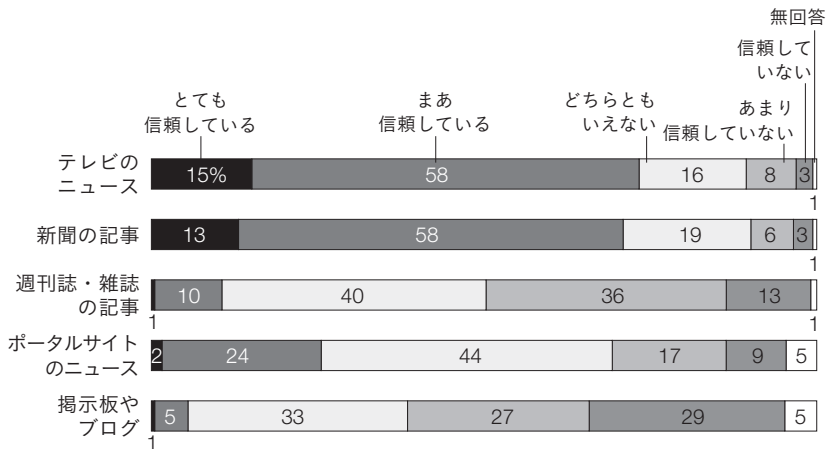


図2 報道媒体への信頼度²⁾

を尋ねた結果だが、テレビニュースと新聞記事に対する信頼は決して低くない。テレビニュースは「とても信頼している」が15.1%、「まあ信頼している」が58.2%、新聞記事は「とても信頼している」が13.1%、「まあ信

頼している」が57.8%と、どちらも7割以上の回答者から一定の信頼を獲得しているのである。掲示板やブログ、週刊誌・雑誌の記事、ポータルサイトのニュースでは「とても信頼している」と「まあ信頼している」を合計した割合は3割以下であり、テレビニュースおよび新聞記事に対する信頼度の高さは、これらの媒体とはまったく比較にならない水準である。新聞社・テレビ局という組織に対する信頼度は高くないものの、マスメディアが発信する記事・ニュースに対する信頼は決して低くないということである³⁾。

加えて、多くの人々は民主主義においてマスメディアの役割が重要だとも考えている。「選挙」「国会」「政党」「テレビ・新聞」「インターネット」「世論調査」という6つの対象について、「〇〇があるから国民の声が政治に反映される」という文章に同意するかを尋ねた結果を示したものが図3である。

この結果によれば、「テレビ・新聞があるから国民の声が政治に反映される」という質問に対して「そう思う」人は12.6%、「どちらかといえばそう思う」人は44.4%であった。これは「選挙」と同水準であり、「インターネット」や「政党」、「国会」に比べて同意する割合が明らかに高い。今

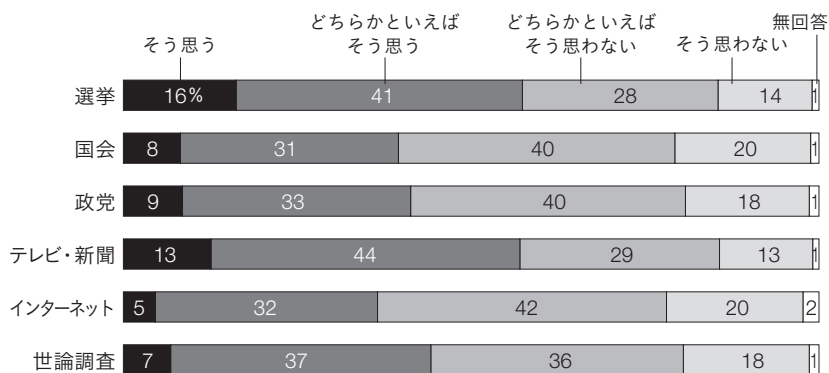


図3 ○〇があるから国民の声が政治に反映されるという質問への賛否

回の調査の主眼のひとつは「世論調査に対する世論」を明らかにすることだが、「世論調査」に対しては、「そう思う」が6.8%「どちらかといえばそう思う」が37.4%と両者を合わせた割合は、「テレビ・新聞」や「選挙」と「インターネット」「政党」「国会」の間に位置している。

図4は世論調査に対する人々の捉え方をより詳しく見たものである。

世論調査の中立性に関する項目について見ると、「世論調査の結果は政治家に操作されている」という質問に対して「そう思う」人は4.0%、「ややそう思う」人は15.7%、「世論調査の結果はマスメディアに操作されている」という質問に対して「そう思う」人は5.2%、「ややそう思う」人は24.4%と、世論調査の中立性を疑う回答者は多数派ではない。ただし、両項目とも「どちらともいえない」という回答が4割程度（政治家：39.8%、

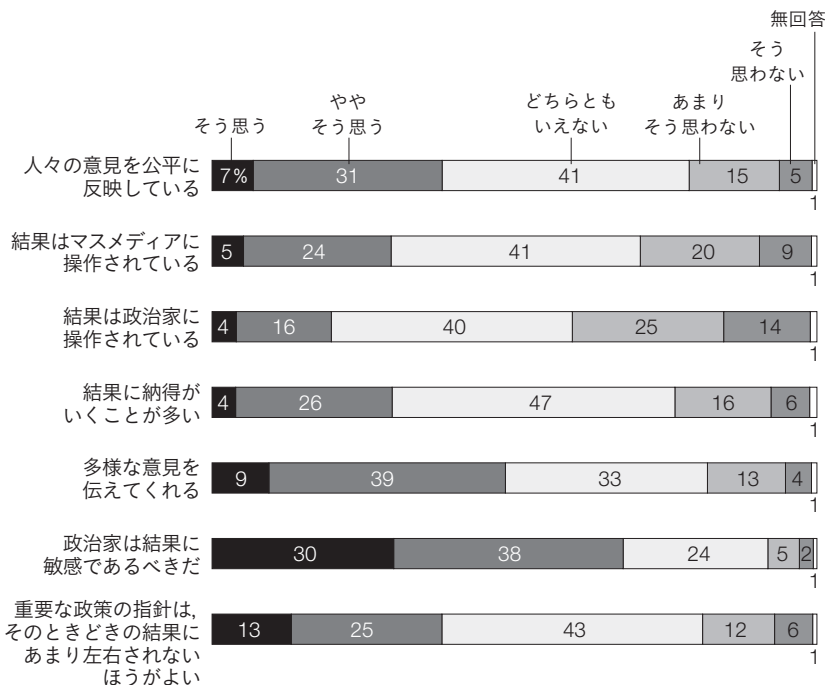


図4 世論調査に対する人々の捉え方

マスメディア：41.2%) に達しており、信頼されているとも言い難い結果である。これは、「世論調査は人々の意見を公平に反映している」という質問についても同様であり、「どちらともいえない」という回答が40.8%で最多となっている。

その一方で、「政治家は世論調査の結果に敏感であるべきだ」という質問に対しては「そう思う」が30.0%、「ややそう思う」が37.9%であり、同意する回答者が明らかに多い。「重要な政策の指針は、そのときどきの世論調査の結果にあまり左右されないほうがよい」という質問に対しても「そう思う」が13.1%、「ややそう思う」が24.9%に留まっていることを考えても、世論調査の結果を政治に反映させることについては多くの有権者が肯定的なようである。

これまで見てきたように、マスメディア・世論調査ともに手放しの信頼を得ている状況にはないが、国民の声を政治に反映させるための存在としては、ある程度の役割を認識されているというのが現状のようである。あるいは役割を認識しているからこそその厳しい目線が存在するのかもしれない。

3 メディア・世論調査への信頼の規定因

前節では、回答者全体の傾向、あるいはそこから推測される日本の有権者全体の傾向を明らかにしてきた。しかし当然のことながら、有権者の中にはメディアを信頼する人もいればしない人もいる。本節においては、これまで見てきたマスメディア・世論調査に対する信頼に関わる項目と他の質問項目との関連を検証することで、信頼性の個人差を規定する要因について探る。

マスメディア・世論調査に対する信頼との関連を調べる項目群は、①年齢・性別・学歴・収入といったデモグラフィック要因、②主要政党（自由民主党・民主党・公明党・維新の党・日本共産党）に対する支持⁴⁾、③ニュー

メディア（テレビの政治ニュース・新聞の政治記事・インターネットの政治ニュース・インターネットで政治に関する他者の意見）に対する接触頻度、④政治との関わりを尋ねる項目（政治関心・政治知識・政治的有効性感覚）の4つである。

ニュースメディアへの接触については「ほぼ毎日」「週3～4日程度」「週1～2日程度」「たまに利用する」「ほとんど・まったく利用しない」の5段階で測定されており、回答の度数分布は表1に示した通りである。

政治関心は「選挙のある、なしにかかわらず、いつも政治に関心を持っている人もいますし、そんなに関心を持たない人もいます。あなたは政治上のできごとに、どれくらい注意を払っていますか。」という質問に対して、「かなり注意を払っている」「やや注意を払っている」「あまり注意を払っていない」「ほとんど注意を払っていない」の4段階で尋ねた。政治知識は「国の予算を提出する権利を持つ機関」「衆議院での再可決に必要な賛成割合」「日本の外務大臣の名前」について4択で尋ね、正答数を数えることで測定した。政治的有効性感覚は「自分のようなふつうの市民には、政府のすることに対して、それを左右する力はない」「政治や政府は複雑なので、自分には何をやっているのかよく理解できない」「選挙では大勢の人々が投票するのだから、自分一人くらい投票しなくてもかまわない」「国会議員は、大ざっぱに言って、当選したらすぐ国民のことを考えなくなる」の4項目について「そう思う」「どちらかといえばそう思う」「どちらともいえない」

表1 ニュースメディアへの接触頻度

	ほぼ毎日	週3～4日程度	週1～2日程度	たまに利用する	ほとんど・まったく利用しない	無回答
テレビの政治ニュース	59.8%	12.7%	6.8%	12.4%	8.0%	0.4%
新聞の政治記事	33.1%	11.7%	8.6%	18.3%	27.9%	0.4%
インターネットの政治ニュース	14.9%	9.8%	7.3%	17.8%	49.1%	1.0%
インターネットで政治に関する他者の意見	4.3%	5.2%	5.5%	15.7%	68.3%	1.0%

「どちらかといえばそう思わない」「そう思わない」の5段階で尋ね、値が大きいほど自分には政治に影響を与える力があるとなるよう反転し、平均値を取った尺度を用いた。

表2は新聞社・テレビ局に対する信頼を従属変数とした重回帰分析の結果である⁵⁾。この結果において目立つのはニュースメディア接触についての項目である。テレビニュース・新聞記事に対する接触は、新聞社・テレビ局のいずれに対する信頼とも正の関連を持つ一方で、インターネット上での他者の意見への接触頻度は、新聞社・テレビ局に対する信頼と負の関連を持っていた。日頃マスメディアに接触している人からはマスメディアはある程度信頼されている一方で、インターネット上における政治的意見にはマスメディアに対する批判が多く含まれており、これに接触している

表2 新聞社・テレビ局に対する信頼の規定因

	新聞社信頼			テレビ局信頼		
	B	標準誤差	p	B	標準誤差	p
年齢	0.005	0.002	**	0.005	0.002	**
年齢二乗	0.000	0.000		0.000	0.000	
性別 (女性=0 男性=1)	-0.046	0.040		0.002	0.039	
高校卒	0.008	0.070		0.049	0.068	
専門・高専・短大卒	0.087	0.078		0.054	0.075	
大学・大学院卒	0.097	0.080		0.038	0.079	
年収	0.010	0.008		-0.002	0.008	
自民党支持	-0.009	0.045		0.061	0.044	
民主党支持	0.141	0.080		0.184	0.075	*
公明党支持	-0.016	0.085		-0.021	0.086	
維新の党支持	0.043	0.086		0.059	0.078	
共産党支持	0.064	0.115		0.012	0.102	
テレビニュース接触頻度	0.034	0.017	*	0.069	0.016	***
新聞の政治記事接触頻度	0.054	0.016	**	0.031	0.015	*
インターネットの政治ニュース接触頻度	-0.011	0.019		-0.024	0.018	
インターネットの他者の意見接触頻度	-0.052	0.024	*	-0.062	0.023	**
政治関心	-0.038	0.031		-0.062	0.030	*
政治知識	0.004	0.021		-0.001	0.022	
政治的有効性感覚	0.017	0.032		0.041	0.032	
切片	1.879	0.153	***	1.771	0.147	***
R ²	0.076			0.096		
N	1236			1235		

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

場合にはマスメディアへの信頼が低いということが窺える⁶⁾。それ以外の変数については、民主党支持者のテレビ局に対する信頼度が高い、政治関心が低いほどテレビ局に対する信頼度が高いという関連が見られた。

表3は、各媒体におけるニュースへの信頼を尋ねた項目を従属変数とした分析の結果である。マスメディアに接触しているほどテレビニュース・新聞記事を信頼している、インターネット上の他者の政治的意見に接触しているほどテレビニュース・新聞記事を信頼しないという結果は、**表2**のメディア事業者への信頼を従属変数とした結果と同様である。

顕著な結果として、政治関心はテレビニュース・新聞記事・ポータルサイトのニュースの3つと負の関連を持っていた。つまり、日頃から政治に注意を払っている人ほど、いずれのニュースも信頼しないということである。また、その他の興味深い結果としては、掲示板・ブログに対する信頼に対して、インターネット上の政治ニュースは負、インターネット上の他者の政治的意見は正という逆の関連が見られたことがある。同じインターネットサービスであっても、ポータルサイトと掲示板やブログは別物ということである。ポータルサイトのニュースソースの多くがマスメディアであることに加えて、日本のポータルサイトがニュースに対する関心のそれほど強くない人たちにも幅広いニュースを届けるというマスメディアと同様の働きを担っている (Kobayashi & Inamasu 2015)。このように、ポータルサイトが他のインターネット上のサービスとは異なる特徴を持つことが分析に反映されているのではないだろうか。さらには、年齢と掲示板・ブログに対する信頼が正の関連を持っていたが、年齢を二乗した項が統計的に有意な正の値であり、両者の関係は年齢が高いほど掲示板・ブログを信頼するという線形のものではない。もっとも信頼が低いのは掲示板やブログが流行した2000年前後に20～30代であり、おそらく当時の利用者の中心である40代であった。

表4は「〇〇があるから国民の声が政治に反映される」という質問における「テレビ・新聞」「インターネット」「世論調査」を従属変数とした分析

表3 ニュース媒体に対する信頼の規定因

	新聞記事信頼			テレビニュース信頼		
	B	標準誤差	p	B	標準誤差	p
年齢	0.005	0.002	*	0.011	0.002	***
年齢二乗	0.000	0.000		0.000	0.000	
性別 (女性=0 男性=1)	-0.077	0.048		-0.058	0.049	
高校卒	-0.052	0.072		-0.053	0.072	
専門・高専・短大卒	-0.133	0.085		-0.099	0.083	
大学・大学院卒	-0.171	0.090		-0.217	0.092	*
年収	0.008	0.010		0.003	0.010	
自民党支持	-0.026	0.055		0.087	0.055	
民主党支持	0.120	0.084		0.163	0.084	
公明党支持	-0.157	0.121		-0.104	0.120	
維新の党支持	-0.039	0.113		0.029	0.115	
共産党支持	-0.071	0.120		-0.114	0.132	
テレビニュース接触頻度	0.073	0.023	**	0.092	0.023	***
新聞の政治記事接触頻度	0.076	0.019	***	0.042	0.018	*
インターネットの政治ニュース接触頻度	0.001	0.023		-0.010	0.024	
インターネットの他者の意見接触頻度	-0.105	0.032	**	-0.090	0.033	**
政治関心	-0.093	0.040	*	-0.130	0.039	**
政治知識	-0.021	0.026		0.006	0.026	
政治的有効性感覚	-0.058	0.042		-0.047	0.042	
切片	3.678	0.177	***	3.422	0.171	***
R ²	0.115			0.115		
N	1243			1243		

	ポータルサイトニュース信頼			掲示板・ブログ信頼		
	B	標準誤差	p	B	標準誤差	p
年齢	-0.001	0.002		0.006	0.002	*
年齢二乗	0.000	0.000		0.000	0.000	**
性別 (女性=0 男性=1)	0.050	0.056		-0.014	0.057	
高校卒	0.102	0.094		0.058	0.104	
専門・高専・短大卒	0.123	0.110		-0.057	0.117	
大学・大学院卒	-0.049	0.112		-0.203	0.117	
年収	0.007	0.011		-0.013	0.011	
自民党支持	0.075	0.060		0.095	0.062	
民主党支持	-0.027	0.110		0.068	0.113	
公明党支持	-0.076	0.119		0.088	0.136	
維新の党支持	0.156	0.126		-0.015	0.132	
共産党支持	-0.213	0.172		-0.050	0.160	
テレビニュース接触頻度	0.034	0.025		-0.013	0.024	
新聞の政治記事接触頻度	-0.013	0.021		-0.016	0.022	
インターネットの政治ニュース接触頻度	0.101	0.027	***	-0.099	0.027	***
インターネットの他者の意見接触頻度	0.038	0.032		0.156	0.034	***
政治関心	-0.160	0.043	***	0.049	0.043	
政治知識	0.068	0.030	*	-0.002	0.031	
政治的有効性感覚	0.044	0.047		0.127	0.047	**
切片	2.714	0.212	***	1.488	0.214	***
R ²	0.072			0.076		
N	1200			1200		

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

表 4 政治に国民の声を反映させるためのメディアについての認識の規定因

	民意反映： テレビ・新聞			民意反映： インターネット			民意反映： 世論調査		
	B	標準 誤差	p	B	標準 誤差	p	B	標準 誤差	p
年齢	0.005	0.002	*	0.011	0.002	***	0.011	0.002	***
年齢二乗	0.000	0.000		0.000	0.000		0.000	0.000	
性別 (女性=0 男性=1)	-0.077	0.048		-0.058	0.049		-0.058	0.049	
高校卒	-0.052	0.072		-0.053	0.072		-0.053	0.072	
専門・高専・短大卒	-0.133	0.085		-0.099	0.083		-0.099	0.083	
大学・大学院卒	-0.171	0.090		-0.217	0.092	*	-0.217	0.092	*
年収	0.008	0.010		0.003	0.010		0.003	0.010	
自民党支持	-0.026	0.055		0.087	0.055		0.087	0.055	
民主党支持	0.120	0.084		0.163	0.084		0.163	0.084	
公明党支持	-0.157	0.121		-0.104	0.120		-0.104	0.120	
維新の党支持	-0.039	0.113		0.029	0.115		0.029	0.115	
共産党支持	-0.071	0.120		-0.114	0.132		-0.114	0.132	
テレビニュース接触頻度	0.073	0.023	**	0.092	0.023	***	0.092	0.023	***
新聞の政治記事接触頻度	0.076	0.019	***	0.042	0.018	*	0.042	0.018	*
インターネットの政治ニュース接触頻度	0.001	0.023		-0.010	0.024		-0.010	0.024	
インターネットの他者の意見接触頻度	-0.105	0.032	**	-0.090	0.033	**	-0.090	0.033	**
政治関心	-0.093	0.040	*	-0.130	0.039	**	-0.130	0.039	**
政治知識	-0.021	0.026		0.006	0.026		0.006	0.026	
政治的有効性感覚	-0.058	0.042		-0.047	0.042		-0.047	0.042	
切片	3.678	0.177	***	3.422	0.171	***	3.422	0.171	***
R ²	0.115			0.115			0.115		
N	1243			1243			1243		

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

結果である。テレビニュースに接触しているほど「テレビ・新聞」の、インターネットの他者の意見に接触しているほど「インターネット」の民意反映における役割を評価するという結果は、表 2, 表 3 の結果と一貫しており、自らが実際に利用しているメディアが高く評価されていた。メディア事業者やニュースに対する信頼と異なる結果としては、自民党を支持している場合に「テレビ・新聞」「インターネット」「世論調査」のいずれも国民の声を政治に反映させる手段として評価されていることが挙げられる。また「インターネット」は政治関心と正の関連を持つ一方で政治知識とは負の関連を持っていた。インターネットによって国民の声を政治に反映させるという認識は、政治知識によって裏付けられてはいないようである。一方で、「世論調査」は政治関心・政治的有効性感覚と正の関連を持っていた。

表5 世論調査の中立性に対する認識の規定因

	公平に意見を反映			マスメディアが操作			政治家が操作		
	B	標準誤差	ρ	B	標準誤差	ρ	B	標準誤差	ρ
年齢	-0.001	0.002		-0.009	0.003	***	-0.005	0.003	*
年齢二乗	0.000	0.000		0.000	0.000	*	0.000	0.000	
性別 (女性=0 男性=1)	-0.004	0.056		0.040	0.059		-0.020	0.060	
高校卒	0.030	0.097		-0.242	0.105	*	-0.216	0.112	
専門・高専・短大卒	0.061	0.107		-0.167	0.116		-0.053	0.124	
大学・大学院卒	0.014	0.112		-0.221	0.125		-0.148	0.127	
年収	0.011	0.011		-0.006	0.012		-0.005	0.012	
自民党支持	0.186	0.061	**	0.076	0.064		-0.041	0.064	
民主党支持	0.134	0.106		-0.055	0.113		0.044	0.119	
公明党支持	0.286	0.127	*	0.177	0.129		0.215	0.130	
維新の党支持	0.071	0.134		0.100	0.142		0.125	0.137	
共産党支持	-0.017	0.159		0.052	0.173		0.114	0.180	
テレビニュース接触頻度	0.062	0.023	**	-0.006	0.025		-0.030	0.025	
新聞の政治記事接触頻度	0.021	0.021		-0.015	0.022		-0.029	0.023	
インターネットの政治ニュース接触頻度	-0.005	0.025		0.036	0.027		0.045	0.027	
インターネットの他者の意見接触頻度	-0.043	0.031		0.125	0.034	***	0.074	0.035	*
政治関心	0.096	0.045	*	0.111	0.047	*	0.012	0.047	
政治知識	-0.016	0.029		-0.075	0.033	*	-0.121	0.033	***
政治的有効性感覚	0.037	0.050		-0.097	0.052		-0.223	0.053	***
切片	2.560	0.209	***	3.322	0.222	***	3.670	0.238	***
R^2	0.042			0.083			0.086		
N	1241			1244			1239		

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

支持率が低下した内閣が退陣を迫られるなど、世論調査は直接的に国民の声を政治に反映させる手段となりうるものが政治的有効性感覚との関連につながっているのであろう。

最後に世論調査の中立性への疑義に関わる項目を従属変数とした分析結果に触れる(表5)。ニュース接触については、これまでと同様の傾向を持っており、テレビニュースに接触している人ほど世論調査は公平に意見を反映していると考える一方で、インターネットの他者の意見に接触している人ほど、マスメディアや政治家が操作しているという形で中立性に疑義を抱いていた。また、政治知識が低い人ほど、世論調査はマスメディアや政治家が操作していると考えていた。これは世論調査への不信が、世論調査自体が抱える問題よりも、人々に正確な理解がなされていないことに

基づくことを示唆する。政治的有効性感覚と世論調査を政治家が操作しているという認識との負の関連については、世論調査を政治家が操作しているならば、国民の声を政治に反映させる手段とはなりえないことを考えれば、当然ともいえる。その他の結果として、自民党・公明党の支持者であることと、世論調査は公平に意見を反映しているという認識が正の関連を持っており、年齢が若いほど世論調査はマスメディアによって操作されている認識を持つという結果が見られたが、この認識がもっとも低いのは50代であり、その関係は非線形であった。

4 メディアと世論調査への信頼についての 社会調査から見えること

これまで本稿においては、データ自体の紹介を目的として分析結果を並べてきた。しかし最後に、3つの問いに基づき知見を整理し、考察を行いたい。

4.1 マスメディア不信は党派性と結びついているのか

Ladd (2012) の指摘にあるように、米国では党派性に基づき分極化した政治家たちによるメディア批判が、メディア不信の一因となっていた。日本においても政治家によるメディア批判自体は珍しくないが、メディア不信は党派性に基づくのだろうか。調査結果はこれに否定的である。民主党支持がテレビ局信頼、自民党支持がマスメディア、インターネット、世論調査が国民の声を政治に反映させるという認識、自民党・公明党支持が世論調査の結果が公平という認識と関連していたが、党派性とメディアや世論調査に対するネガティブな態度との関連は見られなかった。政治家がメディアを批判することはあっても、そのことが支持者たちにも共有されてはいないのであろう。現状では政治家がメディアを批判することで人気を獲得する戦略は、民主主義において望ましくないのみならず、有効でもないことが示唆される。

4.2 マスメディア・世論調査不信の元凶はインターネットか

小林 (2016) によってまとめられているように、マスメディアへの不信への注目はインターネットの普及と時を同じくしており、また、インターネット上でマスメディアに対する批判的な言説を多く見かけることから、マスメディア不信の原因をまずインターネットに求めるのは自然なことであるが、果たしてこれは調査データによって支持されるのだろうか。

インターネット上での他者の政治的意見への接触は、テレビ局・新聞社・テレビニュース・新聞記事に対する信頼と負の関連を持っており、世論調査がマスメディアによって操作されているという認識と正の関連を持つことを考えると、インターネット上のマスメディアに対する批判的な言説への接触がマスメディア不信の一因とは考えられる。ただし、インターネット上の政治ニュースへの接触はこのような関連を持っていないことから、マスメディアの役割がインターネット上のサービスによって代替されることでマスメディアへの信頼が揺らいでいるのではなく、あくまでインターネット上でマスメディアに対する批判的な言説が行われていることを反映したものと考えられる。また、「インターネットで政治に関する他者の意見」を「ほとんど・まったく利用しない」人が7割近くに達することを考えても、インターネット上におけるマスメディアに対する批判的な言説のみをもってマスメディア不信の問題を考えることは、全体像を捉え損なうことにつながるであろう。

4.3 マスメディア・世論調査不信はメディアリテラシーか 政治からの退場か

ニュースへの不信がニュースの忌避につながり、政治に注意を払わなくなるとすれば問題だが、「政治に注意を払っているからこそニュースは見るが鵜呑みにはしない」というメディアリテラシーの保持を意味しているならば、ニュースを信頼しないことは必ずしも問題視する必要はないとも考えられる。今回の調査から見えるメディア不信の姿はどちらであろうか。

政治関心の高さはテレビニュース・新聞記事・ポータルサイトのニュースへの不信と結びついていた。これは、小林（2016）がオンライン調査において明らかにした「政治関心が高いほどマスメディアに対する猜疑心が強い」という知見がランダムサンプリングに基づく調査でも見られること、マスメディアに限らず、ポータルサイトを通じて発信されるニュースにもあてはまることを示している。この結果自体は「注意を払うから鵜呑みにしない」というメディアリテラシーによる解釈に沿うものである。一方で、世論調査がマスメディアや政治家によって操作されているという認識が政治知識、あるいは（政治家項目のみ）政治的有効性感覚と負の関連を持つことは、不信はリテラシーによるという解釈に反しており、政治からの離脱を招く危険性を示唆する。これらの結果は、日本における「マスメディア不信」には、メディアリテラシーに基づくものと、有権者自身の誤解やバイアスに基づくものの両方が含まれていることを意味するのではないか。前者の不信は有権者をマスメディアや政治から離脱させるものではない、いわば健全な不信である⁷⁾。一方で後者の不信は社会にとって益となるものではない。両者の不信を混同することなく、後者に対応していくことが、今後求められるといえよう。

注

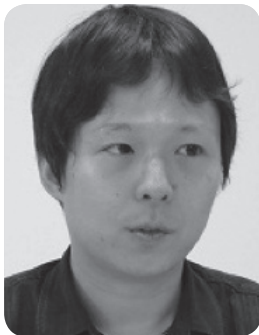
- 1) なお、本調査のサンプリングに際しては、実施年末20歳以上の人々を住民基本台帳から抽出しているため、調査実施時に19歳の人がわずかに含まれている。しかし、このことが調査結果に大きな違いを生むことはないと考えられるため、本稿では回答者を有権者として議論を進める。
- 2) なお、これらの結果は、日頃そのメディアを利用していない人々の回答も含んだものである。
- 3) あるいは、裁判所や自衛隊などと比較するか、ネットメディアと比較するかという相対的な評価によって信頼性が変化している可能性もある。この点については実験などでさらなる検証を重ねていく必要がある。
- 4) なお、本調査での政党支持率は自民党24.5%、民主党5.2%、公明党2.6%、維新の党3.3%、共産党2.2%、その他0.8%、支持政党なし28.7%であった。
- 5) 4段階・5段階で測定された従属変数を用いる場合には、重回帰分析（OLS推定）ではなく、順序ロジットを用いるほうがふさわしいともいえるが、本稿の分析においては、順序ロジットを用いても結果に大きな違いは見られなかったため、偏回帰係数の解釈が容易な重回帰分析の結果を示している。
- 6) なお、本稿は社会調査データの横断的な分析に基づくため、「接触によって信頼するようになる」といった因果関係については、統計的に検証できない。変数間の因果関係は、実験などの他の手法を用

いて検証する必要がある。

- 7) このことを示唆する結果として、表2～表5と同様の独立変数を用い、従属変数を政治家への信頼とした分析を行うと、政治関心は政治家への信頼とは正の関連を持っていた。

文献

- 小林哲郎 (2016) 「マスメディアが世論形成に果たす役割とその揺らぎ」『放送メディア研究』13号
- Kobayashi Tetsuro & Inamasu Kazunori, (2015), "The Knowledge Leveling Effect of Portal Sites". *Communication Research*, 42, 482-502
- Ladd, J. M. (2012), *Why Americans Hate the Media and How It Matters*, Princeton University Press



稲増一憲 いなます・かずのり

1981年東京生まれ。関西学院大学社会学部准教授。
専門：社会心理学、メディア・世論研究。

主な著書・論文：『政治を語るフレーム』東京大学出版会、2015 / 「世論とマスメディア」(『新版アクセス日本政治論』所収) 日本経済評論社、2011 / 「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』25巻、2009 (共著)