

デジタル化の中でのニュースの読まれ方②

～ロイター・デジタルニュースレポート 2023 から～

メディア研究部 税所玲子

本稿は、イギリスのオックスフォード大学にあるロイタージャーナリズム研究所が行う国際比較調査『デジタルニュースレポート』のうち、日本について取り上げるシリーズの第2回である。第1回では、さまざまなプラットフォームが出現する中で、かつてのように圧倒的に優位なシェアを持つ「一強」が不在で、「断片化 (fragmentation)」が起きていることを紹介した。そしてそのプラットフォームで誤情報・偽情報が流れることや、アルゴリズムによって情報が取捨選択されていることに不安を抱えながらも、ユーザーが利用を増加させている様子を説明した。本稿では、こうしたメディア環境の変化が、人々のニュースに対する「信頼」や「関心」にどのような影響を与えているのかを見たとうえで、ニュースを遮断したり避けたりする「ニュース回避」について分析する。

世界には、「ニュースへの信頼」が低下し、ニュースを意図的に避ける「ニュース回避」が上昇する国があるが、日本ではこの2項目についてこうした傾向は見られない。一方、日本は「ニュースへの関心」の低下が続き、ニュースにまったく触れない層も年々増え続け、2023年は世界で最も高い水準となった。さらに日本では、オンラインでニュースについてシェアしたり議論したりする「参加 (participation)」が世界で最も低く、政治に対する議論の少なさも際立っていた。日本はニュースに対し受け身で、関心が薄いように見え、今後のジャーナリズムのあり方を考えるうえで考慮すべき大きな要素だろう。また、公共放送についても支持すると考える人の割合が少なく、特に社会的な役割に対する認識がほかの国と比べて低いのが特徴的だった。

1. はじめに

ネット空間に消費しきれない膨大な量の情報があふれ、誤情報・偽情報への不安も広がる中、信頼できる情報の意義が改めて問われている。「信頼」は主観によるもので、相手への期待感によって左右される面もあるため数値化するのには容易でない。しかし、ニュースに限らず「信頼」は人が社会で安心して暮らしてゆくために不可欠な要素であり、本稿で紹介するイギリスのシンクタンク「ロイタージャーナリズム研究所」(以下、ロイター研究所)も国際比較調査『デジタルニュースレポート』(以下、レポート)で、2012年の第1回調査以来、「信頼」を主要な調査項目の1つに据えている。2023年は

「信頼」に影響を与える要因に加え、情報があふれる時代に広がる「ニュース疲れ」などが引き起こす「ニュース回避」について調査を行い、その背景や対処方法について検討を加えた。

こうした項目に加え、調査はメディアをめぐるその時々注目を集めるテーマも取り上げている。近年、世界各地でジャーナリストへの嫌がらせや暴力が増えたり、公共放送への政治の圧力が高まったりしていることを受けて、2023年は、報道機関やジャーナリストへの批判や公共放送の重要性についての考えを取り上げた。

調査結果を見ると、日本は、政治や社会の分断が「ニュースへの信頼」を低下させていると言われるアメリカやイギリスなどに比べ、「信

頼」の数値は安定し、「ニュース回避」の割合も低く、一見すると「優等生」のような国に見える。しかし、ニュースに関心がない層がじわじわと拡大し、政治についての議論も極めて少ないことが調査から浮かび上がる。ジャーナリズムを取り巻く課題は決して少なくない。

シリーズの第2回は、「信頼」「関心」をキーワードに、レポートから浮かび上がる日本のニュースの現状を考察したい。

2. 調査方法

調査は、イギリスの調査会社 YouGov によって、2023年1月下旬から2月の中旬にかけて世界46の国と地域¹⁾で行われた。各国のサンプル数は約2,000人で、総計9万3,895人である。日本の調査は2023年1月17日から27日にかけて行われた。18歳以上の事前に登録されたモニターによるウェブアンケートの形式で、日本の人口の年齢構成、性別の割合などが反映されるよう割り当てられている。サンプル数は2,009人だった。

主要な質問のほとんどは46の国と地域で行われたが、一部の質問は該当する国のみで実施されている。本稿では、特段の注釈がないかぎり「世界平均」は46の国と地域の平均値を示している。

また、本調査はオンラインでの調査のため、ネットユーザーが対象となっていることに留意する必要がある。高齢者や低所得者層の意見が過小に反映されている可能性がある。南アフリカやケニア、インドなど8か国では、学歴の割り当てがないほか、インドやケニア、ナイジェリア、南アフリカでは現地の言葉でなく、英語で質問票が作成されている。

調査は非確率的抽出法のため、許容誤差を算出できないが、ロイター研究所は±2%は統計的に有意でないとしている。また各数値は各国の階層別の平均値を使用しており、それぞれの項目の関連性の比較には必ずしも十分でない点も記しておきたい。

さらに本調査は、回答者にみずからの行動を振り返って答えてもらっているため、記憶違いやバイアスによる影響を受けている可能性を排除できない。このため本調査は、ウェブトラッキングなど、ほかの手法で行われる業界の調査結果と必ずしも一致しないこともある。2023年は、回答者の理解を妨げる可能性がある日本語訳のいくつかを修正したが、データを分析するかぎり、大きなゆがみにはつながっていない。

質問票の全文は『放送研究と調査』2023年10月号の拙稿に掲載しているほか、ロイター研究所が出版した英語版のレポートの概要(Executive Summary)と調査方法(Methodology)を和訳し、NHK放送文化研究所のホームページに掲載している²⁾。本稿でも世界全体のデータについては適宜、引用していくが、より詳細な内容については、この「概要」を参照されたい。

3. ニュースへの信頼

本稿ではまず、「ニュースへの信頼」について見ていく。先にも述べたように、「信頼」とは、数値化は難しいものであり、学術界でも定義や測定の方法について議論がある³⁾。しかし信頼は、他人を尊重しながら市民として社会に参加する「市民権」(citizenship)の土台を形成するもので⁴⁾、報道について言えば、「経済に

図1 ニュースへの信頼 (25か国)

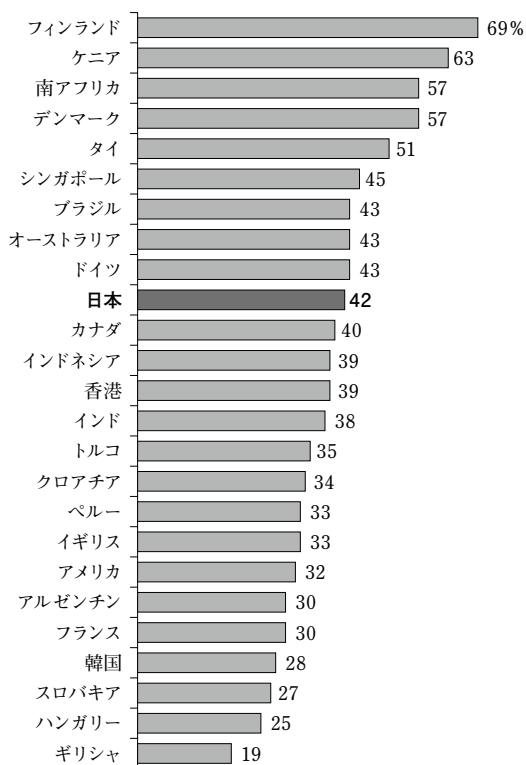
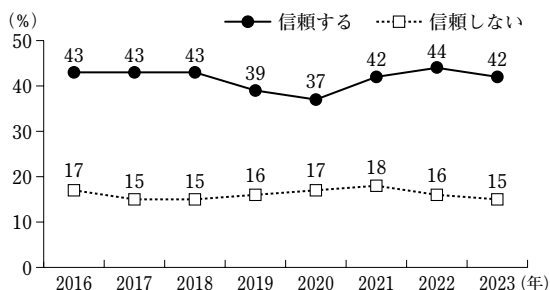


図2 ニュースへの信頼 (日本)



とっての貨幣にあたるものが、民主主義にとっての情報だ」とも形容されるように、十分な情報と知識を持った市民が公権力を監視することで民主主義が機能する、という考えが欧米では広く受け入れられている⁵⁾。

調査では、「ほとんどの場合、大抵のニュースは信頼できると思う」との記述にどの程度同意するかを、「全く同意しない」から「強く同意する」までの5段階で示してもらった。2023年調査の結果、世界平均では「強く同意する/同意する」(以下、「信頼する」と答えた人は40%で、2022年の調査の42%から2ポイント下がった。新型コロナウイルスの感染が拡大し、信頼できる情報の重要性が認識された2020年から2021年にかけて信頼が上向き傾向が見られた

が、新型コロナ以前の水準に戻った形となっている。

46の国と地域のうち最も「信頼」が高かったのは、例年と同じフィンランド(69%)で、政治の分断が続くアメリカ(32%)、ハンガリー(25%)、ギリシャ(19%)などが低い水準となっている。アメリカは、バイデン政権の発足で政治をめぐる対立がいくぶん和らいだことなどを受けて、前年より6ポイント改善した。一方、ドイツ(43%)では16年にわたり国を率いたメルケル首相が引退したあとに、ウクライナでの戦争を引き金としたエネルギー政策や安全保障政策で議論が噴出し、7ポイント低下した(図1)。日本は42%(前年比-2ポイント)で、横ばいとなっている(図2)。

4. ジャーナリストへの批判

次に、「信頼」に影響を与えうる要素を見てゆく。デジタル化がもたらした「誰もが発信者になれる時代」は、はじめのうちこそ「情報の民主化」をもたらすと期待が膨らんだが、近年は、ネットでのいじめや嫌がらせなど、負の側面も浮き彫りになっている。情報を扱うメディアやジャーナリストもその影響は避けられるものではない。特に政治や社会の対立が先鋭化

している国では、嫌がらせがネット空間にとどまらず、取材の現場で記者やカメラマンが暴力をふるわれるケースも相次いでいる。国連やEU（ヨーロッパ連合）などは懸念を強め、各国に対策の強化を求めている⁶⁾。

ロイター研究所では、毎年、調査に参加する団体が一堂に会し意見交換をするが、その場でも、こうしたジャーナリストへの暴力や圧力に対する懸念は共有され、2023年は「メディアへの批判」という形で、この問題を取り上げることとなった。

もちろん「批判」がすべて悪いわけではなく、健全な批判は報道の質の向上につながるほか、報道機関がミスをした際には襟を正すことにもつながる。また調査では、何をもって「批判」とするかを定義しておらず、具体的に誰を対象にしたかについても尋ねていない。このように、この設問は「ジャーナリストへの批判」について網羅的に聞いたものではないが、少なくともネットでニュースに触れている人々がメディアへの批判を見聞きした状況などを知ることは、ニュースへの信頼に与えた影響を考える手がかりの1つとなると思われる。

調査では、まず「人々がジャーナリストや報道機関を批判しているのを見聞きされたことはありますか。それはどの程度の頻度ですか」と尋ね、「非常に頻繁に」から「ほとんどない」までの4段階で評価してもらった。

その結果が図3である。世界平均では「非常に頻繁に」と答えた人は18%、「かなり頻繁に」が35%と、合わせて53%の人が「批判を見聞きしている」結果となった。これに対して、日本では「非常に頻繁に」が4%、「かなり頻繁に」が18%と世界平均よりも低かった。一方、「それほど頻繁でない」が44%にのぼり、数は

多くないものの何らかの批判には触れている可能性があることがうかがえる⁷⁾。

図4は、「ニュースへの信頼」(図1)で取り上げた25か国でジャーナリストへの批判を見聞き

図3 ジャーナリスト・報道機関への批判
(世界平均, 日本)

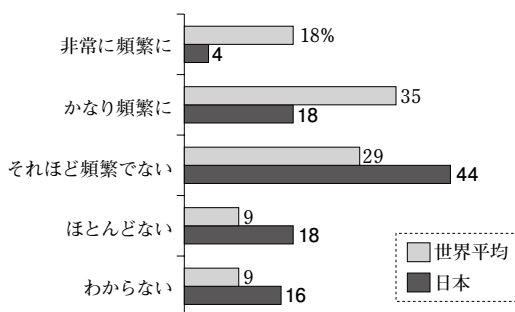
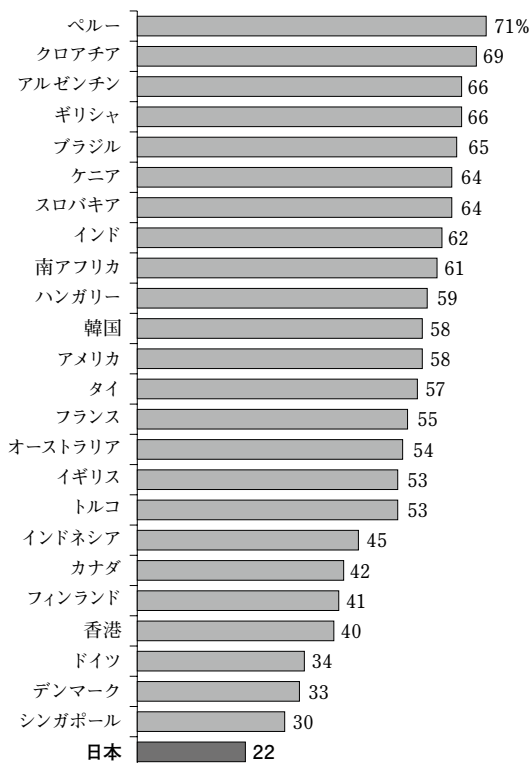


図4 ジャーナリスト・報道機関への批判を見聞きした人 (25か国)



した人の割合を示したものである。最も批判を見聞きした割合が高いのはペルー（71%）で、クロアチア（69%）、アルゼンチン（66%）、ギリシャ（66%）と続く。図1と比べると「信頼」の度合いが低かった国の多くが、この項目で上位にあることがわかる。ロイター研究所が分析したところ、「信頼」と「批判」には相関関係があるとしている⁸⁾。また、党派性の強い人物のほうが「批判を見た」と答える割合が高いとしている⁹⁾。

日本の調査でも、回答者全員に政治的な傾向を尋ねているが、「中道」と答えた人のうち「非常に/かなり頻繁に」批判を見聞きしたと答えた人は25%だったのに対し、「左派」を自認する人は41%、「右派」は38%にのぼった。

次に、「政治家または政治活動家」（以下、「政治家など」）、「有名人、芸人、またはソーシャルメディアの著名人」（以下、「著名人など」）、「その他のジャーナリストまたは報道機関」（以下、「その他のジャーナリストなど」）、「同僚、友人、家族」（以下、「家族など」）、「面識のない一般人」（以下、「一般人」）のうち、過去1年間にジャーナリストや報道機関を批判しているのを見聞きしたことがあるものを複数回答で選んでもらった（図5）。

世界平均では、「政治家など」が42%で最も高く、次いで「一般人」が40%、「家族など」が38%、「著名人など」が33%、「その他のジャーナリストなど」が27%だった。これに対して日本は、「著名人など」39%、「政治家など」34%、「その他のジャーナリストなど」32%、「一般人」23%、「家族など」16%と順位に違いが見られる。

さらに、アメリカ、イギリス、日本など12の国で、どこで批判を見聞きしたのかを複数回答

図5 批判を誰が行っているか
(複数回答) (世界平均, 日本)

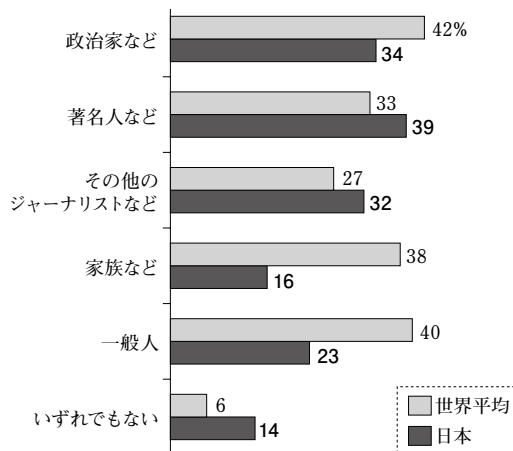
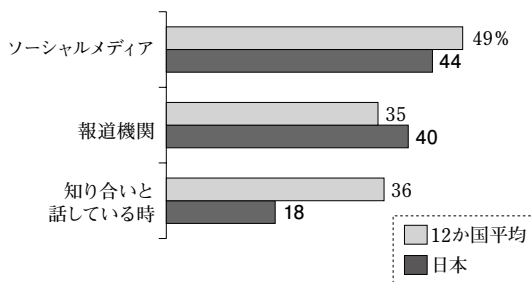


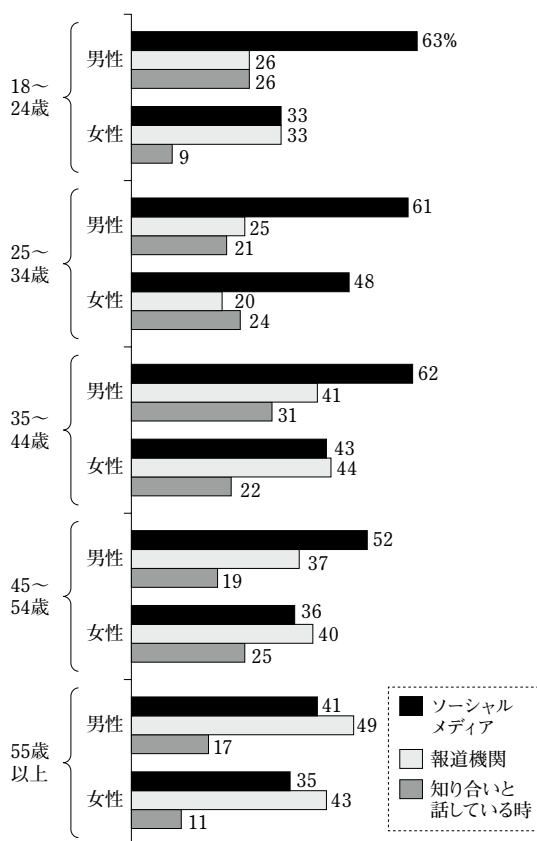
図6 どこで批判を見聞きするか
(複数回答) (12か国平均, 日本)



で尋ねたところ、「ソーシャルメディア」が世界（12か国平均）で49%、日本で44%、「報道機関」が世界で35%、日本で40%、「知り合いと話している時」が世界で36%、日本で18%だった（図6）。日本では、「ソーシャルメディア」と答えた人は、18～44歳の男性層で60%を超えているのが特徴的である（図7）。

以上、ジャーナリストや報道機関に対する批判と信頼の関係を見てきたが、本調査からは、批判を見聞きすることが多いから信頼が浸食されていくのか、あるいは信頼が低いからこそ、批判の声が目につきやすいのか、といった「信頼」と「批判」の因果関係を知ることは

図7 どこで批判を見聞きするか
(複数回答) (年層・性別) (日本)

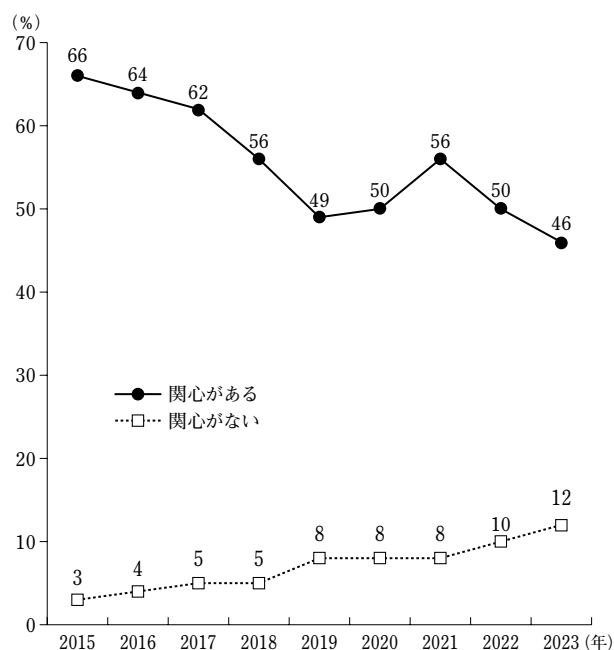


できない。本レポートで見るかぎり、日本は世界との比較において批判を見聞きした割合は低いものの、メディア批判やメディア不信は、広がっている。特に、匿名を支持するネット空間と、実名を基本とする報道機関との間のギャップなど、ジャーナリズムのありように大きな影響を与えるテーマもあり、さらなる調査が必要だと感じている。

5. ニュースへの関心

ここまで見ると、日本はメディアへの批判が世界で最も少なく、メディアへの信頼も安定している国だと評される¹⁰⁾が、「ニュースへの

図8 ニュースへの関心 (日本)



関心」を見ると、異なる景色が見えてくる。

「ニュースにどの程度関心がありますか」との記述に対し、「非常に関心がある」から「全く関心がない」まで5段階の評価で聞いた結果が図8である。

世界平均では、「非常に/かなり関心がある」(以下、「関心がある」)が48%、「全く/あまり関心がない」(以下、「関心がない」)が13%で、日本では「関心がある」が46%、「関心がない」は12%と、世界とほぼ同水準となっている。しかし、経年でみると「関心がある」が年々低下し、2015年の66%から2023年には46%となった。一方で、「関心がない」は絶対数こそ少ないが着実に増え続け、2015年の3%から2023年には12%と4倍になった。

世界では、政治・社会の分断が激しい国で「関心」の低下の割合が多いと言われる¹¹⁾。例えば、アメリカでは「関心がある」とした人が

過去8年で67%から49%に低下し、イギリスでも同じ期間に70%から43%に低下した。一方、メディアへの「信頼」の指標が安定しているフィンランドでは、年によって上下しながらも、「関心がある」は2015年に64%、2023年は65%と横ばいとなっている。日本とアメリカ、イギリス、フィンランドを合わせた図表にすると(図9)、世界の中では政治や社会が安定していると言われる日本は、フィンランドでなく、むしろ

アメリカやイギリスと同じ軌跡を描いていることがわかる。

日本で「関心がない」とする人の属性を見るとすべての年層で男性よりも女性のほうが関心が低く、特に18～24歳では男性が18%、女性が27%、25～34歳では男性が12%、女性が23%と開きがある(図10)。また、▶年取別に見ると低所得者層が13%、中所得者層が8%、高所得者層が6%となり、▶学歴別では中学校卒業が17%、高校卒業が12%、短大や専門学校卒業以上が9%となっている。

さらに、「ニュースへの関心」の度合いに影響があると指摘される「政治への関心」を見てみると、日本では「政治に関心がある」と答えた人の割合と、「ニュースに関心がある」と答えた人の割合は、同じように低下し続けている。2018年に「ニュースに関心がある」は56%だったが、2023年には46%になった。同様に「政治に関心がある」は2018年には41%だったが、2023年は26%になっている(図11)。

図9 ニュースへの関心(4か国)

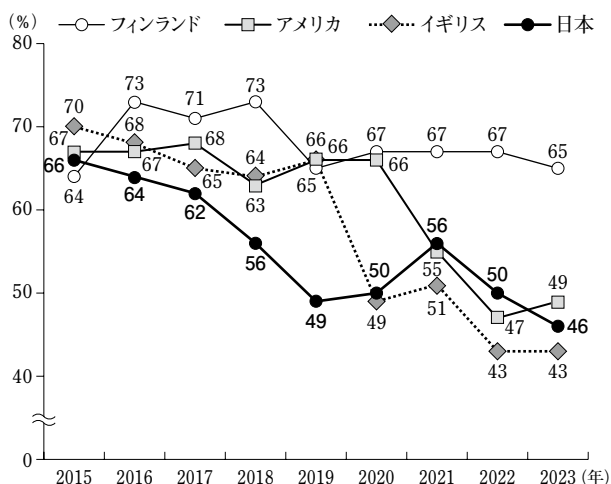


図10 ニュースに関心がない層(年層・性別)(日本)

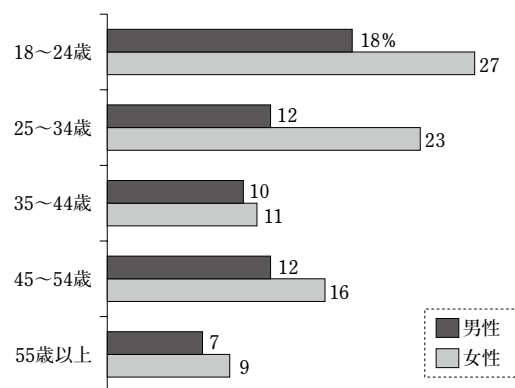
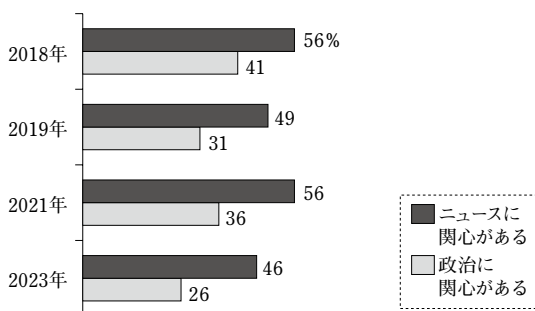


図11 「ニュースへの関心」と「政治への関心」(日本)



6. 増え続ける「つながらない人々」

日本では、メディア利用について尋ねた項目でも“ニュースとの距離”がうかがえる。図12は、テレビ、ラジオ、新聞(印刷版)、雑誌(紙媒体)、ウェブサイト(テレビ、新聞、雑誌、アグリゲーターなど)、ソーシャルメディアとさまざまな媒体を列挙したうえで、先週ニュース源として使用したものを複数回答で選んでもらった結果である。

ロイター研究所は、この設問で「いずれでもない」と答えた人を「つながらない人々(disconnected)」と呼んでいる。社会でふだん市民が利用しているあらゆる媒体を示しても選ぶ対象が見つからないということは、みずからメディアを切り離して暮らしていると考えられるからである。

この「つながらない人々」は、日本は17%と、2023年では世界で最も割合が高い国だった(表1)。2番目に高かったのはアメリカの12%で、次いでカナダの11%などとなっている。日本では、「ニュースへの関心」と同様に2015年以降増え続けており、その割合は8年間で4倍になった¹²⁾。

ニュースへの「信頼」が安定し、メディアへの批判を見聞きする度合いも少ないという日本ではあるが、実はニュースへの入り口を通る前の段階で、これほどの人がいわば“脱落”してしまっているということになる。ジャーナリズムに無関心な市民が増え、メディアとのつながりが急速に失われていっているのではないかと、という懸念を抱かせる結果である。

図12 ニュースをどこで得ているか(複数回答)(日本)

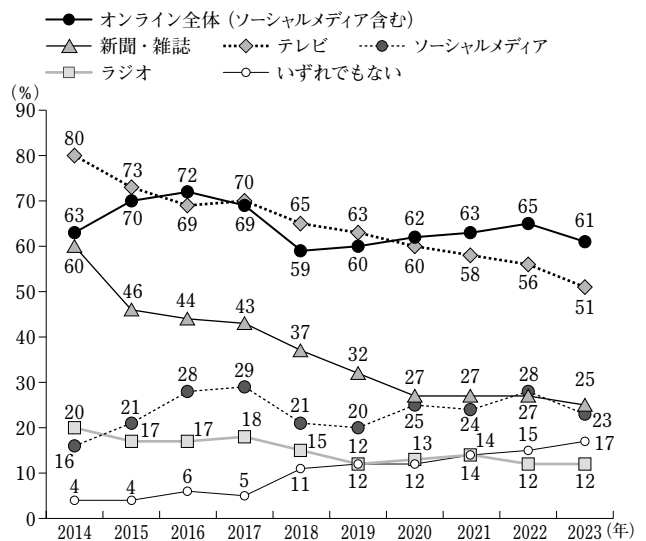


表1 「つながらない人々」上位国

国	割合(%)
日本	17 (+2)
アメリカ	12 (-3)
カナダ	11 (+4)
イギリス	9 (±0)
ドイツ	9 (+4)
アルゼンチン	9 (+2)
フランス	8 (±0)
オーストラリア	7 (-1)
ギリシャ	7 (+3)
ブラジル	7 (+1)

7. ニュース回避と解決策

デジタル化の進展で、ニュースはいつでもどこでも消費できるようになり、意識的に情報を得ようとしなくても、あふれんばかりの情報が目の前を通り過ぎていくようになった。2020年に発表された調査の結果では、アメリカ人の66%がニュースの量の多さに疲れると答えている¹³⁾。こうした“ニュース疲れ”が広がる中で、

近年、ニュースを意図的に避ける「ニュース回避」が注目されるようになってきている。「ニュース回避」が加速すれば、社会における議論の共通の土台が揺らぐだけでなく、メディア企業のビジネスの収益にも関わる問題である。そこで、ロイター研究所は、2023年にこの問題を深掘りする質問を設けた。

「ニュース回避」について学术界で合意された明確な定義はない¹⁴⁾が、本調査では一部のニュースを選択的に、あるいはニュース全般を遮断したり、見ないようにしたりする行為を念頭に質問を設計している。まず、「最近、ご自身があえてニュースを避けようとしていると思いますか」と尋ね、「頻繁に」から「これまで一度もない」までの4段階で評価してもらった。

図13は「頻繁に」「時々」をあわせた「ニュースを回避する人」(以下、「回避者」)の割合を表したものである。

日本も世界平均も、この質問が初めて設けられた2017年に比べると、「回避者」は上昇する傾向を見せている。2022年には世界で38%、日本で14%となり、2023年はわずかながら減少したものの、ほぼ同じレベルを維持している状況である。

国別で見ると、回避すると答えた人の割合が多いのは、ギリシャ、ブルガリア、クロアチアがそれぞれ57%と高いほか、イギリスが41%、アメリカが38%などとなっている。一方、「回避者」の割合が低い国と地域は、台湾が17%、デンマークが19%で、日本の11%は世界で最も低い。

では、どのような人が「回避者」なのであるうか。若者層で多いのは、「ニュースへの関心」が低い層(図10)と共通している(図14)。対照的に、「ニュースへの関心」は低所得者ほど

低かったのに対し、「回避者」は収入による違いはない。また、「ニュースへの関心」は低学歴ほど低かったのに対し、「回避者」は逆に学歴が高いほど割合が高くなっている(図15)。

図13 ニュースを回避する (世界平均, 日本)

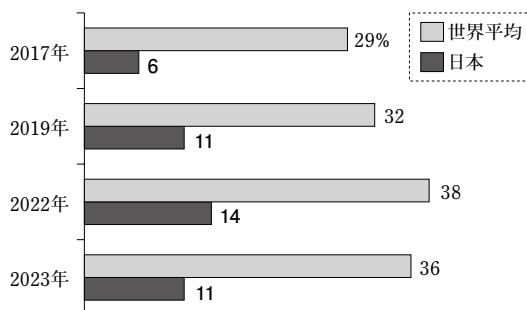


図14 ニュースを回避する (年層・性別) (日本)

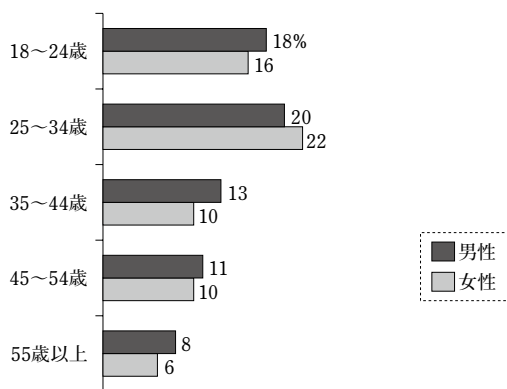
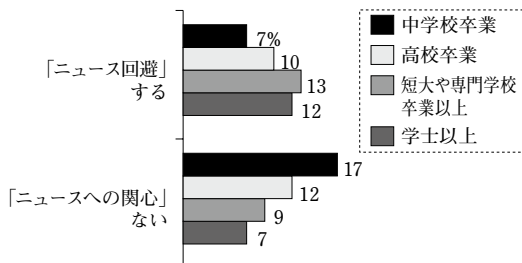


図15 「ニュース回避」対「ニュースへの関心」(学歴別) (日本)



「ニュース回避」に影響を与えるそのほかの要素として、ロイター研究所に設けられた「信頼プロジェクト(Trust Project)」の調査結果が参考になる。このプロジェクトにおいて、ミネソタ大学准教授のベンジャミン・トフ(Benjamin Toff)と、ベルリン自由大学講師のアントニオ・カロジェロプロス(Antonio Kalogeropoulos)は、2017年の『デジタルニュースレポート』のうち35の国と地域の約6万7,000人分のデータを分析した結果、「信頼」と「利用するメディアのタイプ」が、「ニュース回避」と関係の強い要素として挙げられると指摘した¹⁵⁾。

実際に、2023年の調査で日本の結果を見てみると、ニュースを「信頼する」と答えた人のうち「回避者」は9%だったのに対し、「信頼しない」と答えた人では19%にのぼった(表2)。主なニュース源として利用する媒体では、「ソーシャルメディア」とする人の21%が「回避する」と答えたのに対し、「テレビ」は9%、「新聞・雑誌」は10%だった(表3)。

また、ニュースに触れる頻度が週1回未満の人で「回避者」は多かった(表4)。先述したジャーナリストなどへの批判との関連性もうかがえ、「批判を見聞きしたことがある」人の20%がニュースを回避することとしたのに対し、批判を見聞きしていない人は9%にとどまった(表5)。

2023年の調査では、初めて「回避者」がいたくないニュースをどのような方法で避けているのかを聞いた。1. (テレビのニュース、新聞、ニュースウェブサイトなど) 特定の情報源を避ける(以下、「情報源を回避」)、2. ニュースが表示される可能性のある場所や状況を避ける(以下、「場所を回避」)、3. ニュースを見た時に無視する、スクロールして避ける、またはチャ

表2 ニュースを回避する
(ニュースへの信頼別)(日本)

	信頼する	信頼しない
「ニュース回避」する	9	19

表3 ニュースを回避する
(主なニュース源別)(日本)

	ソーシャル メディア	テレビ	新聞・ 雑誌
「ニュース回避」する	21	9	10

表4 ニュースを回避する
(ニュースに触れる頻度別)(日本)

	週に数回	週に1回	週1回未満、 最低月1回
「ニュース回避」する	9	7	19

表5 ニュースを回避する
(批判の見聞き別)(日本)

	批判見聞きする	批判見聞きしない
「ニュース回避」する	20	9

ネルを変える(以下、「無視する」)、4. ニュース源を頻繁にチェックしない(以下、「チェック頻度を減らす」)、5. (朝起きてすぐ、または夜寝る直前など) 特定の時間帯にニュースを見ないようにする(以下、「時間帯で回避」)、6. (スマートフォンなど) ニュースの通知を切っておく、または通知の頻度を減らしておく(以下、「通知を切る」)、7. ニュースに関係のない活動を優先する(以下、「ニュース外の活動優先」)、8. 特定のニュースの話題を避ける(以下、「特定のニュースを避ける」)、の選択肢からあてはまるものを複数回答で選んでもらった。

その結果、「特定のニュースを避ける」が26%と最も多く、次いで「チェック頻度を減らす」が23%、「ニュース外の活動優先」と「無視する」がそれぞれ22%で並んだ。「特定のニュースを避ける」など、限定的な回避方法が上位だったが、一方でニュースを「無視する」と「ニュース外の活動優先」と答えた人もそれぞれ22%いて、ニュースから完全に距離をとろうとする人も少なからずいることがわかる（図16）。

それでは、実際にどのようなニュース項目が避けられているのだろうか。回避の方法として「特定のニュースを避ける」と答えた人に対し、選択肢として、1.国内政治、2.ウクライナでの戦争、3.その他の国際ニュース、4.健康、5.地域、6.ビジネス、金融、経済、7.エンターテインメントや有名人、8.ライフスタイル、9.文化、10.教育、11.スポーツ、12.科学技術、13.気候変動や環境、14.社会的公正（人種/ジェンダーの不平等、LGBTQ+の権利など）、15.犯罪や個人の安全、16.楽しいニュース（風刺、笑えるニュースなど）、17.その他、18.すべてのニュースの話題、を挙げて複数回答で選んで

もらった。

選択肢の1～6、10、12～15を「硬派（ハード）ニュース」、7～9、11、16を「軟派（ソフト）ニュース」とすると、日本では回避者の85%が硬派ニュースを避けたいと述べ、軟派ニュースを避けたいと答えた人は33%だった。主だった項目を世界平均と比べたのが図17である。

世界平均では「ウクライナでの戦争」（37%）や「国内政治」（34%）のニュースを避けたいとする人が多かったが、この項目は、その国々の置かれた状況によって回答に違いが見られた。例えば、フィンランドでは「ウクライナでの戦争」のニュースを避けたいと答えた人が75%に達していた。「信頼」や「関心」などの数値が安定していると定評のあるフィンランドだが、ことウクライナ問題をめぐってはロシアとの間に長い国境線を持ち、自国の安全保障が脅かされかねないという市民の不安が、特定のニュースを回避させるのであろう。

日本を見ると、世界ではトップレベルの治安がよい国とされているにもかかわらず、調査

図16 ニュースを回避する方法（複数回答）

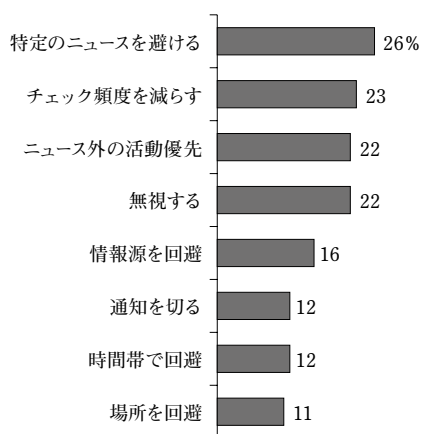
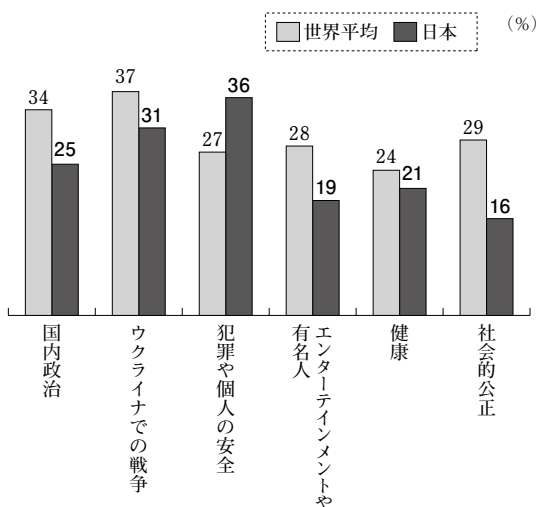


図17 回避するニュース（複数回答）（世界平均、日本）



結果では、「犯罪や個人の安全」を避けると答えた人が世界平均よりも9ポイント高くなっている。安倍晋三元首相の銃撃事件や「闇バイト」、白昼の強盗などの事件が相次いでニュースとなっていることの影響ではないかと推察される。また、男女別に見ると「犯罪や個人の安全」は男女とも同じ水準なのに対し、「ウクライナでの戦争」は女性が47%と男性（19%）の倍以上となっている（図18）。

ジャーナリストが重要だと思うウクライナでの戦争や政治、気候変動問題のようなニュースから、人々が背を向けていることを多くのメディアは深刻に受け止めている。そして、ただネガティブな情報を伝えるだけでなく、解決策も一緒に検討する課題解決型ジャーナリズムや、わかりやすさを追求した新しいフォーマットの解説などに挑戦するメディアも少なくない。本調査では、どのようなニュースであれば関心があるか、「その日の重要な出来事の最新動向」（以下、「重要ニュースと続報」）、「複雑な出来事を理解するのに役立つニュース」（以下、

「解説など」）、「不正行為や権力の乱用を調査するニュース」（以下、「調査報道など」）、「問題を指摘するだけでなく、その解決法を提案するニュース」（以下、「課題解決型ニュース」）、「明るいニュース」「自分のような人々に関するニュース」（以下、身近なニュース）の6つのタイプを提示したうえで、「全く関心がない」から「非常に関心がある」までの5段階の評価で尋ねた（図19）。

世界（33か国平均）では¹⁶⁾、「回避者」のうち、「明るいニュース」に「非常に/かなり関心がある」（以下、「関心がある」）と答えた人は55%と最も多く、次いで「課題解決型ニュース」に「関心がある」が46%、「解説など」が39%だった。実際に多くのメディアで主流となっている「重要ニュースと続報」は最も低い35%だった。世界では、ウクライナでの戦争や政治の動向など、メディアやジャーナリストがとく重要視するトピックを繰り返し報じることが、「回避者」をさらにニュースから遠ざけてしまう要因となっている可能性をうかがわせている。

図18 回避するニュース（複数回答）（性別）（日本）

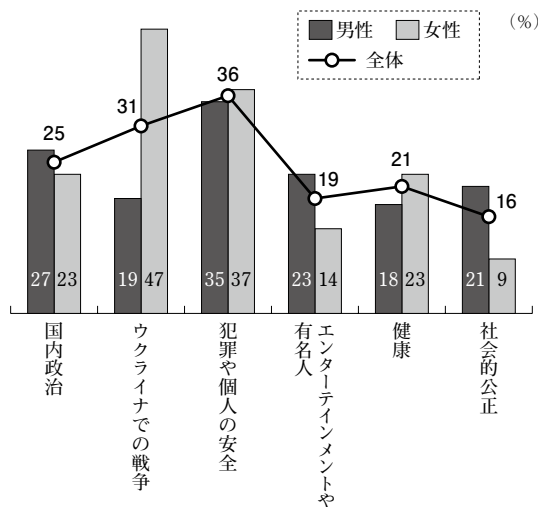


図19 「回避者」が関心を示したニュースのタイプ（33か国平均、日本）

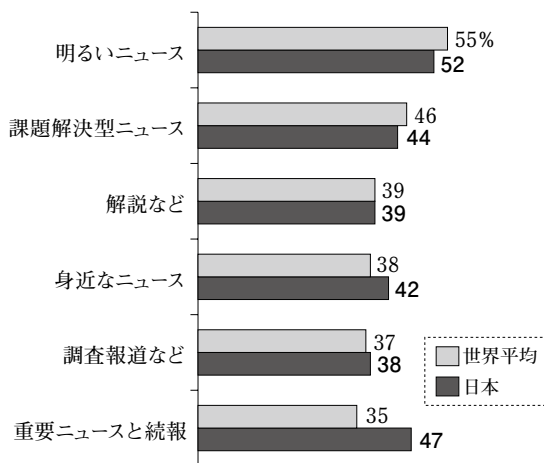
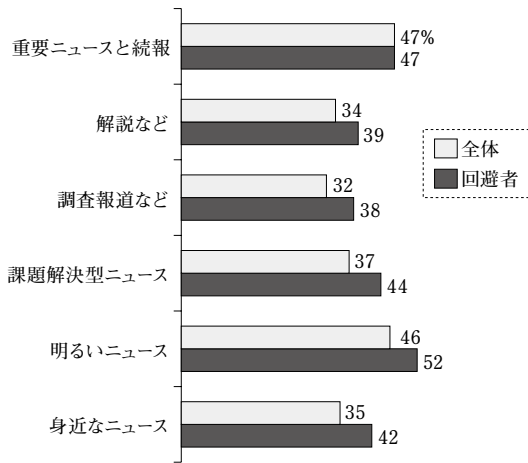


図20 日本の人々が関心を示したニュースのタイプ



これに対し、日本では「明るいニュース」に「関心がある」が52%と最も多かったものの、次いで「重要ニュースと続報」が47%、「課題解決型ニュース」が44%で続いている。

さらに日本で、すべての回答者と「回避者」の答えを比べてみると(図20)、重要ニュースと続報」は47%で、回答者全体と「回避者」が同じ割合となったが、それ以外の選択肢は、「回避者」のほうがより強い関心を示していた。

本調査は質的調査を伴わないため、ニュース「回避者」の本音には迫ることはできない。しかし、調査は、報道機関が長年続けてきたニュースのスタイルや描き方だけではなく、「何がニュースか」という編集判断も、ユーザーとのギャップを生む要因となっていると推察される。レポートの調査には、世界各国のメディア関係者や学識経験者、政策立案者が参加しているが、各国でも「ニュース回避」は大きな問題となっており、さまざまな角度から調査が続けられることを期待している。

8. ニュース回避とその国の“文化”

ニュース回避の分析には、個人の属性だけでなく、メディア環境や社会で共有されている価値観や規範など、文化的な文脈から分析する必要があるとの主張もある。東京大学大学院情報学環教授の林香里らは海外の研究者と共同で、アルゼンチン、フィンランド、イスラエル、日本、アメリカの合計488人を対象に質的調査を行った¹⁷⁾(日本での対象者は72人)。

それによると、ニュース回避には、主に2つの要因がある。同じ政治家などを取り上げるニュースを繰り返し報じられてうんざりしてしまうことによるものと、心理的・感情的な問題によるものだ、という指摘である。前者はその言動が連日報じられ続けたアメリカのトランプ前大統領のニュースなどが代表例として挙げられているが、こうした場合は、ふだんニュースをフォローしている人であっても、ニュースを遮断したいと思う要因になるという。

林らの調査では、日本は、政治の論争がニュース回避を直接引き起こすのではなく、むしろ政治に対する無関心や、議論や対立を回避したい、という文化的な側面が関わっているという指摘がなされた。その背景として、日本では政治アクターや政治に関わる組織に関するマイナスのイメージに加え、「ニュース回避者は、政治的に公平・中立な情報や“無難な”情報のみ消費したいとの思いがある。また、日本人はイデオロギーや宗教についての話題も議論を招きかねない“センシティブすぎる話題”としていた」(引用者訳、以下同)と、欧米に比べ公の場で議論することに消極的な日本の状況を紹介している。また心理的・感情的な側面でも、日本では特に女性が「ショッキングなニュー

ス」を回避する傾向が見られたとし、先述した「回避するニュース」(図18)で、日本では女性のほうがウクライナでの戦争をより強くする回避する傾向があることと符合する。

政治への無関心についての林らの指摘は、本調査でもあてはまると思われる項目があった。2023年は、政治の分断が激しい国などで、インターネット上での議論が不快な経験につながり、人々の行動に影響を与えているのではないかと考え、「オンライン(ソーシャルメディアやメッセージングアプリのグループなどを通じて)で他の人と政治の話をする時、自分の発言にどの程度注意をしているか」「オフライン(対面や電話など)で他の人と政治について話をする時、自分の発言にどの程度注意しているか」を、「非常に注意する」から「全く注意しない」までの4段階と「政治について話さない」の選択肢の中から選んで回答してもらった。

日本では、発言に「非常に/どちらかと言えば注意する」(以下、「注意する」と答えた人は、オンラインで27%(世界平均54%)、オフライン(対面など)では30%(世界平均52%)と世界平均を下回っている(図21)。

しかし、この項目で浮かび上がる日本の特徴は、対面でもネット空間でも政治の話をしていない、という点にある。図22はオンラインで「政治について話さない」と答えた人が40%を超えた6か国と、アメリカを抜き出したものである。日本では、対面で政治の話をしていないと答えた人が39%と世界で最も高く、オンラインで話をしないと答えた人も44%と高い水準である。

オンラインでは政治の話を避ける人が半数を超えたデンマーク(51%)でも、オフラインではその割合は低く(19%)、同国では議論を

図21 政治の話で注意するか(世界平均, 日本)

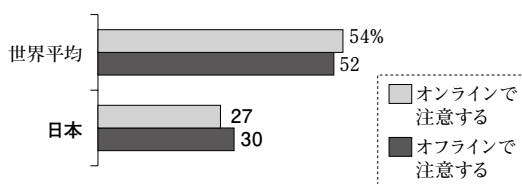
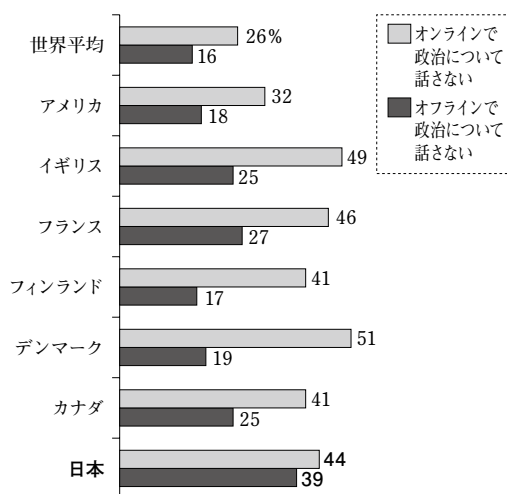


図22 政治の話をするか(世界平均, 7か国)



招く話題はオンラインでなく、むしろリアルで行っている様子がかがえ、対面でもオンラインでも話をしない日本とは様相を異にする。

また日本人は、ニュースをシェアしたり、「いいね!」をしたり、コメントしたりすることなどを通じてネット空間の議論に「参加する(participate)」人が世界に比べて低い。表6は、報道の自由が保障され、複数の有力紙や公共放送の存在など、日本とメディアの状況が似ているイギリス、ドイツ、フィンランド、韓国に、アメリカを加えた6か国の「参加」の状況である。

調査では2023年、この「参加する」人の割

表6 ニュースと参加 (複数回答) (世界平均, 6か国)

(%)

	世界平均	アメリカ	イギリス	ドイツ	フィンランド	韓国	日本
SNSで共有	19	19	10	8	11	9	7
ランクづけ、「いいね!」など	18	15	7	14	11	17	6
SNSでコメントする	18	19	8	8	11	8	4
対面で話す	32	33	33	30	40	23	13
SNSのコメントを読む	31	29	22	18	23	15	12
ウェブでコメントを読む	25	24	20	18	26	25	22
いずれでもない	22	30	38	38	29	30	55

合が世界的に低下傾向にあることが、ネットとの関わりの変化をうかがわせるものではないかとして大きな注目点となった。その傾向は、政治・社会問題をめぐって世論が割れている国や地域では特に顕著で、例えばイギリスでは、EU離脱を問う国民投票が実施された2016年には、「ソーシャルネットワークでニュースを共有する」と答えた人は16%いたが、2023年には10%まで低下した¹⁸⁾。

他方、日本ではもともと「参加」の割合が極めて低く、ソーシャルメディアで記事をシェアしたり、「いいね!」をしたりするといった行為は、全項目で世界平均を下回っている。その中でも最大の特徴は「いずれでもない」として、何もしない人が55%に達していることである。2022年には64%が何もしないと答えたのに比べると、「参加」する人は増えているが、それでもこの項目は2年連続で世界で最も多い国となった。

こうした日本人の行動は、和を大事にする国民性や教育などさまざまな背景があると思うが、先述した林らの論文は、「日本ではニュースを読むこと・見ることは市民としての責務(civic duty)とは見なされて」いないとしている。そして、それを裏づけるかのようにインタビューを行った人々から「ニュースを避ける理

由としては、極めて些細なことが挙げられていた」ことを紹介している。林らはこのことから、日本では「ニュース回避という問題として人々に認識されていない」のではないかと考察し、ニュースを通じて情報を得て、民主主義に参加することが市民の責務だと考える西欧の見方を前提にしてニュース回避について問うても、少なくとも量的調査では、日本は回避者が少ないという結果になるのではないかと指摘している¹⁹⁾。

確かに筆者も、2023年のデータを分析していて最大の疑問は、「ニュースへの関心」が急速に失われ、「つながらない人たちが」世界で最も多い国で、なぜ「ニュース回避者」は世界で最も少ないのか、ということである。西欧の国々と日本とでは、ジャーナリズムの発展の歴史、メディアリテラシー教育の違いや、シチズンシップ教育が広く行われていないことなど、状況は異なっている。こうした違いや、そもそも文化・国民性の違いを踏まえて、質問の趣旨を伝わりやすくする方法はないか、本調査のパートナー団体の中で数少ないアジアの機関からの参加者として、問題提起をしていく必要があると感じる。

9. 公共放送に対する意識

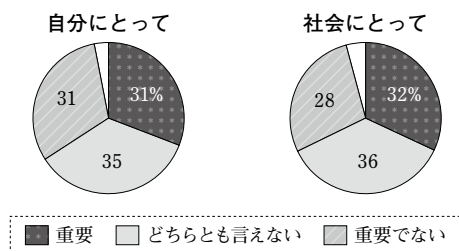
次に、公共放送に関する調査結果を紹介しておきたい。世界の公共放送では、デジタル時代における「公共サービスメディア」としての役割や目標、そしてそれを支える財源制度のあり方についての議論が行われている。報道内容をめぐって政治からの圧力を受ける国や、商業メディアやオルタナティブメディアから業務の範囲について批判の声があがっている国も少なくない。

公共放送²⁰⁾の最大の特徴は、特定の層ではなく、広く国民に向けてあまねくサービスを提供するという点にあるだろう。それは、視聴者のさまざまなニーズと関心に応える番組を通じて支持を得て成り立っているということである。しかし、多様な媒体が生まれ、個人の好みも多様化している現代社会で、その目的を達成するのは容易なことではなくなっている。

そこで2023年の調査では、“公共放送と視聴者との結びつき”²¹⁾を測ることを目標に、公共放送のニュースは大切だと思うか、意識を尋ねた。対象は、公共放送の番組と経営が政府からの独立を保っていると思われる19か国である。この項目は、「信頼」の項目と同様にあくまでも個人の見解を尋ねたものであり、個々の組織に対する客観的な評価でないことに留意されたい。

まず、「あなたにとって、NHKなどの公共のお金によるニュースサービスはどの程度重要ですか」「あなたの意見として、NHKなどの公共のお金によるニュースサービスは社会にとってどの程度重要ですか」(下線筆者)との問いに対し、「全く重要でない」から「とても重要である」までの5段階で答えてもらった(図23)。

図23 公共放送は重要か(日本)



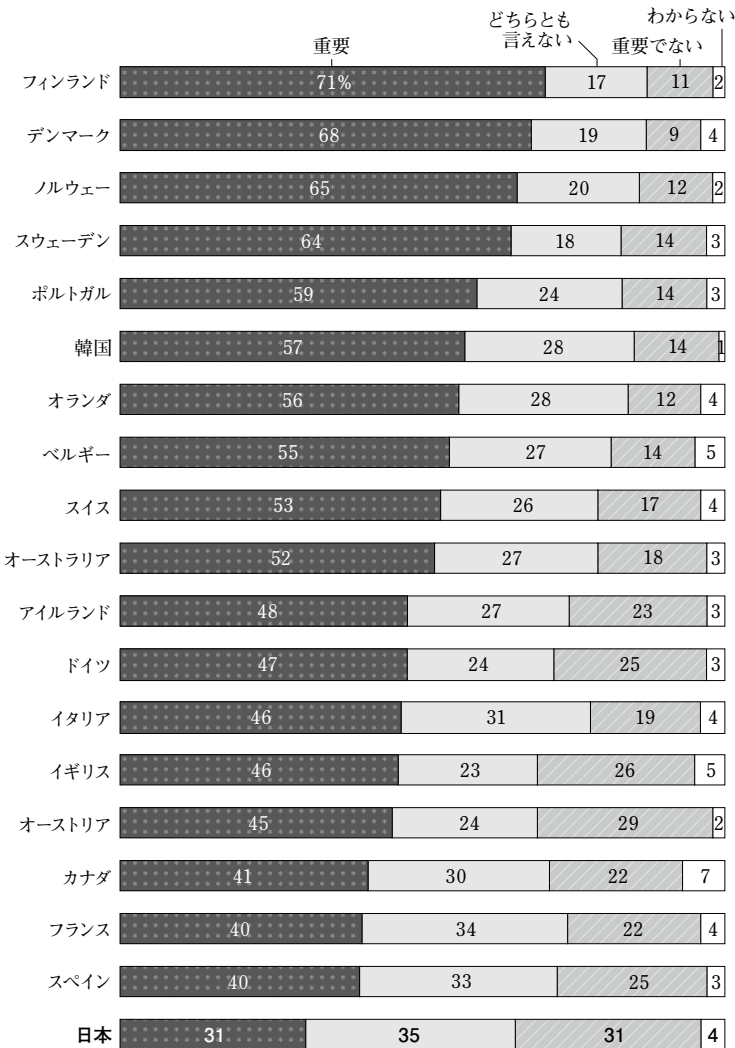
「自分にとって重要か」を見てみると、日本では「とても/かなり重要」(以下、「重要」と答えた人は31%で、「全く/それほど重要でない」(以下、「重要でない」)も31%、「どちらとも言えない」が35%だった。一方、「社会にとって重要か」については、「重要」が32%、「重要でない」が28%、「どちらとも言えない」が36%だった。

世界の国々で、「自分にとって重要か」の問いに対する結果を見ると、「重要」と答えた人が最も多かったのはフィンランドの71%で、デンマークが68%など北欧4か国が上位を占め、韓国を含め10か国が50%を超えた。公共放送の母船(mothership)とも形容されるBBCがあるイギリスは46%、日本の31%は最も低かった(図24)。

若者を中心に“テレビ離れ”が進む中、公共放送でも視聴者層の高齢化が指摘されている。本調査でも年層別に見ると、55歳以上で「自分にとって重要」と答えた人は36%で最も多かったが、18～24歳も28%と2番目に多い年層となっている。一方、「重要でない」は35～44歳で最も多く(39%)、18～24歳(35%)が続いた(図25)。

学歴別ではより傾向がはっきりしており、高学歴の人ほど公共放送が「重要」と答えた人

図24 公共放送は「自分にとって」重要か (19か国)



が多く、短大や専門学校卒業以上では39%で、このうち学士以上では42%が「重要」と答えている(図26)。年収でも同様の傾向がうかがえ、高額所得者になるほど公共放送の重要性に理解を示す人が増えている(図27)。

また、主なニュース源として利用する媒体では、テレビと回答した人の45%、新聞・雑誌と回答した人の44%が公共放送を「重要」とし

たのに対し、ソーシャルメディアを主な情報源とする人はわずか18%にとどまった(図28)。

しかし、ロイター研究所の分析によると、最も関連が大きいと思われる要素は、「利用」の頻度であった²²⁾。公共放送のサービスや番組は、実際に利用して消費することで、品質や価格に見合うかどうかを評価できる「経験財(experience goods)」であり、各国では公共放送のニュースサービスを利用する頻度が高いほど、その役割を重要だとする割合が高い結果となった(図29)。

NHKをまったく利用しない人のうち「自分にとって重要」と答えた人は16%なのに対し、週1~2回利用する人では40%、週3回以上利用する人では54%に伸びる。この傾向は「社会にとって重要」でも見られた。フィンランドYle、イギリスBBCでもこの傾向は一致している。

一方、日本と世界で傾向が異なったのが、「自分にとって重要」と考える人と、「社会にとって重要」と考える人の割合の差である。調査ではすべての国で、「社会にとって重要」と考える人が「自分にとって重要」と考える人を上回った。その差は、アイルランドでは10%、韓国では9%、フィンランド、イギリス、スイス、オーストラリアでは8%と有意な差がある。これに対し、日本は「社会にとって重要」が32%、「自分にとって重

図25 公共放送は「自分にとって」重要か
(年層別) (日本)

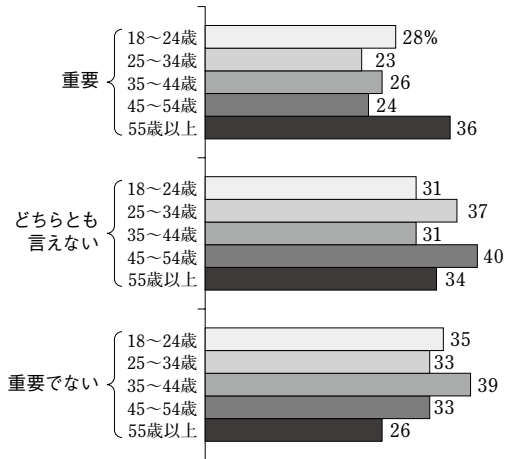


図26 公共放送は「自分にとって」重要か
(学歴別) (日本)

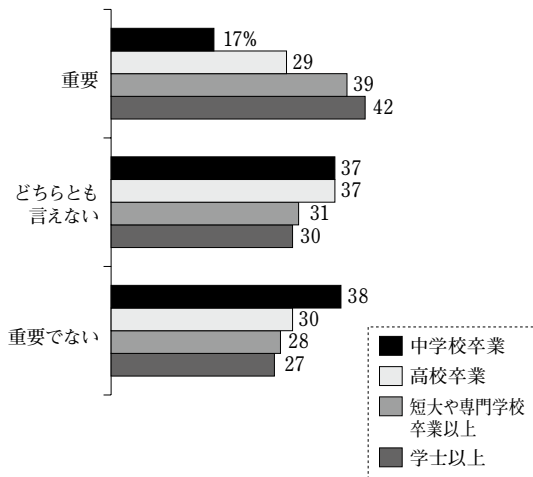


図27 公共放送は「自分にとって」重要か
(年収別) (日本)

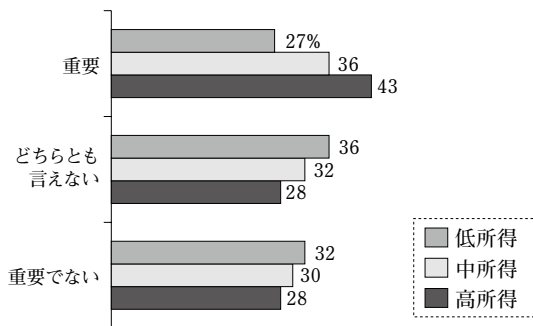


図28 公共放送は「自分にとって」重要か
(主なニュース源別) (日本)

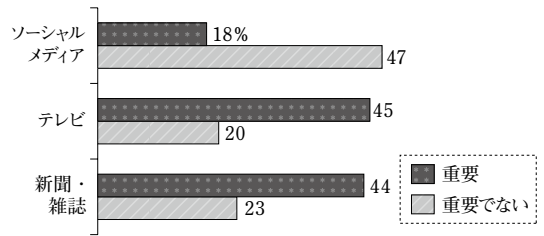


図29 公共放送は重要か (利用頻度別) (3か国)

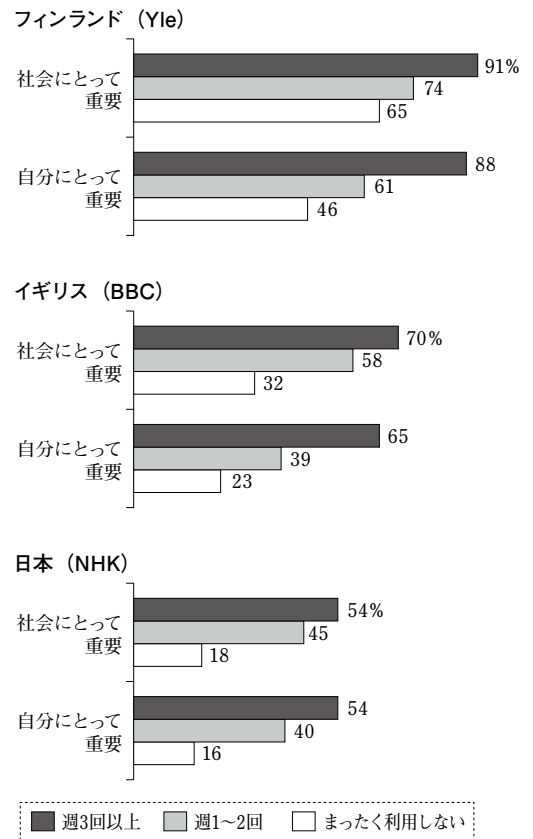
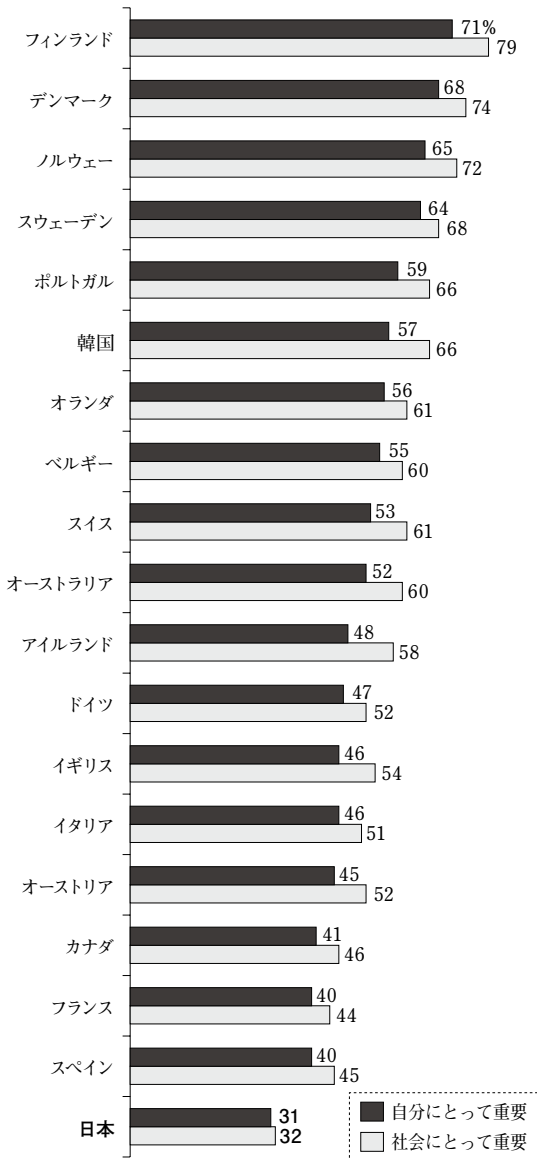


図30 公共放送は「自分にとって/社会にとって」重要か (19か国)



要」が31%と、世界で唯一、有意な差がない国だった(図30)。

この傾向は年層別に見ても同様であり、例えば、NHK(図31)とイギリスのBBC(図32)を比べてみると、BBCはすべての年層で、「自

図31 公共放送は「自分にとって/社会にとって」重要か (年層別) (日本)

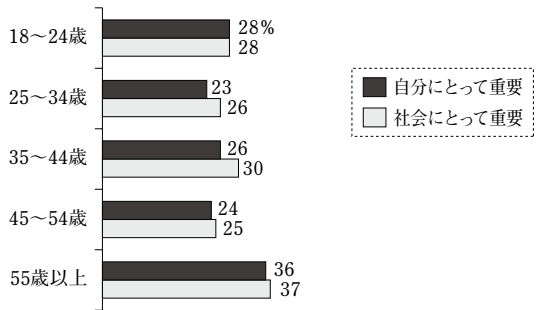
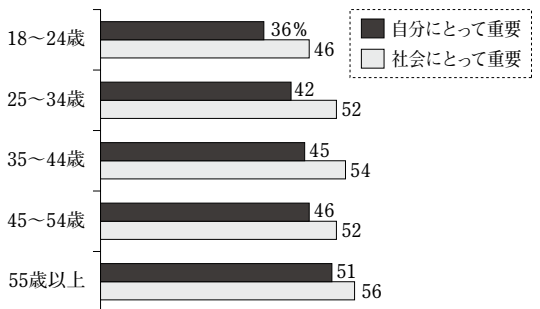


図32 公共放送は「自分にとって/社会にとって」重要か (年層別) (イギリス)



分にとって重要」と「社会にとって重要」の差がうかがえるのに対し、NHKは18~24歳、45~54歳、55歳以上で有意な差はうかがえない。

一方、日本国内のメディアに対する「信頼」を見てみると、NHKへの信頼は調査対象の中で最も高い。図33は、日本のテレビ、新聞、雑誌とYahoo!ニュースの15媒体を選び列挙したうえで、これらの「ブランドのニュースはどの程度信頼できますか」と尋ねた結果である。「全く信頼できない」を0、「完全に信頼できる」を10としたスケールを用いて数字で回答してもらった。図33は0~4を「信頼しない」、6~10を「信頼する」としている。なお、この項目

図33 各媒体のニュースへの信頼

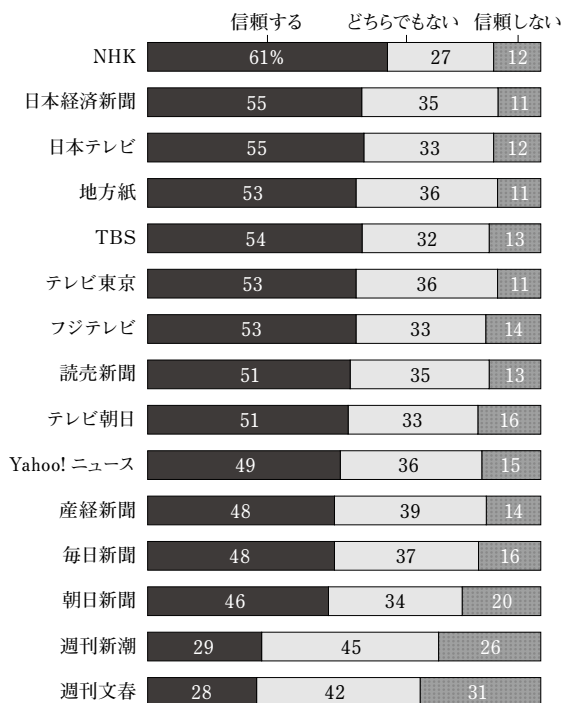
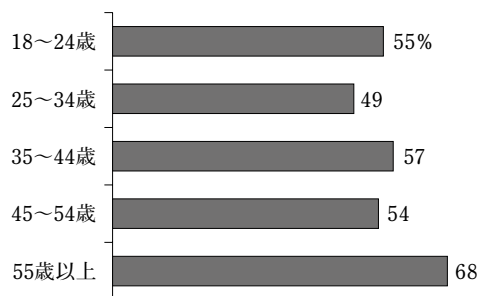


図34 「NHKを信頼する」(年層別)



については、利用者の規模などを考慮し15媒体を選び出しているため、いわゆる「人気投票」でないことを強調しておきたい。

これによると、NHKを「信頼する」と答えた人は61%で2022年よりも4ポイント上昇した。「信頼する」の年層別の割合(図34)は55歳以上で68%と最も高く、18～24歳(55%)と35～44歳(57%)が、25～34歳(49%)と45～54歳(54%)をわずかに上回る。このグラフの形状は「公共放送は自分にとって重要だ」と答えた人の年層別のグラフ(図25)と重なっている。

もちろん「自分にとって重要」と考えることと、その媒体が提供するニュースを「信頼する」ことは完全に一致するわけではない。しかし、「自分にとって/社会にとって重要」という

認識と、ブランドとしての「信頼」の数値が倍近く離れていることは率直に言って不思議であり、今後、より詳細な調査をする方法がないかの検討を続けたい。

最後に、公共放送と民間メディアの利用の関係について触れておく。公共放送の業務については、デジタル化が進むにつれ、民間事業者の業務を圧迫するとの懸念の声が世界中で聞かれる。ロイター研究所は、「知るかぎり公共放送の存在が民業圧迫につながっているということを示した査読論文は見当たらない」²³⁾としつつも、その懸念は払拭できないものとして長年、指摘されているだけに、検討に値するものだとしている。

本調査で関連する項目を見ると、公共放送を「自分にとって重要」と答えた人のうち57%が新聞もしくは雑誌(紙版またはデジタル版)を利用していると答えた。これに対し、「重要でない」と答えた人の新聞・雑誌の利用は32%だった²⁴⁾。これは、「公共放送」か「新聞・雑誌」かの選択ではなく、対価を払ってでも情報を得ようとするかどうか、という情報に対する考え方の違いがうかがえるとは言えないだろうか。

10. おわりに

本誌2023年10月号と本号で、2023年の『ライター・デジタルニュースレポート』から世界の状況と比較しつつ日本の状況を紹介してきた。前号では、生まれたときから携帯端末が身近にあった世代が成人年齢になるにつれ、ニュースを得る際にソーシャルメディアを利用する割合が増えている様子を紹介した。こうした人たちは、アルゴリズムなどに懐疑的な姿勢を示しながらもその利用を拡大させ、それとともに既存メディアとのつながりが薄れている。

本稿では、情報があふれる社会の中で、ニュースに対する信頼や関心の移り変わりを見たとくえで、“ニュース疲れ”がもたらす「ニュース回避」について、どのような人々がどのような方法で、どのようなニュースを回避しているのかなどを取り上げた。また、メディアへの批判がもたらす信頼への影響や、デジタル社会における公共放送に対する意識についても紹介した。

日本では、世界と比べてみると「つながらない人々」の多さやネット空間での議論への参加の少なさ、そして公共放送に対する明確な支持の低さなどから、メディアとの関係が変わっていていることを想起させる。しかもその変化は、メディアが廃業に追い込まれ「ニュース砂漠」と呼ばれる現象などが起きているアメリカなどの国々と比べると、表向きの静けさの裏でじわじわと進行しているような印象を受ける。

公共放送に身を置く者として、デジタル社会における自らの役割を見つめ直す必要があるのは言うまでもないことだと思うが、情報過多とも言える時代の中で、事実を伝える情報インフラとしてのメディアの機能はどのようなものなのか、そしてそれをどうやって維持していくべきな

のかなど、幅広い議論が必要なのではないかと感じる。これからも本調査のプロジェクトに参加する各国の研究者などとの議論を通じ、その手がかりを探っていきたい。

(さいしょ れいこ)

注：

- 1) 調査した国と地域は、英語のアルファベット順にアルゼンチン、オーストラリア、オーストリア、ベルギー、ブラジル、ブルガリア、カナダ、チリ、コロンビア、クロアチア、チェコ、デンマーク、フィンランド、フランス、ドイツ、ギリシャ、香港、ハンガリー、インド、インドネシア、アイルランド、イタリア、日本、ケニア、マレーシア、メキシコ、オランダ、ナイジェリア、ノルウェー、ペルー、フィリピン、ポーランド、ポルトガル、ルーマニア、シンガポール、スロバキア、南アフリカ、韓国、スペイン、スウェーデン、スイス、台湾、タイ、トルコ、イギリス、アメリカである
- 2) NHK放送文化研究所「ライター・デジタルニュースレポート2023」(日本語版)
https://www.nhk.or.jp/bunken/research/oversea/pdf/20230614_1.pdf
- 3) 「信頼」についての定義が不明確なことや、測定の方法も確立していないことなどへの指摘がある。また、市民社会では情報を得て判断すべきとする理想と、実際のデジタル社会でのニュース消費のあり方についての乖離などが議論されていないことについても考慮すべきとの意見もある
Caroline Fisher, "The trouble with 'trust' in news media," *Communication Research and Practice*, 2016
- 4) Stephen Coleman, "Believing the news: From sinking trust to atrophied efficacy" *European Journal of Communication*, 27 (1) 2012
- 5) 同上, p35
- 6) UNESCOは#ProtectJournalistsをキャッチフレーズにキャンペーンを展開している
<https://www.unesco.org/en/safety-journalists>
また、EUは、2022年、European Media Freedom Actを採択した
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_5504

- 7) 日本はさまざまな調査結果で、「どちらでもない」などが多く出ることが指摘されている
- 8) Reuters Institute for the Study of Journalism, “Digital News Report 2023”
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>
- 9) Robertson, C.T, “Sources and Drivers of News Media Criticism,” Reuters Institute Digital News Report 2023
- 10) 前掲 注8), p25
- 11) 前掲 注8), p21
- 12) “つながらない人々”は若い層ほど多く、所得と学歴は低いほど多いなど、ニュースに関心がないと答えた層とおしなべて同じ傾向がうかがえる
- 13) Pew Research Center (2020年2月26日)
<https://www.pewresearch.org/short-reads/2020/02/26/almost-seven-in-ten-americans-have-news-fatigue-more-among-republicans/>
- 14) Villi.M, Aharoni.T, Tenenboim-Weinblatt.K, Boczkowski, Pj, Hayashi.K, Mitchelstein.E, Tanaka.A, Kligler-Vilenchik.N, “Taking a Break from News: A Five-Nation Study of News Avoidance in the Digital Era” Digital Journalism, 10:1 (2022)
- 15) Toff.B, Kalogeropoulos.A, “All the News That’s Fit to Ignore: How the Information Environment Does and Does Not Shape News Avoidance” Public Opinion Quarterly, Vol 84, Issue S1 (2020)
- 16) この質問では、トルコやマレーシア、タイ、ケニア、南アフリカなど13か国の統計を除いている
- 17) 前掲 注14), p152
- 18) 前掲 注8), p16。ロイター研究所は、意見を表明するような活動は、誰にでも見られるオープンなプラットフォームでなく、グループを形成し招待者のみが参加するメッセージングアプリなどより閉じられた空間に移っていくと指摘している。
- 19) 「ニュースをあえて避けようとしているか」という問いに対して、日本では「わからない」が20%に達している。2017年は「わからない」が4%、2022年は12%だったのに比べると上昇している
- 20) ロイター研究所のレポートでは「公共サービスメディア (Public Service Media)」との表記を使用しているが、日本では「公共放送」の言葉が依然、広く使われていることから、本稿では「公共放送」の文言を使用している
- 21) Nielsen,R.K.,Fletcher,R. “The importance of Public Service Media for Individual and for Society” Reuters Institute Digital News Report 2023, P44
- 22) 同上, p45
- 23) 前掲 注21), p46
- 24) 同上