

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 9 月 26 日現在

機関番号：12608

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2014～2015

課題番号：26730170

研究課題名(和文) 情報社会におけるソーシャルメディアを用いた国会議員の情報発信に関する研究

研究課題名(英文) A Study on the Way to Use Social Media by the Members of Parliaments of Japan in the Information Society.

研究代表者

西田 亮介(NISHIDA, Ryosuke)

東京工業大学・大学マネジメントセンター・准教授

研究者番号：60632768

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,700,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、公職選挙法が改正され、インターネットを用いた選挙運動が解禁された2013年の公職選挙法改正以後の情報化が進む日本におけるソーシャルメディアを用いた国会議員の情報発信に関する研究である。2013年の参院選等を中心に国会議員の情報発信のパターンとケーススタディを実施した。さらに、政党の情報発信手法、戦略、ガバナンスに関する分析に着手し、同選挙などにおける自民党のそれらの実践、またその歴史的変遷などを明らかにした。

研究成果の概要(英文)：This study is about an information transmission of the members of parliamentarians using social media in Japan after the Public Offices Election Act amendment 2013. This study analyzed the patterns of the way to post message on social media (twitter), and did the Quantitative case study of some candidate in the House of Councilors, 2013. In addition to them, the study started to research those of political parties and, decision making, strategy and governance related to political information especially LDP. The study showed the approaches, historical transition and governance of LDP in the House of Councilors, 2013.

研究分野：社会学、社会情報学、公共政策学、情報社会論

キーワード：ネット選挙 情報と政治 自民党 政治情報

1. 研究開始当初の背景

研究開始当時、日本政治の情報技術の利用傾向、そのなかでもソーシャルメディアの利用傾向についての実証的研究はまだ端緒に就いたばかりであった。というも、2013年の公職選挙法改正を契機にして、ようやく政党や政治家のソーシャルメディア利用が活発化し、また戦略的要素や組織的取り組み、それらの連携利用の検討が始まったからである。

当時の状況を概観しておく。総務省の『平成23年度版 情報通信白書』によると、日本における mixi、GREE、モバゲータウンといった SNS の利用者は、この時期に2000万人を越えている。さらに同白書によると、2011年には Twitter や Facebook といったソーシャルメディアの日本における利用者も1300万人近くになった。その結果、日本においても、すでに先行して報告されていた海外事例のように、生活世界の随所で、変化が生じようとしていた。

政治も例外ではなかった。申請より遡ること数年前の、2008年、2012年のオバマ大統領の選挙運動でも、スマートフォンや SNS を駆使した選挙運動が大きな話題を呼んだことが日本でも知られていた。また広告代理店などを通して、その情報は日本の政治関係者にも伝えられていた。

こうした生活世界、またグローバルな情報技術利用の変化を受けて、日本の政治家たちもソーシャルメディアを利用し始めた。ただし、日本における政治家が恒例世代に偏重していることもあって、その歩みは決して早いものであったとはいえない。たとえば、筆者らの研究によれば、2012年1月時点で、214名の国会議員が Twitter にアカウントを開設していた。国会議員の議席数が衆参あわせて722であるから、およそ3分の1の議員が Twitter を利用していたことになる。

ところが、このように Twitter のアカウント開設数だけに注目すると、情報化に国会議員も対応しつつあるかのように見えるが、そうではなかった。というも、筆者らが、彼らの書き込みを Twitter の API から取得し、双方向性と伝播性の観点から分析を実施したところ、現職国会議員らの Twitter の利用傾向は、a.)情報発信頻度も低く、b.)また一方的な情報発信にとどまっており、c.)双方向のやり取りも頻繁には行っておらず、d.)一部の議員を除くと、他のユーザーによる書き込みの RT (転送) もあまりされていないことが明らかになったからである (西田・小野塚2012)。換言すると、ネット選挙解禁以前の国会議員の Twitter を利用した情報発信は、必ずしも政治情報を国民に適切かつ十分に伝え、交流するための新しい手段とはなりえていなかった (西田2013)。

したがって、少なくとも新しいメディアの導入が日本の政治環境の改善、それどころか

政治情報の社会における普及に貢献していたとはいえなかった。政治情報を発信できるツールと環境があるにもかかわらず、政治家が情報発信に消極的だったのは、選挙を規定する公職選挙法が制限列举という方式を採用し、選挙運動に利用可能な媒体の種類を強く制限していた影響が強いと考えられた。日本の選挙運動期間は、2週間程度という極めて短期間に限定されている。言い換えると、この、政治家にとって選挙(運動)というもっとも重要な目的に利用できないツールを積極的に利用する動機が強かったためと考えられることができる。

こうした状況のうち、公職選挙法の規定に関しては、2013年に大きく変化を迎えた。2013年4月の公職選挙法改正に伴う「インターネットを利用した選挙運動の解禁」、いわゆるネット選挙の解禁が行われたからだ。潜在的には、このような情報と政治の関係性を大きく変容させる可能性がある。だが、はじめてネット選挙が適用された国政選挙である2013年7月の参院選の候補者たちは、とりあえずアカウントこそ開設したものの、あくまで従来同様、一方的、かつ双方向のやり取りに乏しい情報発信に終始していた (西田・毎日新聞2013)。

2. 研究の目的

本研究の目的は、前述のような、日本の情報環境と政治の問題を前にして、1.)国会議員のソーシャルメディアでの情報発信の傾向を定量的に分析し、2.)技術と制度(公職選挙法等)の双方の視点から、3.)情報社会における日本の民主主義と政治マーケティングについて考察することであった。民主主義の理念は、多様な言説空間と意見の変容を前提としている。それでは、ソーシャルメディアにおける国会議員の言説状況は、どのようなものになっているのだろうか。国会議員のツイッターへの書き込み傾向に関する分析に加えて、彼らの読者(フォロワー)の属性分析から、言説の「揺らぎ」の動態を実施することを目的とした。またオンラインのみならず、現実政治の「揺らぎ」にも注目した。

3. 研究の方法

本研究は、ネット選挙解禁後の現職国会議員のソーシャルメディア(Twitter)の利用傾向を明らかにする。従来、書き込み量に注目した分析を行ってきたが、本研究では、一般有権者の情報転送の傾向を明らかにするべく、「揺らぎ」という視点からの分析を行った。

ここでいう「揺らぎ」とは、ソーシャルメディアが持つ、拡散性という情報転送を容易にする技術特性が、実際にソーシャルメディアのなかで国会議員たちが異質な言説との出会い/多様性を持った言説空間形成に貢

献しているのかというオンライン / 現実政治上のある種の態度変容を指す概念である。

「揺らぎ」等の検討の結果を踏まえ、国会議員と有権者のコミュニケーションの変化など、情報社会におけるデモクラシーの前提条件と政治マーケティングの変容について分析、考察しつつ、中長期の研究仮説、作業仮説を設定し、さらなる研究の発展について構想した。

4. 研究成果

本研究の成果について、概観する。まず揺らぎに関する定量分析については、二通りの分析を実施した。まず、Twitter 上の政治家と市民の態度変容と「揺らぎ」を中心に分析を実施した。そのうえで、集団分極化の実態について明らかにした(文献番号)。この論文は、情報社会学会優秀論文賞を受賞するに至った。

もうひとつ、2013 年参院選での選挙運動における候補者の定量分析を用いた事例研究も実施した。「選挙フェス」というネット選挙と実地での選挙運動を横断するかたちで、新しい選挙運動を実施した候補者のオンライン上のコミュニケーションの分析を行い、取得できたデータにやや制限があったものの、暫定的に、そこで「応答と情報の媒介戦略」と「共感」と呼ぶアプローチの重要性について論じた(雑誌論文)。

そのほかに、日本のネット選挙の状況と政治におけるソーシャルメディア利用について、海外での報告も実施した(学会発表、)。

一般的な、国内学会における学会報告も実施した(学会発表、)。

ここまでの研究内容は、ソーシャルメディア論の研究者たちとともに、書籍の 1 章としても収録した(図書)。

研究を遂行するうちに、幾つかの課題も明らかになった。連立与党の政治的存在感が強すぎ、野党は離散と集合を繰り返しながら、政党支持率を改善することができずにいる。また、筆者らが当初から指摘してきたように、ネット選挙と得票率の関係のあいだに顕著な関係は、少なくとも 2013 年や 2014 年の東京都知事選挙では見出すことができなかった。そのため 2014 年の衆院選では、急な解散総選挙となったこともあり、ネット選挙の取り組みそれ自体があまり活発化しなかった。

そこで、本研究は、政治情報の前提条件となる政党の情報発信手法、意思決定、組織能力、戦略とガバナンス等などにその対象を拡大することにした。まずは、日本政治のなかで長く(連立)与党をつとめた自民党に注目し、その情報発信手法、意思決定、組織能力、戦略とガバナンス等に関して、その発展の経緯とプロセス、転機、関係主体を具体的に明らかにすることを試みた。そのなかでも、も

っともネット選挙に積極的に取り組んだ、2013 年の参院選の T2(トゥルースチーム)の事例を明らかにすることを試みた。その具体的な姿は、単著書籍として『メディアと自民党』において、明らかにすることができた(図書)。本書の内容に関連した学会報告も実施した(学会発表)。与党自民党の体系だった情報発信の戦略と組織能力、ガバナンスが歴史の変遷について、現段階における総合的な研究のひとつになったものと考えられる。

また当初予定していた、情報社会におけるデモクラシーの前提条件と政治マーケティングの変容についての考察の公刊は、本研究の実施期間に間に合わなかったが、その一部は 2016 年 4 月に『マーケティング化する民主主義』(イーストプレス、単著)として公刊するに至った。

課題も残されている。与党自民党の情報発信の全容はそれに加えて、さらに進化を続けている。それらは継続して検討する必要があるだろう。またその他の政党に関する分析と検討は十分に行われているとはいえない。加えて、なぜ野党は挑戦者の立場でありながら、新しい(しかもコストがあまりかからない!)分野の革新にさえ至らないのか、という新たな問いに直面するに至っている。加えて、こうした政治の情報発信手法が高度化する一方で、権力監視を実施するジャーナリズムの報道技術の革新は遅々として進まない。その原因、背景、改善策に関する検討もなされるべきであろう。本研究を通して、多くの新たな研究の問い、構想が着想され、その一部は、すでに着手を始めている。最後に、本研究についての関係各位の支援を記して感謝したい。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計 2 件)

西田亮介・小野塚亮, 2014, 「2013 年参院選における三宅洋平候補の情報発信の分析 『応答と情報の媒介』戦略と『共感』の視点から」『国際公共経済研究』25: 107-15. (査読有)

小野塚亮・西田亮介, 2014, 「ソーシャルメディア上の政治家と市民のコミュニケーションは集団分極化を招くのか Twitter を利用する国会議員のコミュニケーションパターンを事例に」『情報社会学会誌』9(1): 27-42. (優秀論文賞 情報社会学会 2014 年 5 月 24 日〔査読有〕)

〔学会発表〕(計 5 件)

R. Nishida, 2014, "Online Election Campaigns and Digital Democracy in Japan", PUBLIC SEMINAR, The Japan Foundation, London, 10, Nov. 2014.

R.Nishida, 2014, "How Did the Online Election Campaign Change the Election of Japan?," 2014 ASIAN Network for Public Opinion Research ANNUAL Conference, TOKI-Messe, Niigata, Japan, 29, Nov.

西田亮介, 2014, 「ネット選挙運動解禁の成果と課題 競合する『動員』と『透明化』」@日本公共政策学会2014年度第18回研究大会(2014年6月8日@高崎経済大学).

小野塚亮・西田亮介, 2014, 「ソーシャルメディア上の政治家と市民のコミュニケーションは集団分極化を招くのか Twitter を利用する国会議員のコミュニケーションパターンを事例に」@情報社会学会2014年度年次研究発表大会(2014年5月24日@慶應義塾大学湘南藤沢キャンパス).

西田亮介, 2016, 「『メディアと自民党』解題」@第4回国際公共経済学会春季大会(招待講演)(2016年3月5日@大東文化大学).

〔図書〕(計 2 件)

西田亮介, 2015, 『メディアと自民党』角川書店(256p).

西田亮介, 2015, 「政治 すれ違う政治と有権者、理念なきインターネット選挙の解禁」藤代裕之編『ソーシャルメディア論 つながりをも再設計する』青弓社, 102-15.

〔産業財産権〕

出願状況(計 0 件)

取得状況(計 0 件)

6. 研究組織

(1)研究代表者

西田 亮介 (NISHIDA, Ryosuke)
東京工業大学・大学マネジメントセンター・准教授
研究者番号: 60632768

(2)研究分担者
なし

(3)連携研究者
なし