

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 6 日現在

機関番号：34504

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2014～2015

課題番号：26870749

研究課題名(和文) ソーシャルメディア利用による情報環境の偏りが有権者にもたらす影響

研究課題名(英文) The effect of social media use on bias of voters' information environment

研究代表者

稲増 一憲 (INAMASU, Kazunori)

関西学院大学・社会学部・准教授

研究者番号：10582041

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,500,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は2波のウェブ調査を行い、インターネット上のさまざまなサービスが、有権者のニュース志向・娯楽志向という選好に基づく選択的接触を生じさせ、政治知識や国際問題に対する知識の差を拡大/縮小するのかということを検証した。調査の結果、ポータルサイトや新聞社サイトの利用は知識の差を縮小する一方で、twitterやニュース・キュレーションアプリの利用は知識の差を拡大するという結果が見られた。ただし、これは1波調査の結果であり、2波では知識項目の違いなどにより、結果が再現されなかった面が存在しており、この点について今後検討を進めていく必要がある。

研究成果の概要(英文)：Preference-based selective exposure, widening gaps in knowledge about political or international news between news seekers and entertainment fans caused by reducing opportunities for incidental or by-product exposure to news in a high-choice media environment, may become serious in a society made up of less partisan voters. This research focused on this selective exposure and examined whether online services would widen or narrow voters' gaps in political knowledge using an online survey. The results indicate that while exposure to portal sites, newspaper sites, and summary of 2-channel sites decrease in the gap, exposure to news curation applications and Twitter increase in the gap. The implications for possible change in the media environment are discussed.

Keywords: Internet, Selective exposure, Media environment, Entertainment preference, Political knowledge

研究分野：社会心理学

キーワード：インターネット 政治知識 ソーシャルメディア

1. 研究開始当初の背景

従来のマスメディア中心のメディア環境においては、個人の志向性に関わらず有権者に最低限の政治情報が提供され、これが民主政治の基盤となってきた。しかし、近年利用が増加しているソーシャルメディアは、個人の志向性や利用法の差違が情報の差違に直結するメディアである。従って、情報の偏りをもたらすメディア利用のあり方、ならびに情報の偏りの帰結についての知見を得ることは、よりよい民主主義社会を築く上で喫緊の課題といえよう。

2. 研究の目的

本研究の目的は、ソーシャルメディアやニュースキュレーションアプリといったウェブサービスの利用を通じた情報入手の偏りが、政治知識および政治関心・政治参加・寛容性といった民主主義社会において人々に求められる態度・行動にもたらす影響を明らかにすることである。従来のマスメディア中心のメディア環境においては、個人の選好に関わらず有権者に最低限の政治情報が提供され、これが民主政治の基盤となってきた。しかし、近年利用が増加しているソーシャルメディアやニュースキュレーションアプリなどは、個人の選好や利用法の差違が情報の差違に直結する可能性を持つメディアである。一方で、同じウェブサービスであっても、ポータルサイトのように人々の選好による差異を縮めるように働くものも存在する(Kobayashi & Inamasu, 2015)。本研究は、このように、情報の偏り促進・抑制するメディア利用のあり方、ならびに情報の偏りの帰結についての知見を得ることを目的として行われた。

3. 研究の方法

まず、2014年9月下旬に、従属変数である政治・国際ニュース知識を測定する質問を選定するため、関西学院大学応用心理科学研究センターの実験参加者募集システムに登録している学部学生のうち200名を対象に予備調査を行った。知識測定方法は、選挙研究における標準的手法(cf. Delli Carpini & Keeter, 1996)に倣い、正答1つに誤答3つを加えた4択のクイズ形式である。なお、メールで調査URLを通知して協力を求めるウェブ調査を行ったので、正解を調べてから回答することが容易にできる状況にあった。そこで、「わからない」という選択肢を設け、調査目的は個人ごとの正解数を競うものではなく時事ニュースの周知度を知ることであり、知らない場合には調べたりせずに「わからない」を選択するよう教示した。2014年8月および9月前後のニュースを題材に、(国内)政治・国際・社会文化・スポーツの4ジャンル10問ずつ計40問の4択の時事問題を作成し、半分の5問ずつ計20問の質問を100名ずつの対象者に行い、各設問の正答

率を求めた。項目の選定に際しては「朝日新聞デジタル」「読売Online」の「政治」「国際」「カルチャー」「社会」「スポーツ」カテゴリー、およびポータルサイト「Yahoo!」の「国内」「国際」「エンタメ」「スポーツ」カテゴリーを参考に、マスメディア・インターネットの両方で取り上げられているニュースであることを基準とした。

次に、2014年10月にFastaskの登録モニタ17637名を対象としたスクリーニング調査を行った。ウェブ調査の登録モニタには、謝礼目的で登録し、調査回答にかかるコストを最小限に留めようとする回答者が一定数含まれることは避けたい。質問項目を読まずに回答されたデータは結果を歪めることに繋がることを考え、あらかじめ不注意回答傾向のあるモニタを特定し、本調査の対象から除外することにした。スクリーニングには反転項目を含む2つの尺度(5件法)正当世界尺度(今野・堀, 1998)と批判的思考態度尺度の「客観性」項目(平山・楠見, 2004)を用いた。性別と年代(20~60代以上)に基づく層化を行い、 $2 \times 5 = 10$ セルの回答者数なるべく等しくなるよう調査を依頼した。いずれかの尺度で「3=どちらともいえない」以外の同じ回答を選択し続けた1812名を本調査の対象者から除外した。

本調査第一波の配信は2014年11月に2000名の回収を目標に行ったが、最終的に2250名の協力を得た。回答者の平均年齢は45.2歳(SD=14.6)、男女はそれぞれ1125名ずつであった。

本調査第二波については、まず2015年5月に第一波と同様の手続きで知識項目を選定した。その後、第一波の回答者2250名のうち、2015年6月にFastaskへのモニター登録が継続していた2212名に回答を依頼し、1762名からの回答を得た。回答者の平均年齢は46.4歳(SD=14.6)、男性は891名、女性は871名であった。

調査における測定変数は以下の通りである。

独立変数はインターネット上における各サービスの利用である。ポータルサイト、新聞社サイト、ニュースアプリ、2ちゃんねるまとめサイトの利用については、「5=ほぼ毎日」「4=週数回」「3=週一回程度」「2=それ以下」「1=利用しない」の5段階で頻度の測定を行った。ソーシャルメディアとしては、調査時点の日本国内において利用者が多く、政治・社会的なニュースがよく扱われるTwitterならびにFacebookを取り上げ、「5=聞いたこともない」「4=知っているが使ってはいない」「3=閲覧はするが、情報発信やコメントはしない」「2=情報発信はしないが、他の人にコメントする」「1=このコミュニケーションの場を通じて発信する」という5つの選択肢を設けた。このうち、5と4はともに利用していないという内容であるため統合し、その上で値が大きいほど活発な利用を

示すように値を反転した。なお、ソーシャルメディアについて利用頻度ではなく利用形態を尋ねたのは、これらはコミュニケーションツールであるため他者との交流によってアクセス頻度が大きく左右されること、利用者の多くが一日に一回以上アクセスしており、ポータルサイト等のような形で頻度を測定することが難しいことによる。

Prior (2007) を参考に、干渉変数として、娯楽・ニュース志向を取り上げた。彼は有権者の選好の測定に際して、Knowledge network panel を対象としたウェブ調査において番組ジャンル(ニュース・音楽・スポーツなど)やケーブルテレビのチャンネルを提示して好みの/見たいものを選択させることによって、REP (Relative Entertainment Preference) という尺度を作成している。この尺度は相対的な番組の好き嫌いを尋ねるため、政治にどれくらい注意を払っているかを尋ねる政治関心に比べて、社会的望ましさの影響を受けにくいとされる。そこで、本研究では、研究の外的妥当性を考慮するとともに、ニュースを選ぶことが社会的に望ましいという規範の影響を極力避けるため、「もし仮に、夜の9時に次の番組が放送されており、あなたがいずれかの番組を視聴するとすれば、どの番組を視聴しますか。」という形で実際に番組を選択させる質問を行った。本研究の独立変数は人々のウェブ上における各サービスの利用であり、干渉変数となる有権者の選好を測定する上では、それとは独立したウェブ以外の場面における行動を用いる必要があるため、テレビ番組の選択状況を用いた。選択肢はニュース(「NHK ニュースウォッチ 9」「ここがポイント!!池上彰解説塾」)、バラエティ(「きょうの料理」「人生が変わる1分間の深イイ話」)、ドラマ(「月曜ゴールデン」「信長協奏曲」)の3ジャンル6番組である。午後9時という時間帯を設定した理由は、総務省の平成23年国民生活基本調査において「テレビ・ラジオ・新聞・雑誌」という行動をしている回答がもっとも多く、唯一3割を超える時間帯だからである(総務省, 2011)。また、月曜日を選んだ理由は、調査実施当時主要局で放送されていた番組が各ジャンル2番組ずつと内容のバランスが良かったためである。

本研究においては、予備調査で選定した知識項目のうち、ニュース志向ではなく娯楽志向を持つ人々は避けがちだが、有権者が政治と関わる上で必要だと考えられる政治および国際ニュースについての項目のみを取り上げる。回答者の過度の負担を避けるために問題数を4問に絞るとともに、知識を持った回答者とそうでない回答者を弁別しやすくするため、難易度にばらつきを持たせた。具体的には、予備調査の正答率が0~25%、26~50%、51~75%、76~100%の項目を1つずつ選び、正解数0~4の尺度とした。国内政治ニュースは「ヘイトスピーチ」「吉田調

書」「第2次安倍改造内閣の名称」「2014年8月のGDP速報値」、国際ニュースは「エボラ出血熱」「スコットランド独立住民投票」「香港における民主的な選挙を求める学生運動」「トルコにおける初の大統領選」についての質問(いずれも予備調査の正答率が高い順)を用いた。

上記の変数に加えて、デモグラフィック要因として性別(0=女性、1=男性)、年齢、教育程度(1=中学校・高校卒、2=専門学校・短大卒、3=大学・大学院卒)を分析に投入した。また、ニュースを扱うマスメディアとして「新聞」「NHK ニュース」「民放のストレートニュース」「民放のニュースショー」「ワイドショー」への接触頻度を「5=ほぼ毎日」「4=週数回」「3=週一回程度」「2=それ以下」「1=利用しない」の5段階で測定し、統制変数として分析に投入した。

4. 研究成果

まずは、第一波調査の分析結果について示す。各インターネットサービスの利用状況の度数分布はTable 1に示したとおりである。ポータルサイトの利用が非常に多く、半数近くの回答者がほぼ毎日接触している一方で、ニュースアプリは全く見ない回答者が7割弱を占めていた。それ以外のサービスは、全く利用しない回答者が半数程度存在していた。娯楽志向・ニュース志向の測定においては、「ニュースウォッチ 9」「ここがポイント!!池上彰解説塾」を選択した回答者をニュース志向(1245名)、それ以外の番組を選択した回答者を娯楽志向(1005名)と分類した。クイズ形式の質問の正答数で測定した国内の政治ニュース知識の平均値は1.8(SD=1.03)、国際ニュース知識の平均値は2.5(SD=0.95)であった(以下ではそれぞれ政治知識、国際知識と表記する)。なお、個々の質問の正答率には、学生を対象とした予備調査と最大で30%程度の差異があるものもあったが、正答数の分布に著しい偏りはないため、分析に支障はないとみなしてそのまま分析を行った。

ポアソン分布を仮定した一般化線形モデルを用いた分析結果をTable 1に示す。交互作用を分析に投入しないモデルにおいては、ポータルサイト・新聞社サイト・まとめサイト・Twitterの利用が政治知識と、ポータルサイト・新聞社サイト・Twitterの利用が国際知識と、いずれも統計的に有意な正の関連を持っていた。このようにインターネット上のサービスは総じて知識との間に正の関連を持っていたが、本研究において問題となるのは交互作用である。交互作用が有意であったものの一部をFigure 1、2に示す。なお、図中のエラーバーは標準誤差を表している。

多重共線性を避けるために変数の中心化を行った上で交互作用を投入したモデル1-2・モデル2-2で、娯楽志向とメディア利用の間に正の交互作用が見られたのは、ポータルサイト(Figure 1)および新聞社サイト

においてであった。また、娯楽志向とまとめサイト利用の間には、国際知識を従属変数としたモデル2-2においてのみ正の交互作用が見られた。図に示すとおり、娯楽志向を持つ者とニュース志向を持つ者の知識の差は、ポータルサイト利用が高い場合により縮まっており、図は省略するが新聞社サイトについても同様の結果が見られた。すなわちこれらは、有権者の選好に基づく知識の差を縮小するメディアであることが示唆される。

一方で、モデル1-2・モデル2-2において、娯楽志向とニュースアプリ利用との間に負の交互作用が見られた。また、国際知識を従属変数としたモデル2-2においてのみ娯楽志向とTwitter利用との間に負の交互作用が見られた (Figure 2)。図に示すとおり、娯楽志向を持つ者とニュース志向を持つ者の知識の差は、Twitter利用が高い場合により広がっている。すなわちこれらは、有権者の選好に基づく知識の差を拡大するメディアであることが示唆される。なお Facebook については、政治知識・国際知識との間に統計的に有意な関連は見られず、娯楽志向との交互作用も有意ではなかった。

次に政治知識と国際知識の比較では、全サービスで、政治知識を従属変数としたモデル1-1・1-2のほうが国際知識を従属変数としたモデル2-1・2-2よりも偏回帰係数の値が大きかった。これは、各インターネットサービスの利用において主に国内のニュースが扱われているため、サービスの利用は国際知識よりも政治知識と強く関連していることを反映していると考えられる。しかし、そのような状況下でも、まとめサイト・Twitterの利用と娯楽志向との交互作用においては、モデル2-2のほうがモデル1-2よりも偏回帰係数の絶対値が大きくなっていった。統計的仮説検定の結果も、両者ともモデル2-2においてのみ有意であった(まとめサイトについては10%水準)。これは、ふだんマスメディアで取り上げられる機会が少ない国際ニュースだからこそ、ニュース志向をもたない人々の偶発的・副産物的接触の有無というメディアの特徴が顕著に現れることを示唆する結果である。

なお、これまでに説明してきたウェブサービスの利用に関する分析結果については、すべてマスメディアへの接触を統制した上でのものだが、これらの変数を分析から取り除いても偏回帰係数の値はほとんど変わらなかった。つまり、マスメディアへの接触とウェブ上のサービスへの接触は、独立して政治知識・国際知識と関連を持っているようである。

Table 1 インターネットサービス利用についての度数分布

	全(見ない)	週1回以下	週1回程度	週数回	ほぼ毎日
ポータルサイト	321 (14.3%)	179 (8.0%)	182 (8.1%)	393 (17.5%)	175 (52.2%)
新聞社サイト	881 (29.2%)	502 (22.3%)	235 (10.4%)	342 (15.2%)	290 (12.9%)
ニュースアプリ	1518 (67.5%)	285 (12.7%)	105 (4.7%)	149 (6.6%)	193 (8.6%)
まとめサイト	1000 (44.4%)	498 (22.1%)	227 (10.1%)	288 (12.8%)	237 (10.5%)

	利用しない	閲覧のみ	閲覧・コメントのみ	情報発信する
twitter	1252 (55.6%)	468 (20.8%)	90 (4.0%)	440 (19.6%)
facebook	1181 (52.5%)	433 (19.2%)	144 (6.4%)	492 (21.9%)

Table 2 政治知識・国際知識を予測する一般化線形モデル (ポアソン分布)

	モデル1-1		モデル1-2		モデル2-1		モデル2-2			
	B	SE	B	SE	B	SE	B	SE		
性別(女性=0 男性=1)	0.057	(0.025)	**	0.059	(0.024)	**	0.035	(0.016)	**	
年齢	0.004	(0.001)	**	0.003	(0.001)	**	0.005	(0.001)	**	
教育程度	0.089	(0.014)	***	0.086	(0.014)	***	0.049	(0.009)	***	
娯楽志向	-0.135	(0.026)	***	-0.156	(0.027)	***	-0.042	(0.017)	**	
新聞接触	0.015	(0.007)	*	0.015	(0.007)	*	0.010	(0.005)	*	
NHKニュース接触	0.045	(0.011)	**	0.045	(0.010)	**	0.022	(0.007)	*	
民放ストレートニュース接触	0.041	(0.014)	**	0.038	(0.014)	**	0.019	(0.009)	*	
民放ニュースショー接触	0.018	(0.012)	*	0.019	(0.012)	*	0.014	(0.008)	+	
ワイドショー接触	-0.034	(0.010)	**	-0.032	(0.010)	**	-0.013	(0.007)	*	
ポータルサイト利用	0.072	(0.010)	***	0.076	(0.010)	***	0.037	(0.008)	***	
新聞社サイト利用	0.021	(0.009)	*	0.029	(0.009)	**	0.007	(0.006)	+	
ニュースアプリ利用	-0.018	(0.009)	+	-0.025	(0.010)	+	-0.009	(0.007)	-	
まとめサイト利用	0.025	(0.010)	**	0.026	(0.010)	**	0.002	(0.007)	+	
Twitter利用	0.045	(0.011)	**	0.042	(0.012)	**	0.016	(0.008)	*	
Facebook利用	-0.013	(0.011)		-0.012	(0.011)		-0.006	(0.007)	-	
娯楽志向 × ポータルサイト				0.075	(0.021)	***		0.029	(0.013)	*
娯楽志向 × 新聞社サイト				0.061	(0.017)	***		0.023	(0.011)	*
娯楽志向 × ニュースアプリ				-0.059	(0.021)	**		-0.036	(0.014)	*
娯楽志向 × まとめサイト				0.014	(0.019)			0.023	(0.013)	+
娯楽志向 × Twitter				-0.012	(0.024)			-0.046	(0.016)	*
娯楽志向 × Facebook				0.003	(0.023)			0.007	(0.015)	
切片	0.529	***	0.534	***	0.900	***	0.903	***		
R squared(近似値)	.175		.189		.132		.149			
Cox-Snell	.112		.120		.052		.065			
N	2250		2250		2250		2250			

*** p < .001, ** p < .01, * p < .05, + p < .10

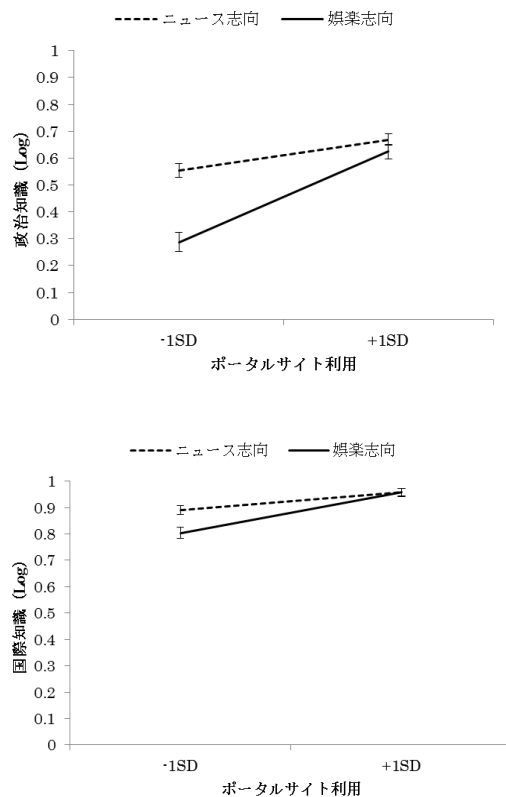


Figure 1 政治知識・国際知識に対する娯楽志向とポータルサイト利用の交互作用 (モデル1-2, 2-2; エラーバーは標準誤差)

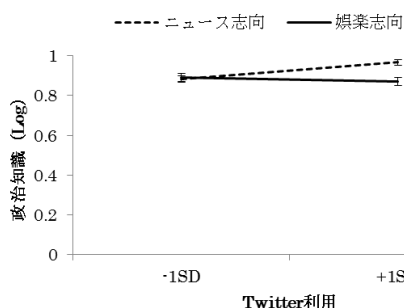


Figure 2 娯楽志向と Twitter 利用の交互作用 (モデル 2-2; エラーバーは標準誤差)

第二波調査については、従属変数となる知識項目を政治知識・国際知識のみとして、2015年6月の状況に合わせて、新たに選定し直した。用いた質問は「米軍基地移設」「ホワイトカラー・エグゼンプション」「アベノミクスの3本の矢」「マイナンバー」「シャルリー・エブド事件」「WAZAの日本の会員資格停止」「キューバのテロ支援国家指定解除」「AIIB」に関するものである。

一波と同様の分析を行った結果、ポータルサイト利用については結果が再現され、ポータルサイトを利用している場合に、ニュース・娯楽という選好に基づく国際知識や政治知識の差が小さくなっていったが、ニュースアプリやtwitterが知識の差を拡大する交互作用は再現されなかった。

一方で、一波においては見られたtwitter利用と政治知識・国際知識の正の関連(主効果)は見られなくなり、ニュースアプリ利用と国際知識については、負の関連(主効果)が見られた。これは二波で用いた知識項目が、ニュースアプリやソーシャルメディアから情報を得にくいものであったことによる可能性がある。時事問題に関する知識項目については、その性質上、パネル調査においてまったく同じ項目を用いることはできない。この項目変更が不可避であることが、結果の再現を難しくしている。

今後は、二波調査についてさらに分析を進めるとともに、安定的に政治知識・国際知識を測定するためには、どのような項目を選定すれば良いかということを含めて、研究を進めていく必要があるだろう。

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1件)

稲増一憲・三浦麻子(2016).「自由」なメディアの陥穽:有権者の選好に基づくもうひとつの選択的接触 社会心理学研究, 31(3), 172-183. (査読有)

[学会発表](計1件)

稲増一憲(2015).インターネット利用と

有権者の情報環境の偏り 日本選挙学会 2015年度研究会 熊本市民会館崇城大学ホール(熊本県熊本市 2015年5月16日)

[その他]

2016年3月に本科研の一波・二波のデータをマージした上で「ウェブ利用と政治知識調査」として、東京大学社会科学研究所 SSJDAに寄託した。データの公開は2016年秋を予定している。

6. 研究組織

(1)研究代表者

稲増 一憲 (INAMASU, Kazunori)

関西学院大学・社会学部・准教授

研究者番号: 10582041