

二極化するメディアへの信頼と不信

——大学生へのアンケート調査から

石 堂 彰 彦

1. 目的

本稿の目的は、二極化が叫ばれる近年のメディアに対する信頼度について、従来とは異なる観点から実施したアンケート調査の結果をもとに、その現状と背景を探ることにある。

メディア信頼度に関する調査は、総務省 (2018) やNHK放送文化研究所の「日本人とテレビ」調査 (木村ほか 2015) など、これまで数多く行なわれてきた。それらの調査の多くは、新聞全般に対する信頼度を問うなど、新聞やテレビ、インターネットといったメディアの分類ごとにその信頼度を測定するものであった。もちろん、そうした調査のなかには、新聞通信調査会 (2018a) のように、テレビをNHKと民放にわけて信頼度を質問したり、総務省 (2018) のように、インターネットをニュースサイトとソーシャルメディアなどにわけて調査したりするものもある。

しかしこのような分類にもとづく調査では、今日のようないわゆるメディアの二極化状況におけるメディア信頼度を、適切に評価することはできないのではないだろうか。

メディアの二極化が語られるようになった背景には、近年のさまざまな政治的議題、たとえば憲法改正や安保法制をめぐるメディア間の対立がある。全国紙についていえば、読売新聞・産経新聞と、朝日新聞・毎日新聞が、こうした議題についての論調で明確に対立する状況が生じている。最近の事例では、財務省の公文書改ざん問題について、官僚の責任にとどめるか、政治家の責任も追及するかで、明確に論調が異なっていた。

このような現状において、あるメディアは信頼できるが、あるメディアは信頼できない、というように、メディアへの信頼と不信が同時に存在する状況が生じていることが考えられる。たとえば、この新聞は信頼するがあの新聞は信頼しないという人がいるとしよう。その人物が、新聞を信頼しているか、と問われ、5件法で「信頼している」から「信頼していない」という選択肢があったとすると、どの選択肢を選ぶだろうか。あいだをとって「どちらともいえない」を選ぶだろうか。それとも信頼している新聞があることを中心に考え、「信頼している」を選ぶだろうか。回答者によって、どの選択肢を選ぶかはまちまちであろう。場合によっては回答をあきらめるかもしれない。このような質問によって、はたして信頼度がわかったといえるのだろうか。しかもこの質問は、ある新聞を信頼し、ある新聞は信頼していないという、回答者の現実をまったく捉えることができない点に大きな問題がある。新聞全般、テレビ全般についての信頼度調査では、現在のような二極化状況におけるメディア信頼度を捉えきれないのである。

もちろん、メディア二極化を前提として、その影響を調べようとする調査もある。近年はこうした調査が増えてきているように思われる。たとえば石川（2004）は、新聞やテレビの政治的な論調の違いが読者・視聴者におよぼす影響を調査し、その結果、購読紙や視聴番組によって、読者・視聴者の考え方が変わることを明らかにしている。同様の調査は、斉藤ほか（2014）や荻上（2017）などによっても行なわれている。

ただしこれらは、メディアの信頼度についての調査ではなく、メディアの影響度などについての調査である。一方で米国メディアに関する調査研究では、二大政党制を背景としたメディア信頼度の二極化が議論されている。これにはたとえば、支持政党と特定のメディアに対する信頼度の関連等を調査した研究（Stroud and Lee 2013）や、ニューヨークタイムズやフォックスニュースといった個別のメディアに対する信頼度の調査（Pew Research Center 2012）などがある。

しかし日本で調査を行なう場合は、米国におけるような調査内容がかならずしも適切であるとはいえないだろう。たとえば、どのテレビ局をどの程度信頼しているか、といった質問をしたとしても、すべての回答

者が各テレビ局の具体的な政治的傾向を認識したうえで回答するとは考えにくい。また、本研究の調査回答者が学生であることを考えれば、支持政党を問う質問もどこまで妥当か判断が難しい。これらの点を考慮し、このあと詳しく述べるが、今回の調査では、たとえば新聞については、信頼する新聞の有無、信頼しない新聞の有無を問うというように、具体的な新聞名を問わないかたちで調査を行なうこととした。このような形式であっても、二極化という現状におけるメディアへの信頼と不信を、ある程度まで適切に反映した回答をえられると判断した。

以上に述べた観点から、メディアに対する信頼だけでなく不信も質問項目に含めた調査を実施した。結果の分析にあたっては、メディアへの信頼・不信がどの程度であるのか、またメディアへの信頼・不信と関連する要素にはどのようなものがあるかといった点について、探索的に検討を行なった。

以下、第2章では調査方法等を示し、第3章で結果の提示、第4章で考察を行ない、最終章で結論と課題について述べる。

2. 調査方法・対象および内容

2.1 調査方法・対象

成蹊大学と中央大学の筆者担当の授業時間内に自記式集合調査を実施した。回答者は、成蹊大学は「新聞論」受講生で、文学部の学生121名（2年生90名、3年生28名、4年生以上3名、うち男性40名、女性81名）、中央大学は文学部人文社会科学科社会情報学専攻の2年次演習を受講する学生52名（2年生52名、うち男性23名、女性29名）の合計173名である。調査実施日は、成蹊大学が2018年9月19日、中央大学が同9月27日で、後期初回の授業冒頭に実施した。なお分析にあたっては、回答者に含まれていた社会人受講生1名、およびメディアイメージと信頼度にすべて1と答えるなど回答に不備があった2名、合計3名を除外した170名を対象とした。

2.2 調査内容

本稿で分析対象とした質問項目は以下のとおりである。いずれの質問

も、「そう思う」から「そう思わない」までの4件法で回答を求めた。

まず、メディア信頼度を問う質問は、「信頼できる〇〇がある」「信頼できない〇〇がある」の2項目とした（「〇〇」には「新聞」「テレビ局」「ネットニュース」が入る。以下同じ）。

メディアイメージに関する質問は、「〇〇のニュースは正確だ」「〇〇はニュースの情報源として欠かせない」「〇〇のニュースは政治的に偏っている」「同じ出来事でも〇〇ごとに報道内容や主張が異なる」「〇〇は憶測にもとづくニュースを報道することがある」の5項目である。質問項目を決定するにあたっては、既存のメディア信頼度調査を参照したが、二極化との関連の調査に最低限必要と思われる質問に限定した。また、質問内容を「ニュース」に限定したのは、生活情報や芸能情報など、ニュース以外の情報についての評価を除いたメディアイメージを測定するためである。とくにテレビやインターネットではそうした情報が多いため、新聞も含めて比較する場合は「ニュース」に限定することが妥当と考えられる。

さらに上記項目以外に、「ネットニュースを見ると、ニュースの配信元や執筆者を意識する」という項目を追加した。同様の調査は、新聞通信調査会（2018a; 2018b）が「ネットニュースを見る時に、ニュースの出所を気にするか」という質問文によって行なっているが、そこではメディア信頼度との関連は示されていない。しかし同調査によれば、ニュースの出所を気にする者が多い国では、メディア（新聞）の信頼度が一般的に低く、両者の関連が推測される。そこでニュースの配信元を意識することと、メディア信頼度の関連について明らかにするため、この点についても調査することにした。

なおアンケートでは、時事問題についての知識・意見や、メディア接触時間、接触メディアに関する調査等も行なったが、本稿の目的から外れるため、今回の分析対象から除外した。また、今回の調査回答者はランダム・サンプリングされたものではないが、一部の分析結果には、結果の解釈の参考とするため、検定結果も含めている。

3. 結果

3.1 各メディアに対する信頼と不信

表1は、「信頼できる〇〇がある」（以下、「信頼」）、「信頼できない〇〇がある」（以下、「不信」）についての単純集計結果である。「信頼」と「不信」それぞれの「そう思う」の比率をくらべると、3つのメディアすべてにおいて「不信」が「信頼」を大きく上回っている。したがって、いずれのメディアについても、明確な信頼よりも、明確な不信を抱く者のほうが多いことが明らかとなった。

表2～4は、メディアごとに、「信頼」と「不信」それぞれの「そう思う」「どちらかといえばそう思う」、「どちらかといえばそう思わない」「そう思わない」の比率を合計してクロス集計した結果である（表中の「思う」は「そう思う」「どちらかといえばそう思う」、「思わない」は「どちらかといえばそう思わない」「そう思わない」の合計）。

各クロス表の「信頼」の「思う」の合計比率は、新聞が50%を超えているのに対し、テレビ局とネットニュースはいずれも40%を下回り、顕著に低くなっている。比率の高い順にならべると、新聞（52.9%）・テレビ局（35.5%）・ネットニュース（26.2%）となる。一方、「不信」の「思う」の合計比率は、各メディアとも50%前後であり、ネットニュースだけでなく、新聞とテレビ局の比率も高い。

また、各メディアのクロス表中のセルを比較して特徴がみられるのは、ネットニュースの「信頼」の「思う」と「不信」の「思わない」の組み合わせのセルである。新聞・テレビ局の同じセルの比率（それぞれ27.6%、17.2%）と比較して、ネットニュースの同セルの比率（6.5%）が

表1 各メディアの「信頼」「不信」

	そう思う	どちらか といえば そう思う	どちらか といえば そう思わない	そう思わない	計
信頼できる新聞がある	9(5.3%)	81(47.6%)	62(36.5%)	18(10.6%)	170
信頼できない新聞がある	22(12.9%)	63(37.1%)	68(40.0%)	17(10.0%)	170
信頼できるテレビ局がある	8(4.7%)	53(31.2%)	77(45.3%)	32(18.8%)	170
信頼できないテレビ局がある	28(16.6%)	52(30.8%)	64(37.9%)	25(14.8%)	169
信頼できるネットニュースがある	6(3.6%)	39(23.1%)	85(50.3%)	39(23.1%)	169
信頼できないネットニュースがある	43(25.6%)	53(31.5%)	56(33.3%)	16(9.5%)	168

表2 新聞の「信頼」「不信」のクロス表 (カッコ内は総パーセント)

		信頼できない新聞がある		計
		「思う」	「思わない」	
信頼できる新聞がある	「思う」	43 (25.3%)	47 (27.6%)	90 (52.9%)
	「思わない」	42 (24.7%)	38 (22.4%)	80 (47.1%)
	計	85 (50.0%)	85 (50.0%)	170 (100.0%)

表3 テレビ局の「信頼」「不信」のクロス表 (カッコ内は総パーセント)

		信頼できないテレビ局がある		計
		「思う」	「思わない」	
信頼できるテレビ局がある	「思う」	31 (18.3%)	29 (17.2%)	60 (35.5%)
	「思わない」	49 (29.0%)	60 (35.5%)	109 (64.5%)
	計	80 (47.3%)	89 (52.7%)	169 (100.0%)

表4 ネットニュースの「信頼」「不信」のクロス表 (カッコ内は総パーセント)

		信頼できないネットニュースがある		計
		「思う」	「思わない」	
信頼できるネットニュースがある	「思う」	33 (19.6%)	11 (6.5%)	44 (26.2%)
	「思わない」	63 (37.5%)	61 (36.3%)	124 (73.8%)
	計	96 (57.1%)	72 (42.9%)	168 (100.0%)

顕著に低く、隣接する各セルの比率がそのぶん高くなっている。したがって、ネットニュースに関しては、「信頼できるネットニュースがある」と思う人は、「信頼できないネットニュースがある」と思う傾向があり、また、「信頼できないネットニュースがある」と思わない人は、「信頼できるネットニュースがある」と思わない傾向があるということになる。

3.2 各メディアのイメージ

表5は、新聞・テレビ・ネットニュースそれぞれのメディアイメージについての単純集計結果である。この表で特徴がみられる点としては、「同じ出来事でも〇〇ごとに報道内容や主張が異なる」(以下、「異なる」)の「そう思う」「どちらかといえばそう思う」の比率の合計が、どのメディアでも突出して高いことが挙げられる。メディアごとにみると、新聞は92.3%、ネットニュース87.1%、テレビ83.0%となっており、新聞の比率がもっとも高くなっている。

その他のメディアイメージの「そう思う」「どちらかといえばそう思う」の比率の合計を基準に各メディアをみると、「○○のニュースは正確だ」(以下、「正確」)では、新聞(78.3%)・テレビ(42.0%)・ネットニュース(17.7%)の順に高い。「○○はニュースの情報源として欠かせない」(以下、「情報源」)では、テレビ(80.6%)・新聞(67.1%)・ネットニュース(60.0%)、「○○のニュースは政治的に偏っている」(以下、「偏り」)は新聞(66.1%)・テレビ(62.4%)・ネットニュース(47.6%)、「○○は憶測にもとづくニュースを報道することがある」(以下、「憶測」)はネットニュース(88.2%)・

表5 各メディアのイメージ

	そう思う	どちらかとい えば そう思う	どちらかとい えば そう思わない	そう思わない	計
新聞のニュースは正確だ	21(12.4%)	112(65.9%)	33(19.4%)	4(2.4%)	170
新聞はニュースの情報源として 欠かせない	28(16.5%)	86(50.6%)	40(23.5%)	16(9.4%)	170
新聞のニュースは政治的に偏っ ている	21(12.5%)	90(53.6%)	50(29.8%)	7(4.2%)	168
同じ出来事でも新聞ごとに報道 内容や主張が異なる	92(54.1%)	65(38.2%)	12(7.1%)	1(0.6%)	170
新聞は憶測にもとづくニュースを 報道することがある	22(12.9%)	53(31.2%)	85(50.0%)	10(5.9%)	170
テレビのニュースは正確だ	3(1.8%)	68(40.2%)	78(46.2%)	20(11.8%)	169
テレビはニュースの情報源として 欠かせない	46(27.1%)	91(53.5%)	31(18.2%)	2(1.2%)	170
テレビのニュースは政治的に偏っ ている	21(12.4%)	85(50.0%)	57(33.5%)	7(4.1%)	170
同じ出来事でもテレビ局ごとに報 道内容や主張が異なる	70(41.2%)	71(41.8%)	28(16.5%)	1(0.6%)	170
テレビは憶測にもとづくニュース を報道することがある	48(28.4%)	76(45.0%)	39(23.1%)	6(3.6%)	169
ネットニュースは正確だ	4(2.4%)	26(15.3%)	92(54.1%)	48(28.2%)	170
ネットニュースはニュースの情報 源として欠かせない	26(15.3%)	76(44.7%)	53(31.2%)	15(8.8%)	170
ネットニュースは政治的に偏っ ている	26(15.5%)	54(32.1%)	74(44.0%)	14(8.3%)	168
同じ出来事でもネットニュースご とに報道内容や主張が異なる	78(45.9%)	70(41.2%)	21(12.4%)	1(0.6%)	170
ネットニュースは憶測にもとづく ニュースを報道することがある	75(44.4%)	74(43.8%)	15(8.9%)	5(3.0%)	169

テレビ (73.4%)・新聞 (44.1%) の順である。

3.3 各メディアに対する信頼・不信とメディアイメージの関連

各メディアの「信頼」「不信」とメディアイメージとの関連について、スピアマンの順位相関係数を算出し、表6～8の結果がえられた。

5項目のメディアイメージについて、各メディアの「信頼」「不信」と有意な相関が認められた数が多い順にみていくと、まず「正確」は、全メディアの「信頼」と正の相関、新聞・テレビの「不信」と負の相関がある。「憶

表6 新聞のイメージと「信頼」「不信」の相関

	信頼できる 新聞がある	信頼できない 新聞がある
新聞のニュースは正確だ	.233**	-.241**
新聞はニュースの情報源として欠かせない	.308**	.076
新聞のニュースは政治的に偏っている	-.024	.149
同じ出来事でも新聞ごとに報道内容や主張が異なる	.038	.273**
新聞は憶測にもとづくニュースを報道することがある	-.181*	.222**

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

表7 テレビ局のイメージと「信頼」「不信」の相関

	信頼できる テレビ局がある	信頼できない テレビ局がある
テレビのニュースは正確だ	.349**	-.208**
テレビはニュースの情報源として欠かせない	.185*	.006
テレビのニュースは政治的に偏っている	-.109	.132
同じ出来事でもテレビ局ごとに報道内容や主張が異なる	-.135	.106
テレビは憶測にもとづくニュースを報道することがある	-.146	.313**

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

表8 ネットニュースのイメージと「信頼」「不信」の相関

	信頼できるネット ニュースがある	信頼できないネット ニュースがある
ネットニュースは正確だ	.353**	-.144
ネットニュースはニュースの情報源として欠かせない	.217**	.130
ネットニュースは政治的に偏っている	-.021	.180*
同じ出来事でもネットニュースごとに報道内容や主張が異なる	-.162*	.320**
ネットニュースは憶測にもとづくニュースを報道することがある	-.143	.308**

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

測」は新聞の「信頼」と負の相関があり、全メディアの「不信」と正の相関がある。「情報源」は全メディアの「信頼」と正の相関がある。「異なる」はネットニュースの「信頼」と負の相関、新聞・ネットニュースの「不信」と正の相関がある。「偏り」はネットニュースの「不信」とのみ正の相関がある。

したがって、各メディアの「信頼」に関連する要素としてもっとも重要であるのは、ニュースの正確さと情報源としての有用性であり、また「不信」に関連する要素としてもっとも重要であるのは、ニュースが憶測にもとづいているということであり、各メディアの「信頼」と「不信」に関連するメディアイメージはそれぞれ異なることが明らかとなった。

3.4 メディア「間」の信頼と不信の関連

各メディアの「信頼」と「不信」の相互の関連について、スパイマンの順位相関係数を算出し、表9～11の結果がえられた。

各メディアの「信頼」と「信頼」、「不信」と「不信」の組み合わせは、

表9 新聞とテレビ局の「信頼」「不信」の相関

	信頼できる テレビ局がある	信頼できない テレビ局がある
信頼できる新聞がある	.374**	.124
信頼できない新聞がある	.004	.492**

** $p < .01$

表10 新聞とネットニュースの「信頼」「不信」の相関

	信頼できる ネットニュースがある	信頼できない ネットニュースがある
信頼できる新聞がある	.332**	.097
信頼できない新聞がある	.158*	.459**

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

表11 テレビ局とネットニュースの「信頼」「不信」の相関

	信頼できる ネットニュースがある	信頼できない ネットニュースがある
信頼できるテレビ局がある	.452**	.027
信頼できないテレビ局がある	.143	.603**

** $p < .01$

いずれも正の相関がある。とくに「不信」と「不信」の組み合わせすべてにおいて、比較的強い正の相関が認められた。したがって、たとえば、信頼できる新聞がある者は、信頼できるテレビ局、ネットニュースがある傾向があるが、それ以上に、信頼できない新聞がある者は、信頼できないテレビ局、ネットニュースがある傾向が強いことが明らかとなった。

3.5 メディアに対する不信と配信元に対する意識との関連

「ネットニュースを見るととき、ニュースの配信元や執筆者を意識する」(以下、「配信元」と各メディアイメージ、「信頼」「不信」との関連について、スピアマンの順位相関係数を算出し、表12の結果がえられた。

「配信元」は、全メディアの「不信」と正の相関がある。また、「偏り」

表12 各メディアのイメージと「配信元」の相関

	ネットニュースを見るととき、 ニュースの配信元や執筆者を意識する
新聞のニュースは正確だ	-.136
新聞はニュースの情報源として欠かせない	.003
新聞のニュースは政治的に偏っている	.235**
同じ出来事でも新聞ごとに報道内容や主張が異なる	.208**
新聞は憶測にもとづくニュースを報道することがある	.145
信頼できる新聞がある	.007
信頼できない新聞がある	.277**
テレビのニュースは正確だ	-.185*
テレビはニュースの情報源として欠かせない	-.130
テレビのニュースは政治的に偏っている	.230**
同じ出来事でもテレビ局ごとに報道内容や主張が異なる	.164*
テレビは憶測にもとづくニュースを報道することがある	.191*
信頼できるテレビ局がある	-.124
信頼できないテレビ局がある	.313**
ネットニュースは正確だ	-.019
ネットニュースはニュースの情報源として欠かせない	.094
ネットニュースは政治的に偏っている	.183*
同じ出来事でもネットニュースごとに報道内容や主張が異なる	.143
ネットニュースは憶測にもとづくニュースを報道することがある	.185*
信頼できるネットニュースがある	.003
信頼できないネットニュースがある	.312**

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

や「憶測」など、マイナスのメディアイメージの多くと正の相関がある。したがって、メディアに対する不信感が強いほど、ネットニュースの配信元を意識する傾向が強いことが明らかとなった。先述の新聞通信調査会(2018b)の国際調査において、配信元を確認する傾向とメディア信頼度の低さとの関連が推測されたが、日本でも同様の関連があることが示された。

4. 考察

4.1 結果の概略

ここまで、新聞・テレビ・ネットニュースというメディアについて、信頼と不信の関連や、信頼・不信とメディアイメージの関連を検討してきた。

概略を示すと、すべてのメディアについて、明確な信頼より明確な不信があるという回答者が多い。また5項目のメディアイメージのうち、メディアごとに内容が異なると考える回答者がとくに多く、各メディアの「信頼」と「不信」に関連するメディアイメージはそれぞれ異なることも明らかとなった。さらに、各メディアの「不信」と「不信」の組み合わせにおいて、「信頼」と「信頼」の組み合わせよりも強い関連性が認められた。そして配信元を確認する傾向とメディア信頼度の低さとの関連が確認された。

4.2 メディアに対する信頼・不信の四類型

今回の調査結果には、いくつかの興味深い点がみられた。

第一に、いずれのメディアについても、明確な信頼よりも、明確な不信を抱く者のほうが多い点である。既存のメディア信頼度調査の結果に、今回の結果をどのように位置づけるかは判断が難しい。しかし、各メディアの「信頼」が50%程度かそれ以下であり、「不信」が総じて50%程度である点を考慮すれば、全体としてメディアの信頼性は低いのであって、「明確な不信」はこの状況のなかで生じていると考えられる。新聞通信調査会(2018a)によれば、10年前と比較して、いずれのメディアでも信頼度が低下しており、今後明確な不信がますます強まっていく可能性もある。

さらに、「信頼」の有無を「肯定的関心」の強弱、「不信」の有無を「否定的関心」の強弱と捉えなおし、前掲のクロス表(表2~4)の「信頼」「不信」の組み合わせを類型化したものが、図1である(図の各象限の配置は

クロス表に合わせている)。

図の各象限について、新聞を例に説明すると次のようになる。「二極化型」は、新聞に対する肯定的関心と否定的関心がいずれも強く、その結果、信頼できる新聞と信頼できない新聞が同時に存在する状態を示している。「従来型」は、これまで多くの読者がそうであったと考えられるが、新聞に対する漠然とした信頼すなわち肯定的関心を抱く一方で、否定的関心は弱く、信頼できない新聞はとくに存在しない状態である。「無関心型」は、新聞に対する関心が全般的に弱いため、信頼も不信もない状態である。そして「第三極型」は、新聞に対する肯定的関心が弱く、信頼できる新聞はないが、なんらかの理由で新聞に対する否定的関心を抱き、信頼できない新聞が存在する状態である。この「第三極型」という名称は、二極化するメディアのいずれの「極」も信頼しないことから付けた。

これら四類型のうち、今回の調査でとくに重視していたのが、肯定的関心と否定的関心がいずれも強い「二極化型」である。この「二極化型」は、今日のメディア間の対立状況を反映していると考えられるだろう。そしてこの型にあてはまる回答者が一定数存在したことは、本稿の冒頭で述べたように、従来のメディア信頼度調査では捉えきれない

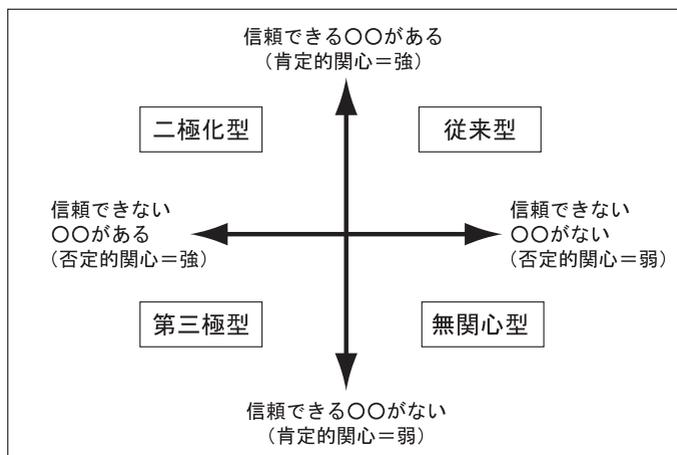


図1 オーディエンスの四類型

層が存在することを示している。

また、ネットニュースは、前掲の表4に示したように、「従来型」の比率が顕著に低い。これは、のちにも触れるが、近年のインターネット上のさまざまな問題によって、ネットニュースに対して肯定的関心を抱くことができない現在の状況を反映していると思われる。

さらに、「無関心型」の多さはある程度予想しうることだったが、メディアに対する信頼がなく不信感のみがあるという「第三極型」が多いことは、ある意味では「二極化型」の存在以上に、今日のメディアのありかたに疑問を投げかけるものであると思われる。すなわち「第三極型」が存在するという事は、「二極化型」にみられたメディアに対する肯定的関心がなく、否定的関心のみがあるという、メディアにとって深刻な状況が生じていることを示している。今後「第三極型」が増加するかどうかは、メディアのニュース発信のありかた次第であると、さしあたりはいえるだろう。とはいえ、さきほど「なんらかの理由で否定的関心を抱き」と述べたように、「第三極型」がなぜ否定的関心のみを抱くのかはかならずしも詳らかではないが、以下で考察する事柄が、多少とも関連性を有しているように思われる。

4.3 メディア不信に関連するメディアイメージ

第二に興味深いのは、メディアイメージの「異なる」と「偏り」は、「正確」や「情報源」よりも信頼度との関連は弱いですが、「異なる」と「偏り」とをくらべると、「異なる」のほうが、信頼度との関連が強いことである（前掲表6～8）。今回の結果では、新聞とネットニュースにおいて、政治的な「偏り」よりも内容が「異なる」ことのほうが、信頼度（とくに「不信」との関連が強い傾向がみられた。

一般的に考えれば、「異なる」と「偏り」の関係は、「異なる」のほうが「偏り」より指示する範囲が広い。「異なる」には、政治的な「偏り」以外にも、経済的な利害関係などによる「偏り」や、「偏り」ではなく視点のとりかたによって生じる「違い」なども含まれるだろう。つまり、「異なる」の含意は「偏り」に比べ、より広くかつ中立的であり、その点からすれば、「偏り」のほうが信頼度により強い関連を有するはずである。

にもかかわらず、「異なる」のほうが信頼度との関連が強い背景には何があるのだろうか。

たとえば先述した米国メディアに関する研究では、支持政党と特定のメディアに対する信頼度に関連があることが明らかにされている (Stroud and Lee 2013)。一方で日本の若年層は、選挙における投票率の低さからみても、他の年代にくらべ明確な支持政党がないと考えられるため、メディアの政治的な「偏り」が信頼度にあまり影響しない可能性もある。しかしかりにそうであるとしても、新聞とネットニュースにおいて「偏り」よりも「異なる」のほうが信頼度との関連が強いのはなぜか、という疑問が依然として残る。

そこで、「異なる」の回答者数に注目すると、先述したとおり、「異なる」の「そう思う」「どちらかといえばそう思う」の比率の合計は、どのメディアでも突出して多い (前掲表5)。つまり、各メディアのニュースは、メディアごとに「異なる」ということが、非常に強く認識されているのである。こうした認識が生じる要因のひとつとして考えられるのは、近年さかに行なわれているメディアリテラシー教育や主権者教育の影響である。

メディアリテラシー教育においては、「同じトピックを異なるメディアが報じるときの内容の違いを検討する手法……はポピュラー」(後藤・丸山 2009: 89) だが、「この手法は違いは理解させられても、その違いがどのような送り手の意図から生まれているのかを理解させることが困難」(後藤・丸山 2009: 89-90) であるという。つまり、メディアごとに内容に違いがあることを理解させるまでは一般的に行なわれているが、その背後にある「意図」まで理解させるにいたっていないのが現状だということである。

さらに、その「意図」が政治性を帯びている場合、いいかえればメディアの内容に政治的な「偏り」がある場合、学校教育の現場でいかにして「政治的中立性」を確保しつつ「意図」ないしは「偏り」を教えるかという難しい問題が生じる (笠原 2017)。高校で実施されている主権者教育においては、メディアを利用することがよくあるが、そのさいの「政治的中立性」が地方議会で問題とされた事例もある (毎日新聞2015年7月4日西部朝刊)。このように、「政治的中立性を確保したつもりでも、受け

取り方次第では保護者や地域から批判が出る可能性」(毎日新聞2018年10月8日東京朝刊)があるため、教員が委縮してしまうのである。メディアリテラシー教育において、政治的事象を取り上げる場合も事情は同様であろう。こうしたことも一因として、多くの教育現場で「意図」を教えないまま、「違い」だけを教えるという状況が生じていると考えられる。ではその結果、教えられる側にはどのような意識が生まれるだろうか。

メディアリテラシー教育においてよく掲げられることばに、「情報をうのみにしない」「情報を批判的に読み解く」というものがある。このふたつのことばはセットでもちいられることが多く、「記事内容を鵜呑みにするのではなく、批判的に読み解く力が必要」(阪根 2018: 第5段落)といったかたちで語られる。しかし上述のように「違い」のみの理解にとどまると、ひとつのメディアの内容を「うのみにしない」という意識だけが生じ、「意図」を理解したうえで「批判的に読み解く」主体性が育つことはないだろう。

そしてこの「うのみ」ということばは、「人の言うことなどを、よく検討・理解せずにそのまま採り入れること」(広辞苑)とされるように、否定的な意味合いがある。近藤(2013)によれば、新聞の紙面上でメディアリテラシーが定義されるとき、「批判的に読み解く」といったことばは多く使われるのに対して、「うのみにせず」ということばが使われることは少ないという。その理由は、「うのみ」ということばを使うことによって、新聞記事が「真偽が疑わしいものとして見られたりすることに対して抵抗感がある」(近藤 2013: 34)ためではないかと推測されている。

すなわち、メディアによって内容に「違い」があるからひとつのメディアの内容を「うのみにしない」というとき、その意識の背後には、メディアの情報は「真偽が疑わしく、信頼に足るものではない、という不信感が生じているのではないか。

こうした事情を反映して、本稿での調査におけるように「異なる」というメディアイメージが突出して多く、さらにそれが「不信」と関連する結果となった可能性が考えられるのである。かりにそうであるなら、それはメディアリテラシー教育や主権者教育の「意図せざる結果」であり、現在の教育のありかたに関わる大きな問題といえるだろう。

4.4 メディアは「一般に信頼できない」か

第三に興味深い点としては、メディア間の「信頼」と「不信」の組み合わせに関連がみられるが、「不信」と「不信」の組み合わせでは、より強い関連がみられることである（前掲表9～11）。

前者の組み合わせについては、小笠原（2008）が指摘する「一般的メディア信頼」が想定できるだろう。「一般的メディア信頼」とは「メディアを流通する情報は一般に信頼できるものだ」というメディア一般に対する信頼」（小笠原 2008: 119）であり、個々のメディアに対する信頼は、メディア一般に対する信頼に影響されているという。そうであるならば、後者の組み合わせについては、それとは反対の向きで、メディアの情報は一般に信頼できないとする「一般的メディア不信」があるということになるのだろうか。

これについては詳細な検証が必要だが、かりにそうだとした場合、上述したメディアリテラシー教育の影響があるのかもしれない。また、さきの「第三極型」との関連も考えられる。さらにこの背景として想起されるのは、近年のインターネットをめぐるさまざまな問題である。フェイクニュースをはじめとして、SNS上のデマや医療サイト記事の捏造事件、さらには評価サイトなどにおけるステルス・マーケティングなど、インターネット上の情報に疑念をもつようになる出来事が数多く生じている。こうしたことが、インターネットという枠を超えてメディア全般に対する不信感を強める結果となっている可能性も否定できない。

4.5 メディア不信は「配信元」を意識させる

最後に第四点目は、メディア全般に対して不信感を抱くほど、ネットニュース閲覧時にニュースの配信元を意識する傾向が、かなり明瞭に確認されたことである（前掲表12）。これは海外における傾向と同様であると考えられるが、逆にいえば、配信元の確認をしないのは、それだけメディアに対する信頼度が高いということを示している。しかし今後は日本でも、メディア不信が強まるにつれて、配信元を意識する傾向が強まっていく可能性が高いと考えられる。

5. 結論と課題

本稿では、二極化状況におけるメディアへの信頼と不信について、大学生を対象として実施したアンケート調査の結果から、探索的に検討を行ってきた。

その結果、いくつかの興味深い知見をえることができた。まとめると、第一に、今日のメディアの二極化状況を反映した「二極化型」オーディエンスが、一定のボリュームで存在することが確認されたことである。同時にメディアに対する不信感のみを抱く「第三極型」も多く、これら各層の動向を、今後メディア信頼度調査においてどのように把握するかが重要な課題になると考えられる。

第二に、同じ出来事をメディアが報じるさい、メディアごとに内容が異なるのは自然なことであるにもかかわらず、内容が異なるという意識が強いほど、メディアに対する不信も強くなる傾向が認められたことである。この点に関しては教育上の問題がある可能性を考察したが、他の要因を否定するものではない。

第三に、あるメディアに対する不信が強いほど、他のメディアに対する不信も強い傾向が示されたことである。個々のメディアに対する信頼がメディア一般に対する信頼に影響されているという「一般的メディア信頼」が、先行研究によって指摘されているが、メディアに対する不信についても、これと同様の構造が存在する可能性がある。

第四に、ネットニュース閲覧時に配信元を意識する背景には、海外におけると同様、メディアに対する不信が存在する可能性が高いことである。

以上の4点は、今後メディア信頼度を調査するにあたって、いずれも重要なポイントとなると考えられる。本稿でも、これらの点について簡単な考察を行なったが、正確な実態を把握するためには、より詳細な調査が必要であろう。

今後メディアの二極化が進行することで、メディアが発する情報やニュースに対して慎重に接する姿勢が、よりいっそう求められることになるだろう。そうした状況で、メディアに対する信頼を確保することの重要性も増していくはずである。どうすればメディアへの信頼を確保できるのか、調査によって明らかにしていくことはむろん必要である。し

かし同時に、メディアに対する不信が何によって生み出されているのか、ということを知ることが、信頼度の調査と同様に、あるいはそれ以上に重要性を有するのではないか。本稿ではこのような問題意識から調査を行ない、従来ほとんど問われることのなかったメディアに対する不信、そしてメディア不信と関連する要素について、いくつかの重要な側面を明らかにしてきた。

本稿の調査には、さまざまな限界がある。ランダム・サンプリングではないこと、調査回答者が大学生だけであること、メディアイメージに関する調査項目が少ないことなどである。また今回は具体的なメディア名（新聞名やテレビ局名）を挙げたうえで信頼度を調査することはしなかったが、より正確な実態を把握するためには、海外における調査と同様に、こうした点も調査する必要があるかもしれない。

<引用・参考文献>

- 石川旺, 2004, 『パロティングが招く危機——メディアが培養する理論』リベルタ出版。
- 小笠原盛浩, 2008, 「インターネットのメディア信頼性形成モデルに関する実証分析」『マス・コミュニケーション研究』(73), 113-130。
- 荻上チキ, 2017, 『すべての新聞は「偏って」いる——ホンネと数字のメディア論』扶桑社。
- 笠原一哉, 2017, 「主権者教育における政治的中立性の確保に関する一考察——学校教育における新聞活用の課題を考える」『四天王寺大学紀要』(63), 139-156, (2018年10月28日取得, https://shitennojuniuniversity.repo.nii.ac.jp/?action=repository_uri&item_id=94&file_id=22&file_no=1)。
- 木村義子・関根智江・行木麻衣, 2015, 「テレビ視聴とメディア利用の現在——『日本人とテレビ・2015』調査から」『放送研究と調査』65(8), 18-47, (2018年10月28日取得, https://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/pdf/20150801_7.pdf)。
- 後藤康志・丸山裕輔, 2009, 「メディアに対する批判的思考を育成する教材パッケージの開発」『日本教育工学会論文誌』33(Suppl.), 89-92, (2018年10月28日取得, <http://dspace.lib.niigata-u.ac.jp/dspace/handle/10191/26075>)。
- 近藤尚, 2013, 「新聞は『メディア・リテラシー』をどう定義してきたか——読売新聞と朝日新聞の記事における量的分析」『メディアと社会』(5), 25-39, (2018年10月28日取得, https://nagoya.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=15849&item_no=1&page_id=28&block_id=27)。

- 斉藤慎一・竹下俊郎・稲葉哲郎, 2014, 「新聞の論調は読者の態度に影響するか——原発問題を事例として」『社会と調査』(13), 58-69.
- 阪根健二, 2018, 「会長挨拶 日本NIE学会の発展をめぐって」, 日本NIE学会Webサイト, (2018年10月28日取得, <https://jssnie.jp/about/greeting/>).
- 新聞通信調査会, 2018a, 「第11回 メディアに関する全国世論調査 (2018年)」, 新聞通信調査会Webサイト, (2018年12月16日取得, <https://www.chosakai.gr.jp/wp/wp-content/themes/shinbun/asset/pdf/project/notification/yoron2018hokoku.pdf>).
- 新聞通信調査会, 2018b, 「第4回 諸外国における対日メディア世論調査 調査結果」, 新聞通信調査会Webサイト, (2018年10月28日取得, <https://www.chosakai.gr.jp/wp/wp-content/themes/shinbun/asset/pdf/project/notification/kaigaiyoronreport04-2018.pdf>).
- 総務省, 2018, 「平成29年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」, 総務省Webサイト, (2018年10月28日取得, http://www.soumu.go.jp/main_content/000564530.pdf).
- Pew Research Center, 2012, “Further Decline in Credibility Ratings for Most News Organizations,” (Retrieved October 28, 2018, <http://www.people-press.org/2012/08/16/further-decline-in-credibility-ratings-for-most-news-organizations/>).
- Stroud, Natalie J. and Jae K. Lee, 2013, “Perceptions of Cable News Credibility,” *Mass Communication & Society*, 16(1): 67-88.