

近年における日本の有権者の政治的情報取得

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 武蔵野大学法学会 公開日: 2024-10-18 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 山崎, 新 メールアドレス: 所属:
URL	https://mu.repo.nii.ac.jp/records/2000428

近年における日本の有権者の政治的情報取得

山 崎 新

目次：

1. はじめに
2. 2019年から2023年における有権者の政治的情報取得状況と変化
3. 有権者の政治的情報取得パターン
4. 有権者の政治的情報取得とメディア接触量
5. まとめと課題

- 補遺 1. 分析に用いた質問項目の質問文及び選択肢
補遺 2. 政治的情報取得における2位以下の度数分布
補遺 3. 年代・教育程度・性別の度数分布

参考文献

1. はじめに

2024年に実施された東京都知事選挙の結果は多くの国民の注目を集めた。その理由の中でも最も大きな比重を占めたのは、やはり候補者であった石丸伸二氏の得票の多さであろう。都知事選挙に勝利したのは現職でもあった小池百合子氏だが、次点につけたのが政党の支援を全く受けずに選挙戦を戦った石丸伸二氏であった。事前のマスメディアによる報道では、立憲民主党や共産党の支援を受けた蓮舂氏が小池氏の対抗として注目されていたが、

結果として蓮舫氏は3位にとどまったのである。また、この石丸氏の躍進を支えたのがインターネットメディアであった。多数の街頭演説に加えて、youtubeなどの動画サイトを中心に選挙運動を行い、結果として160万票以上の得票を集めたのである。換言すれば、メディア間のギャップが浮き彫りとなった選挙結果であったといえる。2013年に解禁されたいわゆる“ネット選挙の解禁”以降、選挙時における有権者の政治的な情報取得は選択肢が増えたことになるが、選挙後にも議論が活発になされたことも含めて、その影響の大きさが露見した選挙であったといえるだろう。

このインターネットによる情報取得に関して、総務省の令和6年版情報通信白書—ICT白書—によれば、日本におけるインターネットの利用は2023年において86.2%に上り、2013年に80%を超えてからも徐々に増加している（総務省2024, p.170）。また、ソーシャルメディアについても、2019年には利用者が8300万人弱であったのに対し、2023年では1億580万人となっており、予想として2028年に1億1360万人と今後も緩やかな増加を見込んでいる（同, p.154）。このように、情報ツールとしてのインターネットやソーシャルメディアはますますその規模が拡大していくことが予想されている。逆に主要なマスメディアの一つである新聞についての概況を眺めてみると、日本新聞協会によれば、一般紙の発行部数は2023年10月時点において2700万部弱となっており、4700万部強であった2003年から2000万部以上その数を減らしている¹。テレビについても視聴率が減衰していることは各種報道でもよく知られていることである。つまり、人々を取り巻く情報環境はインターネットメディアの隆盛とマスメディアの減退という形で日々変化し続けているということである。

このような状況下において、インターネットメディアがもたらす政治的な影響については様々な研究が現在進行形で蓄積されてきている。本稿の主眼ではないため深く言及することは避けるが、現在インターネットの利用によってもたらされる最も大きな問題の一つとして俎上に上がるテーマは分極

1 <https://www.pressnet.or.jp/data/circulation/circulation01.php>

化（成極化）であろう。サンステーンによる著作（Sunstein 2001）以降、インターネットの持つ特性によって社会の“分断”についての議論が活発に行われている（日本においては、田中・浜屋（2019）や辻編（2021））。インターネットはマスメディアと違い、情報を選択的に得ることが容易であり、例えば自分が支持する政党に有利な情報に対する接触を増やすといった党派的選択的接触についても多くの実証研究が蓄積されてきた（例えば Stroud（2008）など）。またソーシャルメディアの利用によって小さな自分と価値観を共有するコミュニティの中での情報交換が盛んに行われるため、いわゆる「エコーチェンバー」と呼ばれる状況を作り出すことなどが想定された（Sunstein 2001）。つまり、インターネットによって政治的情報を得ることが社会の分極化をもたらす可能性が示唆されてきたのである。現在の世界の政治状況においても、この“分断”という言葉はよく耳にするのではないだろうか。

しかしながら、日本において有権者における政治的な情報取得の状況そのものがどのように変化しているのか、という観点が注目されることは多くない。その大きな理由の一つとして挙げられるのがデータの不在であろう。定期的に行われる世論調査として、明るい選挙推進協会が行っている選挙調査があるが、選挙時のみにしか実施されず、且つ選挙においてどのように活用されているかという測定になっているため、汎用的に用いることは難しい。また近年においては、学術研究においてインターネット調査が用いられることが多く、そのサンプルの歪みから普通の有権者のメディア利用を推測するにはバイアスがかかってしまうことも懸念される。インターネットが及ぼす効果自体に着目する場合には、実験的なコンポーネントを実装したり、データに重みづけをして補正をすることによって、検証も可能となろうが、その土台ともいえる人々のメディア利用の実態について言及することは困難である。

そこで、本稿においては代表性のあるサンプルに対してメディア利用に関する同一の質問項目を用いて測定されている、比較可能性が一定程度担保されたデータを用いることによって、有権者がどのようなメディアから政治的

な情報を得ているのか、この 5 年間でどのような変化があったのか、政治的情報源の違いと基本的な属性との関連性はあるのか、といった問いに対して答えていく。本稿においては基本的な有権者による政治的な情報取得について現状と変化を検討するが、このこと自体に大きな意義を持つと考えられる。先にも述べたようにメディアはその存在が非常に流動化しており、例えばソーシャルメディアを取り上げてみてもその変化は著しい。利用者の増減やソーシャルメディアそのものの変化も相まって、継続的にその潮流を追跡し、記録を蓄積していくことが重要だろう。この目的意識から本稿の分析結果については出来るだけ記述的な統計量を付していくこととする。

最後に、本稿の構成を簡単にまとめる。続く第 2 章において本稿で扱うデータとメインで扱う質問項目について述べた後、有権者の政治的情報源として最も利用されているメディアについて議論をする。第 3 章は、有権者が政治的な情報を複数のメディアを利用して取得をしていることを踏まえた上で、情報取得のパターンをインターネットメディアの利用という観点から検討する。第 4 章においては、普段のメディア接触量と政治的情報取得パターンの関係を確認し、第 5 章で全体をまとめる。

2. 2019 年から 2023 年における有権者の政治的情報取得状況と変化

本章では、有権者がどのメディアから最も政治的情報を得ているのかについて検討していく。まず、本稿で扱うデータについて説明する。データは 2019 年から 2023 年（各年 1 回）に行われた読売・早大郵送世論調査²（読

2 それぞれの調査の概要は以下の通りである。すべての調査において、全国の有権者 3000 人に対して、層化 2 段抽出法を用いてサンプリングを行っている。2019 年：2019 年 7 月～8 月実施、回収 1935 件（回収率 64.5%）、2019 年 8 月 31 日紙面掲載。2020 年：2020 年 10 月～11 月実施、回収 1953 件（回収率 65.1%）、2020 年 11 月 24 日紙面掲載。2021 年：2021 年 10 月～11 月実施、回収 2115 件（回収率 70.5%）、2021 年 12 月 15 日紙面掲載。2022 年：2022 年 7 月実施、回収 2063 件（回収率 68.8%）、2022 年 8 月 25 日紙面掲載。2023 年：2023 年 7 月～8 月実施、回収 1973 件（回収率 65.8%）、2023 年 9 月 9 日紙面掲載。

売新聞と早稲田大学先端社会科学研究所の共同調査)によって収集されたものである。この調査は代表性のあるサンプルに対して、実施月はやや異なるものの1年ごとに継続して同一の調査主体が同一方法によって実施されており、そこで得られたデータは非常に貴重なものであるといえる。この調査においては、本稿の主眼となる政治的な情報取得についても継続して同じ質問を尋ねてきた。

質問文は補遺に記したが、この質問文では“主観的な”政治的情報取得源を測定していることにその特徴の一つがある。一般的にメディア利用については、頻度として測定されることが多いが、情報媒体に触れることと実際にそこから情報を得ていることは全くの同義ではない。例えば、自宅にいるときは見る番組がなくてもとりあえずTVをつけておき、折に触れ自分の興味がある話題の時に耳を傾ける、などという行動はさほど珍しくないであろう。このような場合、視聴頻度や時間は多くなるが、得られる情報量としては大きくないことになる。そこで、実際の行動を測定するのではなく主観的にいかなるメディアから政治的情報を得ているのかを尋ねた。また、この質問は順位付けをする形式で、その他を含め9つの媒体から、1位から5位まで回答できるようになっている。

表1はこの質問に対する回答における1位の数を年ごとにまとめたものである。また、図1は同回答数について、テレビ(NHKと民放)とインターネットメディア(ソーシャルメディア(以下ではSNSと表記)、ニュースサイト(以下ではNサイトと表記)、動画サイト(以下では動画と表記))をまとめグラフ化したものである。

2位以下については補遺を参照していただきたいが、この結果において一つ注目すべき点がある。それは無回答の数である。本調査データにおいて、順位が上の回答にさかのぼる形で無回答は存在していない。例えば、1位で無回答であり、2位が「NHK」という回答、ということは起きていないということである。このことを踏まえ、結果を見ると3位における無回答であった回答者の率はどの年度においても10%を下回っている。この結果が示す

のは、9割以上の有権者が政治的な情報を3つ以上の媒体から得ているということである。それゆえそれぞれの情報媒体をどのように利用しているのか、言い換えれば情報取得のパターンについても検討する意味を持つことを示唆しているといえる。この政治的情報取得のパターンについては次章にて詳述する。

表1 各年における政治的情報源1位

1位	新聞	NHK	民放	ラジオ	雑誌	SNS	Nサイト	動画	その他	無回答	合計
2019年	455	437	504	21	2	97	345	26	3	45	1935
%	23.5	22.6	26.0	1.1	0.1	5.0	17.8	1.3	0.2	2.3	
2020年	406	400	575	33	5	104	346	34	5	45	1953
%	20.8	20.5	29.4	1.7	0.3	5.3	17.7	1.7	0.3	2.3	
2021年	510	389	587	30	2	105	400	63	4	25	2115
%	24.1	18.4	27.8	1.4	0.1	5.0	18.9	3.0	0.2	1.2	
2022年	485	436	530	19	7	125	342	78	4	37	2063
%	23.5	21.1	25.7	0.9	0.3	6.1	16.6	3.8	0.2	1.8	
2023年	378	414	523	24	1	153	364	65	6	44	1972
%	19.2	21.0	26.5	1.2	0.1	7.8	18.5	3.3	0.3	2.2	

表1の結果を見ると、劇的な変化が“ない”ということを確認できるであろう。個々の項目については元々のシェアの影響もあるが、5%以上の変化が起きている箇所は見当たらない。つまり、ここ5年間の政治的情報取得における利用メディアの変化は緩やかに起きていると考えられる。最も利用されているメディアは民放であり、どの年でも相対的に1位を占めている。年により相違はあるものの、次いで新聞、NHK、Nサイトとなっている。また、インターネットメディアは年により増減はあるが、やや増加傾向にあるといえるだろう。この5年間でSNSは2.8%、動画は2%程度の増加が見られる。元の数値が5.0%、1.3%であったことを加味すれば、大きな伸びであるともいえる。

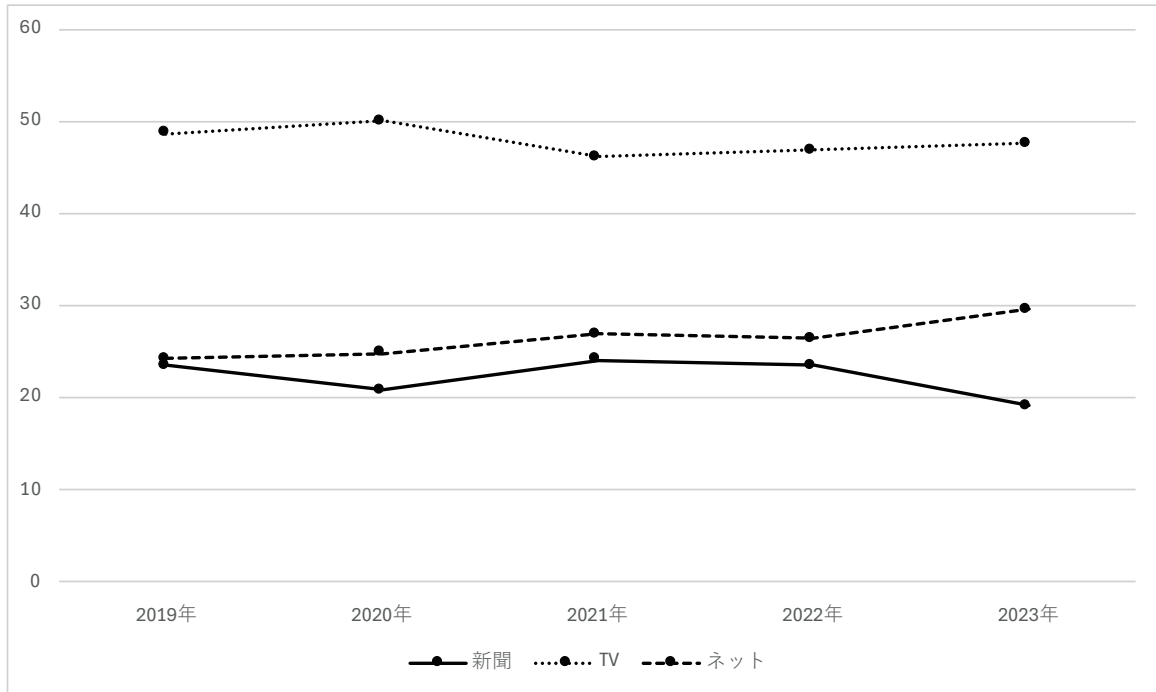


図1 政治的情報源1位の推移

図1は、表1の結果におけるテレビ(NHKと民放)とインターネット(SNS、Nサイト、動画)を合算してその変化を視覚化したものである。ここから読み取れることとして第一に、政治的情報取得は主にテレビから行われているということである。全体のシェアとしておおよそ半数の人が1位にテレビを回答している。第二にその変化として、新聞とテレビがやや減少傾向でインターネットが増加傾向であることがわかる。表1と合わせて解釈すれば、SNSや動画サイトの利用がこの増加の要因と考えられる。ただし、これら5年間の推移について、1点留意すべきは年ごとの影響である。2019年と2022年は参議院議員選挙、2021年には衆議院議員選挙という国政選挙が行われており、非選挙年である2020年・2023年と有権者の「政治」情報へのアクセスが異なっている可能性があると考えられる。

次に、上述した政治的な情報を得るために最も利用されているメディアと基本的な属性である年齢・性別・教育程度との関係を見ていく。デジタルデバイスという言葉はやや古く感じる向きもあるが、やはり若年層と高年層ではインターネットに対する接触そのものに差があることは想像に難くない。

政治的な情報においても同様の傾向があるのかについて確認したい。ここでは、度数が小さいこともありラジオ・雑誌・その他については割愛している。属性変数の質問文と度数分布については補遺に記した。変数の操作化は以下の通りである。年代はそのままの数値を使い、7点尺度となっている。性別は男性を1とするダミー変数として用いた。教育程度は2019年から2021年までと2022年以降で、若干質問の選択肢が異なっているため、分析では小・中学校卒業を低教育、高校及び専門学校卒業を中教育、大学以上で高教育として扱った。また、その他を選択した回答者を欠損値として扱っている。年代については、以下の章で行う回帰分析を行う際にはそれぞれの変数値をダミー化して扱うという方法もあるが、本分析では若年層ほどインターネットを利用するという前提のもと、数値をそのまま利用している。さらに、すべての分析・変数において無回答は欠損値として扱っている。

結果は表2～4にまとめた。すべての情報を記すこと冗長となるため、使用するデータの最初の年である2019年と最後の年となる2023年の結果を取り上げてまとめている。表の各セルには回答者全体からの割合(%)を示しており、同じ属性に関して上段は2019年、下段は2023年の結果となっている。例えば年代の表において、30代の新聞の欄にある、6.8は2019年の調査における30代の回答者の中で新聞を政治的情報源の1位に挙げた人が6.8%いたということである。

表2 年代と政治的情報源1位(上段:2019年、下段2023年)

%	新聞	NHK	民放	SNS	Nサイト	動画	N
18・9歳	0.0	0.0	32.4	29.4	29.4	8.8	34
	0.0	4.0	32.0	40.0	8.0	12.0	25
20代	6.1	11.2	27.9	21.8	27.4	2.8	179
	6.1	5.5	20.2	32.5	24.5	7.4	163
30代	6.8	13.1	30.9	5.9	39.8	1.7	236
	3.9	3.9	28.9	18.5	34.5	6.0	232

40代	12.7	14.7	33.3	5.1	28.2	0.8	354
	10.2	12.7	32.4	8.3	30.2	3.8	315
50代	19.3	21.3	34.2	2.9	17.8	1.5	342
	14.2	19.8	34.0	4.0	23.0	2.7	374
60代	35.5	30.7	22.3	1.7	6.2	1.4	355
	22.5	28.2	28.7	0.8	12.4	2.5	355
70代	43.9	34.9	12.9	0.0	2.1	0.2	435
	38.2	35.6	16.5	0.6	3.3	1.0	508

まず、表2の年代から見ていこう。18・19歳については、他の年代と比較してサンプル数が少ないため厳密な議論とはならないが、他の年代と比べて新聞とNHKがほとんど存在しないことが特徴的である³。またNサイトが大きく減少しているのと呼応するように、SNSが伸びている。この傾向は数値の多寡はあれ20代～50代まで共通している。これに対して60代・70代ではNサイトが増加している。インターネットの利用方法において年代差がある結果とも言えるだろう。また、動画はすべての年代で増加している様子がわかる。マスメディアについては、新聞・NHKは年代が上がるに従いその数を増やすが、2019年と2023年の比較においてはどの年代でも減少傾向にある。民放は大まかな傾向として若年層では減少傾向で高年層では増加という年代による相違がある結果となっている。

表3 性別と政治的情報源1位（上段：2019年、下段2023年）

%	新聞	NHK	民放	SNS	Nサイト	動画	N
女性	22.0	25.5	29.9	5.4	13.8	0.7	1021
	16.7	23.5	29.1	8.2	17.8	1.9	914
男性	25.2	19.4	21.8	4.6	22.3	2.1	1081
	22.4	18.1	23.0	7.1	19.5	5.0	884

3 18・19歳の新聞・NHKに関して、扱った2019年と2023年以外の年の結果においては、2020年の新聞で5.9%が最大であった。他はすべて5%に満たない値となっている。

次に性別との関係を表 3 から確認する。年代の結果と同様、新聞と NHK はその数を減らしている。また、比率として女性は男性と比べ、テレビからの政治的情報取得が多いことも読み取れる。インターネットの利用については、男性の方がやや N サイトの利用が多いが、男性が 2019 年から 2023 年へ数を減らしているのに対して女性はその数を増加させているという変化によってその差は縮小している。

表 4 教育程度と政治的情報源 1 位（上段：2019 年、下段 2023 年）

%	新聞	NHK	民放	SNS	N サイト	動画	N
低	31.3	30.0	22.0	0.7	4.0	2.0	150
	24.4	34.5	23.5	3.4	4.2	4.2	119
中	25.0	23.3	28.3	4.3	14.8	1.1	960
	19.0	22.6	28.8	6.5	15.4	3.4	1026
高	20.3	20.2	23.6	6.8	24.8	1.5	783
	18.8	16.7	24.3	10.1	24.8	3.0	803

最後に教育程度の影響である。表 4 における全体的な傾向として、教育程度が高まるほど、新聞と NHK の利用が下がり、インターネットの利用が増えることが確認できる。変化としては、全体の傾向とは大きく異なるところは見受けられない。いわゆるハードニュース⁴を提供すると想定される新聞や NHK を、教育程度が低い有権者ほど利用するという結果は非常に興味深い。

3. 有権者の政治的情報取得パターン

前章においては、有権者の政治的情報源として最も利用されているメディアに着目して、その状況や変化を検討した。しかしながら、現在の情報環境

4 これに対し、いわゆるワイドショー番組のようなニュースはソフトニュース・インフォテイメントなどと呼ばれ、その政治意識に及ぼす影響は議論されてきた（例えば、Baum 2002、Prior 2003、大森 2023 など）。

において単一のメディアによって情報を得ている人はほぼいないであろうし、その状況は政治的な情報についても同様であろう。先にも述べたが、本稿で用いているデータにおいても、補遺表1～4で示されているように多くの有権者は複数の媒体から政治的情報を得ていることがわかる。またデータは政治的な情報取得について、1位から5位までを尋ねていることにより、有権者の情報取得のパターンを探ることができる。そこで本章では、有権者の政治的情報取得のパターンについて、インターネット利用という観点から明らかにしていく。

まず、補遺の質問項目にあるように、本質問では1位から5位までの欄に9つの選択肢から選んで埋める形式になっている。そのため理論上のパターンの数は膨大になり、ある程度の縮約が必要となる。実際に観察された結果では、2019年では838パターン、2020年は874パターン、2021年は928パターン、2022年は909パターン、2023年は922パターンとかなり多様な政治的な情報取得が行われていることがここからもわかる。また、これらのパターンにおいて全体のシェアとして5%以上を占めるパターンは存在しなかった。つまり、有権者の政治的な情報取得は真に多様であることが示されている。

そこで、本稿においてはインターネットメディアに関する質問項目が3つであることを踏まえ、質問に対する回答の上位3位までを使用し有権者の政治的情報取得パターンを「マスメディアのみ」「マスメディア中心」「インターネットメディア中心」「インターネットメディアのみ」（以下では「マスのみ」「マス中心」「ネット中心」「ネットのみ」と呼ぶ）の4カテゴリーに分類し、現状や基本的な社会的属性要因との関係性、変化について検討していく。カテゴリーの分類について具体的な操作は以下の通りである。まず、1位に挙げたメディアを基準とする。これは、1位がマスメディアであった場合は「マスのみ」「マス中心」、インターネットメディアであった場合は「ネット中心」「ネットのみ」とするということである。次に2位と3位に挙げたメディアを勘案し、「中心」・「のみ」を分類する。「マスのみ」は2位と3位もマスメ

ディアを回答した場合であり、「マス中心」は 2 位もしくは 3 位にインターネットメディアを回答した場合が相当する。例えば、1 位にインターネットメディア、2 位にマスメディア、3 位にインターネットメディアと回答した場合は「ネット中心」というカテゴリーに分類される。

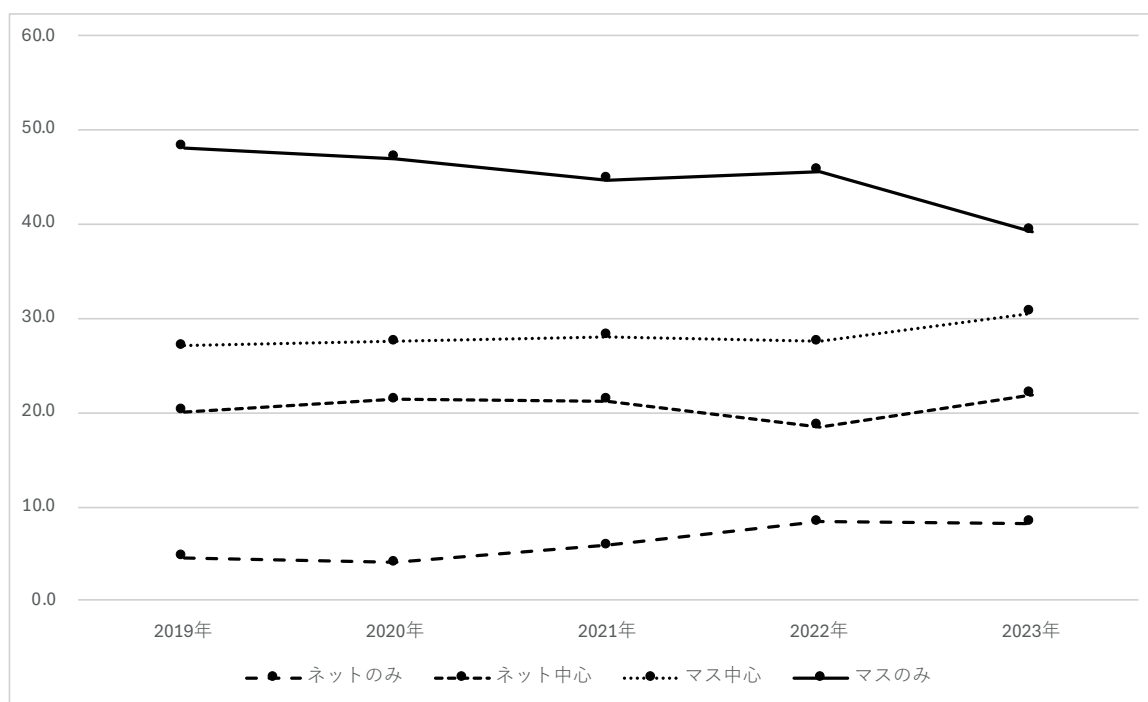


図 2 政治的情報取得パターンの変化

表 5 政治的情報取得パターンの変化

%	ネットのみ	ネット中心	マス中心	マスのみ	N
2019年	4.6	20.2	27.0	48.2	1890
2020年	4.0	21.3	27.6	47.1	1908
2021年	5.9	21.3	28.1	44.7	2090
2022年	8.3	18.6	27.5	45.6	2026
2023年	8.3	21.9	30.6	39.2	1928

度数の割合を算出した結果を図 2 (表 5 を図示したもの) と表 5 に示した。この結果からは様々なことが読み取れる。全体的な評としては、直近

の2023年の結果を見てもマスメディアをメインで用いている有権者が多数を占めているということだろう。「マス中心」と「マスのみ」を合算すると69.8%と約7割の人が政治的な情報をマスメディアから得ているのである。内訳としては、「マスのみ」が「マス中心」よりもやや多くなっている。変化という観点からは、「マスのみ」の減少(9.0%減)が顕著であり、次いで「ネットのみ」の増加(3.7%増)、「マス中心」の増加(3.6%増)が傾向として見られる。「ネット中心」は2022年でやや数値を減らしていたが、5年間の推移としては1.7%と微増している。本稿で扱っているデータはそれぞれクロスセクショナルなデータであり、個人レベルでの変化を語ることはできないが、「マスのみ」であった有権者が徐々にインターネットを利用するように変化をしたという解釈が素直な解釈となろう。ただし、既にインターネットを利用していた有権者の変化は、「マスのみ」以外のカテゴリーの変化が一定でないことを考えると、やや慎重な推論が必要であると思われる。

次に政治的情報取得パターンを従属変数として、基本的な社会的属性要因が持つ影響の有無を検討する。従属変数が名義的な変数であるため、分析には多項ロジットモデルを採用した。分析に用いた社会的属性要因の変数は前章に引き続き性別・年代・教育程度である。変数の操作についても同じ方法である。また、各年固有の影響を排除するため、2019年を参照カテゴリーとして各年のダミー変数を投入している。

表6の結果を見ると、投入した年代・男性ダミー・教育程度がすべて統計的に有意な影響を持っていることがわかる。年代はそれぞれのカテゴリーに対して総じてマイナスの影響を与えている。つまり、年代が若ければ「マスのみ」になりにくい、ということである。性別の影響はやや異なっており、「マスのみ」から「マス中心」への影響については係数がマイナスとなっている。他の2つのカテゴリーに対してはプラスとなっている。これは女性の方が「マスのみ」より「マス中心」になりやすく、男性の方が「マスのみ」より「ネット中心」「ネットのみ」になりやすいことを示している。

表 6 政治的情報取得パターンに対する属性変数の影響

	マス中心		ネット中心		ネットのみ	
年代	-0.780	***	-0.984	***	-1.298	***
	(0.021)		(0.024)		(0.037)	
男性ダミー	-0.084	*	0.250	***	0.571	***
	(0.056)		(0.063)		(0.098)	
教育程度	0.298	***	0.477	***	0.191	*
	(0.047)		(0.055)		(0.085)	
2020 年ダミー	0.080		0.104		-0.053	
	(0.089)		(0.101)		(0.178)	
2021 年ダミー	0.170		0.191		0.414	*
	(0.088)		(0.100)		(0.164)	
2022 年ダミー	0.260	**	0.202	*	0.945	***
	(0.088)		(0.101)		(0.156)	
2023 年ダミー	0.617	***	0.678	***	1.290	***
	(0.089)		(0.101)		(0.159)	
定数項	2.722	***	2.636	***	2.761	***
	(0.179)		(0.201)		(0.298)	
*:p<0.05 **:p<0.01 ***:p<0.001 擬似 R ² (Nagelkerke) :0.380 括弧内は標準誤差、N=9656						

統制変数として投入した各年のダミー変数についても、変化という観点から解釈を行う。係数の解釈はダミー変数の参照カテゴリーである 2019 年との差となるが、2020 年ダミーはすべての箇所では統計的に有意な差が見られない。つまり、2019 年と 2020 年では情報取得パターンに変化がなかったことがわかる。2021 年には「ネットのみ」においてプラスの有意な影響が確認される。2019 年と比較して 2021 年は「マスのみ」より「ネットのみ」になりやすい、ということである。それ以降の年はすべてのカテゴリーで有意な正の影響が確認される。年を追うごとに政治的な情報取得においてもイン

ターネットの利用が浸透してきていることが示唆されている結果といえるだろう。

4. 政治的情報取得とメディア接触量

本章では、今まで検討した情報取得の状況やパターンとメディア接触量(頻度)との関係を確認する。前章までの議論はすべて主観的に政治的な情報をどのメディアから得ているか、ということのみに着目してきたが、それがメディア接触量とどのような関係にあるかは重要な問いである。本稿で扱ったデータは2019年から2023年まで5ヵ年のものとなるが、2020年の調査においては、新聞・テレビニュース・インターネットの利用頻度を尋ねた項目(補遺参照)が含まれている。そこで、これらのメディア接触量と政治的情報取得の関係を見ていく。まずは、メディア接触量と政治的情報取得パターンをクロス集計し、表7～9にまとめた。

表7 新聞接触頻度と情報取得パターン

新聞	ネットのみ	ネット中心	マス中心	マスのみ	合計 (列の%)
毎日	2	56	118	591	767 (40.4)
%	0.3	7.3	15.4	77.1	
ときどき	12	92	115	159	378 (19.9)
%	3.2	24.3	30.4	42.1	
あまり	12	73	76	74	235 (12.4)
%	5.1	31.1	32.3	31.5	
ほとんど	51	186	213	70	520 (27.4)
%	9.8	35.8	41.0	13.5	
合計	77	407	522	894	1900

χ^2 値 = 568.107 自由度 = 9

表 8 テレビニュース接触頻度と情報取得パターン

TV ニュース	ネットのみ	ネット中心	マス中心	マスのみ	合計 (列の%)
毎日	14	206	368	766	1354 (71.2)
%	1.0	15.2	27.2	56.6	
ときどき	25	133	120	115	393 (20.7)
%	6.4	33.8	30.5	29.3	
あまり	13	41	21	12	87 (4.6)
%	14.9	47.1	24.1	13.8	
ほとんど	25	27	13	4	69 (3.6)
%	27.8	30.0	14.4	4.4	
合計	77	407	522	897	1903

χ^2 値 = 428.854 自由度 = 9

表 9 ネット接触頻度と情報取得パターン

ネット	ネットのみ	ネット中心	マス中心	マスのみ	合計 (列の%)
毎日	56	326	318	232	932 (49.6)
%	6.0	35.0	34.1	24.9	
ときどき	16	70	168	216	470 (25.0)
%	3.4	14.9	35.7	46.0	
あまり	3	7	21	110	141 (7.5)
%	2.1	5.0	14.9	78.0	
ほとんど	2	3	14	316	335 (17.8)
%	0.6	0.9	4.2	94.3	
合計	77	406	521	874	1878

χ^2 値 = 579.846 自由度 = 9

表 7～9 について見ると、おおよそ想定通りの結果が読み取れる。新聞やテレビニュースを読む（見る）頻度が高くなるにつれ、「マスのみ」「マス中心」になりやすく、ネットニュースの閲覧頻度が上がれば「ネットのみ」「ネット中心」になりやすいことがわかる。また、この質問は単年のものであり経

時的に比較をすることはできないが、接触頻度そのものの値に注目すると、新聞に毎日触れる人はおよそ4割、テレビニュースは7割、ネットニュースは5割となっており、ネット接触が新聞を上回っている。これは、先にも挙げたインターネット利用者数や新聞発行部数の推移を勘案するとこの差が今後も増幅していくことが予想されるだろう。

次に、基本的な属性要因を統制した上でそれぞれのメディア接触量をもたらす効果について検討する。上のクロス表では、当然ともいえる結果が析出されているが、その効果はその人の社会的属性に依拠するところが大きいと考えられる。そこでそれらを統制することによって、メディア接触量そのものの影響を確認する。分析には第3章で用いた年代、男性ダミー、教育程度を統制変数として投入し、新聞・テレビニュース・インターネットニュースそれぞれに対する接触頻度は変数値を逆転させたうえで投入した。分析に用いたモデルは前章と同じく多項ロジットである。分析結果は表10にまとめた。

表7の結果を接触頻度の変数から確認する。新聞・TVについては、それぞれの係数はマイナスで統計的にすべて有意であり、新聞及びTVへの接触頻度が高い場合、「マスのみ」に比して「マス中心」「ネット中心」「ネットのみ」になりにくいことが示されている。この結果に対して、ネットに対する接触が多い場合はその効果は逆に現れている。つまり、普段のメディア接触量が政治的情報取得のあり方へ影響を及ぼしていることがわかる。つまり、属性による影響を統制してもなお、接触量によって情報取得のパターンが異なることが明らかになった。

また、統制変数として投入した変数については、前章の分析と同様に、各カテゴリーに対して年代が一貫してマイナスに有意な影響を持っている。言い換えれば、年代が若ければネット利用が増えるということを示しており、こちらも想定通りといえるだろう。男性ダミーと教育程度については、男性ダミーが「ネットのみ」に対して有意である以外、その影響は確認されなかった。前章の分析結果を勘案すると、性別や教育程度はメディアへの接触頻度に対する効果を持つことによって各カテゴリーへ影響を与えていることが示

唆される結果とも言える。

表 10 政治的情報取得パターンに対するメディア接触量の影響

	マス中心		ネット中心		ネットのみ	
新聞	-0.807 (0.070)	***	-0.926 (0.081)	***	-1.185 (0.155)	***
TV	-0.270 (0.134)	*	-0.989 (0.143)	***	-1.726 (0.178)	***
ネット	1.029 (0.091)	***	2.097 (0.155)	***	2.108 (0.249)	***
年代	-0.391 (0.055)	***	-0.492 (0.063)	***	-0.625 (0.112)	***
男性ダミー	-0.122 (0.143)		0.264 (0.167)		0.655 (0.296)	*
教育程度	0.127 (0.121)		0.231 (0.142)		0.065 (0.248)	
定数項	1.099 (0.530)	*	0.776 (0.622)		-2.628 (1.120)	*
*:p<0.05 **:p<0.01 ***:p<0.001 擬似 R ² (Nagelkerke) :0.591 括弧内は標準誤差、N=1858						

5. まとめと課題

前章までの分析では、以下のことが明らかになった。まず、有権者の政治的な情報源として最も利用されているメディアはテレビであり、ここ5年間の変化は緩やかにインターネットが増加している、ということである。また、政治的な情報取得をパターンとして考えた場合、「マスのみ」が最も多数を占めているが近年減少傾向にある。そのパターンには基本的な社会的属性が影響を与えており、年代は若ければ、教育程度は高ければインターネットを

利用した情報取得のパターンになりやすい傾向が見て取れた。性別については、男性は「ネット中心」「ネットのみ」に正の影響を与えているが「マス中心」は女性であることが影響を与えていた。また、普段の情報接触量についてはやはり政治的な情報取得パターンにも影響を与えており、マスメディア・インターネットに対する接触量が多い場合は、それぞれの媒体からの政治的情報取得がなされていることも明らかになった。

このように、5年間継続して同一質問を用いて測定することによってさまざまなことが明らかになったが、いくつかの課題や発展可能性も残されている。第一に、本稿で扱った5つのデータは調査主体も含めかなり均質な調査によって得られているが、調査回答者がすべて同質的であることを担保していない。この点については、少なくとも統計的に同質性があることを示す必要があるだろう。第二に、本稿では有権者の政治的情報取得ということのみに焦点を当てて記録的な意義を重視して分析を行ったため、その結果が何をもたらすかについては言及していない。冒頭で挙げたように、インターネットメディアの利用によって起こり得ると想定される政策態度や、実際の投票行動への影響の分析を行うことも必要となろう。また第三に、今回の分析ではインターネットメディアからの情報取得を焦点に分析を行ったが、それ以外にも情報取得の多様なパターンを析出することが可能であり、異なった観点からの分析も可能となろう。本稿では政治的情報源としてのインターネットを一括りに扱ったが、インターネットの性質も媒体によって異なる。例えば、小林・稲増（2011）でレビューされているが、いわゆる SNS は政治的な動員に対する影響を持ち、ポータルサイト（本稿では N サイト）は政治に関する知識獲得のために資する、といったそれぞれのメディア特有の性質を持ちうる。そのため、それらの区別をしたパターン化を行うことによって、新しい発見につながる可能性を持つ。最後に測定の問題である。今回の分析で用いた質問項目の質問文ではインターネットメディアを大きく3つに分類した。ソーシャルメディア、ニュースサイト、動画サイトの3つである。しかし、この分類が現在の状況に即しているかは疑問が残る。2019年段階

において、ある程度継続性を意識して質問項目を作成したため、流動的な現状からずれが生じている可能性がある、ということである。冒頭で挙げた都知事選の例から考えても、ソーシャルメディアと動画サイトの異同等についても今後検討し、測定を改良していく必要があるだろう。

補遺 1 分析に用いた質問項目の質問文及び選択肢

●政治的情報源

質問文：あなたはふだん、政治の動きに関する情報を得るとき、どのようなメディアを利用していますか。5つまで選び、多く利用する順に1位から5位の選択肢の番号を枠の中に記入して下さい。

選択肢：1. 新聞 2. NHK テレビ 3. 民放テレビ 4. ラジオ 5. 雑誌 6. ツイッター、LINE、フェイスブックなどのソーシャルメディア 7. ヤフーニュースなどのインターネット上のニュースサイト 8. インターネット上の動画サイト 9. その他

●社会的属性変数

質問文：あなたの性別。

選択肢：1. 男性 2. 女性

質問文：あなたの年齢（○月○日現在）。

選択肢：1. 18歳、19歳 2. 20歳代 3. 30歳代 4. 40歳代 5. 50歳代 6. 60歳代 7. 70歳以上

質問文：最後に出た学校。在学中を含みます。

選択肢（2019年・2020年・2021年調査）：1. 小・中学校 2. 高校（旧制中学） 3. 大学・短大（旧制高専） 4. 大学院 5. その他→（記入欄）

選択肢（2022年・2023年調査）：1. 小・中学校 2. 高校 3. 専門学校 4. 大学・短大（高専） 5. 大学院 6. その他→（記入欄）

● 2020年調査におけるメディア接触量

質問文：普段、紙の新聞を読んでいますか。

選択肢：1. 毎日読む 2. ときどき読む 3. あまり読まない 4. ほとんど読まない

質問文：普段、テレビのニュースを見ていますか。

選択肢：1. 毎日見る 2. ときどき見る 3. あまり見ない 4. ほとんど見ない

質問文：普段、インターネットでニュースを見ていますか。

選択肢：1. 毎日見る 2. ときどき見る 3. あまり見ない 4. ほとんど見ない

補遺2 政治的情報取得における2位以下の度数分布

補遺表1 各年における政治的情報源2位

2位	新聞	NHK	民放	ラジオ	雑誌	SNS	Nサイト	動画	その他	無回答	合計
2019年	356	506	423	63	19	155	270	69	2	72	1935
%	18.4	26.1	21.9	3.3	1.0	8.0	14.0	3.6	0.1	3.7	
2020年	319	536	466	68	21	127	294	52	4	66	1953
%	16.3	27.4	23.9	3.5	1.1	6.5	15.1	2.7	0.2	3.4	
2021年	320	594	465	81	25	164	330	85	4	47	2115
%	15.1	28.1	22.0	3.8	1.2	7.8	15.6	4.0	0.2	2.2	
2022年	329	515	487	54	20	178	293	112	4	71	2063
%	15.9	25.0	23.6	2.6	1.0	8.6	14.2	5.4	0.2	3.4	
2023年	296	481	441	50	17	147	355	109	5	71	1972
%	15.0	24.4	22.4	2.5	0.9	7.5	18.0	5.5	0.3	3.6	

補遺表2 各年における政治的情報源3位

3位	新聞	NHK	民放	ラジオ	雑誌	SNS	Nサイト	動画	その他	無回答	合計
2019年	312	267	503	137	87	150	256	71	2	150	1935
%	16.1	13.8	26.0	7.1	4.5	7.8	13.2	3.7	0.1	7.8	

2020 年	333	311	468	130	80	134	266	90	8	133	1953
%	17.1	15.9	24.0	6.7	4.1	6.9	13.6	4.6	0.4	6.8	
2021 年	297	319	551	134	73	153	299	122	6	161	2115
%	14.0	15.1	26.1	6.3	3.5	7.2	14.1	5.8	0.3	7.6	
2022 年	257	278	496	135	81	165	329	129	2	191	2063
%	12.5	13.5	24.0	6.5	3.9	8.0	15.9	6.3	0.1	9.3	
2023 年	298	269	450	129	59	139	324	142	1	161	1972
%	15.1	13.6	22.8	6.5	3.0	7.0	16.4	7.2	0.1	8.2	

補遺表 3 各年における政治的情報源 4 位

4 位	新聞	NHK	民放	ラジオ	雑誌	SNS	N サイト	動画	その他	無回答	合計
2019 年	184	167	211	252	246	152	246	110	1	366	1935
%	9.5	8.6	10.9	13.0	12.7	7.9	12.7	5.7	0.1	18.9	
2020 年	219	188	162	281	250	157	281	94	1	320	1953
%	11.2	9.6	8.3	14.4	12.8	8.0	14.4	4.8	0.1	16.4	
2021 年	190	181	201	307	259	136	331	131	2	377	2115
%	9.0	8.6	9.5	14.5	12.2	6.4	15.7	6.2	0.1	17.8	
2022 年	175	186	207	237	192	152	317	137	3	457	2063
%	8.5	9.0	10.0	11.5	9.3	7.4	15.4	6.6	0.1	22.2	
2023 年	178	145	224	247	224	152	242	178	3	379	1972
%	9.0	7.4	11.4	12.5	11.4	7.7	12.3	9.0	0.2	19.2	

補遺表 4 各年における政治的情報源 5 位

5 位	新聞	NHK	民放	ラジオ	雑誌	SNS	N サイト	動画	その他	無回答	合計
2019 年	165	109	74	194	396	181	124	149	5	538	1935
%	8.5	5.6	3.8	10.0	20.5	9.4	6.4	7.7	0.3	27.8	
2020 年	193	103	70	230	401	154	170	128	7	497	1953
%	9.9	5.3	3.6	11.8	20.5	7.9	8.7	6.6	0.4	25.4	
2021 年	177	130	83	222	427	149	171	156	6	594	2115
%	8.4	6.1	3.9	10.5	20.2	7.0	8.1	7.4	0.3	28.1	

近年における日本の有権者の政治的情報取得

2022年	191	134	79	179	369	160	144	177	3	627	2063
%	9.3	6.5	3.8	8.7	17.9	7.8	7.0	8.6	0.1	30.4	
2023年	182	126	72	200	363	147	140	185	1	556	1972
%	9.2	6.4	3.7	10.1	18.4	7.5	7.1	9.4	0.1	28.2	

補遺3 年代・教育程度・性別の度数分布

性別	度数	%
男性	4739	47.2
女性	5292	52.7
無回答	7	0.1
合計	10038	100

年代	度数	%
18・9歳	135	1.3
20代	901	9.0
30代	1245	12.4
40代	1765	17.6
50代	1790	17.8
60代	1814	18.1
70代以上	2388	23.8
合計	10038	100

教育程度	度数	%
小・中学校	818	8.1
高校・専門学校	4799	47.8
大学・短大（高専）	3947	39.3
大学院	271	2.7
その他	83	0.8
無回答	120	1.2
合計	10038	100

参考文献

- 大森翔子, 2023, 『メディア変革期の政治コミュニケーションーネット時代は何を変えるのかー』勁草書房
- 小林哲郎・稲増一憲, 2011, 「ネット時代の政治コミュニケーションーメディア効果論の動向と展望ー」『選挙研究』27 (1) 85-100
- 総務省編, 2024, 『令和 6 年版情報通信白書』.
- 田中辰雄・浜屋敏, 2019, 『ネットは社会を分断しない』角川新書
- 辻大介編, 2021, 『ネット社会と民主主義ー「分断」問題を調査データから検証するー』有斐閣.
- 日本新聞協会, 2023, 日本新聞協会 HP 「新聞の発行部数と世帯数の推移」
<https://www.pressnet.or.jp/data/circulation/circulation01.php> (最終閲覧 2024 年 8 月 1 日)
- Baum, M. A., 2002, "Sex, Lies, and War: How Soft News Brings Foreign Policy to the Inattentive Public." *American Political Science Review*, 96: 91-109.
- Prior, M., 2003, "Any Good News in Soft News?: The Impact of Soft News Preference on Political Knowledge." *Political Communication*, 20: 149-171.
- Stroud, N. J. 2008, "Media use and political predispositions: Revisiting the concept of selective exposure." *Political Behavior*, 30, 341-366.
- Sunstein, C. R., 2001, *Republic.com*. Princeton University Press.