

インターネット技術の発達に伴い、人々の情報接触の方法は多様化している。一方で、ネット空間で流通する政治情報に関しては、フェイクニュース、エコーチェンバーといった問題が深刻化している。こうした環境下における人々の情報接触は、世界各地で政治的分断に繋がることが危ぶまれており、日本も決して他人事ではない。本プロジェクトでは、日本における人々の政治コミュニケーションの現在位置について、政治情報接触の方法や経路を明らかにする調査を行った。

調査データを分析した結果、若年層の「新聞離れ」が再確認されたほか、人々が日常生活上のルーティンとしてニュースに接触する傾向は認められるものの、それは定時や余暇にテレビをつける、ポータルサイトを見るといったレベルにとどまり、SNSを通じて能動的に情報を取得する者は、どの世代においてもかなり少ないことなどが明らかになった。情報流通の始めから終わりまでをワン・パッケージで管理することが難しくなった今、民主主義のアリーナとしてあるべき政治コミュニケーション空間のガバナンスについて、官民を超えた議論を始める必要性が高まっている。

#### ● 調査の概要

2022年7月10日～7月11日にインターネット調査会社のウェブモニターを対象として、Web上での記入形式で行われた。直近の国勢調査の集計結果にもとづき、性別（男女の2区分）・年齢層（18～29歳、30～39歳、40～49歳、50～59歳、60～69歳、70歳以上の6区分）・居住地域（京浜、阪神、東日本、中日本、西日本の5区分）で回収目標サンプルの事前割り付けを行い、有効回答者は1500名、うち男性は721人（48.1%）、女性は779人（51.9%）であった。

#### ● データ補正

Satisficer（省力回答者／サティスファイサー）を検出する質問に抵触した回答者をデータセットから除外した上で、国勢調査の集計データから算出した18歳以上の日本人の年齢層（18～39歳、40～59歳、60歳以上）、性別（男女）、居住エリア（京浜、阪神、東日本、中日本、西日本）、並びに2022年7月10日執行第26回参議院議員通常選挙における比例区投票政党（棄権も含む）及び特定のテレビ番組の視聴有無を補正変数として、レイキング法を用いて補正を行った。

## ● 主要な結果

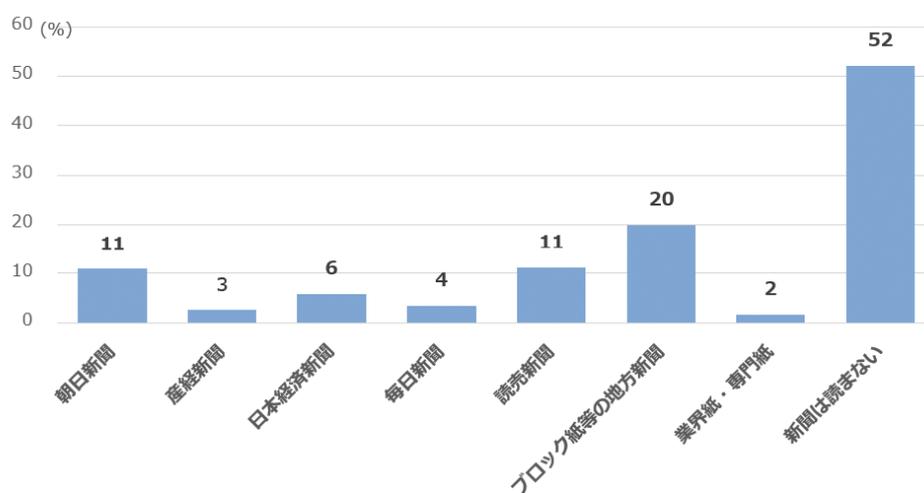
ふだんよく読む新聞については、全年代で 52%、18～39 歳では 73% もの回答者が「新聞は読まない」と回答した。「テレビを見ない」者が全年代で 11% であったことと比べると、人々の「新聞離れ」が明確に表れている。

インターネット媒体の利用状況については、世代間での相違が明らかになった。例えば、Google は世代間で利用率の差はなく、一般的なサービスになっているのに対して、Yahoo! は 18～39 歳 (44%) よりも 40～59 歳の利用率 (65%) の方が 20% 程度も高いなど、インターネットメディアとしては高年齢層のメディアといえる。

インターネットで政治ニュースに接触した後で人々がとる行動を調べたところ、インターネットで政治に関するニュースを見かけたとき、その傍らに表示された関連ニュースを見る人は 6 割、さらに関連するニュースを Google や Yahoo! などで検索する人は 4 割に上る。しかし、そのニュースを SNS やリツイートで共有したり、自分の意見を付けて投稿したりする人は 1 割前後であり、人々の情報行動は主に受動態であることが見てとれる。

各メディア（新聞・テレビ、Yahoo! ニュース、Twitter）から得られる政治情報に対する印象については、人々は SNS に懐疑的であると同時に、伝統メディアへの不信感も高めている。「信頼できない／どちらかと言えば信頼できない」の割合が最も高かったメディアは Twitter であるが、新聞・テレビに対する信頼感も今や Yahoo! ニュースを下回っている。

図 「ふだんよく読む新聞」質問への回答分布



著者

谷口 将紀 NIRA 総合研究開発機構理事長・東京大学大学院法学政治学研究所教授  
大森 翔子 NIRA 総合研究開発機構研究コーディネーター・研究員



PDF はこちらから

問い合わせ先 03-5448-1710 info@nira.or.jp

研究報告書本体の URL <https://www.nira.or.jp/paper/research-report/2023/252301.html>

