

新聞読者は極性化しているか

小林 哲郎 (国立情報学研究所)

竹本 圭佑 (日本学術振興会・東京工業大学)

● 論調の極性化と読者の極性化

近年、原子力発電に関する問題や安保法制などに関連して全国紙の論調が二極化しつつあるとの指摘が見られる。たとえば徳山 (2014) は、安倍政権下では官邸の巧みなメディア戦略によって親政権的な論調の強い「読売・産経・日経」陣営と、反政権的な論調の強い「朝日・毎日・東京」陣営に分断され、各陣営の論調が二極化しつつあると論じている。前者はイデオロギー的に保守的な傾向が強く、後者はリベラルな傾向が強いとされる。2015年9月19日の朝日新聞(電子版)においても「安保賛否・デモの報道…新聞各紙、二極化する論調」という記事が掲載され、「スマホに最新のニュース

一覧が並ぶ時代に新聞も様変わりを求められ、論調の違いが最大の個性になった。記事の切り口や扱いは社の論調に影響されやすく、メディア環境の変化が二極化に拍車をかけた」という識者のコメントが紹介されている。

日本の新聞は欧米の新聞よりもストレートニュースの割合が多く、戦略的中立性を志向する性格上、党派的な論調は抑制されてきた。しかし、新聞そのものが「マス」を捉えきれなくなるにつれて、より党派的なニッチを対象とした戦略を取るようになる可能性はあるだろう。日本の新聞の論調が実際に二極化しているかどうかについては詳細な内容分析やテキスト分析が必要であるが、今のところ十分な研究が蓄積されているとは言いがたい。数少ない例外として、畑中・村田・掛谷 (2009) は、国会議事録における議員の発言から発言の政党色を予測する分類器を作成し、それを新聞の社説に應用することで各新聞の党派性を推定している。その結果、読売新聞や産経新聞の社説は「自民党色」が強い傾向が見られた。しかし一方で読売新聞は最も「共産党色」が強いと判定されるなど、結果の解釈や予測の精度には改善の余地が残されているように思われる。



本研究は、新聞の論調そのものが二極化しているかどうかというリサーチクエスションは設定しない。本研究は、論調の二極化とは独立に、新聞読者のイデオロギー的極性が生じているかどうかを検討する。言い換えれば、論調という送り手の極性を検討するのではなく、受け手のイデオロギーの極性を検討する。新聞読者のイデオロギーが極性化している可能性は2つの視点から指摘できる。

まず、仮に論調の極性が生じているとすれば、マスメディアの説得効果によって読者のイデオロギーが影響を受ける可能性がある。保守的な論調の新聞を購読している人のイデオロギーや争点態度は保守的になり、リベラルな論調の新聞を購読している人のイデオロギーや争点態度はリベラルになるというのが基本的な予測である。こうしたマスメディアの直接的な説得効果は限定効果論の確立以降は大きくないとされてきた。しかし、米国ではここ数十年での党派的なニュースメディアの効果に関心が集まる中で、メディアの党派的な説得効果が再検討されている。たとえば、保守色の強いとされる FOX ニュースの放送開始時期が地域によって異なることを利用した因果推論からは、FOX ニュースの登場により共和党は2000年大統領選挙で得票率を0.4~0.7%ほど伸ばしたと推定されている (DellaVigna & Kaplan, 2007)。効果量自体は小さいが、2000年大統領選挙のような接戦では、こうした小さなアドバンテージ

自体が選挙結果を大きく左右した可能性もある。日本においても、斉藤・竹下・稲葉 (2014) が、原発問題を事例として東京都の成人を対象としたエリアサンプリングデータを用いて、「朝日・毎日・東京」新聞の読者は関連する変数の効果をコントロールしてもなお、「読売・産経・日経」読者よりも脱原発を志向する (リベラル的) 傾向が強いことを示している。斉藤らは、原発に関する態度によって購読紙を選択している可能性は低いため、この結果は新聞の論調が読者の態度に影響している可能性を示すものとして解釈している。

一方、新聞の説得効果が大きくなかったとしても、別のメカニズムに補完されることによって読者のイデオロギー的極性化が進む可能性がある。新聞閲読率は近年低下傾向にある。2010年NHK国民生活時間調査では、成人全体における新聞接触の行為者率 (1日の中で該当の行動を少しでも (15分以上) した人が全体に占める割合) は平日で46%であり、過半数を割り込んでいる。既存の新聞読者層から脱落する確率は、政治的関心の低い層の方が高いだろう。新聞はハードニュースを報道する傾向が民放テレビと比べて強いため、エンターテインメント志向が強く政治関心に低い人ほど購読から得られる効用が低いと考えられるためである。その結果、新聞を引き続き購読している層の中では、比較的政治的関心の高い人々が占める割合が高くなるだろう。一般的に、政治的関心の高い人ほど保守・リベ

ラルにかかわらず党派性が強い傾向があるため、閲読率が低下傾向にある新聞読者の中には党派性の強い人々が占める割合が高まり、結果的にイデオロギーの極性化が進む可能性がある。すなわち、購読層からの脱落が自己選択的に生じることによって、極性化にドライブがかかる可能性がある。

ここまで述べた2つの可能性は互いに排他的なプロセスではなく、同時に生じる可能性がある。しかし、おそらく党派的な説得効果や自己選択的な脱落の効果は長期的に生じるものであるため、実験やワンショットの調査データで検証することは難しい。そこで、本研究では公開された複数の社会調査データを用いることで、新聞読者のイデオロギー的極性化が生じているかどうかを縦断的に検討する。

●新聞読者のイデオロギーは極性化していない

本研究で用いる社会調査データは、以下の4つの条件を満たすものを網羅的に用いる。条件は、1.すでに公開されたデータであること、2.全国レベルでのランダムサンプリング調査であること、3.購読紙レベルでの新聞接触データが含まれていること、4.標準的なイデオロギー尺度が含まれていることであった。その結果、以下の13個の調査データが分析に含まれた。

- ・ JES3 (2001, 2003, 2004, 2005年)
- ・ CSES (2007年, 2013年)

- ・ JES4 (2007, 2009, 2010年)
- ・ 早稲田 GLOPE (2009a, 2009b, 2010年)
- ・ 東大朝日有権者調査 (2012年)

これらのデータを用いて、各新聞の購読者ごとのイデオロギー得点の平均値をプロットしたものが図1a~cである。エラーバーは95%信頼区間であり、イデオロギー得点を従属変数とし、各新聞の購読のみをダミー変数として独立変数として用い、重回帰分析(OLS)によって推定した(購読紙ダミー変数以外に独立変数は投入していない)。データはデータの取得年の順にソートして表示している。

図1a~cから明らかなように、各新聞読者のイデオロギー的分布が極性化しているという明確な証拠は得られなかった。各調査データ内で見ると、産経新聞の読者がやや保守(右)よりのイデオロギー的平均値

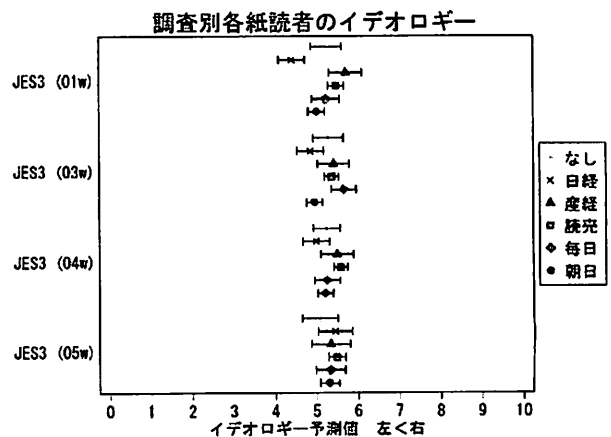


図1a 購読紙ごとの読者のイデオロギー分布 (2001年~2005年)

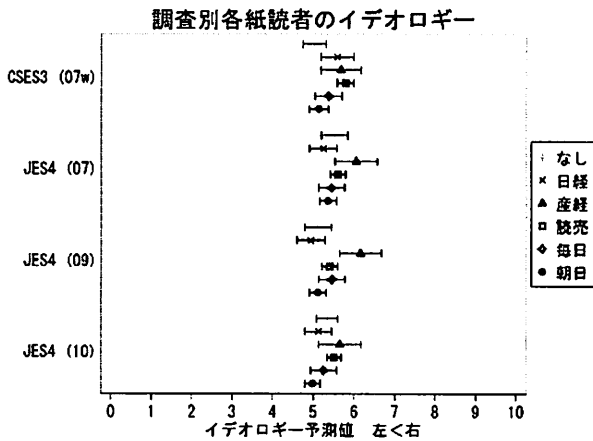


図 1b 購読紙ごとの読者のイデオロギー分布 (2007年～2009年)

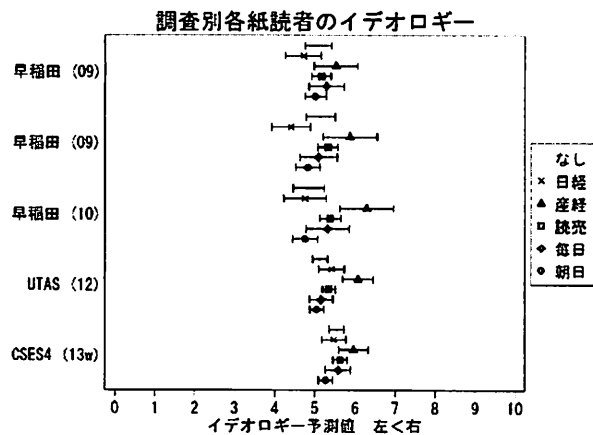


図 1c 購読紙ごとの読者のイデオロギー分布 (2009年～2013年)

を示すことが一貫して見出されるが、その他の新聞読者のイデオロギーが時系列的に極性化している傾向は見いだせない。むしろ、調査年や調査ごとの全体的な平均値の変動の方が大きい。したがって、ここでの暫定的な結論は、少なくとも 2001 年以降、各新聞の読者のイデオロギー的極性化が進

んだ証拠は見られないというものである。

●課題と展望

本研究の分析結果からは新聞読者のイデオロギー的極性化は見出されなかったが、いくつかの検討事項が残っている。

まず、本研究では 1 項目で測定されるイデオロギー尺度を用いたが、個別争点態度では極性化が生じている可能性がある。多くの調査データで共通して測定されている争点態度が少ないため検討は困難であるが、原発政策、愛国心を育むべきか、集団的自衛権の行使容認、改憲の 4 争点について購読新聞ごとの争点態度の推移を分析した結果、極性化の傾向は見出されなかった。

また、保守－革新や右－左の一次元で測定されるイデオロギー尺度には近年批判的な検討が加えられていることにも注目する必要がある。Endo & Jou (2014) は、若年層では共産党が「保守」で維新が「革新」と認知する傾向を見出しており、従来の政治学的意味での保守－革新が若年層では意味をなさなくなりつつあることを指摘している。さらに、Miwa (2015) は、日本の右左イデオロギーの測定では、1. 正しく意味を理解している群、2. 意味が分からないので中点を選ぶ群、3. 感情温度と同じように好き嫌いの軸として回答している群の 3 つの群が混在しているため、測定誤差が大きくなっていることを指摘している。混合モデルを MCMC で各群の割合を推定すると「正しく意味を理解している群」は半

数をやや超える程度であり、「正しく意味を理解している群」は年齢がやや高め（平均55歳）、大卒が多め（35%）であることが示唆されている。そこで、簡便な方法として、大卒のみに限定したサブサンプル、および政党ごとのイデオロギー推定で全部尺度の中間を選んだ回答者 or 全部DKであった回答者を除外したサブサンプルの2つを用いて、再度図1a~cと同じ分析を行ったが、明確な極性化の証拠は得られなかった。すなわち、イデオロギーの意味を正しく理解している可能性の高いサブサンプルに限定しても、やはり極性化の証拠は得られていない。今後はより洗練された方法論で「正しく意味を理解している群」を抽出する必要があるだろう。

今後は、各新聞読者のイデオロギー分布の推移だけでなく、現時点で各新聞読者のイデオロギー的位置はどのように認知されているのかを分析していく必要があるだろう。つまり、仮に読者のイデオロギー的極性化が進んでいないにもかかわらず、各新聞読者のイデオロギー的位置は極性化しているように認知されているのではないだろうか。たとえば、実際には朝日新聞の読者も読売新聞の読者もイデオロギー的には中道であるが、論調の二極化論が示すように各新聞のイデオロギー的評判が広く共有されることで、朝日新聞の読者は実際よりもリベラルな位置に分布していると認知され、読売新聞の読者は実際よりも保守的な位置

に分布していると認知されているのではないだろうか。このことは客観的な分布とその認知の乖離を扱うことを意味する。各新聞読者のイデオロギー的位置に関する認知についてはこれまでデータが存在していないため、今後の検討課題となる。

●引用文献

- DellaVigna, S. & Kaplan, E. (2007). The FOX News effect: Media bias and voting. *The Quarterly Journal of Economics*, 122(3), 1187-1234.
- Endo, M. & Jou, W. (2014). How does age affect perceptions of parties' ideological locations? *Japanese Journal of Electoral Studies*, 30(1), 96-112.
- 畑中允宏・村田真樹・掛谷英紀 (2009). 新聞社説・国会議事録に基づく言論のイデオロギー別分類 言語処理学会第15回年次大会発表論文集
- Miwa, H. (2015). Voters' left-right perception of parties in contemporary Japan: Removing the noise of Misunderstanding. *Japanese Journal of Political Science*, 16(01), 114-137.
- 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.
- 徳山喜雄 (2014). 安倍官邸と新聞「二極化する報道」の危機 集英社