

日本における「メディア不信」の構造 —価値観を軸としたオーディエンスの態度分析—

日下部 聡

本研究は、日本における人々のニュースメディアへのネガティブな態度が、民主主義的価値観に基づく理性的なジャーナリズム批判だけでは捉えきれず、感情的・道徳的反感を含んでいるのではないかという問題意識から出発している。

本研究では(1)ネガティブな対メディア態度の内実(2)それらを規定する要因(3)記者・メディアに向けられる具体的なイメージの把握、の3点を主な課題として設定し、3つの研究を実施した。

研究1では、(1)に関する数少ない先行研究の一つであり、人々のメディアに対する敵意(animosity)をシニシズム(cynicism)と不信(distrust)に区別できることを明らかにした Markov & Min (2021) を追試し、日本でも同様に弁別可能であるかを検討した。因子分析の結果、シニシズム(「利己的動機の認識」「ジャーナリズムへの悲観」からなる2次因子)と不信が並立する3因子構造が支持され、先行研究と整合的なモデルが再現された。構造方程式モデリングからは、メディアが読者・視聴者の要望や苦情に適切に応答しているかどうかの認識がシニシズムと不信の双方に最も強く関連していることが明らかになった。

研究2では、黙従バイアス回避のため反転項目を導入した尺度を用いて Markov & Min (2021) の再追試を行うとともに、メディアの取材が日本社会においては「迷惑」と認識されているのではないかの仮定に基づき、迷惑認識を測定する尺度を新たに導入した。道徳的価値観と対メディア態度の関連も検討した。しかし、新たな尺度による測定では因子構造が明確にならず、研究1のように両者を弁別することは困難であると結論づけた。一方で迷惑項目は一定のまとまりを示したため、最終的に3項目に絞って暫定的な尺度として扱った。迷惑認識と、それ以外の項目を統合した「ネガティブ態度」の2つ合成変数を従属変数とし、その他の各種変数を独立変数とする重回帰分析を実施した結果、いずれもメディアの応答性への認識が最大の関連を示した。道徳的価値観については道徳基盤尺度(MFQ)を用いて関連を分析したところ、迷惑認識にのみ一定の関連がみられた。具体的には権威や秩序を尊重する Authority (A) が中程度の正の関連、集団への忠誠や義務の遂行を尊重する Ingroup (I) が負の関連を示した。AとIはともに保守的な価値観とされているが、相反する結果となった。

研究3では、主に記者についてのイメージの好悪を具体的に把握するため、リッカート尺度による設問と空欄補充式の自由記述を組み合わせた探索的調査を行った。メディア接触度も測定し、関連を分析した。新聞、テレビ、週刊誌、ネットメディアの4媒体ごとにイメージを尋ねたところ、最も得点の高い新聞記者でも中点を有意に下回り、全般的にネガティブであった。記者を動物に例える設問では「ハイエナ」が最多(23%)であった。例えた理由の記述からは、執拗さや狡猾さ、群がるといったマイナスのイメージを投影していることが明らかになった。計量テキスト分析の結果、記者に肯定的な人は「チーター」「馬」など素早さや力強さを連想させる動物を、否定的な人は「寄生虫」「ゴキブリ」など害や不潔さを連想させる動物を挙げていた。メディア接触との関連では、民放テレビと接触の多い人ほど記者へのポジティブな態度をとる傾向がある一方、動画プラットフォーム接触やオンラインニュース接触はネガティブな態度と有意に関連していた。ただ、メッセージアプリとの接触は弱いながらも正の関連を示し、単にネット情報との接触がネガティブな態度を導くとはいえない可能性も示唆された。

一連の研究を通じて得られた主な成果は次の3点に集約される。

第一に、日本のオーディエンスがニュースメディアに抱くネガティブな態度、いわゆる「メディア不信」は多層的な構造を持つ可能性があることが示された。ジャーナリズムの規範に基づいた不信、メディアは利

己的であり修復は困難であると悲観するシニシズム、さらに日本特有の要素としてメディアの取材に対する迷惑認識が因子として存在する可能性が明らかになった。

第二に、これらのネガティブな態度を予測する要因として「メディアの応答性への認識」が強い影響力を持つことが判明した。政治的思想やネット上のメディア批判接触なども一定の関連はみられたが、応答性への認識はそれらよりもはるかに強くメディアに対するネガティブな態度を予測していた。

第三に、日本のオーディエンスがジャーナリストに対して抱く具体的なイメージの内実が明らかになった。全般的にネガティブであり、道徳的に好ましくないと認識されている実態が可視化された。

本研究で得られた知見は、「メディア不信」をめぐる議論に新たな視座を提供しうる。日本のオーディエンスがニュースメディアに向けたネガティブな態度の核心にあるのは、ジャーナリズムの規範に基づく批判ではなく、「メディアはこちらを向いていない」という応答性の欠如に対する反感であり、記者に対する「ハイエナ」という比喩は、メディアを公益ではなく私益のために動いているとみなすシニシズムが定着していることを示唆している。

とはいえ、本研究にはいくつかの限界と課題が残されている。

第一に、尺度の妥当性と信頼性に関する問題である。研究 2 では、シニシズムと不信の因子間相関が極めて高く、統計的に明確な弁別が困難であった。外国と日本の文化的差異も考慮に入れた質問項目の検証と精緻化が求められる。

第二に、因果関係の特定における限界である。本研究は横断的な調査に基づく変数間の関連の分析が主であり、因果の方向性は明らかでない。パネル調査などの縦断的な研究デザインが必要である。

第三に、サンプルの代表性である。データはウェブ調査によって収集されており、ネットリテラシーの低い層や高齢層の声が十分に反映されていない可能性がある。

「メディア不信」の広がりがかばわれて久しいが、メディア側が「社会の木鐸」的な使命のみを強調しても信頼回復への寄与は限定的である可能性が本研究では示された。オーディエンスとの関係修復の鍵はむしろ応答性の向上、すなわち、読者・視聴者の要望や苦情に対して誠実かつ明示的に対応することにあるのではないだろうか。(社会心理学)