

政治意識へのマスメディア効果に対する メディア・リテラシーと批判的思考態度の影響¹⁾

末吉 南美*・三浦 麻子**

抄録：本研究では、政治意識に対するマスメディアの効果に個人のメディア・リテラシーと批判的思考態度がどのように影響するかを検討した。マスメディアの効果としてはテレビのニュース番組に着目し、それらをソフトニュースとハードニュースに分類してそれぞれを日常的に視聴しているかどうかを尋ねた。政治意識は、選挙への関心、政治への関与、投票意向の3側面を測定した。一般企業に勤務する有権者529名を対象とした質問紙調査を用いた分析の結果、ハードニュース視聴は選挙への関心と政治への関与の高さを、ソフトニュース視聴は政治への関与の低さを説明していた。メディア・リテラシーの高さは選挙への関心と投票意向に対して正の効果をもたらし、批判的思考態度は3側面すべてに対して正の効果を持っていた。加えて、ソフトニュース視聴は批判的思考態度の高い層を投票から遠ざける一方で、低い層に対しては投票へ向かわせる効果があることが示された。本研究によって、マスメディアの政治意識に対する効果は高次リテラシーの程度のような個人特性によって異なる様相をもつことが示唆された。

キーワード：政治意識、ソフトニュース、メディア・リテラシー、批判的思考態度

序 論

政治意識の3側面

近年、日本における国政選挙への投票率の低さが問題視されている。例えば、自民党から民主党への政権交代をもたらした第45回衆議院議員総選挙（小選挙区）（2009年）の全年代の投票率は69.28%である（総務省、2010）。特に若年層になるほど投票率は低く、20代では49.45%と第40回以降は常に50%を切っている。このように、今の日本は全市民が政治に参加しているとはいえない状況だというのは明白である。

「正しい」民主主義国家のあり方として、市民の積極的な政治参加を目指すのであれば、市民の政治に対する考え方や投票態度に影響を及ぼす要因を検討し、その構造を検証することは重要である。政治参加は、個人の政治に対する意識、つまり政治的事象を身近なものと感じている程度や、具体的な関与行動としての選挙に対する関心の程度によって決定されると考えられる。本研究では、この政治意識について、個人と政治との距離感や個人が持つ政治への影響力の認知の強さをあらわす「政治への関与」、選挙に関する情報への関心の強さをあらわす「選挙への関心」、さらに調査時点での投票意向をあらわす「投票意向」の3側面から測定し、マスメディアや個人特性との関連について実証的に検討する。

政治意識に対するマスメディアの効果

本研究では、政治に対する考え方や投票態度を規定す

る変数の一つとしてマスメディア（テレビ、新聞、雑誌など）の効果に着目する。マスメディア、特にテレビ番組が大衆の意識に与える影響については、アメリカで議題設定機能（McCombs & Shaw, 1972）が実証的に示されたのをきっかけに、ステレオタイプ描写によるプライミング効果（Ford, 1997）など、人間の意識や行動の諸側面に対して効果を持つことが示されている。

政治意識に対するマスメディアの効果については、20世紀末に数多くの研究結果が報告されている。例えば、Putnam（1995）ではテレビ視聴の増加が自発的団体への参加や民主政治への参加の低下を招くことが示されている。しかし、テレビ視聴時間のなかにバラエティ番組などの視聴時間を加えず、ニュース番組視聴時間のみとした場合、政治参加を促進させる方向の効果を持つことが示されている（Norris, 1996）。

とは言え昨今ではニュース番組と一様ではない。政治的な話題について、事実の伝達という目的で報道するニュース番組（ハードニュース）もあれば、政治家のスキャンダルなどバラエティ要素を交えて政治情勢を伝える娯楽的要素の強いニュース番組（ソフトニュース）もある。多様化するニュース番組の報道内容が視聴者に対して一貫した意識形成をもたらしているとは考えにくい。Baum（2003）はこの問題点をふまえ、報道内容にもとづいてニュース番組をハードニュースとソフトニュースに分類し、政治意識に対する視聴効果の差異を検討した。分析の結果、ハードニュース視聴が政治意識を高めるという一貫した効果を持つこと、一方でまた、ソフ

*関西学院大学大学院文学研究科博士課程前期課程

**関西学院大学文学部教授

トニュース視聴は政治への関与が低かった人々を投票へ向かわせる効果を持つことが指摘されている (Baum, 2003; Baum & Jamison, 2006)。

このように、政治意識に対するソフトニュース視聴のポジティブな効果を示す研究がある一方で、娯楽化されたニュース番組の特徴である扇情的・批判的・エピソード的な報道姿勢が、政治的倦怠感や冷笑的態度に結びつくことを指摘する研究もある。例えば、扇情的な報道が政治的倦怠感を生むという問題の指摘や (Robinson, 1976)、政治家の暴利的な態度を強調するような報道が政治的シニシズムを増長させる可能性が指摘されている (Cappela & Jamieson, 1997 平林・山田 訳 2005)。他にも、マスメディアによる政治汚職の報道量と政治への満足度が負の相関関係にあることが示されている (Pharr, 2000)。日本においても、政治に対して批判的なトーンをもつ「ニュースステーション」の視聴が政治的シニシズムにつながることを示されている (谷口, 2002)。以上のように、ソフトニュース視聴の政治意識に対する効果については、ハードニュースと比較すると一貫性のある結果が得られていない。

こうした先行研究の様相から考えられることは、ニュース視聴がもつ政治意識に対する効果、特にソフトニュースによるそれが、個人のもつ何らかの特性によって異なるという媒介効果を検討することの必要性である。稲増・池田 (2009) は、政治意識に対するソフト／ハードニュース視聴の効果について、政治に関する知識量が介在している可能性を検討している。政治的情報を有していることは、選挙に関する争点を把握させ、選挙状況に対する不確実性を低下させることで、投票行動へと結びつくことが指摘されている (Downs, 1957; McClurg, 2003; Palfrey and Poole, 1987)。稲増・池田 (2009) は、政治を扱う民放 31 番組を、その放送内容を詳細に記録したテキストデータの内容分析によってソフト／ハードニュースに分類した上で、2007 年の参議院選挙直前の時期に政治意識やニュース視聴に加えて政治に関する知識の程度を問う質問紙調査を実施した。分析の結果、ハードニュース視聴は、個人の政治知識の豊富さによらず、目の前に迫っている選挙に対する関心を高め、また全般的な政治への関与を高めていたが、ソフトニュース視聴は政治知識の低い人々においてのみ選挙への関心を高める効果があることが示された。

本研究では、選挙が間近に迫り、政治に対する社会的関心が全体的に高まっていた時期に実施された調査データに基づく稲増・池田 (2009) の結果が、直近に選挙のない「平時」においても得られるかどうかを確認する。

仮説 1: ハードニュースを視聴することは政治意識を高め、ソフトニュースを視聴することは、政治知識が低い層に限り選挙への関心を高める。

批判的思考態度とメディア・リテラシー

稲増・池田 (2009) は、大量のテキストデータにもとづくクラスタリングによるニュース分類手法を提案し、またそれと政治意識の関連を実証的に検討したこと、ニュース視聴の効果は個人の政治知識の多寡によって決定される部分があることを示した点で価値が高い。しかし、ソフト／ハードニュース視聴と政治意識の関係性の間に介在する要因としては、ニュースを視聴する個人の政治についての知識量の効果が検討されているのみで、ニュースを読み取る個人の能力や思考態度については考慮されていない。Glaser (1941) は、民主主義社会にとっての「良き市民」が身につけるべき態度や高次リテラシーについて、「議会民主制における良い市民というのは、社会的、政治的、経済的取り決めに理解することが必要であるのに加えて、意見の相違がある問題を批判的に考える能力が必要である」と述べている (楠見・子安・道田, 2011)。そこで本研究では、ソフト／ハードニュース視聴と政治意識の間に介在する可能性のある思考スタイルや高次のリテラシーとして、批判的思考態度とメディア・リテラシーを取り上げる。

批判的思考とは、情報の誤りや矛盾に気づき、合理的に意思決定をし、かつその正しさや、自分の推論過程を意識的に吟味しようとする思考のことをいう (樋口, 2000; 鈴木, 1997)。この批判的思考には大きく分けて二つの側面があり、一つは認知的な側面である知識やスキル、もう一つは情意的側面である態度や傾向性とされている (Ennis, 1987)。知識やスキルといった認知能力は、長い年月をかけて訓練することにより向上するものだが、思考態度は意図レベルの問題であり、教示の仕方などによって変容させることも可能である。民主主義国家における政治参加にあたって個人に求められるのは、どのような問題があるのか、他の解決策はないのか、もっと情報はないのか、などといった省察的な姿勢を持って論理的に思考することである。よって、批判的思考態度の高さは、政治意識の高さに正の影響を持つことが予想される。

さらに本研究では、批判的思考態度が、先の政治知識 (稲増・池田, 2009) と同様に、ニュース、特にソフトニュース視聴と政治意識の関係を仲介する要因としても機能することを仮定する。批判的な思考態度でマスメディアの情報を受け取ることは、その情報をもとに行われる自身の推論過程に対して反省的・批判的になることにつながり、ニュース視聴の効果に影響をもつと考えられる。つまり、批判的思考態度をあまり持たない個人は、ソフトニュースの持つ扇情的効果に煽られやすく、ニュース視聴が政治への動員効果を示す一方で、批判的思考態度を強く持つ個人に対しては、ソフトニュースの娯楽性の強さが政治的倦怠感やシニシズムを増長し、かえっ

て政治から遠ざけるという効果を示すのではないだろうか。

また本研究では、政治意識に影響を与える高次リテラシーとして、メディア・リテラシーについても検討する。メディア・リテラシーとは、1980年代以降に盛んに使われるようになったリテラシー概念のひとつであり、メディアを社会的文脈でクリティカルに分析し、評価し、メディアにアクセスする能力のことである（鈴木、1997）。つまり、メディア・リテラシーとはマスメディアが伝える情報を批判的に吟味・解釈する能力であり、批判的思考態度に支えられた高次リテラシーであると考えられる（cf：楠見ら（2011））。よって、メディア・リテラシーも批判的思考態度と同様に、政治意識の高さに正の影響を持つとともに、ソフトニュース視聴が政治意識にもたらす効果を仲介することが予想される。

仮説2：個人のメディア・リテラシーと批判的思考態度の高さが政治意識を高める。

仮説3：ソフトニュース視聴は、批判的思考態度やメディア・リテラシーの低い個人に対しては政治意識を低め、高い個人に対しては政治意識を低める。

方 法

調査対象者

一般企業（派遣業）に勤務する社員と登録派遣社員およびそれらの家族のうち、成人のみを対象として調査協力を依頼した。

調査方法

2011年9月28日から調査票配布を行い、10月31日に回収を終了した。調査票は同企業の各営業所へ必要数を送付し、さらに登録派遣社員、各営業所の社員、それらの家族へ配布し、回答後また各営業所により回収され、すべての質問紙は最終的に同企業の本社へ送付された。回収率は96.2%であった。

測定項目

政治意識 政治意識は「選挙への関心」「政治への関与」「投票意向」の3つの側面から測定した。

「選挙への関心」は、(1) 普段の投票態度「普段は投票（衆議院選挙・参議院選挙）に行っていますか」（1. 毎回行っていない、2. 行かないことが多い、3. 行くことが多い、4. 毎回必ず行く、から1肢選択）、(2) 投票前の関心「候補者が行う選挙運動にはどれくらい関心がありますか」（1：まったくない～4：かなりある、の4件法）、(3) 投票する際の態度「自分の政治信念や政治信条をもとに投票しますか」（1：まったくない～4：かなりある、の4件法）、(4) 投票後の関心「テレビの選挙速報は見ますか」（1：まったく見ない～4：必ず見る、

の4件法）を用いて測定した。

「政治への関与」は、稲増・池田（2009）で用いられた6項目「政治とは自分から積極的に働きかけるものだ」、「政治とは監視していくものだ」、「政治とはなるようにしかならないものだ」（逆転）、「政治的なことにはできれば関わりたくない」（逆転）、「私と政治の間には何の関係もない」（逆転）、「政治は偉い人がやるものだ」（逆転）（それぞれに対して「1：そう思わない～4：そう思う」の4件法で回答）を用いて測定した。

「投票意向」は、「もうすぐ衆議院の解散総選挙があるとすれば投票に行くかどうか」について「はい」「いいえ」「選挙権を持っていない」から1肢選択を求めることで測定した。なお、この質問に対して「選挙権を持っていない」とした回答者（12名）は分析対象から除外した。

マスメディア接触 マスメディア接触の指標として、テレビのニュース番組の視聴数を測定した。稲増・池田（2009）によってソフト／ハードのいずれかに分類された民放31番組を援用した番組リストを作成し、各番組の視聴の有無を尋ねた。31番組のうちすでに終了している12番組を除き、その後放送を開始した15番組を加えた34番組（ハードニュース12番組、ソフトニュース22番組）番組リストとして使用した（Table 1参照）。回答者は、番組リスト中から、帯番組（平日同じ時間に放送している番組）については「週2回以上、30分以上」を、週1回または月1回放送されている番組については「週1番組は月2回以上」または「月1番組は2か月に1回以上」を目安として、「よく視聴している」番組をいくつでも選択するよう求めた。

また、テレビの視聴頻度に影響する可能性がある変数として、インターネット使用時間をパソコン、携帯電話、スマートフォンそれぞれについて5件法で尋ねた（1：「全く使用していない」、2：「30分未満」、3：「30分以上」、4：「1時間以上」、5：「2時間以上」）。

批判的思考態度・メディア・リテラシー・政治知識

批判的思考態度は、平山・楠見（2009）の批判的思考態度尺度の12項目（「いつもかたよりのない判断をしようとする」など）を使用し、「1：あてはまらない～5：あてはまる」の5件法で回答を求めた。

メディア・リテラシーは、テレビの報道・情報番組、テレビのバラエティ番組、新聞（スポーツ紙を除く）についてのリテラシーを問う尺度（杉本・池田、2009）を使用し、それぞれ5項目（「○○が伝えている情報の選び方や表現の仕方が適切でないと感じることがある」など）、計15項目に対して「1：そう思わない～4：そう思う」の4件法で回答を求めた。

政治知識は、政治知識量を測定する4肢選択式設問

Table 1 ハード・ソフトニュースの分類

	ハードニュース	ソフトニュース
帯番組	「N スタ」 「ニュース 23 X (クロス)」 「報道ステーション」 「ウェークアップ! ぷらす」 「情報プレゼンターとくダネ!」 「クロズアップ現代」	「めざましテレビ」 「情報ライブミヤネ屋」 「情報満載ライブショーモーニングバード」 「爽快情報バラエティースッキリ!!」 「みのもんたの朝ズバッ!」 「やじうまテレビ!」 「FNN スーパーニュース (アンカー)」 「スーパー J チャンネル」 「NEWS ZERO」 「ワールドビジネスサテライト」 「ワイド! ス克蘭ブル」 「NEWS ゆう+」 「VOICE」
週1回または月1回番組	「新報道 2001」 「報道特集」 「朝まで生テレビ!」 「たかじんのそこまで言って委員会」 「ビートたけしの TV タックル」 「サンデー・フロンライン」	「SUNDAY COWNTDOWN SHOW シューイチ」 「ZIP!」 「時事放談」 「Mr. サンデー」 「そうだったのか! 学べるニュース」 「サンデーモーニング」 「ズームイン! サタデー」 「情報 7 days ニュースキャスター」 「真相報道バンキシャ!」

Table 2 政治知識クイズ難易度と答え

	ソフトニュースクイズ	選択肢と答え
低	8月29日に行われた民主党代表選の候補者演説の中で、野田首相は今までの経歴を語り、自らを何に例えたか	a. キングヨソウ b. ハゼ c. カスミソウ d. ドジョウ
難易度	東京電力福島第1原発事故の現場周辺を「死の町」と表現し「放射能を移してやる」などと記者に発言した責任を取り、9月10日に経済産業相を辞任した衆議院議員	a. 平岡秀雄 b. 鉢呂吉雄 c. 玄葉光一郎 d. 海江田万里
高	2001年から2003年にかけて、在日本大韓国民団関係者ら在日本韓国人2人から政治献金を受け取っていた、野田佳彦首相の資金管理団体の名称	a. 晋和会 b. 陸山会 c. 未来クラブ d. 制度改革フォーラム
	ハードニュースクイズ	
低	2011年5月フランスのドービルにて開催された主要国首脳会議(サミット)で、菅前首相が日本のエネルギー戦略について表明した計画	a. ソーサラー計画 b. サンライズ計画 c. ソラライズ計画 d. サンスポット計画
難易度	2010年4月から実施されている子ども手当制度に対して、所得制限を求めている政党	a. 民主党 b. 自由民主党 c. 公明党 d. 日本共産党
高	公的年金制度の一元化と、月7万円の「最低保障年金」の創設を公約に掲げた政党	a. 自由民主党 b. 民主党 c. みんなの党 d. たちあがれ日本

※下線を引いているものが答え

(小林, 2011)を参考にして、公約や政策など調査時点で争点となっている政治的イシューに関するハードニュースクイズを3問、ワイドショーなどが取り上げやすい政治家の失言などに関するソフトニュースクイズを3問、計6問を作成した(Table 2参照)。

デモグラフィック変数 性別、年齢、最終学歴、職種、婚姻状況、居住地、居住地の都市規模について回答を求めた。

結 果

調査協力者

分析に用いたデータは、調査協力者529名(男性277名、女性248名、不明4名)で、平均年齢は41.41歳(範囲: 20~82歳, $SD = 13.03$)によるものであった。

各変数の得点化

選挙への関心、メディア・リテラシー、批判的思考態

度の得点は、平均値を用いた（選挙への関心： $M=2.52$, $SD=0.71$, $\alpha=0.79$, メディア・リテラシー： $M=2.90$, $SD=0.52$, $\alpha=0.90$, 批判的思考態度： $M=3.52$, $SD=0.56$, $\alpha=0.84$ ）。政治への関与については、全6項目の内の一貫性が必ずしも高くなかったため、項目間の相関係数を参考にして「政治とはなるようにしかないものだ」（逆転）, 「政治的なことにはできれば関わりたくない」（逆転）, 「私と政治の間には何の関係もない」（逆転）の3項目の平均値を用いた（ $M=2.63$, $SD=0.71$, $\alpha=0.66$ ）。「投票意向」は「はい」（1）か「いいえ」（0）の2値変数として扱った。ニュース接触については、ソフト／ハードニュース視聴ともに床効果が見られたため、帯番組と週／月1番組をまとめて、ソフト／ハードニュース番組を見ているかどうか（視聴有1, 無0）の2値変数として扱った。政治知識については正答数を指標とした（平均3.51問, $SD=0.56$ ）。

仮説の検討

仮説1（ハードニュースを視聴することは政治意識を高め、ソフトニュースを視聴することは、政治知識が低い層に限り選挙への関心を高める）を検討するため、それぞれの従属変数に対して、ニュース視聴有無と統制変数を独立変数とした階層的重回帰分析（政治への関与・選挙への関心）とロジスティック重回帰分析（投票意向）を行った。モデル1ではデモグラフィック変数と政治知識、モデル2ではソフト／ハードニュース視聴の有無、さらにモデル3ではソフトニュース視聴と政治知識量の交互作用項を独立変数としてそれぞれ投入した。

ハードニュース視聴は選挙への関心と政治への関与に

対して正の効果を持つことが示されたが（選挙への関心： $\beta=.16$, $p<.001$, 政治への関与： $\beta=.14$, $p<.01$ ）、投票意向に対しては有意な効果が見られなかった。各モデル間の決定係数の増分は有意であった。ソフトニュース視聴は政治への関与に対してのみ負の効果を持つことが示された（ $\beta=-.10$, $p<.05$ ）。ソフトニュース視聴と政治知識の交互作用は有意ではなかった。

仮説2（個人の批判的思考態度とメディア・リテラシーの高さが政治意識を高める）について検討するため、それぞれの従属変数に対して、ニュース視聴有無とメディア・リテラシーまたは批判的思考態度と統制変数を独立変数とした階層的重回帰分析またはロジスティック重回帰分析を行った。まずモデル1ではデモグラフィック変数と政治知識、モデル2ではソフト／ハードニュース視聴の有無、さらにモデル3ではメディア・リテラシーを独立変数としてそれぞれ投入した。

批判的思考態度は政治意識の3つの側面すべてに正の効果を持つことが示された（選挙への関心： $\beta=.17$, $p<.001$, 政治への関与： $\beta=.21$, $p<.001$, 投票意向： $B=.74$, $p<.01$ ）。各モデル間の決定係数の増分は有意であった。

メディア・リテラシーの効果についても同様の手続きで分析を行った結果、選挙への関心と投票意向に対して正の効果を持つことが示された（選挙への関心： $\beta=.17$, $p<.001$, 投票意向： $B=.68$, $p<.01$ ）。各モデル間の決定係数の増分は有意であった。一方で、政治への関与に対しては有意な効果が見られなかった。

仮説3（ソフトニュース視聴は、批判的思考態度やメディア・リテラシーの低い個人に対しては政治意識を低

Table 3 投票意向に対する批判的思考態度とソフトニュース視聴の交互作用効果

従属変数：投票意向 (批判的思考態度の効果)	EXP (B) の95% 信頼区間		
	B	下限	上限
性別 (0=女性, 1=男性)	0.08	0.62	1.91
年齢	0.04**	1.02	1.07
結婚歴 (0=未婚, 1=既婚)	-0.09	0.50	1.69
学歴 (0=高卒以下, 1=専門学校以上)	-0.40	0.38	1.18
職種 (0=専門, 1=内勤)	0.14	0.58	2.27
職種 (0=専門, 1=外勤)	-0.25	0.39	1.55
都市規模	0.23	0.93	1.69
同居家族人数	0.23*	1.01	1.58
政治知識	0.03	0.84	1.27
ソフトニュース視聴	-0.27	0.28	2.05
ハードニュース視聴	-0.07	0.50	1.72
批判的思考態度	0.74**	1.30	3.39
批判的思考態度×ソフトニュース視聴	-2.21*	0.02	0.61
切片	1.19*		
決定係数	0.11		

+ $p<.10$ * $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

め、高い個人に対しては政治意識を低める)を検討するため、前述の重回帰分析のモデル3に、批判的思考態度とソフトニュース視聴の交互作用項、またはメディア・リテラシーとソフトニュース視聴の交互作用項を独立変数としたモデル4を検討した。

批判的思考態度とソフトニュース視聴の交互作用項については、投票意向に対してのみ有意な効果が認められた($B = -2.21, p < .05$) (Table 3 参照)。単純主効果の検定の結果、ソフトニュースを視聴することが、批判的思考態度の高い個人においては投票意向の低さと、批判的思考態度の低い個人においては投票意向の高さと結びついていることが示された。一方で、メディア・リテラシーとソフトニュース視聴の交互作用項については、選挙への関心、政治への関与、投票意向のいずれを従属変数とした場合も有意な効果は見られなかった。

考 察

仮説の検証

本研究では、ソフト／ハードニュース視聴の政治意識に対する効果を、メディア・リテラシーと批判的思考態度の高さが影響するという可能性を指摘するため、3つの仮説について検討を行った。

仮説1について、ハードニュースは政治意識の3つの側面にプラスの効果をもたらしており、先行研究と同様の結果が得られたが、ソフトニュース視聴が政治知識の低い層の選挙への関心を高めるという効果は本研究では得られなかった。さらに、ソフトニュース視聴は政治知識の多寡によらず政治への関与に対して負の効果を持つことが示された。したがって、仮説1はハードニュース視聴効果についてのみ支持されたといえる。

こうした結果から、先行研究の知見には、調査の実施時期が大きく影響していた可能性が指摘できる。稲増・池田(2009)は参議院選挙が実施される直前の時期に調査が行われたが、本研究の調査は選挙が間近に実施される予定のない時期に行われた。国政選挙が近づくと、ソフトニュース番組においても政治的話題を扱うことが増えることが考えられる。また、普段は政治にまったく無関心な個人も、少なくとも相対的に見れば平時よりもそれに注意を向けている可能性がある。稲増・池田(2009)で得られたソフトニュース視聴が政治に関する知識をあまり持たない層の政治意識を高めるという効果は、こうした限定的な個人と社会の状況下において行われたからこそ得られたものかもしれない。

本研究において、ソフトニュース視聴が平時においては投票意向や選挙への関心に影響を持たず、政治への関与については低下させるという効果を持つことが示されたことを鑑みると、「政治知識が乏しい層の政治意識はソフトニュースを視聴により高めうる」という素朴な期

待に対しては慎重にならざるを得ない。ただし、本研究は(そして稲増・池田(2009)も)1時点の調査データのみを対象としており、選挙期間中と平時の政治意識を比較検討できるような時系列データを持たない。今後、本研究と同一サンプルを対象としたパネルデータを収集することによる検証が求められる。

仮説2について、批判的思考態度は選挙への関心、政治への関与、投票意向に対して正の効果を持ち、メディア・リテラシーは選挙への関心と投票意向に対して正の効果を持つことが示された。したがって、仮説2はメディア・リテラシーの効果については部分的ではあるもののほぼ支持され、Glaser(1941)の主張をおおむね裏打ちする結果となった。

批判的思考態度が政治意識の3つの側面に対して正の効果を持つ一方で、なぜメディア・リテラシーについては政治への関与に対する効果が見られなかったのだろうか。選挙への関心と投票意向は、その質問項目からもうかがえる通り、選挙というイベントに対してその人がどれほど関心を持ち、投票へ行っているかという、「行動」としての民主政治へのかかわりを問うものであった。一方、政治への関与は、政治に対する自身の有効感や距離感などといった、「観念」としての民主政治への関わりを問うものであった。市民がニュース番組から得る情報は、日本政治の全体を扱うような話題や、自身と政治の関係を考えさせられるような話題よりも、選挙という具体的な出来事や事実に関するものの方が多いだろう。メディア・リテラシーが、マスメディアが提示する事実関係を批判的に捉えて論理的に読み解く能力であることを考えれば、選挙という具体的な出来事に対する関心や投票という具体的な行動に対しては正の効果を持つ一方で、政治への関与といった「観念」としての政治意識には大きな影響を持ちえなかったのかもしれない。

仮説3については、投票意向に対する批判的思考態度とソフトニュース視聴の交互作用が有意であり、ソフトニュース視聴は批判的思考態度の高い層に対して投票から遠ざける効果を持ち、批判的思考態度の低い層に対しては投票へ向かわせる効果があることが示された。したがって、仮説3は一部支持された。

ニュース視聴による政治意識への影響について、政治への動員というポジティブな効果や、または政治的倦怠感の助長というネガティブな効果の相反する視点から議論がなされてきたが、本研究はここに、マスメディアが提示する情報の受け取り手の要因が影響する可能性、すなわち、批判的思考態度の高い個人に対してはソフトニュースの扇情的報道姿勢が倦むべきものと受け取られる一方で、批判的思考態度が低い個人はそれに煽られるように投票意向を強めていた可能性を付加するものである。一方で、選挙への関心や政治への関与については交

相互作用が見られなかったのは、政治に対する非積極性が「投票に行くか行かないか」という明確な態度表明である投票意向については表出しやすかったためかもしれない。

メディアの多様化の効果

本研究の問題点の1つとして、ニュース視聴数について床効果が見られたことが挙げられる。この結果は、近年の日本国民のテレビ視聴時間の減少（総務省，2011）と対応していると考えられるが、今後の研究において、個人のメディア接触行動を検討する際に、メディアの多様化に対応したデータ収集を行うことの必要性を示している。政治的ニュースはテレビのニュース視聴によってのみ得られるわけではない。現代の日本人の大多数が利用しているパソコンやスマートフォン、タブレット端末のようなネットワーク機器から、ニュースを見たり、自分の知りたい政治的話題の争点を検索することも可能である。テレビ視聴によるソフト／ハードニュース接触と同様にインターネット利用が政治意識に影響を及ぼす可能性は十分考えられる。本研究で収集したデータにおいても、パソコン利用頻度・携帯電話利用頻度・スマートフォン利用頻度を独立変数とした政治意識に対する重回帰分析を行ったところ、選挙への関心に対してパソコン利用頻度が正の有意な影響を持っていた（ $\beta = .13, p < .01$ ）。パソコンを頻繁に利用するほど選挙への関心が高くなる可能性が示されている。

また、メディアの多様化に伴って変化するのは情報の受け取り手の行動だけではなく、政治情報を発信する政治家の活動もそうである。現行の公職選挙法では、インターネットを利用した選挙運動は原則として禁止されているが、選挙期間外では、自身のブログやTwitter、動画共有サービスといったソーシャルメディアを通じて政治家が発言することはもはや一般的な行為になりつつある。公職選挙法による選挙運動に対する制限も見直されつつあり、インターネットというメディアにおける政治の扱われ方は多様化している。多様化するメディア環境における個人の政治意識については、様々な研究がなされている途上である。本研究は、インターネット利用行動に関する詳細なデータを持たないためこれ以上は言及できないが、政治意識についてメディアという視点で検討を行うならば、今後も変化し続けるメディア環境、特にインターネットの効果を精査することが期待される。

本研究のまとめ

本研究では、個人の思考スタイルや高次リテラシーが政治意識に影響を及ぼすこと示すとともに、ソフトニュースを視聴することが、批判的思考態度の高い個人に対

しては投票意向が高くなり、批判的思考態度の低い個人に対しては投票意向が高くなっていったことが示された。批判的思考態度やメディア・リテラシーは、個人が情報をどのように正しく扱えるかに関わっており、情報が飽和している状態である現代において特に獲得を求められているものである。選挙の際にも、どこから情報を得て、取捨選択し、どの情報を信頼して投票を行うのかという選択に、この2つは深くかかわるものだろう。

1970年代以降、急激に発展してきたマスメディア研究だが、多様化が進む現代においてもその勢いは終息を見せず、社会の急激な変化に伴う人の意識変化に対しても、検討がなされている最中である。今後、テレビ番組やインターネットなどいずれの情報媒体の政治意識に対する効果を検討するにしても、この2つの影響を無視することはできない。

注

- 1) この論文は、第一著者が第二著者の指導の下で関西学院大学文学部総合心理学科に提出した卒業論文を加筆・修正したものである。また、本研究の一部は日本社会心理学会第53回大会において発表された。

引用文献

- Baum, M. A. (2003). *Soft news goes to war: Public opinion and American foreign policy in the new media age*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Baum, M. A. & Jamison, A. S. (2006). The Oprah effect: How soft news helps inattentive citizens vote consistently. *The Journal of Politics*, **68**, 946–959.
- Cappela, J. & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. (平林紀子・山田一成（監訳）（2005）. 政治報道とシニシズム：戦略型フレーミングの影響家庭 ミネルヴァ書房）
- Downs, A. (1957). New York: Harper and Row. (古田精司（監訳）（1980）. 民主主義の経済理論 成文堂)
- Ennis, R. H. (1987). A taxonomy of critical thinking dispositions and abilities. In J. B. Baron & R. J. Sternberg (Eds.), *Teaching thinking skills: Theory and practice*. New York: W. H. Freeman and Company. pp.9–26.
- Ford, T. E. (1997). Effects of stereotypical television portrayals of African-Americans on person perception. *Social Psychology Quarterly*, **60**, 266–275.
- Glaser, E. M. (1941). An experiment in the development of critical thinking. New York: Teachers College of

- Columbia University, Bureau of Publications.
- 樋口直宏 (2000). 高等教育における批判的思考教授－アメリカの事例分析－. 立正大学人文科学研究所年報, **37**, 70–81.
- 稲増一憲・池田謙一 (2009). 多様化するテレビ報道と、有権者の選挙への関心および政治への関与との関連：選挙報道の内容分析と大規模社会調査の融合を通して. 社会心理学研究, **25**, 42–52.
- 小林哲郎 (2011). ネットニュースがもたらす政治的知識. 新情報, **99**, 10–18.
- 楠見孝・子安増生・道田泰司 (2011). 批判的思考力を育む－学士力と社会人基礎力の基盤形成 有斐閣
- McClurg, S. D. (2003). Social networks and political participation: The role of social interaction in explaining political participation. *Political Research Quarterly*, **56**(4), 448–464.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). *Setting the agenda: The Mass media and public opinion*. Cambridge: Polity Press. pp.176–187.
- Norris, P. (1996). Does television erode social capital?: A reply to Putnam. PS: *Political Science and Politics*, **29**, 474–480.
- Palfrey, T. R., & Poole, K. T. (1987). The relationship between information, ideology, and voting behavior. *American Journal of Political Science*, **31**(3), 511–530.
- Pharr, S. J. (2000). Official's misconduct and public distrust: Japan and the trilateral democracies. In S. J. Pharr & R. D. Putnam (Eds.), *Disaffected democracies: What's troubling the trilateral countries?*. Princeton NJ: Princeton University Press. pp.173–201.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy*, **6**, 65–77.
- Robinson, M. J. (1976). Public affairs television and the growth of political malaise: The case of "The selling Pentagon." *American Political Science Review*, **70**, 409–432.
- 総務省 (2010). 目で見える投票率. <http://www.soumu.go.jp/main_content/000090286.pdf> (2011年10月15日)
- 杉本奈穂・池田謙一 (2009). 社会関係資本とメディア・リテラシーとの関係について. 日本社会心理学会第50回大会発表論文集, 146–147.
- 鈴木みどり (1997). メディア・リテラシーを学ぶ人のために 世界思想社
- 谷口将紀 (2002). マスメディア 福田有広・谷口将紀 (編) デモクラシーの政治学 東京大学出版会 pp.269–286.