

メディアシニシズムの 要因と結果

——敵対的メディア認知および「ポスト真実主義的態度」との関連——

李光鎬

メディアシニシズムの 要因と結果

——敵対的メディア認知および「ポスト真実主義的態度」との関連——

李光鎬



SNSや匿名の掲示板などで使われるいわゆるネットスラングの一つに「マスゴミ」という言葉がある。マスゴミという言葉の「ゴミ」を「ゴミ」に変え、マスメディアに対する強い軽蔑の感情を表現した造語である。日常的に用いられることは多くないと思われるが、ネット上では容易く目にすることができる。試しに、ツイッター上で検索をしてみると、この論文を執筆している時点でも「#マスゴミ」、「#マスゴミの実態」、「#マスゴミたる所以」などのハッシュタグが多くの投稿に用いられていることを確認することができる。それらの投稿内容は、メディアの取材態度や報道内容を批判したり、揶揄したり、罵倒しているものがほとんどで、中には激しい憎悪の感情をむき出しにしているものも見受けられる。

報道メディアに対するこのような反応は、日本に限ったことではない。韓国でも記者に対する蔑称として「キレギ」という言葉が広く使われている。記者の「キ」と、ゴミを意味する韓国語「スレギ」の「レギ」の部分にくっつけた表現で、「ゴミみたいな記事を書く記者」という意味である。アメリカやカナダなどの英語圏でも「garbage journalism」という表現が使われており、フランス語のツイートでもゴミを意味する「des ordures」という表現が、報道批判において頻繁に用いられている。ドイツ語のツイートでは少なくとも10年前から「garbage journalism」という意味の「#MüllJournalismus」というハッシュタグが使われており、スペイン語のツイートでも同じく「#PeriodismoBasura」というハッシュタグが使われている。

このように報道メディアに対する強い軽蔑の態度は世界的な広がりを見せているにもかかわらず、オーディエンス研究の中でこの問題を本格的に主題化する動きはこれまであまり見られていない。このような状況の中、李（2019, 2020）は、韓国社会における報道メディアへの強い軽蔑的態度を「メディアシニシズム」（media cynicism）という概念で捉え、それがかなりの程度、韓国社会に広まっていること、オーディエンスの党派性の強さに基づく「敵対的メディア認知」（hostile media perception）と深く関連していること、そしてオーディエンスの政治情報源の利用に一部影響を与えていることを示した。また李（2021）は、同じく韓国のオーディエンスが、メディアシニシズムを抱きつつも、政治報道の「娯楽的消費」を行っていること、またメディアシニシズムをもたらす党派性や敵対的メディア認知が、政治情報源や対人的相互作用における選択的接触を助長していることを明らかにしている。

本論文では、日本社会におけるメディアシニシズムが対象である。李（2019, 2020, 2021）

において確かめられた韓国社会における敵対的メディア認知およびメディアシニシズムの実態、両者の関係性、そしてそれらがもたらす政治報道に対する認識および政治情報源利用への影響が、日本のオーディエンスの間でも観察されるのかということが、本論文の分析課題である。

▶ メディアシニシズムの概念

本論文のキー概念であるメディアシニシズムと敵対的メディア認知についてまず簡略に述べておこう。メディアシニシズムは、Cappella & Jamieson (1996)の論文において初めて用いられた概念であると思われるが¹、彼らは、政治シニシズムをもたらすメディアの政治報道が、ブーメランのようにメディアに対するシニシズムとなって帰ってくる可能性があることを警告する中で、このメディアシニシズムという概念を用いている。ただ、詳しくは李 (2019)の記述を参照してほしいが、彼らはメディアシニシズムについてははっきりとした定義を行っていない。そのため、李 (2019)は、彼らがメディアシニシズムを測定する際に用いた尺度と政治シニシズムの測定尺度の内容を踏まえつつ、シニシズムという言葉の辞書的意味をも考慮し、「報道の行為主体、報道機関、報道の制度全体が、道徳性と能力を欠いているという信念から形成された、報道メディアをさげすみ、あざける態度」(88頁)としてメディアシニシズムの概念を定義している。

このような定義に基づき、李 (2019)は韓国社会におけるメディアシニシズムの実態把握を試みたのであるが、分析の結果、報道の「制度全体」に対する評価は、報道従事者や報道機関に対する評価とは必ずしも直接的に関連しないことが判明し、メディアシニシズムの概念定義から除外する必要性が生じたため、本論文では李 (2019)における定義を修正し、メディアシニシズムを「報道従事者および報道機関」に対する軽蔑的態度に限定することにした。

▶ メディアシニシズムをもたらす要因

メディアシニシズムをもたらす要因として本論文がまず注目しているのは、Valloneら (1985)の実験において発見された「敵対的メディア認知」である。敵対的メディア認知とは、同一の報道内容に対して党派的な人々が見せる認知の歪みのことで、報道内容が自陣営に対して敵対的であると知覚する傾向を指す。この現象をめぐっては、最初、エスニシティのような集団所属 (例えばイスラエル vs. アラブなど) がもたらす「特定の政治報道に対する歪んだ情報処理」が注目されたが、後続研究においては、中絶などの社会的争点やスポーツ報道においても同様の現象が起きることが明らかにされている (Giner-Sorolla & Chaiken, 1994; Arpan & Raney, 2003; Hansen & Kim, 2011)。

また、従来の敵対的メディア認知の概念は、「特定の」または「一連の」争点報道に対する認知を意味するものとして定義されてきたが、李 (2019, 2020, 2021)はその範囲をさらに広げ、「特定の報道機関」に対する認知を含むものとして定義している。ある報道機関が、複数の争点に渡って持続的に自分と対立する立場を支持する報道を行う場合、敵対的メディア認知は、特定の報道内容だけでなく、特定の報道機関そのものに対しても形成されうると考えるからである。これまでの敵対的メディア認知研究においては、このような形で報道機関そのものを敵対的な認知の対象として捉えることはあまり行われていないが、メディアに対する今日のオーディエンスの否定的反応の実態や動態を捉える上では、このような認識を調べるのが有効であると考えられる。

一方で敵対的メディア認知は、様々な争点に対する態度の強さに影響されると考えられ

る。ある争点に対して明確な態度を持っているほど、その争点に対する特定の報道が自分の態度と異なる場合に敵対的メディア認知を経験しやすいからである。さらに、ある個人が、複数の争点に渡って強い態度を持っていて、それらの複数の争点に対する特定の報道機関の報道が一貫して自分の態度と異なる場合に、敵対的メディア認知は最も強くなると推論できる。複数の争点に対する一貫した態度を「党派性」とするならば、党派性の強さは敵対的メディア認知の大きな要因になる。上述の3変数の関係、すなわち「党派性→敵対的メディア認知→メディアシニズム」の関係は、韓国での調査データを分析した李(2020)において検証されている。

「メディアの党派性認知」、すなわち複数の争点に渡って特定の報道機関が一貫した態度を持っているという認識も敵対的メディア認知に影響する可能性がある。党派性の強い個人は、自分とは異なる方向で党派性が強い(と認識している)メディアに対して、最も強く敵対的メディア認知を経験すると考えられる。これは、特定の報道機関が複数の争点に対して実際にどのような論調を展開しているのかということとは別に、どのようなものであるかという認識の問題である。例えば、日本においては読売、産経、日本経済新聞が保守系で、朝日、毎日、東京新聞などが革新系であると見られているが、このような「評判」だけでも、それぞれの新聞の読者でもない人々の間でさえ、敵対的なメディア認知を持たれる可能性がある。

さて、自分と「敵対」するメディアのジャーナリズム実践や道徳性を低く評価する過程は認知的不協和理論などによって容易に説明できるが、それが自陣営のメディアも含む「メディア一般」に対してのシニカルな態度につながる過程はどのように理解すればよいのであろうか。これについては、Schwarz & Bless (1991)の「同化と対比効果における包含・排除モデル」(inclusion/exclusion model of assimilation and contrast effect)に手がかりを求めることができる。我々は、ある判断を行う際に、その判断対象と判断基準についての暫定的な表象を頭の中に作るのであるが、その判断基準の表象を作る上で用いられる情報が判断対象に包含されるものである場合には同化効果が発生し、判断対象から排除されるものである場合には対比効果が発生する、というのが彼らの理論の基本的な命題である。Schwarz & Bless (1992)がドイツの大学生32名を参加者にして行った実験では、スキャンダルを起こした政治家の名前を書かせた後、「政治家一般」に対する信頼性を尋ねた場合と「個人の政治家」に対する信頼性を尋ねた場合に、スキャンダルを起こした政治家の名前を書かせていない参加者との比較において、「政治家一般」に対する信頼性は有意に低くなり、「個人の政治家」に対する信頼性は有意に高くなることが確認されている。前者においてはスキャンダルを起こした政治家との同化効果が、後者においてはそれとの対比効果が発生しているためである。

敵対的メディア認知が「メディア一般」に対するシニズムをもたらす過程もこのようなメカニズムによって説明することができる。「メディア一般」に対するシニズムの評価を行う際に、敵対的メディア認知が高い個人の頭の中では、「敵対しているメディア」が「メディア一般」に包含されるため同化効果が起き、「メディア一般」に対する評価は、敵対的メディア認知が低い個人に比べて、相対的に低くなることが予想される。シニズムの評価対象を具体的な「個別メディア」にした場合には、それが、もし敵対しているメディアでなければ対比効果が起きるため、その個別メディアに対する評価は、敵対的メディア認知が低い個人に比べて、相対的に高まることが予想される。この同化および対比効果の現象については、今後、調査などによって確かめる必要がある²。

ただ、このような一種の「認知的バイアス」としてではなく、意識的で、理性的な評価の過程として、敵対的メディア認知がメディアシニズムに拡大していく過程を説明することもできる。最良にしているメディアの党派性には満足している場合でも、それらの

ジャーナリズム実践が必ずしも中立公正や包括的な事実報道などのプロフェッショナリズムを遵守していないことは、理性的な判断として十分に認識可能であり、敵対しているメディアの様々な「問題」を、最真にしているメディアも含めた「メディア一般」の構造的な問題として一般化する思考は、それほど難しいことではないと思われる。敵対している陣営間で互いのメディアを批判し合うようなことが起きている状況であればなおさらであろう。

このような「批判合戦」と関連した、メディアシニシズムの促進要因として「メディア批判言説への接触」を挙げることができる。SNSやポータルサイトのニュース報道に続く読者コメント欄などでは、報道メディアに対する批判を目にすることも多い。例えばツイッター上では、「#朝日新聞廃業しろ」や「#NHK解体」など、特定の報道機関に強い反感を顕にしているハッシュタグなどが使われている。身近な人との日常的な会話の中でもメディア批判言説に接することがあり得る。正木（2020）の調査によれば、テレビの報道が中立性・公平性を欠いていると感じた場合に「周りの人（家族や友人、同僚など）に話す」という行動意図が有意に高まることが明らかにされている。このようなメディア批判言説への接触が、「メディア一般」のパフォーマンスや道徳性に対する評価を低下させることで、メディアシニシズムを助長する可能性がある。

▶ メディアシニシズムがもたらす結果

報道メディアに対するシニカルな態度が強まると、特に政治情報源としての利用を中心にメディアの利用パターンが異なる可能性がある。全国紙や全国ネットのテレビ報道のようないわゆる既成ジャーナリズムの担い手である主流のマスメディアに対する利用が減少し、より自分の党派性に合致する代案的メディア（alternative media）への選択的接触が増えると考えられる（Tsfati & Peri, 2006; Iyengar & Hahn, 2009; Omar & Ahrari, 2020）。例えばTsfati & Peri（2006）は、イスラエルで1,219名に電話サーベイを行い、発行部数の多い3大新聞とそれぞれの提携ローカル紙、3つのテレビ局と4つのラジオ局、日刊の経済紙と最も規模の大きい英字新聞などの主流メディアに対する懐疑的な態度（media skepticism）³が強いほど、より政派的・宗派的なメディア（sectorial media）やアラブ系・ロシア系の国外由来メディア（extranational media）などの非主流メディアへの接触が増えることを示している。また、主流メディアへの懐疑的態度が強いからといってそれらのメディアを利用しないわけではないが、非主流メディアへの接触が多いほど主流メディアへの接触が少ないという結果が出されている。李（2020）は、韓国で行った調査において、メディアシニシズムが強い人ほど、政治情報源として地上波テレビを利用しない傾向があることを見出しているが（ $r=-.172, p<.01$ ）、敵対的メディア認知が党派性の鮮明なポッドキャストやYouTubeチャンネルの利用と関連していたのとは違い、メディアシニシズムはこのようなネット上の代案的メディアの利用とはあまり関連していなかった。

理論上では、メディアシニシズムが強まれば、報道メディアに対する利用が低下することが予想されるが、低下するのは「信頼できる情報源」としての利用であって、別の仕方での利用はそのまま継続されるか、むしろ増える可能性も想定できる。党派的に対立する陣営の主張や計画を把握しておくための「戦略的利用」やそれを揶揄し、罵倒し、軽蔑することを通じて怒りを発散したり、痛快さを感じたり、優越感に浸ったりする「カタルシス的利用」、自陣営を応援しながら党派的対決のスリルを楽しむ「娯楽的利用」などは、むしろメディアシニシズムによってより多く行われる可能性も考えられるのである。実際に李（2021）は、韓国での調査を通じて、一定の程度、政治報道の娯楽的消費が行われていること、そして中程度のメディアシニシズムを感じている人々が、最も政治ニュースを楽

しんで消費していることを発見している。

メディアシニズムは、メディアの世論媒介機能に対する「諦め」にも通じる態度である。市民の様々な意見が政治過程に正しく反映されることを期待できないという「失望」でもある。しがたって、メディアによる代議的な意見表明を止め、デモのような直接的意見表明の手段に訴えようとする行動傾向が強まると予想することもできる。場合によっては、破壊行動やテロなどの暴力による意見表明に激化することもありうるだろう。Tsafati & Cohen (2005) がガザ地区のユダヤ人入植者を対象に行った調査では、メディアシニズムではなく「メディア不信」ではあったが、敵対的メディア認知によって高まったメディア不信が民主的手続きに対する不信感を高め、当時のシャロン政権が進めようとした移住政策に対し「暴力的な手段」で抵抗しようとする行動意図が高まっていたことが明らかにされ、敵対的メディア認知→メディア不信→民主主義不信→暴力的抵抗の連続的な関係が検証された。

本論文で注目するメディアシニズムのもう一つの結果は、「ポスト真実主義的態度」の促進である。報道メディアが、真実を明らかにするための実践や努力を怠り、政治的、商業的に戦略的で利己的な振る舞いに終始しながらも、自らの行いに対しては省察的でないという認識は、結局我々が集合的に共有し、頼ることのできる判断の根拠が担保されないという状況を意味することになり、「真実」や「事実」というものを明らかにすることの価値や重要性に対する人々のこだわりを緩める一方、利害関係や都合による事実の選別を容認し、真実の相対性や複数性を受け入れる態度を広めるのではないかと考えられるのである。本論文は、このような態度が、いわゆる「ポスト真実」(post-truth)といわれる状況に符合していると思い、「ポスト真実主義的態度」と命名し、メディアシニズムとの関連性を検討してみようとした。

上述したもののほかにも、本論文では詳しく取り上げないが、政治シニズムの促進や社会的信頼の侵食 (Cappella & Jamieson, 1997; Cappella, 2002)、選択的情報共有行動への影響 (Johnson et al., 2020; Lee, 2021)、フェークニュースへの脆弱化 (Pennycook & Rand, 2019; Sindermann, Cooper & Montag, 2020) などメディアシニズム、またはメディアシニズムによる情報行動の変化がもたらしうる結果として今後検討していく必要がある。

▶ 方法

本研究で分析に用いるデータは、2020年8月17日～18日にかけて、ウェブ調査会社の関東1都6県在住パネルを対象に公募型で行われた調査によって得られたものである。調査は、回答者が1,000名になった時点で終了した。回答者の地域別分布は、東京都38.1%、神奈川県23.5%、埼玉県16.0%、千葉県12.3%、茨城、群馬、栃木県が合わせて10.1%である。性別分布は、男50%、女50%で、平均年齢は45.4才である。

▶ 分析結果

(1) 敵対的メディア認知

まず、敵対的メディア認知の状況であるが、予想以上に広がっていることが発見された(表1)。測定に用いた5項目の回答分布を見ると、「日本の報道メディアの中には、私の考えと対立するものがある」に対して「少しある」、「たくさんある」と答えた人は全体の64.0%、「支持する政治家や政党に不利な報道をするものがある」に対しては49.8%、「好きではない人々や国を擁護するものがある」に対しては56.7%、「見ていて怒りを感じるものがある」に対しては66.8%、「見ていて敵対心を感じるものがある」に対しては56.1%に上っ

ていて、一つを除き、すべて半数を超えていた。ちなみに2019年7月に行った韓国での調査では、「敵対的に感じる報道機関はあるか?」という1項目(4件法)だけで調べているが、全体の61.3%の人々が「ある」と答えていた。

敵対的メディア認知の測定に用いた5項目の信頼度係数は、 $\alpha=0.881$ と十分高かったため、尺度得点の平均値で合成し、以後の分析に用いた。合成した敵対的メディア認知の平均値は2.68($SD=0.64$)で、男性($M=2.73$, $SD=0.67$)と女性($M=2.63$, $SD=0.60$)の間で有意差があったが($p<.05$)、その差は0.1点と小さかった。年齢との間にも有意な相関が見られたが、その係数は $r=.109$ ($p<.01$)と小さく、非常に弱い関連しかなかった。世帯年収との間ではスピアマンの順位相関係数で $\rho=.018$ (n.s.)の値になり、ほぼ無相関であった。

敵対的メディア認知は、政治的な党派性が強いほど高まる可能性がある。報道メディアが中立的な立場で報道をしている場合、党派性が強い人々はそうでない人々に比べ、その報道内容と自分の立場との隔たりをより大きく感じるはずだからである。Valloneら(1985)が最初に提唱した「敵対的メディア効果」(hostile media effect)という現象は、まさにこのような状況で起きていたものである。報道メディアが党派的な立場で報道をしている場合には、党派性の強い人々はそうでない人々に比べ、自分の政治的立場に真っ向から対立する報道に接する可能性が高まるので、さらに強い敵対的メディア認知を経験すると予想できる。選択的接触のメカニズムが強力に働き、もっぱら自分の立場と一致する報道メディアに接触する場合でも、自分の立場に敵対的なメディアが「存在している」ということを知っていれば、敵対的メディア認知は形成されることになる。

本論文では、6つの争点に対する賛成-反対の強さで党派性の測定を試みた⁴。採用した争点は、「同性婚の許容」、「法人税の引き上げ」、「移民の受け入れ」、「憲法9条への自衛隊明記」、「原発の再稼働」、「閣僚の靖国神社参拝」である。6つの争点に対する態度の強さの信頼度は $\alpha=.801$ で十分に高かったため、平均値で合成し、党派性の得点とした。

この党派性の高低群(平均値で分割)の間で敵対的メディア認知に差が見られるかを検証した結果を示したのが図1である。党派性高群の敵対的メディア認知の平均値は $M=2.90$ ($SD=0.64$)で、低群の平均値 $M=2.46$ ($SD=0.55$)より有意に高いことが明らかにされた。

表1 敵対的メディア認知に関する各項目の分布(%)および平均値

敵対的メディア認知項目	全くない	あまりない	少しある	たくさんある	平均 (n=1,000)
日本の報道メディアの中には、私の考えと対立するものがある	3.9	32.1	49.9	14.1	2.74
…私が支持する政治家や政党に不利な報道をするものがある	7.6	42.6	39.3	10.5	2.53
…私が好きではない人々や国を擁護するものがある	5.3	38.0	43.2	13.5	2.65
…見ていて怒りを感じるものがある	3.9	29.3	47.4	19.4	2.82
…見ていて敵対心を感じるものがある	5.0	38.9	41.8	14.3	2.65

注：5項目の α 係数は、0.881

図1 党派性の高低群別敵対的メディア認知の平均値

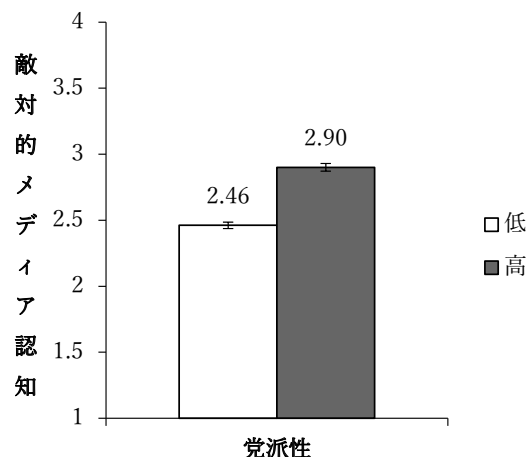


Figure
&
Table

表2 敵対的メディア認知の高低群別にみたメディアシニズム各項目の平均値の差

メディアシニズム項目	全体 平均	敵対的メディア認知		t (df)
		低 (n=506)	高 (n=494)	
日本の新聞社や放送局の記者は、政治的に中立な立場で取材し、報道している	2.52	2.77	2.26	8.60 (906.82)
…事実報道に徹している	2.69	2.89	2.48	6.66 (908.84)
…取材と報道の専門性を持っている	2.86	3.01	2.71	5.01 (928.95)
…真実を明らかにするために努力している	2.89	3.06	2.71	5.85 (932.61)
…国民の知る権利のために誠実に取材、報道している	2.84	3.01	2.66	5.80 (932.12)
…報道の影響力を利用し、いい待遇を受けたり、私益を得ている	3.23	2.98	3.49	-8.67 (916.4)
…政界や経済界の有力な人たちと癒着している	3.38	3.11	3.65	-9.50 (947.86)
日本の報道機関は、政治的に中立的な立場を保っている	2.61	2.83	2.38	7.52 (896.34)
…報道機関としての専門性が高い	2.83	3.03	2.62	6.95 (925.48)
…政治権力を気にすることなく所信に基づいて報道している	2.69	2.88	2.49	6.68 (926.14)
…真実を明らかにするために努力している	2.87	3.08	2.66	7.02 (901.1)
…国民の知る権利より収益を上げることに関心がある	3.36	3.14	3.58	-7.32 (924.22)
…報道機関としての地位を利用し、影響力を行使しようとしている	3.31	3.03	3.61	-10.35 (908.18)
日本の新聞社や放送局の記者には、自惚れ屋が多い	3.29	2.98	3.60	-11.20 (915.4)
日本の新聞社や放送局の記者たちは、偉そうにしている	3.30	2.99	3.63	-11.32 (923.63)
日本の報道機関は、自分たちだけがいつも正しいと思っている	3.39	3.05	3.73	-12.14 (944.89)
日本の報道機関は、とにかく批判さえすればいい仕事をしたと勘違いしている	3.37	3.01	3.73	-13.00 (955)
日本の報道機関をゴミに例えて「マスゴミ」と軽蔑することに共感できる部分がある	3.28	2.94	3.62	-11.03 (954.8)

注1：t検定はすべて2群の等分散を仮定しないWelch検定の結果で、 $p < .001$ 水準で有意であった。

注2：敵対的メディア認知は、5つの項目得点の平均値で合成し（ $\alpha = .881$ ）、さらにその平均値で高低の2群に分けた。

Figure
&
Table

(2) メディアシニズム

メディアシニズムに関しては、表2に掲載している18項目で測定を試みた。ジャーナリスト個人に関する項目と組織としての報道機関に関する項目を半分ずつ設け、それぞれのパフォーマンスに対する評価と利己的行動および意図に対する認知、そして軽蔑的態度を5件法で訪ねた。

分析の結果、メディアシニズムも予想以上に進んでいることが見出された。まずジャーナリスト個人に関する結果であるが、全体の平均値を見ると、「パフォーマンス評価」に関わる項目（政治的中立性、事実報道、専門性、真実の解明や知る権利のための努力）の平均値は軒並み3点を下回り、低い評価を受けていることが明らかにされた一方で、「利己的な行動」に関わる2つの項目、すなわち「報道の影響力を利用し、いい待遇を受けたり、私益を得ている」は $M=3.23$ 、「政界や経済界の有力な人たちと癒着している」は $M=3.38$ と中点を超えている。さらに、これらの評価や認知に基づいて形成されと考えられる「軽蔑的な態度」に関わる2つの項目も、「日本の新聞社や放送局の記者には、自惚れ屋が多い」 $M=3.29$ 、「日本の新聞社や放送局の記者たちは、偉そうにしている」 $M=3.30$ とやはり中点を超えているのである。

組織としての報道機関に対するメディアシニズムも同様の状況を見せていた。政治的中立性、専門性、独立性、真実解明のための努力などのパフォーマンスに関する評価は、すべて中点を下回る低い評価になっているが、「国民の知る権利より収益を上げることに関心がある」 $M=3.36$ 、「報道機関としての地位を利用し、影響力を行使しようとしている」 $M=3.31$ など利己的行動に関する認知は比較的高い。そして、「日本の報道機関は、自分たちだけがいつも正しいと思っている」 $M=3.39$ 、「とにかく批判さえすればいい仕事をしたと勘違いしている」 $M=3.37$ 、「報道機関をゴミに例えて「マスゴミ」と軽蔑することに共感できる部分がある」 $M=3.28$ と、軽蔑的態度に関する3つの項目はすべて3点以上の平均値になっているのである。

このように、ジャーナリスト個人に対しても、組織としての報道機関に対しても、取材や報道のパフォーマンスに対する評価は低く、利己的行動に対する認知は高まっていて、それほど強くはないがはっきりとした軽蔑の態度が形成されているという状況が確認された。

調査の時期および測定項目の内容や文言などに違いがあるが、筆者が韓国で行ったメディアシニズムに関する調査の結果（李，2019）と上記の結果を比較すると、両国のメディアシニズムの傾向はかなり類似していることが分かる。図2は、日本と韓国の調査で共通に用いられた項目の平均値を一緒にプロットしたものであるが、ジャーナリスト個人のパフォーマンスに対する評価はほぼ同じ値の平均値になっており、その他の項目、特にジャーナリスト個人や組織としての報道機関の利己的行動に対する認知は韓国のほうが日本よりもかなり高くなっている様子が読み取れるが、全体的なパターンはほぼ同じであることが分かる。軽蔑的態度に関しては、共通の項目を用いていないため比較できないが⁵、韓国も日本も、程度の差はあれ、同じようなメディアシニズムが進行しているといってい

次に、このようなメディアシニズムが敵対的メディア認知とどのように関連しているかについてであるが、本論文では、敵対的メディア認知が高まるとメディアシニズムも高まるという関連性を想定し、敵対的メディア認知の高低群間でメディアシニズムの平均値に有意差が存在するのかについて検定を行った。表2は、その結果を示したものである。

予想通り、18項目すべてにおいて、敵対的メディア認知の高群が低群より、パフォーマンスの評価は有意に低く、利己的行動の認知および軽蔑的態度は有意に高いことが明らか

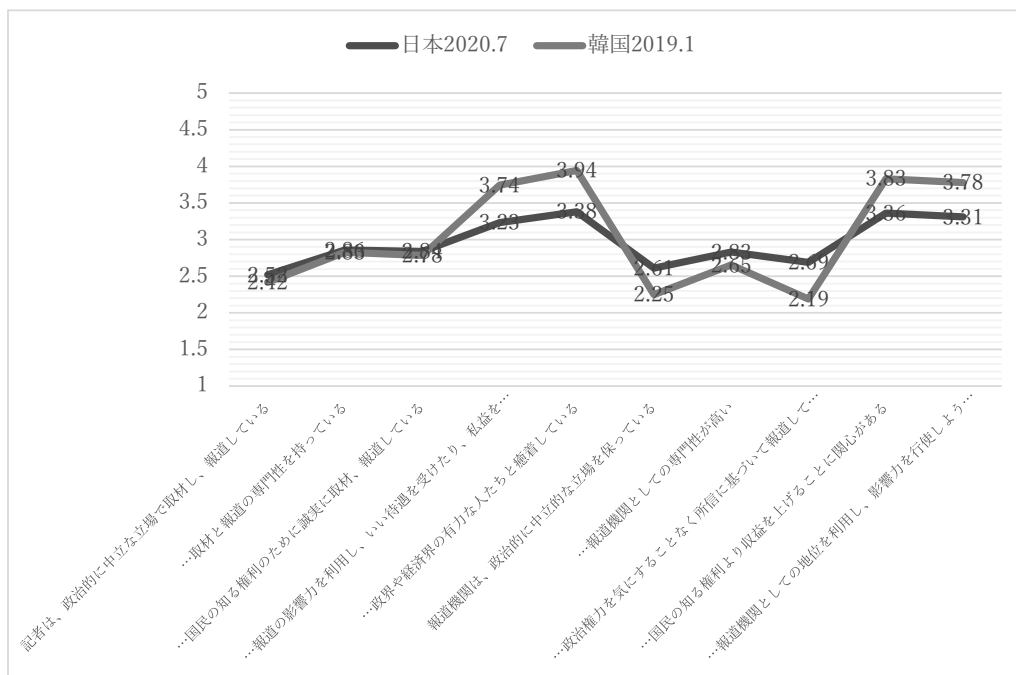
にされた。

興味深いことは、パフォーマンス評価や利己的行動よりも軽蔑的態度において、敵対的メディア認知による違いがより明確に現れていることである。 t 値の大きさを見れば分かるが、パフォーマンス評価や利己的行動に関する項目では、 t 値が5～10の間で分布しているのに対して、軽蔑的態度に関する項目では、11～13の間で分布している。このことはすなわち、特に軽蔑的態度において、敵対的メディア認知が高い群と低い群の間の平均値の差がより大きく、各群の標準偏差は小さいことを意味している。つまり、敵対的メディア認知の高い群と低い群は、特に軽蔑的態度において、それぞれがまとまった形で、比較的遠く離れているということである。例えば、「日本の報道機関は、自分たちだけがいつも正しいと思い込んでいる」という項目に対して、敵対的メディア認知の高い群と低い群の平均値の差は0.68で t 値は-12.14、「日本の報道機関は、とにかく批判さえすればいい仕事をしたと勘違いしている」という項目においては平均値の差が0.72で t 値は-13.0と大きくなっている。「日本の新聞社や放送局の記者たちは、偉そうにしている」と「日本の新聞社や放送局の記者には、自惚れ屋が多い」という2つの項目も t 値が-11を超えていて、敵対的メディア認知の高い群が低い群に比べて、明らかに強い軽蔑的態度を持っていることが示されている。

メディアシニズムの測定に用いられた18項目の信頼度は $\alpha=0.903$ で十分に高かったため、主成分得点で合成し、以後の分析に用いた。回答者の世帯年収とメディアシニズムとの相関はスピアマンの順位相関係数で $\rho=-.010$ (n.s.) となり無相関、年齢との相関も $r=-.022$ (n.s.) で有意な相関はなかった。男女差は有意であったが、男性の平均値は $M=3.34$ ($SD=0.620$)、女性の平均値は $M=3.23$ ($SD=0.553$) ($t=2.82$, $df=985.04$, $p<.01$)、効果量 $d=0.178$ で、その差は非常に小さいものであった。

政治的な態度との関連では、移民受け入れ拡大反対、憲法9条への自衛隊明記賛成、原

図2 日本と韓国のメディアシニズム比較



発再稼働賛成、内閣の靖国参拝に賛成の人々がメディアシニシズムが有意に高かった。

(3) メディアシニシズムと情報源利用

メディアシニシズムが高くなると既存の報道メディアの利用が減少し、それに代わる代案的メディアの利用が増える可能性がある。それを確かめるために、いくつかの報道メディアに対する主観的利用度を尋ね、メディアシニシズムの高低群間で比較を行った結果が表3である。

予想に反して、メディアシニシズムの高い群と低い群の間における情報源利用の差はあまり見られていなかった。大手新聞社の報道や民放の報道に対する利用度はメディアシニシズムが低い群で若干平均値が高くなる傾向があったが、統計的に有意な差ではなかった。代案的メディアとして位置づけた「時事問題について個人が投稿したSNS上の情報」、「時事問題に関するブログ上の情報」、「時事問題に関する匿名掲示板上の情報」、「時事問題に関するYouTubeなどの動画共有サイト上の情報」に対する利用度に関しては、メディアシニシズムの高い群において利用度が高くなることを予想していたが、有意な差は一つも見られなかった。

利用度に有意差があったのは、「時事週刊誌の報道」と「時事問題に関する民放のワイドショー番組」の2つで、どちらもメディアシニシズムが低い群において相対的に利用度が高かった。

(4) メディアシニシズムと「ポスト真実主義的態度」

メディアシニシズムが強まると、報道によって伝えられる事実に対する相対主義的な認識が進む可能性がある。メディアはそれぞれの政治的立場や利益に基づいて、都合のよい事実だけを選んだり強調したりしているから、事実は事実でも一面的なものに過ぎないし、ある陣営にとって「有利な事実」であるという考え方が広まるからである。そして、事実に対するこのような相対主義的な認識は、事実そのものの重要性に対する評価を低下させる可能性もある。また、「真実」に対しては、道徳的判断が介在している可能性が見積もら

表3 メディアシニシズムの高低群間における情報源利用の差

情報源	メディアシニシズム		<i>t</i> (<i>df</i>)
	低	高	
大手新聞社の報道	2.45	2.38	1.13 (608.83)
NHKの報道	2.52	2.52	0.05 (625.77)
民放の報道	2.77	2.68	1.58 (621.17)
時事週刊誌の報道	<u>1.98</u>	<u>1.78</u>	3.59 (697.31)*
時事問題に関する民放のワイドショー番組	<u>2.38</u>	<u>2.13</u>	4.3 (651.78)*
時事問題について個人が投稿したSNS上の情報	1.92	1.96	-0.64 (621.76)
…ブログ上の情報	1.82	1.81	0.27 (624.52)
…匿名掲示板上の情報	1.80	1.72	1.32 (635.44)
…YouTubeなどの動画共有サイト上の情報	1.82	1.82	-0.04 (612.71)

* $p < .001$

れる分、「事実」に対するもの以上に相対主義的な認識が形成されやすい。真実は、見方や立場に依存するもので、複数存在するという認識が作られる可能性がある。

本論文では、事実や真実に対するこのような相対主義的認識を「ポスト真実主義的態度」と命名し、メディアシニズムとの関連を探索的に調べてみることにした。表4は、ポスト真実主義的態度を測定するために開発した項目に対する因子分析の結果である。第1因子には、「真実というのは、個人の立場によって異なるものだ」、「何が客観的事実かは個人の立場によって異なるものだ」、「真実は、一つだけとは限らない」の3項目が高い因子負荷量を示し、「事実と真実の相対化因子」と命名した。第2因子には、「客観的事実を積み重ねていけば真実を明らかにすることができる」、「すべてにおいて客観的事実を把握することが何よりも大事である」の2つの項目が高い因子負荷量を示し、「事実への信頼因子」と命名した。第3因子には、「個人の立場によって、客観的事実の一部だけを擁護するのは別に悪いことではない」、「真実を明らかにすることがそれほど重要なことだとは思わない」の2つの項目が高い因子負荷量を示し、「事実と真実の軽視因子」と命名した。

表4 ポスト真実主義的態度項目に対する因子分析結果（主成分法、プロマクス回転）

項目	Factor1	Factor2	Factor3	共通性
真実というのは、個人の立場によって異なるものだ	.861	-.034	.049	.742
何が客観的事実かは個人の立場によって異なるものだ	.845	-.027	.016	.702
真実は、一つだけとは限らない	.750	.143	-.062	.652
客観的事実を積み重ねていけば真実を明らかにすることができる	-.041	.857	.027	.708
すべてにおいて客観的事実を把握することが何よりも大事である	.109	.780	-.029	.688
個人の立場によって、客観的事実の一部だけを擁護するのは別に悪いことではない	-.074	.264	.809	.703
真実を明らかにすることがそれほど重要なことだとは思わない	.085	-.258	.774	.670
因子寄与	2.439	1.908	1.398	
ω 係数	.873	.821	.798	
Factor2 との相関	.415			
Factor3 との相関	.248	.044		

Figure
&
Table

表5 メディアシニズムとポスト真実主義的態度との相関係数

	事実と真実 の相対化	事実への信頼	事実と真実 の軽視
事実への信頼	.453*		
真実の軽視	.247*	.050	
メディアシニズム	.227*	.143*	-.133*

* $p < .01$

Figure
&
Table

以上のように3つの因子が抽出されたが、因子間の相関において、理論上の想定とは異なる関連性が現れた。第1因子と第2因子の間に $r = .415$ という中くらいの相関が存在していたのである。事実や真実を相対化する態度が強い場合、事実そのものの重要性に対する評価が低下することを予想していたのであるが、データが示した関連性はその逆であった。第1因子と第3因子の間にも弱い正の相関が存在しているが、これは理論上の想定通りで、事実や真実を相対化する態度が強いほど、それらを軽視する態度も強いという関連である。

以上の相関分析の結果を踏まえて考えてみると、本論文における「事実と真実の相対化因子」は、事実や真実を確認したり解明することが難しくなったという否定的な認識を捉えているというより、むしろ立場の違いを容認し、多様性を認めようとする「マチュアな」態度を捉えている可能性がある。事実の丁寧な確認を通し、真実を明らかにすることはできるが、それをすべての人に押し付け、受け入れることを強要してはならないという認識が「事実と真実の相対化因子」の中身であれば、両因子の間の正の相関は納得できる結果である。

さて、このポスト真実主義的態度の各因子とメディアシニズムとの相関を分析した結果、表5のような結果が出された。メディアシニズムが強いほど、事実と真実を相対化する態度も強くなる($r=.227$)という関連は推論のとおりであったが、事実への信頼も高まる($r=.143$)という結果は予想に反するものである。事実への信頼があるからこそ、それを疎かにしているという思いからメディアシニズムが強まった可能性は考えられる。

メディアシニズムが「事実と真実の軽視因子」と負の相関であるのも以外な結果である。メディアシニズムが強まると事実や真実を軽視する態度も強まることを予想していたが、その逆の結果が出された。むしろ、真実の解明を重視し、戦略的な事実の選別に批判的であるから、それを行えないメディアに対してシニカルな態度が強まったのかもしれない。

▶ 結論および考察

以上、本論文においては、日本における敵対的メディア認知とメディアシニズムの実態および両者の関連性を分析し、メディアシニズムが情報源利用のパターンおよびポスト真実主義的態度とどのように関連しているのかについて解析を試みた。

簡単に結果を要約すると、敵対的メディア認知は予想以上に広がっていた。項目によって少し異なるが、回答者の約50%~65%くらいが何らかの形で敵対的メディア認知を感じているという結果で、合成尺度(範囲1~4点)の平均値も2.68で中点の2.5を超えている。また、6つの争点に対する態度の強さで合成した党派性は、予想通り敵対的メディア認知と正の関連を持っていて、党派性が強い集団の敵対的メディア認知の得点が有意に高かった。すなわち、賛成であれ、反対であれ、6つの争点に対する総合的な態度が強ければ強いほど、報道メディアに対して怒りを感じたり、敵対心を感じるということである。

メディアシニズムも予想以上に進んでいた。ジャーナリスト個人に対しても、組織としての報道機関に対しても、パフォーマンスや道徳性に対する評価は中点より低く、軽蔑的な態度は中点より高い傾向が見られた。韓国におけるメディアシニズムともほぼ同じパターンを示していた。メディアシニズムをもたらし要因として本論文が注目している敵対的メディア認知との間に有意な関連性が見られ、すべてのシニズム項目において敵対的メディア認知が高い集団が強いシニズムを示していた。

情報源利用のパターンに関しては、予想していた結果が得られなかった。メディアシニズムの高まりは、既成の主流メディアに対する利用を低下させる代わりに、SNSやプロ

グ、YouTube上などで発信されている代案的メディアへの利用を増やすと考えられたが、そのような傾向は発見できなかった。メディアシニシズムの高い集団において、時事週刊誌やワイドショー番組の利用が有意に低下する傾向は見られたが、その度合いは小さいものであった。このような結果になった背景として、代案的メディアが主流メディアを代替できるほどの情報源としてはまだ成長していないことが考えられる。意見や主張を参照する目的には利用できても、時事に関する情報を得るためには、たとえその働きぶりを軽蔑しているとしても、やはり新聞やテレビなどの主流のマスメディアに依存せざるを得ない状況があるように思われる。今回の調査では調べられていないが、主流メディアに対する「戦略的利用」や「カタルシスの利用」、「娯楽的利用」についても今後検証してみる必要がある。

メディアシニシズムがもたらしうる結果の一つとして、本論文では「ポスト真実主義的態度」に注目した。まず、ポスト真実主義的態度の下位次元として、「真実や事実の相対化」、「真実や事実の軽視」因子が抽出できたのは推論どおりであったが、「事実への信頼」因子が抽出されたのは予想外の結果であった。さらに、「真実と事実の相対化」因子以外には、メディアシニシズムとの間で推論に反する相関関係を示していた。理論上は、「事実への信頼」とメディアシニシズムは負の相関を示すはずであるが正の相関に、「真実や事実の軽視」とメディアシニシズムは正の相関を示すはずであるが負の相関になっていたのである。このような結果をうまく説明するためには、「事実を信頼し、重視する人々が、それを疎かにするメディアに対してシニカルになった」というふうに、これらの態度をメディアシニシズムの結果ではなく、原因として位置づける必要が出てくるため、本論文の前提と矛盾してしまう。ポスト真実主義的態度の測定にもちいた今回の尺度は、本論文において独自に考案したものであるが、メディアシニシズムによってもたらされる「現状に対する認識」を捉えているというより、真実や事実というものに対する「価値観」を測定する尺度になっていたのかもしれない。今後の調査で測定尺度の改善を図っていく必要がある。

本論文では、社会的信頼の侵食やフェイクニュースへの脆弱性など、メディアシニシズムの結果として誘発されうるいくつかの態度、行動面の現象については、簡単に言及するだけに留めた。今後、メディアシニシズムとそれらの現象との関係について理論的説明を行い、検証していきたい。

● 注

1. この論文が発表されるより前にもメディアシニシズムという言葉は使われていたようであるが（例えばThe Canadian Pressの1994年12月8日付けの記事“Media Cynicism a Social Trend, Rae says”やLA Timesの1996年4月17日付けの記事“A Negative Spin on the News”）、それは、メディアが別の対象（例えば政治家）に対してシニカルであるという意味であって、メディアがシニシズムの対象である意味ではなかった。
2. このような理論的説明のほかに、順態度的メディアへの選択的接触によって「メディア一般」の評価に関する否定的手がかりへの注意が増すというBarnidge et al. (2020)らの説明も参考になるが、ある個人が好んで接触しているメディアから、その他の「メディア一般」に対する否定的手がかりが果たしてどれくらい得られる可能性があるのかは疑問である。彼らは、選択的接触によって党派的内集団アイデンティティが強まり、自分の順態度的メディアと「メディア一般」との対比をより強く感じるようになるという推論も行っているが、この説明は本論文で採用した同化・対比効果のメカニズムと一部において関連している。
3. 彼らの「メディア懐疑主義 (media skepticism)」という概念は、報道の公正さ、正確さ、十分さに対する低い評価から生じる不信感 (untrust) として操作化されている。
4. 各争点に対する態度を5件法で尋ねた後、「とても賛成」、「とても反対」を3、「やや賛成」、「やや反対」を2、「どちらでもない」を1にリコードするやり方を用いた。
5. 韓国で行った調査では、「ジャーナリストが真実を明らかにするために努力しているというのはナイーブな考えである」、「国内の報道機関が真実を明らかにするために努力しているというのはナイーブな考えである」という項目で軽蔑的態度の測定を行った。

● 参考文献

- Barnidge, M., Gunther, A. C., Kim, J., Hong, Y., Perryman, M., Tay, S. K., & Knisely, S. (2020). Politically motivated selective exposure and perceived media bias. *Communication Research*, 47 (1), 82-103.
- Cappella, J. N. (2002). Cynicism and social trust in the new media environment. *Journal of Communication*, 52 (1), 229-241.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1996). News frames, political cynicism, and media cynicism. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 546 (1), 71-84.
- Cappella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral of cynicism: The press and the public good*. Oxford University Press on Demand.
- 李光鎬 (2019), 「敵対のメディア認知とメディアシニジズム—韓国社会におけるその実態の把握」, 『メディア・コミュニケーション』 No.69, 85-95 頁.
- 李光鎬 (2020), 「メディアシニジズムと政治情報源の利用—韓国社会における政治的極性を背景に」, 『メディア・コミュニケーション』 No.70, 19-27 頁.
- 李光鎬 (2021), 「韓国におけるメディアシニジズムと政治ニュースの「消費」, 選択的接触」, 『法学研究』 93 巻 12 号 (近刊).
- Iyengar, S., & Hahn, K. S. (2009). Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of communication*, 59 (1), 19-39.
- Johnson, B. K., Neo, R. L., Heijnen, M. E., Smits, L., & van Veen, C. (2020). Issues, involvement, and influence: Effects of selective exposure and sharing on polarization and participation. *Computers in Human Behavior*, 104, 106155.
- Lee, J. (2021). Political Polarization and Selective Sharing in Korea: Exploring the Role of Presumed Media Influence and Hostile Media Perception. *Journal of Law, Politics and Sociology*, 94 (1), in print.
- 正木誠子 (2020), 「テレビ番組に対する批判的な行動意図の生起とその規定因に関する検討」, 『マス・コミュニケーション研究』 97 巻, 143-161 頁.
- Omar, B., & Ahrari, S. (2020). Mainstream and Nonmainstream Media in Malaysia: Does Lack of Credibility Lead to Displacement?. *Newspaper Research Journal*, 0739532920919825.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39-50.
- Schwarz, N., & Bless, H. (1991). Constructing reality and its alternatives: An inclusion/exclusion model of assimilation and contrast effects in social judgment.
- Schwarz, N., & Bless, H. (1992). Scandals and the public's trust in politicians: Assimilation and contrast effects. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18 (5), 574-579.
- Sindermann, C., Cooper, A., & Montag, C. (2020). A short review on susceptibility to falling for fake political news. *Current Opinion in Psychology*.
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of communication*, 60 (3), 556-576.
- Stroud, N. J., & Muddiman, A. (2013). Selective exposure, tolerance, and satirical news. *International Journal of Public Opinion Research*, 25 (3), 271-290.
- Tsfati, Y., & Cohen, J. (2005). Democratic consequences of hostile media perceptions: The case of Gaza settlers. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 10 (4), 28-51.
- Tsfati, Y., & Peri, Y. (2006). Mainstream media skepticism and exposure to sectorial and extranational news media: The case of Israel. *Mass Communication & Society*, 9 (2), 165-187.
- Vallone, R. P., Ross, L., & Lepper, M. R. (1985). The hostile media phenomenon: biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of personality and social psychology*, 49 (3), 577.

李光鎬 (慶應義塾大学文学部教授)