

新型コロナウイルス報道に 対する受け手の批判的意見 の分析

——自由回答の計量テキスト分析を基に——

川端美樹



1. 新型コロナウイルス感染症拡大とメディア

2019 年末に中国で初めて確認された新型コロナウイルス感染症は、国境を越えて世界中に広がり、パンデミックを引き起こした。世界中でこれまで6 億人以上の感染が確認され、約 660 万人が新型コロナウイルスにより亡くなっている（2022 年 11 月現在）¹。日本においても、2020 年 4 月から 2021 年 9 月にかけて緊急事態宣言が 4 回発令され、外出自粛、飲食業の営業短縮などにより、日常生活や経済に大きな影響が及んだ。現在は発生から 3 年近くが経ち、人々の生活はほぼ元通りに戻りつつあるものの、感染者数は増減を繰り返しており、新型コロナウイルスは変異しながら、現在でも人々の生命や健康、そして社会に影響を与え続けている。

日本では感染が確認されて以来、テレビ、新聞をはじめとするマスメディア、インターネットやソーシャルメディアなど、さまざまなメディアにおいて、新型コロナウイルスに関する報道が行われてきた。特にテレビでは有名人の感染、毎日の感染者数の増減、経済への影響、政府や自治体の対応や医療現場の状況、ワクチンの開発などについて、ニュース、情報番組、ワイドショーや関連番組などが情報を伝えた。国内初の感染が確認された 2020 年 1 月 15 日の直前と、緊急事態宣言が出た直後の 4 月中旬のテレビ番組の視聴率ランキングでは、1 月には関東地区の上位 5 位のうち、ニュース番組は 2 位の「NHK ニュース 7」（15.5%）のみだったのに対し、4 月には上位 5 番組中 1 位が「NHK ニュース 7」（21.8%）、2 位が「報道ステーション」（20.6%）と、上位 2 番組に増加していた。1 月と 4 月を比べると、番組の視聴率も上がっており、人々のニュースへの注目が高まったことがわかる²。

さらに、民放キー局のワイドショーでは、専門家とされる人物を中心とした色々なコメンテーターに、意見や感想を語らせる演出が繰り返された。質の異なる様々なメディアのニュースを集め、それを基に出演者が語る形式が多かったが、出演者の談話は、度々事実確認がなされないまま流されたという（宮本、2021）。高齢者のコロナウイルス感染による死亡率が高かったため、女性と高齢者が多く視聴している情報番組やワイドショーなどのテレビ番組では、ターゲットとしている視聴者の「不安」を煽って、視聴率を稼いでい

るという批判もあった³。

2. 新型コロナウイルス報道と不安感

新型コロナウイルス感染症が拡大する中、このパンデミック状況下で人々が受けた主な心理的影響として、不安感の増大が挙げられる。NHKが毎月行っている世論調査データを基に、岩井ら（2021）は、新型コロナウイルスに自分や家族が感染する不安をどの程度感じるか、という質問の回答を時系列でまとめた。その結果、2020年3月から2021年9月までの間、「大いに感じる」、「ある程度感じる」と答えた人を合わせると、常に70%から90%の人が不安を感じると答えていたことが明らかになった⁴。Slovic（1987）は、不安の発生条件となる要素として、「恐ろしさ」と「未知性」を挙げているが、関連情報が少なかった感染拡大当初、新型コロナウイルスは、人々にとって正に未知で恐ろしいウイルスであったことから、不安感が生じる条件が揃っていたことがわかる。

さらにSasaki, Kuroda, Tsuno, & Kawakami（2020）は、20歳から59歳の1,448人を対象にして2020年3月に行われたオンライン調査の結果を基に、メディア接触と新型コロナウイルス感染症に対する不安の関連を検討した。その結果、テレビのニュース接触やインターネット記事を新型コロナウイルス感染症の情報源とする人は、新型コロナウイルス感染症に対する不安がより高かったという。上記の例にもある通り、新たなウイルスの得体のしれない「恐ろしさ」と「未知性」が、テレビニュースやインターネットなどによって煽られ、人々の不安感が増大したことも考えられる。

新型コロナウイルス感染拡大時には、テレビなどのマスメディアに加え、インターネットやSNSの情報に接する人も多かった。総務省（2020）が15歳から69歳の男女2,000人を対象に2020年5月に行った調査⁵によると、新型コロナウイルス感染症に関する情報・ニュースを見聞きした情報媒体は、民間放送が72%、Yahoo!ニュースが63%、NHKが51%という結果であった。年代別にみると、若年層（10～20代）は、ニュース系アプリサイトやSNSといった手段が、他の年代より高い割合となっていた。SNSの情報に目を転じると、四方田（2020）は、新型コロナウイルス感染拡大に伴う不安やストレスの実態を、Twitterの投稿内容のテキスト分析で明らかにしている。その結果、報道による不安やデマの拡散などに関する投稿は、感染拡大の比較的早期から見られ、不安を煽る一因として認識されていたことが考えられるという。一方、東日本大震災時にも、ソーシャルメディアはデマ情報の拡散の場となりがちだったことが報告されている（吉次、2011）。

3. マスメディアの新型コロナウイルス報道に対する批判

新型コロナウイルス感染拡大に伴い、マスメディア、特にテレビで関連報道が増える中、その内容についての批判も多く聞かれるようになった。例えば、前述したように、テレビのワイドショーや情報番組による危機感を煽る報道では、感染症の専門家が、新型コロナウイルスへの恐怖感を伝えながら、政府・自治体などへの批判を繰り返して、不安・恐怖心を持つ視聴者を引き付けようとした結果、テレビ以外の情報源を持たない高齢者や、インターネットから多くの情報を得ている若者世代との分断を生んだ、という指摘もある⁶。

放送への苦情や放送倫理の問題に対応する第三者機関であるBPO（放送倫理・番組向上機構）には、視聴者から新型コロナウイルス報道に対する様々な批判が寄せられた。例えば、2020年3月にメール・電話・ファックス・郵便でBPOに送られた意見は1,766件

で、2月と比べて302件増加していた。BPOのウェブサイトでは、その中から12件を抜粋して掲載していたが、そのうち10件は新型コロナウイルス報道に関連するものであったという。中には、「ワイドショーなどで、医学や法律などの専門知識がないタレントに、安易にコメントさせるべきではない」といった意見もあった⁷。また、5月には2,598件の意見が寄せられたが、特に新型コロナウイルス対策における政府の対応を伝えた民放各局のワイドショーへの意見が多かったという⁸。

関谷（2012）は、東日本大震災発生後、不安を感じた人々がそれを解消しようとして、様々な社会的混乱が発生したと述べている。その中には流言（過剰な情報発信・情報受信）、支援と団結力の鼓舞、攻撃性への転嫁などが見られた。攻撃性への転嫁としては、「怒り」や「不満」などの表明、クレーム、人への風評被害などが見られたという。新型コロナウイルス報道に対する批判は、これらのうち不満の表明やクレームと同様の心理的メカニズム働いていると考えられる。

川端（2021）は、新型コロナウイルス報道に人々がどのような批判的態度を持っているかについて、2020年8月に、関東7都県在住の1,000人を対象としたオンライン調査で探った。その結果、「マスメディアでは、政府の新型コロナウイルス対策への批判が多い」という質問に、「とてもそう思う」、「ややそう思う」と答えた回答者が半数弱いたという。一方、「マスメディアで報道されている、新型コロナウイルスの影響の深刻さは、大げさだ」という質問に「とてもそう思う」、「ややそう思う」と答えていた回答者は2割程度であった。さらに、新型コロナウイルス報道関連のテレビ番組に出演しているコメンテーターに対しては、半数以上の回答者が批判的な態度を持っていたという結果が得られている。当時はまだ感染拡大が続き、収束の目途が立っていない時期でもあったが、その後もコロナ禍が2年余り続いており、当時明らかになったマスメディア報道への批判的態度が変化していることも考えられる。さらにこの研究では、あらかじめ設定された質問項目や選択肢について回答していたため、設定された質問項目で網羅されていない事柄にも、回答者が意見や批判的な態度を持っていた可能性がある。

そこで本研究では、感染拡大後2年半あまり経った時期における、マスメディアの新型コロナウイルス報道に対する人々の意見の具体的内容と、そのデモグラフィック属性による違いを探るため、質問紙調査の自由回答の計量的テキスト分析を行う。

4. 研究の目的

新型コロナウイルス感染拡大とともに、マスメディアにその関連報道があふれ、それらに多くの人々が接することとなった。また不安感の高まる状況から、その報道に批判的な態度を持ち、意見を表明する人も増加したと考えられる。しかしながら、その意見の全体像は、ほとんど明らかになっていない。そこで本研究では、マスメディアの新型コロナウイルス報道に対する受け手の意見の全体像を、質問紙調査の自由記述の回答の計量テキスト分析を行うことで明らかにし、その概要と回答者のデモグラフィック属性による意見の違いについて、検討することを目的とする。

5. 研究の方法

本研究では、モニター式によるオンラインでの質問紙調査を実施した。調査は、まだ感染は続いているものの、ワクチン接種が進み、経済活動や移動の制限などが緩和されつつあった2022年6月24日に実施された。調査回答者は1,000名（関東7都県在住の男女および年代、20代・30代・40代・50代・60代以上、各100名ずつ割付）であり、有効回

答者数は1,000名（男性500名、女性500名）であった。

調査全体では、新型コロナウイルス報道に対する態度や意見、批判的思考、主観的影響および自己効力感、メディア接触、デモグラフィック属性などの質問項目を尋ねたが、今回の分析では、「新型コロナウイルスに関するマスメディア報道全般について、以下にご意見を自由にお書きください」という質問項目の自由回答の結果と、デモグラフィック属性項目を用いて分析を行った。

なお、通常、意見などを尋ねる自由記述の質問項目は、回答が必須でない場合、記述の手間がかかるために、得られる回答数が少ないことが多い。今回はなるべく多くの回答者の意見を集めるため、この自由記述の回答を必須とした。そのため、意味のない文字・記号の羅列や、明らかに関係のない、また意味のない文章の記述などを含む無効回答が38件（3.8%）見られた。それらを除き、本研究では、有効回答となる962名（男性477名、女性485名）のデータを分析した。有効回答の中に、「意見はない」という意味の内容を記述した回答者も、以下に述べるように一定数いたが、それでも比較的多くの回答が得られたのは、回答者の多くが、マスメディアの新型コロナウイルス報道に対して、実際に様々な意見を持っていたからではないかと考えられる。

計量テキスト分析には、KH Coderを用いた（樋口、2004）。KH Coderでテキスト分析を行うにあたって、データの前処理を行った。まず、自由記述の回答を確認し、同義語や表記の揺れなどによる異なった表記を統一した（例えば「なし」と「無し」、「テレビ」と「TV」、「よい」と「良い」、「ウイルス」と「ウィルス」など）。また、意見を尋ねた回答の文章に多く使われる「思う」、「感じる」は、分析から外した。また、「ない」、「特になし」、「特にありません」など、意見がないことを記述していた回答は、962件中231件（24.0%）見られた。これらは数としては参考にするが、今回の分析では、意見の内容を明らかにすることが目的のため、計量テキスト分析の対象には含めなかった。

6. 結果

回答者の属性

「新型コロナウイルスに関するマスメディア報道全般について、以下にご意見を自由にお書きください」という自由記述の質問項目に、何らかの意味のある回答を記述していたのは、前述の通り962名であり、そのうち男性は49.6%（477名）、女性は50.4%（485名）であった。また、年代分布を見ると、20代が19%（183名）、30代が19.5%（188名）、40代が20.1%（193名）、50代が20.8%（200名）、60代以上が20.6%（198名）であった。

抽出語リストによる頻出語の確認

分析の結果、総抽出語（分析対象のテキストデータ内のすべての語の延べ数）は、14,048語、異なり語（何種類の語が含まれているかを示す数）は1,857語であった。このうち分析に使用された抽出語は6,087語、異なり語は1,562語であった。

まず、表1に上位30位の頻出語のリストを示す。頻出語上位30位のうち、出現回数が30回以上の語は、多い方から「報道」、「情報」、「多い」、「煽る」、「感染者」、「不安」、「数」、「言う」、「意見」、「伝える」、「見る」、「正しい」、「専門家」であった。

以上の結果、「報道」という語の出現数が特に多かったのは、報道についての意見を尋ねた質問の回答を分析したためと考えられる。それに加え、「多い」、「煽る」、「感染者」、「不安」、「数」などの語が上位にあることから、主に、新型コロナウイルスの感染者の数について不安を煽る、マスメディアが不安を煽っている、といった批判的な意見が多かったことが推測される。また、「専門家」、「正しい」、「伝える」といった語からは、専門家

●表 1 頻出語リスト（上位 30 語）

順 位	抽出語	出現回数	順 位	抽出語	出現回数
1	報道	265	16	内容	28
2	情報	94	17	批判	27
3	多い	80	18	良い	27
4	煽る	72	19	マスク	26
5	感染者	70	20	対策	26
6	不安	68	21	コロナ	25
7	数	46	22	ワクチン	24
8	言う	41	23	コメンテーター	23
9	意見	36	24	テレビ	23
10	伝える	34	25	少ない	23
11	見る	32	26	知る	23
12	正しい	32	27	コメント	22
13	専門家	30	28	毎日	22
14	最近	29	29	大げさ	20
15	政府	28	30	メディア	20



の正しい意見を伝えてほしいという意見が伺われた。

さらに、「政府」、「批判」、「マスク」、「対策」、「コロナ」、「ワクチン」、「コメンテーター」、「テレビ」といった語も比較的多く登場していた。このことから、政府批判や感染対策に関する意見、テレビやコメンテーターに対する意見も多かったことがわかる。

新型コロナウイルス報道に対する意見の共起ネットワーク

次に、回答の記述内容全体の概要を明らかにするために、共起ネットワーク分析を行った。この分析では、どんな語が多く出現していたか、またどのような語同士が文章の中で結びついていったかを、視覚的に表現することが可能である。その結果を図 1 に示す。なお、図の中の各語を囲む円の大きさは、出現回数が多いほど大きく示されている。

図 1 を見ると、まず一番出現回数の多かった「報道」という語は、「感染者」「数」、「毎日」、「発表」、「知る」、「今」といった語と結びついていた。特に「感染者」と「数」の語の結びつきが強かったことから、これらのグループは、報道では感染者の数の発表が毎日のように行われている、という意見のカテゴリーだと考えられる。これらの語を含む具体的な回答を、KWIC コンコーダンスという機能で探ったところ、「やたらと感染者数を多く報道するなど、過剰に煽っている」、「毎日感染者数の報道をしているが、必要性を感じない」、「みんな同じ報道をしている」などといった批判的な意見が多かった。ただし、中には「毎日感染者数を報道してくれるのはありがたい」、「ほぼ必要十分な報道がされている」といった、報道をポジティブに評価している意見も、少数ではあるが見られた。

また、「報道」の次に出現回数が多かった「情報」という語は、「多い」、「不安」、「煽る」、「煽りすぎ」、「正しい」、「コメント」、「欲しい」などの語と結びついていた。中でも特に、「不安」という語と「煽る」という語の結びつきが強かった。そのため、このグループでは、不安を煽る情報が多い、正しい情報が欲しい、という意見が多いことがわかった。上記同様 KWIC コンコーダンスで探ったところ、具体的な回答としては、「不安を煽る報道が多い」、「情報があまりすぎて困る」、「最新の正しい情報が知りたい」、「不安を

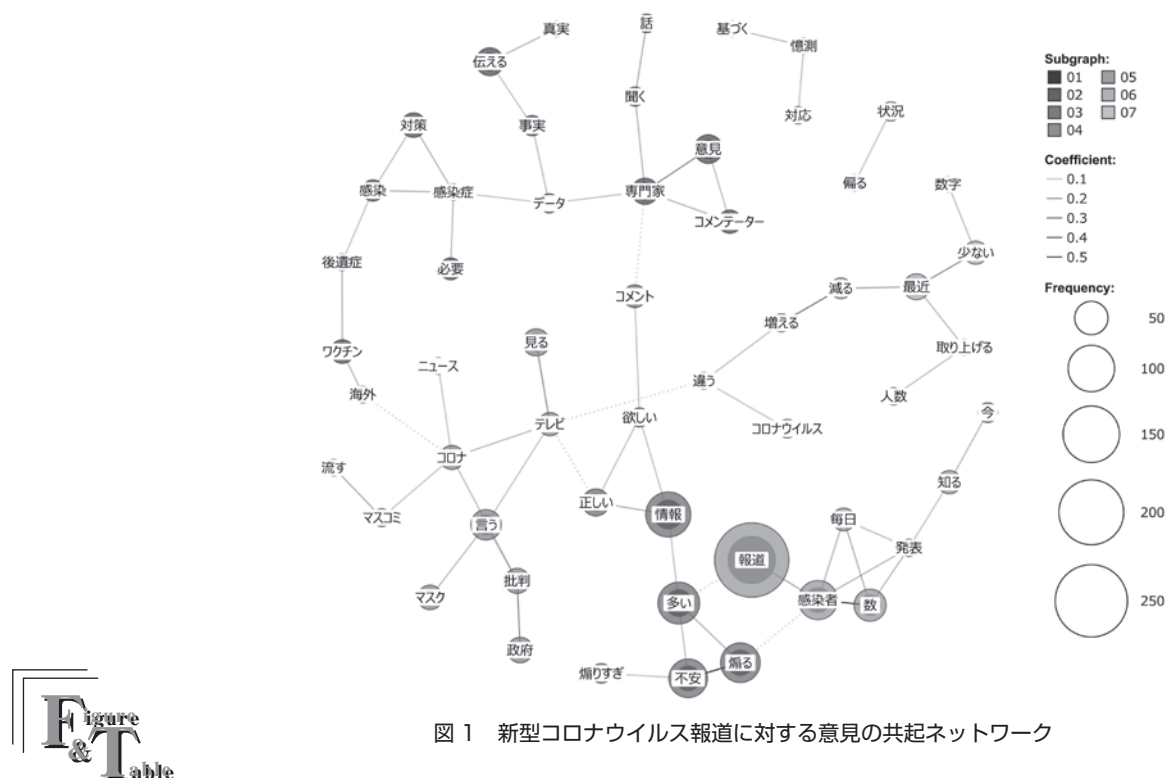


図 1 新型コロナウイルス報道に対する意見の共起ネットワーク

煽るだけでなく、正確な情報を発信して欲しい」などが見られた。これらの語のカテゴリーは、不安を煽る情報が多いと批判している意見だと推測される。

共起ネットワークに表れたもう一つのグループでは、「コロナ」、「ニュース」、「テレビ」、「見る」、「マスコミ」、「流す」、「言う」、「批判」、「政府」、「マスク」という語が結びついていて、特に「政府」と「批判」という語の結びつきが一番強く、「テレビ」と「見る」という語の結びつきも比較的強かった。このグループは、テレビで政府批判が行われているという意見のカテゴリーだと考えられる。具体的な回答としては、「政府のコロナ対策を批判しすぎる割には代案がない」、「感情論や政府に対する批判ばかり」などが見られた。

さらに、別のグループでは、「専門家」、「意見」、「コメンテーター」、「話」、「聞く」、「データ」、「事実」、「伝える」、「真実」、「感染症」、「対策」、「必要」、「後遺症」、「ワクチン」といった語同士の結びつきが見られた。中でも、「専門家」と「意見」の結びつきが一番強かった。コメンテーターよりも専門家の意見を聞きたい、データや事実で真実を伝えるべき、感染症対策が必要、などの意見が多かったことがわかる。具体的な回答を探ると、「専門家ではないコメンテーター（お笑い芸人とか）が多すぎる」、「もう少し専門家に意見を求めたり、客観的な情報を伝えて欲しい」、「科学的な根拠など真実を伝えない報道が多い気がする」などという記述があった。このカテゴリーでは、専門家の意見やデータ、事実に基づいた報道をして欲しいという意見が述べられていた。

また、「最近」、「少ない」、「数字」、「取り上げる」、「人数」、「減る」、「増える」、「違う」、「コロナウイルス」という語が結びついていたグループでは、「増える」と「減る」、「最近」と「少ない」という語の結びつきが強かった。具体的な記述を見ると、「感染者が増えているのに報道は減っている」、「最近 は報道が少なくなって危機感がなくなった」など、報道が減ってきたことを批判する意見も見られた。つまり、これらの語のカテゴリーでは、最近 は感染者の人数は増えているのに、報道が少なくなっているという意見が多

かったと考えられる。

その他、結びついてる語は少ないが、「憶測」、「基づく」、「対応」という語のグループ、そして「状況」、「偏る」という語のグループが見られた。これらはそれぞれ、憶測に基づいた対応をしているという意見、そして偏った状況に対する意見のカテゴリーだと考えられる。

以上より、マスメディアの新型コロナウイルス報道に対する意見の全体概要としては、「マスメディアが感染者数を毎日のように報道している」ことに対する意見、「不安を煽る情報が多いため、正しい情報が欲しい」という意見、「テレビの新型コロナ関連のニュースでは、政府批判が流されている」という意見、「コメンテーターではなく専門家からの意見を聞き、データから事実を伝え、ワクチンや後遺症などを含めた感染症対策が必要だ」という意見、「最近は報道が減ってきた」という意見、そして、「憶測に基づいた対応」に対する意見、「偏った状況」に対する意見などが見られることが明らかになった。

性別による回答内容の違い

さらに、デモグラフィック属性による違いを明らかにするため、回答者の性別による意見の違いを、対応分析を用いて分析した。その結果を図2に示す。

図2を見ると、原点の近くには「報道」、「不安」、「増える」、「批判」、「大げさ」、「正確」、「データ」、「今」、「マスメディア」、「感染」、「良い」、「意見」などの語が付置されていた。原点付近の語は、性別に関係なく用いられていた語である。また、女性に多く使われていた語が左下、男性に多く使われていた語が右上に付置されていた。

詳細を見ると、まず男性がより多く言及していた語は「欲しい」、「状況」、「コロナウイルス」、「感染症」、「憶測」、「感じ」、「取り上げる」、「コメンテーター」、「減る」、「コメン

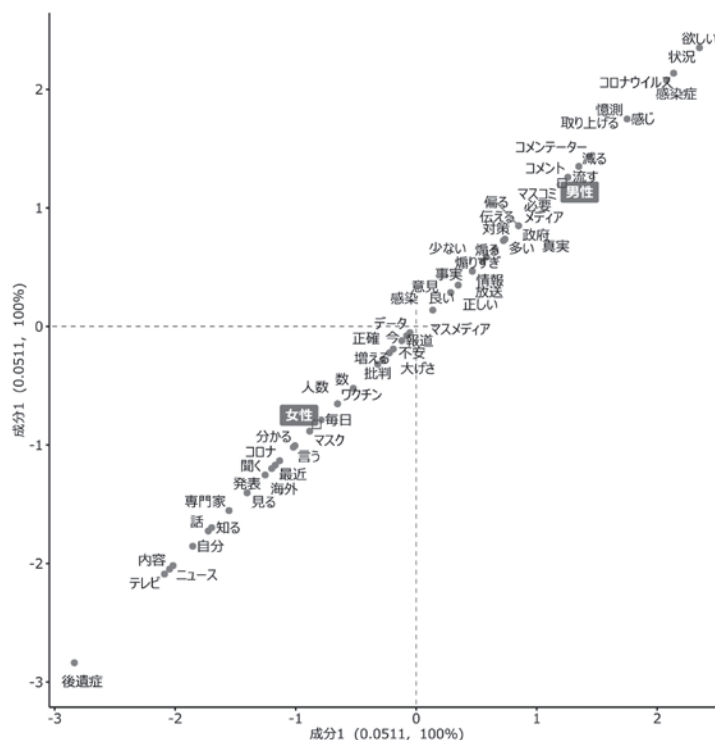


図2 新型コロナウイルス関連報道に対する意見の性別による対応分析の結果

ト」、「流す」、「マスコミ」、「必要」、「メディア」、「偏る」、「伝える」、「政府」、「対策」、「真実」、「多い」、「煽る」などであった。その中でも特に多く使われていた語は、「状況」、「欲しい」、「コロナウイルス」、「コメンテーター」、「感染症」、「憶測」などであった。

一方、女性がよく言及していた語は「後遺症」、「テレビ」、「ニュース」、「内容」、「自分」、「知る」、「話」、「専門家」、「見る」、「発表」、「海外」、「聞く」、「最近」、「コロナ」、「言う」、「分かる」、「マスク」、「毎日」、「ワクチン」、「数」などであった。その中でも「後遺症」、「テレビニュース」、「専門家」、「話」、「内容」、「自分」、「知る」は特に多く使われていた。

以上の性別による分析の結果を比較すると、男性の方が、コロナウイルス感染症、政府の対策や事実、真実、憶測といった客観的な「問題の状況」について意見を多く述べており、また「欲しい」と要望する語を多く使っていたことがわかる。それに対して女性は、後遺症、テレビニュース、専門家の話、などに加え、聞く、見る、知る、分かるなど情報の受容に関する言及が多く、さらに自分に言及する意見が多いことから、主観的な「自分に関連する」ことについての意見が多いことが明らかになった。

性別・年代による回答内容の違い

前述したとおり、メディア接触行動は、年齢によって違いがあることが明らかになっているため、性別に加え、年代によってもマスメディアの新型コロナウイルス報道に対する意見が異なることが考えられる。そこで、次に性別と年代を掛け合わせてカテゴリー化した変数を作成し、年代・性別ごとの回答内容の違いを、対応分析によって探った。その結果を図3に示す。

まず、年代・性別のカテゴリーを、20代男性、30-40代男性、50-60代以上男性、20

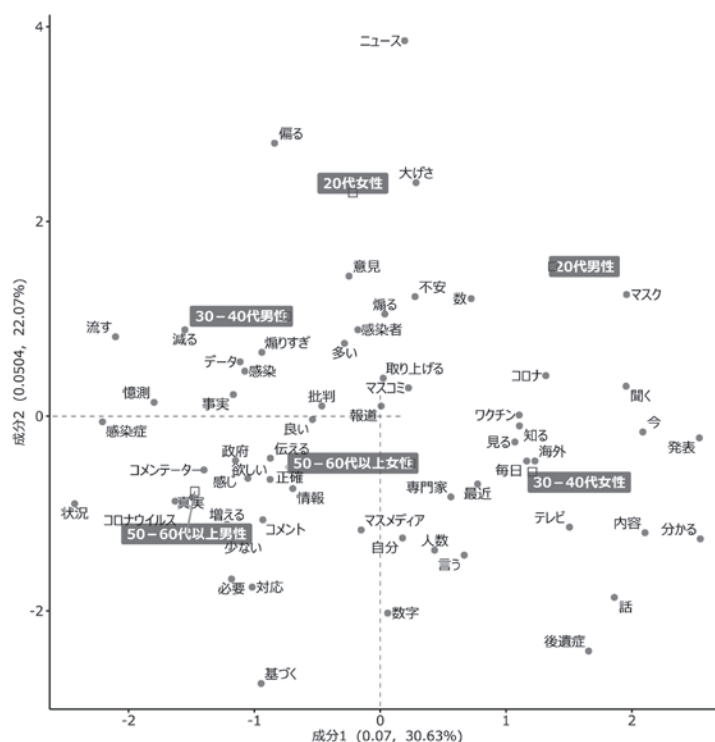


図3 新型コロナウイルス関連報道に対する意見の年代・性別による対応分析の結果

代女性、30-40代女性、50-60代以上女性の6つに分けた。前述した2020年の総務省の調査の結果で、若年層（10～20代）は新型コロナウイルス報道をニュース系アプリサイトやSNSで得ている割合が他の年代より高かったため、20代男性と20代女性を独立したカテゴリーとした。

図3の結果を見ると、原点近くに「報道」、「取り上げる」、「マスコミ」、「批判」などの語が付置されていた。これらは、年代・性別に関わらず用いられていた語であった。さらに、20代女性は図の上、20代男性は右上の方に付置され、30代-40代男性は左上、50代-60代以上男性は左下に付置された。30代-40代女性と50代-60代以上女性は右下に付置された。

年代・性別ごとに特徴を見ると、まず、20代男性が多く用いていた語は「マスク」、「数」などであった。さらに、20代女性は、「ニュース」、「偏る」、「大げさ」、「意見」、「不安」、「煽る」などの語を多く記述していた。20代男性と20代女性は、それ以外の年代性別のカテゴリーと比べて、約半数と人数が少なかったが、20代男性は、それを考慮しても、特徴的に使われている語がマスク、数の2語のみで少なかった。つまり20代男性は、他の性別・年代カテゴリーの回答者と比べて、意見をあまり多く記述していなかったと考えられる。一方、20代女性は、大げさなニュース、偏る、不安を煽るなど、漠然と不安感を感じるといった語を多く用いていた。

さらに、30-40代男性では、「流す」、「減る」、「データ」、「感染」、「煽りすぎ」、「感染者」、「多い」などの語、そして、50-60代以上男性では、「状況」、「基づく」、「必要」、「対応」、「真実」、「増える」、「少ない」、「コメント」、「コメンテーター」、「コロナウイルス」、「情報」、「正確」、「欲しい」、「政府」、「伝える」などの数多くの語が特徴的に使われていた。30-40代男性には、感染のデータで煽りすぎという意見の他、新型コロナウイルス報道が減っているという意見も多かったと考えられる。さらに、50-60代以上男性には、様々な語が意見として用いられているが、政府やコメンテーターに対し、正確な情報やコメントを伝えてほしい、また状況に対する対応が必要だという記述が多かった。さらに、男性の方が女性よりも「欲しい」という語をよく使っていた結果を前述したが、これについても、50-60代以上の男性にその傾向が高いことがわかった。

30-40代女性と50-60代以上の女性は、他の年代性別のカテゴリーに比べると、より近い位置に付置されており、似通った語に言及していたことがわかった。とはいえ、違いも見られた。まず、30-40代女性に多く使われていた語は、「後遺症」、「話」、「内容」、「分かる」、「テレビ」、「海外」、「ワクチン」、「知る」、「見る」、「毎日」、「今」、「発表」であり、50-60代以上の女性がよく使っていた語は、「数字」、「人数」、「自分」、「言う」、「専門家」などであった。30-40代女性は特に後遺症という語を多く記述しており、またテレビという語にも多く言及していたことが明らかになった。さらに、「分かる」、「知る」、「見る」といった情報の受容に関する記述も多く見られた。一方、50-60代以上の女性は、専門家に言及していた他、感染者の数字や人数に敏感であり、自分について多く触れていた。

以上の結果より、性別だけでなく、年代・性別によっても新型コロナウイルス報道に対する意見が異なることが明らかになった。

意見の有無とデモグラフィック属性との関連

最後に、新型コロナウイルス報道に対する意見の内容に関する分析ではないが、有効回答者の中で、意見がないという意味の言及をしていた回答者を「意見なし」、何らかの意見を記述していた回答者を「意見あり」とカテゴリー分けし、性別、年代によるデモグラフィック属性によって、回答の有無に違いが見られるかを参考のために探った。

●表2 有効回答者における意見の有無と年代のクロス集計の結果

年代	意見なしと回答した人の数 (%)	何らかの意見を回答した人の数 (%)	計 (%)
20代	77 (42.1)	106 (57.9)	183 (100)
30代	58 (30.9)	130 (69.1)	188 (100)
40代	41 (21.2)	152 (78.8)	193 (100)
50代	27 (13.5)	173 (86.5)	200 (100)
60代以上	28 (14.1)	170 (85.9)	198 (100)
計	231 (24.0)	731 (76.0)	962 (100)

 $\chi^2=61.0, p<.001$ 

まず、意見の有無と性別とのクロス集計を行ったところ、意見の有無に男女差は見られなかった ($\chi^2=2.0, p=.15$)。一方、年代ごとで差があるかどうかをクロス集計で探ったところ、意見の有無に有意な差が見られた ($\chi^2=61.0, p<.001$)。その結果を表2に示す。

表2を見ると、20代においては、42.1%の人が意見なしと回答しており、一番多かった。そして、年齢が高くなるにつれて、何らかの意見を回答した人が多くなっていた。50代と60代以上は大体同じ割合であったが、両方の年代において、85%以上の人が何らかの意見を回答していた。以上のように、新型コロナウイルス報道に対しては、若いほど意見がないという回答が多く、高齢の方が何らかの意見を回答している人が多いことが明らかになった。

7. 考察

マスメディアの新型コロナウイルス報道に対する意見の概要

全体的に、マスメディアの新型コロナウイルス報道に対する意見に多く出現していた語を見ると、例えば、感染者の数でマスメディアが不安を煽っているといった批判的な意見が多かったことがわかる。また、専門家の正しい意見を伝えてほしいという意見、政府批判や感染対策に関する意見、コメンテーターに対する意見も多かった。

共起ネットワーク分析の結果、マスメディアの新型コロナウイルス報道に対する意見には、いくつかのカテゴリーが見られることが明らかになった。まず1つ目は、マスメディアが感染者数を毎日のように報道しているという意見、2つ目は、不安を煽る情報が多く、正しい情報が欲しいという意見、3つ目は、テレビのニュースでは政府批判が多く流されているという意見、4つ目は専門家からの意見やデータに基づいた対策が必要だという意見、5つ目は最近の新型コロナウイルス報道の減少に対する意見などであった。

5つ目のカテゴリーでは、調査時にはコロナ禍も2年以上が経ち、それに伴って、関連報道が減ってきたことに対する不満などの批判的な意見が見られた。これまでの過剰な新型コロナウイルス報道に慣れてしまった、また収束が見えてきても、まだ感染が続いているため高い不安感を持つ人々が、このような意見を表明したと考えられる。

さらに、少数ではあるが、新型コロナウイルス報道は多すぎず、必要十分な報道がされているといった、報道に対してポジティブに評価をしている意見も見られた。

マスメディアの新型コロナウイルス報道に対する意見の性・年代による差

まずデモグラフィック属性、特に男女による意見の違いを対応分析によって探ったところ、男性の方が政府の対策や事実、真実、憶測といった状況についての客観的な意見を多

く述べていたのに対し、女性は、後遺症、専門家、毎日の感染者人数、テレビやニュースに言及し、情報の受容や自分に関連することに言及する主観的な意見が多かった。

さらに、年代・性別のカテゴリーでは、20代男性は意見の言及が少なく、20代女性はニュースが大げさで不安を煽っているという漠然とした不安感に関する意見が見られた。20代男女は、30代以上の男女と比較すると、意見を述べている割合が少ないなど、異なった特徴が見られた。その理由として、20代の回答者は、新型コロナウイルス関連情報を、インターネットやSNSなどで得ている割合が高かったため、主にマスメディアから情報を得ていた30代以上の年代性別カテゴリーの人々と、異なった意見を持つ傾向があったと考えられる。特に20代男性は意見の回答が少なかったが、それはインターネットやSNSへの接触が多く、マスメディアへの接触の機会が少ないため、またはマスメディアへの依存度が低かったからではないだろうか。前述の研究結果より、新型コロナウイルス関連の情報をテレビニュースやインターネット記事から得ていた人は、不安をより多く感じていたということも明らかになっている。20代女性については、これら両方のメディアに接することで、不安感が高まった可能性もある。

また、30-40代男性では、感染者が多い、煽りすぎ、最近は関連報道が減っているという意見が特徴的に見られた。報道が減っているという不満があることから、特に30代-40代男性には、不安感を持つ人が多かった可能性がある。さらに50-60代以上の男性は、政府やコメンテーターへの言及が多く、正確な情報やコメントを求める意見、対策が必要だという意見が多く言及されていた。一方、30-40代女性と50-60代以上の女性は、比較的似通った意見を述べていたが、その中でも30-40代女性は後遺症やテレビ、そして情報の受容に多く言及し、50-60代以上の女性は専門家や感染者数、自分のことに言及する傾向があった。

1973年以来、5年ごとにNHKが実施している「日本人の意識」調査の結果を用いて、男女間および年齢間での意見の差を分析した研究によると、男性は政治領域に関する意見を多く述べるという結果が得られている（高橋、2011）。また、男性に比べ、女性では年齢間で差のない意見が多いということが明らかになっている。今回の調査結果においても、男性、中でも特に50-60代以上男性の意見には、政府批判についての言及が多く、また、男性に比べて女性の方が、30代以上の年代間で意見が比較的似通っていたため、上記の研究と同様の結果が得られていると言えよう。

さらに、ワイドショー番組をよく視聴していると言われる中・高齢女性は、専門家という語に多く言及していたが、ワイドショー番組によく登場していたコメンテーターについての意見は、特に50-60年代男性が多く言及していたことが明らかになった。新型コロナウイルス報道に関する批判的な意見に、コメンテーターや専門家といった言葉が登場していたことは、前述のように、BPOへの視聴者の意見などでも明らかになっているが、本研究では、その言及内容に年代や男女による違いがあることが明らかになった。

なお、言及された意見の内容とは関係ないが、有効回答の中に、意見はないという意味の記述を行っている回答が24%あった。それらの回答にデモグラフィック属性による差があるか、参考のために検討した。その結果、まず性別による違いは見られなかった。次に年代による差を探ったところ、年齢が若いほど意見がないと答えていた割合が高く、年齢が高いほど何らかの意見を答えていた割合が高いことが明らかになった。この結果については、若年層ほど新型コロナウイルス関連の情報をインターネットやSNSからも得ている場合が多いこと、そして年齢が高いほどマスメディアへの依存度が高いことが、その原因の一つと考えられる。マスメディアのみに情報を依存する場合に比べ、若年層のようにインターネットやSNSへも接触している方が、マスメディアに対する不満や意見を表明する動機や関心が低かったのではないだろうか。一方、マスメディアに情報を依存する

度合いが高い高齢者ほど、新型コロナウイルス感染拡大による不安感を解消するため、不満や意見の表明が多かったのではないかと考えられる。

8. まとめ

本研究では、新型コロナウイルス関連のマスメディア報道に対する意見について、その具体的な内容を明らかにすることを試みた。その結果、毎日のように感染者数の報道が繰り返されている、不安を煽る情報を流している、政府批判が多い、専門家の意見が必要ななどの他、最近報道が減っていることに対する批判的意見も見られた。

さらに、以上のような意見は、性別や年代によって異なることが明らかになった。男性と女性では、言及していた意見の内容に差が見られ、性別・年代のカテゴリーに分けると、さらに特徴的な違いが見られることがわかった。例えば、コロナ禍におけるマスメディア報道に対しては、メディアの解説記事などで、これまでも民放の報道やワイドショーにおけるコメンテーターへの批判が触れられ⁹、また、前述の川端（2021）の調査結果でも、コメンテーターへの批判的な態度が多い結果になっていたが、本研究では、このような意見は特に50-60代以上の男性が多く表明していたことが明らかになった。

また、今回の研究では、年代や性別といったデモグラフィック属性による意見の違いのみを分析したが、その他にも批判的意見に差をもたらす要因がないかどうか、検討が必要だと考えられる。

なお、それほど数は多くはなかったものの、報道に対してポジティブに評価している意見も見られた。批判的意見は必ずしもネガティブな意見のみとは限らないが、計量テキスト分析を行うことで、結果として幅広い意見が明らかになったと言える。

最後に、本研究では、有効回答のうち、特に意見はないと答えていた回答が全体の4分の1ほど見られ、その年代を見ると、若い回答者ほど多かった。特に若年層の回答者たちは、前述のように、インターネットの情報により多く接し、マスメディアの新型コロナウイルス報道に対する不満や批判を表明する動機や関心が低かったと考えられる。

とはいえ、コロナ禍のような社会的危機状況において、マスメディアの報道は、インターネットからの情報が多く伝えられる現在においても、対応に必要な情報を人々に伝える、重要かつ必要不可欠な手段の一つである。危機的状況であるがゆえに、送り手側のマスメディアも対応に苦慮し、批判を受けかねない報道が行われることもあるだろう。その際、今回の調査結果のような、受け手の批判的な態度や意見によるフィードバックを行うことは、マスメディアが状況に応じた適切な報道を行うために、重要な役割を果たすと考えられる。今後は、すべての年代の受け手において、様々なメディアへの批判的な情報接触に関するメディアリテラシーを高めていくことが、受け手側の危機的状況における情報収集能力・対応能力を高めるだけでなく、マスメディアの報道のあり方を導くことにもつながるのではないだろうか。

● 注

- 1 WHOのデータによる https://extranet.who.int/kobe_centre/ja/covid (2022年11月20日アクセス)
- 2 土井恵里奈 (2020). 視聴率は上がったが、記者の感じたコロナ禍の報道と批判 <https://www.asahi.com/articles/ASN6V74G8N6TPTFC01G.html> (2022年11月20日アクセス)
- 3 村上和彦 (2021) テレビのコロナ報道「煽りすぎ」招く深刻な分断 <https://toyokeizai.net/articles/-/403496> (2022年9月1日アクセス)
- 4 調査の行われなかった2020年5月から7月までのデータを除く。
- 5 総務省 (2020) 新型コロナウイルス感染症に関する情報流通調査 https://www.soumu.go.jp/main_content/000693280.pdf (2022年8月31日アクセス)

- 6 注3参照
- 7 J-CAST ニュース (2020)「報道と現実社会の隔たりがひどい」新型コロナ関連でBPOに寄せられた「意見」
<https://www.j-cast.com/2020/04/09383981.html> (2020年11月20日アクセス)
- 8 BPO (2020) 2020年5月に視聴者から寄せられた意見 <https://www.bpo.gr.jp/?p=10383> (2022年11月20日アクセス)
- 9 木村隆志 (2020) コメンテーターになぜこうもイライラするのか：コロナ禍で「喋るほどに批判される」逆境の必然 <https://toyokeizai.net/articles/-/349139> (2022年12月15日アクセス)

●引用文献

- 岩井紀子・林萍萍 (2021). コロナ禍における日本人の不安感と政策に対する評価—日本版総合的社会調査 JGSS-2021 から 学術の動向, 26, 18-26.
- 樋口耕一 (2004). テキスト型データの計量的分析—2つのアプローチの峻別と統合 理論と方法, 19(1), 101-115.
- 川端美樹 (2021). 科学的問題の報道に対する受け手の批判的態度—新型コロナウイルス報道・地球環境問題報道を例として— メディア・コミュニケーション, 71, 91-101.
- 宮本聖二 (2021). 新型ウィルスとメディア デジタルアーカイブ学会誌, 5(1), 25-31.
- Sasaki N, Kuroda R, Tsuno K, & Kawakami N. (2020). Exposure to media and fear and worry about COVID-19. *Psychiatry and Clinical Neurosciences.*, 74(9), 501-502.
- 関谷直也 (2012). 東日本大震災後の不安と情報行動 情報の科学と技術, 62(9), 372-377.
- Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 236, 280-285.
- 高橋幸市 (2011) 男女間及び年層間における意識差の変動状況—「日本人の意識」調査の結果から— NHK 放送文化研究所年報 2011, 7-57.
- 四方田健二 (2020). 新型コロナウイルス感染拡大に伴う不安やストレスの実態：Twitter 投稿内容の計量テキスト分析から 体育学研究, 65, 757-774.
- 吉次由美 (2011). 東日本大震災に見る大災害時のソーシャルメディアの役割—ツイッターを中心に— 放送研究と調査, 61(7), 16-23.

川端美樹 (目白大学メディア学部教授)