

コロナ禍でのメディア接触 と自粛行動，デマ情報の 流布，政策評価

橋元良明・堀川裕介



序：研究の概要

いわゆる「コロナ禍」と言われる状況になって本稿執筆時点で2年と9ヶ月が経過した。その間、外出行動の自粛が要請され、少なからぬ企業が遠隔勤務を取り入れ、学校教育でも遠隔ビデオ授業が多用されるなどした結果、在宅時間も増加した。それが大きな要因となってテレビ視聴やネット利用などメディア利用時間が全般的に長時間化した（橋元他 2020）。

テレビでは連日、ニュースで感染者数の増加を伝え、一部の情報バラエティ番組は新型コロナウイルスによる感染症の危険性をあおり立てた。また、コロナ禍の初期からトイレトーパー不足デマなど、情報パニックの原因ともなりかねない情報がメディアを通じて流れ、また、ワクチン接種をめぐる、各種の陰謀論デマが主にSNSを通じて一部の人々の間で流布した（小川〔西秋〕・是永・太田 2020）。そうした状況で、筆者らは、コロナ禍における人々の行動と意識をめぐるいくつかの調査を実施したが、本稿は其中で、メディアが引き起こす危機感の増幅や自粛行動、政策批判意識への影響、あるいはメディア接触とデマ情報認知・信用度との関連を分析したものである。

本稿の基礎データとなった調査は、筆者らが2022年2月4日から7日にかけて、第6波のピーク時に実施したウェブ調査である。調査対象は全国の15才から69才までの男女で、最終回収票は3296票であった。第6波のピークは全国で104,169名の感染者を数えた2月5日であり、まさしくピークのさなかの調査であった。

調査では主に（1）コロナ禍以前と比較したメディア利用時間・対人接触機会・外食機会等の増減、（2）第5波ピーク時と比較した危機感・外出頻度・日用品備蓄量等の増減、（3）経済状況変化、（4）政府のコロナ関連施策評価、（5）デマ・フェイクニュースへの接触と真偽判断、（6）遠隔勤務の状況、（7）勤労価値観変化、（8）コロナ禍収束後のマスク着用・デリバリーやテイクアウトの利用・遠隔ビデオ会議システムの利用・家飲み頻度、等について質問したが、本稿では当時のマスメディアやネット情報接触と、自粛行動、デマの流布、政策評価との関連について分析する。

1：メディア接触と自粛行動

1-1 危機感、自粛意識の増減とメディア接触

コロナ禍におけるマスメディアへの接触とコロナ不安の関係に関しては、橋元・大野・天野・堀川・篠田（2021）において、2021年1月に実施した調査から橋元が、テレビをよく見る人ほど、テレビニュースをよく見る人ほど、テレビワイドショーを見る人ほど、「新型コロナウイルス感染症への危機感がとても増えた」の回答比率が高かったことを示している（p.90）。

表1は、今回の調査で「新型コロナウイルスに関連して、2021年8月の第5波ピーク時と現在とを比べて、次のようなことに増減がありましたか」という質問文のもと、「新型コロナウイルス感染症に対する危機感」「外出を自粛しなければいけないという気持ち」のそれぞれの項目について、選択肢「1.とても減った、2.それほど変わらない、3.とても増えた」の回答（SA）と、「テレビ視聴時間（全体）」「新聞を読む時間」「パソコンの利用時間」「スマートフォンの利用時間」「テレビでニュースを見る時間」「テレビでワイドショー（『めざましテレビ』、『羽鳥慎一モーニングショー』、『ひるおび!』、『ミヤネ屋』等）を見る時間」（それぞれ実数で自己報告）との順位相関分析の結果を示したものである。ちなみに「危機感」は、全体で「とても減った」が6.4%、「変わらない」が61.7%、「とても増えた」が31.9%、「外出自粛意識」は「とても減った」が7.3%、「変わらない」が66.7%、「とても増えた」が26.0%であった。

テレビ視聴時間、テレビニュース、テレビワイドショーについては、危険率0.1%未満の水準で有意、新聞についても同水準で有意であり、いずれもテレビや新聞の利用時間が長いほど、「コロナに関する危機感」および「外出を自粛しなければいけないという気持ち」が「増えた」という結果が示された。

上記の各質問について、選択肢の「1.とても減った、2.それほど変わらない、3.とても増えた」ごとに、テレビ関連の視聴時間（分数換算）を示し、分散分析結果を示したのが表2である。いずれも、相関分析の結果同様、「危機感」「自粛意識」が「増えた」と答えた人のテレビの視聴時間が有意に長い。

なお、危機感、自粛意識の増減と、ソーシャルメディアのLINE、Twitter、Facebook、Instagram、YouTube、TikTokの利用頻度との順位相関を見たところ、LINEとInstagramとの間には「コロナ感染への危機感」「自粛意識」ともに危険率0.1%未満で有意な関連があったが（ ρ はそれぞれLINEが0.071、0.061、Instagramが0.058、0.056と、絶対値としては高くない）、Twitter、Facebook、YouTube、TikTokとには有意な関連が見られなかった。日常的な連絡ツールとしても多用されるLINE、Instagramは、おそらく知人とのコミュニケーションを通じて利用者の危機感、自粛意識を若干高めるが、

●表1 コロナ感染への危機感、自粛意識の増減と各種メディア利用時間の順位相関

	テレビ 視聴時間	新聞 閲読時間	パソコン 利用時間	スマホ 利用時間	テレビニュース 視聴時間	テレビワイドショー 視聴時間
型新型コロナウイルス感 染症に対する危機感	0.141 ***	0.086 ***	-0.013 ns	0.003 ns	0.150 ***	0.143 ***
外出を自粛しなければ いけないという気持ち	0.134 ***	0.063 ***	-0.024 ns	0.041 *	0.151 ***	0.119 ***

上段の数値は順位相関係数。下段は有意確率 ***：p<.001, *：p<.05 ns：有意差なし



●表2 コロナ感染への危機感、自粛意識の増減別に見た各種テレビ視聴時間（単位：分）

	新型コロナウイルス感染症に対する危機感		外出を自粛しなければいけないという気持	
テレビ視聴時間	とても減った	114.1 a ***	とても減った	121.4 a ***
	それほど変わらない	153.0 b	それほど変わらない	154.2 b
	とても増えた	181.8 c	とても増えた	184.7 c
テレビニュース視聴時間	とても減った	31.7 a ***	とても減った	32.9 a ***
	それほど変わらない	41.2 b	それほど変わらない	42.0 b
	とても増えた	52.4 c	とても増えた	53.1 c
テレビワイドショー視聴時間	とても減った	19.9 b ***	とても減った	21.5 b ***
	それほど変わらない	27.1 b	それほど変わらない	28.4 b
	とても増えた	40.8 a	とても増えた	40.4 a

アスタリスクは分散分析 F 検定結果 *** : p<.001

abc は、Tukey の多重範囲検定の結果、同符号間では危険率 5% 未満で有意差がないことを示す。



YouTube も含むそれ以外のソーシャルメディアの利用頻度はマスメディアのような効果を持たなかったことになる。

1-2 コロナ感染対策行動とメディア接触、ネット情報接触

調査ではコロナ対策に関し、以下の 10 項目を実行しているか否かを質問している（「あてはまるもの」を複数回答可で選択）。

- (1) 人と会う時は適度の距離を開けている
- (2) 人とほとんど会っていない
- (3) 外に出る際にはマスクを着用している
- (4) 頻繁にアルコール消毒している
- (5) 帰宅時に必ず、手洗いやうがいをしている
- (6) 人が集まる場所を避けている
- (7) 外での飲食を控えている
- (8) 旅行を控えている
- (9) 仕事でもプライベートでも、まったく外出していない
- (10) 混んでいる電車には乗らないようにしている

選択個数の合計値（以下、「感染対策行動得点」と呼ぶ）の平均値は 4.57、女性が男性より有意に得点が高く（5.01 と 4.10、t 検定結果 p<.001）、相関分析で年齢が高いほど得点が高い（p<.001）。

また、ネットでのコロナ関連情報への接触状況に関し、調査では次の 4 項目について頻度を質問している。選択肢は「1. まったくない 2. あまりない 3. たまにある 4. よくある」の 4 択である。

- (1) Twitter で新型コロナウイルス関連のツイートを読む
- (2) LINE, Facebook, Instagram で新型コロナウイルス関連の投稿を読む
- (3) ブログで新型コロナウイルス関連の記事を読む
- (4) ネットのニュースで新型コロナウイルス関連の記事を読む

ここで「感染対策行動得点」を目的変数、表 3 の表側に示された各項目を説明変数として重回帰分析を試みた結果が表 3 である。なお、「テレビ視聴時間」は、「テレビニュース」「テレビワイドショー」との多重共線性を回避するため投入していない。

その結果、新聞、テレビ関連では「テレビニュース」が有意に関係しており（p<.01）、

●表3 感染対策得点とメディア/ネット記事接触に関する重回帰分析

	回帰係数	t 値	Pr > t	標準化回帰係数	VIF
切片	0.740	3.57	0.000	0	0
新聞閲読時間	-0.002	-0.81	0.417	-0.013	1.09
テレビニュース視聴時間	0.003	3.30	0.001	0.060	1.32
テレビワイドショー視聴時間	0.001	1.07	0.285	0.020	1.34
Twitterコロナ記事接触頻度	0.111	1.85	0.065	0.038	1.75
その他SNSコロナ記事接触頻度	0.045	0.70	0.487	0.015	1.92
ブログコロナ記事接触頻度	-0.459	-6.34	<.0001	-0.135	1.82
ネットニュースコロナ記事接触頻度	0.926	19.76	<.0001	0.339	1.18
年齢	0.027	8.18	<.0001	0.147	1.31
性別 (女性1, 男性0)	0.844	9.18	<.0001	0.148	1.04

N=3262 F=85.17*** 調整済み R²: 0.189



ネット情報では、「ネットニュースのコロナ関連記事接触」が有意であった (p<.001)。テレビニュースとネットニュースでは、ネットニュースの影響力の方が強かった。「ブログのコロナ関連記事」は、負の相関が見られ、接触頻度が高い人ほど感染対策行動得点が低いという結果であった。このことは、ネット上のブログ記事が往々にして、コロナ感染対策の無効ないしは過剰を指摘していることの表れとも推測される。

統制変数として投入した性別、年齢はともに有意で男性より女性、年齢が高いほど感染対策行動得点が高かった。

2: デマとメディア接触, ネット情報接触

コロナ禍におけるデマ騒ぎに関しては、橋元 (2020) が、2020年2月から3月にかけて流布された「トイレトペーパー不足デマ」について分析している。

今回の調査では、いくつかの陰謀論デマについて、その種の情報への接触および信用度について質問しており、本稿では次の3項目について分析する。

- (1) 新型ウイルス・ワクチンは、人口減少をもくろむ人の陰謀である
- (2) 新型ウイルス・ワクチンは不妊の原因になる
- (3) 新型ウイルス・ワクチンにより遺伝子に変化が生じる

2-1 ワクチン接種デマへの接触率と信用度

3種のワクチン接種デマへの接触率を示したのが表4である。表に示される通り、今回取り上げた3つのデマへの接触率はいずれも30%前後であり、3つの中ではワクチン不妊デマへの接触率がやや高めである。

さらに3種のワクチン接種デマの信用度を示したのが表5である。

各数値 (回答比率) の母数は、それぞれのデマに接した人であり、調査では、表5のうち「1. 初めから信じていない」「2. はじめは信じていたが、今は信じていない」「3. はじめは信じなかったが、今は信じている」「4. はじめから信じている」の4択から一つを選んでもらった。表中では、上述した選択肢の2から4までの合計を「信じたことがある」として、その数値も示した。また、「a. 今は信じていない」「b. 今、信じている」という別角度から集計した回答分布を表の下2段に示した。

●表4 各デマへの接触率（単位：％，N=3296）

	(1)人口減少陰謀論	(2)不妊デマ	(3)遺伝子変化デマ
聞いたことがある	28.7	31.2	28.4
聞いたことがない	71.3	68.8	71.6

●表5 各デマの信用度（単位：％）

	(1)人口減少陰謀論	(2)不妊デマ	(3)遺伝子変化デマ
N(接触者数=分析母数)	945	1029	937
はじめから信じていない	58.4	59.6	49.2
信じたことがある(下記3項目の和)	41.6	40.4	50.8
はじめは信じていたが、今は信じていない	11.8	15.1	17.0
はじめは信じなかったが、今は信じている	16.5	12.4	15.8
はじめから信じている	13.3	13.0	18.0
今は信じていない	70.2	74.7	66.2
今、信じている	29.8	25.3	33.8



情報接触者のうち、「信じたことがある」の比率は（1）人口減少陰謀論と（2）不妊デマで40%強、（3）遺伝子変化デマで約50%であり、とくに遺伝子変化デマは少ない比率の人が信じた経験を持つ。「今、信じている」は人口減少陰謀論で29.8%、不妊デマで25.3%、遺伝子変化デマで33.8%である。

2-2 デマへの接触とマスメディア、ネット情報接触

デマへの接触にはどのようなメディアが大きく影響しており、またその信用度にはどのような情報が関与しているのか、こうしたことを確かめるため、今回、「聞いた／聞いていない」「信じたことがある／信じたことがない」の2値を目的変数とし、各種メディア接触を説明変数としてロジスティック回帰分析を試みた（表6）。

説明変数については以下の通りである。

メディア利用：新聞・PC・スマートフォン各利用時間、テレビニュース・テレビワイドショー各視聴時間（「テレビ視聴時間（全体）」は多重共線性を回避するため投入していない）
 ネット情報：Twitterのコロナ記事接触頻度、その他のSNS（LINE、Facebook、Instagram）のコロナ記事頻度、ブログのコロナ記事接触頻度、ネットニュースのコロナ記事頻度
 統制変数：年齢、性別（女性1、男性0）

人口陰謀論デマへの接触に関し、メディア利用時間はいずれも有意な関連が見られなかった。ネット情報では、Twitterのコロナ記事接触頻度、ネットニュースのコロナ記事頻度が危険率0.1%未満の水準、ブログのコロナ記事接触頻度が5%未満の水準で有意な関連が見られた。年齢は若いほど接触率が高かった。

陰謀論については、テレビなどのメディアでは正面から取り上げられることが少なく、ネット情報としてしばしば情報がやりとりされることが分析結果に示されたと言える。

ワクチン不妊原因デマへの接触についてメディア、ネット情報関係では、テレビや新聞は有意な関連をもたず、「Twitterのコロナ記事頻度」と「ネットニュース記事」がいずれも危険率1%未満の水準で有意な関連をもち、情報接触頻度が高いほどデマへの接触度が高かった。また、年齢は若年層ほど、性別では女性ほど接触率が高かった。性別で女性の方の接触率が高いのは、話題がとくに女性に深くかかわることも一つの原因と考えられ

●表6 3つのデマへの接触とメディア利用に関するロジスティック回帰分析
(目的変数は「1. デマを聞いた 0. 聞いていない」)

	人口減少陰謀論		不妊デマ		遺伝子変化デマ	
	標準化推定値	有意水準	標準化推定値	有意水準	標準化推定値	有意水準
切片		<.0001		<.0001		<.0001
新聞閲読時間	0.005	0.811	0.034	0.124	0.042	0.055
PC利用時間	0.018	0.429	0.017	0.436	0.020	0.377
スマホ利用時間	0.019	0.417	-0.016	0.520	0.007	0.767
テレビニュース視聴時間	-0.021	0.453	0.013	0.615	-0.001	0.961
テレビワイドショー視聴時間	-0.009	0.737	0.029	0.244	0.020	0.422
Twitterコロナ記事接触頻度	0.107	0.000	0.107	<.0001	0.119	<.0001
その他SNSコロナ記事接触頻度	0.019	0.527	-0.014	0.633	0.019	0.516
ブログコロナ記事接触頻度	0.067	0.015	0.045	0.103	0.084	0.003
ネットニュースコロナ記事接触頻度	0.088	0.000	0.165	<.0001	0.110	<.0001
年齢	-0.057	0.035	-0.099	0.000	-0.044	0.101
性別 (女性1, 男性0)	0.035	0.120	0.097	<.0001	0.010	0.662

紙幅の都合上、標準化した回帰推定値（重回帰分析の標準化回帰係数に相当）、各説明変数項目と目的変数との関連を示す有意水準のみ表示した。Nはいずれも3261。



る。

遺伝子変化デマへの接触についても、マスメディア利用とは有意な関連が示されず、「Twitterのコロナ記事接触頻度」「ブログのコロナ記事接触頻度」「ネットニュースのコロナ記事頻度」において有意な正の関連が示された。

2-3 デマの信用度とマスメディア、ネット情報接触

次にデマの信用度に関してのロジスティック回帰分析結果を示す（表7）。目的変数は、「1. 信じたことがある, 0. はじめから信じたことがない」の2値である。説明変数は、デマへの接触に用いた表6の項目に次の2項目を追加した。なお、信用度に関しては、分析母数は各デマ情報に接した人である。

<SNSリテラシー>

下記2問（4択）の合算値を2で除した値（値が高いほどリテラシーが高い）

- (1) TwitterなどSNSからの情報は基本的に疑っている
- (2) TwitterなどSNSで疑問に思う情報に接したとき、他の情報源で確かめるようにしている

<情報判断への自信>

下記4問（5択）の合算値を4で除した値（値が高いほど自信度が高い）

- (1) 平均的な人と比べて、世の中のニュースに詳しい方だと思う
- (2) 平均的な人と比べて、独自の視点で社会を見ることができると思う
- (3) 平均的な人と比べて、物事について正しい判断ができる方だと思う
- (4) 平均的な人と比べて、社会全体のことを考えている方だと思う

人口減少陰謀論デマの結果はメディア利用ではスマートフォン利用時間が危険率5%未満の水準で有意（利用時間が長いほど信じる傾向）、ネット情報では「その他のSNS（LINE, Facebook, Instagram）のコロナ記事頻度」が危険率0.1%、「ブログのコロナ記

●表7 3つのデマの信用度とメディア利用に関するロジスティック回帰分析
(目的変数は「1.信じたことがある 0.はじめから信じたことがない」)

	人口減少陰謀論		不妊デマ		遺伝子変化デマ	
	標準化推定値	有意水準	標準化推定値	有意水準	標準化推定値	有意水準
切片		0.014		0.017		0.157
新聞閲読時間	0.077	0.084	0.001	0.986	0.021	0.613
PC利用時間	0.025	0.545	-0.021	0.598	-0.008	0.842
スマホ利用時間	0.112	0.012	0.040	0.343	0.067	0.130
テレビニュース視聴時間	-0.013	0.789	-0.043	0.354	-0.088	0.068
テレビワイドショー視聴時間	-0.007	0.884	-0.041	0.364	0.026	0.580
Twitterコロナ記事接触頻度	-0.085	0.112	-0.124	0.013	-0.115	0.025
その他SNSコロナ記事接触頻度	0.213	<.0001	0.194	0.000	0.190	0.000
ブログコロナ記事接触頻度	0.143	0.010	0.200	<.0001	0.189	0.000
ネットニュースコロナ記事接触頻度	-0.210	<.0001	-0.136	0.001	-0.152	0.000
SNSリテラシー	-0.096	0.020	-0.050	0.197	-0.099	0.015
情報判断への自信	0.213	<.0001	0.164	<.0001	0.199	<.0001
年齢	-0.007	0.877	-0.022	0.628	-0.021	0.645
性別(女性1, 男性0)	0.019	0.646	-0.003	0.936	0.051	0.205

Nはそれぞれの陰謀論デマに接した人で、人口減少デマ 934、不妊デマ 1012、遺伝子変化デマ 925



「記事接触頻度」が危険率5%未満で有意（いずれも記事接触頻度が高いほど信じる傾向）、「ネットニュースのコロナ記事頻度」が危険率5%未満で有意（負の関係でニュース記事への接触頻度が高いほど信じない傾向）、「SNSリテラシー」は危険率5%未満の水準で有意でリテラシーが高いほど信じない傾向、「情報判断への自信度」は0.1%未満の水準で有意であり、自信があるほど信じる傾向が示された。

人口減少陰謀論の信用について、マスメディアは大きな影響をもたず、Twitter以外のSNSとブログ記事はそれらへの接触頻度が高いと信じる傾向が見られ、一方、ネットニュースは信じない方向に影響があることが示された。また、「SNSリテラシー」は予想通り、信じない方向に作用し、「情報判断への自信」は信じる方向に作用している。デマに対しては日頃、ネット情報への批判的態度をもつことが重要である反面、情報判断への生半可な自信はかえってデマへののめり込みを助長するように働くようだ。

ワクチン不妊原因説デマの信用度に関しては、「Twitter以外のSNSコロナ記事頻度」および「ブログのコロナ記事」が信用する方向の傾向を強め（いずれも危険率0.1%未満の水準で有意）、「Twitterのコロナ記事頻度」と「ネットニュースのコロナ記事」は信じない方向の傾向を強めるという結果が示された。また、ここでも「情報判断への自信」はデマを信じる傾向を助長する方向に作用している。

ワクチン遺伝子変化デマの信用度に関しては、不妊デマと同様、ネット情報への接触と有意な関連をもち、「Twitterのコロナ記事接触頻度」「ネットニュースのコロナ記事頻度」が負の相関（いずれも記事への接触頻度が高いほど信じない傾向）、「Twitter以外のSNS（LINE, Facebook, Instagram）のコロナ記事頻度」「ブログのコロナ記事接触頻度」とは正の相関が示された（いずれも記事への接触頻度が高いほど信じる傾向）。

概して「ニュース記事」は陰謀論の流布を否定的に紹介することが多く、今回の結果はそのことと整合的である。一方で「Twitterのコロナ記事頻度」が、「その他のSNSのコロナ記事」とは逆にデマを信じない方向に作用する理由については、今回の調査からは明らかでない。

3：新型コロナワクチン接種への忌避願望とメディア接触

今回の調査で「新型コロナワクチンの接種はできれば行いたくない」という質問も設けている。単純集計では、1. そう思わない 27.7% 2. あまりそう思わない 30.2% 3. ややそう思う 24.4% 4. そう思う 17.8%で、「そう思わない」の合計が57.9%、「そう思う」の合計が42.1%となり、接種派（「ワクチン接種に行く」）が接種忌避派（「接種を行いたくない」）を若干上回った。男女別では女性の方が男性より「そう思う（「行きたくない」）」傾向が強かった（ χ^2 検定で $p < .05$ ）。また、年齢的には若年層ほど「そう思う（「行きたくない」）」比率が高かった（ $r = -.124^{***}$ ）。

「新型コロナワクチンの接種はできれば行いたくない」という質問の回答（値が大きいほど「そう思う」）を目的変数、表6で用いた各種の情報接触を説明変数として重回帰分析を行った結果が表8である。

ワクチン接種忌避願望とメディア接触の関連に関し、PC、スマートフォンの利用時間、新聞の閲読時間、テレビニュースとは有意な関連はなく、テレビのワイドショーとは危険率5%未満の水準で負の有意な関係が示された。すなわち、テレビのワイドショーの視聴時間が長い人ほど、ワクチン接種には抵抗感がなかった。ネット情報関係では、ブログのコロナ記事の接触頻度と危険率1%未満の水準で有意な正の関連があり、ブログに多く接する人ほどワクチン接種に抵抗感をもっていることが示された。ブログ記事で、ワクチン接種の危険性を論じたものが比較的多いことの影響と推察される。その他のネット情報では、5%水準では有意でないものの、Twitter記事、その他のSNS記事とも、ワクチン接種を忌避する傾向を強める方向に作用していた。ネット情報でもニュース記事は、テレビのニュースと同様、有意ではないが、方向的にワクチン接種を忌避する傾向を弱める、すなわちワクチン接種を勧める方向に作用した。ニュースとしては、感染対策としてワクチンの接種を奨励する論調で報道する内容が多かったことの反映であろう。性別では、男性

●表8 ワクチン接種の忌避願望と各種情報接触との重回帰分析
(目的変数は「ワクチンの接種をしたくない程度」)

	回帰係数	t 値	Pr > t	標準化回帰係数	VIF
切片	2.350	25.900	<.0001	0	0
新聞閲読時間	-0.001	-1.120	0.262	-0.020	1.09
PC利用時間	0.000	1.160	0.246	0.021	1.06
スマホ利用時間	0.000	0.110	0.913	0.002	1.26
テレビニュース視聴時間	-0.001	-1.420	0.156	-0.028	1.34
テレビワイドショー視聴時間	-0.001	-2.160	0.031	-0.043	1.35
Twitterコロナ記事接触頻度	0.038	1.560	0.120	0.036	1.77
その他SNSコロナ記事接触頻度	0.035	1.300	0.195	0.031	1.95
ブログコロナ記事接触頻度	0.097	3.280	0.001	0.076	1.82
ネットニュースコロナ記事接触頻度	-0.034	-1.800	0.071	-0.034	1.19
年齢	-0.005	-3.390	0.001	-0.072	1.50
性別（女性1, 男性0）	0.079	2.070	0.038	0.037	1.07

N=3261 F=9.93*** 調整済み R²: 0.0292



より女性が忌避する傾向が見られ ($p<.01$)、年齢別では年齢が高いほど、忌避傾向は少ないという傾向が示された ($p<.05$)。

4：メディア利用と政策評価の関連

本パートではメディア利用が政策評価にどのような関連を有しているか検討する。コロナ禍においては感染症対策に対する政府の役割が大きい分、批判の声も様々なメディアを通じて挙げられることとなった。感染拡大当初は日本の防疫体制・医療体制への信頼を報じていたメディアも、ダイヤモンドプリンセス号での水際対策失敗以降は次第に批判的な報道が増していった。コロナ禍はインフルエンザの発生以来およそ100年ぶりの一大感染症となったこともあり、感染経路の特定や拡散防止そのものが困難だったこともあるが、緊急事態宣言など人々の移動や経済活動への規制が必要とされたこともあって「感染拡大防止か、自由・生活・経済か」といったようなジレンマにも直面させられた。

この状況下での従来型メディアの報道には、政策評価との文脈で言えばやはり政府に対する批判的な内容が多く含まれたであろうことから、常識的には視聴者の間にも政府に批判的な意見を醸成したのではないかと考えられる。しかしまた、「感染拡大防止か経済か」といった争点ではメディアの報じ方も両論併記的な面を帯びていたと考えられ、人々の受け取り方も多様であっただろう。

その一方 Twitter や YouTube など個人の発信者が多く集まるネットメディアではまた違った様相があり、本稿でも取り上げたデマ情報の問題が生じていた。

これらの想定はごく一般論的なものでそれぞれにデータによる実証を必要とするが、本稿ではその点は措き、従来型メディア・ネットメディアへの接触頻度が政策評価とどのような関連性を帯びていたのかを簡易的に分析・検証してみたい。

4-1 変数

1) 目的変数

- ・ 政府のコロナ対策への評価…「新型コロナウイルス感染の検査体制」「経済活動の規制」など8項目について、[評価する／どちらとも言えない／評価しない]の3件法・順序尺度で尋ねた。一部の分析では疑似的な量的変数として扱った。
- ・ 政治等に関する全般的意見…「新型コロナウイルスに対して日本のメディアは大げさに騒ぎすぎている」「日本の政府はこのコロナ禍にうまく対処していると思う」「経済の復興より、まず感染対策を重要視すべきだ」「今の政治に不満がある」の4項目について、[そう思う／ややそう思う／あまりそう思わない／そう思わない]の4件法・順序尺度で尋ねた。一部の分析では疑似的な量的変数として扱った。

2) 説明変数

- ・ 回答者属性…性別 (女性1, 男性0), 年齢 (10代=1 ~ 60代=6)
- ・ マスメディア接触…「新聞」「テレビのニュース」「テレビのワイドショー」について平日1日の私的利用時間を尋ねた。量的変数として扱った。
- ・ インターネットアプリによるコロナ情報接触頻度…「Twitter」「YouTube」について、[1日10回以上・1日数回程度・1日1回程度・週に数回程度・週に数回未満・利用していない]の6段階・順序尺度で尋ねた。疑似定量的に扱った。

4-2 分析結果

単純集計を確認すると (表9)、個々の対策では全体として高評価側が勝ったが、「経済活動の規制」「経済的補償」などは他の項目に比べるとやや評価が低い。全般的意見では

政府の対策や政治そのものには不満側が勝り、対策の方向性としては感染対策重視の意見がやや勝った。

メディア利用時間・頻度と個別対策評価との間の相関を見た（表10）。テレビ報道はニュース・ワイドショー共に、経済活動の規制・国民活動の規制・入国規制・まん延防止措置の適用で正の相関を示し、子育て世帯への給付や業界への経済的補償でも弱い正の相関である。こうしたニュースでは施策の詳細を人々に伝え協力を呼び掛ける内容の物が少なからずあったと思われ、放送を見たことで政府がしっかり対策していると評価した人々が多かったことを示すと思われる。

これに対して検査体制や感染経路特定とテレビには有意な相関がなく、むしろ Twitter や YouTube と有意な正の相関であった。また子育て世帯への給付や業界への経済的補償でもテレビよりネットメディア（特に YouTube）の方が高い係数値を示していた。これらの対策は、規制と異なって個々の人々を対象にする面があり、政府の努力にもかかわらずどうしても迅速に行き届かない面が生じてしまう。したがってメディア報道では政府批判や危機感に言及する場面が増えるため、政策評価には結びつきにくかったであろう。そうした

●表9 政策評価に関する各項目の平均値

政府評価に関する質問項目	N	平均	S.D.	min	max
新型コロナウイルス感染の検査体制	3296	1.93	0.67	1	3
個別 感染源・感染経路の特定	3296	1.87	0.63	1	3
対 子育て世帯への10万円給付	3296	1.91	0.75	1	3
策 経済活動の規制（業界への自粛要請など）	3296	1.84	0.62	1	3
へ 国民活動の規制（外出・移動の制限など）	3296	1.92	0.65	1	3
の 国外からの入国規制	3296	2.03	0.74	1	3
評 規制対象となった人々・業界への経済的補償	3296	1.85	0.65	1	3
価 まん延防止等重点措置の適用	3296	1.89	0.66	1	3
総 新型コロナウイルスに対して日本のメディアは大きめに騒ぎすぎている	3296	2.44	0.93	1	4
合 日本の政府はこのコロナ禍にうまく対処していると思う	3296	2.20	0.87	1	4
評 経済の復興より、まず感染対策を重要視すべきだ	3296	2.61	0.87	1	4
価 今の政治に不満がある	3296	2.87	0.87	1	4

※個別対策は3件法、総合評価は4件法の順序尺度による。

●表10 メディア利用時間・頻度と個別対策評価との相関

	新型コロナ ウイルス感 染の検査体 制	感染源・感 染経路の特 定	子育て世帯 への10万 円給付	経済活動の 規制（業界 への自粛要 請など）	国民活動の 規制（外 出・移動の 制限など）	国外からの 入国規制	規制対象と 人々・業界 への経済的 補償	まん延防止 等重点措置 の運用
新聞閲読時間	-.007 n.s.	.017 n.s.	-.028 n.s.	.050 **	.050 **	.063 ***	.029 n.s.	.051 **
テレビニュース	.010	.013	.036	.081	.069	.061	.046	.090
視聴時間	n.s.	n.s.	*	***	***	***	**	***
テレビワイドショー	.016	.016	.041	.057	.077	.068	.035	.068
視聴時間	n.s.	n.s.	*	***	***	***	*	***
Twitterコロナ記事	.060	.024	.074	-.005	.008	-.019	.032	-.002
接触頻度	***	n.s.	***	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
YouTubeコロナ動画	.100	.079	.122	.040	.050	.033	.071	.044
接触頻度	***	***	***	*	**	n.s.	***	*

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05 Spearman の順位相関分析による 分析母数のすべて n=3296



マスメディア報道に対して、ネットメディアではテレビなどが報じない側面（例えば隔離家族に対する行政支援の実態など）からの情報提供がなされていた可能性があり、それが政府批判を呼び起こす場合もあっただろうが、コロナ対策の困難さを知って政府に同情するような評価に至った可能性もある。

政治等に関する総合評価とメディア利用時間・頻度との関連も同じように相関分析を行った（表 11）。特に注目したいのはテレビ接触とネットメディア接触の傾向の違いである。テレビ報道はニュース・ワイドショー共に、「政府はコロナ禍にうまく対処している」以外のどの項目とも有意に関連し、「日本のメディアは大げさに騒ぎすぎている」というメディア批判の意見でマイナスとなっているほかは正の相関である。

メディア批判と負の相関にあるのはわかりやすい結果で、コロナ禍の危険性を強調しがちなテレビ報道に対する一種の反発心が視聴者に生じた結果と思われる。その観点から見ると、「経済より感染対策」「政治に不満」といった意見は逆にテレビ報道に影響を受けた方向性の結果と解釈できる。

ただ、個別対策ではテレビ視聴が政策を評価する方向に結びついていたのに、ここで逆の傾向が生じているのはなぜか、いささか説明を要する。これはおそらく、個別対策で判断してもらった場合にはそれぞれの具体的な内容に回答者の注意が向くことで是々非々の判断になりやすく、報道の情動的側面との関連が生じやすくなったものと思われる。これに対して全般的評価となると個々の施策の是非よりも、政権の運営スタイルや閣僚の人品などの周辺的情報が想起されやすくなり、その分報道の情動的な面より批判的な面の印象との結びつきが強まったのではないだろうか。ただし本結果だけでこの考察の真偽を明らかにできない点は付言したい。

次にネットメディアに注目するとこれも興味深い結果で、メディア批判と政策評価に対して Twitter/YouTube とともに正の相関があり、YouTube ではさらに個別対策の評価とも正の相関が見られた。逆にテレビ視聴と相関のあった「経済より感染対策」「政治に不満」とは有意な相関がない。つまり、テレビとの比較で見ると関連の仕方がだいたい逆の関係になっているのである。

Twitter などはオルタナメディアとも目され、伝統的なマスメディアへの批判が多く聞かれる場であることをふまえると、マスメディアやそこで流通する意見に対して不満を持つ人々がこれらのネットメディアに集まっていることを示しているのではないだろうか。

●表 11 メディア利用時間・頻度と、政治等に関する全般的意見の相関

新型コロナウイルスに対 日本は政府はこのコロナ 経済の復興より、まず感 今の政治に不満がある
して日本のメディアは大 禍にうまく対処している 染対策を重要視すべきだ
げさに騒ぎすぎている と思う

	経済の復興より、 まず感染対策を 重要視すべきだ と思う	今の政治に 不満がある	日本は政府が このコロナ禍に うまく対処して いる	日本のメディアは 大げさに騒ぎ すぎている
新聞閲読時間	.005 n.s.	.048 *	.057 **	.046 *
テレビニュース 視聴時間	-.042 *	.014 n.s.	.123 ***	.072 ***
テレビワイドショー 視聴時間	-.053 **	-.013 n.s.	.084 ***	.050 **
Twitterコロナ記事 接触頻度	.103 ***	.070 ***	.010 n.s.	.017 n.s.
YouTubeコロナ動画 接触頻度	.099 ***	.058 ***	.005 n.s.	.027 n.s.

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05 Spearman の順位相関分析による 分析母数のすべて n=3296



●表 12 政策評価を被説明変数とする重回帰分析のまとめ

	被説明変数									
	個別対策への評価 (合成得点)		メディア批判		コロナ対策への全般評価		経済より感染対策		政治に不満	
	標準化β	Pr> t	標準化β	Pr> t	標準化β	Pr> t	標準化β	Pr> t	標準化β	Pr> t
切片	0		0		0		0		0	
性別 (女1,男0)	.042 *		-.136 ***		-.032 n.s.		.033 n.s.		-.002 n.s.	
年齢層	-.126 ***		-.006 n.s.		-.083 ***		.037 n.s.		.150 ***	
新聞閲読時間	.053 **		.032 n.s.		.080 ***		.029 n.s.		-.010 n.s.	
テレビニュース視聴時間	.048 *		.004 n.s.		.025 n.s.		.070 ***		.032 n.s.	
テレビワイドショー視聴時間	.054 **		-.044 *		-.025 n.s.		.032 n.s.		.005 n.s.	
Twitterコロナ記事接触頻度	-.050 *		.082 ***		.040 n.s.		.028 n.s.		.050 *	
YouTubeコロナ動画接触頻度	.085 ***		.048 *		.019 n.s.		.019 n.s.		.062 **	
F値	13.92***		18.47***		9.11***		6.31***		9.77***	
調整済R ²	.027		.036		.017		.011		.019	

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05 分析母数はいずれも n=3296
紙幅を省くため標準化βと有意水準のみを掲載。説明変数間の多重共線性が見られないことは確認した。



最後に、説明変数間の疑似相関を排しながら被説明変数との関連を見るため、政策評価を被説明変数とし、性別・年齢層・メディア利用時間・頻度を説明変数とする重回帰分析を行った（表 12）。なお、個別対策の 8 項目は調整済クロンバックのアルファが .88 と高い内の一貫性を示したため、ここでは 8 項目の合成得点として被説明変数に加えた。全般的意見については集約困難であるためそのまま扱った。

結果を見ると、個別対策への評価にはすべてのメディア利用が有意に関連しており、Twitter がマイナスであるのを除くといずれも正の関連であった。同じような内容を尋ねたはずのコロナ対策への全般評価では、新聞以外が有意水準に達していなかった。続いてメディア批判に対してはワイドショー視聴が負の、Twitter と YouTube 利用が正の関連であった。「経済より感染対策」ではテレビニュース視聴のみ正の関連、「政治に不満」では Twitter と YouTube が正の関連であった。

本結果には解釈に苦しむ点が多々あるが、調整済 R² 値を見るとどのモデルもほとんど説明力を有していないことに注意が必要である。このことから今回得られた係数の方向性や大きさについて結果だけから判断するのは困難だと考えられる。

結：本稿のまとめ

本稿では調査結果をもとに、各種メディア接触と、(1) 自粛行動意識や感染対策、(2) 陰謀論デマへの接触と信用度、(3) ワクチン接種忌避願望、(4) 政策評価との関連を分析した。その結果、コロナ感染への危機感・自粛行動意識とマスメディア接触とは有意な関連があり、テレビニュースやワイドショーをよく見る人ほど、危機感や自粛行動意識が増幅されること、陰謀論デマへの接触および信用度はネット情報が大きく関連し、とくにブログ記事は陰謀論を信じ込む方向に作用すること、ワクチン接種忌避願望も、ブログ記事に多く接する人ほど強いことが明らかにされた。

政策評価との関連では、テレビ報道の視聴が政府による個々のコロナ対策への評価につながっていることが明らかとなった。しかし全般的な政策評価とテレビ報道の視聴の間に

は有意な関連がなく、むしろテレビ報道を見る人ほど政治不満が高いとの結果も見られた。テレビ報道には情動的側面や政策批判的側面など多様なメッセージを含みこむため、個別対策への評価では主に情動的側面の影響が分析結果に現れたが、全般的評価には批判的側面がやや強く作用したためではないかと考えられる。

● 謝辞

本稿は令和3年度科学研究費助成研究「アフターコロナ社会における情報行動・生活行動の実証的研究」(基盤C, 研究代表者: 橋元良明)の成果である。

● 引用文献

- 橋元良明, 2020, 「人はなぜ買いだめに走るのか: 影響力はネットよりテレビ」, 『Journalism』, 361: 20-27.
- 橋元良明・大野志郎・天野美穂子・堀川裕介・篠田詩織, 2020, 『緊急事態宣言で人々の行動/意識は、変わったか?』, 丸善出版(電子出版).
- 橋元良明・大野志郎・天野美穂子・堀川裕介・篠田詩織, 2021, 『コロナ禍の行動とメディアの影響 2021年1月』, 丸善出版(電子出版).
- 小川(西秋)葉子・是永論・大田邦史編, 2020, 『モビリティ図のまなざし: ジョン・アーリーの思想と実践』, 丸善出版.

橋元良明(東京女子大学現代教養学部教授)

堀川裕介(早稲田大学次世代ロボット研究機構研究助手)