

## ニュース番組の種類と有権者のメディア接触 News Network, Hard/Soft News and Voter's Exposure to News Media

細貝 亮<sup>※</sup>  
HOSOGAI Ryo

<sup>※</sup>早稲田大学政治学研究科 Graduate School of Political Science, Waseda University

**要旨**…本稿は、全国世論調査データに基づき、現代有権者のメディア接触の実態とその規定要因を明らかにすることを目的とする。具体的な分析の対象となるのは、有権者のニュース番組への接触である。その中でもニュース番組の種類、「ニュース系列」と「ニュース形式」に注目した。「ニュース系列」ではNHKと民放各局別のニュース接触を、「ニュース形式」では「ハード/ソフトニュース」別の接触を対象に、それらの規定要因を探索的に分析した。

結果として、①ニュース番組への接触を規定するのは、有権者の「能力」と「動機付け」であること、②ニュース系列への接触と、有権者のイデオロギー・党派性の間には、一貫した関係が見いだせないこと、③ハード/ソフトニュース接触には有権者のエンターテイメント志向が関係しているが、実際のところ有権者の多くは「ハードも、ソフトも」視聴している実態が判明した。

**キーワード** メディア接触、ニュース番組、ニュース系列、ハード/ソフトニュース、世論調査

### 1. 本稿の目的と問題の所在

本研究の目的は、「どのような有権者が」「どのようなニュース番組に」「どの程度接触しているのか」、その実態を明らかにすることである。「政治はテレビを利用するが、テレビもまた政治を利用する」（星・逢坂 2006：裏表紙）という言葉に代表されるように、政治におけるテレビニュースの役割に近年注目が集まっている。メディア戦略によって自身をアピールしようという政治家と、視聴率を追求するテレビの思惑が相互に作用しながら、「テレビ政治」とも呼ぶべき現象を引き起こしているという認識である。さらにこのようなテレビのニュース報道の変化が、結果として有権者の政治行動を大きく左右している、と主張する。

しかし、政治家とテレビの関係が変化しているという問題と、実際に有権者がどうニュース番組に接触しているかという問題は、互いに関連しつつも異なる問いであり、それぞれ独立した検証が必要となろう。本稿の視座は、後者の問題意識、すなわち有権者のニュース番組視聴の実態がどうなっているのかを明らかにする点にある。

有権者のニュース接触に関する先行研究はいくつか存在するが<sup>1</sup>、多くは「どのような有権者が」「どの程度接触しているか」という分析が中心である。本稿では、先行研究の分析を踏襲しつつ、上述した「どのようなニュース番組に」の部分、すなわち「ニュース番組の種類」を考慮することで、メディア接触の実態をより包括的に解明する。

「ニュース番組の種類」として本稿が注目するのは「ニュース系列」と「ニュース形式」である。「ニュース系列」とは、ニュースの取材・情報・配信を共有する放送局のことであり、日本にはNHKの他、民放のニュース系列として、日本テレビ系（NNN）、TBS系（JNN）、フジテレビ系（FNN）、テレビ朝日系（ANN）の4局が代表的である<sup>2</sup>。ここで検証したいのは、NHK+民放系列の5局のニュース接触が、有権者側のイデオロギー・党派性によってどの程度規定されているか、ということである。一般に、オーナーである大手新聞社の影響を受け、民放のニュースには、イデオロギー・党派的なバイアスが存在するとの認識が流布している。「日本テレビは保守寄り」「テレビ朝日は民主党寄り」などの言説は、事実かどうかはともかく、一度は耳にしたことのある説であろう<sup>3</sup>。このような系列局のバイアス(?)は、有権者とニュース関係にも影響を及ぼしてい

<sup>1</sup> 最近の研究としては平野（2010）、テレビを含むマスメディアへの接触を論じたものとして境家（2006）。

<sup>2</sup> 本稿では便宜的に在京キー局の名称を使用する。

<sup>3</sup> やや古いデータであるが、河野（1998）は1993年7月の総選挙時のテレビの内容分析から、各ニュース系列局に党派的なバイアスが存在していたと指摘している。

る可能性がある<sup>4</sup>。先の例に従えば「保守的な有権者は日本テレビのニュース番組をよくみる」「民主党支持者はテレビ朝日を好む」といった関係が予測できる。本稿では、有権者の持つイデオロギーや党派性が、特定のニュース系列への接触を促すのか、検証したい。

「ニュース形式」とはニュース報道の伝え方の違いを指す。具体的には、「ハード/ソフトニュース」の違いである。ソフトニュースは、従来のストレートニュースや「硬派な」ニュースと対立するニュース形式を指す用語である。近年アメリカを中心として、ニュースの「ソフト化」とその帰結が注目されているが、この現象は決してアメリカ特有のものではない。日本でもニュースのソフト化に類似する言葉として、ワイドショー化、インフォテイメント化、タブロイド化などが知られており、議論の対象となってきた<sup>5</sup>。しかし、どのような有権者がこのソフトニュースの視聴者となっているのか、十分な検証がなされてきたとは言えない。またバウム (2008) や Pior (2005) は、ハードニュースとソフトニュースの視聴者は徐々に分極化されてきており、ハードニュースをほとんど視聴せず、ソフトニュースから主な政治情報を入手する層が生まれつつあると示唆するが、日本でもこのような傾向は見られるのであろうか。この点について、ハード/ソフトニュース接触の規定要因を比較することで検討する。

このようにニュース番組を単純な情報として捉えるのではなく、その種類にまで言及することで、有権者とニュース番組の関係をより包括的に解明することが本稿の狙いである。本稿の分析は大きく3つに分けられる。第一に「ニュース番組の総接触数」を対象として、どのような要因によって有権者のニュース接触が規定されているのか、一般的な特徴を示す。第二に「ニュース系列別の番組接触数」を対象として、イデオロギー・党派性要因によって特定の系列局へのニュース接触が規定されているのかを検証する。第三に「ハード/ソフトニュースへの接触数」を対象として、どのような要因がハード/ソフトニュース接触を規定するのかを明らかにし、その日本的な特徴について考察する。

## 2. データと分析手法

分析には、世論調査データによる数量的アプローチを採用する。使用するデータは、早稲田大学と読売新聞が共同実施した「日本人の社会的期待と選挙に関する世論調査」<sup>6</sup>である。全国の有権者を調査対象（層化二段抽出法）とした訪問調査であり、データの代表性は確保されている。また質問の提示と回答には、タッチパネル式のコンピュータ（CASI システム）を使用している。調査の概略を表1にまとめた。

表1 「日本人の社会的期待と選挙に関する世論調査」概略

母集団	全国の満20歳以上の男女
抽出方法	層化二段抽出法
抽出名簿	選挙人名簿（一部、住民基本台帳）
調査方法	CASIによる訪問調査
実施期間	2010年7・8月（2010年参議院選挙後）
標本数	3,200
有効回収数	1,433
回収率	41.90%

この調査では、実際のテレビニュースの名を挙げ、そのニュースに接触したか否かを聞く質問がある。選択肢となるニュース番組は合計 51 番組と豊富であるが、これだけの番組からの選択となると回答者にはかなりの負荷がかかることが予想される。例えば、視聴している番組の名前が思い出せなかったり、選択肢が多すぎて質問画面から目的の番組を探し出すためにストレスを感じる可能性がある。そこで本調査では、番組表をイメージした画面（縦を放送時間、横を系列局としたもの）をパネルに表示することで、「番組表から番組を選択する」という日常的行為をできるだけ再現するように工夫をした。これによ

<sup>4</sup> もちろんニュースにイデオロギー的・党派的なバイアスが存在するとしても、有権者が自身のイデオロギー・党派に沿ってニュースを選択することは、また別の問いである。本稿では差し当たり後者の問いだけを検証する。

<sup>5</sup> 実証研究として、萩原編 (2001)、谷口 (2008)、境家 (2008)、稲増・池田 (2009)。

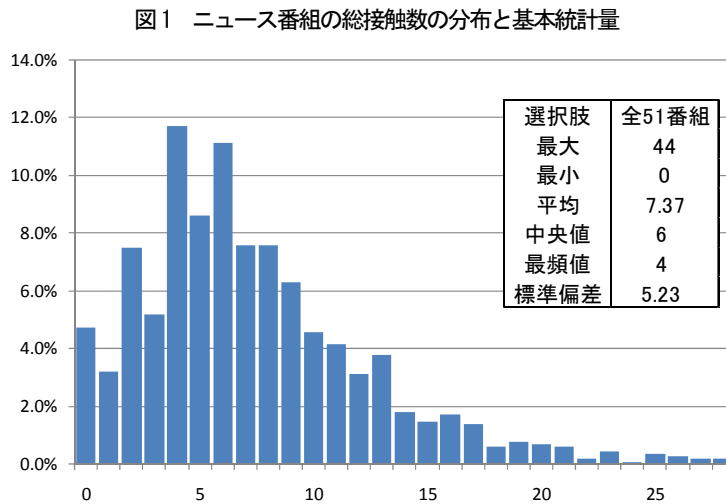
<sup>6</sup> 早稲田大学・読売新聞共同実施「日本人の社会的期待と選挙に関する世論調査」(Wasach-CASI2010)（寄託者名：W-CASI研究会 2010）の個票データは、東京大学社会科学研究所附属社会調査・データアーカイブ研究センター (SSIDA) より提供を受けた。本研究における分析は全て著者の責任によって行われたものであり、これらのデータを収集した研究者グループ、もしくはデータを配布した SSIDA に責任はない。

て選択負荷をかなりの程度軽減できたはずである。

ニュース接触の規定要因となるものは複数あると考えられるため、分析は、ニュース接触を従属変数、規定要因群を独立変数とした重回帰分析を中心としておこなう。

### 3. ニュース番組の総接触数

まず最初に、「ニュース番組の総接触数」を対象として、有権者のニュース接触に関する一般的な特性を明らかにしよう。総接触数の分布と基本統計量を図1に示した。



接触数の平均は7.37であり、当然有権者の大半がこの数値前後に集中して分布している。また20以上とかなり多くの接触をしている有権者が少数ながら存在する一方で、まったくニュース番組に接触しない有権者もいる。このような番組への接触数の違いは、どのような要因によって規定されているのだろうか。

Bennet (1995) は、有権者の政治情報量の獲得に重要なのは、「能力」「機会」「動機付け」であると指摘する<sup>7</sup>。本調査の質問項目に照らし合わせると、「能力」は文字通りその人の基本的な ability であるから、「政治知識」「教育程度」で操作化可能である。また「機会」を「テレビをより多く視聴できる環境にいる」と解釈するならば、「職の有無」「主婦」などが指標になり得る。「動機付け」は「政治関心」「政党支持の強さ」で代表できるだろう。この他、有権者の基本属性として性別、年代、都市規模、世帯年収を独立変数とする。また都道府県によっては、そもそも放送されている番組数自体が少ない（特定の局・番組が放送されていない）場合があるので、都道府県ダミーを統制変数とした<sup>8</sup>。以上の要素を独立変数、ニュース番組の総接触量を従属変数とした重回帰分析をおこなった。

結果が表2である<sup>9</sup>。「政治知識」と「学歴」、「政治関心」と「政党支持強度」が、ニュース接触数を増やす効果を持つ。これらは Bennet が想定した「能力」と「動機付け」に対応しており、ニュース接触の主要な規定要因となっていることが明らかになった。また「機会」に対応する「無職」「主婦」ダミーは、統計的に有意ではなかった。これはやや意外な結果である。また年代が、かなり強い正の効果を持っている。これは年齢が上がればニュース番組への接触が増えることを示しているが、なぜこのような関係があるのか、その背後にあるメカニズムは判然とし

表2 ニュース番組の総接触数の規定要因

	標準化B	p値
政治知識	.199	.000
学歴	.077	.022
無職	-.021	.611
主婦	.043	.272
政治関心	.213	.000
政党支持強度	.092	.003
女性	.068	.042
年代	.153	.000
世帯年収	.009	.766
都市規模	.034	.298

<sup>7</sup> 同様の視点は境家 (2006)。

<sup>8</sup> ただし都道府県ダミーの推定値はすべて割愛している。以下の分析も全て同様である。

<sup>9</sup> 変数の内「無職」「主婦」「女性」はダミー変数。

ない。ともかく現象面だけを見れば、ニュースをよく見ているのは「中高年」である、と指摘できるだろう。

テレビには、即座に見れる手軽さがあり、さほど能動的に視聴しなくとも、ある程度の情報は得られる。それゆえ新聞などと比べると、接触のコストはそれほど高くないメディアであると考えられてきた。しかしながら本分析が示唆するのは、ニュース接触の総量は、単に「機会」があるからといって増えるわけではなく、「能力」や「動機付け」に強く規定されるということである。

#### 4. ニュース系列と有権者のイデオロギー・党派性

次にニュース系列と有権者のニュース接触の関係について見てみよう。日本には、NHKの他に、民放のニュース系列として、日本テレビ系（NNN）、TBS系（JNN）、フジテレビ（FNN）、テレビ朝日系（ANN）の4局がある。ここで検証したいのは、NHK+民放計5局のニュース接触が、有権者側のイデオロギー・党派性によってどの程度規定されているか、ということである。ニュース系列と有権者の関係を厳密に検証するためには、本来ニュース番組の内容分析が不可欠であるが、現時点でそのようなデータは手元にない。ここでは差し当たり、有権者側の特性だけに着目し、有権者の持つイデオロギーや党派性が、特定のニュース系列への接触を促しているのか、少なくとも現象としてそのような偏りが見られるのか、を検証することにしよう。

表3 ニュース系列別接触の規定要因

	NHK		日本テレビ		TBS		フジテレビ		テレビ朝日	
イデオロギー	-.001	.985	-.020	.535	-.020	.536	-.004	.896	-.023	.457
民主党	-.047	.369	.026	.681	.136	.024	.175	.005	.177	.003
自民党	-.003	.947	.047	.426	.107	.065	.160	.007	.040	.484
公明党	-.062	.072	.032	.433	.052	.193	.089	.029	.009	.825
共産党	.025	.422	.038	.303	.062	.085	.067	.068	.086	.017
社民党	.012	.712	.027	.478	.024	.515	-.023	.538	.022	.545
みんなの党	.004	.907	.028	.467	.068	.074	.064	.102	.068	.073
国民新党	.005	.853	.049	.122	.036	.253	.034	.278	.016	.602

表3は、各ニュース系列への接触数を従属変数、イデオロギーと党派性を独立変数とした重回帰分析の結果である<sup>10</sup>。まずイデオロギーは、すべての系列において有意ではない。有権者のイデオロギーは、特定の系列番組接触の規定要因となり得ていない。次に党派性を見ると、いくつかの系列で有意な値を示している。例えば、NHKでは公明党支持が負の係数を、フジテレビ系列では民主、自民、公明、共産の各党支持が正の係数を、テレビ朝日では民主、共産、みんなの党が正の係数を、それぞれ有意に示している。しかし一貫した傾向を読み取ることは難しい。ここから指摘できることといえば、せいぜい支持政党のある有権者がニュース番組に接触しやすい、ということであり、「特定の政党支持だから特定の系列を見る」という当初想定した論理を見出すことできない。

#### 5. ハード／ソフトニュースと有権者

ハード／ソフトニュースの接触を規定する要因は、それぞれどのようなものが想定できるだろうか。Pior (2005) は、ハードニュースとソフトニュースを分ける最も大きな要因として「政治関心」を挙げる。ソフトニュースは政治関心が比較的低い層が接触するという指摘である。これとは別に、ソフトニュース接触を促進させる要因が、有権者の「エンターテイメント志向」である。エンターテイメント志向を持つ有権者は、「ニュースだから見るのではなく、エンターテイメントだから見る」という特徴を持つ。Pior (2005) によれば、このような有権者がソフトニュースに多く接触するのは、自分の好みにあわせてニュースを取捨選択しているという意味で、合理的であるという。本稿の問題意識に引き寄せると、この「エンターテイメント志向」は、上述した「動機付け」とは異なる「動機付け」であると言える。前者はいわば政治的な動機付けであるが、後者は文字通りエンターテイメント的な動機付けである。本稿で使用した世論調査データには「バラエティ番組に好意的な感情をもっているか」という質問項目が含まれている。これを有権者の「エンターテイメント志向」の代理変数とすることで、エンタ

<sup>10</sup> 紙幅の関係で割愛しているが、「ニュース番組の総接触数」で投入したものと同様の独立変数群を統制変数として投入している。表3のイデオロギーは11点尺度で、数値が大きいほど保守寄りである。また各政党支持変数は、その政党支持するを1としたダミー変数である。

ーテイメント志向からソフトニュース接触への規定力を検証しよう。

ところで分析のためには、51のニュース番組を「ハード」か「ソフト」か識別する作業が必要である。ただ、どのニュースが「ハード」あるいは「ソフト」に分類されるのか、明確な基準は存在しない。日本でソフトニュースに対応するものとして「ワイドショー」が想起される。特に小泉首相の登場以降、「ワイドショー化」が注目されたが、この言葉には、①政治がワイドショーで取り上げられるという側面と②従来のニュースがワイドショー的な要素を帯びてきているという側面が含まれている。このワイドショー化は、ハード/ソフトの分類作業をますます複雑にする。

本稿では、上記の困難を自覚しつつ、筆者が独自に分類をおこなった。ただし51の番組の中には「政治討論」番組が含まれており、これはハード/ソフトという分類にややそぐわない。よって「政治討論」という別カテゴリーをつくり、分類した<sup>11</sup>。

表4 ハード/ソフトニュース接触の規定要因

	ハードニュース		ソフトニュース	
	標準化B	p値	標準化B	p値
政治知識	.218	.000	.100	.007
学歴	.114	.000	.013	.727
無職	-.023	.561	-.031	.478
主婦	.088	.021	-.025	.559
政治関心	.170	.000	.179	.000
政党支持強度	.073	.015	.064	.053
女性	.013	.678	.148	.000
年代	.253	.000	-.057	.161
世帯年収	-.007	.809	.028	.404
都市規模	.035	.277	.018	.618
バラエティ番組への好感度	-.019	.523	.115	.001

表4は、ハードニュース接触量とソフトニュース接触量を従属変数とした重回帰分析の結果である。ハードニュース接触は、「能力」を代表する「政治知識」「学歴」、「動機付け」を表す「政党支持強度」「政治関心」に強く規定される。ソフトニュース接触も「学歴」「政党支持強度」「政治関心」が有意であり、「能力」「動機付け」がやはり重要な要素であることが分かる。ただし、ハードニュースに比べてソフトニュースは相対的に「能力」の規定力が弱い。その意味で、ソフトニュースは「視聴のハードルが低い」番組ということだろう。また有権者の「バラエティ番組への好感度」はソフトニュースでのみ、有意な正の効果を示す。ソフトニュース接触には、エンターテイメント志向という「動機付け」が重要なのである。

さらにハードニュース接触では「主婦」と「年代」が有意な正の効果を示す。「主婦」はむしろソフトニュースを好むと思われるが、解釈の難しいところである。「年代」が上がればハードニュース接触量が増えるという推定結果も直感的には理解できるが、「年代」のどのような要素がハードニュースに向かわせるのかはあらためて考察する必要があるだろう。

以上の分析結果を踏まえて、日本におけるハード/ソフトニュースと有権者の関係について若干の考察をおこなう。推定結果からは、ハードニュースとソフトニュースへの接触を規定する要因に、決定的な差があるとは言えない。「バラエティ番組への好感度」はハードとソフトを分ける有力な要因であろうが、それでも「政治知識」「政治関心」「政党支持強度」などが両者に共通した土台であることに変わりはない。実際、ハードニュースのみを視聴する、あるいは逆にソフトニュースだけを視聴する、という偏った視聴行動を持つ有権者は少ない。むしろハード/ソフトニュースの接触量には、正の相関が認められる。すなわち日本の有権者の大半は『ハードも、ソフトも』視聴しているのである。ハード/ソフトニュース接触に大きな分断がない、ということが日本の特徴と言えるかもしれない。

この理由として、上述したように、ニュース番組が全体としてワイドショー的な要素を帯びてきていることが指摘できる。例えば、筆者はテレビ朝日系の夜のニュース「報道ステーション」をハードニュースと分類した。しかし、この番組の前身である「ニュースステーション」は、当初報道番組のワイドショー化の代表例と見なされていた。これが示すのはハードニュースのソフト化現象であり、ハード/ソフトの境界が曖昧になっていることが推察される。もうひとつの理由として、日本

<sup>11</sup> 具体的な番組名と分類についての詳細は筆者(hosogair@gmail.com)まで問合せいただきたい。

のケーブルテレビの普及がまだそれほど進んでいないことが挙げられる。Prior (2005) は、ケーブルテレビの普及で、番組視聴が自分専用にカスタマイズできるようになると、「ソフトニュースしか見ない」層が現れ、ハード/ソフトの分断が大きくなることを指摘している。現在、日本はNHK+民放4社がニュース系列を形成し、ニュース配信で大きなシェアを占めているが、今後ケーブルテレビやネットテレビなどの普及が本格化し、既存のニュース番組のオルタナティブになれば、ハード/ソフトニュースを視聴する有権者の間に大きな溝が形成される可能性があるだろう。

## 6. まとめ

本稿では「ニュース総接触数」「ニュース系列別の接触数」「ハード/ソフトニュース別接触数」を対象にして、それらが有権者のどのような要因によって規定されているのかを探索的に分析した。結果として、①ニュース番組への接触を規定するのは、有権者の「能力」と「動機付け」であること、②ニュース系列への接触と、有権者のイデオロギー・党派性の間には、一貫した関係が見出せないこと、③ハード/ソフトニュース接触には有権者のエンターテイメント志向が関係しているが、実際のところ有権者の多くは「ハードも、ソフトも」視聴している実態が判明した。

ただし以上の分析は、あくまでも2010年参議院選前後の有権者の実態を明らかにしたものであり、選挙期間以外の、有権者の日常的なニュース接触について言及したものではない。また過去の有権者の実態と比較することも難しい。例えば今回の分析では、ニュース系列別の接触と有権者のイデオロギー・党派性の間に一貫した関係を見出せなかったが、イデオロギー対立が鮮明だった過去においては、この関係を発見できたかもしれない。このような推察は「ハード/ソフトニュース」同様にあてはまる。データが充分でない以上、過去との比較は推測に頼るしか無い。しかし、今後有権者のニュース番組接触について継続的なデータが取れば、一体「どのような意味でテレビが有権者にとって重要なのか」について、より正確で包括的な分析が可能になるだろう。

## 参考文献

- 1) 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』25-1 pp. 42-5
- 2) 河野武司 (1998) 「第40回及び41回総選挙に関するテレビ報道の比較内容分析」『選挙研究』No. 13 pp. 78-88
- 3) 境家史郎 (2006) 『政治的情報と選挙過程』木鐸社
- 4) 境家史郎 (2008) 「日本におけるソフトニュースの流通とその効果」『日本政治研究』第5巻第1・2号 pp. 26-48
- 5) 谷口将紀 (2008) 「ソフトニュースと外交—視聴者の拡大と政策の変化」サミュエル・ポプキン他編『メディアが変える政治』東京大学出版会
- 6) 萩原滋編 (2001) 『変容するメディアとニュース報道—テレビニュースの社会心理学』丸善
- 7) バウム、マシュー (2008) 「ソフトニュースと外交—視聴者の拡大と政策の変化」サミュエル・ポプキン他編『メディアが変える政治』東京大学出版会
- 8) 平野浩 (2010) 「メディア接触・政治的知識・投票行動—2009年衆院選における実証分析—」『選挙研究』No. 26-2 pp. 60-72
- 9) 星浩・逢坂巖 (2006) 『テレビ政治—国会報道からTVタックルまで』朝日新聞社
- 10) Bennett, Stephen E. (1995) 「Comparing Americans' Political Information in 1988 and 1992」『The Journal of Politics』Vol. 57 pp. 521-532
- 11) Prior, Markus (2005) 「News v. Entertainment: How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout」『American Journal of Political Science』Vol. 49 (3) pp. 594-609