

Title	メディアシニシ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
Sub Title	Media cynicism and the use of political information sources in the context of political polarization in Korean society
Author	李, 光鎬(Lee, Kwangho)
Publisher	慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所
Publication year	2020
Jtitle	メディア・コミュニケーション：慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要 (Keio media and communications research). No.70 (2020. 3) ,p.19- 27
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA1121824X-20200300-0019

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

メディアシニシズムと 政治情報源の利用

——韓国社会における政治的極性化を背景に——

李 光鎬



本稿は、敵対的メディア認知とメディアシニシズムの関係を分析した李（2019）の論文の続編である。李（2019）は、2019年1月に韓国で行った調査のデータに基づき、人々の政治的極性化（political polarization）がメディアに対する敵対的認知（hostile media perception）と強く関連していること、そして、メディアに対する敵対的認知は、メディアに対する不信感を高め、ひいてはジャーナリストや報道機関の仕事ぶりをあざ笑い、軽蔑するような「メディアシニシズム」（media cynicism）につながっていくことを示した。

本稿では、李（2019）の論文において用いられたデータをさらに分析し、メディアシニシズムがどのような政治情報源の利用と関連しているのかを明らかにしていく。調査データは、2019年1月25日から31日までの間、ソウル、インチョン、京畿道の首都圏に在住する20才以上の成人1075名を対象に、Web調査方式で集められたものである。なお、本論文の研究課題の背景にある韓国社会の政治的極性化に関する議論や敵対的メディア認知、メディアシニシズムに関する先行研究の展開については、李（2019）に詳述したのでここでは繰り返さない。

既存の報道メディアに対する不信感が高まり、さらに冷笑的態度まで形成されるとなれば、理論上では、既存の報道メディアに対する利用が減り、それに代わる代案メディアの利用が増えることが予想される。特に、人々の政治的志向と報道メディアの両方において、保守と革新の政治的極性化が尖鋭化している場合には、自分の政治的志向と対立するメディアに対して敵意を抱き、冷笑的態度も形成しやすくなるので、より自分の政治的志向を是認し、後押ししてくれる順態度的（pro-attitudinal）メディアへの選択的接触が強まると推論できる（Garrett, 2009; Knobloch-Westerwick & Meng, 2009; Stroud, 2010）。

様々な要因が介在すると考えられるが、分かりやすく単純化すれば、次のような関係性が成立すると予想される。

- (a) 政治的極性化→敵対的メディア認知→メディアシニシズム
- (b) メディアシニシズム→代案メディアへの選択的接触

(a)については、李（2019）においてその分析結果を示した。本稿は主に(b)についての分析結果を述べるものである。ただ、(b)の関係を検証する前に、まず19項目で測定したメディアシニシズムの合成変数を作成する必要がある。そして、李（2019）においては(a)の関係を2変数ずつの関連に関する記述的な分析だけに基づいて検討したため、本稿では合成変数としてのメディアシニシズムを用いて、(a)の3変数関係を共分散構造分析により改

めて検証してみたい。

▶ 政治的極性化，敵対的メディア認知，メディアシニシズムの関係

李 (2019) は, Cappella & Jamison (1996, 1997) における政治的シニシズムおよびメディアシニシズムの概念と, それぞれの概念の測定尺度について検討を行うとともに, Dekker & Meijerink (2012) の政治的シニシズム概念の操作化作業を参考にしつつ, 「冷笑主義」という「シニシズム」のニュアンスをも考慮し, メディアシニシズムの概念を「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, 報道メディアをさげすみ, あざける態度」と定義した。

このような概念定義に基づき, 李 (2019) は, 「ジャーナリスト」に関して8個, 「国内の言論機関」に関して7個, そして「国内の言論制度」に関して4個の質問項目を設け, 計19個の項目からなる尺度でメディアシニシズムの測定を行った。李 (2019) では, その19項目のそれぞれの平均値が, 敵対的メディア認知の高低によって有意に異なっているかを検定し, うち17の項目において, 敵対的メディア認知が高い集団の平均値が有意に高いことを明らかにしているが, 19項目を合成した変数としての「メディアシニシズム」についてはまだ検討していなかった。

そのため本稿では, メディアシニシズムを測定するために設けた19の質問項目が, 以後の分析に用いることのできる一つの構成概念としてまとめられるかどうかをまず検討した¹。

19個の測定項目を一つの因子にまとめるため, 抽出される因子を1つに限定して因子分析(主成分法, 回転なし)を行ったところ, 「ジャーナリストも職業なので, 社会のた

●表1 メディアシニシズムの測定項目に対する因子分析の結果 (N=1075)

項目	因子負荷量	共通性
国内の報道機関は報道機関としての影響力を利用し, 私益を得ている	.713	.508
国内の報道機関は政治権力を気にすることなく所信を曲げずに報道している	-.690	.476
国内の報道機関は政治的に中立的立場を保っている	-.689	.475
国内の報道機関が真実を明らかにするため努力しているというのはナイーブな考えである	.674	.454
ほとんどのジャーナリストは政治的に中立な立場で取材, 報道しようと努力している	-.673	.453
ジャーナリストが真実を明らかにするため努力しているというのはナイーブな考えである	.631	.398
国内の報道機関は報道機関としての専門性が高い	-.623	.388
国内の報道機関は国民の知る権利より収益を上げることに関心がある	.618	.381
多くのジャーナリストは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	.616	.379
ほとんどのジャーナリストは国民の知る権利のために誠実に取材, 報道しようと努力している	-.614	.377
ほとんどのジャーナリストは取材と報道の専門性を持っている	-.601	.361
多くのジャーナリストは政治, 経済, 社会, 文化各分野の有力な人たちと親交を結んでおり, 親交を結ぼうと努力している	.530	.281
多くのジャーナリストは適当な時期に政界に進出しようと機会をうかがっている	.517	.268
因子寄与	5.201	



めに奉仕するより、私的な利益を追求するのは仕方ないことである」と「報道機関も企業なので、公益より私益を追求するのは仕方ないことである」の2項目と、制度レベルのメディアシニズムを捉えるために設けた4項目の共通性が著しく低く、また前者の2項目は、敵対的メディア認知との関連においても、他の項目とは逆の方向性を示していたため、メディアシニズムの合成変数を作る項目からは除外することにした。この2項目は、メディアに対する批判的な態度というより、むしろ同情的な態度を捉えていた可能性がある。

因子分析の結果、残りの13項目は1因子にまとまり、信頼性係数 α も.873と十分高かったため、この13項目の平均値をメディアシニズムの得点として以後の分析に用いることにした。

この合成変数としてのメディアシニズムが政治的志向とどのような関係にあるかを分析したのが図1である。

図1に示されているように、保守($M=3.73, SD=0.57, n=195$)と革新($M=3.66, SD=0.60, n=385$)どちらの集団もメディアシニズムの度合はかなり高く、両集団の間に有意な差は存在していなかった。両集団の標準偏差が比較的小さいことにも留意する必要がある。すなわち、個人の政治的志向に関係なく、保守も革新も、メディアに対する冷笑的態度を非常に強く持っており、概ね個人差も小さいということである。

それでは、敵対的メディア認知とメディアシニズムの関係はどうであろうか。李(2019)においてすでに、メディアシニズムのほとんどの個別項目は、敵対的メディア認知と明確な関連性を持っていることが明らかにされたため、合成変数としてのメディアシニズムとも強い関連性を持っていることが容易に予想される。図2が、敵対的メディア認知の高群と低群の間におけるメディアシニズムの差を示したものである。予想通り、敵対的メディア認知の高群($M=3.78, SD=0.60, n=659$)が低群($M=3.44, SD=0.50, n=416$)よりメディアシニズムの度合が高く、その差は有意($t=-9.706, df=1073, p < .001$)であった。

このように、メディアシニズムは、個人の政治的志向が保守か革新かに関わらず、敵対的メディア認知によって有意に高められることが明らかにされたのであるが、この敵対的メディア認知は、先述したように、理論的には、個人の政治的極性化が強まることによって高くなると推論できる。

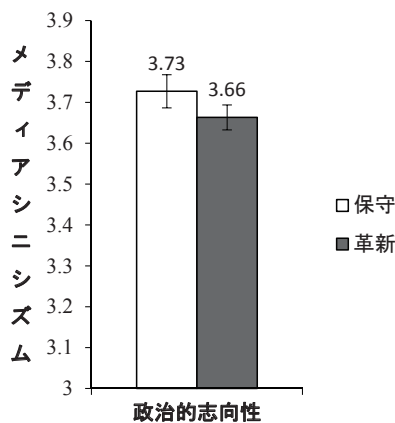


図1 保守と革新の間におけるメディアシニズムの差

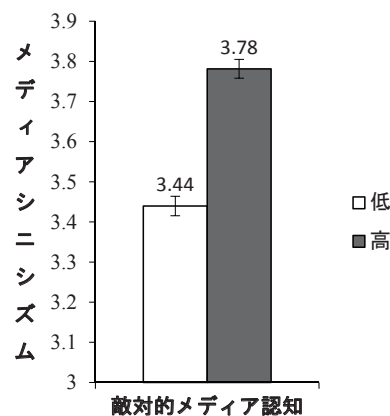


図2 敵対的メディア認知の高低別に見たメディアシニズム

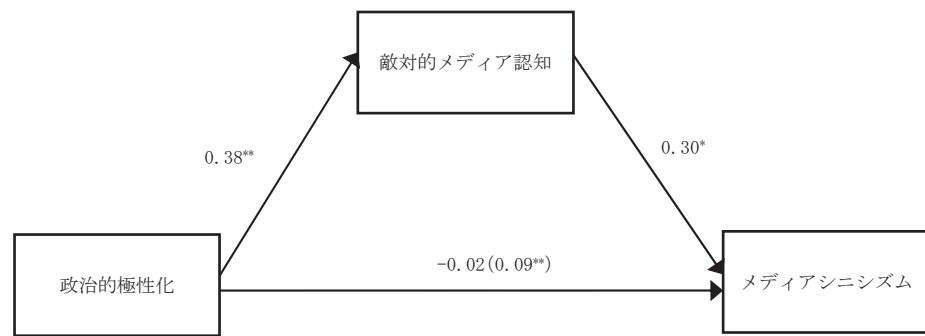


図3 政治的極性化, 敵対的メディア認知, メディアシニシズムに対する共分散構造分析の結果(図中のパス係数は非標準化係数, $N=1075$)



この3変数の関係, すなわち冒頭で(a)として示した政治的極性化→敵対的メディア認知→メディアシニシズムの関係性を検証した結果を図3に示す。ここで政治的極性化は, 政治的志向性を再コード化したもので, 中立を1, 保守的/革新的を2, 非常に保守的/非常に革新的を3にして用いている。

想定通り, 政治的極性化の敵対的メディア認知に対するパス係数は0.38 ($p < .001$)の有意な値であり, 敵対的メディア認知のメディアシニシズムに対するパス係数も0.30 ($p < .001$)の有意な値であった。政治的極性化とメディアシニシズムの2変数関係は, 0.09 ($p < .001$)の有意な値であったが, 図3にあるような3変数のモデルにした場合, 敵対的メディア認知によってその2変数の関係はすべて媒介され, 有意ではなくなっていた。これによって, (a)の関係が成立することが実証された²。

▶ メディアシニシズムと政治情報源の利用

次に, メディアシニシズムが政治情報源の利用行動とどのように関連しているのを見よう。先述したように, 既存の報道メディアに対するシニシズムは, それらのメディアに対する接触を低下させる可能性がある。したがって, メディアシニシズムが高くなるほど, 既存の報道メディアに対する接触が相対的に低くなることが予想される。一方で, 政治的志向と一致する順態度的政治情報源への接触は高くなることが予想される。

表2は, 各政治情報源の利用数と政治的志向性, 政治的極性化, 敵対的メディア認知, メディアシニシズムとの相関係数を示したものである。

政治情報源の利用数は, テレビ, 新聞, ポッドキャストおよびYouTubeの主な選択肢を並べ³, 「政治に関する情報を得るために1週間に1回以上利用するもの」をすべて挙げてもらう形で測定し, その合計数を分析に用いた。さらに, 新聞とポッドキャストおよびYouTubeのチャンネルに対しては, 調査の時点で, 保守系であるとされていた情報源と革新系であるとされていた情報源を別々にカウントし, それぞれの合計数も分析に用いた⁴。

政治的志向性は, 革新であるほど点数が高くなるようにし, 5点尺度を用いて測定した。各政治情報源の平均利用数は, テレビ3.41 ($SD = 2.34$), 新聞2.11 ($SD = 2.82$), ポッドキャスト0.89 ($SD = 1.20$), YouTube1.00 ($SD = 1.47$)であった。韓国では, NAVERやDaumなどのポータルサイト経由で新聞を読むことがほぼ一般化しており, 閲読新聞数の平均が2紙を超え, 比較的多くなっている。

●表2 政治情報源の利用数と政治的志向, 政治的極性化, メディアシニズムの相関係数 (N=1073)

	テレビ 視聴数	新聞 閲読数	保守系 新聞 閲読数	革新系 新聞 閲読数	ポッド キャスト 聴取数	You Tube 視聴数	保守系 YouTube 視聴数	革新系 YouTube 視聴数	政治的 志向性	政治的 極性化	敵対的 メディア 認知
新聞閲読数	.329**	1.000									
保守系新聞閲読数	.330**	.823**	1.000								
革新系新聞閲読数	.201**	.812**	.455**	1.000							
ポッドキャスト聴取数	.231**	.442**	.301**	.452**	1.000						
YouTube 視聴数	.200**	.370**	.329**	.284**	.565**	1.000					
保守系 YouTube 視聴数	.166**	.285**	.342**	.114**	.341**	.822**	1.000				
革新系 YouTube 視聴数	.135**	.297**	.156**	.364**	.603**	.690**	.223**	1.000			
政治的志向性	-.106*	-.059*	-.193**	.102**	.131**	.007	-.112**	.167**	1.000		
政治的極性化	-.038	.036	-.006	.064*	.041	.075*	.038	.106**	.189**	1.000	
敵対的メディア認知	-.098**	.103**	.002	.173**	.205**	.153**	.060*	.191**	.142**	.305**	1.000
メディアシニズム	-.172**	.018	-.049	.091**	-.011	.027	-.018	.026	-.001	.095**	.381**

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



さて、表2の相関係数を見ると、まずメディアシニズムは、テレビ視聴数との間に $r = -.172$ の有意な負の相関があることが分かる。弱い関連ではあるが、予想通り、メディアシニズムが高くなるにつれて、既存のテレビニュースを政治情報源として利用する傾向が低くなることが示された。しかし、新聞利用数との間には有意な相関がなかった。新聞の利用数を、さらに保守系新聞と革新系新聞に分けて相関係数を算出してみても、特に目立った関係性は見られなかった。また、予想に反し、ポッドキャストやYouTube上で増え続けている代案的な政治情報源の利用数との間でも有意な相関は見られなかった。

政治情報源の利用数と有意な相関を多く持っていたのは、政治的志向性であった。テレビ視聴数との間には $r = -.106$ の有意な相関があり、保守的であるほど政治情報源としてテレビを多く利用する傾向があった。政治的志向性と新聞閲読数の間には有意な相関が見られなかったが、新聞を保守系新聞と革新系新聞に分けてさらに分析してみると、政治的志向性と新聞閲読数の間には「選択的接触」の傾向が存在していた。政治的志向性と保守系新聞の利用数との間には $r = -.193$ 、革新系新聞の利用数との間には $r = .102$ の有意な相関があり、弱い相関ではあるが、個人の政治的志向が保守的であるほど保守系の新聞を、革新的であるほど革新系の新聞をより多く利用している傾向が見られた。

選択的接触の傾向は、ポッドキャストの聴取においても現れていた。政治的志向性とポッドキャスト聴取数との間には $r = .131$ の正の相関関係があり、政治的志向が革新的であればあるほどポッドキャストの聴取数が多いことを表している。調査時点の韓国におけるポッドキャストの政治情報源は、そのほとんどが革新系のものであったため、このような相関は選択的接触の存在を示すものである。

YouTube上の保守系チャンネルと革新系チャンネルの視聴数も、政治的志向性との間で有意な相関を持っていた。その関係の方向性は新聞のそれと同じで、保守系チャンネルとは負の相関 ($r = -.112$)、革新系チャンネルとは正の相関 ($r = .167$) を持っていた。すなわち、政治的に革新的であるほど、YouTube上の保守系チャンネルの視聴は少なく、革新系チャンネルの視聴は多いということである。

さらに、政治的極性化の度合いが強い人ほど、革新系の新聞や革新系のYouTubeチャン

ネルの利用数が多くなるという傾向が現れているが、これは、政治的志向性と政治的極性化の間に正の有意な相関 ($r=.189$) が見られていることから分かるように、革新的な人ほど極性化の度合いが強かったためである。

敵対的メディア認知も、多くの政治情報源の利用数との間で有意な相関を持っていた。敵対的メディア認知と政治的志向性との間に $r=.142$ の正の相関が存在しているということは、革新的である人がより敵対的メディア認知が強いことを表している。敵対的メディア認知が主に革新系の政治情報源との間で有意な正の相関を見せていることは、そのためである (革新系新聞 $r=.173$, ポッドキャスト $r=.205$, 革新系 YouTube $r=.191$)。これらの結果は、敵対的メディア認知が党派性に基づく選択的接触をもたらすことを意味している。

表2では、党派性に基づく選択的接触の傾向とともに、「非選択的接触」の傾向も確認できる。まず目を引くのは、保守系新聞の閲読数と革新系新聞の閲読数の相関関係である。両者の間には、 $r=.455$ の有意な中程度の関係が現れている。保守系の新聞を多く見ている人は、革新系の新聞も多く見ているということである。さらに、保守系新聞の閲読数と革新系 YouTube チャンネルの視聴数の間にも、革新系新聞の閲読数と保守系 YouTube チャンネルの視聴数の間にも、それぞれ $r=.156$, $r=.114$ の有意な相関が見られている。また、保守系 YouTube チャンネルの視聴数と革新系 YouTube チャンネルの視聴数との間にも $r=.223$ の相関が存在している。すなわち、保守系の政治情報源を多く利用する人は、革新系の政治情報源も多く利用し、その逆もまた当てはまるということである。

ただ、保守系新聞の愛読者は、革新系よりは保守系の YouTube チャンネルを多く視聴し ($r=.342$)、革新系新聞の愛読者は、やはり保守系よりは革新系の YouTube チャンネルを多く視聴している傾向があった ($r=.364$)。

相関分析の結果を総合すると、政治的志向性はその党派性に基づいた選択的接触を導く弱い影響力があるが、政治情報源の利用が多い人々においては、敵対する陣営の政治情報源も多く利用する「非選択的接触」の傾向が存在しているといえよう。

相関分析で確認された各政治情報源の利用数と敵対的メディア認知およびメディアシニシズムなどの態度変数間の関係をより詳細に分析するために、性別と年齢、政治的無力感⁵、政治的志向性の影響を統制した上で、各政治情報源の利用数を従属変数、敵対的メディア認知、メディアシニシズムなどの態度変数を説明変数とする重回帰分析を行った。その結果をまとめたのが表3である。

●表3 政治情報源の利用数に対する各説明変数の標準回帰係数 (N=1075)

変数名	テレビ 視聴数	新聞 閲読数	ポッドキャスト 聴取数	YouTube 視聴数
性別	.009	-.057+	-.049	-.102**
年齢	.201**	-.053+	.078**	.080**
政治的無力感	-.009	-.030	-.045	.000
政治的志向性	-.072*	-.084**	.111**	.006
敵対的メディア認知	-.016	.113**	.218**	.161**
メディアシニシズム	-.163**	-.025	-.092**	-.033
R^2	.080**	.024**	.070**	.041**

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

まず、個人属性変数では、年齢 ($\beta = .201$) がテレビ視聴数に対して有意な正の回帰係数を持っていた。年齢が高くなるほどテレビを政治情報源として利用する傾向があるということである。小さい値ではあるが、年齢はポッドキャスト聴取数と YouTube 視聴数に対しても有意な負の回帰係数を示していた。高齢の保守層が YouTube 上の保守系チャンネルをよく視聴していることがこのような結果の背景になっているのかもしれない。ポッドキャストの聴取は若年層でより多く行われている印象があるが、今回の調査では、20代 ($M=.73$) や 30代 ($M=.81$) よりも、40代と 50代の聴取数 (ともに $M=1.03$) が多かった。

政治的志向性と各政治情報源の利用数との関係を見てみると、テレビ視聴数 ($\beta = -.072$) と新聞閲読数 ($\beta = -.084$) に対しては有意な負の回帰係数、ポッドキャスト聴取数 ($\beta = .111$) に対しては有意な正の回帰係数を示していることが分かる。政治的志向が革新的であればあるほど、既存のマスメディア系の政治情報源の利用が若干少なく、ポッドキャスト番組の利用が多いことを意味する結果である。政治的無力感は、どの政治情報源の利用数とも有意な関連を持っていなかった。

各政治情報源の利用数に対して一定の影響を与えていることが判明したのは、敵対的メディア認知であった。敵対的メディア認知は、新聞閲読数 ($\beta = .113$)、ポッドキャスト聴取数 ($\beta = .218$)、YouTube 視聴数 ($\beta = .161$) に対して有意な正の回帰係数を持っていて、敵対的メディア認知が強いほど、これらのメディアをより多く政治情報源として利用していることが明らかになった。

メディアシニズムは、テレビ視聴数 ($\beta = -.163$)、ポッドキャスト聴取数 ($\beta = .092$) に対して有意な負の回帰係数を持っていて、その度合は小さいが、メディアシニズムが強いほどこれらのメディアを利用しない傾向があることが示された。

▶ 考 察

本稿では、政治的極性化により生じる敵対的メディア認知が、メディアシニズムをもたらし、その結果、政治情報源としての既存メディアの利用が低下するとともに、より政治的立場を鮮明にしているポッドキャストや YouTube 上の代案メディアの利用が増加することを予想し、韓国の首都圏で行った調査のデータに基づいて、検証を試みた。

検証の結果、政治的極性化が敵対的メディア認知を媒介してメディアシニズムを高めることは実証されたが、メディアシニズムが既存メディアの利用を低下させることや代案メディアの利用を増加させることは、部分的には推論と一致する弱い傾向が見られたものの、全体的には実証されなかったというべきであろう。

このような結果になった理由の一つとして考えられるのは、既存のメディアに対する不信感が高く、その仕事ぶりに軽蔑的な態度を持っていたとしても、基本的な政治情報を得るためには、テレビや新聞など既存メディアの政治報道に依存せざるを得ないという状況である。メディアシニズムの高低群で比較してみると、テレビの場合、統計的有意差はあったが、低群が平均で 3.64 チャンネルを見ているのに対し、高群でも 3.14 チャンネルを見ていた。新聞は逆に、有意差はなかったが、低群が平均で 2 紙を読んでいるのに対し、高群はむしろ平均で 2.23 紙を読んでいたのである。

政治報道の「面白さ」も理由の一つとして考えられよう。政治的に活性化、極性化している人々にとって、政治は一つの「勝負事」と化し、政治報道を通じて一進一退の攻防を「観戦」しながら歓呼し、場合によっては、政治報道が掲載されたウェブページや SNS 上に意見を書き込んだりしながら「参戦」することで、緊張感やスリル、興奮、さらには感動のような、様々な心理的高揚感を味わっているのかもしれない。特に前大統領の弾劾裁

判に至る過程およびその後の政権交代にかけては、「韓流ドラマより面白い」と言われるほど、韓国の政治状況の展開は激しく、劇的で、多くの人々の注目を集めていた。本論文の調査後に起きた、チョグック（曹國）法相の不正疑惑に対する検察の捜査をめぐる報道においても、このような「エンタテインメントとしての政治報道」の消費（Zillmann et al., 1998; Jones, 2010; Kaspar & Wilbers, 2016）が、広範に行われていた可能性が高い。今後の研究においては、このような側面を考慮した政治情報源利用行動の分析が必要になってくるであろう。

ポッドキャストやYouTube上で、政治的立場を鮮明にして政治関連の情報やコメントリーを発信している代案的な政治情報源の利用が、メディアシニシズムの高まりに伴って増えていくだろうとした予想が外れたことは、まず、代案的な政治情報源の利用そのものがまだそれほど広がっていなかったためかもしれない。今回の調査対象者では、ポッドキャストの平均聴取数は0.89 ($SD = 1.20$)、YouTubeの平均利用チャンネル数は1.00 ($SD = 1.47$)で少なく、標準偏差もそれほど大きくはなかった。この論文の調査後に、「ユシミンのアリルレオ」という革新系のYouTubeチャンネルが大きく視聴者を伸ばし、購読者数で100万を超えるなど、一部のチャンネルに関してはさらに利用が拡大している。また、個人のユーチューバーや数名のパーソナリティによるチャンネルの開設も続いており、今後の状況におけるさらなる検証が待たれるところである。一方で、ポッドキャストやYouTube上の番組やチャンネルを選択肢として網羅することができなかったため、利用している情報源を十分に測定できなかったテクニカルな問題も介在していたかもしれない。

理論的な観点では、メディアシニシズムが高まったとしても、自分の政治的志向と一致するメディアに対する選択的接触はそのまま維持され、対立するメディアに対する接触だけがさらに低下する可能性が考えられる。また、本稿における分析でも確認されたように、政治情報源の利用が多い人々は、自陣営のメディアも、対立陣営のメディアも、両方多く利用する「非選択的接触」を行っている可能性があり、メディアシニシズムが高まったとしても、既存メディアの情報の有用性に対する別の効用評価（例えば、自陣営に対する相手陣営の攻撃材料が何であるかを把握しておく上で有用性があるなど）によって、既存メディアの利用が続けられる可能性も考えられる（Knobloch-Westerwick & Meng, 2009）。メディアシニシズムよりも敵対的メディア認知のほうが、政治情報源の利用数に対してより大きな影響力を持っていたという本稿の結果は、このようなことと関連しているのかもしれない。敵対的メディア認知が強ければ強いほど、たとえそれによってメディアシニシズムが高まったとしても、自陣営のメディアにも、対立陣営のメディアにも、より注意を払う動機が強まる可能性があるのである。

今後のさらなる分析においては、このような理論的可能性を考慮し、自陣営のメディアと対立陣営のメディアを分け、敵対的メディア認知およびメディアシニシズムとの関係性を見る必要があるだろう。また、可能な政治情報源の選択肢を網羅しにくいという、先述した測定上の問題を補うために、具体的な情報源を挙げて利用数を測定するやり方のほかに、情報源のカテゴリー判断および利用度合を利用者の主観的判断にまかせるやり方を採用してみることも一つの方法である。

今後、政治報道への接触や報道に対する反応（記事のウェブページへの書き込みや放送を見ながら行うリアルタイムのチャットなど）が持つエンタテインメントとしての側面や、事実性・信頼性不要の情動的効用なども考慮に入れた、より説明力の高いモデルを構想し、さらに検証を続けていきたい。

●注

1. 本稿におけるデータの分析には清水 (2016) のHADを用いた。
2. モデルの適合度検定では $\chi^2=274.25$, $df=3$, $p < .001$ で、「モデルはデータに適合している」という帰無仮説が棄却されたが、これは標本サイズが大きいためであると思われる。適合度指標は、GFI=1.00, AGFI=1.00で高かった。
3. テレビチャンネルは、KBS1, KBS2, MBC, SBS, jtbc, YTN, TVChosun, チャンネル A, 聯合ニュース TV の9つを、新聞は、朝鮮日報、中央日報、東亜日報、韓国日報、ハンギョレ新聞、京郷新聞、国民日報、プレシアン、デイリアン、メディアオヌル、オマイニュースの11紙を、ポッドキャストは、「キムオジュンのニュース工場」など10の番組を、YouTubeチャンネルは、「神の一手」など15チャンネルを選択肢として並べた。
4. 韓国の保守系新聞社の系列テレビ局などは、比較的政治的志向性が安定しているが、地上波の各テレビ局の報道は、政権交代の度に、政治的志向性が大きく変化するとも言われており、調査時点における、特に地上波テレビ局の政治的志向性は、容易に判断できない状況であったため、テレビに対しては保守・革新別の集計を行わなかった。ポッドキャストに関しては、保守系の番組が少なく、選択肢として挙げたものはすべて革新系とみられるものであった。
5. 政治的無力感は、「国民の力で国の政治を左右することは難しい」「私は政府がやることに影響を及ぼせない」「政治は複雑で、私としては何をやっているのかよく理解できない」「国民の意見を政治に反映させるのは難しい」の4項目に対して5点尺度で測定し、その平均値を用いた。尺度の信頼性係数は、 $\alpha=.757$ であった。

●参考文献

- 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.
- Dekker, H., & Meijerink, E. (2012). Political cynicism: Conceptualization, operationalization, and explanation. *Politics, Culture and Socialization*, 3(1-2), 33-48.
- Garrett, R. K. (2009). Echo chambers online?: Politically motivated selective exposure among Internet news users. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14(2), 265-285.
- Jones, J. P. (2010). *Entertaining politics: Satiric television and political engagement*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Kaspar, K., Zimmermann, D., & Wilbers, A. K. (2016). Thrilling News Revisited: The Role of Suspense for the Enjoyment of News Stories. *Frontiers in psychology*, 7, 1913.
- Knobloch-Westerwick, S., & Meng, J. (2009). Looking the other way: Selective exposure to attitude-consistent and counterattitudinal political information. *Communication Research*, 36(3), 426-448.
- 李光鎬 (2019). 敵対的メディア認知とメディアシニズム—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*, 69, 85-95.
- 清水裕士 (2016). フリーの統計分析ソフト HAD: 機能の紹介と統計学習・教育, 研究実践における利用方法の提案 *メディア・情報・コミュニケーション研究*, 1, 59-73.
- Stroud, N. J. (2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of communication*, 60(3), 556-576.
- Zillmann, D., Taylor, K., & Lewis, K. (1998). News as nonfiction theater: How dispositions toward the public cast of characters affect reactions. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42(2), 153-169.

李 光鎬 (慶應義塾大学文学部教授)