

|                  |   |
|------------------|---|
| Title            | 韓国におけるメディアシニシズムと政治ニュースの「消費」、選択的接触   |
| Sub Title        | Media cynicism, political news consumption and selective exposure in South Korea  |
| Author           | 李, 光鎬(Lee, Kwangho)   |
| Publisher        | 慶應義塾大学法学研究会   |
| Publication year | 2020  |
| Jtitle           | 法學研究：法律・政治・社会 (Journal of law, politics, and sociology). Vol.93, No.12 (2020. 12) ,p.343 (94)- 366 (71)   |
| JaLC DOI         |   |
| Abstract         |   |
| Notes            | 大石裕教授退職記念号  |
| Genre            | Journal Article   |
| URL              | <a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-20201228-0343">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-20201228-0343</a> |

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.

# 韓国におけるメディアシニシズムと 政治ニュースの「消費」、選択的接触

李 光 鎬

1. はじめに
2. メディアシニシズムの実態
3. 敵対的メディア認知とメディアシニシズム
4. 政治ニュースの「消費」
5. 党派性および敵対的メディア認知と選択的接触
6. 結論および考察

## 1. はじめに

最近、韓国社会で広く通用している造語に「キレギ」という言葉がある。「記者」の「キ」とゴミを意味する韓国語「スレギ」の「レギ」が合わさって作られた言葉で、「ゴミのような記事を書く記者」という意味である。この言葉に表れているような報道従事者に向けられた強い軽蔑の態度はどのようにして形成され、どのような結果をもたらしているのか。筆者は、「敵対的メディア認知」および「メディアシニシズム」という概念を手がかりに、この問題の解明を目指している。

敵対的メディア認知 (hostile media perception) は、Vallone (1985) の実験から生まれた概念で、党派的なオーディエンスの双方が、同一の報道内容を、お互い自陣営にとって不利である (したがって自陣営に対してその報道が敵対的である) と認知する傾向をいう。最初は、イスラエルとパレスチナの対立など、国際紛争に関する報道を題材に検証が試みられてきたが、その後、中絶などの社会的争点やスポーツ報道などにも対象が広げられた。敵対的メ

ディア認知の検証を試みた 34 件の研究に対してメタ分析を行った Hansen & Kim (2011) によれば、争点の種類やメディアの違い、研究方法の違いに関係なく、全体的に中程度の敵対的メディア認知が存在しており、争点への関与が強い人において、そのような認知がより強く現れていることが明らかにされている。

敵対的メディア認知は、ある特定の争点に関する「中立的」（であると第三者の目には映る）報道への、争点関与の強いオーディエンスの「偏った情報処理」（biased processing）として概念化されたものであるが（Gunther and Schmitt, 2004; Gunther et al., 2009）、後続研究においては、必ずしも「一つの報道内容に対する認知」に限定されない形で定義されることもあった（Perloff, 2015; Arpan and Raney, 2003）。本稿でも、一つの報道内容ではなく、一つの報道機関に対する認知としてこの敵対的メディア認知を捉える。ある特定のメディアが様々な争点にわたって「敵対的な」報道を繰り返すようになると、そのメディア自体に対して敵対的な認知を形成するようになると思われるからである。

メディアシニシズム（media cynicism）は、Cappella & Jamieson (1996) が提唱した概念で、政治家の利己的意図や行為の戦略性に焦点を合わせる「戦略的フレーム」の政治報道によって、「政治シニシズム」とともにもたらされる可能性があるものとして挙げられている。ただ、彼らのこの論文「News frames, political cynicism, and media cynicism」の中では、メディアシニシズムについての明確な定義が見当たらない。メディアに対してシニカルな人（media cynics）は、「ジャーナリストが政治過程を歪めていると思っている」などの記述があるだけである。また、1997 年に出版された彼らの著書 *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good* でもその概念についてははっきりとした説明がなく、彼らが調査で用いた質問項目からなんとかその意味を類推できるだけである。筆者は、そのような断片の手がかりと彼らの政治シニシズムの概念、そしてシニシズムという言葉の本来の意味などを踏まえ、「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」としてメディアシニリズムを定義した。

このような定義に基づき、2本の既発表論文(李、2019; 李、2020)においては、2019年1月、韓国の首都圏に居住する成人1,075名を対象に行ったWeb調査のデータから、韓国社会における市民および報道メディアの政治的極性化が、市民の報道メディアに対する敵対的認知を高め、メディアシニリズムをもたらしていることを示した。

その調査で、回答者の61.2%は、「敵対的に感じる報道機関がある」と答えていたのであるが、これを回答者の政治的志向性を基準に分けてさらに細かく集計してみると、自分の政治的志向性を「中道」と回答した人(495名)は47.5%だけが「敵対的に感じる報道機関がある」と答えていたのに対し、「やや保守」か「やや革新」(513名)は71.0%、「非常に保守」か「非常に革新」(67名)は89.6%へとその比率が高くなっていった。政治的志向性と敵対的メディア認知は強く関連していたのである(李、2019)。

また、「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」などの19項目を用いてメディアシニリズムの測定を行い、敵対的メディア認知の高低によるメディアシニリズムの違いを分析したところ、敵対的メディア認知が高い人のほうがより強いメディアシニリズムを抱いていた。政治的志向性が保守か革新かは関係がなく、どちらも強いメディアシニリズムを抱いていた。そして、強い関連性は見いだせなかったが、敵対的メディア認知がYouTubeやポッドキャストのような代案的な政治情報源の利用と関連していることを発見した(李、2020)。

本稿は、上記のような2019年の調査結果を踏まえ、新たに2020年1月、韓国の首都圏に居住する成人1,168名を対象に行ったWeb調査に基づき、メディアシニリズムおよび敵対的メディア認知の実態と両者の関連性を再度確認した上で、それが、政治ニュースの「消費」そしてメディアおよび対人コミュニケーションにおける選択的接触の傾向とどのように関連しているかを検討しようとするものである。

## 2. メディアシニシズムの実態

まず、メディアシニシズムの実態を確認することから始めたい。表1は、メディアシニシズムを捉えるために設けた13項目<sup>1)</sup>の平均値と標準偏差を示したものである。それぞれに対して「全くそうでない」から「とてもそうである」までの5件法で測定した。まず、ジャーナリスト個人に対する評価項目の結果をみると、「多くの言論人は政治、経済、社会、文化各分野の有力な人たちと親しい関係を結んでおり、結ぼうと努力している」という項目が3.90で最も平均値が高い。また、「多くの言論人は適当な時期に政界に進出しようと機会を窺っている」3.70、「多くの言論人は、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」3.67と、ジャーナリストたちが社会のエリートたちと親密な関係を形成し、それをテコに個人的な利益を追求したり、権力を得ようとしているという見方がかなり強いことが分かる。一方で、ジャーナリストとしての職務に対する評価は軒並み低く、「ほとんどの言論人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」2.38、「ほとんどの言論人は国民の知る権利のために誠実に取材、報道している」2.72、「ほとんどの言論人は取材と報道に専門性をもっている」2.76など、すべて中点の3を下回っていた。パフォーマンスは低いのに、利己的な動機ばかり強い集団として見られているのである。そして、ジャーナリストに対するそのような見方は、「言論人が真実を明らかにするために努力している」というのは甘い考えである」という冷笑的な意見への強い同意 ( $M=3.74$ ) となって現れている。

組織としての言論機関に対するメディアシニシズムも同様の様相を見せている。言論機関としての専門性2.59、権力からの独立2.24、政治的中立性2.21など、メディアとしての公共的パフォーマンスに対する評価は中点である3よりかなり低くなっている一方、「国内の言論機関は、国民の知る権利

---

1) 2019年の調査では19項目の尺度を用いたが、2020年の調査では、言論制度について尋ねる4項目を含め、尺度の信頼性を下げる6項目を除外し、13項目を用いた。

表 1 メディアシニズム各項目の平均値と標準偏差 (N=1168)

| 変数名   | 平均値  | 標準偏差 |
|---|------|------|
| ほとんどの言論人は国民の知る権利のために誠実に取材、報道している                    | 2.72 | 1.01 |
| 多くの言論人は適当な時期に政界に進出しようと機会を窺っている                      | 3.70 | 0.88 |
| 多くの言論人は政治、経済、社会、文化各分野の有力な人たちと親しい関係を結んでおり、結ぼうと努力している | 3.90 | 0.87 |
| ほとんどの言論人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                  | 2.38 | 0.99 |
| ほとんどの言論人は取材と報道に専門性をもっている                            | 2.76 | 1.00 |
| 多くの言論人は、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                | 3.67 | 0.93 |
| 言論人が真実を明らかにするために努力しているというのは甘い考えである                  | 3.74 | 0.98 |
| 国内の言論機関は、政治的に中立の立場を堅持している                           | 2.21 | 0.91 |
| 国内の言論機関は、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                 | 2.24 | 1.00 |
| 国内の言論機関は、国民の知る権利より収益を上げることに関心がある                    | 3.85 | 0.95 |
| 国内の言論機関は、報道機関としての専門性が高い                             | 2.59 | 0.94 |
| 国内の言論機関は、報道機関としての影響力を利用し、私益を得ている                    | 3.73 | 0.89 |
| 国内の言論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甘い考えである              | 3.78 | 0.95 |

より収益を上げることに関心がある」3.85、「国内の言論機関は、報道機関としての影響力を利用し、私益を得ている」3.73 と、私企業としての利己的動機に対しては厳しい眼差しを向けられている。そしてこのような評価は、「国内の言論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甘い考えである」というシニカルな態度 (M=3.78) へとつながっているのである。メディアシニズム尺度 13 項目の標準偏差は、0.85 ~ 1.00 と比較的小さく、ジャーナリストおよび報道機関に対するこのような意見および態度が、概ね市民の間に共有されているという実態が見えてくる。

調査対象者の属性による違いもあまり見られない。例えば、「多くの言論人は適当な時期に政界に進出しようと機会を窺っている」という項目に対する男性の平均値は 3.72 (N=591)、女性は 3.69 (N=577) で、ほとんど差がな

い。報道機関の政治的中立性と専門性に対する評価においてのみ女性が男性より有意に肯定的評価をする傾向があったが、平均値はいずれの項目も、男女ともに3点を下回る否定的な評価で、その差は0.15 くらいの小さいものであった。

年齢層による違いもほとんどない。20～30代と60代との間で有意差が見られた項目はいくつかあったが、他のどの年齢層の比較においても有意差が見られた項目はなく、全体的に非常に類似した評価になっていた。年齢層による違いが比較的大きかった項目は「多くの言論人は適当な時期に政界に進出しようと機会を窺っている」というもので、これに関しては20代の平均値が3.55、30代3.49、40代3.71、50代3.81、60代3.96となり、30代と60代の間で比較的大きな差が見られた。どの年齢層もジャーナリストの政界進出意向を強く肯定する意見を持っているが、特に50代、60代の人々においてそのような傾向が強かった。

調査対象者の政治的志向性による違いもあまり大きくなかった。7段階で測定した政治的志向性を、保守・中道・革新の3グループに振り分け、メディアシニシズムの違いを比べてみた結果は、13項目すべてにおいて統計的に有意ではあったが、各項目の平均値にはあまり差がなかった。最も大きな差が見られた「国内の言論機関は、国民の知る権利より収益を上げることに関心がある」という項目に対してでさえ、自分を「保守系」とであると回答した人々の平均値は3.76、「中道」3.70、「革新系」4.06で、その差は、「中道」と「革新系」の間で0.36、「保守系」と「革新系」の間で0.30くらいであった。

韓国のジャーナリストと報道メディアが、言論機関として期待されている職務をうまく果たせず、私的な利益の追求に走っているという認識は、それこそ「老若男女」、「右と左」にかかわらず、社会全体に広範に広がっているという状況が調査の結果にはっきりと表れている。

表 2 メディアシニズムと各変数間の相関係数 (N=1168)

|            | メディア<br>シニズム | メディア<br>信頼度 | 敵対的<br>メディア認知 | メディア批判へ<br>の接触 |
|------------|--------------|-------------|---------------|----------------|
| メディア信頼度    | -.584**      |             |               |                |
| 敵対的メディア認知  | .429**       | -.303**     |               |                |
| メディア批判への接触 | .274**       | -.100**     | .338**        |                |
| メディア批判傾向   | .387**       | -.253**     | .510**        | .474**         |

\*\*  $p < .01$

### 3. 敵対的メディア認知とメディアシニズム

2019年の調査でも明らかにされたように、このようなメディアシニズムをもたらしている要因の一つは、「敵対的メディア認知」である。あるメディアの報道が、自分の政治的信念に対立していると認識すれば、その報道に対する不信感が強まるとともに、報道主体のパフォーマンスに対する評価の低下と「敵対的」な報道行為の意図や動機に対する疑念の増幅がもたらされると考えられるからである。自分に対して敵対的な報道は、間違った報道であり、質の低い報道であり、何か別の目的を隠し持った「戦略的」な報道であると判断されやすくなるということである。

表 2 は、このような推論を検証するために、メディアシニズム<sup>2)</sup>とメディア不信、敵対的メディア認知などの関連性を相関係数によって確かめたものである。

予想通り、敵対的メディア認知とメディア信頼度の間には中程度の有意な負の相関 ( $r = -.303$ ) が見られた。敵対的メディア認知が強いほど、メディアに対する信頼度は低くなる傾向があったのである。そして、メディア信頼度とメディアシニズムの間にも中程度の有意な負の相関 ( $r = -.584$ ) が見られた。メディアへの不信感が強いほど、メディアシニズムも強くなると

2) 13項目で測定したメディアシニズムは、逆転項目を反転させた上で、各項目の尺度得点の平均値で合成した。尺度の信頼性は  $\alpha = .901$  で十分に高かった。



いう関係性が存在している。敵対的メディア認知とメディアシニシズムとの間にも、中程度の有意な正の相関 ( $r=.429$ ) が確認できた。因果関係までは検証できないが、敵対的メディア認知—メディア不信—メディアシニシズムの3者の間に推論通りの相関が存在していることが、李 (2019, 2020) の分析に続き、再度実証された。

また、報道メディアに対する批判的な意見に接触する度合い、自分から報道メディアを批判する度合いも、それぞれ上記の3変数と有意な相関を示していた。家族や友人・知人との会話、またはネット上の様々な書き込みなどを通じて、メディアを批判する言説に接触すればするほど、弱い相関ではあるが、メディアに対する信頼度は落ち ( $r=-.100$ )、敵対的メディア認知は高まり ( $r=.338$ )、メディアシニシズムも高まる ( $r=.274$ )。そして、そうなるほど自らメディアを批判する言葉を口にする傾向もそれに応じて強まることが表2から読み取れる。

韓国では Naver や Daum などのポータルサイト上で最も多くニュースへの接触が行われているが (韓国言論振興財団, 2019)、そこでは記事ごとに掲示板が用意され、記事に対する意見を書き込めるようになっている。また、YouTube 上で同時送信されるニュース専門チャンネルなどは、チャット機能などを利用してリアルタイムで視聴者が意見などを書き込めるようになっているが、このようなニュース記事・番組に付随する掲示板やチャット欄では、党派性の強いオーディエンスによる激しいメディア批判が繰り返され、容易に閲覧できる状況にある。今回の調査データによると、54.9% の人々が、「国内の報道機関を批判する意見によく接しているほうだ」と回答しており、自ら「よく批判するほうだ」と回答した人も 43.6% に上っている。このようなメディア批判への接触が、敵対的メディア認知とともに、メディアを軽蔑する態度を助長し、それがさらなるメディア批判を生み出している循環的な構造が出来上がっているのかもしれない。

#### 4. 政治ニュースの「消費」

メディア心理学者の Zillmann (1977, 1995) は、ドラマや映画など、主に物語ベースのメディア・エンタテインメントから得られる楽しみを、登場人物に対する「ディスポジション」(disposition) によって説明している。ここでディスポジションとは、端的にいえば、好き嫌いの感情のことで、登場人物に対する好き嫌いの感情が強く形成されればされるほど、その物語から得られる楽しみも強くなると彼は予測している。そしてさらに、好きになった登場人物には幸せな結末が、嫌いになった登場人物には不幸な結末が訪れれば、その楽しみは最大になると主張している (Raney, 2004; Raney, 2013)。

Zillmann のこのようなディスポジション理論は、ドラマや映画だけでなく、ニュースやスポーツ中継などにも適用され、実証が試みられてきた (Zillmann, 1989; Zillmann, 1998)。政治ニュースは、政治家を始めとする様々な登場人物たちの物語であると見なすことができる。そういう意味で彼は、ニュースを「ノンフィクション劇場」(nonfiction theater) と呼んだ。

特に韓国の政治は、「ドラマより面白い」と言われることもあるくらい、政治主体間の激しい対立や攻防が続き、政権交代のたびに、高位公職者の不正や汚職が摘発され、処罰されるなど、急転直下の劇的な展開が常態化しているため、それを伝える政治ニュースの受容過程には、ディスポジション理論で説明できる「楽しみ」のメカニズムが十分に作動している可能性がある。

そこで本稿では、政治に関する「情報源」としてではなく、政治という物語の楽しみを与えてくれる「コンテンツ」としての政治ニュースへの受容を、政治ニュースの「消費」と定義し、まずはその実態を捉えてみようとした。

図 1 は、ポジティブ・ディスポジションが形成された政治家や公職者の幸せな結末を期待する傾向を、図 2 はネガティブ・ディスポジションが形成された政治家や公職者の不幸な結末を期待する傾向を調べた結果である。両方とも約 4 割の回答者が、そのようなことを「願い」ながら政治ニュースを見ていると回答していて、否定的な回答より多くなっている。

「国内政治に関するニュースにはまるでドラマのような劇的な展開がある」

図1 政治ニュースを見ながら特定の政治家や公職者がうまくいくことを願うことがある (N=1168)

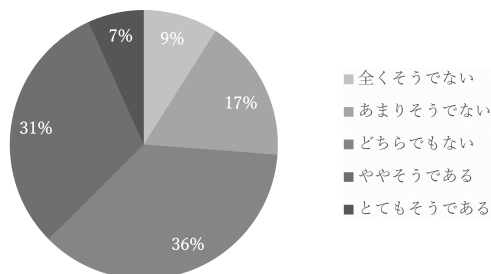
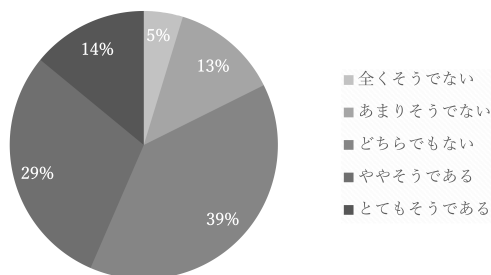


図2 政治ニュースを見ながら特定の政治家や公職者がうまくいかないことを願うことがある (N=1168)



という項目に対しては、32.5%の回答者が「そうである」と答えていた。「国内政治に関するニュースからは緊張感を味わえる」という項目は、否定的な回答が41.4%と肯定的な回答より多かったが、肯定も24.0%に達していた。

回答者の13.7%だけが「国内政治に関するニュースを見ながら痛快感がある」と答えた反面、「怒りを感じる」と回答した人は75.4%にも上った。政治ニュースを見ながら「怒りを感じる」という項目は、「政治状況に関心がある」ほど高く ( $r=0.226, p<.01$ )、「政治ニュースに関心をもって見ている」ほど高かった ( $r=0.260, p<.01$ ) が、政治

表 3 政治ニュースの消費に関する変数間の相関係数 (N=1168)

|                    | 政治<br>ニュース<br>面白い | 政治<br>ニュース<br>緊張感<br>味わえる | ポジティブ・<br>ディスポ<br>ジション | ネガティブ・<br>ディスポ<br>ジション | 政治への<br>関心 | 政治への<br>主観的<br>知識 | 政治ニュ<br>ースへの<br>関心 |
|--------------------|-------------------|---------------------------|------------------------|------------------------|------------|-------------------|--------------------|
| 政治ニュース緊張<br>感味わえる  | .583**            |                           |                        |                        |            |                   |                    |
| ポジティブ・ディ<br>スポジション | .218**            | .259**                    |                        |                        |            |                   |                    |
| ネガティブ・ディ<br>スポジション | .053              | .081**                    | .463**                 |                        |            |                   |                    |
| 政治への関心             | .280**            | .234**                    | .238**                 | .180**                 |            |                   |                    |
| 政治への主観的知<br>識      | .256**            | .202**                    | .240**                 | .180**                 | .703**     |                   |                    |
| 政治ニュースへの<br>関心     | .345**            | .267**                    | .267**                 | .166**                 | .736**     | .678**            |                    |
| 政治的志向性             | .010              | .008                      | .153**                 | .102**                 | .124**     | .113**            | .079**             |

\*\*  $p < .01$ , \*  $p < .05$

的志向性とはあまり関係がなかった ( $r=.095, p < .01$ )。具体的には、保守系でも、革新系でも、政治ニュースを見ながら怒りを感じる人が非常に多く、どちらも 80% を超えていた (保守系 80.7%、革新系 85.2%)。

「政治ニュースは面白い」という項目に対しては、肯定的な回答は 28.2% とそれほど多くなかったが、表 3 に示されているように、政治ニュースを「面白い」と思う度合いは、政治ニュースから「緊張感を味わえる」度合いと中程度の有意な相関をもっていた ( $r=.583$ )。また、「特定の政治家や公職者がうまくいくことを願う」ポジティブ・ディスポジションの度合いとの間にも弱いながら有意な相関が存在している ( $r=.218$ )。そして、政治への関心が高いほど、政治についてよく知っていると思っっているほど (主観的知識)、政治ニュースに関心をもって見ているほど、政治ニュースは面白いと思う傾向がある。ポジティブ・ディスポジションは、政治ニュースから緊張感を味わえる度合いとも弱い相関を持っている。

一方、このような政治ニュースの「消費」に関連する経験や行動は、回答

者の政治的志向性とはあまり関連していない。表3を見れば、政治ニュースを面白いと思う度合いや緊張感を味わえる度合いは、回答者が保守系なのか革新系なのかとはほぼ無相関に近い。クロス集計で確認してみると、保守系も革新系も、ほぼ同じ比率の人々が、政治ニュースを面白いと思い（保守系35.4%、革新系33.6%）、緊張感を味わえる（保守系28.4%、革新系28.1%）と回答していた。

以上の結果を総合すると、韓国における政治ニュースは、ある程度、エンタテインメント・コンテンツの楽しみ方に似たような形で「消費」されているといえるかもしれない。今回の調査データからは、保守系であれ革新系であれ、好感をもって支持または応援している特定の政治家や公職者に「幸せな結末」が訪れることを願いながら、スリルやサスペンスを感じつつ、政治ニュースを楽しんでいる様子が見て取れる。このような政治ニュースの楽しみ方は、政治や政治ニュースへの関心が高く、政治状況に詳しいと思っている人々において特に強く現れていた。

ここで一つ気になることは、メディアシニシズムと政治ニュースの消費との関連である。理論上は、メディアシニシズムは、政治ニュースへの「嫌悪」を助長する可能性があり、したがって、政治ニュースを「楽しむ」という行動には結びつかないと予想される。しかし一方で、メディアのパフォーマンスを低く評価し、軽蔑しながらも、政治状況への関心や関与が強い場合には、特定の政治家や公職者へのディスポジションを形成し、政治の物語に巻き込まれていく可能性も考えられる。

そこで、まず相関分析によって大まかな関係性を確認してみたところ、メディアシニシズムと政治ニュースの消費の間には、全体的に弱い負の相関が存在していた。メディアシニシズムが高いほど、少しだけではあるが、政治ニュースを面白いと思わない ( $r = -.186, p < .01$ )、政治ニュースを見ながら緊張感を味わえない ( $r = -.234, p < .01$ )、痛快な気持ちになることは少ない ( $r = -.357, p < .01$ ) 反面、怒りを感じることは多い ( $r = .425, p < .01$ ) という結果であった。

しかし、相関がそれほど強くないということは、メディアシニシズムが高

表 4 政治ニュースの消費とメディアシニシズムによるクラスタ分け (数値は各項目得点の平均値)

| クラスタ                           | 低シニカル消費群<br>(N=446) | 中シニカル消費群<br>(N=347) | 高シニカル批判群<br>(N=235) | 低シニカル退屈群<br>(N=140) |
|--------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| 政治ニュースは面白い                     | 3.08a               | 3.41b               | 1.72c               | 2.01d               |
| …を見ながら緊張感を味わえる                 | 2.91a               | 3.48b               | 1.69c               | 2.09d               |
| …を見ながら痛快な気持ちになることがある           | 2.83a               | 2.66b               | 1.47c               | 1.66d               |
| …を見ながら怒りを感じることもある              | 3.61a               | 4.37b               | 4.40b               | 3.30c               |
| …にはまるでドラマのような劇的な展開がある          | 3.07a               | 3.57b               | 2.43c               | 2.46c               |
| …を見ながら特定の政治家がうまくいくことを願うことがある   | 3.07a               | 3.68b               | 3.05a               | 1.78c               |
| …を見ながら特定の政治家がうまくいかないことを願うことがある | 2.90a               | 4.05b               | 4.06b               | 1.88c               |
| メディアシニシズム                      | 3.38a               | 3.71b               | 4.12c               | 3.59d               |
| 年齢                             | 44.1a               | 43.0a               | 44.5a               | 44.3a               |
| 男性の%                           | 57.2△               | 47.8                | 48.1                | 40.7▼               |

注1: 異なるアルファベットが付いている平均値の間 (行方向のみ) には少なくとも  $p < .05$  の水準で有意差があった。

注2: △と▼は残差分析の結果、少なくとも  $p < .05$  水準で有意であったものである。

い層の中にも政治ニュースを「楽しむ」人々が存在している可能性を示している。それを確かめるために、政治ニュースの消費に関連した7つの変数とメディアシニシズムを投入し、クラスタ数を2～4で変化させながら階層的クラスタ分析を実施した。その結果、クラスタ数を4に指定した場合に、メディアシニシズムが平均値より高いけれども政治ニュースを「消費」する群が現れた(表4参照)。

1つ目のクラスタは、メディアシニシズムが最も低く、政治ニュースを楽しみながら消費している群で「低シニカル消費群」と命名した。「政治ニュースを見ながら痛快な気持ちになることがある」という項目の得点は4群で最も高く、「政治ニュースは面白い」の得点も2番目に高い。男性が57.2%と有意に多く含まれているのも特徴である ( $p < .001$ )。

2つ目のクラスタは、本稿でその存在を推論し、このクラスタ分析を通じ

て見つけようとした人々で、メディアシニシズムが平均より少し高いにもかかわらず、政治ニュースを最も楽しんで消費している群である。この群は「中シニカル消費群」と名付けた。政治ニュースは「面白く」、「緊張感を味わえる」という回答は4群の中で最も高く、「政治ニュースにはまるでドラマのような劇的な展開がある」という認識も4群の中で最も強い。そして、政治家や公職者に対するディスポジションも4群の中で最も強く形成されている。

3つ目のクラスタは、メディアシニシズムが最も高く、政治ニュースから得られる面白さや緊張感、痛快な気分を最も強く否定するとともに、強い怒りを表明している群で「高シニカル批判群」と命名した。政治ニュースから得られる楽しみを否定している点では次の「低シニカル退屈群」と似ているが、特定の政治家や公職者に対して比較的強いディスポジションを形成し、政治ニュースに対して強い怒りを覚えている点が特徴的である。政治ニュースに対して厳しい姿勢をとっている人々であると言える。

4つ目のクラスタは、メディアシニシズムは平均より少し低く、政治ニュースは全体的にあまり楽しんでいない群で「低シニカル退屈群」と命名した。政治家や公職者に対するディスポジションが最も形成されておらず、したがって政治ニュースから楽しみも、緊張感も、怒りも感じない無関心、無感覚層である。このクラスタには、女性が59.3%と有意に多く含まれていた ( $p < .05$ )。

強いメディアシニシズムを持っているにもかかわらず政治ニュースを消費する人々がいる可能性を想定していたが、そのような人々は一定の規模を持った集合としては発見されなかった。今回の調査対象者の中で見つけられたのは、平均よりわずかに高いメディアシニシズムを持ちつつ、政治ニュースを消費している人々である。ただ、今回のメディアシニシズムは全体的に非常に高く、その平均値は3.65 ( $SD=0.641$ ) である (最大値は5)。したがって、平均よりわずかに高いといっても、それは尺度得点に直すと4点に近づくかなり高いメディアシニシズムの度合いを意味するものである。このように考えると、韓国の首都圏に在住する都市の市民たちは、報道メディアの能

力を低く評価し、その報道行為の背後にある動機に疑いの目を向け、軽蔑し、嘲笑しながらも、その軽蔑すべきニュースを見ながら、自分の応援する政治家や政党、公職者が、自分の憎悪する政治家や政党、公職者に打ち勝ち、「幸せな結末」を迎えることを願いながら、ドラマのように展開する政治の物語のスリルやサスペンスを存分に楽しんでいるといえるのかもしれない。

## 5. 党派性および敵対的メディア認知と選択的接触

政治的極性化、および敵対的メディア認知との関連で注目される一つの行動傾向は、選択的接触 (selective exposure) である。検索や個人化が容易なオンラインメディアが政治情報源としての存在感を急速に増している中、自分の政治的志向性と一致する情報への偏った接触により、異なる意見に対する理解や寛容が低下し、社会の分断が進むと危惧されている (Sunstein, 2007; Stroud, 2010; Stroud & Muddiman, 2013)。

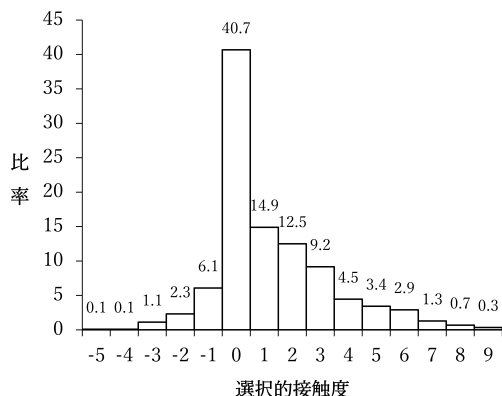
党派性や敵対的メディア認知が強まると、選択的接触もさらに進行する可能性がある。自陣営に対する攻撃的で批判的な論調を避けようとするからである。しかし一方で、党派性と敵対的メディア認知は、選択的接触を弱める可能性もある。相手陣営の主張や戦略を把握しておくことは、「戦い」にとって大事だからである。

メディアシニズムと選択的接触の関係はどうなるのであろうか。両変数が直接的に関連しているよりも、メディアシニズムが党派性や敵対的メディア認知と選択的接触の間に介在し、その関係の強さを調節するようなモデレーター働きをするかもしれない。メディアシニズムが弱い場合には、メディアの能力や倫理に対する評価が高まるため、党派性や敵対的メディア認知と選択的接触の関連が (それが正の関連であれば負の関連であれば) 強まることも予想される。

選択的接触の状況を把握するために、次の質問 (6項目、「全く見ない」から「よく見る」までの4件法) をした。「あなたは自分の政治的志向性と [一致する / 対立する] [新聞 / 放送チャンネルのニュース / YouTube やポッ



図3 調査対象者の選択的接触度の分布 (N=1168)



ドキャストのチャンネル]をどれくらい見えていますか?」がそれである。選択的接触度は、自分の政治的志向性に一致するものは見るけれども、対立するものは見ない場合に強くなるものであるため、3つのメディアそれぞれにおける、一致するメディアへの接触度と対立するメディアへの接触度の差を合計して求めた。例えば、3つのメディアすべてに対して、一致するメディアはよく見るけど、対立するメディアは全く見ない場合に、選択的接触度は最高点の9点になる。逆に一致するメディアは全く見ないのに、対立するメディアをよく見ている場合には-9点になる、という具合である。

図3は選択的接触度の分布を示したものである。選択的接触度0の人は全体の40.7%、選択的接触度1以上の人は、全体のちょうど半分くらいで、49.7%であった。むしろ対立するメディアへの接触が多い「逆選択的接触」をしている人は、全体の1割くらいで9.7%であった。ちなみにメディア別では、新聞で35.5%、放送チャンネルのニュースで39.0%、YouTubeやポッドキャストのチャンネルで27.8%の人々が選択的接触をしていた。逆選択的接触をしている人は、新聞8.1%、放送ニュース5.4%、YouTubeやポッドキャストのチャンネル6.4%で少なかった。

相関分析の結果、党派性が強くなればなるほど選択的接触度も高くなる関係性が確認された ( $r=.302, p < .01$ )。また敵対的メディア認知も選択的接触

表 5 党派性および敵対的メディア認知と選択的接触によるクラスタ分け (数値は各項目得点の平均値)

| クラスタ                       | 無党派     | 極性的     | 穏健派     |
|----------------------------|---------|---------|---------|
|                            | 非接触群    | 偏向群     | 熟読群     |
|                            | (N=605) | (N=161) | (N=402) |
| 自分の政治的志向性と一致する新聞記事の閲読      | 2.34a   | 2.86b   | 2.93b   |
| …と一致する放送ニュースの視聴            | 2.46a   | 3.13b   | 2.94c   |
| …と一致する YouTube やポッドキャストの視聴 | 1.52a   | 3.01b   | 2.88c   |
| …と対立する新聞記事の閲読              | 2.02a   | 1.81b   | 2.78c   |
| …と対立する放送ニュースの視聴            | 1.98a   | 1.69b   | 2.78c   |
| …と対立する YouTube やポッドキャストの視聴 | 1.42a   | 1.47a   | 2.61b   |
| 党派性                        | 1.61a   | 2.88b   | 1.95c   |
| 敵対的メディア認知                  | 2.57a   | 3.39b   | 2.78c   |
| 年齢                         | 42.8a   | 48.2b   | 43.8a   |
| 男性の %                      | 45.5%▼  | 51.0%   | 58.2%△  |

注 1 : 異なるアルファベットが付いている平均値の間 (行方向のみ) には少なくとも  $p < .01$  の水準で有意差があった。

注 2 : △と▼は残差分析の結果、 $p < .001$  水準で有意であったものである。

度との間で有意な正の相関を示した ( $r=.316, p < .01$ )。これらの関係に対するメディアシニジムの調節効果をみるために、メディアシニジムの高低群でそれぞれ相関分析を行ったところ、メディアシニジム低群では、党派性—選択的接触度間で  $r=.237$ 、敵対的メディア認知—選択的接触度間で  $r=.211$  であったのに対し、メディアシニジム高群では、それぞれ  $r=.306$ 、 $r=.303$  という係数が現れ (すべて  $p < .01$  で有意)、予想と違ってメディアシニジム高群においてむしろ、党派性および敵対的メディア認知が高まれば選択的接触が強まるという結果になった。

図 3 において、選択的接触度 0 の人々が、全体の 4 割ほど存在していることが示された。また、メディアごとの選択的接触度の分布でも、全体の 6 割前後の人々は選択的接触度が 0 であった。これは、一致するメディアも対立するメディアも、両方同じく見ている人々と両方同じく見ていない人々が合わさっている集合である。そこで、その集合を具体的な選択的接触の状況を

元に分解し、より詳細に党派性や敵対的メディア認知との関係を捉えるために、3つのメディアに対する接触頻度と党派性および敵対的メディア認知を基準に、クラスタ分析を実施した。表5がその結果である。<sup>3)</sup>

第1クラスタは、党派性と敵対的メディア認知がそれほど強くなく、自分の政治的志向性と一致するメディアおよび対立するメディアのどちらも比較的に見ない人々で、「無党派非接触群」と命名した。他のクラスタに比べて女性が少し多めに含まれている。

第2クラスタは、党派性と敵対的メディア認知が3群の中で最も高く、自分の政治的志向性と一致するメディアはよく見るが、対立するメディアはあまり見ない人々で、「極性的偏向群」と命名した。党派性を強く打ち出しているYouTubeやポッドキャストのチャンネルを多く見ている点が特徴的である。他のクラスタに比べ、年齢が高いのも興味深い。韓国のYouTubeには、時事問題を扱う極右系のチャンネルが多く存在するが、このようなチャンネルが保守系の高齢者層の間でよく見られていることがこのような結果に現れているものと思われる。

第3クラスタは、党派性と敵対的メディア認知もある程度高く、自分の政治的志向性と一致するメディアも対立するメディアも両方よく見ている人々で、「穏健派熟読群」と命名した。党派性はあるが、選択的接触をせず、保守系のメディアも革新系のメディアもよく見ている集団である。このクラスタは、男性の比率が有意に高かった。ある程度の党派性と敵対的メディア認知は、むしろ相手陣営に対する関心や監視欲求を高める方向に作用しているようである。

選択的接触は、メディアに対してだけでなく、対人コミュニケーションにおいても生じている可能性がある。そして対人コミュニケーションにおける選択的接触は、人々の既存態度をより強める集団極性化 (group polarization)

---

3) 最初は、党派性および敵対的メディア認知の高低×選択的接触の有無で4群の出現を予想したが、党派性および敵対的メディア認知の低い2群の選択的接触の特徴がかなり類似していたため、3群解を採用した。

表 6 政治的な対人コミュニケーションに対する選択的接触の分布 (数値は%)

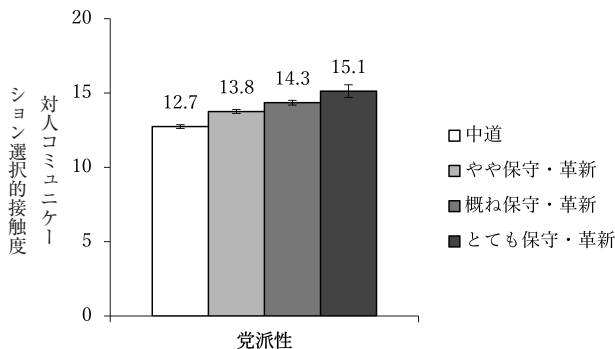
|                                 | 全く<br>そうで<br>ない | あまり<br>そうで<br>ない | どちら<br>でも<br>ない | やや<br>そうで<br>ある | とても<br>そうで<br>ある |
|---------------------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------------|------------------|
| 政治的志向性が違う人とはあまり政治に関する話をしたくない    | 2.9             | 11.0             | 30.0            | 36.7            | 19.3             |
| 政治的志向性が違う人とはあまり政治に関する話をしないほうである | 2.5             | 8.7              | 29.6            | 36.7            | 22.4             |
| 政治的志向性が似ている人とは政治に関する話をしたい       | 5.8             | 17.8             | 38.4            | 31.6            | 6.3              |
| 政治的志向性が似ている人とは政治に関する話をするほうである   | 6.7             | 18.9             | 35.7            | 33.1            | 5.6              |

現象をもたらすとされている。(Sunstein, 2009; Strandberg, 2019) そこで、まずどれくらいそのような対人コミュニケーションにおける選択的接触が行われているかを確かめるために「政治的志向性が [違う人/似ている人] と、政治についての話を [したい/する] のか」尋ねてみた。その単純集計結果が表 6 である。

まず、政治的志向性が違う人との対人コミュニケーションであるが、6 割弱の回答者が政治に関する会話を避けたいと思っているし、実際に避けていることが分かる。また、政治的志向性が似ている人とは、4 割くらいの回答者が政治に関する会話をする意向があり、実際にしていることも明らかになった。対人コミュニケーションにおいても、かなりの程度、選択的接触の傾向が存在しているのである。

この 4 つの項目に対する合計得点を「対人コミュニケーション選択的接触度」(最小 4 点~最大 20 点) とし、党派性の強さ別に平均値を算出してみたところ、図 4 のような結果を得た。予想通り、党派性が強くなるほど、対人コミュニケーションの選択的接触度も高くなっている。「概ね保守・革新」と「とても保守・革新」間以外は、すべての組み合わせにおいて平均値の有意差があった。そして、このような対人コミュニケーションにおける選択的接触の傾向は、中道 ( $M=12.7, SD=0.12$ ) や保守系 ( $M=13.6, SD=0.17$ ) の人々

図4 党派性別にみた対人コミュニケーション選択的接触度(数値は点数)



より革新系 ( $M=14.3, SD=0.13$ ) の人々が少し強かった ( $p < .01$ )。

## 6. 結論および考察

本稿では、2020年1月、韓国の首都圏で行った調査に基づき、韓国社会におけるメディアシニシズムの現状を確認するとともに、それが党派性に起因する敵対的メディア認知によってもたらされていることを示した。市民の多くは、性別、年齢、政治的志向性の如何にかかわらず、報道メディアの公共的パフォーマンスに対しては低い評価をしている一方で、報道従事者および報道機関を利己的な動機に突き動かされている集団として認識していた。

そしてこのようなメディアシニシズムは、「保守系」または「革新系」という党派性が鮮明であるほど、報道メディアの中で敵対的であると感じるメディアが多いほど、強まる傾向が確認された。韓国の報道メディアは、近年、それぞれの政治的立場を鮮明に打ち出す報道を行っているが、これが党派的な市民に対して「敵対的」に映り、メディアシニシズムにつながっているものと考えられる。一方、本稿の分析においては、メディア批判への接触が敵対的メディア認知およびメディアシニシズムと関連していることも確認されたが、対面やネット上で目にする「他の人々による」大量のメディア批判が

一種の社会的規範を形成し、メディアシニジズムの拡散を容易にしている可能性がある。

しかし、メディアを批判し、さらには軽蔑しながらも、ドラマや映画を楽しむのと同じような形で政治ニュースを「消費」している様子も確認された。物語の登場人物に対するのと同じように、特定の政治家や公職者の幸・不幸を願いながら政治ニュースに見入り、熱狂したり、憤激したりする人々が一定の割合で存在しているのである。興味深いのは、中程度のメディアシニジズムを示している人が、最も政治ニュースを楽しんで消費しているということである。メディアシニジズムが最も強い人は、政治報道に嫌気が差し、憤りを感じるだけの反応を示すが、それより少しメディアシニジズムの度合いが低い人は、むしろ政治ニュースを、ある意味においては一つの「娯楽コンテンツ」として楽しんでいる。ある程度のメディアシニジズムがあるからこそ、政治ニュースを公正中立な「堅い情報」としてではなく、真剣に受け止める必要のない「軽いドラマ」として見ることができるのかもしれない。またそのような政治ニュースの消費には、敵対的メディア認知がかかっている可能性もある。党派的なオーディエンスは、敵対的メディア認知ゆえに、政治ニュースを一つの「言説の戦場」として捉え、「戦況」を観戦しながら、ときどき掲示板やチャットで自らも「参戦」する、緊張感の高い政治コミュニケーションを経験しているのかもしれない。

本稿では、政治的極性化との関連で最近懸念されている選択的接触についても分析を試みた。新聞、放送、YouTube・ポッドキャストの3メディアにおいて、自分の政治的志向性に一致するニュースと対立するニュースへの接触度の差として捉えた政治ニュースへの選択的接触は、全体の半分くらいの人々に見られ、党派性と敵対的メディア認知が強いほど、強くなっていた。そしてメディアシニジズムが強い群において、党派性および敵対的メディア認知と選択的接触度の関連はより強く現れていた。本稿においてメディアシニジズムは、報道メディア全体に対する態度として概念化され、測定されているが、実際には、「敵対する」メディアへのシニジズムに大きく影響されている可能性がある。もしそうであれば、メディアシニジズムが強いという

ことは、敵対するメディアをより低く評価し、より軽蔑することになるので、このような結果になったのだと解釈できる。

党派性および敵対的メディア認知は、全体的には選択的接触を強める影響力を持っていたが、ある程度の党派性や敵対的メディア認知は、むしろ対立するメディアへの接触を高める働きをしていることも確認された。全体の38%に当たる人々が、このような「穏健派熟読群」で、強い党派性と敵対的メディア認知によって高度に選択的接触をしている「極性的偏向群」は、全体の15%くらいと少なかった。

選択的接触は、対人コミュニケーションにおいても起きていた。多くの人々が、政治的志向性の異なる相手とは意識的に政治に関する会話を避け、政治的志向性の似ている人と会話をしたがる傾向を示した。党派性の強さはここでも影響を与えていたが、保守系の人々よりも革新系の人々にその傾向がより強かった。

市民および報道メディアの政治的極性化は、政治への関心および参加を高め、市民の政治的有効感を強めるなどのポジティブな結果をもたらす側面もあるが、一方で、市民間の対立、市民とメディアの対立、メディア間の対立を常態化させてもいる。このような事態が、市民の政治コミュニケーションや政治行動にどのような影響を及ぼすかについて注目していく必要がある。

## 参考文献

- Arpan, L. M., & Raney, A. A. (2003). An experimental investigation of news source and the hostile media effect. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(2), 265-281.
- 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.

- Gunther, A. C., & Schmitt, K. (2004). Mapping boundaries of the hostile media effect. *Journal of Communication*, 54(1), 55-70.
- Gunther, A. C., Miller, N., & Liebhart, J. L. (2009). Assimilation and contrast in a test of the hostile media effect. *Communication Research*, 36(6), 747-764.
- Hansen, G. J., & Kim, H. (2011). Is the media biased against me? A meta-analysis of the hostile media effect research. *Communication Research Reports*, 28(2), 169-179.
- 韓国言論振興財団 (2019)、『2019 言論受容者調査』。
- 李光鎬 (2019)、「敵対的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化を背景に」、『メディア・コミュニケーション』No.70、19-27 頁。
- Perloff, R. M. (2015). A three-decade retrospective on the hostile media effect. *Mass Communication and Society*, 18(6), 701-729.
- Raney, A. A. (2004). Expanding disposition theory: Reconsidering character liking, moral evaluations, and enjoyment. *Communication Theory*, 14(4), 348-369.
- Raney, A. A. (2013). The psychology of disposition-based theories of media enjoyment. In *Psychology of Entertainment* (pp. 155-168). Routledge.
- Strandberg, K., Himmelroos, S., & Grönlund, K. (2019). Do discussions in like-minded groups necessarily lead to more extreme opinions? Deliberative democracy and group polarization. *International Political Science Review*, 40(1), 41-57.
- 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.
- Sunstein, C. R. (2007). *Republic.com 2.0*, Princeton University Press.
- Sunstein, C. R. (2009). *Going to extremes: How like minds unite and divide*. Oxford University Press.
- 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), 577-585.
- Zillman, D., & Cantor, J. R. (1977). Affective responses to the emotions of a protagonist. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13(2), 155-165.
- Zillmann, D., Bryant, J., & Sapolsky, B. S. (1989). Enjoyment from sports spectatorship. *Sports, Games, and Play: Social and Psychological Viewpoints*, 2, 241-278.
- Zillmann, D. (1995). Mechanisms of emotional involvement with drama. *Poetics*, 23(1-2), 33-51.
- 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.