

Title	動画共有サービスが支持政党決定に与える影響とその構造： 2009年衆議院選挙における、ニコニコ動画についての分析から
Sub Title	The impact of video-sharing service on decisions of political party to support and its process : by analyzing Niconico douga for the lower house general election on 2009 in Japan
Author	水上, 祐輔(Mizukami, Yusuke) 岸, 博幸(Kishi, Hiroyuki)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2009
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2009年度メディアデザイン学 第42号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002009-0042

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.

修士論文 2009年度（平成21年度）

動画共有サービスが支持政党決定に与える影響とその構造

－ 2009年衆議院選挙における、ニコニコ動画についての分析から －

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科

水上祐輔

修士論文 2009年度（平成21年度）

動画共有サービスが支持政党決定に与える影響とその構造

－ 2009年衆議院選挙における、ニコニコ動画についての分析から －

論文要旨

本論文は、ニコニコ動画において、動画視聴が政党支持決定にどう影響を与えたかを政治学の視点から論じたものである。2009年衆議院総選挙において、民主党が大勝した。しかし、選挙期間前、新聞による調査では民主党の支持率が高いにもかかわらず、ニコニコ動画の調査では自民党の支持率が高かった。先行研究では、インターネットの活用や参加型ネットワークツールは政党支持や投票参加に影響を与えないと述べられている。しかし、インターネット活用のいち要素である動画視聴がユーザーに影響を与えているため、一般的な世論調査結果とニコニコ動画の調査結果とが正反対になっているのではないだろうか。そこで、2つのリサーチクエッションを設定した。RQ1は「ニコニコ動画において、どういった要素がそのユーザーの政党支持決定に影響を与えるのか」である。RQ2は「ニコニコ動画の政治系動画視聴はどのような構造でユーザーの政党支持決定に効果を与えているのか」である。RQ1については、支持政党や信頼するメディアといった項目についてニコニコ動画ユーザーにアンケートし、調査結果をもとに回帰分析を行った。その結果、ニコニコ動画で政治系動画を視聴するという項目やインターネットを信頼して使用するという項目が自民党支持に大きな影響を与えるということが分かった。RQ2について、登場人物や政策などを独立変数、動画から受ける印象を従属変数として判別分析を行った。登場人物やアニメやゲームのオマージュといった項目が肯定的印象に大きな効果を示した。このことから、動画視聴時にユーザーは自民党の登場人物やオマージュに共感し、それが自民党支持につながるということが分かった。本研究によって、ニコニコ動画のユーザーは、あるユーザーたちが投稿した動画を体験し、その体験の中でも登場人物に対する印象を共有することを通じて、政党支持の動機を蓄積していったことが分かった。ニコニコ動画ではユーザー主導のボトムアップの政治態度形成が行われていたのである。

キーワード

動画共有サイト、民主主義システム、政党支持、インターネット、選挙

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科

水上 祐輔

Abstract of Master's Thesis Academic Year 2009

The Impact of Video-Sharing Service on Decisions of Political Party to Support and its Process

- By Analyzing NicoNico Douga for the Lower House General Election on 2009 in Japan -

Summary

This research discussed how the video seeing and hearing affected decisions of political party to support from a political viewpoint in NicoNico Douga. Democratic Party won a great victory in House of Representatives general election in 2009. It is stated that the Internet and the participatory network tool don't affect decision of political party to support and voting behavior in the previous study. However, it is supposed that the findings of NicoNico Douga becomes completely opposite to a general poll result because the video seeing and hearing affects users. Therefore I set two research questions. RQ1 is "what kind of element affects the decisions of political party in NicoNico Douga". RQ2 is "what kind of element of the political video in NicoNico Douga gives decisions of political party to support". About RQ1, I had a questionnaire to NicoNico Douga user about few items such as the party to support and the media to trust and, performed a regression analysis based on findings. As a result, I understood that the item, which a user trusted and used the Internet and the item to see and hear the political video in NicoNico Douga gave Liberal Democratic Party support big influence. About RQ2, I performed a discriminant analysis. The dependent variable is an impression from videos. The independent variable is characters, the policies and so on. An item such as the homage of cartoon films and video games showed a big effect in an affirmative impression. It became visible that users sympathized with a character of the Liberal Democratic Party and the homage at the time of the video seeing and hearing and it led to Liberal Democratic Party support. It became clear that the user of NicoNico Douga experienced the movie which a certain user posted and accumulated a motive of the political party support through sharing an impression for the character of the movie. The user-led bottom-up formation of the political attitude was performed at NicoNico Douga.

Key Word

Video-sharing Site, Democratic System, Political Party Approval Ratings, Internet, Election

Keio University Graduate School of Media Design

Yusuke Mizukami

目次

第 1 章	序論	6
1.1	2009 年衆議院総選挙	6
1.2	ニコニコ動画	7
1.3	ニコ割選挙カー	8
1.4	リサーチクエッション、仮説と証明の概要	9
第 2 章	関連研究	11
第 3 章	ニコニコ動画における、ユーザーの政党支持決定への影響	16
3.1	RQ1 の概要	16
3.2	調査分析手法	17
3.3	分析結果・考察	21
第 4 章	ニコニコ動画上の政治系動画がユーザーの政党支持決定にあたる影響の構造 27	
4.1	RQ2 の概要	27
4.2	調査分析手法	28
4.3	分析結果・考察	31
第 5 章	結論、課題と展望	35
5.1	結論	35
5.2	課題	36
5.3	展望	38

図目次

図 1：ネット世論調査「内閣支持率調査 2009/6/18」結果.....	7
図 2：ニコ割選挙カー	8
図 3：ニコ割エリア	9
図 4：『七色の麻生太郎』	23
図 5：『「危機をチャンスに変えろ」(前編) ~G20 サミットの 舞台裏』	24
図 6：『2009.1.29 国務大臣の演説に対する質疑(代表質問) - 細田博之』	31
図 7：ニコニコ生放送	39

表目次

表 1：質問一覧	18
表 2：政党支持を予測するロジスティックモデル	22
表 3：肯定的キーワードと否定的キーワード	29
表 4：動画から受ける肯定的印象と否定的印象とを判別するモデル	32

第1章 序論

1.1 2009年衆議院総選挙

2009年衆議院総選挙において、民主党が308議席を獲得し大勝した。民主党は「政権交代」というキーワードを掲げ、小選挙区において史上最高の得票率を記録し、与党となった。逆に自民党は、1955年の結党以来初めて衆議院第一党を失った。菅原(2009)[1]によれば、安泰に見えた小泉政権時代から自民党の凋落の兆しはあり、「もう息を吹き返すことができないかもしれない」とも述べられている。

2009年の衆議院総選挙では、従来と比べてインターネットが活用された。これまでもウェブサイト、blogやメールマガジンといったツールは政治家や政党のメッセージを有権者に伝える場として活用されていた。それに加えて2009年の衆議院総選挙では、動画共有サイト、web上での生放送やtwitterといったツールが使われた。YouTubeやニコニコ動画といった動画共有サイトでは各政党の公式ページが開かれ、党首や所属議員が視聴者にメッセージを伝えた。web上で生放送を行えるサービスであるニコニコ生放送では、党首記者会見のストリーミング配信が行われたり、議員出演によるユーザーのコメントも踏まえた議論が行われたりした。twitterでは、逢坂誠二氏などの議員が自らの活動をつぶやいたり、審議の過程についての書き込みが行われた。[2]

一方、マスメディアでは、麻生太郎前首相の首相就任直後から解散の時期について取りざたする報道が続いた。朝日新聞を見てみると、麻生氏が首相に就任した直後の2008年09月25日の朝刊において、「いつ解散、3つの筋立て 補正審議と支持率次第 麻生新政権」という見出しで解散の時期を予測している。他にも、2008年12月01日の朝刊において「衆院解散は春以降 自民・細田幹事長」、2009年01月27日の朝刊において「麻生首相、解散春か秋か 予算成立後、時期巡る攻防へ」という記事が見え、こうした報道が断続的に行われていることが分かる。こういった「解散風」は、自民党について否定的な印象を受け手に与え続けたと予想する。

また、新聞の世論調査によれば、麻生氏在任時期から自民党の支持率は民主党のそれより低かった。朝日新聞によると、2009年02月21日の朝刊では自民党25%、民主党26%と支持率は拮抗しているが、2009年06月16日の朝刊では、自民党22%民主党29%と、自民党の支持率が落ち、民主党の支持率が高くなっていることが分かる。2009年07月20日の朝刊段階では、自民党20%、民主党31%となっている。

しかし、同時期のニコニコ動画の調査では、自民党の支持率が民主党のそれより高くなっている。以下はニコニコ動画を視聴しているユーザーに対して行われたアンケートの結果である。

2009年1月28日では自民党31%、民主党18%[3]、2009年2月13日の調査では自民党33%、民主党17%[4]、2009年6月18日の調査では自民党34%、民主党16%（図1）[5]となっている。このように、新聞の調査結果とニコニコ動画の調査結果とが、自民党と民主党とを対比して見る限り正反対の値を示している。

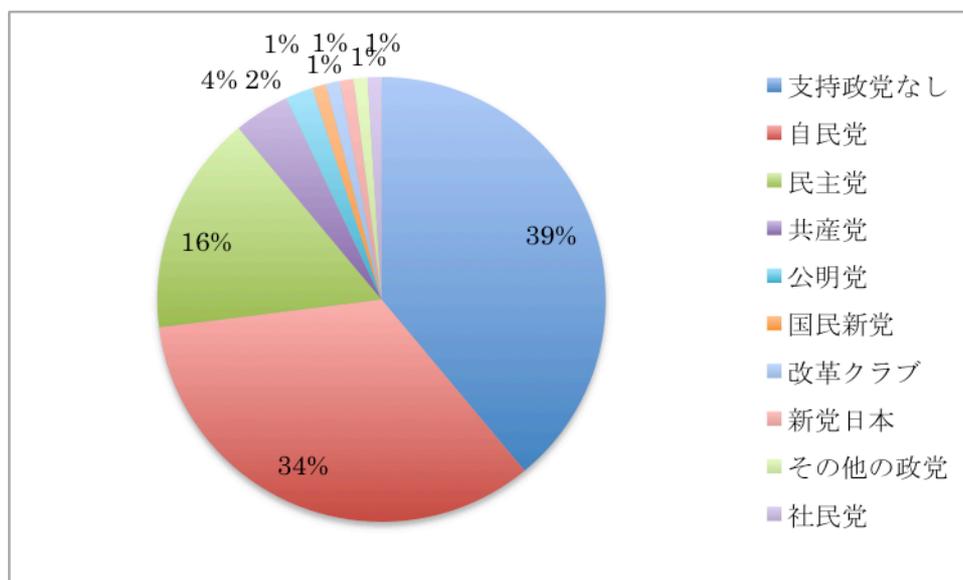


図 1：ネット世論調査「内閣支持率調査 2009/6/18」結果

1.2 ニコニコ動画

この調査結果について言及する前に、ニコニコ動画[6]についての説明を行う。ニコニコ動画とは、2006年にサービスインした、動画にテロップとしてコメントをつけることができる、国産の動画共有サイトである。会員制となっており、動画視聴は会員でないとできない。会員数は2010年2月時点で1,564万人である。

同様の動画共有サイトとしてYouTubeがあるが、コメントの表示方法が異なる。YouTubeに投稿されたコメントは動画の下に掲示板のように連なって表示される。しかし、ニコニコ動画においては動画の上にコメントが重なって表示される。動画のある時点で投稿されたコメントは、実際の時間に関わらず動画のタイムラインに沿って表示される。

ニコニコ動画では、2008年9月26日に小沢一郎チャンネル、10月9日に志位和夫チャンネル、10月14日に福島みずほチャンネル、10月20日に麻生自民党チャンネルが開設された。各々のチャンネルでは、各党の記者会見や党首からのメッセージが公開されていった。

ニコニコ動画にはニコ割アンケートという仕組みがあり、前述の調査はそれによって行われた。ニコ割アンケートとは、ある時間に動画を視聴しているユーザーに一斉にアンケートを行うシス

テムである。これを行うことによって、約 10 分のうちに 50,000～100,000 人のユーザーからの回答を得、集計することができる。また、アンケートを行う時間が事前に告知されないため、意図的にアンケートを答えにくるということが不可能な仕組みとなっている。

1.3 ニコ割選挙カー

ニコニコ動画上では、「解散風」が吹いていた世間とは異なり、自民党のコンテンツが盛り上がった。例えば、『「危機をチャンスに変えろ」(前編)～G20 サミットの 舞台裏』[7]や、『七色の麻生太郎』[8]といった動画が挙げられる。前者は麻生氏の G20 サミットでの活動をドラマ仕立てにしたもの、後者はニコニコ動画内の人気曲『七色のニコニコ動画』[9]を、麻生氏をネタに替え歌したもので、いずれも政治カテゴリランキングで 1 位を記録している。民主党に関する動画でランキングに上がったものは『小沢一郎がヤバイ 「中国主席に握手してもらった」とハイテンション』[10]や『【特設】年金問題について / 民主党代表 小沢一郎』[11]といったもので、明らかな否定的印象が読み取れる。また、政党の公式動画ではこのように盛り上がったコンテンツは無く、ユーザーが制作した動画で他のユーザーが盛り上がっているのが特徴であった。

しかし、ニコニコ動画においても新聞の調査と同様に、支持政党無しの層が一番多いことには変わらない。そこで、ニコニコ動画の中で盛り上がっている政治系動画を支持政党無し層のような政治に興味の無い人にも紹介しつつ、ある党に偏向しない情報をユーザーに提示することをコンセプトとして、ニコ割選挙カー企画を実施した。

ニコ割選挙カー企画にはニコ割部分に流れるコンテンツとニコ割アンケートが含まれている。選挙期間前にアンケートを行い、動画再生部分の上にある「ニコ割エリア」にコンテンツを流し、選挙期間終了後に再度アンケートを行った。2009 年 8 月 6 日から 8 月 17 日にかけて、ある時間に、「ニコ割エリア」において動画紹介を行うことで、強制的にその時期盛り上がっている政治系動画を提示した。「ニコ割エリア」のコンテンツによってユーザーの政治関心を高める機会を増やし、アンケートによってニコニコ動画全体としての民主主義システムへの影響を確認する。「ニコ割エリア」のコンテンツについての詳細な記述は喜安伸の論文に譲る。本稿ではアンケートによって確認されたニコニコ動画がユーザーの政治的態度に与えた影響について考察する。

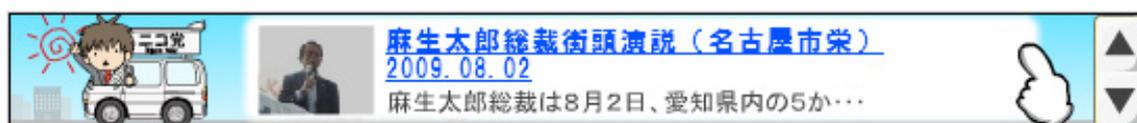


図 2 : ニコ割選挙カー



図 3：ニコ割エリア

1.4 リサーチクエッション、仮説と証明の概要

本論文は、ニコニコ動画において、動画視聴が政党支持決定にどう影響を与えたかを政治学の視点から論じたものである。

1章1節で述べたように、新聞による調査では民主党の支持率が高いにも関わらず、ニコニコ動画では自民党の支持率が高く表れた。小林(2007)[12]では、インターネットは政党支持に影響を与えないと述べられている。また、金(2009)[13]でも、SNSや動画共有サイトといった参加型ネットワークツールは投票参加に影響を与えていないという分析が行われている。

しかし、一般的な世論調査結果とニコニコ動画の調査結果とが正反対であるということは、ニコニコ動画での動画視聴が何らかの影響を与えているのではないだろうか。つまり、動画を見てコミュニケーションをとるということが政治的態度を変化させるということである。

ニコニコ動画では、ユーザーが動画を制作し、その作品を投稿する。他のユーザーはその動画を見て、それをネタにコメントをつけることでコミュニケーションが行われる。濱野(2008a)によれば、ニコニコ動画は、コメントが時系列ではなく動画のタイムラインに沿って表示されるため、ユーザーが視聴体験の共有をすることができるというアーキテクチャを持つ。

ニコニコ動画の仕組みを踏まえた上で、前述の調査結果の乖離を考えてみると、ユーザーが制作した動画について、ユーザーがコミュニケーションを共有することで、ユーザーの政党支持態度に変化がもたらされたのではないだろうか。これが本論文の仮説である。従来はマスメディアによってアジェンダセッティングされたテーマについて大衆はコミュニケーションをとり、それが政治的態度に結びついていた。しかし、ソーシャルメディアを市民が使いこなすようになる時代においては、ユーザーがアジェンダセッティングし、それについてユーザーがコミュニケーションをとることでユーザーの政治的態度が変容するといったことがありうるのではないだろうか。

以上の仮説について考えるため、RQ1「ニコニコ動画において、どういった要素がそのユー

ザーの政党支持決定に影響を与えるのか」を設定した。ここでは、動画を視聴することが政治的態度に影響を与えるのかどうかを、政党支持決定という項目に焦点を絞って分析する。2009年の衆院選の争点は自民党と民主党の政権交代であったからである。

仮にRQ1についての分析で動画視聴が政党支持に影響を与えることが明らかにされたとしても、動画の視聴が支持政党決定にどのように影響を与えるのかといった問題は残されている。そこで、RQ2「ニコニコ動画の政治系動画視聴はどのような構造で政党支持に効果を与えているのか」を設定した。ここでは、どういった視聴体験の共有が政党支持決定に影響を与えているのかということ进行分析する。

RQ1については、2009年7月24日に支持政党や信頼するメディアといった項目を問うニコ割アンケートを実施し、その結果をもとに支持政党を従属変数として2項ロジスティック回帰分析を行った。その結果、ニコニコ動画で政治系のコンテンツを視聴するという項目やインターネットを信頼して使用するという項目が自民党支持に大きな影響を与えるということが分かった。

RQ2について、登場人物や政策などを独立変数、動画からうける印象を従属変数として判別分析を行った。登場人物やアニメやゲームのオマージュといった項目が肯定的印象に大きな効果を示した。このことより、ユーザーは動画視聴時に、自民党の登場人物やオマージュに共感し、それが自民党支持につながるということが分かった。

YouTubeについて研究したLaChrystal(2009)[14]によれば、YouTubeは政治的討論の場としても機能すると述べられている。同じ動画共有サイトでありながら、ニコニコ動画は討論に適した環境ではなく、視聴体験の共有の場である。そのアーキテクチャにも鑑みた本研究によって、ユーザー主導のボトムアップの政治態度形成が行われうるということが分かった。つまり、ニコニコ動画ユーザーは、あるユーザーたちが投稿した動画を体験し、その体験の中でも、登場人物に対する印象を共有することを通じて、政党支持の動機を蓄積していったのである。これは、今後、ユーザー完結型の政治的態度形成が行われていく可能性を示している。

第2章 関連研究

小林（2007）によれば、民主主義政治システムにおけるインターネット利用の効果についての研究の流れは2つある。ひとつは「インターネットを利用したコミュニケーションがマスメディアからの一方向的な情報の流れに比して双方向性が高いことを前提に、政治的な議論や討議の場として機能することを期待する規範的な議論」である。もうひとつは「インターネット利用が政治的システムに対してどのように貢献するべきかについてはひとまず留保した上で、インターネットという新しいメディアが人々のマイクロなコミュニケーションの動態にどのような効果をもたらし、その修正と創発がいかなる政治的含意を示唆するのかを実証的に検討していく」研究である。本研究は、後者の流れをくんだ論を進めることとする。

日本の選挙における、インターネットの政治的態度への影響については、小林（2007）が、**RQ1**「インターネット利用の量的な拡大の内部で、どのような質的な変化が政治的にレリバンタな文脈で生じているのか」と **RQ2**「またそうした質的な変化は民主主義政治システムにどのような帰結をもたらすのか」という問題意識を持って、以下の調査分析を行っている。

この論文では、2003年衆院選時と2005年衆院選時のパネル調査 **JESIII** で得られたデータを用いている。最初に、インターネットの政治情報を利用している人と利用していない人を横軸、自民党支持度と民主党支持度を縦軸にとり、各グラフの真ん中を平均値、そこから上下にのびている範囲に95%のデータが含まれるグラフを作る。ここから、インターネットの利用者の方が民主党に好意的であるという傾向があり、2003年以降それが変化しつつあることを読み取っている。ただし、この変化がインターネット利用そのものを原因とするのか、インターネット利用率の量的拡大によるものかが不明であるため、次の分析を行っている。

2つ目の分析として、前述の **JESIII** 調査のデータを用い、政党支持の変化に対してインターネットの利用がどのような因果的効果を持ったのかを検証している。従属変数として自民党支持度・民主党支持度を設定し、独立変数として基本的なデモグラフィック変数のほか、政治的特性として政治知識度、イデオロギー、政治関心、政党支持（自民党支持度・民主党支持度）を設定している。また、対人的な政治環境の効果を統制するために、ネットワーク政治議論平均（ネットワーク内での政治的会話の平均的頻度）、ネットワーク政治知識平均（回答者を取り巻く政治的会話他社が平均してどの程度政治的知識を有しているか）、ネットワーク同質性平均（政治的会話他社が考え方や行動に置いて平均してどの程度類似しているか）を設定している。注目するインターネット利用変数としては、PCウェブ利用・PCメール利用・携帯メール利用・インターネット政治情報利用の4変数を設定している。変数設定後、順序ロジット回帰分析を行い、2005年時に測定された従属変数を、2003年時に測定された独立変数で予測するモデルを作っている。

分析の結果、民主党支持度に関して携帯メール利用が有意を示した以外は、PCウェブ利用・PCメール利用・携帯メール利用・インターネット政治情報利用それぞれ有意な結果を示さなか

ったため、インターネット利用の変数の効果が政党支持度の変化に対して効果を持っていなかったと述べている。このことから、インターネット利用者の「民主党バイアス」が縮小傾向にあることはインターネット利用そのものの影響というより新たにインターネット利用者として入ってきた層に自民党支持者が多かったためだと結論している。

さらに、政党支持よりは短期的な変動に影響されやすい内閣支持度について検討している。ふたつめの分析と同様の独立変数と、小泉内閣支持度という従属変数を用い、順序ロジット回帰分析を行っている。その結果、PC ウェブ利用と PC メール利用が有意であった。すなわち、PC によってウェブを閲覧したり、メールのやり取りをしたりしている人ほど、小泉内閣支持度が高い方向へ変化するということである。

以上のことから、まず、オンラインコミュニケーションが特定の党派生を帯びることで異質な政治的態度の人々との対話機会を減じるといったマイナスの帰結をもたらさうインターネットの党派性バイアスが弱まらなことは望ましいことであるが、それはインターネット自体の効果ではなく、他の要因の変化によるものであるとしている。次に、内閣支持度に PC によるインターネット利用が効果をもっていたことは、小泉内閣が 2005 年の衆議院選挙でインターネットを選挙戦略にうまく活用することに成功したものであるとしている。

金 (2009) では、参加型ネットツールの投票参加への影響について、日韓の比較を通じて調査分析が行われている。参加型ネットツールとは、掲示板、ブログ、SNS などことを指す。問題意識として、RQ1「政治情報源としてのテレビ、新聞、インターネットの利用は政治参加に如何に役立つのか」、RQ2「政治参加において掲示板、ブログ、SNS、動画サイトへの参加行動（閲覧・ポスト）は如何に有効か」、RQ3「匿名掲示板、ブログ、SNS によって構成される参加型ネットツールの利用および保守・革新的政治的傾向との関係はどのようなものか」といったものが挙げられている。

この論文の分析では、2008 年度に日本と韓国で 20 代～40 代までの有権者（日本：930 名、韓国：1013 名）に対して行った web 調査をデータとして用いている。そこで質問された項目は、（1）テレビ番組、新聞記事や PC インターネットの 1 日平均利用時間、（2）選挙情報に関する情報源、（3）匿名掲示板・ブログ・SNS・動画サイトといった参加型ツールでの政治関連情報の閲覧・ポスト、（4）政治問題への関心度、（5）自分の投票が政治過程に影響を与えられるかという政治効能感、（6）保守から革新までの範囲における政治的傾向の 6 つである。

RQ1 のために、メディア別の選挙情報取得のための接触頻度を計算している。日本の場合、選挙情報源としてテレビが最も接触頻度が多く、新聞記事、インターネットと続いている。t 検定の結果においても、新聞・インターネットよりテレビに最もよく接触していることが示されている。テレビの選挙における影響力は選挙情報に関して最も有効なメディアであるということだ。韓国の場合、選挙情報源として最も接触するメディアはインターネットであり、テレビ、新聞と続いている。t 検定結果においてもインターネットは新聞の接触度を上回る結果が見られた。韓国における政治関連の情報メディアとして新聞の影響力が相対的に弱まっているということである。

RQ2 のために、ロジスティック回帰分析によって投票参加を予測するモデルを用いて検討を行っている。従属変数は投票参加である。独立変数を設定する前に、掲示板・ブログ・SNS・動画各々の閲覧とポストに関する因子分析を行っており、その結果として「参加型ネットワークツールの閲覧」と「参加型ネットワークツールのポスト」という因子が抽出されている。これら2つの項目と、デモグラフィック要因、先有傾向、メディアの視聴時間を独立変数として設定している。投票参加を予測するモデルでは、日本の場合、参加型ネットツールでの閲覧・ポストは有意な意味を示さなかった。一方韓国の場合、参加型ネットツールの閲覧が有意な変数として示された。

RQ3 のために、政治的傾向による参加型ネットツール上の政治関連情報の閲覧・ポストの頻度の相違を分析している。保守、中道あるいは革新の傾向を持つ人が、匿名掲示板やブログなどへのポストや閲覧をどのような頻度で行うのかということ調べている。日本の場合は参加型ネットツール上の政治情報の閲覧・ポストといった行動と政治的傾向の間には有意な関係性は見られなかった。韓国の場合は匿名掲示板の閲覧・ポストする人は保守の傾向があり、ブログやSNSはその逆であった。

以上のような調査分析の結果、日本においては参加型ツールへのポスト・閲覧ともに政治参加に影響を与えるものではなく、韓国においては、その閲覧は投票参加に影響があるということがわかった。このことから、韓国においては、参加型ネットツールである掲示板やSNSを用いて政治関連情報の取得を行うことにより、政治知識の質や量が向上し、投票への意志が高まる傾向があると述べられている。

2008年米大統領選時のYouTubeに関しては、LaChrystal Ricke(2009)が、The CNN YouTube Debateを対象に、RQ1「伝統的に政治的に過小に評価されている／分離されている人々がどのような割合でThe CNN YouTube Debateに存在するのか」、RQ2「The CNN YouTube Debateに提起される問題の特徴は何か？」という問題意識を持って以下の調査分析を行っている。

討論のために投稿された7,916の動画の中から、無作為抽出により698の動画を取り出し、サンプルとした。また、放送のために選ばれた72についても、これをサンプルとした。これらのサンプルについて著者を含めた、女性2人男性1人でコーディングを行った。

その上で、まずRQ1のために人口統計学的分析を行い、以下の点において有意差が認められた。民主党の動画では26-40あるいは41-55歳のサンプルが主で、共和党のサンプルでは18歳以下と19-25歳が主である。また、人種は白人が大多数であり、性別では男性が主である。

次に、RQ2のために内容分析を行い、質問の話題として国内の関心事、教育、イラク、ヘルスケア、政治的素質という5つに有意差を見いだした。また、討論のために投稿された動画と放送のために選ばれた動画とを比べたとき、後者は反論が多いということも指摘する。

さらに、2004年における黒人、ヒスパニック系、アジア人の有権者割合と、YouTubeへの党後者の中の人種割合とを比べ、いずれも2004年よりも割合が高いことから、CNN-YouTubeでのディベートは少数派に民主主義的機会を与えているとしている。

果たして、CNN-YouTubeでのディベートはうまく多くのアメリカ人を民主主義の議論に引き

込んだと結論している。市民の声が公共の政治的討論に取り込まれることは、未来の民主主義に新しい道を開くものだという。

ニコニコ動画については、濱野智史（2008a）[15]においていくつかの考察が施されている。まず、ニコニコ動画と YouTube などの他の動画共有サイトとを比較すると、その特徴は動画を視聴する側の体験共有であるということが見いだせる。ある動画をみんなで見ているような感覚を味わえるということである。ただし、この体験の共有はある種の錯覚であり、その錯覚をニコニコ動画のアーキテクチャが可能としているという。つまり、同じ現在を共有しているという錯覚を、視聴者による主観的なコメントを動画のタイムラインに合わせて並べ替えてしまうことによって実現しているのである。このように、ニコニコ動画は視聴体験を擬似的に共有させることが可能なので、濱野はこれを疑似同期のメディアと定義している。

濱野（2008b）[16]においては、ニコニコ動画と 2ちゃんねるとを比較することによって、その盛り上がりの特徴を論じている。疑似同期というシステムを備えたニコニコ動画は、本来なら一回限りの「いま・ここ」性を複製する。その「複製技術」からユーザーはネタを享受している。このネタに基づくコミュニケーションの基本的な構成要素は 2ちゃんねると同様であり、ネタ→ツッコミ→笑いという一連の流れが存在するという。しかし、2ちゃんねるは「祭り」と呼ばれる、あるネタに関するコミュニケーションの盛り上がりが発生すると、それにリアルタイムで参加していなければ、「祭り」の共同体からは切り離され、文脈の把握ができなくなってしまう。対してニコニコ動画では、その疑似同期アーキテクチャにより、「祭り」は常にユーザーの目の前に存在することになる。つまり、「ニコニコ動画はコミュニケーションの文脈を分断させる「非同期性」を抹消する」ということである。

また、濱野（2008c）[17]では、「生成力」という概念に注目してニコニコ動画と YouTube とを比較している。「生成力」とは、「インターネットや PC といった情報環境の土台たる「プラットフォーム」としての性能を総称したもの」である。たとえば、オープンソースプロジェクトに代表される「オープン性」や、クリエイティブコモンズに代表される「共有地」といった性質が含まれる。

濱野はニコニコ動画と YouTube との相違点として「N次創作」の存在を挙げる。ニコニコ動画では「N次創作」現象が見られるが、YouTube では見られないということである。「N次創作」現象とは、一次創作が二次創作の構成要素となり、二次創作が三次創作の構成要素となり、N次創作が（N+1）次創作の構成要素となるような動画が制作されていくことである。

この「N次創作」現象が YouTube ではなくニコニコ動画で現出した原因が、ニコニコ動画のタグシステムであり、これが「生成力」を高める機能を持っていると述べる。このタグシステムを濱野は「フラクソノミー」と名付ける。ニコニコ動画では1つの動画につけられるタグは10個に限られるため、タグが「自然淘汰」ならぬ「人工淘汰」を経ることでカオスフルな分類語を生み出すからである。N次創作者たちは、カオスフルなタグによって（N-1）次以前の創作を参照することで、動画と動画との関係を把握し、そこからインスピレーションを得ながら派生作品を作っていくのである。

このように、民主主義政治システムにおけるインターネット活用の効果についての研究において、インターネットの活用が政治的態度に与える影響、参加型インターネットメディアが投票参加に与える影響や動画共有サイトが民主主義的議論の場として果たしうる役割といったことについては研究が行われている。しかし、日本の選挙における動画共有サイトの影響にフォーカスした研究は行われていない。米大統領選での YouTube の事例を用いた研究は行われているが、濱野が述べているようにニコニコ動画は YouTube とはアーキテクチャが異なり、そのことによって独特な文化が築かれている。濱野のいう「疑似同期」あるいは「N次創作」がそれである。ニコニコ動画は視聴体験を擬似的に共有できるという特性を持つため、YouTube とは別の性質の場として民主主義政治システムに存在するはずだ。以上のことから、本研究ではニコニコ動画を対象に、動画視聴が政治的態度に与える影響について研究を行う。

第3章 ニコニコ動画における、ユーザーの政党 支持決定への影響

3.1 RQ1 の概要

RQ1 は、ニコニコ動画において、どのような要素がそのユーザーの政党支持決定に影響を与えるのかというものである。これまでの研究から、インターネットは政党支持決定に影響を与えることはないとされている。これは、従来の研究がインターネット全体の影響力について論じたものであることに起因すると考えられる。ある個別のサービスについて見れば影響があるのではないだろうか。本章では、ニコニコ動画を対象とすることで、インターネット活用の一部である動画視聴の影響を明らかにし、その要素について考察する。

小林（2007）では、インターネットの活用はユーザーの政党支持決定に有意な影響を与えないと述べられている。2003 年の調査で得られた各変数から 2005 年の調査で得られた政党支持度を予測するモデルを構築、検証している。独立変数にはデモグラフィック変数、政治的特性、パーソナルネットワークやインターネットの活用についての項目が、従属変数には政党支持度が設定されている。インターネット使用についての変数は PC ウェブ利用・PC メール利用・携帯メール利用・インターネット政治情報利用の 5 つである。分析の結果、政党支持決定に影響を与えるのは、対立政党への支持度という要因であって、インターネットの活用にはその効果がないと考察している。

しかし、小林（2007）の時期とはインターネット活用を取り巻く状況は著しく変化している。小林（2007）の分析は 2005 年までを対象としており、2005 年のインターネット利用率は 70.8% であった。独立変数のデータを取得した 2003 年においては 64.3% であった。それに対して、2008 年（本稿が対象とするのは 2009 年であるが、総務省の調査結果は 2008 年分が最新である）におけるインターネット利用率は 75.3% である[19]。このように、インターネットの使用は小林が研究対象とした 2003-2005 年よりも非常に広く浸透している。

インターネット利用状況の変化に鑑みれば、個別のインターネットサービスについてその影響力を考察する必要がある。第一の理由として、インターネットの活用は一般的になってきており、その使用／不使用で差が出にくいと考えられることが挙げられる。使用如何について見るよりも、インターネット使用を前提として、どのようなサービスを使うかという軸を設けて分析する方が適切である。第二の理由として、サービスによってユーザーとアーキテクチャが異なることから、コミュニケーションの違いが生まれることが挙げられる。特に CGM サービスにおいては、コミュニケーションの性格によってユーザーに与えられる影響は変わってくるはずであり、そのコミ

コミュニケーションについて考察する必要がある。インターネット全般についての研究と同様に、個別のインターネットサービスについての影響度の研究も蓄積していく必要があると考える。

本章では、2009年衆院選での調査で特徴的な結果が見られたニコニコ動画に注目してユーザーの政党支持に与える影響を分析する。ニコニコ動画で行われた出口調査では、投票した人のうち、民主党への投票が32%、自民党への投票が48%という特徴的な結果が見られた[20]。同時期に行われた楽天リサーチによる支持率調査では、民主党支持34%、自民党支持16%という結果が出ている[21]。これは、ニコニコ動画における結果がインターネット全体の傾向に従っているというわけではなく、ニコニコ動画特有の傾向であるということを示唆している。ニコニコ動画がユーザーの政党支持に与える影響についての分析を行うことで、従来の研究とは別の角度からインターネットの政治的態度への影響を考察する。

3.2 調査分析手法

この分析では、ニコニコ動画ユーザーの政党支持決定要因を明らかにする。本稿で注目したいインターネット要因については、どのようなメディアを信頼して使用するかという設問に対する回答を用い、その他に、政治態度に関する分析を行う際に一般的に必要となる変数を用意した。個人の基本的情報となる、年齢や性別といったデモグラフィック要因を設定した。政治知識や政党についての関心といった、政治に関して既に持っている態度である先有態度を要因として設定した。個人は対人的コミュニケーションによって政治的情報環境を形成するため、対人環境を要因として設定した。さらに、対象メディアがニコニコ動画であるため、ニコニコ動画に特有の要因を設定した。このように、デモグラフィック要因、先有態度、メディアの使用方法、対人環境やニコニコ動画に特有の要素が政党支持の要因になると想定して変数を設定した。

ここでは、二項ロジスティック回帰分析を用いて分析を行った。二項ロジスティック回帰分析は、質的変数を従属変数として回帰分析を行いたい際に用いる分析手法である。本章の分析に適用すると、自民党を1、民主党を0とし、これら二項を従属変数と見なして分析することで、自民党支持に貢献する要因が析出される。自民党支持に貢献しない要因はすなわち民主党支持に貢献するものであるため、双方の政党支持に貢献する要因を1回で分析することができる。この分析手法を用いることで、自民党・民主党双方への支持要因を明らかにする。

分析には、2009年7月24日に実施されたニコ割アンケートで取得したデータを用いた。ニコ割アンケートの仕組みは、ニコニコ動画で動画を見ている際のあるタイミングで動画が止まり、アンケートが行われるというものである。ある時間に動画を見ているユーザー全て（プレミアム会員（ニコニコ動画の有料会員）で、ニコ割 OFF（動画視聴中に割り込んで情報を提示する「ニコ割」の設定を OFF にすること。プレミアム会員だけが可能）にしているユーザーを除く）の動画が停止するため、一度に多くの回答を得ることが可能である。また、時間の事前告知を行わないため、意図的に回答しにくるということは不可能である。アンケートは選択式で行われ、ユーザーは選択し終わったら回答を送信し、動画視聴に戻る。その後、回答送信から10

分程度でサーバー側で集計が行われ、集計結果の載った動画が配信される。

アンケートの対象はニコニコ動画ユーザーである。ユーザーの属性を以下に述べる。まず、男女比は、男性 68%、女性 32%と 36 ポイント差で男性の方が多い。次に、年齢別で見ると、10代が 23.9%、20代が 45.8%、30代が 19.3%、40代が 7.1%、50代が 1.9%、その他が 2.0%となっており、20代が一番多い。また、1 訪問あたりの平均滞在時間は 37.6 分となっている。[18]

今回のアンケートではまず、メディアの使用方法に関する回答を得るために、政治や選挙について信頼して使用するメディアは何かといったことを質問した。次に、先有態度に関する回答を得るために、投票に際してのマニフェスト確認意思の有無などについて質問した。3 つめに、対人環境に関する回答を得るために、周りの人と政治や選挙について話すことがあるかといったことを質問した。最後に、ニコ動特有の要因に関する回答を得るために、ニコニコ動画での政治コンテンツ視聴経験の有無とその印象などについて質問した。以上のような設問に政党支持に関する設問を加え、ニコニコ動画サービス内のある時間帯に一斉にアンケートを行った。各設問と選択肢の詳細を表 1 に示す。

表 1：質問一覧

設問	選択肢
あなたは、政治や選挙に関する情報では、どの媒体が一番信頼できると思いますか。	新聞 テレビ インターネット ラジオ 雑誌 家族や知人などの話 その他
インターネットの情報の中で、今回の衆議院選挙にあたって参考にしたいと思うものはどれですか。(複数選択可)	政党のウェブサイト 政治家のウェブサイト・ブログ等 選挙専門の情報サイト 動画共有サイト ニュースサイト 掲示板や SNS、ブログ等一般ユーザーからの情報 その他 インターネットでは情報を集めない
いま、どの政党を支持していますか。	自民党 民主党 公明党 共産党

	社民党 国民新党 改革クラブ 新党日本 その他の政党 支持政党なし
今回の衆議院選挙の投票の前に、政党のマニフェスト(政権公約)を確認しようと思いますか。 (有権者でない方は、選挙権があるとしてお答えください)	詳細まで見ようと思う ある程度見ようと思う どちらともいえない あまり見ようと思わない まったく見ようと思わない マニフェストを知らない
今回の衆議院選挙の比例代表選挙において、政党に投票するとき、テレビやネット、街頭演説等で得られる情報の中から、何を基準に投票しようと思いますか。有権者でない方は、選挙権があるとしてお答えください。(複数回答可)	政党のイメージ(政党カラー、党首の印象など) 政党の実績 政党のマニフェスト 所属する候補者の訴え 所属する候補者の実績 所属する候補者のイメージ(容姿、印象など) 家族や知人からのすすめ 事前に考えず、投票直前に決める その他 投票しない
家族や知人と政治や選挙について話すことがありますか。	よく話す ときどき話す どちらともいえない ほとんど話さない まったく話さない
ニコニコ動画で政治に関するコンテンツを見た事がありますか。	見たことがある 見たことがない

アンケートの結果、74,115 人の回答を得たが、回答として不適なものも混ざっていたため、以下の基準を設け、それを満たさないものについては排除した。ニコニコ動画のアンケートでは「回答しない」を選択することでその質問をとばすことができるため、1 つでも未回答がある場合、その結果は省略する。一桁の年齢(2 歳など)や高齢者の年齢(99 歳など)が見られることと 50 代以上のユーザーが比較的少ないため、小学生以下のユーザーと 50 代以上のユーザー

による回答は省略する。回答したユーザーの中には海外住所の者も存在するため、日本以外の住所の場合はそのユーザーの回答は省略した。フィルタリングの結果、40,888 人の有効回答を得ることができた。

分析の枠組みは、政治に対する先有態度や信頼するメディアなどをもとに支持政党を予測するモデルの構築と検証である。独立変数には上に述べた要因設定に基づいて、以下の4つのカテゴリーのものをそれぞれ設定した。それぞれ設定した要因の個数は、デモグラフィック要因が2個、先有態度が11個、メディアの使用方法が14個、対人環境が1個、ニコニコ動画に特徴的な要因が1個である。従属変数には自民党と民主党を設定し、分析対象のデータも双方の支持政党を選択したもののみ用いた。これらの変数と前述の二項ロジスティック回帰分析を用いて、支持政党予測モデルを構築する。

従属変数となる支持政党を自民党と民主党にしぼったのは、ニコニコ動画の特徴を分析するためである。2009年の選挙において、マスメディアは概して民主党による政権交代を喧伝し、民主党に好意的な報道を行った。選挙は民主党の圧勝に終わったが、ニコニコ動画内では結果が逆転しており、これは本選挙におけるニコニコ動画の大きな特徴であるといえる。2政党間の違いを明確にし、この「異変」の理由についても考察するために、従属変数を2政党にしぼった。ニコニコ動画の特徴も踏まえ、自民・民主2政党を従属変数とし、デモグラフィック変数やメディア環境などといった独立変数で予測する。

独立変数の各カテゴリーには以下のデータが含まれている。デモグラフィック要因は、性別、住所、年齢の3つである。先有態度は、マニフェストの確認、投票する政党を選択する時に政党のイメージを基準にするかどうか、政党の実績を基準にするかどうか、政党のマニフェストを基準にするかどうか、所属する候補者の訴えを基準にするかどうか、所属する候補者の実績を基準にするかどうか、所属する候補者のイメージを基準にするかどうか、家族や知人からのすすめを基準にするかどうか、事前に考えず投票直前に決めるかどうか、その他のものを基準にするかどうか、投票しないかどうか、以上11個である。メディアの使用方法は、インターネットを選挙の情報収集に用いる際に政党のウェブサイト参考にするかどうか、政治家のウェブサイト・ブログを参考にするかどうか、選挙専門の情報サイトを参考にするかどうか、動画共有サイトを参考にするかどうか、ニュースサイトを参考にするかどうか、掲示板 SNS ブログを参考にするかどうか、その他を参考にするかどうか、インターネットでは情報を集めないかどうか、あるいは、選挙の情報収集の際に新聞を一番信頼するかどうか、テレビを一番信頼するかどうか、インターネットを一番信頼するかどうか、ラジオを一番信頼するかどうか、雑誌を一番信頼するかどうか、家族や知人の話を一番信頼するかどうか、以上14個である。対人環境は、家族や知人と選挙について話すか、である。以上のような独立変数、従属変数を用いて、ロジスティック回帰分析を行った。

3.3 分析結果・考察

自民党・民主党支持を予測するモデルを表 2 に示す。また、モデルを表す式は以下である。

$$p = \frac{1}{1 + \exp\{-(a_0 + \sum_{k=1}^n a_k x_k)\}} \quad \text{※}a \text{ は回帰係数、} x \text{ は各項目、} p \text{ は確率を示す。}$$

データの母数は 16,011 である。この数値は、有効回答 40,888 のうち、対象を有権者にしぼるため 20 代以上のデータを残し、さらに、自民党あるいは民主党を支持しているデータを残した結果である。このモデルによる判別確率は 77% となっており、やや高い値を示している。有意水準について、ロジスティック回帰分析では 0.2 程度で判断するのが通例となっているため、性別と政治家のウェブサイト・ブログを参考にするかどうか以外の項目は有意であるといえる。

表 2：政党支持を予測するロジスティックモデル

従属変数：自民党支持, 民主党支持			
	回帰係数	有意確率	オッズ比
性別	-0.016	0.762	0.984
年齢	-0.044	0	0.957
家族や知人と選挙について話す	-0.054	0.003	0.948
ニコ動で政治に関するコンテンツを見る	0.746	0	2.109
投票前にマニフェストを確認する	0.076	0	1.079
新聞を信頼する	-0.831	0	0.436
テレビを信頼する	-1.074	0	0.342
インターネットを信頼する	0.541	0	1.718
ラジオを信頼する	-0.612	0.001	0.542
雑誌を信頼する	-0.589	0.002	0.555
家族や知人の話を信頼する	-0.653	0	0.52
政党のウェブサイトを参考にする	0.416	0	1.516
政治家のウェブサイト・ブログを参考にする	-0.002	0.977	0.998
選挙専門の情報サイトを参考にする	-0.127	0.034	0.881
動画共有サイトを参考にする	0.28	0	1.324
ニュースサイトを参考にする	-0.197	0	0.821
掲示板SNSブログを参考にする	0.424	0	1.528
その他を参考にする	0.116	0.13	1.123
インターネットでは情報を集めない	-0.14	0.04	0.869
政党のイメージを基準にする	0.222	0	1.248
政党の実績を基準にする	0.706	0	2.026
政党のマニフェストを基準にする	-0.292	0	0.747
所属する候補者の訴えを基準にする	-0.182	0	0.834
所属する候補者の実績を基準にする	0.275	0	1.317
所属する候補者のイメージを基準にする	-0.167	0.019	0.846
家族や知人からのすすめを基準にする	-0.255	0.01	0.775
事前に考えず、投票直前に決める	-0.28	0.046	0.756
その他を基準にする	-0.375	0	0.687
投票しない	0.414	0.012	1.513
定数	1.525	0	4.595

この分析は自民党支持と民主党支持の2項を従属変数としたロジスティック回帰分析であるため、オッズ比の値が1を上回れば上回るほど、その項目の自民党支持への貢献が高くなる。逆に、オッズ比が1を下回れば下回るほど、その項目の民主党支持への貢献が高くなる。例えば、

インターネットを信頼して使えば使うほど、自民党支持の傾向が強まるわけである。逆に、テレビを信頼して使えば使うほど、民主党支持の傾向が強まることになる。また、オッズ比が1に近い項目は、自民党支持／民主党支持いずれに対しても影響が少ない。本分析ではオッズ比に注目することで、自民党・民主党双方の支持への貢献要因を明らかにする。

分析の結果を見ると、自民党支持に特徴的な効果を持つ変数が4つ、民主党支持に特徴的な効果を持つ変数が4つある。自民党支持に対して特徴的な項目は、ニコニコ動画で政治に関するコンテンツを見るかどうか、インターネットを信頼できる情報として用いるかどうか、投票しないという意思表示をしているかどうか、選挙の際に掲示板や SNS や blog を参考にするかどうかの4つである。民主党支持に対して特徴的な項目は、新聞・テレビ・ラジオ・雑誌といったインターネット以外のメディアを信頼して用いているかどうかの4つである。俯瞰的に見れば、インターネットの使用が自民党支持に効果を持ち、マスメディアの使用が民主党支持に効果をもっているようである。これらの効果について、以下でそれぞれ具体的に考察する。

1つめに、ニコニコ動画で政治に関するコンテンツを見るのが、自民党支持に効果を持っている。ニコニコ動画で政治に関するコンテンツを見るかどうかという項目のオッズ比は 2.109 である。検索、政治カテゴリ動画一覧やランキングといった導線から、ユーザーが投稿した政治動画を視聴することで、自民党への支持が高まるということである。ニコニコ動画内には、『七色の麻生太郎』（図 4）といったようなユーザー制作の動画が投稿されている。この動画の内容は麻生太郎前首相について歌ったものであるが、麻生氏への応援のコメントが多く寄せられている。このような様々な動画コンテンツを視聴することによって支持態度が自民党に向いていくという傾向があるのである。



図 4：『七色の麻生太郎』

これは、ニコニコ動画内には自民党に好意的な動画作品が多く投稿されているため、ユーザーがそれに共感した結果であると考えられる。上記のような動画を視聴するうちに、登場人物や動画で語られるストーリーに好意を寄せ共感し、それが自民党支持へとつながっていくわけである。もう1つ例を挙げると、『「危機をチャンスに変えろ」(前編)～G20 サミットの 舞台裏』(図 5)

という動画では、麻生氏の G20 での活躍が物語形式でまとめられている。この動画には 36,000 のコメントが寄せられており、応援や賛同の声が大きい。動画で語られる物語に共感し、応援や賛同のコメントが寄せられていると予想される。こういった動画コンテンツはニコニコ動画の最大の特徴であるため、第四章でその影響の構造について分析を行う。

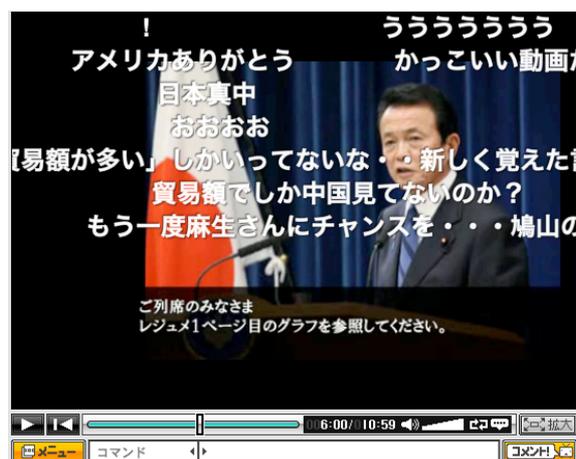


図 5 : 『「危機をチャンスに変えろ」(前編) ~G20 サミットの 舞台裏』

2つめに、インターネットを信頼できる情報として用いることが、自民党支持に効果を持っている。インターネットを信頼できる情報として用いるという項目のオッズ比は 1.718 となっている。インターネットを使用して選挙情報を収集する場合に、政党のウェブサイトを参考にするという項目のオッズ比が 1.516、掲示板 SNS ブログを参考にするという項目は 1.528 となっており、インターネットメディアの中でもこれらが自民党支持に効果を持つことが分かる。例えば、自民党の政治家のウェブサイトを見て政策に共感したり、blog で政策や候補者の人柄について書いてあるのを見て自民党に好意的になるのである。政党のウェブサイトや blog を中心に情報収集することで、自民党への支持を固めていくのである。

これは、マスメディアの報道に違和感を持つ人たちが、その違和感を解消するという方向性を持ったままネット上で情報収集する結果であると考えられる。マスメディアがインターネットより信頼できないという結果は、マスメディアの報道に少なからず違和感を持っているということが示唆される。選挙期間前、マスメディアは、「政権交代」というフレーズを使って民主党に好意的な報道を行っていた。マスメディアの報道に違和感を持つ人は、自民党を支持するような情報を取得するような行動をとるはずである。マスメディアでは民主党に好意的な報道が続いたため、自ずから自民党に好意的な情報収集を行うことになったのであろう。

3つめに、投票しないという意思表示が、自民党支持に効果を持っている。投票しないという意思表示の項目のオッズ比は 1.513 である。2009 年の衆院選では投票に行かないと思っているということが、自民党支持に好影響をもっているということである。例えば、前回も選挙に行っ

ておらず、今回も行く気がない場合に、政権与党である自民党を支持政党として選択するといったシチュエーションが考えられる。投票しないことが、支持政党なしとは別に自民党への支持強化に効果を持っていることは、注目すべきことである。

これは、政治に無関心なユーザーが、自民党が当時の政権与党であるということを理由に、自民党を支持していることによるのではないかと考えられる。自民党と民主党という2つの選択肢がある場合に、投票に行かないという意識を持つユーザーは、政権与党である自民党のこれまでの実行力を評価する傾向があると言える。例えば、自民党は今まで与党として日本を動かしてきた実績があるが、民主党はよく分からない、といったような認識が、政治に無関心なユーザーにはあると思われる。逆に、彼らはあるいは十分な情報を獲得したならば民主党支持に向かう可能性がある層である。

4つめに、掲示板、SNS やブログを閲覧することが、自民党支持に効果を持っている。掲示板、SNS やブログを閲覧するという項目のオッズ比は1.528となっている。掲示板のようなメディアでは、基本的に同じような意見のコメントが集まることでコミュニケーションが進行していく。こういったサービスにおいてコメントの応酬をユーザー間で行うことで、自民党への支持が固まっていくのである。

これは、2点目の指摘とも関係するが、自民党に好意的なコミュニティに偏ったコミュニケーションを取っていることが原因だと考えられる。自民党に好意的なユーザーが集まった場所で書き込んだり書き込みを見たりすることで、そこで体得した情報が受動的に得た情報よりも信用度が高くなるのではないだろうか。例えば、菅原（2009）も述べているように、2ちゃんねるの「麻生太郎研究スレッド」[22]では自民党が敗退した現在でも、若干の否定的発言とともに、熱烈な応援の書き込みが存在している。こういった、自分も他の人も自民党に好意的であるようなコミュニティで、お互いにコメントの応酬を行うことで、自民党への好感がさらに高まっていったはずである。

5つめに、インターネット以外のメディアを信頼して用いることが、民主党支持に効果を持っている。インターネット以外のメディアとして、テレビを信頼して用いるという項目のオッズ比が0.342、新聞を信頼して用いるという項目のオッズ比が0.436、ラジオを信頼して用いるという項目のオッズ比が0.542、雑誌を信頼して用いるという項目のオッズ比が0.555と、軒並み1以下の数字を示している。効果が高い方から、テレビ、新聞、ラジオ、雑誌の順になっており、各メディアの報道傾向が政党支持への影響を規定しているということを示唆している。逆に、前述のように、インターネットの使用は自民党支持に大きな効果がある。マスメディアとインターネットとの対立軸を明確に見ることができる点が特徴的である。

これは、マスメディアにおいては解散を示唆するような、自民党に対して否定的な報道や、あるいは民主党に好意的な報道内容が多かったことが原因であり、また、インターネットユーザーであってもマスメディアの影響を受けるということを示している。繰り返し述べているように、マスメディアの情報を信頼する姿勢が、その民主党に好意的な報道の影響を受けさせることになったと考えられる。またインターネットは、マスコミに対して批判的だとしてとらえられる場合

がある。例えば、「マスゴミ」[23]という、マスゴミの存在価値を貶めるようなバズワードがインターネット上には存在する。しかし、この結果は、インターネットが実はそのような一面的なメディアではないということも示唆している。インターネットが普及した現在においても、一番身近な情報の入り口はマスメディアであり、政党支持も依然それに大きく影響されているわけである。

全体としてみると、ニコニコ動画のユーザーにおいてはインターネットの使用は自民党支持に影響があり、マスメディアの使用は民主党支持に影響があったといえる。具体的には、ニコニコ動画の政治系コンテンツを見たりインターネットを信頼して使用したりする傾向は自民党支持に貢献し、マスメディアを信頼したり家族や知人とのコミュニケーションを重視する傾向は民主党支持に貢献するということである。インターネットを信頼して活用する傾向のある人は、マスメディアに対する違和感から自民党に好意的な情報を獲得する。マスメディアを信頼して活用する傾向のある人は、その民主党に好意的な報道から情報を取得し、それをもとに家族や知人とコミュニケーションをとる。インターネット信頼層とマスメディア信頼層との行動様式の違いが、その効果の差を生み出したと言える。

RQ1 は「ニコニコ動画において、どういった要素がそのユーザーの政党支持決定に影響を与えるのか」であった。以上の分析の結果、インターネットの活用・動画視聴がともに政党支持決定に影響を与えるということが分かった。「インターネットを信頼して使用する」という項目や「ニコニコ動画で政治系コンテンツを視聴する」という項目において、自民党支持に影響を与えているという分析結果が示されたからである。インターネットの活用やユーザー制作の動画によってユーザーの政治的態度に影響が与えられるということが明らかになった。これによって、インターネット活用と民主主義政治システムとの関係に関する従来の研究では示されていなかった傾向を明らかにすることができた。

以上の分析結果の中で、ニコニコ動画の政治系コンテンツ視聴が自民党支持に対して1番効果を発揮したことは、注目すべきことである。しかし、ユーザーが動画視聴によってどのような感情を抱いて自民党を支持するに至ったかは明らかにされていない。簡潔に仮説を立てれば、ユーザーは政治動画を見ることで自民党に共感し、自民党支持を固めていったということができるのではないだろうか。

第四章では、RQ1 における以上の分析を踏まえて、ユーザーがニコニコ動画のコンテンツを見ることがどのように政党支持決定に影響したのかということについて考える。ニコニコ動画上の政治系コンテンツの視聴は自民党支持に対して効果を発揮している。しかし、日本の政治を対象に、ユーザーが制作した動画が他のユーザーの政治的態度に与える影響について考察したものは管見の限りでは見当たらず、これを分析することは有意義である。そこで、ユーザー制作動画のどういった要素がユーザーのどのような感情に影響を与えたかということについての分析を行う。動画視聴が政党支持決定に影響を与える仕組みを解明することにより、インターネットサービスのコンテンツがユーザーの政治的態度に影響を与える構造のいちケースが明らかにすることができる。

第4章 ニコニコ動画上の政治系動画がユーザーの政党支持決定にあたる影響の構造

4.1 RQ2 の概要

RQ2 は、ニコニコ動画上の政治系コンテンツはどのような構造でユーザーの政党支持決定に影響を与えたのかというものである。従来の研究で、インターネットの活用と政治的態度との関係は説明されてきた。しかし、その関係についての、ユーザーの行動などの詳細な構造については解明されていない。また、日本の民主主義政治システムの中での動画共有サイトの位置づけを明らかにする研究はまだ行われていない。以上のような理由から、ニコニコ動画での動画視聴がユーザーの政党支持に与える影響について、その影響構造の解明を試みる。本章では、インターネット利用が政治的態度を変化させるメカニズムのいちケースを明らかにする。

第三章において、ニコニコ動画で政治に関するコンテンツを見ることが自民党支持に効果を持っていることが分かった。しかし、ユーザーがどのようにその影響を受けるかは明らかにされていない。また、2009 年は日本において初めて動画共有サイトが選挙に活用された年であり、そこで得られたデータをもとに分析を行うことは意義がある。第三章で得られた結果をもとに、ニコニコ動画上でユーザーがどのように影響を受けるのかについて分析を行う。

本章では、コンテンツ内のどのような要素がユーザーの印象を変化させたのかを明らかにすることで、ニコニコ動画に特徴的な政党支持決定影響構造を考察する。政治系動画は登場人物や政策といった様々な要素によって成り立っている。また、ニコニコ動画では、動画にコメントがつくため、そのコメントを分析することで動画から受ける印象を判断することができる。動画を構成している要素と動画から受ける印象をそれぞれ独立変数、従属変数として分析を行う。政治系動画につけられたコメントから抽出した、動画視聴から得られる印象について分析することで、政党支持決定への影響の構造について検討する。

村井 (2008) [24]では、政治家の Web ページのテキストデータを解析し、その感性的表現を分析している。収集したテキストデータを量や様相や時間といったグループに分類し、それぞれのグループの中で各語彙の出現頻度を計算し、web 上の政治的感性の特徴を明らかにしている。また、自民党や民主党などの党名と形容詞との係り受けを分析することで、政党に特徴的な感性を考察している。例えば政党について言えば、自民、民主、共産・社民の順で感情的な快に関する語彙の使用率が多いようである。この研究の対象は政治家側のテキストであったが、ユーザー

側のテキストで同じような試みを行おうというのが本章のいち側面である。

本章では、動画についての肯定的／否定的コメントの原因を分析することで、動画のどのような要素がユーザーの印象を変化させたのかを明らかにする。分析の目的は、RQ2 に対する仮説「ニコニコ動画に投稿されている動画の視聴により、ユーザーは登場するキャラクターに共感し、政党支持決定に影響が与えられる」を証明することである。まず、政治系動画各々の構成要素をリストアップし、次に、各々についているコメントを収集しそこから肯定的印象／否定的印象を割り出す。最後に、前者を独立変数、後者を従属変数として分析を行う。このように、動画の諸要素とユーザーの印象との関係を検討し、RQ2 に対する回答を見いだす。

4.2 調査分析手法

この分析では、政治系の動画を構成する要素の中で、どのようなものがユーザーの印象を変化させたのかを明らかにする。政治系動画を構成する要素は、登場人物、政策、アニメやゲームのオマージュといったものが考えられる。例えば、麻生太郎前首相の写真を見せながらその政策を語るような動画であれば、その動画は麻生氏という登場人物要素と自民党の政策という要素によって構成されているということが出来る。その動画から受ける印象は、麻生氏に由来するものもあるだろうし、自民党の政策に由来するものもあるだろう。こういった諸要素がユーザーに働きかけることによって、ユーザーの印象が変化していくものと考えられる。

ここでは、判別分析を用いて分析を行った。判別分析は、いくつかの独立変数から2値の従属変数を判別するためのモデルをつくる分析手法である。例えばここでは動画から受ける印象が肯定的である場合1、否定的である場合0を設定し、それを登場人物などの独立変数によって判別する関数を作り出す。

この分析で対象とする動画は、自民党あるいは民主党のタグがついている動画である。まず、そういった動画に付いているコメントのうち、2009年1月から8月までにつけられたものを該当タグの付いている動画すべてについて抽出した。

次に、このコメント群を、KH Coder[25]を利用して形態素解析した。KH Coderは計量テキスト分析を行うためのソフトウェアであり、形態素解析にはchasenが用いられている。このソフトウェアを用いたのは、結果の視認性が高く、後の手作業での分類がやりやすいからである。形態素解析を行うことでコメントに用いられている全単語が原形で出力された。この単語群を全て見て、肯定的な単語と否定的な単語を判断し、それらを各々別のファイルに記録した。各々の単語を表3に掲載する。

表 3 : 肯定的キーワードと否定的キーワード

肯定的		否定的		
貴重	かわいい	微妙	ヤジ	苦笑
まとも	よい	いや	悪事	悪化
大好き	かっこいい	失礼	屁理屈	誹謗
好き	すごい	馬鹿	汚物	逮捕
必要	うまい	だめ	暴力団	詐欺
素敵	とてつもない	ダメ	痴呆	自殺
元気	すばらしい	駄目	賄賂	無視
大事	かっこよい	無駄	保身	違反
圧倒的	よろしい	残念	私怨	否定
きれい	おもしろい	嫌い	不祥事	解決
大丈夫	うれしい	嫌	悪夢	侵略
幸せ	おいしい	迷惑	ガタガタ	失敗
重要	ものすごい	不安	似非	虐殺
幸福	えらい	かわいそう	臭い	失言
綺麗	おもしろい	危険	人殺し	独裁
真面目	いい	不可能	疑い	レイプ
優秀	ほしい	無能	手遅れ	侮辱
大人気	欲しい	無意味	玉虫色	破綻
有名	良い	不人気	負け犬	追放
正直	よい	違法	ゴミ箱	偽装
大切	最高	卑怯	衆愚	死亡
すてき	人気	不幸	嘘つき	狂
正常	余裕	不要	奴隷	勘違い
立派	笑顔	頼り	国賊	絶望
ステキ	メリット	とんでも	ウソ	混乱
マトモ	笑い	否定的	負け	暗殺
楽	センス	汚い	暴力	隠蔽
見事	天才	怖い	不法	失業
有効	勝ち	酷い	揚げ足	不足
キレイ	功績	危ない	愚民	失笑
爽やか	良心	痛い	悪人	強姦
問題	良識	低い	無知	自虐
間違い	クリーン	悔しい	バラマキ	土下座
違い	英雄	恐ろしい	殺人	非難
早い	支援	遅い	逃げ	逃亡
若い	支持	難しい	暴動	侵害
新しい	応援	恥ずかしい	泥棒	癒着
肯定的	期待	悲しい	吐き気	失礼
正しい	納得	胡散臭い	老害	腐敗
可愛い	希望	辛い	悪意	失望
強い	圧勝	まずい	汚職	売春
欲しい	感謝	ひどい	悪魔	恐怖
面白い	解放	おかしい	茶番	改悪
凄い	尊敬	こわい	障害	中傷
高い	貢献	くらい	卑怯	毀損
優しい	援助	きつい	阿呆	不倫
美しい	成功	うるさい	不信任	後悔
楽しい	満足	くだらない	ダメ	肅清
嬉しい	復活	しつこい	悪党	消滅
素晴らしい	改革	ゴミ	裏金	暴走
上手い	勝利	売国	デマ	倒産
大きい	カムバック	バカ	巣窟	
明るい	安心	犯罪	不信	
凛々しい	再生	アホ	改ざん	
洗い	最高	反日	滅亡	
カッコイイ	人気	最低	敗北	
はやい	秀逸	最悪	姦	
ええ		ボケ	後退	
ほしい		クズ	敗訴	
いい		危機	万引き	

分析対象として自民党あるいは民主党のタグのついている動画のうち、コメント数が多いものから順に 120 個を抽出した。各々の動画のコメントのうち、2009 年 1 月から 8 月までにつけられたものを取得し、それぞれ mecab[26]を用いて形態素解析を行った。形態素解析によって出力された単語について、表 3 の単語群を参照しながら、動画ごとの肯定的あるいは否定的コメント数をカウントした。肯定的コメント数の割合が 5 割以下のものは否定的印象の動画、5 割より多いものは肯定的印象の動画であると判断した。また、肯定的コメント数と否定的コメント数の合計が 100 に満たない動画と、自民党あるいは民主党に全く関係の無い動画を省いた結果、73 個の動画が残ったため、最終的にこれらを分析対象とした。

対象とする 73 個の動画について、それぞれ全て視聴し、前述の動画構成要素が当てはまるかどうかを確認した。例えば『「危機をチャンスに変えろ」(前編) ~G20 サミットの 舞台裏』という動画では、麻生氏、中川氏、安倍氏が登場しており、また、自民党の政策について語られている。この動画では、麻生氏、中川氏、安倍氏、自民党の政策という項目については「1」を記入し、他には「0」を記入する。このように、諸要素が各々の動画にあるかないかを 0 / 1 で記録し、分析に用いた。

従属変数として、肯定的印象と否定的印象を設定した。政治系動画視聴が政党支持に効果を持つのであれば、支持に効果を持つのは肯定的印象、不支持に効果を持つのは否定的印象だと考えるからである。2009 年衆院選において、ニコニコ動画での政治系動画視聴は自民党支持に効果を発揮している。ユーザーは自民党系の要素から肯定的印象を受けたため、自民党に共感し、その支持に傾いたのではないだろうか。どのような要素が共感につながるかを考察するために、肯定的印象 / 否定的印象といった従属変数を設定した。

独立変数として、登場人物、政策、アニメやゲームのオマージュ、演説・答弁と応援を設定した。登場人物として、麻生氏、福田氏、小泉氏、中川氏、安倍氏、鳩山氏、小沢氏、菅氏、岡田氏の 9 つを設定した。これは、自民党あるいは民主党のタグの付いている動画のうち、2009 年 1 月から 8 月までにつけられたものをすべての動画について抽出し、形態素解析した際に、高い頻度で出現していた人名をもとに設定した。政策としては、自民党の政策と民主党の政策の 2 つを設定した。選挙に際してマニフェストが重視されることから、ユーザー制作の動画においてもそこに触れる作品が一定数あると考えられるからである。アニメやゲームのオマージュは、濱野が述べているように N 次創作の文化のあるニコニコ動画にとっては欠かすことのできない要素と言ってもよい。演説・答弁は、ランキング上位に登場する動画において国会中継などの演説動画も一定数見受けられるため設定した。例えば、『2009.1.29 国務大臣の演説に対する質疑(代表質問) - 細田博之』(図 6) [27]や『2009 年 6 月 17 日 党首討論 鳩山由紀夫 VS 麻生太郎 (前編)』[28]といったものが挙げられる。応援は、明らかに応援の意志を持って動画を作り込んでいる作者がおり、それにユーザーが共感する可能性があるため、これを設定した。例えば、『【麻生太郎】 あっそあそにしてあげる ♪【してやんよ】』[30]が挙げられる。



図 6 : 『2009.1.29 国務大臣の演説に対する質疑（代表質問） - 細田博之』

4.3 分析結果・考察

動画から受ける肯定的印象と否定的印象とを判別するモデルを表 4 に示す。また、式は下記である。

$$y = a_0 + \sum_{k=1}^n a_k x_k \quad \text{※}a \text{ は判別係数、} x \text{ は各項目、} y \text{ は判別得点を示す。}$$

前述のように、登場人物や政策と言った動画構成要素から動画の印象を判別する。この分析の有意確率は 0.013 で、0.05 水準で有意である。また、このモデルで動画をどれだけ判別できるかの指標である判別確率は 86.3%で、やや高いと言える。有意確率、判別確率が十分な値を示しているため、この分析結果は信頼に値する。

表 4：動画から受ける肯定的印象と否定的印象とを判別するモデル

従属変数: 肯定的／否定的 イメージ	
	係数
麻生氏	0.732
福田氏	0.845
安倍氏	-0.75
中川氏	0.606
小泉氏	1.277
鳩山氏	-2.343
菅氏	-0.388
小沢氏	0.094
岡田氏	-2.561
各議員の政策	0.639
自民党の政策	-0.586
民主党の政策	0.792
アニメやゲームのオマージュ	
ユ	0.842
演説答弁	0.802
応援	1.031
(定数)	-0.691

表の各項目に表示されている値が大きければ大きいほど、肯定的印象に効果があると解釈することができる。これらの値はモデルの関数の係数となるものである。例えば、小泉氏は、1.277という一番大きな値を示しているため、肯定的印象に大きな効果がある。逆に、岡田氏は、-2.561という一番小さな値を示しているため、否定的印象に大きな効果がある。以上のように、この表は、正で大きな値を示していれば肯定的印象に大きな効果が、負で大きな値を示していれば否定的印象に大きな効果があると読むことができる。

分析結果を見てみると、3つの特徴的な項目がある。1つめに、自民党の登場人物が、安倍氏以外正の値を示している。2つめに、民主党の登場人物が、小沢氏以外、負の値を示している。3つめに、アニメやゲームのオマージュが正の値を示している。これら3つの特徴的な項目について、以下で詳しく考察を行う。

自民党の登場人物はおおむね正の値を示しており、肯定的印象への貢献があるといえる。前述の小泉氏に次いで、福田氏は0.845という高い値を示しており、世間の印象とは異なったものとなっている。麻生氏は福田氏に次ぐ0.732となっており、ニコニコ動画内で評価が高

いと思われがちな割には低い値となっている。中川氏は麻生氏に次ぐ0.606となっており、首相経験者でない人物としては健闘している。以下では、彼らがそれぞれの印象効果を生み出す理由について考察する。

麻生太郎前首相は、自民党の登場人物の中で3番目であるが、正の値を示している。麻生氏がニコニコ動画ユーザーに好意を持たれているということである。例えば、『代表質問 小沢一郎 VS 麻生太郎 (full)』[31]という動画では、最初小沢氏が演説し、次に麻生氏が演説を行う。小沢氏の演説中は肯定的・否定的コメントが入り交じっているが、それが終わり、麻生氏の演説に移った瞬間から肯定的な表現のコメントが多く流れてくる。このように、麻生氏はニコニコ動画ユーザーにとって肯定的印象に効果がある存在だということができる。

福田康夫元首相は小泉氏に次ぐ値を示している。突然の首相辞任で世間の批判を受けたにもかかわらず、高い値を示しているのは、パロディのネタになっているためである。例えば、『松岡修造が福田の辞任会見を観て熱くなったようです』[32]という動画は、ニコニコ動画上で熱血漢として定評のある松岡修造が、福田氏の辞任に対して「あきらめんな！」といった激励をかけるという、辞任会見を皮肉った作品である。この動画では肯定的コメントと否定的コメントの比率は7:3となっている。パロディのネタとなって視聴者の笑いを引き起こすことで、視聴者の福田氏からうける否定的印象が払拭され逆に肯定的印象へと変化したと言える。

この肯定的印象はパロディの効果であるという指摘もあるかもしれない。しかし、パロディはそのネタと創意とのコラボレーションの果実であり、ネタ固有の性質によって左右される部分がある。福田氏は、パロディのネタとなることでその性質を視聴者に発見された。ニコニコ動画上での福田氏は、パロディのネタとしての福田氏となったということである。つまり、東浩紀氏の考え方を借りれば[29]、福田氏がパロディのネタとしてニコニコ動画ユーザーの「データベース」に登録された時点で、パロディを作り出した創意とは分離した。以上のことから、この肯定的印象は福田氏の効果であるといえる。

中川氏は正の値を示しているが、上記の人物に比べれば低い値を示している。中川氏が自民党の他の登場人物とは違って首相経験者でなく、一般的な知名度が比較的低いためである。それにもかかわらず肯定的印象を与えているのは、愛国的な保守政治家としての評判があるためである。例えば、『【平沼安倍】 HANA～保守よ、起ち上がれ～【中川麻生】』[33]という動画は、中川氏を含む保守政治家の画像がひたすら流れるというものである。4人の政治家の画像が流れているだけにも関わらず、応援のコメントが寄せられている。ニコニコ動画に保守的傾向があるのかもしれないが、少なくともここでは中川氏が保守政治家として定評があるということができる。中川氏は保守政治家として評価されているが、首相経験者ではなく比較的認知度が低いため、肯定的印象への貢献も少ないと考えられる。

安倍晋三元首相は自民党の登場人物の中で唯一負の値を示している。首相を辞任したと言う点で同じ境遇にある福田氏と対照的な値となっている。その差に鑑みれば、これは、安倍氏がパロディのネタとして扱われていないためである。つまり、パロディのネタとなって視聴者の笑いを引き起こし否定的印象を拭き去るということができなかったということである。安倍氏は首相を

放棄したイメージがありかつパロディのネタにもされていないため、否定的印象に貢献している。

民主党の登場人物は自民党のそれに対しておおむね負の値を示しており、否定的印象への貢献があるということができる。濱野のいう「N次創作」という考え方と「フラクソノミー」というタグの性質を援用すれば、これを説明することができる。つまり、ある時点で民主党の動画が否定的なイメージとして作られ、他の動画作者がその動画についてカオスフルなタグからイメージネーションを膨らませてN次創作を作っていたのである。きっかけとなったテーマは、民主党がニコニコ動画内で貶められる際に頻出する「外国人参政権」問題のように思われるが、ここではその問題には深入りしない。そういった動画で、その都度出演する民主党の議員が否定的印象を受ける存在として「データベース」に入れられてしまったことによって民主党の登場人物がおおむね負の値を示していると考えられる[29]。

アニメやゲームのオマージュは正の値を示しており、肯定的印象への貢献があるということができる。政治系動画で用いられているアニメやゲームのオマージュは、例えば、『【麻生太郎】あっそあそにしてあげる♪【してやんよ】』や『エースコンバット6 「とてつもない日本」 解放への戦火』[34]といった作品で取り上げられている、初音ミクやエースコンバットの素材が挙げられる。これらの要素はニコニコ動画内で人気のネタであり、「N次創作」的に継承されてきたものであることが伺われる。すなわち、ニコニコ動画の「生成力」による要因が、肯定的印象に貢献しているということである。

応援は小泉氏に次いで大きな正の値を示しており、肯定的印象への貢献があるということができる。これは応援という性質上、その作品に否定的要素が少ないであろうことと、ユーザーが共感しやすい内容になっているためである。応援の対象は党の人物であったり、政策であったりするが、それらの要素がドラマや講座といった一連の流れを構築していることが多い。例えば、『麻生内閣と経済対策 前編』[35]という動画は麻生内閣の経済対策についてキャラクターが講義するといった内容である。このため、感情移入しやすい作品となっている。

以上の分析によって、自民党の議員やアニメやゲームのオマージュといった要素が、ユーザーに肯定的印象を与える効果があるということが分かった。本章における問題意識は、動画視聴がユーザーの政党支持決定に与える影響の構造を明らかにすることであり、その構造によって生み出されている結果は自民党支持への効果だということが第三章の分析によって明らかにされている。この問題意識に引きつけて本章の分析結果を考察すれば、動画視聴が自民党支持に効果を持つのは、ユーザーが自民党の登場人物に共感して、肯定的イメージを持つようになるからであるといえる。

また、政策より登場人物から得られるイメージが効果を持ったということも注目に値する。政策は理解しなければ賛成し肯定的印象を持つことができない。そこで肯定的印象を持つことができるより多くの人々が登場人物という分かりやすい要素から肯定的印象を受けている。これは、ニコニコ動画が理解を促すようなアーキテクチャを有していないことを示している。

第5章 結論、課題と展望

5.1 結論

RQ1「ニコニコ動画において、どういった要素がそのユーザーの政党支持決定に影響を与えるのか」については、先有態度や信頼するメディアなどを独立変数、自民党／民主党支持を従属変数としてロジスティック回帰分析を行った。分析の結果出力されたモデルについて考察を行った結果、インターネットの活用や政治系動画を視聴することが政党支持に効果を持つことが分かった。

RQ2「ニコニコ動画の政治系動画視聴はどのような構造で政党支持に効果を与えているのか」については、登場人物や政策などを独立変数、動画からうける肯定的／否定的印象を従属変数として判別分析を行った。分析の結果、政治系動画を見ることで、視聴者は自民党の登場人物やそのオマージュに肯定的な印象を感じ共感するようになり、それが自民党支持につながる事が分かった。

LaChrystal(2009)によれば、ニコニコ動画と同様の動画共有サイトである YouTube は、人種的な少数派に意見を露出できる場を与えることで民主主義的機會を与え、政治的討論の場としても機能するという役割を、民主主義システムの中で担っている。だがニコニコ動画は討論の場として機能するアーキテクチャにはなっていない。なぜなら、ニコニコ動画は疑似同期的アーキテクチャを有しているからである。一般的に、議論は時系列的に進んでいくものである。Aさんの主張 a に対して、Bさんの主張 b がでて、さらに Cさんの主張 c が出る。時間の流れは Aさんの主張→Bさんの主張→Cさんの主張である。しかし、ニコニコ動画ではコメント投稿者の環境の時間の流れは無視され、動画のタイムラインが採用される。Cさんの主張→Aさんの主張→Bさんの主張といった流れでコメントが表示されることがありうる。これでは議論ができない。つまり、ニコニコ動画は政治的討論の場としての役割を果たさないということである。

結論から言えば、ニコニコ動画はボトムアップの政治的態度形成の場を提供している。つまり、ユーザーが制作した動画について、ユーザーがコミュニケーションを共有することで、ユーザーの政党支持態度が変わるということが、ニコニコ動画内では起こっているということである。

マスメディアとの対比で見ると分かりやすい。民主主義システムにおけるマスメディアの役割の1つとして、アジェンダセッティング機能がある。マスメディアは市民に「何を考えればいいのか」を提示するのである。例えば、年金問題であったり、政治とカネの問題であったりする。但し、このアジェンダセッティングはいち企業によって行われている。これについての是非をここで論じることはしないが、ある種の忖意性は免れない。

ニコニコ動画の仕組みは、マスメディアとは別の忖意性に基づいてユーザーに話題を提供する。いち企業の選択という忖意性ではなく、ユーザー達の作品＝ネタの提示という忖意性である。ユ

ユーザーは、「これを考えるべきだ」といった、テーマを提示するわけではない。あくまで、「これについて話してみたら面白いんじゃないか」というネタを提示するだけである。その作品の中に主張が入っていることもあるが、それも含めてネタの提示である。ユーザーたちは客観性を志向してはおらず、主観的なネタ振りしか行っていない。しかし、そのネタ振りは、政治系動画に限って言えば、毎日何十という作品によってなされており、その振られたネタについてユーザーがコミュニケーションを行うことで政党支持態度が形成されていく。そのネタの要素の中で、一番効果を持ったのが自民党の登場人物である。ユーザーは自民党の登場人物というネタについてコミュニケーションするなかで、彼らに共感し自民党支持の動機を蓄積していったのである。

ニコニコ動画におけるコミュニケーションには、コメントを打ち込むという行動が必ずしも必要ではない。マスメディアのアジェンダセッティングモデルでは、視聴者は報道を見た後、他人とそれについて話すことで、争点についての考えを進める。しかし、ニコニコ動画の仕組みにおいては、視聴とコミュニケーションが同時に行われる。あるユーザーが政治系動画のある場面で何か意見を持ったとして、多くの場合、その場面についてのコメントが画面に流れているため、それを見て自分の意見を心の内でツッコミながら、共感あるいは疑問や否定的感情を抱くことでコミュニケーションを擬似的に行ったことになるわけである。

動画についてのコミュニケーションが政治的態度に影響を与えるのか、あるいは、映像と音声の影響を与えるのかといった疑問が生じるかもしれない。ニコニコ動画においては、この区別は意味をなさない。コメントは作品＝ネタの一部になるからである。ある動画作者によって映像と音声＝ネタが投稿され、何人かのユーザーがそのネタでコミュニケーションを行い、コメントがその作品についた場合、次に見る人の眼前にはコメントも作品とともに現れる。つまり、コミュニケーションは逐次、作品＝ネタの一部となっていく。その意味で、映像と音声あるいはコミュニケーションが一体となって政治的態度に影響を及ぼしているといえることができる。

以上のように、ニコニコ動画はボトムアップの政治的態度形成の場を提供しているといえることができる。これは、マスメディアのアジェンダセッティングモデルとは別の、ユーザー完結型の政治的態度形成の仕組みであるといえる。ニコニコ動画のユーザーは、あるユーザーたちが投稿したネタを体験し、その体験の中でも登場人物に対する印象を共有することを通じて、政党支持の動機を蓄積していったのである。

5.2 課題

ニコニコ動画を題材として、動画視聴が支持政党に与える影響について考察してきた。しかし、2009年の衆議院総選挙では従来の選挙よりインターネットが活用されており、動画共有サイトの他に **twitter** やライブストリーミングといったメディアの活用も見られた。例えば、民主党逢坂議員の **twitter** やニコニコ生放送での民主党菅副総理の街頭演説といったものである。**twitter** の特徴として議員に手軽に直接語りかけることができることが挙げられる。これは従来のメディアには無かった特性であり、間接民主制と直接民主制の狭間の役割を持つかもしれない。また、

党首会見の生中継などのライブストリーミングは、マスメディアでは報道しきれない情報を伝えることができる。これは編集の介在しない報道としてある一定の役割を果たすかもしれない。このような新しいメディアが民主主義システムの中でどういった役割を担っているかについての研究は今後行われる必要があるといえよう。

また、なぜ自民党の登場人物が肯定的印象を与えるようになったかについては明らかになっていない。このことについて、ここで1つの可能性を示しておく。これは承認問題であるといえる。承認とは無条件な存在の肯定のことを示すが、より分かりやすく言えば、「ここにいてもいい」といった居場所があることである。結論から言えば、オタクが麻生太郎によって承認されたため、自民党の登場人物に肯定的な動画が民主党のそれよりも作られるようになったと考えられる。

ニコニコ動画の動画作者たちは、概ねオタクであるといえる。アニメやゲームのオマージュを駆使して作品を制作する人たちを、「一般の」人たちがオタクと思う、といった意味で彼らはオタクである。宮台真司が指摘したように、オタクは島宇宙に退避している[36]。島宇宙でオタク同士のコミュニケーションによって一定の承認を得ている。しかし、そこに麻生太郎という「権威」からの承認が降って下りてきた。例えば、マンガが大好きといった発言やニートの生き方を認めるような発言が、この承認にあたる。有り体に言えば、スゴイ人から認められたわけである。

従来オタクは島宇宙でしか承認されていなかったが、麻生太郎という社会的な存在に認められたことで、島宇宙以外の社会にも居場所を確保した。その当然の帰結として、麻生太郎を応援するような作品を作り出した。例えば、『組曲麻生太郎』[37]や『麻生さんのターン』[38]と言った動画が挙げられる。そして、作られていったMAD作品を自民党は野放しにした。これは、自民党による承認であるともいえる。逆に、民主党による承認は行われなかった。こういった一連の麻生太郎あるいは自民党による承認の「スタートダッシュ」が、自民党の登場人物に肯定的な印象を覚えるような作品が作られていった要因の1つとなっている。

ニコニコ動画の課題という点では、ユーザー制作の動画が他のユーザーに影響を与えることで政党支持が変化するという効果が、衆愚政治につながる可能性がある。つまり、動画の登場人物への共感をもとに支持政党を決定するということは、政策をあまり理解せずに投票に向かうことにつながるということである。もちろん、政策について扱った動画もあるのだが、下でも述べるように動画で扱われる政策は限定的であり、各党のマニフェストに書かれているように網羅されてはいない。また、そういった政策説明の動画には強い主張が入っていると考えられるため、注意が必要である。

ニコニコ動画で扱われる政策・政治的テーマは限定的である。例えば、外国人参政権、児童ポルノ法や北朝鮮問題といったものである。増税や年金問題といった、生活に関わりの強い政策については取り上げられることが少ない。もちろんこれはユーザー制作の動画に限ったものであり、各党公式の動画においては色々なテーマが扱われている。なぜ偏った政策についての動画が作られるのであろうか。濱野の論考を援用して考えてみると、ユーザー制作の動画において、疑似同期的アーキテクチャにより「視聴体験を共有」することによって、そういった政策に注目するように無意識的に強制されてしまっているのではないだろうか。つまり、潜在的作者（政策に関す

る動画を結果的に作るユーザー)が、ある政策を扱った動画を見た時にその体験を共有し、フラクソノミー的カオスタグを見てイメージネーションを湧かせ、N次創作を制作するということがある。偏った政策についての動画がN次創作され続け、共感を増幅させていくことによって、ニコニコ動画におけるコミュニティが、ある意味で、ゆるやかな支持団体/圧力団体になる可能性も考えられる。

5.3 展望

政権与党の民主党は、ネット選挙の解禁に向けた公職選挙法改正案をまとめているという。現行の公職選挙法では、選挙期間中に候補者はホームページの更新ができなかったり、不特定または多数にメールを送信することができなかったりする。しかし、2009年の衆議院総選挙では主要政党が選挙期間中にホームページを更新するなど、制度が現実には追いついていない状況になっていた。そのため、前述の制限を見直すことで実態に即した改正が行われようとしている。ただし、候補者を騙ってメールを送るなど、「なりすまし」の問題が現れうるのがすでに指摘されているため、その検討も行われるということである。

この改正が行われた後、選挙期間中における演説の動画掲載やtwitterでの活動報告といったものが盛んになると考えられる。ニコニコ動画についてみれば、政党からの公式動画投稿が多くなるはずである。これによって、N次創作者の扱うことができる登場人物が多くなる。その登場人物たちを使って、まずは多種多様なN次創作が生み出される。その中で、良質なネタとしての要素を見いだされた登場人物から、共感が生み出されていくと考えられる。ニコニコ動画の、民主主義システムにおける役割を踏まえれば、各政党は登場人物を活かした動画を投稿することが効果への近道であるということができる。

また、ネット選挙が解禁された場合、ライブストリーミング配信が新たな役割を演じてくれると考えられる。例えば、2008年の米大統領選挙でYouTubeとCNNが行ったような、選挙期間中に議員とユーザーとが生放送で討論するといった試みも可能となる。むろん、選挙期間中だけでなく試みは可能だが、多くの有権者が選挙に強い関心を示しだすのは選挙期間中であるといった事情がある。あるいは、ユーザー同士が政治的テーマについて語り合うような生放送も行われる可能性がある。日本のネットユーザーはあまり動画上で顔を出して主張しないが、ライブストリーミング上では、割と一般的に顔あるいは顔の一部まで出して番組を行っているからである。このようにネット上でユーザー同士あるいはユーザーと候補者が「お互いの顔を見ながら」議論を行うようになれば、ライブストリーミング配信サービスは、今まで日本のネット上では存在感の薄かった討議民主主義的な役割を担うこととなる。

民主主義システムの一部としてのニコニコ動画は、共感の場としての役割を強めていこう。2010年度に行われる参議院総選挙においても登場人物を中心に共感を生み、その所属政党が支持を獲得していくはずだ。そこで注目されるのが民主党の登場人物である。今はまだ自民党の登場人物が共感を呼んでいるが、政権与党として実績を積んでいく民主党の議員の中から嘲笑でな

い笑いや感動を生み出すネタとなる要素をもった人物がニコニコ動画ユーザーによって発見されれば、民主党が徐々に支持を獲得していくこととなる。

登場人物の供給源の多くはマスメディアであった。マスメディアで紹介され、ある作者がその人物のネタ的要素を発見し、作品を作るわけである。しかし、ニコニコ生放送のようなライブストリーミングサービスがそれに代替する可能性がある。すなわち、議員が出演する生放送によって「直に」コミュニケーションをとることで、作者がそのネタ的要素を発見し、作品を作るという流れが作られるということである。ライブストリーミングはマスメディアと比べて、レスポンスがすぐにかえってくるという意味で有権者との距離が非常に近く、彼らを比較的感化しやすいと考えられる。有権者であるユーザーと「直接」話すことで、彼らを感化し、彼らに作品を作ってもらいさらにその視聴者を共感させるという仕組みができないだろうか。これはもちろん今のシステムでは困難なものであるので、今後作ってきたい。

ニコニコ動画は衆愚政治を誘引する可能性を秘めているが、ニコニコ生放送（図 7）をうまく運用することでそのバランスをとることができると考えられる。つまり、ニコニコ生放送を討議の場として設計することができるということである。例えば、ユーザー同士がある政治テーマについて議論している様子をライブストリーミングできる仕組みをニコニコ生放送に入れることで、質の高いコンテンツを生み出すとともに視聴者を巻き込んだ討議の場にもなる。東浩紀のようなネットに親和性のある評論家にファシリテーターとして参加してもらうことで（東は望まないかもしれないが）、ネット上での討議民主主義といった視角からの検証も行うことができる。



図 7：ニコニコ生放送

また、スマートフォンに Flash10 が搭載されていき、ライブストリーミングサービス展開の障壁が下がっていることに鑑みれば、携帯デバイスを用いてユーザーがライブストリーミングを行うことも視野に入れることができる。マスメディアを「中抜き」し、編集の介在しない映像が大量に流されるようになることは、民主主義システムに何らかの影響をあたえることになるのではないかと考えられる。

このように、政治的テーマについて共感を高めるニコニコ動画は今後もその影響力という点で研究対象となりうるが、ライブストリーミングサービスであるニコニコ生放送も新しい研究対象となるはずである。共感の場であるニコニコ動画と討議あるいはデジタルジャーナリズムの場になりうるニコニコ生放送について、これからも民主主義システムという観点から考えデザインしていきたい。

謝辞

本研究の指導教員であり、幅広い知見からの確な指導と暖かい励ましやご指摘をしていただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の岸博幸教授に心から感謝いたします。

研究指導や論文執筆といった点で数多くの助言を賜りました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の奥出直人教授に心から感謝いたします。

プロジェクトを進める上で真摯な助言や協力を頂きました株式会社ドワンゴの戸田淳氏、齊藤祐治氏、坂本将樹氏、川村健吉氏に心から感謝いたします。

さまざまな面から研究活動を支えていただき、苦楽を共にしてプロジェクトを進めてきた慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科ニコニコ動画プロジェクトの皆様心から感謝いたします。

最後に、研究活動に関するご理解とともに、経済面や生活面において支援していただきました家族に心から感謝いたします。

参考文献

- [1] 菅原琢, 『世論の曲解 なぜ自民党は大敗したのか』, 光文社, 2009
- [2] 衆議院議員 逢坂誠二 (seiji_ohsaka) on Twitter, Twitter, http://twitter.com/seiji_ohsaka (参照年月日 2010年1月14日)
- [3] ネット世論調査「内閣支持率調査 2009/1/28」, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm6802384> (参照年月日 2010年1月14日)
- [4] ネット世論調査「内閣支持率調査 2009/2/13」, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm6802386> (参照年月日 2010年1月14日)
- [5] ネット世論調査「内閣支持率調査 2009/6/18」, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/nm7377272> (参照年月日 2010年1月14日)
- [6] ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/> (参照年月日 2010年1月14日)
- [7] 「危機をチャンスに変えろ」(前編) ~G20 サミットの舞台裏, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm6782142> (参照年月日 2010年1月14日)
- [8] 七色の麻生太郎, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm7808330> (参照年月日 2010年1月14日)
- [9] 七色のニコニコ動画, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm7233711> (参照年月日 2010年1月14日)
- [10] 小沢一郎がヤバイ「中国主席に握手してもらった」とハイテンション, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm4941926> (参照年月日 2010年1月14日)
- [11] 【特設】年金問題について / 民主党代表 小沢一郎, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm584312> (参照年月日 2010年1月14日)
- [12] 小林哲郎, 「インターネット利用の社会化とその政治的含意」, 池田謙一(編著)『政治のリアリティと社会心理—平成小泉政治のダイナミクス—』, 木鐸社, pp.229-263, 2007
- [13] 金相美, 「市民の政治参加におけるインターネットの影響力に関する考察 - 参加ネットツールは投票参加を促進するのか - 」, 『選挙研究』25巻1号, 日本選挙学会, pp.74-88, 2009
- [14] LaChrystal Ricke, A New Opportunity for Democratic Engagement: The CNN-YouTube Presidential Candidate Debates, The Journal of Information Technology and Politics Annual Conference: YouTube and the 2008 Election Cycle in the United States, The Journal of Information Technology and Politics, pp.63-82, 2009
- [15] 濱野 智史, 『アーキテクチャの生態系——情報環境はいかに設計されてきたか』, エヌティティ出版, 2008a
- [16] 濱野 智史, 「「ニコニコ動画」をめぐる冒険 —— 「擬似同期型アーキテクチャ≡複製技術II」のアーキテクチャ分析」, 『InterCommunication No.65 Summer 2008』第17巻第3号, NTT出版, pp.90-95, 2008b

- [17] 濱野 智史, 「ニコニコ動画の生成力 (ジェネレイティビティ) ——メタデータが可能にする新たな創造性」, 東浩紀+北田暁大編『思想地図 Vol.2』, NHK 出版, pp.313-354, 2008c
- [18] 平成 22 年 9 月期 第 1 四半期決算説明資料, 株式会社ドワンゴ, http://info.dwango.co.jp/pdf/ir/news/2010/100204_ir.pdf (参照年月日 2010 年 2 月 18 日)
- [19] 平成 20 年通信利用動向調査の結果 (概要), 総務省, http://www.soumu.go.jp/main_content/000016027.pdf (参照年月日 2010 年 1 月 14 日)
- [20] 「第 45 回衆議院総選挙 ネット出口調査」総合結果, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/nm8089297> (参照年月日 2010 年 1 月 14 日)
- [21] 民主内閣、ネット調査の支持率 70.5%、楽天アンケート, nikkei BPnet, <http://www.nikkeibp.co.jp/article/news/20090902/178324/> (参照年月日 2010 年 1 月 14 日)
- [22] 【保守としての自民党は】麻生太郎研究第 290 弾【戦う姿勢を示していくべきだ】, 2ちゃんねる, <http://hideyoshi.2ch.net/test/read.cgi/asia/1262176302/> (参照年月日 2010 年 1 月 14 日)
- [23] マスゴミ, Wikipedia, <http://ja.wikipedia.org/wiki/マスゴミ> (参照年月日 2010 年 1 月 14 日)
- [24] 村井源, 松本斉子, 山本竜大, 往住彰文, 「Web の計量言語学的分析からみた政治的感性の特徴」, 『感性工学会研究論文集』Vol. 7, No. 3, pp.561-569, 2008
- [25] KH Coder, <http://khc.sourceforge.net/>
- [26] mecab, <http://mecab.sourceforge.net/>
- [27] 2009.1.29 国務大臣の演説に対する質疑 (代表質問) - 細田博之, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm5987950> (参照年月日 2010 年 1 月 14 日)
- [28] 2009 年 6 月 17 日 党首討論 鳩山由紀夫 VS 麻生太郎 (前編), ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm7370134> (参照年月日 2010 年 1 月 14 日)
- [29] 東 浩紀, 『動物化するポストモダン—オタクから見た日本社会』, 講談社, 2001
- [30] 【麻生太郎】あっそあそにしてあげる♪【してやんよ】, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm4706805> (参照年月日 2010 年 1 月 14 日)
- [31] 代表質問 小沢一郎 VS 麻生太郎 (full), ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm4797155> (参照年月日 2010 年 1 月 14 日)
- [32] 松岡修造が福田の辞任会見を観て熱くなったようです, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm4492901> (参照年月日 2010 年 1 月 14 日)
- [33] 【平沼安倍】HANA~保守よ、起ち上がれ~【中川麻生】, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm3268887> (参照年月日 2010 年 1 月 14 日)
- [34] エースコンバット 6 「とてつもない日本」 解放への戦火, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm1180473> (参照年月日 2010 年 1 月 14 日)
- [35] 「麻生内閣と経済対策 前編」, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm7851970>

(参照年月日 2010年1月14日)

- [36] 宮台 真司, 鈴木 弘輝, 堀内 進之介, 『幸福論—“共生”の不可能と不可避について』, 日本放送出版協会, 2007
- [37] 組曲「麻生太郎」, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm1484235> (参照年月日 2010年2月18日)
- [38] 麻生さんのターン, ニコニコ動画, <http://www.nicovideo.jp/watch/sm1312813> (参照年月日 2010年2月18日)