

Title	高い政治知識を有する層における「政治へのあきらめ」の解消に関する研究
Sub Title	A study on mitigating resignation against politics for people having high political literacy
Author	喜早, 清冬(Kiso, Kiyoto) 当麻, 哲哉(Toma, Tetsuya)
Publisher	慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
Publication year	2011
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	<p>□日本人が自国の政治に関心を示す度合いが、他国と比較しても低いという指摘が行われ続けてすでに数年が経過している。投票率低下の傾向こそ、近年は歯止めがかかってきているが、依然として、日本人の政治への関心の度合い等は他国との比較において、低い水準にあると言わざるを得ない。一般大衆からすれば、もはや政治とは何を言ったとしても変わることのない、どうにもならない問題であるという「政治に対するあきらめ」が存在していることは、日本に生活する多くの人々が感じているところであろう。このような「政治へのあきらめ」が充満する現状を招いた要因としては複数の可能性を挙げる事が出来る。例えば、投票制度の充実度合といった制度上の問題点、もしくは、アメリカなどの欧米社会と比較して、日本人が政治に関するオピニオンを醸成・発信しづらい文化を持っている文化的な問題なども挙げることが出来る。加えて、日本独自の報道やコミュニケーションシステムの構造が引き起こしている問題も、日本における政治への関わり合いの薄さの原因となっている可能性もまた指摘することが出来る。本研究では、この日本における「政治へのあきらめ」感の根本原因を子細に分析し「報道・コミュニケーションにおける問題」であることを最大の原因とし、その現状を改善しうる方策を練り、実証実験を通じその有用性を検証することを主眼としている。又、一口に「政治へのあきらめを解消する」と言っても現実問題として、本研究のみで全日本国民の政治へのあきらめを解消することは不可能である。そこで、本研究では一般大衆を政治知識の高低によりセグメント分けし、「政治知識の高い層」における、「政治へのあきらめ」を解消するための方策を検討、実証することを研究スコープとして絞ることとした。具体的には、検討を重ねた結果として、政治家による講演会動画のソーシャルメディアによる共有とライブ視聴との比較を通じて、より「政治へのあきらめ」を解消しうるコンテンツ配信方法について検証を行った。使用するソーシャルメディアには、動画共有サービス「ニコニコ動画」を使用し、その特徴である自由にコメントを書き込める機能が付随することによる、バーチャルな社会参加が政治へのあきらめの解消に有効であることを、アンケート調査によって検証することが出来た。</p>
Notes	修士学位論文. 2011年度システムデザイン・マネジメント学 第76号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40002001-00002011-0029

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.

高い政治知識を有する層における
「政治へのあきらめ」の解消
に関する研究

喜早 清冬

(学籍番号：81033163)

指導教員 准教授 当麻 哲哉

2012 年 3 月

慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科
システムデザイン・マネジメント専攻

論 文 要 旨

学籍番号	81033163	氏 名	喜早 清冬
論文題目： 高い政治知識を有する層における「政治へのあきらめ」の解消に関する研究			
<p>(内容の要旨)</p> <p>日本人が自国の政治に関心を示す度合いが、他国と比較しても低いという指摘が行われ続けてすでに数年が経過している。</p> <p>投票率低下の傾向こそ、近年は歯止めがかかってきているが、依然として、日本人の政治への関心の度合い等は他国との比較において、低い水準にあると言わざるを得ない。一般大衆からすれば、もはや政治とは何を言ったとしても変わることのない、どうにもならない問題であるという「政治に対するあきらめ」が存在していることは、日本に生活する多くの人々が感じているところであろう。</p> <p>このような「政治へのあきらめ」が充満する現状を招いた要因としては複数の可能性を挙げる事が出来る。例えば、投票制度の充実度合といった制度上の問題点、もしくは、アメリカなどの欧米社会と比較して、日本人が政治に関するオピニオンを醸成・発信しづらい文化を持っている文化的な問題なども挙げることが出来る。加えて、日本独自の報道やコミュニケーションシステムの構造が引き起こしている問題も、日本における政治への関わり合いの薄さの原因となっている可能性もまた指摘することが出来る。</p> <p>本研究では、この日本における「政治へのあきらめ」感の根本原因を子細に分析し「報道・コミュニケーションにおける問題」であることを最大の原因とし、その現状を改善しうる方策を練り、実証実験を通じその有用性を検証することを主眼としている。</p> <p>又、一口に「政治へのあきらめを解消する」と言っても現実問題として、本研究のみで全日本国民の政治へのあきらめを解消することは不可能である。そこで、本研究では一般大衆を政治知識の高低によりセグメント分けし、「政治知識の高い層」における、「政治へのあきらめ」を解消するための方策を検討、実証することを研究スコープとして絞ることとした。</p> <p>具体的には、検討を重ねた結果として、政治家による講演会動画のソーシャルメディアによる共有とライブ視聴との比較を通じて、より「政治へのあきらめ」を解消しうるコンテンツ配信方法について検証を行った。</p> <p>使用するソーシャルメディアには、動画共有サービス「ニコニコ動画」を使用し、その特徴である自由にコメントを書き込める機能が付随することによる、バーチャルな社会参加が政治へのあきらめの解消に有効であることを、アンケート調査によって検証することが出来た。</p>			
キーワード (5 語) 政治へのあきらめ、政治知識、ソーシャルメディア、動画共有、報道システム			

SUMMARY OF MASTER'S DISSERTATION

Student Identification Number	81033163	Name	Kiyoto KISO
Title			
A Study on Mitigating Resignation Against Politics for People Having High Political Literacy			
Abstract:			
<p>In the comparison with other countries, the degree of political interest of Japanese ordinary people is quite low, and this tendency had been pointed out for years.</p> <p>Declining of voter turnout has been braked recently, but still the rate of political interest and awareness is lower than global average. Moreover, the attitude against politics of their country is able to be described as “resignation” and there is nothing to do to change their politics and politicians. This is a common self-recognition of Japanese people for their politics.</p> <p>There are several possible factors which caused this social problem in Japan. Imperfection of voting system is one of the possible causes of political resignation. A cultural characteristic of Japanese people is not also able to overlook, because there had been a theory that Japanese social atmosphere was not likely to actively speak up about political issues in public. In addition, the uniqueness of Japanese media communication system can be the possible answer for this big social problem. Especially on information flow about political issues.</p> <p>In this paper, I had researched in details about each possible choice, and specified the key bottle neck of political resignation in Japan as “the problem of Japanese unique media communication system”. I also had set the goal of this study to figure out the solution of mitigation of this problem.</p> <p>Mitigating whole Japanese people’s resignation on politics in this single study is unrealistic, and that is why I chose to focus of this paper only on mitigating among people who have high political literacy. In more details, this paper suggested that sharing political contents through social media is quite effective on mitigating political resignation in those people. I chose to use “niconico video” for sharing contents and revealed effectiveness of its unique user interface on this problem via questionnaire survey.</p>			
Key Word(5 words)			
Resignation Against Politics, Political Literacy, Social Media, Video Sharing, Media Communication System			

第1章 序論

1.1	はじめに	6
1.2	政治関心の定義	6
1.2.1	政治的無関心の定義	7
(1)	リースマンの二類型	7
(2)	ラスウェルの三類型	8
(3)	中井正一の四類型	8
(4)	まとめ	9
1.2.2	本研究における政治関心の定義	10
1.3	研究背景	10
1.3.1	日本の政治関心現状	11
1.3.2	世界との比較	11
1.4	政治へのあきらめ風土について	12
1.5	本研究の目的・研究仮説	13
1.6	論文の構成	15

第2章 政治関心についての現状分析

2.1	本章の目的	16
2.2	日本の政治関心についての分析	16
2.3	世界各国との政治関心比較	18
2.4	まとめ	19

第3章 政治への「あきらめムード」の原因分析

3.1	本章の目的	21
3.2	ロジックツリーによる問題点分解	21
3.3	選挙制度における問題点	22
3.3.1	選挙制度改革のサマリー	22
(1)	期日前投票制度	22
(2)	在外選挙制度	23
3.3.2	選挙制度改革による効果	23
3.4	文化的背景における問題点	24
3.4.1	日米間の政治意識についての比較	24

3.4.2 考察.....	25
3.5 報道・コミュニケーションに関する問題点.....	25
3.5.1 概観.....	25
3.5.2 日本における報道とコミュニケーションに起因する問題点.....	26
3.6 まとめ～問題点の絞り込み～.....	28

第4章 報道・コミュニケーションの問題に起因する日本の政治へのあきらめ

4.1 本章の目的.....	29
4.2 政治報道内容の多様化による功罪.....	29
4.2.1 政治報道内容多様化による政治関心へのプラス効果.....	31
4.2.2 政治報道内容多様化による政治関心へのマイナス効果.....	31
4.2.3 総括.....	32
4.3 AS-IS・TO-BEモデルによる「ありたき姿」の提示.....	33
4.3.1 日本の報道システム構造.....	33
(1) プラスポイント.....	33
(2) マイナスポイント.....	34
4.3.2 報道の多様化による「AS-IS・TO-BE」.....	34
4.4 「ありたき姿」における本研究の立ち位置.....	36
4.5 まとめ.....	36

第5章 高政治知識者層向けの政治へのあきらめ解消に向けたソリューション選択

5.1 本章の目的.....	38
5.2 インターネットを利用した政治コミュニケーション.....	38
5.2.1 インターネットにおける政治意識・関心.....	39
5.2.2 blogを用いた政治コミュニケーションの促進事例.....	39
5.2.3 ソーシャルメディアの可能性.....	40
5.2.4 利用ソーシャルメディアの選択.....	43
5.3 仮説の構築.....	43
5.4 まとめ.....	44

第6章 検証実験内容詳細

6.1	本章の目的	45
6.2	実験の目的と概要	45
6.3	三田祭実験の詳細	45
6.3.1	概要	46
6.3.2	コンテンツ選定理由	47
6.4	ニコニコ動画上におけるコンテンツ共有実験の詳細	47
6.4.1	概要	47
6.4.2	ニコニコ動画の選定理由	48
6.5	アンケート内容について	51
6.5.1	三田祭実験でのアンケート	51
6.5.2	ニコニコ動画実験でのアンケート	53
6.6	まとめ	54

第7章 実験結果と検討

7.1	本章の目的	55
7.2	三田祭実験の結果	55
7.2.1	設問,1「属性質問」の集計結果	55
7.2.2	設問,2「政治知識レベル」の集計結果	56
7.2.3	設問,3「政治への関心度合い現状」の集計結果	57
7.2.4	設問,4「講演会参加による今後の政治への参加意欲向上」の集計結果	59
7.2.5	三田祭実験結果の総表	61
7.3	ニコニコ動画実験の結果	63
7.3.1	設問,1「属性質問」の集計結果	64
7.3.2	設問,2「政治知識レベル」の集計結果	65
7.3.3	設問,3「政治への関心度合い現状」の集計結果	66
7.3.4	設問,4「講演会参加による今後の政治への参加意欲向上」の集計結果	67
7.3.5	ニコニコ動画実験結果の総評	68
7.4	結果比較	69
7.4.1	設問,3「政治への関心度合い現状」の実験結果比較	70
7.4.2	設問,4「講演会参加/コンテンツ視聴による今後の政治への参加意欲向上」の実験結果比較	71

7.4.3 「政治へのあきらめ」を感じていた層における各実験のあきらめ改善度合い の比較	72
7.5 検討	74
7.6 まとめ.....	75

第8章 結論

8.1 本研究の結論	76
8.2 今後の課題.....	77
8.3 本研究の意義	79

参考文献

謝辞

第1章 序論

1.1 はじめに

日本人が、政治に積極的に関心を向けない傾向があるという説が唱えられ続けて、もう数年がたつ。私が本研究に取り組むに至る根本の動機も、この日本人の政治への無関心、政治意識の低さという、現代日本における社会問題を解決したいという気持ちに突き動かされたところに起因している。

単純に投票率だけを見れば、90年代の終わりを境に、わずかではあるが改善傾向にあるともいえる。しかしながら、ここ3回の参院選投票率は50%台後半で横ばいと言える数値であるため、これだけを見て明らかな改善傾向にあるとは言い難いのが現状である。

又、このような現状の中でも、私は、すでに、日本人の政治への「あきらめ」や「無関心」はある種固まりきった概念と化している点にとっても大きな懸念を抱いている。政治家に対して何を求めようが、政治家は結局何もしてくれない、何も変えてくれない。そういった空気が蔓延していることこそが、こういった数値に現れない、日本の抱える政治関心についての最大の問題である。

又、それは世代を問わないものであることにも疑いの余地はない。実際に私は学部時代に「政治学科」と名のつく学科に所属していたが、そこに居る若者達の政治意識は一般大衆とおおよそ変わらない程度のものであり、その事実に私は非常な危機感を覚えた。

加えて、学部時代のマスコミュニケーション研究、さらに本研究科での研究活動を経て、この問題の根本原因は、一般大衆への情報伝達の方法、つまりメディアを通してのコミュニケーションの現状にあるとの認識を抱き、それら既存メディアとは又違った形のコミュニケーションをインターネットベース上で行い、その効果検証を行うことを念頭において研究に取り組んだ。

1.2 政治関心の定義

研究を行うに当たり、まず取り組まなくてはならないのは、「政治関心」という言葉の定義づけである。研究を行う上で、様々な先行研究や、文献の調査を実施したが、結果として「政治関心」という単語についての明確な定義を述べているものが存在しなかったため、本研究における政治関心の定義を本項において行う。

又、「政治関心」という言葉に対する定義が存在しなかった他方で、「政治的無関心」についての定義はいくつか存在したため、それらについて言及すると共に、参考にしながら先行研究で用いられている手法によって、「政治関心」に対する言葉の定義に落とし込む。

1.2.1 政治的無関心の定義

政治関心についての確固たる定義こそ存在しなかったものの、調査をすすめた結果「政治的無関心」という言葉については、いくつかの定義が存在することが分かった。「政治関心」という単語の定義が存在しないにもかかわらず、「政治的無関心」という言葉の定義が複数存在する理由は、「政治関心」についての研究は、今まで主にその時々の民衆の政治関心についての調査研究が主に行われており、政治関心が「ある」or「ない」ということの基準ではなく、それがどの程度の度合いであるかを測ることが多かったこと、それに対して、「政治的無関心」は、政治に対して意見・興味をもたなくなるということに関して、考察を行う研究が主流であったため、複数の有力な定義が存在するほどに、言葉の定義が充実したものであると考えられる。

一般的に「政治的無関心」という言葉をあつかう場合は、アメリカの社会学者デイヴィッド・リースマンによる「二類型」[1]を指す場合が多い。リースマンは、もともと近代社会における人間の周囲との関わり合い方についての3類型が高名であった。近代アメリカにおける工業化と利便化、それに伴い、伝統や親といった存在からの自立を確立させるための知識や技術の獲得といったモチベーションが衰退し、想像力や知識獲得の意欲が減退してしまった「他人指向型」に変化したというこの「リースマンの3類型」(社会的性格の類型)から転じて、「政治的無関心」についても定義が成されている。

さらに、その「リースマンの二類型」をさらに発展させたものが、「ハロルド・ラスウェルの三類型」[2]である。ラスウェルは、リースマンと同世代のアメリカの政治学者であり、彼の主張はリースマンの1類型を細分化したものにとらえておおむね構わないが、それとは全く違った切り口として、「中井正一 の四類型」[3]もこの項では扱いたい。中井は元来政治学者・社会学者ではなく美学者であるため、一般に、このような「政治的無関心」について論じるときに、あまりメインストリームの主張であるとは言い難いが、知識者層に区切って定義したものであるという観点が、本研究にマッチするため、取り上げることにした。

<リースマンの二類型> [1]

- 伝統型無関心

かつて存在した、明確な社会身分制度などに起因する、伝統的に政治は社会的地位の高い者たちに任せておけばよいという考えから、一般大衆が政治に対して関心を抱くことが出来ない状態。

リースマンはこの説を1950年に発表した。この1961年時点で、すでにこのような政治的無関心の傾向というのは、あまりみられないとしていた。

- 現代型無関心

工業化に成功し、物質的豊かさ、そして教育も充実した社会において起こる政治的無関心の構図。国民が自国の政治を他人事のように考え、関心を抱かない状態のことを指す。

知識や素養を身に着けていたとしても、政治は自分とは関係ないと決めつけ、参政せず、又、それを理解しようとしなないのは、前述のリースマンの社会的性格の一類型であり、近代の人間においてよく見られる「他人指向型」の社会的性格の人間が多くなったことに起因する。

＜ラスウェルの三類型＞^[2]

- 脱政治的無関心(De-political)

政治に対して関与していたものの、己の期待を政治によって充足することが出来ず、裏切られたと感じ、政治に幻滅、関心を示さなくなってしまう状態。選挙行動としては、「選挙には行くが、白紙投票をする」行為が当てはまる。

「リースマンの二類型」に当てはめるとすれば、関心を示さないという意味では「伝統型無関心」に、幻滅し関心を示さないという意味では「現代型無関心」に当てはまる、これら二つを統合したような性格をもつ。

- 無政治的無関心(Apolitical)

政治とは関係のない他の物事に心を奪われており、政治に対して関心を向けない状態のことを指す。投票行動に当てはめるとすれば、政治ではない何か他の物事に夢中であるが故、投票に行かないということになる。

- 反政治的無関心(Anti-political)

政治そのものと距離を置き、積極的な政治との関わり合いを避けようとする状態のこと。具体的には、宗教上の理由や、思想上の理由(無政府主義など)などでのような態度をとるケースなどが考えられる。当然、投票行動としても、投票を行わないという態度が当てはまる。

＜中井正一の四類型＞^[3]

- 敗退的遊離

現実の政治に対し、何か期待を裏切られたことを元に、幻滅、理想論のみを唱える状態のこと。リースマンにおける「現代型無関心」、ラスウェルにおける「脱

政治的無関心」に相当する概念。

- 逃避的遊離

政治を「醜いもの」ととらえ、積極的にかかわろうとしない態度のことを指す。政治を自らの興味から外してしまうという意味ではラスウェルにおける「無政治的無関心」、自己の信条から合わないものであるがゆえに関わりを避けようとしているという意味においては、こちらもラスウェルの「反政治的無関心」とも同じニュアンスを内包する。

- 妥協的遊離

批判することを忘れ、ただただ現状を追認するのみの状態。中井はアリストテレスの、アレクサンダー大王の封建的政治機構を確立した家庭を指して、妥協的遊離としている。

- 妥協的遊離

無関心が屈折し、極端化した状態のことを指す。政治に対する異議を、死を持って示そうとするなどの、自暴自棄な行動をとる。「死」をある種の遊離であると考えた概念であり、政治に関与しようという意思そのものは存在するため、完全なる無関心とは言い難い。

<まとめ>

それぞれの「政治的無関心」の定義およびその種類について述べてきたが、ここでは、それらを一本化する。

基本的には、前述のとおり「リースマンの二類型」が「政治的無関心」を定義づける上で一番包括的である。ここまでの文章でまとめてきたとおり、①「リースマンの二類型」、②「ラスウェルの三類型」、③「中井正一の三類型」の順序で細分化が成されていると言えよう。本研究においては、これら 3 つの政治的無関心の定義において共通している項を、絞り出すことで、最も一般的な、現代社会に通ずる政治的無関心の定義として再定義したい。

共通項に絞り込む理由としては、上記 3 定義の中でも今日の社会に即さないような内容のものが存在するためである。たとえば、リースマンの「伝統型無関心」はすでに現代日本において選挙権の付与といった問題は存在せず、現実味がないといった点が挙げられる。以上の観点から、下記の通り本研究における政治的無関心の定義を行いたいと思う。

「政治的無関心とは」:

“現状の政治に対する期待を裏切られ、これ以上何かを働きかけても効果がないと悲観し、諦めている状態。また、すでに期待を裏切られているため、積極的に新たに働きかけることが出来ないさま。”

1.2.2 本研究における政治関心の定義

リースマン、ラスウェル、中井正一の唱える各政治的無関心の定義、種類について前項で述べ、まとめてきたが、この項で政治的無関心の逆を取ることで「政治関心」の定義を決する。政治的無関心を反転させる手法については、稲増・池田[4]の行った調査における、アンケート被験者の政治関心度合いを測る質問項目が、大規模社会実験[5]において行われた私生活志向調査における政治非関与についての項目を反転した手法を参考にしている。

又、「政治的無関心」のまとめだが、前項のまとめで述べたとおり「現状の政治に対する期待を裏切られ、これ以上何かを働きかけても効果がないと悲観し、諦めている状態。また、すでに期待を裏切られているため、積極的に新たに働きかけることが出来ないさま。」という、本研究における定義を使用する。

上記を踏まえた上で、本研究における「政治関心」についての定義を以下に示す。

政治関心とは:

“現状の政治し何らかの期待を保持しており、その実現のために積極的に行動を起こすための興味が喚起されている状態。

ここで指す「行動」とは、「政治に関する情報の収集」といった比較的ハードルの低いものから、具体的な「投票行動」「政治活動への参加」までを包括する。”

1.3 研究の背景

本項では、1.1 項で述べた問題意識について、より詳しく、研究を行うに至った背景について述べる。

1.1 項で述べたとおり、日本人が政治に対して関心を抱かなくなっているということは、ある種の日本における共通理解となっているといえよう。しかしながら、数値的データを見ていくと、単純に政治への関心がないと言い切ることのできない、複雑な現状が見えてくる。本項では、「日本人の政治関心」について日本国内の動向と、世界との比較を通して外観を示す。

1.3.1 日本の政治関心現状

本研究の定義するところにおける「政治関心」では、「行動」を起こしているか否かも、その度合いを測る上での要素であるため、最もシンプルな投票率の推移を下記に示す。

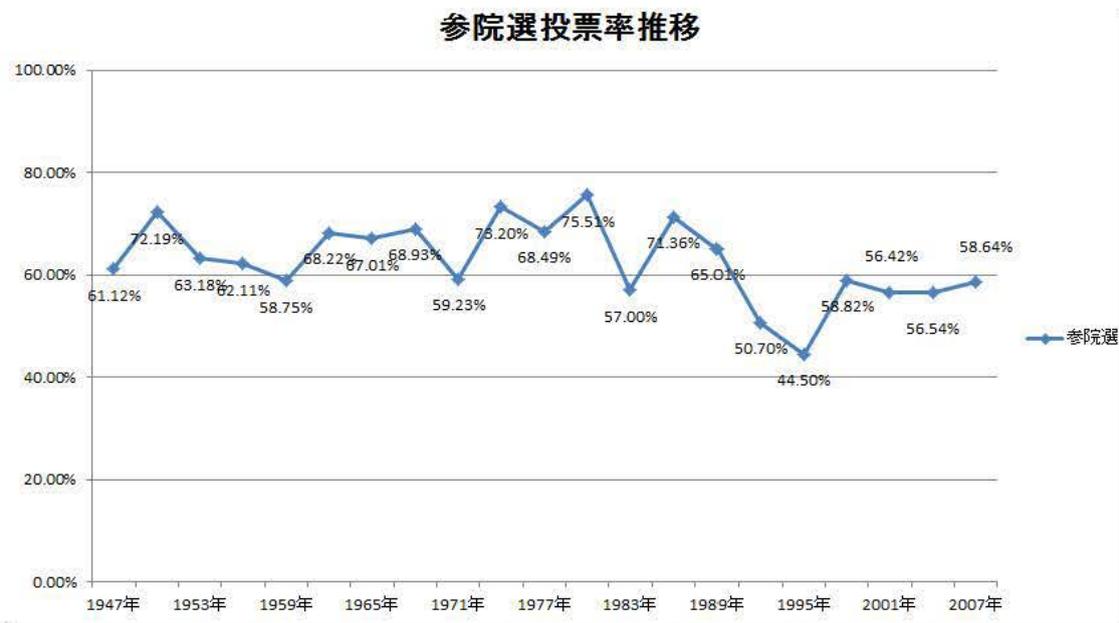


図.1 参議院議員選挙投票率推移 (数値は総務省発表)[6]

図.1は参院選の戦後の投票率の推移を表したものであるが、90年代に最低の数値を記録してからの推移を考えると、ある程度の改善傾向にあることがうかがえる。ただし、2000年代に入ってから直近3回の投票率を比較すると、56.42%(2001年)→56.54%(2004年)→58.64%(2007年)とほぼ横ばいの数値が並んでおり、直近の選挙においては投票している人々の層が変わっていないことが推察できる。

一般的に言われているような、政治離れ、政治への無関心という傾向からすれば、90年代に比べて、投票率が改善しているという事実は少々真逆のような印象を受けるが、その、90年代のもっとも低い時期を抜け出してからほぼ横ばいであるということは、ある程度は政治への関心を持つようにはなったが、それが大幅な改善に結びついていない状態があるということが言える。

1.3.2 世界との比較

では、世界と比較したときには、日本の政治関心の度合いはどのような位置づけであるのか。

2005年	非常に 関 心 が あ る	まあ関 心 が あ る	あまり 関 心 が な い	まったく 関 心 が な い	わか ら な い・無 回 答	『関 心 が あ る』	『関 心 が な い』
日 本	11.7%	46.2%	32.2%	9.3%	0.6%	57.9%	41.5%
韓 国	8.5%	41.2%	36.2%	12.6%	1.5%	49.7%	48.8%
アメリ カ	15.4%	39.1%	25.5%	18.8%	1.2%	54.5%	44.3%
イギリ ス	7.7%	25.5%	20.6%	44.9%	1.3%	33.2%	65.5%
フラン ス	9.3%	33.3%	31.3%	25.7%	0.4%	42.6%	57.0%

表,1 世界各国の政治への関心度合い調査

「あなたは、今の自国の政治にどのくらい関心がありますか」に対する回答
(2005年度内閣府政策統括官・世界青年意識調査より抜粋)[7]

表,1 では、内閣府政策統括官の行っている世界青年意識調査の結果をまとめた表である。この表に寄れば、日本は政治に対して「非常に関心がある」と回答した人の割合が、アメリカについて 2 番目に多いという数値が出ている。また、その他の国々と比べると、ヨーロッパ各国(イギリス・フランス)などと比較すれば、明らかに、日本のほうが自国の政治への関心を強く持っているということがわかる。

つまり、政治にたいしての関心は他国と比較してもそんな色ないレベルで持ち合わせており、むしろ高水準と言えるにもかかわらず、投票率が伸び悩んでいるということの背景には、関心があっても投票行動に結びつかないという、問題が存在すると言えよう。

1.4 政治へのあきらめ風土について

日本の政治関心度合いの現状についてまとめた結果、世間一般で言われているほど、又、巷の報道や論評等で喧伝されているほど、日本人の政治への関心は低くないのではないかと、という結論が得られた。しかしながら、投票率については横ばい傾向であることから、関心があってもそれが投票行動に結びついていないというのが現状である。

そこで、政治的無関心の部分に立ち返ると、政治に対して、期待していたことが裏切られたことが原因となって政治的無関心を引き起こしているということが考えられる。つまり、日本における政治的無関心とは、「政治へのあきらめ」の風土が根付いてしまったことに起因しているのではないかと、考えることが出来る。

Cappella・Jamieson は、このような政治へのあきらめを “Spiral of Cynicism” と表現したことで知られる[8]。シニシズムとは「現世に対して逃避的・嘲笑的な態度をとる」(大辞林より転載)ことであり、冷笑主義ともいわれる。Cappella・Jamieson は、メディア(おもにテレビ)の政治における役割に着目し、公衆が政治に対してシニカルになった原因は、政治家だけではなく、メディアも大きな責任があるとしている。具体的にはメディアが、政治に関する報道を娯楽番組化し、政治報道に客観的な事実を求めている公衆が、安易か

つ均一な政治批判ばかりを目にすることになり、結果として「なにをやっても政治は良くならない」といった冷笑的な空気感が蔓延し、政治へのあきらめのスパイラルが発生している状態のことを指している。

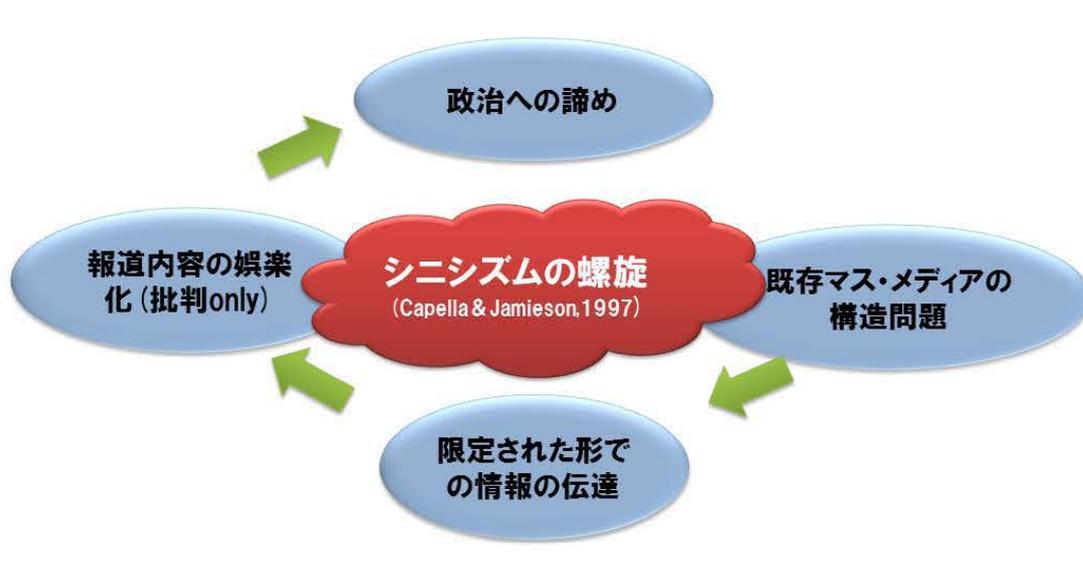


図.2 シニシズムの螺旋図解

Cappella・Jamieson の研究[7]はアメリカの選挙報道番組に焦点を当てたものであったが、日本においても、この手の研究はいくつか行われており、特に、小泉純一郎元首相の在任時代にはいわゆる「ワンフレーズポリティクス」といった短い単語を並べる手法や、二軸対立構造を創り出す手法で(「官か民か」など)、国民の関心を特に集め、ワイドショーやスポーツ新聞など、今まで政治を扱ってこなかったメディアにまで取り上げられるにいたった。その時期を指して、逢坂は「小泉劇場」と評している[9]。

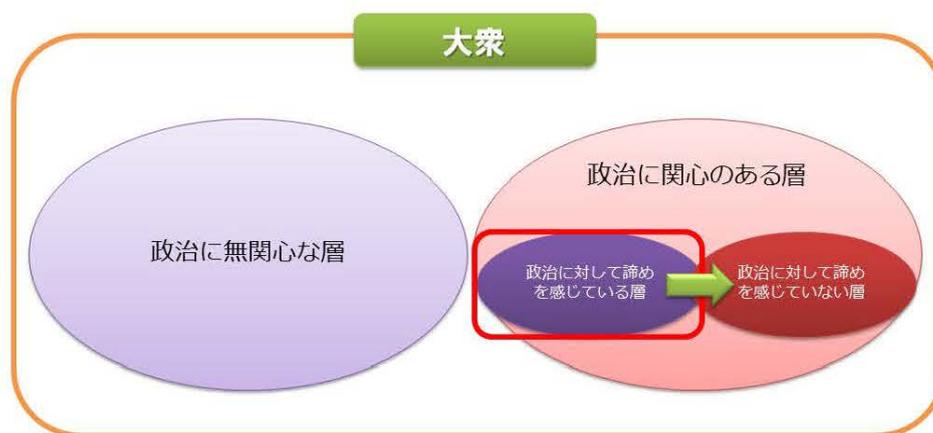
又、谷口は、この Cappella・Jamieson のシニシズムの螺旋を日本のテレビニュースに当てはめ、日本においても、上記のような否定的文脈を持って語られる報道内容はシニシズムを引き起こしうるとしている[10]。

以上の観点から、現在の日本の政治に対する関心の低さ、もしくは、関心があってもそれが投票行動に結びついていないことの根本原因は、「政治へのあきらめ」にあると考えられる。

1.5 本研究の目的・研究仮説

前項では、日本の政治への停滞感については、日本人が自国の政治に対して「あきらめ」を感じてしまっていることに起因していることが明らかになった。すなわち、この「政治へのあきらめ」を断ち切るための詳細な原因分析、および解決案を示し、その妥当性を

検証することが、本研究の大きな目的となる。その研究目的を図示したものが、図,3 になる。この図で示した通り、政治に関心がありながら、政治に対してあきらめを感じている層の「あきらめ」を断ち切ることで、図の中の矢印のとおり、「政治へのあきらめを感じていない層」にシフトさせるための原因分析と、方策の検討・検証が本研究の目的となる。



図,3 政治関心による大衆のセグメント図

一口に「政治へのあきらめ」を解消すると言っても、政治への意識・知識の度合いは人それぞれである。図,3 で示した通り、大衆の中には政治についての関心がある層・無い層が存在し、その中で政治へのあきらめを感じているか否かという観点において、さらにセグメントを切ることが出来る。

研究では政治関心の高い層の中でも「政治へのあきらめ」を感じている層の中でも、「政治知識の高低」で区切り、その中でも「政治知識の高い層」を対象とし、あきらめの解消を行うこととした(第4章参照)。

加えて、政治知識の高い層に対して政治へのあきらめを解消するための方策として、様々な選択肢を検討した結果、本研究においてはソーシャルメディアでの政治討論についての動画を共有する方法を採用した。その理由は第4・5章において詳しく記述するが、簡潔に述べると、従来のマス・メディアとは違った情報パスにおいて実際にソーシャルメディアでのコンテンツ接触と、直接のコンテンツ視聴とでアンケートをとることで、その効果の検討を行った(第6、7章参照)。

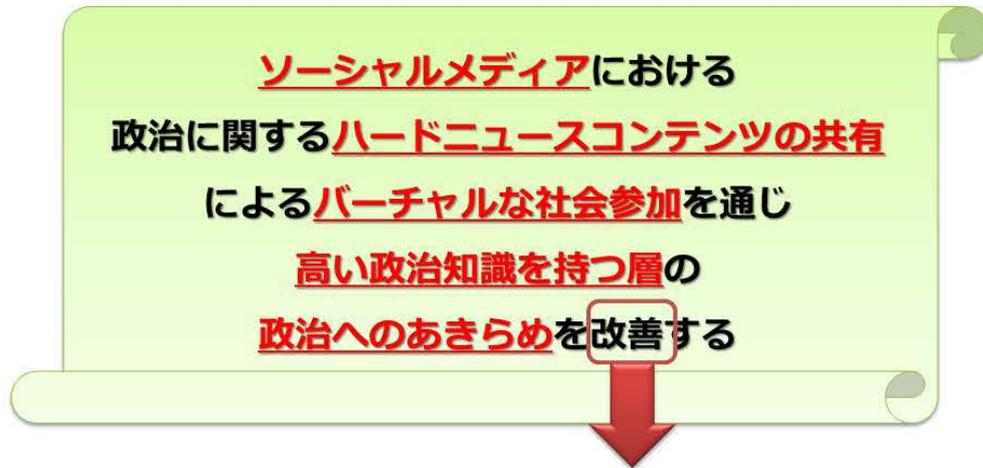
上記を踏まえて、To/By/Usingの手法を用い本研究の目的を以下に述べる。

To: 高い政治知識を持つ層の政治へのあきらめを解消する方法としての妥当性を検証する

By: 政治へのあきらめを解消するソリューションを見出すことによって

Using: 政治へのあきらめに対する原因の分析を行うことで

又、この目的を果たすための研究仮説が以下になる。



※投票しなかった人→投票したいという意思を持つようになる
※調査対象の半数(50%)以上が改善されることを評価ポイント

以上を踏まえ、第 2 章以降、日本における「政治へのあきらめ」についての根本原因分析を行い、その問題を解決するソリューションの選定、さらにその妥当性の検証を行う。

1.6 論文の構成

この項では、本論文は全 8 章から構成される。本章は第 1 章であり、本研究を行うにあたっての言葉の定義、研究背景と目的について述べた。第 2 章では第 1 章で定義した「政治関心」についての現状を詳しく分析する。第 3 章では、政治関心減退の大きな原因である「政治に対するあきらめ」について、ロジックツリーを用いて原因分析し、先行研究をもとにそれらを精査、原因の絞り込みを行う。第 4 章では、メディアの多様化による、政治へのあきらめ感についての分析を行い、AS-IS・TO-BE モデルを用いて、政治へのあきらめを解消するメディア構成の「ありたき姿」を提示する。第 5 章では、あきらめ解消のためのソリューションの選択を行う。第 6 章では、選択したソリューションの有効性を実証するための実験内容の詳細解説、およびアンケート内容の解説を行う。第 7 章では実験結果のまとめ・詳細と比較内容を示した上で、分析結果の検討を行う。第 8 章では実験結果を踏まえての結論の提示を行った上で、今後の課題について述べる。

第2章 政治関心についての現状分析

2.1 本章の目的

日本における政治関心への度合いは1.3でも述べたとおり、他国と比較しても、政治関心そのものは決して低くはないものの、それが投票行動に表れていないという現状が存在する。1.3では、外観を掴むにとどまったが、本章では、さまざまな角度からデータを集積し、分析することで、その日本における現状を詳しく分析すると共に、世界各国との比較を通じて、どのようなレベルに位置づけられるのかについて考察を深めることを目的としている。また、データを提示することで現状における、日本の政治関心の傾向を明らかにするものである。

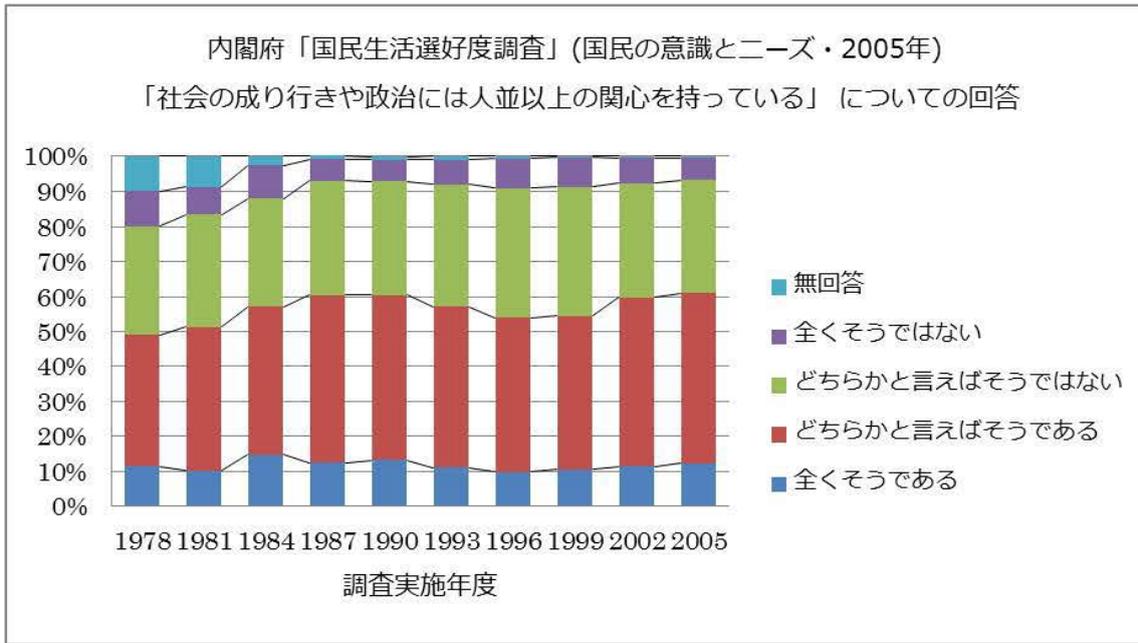
2.2 日本の政治関心についての分析

1.3.1で提示した通り、日本の戦後の参院選の投票率は、90年代に最低を記録したのち、2000年代に入って改善傾向にある(図,1参照)。ただし、改善したといっても2000年代に行われた参院選の投票率は、3回行われたが、おおむね横ばいと言える状況が続いている。つまり、90年代から比較すれば、投票率そのものは改善されてはいるが、2000年代に入ってから改善はすでに頭打ちと言え、実際に投票を行っている層は固定化しているという可能性を指摘することが出来る。

加えて、1.2.2で定義した意味における「政治関心」を測る上で、投票率は目的に沿った指標ではあるが、一要素としての性格が強い。そのため、日本人の政治関心を測るためには、もっとダイレクトに日本人の政治関心の度合いについて抽出した調査内容を提示する必要があると言える。

図,4は、内閣府が2005年度に実施した「国民生活選好度調査」の中から「社会の成り行きや政治には人並以上の関心を持っている」という質問に対する回答を抜粋・まとめたグラフである[11]。回答は「全くそうではない」「どちらかと言えばそうではない」「どちらかと言えばそうである」「全くそうである」の4段階評価によるもので、ローデータは示されていないものの、各ステータスのパーセンテージが発表されている。この図は、統計を取り始めた1978年からの結果を並べている。

時系列で並べ見てみると、「社会の成り行きや政治には人並以上の関心を持っている」という質問に対して、「全くそうではない」の割合は、90年代に最低値を記録した上で、基本的には減少傾向にあり、最新の値である2005年の値では、全体の6.6%という、調査開始以来の最低値まで下がっている。



図,4 2005 年度・国民生活選好度調査「国民の意識とニーズ」より抜粋[11]

又、全回答における「全くそうである」の割合は 1996 年に最低値を記録してから、回復傾向にあり、「どちらかと言えばそうである」の占める割合については、直近の調査結果である、2005 年において、調査開始以来の最高値である 48.8%を記録している。

このように、図,2から読み取れるのは、「政治関心」のみを抽出しても、図,1で示した投票率とほぼ同傾向を示しており、1990年代に最低値を記録してからは、回復傾向にあり、又、こちらの「政治関心」のみについてであれば、図,1でみられたような停滞はなく、近年、過去最高の政治関心の値を記録しているということが言える。この二つのデータを比較することで見えてくるのは、あくまで日本人は政治に対しての関心を持っているために、一般的な意味で想定されているような「政治的無関心」と言える状態ではなく、政治についての興味や関心はあるものの、それが投票などの政治行動に結びついていないということが読み取ることが出来る。つまり、わかりやすく要約するのであれば、政治関心が低いのではなく、政治に対しての参加度合いが低いということが出来る。

1990年代の政治関心の低下はバブル崩壊後の日本において「政治不信」がまねいた結果であるとされている。小林は、1993年衆院選の投票行動の分析において、この選挙の投票率を低下させた要因が、政治腐敗や政治改革などを争点にしていたため、有権者の政治不信を招いたことであると結論付けている[12]。

しかしながら、2000年代に入って、それが急激に回復傾向に向かったことの要因(図.2参照)は、前述のとおり、劇場型と評された小泉純一郎元首相のメディアを駆使した政治の一般化が寄与した部分大きい。いわゆる「ワンフレーズポリティクス」と呼ばれる、政

治的フレーズを駆使するアイデアの政治という、新しい政治(ニューポリティクス)によって、一般公衆の興味をあおることに成功し、彼の政権が意図する問題点について争点をコントロールすることで、平成に入ってから異例の長期政権を築くに至った。前述の逢坂の研究では、2005年の衆院選において、大幅に選挙報道量が増えたことを示しており[9]、尾崎の研究においては、同選挙についての調査から、テレビ視聴時間が長かった人が自民党支持に回ったとの結果を示した[13]。これは、Cappella・Jamiesonの「シニシズムの螺旋」[7]で扱われた、アメリカにおける公衆の政治に対する冷笑を引き起こす状況にも似ているが、結果として、投票率は伸びているため、一定の政治関心への回復の効果があったと認められる。このように、2000年代の政治関心の回復、および政治参加の度合いの停滞は、良くも悪くも小泉純一郎氏の引き起こした、メディアを巻き込んだ政治スタイルに起因しており、データの示した、政治関心はあるが、政治参加度合いは停滞しているという、傾向を裏付ける形となっている。

2.3 世界各国との政治関心比較

前項では日本の政治関心の現状についてのデータおよび先行研究を通じて日本国内の傾向として、決して関心が低いわけではないものの、それが政治行動に結びついていないということが明らかになった。そこで、本項では1.3.2で行った、世界各国との比較をさらに深めていく。

2010年	非常に 関心がある	まあ関心 がある	あまり関 心がない	まったく関 心がない	わからな い・無回答	『関心が ある』	『関心が ない』
日本	6.5%	40.2%	37.1%	14.1%	2.1%	46.7%	51.2%
韓国	9.6%	43.7%	32.3%	12.6%	1.1%	53.3%	45.6%
アメリカ	30.7%	38.5%	17.9%	18.8%	1.0%	69.2%	29.8%
スウェーデン	13.6%	30.0%	36.5%	25.7%	0.7%	43.6%	55.7%

表,2 世界各国の政治への関心度合い調査

「あなたは、今の自国の政治にどのくらい関心がありますか」に対する回答

(内閣府政策統括官・2010年度・世界青年意識調査より抜粋)[7]

表,2は表,1で引用した、内閣府実施の世界青年意識調査の2010年度の最新結果をまとめて表にしたものである。この調査は、内閣府が、世界各国の青年層に対して、様々2005年度に実施されたものと比較すると、日本においては「非常に関心がある」が11.7%→6.5%と低下しており、調査対象の4か国の中で最下位となっているが、「まあ関心がある」の回答割合は各国のなかで一番多く、又、「全く関心がない」については下から2番目の数値であることから、世界の中で比較しても、そこまで政治関心が低いとは言えない。

又、2005年と並べて比較することで、調査結果がシーズナリティにも大きく影響をう

けていることが推察される。たとえば、日本において、2005年は小泉政権による郵政選挙があり、前述のとおり、政治報道量が増えた年であった[9]。それと似たような状況として、アメリカにおいては2009年のオバマ政権樹立という大きなトピックによる政治への関心の高まりが持続されていると考えられるため、ここまで極端に「非常に関心がある」が増えたことが推察できる。加えて、国民性や政治に関する関わり合い方が、この調査結果に及ぼす効果もあると考えられる。

以上の観点から、2005年時点においては、世界的に見ても政治関心が高い水準にあると言えたが、2010年における調査では、それがだんだん衰退傾向にあり、サンプル国家数が少ないことは割引いて考えなくてはならないが、アメリカやスウェーデンといった欧米諸国に劣るという結果が出ている。データの内訳を子細に検討すると、一概には政治関心が低いとは言いがたいものの、やはり日本において1.4で述べた「政治へのあきらめ」のムードが蔓延しているといえる結果が示されている。

2.4 まとめ

本章は、政治関心に関する様々なデータを集め、考察することで、日本における政治関心の現状を分析、さらに海外との比較を通じて、日本の立ち位置を明らかにしてきた。

日本における現状としては、投票率など、政治行動を見る指標においては、2000年代に入ってからの改善傾向に頭打ち感が見られるものの、政治関心そのものを見る指標においては、過去30年来の調査データを比較しても、最高値を記録するなど、むしろ政治関心そのものは高まっていると言える。つまり、政治的無関心が蔓延しているのではなく、政治不参加が蔓延しているというのが、この国の現状を表す表現として最もあてはまるものであると結論付けることが出来た。

又、他国との比較においては、内閣府実施の2005年度と2010年度の世界青年意識調査における「あなたの、今の自国の政治にどれくらい関心がありますか」の問いに対する回答を抽出し、比較した。その結果、政治関心という意味では、2005年は郵政選挙があったこともあり、国際的にみて高いレベルにあったが、2010年は高いとは言いがたい数値をのこしたことが分かった。政治トピックスのシーズナリティなど、考慮しなくてはならない要素もあるものの、世界的に見たときに、現状の日本の政治関心は決して高くないところに位置していることが分かった。

以上のことを総括すると、日本においては政治に関心があっても政治行動にそれが表れていない。また、その結果として、世界レベルで比較したときに、近年においては政治関心という観点から見ると、決して高いといえる水準に達していない、ということが言える。加えて、その原因としては、1.4で述べた、「政治へのあきらめ」の存在が、日本に置

いて蔓延していることが考えられ、政治関心があっても政治参加に結びつかないという現状が存在すると結論づけることが出来る。

第3章 政治への「あきらめムード」の原因分析

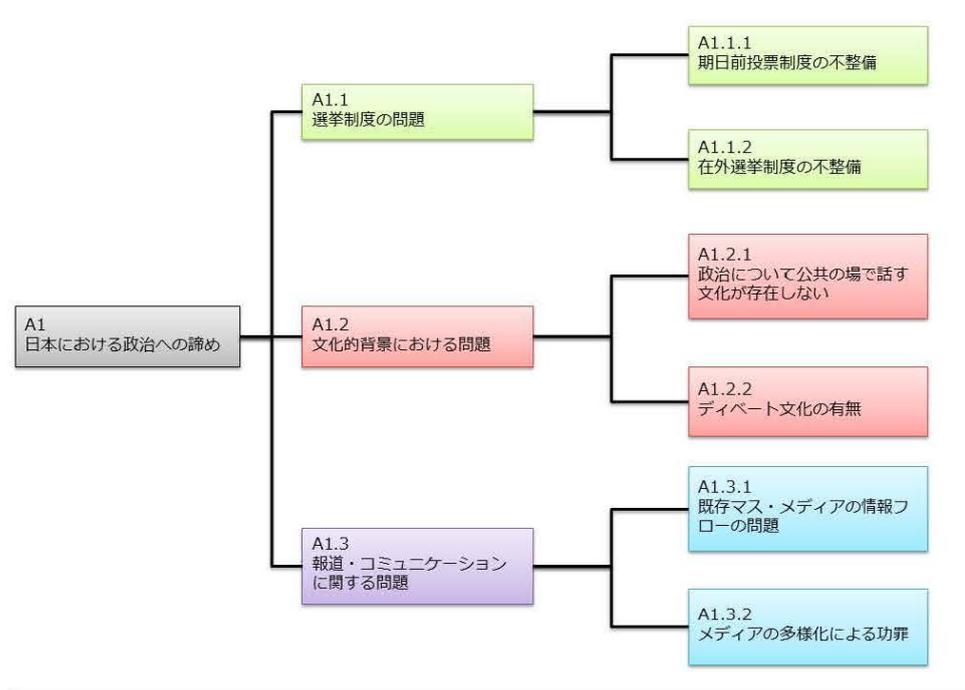
3.1 本章の目的

第2章において、日本における政治関心は一定水準にあるものの、それが投票行動に結びついておらず、海外と比べたとき近年においては政治への関心が高いとは言えないことが明確化された。また、その傾向は、1.4で述べたような「政治へのあきらめ」が日本に蔓延しているということが証明するものと言える。

そこで本章においては、その日本における「政治へのあきらめ」が起きている原因を、ロジックツリーを用いて、問題点を分解し、明確化する。加えて各原因について分析を行い、根本原因を特定することを主眼に論を展開していく。

3.2 ロジックツリーによる問題点分解

本項では、日本において「政治へのあきらめ」が起きている原因を、ロジックツリーを用いて分解していく。



図,5 日本における「政治へのあきらめ」についての問題点深堀

図,5は、研究を行うにあたり作成した、日本の「政治へのあきらめ」を引き起こしている原因を要素分解した様子を図示したロジックツリーである。図においては、前述のとおり日本の政治関心の停滞の原因を「日本における政治へのあきらめ」と設定したうえで、それを引き起こす問題点をその次のレイヤーで示している。具体的には「選挙制

度の問題」「文化的背景における問題点」「報道・コミュニケーションに関する問題点」という3つの問題点を上げることが出来る。また、各問題点をさらに深掘すると、3段階目のレイヤーの具体的な原因と呼ぶことのできる根本要因までたどり着くことが出来る。

尚、この図5のロジックツリーにおいては、「政治の質そのもの」についての記述が存在しないが、それは、政治家そのものの自浄効果に期待を抱くことが難しいことが、シニシズムの螺旋の大元であるという Cappella と Jamieson の主張に論拠し、政治および政治家の質そのものの問題点という観点は、あえて外していることをここに記す[8]。

3.3 選挙制度における問題点

本項では、前項(3.2)で示した「政治へのあきらめ」のネックとなっている問題点のうちの1つ「選挙制度における問題点」について深く分析していく。図5で示した通り、「選挙制度における問題点」としては「期日前投票制度の不整備」「在外選挙制度の不整備」の二点を挙げている。この二点においては、前々から選挙制度の不備が指摘されており、それらを改善するための選挙制度改革が行われてきた実績が既に存在する。

3.3.1 選挙制度改革のサマリー

1990年代における投票率低下については、前述のとおりだが、この時期から従来の日本の選挙制度には様々な問題があると指摘され続けてきた。たとえば、投票時間の問題などが真っ先に挙げられる。この問題については、平成10年から二時間延長になり、午後8時まで延長となった。

ここでは、図5で挙げた問題点、政治への興味が失われる「期日前投票制度の不整備」「在外選挙制度の不整備」の二点をメインに、選挙制度改革が行われてきた過程をまとめる。

<期日前投票制度>

従来は、不在者投票制度が実質的に期日前投票の役割を果たしていた。しかしながら、この不在者投票制度は、制度利用可能な有権者の要件の(老人ホーム、病院などの選挙管理委員会に指定された施設などで投票することが出来る)が非常に狭いなどの問題を抱えていたために、投票率を低下させる大きな要因であり、ひいては、政治関心を減退させ、政治行動を制限するものであるとされてきた。

そこで、『期日前投票制度の創設等を内容とする公職選挙法の一部を改正する法律が第156回国会で成立し、平成15年6月11日に公布、平成15年12月1日から施行』されることとなった[6]。この「期日前投票制度」においては、有権者自らが登録されている選挙

人名簿に準じた市区町村において投票する場合において、前述の不在者投票制度の要件を緩和する形で策定された。不在者投票制度との大きな違いは、期日前投票制度においては、有権者が直接投票箱に投票することが可能であるという点である。

<在外選挙制度>

在外選挙制度は平成10年5月6日に行われた公職選挙法の改正において公布された在外選挙法案がもととなり、同12年5月1日から実際に施行され、在外投票することが可能となった。しかしながら、その投票することのできる範囲が比例代表選への投票に限られるなど、問題を多く含んでいたため、在外邦人の政治参加の機会を限定してしまう要因であったと言える。

しかしながら、2005年9月14日に上記の在外投票の対象が比例代表選にのみ限られている点が、違憲であるという違憲判決が最高裁において下ったことにより、公職選挙法の改正が行われ、投票範囲が、比例代表選のみではなく、選挙区についても在外投票が行うことが可能になり、2007年6月から実施された。

3.3.2 選挙制度改革による効果

上記のとおり、日本における政治関心の停滞および、政治へのあきらめを引き起こしているとみられた、選挙制度の問題点においては、すでにある程度の方策が打たれていることが明らかになった。ここでは、それらがどれだけの効果をもたらしているかについて、論じていく。

一点目の「期日前投票制度」については、東京都選挙管理委員会(2008年)の報告によれば、既に一定の効果があらわれているとされている。期日前投票制度改革が行われたのちの、平成19年(2007年)の参議院議員選挙において、東京都で投票を行った当日有権者のうち10.81%、投票者全体の18.68%が期日前投票を利用したというとの調査結果が得られている。これらの割合は、前回の国政選挙である平成16年(2004年)の参議院議員選挙と比較してそれぞれ3.92%、6.39%上昇されていることになる。以上のデータから、投票選挙管理委員会は、不在者投票制度からの改革の結果、有権者が投票行動をおこした結果であるとの分析結果を残している[14]。

二点目の「在外投票制度」の改革については、図6の総務省発表のデータを参照すると、在外投票が開始された平成12年と、直近のデータである平成21年を比較すると、実に二倍近い値の違いがみられる[15]。

改正が施行される前は比例代表選のみ投票可能であったため、データを均すために比例代表選のデータのみを抜粋し、掲載されているが、数値的に大幅な伸びが見られるため、

施策の効果が出ていると考えられる。

11 在外投票の状況(比例代表)

(単位:人)

選挙期日	選挙の種類	選挙当日有権者数	投票者数	投票方法			投票率(%)
				公館投票	郵便投票	国内における投票	
平12.6.25	衆	58,530	17,013	9,850	6,324	839	29.07
13.7.29	参	73,651	22,054	10,554	10,312	1,188	29.94
15.11.9	衆	73,740	11,749	7,094	4,135	520	15.93
16.7.11	参	80,885	20,640	15,965	3,506	1,169	25.52
17.9.11	衆	82,744	21,366	18,285	2,296	785	25.82
19.7.29	参	102,551	24,187	19,996	2,435	1,756	23.59
21.8.30	衆	107,919	28,894	23,731	2,716	2,447	26.77

※在留邦人数調査統計(平成20年10月1日現在)によると海外在留邦人は約112万人であり、そのうち20才以上の推定有権者数は84万人と言われている。

※「選挙の種類」欄の「衆」及び「参」は、それぞれ「衆議院議員総選挙」、「参議院議員通常選挙」を表す。

図,6 在外投票の状況(総務省・選挙部「目で見える投票率」より抜粋)[15]

以上のように、前項で問題点であると挙げた点においては、すでに解決策が打たれており、一定の効果を示しているということが、結果として明らかになった。つまり、「選挙制度の問題」は日本における「政治へのあきらめ」の根本原因とは言い難いという結論を得ることが出来た。

3.4 文化的背景における問題点

本項では、図,5 で示した問題点のうち、文化的背景に起因する、政治関心の停滞の問題について論じる。日本の政治への関わり合い方を、文化という切り口から分析、考察することで、「政治へのあきらめ」の根本原因とすることが出来るかを見極めていく。

図,5 で示した通り、文化的背景における問題点は「政治について公共の場で話す文化が存在しない」とことと「ディベート文化の有無」を上げることが出来る。基本的には、この二つを兼ね備え、かつ、表,2 で示した自国への政治関心度合い調査において「非常に関心がある」の回答が全体の 30.7%を締めたアメリカとの比較を通じて、日本との政治への関わり方の文化の違いを紐解いていく。

3.4.1 日米間の政治意識についての比較

図,5 で示した通り、文化的背景における問題点は「政治について公共の場で話す文化が存在しない」とことと「ディベート文化の有無」を上げることが出来る。

河野によれば、日本と米国の政治意識について比較したときに上げることのできる大

きな相違点は年少期からの教育によるところが多いという[16]。具体的には、日本においては具体的な知識を教え込み、教わった通りに問題を解くことが最大の美德とされる教育を受けることに対して、米国においては、初等教育の段階から人と議論することを多くカリキュラムの中に取り入れている。その最たるものがディベート文化であり、ディベートに関する授業を通して、一つの事象について自分自身の意見を持ち、それを口に出す力が養われる。そのため、政治に関する話題も自然と議論しやすい土壌が形成されるのである。

又、加えて、特定の政党に対して強い帰属を持つ層が多いため、各個人間のイデオロギーの違いが比較的身近に感じられ、その結果政治について公共の場で会話する機会が増えているという点も指摘されている。ここには、宗教観などのファクターが絡んでくるため、話す相手を選ぶ傾向もあるものの、その宗教にまで根ざした政党支持の存在も日本との大きな政治意識における違いである[16]。

3.4.2 考察

前項で述べたとおり、日本とアメリカの間には、文化レベルもしくは宗教レベルで根ざした政治意識の違いが横たわっており、その違いが日本人の政治への関心度合いがアメリカと比較したときに大きく下回る現状を作っている要因だということが出来る。

しかしながら、そのような文化的な違いを乗り越えるためには、ディベート文化をもし根付かせるという方向性であれば、幼少時からの教育効果を測る必要が出てくる。又、政治に対して宗教的帰属を醸成することが、本当に政教分離の観点から行ってよらしいことなのかについては疑問が残るため、本研究において解消すべき問題点として、文化的問題は則さないと言える。

3.5 報道・コミュニケーションに関する問題点

本項では、図5で示した問題点のうち、報道・コミュニケーションに起因する、政治関心の停滞の問題について論じる。すでに、マス・メディアにおける報道が引き起こす政治関心の減退については1.4においても述べたが、本項では、その報道及びそれが引き起こすコミュニケーションの問題について論じていく。

3.5.1 概観

1.4で言及している「シニシズムの螺旋」において、Cappella・Jamiesonは、アメリカにおけるメディアによる選挙報道のショウ化が、公衆の政治に対して否定的な態度の醸成につながっていることを指摘している[8]。アメリカの選挙報道では、政治家の言動には必ず利己的な戦略的動機があるとみなす論調が多く存在する。彼らは、このような報道の

仕方を通じて情報を受け取った人々は、すでに持っている否定的政治意識を活性化させるという結果を報告したのである。つまり、報道による政治家への安易な批判等がメインとなった報道に接することで、そのメディアを見る公衆が、報道内容に対し「冷笑的な態度」を取るようになり(シニシズムの活性化)、政策制度や政策過程について、公衆が否定的な態度を示したということを示したことを明らかにしたのである。また、メディアが単なる政府の広報機関ではなく、メディアが意図をもってニュースとして報道している以上、その意図に沿って流された「ニュース」こそが、今の社会における問題を定義する「フレーミング(framing)」を行っているのだということ、別の著書において Cappella・Jamieson は示している[17]。

他方で、このような報道番組の娯楽化を通じて、今まで政治についての情報が届いていなかった層が、政治に関心を示すというポジティブな一面を見出す意見も存在する。たとえば、前述の逢坂の研究においては、テレビ報道量が増えたのが2005年の衆院選であり[9]、その結果、自民党は支持者数を伸ばしたとされており[13]、それが一概に、プラスの効果を経済へのあきらめに関して示したとは完全には言えないものの、数値上は、投票者数が増えるという、政治行動の増加は証明されている。

又、全く別のパースペクティブからの指摘として、「シニシズムの螺旋」による政治へのあきらめ感に否定的な意見を提示する意見も存在する。伊藤は政治に対する民衆の態度を決定するもの大きな要因として「空気」を上げているが、この空気の中にはシニシズムだけでなく「ジンゴイズム(愛国主義的対外強硬論)」も内包されており、又、政治に対する公衆の態度を決定づける「空気」を発生させるのは、Cappella・Jamieson が指摘したメディアだけではないとして、否定的な立場をとっている[18]。

このように、マス・メディアの報道が引き起こすコミュニケーションを通じて、公衆が受ける影響に関しては、マイナスであるという解釈、プラスであるという解釈、そこに加えて、あまり大きな問題ではないという解釈という、様々な解釈が存在しているのが現状である。

3.5.2 日本における報道とコミュニケーションに起因する問題点

では、前項を踏まえた上で、日本における報道とコミュニケーションに起因する問題について論じていく。

日本に特有の事象と言えば、2.2でも論じたように、小泉純一郎元首相政権時代における、「新しい政治」の以前と以後において、大きく報道が一般大衆に与えた影響にちがいがあるといえる点が挙げられる。小泉政権以前は、図7からもわかるとおり、投票率は低迷していた。



図.7 参議院議員総選挙投票率推移(総務省・選挙部「目で見る投票率」より抜粋)[15]

98年の参院選までその要因にはいわゆる政治不信があったと小林は分析・指摘している[19]。しかしながら、2001年に小泉政権が発足して以降、急激に「ワンフレーズポリティクス」に代表されるような劇場型のアイデアが重視される政治が導入されたこと、そして、わかりやすい二項対立軸を提示する手法により、メディアにおいて政治が大きく取り扱われるようになると、投票率は改善の傾向を示したと言える。

日本のケースにおいて、具体的に報道による「シニシズムの螺旋」が政治関心または政治意識の停滞、あきらめ感の醸成にダイレクトに影響を及ぼしているという結果を示した研究はあまり存在しない。しかしながら、谷口は、具体的番組名を挙げ、否定的な文脈をもって政治についての報道を行うテレビニュースが(テレビ朝日の「ニュースステーション」を例にとり)人々のシニシズムを活性化させるという趣旨の結論を示している[10]。つまり、小泉政権の発足によるメディアを通じた劇場型政治が、一種のマイルストーンになっており、そこを境に、「政治不信」→「シニシズムの螺旋」と、投票率や政治関心が伸び悩む要因が変化したと言えよう。また、政治関心そのものは決して低くないものの、一度改善傾向を見せた投票率が停滞気味であることからわかるように、政治参加について未だ改善が見られないこと、2.3で比較したように、他国とくらべて政治関心のレベルが低いことを鑑みるに、報道とコミュニケーションに起因する問題は、まだまだ解決していないものであると考えられる。

3.6 まとめ～問題点の絞り込み～

本章では、日本における「政治へのあきらめ」を引き起こしている要因を「選挙制度の問題点」「文化的背景における問題点」「報道・コミュニケーションに関する問題点」に分解、それぞれを子細に検討することで、何が根本原因であるかを抽出することを主眼に置いて論を進めてきた。

問題点を分解し、それぞれ検討して言った結果「選挙制度の問題点」については、すでに行政によって施策が打たれており、それが一定の効果を示しているという結論を得ることが出来た。また、「文化的背景における問題点」については、ディベート文化の有無や、政治について公共の場でしゃべる風土の醸成に一役買っている宗教による政治への帰属が日本においては則さないことが明らかになり、研究スコープからは少し外れてしまうことが明確になった。

他方、「報道・コミュニケーションに起因する問題点」については、メディアが公衆に与える政治関心への影響、およびあきらめ感の醸成については、プラス/マイナスの様々な意見が存在するが、日本においては、近年の政治不参加への根本動機への変遷がうかがえることから、未だ解決すべき問題が内包されているとの結論を得ることが出来た。よって、本研究においては、この「報道・コミュニケーションに関する問題点」について、日本の政治へのあきらめを解消するための一番の根本原因であると定義づけることとする。

第4章 報道・コミュニケーションの問題に起因する日本の政治へのあきらめ

4.1 本章の目的

第3章において、政治へのあきらめの根本原因は「報道とコミュニケーションに起因する問題」であるという結論を得ることが出来た。また、その背景にはメディアの報道内容の多様化というバックグラウンドがあり、その効果が是か非かの結論は様々であるものの、その多様化が、日本における政治へのあきらめ感の大きな要因であることは、投票率の推移と、投票行動の分析からも明らかである。

そこで本章では、この「報道・コミュニケーションの問題に起因する、日本の政治へのあきらめ」という問題についてメディアの多様化という切り口から分析を加え、そのプラス面マイナス面をそれぞれ明らかにした上で、AS-IS/TO-BE モデルを用いて、既存のメディア構造と理想の「ありたき姿」を提示したうえで、本研究がどのような部分の問題に対してソリューションを提案するものであるかを示すことを目的とする。

4.2 政治報道内容の多様化による功罪

報道によって引き起こされる、政治へのあきらめ感は、報道内容が多様化したことによる端を発している。

元来、テレビニュースなどによる政治報道は、視聴者の政治関心、政治参加において、負の効果をもたらすとされてきた。Putnamによれば、テレビ視聴時間が長くなればなるほど、「ボーリング」に代表されるような地域コミュニティへの参加が減ることとなり、ひいてはソーシャルキャピタルの減退を招き、それが政治に対する関心・行動の度合いを弱めるという[20]。また、日本においても小林が「社会集団への関わりが政治参加への足がかりになる」と述べている[21]。しかしながら、この論には反対意見もあり、Norrisは、テレビ視聴時間全体に占める、ニュースの視聴時間の割合によっては、テレビ視聴は、政治関心・政治参加について正の関係性を示すとしている[22]。このように、論が紛糾したことの原因としては、報道内容そのものが、時代の変遷とともに変化、多様化したことによる。そのトレンドをつかまずに、全ての政治報道を一緒くたにして考えたがゆえに、賛否両論という状態が招かれたと言えよう。

では、政治報道の内容は、どのように多様化していったのか。そもそも、日本において政治に関する報道は、アメリカから遅れるほど20年、1980年代に起きたことである。それまで、政治に関する報道番組と言えばNHKにおけるごく限られた時間(4分半)の政見

放送のみしか行われていなかった。加えて、新聞広告などに関しても政党ごとの広告以外は認められていなかった[23]。つまり、Cappella・Jamieson が指摘したような「フレーミング」という観点から[17]、報道内容を受け手に向けて区切るようなことが発生したのは、日本においてはごく近年のこととなる。

1980年代に入って、初めてNHK以外の民放各局も政治について番組で扱うようになり、又、前述のとおり、小泉政権下の「ワンフレーズポリティクス」により、政治に関する話題が世間一般においても関心事となり、いわゆる「数字の取れる」コンテンツとなったことにより、それまでのNHK然とした客観的事実を報道するのみであった、メディアにおける政治報道の内容が、一般大衆の目を引くような、政治家のスキャンダルや、政権批判などのネガティブなオピニオンを発信する内容のものまで、多岐にわたるようになったことが、報道内容の多様化のきっかけである。

各報道機関もそれぞれが営利企業であり、テレビにおいては報道においても視聴率が取れること、すなわち稼げることが重要であるという価値観が根底に存在する。つまり、丸山が述べているように「楽しくなければテレビではない」のである[24]。そのため、政治報道の内容は、「売れる商品」として仕立てあげられるべく、編集されたうえで流される。そのような変化にもっともマッチしたのが、小泉政権の劇場型政権であった。

小泉政権発足後、政治に関する報道量が増えたことは逢坂が示しているが[9]、報道内容はどのように変化したのだろうか。具体的に、報道内容には「ハードニュース」「ソフトニュース」の二種類が存在するとされてきた。萩原らに代表されるように政治に関する報道はすべて「ハードニュース」であり、それ以外のスポーツや芸能についての報道を「ソフトニュース」として区切っていた。しかしながら、政治について扱う報道番組の中にも、NHKに代表されるようなストレイトニュースから、バラエティー寄りの討論番組や、ワイドショーに至るまで多岐にわたるのが実情であり、従来の「ソフト/ハード」の区分では、うまくメディアの接触による政治関心への態度の変容を抽出することが出来ない。そのため、本研究ではBaumによって提唱された「従来のニュース番組とは異なり娯楽性に基づく、擬似的なニュースもしくは情報番組」のことをソフトニュースと定義し[26]、娯楽性をもつ政治報道をソフトニュースとし、それ以外をハードニュースと呼ぶことに定義する。つまり、ソフトニュースが増えたことが、すなわち報道内容の多様化と言うことが出来る。

それらソフトニュースが増えたことにより、今まで政治報道に触れなかった人々は、政治に触れる機会が増えたことについては、疑いの余地はないが、ソフトニュースとの接触が増えたことについては、政治への関心に対して、プラス・マイナスどちらの効果を与えているのかについては、意見が分かれるところである。また、もともと、政治関心が高い、もしくは政治知識の高い人々にとっては、前述の「シニシズムの螺旋」を引き起こし

ていると考えることもできる。そのため、メディアによる政治報道内容の多様化は、功罪両方の効果を世間にもたらしていると言えよう。

4.2.1 政治報道内容多様化による政治関心へのプラス効果

政治報道内容の多様化によって、それを受け取る公衆の政治関心へのプラスの効果について論じていく。

まず、確実にあげるべきプラス効果は、受け手の政治知識の増大であろう。飽戸はこれをメディアによる公衆への「政治教育機能」と定義づけている[23]。マス・メディアでの政治報道が行われることで、政治に関する情報量が依然と比較したときに飛躍的に増したことは疑いの余地がない。

特に、この「政治教育機能」は、報道内容が多様化したことによって、政治知識の低い層に対して大きな役割を果たしていると言える。前述の「ソフトニュース」の再定義を行った Baum は、娯楽的ニュース番組が普及することによって、今まで政治に対して関心を抱かなかった層が政治にひきつけられるようになったとしている[26]。また、同じく Baum と Jamieson の共同研究では、ソフトニュースに分類される“The Oprah Winfrey Show”の視聴効果を分析し、政治知識の低い層にとっては、このようなソフトニュースの視聴が投票行動に向かわせる要因となっていると述べている[27]。

又、飽戸は前述とは別の著書においていわゆるネガティブキャンペーンは、そのウィットに富んだ内容から、受け手である公衆の関心を引くことに一役買っており、政治家に対する批判を行うことも、今まで政治に関心を持っていなかった層においては、政治関心にプラスの効果をもたらしているとしている。[28]

4.2.2 政治報道内容多様化による政治関心へのマイナス効果

次に、政治報道内容の多様化による、公衆の政治関心へのマイナス効果について論じていく。

4.2.1 では、ソフトニュースを視聴することが投票行動に繋がるという趣旨の主張行う論文を紹介したが、その問題については結論がついておらず、Prior は、ソフトニュースが受け手である公衆を政治にひきつける効果は薄いと主張している。また、政治知識の度合いという観点から見ても、政治報道に限らず、メディアそのものが多様化したことにより、ニュースを見る層とみ無い層が完全に分割されてしまい、政治知識の格差が広がったという主張も行われている[29]。

加えて、ソフトニュースで扱われるような政治家への批判やスキャンダルの報道は、やはり「シニシズムの螺旋」に繋がっており、谷口は具体的に番組名を挙げて、ソフトニ

ニュースをコンテンツとする報道番組が日本において「シニシズムの螺旋」を引き起こしており、それが引いては「政治へのあきらめ」に繋がっていることを指摘している[10]。

又、ソフトニュースの報道量という観点においては、Pharr は、政治家の汚職報道が行われた量と政治への満足度合いのデータから、両者が負の相関関係を持っていることを示している[30]。つまり、娯楽性を持たせた政治報道であるソフトニュースは、その娯楽性、視聴者を引き付ける魅力と引き換えに、政治についてのあきらめを引き起こす側面も存在するということもまた、事実であるということが出来る。

4.2.3 総括

政治報道内容の多様化による功罪について、プラス/マイナスの両観点から分析を加えてきたが、これまでも数多くの研究がなされているにも関わらず、その是非は紛糾しており、特に、ソフトニュースが公衆に与える影響においては、効果の是非が完全に二極化して結論が各研究においてわかれており、結論を導き出すのが難しいのが現状である。

しかしながら、政治報道を「ソフトニュース」「ハードニュース」の二つに切り分けたことと同じように、その報道を受け取る公衆についても区分を与えることである程度の傾向を見出すことが可能になる。

この観点に着目したのが稲増・池田であり、メディアとの接触が各個人の政治関心に対して与える影響について、報道コンテンツを「ソフトニュース」「ハードニュース」に区切った上で、受け手についても政治知識の度合いを測ることで「政治知識の高い層」「政治知識の低い層」の二つに切り分けることで、それぞれの層がそれぞれの報道内容に触れ合ったときに起こる政治関心の変容について調査を行っている。その結果、この研究においては、ソフトニュースの視聴は、政治知識の低い人間にのみ、選挙への関心・政治への関与に正の関連を持つことが立証されている。また、ハードニュースの視聴量が多い人間は総じて政治関心が高く、政治への関与が強いということも立証されている[4]。

以上のことから、メディアの政治報道内容の多様化がもたらす政治関心・政治参加・あきらめへの効果は、コンテンツの内容(ソフト/ハード)の違いと、訴求する対象によって別の効果をもたらすということが結論づけられる。政治知識の低い層に対しては、ソフトニュースが政治関心について正の効果をもたらすということが明らかになったということは、適切な訴求対象に対して、適切な内容(ソフト or ハード)が流されれば、メディアの政治内容の多様化は、民主政治に対してプラスの効果をもたらすということが出来る。

しかしながら、留意しなくてはならないのは、政治知識の高い層にたいしての政治関心の向上や、あきらめの解消を行うのに最適なコンテンツについては、未だ判然としていないという点である。

4.3 AS-IS・TO-BE モデルによる「ありたき姿」の提示

前項で、報道内容の多様化は、適切な対象に適切なコンテンツが配信されていればというエクスキューズ付きではあるものの、それが公衆の政治関心や政治参加、あきらめ度合の解消に対して正の効果を持つことが分かった。

本項では、それを踏まえたうえで、どのように適切にコンテンツを配信していくか、という点について論じていく。

4.3.1 日本の報道システム構造

今後、どのような形で政治に関する情報を伝達することが、各個人の政治関心の最大化、および、政治に対するあきらめの解消につながるのかを検討するうえで、現状の日本における報道システムを把握することは必要不可欠である。

そこで、本項では、日本の報道システムの構造を把握し、その良い点、悪い点を列挙していく。

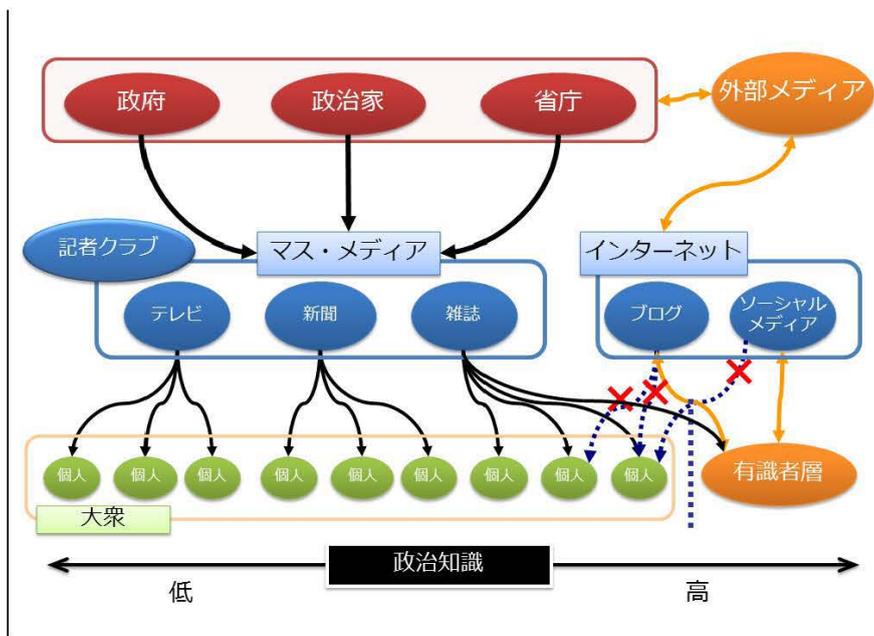


図.8 日本の報道による情報フロー図(AS-IS)

<プラスポイント>

日本の報道システムにおける最大の特徴は、いわゆる「記者クラブ」の存在である。色々な所で議論の対象となっており、批判も多い「記者クラブ」の存在であるが、プラスポイントも内包している、

図.8は、日本における、報道による情報の伝達フローを示したものである。この図からもわかるように、日本において、省庁などの上位国家意思決定機関から発せられる情報

は、基本的に記者クラブを通して情報が一元化される。そのため、情報伝達のための効率化という意味では、省庁などの発表を一般大衆に伝えるという意味では、大きなプラスポイントを持っていると言える。

又、このように記者クラブによる情報の一元化と、伝達の速さがあるからこそ、あまり普段政治や重要なニュースに目を向けない人々にとっても、ソフトニュースが伝達される。つまり、前述のソフトニュースによる政治知識の低い層における政治関心の改善に貢献していると言えよう。

<マイナスポイント>

プラスポイントにおいては、記者クラブをポジティブな要素として評価してきたが、当然そこには否定しがたいマイナスポイントが存在することも無視はできない。記者クラブの最大の問題点は、その排他性にある。省庁や代議士などの国家の意思決定を行う機関の記者会見や発表については、記者クラブにおいて行われることになる。その会見には、記者クラブに所属している、既存のマス・メディアのみがその情報を得ることが出来るため、記者クラブに所属する記者たちと、発表を行う省庁や代議士側との距離感が不適切に近くなるところに大きな問題が発生する。つまり、記者クラブを通じて、顔なじみになってしまうことで、不祥事の黙認や、記事・質問などが代議士や省庁に寄り添ったものになる可能性をはらんでいるのである。

又、記者クラブに所属するのはマス・メディアのみであるため、記者クラブ経由で流通する情報量は相当量を締め、前述のような権力側にすり寄った記事が、広く大衆に喧伝されることも大きな問題点であると言える。

加えて、記者クラブを経由した画一化された情報が氾濫することにより、各メディアが同じようなソフトニュースを流す状況が生まれている点も問題である。ソフトニュースとの接触により政治関心や政治参加の度合いが改善される、政治意識の低い層にとってはプラスのきっかけになることが考えられるが、他方で、政治意識の高い層にとっては、それが「シニシズムの螺旋」を引き起こすきっかけとなりうるだろう。

4.3.2 報道の多様化による「AS-IS・TO-BE」

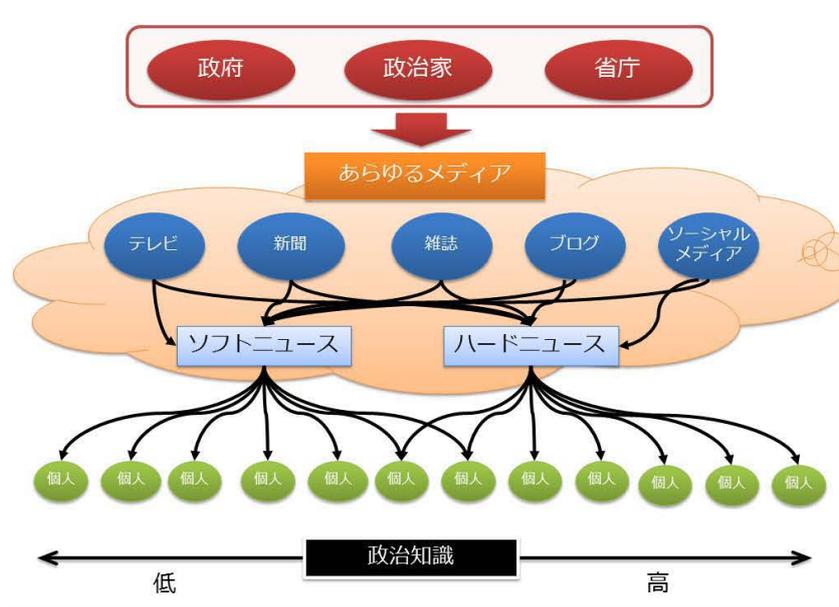
現状の日本の報道システムについては、良い面もあるものの、基本的にはシステムとして問題がないとは言えないことは、ここまで述べてきたとおりだが、では、現状を踏まえたうえでどのようなシステムにしていくことが良いのだろうか。

図8で示した通り、日本の政治報道、そしてそれにもなる情報の伝達は基本的に記者クラブを中心とするマス・メディアが握っていることになる。省庁や代議士からの情報

は、記者クラブにしかオフィシャルにはもたらされないことが原因となり、さまざまな問題を引き起こしている。つまり、この図,8の状態が「AS-IS」と呼ぶことができる。

しかしながら、2000年代に入り、インターネットのインフラが充実して以降、既存のマス・メディアではないルートで情報を手に入れることも可能になってきた。それが図,8で示すところの外部メディアによる政治報道活動である。その中でも特に近年脚光を浴びてきたのが、ブログやソーシャルメディア等を通じた新しいメディアである。

これらのメディアから発信される情報は、記者クラブからは手に入れることのできない核心をついた情報である場合もあるため、基本的に高い政治知識・意識を持つ知識者層の間で活発なやり取りが行われている。ただし、このような外部メディアによる情報は、基本的には政治知識の低い層には届いていないというのが現状である。



図,9 メディアの情報フローにおける理想とする「ありたき姿」(TO-BE)

こうした現状の情報の流れと、政治知識のレベルに合わせたコンテンツの配信という観点から考えたとき、今後の政治に関する情報フローの「ありたき姿」を表したのが、図,9である。基本的には、あらゆるメディアは並列に政府・政治家・省庁から情報を得、そのうえで情報を受け取る各個人の政治関心・意識のレベルにあわせ、コンテンツが配信されることを表現している。

つまり、政治知識が低く、関心も低い層に対しては、ソフトニュースの視聴を促すことで「政治教育機能」[23]による政治知識の増強を図り、政治知識が高く、関心も高い層に対しては、ハードニュースのようなコンテンツを配信することで、政治へのあきらめを解消し、政治参加をうながすことを目標としている。

4.4 「ありたき姿」における本研究の立ち位置

「AS-IS/TO-BE」モデルで示した通り、既存のメディアによる情報フローの問題点を解決するためには、TO-BEのように、受け手の政治知識・関心のレベルに合わせたコンテンツを配信することが、日本全体としての政治関心、および政治へのあきらめを改善することが重要である。

又、4.2.3で述べたとおり、ソフトニュースの視聴が政治知識の低い層については政治関心に対してプラスの効果をもたらすことはすでに実証されているものの、政治知識の高い層に対しては、安易な批判報道やスキャンダルに接することで「シニシズムの螺旋」に陥り、政治へのあきらめが起きてしまう。そして、高い政治知識を持つ層に対する、政治関心・あきらめを解消するコンテンツが何かということは、まだ判然としていないという状況が存在する。

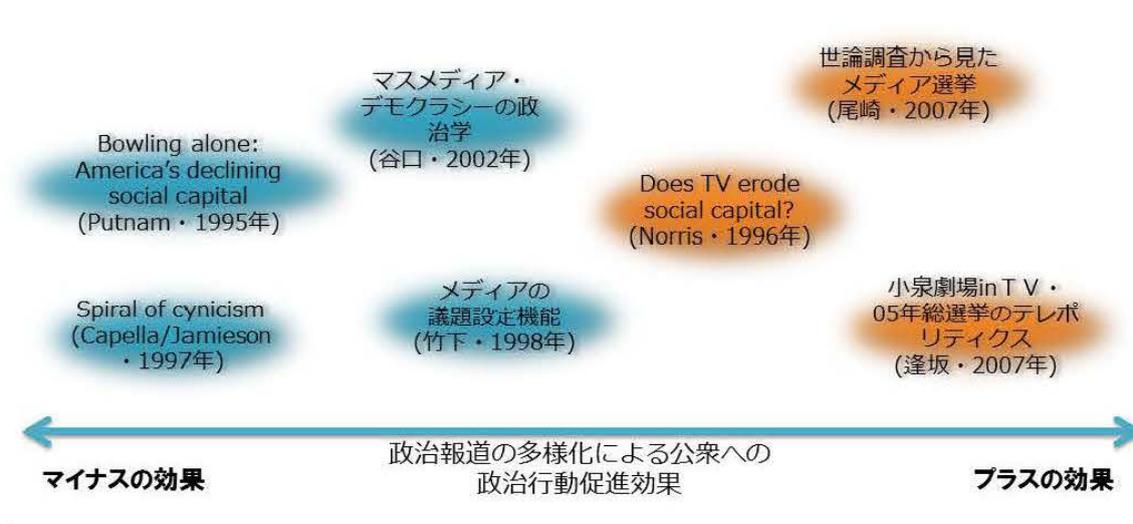
このような状況において、本研究は、未だ解明されていない政治知識の高い人々の「政治へのあきらめ」を解消する方法を研究、提示することを主眼とする。

高政治知識者層の政治へのあきらめを解消するには、主に二つの、解決しなくてはならない問題が存在する。一つは政治へのあきらめを解消するための「コンテンツ」がなんであるかという点。もう一つは、図8で示した通り、日本のマス・メディアにおける報道は、記者クラブを通じた、画一化されたソフトニュースが多く氾濫している状況の中で、どうやって、一点目の問題である、政治知識の高い層に「刺さる」コンテンツを届けるか、という二点の問題が存在する。そのため、本研究では、この2点をクリアする方策を示すことで、日本における政治へのあきらめの解消に寄与する、という立ち位置をとることが、結論づけることが出来た。

4.5 まとめ

本章では、メディアにおける報道内容の多様化というトピックの功罪両方の側面について分析を行い、そのうえで、現状の問題点(AS-IS)とそれを解決した「ありたき姿」(TO-BE)を提示すること、並びに、本研究がそのTO-BEの中においてどのような立ち位置を締めるのかという点について論じ、結論を導き出すことに遭った。

メディアの報道内容の多様化については、さまざまな研究がなされており、それをプラスと取るもの、マイナスと取るもの、立ち位置はそれぞれバラバラである(図,10参照)。



図,10 政治報道の多様化が及ぼす有権者への効果について論じた論文まとめ

しかしながら、近年の研究をまとめると、報道番組は「ソフトニュース」「ハードニュース」の二種類に分類することが出来、そのうえで受けても政治知識の高低でセグメントを切り、効果をはかることで、ソフトニュースが政治知識の低い層に対して、政治関心や政治行動についてプラスの効果をもたらすことが結論付けられた。

そのため、本研究では、①高い政治知識を有する層に対してどのようなコンテンツが刺さるか、②又、そのコンテンツを現状の日本の報道システムの問題である、画一化されたソフトニュースの氾濫をかいくぐり、如何にして政治知識の高い層に対して発信していくか問題の2つの問題を解決することで、日本の政治に対するあきらめを解消する方策を提示するという方向性を取ることが結論づけられた。

第 5 章 高政治知識者層向けの政治へのあきらめ解消に向けたソリューション選択

5.1 本章の目的

前章の結論として、現状の報道システムの問題点を鑑みたときに、個々の政治知識・関心のレベルに合わせたコンテンツが配信されていないことが最も重要な問題であること、そして、その中でも政治知識の高い層に対する、政治へのあきらめを解消する方法を見出すことが本研究における課題であることが明確化された。

本章では、その結論を踏まえた上で、政治知識の高い層の政治へのあきらめ解消のためにどのようなソリューションが考えうるかについて検討し、何がベストの方法であるかについて、結論を得ること、加えてそれを具体的な研究仮説に落とし込むことを目的とする。

5.2 インターネットを利用した政治コミュニケーション

4.3.1 で述べたとおり、現状の報道による情報の流れにおいては、マス・メディアが記者クラブを通して得た情報を流している情報量が相対的に大きくなっており、その結果として、政治知識の高い知識者層はソフトニュース接触により政治への参加を減退させる傾向が存在するにも関わらず、彼らまでソフトニュースに触れる機会が多くなり、政治へのあきらめ感を感じてしまうことが問題の根本原因である。

そこで、政治知識の高い層に向けて、彼らにとって適切なコンテンツを配信して、接触してもらうには、いわゆるマス・メディアとは違う方法をとるより他ない。そこで、もっとも有力なコミュニケーションツールがインターネットである。すでに図8でも描かれているように、マス・メディアとは違うところで独自の情報を得て配信するという外部メディアという意味で、インターネットによる政治コミュニケーションは、すでに無視することは到底できない存在になっている

加えて、有名なブロガーやインターネットメディアを中心に活動するジャーナリストによる情報は、すでに一部の高い政治知識を有する層に対して届いており、その中で双方向性のやりとりを行うケースも多々存在する(ソーシャルメディアを通じての購読者との直接やり取りなど)。ただ、こうした情報のやりとりは、非常に限られた、高い政治知識とインターネットリテラシーを持つ人々においてのみ行われており、報道の情報流通量に対して占める割合としてはまだまだ低いのが現状であると言えよう。

そこで、本研究においても、インターネットをマス・メディアに変わる新たなメディ

アとして利用し、高い政治知識を持つ層の政治へのあきらめを解消する方向性を執ることとし、その中でも、現行の外部メディアとしての敷居の高さを下げ、多くの当該する層に向けて、いかに発信し情報をリーチさせあきらめを解消するかについて検討していく。

5.2.1 インターネットにおける政治意識・関心

インターネットを活用することで、既存のマス・メディアとは違う方法で情報を公衆にリーチさせることを本研究のメインの手法として置いた以上、インターネットにける政治リテラシーについて考えを及ぼせることは必要不可欠である。

佐藤・杉岡・内藤は、インターネット利用者の中には、多くの高い政治関心を持った層が存在すると指摘している。具体的には、インターネット利用者は政治関心について正の、そしてシニシズムについては負の独立影響が見られるとしている[31]。そのため、現代における政治参加層を増やすためには、彼らのような層にアプローチし、動員を図ることが必要不可欠であることは明らかである。しかしながら、他方で彼らの政治関心の高さとは裏腹に、政治参加については積極的ではないという結果が出ており、思考と行動のギャップの存在も指摘している。

政治参加について積極的ではない点については、池田が、インターネットのメディアとしての特性に原因があると指摘している[32]。具体的には、インターネットが情報の受け手が、受け取る情報を選択できる、カスタマイズ可能なメディアであるが故、①自己の主張を強化する情報のみを選定する②同じ指向をもつ者同士でコミュニティを作り上げるため、より自己の主張を強化する、という2点の問題が挙げられる。インターネットユーザーにはこうした傾向があるため、政治行動に移す前に、満足してしまい、投票に行かない、政治団体に参加しないといった現象が起きている、と主張している。

つまり、基本的に、インターネット利用者の政治への関心は高いものの、他方でそれが政治参加へと結びつかない傾向がある、という点は留意してソリューションの選択を行わなくてはならないのである。

5.2.2 blog を用いた政治コミュニケーションの促進事例

では、上記のインターネットを利用する人々の、政治についての関わり合い方を踏まえ、具体的にインターネット上におけるコミュニケーションを用いて、市民の政治参加を促進する試みについてはどのようなものが挙げられるだろうか。

木村・渋谷は、小樽市において、市議会委員と住民とのコミュニケーションを図るべく、住民のブログから、各住民の政治的指向や行政への要望を抽出することで、その住民の望む政策を打ってくれるであろう、もしくは指向として近いであろう議員を割り出すこ

とで、議員活動と住民の利害とのマッチングを図る試みを行った[33]。結果として、住民と議員との利害のマッチングは 70%の確立で正しい組み合わせを作りだすことに成功したが、マッチングを行ったからと言って、それを具体的に政治行動に結びつけるところまでは研究スコープに入っていないため、実際の動員効果があったか否かについては検証されていない。

又、地方市議会という限られた空間であったため、具体的に各市民のニーズに合わせた、利害の一致する議員を提示できたのであって、本研究におけるマス・メディアによる政治へのあきらめ解消のコンテンツとしては、いささか視点がマイクロに過ぎる嫌いがあると言えよう。

加えて、ブログにおいて行政によって解決してほしい問題について触れるという意味では、政治対する発言を行っているという意味で、すでに広義での「政治参加」を行っているともいえるため、具体的にあきらめを解消したとは言い難い。

ここから学ぶべきポイントは、具体的にインターネットのコミュニケーションツールを活用するときは、情報と受けてのマッチングもさることながら、具体的にその場で政治に参加したくなるような仕組みを構築することが何よりも重要であるということである。本研究において解消すべき問題が、政治知識の高い層における政治へのあきらめ解消である以上は、対象者が政治へのあきらめを有していることが前提であるため、そこに対して何らかの行動を起こさせことがあきらめの解消につながるのである。

5.2.3 ソーシャルメディアの可能性

では、政治へのあきらめを解消するには何が重要なのか。4.2 でも述べたとおり、小林によれば日本における政治参加のための大きなキーポイントは「社会集団との関わり」であるとされている[21]。つまり、インターネットを通じて、社会へのつながりを持ち、そこで形成される社会集団に参加することが、政治参加ひいては政治へのあきらめ解消へのキーポイントとなるのである。

そこで挙げられるソリューション候補がソーシャルメディアである。ソーシャルメディア研究の第一人者である Kaplan・Haenlein によれば、「インターネットに基づくアプリケーションの一群であって、Web 2.0 の思想的或いは技術的基礎付けの上に作られ、UGC(user generated contents =ユーザーによって作りだされるコンテンツ)を作りだし交換できるようにするもの」と定義づけられている[35]。この定義にもある通り、ソーシャルメディアにおいては、ユーザーが自らコンテンツを作成し、そのコンテンツについてユーザー同士がコミュニケーションを図れるところに最大の特徴が存在する。

一口にソーシャルメディアといっても、様々な種類が存在する。図,11 は、企業の Web

担当者向けの日本のネットマーケティング関連情報を提供するサイト「Web 担当者 forum」における記事において高橋がまとめた、日本の主要なソーシャルメディアの分類図である[35]。

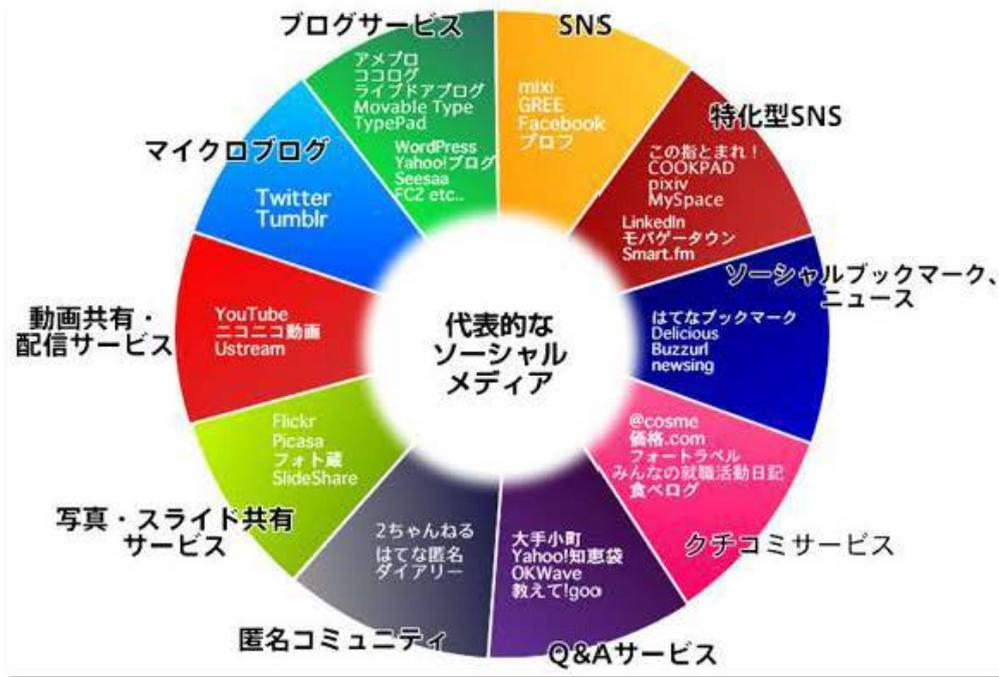


図.11 日本の代表的なソーシャルメディア分類図

「連載：企業のためのソーシャルメディア・マーケティング入門」

(<http://web-tan.forum.impressrd.jp/e/2010/08/26/8591>)高橋・2010年より抜粋[35]

この図からもわかるように、Kaplan・Haenleinの定義[34]に基づいたwebサイトを集めると、これだけの様々なサイトが該当することになる。しかしながら、どのソーシャルメディアにおいても、一様に存在する共通点は、さまざまな事象に対するオピニオンから、日常生活の報告まで、ありとあらゆる内容のコンテンツを、いずれもユーザーが生成し、それについてソーシャルメディア上においてコミュニケーションが行われることでそのコンテンツの内容が広まり、又、共有されていく点である。扱う内容が変わったとしても、その一点においては全webサイトに共通していると言える。

ソーシャルメディア上のトレンドをピックアップする事業を展開している「BuzzFeed」の共同創業者であるJonah Perettiは、ソーシャルメディア上でおきているコミュニケーションによって、その内容が広まっていく現象のことを「Viral Lift」(=口コミ的な高揚)と呼び、この「Viral Lift」こそが、web上で新たなトレンドを生み出し、現実社会へと影響を及ぼすか否かにあたっての新たな評価基準であると述べている[36]。

このように、ソーシャルメディアは、ICTの最大の利点である双方向性を活用し、ユ

ユーザーにとって比較的簡単に他ユーザーとの関わり合いをもつことが出来るため、現実(リアル)の社会とは違う、バーチャルな社会を形成しているのである。この特性を活用することで、各ユーザーを、そのバーチャルな世界において、比較的ハードル低く社会参加を経験してもらうことが可能であるということが出来る。

すでに、一部の企業によって、ソーシャルメディアを通じたマーケティングを活用することで、実際に”Viral Lift”を起こすことで、商品のブランディングを行うのみならず、ユーザーのイベント参加というアクションに繋げた事例も存在する。自動車メーカーのMini のアメリカディビジョンの Mini USA は、企業の Facebook 上アカウントで「Mini VS Porsche」というキャンペーンを行い、性能も価格帯も各上の Porsche に勝手に挑戦状をたたきつけ、対決するというイベントを立ち上げた。その宣戦布告の様子や実際の対決の様子は全て YouTube にアップされ、10 万回近い再生数を獲得した[37]。その結果、当日のイベントのドライバーを一般公募でつくり、観覧者も多数集めると言った、まさにソーシャルメディア上での社会参加が、現実における社会参加につながったということが出来るであろう。

又、政治に関するトピックがソーシャルメディア上で広まり、現実社会での行動に繋がった事例としては、2010 年から 2011 年において発生した「アラブの春」を挙げることが出来る。チュニジアにおける「ジャスミン革命」に端を発したこの、アラブ社会における独裁国家打倒の動きには、大きくソーシャルメディアが関与しており、財団法人中東調査会は以下のようにまとめている。

- 『ドバイ行政大学院が発表した「アラブソーシャルメディア報告書」によると、2011 年 3 月におこなったエジプト・チュニジア人に対する調査において、200 人余りのうち 9 割近くが抗議活動の組織、そして広めるのに Facebook を用いたと回答。
- デモ情報を得る手段がソーシャルメディアだと回答した人＝チュニジア 94%、エジプト 88%(非政府系メディアだと 60%弱、海外メディアは 50%弱)
- 調査対象のうち、エジプト人の 28%チュニジア人の 29%が Facebook を止められて、デモ組織・連絡に支障をきたしたと回答。しかし半数以上は(エジプト 56%チュニジア 59%)逆に運動を活発化させるモチベーションとなり、新たな参加者を動員したと回答。』

※財団法人中東調査会かわら版・2011 年 6 月 13 日, No.83 より抜粋[38]

前述のとおり、社会集団への参加が政治参加に対して正の効果があることはすでに明らかになっている。加えて、上記のようなソーシャルメディアにおける社会参加が現実社会での社会参加にも繋がる事例がすでに世の中には存在していることから、ソーシャルメディアには、そこで起きるバーチャルな社会参加を通じ、現実社会における政治参加を促し、政治へのあきらめを解消することができる可能性があるということが出来るだろう。

5.2.4 利用ソーシャルメディアの選択

では、どのようなソーシャルメディアが本研究の主眼である「政治へのあきらめ解消」に最も高い効果をもたらさしめるのだろうか。図,11 からもわかるように、ソーシャルメディアには、様々な機能を持ったものが多数存在する。

本研究においては、マス・メディアでのソフトニュースに分類されるコンテンツの氾濫によって、高い政治知識を有する層の政治へのあきらめが生じていることを解決すべき問題として捉えているため、この、マス・メディアの配信しているソフトニュースに対抗し、それによって引き起こされる不安や不信を解消するものでなくてはならない。そのため、政治へのあきらめを抱いてしまっている政治知識の高い層に対して、普段接せざるを得ないソフトニュースとは違う、ハードニュースを届けること、そのうえで、ソーシャルメディア上でコンテンツについてのコミュニケーションを発生させることが非常に重要となってくる。

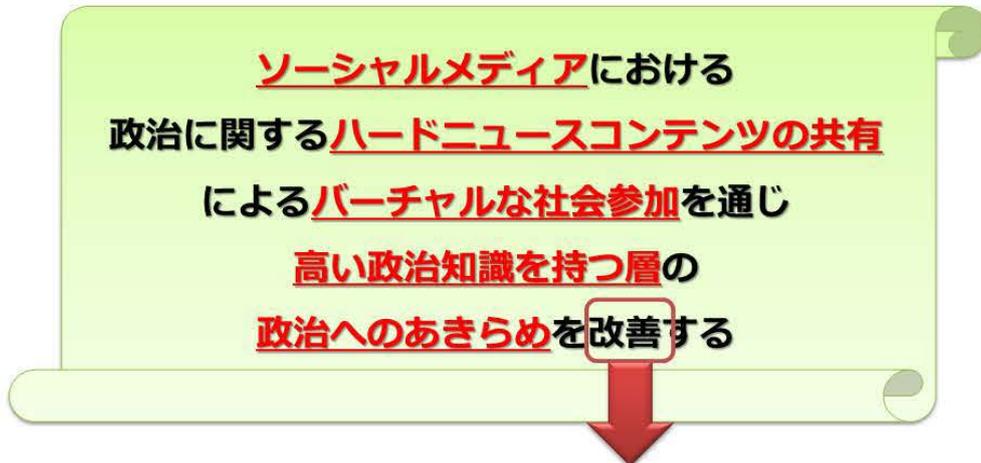
ブログや SNS(Social Networking Service)といった類のソーシャルメディアは、ユーザーが見聞きした情報や、身の回りの事象についてテキストベースのやりとりを行う場であるため、それらの上だけでは、政治に関することを突然急激に発言するように仕向けることはなかなか難しい。そのため、それらテキストベースのソーシャルメディアで取り上げてもらうために、図,11 における「動画共有・配信サービス」のソーシャルメディアを用い、ハードニュース的コンテンツを流し共有することが、本研究の目的に最も適したソーシャルメディアの活用法であると考えられる。

5.3 仮説の構築

1.5 において、To By Using を用いて本研究の目的を定義したが、前項までの内容を踏まえたうえで、本項ではその目的を達成するための仮説を構築する。

ソーシャルメディアの中でも、「動画共有・配信」を行うものを活用し、政治に関するハードニュースに分類されるコンテンツを配信することが政治へのあきらめ解消につながるのでは、という知見を得ることが出来た。加えて、4.4 でも示した通り、本研究における

政治へのあきらめを解消する対象者は「高い政治知識を有する層」である。又、その層に対して、ソーシャルメディアでの動画共有を通じて、政治へのあきらめを解消できるのではないかと、ということが、検証されるべき事象である。以上のことを踏まえて、本研究の研究仮説を以下に示す。



※投票しなかった人→投票したいという意思を持つようになる
※調査対象の半数(50%)以上が改善されることを評価ポイント

5.4 まとめ

本章においては、既存のマス・メディアによるソフトニュースコンテンツの氾濫によって引き起こされている、高い政治知識を有する層の政治へのあきらめを解消する方法としてどのようなソリューションが最適であるかについて論じてきた。

マス・メディアとは違う情報フローという点においてインターネットに着目し、インターネット上における人々の政治関心について分析、その結果を踏まえた上で、動画共有のできるソーシャルメディアにおいて、政治知識の高い層にむけたハードニュースコンテンツを流すことで、バーチャルな社会参加経験を通じ、実際の政治参加を促すことが、政治へのあきらめ解消において有効な手段であるとの知見を得ることが出来た。

そのうえで、研究仮説を「ソーシャルメディアによる政治に関するハードニュース的動画の共有を通じたバーチャルな社会参加を通じて、高い政治知識を持つ層の政治へのあきらめを断ち切ることができる」という形の文言で策定することが出来た。

第6章 検証実験内容詳細

6.1 本章の目的

前章において、本研究の仮説として、ソーシャルメディアを通じてのハードニュースコンテンツの共有が引き起こすバーチャルな社会参加が、高い政治知識を有する層の政治へのあきらめを断ち切ることが出来る、との研究仮説を立てることが出来た。

本章では、それを踏まえた上で、その仮説を実証するための実験の内容について、どのようなコンテンツ内容が適当で、どのようなソーシャルメディアが本研究の仮説検証に最適であるかという、検討部分を含めて詳細に記載していくことを目的とする。

6.2 実験の目的と概要

5.3において策定した研究仮説を実証するために、本研究においては、コンテンツを一定にしたとき、見せ方の手段を変えると、政治関心へのあきらめの解消度合いについて、どのような違いが生じるのかを計測する必要がある。つまり、単純にハードニュース的コンテンツを見ている時と、ソーシャルメディア上でその動画を視聴・共有することによる政治への関心度合い、あきらめの解消度合いをそれぞれ被験者から取ることで、その差異を測り、ソーシャルメディアが政治へのあきらめ解消に対して有効であるか否かを検討する。

ここで留意すべきなのはコンテンツを一定に、つまり全く同じものにして、見せ方のみを変えることで、「見せ方の方法」による関心・あきらめ度合いの差異をとるようにすることである。本研究においては、高い政治知識を持つ層に対して、ハードニュース的コンテンツが政治へのあきらめを解消するのに最適なコンテンツであるということを仮説としているため、コンテンツはハードニュース的内容のもので統一し、あくまで「見せ方の方法」によるあきらめ解消効果を検証する。

又、そのあきらめ解消効果の検証については、それぞれ、単純視聴の時、ソーシャルメディア上の時でアンケートを取ることであきらめ解消度合いや、政治参加度合いや政治への知識の度合いのチェックを行い、結果を比較することでその効果の違いを明らかにする。

尚、具体的なアンケート内容については6.5.1と6.5.2の表6・表7において詳細に記述することとする。

6.3 三田祭実験の詳細

前項において、実験の目的と概要を述べたが、本項で述べる三田祭実験については、ハードニュース的コンテンツの録画と、単純視聴による視聴者の政治へのあきらめ解消効果についてのアンケートを行うことを主眼として行った。

6.3.1 概要

本塾の文化祭「三田祭」における、学生団体によって開催された、政治家を招いての講演会および、最後の質疑応答の録画と、そこに来場して講演会を観覧した聴衆の中からアンケートを取らせていただいた。実験内容の詳細は以下に示す。

調査目的	ハードニュース的コンテンツのライブでの視聴による政治へのあきらめ解消効果の測定
コンテンツ	講演者：舛添要一氏（新党改革代表） 講演題目：リーダーシップを考える～今後の日本を導く人材～
主催団体	慶應義塾大学公認団体 経済新人会
調査対象	イベント観覧者
調査規模	500人規模(有効回答 252人)
調査時期	2011年11月21日(月) 14:00～15:00
調査場所	慶應義塾大学三田キャンパス西校舎ホール
調査方法	紙アンケートによる回答

表,3 三田祭実験の詳細

加えて、この実験において、事前に経済新人会及び舛添要一の所属している新党改革比例区第四支部からの許可を頂き、当日の講演会の様子を動画にて録画させていただいた。紙アンケートについては、配布を経済新人会の皆様にお手伝いいただき、会場にいらっしゃった方々に配布させていただいた。

6.3.2 コンテンツ選定理由

この三田祭での講演会をコンテンツとして選出した理由は主に3点存在する。1点目は、ライブでの講演会ということで、わざわざこの会場に足を運ぶということは、ある程度の政治知識や関心を抱いた層の参加が見込まれるという点である。つまり、本研究の対象である、高い政治知識を有した、政治へのあきらめをかかえる層を集めることが可能であると考えたためである。

2点目は、講演会であるためテレビでの視聴とは違い、目の前で政治家の話を聞くことによってもたらされる政治へのあきらめ解消効果が期待されるため、もし、それが存在した場合は、ソーシャルメディアでの動画共有で期待されるあきらめ解消効果との比較を通じて、ソリューションとしてどちらがふさわしいかという点においても考察を加えられるという点が上げられる。

3つ目は、本研究においてハードニュース・ソフトニュースの定義はBaumによってなされたものに論拠しているが[26]、今回のこの三田祭における講演会は、政治家による政治に関する講演であるため、「娯楽性の有無」という観点からハードニュースに分類できる点である。

以上の点を踏まえ、この三田祭における講演会を実験対象として選定した。

6.4 ニコニコ動画上におけるコンテンツ共有実験の詳細

本項で述べる、ニコニコ動画上でのコンテンツ共有実験は、ソーシャルメディアでのハードニュース的コンテンツの共有による政治へのあきらめ解消に対する寄与の度合いを図るために行った。

6.4.1 概要

6.3で行った、本塾の文化祭「三田祭」における、学生団体「経済新人会」主催の講演会イベントを録画した動画を、ニコニコ動画上で期間限定の配信を行い、加えてニコニコ動画上で、動画視聴後のアンケートを実施した。前述したとおり、ハードニュース的コンテンツのリーチ方法の違いによるあきらめ解消への寄与度合いを図るため、コンテンツの内容は、発言者に対してのカメラアングルの変化のみで、内容の編集は行っていない。

詳しくは後述するが、インターネット上での回答数を確保するため、アンケートの項目数は、前述の三田祭実験時の紙アンケートよりも減らした内容となっている。詳しい実験内容の詳細は次頁の表4に示す。

調査目的	ソーシャルメディアでのハードニュース的コンテンツの共有による政治へのあきらめ解消効果の検証
コンテンツ	講演者：舛添要一氏（新党改革代表） 講演題目：リーダーシップを考える～今後の日本を導く人材～ [2011年11月21日(月) 録画]
コンテンツ提供	慶應義塾大学公認団体 経済新人会
実施サイト	ニコニコ動画 (http://www.nicovideo.jp/)
調査対象	動画閲覧者
調査規模	1519人視聴(有効回答119人)
調査時期	2011年12月19日(月)～2011年12月27日(火)
調査方法	Webアンケートによる回答

表4 ニコニコ動画によるコンテンツ共有実験の詳細

6.4.2 ニコニコ動画の選定理由

動画共有を行うソーシャルメディアはいくつか存在するが、図11で示した通り、日本国内においては「YouTube」「ニコニコ動画」「Ustream」の3サービスが主流となっている。動画配信のシェアを見ると、2009年時点でYouTubeは第一位、ニコニコ動画は第三位を占めている(第二位は動画配信サイトのGyao!)[41]。

以上の観点から見ると、規模の問題から、Ustreamは候補から外すべきであると言える。又、Ustreamの最大の特徴であるライブ配信も、本研究における実験については、動画のライブ配信の許可が学生団体から下りなかったこともあり、生配信というUstream最大の利点を活かすことができないこともあり、今回の実証実験においては、使用するソーシャルメディアの候補から外れることとなった。

次に、YouTubeであるが、政治についての動画をソーシャルメディアにおいて配信・共有するにあたって、若者向けに政治家との政治討論の動画や、各界知識人を招いた学生との議論を行う動画を配信する学生団体「RING」(<http://gakusei-ring.main.jp/index.html>)にヒアリングを行った結果、候補から外すこととなった。具体的には、RINGでは、過去行

った政治討論等の動画を YouTube 上で配信しているが、view 数が伸び悩んでおり、政治についての動画を共有するには向いていないかもしれないとの指摘を頂いた。

おそらく、その理由は 2 点あげることが出来る。まず一つは投稿動画の時間数制限である。YouTube では基本的に 15 分以上の長さの動画を投稿できなくなっており、アカウントのこれまでの履歴をもとに限定が解除された場合にのみ、長い時間の動画を投稿できるようになっている。そのため、長時間にわたる政治討論動画を投稿しようにも、ブツ切りで投稿しなくてはならないため、RING でも、せっかくの動画をブツ切りにして配信するため、最初の方の動画は view 数を確保できてもその後の動画の view 数が獲得できない状況が起きてきている。又、もう一点あげられるのは、YouTube のコメント機能である。コメントを残す機能は存在するものの、コメントが Viral な高揚をおこすような構造にはなっておらず、単純に書き込むだけで、他の閲覧者との会話を行うことを念頭に置いていないため、動画への没入感に欠ける点が、政治討論を見るうえで、動画を視聴し続けるフックになりづらい現実が存在すると言えよう。

以上の 2 点から、学生団体 RING から指摘を受けた YouTube は、政治に関する動画の共有に向かないという点は、単純にコンテンツ力の問題だけでなく (RING の配信している塩崎恭久・元内閣官房長官との政治討論も、大物政治家のフックがあるにもかかわらず、分割された動画の中で view 数が一番多いもので 653views と数値が伸び悩んでいる [40])、YouTube の特性にも存在するということが明らかになったため、候補から外すこととなった。又、動画を共有した後のアンケートの実施を行うことにもハードルが高かったことも (現実的な問題として、視聴者の反応を得る方法がコメントの直接記入と、"like or dislike" のボタン以外に存在しない)、選択肢から外れた大きな要因であることも追記しておく。

このように、現実的な選択肢として残ったソーシャルメディアがニコニコ動画である。ニコニコ動画では、ライブ配信サービスである「ニコニコ生放送」での、政府公式記者会見の中継や、大物政治家を招いたコンテンツなど、政治に関する動画の配信・共有について実績がある点から、本研究の実験の意図と最もマッチしていると言える [41]。又、ニコニコ動画の最大の特徴である、動画視聴中の動画画面への書き込み機能も、政治についての動画を見るに当たり、他ユーザーとの会話や交流を生み出しやすいと考えられるため、本研究の目的である「ソーシャルメディアを通じた、バーチャルな社会参加」を促すうえでも最適であると言えよう。

加えて、動画視聴後のアンケート実施についても、機能が充実しており、容易である点もニコニコ動画が、今回の実験に適切である大きなポイントである。



図,12 ニコニコ動画におけるアンケート画面サンプル

図,12 は、ニコニコ動画を運営する株式会社ニワンゴから提供して頂いた、ニコニコ動画におけるアンケートのサンプル画面である。動画を視聴した直後に、図,12 のような数問のアンケートへの回答画面を自動で表示するものである。任意回答であり、スキップすることも可能であるため、アンケートの長さや内容に留意しなくては、母数を集めることが難しいという難点は存在するものの、"yes or no"の二択ではない複数選択肢を示すことのできるアンケートが行えることは、会場で実施する紙ベースのアンケートと変わらない設問内容で実施できるというのは、大きなポイントであることは間違いない。

ここまでの各動画共有ソーシャルメディアの特徴と、本研究における実験との親和性を示したものが次頁の表,5 である。

表,5 でまとめられている通り、本研究の検証実験において、使用する動画共有系ソーシャルメディアは、インターネット動画配信におけるシェアの順位(どれだけのの人にリーチする可能性があるかという観点)、アンケート実施可能性(詳細なアンケートを取り、実際に現場でライブ視聴した人々向けのアンケートと内容をそろえられるか否かという観点)、政治に関するコンテンツ配信実績の有無(すでに、その動画共有系ソーシャルメディアにおいて、政治に関するコンテンツが流れていれば、潜在的に政治知識の高い層が多く視聴している可能性が高いという観点)という 3 つのポイントについて検討を重ねた結果、シェア数こそ全体の第三位であるが、アンケート実施可能性の高さ、政治関連動画配信実績について申し分ない、ニコニコ動画を使用し、検証実験を行うことに決定した。

			
動画配信におけるシェア	○ 第1位 (※2009年時点)	△ 第3位 (※2009年時点)	✕ 圏外 (※記載なし)
アンケートの実施可能性	✕ コメント欄と"like or dislike"ボタンのみ	○ 動画視聴後にアンケートを行う機能あり	△ twitterとの連動性が高く、そこからgoogle docs経由では可能
政治に関するコンテンツ配信実績	✕ 配信自体はあるもののview数が伸びない	○ ニコ生等で配信実績アリ UIも政治討論向き	○ ライブ配信の実績があり、上記のtwitterとの連動性もあり向いている

表,5 各動画共有ソーシャルメディアと本研究との親和性

以上の点から、ソーシャルメディアでの政治に関するハードニュースコンテンツ共有実験では、ニコニコ動画を利用し、前述の講演会を録画した動画を無編集にて配信、視聴後にアンケートを取ることとした。

6.5 アンケート内容について

実験内容の詳細および、実験計画の策定における検討についてはすでに前項までに記した通りである。本項では、それらの内容を踏まえ、三田祭での講演会視聴後及びニコニコ動画上での動画視聴後に行ったアンケート内容の詳細について述べる。

6.5.1 三田祭実験でのアンケート

三田祭実験においては、実際に来場した講演会の聴衆にアンケート用紙を配布、有志の方々にご回答いただいた。表,3にも示した通り、キャパシティ 500名の会場において、252名の方々からご回答を頂いた。

具体的なアンケート実施内容は以下の表,6になる。

設問.1	ご自身に関する質問をお伺いいたします。 当該する項目に○をお付けください。				
1	年齢	10～20代	30代	40代	50代以上
2	性別	男性	女性		
設問.2	ご自身の政治に関する知識についてお伺い いたします。正しいと思われる選択肢に○ をお付けください。				
1	前回の衆議院議員選挙実施年度	2010年	2009年	2008年	2007年
2	衆議院の選挙制度の名称	中選挙区制	小選挙区比例代表並列制	一般選挙制	通常選挙
設問.3	ご自身の政治に関する関心度合いについて お伺いいたします。当該すると思われる 選択肢に○をお付けください。				
1	前回選挙時の選挙活動への関心	関心がなかった	あまり関心がなかった	やや関心があった	関心があった
2	前回選挙時に投票活動を行ったか	選挙がある認識すら なかった	選挙があるのをわかっていた が行かなかった。	強い意図はないが投票した	意図をもって投票した
3	政治に関するメディアへの接触頻度	全く接触しない	あまり接触しない	しばしば接触する	意図的に多く接触する
4	政治への関与について	政治的な事柄にはできれば 関わりたくない	私と政治とは何の関係もない	政治とは監視していくもの	政治とは自ら積極的に 働きかけるもの
設問.4	今回の講演会参加による、ご自身の政治に 関する関与の度合いについてお伺いいたし ます。当該すると思われる選択肢に○を お付けください。	そう思わない	あまりそう思わない	ややそう思う	そう思う
1	今回の講演会参加によって選挙活動への 関心は増えると思うか	1	2	3	4
2	今回の講演会参加によって投票活動への 参加意欲は高まったと思うか	1	2	3	4
3	今回の講演会参加によって政治に関する メディアへの接触回数は増えると思うか	1	2	3	4
4	今回の講演会参加によって政治への 関与は強化されたと思うか	1	2	3	4

表.6 三田祭実験におけるアンケート項目一覧

三田祭においては、実際に紙にて上記内容を配布し、任意回答いただく形となった。質問項目は4つの大問に分類され、それぞれ「属性」「政治知識レベル」「政治への関心度合い現状」「コンテンツ視聴後の政治への関心度合い変化」を図る内容となっている。各項目の詳しい内容、および質問意図を以下に述べる。

設問1の「属性」では、年齢・性別の基本情報を聴取した。設問2の「政治知識レベル」では、政治知識の高低が本研究の大きなポイントになるため、簡単なクイズを挿入。正答数で政治知識のレベルの高低を図ることとした。設問3の「政治への関心度合い現状」においては、現状の回答者自身の政治への関心度合いについて聴取した。尚、本設問における「政治への関与について」の質問は、前述の池田の大規模社会調査[5]におけるアンケートで使用された質問を参考にしている。それを踏まえたうえで、設問4の「コンテンツ視聴後の政治への関心度合い変化」で、コンテンツ(ライブでの政治家による講演会)の視聴

を通じて、政治への関心、参加意欲の向上の有無について変化があったか否かを検証することを主眼とした内容の項目を策定した。

6.5.2 ニコニコ動画実験でのアンケート

ニコニコ動画での実験においては、ソーシャルメディアであるニコニコ動画上で動画を視聴した方々に対して、視聴後の画面に図12で示したアンケート画面を表示、任意で回答いただく形となった。Web上でのアンケートであるため、回答へのハードルが高くなることを考慮し、表6で示した三田祭実験でのアンケート内容をベースに、項目数を12項目から8項目へ削減した簡易版となっている。ただし、三田祭実験時のアンケートと同じ意図の内容の情報を取得できるように、大枠の4設問は変えず、その中で項目数を減らしている。以下に、ニコニコ動画での動画共有実験におけるアンケート実施内容の詳細を示す。

設問.1	ご自身に関する質問をお伺いいたします。 当該する項目に○をお付けください。				
1	年齢	10～20代	30代	40代	50代以上
2	性別	男性	女性		
設問.2	ご自身の政治に関する知識についてお伺いいたします。正しいと思われる選択肢に○をお付けください。				
1	前回の衆議院議員選挙実施年度	2010年	2009年	2008年	2007年
2	衆議院の選挙制度の名称	中選挙区制	小選挙区比例代表並列制	一般選挙制	通常選挙
設問.3	ご自身の政治に関する関心度合いについてお伺いいたします。当該すると思われる選択肢に○をお付けください。				
1	前回選挙時の選挙活動への関心	関心がなかった	あまり関心がなかった	やや関心があった	関心があった
2	前回選挙時に投票活動を行ったか	選挙がある認識すらなかった	選挙があるのをわかっていた	強い意図はないが投票した	意図をもって投票した
設問.4	今回の講演会参加による、ご自身の政治に関する関与の度合いについてお伺いいたします。当該すると思われる選択肢に○をお付けください。	そう思わない	あまりそう思わない	ややそう思う	そう思う
1	今回のコンテンツ視聴によって選挙活動への関心は増えると思うか	1	2	3	4
2	今回のコンテンツ視聴によって投票活動への参加意欲は高まったと思うか	1	2	3	4

表.7 ニコニコ動画実験におけるアンケート項目一覧

前述のとおり、ニコニコ動画実験においては、動画視聴後の任意回答でのWeb上アンケートであるため、回答をスキップされる可能性を考慮し、サンプル数確保のため、三田祭実験時のアンケート内容の設問4種類は変更することなく、質問の項目数を減らした。「属性」の質問、「政治知識レベル」はすでに三田祭実験時の時点で2問であったため変更せず、

それ以外の「政治への関心度合い現状」「コンテンツ視聴後の政治への関心度合い変化」の2設問については、項目数を2つ減らすこととした。既存の項目の中でも、純粋に政治への関心、今後の政治参加の可能性を図る2項目のみを抽出した。

6.6 まとめ

本章においては、5.3において策定した本研究の研究仮説の検証を行うための実験の詳細を、検討のプロセスも含め記し、検証を行うためのアンケート項目の決定を行った。

会場での講演とソーシャルメディア上での共有するコンテンツの内容は、本塾三田祭における公認団体「経済新人会」による、舛添要一氏による講演を使用した。

三田祭実験においては、その講演をライブ視聴した直後にアンケート用紙を配布し、回収する方式をとった。アンケート内容は、「属性」「政治知識レベル」「政治への関心度合い現状」「コンテンツ視聴後の政治への関心度合い変化」の4設問からなり、各項目を4段階評価(性別のみ2段階)でチェックして頂き、政治知識の高低を測った上で、コンテンツ視聴が今後の政治への参加を促し、あきらめを解消するか否かを判断するための情報を取得することを主眼とした。

又、ソーシャルメディアでの実験は、様々な動画共有型ソーシャルメディアの中から、シェア・アンケートの実施可能性・政治に関するコンテンツとの親和性という3つの切り口からニコニコ動画を採用することとなった。コンテンツは、前述の三田祭実験時に録画した動画を編集なしで配信することで、純粋に動画の見せ方のみを変えたときの効果を図ることに留意した。ニコニコ動画上でのアンケートは、webアンケートとなり、回答を得ることが難しいと判断したため、設問数を減らす工夫を加えることも決定した。

第7章 実験結果と検討

7.1 本章の目的

前章において、本研究において策定した仮説の検証を行うに当たり、どのような実験が適しているか、又、その効果を図るためにどのようなアンケート調査を実施すべきかについて方策を検討した。

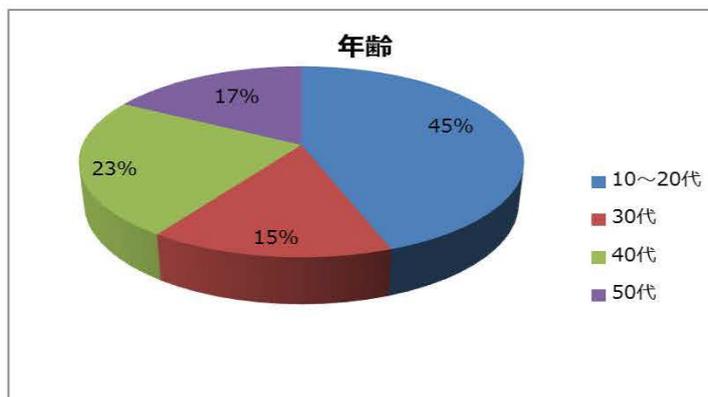
その結果、三田祭・ニコニコ動画上でコンテンツを一定にし、そのうえで政治へのあきらめ解消効果の度合いの違いを比較することを決定し、実際に三田祭における「経済新人会」主催の舛添要一氏の講演会をコンテンツに、アンケートおよびソーシャルメディアでの配信実験を行った。本章においては、その結果をまとめると共に、実験結果の各実験間の比較および検討もおこなうことを目的とする。

7.2 三田祭実験の結果

本項では、三田祭実験において取得したアンケート結果(有効回答：252件)を、質問項目ごとにまとめ、詳細に示す。尚、本実験の基礎情報は表,3を参照のこと。

7.2.1 設問,1「属性質問」の集計結果

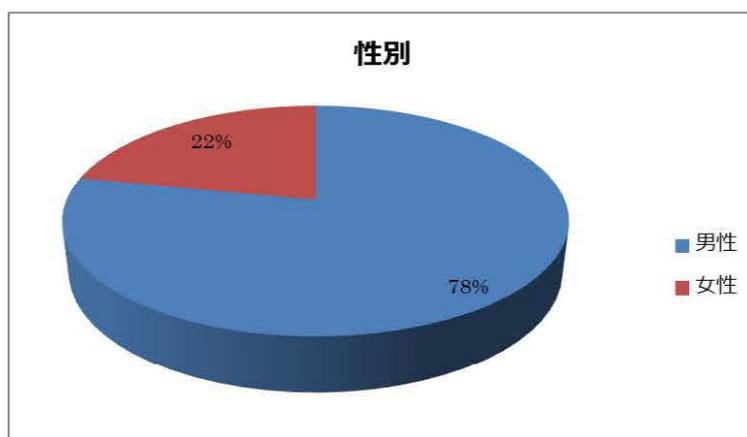
<設問 1.1> 『回答者の年齢に関する質問』



[内訳詳細]

年齢についての質問	
回答選択肢	回答者数(人)
10~20代	112
30代	38
40代	59
50代	43
total	252

<設問 1.2> 『回答者の性別に関する質問』

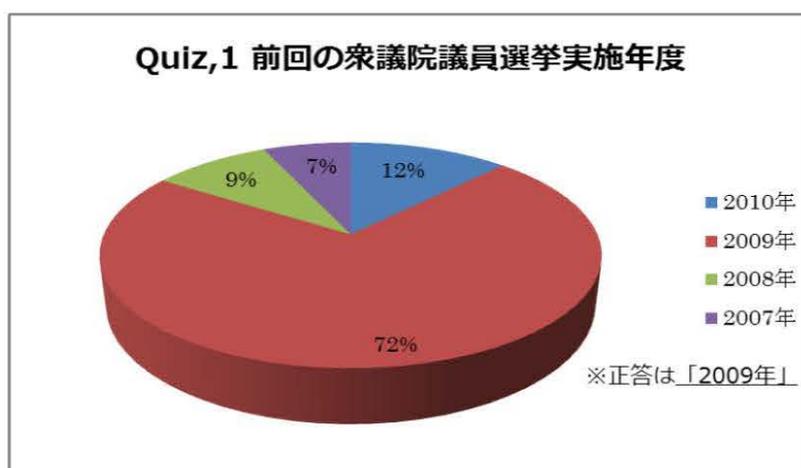


[内訳詳細]

性別についての質問	
回答選択肢	回答者数 (人)
男性	161
女性	91
total	252

7.2.2 設問,2「政治知識レベル」の集計結果

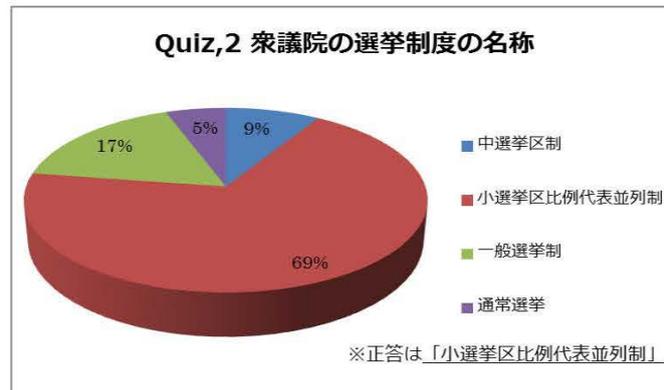
<設問 2.1> 『回答者の政治知識レベルに関する質問①』



[内訳詳細]

Quiz,1 前回の衆議院議員選挙実施年度	
回答選択肢	回答者数 (人)
2010年	31
2009年	181
2008年	23
2007年	17
total	252

<設問 2.2> 『回答者の政治知識レベルに関する質問②』

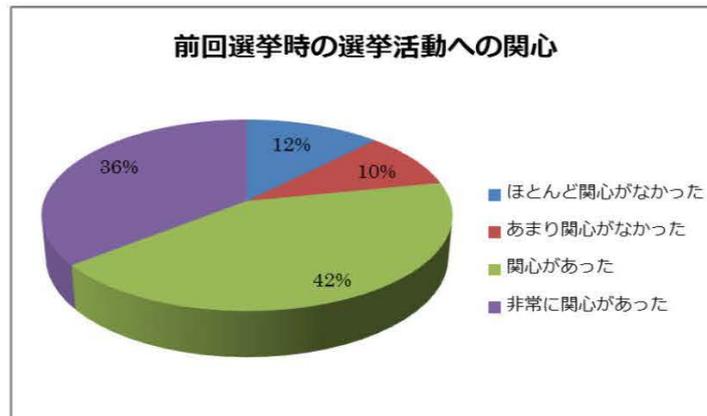


[内訳詳細]

Quiz,2 衆議院の選挙制度の名称	
回答選択肢	回答者数 (人)
中選挙区制	22
小選挙区比例代表並列制	173
一般選挙制	43
通常選挙	14
total	252

7.2.3 設問,3「政治への関心度合い現状」の集計結果

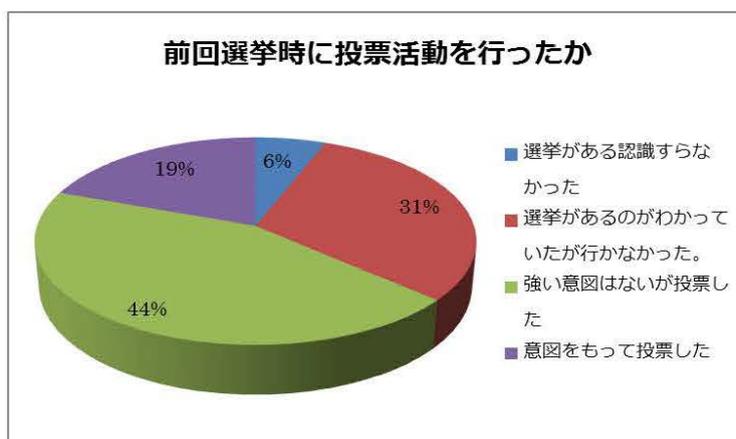
<設問 3.1> 『回答者の前回選挙時の選挙活動への関心度合いに関する質問』



[内訳詳細]

前回選挙時の選挙活動への関心	
回答選択肢	回答者数 (人)
ほとんど関心がなかった	31
あまり関心がなかった	24
関心があった	107
非常に関心があった	90
total	252

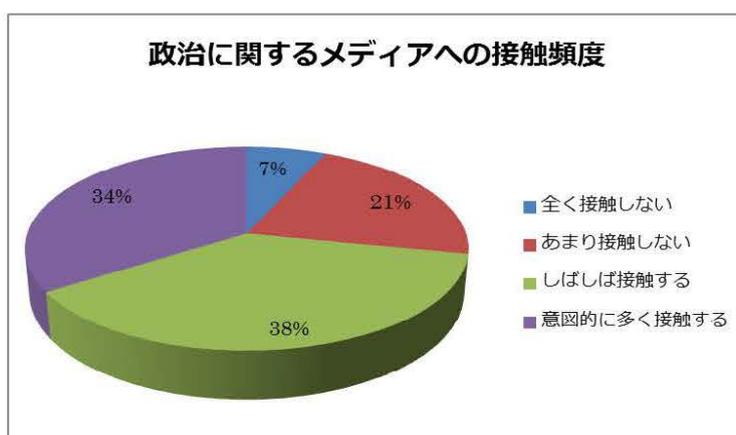
<設問 3.2> 『回答者の前回選挙時の投票活動の有無に関する質問』



[内訳詳細]

前回選挙時に投票活動を行ったか	
回答選択肢	回答者数 (人)
選挙がある認識すらなかった	31
選挙があるのがわかっていたが行かなかった	24
強い意図はないが投票した	107
意図をもって投票した	90
total	252

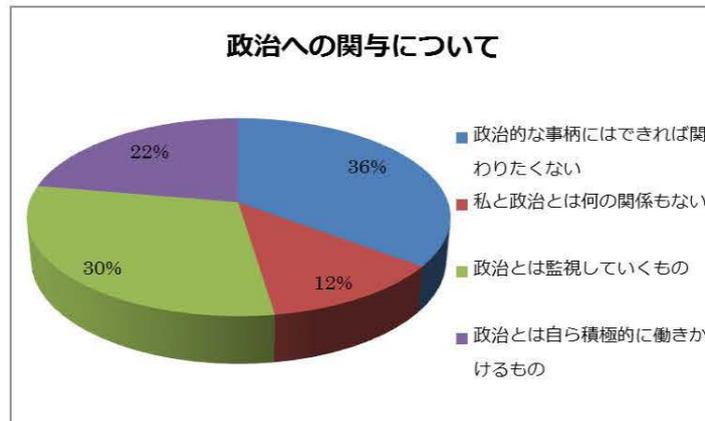
<設問 3.3> 『回答者の政治に関するメディア接触頻度に関する質問』



[内訳詳細]

政治に関するメディアへの接触頻度	
回答選択肢	回答者数 (人)
全く接触しない	17
あまり接触しない	54
しばしば接触する	95
意図的に多く接触する	86
total	252

<設問 3.4> 『回答者の政治への関与の度合いに関する質問』

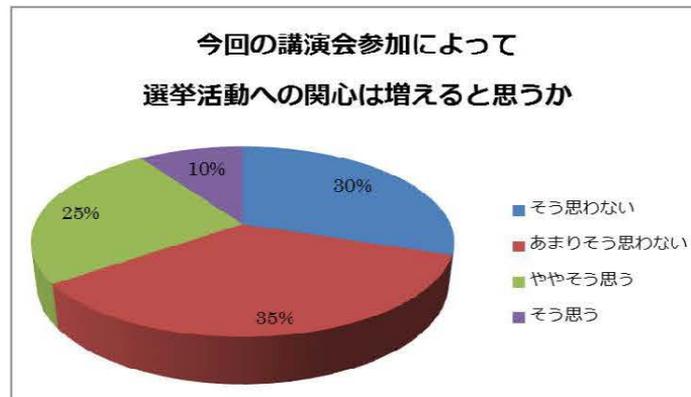


[内訳詳細]

回答選択肢	回答者数 (人)
政治的な事柄にはできれば関わりたくない	17
私と政治とは何の関係もない	54
政治とは監視していくもの	95
政治とは自ら積極的に働きかけるもの	86
total	252

7.2.4 設問,4「講演会参加による今後の政治への参加意欲向上」の集計結果

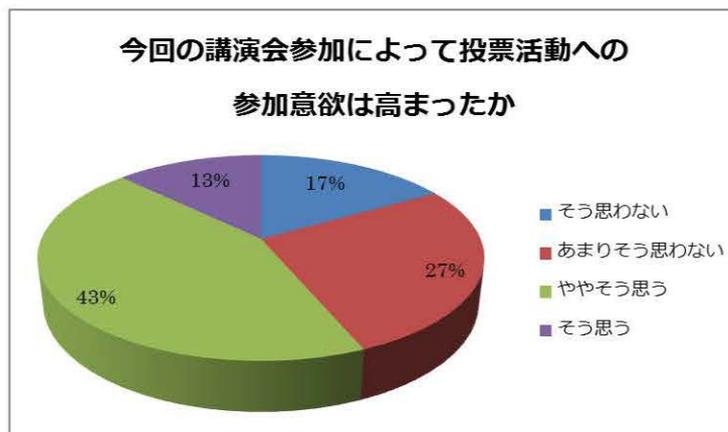
<設問 4.1> 『回答者の今回の講演会参加による政治への関心度合い向上に関する質問』



[内訳詳細]

回答選択肢	回答者数 (人)
そう思わない	76
あまりそう思わない	88
ややそう思う	64
そう思う	24
total	252

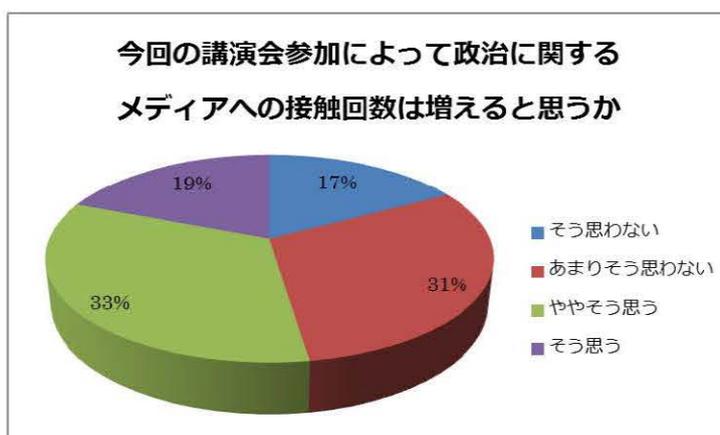
<設問 4.2> 『回答者の今回の講演会参加による投票活動への参加意欲向上に関する質問』



[内訳詳細]

今回の講演会参加によって投票活動への参加意欲は高まったか	
回答選択肢	回答者数 (人)
そう思わない	42
あまりそう思わない	68
ややそう思う	110
そう思う	32
total	252

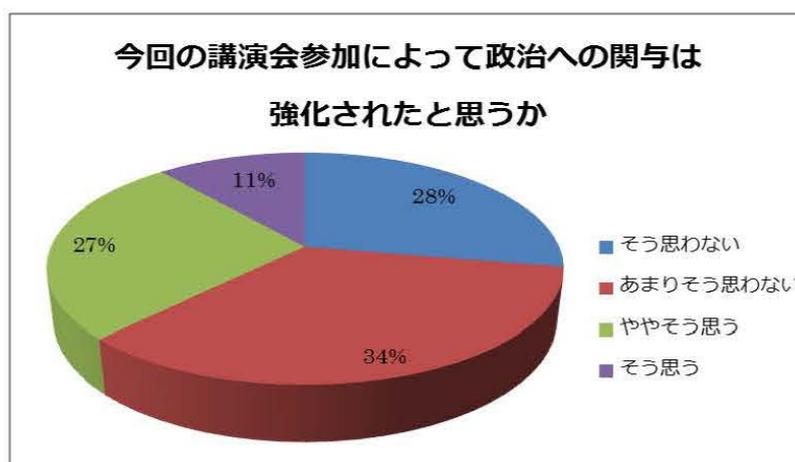
<設問 4.3> 『回答者の今回の講演会参加によるメディア接触度合い向上に関する質問』



[内訳詳細]

今回の講演会参加によって政治に関するメディアへの接触回数は増えると思うか	
回答選択肢	回答者数 (人)
そう思わない	43
あまりそう思わない	77
ややそう思う	84
そう思う	48
total	252

＜設問 4.4＞『回答者の今回の講演会参加による投票活動への参加意欲向上に関する質問』



[内訳詳細]

今回の講演会参加によって政治への関与は強化されたと思うか	
回答選択肢	回答者数（人）
そう思わない	70
あまりそう思わない	87
ややそう思う	67
そう思う	28
total	252

7.2.5 三田祭実験結果の総評

本項では、7.2.1～4において示した三田祭実験におけるアンケートの集計結果について各設問の結果を文章にてそこから得られた知見を述べる。

＜設問 1＞『属性に関する質問』

本設問においては、回答者の属性についての質問を行った。学園祭での講演会ということで、若者層(10～20代)が最も多いとの結果が出ている。又、それ以上の層もまんべんなく居たことは、講演会場にいた若者層よりも、それ以上の年代の方がアンケートに協力的であったためと考えられる。又、性別については、男性の方がおおかった。

＜設問 2＞『政治知識レベルに関する質問』

本研究は、「高い政治知識を持つ層」における「政治へのあきらめ」を解消するものであるため、本設問において、回答者の政治知識レベルをはかるための選択式のクイズを二問出題した。

本実験をこの講演会にて行った根本の動機が、会場に足を運び講演を聞きに来て

いるという層であるため、ある程度の政治知識レベルの高さが担保されるという点にあった。そのため、両問題ともに正答率は Quiz,1=72%・Quiz,2=69%と、全選択肢の中で最も高いものとなった。又、年代別にみると、会場の多くをしめた若者層の正答率が低いため、30代以上に限ると、正答率は84%にまで上昇する。このことから、30代以上の参加者の政治知識レベルは高水準であると言える。

そのため、おおむね、実験対象としては必要な水準を満たしていると言えよう。

<設問3> 『政治への関心度合い現状に関する質問』

本設問においては、回答者が現状政治に抱いている関心の度合いを測るものである。講演会後にアンケートを実施したため、講演会参加による影響を避けるため、実際に現状の事象として、行動を行っているかについて質問を行っている。

回答に目を向けると、設問3.1では前回選挙時の選挙活動に関心を持っていたかについての質問である。ここであえて「前回選挙」と具体的な選挙名を挙げなかったのは、具体的に選挙名を区切ることで限定した回答をしてしまうことを避けるためである。結果として設問2での政治知識レベルの高さと比例するように、一様に関心を持っていたという回答が多数を占めた(「関心があった」「非常に関心があった」を足し合わせると全体の78%)。

他方で設問3.2の投票行動を行ったか否かの質問では、全体を見ると投票を行った層が多いものの、意図をもって投票した層は少なく、選挙があるのが分かっていなくてもいい層も31%いたことから、政治知識レベルの高い層における「政治へのあきらめ」が起きていたと言えるだろう。

設問3.3では、回答者の政治に関するメディア接触の頻度を問うものであった。政治知識レベルが高いこともあり、全体の72%が接触する傾向にあると回答している。このことは、政治知識レベルが高いと、メディアへの接触回数が多いことを示している。

設問3.4では、回答者の政治への関与レベルを測っている。本項の質問選択肢については、池田[5]の私生活志向尺度の政治非関与に関する項目の質問内容を反転したものである。結果としては、回答者の政治知識レベルの高さに反して、政治に対して強く関与していこうという志向を持つ人間は全体の半分にとどまり、残り半分は政治に対して積極的に関与したいとは思っていないという回答が出た。このことから、政治知識レベルが高い人々は、設問3.3の結果とも併せて、メディア接触が多い分、「政治へのあきらめ」が起きていたと言えよう。

<設問 4> 『講演会参加による今後の政治への参加意欲向上に関する質問』

本設問では、回答者が本講演会に参加したことによって、今後の政治への参加や関与の度合いが向上したか否かについて測るものであった。

設問 4.1 では講演会参加によって、選挙活動への関心が今後増えるかどうかについて伺った。全回答のうち 65%が「そう思わない」と回答したことからも明らかなように、本講演会への参加によって直接的に選挙活動に対して関心を払うことにはつながらないということが明らかになった。これには、本講演会の演目内容が、文化祭での講演会ということもあり、若者向けの演目であったことの影響もあると思われる。又、講演会においては、時間制限があったため、質問をしたくてもできなかった方々が多く存在したことも影響していると言えるだろう。

設問 4.2 では、講演会参加によって政治参加への度合いがどのような影響を受けたかを測る質問であった。基本的には「そう思う」の割合が 56%とやや多数を占めたが、基本的には半々であると言えよう。又、特徴的なのは、「あまりそう思わない」「ややそう思う」の二つの割合が 70%を占める点が特徴的であると言える。つまり、断定的に効果があると判断した人の割合が一番多いということになる。

設問 4.3 では、講演会参加を通じてメディア接触の機会が増えるか否かについての効果を測定している。設問 3.3 と対応した形の質問となっているが、結果として、「そう思う」「そう思わない」の両層がきれいに二つに分かれてしまった。このことから、メディア接触頻度については、明確な効果があるとは言い難いと言える。

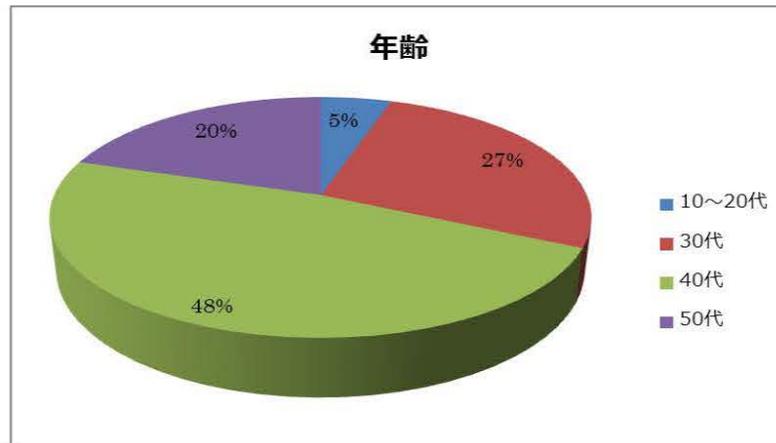
設問 4.4 では、講演会参加による政治への関与度合い改善を計測している。設問 4.1 での回答傾向と似た結果が示されており、「そう思わない」「あまりそう思わない」の層が全体の 64%に及び、講演会参加が、政治への関与を強化するとは言い難いとの結果が出ている。設問 4.1 でも述べたとおり、この結果は、講演会への参加では発言をすることが出来ないため、かえってストレスを感じたことなどが要因として挙げることが出来る。加えて、もともと設問 3.4 でも関与が低い傾向の見られた、若年層が「そう思わない」において多くの割合が占めたことが、他の層と相まって、プラスの効果を薄めていると言える。

7.3 ニコニコ動画実験の結果

本項では、ニコニコ動画実験において取得したアンケート結果を、質問項目ごとにとまとめ、詳細に示す。全体の情報の詳細については表,4 を参照のこと。

7.3.1 設問,1「属性質問」の集計結果

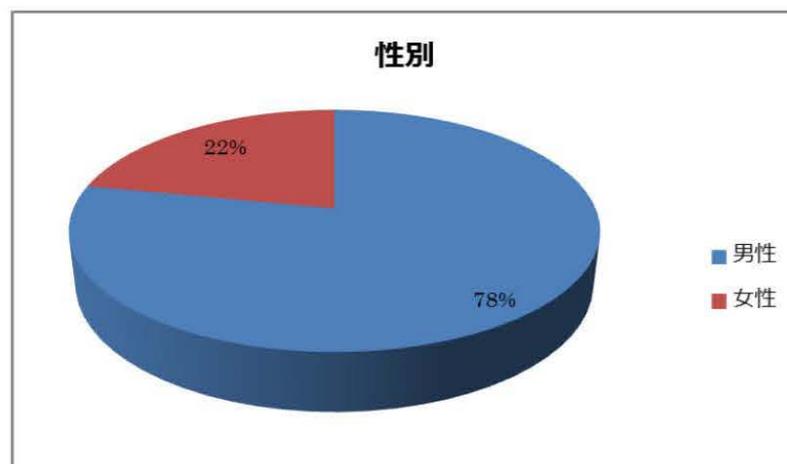
<設問 1.1> 『回答者の年齢に関する質問』



[内訳詳細]

年齢についての質問	
回答選択肢	回答者数 (人)
10~20代	6
30代	32
40代	57
50代	24
total	119

<設問 1.2> 『回答者の性別に関する質問』

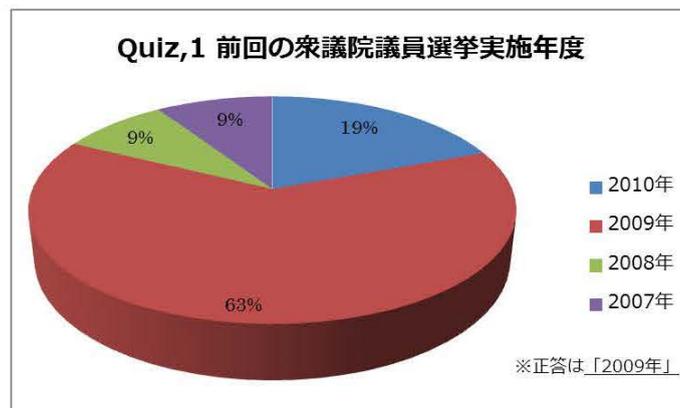


[内訳詳細]

性別についての質問	
回答選択肢	回答者数 (人)
男性	93
女性	26
total	119

7.3.2 設問,2「政治知識レベル」の集計結果

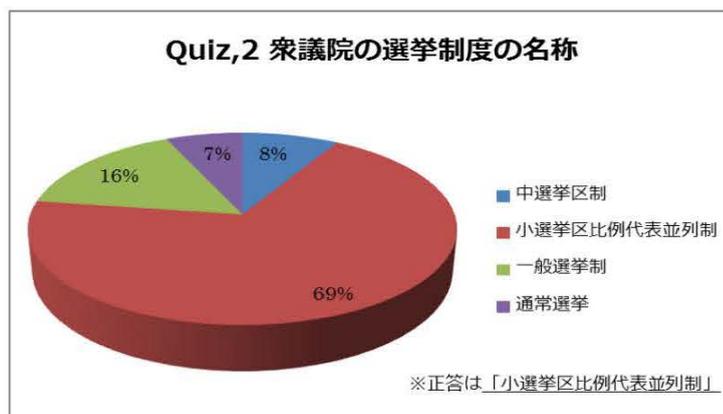
<設問 2.1> 『回答者の政治知識レベルに関する質問①』



[内訳詳細]

Quiz,1 前回の衆議院議員選挙実施年度	
回答選択肢	回答者数 (人)
2010年	23
2009年	75
2008年	10
2007年	11
total	119

<設問 2.2> 『回答者の政治知識レベルに関する質問②』

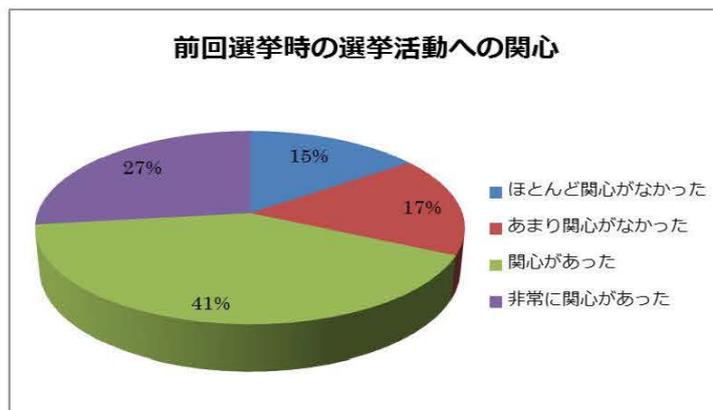


[内訳詳細]

Quiz,2 衆議院の選挙制度の名称	
回答選択肢	回答者数 (人)
中選挙区制	10
小選挙区比例代表並列制	82
一般選挙制	19
通常選挙	8
total	119

7.3.3 設問,3「政治への関心度合い現状」の集計結果

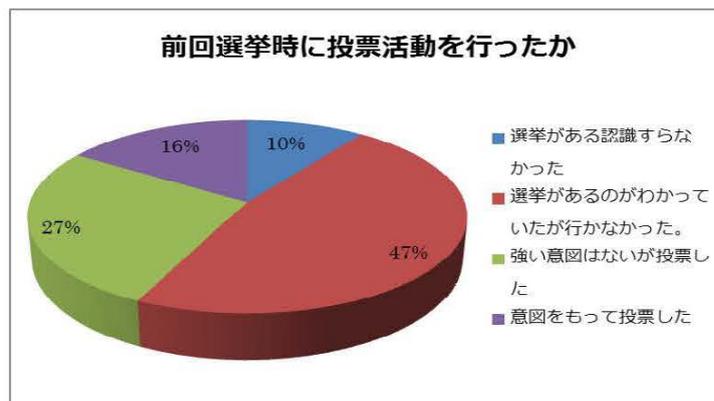
<設問 3.1> 『回答者の前回選挙時の選挙活動への関心度合いに関する質問』



[内訳詳細]

前回選挙時の選挙活動への関心	
回答選択肢	回答者数 (人)
ほとんど関心がなかった	18
あまり関心がなかった	20
関心があった	49
非常に関心があった	32
total	119

<設問 3.2> 『回答者の前回選挙時の投票活動の有無に関する質問』

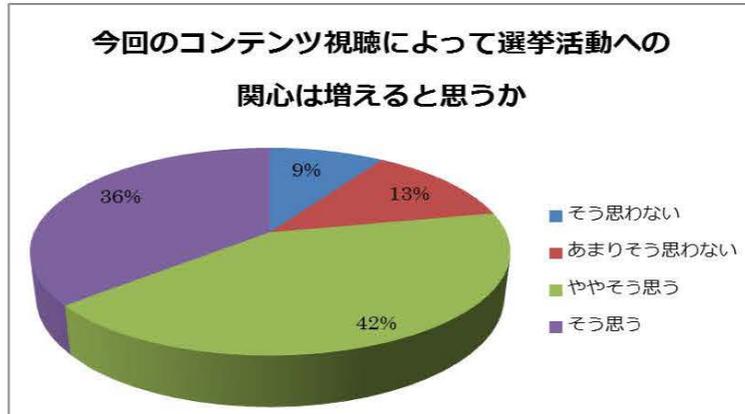


[内訳詳細]

前回選挙時に投票活動を行ったか	
回答選択肢	回答者数 (人)
選挙がある認識すらなかった	12
選挙があるのがわかっていたが行かなかった	56
強い意図はないが投票した	32
意図をもって投票した	19
total	119

7.3.4 設問4「講演会参加による今後の政治への参加意欲向上」の集計結果

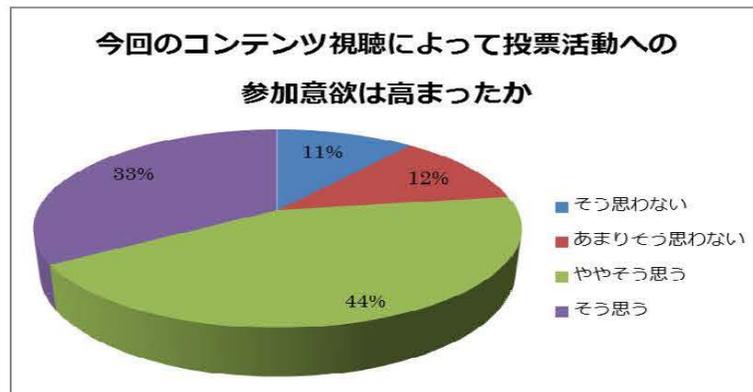
<設問 4.1>『回答者の本コンテンツ視聴による政治への関心度合い向上に関する質問』



[内訳詳細]

今回のコンテンツ視聴によって選挙活動への関心は増えると思うか	
回答選択肢	回答者数（人）
そう思わない	11
あまりそう思わない	15
ややそう思う	50
そう思う	43
total	119

<設問 4.2>『回答者の本コンテンツ視聴による投票活動への参加意欲向上に関する質問』



[内訳詳細]

今回のコンテンツ視聴によって投票活動への参加意欲は高まったか	
回答選択肢	回答者数（人）
そう思わない	13
あまりそう思わない	14
ややそう思う	52
そう思う	40
total	119

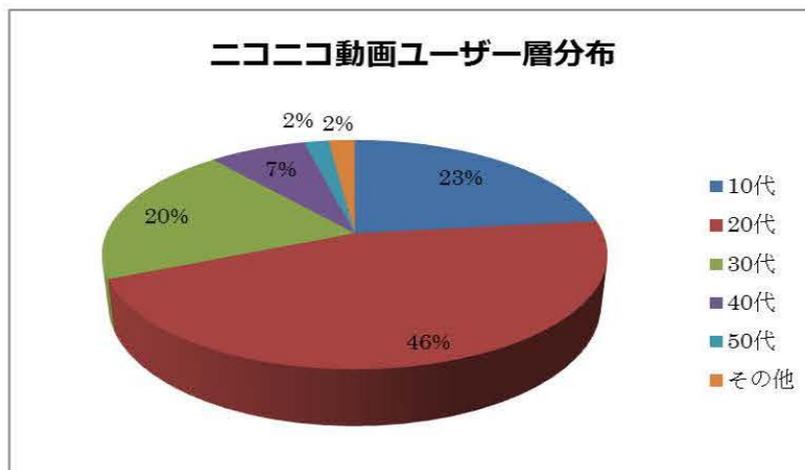
7.3.5 ニコニコ動画実験結果の総評

本項では、7.3.1～4において示したニコニコ動画実験におけるアンケートの集計結果について各設問の結果を文章にてそこから得られた知見を述べる

<設問1> 『属性に関する質問』

本設問においては、回答者の属性についての質問を行った。三田祭実験では、講演会とは違い、10～20代の割合が極端に低く、30代・40代の割合が多くを占めている結果が出た。この傾向はニコニコ動画のユーザー層のから考えると、考えにくい事態であると言える(図,13 参照)。恐らく、政治に関するコンテンツについては、30代以上の年齢層のユーザーの方が反応するという傾向が明らかになっている。

又、性別の分布については男性層の方が多というニコニコ動画の傾向と合致するものである(男性=68%・女性=32%・※ニコニコ大百科より引用[42])



図,13 ニコニコ動画ユーザー層分布(※ニコニコ大百科より引用[42])

<設問2> 『政治知識レベルに関する質問』

本設問では、ニコニコ動画実験での回答者の政治知識レベルを測るため、三田祭実験の会場で行ったものと同じ選択式のクイズを二問出題した。web上に公開することで懸念していた、本研究のスコープ外である政治知識レベルの低い層が大半を占めてしまうという事態は回避することが出来た。具体的には、2問とも正答率は60%を上回った(Quiz,1=63%・Quiz,2=69%)。

<設問3> 『政治への関心度合い現状に関する質問』

本設問においては、回答者が現状政治に抱いている関心の度合いを測るものである。動画視聴後にアンケートを実施したため、回答数確保とコンテンツ視聴による効

果が計測されてしまうことを避けるため、実際に現状の事象として、行動を行っているかについて質問を行っている。

設問 3.1 では、前回選挙時の選挙活動について回答者の関心レベルを測るものであった。結果として「関心があった」「非常に関心があった」と回答した割合が全体 68% と半数以上を占めた。

設問 3.2 では前回選挙時に、実際に投票活動を行ったか否か、そしてその意図の度合いを測るものであった。「選挙があるのがわかっていたが行かなかった」が 47% と最も高い割合を示したことから、投票を行った人の割合が低かったとの結果となった。これは佐藤・杉岡・内藤の研究でも述べられている通り、インターネット利用者の政治意識は高いものの、参加に対するハードルが高く、投票率に結びついていないという点が立証されている[31]。

＜設問 4＞『講演会参加による今後の政治への参加意欲向上に関する質問』

本設問は、回答者がニコニコ動画上で本コンテンツを視聴したことによって、今後の政治への参加や関与の度合いが向上したか否かについて測るものであった。

設問 4.1 ではコンテンツ視聴によって、選挙活動への関心が今後増えるかどうかについて測った。「そう思う」「ややそう思う」の合計が全体の実に 78% を占めており、ニコニコ動画でのコンテンツ視聴が政治への関心に対して正の効果をもたらしていることが明らかになっている。

又、設問 4.2 では投票活動への参加意欲が、本コンテンツ視聴後に高まったか否かについて計測したが、こちらも「そう思う」「ややそう思う」を足し合わせた層が全体の 77% に上った。

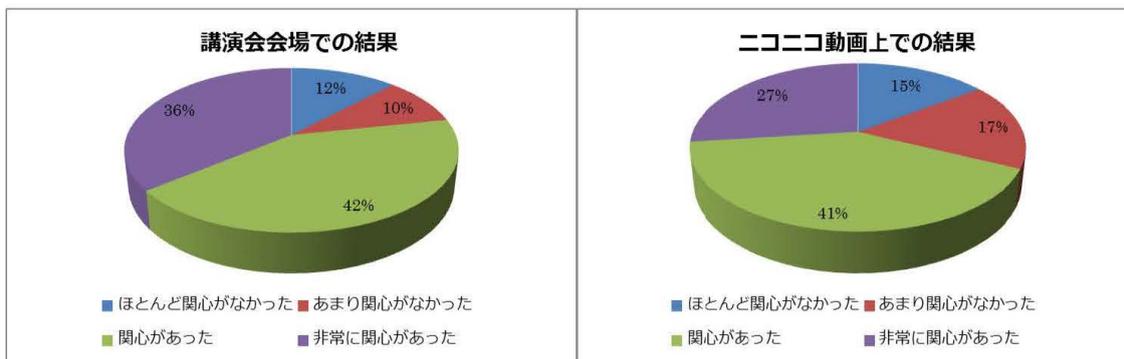
7.4 結果比較

本項では、各実験でのデータの比較を元に、講演会のライブ視聴とニコニコ動画での視聴による違いを示すことに焦点を絞って行く。尚、本項において比較する設問は、設問 3・4 の二項目のみとする。それ以外の項目は、本研究の仮説を検証するための、「講演会場での視聴とニコニコ動画を通じての視聴との、政治へのあきらめ解消効果の違いを測る」という本実験目的とは、直接的に大きな関連性がないためである。

ただし、設問 2 の政治知識レベルを問う問題については、そこまでの差異が見られなかったという点はここに指摘しておく。つまり、本研究の調査対象である「高い政治知識を有する層」という層の確保は担保されていた状態で検証実験を行うことが出来たということである(正答率・Quiz,1=会場:72%・ニコ動:63%・Quiz,2=会場・ニコ動共に:69%)。

7.4.1 設問,3「政治への関心度合い現状」の実験結果比較

<設問 3.1> 『回答者の前回選挙時の選挙活動への関心度合いに関する質問』の比較

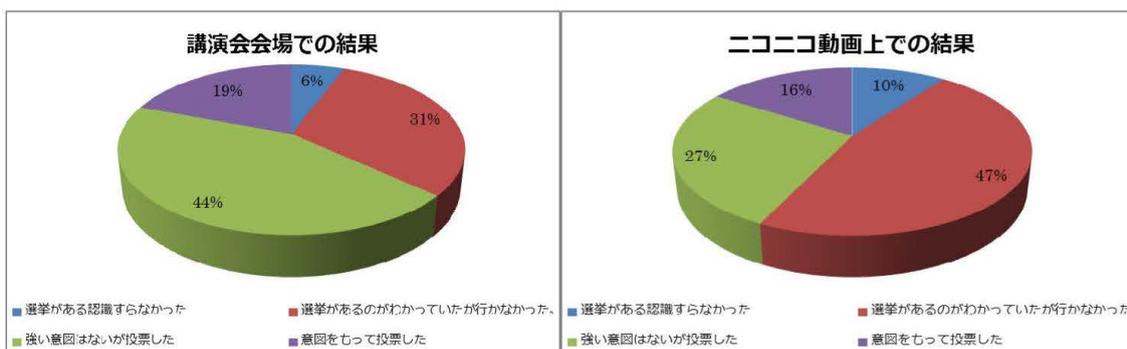


図,14 設問,3.1の回答:会場とニコニコ動画上の結果比較

上記、図,14 から明らかになった点は、どちらの実験での回答者も「関心があった」「非常に関心があった」という層が多くを占めているものの、講演会会場に来て、直接舛添氏の公演を聞きに行った方々の方がより「非常に関心があった」の層が多くなっているという点である。

インターネットベースで政治に関するコンテンツを実際に会場にまで足を運び、講演を聞きに来る層の方がより、選挙に対して関心を強く抱いていた、政治について注視していたということが明らかになった。

<設問 3.2> 『回答者の前回選挙時の投票活動の有無に関する質問』の比較



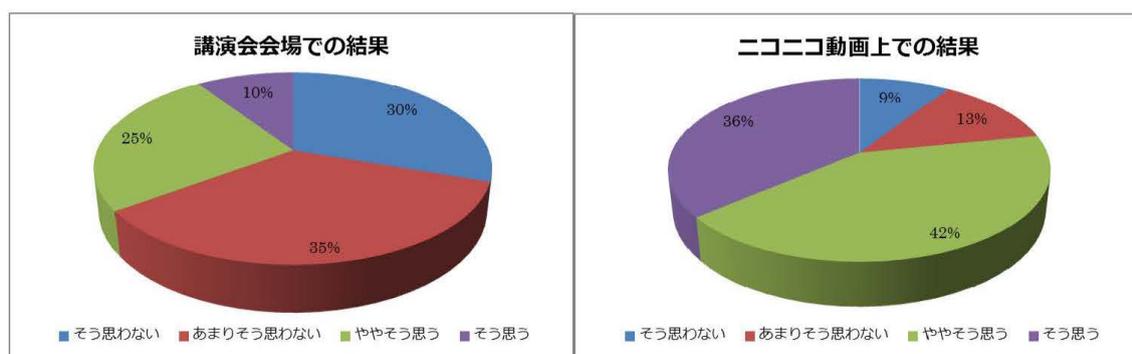
図,15 設問,3.2の回答:会場とニコニコ動画上の結果比較

上記、図,15 から明らかになった点は、講演会場に足を運んだ層の方が、より投票活動を活発に行っているという点である。「投票した」に属する層は、講演会会場=63%・ニコニコ動画上=43%と明らかな差が生まれている。又、ニコニコ動画上で本コンテンツを視聴している層については、「選挙があるのが分っていたが行かなかった」の層が47%と実に全

体の約半数を占めることに一番の特徴があり、この点はインターネット利用者の政治意識は高いものの、それが実際の現実世界での政治行動に結びつかないという、佐藤・杉岡・内藤の研究結果[31]を支持するものであった。

7.4.2 設問,4「講演会参加/コンテンツ視聴による今後の政治への参加意欲向上」の実験結果比較

＜設問 4.1＞『回答者の講演会参加/コンテンツ視聴による政治への関心度合い向上に関する質問』の比較



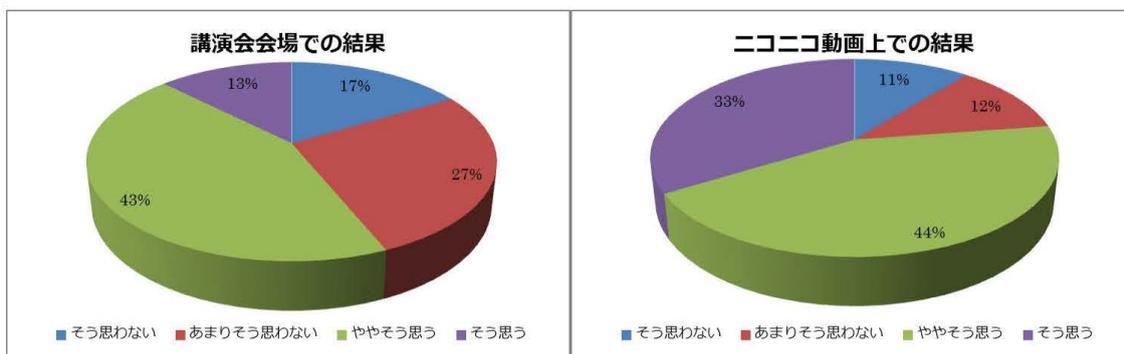
図,16 設問,4.1 の回答:会場とニコニコ動画上の結果比較

上記、図,16 から明らかになった点は、三田祭実験の講演会会場での回答者よりも、ニコニコ動画上でコンテンツを視聴した層の方が、政治への関心が強くなったと回答しているという点である。「そう思う」「ややそう思う」と回答した層を、「講演会/コンテンツの視聴によって政治への関心が改善された層」とするのであれば、その割合は、会場:ニコニコ動画=35%:78%と明らかな差異が出ている。この違いについては、講演会に足を運んだ回答者は図,14 からわかる通り、ニコニコ動画での回答者よりも政治関心がより高いという傾向があるため、もともと高い政治関心をより高くするほどのコンテンツではなかったという点が指摘される。

しかしながら、それだけで全てを片付けるには、この差異は大きすぎることも事実である。そのため、ニコニコ動画では、自由にコンテンツ視聴中に発言(コメント記入)することが出来るという点が大きなポイントになり、それに対して会場では質疑応答時間が短かったため、質問や発言の機会を失った点も、政治関心の改善に寄与しなかったという点が指摘できる。つまり、ニコニコ動画の最大の特徴である、動画視聴によるコメントの自由記入機能が、政治に関連した講演会の動画視聴において、発言を行い、又、その投稿されたコメント同士で会話に近いコミュニケーションが発生した結果、動画視聴によるコンテンツ内容に対する興味喚起の度合いが、単純に講演会で話を聞くことよりも、大きな効果

を得ることが立証された結果となった。

＜設問 4.2＞『回答者の講演会参加/コンテンツ視聴による投票活動参加意欲向上に関する質問』の比較



図,17 設問, 4.2 の回答:会場とニコニコ動画上の結果比較

上記、図,17 から明らかになった点は、ニコニコ動画上でコンテンツ視聴を行った回答者の方が、講演会会場で講演を直接聞いた回答者よりも、視聴後の投票活動への参加意欲が喚起されているという結果が示された。この結果は、設問 4.1 のコンテンツ視聴後の政治関心喚起度合いの比較での傾向(図,16 参照)と同じ傾向であると言える。

ニコニコ動画上での、自由なコメント記入が、コンテンツ視聴による政治関心の喚起を強め、その結果、見終えた後に投票活動についても、実際に行動を起こしてみたいという思いを喚起していると言えよう。又、図,15 で示された通り、ニコニコ動画上でコンテンツ視聴を行った回答者の投票活動の参加度合いは、講演会参加の回答者よりも低かったことを考えると、動画視聴による効果が存在したということを指摘できるだろう。

7.4.3 「政治へのあきらめ」を感じていた層における各実験のあきらめ改善度合いの比較

7.4.1、7.4.2 における会場とニコニコ動画での視聴による効果の比較により、政治への関心および政治参加意欲に対して、ニコニコ動画の方が明らかなプラス効果を持っている傾向があることはおおそ検証出来た。しかしながら、前述のとおり、各実験に参加したには、母集団の差異として、ある程度の政治関心度合いの差が見受けられることも事実である。つまり、おおまかにいって、会場に来ている方々のほうが、「会場にわざわざ足を運んでいる」という点において、ある程度政治関心があらかじめニコニコ動画上で視聴している方々と比較して、高めであるという傾向は 7.2、7.3 でも明らかである。

そこで、本項においてはその母集団の差異を除いて、純粹に、各実験において、コン

コンテンツ視聴前に政治への関心を失っていた、つまり本研究における「政治へのあきらめ」を感じていた層のみを対象を絞り、そのうえでそれらの「政治へのあきらめ」を感じていた層がどれだけあきらめを解消したのか、政治への参加意欲が増したのかについて、データを見ていく。

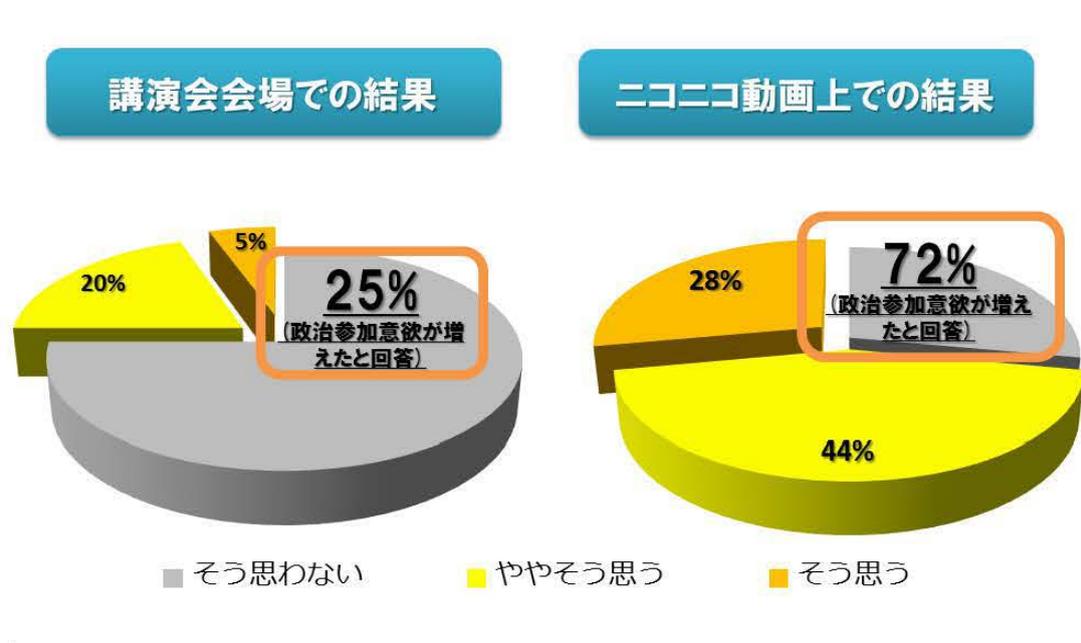


図.18 政治へのあきらめを感じていた層の改善度合い変化

図.18 は講演会会場、ニコニコ動画上、それぞれにおいてアンケートにおいて「政治へのあきらめ」を事前を感じていた層のみを抽出し、そのうえでそれらの層のうち、どれだけの割合が政治への参加意欲が改善されたかについてのアンケート結果を示したものである。

この分析によると、講演会会場において事前に「あきらめを感じている」と判定された層の、コンテンツ視聴後の政治参加意欲の向上を実感した人々の比率は、約 25%、つまり、あきらめを感じていた人々の中で 1/4 しか参加したいという気持ちが起きなかったという部分が浮き彫りになった。それに対して、ニコニコ動画上で「あきらめを感じている」と判定された層における、コンテンツ視聴後に政治参加意欲が沸いたという人の割合は実に約 72%を占めており、7 割以上の方々が、あきらめの解消を実感し、又、実際に政治行動を起こそうという気持ちを持つことが出来たという結果を得ることが出来た。

このことから、単純に母集団の政治関心の差異が存在したことは事実であるが、それだけではなく、純粋に政治へのあきらめを感じていた人々の中における改善度合いからも、ニコニコ動画上でのコンテンツ視聴が、ライブでの会場での講演会視聴以上に、あきらめの改善において大きな効果を持っていることが立証できたと言える。

7.5 検討

本項では、前項まででまとめてきた、検証実験の結果を元に、どのような現象が起きたかという点について、詳しく検討していく。基本的には、仮説立証において重要な7.4の設問の会場・ニコニコ動画上の比較から、どのようにして、その差異が導き出されたかについて検討を加えていく。

前述のように7.4での結果のとりまとめに寄れば、コンテンツを一定にしたとき、ニコニコ動画の形式で動画を視聴したときに、政治への関心の喚起の度合い、および今後の政治参加について正の効果が見られることが明らかになった。当然、各実験のアンケート回答者の特性や、傾向がその結果に及ぼしている部分があることも否定はできない(詳しくは7.4の各設問比較を参照のこと)。しかしながら、ニコニコ動画というフォーマットにおいてコンテンツが共有されたときに起こる何らかの効果が、このような結果を導いていると言える。

そこで挙げられうる可能性が、ニコニコ動画のコンテンツ視聴と同時進行で起こるユーザー間のコミュニケーションの両立が可能な、認知的負荷の低さという特徴である。西田・栗原・後藤は、リアルタイムのコンテンツ視聴と視聴中のユーザー間のコミュニケーションとの両立には、同時に二つのことをユーザーインターフェース上で行うという認知的負荷が多くかかることが大きなネックとなるとしており、加えて、ニコニコ動画を例に挙げ、短文での投稿であればその認知的負荷が下がり、ある程度のコミュニケーションを引き起こすことが可能である点を特徴として指摘している[43]。リアルタイムコンテンツ視聴を研究対象にしている点が本研究とは異なるとはいえ、ニコニコ動画のコンテンツ視聴という点においてはユーザーインターフェースが変わらないという点からも同じであり、むしろ、ニコニコ動画のリアルタイム配信サービスである「ニコニコ生放送」においては、リアルタイムコメントの検閲等が行われることもあり、より自由に発言できるという意味では、通常のニコニコ動画の放映スタイルが向いているともいえるだろう。

つまり、政治へのあきらめを断ち切り、政治への関心が喚起され、且つ、政治参加への意欲が増したことは、ニコニコ動画特有のコメント書き込み機能とユーザーインターフェースが大きな要因であるということが出来る。

又、加えて重要なポイントは、上記のニコニコ動画におけるコミュニケーション促進効果によって、生じたコミュニケーションが政治参加へのプラス効果をもたらすことは「社会集団への関わりが政治参加への足がかりになる」と小林が述べていることから明らかである[21]。そのため、先行研究で立証されていることから、本研究で導き出された結論および傾向は、再現性を持っているということが出来るであろう。

7.6 まとめ

本項では、本章の目的であった、検証実験の結果をまとめ、5.3にて構築した研究仮説である「高い政治知識を有する層におけるソーシャルメディアでのハードニュース的動画の共有」が政治知識の高い層の「政治へのあきらめ」を解消するための手段として、妥当であったか否かを結論として導き出していく。

まず、第一点目としては、三田祭・ニコニコ動画いずれの実験においても、当初の意図通り本研究の対象者である政治知識の高い層をあつめ回答を得ることが出来た。

その上で詳しく結果を見ていくと、大きな傾向としてニコニコ動画でコンテンツを視聴したほうがコンテンツ視聴後の政治関心の喚起された度合い、そして最も大きな争点であった政治参加、つまり投票活動への参加意欲に対して正の効果が見られた。そもそも、三田祭の会場にいたアンケート回答者とニコニコ動画実験上でのアンケート回答者は完全に均質とは言い難い部分があることは否定できない(詳しくは7.4.1での比較を参照)。ただし、政治について高い関心を持ちながら、それが行動につながらないというインターネットユーザーの政治意識の特色[31]を鑑みると、それらの層が実際に政治について行動を起こしたいという気持ちを醸成しているという結果は無視することが出来ないと言える。

詳細な比較については7.4.2に詳しいが、政治関心・投票活動への参加のいずれも、ニコニコ動画においてコンテンツを視聴した回答者においては、全体の約8割を「そう思う」「ややそう思う」との回答が占めた。特に、政治参加(投票活動への参)に対して正の効果が見られたことは、実際に投票活動への参加が生じたかについては追跡調査が出来ていないものの、政治に対してあきらめを抱いていたことが設問³で明らかになっていた回答者の層において「政治へのあきらめ解消」効果があったということが可能であろう。

他方、実際に講演会会場にまで足を運んだ層については、設問4.2の政治参加については「ややそう思う」が全体の43%を占めたものの、「そう思う」は13%に留まり、4.1の政治関心の喚起度合いについては「そう思う」「ややそう思う」と回答した層が、全体のわずか35%に留まった。

以上の結果から、単純にリアルタイムの会場での政治に関するハードニュース的コンテンツとしての講演会を視聴したときよりも、ニコニコ動画という動画共有を行うソーシャルメディアでの政治に関するハードニュース的コンテンツの視聴が、政治知識の高い層における「政治へのあきらめ」を解消する手立てとして有用であるということが明らかになったと言える。

第8章 結論

8.1 本研究の結論

本研究の主目的は、日本の大衆の中でも特に、政治知識の高い層が現状の日本の政治に対して抱いてしまっている「政治へのあきらめ」について、詳しくその根本原因を分析し突き止め、そのうえでその「政治へのあきらめ」を解消するための方策を検討し、それを実証・検証することであった。

そもそもなぜ人々が「政治へのあきらめ」を抱くかということについて深く原因分析を行ったところ、「選挙制度の問題点」「文化的な問題点」「報道・コミュニケーションにおける問題点」を挙げることが出来た。各事象について詳しく背景を調査、分析したところ、その中でも「報道・コミュニケーション」の部分において解消されていない問題が存在していたため、そこに研究の scope を絞り、又、その中でも政治知識の高い層の「政治へのあきらめの解消」に焦点を絞り込むことにした。

加えて、今現在日本において蔓延しているワイドショー的な政治を批判的・娯楽的に報道する内容の所謂「ソフトニュース」は、政治知識の低い層に対しては、政治関心を喚起するということが、立証されており、他方で政治知識の高い層においては、それらが政治への興味の減退、つまり政治へのあきらめを引き起こすことも、立証されていた。

そこで、この問題を解決するために、詳しく日本の報道システム・政治に関する情報のフローを検討した結果、日本における特有の事象として、情報フローを所謂「記者クラブ」という組織を介して、限定された情報がマス・メディアにおいて流されており、それが安易な批判をどの報道においても行い、ソフトニュースの氾濫、ひいてはシニシズムの螺旋を引き起こす原因となっていた。そのため、それを解決するためには既存のマス・メディアとは違う情報フローが必要となり、本研究においては、すでに一部の有識者層においては利用されているインターネットを介したコンテンツの共有を行うことにした。

その中でも、ブログや SNS といった様々な可能性があったが、ブログでは先行研究でも限界が示されており、テキストベースでの SNS では、マス・メディアにおいて流され、政治関心減退の大きな要因となっている動画による「ソフトニュース」に対抗するインパクトに勝つことが難しいと考えたため、動画共有系ソーシャルメディアでの、政治に関するハードニュース的コンテンツの共有によって、バーチャルな社会参加を促し、政治へのあきらめを断ち切ることを一つのソリューションの可能性として導き出した。

それを「ソーシャルメディアにおける政治に関するハードニュース的動画の共有を通じたバーチャルな社会参加を通じ高い政治知識を持つ層の政治へのあきらめを断ち切ることができる」という研究仮説に落とし込み、その有用性を検証するために、政治に関する

動画コンテンツを配信するのに最も適したソーシャルメディアの選択を行い、ニコニコ動画が該当することが分かったため、ニコニコ動画上で、実際に動画を共有する実験を行うこととなった。

実際に、政治に関する講演会を録画し、実際に足を運び、イベントをその場で視聴した被験者と、ニコニコ動画上で視聴した被験者とのそれぞれに対して、現状の政治への関心と、コンテンツ視聴後の政治関心喚起の度合い・政治参加意欲の向上を測ることができるとようなアンケート調査を実施した。

その結果、ニコニコ動画上でコンテンツを視聴したときの方が、より政治への関心が喚起され、又、政治に対して参加する意欲も喚起されたとの結果を得ることが出来た。コンテンツを一定にして、見せ方を変えただけであるため、被験者の実験ごとの特性はあるものの、それを差し引いても大きな差異が見られたため、この実験によって本研究の仮説は支持されることとなった。

又、この結果の要因としては、恐らくニコニコ動画の最大の特徴である、短文でのコンテンツ視聴中の自由コメント記入機能が挙げられ、コンテンツ視聴と同時進行でのコミュニケーションの取りやすさが、政治に対してのあきらめを断ち切ることの要因となるようなコミュニケーションを引き起こしたことが挙げられ、又それは先行研究からも明らかになっている。

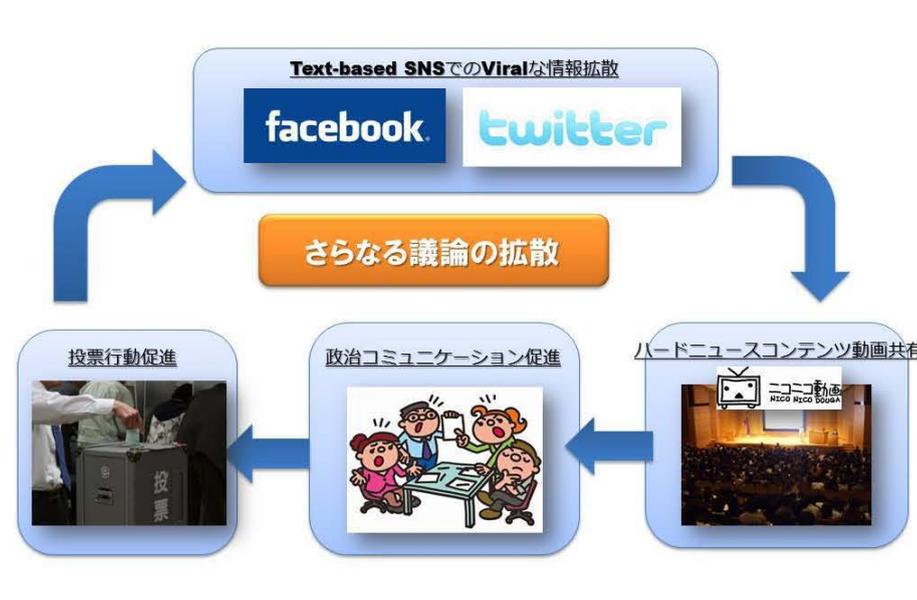
8.2 今後の課題

本研究には、ニコニコ動画でのハードニュースコンテンツの共有が政治へのあきらめに効果的であることを結論づけることが出来た。今後の課題としては、まず、コンテンツ内容についての工夫の可能性を上げることが出来る。本研究においては、権利の関係もあり、録画した内容をニコニコ動画上で共有するのみに留まった。もし、コンテンツが生報道であれば、単なる録画の視聴だけではなく、「生で見る事」＋「ニコニコ動画のコメント機能」が合わさることによる新たな効果を測定することが出来たであろう。

又、動画共有を行うソーシャルメディアのユーザーインターフェースについても、より議論への没入度を深める工夫を行うことも、より政治へのあきらめ解消効果を得る可能性を秘めていると言える。具体的には、コンテンツ視聴とコメントの書き込みを切り分けて、より、視聴者の認知的負荷を下げるようなユーザーインターフェースの改善を行うことが有効と思われる手段として揚げる事が出来る。

本研究をさらに発展させる視点から見ると、テキストベースのソーシャルメディアとの連携という選択肢も上げることが出来る。政治へのあきらめを解消し、さらに大きなムーブメントを起こすことが出来るようになるには、先の中東での革命のように、Facebook

に代表されるようなテキストベースのソーシャルメディアを利用した、ロコミ的な大衆の高揚、いわゆる「Viral Lift」を起こすことが、インターネットベースのバーチャルな社会参加から、現実世界での社会参加を引き起こすことの key であることは、前述の Jonah Peretti の発言[36]からも明らかである。そこで図,19 のような、テキストベースの SNS における情報拡散と、本研究において有用性が示された、動画共有を組み合わせることによって、より大きな、そして具体的な行動を起こすことが期待される。



図,19 テキストベースの SNS との連携イメージ

又、さらに発展させた形としては、動画共有系ソーシャルメディアの政治へのあきらめに対する有用性は証明されているため、テキストベースのソーシャルメディアとマージしたような、特化型 SNS の立ち上げ、検証と言った可能性が具体的にあげることが出来るだろう。

最後に、最も大きな視点から見る、今後の課題としては、日本における政治に関する情報フローの最適化が残されている。本研究においては、「高い政治知識を持つ層の政治へのあきらめ解消」という目的にフォーカスしたが、筆者が本来 SDM に入学して研究をしたいと考えた根本の動機が「日本人が皆、政治に対して意見を持ち、積極的に関与する世の中になるためのコミュニケーションデザイン」をしたいというところにあったように、本研究はこの Big Picture の一部にすぎない。政治知識の低い層については、ソフトニュースが正の効果を持つことが稲増・池田[4]によって明らかになっているとはいえ、その層の中でも政治知識の程度によって最適なコンテンツ内容や情報のリーチの仕方は検討が必要である。あらゆる層にそれぞれに対して適した情報配信を行うことで、日本人の政治関心を最大化する方策を考えることも、この研究に残された課題であると言える。

8.3 本研究の意義

本研究の成果は、日本の高い政治知識を有する層に確実に存在していた「政治へのあきらめ」を、従来の情報パスとは違った形で、現状のマス・メディアで氾濫しているソフトニュースではない、ハードニュース的コンテンツを提供することで、解消出来た点にある。又、ニコニコ動画という日本独自の UI および機能を持つ動画共有系ソーシャルメディアが、そのコンテンツの視聴を、実際の行動に結びつける効果を持っているであろうことを、具体的なアンケートで導き出した点も、大きな本研究の成果であった。

前述したように、あらゆる政治知識レベル・政治関心レベルをもつ層それぞれに向けて、最適なコンテンツが配信されることが、日本人全体の政治へのあきらめ解消にとっての理想像であり、又、ひいては日本の民主政治の成熟に向けた一番の理想像である。本研究は、その中でも高い政治知識を持ちながら、現状の政治に対してあきらめを感じてしまっている層に向けての、情報配信のパスを作ったという点、加えて、その結果政治参加意欲が向上したという結果を得た点において、その大きな理想像を叶える第一歩として、意義深いものになったと言えるだろう。

参考文献

- [1] David Riesman , The Lonely Crowd: A Study of the Changing American Character, Yale University Press, (1950)
- [2] H.D.ラスウェル著・久保田きぬ子訳, 政治-動態分析, 岩波書店, (1959)
- [3] 中井正一, 論理とその実践 組織論から図書館像へ, てんびん社, (1972)
- [4] 稲増一憲・池田謙一, 多様化する TV 報道と、有権者の選挙への関心および政治への関与との関連：選挙報道の内容分析と大規模社会調査の融合を通して, 社会心理学研究 第 25 巻第 1 号・p42-p52, (2009)
- [5] 池田謙一, 政治のリアリティと社会心理：平成小泉政治のダイナミックス, 木鐸社, (2007)
- [6] 総務省, HP(選挙・政治資金), <http://www.soumu.go.jp/senkyo/index.html>
- [7] 内閣府政策統括官, 世界青年意識調査, 第 5 章, 1, (3), (2005)・(2010)
- [8] Cappella, J.N. & Jamieson, K.H., Spiral of Cynicism: the Press and the Public Good, Oxford University Press (1997)
- [9] 逢坂巖, 小泉劇場 in テレビ・05 年総選挙のテレポリティクスー「内戦」としての「改革」, その表象と消費ー, 日本選挙学会年報, No.22, p5-p16, (2007)
- [10] 福田有広・谷口将紀共編, デモクラシーの政治学, 東京大学出版会, (2002)
- [11] 内閣府, 国民生活選好度調査(国民の意識とニーズ, p25, (2005)
- [12] 小林良彰, 『日本人の投票行動と政治意識, 木鐸社, (1997)
- [13] 尾崎和典, 世論調査から見たメディア選挙, 日本選挙学会年報, No.22, p17-p24 , (2007)
- [14] 東京都選挙管理委員会事務局選挙課, 期日前投票への取組状況について, 選挙時報, 第 57 巻第 9 号, p1-p22, 全国市区選挙管理委員会連合会, ISSN 0488-2814, (2008)
- [15] 総務省, 目で見ると投票率, 選挙部, p5,p17, (2010)
- [16] 河野勝, 日米国民の意識に関する比較分析 (日米政治意識の研究), 青山学院大学総合研究所法学研究センター研究叢書 6, 1-52, (2002)
- [17] 政治報道とシニシズム 戦略型フレーミングの影響過程・J.N.カペラ・K.H.ジェイミソン著・平林紀子・山田一成監訳, ミネルヴァ書房, (2005)
- [18] 伊藤陽一, 意見風土, 「空気」, 民主主義, 慶應メディア・コミュニケーション研究所, 慶応義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要 (Keio media communications research), No.56, p.3-27, 2006
- [19] 小林良彰, 1998 年参院選における政治不信と投票行動に関する計量分析, 選挙, 第 53

- 巻第 7 号, p3-p8, (2000)
- [20] Putnam, R.D., Bowling alone: America's declining social capital, *Journal of Democracy*, p65-77 (1995)
- [21] 小林久高, 政治講座社会学 9, 東京大学出版会, pp43-88, (2000)
- [22] Norris, P., Does television erode social capital?: A reply to Putnam, *Political Science and Politics*, 29, p474-p480, (1996)
- [23] 鮑戸弘, テレビ政治報道と政治意識: 情報バラエティー番組の功罪, 東洋英和大学院紀要, 6, p1-p14, (2010)
- [24] 丸山昇, 芸能プロダクションとテレビ・ポリティクス(ジャーナリズムの条件 3 メディアの権力性・第三巻), 岩波書店, (2005)
- [25] 萩原滋, ニュース番組の内容と形式, 変容するメディアとニュース報道・テレビニュースの社会心理学, p67-p114, 丸善
- [26] Baum, M.A., *Soft news goes to war: Public opinion and American foreign policy in the new media age*, Princeton University Press, (2003)
- [27] Baum, M.A. & Jamieson, K. H., The Oprah effect: How soft news helps inattentive citizens vote consistently, *The Journal of Politics*, 68, p946-959, (2006)
- [28] 鮑戸弘, メディア政治時代の選挙—大統領はこうして作られる, 筑摩書房, (1989)
- [29] Prior, M., Any good news in soft news?: The impact of soft news preference on political knowledge, *Political Communication*, 20, p149-p171, (2003)
- [30] Pharr, S. J., Official's misconduct and public distrust: Japan and the trilateral democracies, In 「S. J. Pharr & R. D. Putnam, *Disaffected democracies: What's troubling the trilateral countries?*」, Princeton University Press, p173-201, (2000)
- [31] 佐藤哲也・杉岡賢治・内藤孝一, インターネット利用者の政治意識, 日本社会情報学会学会誌, 15(2), p27-p38, (2003)
- [32] 池田謙一, コミュニケーション: 社会科学の理論とモデル, 東京大学出版, (2000)
- [33] 木村泰和・渋谷英潔, ブログに潜在する政治的意見と議員活動とのマッチング手法, 電子情報通信学会技術研究報告, 言語理解とコミュニケーション, 107(480), p19p-23, (2008)
- [34] Kaplan Andreas M., Haenlein Michael, Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media, *Business Horizons*, Vol. 53, Issue 1, p. 59-68, (2010)
- [35] 高橋真弓(シックス・アパート株式会社), 企業のためのソーシャルメディア・マーケティング入門: 7つのソーシャルメディアと連携! シックス・アパートの生中継イベント事例, URL=<http://web-tan.forum.impressrd.jp/e/2010/08/26/8591>, (2010),

- [36] Alexia Tsotsis , これからは Google 的よりも Facebook 的が勝つ? BuzzFeed の Jonah Peretti がメディア機能の変化を説く, Tech Crunch, (2010),
URL=<http://jp.techcrunch.com/archives/20110330buzzfeeds-jonah-peretti-on-why-the-facebook-media-world-view-wins>
- [37] Gigazine, ポルシェはヨウムシ野郎、全力でかかってこいやと BMW ミニ・アメリカが挑戦状を叩きつける, http://gigazine.net/news/20100617_mini_vs_porsche, (2010)
- [38] 財団法人中東調査会, アラブの春とソーシャルメディアの関係に関する報告書, かわら版・2011年6月13日号, No.83, (2011)
- [39] ネットレイティングス株式会社, Yahoo!動画と統合した新生「GyaO!」の利用者数がニコニコ動画を上回る, (2009),
http://www.netratings.co.jp/news_release/2009/10/Newsrelease20091027.html
- [40] 学生団体 RING, RING②～塩崎恭久・元内閣官房長官 VS.大学生～, (2009),
<http://www.youtube.com/watch?v=DeYJKTIIfGUw&feature=related>
- [41] ニコニコ生放送, <http://live.nicovideo.jp/>
- [42] ニコニコ大百科, <http://dic.nicovideo.jp/>
- [43] 西田健志・栗原一貴・後藤真孝, On-Air Forum: リアルタイムコンテンツ視聴中のコミュニケーション支援システムの設計とその実証実験, 日本ソフトウェア学会, コンピュータソフトウェア第 28 号, No2, p183-p192

謝辞

本研究を遂行するに当たり、多くの方々のお力添えを頂きました。それをここに感謝いたします。

まず、常に的確なアドバイスを与えていただき、私の背中を押し続けてくださった当麻哲哉准教授に深く感謝の意を表します。やりたいことばかりに邁進する私を終始暖かく見守ってくださった当麻先生の存在がなければこの研究を遂行することはできませんでした。

本論文の執筆にあたり、的確かつ熱いアドバイスの元ご指導いただいた本論文、副査の春山真一郎教授、手嶋龍一教授に深く感謝致します。

本論文の実証実験遂行のため快くお力を貸してくださった、株式会社ニワゴの方々、慶應義塾大学公認団体「経済新人会」の方々、新党改革の方々に深く感謝致します。又、お名前をここで直接挙げることはできませんが、アンケートにお答えくださった方々、動画を視聴してくださった方々にも深く感謝致します。

研究活動の中で、たくさんの意見を交換し、切磋琢磨しあった当麻研同期の面々、発表の度熱心にアドバイスを下さった米田巖根研究奨励助教、起業・渡米前の忙しい時期に親身に相談に乗ってくださった立石幹人氏、業務がお忙しい中、貴重なアドバイスを頂いた株式会社朝日新聞社の荻沼雅美氏をはじめとする当麻研の先輩方、および後輩たちに深く感謝致します。

又、SDMにおける学生生活を充実したものにしてくれた2010年度ALPS Team8の面々、学生生活全般における指針を得るきっかけを与えてくださった戦略的社会教育システムラボの皆様に深く感謝の意を表します。

そして最後に、家族に。そしてどんな時でも見放さず、暖かく見守ってくれた両親と妹に、そして慶應という学び舎で教育を受ける機会を与えてくれた両祖父祖母に格別の感謝の意を表します。