

KANSAI GAIDAI UNIVERSITY

現代アメリカにおける選択的接触の過程と影響： インターネットを中心として

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 関西外国語大学・関西外国語大学短期大学部 公開日: 2021-09-24 キーワード (Ja): 選択的接触, インターネット, 党派的分極化 キーワード (En): 作成者: 白崎, 護 メールアドレス: 所属: 関西外国語大学
URL	https://doi.org/10.18956/00007999

現代アメリカにおける選択的接触の過程と影響

— インターネットを中心として —

白 崎 護

要 旨

フェアネスドクトリンが廃止された後、インターネットが普及した今世紀以降のアメリカのメディアに対する市民の党派的な選択的接触の過程、および党派性におよぼす選択的接触の影響を考察する。多様な分析手法に基づく近年の実証研究を検討した結果、その知見の多くは政治情報に対する選択的接触の傾向を示しつつも、党派的な分極化に対する過度の懸念を否定する。その理由として、インターネット閲覧全体に占める政治情報の閲覧割合が低い点、サイト閲覧割合の大半を占める娯楽・趣味・スポーツという政治と関わらぬサイトにおいて政治的議論の発生頻度が比較的高く、かつ議論相手に対する不同意が生じやすい点、左右寄りのサイトは存在するが、大半は中道との距離が近い穏健な偏りにとどまると同時に、実際の閲覧対象の大半は偏りが穏健なサイトである点の3点を挙げられる。

キーワード：選択的接触、インターネット、党派的分極化

1. 問題意識

1.1 選択的接触の増加

選択的接触とは、人々が自身の考えに沿う報道や主張を展開するメディアに対して選択的に接触する一方、それ以外のメディアとの接触を積極的または消極的に回避する現象である¹⁾。

1940年のアメリカ大統領選挙を分析したコロンビア学派は、選挙情報を得るためのマスメディアに対する選択的接触が政治主体に対する好悪という態度への影響を通じ、選挙期を迎えた有権者の間に保守・革新の二極化を促す現象を実証した (Lazarsfeld, Berelson, and Gaudet, 1968 = 有吉, 1987)²⁾。この発見は、「マスメディアは有権者の政治的先有傾向を補強するにとどまり、政治的先有傾向と異なる党派の支持への転向を招かない」という「限定効果論」の根拠となる。同時に、コロンビア学派はマスメディアと接触するオピニオンリーダーが報道内容をわかりやすくフォロワーに伝達する「コミュニケーションの2段階の流れ」を根拠として、マスメディアに勝る対人環境の影響を主張した³⁾。だが、選択的接触の契機に乏しいテレビの1960年代における普及に伴い現れた実証研究は、報道対象に関するマスメディアの報道頻度や

報道姿勢が態度ではなく事実認識におよぼす強力な影響力を主張した (McCombs and Shaw, 1972; Funkhouser, 1973)。

この状況は、1970年代以降におけるケーブルテレビと衛星放送の普及、さらに1990年代におけるインターネット放送の普及がもたらす多チャンネル化によって変化する⁴⁾。すなわち、多チャンネル化に従い自身の嗜好に沿うチャンネルの選択が容易となる上、探索の手間を省くために視聴チャンネルが固定されるようになる。

加えて、放送内容の公平と関わる放送行政の変化が選択的接触を促す。有限な資源である電波の公共性を確保する目的で1949年にアメリカ連邦通信委員会が定めた「フェアネスドクトリン」は、放送事業者が論争的な番組を放送する際の相反する視点の提示、および公共に関わる事項につき番組で批判された相手に対する反論の機会の提供を事業者に求める。だが、放送局の増加という技術的な事情、そしてドクトリンが憲法に定める言論の自由を妨げる可能性を認める連邦最高裁判所の判示を背景として、アメリカ連邦通信委員会は1987年にドクトリンを廃止する (魚住, 2018; 山脇, 2018)。この結果、利用者の増加を図る放送局が党派性を強めたので選択的接触が増した (前嶋, 2011)。

Mancini (2013) によると、特定の傾向の利用者向けに特化した放送局の経営戦略に関して、とりわけ同時多発テロがFoxをはじめとする放送局の保守化を招いた。伝統ある24時間ケーブルテレビであるCNNに対抗する必要上、CNN視聴者に比して洗練度に劣る保守層に焦点を当てるFoxの姿勢は、続く大統領選挙においてオバマ候補と敵対する。その際、保険制度改革などに反対する茶会運動がFoxを自分たちの報道機関として認識したので、Foxも自身の主要な視聴層として保守派を重視するに至る。

1.2 選択的接触の影響

選択的接触の増大が市民社会におよぼす影響は3点である。第1に、自身と異なる意見との接触を避けたまま自身と同じ意見との反復的な接触が生じるので、自身の意見が強化されると同時に自身と異なる意見に対する無理解も悪化していく。能動的な情報検索を要するインターネットの普及に伴い、この懸念は高まっている。殊に、通常ならば反発される見解であっても無数のネット利用者のなかから受容する他者を得やすい点は選択的接触を促進する (Wojcieszak and Mutz, 2009)。Sunsteinは、選択的接触を通じて自身の意見が強化されるインターネット環境を「エコーチェンバー」と呼んだ (Sunstein, 2001 = 石川, 2003; Sunstein, 2017 = 伊達, 2018)。またエコーチェンバーは、プロバイダやプラットフォーム企業が提供するパーソナライゼーションによっても強化されるので、自身が気づかぬ間に排他的な情報環境が強化される (Hannák, Sapieżyński, Khaki, Lazer, Mislove, and Wilson, 2013)⁵⁾。

第2に、大衆全体に訴えるマスメディアの影響力が減退する結果、報道を通じた市民の間で

の感情と態度の共有や強化が実現しなくなる (Mancini, 2013)。この機能をマスメディアに期待する姿勢は、マスメディアの「原爆効果」を想定していた時期に遡る。つまり、第2次産業革命以降に普及したマスメディアが都市で「原子化」した労働者に対して画一的な社会的現実を提供する時期である。市民の間での感情と態度の共有や強化を促すマスメディアの機能を認める傾向は、マスメディアを通じて市民に戦争への協力を呼びかけた2度の世界大戦の時期に顕著となる。その後、限定効果論が通説化した時期は、逆に選択的接触が招く社会的現実の分断が話題となった⁶⁾。だが、「1.1 選択的接触の増加」に記すテレビの普及に伴い、再びマスメディアがもたらす社会的現実の多様性に対する注目は後退する。したがって、選択的接触を誘発する1980年代のメディア環境の変化は、一旦退けられた限定効果論の再検討を促す現象と言える。

第3に、放送局ごとに利用者が限定される結果として異なる意見の人々を統合するマスメディアの機能が失われると同時に、多くの視聴者を背景とする権力監視の機能も弱化した。一方、インターネットの普及に伴い多くの情報の入手が容易となった点は、権力監視に有利である (Mancini, 2013)。

1.3 本稿の目的

フェアネスドクトリンが廃止された後、インターネットが普及した今世紀以降のアメリカのメディアに対する市民の党派的な選択的接触の過程、および党派性におよぼす選択的接触の影響を本稿で考察する。選択的接触を扱う研究の視点は4点に集約できる。第1は、選択的接触の過程である。「1.2 選択的接触の影響」に記すとおり、現在のアメリカはメディアの党派性の強化、および選択可能なメディアの増加を前提として選択的接触を行いやすいメディア環境にある。加えて、二大政党制が定着する政治環境は選択的接触を促すであろう。そのような予想は可能だが、まず「媒体ごとの党派性の程度」を実際に把握しなければ上記の前提自体を量的に確認できない。無論、「媒体ごとの選択的接触の程度」を把握しなければ選択的接触の存否を量的に確認できない。したがって、これら選択的接触の過程と関わる事項を量的に把握する研究をとり上げる。

第2は、選択的接触の影響である。仮に選択的接触が生じていたとしても、その接触が党派的分極化を強化しなければ、選択的接触の社会的な悪影響を恐れる研究の動機は弱化する。したがって、「メディアごとの選択的接触の影響」につき量的に把握する研究をとり上げる。「1.1 選択的接触の増加」に記すとおり、テレビ普及期以前の研究はメディア接触に伴う好悪の変化など「態度」におよぼす影響へ注目する一方、普及期以後の研究は各種政治争点の軽重に対する評価や政治主体に対する評価基準の変化など「認識」におよぼす影響へ注目する (白崎, 2013)。したがって専ら党派性におよぼす影響へ注目する選択的接触の研究は、この点においてもテレビ普及期以前の研究と類似する。

第3の論点は、選択的接触の過程と影響に関するマスメディアとインターネットの比較である。無論、当論点は第1・第2の論点と関わる。「1.1 選択的接触の増加」に記すとおり、テレビの普及に引き続き生じたケーブルテレビ・衛星放送の普及期において、すでに選択的接触の機会は増していた。しかし、ソーシャルメディアを含む今世紀以降のインターネットの普及は、それ以前のメディア環境を質的・量的に大きく変容させる。殊に、近年のアメリカでは政治情報に関してマスメディアに対する不信とインターネットに対する信頼の増大が生じている。この理由はマスメディアよりも一層選択的契機の働きやすいインターネットの性質に基づくと考えられているので、メディアごとの信頼性を考慮する上でもマスメディアとインターネットの比較は重要である (Pew Research Center, 2016; 清原, 2019)。

第4の論点は、第1の論点と関わる研究の方法論である。選択的接触の過程と影響を検証する方法は二種に大別される。第1は、日常的なメディアとの接触状況、および政治意識に関する世論調査である。第2は、党派的なメディアとの接触状況を人工的に設ける実験を行うと同時に政治意識を確認する方法である。世論調査と実験に関して一般に指摘されるとおり、それぞれ長短を有する。世論調査は大規模な標本を得やすく、また現実の生活に即したデータを得られる。翻って、メディア接触時におけるメディアへの注視の程度やメディア接触以外の条件を統制できない。したがって、政治意識におよぼすメディア接触の影響のみの抽出が難しい。一方、実験はメディア接触時におけるメディアへの注視の程度やメディア接触以外の条件を統制できる。翻って、実生活におけるメディア接触の状況を扱わぬので、たとえメディア接触の影響のみ抽出するとしても知見の現実的な妥当性が疑われる。

第4の論点と関連するが、第1の論点に関して述べたとおり選択的接触の影響を確認するためには接触するメディアの党派性を特定せねばならない。その方法は三種に大別される。第1は調査対象者の主観的な党派性の認識を問う方法であり、前段で世論調査を選択する場合は調査項目に含まれやすい。

第2はメディアの放送内容や記事に関する内容分析であり、訓練を経た複数の調査者が一定の基準に従い番組ごと、あるいは記事ごとに党派性を判定する。また党派性に関する調査対象者の主観を問わぬ点で内容分析と類似する方法として、実験の際に予め党派性が明瞭な実際の番組や記事を調査対象者に閲覧させる方法、および党派性を帯びた番組や記事を調査者が製作した上で調査対象者に閲覧させる方法も存在する。

第3は、投稿や共有記事の内容に基づきソーシャルメディア利用者の党派性を特定する方法である。タグなどから調査者が党派性を判定する場合、また利用者自身が記すプロフィールより党派性を判定する場合も含む。タグや投稿に基づく党派性の判定は、調査者自身による判定という点でマスメディアに関する内容分析と類似する一方、調査対象者自身が選択・表明した内容に基づく判定という点で世論調査と類似する。また、党派性を示すプロフィールに基づき

判定する場合も世論調査に基づく党派性の把握と類似する。ただし、たとえ匿名の調査であれ、多くは当該調査の内容を調査対象者に通知した上で各自の同意を得る手続きを経ない点で通常の世論調査と異なる。

当然、これら4つの論点に挙げる分析対象と分析手法を網羅する実証研究は不在である。したがって、選択的接触の過程と影響を把握するためには、異なる分析対象と分析手法に基づく研究を多面的に考察せねばならない。そこで本稿は、4つの論点に挙げる分析対象と分析手法のうち近年の実証研究で扱われやすい項目をとり上げ、それら多くに共通する知見の探索を通じて選択的接触の現状の把握を試みる。

2. ソーシャルメディアに関する選択的接触

2.1 選択的接触を示す研究

「1.3 本稿の目的」に記す第3の論点のとおり、インターネット放送の普及、およびマスメディアに対する信頼の低下に伴う選択的接触の増大の存否は大きな関心事である。インターネットでの選択的接触が増大している場合、そのメディアはマスメディアと類似した性格のオンラインニュースよりもソーシャルメディアの可能性が高いであろう。実際、ソーシャルメディアに現れる党派性の分極化を扱う研究を訪ねると選択的接触の傾向を看取できる。

Conoverらは、Twitterの発信状況に基づき保守と革新に分断された選択的接触の現状を解明した。研究対象は2010年11月のアメリカ中間選挙であり、調査期間は同年9月から約4ヵ月である。約6700人の右派ユーザーに関して合計で約130万件、約10700人の左派ユーザーに関して合計で約240万件のtweetを調査した(Conover, Gonçalves, Flammini, and Menczer, 2012)⁷⁾。

フォロワー以外との発信状況を把握するため、Conoverらは代表的な政治的タグである「#p2 (Progressives 2.0)」または「#tcot (Top Conservatives on Twitter)」と共にしやすい55点のタグを選び、上記2点のタグを中心とするクラスターで左右を分類する⁸⁾。1000人のユーザーを無作為抽出したところ、左派のクラスターを構成するユーザーの93.4%が左派、右派のクラスターのクラスターを構成するユーザーの80.1%が右派であった。

具体的なtweetの利用状況を左右の別で見ると、ユーザー各自のtweet数はほぼ同数である。人数の上で左派に劣る右派だが、左派と比べ政治的内容を含むtweetが54%も多い。また、政治的タグを付すユーザーは右派が22%、左派が12%であった。さらに、プロフィールに自身のイデオロギーがわかる内容を含める割合は右派が38.7%、左派が約24.6%である。加えて、字数が140字に限られるので詳細な主張を伝えるためにリンクの提示が重要だが、リンクを含む割合は右派が43.4%、左派が約36.5%であった。

フォローに関して、フォロワーを持つユーザー数は右派が約6400人、左派が約9900人だ

が、1人あたりの平均的なフォロワー数は右派が約234、左派が約81であり、かつ相互フォローの発生率は右派が64.8%、左派が42.8%である。したがって、ユーザー数で劣る右派だが、左派よりもユーザー同士の交流が盛んであり、かつ政治情報を効率的に拡散させる。retweetに関して、retweet対象となった投稿の数は右派が約7100、左派が約11350だが、1件あたりの平均的なretweet数は右派が約5.6、左派が約2.9であり、また相互retweetの発生率は右派が12.1%、左派が13.5%である。したがって、ユーザー数で劣る右派だが、情報の実質的な伝播に関してユーザー同士の密接な交流を看取できる。そしてmentionに関して、mention対象となった投稿の数は右派が約7100、左派が約11350だが、1件あたりの平均的なmention数は右派が約9.1、左派が約4.4であり、また相互mentionの発生率は右派が24.5%、左派が20.8%である。したがって、やはり右派の方が相互の結びつきが強く、ユーザー間で政治に関する実質的な対話を実現している。この結果、左派よりも右派の方が政治的な話題につき認識の一致を形成する機会に恵まれる。

2.2 選択的接触の契機に否定的な研究

インターネットを通じた政治情報への接触的接触を扱う研究の多くは、考察対象を「政治情報」に限定する。だが、情報流通量の増大にかかわらず閲覧頻度の高いサイトが消費・娯楽・スポーツなど非政治的な内容に限られる点に鑑みると、それら非政治的なサイトを含めた考察でなくては政治情報に対する選択的接触の程度と影響を測れない。そのように考えたWojcieszakらは、2006年3月にアメリカ国内のチャットルームやメッセージ板の利用者のうち約1000名に対して昨年1年間の利用実態を尋ねた。その結果、3点の知見を得る(Wojcieszak and Mutz, 2009)。

第1に、閲覧頻度上位のサイトは娯楽・職業・趣味・スポーツ・政治の順だが、閲覧頻度全体に占める割合は、45%を占める娯楽サイト以外のサイトに関していずれも10~15%であった⁹⁾。また、これらのサイトにおける政治的議論の発生率は、政治・娯楽・職業・趣味・スポーツの順に100%・50%・49%・40%・35%であった。したがって、政治以外のサイトにおける政治的議論の発生頻度は低くない。

第2に、政治的議論が生じる際の他者の意見に対する回答者の全般的な同意の程度を尋ねた。「強く同意」から「強く反対」までの5段階のなかから回答を求めた結果、政治、および政治的な傾向の強い宗教・人種に関するサイトでは反対に比して同意の回答が5倍程度におよび、他のサイトと比べて同意の程度がはるかに高い¹⁰⁾。

第3に、インターネット上で自身と異なる意見と出会う確率を調べるため、各サイトの閲覧がオンライン人口に占める割合に政治的議論の発生率を乗じ、同意に対する反対の比率で加重する。つまり、この値の大きなサイトは政治的議論の頻度が高く、また同意の程度が低い状況

である。その結果、娯楽とスポーツに関するサイトの値が他の3点のサイトよりも4倍以上大きかった。他方、宗教と人種に関するサイト、および政治と社会に関するサイトは利用者に占める割合が小さく、また同意の程度が高いため値は小さかった。

したがって、利用者の多い非政治的なサイトにおいて自身と異なる政治意見と出会う事態は日常的に生じている。この点に鑑みて Wojcieszak らは、インターネットでの選択的接触を通じた分極化の進展ではなく、公的問題をめぐる自分と異なる意見との接触に基づく自由な議論が民主主義を発展させる可能性をインターネットに見出す。

Conover らの研究は、政治的意見をめぐる Twitter 上の交信相手の選択を前提として、左派に勝る右派の凝集性を示す点に特徴がある。また Wojcieszak らの研究は、政治的議論を前提としないサイトにおいて政治的議論に基づく意見の不一致が多発する事実を通じ、ソーシャルメディアが招く党派的な分極化を過大視する傾向に警鐘を鳴らす点に特徴がある。

このようにソーシャルメディアの交信分析は、retweet やリンクの掲示など自身独自の見解を伴わぬ場合も含め、送受信の双方向性というソーシャルメディアの特徴に基づき政治的意見の発信へ注目する点に長所がある。もちろん、インターネットを通じた党派性の分極化を警戒する指摘は、それら送信機能に基づく政治的意見の伝播に注目する場合が多い。

他方でオンラインニュースの利用者に関しては、日常生活と縁遠い政治に関する意見を形成するために必要な資料を得る上で、ソーシャルメディア上の知人の意見や二次的な情報ではなく、オピニオンリーダーの意見や事実報道を求める動機があると考えられる。つまり、その場合の利用者は信頼できる情報を求めて専ら受信者の立場でメディアを選択する。この選択の過程と影響に焦点を当てる結果、もしもオンラインニュースに関して選択的接触の発生を認めぬならば、または選択的接触が生じていたとしても党派的な分極化を促す程度に至らぬならば、あるいは Wojcieszak らの研究のとおり党派的なニュースと接触する利用者の割合が限定的ならば、現時点において党派的な分極化を警戒すべきインターネットの使用場面を限定できるだろう。

3. オンラインニュース

3.1 オンラインニュースとの接触状況

2013年にアメリカで約5000名のオンラインニュースの購読者を調査した Flaxman らは、人気上位の100ドメインのニュース記事に対する利用者のアクセス手段に注目する (Flaxman, Goel, and Rao, 2016)¹¹⁾。分析では、当該サイトへの直接のアクセス、ニュースアグリゲータである Google News を経由してのアクセス、ソーシャルメディアでの案内を經由してのアクセス¹²⁾、検索エンジン (Google・Bing・Yahoo) を經由してのアクセスという4点の閲覧経路を

比較する。その結果、事実報道と論評記事に関して各々約80%・70%が直接のアクセスであった。一方、党派的な分極化の源として疑われる検索エンジンとソーシャルメディアを介したアクセスは、合計で20%に満たなかった。

では、オンラインニュース自体が党派的な分極化を促しているのか。「1.3 本稿の目的」の第4の論点に記すとおり、分極化の存否を判断する場合、有権者が申告する自身のイデオロギーに基づき接触メディアの党派性を決定する方法がある。他方でFlaxmanらは、そのような世論調査を実施しない場合の分極化の判定方法を提案する。Flaxmanらによると、IPアドレスに基づき当該ニュースを閲覧した地点（郡）を推定すれば、各郡における前回大統領選挙の共和党候補の得票割合に応じ、当該ニュースに関する保守派の利用者の割合を推定できる。この保守派の利用者が50%を越えるならば保守的なメディア、越えぬならばベラル派のメディアへ分類する。また、保守派の利用者の割合を当該ニュースの保守性の指標（保守度）とする。同時に、各利用者が閲覧したニュースの保守度の平均を彼の保守度とする。この方法を適用すると、.41から.54の保守度の範囲に利用者の3分の2が収まった¹³⁾。そして、無作為に抽出した2名の利用者の保守度の差の平均を分極度と考えると、調査対象者全体の値は.11である。この値は、例えばDaily Kos（左派）とNBC（中道）の保守度の差、またはFox News（右派）とABC（中道）の保守度の差に相当する。したがって、利用者の分極度は相対的に緩やかである。

事実報道と論評記事の利用者に関して経路ごとに分極度を見ると、両者の差は検索エンジンが最大、直接のアクセスが最小である。また、いずれの経路も論評記事の利用者の分極度の方が大きい。最大の分極度は、検索エンジンを介した論評記事に関して.2であった。この値はDaily Kos（左派）とFox News（右派）の保守度の差に相当するが、いずれも主流のニュースであり極端な党派性のメディアとは言えない。保守度の分散については、事実報道と論評記事のいずれも直接のアクセスの場合が最小であった¹⁴⁾。つまり、直接のアクセスに関して最初から特定の党派性を承知でニュースに接触すると予想される。

この予想と関連してFlaxmanらは、「利用者は多様な党派性の情報に接したうえで自身の党派性を形成する」という説と、「自身の党派性に沿う情報を最初から選択する」という説を比較する。すると、約80%の利用者は閲覧するニュースが1つのみであり、また約95%の利用者が2つまでのニュースの閲覧にとどまる。そして2点以上のニュースに接触する場合も、大半は同一党派のニュースであった。したがって、後者の説が正しい。

この結果に関して自身と異なる党派性のニュースと接触する頻度を確認するために、まず100のメディアを保守度に基づき3分の1ずつ右派・中道・左派へ分類し、右派と左派のニュースを党派的ニュースと定義する。少なくとも2つ以上の党派的ニュースに接した利用者は80%以上におよぶが、彼らを対象として接触頻度が低い側の党派的ニュースに対する接触頻度を検

証したところ、経路別に見ても、また利用者の保守度別に見ても、論評記事の方が事実報道よりも反対党派のニュースと接触する頻度は低い。特に、保守度が全体の3分の1以下までの値の利用者、または全体の3分の2以上の値の利用者が反対党派の論評記事または事実報道と接触する頻度は5%未満である¹⁵⁾。経路別に反対党派との接触頻度を見ると直接のアクセスの場合が最小であり、事実報道と論評記事のいずれも約2.5%にとどまる。残る3経路につきニュースアグリゲータ・検索エンジン・ソーシャルメディアの順に事実報道では18%・13%・7.5%、論評記事では19%・7.4%・5%である。

以上の知見から Flaxman らはエコーチェンバーにある利用者が大半である点を認める一方、以下の2点の知見で先行研究との差異を主張する。まず、ソーシャルメディアと検索エンジンが利用者の分極化を促すが、各人の閲覧するニュースの保守度の分散が低い理由は主に直接のアクセスでの閲覧に基づく。次に、党派的なニュースが相対的に多数だが、せいぜい New York Times から Fox News までに収まるので、より極端なサイトがニュース閲覧に関して量的に影響しているとは言えない¹⁶⁾。

3.2 オンラインニュースと他のメディアの比較

Flaxman らと異なる手法に基づくメディアの保守性の計測を通じ、Gentzkow らは他のニュースメディアと比較してオンラインニュースが市民の分極化を招いている証拠はないと指摘する (Gentzkow and Shapiro, 2011)。Gentzkow らは「保守暴露 (Conservative Exposure)」と「隔離指標 (Isolation Index)」という2点の指標を用い、各種メディアの保守性を計測した¹⁷⁾。「保守暴露」について、「(保守派が特定のjと接触する回数÷保守派がjの属す類のメディアmと接触する回数) × (保守派がjと接触する回数÷保守派またはリベラル派がmと接触する回数)」をmに含まれるjに関して総和した値が「保守派の保守暴露」である¹⁸⁾。他方、「(リベラル派が特定のjと接触する回数÷リベラル派がjの属す類のメディアmと接触する回数) × (保守派がjと接触する回数÷保守派またはリベラル派がmと接触する回数)」をmに含まれるjに関して総和した値が「リベラル派の保守暴露」である。また、隔離指標は「保守派の保守暴露」 - 「リベラル派の保守暴露」で定義される。したがって、ケーブルテレビなど特定の種類のメディアの接触者が保守で分断される場合に当該メディアの隔離指標は1に近づく。他方、イデオロギーに基づく当該メディアへの接触傾向を認めたい場合は0に近づく。

Gentzkow らは、2009年に1ヵ月以上のサイト閲覧データを備えた119点のオンラインニュースを主な分析対象とする¹⁹⁾。サイトごとに月平均の閲覧者数とイデオロギーを得た上で、その年間平均を分析に用いる²⁰⁾。結果は、平均的な保守暴露と保守派の保守暴露がいずれも約.6、リベラル派の保守暴露が約.5、隔離指標は.075であった。.075という値は、後述する他のメディアとの比較においても、また絶対的な水準においても予想より低い。その理由は3点である。

第1に、インターネット上の分極化を指摘する議論の大半は、極端な政治的ブログおよび小規模サイトを対象とするが、それらのサイトは無視できる規模の閲覧数にとどまる。他方、大多数の利用者は限られた数の中道サイトを閲覧していた²¹⁾。第2に、一般的な保守またはリベラルの利用者は、しばしば自身より中道寄りのサイトも閲覧していた。第3に、典型的な保守またはリベラルのサイトは、一般的な保守またはリベラルの利用者の閲覧サイトよりもはるかに極端なイデオロギーであった²²⁾。

では、他のメディアと比較した場合にオンラインニュースは利用者の分極化が進んでいると言えるか。Gentzkowらが2007年・2008年の春季データを用いて新聞・ブロードキャストニュース・ケーブルテレビにつき調べたところ、隔離指標は順に約.1、.02、.03であった²³⁾。したがって、新聞・オンラインニュース・オフラインニュースの順にイデオロギーの分離は低下しており、オンラインニュースが党派的な分極化を強めている証拠はないと Gentzkow らは結論する。

次に、ニュースへの選択的接触を通じて党派性は強化されるのか。換言すると、支持候補に対する好感度の上昇と対立候補に対する好感度の下降をもたらすのか。Smithらは、視聴者自身の選択したケーブルテレビニュースの視聴に伴い形成される各候補への感情を調べた (Smith and Searles, 2014)。支持候補のメディア露出に接して当該候補をより支持するようになるという前提の研究は、敵対候補のメディア露出に接して支持候補への支持がより高まる可能性を考慮していないと批判する点に、Smithらの研究の独創性がある。この着眼に基づき、2008年のアメリカ大統領選挙に関して候補への感情を探る世論調査に加え、ニュースごとに各候補に関する報道時間を計測する内容分析が行われる。

CNN、Fox News、MSNBC、および3つのブロードキャストニュース (ABC・CBS・NBC) の内容のうち選挙運動と関わるストーリーを無作為抽出する予備的調査の結果、各メディアの各候補に対する報道時間全体のうち、ブロードキャストニュースはオバマに対する好意的な報道と非好意的な報道が占める割合は各々35%・20%、またロムニーに対しては各々13%・41%であった²⁴⁾。ブロードキャストニュースと比べ、Fox Newsはマケインに関して好意的な報道が8%多く、オバマに関して非好意的な報道が26%多い。他方でMSNBCはオバマに関して好意的な報道が13%多く、他方でマケインに関して非好意的な報道が34%多い。したがって、党派的な報道は自党派に対して少し好意的な反面、対立陣営に対しては極めて非好意的である。またブロードキャストニュースと比べると、CNNはマケインとオバマに対して非好意的な報道が各々22%・23%多い一方、好意的な報道量はブロードキャストニュースと変わらない。この結果、CNNではオバマに対する非好意的な報道の大半が好意的な報道によって相殺される。

加えて、2008年における National Annenberg Election Study (NAES) のデータによると、ブロードキャストニュース・CNN・Fox News・MSNBCを視聴する回答者に対して視聴メディアの信用性を尋ねたところ、それぞれ69%・78%・86%・65%の視聴者が当該ニュースを信用

できると回答した²⁵⁾。つまり、大半の回答者は自身の視聴するニュースを信用している。

その上でSmithらは、CNNやブロードキャストニュースと比べるとFox NewsやMSNBCなどの党派的なニュースが事実報道よりも論評的な内容を好む点、また自党派の利点よりも対立陣営の危険性を指摘することで説得力を増している点を前提として、視聴者が当該メディアを信用する限り報道が視聴者の態度に影響すると予想する。検証仮説は3点である。第1に、「MSNBCの視聴者は非視聴者と比べ、MSNBCでマケインの報道が増すほどマケインに関する好感度と信用が低下する。他方、Fox Newsの視聴者は非視聴者と比べ、Fox Newsでオバマの報道が増すほどオバマに関する好感度と信用が低下する」、第2に「MSNBCの視聴者は非視聴者と比べ、MSNBCでオバマの報道が増すほどオバマに関する好感度と信用が上昇する。他方、Fox Newsの視聴者は非視聴者と比べ、Fox Newsでマケインの報道が増すほどマケインに関する好感度と信用が上昇する」、第3に「CNNが各候補に割く報道時間に鑑みて、CNNでオバマの報道が増しても視聴者のオバマに対する評価は変わらず、他方でマケインの報道が増すとマケインに対する好感度と信用が低下する」である。

仮説を検証するデータは、2008年1月から11月までに行われたNAESの調査である²⁶⁾。対象となる選挙関連のストーリーに関して、当該ストーリーの25%以上をいずれかの候補に割いた場合の時間を分で計測する²⁷⁾。従属変数として、各候補に関する好感度と信用を11段階で問う²⁸⁾。回帰分析の結果、仮説1・仮説3は成立していた。他方で仮説2に関しては、Fox Newsの視聴者においてマケインの好感度のみ上昇した点が予想と異なっていた。この研究結果はケーブルテレビに関するが、事実報道よりも論評的な内容を主体とする場合、マスメディア各社がインターネットで配信する番組に関しても妥当するだろう。

4. 党派的な分極化

4.1 メディア環境の変化との関連

「1.1 選択的接触の増加」の第3段に記すとおり、特に1990年代以降のインターネットの普及に伴うチャンネル数の増加が選択的接触を通じて有権者の党派性の分極化を招いた可能性もある。この点についてDavisらは、政治意識の分極化を認めながらもオンラインニュースを含めたチャンネル数の増加との関連性を否定する(Davis and Dunaway, 2016)。検証に用いたデータは1986年から2008年までのNAESのデータであり、検証仮説は「仮に市民の二極化が政党のイデオロギー位置に対する認識の結果ならば、ニュースと政治に対して関心ある層のみがメディア環境の変化の中でより党派化している」である。

回答者の政治知識・性別・学歴を統制した上での回帰分析の結果は以下のとおりであった。第1に、政治関心の低い層と比べ、高い層では民主党と共和党の二極化を認識するほど回答者

の党派性も強化される。第2に、民主党と共和党のイデオロギーを誤認する層では、政治関心の多寡にかかわらず党派性は弱い。第3に、政治関心の多寡に基づく回答者の党派化は、世帯あたりの平均チャンネル数の変化と無関係である。以上より Davis らは、チャンネル数の増加ではなく政治関心に基づく政党の二極化の認識こそが有権者の党派性の強化を招いたと結論する。

4.2 分極化の誤認と危険性

ただし、市民全体の党派性自体の二極化が先鋭化していないとしても、各人が自身の党派と敵対する党派の間に生じる意見の差異を現実よりも大きく予想するならば、やはり二極化を警戒すべきであろう。このような二極化に関する誤認を確認するため、Levendusky らはアメリカ大統領選挙直後の2012年11月・12月において有権者の政党帰属意識と争点態度を調査した (Levendusky and Malhotra, 2016)。扱う争点は税制・移民・自由貿易・財政と関わり、7段階で尋ねる争点態度の各々につき民主党寄りの意見を0、共和党寄りの意見を1として尺度化する。自分の態度、自分が想像する典型的な民主党支持者の態度、自分が想像する典型的な共和党支持者の態度の3点を尋ねたところ、すべての争点に関して敵対する党派の意見を現実よりも極端な方向に誤認していた。

回答を得た党派性に基づく両党支持者の現実の争点態度を全争点の平均で見ると、共和党支持者が .58、民主党支持が .4であり、その差は .18にとどまる。他方、両党支持者が想像する各党支持者の争点態度を全争点の平均で見ると、共和党支持者が .69、民主党支持が .31であり、その差は .38に拡大する。

さらに詳しく検討すると、回答者は自分と同じ党派に属する者の態度を現実よりも極端に認識するが、敵対党派に属する者の態度に関する現実と想像の差はより大きい。全争点の平均を見ると、共和党支持者は自分と同じ党派に属する者の態度を .66と想像するが、この値は現実の .58よりも極端である。他方、民主党支持者は共和党支持者の態度を .72と想像しており、さらに極端である。同じく、民主党支持者は自分と同じ党派に属する者の態度を .36と想像するが、この値は現実の .4より極端である。他方、共和党支持者は民主党支持者の態度を .25と想像しており、さらに極端である。これら「自身と同じ党派に属する者の争点態度に関する現実と想像の差」と「敵対する党派に属する者の争点態度に関する現実と想像の差」の差は、いずれの政党についても有意であった。

5. 考察

5.1 インターネットの限定的な影響

インターネットは情報収集時の能動的な探索を求め、かつ多様な党派性の情報に対する接触が可能なメディアである。したがって Sunstein も指摘のとおり、二大政党制が定着するアメリカにおいてインターネットが普及した現在、インターネットとの接触を通じた党派性の分極化に対する警戒感の向上は当然である。他方、政治情報に限らず有限な時間のなかで接触可能な情報は限界があり、また多様な党派性の情報を検索可能であるとしても各情報源の信頼性は同等でない。以下に総括するとおり、本稿にとり上げた近年の実証研究の知見は政治情報に対する選択的接触の傾向を示しつつも、多くは党派性の分極化に対する過度の懸念を否定する。その理由は3点である。

第1に、「2.2 選択的接触の契機に否定的な研究」に記すとおりインターネット閲覧全体に占める政治情報の閲覧割合が低い。当然ながら、一般市民にとって政治は日常の優先的な関心事項と言えない。したがって、前段に記す事情に基づきインターネットで日常的に接する政治情報の量は大きく限定される。この事実を発見した Wojcieszak らの関心は、あくまでも消費・娯楽情報など日常生活における情報収集活動の一部として政治情報との接触を捉えたコロンビア学派の視点と重なる (Katz and Lazarsfeld, 1955 = 1965, 竹内)。

この点と関連し、「約80%の利用者は閲覧するオンラインニュースが1つのみであり、また約95%の利用者が2つまでのニュースの閲覧にとどまる。そして2点以上のニュースに接触する場合も、大半は同一党派のニュースであった」という Flaxman らの報告は、市民の多くが政治情報の収集に必要な時間などの費用を節減する事実を示唆する。

第2に、サイト閲覧割合の大半を占める娯楽・趣味・スポーツという政治と関わらぬサイトにおいて政治的議論の発生頻度が比較的高く、かつ議論相手に対する不同意が生じやすいという Wojcieszak らの報告は、日常生活で生じる政治的議論全体を考えた場合にエコーチェンバーが働くわけでない事実を示す。この点は、日常生活全般での対面接触やマスメディア接触においてエコーチェンバーが働くと考えたコロンビア学派の時期の環境がインターネットの普及を通じて激変した結果と言える。政治的議論を求めて閲覧したわけでないサイトにおいて政治的議論に遭遇した結果、自身と異なる見解に接する機会を得る事態は、「3.1 オンラインニュースとの接触状況」に記す Flaxman らの予想どおりである。

第3に Gentzkow らと Flaxman らの調査のとおり、確かに中道と比べると左右寄りのサイトは存在するが、大半は中道との距離が近い穏健な偏りにとどまる。他方、極端なイデオロギーのサイトは限定される。また、サイト閲覧の実態を見ても閲覧対象の大半は偏りが穏健なサイトである一方、極端なサイトの閲覧者は限られる。

5.2 展望

「5.1 インターネットの限定的な影響」に記す第1・第2の理由を勘案すると、ソーシャルメディアでの政治情報の交信のみに着目した Conover らに類する研究において選択的接触の傾向が顕著となる結果は当然である一方、選択的接触に伴う他者の排斥など党派的な分極化が招く負の影響を過大視する主張は適当でない。

翻って「視聴番組と逆の党派性の大統領候補者に関する当該番組での報道が増すほど、当該候補者に対する感情が悪化する」という Smith らの研究結果は、報道を通じた党派性の二極化を指し示す。Smith らの報告はケーブルテレビに関する知見だが、視聴の便宜においてケーブルテレビと変わらないオンラインニュースに関しても妥当しうる。したがって、日常生活における政治の重要性が向上する結果として党派性を帯びたメディアとの接触が増すならば、他者の排斥など党派的な分極化が招く負の影響が容易に顕現するであろう。

実際に Davis らの報告のとおり、メディア環境の変化に伴う選択的接触の契機の増大が党派的な分極化を招かぬとしても、高い政治関心は強い党派性と関連する。加えて Levendusky らの報告のとおり、民主党と共和党の各支持者の間で比較した争点態度の実際の差異が絶対的な水準で小さいとしても、自身の属す党派一般と敵対する党派一般の争点態度に関する二重の誤認を通じ、社会の分断が現実以上に認識されている。したがって、2016年の大統領選挙以降に顕著となった有権者の党派対立が日常生活の意識に上ると同時に、視聴者獲得を狙う主要なオンラインニュースが事実報道よりも論評的な記事や意見における党派性を増すならば、エコーチェンバーが生じやすい政治的なサイトの利用と相まって Sunstein が恐れる方向へと事態が傾くであろう（前嶋, 2017；白崎, 2020）。

謝辞：本研究は、「2017年度 上廣倫理財団研究助成」・「2017年度 カシオ科学振興財団 研究助成」・「2019年度 KDDI 財団 調査研究助成」・「2019年度 旭硝子財団 研究助成」・「2021年度 日本学術振興会 科学研究費補助金 基盤研究（C）研究課題／領域番号：21K01340」より助成をいただいた。いずれも個人研究である。関係者各位に御礼申し上げます。

注

- 1) 積極的な回避を「選択的回避」と捉え、選択的接触とは異なる過程・影響を想定する場合もある（谷口, 2015）。
- 2) BerelsonとLazarsfeldを中心とするコロンビア学派は行動科学において幅広い業績を残したが、殊に実証的な投票行動研究およびマスメディア研究の嚆矢となる。
- 3) 選挙期間において対人環境の党派性が強く顕現する現象は、1954年の著作においても報告される（Berelson, Lazarsfeld, and McPhee, 1954）。
- 4) Davisらによると、全国レベルのケーブルテレビ・衛星放送に関する世帯平均のチャンネル数は1986年に19.4だったが、2012年には92.6まで増加したほか、加入率も63.2%から95.5%に増加した（Davis and Dunaway, 2016）。
- 5) エコーチェンバーを通じ、自分が想定する世間の姿と現実が乖離する現象は「フィルターバブル」と呼ばれる。
- 6) ただし、「原爆効果」論が当時のマスメディア研究一般において通説化していたわけではない（竹下, 2008）。
- 7) 調査対象者はアクティブユーザーに限る。調査対象となるtweetの総数は、tweet全体の約10%に相当する。
- 8) 少なくとも1点の政治的なタグを備えるtweetに調査対象を限定する。その上で、本文に記す2点のタグと共起しやすいタグの中から「#economy」・「#gay」・「#israel」・「#news」など幅広い意味をもつタグ11点を予め省く。
- 9) 娯楽・職業・宗教・人種・社会・スポーツ・政治など11種のサイトから選択する。回答者の63%が2点のサイトを、36%が3点以上のサイトを閲覧していた。
- 10) たとえば、娯楽と関わるサイトでは同意が反対の倍程度にとどまる。職業と教育に関するサイト、娯楽とスポーツに関するサイト、宗教と人種に関するサイト、政治と社会に関するサイトに分類した上で分散分析に基づき各区分の間に生じる同意の程度の差を調べると、政治と社会に関するサイトと他の3点のサイトの間に有意差を認めた。
- 11) 分析対象は事実報道と論評記事であり、総数は1900万である。調査対象者は、このうち最低10点のニュースおよび2点の論評記事を閲覧した者である。対象者は、中央値で991頁を閲覧していた。
- 12) 電子メールを経由する場合も含む。
- 13) つまり、平均は左寄りである。
- 14) いずれも、約.05である。
- 15) メディアの党派性の分散と利用者の保守度の関係を見ると、保守度が低いほど分散も小さい。
- 16) Flaxmanらは、検索エンジン・ソーシャルメディア・ニュースアグリゲータの学習機能によって利用者も気づかぬまま自身と類似の情報との接触が増していくフィルターバブルの可能性を指摘する一方、

選択機会の増加とソーシャルメディアが偶発的接触も含め多様な意見に触れる機会を提供する可能性も指摘する。この指摘は、公的問題をめぐり自分と異なる意見との接触に基づく自由な議論が民主主義を発展させる可能性をインターネットに見出すWojcieszakらの指摘と重なる。

- 17) 隔離指標は人種差別研究で一般に用いられる。
- 18) たとえばjがCNNの場合、mはCNN・Fox News・MSNBC・CNBC・Bloomberg cable networksという5点のケーブルテレビを指す。
- 19) 付随的に、2004から2008年のサイト閲覧データも使用する。アメリカ全体を分析対象とするので、地方紙または地方局のサイト、全体が娯楽・スポーツなど非政治的なサイト、そして論評サイトを考察より省く。
- 20) 閲覧者のイデオロギーは、サイト閲覧の調査を手がけるcomScore社が各人に対して自身のイデオロギーを5段階で質問する。対象者数は約12000人である。閲覧者数は、のべ人数ではなく実人数で把握する。
- 21) 1日あたりの閲覧頻度の上位4サイト（Yahoo! News・AOL News・msnbc.com・cnn.com）で閲覧数全体の半数以上を占めるほか、上位10サイトで60%以上、上位20サイトで閲覧数全体の80%近くを占める。
- 22) 閲覧者の約半数の保守暴露は.51から.61に位置する。また、保守暴露の低い閲覧者から数えて95%の段階で保守暴露が76%に達するとともに、保守暴露の低い閲覧者から数えて5%の段階で保守暴露は40%に達する。つまり、大半の閲覧者が分極化の枠外に位置する。
- 23) データは、Mediamark Research and Intelligence（MRI）社が提供する。同社のデータは、利用者のイデオロギーを5段階で示す。全国紙に関して、最近の平日にNew York Times・USA Today、Wall Street Journalの各々を読んだか否かを問う。地方紙に関して、この24時間に読んだ紙名を問う。雑誌に関して、Atlantic・Barron's・Business Week・Economist・Forbes・Fortune・New Yorker・Newsweek・Times・U.S News & World Reportの最新刊を読んだ日数を問う。夕方のブロードキャストニュースに関して、最近5日間の平日のうちABC・CBS・NBC・PBS・BBCを視聴した日数を各々問う。ケーブルテレビに関して、CNN・Fox News・MSNBC・CNBC・Bloomberg Cable Networksの先週の視聴時間を各々問う。なお、地方紙に関しては個別の紙名が記されていないが、隔離指標は.048である。また各メディアに関する1日あたりの接触者の割合（全メディアに関する接触者の実人数総計に占める当該メディアの接触者の実人数総計の割合）は、ケーブルテレビ・地方紙・ブロードキャストニュース・オンラインニュース・雑誌・全国紙が、およそ3: 3: 2.5: 1: .5: .3であり、オンラインニュースの割合は比較的小さい。
- 24) 9月8日から10月16日に放映された458のストーリーが分析される。Smithらによると、他のケーブルテレビと異なりCNNはプライムタイムに党派的な番組を設けず、ホストも大半が中道である。同様に、独断的な番組がないブロードキャストニュースについても非党派的なメディアへ分類される。
- 25) 調査は約14500人を対象として2月から5月に行われた。信用するか否かについては4点尺度で回答する。

- 26) 約55900名に対するローリングクロスセクションでの電話調査を行う。回答率は約19%である。当該メディアの視聴者であるか否かは、「大統領選挙に関する先週の主な情報源のテレビニュース」としてブロードキャストニュース・CNN・Fox News・MSNBCの各々を挙げるか否かにより判定する。各番組に対する肯定的な回答者の割合は20%・21%・16%・5%であった。
- 27) 回帰分析では、15分あたりの効果を計算する。
- 28) 独立変数は、性別、学歴、政治知識、党派性、イデオロギー、選挙運動への関心、昨晚のテレビ視聴時間、大統領選挙の情報に関する先週のテレビ視聴日数、大統領選挙の情報に関する先週のインターネット閲覧日数、大統領選挙の情報に関する先週のラジオ聴取日数、大統領選挙の情報に関する先週の新聞接触日数、選挙までに残された週数である。

参考文献

- Berelson, Bernard R., Paul F. Lazarsfeld, and William N. McPhee. 1954. *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. Chicago: University of Chicago Press.
- Conover, Michael D., Bruno Gonçalves, Alessandro Flammini, and Filippo Menczer. 2012. "Partisan Asymmetries in Online Political Activity". *EPJ Data Science*. 1(6).
- Davis, Nicholas T., and Johanna L. Dunaway. 2016. "Party Polarization, Media Choice, and Mass Partisan-Ideological Sorting". *Public Opinion Quarterly*. 80 (S1). 272-297.
- Flaxman Seth, Sharad Goel, and Justin M. Rao. 2016. "Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption". *Public Opinion Quarterly*. 80(S1). 298-320.
- Funkhouser, Ray G. 1973. "The Issues of the Sixties: An Exploratory Study in the Dynamics of Public Opinion", *Public Opinion Quarterly*. 37(1). 62-75.
- Gentzkow Matthew and Jesse M. Shapiro. 2011. "Ideological Segregation Online and Offline". *Quarterly Journal of Economics*. 126(4). 1799-1839.
- Hannák Anikó, Piotr Sapiezzyński, Arash Molavi Khaki, David Lazer, Alan Mislove, and Christo Wilson. 2013. "Measuring Personalization of Web Search". *Proceedings of the 22nd International Conference on World Wide Web*. 527-538. <https://doi.org/10.1145/2488388.2488435>. 2021.4.18 最終アクセス.
- Katz, Elihu and Paul F. Lazarsfeld. 1955. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe: Free Press. = 1965. 竹内郁郎訳『パーソナル・インフルエンス：オピニオン・リーダーと人びとの意思決定』培風館。
- 清原聖子. 2019. 「アメリカにおけるフェイクニュース現象の構造とその対策の現状」清原聖子編著『フェイクニュースに震撼する民主主義：日米韓の国際比較研究』大学教育出版. 40-66.
- Lazarsfeld, Paul F., Bernard Berelson, and Hazel Gaudet. 1968. *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*, 3rd ed. New York: Columbia University Press. =

1987. 有吉広介監訳『ピープルズ・チョイス：アメリカ人と大統領選挙』芦書房。
- Levendusky, Matthew S., and Neil Malhotra. "(Mis)perceptions of Partisan Polarization in the American Public". *Public Opinion Quarterly*. 80(S1). 378-391.
- 前嶋和弘. 2011. 『アメリカ政治とメディア：「政治のインフラ」から「政治の主役」に変貌するメディア』北樹出版。
- 前嶋和弘. 2017. 「2016年アメリカ大統領選挙とメディア」『選挙研究』33(2). 30-40.
- Mancini Paolo. 2013. "Media Fragmentation, Party System, and Democracy". *International Journal of Press/Politics*. 18(1). 43-60.
- McCombs, Maxwell E., and Donald L. Shaw. 1972. "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *Public Opinion Quarterly*. 36(2). 176-187.
- Pew Research Center. 2016. "The 2016 Presidential Campaign: a News Event That's Hard to Miss". <https://www.journalism.org/2016/02/04/the-2016-presidential-campaign-a-news-event-thats-hard-to-miss/>. 2021.4.18 最終アクセス.
- 白崎護. 2013. 「メディアとネットワークから見た日本人の投票意識：社会学モデルの復権」ミネルヴァ書房.
- 白崎護. 2020. 「フェイクニュースとメディア環境」『研究論集』112. 331-349.
- Smith Glen and Kathleen Searles. 2014. "Who Let the (Attack) Dogs Out? New Evidence for Partisan Media Effects". *Public Opinion Quarterly*. 78(1). 71-99.
- Sunstein, Cass. 2001. *Republic. com*. Princeton: Princeton University Press. = 2003. 石川幸憲訳. 『インターネットは民主主義の敵か』毎日新聞社.
- Sunstein, Cass R. 2017. *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press. = 2018. 伊達尚美訳. 『#リパブリック：インターネットは民主主義になにをもたらすのか』勁草書房.
- 竹下俊郎. 2008. 『マスメディアの議題設定機能：マスコミ効果研究における理論と実証（増補版）』学文社.
- 谷口将紀. 2015. 『政治とマスメディア』東京大学出版会.
- 魚住真司. 2018. 「日本版公正原則の現在」『人権を考える』21. 1-18.
- Wojcieszak, Magdalena E., and Diana C. Mutz. 2009. "Online Groups and Political Discourse: Do Online Discussion Spaces Facilitate Exposure to Political Disagreement?". *Journal of Communication*. 59(1). 40-56.
- 山脇岳志. 2018. 「FCCのフェアネス・ドクトリン（公平原則）の廃止と、トークラジオの隆盛」『東京財団政策研究所 論考』2018年9月19日. <https://www.tkfd.or.jp/research/detail.php?id=165>. 2021.4.17 最終アクセス.

(しらすき・まもる 外国語学部准教授)