

ニュース接触における情報格差

——インターネット・ニュースサイト利用における熟達度の影響——

成 田 康 昭

1. 問題設定と概念定義

情報化の進展にともなう情報格差の拡大についての研究の歴史は古い。1990年に児島和人は「ニューメディアの浸透」の影響による情報格差の問題を、従来のマスコミュニケーションの受容過程研究の延長上に位置付け、社会の情報化が経済上、能力上のリソースの配分、技術利用の動機といった要因によって変化する点を整理している(児島、1990)。といっても、実際の研究は当面、情報機器の普及を軸に進められた。たとえば、小池保夫は機器の所有が「情報社会イメージ」の形成に与える影響を検討し、(小池、1993) 鈴木裕久は、情報機器の利用能力の分布から、格差発生要因を分析している。(鈴木、1996) また、池田謙一は、普及過程論を援用しながら、パソコン利用の要因から、知識ギャップ仮説を検討している。(池田、1996) 柳澤花芽も、パソコン普及における格差要因を検討している。(柳澤、1999)

2000年になると、「電子新聞」の利用が、情報格差をどのように作り出すかといった問題設定が見られるようになる。斉藤慎一は、インターネットの利用者属性が偏っているという現状がどのような結果を生むかを検討している。(斉藤、2000)

2006年に日本国内のブロードバンド契約数は2500万を越え、世帯普及としても50%を越えている、インターネットがこのようにきわめて日常的なメディアとなっていることを踏まえれば、情報格差論は、メディア利用の多様性や、情報探索スキルといったさらに具体的な内実で起こってい

る変化を見届ける必要がある。たとえば、今や、無視できない数にのぼるインターネット・ニュースサイトを、主要なニュース情報取得メディアの一つとして位置づけるような人々の、ニュース需要に起こっているであろう情報格差の問題にまで迫る必要がある。そこで、本論では、インターネット・ニュースサイトの利用に焦点を絞り、ニュース情報の取得に、いかなる差異と格差が生まれているかを検討することにした。ここでの問題設定は以下の2点である。

1) インターネット利用における熟達者は、ニュース情報摂取に関して、リテラシーの高い方法をとっているといえるか。

2) インターネットの熟達者は、そのときどきの自分のニーズにしたがって、ネット内外の多様なメディアの中から、最適なニュース情報を摂取しようとする傾向があるか。

本論が用いるデータは、筆者が研究代表者をつとめるニュースサイト研究会の「インターネット閲覧行動に関する日韓比較研究」において、2006年夏に実施した調査である。本調査はインターネットによるニュース接触が増加しつつあるなかで、かつてマスメディアを中心としていたニュースの受容過程にどのような変化が起こっているかを検証することを目的として実施したものである。新聞とテレビに絞られていたニュース発信は、ネット上で多様化しており、ニュースサイト読者も、新聞やテレビを第一の情報源とし、インターネッ

トからの情報を補完する者から、逆にポータルサイトのニュースを中心として、新聞やテレビからの情報を必要としないようなニュース接触を行う者まで、様々なタイプに分化している。また、その過程において、「ニュース」という概念自体の変容も起こっている。本調査は、このような状況認識にもとづいて、日本と韓国を比較する形で、社会とメディアのかかわり、ジャーナリズム機能の周辺の諸要素を検討することを目指した。その理由はインターネット普及率、産業化、都市化、情報化の諸状況に共通点が多いが、政治・経済的・文化的環境および、インターネット普及の背景などメディアを巡る総体的状況に相違点も存在している韓国との比較を行うことで、情報化、ネットワーク化にはたらく要因を一般化するためである。

調査の概要は以下の通り。

母集団：男女 16 才～59 才のインターネット利用者（日本・韓国とも）

サンプル構成：「通信利用動向調査」（日本）、「National Internet Development Agency of Korea」（韓国）により、性・年齢別のサンプル構成を、インターネット利用者の構成に近づける

サンプル数：有効サンプル数 日本：1,022 s、韓国：1,020 s

調査実施機関：（株）ビデオリサーチ

サンプル抽出：ビデオリサーチの外部協力機関（株式会社エー・アイ・ビー）の調査モニターより条件抽出

スクリーニング条件：一週間に一度以上、WEBを閲覧している人

条件抽出法：登録パネルより一次抽出した対象から、ランダムに調査協力のメール配信。アクセスのあった対象に実施。

調査実施期間：2006年8月31日（木）～9月5日（火）

調査方法：WEB調査（パネルより抽出したサンプルにメールを配信し、WEBサイトに誘導したうえで、アンケートフォームに回答してもらう）

本調査はインターネット利用者の実際の性年齢分布を反映させることを第一としたため、両国の利用者層の差がサンプル特性にそのまま反映している。たとえば、韓国における50才代のインターネット利用率は低いため、この年齢層のサンプル数は少なくなっている。また、職業階層においても、日本の主婦、アルバイト、韓国の学生などの各層が多くなっている。これらは、両国の厳密な比較においては、一定の限界となっている。

本論では、「インターネット熟達者」とよぶ層を軸として考察している。これは主に「インターネット利用度」とここでは呼んでいるクロスキーから作成したグループによっている。すなわち、本調査では「インターネットの利用目的」を「娯楽的webサイト閲覧」、「趣味に関する情報を収集する」、「仕事や勉強のための情報を収集する」、「オンライン・ゲームをする」や「時事的なニュースを見る」など、全部で14項目にわたり、「よくする」「たまにする」「ほとんどしない」「まったくしない」の4段階で尋ねている。そのうち「よくする」と応えた種別の度数をカウントし、1以下（0と1）を「低利用」、2～4を「普通」、それ以上（5～）を「高利用」と分類してクロスキーとした。

また、これに関連するカテゴリーとして、「インターネット利用歴」と、「自宅でのインターネット利用時間数」を比較参照のために併用している。インターネット利用歴は、「インターネットを始めた時期」について、「97年以前から」と「98年～2000年から」さらに「01年以後」の3つのカテゴリーに分けたうえで、クロスキーとしている。また、インターネット利用時間は、自宅（ネットカフェを含む）での1日あたり平均利用時間（ゲームを除く）を、「3時間以下」と「3時間以上」とに分け、クロスキーとしている。

「熟達者」の中心的カテゴリーとして、インターネット利用度を採用した理由は、利用内容の多様性が、インターネット利用の試行の豊富さをあらわしていると考えたからである。インターネット

ト利用歴は、どのくらい長くインターネットを利用しているかであり、結果としても階層は重なる部分が多かった。しかし、たとえば韓国の場合、97年末以降に始まったIMF体制の中で、インターネット普及が急速に推進されたこと、2003年の盧武鉉政権の誕生に向けた、オーマイニュースなどを中心とするインターネット・ジャーナリズムの動き、あるいは、それ以前の80年代に民主化を推進した中心である「386世代」など、インターネットに関わる世代の歴史的な構成が日本と異なることから、単純な比較が難しい部分がある。

また、インターネット利用時間数は、利用度が高ければ物理的に多くの時間を要すことから、当然ながら、多くの場合、並行した傾向をしめす。しかし、韓国の場合、オンラインチャットや《サイワールド》などのように多くの時間を占有するコミュニティ・サービスもかなり普及していることから、まったく傾向が異なるケースもある。コミュニケーション依存とインターネット利用の成熟とが区別しにくいわけである。そのため、利用歴と利用時間は、利用度の解釈にともなって、補助的に使用することとした。

以上のような意味での「インターネット熟達者」は、インターネットでの情報行動においてきわめて積極的であり、また、必要な情報を手に入れるために自分がどのように行動すべきかというスキルに関する知識を持ち合わせていると予想できる。

この人々の選択と行動を見ていくことで、インターネットユーザーの中に、ニュース情報の利用に関して、情報格差がどのような形で存在するかを検討できる。すなわち、単に利用の有無だけではなく、検索機能、リンク機能を用いた情報の探索的能力、時事的知識の深さ、ポータルサイト利用による日常的ニュース利用の影響などにわたり、どのような利用者の階層分化が起こっているのかを知ることができると思われる。また、今後、インターネット利用がさらに深まっていったときに、インターネットを重要な部分とするジャーナリズム

ムが全体としてどのような状況を迎えるのかを推測する助けとなる。

2. インターネット熟達者のプロフィール

まず、クロスキー項目の一般的傾向を見ていくことにする。

日韓両国に共通しているが、ネットの利用は、男性が優位な形で始まっている。この点は、これまでの、情報化におけるジェンダー格差の研究において確認されてきた点と一致している。(中村雅子、2000)しかし、普及率が進むにしたがって、女性の利用者が増加している。特に日本では、2001年以降の利用者では、男性を大きく上回り、既に利用率における男女差はほぼ解消している。

(表1)

インターネットの利用度(利用高低)と男女差に関しては、両国の間に興味深い差が見られた。(表2)すなわち、日本では低利用では女性が多く、高利用になるに従い、男性が増加する。ところが、韓国では高利用は女性が僅かに上回っている。

表1. ネット利用歴・性別

	日本		韓国			
	男性	女性	男性	女性		
	N	51.7%	48.3%	N	53.3%	46.7%
97年以前	337	65.9	34.1	319	60.5	39.5
00年以前	385	49.6	50.4	458	51.7	48.3
01年以降	270	39.6	60.4	202	47.5	52.5

表2. 利用度・性別

	日本		韓国			
	男性	女性	男性	女性		
	N	51.7%	48.3%	N	53.3%	46.7%
低利用	344	65.9	34.1	260	55.4	44.6
普通	521	49.6	50.4	475	54.5	45.5
高利用	157	39.6	60.4	285	49.5	50.5

るように、男女間の統計的な差が見られない。利用時間から見ると韓国でも長時間利用者は女性の方が少ないので、この特徴は際立っている。この段階では、韓国の女性利用者は、短時間でも、色々なインターネット・サービスを利用するのに積極的であることを確認しておきたい。

インターネットの利用度は、学歴から見ると、日韓ともに大学卒（在学含む）以上で多様性が高くなる傾向が確認できる。（表3）この点も、先行研究で指摘されてきたことと一致している。仕事や勉学への利用にともなって、利用スキルと経験が増加し、それが、利用度の傾向となって現れているといえよう。しかし、逆に言えば、日本の高卒者の「高利用」は高卒の平均より5%ほど低だけであるし、韓国でも差は4%に止まる。す

なわち、学歴はインターネット利用に決定的な影響を投げかけているとはいえないことも確かである。

次に、自宅におけるネットワーク環境と、インターネット利用度の関係を見ておきたい。表4からもわかるように、日本では利用度が相関するのは光ファイバーである。ADSLの普及によってブロードバンド状況が一般化した後、現在は光ファイバー回線の普及期に入っている。そのため、利用度とADSLは既に相関せず、むしろ逆相関している。一方、韓国で利用度とはっきりとした相関を見せるのはADSLである。韓国では、集合住宅が多いことが、ADSLに有利に働いていることも考えられる。はっきりとした説明は不可能であるが、高度な利用者がADSLをよく受け

表3. 利用度・学歴

	日本						韓国					
	N	中学校	高校	専門学	大学	大学院	N	中学校	高校	専門学	大学	大学院
低利用	344	1.2	32.0	25.3	38.7	2.9	260	2.7	30.8	15.4	46.5	4.6
普通	521	0.8	24.2	21.7	48.2	5.2	475	1.7	24.6	13.1	52.2	8.4
高利用	157	0.6	21.7	17.2	52.9	7.6	285	2.1	21.1	14.4	51.9	10.5

表4. 利用度・自宅ネットワーク環境

	日本						
	N	ダイヤルアップ	ISDN	CA テレビ	ADSL	光ファイバー	DK・非該当
低利用	344	2.3	3.2	9.9	54.4	29.4	0.9
普通	521	2.1	1.9	10.9	50.9	32.2	1.9
高利用	157	0.6	1.3	12.7	49.0	35.0	1.3
	韓国						
	N	ダイヤルアップ	ISDN	CA テレビ	ADSL	光ファイバー	DK・非該当
低利用	260	6.2	3.8	20.8	38.8	25.4	5.0
普通	475	7.6	2.7	12.8	46.1	24.4	6.3
高利用	285	7.0	2.1	9.8	52.3	22.5	6.3

入れていることは確認される。また、CATVにおいて、低利用が非常に多いという点も日本と異なる傾向である。

韓国のCATV普及率は日本よりはるかに高い(ほぼ2倍)ことが知られており、CATVがテレビ視聴のスタンダードといってもよい状況であることが関係していると考えられる。日本のCATV利用者は、ブロードバンド化するにあたっての選択肢の一つとして、CATV経由の回線を選択しているのに対して、韓国では積極的にブロードバンドを選択するという意思からよりも、CATV契約の一部にブロードバンド契約が付いているというような受動的な意識のされ方なのではないか。

ネットワーク環境という意味では、日韓共に、自分専用のパソコンが使えるという条件が自宅にあるか否かは、大きな要素である。この、自分専用パソコンについては、日韓を単純に比較しても差が見られる。すなわち、韓国ではまだ、パソコンを家族と共用する方が多いのに対して、日本ではパソコンが一人一台の段階に進みつつあるといえる。自分専用のパソコンがあることによって、インターネットの使い方には変化が現れる。この傾向は、インターネット利用時間でも、インターネット利用度でも同じようにいえる。

表5からも明らかのように、自分専用のパソコンの所有は、日韓ともに、まず時間数に現れる。物理的にいっても、3時間を超える利用では、他の家族メンバーの利用を明らかに圧迫するわけであり、当然の結果であるといえよう。ただ、日本では、自分専用のパソコンを使う長時間利用者が

表5. 利用時間・自分専用パソコン

	日本			韓国		
	N	自分専 61.7%	家族共 38.3%	N	自分専 40.1%	家族共 59.9%
3時間未	591	54.5	45.5	339	29.2	70.8
3時間以	431	71.7	28.3	602	48.3	51.7

表6. 利用高低・自分専用パソコン

	日本			韓国		
	N	自分専 61.7%	家族共 38.3%	N	自分専 40.1%	家族共 59.9%
低利用	344	54.9	45.1	260	33.5	66.5
普通	521	62.4	37.6	475	38.9	61.1
高利用	157	74.5	25.5	285	48.1	51.9

大きなグループをなしているのに対して、韓国では、家族共用にしている短時間利用者が多いという差が見られる。

インターネット利用度に関しても、同様な傾向が見られる。(表6)しかし、韓国での高利用者は全体の27.9%もいるのに対して、日本では15.4%にとどまっていることから考えると、韓国ではむしろ家族共用といった不便な状況にも関わらず、インターネットの利用度という点で、多様な使い方をしているともいえる。「自分専用」に対するこだわりの違いであろうか。

3. 知識への積極性における格差

インターネット利用度は、一般的な知的積極性の結果であることを推定させるのが、ニュースに対する興味の持ち方との関係である。ニュース項目別に興味の有無を尋ねた結果、インターネットの利用度はニュースへの興味と高い相関を示した。

設問項目は、政治、経済、事件事故、地域、国際、芸能、スポーツというニュース項目ごとに「非常に興味がある」「興味がある」「多少は興味がある」「興味はない」の4段階で聞いている。項目間の傾向を一覧するために、表7では項目ごとに、「非常に興味がある」とした者の割合を、インターネット利用度をクロス表の形にしている。ただし、これではクロス表の有意性はわからないので、項目1つずつ、「非常に興味がある」「興味がある」「多少は興味がある」「興味はない」のクロス表にして、カイ2乗検定を行った。表8はその

表7. ニュースへの興味（非常に興味がある）×インターネット利用度

	日本							
	N	a)政治	b)経済	c)事件・ 事故	d)地域	e)国際	f)芸能	g)スポーツ
低利用	344	8.1	14.2	16.0	10.8	6.7	5.8	9.3
普通	521	16.5	26.1	25.3	16.5	12.3	15.5	22.1
高利用	157	26.1	38.9	36.3	24.2	24.2	17.2	26.8
	韓国							
	N	a)政治	b)経済	c)事件・ 事故	d)地域	e)国際	f)芸能	g)スポーツ
低利用	260	10.0	23.1	15.0	5.4	4.6	7.3	14.2
普通	475	12.8	31.8	24.8	10.5	12.6	18.7	27.8
高利用	285	9.8	30.5	34.7	13.0	15.4	35.1	33.0

表8. ニュースへの興味×インターネット利用度 カイ2乗値

	政治	経済	事件・事故	地域	国際	芸能	スポーツ
日本	33.72	47.96	31.09	20.46	43.49	25.46	38.68
韓国	10.62	16.69	30.82	12.70	29.83	75.88	32.01

有意水準 自由度=6 $p < .05$ 水準: 12.59 $p < .01$ 水準: 16.81

結果である。

日本ではすべてのニュース項目にたいして、利用度がニュースへの興味に相関しているが、韓国では、「政治」において独立性は棄却できない。また、経済ニュースと地域ニュースに関しても、相関は高くはない。韓国の高利用者の女性比率の高さが関係している可能性もうかがわせるが、韓国では、利用歴に関しても、「政治」がカイ2乗値 11.30 で、独立性が棄却できないことを考慮すると、女性の比率の問題ではなく、「政治」項目に特有のシニシズムのような無関心傾向が存在することをうかがわせる。そのことは、「事件事故」「国際」「芸能」「スポーツ」などでは日本と同じような傾向が見られることからいえるであろう。

いずれにしても、このニュースへの興味とインターネット利用度との相関は、ここでの問題設定

を考える上で注意しなければならない。情報に対する一般的積極性が、インターネットへの熟達、インターネットの早期採用、ニュースへの興味などを共に引き起こしているのか、インターネットへの積極的な関わりが、逆のデジタルデバインドとしてはたらき、ニュース情報の面白さ、奥深さを理解し、ニュース情報に対する敏感さを生み出したのかという問題である。今のところ、その変化の方向がどちらであるのかは断定できない。その意味で、ここでの結果は、インターネットによるニュース接触が生み出した分化の共変化の傾向であると考えるべきである。

4. ポータル・サイトにおけるニュース接触の多層性

インターネット利用者は、ポータルサイトを利用してニュースに接触することが圧倒的に多い。(図1) しかし、このポータルサイトにおけるニュース接触に関しては、注意が必要である。ニュース情報に限っても、同じポータルサイトの中に、きわめて多層化したコンテンツが含まれており、さらにその利用の仕方も多様だからである。たとえば、《yahoo!Japan》の場合をみると、フロント・ページには、8項目の13文字程度の「トピックス」が並んでいる。ニュースを軽く見るといふ場合、この8項目をざっと見て納得して終わりにしてしまう場合も少なくないし、気になった「トピック」だけクリックしてさらに内容をざっと読むという程度で済ませてしまうことも多い。そのため、《yahoo!Japan》に対しては、この8項目の選び方が恣意的であるとする批判が、常に

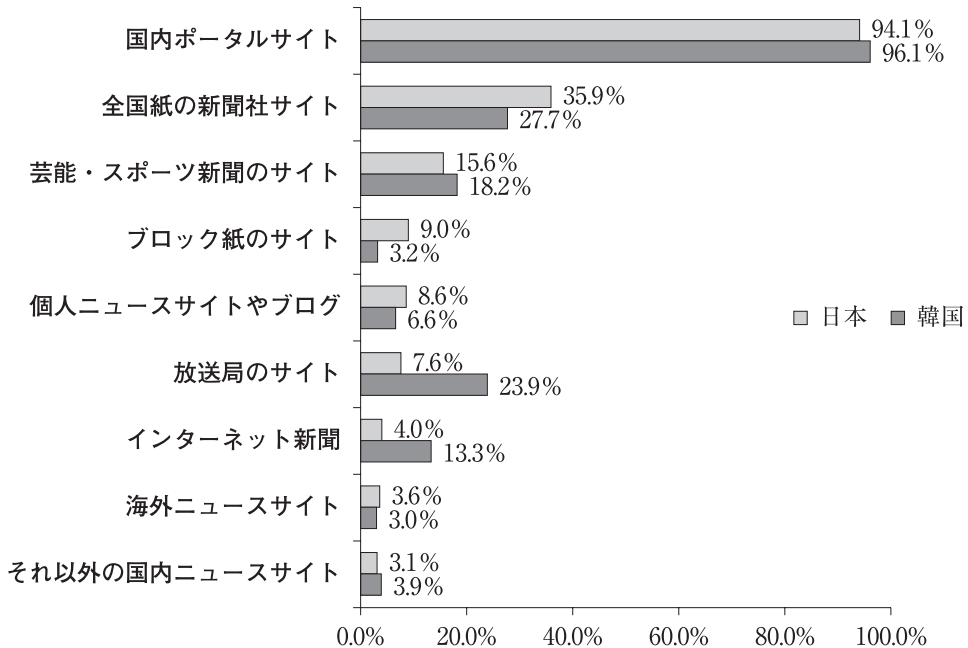
一定数寄せられるようである。しかし、ポータルサイトサイトのニュースの特徴はむしろその先にある。具体例を見てみよう。

たとえば、そのうちの2009年1月12日午前に出た「情報源のブログ 番組側が自作 [new]」というフロント・ページのトピックラインをクリックする。(掲載開始：1月12日(月)10時29分、掲載終了：1月12日(月)12時23分)すると、ヘッドラインの「[ネットが情報源] テレ朝番組、実はスタッフがブログ自作」に続いて、

「テレビ朝日系で10日に放送された情報バラエティー番組の中で、「インターネット上で流れている情報」として紹介されたブログが、実際は番組制作スタッフが作成したものだったことが11日、わかった。(読売新聞)」という記事の書かれたページが出る。

そのページ冒頭には「放送倫理」というYahoo!ブックマークへの登録も表示されている。続けて「記事全文」と書かれたボタンがあるが、

図1. よく見るニュースサイト (M.A.)



その下にさらに情報が並ぶ。

まず、「◇同じ話題の記事」として時事通信とスポーツ報知の記事にリンクが張ってある。スポーツ報知は、《yahoo!Japan》内ではなく新聞社のサイトに飛ぶ。さらに、「◇放送された番組」として、事件となった当該の「・情報整理バラエティー ウソバスター！」というテレビ朝日サイトにある番組サイトがリンクしてある。

続いて「◇ネット上で問題が指摘されていた」として2つのサイトがリンクされている。1つは、「・テレビ朝日「情報整理バラエティー・ウソバスター！」で仕込みブログ発覚…ネットで祭りにー」という見出しで、これは《痛いニュース（1月10日）》という名前のブログであり、もう一つは「・演出かやらせか、テレビ番組で紹介されたブログの「仕込み」が判明。」という《Narinari.com（1月11日）》という個人ニュースサイトである。

問題の番組は、インターネットの「雑学ブログ」を素材にしたクイズ番組だが、「日本人がホントだと信じこんできたウソを暴き出す」という主旨の番組であり、そこで「ウソ」としてやり玉にあげられたブログが「やらせ」であったというものである。しかも、その「やらせ」に気づいたのが、記事の前々日の番組終了後にインターネットを調べた視聴者つまりネットワークワーカであり、当該局が認める前に、インターネット内で話題になっていたという点が興味深い。

これに続いて、関連のあるニュースとして、「NHK 番組改変 BPO が審議へ（産経新聞）10日－8時4分」「〈BPO〉NHKの従軍慰安婦特集を検証へ（毎日新聞）9日－22時47分」「山本モナ復帰表明のファクス全文（産経新聞）12月25日－19時12分」というニュースが並んでいる。これらは、この記事に直接関連しているのではなく、「放送倫理」に関連した最近のニュースということのようである。

さらに、「関連情報」という「メディア関係者と読者が作るガイドコンテンツ」つまり、第三者

が情報を提供する解説的なリンクや記事が並ぶ。ここには、日本民間放送連盟が1996（平成8）年9月に制定した「放送倫理基本綱領」の抜粋が掲載され、また、「放送倫理・番組向上機構（BPO）」がリンクを含めて紹介される一方、「視聴率と放送倫理」という「BPOの視聴率問題に関する三委員長の見解と提言（2003年12月11日）」とBPOが2008年度に発表した「視聴者の意見」がリンクされている。

また、他のポータルサイトである「livedoor ニュース」の行った「マスメディアの犯罪報道は過剰だと思う？」という「世論調査」もリンクされている。

最後に「放送法（昭和25年法律第132号）」として、この問題に関係のある条文である「第三条（放送番組編集の自由）」が全文引用されたうえで、「やらせ発覚」で終了した主なレギュラー番組」として、「ディレクターが少年らにリンチを依頼。暴行教唆で逮捕」の「テレビ朝日・アフタヌーンショー」、「タレントに性に奔放なOL女性を演じさせる」の「朝日放送・素敵にドキュメント」、「出演者が、スタッフからやらせを持ちかけられたと遺書に残して自殺」の「フジテレビ・愛する二人別れる二人」、「エキストラを看護婦と偽らせて出演させる」の「読売テレビ・超近未来遭遇！！どーなるスコープ」、「納豆の効能を捏造したデータを番組内で紹介」の「関西テレビ・発掘！あるある大事典2」などの過去事例が紹介されている。

このように、フロント・ページに8本ある「トピックス」からクリックしただけで、11本の関連ニュースへのリンク、10本の関連情報へのリンクが張られているページに飛ぶのである。その関連ニュースの1つをクリックして進むと、別の新聞社、通信社の記事サイトに飛び、そこにも、たとえば「マクドナルドの新商品発売時のサクラ行列」の記事など5本がリンクされている。コメント欄には「またやったのか」といった書き込みがあるが、関連ブログなどもリンクされており、

これに対する「ブログは実在したが、撮影許可を取れなかった」とのテレビ朝日の弁明などをめぐって、賑やかな議論が展開している。13文字のトピック・ニュースから、恐ろしい程の情報量まで、クリックして進むだけで簡単に取得できる。

これらのリンクは、《yahoo!》内にある場合も、《yahoo!》の外に出る場合もあるが、利用者からは当然ながら、その点はほとんど意識されないはずである。《yahoo!》のトピックス編集部によれば、これらのニュース関連リンクは、常時、リアルタイムでニュースをチェックしながらつけているという。編集部には数十人がいるが、実際にニュース閲覧者の興味を引きながら、事件の背景に迫るようなリンクを張っているのは、熟練した少数であるようだ。

閲覧者から見ると、ニュースの速報性は数あるサイト間でほとんど差がないため、ニュースを読むことによる利得感を得られるかが、ページ・ビューを増やすポイントとなる。そのために、インターネットのニュースサイトでは、マスメディアの伝えるニュースに比して、背景解説的な「深さ」を追求する。その深みを、閲覧者がいかに簡単にたどれるかが、大きな集客ポイントとなるのである。また、こうした関連リンクは、インターネット上で、いかにすれば必要な情報をたぐることができるか、という「お手本」の役も果たしているようである。

5. インターネット熟達者のニュース接触パターン

こうした関連情報をたぐる形のニュース閲覧行動はインターネットの中では既に一般化しており、ポータルサイトは訪れたニュース閲覧者をいかに自己のサイト内で充足させるかを課題としているようである。リンクを基本として必要に応じてサイト間を飛ぶ構造は、せつかく訪れた閲覧者がすぐに他のサイト行ってしまうことも意味する。広告収入に係る自社サイト内の滞在時間を下げ

ないという目標が存在するわけである。

表9からわかるように、インターネットの熟達者は、インターネットにおいてきわめて活発な情報行動を行っている。インターネット利用度を基準として見ると、日本、韓国共に、「ポータルサイトや、新聞社サイト以外のサイトでもニュースを見る」、「インターネット以外のメディアで得たニュースについてネットでさらに調べる」、「テレビでニュースをみながら、ネットでさらに調べる」、さらに「一つのニュースについていくつかのサイトを比較する」といった、能動的な形でのニュース受容を行う傾向が驚くほど高い。とくに日本では、「高利用」側にこうした傾向が高いだけでなく、「低利用」側で極端に少ないというように、きわめて強い相関が見られるのである。

これは、日本での「高利用」の人数が韓国に比べて少ないことを考慮すると、これからネットの普及がさらに進行すると、「高利用」のタイプが多数派にそのまま移行するというよりも、むしろ、インターネット状況に強く適応した層が、常に一定数存在すると考えた方がよいのかも知れない。表9は、「よくある」「ときどきある」「たまにある」「全くない」の上位2つだけを示したので、4段階全体に関するカイ2乗値もつけた。(表10)日本の有意性が極めて高いことが注目される。

インターネットの特性や情報のロケーションを十分に知らないと、ニュースに関して知りたいことがある場合でも、適切にアクセスすることは難しい。その意味で、ネットに習熟したユーザーは、探索、比較、分析、確認などのための情報ツールとして、インターネットを使うという、基本的な情報パターンの上に、ニュース接触行動を展開しているといえる。

ネットに習熟したユーザーは、ニュースを見るのに、ポータルや新聞社サイトといったインターネット内の手段に偏る傾向を見せているわけではない。むしろ、テレビニュースをみながらネットで調べたりもするという形で、マスメディアのニュースと並行したり、何かのニュースをさらに調

表9. ネットニュース閲覧時していること×インターネット利用度

	日本								
	新聞社サイト等 以外でニュース		ニュースをネット でさらに調べる		TV ニュースを見 ながらネットで		ニュースについて サイトを比較		
	N	よくある	ときどき	よくある	ときどき	よくある	ときどき	よくある	ときどき
低利用	344	9.7	30.5	4.7	37.7	4.7	25.9	2.2	19.9
普通	521	18.3	27.7	18.9	44.2	12.4	33.4	11.6	28.3
高利用	157	39.4	22.6	45.2	36.1	34.2	28.4	26.5	33.5
	韓国								
	新聞社サイト等 以外でニュース		ニュースをネット でさらに調べる		TV ニュースを見 ながらネットで		ニュースについて サイトを比較		
	N	よくある	ときどき	よくある	ときどき	よくある	ときどき	よくある	ときどき
低利用	260	14.5	30.1	12.4	43.4	8.8	35.3	4.4	25.7
普通	475	22.3	25.4	16.5	48.2	13.7	36.0	6.3	29.9
高利用	285	32.6	18.8	32.6	38.4	24.3	38.0	17.4	25.0

表10. ネットニュース閲覧時していること×インターネット利用度 カイ2乗値

	新聞社サイト等以 外でニュース	ニュースをネット でさらに調べる	TV ニュースを見 ながらネットで	ニュースについて サイトを比較
日本	78.09	148.06	100.04	112.07
韓国	47.18	33.36	38.31	68.15

有意水準 自由度=6 $\rho < .05$ 水準: 12.59 $\rho < .01$ 水準: 16.81

べるために、ネットを使うというように、メディアを情動的に積層させながらニュースを受容している。少なくとも、自分のニュース接触は一つのメディアに頼ってはいないとの意識は明確にもっている。

これらの傾向は日本、韓国で共通しているわけで、インターネット利用度の高い、自覚的なネット利用者は、メディアリテラシーが高く、きわめて有効なネットの利用の仕方をしているといえるそうである。

一方、表11のように、「掲示板からリンクされたニュースを見に行くことがある」、「インターネットの解説や分析を参考にする」、「インターネッ

トでニュースに関する主張や見方を参考にする」といった行動も、「よくある」というレベルで、日本のネット熟達者は相関している。韓国でもこの関係は見られる。カイ2乗値はもちろん問題ないが、相関はやや弱く、高利用者が突出している観がある。(表12)

オピニオンに比較的敏感な掲示板に反応してのニュース閲覧、新聞社サイトなどのニュース解説サイト、《Wikipedia》などのネットの中のニュース分析、解説サイト、ブログなどを中心としたニュースに関連した主張などを参考にするという行動は、全体から見た割合としては優勢ではない。しかし、その中で高利用者の相関は、ネット内

表 11. ネットニュース閲覧時していること (b) ×インターネット利用度

		日本						
		掲示板リンクされた ニュース見る		ネットニュース解説・ 分析を参考		ネットでニュースの主 張や見方を		
		N	よくある	ときどき	よくある	ときどき	よくある	ときどき
低利用	344		9.7	30.5	4.7	37.7	4.7	25.9
普通	521		18.3	27.7	18.9	44.2	12.4	33.4
高利用	157		39.4	22.6	45.2	36.1	34.2	28.4
		韓国						
		掲示板リンクされた ニュース見る		ネットニュース解説・ 分析を参考		ネットでニュースの主 張や見方を		
		N	よくある	ときどき	よくある	ときどき	よくある	ときどき
低利用	260		2.8	23.7	4.0	31.3	4.0	31.3
普通	475		4.3	32.8	5.4	31.7	7.4	33.2
高利用	285		17.4	32.6	15.2	34.8	15.6	35.5

表 12. ネットニュース閲覧時していること (b) ×インターネット利用度 カイ2乗値

	掲示板にリンクされた ニュースを見る	ネットの解説や分析 を参考に	ネットでニュースに関する 主張や見方を参考に
日本	87.33	93.85	121.49
韓国	68.15	42.05	32.88

有意水準 自由度=6 $\rho < .05$ 水準: 12.59 $\rho < .01$ 水準: 16.81

の情報取得が決して均等に進行するものではないことを示している。

インターネットに習熟した利用者は、ネットにしかできない、また、ネットの最大の利点といえる仕方でニュースを見ている。この見方は情報環境に対して受け身型（プッシュ型）の接触ではなく、積極探索型（プル型）といえる見方である。このような人々は、ある程度は、もともと情報への積極的態度をそなえているなかで、インターネットが登場し、それを高度で積極的なメディア利用の機会の到来と捉えているといえる可能性がある。また、インターネットの利用によって、そうした情報利用の多様性に気付くことが、相乗的に進化したと考えることもできよう。

しかし、ネット利用歴とのクロスでは、関連の状況は大きく異なる。(表 13) 日本では「テレビを見ながら」が、利用歴との間に相関がない他は、独立性は棄却されるが、韓国ではどれも有意な差は見られない。(表 14) 「テレビでニュースをみながら、ネットでさらに調べる」という行動は、日韓共に利用している年数や経験とは別な、インターネット活性の要因があると考えらるべきであろう。また、それ以外の項目に関していえば、日本のインターネットユーザーが、利用開始から時間を経るほど、利用時間も多くなり、インターネット利用度（多様性）も高くなるという方向に直線的に進んでいる傾向があるのに対して、韓国のインターネットユーザーは、方向性において何らか

表 13. ネットニュース閲覧時していること×インターネット利用度

	日本								
	新聞社サイト等 以外でニュース		ニュースをネット でさらに調べる		TV ニュースを見 ながらネットで		ニュースについて サイトを比較		
	N	よくある	ときどき	よくある	ときどき	よくある	ときどき	よくある	ときどき
97年以前	337	21.5	29.0	23.6	46.5	16.0	32.6	13.0	33.5
00年以前	385	18.0	30.6	17.7	41.9	13.2	30.4	11.3	25.8
01年以降	270	16.3	23.0	13.2	31.9	10.1	27.2	7.8	18.7

	韓国								
	新聞社サイト等 以外でニュース		ニュースをネット でさらに調べる		TV ニュースを見 ながらネットで		ニュースについて サイトを比較		
	N	よくある	ときどき	よくある	ときどき	よくある	ときどき	よくある	ときどき
97年以前	319	24.8	23.2	23.5	42.9	19.0	33.9	11.0	30.6
00年以前	458	22.3	24.4	19.9	45.8	14.7	38.8	8.4	27.8
01年以降	202	23.7	29.4	15.5	42.8	12.9	35.1	5.7	24.2

表 14. ネットニュース閲覧時していること×インターネット利用歴 カイ2乗値

	新聞社サイト等以 外でニュース	ニュースをネット でさらに調べる	TV ニュースを見 ながらネットで	ニュースについて サイトを比較
日本	16.22	33.99	7.57	23.79
韓国	7.50	12.57	6.59	10.61

有意水準 自由度=6 $\rho < .05$ 水準: 12.59 $\rho < .01$ 水準: 16.81

の別な分化がはじまっているのかも知れない。

6. インターネット熟達者のニュース接触 動機

インターネット熟達者は、単に、インターネットでなければできない検索型のニュース情報の摂取だけをしているのではない。むしろ、日韓ともに、経験者、熟達者は仕事や作業の合間にニュースを概観したいとき、新聞やテレビより早くニュースを知りたいとき、あるいは詳報性のある情報を得たいときなどの様々な利用の仕方に拡散していく傾向が見られる。

インターネットでのニュース接触の動機に熟達度はどのように関係するかを調べた結果、「高利用」者の利用動機の多様化が確認された。具体的には、「一日のニュースをざっと見たい」、「今、起こっていることを早く知りたい」、「気になるニュースをより詳しく調べたい」、「新聞やテレビでは報道されない情報を知りたい」、「ニュースについての他人の見方を知りたい」、「ニュースについて面白いやりとりをしたい」、「友人・知人との話題を見つけたい」という項目への反応を「よくある」「ときどきある」「たまにある」「ほとんどない」の4段階で求めている。

インターネット利用度は、それらのすべての動

機に関して、「よくある」という回答に相関している。(表15) とくに、ニュースの「概観性」(ざっと見たい)「速報性」(早く知りたい)では、日本の高利用者の70%以上が反応している。表16からも明らかのように、日本、韓国共に、有意水準は超えており、とくに日本の有意性が高いことがわかる。

ここで、確認しなければならないのは、人々はインターネットを使えば使うほど、インターネット特有の情報検索型の環境に向かって、直線的に熟達していくのではなく、むしろ、インターネット環境に馴染む中で、様々な情報摂取のバリエーションを獲得していくということである。

日本では全体で4.7%しかなかった、「ニュースについて面白いやりとりをしたい」、という項

目でも、高利用では22.5%、また、全体で6.1%しかなかった、「友人・知人との話題を見つけたい」でも高利用で20.0%というように、ネット経験が、コミュニケーションの感覚を変えていると思える程の変容でもある。

したがって、実際に起こっているのは、我々がこの研究の当初に想定していた一つのルート、すなわちマスメディアニュースとネットニュースの分業、あるいは交代が進んでいくという単線的経路の変化ではないらしい。インターネットによるニュース情報の摂取の仕方そのものに、バリエーションが増えているのである。

確かに、マスメディア型のニュースは、出来事の情報を概観するには最も向いているし、ネット型のニュースは必要ときに、知りたいことを検

表 15. ネットでのニュース接触動機 (よくある) ×インターネット利用度

	日本							
	N	ざっと見たい	早く知りたい	より詳しく知りたい	裏情報を	他人の見方を	面白いやりとり	友人との話題を
低利用	344	26.8	23.7	22.9	14.6	6.8	3.1	1.9
普通	521	52.8	45.2	36.4	30.5	11.3	8.8	4.5
高利用	157	70.3	74.2	57.2	56.8	22.5	25.8	20.0
	韓国							
	N	ざっと見たい	早く知りたい	より詳しく知りたい	裏情報を	他人の見方を	面白いやりとり	友人との話題を
低利用	260	25.3	22.1	22.9	13.3	6.8	4.0	4.4
普通	475	42.1	41.2	36.4	24.9	11.3	7.8	9.1
高利用	285	59.1	54.7	57.2	39.5	22.5	15.9	17.8

表 16. ネットでのニュース接触動機×インターネット利用度 カイ2乗値

	ざっと見たい	早く知りたい	より詳しく知りたい	裏情報を	他人の見方を	面白いやりとり	友人との話題を
日本	112.10	128.94	134.07	105.68	92.60	72.71	86.59
韓国	68.04	65.46	78.57	58.40	39.68	28.69	33.54

有意水準 自由度=6 $\rho < .05$ 水準: 12.59 $\rho < .01$ 水準: 16.81

索して、ピンホール的な情報を捉えるのに適している。しかし、ネット熟達者達は、ネットでニュースを取得する経験のなかで、それだけではないインターネットの様々な使い方、効用を発見しているのである。確かに、日常的に検索などで利用することを考えてみれば、ポータルサイトは歴史上かつてない程身近な位置で、人々に常時ニュース情報を提供しているといえる。

7. 結論

本論の問題設定の第一は、インターネット利用における熟達者は、ニュース情報摂取に関して、リテラシーの高い方法をとっているといえるかであった。これに関しては、既に見てきたように、肯定的な結論が下せるであろう。従来のマスメディア型のニュースにおいて、最も弱点であったのは、ニュースの背景や、言葉の定義に関する理解であったと考えられる。「解説機能」は新聞においては優れているが、読者が疑問に思う全ての点を解説することは不可能であり、一定の理解水準に達するには、「毎日読む」という行為が不可欠である。インターネット内のニュースにおいては、既に見たようなポータルサイト内に張られたリンクだけでなく、検索やリンクの機能から、広く理解を進めることができる構造になっている。

インターネット熟達者は、こうしたメリットにきわめて良く適応していることが確認された。逆にいえば、インターネットの利用に未熟な人々は、こうした情報の摂取の機会から取り残されている可能性がある。さらに、こうした情報を活用するためには、ネット内の情報の信頼性の評価に関する能力が不可欠であり、利用能力の未熟な者に、踏み込んだ情報の利用をためらわせる要因ともなっていると推測される。そうであるとすると、ポータルサイトが行っているような、ニュースに多様なリンクを付加して提示するというやり方は、ニュース情報に関する知識格差を縮小するのに役立っていると考えられる。その場合、リンク先の

信頼性をポータルサイトは保証するのか、それとも閲覧者の自己責任とするのかという、なかなかやっかいな副次的な問題がある。

問題設定の第二は、インターネットの熟達者は、そのときどきの自分のニーズにしたがって、ネット内外の多様なメディアの中から、最適なニュース情報を摂取しようとする傾向があるか、であった。これに関しても、こたえは肯定的である。ただし、それは「メディアの使い分け」の進化という方向というよりも、熟達者達はインターネット・ニュースサイトの様々な使い方を、自己の情報行動に織り込んでいるのだというべきであろう。

インターネットの熟達者は、インターネット内で行動するとき、最適化した情報の取得を自覚しておこなっている。この「自覚」の部分が重要である。人が情報取得の条件を意識するのは「知りたい」と思ったときではなく、「こうすれば分かる」という形で意識できたときなのである。

メディアへの評価は、自分がそのメディアの機能を予期の構造として、内在化できている場合限り、顕在化されるという性格をほとんど宿命的に持っている。そのため、一定の評価を持たない限り、接触動機も起こらず、情報摂取行動も開始されない。

インターネットのような知識の構造を持ったメディアは、マスメディアのように、一方的に受け手に情報を注ぎ込むという機能が弱いため、その使い方に慣れている人とそうでない人の間に、結果として深刻な格差を生んでいく。しかし、その格差は、不利な立場におかれた人に情報が届かないという形ではなく、熟達した人にだけ届く情報があるという構造であるために、積極的な問題意識とはなりにくいし、社会的にも課題化しにくいのである。

この研究は、2004年度～2006年度 科学研究費補助金（基盤研究（B）（2））研究課題番号16330108 「インターネット・ニュースサイトのジャーナリズム機能に関する日韓比較研究」

への助成を得た研究成果の一部である。

参考文献

- 池田謙一, 1997, 『ネットワークキング・コミュニティ』東京大学出版会.
- 小池保夫, 1993, 「大学生のメディア接触と「情報化社会」のイメージメディア利用状況で変わる社会観の実態」石坂悦男・桂敬一・杉山光信編『メディアと情報化の現在』日本評論社.
- 児島和人, 1990, 「ニューメディアの社会的影響過程論—情報格差論からの考察—」東京大学新聞研究所編『高度情報社会のコミュニケーション—情報と行動—』東京大学出版会.
- 中村雅子, 2000, 「情報化とジェンダー」橋元良明・船津衛編『情報化と社会生活』北樹出版.
- 斉藤慎一, 2000, 「高度情報社会におけるニュース・メディア—電子新聞の現状と今後の展望」橋元良明・船津衛編『情報化と社会生活』北樹出版.
- 鈴木裕久, 1996, 「情報機器利用能力—情報リテラシーの中核」児島和人・橋元良明編『高度情報化社会における人間のくらしと学び1. 変わるメディアと社会生活』ミネルヴァ書房.
- 柳澤花芽, 1999, 「家庭におけるパソコンの普及過程」橋元良明編『情報行動と社会心理』北樹出版.