

深刻化する新聞・テレビへの信頼度低下

ーインターネットに頼る学生ー

木村 邦彦

岡山理科大学総合情報学部社会情報学科

(2006年10月2日受付、2006年11月6日受理)

1. はじめに

メディアにおける「インターネット」の占める役割が拡大している。利用人口も右肩上がりが増加しており、若者たちの情報の入手はインターネットなくしては不可能なところまで来ている。インターネットを利用した「通信」が、「放送」を抱き込もうとして、活発な行動に出た「ライブドア vs ニッポン放送」、「楽天 vs TBS」の“事件”は記憶に新しく、「楽天 vs TBS」は、提携を巡っていまなおすぶり続けている。

インターネット利用人口の拡大の動きは、インターネットの「広告費」を押し上げ、2004年度にはラジオを抜き、05年度にはその差を広げた。

研究室では、活字離れが続く中、岡山理科大生を対象に新聞の閲読調査を続けているが、05年から「接触するメディア」の項目に「インターネット」を加えたところ、05年と06年ともに「情報・ニュース収集のための接触」に関して、インターネットを利用するという強い傾向が表れ、逆にテレビ視聴時間の低下が顕著に見られた。インターネットからの情報・ニュース収集は否定されるものではないが、これまで一般的に情報・ニュース収集のために利用してきた新聞閲読やテレビなどの放送視聴に比べて、情報・ニュースの接触は表層的になりがちだとして危惧され、「考えること」を避ける層を生み出す恐れが指摘されている。筆者も危惧する1人で、インターネットがこれまでの新聞やテレビに取って代わりつつある傾向には、将来のジャーナリズムの成長という面からも危機感を感じている。

研究室が理大生を対象に行っている「メディアに対する評価調査」とともに検証してみると、新聞、テレビが信頼性の低下は深刻さを増し、逆にインターネットの情報・ニュースに信頼性をおくという傾向が強まってきているようだった。インターネット利用時間の拡大は、既存のメディアの核心である「信頼性」まで脅かし始めたようである。特に、理大生にはその傾向が顕著に見られている。

2. 調査

理大生の「メディアの評価調査」は06年6月末に、筆者が担当している「情報社会論」、「マスメディア論」の受講生を対象に行った。5月に行った「新聞閲読調査」の対象者と同じ学生で、閲読調査の回答者が283人だったのに対してやや減り、有効回答者は263人だった。半数以上が06年度の入学生である。

この考察の中では、一般市民の傾向との比較をも重視している。そのために日本新聞協会が05、03、01年秋に行った「全国メディア接触・評価調査」(注1)を対象として引用させていただいた。理大生の調査項目も、主として新聞、テレビ、インターネットの比較を見るために新聞協会調査の30項目の中から10項目を選び、引用させていただいた。

3. メディアの接触・評価

表1は6月に実施した理大生を対象にした調査と新聞協会による05、03、01年実施の「全国メディア接触・評価調査」の比較である。一見して①「情報量」と「情報の速さ」はインターネットが優位②「情報の詳しさ」でもインターネットは高評価③「正確性」、「信頼性」、「中立・公正」、「プライバシーの配慮」は新聞とテレビが勝るが、理大生はインターネットも高評価④テレビ(民放)に対しては各調査項目ともに理大生は高評価・・・の4点が特徴としてあげられる。

表1 メディアの評価

(単位 %)

		新 聞	テレビ (民放)	テレビ (NHK)	ラジオ	雑 誌	インタ・ ネット
情報源として不可欠	理大生	46.0	77.2	35.0	7.2	12.5	44.1
	協会 05 年	53.6	38.5	35.4	16.0	12.5	31.3
	〃 03 年	58.2	42.6	44.5	16.9	13.3	25.4
	〃 01 年	61.0	43.6	47.7	10.5	15.2	23.3
社会に対する影響力	理大生	45.2	80.6	41.8	3.0	13.3	31.9
	協会 05 年	53.4	46.7	46.7	14.3	15.4	29.9
	〃 03 年	55.8	48.0	52.6	15.8	17.0	23.2
	〃 01 年	54.9	49.3	52.6	15.1	16.3	22.9
情報量が多い	理大生	44.1	30.8	17.9	2.3	5.7	66.9
	協会 05 年	38.9	29.1	21.3	8.5	14.5	49.9
	〃 03 年	42.6	32.8	27.7	10.0	14.6	43.7
	〃 01 年	43.1	33.3	29.9	10.6	17.6	42.3
情報が詳しい	理大生	66.5	20.5	12.9	1.9	6.8	40.3
	協会 05 年	35.9	17.0	26.6	6.2	12.9	27.0
	〃 03 年	39.4	20.2	34.2	6.8	15.2	24.0
	〃 01 年	—	—	—	—	—	—
情報が正確	理大生	60.1	30.8	46.8	7.6	3.4	10.3
	協会 05 年	42.8	13.6	43.8	11.7	4.3	12.8
	〃 03 年	45.0	16.3	52.1	11.4	3.8	11.7
	〃 01 年	50.2	16.4	58.1	12.3	4.0	9.5
情報内容が信頼できる	理大生	66.2	35.4	47.1	8.0	2.7	10.6
	協会 05 年	38.1	11.0	39.8	8.6	3.3	6.3
	〃 03 年	40.5	11.3	50.1	7.9	3.0	5.6
	〃 01 年	42.8	12.6	55.0	9.6	2.6	5.3
情報が中立・公正	理大生	34.6	17.5	47.1	7.2	4.2	11.8
	協会 05 年	21.8	6.5	33.1	5.4	2.0	3.7
	〃 03 年	23.0	5.7	41.4	5.2	1.6	3.9
	〃 01 年	25.4	5.4	47.3	5.4	2.0	2.4
情報内容がプライバシーに配慮	理大生	51.0	22.4	43.3	14.8	5.3	7.6
	協会 05 年	20.7	8.4	26.1	6.9	2.6	3.7
	〃 03 年	20.6	8.8	35.5	6.4	1.8	5.4
	〃 01 年	23.1	7.5	36.3	7.1	2.1	4.3
情報が速い	理大生	4.9	32.7	38.8	1.9	3.6	76.8
	協会 05 年	16.8	36.1	38.8	21.3	3.6	46.6
	〃 03 年	17.7	40.6	47.9	25.0	3.5	38.8
	〃 01 年	18.2	39.1	50.6	22.7	3.8	39.3
情報の内容が分かりやすい	理大生	24.3	64.6	24.0	1.9	9.1	41.8
	協会 05 年	28.0	40.8	27.9	13.9	18.6	17.1
	〃 03 年	32.8	45.5	38.3	14.4	17.2	14.5
	〃 01 年	34.1	46.0	37.4	14.5	18.1	9.3

(* 複数回答 理科大生 n=263、日本新聞協会調査 n=05年 3,443、03年 3,873、01年 3,843)

3-1 「情報量」と「情報の速さ」

調査した 10 項目のうち、「情報量が多い」と「情報が速い」の 2 項目はインターネットの得意とする領域といえよう。2 項目ともに新聞協会調査で 50% 近くを占め、理大生調査では「情報量が速い」は 76.8%、「情報量が多い」は 66.9% の高率となった。

テレビはもともと「娯楽」として 1953 年にスタートしたが、60 年代になってワイドショーが登場、それとともに報道番組も増えて、70、80 年代からは「報道特集」に代表されるように「報道もテレビ」の時代に入ってしまった。「情報量」では歴史を持つ新聞に一步譲ってきたテレビだが、放送開始とともに「情報の速さ」では新聞より優位に立った。しかし、この優位性もインターネット利用が広がるにつれて、インターネットに移っていった。インターネットでは、新しい情報やニュースが入るたびに、サイトの担当者の判断で更新されるため、時間とともに新しい情報やニュースに掲載が変わる。大きなニュースでもない限り、定時のニュース番組を待たねばならないテレビや、発生から時間を経て発行される新聞にはできないことである。「情報」の範囲を趣味や仕事探しなどまで広げれば、簡単にホームページを立ち上げて掲載できるインターネットのまさに得意とするところとなる。

韓国で成功を収めた「インターネット新聞」の「オーマイニュース」は、このインターネットの優位性を最大限取り入れたものである。社員であるスタッフは少ないが、自由に出稿している市民記者が大勢いる。市民記者は、時間に関係なく出稿を繰り返すことができるからニュース量が多い。それを編集スタッフが判断してサイトの掲載を変えていく。「オーマイニュース」では、事件などでは中継しながら現場での動きをライブで報告したり、場合によっては動画を導入して人気を博し、さらに読者を増やした。

日本のインターネットにおける情報・ニュースは、「オーマイニュース」のように、市民記者が次々と出稿したものではない。ニュースに限っていえば、ほとんどが新聞社や通信社のサイトに掲載されたものか、ヤフーなどに見られるように新聞社や通信社から配信を受けたものである。日本におけるインターネットを利用して、情報・ニュースを手に入れる場合の問題点がそこにある。

1 日の新聞はいま平均で 32 ページだが、広告や見出し部分を除いた、いわゆる記事部分を単純に計算するとおよそ新書本 2.5 冊に該当する。その情報量は少なくない。インターネットに流されるのはその一部である。インターネットの情報量が多いと考える人たちは、多分に新聞をよく読んでいないのではないだろうか。

インターネットのニュースを見る場合は、まず項目（インデックス）でみる。興味があればクリックして内容に入り、ワン・センテンスかツー・センテンスかの記事を読む。さらに詳しく読むためには再度クリックすることになる。項目を見て、内容に入り、場合によってはリンクしている記事を見ることもできる。このような繰り返しが「情報量の多さ」という回答に結びついていくのかもしれない。

「情報量」の多さよりも「項目の多さ」であり、情報に関する知識は浅いものとなる。場合によっては、すぐに忘れ去られる情報であり、そのようなものが多いものと推測される。

ニュースだけでなく、キーワードを打ち込めば居並ぶ情報にも、「情報量」を感じるのだろう。ただ、インターネットのホームページの情報に比べて、新聞の情報はニュースと同じように経験者によって精選されたものであることを考えなければならない。

日本にもインターネット新聞はあるが、今のところ読者は少ない。8 月末には「オーマイニュース」の日本版がスタートしたが、さほど話題になっているとは聞いていない。「オーマイニュース」が成功した韓国における背景には、日本より一歩進み、市民生活に溶け込んだインターネット利用があり、「オーマイニュース」がスタート直後に盧武鉉政権が誕生、この政権を「オーマイニュース」がバックアップし、逆に支援を受けることになった事情が大きいようである。既存のペーパー新聞が特権意識を持ち、それゆえに盧政権と対立を深めた政情も「オーマイニュース」にはプラスした。日本とはやや事情が異なるといえよう。

3-2 「情報の詳しさ」

「情報が詳しい」はインターネットは理大生で 40.3%、新聞協会調査で 27.0% を占めた。新聞には及ばなかったが、テレビより高評価である。

注目すべき点は、新聞協会の 03 年調査に比べると新聞、テレビ（民放、NHK）ともに評価は低下しているのに対して、インターネットは伸びているところにある。

現在の日本のインターネットは、新聞社や通信社などメディア関係会社が提供しているサイト以外では、情報やニュースを収集する十分な力をまず持っていない。ニュースに関していえば、継続的に追いかけて報

道することはできないだろうし、当然、解説したり、論評を加える人もいない。ライブドアの堀江貴文・元社長のように「興味あるネタは（記者の判断でなく）自分で探せる」からいいという人たちもいるかもしれない。ただ、ニュースの配信は新聞社や通信社に大きく依存しているのが実情である。数多くの中からどれを掲載してどれをしないかは、前述のように、やはり経験が必要だろう。掲載されるニュースの基準がはっきりしないという問題が浮上し、一定して提供されないという問題も出てくるということも考慮する必要がある。05年7月7日のロンドン同時多発テロでは、第1報よりも続報的なニュースがトップ記事として掲載されてマイナスイメージとして、話題になったのは記憶に新しい。

「オーマイニュース」のように、ライブで事件などを取り上げれば別だが、日本のインターネットに関しても、調査結果のように「情報が詳しい」とは言い難い、というのが結論である。キーワードで検索して探す情報、例えばグルメやファッション、趣味などの情報を考えれば、利用者からの情報を相次いで入れるサイトが増えている現状から、内容は別として、利用者は詳しいと思うのかもしれない。

3-3 「正確性」、「信頼性」、「中立・公正」、「プライバシーの配慮」

情報・ニュースに対する「正確性」、「信頼性」、「中立・公正」、「プライバシーの配慮」は、ジャーナリズムの上からもマスメディアにとって、譲れない一線である。新聞協会の調査ではいずれの項目もテレビ（NHK）がトップの評価を得ており、近接して新聞となっている。理大生では「中立・公正」以外では、新聞がトップを占めている。ただ、各メディアに対する新聞協会と理大生の評価には、大きな違いが表れている。後ほど触れる。

ここでは、最近の傾向について触れてみたい。

表1で見るように、「正確性」、「信頼性」、「中立・公正」、「プライバシー配慮」とともに、流れとしては、新聞、テレビ（民放・NHKともに）の評価は低下してきている半面、インターネットは伸びてきている。

理大生の調査ではインターネットに触れたのは、今回が初めてである。03、04年の調査ではインターネットは「その他」の項目に含めて「信頼をよせるメディア」を、一つ選んでもらったが、結果が表2である（注2）。今回との比較の対象にはならないが、新聞、テレビはともに高い評価を得ていることが推察されるが、表3のように、新聞に限っての調査では、03年から04年にかけて低下傾向を示してはいないが、低い評価にとどまってい

表2 理大生が最も信頼するメディア（単位 %）

	新聞	テレビ	ラジオ	本・雑誌	その他
04年(回答 258人)	38.0	49.2	2.7	5.8	4.3
03年(回答 186人)	38.2	45.2	3.7	4.3	9.7

（*「その他」は白紙や回答不明など含む）

表3 新聞に対する信頼度（単位 %）

		そう思う	そうは思わない	どちらともいえず	わからない
新聞に書いてあることは正確だというイメージ	04年	38.0	24.4	36.4	1.2
	03年	19.4	32.3	45.7	2.7
新聞はいろいろな立場の意見を公平に取り上げている	04年	16.7	55.4	25.6	2.3
	03年	10.8	63.4	22.6	3.2
新聞報道は客観性を保っている	04年	31.4	28.3	32.9	7.4
	03年	25.8	34.4	31.2	8.6
新聞は事実を掘り下げて報道しているところに価値	04年	41.1	25.6	24.0	9.3
	03年	40.9	30.1	17.2	11.8
新聞記事は興味本位に流れずに品位を保っている	04年	30.2	33.3	27.1	9.3
	03年	16.1	34.4	36.0	13.4
新聞は報道される人のプライバシーや人権に配慮	04年	22.9	45.0	27.1	5.0
	03年	19.9	40.9	32.8	6.5
新聞は社会の人が知るべき情報を十分に提供	04年	50.4	22.1	23.3	4.3
	03年	48.4	16.1	31.2	4.3

（*回答数は04年258人、03年186人）

ることが分かる（注3）。

メディアスクラム（集中的過熱報道）などから引き起こされた、既存のメディアである新聞やテレビと読者、視聴者の乖離が背景にあると思われるのだが、その解決策が見出せないままに日時が経っているのが現状である。この状況が続けば続くほど、傾向は広がっていくのではないだろうか。

3・4「NHK」より「民放」

表1で注目されるのが「理大生のテレビ（民放）高評価」である。「情報源として不可欠」におけるテレビ（NHK）の2倍を超える77.2%の評価は、新聞協会調査のテレビ（民放）の38.5%に対しても2倍を超える。「社会に対する影響力」の80.6%は理大生のテレビ（NHK）、新聞協会のテレビ（民放）のほぼ2倍の評価である。「情報が正確」、「情報が信頼できる」、「情報が中立・公正」、「情報内容がプライバシーに配慮」は、どちらかといえば低い評価だが、理大生は新聞協会に比べてほぼ3倍の評価を示している。

理大生もここ4年間継続して行っている「新聞閲読調査」では、各メディアの中ではテレビ偏重のいわば“テレビ型人間”である。05年の調査では、「テレビを見ていない人」を含めた1日平均の視聴時間は129.0分である。NHK放送文化研究所が5年ごとに行っている「国民生活時間調査」（注4）では学生と年代に近い20歳代の「テレビを見ていない人」を含めた平日平均は131分、土曜平均では166分、日曜平均は165分となっている。同じNHK放送文化研究所が05年11月に実施した「全国個人視聴率調査」（注5）には1日の全国平均のテレビ視聴時間が出ているが、241分である。

理大生は“テレビ型人間”とはいえ、視聴時間は一般社会に比べればやや少ないが、03年調査では1日10時間（注6）、04年調査では3人が7時間（注7）見ると答えており、長時間テレビ漬けになっている状況が推察される。

表4は、06年5月実施の理大生の新聞閲読調査の中で尋ねた「よく見るテレビ番組」である。上位3位までに「〇」をつけてもらい、単純に「〇」の数を加算して集計したものである。「バラエティー番組」と「ニュースなどの報道番組」が半数を超え、「ドラマ番組」、「スポーツ番組」、「音楽番組」が続いている。この結果からは、NHKと民放のどちらによくチャンネルを合わせているかは不明だが、講義などにおける学生の言動からは、圧倒的に民放偏重だと考えている。

表4 岡山理科大学生がよく見るテレビ番組								
(単位 %)								
ニュース など報道	ドキュメ ンタリー	トーク	スポーツ	ワイドシ ョー	映 画	ドラマ	音 楽	バラエテ ィー
50.0	3.3	13.9	28.5	2.9	16.4	28.8	21.9	51.8

（*06年5月調査、回答数274人、視聴時間0分を除き、よく見る3番組を回答してもらい集計したが、回答が3番組以内なら集計に加えた）

「見るテレビは民放だからこそ、民放のほうがNHKよりも『情報源として不可欠』であり『社会に対する影響力も強い』と思う」のである。ニュース番組も、タレントが出てきて、いくつかの図表や写真をちりばめて説明してくれるから「情報の内容が分かりやすい」とも思うのである。「新聞は社会の教科書」といわれ、原則として中学2年生が読んで理解できることを目標に作られているはずだが、新聞に対する学生の感想には「漢字が多くて難しい」、「文章が理解できない」などいうのがある。それを理由に新聞を敬遠しているのだが、「新聞が難しい」と思うこと自体を恥ずかしく思わないのだろうか。NHKのニュースも硬くてわかりにくいのだろう。

4. インターネットの評価

調査において「情報が詳しい」は、3・2「情報の詳しさ」で触れたように新聞協会、理大生調査ともにインターネットがテレビを上回り、その差は理大生で大きく開いている。新聞協会調査では「情報源として不可欠」でインターネットはテレビに近づいている。

また、「情報が分かりやすい」におけるインターネットの評価は、新聞協会の調査では高くはないが、理大生では、新聞もNHKも抑えて高率になっている。民放はかろうじて上回っているが、背景は理大生が民放をよく見るからだろうとの推測は、3・4「『NHK』より『民放』」で触れたとおりである。

インターネットの「情報・ニュース」のうち、ニュースは新聞社や通信社が配信するのは記事の要約である。新聞記事では「前文」といわれるところである。記事のエキスを集めて本文に読者を引き込むための文章である。「分かりやすい」といえば分かりやすいが、情報・ニュースに積極的に接触していこうとする読者や視聴者には、物足りなく思うところともいえよう。しかし、それがインターネットを支えつつある要素の一つであり、そこからさらに、「正確性」、「信頼性」、「中立・公正」、「プライバシー配慮」などにおいてもインターネットの評価を高める条件がかもし出されているならば、既存のメディアである新聞、テレビにとっては重要な課題にすべきものになる。インターネット利用者が掲載のニュースに物足りなさを覚えたとき、新聞やテレビに呼び戻す「わかりやすさ、詳しさ」をいかにして新聞、テレビに織り込むかなどを考えるべきだといえるだろう。

4-1 インターネット利用人口

理大生における「テレビ視聴時間の低下とインターネット利用時間の上昇の考察」は、7月に「社会科学系研究 第4号」(注8)の中の「研究ノート」でまとめた。

理大生のテレビ視聴時間は、03年 151.2分、04年 155.0分とほぼ同じ状況で推移していたが、05年には126.1分と落ち込み、06年も129.0分となった。NHK放送文化研究所の「国民生活時間調査」では、3・4『NHK』より『民放』で触れたように05年の20歳代の視聴時間は、平日で131分、土曜166分、日曜165分だが、00年の調査では平日133分、土曜163分、日曜193分となっている。5年の間に日曜の視聴離れが見られるなど、全体ではやや低下している状況がうかがえるが、理大生ほどの大きな落ち込みとはいえない。学生の1日の時間配分は、年によってさほど大きく変化はしないはずであり、新聞やテレビに費やされる時間は、この5年間で仮に考えてもほぼ同じと推測しても問題はないはずである。新聞の閲読時間は03年から06年にかけて低下しているというものの、もともとの接触時間が少なく、03年の10.2分が06年は7.6分になった程度である。テレビの視聴時間の落ち込みとなった30分前後の時間については、筆者はインターネットに利用されたものと考えている。

4-2 遅れたインターネット調査

インターネットの利用時間については、研究室における調査では05年から項目に加えたことは触れた。新聞閲読やテレビ視聴と同じように調査、比較のためのデータを04年までに整えて加えていたならば、筆者の推察は、場合によっては簡単に解明されたかも知れない。

新聞協会の「全国メディア接触・評価調査」では、01年調査から項目に加えられているため、一部、新聞協会の調査を引用させていただきながら、インターネット利用の拡大をみてる。

インターネット利用人口は、総務省の「通信利用動向調査」によれば、05年末で8,529人、人口普及率は66.8%になる。04年末は7,948万人、人口普及率62.3%、03年7,730万人、60.6%、02年6,942万人、54.5%となっており、急速な伸びが見られる。

理大生の05年調査では45.9%だったインターネット利用者は、06年には51.6%に増加している。05年における利用者の1日の利用時間は77.9分、06年では75.5分である。新聞協会の「全国メディア接触・評価調査」では、利用者は05年60.9%、03年57.6%、01年51.3%、利用時間は05年88.5分、03年71.3分、01年54.0分である。05年の調査では「1年前と比べた生活時間の変化」で「インターネットを使う時間が増えた」が28.0%あったが、03年では26.4%、01年も25.1%が回答しており、利用者が着実に増えている様子が伺える。

4-3 インターネットの利用目的

インターネットは、冷戦下の1969年にアメリカ国防総省の機関ARPA(Advanced Research Project Agency)の軍事プログラムとして開発された。

その後学術の場に研究は移され、86年にNSF(National Science Foundation 全米科学財団)によって大学など全米の研究機関の間をネットワークで接続し、さらに、海外の学術ネットワークからも接続できるようにアクセスポイントが作られ、全世界へネットワークが拡大されて、91年には商用利用に開放された。

日本で本格的にインターネットが開始されたのは88年で、93年には商用サービスも始まり、その後利用が拡大していった。

05年の「全国メディア接触・評価調査」によれば、インターネットの利用目的で最も多いのが「趣味のための情報収集」、次いで「電子メール」、「仕事のための情報収集」である。「着メロや待ち受け画面のダウンロード」、「画像・音楽・映像などのファイルのダウンロード」、「オンラインショッピング」なども多い。ニュースサイトを選んだ回答は項目にはなく、回答数はわずかな「その他」に含まれているようだ。

5. まとめ

日本でテレビが1953年に放送を始めたとき、新聞は「娯楽のテレビ」を脅威とは考えていなかったといわれ、その後、テレビが政治討論会などの報道関連に力を入れ始めても読者を奪われるとまでは思っていなかったという。しかし、放送開始時に866台だった受像機は55年には20万台を超え、58年に100万台、62年に1,000万台、63年には1,500万台を突破した。背景には59年における現在の天皇の御成婚式典とパレード、63年のNASA（National Aeronautics and Space Administration、米航空宇宙局）の通信衛星による日米間の宇宙中継の成功、64年の東京オリンピックなどがある。60年からはカラー放送が始まり、72年には、71年のNHKに次いで民放も100%カラー化となり、視聴時間を増やしていった。

メディアに接触する時間は、すでに触れたようにほぼ一定である。テレビが登場して情報・ニュースの「速報性」は新聞からテレビに移っていったが、さらに娯楽などの楽しみを加えて、市民がテレビへの傾斜を深めて視聴時間を増やしていったとき、新聞の接触時間、閲読時間は急激に減少していった。

当時の朝日新聞の調査によれば、59年に55分だった1日の平均閲読時間は、63年には45分となり、66年には38分まで減少している。（注9）

現在の新聞閲読時間は、新聞協会などの調査では26分前後で推移、理大生は、調査を始めた03年の10.2分を最高に徐々に減少傾向を示し、06年前述のように7.6分である。理大生の新聞閲読時間は短く、それが少しずつ減少していても、1日のメディア接触時間への影響は少ない。しかし、04年から05年にかけて30分近く減少して06年も同じ傾向が続いている理大生のテレビの視聴時間は注目すべき変化である。

推察してきたように、その時間は、インターネットの利用にあてられているようだが、ただ過去にテレビの視聴時間が新聞の閲読時間を侵食したように、インターネット利用時間がテレビ視聴時間とわずかとはいえ新聞閲読時間を奪う構図が顕著に現れているのは、現時点では、理大生だけでのようである。しかし、テレビと新聞のこれまでの経過、インターネットの拡大傾向を考え合わせると、市民の間でもまもなく同じ傾向が表面化するのでは避けられないと思う。

問題は、インターネットの利用がニュースサイトでなく、電子メールとともに、趣味や仕事の情報収集に大きく偏っていることである。その上、「新聞は読まない」、「テレビは見ない」という人たちが、インターネットを見て時間をつぶし、その際に仮にわずかな時間でもニュースを見て、それで「ニュースを読んだ」と思うならば、ニュースの本質を知らない“ニュース音痴”を増大させることになる。堀江・元社長のようなニュースの接触者は、結局、「ニュースを知っている」とはいえないと、筆者は思う。表面だけを見て「良い、悪い」を判断する付和雷同型の人たちが増えれば、将来に禍根を残すことになるのではないかと、危機の念を覚えるのは筆者だけではないだろう。

情報に関しても、インターネットへの掲載は、個人が自由に行えるサイトも多く、正確性、真実性などに問題ある事柄も多い。その情報がそのまま信じ込まれてしまう危険性も当然出てくる。

マスメディアには「情報の伝達」と「権力の監視」という重要な役割があるが、深刻に考えるならば、ジャーナリズムが立ち行かなくなることさえ危惧しなければならないことになる。権力が監視されることなく政を行っていけば、民主社会の崩壊の懸念が拡大するからである。

インターネット世代に移っていくにつれて、インターネット利用の拡大は避けられない。ならば、新聞、テレビなど既存のメディアは、同時に信頼度で読者、視聴者をひきつけなければならないことを、調査は示している。読者や視聴者を引きつける何らかの「策」が望まれるところである。簡単なものではないが、必要なのである。

（注1）「全国メディア接触・評価調査」は日本新聞協会が2001、03、05年に実施、有効回答は01年3,843人、03年3,873人、05年3,443人

（注2）岡山理科大学紀要 第40号 B pp.6

(注 3) 岡山理科大学紀要 第 40 号 B pp.7

(注 4) NHK放送文化研究所「2005 年国民生活時間調査」(05 年 10 月 11 日から 24 日まで 7 回に分けて、全国 10 歳以上を対象に実施、有効回答は 7,718 人)

(注 5) 毎年 6 月と 11 月に 7 歳から 70 歳以上までを対象に実施しており、05 年 11 月は無効回答は 3,539 人

(注 6) 岡山理科大学紀要 第 39 号 B pp.19

(注 7) 岡山理科大学紀要 第 40 号 B pp.3

(注 8) 社会科学系研究 第 4 号 pp12-21 総合情報学部社会情報学科社会分析研究会 2006.7

(注 9) 山本文雄「日本マス・コミュニケーション史」 pp.304

主な参考文献・資料

日本新聞協会；2005 年全国メディア接触・評価調査 報告書

日本新聞協会；2003 年全国メディア接触・評価調査 報告書

日本新聞協会；2001 年全国メディア接触・評価調査 報告書

NHK放送文化研究所；放送研究と調査 2005 年 8 月号

NHK放送文化研究所；放送研究と調査 2006 年 3 月号

電通総研；2006 情報メディア白書 ダイヤモンド社

インターネット協会；インターネット白書 2006 インプレスR&D

田中義久・小川文弥；テレビと日本人 法政大学出版局 2005

呉連錦著、大畑龍次、大畑正姫訳；オーマイニュースの挑戦 太田出版 2005

山本文雄；日本マス・コミュニケーション史 東海大学出版会 1970

A Reliability Fall to worsening Newspaper and Television

—The Student who depends on Internet—

Kunihiko KIMURA

Department of Socio-Information, Faculty of Informatics

Okayama University of Science

1-1 Ridai-cho, Okayama 700-0005, Japan

(Received October 2, 2006; accepted November 6, 2006)

With increase of a user of "Internet" in the media, a tendency to establish accuracy and reliability of information and news is strengthened.

A news site has many the cases which a newspaper publishing company and a news agency offer, and a question mark is not followed by "net information" all, but there are many things which accuracy and reliability can lack in if I say about "information".

There is it to "information" to infringe human rights of another person that I use anonymity.

By investigation for Okayama University of Science student which went continuously, TV viewing times decreased, and increase of the Internet use began to appear.

I considered a crisis of journalism some other time while using investigation of Japanese press association.