

財務総合政策研究所 講演

# 日本の分断とメディア ～新しい世論調査と メディアリテラシー教育について

2024年1月

スマートニュース メディア研究所長  
山脇 岳志



# 山脇岳志(やまわき・たけし)

1964年 兵庫県出身。

1986年 京大法学部卒。朝日新聞社に入社。

事件記者・調査報道、金融担当などを経験

1995～96年 オックスフォード大学客員研究員

2000～2003年 ワシントン特派員(経済担当)

2003～2006年 論説委員

2007～2012年 GLOBEを創刊、のち編集長に

2012～2013年 ベルリン自由大学上席研究員

2013～2017年 アメリカ総局長(大統領選をカバー)

2017～2020年 編集委員としてコラム執筆後、退職

2020年 スマートニュースに転職

2021年4月～ 京都大学経営管理大学院特命教授

2022年4月～ スマートニュース メディア研究所長



ニュースアプリユーザー数 No.1※1

# 「日本最大のニュースアプリ」

提携媒体数（2023年4月時点、日本語）

3000 媒体

専用コンテンツ チャンネル数（2021年9月時点、日米合算）

1000 チャンネル

Google Play ベスト オブ 2020※2

ベストアプリ 2020 大賞



※画面はイメージです。



# スマートニュース メディア研究所



テクノロジーやメディアが、社会や人々を幸せにするためにはどのようにあるべきなのか、長期的な視点から考え、提言していくことを目指しています。

メディアリテラシー

研究会実施

世論調査



# スマートニュース・メディア 価値観全国調査

# 調査開始のきっかけ

近年、社会の分断や分極化という言葉がよく使われるようになりました。特にアメリカでは、保守層とリベラル層の間で、価値観の開きが激しくなっており、接触しているメディアも全く異なっていることが、ピューリサーチセンターなどの調査や先行研究で明らかになっています。

日本でも分断が広がっているという見方もあります。ただ、伝統的な「保守」と「革新」という尺度では分断を捉えにくくなっており、メディアの接触との関連もよくわかりません。

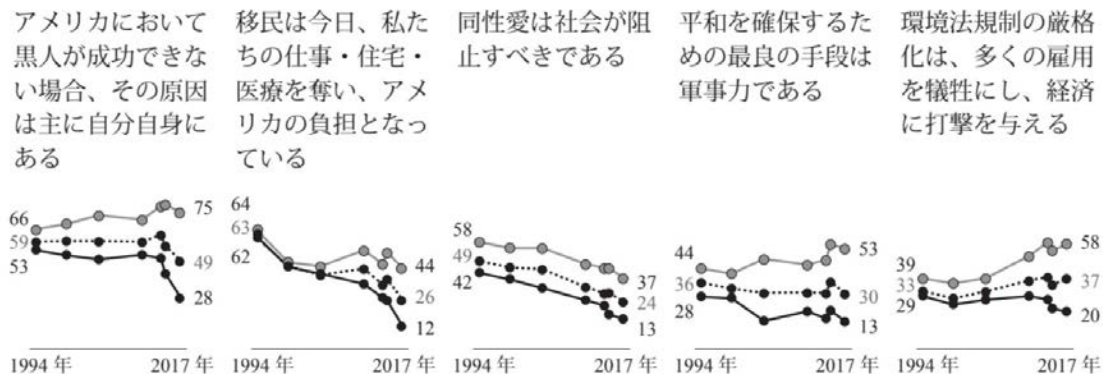
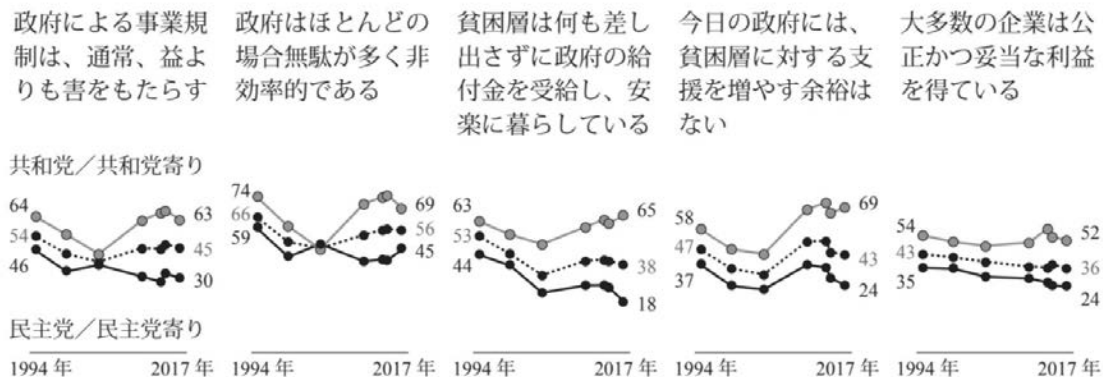
スマートニュースメディア研究所では、日本におけるさまざまな社会課題の解決のためにも、人々のメディア利用と政治意識も含めた価値観とその変化について、客観的に調査・分析する必要があると考えました。

そのため、さまざまな分野で活躍されている識者の方々を中心とする学際的な調査・研究チームを編成し、2023年3月に初回の調査を実施しました。

今回を皮切りに、2年に一度、スマートニュース・メディア価値観全国調査(略称・SMPP調査)を継続的に実施することで、日本人の価値観の実態や変化を調査し、公表していきたいと考えています。

# ピュー・リサーチセンターによる(価値観)調査

図表 2 - 3 共和党支持者と民主党支持者の見解の相違の拡大



「現代アメリカ政治とメディア」  
(2019年、東洋経済新報社より)

(出所) ピュー・リサーチ・センターのデータを基に作成 (脚注4)。

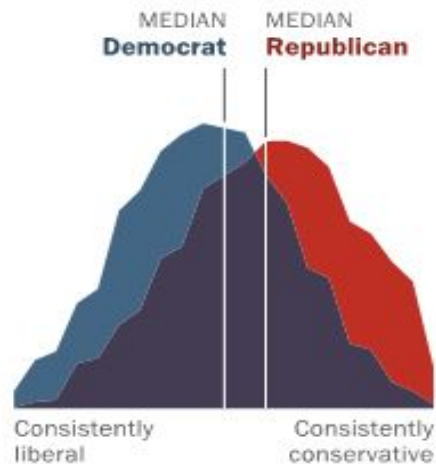


# 保守層・リベラル層のイデオロギー分断が進んでいる(米国)

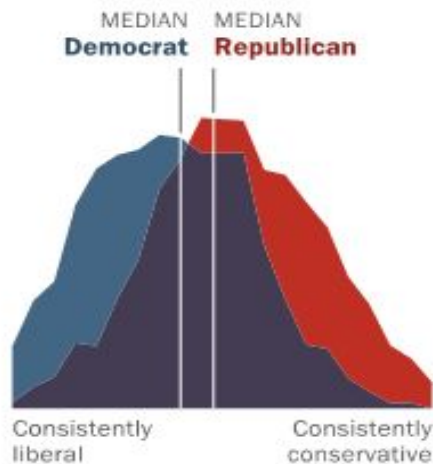
## Democrats and Republicans more ideologically divided than in the past

*Distribution of Democrats and Republicans on a 10-item scale of political values*

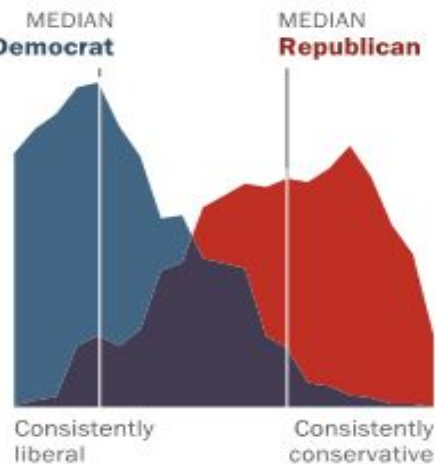
1994



2004



2017



Notes: Ideological consistency based on a scale of 10 political values questions (see methodology). The blue area in this chart represents the ideological distribution of Democrats and Democratic-leaning independents; the red area of Republicans and Republican-leaning independents. The overlap of these two distributions is shaded purple.

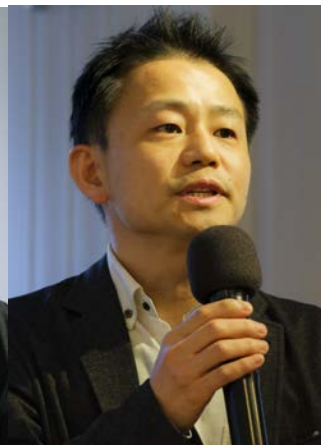
Source: Survey conducted June 8-18, 2017.

PEW RESEARCH CENTER

[https://www.pewresearch.org/politics/2017/10/05/1-partisan-divides-over-political-values-widen/1\\_5-15/](https://www.pewresearch.org/politics/2017/10/05/1-partisan-divides-over-political-values-widen/1_5-15/)



# スマートニュース・メディア価値観全国調査 研究会



- 池田謙一 同志社大学社会学部メディア学科 大学院教授(座長)  
前田幸男 東京大学大学院 情報学環教授 (座長)  
遠藤晶久 早稲田大学社会科学総合学術院 准教授  
大森翔子 法政大学社会学部メディア社会学科 専任講師  
加藤小也香 スマートニュースメディア研究所 主任研究員  
久保文明 防衛大学校 校長  
小林哲郎 早稲田大学政治経済学術院 教授  
笹原和俊 東京工業大学環境・社会理工学院イノベーション科学系 准教授  
山脇岳志 スマートニュースメディア研究所 所長 (\*五十音順)

©実査委託先:株式会社日本リサーチセンター(郵送)  
楽天インサイト株式会社(Web)

# スマートニュース・メディア価値観全国調査の概要

- **調査名称**: スマートニュース・メディア価値観全国調査  
SmartNews, Media, Politics, and Public Opinion Survey (SMPP Survey)
- **調査主体**: スマートニュース・メディア価値観全国調査 研究会
- **調査時期**: 2023年3月(第1回)、今後2年ごとに10年間継続調査実施予定
- **実査委託先**(第1回): 株式会社日本リサーチセンター(郵送)、楽天インサイト株式会社( Web)
- **実施方式**: 18歳-79歳の有権者を対象に、郵送とオンライン( Web調査)の2方式で実施
  - **郵送調査**: 日本国内に居住する18歳から79歳の男女を調査対象とし、日本リサーチセンターが管理するトラストパネルの登録者から、2020年国勢調査の人口を基準として、地域・性別・年代による層化抽出を実施。初期標本の4460に対して回収数は1901(回収率は42.6%)。3月1日に調査票の入った封筒を発送、3月22日迄に到着した回答を有効とした
  - **Web調査**: 楽天インサイトが管理する生活意識データパネル登録者に対して調査を実施。配信地域は日本全国、標本規模は2000。なお、性別・年齢(18-19歳/20代/30代/40代/50代/60代/70代)に基づく割り付けを行っており、男女別に18-19歳は34、それ以外は年代毎に161を回収数として設定した。調査への参加を求める電子メールは3月9日に配信され、3月11日までに予定された数の回収が行われた(回収数2000、回収率100%)

# SMPP調査・設問設定/ 分析の特徴

- **5つの分断軸の設定**

分断軸1: イデオロギー

分断軸2: 政治との距離

分断軸3: 道徳的価値観

分断軸4: リーダーシップ・スタイル

分断軸5: 社会や政治に対する見通しと評価

これまで、アメリカ人の意識の分断の研究として、分断軸1、3、4に向けられがちだったが、日本の現状を鑑みると、分断軸2や5についても検討が必要だと考える。

- **メディア接触の多様性をそのままに測定する**

マスメディア接触の多様化、インターネットによる情報接触・発信・集団形成の多様化、それら利用形態と利用意識のパターンの差異分化の全体像を明らかにする。その差異によって分断に対する認識も、分断に働きかける行動も異なりうる。

- **10年間の継続調査**

2年おきに、10年間継続することで、日本人の価値観の変化や、メディア接触の影響などを、長期的に明らかにする。

【第一回調査結果より】

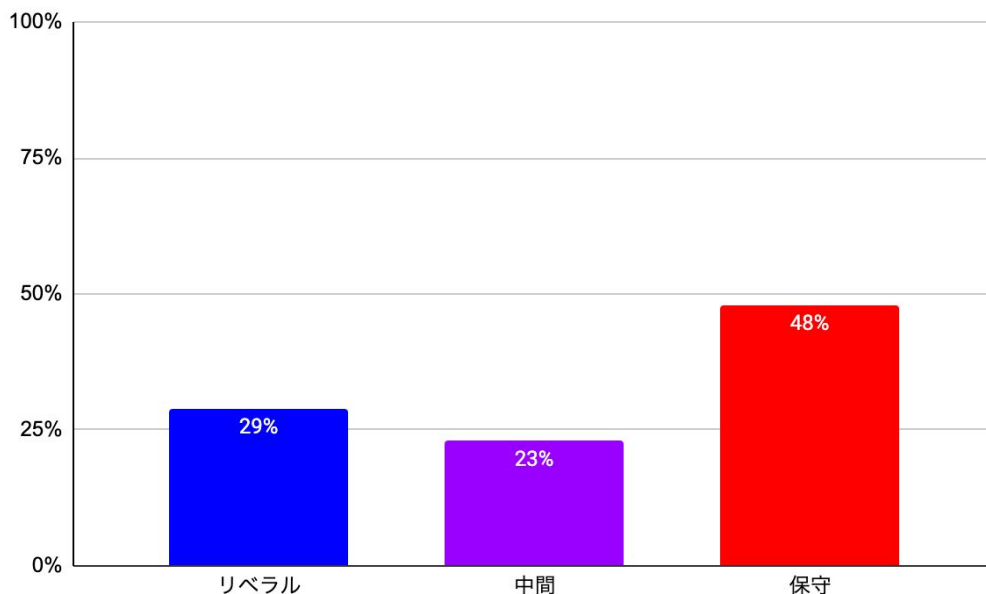
# 日本の分断はどこにあるのか～日米 比較から読み解く

早稲田大学政治経済学術院 教授 小林哲郎  
スマートニュースメディア研究所 所長 山脇岳志

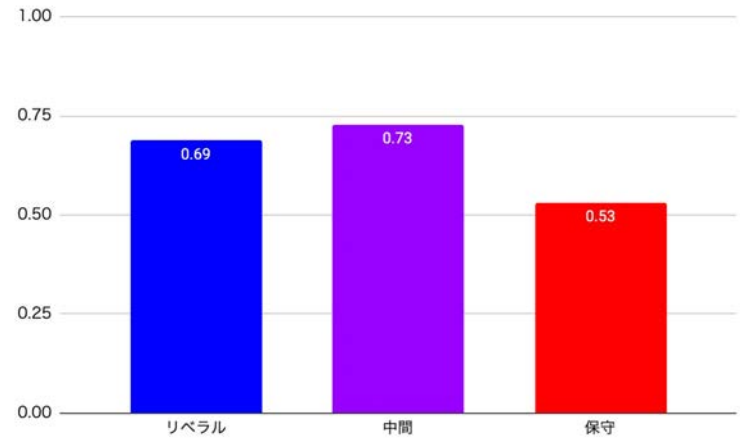


## ○ 日本のリベラルは29%、保守は48%(自覚している人の中で)

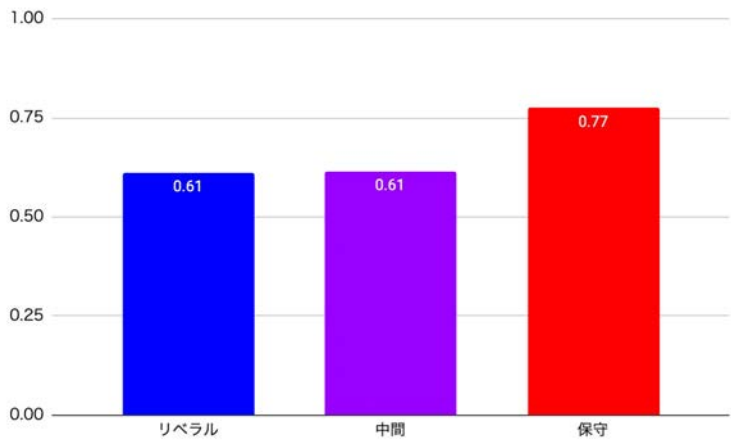
イデオロギーを問う設問で、最も多かった回答は「わからない」だったが、米国の類似調査と比較するために「わからない」「答えたくない」「無回答」の人を除外して分布を調べた。自らのイデオロギーについて自覚している人の中での分布(注・11段階 0-10の尺度)は、「リベラル(0-4)」が29%、「中間(5)」は23%、「保守(6-10)」は48%だった。



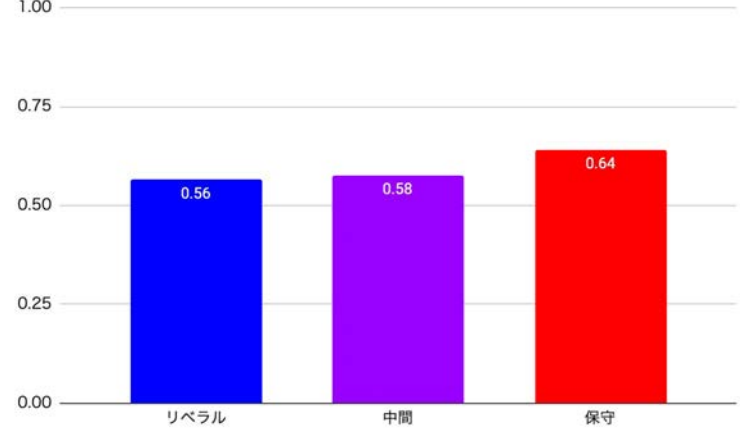
「憲法9条について、変えるべきではない」



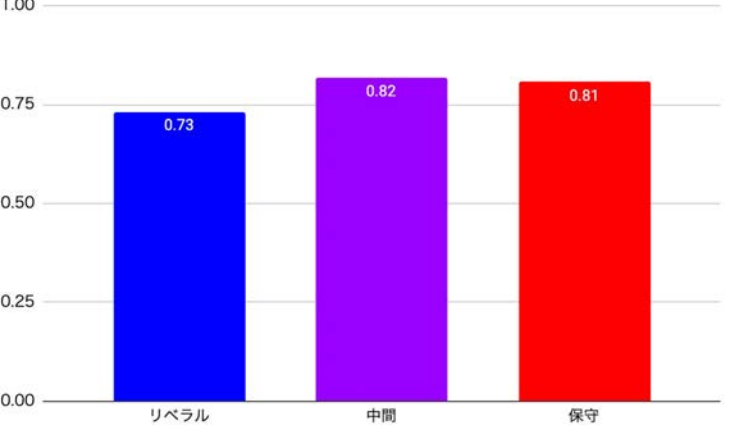
「日本の防衛力はもっと強化すべきだ」



「消費税増税もしくは現状維持に賛成 (vs. 減税・廃止)」



「景気対策のために財政出動を行うべきだ」



## ○ 日本のイデオロギーは「安全保障・憲法問題」が基本的な軸

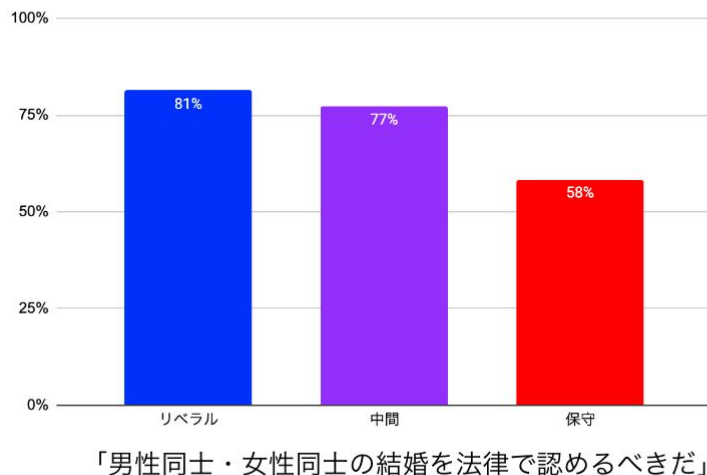
防衛力強化は「保守」の人の賛成率が高く、憲法9条維持は「リベラル」の人の賛成率が高いなど、安全保障・憲法問題では、先行研究通りの差異が見られた。経済争点（財政出動や増税の是非）については、ほぼイデオロギー差が見られず、むしろリベラル層よりも保守層の方が、やや「大きな政府」志向という結果（米国などとは異なる）も、既存の知見通り。

## ○ 同性婚の是非では、米国と同様の傾向だが、米国よりは差がマイルド

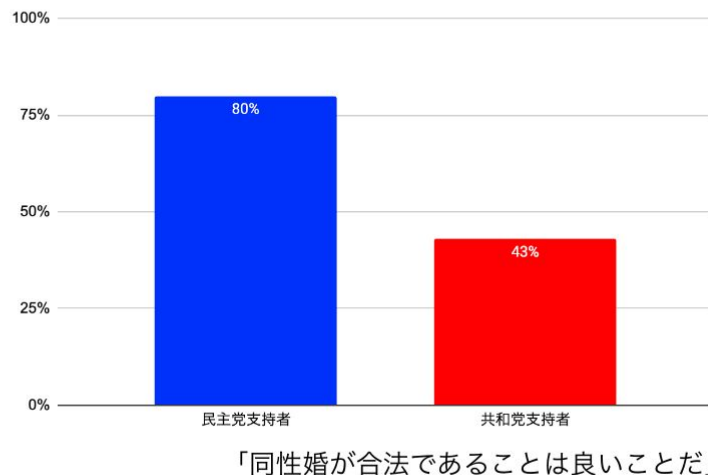
同性婚、環境問題、移民問題に関する賛否もアメリカでは明確な分断が見られる。日本でも米国同様に、3つのテーマとも、リベラル層の方が保守層よりも賛成率が高いという同様の傾向は見られるが、アメリカほどの大きな差は見られない。

### 同性婚・賛成率

日本（SMPP調査・2023年）



米国（Pew Research・2022年）

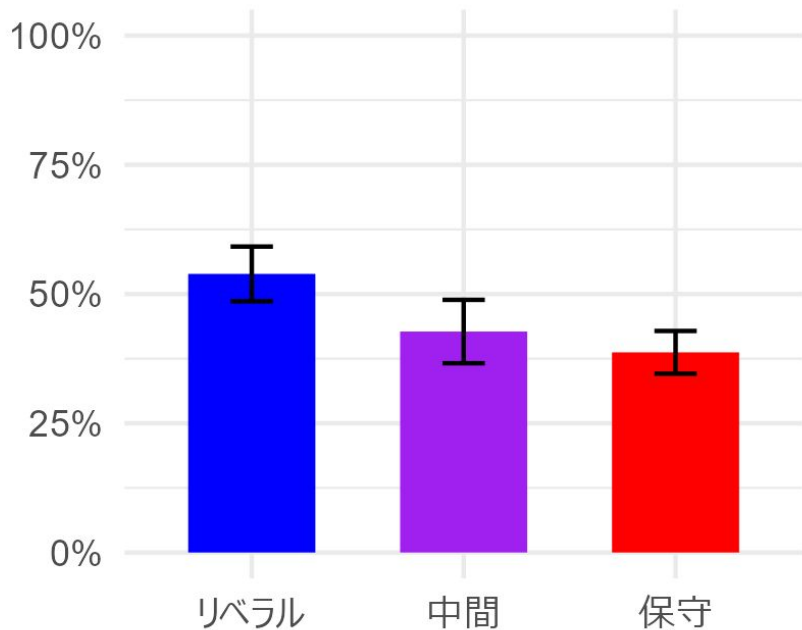




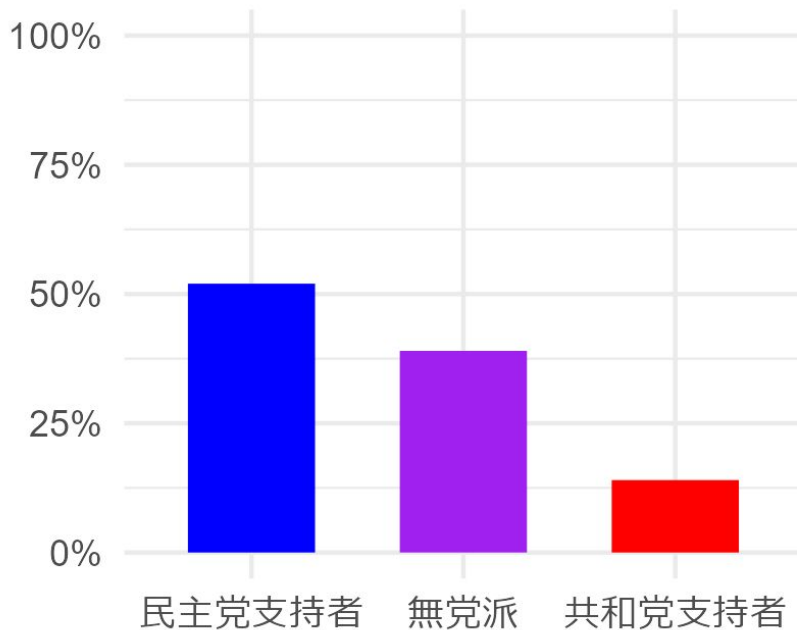
# 移民受け入れについての賛成率

/米国・Gallup Jan 2023

日本



米国

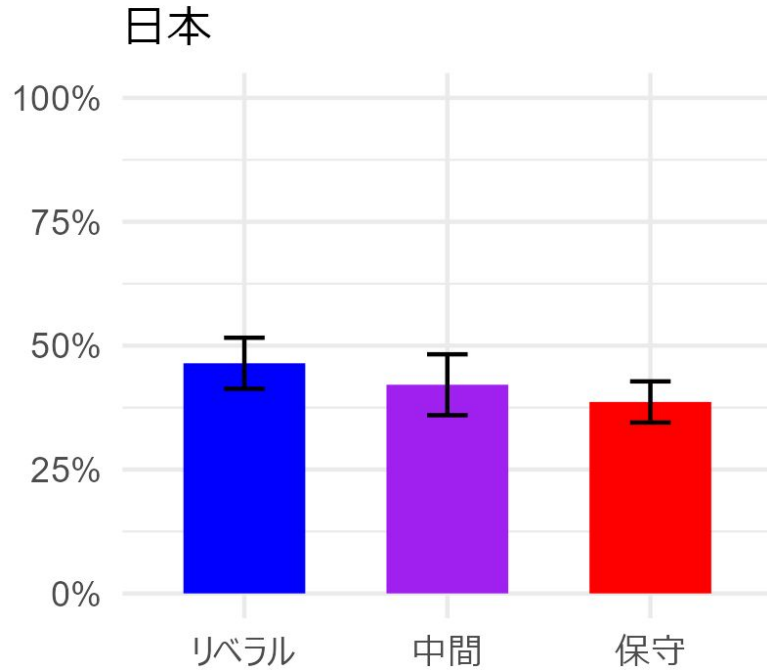


エラーバーは95%信頼区間  
「海外からの移民の受け入れを進めるべきだ」

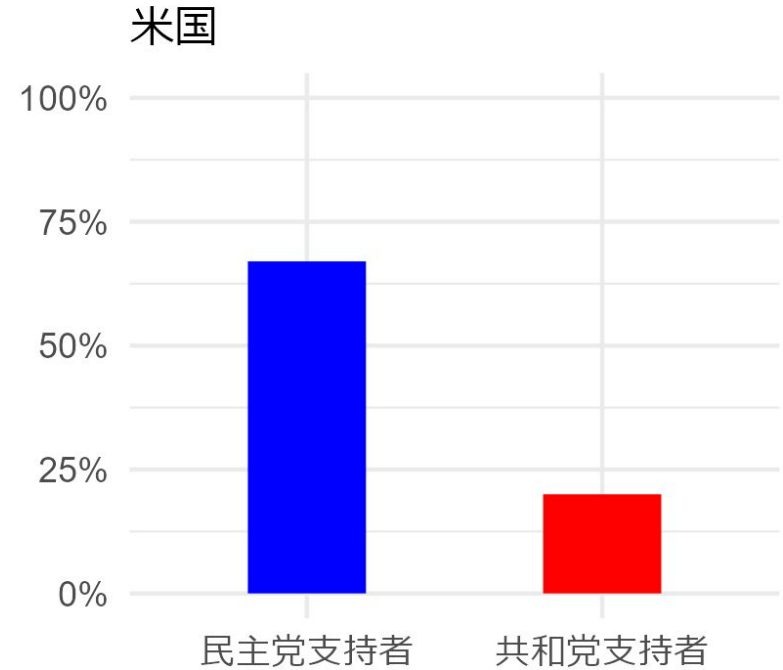
「移民の流入レベルに満足している」

# 環境保護についての賛成率

/米国: Pew Jan 2023



エラーバーは95%信頼区間  
「環境を守るため、生活水準を犠牲にすることも必要だ」



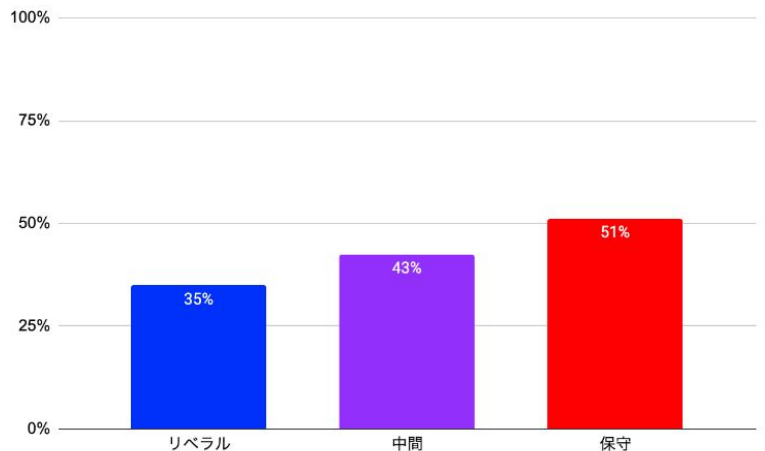
「大統領と議会にとって環境を守ることが最優先課題であるべきだ」

## ○ 自国愛は日米ともに保守層が強い傾向

日本で「自国をトップレベルの国だと思う」人は、保守層で51%、リベラル層で35%。アメリカでは、保守層（共和党支持）で89%、リベラル層（民主党支持）で65%だった。両国ともに、保守層のほうが高い割合を示した。

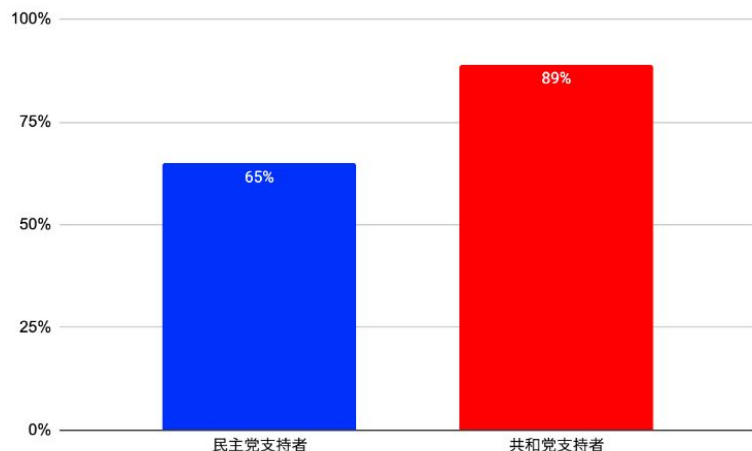
### 「自国はトップレベルの国」賛成率

日本（SMPP調査・2023年）



「日本はトップレベルの国だと思う」

米国（Pew Research・2021年）



「アメリカは他のすべての国の上に立っている/アメリカは最も偉大な国の一つである」

「マスメディアを信頼している」賛成率

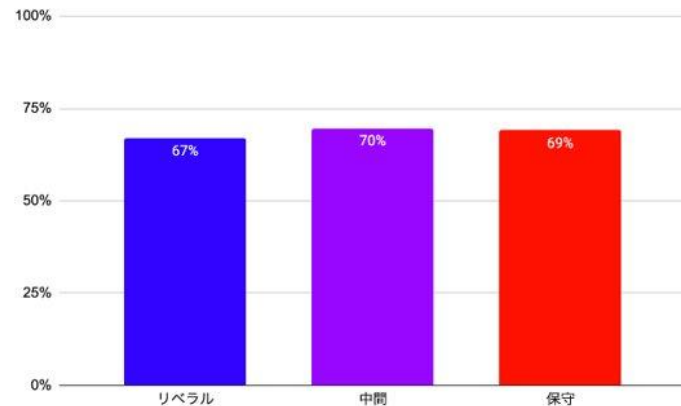
## ○ マスメディアへの信頼度—日本にリベラル/保守の差ほぼなく

マスメディアへの信頼度を聞いたところ、マスメディアへの信頼度を聞いたところ、信頼していると答えた人の割合（「とても信頼している」+「まあ信頼している」の合計）は、アメリカでは民主党支持者で高く、共和党支持者では極めて低いという分断が見られる。

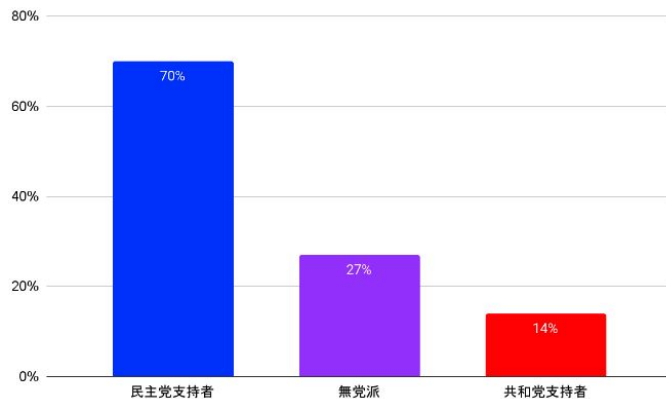
しかし、日本ではリベラル層と保守層の間で、信頼度については、ほとんど差が見られない。

媒体別にみても、日本の全国紙やNHKは、読者や視聴者のイデオロギーに大きな偏りはみられないのに対し、アメリカでは、大きな偏りがみられるメディアも多い。

日本（SMPP調査・2023年）

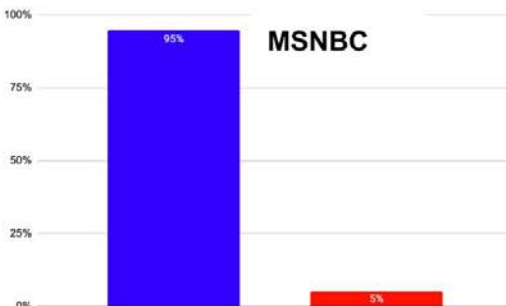
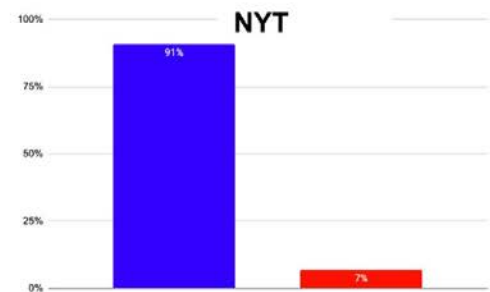
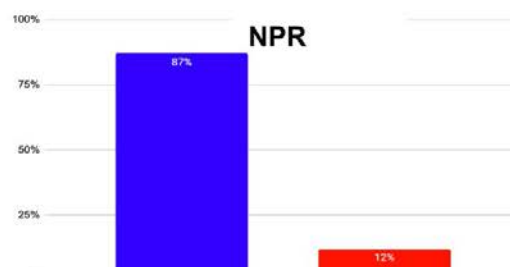
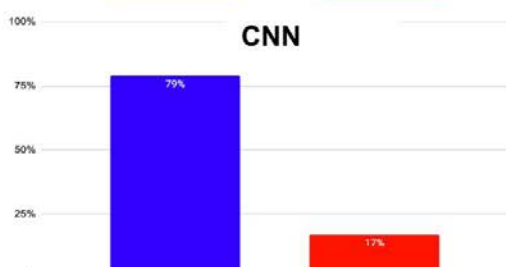
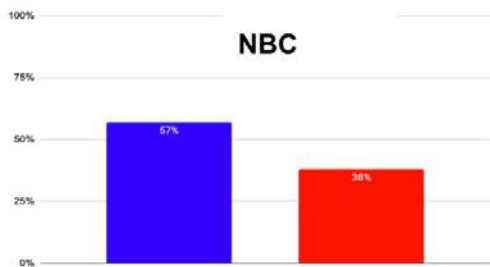
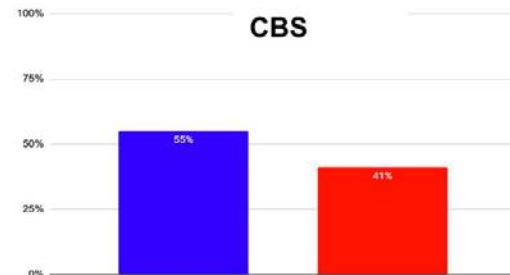
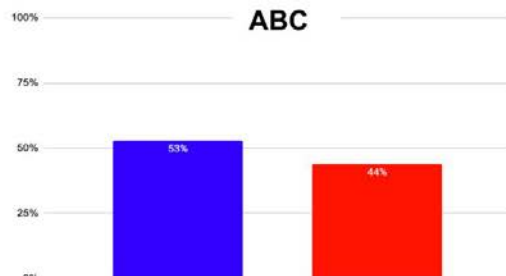
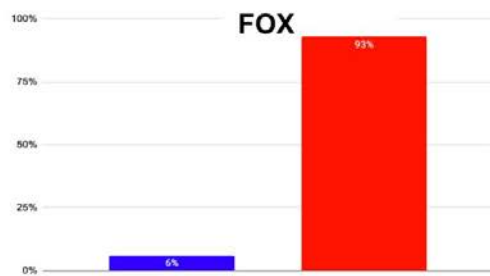


米国（Gallup・2022年）





# よく読む/見るメディア 米国 (Pew Research・2019年) \* 政治や選挙に関する主要情報源



各メディアを政治や選挙に関する主要な情報源としている人の中での割合

(Rep+Dem+DK/NA = 100%)

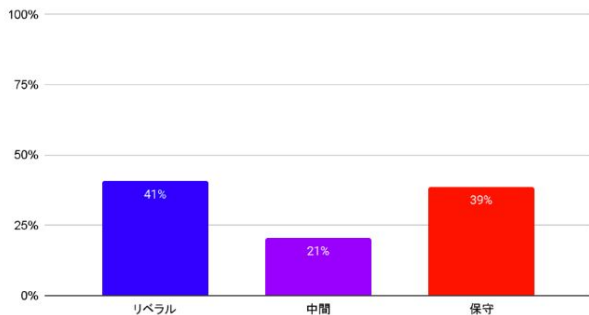
青 = 民主党支持者・民主党寄り

赤 = 共和党支持者・共和党寄り

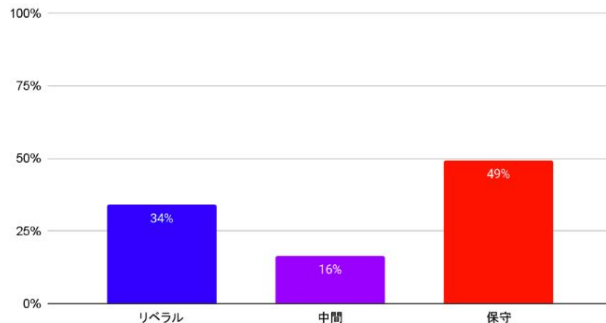
「政治や選挙に関する主な情報源」

# よく読む/見るメディア 日本(SMPP調査・2023年)

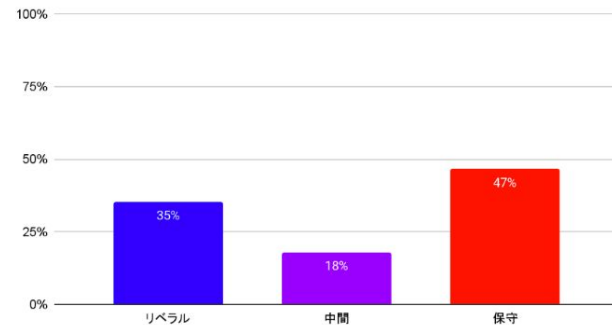
## 朝日新聞



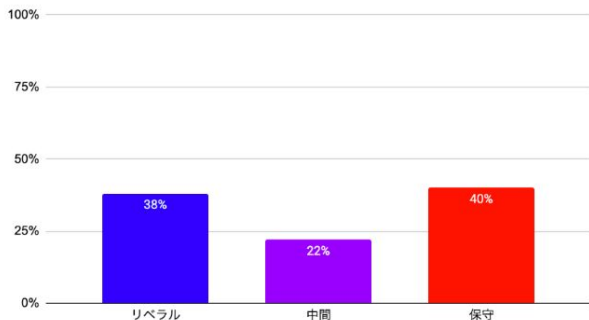
## 産経新聞



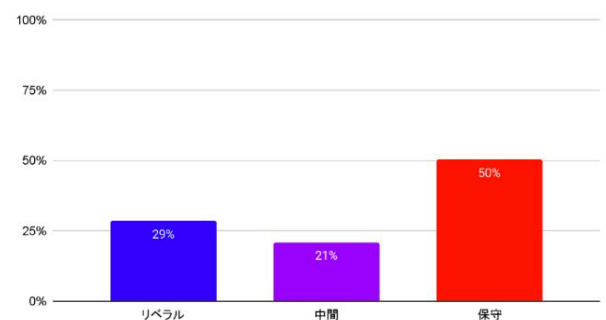
## 日経新聞



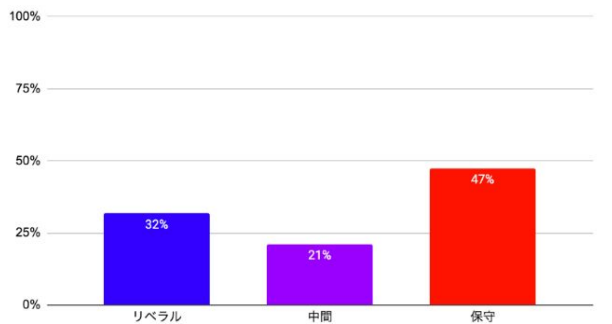
## 毎日新聞



## 読売新聞



## NHKニュース



あなたがふだん紙やオンライン(デジタル版)でよく読む新聞ふだんよく見るテレビ番組は何ですか。(複数回答可)

\* 媒体名50音順

# 第1回SMPP調査・研究分析結果一覧(シンポジウムより)

## ①「日本と米国で『分断』はどう異なるのか？」

早稲田大学政治経済学部 教授 小林哲郎、スマートニュースメディア研究所 所長 山脇岳志

## ②「調査からみえてきた日本の姿～年代別の特徴を中心に」

東京大学 大学院 情報学環教授 前田幸男

## ③「SNS中心に接触する層の特徴とは？」

法政大学社会学部メディア社会学科 専任講師 大森翔子

## ④「日本社会の対立はどこにあるのか？」分断軸1・イデオロギー

早稲田大学社会科学総合学術院 教授 遠藤晶久

## ⑤「政治にかかわりたくない層の増加は、何をもたらすのか？」分断軸2・政治との距離

早稲田大学政治経済学部 教授 小林哲郎

## ⑥「日本人の道徳的な傾向は分断に結びついているのか？」分断軸3・道徳的価値観

東京工業大学環境・社会理工学院イノベーション科学系 准教授 笹原和俊

## ⑦「首相の好き嫌いは、与野党の好き嫌いとどう関係するのか？」分断軸4・リーダーシップのスタイル

東京大学 大学院 情報学環教授 前田幸男

## ⑧「人々の『統治への不安』は、どんな行動につながるのか？」分断軸5・政治や社会に対する見通しと評価

同志社大学 社会学部メディア学科大学院教授 池田謙一

# より詳しく知りたい方へ

- 調査概要について：
  - <https://smartnews-smri.com/smppsurvey/>

- 第一回 調査分析結果概要資料(メディア向けシンポジウム資料)のダウンロード:

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe-hZsC2pfHxOaEIOc3EWBCbNHjAmzVFKbpKMh8SowkXTUBSw/viewform?usp=send\\_form](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe-hZsC2pfHxOaEIOc3EWBCbNHjAmzVFKbpKMh8SowkXTUBSw/viewform?usp=send_form)



トップ スマートニュース・メディア価値観全国調査  
SmartNews, Media, Politics, and Public Opinion Survey (SMPP Survey)



スマートニュースメディア研究所は、日本における世論と、その形成にかかるメディア価値観の影響を、定点継続的な大規模調査により分析、発信していきます。

### コンセプト

近年、社会の分断や分極化という言葉がよく使われるようになりました。特にアメリカでは、保守派とリベラル派の間で、価値観の隔りが深くなっており、接触しているメディアも全く異なっていることが、ユーリサーチセンターなどの調査や先行研究で明らかになっています。

日本でも分断が広がっているという見方もあります。ただ、伝統的な「保守」と「革新」という尺度では分断を捉えにくくなっており、メディアの接触との関連もよくわかっていません。

スマートニュースメディア研究所では、日本におけるさまざまな社会課題の解決のためにも、人々のメディア接触も含めた価値観とその変化について、客観的に調査・分析する必要があると考えました。

そのため、世界的にも有名な「世界価値観調査」や「アジアパシフィック調査」で日本の中心になっておられる池田謙一・同志社大教授、そして、豊富な調査経験に加え、日本における社会調査データの保存と共有に先進的役割を果たしている前田幸典・東大教授に共同調査を依頼し、さまざまな分野で活躍されている調査の方を中心とする学際的な調査・研究チームを編成しました。

2023年を皮切りに、2年に一度、世論調査(メディア価値観調査)を継続的に実施することで、日本人の価値観の実態や変化を調査し、公表していきたいと考えています。

### 最新情報



第1回調査分析結果・シンポジウムを開催しました。

第2回調査を実施しました。

第3回調査を実施しました。

第4回調査を実施しました。



A large crowd of people is gathered on a floor that is illuminated with a complex, glowing network pattern of white and orange lines. The pattern consists of interconnected nodes and lines, resembling a digital or social network. The people are scattered throughout the scene, some standing in groups and others walking. The overall atmosphere is one of a large-scale event or gathering.

# 今、注目される メディアリテラシー教育

## メディアリテラシーが注目されている3つの理由

1. ソーシャルメディア(SNS)とスマホの普及＝誰もがメディアになっている
2. AI・アルゴリズムによって、人々は、見たい情報しか見えなくなる「フィルターバブル」に陥りやすい。
3. 戦争や新型コロナウイルスの拡大などを背景に、**虚偽情報、陰謀論が拡散**

**不確実な情報が溢れ、それに惑わされやすくなっている**

——メディア不信、全体主義国家の攻勢もあり、民主主義が揺らいでいる

# 「メディアリテラシー」とは？

- 多義的な言葉（さまざまな定義がある）

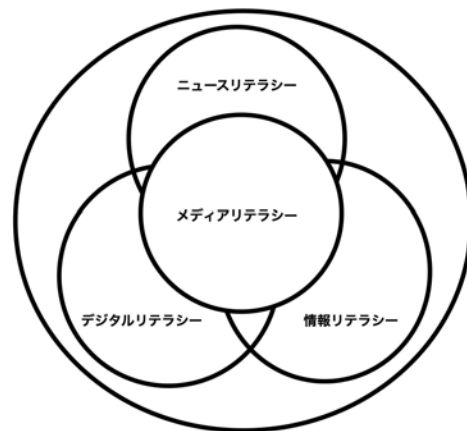
広義のメディアリテラシーは、情報リテラシー（情報の真偽を見極める）、ニュースリテラシー、デジタルリテラシーなどを含んでいる。

- 狭義のメディアリテラシー

「民主主義社会におけるメディアの機能を理解するとともに、あらゆる形態のメディア・メッセージへアクセスし、**批判的に分析評価し、創造的に自己表現し、それによって市民社会に参加し、異文化を超えて対話し、行動する能力**」

坂本旬・法政大学教授(2020)

広義のメディアリテラシー概念図



**メディアリテラシー教育・普及のために  
～スマートニュース メディア研究所の取り組み**

# スマートニュースメディア研究所の取り組み

## 【普及の前提】

- 埼玉県戸田市教育委員会と連携して、メディアリテラシー教育の効果測定を実施(日本初)
- HPでメディアリテラシーについての総合的な情報提供
- 「リテラシー教育」のテキストブックの作成

## 【学校現場へのサポート】

- 先生が利用可能な授業案をHPに掲載
- 学生や生徒が関心をもちやすいゲーム形式のシュミレーターを開発(すでに4万人以上が利用)

- 長野県教育委員会と連携し、学校の先生を対象とした悉皆研修に、メディアリテラシー教育を導入



# 1:メディアリテラシー教育・効果測定

スマートニュース、埼玉県戸田市と共同でメディアリテラシー教育の効果を測定



～リテラシー教育によって批判的思考力（クリティカルシンキング）が向上～

スマートニュース株式会社（東京都渋谷区、代表取締役：鈴木健）のシンクタンクで、公益活動の一つとしてメディアリテラシー教育に携わる「スマートニュース メディア研究所」は、埼玉県戸田市教育委員会と共に、メディアリテラシー教育を受けた児童にはどんな効果があるのかを実証するプロジェクトを、2022年9月から2023年2月まで実施しました。

その結果、6ヶ月間、継続的にメディアリテラシー教育の授業を受講した児童たちは、そうでない児童に比べて、批判的思考力（クリティカルシンキング）や、メディアの知識など、メディアリテラシーの要素として重要な能力が伸びることが分かりました。さらに、メディアリテラシー能力が伸びやすい児童の特徴として、国語・算数の基礎学力や自己効力感の高さが関係するとみられることが明らかになりました。



- 戸田市教育委員会との共同研究
- 教科授業の中に、メディアリテラシー教育のエッセンスを入れた授業 + 特別授業を実施
- 授業実施したグループと、そうでないグループで、テスト結果の伸びを計測
- 継続的にメディアリテラシー教育の授業を受講した児童たちは、吟味思考（クリティカルシンキング）や、メディアの知識など、**メディアリテラシーの要素として重要な能力**が伸びていた





## 2:メディアリテラシーについての総合的情報提供



批判的思考とメディアリテラシー  
(後篇)～リスク社会における批判的  
思考とメディアリテラシー

バイアス

リスク社会

原発事故

批判的思考



批判的思考とメディアリテラシー  
(前篇)～批判的思考とは何か? : 認  
知心理学の知見から

ソクラテス哲学

メディアリテラシー

批判的思考

認知心理



私が「テレビを疑え」と教えてきた  
わけ～鈴木歎

テレビ



メディアリテラシー教育の世界的潮  
流(前篇)～森本洋介

メディア

ユネスコ



専門家インタビュー・論考

メディアリテラシー教育の世界的潮  
流(後篇)～森本洋介



専門家インタビュー・論考

アメリカのNLP(ニュース・リテラ  
シー・プロジェクト)を解剖する  
(後篇)～宮地ゆう



専門家インタビュー・論考

アメリカのNLP(ニュース・リテラ  
シー・プロジェクト)を解剖する  
(前篇)～宮地ゆう



専門家インタビュー・論考

メディアリテラシー教育はどこに向  
かうのか～坂本旬・法政大学教授  
(後篇)

- メディアリテラシーについて、国内外有識者のインタビュー・寄稿を[研究所HP](#)に掲載
- 研究所主催イベントの開催レポートも





### 3:メディアリテラシーのテキストブックの制作

#### 「メディアリテラシー 吟味思考(クリティカルシンキング)を育む」

(時事通信社、2021年)

これまで分断されてきた、メディアリテラシー研究という学問の世界とジャーナリズム、そして教育現場をつなぐ内容

- 第1部 メディアの激変とメディアリテラシーの潮流
- 第2部 ジャーナリストの視点と実践
- 第3部 教育現場での実践
- 第4部 【座談会】メディアリテラシー教育の現在地と未来  
～中央官庁、教育委員会、学校の現場から





# 4:メディアリテラシー教育の授業実践例

SmartNews MEDIA LITERACY LECTURE

## 授業レポート

### Case 1 「ぬるま湯と新型コロナ」

メディアリテラシー授業

本授業は、新型コロナ禍において実際に流れた情報を利用して、その真偽を考え、情報とどのように向き合っていくべきかを考える実践です。

言うまでもないことですが、新型コロナ禍は、中高生にも多大な影響を与えました。その経験を思い出せなくなり、成長の糧にしていく取り組みが、教育現場に求められるでしょう。本実践はそのような取り組みの1つとして、具体的な事例を活用したケーススタディです。その際、メディアリテラシーがご専門の法政大学の坂本句教授の提唱する「だじかな」というフレームワークを用いました。

● Case1  
最初のCase 1「ぬるま湯と新型コロナ」は、ぬるま湯でウイルスが死滅するという怪しい情報が、友達から伝わってきた場合にとどうするか、を考えるものです。まず情報の真偽について、ほとんどの生徒はデマと気が付いていました。

その根拠として私が用意した答えは、「体温より低い温度で死滅する

### 授業の展開 (50分)

	学習内容	学習活動	指導上の留意点
【導入】 (5分)	本時のねらいや目標について。	本時の学習内容について理解する。	ワークシートを配布。
【展開1】 (5分)	ぬるま湯が新型コロナウイルスを死滅させるという情報 (Case 1) について。	Case 1 について真偽を検討し、自分の考えをワークシートに表現する。	Case 1 は実際に拡散された情報であることを伝える。
	この情報の真偽をどのように判断しますか？		
	真偽が怪しい情報への対応について。	この情報の扱い方を検討する。	太郎君は親友という仮定で考えさせる。
【展開2】 (5分)	「だじかな」について。	「だじかな」を利用して情報の分析方法を学ぶ。	PPT 資料を利用。
	「だじかな」を使ってみよう！		
	Case 1 を「だじかな」で分析する。	「だじかな」がそれぞれ何にあたるか考え、ワークシートに記入する。	

- 先進的なリテラシー教育を実践する教師と協力して作成
- 授業のポイント、進め方が紹介された実践例(授業案)を無料で提供

[https://smartnews-smri.com/literacy\\_category/practice/](https://smartnews-smri.com/literacy_category/practice/)



## 5: ゲーム形式のSNSシミュレーター教材



- メディア研究所が開発 (教育機関向けに無償提供)
- ゲーム感覚で、「フェイクニュース」「情報の多様性」「アルゴリズム」を学ぶきっかけに
- 44000人以上の小学生～大学生がプレイ。440人以上の教師が登録



## 6: 教員向け研修プログラム



- 「何故メディアリテラシーが必要か」「どうやって、授業や日々の生活指導に取り入れていくのか」を伝えるために、教員を研修するプログラムを制作（長野県教委で実施）