

## 新型コロナウイルス報道の評価（2）

### Audience Evaluation of COVID-19 Reports（2）

大谷奈緒子 Naoko OTANI  
四方 由美\* Yumi SHIKATA  
川島 安博\*\* Yasuhiro KAWASHIMA  
川上 孝之\*\*\* Takayuki KAWAKAMI

#### はじめに

本稿は、前稿「新型コロナウイルス報道の評価」（『東洋大学社会学部紀要』第59-1号）に続き、時間の経過に伴う、新型コロナウイルス感染症（以下、COVID-19）報道に対する受け手の社会的評価の変化について、調査データをもとに検討したものである。

前稿でCOVID-19報道に対する社会的評価について全体的な傾向を捉えたことに続き、本稿では、その評価に関わると予測される変数と社会的評価の関連性に着眼した。

#### 1. 問題の所在

日本国内でのCOVID-19に関わる報道は、中国・武漢での集団感染や国内初感染者を伝える2020年1月中旬から徐々に増え始め、感染拡大の第5波を乗り越えた現在も続いている。

COVID-19に関わる報道は、H.D.ラスウェル（1968：67）が指摘したコミュニケーションの機能の1つ、社会環境の現状や変化に対して情報を伝え警告を発する「環境の監視」をある意味で担っている。ただ、COVID-19に関わる報道のように長期にわたって時間的にも量的にも過剰な報道が続くことは、情報の受け手である人びとの情報への接し方や報道に対する社会的評価に何かしらの影響<sup>1</sup>を与えるのではないだろうか。

こうした問いかけへの模索を含め、COVID-19とメディアとの関わりについての調査研究<sup>2</sup>が2020

---

\* 四方由美 宮崎公立大学、\*\* 川島安博 東洋大学現代社会総合研究所

\*\*\* 川上孝之 東洋大学現代社会総合研究所

1 A.トフラー（1982：23-24、430-442）は、人間は処理しきれないほど情報にさらされると、かえって判断が鈍る「情報過多」について指摘している。

年以降、官庁をはじめ、放送局や新聞社、シンクタンクなどによって行われてきた。いずれの調査もコロナ禍という社会状況を前提に設計・実施されたが、調査結果を公表する時点で、人びとのCOVID-19報道に対する評価や考え方にみる時系列的な変化を追うことは想定していない<sup>3</sup>。

それゆえ、前稿「新型コロナウイルス報道の評価」(『東洋大学社会学部紀要』第59-1号)では、2020～2021年にかけて実施した3回の調査データをもとに、(1)新聞、テレビ、ニュースサイトからなる主要ニュース・メディアの利用状況、(2)COVID-19に関する情報源、(3)COVID-19報道に対する評価、(4)マスクおよびインターネットに対する評価に着目した分析を行い、COVID-19報道に対する受け手の利用と評価の時系列的な変化を検討した。

分析の結果、まず(1)メディア利用については、「テレビ視聴」「ニュースサイト閲覧」「新聞閲読」の順に多くなっており、各メディアの接触時間はCOVID-19の感染状況に応じて変化していた。次に、(2)COVID-19に関する情報源については、「テレビのニュース・テレビの情報番組」と「インターネットのニュースサイト」が主に利用され、「新聞のニュース」と「家族・知人」が続いた。(3)COVID-19報道に対する評価では、3回の調査において共通して、「社会を不安にさせている」「独自取材による報道が少ない」「興味本位で伝えられている」の3項目の回答率が高く、総じて否定的評価が目立った。最後に(4)マスクおよびインターネットに対する評価については、「マスクの世論に対する影響は大きい」という評価のもと、調査回を追うごとにマスク報道に対する評価は厳しくなっていった。他方で、COVID-19感染防止に対する有用性においては、マスクよりインターネットの評価が高いという結果を得た。

前稿は、メディアの利用と評価に関する全体的な傾向を捉えたものである。そこで本稿では、マスクおよびインターネットの評価に関わる他の変数(回答者の属性、メディア利用状況、COVID-19に関連する知識量)との関連性を明らかにした。

## 2. 調査の概要

### (1) 調査の概要

本稿では、人びとのCOVID-19報道にみるメディア利用と評価を時系列的に把握するため「新型コロナウイルスの報道に関する調査」を行い、その一部データを用いた。調査は調査会社マクロミルのウェブサイトにおいて、モニター登録している東京在住の20～79歳の男女1,036人を対象に、3回行った(第1回は2020年2月28～29日、第2回は同年5月28～30日、第3回は2021年2月15～17日)。なお、

---

2 総務省(2020)によるCOVID-19に関する情報流通調査や、日本新聞協会(2020)によるCOVID-19とメディア接触・信頼度調査、NHK放送文化研究所(2020:2021)によるCOVID-19を報道するテレビとソーシャルメディアの実態やCOVID-19の影響を検証した調査などが事例としてあげられる。

3 総務省(2021)は、COVID-19と米国大統領選挙に関するデマやフェイクニュースの実態把握を目的とした調査を2020年5月と2021年3月に実施し、その中でCOVID-19関連情報への接触頻度や情報源、日常生活での行動変容、メディア評価を行っている。

各回において調査対象者を抽出しているため、母集団と調査対象者はそれぞれ異なる。標本抽出は男女年代別の均等割付けで行った。

以下の分析では、2020年2月28～29日の実査は「第1回調査」、同年5月28～30日の実査は「第2回調査」、2021年2月15～17日の実査は「第3回調査」と記す。

## (2) 調査項目

調査の項目は、「メディア接触」「COVID-19に対する知識」「COVID-19に関わる情報源と情報ニーズ」「COVID-19報道への評価」「マスコミやインターネットに対する意見」「COVID-19に対する不安の有無とその理由」「個人的な感染予防策」「直近1か月の移動経験」「基本属性」などである。そのうち本稿の分析では、「メディア接触」「COVID-19に対する知識」「マスコミやインターネットに対する意見」を用いた。

## (3) 調査対象の性別および年代の構成

3回の調査いずれも男女年代別に均等割付けして標本抽出したため、調査対象者（ $n=1,036$ ）の性別および年代の構成比に違いはない。

調査対象者の内訳は、男性と女性それぞれ20歳代が86人、30歳代が86人、40歳代が87人、50歳代が87人、60歳代が86人、70歳代が86人で、合計すると男性518人、女性518人の総計1,036人を標本として抽出した。

# 3. 分析

報道の信頼性やCOVID-19感染拡大防止への寄与、世論への影響など、マスコミとインターネットの報道評価を尋ねる8項目（表1参照）を通して、人びとのCOVID-19報道を含むマスコミとインターネットに対する報道評価について検討した。なお、COVID-19について「名前だけは聞いたことがある」もしくは「名前も聞いたことがない」回答者は分析から除外した。

分析では、5段階尺度で得た回答データについて「とてもそう思う」は2点、「まあそう思う」は1点、「どちらともいえない」は0点、「あまりそう思わない」は-1点、「全くそう思わない」は-2点とそれぞれスコアを与え、平均スコアを算出した。平均スコアはその値が高いほど、マスコミとインターネットの報道評価を尋ねる評価項目で示した考え方に近いことを示す。また、メディアの利用状況別分析では、各メディアの回答分布のほぼ中位にあたるカテゴリーを用いて分類した。

## (1) 性別および年代からみたマスコミとインターネットの報道評価

### ①性別にみるマスコミとインターネットの報道評価

マスコミの報道評価に対する5項目（表1のa～e）を比較してみると、調査回にかかわらず、男

性と女性いずれも「e マスコミの世論に対する影響は大きい」と考える傾向が最も強く、次いで「b マスコミは事実を誇張して報道している」も強かった。他方で、「a マスコミは事実を曲げずに報道している」と「d マスコミの情報は信頼できる」は、調査回にかかわらず、男性と女性いずれも平均スコアがマイナスであり、特に男性の平均スコアの値は低い。

この結果からは、性別を問わず、世論に対するマスコミの影響力の強さが認識される一方で、事実を曲げ、誇張して伝えたり、情報が信頼できないといった厳しい評価が垣間見られる。特に男性のマスコミに対する報道評価は厳しい。

「c マスコミ報道は新型コロナウイルスの感染拡大の防止に役立っている」については、その平均スコアをみる限り、世論への大きな影響力が人びとに意識されるに比して、男女ともマスコミ報道のCOVID-19感染防止への寄与は評価していない。また、いずれの調査回でも、女性よりは男性において感染防止への寄与の評価は低かった。

次にインターネット<sup>4</sup>の報道評価に対する3項目(表1のf~g)を比較する。「g インターネットの情報は信頼できる」は、いずれの調査回も性別にかかわらず平均スコアはマイナスを示し、インターネットの情報に対する信頼は低い。

他方「h インターネットの世論に対する影響は大きい」は、いずれの調査回も性別にかかわらず平均スコアはプラスを示し、かつ男性よりも女性においてインターネットによる世論への影響力が評価されている。ただし、第3回調査は他の調査回よりは平均スコアが僅かに下がる。また、マスコミ報道での世論に対する影響力(表1のe)と比べると、いずれの調査回も性別にかかわらず、その平均スコアは低く、マスコミほどインターネットによる世論に対する影響力は評価されていない。

「f インターネットは新型コロナウイルスの感染拡大の防止に役立っている」については、いずれの調査回も性別にかかわらず平均スコアはプラスを示し、インターネットによる感染防止への寄与は評価されている。また、マスコミ報道の感染防止への寄与に対する評価(表1のc)と比べると、いずれの調査回も性別にかかわらず平均スコアが下回ることはなく、マスコミよりインターネットによる報道が評価されている。

これらの結果から、インターネットの世論に対する影響は男性より女性での評価が高いものの、情報に対する信頼は性別にかかわらず低い。また、COVID-19感染防止への寄与という、個人の行動に直接関わる点については、性別を問わずインターネットの有用性が高く評価される(表1参照)。

## ②年代別にみるマスコミとインターネットの報道評価

マスコミの報道評価に対する5項目(表2のa~e)については調査回にかかわらず、いずれの年代も「e マスコミの世論に対する影響は大きい」と答える傾向が最も強く、特に40代以上の高い

---

4 調査の設問では「インターネット」について規定していない。公式サイトからSNS等の個人発信まで、回答者の想像に委ねた。ただし、メディア利用に関わる設問でインターネットのニュースサイト利用についてたずねている。

表1 性別 マスコミおよびインターネットの報道評価

	a	b	c	d	e	f	g	h		
	る曲 げマ ずス にコ 報ミ 道は し事 て実 いを	る誇 張マ しス てコ 報ミ 道は し事 て実 いを	立感 っ染 て拡 い大 るの 防イ 止ル にス 役の新	型 コマ ロス ナコ ウミ 報 道 は	信 頼マ でス きコ るミ の 情 報 は	対 すマ るス 影コ 響ミ はの 大世 き論 いに	役の 立感 っ染 て拡 い大 るの 防イ 止ル にス	新 型イ コン タ ナ ウ ネ イツ ルト は	情 報イ ン タ ー ネ ッ ト の	大世 き論 いに 対タ す る ネ ッ ト は
第1回調査 (n=1005)										
男性	-0.14	0.49	-0.04	-0.22	1.17	0.13	-0.14	0.81		
(n=493)	1.044	0.972	1.019	0.982	0.725	0.929	0.879	0.804		
女性	-0.03	0.38	0.06	-0.07	1.19	0.06	-0.28	0.97		
(n=512)	0.966	0.933	0.945	0.907	0.757	0.86	0.824	0.817		
第2回調査 (n=1015)										
男性	-0.36	0.70	0.17	-0.20	1.16	0.44	-0.08	0.88		
(n=508)	1.056	0.958	1.055	1.004	0.758	0.88	0.829	0.776		
女性	-0.10	0.54	0.41	-0.05	1.14	0.53	-0.04	0.93		
(n=507)	0.925	0.846	0.903	0.897	0.72	0.781	0.753	0.709		
第3回調査 (n=1014)										
男性	-0.35	0.71	-0.08	-0.31	0.98	0.23	-0.11	0.69		
(n=502)	1.089	0.954	1.036	1.013	0.809	0.882	0.827	0.819		
女性	-0.22	0.46	0.27	-0.11	1.13	0.38	-0.14	0.88		
(n=512)	0.952	0.938	0.885	0.927	0.688	0.796	0.775	0.751		

注) 上段：平均スコア、下段：標準偏差

評価が目立った。

「b マスコミは事実を誇張して報道している」の平均スコアは、調査回かつ年代にかかわらず、いずれの値もプラスを示した。なかでも20代・30代の若年層は調査回にかかわらず一貫してプラスのスコアが高く、マスコミが事実を誇張して報道していると考えている。他方、70代はプラスのスコアが一貫して低いことから、マスコミ報道を一定程度評価していると言える。その他の年代については、調査回によって評価が流動的で一貫していない。「d マスコミの情報は信頼できる」については、調査回にかかわらず、マスコミの情報を信頼できないと評価する若年層と、信頼できると評価する60代・70代の高齢層で、評価が拮抗している。この年代層による評価の相違は、「b マスコミは事実を誇張して報道している」でも同様にみられる。全体的にマスコミ報道の評価が高い高齢層と、評価が低い若年層という傾向が強く表れており、年代による評価の違いがみられる。

「c マスコミ報道は新型コロナウイルスの感染拡大の防止に役立っている」については、その平均スコアをみる限り、世論への大きな影響力が人びとに意識されているにもかかわらず、いずれの年代もマスコミ報道のCOVID-19感染防止への寄与は高く評価していない。ただし、若年層よりも高齢層で感染防止への寄与を評価している。

次に、インターネットの報道評価に対する3項目(表2のf～h)を比較する。「g インターネッ

トの情報は信頼できる」は、いずれの調査回においても、他の2項目（f、h）よりマイナスの平均スコアが目立ち、インターネットの情報に対する信頼は低い。ただし、年代ごと3回の調査の推移をみると、40代と70代では信頼できるという回答の低さが僅かに減少する。

「h インターネットの世論に対する影響は大きい」は、いずれの調査回も年代にかかわらず平均スコアはプラスを示し、世論に対する影響の大きさが評価されている。ただし、年代ごと3回の調査の推移をみると、30代を除く年代で平均スコアがわずかに減り、世論に対する影響の大きさへの評価に年代による変化がみられる。

「f インターネットは新型コロナウイルスの感染拡大の防止に役立っている」も、いずれの調査回も年代にかかわらず平均スコアはプラスを示し、インターネットによる感染拡大防止への寄与は評価されている。また、マスコミ報道の感染防止への寄与に対する評価（表2のc）と比べると、いずれの調査回も、若年層ではマスコミよりインターネットによる報道を評価しているのに対し、高齢層ではインターネットよりマスコミによる報道を評価する傾向にある。

年代に関わらずインターネットの世論に対する影響は高く評価されるものの、インターネットの情報に対する信頼は低い。また、COVID-19感染拡大防止への寄与については、若年層でインターネットの有用性を高く評価している。他方、高齢層でのマスコミ支持は高く、感染拡大防止への寄与についても有用性を評価している（表2参照）。

## (2) メディア利用状況別にみるマスコミとインターネットの報道評価

新聞、テレビ、インターネットのニュースサイトの利用状況別に、マスコミとインターネットの報道評価の違いについて確認した。新聞については、閲読時間を問わず平日の閲読の有無別に、「新聞を読まない」と「新聞を読む」に分類した。テレビは平日の視聴時間、2時間を境に、視聴しないを含めた「2時間未満」と「2時間以上」に分けた。インターネットのニュースサイトも同様に、平日の閲覧時間30分を境に、閲覧しないを含めた「30分未満」と「30分以上」に分類した。さらに本稿では、「新聞を読む」、テレビ視聴が「2時間以上」、インターネットのニュースサイトの利用が「30分以上」の利用者を利用層、「新聞を読まない」、テレビ視聴が「2時間未満」、インターネットのニュースサイトの利用が「30分未満」の利用者を非利用層と示す。

### ① マスコミの報道評価

各メディアの利用別にマスコミの報道評価に対する5項目（表3のa～e）について、全体的にスコアが高い順にみる。「e マスコミの世論に対する影響は大きい」については、新聞の利用層および、テレビの利用層の方がスコアは高く、それぞれ利用している人ほど影響は大きいと考えている。この評価にインターネットのニュースサイト（以下、ニュースサイト）の利用の有無は作用しない。時系列に利用層と非利用層のスコア差をみると、第1回調査、第2回調査に比べると、第3回調査では利用層間のスコア差は小さくなる。

表2 年代別 マスコミおよびインターネットの報道評価

	a	b	c	d	e	f	g	h
る曲 げマ ずス にコ 報ミ 道は し事 て実 いを	る誇 張マ しス てコ 報ミ 道は し事 て実 いを	立感型 っ染コ て拡ロ い大ナ るのウ 防イ報 止ル道 にスは 役の新	信 頼マ でス きコ るミ の 情 報 は	対 すマ るス 影コ 響ミ はの 大世 き論 いに	役の 立感 っ染 て拡 い大 るの 防イ 止ル にス は	新 型イ コン タ ナ ー ウ ネ ッ ルト ス は	情 報イ ン タ ー ネ ッ ト の	大世 き論 いに 対タ す る ネ ッ ト の
第1回調査 (n=1005)								
20代	-0.36	0.61	0.01	-0.31	0.96	0.23	-0.20	0.94
(n=160)	1.066	0.905	1.084	1.07	0.875	0.977	0.963	0.902
30代	-0.21	0.61	-0.23	-0.38	1.02	0.06	-0.20	0.82
(n=164)	1.071	0.969	1.064	0.967	0.798	1.025	0.894	0.926
40代	-0.19	0.39	-0.06	-0.21	1.17	0.11	-0.27	0.92
(n=166)	1.009	0.939	0.964	0.939	0.684	0.827	0.774	0.786
50代	-0.09	0.55	0.05	-0.16	1.28	0.16	-0.24	0.98
(n=174)	0.936	0.916	0.927	0.878	0.692	0.889	0.851	0.782
60代	0.12	0.35	0.05	-0.01	1.26	0.02	-0.24	0.85
(n=170)	0.943	0.962	0.879	0.867	0.691	0.839	0.818	0.774
70代	0.20	0.13	0.23	0.18	1.36	0.00	-0.12	0.85
(n=171)	0.911	0.951	0.929	0.857	0.619	0.790	0.818	0.703
第2回調査 (n=1015)								
20代	-0.59	0.81	0.17	-0.38	0.93	0.54	-0.14	0.9
(n=162)	0.994	0.947	1.082	1.022	0.871	0.933	0.862	0.782
30代	-0.56	0.74	0.03	-0.47	0.99	0.53	-0.16	0.92
(n=167)	0.973	0.906	1.078	0.930	0.825	0.870	0.85	0.784
40代	-0.39	0.78	0.12	-0.19	1.17	0.51	-0.06	0.88
(n=171)	0.96	0.771	0.989	0.970	0.744	0.857	0.824	0.796
50代	-0.2	0.67	0.21	-0.13	1.15	0.47	-0.02	0.9
(n=174)	0.972	0.895	0.933	0.873	0.706	0.773	0.741	0.722
60代	0.09	0.41	0.51	0.11	1.26	0.5	0.01	0.99
(n=170)	0.941	0.964	0.892	0.919	0.601	0.779	0.750	0.666
70代	0.23	0.33	0.70	0.30	1.38	0.34	-0.01	0.84
(n=171)	0.877	0.839	0.775	0.783	0.565	0.776	0.715	0.709
第3回調査 (n=1014)								
20代	-0.57	0.73	-0.13	-0.51	0.95	0.37	-0.25	0.83
(n=167)	0.996	1.003	0.958	0.943	0.782	0.861	0.846	0.811
30代	-0.63	0.84	-0.07	-0.56	0.93	0.3	-0.2	0.6
(n=166)	0.987	0.910	1.051	1.000	0.885	0.961	0.916	0.933
40代	-0.46	0.67	0.06	-0.36	1.06	0.38	-0.06	0.81
(n=172)	1.017	0.878	0.986	0.948	0.731	0.833	0.788	0.780
50代	-0.20	0.62	-0.02	-0.20	1.08	0.30	-0.11	0.88
(n=169)	1.054	0.957	1.038	0.953	0.707	0.837	0.740	0.773
60代	-0.07	0.51	0.21	-0.01	1.14	0.21	-0.2	0.77
(n=168)	0.936	0.929	0.897	0.886	0.720	0.780	0.784	0.74
70代	0.21	0.15	0.50	0.34	1.20	0.27	0.06	0.80
(n=172)	0.893	0.896	0.791	0.819	0.655	0.771	0.690	0.675

注) 上段：平均スコア、下段：標準偏差

次に「b マスコミは事実を誇張して報道している」については、新聞とテレビの非利用層、ニュースサイトの利用層でスコアが高い。bと関連する「a マスコミは事実を曲げずに報道している」についても同様の傾向がみられる。aは総じてマイナス・スコア傾向ではあるものの、なかでも新聞とテレビの非利用層でマイナス・スコアが高い。また、ニュースサイトの利用層は第3回調査を除いて、マイナス・スコアが高くなっている。

次にマスコミの効用評価「c マスコミ報道は新型コロナウイルスの感染拡大防止に役立っている」については、新聞およびテレビの利用層で評価が高い。なかでも第2回調査のスコアが最も高く、第3回調査、第1回調査と続く。第2回調査は2020年5月末に実施しており、緊急事態解除宣言が解除された時期と重なることから、新聞とテレビの利用層から効用が高く評価されたと推察できる。ニュースサイトの利用層については、第3回調査では利用層がマスコミの効用を高く評価しているものの、利用層と非利用層間のスコア差はあまりない。

最後に「d マスコミの情報は信頼できる」については、新聞とテレビの利用層の方が非利用層に比べてスコアは高いものの、それでも全体的評価は低く、利用層においてもマスコミの信頼度が特に高いわけではない。

## ②インターネットの報道評価

各メディアの利用別にインターネットの報道評価に対する3項目(表3のf~h)についてみてみる。「h インターネットの世論に対する影響力は大きい」については、メディア利用による大きな差はみられず、「e マスコミの世論に対する影響は大きい」には及ばないが、すべての層で評価が高い。時系列に確認すると、第1回調査、第2回調査に比べると第3回調査のスコアは若干下がる。

次に「f インターネットは新型コロナウイルスの感染拡大の防止に役立っている」については、新聞およびテレビの非利用層とニュースサイトの利用層でスコアが高い傾向にあり、マスコミの感染拡大防止の評価スコアを上回る。他方、前掲のとおり、新聞およびテレビの利用層はマスコミの感染拡大防止への寄与の評価が高く、インターネットの評価スコアは下がる。つまり、マスコミまたはインターネットの感染拡大防止への寄与については、受け手のメディア利用状況が評価に作用しているといえる。

最後に「g インターネットの情報は信頼できる」は、インターネットの報道評価に関する3項目のうち、全3回の調査において、すべての層でマイナス・スコアを示す項目であることから、インターネットの情報への信頼度は低い。ニュースサイトの利用別にみると、非利用層の方がマイナス・スコアは高く、非利用層に比べると利用層の信頼スコアは高い傾向にあるといえる。

## (3) COVID-19に関わる知識量別にみるマスコミとインターネットの報道評価

本節では受け手が持つCOVID-19の知識量がマスコミおよびインターネットの報道評価にどのように作用しているのかを検討した。知識量については、「あなたが新型コロナウイルスについて知って

表3 メディア利用状況別 マスコミおよびインターネットの報道評価

	a	b	c	d	e	f	g	h
	る曲げず にコミ 道はし て実い を	る誇張 しス てコ 報ミ 道は し事 て実 いを	立感マ っ染 て拡 大ナ のウ 防イ 止ル にス 役の	信 類マ でス コ ミ の 情 報 は	対 すマ るス 影コ 響ミ はの 大世 き論 いに	役の新 立感 つ染 拡コ 大ナ のウ 防イ 止ル にス	情 報 は タ ー ネ ッ ク の	大世 き論 に 対 す る 影 響 ト の
第1回調査 (n=1005)								
新聞読まない	-0.15	0.46	-0.08	-0.22	1.09	0.14	-0.19	0.89
(n=503)	1.041	0.954	0.997	0.976	0.775	0.921	0.851	0.835
新聞読む	-0.01	0.41	0.10	-0.07	1.26	0.05	-0.23	0.90
(n=502)	0.965	0.954	0.961	0.912	0.695	0.866	0.856	0.794
テレビ視聴	-0.23	0.50	-0.11	-0.29	1.08	0.08	-0.20	0.84
2時間未満 (n=503)	1.020	0.949	1.002	0.981	0.790	0.936	0.880	0.839
テレビ視聴	0.06	0.37	0.13	0.00	1.28	0.11	-0.22	0.95
2時間以上 (n=502)	0.972	0.955	0.949	0.889	0.674	0.853	0.827	0.786
ニュースサイト利用	0.08	0.30	0.10	-0.04	1.20	-0.02	-0.29	0.85
30分未満 (n=459)	0.966	0.949	0.943	0.929	0.694	0.864	0.847	0.805
ニュースサイト利用	-0.22	0.55	-0.06	-0.23	1.16	0.19	-0.14	0.93
30分以上 (n=546)	1.020	0.943	1.010	0.953	0.779	0.909	0.854	0.821
第2回調査 (n=1015)								
新聞は読まない	-0.41	0.69	0.13	-0.28	1.08	0.48	-0.06	0.87
(n=520)	1.023	0.924	1.019	0.977	0.792	0.862	0.809	0.773
新聞を読む	-0.05	0.55	0.45	0.04	1.22	0.48	-0.07	0.94
(n=495)	0.943	0.882	0.929	0.901	0.673	0.802	0.775	0.710
テレビ視聴	-0.50	0.76	0.03	-0.39	1.06	0.51	-0.10	0.83
2時間未満 (n=471)	1.008	0.922	1.055	0.964	0.784	0.835	0.801	0.790
テレビ視聴	0.00	0.50	0.52	0.11	1.23	0.46	-0.03	0.97
2時間以上 (n=544)	0.933	0.875	0.867	0.883	0.689	0.831	0.784	0.696
ニュースサイト利用	-0.17	0.57	0.32	-0.08	1.10	0.40	-0.12	0.81
30分未満 (n=448)	0.956	0.909	0.934	0.880	0.717	0.807	0.772	0.732
ニュースサイト利用	-0.28	0.66	0.27	-0.16	1.19	0.55	-0.02	0.98
30分以上 (n=567)	1.033	0.903	1.030	1.009	0.754	0.847	0.805	0.745
第3回調査 (n=1014)								
新聞読まない	-0.42	0.61	0.00	-0.37	1.01	0.30	-0.17	0.78
(n=557)	0.996	0.971	0.991	0.962	0.770	0.858	0.809	0.806
新聞読む	-0.11	0.55	0.21	-0.02	1.12	0.31	-0.07	0.79
(n=457)	1.032	0.931	0.949	0.957	0.729	0.823	0.789	0.774
テレビ視聴	-0.51	0.70	-0.12	-0.46	1.02	0.31	-0.17	0.75
2時間未満 (n=486)	1.025	0.967	1.013	0.955	0.782	0.867	0.814	0.836
テレビ視聴	-0.07	0.48	0.29	0.02	1.10	0.30	-0.08	0.81
2時間以上 (n=528)	0.976	0.928	0.902	0.938	0.725	0.819	0.787	0.747
ニュースサイト利用	-0.28	0.53	0.06	-0.22	1.07	0.20	-0.23	0.79
30分未満 (n=486)	1.002	0.927	0.960	0.971	0.716	0.844	0.791	0.779
ニュースサイト利用	-0.28	0.63	0.13	-0.21	1.05	0.40	-0.03	0.78
30分以上 (n=528)	1.045	0.975	0.993	0.980	0.787	0.830	0.799	0.803

注) 上段：平均スコア、下段：標準偏差

いることをお選びください。」という設問に対し、第1回調査と第2回調査では8項目の回答選択肢のなかから知っているものを複数回答してもらった。第3回調査では、調査時期にあわせて、前掲の8項目に2項目追加して同様に回答してもらった(表4参照)。この回答数の中央値を基準に受け手の知識量をもとに層化した。第1回調査と第2回調査は、COVID-19に関わる知識が6つ以下を「知識小」、7つ以上を「知識多」とし、第3回調査では、8つ以下を「知識小」、9つ以上を「知識多」としている。

### ①マスコミの報道評価

「e マスコミの世論に対する影響は大きい」は、全ての調査回で知識が多い層において、スコアが高く、マスコミの影響力を認識している。ただし、「b マスコミは事実を誇張して報道している」については、第1回調査では知識量の差によるスコアの差はないが、第2回調査以降では知識が多い層で、スコアが上回っており、受け手が知識を持ったうえで、マスコミの事実を誇張する報道を感じていることがわかる。また、「a マスコミは事実を曲げずに報道している」は総じてマイナス・スコアであることから、真実を報道しているという点に不信感を持っている受け手が多いことを示しており、とくに知識が少ない層においてその傾向は強い。aとbを受けて「d マスコミの情報は信頼できる」をみると第1回調査と第2回調査では知識量によるスコアの大きな差はなく、第3回調査では知識が少ない層でマイナス・スコアが高くなる。知識が多い層では第1回調査から第3回調査にかけてスコアの増減は少なく一定の評価をしているが、知識が少ない層に比べ大差はない。「c マスコミ報道は新型コロナウイルスの感染拡大防止に役立っている」については、第1回調査と第2回調査では知識が多い層で評価が高く、なかでも第2回調査のスコアは高い。しかし、第3回調査にな

表4 調査回別 COVID-19に関わる知識をたずねる項目

	第1回調査	第2回調査	第3回調査
1.WHO(国際保健機関)から「国際的に懸念される公衆衛生上の緊急事態」と宣言された	○	○	○
2.国内で指定感染症に指定された	○	○	○
3.ヒトからヒトへと感染する	○	○	○
4.咳やくしゃみのしぶきに含まれるウイルスを吸い込むことで感染する	○	○	○
5.ウイルスが付着した手で目・口・鼻をさわると感染する	○	○	○
6.感染すると、重症化する場合がある	○	○	○
7.特に有効な抗ウイルス薬(治療薬)はない	○	○	○
8.海外では予防ワクチンの接種が始まっている			○
9.国内でも変異種が確認された			○
10.その他(具体的に: )	○	○	○
11.名前だけは聞いたことがある	○	○	○
12.名前も聞いたことがない	○	○	○

注1) ○は回答選択肢として設定した知識

注2) 「11.名前だけは聞いたことがある」「12.名前も聞いたことがない」はカウントから除外した。

ると知識量による評価の差はない。

②インターネットの報道評価

「h インターネットの世論に対する影響力は大きい」については、いずれの調査回も知識が多い層が、知識が少ない層のスコアを上回る。特に第1回調査と第2回調査のスコアは高く、この評価の傾向はマスコミの世論に対する影響力と同じである。「f インターネットは新型コロナウイルスの感染拡大の防止に役立っている」については、第2回調査では知識が多い層は知識が少ない層のスコアを上回り、感染拡大の防止に寄与すると評価しているものの、その他の調査回では知識量による差はみられない。さらに、マスコミ報道の感染拡大防止への寄与に比べると、すべての層でインターネットの有用性を高く評価していることがわかる。また「g インターネットの情報は信頼できる」の

表5 COVID-19に関わる知識量別 マスコミおよびインターネットの報道評価

	a	b	c	d	e	f	g	h
る曲	る誇	立感型	信	対	役の新	情	大世	イ
げマ	張マ	っ染コ	頼マ	すマ	立感型	報イ	き論	イ
ずス	しス	て拡ロ	でス	るス	っ染コ	はン	いに	ン
にコ	てコ	い大ナ	きコ	影コ	て拡ロ	信タ	対タ	タ
報ミ	報ミ	るのウ	るミ	響ミ	い大ナ	頼	す	
道は	道は	防イ報	の	はの	るのウ	でネ	るネ	
し事	し事	止ル道	情	大世	防イツ	きッ	影ッ	
て実	て実	にスは	報	き論	止ルト	るト	響ト	
いを	いを	役の新	は	いに	にスは	の	はの	は
第1回調査 (n=1005)								
知識小	-0.09	0.44	-0.01	-0.14	1.11	0.11	-0.19	0.84
(n=569)	0.983	0.910	0.974	0.939	0.743	0.885	0.828	0.810
知識多	-0.07	0.44	0.04	-0.15	1.27	0.08	-0.24	0.96
(n=436)	1.036	1.009	0.995	0.958	0.730	0.909	0.886	0.816
第2回調査 (n=1015)								
知識小	-0.24	0.57	0.24	-0.12	1.02	0.42	-0.06	0.80
(n=462)	0.974	0.928	0.972	0.933	0.744	0.839	0.809	0.750
知識多	-0.22	0.66	0.34	-0.13	1.26	0.53	-0.06	0.99
(n=553)	1.022	0.886	1.001	0.972	0.717	0.825	0.778	0.729
第3回調査 (n=1014)								
知識小	-0.32	0.56	0.11	-0.26	0.96	0.33	-0.12	0.70
(n=534)	1.003	0.912	0.944	0.956	0.770	0.826	0.812	0.813
知識多	-0.24	0.61	0.09	-0.16	1.17	0.28	-0.13	0.88
(n=480)	1.045	0.997	1.015	0.995	0.721	0.860	0.790	0.757

注1) 上段：平均スコア、下段：標準偏差

注2) 第1回および第2回調査の知識小はCOVID-19に関わる知識が6つ以下、知識多は7つ以上の回答者を、第3回調査の知識小は8つ以下、知識多は9つ以上の回答者を指す。

コアはマイナスであるが、知識量別にみると必ずしもマスコミの信頼度の方が高いわけではない。第1回調査では、知識が多い層でインターネットの情報の信頼度は低く、マスコミの情報への信頼度は高いが、第2回調査以降になると、インターネットの情報の信頼度に対し知識量は作用しておらず、インターネットの情報よりマスコミの情報の方が信頼できない結果を得た。

マスコミやインターネットの報道評価には、受け手が持つ知識量が関連するという視座から分析を進めたが、COVID-19に関わる知識量は評価に作用せず、受け手が持つ先有傾向が影響している可能性がある。また、今回の調査ではインターネットについて規定していないため、インターネットには公式サイトから個人が発信するSNSまで含まれる。そのため、インターネットの情報への信頼度についてはCOVID-19に関わる情報源との関連性を確認する必要がある。

## おわりに

本研究は、3回の調査を行い、ニュースや報道が伝えるCOVID-19に関する情報を人びとがどのように評価しているかを明らかにしようとしている。本稿では、属性（性、年代）、メディア利用状況、COVID-19に関する知識量に着目して分析を行い、いくつかの結論を得ることができた。マスコミとインターネットの報道評価には属性が作用しており、とくに20代・30代の若年層と60代・70代の高齢層で評価が拮抗する。さらに年代はメディア利用状況と関連しており、新聞やテレビの利用層とニュースサイトの利用層でも評価が分かれる。しかしながら、COVID-19に関する知識量は評価に作用せず、知識の多少にかかわらずインターネットの有用性を評価する結果となった。

2021年12月現在、新たな変異株が出現し、コロナ感染症は未だ収束が見えない。3回目のワクチン接種についても人びとの関心を集めている。このような状況において、メディアが伝える情報を分析し、情報に対する受け手の評価や情報行動を明らかにすることは、マス・コミュニケーション研究の重要なテーマといえる。今後も継続して研究を行っていきたい。

### 《引用文献》

- A. トフラー（徳山二郎訳）（1970=1982）『未来の衝撃』中央公論新社  
総務省（2020）『新型コロナウイルス感染症に関する情報流通調査 報告書』  
総務省（2021）『「フェイクニュース」に関するアンケート（過去調査比較を踏まえて）調査結果』（2021年4月12日）、[https://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/joho\\_tsusin/d\\_syohi/ihoyugai\\_05.html](https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/d_syohi/ihoyugai_05.html)（2021/11/23アクセス）  
高橋浩一郎・原由美子（2020）「『新型コロナウイルス』はどのように伝えられたか～テレビとソーシャルメディアの連関の中で～【第1部】データで総覧する報道と投稿の200日」NHK放送文化研究所『放送研究と調査』2020年12月号、NHK出版、pp. 2-35  
七沢潔・東山浩太・高橋浩一郎（2021）「『新型コロナウイルス』はどのように伝えられたか～テレビとソーシャルメディアの連関の中で～【第2部】PCR検査・テレビの「議題設定」とTwitterの反応」NHK放送文化研究所『放送研究と調査』2021年1月号、NHK出版、pp. 24-60  
日本新聞協会（2020）「新型コロナウイルスとメディア接触・信頼度調査 2020. 8. 6」、[https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/audience/COVID\\_19.html](https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/audience/COVID_19.html)（2021/11/23アクセス）  
原美和子（2021）「新型コロナは私たちの暮らしや意識をどう変えたか～「新型コロナウイルス感染症に関する世

- 論調査」の結果から～」NHK放送文化研究所『放送研究と調査』2021年7月号、NHK出版、pp. 2-30
- H.D. ラスウェル（1948=1968）「社会におけるコミュニケーションの構造と機能」（W. シュラム編=学習院大学社会学研究室訳『新版 マス・コミュニケーション』東京創元社、pp. 66-81）
- 福長秀彦（2020）「新型コロナウイルス感染拡大と流言・トイレトペーパー買いだめ～報道のあり方を考える」NHK放送文化研究所『放送研究と調査』2020年7月号、NHK出版、pp. 2-30

【Abstract】

## Audience Evaluation of COVID-19 Reports ( 2 )

Naoko OTANI

Yumi SHIKATA

Yasuhiro KAWASHIMA

Takayuki KAWAKAMI

This paper analyzes data obtained from surveys on public perception and assessment of media coverage of the coronavirus (Covid-19), which has continued to spread since the first case was confirmed in Japan in January 2020. The surveys were conducted over three different time periods (February 2020, May 2020, and February 2021).

In our previous study (“Audience Evaluation of COVID-19 Reports” The Bulletin of Faculty of Sociology, Toyo University 59(1), we examined whether changes could be observed over time, focusing on the following four points: (1) frequency of media contact, (2) information sources about Covid-19, (3) public perception and assessment of Covid-19 coverage, and (4) public perception and assessment of the mass media and the Internet.

Based on the results, this paper examines differences in public perception of COVID-19 coverage, depending on respondents’ demographics, media preferences, and knowledge of COVID-19.