

新型コロナウイルス報道の評価

Audience Evaluation of COVID-19 Reports

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

新型コロナウイルス感染症（以下、COVID-19）に関する報道について、受け手はどのように利用し、報道を評価したのか、本稿では調査データをもとに分析・考察を行った。

COVID-19は、2020年1月に日本国内で初めて感染が確認されて以降、未だに感染拡大が続いている。国際的にも2020年3月に世界保健機関（WHO）が「パンデミック（世界的な病気流行）の脅威はまさに現実になった」¹との認識を示し、各国に対策強化を求めたものの、2021年7月下旬の時点で、全世界の累積感染者数は1億9597万人、死者数は419万人を超えた²。日本国内においても2021年7月現在、累積感染者数は89万人、死者数は1万5千人となり、収束の見通しは立っていない。

国内でのCOVID-19に関わる報道は当初、中国湖北省武漢での集団感染を主に伝える外信であった。2020年2月、乗客のCOVID-19感染が確認された大型クルーズ船「ダイヤモンド・プリンセス号」の横浜港入港をはじめ、国内初の感染者および死亡者や、大阪のライブハウスでのコンサートによる集団感染などの報道を通じて、COVID-19は国内の緊急事態として認識されるに至った。国内では感染状況に応じて2021年7月までの間、4度の緊急事態宣言とそれに類するまん延防止等重点措置がとられた（図1参照）。

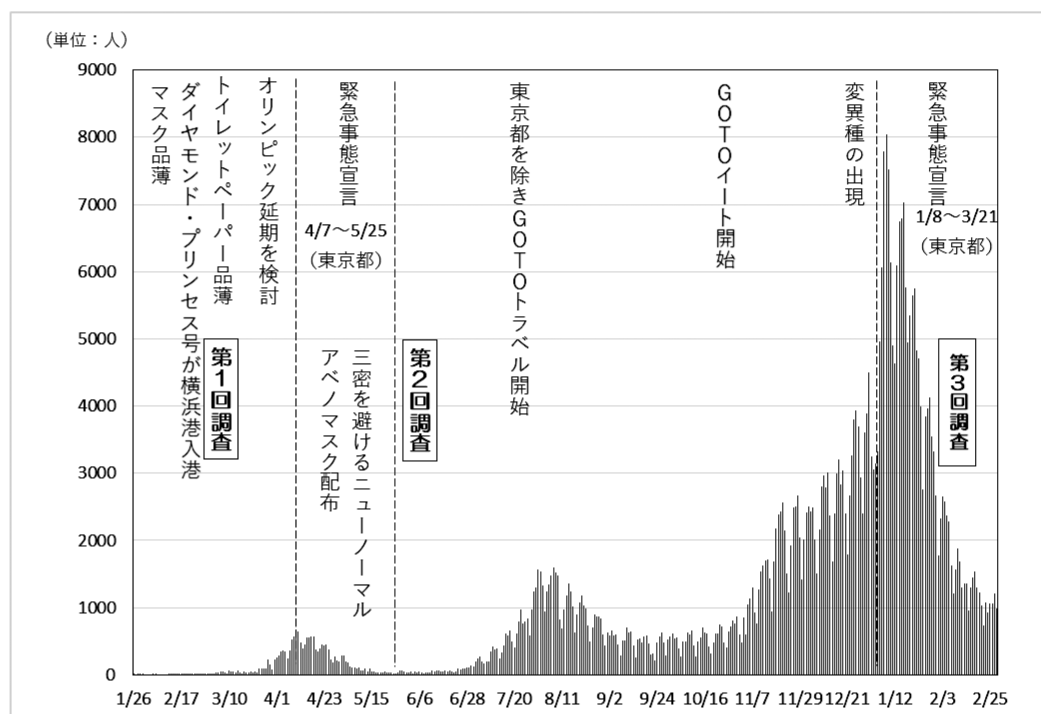
また、COVID-19の感染拡大は、外出自粛、職場でのテレワーク推奨、教育機関での休校措置やオンライン授業の導入、飲食対策の徹底、人流抑制など、人びとの日常生活を一変させていった。

* 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 テドロス・アダム WHO事務局長は2020年3月9日、COVID-19をめぐる記者会見で、感染者が10カ国、10万人を超えた当時の状況に対し、パンデミックであるとの認識を示した（『朝日新聞』2020年3月11日朝刊3頁参照）。

2 esriジャパン「新型コロナウイルス感染症対応支援サイト」の2021年7月29日時点における、COVID-19の国内・世界の累積感染者数と死者数を掲載。

図1 COVID-19新規感染者数の推移 (2020/1/26~2021/02/28)



(出典) 厚生労働省「データからわかる—新型コロナウイルス感染症情報—」およびNHK「特設サイト 新型コロナウイルス」をもとに筆者作成

これらCOVID-19に関わるニュースや情報は日々、人びとへと各種メディアを介して伝えられている。ただ他方で、ワイドショーなどの情報番組にみる危機感を煽るようなテレビ報道を問題視する声もあがった³。かたやインターネット上では、フェイクニュースや不確かな情報が飛び交うなど、人びとの不安を高める問題も生じている⁴。

では、こうした状況下において、人びとはCOVID-19に関わるニュースや情報をどのように得ており、かつ情報を伝える諸メディアをどう評価しているのだろうか。本稿では3度の調査データをもとに、COVID-19報道に対する受け手の利用と評価について検討する。

1. 問題の所在

COVID-19に関わるニュースや情報は、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ていった。

3 放送倫理・番組向上機構サイトの「視聴者のご意見」を参照。

4 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』13-27頁を参照。

例えば、エム・データ（2020）がまとめた、2020年1月1日～4月30日の新型コロナウイルス関連のTV番組報道推移⁵によると、2月の「ダイヤモンド・プリンセス内での感染」から「国内感染拡大」の話題へ移行したタイミングから、国内での新型コロナ情勢が加速し、1月時点においては中国・武漢の集団感染など話題の中心は国外にあったが、翌月のダイヤモンド・プリンセス号での感染から国内感染拡大へと話題の中心がシフトするタイミングで、COVID-19は全国的なものに変化していったことを指摘している。

こうしたCOVID-19に関わる報道は、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といえる。

しかし、2020年1月から現在に至るまでCOVID-19の感染拡大は未だに収まらず、当然のことながら、COVID-19に関する報道が今なお続いている。このように長期間にわたり、かつ時間的にも量的にも多い状態で報道が続くことは、情報の受け手である人びとの情報への接し方や報道への評価にどのような影響を与えるのであろうか。多すぎる情報によって必要な情報が人びとに認識されず、議題を理解したり、意思決定が困難になる「情報過多」⁶の弊害をもたらすようなメディア利用や、さらには諸メディアに対する評価へ作用するのではないだろうか。

COVID-19の感染拡大が始まった2020年において、COVID-19とメディアとの関わりについての調査研究は、官庁をはじめ、放送局や新聞社、シンクタンク、広告会社などが行っている。例えば、総務省（2020）では、COVID-19に関連したデマやフェイクニュースの発生・拡散による被害拡大への懸念から、2020年5月にCOVID-19に関する情報流通の実態把握の調査を実施している。日本新聞協会（2020）も同じ頃、COVID-19感染拡大のなかで、人びとがどのようなメディアに接触し、そこから得た情報をどう評価しているのかについて調査を行った。

NHK放送文化研究所では、COVID-19報道に関わる調査⁷を2020年に複数実施している。まず同年3月に、COVID-19感染拡大の中でのトイレットペーパーをめぐる流言と買いだめとの関わり合いについて検証し、そのうえで流言と買いだめを抑制する報道のあり方について考察している。また、テレビがソーシャルメディアと連関しつつ、COVID-19に関してどのように伝えてきたかを検証するため、同年1月中旬から7月末までの期間に放送された平日昼の情報番組・ワイドショー、夜間のキャスターニュース25番組とツイッター投稿について分析を行った。そして同年11月～12月にかけて、COVID-19感染拡大が人びとの暮らしや意識をどのように変えたのかについて把握するため、郵送法による調査を実施している。その中で、COVID-19に関わる情報入手で頼りにしているメディアにつ

5 新型コロナウイルス関連のTV番組報道推移は、2020年1月1日から4月30日の関東地上波（NHK含む）の全番組の中から「新型コロナウイルス関連」の話題を対象としている。

6 例えば、トフラー（1982：23-24、430-442）は、人間は処理しきれないほどの情報にさらされると、かえって判断が鈍ることを指摘している。

7 NHK放送文化研究所『放送研究と調査』（2020年7月、2-24頁）（2020年12月、2-35頁）（2021年1月、24-60頁）（2021年6月、8頁）を参照。

いて尋ねている。

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において、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は追っていない。ただ、総務省(2020)は、COVID-19および米国大統領選挙に関連したデマやフェイクニュースの発生・拡散による被害拡大へ対応のため、COVID-19と米国大統領選挙に関する情報流通の実態把握を目的とした調査を2021年3月にも行い、2020年5月の調査結果との比較を試みている。調査の主目的は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にあったが、分析の一部として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、メディア評価が含まれている。

2. 調査の概要

(1) 調査の概要

本稿では、COVID-19報道に対する人びとのメディア利用と報道評価について時期的に把握するために実施した「新型コロナウイルスの報道に関する調査」の一部データを用いた。本調査は、調査会社マクロミルのウェブサイト上において、モニター登録している東京在住の20歳以上79歳以下の男女1,036人を対象に、3回実施した。1回目は2020年2月28～29日、2回目は同年5月28～30日、3回目は2021年2月15～17日である(調査の時期は図1参照)。なお、各回とも調査対象者を抽出しなおしていることから、母集団と調査対象者はそれぞれ異なる。標本抽出の方法は、男女年代別の均等割付けで行った。

以下の分析においては、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) 調査の項目

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」などから構成した。

(3) 調査対象者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、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(男性518人、女性518人：合計1,036人)であった。

3. 分 析

(1) 主要メディアの利用状況

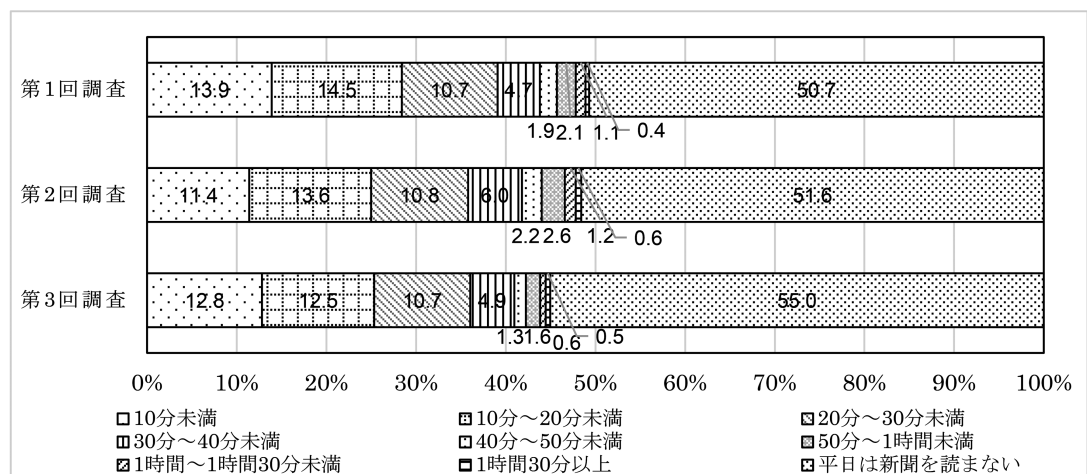
新聞、テレビ、インターネットのニュースサイト（以下、ニュースサイト）の3つの主要ニュース・メディアについて利用状況をみると、「テレビ」「ニュースサイト」「新聞」の順で多く、これは3回の調査とも共通している。以下では、調査回別にメディアの利用状況についてまとめる。

①新聞閲読時間

3回の調査とも「平日は新聞を読まない」が半数以上を占め、30分以上の閲読者が少ない点は共通している。第1回調査は、「10分～20分未満」が14.5%、「10分未満」が13.6%、第2回調査は「10分～20分未満」が13.6%、「10分未満」が11.4%と同じ傾向にあるが、第3回調査は、「10分未満」が12.8%、「10分～20分未満」が12.5%と僅かに少ない（図2参照）。

さらに新聞閲読時間のカテゴリごとの中位の値⁸におきかえ、平均閲読時間を算出したところ、第1回調査が10.4分（標準偏差15.987）、第2回調査が11.3分（標準偏差17.302）であるのに対し、第3回調査は8.7分（標準偏差15.109）となった。僅かではあるが、第2回調査の新聞閲読時間は長い。

図2 新聞閲読時間



8 新聞閲読時間のカテゴリの「10分未満」は5分、「10分～20分未満」は10分、「20分～30分未満」は25分、「30分～40分未満」は35分、「40分～50分未満」は45分、「50分～1時間未満」は55分、「1時間～1時間30分未満」は75分、「1時間30分以上」は105分と中位の値に回答をおきかえ、平均値を算出した。

テレビ視聴時間、ニュースサイト閲覧時間のカテゴリも同様に中位の値におきかえた。なお「見ない」「読まないは」0でカウントした。

②テレビの視聴時間

テレビの1日あたりの視聴時間は、第1回調査では「1時間～2時間未満」(22.3%)と「2時間～3時間未満」(20.5%)がそれぞれ2割を超えて多く、「平日は見ない」は8.9%である。第2回調査は、「1時間～2時間未満」が20.6%、「2時間～3時間未満」が19.0%、「平日は見ない」は9.0%となり、第1回目と第2回目の視聴時間は同じような傾向といえよう。第3回調査では「1時間～2時間未満」が19.2%、「2時間～3時間未満」が19.2%、「平日は見ない」は11.4%となっており、視聴時間が少ない傾向にある(図3参照)。これについて、前掲の新聞と同じ方法でテレビ視聴時間の平均値を算出したところ、第1回調査は2時間18分(標準偏差109.148)、第2回調査は2時間29分(標準偏差113.074)、第3回調査は2時間21分(標準偏差110.668)となり、第2回調査での視聴時間が若干長い。

③ニュースサイトの閲覧時間

ニュースサイトの1日あたりの閲覧時間についても、第1回調査と第2回調査が同じような傾向に

図3 テレビ視聴時間

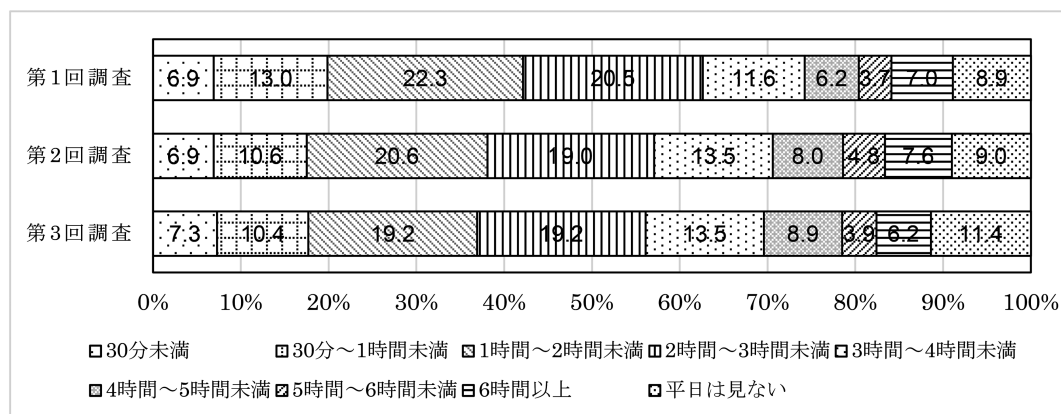
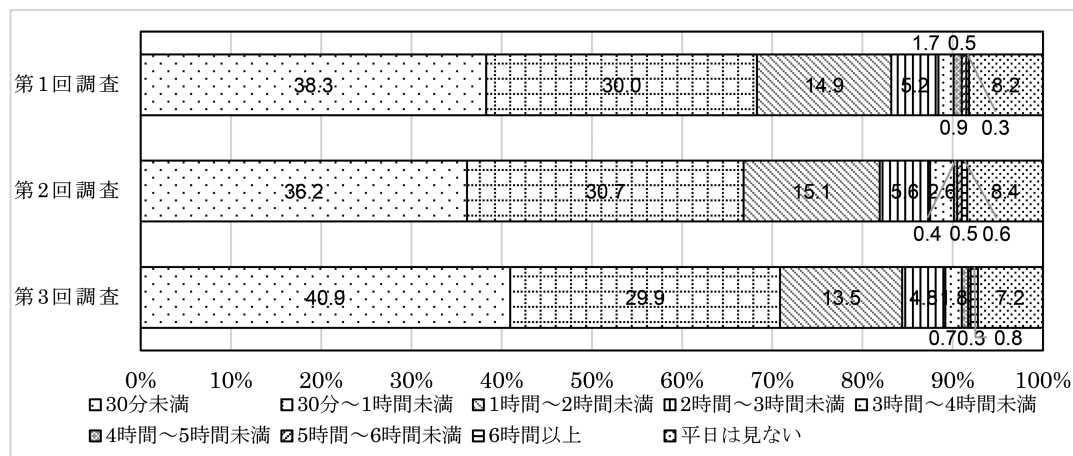


図4 ニュースサイト閲覧時間



ある。第1回調査は「30分未満」が多く38.3%、次いで「30分～1時間未満」が30.0%となり、合わせて7割弱が1時間未満の利用者となる。第2回調査でも「30分未満」が36.2%、「30分～1時間未満」が30.7%である。第3回調査は、「30分未満」が40.9%と最も多く、「30分～1時間未満」が29.9%で、合わせると7割を超える。他方、「平日は見ない」は、第1回から第3回の調査いずれも1割未満で同じ傾向にある（図4参照）。

前掲の方法で、ニュースサイトの平均閲覧時間を算出したところ、第1回調査は49.2分（標準偏差54.970）、第2回調査は51.6分（標準偏差58.005）、第3回調査は48.7分（標準偏差57.500）となり、いずれも50分程度の利用であるが、第2回調査は50分を超え、閲覧時間が最も長い。

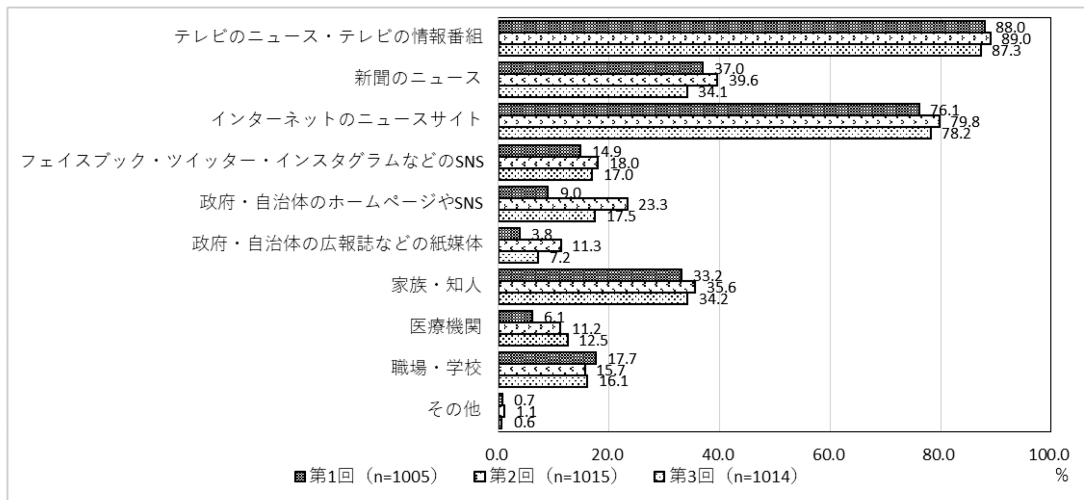
(2) COVID-19に関する情報源

COVID-19について「名前だけは聞いたことがある」「名前も聞いたことがない」と回答した人を除外して、COVID-19に関する情報をいずれのメディアから得たのか、情報源について確認した。

第1回調査では、「テレビのニュース・テレビの情報番組」（88.0%）が最も多く、次いで「インターネットのニュースサイト」（76.1%）、「家族・知人」（33.2%）、「新聞のニュース」（37.0%）が多く、これら4つを主な情報源にしていた。他方、インターネットを介して情報を発信するメディアのうち「フェイスブック・ツイッター・インスタグラムなどのSNS」（14.9%）と「政府・自治体のホームページやSNS」（9.0%）は、ニュースサイトに比べて利用は少ない。

第2回調査では、第1回調査同様、「テレビのニュース・テレビの情報番組」（89.0%）が最も多く、次いで「インターネットのニュースサイト」（79.8%）、「新聞のニュース」（39.6%）、「家族・知人」（35.6%）が多いことから、これらが主な情報源といえる。これらのメディアに次いで、「政府・自治体のホームページやSNS」（23.3%）や「政府・自治体の広報誌などの紙媒体」（11.3%）が利用されており、政府、自治体の公式なメディアによる発信情報の利用については、他の調査回に比べて多くなっている

図5 COVID-19に関する情報源



ことから、第2回調査ではより多くの情報源が利用されたといえよう。

第3回調査も、第1回および第2回調査同様、「テレビのニュース・テレビの情報番組」(87.3%)が最も多く、次いで「インターネットのニュースサイト」(78.2%)、「家族・知人」(34.2%)、「新聞のニュース」(34.1%)が続く。「政府・自治体のホームページやSNS」は17.5%、「政府・自治体の広報誌などの紙媒体」は7.2%となり、第2回調査ほどではないが、第1回目調査よりも多く利用されている。

統括すると、COVID-19に関する主要な情報源として、「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」があげられる。「新聞のニュース」は「家族・知人」と同じ程度である。マス・メディアやインターネットに次いで利用が多いのは、政府、自治体の公式なメディアによる発信であり、感染状況に応じて人びとがより多くの情報源から正確な情報を得ようとする情報行動が窺える(図5参照)。

(3) COVID-19報道に対する評価

COVID-19報道のニーズや正確さ、問題点や背景に関する報道、公的発表による報道、独自取材の少なさ、社会への影響に関する7項目(表1参照)について、人びとがどのように報道を評価しているのか検討した。

分析にあたっては、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、COVID-19報道への評価が高い項目ということになる。

第1回から第3回調査までの平均スコアを比較すると、人びとの回答傾向は類似している。各回とも平均スコアが高い項目は「g 社会を不安にさせている」「f 独自取材による報道が少ない」であり、次いで「e 公的な発表にもとづく報道をしている」「c 興味本位で伝えられている」が続くことから、全体的に肯定的な評価が多いとはいえない。

各回を比較すると、まず第1回調査で平均スコアがマイナスを示した「b 事実を正確に伝えている」(-0.06)と「d 問題点や背景にせまって報じている」(-0.03)は、第2回調査ではプラスに転じる。第1回調査のマイナス・スコアは、これまで経験したことがないCOVID-19の感染拡大のなかで人びとが報道に対して懐疑的な見方をし、かつ情報の真偽に不安を感じていたことが推察できる。

第2回調査では、「a 自ら(あなたご自身)が知りたい事柄を伝えている」(0.26)、「b 事実を正確に伝えている」(0.10)、「d 問題点や背景にせまって報じている」(0.11)となり、肯定的な項目の平均スコアが高くなることから、時間の経過とともに人びとのCOVID-19報道への接し方の変化がみられる。

しかし、第3回調査になると、「a 自ら(あなたご自身)が知りたい事柄を伝えている」(0.12)、「b 事実を正確に伝えている」(0.06)、「d 問題点や背景にせまって報じている」(0.00)のいずれも第2回

表1 COVID-19報道に対する評価

			a 自ら(あなた自身)が知りたい 事柄を伝えている	b 事実を正確に伝えている	c 興味本位で伝えられている	d 問題点や背景にせまって報じている	e 公的な発表にもとづく報道を している	f 独自取材による報道が少ない	g 社会を不安にさせている
第1回 調査	n=1005	平均スコア	0.07	-0.06	0.25	-0.03	0.27	0.53	1.09
		標準偏差	1.014	0.986	1.033	1.003	0.891	0.892	0.921
第2回 調査	n=1015	平均スコア	0.26	0.10	0.26	0.11	0.43	0.52	0.74
		標準偏差	0.970	0.959	1.043	0.933	0.859	0.864	0.989
第3回 調査	n=1014	平均スコア	0.12	0.06	0.23	0.00	0.38	0.47	0.75
		標準偏差	0.986	0.927	0.997	0.939	0.839	0.870	0.995

注1) 平均値は、「とてもそう思う」に2点、「まあそう思う」に1点、「どちらともいえない」に0点、「あまりそう思わない」に-1点、「全くそう思わない」に-2点を与え、平均スコアを算出した。

注2) 新型コロナウイルスの報道を見ていない場合は「どちらともいえない」と回答。

に比べてスコアが減少しており、再び、人びとがCOVID-19について知りたい情報と報道されるCOVID-19に関わる内容との乖離がみられた(表1参照)。

(4) マスコミおよびインターネットに対する評価

報道の信頼性、COVID-19感染拡大防止への寄与、世論への影響力など、マスコミとインターネットの評価を尋ねる8項目(表2参照)を通して報道全般について検討した。分析には前掲(3)と同じ方法で算出した平均スコアを用いた。

マスコミ報道に対する評価の5項目(表2のa～e)のうち、調査回にかかわらず共通して評価が最も高いのは「e マスコミの世論に対する影響は大きい」、次いで「b マスコミは事実を誇張して報道している」である。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」の平均スコアはマイナスを示す。この結果から、マスコミ報道の内容に対する評価は厳しいといえる。

各回の平均スコアを比較し、評価の推移をみると、「a マスコミは事実を曲げずに報道している」(第1回調査-0.08、第2回調査-0.23、第3回調査-0.28)と「d マスコミの情報は信頼できる」(第1回調査-0.14、第2回調査-0.12、第3回調査-0.21)は、時間の経過とともに評価が厳しくなっている。これらの結果は、前掲(3)でCOVID-19報道が「b 事実を正確に伝えている」ことに対する評価とは異なり、マスコミの報道全般への評価とCOVID-19報道に限定した評価との違いがみられる。

さらに、「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（第1回調査0.44、第2回調査0.62、第3回調査0.58）がプラスを示し、その値も高いことから、人びとのマスコミ報道全般に対する厳しい評価が窺える。

「e マスコミの世論に対する影響は大きい」は、他の項目に比べ平均スコア（第1回調査1.18、第2回調査1.15、第3回調査1.06）は高い。他方、「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」の平均スコア（第1回調査0.01、第2回調査0.29、第3回調査0.10）をみると、世論への影響力が大きいにもかかわらず、感染防止に寄与している評価は低いことがわかる。

これらから、人びとのマスコミ報道への信頼度の低さや人びとが期待したいマスコミの社会的役割を十分に果たしているとは言い難く、人びとのマスコミ報道への評価は厳しい。

次に、インターネットに対する評価を3つの項目（表2のf～h）から検討した。なお、調査の設問では「インターネット」について規定しておらず、公式サイトからSNS等の個人発信まで、回答者に委ねている⁹（表2参照）。

「g インターネットの情報は信頼できる」は、いずれの調査回も平均スコア（第1回調査-0.21、

表2 マスコミおよびインターネットに対する評価

			a マスコミは事実を曲げずに報道している	b マスコミは事実を誇張して報道している	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	d マスコミの情報は信頼できる	e マスコミの世論に対する影響は大きい	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	g インターネットの情報は信頼できる	h インターネットの世論に対する影響は大きい
第1回 調査	n=1005	平均スコア	-0.08	0.44	0.01	-0.14	1.18	0.09	-0.21	0.89
		標準偏差	1.006	0.954	0.983	0.947	0.741	0.895	0.853	0.814
第2回 調査	n=1015	平均スコア	-0.23	0.62	0.29	-0.12	1.15	0.48	-0.06	0.91
		標準偏差	1.000	0.906	0.989	0.954	0.739	0.833	0.792	0.744
第3回 調査	n=1014	平均スコア	-0.28	0.58	0.10	-0.21	1.06	0.30	-0.12	0.78
		標準偏差	1.024	0.953	0.978	0.975	0.754	0.842	0.801	0.791

注1) 平均値は、「とてもそう思う」に2点、「まあそう思う」に1点、「どちらともいえない」に0点、「あまりそう思わない」に-1点、「全くそう思わない」に-2点を与え、平均スコアを算出した。

注2) マスコミやインターネットを見ていない場合は、「どちらともいえない」と回答。

9 ただし、質問紙の前半部分でメディア利用について尋ねる中に、インターネットのニュースサイトの利用に対する設問がある。

第2回調査-0.06、第3回調査-0.12)がマイナスを示しているものの、前掲のマスコミの情報の信頼性(第1回調査-0.14、第2回調査-0.12、第3回調査-0.21)と比較すると、インターネット情報が必ずしも信頼性が低いという結果ではない。

「h インターネットの世論に対する影響は大きい」は、いずれの調査回も平均スコア(第1回調査0.89、第2回調査0.91、第3回調査0.78)がプラスを示すが、マスコミ報道での世論に対する影響(第1回調査1.18、第2回調査1.15、第3回調査1.06)に比べると、その値は低い。しかし、「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、いずれの調査回でも、マスコミ報道(第1回調査0.01、第2回調査0.29、第3回調査0.10)よりもインターネット(第1回調査0.09、第2回調査0.48、第3回調査0.30)の評価が高くなる。

これらから、世論に対する影響はインターネットよりマスコミの方が大きいものの、COVID-19感染拡大の防止という、個人の行動レベルへの影響力についてはインターネットの有用性が高く評価されているといえる。

おわりに

本研究は、感染拡大が続いているCOVID-19の報道に関する3回の調査を通して、人びとはCOVID-19に関するニュースや情報をどのメディアから得ており、情報を伝えるメディアをどう評価しているのかを分析するものである。本稿では、(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)マスコミおよびインターネットに対する評価について、調査回ごとに実際に把握することで、時間の経過とともに変化がみられたのかについて考察を行った。

小括すると、(1)3つのメディアの利用状況は、多い順に、テレビ視聴、ニュースサイト閲覧、新聞閲覧となっており、各メディアの接触時間は、社会におけるCOVID-19の感染状況に応じて変化がみられた。(2)COVID-19に関する主要な情報源は、「テレビのニュース・テレビの情報番組」「インターネットのニュースサイト」である。「新聞のニュース」はテレビやインターネットに次ぐ情報源であり、新聞と同程度で「家族・知人」が利用されている。また感染状況に応じて、政府や自治体による情報の利用も確認できる。(3)COVID-19報道に対する評価については、3回の調査を通して「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」の平均スコアが高く、全体的に肯定的評価は高くはない。第2回調査では「自ら(あなたご自身)が知りたい事柄を伝えている」「問題点や背景にせまって報じている」の平均スコアが高くなるものの、第3回では減少する現象がみられた。(4)マスコミおよびインターネットに対する評価については、すべての回において「マスコミの世論に対する影響は大きい」の平均スコアが高いと同時に、回を追うごとにマスコミ報道への評価は厳しくなっている。他方、新型コロナウイルスの感染防止に対する有用性では、マスコミよりインターネットの評価が高かった。

これらの結果については、回答者の属性、メディア利用とそのニーズ、COVID-19に関する知識の有無など他の変数との関連性を明らかにする必要がある。感染症によるパンデミックという未曾有の事態における人びとの情報行動を解明することは、マス・コミュニケーション研究の使命であり、COVID-19に関する情報については2020年から多くの調査、研究が行われている。本研究もその一つの知見として貢献したい。

《引用文献》

- 朝日新聞社「パンデミック脅威、現実に」『朝日新聞』2020年3月11日朝刊3頁
- NHK「特設サイト 新型コロナウイルス」、<https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus> (2021/07/29アクセス)
- エム・データ (2020)「News Release TV番組でのコロナ報道とTV-CMの出稿状況をコロナ前と比較調査 2020年5月22日」、https://mdata.tv/info/20200522_01 (2021/07/29アクセス)
- esriジャパン「新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) 対応支援サイト」、<https://coronavirus-esri-japan-ej.hub.arcgis.com> (2021/07/29アクセス)
- 厚生労働省「データからわかる—新型コロナウイルス感染症情報—」、<https://covid19.mhlw.go.jp/extensions/public/index.html> (2021/08/05アクセス)
- 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 (2020/08/3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、2-35頁
- A.トフラー (徳山二郎訳) (1970=1982)『未来の衝撃』中央公論新社
- 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、24-60頁
- 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 (2021/08/11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年月号、NHK出版、2-30頁
- 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、2-30頁
- 放送倫理・番組向上機構「視聴者のご意見」、<https://www.bpo.gr.jp> (2021/08/11アクセス)
- 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:pp66-81)

【Abstract】

Audience Evaluation of COVID-19 Reports

Naoko OTANI

Yumi SHIKATA

Yasuhiro KAWASHIMA

Takayuki KAWAKAMI

This paper analyzes data obtained from surveys on the social evaluation of media coverage of coronavirus (Covid-19) infections, which has been spreading ever since it first confirmed in Japan in January 2020. Through surveys conducted over three different time periods (February 2020, May 2020, and February 2021), we examine whether changes have been observed over time, focusing on the following four points: (1) frequency of media contact, (2) information sources about Covid-19, (3) evaluation of Covid-19 coverage, and (4) evaluation of the mass media and the Internet.