

## 若年層のニュース受容における ソーシャルメディア・社会的関心・知識の関係性

武富 萌瑛

デジタル化の進展に伴い、若年層にとってソーシャルメディアでのニュース受容の割合が増えている。これまで、ソーシャルメディアは好きなものだけを好きなだけ見る「選択的接触」を促進する効果から、社会的関心の高い層と低い層の差を拡張すると指摘されてきた。しかし、現代のソーシャルメディアは以前より「おすすめ」のアルゴリズムが強化され、眺めるだけで多様な情報を目にするように変わってきていることから、偶発的・副産物的学習により多様な情報を獲得できるようなメディアになっているのではないかと考える。

米国を中心にソーシャルメディアを利用したニュース受容の研究は多く行われており、ここでは、Facebook を通じた偶発的・副産物的学習によって、実験参加者の政策問題の認識が高まったといったことが明らかにされている。一方、日本では大半の研究が単なる利用実態調査にとどまっており、ソーシャルメディア利用の影響が明らかにされているとは言い難い。そこで本研究では、社会的関心度が低くてもソーシャルメディアを利用することで偶発的・副産物的学習がなされ、社会的ニュースを受容し、知識を持つことがあるかを検討することで、ソーシャルメディア利用と社会的なニュースに関する知識の関係について、社会的関心度の低さがどのような影響を与えるか明らかにすることを試みた。

若年層(18～24 歳)400 名を対象としたオンライン質問紙調査を行った。調査項目は、①ソーシャルメディア 6 種の利用頻度、②社会的関心度を測るもの、③ニュースに関する知識(国際問題・社会問題)を問うもの、の計 23 問である。その後、①と②を独立変数、③を従属変数とするポアソン分布を仮定した一般化線形モデルを用いた階層的重回帰分析を行った。

分析の結果、ソーシャルメディアが社会的なニュースに関する知識に与える効果について、YouTube、Facebook、LINE は正の方向に、Instagram、TikTok は負の方向に有意な結果が得られた。すなわち、YouTube、Facebook、LINE の利用頻度が高い人は社会的なニュースに関する知識を持っている傾向にあり、逆に Instagram、TikTok の利用頻度が高い人は社会的なニュースに関する知識を持たない傾向にある。また、社会的関心度の低さは社会的なニュースに関する知識に負の関連を持っている。さらに、社会的関心度の低さがソーシャルメディアの利用と社会的なニュースに関する知識との関係に与える影響は、Instagram、TikTok において負の効果を増幅させていた。すなわち、もともと Instagram と TikTok を利用頻度が高い人は社会的なニュースに関する知識を持たない傾向にあるが、社会的関心度の低い人はさらにその傾向が強くなっていた。しかし、TikTok については、有意ではないものの社会的関心が低い人が TikTok を多く利用することにより、社会的なニュースの知識を獲得している傾向が見られた。ここから、TikTok の興味のないようなコンテンツもあえて表示するアルゴリズムが偶発的・副産物的学習を促す機能として働いたと考えることができる。

(指導教員 松林 麻実子)