

令和元年度における SNS と

若者の政治離れについての学内調査

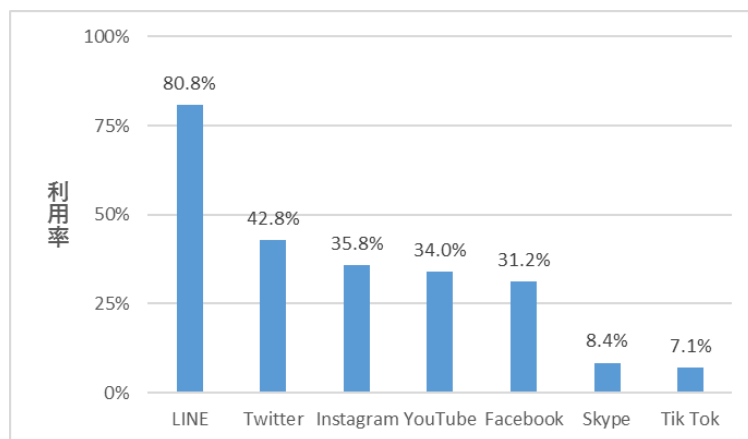
野本 康介（文教大学情報学部メディア表現学科）

1. はじめに

「酒の席で政治・宗教・野球の話をしてはいけない」というタブーをご存知の方は多いだろう。話題に関するタブーとして有名なもので、対立を招きやすい話題は避けたほうが無難という主旨の昔から言われてきた定説だ。確かに、（野球はともかく）政治・宗教はデリケートな話題の代表例と言われても仕方ない。誰しも何らかの主義や信念があり、信仰がある。時にそれらを引き金とした衝突が起きることもある。衝突が個人間で完結するならまだしも、集団や組織を巻き込むものとなれば厄介な大事であり、地域・国家ごと巻き込んでしまったら危うく戦争である。もっとも、戦争にまで発展するのは極端なケースだが、政治か宗教に関する話というものは場に緊張感をもたらしてしまいがちだ。だからこそ冒頭のタブーは共有され続けてきたと言えるだろう。

時は流れて、2019 年。情報通信技術の進歩により、世論の変化が激しくなり、「たまごっち」のような時代を象徴するようなブームは起きにくくなった。メディアの分野においても、大きな物語が終焉¹し、小さな物語化が加速したのである。今は「マイブーム」が林立する時代と言えるだろう。また、社会問題の分野に目を向けると、性的少数者や在邦外国人に対する不当な差別、「見えにくい貧困問題」など状況は複雑化している。しかし、それでも冒頭のタブーは依然存在し続けているように思える。それどころか SNS 上にもあのタブーは流れ込んできている気さえする。SNS 上で政治的な議論を深めようとする人物は、居ないこともないが少数派だ。SNS で政治的な議論をしようものなら、荒れて破綻ないし「炎上」してしまう可能性が大いにある。議論参加者も相手の顔が見えない分、攻撃的な言葉を使うことに抵抗がなくなりがちだ。また、SNS 上で最も伝播しやすい感情は「怒り」という研究もあり、そのような環境で議論をしようとしても無益だろう²。ゆえに、SNS 上であつても冒頭のタブーは説得力を持ってしまう。結局、「酒の席」が「SNS」に置き換わっただけなのか。

そこで、本調査では SNS と日常における政治への接触について調査を行う。簡潔に述べるなら、SNS と日常生活の中でいつ・どのような時に政治の話に

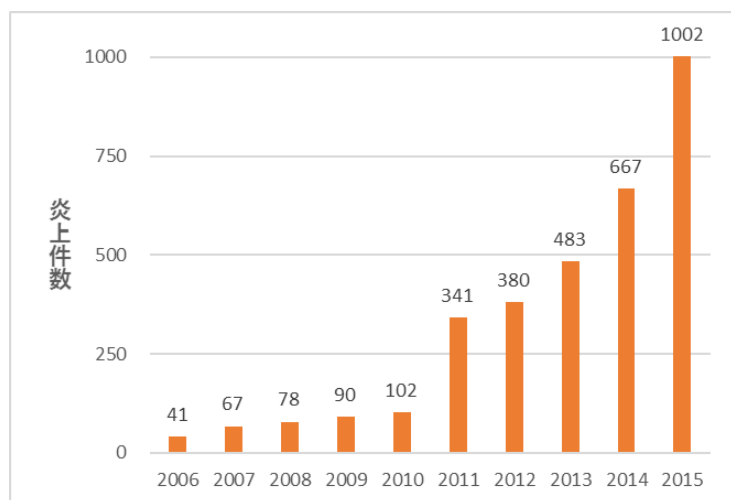


図表 A 主要な SNS の利用率（ICT 総研, 2018）

触れているか、政治の話を誰としたことがあるか、その時嫌な思いしたか、投票に行ったかなど、日常的な政治参加について分析を行う。類似した調査は既に数多く存在しているが、あくまで2019年における本学生徒を対象とした調査という体裁で進めていく。

さて、まず主要な SNS とその利用率について手短におさらいしておこう。図表 A の通り、LINE は最も利用されている SNS だ。一昔前までは E メール の時代だったが、2011 年以降順調にシェアを伸ばし続け、連絡ツールの代表的存在となった³。LINE は連絡ツールとしての側面と SNS としての側面を備える特殊な存在でもある。タイムライン機能は LINE の SNS 的な側面と言えるだろう。次に、利用率が高いのは Twitter である。140 文字という短い文でのやりとりがウケたというのは俳句文化のある日本らしいエピソードだ⁴。Twitter がウケたもう一つの理由として、見知らぬ人も共通の話題でゆるくつながることができるというものがある。何気ない投稿が同様の関心や意識を持った他者との会話に繋がっていく Twitter は、ゆるいつながりを持つためのツールとして重宝されてきた。ところが、近頃の Twitter はとても「ゆるい」とは言えない状況にある。「炎上」が目立つようになったのだ⁵。数分 Twitter を開けば、(個人差はあれど) 目に入ってくるのは「興味を惹かれるコンテンツ」よりも罵声と憎悪の応酬である。こうした現状にうんざりしている方もいることだろう。一体いつからこんなことになってしまったのか。

ここで近年の炎上発生数に注目しておこう。図表 B を見るとネット炎上の発生件数は増加傾向にあると言える。Twitter も例外なくこの変化の影響下であり、ゆるいやり取りをする場であったはずの Twitter は、今やいつ燃えるか分からない緊張感漂う場と化してしまっている。こんな場所で冒頭の 3 大ダブーに触れようものならどうなるか想像に難くないだろう。そして、こうした状況が政治離れに拍車をかけているのではないかというのが本稿における問題意識である。



図表 B 国内における炎上発生件数推移
(情報通信白書, 2019)

政治が人を対立させてしまうなら、政治に触れないことが平穏に過ごすための最適解となってしまう。政治から離れるというのは果たして無難で政治的でないと言えるのだろうか。実は、政治から離れるというのも立派な政治的態度だ。ハーシュマンは、社会に対して個人の側が取れるアクションを大きく 3 種類に分類した⁶。1 つ目は「忠誠 (Loyalty)」。これは、「善い組織 (社会)」に所属している場合の態度と言えるかもしれない。その組織に対し不満を感じなければ、個人はその組織に対し忠実さを発揮する。良い組織であればあるほど、向けられる忠誠は大きくなるだろう。例えば、労働基準法を遵守し、福利厚生が充実しており、育休などの休暇をしっかりと

り取得できる上に、十分な報酬を支払ってくれる組織。こうした組織であれば、信頼と忠誠を向けられることも増えるだろう。

次に、「発言 (Voice)」。これは、所属する組織に対し問題を感じた際に行われるアクションだ。要は改善要求である。例えば、快適な業務を妨げる規則の存在、ハラスメントの発生、規定以上の労働を強いられるなどの問題に直面することがある。その時は労基署など然るべき機関を通して改善を求めることができる。政治のシーンではパブリックコメントの投稿や投票権の行使、議論への参加などが「発言」に当たるアクションと言えるだろう。

最後に「離脱 (Exit)」。声を上げても無駄だった場合や、声を上げることを妨害してくる組織に対するアクションであり、最終手段だ。どうにもならないという状況はしばしば起きてしまう。潰されてしまう前に逃げるが勝ちという判断も大切だ。ブラック企業を逃れるために退職したり、自らの意思で国や地域から出ていくことが「離脱」と言えるだろう。政治における「離脱」は何だろうか。この場合、棄権や政治についての話をしないというのが「離脱」の態度と言えるかもしれない。

ところで、近頃とにかく「離脱」を選択するという思想が一部の注目を集めている。これは、新反動主義と呼ばれる思想でトランプ支持層や英国の EU 離脱派の間に影響を与えたとされている⁷。こうした潮流を見ていると 3 大タブーの存在にはなかなか危ういものを感じてしまう。政治からの離脱は本校生徒にも影響しているのだろうか。そして、「離脱」してしまう人物はどのような政治意識の持ち主なのだろうか。調査を通じて明らかにしていきたい。

2. 調査研究の方法

2-1. 進捗経緯

- 4 月～5 月：事前学習
- 6 月：調査テーマ確定・調査票の試作
- 7 月上旬：本調査票の作成開始
- 7 月下旬：本調査票の完成・本調査の実施（オンライン）
- 8 月上旬：本調査票の再送付・調査完了
- 9 月～12 月：集計と分析
- 1 月～2 月：報告書の執筆

2-2. 調査概要

- 調査時期：2019 年 7 月 23 日、同年 8 月 2 日
- 調査場所：文教大学全キャンパス
- 依頼件数：1074 件
- 有効回答数：212 件（回答率 19.7%）
- 調査責任者：文教大学情報学部メディア表現学科 4 年 野本 康介
- 監督者：日吉 昭彦

調査方法：Google フォームを利用した質問票を、サンプリングで抽出した該当者に電子メールにて送付。

主な質問項目：普段利用する SNS について

SNS でどのような人をフォローしているかについて

政治的な話題に触れる頻度について

政治的な話題に触れた際のネガティブな体験の有無について

投票に行ったかについて

政治に対する意識について

監督者による調査票の事前評価：調査票の試作段階で実施。本調査票の完成時に再度実施。

2-3. 各学部の割り当て

学部名	学科名	在学者数	対象者数（学部合計）	割合
教育学部	学校教育課程	1590	199	12.52%
	心理教育課程			
人間科学部	人間科学科	1786	221	12.37%
	臨床心理学科			
	心理学科			
文学部	日本語日本文学科	1664	206	12.38%
	英米語英米文学科			
	中国語中国文学科			
	外国語学科			
情報学部	情報システム学科	1244	158	12.70%
	情報社会学科			
	メディア表現学科			
国際学部	国際理解学科	1148	142	12.37%
	国際観光学科			
健康栄養学部	管理栄養学科	431	54	12.53%
経営学部	経営学科	737	94	12.75%

表 1 学部別の割当数と割当率

※1 在学者数は 2019 年 5 月 1 日当時のもの

※2 対象者のうち 30 名は送付エラー

※3 卒業年次移行の学生や、学籍番号が特殊な留学生は対象に含めず

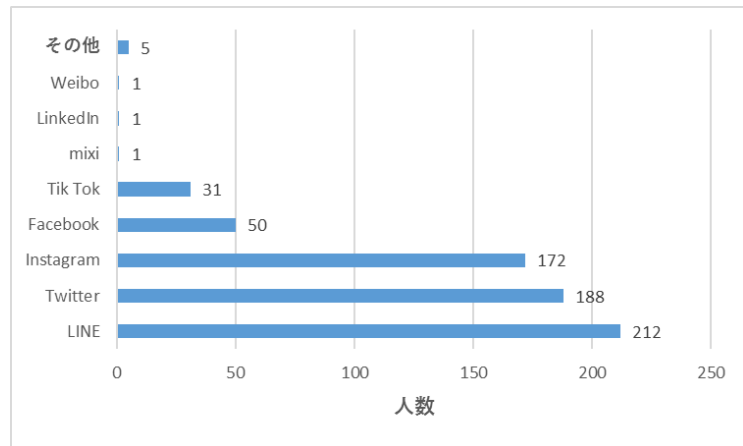
3. 調査結果

3-1. 回答者の基本属性

回答者 212 名の内訳は、男性が 63 名 (29.7%)、女性が 140 名 (66.0%)、無回答が 9 人 (4.2%) と女性回答者が多数を占めるデータとなった。

3-2. 主要な SNS の利用率

主要な SNS ごとの利用率と利用者数は図表 2 の通りである。LINE は 212 人 (100%)、Twitter は 188 名 (88.7%)、Instagram は 172 名 (81.1%)、Facebook は 50 名 (23.6%)、Tik Tok は 31 名 (14.6%)、mixi は 1 名 (0.5%)、LinkedIn は 1 名 (0.5%)、Weibo は 1 名 (0.5%)、その他が 5 名 (2.4%) と LINE の圧倒的なシェアが窺える結果となった。



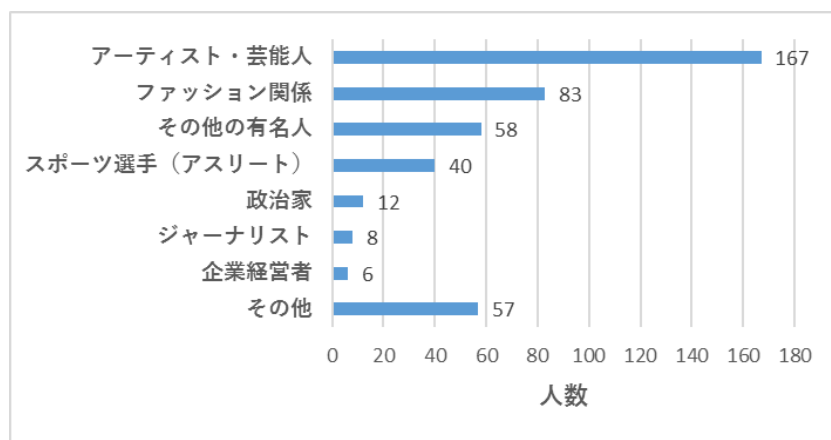
図表 2 各 SNS の利用者数

次いで利用率が高いのは、Twitter と Instagram だ。2017 年度流行語大賞の「インスタ映え」の語源となったのが Instagram であることは記憶に新しい。

また、「最も利口している」SNS についての回答は、LINE が 108 名 (50.9%)、Twitter が 55 名 (25.9%)、Instagram が 41 名 (19.3%)、Facebook が 0 名 (0%)、Tik Tok が 0 名 (0%)、mixi が 0 名 (0%)、LinkedIn が 0 名 (0%)、Weibo が 0 名 (0%)、どれとも言えないと答えた人が 5 名 (2.4%)、その他が 0 名 (0%) であった。

3-3. SNS でフォローする対象の属性

「SNS でどのような人物をフォローしているか」という質問に「アーティスト・芸能人」と答えた人が 167 名 (78.8%)、「ファッション関係」が 83 名 (39.2%)、「その他の有名人」が 58 名 (27.4%)、「スポーツ選手 (アスリート)」が 40 名 (18.9%) などとなっ



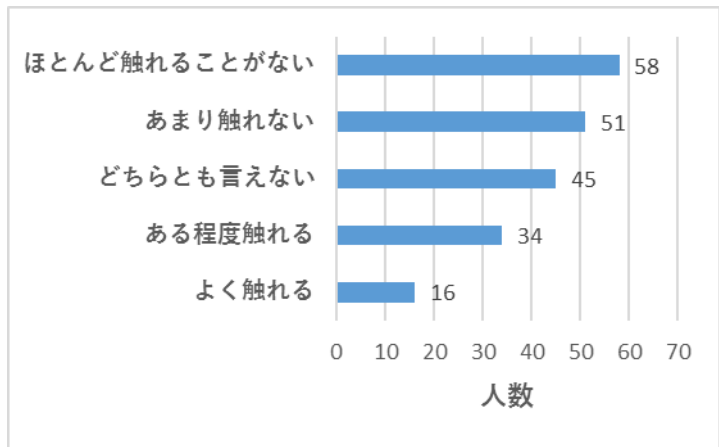
図表 3 SNS でフォローしている対象

ている。また「その他」が57名(26.9%)であった。「政治家」は12名(5.7%)と少数であった。

この結果から、SNSは政治に関する情報よりもアーティストや芸能人に関する情報を追いかける場として利用される傾向が認められる。また、SNSで最も頻繁に目にする対象については、「アーティスト・芸能人」が109名(51.4%)、「ファッション関係」が21名(9.9%)、「その他有名人」が21名(9.9%)、「スポーツ選手(アスリート)」が14名(6.6%)となった。また「その他」が34名(16.0%)、「政治家」は3名(1.4%)とこれも少数であった。

3-4. SNS上での政治的話題接触の頻度と関心について

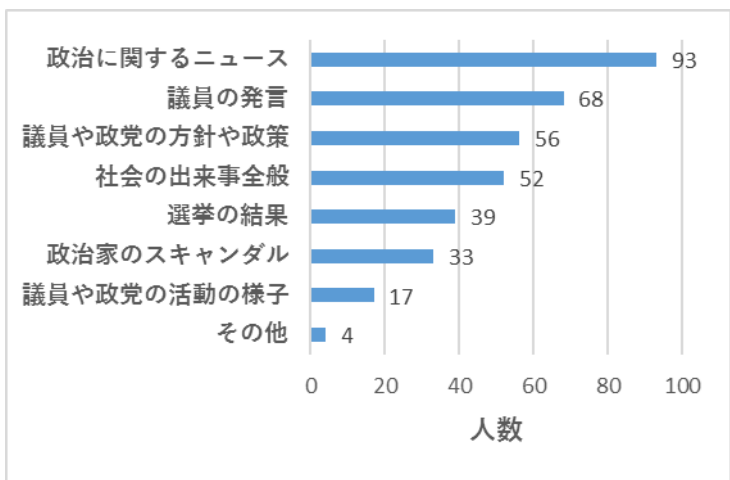
SNS上でニュースや時事ネタなどの「政治的話題」に触れる頻度については、1(ほとんど触れることがない)が58名(27.4%)、2(あまり触れない)が51名(24.1%)、3(どちらとも言えない)が45名(21.2%)、4(ある程度触れる)が34名(16.0%)、5(よく触れる)が16名(7.5%)となった。「よく触れる」「ある程度触れる」の合計で2割弱となり、この結果から、SNS上での政治離れが起きていると言える。



図表4 SNS上での政治的話題接触の頻度

SNSを通じて政治に興味を持ったことがあるかについては、「持ったことがある」が109名(51.4%)、「あまり持ったことがない」が73名(34.4%)、「全く持ったことがない」が25名(11.8%)、その他が4名(1.9%)となった。

また、SNSを通じて政治に少しでも興味・関心を持ったことがある人物が、何に対し興味を持ったかを分析したところ、「政治に関するニュース」が93名(43.9%)、「議員の発言」が68名(32.1%)、「議員や政党の方針や政策」が56名(26.4%)、「社会の出来事全般」が52名(24.5%)となった。



図表5 SNSを通じて興味を持った対象

3-5. 「炎上」が起きやすい SNS についての分析

政治的話題接触の頻度は少ない傾向にあるが、政治的話題が絡む「炎上」を見たことが「ある」と答えた人が 131 名 (61.8%)、「ない」と答えた人が 80 名 (37.7%) と SNS 上であっても、政治的な話題をしにくい現状が窺えるデータとなった。また、LINE を除く各 SNS の利用者数と炎上目撃者数の χ^2 検定を実施し、炎上が起きやすい SNS はどれであるか分析を行った。その結果、Twitter のみに有意差が認められた。これにより、Twitter は他の SNS に比べて炎上が起きやすい環境であることが窺える。また、LINE は利用率が 100% であったため、エラーとなった。Twitter は 2 番目に多く利用されている SNS であり、こうした日常的に利用される場で炎上が発していることが、SNS 上での政治離れに関与していると思われる。

Twitter $\chi^2(1)=5.78, p<.05$		「炎上」目撃経験の有無	
		無	有
利用の有無	無	14(60.9%)	9(39.1%)
	有	66(35.1%)	122(64.9%)

図表 6 Twitter 利用者と炎上目撃者の相関

3-6. SNS 上での政治的話題接触時における「不幸体験」についての分析

SNS 上で「政治的な話題」に触れたとき嫌な思いをしたことがあるか尋ねたところ、「ある」と回答した人が 35 名 (16.5%)、「ない」と回答した人が 177 名 (83.5%) と「ある」と答えた人が少数であった。ただし、

$\chi^2(1)=10.41, p<.01$		政治的話題に触れがち (SNS)	
		触れない	触れる
嫌な経験がある (SNS)	無	97(74.0%)	34(26.0%)
	有	12(42.9%)	16(57.1%)

図表 7 政治的話題接触と不幸体験の相関 (SNS)

これは政治的な話題に触れることが少ないことによってこのようになっていると推測される。問 5 で 4 (ある程度触れる)、5 (よく触れる) と回答した人を「政治的話題に触れがち」な人物としてクロス集計を行った。その結果、図表 7 のような関連が認められた。これによって、政治的話題に触れない人は嫌な思いをすることが無い傾向があることが認められる。

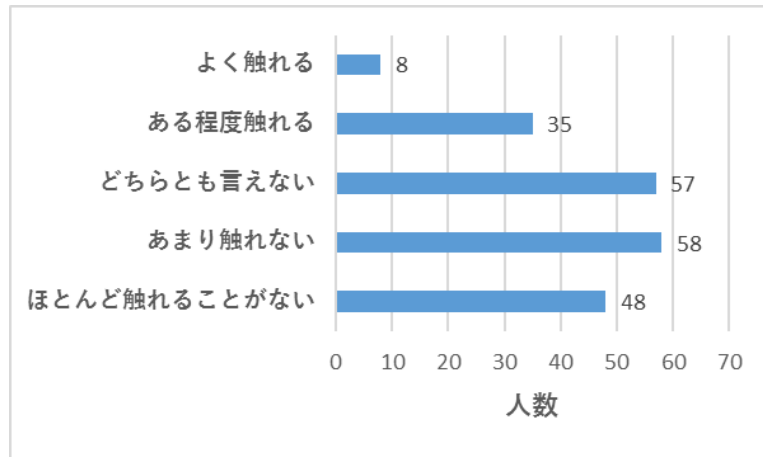
嫌な思いをしたことが「ある」と回答した人を対象に、その時何があったかを尋ねた。内訳は「攻撃的な投稿を見た」が 36 名 (12.3%)、「相容れない主張を見た」が 4 名 (6.6%)、「攻撃的なリプライ (反応をされた)」が 3 名 (1.4%)、「その他」が 2 名 (0.9%) となり、攻撃的な内容の投稿を目にして悪感情を抱いてしまったケースが見受けられた。SNS を楽しく使うコツは政治的話題に触れないことなのかもしれない。

また、SNS で政治的話題に触れて嫌な思いをした後どうしているかについて、問 13 で「ある」と答えた人を対象に質問をした。その結果、「距離を置いている」が 11 名 (5.2%)、「変わらず触れている・変わらない」が 18 名 (8.5%)、「□ら発信することはしないが、リツイート (拡散) や「いいね」などで触れている」が 3 名 (1.4%)、「その他」が 3 名 (1.4%) と少ないサンプル数ではあるが、変わらず触れるという人が多数であった。

3-7. 日常生活（オフラインの場）における政治的話題接触と投票行動

3-7-1. 日常における政治的話題接触の分析

では、日常空間においてはどうか。ここからは日常空間を「オフラインの場」と定義した上で分析を行う。日常空間でニュースや時事ネタなどの「政治的話題」に触れる頻度については、1（ほとんど触れることがない）が48名（22.6%）、2（あまり触れない）が58名（27.4%）、3（どちらとも言えない）が57

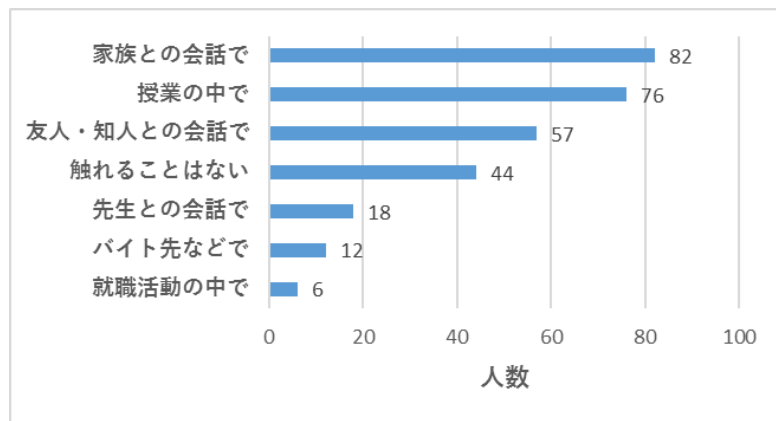


図表 8 日常空間での政治的話題接触の頻度

名（26.9%）、4（ある程度触れる）が35名（16.5%）、5（よく触れる）が8名（3.8%）となった。

【図表 8】

この結果から、やはり日常生活においても政治的話題は避けられる傾向にあると言える。また、どの場面で触れるかについては、「授業の中で」が76名（35.8%）、「先生との会話で」が18名（8.5%）、「就職活動の中で」が6名（2.8%）、「家族との会話で」が82名（38.7%）、「友人・知人との会話で」



図表 9 日常空間での政治的話題接触の場面

が57名（26.9%）、「バイト先などで」が12名（5.7%）、「触れることはない」が44名（20.8%）と家族との会話中が最多となった。【図表 9】

また、日常生活で誰かの「政治的な意見や主張」を聞いたときの行動については、「とりあえず話を聞くが」130名（61.3%）、「聞き流すことが多い」が35名（16.5%）、「積極的に話を聞く」が28名（13.2%）となっており、「その人と距離を置くことが多い」と答えた人はいなかった（0%）。政治的話題に触れる場面は授業中や親しい間柄の人物との会話中などに限られていることが窺える。特に家族との会話で触れることが多いというのは興味深い結果だ。政治的な話題というのはどうしても堅苦しくなりがちであり、見ず知らずの他人との会話で持ち出すには、不向きなものであるようだ。

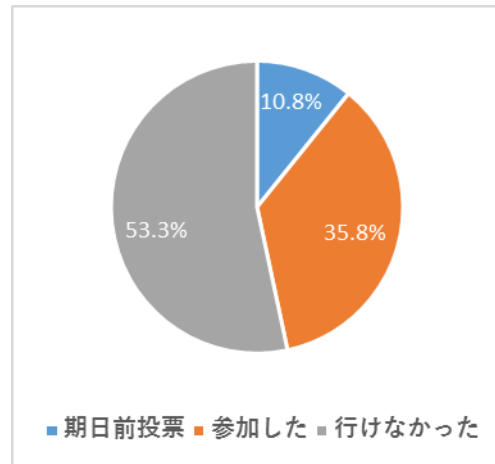
3-7-2. 投票参加率と参加者の行動分析

投票への参加・不参加と政治的課題への接触、棄権した場合の行動について分析をした。まず、2019年度参院選の投票参加率を分析した。その結果、「参加した」人が76名(35.8%)、「期日前投票をした」人が23名(10.8%)、「行けなかった」人が113名(53.3%)と棄権者が目立つ結果となった。

次に投票参加者の行動と政治的課題接触について集計した。投票所に「家族と行った」が71名(33.5%)、「一人で行った」が52名(24.5%)、「友人・知人と行った」が1名(0.5%)、「その他」が9名(4.2%)

と家族連れが目立った。家族連れが目立つという点に

3-7-1で行った分析を想起させるものがある。また、投票前に家族・友人と選挙関連の話題をしたかについては、「した」人が84名(39.6%)、「あまりしなかった」人が43名(20.3%)、「全くしなかった」が50名(23.6%)とある程度の政治的課題接触が見られた。

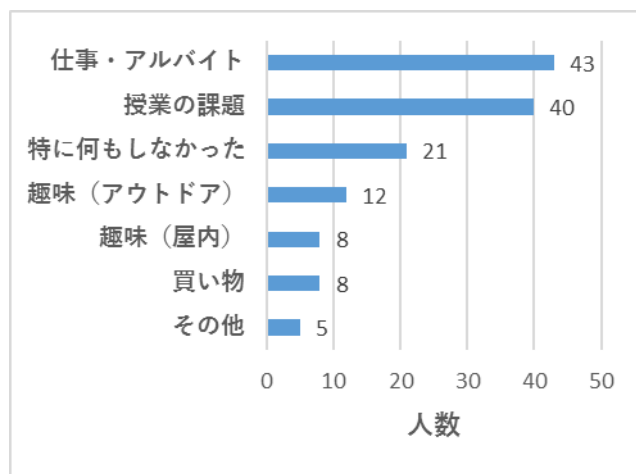


図表 10 投票参加率

3-7-3. 棄権理由とその日の行動の分析

次に「行けなかった」人を対象に棄権理由とその日の行動について分析した。棄権となってしまった理由として「一人暮らしなどで現住所が変わっている」が54名(25.5%)、参加しようと思えなかったが24名(11.3%)、「就活やバイトなどで行く時間が無かった」が23名(10.8%)と住民票に関連する問題が明らかとなった。しかし、これはオンライン投票が実現すれば解決されるものと思われる。

また、その日の行動については「仕事・



図表 11 投票日当日棄権した後の行動

アルバイト」が43名(20.3%)、「授業の課題」が40名(18.9%)、「特に何もしなかった」が21名(9.9%)、「趣味(アウトドア)」が12名(5.7%)と忙殺されている人物が目立った。投票に行かないのではなく、行きたくても「行けない」というのが棄権してしまう理由のようだ。

3-8. 日常生活における政治的課題接触時の「不幸体験」についての分析

先と同様に日常生活において政治的課題に触れて嫌な思いをした人物の分析を行った。日常生活で政治的課題に触れて嫌な思いをしたことが「ある」と回答した人が39名(18.4%)、「ない」と回答した人が173名(81.6%)と「ある」と答えた人が少数であった。また、問16で4(ある

程度触れる)、5(よく触れる)と回答した人を「政治的話題に触れがち」な人物としてクロス集計を行った。この結果でも政治的話題に触れない人が嫌な思いをしていないことが確認された。

		政治的話題に触れがち(日常)	
		触れない	触れる
嫌な経験がある(日常)	無	93(78.2%)	26(21.8%)
	有	13(43.3%)	17(56.7%)

図表 12 政治的話題接触と不幸体験の相関(日常)

また、日常生活で政治的話題に触れて嫌な思いをした後どうしているかについて、問 22 で「ある」と答えた人を対象に質問をした。その結果、「距離を置いている」が 8 名(3.8%)、「変わらず触れている」が 14 名(6.6%)、「□ら発信することはしないが、ニュースなどで触れている」が 8 名(3.8%)、SNS などネット上で触れている 4 名(1.9%)、「その他」が 1 名(0.5%)とこれも触れ続ける傾向が多数であった。

3-9. 本学生徒の政治態度の分類(因子分析)

本学生が政治についてどのようなスタンスであるのか分析するため、主成分分析による因子分析を行った。第 7 因子までの累積寄与率は 61.45% だった。【図表 13】

	自己責任論者	政治忌避	優等生リベラル	文化保守派	自信のある改憲派	トランプ派?	政治疲れ	SD 平均値
今の世の中に不満は感じない	.784	.113	-.118	.017	.074	-.192	-.043	2.07
貧困は自己責任だと思	.686	-.088	.286	.040	.044	.115	.184	1.93
現在、お金の不自由して	.630	.065	-.143	.111	-.003	.286	.100	2.44
選挙に行かなくても自	.562	.314	.169	-.162	.111	.074	-.155	2.24
正直、友人が政治に興	.033	.734	-.020	.122	.150	-.076	.178	1.50
味を持ちだしたら距離	.083	.733	.204	.029	-.246	-.019	-.111	2.22
を置いてしまうと思う	.090	.566	.169	-.002	.521	-.001	.065	1.72
政治の話は難しいので	.201	.520	-.018	-.173	-.157	.430	-.029	2.21
敬遠する	.107	.061	.851	-.047	.005	-.024	-.056	2.53
国は君主(国王など)	-.124	.121	.634	.263	.118	.181	.058	2.61
が統治すべきだ	.222	-.038	.137	.749	-.081	-.252	-.060	3.24
投票先はなんとなくで	-.055	.125	-.018	.746	-.130	.157	.216	3.17
決めている	-.117	-.045	.137	.533	.313	.103	-.278	3.00
政治に関心がある人間	.170	-.002	.061	-.005	.695	.063	.133	2.30
は「優等生」だと思	.118	.198	.485	.163	-.531	.164	.113	3.31
金持ちは貧しい人にお	.104	-.015	.184	.017	.065	.732	.087	2.33
金を分け与えるべきだ	.012	-.037	-.055	.085	.090	.247	.768	2.74
日本の伝統文化はしっ	.098	.203	.168	-.130	.072	-.428	.617	2.21
かり受け継がれるべき								
若者に優しい政策を実								
行すべきだ								
所属しているサークル								
や団体に不満があるな								
ら、改善を求めるべき								
憲法を改正した方が良								
いと思う								
自分の政治知識に自信								
がない								
もし、有名企業(楽天								
など)の社長(CEO)が								
総理大臣になっても良								
所属しているサークル								
や団体に不満があるな								
ら、すぐ退部すればよ								
「若者の投票率が低い								
のは問題」とする論調								
が嫌いだ								
個別寄与率	11.164	10.601	9.351	8.942	7.315	7.066	7.014	

図表 13 因子抽出の結果

その結果、第1因子では「世の中には不満を感じない」、「貧困は自己責任だと思う」、「現在、お金に不自由していない」、「選挙に行かなくても自分の生活には影響しないと思う」という自己責任意識が強い人物が抽出された。

第2因子では、「正直、友口が政治に興味を持ちだしたら距離を置いてしまうと思う」、「政治の話は難しいので敬遠する」、「国は君主（国王など）が統治すべきだ」、「投票先はなんとなくで決めている」など民主主義政治への不参加、あるいは忌避を想起させる要素が抽出された。

第3因子では、「政治に関口がある人間は「優等生」だと思う」、「金持ちは貧しい口にお金を分け与えるべきだ」という富の再分配に肯定的な意識の持ち主が抽出された。

第4因子では、「日本の伝統文化はしっかり受け継がれるべきだ」、「若者に優しい政策を実行すべきだ」、「所属しているサークルや団体に不満があるなら、改善を求めるべきだ」という伝統文化の尊重や政治意識が高いと思しき人物が抽出された。

第5因子では、「憲法を改正した方が良いと思う」、「自分の政治知識に自信がある」という自信ある改憲派とも言うべき人物が抽出された。

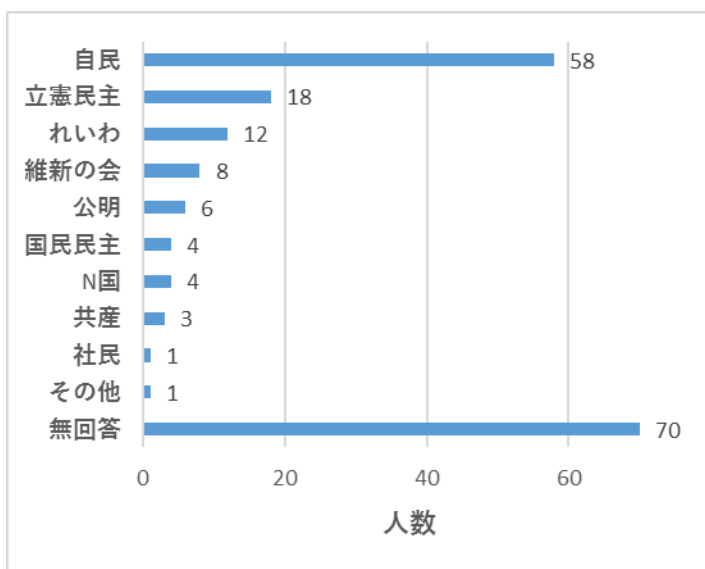
第6因子では、「もし、有名企業（楽天など）の社長（CEO）が総理口臣になっても良いと思う」と考える層が抽出された。ドナルド・トランプのような実業家の総理大臣の誕生に肯定的であるようだ。

第7因子では、「所属しているサークルや団体に不満があるなら、すぐ退部すればよい」、「若者の投票率が低いのは問題」とする論調が嫌いだ」という政治にうんざりしてしまっていると思われる人物が抽出された。

なお、それぞれの因子名は、図表13のとおり「自己責任論者」（第1因子）、「政治忌避」（第2因子）、「優等生リベラル」（第3因子）、「文化保守派」（第4因子）、「自信のある改憲派」（第5因子）、「トランプ派?」（第6因子）、「政治疲れ」（第7因子）とした。

3-10. 支持政党の分析

政党を支持していると答えた人の集計結果は図表14の通りである。「自由民主党」が58名（27.4%）、「公明党」が6名（2.8%）、「立憲民主党」が18名（8.5%）、「国民民主党」が4名（1.9%）、「日本共産党」が3名（1.4%）、「日本維新の会」が8名（3.8%）、「社民党」が1名（0.5%）、「れいわ新選組」が12名（5.7%）、「NHKから国民を守る党」が4名（1.9%）、「その他の政党」が1名（0.5%）、「答えたくない・答えられない」が70名（33.0%）となった。



図表14 支持している政党の分析

※党名は略称

3-11. 因子と与党支持者の分析

「自民党」と「公明党」の支持者を「与党支持者」と定義し、「与党支持・不支持」の別を独立変数とした上で 3-9 において抽出した因子得点を従属変数として支持政党による政治態度の違いの分析を行った。野党支持者を対象としなかったのは、野党を「政権を握っていない党」と定義した場合、立憲民主党はもちろん、N 国のような政党まで含んでしまい、分析が困難になってしまうためである。

	<i>F</i>	<i>df</i>	<i>p</i>
自己責任論者	0.03	1,120	n.s.
政治忌避	5.16	1,120	0.025
リベラル派	0.02	1,120	n.s.
文化保守派	0.53	1,120	n.s.
自信のある改憲派	0.48	1,120	n.s.
トランプ派?	0.64	1,120	n.s.
政治疲れ	0.13	1,120	n.s.

図表 15 与党支持層の分散分析

結果は図表 15 の通り、第 2 因子に該当する層が与党支持層とそうでないものの態度の違い

を表していることが認められた。だが、このような結果が出たからといって「政治忌避」の傾向がある人物を責める意図は全く無い。むしろ、彼らは今の野党勢力の弱点を示している。政治的な話題から遠ざかっていってしまう彼らは、熱心な野党支持者からしたら妙な人物として映るかも知れない。しかし、彼らはむしろ今の野党陣営の戦い方に問題がある可能性を示してくれている。どうすれば、政治的な話題から遠ざかっていってしまう人々を自陣に引き入れることができるだろうか。歩き去ってしまう彼らにどのような声を掛けるべきなのだろうか。野党が議席を取るにはそこから考えることが大切なのかも知れない。

4. まとめ

拙調査では、SNS と実生活における政治への接触到焦点を当て調査を実施した。特に、政治的な話題に触れたことに起因する悪感情についての調査結果は非常に興味深かった。例えば、問 13 の「SNS 上で「政治的な話題」に触れたとき嫌な思いをしたことがあるか」に対する回答を単純集計すると「ない」が圧倒的多数となる。では、政治的な話題で嫌な思いをする人は本当に少数なのか。これについては、問 5 と問 13 の回答をクロス集計にかけることで説明可能になった。そもそも政治的な話題に触れていないからこうなっているのだ。3 大話題タブーの一つである「政治」は実証された形だ。

そして、冒頭の懸念はあながち間違いでもないらしい。新反動主義者を自称する者は本学には居ないだろうが、分析 3-9 で行った分析の因子 2 を見る限り、新反動主義的な人物は存在するようだ。しかも、その人物が現与党支持者である可能性も浮上した。もっとも、これは傾向の話であって真に受けることはできない。そして、与党支持者だからといって悪だと断ずるつもりも毛頭ない。だが、政治の話をとにかく敬遠するという傾向は好ましいとは思えない。心情はわかる。政治の話はややこしいし重苦しい。それについての話をしても場が盛り上がりたらないどころか、しらけてしまう。3 大話題タブーの称号は伊達ではない。しかし、みんなで政治の話をしろという

わけではない。各自が「こうだったらいいのにな」を想像し、その理想の社会に近づけてくれそうな政策は何か、それをどこの誰が実行してくれそうか考えてみることから始めていっては如何だろうか。政治参加とはそこからスタートでも十分なのだ。

歩き去ってしまう人々にどんな言葉を掛けるべきなのか、自分の平凡な頭脳では皆目見当がつかない。だが、これだけは言える。それは、Twitter で政治に触れない方が良いということだ。折角政治に触れるならより良い環境で触れるべきだ。個人的に先生との会話で触れることをお勧めしたい。人にもよるが平穩に会話を進めてくれるはずだ。信頼できる人に話を振ってみてほしい。SNS で触れるよりは不幸になる確率は低くできるだろう。どうかこれから政治に触れる人々に平穩あれ。

5. 参考リンク

- ① Lyotard ,Jean-François (1979), “The Postmodern Condition” ,Manchester University Press
- ② Fan (2013) , “Anger is More Influential Than Joy” , PLoS ONE
<https://arxiv.org/abs/1309.2402>
- ③ LINE 株式会社 沿革
<https://linecorp.com/ja/company/history>
- ④ ツイッター つぶやきするのは どんな時?
<https://news.yahoo.co.jp/byline/fuwaraiizo/20140524-00035527/>
- ⑤ 「怒りが最高のエンタメ」と化した令和のネットで、破滅を避ける方法
<https://gendai.ismedia.jp/articles/-/66352>
- ⑥ Hirschman ,Albert Otto (1970) , “Exit, Voice, and Loyalty” ,Harvard University Press
- ⑦ 世界中が「他者との共存」を拒否し「離脱」を求め始めた現代について
<https://gendai.ismedia.jp/articles/-/69701>
- 今年の流行語大賞に「インスタ映え」と「付度」
<https://www.asahi.com/articles/ASKD14F1FKD1UCLV00R.html>

この論文に対する補足など

<https://b6p51078.blogspot.com/>