



関西学院大学  
KANSEI GAKUIN UNIVERSITY

## 「とても」「かなり」は、「非常に」「やや」より反応低く 聞き方で大きく異なるマスメディアへの信頼 ～アンケートの質問・選択肢の違いによる効果を分析

報道各位

関西学院広報室

関西学院大学社会心理学研究センターの稲増一憲・社会学部教授と三浦麻子・文学部教授は、マスメディアへの信頼を測定する際、質問文と選択肢の違いによる影響について、アンケートを用いて実証的に研究しました。まず2010年代に行われた全国レベルの社会調査の結果を整理し、①「非常に信頼する」「やや信頼する」といった選択肢に付される副詞の影響、②新聞と雑誌をまとめて尋ねるか新聞単独で尋ねるか、③対象を「テレビ局」「新聞社」「出版社」と組織であることを明示するか、組織ではなく「テレビ」「新聞」「雑誌」と媒体名で尋ねるか——の3点によって、人々の信頼の評定が大きく異なることを明らかにしました。そして、これらの違いが本当に質問文や選択肢の違いによって生じているかどうかを検証するため、調査対象者に異なる質問文・選択肢をランダムに割り当てたWeb上での実験を行いました。その結果、質問文や選択肢を変えることで、信頼の評定が変化することが確認できました。

本研究成果は、日本社会心理学会の機関誌『社会心理学研究』第34巻1号(2018年7月刊行予定)への掲載が決定しています。

### ポイント

- マスメディアへの信頼を尋ねる場合、アンケートの質問文や選択肢によって、信頼の評定が大きく異なる。
- 選択肢の「信頼している」の前に「とても」「かなり」といった副詞を付した場合、「非常に」「やや」など他の副詞を付した場合に比べて、信頼が低く評定される。
- 対象が「テレビ局」「新聞社」「出版社」といった組織であることを明示すると、信頼が低く評定される

### 1. 研究の背景

以前は、マスメディア等の公的組織への信頼は長期的に醸成されるものであり、短期的には変化し難いと考えられていました。しかし近年では、インターネット等のマスメディアの代わりとなり得るメディアの普及や、政治家によるマスメディアへの強い批判など、短期的にマスメディアへの信頼を変化させる要因が浮上しています。このような信頼の変化をモニタリングするためには、ランダムサンプリングに基づく全国レベルの社会調査データが重要です。しかし残念ながら、調査自体は毎年のように行われているものの、調査主体や調査年によって質問文や選択肢が異なるため、そこで見られる信頼の違いが本当の変化なのか、それとも調査方法の違いによるものなのかが分かりません。そこで本研究では、まずは過去に行われた社会調査の結果を集めることで、質問文・選択肢に基づく結果の違いについて整理しました。その上で、Web上での実験を行うことで、質問文・選択肢の違いが信頼の評定の差をもたらすかどうかについて検証を行いました。

### 2. 研究の内容

まず日本で2010年以降に実施された社会調査におけるマスメディア信頼のデータを整理しました。本研究で取り上げた調査は、社会科学研究所の国際比較プロジェクトの一部として実施された学術調査と、NHK放送文化研究所が国政選挙に際して行ってきた調査の2種類に大別されます。どちらも選挙人名簿・住民基本台帳からの層化二段無作為抽出により選定された対象者に面接あるいは留置法で回答を求めたものであり、サンプルの代表性が確保された全国規模の調査であるという点は共通しています。これらの調査結果の比較から、以下のような違いが明らかになりました。

- i. 選択肢の「信頼している」の前に「とても」「かなり」といった副詞を付した場合、「非常に」「やや」など他の副詞を付した場合に比べて、信頼が低く評定される。

- ii. 「新聞(新聞社)・雑誌(出版社)」への2つをまとめて尋ねた場合、「新聞(新聞社)」単独の信頼を尋ねた場合に比べて、信頼が低く評定される。
- iii. 対象が「テレビ局」「新聞社」「出版社」といった組織であることを明示すると、信頼が低く評定される

次に2017年9月、これらの違いが本当に質問文や選択肢の違いによって生じているかを検証するため、Web上のクラウドソーシングサービスを通じて18～69歳の有権者に協力を依頼し、1680名を対象とした実験を行いました。その結果、質問文や選択肢を変化させることで、過去の社会調査で見られたものと同様の差が見られることを確認しました。実際の回答の変化は別紙に示した通りです。

また、選択肢に付した副詞による違いは、「総理大臣」「裁判所」「内閣」「政党」「国会」「自衛隊」「警察」「地方自治体」といった他の組織や人への信頼を対象とした場合にも同様に見られました。つまり、対象が何であっても、ごくわずかな副詞の違いが「信頼」の評定結果を変えることが示されました。

### 3. 結論

社会全体の意識の変化をモニタリングする上で、現状では社会調査以上に有効な手法はありません。しかし、調査の質問文や選択肢がほんの少し異なることで回答が変わるために、有効に活用ができないとすれば、社会にとって宝の持ち腐れとなってしまいます。本研究ではマスメディアへの信頼を課題として取り上げましたが、それ以外の対象についても、質問文・選択肢を変えることでどのように結果が異なるのかということ、具体的な研究課題に沿って明らかにしていくことが重要だといえるでしょう。

### 論文タイトル

稲増一憲・三浦麻子 (2018). マスメディアへの信頼の測定におけるワーディングの影響: 大規模社会調査データとWeb調査実験を用いて. 社会心理学研究, 34.

[URL:https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11988.50563](https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11988.50563)

本件に関する問い合わせは、下記までお願いいたします。

稲増一憲教授 メールアドレス [k-inamasu@kwansei.ac.jp](mailto:k-inamasu@kwansei.ac.jp)

研究室電話番号 0798-54-6970

以上