

# 大阪商業大学学術情報リポジトリ

## 国際ニュースへの接触と東アジアへの親近感－EASS 2008を用いた韓国、台湾、中国、日本の比較分析－

メタデータ	言語: ja 出版者: 日本版総合的社会調査共同研究拠点 大阪商業大学JGSS研究センター 公開日: 2019-07-17 キーワード (Ja): キーワード (En): EASS 2008, international news, affinity to East Asia 作成者: メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://ouc.repo.nii.ac.jp/records/765">https://ouc.repo.nii.ac.jp/records/765</a>

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 International License.



## 国際ニュースへの接触と東アジアへの親近感 —EASS 2008 を用いた韓国、台湾、中国、日本の比較分析—

山本 明

中部大学人文学部コミュニケーション学科

The Relationship between Exposure to International News and Affinity to East Asia:  
A Comparative Analysis between China, Japan, South Korea, and Taiwan Using EASS 2008 Data

Akashi YAMAMOTO

Department of Communication Studies, College of Humanities  
Chubu University

By using EASS 2008 data, this study investigated the relationship between exposure to international news and affinity (psychological proximity) to one's own country and to East Asia. The main results were as follows. First, t-test revealed that (1) in Japan and Taiwan, respondents who obtained international news from newspapers had a significantly higher affinity to their country than respondents who did not, and (2) in all countries, the respondents who obtained international news from the internet had a significantly higher affinity to East Asia than respondents who did not. Second, the analysis using general linear model revealed that (1) among the news sources, only newspapers (in Taiwan) and radio (in Japan) had a significant impact on affinity to one's country, and (2) in the analysis concerning affinity to East Asia, the news sources partly had a significant impact on affinity to East Asia. The implications of these findings are discussed in detail in this study.

Key Words: EASS 2008, international news, affinity to East Asia

本研究では国際ニュースへの接触と自国および東アジアへの親近感との関連について、EASS 2008 を用いて検討を行った。分析の結果、日本と台湾では、新聞から国際ニュースを得ている回答者はそうでない回答者よりも国への親近感が有意に高く、インターネットから国際ニュースを得ている回答者はそうでない回答者よりも国への親近感が有意に低かった。一方、東アジアへの親近感については、4 か国ともインターネットを情報源として挙げている回答者のほうが、そうでない回答者よりも親近感が有意に高かった。一般線形モデルを用いた分析では、国への親近感に有意な影響を及ぼしている国際ニュース情報源は台湾で新聞、日本でラジオのみであった。東アジアへの親近感についての分析では、いずれの国においても、国際ニュースの各種情報源への接触において、有意な影響が部分的に見られた。これらの結果について考察を行った。

キーワード：EASS 2008、国際ニュース、東アジアへの親近感

## 1. 問題

### 1.1 研究の背景

国を超え、東アジアという地域に対する親近感が形成されるためには、国際情報への接触が少なからぬ役割を果たしていると考えられる。本研究ではEASS 2008を用い、韓国、台湾、中国、日本の4か国における調査結果の分析を通じて、国際情報への接触と東アジアへの親近感との関連を検討する。

メディアは外国に関する情報の主要な情報源である。直接体験が難しい場合、メディアを経由して得た情報は私たちにとって大きな影響力を持つ。外国イメージ形成にメディアが及ぼす影響について、これまで多くの研究が積み重ねられてきた。ここではメディアから得る外国関連情報のうち、国際ニュースに焦点を当てる。本節では国際ニュースの規定因、および国際ニュース接触の影響に関する先行研究をレビューし、これらの研究を手掛りに研究課題を設定する。

### 1.2 国際ニュース流通の規定因と影響

国際ニュースは恐らく、私達が外国に関する情報を知るための最も主要な情報源の一つであろう。それでは、ニュースの量や内容はそもそも、どのようにして決まるのだろうか。

世の中では無数の出来事が起こっているが、それらのうち、ニュースになる出来事はごく僅かである。ニュースになる出来事を決める一つの要因は、ニュース・バリューである。国際ニュースのニュース・バリューに関する古典的な研究である Galtung & Ruge (1965) は、長期間かかって起こる出来事、強度が強い出来事、曖昧でない出来事、意味のある（文化的親近感のある、または関連性がある）出来事、生じることを期待されている出来事、予期せぬまたは稀な出来事、いったん「ニュース」として定義された出来事、すでに多くの海外のニュース項目があるかどうか、を国際ニュースのニュース・バリュー要因として挙げている。

また、国際ニュースの流通は大手通信社に大きく依存する（金山・クーパー・チェン, 2005；萩原, 2007a; 伊藤, 2000）。藤竹（2005）によればユネスコの「国際通信社」の定義（世界100か国以上に支社を持ち、100か国以上のメディアに情報を多言語で発信するなどの基準を満たすもの）を満たすのは、ロイター（イギリス）、AP（アメリカ）、AFP（フランス）の3社のみである。自社の特派員を海外に派遣したり民間通信社が海外ニュースをカバーできる国は限られており、多くの国々、特に発展途上諸国はこれらの欧米の国際通信社に依存している（伊藤, 2000）。

また、どの国のニュースが多く伝えられるかは、その時々どこでどのような事件が起きるかといった偶然性にも左右される（萩原, 2007b）。

その他、比較優位の立場の国から比較劣位の国へとニュースが流れるという「比較優位」説、上記のように通信社をもつ米、英、仏のように、強大国が弱小国に対して圧倒的（「帝国主義的」）な影響を及ぼしているとする文化帝国主義論などが展開されている（詳しくは伊藤, 1997, 2000 など）。また、これらの国際ニュース流通の規定因に関する諸理論について、実証研究（たとえば伊藤, 2005a; Wu, 2000）及びそれらのレビュー（Wu, 1998）も行われている。

それでは、今回分析対象とする4か国では、国際ニュースはどのように流通しているのだろうか。

国際ニュース流通の研究知見から、地理的・文化的親近感が高い韓国・台湾・中国・日本において、それぞれの国に関するニュースの流通量は多くなることが予想される。また、46の受信国を対象とした国際共同調査によれば、中国と日本は世界の中でもニュースにおける最も重要な外国と位置づけられており（伊藤, 2005a）この2か国の報道量は東アジアに限らず世界の中でも多い。実際、金・伊藤（2005）の日韓調査によれば、いずれの国においても、よく視聴している外国ニュースとして、韓国または日本に加えて中国、台湾が上位視聴国10カ国に入っており、この4か国に関するニュースへの接触量の多さを示している。また、原・塩田（2000）は日本・韓国・中国の3か国において、それぞれについての情報源は主として地上波テレビ、中国では地上波および衛星放送・ケーブルテレビであるが、日本人が見たことがある韓国・中国関連番組は主としてニュース、ドキュメンタリーであるのに対し韓国人が見たことがある日本関連番組ではスポーツ番組が最も高く、また中国では日本のドラ

マや映画がよく見られていることを明らかにしており、ニュース以外の情報源の重要性を示している。

日本のみを対象とした研究としては、金山・クーパー・チェン（2005）は1995年におけるテレビニュース番組と全国紙3紙を対象として、国際ニュースにおいて「海外国際ニュース」（海外で発生した外国に関するニュース）が6割近くを占め、それに続くのは海外で発生した日本関連ニュース、日本国内で発生し日本が関わっている国際ニュースであること、トピックとしては「国際経済・貿易」「国際政治」「国際紛争、軍事・防衛」の3つが国際ニュースの約半分を占める中心的なカテゴリーであること、中心的に言及された国は米国がトップで中国、フランスが続くこと、などを明らかにしている。また萩原（2007b）では、「国内政治」「国際政治」という枠組みのニュースが多いこと、地域別にみると中東、アジア、それに次いで北米、ヨーロッパが広くカバーされていること、日本と関連するニュースが61%を占めること、アメリカ、中国、韓国の報道量は安定していることが明らかにされている。

このような国際ニュースへの接触、あるいは国際ニュースを含む外国関連情報の影響については、報道量が多いほど重要性の認識が高まると想定する議題設定理論に依拠して外国ニュースの影響を検討している研究（Salwen & Matera, 1992; Wanta, Golan, & Lee, 2004）、あるいは接触が多いと態度が肯定的になるという単純接触効果や自尊心脅威といった心理的メカニズムに基づき、ワールドカップや五輪のような外国イメージに影響を及ぼすと考えられる特定のメディアイベントを対象として影響を検討している研究（上瀬, 2004, 2010; 向田・坂元・村田・高木, 2001; 高木・坂元, 1991）などがある。

### 1.3 本研究の目的

本研究では、以下の2つの研究課題について明らかにする。

第一に、国際ニュースへの接触は、東アジアへの親近感に影響を与えるのかどうかを検討する。これまでの国際ニュースに関する研究より、韓国、台湾、中国、日本では、地理的・文化的親近感が高い東アジア地域に関するニュースは他地域と比べて多いという予測が導かれる。報道量が多いことはただちに接触量が多いことを意味するわけではないが、少なくとも接しやすさは高まると予測される。実際、金・伊藤（2005）によれば、少なくとも韓国と日本においてはその他の3か国の報道への接触量は多いことが指摘されている。

国際ニュースの影響について、これまでの研究では主に外国に関する知識や好意度、外国イメージに与える影響などについて焦点が当てられてきたが、国を超えた国際地域への親近感が高まるかどうかについては実証的に検討されてこなかったと思われる。今回対象とする東アジアの4か国のように地理的・文化的に近い地域において、その地域の中の他の国の報道に頻繁に接することは、個々の国のイメージ・評価だけでなく、国を超えた地域への親近感を高めるのだろうか。

伊藤（2005b）は情報化が進むと日本人のアイデンティティはどのように変わるかについての考察の中で、ヨーロッパ全体の情報化が一因となり現在ヨーロッパ全体がひとつに統合される方向に向かっていることを挙げ、国際的地域統合の可能性を示唆している。この想定に立てば、情報接触が多ければ国を超えたアジアという地域への親近感が高まるのではないかと考えられる。

しかし、特定のスポーツ・イベントについての研究では、中国、韓国への好意度が上がりにくいことが示されている。このような傾向は、日本との歴史的関係（向田ら, 2001）、メディアの報道姿勢（上瀬, 2010）から解釈されている。上瀬（2010）は日中間の現実的利害関係に加え、「アジア地域」という一つの地域カテゴリーの中で両国が経済的に拮抗していることも、日本人の中に中国との差異を強調しようとする心理を喚起させ、単純接触効果を生じさせにくくする要因になっていると考えられると指摘している。韓国についても、上瀬（2004）では、日韓共催ワールドカップにおけるベスト4という韓国の結果について、「同じアジアの国としてうれしかった」と韓国を仲間として捉えた者よりも、「日本よりも上に行ったので悔しかった」とライバルとして捉えた者のほうが、メディア接触得点が高く、韓国への好意度は低かったことが見出されている。上瀬（2007）は五輪ニュースでは外国がニュースに登場する場合は日本チームの対戦国として現れ、外国人が登場する場合は日本選手

のライバルとして現れるというライバル・フレームが存在することを明らかにしている。東アジアの国々の国際ニュースにおいて、「アジア地域」という同じ地域カテゴリーに属する他の東アジアの国について、このようなライバル・フレームがスポーツ報道以外にももし見られるならば、そのような報道は他の東アジアの国を仲間としてではなくライバルとして捉えることを促し、東アジア諸国への好意度を上がりやすくすると同時に国際的地域統合よりむしろ国ごとの差異化を促すと考えられ、東アジアへの親近感を高めることには寄与しないのではないかと考えられる。

本研究では、上記の想定のうちどちらが支持されるのかを実証的に検討する。

また東アジア以外の地域についての国際ニュースへの接触も、国際地域に目を向けやすくすることによって国より広い国際地域への親近感に影響を与える可能性が考えられる。

第二に、国際ニュース接触の国・東アジアへの親近感への影響は国際ニュースの情報源によって異なるのかどうかを、特にインターネットに焦点を当てて検討する。

上記のような国際的地域統合の可能性（伊藤, 2010）や「国家」と「超国家社会」の共時的存在（鶴木, 1998）の可能性は、情報化の進展と関連づけて語られてきた。つまり、技術の進展によって情報の流通が進むと、情報流通における国家社会という単位は重要性を低めると考えられる。マスメディアは、国民に共通の情報を提供し続けることで国民国家を単位とするナショナリズムの発展に大きく貢献し、マスメディアの情報は国家的アイデンティティを形成すると指摘されてきた（たとえば大石, 2006）。しかし情報化が進展し、国家を単位として共通の情報が流通するという前提が成立しなくなれば、情報流通によるナショナリズム醸成力はその効力を失う可能性がある。大石（2006）は、近年の情報通信技術の発達とインターネットを中心とする多種多様なメディアの普及の影響について、メディアと情報の一層の多様化を引き起こしメディア・ナショナリズムの高まりを抑止するという可能性と、情報の一層の集中化と感情的世論の表出をもたらすナショナリズムを高揚させるという可能性の2つを提示しながらも、日中、日韓をめぐる昨今のメディア・ナショナリズムの状況を見ると後者の側面が目立っていると指摘している。本研究ではこのような情報源による影響の違いを、インターネット利用の有無を中心として検討したい。

## 2. 方法

### 2.1 データ

本研究で用いるデータは、EASS 2008 である。この調査では、日本では 20 歳～89 歳の男女、韓国、台湾、中国では 18 歳以上の男女を対象とし、面接法または面接・留置法の併用で行われた。有効回収数は日本 2160 人（回収率 60.6%、2008 年 10～12 月実施）、韓国 1508 人（回収率 61.0%、2008 年 6～8 月実施）、台湾 2067 人（回収率 44.9%、2008 年 7～9 月実施）、中国 3010 人（回収率 47.8%、9～12 月実施）であった。ここではこのうち、各国で共通する 20～89 歳のデータのみを分析対象とした（韓国 1457 人、台湾 2003 人、中国 2931 人、日本 2160 人）。

2008 年において上記 4 か国についての報道に大きな影響を与えたと考えられる出来事としては、四川大地震、チベット問題、北京オリンピックがあった。いずれも中国における出来事である。

### 2.2 変数

EASS 2008 の調査テーマは「東アジアの文化とグローバリゼーション」であり、調査項目には、価値観、グローバリゼーションへの態度と評価等の様々な項目が含まれた。これらのうち本稿では、Media Usage（変数名 v42～v46）と East Asian Identity（変数名 v27～v29）を中心として分析する。

Media Usage は国際ニュースの情報源について、新聞、ラジオ、テレビ、インターネット、人、その他から該当するものを複数回答で選択する質問項目である。この項目で尋ねられているのは国際ニュース全般であり、東アジアに関するニュースとは限らない。また、East Asian Identity は居住都市／町、自分の国、東アジアのそれぞれをどの程度近く感じるかを尋ねる項目である。本稿ではこれを親近感に関する項目とみなす。なお、質問項目は 1 を“Very close”、4 を“Not at all close”とする 4 件法で

あったが、本稿では一貫して反転項目を用いている。

その他、性別 (sex)、年齢 (age)、学歴 (degree)、職業 (isco88)、平均世帯と比べた世帯収入 (rltvhinc) を分析に用いた。ただし学歴は、高校までと短大・高専以上の2カテゴリーに分類した。職業は大岡 (2011) の分類を参考に、「ホワイトカラー」 (“Armed Forces”、“Legislators, senior officials and managers”、“Professionals”、“Technicians and associate professionals”、“Clerks”、“Service workers and shop and market sales workers”)、「ブルーカラー」 (“Skilled agricultural and fishery workers”、“Craft and related trades workers”、“Plant and machine operators and assemblers”、“Elementary occupations”)、「無職」 (“Having no current work income”) の3カテゴリーに分類した。

### 2.3 分析方法

第一に、国際ニュース接触について、各種情報源を利用している人はどのような人なのかを、多重コレスポネンズ分析によって検討する。

第二に、親近感について国ごとの比較を行い、親近感同士の相関を分析する。

第三に、国際ニュース接触と親近感の関連について、国への親近感、東アジアへの親近感について一般線形モデルを用いた分析を行い、それぞれの規定因を国ごとに明らかにする。

## 3. 結果

### 3.1 国際ニュース接触

国際ニュースの情報源の「その他」を除く利用率は図1のとおりである。テレビの利用率が高く、ラジオと人は低いという点は4か国で共通している。

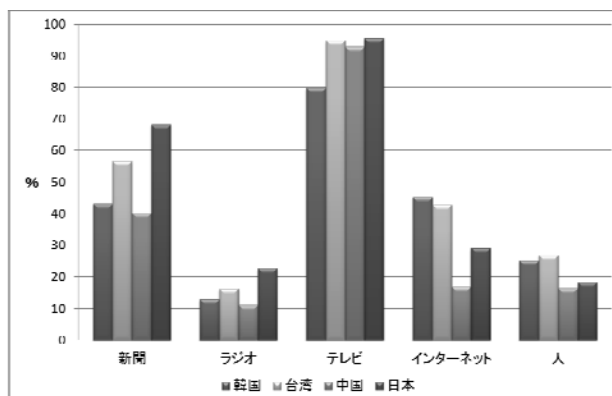


図1 国際ニュースの情報源

つづいて、これらの5つの国際ニュースの情報源と性別、年齢、学歴、職業との関係を検討する。まず国ごとに性別 (男性、女性) × 年齢層 (20-34歳、35-49歳、50-64歳、65-89歳) × 学歴 (なし、小学校、中学校、高校、短大・高専、大学、大学院) の三重クロス集計を行ったところ学歴は年齢、国による違いが顕著であった。たとえば小学校を出ていない20-34歳の回答者は、もっともパーセンテージの高い中国女性でも2.8%であるのに対し、65-89歳の年齢層では、台湾女性と韓国女性の半数以上は小学校を出ていない。従ってこのような違いがあることを踏まえての解釈が必要である。

5つの国際ニュースの情報源 (利用あり、利用なし) と、性別 (男性、女性) ・ 年齢層 (20-34歳、35-49歳、50-64歳、65-89歳) ・ 学歴 (高校まで、短大・高専以上) に加え、職業 (ホワイトカラー、ブルーカラー、無職) について国ごとに多重コレスポネンズ分析を行った。2次元の同時布置図を図2～図5に示す。累積説明率は韓国42.8% (第1次元26.3%、第2次元16.6%)、台湾43.3% (第1次元27.8%、第2次元15.5%)、中国40.8% (第1次元25.9%、第2次元15.0%)、日本39.5% (第1次元23.0%、第2次元16.5%) であった。

韓国では新聞・人・テレビの3つが比較的集中しており、その近くに位置しているのは男性、35-49歳である。ラジオ、ネット利用はやや離れて位置しており、ネット利用の近くには短大以上、20-34歳というカテゴリーが位置している。台湾では情報源利用に関する5つのカテゴリーが集中しており、その近くに位置しているのはホワイトカラーである。中国では、人・新聞利用の近くには20-34歳、

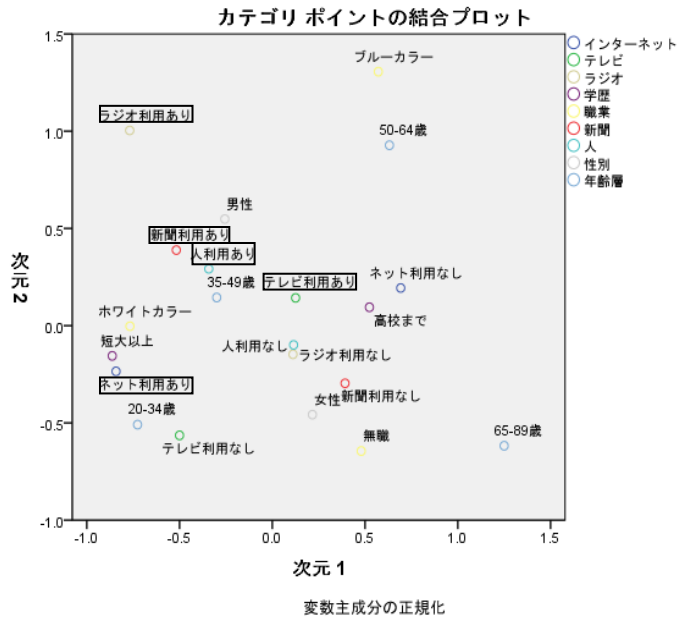


図2 国際ニュースの情報源（韓国）

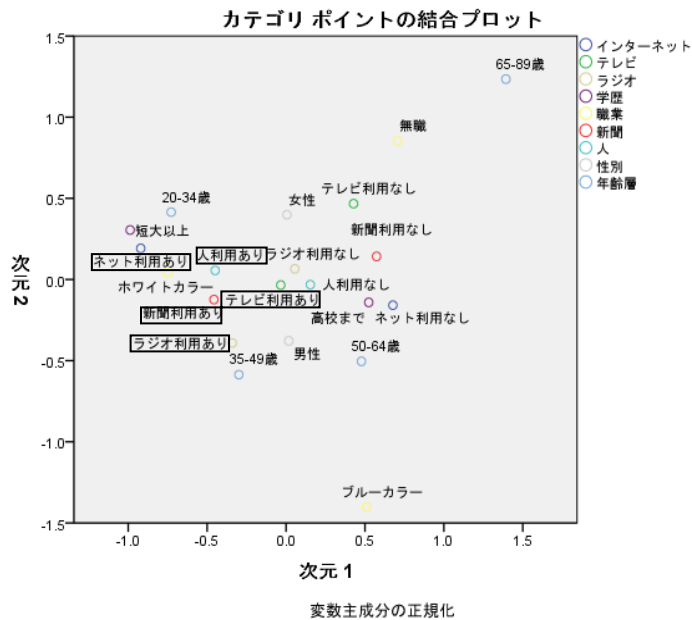


図3 国際ニュースの情報源（台湾）

ネット利用の近くにはホワイトカラー、短大以上、テレビ利用の近くには女性が位置している。日本では、ラジオ利用がやや離れている以外は各情報源利用に関するカテゴリーは比較的かたまっており、近くに位置しているのは男性、35-49歳・50-64歳、短大以上、ホワイトカラー・ブルーカラーである。

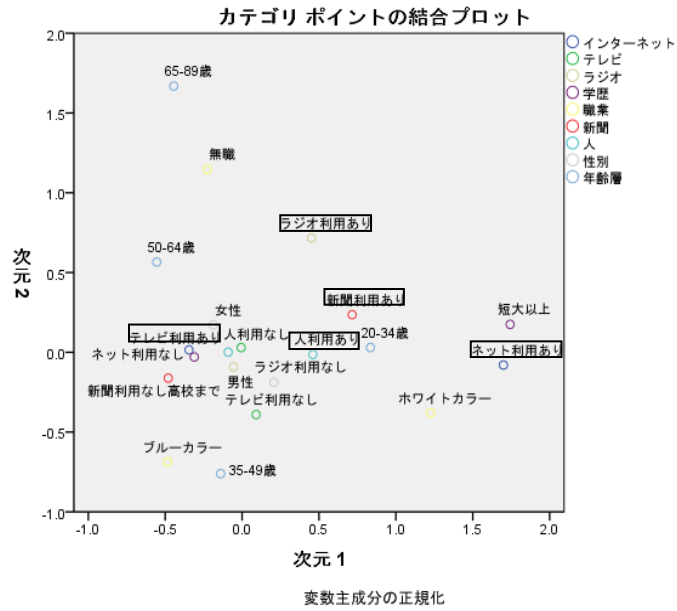


図4 国際ニュースの情報源（中国）

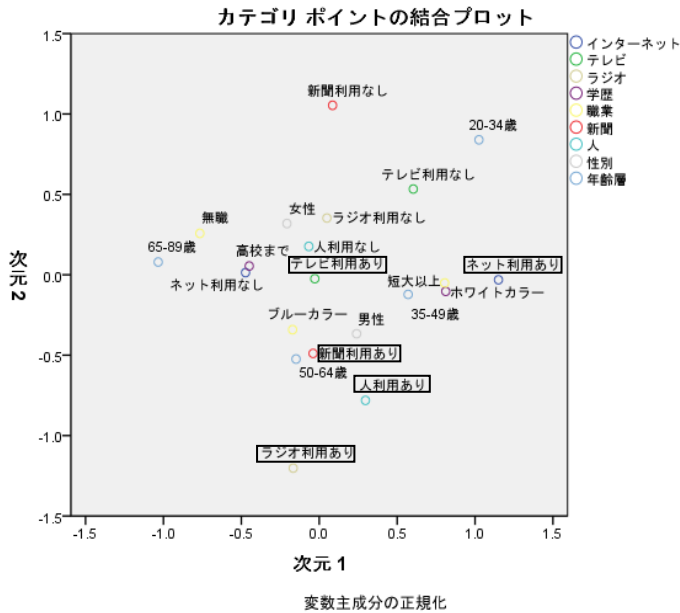


図5 国際ニュースの情報源（日本）



### 3.2 親近感

居住都市／町・国・東アジアへの親近感の国別の平均値と標準偏差を表1に示す。分散分析の結果、居住都市／町、国、東アジアのいずれにおいても4か国の平均値には有意差がみられた(それぞれ  $F(3, 8533)=80.24, p<.001$ ;  $F(3, 8515)=61.84, p<.001$ ;  $F(3, 8458)=612.41, p<.001$ )。また、親近感同士の相関を表2～表5に示す。

表1 親近感の平均値と標準偏差

国	居住都市／町への親近感		国への親近感		東アジアへの親近感	
	M	SD	M	SD	M	SD
韓国	3.01 <sub>d</sub>	0.73	3.23 <sub>c</sub>	0.66	2.33 <sub>a</sub>	0.73
台湾	3.22 <sub>b</sub>	0.73	3.27 <sub>c</sub>	0.70	1.61 <sub>c</sub>	0.72
中国	3.34 <sub>a</sub>	0.69	3.41 <sub>b</sub>	0.64	1.44 <sub>d</sub>	0.74
日本	3.16 <sub>c</sub>	0.65	3.48 <sub>a</sub>	0.59	2.10 <sub>b</sub>	0.83

注) 数値が大きいほど親近感が強いことを示す。各列において共通のアルファベットが付されていない平均値の間では、Tukeyの多重比較の結果有意差がみられた ( $p<.05$ )

表2 親近感同士の相関(韓国)

	都市／町	国	東アジア
居住都市／町		0.48***	0.21***
国			0.30***
東アジア			

\*\*\* $p<.001$

表3 親近感同士の相関(台湾)

	都市／町	国	東アジア
居住都市／町		0.49***	0.11***
国			0.16***
東アジア			

\*\*\* $p<.001$

表4 親近感同士の相関(中国)

	都市／町	国	東アジア
居住都市／町		0.57***	0.04*
国			0.11
東アジア			

\* $p<.05$ , \*\*\* $p<.001$

表5 親近感同士の相関(日本)

	都市／町	国	東アジア
居住都市／町		0.37***	0.18***
国			0.14***
東アジア			

\*\*\* $p<.001$

韓国は居住都市／町への親近感が4か国中最も低く、東アジアへの親近感が4か国中最も高い。逆に中国は居住都市／町への親近感が4か国中最も高く、東アジアへの親近感が最も低い。いずれの国でも最も近く感じるのは自分の国であり、次が居住都市／町、最も遠く感じるのは東アジアである。

居住都市／町への親近感と国への親近感との間には、いずれの国においても有意な相関がみられる。東アジアと居住都市／町、東アジアと国との間でも、中国における東アジアと国との間の相関を除いて有意な相関がみられるが、相関係数の値は概して低い。

### 3.3 国際ニュース接触と親近感

最後に、国際ニュースの情報源と親近感の関連を検討する。

ここでは、親近感のうち、研究の焦点となる国への親近感と東アジアへの親近感を対象とする。

まず、情報源のうち回答率の高かったテレビ、回答率の低かったラジオと人を除き、新聞とインタ

ーネットに焦点を当て、これらを国際ニュースの情報源として挙げているか否かで国および東アジアへの親近感が異なるかを検討した。

国、東アジアへの親近感の平均値と標準偏差を国別、新聞／インターネット利用の有無別に集計した結果は表6、表7のとおりである。

t検定の結果、国への親近感については、日本と台湾では、新聞から国際ニュースを得ている回答者は得ていない回答者よりも国への親近感が有意に高く、逆にインターネットから国際ニュースを得ている回答者は得ていない回答者よりも国への親近感が有意に低かった。東アジアへの親近感については、いずれの国でも新聞・インターネットを国際ニュースの情報源として挙げている回答者のほうがそうでない回答者よりも東アジアへの親近感が有意に高かった（10%水準含む）。

表6 国への親近感の平均値と標準偏差（新聞、インターネット）

国	新聞から国際ニュースを				ネットから国際ニュースを			
	得ている	得ていない	df	t	得ている	得ていない	df	t
韓国	3.24 (0.64)	3.23 (0.68)	1448	0.20	3.20 (0.64)	3.26 (0.68)	1419.24	-1.63
台湾	3.30 (0.68)	3.22 (0.72)	1980	2.76**	3.23 (0.69)	3.29 (0.71)	1980	-1.98*
中国	3.40 (0.65)	3.42 (0.62)	2926	-0.76	3.39 (0.63)	3.41 (0.64)	2924	-0.56
日本	3.52 (0.57)	3.38 (0.63)	1191.69	4.92***	3.39 (0.63)	3.51 (0.57)	1073.66	-4.08***

注) 数値が大きいほど親近感が強いことを示す \* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$

表7 東アジアへの親近感の平均値と標準偏差（新聞、インターネット）

国	新聞から国際ニュースを				ネットから国際ニュースを			
	得ている	得ていない	df	t	得ている	得ていない	df	t
韓国	2.45 (0.70)	2.24 (0.73)	1432	5.44***	2.37 (0.73)	2.30 (0.72)	1432	1.83 †
台湾	1.69 (0.71)	1.50 (0.73)	1965	5.83***	1.75 (0.73)	1.51 (0.70)	1965	7.49***
中国	1.52 (0.78)	1.39 (0.70)	2328.27	4.67***	1.49 (0.73)	1.43 (0.74)	2924	1.73 †
日本	2.15 (0.83)	2.01 (0.83)	1290.52	3.52***	2.19 (0.83)	2.07 (0.83)	2112	2.98**

注) 数値が大きいほど親近感が強いことを示す †  $p<.10$ , \* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$

続いて国ごとに、国への親近感／東アジアの親近感を従属変数、国際ニュースへの情報源および性別、年代、学歴、職業、平均と比べた世帯年収を独立変数とし、一般線形モデルによる分析を行った。なおモデルには、交互作用は含めていない。結果を表8～表11に示す。

表8 一般線形モデルによる親近感についての分析結果（韓国）

独立変数	国への親近感		東アジアへの親近感		
	b	t	b	t	
国際ニュースの情報源：新聞（利用なし） 利用あり	-.006	-1.151	.116	2.840**	
国際ニュースの情報源：ラジオ（利用なし） 利用あり	.086	1.578	.171	2.887**	
国際ニュースの情報源：テレビ（利用なし） 利用あり	.008	.173	.027	.563	
国際ニュースの情報源：ネット（利用なし） 利用あり	-.015	-.322	-.003	-.060	
国際ニュースの情報源：人（利用なし） 利用あり	.015	.355	.011	.235	
性別（女性） 男性	-.064	-1.694†	.063	1.538	
年代（70～89歳）	20代	-.224	-2.832**	-.053	-.608
	30代	-.122	-1.664†	.050	.622
	40代	-.005	-.068	.205	2.593*
	50代	-.074	-.988	.133	1.616
	60代	.130	1.681†	.121	1.427
学歴（～高校） 短大・高専、大学、大学院	.009	.214	.065	1.376	
職業（無職）	ホワイトカラー	.075	1.704†	.050	1.048
	ブルーカラー	-.091	-1.726†	-.052	-.902
平均と比べた世帯年収	-.026	-1.308	-.044	-2.049*	
F値	3.411***		5.504***		
自由度調整済み R <sup>2</sup>	.025		.045		

†p<.10, \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

表9 一般線形モデルによる親近感についての分析結果（台湾）

独立変数	国への親近感		東アジアへの親近感		
	b	t	b	t	
国際ニュースの情報源：新聞（利用なし） 利用あり	.091	2.727**	.130	3.720***	
国際ニュースの情報源：ラジオ（利用なし） 利用あり	.015	.348	.039	.867	
国際ニュースの情報源：テレビ（利用なし） 利用あり	.004	.057	-.015	-.201	
国際ニュースの情報源：ネット（利用なし） 利用あり	.027	.649	.183	4.170***	
国際ニュースの情報源：人（利用なし） 利用あり	.034	.963	-.044	-1.185	
性別（女性） 男性	.009	.290	-.029	-.854	
年代（70～89歳）	20代	-.491	-6.904***	-.125	-1.677†
	30代	-.338	-4.705***	-.162	-2.154*
	40代	-.131	-1.906†	-.151	-2.084*
	50代	-.059	-.889	-.119	-1.705†
	60代	-.006	-.079	-.159	-2.145*
学歴（～高校） 短大・高専、大学、大学院	.111	2.811**	.046	1.108	
職業（無職）	ホワイトカラー	-.012	-.290	-.016	-.365
	ブルーカラー	.001	.016	-.112	-2.279*
平均と比べた世帯年収	.070	3.123**	.061	2.618**	
F値	9.631***		7.233***		
自由度調整済み R <sup>2</sup>	.062		.046		

†p<.10, \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

国への親近感に関する分析では、国際ニュースの情報源は台湾で新聞、日本でラジオと人（10%水準）が有意な影響を及ぼしている。また、若年層は国への親近感が低い。その他、韓国では女性・ホワイトカラーは国への親近感が高く、ブルーカラーは低かった（いずれも10%水準）。台湾と日本で

表 10 一般線形モデルによる親近感についての分析結果（中国）

独立変数	国への親近感		東アジアへの親近感	
	b	t	b	t
国際ニュースの情報源：新聞（利用なし） 利用あり	-.024	-884	.093	2.944**
国際ニュースの情報源：ラジオ（利用なし） 利用あり	-.030	-769	.158	3.491***
国際ニュースの情報源：テレビ（利用なし） 利用あり	.074	1.590	-.087	-1.613
国際ニュースの情報源：ネット（利用なし） 利用あり	.036	.913	-.035	-.775
国際ニュースの情報源：人（利用なし） 利用あり	.014	.413	-.026	-.701
性別（女性） 男性	.016	.661	-.024	-.830
年代（70～89歳） 20代	-.169	-2.212*	.021	.236
30代	-.129	-1.733†	-.038	-.441
40代	-.104	-1.405	.008	.095
50代	-.055	-.738	-.107	-1.253
60代	-.042	-.549	-.117	-1.337
学歴（～高校） 短大・高専、大学、大学院	.021	.523	.016	.352
職業（無職） ホワイトカラー	.003	.091	.017	.400
ブルーカラー	.021	.722	.048	1.422
平均と比べた世帯年収	.001	.086	.077	4.027***
F値	1.210		4.822***	
自由度調整済み R <sup>2</sup>	.001		.020	

†p<.10, \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

表 11 一般線形モデルによる親近感についての分析結果（日本）

独立変数	国への親近感		東アジアへの親近感	
	b	t	b	t
国際ニュースの情報源：新聞（利用なし） 利用あり	.036	1.206	.055	1.291
国際ニュースの情報源：ラジオ（利用なし） 利用あり	.086	2.765**	-.013	-.286
国際ニュースの情報源：テレビ（利用なし） 利用あり	-.009	-.143	.068	.750
国際ニュースの情報源：ネット（利用なし） 利用あり	-.015	-.464	.103	2.212*
国際ニュースの情報源：人（利用なし） 利用あり	.059	1.779†	.065	1.361
性別（女性） 男性	.000	-.012	.104	2.659**
年代（70～89歳） 20代	-.463	-8.357***	-.253	-3.148**
30代	-.282	-5.683***	-.014	-.198
40代	-.347	-6.973***	-.046	-.638
50代	-.202	-4.435***	.145	2.187*
60代	-.069	-1.654†	-.010	-.171
学歴（～高校） 短大・高専、大学、大学院	.051	1.726†	.052	1.210
職業（無職） ホワイトカラー	.003	.085	.054	1.102
ブルーカラー	-.049	-1.273	-.060	-1.078
平均と比べた世帯年収	.060	3.996***	.048	2.205*
F値	13.177***		5.138***	
自由度調整済み R <sup>2</sup>	.080		.029	

†p<.10, \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

は学歴が短大以上のもので親近感が高く（日本は10%水準）、世帯年収が高いほど親近感が高かった。

東アジアへの親近感については、韓国で新聞とラジオ、台湾で新聞とインターネット、中国で新聞とラジオ、日本でインターネットが有意な影響を及ぼしている。また、いずれの国においても平均と比べた世帯年収が高い者ほど東アジアへの親近感が高い。年代では、韓国では40代が高く、台湾では60代までの年齢層で低く、日本では20代で低く50代で高い。その他、台湾ではブルーカラーで東アジアへの親近感が低く、日本では男性で高かった。

#### 4. 考察

分析結果について順次考察する。まず国際ニュースの情報源としては、テレビが圧倒的に多く、ラジオ、人は比較的少ないという傾向は共通であった。また国によって違いはあるが、国際ニュースの各種情報源に接しているのは64歳までの年齢層の高学歴有職者であるという傾向が4か国に共通して見て取れた。彼らは社会の中で国際ニュースを必要とする立場にいる人たちであると考えられる。

次に、親近感については、居住都市／町、国、東アジアの中では国への親近感が最も高いという共通したパターンが見出された。また、親近感の3変数間の関係も4か国で類似しており、居住都市／町への親近感と国への親近感の間の相関に比べ、居住都市／町と東アジア、国と東アジアの相関は、あっても比較的弱かった。国への親近感と東アジアへの親近感は、相関は弱いものの、中国を除けば有意な正の相関関係にあり、片方への親近感が高いほどもう片方への親近感は低いというわけではない。また、いずれの国においても居住都市／町よりも国への親近感が高かったが、これは情報流通の問題というよりは、居住都市／町は変わる可能性が高いからであろう。

最後に、本研究の焦点である国際ニュース接触と国、東アジアへの親近感の関連について考察する。

国への親近感については、日本と台湾では、新聞から国際ニュースを得ている回答者はそうでない回答者より国への親近感が有意に高く、逆にインターネットから国際ニュースを得ている回答者はそうでない回答者より国への親近感が有意に低かった。この結果は、新聞を通じての国際ニュース接触は国民的アイデンティティを高めるがインターネットは逆であると解釈される。つまり新聞接触は、接触しているのが国際ニュースであっても国民的アイデンティティを高めるということである。前述のように、国際ニュースの分析では、国際ニュースの中で自国関連のニュースが一定量を占めることが見出されている（萩原, 2007a; 金山・クーパー・チェン, 2005）。国際ニュースにおいて、国際的な出来事が自国との関連から語られるならば、国内のニュースよりも「国」というカテゴリーの顕現性が高いと考えられるそれらのニュースへの接触がナショナリズムを高揚させても不思議ではない。

一方、東アジアへの親近感については、いずれの国でも新聞・インターネットを国際ニュースの情報源として挙げている回答者のほうがそうでない回答者よりも東アジアへの親近感が有意に高かった。この結果は、情報化は国際的地域統合の可能性を高めるとする主張と矛盾しない傾向を示していると言えよう。しかし、中国・韓国への好意度が上がりにくいことを示すスポーツ・イベント報道についての先行研究に照らし合わせれば、このことは情報流通が東アジア諸国への好意度を高めることは必ずしも意味しないかもしれない。上瀬(2004)は日韓共催ワールドカップでの韓国イメージの変化について、韓国は心理的に近いため、自己評価維持の過程で日本チームへの自己関連性が高い者は韓国の好成績を「悔しい」と感じ、低い者は自分のことのように誇ったのではないかと考察している。つまり、国際ニュースに接することで東アジアへの心理的近さが縮まっても、それは東アジア諸国への好意度の上昇に結びつくとは限らないと考えられる。

ただし上記の傾向のうち国への親近感と国際ニュース接触との関係については、一般線形モデルによる分析では同様の傾向を見出すことはできなかった。国への親近感に関する分析では、有意な影響を及ぼしている国際ニュースの情報源は台湾で新聞、日本でラジオと人（10%水準）のみであった。インターネットに関する上記のような傾向は、国への親近感が低い若年層のネット利用率が高いことから見られたのではないかと考えられる。東アジアへの親近感についての分析では各国とも国際ニュース情報源への接触で有意な影響が部分的に見られ、日本を除く3か国では新聞が有意な影響を及ぼ

しており、台湾と日本ではインターネット、韓国と中国でラジオが有意な影響を及ぼしていた。テレビはいずれの国においても大半の人々が情報源として挙げているので、その他の情報源を国際ニュースの情報源として挙げているかどうかは国際ニュース接触への積極性を示す変数となっているのではないかと考えられる。その他、若年層は国への親近感が低いこと、平均と比べた世帯年収が高い者ほど東アジアへの親近感が高いことは4か国に共通してみられた。また、いずれの分析も決定係数は極めて低いものであった。

最後に本研究の限界について述べる。本研究では、国際ニュースへの接触頻度、接触量は未検討である。また、国際ニュースの報道内容は検討されておらず、国際ニュースのうち、東アジアについてのニュースがどの程度含まれるかも明らかではない。また、原・塩田(2000)からも明らかのように、外国関連情報はニュースだけでなくスポーツ番組やドラマ、映画からも入手されている。これらの情報への接触も東アジアへの親近感を形成する要因となりうると考えられる。

#### [Acknowledgement]

East Asian Social Survey (EASS) is based on Chinese General Social Survey (CGSS), Japanese General Social Surveys (JGSS), Korean General Social Survey (KGSS), and Taiwan Social Change Survey (TSCS), and distributed by the EASSDA.

#### [参考文献]

- Galtung, Johan & Ruge, Mari Holmboe, 1965, "The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers," *Journal of Peace Research*, 2:64-91.
- 萩原滋, 2007a, 「ニュースの国際流通とテレビの外国関連報道」萩原滋編著『テレビニュースの世界像—外国関連報道が構築するリアリティー』勁草書房.
- 萩原滋, 2007b, 「テレビの中の世界情勢—外国関連報道の特質を探る」萩原滋編著『テレビニュースの世界像—外国関連報道が構築するリアリティー』勁草書房.
- 原由美子・塩田雄大, 2000, 「相手国イメージとメディア—日本・韓国・中国世論調査から—」『放送研究と調査』2000年3月号:2-23.
- 藤竹暁編著, 2005, 『図説 日本のマスメディア (第二版)』NHK ブックス.
- 伊藤陽一, 1997, 「国際コミュニケーション過程の理論と実証」『マス・コミュニケーション研究』51:18-33.
- 伊藤陽一, 2000, 「ニュース報道の国際流通に関する理論と実証」『メディア・コミュニケーション(慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要)』50:45-63.
- 伊藤陽一, 2005a, 「ニュースの国際流通のパターンと規定要因」伊藤陽一編『ニュースの国際流通と市民意識』叢書 21COE-CCC 多文化世界における市民意識の動態 14, 慶應義塾大学出版会.
- 伊藤陽一, 2005b, 「ニュースの国際流通と市民意識」伊藤陽一編『ニュースの国際流通と市民意識』叢書 21COE-CCC 多文化世界における市民意識の動態 14, 慶應義塾大学出版会.
- 金山勉・アン クーパーチェン, 2005, 「ニュースの国際流通と市民文化」伊藤陽一編『ニュースの国際流通と市民意識』叢書 21COE-CCC 多文化世界における市民意識の動態 14, 慶應義塾大学出版会.
- 上瀬由美子, 2004, 「ワールドカップによる外国イメージの変容—日韓共催によって韓国イメージはどう変わったか—」萩原滋・国広陽子編『テレビと外国イメージ—メディア・ステレオタイプング研究—』勁草書房.
- 上瀬由美子, 2007, 「オリンピックにおける外国関連報道—テレビニュースに現れるライバル・フレーム—」萩原滋編著『テレビニュースの世界像—外国関連報道が構築するリアリティー』勁草書房.
- 上瀬由美子, 2010, 「北京オリンピック視聴と中国・中国人イメージの変化—大学生のパネル調査分析から—」『メディア・コミュニケーション(慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要)』60:67-88.

- 金美林・伊藤陽一, 2005, 「日本と韓国における国際流通のパターンと規定要因」伊藤陽一編『ニュースの国際流通と市民意識』叢書 21COE-CCC 多文化世界における市民意識の動態 14, 慶應義塾大学出版会.
- 向田久美子・坂元章・村田光二・高木栄作, 2001, 「アトランタ・オリンピックと外国イメージの変化」『社会心理学研究』16:159-169.
- 大石裕, 2006, 「メディア・ナショナリズムを考える」大石裕・山本信人編著『メディア・ナショナリズムのゆくえー「日中摩擦」を検証するー』朝日新聞社.
- 大岡栄美, 2011, 「社会関係資本と外国人に対する寛容さに関する研究—JGSS-2008 の分析から」『日本版総合的社会調査共同研究拠点研究論文集』11:129-141.
- Salwen, Michael B. & Matera, Frances R., 1992, “Public Salience of Foreign Nations,” *Journalism Quarterly*, 69:623-632.
- 高木栄作・坂元章, 1991, 「ソウルオリンピックによる外国イメージの変化—大学生のパネル調査—」『社会心理学研究』6:98-111.
- 鶴木眞, 1998, 「国際コミュニケーション研究における『国際レジーム論』導入の展望」『政経研究（日本大学法学会）』34:467-485.
- Wanta, Wayne, Golan, Guy & Lee, Cheolhan, 2004, “Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations,” *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81:364-377.
- Wu, Haoming Denis, 1998, “Investigating the Determinants of International News Flow: A Meta-Analysis,” *Gazette*, 60:493-512.
- Wu, Haoming Denis, 2000, “Systematic Determinants of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries,” *Journal of Communication*, 50:110-130.