『「ネット世論」の社会学：
データ分析が解き明かす「偏り」の正体』
谷原つかさ*著、NHK出版新書、2024年

宇田川 敦 史†

2024年は、「選挙イヤー」とも称され、国内外において重要な選挙が集中した年であった。ソーシャルメディアやAIを含むメディア環境が激変する中において、民主主義のあり方と、その前提となる「世論」とは何か、が改めて問われたといえる。日本においては、7月の東京都知事選挙、10月の衆議院議員選挙、11月の兵庫県知事選挙など、ソーシャルメディアに媒介されたこれまでとは異なる「世論」の動きが注目され、さまざまな政治的課題が浮き彫りになるとともに、まさに「世論」をめぐる社会的・メディア論的な枠組み自体が再構築を迫られているともいえるだろう。

本書はその「選挙イヤー」まっただ中の、2024年8月に出版された。一般読者向けの新書であることも含め、まさに時宜を得た書籍というべきだろう。とはいえ、本書はこうした一時の変化点をとらえ、その変動の大きさを「煽る」ようなものでは決してない。むしろ「ネット世論」なるつかみどころのない対象を、極めて冷徹かつ実証的に分析することで、「世論」の複雑な実相を丁寧に記述したものである。それは、「はじめに」に記述された以下のような宣言からも明らかだろう。

本書は、ネット世論は右寄りであるとか左寄りであるとか何かしら一貫した説明を提供しようとするものではありません。ネット上には、右寄りの人もいれば左寄りの人もいます。ただ、ネット上には一定の「クセ」があります。本書は、その「クセ」をどんなものかを明らかにして、それとどのように向き合っていけばよいのかを考えることを目的としています。(8頁)

本書の主眼は、あくまでインターネットあるいはソーシャルメディアにおける世論の「クセ」なるものを、実証的に明らかにすることにある。さまざまな「イメージ」に基づく政治的言説が複雑に飛び交う現代のメディア環境において、データに基づいた「客観的な」社会像を詳らかにする営みはむしろ重要性を増しているといえる。

本書は5つの章で構成されている。第1章は『「偏り」はなぜ生まれるのか：ネット世論の構造』と題し、本書の前提となる「世論」概念の理論的な解説と、「分断」とよばれる現象をとらえるための論点を指し示す。谷原は、佐藤卓己の「輿論」(論理や理性、知識に基づいた意見)と「世論」

* 立命館大学産業社会学部准教授

† 武蔵大学社会学部准教授
udagawa@au-lab.com

（誰が担っているのかも判然としない感情的な「空気」というよく知られた概念を参照点としつつも、本書が対象とする「ネット世論」を佐藤の「世論」と単純に重ねるような論法は採らず、マスメディアが中心となった「従来の世論」とは異なる特徴を指摘する。それは、「世論調査」を前提とした「聞かれたから答える」世論ではなく、「聞かれてもないのに意見を発信する」という能動性だという（37頁）。その上で、「従来の世論」と「ネット世論」には同じアジェンダに対しても意見の分布が大きく異なることを示している。ソーシャルメディア上の（能動的な）意見は、世論調査の（受動的な）意見と比べ、「絶対に賛成」「絶対に反対」といった「極端な」意見の割合が高いというのだ。

ランダム・サンプリングに基づく世論調査における意見の分布と、ソーシャルメディア上の意見の分布の「ズレ」をどのようにとらえるか、という枠組みが、本書の以後の議論に通底する問題意識である。すなわち本書を貫く問いは、ソーシャルメディア上で「多数派」のように見える意見が、必ずしも世論調査の支持率や選挙結果と一致しないのはなぜか、ということになるだろう。

第2章からは、この「ネット世論」の実態について、実証的なデータに基づいた分析の結果が示される。まず具体的には、2021年衆議院議員選挙および2022年参議院議員選挙におけるアンケート調査（「従来の世論」）とX（当時のTwitter）のポスト（「ネット世論」）から得られた意見の分布を比較することで、その「ズレ」の実相を明らかにしていく。まず示されるのは、教師あり機械学習によって分類したXのポストの分布である。谷原の分析によればXの総ポスト数の過半数にあたる51.7%が「反自民党」であるのに対し、「ニュートラル」は31.1%、「親自民党」は17.2%であり少数となっている。その一方実際の選挙結果では自民党への投票率が高く、アンケート調査においても自民党への感情は「どちらともいえない」が46.29%で最大であり、「嫌いである」の14.14%を上回る結果が示されている。すなわち、X上のポストにおける意見の分布と、アンケート調査における意見の分布は大きく異なっているのだ。

特にXの意見の見え方として強調されるのは、リポストやシェアを除いた「オリジナルポスト」として分類されるポストの「偏り」である。拡散につながる「オリジナルポスト」を発信しているアカウントの数が、少数に限定されていることから「0.2%のアカウントから世論が生まれる」と記述されている（75頁）。この「見出し」がやや大仰である点は否めないものの、「ネット世論」として認識される意見の分布は、アンケート調査における意見の分布と異なるだけでなく、その意見の「オリジナル」な発信者の数に比べ、実際に流通しているポストの数がはるかに大きなものになるという事実は、本書における重要な論点のひとつである。

続く第3章では、この「ネット世論」を構築する意見を投稿する人はどんな人か、2023年の大阪府知事選挙を対象に、政治参加の理論に基づいた検証を行っていく。アンケート調査により、大阪府知事選挙に関する投稿（リポストを含む）を行ったかどうかを従属変数として、投稿者の属性や政治的態度に関する回答を独立変数とするロジスティック回帰分析の結果が示される。特に谷原が目にするのは、X上に同様の意見をもった仲間がいる（と自己認識している）ほど、選挙関連の投稿をする確率が高くなるという結果である。ここでの解釈は非常に興味深い。谷原は、ノエル＝ノイマンの沈黙のらせん理論を参照し、マスメディアが中心となるメディア環境においては「少数派」が沈黙してしまいがちであったのに対し、ソーシャルメディア上ではエコーチェンバーや選択的接触によって「同志」がいると認識できるため、たとえ社会全体では少数派だったとしても、積極的に意見表明ができる可能性があることを指摘する。このことが「偽りの多数派」を構築し、オフラ

インの意見と異なる「ネット世論」を形成するのだという。この一見「らせん」に逆行するような現象を、沈黙のらせん理論の「拡張」として再解釈する議論は、現代のメディア環境における認識上の「多数派」と存在上の「少数派」の「ズレ」を読み解く上で重要な視座を与えてくれる。

そして第4章で問われるのは、その「少数派」が「多数派」を動かしうるのか、というより実践的な問題である。これまでの分析では、X上の「ネット世論」の意見は必ずしも選挙結果と一致せず、むしろその差異を明らかにすることこそが主眼があった。本章はその差異を前提としつつ、ソーシャルメディアが社会全体の世論を動かしうるのかを、旧ジャニーズ事務所の性加害問題を対象に分析している。本書の分析によれば、Xのジャニーズ関連投稿を収集しそのリポスのネットワークをクラスタリングすると、主要な5つのクラスターが抽出できる。それらは相互にエコーチェンバー状態であることが推測され、上記の沈黙のらせん理論の「拡張」が機能しうる環境にある。分析の詳細は本書を読んでいただきたいが、そのうち一部のクラスター（特に、ジャニーズ事務所へ批判的な政治的ユーザーや、ジャニーズ事務所を離反していたアイドルのファン）が、BBCによる報道をきっかけに、身近な同志の存在に支えられて、「少数派」から「多数派」へと「世論」を動かしていった過程が明らかとなっている。谷原は、ソーシャルメディアのエコーチェンバーが、孤立の恐怖を軽減することで、少数意見であっても意見表明しやすい機会となっていると説明している。

最後の第5章は、本書のまとめとして、改めて「ネット世論」の「タコソボ化」に対する警鐘を示している。第4章のような「社会運動」に結びつく事例もある一方で、「少数派」が「多数派」であるかのように行動しうることは、むしろ世論のネットワークが無数に形成され、「分断」してしまうことにもつながる。感情やイメージをベースとした「空気」が多層化してしまうことは、社会全体の意見の分布や、事実を共有することの妨げになる危険があることが改めて強調される。第4章で示された「社会を変える」可能性に（過剰な）希望を託すのではなく、現代のメディア環境の現実を冷徹に見極めるべきという議論に収束させているあたりには、本書の絶妙なバランス感覚が表れている。谷原は最後に「皆さんがネット上で目にする『声』だけが国民の『声』ではありません」（236頁）と結び、「ネット世論」の「クセ」を知ることの重要性を説く。

本書の特徴は、一般向けの新書であるということもあり、「輿論と世論」、コミュニケーションの二段階の流れ、メディアの議題設定機能のようなマス・コミュニケーション理論から、フィルターバブルやエコーチェンバー、「フェイクニュース」やファクトチェックといったソーシャルメディアにおける主要な論点をしっかりと解説しつつ、現代のメディア環境における「意見」がどのように表象され、どのように分布しているのか、実証的なデータに基づいてその問題と可能性の両面を議論する、という難しい仕事を見事に成立させていることにある。

このような特徴から、現代のメディア環境における「世論」について関心のある幅広い層に、俯瞰的な視座を持ってもらうことにはもちろん、社会学あるいはメディア論の初学者に対し、基本的な理論のみならず、日常におけるリアルなメディア経験との接続を含めた実証研究のあり方について知ってもらう入門書としても最適である。実際評者は、昨年度の社会学部1年生向けのゼミの課題文献に本書を指定し、学生同士の議論や本書に対する批判的な講読を通じて、社会学およびメディア論の面白さと可能性を伝えるメディアとして活用している。1年生にとっては、計量分析の解釈などにおいて困難を伴う（と同時に学びにつながる）場面もあった一方で、ソーシャルメディアに慣れた若者にとっては、「ネット世論」なるものが社会全体の意見の分布を反映していないこ

とはある意味「当たり前」のことであり、そのことを対象化せざるをえない現代の民主主義のあり方が議論になるなど、本書をきっかけに展開できる論点は無数にある。

あえて本書の課題を指摘するとすれば、ある意味専門性の高い「科学的な」分析結果を一般向けに出版するという困難がゆえに、谷原自身がおそらくは注意深く回避しているはずの、「イメージ」に訴えるコミュニケーションや、「二分法」による図式化が混入しているように読めてしまう点だろう。「0.2%のアカウントから世論が生まれる」といった見出しは、本文内で詳しく説明されているとはいえ、上述の「イメージ」による誤読を生みかねないし、「ネット世論」と「従来世論」という枠組みは、ともすればそれらが二項対立図式であるかのように解釈される余地がある。特に、「世論」概念については、おそらく丁寧に論じようとした結果として、章によってどの用法や定義に基づいているのか判然としないことがあったことも付言しておきたい。

谷原自身が「あとがき」でも述べているとおり、本書において問題設定された「ネット世論」と「選挙結果」の不一致は、まさにその出版のタイミングにおいて変化しつつある。日本でも「ネット世論」が実際の「選挙結果」を変えてしまったのではないかと推定する現象が急速に観察されるようになったのが、2024年以降の状況である。では本書の議論は無効化してしまうのかといえ、全くそんなことはない。むしろ逆である。本書の議論で明らかになったことは、そもそも「ネット世論」が社会全体の「世論」へと「影響」を及ぼすためには複雑な条件とダイナミズムが必要だということである。本書が教えてくれることは、「マスメディアの時代が終わり、ソーシャルメディアが主流になったから、『ネット世論』が選挙を動かしたのだ」といった単純な図式化こそ危険だという事実である。ソーシャルメディアの「クセ」は失われたのではなく、ますますその「クセ」は強まっている、と考えるべきだろう。本書出版後の「ネット世論」の実相について、さらなる実証分析が蓄積され、その「クセ」がより明確になることを期待したい。