

ネット投票の賛否の要因 —メディアリテラシーとプライバシー感度からの探索—

Factors Influencing Approval/Disapproval of Elections via Internet: Exploration from the Perspectives of Media Literacy and Privacy Sensitivity

野村 竜也, 藤吉 竜馬, 塚元 優太
Tatsuya Nomura, Ryuma Fujiyoshi, Yuta Tsukamoto

龍谷大学理工学部情報メディア学科
Department of Media Informatics, Ryukoku University
nomura@rins.ryukoku.ac.jp

Abstract

For the aim at exploring psychological factors influencing people's approval/disapproval of elections via the internet, an online social survey was conducted from the perspectives of media literacy and privacy sensitivity. The results suggested that persons approving elections via the internet tended to have higher media literacy than those not approving them, although the trend was influenced by equipment used for the internet access and personal traits such as gender.

Keywords — Election via Internet, Media Literacy, Privacy Sensitivity

1. はじめに

継続する選挙投票率の低下に対して、インターネットを介した投票方式、いわゆるネット投票が注目を浴びながら、現時点では本格的導入に至っていない。その理由としては、システムのセキュリティや安定性、投票結果の秘密保持等に対する懸念が挙げられているが、実際の有権者が感じている心理的障壁についての実証的研究は行われていない。

インターネットと投票行動の関連については、幾つかの既存研究が存在する。宮田ら[1]はインターネットを介したニュースへの接触が政治的関心を高め知識も高めることを、小林[2]はネットニュースの利用が投票行動に正の影響を与えることを見出している。しかし、これらの既存研究ではネット投票については触れられていない。

本研究では、ネット投票の賛否を規定する心理的要因の探索を目的として、オンラインでの質問紙調査を行った。本調査では、インターネット利用に影響を与える要因としてのメディアリテラシー、および投票結果の秘密保持に関連するネット上でのプライバシー感度がネット投票の賛否にどのように影響を与えるかについて探索を行った。

2. 方法

本調査は、調査会社への委託により 2015 年 11 月にインターネット上のホームページを介して行われた。調査会社に登録されている 20 代～50 代の男女からランダムに選ばれたモニターに電子メールで回答依頼がなされ、回答者が 300 人に到達した時点で調査が締め切られた。回答者数を表 1 に示す。

表 1 本調査における回答者数

	20代	30代	40代	50代
男性	37	37	38	38
女性	38	38	37	37

測定内容としては、フェイスシートにおいて、「インターネット利用の際に現在最も使用頻度の高い機器」について「PC」「スマートフォン」「タブレット」「携帯電話」から 1 つ選択して回答するよう求めた。また、ネット投票に関して「賛成」「反対」「どちらでもない」から 1 つ選択して回答するよう求めた。

メディアリテラシーの測定については、高比良ら[3]の「情報活用の実践力尺度」から「判断力」「処理力」「発信・伝達力」の 3 下位尺度を使用した。ネット上でのプライバシー感度の測定については、佐藤ら[4]の「インターネット版プライバシー次元尺度」を使用した。本尺度は、各項目で示される自己情報についてネット上の匿名な不特定多数の人に対してどのくらい知られたくないと感じるかを尋ねるものであり、4 つの下位尺度（自伝的情報、属性情報、識別情報、暗証情報）から構成される。表 2 に、メディアリテラシーおよびプライバシー感度の尺度における下位尺度とその項目数および項目例を示す。

表2 メディアリテラシーおよびプライバシー感度の尺度における下位尺度とその項目数および項目例

尺度	下位尺度	項目数	項目例
情報活用の実践力尺度[3]	判断力	8	“噂を聞いたときには、それがどのくらい根拠があるかを確認している。”
	処理力	8	“長い文章でも、その要点はたいてい把握できる。”
	発信・伝達力	10	“相手の反応に気を配りながら話すほうである。”
インターネット版プライバシー次元尺度[4]	自伝的情報	11	“生い立ち”, “思想信条”
	属性情報	8	“出身地”, “家族構成”
	識別情報	4	“本名”, “住所”
	暗証情報	3	“クレジットカードの番号”, “暗証番号, パスワード”

注：情報活用の実践力尺度は5件法（1. 全くそう思わない～5. とてもそう思う）

インターネット版プライバシー次元尺度は4件法（1. 知られてもよい～4. 知られたくない）

3. 結果

各下位尺度のCronbachの α 係数は、「情報活用の実践力尺度」において「判断力」で.695、「処理力」で.751、「発信・伝達力」で.733、「インターネット版プライバシー次元尺度」において「自伝的情報」で.929、「属性情報」で.911、「識別情報」で.904、「暗証情報」で.912となった。各下位尺度得点は、対応する項目の得点の合計として算出した。

回答者分布から、ネット投票に関する意見は「賛成」と「非賛成（「反対」「どちらでもない」）」に、ネット利用の際の機器は「PC」と「非PC（「スマートフォン」

「タブレット」「携帯電話）」に分類した。回答者分布を表3に示す。

ネット投票の意見については年代および性別との関連は認められなかったが、利用機器については年代が上がるほど、まだ男性ほどPCを最も利用頻度の高い機器とする傾向が認められた（利用機器と年代とのクロス： $\chi^2(3) = 39.000, p < .001$ 、利用機器と性別とのクロス： $\chi^2(1) = 17.392, p < .001$ ）。

これらの個人要因とメディアリテラシー、ネット上でのプライバシー感度との関連を探索するため、ネット投票の意見と利用機器と性別を独立変数、上記下位尺度得点を従属変数とした $2 \times 2 \times 2$ の3要因分散分析を行った。表4に結果を示す。いずれの分析においても2次の交互作用は認められなかった。

「判断力」得点においてはネット投票の賛否と利用機器の1次の交互作用が有意であり、Bonferroni法による単純主効果検定の結果、ネット投票「非賛成」群において「PC」利用群が「非PC」利用群よりも有意傾向で得点が高い（ $p = .079$ ）ことが認められた。また、「非PC」利用群においてネット投票「賛成」群が「非賛成」群よりも有意傾向で得点が高い（ $p = .073$ ）ことが認められた。この得点においてはネット投票の賛否と性別の1次交互作用も有意であったが、単純主効果検定の結果では群間に有意な差は認められなかった。

「発信・伝達力」得点では、ネット投票の賛否と性別の主効果およびこれらの要因の1次交互作用が有意となった。単純主効果検定の結果、男性においてはネット投票「賛成」群が「非賛成」群よりも有意に得点が高い（ $p = .006$ ）ことが認められた。また、ネット投票「非賛成」群においては、女性が男性よりも有意に

表3 ネット投票の賛否と利用機器に関する回答者分布

ネット投票		「PC」利用	「非PC」利用
賛成	男性	64	25
	女性	40	37
反対	男性	47	14
	女性	36	37
賛成	20代	18	20
	30代	18	21
	40代	35	13
	50代	33	8
賛成	20代	12	25
	30代	20	16
	40代	23	4
	50代	28	6

表4 尺度得点に対する分散分析の結果

		主効果			1次交互作用			2次交互作用
		利用機器	ネット投票 賛否	性別	利用機器× ネット投票	利用機器× 性別	ネット投票 ×性別	
判断 力	<i>F</i>	1.294	2.080	.707	4.805	.715	3.950	.815
	<i>p</i>	.256	.150	.401	.029	.399	.048	.367
	<i>η</i> ²	.004	.007	.002	.016	.002	.013	.003
処理 力	<i>F</i>	.005	1.664	.050	1.154	.746	1.674	.659
	<i>p</i>	.945	.198	.823	.284	.388	.197	.418
	<i>η</i> ²	.000	.006	.000	.004	.0025	.006	.002
発信 ・伝達 力	<i>F</i>	1.295	4.188	9.707	.368	.211	6.474	1.733
	<i>p</i>	.256	.042	.002	.545	.646	.011	.189
	<i>η</i> ²	.004	.0135	.031	.001	.001	.021	.006
自伝 的 情報	<i>F</i>	.038	.041	24.349	.395	.163	3.292	1.016
	<i>p</i>	.845	.840	<.001	.530	.686	.071	.314
	<i>η</i> ²	.000	.000	.075	.001	.001	.010	.003
属性 情報	<i>F</i>	.021	4.045	7.889	.481	.893	1.496	.264
	<i>p</i>	.884	.045	.005	.489	.346	.222	.608
	<i>η</i> ²	.000	.013	.026	.002	.003	.005	.001
識別 情報	<i>F</i>	.798	.017	33.308	.199	.485	2.429	.066
	<i>p</i>	.373	.897	<.001	.656	.487	.120	.797
	<i>η</i> ²	.002	.000	.100	.001	.001	.007	.000
暗証 情報	<i>F</i>	.087	1.279	23.158	1.127	.019	.000	2.791
	<i>p</i>	.769	.259	<.001	.289	.891	.999	.096
	<i>η</i> ²	.000	.004	.0716	.003	.000	.000	.009

得点が高い ($p < .001$) ことが認められた。

また、「プライバシー次元」の4尺度得点いずれにおいても性別の主効果が有意であり、女性は男性よりも得点が高いことが認められた。「属性情報」得点においてはネット投票の意見の主効果が有意であり、ネット投票「非賛成」群が「賛成」群より得点が高いことが認められた。

有意性の認められた要因に関する尺度得点の平均と標準偏差を図1に示す。

4. 考察

今回の調査結果では、ネット投票に賛成な人は賛成でない人と比べてメディアリテラシーが高い傾向にあること、ただしそれは普段主に使用している機器や性別などの個人特性に依存することが示唆された。特に、普段PCを利用せずネット投票に賛成でない人はそうでない人に比べメディア情報を無批判に信用しやすい

傾向、ネット投票に賛成でない人は自分自身の属性に関する情報をネット上で他者に知られたくないと感じる傾向が示唆された。

一方、ネット投票に対する賛否とメディアリテラシーおよびプライバシー感度との関連の可能性は見出されたものの、分析における各要因の効果サイズは大きいものではなく、年代との関連も含め、より大規模な調査が必要である。

参考文献

- [1] 小林哲郎, (2011) “ネットニュースがもたらす政治的知識”, 新情報, Vol.99, pp.10-18.
- [2] 宮田加久子, 安野智子, 市川芳治, (2014) “政治過程におけるオンラインニュースの効果: 政治的知識に及ぼす直接的・間接的效果”, 社会心理学研究, Vol.30, pp.21-34.
- [3] 高比良美詠子, 坂元 章, 森津太子, 坂元 桂, 足立にわか, 鈴木佳苗, 勝谷紀子, 小林久美子, 木村文香, 波多野和彦, 坂元 昂, (2001) “情報活用の実践力尺度の作成と信頼

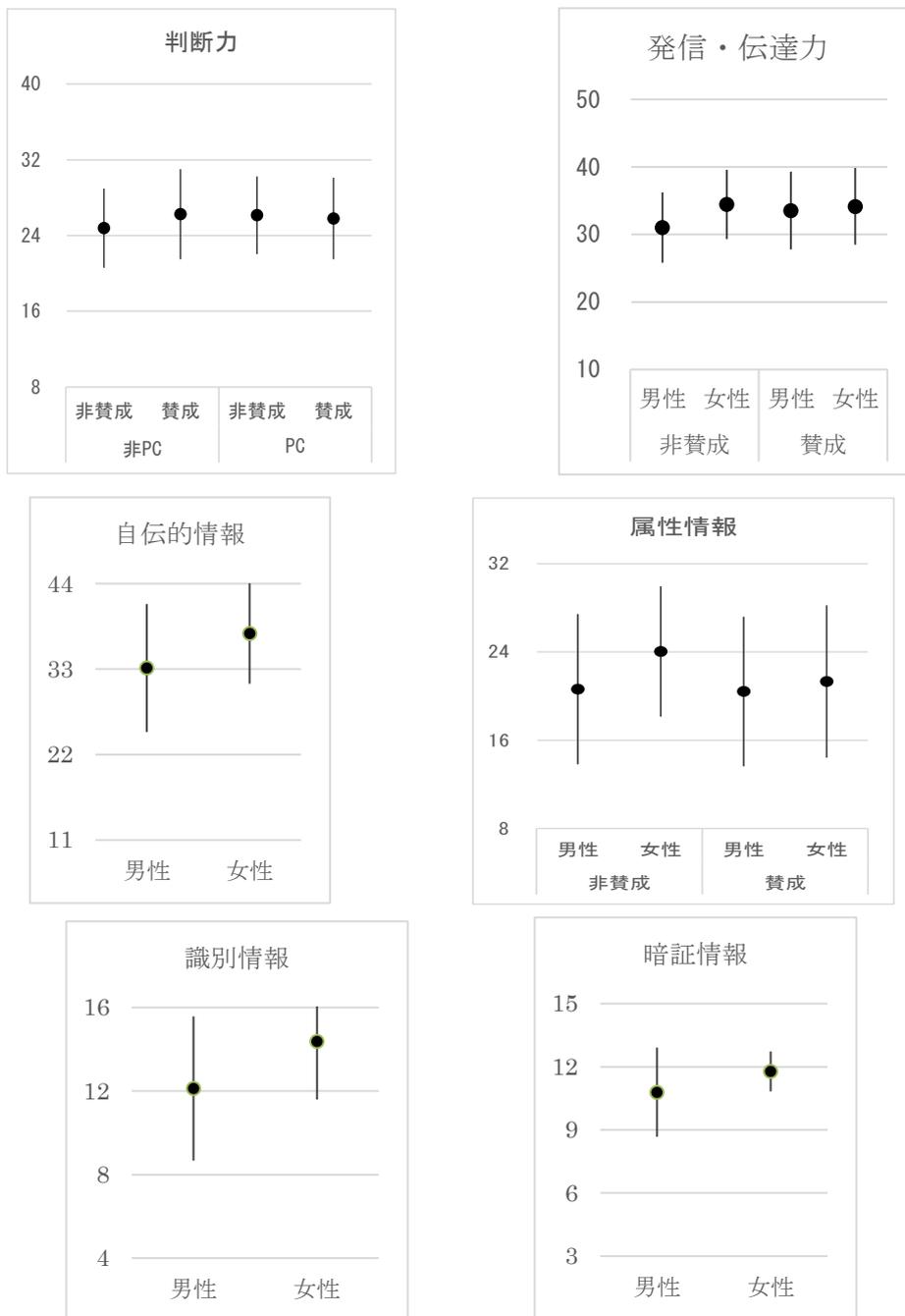


図1 有意性の認められた要因に関する尺度得点の平均と標準偏差

性および妥当性の検討”, 日本教育工学会論文誌, Vol.24, pp.247-256.

- [4] 佐藤広英, 太幡直也, (2013) “インターネット版プライバシー次元尺度の作成”, パーソナリティ研究, Vol.21, pp.312-315.