

# インターネット利用者のメディア活用は二極化へ

インターネット利用者のうち、新聞を読んでいる層は他のメディアへの接触も多く、多様なメディアから情報を取り入れる姿勢が見えます。一方、新聞を読まない層はインターネット以外のメディアへの接触が少なく、余暇におけるインターネット利用時間が長いなど、メディア利用の偏りが見られます。このように、同じインターネット利用者でも、メディアの活用態度が大きく二分されます。

しかし、インターネット偏重の人たちも、従来、新聞の強みと言われてきた「社会に対する影響力」「情報の信頼性」「中立・公正」「世論を形成する力」などで、インターネットよりも新聞を高く評価しています。

図26 | 他のメディアへの接触頻度

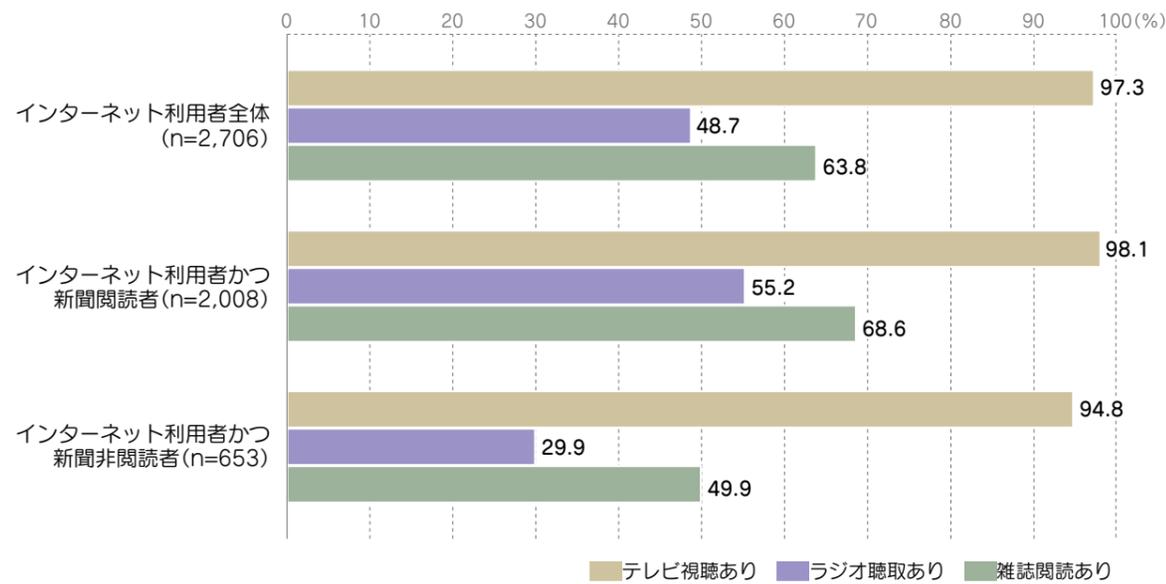


図27 | 余暇でのインターネット利用時間

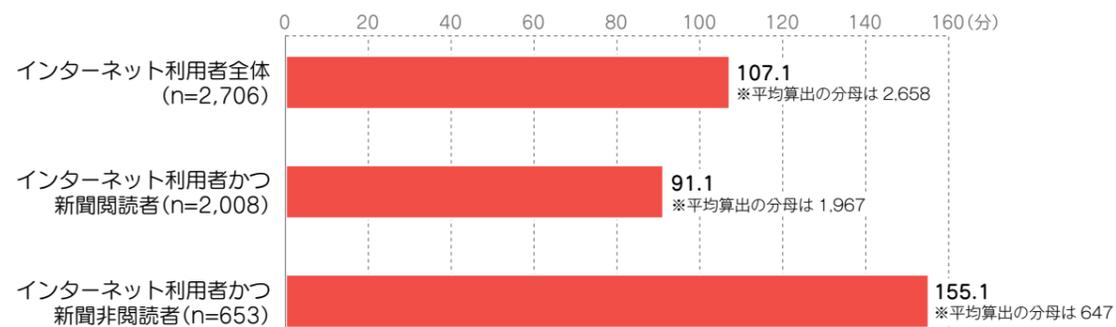


表7 | 新聞とインターネットの印象・評価 (複数回答)

	新聞(%) A	インターネット(%) B	差(A-B)
知的である	47.0	15.5	31.5
情報の信頼性が高い	25.4	11.9	13.5
情報が正確である	25.3	13.5	11.8
教養を高めるのに役立つ	24.5	13.6	10.9
安心できる	21.7	11.0	10.7
地域に密着している	19.4	10.4	9.0
世論を形成する力がある	24.5	15.6	8.9
就職活動をするために重要な情報源である	20.7	12.4	8.3
情報の重要度がよく分かる	18.8	11.3	7.5
社会に対する影響力がある	36.9	30.3	6.6
中立・公正である	12.7	7.8	4.9
情報が整理されている	22.5	17.6	4.9
世の中の動きを幅広く捉えている	19.3	18.5	0.8
情報が詳しい	19.3	19.0	0.3
社会の一員としてこのメディアに触れていることは大切だ	14.4	14.4	0.0
仕事に役立つ	16.7	17.0	-0.3
物事の全体像を把握することができる	11.6	12.7	-1.1
物事の背景がよく分かる	8.1	10.4	-2.3
バランスよく情報が得られる	16.1	20.4	-4.3
集中して見聞きする	10.3	14.7	-4.4
読んだ(見た・聞いた)ことが記憶に残る	10.1	19.6	-9.5
情報量が多い	24.7	36.3	-11.6
自分の視野を広げてくれる	11.5	29.4	-17.9
日常生活に役立つ	8.9	30.5	-21.6
多種多様な情報を知ることができる	15.2	37.1	-21.9
分かりやすい	6.6	30.9	-24.3
情報源として欠かせない	6.4	31.1	-24.7
時代を先取りしている	2.8	30.2	-27.4
話のネタになる	11.8	46.1	-34.3
楽しい	1.2	40.3	-39.1
親しみやすい	4.9	45.6	-40.7
情報が速い	5.2	49.3	-44.1
手軽に見聞きできる	5.4	50.2	-44.8

インターネット利用者かつ新聞非読者(n=653)