

# 選挙期間外の Twitter 上における大衆の政治的コミュニケーション分析

－英国の Brexit に関する議論を事例に－

渡邊 浩樹、Hiroki Watanabe

Keywords: ソーシャルメディア、Brexit、世論、選挙、ネットワーク

## 1. 目的

本研究の目的は、選挙期間と選挙期間外における大衆の政治的議論の中心的主体・議題を比較し、オンライン上で行われる大衆の政治的交流の実情を明らかにすることである。ソーシャルメディアの発達が政治的世論に及ぼす影響力について様々な議論が行われているが、こうした議論の多くは選挙等、特定のイベントに焦点を当てたものであり、選挙と選挙の間に当たる期間に目を向けた研究は未だ相対的に未開拓であると思われるからである。

## 2. 方法

まず、イギリスの EU 離脱(Brexit)を主な論点とし民意が問われた、2019 年イギリス総選挙の約半年後にあたる 2020 年 7 月から現在までの、Twitter 上で行われたイギリスの民衆による議論のありようについて、NodeXL を用い、中心主体や議題の観点から解釈する。次に、2016 年国民投票、2020 年総選挙の期間中、イギリス国内のオンライン及びオフラインで行われた議論を、階級や地域等の側面から整理する。そして、上記の資料から、特定の選挙期間とそれ以外におけるイギリス国内のソーシャルメディア上で行われる議論の実態及び傾向を比較・分析する。

## 3. 結果

先行研究の事例から、イギリスの 2016 年国民投票、2020 年総選挙期間の文脈において以下のような状況が存在することが確認できた。即ち、①Brexit 離脱派は有権者の全体像のうち、年齢層が高い者、都市から離れた地方に住む者、労働者階級に属する者の割合が高い。②新聞メディアの消費者の大部分を高齢者が占め、そうした新聞メディアの多くが Brexit に肯定的、③離脱派が選挙において「移民」や「主権」をキーワードとして重視しているのに対し、残留派が注目しているのは「経済」や「貿易」といったものである。

他方、選挙期間外における Twitter データからは、①離脱派の方がより新聞記事の内容を根拠に情報を拡散する傾向がある点や、②残留派の発信者の多くがロンドン等の大都市在住なのに対し、離脱派の発信者の多くは地方在住という点が明らかとなった。

## 4. 結論

以上から、一般に、教育水準が比較的高い若者層が積極的に発信するとされる Twitter 空間において、離脱派と残留派のプロフィールがその他のメディアも含めた先行研究の事例と、選挙期間に関わらず傾向を共有する点が少なくなることが明らかとなった。選挙期間とその他の期間中も、政治的コミュニケーションに積極的な大衆は、一定の連続性を持ち、政治的姿勢の表明を行っているものと推察される。

### 【主要参考文献】

- ・林香里, 2017, 『メディア不信－何が問われているのか』岩波書店.
- ・Dorling D., Tomlinson S. *Rule Britannia: Brexit and the End of Empire*, (Biteback Publishing Ltd, London, 2019)
- ・Wring D., Mortimore R., Atkinson S. *Political Communication in Britain: Campaigning, Media and Polling in the 2017 General Election* (Springer Nature Switzerland AG, Switzerland, 2019)