

データの信憑性-調査と統計の仕組み-について

08L4380 村井 裕貴

1. はじめに

近年、メディアの発達にともない膨大な情報があふれている。テレビやネットといったマスメディアに氾濫する情報のなかで信頼できるものはあるのか。この論文では、マスメディアで取り上げられるようなアンケート結果やそこから生まれる統計データの信憑性と選択的価値と、その過程にある調査の本質を調べ、そこから見えてくる問題点について論じる。

2. 世論調査について

世論調査にはイメージと現実との間に歪みがある。「世論調査」という言葉を聞けば、誰もが世間一般の平均的な声を集約したものと考えがちだが、対象者に偏りがあって、とても一般的な声とは言い難いにもかかわらず、一定の方向に導くために世論の声とカモフラージュされているものさえある。そもそも世論調査とは「一定の事項に対する人々の意見や態度を量的に測定し、その結果から世論の動向を明らかにするための調査」である。本来は公平な調査によって動向を把握すべきであるが、悪意ある調査が世論操作という形にもなりかねない。世論調査に限らず街角アンケートやネット上の統計データについても同じことが言える。むしろどこかの企業が行うようなアンケートには結論を誘導しているものも多く、安易に情報を鵜呑みにするのは危険である。

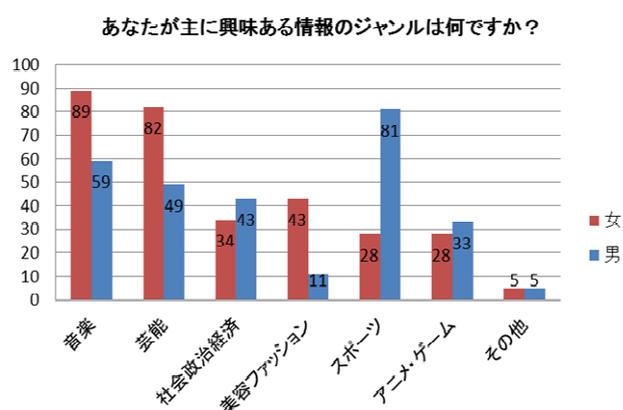
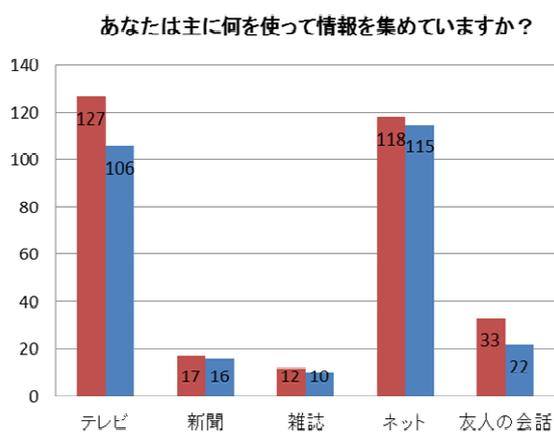
3. サンプルングとは

サンプルングとは、調査等を行う際に、母集団全体の性質を調べるために一部を抽出する行為のことを指す。市場調査などは、消費者や業界の正しいデータを得るために把握したい対象すべてを調査することが一番望ましいのだが、費用や時間を考えると全数調査が効率的とはいえない。そこで精度の高いデータを得るために、調査につきものとなる誤差をいかに少なくするかを考えて調査を実施することが必要であり、サンプルングが重要になってくる。

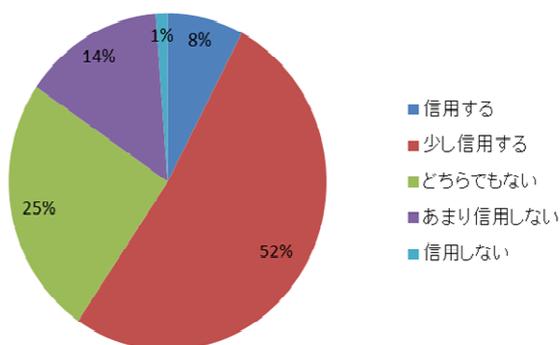
2. アンケート調査

愛知大学豊橋校舎に在籍する学生 325 名に、情報に対してどのような認識をしているのか、また、情報をどの程度信頼しているのかを調べるために、アンケート調査を実施した。以下、主な回答結果を示した。

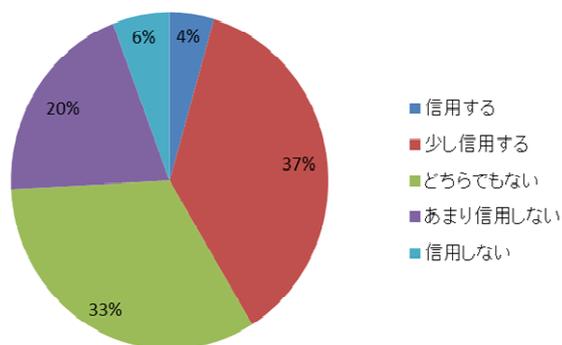
結果として、愛知大学の学生は何を使って情報を集めているのかを聞いたところ、テレビとネットの使用率が飛びぬけて高く、友人の会話が新聞や雑誌よりも上回っていた。女性は音楽・芸能や美容ファッションに興味があり、男性はスポーツに高い興味があり、次いで音楽・芸能に興味がある、とはっきり分かれた。新聞・テレビなどで使われている統計データやグラフについては、男性は「信用する」と「少し信用する」を加えたものが41%であるのに対し、女性は60%と、女性のほうが新聞やテレビに掲載されるデータへの信頼が強いことがわかった。



新聞・テレビなどで使われている統計データやグラフなどを信用しますか？(女性)



新聞・テレビなどで使われている統計データやグラフなどを信用しますか？(男性)



2. 考察

調査の過程は一般の人々にはあまり知られていない。そのため、調査そのものが杜撰であれば、データは不適切なものになってしまうのだが、目に見えるデータだけを信頼しかねない。また、政治や企業では少なからずデータを都合よく使用しており、メディアを通じて広く頒布されている。そのことが結果として、情報の信憑性を有耶無耶にしている。そのためには、調査の透明性と調査環境の改善が課題となり、また、データを見つけたら、鵜呑みにするのではなく中身についても吟味し、自分で判断することが必要だと考える。