

若者のテレビ番組接触における接触行動の要因分析

— 1995年と2016年の比較 —

和田 正 人*

教育実践研究支援センター

(2016年9月13日受理)

1. はじめに

若者のテレビ視聴時間はNHKが調査を開始してから一貫して短くなっている(2016, NHK)。ここには大きくインターネットを基盤とした動画視聴が指摘されているものの、視聴行動に関わる要因がインターネットによってどのように変化してきたかが明らかではない。

そこで、本研究では、和田(1995)¹⁾の調査と比較して学生のテレビ接触行動がどのように変化してきたかについて明らかにする。そのために、まずテレビ視聴行動の変化を継続的に追跡して分析を行っているNHKの調査を中心に概観することで、変化に関わる要因を考える基礎にする。

1. 1 テレビ番組視聴の変化

1. 1. 1 NHKのテレビ視聴調査

NHKでは、テレビ視聴について様々な調査を継続的に行っている。そこで、これらの調査を概観することで若者のテレビ視聴の現在の状況を明らかにする。

(1) 国民生活時間調査(日本人の生活時間2015)

NHKが5年おきに実施している生活時間調査である(NHK放送文化研究所, 2015)²⁾。これは平日及び土日の全生活時間を15分ごとにカテゴリーにまとめるものである。2015年の調査では、学生(小学生・中学生・高校生・大学生・専門学校生・大学院生)の平日のテレビ視聴率は、74%で1995年からの5年毎の調査で最低の割合となっている。これは土曜日日曜日も同じである。また平均視聴時間は平日が1時間35分で、土曜日が2時間10分で日曜日が2時間5分

で、これも過去最低の視聴時間である。また朝のテレビ視聴は男性でも女性でもテレビを見ている者は10代20代では20%を下回る。夜間のテレビ視聴でも女性20代で20時30分から21時の視聴が31%で最高であるものの、ほとんどが30%を超えていない。

したがって、本研究の前提として、学生のテレビ接触行動は減少しているという状況があり、さらに和田(1995)¹⁾と本研究の違いがその減少したテレビ接触行動の原因を解明するひとつとなる可能性がある。

(2) 日本人とテレビ・2015調査

2015年2月～3月にかけて実施した調査である。これは1985年から5年毎に行っている調査である。2010年の調査からの変化では、20代では、4時間以上の長時間視聴が31%→21%に減少し、さらにテレビを毎日視聴する人は79%→64%と3人に2人となったとしている。また、バラエティー・お笑い番組が71%→51%に減少していることを示している。また、「テレビを見るのが大好きだ」とか、「見たかった番組を見逃すと、とても残念に思う」とか、「どこにいても、好きなときにテレビを見たい」というテレビに対する肯定的な意識が低下したとしている。

さらに16歳～19歳では録画したテレビ番組への「週1日以上」の接触が81%であることを示している。また、若年層は「テレビよりインターネットの動画のほうが面白いと思う」ところがあるが半数以上であることを示した(木村・関根・行木, 2015)³⁾。

こうした状況に対して、動画をよく見る人は、特にテレビを見ていないのではないかと。また、意識面でもテレビから離れているのではないかとという仮説が検証された。その結果、「動画を毎日見る人」は学生では

* 東京学芸大学 教育実践研究支援センター (184-8501 小金井市貫井北町 4-1-1)

20%であり、全体ではテレビの視聴時間は短いが毎日見ており、行動面ではテレビから大きく離れてはいなかった。しかし、生活の中でテレビを見ることへの意識は低く、生活メディアとしてのテレビの存在感は低いことも示された(関根, 2016)⁴⁾。

さらに視聴率減少の要因を探るための分析も行っている。その結果、若年層(16～29歳)では、録画再生頻度が高いほど視聴時間が長く、「家にいるときはテレビをつけっぱなしにしている」という視聴習慣が、余暇時間よりもテレビ視聴時間の規定要因として大きいことを示した(木村, 2016)⁵⁾。

これらの調査から、若者のテレビ視聴が録画あるいはインターネットで見るものへと変化して、さらにテレビ番組が物理的環境のひとつとなっていることがうかがえる。

(3) テレビ60年調査

2011年11月にNHKはテレビ60年調査を行った。そこで、テレビ局の編成にとらわれず、自分の好きな時に、自分の好きなように見るという「カスタマイズ視聴」と名づけ、SNSでテレビに関する情報や感想を読んだり書きこんだりする行動(テレビSNS)、と家族間のコミュニケーションを楽しむツールとしてテレビを見る家族視聴を「つながり視聴」と名付けた(平田・執行, 2013)⁶⁾。

この2つの視聴形態を時系列で分析し、特に、2002年から2012年では、16歳～19歳では、選択視聴(好きな番組を選んでみる方)が55%→43%と減少し、漠然視聴(何となくいろいろな番組を見る方)が41%→49%と増加していた。この漠然視聴については、若年層は、多彩なインターネットサービスとの「ながら視聴」とテレビ視聴の「漠然」「無意識化」が関係するとしている。また10代ではテレビの効用として「報道」が60%を越しているものの、外とのつながりは40%以下で、共通の話題は20%以下であったことより、つながり視聴については明らかにされていない。一方、カスタマイズ視聴は若年層ほど広がっていることが示されている。しかし、つながり視聴もカスタマイズ視聴もしていない若者が10%存在することも示している(木村, 2013)⁷⁾。

本研究では、選択視聴は選択的接触行動に該当し、漠然視聴は非選択的接触行動に該当すると考えられる。

(4) 中高校生の動画利用調査

執行(2012)⁸⁾は、2010年から2011年にかけて、パソコンによるネットアンケート調査とインタビュー調査と携帯によるアンケート調査を1000人以上の中高

生に対して行った。中高校生はYouTubeとニコニコ動画を利用し、「音楽」「アニメ」「バラエティ・お笑い」などの動画を楽しんでいて、その多くが見逃した番組、過去に放送された番組であることを明らかにしている。そして、テレビに対しては、「高画質・大画面」「コンテンツの質の高さ」を評価しつつも、「時間を制約される」「同じような番組ばかり」など、もどかしさを感じていることも明らかにした。そして動画を見る中高校生は、コンテンツ本位でシームレスな新しい時代の映像視聴のスタイルが定着しているとした。

1. 1. 2 テレビ非所有者の視聴行動と動機

こうしたNHKの若者のテレビ視聴の減少の要因を明らかにする方法のひとつとして、竹村(2012)⁹⁾は、テレビ受像機を持たない12人の大学生に対して、テレビ番組視聴に関するインタビューを行った。その結果、テレビで番組を見ない理由として、「物理的弊害」「家にいる時間のなさ」「テレビに対する無関心」「テレビに対する嫌悪感」「生活習慣の改善」をあげ、さらにテレビ受像機以外でテレビ番組を見る動機として、「娯楽目的」「ニュース探索目的」「人付き合い目的」をあげていた。これらのことから、テレビに対して感じる必要性の低下と動画共有サイトを利用したテレビ番組視聴の活発化を明らかにした。またテレビを視聴しないことが「若者のニュース離れ」につながっている可能性も提示していた。

この研究は、テレビ番組視聴を、テレビの番組動画をテレビ受像機と分けて分析して、テレビ受像機に特化して動画を見ない若者を調査したことで画期的な研究であると考えられる。しかし、テレビで動画を見ることのない若者がどの程度存在するかが明らかでない。さらに著者も述べていることであるが、テレビ受像機以外で見ている動画への視聴動機は明らかにされたが、テレビ受像機で見ている動画への視聴動機が比較されていないので、これがテレビ受像機以外で動画を見る独自の理由であるかがわかりにくくなっているという問題点がある。

1. 1. 3 利用と満足研究から見たテレビ接触

Sundar & Limperos(2013)¹⁰⁾は、インターネットによって生じる満足は(1)古いメディアでデザインされた測度を新しいメディアからの満足を捉えるために使うこと、(2)満足が、情報探索のように、あまりにも広く概念化されて操作化されたために、新しいメディアから得られる満足のニュアンスを捉えそこねた、ことを主張している。そして、新しい満足とし

て、モダリティ (modality)、代理性 (Agency)、相互作用性 (Interactivity)、誘導性 (Navigability) の4要因をあげ、それに16の下位要因を当てはめ、合計56項目を挙げている。

この研究の視点から伊吹 (2016)¹¹⁾ は、ユーザーとメディアに介在するインターフェイスをメディアとして考え、アプリ化した放送メディアを想定している。これをテレビ接触行動として、どのような要因がこの接触行動と関係するかについて調べることも可能になることと思われる。

1. 1. 4 和田 (1995) 調査

和田 (1995)¹⁾ は高校1, 2年生615名を対象にテレビ番組接触行動調査を行った。これは、Triandis (1980)¹²⁾ の一般行動を説明する要因のモデルを利用してテレビ接触行動のモデルを構築したものであった。このモデルはテレビ接触行動を、意図 (社会的要因、感情、結果の価値) と習慣と促進条件と覚醒条件で説明するものである。このモデルを用いて、まずテレビ接触によく見ているテレビ番組を3番組列挙して、その接触行動を接触頻度によって、選択的接触行動と非選択的接触行動に分けた。選択的接触行動とは特定の番組がある意図をもってほとんど毎回見ている行動であり、

非選択的接触行動とは特定のテレビ番組を見るのではなく、テレビで放送されている番組なら何でも見ている行動である。これらの行動が習慣、意図、促進条件、覚醒条件でどのように説明されるかを調べたものであった。その結果、選択的接触行動には、習慣と意図と覚醒条件が関連し、非選択的接触行動には習慣と促進条件が関連することが明らかになった (図1, 図2)。

この和田 (1995)¹⁾ の選択的接触行動と非選択的接触行動と関連する要因の研究結果が、本研究での2016年のものとどのように異なるかによって、テレビ視聴行動の変化の原因を考えていく。

1. 2 研究の目的

1995年と2016年の、テレビ接触行動の変化を明らかにする。

2. 研究方法

2. 1 回答者

東京近郊の私立大学のキリスト教系大学で教養学部の学生のうち、「教育とマスコミュニケーション」の受講生 (1, 2年生) とした。回答者数は29名である。

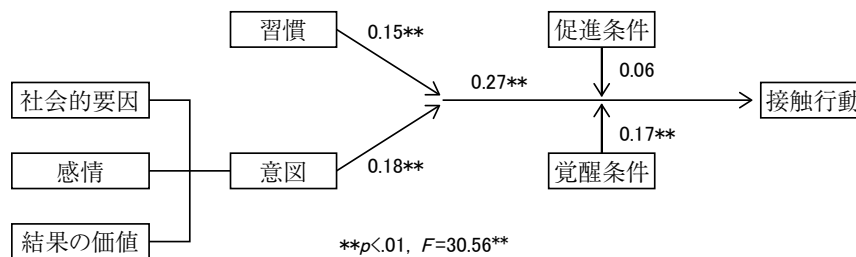


図1 選択的接触行動 (1995年調査)

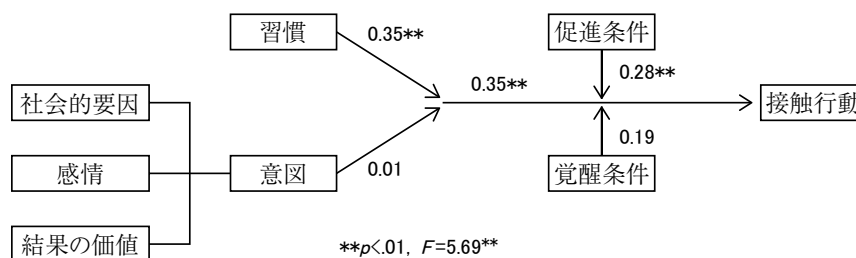


図2 非選択的接触行動 (1995年調査)

2. 2 調査形態

和田 (1995) においても、授業担任が授業中に生徒に記名式の質問紙調査を行った。従って、比較のためにも本研究でも授業担当者 (筆者) による記名式の質問紙調査を行った。

2. 3 質問項目

回答者に求めた質問は、和田 (1995) の調査と同じものとした。それは現在のテレビ番組視聴に当てはまらないものはないと考えられたからである。

テレビ番組接触行動は、よく見る番組3つを記載して、その各番組に、4. 毎回必ず見る, 3. ほぼ毎回見る, 2. 2回に1回は見る, 1. 時々見る, のいずれかを選択させるものである。

また、その接触行動に関係する要因として、社会的要因、感情、結果の価値、習慣、促進条件、覚醒条件を各5項目で合計30項目を5点尺度で測定した。5点尺度は、5. 全くその通り, 4. 大体そう, 3. どちらでもない, 2. あまりそうでない, 1. 全くちがう, としている。

社会的要因

1. ボーイ (ガール) フレンドがほしいから
2. 学校の先生がすすめたから
3. 番組について友人と話し合うから
4. 友人が同じテレビ番組が好きだから
5. やりたいことがあるが、時間やお金がないので同じようなことをする番組を見てすませるため

感情

6. その番組が面白いから
7. 番組内容が好きだから
8. 出演者が好きだから
9. カッコいいから
10. 内容にうっとりするから

結果の価値

11. 世の中の出来事やニュース (スポーツも含む) を知るから
12. 自分の趣味に関係するものを見るから
13. 自分の知らないことを知るから
14. 勉強になるから
15. 自分の手本となるから

習慣

16. いつも見ているから
17. 1日の決まった時間にスイッチを入れているから
18. シリーズ番組なので以前から見ている
19. 続きがどうなるかを見たいから

20. 新聞の番組欄で見たから

促進条件

21. 大型テレビで見るから
22. この番組を最初から最後まで見るのではなく、ときどき他の番組も見ながら見るから
23. CMの時は他の番組にするが、それ以外は最初から最後までずっと見続けるから
24. 録画してCMを早送りして見るから
25. 時間があるのでこの番組を見るから

覚醒条件

26. 見ていると目がさめるから
27. スッキリするから
28. 気分転換になるから
29. ワクワクして楽しいから
30. 興奮するから

3. 分析結果

3. 1 接触しているテレビ番組

29人からテレビ番組接触行動の回答を得た。全員が3番組を見ていれば87番組になるが、全く見ない回答者が3人、1番組接触の回答者が2人、2番組接触の回答者が4人いたために合計の番組は69番組になった (表1)。

月曜から夜更かし、世界の果てまでイッテQ、しゃべくり007が5人以上から選択されていたが、1人からしか選択されていない番組が29番組あり、複数の番組選択の倍以上であった。

表1 よく視聴されている番組とその度数

番組名	度数
1 月曜から夜更かし	9
2 世界の果てまでイッテQ	7
3 しゃべくり007	7
4 アメトーク	3
5 ほんまでっかTV	2
6 キスマイブサイク	2
7 スッキリ	2
8 鉄腕ダッシュ	2
9 真田丸	2
10 ヒルナンデス	2
11 ニュースZero	2

N=29, ひとり3番組ずつの選択。全度数69のうち度数1は29

3. 2 選択的接触行動と非選択的接触行動の分析

質問紙では、よく見る番組3番組を記載させ、その視聴頻度を4点尺度（4. 毎回必ず見る, 3. ほぼ毎回見る, 2. 2回に1回は見る, 1. 時々見る）で測定した。そこで選択的接触行動は、3番組に、この尺度で4-4-4, 4-4-3, 4-3-3, 3-3-3の組み合わせで回答した者の行動とし、非選択的接触行動は、3番組に、1-1-1, 1-1-2, 1-2-2, 2-2-2と回答した者の行動とした。また1番組と2番組しか回答していない者の回答は分析から除いた。その結果、選択的接触行動は7人で21番組、非選択的接触行動は5人で15番組となり、その番組の視聴頻度を後の分析で用いた。

さらに、社会的要因と感情と結果の価値の各5項目の合計点（15～75点）を意図の値とした。さらに習慣、促進条件、覚醒条件については、各5項目での合計（5～25点）を各要因の値とした（表2）。

そこで、選択的接触行動の21番組の視聴頻度及び、非選択的接触行動の15番組の視聴頻度を目的変数として、意図と習慣を説明変数とした重回帰分析（変数全入法）を行った。

さらに、促進条件と覚醒条件は、それぞれ接触行動との相関分析とした。

結果として、選択的接触行動では、重回帰分析の結果が有意（ $F=3.93, p<.05$ ）であり、習慣の要因がマイナスに関連（ $\beta=-.42$ ）していた（表3）。意図と習慣の相関係数が.78と高いものの、接触行動と習慣の要因の単相関が-.41になっていることより、符号逆転現象ではなく、習慣が高いと選択的接触行動はおこりにくくなると考えられる。非選択的行動の重回帰分析結果は統計的に有意でなかったが、習慣の β が-.59になっていることとあわせると、テレビ番組接触行動には習慣の要因はマイナスで関連することが示唆される。

そして、促進条件と覚醒条件も選択的接触行動と非選択的接触行動との相関が有意なものはない（表3）。しかし、選択的接触行動と促進条件の相関係数が.31であり、非選択的接触行動と覚醒条件の相関係数が.34と、弱い相関の数値であることより、番組数が多くなれば相関が有意となることが考えられる。

表2 番組の度数と意図・習慣・促進条件・覚醒条件の平均（SD）

	N	度数	接触行動	意図	習慣	促進条件	覚醒条件
選択的 接触行動	7	21	3.57 <i>0.51</i>	42.62 <i>8.43</i>	15.62 <i>3.96</i>	16.29 <i>4.29</i>	11.38 <i>3.51</i>
非選択的 接触行動	5	15	1.07 <i>0.26</i>	40.67 <i>6.91</i>	9.07 <i>2.96</i>	18.6 <i>3.4</i>	10.73 <i>1.83</i>

3番組を選択した者のみ。

選択的接触行動は、接触行動で、3番組とも4（毎回必ず見る）あるいは3（ほぼ見る）と回答した者。

非選択的接触行動は、接触行動に3番組とも2（2回に1回は見る）あるいは1（時々見る）と回答した者。

全20項目5点尺度（5全くその通り, 4大体そう, 3どちらでもない, 2あまりそうでない, 1全くちがう）で回答。

意図は、社会的要因・感情・結果の価値の各5項目の15項目の合計値（15点から75点）。

習慣、促進条件、覚醒条件は5項目の合計値（5点から25点）。

表3 接触行動と意図・習慣の重回帰分析結果及び接触行動と促進条件、接触行動と覚醒条件の相関分析

	N	度数	意図 β	習慣 β	R^2	F	促進a	覚醒a
選択的 接触行動	7	21	0.37	-0.42	0.55	3.93*	0.31	-0.02
非選択的 接触行動	5	15	0.51	-0.59	0.37	0.98	0.03	0.34

重回帰分析は接触行動を目的変数、意図と習慣を説明変数とした全変数法。

a: 接触行動との相関分析による相関係数

* $p<.05$

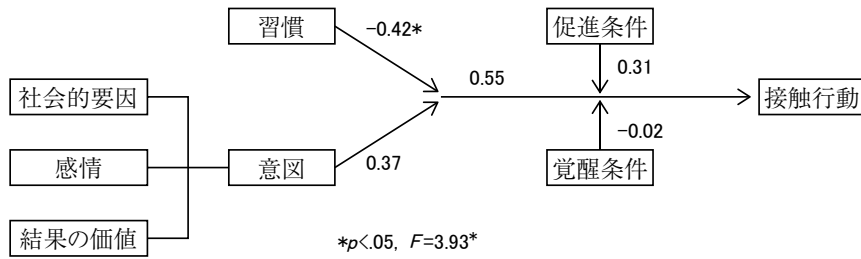


図3 選択的接触行動

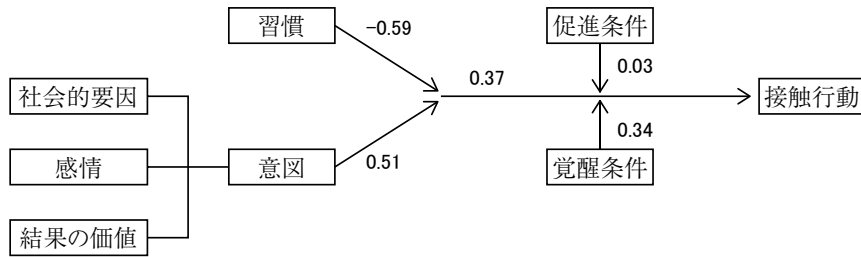


図4 非選択的接触行動

4. 和田 (1995) との比較果

和田 (1995)¹⁾の研究では、選択的接触行動には、習慣と意図と覚醒条件が関連し、非選択的接触行動には習慣と促進条件が関連していた。

今回の研究では、選択的接触行動では習慣の要因がマイナスに関連しており、非選択的接触行動でも統計的有意ではないが、習慣の要因がマイナスに関連することが示唆された。また、選択的接触行動には促進条件が関連し、非選択的接触行動には覚醒条件が関連することが示唆された。

2つの研究の結果で大きな違いは、習慣の要因が選択的・非選択的行動にマイナスに関連したことである。つまり、現在ではテレビ番組を習慣的に見ていないほどテレビ番組に接触する行動を生じるということになる。

和田 (1995)¹⁾の研究では高校1, 2年生、今回の調査では大学1, 2年生と対象の違いがある。しかしNHKの国民生活時間調査では、高校生も大学生も同じ学生として扱われており、この違いは対象の違いと考えることよりも、20年以上の経過により、テレビ番組接触行動に変化が生じたためと考えられる。

5. 考察

和田 (1995)¹⁾の調査と比較して、本調査では選択的接触及に関連する要因が習慣であり、しかもマイナスの関連であった。回答者数が少ないので、非選択的接触における習慣の要因及び促進条件と覚醒条件が関連することは明らかにできなかった。

回答者数だけでなく、3番組を視聴している学生が多くないことは、国民生活時間調査での視聴率及び視聴時間の低下とも関係すると考えられる。

さらに、日本人とテレビ・2015調査で示されたバラエティー・お笑い番組の減少が、本調査でも最も多く視聴されていた番組が9人とそれほど多くないことにも示されている。さらに、本研究ではよく見るテレビ番組を選ばせたが、それがテレビ受像機で見ているか、インターネットの動画として見ているか、あるいは録画して見ているかは問わなかった。したがって、生活メディアとしてのテレビの存在感が低ければ、習慣の要因がマイナスであることが説明されるかもしれない。しかし、「テレビをつけっぱなしにしている」という行動がテレビ番組の接触行動にどの様に関係するかは明らかでない。もし、テレビをずっとつけている番組を見ている場合には、非選択的接触行動が

多くなるはずであるが、本研究では選択的接触行動が多かったからである。

テレビ60年調査での選択視聴と漠然視聴が本研究での選択的接触行動と非選択的接触行動に該当するが、非選択的接触行動でのインターネットを使う「ながら視聴」は明らかにできなかった。これは和田(1995)¹⁾の調査時点ではインターネットについては、テレビを見ながら利用できるほどインターネット利用機器の利便性が高くなく、さらにダイヤルアップ接続で接続時間で電話料金として課金されているために、インターネット利用をできるだけ短時間で済ませることが推奨されていた。そのために、和田(1995)¹⁾ではインターネットを利用しながらの視聴は考えられず、質問項目にも入っていなかった。

中高校生の動画利用調査も、インターネットを利用した動画視聴であるが、本調査でもインターネットを利用して、見忘れた番組を見ている可能性も除去できない。

したがって、「テレビ番組を新聞の番組欄で見てからテレビで視聴する」という習慣よりも、決まった番組を見忘れたのでネットの動画で検索して見る可能性のために、習慣の要因がマイナスという可能性もある。

次にテレビ非所有者の視聴行動と動機についても、本研究でもテレビ番組を見ていない回答者の中にはテレビ非所有者がいたが、テレビ番組を視聴している回答者がテレビ非所有者であるかどうかは明らかにならなかった。

最後の利用と満足研究から見たテレビ接触では、本研究は番組をテレビ受像機で見ているかインターネットで見ているかを分けた調査は行えなかった。今後、ニュースをスマートフォンのアプリケーションで見ると、テレビ番組もアプリケーションで見るとなれば、Sundar & Limeros (2013)¹⁰⁾の満足の項目を入れた調査とする必要が生じるであろう。

引用・参考文献

1) 和田正人・阿久津喜弘(1995) 高校生のテレビ接触行動に関する実証的研究, 日本子ども社会学会創刊号, pp.105-114.

- 2) NHK放送文化研究所(2015) 2015年国民生活時間調査. 日本放送協会 http://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/20160217_1.htmlより取得
- 3) 木村義子・関根智江・行木麻衣(2015) テレビ視聴とメディア利用の現在—「日本人とテレビ・2015調査」から—, 放送研究と調査, 2015, 8, pp.18-47.
- 4) 関根智江(2016) インターネットで「動画を毎日見る人」のテレビ視聴を探る—「日本人とテレビ・2015調査」から—, 放送研究と調査, 2016, 1, pp.34-49.
- 5) 木村義子(2016) テレビ視聴時間の規定要因を探る—「日本人とテレビ・2015調査」から—, 放送研究と調査, 2016, 7, pp.38-52.
- 6) 平田明裕・執行文子(2013) 広がる「カスタマイズ視聴」と「つながり視聴」—「テレビ60年調査」から— (1) 放送研究と調査, 2013, 6, pp.18-45.
- 7) 木村義子(2013) メディア観の変化と「カスタマイズ視聴」「つながり視聴」—「テレビ60年調査」から— (2) 放送研究と調査, 2013, 7, pp.64-81.
- 8) 執行文子(2012) 若者のネット動画利用とテレビへの意識—「中高生の動画利用調査」の結果から—NHK放送文化研究所年報2012, pp.51-95.
- 9) 竹村朋子(2012) テレビ番組長に関するメディア利用行動と利用動機の検証—テレビを所有しない若者への質的インタビュー調査—, 立命館産業社会論集, 48 (2), pp.153-172.
- 10) Sundar S.S. & Limeros, A.M. (2011) Uses and Grats 2.0: New gratifications for new media, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57 (4), pp.504-525.
- 11) 伊吹淳(2016) 視聴から, アクティビティーへ—変容するメディア利用は「放送のオンライン化」をどう変えるのか?— (論文「Uses & Grats 2.0」の視点から), 放送研究と調査, 2016, 5, pp.106-119
- 12) Triandis H.C. (1980) Values, attitudes, and interpersonal behavior. *Nebraska Symposium on Motivation*, 1979, pp.193-259.

なお、この研究は、文部科学省科学研究費補助金基盤研究C課題番号16K01103の一部を使って行われたものである。

資料

テレビ番組視聴調査

____年 ____組 氏名 _____

1. あなたがよく見る番組3つを①②③の〔 〕に記入し、その番組を「どのくらい見るか」を4～1で選んでください。

*よく見る番組名.....	① []	② []	③ []
*どのくらいよく見るか..... (番号ひとつに○をつける)	4. 毎回必ず見る 3. ほぼ毎回見る 2. 2回に1回は見る 1. 時々見る	4. 毎回必ず見る 3. ほぼ毎回見る 2. 2回に1回は見る 1. 時々見る	4. 毎回必ず見る 3. ほぼ毎回見る 2. 2回に1回は見る 1. 時々見る

2. ①、②、③の番組を見る理由

について、下の1)から30)の質問で「全くその通り」なら5に○を、「全くちがう」なら1に○を、それ以外なら432のうちどれかに○をつけてください。

①、②、③のそれぞれの番組について

☆ 1)～30) 全部に、5から1までのどれかに○をつけてください

	5	4	3	2	1		5	4	3	2	1		5	4	3	2	1			
1) ボーイ (ガール) フレンドがほしいから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
2) 学校の先生がすすめたから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
3) 番組について友人と話し合うから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
4) 友人が同じテレビ番組が好きだから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
5) やりたいことはあるが、時間やお金がないので 同じ様な事をする番組を見てすませるため.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
6) その番組がおもしろいから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
7) 番組内容が好きだから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
8) 出演者が好きだから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
9) かっこいいから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
10) 内容にうっとりするから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
11) 世の中の出来事やニュース (スポーツも含む) を知るから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
12) 自分の趣味に関係するものを見るから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
13) 自分の知らないことを知るから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
14) 勉強になるから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
15) 自分の手本となるから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
16) いつも見ているから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
17) 1日の決まった時間にスイッチを入れているから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
18) シリーズ番組なので以前から見ているから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
19) 続きがどうなるか見たいから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
20) 新聞の番組欄で見たから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
21) 大型テレビで見るから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
22) この番組を最初から最後まで見るのではなく ときどき他の番組も見ながら見るから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
23) CMの時は他の番組にするが、それ以外は 最初から最後までずっと見続けるから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
24) 録画してCMを早送りして見るから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
25) 時間があるのでこの番組を見るから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
26) 見ていると目がさめるから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
27) スッキリするから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
28) 気分転換になるから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
29) ワクワクして楽しいから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
30) 興奮するから.....	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓

* ○が1つの番組に30コついているか、もう一度確認してください。

若者のテレビ番組接触における接触行動の要因分析

— 1995年と2016年の比較 —

An Analysis of Adolescent's Exposure of Television Programs:

Comparison between 1995 and 2016

和田 正 人*

Masato WADA

教育実践研究支援センター

Abstract

Author (1995) found that selective exposure of television program was associated with habits, intentions, and arousal conditions, and non-selective exposure of the program was associated with habits and facilitate conditions. The purpose of this study was to research selective and non-selective exposure of television program on 2016. Twenty-nine undergraduate students completed the same questionnaire of the research on 1995. A selective exposure of television program was associated with habits. And the habits are negatively related the selective exposure. Non-selective exposure was not associated with habits and intentions. Arousal conditions and facilitate conditions were associated with selective and non-selective exposure. These findings contradict my work (1995). One question worthy of future research is how exposure of television program on internet relates to the factors of exposure.

Keywords: an exposure of television program, adolescent, selective exposure

Center for the Research and Support of Educational Practice, Tokyo Gakugei University, 4-1-1 Nukuikita-machi, Koganei-shi, Tokyo 184-8501, Japan

要旨: 筆者は1995年に高校1, 2年生615名を対象にテレビ番組接触行動調査を行い, 決まったテレビ番組に多く接触している選択的接触行動には, 習慣と意図と覚醒条件が関連し, 番組にはそれほどこだわらず接触している非選択的接触行動には習慣と促進条件が関連することを明らかにした。本研究では2016年に大学1, 2年生29人のテレビ番組接触行動について, 選択的接触者と非選択的接触者を選び, そのテレビ番組接触行動を, 習慣と意図(社会的要因・感情・結果の価値)と覚醒条件と促進条件がどのように関連するのかを調べた。その結果, 選択的接触行動には習慣が関連するが, マイナスの関連であった。また非選択的接触行動には関連するものは明らかにならなかった。さらに, 選択・非選択的接触行動ともに覚醒条件と促進条件の関連は明らかにはならなかった。この結果を1995年の研究結果と比較すると, テレビ番組の選択・非選択的接触行動に関連する要因が減少しており, さらに習慣の要因がマイナスとなっていた。したがってここにはテレビ受像機でテレビを見ていた1995年とインターネットでテレビ番組を視聴することができる2016年との視聴形態

* Tokyo Gakugei University (4-1-1 Nukuikita-machi, Koganei-shi, Tokyo, 184-8501, Japan)

の違いが影響することが示唆された。今後、インターネットで番組を視聴する者の分析を行うことが必要だと考えられた。

キーワード: テレビ番組接触行動, 若者, 選択的接触