

# 情報社会における能動的受け手像に関する研究

—テレビの「利用と満足」研究の視点から—

石川 勝 博

## A Study on the Active Audience in Information Society

—Uses and Gratifications Study of Television Viewing—

ISHIKAWA, Masahiro

### Abstract

The purpose of this study is to reexamine the concept of "Active Audience" in information society. This study utilized the uses and gratifications study of mass media, which is sub-structured on the base that audience is active. In order to clarify the relationship between audience activity (selectivity, involvement, utility) and the four types of gratifications (Information, Interest, Personal, Diversion), 371 Japanese high school students from Saitama prefecture were surveyed in January 2001. Multiple regression analysis revealed~.

Selectivity before television viewing linked positively to Interest, Personal, Diversion gratifications. Involvement during television viewing linked positively to Information gratification. Utility after television viewing linked positively to all of four gratifications.

Results indicate that audience who select television program before viewing gain expressive (Interest, Personal, Diversion) gratification, while audience who involve during viewing gain instrumental (Information) gratification. Audience who talk about television after viewing gain four types of gratifications which can be considered to be the topics of conversation.

It is hoped that further research will be conducted in order to apply this result to other media. For future research, a search for the different types of activity should be worth consideration.

Keywords : Information Society, Audience Activity, Uses and Gratifications Study  
Television Viewing

キーワード：情報社会、受け手の能動性、「利用と満足」研究、テレビ視聴

## 序

情報社会と呼ばれる現在、ニュー・メディアの普及やデジタル技術、光ファイバー網の整備によって、我々の情報環境に様々な変化が起こっている。例えば、Rogers (1986) は、その形態として(1)相互作用性、(2)脱大衆化・個別化、(3)非同時性を挙げている。インターネットを例に取れば、(1)送り手と受け手の関係が相互に関連しており、(2)多くの人々、あるいは個別に情報を送ることができ、(3)それを自分の好きなときに活用できるのである。インターネットは、受け手自らの目標に沿って、自由に用いることができるメディアと言える。テレビといった既存のメディアについても、多チャンネル化が進むことによって、受け手は好きな番組を自由に見ることができるようになっている。すなわち、現在の情報環境の変容は、メディアに対する受け手の「能動性」を促進するものと解釈できる。

情報社会における受け手は、マス・メディアの情報を一方的に受け取るだけの受動的な存在ではなく、能動的な存在として捉えるべきなのである。そこで、現在の情報社会におけるマス・コミュニケーション研究では、受け手の「能動性」概念を再検討する必要性が指摘されている (Salvaggio, 1986; McQuail, 1992; 高橋, 1998; Ruggiero, 2000 など)。

以上の状況に鑑み、本研究では、先ず情報社会論、情報行動論を概観し、さらに情報社会におけるメディアの受け手の課題について検討することで、現在必要とされるのは、メディアを能動的に用いていく視点であることを指摘する。その上でマス・コミュニケーション研究のなかで、最も直接的に受け手の能動性を扱ってきた「利用と満足」研究の視点に

基づき情報社会における能動的受け手像を検討する。

## 1. 情報社会研究と受け手の課題

情報社会という概念は1960年代に生まれたとされ、社会学、経済学などの分野で検討されているが、定義や学問的研究の対象としての位置は必ずしも明確ではない。情報社会を狭義に捉えれば、Rogers(1986)のように、「労働力の大多数が、情報産業従事者で構成され、そこでは情報が最も重要とされる社会 (p.10)」と定義できる。しかしながら川崎 (1994)は、日本人の常識ではより広義に理解されており、情報化の程度が高い社会を意味することが多いとしている。この場合、情報化をどのように定義するかが問題になるが、情報化を量的、質的、機能的、あるいは生産的側面で捉えるにしても、情報化の進展によって、我々の情報入手の可能性が高まることは間違いない (阿久津, 1970)。

よって、日本の情報社会研究では、情報社会を「情報化の進展により、個人が容易に情報を伝達したり獲得できるような社会」と捉えることが多い。例えば、伊藤(1983)は、「流通量においても蓄積量においても大量の情報が存在し、情報の処理と分配が迅速かつ効率的に行われ、社会の全ての成員にとって情報へのアクセスが容易に、安価に行われるような社会である (p.30)」と定義している。

情報社会の分析方法は、社会の情報化、あるいは情報社会を全体のメカニズムを解明しようとするマクロの側面と、情報化現象を構成している行動単位、個人に焦点をあてるミクロの側面とに分けられる (伊藤, 1983)。以下は、個人の行動に焦点をあてる「情報行動論」から検討する。

「情報行動論」によれば、我々は、情報社会において、環境との相互作用のなかで情報を引き出したり（情報受容）、行動主体として必要な情報を捜したり（情報探し）、情報を伝えたり（情報伝達）しているとされる（北村,1970）。白石(1997)は、情報行動の形態を、(1)自分の周りについて知る情報受容行動、(2)自分の考えていることについて知らせる情報発信行動、(3)それらの内容を何らかのかたちで保存する情報保存行動の3つに分けている。また、高橋(1997)は、(1)情報収集、(2)情報伝達、(3)情報蓄積、(4)情報処理の4類型を考察している。このように我々の情報行動は、多岐に渡ることが分かる。

また、情報行動は、メディアと不可分な関係にある。このことは、三上(1990)が情報行動を「ある個人が一定の環境のなかで、メディアを介して、あるいは直接的に情報を収集、蓄積、処理あるいは伝達する行為(p.99)」と定義していることから分かる。

電気通信総合研究所(1981)の研究は、情報の獲得手段によって情報行動を分類している。それは、(1)メディア接触型情報行動と(2)（メディアを介さない）直接情報行動の2つである。また、東京大学社会情報研究所(1997)の研究では、(1)直接情報行動、(2)メディア利用型情報行動（パーソナル・メディア利用型、パッケージ・マス・メディア接触型、マス・メディア接触型）、(3)その他の情報行動に分けている。

このうち、メディアを介した情報行動の分析は、情報社会研究の最も重要な課題と考えられる。いかなる社会においても、情報源としての対人コミュニケーションは重要であるが、情報社会においてはメディアが果たす役割が特に大きいからである。

例えば、前述の東京大学社会情報研究所(1997)の調査では、日本人のあらゆる情報行動に費やす時間のうち76%が、何らかのかたちでメディアに関わる情報行動に当てられていることが示されている。従来のメディアに加え、インターネット、携帯電話などのニュー・メディアも、我々の生活に不可欠となりつつある情報社会では、我々は様々なかたちで情報行動をとることで、多種多様なメディアから大量の情報を容易に獲得できるのである。

こうした情報社会において我々に求められる能力とは、どのようなものであろうか。総理府が1989年に実施した「個人情報の保護に関する世論調査」に基づき検討する。この調査は、行政機関等が収集、管理する個人情報に関する国民の意見を調べるため、全国の成人3000人を対象に実施された。この調査では、情報社会の持つ一般的イメージをプラス面とマイナス面から次のように捉えている。

プラス面 : a.世の中の動きがよく分かる。

b.知識が豊富になる。

c.生活が便利になる。

マイナス面 : a.情報が多くて振り回される。

b.情報の正確性の判断が困難である。

c.暖かみがなく人間性を無視している。

これらの項目で情報社会の問題全てが捉えられるわけではないが、マイナス面の項目から、情報社会における受け手の課題が読みとれる。それは、a.氾濫する情報に対して振り回されることなく、b.正確な情報を取り入れることである。これは、メディアからの情報を受動的に受け入れるのではなく、より能動的に対応することを指すと解釈できる。

また、c.暖かみがなく人間性を無視してい

るとのイメージは、メディアの普及に伴う情報化によって、対人コミュニケーションが希薄化することへの懸念であると思われる。これはメディアによる情報化の弊害の1つとしてしばしば取りあげられている問題でもある。この問題への対処法としては、必要以上にメディアに頼ることなく、対人コミュニケーションを用いるようにすることが考えられよう。

しかしながら、もはや我々は、メディアなしに生活を営むことが困難である現状を鑑みると、こうした問題が生じないようにメディアを能動的に活用していくという視点を持つべきではなかろうか。

従って、情報社会研究で必要とされるのは、メディアを能動的に用いていくという視点に基づく分析であると言える。以下、こうした視点に基づくマス・コミュニケーション研究領域としての「利用と満足」研究について述べる。

## 2. 「利用と満足」研究

### 2.1. 「利用と満足」研究の意義と受け手の能動性

「利用と満足(uses and gratifications)」研究とは「人々は生活行動の中で、マス・コミュニケーションをどのように意味づけているのか」を問題とし（竹内, 1976, p.86）、受け手がマス・メディアやその内容をどのように利用し、どのような心理的満足を得ているのかを明らかにする研究領域と定義される（竹内, 1977）。ここでは、受け手はマス・メディアのメッセージを受動的に受け取るのではなく、送り手側の意図とは別に、自分の既存の知識、関心、態度、意見などによって、メッセージを解釈し、意味づけていると捉えられる。これは、一般的に能動的受け手

(active audience) と呼ばれる「利用と満足」研究の核となる概念である。

受け手の能動性に対しては異論もあり、大衆社会論では、受け手はむしろ受動的とされる。また調査研究においても、それを支持するものも見られる（Goodhardら, 1987など）。その一方、「利用と満足」研究を支持する研究者は、受け手は能動的であるとする。

受け手は能動的か否かという議論は、長年に渡って続いてきたが、近年では、受け手は常に能動的である、あるいは常に受動的であるというように二分的に捉えるべきではないと考えられている。例えば、竹下(1998)は、同一のメディア内容を利用するときにも、人により、場合により、熱心であったりそうでなかったりすることがあり、受け手の能動性のレベルは諸条件に応じて変動すると考えた方がよいと述べている。このように、能動性は変数として捉えるべきなのである。

能動性概念の明確化に当たって、多くの研究者が、能動性を変数化したりその類型を提唱したりしているが、決定的なものは見あたらない。そこで、代表的な研究例を以下に紹介する。

LevyとWindahl(1984)は、受け手の能動性を(1)選択性(selectivity)、(2)関与性(involvement)、(3)効用性(utility)の3つに類型化している。選択性とは、メディア接触前に機能的代替手段として、メディアを作為的に選択することである。関与性とは、接触中に、自分の身に引きつけて番組内容を解釈することであり、効用性とは、接触後に番組から得た満足について考察したり、他者と話しあったりすることで、満足を実際の社会生活の中で役立てることを指している。

Lin(1993)もこの研究と同様に、時系列に

沿って能動性を類型化している。彼は、接触前の能動性とは、計画性（ある番組が始まるまでの時間を確認する、始まる時間を知っている）と志向性（テレビ視聴が日常生活の一部になっている、大切である、テレビを見忘れるとがっかりする）であるとする。接触中の能動性は、統制性（コマーシャルの時間だけ他のチャンネルに切り替えるザッピング、複数の番組を同時に視聴するフリッピング）や関与性（内容について他者と話す、感情的になる、夢中になる）、注目性（最初から最後までみる度合い）であるとする。そして、接触後の能動性として、関与性（内容について話し合う、記憶にとどめる）、効用性（内容をもとに行動を起こす、何かを買う）を挙げている。この研究は、LevyとWindahl（1984）の研究とは異なり、受け手は、ある時点で1つの能動性を発揮するとは捉えずに複数のものを設定している。

これらは、理論的検討に基づく類型であるが、Rubin（1984）は、実証的データに基づく類型を提示している。彼は、14項目からなるテレビ視聴動機と番組の種類別の視聴量によって、受け手の能動性を明らかにしている。これらのデータを正準相関分析した結果、2つの視聴タイプが見い出された。1つは、道具的（instrumental）視聴と名づけられた。これは、社会情報、会話の種を得る、行動の指針を得るの各動機と関連しており、報道やドキュメンタリー番組を好む、視聴の際に番組内容を重んじる視聴タイプである。これに対して、慣例的（ritualized）視聴とは、逃避、習慣、興奮、ひまつぶし、休息の各動機と関連しており、アクション、音楽、バラエティ、ドラマなどを好む、テレビ視聴自体が目的となった視聴タイプである。

以上に挙げた以外にも、数多くの研究者が受け手の能動性を検討しているが、彼らが示す類型は様々である（Blumler, 1979; LevyとWindahl, 1985; McQuail, 1994; McQuail, 1997; 高橋, 1997など）。これは、研究者の関心によって、能動性の捉え方が異なることから生じた問題である。また、これらの研究結果の統合を試みる研究例もあるが（Biocca, 1988など）、それらが示す類型は、研究間にばらつきが見られる。現時点では、受け手の能動性の概念は不明確であると言わざるを得ない。ともかく、能動性とは多義的であり、複数の側面をもつ概念なのである。受け手の能動性に関する研究は緒についたばかりであり、今後の研究による知見の積み重ねによって、そのメカニズムが明らかになるであろう。

以上、受け手の能動性の類型を示す研究例を紹介した。受け手は能動性を発揮することで、情報社会においてメディアをどのように活用しているのだろうか。それを明らかにするために、「利用と満足」研究の視点に基づき、彼らがメディア利用により得ている満足を検討する。

## 2.2 受け手がメディアから得ている満足の類型

「利用と満足」研究では、受け手は能動的メディア利用によって、どのような満足を得ているのかが明らかにされている。そのアプローチは、理論的研究と実証的研究とに分けられる（石川, 2001）。理論的研究の代表的なものに、Wright（1964）による機能分析がある。彼は、マス・コミュニケーションの活動を、環境監視（環境についての情報の収集や配布などの報道活動）、社会調整（社会成員

の相互関連づけを果たす論評活動）、文化の伝承（文化の世代的あるいは地域的な伝達活動、教育活動）、娯楽（緊張緩和的な娯楽提供活動）の4つに分けている。そして、これらが社会、個人、集団、文化に対して、どのような結果をもたらすのかを検討して、マス・コミュニケーションの機能を指定している。彼に従えば、受け手の満足とは、マス・コミュニケーションの活動が個人にもたらす結果と解釈できるので、機能分析に基づく受け手の満足は、環境監視、社会調整、文化の伝承、娯楽に対応する4類型になる。

また、多くの研究者に妥当と認められている実証的な調査研究として、McQuailら(1972)の研究がある。彼らは、イギリスのリーズ市の市民を対象に調査を行なった。予備調査では、少数の被調査者にテレビやラジオの番組から得られる満足について尋ね、それをまとめたリストを作成した。さらにそれを用いて、各番組ごと70~180人を対象に本調査を実施した。得られたデータを各番組別にクラスター分析し、それぞれの番組の満足の類型を析出して、それらをまとめた結果、以下の4つの類型が見い出された。

### 1. 「気晴らし」

- a. 日常生活のもろもろの制約からの逃避（魅力的な空想の世界に逃避する）
- b. 苦労や悩みからの逃避（心配事を忘れて夢中になってしまう）
- c. 情緒の開放（感動したり、気分をほぐしたりする）

### 2. 「対人関係」

- a. 登場人物との疑似的対人関係（メディアの登場人物に対して愛情を感じたり、親しい間柄であるかのように感じる）

- b. 日常的な対人関係にとっての効用（実生活における対人関係の基盤として役立つ）

### 3. 「自己確認」

- a. 自分を位置づける座標軸の獲得（自分自身の生活状況や性格などを知る）
- b. 現実に対する対処の仕方の学習（社会適応のための対応策を学ぶ）
- c. 価値の強化（自分が持っている価値観を再確認する）

### 4. 「環境監視」

（直接的な体験だけでは知ることができない社会の出来事を知る）

満足の類型を提出したこれらの研究に、問題がないわけではない。理論的背景を機能分析におくWright(1964)の研究は、それを裏づける実証的データが必要と考えられる。一方、McQuailら(1972)の研究に対しては、実証的データを収集するにとどまり、理論的背景に欠けるという問題点が指摘されている(Swanson, 1977)。そこで、石川(2001)は、それぞれが提出した4類型の内容を対応づけることで、それぞれの問題点を補完し、受け手の満足の4類型の概念を検討している。

この研究では、Wrightによる環境監視とMcQuailの環境監視が、以下同様に、社会調整と対人関係が、文化の伝承と自己確認が、娯楽と気晴らしが照応するとしている。よって、受け手の満足は理論的にも実証的にも4類型で捉えられると考えてよいであろう。

## 3. 調査

### 3.1 調査の目的

「利用と満足」研究の視点に基づけば、情報社会において受け手は、多種多様なメディア

アを能動的に利用することで、4つの満足を得ていることになる。そこで、今回の調査は、受け手の能動性とメディア利用による4つの満足との関連を明らかにすることを目的とした。

本研究は、日本人にとってのメディアを代表するものとして、テレビを取りあげる。それは、最も重要なメディアと認識されており(白石ら, 2001など)、テレビ視聴は日本人にとって不可欠な生活行為だからである(NHK放送文化研究所, 2001など)。

### 3.2 調査対象と調査時期

埼玉県内の私立A高校の生徒371名(男子147、女子221、不明3)を対象に、2001年1月に調査を実施した。高校生は、Schrammら(1961)が指摘する「転換点(turning point)」を過ぎた、メディアへの嗜好が定まる年代にある。これは日本においても同様である(Furu, 1965)。近年の調査でも、この年代はテレビを能動的に視聴し、テレビは生活に欠かせないもの、あれば便利なものとしていることが示されている(白石, 1997; 白石, 1999 上村ら, 2000など)。つまり、高校生は、「利用と満足」研究が想定する能動的な受け手であると言える。

### 3.3 調査方法

質問紙法により行なった。受け手の能動性とテレビ視聴による満足は、次の項目で測定した。

#### 3.3.1 受け手の能動性

LevyとWindahl(1984)による、(1)接触前の選択性、(2)接触中の関与性、(3)接触後の効用性を取りあげた。その理由として、比較

的多くの研究者が妥当と認めていること、各時系列ごとに1つの能動性に関して回答させるため、被調査者が回答の際にテレビ視聴時の状況を想起しやすいことが挙げられる。測定項目は、LevyとWindahl(1984)、Perse(1990)、Lin(1993)の研究を参考に作成した(表1)。

この調査は、受け手の能動性のある側面に限定している点で、受け手像の全容をを解明するものとは言えない。今後は、情報行動論の視点も取り入れた上で、受け手の能動性概念を再吟味し、操作化を進める必要があることを指摘しておく。

表1 受け手の能動性の質問項目

選択性	番組を始めから終わりまで見ようとする。 番組を見忘れることのないようにしている 番組を見忘れることがないように時間を確認している。
関与性	番組を見て自分はなにをすべきか考える。 番組の内容が自分や家族にとってどんな意味があるのか考える。 番組の内容が他人にとってどんな意味があるのか考える。
効用性	視聴後に、視聴した内容について、また考えてみる。 視聴後に、視聴した内容について、他の人と話し合ってみる。 視聴後に、視聴した内容を参考に何かをする。

#### 3.3.2 テレビ視聴から得る満足

石川(2001)の研究の予備調査で作成した、テレビ視聴の満足尺度を用いて測定した(表2)。この4類型とWright(1964)の4類型との対応関係を検討したところ、情報獲得と環境監視が、興味と文化の伝承が、対人と社会調整が、気晴らしと娯楽とが対応することが分かった(石川, 2001)。従って、これらの項目はテレビ視聴による満足の測定項目として妥当であると考えられる。

表2 テレビ視聴による満足の質問項目

情報獲得	世の中にどんな話題や問題があるのか分かった。 今の社会のできごとを理解できた。 常識を知ることができた。 前から知っていたことが、もっとはっきりと分かった。 生活に役立つ知恵が得られた。
興味	番組にうつっている現場の近くにいる気分になった。 気に入ったテーマ音楽や主題歌、BGMが聞けた。 今度、何かを買うときの参考になった。 番組の現場やスタジオに行ったり、参加してみたくなった。 かっこいい衣服、アクセサリ、髪型（かみがた）などをまねしたくなった。
対人	番組に出てくる人に夢中になってしまった。 番組に出てくる人に親しみを感じた。 ぜひ一度会ってみたいと思っていた人を見ることができた。 自分もあのような人になりたいと思った。 好きな人を見て楽しめた。
気晴らし	番組を見て他のことを考えずにすんだ。 番組に出てくる人と比べて、「自分のほうがましだ」と思って安心した。 特にすることがないとき、番組を見て心がやすまった。 気がまぎれ、いやなことをわすれられた。 番組を見て、くつろげた。

各満足の定義は、次の通りである。

情報獲得満足：社会環境についての情報を得る満足

興味満足：物事に関心が惹きつけられる満足

対人満足：登場人物に感情移入したり、同一化する満足

気晴らし満足：日常生活での緊張を緩和する満足

#### 4. 分析

受け手の能動性（選択性、関与性、効用性）とテレビ視聴の満足（情報獲得、興味、対人、気晴らし）との関連を明らかにするために、次の分析を行なった。

##### 4.1 各変数の得点平均と標準偏差

表3に各能動性の得点平均と標準偏差を示

す。各能動性は、5点尺度で測定したので、最高点は15点、最低点は5点である。受け手は、3つの能動性のうち特に選択性を発揮していることが読みとれる。表4に、各満足の得点平均と標準偏差を示す。満足はそれぞれ5点尺度で測定したので、最高点は25点、最低点は5点である。

表3 各能動性の得点平均と標準偏差

	選択性	関与性	効用性
得点平均	11.34	6.76	8.15
標準偏差	2.92	2.96	3.01

表4 各満足の得点平均と標準偏差

	情報獲得	興味	対人	気晴らし
得点平均	14.16	13.72	15.86	16.17
標準偏差	5.41	4.50	5.17	4.28

#### 4.2 能動性と満足との関連の分析

受け手の能動性と満足との関連を明らかにするために、各満足を目的変数とし、各能動性を説明変数として、ステップワイズ法による重回帰分析を行なった。その結果を表5～8に示す。

表5 情報獲得満足と能動性のステップワイズ法による重回帰分析結果

ステップ	変数名	標準偏回帰係数	F 値
1	関与性	.314	27.43**
2	効用性	.128	4.54*

\*p<.05 \*\*p<.01

表5に示したように、情報獲得満足には、関与性と効用性に正の関連が見られた。第1ステップでは、関与性の標準偏回帰係数は、.314であり、第2ステップでは選択性のそれが、.128であった。よって、情報獲得満足以

は、関与性のほうが効用性よりも強く関連していると言える。受け手は、社会での出来事について知る満足を得る際には、番組内容を解釈しながら視聴し、視聴後に得た満足について話し合う、考えるなどのかたちで生活に役立っていると解釈できる。

表6 興味満足と能動性のステップワイズ法による重回帰分析結果

ステップ	変数名	標準偏回帰係	F 値
1	効用性	.240	23.33**
2	選択性	.195	15.36**

\*\*p<.01

興味満足には、効用性と選択性に正の関連が見られた。(表6)。第1ステップでは、効用性の標準偏回帰係数は、.240であり、第2ステップでは選択性のそれが、.195であった。よって、興味満足には効用性のほうが選択性よりも強く関連していると言える。自分の興味あることに関する満足を得た際には、視聴後には満足を実際の生活に役立てるのであり、そうなるようにあらかじめ番組を選択していると解釈できる。

表7 対人満足と能動性のステップワイズ法による重回帰分析結果

ステップ	変数名	標準偏回帰係	F 値
1	選択性	.220	19.14**
2	効用性	.174	12.07**

\*\*p<.01

対人満足には、選択性と効用性に正の関連が見られた。(表7)。第1ステップでは、選択性の標準偏回帰係数は、.220であり、第2ステップでは選択性のそれが、.174であった。よって、対人満足には、選択性のほうが効用性よりも強く関連していると言える。登場人物に感情移入したり、同一化する満足を得る際には、こうした満足が得られるような番組

をあらかじめ選択し、得た満足を実際の生活に役立てると解釈できる。

表8 気晴らし満足と能動性のステップワイズ法による重回帰分析結果

ステップ	変数名	標準偏回帰係	F 値
1	選択性	.326	43.25**
2	効用性	.149	5.87*

\*p<.05 \*\*p<.01

気晴らし満足には、選択性と効用性が正に関連していた(表8)、第1ステップでは、選択性の標準偏回帰係数は、.326であり、第2ステップでは効用性のそれが.149であった。よって、気晴らし満足には、選択性のほうが効用性よりも強く関連していると言える。日常生活での緊張を緩和する満足を得る際には、テレビ番組接触以前に番組内容を選択し、視聴後にはそれを実生活に役立てると解釈できる。

## 5. 考察・結論

情報社会におけるマス・コミュニケーション研究では、受け手の能動性概念を検討する必要性が指摘されていることから、本研究は、「利用と満足」研究の視点から、能動性と満足との関連を明らかにした(表5~8)。以下、この結果に基づき情報社会における能動的受け手像を考察する。

今回の調査結果は、表9にまとめられる。

表9 能動性と満足との関連

能動性	満足			
選択性	興味	対人	気晴らし	
関与性	情報獲得			
効用性	情報獲得	興味	対人	気晴らし

この調査で測定した4つの満足は、

Parsons の理論に基づき外的適応に関わる道具的側面と内的維持に関わる表出的側面から検討できる。情報獲得満足は、社会環境についての情報を得るといった外的適応に関わる満足であるので道具的であり、他の3つは感情などの内的維持に関わる満足と解釈できるので表出的な満足と捉えられる。これに基づいて、能動性と満足との関係を考察する。

選択性とは、受け手がテレビ番組を選んで利用することである。こうすることで、物事に関心が惹きつけられる興味満足、登場人物に感情移入、同一化する対人満足、日常生活での緊張を緩和する気晴らし満足を得ていることが分かる。これらの満足は全て表出的と言えるので、受け手は、選択的にテレビを視聴することで表出的な満足を得ていると解釈できる。すなわち、受け手は、自己の内的維持が図れるような満足が得られる番組を能動的に選択していると言えよう。

関与性とは、視聴中に、番組内容を解釈することを意味している。この能動性は、情報獲得満足と関連していた。受け手は、社会環境についての情報を得る情報獲得満足、すなわち道具的な満足を得るに当たって、その内容を解釈し、思考しながら視聴していると解釈できる。

効用性とは、視聴後に番組から得た満足について考えたり、他者と話したりすることで、実際の社会生活の中で役立てることを指している。受け手はテレビ視聴で得た4つの満足それぞれを、思考や日常会話の種にして社会生活に役立てていると解釈できる。

以上の関連をまとめると次の通りになる。

1. テレビ視聴により興味、対人、気晴らしの3つの満足、すなわち表出的な満足を得るに当たって、あらかじめ番組を選ぶ選択

性を発揮している。

2. テレビ視聴により情報獲得すなわち道具的な満足を得るに当たって、番組視聴中に、その内容を解釈するという関与性を発揮している。
3. 視聴後には、テレビ視聴により得た情報獲得、興味、対人、気晴らしの4つの満足全てについて、考えたり他者と話し合うなどして、効用性を発揮している。

ただし、今回の調査は対象を高校生に限定していることから、この結果を一般化するためには、今後は調査対象を広げて、調査を実施していく必要がある。さらに情報社会の研究を進めるには、テレビ以外のメディアについても調査すること、能動性の類型化に関する研究を進めていく必要があることも指摘しておく。

その際には、受け手は常にメディアの提供する情報を能動的に選択し、意味を読み取り、生活に活かしているとの前提に立つのは危険であるし、逆に常に受動的であるとするのは一面的すぎるだろう。このいずれにも偏ることなく、受け手はどのような場合に能動的であり、どのような場合に受動的であるのかを明らかにすることが、情報社会における受け手の能動性研究の課題であると言える。

#### 引用文献

- 阿久津喜弘 (1970). 「情報化状況における選択行動の心理」 布留武郎・三崎 敦 編 『情報化社会とマス・コミュニケーション』 (208-220頁) 協同出版。
- Biocca, F. A. (1988). Oposing conceptions of audience : The active and passive hemispheres of mass communication theory. In J. Anderson (Ed.), *Communication Yearbook 11* (pp. 51-80). Newbury Park, CA : Sage.
- Blumler, J. G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication Research*, 6 (1), 9-36.
- 電気通信総合研究所 (1981). 『情報・通信ニーズの行動科学的分析と長期予測』。
- Furu, T. (1965). Research on "Television and the Child

- in Japan". *Studies of Broadcasting*, 3, 51-81.
- Goodhard, G. J., Ehrenberg, A. S. C., & Collis, M. A. (1987). *The Television Audience: Patterns of Viewing 2nd ed.* England: Aldershot, Hants.
- 石川勝博 (2001). 「テレビ視聴による満足の研究-『利用と満足』モデル構築の試み-」 国際基督教大学大学院教育研究科提出博士論文。
- 伊藤陽一 (1983). 「情報化社会論の新展開」『慶應義塾大学法学研究』第56巻8号、29-51頁。
- 上村修一・居駒千穂・中野佐知子 (2000). 「日本人とテレビ・2000～テレビ視聴の現在～」『放送研究と調査』第50巻8号、2-35頁。
- 川崎賢一 (1994). 『情報社会と現代日本文化』 東京大学出版会。
- 北村日出夫 (1970). 『情報行動論』 誠文堂新光社。
- Levy, M. R., & Windahl, S. (1984). Audience activity and gratifications-A conceptual clarification and exploration-. *Communication Research*, 11(1), 51-78.
- Levy, M. R., & Windahl, S. (1985). The concept of audience activity. In K. E. Rosengren, L. A. Wenner, & P. Palmgreen (Eds.), *Media Gratifications Research: Current Perspectives* (pp. 109-147). Beverly Hills, CA: Sage.
- Lin, C. A. (1993). Adolescent viewing and gratifications in a new media environment. *Mass Comm Review*, 20(1 and 2), 39-50.
- McQuail, D. (1992). Public interest theories of mass communication in information society. 『東京大学新聞研究所紀要』 第45号、2-16頁。
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory: An Introduction 3rd ed.* London: Sage.
- McQuail, D. (1997). *Audience Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- McQuail, D., Blumler, J. G., & Brown, J. R. (1972). The television audience: A revised perspective. In D. McQuail (Ed.), *Sociology of Mass Communications* (pp. 135-165). Harmondsworth, Mddx: Penguin.
- 三上俊治(1990). 「ニューメディアと情報行動」竹内郁郎・児島和人・川本勝 編 『ニューメディアと社会生活』 (97-117頁) 東京大学出版会。
- NHK放送文化研究所 (2001). 『2000年度国民生活時間調査 (全国版)』 日本放送出版協会。
- Perse, E. M. (1990). Involvement with local television news: Cognitive and emotional dimensions. *Human Communication Research*, 16, 556-581.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication Technology*. NY: The Free Press.
- Rubin, A. M. (1984). Ritualized and instrumental television viewing. *Journal of Communication*, 34(3), 67-77.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication and Society*, 3, 3-37.
- Salvaggio, J. L. (1986). Setting parameters for information society research. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Perspectives on Media Effects* (pp. 325-342). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schramm, W., Lyle, J., & Parker, E. B. (1961). *Television in the Lives of Our Children*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- 白石信子 (1997). 「『テレビ世代』の現在II 人々のテレビ視聴行動」『放送研究と調査』第47巻10号、30-39頁。
- 白石信子 (1999). 「高まるテレビの有用性～メディアと中学・高校生・1998調査から～」『放送研究と調査』第49巻4号、30-39頁。
- 白石信子・加藤明・齋藤喜彦 (2001). 「テレビは欠かさないインターネット・携帯電話でも多彩な情報行動」『放送研究と調査』第51巻7号、70-97頁。
- 総理府 (1989). 『個人情報保護に関する世論調査』。
- Swanson, D. L. (1977). The uses and misuses of uses and gratifications. *Human Communication Research*, 3(3), 214-221.
- 高橋利枝 (1997). 「情報化と情報行動」田崎篤郎・船津衛編 『社会情報論の展開』(107-126頁) 北樹出版。
- 高橋利枝 (1998). 「オーディエンス研究におけるアクティブパッシブ論争を越えて-二項対立の限界-」『マス・コミュニケーション研究』第53号、137-152頁。
- 竹下俊郎 (1998). 「マスメディアの利用と効果」竹内郁郎・児島和人・橋元良明 編 『メディア・コミュニケーション論』(159-175頁) 北樹出版。
- 竹内郁郎 (1976). 「『利用と満足研究』の現況」『現代社会学』第3巻1号、86-114頁。
- 竹内郁郎 (1977). 「マス・コミュニケーションの『利用と満足』」山根常男・森岡清美・本間康平・竹内郁郎・高橋勇悦・天野都夫 編 『テキストブック社会学 (6) マス・コミュニケーション』(103-116頁) 有斐閣。
- 東京大学社会情報研究所 (1997). 『日本人の情報行動1995』 東京大学出版会。
- Wright, C. R. (1964). Functional analysis and mass communication. In L. A. Dexter & D. M. White (Eds.), *People, Society, and Mass Communication* (pp. 91-109). Glencoe, IL: The Free Press.