

大学生におけるニュースメディア利用理由の分析

金子, 友紀
九州大学大学院人間環境学府

<https://doi.org/10.15017/8016>

出版情報 : 九州大学心理学研究. 7, pp.27-44, 2006-03-31. 九州大学大学院人間環境学研究院
バージョン :
権利関係 :

大学生におけるニュースメディア利用理由の分析^{1),2)}

金子 友紀 九州大学大学院人間環境学府

The analysis of undergraduates' reasons and motives of using news medias

Yuki Kaneko (*Graduate school of human-environment studies, Kyushu university*)

The purpose of this article was to examine people's reasons and motives of using and choosing TV programs. Three hundred and twenty four undergraduates answered a questionnaire to ask the behavior of using TV news programs, Wide shows, and Internet, and to ask the reasons and the motives of using news medias and choosing TV programs. The results showed that TV news was used mainly to know our public world and that Wide show and Internet were used to satisfy multiple needs of users. In addition the results suggested that many participants chose the TV news programs that they watched usually without clear reasons and motives.

Keywords: newsmedia, newsmedia use, choice of TV programs.

本研究はニュースメディア利用行動の実態の中で、ニュースメディアを利用したり特定の番組を選択したりする理由を明らかにすることを目的とする。

現在の私たちはテレビや新聞、雑誌、インターネットなど、多くのマスメディアに囲まれて生活している。遍在するマスメディアから、天気予報やデパートの催し物、国内政治の状況や海外の紛争など、生活に密着した情報から直接体験することが困難な情報まで比較的容易に見聞きすることが出来る。多くの人間に一齐に情報を伝えることが出来るため、マスメディアが社会に与える影響は大きくなりやすく、マスメディアの使い方によっては地域紛争の行方をも左右することが出来る(高木, 2002)。マスメディアの流す情報はドラマからCM、ニュースと多岐に渡るが、その中でもニュース報道における内容の偏向や情報のステレオタイプ化は、私たちの現実認識や判断を歪めてしまうものとして問題視されている(Johnston & Davey, 1997; 鈴木, 1997)。アメリカでは、ニュース報道を政治的な広告として利用している事例が報告されている(Ewen, 1996 平野他訳, 2003)。意図的に広告として利用しなくても、何をどのように報道するかを決定するプロセスにおいて編集に携わる人間の主観を排除することは出来ない(大石, 2000)。このような現状の中では、受け手側のニュース受容メカニズムを理解しようとする研究が、ニュース報道の意図的・非意図的な意見操作から出来るだけ離れるために必要であると考

える。

ニュース報道が私たちにどのような影響を与えるのかについての実証的な研究では、私たちの現実認識や態度形成に影響を与えることが見出されている(McCombs, 1994; 野波・杉浦・大沼・山川・広瀬, 1997; 三上・竹下・仲田・川端・大谷, 1997; 竹下, 1998; 石川, 2004)。現実認識に与える影響は特に議題設定効果と呼ばれることもあり、選挙報道において強調される選挙争点が有権者の争点認知に影響を及ぼすことが示されてきた(McCombs, 1994; 竹下, 1998)。また、石川(2004)は購読新聞や視聴するニュース番組の論調と読者・視聴者の社会的な問題に対する態度に関係があること、この関係は読者・視聴者が自分の態度に沿った新聞やニュース番組を選んでいるという考えでは説明出来ないことを見出した。さらに、人々の意見がニュース報道の情報の受け売りになっている可能性を指摘した。しかし、石川(2004)の研究では、新聞の購読理由やニュース番組の選択理由までは明らかにされていない。

このように、ニュース報道は私たちの認知レベルに少なからぬ影響を与えるものであり、どのニュースメディアを選ぶのかということが報道される話題に対する態度形成に重要な役割を果たす可能性がある。ニュースメディアの利用動機や選択については、受け手の能動性や主体性に関して研究者間で見解の違いが見られる(池田, 1988)。インターネットの登場により情報環境がより豊かになった現在こそ、ニュースメディア利用理由について直接的かつ詳細に検討する必要があるだろう。

そこで本研究ではTVだけではなくインターネットなど様々なメディアを比較的容易に利用出来る立場にある

¹⁾ 本研究の一部は社会心理学会第43回大会で発表された。

²⁾ 本論文の作成に当たりましてご指導頂きました山口裕幸先生、中村知靖先生、結果の分析にご協力下さいました吉原克枝さん、稲富健さんに深く感謝致します。

大学生を対象に、TVのニュース番組・ワイドショー・インターネットの利用理由や普段利用する番組選択理由を調査した。そしてニュースメディアの利用行動を利用する理由という観点から理解することを試みた。

方 法

概 略

大学生を対象に質問紙調査を行った。ニュースメディアとして夕方6時以降に放送されるTVのニュース番組と午後1時～夕方放送されるワイドショーとインターネットを取り上げた。

調査票

内 容 TVニュースとワイドショーの利用行動については、1週間あたりの利用日数・利用する状況・視聴する理由・よく視聴する番組・視聴番組の選択理由・全く視聴しない場合の理由を尋ねた。インターネットの利用行動については、インターネット利用の有無・利用する場所・1日あたりの利用時間・1週間あたりの利用日数・利用目的・今後インターネットを利用したいと思うかどうか・どんな目的で利用してみたいかについて尋ねた。

回答方法 TVニュース・ワイドショーの利用行動では、1週間あたりの利用日数を「①毎日」「②ほぼ毎日」「③週に2,3日」「④あまり見ない」「⑤全く見ない」の5つのカテゴリーに分け、どれか一つを選んでもらった。「①毎日」「②ほぼ毎日」「③週に2,3日」「④あまり見ない」のいずれかを選んだ人には、利用する状況として「①何も見る番組がないときに見る」「②見るのが習慣になっている」「③チャンネルがたまたまあっていたら見る」「④その他(自由記述)」の中から一つだけ選んでもらった。次に「①毎日」「②ほぼ毎日」「③週に2,3日」「④あまり見ない」のいずれかを選んだ人には、視聴する理由・よく視聴する番組・視聴番組選択の理由を、それぞれ自由記述で回答してもらった。「⑤全く見ない」と答えた人については、その理由を自由記述で求めた。

インターネットの利用行動では、まず、利用の有無を「①する」「②しない」で答えてもらった。「①する」を選んだ人には、利用する場所を「①家で」「②大学で」「③家と大学の両方で」「④その他(自由記述)」のいずれかから選んでもらった。次に「①する」を選んだ人に、TVとPCの普及度の違いを考え、1日あたりの利用時

間・1週間あたりの利用日数を選択方式ではなく自由記述で回答してもらった。また、利用目的も自由記述で回答してもらった。インターネット利用の有無で「②しない」を選んだ人には、今後インターネットを利用してみたいかどうかを「①思う」「②思わない」のいずれかで答えてもらい、インターネットを利用するとしたらどんな目的で利用したいかを自由記述で求めた。

最後に、マスコミに対して言いたいことを自由記述で求めたが、回答の内容が幅広く量も膨大であるため、本稿の分析には用いないこととする。また、よく視聴するニュース番組・ワイドショー、今後のインターネット利用に関する自由記述も分析には用いない。

調査の実施

調査時期 2000年12月

調査対象者 福岡県内の私立大学及び県立大学に通う大学生324人(平均年齢19.4歳(18歳～47歳, $SD=2.2$))。内訳は、私立大学 148人(男性35人・女性113人, 平均年齢19.2歳(18～23歳, $SD=1.1$)) 県立大学 176人(男性35人・女性141人, 平均年齢19.5歳(18～47歳, $SD=2.7$))。

調査実施の手続き いずれの大学においても、心理学関連の講義中に「情報メディアに対する考え方と日常の情報行動に関する調査」として実施した。回答のペースは対象者に任せ、全員が回答し終わると判断したときに一斉に回収した。回答に要した時間はいずれの大学でも25分前後であった³⁾。

結 果

TVのニュース番組とワイドショーの利用日数の関係

夜のTVのニュース番組と昼のワイドショーの視聴日数の関係を検討するため、インターネットの利用の有無別に相関分析を行ったところ、インターネット利用あり群($r=0.262, N=237, p<0.05$)、なし群($r=0.463, N=85, p<0.05$)ともに有意な結果が得られた。

TVニュース番組の利用行動

TVニュース番組の利用日数 TVのニュース番組の1週間あたりの利用日数について集計したところ、「毎日」が26人、「ほぼ毎日」が101人、「週に2,3日」が84人、「あまり見ない」が87人、「全く見ない」が25人、無回答が1人であった。

TVニュース番組を利用する状況 利用する状況について集計したところ、「何も見る番組がないときに見る」が85人、「見るのが習慣になっている」が77人、「チャンネルがたまたまあっていたら見る」が102人、「その他(自由記述)」が29人で、無回答が31人であった。「その

³⁾ 質問票には本研究の調査内容とニュースメディア観及びニュースに対する信頼度(金子友紀・山口裕幸(2002) ニュースメディア観の構造 九州大学心理学研究, 第3巻, 87-93.)に対する質問が含まれており、この回答時間はその全てに回答するのに要した時間である。

Table 1
ニュース番組を見るとき「その他」の自由記述内容

項目	N
TV がついているから見る	1
バイトが休みの日	1
ヒマなとき	3
何も見たいものがないとき、必ず見るようにしている	1
家にいれば	2
基本的に TV はあまり見ないが、あまりにも暇な時だけ TV をつける	1
帰りが早いとき	2
気が向いたとき	3
興味のある内容があるとき	5
見たくなかったときに見る	1
時間があるとき	2
親がみてるから	1
世の中の情報に乏しいと思ったら	1
朝準備をしながら	1
疲れていないとき	1
夕飯を食べながら	1
寮なので人がいないとき	1
計	29

他」の自由記述に回答したのは28人である。利用する状況「その他」の回答内容は Table 1 に示す。なお「その他」の内容は1人の回答者が複数の項目を記述している場合があるので、回答者数と記述項目の度数の合計は一致しない。

ニュース番組を見る理由 ニュース番組を見る理由に対する自由記述に回答したのは290人であった。その回答内容をクラスター分析によって分類した。まず、自由記述による回答を筆者が1文ずつに書き分け⁴⁾、44の項目を得た。次に、筆者と2人の協力者⁵⁾がそれぞれ、44の項目同士の類似度を7段階で評定した。評定値は1が「非常に近い」、2が「かなり近い」、3が「いくぶんか近い」、4が「どちらともいえない」、5が「いくぶんか遠い」、6が「かなり遠い」、7が「非常に遠い」であった。評定は各自が落ち着いて取り組める時間に、各自のペースで行われた。各人の評定値を合計して出来た非類似度距離行列に対して、ウォード法によるクラスター分析を行った。最後に、得られたデンドログラムのもっとも早く結合しているクラスター毎に、44の項目を8つに

分類した。得られたデンドログラムを Fig.1 に、回答の分類と44の項目、各項目の度数を Table 2 に示す。なお、1人の回答者が複数の項目を記述している場合があるので、回答者数と記述項目の度数の合計は一致しない。第一のクラスターには、新聞との比較に関する記述が集まった。「新聞より見るのがラク」から「新聞をとっていないから」まで幅広い内容のようではあるが、新聞と同等の情報が得られるという前提が共通していると考えられるので、「新聞の代わりとして」ニュース番組を見ていると解釈することが出来るだろう。第二のクラスターはスポーツニュース、巨人の勇姿、芸能情報と内容は幅広いが、個人的に興味のある特定分野に対する関心が共通しているので、「関心のある事柄の情報を得るため」にニュース番組を見ていると考えられる。第三のクラスターは「客観視ができる」、「説明が分かりやすい」で構成されている。項目数が少ないので解釈がやや困難だが、話題や情報を俯瞰し冷静に理解しようとする点が共通していると考えられるので、「知識の整理のため」にニュース番組を見ていると解釈出来る。第四のクラスターは「公共のものだから」と「天気予報のため」の2項目であり、解釈が難しいが、天気予報は誰に対してもほぼ等しく有益な情報であると考えられるため、「公共性の高い情報を得るため」にニュース番組を見ていると解釈出来る。第五のクラスターは、「習慣」から「他のことを

⁴⁾ 「世の中について知る」、「世間について知る」、「社会状況について知る」は同じ内容を表していると考えられたので、「世の中・世間・社会状況について知る」としてまとめた。

⁵⁾ 2人の協力者はいずれも社会心理学を専攻する大学院生であり、1人は38歳女性、1人は25歳男性であった。

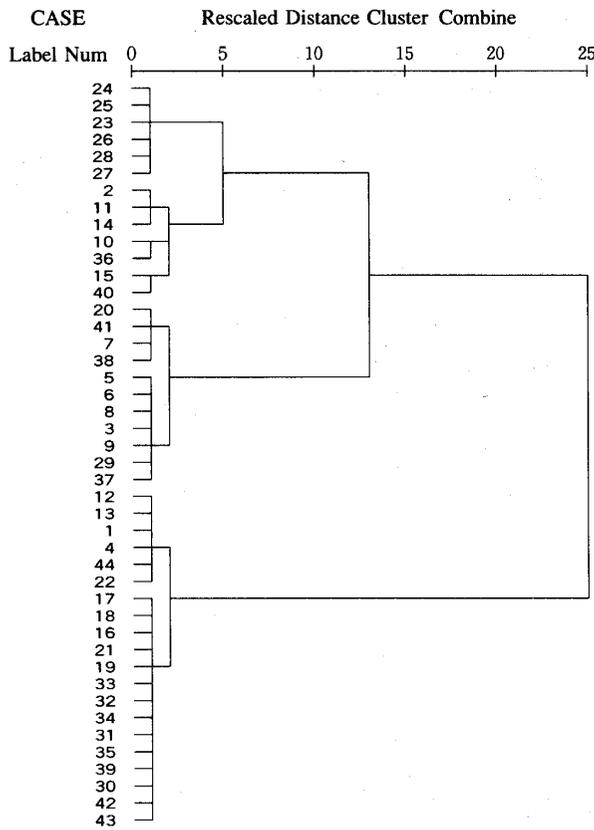


Fig.1 ニュース番組を見る理由のデンドログラム

しながらでも情報を得られる」と幅広い内容ではあるが、ニュース番組を見たいという明確な動機が見られない惰性的なTV視聴という状況が共通していると考えられるので、「番組がついていても邪魔にならないから」ニュース番組を見ると解釈出来る。第六のクラスターは第五のクラスターと内容が似ているようではあるが、第五のクラスターでは他のことをしながらTVを見るという内容の項目があったのに対し、第六クラスターではニュース番組そのものに対する積極的な関心はないが他のことをしている様子もなく、積極的な理由も無くTVに向かっているという状況が共通していると考えられる。従って「特に積極的な理由はない」がニュース番組を見ていると解釈出来る。第七のクラスターは「興味のある内容がある」「ためになる」「新しい情報を早く知ることができる」などが含まれているが、ニュース番組の情報そのものに対する関心が共通していると考えられる。従って「興味・関心があるから」ニュース番組を見ていると解釈することが出来るだろう。最後のクラスターは14項目と最も多い項目数を含んでいるが、世間・社会のこ

とを知る・勉強するという点が共通していると考えられる。世間や社会のことを知りたいと思う理由は社会から取り残されるかもしれないという不安感や自己の存在理由の確認や専門とする学問分野のためなど人それぞれではあるが、「世間・社会のことを知るため」にニュース番組を見ていることを表すクラスターだと解釈出来るだろう。

視聴するニュース番組の選択理由 普段視聴するニュース番組の選択理由に対する自由記述に回答したのは245人であった。この回答内容を前述したニュース番組を見る理由と同様にクラスター分析によって分類した。自由記述の内容を筆者が1文ずつに書き分けて得られた項目数は93であり⁶⁾、評定者・評定方法・分析方法はニュース番組を見る理由の分類と同じであった。クラスター分析の結果得られたデンドログラムの早い段階で結合したクラスター毎に、93の項目を16に分類した。得られたデンドログラムはFig.2に、回答の分類と93の項目、各項目の度数をTable 3に示す。なお、1人の回答者が複数の項目を記述している場合があるので、回答者数と記述項目の度数の合計は一致しない。第一のクラスターは、ニュース番組の提供する情報における嘘の無さや主観の排除という要素が共通していると考えられるので、「情報に嘘や偏りがなさそうだから」いつも見ているニュース番組を選んでいると解釈出来る。第二クラスターは色々な情報、色々な意見、1週間分の情報というような様々な情報をまとめて見ることが出来るということを示していると考えられるので、「色々な情報を提供するから」いつも見ているニュース番組を選んでいるというクラスターであると考えられる。第三クラスターは情報に過不足がなく理解しやすいという番組の性質を表していると考えられるので、「まとまっていて分かりやすいから」いつも見ているニュース番組を選んでいるというクラスターであると考えられる。第四クラスターは2項目しかないので解釈が困難であるが、「いいから」と「うまく情報を伝えている」という項目であるので、「情報の伝え方がいいから」いつも見ているニュース番組を選んでいるということを表すクラスターだと解釈出来るだろう。第五クラスターは「まじめ」から「しっかりしている」まで、表現は異なるが「堅さ」が共通していると考えられるので、「堅いから」いつも見るニュース番組を選んでいるというクラスターであると考えられる。第六クラスターは「おもしろい」が共通して見られるが、そのおもしろさが「意見」や「切り口」、「革新的」など番組のオリジナリティに関わる部分に向けられている。従って「特徴があっておもしろいから」いつも見るニュース番組を選んでいるということを表すクラスターだと考えられる。第七クラスターは全ての項目が「特集」に言及しており、「特集が気に入っているから」いつも見るニュー

⁶⁾「慣れているから」と「習慣だから」はほぼ同じ内容を表していると考えられたので、「慣れ・習慣」とまとめた。

Table 2
TVのニュース番組を見る理由の分類と自由記述項目

分類名	N (分類毎)	項目	N (項目毎)
新聞の代わりとして	15	24 新聞より見るのがラク	1
		25 新聞より手軽	2
		23 新聞・活字媒体より分かりやすい	4
		26 新聞より情報が速い	1
		28 新聞を読む時間がないから	2
		27 新聞を取っていないから	5
関心のある事柄の情報を得るため	5	2 スポーツニュースを見るため	2
		11 巨人の勇姿を見る	1
		14 芸能情報が知りたい	2
知識の整理のため	2	10 客観視ができる	1
		36 説明が分かりやすい	1
公共性の高い情報を得るため	6	15 公共のものだから	1
		40 天気予報のため	5
番組がついていても邪魔にならないから	10	20 習慣	1
		41 特になし	7
		7 テレビをつけっぱなしにして、おもしろいと思った話題のときのみ見る	1
		38 他のことをしながらでも情報を得られる	1
特に積極的な理由はない	32	5 テレビがついていたら、なんとなく見る	1
		6 テレビがついているから	3
		8 なんとなく	10
		3 たまたま	2
		9 暇潰し	4
		29 親が見ているのにつき合う	5
		37 他に見る番組がない	7
興味・関心があるから	29	12 興味のある内容がある	12
		13 興味深い	1
		1 おもしろい	11
		4 ためになる	2
		44 話のネタ探し	1
		22 新しい情報をはやく知ることができる	2
		世間・社会のことを知るため	210
18 事件が分かるから	1		
16 今日の出来事・流れを知るため	4		
21 色々な情報・知識を得る・知る	21		
19 自分が取り残されるのが不安になるから	1		
33 世界の事を知り、自己の存在理由を確認するため	1		
32 世の中の出来事を知らないと不安になる	1		
34 世間の流れに取り残されないため	1		
31 世の中・世間・社会状況について知る	173		
35 政治や事件のことも知っておきたい。	1		
39 知っておいた方が良い情報だと思うから	1		
30 人の意見を知る	1		
42 勉強になる	1		
43 法学部なので	1		
計	309		

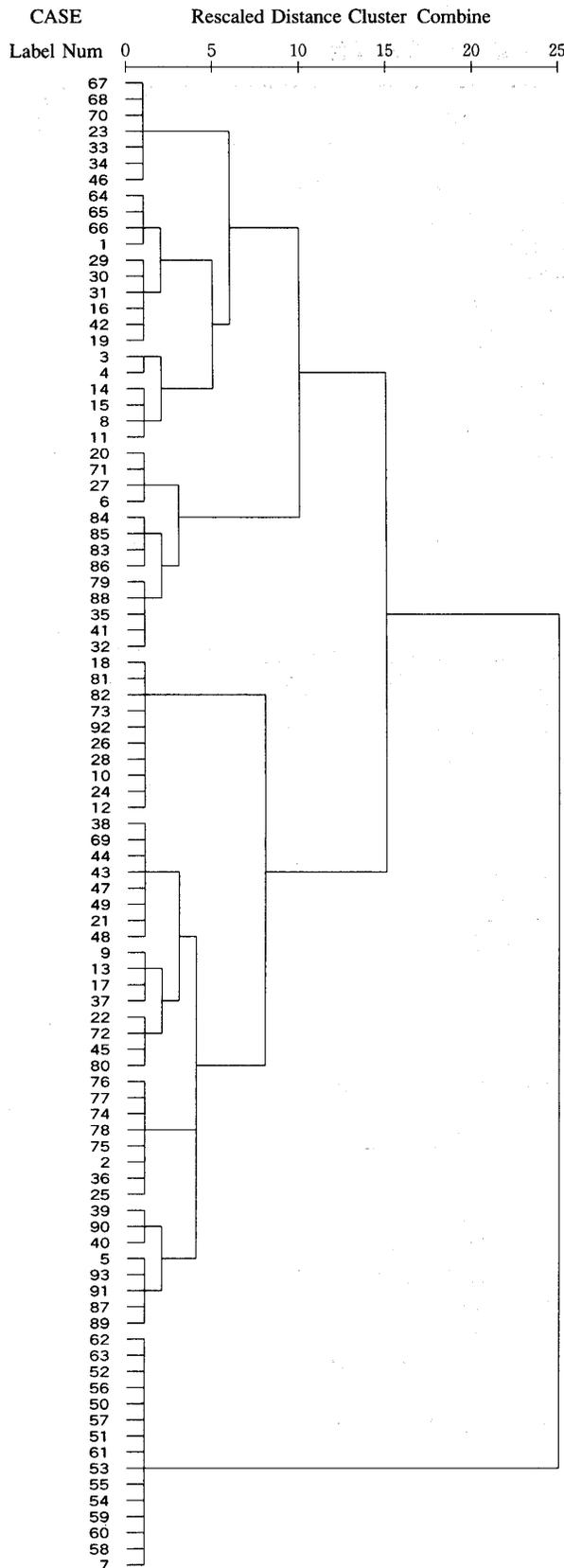


Fig.2 ニュース番組選択理由のデンドログラム

ス番組を選んでいると考えられる。第八クラスターは「多彩なコーナーがある」から「関心がある」まで表現は異なるが、何かしら番組の中に興味を惹くものがあるという要素が共通していると考えられる。従って「興味・関心を惹くもの・楽しみがあるから」いつも見るニュース番組を選んでいると解釈することが出来る。第九クラスターは番組内容に関する言及が一切なく、時間や状況に合わせている、もしくは何も意識していない様子を表していると考えられる。従って、「特に積極的な理由はない」がいつも見るニュース番組を選んでいるというクラスターであると解釈出来る。第十クラスターは娯楽要素の少ない情報が多いことや知的な刺激になるということを表していると考えられるので、「自分の知識・勉強になるから」いつも見るニュース番組を選んでいるということを表していると考えられる。第十一クラスターはスポーツニュース、芸能ニュース、ワイドショーなど、事件や社会状況とは異なる情報に対する関心を表していると考えられるので、「自分の関心のある事柄を扱っているから」いつも見ているニュース番組を選んでいると解釈出来る。第十二クラスターはメジャーや全国ニュースという点が地域による偏りの無さを、今の人の悪い所や天気からは誰に対しても役立つ情報を表していると考えられる。従って、「公共性が高いから」いつも見るニュース番組を選んでいるというクラスターであると解釈出来る。第十三クラスターは他局、他の番組など他と比較した上での選択を表していると考えられるので、「他の番組(局)より好ましいから」いつも見るニュース番組を選んでいるというクラスターであると解釈出来る。第十四クラスターは番組の堅苦しくないような雰囲気に対する意見が共通していると考えられるので、「堅苦しくない雰囲気がよいから」いつも見るニュース番組を選んでいることを表すクラスターであると解釈出来る。第十五クラスターは番組の作りに対する意見であり、特に余計なものがないという部分を評価していると考えられる。従って、「番組構成に余計なところがないから」いつも見ているニュース番組を選んでいるというクラスターであると考える。第十六クラスターは全て番組に出演している人に対して言及しており、「出演者がよいから」いつも見ているニュース番組を選んでいるクラスターであると考えることが出来る。

TV ニュース番組を見ない理由 TV ニュース番組を「全く見ない」理由に対する自由記述回答を集計した。回答者数は22人であった。集計結果を Table 4 に示す。なお、1人の回答者が複数の項目を記述している場合があるので、回答者数と記述項目の度数の合計は一致しない。

Table 3
ニュース番組選択理由の分類と自由記述項目

分類名	N (分類毎)	項目	N (項目毎)
情報に嘘や偏りがなさそうだから	23	67 信用できる	12
		68 信憑性が高い	1
		70 正しそう	1
		23 嘘がなさそう	1
		33 客観的だから	6
		34 客観的で中立	1
		46 事実のみを簡潔に報道するから	1
色々な情報を提供するから	6	64 色々な情報がまとめてある	2
		65 色々な情報が入手できるから	1
		66 色々な人の意見が聞ける	1
		1 1週間のニュースがまとめてある	2
まとまっていて分かりやすいから	24	29 簡潔で分かりやすい	1
		30 簡潔で分かりやすく、ある程度の情報を得られるから	1
		31 簡単に情報を得ることができる	1
		16 まとまっている	1
		42 構成・内容がしっかりしているから	1
		19 わかりやすいから	19
情報の伝え方がいから	2	3 いいから	1
		4 うまく情報を伝えている	1
堅いから	7	14 まじめ	2
		15 まじめだが楽しい	1
		8 しっかりしている	1
		11 ためになる	3
特徴があっっておもしろいから	20	20 意見がおもしろい	1
		71 切り口がおもしろい	1
		27 革新的でおもしろい	1
		6 おもしろい	17
特集が気に入っているから	6	84 特集がためになる	1
		85 特集がよい	2
		83 特集がおもしろい	2
		86 特集に興味がある	1
興味・関心を惹くもの・楽しみがあるから	5	79 多彩なコーナーが楽しみ	1
		88 内容が幅広い	1
		35 興味のあるものが報道されている	1
		41 好きなコーナーがある	1
		32 関心がある	1
特に積極的な理由はない	121	18 わからない	1
		81 特になし	17
		82 特に見る番組は決まっていない	1
		73 他に見たい番組が無いから	3
		92 放送日時が丁度良い	44
		26 家族が見るから	13
		28 慣れ・習慣	8
		10 たまたま	20
		24 何となく	13
		12 ひまだから	1

分類名	N (分類毎)	項目	N (項目毎)
自分の知識・勉強になるから	10	38 芸能ニュースが少ない	1
		69 政治とかの話題が多いから	1
		44 国際ニュースがある	1
		43 考えさせられる	3
		47 自分のため	1
		49 手話と時事問題の両方が学べる	1
		21 意見を片寄せないため、色々見る	1
		48 社会の情報を知るため	1
関心のある事柄を扱っているから	5	9 スポーツニュース	2
		13 プロ野球ニュースがあるから	1
		17 ワイドショー付きだから	1
		37 芸能ニュースが気になる	1
公共性が高いから	4	22 一番メジャーだと思う	1
		72 全国ニュースだから	1
		45 今の人の悪い所を知りたいから	1
		80 天気についての情報が分かりやすい	1
他の番組(局)より好ましいから	11	76 他局の出演者が嫌いだから	1
		77 他局の番組があまり好きではない	1
		74 他のニュース番組よりわかりやすい	1
		78 他局より聞きやすい	1
		75 他の番組より内容が濃い	2
		2 CMがない	2
		36 局が好き	1
		25 何となく好ましい	2
堅苦しくない雰囲気がよいから	5	39 堅苦しくない	3
		90 番組内の雰囲気がよい	1
		40 堅苦しくない割に、きちんとした情報を提供してくれる	1
番組構成に余計なところがないから	6	5 うるさくなくて好き	1
		93 余計な所がない	2
		91 疲れずに見る事ができる	1
		87 内容が大げさでない	1
		89 番組構成のセンスが良い	1
出演者がよいから	36	62 出演者の考え方が好き	1
		63 出演者の取り組み方が好き	1
		52 出演者が気に入っている	17
		56 出演者に個性がある	1
		50 出演者がおもしろい	2
		57 出演者のコメントがおもしろい	1
		51 出演者がわかりやすい	1
		61 出演者の格好が素敵	1
		53 出演者が信用できそう	2
		55 出演者が知的に感じる	1
		54 出演者が前に出すぎない	1
		59 出演者の意見がためになる	1
		60 出演者の意見が鋭い	1
		58 出演者の意見・解説が聞ける	4
		7 キャスター+コメンテーターみたいな人がいるのが良い	1
		計	291

Table 4
TVのニュース番組を見ない理由の自由記述内容

項目	N
?	1
TVがない	4
あまりTVを見ない	5
その時間帯に家にいない, 時間がない	5
見る時間がない	1
新聞が情報源	2
忙しい	3
目が悪くなる	1
寮で生活してるからあまりTVを自由に見られない	1
寮なのでTVをわざわざ見に行かない	2
計	25

ワイドショーの利用行動

ワイドショーの利用日数 ワイドショーの1週間あたりの利用日数について集計したところ、「毎日」が0人、「ほぼ毎日」が9人、「週に2,3日」が63人、「あまり見ない」が170人、「全く見ない」が80人、無回答が2人であった。

ワイドショーを利用する状況 利用する状況についての集計したところ「何も見る番組がないときに見る」が99人、「見るのが習慣になっている」が23人、「チャンネルがたまたまあっていれば見る」が64人、「その他（自由記述）」が50人で、無回答が88人であった。「その他」の自由記述に回答したのは50人であった。「その他」の回答内容はTable 5に示す。「その他」の内容は1人の回答者が複数の項目を記述している場合があるので、回答者数と記述項目の度数の合計は一致しない。

ワイドショーを見る理由 ワイドショーを見る理由に対する自由記述に回答したのは234人であった。それらの回答をクラスター分析によって分類した。分類は、TVのニュース番組に関する自由記述の分類と同じ評定者・同じ方法で行った。自由記述内容を筆者が1文ずつに書き分けた項目数は44であった⁷⁾。クラスター分析の結果得られたデンドログラムの早い段階で結合したクラスター毎に、44の項目を8つに分類した。得られたデンドログラムはFig.3に、回答の分類と44の項目、各項目の度数をTable 6に示す。なお、ニュース番組に関する回答と同様、1人の回答者が複数の項目を記述している場合があるので、回答者数と記述項目の度数の合計は一致しない。第一クラスターは芸能人や有名人、芸能界の情報に関する言及で占められているので、「芸能ニュースを知るため」にワイドショーを見ていることを表すクラスターであると考えられる。第二クラスターは「話の

Table 5
ワイドショーを見ると「その他」の自由記述内容

項目	N
おもしろそうとき	1
その時間に家にいれば	4
何となくTVをつけたとき	1
家にいて暇なとき	2
暇なとき	15
学校が休みのとき	4
気がむいたとき	2
休みの日に	3
見たいから	1
時間があるとき	14
授業がないとき	1
新聞のコメントに興味があれば	1
昼間家にいるとき	1
朝起きたらその時間だから	1
計	51

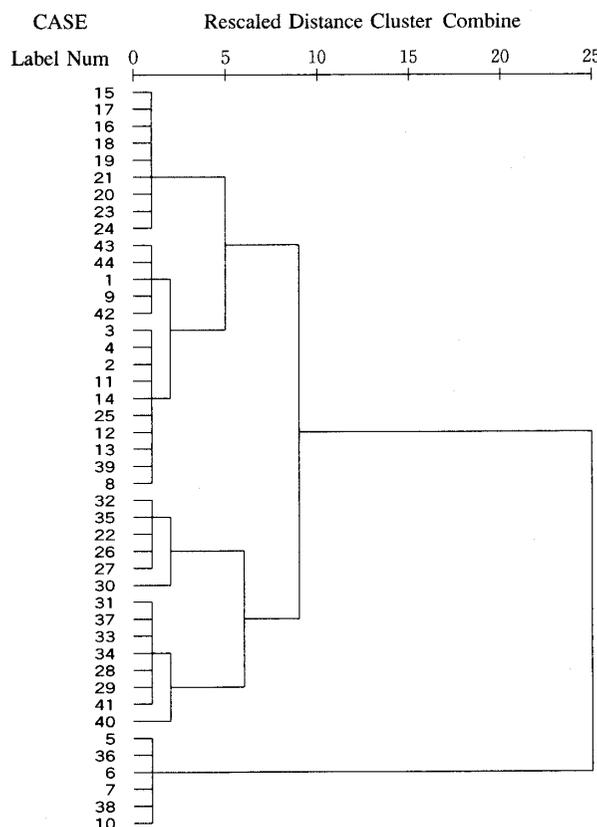


Fig.3 ワイドショーを見る理由のデンドログラム

⁷⁾「芸能人」と「有名人」はほぼ同じ内容を指していると考えられたので、「芸能人・有名人」とまとめた。

Table 6
ワイドショーを見る理由の分類と自由記述項目

分類名	N (分類毎)	項目	N (項目毎)
芸能ニュースを知るため	37	15 芸能ニュースが気になる	8
		17 芸能界について知る	11
		16 芸能やファッションについて知る	3
		18 芸能界の事や世間の事がわかるから	1
		19 芸能情報などがおもしろい	4
		21 芸能人・有名人の事を知る	7
		20 芸能情報や流行などを知る	1
		23 好きな芸能人が出る事があるから	1
		24 好きな芸能人の近況を知る	1
		何か面白いことがないか気になるので	16
44 話題が気になる	3		
1 うわさ話を知りたい	1		
9 何か変わった事はないか	2		
42 流行を知る	5		
面白い・興味を惹くから	87	3 おもしろい事を探す	1
		4 おもしろそうな出来事があるとき	1
		2 おもしろい	60
		11 楽しい	2
		14 興味本意	2
		25 好奇心	1
		12 興味がある	5
		13 興味のある内容がある	1
		39 内容に興味がある	12
		8 ファッションチェックが好き	2
俗っぽくて面白いから	5	32 真実味がなくておもしろい	1
		35 俗的	1
		22 好きだから	1
		26 刺激のあるトークを聞く	1
		27 事件の裏側(人間模様)に興味がある	1
出演者が好きだから	1	30 出演者が好き	1
役に立つ・社会的な情報を知るため	11	31 情報を知るため	1
		37 知りたい情報がある	1
		33 世の中の流れが分かる	2
		34 世間を知る	3
		28 時々役に立つ情報がある	1
		29 社会情報入手	2
		41 舞台等の情報を得る	1
ニュース番組の解説役として	1	40 難しいニュースをわかりやすく伝えてくれる	1
特に理由はない	98	5 その時間に他に見る番組がない	3
		36 他に見る番組がないから	3
		6 とりあえずテレビをつけておきたい	2
		7 なんとなく	11
		38 特になし	19
		10 暇潰し	60
計	256		

ネタを仕入れる」から「流行を知る」まで記述は異なるが、今現在自分や他人の興味をそそるような何かに対する関心が共通していると考えられるので、「何か面白いことがないか気になるので」ワイドショー番組を見ているクラスターであると解釈することが出来る。第三クラスターは第二クラスターと非常に近い意味の項目があるが、「おもしろい」や「興味のある内容がある」や「ファッションチェックが好き」など、情報に対する関心だけでなく番組そのものを楽しむ項目が含まれていることから、「面白い・興味を惹くから」ワイドショーを見ていることを表すクラスターであると解釈出来る。第四クラスターは「好きだから」というだけの項目もあるが、ワイドショーの情報の伝え方や番組の特徴に対する言及が主であり、また「真実味がなくて」や「俗的」といった表現から、「俗っぽくて面白いから」ワイドショーを見ていることを表していると考えられる。第五クラスターは「出演者が好き」という項目のみが含まれているので、「出演者が好きだから」ワイドショーを見ていることを表すクラスターであると考えられる。第六クラスターは情報を手に入れることに関して言及する項目が集まっているが、その情報も自分の特に知りたいことや社会に関する事など、第一・第二クラスターとは異なる情報に対する関心が現れていると考えられる。従って「役に立つ・社会的な情報を知るため」にワイドショーを見ていることを表すクラスターであると解釈出来る。第七クラスターは「難しいニュースをわかりやすく伝えてくれる」という項目のみが含まれているので、「ニュース番組の解説役として」ワイドショーを見ていることを表していると考えられる。第八クラスターは番組や何かの情報に関する言及は全くなく、「他に見る番組がない」、「テレビをつけておきたい」、「暇潰し」など、ワイドショーを見ることに対する積極的な理由の無さが現れていると考えられる。従って「特に理由はない」がワイドショーを見ていることを表すクラスターであると解釈出来る。

視聴するワイドショーの選択理由 普段視聴するワイドショーの選択理由に対する自由記述に回答したのは185人であった。前述と同じ評定者・同じ方法で分類した。自由記述内容を筆者が1文ずつ書き分けて得られた項目数は62であった。クラスター分析の結果得られたデンドログラムの早い段階で結合したクラスター毎に、62の項目を11に分類した。得られたデンドログラムはFig.4に、回答の分類と62の項目、各項目の度数をTable 7に示す。なお、1人の回答者が複数の項目を記述している場合があるので、回答者数と記述項目の度数の合計は一致しない。第一クラスターは選んでいる番組の内容ではなく、放送時間の都合良さや他の番組がないということに対する言及が集まっているので、「選択肢が他にないから」いつも見ているワイドショーを選んでいるこ

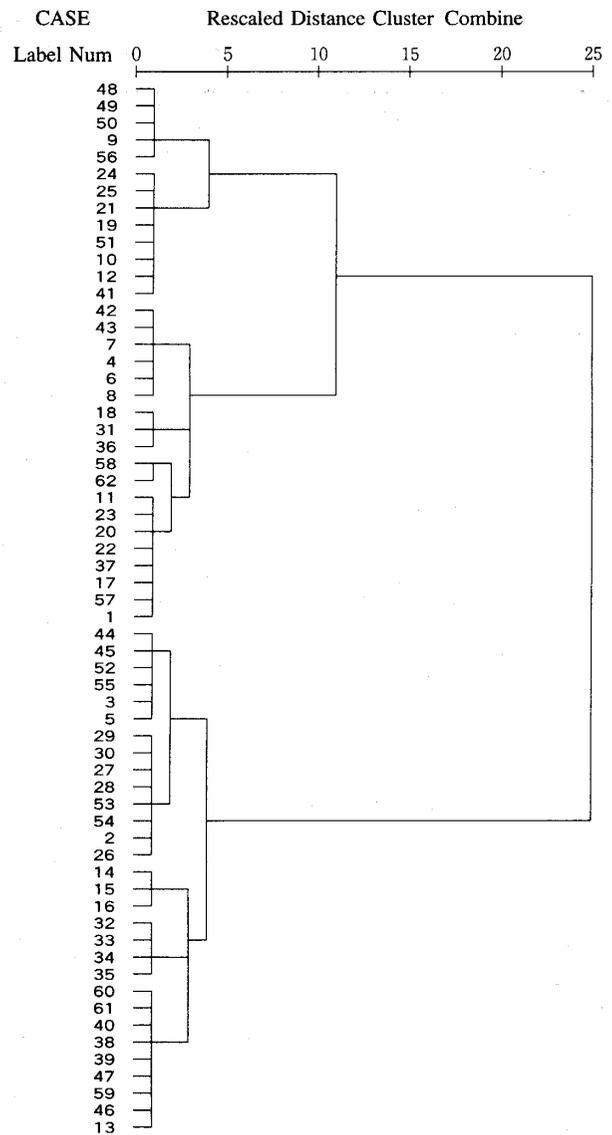


Fig.4 ワイドショー番組選択理由のデンドログラム

とを表すクラスターであると考えられる。第二クラスターは第一クラスターと同様に番組内容に対する言及はないが、「家族が見るから」から「習慣」まで、なんとなくTVがついている・TVをつけている様子がクラスター内で共通していると考えられるので、「特に積極的な理由はない」がいつも見ているワイドショーを選んでいるクラスターであると解釈出来る。第三クラスターは「その時間帯では一番おもしろい」という項目もあるが、出演者に関する言及が多いので、「出演者がおもしろいから」いつも見ているワイドショーを選んでいることを表していると考えられる。第四クラスターはワイドショーらしく無さや芸能以外の情報を流すことを評価していると考えられるので、「芸能以外の情報もあるから」いつ

Table 7
ワイドショー番組選択理由の分類と自由記述項目

分類名	N (分類毎)	項目	N (項目毎)
選択肢が他にないから	8	48 他にワイドショー番組がない	2
		49 他に見る番組がない	2
		50 他の番組を知らない	1
		9 その番組しか見られない	1
		56 放送時間が都合よい	2
特に積極的な理由はない	68	24 家族が見るから	2
		25 暇潰し	10
		21 音がないとさみしいので	1
		19 わからない	2
		51 特になし	37
		10 たまたま	6
		12 なんとなく	9
		41 習慣	1
出演者がおもしろいから	21	42 出演者が気に入っている	15
		43 出演者が嫌いではない	1
		7 コメンテーターの意見がはっきりしているから	1
		4 おもしろい意見が聞けるから	1
		6 コメンテーターのコメントがこっけい	1
		8 その時間帯では一番おもしろい	2
芸能以外の情報もあるから	3	18 ワイドショーっぽくない	1
		31 芸能ネタが少ない	1
		36 芸能人の事以外もやるから	1
知人との話題作りのため	2	58 友達が見ているから	1
		62 話題のネタ作り	1
気楽に見られるから	10	11 どうでもいいことをやっているから	1
		23 何も考えずに見られる	1
		20 わかりやすい	3
		22 下世話な感じが好き	1
		37 堅くない	1
		17 ほんわかしているから	1
		57 明るい	1
		1 いやみっぽくない	1
内容が多彩で面白いから	24	44 色々なコーナーがあるから	3
		45 色々な企画があつておもしろい	1
		52 特集がおもしろい	1
		55 内容が詳しい	2
		3 おもしろいコーナーがある	16
		5 おもしろい事がないかな、と思う	1
興味を惹く内容があるから	41	29 興味がある内容	2
		30 興味深い事が多い	1
		27 興味があるから	1
		28 興味があるニュースをやっているから	1
		53 内容が楽しい	1
		54 内容が好み	1
		2 おもしろい	31
		26 楽しい	3

分類名	N (分類毎)	項目	N (項目毎)
ファッション情報がよく分かるから	3	14 ファッションについて取り上げていて興味があるから	1
		15 ファッションの話題がよくでてくるから	1
		16 ファッション中心だから	1
芸能情報がよく分かるから	4	32 芸能情報	1
		33 芸能情報がおもしろい	1
		34 芸能情報が多いから	1
		35 芸能情報や流行などがよく紹介されているから	1
最新の情報が分かるから	10	60 流行が分かる	2
		61 流行や生活の知恵を取り上げているから	1
		40 若者向けの情報も多いから	1
		38 今起こっている出来事が気になる	1
		39 社会情報入手	1
		47 新聞の見出しに興味があるから	1
		59 夕刊と芸能の動きがわかるから	1
		46 色々な情報を提供してくれる	1
		13 ニュースを詳しくやる	1
		計	194

も見ているワイドショーを選んでいることを表すクラスターであると解釈出来る。第五クラスターは「友達が見ているから」と「話題のネタ作り」の2項目のみであり、「知人との話題作りのため」にいつも見ているワイドショーを選んでいると解釈出来る。第六クラスターは番組の内容や雰囲気に関する言及が占めており、明るさや堅くない・真面目でない部分を評価していることが現れていると考えられる。従って、「気楽に見られるから」いつも見ているワイドショーを選んでいることを表すクラスターであると解釈出来る。第七クラスターは番組内容の多彩さや面白さに対する言及が多く占めることから、「内容が多彩で面白いから」いつも見ているワイドショーを選んでいることを表していると考えられる。第八クラスターも番組内容の良さに関する言及が占めているが、視聴者の興味・目を惹くという点が第七クラスターとは異なっていると考えられる。従って、「興味を惹く内容があるから」いつも見ているワイドショーを選んでいることを表していると考えられる。第九クラスターは全てファッションに関しての言及であり、「ファッション情報がよく分かるから」いつも見ているワイドショーを選んでいることを表すクラスターであると考えられる。第十クラスターは全て芸能情報に関する言及であり、「芸能情報がよく分かるから」いつも見ているワイドショーを選んでいることを表すクラスターであると考えられる。第十一クラスターは流行やニュースなどの新しさが重要な情報に対する関心が共通していると考えられるので、「最

新の情報が分かるから」いつも見ているワイドショーを選んでいることを表していると解釈出来る。

ワイドショーを見ない理由 ワイドショーを「全く見ない」理由に対する自由記述に回答したのは73人であった。各人の記述内容を筆者が1文ずつ書き分けたものをTable 8に示す。1人の回答者が複数の項目を記述している場合があるので、回答者数と記述項目の度数の合計は一致しない。

インターネットの利用行動

インターネットの利用行動 インターネット利用の有無について集計したところ、「利用する」と答えた人が238人、「利用しない」と答えた人が85人、無回答が1人であった。

インターネットを利用する場所は、「家で」が27人、「大学で」が167人、「家と大学の両方で」が37人、「その他(自由記述)」が5人、無回答が2人であった。「その他」の記述内容は、「携帯で」が3人、「実家で(寮生)」が1人、「部室で」が1人であった。

インターネットの1日あたりの利用時間に対する自由記述回答を筆者が整理して集計したところ、1時間未満が54人、1時間以上2時間未満が97人、2時間以上が34人、不規則が20人、無回答が33人であった。また、インターネットの1週間あたりの利用日数に対する自由記述回答を筆者が整理して集計したところ、週1日以下が24人、週1日が42人、週1-2日が31人、週1-3日が1人、

Table 8
ワイドショーを見ない理由の自由記述内容

項目	N
TVがない	2
あまりTVを見ない	5
あまり好きでない	3
くだらない	1
ゴシップなどはくだらない時間つぶし	1
その時間帯にTVのある所に居ないから	1
その時間帯に家にいない	19
その時間帯はTVを見ない	3
その時間帯はTVを見られない	1
TVを見るよりも他にすること・したいことがある	1
TVを持っておらず、ワイドショーに関心もないから	1
ばかばかしくて見てられない	1
リポーターと解説者があまりにも低いレベル	1
わざとらしい番組構成で、芸能ネタが多すぎて低俗	1
学校がある	9
興味がない	7
見ていてきりがない	1
見ていて嫌な気分になる	1
見る価値がない	1
見る時間がない	10
殺人事件の被害者や関係者への取材がしつこくて不愉快	1
自分のレベルが低くなるような気がする	1
情報が偏りそう	1
信頼していない	1
人のプライバシーにつけこんでわいわいと騒いでいることがいや	1
人のプライバシーを侵害している	1
人の不幸を喜んでいる節がある	1
同じような事を毎日毎日言っているし、他人の事をとやかく言うばかりで嫌気がさした	1
知識等の自分への利益がない	1
低俗	2
番組自体が嫌い	2
別に知らなくてもいいことをわざわざおおげさにとりあげているだけ	1
忙しい	7
面白くない	1
寮生活である	1
計	93

週2日が22人、週2-3日が28人、週2-4日が1人、週3日が23人、週3-4日が13人、週3-5日が2人、週4日が6人、週4-5日が5人、週5日が11人、週5-6日が2人、週6日が2人、週7日が13人、不規則が5人、無回答が6人、無効回答が1人であった。

インターネット利用目的 インターネットの利用目的に対する自由記述に回答したのは229人であった。それらの回答をクラスター分析により分類した。方法はTVのニュース番組を視聴する理由等に対するものと同じである。自由記述内容を筆者が1文ずつに書き分けて得ら

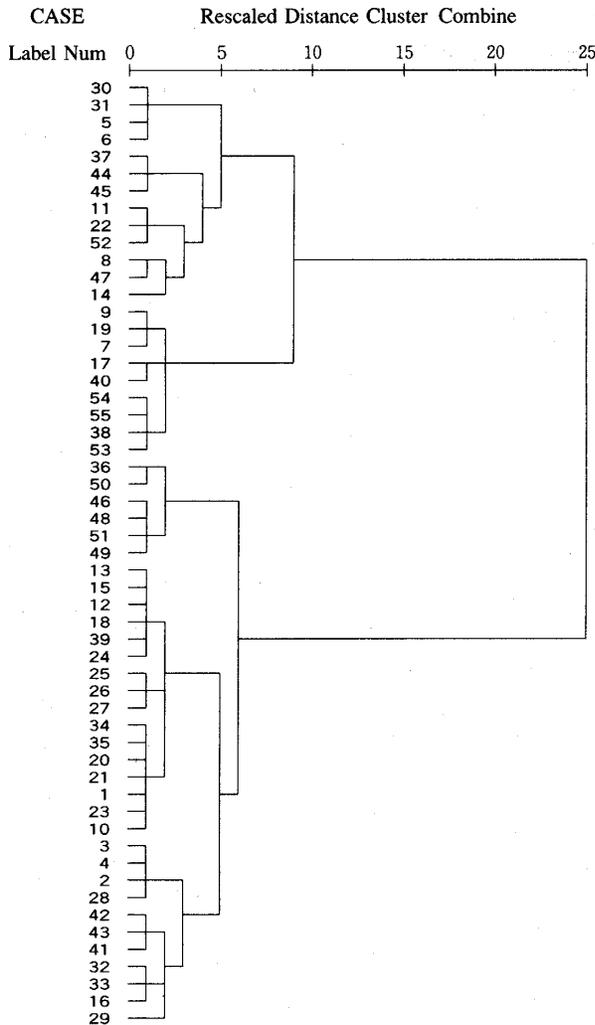


Fig.5 インターネット利用目的のデンドログラム

れた項目数は55であった。クラスター分析の結果得られたデンドログラムの早い段階で結合したクラスター毎に、55の項目を17に分類した。デンドログラムを Fig.5 に、回答の分類と55の項目、各項目の度数を Table 9 に示す。なお、1人の回答者が複数の項目を記述している場合があるので、回答者数と記述項目の度数の合計は一致しない。第一クラスターは懸賞やオークションやお得な情報などに関する言及が集まっているので、「何か得するため」にインターネットを利用していることを表していると解釈出来る。第二クラスターは講義や課題、就職活動に対する言及で占められており、「学業・就職のため」にインターネットを利用していることを表すクラスターであると考えられる。第三クラスターは「なんとなく」、「暇潰し」、「特になし」の項目から成り、インターネットの利用に「積極的な目的はない」ことを表していると考えられる。第四クラスターは「ダウンロード」と「占

い・ゲームなど」の2項目のみであるので解釈が難しいが、何かの役に立つものを探す意図が現れておらず、占いやゲームなどは娯楽目的であると考えられる。従って、「楽しむのため」にインターネットを利用していることを表すクラスターであると解釈出来る。第五クラスターは「パソコンになれる為」の1項目のみであるので、「パソコンに慣れるため」にインターネットを利用していることを表すクラスターであると考えられる。第六クラスターはチャットやメール、グリーティングカードといったコミュニケーションツールに対する言及が占めているので、「コミュニケーションのため」にインターネットを利用しているクラスターであると解釈出来る。第七クラスターはホームページの運営・更新に関する記述であるので、「ホームページの運営・情報発信のため」にインターネットを利用していることを表すクラスターであると考えられる。第八クラスターは友達や高校のクラスメートや部活といった、オフラインでの事柄への言及が占めている。従って、「オフラインの知人とのコミュニケーションのため」にインターネットを利用していることを表すクラスターであると解釈出来る。第九クラスターは航空会社や地図など、旅行や移動のときに必要な情報を探していることを表していると考えられる。従って、「必要に迫られて」インターネットを利用していることを表すクラスターであると解釈出来る。第十クラスターは知ることや情報を得ることに対する関心が共通していると考えられるので、「知識・情報のため」にインターネットを利用していることを表していると考えられる。第十一クラスターも情報に対する関心が現れているが、このクラスターでは関心のあることや最新のことに関する情報に特に目が向いていると解釈出来る。従って、「関心のあることの最新情報を得るため」にインターネットを利用していることを表すクラスターであると考えられる。第十二クラスターは「興味のある」という記述が共通しており、「興味のあることについて知るため」にインターネットを利用しているクラスターであると解釈出来る。第十三クラスターは歌手やドラマ、舞台などの情報を知るといった記述が多く、自分の好きなことに関する情報という要素が共通していると考えられる。従って、「好きな人・ものについて知るため」にインターネットを利用していることを表していると考えられる。第十四クラスターは「ウェブサーフィン」から「興味本位で」まで、目的を特に設定しないということが共通していると考えられる。従って、「なんとなく色々見て回る」ためにインターネットを利用していることを表していると考えられる。第十五クラスターは趣味という言葉が共通しており、「趣味の情報を得るため」にインターネットを利用していることを表すクラスターであると考えられる。第十六クラスターはホームページを見ることのみ

Table 9
インターネットの利用目的の分類と自由記述項目

分類名	N (分類毎)	項目	N (項目毎)
何か得するため	5	30 懸賞	2
		31 懸賞・オークションなど	1
		5 オークション	1
		6 お得な情報を知る	1
学業・就職のため	61	37 講義のプリントを印刷	1
		44 授業・課題の資料集め	55
		45 就職活動	5
積極的な目的はない	24	11 なんとなく	1
		22 暇潰し	21
		52 特になし	2
楽しみのため	5	8 ダウンロード	2
		47 占い・ゲームなど	3
パソコンに慣れるため	1	14 パソコンになれる為	1
コミュニケーションのため	59	9 チャット	4
		19 メール	54
		7 グリーティングカードを送る	1
ホームページの運営・情報発信のため	5	17 ホームページ運営	4
		40 自分のホームページの更新	1
オフラインの知人とのコミュニケーションのため	6	54 友達とのコミュニケーション	1
		55 友達のホームページを見る	3
		38 高校のクラスメイト同士で開いているホームページへの書き込み	1
		53 部活のホームページ	1
必要に迫られて	2	36 航空会社のサイトを見る	1
		50 地図や時刻表を調べる	1
知識・情報のため	90	46 情報収集	38
		48 知りたいことを調べる	1
		51 調べもの	48
		49 知識を増やす	3
関心のあることの最新情報を得るため	8	13 バイク・天気などの情報	1
		15 プロ野球の情報を得る	1
		12 ニュース	3
		18 マイナーな情報を知る	1
		39 最新情報を手に入れる	1
		24 学校のホームページを見る	1
興味のあることについて知るため	6	25 興味のあることについて調べる	3
		26 興味のあることを見る	2
		27 興味のあるページを見る	1
好きな人・ものについて知るため	17	34 好きな番組の情報を得る	1
		35 好きな有名人の情報	9
		20 映画・舞台・音楽などの情報	3
		21 音楽サイトを見る	1
		1 アーティストの情報	1
		23 歌手のホームページ	1
		10 ドラマとかを知る	1

分類名	N (分類毎)	項目	N (項目毎)
なんとなく色々見て回る	5	3 ウェブサーフィン	1
		4 ウェブ巡回	2
		2 いろいろ	1
		28 興味本位で	1
趣味の情報を得るため	12	42 趣味の情報	3
		43 趣味の追求	1
		41 趣味	8
ホームページを見て楽しむため	18	32 見て楽しむ	1
		33 娯楽	3
		16 ホームページを見る	14
掲示板を利用するため	4	29 掲示板	4
計	328		

が共通していると考えられるので、「ホームページを見て楽しむため」にインターネットを利用していることを表すクラスターであると解釈出来る。第十七クラスターは「掲示板」の1項目のみであり、「掲示板を利用するため」にインターネットを利用していることを表すクラスターであると考えられる。

今後のインターネット利用 インターネットを今後利用したいと思うかどうかについて集計したところ、「思う」が72人、「思わない」が11人、無回答が2人であった。

考 察

本研究はニュースメディアの利用行動を理由という観点から理解するものである。まず、ニュースメディア利用行動の概要について述べ、次にニュースメディアを利用する理由やしない理由、特定のメディアを選択する理由について考えていきたい。

まず、ニュースメディアの利用日数や利用状況についてである。インターネット利用の有無によって、夜のTVニュースと昼のワイドショーの利用日数間の相関係数に違いが見られた。インターネット利用のある群の方が、相関係数がやや下がっている。インターネットを利用する場所の多くが大学であること(167/238人)から考えると、昼間大学に居る時間が相関に影響を与えていると考えられる。TVニュースやワイドショーが放映されている時間にTVのある場所に居るかどうかやその時間にTVを見る余裕があるかどうかという要因を差し引けば、TVニュースを好む人はワイドショーも好むというようにも考えられる。しかし、その時間帯の他の番組

が面白くないからワイドショーやTVニュースを選んでみる可能性も高い。従って、本調査の結果からは、昼間TVをよく見る人は夜もよく見る傾向があるという点のみが指摘出来る。TVニュースを見る状況とワイドショーを見る状況、インターネットの1日あたりの利用時間については無回答者数が多く、本調査の結果から何らかの傾向をつかむことは難しい。インターネットの1週間あたりの利用日数については1日や1-3日など記述にばらつきが多く、習慣的というより必要なときや時間の空いているときに使用している様子がうかがえる。

次に、ニュースメディアの利用理由についてである。夜のTVニュース利用で最も多い理由は「世間・社会を知るため」であり、昼のワイドショー番組利用で最も多い理由は「特に理由はない」、インターネットの利用目的で最も多いのは「知識・情報のため」である。ただし、「世間・社会を知るため」がTVニュース利用理由の中で突出していたのに比べて(210/309)、ワイドショーの「特に理由はない」(98/256)とインターネットの「知識・情報のため」(90/328)という理由は、ワイドショーにおいては「面白い・興味を惹くから」(87)、インターネットでは「学業・就職のため」(61)などがあり、特に突出した理由であるとは言いがたい。TVニュースに関しては、その役割に対する考え方が利用者の中でかなり明確に定まっているのに対し、ワイドショーやインターネットに対しては娯楽や情報、時間つぶしなど、TVニュースより多様な役割が見出されていると考えられる。特にインターネットは利用目的の多さから見ても、単純なニュースメディアとしてではなく、簡易図書館やコミュニケーション媒体といった多機能ツールとして利用されていると考えられる。

夜のTVニュース番組と昼のワイドショーの選択理由からは、どのようなことがニュースメディアの利用について考えられるだろうか。夜のTVニュース、昼のワイドショー共に番組選択において「特に積極的な理由はない」が最も多い(TVニュース; 121/291, ワイドショー; 68/194)。このことから、番組の主張・立場や視聴者本人の意見を明確に意識することなく番組を視聴する層の存在が考えられる。昼のワイドショーに関しては選択できる番組数が少ないという事情があるが、夜のTVニュースは各局が複数の時間帯に放映しており、ワイドショー番組よりは選択の自由があると考えられる。

ではなぜTVニュースの番組選択においても「積極的な理由はない」が最も多くを占めたのだろうか。石川(2004)は、複数の新聞を購読する家庭が少ないことを明らかにし、この背景に日本ではどの新聞も内容は同じであるという考え方があると指摘したが、夜のTVニュースにも同様の考え方があるのではないだろうか。そして、TVニュースを見る理由に「新聞の代わりとして」というクラスターが現れていたことや、TVニュースを見ない理由に「新聞が情報源」という回答があることから、新聞とTVニュースは内容的に互換性が高いものとして見なされていることが分かる。これらのことから、時間的な余裕がなければ新聞やTVニュースの内のどれか一つを利用しておけば社会の情報は十分得られるという意識を持つことが考えられる。このような状況においては、社会的な問題に対する意見が意図せず偏っていき、自らその偏りに気付くことが難しくなることが予想される。これはあくまでも自由記述回答中に多く見られた記述からの推測であるが、今後検討していくべき課題であろう。

本研究は結果の大半が自由記述回答の分析であり、複数の項目を記述した回答者とそうでない回答者の違いが、持っている意見の違いなのか記述することの好き嫌いのせいであるのか判断出来ず、また、記述内容があまり詳細でないために解釈が難しい点があった。そのため、解釈や考察は暫定的なものであり、変数間の関係に踏み込むことも出来なかった。しかし、多数の自由記述回答を得られたことは大変貴重な収穫であり、今後はこれらの回答を基に、よりニュースメディア利用者の実態に即した調査票の開発を行い、新聞なども含めて更に調査を行うことが必要である。

引用文献

- Ewen, S. (1996). *PR! A Social History of Spin*. Basic Books. ユーウエン, S. 平野秀秋・左古輝人・挾本佳代(訳)(2003). *PR! 世論操作の社会史* 法政大学出版局
- 池田謙一(1988). 「限定効果論」と「利用と満足研究」の今日的展開をめざして—情報行動論の観点から—*新聞学評論*, **37**, 25-49.
- 石川 旺(2004). パロティングが招く危機: メディアが培養する世論 *リベルタ出版*
- Johnston, W., & Davey, G. (1997). The psychological impact of negative TV news bulletins: The catastrophizing of personal worries. *British Journal of Psychology*, **88**, 85-91.
- McCombs, M. E. (1994). News influence on our pictures of the world. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. pp. 1-16.
- 三上俊治・竹下俊郎・仲田誠・川端美樹・大谷奈緒子(1997). マスメディアが地球環境問題の認識に及ぼす影響に関する研究 平成8年度文部省科学研究費補助金・一般研究(C)研究成果報告書 研究代表者: 竹内郁郎
- 野波寛・杉浦淳吉・大沼進・山川肇・広瀬幸雄(1997). 資源リサイクル行動の意思決定における多様なメディアの役割—パス解析モデルを用いた検討—*心理学研究*, **68**, 264-271.
- 大石 裕(2000). 作られるニュース 大石裕・岩田温・藤田真文(著)現代ニュース論 有斐閣アルマ pp. 3-32.
- 鈴木みどり(1997). メディア・リテラシーとは何か 鈴木みどり(編)メディア・リテラシーを学ぶ人のために 世界思想社 pp.2-22.
- 高木 徹(2002). ドキュメント 戦争広告代理店 情報操作とボスニア紛争 講談社
- 竹下俊郎(1998). メディアの議題設定機能—マスコミ効果研究における理論と実証— 学文社