

「利用と満足」モデル構築の試み Toward a Model of “Uses and Gratifications”

石川 勝博 ISHIKAWA, Masahiro

● 国際基督教大学 International Christian University

Keywords 「利用と満足」研究, 「利用と満足」モデル, 生活行為分析
“Uses and Gratifications” Study, “Uses and Gratifications” Model,
Analysis of Actions in Life

ABSTRACT

The purpose of this study is to construct a new model concerning uses and gratifications research. This study utilized the “Theory of Life Structure-Analysis of Actions in Life” (Aoi, 1971) because human behavior involved in uses and gratifications of mass media can be regarded as an act which occurs frequently in our lives. Based on the findings of the analysis of the actions in life, factors involved in the act of television viewing can be captured through the following four concepts: motives, roles, norms and goals. Reviewing prior mass communication research, television-viewing motives can be conceptualized into two types: instrumental and expressive. Roles can be conceptualized through interpersonal communication involvement formed in groups talking about television. Norms can be regarded as future orientation based on the concept of delayed rewards through mass communication. Goals can be regarded as 4 types of gratifications obtained by television.

Based on the “Theory of Life Structure-Analysis of Actions in Life” (Aoi, 1971), the following figure may describes a more comprehensive model to further explicate uses and gratifications

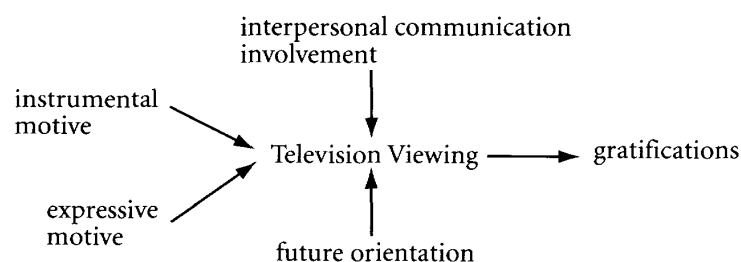


Figure: New “Uses and Gratifications” Model

The survey was conducted by a questionnaire method in January 2001. The subjects were 1572 Japanese junior high and high school students from the Tokyo, Chiba and Saitama prefectures. The total of valid responses was 1403. Through multiple regression analysis, the following relationships were found.

Instrumental motives were linked positively to Information and Personal Relationships gratification. Expressive motives were linked positively to Personal Relationships, Interest, and Diversion gratifications. Upon television viewing, when one has a strong instrumental motive to adapt to the surrounding environment, the degree of Information gratification (gaining information about the world) becomes high. When one has a strong expressive motive, gratifications concerning interest or tension reduction become high. Instrumental and expressive motives both related with Personal Relationships gratification.

Interpersonal communication involvement linked positively to Personal Relationships, Interest and Diversion gratifications. One can interpret that due to information exchange about television programs, the degree of these three gratifications are high. The audience is deeply involved through this kind of interpersonal relationship and therefore gains gratification through these three types. Furthermore these three types of gratification can be considered to be topic in interpersonal relationships that talk about television.

Future orientation had a positive relationship with Information gratification and a negative relationship with Interest and Diversion gratification. Future orientation is therefore a factor that raises the degree of instrumental gratification (Information) and lowers the degree of expressive gratification (Interest, Diversion).

The purpose of this study was to establish a new comprehensive framework concerning uses and gratifications studies and to clarify the relationship between the gratifications and other factors. Uses and gratifications studies have been criticized of having a weak theoretical research background. This study, based on the "Theory of Life Structure-Analysis of Actions in Life" presents a comprehensive model to further explicate uses and gratifications. Through indicating the relationships among the various factors and gratifications, this framework that can position television viewing in our lifestyle as an act of life.

序

現代社会において、我々はメディアの影響を一方的に受けるのではなく、メディアをどのように用いていくかという視点を持つことが必要である。こうした視点に基づくマス・コミュニケーションの研究領域に「利用と満足」研究があるが、その理論的枠組みは不明確であると批判されている。そこで本研究は、この問題の解決のために、「利用と満足」行動を捉える新たなモデルを構築することを試みた。

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）。日本人にとってのメディアとは、多くの場合テレビを指しており、我々の生活におけるテレビ視聴を明らかにすることは、メディア社会での我々のあり方に対して、示唆を与えるものと考えられる。

1. 「利用と満足」研究の背景

1.1. 「利用と満足」研究の意義

「利用と満足 (uses and gratifications)」研究は、「メディアが人々に何をなすか」という送り手側の視点からではなく「人々がメディアで何をなすか」

という受け手側の視点に立つ研究領域であり (Katz と Foulkes, 1962), 受け手がマス・メディアやその内容をどのように利用し, どのような心理的充足を得ているのかを問題とする (竹内, 1977). 受け手は, 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, 意味づけているのである。「利用と満足」研究では, 受け手は, 能動的にメディアを利用して, 様々な充足を得ていると捉えており, メディアから得ている充足の類型を提示することに関心が集まっている。

なお, 過去の研究では受け手のメディア行動を表す語として「利用 (use)」, 「消費 (consumption)」, 「接触 (exposure)」を用いることが多いが, これらの用語は, いずれも受け手が目標志向的にメディアを利用し充足を得る行動を指しているのので, 本研究ではこれらをまとめて「利用と満足」行動と呼ぶことにする。

1. 2. 充足類型に関する理論的研究—機能的アプローチ

受け手が得ている充足の類型を示すために, 社会学の機能分析 (Merton, 1957) を応用するのが, 機能的アプローチである。機能とは, Wright (1964) によると, 「あるシステムの正常な働き (operation), 適応 (adaption) あるいは調整 (adjustment) に影響する社会現象 (social phenomena) の諸結果 (consequences)」 (p.94) であり, また竹内 (1967) は, マス・コミュニケーションの機能は, マス・コミュニケーションが現実に行なっている活動がもたらした結果に基づいて, 把握するべきだと述べている。

Wright (1964) は, マス・コミュニケーションの 4 つの活動がもたらす客観的結果と機能のはたらく単位 (個人, 集団, 社会, 文化) との組み合わせによって, 機能の分類表を作成している。

彼が提示しているマス・コミュニケーションの 4 つの活動とは, 次の通りである。「環境監視 (surveillance)」活動とは, 環境での出来事についての情報の収集と提供であり, 報道活動を指している。「社会調整 (correlation)」活動とは, 環境で

の出来事と, それに関する情報の解釈を提供する論評活動を指す。「文化の伝承 (cultural transmission)」活動とは, ある世代から新しい世代へ, またはある地域から他の地域へと文化を伝達する活動であり, 教育活動を指す。そして, 「娯楽 (entertainment)」活動は, 緊張緩和に関わる活動を指している。

Wright (1964) の分類表によれば, マス・コミュニケーションの機能は, 4 つの活動のいずれかに基づいている。マス・コミュニケーションの活動が個人にもたらす結果, すなわち個人にとっての機能が, 受け手の充足であると解釈できるので, 機能的アプローチによる充足の類型は, 4 つの活動のいずれかに対応する 4 類型 (環境監視, 社会調整, 文化の伝承, 娯楽) で捉えられる。

1. 3. 充足類型に関する調査研究

調査研究では, 機能的アプローチのような理論的考察からではなく, 受け手は自らの充足を告知できるという前提のもとに, 受け手自身から得たデータに基づいて, 充足の類型を析出している。受け手は, 目標志向的にメディアを利用することで, 送り手の意図やメッセージ内容とは全く別のかたちで, 充足を得る場合があることが, 多くの研究によって示されている。

充足類型に関する調査のなかで, 今日多くの研究者によって比較的妥当とされているのが, McQuail ら (1972) の研究である。この調査は, イギリスのリーズ市民を対象に行われた。彼らは, 先ずテレビやラジオのホームドラマ, 冒険ドラマ, クイズ番組, ニュース番組の中から 6 番組を選んで, それらをいつも見ている少数の視聴者を対象に予備調査を行ない, そこから得られた充足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, それぞれの番組の充足類型を析出してまとめた結果, 1. 「気晴らし」 (Diversion), 2. 「対人関係」 (Personal Relationship), 3. 「自己確認」 (Personal Identity), 4. 「環境監視」 (Surveillance) の 4 類型

を提出している。

「利用と満足」研究では、理論研究あるいは調査研究によって、受け手の充足の類型が示されているが、実際に受け手が得ている充足を明らかにするには、これだけでは不十分である。過去の「利用と満足」研究では、同じ番組を視聴しても、受け手によっては異なる充足を得たり、異なる番組を視聴しても同じ充足を得る可能性が指摘されているからである。つまり、受け手の要因と充足との関連を検討する必要があると言える。過去の「利用と満足」研究では、受け手の要因として心理学的・社会学的諸変数を取りあげて (Rosengren と Windahl, 1972)、充足との関連を示している。

1. 4. 「利用と満足」行動に関わる心理的要因

過去の「利用と満足」研究では、メディアの「利用と満足」行動を欲求充足の過程であるとし、心理的欲求が具体的状況の中で活性化し動機が生じ、それがメディア行動の直接の起動力になると捉えている (Rosengren, 1974; Weaver ら, 1980 など)。よって、心理的要因として欲求や動機が取りあげられることが多い。

多くの研究者が、メディアに関わる欲求、動機の構造を明らかにし、類型化する必要性を指摘しているが (Katz ら, 1973; 竹内, 1976 など)、類型化のための決定的な基準がないために、「利用と満足」研究はいきづまってしまった (Elliott, 1974 など)。よって、「利用と満足」研究では、特定の理論に基づき欲求、動機を類型化することよりも、人々が、メディアに何を求めているのかを調査することで、欲求や動機の類型を示すことに関心が集まっている。

1. 4. 1. 欲求に関する研究

Katz ら (1973) は、メディア関連欲求 (media-related needs) に関する研究を行なっている。この研究では、対象とする欲求を、メディアに関連するものに限定するのではなく、先ず受け手が持つ一般的な欲求を調べている。その上で、それらの欲求の充足にマス・メディアがどの程度役立つの

かを調査して、メディアに関連する欲求の類型化を試みている。彼らは、予備調査で得られた 35 の欲求項目について、イスラエルの成人 1500 人を対象に、テレビ、ラジオ、新聞、本、映画の 5 つのメディアが、これらの欲求を充足させるのにどの程度役に立つのかを調べている。彼らは被調査者の回答を因子分析し、さらに最小空間分析 (SSA) を用いて、次の 9 つの欲求を析出している。1. 自己についての認知的欲求、2. 自己についての情緒的欲求、3. 逃避の欲求、4. 家族との関係を強めようとする欲求、5. 友人関係に関する欲求、6. 国、社会、世界に関する認知的欲求、7. 国、社会の統合に関する欲求、8. 伝統、文化に関する欲求、9. 他者の理解や接触に関する欲求

1. 4. 2. 動機に関する研究

欲求に関する研究では、メディアに関連するとは限らない一般的な欲求に関する質問項目を作成し、そのうちどの欲求がメディアに関連するのかを明らかにしている。それに対して、動機に関する研究では、直接メディア利用の理由を尋ね、それを動機として捉えている。

Rubin (1984) は、14 項目からなるテレビ視聴動機と番組種類別の視聴量によって、受け手の視聴タイプを示している。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、「道具的視聴 (instrumental television viewing)」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、ドキュメンタリー、インタビュー番組を好む、番組内容中心の視聴タイプである。これに対して、「慣例的視聴 (ritualized television viewing)」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、アクション番組、音楽番組、バラエティ番組、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を指している。

さらに理論的研究においても動機は 2 つに類型化されることが多い。例えば、池田 (1988) は、「利用と満足」行動を情報処理の過程と捉えている。その行動の基礎となる動機は、外界の状況を予期

し、自己の価値観や世界観を形成する道具性ニーズと、行動、感情を代理経験することで興奮したり、迫力を楽しむコンサマトリー性ニーズであるとしている。また、McQuail (1991) は、「利用と満足」行動の全体像を示すモデルとして、「認知モデル (cognitive model)」と「文化モデル (cultural model)」を提示し、「利用と満足」行動の動機を、社会への関心といった認知的動機と、心理的な関与への期待といった情緒的動機から捉えている。

1.5. 「利用と満足」行動に関わる社会的要因

「利用と満足」研究では、受け手の充足に関連する要因として、社会的要因も取りあげられ、特に準拠集団、対人関係との関連が明らかにされている (Riley と Riley 1951; 水野, 1977 など)。近年の「利用と満足」研究では、社会的要因が取りあげられることは少ないが、「利用と満足」行動は、受け手の心理的、社会的要因の関数であるとされ (Rosengren と Windahl, 1972)、受け手の社会的要因によってメディア行動や充足が異なることが示されているので、過去の研究の成果を参考にする必要があるだろう。

1950年代に行われた初期の研究では、充足と関連する社会的要因として特に準拠集団に着目している。これらの研究は、家族集団準拠の子どもは逃避の充足を、仲間集団準拠の子どもは社会的効用の充足を得ていることを示している。しかし、その後の研究により、準拠集団そのものではなく、対人関係の葛藤が充足の規定要因として働いていることが見い出された。受け手が対人関係の葛藤を感じている場合には、メディア利用により逃避の充足を得ており、対人関係が良好な場合は、社会的効用の充足を得ているのである。従って、充足に関わる要因として、準拠集団ではなく対人関係を取りあげ、そこでどんなコミュニケーションが行われているのかを検討する必要がある。

1.6. 「利用と満足」行動を捉える枠組みの必要性

過去の「利用と満足」研究では、機能的アプロ

ーチと調査研究から、充足の類型が示されている。しかしながら、受け手の心理的、社会的要因が異なれば、得ている充足も異なるので、実際に受け手が得ている充足を明らかにするには、単に充足の類型を示すだけでは不十分である。従って、これまで述べてきた研究を総合的に捉える枠組みが必要と言える。

各要因と充足との関連を示している先行研究の問題点として指摘できるのは、各要因の選定基準となる理論的背景が明確にされないまま、それぞれの研究者によって独自に設定された、充足に関連するであろう変数が取りあげられていることである。これらの研究は、ある要因と充足との関連を示すことで、「利用と満足」行動の一側面を明らかにしてはいるが、「利用と満足」行動全体を捉えるための枠組みを示すに至っていないと思われる。そのため、「利用と満足」研究は、単に実証的なデータを収集するにとどまり、理論的背景が弱い研究領域であるとししばしば批判されている。例えば、Elliott (1974) は、「利用と満足」研究は本質的に理論を欠いているとし、Swanson (1977) も、「利用と満足」研究の基礎となる理論は、明らかにされていないと述べている。今日でも、同様の批判がなされている (McQuail, 1991; 斉藤, 1998; Ruggiero, 2000など)。

そこで、今必要とされるのは、「利用と満足」行動に関わる要因を措定し、それらが「利用と満足」行動においてどのように働くのかを明らかにする枠組みとしてのモデルを提示することと考えられる。

2. 「利用と満足」行動を捉える枠組みの検討

本研究は、「利用と満足」行動を捉える枠組みを示すために「利用と満足」のモデルの構築を試みる。コミュニケーション・モデルとは、McQuail と Windahl (1981) によると、ある事象を単純化して記述したものであり、コミュニケーション過程の主要な要因、およびこれらの関係を示すものと定義されている。本研究では、「利用と満足」モデルを、受け手がメディアを利用して充足を得るま

での過程に関わる要因，およびその関係を示すものとして捉えることにする。

新たなモデルを構築する方法として，従来の「利用と満足」のモデル，あるいは他の研究領域の枠組みを応用することが考えられる。そこでまず，従来の「利用と満足」のモデルの応用可能性を検討する。過去のモデルの研究は，充足と関連する要因の関係を検討して構築された一般モデルと，心理学の理論に基づく「期待－価値」モデルを応用した研究とに分けられる。以下，それぞれの主な研究の特徴と問題点を指摘する。その上で，本研究が「利用と満足」研究が依拠する理論として新たに着目した，行為理論に基づく生活行為分析について述べる。

2. 1. 「利用と満足」の一般モデルの応用可能性

代表的な「利用と満足」の一般モデルの研究に竹内(1976)のものがある(図1)。彼は，受け手の充足を規定する諸要因を検討し，「利用と満足」行動の過程を簡潔なかたちで試論的にモデル化している。

このモデルでは，受け手は「社会的条件」及び「個人的特性」によって生じる要求(欲求)に従って，行動を起こすとする。社会的条件には，特に集団関係や対人的な緊張，政治的・社会的事件などが含まれ，個人的特性とはパーソナリティ特性などを指している。そしてマス・コミ接触に影響するのが，メディア・イメージとメディアへの接

近可能性である。メディア・イメージとは，メディアの有用性や信頼性に対する一般的，個人的評価である。そして，メディアへの接近可能性とは，メディアが手近にあるといった物理的条件，その場では接触がはばかれるなどの社会的条件を意味する。これらの影響で，メディアへの接触により充足を図ろうとするか，それ以外の方法で充足するかを決定する。そして，メディアに接触した場合には，充足または，不充足が生じてメディア・イメージに影響を与える。

このモデルは，受け手の充足に関わる要因の関係を簡潔に示している。その要因としては，従来の研究で扱われている心理的，社会的要因以外にも，メディア・イメージやメディアへの接近可能性が含まれている。このモデルの要因で，「利用と満足」行動がどれだけ説明可能であろうか。これらの要因以外にも，充足に関わる要因が存在する可能性も否定できないからである。このモデルの有用性を示すためには，モデルの各要因が，充足とどのような関連があるとの想定に基づいて選定されたのか，その基準を検討する必要がある。

しかしながら，モデルの要因の選定基準や理論的背景は明らかにされていないため，このモデルが充足の説明するための要因を十分に網羅しているのか否かを判断できないのである。また，各要因の定義が広義であり，それらが具体的にどのような変数として扱えるのか明確に示されていない点も問題であると思われる。

「利用と満足」のモデルとして，しばしば引用さ

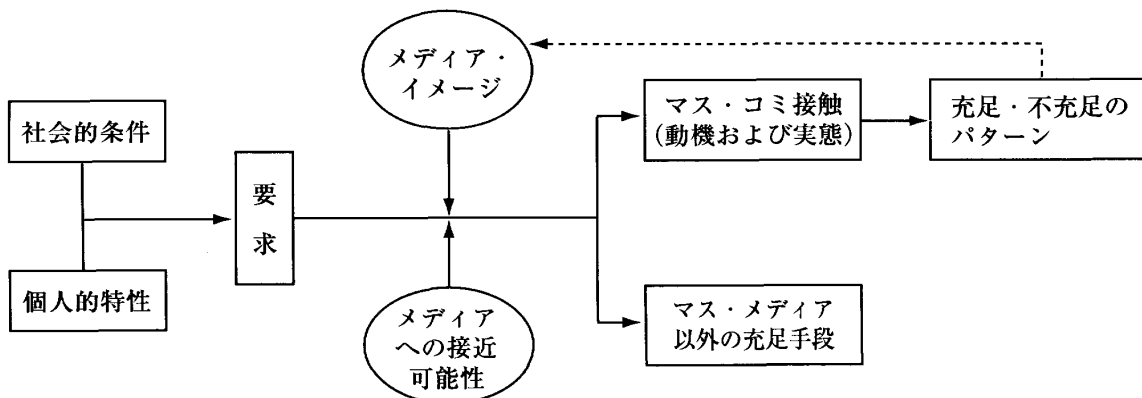


図1 「利用と満足」研究のためのマス・コミュニケーション行動図式 (竹内, 1976, p.106)

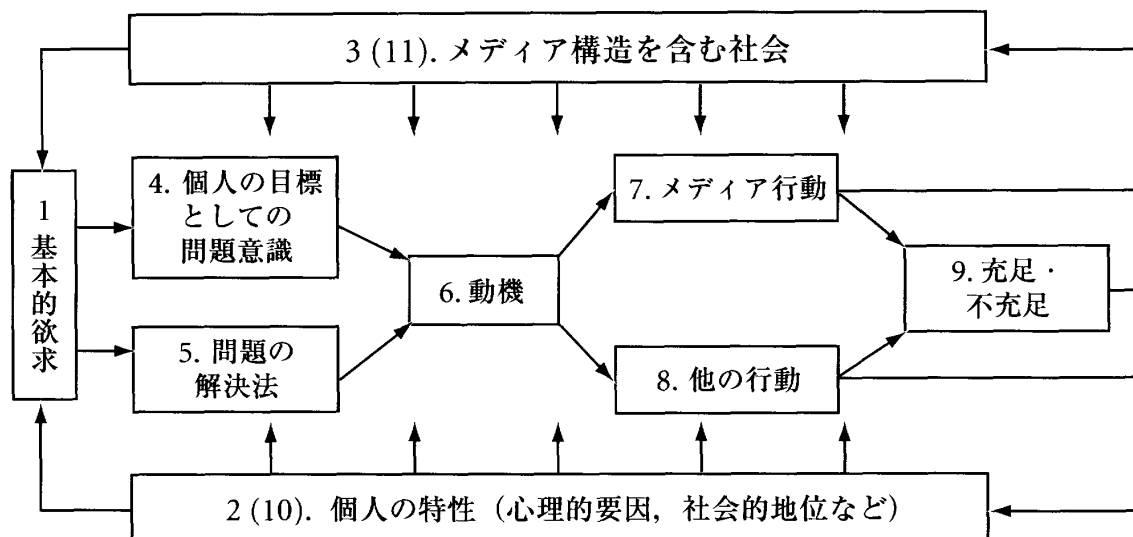


図2 「利用と満足」研究のパラダイム (Rosengren, 1974, p.271)

れる研究に、Rosengren (1974) のものがある (図2)。このモデルも、「利用と満足」行動を欲求充足の過程と捉えているが、竹内のモデルよりも、受け手の心理過程を詳細に示している点に特徴がある。

このモデルが示す「利用と満足」行動の過程は次の通りである。1. 基本的欲求が、2. 個人の特性と、3. メディア構造を含む社会のそれぞれと相互作用する。その結果、社会の影響で、4. 個人の目標としての問題意識が生まれ、また、個人の特性により、5. その問題の解決に役立つ方法を知覚する。そして、これらの組み合わせが、6. 動機を生む。その動機に基づき、7. 様々なメディア行動、あるいは、8. 様々な他の行動をする。それが、9. 充足や不充足をもたらし、それが、10. 個人の特性に影響を与え、また、11. 社会にも影響する。このモデルは、様々な要因を取りあげ、充足の結果が個人や社会に与える影響までも考慮している点で、より包括的であると言える。

このモデルの問題点として指摘できるのは、竹内モデルと同様に要因の選定基準が明示されていないことである。さらに、各要因の内容を検討すると、例えば、「3. メディア構造を含む社会」は、社会全体を対象とする広義な概念であり、その内容については詳しく述べられていない。要因によっては、具体的にどのような変数として捉えられるのかが明示されていないと言える。

以上に挙げた「利用と満足」の一般モデルは、同一の事象の解明を試みているが、それぞれが様々な要因を取りあげ、その形態が異なっている。つまり、「利用と満足」行動に関わる要因については、各研究者によって意見が分かれているのである。これらのうち、最も有用なモデルを示すには、各モデルが「利用と満足」行動に不可欠な要因をどれだけ網羅しているのかを明らかにしなければならない。そのためには、各モデルの要因の選定理由の検討が不可欠であるが、その理論的背景は明確にされていないのである。

これらの研究は、あらかじめ「利用と満足」行動を捉える理論を設定し要因を措定するのではなく、モデルの各要因に関する研究事例を積み重ねて、「利用と満足」行動に関わる要因を整理し、理論を示す第一段階として、仮説的にモデル構築している。しかし、これらモデルを実証する作業については、ほとんど進んでいない (竹下, 1998)。つまり、一般モデルの研究は、各研究者が独自の要因を取りあげて検討する段階にあり、「利用と満足」行動を総合的に捉える理論を提示するには至っていないと言える。現時点では、どのモデルが「利用と満足」行動の説明に必要な要因を網羅しているのか判断できず、新たな「利用と満足」のモデル構築の基礎とすべき一般モデルを選定することは難しいと言える。

一般モデルの研究を概観するうちに浮かび上が

った問題は、モデルの要因をどのように措定するかということである。一般モデルの研究は、受け手の充足に関わるであろう様々な要因を仮説的に取りあげ、その間連を検討する方法を採っている。こうした方法は、充足に関わる要因は明らかになるが、どれだけの要因があれば、「利用と満足」行動全般が、明らかになるのかは分からない。むしろ、「利用と満足」行動全般を捉える特定の理論をあらかじめ設定してから、要因を措定する方法を採るべきと思われる。

2.2. 「期待-価値」モデルの応用可能性

従来の「利用と満足」研究にも、理論的背景を示し、実証的データに基づき構築されているモデルが存在する。それが、PalmgreenとRayburn (1982) による「期待-価値」モデルである。彼らは、人間の一般行動を説明する「期待-価値」モデル (Feshbein と Ajzen, 1975) を応用して、モデルを構築している。

この研究で注目すべき点は、心理学の理論を取り入れて「利用と満足」行動を捉えるための要因を整理していることである。このモデルは、「行動や行動意図や態度のいずれか（あるいはその3つすべて）は、期待 (expectancy) あるいは信念 (belief) と、価値 (value, evaluation) の関数である」 (Palmgreen と Rayburn, 1982, pp.562-563) との理論前提に基いている。期待あるいは信念とは、態度が特定の特質をもつことか、ある行動がある結果になることを知覚する可能性を意味し、価値とは、その特質や結果に対して肯定か否定かの情緒的評価の程度を意味している。そして、メディア行動を「信念」と「価値」の関数であると考

そこに、「追求される充足」と「獲得された充足」を加えて構築したのが、図3に示す「期待-価値」モデルである。

このモデルによると、「利用と満足」行動は次のように説明される。特定の番組が自分に何をもたらすかという受け手の「信念」（あるいはメディアがもたらす内容についての期待）と、ある番組が受け手にとって良いものか悪いものかについての「価値」（信念に対する評価）とが、掛け合わせり、信念と結びついた価値、すなわち、「追求される充足」が生まれる。つまり、信念と価値によって、番組に対する「追求される充足」が規定される。そして「追求される充足」は、そのメディア消費を直接的に規定し、それがまた「獲得された充足」の規定要因となる。さらに「獲得された充足」からフィードバックして、番組が自分に何をもたらすかという「信念」に影響する。

「期待-価値」モデルは、「信念」、「価値」、「追求される充足」、「獲得された充足」の要因によって、「利用と満足」行動の解明を試みるものである。このモデルは、理論から措定された要因に基づいて構築されているが、従来の「利用と満足」研究で取りあげられてきた、対人関係などの社会的要因を含んでいない点に問題があると考えられる。過去の研究では、社会的要因によって、受け手が実際に得る充足は異なることが示されているからである。また、彼自身も、社会的要因としての他者の存在が、「利用と満足」行動に関わることを示唆している (Palmgreen と Rayburn, 1979)。従って、「期待-価値」モデルは、「利用と満足」行動全般を説明するには不十分であると考えられる。

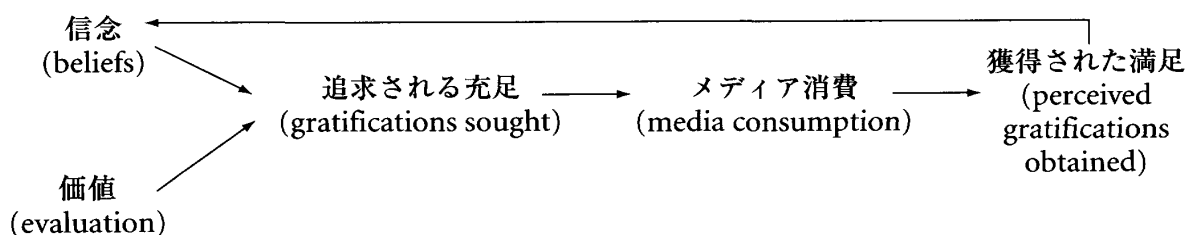


図3 「期待-価値」モデル (Palmgreen と Rayburn, 1985, p.64)

2.3. 生活構造理論における生活行為分析

従来のモデルの研究を概観した結果、モデル構築の方法として、充足に関連するであろう要因を取りあげて、それらをまとめるのではなく、先ず「利用と満足」研究が依拠する理論を設定し、その理論に基づいてモデルの要因を示すべきと考えた。そこで本研究は、生活構造理論（青井ら、1971）における生活行為分析（青井、1971）に着目した。以下、生活構造理論について概観し、生活行為分析がテレビの「利用と満足」行動にも応用できるのかを検討していく。

2.3.1 生活構造理論の特色

戦後、日本人の生活に様々な変化が起こり、複雑化することで、多くの問題が生じた。生活構造理論は、その解決を図らねばならないという社会的要請から生まれ、経済学、家政学、社会学などの多様な領域で研究されている。

青井（1971）の生活行為分析の背景となっているのは、Parsons と Shils（1951）による「行為の総合理論（General Theory of Action）」である。行為とは彼らによると、主体としての個人が、内面にある欲求から生じる動機に基づき、自分にとっての状況から諸要素を取り入れて、それらに関連づけることによって、欲求充足という目標達成を目指す目標志向的な行動を意味している。行為は、個人に焦点を当てたパーソナリティ体系、複数の行為者の相互行為からなる社会体系、さまざまなシンボルの体系としての文化体系の3つの体系からなっている。これらは相互依存的関係にあり、行為の体系をなしている。

生活構造理論では、我々の生活は行為の体系であるとする。松原（1971）は、人はよりよく生きる、生活を充実させるという目標に向かって生活を営むとし、我々の生活行動は目標志向的であり、その意味で「生活行為」と呼ぶべきだと述べている。我々の生活は、様々な目標志向的な生活行動（生活行為）からなる体系であり、個人を取り囲む環境のなかで、目標達成のために行なう生活行為が、その人に1つ体系をなしているのである。

生活構造理論の目的は、生活構造の基本的単位である個人の生活行為を分析することにある。具体的には、個人を取り囲む生活空間のなかで、目標達成のために行う生活行為の条件の結合法則を解明することである（大村、1971）。すなわち、個人の生活行為に関わる諸要因の関連を示すことである。

本研究では、生活行為に関わる諸要因を示している青井（1971）の生活行為分析を応用して、「利用と満足」のモデルを構築する。そのために、先ずこの枠組みを「利用と満足」研究に応用する適否を検討する。

2.3.2. 生活行為分析の「利用と満足」研究への応用

生活行為分析の「利用と満足」研究への応用可能性を検討するために、それぞれの特色を比較検討した。その結果、この2つの研究領域は、次の3点が共通していることが分かった。1. 目標志向的行動、すなわち行為を分析対象にしていること、2. その分析の中心を、生活者、すなわち受け手個人においていること、3. その過程を欲求充足の過程と捉えていること。従って、生活行為分析は「利用と満足」研究の理論前提と適合的であり、「利用と満足」行動の分析に応用できると考えた。

本研究が、「利用と満足」モデルを構築するための枠組みとして応用することにした、青井（1971）の生活行為分析の枠組みを次項の図4に示す。

青井（1971）は、生活行為に関わる諸要因の関係を、次のように説明している。「行為」は、「動機」を起動力とし「役割」と「規範」に規制され、「目標」達成を目指すものである。動機、役割、規範、目標は、それぞれ行為者にとって「環境」として存在するパーソナリティ体系、社会体系、文化体系、価値体系に基づき、行為者にとっての「状況」となる。そして、行為の内容や特質は、手段・便益として何を用了かによって決定される。

本研究の分析対象となるテレビの「利用と満足」行動とは、手段・便益としてテレビを用いる行為と考えられる。これを本研究では「テレビ視聴行為」と呼び、「テレビを手段・便益として用い、充足を目指して目標志向的にテレビを視聴すること」

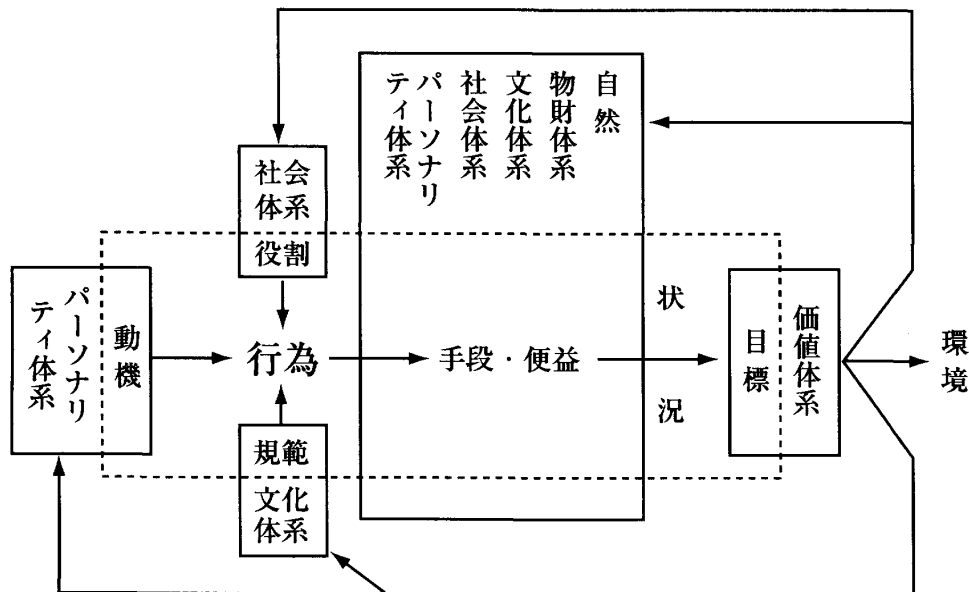


図4 生活行為分析の枠組み (青井 1971, p.145)

と捉える。そして、テレビ視聴行為の規制要因として、図4に基づき、動機、役割、規範、目標を挙げることができ、その過程は、「動機を起動力とし、役割、規範に規制されながら、目標達成を目指す」と説明できる。

3. テレビ視聴行為の規制要因

本研究が新たに構築する「利用と満足」モデルは、動機、役割、規範、目標からなる。以下では、各要因がどのような変数として捉えられるのかを検討する。

3.1. テレビ視聴行為動機

行為理論では、パーソナリティ体系を欲求の複合体と捉え、それに基づいて動機が生まれ、それが行為の起動力となるとする (Parsons と Shils, 1951)。これは、生活行為分析においても同様である (図4)。過去の「利用と満足」研究も、「利用と満足」行動の出発点を欲求とし、そこから動機が生まれるとする (Rosengren, 1974)。以上のように、生活行為と「利用と満足」行動のいずれとも、動機がその起動力となる。従って、テレビ視聴行

為も同様と考えられる。本研究では、これを「テレビ視聴行為動機」と呼ぶことにする。

過去の「利用と満足」研究が提示してきたメディア利用の動機の研究については、1.4.2.で既に述べた。これらの研究 (Rubin, 1984; 池田, 1988; McQuail, 1991) は、いずれも動機を2類型で捉えている。そこで、これらの研究が示した動機の対応関係を検討して、テレビ視聴行為動機の内容を示すことにする。

Rubin (1984) は、テレビ視聴の動機を道具的視聴と慣例的視聴とに分けている。前者は、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、後者は逃避、習慣、興奮、ひまつぶし、休息の各動機と関連するものである。これらはそれぞれ、視聴したテレビ番組内容を用いて外界に適応しようとするものと、番組内容に感情移入するなどの内的維持に関わるものを指すと解釈できる。池田 (1988) は、得た情報を適切な機会に利用するために蓄積する道具的側面と、情報をその場で消費するコンサマトリーな側面とに分けている。McQuail (1991) が挙げている動機とは、社会への関心という認知的動機と心理的な関与への期待といった情緒的動機である。これらも同様に、それぞれ外界適応に関するものと、内的維持に関するものに分類できる。

まとめると、外的適応に関わる動機に対応するのが、Rubin (1984) の道具的視聴、池田 (1988) の道具性ニーズ、McQuail (1991) の認知的動機であり、内的維持に関する動機に対応するのが、Rubin の慣例的視聴、池田のコンサマトリー性ニーズ、McQuail の情緒的動機であると言える。これらは、行為理論の用語を用いれば、それぞれ道具的、表出的な側面と言えるので、過去の研究で見出されたテレビ視聴の動機は、この2類型に分類できることになる。よって、本研究では、テレビ視聴行為動機を道具的動機と表出的動機の2類型で捉えることにする。生活構造理論において生活行為の動機を分類した場合にも、同様の2類型に分類可能であることから（松原1971, p.106）、この2類型は妥当と思われる。

3.2. テレビ視聴行為に関わる役割

テレビ視聴行為の規制要因の1つとして、社会体系に基づく役割がある（図4）。青井 (1971) は、社会体系とは、対人関係や社会関係を意味し、役割はその概念上の単位であるとする。そして、行為者の役割形成は、どのような対人関係ないし社会関係を結んでいるかにかかっている。これを、テレビ視聴行為に関わる役割に適用すると、受け手はテレビに関わる対人関係を形成しており、その中でなんらかの役割を担っていると捉えられる。

テレビに関わる対人関係という場合、日常的にはテレビ番組について他の人と話しあうことを意味することが多い。こうした対人関係のなかで、受け手が果たす役割を検討する枠組みとして、オピニオン・リーダーシップ研究がある。

Lazarsfeld ら (1948) は、大統領選の投票行動について調査した結果、マス・コミュニケーション内容は、先ずオピニオン・リーダーへ流れ、それから比較的活動的でないフォロアーへ流れることが多いことを明らかにしている。これが、コミュニケーションの二段の流れ仮説である。この研究によって、オピニオン・リーダーは、マス・コミュニケーションとパーソナル・コミュニケーションとを中継する役割を持っており、人々に情報を

与えることが明らかになった。その後、Katz と Lazarsfeld (1955) の研究により、オピニオン・リーダーはフォロアーに対して、情報だけではなく、影響を与えることが分かった。

さらに、その後の研究でオピニオン・リーダーは情報や影響を与える (offer) だけではなく、時には追求する (seek) こともあることが示された (Troidahl ら, 1965; Saunders ら, 1974)。また、コミュニケーションの流れにおいて、オピニオン・リーダーからフォロアーへという流れだけでなく、フォロアー間にも段階的な流れが見られた (コミュニケーション多段の流れ)。従って、テレビ視聴行為に関わる対人関係を捉える場合には、オピニオン・リーダーとフォロアーという二分的関係ではなく、コミュニケーションの流れへの関与度としてのオピニオン・リーダーシップが問題となる (阿久津, 1977)。

阿久津ら (1996) の研究では、オピニオン・リーダーシップ研究を応用して、メディアに関わる子どもの仲間集団形成過程を検討している。ここでは、阿久津 (1977) の指摘に基づき、オピニオン・リーダーシップを、コミュニケーションの3つの流れへの関与度と捉えている。すなわち、感情の流れ (成員同士の好き嫌いなどの感情のやりとり) への関与度、情報の流れ (情報のやりとり) への関与度、影響の流れ (助言などのやりとり) への関与度である。そして受け手は、それぞれの流れに「提供」(offering)、「追求」(seeking)、「ソース」(source) といったかたちで関与している (阿久津ら, 1996)。

以上のように、テレビについて話す対人関係とは、コミュニケーションの3つの流れへの関与、すなわち感情、情報、影響のやりとりを意味すると言える。そして、受け手は、コミュニケーションの流れに関与することで、テレビ視聴行為に関わる役割を遂行していると考えられる。本研究は、阿久津ら (1996) の研究に従い、テレビ視聴行為に関わる役割を、テレビについて話す対人関係でのコミュニケーションの3つの流れへの関与度で捉え、「対人関与」と呼ぶこととする。

3.3. テレビ視聴行為に関わる規範

生活行為の規制要因としての規範は、社会秩序を維持する役割を果たし、文化体系に基づき形成される(図4)。文化体系は、パーソナリティに内在化されたり、社会体系の中に制度化されて、行為を導く指針(規範)となっているが、他の2つの体系のように、諸行為の体系というよりも、これら2つの体系から抽象された別個の体系として存在している(ParsonsとShils, 1951)。文化体系とは、相互行為の持続を維持する規範的なパターンであり、一般化された相互行為の方法を示す規範の体系なのである。

規範は、一般的に2つの側面から捉えることができる。例えば、松原(1958)は、規範を守らねばならないとする観念と、現実にそれに従っている行動とで捉えている。また、見田(1966)は、成員の行為において追求されるべき価値基準と、その実現のための正しい行為様式の指示とに分けている。これらの規範の2側面は、それぞれ「価値基準としての規範」と「行為様式としての規範」と言い換えられよう。

メディア行動に関わる規範として、過去のマス・コミュニケーション研究が取り上げているのは、「価値基準としての規範」としての「未来志向」である。これは、遅延報酬的(deferred reward)な規範を意味している。

Schrammら(1961)は、アメリカ社会に支配的な2つの生き方(SchneiderとLysgaard, 1953)と2つのメディア行動との関連を示している。2つの生き方とは、未来のための満足を重視する遅延報酬的規範に基づく「未来志向(future orientation)」型の生き方と、現在の満足を重視する即時報酬的規範に基づく「現在志向(present orientation)」型の生き方である。これら2つの生き方の志向は、生き方を規定するという意味で「価値基準としての規範」と解釈できる。一方、2つのメディア行動は、テレビ視聴量と活字メディアの利用度から分けられている。すなわち、テレビ視聴量が少なく、活字メディア利用が多い「現実志向型」と、テレビ視聴量が多く、活字メディア利用が少ない

「空想志向型」である。

彼らが、デンバーの10年生を対象とした調査を行なった結果、未来志向度が高い者は、メディア行動が現実志向型であり、低い者は空想志向型である傾向が見られた。未来志向の度合いによって、メディア行動は異なると言える。未来志向が高い者は、現実的な知識を得られるメディア(印刷物)により多く接触し、低い者は、娯楽的なメディア(テレビ)により多く接触していると言えよう。

Furu(1971)は、Schrammら(1961)の「未来志向」に基づいて尺度を作成し、それをを用いて調査を行なっている。その結果、未来志向得点の高い者は低い者よりも情報番組を好むこと、未来志向得点が低いほどテレビ視聴量が多いことが明らかにされている。

無藤と白石(1999)は、現在の中高生には、2つのコミュニケーション・パターンが見られることを示している。彼らによると、現在の中高生は、将来に目標を持ち勉学などに対して前向きで、積極的な行き方を目指す「将来志向」型のもものと、勉学は後回しにして今の楽しさを重視する「現在志向」型のものに二分される。現在志向型の子どもは、テレビが必要だと考え、バラエティや音楽番組などの娯楽的な番組を好むことが分かった。

過去のマス・コミュニケーション研究では、メディア行動に関わる規範として、遅延報酬的な規範である未来志向が用いられている。研究によっては、将来志向の語が用いられているが、その背景を遅延報酬にしているのが、未来志向と同義と思われる。メディア行動に関連する規範としての未来志向は、「利用と満足」行動を行為として捉えた場合にも、その規制要因としての規範となりうるであろう。よって本研究では、テレビ視聴行為に関わる規範として、遅延報酬的な価値基準としての規範である「未来志向」を用いることにする。

3.4 テレビ視聴行為の目標

行為目標は、生活者個人により異なるので多岐に渡ると思われるが、「利用と満足」研究の視点からすると、テレビ視聴行為の目標とは、前述の

「機能」あるいは「充足」がそれに相当すると考えられる。

Wright (1964) の機能的アプローチによる受け手の充足類型は、環境監視、社会調整、文化の伝承、娯楽の4つの活動に対応する4類型で捉えられる。また、McQuailら(1972)の調査によって見出された気晴らし、対人関係、自己確認、環境監視の4類型は、今日では多くの研究者に妥当と認められている。

受け手の充足は、機能的アプローチ、調査研究のいずれにおいても4つに類型化されているが、それぞれに全く問題がないわけではない。Wright (1964) の4類型は、理論的検討がなされているが、さらにそれを裏づける実証的なデータを示す必要があると考えられる。一方、McQuailら(1972)の研究は、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、それぞれが提出した4類型の内容を検討し対応づけることで、それぞれの問題点を補完できると考えられる。以下、それぞれの対応関係を検討していく。

Wrightによる「環境監視」活動とは情報の収集と提供などの報道活動を指している。一方、McQuailらの「環境監視」の充足とは、現実を探求し、公的な出来事についての情報や意見を得ることを示している。これは報道活動の結果を、受け手の立場から見たものと捉えられるので、この2つは対応する。

「社会調整」活動とは、論評活動を指し、人々に意見交換の場を提供するという結果をもたらすとされる。これを受け手の視点から見ると、対人関係の構築の機能を意味している。McQuailらの「対人関係」の充足とは、現実的あるいは疑似的対人関係に関する充足である。これは、社会調整活動の結果を指していると解釈できるので、「社会調整」と「対人関係」とが対応する。

「文化の伝承」活動とは、教育活動を指している。「自己確認」の充足とは、生活の様相を知ること、受け手が自分自身の状況や性格を再確認すること、社会適応のための対応策を学習することを意味している。これは送り手の側から見ると教育的活動

の結果と解釈できる。従って、「文化の伝承」と「自己確認」とが対応する。

そして、緊張緩和に関する活動である「娯楽」活動は、日常生活からの逃避や情緒的解放である「気晴らし」の充足と対応すると考えられる。

以上のように、マス・コミュニケーションの4つの活動が個人にもたらす結果(機能)と、調査研究による4つの充足類型との対応を示すことができた。従って、受け手のメディアによる充足は、理論的にも実証的にも4類型で捉えられると考えて良いだろう。

これまで、受け手がメディアから得る gratification の訳語として、従来用いられている「充足」を用いてきた。しかし、生活行為分析の視点からすると「満足」を用いるべきと考えられる。松原(1971)の生活の定義に従えば、受け手はその生活をより良くするという目標に向かって、生活していることになる。テレビ視聴行為は、生活行為の1つであるので、受け手は生活をより良くするために、目標を持ってテレビを視聴し充足を得ていることになる。この場合、充足は生活を良くするための条件であると言えるが、青井(1971)は、客体的な「充足」と主体的な「満足」とに区別すべきだとしている。

「利用と満足」研究では、充足は受け手とメディアの相互作用の結果であり、充足したか否かは受け手の知覚に依存するとしている(McQuailら1972)。また、Palmgreenら(1985)は、獲得された充足とは、知覚されたものであると述べている。すなわち、「利用と満足」研究が言う充足とは、自分が充足したという知覚の程度を意味している。これは、主体的な「満足」であると言えるので、以下本研究では、「満足」の語を用いることにする。

3.5. 「利用と満足」モデルの構築

これまで述べてきたテレビ視聴行為の各規制要因の関係を、青井(1971)による生活行為の過程の説明に従って示すと次のようになる。(1) 道具的、表出的動機を起動力とし、(2) 対人関与に規制され、

(3) 未来志向にも規制されて、テレビを視聴して、
 (4) 満足を得る。これに基づき構築したのが、図 5 に示す「利用と満足」モデルである。

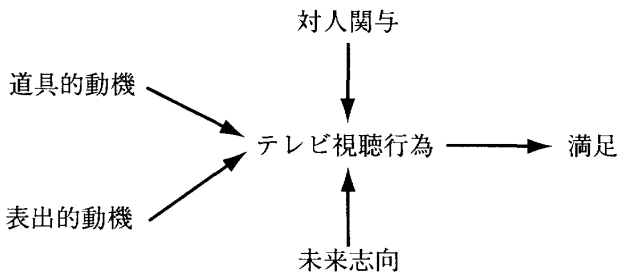


図 5 「利用と満足」モデル

モデルを構成する各規制要因の定義は、次の通りである。

道具的動機：外界への適応のために、情報を求める動機

表出的動機：自己内部の情緒的安定、維持を図る動機

対人関与： テレビについて話す対人関係でのコミュニケーションの 3 つの流れへの関与度

未来志向：遅延報酬的な価値基準としての規範

満足

情報獲得満足：社会環境についての情報を得る満足

対人満足：登場人物に感情移入したり、同一化する満足

興味満足：物事に関心が惹きつけられる満足

気晴らし満足：日常生活での緊張を緩和する満足

満足の 4 類型は、予備調査の結果得られたものである。項目は、日本の番組事情を踏まえている日本民間放送連盟放送研究所 (1979) による調査項目を基に作成した。予備調査では、良く視聴する番組から得た満足に関する項目に、5 段階尺度で回答させ、その結果を因子分析した結果、この 4 類型が見いだされた。その内容について、McQuail ら (1972) の充足との対応が見られる。Wright

(1964) の 4 類型との対応関係を検討したところ、環境監視と情報獲得が、社会調整と対人が、文化の伝承と興味が、娯楽と気晴らしとが照応することが分かった。従って、これらは過去の機能や充足の類型を踏まえており、テレビ視聴による満足の測定項目として妥当と考えられる。

以上のように、生活行為分析に基づき「利用と満足」行動を捉える枠組みとして、新たな「利用と満足」のモデルを構築した。

4. 調査

4.1. 調査の目的

本研究が新たに構築した「利用と満足」モデルの各規制要因の関連を示すために、調査を実施した。

4.2. 調査対象と調査時期

調査対象は、中学生、高校生とした。Schramm ら (1961) は、10 代前半にメディア行動の「転換点 (turning point)」が存在することを指摘し、この時期を過ぎるとメディア行動が分化し、メディアへの嗜好がはっきりしてくるとしている。Furu (1965) は、日本においても同様の結果が見られたと報告している。従って、10 代前半から後半の年代にある中高生は、転換点を過ぎており、テレビへの嗜好が形成され、目標志向的にテレビを視聴していると考えられる。

2001 年 1 月の初旬から中旬にかけて、同一のテレビ番組放送圏に含まれる、東京都、千葉県、埼玉県の中学校、高校で、調査を実施した。このうち、回答漏れがあるなど分析に不適切なものは除外した。その結果、1403 名分のデータ (男 749 名、女 643 名、性別不明 11 名) を分析の対象とした。

4.3. 調査の方法

質問紙法により実施した。

4. 4. 調査内容と結果

4. 4. 1. テレビ視聴行為動機

被調査者の道具的動機と表出的動機の強さに関する質問をした。予備調査の結果得られた、各11問からなる道具的動機、表出的動機の測定項目(表1)に、「全くその通り」から「全くちがう」の5段階尺度で回答させた。各動機の得点平均と標準偏差を表2に示す。なお、各動機の最低点は11点であり、最高点は55点である。

表1 テレビ視聴行為動機の測定項目

<p>道具的動機</p> <p>常識を知りたいから 世の中で話題や問題になっていることを知りたいから 今の社会のできごとを理解したいから 今度、何かを買うときの参考にしたいから 実際に使える知識を手に入れたいから 自分が社会に対して何ができるか知りたいから 生活に役立つ知恵を得たいから テレビに出ている人の、考え方や行動を参考にしたいから 前から知っていたことを、もっとはっきりと分りたいから 「へー、そうだったのか」、「なるほどねえ」と感じたいから 今まで知らなかったことを、知りたいから</p>
<p>表出的動機</p> <p>テレビに出てくる場面を見て、「ドキッ」としたいから 迫力や本物らしさを感じられるから 感動したり、わくわくしたいから テレビに出てくる人が身近に感じられるから 自分もあのようになりたいと思える人が出てくるから 出演者に夢中になれるから 好きな人を見て楽しみたいから テレビに出ている人に親しみをを感じるから 会ってみたいと思っている人が出てくるから テレビに出てくる風景などを見て楽しみたいから テレビに出てくる人のファッションが好きだから</p>

表2 テレビ視聴行為動機の得点平均と標準偏差表

	道具的動機	表出的動機
得点平均	36.27	33.09
標準偏差	7.95	7.96

4. 4. 2. 対人関与

阿久津ら(1996)によるオピニオン・リーダーシップ尺度(表3)を用いて、テレビについて話す相手とのコミュニケーションへの関与について回答させた。感情、情報、影響の3つの流れそれぞれにつき、提供、追求、ソースの3項目ずつ、計9項目からなる。提供と追求については、「多かった」から「少なかった」までの、ソースについては「全くその通り」から「全くちがう」の5段階尺度で測定した。その得点平均と標準偏差を表4に示す。なお、対人関与得点の最低点は9点、最高点は45点になる。

表3 対人関与の測定項目

<p>テレビ番組について話した時、その内容などについて誰かに聞かれたこと</p> <p>テレビ番組について話した時、どんな番組があるかなどを教えたり、勧めたりしたこと</p> <p>テレビ番組について話した時、その人に喜んでもらったこと</p> <p>どんなテレビ番組があるのか知りたい時に、自分一人で調べたり、良く知っていそうな誰かに聞いたこと</p> <p>どんなテレビ番組があるのか知りたい時に、誰かの意見や考えを参考にしたり、勧めてもらったこと</p> <p>テレビ番組の内容について、楽しく話し合いたいと思ったこと</p> <p>テレビ番組の内容について、誰かと話し合った時に、自分のほうが、良く知っていると思いましたか</p> <p>テレビ番組の内容について、誰かと話し合った時に、自分のほうが、良いアドバイスができると思いましたか</p> <p>テレビ番組の内容について、誰かと話し合った時に、自分のほうが、他の人に喜んでもらっていると思いましたか</p>

表4 対人関与の得点平均と標準偏差

	対人関与
得点平均	28.18
標準偏差	6.03

4. 4. 3. 未来志向

Furu(1971)と牧田と井田(1999)の項目をもとに作成した「未来志向」の項目(表5)で測定した。未来志向(遅延報酬を重視する)、現在志向

(即時報酬を重視する)に関する質問(各4項目)からなる。本研究は、Schrammら(1961)とFuru(1971)の研究に従い、現在志向を逆転項目として用いて、未来志向として一元的に測定した。その得点平均と標準偏差は、表6に示す通りである。8項目について、5段階尺度で回答させたため、最低点は8点であり、最高点は40点である。

表5 未来志向の測定項目(*は逆転項目)

困ったことがあっても、何とかなると思うので、今は特に何もしなくとも良い* 今がどんなに大変でも、将来のために勉強すべきだ 何をしたらよいか決める時には、自分にとって楽しいかどうかで決める* 将来のことは分からないので、今好きなことをするのが一番である* 今を楽しむよりも、自分の将来がどうなるのかの方が大切である 今の生活を楽しいだけで過ごしてしまったら、自分の将来はうまくいかない 毎日を自由に、楽しく過ごす* しっかりと計画を立てて、自分の未来の生活を豊かにする
--

表6 未来志向の得点平均と標準偏差

	未来志向
得点平均	24.19
標準偏差	4.79

4.4.4. 視聴番組と満足

よく見る番組を1つ自由記述させ、さらに、その番組を視聴した後に得られた満足について質問をした。予備調査の結果得られた情報獲得、対人、興味、気晴らしの4つの満足について各5項目、計20項目(表7)を5段階尺度で測定した。その得点平均と標準偏差を表8に示す。各満足の最低点は5点、最高点は25点である。

表7 満足の測定項目

情報獲得満足 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、もっとはつきりと分かった 生活に役立つ知恵が得られた
対人満足 番組に出てくる人に夢中になってしまった 番組に出てい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
興味満足 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 カッコいい衣服、アクセサリー、髪型などをまねしたくなった
気晴らし満足 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

表8 各満足の得点平均と標準偏差

	情報獲得	対人	興味	気晴らし
得点平均	14.57	15.45	13.69	16.21
標準偏差	5.33	5.65	4.89	4.55

4.5. モデルの要因分析と結果の考察

受け手の目標である満足には、動機、役割、規範が、どのように関わっているのかを明らかにするために、各満足を目的変数とし、道具的動機、表出的動機、対人関与、未来志向を説明変数として、重回帰分析を行なった。その結果を表9に示す。

表9 各満足と道具的動機，表出的動機，対人関与，未来志向の重回帰分析結果

	道具的動機	表出的動機	対人関与	未来志向	F 値
情報獲得	.3390 **	-.0060	.0193	.0510 *	54.97 **
対人	.1170 **	.4720 **	.2050 **	-.0190	183.90 **
興味	.0300	.3570 **	.2280 **	-.0530 *	125.81 **
気晴らし	.0110	.2200 **	.2410 **	-.0960 **	78.25 **

数値は，標準偏回帰係数

* p < .05 ** p < .01

4.5.1. テレビ視聴行為動機と満足の間連

表9の結果により，道具的動機は，情報獲得と対人に，表出的動機は，対人，興味，気晴らしの各満足に関連することが示された。それを整理したものが，表10である。

表10 テレビ視聴行為動機と満足の間連

1. 道具的動機	情報獲得満足
2. 表出的動機	興味満足
		気晴らし満足
3. 道具的動機・表出的動機	対人満足

表10における1は，情報獲得満足には道具的動機が関連し，2は，興味と気晴らしには，表出的動機が関連することを示している。外界の適応のため情報を求める動機が強ければ，テレビ視聴により，世の中の話題を知る満足を得ているのであろう。また，自己内部の維持に関わる情緒的な動機が強い場合には，物事に関心が惹きつけられる満足や日常生活の緊張を緩和する満足を得ていると解釈できる。

3の対人満足については，道具的，表出的の両方の動機が共に関連している。そこで，ステップワイズ法で重回帰分析を行なったところ，道具的動機よりも表出的動機との関連が強いことが示された（表11）。従って，対人満足は，基本的には表出的動機の方がより強く関連すると言える。テレビ番組の登場人物を見て楽しみたい，好きな人を見たいと思ってテレビを視聴行為をするものは，実際のそのような満足を得ているのであろう。

表11 対人満足と，道具的動機，表出的動機，対人関与のステップワイズ法による重回帰分析結果

ステップ	予測変数	標準偏回帰係数	F 値
1	表出的動機	.473	352.06 **
2	対人関与	.205	68.38 **
3	道具的動機	.009	28.91 **

** p < .01

一方，この満足に，道具的満足も関連している理由について，道具的動機と対人満足の間連項目から検討する。例えば，道具的動機の「テレビにでてくる人の考え方や行動を参考にしたいから」などの項目は，テレビの登場人物から何らかを学ぼうとするものである。この動機は，対人満足の間連にある「自分もあの人のようになりたいと思った」と関連しうると解釈できる。この満足は，番組の登場人物について，「かっこいい」と思ったり，あこがれたりする表出的な側面を持つと共に，その人の考え方などを自分も取り入れて活かすという道具的側面も含むのであろう。とすれば，対人満足には，番組中の人物をみて，楽しみたいという表出的動機だけではなく，その人についての情報を手に入れて，それを活かそうとするという意味で道具的動機にも関連しうると解釈できる。

4.5.2. 対人関与と満足との間連

表9に示したように，対人関与は，対人，興味，気晴らしの3つの満足と正の間連が見られた。これは，コミュニケーションの3つの流れへの関与度が高いほど，これら3つの満足の度合いが高いことを示している。すなわち，対人関与は，これら3つの満足の度合いを高める要因としてはたらいっているが，この間連はどう解釈すべきであろうか。

テレビに関わる対人関係では、感情、情報、影響のやりとりをしており、これに深く関わっている者は、テレビ視聴行為により、そこでの話題になりうる満足を得ようとするのではなかろうか。そして、話題となりうる満足として、登場人物に感情移入する満足、物事に興味が惹かれる満足、緊張を緩和する満足の3つがあると解釈できよう。

また、これらの満足を動機との関連で考えると、興味満足と気晴らし満足は、表出的動機と関連しており、表出的動機に基づくものと解釈できる。また、対人満足は、道具的動機よりも表出的動機に強く関連している。従って、これら3つの満足は基本的に表出的動機に基づくものと言える。テレビについて話す対人関係では、表出的動機に基づく満足を話題となりうると考えられる。

4. 5. 3. 未来志向と満足の関連

未来志向は、情報獲得満足と正の関連があり、興味と気晴らし満足とは負の関連があるという結果になった。遅延報酬的な規範は、情報獲得の満足の度合いを高め、興味、気晴らしの2つの満足の度合いを低める要因となっている。

情報獲得満足とは、社会環境についての情報を得る満足である。例えば、政治や社会情勢などの情報を獲得した者が、この満足の項目に同意したと思われる。この満足は、現在を楽しむというよりも、むしろ得た情報を未来のために役立てる満足であり、遅延報酬に関連しうると思われる。よって、未来志向との間に正の関連が見られたのであろう。

興味満足とは、物事に興味が惹きつけられる満足である。この満足は、音楽を楽しむ、臨場感を味わうなど情緒的な項目からなり、現在の満足を重視するものと言えよう。また、気晴らし満足とは、日常生活での緊張の緩和の満足である。これは未来のためというよりも、今の緊張を和らげるものである。よって、興味と気晴らしの2つの満足は、即時報酬に関連しうると言え、未来志向との間に負の関連が見られたのであろう。

情報獲得満足は、道具的動機と関連することから道具的動機に基づくものと解釈できる。同様に、

興味満足と気晴らし満足は、表出的動機に基づくと言える。とするならば、未来志向は道具的動機に基づく満足の度合いを高め、表出的動機に基づく満足の度合いを低めると解釈できる。

5. 結論

過去の「利用と満足」研究の多くは、満足と関連するであろう要因を独自に推定し、満足との関連を示している。これらの研究は、受け手の様々な要因が異なると、得ている充足も異なるという単なる事例を指摘するにとどまるおそれがあり、「利用と満足」研究に対しては、理論的背景に乏しいとの批判がなされている。そこで本研究は、テレビの「利用と満足」行動を分析する枠組みとして、新たに「利用と満足」モデルを構築し、さらにモデルの要因が受け手の満足との関連を明らかにした。これによって、我々の生活におけるテレビ視聴を考える上での1つの枠組みを提示したと言える。

また、本研究は生活行為分析の1つとして位置づけることもできる。青井(1971)に従えば、本研究はテレビ視聴行為の規制要素である、動機、役割、規範、手段、目標の具体的内容を確定する「規制要素分析」を行い、さらにそれらの関係を明らかにする「相互関連分析」を行なったと言える。これは、生活行為としてのテレビ視聴行為の「構造分析」を行なったことになる。

今後の課題として、この「利用と満足」モデルを他のメディアに応用して、モデルの一般化を目指す必要を指摘しておく。本研究では、我々の生活に最も根づいているメディアとしてテレビを取りあげたが、このモデルは、メディアを目標志向的に利用する行為の分析枠組みとして応用できると考えられる。「利用と満足」モデルの一般化のためには、先ず、他のメディアに関わる行動が、生活行為として捉えうのか検討を進め、各規制要因を明らかにしていく作業も必要である。こうして、メディアに関わる生活行為を対象とした研究を積み重ねていくことで、我々の生活構造が明らかになると思われる。

引用文献

- 阿久津喜弘 (1977). 受け手の構造. 山根常男他編 テキストブック社会学 (6) マス・コミュニケーション. 有斐閣 pp.76-88.
- 阿久津喜弘・佐々木輝美・和田正人・海後宗男・渡辺 功・石川勝博 (1996). テレビゲーム・パソコン通信・ポケベルなどのメディア利用による子どもの仲間集団形成過程に関する研究. 電気通信普及財団研究調査報告書 11. 財団法人電気通信普及財団. pp.282-293.
- 青井和夫 (1971). 生活体系論の展開. 青井和夫他編 生活構造の理論. 有斐閣. pp.139-180.
- 青井和夫・松原治郎・副田義也編 (1971). 生活構造の理論. 有斐閣.
- Elliott, P. E. (1974). Uses and gratifications research: A critique and a sociological alternative. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. pp.249-268. Beverly Hills, CA: Sage.
- Feshbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior*. MA: Addison-Wesley.
- Furu, T. (1965). Research on "Television and the Child in Japan". *Studies of Broadcasting*, 3, pp.51-81.
- Furu, T. (1971). *The Function of Television for Children and Adolescents*. Tokyo: Sophia University.
- 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. pp.25-49.
- Katz, E., & Foulkes, D. (1962). On the use of mass media as "escape": Clarification of a concept. *Public Opinion Quarterly*, 26(3), pp.377-388.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), pp.164-181.
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Glencoe, IL: The Free Press.
- Lazarsfeld, P. F., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *People's Choice*. NY: Columbia University Press.
- 牧田徹雄・井田美恵子 (1999). 拡大する男女平等志向、政治不信、現在志向. *放送研究と調査* 49(6). pp.2-15.
- 松原治郎 (1958). 制度的文化と社会意識. 福武 直編 講座社会学 3 社会と文化. 東京大学出版会. pp.81-103.
- 松原治郎 (1971). 生活体系と生活環境—生活とコミュニティー. 青井和夫他編 生活構造の理論. 有斐閣. pp.95-138.
- McQuail, D. (1991). Reflections on uses and gratifications research. In R. K. Avery & D. Eason (Eds.), *Critical Perspectives on Media and Society*. pp. 9-27. London: The Guilford Press.
- 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, Middlesex, England: Penguin Books.
- McQuail, D., & Windahl, S. (1981). *Communication Models: For the Study of Mass Communication*. NY: Longman.
- Merton, R. K. (1957). *Social Theory and Social Structure rev. ed.* Glencoe, IL: The Free Press.
- 見田宗介 (1966). 価値意識の理論—欲望と道徳の社会学—. 弘文堂.
- 水野 博介 (1977). 子どもがテレビから得ている充足について—「利用と満足」のアプローチを用いた調査の報告—. *年報社会心理学* 18. pp.187-208.
- 無藤 隆・白石信子 (1999). 子どものメディア利用と生活行動の変容—小・中・高校生による最近の動向と考察—. *NHK放送文化研究所年報* 44. pp.255-315.
- NHK 放送文化研究所 (2001). データブック 2000 年度国民生活時間調査 (全国版). 日本放送出版協会.
- 日本民間放送連盟放送研究所 (1979). 視聴率調査を補完する 充足度調査システム—改良と応用— 昭和53年度報告書.
- 大村好久 (1971). 「生活構造」概念の把握. 青井和夫他編 生活構造の理論. 有斐閣. pp.3-45.
- Palmgreen, P., & Rayburn, J. D. II. (1979). Uses and gratifications and exposure to public television: A discrepancy approach. *Communication Research*, 6(2), pp.155-180.
- Palmgreen, P., & Rayburn, J. D. II. (1982). Gratifications sought and media exposure —An expectancy value model—. *Communication Research*, 9(4), pp.560-580.

- Palmgreen, P., & Rayburn, J. D. II. (1985). An expectancy value approach to media gratifications. In K. E. Rosengren, L. A. Wenner, & P. Palmgreen (Eds.), *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. pp.61-72. Beverly Hills, CA: Sage.
- Parsons, T., & Shils, E. A. (Eds.), (1951). *Toward a General Theory of Action*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Riley, M. W., & Riley, J. W. (1951). A sociological approach to communication research. *Public Opinion Quarterly*, 15(3), pp. 445-460.
- Rosengren, K. E. (1974). Uses and gratifications: A paradigm outlined. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* pp.71-92. Beverly Hills, CA: Sage.
- Rosengren, K. E., & Windahl, S. (1972). Mass media consumption as a functional alternative. In D. McQuail (Ed.), *Sociology of Mass Communications* pp.166-194. Harmondsworth, Middlesex, England: Penguin Books.
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and gratifications theory in the 21st century. *Mass Communication and Society*, 3, pp.3-37.
- Rubin, A. M. (1984). Ritualized and instrumental television viewing. *Journal of Communication*, 34(3), pp.67-77.
- 斉藤慎一 (1998). メディア変容の時代におけるオーディエンス研究. *マス・コミュニケーション研究* 53. pp.34-52.
- Saunders, J., Davis, M. J., & Monsees, D. M. (1974). Opinion leadership in family planning. *Journal of Health and Social Behavior*, 15(3), pp.217-227.
- Schneider, L., & Lysgaard, S. (1953). The deferred gratification pattern: A preliminary study. *American Sociological Review*, 18(2), pp.142-148.
- Schramm, W., Lyle, J., & Parker, E. B. (1961). *Television in the Lives of Our Children*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- 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* 49 (4). pp.30-39.
- 白石信子・加藤明・齋藤喜彦 (2001). テレビは欠かせないインターネット・携帯電話でも多彩な情報行動 — 「デジタル情報社会における青少年とメディア」調査から—. *放送研究と調査* 51(7). pp.70-97.
- Swanson, D. L. (1977). The uses and misuses of uses and gratifications. *Human Communication Research*, 3(3), pp. 214-221.
- 竹内郁郎 (1967). マス・コミュニケーションの機能. *今日の社会心理学 4 社会的コミュニケーション*. 培風館. pp.389-530.
- 竹内郁郎 (1976). 「利用と満足研究」の現況. *現代社会学* 3(1). pp.86-114.
- 竹内郁郎 (1977). マス・コミュニケーションの「利用と満足」. 山根常男他編 *テキストブック社会学(6) マス・コミュニケーション*. 有斐閣. pp.103-116.
- 竹下俊郎 (1998). マスメディアの利用と効果. 竹内郁郎他編 *メディア・コミュニケーション論*. 北樹出版. pp.159-175.
- Troldahl, V. C., Van Dam, R., & Robeck, G. B. (1965). Public affairs information-seeking from expert institutionalized sources. *Journalism Quarterly*, 42, pp. 403-412.
- Weaver, D., Wilhoit, C., & De Dock, H. (1980). Personal needs and media use in the Netherlands and the United States. *Gazette*, 26, pp.171-194.
- 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.