

テレビに対する態度と番組視聴⁽¹⁾

小 城 英 子

Attitudes towards TV and TV watching—————

The purpose of this study was to analyze relationships between scale of attitudes towards TV (“Pseudo-communication,” “Information gathering,” “Habitual watching,” “Skepticism in TV,” “Seeking Entertainment,” “Selective watching.”) and TV watching. A total of 269 women participated in the research. The results revealed that while factors such as “Pseudo-communication,” “Information gathering,” “Habitual watching,” and “Skepticism about TV” had a big influence on the evaluation of the program, factors such as “Seeking Entertainments” and “Selective watching” did not have much of an impact.

問 題

政治行動、犯罪・リスク認知、不思議現象信奉、広告効果など、多くの研究においてマス・メディアがオーディエンスの態度に与える影響が検証されているが、ほとんどの研究はマス・メディアへの単純接触量を独立変数としているモデルが中心である。しかし、テレビ視聴時間が急増した1970年代（佐田，1983）から、オーディエンスの中に「演出だと分かっている、番組が面白ければよい」、「一定の約束ごとの中でテレビは作られている」など、番組の演出や細部、裏側への関心などの番組を深読みする「熟練性」の態度が生まれてきている（白石・井田，2003）。また、テレビ視聴態度は、①明確な目的を持ってテレビ視聴に専念、②目的はあるが、他の行動と並行している「ながら視聴」、③特に目的はないがテレビ視聴がもっとも快適な状態であり、他の行動は並行していない「時間快適化視聴」、④視聴に目的はなく、他の行動と並行していて、テレビを消してもよい状態、の4つのタイプに分けられ、特に③の「時間快適化」視聴態度を持つ人は、テレビ番組にユーモアや単純なわかりやすさを求める傾向が強い（友宗・原，2001）。視聴時間が長かったとしても②～④、特に③や④の場合はテレビからの影響を直接的に受けるとは考えにくい。したがって、テレビからの影響を測定する際、オーディエンス個人がテレビ自体に対して形成している基本的態度、すなわち、テレビをどのようなものと認知し、どのように利用しているかが重要な媒介変数となるだろう。情報操作を疑う懐疑的視聴態度や、やらせまで織り込み済みで、それさえも楽しむといった娯楽的視聴態度、または、単に情報を得るためのツールとしての道具的利用など、テレビの視聴態度は多種多様であり、このことがオーディエンスを一括して扱えない一因となっている。

これらのことを受けて、小城（2014）では、認知・感情・行動の面から包括的に測定するテレビに対する態度尺度を作成することを目的として、

600名のwebモニターを対象とした調査を行っている。その結果、テレビに対する態度は、テレビを通じて対人コミュニケーションを代理的に体験する「疑似的コミュニケーション」、道具的な情報を獲得するためにテレビを利用する「情報収集」、視聴が習慣になっている「習慣的視聴」、テレビの信頼性を疑っている「テレビへの懐疑」、テレビに娯楽的な価値を求めている「エンターテイメント性希求」、関心のあるときだけ視聴する「選択的視聴」の6因子から構成されていること、「テレビへの懐疑」が『時事番組』や『学習・実用番組』の嗜好と、「エンターテイメント性希求」が『スポーツ・バラエティ番組』、『フィクション番組』、『ワイドショー・音楽番組』の嗜好と相関するなど、これらの態度によって嗜好する番組ジャンルが異なること、「探究心」、「客観性」、「証拠の重視」、「認知欲求」の高いオーディエンスほど「情報収集」が高いが、「孤独感」や「KiSS-18」といった対人関係の特性とはほとんど関連が見られず、テレビは現実の対人関係の代替ではないことなどが明らかにされている。また、クラスタ分析によって6因子の得点パターンが類似している回答者を類型化したところ、4層に分類された。すなわち、テレビに親和的なオーディエンスは、テレビからの情報を盲目的に受容する「盲目的受容層」と、親和的であると同時にテレビを懐疑する「テレビ親和層」に、また、「認知欲求」や「批判的思考態度」の高いオーディエンスは、主要なニュースソースがテレビと新聞である「懐疑層」と、新聞とインターネットである「消極的視聴層」にそれぞれ二分された。これらの結果から、オーディエンス自身のテレビに対する態度によって、同じ番組を視聴しても受ける影響は異なることが示唆された。

本研究では、番組に対する認知や理解が、オーディエンス自身の先有するテレビに対する態度によって異なることを、実際に番組を視聴させて検証することを目的とする。その際、フィクション性の異なる複数の番組を用いて、番組間の比較も合わせて行う。

方 法

調査対象者：S女子大学に在籍する女子学生 269 名（平均年齢 20.25 歳， $SD=1.50$ ，1 年生 55 名，2 年生 94 名，3 年生 79 名，4 年生 41 名）。ノンフィクション番組条件は 87 名，セミフィクション番組条件は 91 名，フィクション番組条件は 91 名であった。

調査時期：2009 年 12 月～2010 年 1 月

調査方法：質問紙の前半に回答後，番組（約 25～30 分間）を視聴してもらい，視聴後に質問紙の後半に回答を求めた。なお，調査協力に際して，謝礼としてプリペイドカード 1000 円分を渡した。

番組は，ノンフィクション番組として「クローズアップ現代」（NHK，2009 年 10 月 14 日放送，「コンビニ弁当 値下げ競争の舞台裏」30 分間），セミフィクション番組として「奇跡体験アンビリバボー」（フジテレビ系列，2009 年 10 月 23 日放送「実録セカチュー超えた恋」，約 25 分間），フィクション番組としてドラマ「魔女裁判」（フジテレビ系列，2009 年 5 月 2 日放送，第 2 回「脅迫陰謀…罠…買取…裁判員の危機」の序盤約 25 分間）の 3 番組を用意し，調査実施日ごとにどれか 1 つの番組条件をランダムに割り当てた。「クローズアップ現代」はコンビニが弁当の賞味期限が切れる直前に値下げして廃棄率低下を意図したものの，逆に定価での購買が低下，値下げを待つ消費者が増加して損益につながったというドキュメンタリーであった。「奇跡体験アンビリバボー」は，難病を乗り越えて結ばれた実在のカップルを取り上げているが，当人たちのインタビューは一部で，大半は俳優による再現ドラマで構成されており，フィクションとノンフィクションの中間のセミフィクション番組の題材として用いた。「魔女裁判」は，ある殺人事件の裁判の裁判員に選ばれた一般人たちが，脅迫，誘惑，借金等によって操られ，裁判が乗っ取られていく様子を描いたドラマで，裁判員制度が導入された時期で世

間の関心も高く、また、SF やアクションに比べれば現実にも起こる可能性のあるストーリーであった。

調査内容:「テレビに対する態度尺度」59 項目 (小城, 2014), 各番組のテーマに対する関心を尋ねる事前態度 18 項目 (コンビニや消費行動, 恋愛や難病との闘い, 犯罪や裁判), 番組視聴後の感情 17 項目, 番組に対する評価 36 項目, 「論理的思考」, 「探究心」, 「客観性」, 「証拠の重視」の下位尺度からなる「批判的思考態度尺度」33 項目 (平山・楠見, 2004), 「認知欲求尺度」15 項目 (神山・藤原, 1991), 「KiSS (Kikuchi's Social Skill) -18」18 項目 (菊池, 1988), 「改訂版 UCLA 孤独感尺度」(以下「孤独感」とする) 20 項目 (諸井, 1991) (いずれも 5 件法), 嗜好している番組ジャンル (4 件法), メディア接触時間 (FA), フェイス項目 (性別, 年齢, 職業など)。実施時間は番組視聴を含めて約 60 分間であった。

結果と考察

1. 尺度の作成

番組視聴後の感情 17 項目, 番組に対する評価 36 項目についてそれぞれ因子分析 (主因子法, Promax 回転) を行い, 感情は「幸福感」, 「興味・関心」, 「怒り・抑うつ」, 「興奮性」の 4 因子, 評価は「真実性」, 「知識獲得」, 「登場人物への情緒的関与」, 「登場人物への同一視」, 「社会的共有」, 「自己確認」の 6 因子構造と判断した (Table1 ~ Table2)。その他の尺度 (テレビに対する態度尺度, 批判的思考態度尺度, 認知欲求尺度, KiSS-18, 孤独感尺度, 各テーマに対する事前態度尺度) の平均値, 標準偏差, 信頼性係数は Table3 に示す。また, 番組条件を独立変数, その他の尺度を従属変数とする一元配置分散分析も行ったが, いずれの尺度においても有意差は認められなかった (結果は省略)。したがって, 番組視聴前の個人特性に差はなく, 回答者は各番組条件にランダムに配置されていたことが確認された。

2. 番組に対する評価の規定因の解明

番組に対する評価の規定因を解明するために、テレビに対する態度 6 因子と各番組のテーマに対する事前態度を独立変数、番組視聴後の感情 4 因子を媒介変数、番組に対する評価 6 因子を従属変数とするパス解析を、番組条件別に行った (Figure1 ~ Figure3)。

まず、ノンフィクション番組条件においては、テレビを情報収集の手段として積極的に活用し、番組のテーマ (コンビニや消費行動) に関心の高いオーディエンスほど興味や関心を抱いており、「真実性」、「知識獲得」、「登場人物への情緒的関与」、「登場人物への同一視」、「社会的共有性」を高く評価することが示された。また、個人特性にかかわらず、番組を視聴して「怒り・抑うつ」を喚起されたオーディエンスほど、登場人物への感情移入が強く、番組の内容を社会的に共有しようとすることも明らかになった。セミフィクション番組条件においては、もともとテレビに対して懐疑的態度

Table 1. 番組視聴後の感情 因子負荷行列

	幸福感	興味・関心 (逆転)	怒り・ 抑うつ	興奮性
幸せな気持ちになった	.868	-.099	.056	-.207
さわやかな気持ちになった	.842	.118	-.023	.102
癒された	.831	.081	.010	.119
感動した	.729	-.158	-.032	-.167
リラックスした	.721	.174	-.041	.235
つまらなかった	.089	.898	.074	-.037
興味を持ってなかった	.058	.855	.085	.014
なかなか集中できなかった	.059	.802	-.047	.056
夢中になって見た	.087	-.619	.210	.192
気持ちが落ち込んだ	.039	.107	.763	-.166
悲しくなった	.173	-.019	.754	-.246
怖かった	-.163	-.148	.697	.066
怒りを感じた	-.240	.074	.608	.137
ハラハラドキドキした	.209	-.231	.481	.257
疲れた	-.162	.388	.398	.039
わくわくした	.085	.024	-.028	.879
楽しかった	-.008	-.093	-.157	.661
<i>M</i> /項目数	2.03	4.27	2.61	2.60
<i>SD</i>	1.04	0.82	0.90	1.12
<i>a</i>	.881	.867	.774	.772

Table 2. 番組に対する評価 因子負荷行列

	真実性	知識 獲得	登場人 物への 情緒的 関与	登場人 物への 同一視	社会的 共有	自己 確認
ストーリーが作られていると思った	-0.936	.145	-.018	-.002	.044	-.024
番組は、すべてが作りもののように思えた	-.853	-.023	-.083	.013	-.010	.092
番組の内容は、かなり脚色されていると思う	-.833	.010	.112	-.044	.007	-.016
話ができすぎていると思った	-.827	-.136	.094	-.173	.098	.151
番組は、正確な情報を伝えていると思う	.663	.117	.070	-.064	-.084	.153
番組の内容は、現実には起こっている、または起こりうることだと思う	.644	-.009	.052	-.101	.179	-.003
番組の内容は、しらしらしかった	-.575	-.158	.031	-.063	.045	.127
番組の内容は、実際にあることだと思う	.518	.152	.079	-.099	.103	.083
登場人物に対して、怒りがこみ上げてきた	-.460	.235	.141	.292	-.032	-.190
番組を見て社会のことがよくわかった	-.043	.897	-.124	.086	-.041	-.073
番組は勉強になった	.068	.846	-.040	-.020	-.048	.009
番組によって知識が深まった	.011	.773	-.015	-.052	-.042	.143
番組の内容は、社会を表していると思う	.179	.709	-.169	.059	.005	-.192
番組を見て視野が広がった	-.058	.685	.107	-.089	.064	.178
番組を見て、自分が少し成長できた	.073	.424	.154	-.061	.232	.107
番組を見て、自分の知らない世界を知ることができた	-.010	.421	.382	-.224	.031	.030
自分が関心を持っている内容を取り上げていた	.020	.359	-.083	.257	.171	-.043
登場人物は、とてもつらかっただろうと思う	-.040	-.208	.846	-.026	-.010	-.045
登場人物の思いが、よく伝わってきた	.086	.067	.781	.000	-.077	.004
登場人物の苦悩に胸が痛んだ	.138	-.134	.772	.170	-.002	-.061
登場人物の気持ちを思うと、いたたまれなくなった	-.087	.167	.697	.136	-.037	-.091
番組を見て、本当にこんなことがあるのか、と驚いた	-.217	-.054	.476	-.078	.078	-.009
登場人物を励ましてあげたくなった	.312	-.034	.442	.094	.003	.131
番組に登場した人物に、自分を重ね合わせて見ていた	.040	-.151	-.056	.765	.014	.175
登場人物と一緒に、自分も苦悩した	-.084	.140	.140	.719	-.023	.038

自分も、番組の中の一員のような気持ちになった	.001	.071	.150	.628	.065	.027
自分が、同じ立場だったらどうするだろうか、と想像した	.039	-.094	-.018	.470	.100	.249
番組の内容について、友人と話し合ってみたいと思った	.000	-.139	-.022	.040	1.022	-.116
番組で知ったことを、誰かに伝えたいと思った	.119	.036	.021	.036	.774	-.006
番組の内容について、家族と話し合ってみたいと思った	.035	.134	-.157	.078	.630	.086
番組を見た他の人の感想を聞いてみたいと思った	-.213	.144	.098	-.025	.570	.016
番組に登場した人と自分を比較した	-.102	-.076	-.013	.309	-.064	.747
番組を見て、自分自身のことを振り返った	.028	-.045	-.050	.160	.038	.680
番組を見て、自分の日常生活はどうだろうか、と考えた	.014	.296	-.091	-.034	-.066	.676
M/項目数	2.69	3.03	3.56	2.82	3.36	3.47
SD	1.11	1.11	0.88	1.20	0.87	0.78
α	.902	.876	.820	.821	.848	.771

Table 3. 各尺度の平均値・標準偏差・信頼性係数

	<i>M</i>	<i>SD</i>	α
疑似的コミュニケーション	3.03	0.69	.901
情報収集	3.96	0.52	.838
習慣的視聴	3.18	0.86	.891
テレビへの懐疑	3.86	0.57	.727
エンターテイメント性希求	3.37	0.77	.707
選択的視聴	3.37	0.80	.593
論理的思考への自覚	3.17	0.67	.867
客観性	4.09	0.54	.795
探究心	3.88	0.58	.738
証拠の重視	3.64	0.75	.492
認知欲求	3.40	0.62	.847
KISS-18	3.57	0.62	.888
孤独感	1.80	0.49	.893
事前態度（ノンフィクション）	3.89	0.81	.847
事前態度（セミフィクション）	3.28	0.75	.730
事前態度（フィクション）	3.37	0.91	.821

が低く、番組のテーマ（恋愛や難病との闘い）に関心を持っているオーディエンスほど興味や関心を抱いており、「真実性」、「知識獲得」、「登場人物への情緒的関与」、「登場人物への同一視」を高く評価することが示された。

また、個人特性にかかわらず、番組を視聴して「怒り・抑うつ」を喚起されたオーディエンスほど、登場人物に感情移入する傾向が強かった。フィクション番組条件においては、もともとテレビに登場するタレントや俳優に疑似的な交流を感じ、テレビを情報収集の手段として積極的に利用して

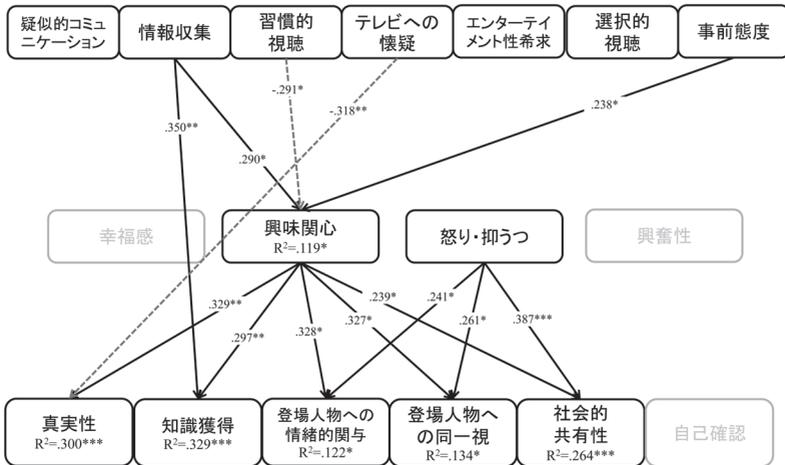


Figure 1. ノンフィクション番組のパス図

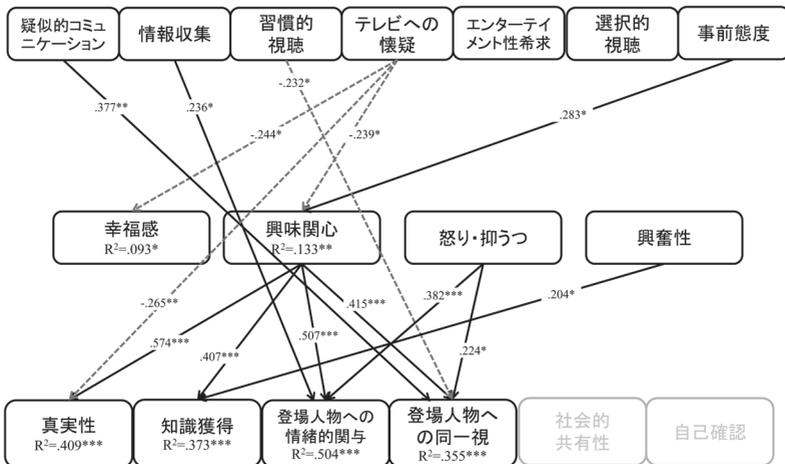


Figure 2. セミフィクション番組のパス図

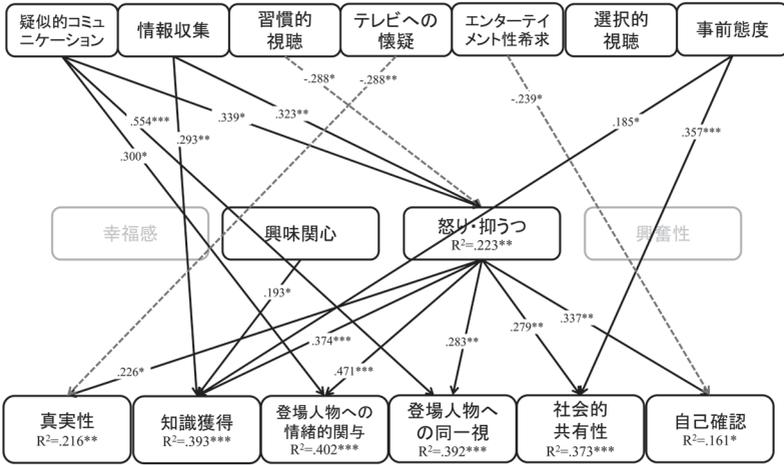


Figure 3. フィクション番組のパス図

いるオーディエンスほど、番組視聴後に「怒り・抑うつ」を喚起させて、「真実性」、「知識獲得」、「登場人物への情緒的関与」、「登場人物への同一視」、「社会的共有性」、「自己確認」を高く評価することが示された。また、もともと番組のテーマ（裁判や犯罪）に関心の高いオーディエンスほど、「知識獲得」や「社会的共有性」を高く評価していた。

総じて、番組視聴後の感情のうち、番組に対する評価に大きな影響力を持っていたのは「興味・関心」と「怒り・抑うつ」で、ノンフィクション番組条件とセミフィクション番組においては「興味・関心」が、フィクション番組においては「怒り・抑うつ」がより規定力が強かった。

テレビに対する態度とテーマに対する事前態度が直接的または間接的に番組に対する評価の規定因となっていた関係を Table4 に整理した。すべての番組条件に共通していたのは「情報収集」が「登場人物への情緒的関与」を、「習慣的視聴」が「登場人物への同一視」（負）を、「テレビへの懐疑」が「真実性」（負）を、「事前態度」が「知識獲得」を規定していたことである。すなわち、番組がドキュメンタリーであろうと、再現ドラマであろうと、作り物のドラマであろうと、テレビを情報収集の手段として活用し

Table 4. テレビに対する態度と番組に対する評価の規定関係

		真実性	知識 獲得	登場人 物への 情緒的 関与	登場人 物への 同一視	社会 的共有 性	自己 確認
疑似的コミュニケーション	N						
	S				○		
	F	○	○	○	○	○	○
情報収集	N	○	○	○	○	○	
	S			○			
	F	○	○	○	○	○	○
習慣的視聴	N	●	●	●	●	●	
	S				●		
	F	●	●	●	●	●	●
テレビへの懐疑	N	●					
	S	●	●	●	●		
	F	●					
エンターテインメント性希求	N						
	S						
	F						●
選択的視聴	N						
	S						
	F						
事前態度	N	○	○	○	○	○	
	S	○	○	○	○		
	F		○			○	

N=ノンフィクション番組条件, S=セミフィクション番組条件, F=フィクション番組条件。

○は正, ●は負の規定関係であることを示す。

ているオーディエンスは登場人物に喜怒哀楽の感情を持ちやすいこと, ながら視聴でテレビが環境化しているオーディエンスは登場人物を自分とは別物としてとらえる傾向があること, テレビに対して懐疑的なオーディエンスは, 一貫して番組内容の真実性を疑う傾向にあること, テーマに関心があるオーディエンスは番組内から新たな知識を得ていることが明らかになった。

次に, ノンフィクション番組条件とセミフィクション番組条件に共通していたのは, 「事前態度」が「真実性」, 「登場人物への情緒的関与」, 「登場人物への同一視」を規定していたことである。したがって, テーマや表

現にかかわらず、客観的事実に基づいて構成された番組条件の場合、もともと番組のテーマに関心を持っていれば、番組の内容を信頼し、新たな知識を得ており、登場人物に対する感情移入も促進されることが示されたが、しかし、この2番組条件のみに共通するテレビに対する態度と番組に対する評価の関連はなかった。

ノンフィクション番組条件とフィクション番組条件に共通していたのは、「情報収集」が「真実性」、「知識獲得」、「登場人物への同一視」、「社会的共有性」を、「習慣的視聴」(負)が「真実性」、「知識獲得」、「登場人物への情緒的関与」、「社会的共有性」を、「事前態度」が「社会的共有性」を規定していたことである。すなわち、フィクション性にかかわらず、ある程度の社会的テーマ性のある番組の場合、もともとテレビを情報収集の手段として能動的に活用していて、ながら視聴はしないオーディエンスは、番組の内容を信頼し、新たな知識を得ており、また番組の内容を個人的なネットワークに広めようとする傾向が認められた。

一方、番組条件によって、番組に対する評価の規定関係に大きな差異が見られたのは、「疑似的コミュニケーション」と「テレビへの懐疑」である。「疑似的コミュニケーション」はセミフィクション番組条件においては「登場人物への同一視」を、フィクション番組条件において番組に対する評価6因子すべてを規定しており、「テレビへの懐疑」(負)はセミフィクション番組条件において「知識獲得」、「登場人物への情緒的関与」、「登場人物への同一視」を規定していた。すなわち、テレビを介してタレントや俳優と疑似的な交流を持っているオーディエンスは、セミフィクション番組では登場人物に自己を投影しやすく、フィクション番組(今回はドラマ)では番組内容に深く関与して、影響を受けやすいといえる。また、テレビを批判的に見ており、やらせなどを疑う態度を持つオーディエンスは、客観的事実に基づきつつも大半が再現ドラマで構成されているセミフィクション番組をもっとも訝しく感じ、番組への関与や理解を拒否すると推測される。

3. オーディエンスの類型化

小城（2014）に倣ってテレビに対する態度6因子の得点パターンを用いて大規模ファイルのクラスタ分析を行い、もっとも各クラスタの特徴が明確であった3クラスタを採用した（Table5）。また、各クラスタの特徴を確認するために、クラスタを独立変数、テレビに対する態度尺度6因子、メディア接触時間、嗜好している番組ジャンル、批判的思考態度尺度、認知欲求尺度、KiSS-18、孤独感尺度、各テーマに対する事前態度を従属変数とする一元配置分散分析を行った。有意差の見られた結果のみ、Table6に示す。

第1クラスタは、テレビに対する態度尺度の各因子の得点が全体的に低く、テレビ視聴時間も短いことから、「消極的視聴層」と考えられる。第2クラスタと第3クラスタはテレビ視聴時間が長く、全体的にテレビに親和的であることは共通しているが、第2クラスタは同時に「テレビに対する懐疑」も高いことから、テレビを楽しみつつも、やらせを疑うような批

Table 5. テレビに対する態度による回答者の類型化

	クラスタ	N	M	SD	F (df)	下位検定
1 ミ シ ヨ ン ケ コ	1	100	2.50	0.56	69.671 (2,258)***	2>1***
	2	80	3.29	0.55		3>1***
	3	81	3.39	0.58		
情 報 取 集	1	100	3.69	0.55	28.952 (2,258)***	2>1***
	2	80	4.10	0.45		3>1***
	3	81	4.19	0.40		
習 慣 的 視 聴	1	100	2.37	0.52	168.576 (2,258)***	2>1***
	2	80	3.81	0.53		2>3*
	3	81	3.57	0.66		3>1***
の 懐 疑 へ	1	100	3.94	0.62	8.025 (2,258)***	1>3**
	2	80	3.97	0.49		2>3**
	3	81	3.66	0.54		
ト 性 希 求	1	100	3.16	0.78	29.854 (2,258)***	3>1***
	2	80	3.13	0.67		3>2***
	3	81	3.86	0.61		
選 択 的 視 聴	1	100	3.33	0.73	78.284 (2,258)***	2>1***
	2	80	4.03	0.47		2>3***
	3	81	2.79	0.64		1>3***

* $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

Table 6. 各クラスタの特徴

	クラスタ	N	M	SD	F (df)	下位検定
テレビ視聴時間	1	100	81.10	81.74	11.907 (2,258)***	2>1***
	2	80	131.81	86.42		3>1***
	3	81	135.74	87.37		
ドラマ	1	100	2.25	0.96	12.903 (2,257)***	2>1*
	2	80	2.74	1.02		3>1***
	3	80	2.95	0.88		
クイズ・ゲーム	1	100	1.93	0.92	10.056 (2,258)***	2>1**
	2	80	2.38	0.89		3>1***
	3	81	2.51	0.92		
落語・漫才などの 寄席・演芸もの	1	99	1.48	0.80	5.921 (2,256)**	3>1**
	2	79	1.68	0.79		
	3	81	1.93	0.97		
笑いやコントなどの バラエティショー	1	100	2.49	1.03	17.98 (2,258)***	2>1***
	2	80	3.06	0.86		3>1***
	3	81	3.30	0.89		
歌番組・音楽番組	1	100	2.63	0.92	8.614 (2,258)***	2>1**
	2	80	3.05	0.88		3>1***
	3	81	3.14	0.85		
生活・実用番組	1	99	1.65	0.88	6.939 (2,257)**	2>1**
	2	80	2.14	1.00		3>1*
	3	81	2.00	0.87		
朝や日中の ワイドショー	1	100	2.45	1.11	5.146 (2,258)**	2>1**
	2	80	2.95	1.05		
	3	81	2.79	1.05		
事前態度 (セミフィクション)	1	99	3.11	0.84	5.504(2,257)**	3>1**
	2	80	3.26	0.73		
	3	81	3.47	0.58		

* $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$

判的な視点も持ち合わせている「テレビ親和層」であるのに対して、第3クラスタは「エンターテイメント性希求」がもっとも高い上に、「テレビに対する懐疑」が「消極的視聴層」の第1クラスタよりも低い点で、テレビには面白さを求め、テレビの内容を疑うことなく受け入れる「盲目的受容層」と考えられる。また、第2クラスタはテレビが環境化しており、フリッピングを行う傾向も強かった。嗜好する番組ジャンルは、ニュースや天気予報においてはクラスタ間に有意差は認められなかったが、ドラマやバラエティなどにおいては第1クラスタが低かったことから、テレビの娯楽的な側面において顕著な差が見られることが明らかになった。さらに、「セミフィクション番組事前態度」(恋愛に対する関心)においては、第1

クラスタよりも第3クラスタの方が高い傾向が認められた。18～60歳以上を対象に「盲目的受容層」, 「テレビ親和層」, 「懷疑層」, 「消極的視聴層」の4クラスタに分類された小城(2014)の結果と比べると, 新聞を主なソースとしていて「認知欲求」や「批判的思考態度」の高い「懷疑層」が消滅した上に, クラスタ間にメディア利用や「認知欲求」や「批判的思考態度」の得点の差異は認められず, 「消極的視聴層」も小城(2014)では新聞やインターネットを主なソースとしていたのに対して, 本研究では単純にテレビ視聴時間が少ないのみであったが, こうした違いは本研究の対象者が女子大学生に限定されていたことによると考えられる。

4. 番組視聴後の感情・番組に対する評価における番組とクラスタの比較

次に, 番組条件の操作を確認するとともに, クラスタによってテレビからの影響が異なることを検証するために, 番組条件とクラスタを独立変数, 各番組の視聴後の感情4因子, 番組に対する評価6因子を従属変数とする二元配置分散分析を行った(Table7～Table8)。

番組条件の主効果においては, ノンフィクション番組条件は「幸福感」, 「興味・関心」, 「怒り・抑うつ」が低く, セミフィクション番組条件は「幸福感」が高く, 「興奮性」が低く, フィクション番組条件は「興味・関心」と「怒り・抑うつ」が高かった。これらの結果は番組のフィクション性に起因するというよりも, 具体的なテーマや内容の影響が大きいと推測される。すなわち, コンビニの裏側を取り上げたノンフィクション番組には生死や犯罪といった情緒に訴える要素がほとんど含まれていなかったために, 特に強い情動を覚醒させることがなかったのであろう。一方, セミフィクション番組は難病という試練はあったものの, カップルが結ばれるストーリーを描いた穏やかな番組構成であったため, 視聴後に「幸せな気持ちになった」「さわやかな気持ちになった」といった穏やかな満足感をもたらしたと考えられる。フィクション番組は, 裁判員が脅迫・誘惑・借金などによって操られ, 裁判が乗っ取られていくストーリーに, 回答者は興味をそそられると同時に怒りや恐怖も覚えたと推察される。

Table 7. 番組視聴後の感情における番組とクラスタの比較

クラス	ノンフィクション(N)						セミフィクション(S)						フィクション(F)						総和			分散分析								
	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	番組の主効果	クラスタの主効果	交互作用									
幸福感	33	1.55	0.51	33	2.96	0.88	33	1.30	0.75	99	1.94	1.03	25	1.78	0.72	30	3.02	0.89	25	1.35	0.50	80	2.11	1.03	$F(2)=149.604$ *** S>N>F					
興味関心	83	1.62	0.63	90	3.07	0.88	87	1.34	0.58	260	2.03	1.05	29	1.55	0.66	27	3.25	0.87	29	1.37	0.44	81	2.05	1.09	$F(2)=4.448$ * F>N					
怒り・抑うつ	33	3.98	0.93	33	4.15	1.00	34	4.32	0.77	100	4.15	0.91	25	4.13	0.71	30	4.25	0.93	25	4.55	0.52	80	4.31	0.76	$F(2)=64.181$ *** F>S>N	$F(2)=3.559$ *				
興奮性	83	4.08	0.82	90	4.26	0.92	88	4.45	0.68	261	4.26	0.82	88	2.07	0.70	90	2.45	0.70	88	3.33	0.83	261	2.62	0.91	$F(2)=13.878$ *** N=F>S					
総和	33	1.94	0.69	33	2.27	0.76	34	3.20	0.97	100	2.48	0.97	34	2.45	0.95	33	2.06	1.13	34	2.84	1.11	100	2.46	1.11				$p<.05$	$**p<.01$	$***p<.001$
総和	25	2.30	0.76	30	2.54	0.65	25	3.44	0.74	80	2.75	0.85	25	2.96	0.98	30	2.13	0.92	25	2.96	1.10	80	2.65	1.06						
総和	25	2.00	0.61	27	2.57	0.65	29	3.39	0.74	81	2.69	0.88	29	2.60	1.07	27	2.19	1.09	29	3.07	1.17	81	2.63	1.16						
総和	83	2.07	0.70	90	2.45	0.70	88	3.33	0.83	261	2.62	0.91	88	2.65	1.01	90	2.12	1.04	88	2.95	1.12	261	2.57	1.11						

Table 8. 番組に対する評価における番組とクラスタの比較

クラスタ	ノンフィクション(N)			セミフィクション(S)			フィクション(F)			総和			分散分析			
	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	N	M	SD	番組の主効果	クラスタの主効果	交互作用	
真実性	1	33	4.06	0.35	33	3.49	0.81	34	2.68	0.65	100	3.40	0.85	F(2)=78.910	F(2)=2.931	
	2	25	3.99	0.42	30	3.50	0.71	25	2.88	0.50	80	3.46	0.72	***	†	
	3	25	4.16	0.37	27	3.60	0.80	29	3.11	0.59	81	3.60	0.74	N>S>F	3>1	
	総和	83	4.07	0.38	90	3.52	0.77	88	2.88	0.61	261	3.48	0.78			
知識獲得	1	33	3.81	0.57	33	2.72	0.91	34	2.94	0.90	100	3.16	0.93	F(2)=43.862	F(2)=6.977	
	2	25	4.09	0.58	30	3.01	0.78	25	3.50	0.55	80	3.50	0.79	***	**	
	3	25	4.06	0.57	27	3.08	0.90	29	3.34	0.73	81	3.48	0.84	N>F>S	2>3>1	
	総和	83	3.97	0.58	90	2.93	0.87	88	3.23	0.78	261	3.36	0.87			
情報源的関与への回参人物の相対性	1	33	3.03	0.77	33	3.89	0.81	34	3.20	0.99	100	3.37	0.93	F(2)=24.676	F(2)=4.550	
	2	25	3.30	0.84	30	3.99	0.73	25	3.59	0.68	80	3.65	0.79	***	*	
	3	25	3.26	0.66	27	4.23	0.68	29	3.66	0.92	81	3.72	0.86	S>F>N	2>3>1	
	総和	83	3.18	0.76	90	4.03	0.75	88	3.46	0.90	261	3.57	0.88			
社会的共有	1	33	2.16	0.98	33	2.70	1.30	34	2.23	0.97	100	2.36	1.11	F(2)=5.264	F(2)=7.505	F(4)=2.566
	2	25	2.67	1.06	30	2.93	1.15	25	3.11	1.21	80	2.90	1.14	**	**	*
	3	25	2.41	0.81	27	2.79	1.10	29	3.43	0.88	81	2.90	1.02	F=S>N	2>3>1	第3クラスタのみF>N
	総和	83	2.39	0.97	90	2.80	1.19	88	2.88	1.14	261	2.70	1.12			
自己確認	1	33	2.73	0.94	33	2.85	1.10	34	2.66	1.31	100	2.75	1.12	F(2)=5.100		
	2	25	3.44	0.98	30	2.95	1.33	25	3.35	1.13	80	3.23	1.18	**	**	
	3	25	3.13	1.03	27	3.12	1.01	29	3.14	0.96	81	3.13	0.99	2>3>1		
	総和	83	3.07	1.01	90	2.96	1.15	88	3.01	1.18	261	3.01	1.11			
自己確認	1	33	2.98	1.06	33	3.01	1.38	34	1.94	1.10	100	2.64	1.28	F(2)=14.561	F(2)=3.992	
	2	25	3.39	0.87	30	3.02	1.27	25	2.91	1.15	80	3.10	1.13	***	*	
	3	25	3.19	0.92	27	2.96	1.19	29	2.06	1.00	81	2.71	1.15	N=S>F	2>3=1	
	総和	83	3.16	0.97	90	3.00	1.27	88	2.25	1.15	261	2.80	1.21			

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

番組の評価については、「真実性」においてすべての番組条件間に有意差が認められたことから、フィクション性の操作が妥当であったことが確認された。また、「自己確認」においては、フィクション番組条件のみ低かったことから、ドキュメンタリーにせよ、再現ドラマにせよ、番組が客観的事実に基づいていることがオーディエンスの「自己確認」を規定することを示唆している。一方、「知識獲得」においてはノンフィクション番組条件が高く、次いでフィクション番組条件が高く、「登場人物への同一視」や「登場人物への情緒的関与」においては、セミフィクション番組条件やフィクション番組条件が高かったが、これも番組視聴後の感情と同様に、番組のフィクション性よりも番組の具体的な内容による影響が大きいと推察される。すなわち、コンビニの裏側を取り上げたノンフィクション番組のみならず、裁判員裁判が舞台のフィクション番組も社会性の高いテーマを扱っていたために「知識獲得」の側面を評価されたこと、セミフィクション番組とフィクション番組は主人公が明確に設定されていて、心理描写も丁寧に描かれていたために感情移入しやすかったことが指摘される。

しかし、クラスタの主効果と番組条件とクラスタの交互作用を見ると、番組を超えて、オーディエンスが先有するテレビに対する態度によって視聴後の感情や番組に対する評価が異なることが明らかになった。視聴後の感情については、「怒り・抑うつ」において、第1クラスタよりも第2クラスタの得点が高いことが示された。番組に対する評価については、テレビに親和的な第2・第3クラスタに比べて、「消極的視聴層」である第1クラスタは、「知識獲得」、「登場人物への同一視」、「登場人物への情緒的関与」、「登場人物への同一視」、「社会的共有」において得点が低かった。一方、「自己確認」においては「テレビ親和層」である第2クラスタがもっとも高く、「真実性」においては第1クラスタに比べて「盲目的受容層」の第3クラスタがやや高い傾向が認められた。さらに「登場人物への同一視」においては交互作用が認められ、第3クラスタにおいてのみ、ノンフィクション番組条件よりもフィクション番組条件の方が高かった。これらの

結果から、テレビにもともと関心の低い「消極的視聴層」は、どの番組を視聴しても感情的な反応も認知的な反応も薄いこと、テレビを楽しみつつも批判的な態度も持ち合わせている「テレビ親和層」は、フィクションでもノンフィクションでも、テレビ番組の視聴を通じて自己確認を行っていること、テレビを疑うことなく受け入れる「盲目的受容層」は全体的にテレビ番組の真实性を高く評価しており、また、特にフィクション番組の登場人物を同一視しやすい傾向にあることが示された。

考 察

本研究では、同じ番組を視聴しても、オーディエンスのもともとのテレビに対する態度によって、その理解や影響は異なることを検証するために、実際の番組を視聴させてテレビに対する態度尺度（小城，2014）と番組に対する評価との関連を分析した。

1. テレビに対する態度

総括すると、番組に対する評価に影響力の強かったテレビに対する態度は、「疑似的コミュニケーション」、「情報収集」と「習慣的視聴」（負）、「テレビへの懐疑」で、「エンターテインメント性希求」と「選択的視聴」はほとんど関連が見られなかった。

第1に、テレビを介してタレントや俳優と疑似的な交流を図るオーディエンスは、そうでないオーディエンスに比べて、完全な作り物であるフィクション番組にも真实性を認め、俳優が演じる役柄に感情移入しやすく、結果として影響を受けやすいことが明らかになった。犯罪やいじめなどを取り上げたドラマ、暴力的描写の多いアニメ等の社会的影響を危惧する議論は数多くあるが（湯川 2003 飯田・西出，1998 など）、こうした番組の視聴の影響は「疑似的コミュニケーション」の強いオーディエンスに限定される可能性が高いといえる。また、俳優が演じる役柄にも感情移入するという結果から「疑似的コミュニケーション」の対象である「テレビの中

の登場人物」を、たとえばニュース番組のキャスター・アナウンサーやバラエティ番組の芸人のように実在する人物と、ドラマのようなフィクションの架空の役柄とを区別して考える必要があることが示唆される。後者を拡大解釈すればアニメのキャラクターも該当するが、こうした架空の存在にもリアリティを見出し、感情移入しやすい傾向は、アニミズムや擬人化傾向の一種とも考えられる。小城(2014)では、「疑似的コミュニケーション」は孤独感や対人スキルとは関連が認められていないが、対象の実在性を区別した上で改めて整理することが求められる。

第2に、テレビを情報収集の手段として活用しているオーディエンスは、テレビ番組の登場人物に感情移入しやすく、特にある程度の社会性のあるテーマを扱っている場合に番組の内容を信頼し、知識を得たり、個人的なネットワークで広めたりすることが示された。この知見は、テレビのみならず、あらゆるメディアを積極的に利用しているオーディエンスは社会的関心が高く、さまざまな知識や情報を有していること(小城・萩原・テー・上瀬・李・渋谷,2011)、知的好奇心や幅広い情報収集欲求の高いオーディエンスほど、テレビを情報ツールとしてとらえていること(小城, 2014)などとも整合的である。

第3に、テレビに対して懐疑的なオーディエンスは、一貫して番組内容の真実性を疑う傾向にあるが、セミフィクション番組に対してもっとも評価が低かった。ノンフィクション番組は客観的事実をストレートに伝えており、逆にノンフィクション番組は完全な作り物であることが自明であるが、客観的事実に基づきつつも大半が再現ドラマというセミフィクション番組には、脚色や演出、俳優の外見的魅力や演技によって根拠となっている客観的事実が過剰に脚色・演出される可能性が大きく、こうしたあいまいな構成がもっとも「やらせ」等の疑惑を持たれやすいと考えられる。

第4に、「エンターテインメント性希求」と「選択的視聴」は、テレビに単純なわかりやすさとおもしろさを求め、そのときどきで好きな番組をフリッピングする行動を指しているが、このような視聴態度は友宗・原(2001)

の分類による③特に目的はないがテレビ視聴がもっとも快適な状態であり、他の行動は並行していない「時間快適化視聴」に符合する。「エンターテイメント性希求」と「選択的視聴」は、番組視聴後の感情や番組に対する評価と関連がほとんど見られなかったことから、テレビを視聴していても精緻な情報処理が行われていない可能性が高く、視聴時間が長くともテレビからの影響は受けにくいといえる。この結果は、単純な接触時間だけではテレビからの影響を説明できないとする小城（2014）の知見を支持するものである。

2. オーディエンスの特徴

本研究の「消極的視聴層」は、小城（2014）の「消極的視聴層」とは異なり、新聞やインターネット等の他のメディアの利用が特に多いわけではなく、全体としてメディア利用が少ないと考えられる。メディアの利用と社会的関心は比例する（小城・萩原・テー・上瀬・李・渋谷，2011）ことから、「消極的視聴層」は社会に対する関心も薄いと推測される。一方、「テレビ親和層」は、どのような番組でも視聴を通じて自己を確認していることから、自己認識欲求が強く、テレビのコンテンツを楽しむよりも、自己を客観的に分析するための外的基準の一つとしてテレビを活用していると考えられる。「盲目的受容層」は、「テレビ親和層」と同様にテレビに親和的ではあるが、テレビからの情報を分析したり、自己を省みるための基準としたりするよりも、受動的に享受する傾向が強く、テレビ番組の影響を無防備に受けやすいといえる。

しかしながら、小城（2014）では各クラスタの「批判的思考態度」や「認知欲求」に差異が見られており、テレビに対する態度の背景に、情報処理に対するこれらの特性があることがうかがわれたが、本研究では明確な関連が認められていないことから、各クラスタのオーディエンスがテレビの情報をどのようなプロセスで受け止めているかは定かではない。あるいは、本研究の調査対象となった若年層の女性においては、テレビは表層的な娯楽にすぎず、もともと精緻な情報処理の動機づけが薄いのかかもしれない。

3. 本研究の問題点と今後の課題

本研究では、調査実施の都合上、以下の3点の問題が挙げられる。

第1に、対象者が女子大学生に限定されていたことである。テレビ視聴には性差や世代差も大きいことから、全体としてノンフィクション番組条件の「クローズアップ現代」は他の2番組に比べてややなじみが薄かったり、フィクション番組条件の「魔女裁判」に主演していたアイドル俳優への関与が高かったりした可能性がある。

第2に、まったく同一の内容でフィクション性のみを操作した番組を準備することはできず、それぞれテーマや内容の異なる番組を用いたために、各番組の具体的な内容の影響を排除しきれない点である。「疑似的コミュニケーション」の強いオーディエンスがフィクション番組から影響を受けやすく、「テレビへの懐疑」の強いオーディエンスがセミフィクション番組を拒否したのは、番組のフィクション性による差異だけでなく、前者が「犯罪と裁判」でアイドル俳優が主演であったこと、後者が「恋愛と難病との闘い」をテーマとしていたことによる可能性もある。今後は、フィクション性とテーマのどちらかを固定した番組を用いることによって、これらの関係性がより明確になると期待される。

第3に、本研究では調査参加者を各番組条件にランダムに割り振っており、各条件で事前態度に差異はないことを確認しているが、日常生活においては個々の関心に沿った選択的接触が行われているであろう。たとえば「テレビへの懐疑」の強いオーディエンスは本研究で用いたセミフィクション番組のようなタイプの番組の視聴を最初から回避すると考えられ、前述のような拒否的な反応は実際には生起しにくいと考えられる。したがって、本研究で得られた知見のうち、日常生活においても生起すると考えられるのは、「疑似的コミュニケーション」、「情報収集」、「習慣的視聴」(負)による影響に限定される。

注

- (1)本研究は、科学技術補助費（若手研究B「不思議現象とマス・コミュニケーション」）の助成を受けた。

引用文献

- 平山るみ・楠見孝（2004）. 批判的思考態度が結論導出プロセスに及ぼす影響－証拠評価と結論生成課題を用いての検討－ 教育心理学研究, **52**, 186-198.
- 飯田譲治・西出勇志（1998）. TVドラマ“ギフト”の問題－少年犯罪と作り手のモラル 岩波書店
- 菊地章夫（1988）. 思いやりを科学する 川島書店
- 神山貴弥・藤原武弘（1991）. 認知欲求尺度に関する基礎的研究 社会心理学研究, **6**, 84-192.
- 小城英子（2014）. テレビに対する態度：尺度の作成とオーディエンスの類型化 聖心女子大学論叢, **123**, 3-29.
- 小城英子・萩原 滋・テーシャオープン・上瀬由美子・李 光鎬・渋谷明子（2011）. 外国に関する集合的記憶とテレビ－ウェブ・モニター調査（2010年2月）の報告（3）－ 慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要, **61**, 127-148.
- 諸井克英（1991）. 改訂 UCLA 孤独感尺度の次元性の検討 静岡大学文学部人文論集, **42**, 23-51.
- 佐田一彦（1983）. テレビ輸入番組 川竹和夫（編著）テレビのなかの外国文化 NHK出版 24-54.
- 白石信子・井田美恵子（2003）. 浸透した「現代的なテレビの見方」放送研究と調査5月号, 26-55.
- 友宗由美子・原 由美子（2001）. 「時間快適化装置」としてのテレビ～

視聴態度と番組総バラエティー化の関係～ 放送研究と調査 11月号,
2-17.

湯川進太郎 (2003). テレビと暴力 坂本章 (編著) メディアと人間の
発達 学文社 pp. 41-57.

