

中年男性のメディア利用と
それを規定する価値観についての研究
ーメディアに対する批判的な態度を中心にー
A study of the media usage by middle-aged men
and the regulating their sense of value for it
-From the viewpoint of critical attitudes towards mass media-

◎齋藤 誠子¹
Nobuko SAITO

¹慶應義塾大学大学院社会学研究科 Keio Graduate School of Human Relations

要旨・・・1953年に放送が始まってから60年余り、その間テレビは進化し続け、それと共に新聞・雑誌など既存のメディアも発展を遂げた。1995年には「インターネット」が流行語トップテンに入り、インターネットの時代が幕を開けた。メディアの変遷とともに、世代とメディアの関係について多くの研究が行われてきた。これらは『10～70代までのメディア利用を網羅的に調査した量的研究』と『特定の世代を対象とした質的研究』に大きく分けることができ、前者と比べて後者の研究は少なく、さらに対象となる世代も60代以上の高齢層と30代以下の若年層に集中している。そこで本研究では働き盛りと言われる40,50代の男性に注目し、メディア接触状況に関するインタビューを行った。そこから生まれる彼らの語りを通して、彼らのメディア利用を規定する価値観をあぶり出すことを目的とした。40,50代男性19名を対象に、メディア利用についてインタビュー調査を行った。結果、彼らのメディア利用には「メディアに対する批判的な姿勢」という特徴が見られることがわかった。このような意識の背景となりうる要因として、彼らを持つ高いメディアリテラシーと第三者効果の働きが挙げられる。しかし、本研究はサラリーマンを主な対象とした調査であるためすべての40,50代に当てはまるとは言えない。調査対象者の属性など、今後検討する必要のある点も明らかになった。

キーワード メディア（利用）研究、メディアリテラシー、第三者効果

1. はじめに

人々のメディア利用はどのように規定されているのだろうか。個人特性や属性、その時々々の心理状況などさまざまな要因が考えられるが、本研究では個人の世代・年代的な側面をメディア利用を規定する一要因として捉える。

1953年に放送が始まってから、昨年でテレビは60周年を迎えた。その間テレビは進化し続け、それと共に新聞・雑誌など既存のメディアも発展を遂げた。そして1990年代にはwindowsや携帯電話のサービスが始まり、インターネットが台頭する。テレビが登場してからの約60年を振り返ると、生まれた時代背景、つまり年代的な要因が個人のメディア利用を規定するということが想定できる。

また、年を重ねるとともに、人々の興味や関心、知りたい情報などは変化していく。「学生時代に夢中になって見ていたテレビ番組を、社会人になったら面白いと思わなくなった」、「所帯を持ち、ホームドラマをよく見るようになった」など、加齢によるメディア利用の変化は誰もが経験しているだろう。このように、年代的な要因もメディア利用を規定することも当然といえよう。

後述の世代とメディア利用に関する先行研究により、年代によってメディアの使い方や価値観が異なることが明らかにされている。しかし、それらのほとんどが質問紙を用いた大規模な研究であり、特定の年代に注目し、その世代特有のメディア利用を対象者の語りと共に分析されている研究は少ない。さらに、その対象は高齢層と若年層に集中している。

上記をふまえて、修士論文では40、50代の男性を対象にしたメディア利用に関するインタビュー調査を行う。インタビュー

を通して生まれる語りと彼らのメディア接触状況を明らかにすることで、彼らのメディア利用を規定する価値観を明らかにすることを目的とする。

2. 世代とメディアに関する先行研究

(1) あらゆる世代（主に10～60・70代）のメディア利用に関する先行研究

橋元（2011）、木村a（2013）、木村b（2014）などにより、世代によってメディアの位置づけが異なることが報告されている。特に顕著なのがテレビとインターネットで、テレビの効用については年層が高いほど大きく感じているのに対し、インターネットについては30代以上で年層が高いほど小さくなることが明らかになった。また、木村aはテレビへの興味の低下原因として、各世代特有のテレビ自体への不満—高年層を中心としたテレビ番組自体への不満と若年層を中心としたネットとの比較の中での相対的なテレビへの不安を挙げた。

また、インターネットについてはどの世代においても利用率が高くなったという指摘もある（NHK放送文化研究所，2011）。インターネットは中核層によっては仕事の情報源、そして若者にとっては“娯楽”としての役割を担うようになったことが背景として説明されている。

テレビに注目した研究では、諸藤ら（2010）は「テレビ視聴の個人化」「若年層のテレビ視聴の変化」などを指摘しており、若年層ではテレビの放送時間を煩わしく感じる傾向があること記されている。

このように、様々な視点と手法で世代とメディアに関する研究が多数行われている。若年層のテレビ利用の低下が著しく、高齢層にはインターネットの利用があまり浸透していないことが共通して見受けられる。

(2) 特定の世代のメディア利用に関する先行研究

一方、世代を限定したメディア研究も存在する。中年を対象としたものについて、上瀬（2013）と有馬（2013）は50代男女のテレビについての記憶、齋藤（2013）は定年退職を迎えた団塊世代の男性がテレビに求めるもの、大坪・国広（2012）は当時75歳以上の男女を対象に、テレビがどのような役割を果たしていたかについて質的調査を行っている。

また、若年層に関する研究も多い。谷（2009）は20代男性が社会や仕事に抱く不安がメディア視聴スタイルに与える影響について質的研究を行った。また、関根（2013）はインターネット利用時間の長いとされる20～30代のマスメディア利用、荒牧（2008）は対象を20代に特定し、テレビ視聴実態やテレビに対する態度について、平田（2010）は16～29歳の若者のメディアの位置づけについて、それぞれ量的研究を行っている。これらの量的研究によると、若者のテレビへの評価は決して低くなく、テレビとインターネットを同時に使ったり場合によって使い分けていることがわかった。

上記のように、特定の世代のメディア利用についてはさまざまな切り口から行われているが、その対象となるのは60代以上の高齢層や、30代以下の若年層である場合が多い。

(3) 先行研究の総括と本研究の意義

先に述べたあらゆる世代のメディア利用に関する先行研究により、年齢によってメディアの使い方や価値観が異なることが明らかにされている。しかし、それらの多くが質問紙を用いた大規模な研究である。特定の世代に注目し、その世代特有のメディア利用を対象者の語りと共に分析されている研究も存在するものの、その対象は高齢層と若年層に集中している。

そこで本研究では、先行研究には見られなかった40,50代の男性のメディア利用についてインタビュー調査を行う。この世代を選定した理由は、先行研究の少なさ以外にも結婚や子どもの誕生を経験し、さらに仕事でも責任のある立場を持つ人が多いことから年代的なメディア利用のあり方に変化が見られると予想したからである。インタビューを通して生まれる語りと彼らのメディア接触状況を明らかにすることで、彼らのメディア利用を規定する価値観を明らかにすることを目的とする。この研究によって、先行研究で明らかにされている「世代によってメディアの位置づけが異なる」の背景となるような要因を明らかにし、メディア利用研究の理解を深めることを意義とする。

3. 調査方法

(1) 調査時期 2014年8～10月

(2) 調査対象者 40～57歳の男性19名に個別またはグループインタビューを行った。

(3) インタビュー方法、質問内容など 30～60分程度の半構造化面接を行った。質問項目は以下の通りである。

- [a] 日々のテレビ視聴 [b] テレビ以外のメディア接触 [c] 自身の子どものテレビ視聴 [d] SNSの利用
[e] 子ども時代のメディア利用 [f] パソコン・携帯電話の登場時の記憶 [g] メディア全般について思っていること
(4) 分析方法 インタビュー中に取ったメモと録音したデータを元に逐語録におこし、質問項目ごとに分析を行った。

4. 得られた知見

40,50代のメディア利用には(1)批判的態度、(2)快楽性のなさ実用性の重視、(3)新しいコミュニケーションツールへの保守的な姿勢という特徴が見られた。ここでは(1)批判的態度に注目し、その背景となる要因について「メディアリテラシー」と「第三者効果」という視点から検討する。

[i] 40,50代とメディアリテラシー

岡林(2009)によると、メディアリテラシーとは「情報が流通する媒体(メディア)を使いこなす能力」「メディアの特性や利用方法を理解し、適切な手段で自分の考えを他者に伝達し、あるいは、メディアを流れる情報を取捨選択して活用する能力」のことを指す。これらをふまえて、本研究でインタビューをした40,50代男性が持つメディアリテラシーについて検討したい。

彼らは日々新聞に目を通したり、ネットニュースを見たり、同じニュースが媒体によってどのように報道されているのかわかるというメディア接触スタイルを持っている。また、本項で紹介した「メディアに対して思うことはありますか?」という質問に対する回答を見てもわかる通り、彼らは報道のあり方に疑問を持ち、それをインタビュアーに簡潔に伝える能力を持っている。

以上をふまえると、本インタビュー対象者である40,50代男性たちのメディアリテラシーは総じて高いと考察することができる。その能力ゆえにメディア全般について広く論じることが可能なのである。

さらに岡林はこう続けている。「従来は、電話や手紙などのパーソナル(コミュニケーションメディア)、新聞やテレビ・ラジオをはじめとするマスメディアといった伝統的なメディアの利用方法を知っていれば事足りた。しかし、現在では、急速な技術によりインターネットや携帯などの新しい形態のメディアが台頭しており、こうした新しいメディアの利用にまつわるトラブルや混乱も頻発するようになってきている。このため、各メディアの本質を理解し、適切に利用する能力であるメディアリテラシーの重要性は日に日に高まっている」。新聞やテレビなど既存のメディアから情報収集をしつつ、インターネットやツイッターの検索機能を使いニュースに触れるという彼らのメディア利用は、多メディア時代と呼ばれる現在において理想的ともいえよう。

しかし、メディアリテラシーを持つことが、彼らへのメディアへの批判的な態度の原因であると容易に結びつけることはできない。そこで第三者効果と呼ばれる理論に注目して考察を行いたい。

[ii] メディア批判と第三者効果

第三者効果とは、「人は自分はメディアの影響を受けないが他の人(第三者)は違うと考える傾向(Davison, 1983)」を指す。また、第三者効果とは、【1】マスメディアの影響力は、自分でなく他者に及ぶとみなす傾向(認知レベル)と、その傾向のために【2】他者と自分とのずれに対処しようとして結果的に自分の意見をより表出しやすくなるなど、知覚者の行動が変わる(行動レベル)という二つの命題を含む。前項でも述べたが、この世代の人たちは他の世代(自分の子どもや若者など)がメディアから受ける影響を案じているが、自身については「自分はメディアに振り回されないから大丈夫」という意識が伺えた。これは彼らに第三者効果が働いていると考えられる。そのような認識が生じるメカニズムについて知る必要がある。

第三者効果を規定する背景について、Lasorsa(1989)は受け手の要因として(a)自己の専門性の認知、(b)高学歴などを挙げている。現実の専門知識ではなく自分が専門知識を持っているという認知が第三者効果に寄与しているとう考えである。上記で説明した40,50代男性の「自分はメディアに振り回されないから大丈夫」という意識は、前項で説明したメディアリテラシーの高さ、そこから派生して(a)自身の専門性の認知と理解することができる。また、本研究の対象者のほぼ全員が大卒以上の学歴を持っているため「高学歴」とカテゴライズすることが可能であることから、Lasorsaが提唱する第三者効果の背景となるメディアの受け手の要因と同じことが言える。

5. まとめ

本研究は中年男性のメディア利用を通して彼らのメディアに対する批判的な意見を聞くことができたが、インタビュー対象者の属性に多様性が欠けていたことが問題点として挙げられる。調査対象の40～57歳の男性19名は、全員が企業や組織の正規職員として働いており安定した生活を送っている。インタビュー内容の分析により彼らのメディアリテラシーの高さや第三者効果の傾向の可能性を確認することができたが、それは40,50代男性の一般的な価値観とはいえ、彼らを持つ教養や社会的地位が背景にある可能性もある。この世代のメディア利用をより俯瞰的に捉えるためには自営業や仕事を持たない人など、さまざまな属性を持つ人を対象にする必要があったといえる。

また、本稿ではメディアリテラシーと第三者効果を中心に議論をしたが、本調査で得られたメディアへの批判的な意見については他にも多様な要因があると考えられる。今後このような可能性にも言及し、さまざまな理論的視点から「メディア批判」について捉えていく必要がある。

参考文献

- 荒牧央(2008). 20代はテレビをどうとらえているのか～インターネットの広がりの中で～ NHK放送文化研究所,放送研究と調査,2008年1月号, pp.46-53
- 有馬明恵(2013). 「『テレビ世代』の少女たちー『専念視聴』から『ながら視聴』へ」 萩原滋編著(2013). テレビという記憶 テレビ視聴の社会史 新曜社 pp.120-136
- Davison, W.P.(1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, pp.1-15
- 橋元良明(2011). 日本人の情報行動 2010 東京大学出版会
- 平田明裕(2010). 若者はテレビをどう位置づけているのか NHK放送文化研究所,放送研究と調査,2010年11月号, pp.2-11
- 上瀬由美子(2013). 「『仮面ライダー』登場世代ーテレビ黄金期を共有した少年たち」 萩原滋編著(2013). テレビという記憶 テレビ視聴の社会史 新曜社 pp.100-119
- 木村義子(2013). メディア観の変化と“カスタマイズ視聴” “つながり視聴” ～「テレビ60年調査」から(2)～ NHK放送文化研究所,放送研究と調査,2013年7月号, pp.64-81
- 木村義子(2014). “多極化”するデジタル時代のテレビ視聴者～「テレビ60年調査」から～ NHK放送文化研究所,放送研究と調査,2014年2月号, pp.38-53
- Lasorsa, D.L., (1989). Real and Perceived Effects of “America”. *Journalism Quarterly*, 66, pp.373-378
- 諸藤絵美・平田明裕・荒牧央(2010). テレビ視聴とメディア利用の現在(1): 「日本人とテレビ2010」調査から NHK放送文化研究所,放送研究と調査 60, 2010年8月号, pp.2-29
- NHK放送文化研究所(2011). 日本人の生活時間・2010 NHK国民生活時間調査
- 岡林春雄(2009). メディアと人間ー認知的社会臨床心理学からのアプローチ 金子書房
- 大坪寛子・国広陽子(2012). 高齢者にとってのテレビー記憶の中のテレビと現在のテレビ視聴ー 慶應義塾大学,メディアコミュニケーション研究所紀要, No.62, pp.107-119
- 齋藤建作(2013). リタイア期を迎えた団塊世代はテレビに何を求めるか NHK放送文化研究所,放送研究と調査,2013年4号, pp.18-31
- 関根智江(2013). 20・30代はインターネットをどのように長時間利用しているのか NHK放送文化研究所,放送研究と調査,2013年4号, pp.32-43
- 谷正名(2009). 20代男性・「不安」と「情報過多」の中で～①生活意識とメディア接触に見える「断層」～NHK放送文化研究所,放送研究と調査,2009年10月号, pp.2-13
- 谷正名(2009). 20代男性・「不安」と「情報過多」の中で～②テレビ視聴に見る「断層」のありよう～ NHK放送文化研究所,放送研究と調査, 2009年11月号, pp.20-33