慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	テレビを中心とする大学生のメディア利用状況(2001) : 首都圏7大学での調査結果の報告
Sub Title	University students' media uses in the year of 2001 with emphasis on TV viewing : a report of the survey conducted in 7 universities in Tokyo metropolitan area
Author	萩原, 滋(Hagiwara, Shigeru)
Publisher	慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所
Publication year	2002
Jtitle	メディア・コミュニケーション : 慶応義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要 (Keio media communications research). No.52 (2002. 3) ,p.157- 178
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA1121824X-20020300-0157

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

テレビを中心とする大学生のメディア利用状況(2001)

――首都圏７大学での調査結果の報告――

萩原　滋

IT革命という言葉がしきりに喧伝された20世紀末から21世紀への移行期は，携帯電話やインターネットの急速な普及に象徴されるように，私たちを取り巻くメディア環境が大きく変動していることを如実に感じさせる時代であった。こうした情報通信技術の革新の流れは，さらに加速して多方面に波及し始めており，新聞，出版，放送など既存のマスメディアも新たな電子ネットワーク時代への対応を余儀なくされているところである。とりわけ1996年10月にCS，2000年12月にBSとすでに衛星波のデジタル化を実現した放送界にとっては，これまでテレビ放送の主導的役割を担ってきた地上波の今後のデジタル化のスケジュールにいかに対応していくかということが，きわめて切実な緊急の検討課題となっている。この他にもインターネット放送やブロードバンド放送の新たな展開が見込まれており，ここ数年の間にテレビ放送の形態や制度，あるいは放送という概念自体が重大な変革を迫られていくことは間違いない。

さて，こうした情報通信技術の革新に伴うメディア環境の変化は，テレビをはじめとする既存のメディア利用にいかなる影響を及ぼしていくのであろうか。衛星（BS，CS）放送やケーブルテレビ（CATV）の普及によって多メディア，多チャンネル化が進行した1990年代における大学生のテレビ視聴の動向については，1990年から2000年にかけて，毎年，特定の大学で実施してきた定期調査に基づく考察を本誌前号（51号）に掲載した（萩原，2001）。21世紀の幕開けとなった本年度は，これまでの調査内容を修正して，テレビ視聴を中心とする大学生のメディア利用の状況を新たな視点から再検討することにした。こうした調査を今後も継続し，21世紀初頭におけるテレビ視聴や他のメディア利用の変化の様相を定期的に観察していく予定であるが，本稿では，改訂した質問紙を用いて2001年に首都圏７大学で実施した最初の調査結果について報告しておきたい。

▶ 1　調査の概要

本調査は，慶應義塾大学，駒澤大学，武蔵大学，武蔵工業大学，平成国際大学，東京大学，千葉大学において授業時間中に質問紙を配布，回収する形で実施された[1]。いずれ

脚注

1．武蔵大学及び武蔵工業大学に関しては国広陽子，平成国際大学に関しては有馬明恵，千葉大学に関しては黒沢香の諸先生に調査を実施していただいた。紙面を借りて謝意を表したい。

●表１　回答者の構成（所属大学ごとの男女、学年別の内訳）

	全体	男女別内訳			学年別内訳					
		男	女	不明	１年	２年	３年	４年	大学院	不明
慶應義塾大学	160	77	78	5	4	125	21	7	1	2
駒澤大学	38	21	17	0	1	28	5	3	0	1
武蔵大学	94	33	58	3	28	35	22	8	0	1
武蔵工業大学	96	47	46	3	1	0	92	1	0	2
平成国際大学	85	77	4	4	20	53	4	4	0	4
東京大学	69	45	24	0	0	0	52	12	5	0
千葉大学	279	145	128	6	251	14	9	2	0	3
計	821	445	355	21	305	255	205	37	6	13

の大学においても社会学，心理学，社会心理学といった文科系の授業の履修者が調査対象とされており，また時期に関しては５つの私立大学では2001年４月，２つの国立大学では同年10月と半年のずれが生じてしまったが，いずれも新学期開始時での実施となっている。

回答者の総数は821名，各大学の男女別，学年別の内訳は**表１**に示す通りである。全体としての男女比は，性別不明を除くと男性56％，女性44％と男子学生の方が幾分高い比率を示している。男子履修者が大勢を占める平成国際大学の授業以外では，それほど極端な男女比の偏りはみられないが，ただ東京大学では男子，武蔵大学では女子の比率が幾分大きくなっている。一方，回答者の学年構成に関しては，武蔵工業大学と東京大学では専門課程，それ以外の大学では教養課程の授業を中心に調査が行われたために，大学による違いが顕著に出現する結果となっている。

調査表は，居住環境（自宅，下宿），性別，学年，学部など大学生の基本属性の他は，テレビ関連機器・サービスの所有・加入状況，テレビの視聴状況（視聴日数，時間，視聴番組ジャンル），新聞の閲読頻度と購読紙，雑誌やラジオ，インターネット並びに関連サービスの利用状況，そして９種類の情報の主たる入手源となるメディアを選択する形式の質問項目によって構成されている。これまでの定期調査との継続性を考慮して，特にテレビ関連の質問は，2000年までの調査で用いられた内容・形式をそのまま踏襲することにしたが，デジタル放送用受像機の有無，BS及びCSデジタル放送サービスの利用状況など今後のデジタル化の進行を定点観測するための質問を新たに導入している。なお，以前の調査では「他の人たちに比べてテレビをよくみる方か」「大学入学後にテレビをみる時間が増えたか，減ったか」といったテレビ視聴に関する質問が用いられていたが，それらの項目は本調査では割愛している。

これまでの調査では新聞，雑誌，ラジオなどテレビ以外のマスメディアに関して，その利用状況を自由に記述する形式の質問を行ってきたが，今回は各メディアの利用頻度を「ほとんど読まない（聴かない）」から「ほぼ毎日」までの４段階で評定する形式に変更し，さらに新聞に関しては，全国紙５紙及び「その他」のうち定期講読しているものをすべてチェックする形の質問を付加している。また今回はインターネットの普及状況，それが他のメディア利用に及ぼす影響などを継続して検討するために，インターネットの利用頻度，電子メイルの送受信，WWWやニュースサイトへのアクセス，自分のホームページの有無に関する質問を設けると共に，気象情報，スポーツ情報など９種類の情報領域を設定し，それぞれの主たる情報源となるメディアをテレビ，新聞，雑誌，インターネットなどからひとつ選択する形式の質問を新たに導入している。なお，各種情報

の入手源に関する質問は，私たちがニュース研究プロジェクトの一環として1999年に実施した全国（オムニバス）調査から援用したものである（萩原・横山，2001）。

▶ 2　テレビ関連機器・サービスの所有･加入状況

それでは大学生のテレビ視聴状況を詳しく検討する前に，まずテレビ受像機や関連機器，ケーブルテレビやBSデジタル，CSデジタルといった放送サービスが大学生の間にどの程度浸透しているのか，その点を最初に調べておくことにしよう。こうしたメディア環境は，家族と一緒に生活をしている自宅生と親元を離れて暮らす下宿生とでは，大きく異なっていることが予測される。そこで各種のテレビ関連機器やサービスの所有・加入率を全体としてみるだけでなく，自宅生と下宿生に分けて集計した結果を**表２**に示す。ちなみに本調査の回答者の中で下宿生の割合は42%とかなり高く，特に東京大学，千葉大学の２つの国立大学では下宿生が約６割と自宅生を上回る結果となっている。

各戸で所有するテレビ受像機の台数について言えば，１台のテレビを家族全員で共有する「集団視聴」から複数の受像機を家族成員が使い分ける「個人視聴」へという時代の流れがすでに1980年代初頭に指摘されており（NHK放送世論調査所，1983），2000年３月にNHK放送文化研究所が実施した「日本人とテレビ」調査では，１台しかテレビのない世帯は全体の17.2%，８割以上が複数のテレビ受像機を所有していることが明らかにされている（上村・居駒・中野，2000）。今回の調査における下宿生の中には，テレビをもたない者も3.2%含まれているが，大多数（89.1%）が「１台」と回答しており，また寮生活を送る者や同居者がいる場合があるせいか，「２台」以上の複数受像機を所有する下宿生の割合は7.7%となっている。一方，自宅生に関しては，テレビのない者は皆無，所有台数は１台から７台の範囲に分布しているが，「２台」が32.8%と最も多く，次いで「３台」（29.1%），「４台」（15.2%）の順になり，「１台」しかテレビのない家庭は12.6%と少数派になっていることが確かめられる。

各戸が保有するテレビ受像機の平均台数を求めると，全体では2.08台，自宅生に関しては2.82台，下宿生に関しては1.07台という数値が得られる。このように自宅生に比べると，下宿生の方が保有するテレビ台数は少ないとしても，それを自分専用に使っている場合が圧倒的に多い。自分専用のテレビがあるという回答の割合は，自宅生の場合は44.8%と半数以下なのに対して，下宿生の場合は87.6%と大半が専用受像機をもっていることが裏づけられているのである。全体としてみれば大学生の63.0%が専用受像機を所有している

●表２　テレビ関連機器・サービスの所有・加入状況

	全体(%)	自宅生（N＝472）	下宿生（N＝347）
テレビ台数（平均）	2.08	2.82	1.07
専用受像機	63.0	44.8	87.6
ビデオデッキ	92.5	96.2	87.6
衛星（BS）受信装置	36.8	54.8	12.7
ハイビジョン用受像機	7.7	12.2	1.7
デジタル放送用受像機	5.9	8.8	2.0
ケーブルテレビ（CATV）	16.4	22.6	8.1
BSデジタル放送	12.4	19.4	2.9
CSデジタル放送	3.7	5.1	1.7

ことになるが，その割合は男子学生に関しては72.3%，女子学生に関しては51.6%とかなり顕著な男女差が出現している。これを居住環境別にみると，下宿生の間では専用テレビの所有率に関する男女差は認められず（男性88.3%，女性86.8%），女子よりも男子の方が専用テレビを所有する割合が高くなる傾向は，もっぱら自宅生の間で派生していることが判明する。いまだに子供の性別による家庭内での扱いに違いがあり，男子を優遇する傾向が残されているのか，自宅から通学する男子学生の６割（59.9%）が専用テレビを所有しているのに対して，その割合は女子の自宅生に関しては男子の半分以下（26.9%）になっているのである。

テレビ受像機以外の関連機器の所有率をみると，やはりビデオデッキの普及率が飛び抜けて高くなっていることがわかる。ビデオデッキがあるという回答の割合は，全体では92.5%，自宅生に関しては96.2%，下宿生の間でも87.6%ときわめて高い普及水準を示しているのである。1990年から2000年にかけて実施された前述の大学生調査では，この間のビデオデッキの普及は自宅生ではなく，もっぱら下宿生の間で進行して居住環境による所有率の格差が減少しているのに対して，衛星放送（BS）の受信装置は，下宿生ではなく，自宅生の間で普及が進んで居住環境による違いがむしろ拡大する傾向が示されている（萩原，2001）。今回の調査においてもBS受信装置の所有率は，全体では36.8%とビデオデッキに次いで高く，自宅生の間では54.8%と過半数に達しているが，下宿生の間での所有率は12.7%とまだ低水準に留まっていることが確かめられる。

NHKの衛星放送受信契約数は1999年に１千万を突破しているが，2001年６月のNHK全国個人視聴率調査での衛星放送受信者（自宅で衛星放送を見ることができる人）の割合は34.1%（NHK世論調査部，2001），東京大学社会情報研究所が実施した情報行動調査では，BS受信機の世帯所有率が1995年の28.6%から2000年３月には42.9%に増加したと報告されている（東京大学社会情報研究所，2001）。それらの調査結果に比べると，本調査での自宅生の衛星放送受信装置の所有率（54.8%）は，若干高くなっているようである。またBS受信装置があると回答した者の中でBSデジタル放送を視聴しているという回答の割合は30.6%，ケーブルテレビに加入している者は26.3%，ハイビジョン用受像機をもっている者は18.0%，デジタル放送用受像機の所有率は11.3%となっている。従って，衛星放送受信者の中にはケーブル経由で視聴している者が４分の１程度含まれており，また現状ではデジタルハイビジョンではなく，通常のアナログ放送を視聴している者が７割程度の多数派を構成していることが示唆されている。

民放キー局とNHKが揃って参入したBSデジタル放送業界は，2000年12月の開始時に「1000日で1000万世帯」に普及させることを目標に掲げていた。2000年12月には１ヵ月で16万台のBSデジタル・ハイビジョンチューナー（内蔵テレビを含む）を売り上げて順調なスタートを切ったものの，その後の出荷台数はあまり伸びず，2001年９月末時点でのBSデジタル受信機の累積出荷台数は73万７千台，ケーブル経由のアナログ視聴者を併せると視聴世帯は約200万と見積もられている（小池，2001；社団法人BSデジタル放送推進協会[2]）。こうした普及の現状や今後の展望に関する評価は，関係者の間でも大きく分かれているようだが，本調査においてBSデジタル放送を視聴しているという回答の割合は，全体では12.4%，自宅生に関しては19.4%となっており，先行したCSデジタル放送の視聴者（全体では3.7%，自宅生の間では5.1%）を逸早く凌駕して，さらに長い歴史をもつケーブルテレビの加入者率（全体では16.4%，自宅生に関しては22.6%）に迫る勢いを示している。ただしハイビジョン用，デジタル放送用受像機の所有率は，いずれも全体の１

脚注

2．http://www.bpa.or.jp/daisu/daisu.html

割以下，自宅生に限っても１割前後の低水準に留まっており，現状ではBSデジタル放送が売物とするデジタルハイビジョンの高画質以外での視聴者の多いことが示唆される結果となっている。今回の調査からBSデジタル放送の視聴形態を明らかにすることはできないが，BSデジタル放送視聴者の38.6%がCATVに加入していることを付記しておきたい。

2001年１月中旬までにBSデジタル放送を受信できる機器を購入した世帯を対象としたNHK放送文化研究所の調査では，BSデジタルチューナーと従来型のテレビ受像機との組み合せやCATV経由の視聴者は少なく，８割以上が高画質での視聴を享受しているという結果が報告されている（二瓶・服部，2001)。この調査では，CATV経由の受信者が過小抽出されているように思われるが，放送開始直後に受信装置を購入した初期採用者のBSデジタル放送の視聴時間は１日平均54分，地上波などを併せたテレビ視聴の総時間は４時間13分とかなり長めになっている。いずれにしろBSデジタル放送の初期採用者にしても，従来からの地上波放送の視聴時間の方がはるかに長いわけであり，また前述の2001年６月のNHK個人視聴率調査においても週平均１日当たりのテレビ視聴時間は３時間51分，そのうち衛星放送の視聴時間はわずか７分という結果が示されている。自宅で衛星放送を視聴できる人たちにしても，その半数以上が１週間の間に一度も衛星放送にチャンネルを合わせることなく，もっぱら地上波テレビの番組を視聴していることが明らかにされているのである。

▶ 3　テレビ視聴量

今回の調査では，これまでと同様に「週に何日くらいテレビをみるか（視聴日数)」と「平均すると一日何時間くらいテレビをみるか（視聴時間)」という２つ質問を通じてテレビ視聴量の測定を行っている。いずれの質問にも４つの選択肢が与えられ，その中から該当するものをひとつ選ぶ形式になっているが，これら２つの回答の間には，これまでの調査以上に強い正の相関（$r = .659$）が示されている。つまりテレビの視聴日数の多い者ほど一日の視聴時間も長くなる傾向が明確にされているわけだが，それと同時に居住環境や性別など大学生の諸属性によるテレビ視聴の違いは，視聴日数よりも視聴時間に反映されやすいことが再確認されている。

週当たりのテレビ視聴日数に関しては，全体の７割強（70.8%）が「ほぼ毎日」と回答，それに次いで「４～５日」(12.1%)，「２～３日」(9.3%)，「ほとんどみない」(7.8%）という順になり，全体としてテレビが大学生の日常生活に深く浸透している様子を明確に裏づける結果となっている。これまでの調査では，居住環境（自宅，下宿）と専用受像機の有無の２つが大学生のテレビ視聴の主要な規定要因とされており，視聴日数に関しては，専用テレビの有無以上に居住環境による違いが大きく作用することが明らかにされている（萩原，2001)。今回の調査においても自宅生より下宿生の方がテレビをみる日数が幾分多くなるような傾向は認められるが（**図１**参照)，しかし居住環境による違いはχ^2検定による有意水準（$p < .05$，以下同様）に達しておらず，また専用テレビの有無，性別あるいは所属大学などによる違いも明瞭にされてはいない。

一方，一日のテレビ視聴時間については「２時間程度」という回答が37.9%と最も多くなっているが，それに次いで「１時間程度」27.3%，「３時間以上」23.3%，「ほとんどみない」11.5%と視聴日数の場合よりも回答が広く分散している。この点については，自宅生よりも下宿生の方が全体に視聴時間が長くなる傾向が再現されており（**図２**参照)，また専用テレビの有無や性別による違いも有意水準に達している。すなわち大半が自分専

図１　週あたりのテレビ視聴日数（自宅生と下宿生の比較）

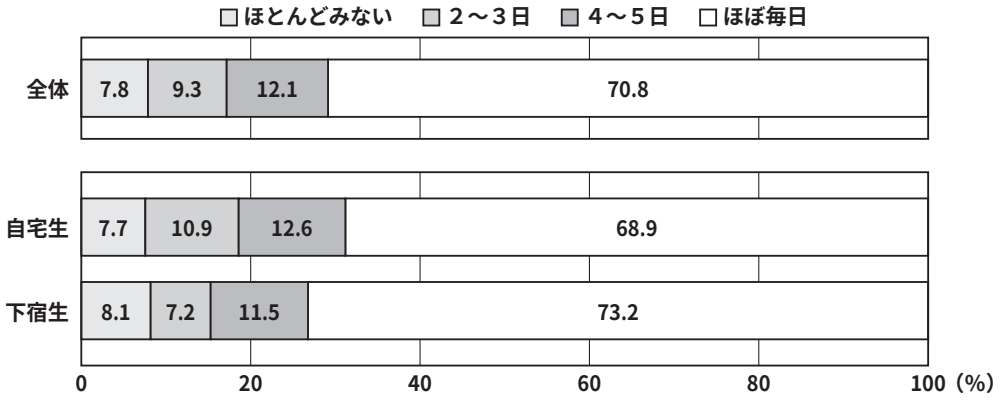
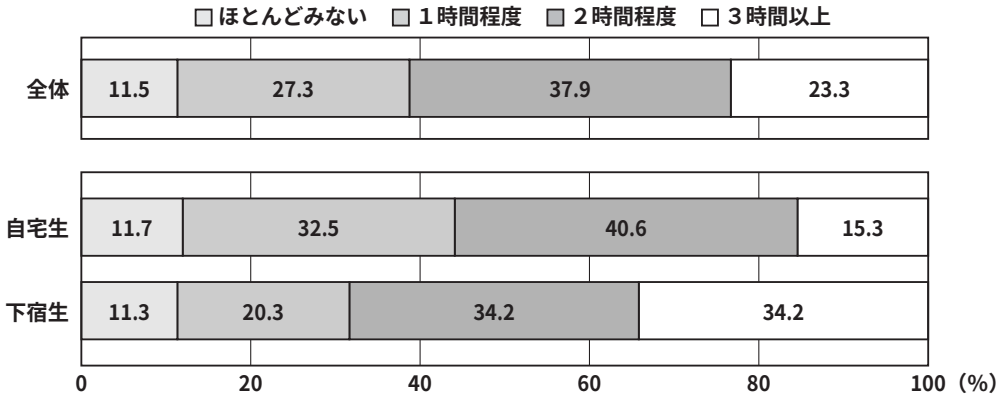


図２　１日あたりのテレビ視聴時間量（自宅生と下宿生の比較）

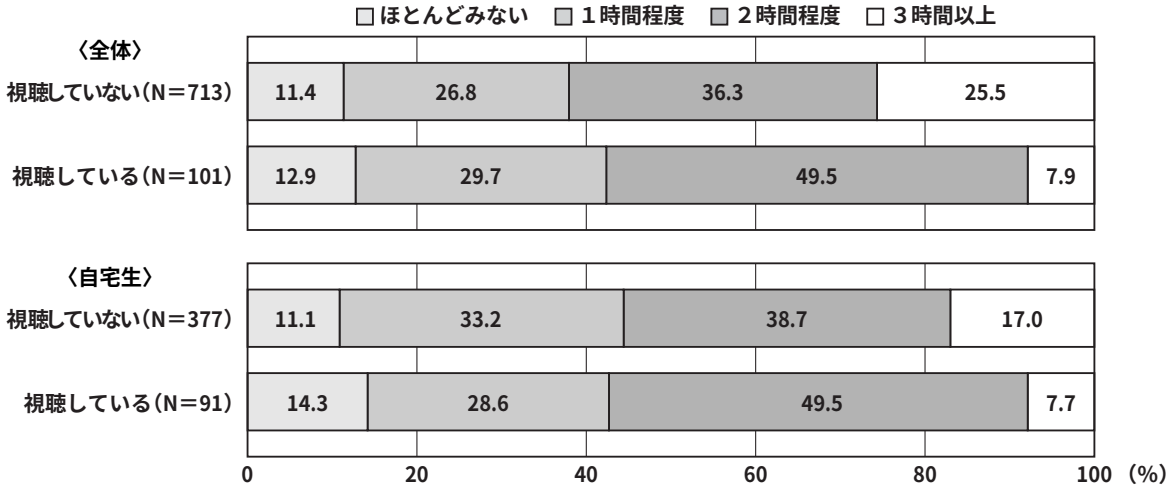


用のテレビを所有している下宿生を除いて，自宅生に対象を絞っても，専用受像機のある者の方がない者よりも長時間テレビをみる傾向が出現しており，また女子よりも男子学生の方がテレビを長くみていることが再確認されているのである。一方，大学別にみると平成国際大学と駒澤大学の２校で「３時間以上」という回答が３割を超え，他大学よりも幾分長めの視聴時間を記録しているが，しかしテレビ視聴時間に関する大学間の違いは有意水準には達していない。

ところでBSデジタル放送の初期採用者を対象としたNHK調査では，地上波を含めたテレビ視聴時間が一日平均４時間13分とかなり長めになっていることは前述した通りである。しかし大学生を対象とした本調査では，BSデジタル放送の視聴者と非視聴者とを比べると，前者の方が後者よりもテレビ視聴時間が全体に短く，NHK調査とは矛盾するような結果が出現している（**図３**参照）。BSデジタル放送の視聴者の９割が，下宿生よりもテレビ視聴時間が短い自宅生によって占められており，こうした居住環境との混同を回避するために自宅生に対象を限定しても，やはりBSデジタル放送を視聴している者の方が視聴していない者よりもテレビ視聴時間が短くなる傾向は維持されているのである（図３参照）。

BSデジタル放送の開始前に実施された東京大学調査では，衛星放送（BS，CS）やケーブルテレビといったサービスへの加入の有無によるテレビ視聴時間の違いが検討されており，ここでも当初の予想とは逆に，BS，CS，CATVの加入者の方が，非加入者よりも

図３　BSデジタル放送視聴状況によるテレビ視聴時間量の違い（回答者全体と自宅生の場合）



テレビ視聴時間の短くなる傾向が示されている（東京大学社会情報研究所，2001）。いずれも統計的有意水準には達していないが，回答者の収入や学歴といった属性による影響をコントロールしても上記の傾向は保たれており，そこでは地上波以外の放送サービスへの加入は，視聴するテレビ番組のバラエティを増やすとしても，テレビ視聴時間を増加させるものではないと結論づけられている。

従来からのテレビへの依存度や満足度の低い人たちが地上波以外の新しい放送メディアを積極的に導入しようとすることが多いのか。新たな放送サービスを導入することによって，それまで視聴していたテレビ番組への関心が薄らいでいくのか。そうしたメカニズムの解明は今後の課題とせざるを得ないが，BSデジタル放送以外の関連機器やサービスに関しても，従来の形での地上波放送しか視聴できない者に比べて，新たな放送メディアを利用できる者の方が，かえってテレビ視聴時間が短くなる傾向が本調査でも明確にされている。CATVやCSデジタル放送への加入の有無によるテレビ視聴時間の違いは認められなかったが，BS受信装置，ハイビジョン用受像機，デジタル放送用受像機に関しては，その所有者の方が非所有者よりもテレビ視聴時間が短く，その傾向は自宅生に対象を限定しても維持されることが明らかにされているのである。いずれにしろ，後述するように，地上波以外の放送サービスの加入者は，非加入者よりも新聞やインターネットの利用頻度が高くなっており，こうしたメディア環境によるテレビ視聴時間の違いは，テレビ以外のメディア利用との関連でより包括的に捉える必要性が示唆されている。

▶ 4　視聴番組ジャンル

それでは次に，テレビ視聴の量的側面ではなく，大学生はどういう内容の番組をみているかという質的側面に注目してみよう。この点に関しては，これまでの調査と同様に「その他」を含む16の番組ジャンルを設定して，その中から日頃よくみているものを３つ選ぶという形式の質問を行っている[3]。それぞれの選択率に基づいて16の番組ジャンルを

脚注

3．以前の調査に関しては，４つ以上のジャンルを選択した場合には，その中から３つを無作為に選ぶという形のデータ処理を行ったが（萩原，2001），ここでは選択した個数にかかわりなく，各番組ジャンルの選択の有無を単純に集計している。

図４　よくみる番組ジャンル

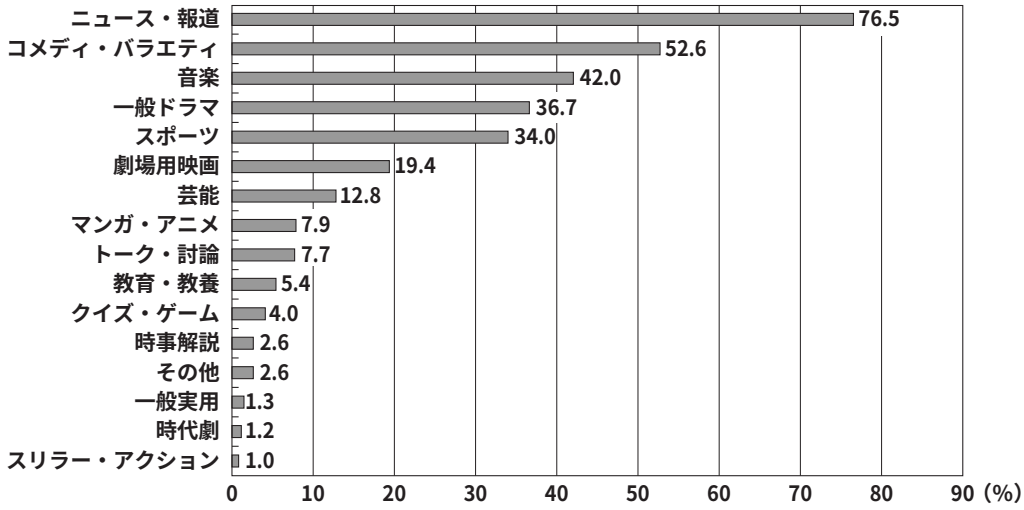
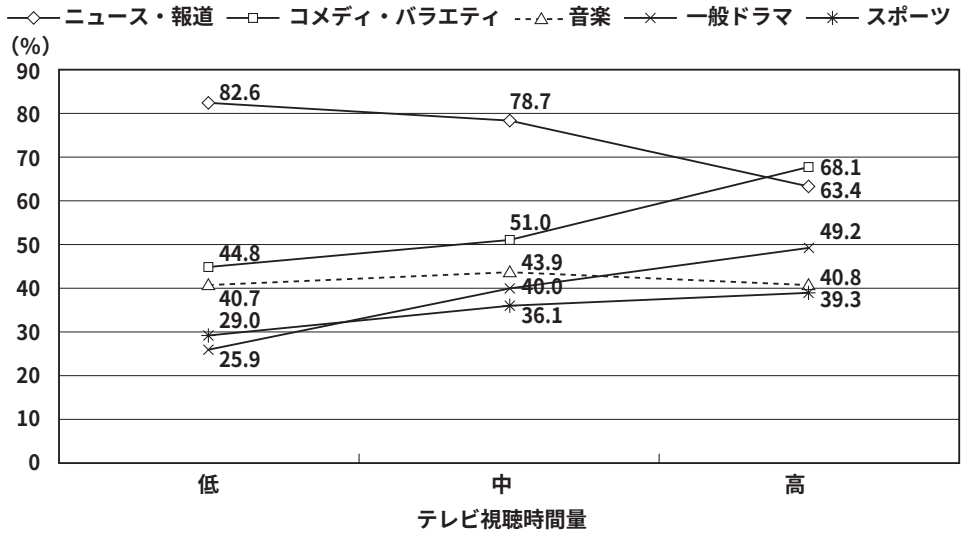


Figure & Table

並べ替えた**図４**の結果をみると，「ニュース・報道」を視聴する割合が76.5％と飛び抜けて高く，それに次いで「コメディ・バラエティ」（52.6％），「音楽」（42.0％），「一般ドラマ」（36.7％），「スポーツ」（34.0％）といった番組を多くの大学生が視聴していることが確かめられる。これら５ジャンルが上位５位までを独占している点は，これまでの調査と共通の結果となっているが，ただ1990年代に比べると「一般ドラマ」を視聴する大学生が減少して２位から４位へと順位を下げ，逆に「コメディ・バラエティ」と「音楽」の視聴者が増えて，それぞれ３位から２位，４位から３位へとひとつ順位を上げていることが判明する。1990年代の前半から後半にかけて「コメディ・バラエティ」「音楽」の接触率が上昇し，それまで「ニュース・報道」に次ぐ２位の座を守っていた「一般ドラマ」を2000年に追い抜いたことが先の論考（萩原，2001）で指摘されており，そうした傾向が2001年になってさらに強化したことが裏づけられたわけである。また，これまでの調査で，1990年代を通じて常に首位を独走してきた「ニュース・報道」の接触率が，1995年を境に落ち込む様子が示されていたが，2001年には，その傾向に歯止めがかかり，ニュース番組を視聴する大学生の割合が再上昇する兆しが現われている。今回の調査は，これまでの調査とサンプル構成を大きく異にしているが，1990年から一貫して調査対象とされてきた慶大生に限定しても，やはり2000年以降に「ニュース・報道」の選択率が上昇する傾向が示されているのである。

さて大学生のテレビ視聴量は，親元を離れているか，自分専用のテレビがあるかといった生活環境に左右される部分が大きいとしても，視聴する番組内容については，そうした生活条件よりも，むしろ性別，学年，所属大学といった属性による違いの方が大きくなることが，これまでの調査と同様に，本調査でも明確にされている。まず性差に着目すると，「スポーツ」と「アニメ・マンガ」は男子，「一般ドラマ」と「音楽」は女子学生の方が高い接触率を記録しており，それは1990年代を通じての調査と軌を一にする結果となっている。また前回までの調査では，学年が上がるにつれて「ニュース・報道」など情報系の番組をみる割合が増え，逆に「コメディ・バラエティ」「音楽」といった娯楽系番組をみる割合が減少する傾向が示されており，本調査でも同様の傾向が再現しているが，その中で学年による違いが有意水準に達したのは「音楽」に関してのみであっ

図５　テレビの視聴時間量による視聴番組ジャンルの違い（上位５ジャンル）



た。今回は，これまでとは異なる大学を調査対象にしており，また大学と学年が密接に結びついているために両者の影響を分離しにくいが，性別や学年以上に多くのジャンルに関して大学間の番組嗜好の有意な違いが出現している。たとえば「ニュース・報道」に関しては武蔵工業大学と東京大学，「コメディ･バラエティ」「音楽」「一般ドラマ」に関しては駒澤大学と武蔵大学，「スポーツ」に関しては平成国際大学と慶應大学の学生が，他よりも高い接触率を示すことが明らかにされているのである。

こうした大学間の違いを整合的に解釈するのは難しいが，上記の属性以外に，今回はテレビや他のメディアとの接触頻度を取り上げて，番組嗜好との関係を検討してみることにした。一日のテレビ視聴時間に関しては，前述した通り４つの選択肢が設けられているが，「ほとんどみない」と「１時間程度」を併せて「低」，「２時間程度」を「中」，「３時間以上」を「高」という具合に各群の人数ができるだけ均等になるように回答者を３分して，上位５位までの番組ジャンルに関する各群の選択率をプロットした結果を**図５**に示す。これをみると「音楽」以外の４ジャンルに関しては，テレビ視聴時間量による選択率に有意差が生じており，テレビ視聴時間の長い学生ほど「ニュース・報道」をみる割合が低く，逆に「コメディ・バラエティ」「一般ドラマ」「スポーツ」をみる割合が高くなっていることが判明する。上位５ジャンル以外では，「教育・教養」番組の接触率に関してテレビ視聴時間による有意差が出現しており，そこではテレビを長くみている学生ほど，この種の番組をあまりみないことが明らかにされている。スポーツ番組を娯楽系，情報系のいずれとすべきかは判然としないが，全体としてみるとテレビ視聴時間の長い学生ほど娯楽志向が強く，情報系番組よりも娯楽系番組を多く視聴する傾向が示されたことになろう。

次にテレビ以外のメディア接触量と番組嗜好との関係をみると，雑誌の閲読頻度の高い者は「クイズ・ゲーム」番組との接触率が低い，ラジオの聴取頻度の高い者は「マンガ･アニメ」を視聴する割合が高い，インターネットの利用頻度の高い者は「その他」のジャンルを選択する割合が高い，といった傾向がいくつか出現しているが，テレビ以外のメディアの中では新聞の閲読頻度による番組嗜好の違いが最も顕著に現われているこ

●表３　テレビ視聴時間量と新聞閲読頻度

テレビ視聴時間量		新聞閲読頻度 低 ほとんど読まない	中 月に数回	中 週に数回	高 ほぼ毎日	
低	ほとんどみない	(27)	(10)	(21)	(35)	(93)
低	１時間程度	(53)	(18)	(70)	(82)	(223)
低		80（9.8%）	119（14.6%）		117（14.3%）	316（38.7%）
中	２時間程度	65（8.0%）	(40)	(84)	121（14.8%）	310（37.9%）
			124（15.2%）			
高	３時間以上	72（8.8%）	(22)	(38)	59（7.2%）	191（23.4%）
			60（7.3%）			
		217（26.6%）	303（37.1%）		297（36.4%）	817（100%）

とが確かめられる。すなわち新聞閲読頻度の高い学生ほど「ニュース・報道」「スポーツ」「時事解説」といったジャンルの番組を選択する割合が高く，逆に「コメディ・バラエティ」「一般ドラマ」を視聴する割合が低くなる傾向が明確にされているのである。従って，「スポーツ」に関しては，テレビと新聞の接触量が高い者ほど選択率が高いという共通傾向が示されているのに対して，「ニュース・報道」「コメディ・バラエティ」「一般ドラマ」に関しては，テレビの視聴時間と新聞の閲読時間とでは，その影響力の方向が逆転していることになる。つまりテレビを長時間みている者，新聞をあまり読まない者は共に「ニュース・報道」との接触率が低く，逆に「コメディ・バラエティ」「一般ドラマ」との接触率が高くなる傾向が明示されているわけである。

テレビ視聴時間と新聞閲読頻度との間には弱い負の相関（r ＝ －.073）があり，全体としてはテレビを長くみている学生ほど新聞を読まないという関係の存在が示唆されているが（後出の表４参照），自宅生に対象を限定すると，有意な負の相関は消失してしまう（r ＝ .059）。いずれにしろ新聞閲読頻度とテレビ視聴時間との関連性は，当初に予想したほど強くはないことが示唆される結果となっている。そこで，これら２つのメディアの接触量を同時に考慮して，それぞれ別個ではなく，両者を組み合わせた形で番組嗜好との関係を調べてみることにした。ここでは新聞閲読頻度に関して「ほとんど読まない」を「低」，「月に数回」と「週に数回」を併せて「中」，「ほぼ毎日」を「高」という形に回答者を３分しており，テレビの視聴時間に関する３群と組み合わせると各セルの該当者数及び構成比は**表３**に示す通りとなった。

多くの大学生が視聴している上位５ジャンルのうち，メディア接触量による選択率の違いが認められない「音楽」を除き，残りの４ジャンルに関して，それぞれテレビと新聞の接触量に基づいて形成された３ｘ３の各セルの選択率をプロットした結果を**図６-１**から**図６-４**に示す。これをみると「コメディ・バラエティ」に関しては（**図６-２**参照），テレビ視聴時間量と新聞閲読頻度の効果が加算される形で接触率が決定し，新聞を読むことが少なく，テレビをみる時間が長い学生ほど，この種の番組をみる割合が高くなるという単純なパターンが示されているが，その他の番組ジャンルに関しては，２つのメディア接触量による交互作用的効果が生じている様子がうかがわれる。いずれもテレビ視聴時間量が「低」い人たちの間では新聞閲読頻度による番組嗜好の違いが小さく，そうした違いはテレビ視聴時間量が「高」い人たちの間で大きくなる傾向が示されているのである。

まず「ニュース・報道」に関する結果をみると（**図６-１**参照），新聞閲読頻度の高い

図6-1　ニュース報道番組の接触率（テレビ視聴時間量/新聞閲読頻度別）

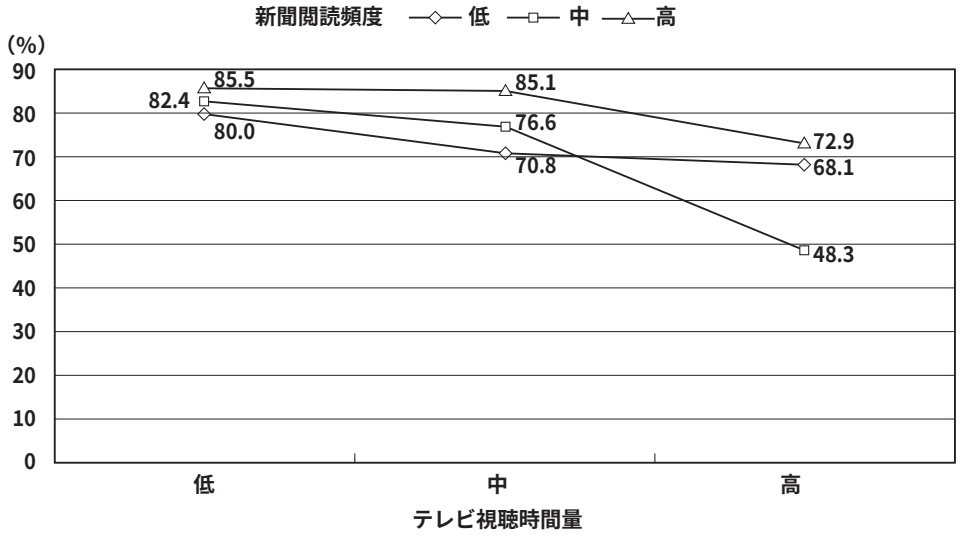
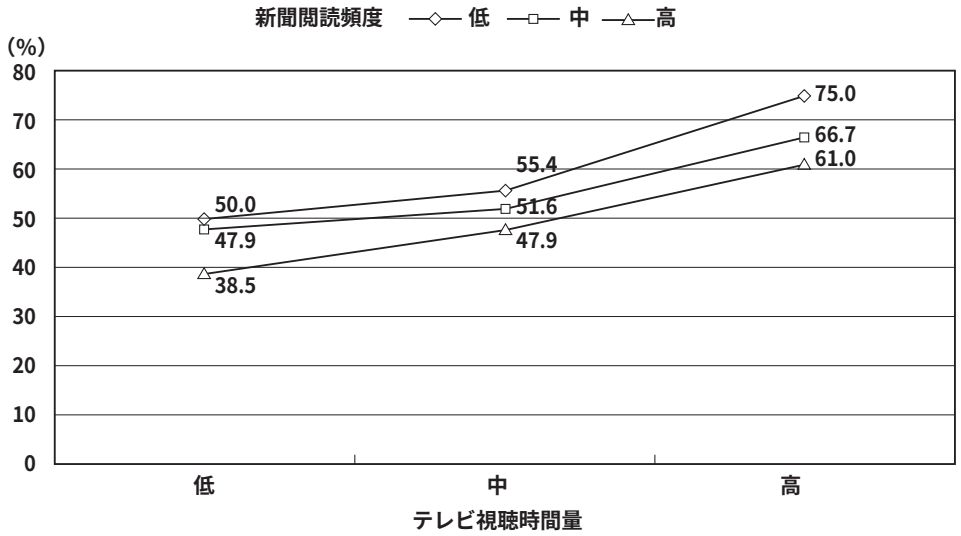


図6-2　コメディ・バラエティ番組の接触率（テレビ視聴時間量/新聞閲読頻度別）



者ほど接触率が高くなるという直線的関係がテレビ視聴時間の「高」い人たちの間で崩れており，テレビの高視聴者群では新聞をよく読む者（高群）や読まない者（低群）に比べて，たまに読んでいる者（中群）の方がテレビニュースをみることが少なく，最も低い接触率を記録していることが判明する。新聞はニュース報道に特化したメディアであり，その定期講読者は，もともとニュースに対する関心が高く，各種番組の中でニュースを選んで視聴する傾向が強い。逆に新聞を読まない人たちは，他に情報を得る手段がないので，テレビ報道を通じてニュースを入手しようとすることが多い。従って，新聞をたまに読んでいるような人たちの方が，テレビを長時間みていても，かえってニュースに接しようとする動機が相対的に弱くなっているということであろうか。

図６-３　一般ドラマ番組の接触率（テレビ視聴時間量/新聞閲読頻度別）

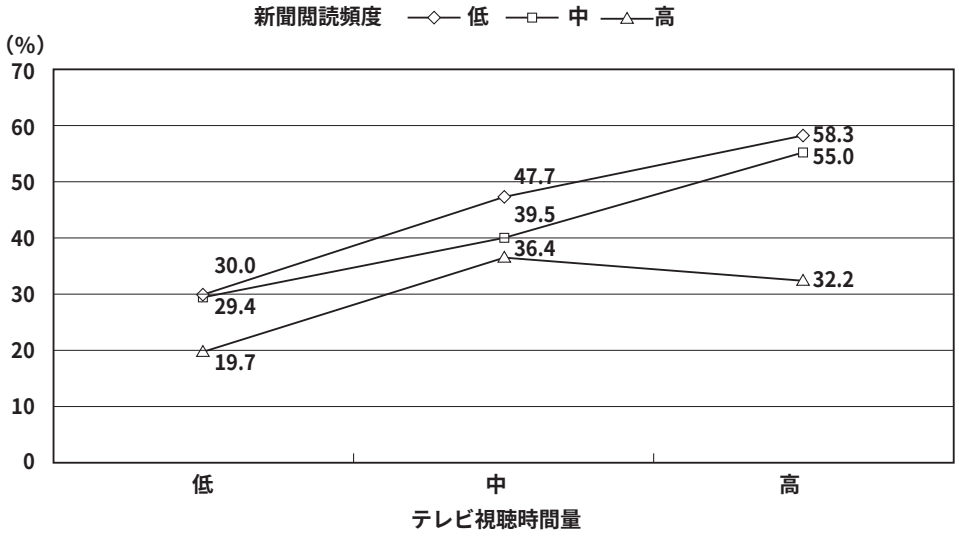
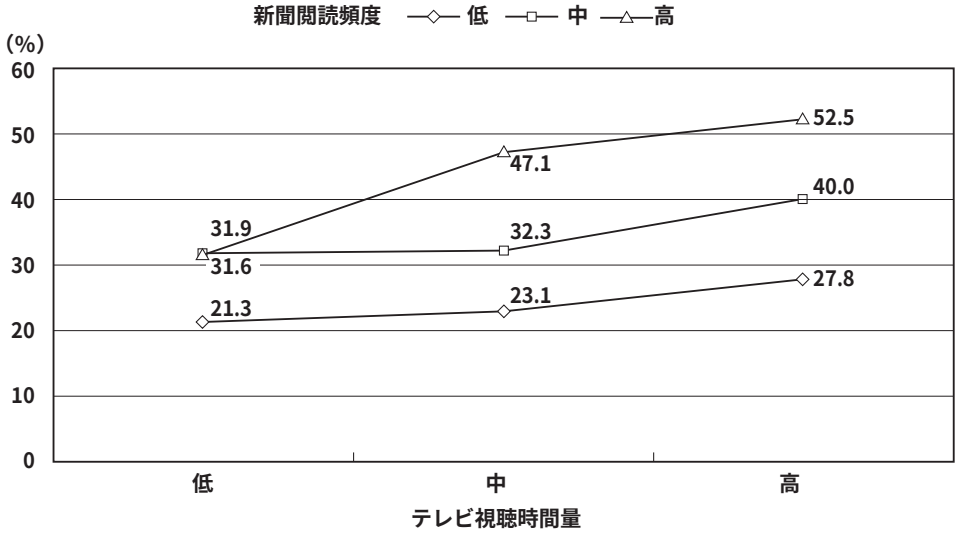


図６-４　スポーツ番組の接触率（テレビ視聴時間量/新聞閲読頻度別）



また「一般ドラマ」に関しては（**図６-３**参照），新聞閲読頻度が「低」「中」の人たちの間では，テレビ視聴時間の長い者ほど高い接触率を示すという直線的関係が出現しているのに対して，新聞閲読頻度が「高」い人たちに関しては，テレビ視聴時間が長い者，短い者よりも，むしろ中程度の人たちの方がドラマ番組をみる割合が高く，逆U字型のパターンが出現している。そして「スポーツ」に関しては（**図６-４**参照），新聞との接触頻度にかかわりなく，テレビ視聴時間量と共にスポーツ番組の接触率が上昇する傾向が現われているが，新聞をよく読んでいる人たちの間で，その傾向が特に顕著になっていることが判明する。こうした結果には容易に解釈しにくい部分が多く含まれており，その信頼性が保証されているわけではないが，テレビ視聴時間量や新聞閲読頻度を別個

に取り上げるのではなく，両者を組み合わせて初めて明らかになるような番組嗜好のパターンも存在する可能性が示されたことになろう。

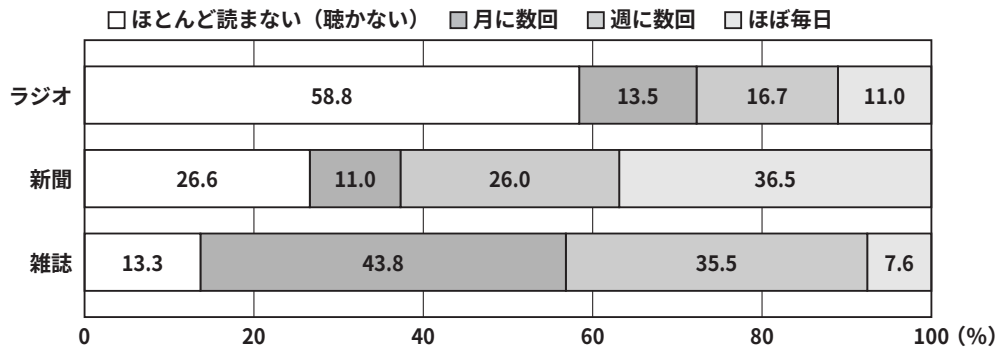
▶ 5　他のメディアの利用状況

次にテレビ以外のマスメディアに目を転じ，新聞，雑誌，ラジオの利用状況を調べてみることにしよう。これらのメディアの利用状況について，これまでの調査では自由記述の回答形式を用いてきたが，今回は４段階の尺度で接触頻度を評定する形に変更している。その回答結果を整理した**図７**をみると，新聞と雑誌という２つの印刷メディアの接触頻度には対照的なパターンが出現していることがわかる。すなわち毎日発行される新聞については「ほとんど読まない」と「ほぼ毎日」の両極に回答が分散しているのに対して，週刊誌，月刊誌が主流の雑誌については，それら両極の中間に位置する「月に数回」「週に数回」というあたりに回答が集中する様子が現われているのである。一方，ラジオに関しては，全体の６割近く（58.8%）が「ほとんど聴かない」と回答しており，ラジオは大学生の間で最も利用されることが少ないマスメディアとなっていることが裏づけられている。

回答者の諸属性による各メディアの接触頻度の違いをみると，雑誌に関しては男女差，新聞とラジオに関しては自宅生か下宿生かという居住環境の違いが最も顕著に現われていることが判明する。雑誌については，男子は週刊誌，女子は月刊誌を読むことが多いのであろうか，男子学生の間では「週に数回」（45.6%），女子学生の間では「月に数回」（57.7%）という回答が再頻値を記録している。ラジオについては，テレビの場合とは逆に，下宿生よりも自宅生の間でラジオを聴く者の割合が高くなる傾向が以前の調査で指摘されており（萩原，2001），その傾向が今回も再確認されている。テレビの視聴量は，居住環境に大きく左右されるとしても，視聴する番組ジャンルに関する居住環境の影響はあまり認められない。それは先に指摘した通りだが，ただ「音楽」番組については，下宿生（36.3%）よりも自宅生（46.0%）の方が高い接触率を示している。従って，ラジオが音楽メディアとしての色彩を強めている現状を考え併せると，下宿生よりも自宅生の間で日常生活に音楽が広く浸透している様子が示されたと言えようか。

大学生の居住環境の違いは，ラジオよりも新聞の閲読頻度に，さらに明確に反映されている。新聞を「ほとんど読まない」という回答の割合は，自宅生の間では16.3%と少ないが，下宿生の間では40.5%と自宅生の2.5倍も多くなっているのである。以前の調査で

図７　他のマスメディアとの接触頻度



は，定期講読している新聞名を自由に記入するよう求めており，今回の結果と直接に比較することはできないが，1990年代を通じて新聞を読まないと回答した者は全体の１割程度，自宅生の間では2.5%，下宿生の間では27.5%とされている。若年層の新聞離れが指摘されてすでに久しいが，1990年代の結果と比較しても，どうやら新聞を読まない大学生は，さらに増加の一途をたどっているようである。なお新聞の購読頻度には，大学間の違いもかなり顕著に現われており，７大学の中で最もよく新聞を読んでいるのは慶大生，逆に最も読まないのは駒大生という結果が示されている。

以前の調査で定期講読している新聞名を尋ねたところ，朝日が54.7%と飛び抜けて多く挙げられ，それに次ぐ読売の20.0%を併せると，この２紙だけで全体の４分の３を占めるという結果が示されている（萩原，2001）。そこでの回答は全国紙にほぼ限定されていたために，今回の調査では全国紙５紙と「その他」のカテゴリーを設け，自分が定期講読しているものをすべてチェックする形に回答様式を変更した。その結果，ひとつもチェックせず，定期講読紙がないと思われる回答者は全体の23.6%，大半が１紙（61.4%）または２紙（14.0%）を講読しており，３紙以上の講読者は1.0%にすぎないことが明らかになった。ちなみに新聞を定期購読していない者の割合は，自宅生の4.0%に比して，下宿生の場合は40.1%と10倍に達しており，新聞の購読頻度以上に居住環境による違いが大きくなっていることが確かめられる。また購読紙数と前出の新聞閲読頻度との相関を求めると，全体としては.528，自宅生の間では.193といずれも有意な正の相関が出現している（後出の表４参照）。従って，各戸で定期購読している新聞紙数が多い者ほど，新聞を読む頻度が高いという関係が示されたことになるが，その結果は主として定期講読紙がない者は，新聞を読むことが少ないという事実関係から派生している。すなわち定期購読紙がないとした者の78%は，新聞を「ほとんど読まない」と回答しており，新聞の購読頻度は購読紙の有無に強く規定されることが裏づけられているが，購読紙が１紙だけの者と複数を講読している者とを比較しても，両者の購読頻度に有意差は認められず，また定期講読紙がない者を除いて講読紙数と講読頻度との相関を求めると.026という数値が得られ，両者の有意な相関関係は消失することが確かめられているのである。

新聞各紙がチェックされた割合を大きさの順に並べた**図８**をみると，朝日の購読者が37.4%と最も多く，それに次いで読売（27.2%），日経（12.5%）の順になっており，毎日（6.0%）と産経（1.7%）の購読者の割合は，全国紙以外の購読者を一括した割合（7.7%）

図８　新聞各紙の購読者の割合

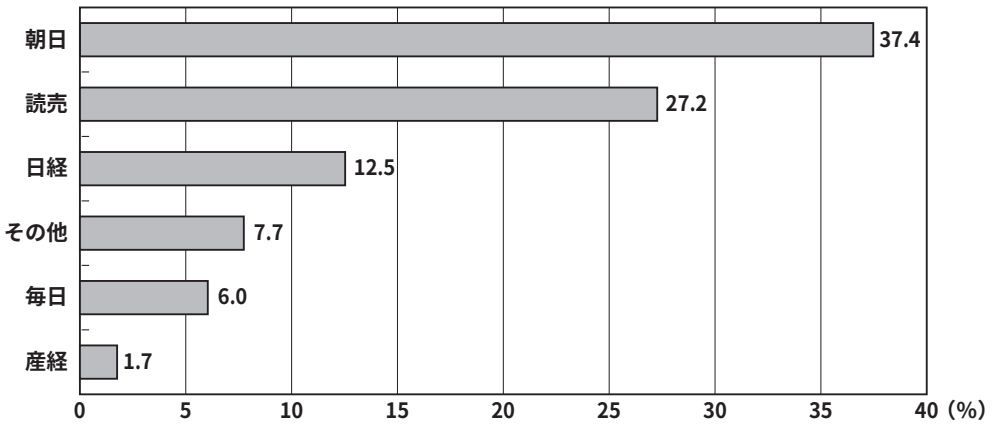
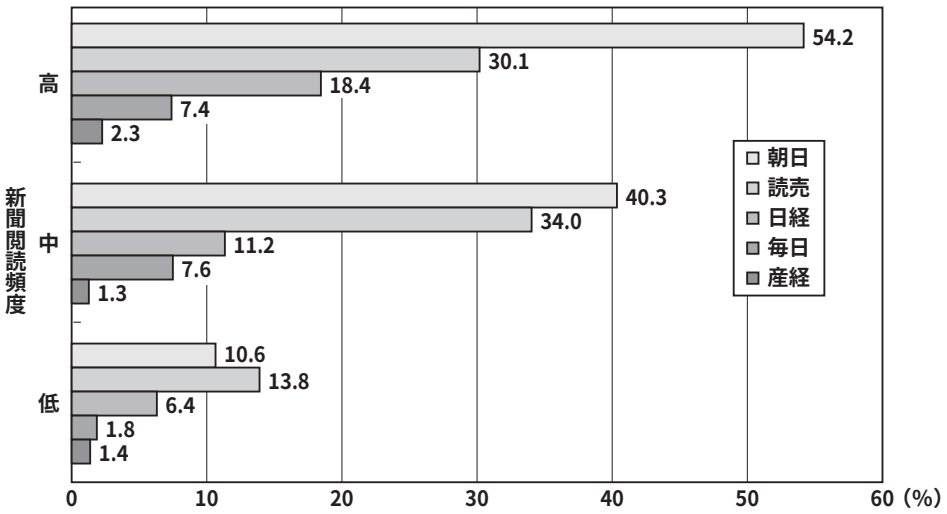


図９　閲読頻度別の各紙（全国紙）購読者の割合

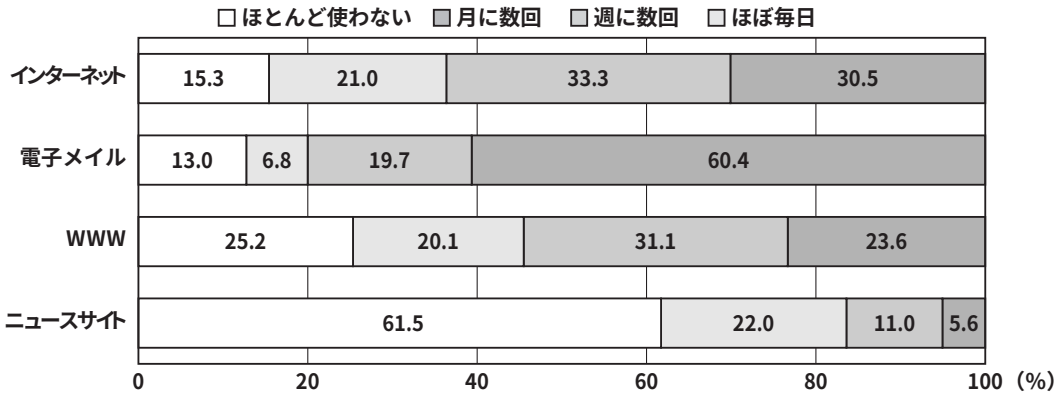


を下回っていることが明らかになる。こうした順序自体は，前回までの調査と大きく変わってはいないが，以前に比べると朝日の購読者が減少，読売の購読者が増加したために，１位と２位の差が縮まった格好になっている。また各紙の購読者のうち，その新聞１紙のみを購読している者の割合を計算すると産経78.6%，朝日76.5%，読売75.8%，毎日63.3%と３大紙を含む全国紙４紙は半数を大きく上回っているのに対して，全国紙以外の「その他」は38.1%，また全国紙の中で日経だけが33.0%となっており，地方紙や日経新聞は，それ１紙ではなく，他の全国紙と併読される場合がはるかに多くなっていることが判明する。なお経済･ビジネス情報に特化した日経の講読率には，学年による顕著な違いがみられ，卒業後の仕事への準備として最終学年になってから読み始める学生が多いのか，他の学年よりも４年生の間で飛び抜けて高い講読率（32.4%）が記録されている。

さらに新聞の閲読頻度に基づいて形成された「高」「中」「低」の各群ごとに，全国紙各紙の購読者の割合を算出した**図９**をみると，毎日のように新聞を読んでいる「高」群の場合は，朝日の購読者が他紙を大きく引き離して多くなっているのに対して，「中」群では朝日と読売の差が縮まり，そして新聞をほとんど読まない「低」群に関しては，朝日よりも読売の購読者の割合が大きくなっていることが判明する。このように新聞各紙は，それぞれに読者層を異にしており，どの新聞を定期講読するかによって新聞の読み方自体にもかなりの違いが生じている様子が示されているのである。なお，どの新聞を購読するかという点に関しては，駒澤，平成国際の２校では読売，それ以外では朝日の講読者が最も多くなるといった具合に大学間の違いもかなり明確に現われている。

さてインターネットの普及が，近年のメディア環境の変化の推進力となっていることは衆目の一致するところであろう。インターネットの普及率に関するさまざまな調査は，必ずしも一貫した結果を示しているわけではないが，「インターネット白書2001」によると2001年２月時点での日本のインターネット人口は3263万６千人，１年前に比べると1325万９千人ほど増加しており，世帯浸透率（１世帯に１人以上インターネット利用者がいる割合）でみても2000年２月の24.6%から46.5%へと倍増したと報告されている。また，この間における変化の大きな特徴として，携帯電話／PHSからのみのインターネッ

図10　インターネット及び関連サービスの利用頻度



ト利用者が2000年２月の３万人から652万５千人へと急増したことが挙げられている。

こうした事情を考慮して今回の調査では，インターネットの利用頻度に関する質問を新たに導入している。具体的にはインターネットの利用頻度，電子メイルの送受信，WWWへのアクセス，新聞社や通信社のホームページ（ニュースサイト）の利用頻度を「ほとんど使わない」から「ほぼ毎日」までの４件法で尋ねている他，自分自身のホームページの有無について回答するよう求めている。ホームページの有無以外の質問に対する回答を整理した**図10**をみると，インターネットの利用頻度に関しては「ほとんど使わない」という回答は全体の15.3%と少なく，「月に数回」21.0%，「週に数回」33.3%，「ほぼ毎日」30.5%と利用頻度にばらつきはあるとしても，大半の大学生が何らかの形でインターネットを利用していることが確かめられる。電子メイルの送受信に関しては，携帯メイルの利用者が多いのか，「ほとんど使わない」とした者は全体の13.0%，約６割（60.4%）が「ほぼ毎日」と回答しており，インターネットよりも高い利用状況が示されている。またワールド・ワイド・ウェブ（WWW）を「ほとんど使わない」としたのは25.2%，従って全体の４分の３がウェブページを閲覧していることになるが，新聞社や通信社が提供するニュースサイトとなると，その利用者は限られており，全体の６割以上（61.5%）が「ほとんど使わない」と回答している。なおホームページの所有者は，全体の２割程度（20.7%）にとどまっており，まだ大学生の間では個人のホームページをもつことがそれほど一般化していないことが示唆されている。

大学生の諸属性によるインターネット利用の違いをみると，電子メイルの送受信は男子よりも女子の方が頻繁に行う一方で，WWWやニュースサイトへのアクセス頻度は女子より男子の方が高いといった男女差，自宅生よりも下宿生の間でインターネットの非利用者の割合が高いといった居住環境による違いも生じているが，それ以上に学年による違いが大きくなっていることが確かめられる。インターネット，WWW，ニュースサイトのいずれに関しても，「ほぼ毎日」利用するという回答の割合が学年と共に直線的に上昇する傾向が示されているし，メイルの送受信についても「ほぼ毎日」という回答の割合は４年生の間で最も高くなることが明らかにされているのである。ただメイルの送受信に関しては，１年生の間で携帯メイルの利用率が高いのか，２，３年生よりも１年生の方が「ほぼ毎日」と答える割合が高くなっている。さらにメディア環境やインターネット教育への取り組み方が大学によって大きく異なっているらしく，関連項目のすべてで大学間の違いが有意水準に達している。今回の調査対象となった７校の中では東京

●表４　各種メディアの接触状況の相互相関（各セルの上段は全体，下段は自宅生のみに基づく相関係数を表わす）

	TV日数	TV時間	TV台数	新聞	講読紙数	雑誌	ラジオ	インターネット
テレビ視聴日数（週何日）		0.659 ＊＊＊ 0.605 ＊＊＊	0.011 0.018	0.023 0.147 ＊＊	−0.046 0.060	0.047 0.056	−0.045 −0.024	−0.018 0.018
テレビ視聴時間（１日何時間）			−0.017 0.126 ＊＊	−0.073 ＊ 0.059	−0.137 ＊＊＊ 0.021	0.077 ＊ 0.094 ＊	−0.021 0.037	−0.045 −0.057
テレビ台数				0.122 −0.065	0.346 ＊＊＊ 0.068	0.027 0.062	0.044 −0.097 ＊	0.039 −0.042
新聞閲読頻度					0.528 ＊＊＊ 0.193 ＊＊＊	0.077 ＊ 0.081	0.233 ＊＊＊ 0.170 ＊＊＊	0.202 ＊＊＊ 0.210 ＊＊＊
講読紙数						0.016 0.038	0.186 ＊＊＊ 0.059	0.127 ＊＊＊ 0.119 ＊＊
雑誌講読頻度							0.101 ＊＊ 0.076	0.101 ＊＊ 0.067
ラジオ聴取頻度								0.121 ＊＊ 0.044
インターネット利用頻度								

＊ <.05
＊＊ <.01
＊＊＊ <.001

大学，武蔵工業大学，慶應大学の３校の学生がインターネットや関連サービスを全般によく利用する様子が示されているのである。

ところでインターネットは他のメディア利用にいかなる影響を及ぼしているのであろうか。インターネットの利用者と非利用者を比較した前出の東大調査では，インターネット利用によって新聞や本などの印刷メディアとの接触量はあまり影響を受けないが，テレビ視聴時間と睡眠時間が減少しており，特にテレビ視聴がインターネットによって大きな影響を受けることが示されている（東京大学社会情報研究所，2001）。

今回の調査では，テレビ視聴日数，視聴時間，新聞，雑誌，ラジオ，インターネットの利用頻度を尋ねており，さらに所有するテレビ台数と講読している新聞紙数を加えて，それらの変数間の相互相関（ピアソンの積率相関）を算出すると**表４**に示すような結果が得られる。ここでは回答者全体の他に自宅生に対象を限定した場合の結果を併記しているが，いずれに関してもインターネットとテレビ以外のメディアの利用頻度との間には正の相関が出現していることがわかる。つまりインターネットを頻繁に使用している者は，購読紙数が多く，新聞や雑誌をよく読むだけでなく，ラジオを聴くことも多い，といった関係が示されたことになるが，ただ自宅生に対象を限定すると，雑誌やラジオに関する有意な相関は消失している。一方，テレビに関して有意な相関は生じていないが，テレビ視聴時間とインターネットの利用頻度の間には負の相関が認められ，どちらかと言えばインターネットの利用頻度の高い者は，テレビの視聴時間が短くなるような傾向が示唆されている。なおインターネット以外では，テレビ視聴時間と雑誌講読頻度，ラジオ聴取頻度と新聞閲読頻度との間に有意な正の相関が出現しており，自宅生の間でも「テレビをよくみる者は雑誌をよく読む」，「ラジオをよく聴く者は新聞をよく読む」といった関係の存在が明らかにされている。

▶ 6　各領域の主たる情報源となるメディア

ニュース研究の一環として私たちが1999年９月に20歳以上の一般人を対象に実施した全国調査では，さまざまなメディアで広くカバーされる９種類の情報領域を設定して，各領域の主たる情報源となるメディアを「テレビ」「新聞」「雑誌」「インターネット」「家族や友人・知人」「その他」及び「関心なし」の選択肢の中からひとつ選ぶ形の質問を行っている。そこでは，すべての領域でテレビを主たる情報源とする割合が最も大きく，その傾向は「気象」「事件や事故」「海外の話題や出来事」「スポーツ」といった領域で特に顕著になっており，また「趣味や娯楽」「芸能人」以外の領域では，テレビに次いで新聞の選択率が高くなることが明らかにされている。この調査でのインターネット利用者は12%と少なく，またインターネット利用者の間でもテレビを主たる情報源とする割合が最大となっている点は変わりないとしても，インターネットの非利用者に比べると，インターネット利用者の方がテレビ情報への依存度が総体的に小さくなる傾向が示されている。

本調査では，この質問をそのまま援用しているわけだが，全国調査から２年が経過した時点での大学生に関しては，どのような傾向が出現してくるのであろうか。この質問への回答を整理した**表５**の結果をみると，大学生の間でもやはりテレビが各種情報の入手源として最も大きな役割を果たしていることが明確に裏づけられている。「趣味や娯楽」に関しては雑誌を主たる情報源とする割合が最も大きくなっているが，それ以外の領域に関しては，いずれもテレビ情報への依存度が際立っており，「気象」「事件や事故」に関しては約８割，「スポーツ」「海外の話題や出来事」「芸能人」「政治や社会情勢」に関しては約７割がそれぞれの情報の主たる入手源としてテレビを選択しているのである。テレビの選択率が半数を割っている３つの情報領域の中で「趣味や娯楽」については，上述したように，雑誌を情報源とする割合が最も高く，次いでテレビ，インターネットの順になっているのに対して，「食事や健康」については雑誌，家族や友人・知人，「ビジネス・経済」については新聞がテレビの次に多く選ばれている。一方，「関心なし」という回答の割合に着目すると，「ビジネス・経済」に関心をもたない大学生が21.6%と最も多く，「食事や健康」「芸能人」「スポーツ」などの情報についても全体の１割以上が関心を示していないことが明らかになる。

一般人を対象とした全国調査に比べると，やはり大学生は新聞情報への依存度が全体に低く，逆にインターネットを情報源とする割合がすべての領域で高くなっていること

●表５　各種情報の主たる入手源となるメディア（%）

	テレビ	新聞	雑誌	インターネット	家族･友人	その他	関心なし
気象情報	80.0（87.7）	7.6（ 8.7）	0.0（ 0.0）	4.5（ 0.5）	2.9（ 0.5）	2.6（ 1.9）	2.3（ 0.8）
事件や事故に関する情報	79.6（74.0）	14.4（21.7）	0.0（ 0.4）	3.1（ 0.4）	1.2（ 0.6）	0.2（ 1.2）	1.5（ 1.7）
スポーツ情報	71.6（70.2）	9.4（18.1）	1.3（ 0.4）	3.6（ 0.2）	1.8（ 0.3）	0.6（ 0.9）	11.6（ 9.9）
海外の話題や出来事に関する情報	67.4（73.0）	10.0（12.4）	5.0（ 2.8）	9.1（ 1.1）	1.6（ 0.9）	1.2（ 0.9）	5.7（ 8.8）
芸能人に関する情報	67.2（60.8）	1.5（ 5.3）	4.8（ 7.2）	4.3（ 0.3）	7.4（ 1.1）	1.0（ 0.4）	13.9（24.9）
政治や社会情勢に関する情報	66.8（59.0）	24.3（31.0）	0.9（ 0.8）	2.1（ 0.4）	1.5（ 0.7）	0.6（ 0.8）	3.8（ 7.4）
ビジネス・経済情報	48.1（38.2）	23.7（32.6）	2.0（ 3.7）	2.5（ 1.1）	1.7（ 1.6）	0.4（ 0.9）	21.6（22.0）
食事や健康などの生活情報	46.0（52.5）	5.4（13.9）	15.0（12.3）	2.5（ 0.5）	13.3（ 8.9）	2.2（ 2.5）	15.6（ 9.4）
趣味や娯楽に関する情報	26.8（39.7）	0.7（13.1）	45.4（23.6）	18.1（ 2.6）	5.3（10.4）	2.3（ 2.6）	1.4（ 8.0）

＊括弧内の数値は，1999年９月に実施した全国調査（N=1423）の結果

が確かめられる。一方，テレビ情報への依存度は，領域によって異なる傾向を示しており，「ビジネス・経済」「政治や社会情勢」「芸能人」などに関しては一般人よりも学生の方がテレビ情報に依拠する割合が高くなっているのに対して，「趣味や娯楽」「気象」といった領域に関しては，逆に，一般人より大学生の方がテレビ情報への依存度が低くなる傾向が出現している。また「関心なし」という回答の割合をみると，「芸能人」「趣味・娯楽」「政治・社会情勢」「海外の話題や出来事」といった領域については大学生の方が高い割合で関心を示しているのに対して，「食事や健康」といった生活情報への関心は大学生よりも一般人の間で高くなっている様子がうかがわれる。

次に大学生の諸属性による情報源の違いをみると，全体に男子よりも女子学生の方がテレビ情報への依存度が大きく，逆に新聞情報への依存度が小さくなる傾向が認められるが，それ以上に各種情報への関心の有無に顕著な男女差が出現していることがわかる。「スポーツ」「ビジネス・経済」については女子，「芸能人」「食事や健康」については男子の方が高い割合で「関心なし」と回答しているのである。さらに「ビジネス・経済」情報への関心の度合については，性別以上に学年による違いが大きく，上級生になるほど高い割合で関心を示していることが判明する。特に４年生の間で「ビジネス・経済」情報への関心が際立って高く，それと同時にその種の情報をテレビではなく，新聞から得る割合も学年と共に急速に増加する様子が示されている。また学年が上がるほど「海外の話題や出来事」に関する情報をテレビから入手する割合が減少し，インターネットを情報源とする割合が大きくなる傾向も出現している。

それでは最後にテレビ，新聞，そしてインターネットの利用頻度と各種情報の入手源として各メディアが果たしている役割との関係を調べてみることにしよう。テレビの視聴時間，新聞の閲読頻度については，前述したような形で３群を設定しているが，インターネット利用頻度についても「ほとんど使わない」と「月に数回」を併せて「低」，「週に数回」を「中」，「ほぼ毎日」を「高」という具合に回答者を３分することにした。まずテレビ，新聞，インターネットの利用頻度とそれぞれのメディアの情報源としての役割との関係をみると，すべての領域に関して，特定のメディアの利用頻度が高い者ほど高い割合でそのメディアを主たる情報源としていることが確かめられる。つまり情報領域にかかわりなく，テレビ視聴時間の長い者はテレビ，新聞閲読頻度の高い者は新聞，そしてインターネットの利用頻度の高い者はインターネットから相対的に多くの情報を得ていることが確認されたわけである。

今回の調査では，各領域の主たる情報源となるメディアをひとつ選ぶという回答形式を採用しているために，特定のメディアの選択率が高くなると，必然的に他のメディアの選択率が低下する傾向を生じさせることになる。それではテレビ，新聞，インターネットを情報源とする割合が増加すると，他のメディアのいずれが最も大きな影響を受けることになるのであろうか。まずテレビの視聴時間と新聞の閲読頻度による情報源の違いをみると，これら２つのメディアが相互補完的な役割を果たしていることが明らかになる。つまり，すべての領域に関して，テレビ視聴時間の長い者ほど新聞を情報源とする割合が低く，逆に「食事や健康」「趣味・娯楽」以外の領域については，新聞閲読頻度が高い者ほどテレビを情報源とする割合が小さくなる傾向が明示されているのである。

テレビ視聴時間の長い者は，新聞情報への依存度が全体に低いだけでなく，インターネットから情報を得ることも少なくなっている。別の見方をすると，あまりテレビをみない大学生の方が，他の人たちよりも高い割合で「食事や健康」「芸能人」「スポーツ」などに「関心なし」と答えているにもかかわらず，すべての領域でインターネットを主たる情報源とする割合の大きくなることが明らかにされているのである。一方，新聞を

あまり読まない大学生は「ビジネス・経済」「政治や社会情勢」に関心をもたないことが多くなっており，また「趣味・娯楽」に関する情報の入手源としてインターネットを選択する割合が新聞の閲読頻度に伴って上昇する傾向が示されている。

そしてインターネットの利用頻度別にテレビ，新聞を主たる情報源とする割合を示した**図11-1**，**図11-2**の結果をみると，インターネットをよく利用する大学生ほど，テレビ情報への依存度が低く，逆に新聞情報への依存度が高くなるような全体的傾向が認められる。しかし，そうした傾向は，情報領域によってかなり異なっており，たとえばインターネットの利用頻度の高い者ほど新聞情報への依存度が高くなる傾向は「政治や社会情勢」「ビジネス・経済」「海外の話題や出来事」といったハードニュースに関わる領域で特に顕著になっていることがわかる。また「関心なし」という回答の割合をみると，インターネットの利用頻度の高い者ほど「芸能人」情報に関心をもたないことが多く，

図11-1　テレビを主たる情報源とする割合（インターネット利用頻度別）

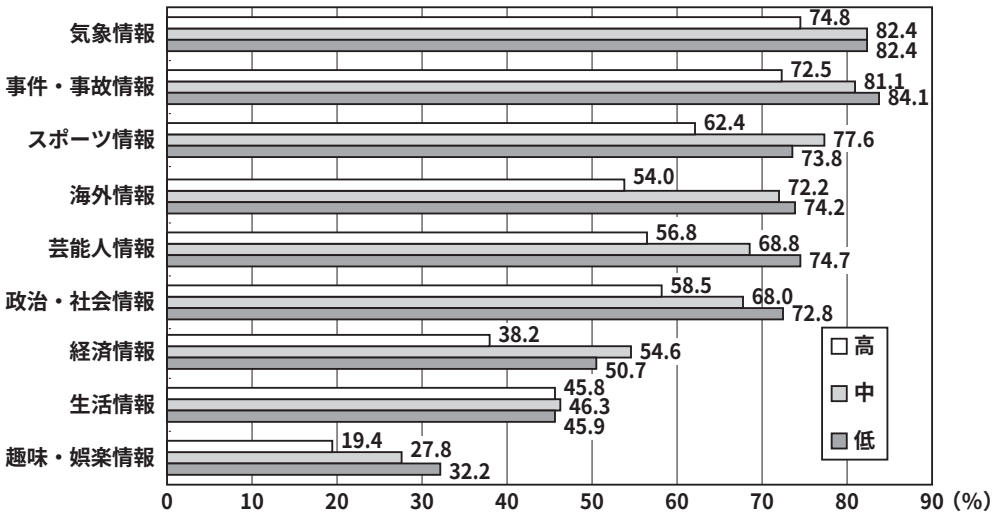
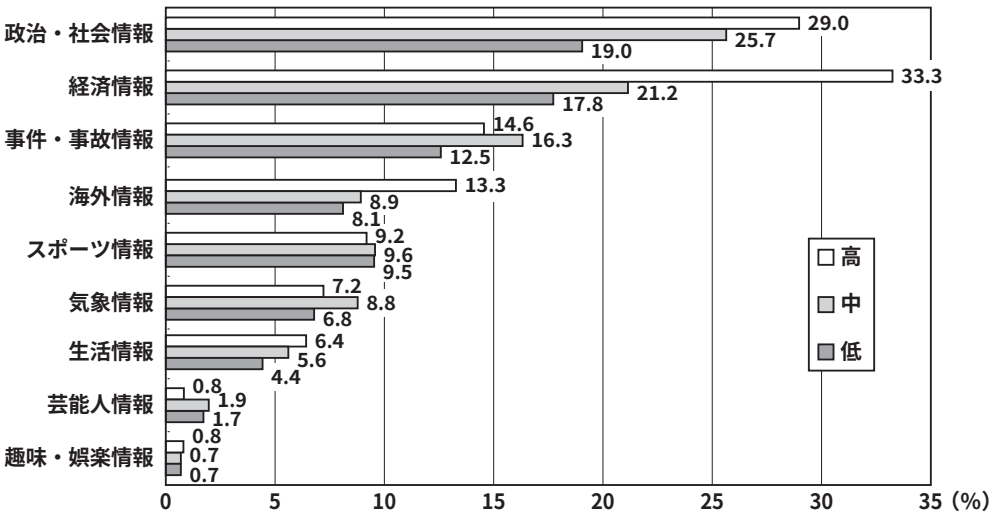


図11-2　新聞を主たる情報源とする割合（インターネット利用頻度別）



逆に「ビジネス・経済」「海外の話題や出来事」には高い割合で関心を示していることが明らかになる。どうやらインターネットを利用することによって情報源となるメディアの役割が変化するというよりも，インターネットをよく利用する者とあまり利用しない者とでは，もともとの関心の方向や所在を異にしていると考えた方がよさそうである。

▶7　結　び

テレビの視聴時間量は，在宅時間，自由時間の長さに規定される部分が大きく，高齢者や主婦といった高視聴者群に比べると，大学生はテレビをあまりみない低視聴者群として位置づけられている。それでも各種メディアの中で大学生の日常生活に最も広く浸透しているのは，現状では，やはりテレビということになるであろうし，さまざまな領域の情報源としてテレビが依然として大きな役割を果たしていることが本調査でも明確にされている。

テレビ自体は，決して目新しいメディアではないが，しかし1990年代以降，ケーブルテレビや衛星放送の普及による多メディア，多チャンネル化が実現し，さらにデジタル化の進行によって，現在，テレビは大きな変革期を迎えているところである。実際に，大学生の間でも衛星放送，ケーブルテレビ，BSデジタル放送などの利用者が増加しつつあるわけだが，この点に関して興味深いことは，そうした新しい放送メディアの利用可能性は，必ずしもテレビの視聴時間量を全体に押し上げる方向に作用していないことである。地上波以外の放送サービスの加入者は，非加入者に比して，むしろテレビ視聴時間が短くなる傾向が示されているわけだが，前者は後者よりも新聞やインターネットの利用頻度が高く，そうしたメディア環境全体の中でテレビ視聴を位置づける必要性が同時に示唆されている。現時点において新しい放送サービスを利用している者は，他の情報メディアも積極的に利用する傾向が強く，従ってテレビ情報への依存度が相対的に低くなるといった解釈が成り立つのかもしれない。

ニュース番組の娯楽化が進み，またバラエティなど娯楽番組の情報化が指摘されている現在，視聴する番組ジャンルによってテレビの機能を情報と娯楽に大別することは困難になっているが，テレビを長時間みている大学生ほど「ニュース・報道」「教育・教養」といった情報系番組をみる割合が低く，逆に「コメディ・バラエティ」「一般ドラマ」といった娯楽系番組をみる割合が高くなっていることは注目に値する結果と言えよう。地上波以外の放送サービスの利用可能性による視聴番組ジャンルの違いは，あまり明確ではないが，新聞に関しては，その閲読頻度の高い者ほど「ニュース・報道」「時事解説」をみることが多く，逆に「一般ドラマ」や「コメディ・バラエティ」をみることが少なくなる傾向が明らかにされている。

新聞やインターネットは，テレビに比べると，情報メディアとしての色彩が強く，また情報を得るうえで，受動的ではなく，より能動的な取り組みが要求される。もちろん情報内容にも硬軟取り混ぜてさまざまなものがあるが，多様な階層の人々の間に広く浸透した大衆的なメディアであるテレビにとって娯楽機能は不可欠の要素であり，新聞やインターネットとは異なる形での情報提供にテレビが特化していく傾向が強まるのであろうか。いずれにしろ今後のデジタル化の進展に伴って情報端末としてのテレビの機能がますます強化されていくものと思われるが，それによって日常生活の中でテレビの果たす役割がどのように変化していくのか，大学生の特性や他のメディアとの関係を考慮しつつ，この点をこれからも注意深く見守っていきたい。

●引 用 文 献

萩原滋（2001）「1990年代における大学生のテレビ視聴の動向―都内４大学での継時的調査結果の報告―」，『メディア・コミュニケーション』，51，111-129.
萩原滋・横山滋（2001）「ニュースメディアの利用状況と信頼度評価」　萩原滋（編著）『変容するメディアとニュース報道―テレビニュースの社会心理学―』　丸善，所収，pp.221-239.
インターネット協会監修（2001）『インターネット白書2001』　インプレス.
上村修一・居駒千恵・中野佐知子（2000）「日本人とテレビ・2000～テレビ視聴の現在～」，『放送研究と調査』，８月号，2-35.
小池正春（2001）「BSデジタル２年目大予測」，『新・調査情報』，32，14-41.
二瓶亙・服部弘（2001）「視聴者はBSデジタル放送をどのように見ているか～視聴者動向調査から～」，『放送研究と調査』，７月号，38-69.
NHK放送世論調査所（1983）『テレビ視聴の30年』　日本放送出版協会.
NHK世論調査部（2001）「テレビ・ラジオ視聴の現況―平成13年６月全国個人視聴率調査から―」，『放送研究と調査』，９月号，40-51.
東京大学社会情報研究所編（2001）『日本人の情報行動2000』　東京大学出版会

（萩原　滋　慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所教授）