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

Title	オーディエンスの能動性概念に関する再考察 : メディア利用過程と利用動機を中心に
Sub Title	
Author	金, 鐵鎔(Kim, Cheol Yong)
Publisher	慶應義塾大学大学院社会学研究科
Publication year	2005
Jtitle	慶応義塾大学大学院社会学研究科紀要 : 社会学心理学教育学 : 人間と社会の探究 (Studies in sociology, psychology and education : inquiries into humans and societies). No.60 (2005.) ,p.125- 127
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	平成16年度[慶應義塾大学]大学院高度化推進研究費助成金報告
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00069 57X-00000060-0125

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.

考　　察

被面接対象者全員が“現役中はスポーツに集中するため，人生においての他の分野は見ないようにしていた（項目 7)”と語っていた。プロ野球選手は幼い頃から引退までの間，野球だけに没頭してきたからである。また“スポーツキャリア移行プログラムのサービスを受けることができた（項目 11)”者もいなかった。

引退に伴う心理的困難度を軽減するためには，現役中に引退を想定し，準備をすることが必要である。そのための支援プログラムなど，ソーシャルサポートの研究が今後必要である。

注

1) 本研究は，「三井宏隆・篠田潤子 (2004) 元プロ野球選手のキャリア再構築に伴う心理的困難度」として日本社会心理学会，第 45 回大会で発表したものである。

参考文献

篠田潤子　(2003)　プロ野球選手の引退後のアイデンティティ再構築モデル　慶應義塾大学大学院社会学研究科修士論文

篠田潤子　(2004)　プロ野球選手の引退後の進路を分かつ変数 (I): 監督・コーチ就任のための説明変数　慶応義塾大学院社会学研究科紀要，第 56 号，89-97.

三井宏隆・篠田潤子 (2004) スポーツ・テレビ・ファンの心理学，ナカニシヤ出版，pp. 71-72.

* 慶應義塾大学大学院社会学研究科社会学専攻博士課程

オーディエンスの能動性概念に関する再考察

——メディア利用過程と利用動機を中心に——

金　　鐵　　鎔*

オーディエンスの能動性・受動性概念はマス・コミュニケーション研究において重要な位置を占めてきた (Biocca, 1988; Power et al., 2002)。しかし，その概念がマス・コミュニケーション研究において理論的そして方法論的論争の中心になってきたにもかかわらず，オーディエンスの能動性・受動性概念は明確でないままであり，多くの混乱が存在する (Biocca, 1988; Power et al., 2003)。

本研究はオーディエンスの能動性概念をめぐるこのような混乱を克服し，オーディエンスの能動性概念をより明確に定義することをその目的とする。

Biocca (1988) は能動的オーディエンスの立場があまりにも拡張されすぎて，意味のない (empty) ものになってしまったことを示している。Power et al. (2002) はまた，オーディエンスが能動的であるのか，受動的であるのかという問題は研究者がとっている理論的立場によるものであると指摘した。

オーディエンス能動性に関する上のメタ研究は，オーディエンスの能動性と受動性を二分法的に捉えている。しかし，オーディエンス能動性概念を明確にするためには，その概念をイデオロギー的信念や研究者の理論的前提という常数としての捉え方ではなくその概念を測定可能な変数として捉えるべきである。

例えば，Levy (1983) は，オーディエンスがコミュニケーション過程の間，必ずしも一貫的に能動的あるいは受動的であるわけではないということを示していると指摘している。つまり，コミュニケーション場面（sequence，つまり，選択，関与，利用）において変化 (variation) が存在するだけでなく，時間軸においても変化が存在するということである。

これと関連して，Baran & Davis (1995) は非常に適切な指摘をしている。彼らは，能動性と関連した問題を明確にするための方法として二つを提案しているが，一つは能動性 (activity) と能動的であること (activeness) を区分すること，そしてもう一つは「能動的オーディエンス」を相対的な概念として見ることである。彼らによると，能動性 (activity) と能動的であること (activeness) は関連しているが，前者はオーディエンスの行動（たとえば，テレビ・ニュースを見るより新聞を読むことを選択すること）を指す反面，後者は利用と満足アプローチ研究者たちが考えていること-つまり，マス・コミュニケーション状況におけるオーディエンスが有する自由と自律性を指すのである。そして，このような能動であること (activeness) は，疑いなく，相対的である。つまり，あるオーディエンス・メンバーはより能動的であり，あるオーディエンス・メンバーはより能動的でないということである。

このように，オーディエンスが一般的に能動的であるか，あるいは能動的でないかを述べるのはあまり意味がないように思われる。そして，オーディエンスがメディア利用において選択性が高いからあるいは低いから，また，関与が高いからあるいは低いから能動的であるあるいは能動的でないと言うのもあまり意味がないように思われる。オーディエンスが能動的であるか否かを言うためには，オーディエンスの動機が何かを知らなければならないし，またそのような動機を充足させるために能動性の内容（選択性，効用，関与など）がどのように作用しているのかを把握しなければならない。その意味でオーディエンスの能動性は，オーディエンスが持っている動機を充足させようと努力する程度として定義されうるし，このように動機と関連付けて定義されるとき，オーディエンスの能動性をめぐる非一貫性の問題の多くの部分は解決されうると思われる。

Massey (1995) は，メディア・テキストだけではなく，メディア自体がメディア利用者の生活の中でどのような意味を持つのかに関する文化的アプローチが必要であると指摘する。したがって，彼女は，人々がマス・メディアと文化的にどのような関係を持っているのかに関する質的研究方法が追求されるべきであり[1]，それを通じて，事前に操作化された概念 (pre-operationalized concepts) を利用者のメディア利用行動に当てはめるのではなく，メディア利用者のメディア利用過程とメディア利用動機に関する具体的な理解を深めるべきであると指摘している。

Katz (1996) も利用者のメディア利用の具体的な像をつかむことが大事であると指摘している。つまり，Katz はメディア内容から情報を得，それを処理する認知的努力を中心にオーディエンスの能動性を評価することに反対しているが，なぜなら，メディア利用者たちはメディアを通じて情報を得ること以外にもさまざまな満足を得ることができ，テレビを見ながらリラックスすることもそのような満足の一つの例であるからである。したがって，彼も Massey (1995) と同じように，多様なコンテクストの中で多様なメディア・テキストと多様な利用者がどのように相互作用しているのかを具体的に研究することによってメディア利用者のメディア利用行動を具体的に分析することが，決まった尺度によって能動性・受動性を判断することより有意味で必要な作業であると指摘する。

上の二つの研究は共に，オーディエンスの能動性を研究するためには，これまでの利用と満足研究がとってきた，事前に操作化された定義を利用しデータを収集する方式を超え，オーディエンスが実際に

メディアを利用する過程に対する具体的なアプローチが必要であると指摘し，したがって，利用と満足研究が主に利用してきた量的方法だけでなく，質的方法も導入することによって，オーディエンス能動性研究がより発展できると主張している。

新しいインタラクション・メディアがより普及されるにつれ，メディア環境がさらに複雑化しており，したがって，そのような複雑なメディア環境でオーディエンスの能動的なメディア利用はますます重要視されている (Severin & Tankard, 2001)。また，メディア環境が複雑化するにつれてオーディエンスになることの意味もさらに拡大しておりオーディエンス研究の重要性も増している (Ross & Nightingale, 2003)。

オーディエンスの能動性をイデオロギー的信念や研究者の観点，あるいは理論的前提などの常数として捉えるのではなく，オーディエンスがメディアを利用する過程の中で，そして，オーディエンスのメディア利用動機と関連して，常に変化する変数として捉えて初めて，その概念の意味はより明確なものになり，メディア環境が複雑になるにつれよりその重要性が強調されているオーディエンス研究におけるさまざまな研究アプローチの統合の重要なリンクになれると思われる。

注

1) しかし，彼女は量的研究方法の意義を否定してはいない。

参考文献

Baran, S. J. & Davis, K. D. (1995) *Mass Communication Theory-Foundations, Ferment, and Future*, Wadworth Publishing Company.

Biocca, F. A. (1988) Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory, *Communication Yearbook*, 11, pp. 51-80.

Power, P., Kubey, R., & Kiousis, S. (2002) Audience Activity and Passivity: An Historical Taxonomy, *Communication Yearbook*, 26, pp. 116-159.

Levy, M. R. (1983) Conceptualizing and Measuring Aspects of Audience 'Activity', *Journalism Quarterly*, 60, pp. 109-115.

Massey K. B. (1995) Analyzing the Uses and Gratifications Concept of Audience Activity with a Qualitative Approach: Media Encounters During the 1989 Loma Prieta Earthquake Disaster, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39(3), pp. 328-349.

Katz, E. (1996) Viewer Work, in James Hay, Lawrence Grossberg & Ellen Wartella (eds.), *The Audience and Its Landscape*, Westview Press, pp. 9-22.

Severin, W. J. & Tankard, Jr., J. W. (2001) *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*, 5th Ed., Longman.

Ross, K. & Nightingale, V. (2003) *Media and Audiences: New Perspectives*, Open University Press.

* 慶應義塾大学大学院社会学研究科社会学専攻博士課程