

# 香川大学生とテレビメディア（一）

小 松 秀 雄

## <目 次>

はじめに

1. コミュニケーションとテレビ
2. 調査項目の概観
3. 単純集計結果から  
(以上本号, 以下次号)
4. テレビメディアの位置
  - (1) メディア・ミックスの分析
  - (2) テレビのウェイトパターン
5. 現代社会とテレビ

おわりに

## はじめに

本稿は、筆者が昭和59年度から三年間担当した「現代社会とマスコミ」（社会科学概論）の授業に関連して実施した「テレビ視聴に関する調査」に基づく報告である。ここで調査のあらましをごく簡単に述べておくと、まずNHK放送世論調査所が行ってきた「日本人とテレビ」に関する調査研究<sup>(1)</sup>を参考にしながら全国データと比較する視点から調査票を作ってみた。続いて昭和60年11月から12月にかけて教育学部の秦隆昌、村瀬裕也、中谷博幸教官に依頼して一般教育科目の授業時間中に調査票を学生に配布し、その場で回答させて回収してもらった。その結果、400人の標本（有効なもの398）を得たと同時に、ほとんどの標本が完全なものに近く三人の先生方の御努力と回答した学生の誠実さに感謝します。

ただ、サンプリングの正当な手順を踏んでいないために香川大学生という母集団を代表する標本構成には必ずしもなっていない。したがって、本調査はNHKの同種の調査と同様に「正確な代表性」を備えたデータを提供するものではないけれども、大学生に関するこの種の標本が乏しい現状では貴重なデータ

であり、考察に値するものと考えて取り上げてみた。なお、標本の一部は、昭和60年度に筆者が指導した石井英樹の卒業論文に使用されている。

〔注〕

- (1) 主に参考にした資料は、NHK総合放送文化研究所の月刊誌(『文研月報』、後に改称されて『放送研究と調査』と呼ばれる)、年間誌(『文研年報』と呼ばれる)である。特に次の資料が本調査の基礎となっている。小川文弥「日本人のコミュニケーション(1)~(3)」(文研月報、昭和48年9月、10月、12月)、同「日本人とテレビ(1)~(6)」(文研月報、昭和55年5月、8月、9月、12月、56年7月、8月)、上村修一他「日本人とテレビ・1985」(放送研究と調査、昭和60年8月)、NHK放送世論調査所編『テレビ視聴の30年』(日本放送出版協会、昭和58年)。

## 1. コミュニケーションとテレビ

テレビというメディアが日本の社会に姿を現わして以来35年が経過し、その間テレビメディアに関する研究がNHKの関連諸機関を中心に続けられ、かなりの知見とデータが蓄積されている。<sup>(1)</sup>そこで、本調査のデータの考察に入る前に、これまでの研究の蓄積を踏まえてテレビ視聴に関する調査の理論的枠組を設定しておこう。

周知のようにテレビメディアが日本の社会に普及する前と後では文化と社会、それに生活の姿がずいぶん変わった。多分テレビを、戦後の変動を表わす「メディア」として使用することも面白い試みになるのではなからうか。それほどテレビは文化と社会を始めとする多くの側面を変化させた、強烈なメディアであったと言える。

多面的な変化の中では、まず最もわかり易いものとして日本人の生活時間の構成がテレビ視聴時間(一日平均3~4時間)によって大きく変わったことがある。<sup>(2)</sup>昔から余り変わらない仕事、学業、睡眠などの主要な生活時間に次ぐ位置を占めたために、その他の会話、遊び、読書などの二次的な生活時間は縮小せざるを得なくなった。生活時間の構成の変動は数字の問題にとどまらず生活様式、コミュニケーションの形態と内容の変化と関連している。すなわち、テ

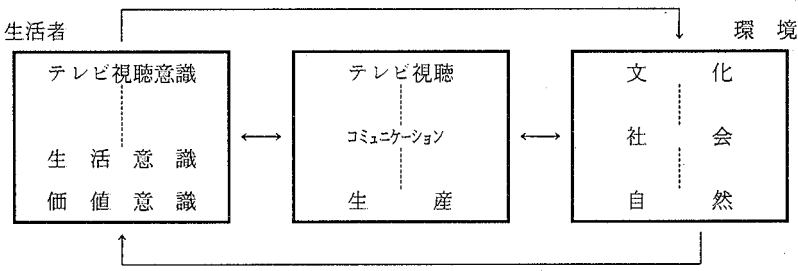
テレビ視聴行動は、基本的な生活行動を排除することはもちろんできないけれども、遊びや会話、並びに他のマスメディア接触行動を変えたり押しつけてしまう可能性は高い。この35年間の社会変動を観察してみると、テレビ視聴によってほとんどの生活行動が様々な形で変えられてしまったように見える。例えば、ながら視聴という言葉で表現されるように「食事をしながらテレビを見る」、「勉強しながら……」、「家事をしながら……」、あるいは「おしゃべりしながら……」ということが一般化している。

次に、テレビメディアの普及によって現われたコミュニケーションの様式の変化を明らかにするためにテレビ視聴をコミュニケーション communication の視点から考えると、会話や読書、並びにラジオ聴取を始めとするマスメディア接触行動と類似した人間のコミュニケーション（行動）の一形態である。一般にコミュニケーションの基本型は、人格と人格との間で言葉を使って対面的に行われる意思疎通の形態であり、パーソナルコミュニケーションと呼ばれる<sup>3)</sup>。そのような基本型には多様な要素が含まれているが、軸となる要素は自己（自我 ego）と他者（他我 alter）という人格主体であり、より詳細に分析すれば彼等の内面にも人格内のコミュニケーション（内なる自己や他者との自己自身のコミュニケーション）が結びついている。コミュニケーションメディアの基本についても人格の言葉、表情、身振りなどのパーソナルメディアが中心となる。恐らく、コミュニケーションの基本型は象徴的相互作用論の視点からかなり詳しく分析できるかもしれないけれども、論点から逸脱するので深く探究しないでおく。ここでは、コミュニケーションの基本型は象徴的相互作用 symbolic interaction の概念と重なることを指摘するにとどめたい。<sup>4)</sup>

基本型を軸にすれば構成要素の変化に対応して種々様々のコミュニケーションの変化型が考えられるだろう。テレビ視聴はその変化型の中でも最も新しく、かつ重要な意義を持つものであり、それだけにいろいろな角度から問題とされて来た。その変化型の基本的特徴は、テレビという、視聴覚に訴えるエレクトロニックメディアが「他者」になり、多数の自己（視聴者）と同時にコミュニケーションすることである。また、マスコミュニケーションでありながら、個々の自己から見ると結構パーソナルコミュニケーションに類似した機能を果

たすこともありうる。<sup>6)</sup> その点がテレビ視聴の強みでもあり、逆に本来のパーソナルコミュニケーションを食いものにして拡大していると批判される原因でもある。現代の社会状況では本来の基本型がなかなか成立しにくいとすれば、手取り早い代替型が普及してコミュニケーションの中で重要な位置を占めてしまうことも仕方がないかもしれない。すなわち、官僚制化と商品化の進行によって手段のコミュニケーションが拡大し、人と人との間に全人格的関わりを伴う会話が成立しにくくなると変化型（代替型）の方に向かわざるを得なくなる。

テレビの強みとしてその他に環境監視と呼ばれる機能がある。現代のように変動の激しい状況に適應するためには「そのつどの」多種多様な情報を獲得しなければならない。その際にテレビは新聞と並んで環境全体との相互作用のための最も重要なメディアとなる。ちょうど環境探索のための道具としての人間の感覚器官の延長のような存在となっている。また、他方ではテレビメディア自体が環境の装置の一部になって、水道、電気、ガスと同様にそれなしでは現代社会において生活できない。



〔図. 1〕 調査研究の枠組  
(生活者—コミュニケーション—環境)

テレビメディアは現代人にとって自己の感覚器官の延長であり、誰もいない時につき合ってくれる「他者」であり、生活環境の不可欠な要素でもある。<sup>6)</sup> とすればテレビメディアを研究する視点は、自己の側にも、「他者」との相互作用というコミュニケーションの領域にも、そして環境の側にも設定できるし、ま

た、しなければならない。そこで図. 1のような調査研究の枠組を設定しておこう。<sup>7)</sup> 図. 1は社会科学の準拋枠と言われる「行為者－状況」図式に沿ったものであり、そこにコミュニケーション(相互作用)を重要視する考え方を組み込んだものである。すなわち、生活者(行為者)－コミュニケーション(相互作用)－環境(状況)の枠組になっており、テレビメディアとテレビ視聴はその枠組に基づいていろいろな角度から調査され、さらに記述・分析されるだろう。

## 〔注〕

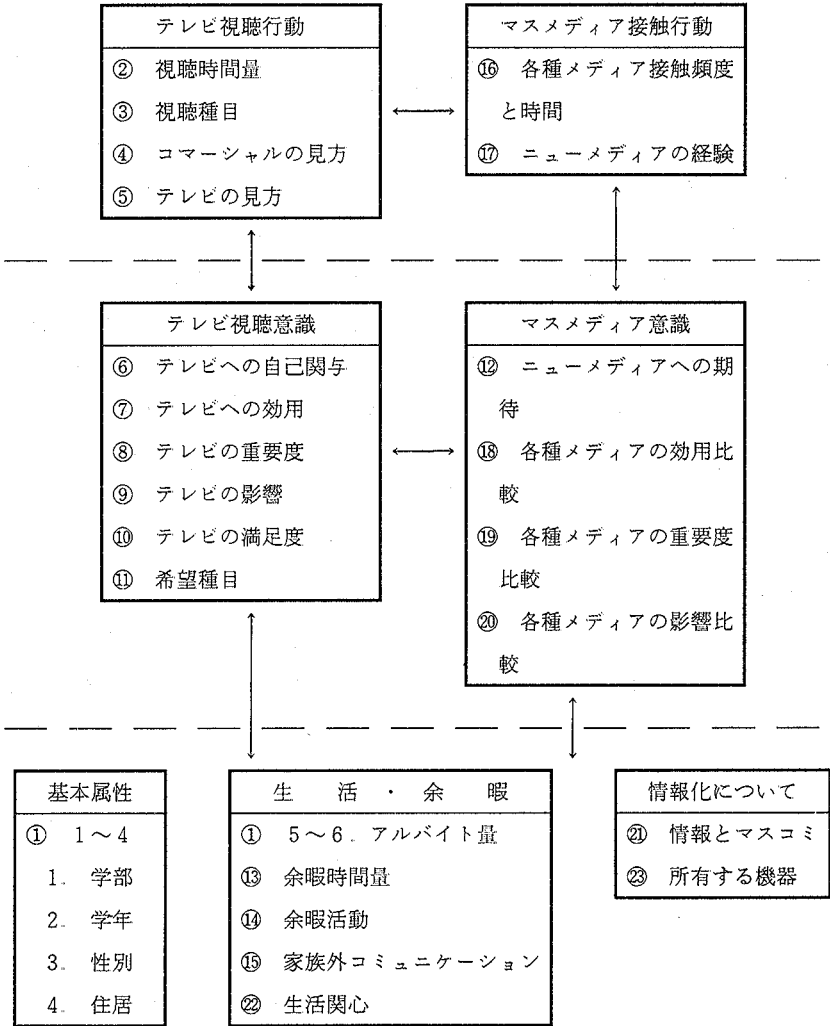
- (1) テレビメディアの調査研究史については昭和59年度日本社会学大会における次の報告レジュメ(32ページに及ぶ大部のもの)に便利な一覧表が掲載されている。田中義久他「コミュニケーション行為と社会関係－理論的仮説と実証的課題」。なお、小川文弥もリポーターの一人である。
- (2) 日本人の生活時間調査はテレビが出現する以前から実施されているが、テレビ出現後のデータは文研月報、放送研究と調査、文研年報にそのつど収録されている。
- (3) コミュニケーションの概念は多義的であるので、林進編『コミュニケーション論』(有斐閣、1988年)に準拠しながら論述を進めたい。
- (4) 象徴的相互作用論では人格や相互作用の二重性(あるいは多重性)構造を解明する。コミュニケーションの構造分析と過程分析が論点ではないから、調査データの考察に必要な枠組の設定にとどめたい。
- (5) テレビメディアの自己回復機能と呼ばれる側面である。一般に二つの人格(自己と他者)の2者関係が基本型であるけれども、テレビメディアのような視聴覚メディアの場合には擬似的な人格のように錯覚されて自己とテレビとの間に1.5者関係なるものが形成されることもある。その問題に関しては小比木啓吾『現代人の心理構造』(日本放送出版協会、昭和61年、63-76頁)。
- (6) 現代人にとってのテレビメディアの三大機能は自己回復、自己向上、環境監視である。それらの機能面からテレビの問題が論じられやすい。
- (7) 図. 1の枠組は小川文弥「日本人とテレビ」(前掲)を参考にして作ってみた。

## 2. 調査項目の概観

前述の枠組に基づいて調査を実施する場合には、その枠組に含まれる全ての要素を調査項目に取り上げることが望ましいだろう。しかし、項目が余りにも多くなり過ぎて費用、処理技術、時間、労力の条件の面で調査ができないようでは困るので、問題となるテーマに即して必要な項目は残してその他の項目は後回しにしなければならない。

今回のテレビ視聴に関する調査では、これまでのNHK放送世論調査所の調査研究、特に1985年の調査に沿って項目を設定してみた。<sup>41)</sup> およその見取り図を示すと図2. のようになる。それを見るとわかるように、三つの層に分けて、まず基底にある生活者（行為者）と環境全般に関する項目群、テレビ視聴を中心とするマスメディア接触の意識面に関する項目群、そして行動面の項目群となる。調査の直接の焦点は②、③、④、⑤の視聴行動にあるけれども、行動の主体である生活者の意識、環境、並びに行動全般が視聴行動を規定する構造を形作っているから「規定構造」を調査項目の中にどう盛り込むかが重要な課題である。今回の調査ではマスメディアに直接関連する部分は何とか項目の中に含めることができたのに反して、最も基底にある部分は既述の費用、処理技術などの制約もあって①、⑬、⑭、⑮、⑯に限定した。したがって、「規定構造」の基層を解明するためのデータが不十分なものとなってしまった。今後、少しずつ「規定構造」全体に関する調査研究を積み上げていくことを課題としておきたい。<sup>42)</sup>

さて、生活者の全般的問題領域（基層）からマスメディアとテレビメディアの限定された問題領域に移ると、メディアの範囲というヨコの広がり、及び顕在（行動面）→潜在（意識面）というタテの深さの広がりが見られる。一般に幅広い領域→狭い領域、そして潜在面→顕在面のような影響が予想されるから、テレビ視聴の意識と行動はマスメディア接触全体の意識と行動によって規定されるだろう。例えば、マスメディア全体の意識（⑫、⑰、⑱、⑲、⑳）が同じ層の行動（⑯、⑳）に影響を及ぼし、より表層の意識（⑥、⑦、⑧、⑨、⑩、⑪）と行動（②、③、④、⑤）を規定するだろう。<sup>43)</sup> 要するにテレビも多種



〔図. 2〕 調査項目の概要

（注）①，②，…は調査票の第1問，第2問，…の略である。

付録の単純集計表の質問番号（第1～23問）と照応する。

多様なメディアの中の一つであり、他のメディアと関連し合いながら存在しているからテレビをメディア全体の枠の中で位置づけてみなければならない。後でメディア・ミックスの分析という形で取り上げる。

これまでは「規定構造」の基層から最も表層の視聴行動までの連関を一方向の影響だけで論述してきたけれども、図. 1と図. 2の矢印を見てもらうと双方向にもなっている。生活者の特定の行動（テレビ視聴行動など）が、より広い環境と行動の領域を変え、さらに意識の領域をも変えてしまうこともありうる。すなわち、「規定構造」の特定の形態を出発点にしてそれに照応する視聴意識を持った生活者が特定の視聴行動を実践するわけであるが、その行動が少しずつ変化しながらも継続すると別の「規定構造」と視聴意識が現われてくるかもしれない。それは現実にテレビ35年史の過程で起こった大変動である。<sup>(4)</sup> もう少し正確に言えば表層と基層の相互作用のくり返しを軸にして「テレビの社会史」は進んできた。

最後に項目間の関連を解明するための統計学的手法について一言だけ述べておきたい。ごく簡単な手法から非常に難解な手法までそろっているが、本稿では②、⑩、⑬を軸とするクロス集計に基づいて重要な項目間の関連を考察するつもりである。難易度の低い手法であることをお断りしておく。

#### 〔注〕

- (1) 上村修一他「日本人とテレビ・1985」（前掲）。上村らの調査は全国16才以上の国民3,600人を対象にしており、本稿では全国データの形で付録の表にも掲載した。
- (2) NHK放送世論調査所編『80年代と日本人』、『日本人とアメリカ人』などの「規定構造」に関する調査も放送研究の大切な分野である。
- (3) 田村穰生「メディアの特質と普及」（文研月報、昭和52年6月）、同「マスコミ内容の変化」（同、昭和52年7月）、安井康雄「受け手のメディア・ミックスの実態」（1）～（3）（文研月報、昭和57年11月、58年1月、3月）を参照。多様なメディアの競争と共存の実態が描かれている。
- (4) テレビの社会＝文化史に関しては『テレビ視聴の30年』（前掲）、北村日出夫他編『日本のテレビ文化』（有斐閣、昭和58年）、藤竹暁『テレビメ



ディアの社会力』(有斐閣, 昭和60年)。後述するように、現在はテレビが文化や社会, 生活の中に定着しているので、今までのような大変動は起こらないだろう。

### 3. 単純集計結果から

調査研究の枠組と調査項目を概観したので、最初に単純集計結果を検討してみたい。なお、単純集計表は付録1として論文の終わりに掲載したので、それらを参照しながら論述を進めていく。

テレビ視聴の中で最も目立つ部分は視聴時間量であり、第2問の集計では予想通り香川大学は大学生らしく全国平均より1~2時間位少なくて2時間前後が最も多い。NHKの調査によれば一般に学業と職業に時間を費やしている生徒・学生と働き盛りの人々は余暇時間が少ないために視聴時間も少なくなる。一日の生活時間をどのように配分するかは年齢, 性別, 職業を中心とするライフステージの要因によって規定され,<sup>①</sup> 特に大学生の場合にはコミュニケーション欲求や活動意欲が旺盛なためにテレビ視聴以外の多種多様な生活行動領域にかなりの時間を使用していると推測される。

香大生の場合にも学業の他にアルバイト(第1問→平均2時間位), サークル(14問D→週6時間位?), テレビを除くマスメディアへの接触行動(16問A~H→平均2時間位), 友人やサークル仲間とおしゃべり(15問2と7)に相対的に多くの時間を使用している。<sup>②</sup> ただ、意外に(?)映画, コンサート, スポーツの催しなどには出かけないようである(14問A~C)。全国比を上回っているものの、情報化社会に生きる大学生のイメージからすればもう少し活発に動き回っているものと予想したのだが。筆者の幻想なのだろうか、あるいは香大生だけが不活発であって四国の高松という文化=社会の雰囲気がそうさせるのだろうか。もうひとつ意外な結果を取り上げてみると、第16問のマスメディア接触に関してラジオを聞く者が少ないし(聞かない→63%), 毎日のようにマンガを読む者もそれほど多くはない(毎日読む→9%)。マンガについては控えめに回答したのか、世評が「日本の大学生はマンガを読むのに反して学術書を読まない」ことを誇張し過ぎているのだろうか。また、ラジオにつ

いては第23問の所有する機器の集計によればラジカセ79%，ステレオ78%，テレビ67%の順になっているからレコードやテレビと同程度のウェイトがラジオにも置かれているものと予想したけれども、普通のラジオ番組には余り関心がないように思われる。多分、音楽を聞くためのメディアの形でラジオを頻繁に利用しているのだろう。

香大生にとってテレビのウェイトが全国平均より低いと言っても、毎日2時間位は見ているから最も重要なメディアの一つであることには変わりない。それでは、どんな番組をどのように見ているのか。第3問の視聴番組の集計では大体予想通りの結果となっていて、全国比より高い選択肢は劇場用映画（全国比の+22%）、バラエティショー（+12%）、マンガ（+15%）、歌・音楽番組（+22%）、スポーツ番組（+7%）であり、逆に低いものはニュース（全国比の-11%）、天気予報（-30%）、政治・経済・社会（-9%）、クイズ（-17%）、寄席・演芸（-13%）、生活・実用番組（-9%）、講座番組（-7%）、ワイドショー（-10%）である。そこにも現代の若者らしい特徴が現れていて、社会志向の弱さと娯楽志向の強さが目立つ。その点は第11問の希望番組のデータにもはっきりと現れている（娯楽番組→全国比の+19%、報道・教養番組→-23%）。

次に、娯楽色の濃い番組をどのように見ているのか。第5問の結果を総合的に判断すると自分で選んで自分一人で見るといった個人視聴の形態が多い。日本人のテレビ視聴は家族の者と一緒に見るといった集団視聴が基本形態であるのに対して、<sup>(3)</sup> 香大生の場合には家族と離れて下宿やアパートなどで一人住まいの生活を送っている者が多いためか（第1問→自宅外60%）、個人視聴の傾向が強くなるわけであろう。もちろん、個人視聴の行動を実践できるためにはテレビが一家に一台以上は普及しなければならない。テレビが出現した昭和30年前後は何軒に一台の割合しかなかったために、人々が群がって見る風景が一般的だったようである。

結局、若者の個人視聴の傾向に関しては独身者の一人住まいというライフステージの要因が作用していると同時に、テレビメディアの普及に基づく情報化社会の進行が引き起こす「現代人の社会心理構造」の変容の問題も絡んでいる

ように思われる。ここでは詳しく分析することはできないけれども、昭和50年頃から指摘されているカプセル人間、メディア人間、テクノ依存症候群などの「心性」が現代の大学生にも現れてきているのだろうか。<sup>4)</sup> テクノロジーの進歩がかなり速いので、今後オーディオ機器類を装備した個室も急速に増加するだろう。第23問のメディア機器の集計にも見られるように現在の香大生にも前述のような個室がふえつつあるから、理論が想定したカプセル人間が全般化するかもしれない。その辺のことはもう少しじっくりといろいろな角度から調べてみる必要がありそうである。

ところで、テレビを個人で楽しんで見る香大生にとってテレビは「あれば便利であるが、別にどうということもない」存在にとどまるらしい（第8問の集計70%）。また、第6問と7問の回答を総合的に評価すれば肯定よりも中間から否定の方に傾斜しているからテレビとの関わりも以外に醒めたものになっていると言えよう。すなわち、テレビの描き出す世界と自分の生活を明確に区別して「テレビはテレビ、自分は自分である」と自覚している。楽しい思いをさせてくれる貴重なメディアであるけれども、人格的他人の代わりになったり生活と行動のモデルを与えてくれる多機能メディアとは考えていない。さらに、現在のテレビに関しては生活全体への悪い影響を警戒しており（第9問の2, 5, 6, 7, 8）、そのためか不満を持っている者も多い（第10問全国比の+20%）。楽しい思いを味える便利なものであるが、悪い影響もありそうだから少し距離を置いて関与しようという視聴意識が強い。テレビが出現して以来35年間ほど経過して最初の10年間のような衝撃と熱狂も薄れ、日常生活の中に定着したために対応の仕方も慣れてきたのかもしれない。<sup>5)</sup> テレビの日常化の過程がゆっくりと進行しているものと思われる。

香大生の醒めた意識にはややアンビヴァレントな意識が結びついており、行動面にも複雑な様子が現れている。既述のように別にどうということもないと思いつつも、各種メディアの効用比較（第18問A～E、全て1～3位）、重要度比較（19問Aが2位、Bが1位）、影響比較（20問Aが1位、Bが2位）の結果を見るとテレビメディアの巨大な力を強く意識している。<sup>6)</sup> 世の中の情報を得るための最も大切な装置として、生活に欠かせない「他者」として、さら

に日常生活全般に最も影響を及ぼすものとして他のメディアを圧倒する存在感を備えているとも思い込まれている。そのようなアンビヴァレントな意識を反映するかのようにマスメディア接触行動の中でテレビ視聴は極立って大きなウェイトを占めている（第16問の集計）。各種のマスメディアが競合する現代社会におけるテレビのウェイトに関しては次章で詳しく考察してみる。

最後に香大生の視聴行動の基底にある意識全般をごく簡単に眺めておこう。今回の調査では第21問と22問に限定されたために基礎的な価値観、生活観のような意識を解明することは難しい。<sup>(7)</sup> かろうじてマスメディアに関わりのある意識が推測されるだけである。第22問の集計に見られるように趣味やレジャー（全国比の+34%）、自分の生活のこと（反対の回答が9%）、新しいことと（反対の回答が9%）により多くの関心を持っている。レジャー志向、自己中心性、流行志向が目立っており、変動の激しい情報化社会の住人にふさわしい意識を備えている。<sup>(8)</sup> そして、マスメディアが送ってくる情報にはかなりの警戒心を持って接触しようとしている（第21問全体）。出来るだけマスコミ情報には振り回されずに柔軟に生活していこうというわけであろう。

以上、単純集計に関しては比較的狭い顕在面から入って、次第により広い潜在面へと考察を進めてみた（続く）。

#### 〔注〕

- (1) 小川文弥「日本人とテレビ」（前掲）などを参照。人間の意識と行動は各時代の文化＝社会構造によって基本的には規定されると同時に、ライフサイクルの段階によってもかなりの影響を受ける。特に就職と結婚は各人の意識と行動をがらりと変えてしまうことが多い。
- (2) 付録の単純集計表からの番号と数字の引用は、小数点以下四捨五入などかなり自由な形で行うつもりである。少しわかりにくい形で表記するかもしれないが、悪しからず御丁承願います。
- (3) 藤竹暁『テレビメディアの社会力』（前掲）の「Ⅱ テレビと家庭」を参照。日本の家屋の間取りとコミュニケーションの様式を注目すると、茶の間や居間などにテレビが設置されて家族成員が集まって見る形態は日本のテレビ文化の基本型になるだろう。アメリカの風土では日本のような茶の

間のテレビは成立しない。

- (4) 情報化社会における現代人の「心性」は、中野収『コピー体験の文化』（時事通信社、昭和50年）、小此木啓吾『日本人の心理構造』（前掲）において詳述されている。
- (5) テレビの定着化、日常化については、小川文弥「日本人のテレビ視聴はどうとらえられたか」（文研年報29）などの小川氏の一連の研究を参照。
- (6) テレビメディアの環境造成作用や影響に関してはテレビの研究史において常に主要な研究テーマであった。それらの諸問題は次号で取り扱ってみたい。
- (7) 香大生の価値観＝生活観に関しては次のような秀れた調査研究が発表されたので、多少視点は異なるが参考にした。武重雅文他「香川大学生の自画像」（香川大学一般教育研究第31号、1986年）。
- (8) 各個人のライフステージを抜きにしても現代人は少なからずレジャー、自分の生活、現在のこと、新しいことに関心が偏りかけている。東京の大学生のデータが少ないために香大生がどの程度「大学生型」の意識を持っているのか、正確な評価を下すことは難しい。

香川大学学術情報リポジトリ

## 付録 1

## 「テレビ視聴に関する調査」単純集計表

第1問 あなた御自身のことについて、お尋ねします。

〔1〕 学部	人数	比率 (全国平均比率)
(1) 教育学部	127	31.9%
(2) 経済学部	139	34.9%
(3) 法学部	66	16.6%
(4) 農学部	66	16.6%
〔2〕 学年		
(1) 1年	340	85.4%
(2) 2年	47	11.8%
(3) 3年	8	2.0%
(4) 4年	3	0.8%
(5) 5・6年	0	0.0%
〔3〕 性別		
(1) 男	262	65.8%
(2) 女	136	34.2%
〔4〕 住居の種類		
(1) 自宅	162	40.7%
(2) 学生アパート	78	19.6%
(3) 下宿	124	31.2%
(4) 寮	15	3.8%
(5) その他	19	4.8%
〔5〕 アルバイトの有無		
〔6〕 〔5〕で有りと答えた人にお尋ねします。一日平均では、どのくらいアルバイトをしていますか。		
(1) 2時間ぐらい	170	42.7%
(2) 3時間ぐらい	30	7.5%
(3) 4時間ぐらい	31	7.8%

(4)	5時間ぐらい	14	3.5%
(5)	6時間ぐらい	2	0.5%
(6)	7時間以上	6	1.5%
(7)	していない	145	36.4%

第2問 あなたは、休日を除くふだんの日に、1日にテレビを何時間ぐらい御覧になっていますか。

(1)	1時間ぐらい	82	20.6%	(16.4)
(2)	2時間ぐらい	116	29.1%	(27.1)
(3)	3時間ぐらい	82	20.6%	(22.3)
(4)	4時間ぐらい	29	7.3%	(12.8)
(5)	5時間ぐらい	10	2.5%	(9.8)
(6)	6時間ぐらい	2	0.5%	(4.2)
(7)	7時間以上	2	0.5%	(4.8)
(8)	ほとんど見ない	75	18.8%	(2.5)

第3問 あなたは、ふだん、どんなテレビ番組をよく御覧になっていますか。いくつかもお答え下さい。

(1)	ニュース・ステーション	242	60.8%	(71.9)
(2)	天気予報	103	25.9%	(54.7)
(3)	政治・経済・社会	43	10.8%	(20.1)
(4)	ドラマ	167	42.0%	(49.1)
(5)	劇場用映画	188	47.2%	(25.0)
(6)	クイズ・ゲーム	73	18.3%	(36.3)
(7)	寄席・演芸	26	6.5%	(19.1)
(8)	バラエティ・ショウ	129	32.4%	(20.0)
(9)	マンガ	107	26.9%	(11.5)
(10)	歌・音楽番組	244	61.3%	(39.7)
(11)	スポーツ番組	188	47.2%	(40.1)
(12)	生活・実用番組	8	2.0%	(10.8)
(13)	講座番組	25	6.3%	(13.7)
(14)	ワイドショー	33	8.3%	(18.8)



(15) 一般教養番組	62	15.6%	(25.2)
(16) その他	11	2.8%	(1.1)

第4問 あなたは、テレビのコマーシャルをどのように御覧になっていますか。次のようにわけるとどれに近いですか。

(1) 楽しんでいる	101	25.4%	(24.3)
(2) 何とも思わない	234	58.8%	(45.9)
(3) がまんしている	25	6.3%	(16.3)
(4) ほとんど見ない	26	6.5%	(12.3)
(5) わからない	12	3.0%	(1.3)

第5問 あなたの、テレビの見方について、いろいろおうかがいします。

〔1〕 まず、あなたがテレビを見る時刻はだいたい決まっていますか。それとも、あまり決まっていませんか。

(1) ほぼ決まっている	264	66.3%	(79.6)
(2) あまり決まっていない	92	23.1%	(17.7)
(3) どちらともいえない	35	8.8%	(1.9)
(4) わからない	7	1.8%	(0.8)

〔2〕 あなたが御覧になるテレビ番組は、あなたご自身で選ぶことが多いですか、それとも、あまり決まっていませんか。

(1) 自分で選ぶことが多い	342	85.9%	(62.7)
(2) 他の人が選ぶことが多い	10	2.5%	(23.0)
(3) どちらともいえない	43	10.8%	(13.4)
(4) わからない	3	0.8%	(0.9)

〔3〕 あなたは、時間のやりくりをしてテレビを見ることが、よくありますか、それとも、ほとんどありませんか。

(1) よくある	95	23.9%	(23.4)
(2) ほとんどない	201	50.5%	(63.6)
(3) どちらともいえない	97	24.4%	(11.4)
(4) わからない	5	1.3%	(1.6)

〔4〕 あなたは、思わず夢中になってテレビを見ていることがよくありますか、それとも、ほとんどありませんか。

(1) よくある	186	46.7%	(47.8)
(2) ほとんどない	87	21.9%	(36.0)
(3) どちらともいえない	117	29.4%	(15.1)
(4) わからない	8	2.0%	(1.1)

〔5〕 あなたは、見たい番組しかテレビを見ないほうですか、それとも、とくに見たいと思わない番組でも見るほうですか。

(1) 見たい番組しか見ない	183	46.0%	(61.2)
(2) 見たいと思わなくても見る	108	27.1%	(29.7)
(3) どちらともいえない	105	26.4%	(8.2)
(4) わからない	2	0.5%	(0.9)

〔6〕 あなたは、テレビをひとりだけで見たいほうですか、それとも、他の人といっしょに見たいほうですか。

(1) ひとりで見たい	139	34.9%	(32.0)
(2) 他の人と一緒に見たい	79	19.8%	(43.9)
(3) どちらともいえない	171	43.0%	(23.2)
(4) わからない	9	2.3%	(0.9)

〔7〕 あなたは、テレビがついていないと落ち着かないほうですか、それとも、そういうことはありませんか。

(1) 落ち着かない	65	16.3%	(15.5)
(2) そうゆうことはない	289	72.6%	(80.1)
(3) どちらともいえない	38	9.5%	(3.6)
(4) わからない	6	1.5%	(0.8)

〔8〕 あなたは、テレビを見る時間を減らそうとなさっていますか、それとも、そういうことはありませんか。

(1) 減らそうとしている	47	11.8%	(13.8)
(2) そうゆうことはない	298	74.9%	(80.2)
(3) どちらともいえない	47	11.8%	(5.1)
(4) わからない	6	1.5%	(1.0)

第6問 あなたと、テレビのかかわり方について次のような考えがあります。これに対してどう思いますか。

- [1] 番組を見ていて、自分もこうしたいとか、こうできたらと思う。
- [2] 番組を見ていて、自分ならこうするのにとか、こう考えるのと思う。

	[1]		[2]	
(a)非常によくある	58	14.6%	52	13.1%
(b)かなりよくある	68	17.1%	77	19.3%
(c)ときどきある	197	49.5%	182	45.7%
(d)あまりない	55	13.8%	72	18.1%
(e)まったくない	20	5.0%	15	3.8%

[3] テレビはテレビ、自分は自分で、番組内容と自分とは関係づけようがない。

(a)まったくそうだ	34	8.5%	(d)あまりそうではない	104	26.1%
(b)だいたいそうだ	92	23.1%	(e)まったくそうではない	28	7.0%
(c)どちらともいえない	140	35.2%			

[4] 自分の意見や考え方が、テレビの影響をうけていると思う。

[5] 番組を見終わってから、その一場面や内容をもう一度思い出したり考えたりする。

	[4]		[5]	
(a)非常によくある	21	5.3%	51	12.8%
(b)かなりよくある	49	12.3%	76	19.1%
(c)ときどきある	150	37.7%	171	43.0%
(d)あまりない	133	33.4%	75	18.8%
(e)まったくない	45	11.3%	25	6.3%

[6] 番組を通じて、出演者と対話できたような気がする。

[7] 自分の思っていることや感じていることを投書して、放送してもらいたい。

[8] 番組に共感をおぼえて、ハガキや電話などでテレビ局に感想を伝えたい。

[9] 番組の批判を、ハガキや電話などでテレビ局に伝えたい。

	[6]		[7]		[8]		[9]	
(a)非常によくある	4	1.0%	5	1.3%	5	1.3%	8	2.0%
(b)かなりよくある	8	2.0%	14	3.5%	4	1.0%	9	2.3%

(c)ときどきある	37	9.3%	36	9.0%	29	7.3%	34	8.5%
(d)あまりない	185	46.5%	144	36.2%	132	33.2%	123	30.9%
(e)まったくない	164	41.2%	199	50.0%	228	57.3%	224	56.3%

第7問 テレビとあなたの生活との関係についてうかがいます。

- [1] テレビがあることで、毎日の生活に欠かせない情報がえられる。
- [2] テレビがあることで、毎日の生活に習慣やリズムが生まれる。
- [3] テレビがあることで、生き方や行動の手法が得られる。
- [4] テレビがあることで、家族の団らん役に立つ。
- [5] テレビがあることで、人とつきあうときの話のタネが得られる。
- [6] テレビがあることで、さまざまな意見や考え方が理解できる。
- [7] テレビがあることで、現実にはできない経験が味わえる。
- [8] テレビがあることで、話し相手の代わりになる。

	(a)そう思う	(b)そう思わない	(c)どちらともいえない	(d)わからない
[1]	254 63.8%	59 14.8%	77 19.3%	8 2.0%
[2]	98 24.6%	196 49.2%	92 23.1%	12 3.0%
[3]	53 13.3%	199 50.0%	128 32.2%	18 4.5%
[4]	167 42.0%	110 27.6%	96 24.1%	25 6.3%
[5]	288 72.4%	36 9.0%	65 16.3%	9 2.3%
[6]	183 46.0%	66 16.6%	130 32.7%	19 4.8%
[7]	197 49.5%	95 23.9%	93 23.4%	13 3.3%
[8]	59 14.8%	267 67.1%	53 13.3%	19 4.8%

第8問 あなたにとって、テレビは、ひとことで言えば、どんな感じのものですか。一番

近い感じのものをひとつだけ選んで下さい。

(a) なくてはならないもの	109	27.4%	(37.3)
(b) あれば便利というもの	243	61.1%	(56.3)
(c) どうということはない	31	7.8%	(5.6)
(d) あるとじゃまなもの	6	1.5%	(0.5)
(e) わからない	9	2.3%	(0.4)

(注) 第7問は質問文と単純集計とを、それぞれまとめて掲載した。

以下、同じ形での掲載がいくつかある。

第9問 テレビの人々への影響についてうかがいます。次の中に、テレビが影響を与えていると思われることがありましたらいくつでも選んで下さい。

(1) 趣味や教養が豊かになる	181	45.5%	(59.0)
(2) 生活の仕方が似ること	214	53.8%	(22.8)
(3) まず自分という考え	28	7.0%	(11.8)
(4) 人並でありたい気持	119	29.9%	(27.7)
(5) セックスの解放的考え	114	28.6%	(17.2)
(6) 非行や暴力行為	150	37.7%	(46.8)
(7) 政治や社会問題	142	35.7%	(53.8)
(8) 政治に対する不信感	89	22.4%	(19.5)
(9) テレビとは関係ない	10	2.5%	(3.4)
(10) わからない	21	5.3%	(4.6)

第10問 あなたは現在のテレビに、全体として、どの程度満足していますか。

(a) 十分満足	14	3.5%	(13.9)
(b) どちらかといえば満足	219	55.0%	(68.5)
(c) どちらかといえば不満	115	28.9%	(13.1)
(d) まったく不満	17	4.3%	(0.7)
(e) わからない	33	8.3%	(3.9)

第11問 テレビの放送番組を次の三つの種類に分けた場合、あなたがいちばん多く放送してもらいたいのは、どれでしょうか。

(1) 楽しめる番組	240	60.3%	(41.1)
(2) 出来事等を伝える番組	80	20.1%	(40.0)
(3) 知識、教養に役立つ番組	55	13.8%	(16.7)
(4) わからない	23	5.8%	(2.1)

第12問 ところで、こんな放送やサービスが利用できるなら、かなりのお金を出してもよいと思うものが、下記の項目の中にありましたら、いくつでも選んでください。

(ア) 何時でも好きなもの	129	32.4%	(24.9)
(イ) 普通では見れないもの	220	55.3%	(32.3)
(ウ) 出演者とのやりとり	48	12.1%	(10.9)
(エ) 画面のコピーをとる	109	27.4%	(21.2)

(オ) 臨場感あふれるTV	89	22.4%	(10.3)
(カ) 知りたい情報を得る	136	34.2%	(46.1)
(キ) 買物・切符の予約が可能	91	22.9%	(17.4)
(ク) この中にはない	42	10.6%	(11.4)
(ケ) わからない	20	5.0%	(11.1)

第13問 休日を除くふだんの日に、あなたが、自分で自由に使える余暇時間は、1日に何時間ぐらいでしょうか。

(1) 1時間ぐらい	17	4.3%	(10.7)
(2) 2時間ぐらい	62	15.6%	(22.5)
(3) 3時間ぐらい	83	20.9%	(21.8)
(4) 4時間ぐらい	73	18.3%	(13.6)
(5) 5時間ぐらい	55	13.8%	(9.8)
(6) 6時間ぐらい	35	8.8%	(4.0)
(7) 7時間ぐらい	16	4.0%	(1.3)
(8) 8時間ぐらい	20	5.0%	(1.5)
(9) 9時間ぐらい	17	4.3%	(7.4)
(A) ほとんどない	13	3.3%	(5.4)
(B) わからない	7	1.8%	(1.8)

第14問 あなたは、次にあげた余暇活動を、どのくらいなさっていますか。

- [A] 映画を見に出かけることは。
- [B] 芝居やショー・音楽会にでかけることは。
- [C] スポーツの試合や競技会を見に出かけることは。
- [D] 趣味やスポーツなどのクラブやサークルに参加することは。

	[A]		[B]		[C]		[D]	
(1)週に1回以上	8	2.0%	3	0.8%	4	1.0%	223	56.0%
(2)月に1・2回	68	17.1%	14	3.5%	12	3.0%	29	7.3%
(3)年に3・4回	150	37.7%	51	12.8%	32	8.0%	31	7.8%
(4)年に1・2回	110	27.6%	142	35.7%	79	19.8%	1	0.3%
(5)全然しない	55	13.8%	174	43.7%	250	62.8%	93	23.4%
(6)わからない	7	1.8%	14	3.5%	21	5.3%	21	5.3%

第15問 あなたが、日頃、よく話しをしている人がいらっしゃいましたら、いくつでもあげてください。

(1) 親戚の人	40	77.6%	(30.3)
(2) 幼なじみ、学校の友達	309	77.6%	(30.4)
(3) 隣近所の人	46	11.6%	(40.7)
(4) 職場の人	46	11.6%	(45.2)
(5) 仕事関係の知り合い	51	12.8%	(31.7)
(6) 家族関係の知り合い	23	5.8%	(21.8)
(7) 趣味・稽古事の仲間	140	35.2%	(26.5)
(8) その他	50	12.6%	(0.9)
(9) よく話す人はいない	8	2.0%	(2.4)
(10) わからない	6	1.5%	(0.3)

第16問 あなたが、テレビや新聞などにどのくらい接しているかかがあります。

[A] テレビ（ビデオ・テレビゲームなどを見る場合は除く）は

[B] ビデオテープ・ビデオディスクは

	[A]		[B]	
(1) 毎日のように	303	76.1%	29	7.3%
(2) 週に3・4回	30	7.5%	24	6.0%
(3) 週に1・2回	25	6.3%	38	9.5%
(4) 月に1・2回	3	0.8%	39	9.8%
(5) 殆、全然見ない	31	7.8%	260	65.3%
(6) わからない	6	1.5%	8	2.0%

[C] ラジオ（FM・短波を含む。録音したもの聞く場合は除く）は

[D] レコード・音声テープ・音声ディスクは

	[C]		[D]	
(1) 毎日のように	4	1.0%	223	56.0%
(2) 週に3・4回	12	3.0%	29	7.3%
(3) 週に1・2回	32	8.0%	31	7.8%
(4) 月に1・2回	79	19.8%	1	0.3%
(5) 殆、全然聞かない	250	62.8%	93	23.4%

(6) わからない 21 5.3% 21 5.3%

[E] 新聞は

[F] 週刊誌 (マンガ・劇画ものを除く)

[G] 本 (マンガ・劇画ものを除く)

[H] マンガ・劇画の週刊誌や本

	[E]		[F]		[G]		[H]	
(1) 毎日のように	240	60.3%	17	4.3%	61	15.3%	36	9.0%
(2) 週に3・4回	58	14.6%	42	10.6%	68	17.1%	63	15.8%
(3) 週に1・2回	41	10.3%	120	30.2%	91	22.9%	139	34.9%
(4) 月に1・2回	9	2.3%	88	22.1%	98	24.6%	58	14.6%
(5) 殆、全然読まない	43	10.8%	118	29.6%	62	15.6%	82	20.6%
(6) わからない	7	1.8%	13	3.3%	18	4.5%	20	5.0%

第17問 では、あなたは、次の中にあるものを見たことがありますか。

(1) 文字放送	35	8.8%	(7.9)
(2) 衛星放送	182	45.7%	(32.0)
(3) CATV (有線テレビ)	29	7.3%	(6.6)
(4) ビデオディスク	190	47.7%	(23.2)
(5) キャプテン・システム	21	5.3%	(3.4)
(6) どれも見たことがない	80	20.1%	(46.6)
(7) わからない	38	9.5%	(5.5)

第18問 (一つだけ選んで下さい)

[A] あなたが、疲れを休めたり、楽しんだりするうえで、一番役立っているのは何ですか。

[B] 教養を身に付けるうえで、一番役立っているものは何ですか。

[C] 生活や余暇に関する情報を得るうえで、一番役立っているものは何ですか。

[D] 世の中の出来事や動きを知るうえで、一番役立っているものは何ですか。

[E] 政治や社会の問題について考えるうえで、一番役立っているものは何ですか。

(1)ラジオ (2)レコードテープ (3)テレビ (4)映画 (5)新聞 (6)週刊誌

[A] 8 2.0% 142 35.7% 44 11.1% 4 1.0% 2 0.5% 2 0.5%

[B] 5 1.3% 5 1.3% 72 18.1% 5 1.3% 86 21.6% 3 0.8%



[C]	17	4.3%	14	3.5%	208	52.3%	2	0.5%	55	13.8%	15	3.8%
[D]	10	2.5%	1	0.3%	262	65.8%	2	0.5%	101	25.4%	2	0.5%
[E]	3	0.8%	2	0.5%	164	41.2%	0	0.0%	180	45.2%	7	1.8%
(7)月刊誌      (8) 本      (9)家族との話し (A)友人との話し (B)これら以外 (C)わからない												
[A]	2	0.5%	9	2.3%	13	3.3%	93	23.4%	37	9.3%	42	10.6%
[B]	7	1.8%	130	32.7%	4	1.0%	20	5.0%	13	3.3%	48	12.1%
[C]	18	4.5%	4	1.0%	1	0.3%	37	9.3%	4	1.0%	23	5.8%
[D]	1	0.3%	1	0.3%	1	0.3%	6	1.5%	0	0.0%	11	2.8%
[E]	2	0.5%	5	1.3%	2	0.5%	11	2.8%	2	0.5%	20	5.0%

第19問 (一つだけ選んで下さい)

- [A] それでは、あなたにとってどうしても欠かせないものはどれですか。  
 [B] もう一つ選ぶとすれば、どれでしょうか。

	(1)ラジオ	(2)レコード・テープ	(3)テレビ	(4)映画	(5)新聞	(6)週刊誌
[A]	7	1.8%	55	13.8%	77	19.3%
[B]	18	4.5%	74	18.6%	87	21.9%
	(7)月刊誌	(8) 本	(9)家族との話し	(A)友人との話し	(B)これら以外	(C)わからない
[A]	3	0.8%	25	6.3%	27	6.8%
[B]	0	0.0%	30	7.5%	42	10.6%

第20問

- [A] 「衣食住など、人々の生活の仕方」に、一番影響を与えているものはどれだと思いますか。  
 [B] では、「政治や社会問題についての世論」に、関しては、いかがですか。

	(1)ラジオ	(2)テレビ	(3)新聞	(4)週刊誌
[A]	4	1.0%	292	73.4%
[B]	5	1.3%	170	42.7%
	(5)月刊誌	(6)その他	(7)これら以外	(8)わからない
[A]	9	2.3%	6	1.5%
[B]	1	0.3%	3	0.8%

第21問 現在、私達は、テレビや新聞などから、いろいろな情報を知ることができます。

[1] これについて、次のような見方がありますが、あなたのお気持ちは、甲と乙のどちらに近いでしょうか。

[A] 甲：知っておいてよかったと思う情報がが多い。

乙：知っても、どうということのない情報がが多い。

[B] 甲：いろいろな情報があるので、ものごとの判断に役立つ。

乙：いろいろな情報がありすぎて、迷わされることが多い。

[C] 甲：役に立つ情報を手に入れるためには、かなりお金がかかっても構わない。

乙：役に立つとはいっても、情報のために、それほどお金をかけたとは思わない。

(1)甲に近い (2)乙に近い (3)どちらともいえない (4)わからない

[A] 253 63.6% 91 22.9% 41 10.3% 13 3.3%

[B] 120 30.2% 172 43.2% 91 22.9% 15 3.8%

[C] 81 20.4% 208 52.3% 92 23.1% 17 4.3%

[2] では、次のような見方については、どうお考えですか。A～Dのそれぞれについて、「そう思う」か「そう思わない」かをお答え下さい。

[A] マスコミが伝えていることは、ほぼ事実どおりだと思う。

[B] 人々の意見は、知らないうちにマスコミの言うとおりに動かされていることが多い。

[C] テレビで見たことは、直接見聞きしたのと同じように実感が持てる。

[D] テレビの一番の良さは、今起こっていることが同時に見られることである。

(1)そう思う (2)そう思わない (3)どちらともいえない (4)わからない

[A] 24 6.0% 229 57.5% 128 32.2% 17 4.3%

[B] 323 81.2% 20 5.0% 43 10.8% 12 3.0%

[C] 83 20.9% 173 43.5% 120 30.2% 22 5.5%

[D] 273 68.6% 38 9.5% 68 17.1% 19 4.8%

第22問 話しは変わりますが、A～Fについて、甲と乙とを比べた場合、どちらに多くの関心を持っているか、お答え下さい。

- |                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| [A] 甲：仕事や勉強のこと。 | [B] 甲：自分の生活のこと。 |
| 乙：趣味やレジャーのこと。   | 乙：社会のこと。        |
| [C] 甲：将来のこと。    | [D] 甲：文学や芸術のこと。 |
| 乙：現在のこと。        | 乙：科学や技術のこと。     |
| [E] 甲：自然の風物のこと  | [F] 甲：新しいこと。    |
| 乙：都会の風俗のこと      | 乙：古いこと。         |

(1)甲に近い (2)乙に近い (3)どちらともいえない (4)わからない

[A]	68	17.1%	259	65.1%	57	14.3%	14	3.5%
[B]	310	77.9%	36	9.0%	35	8.8%	17	4.3%
[C]	150	37.7%	159	39.9%	71	17.8%	18	4.5%
[D]	170	42.7%	135	33.9%	75	18.8%	18	4.5%
[E]	144	36.2%	143	35.9%	85	21.4%	26	6.5%
[F]	259	65.1%	38	9.5%	77	19.3%	24	6.0%

第23問 最後にあなたが所有している機器についてお尋ねします。あなた個人で所有しているもの（家族共有のものを除く）をお答え下さい。所有台数も御記入下さい。

	所有人数	総台数	比率	台数/398人	台数/所有者数
(1)テレビ	267	331	67.1%	0.8	1.2
(a)ポケットテレビ	18	23	4.5%	0.1	1.3
(2)音声多重テレビ	28	33	7.0%	0.1	1.2
(b)家庭用ビデオ	66	75	16.6%	0.2	1.1
(3)ビデオディスク	6	6	1.5%	0.0	1.0
(4)パソコン・ワープロ	18	19	4.5%	0.0	1.1
(5)テレビゲーム	29	32	7.3%	0.1	1.1
(6)ラジカセ	316	364	79.4%	0.9	1.2
(7)コンパクト・ディスク	21	21	5.3%	0.1	1.0
(8)ステレオ	182	191	45.7%	0.5	1.0
(9)ヘッドホン型ステレオ	130	139	32.7%	0.3	1.1
(10)どれも無い	10	0	2.5%	0.0	0.0

(注) 紙面の都合上、第6問、7問、14問、16問、18～22問の全国平均比率は省略した。なお、必要な場合には本文の中で適当に引用した。