

テレビを中心とする首都圏 大学生のメディア利用動向 (2001 - 2012 年)

萩原 滋



21 世紀における電子ネットワークの拡充と情報通信機器の進化は、多くの人々のコミュニケーション様式に変革をもたらすと共に、マスメディアの利用の仕方にも多大な影響を及ぼしている。ここ数年の間に携帯電話からスマートフォンへの切り替えが進み、タブレット端末なども含めてモバイル機器の小さな画面で何かをチェックしている人々の姿が各所で目立つようになってきた。新聞や雑誌、書籍をはじめとする印刷物の電子化の動きは以前から進展しており、また番組のネット配信やホームページでの情報提供、SNS の導入など様々な形でラジオやテレビもインターネットとの連携を深めている。こうした新たなメディア環境は、紙や電波といった旧来の媒体に依存することなく、ありとあらゆる情報を場所や時間に拘束されずにネット経由で入手することを可能にしているのである。

さて筆者は、メディア環境の変化に最も鋭敏に反応すると思われる首都圏の大学生を対象に 1990 年から、毎春、テレビを中心とするメディア利用動向を定点観測するための質問紙調査を継続してきた。1989 年に NHK が 2 チャンネル (BS1, BS2) で衛星放送の本放送を開始、1990 年に開局した民放初の BS チャンネル (WOWOW) は翌 91 年から有料放送に移行、92 年には通信衛星を利用した CS テレビが本放送を始めており、また 93 年に郵政省 (当時) がケーブルテレビ普及支援の施策を打ち出して以降、自主放送を行う大規模ケーブル施設が次々と誕生してきた。このように 1990 年代を通じて多メディア・多チャンネル化の流れが加速していったのだが、都内の 4 大学で筆者が担当する授業内で実施した調査では、1990 年から 2000 年にかけて衛星放送受信装置の所有率やケーブルテレビ加入率の上昇傾向は認められたものの、この間のテレビ視聴頻度、視聴時間に明確な変化の兆しは現れていなかった (萩原, 2001)。

1990 年から総務省が毎年実施している「通信利用動向調査^①」によると、インターネットの人口普及率は、1999 年 21.4%、2000 年 37.1%、2001 年 46.3%、2002 年 57.8% と 21 世紀に入って急上昇したことが確かめられる。そこで 2001 年にインターネットの利用状況に関する項目を新たに導入するなど質問内容を大幅に改訂し、また首都圏 7 大学を対象を広げて調査を実施した (萩原, 2002)。その後は、必要に応じて質問項目の追加や削除を行いつつ、5 大学を対象を限定して 2012 年まで調査を継続してきた。本稿では 2001 年から 12 年までの調査結果に基づき、21 世紀初頭の首都圏大学生のメディア利用動向について検討を試みたい。なおテレビ放送に関して、この時期はデジタル化が進行した時代として特徴づけられる。1996 年 6 月に日本初のデジタル放送としてパーフェク TV が無料

放送を始めたのを皮切りにCS放送のデジタル化が先行してきたが、2000年12月のBSデジタル放送に引き続き、2003年12月には東名阪のNHK及び民放16社で地上波のデジタル放送が始まっている。2011年7月に予定されたアナログ停波を前に家電量販店などで地デジ対応のテレビ受像機・録画機の販売合戦が繰り広げられたが、その後はテレビの売り上げが急速に落ち込んで深刻な家電不況に見舞われる結果となった。そして東日本大震災によりアナログ停波が延期された東北3県も含めて2012年3月に完全デジタル化が達成されたのである。こうしたデジタル化の進行に伴って2006年4月に携帯や移動端末向けのワンセグ放送が始まり、またオンデマンド放送や他の動画配信サービスなども発達して様々な経路でテレビ番組が視聴できるようになり、さらに録画機能の進化と相まってタイムシフト、プレイスシフトが常態化して視聴様式もますます多様化しているのが現状である。

▶ 1 調査の方法

調査は、毎春、2001年には首都圏の7大学、それ以降は5大学の学生を対象に授業時間内に調査票を配布し、記入後に回収する形で実施された。各年度の回答者の大学別、男女別内訳は表1に示す通りである。12年間の有効回答総数は13,502件、男女比はほぼ均衡しているが、学年別にみると2年生が40%と最も多く、次いで1年生32%、3年生23%、4年生5%と全体に下級生の割合が高くなっている。

調査票は、各種放送関連機器・サービスの所有・利用の有無、テレビ、新聞、雑誌、ラジオといったマスメディアとインターネット並びにいくつかのウェブサイトの利用頻度、そして9領域の情報の主たる入手源をテレビ、新聞、雑誌、インターネットなどから1つ選択する形式の質問によって構成されている。またテレビに関しては、視聴頻度以外に視聴時間、よく視聴する番組ジャンル、所有する受像機台数についての質問、新聞に関しては定期購読している新聞名をチェックする項目が設けられている。この他に性別、学年と共に居住形態（自宅か下宿か）や国籍といった個人属性に関する質問が含まれており、留学生など日本以外の国籍の学生の回答は分析から除外している。また12年の間にメディア環境の変化に応じていくつかの項目の取捨選択が行われている。当初は「電子メール」の送受信の頻度を尋ねていたが、それを2003年から「PCメール」と「携帯メール」に分割、2004年には「ビデオデッキ」の他に「DVDレコーダー」の有無を尋ねる質問を追加、2006年には「自分のホームページ」に「ブログ」による情報発信の項目を加え、2009年

●表1 各調査年度の回答者の大学別、男女別内訳

| 調査年度 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 合計 |
|---------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| 慶應義塾大学 | 160 | 313 | 394 | 982 | 656 | 738 | 775 | 863 | 669 | 680 | 710 | 762 | 7,702 |
| 駒沢大学 | 38 | 57 | 55 | 115 | 164 | 187 | 189 | 121 | 231 | 95 | 94 | 90 | 1,436 |
| 武蔵大学 | 94 | 87 | 91 | 163 | 93 | 206 | 224 | 182 | 85 | 85 | 58 | 30 | 1,398 |
| 東京都市大学* | 96 | 128 | 47 | 115 | 168 | 145 | 125 | 87 | 103 | 128 | 106 | 136 | 1,384 |
| その他 | 433 | 190 | 142 | 143 | 89 | 131 | 36 | 101 | 64 | 53 | 51 | 149 | 1,582 |
| 男性 | 445 | 384 | 405 | 720 | 662 | 798 | 626 | 624 | 533 | 535 | 513 | 575 | 6,820 |
| 女性 | 355 | 352 | 301 | 747 | 475 | 558 | 687 | 688 | 601 | 479 | 490 | 568 | 6,301 |
| 不明 | 21 | 39 | 23 | 51 | 33 | 51 | 36 | 42 | 18 | 27 | 16 | 24 | 381 |
| 合計 | 821 | 775 | 729 | 1,518 | 1,170 | 1,407 | 1,349 | 1,354 | 1,152 | 1,041 | 1,019 | 1,167 | 13,502 |

* 2009年に武蔵工業大学から校名変更

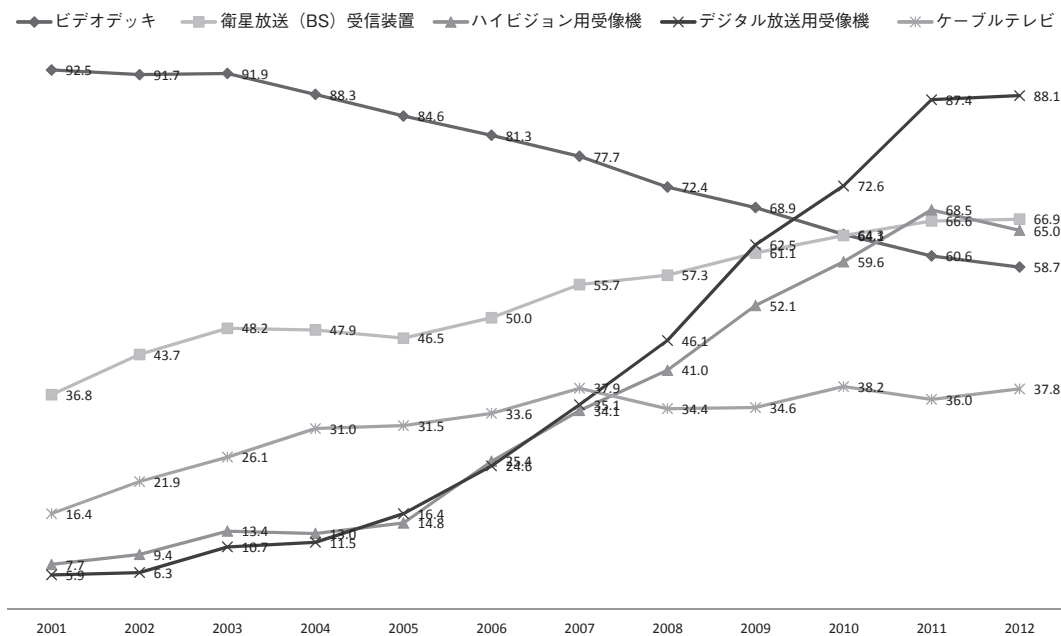
には「ワンセグ放送」と「PCでのテレビ視聴」に関する質問を導入、2011年には「動画サイト」の利用の有無、「SNSによる情報発信」の質問を新設し、「WWWへのアクセス頻度」に関する質問を削除している。

▶ 2 放送関連機器・サービスの利用状況

テレビ放送に関わる機器やサービスの利用状況に関して、2001年当初から設定された8項目のうち5つ機器・サービスの利用者の割合を年度ごとにプロットした結果を図1に示す。これを見ると21世紀におけるデジタル化の進行に伴って「デジタル放送用受像機」の所有率が2001年の5.9%から12年の88.1%へと急増している他、「衛星放送 (BS) 受信装置」や「ハイビジョン用受像機」の所有者も同様に増加していることが確かめられる。一方、「ケーブルテレビ」の加入者の割合は、01年 (16.4%) から07年 (37.9%) にかけて上昇しているが、それ以降は頭打ちになって伸び悩んでいる様子が示されている。この他に「BSデジタル放送」や「CSデジタル放送」をみているか、という質問が設けられており、前者に関しては01年の12.4%から12年の50.9%、後者に関しては01年の3.7%から12年の22.4%へといずれも肯定率が上昇し、地デジ対応の受像機の普及と共に衛星放送をみる機会が増えていることが示唆されている。それとは逆に「ビデオデッキ」の所有者の割合は、01年 (92.5%) から12年 (58.7%) にかけて直線的に減少している。ビデオデッキの普及は90年代に完了していることが明らかにされており (萩原, 2001)、デジタル化に伴って録画機器がDVDなどに切り替わっていったのであろう。実際に04年から「DVDレコーダー」の有無を尋ねており、その所有率が04年の19.4%から12年の80.0%へと直線的に増加したことが確かめられている。

こうした機器・サービスの利用率には、家族と一緒に生活しているか、親元を離れているか、といった大学生の居住形態による違いが顕著に現れている。全回答者の中で下宿生の割合は3割弱 (28.9%) となっているが、自宅生に比べると下宿生の方が各種機器を所

図1 放送関連機器・サービスの所有・利用率

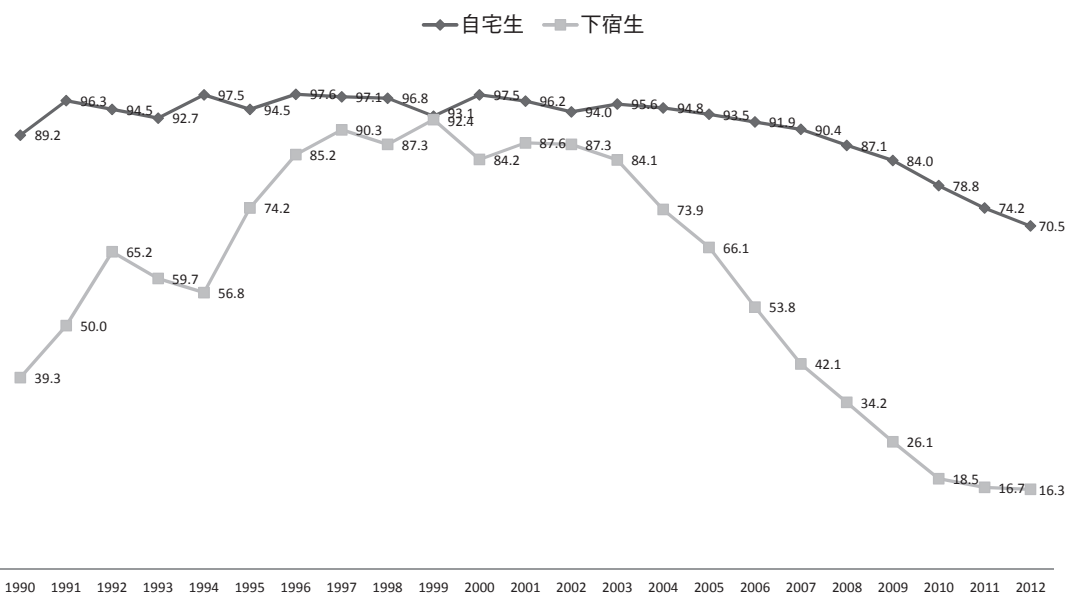


有する割合が全体に低くなっている。たとえば「衛星放送（BS）受信装置」（自宅生 67.6%，下宿生 20.9%）、「ハイビジョン用受像機」（自宅生 41.2%，下宿生 17.4%）、「デジタル放送用受像機」（自宅生 44.9%，下宿生 27.1%）の所有率や「ケーブルテレビ」の加入率（自宅生 40.9%，下宿生 11.7%）は、いずれも自宅生より下宿生の方が格段に低くなっているのである。こうした自宅生と下宿生の違いは、01年から12年にかけて同様に維持されているが、「ビデオデッキ」の所有率に関しては、興味深い経年変化のパターンが現れている（図2参照）。90年代において自宅生の間でのビデオデッキの普及はすでに完了しており、それを所有する下宿生の割合が徐々に増えて、両者の差が縮小してきたのに対して（萩原，2001），2000年以降になると両者の所有率の違いが再び拡大する傾向が明示されているのである。大学に入って下宿生活を始める際に、そうした時代遅れの機器を新たに購入することはないが、自宅に置かれたビデオデッキを廃棄せずにいることが多いために自宅生の間での所有率の低下が緩やかに進んで両者の差が拡大する結果となったようである。なお「DVDレコーダー」の所有率は、04年の時点では自宅生 44.1%，下宿生 30.1%と僅差であったものが、12年には自宅生 89.1%と下宿生 47.8%という具合に両者の差が拡大する傾向が現れている。

パソコンや移動端末など専用受像機以外でのテレビ番組の視聴実態を調べるために09年に「チューナー付PCでテレビをみているか」「携帯でテレビのワンセグ放送をみているか」という質問を導入しているが、その利用率は意外に低く、また前者に関しては13.7%→13.3%→12.0%→10.2%，後者に関しては35.9%→35.3%→33.0%→22.9%と09年から12年にかけていずれも減少傾向を示している。また11年に新設した「動画サイト（YouTubeなど）でテレビ番組をみているか」という質問に対する肯定率は6割を超えており（11年 65.5%，12年 60.5%），ワンセグやPCでのテレビ視聴以上に大学生の間では動画サイトの利用が一般化している様子が明らかにされている。

所有するテレビ受像機台数をみると、全体の平均は2.18台となっているが、下宿生は1.11台、自宅生は2.61台と居住形態による違いが明確にされている。自宅生の間では、1台 19.2%，2台 34.6%，3台以上 46.1%と複数台所有が一般的で、テレビ受像機のない家庭

図2 自宅生と下宿生のビデオデッキの所有率（1990-2012年）



は皆無に近い(0.1%)のに対して、下宿生の大半(84.6%)は1台のみで、複数の受像機をもつ者は1割程度(10.5%)となっている。テレビ受像機をもたない下宿生は、全体では4.9%となっているが、その割合は徐々に増加して11年以降は1割近くに達している(11年9.8%、12年9.4%)。それだけでなく自宅生の所有するテレビ台数も2010年以降は、それ以前よりも少なくなる傾向が現れており、専用受像機以外でもテレビ放送を受信することができるようになって各戸に設置されるテレビ受像機の数徐々に減り始めていることが示唆されている。

自分専用のテレビ受像機がある、という回答の割合は、2001年の63.0%から12年の38.5%へと全体に低下する傾向を示している。当然のことながら自宅生(36.2%)よりも下宿生(84.0%)の方が自分だけのテレビ受像機を所有する割合が高く、下宿生の間での専用受像機の所有率は10年以降も8割前後で推移しているのに対して、自宅生の所有率は01年の44.8%から12年の26.8%へと低下して、居住形態による違いが拡大する様子が示されている。また、この点に関しては明確な性差が現れており、女性(39.6%)よりも男性(59.4%)の方が自分専用のテレビ受像機を高い割合で所有していることが判明している。ただし、下宿生の間では有意な男女差(男性84.6%、女性83.2%)はみられず、専用のテレビ受像機の所有に関する男女差は、もっぱら自宅生の間で生じていることが確かめられている(男性47.7%、女性24.5%)。

▶ 3 テレビをはじめとする各種メディアの利用状況

テレビに関しては「週に何日くらいみるか(視聴頻度)」「平均すると一日何時間くらいみるか(視聴時間)」という2つの質問を設けているが、それ以外に新聞、雑誌、ラジオ、インターネットの各メディアについて共通の選択肢を用いて利用頻度を尋ねている。まずテレビの視聴頻度をみると(図3参照)、いずれの年度においても「ほぼ毎日」という回答が大勢を占めており、多くの大学生が21世紀以降もテレビをみる習慣を維持している

図3 テレビ視聴頻度

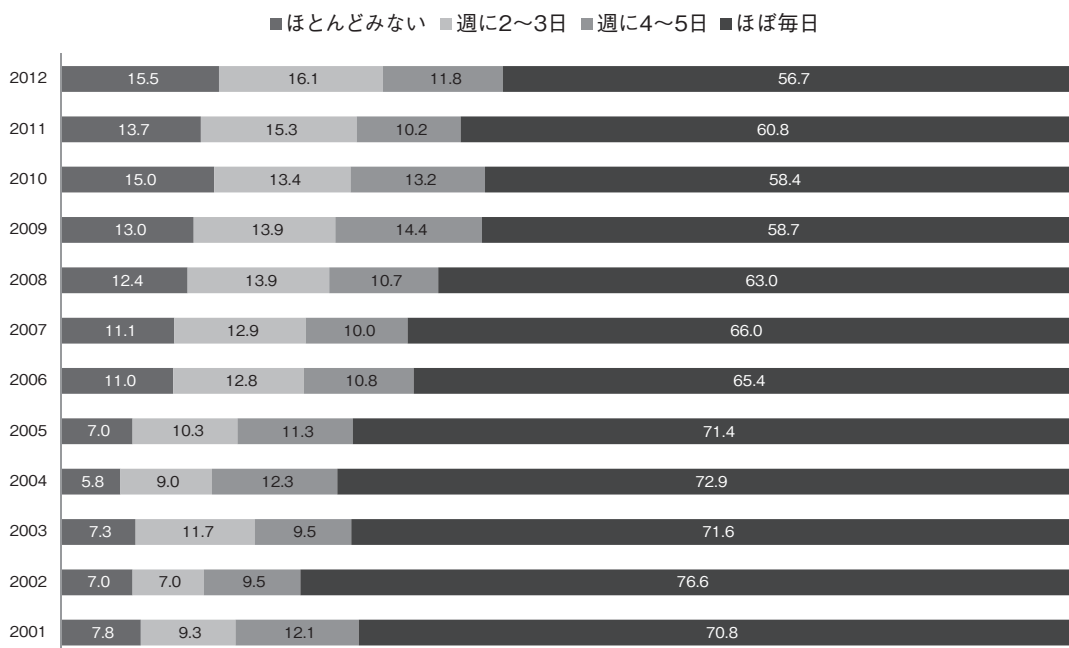
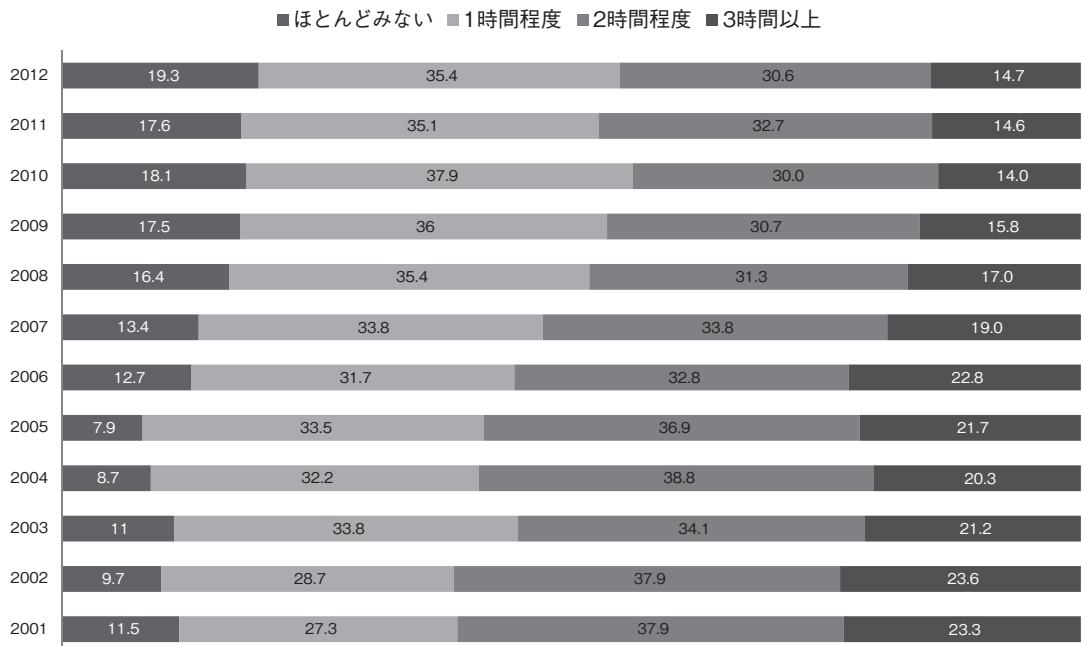


図4 テレビ視聴時間



ことが確かめられる。ただし、その割合は05年までの7割台が09年には5割台に減少し、逆に「ほとんどみない」という回答の割合が06年以降は1割を超えるなど少しずつテレビ離れが進行する様子が示されている。一方、視聴時間に関する結果をみると(図4参照)、30分程度のテレビ視聴は「ほとんどみない」とみなすことが多いのか、視聴頻度を尋ねた場合よりも「ほとんどみない」という回答の割合が全体に高くなっているが、ここでもテレビ離れが徐々に進行する様子が裏付けられている。01年から12年にかけて「ほとんどみない」という回答が漸増し、「3時間以上」の重視聴者の割合が漸減しており、それ以上に「1時間程度」「2時間程度」という回答が多くなっているが、この2つの選択肢を比べると06年までは「2時間程度」の方が多く、08年以降は「1時間程度」の方が多くなるという具合に、視聴頻度のみならず、視聴時間の点でも大学生活の中でテレビの果たす役割が相対的に低下していることが明確にされているのである。

テレビ以外のメディアの利用状況を見ると、インターネットへの依存度が高まるにつれて、旧来のマスメディアへの依存度が全体に弱化していく様子が明らかになる。テレビに比べると、大学生の間でラジオの存在感は、もともと希薄で「ほとんど聴かない」という回答が常に大勢を占めているが(図5参照)、その割合は03年に6割、05年に7割を超えて徐々に拡大する傾向が示されている。02年までは「ほぼ毎日」聴くという回答が1割を超えていたのが、03年から1割を下回るようになっていく。ただ、こうしたラジオ利用頻度の低下傾向は、09年に底を打ち、ラジオ放送のインターネット配信サービスradikoの開始が影響したのか、10年以降はわずかに回復の兆しをみせている。電通総研『情報メディア白書2013』において、スマホによるradikoの利用が増加して、中学生を中心にラジオ聴取が回復している、という指摘がなされていることに注目したい。

マスメディア依存の低下傾向は、テレビやラジオといった放送メディアよりも、新聞(図6)、雑誌(図7)といった印刷メディアに一層鮮明に現れている。新聞に関しては、04

図5 ラジオ聴取頻度

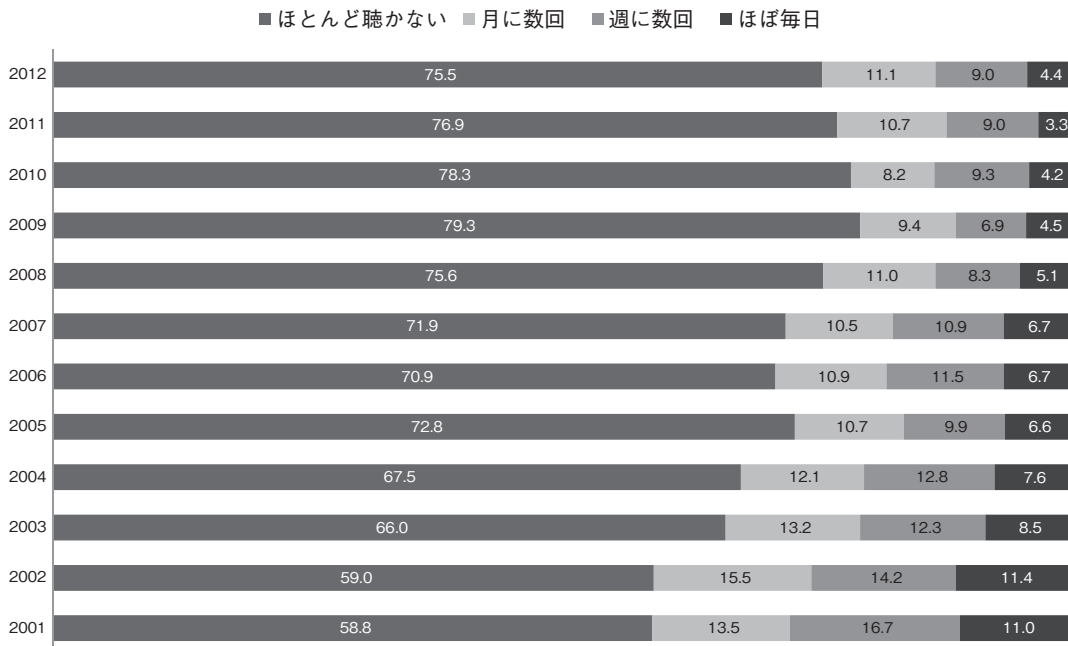


図6 新聞閲読頻度

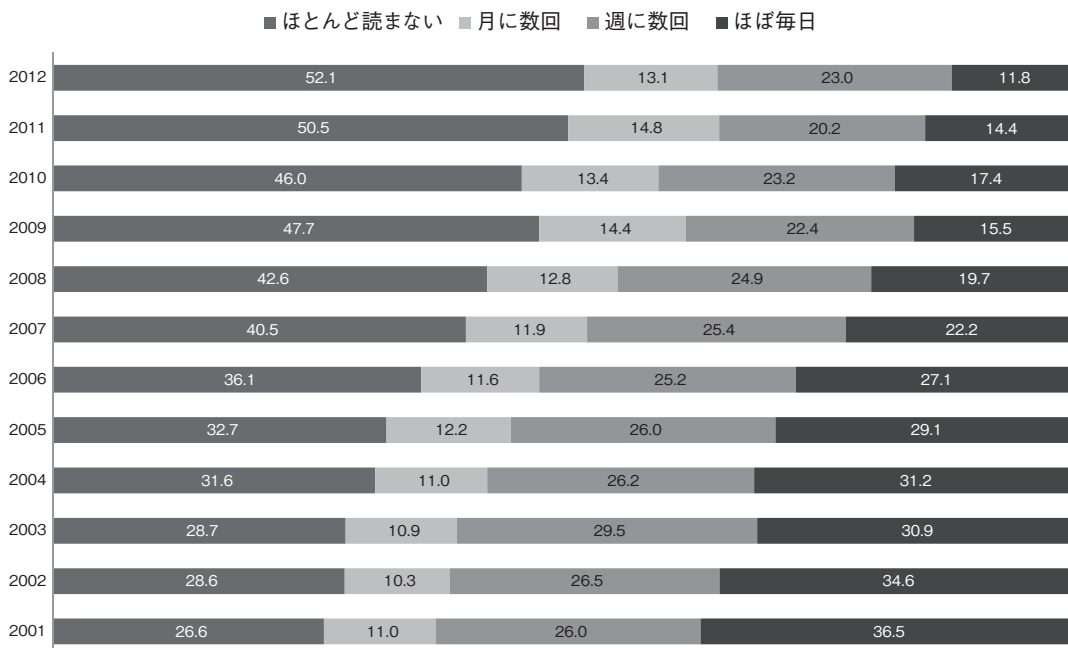
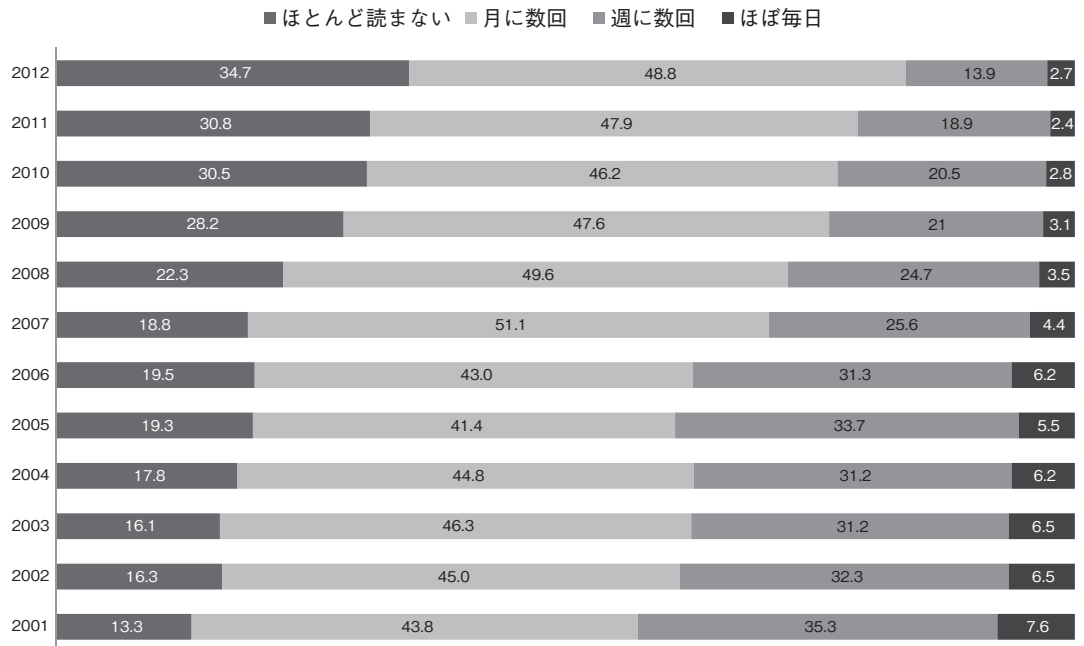


Figure
&
Table

年までは「ほぼ毎日」という回答が3割を超え、03年までは最も高い割合を占めていたのに対して、04年以降は「ほとんど読まない」という回答が最も多くなり、新聞を読む習慣を喪失する学生が急増して11年には過半数に達している。新聞を毎日のように読んでいる大学生は、04年までは3割台、07年までは2割台を維持していたが、08年から1割台に低下して12年には11.8%と間もなく1割を切ろうとしているのである。毎日発行

図7 雑誌閲読頻度



される新聞に比べると、雑誌を「ほぼ毎日」読むという大学生は、1割以下にすぎず、「月に数回」という回答が最も高い割合を占めていることに変わりはない。しかし01年から12年にかけて「ほとんど読まない」という回答が13.3%から34.7%に増加する一方で、「週に数回」は35.3%から13.9%、「ほぼ毎日」は7.5%から2.7%という具合に雑誌の定期購読者も減少する傾向が示されている。

一方、インターネット利用の経年変化をみると(図8)、大学生のインターネット利用頻度が21世紀に入って急増したことが裏付けられる。01年の時点で「ほとんど使わない」という回答は15.3%とすでに少数派となっていたのだが、「ほぼ毎日」という回答率が01年の30.5%から12年の75.4%へと直線的に増加して、大学生活の中でインターネットが必要不可欠になっていった様子が明示されているのである。とりわけ01年から06年にかけてインターネット利用が急速に拡大しており、それ以降の増加の速度は、幾分緩やかになっているようにみえる。本調査では、取り上げられていないが、インターネット接続に利用するツールも、この間にPCから携帯、スマホやタブレットなどのモバイル機器へと大きく変化していったものと思われる。

上述のメディアの利用状況の経年変化をみやすくするために、それぞれのメディアを「ほぼ毎日」利用すると回答した割合をプロットした結果を図9に示す。ラジオや雑誌を毎日のように利用する大学生は、もともと少ないので減少傾向がさほど鮮明になっていないが、これをみるとインターネット利用が拡大するにつれて、他のメディアへの依存度が全体に低下していることが確かめられる。常時利用者の割合という点でみると、02年から03年にかけてインターネットが新聞を追い抜き、08年から09年にかけてテレビを凌駕したことになろう。ネット経由で様々な情報を入手できるので、旧来のマスメディアを毎日のように利用しなくとも支障をきたすことはないとしても、最近の大学生の日常生活はインターネットなしでは立ち行かなくなっているようである。

図8 インターネット利用頻度

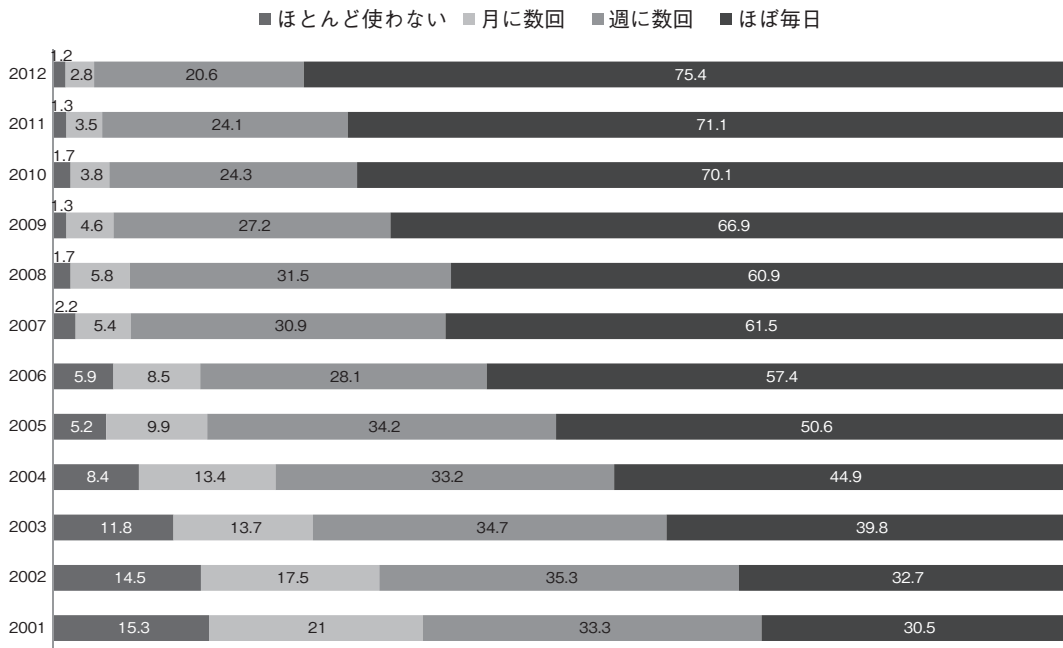
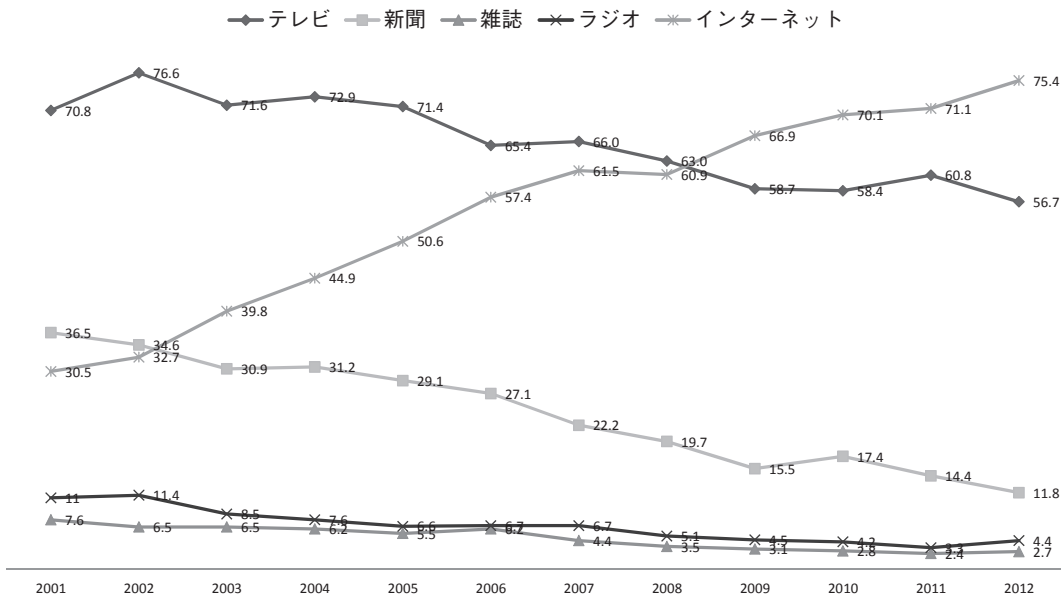


図9 各メディアを「ほぼ毎日」利用する人たちの割合



上記のメディア利用の相互関係をみると、当然のことながらテレビ視聴頻度と視聴時間の間に最も強い正の相関 ($r = .630$) が現れてくる。テレビを頻繁にみている者ほど視聴時間が長くなる傾向が明示されているのである。この他に新聞の閲読頻度とラジオ聴取頻度 ($r = .181$) 及び雑誌購読頻度 ($r = .159$) の間にも有意な正の相関がみられ、新聞をよく読む者は、雑誌を読むことが多いだけでなく、ラジオをよく聴く傾向のあることが明

らかにされている。一方、インターネットの利用頻度については、新聞の閲読頻度との間には正の相関 ($r = .080$), テレビの視聴時間との間に負の相関 ($r = -.120$) が生じており、インターネットをよく利用する者ほど、新聞をよく読む一方で、テレビは長くみない、という傾向が示されている。ただし、そうした関係は、インターネット利用の常態化と共に弱化することが同時に示唆されている。12年の調査期間を前半(01 - 06年)と後半(07 - 12年)に分けて相関係数を求めると、インターネットの利用頻度と新聞閲読頻度の相関は .174 から .095, テレビ視聴時間との相関は $-.114$ から $-.064$ へといずれも低下することが示されているのである。

次に大学生の個人属性によるメディア利用の違いをみると、女性よりも男性の方が新聞や雑誌といった印刷メディアに高い割合で接していることが明らかになる。たとえば全体として新聞を「ほとんど読まない」という回答率は、男性 36.0%, 女性 42.6%, 「ほぼ毎日」読む割合は、男性 27.7%, 女性で 19.4% となっており、そうした男女差は調査年度を通じて維持されている。一方、雑誌を「ほとんど読まない」割合に男女の違いはみられないが(男性 22.2%, 女性 22.9%), 「月に数回」という回答の割合は女性の方が高く(男性 37.2%, 女性 56.5%), 「週に数回」の選択率は男性の方が高くなっている(男性 34.7%, 女性 17.4%)。男性は週刊誌、女性は月刊誌をよく読むということなのであろうか、こうした男女差は調査時期にかかわらず恒常的に現れている。この他に、全体としてみれば、男性よりも女性の方がテレビをみることが多く、逆にラジオを聴いたり、インターネットを使うことが少ない、といった傾向も示されているが、調査年度によって結果が異なり、必ずしも安定した傾向とはなっていない。

メディア利用に関しては、性差よりも居住環境の違いの方が大きく、とりわけ新聞に関して、その違いが顕著に現れている。新聞を「ほとんど読まない」大学生の割合は、12年間通算では自宅生 31.9%, 下宿生 57.0% ということになるが、自宅生に関しては 16.3% から 46.8%, 下宿生に関しては 40.5% から 71.4% という具合に、居住環境にかかわらず、01年から12年にかけて大学生の新聞離れが進行する様子が明示されているのである。新聞を毎日のように読む習慣のある大学生の割合は、自宅生に関しては 39.8% から 13.9%, 下宿生に関しては 31.8% から 3.9% へと12年間で同様に減少しており、通算では自宅生 27.3%, 下宿生 15.1% となっている。またラジオやインターネットに関しても下宿生よりも自宅生の方が多く利用する傾向が示されているが、テレビに関して視聴頻度は自宅生の方が高く、視聴時間は下宿生の方が長い、という興味深い結果が現れている。テレビを「ほとんどみない」割合は自宅生 (9.5%) よりも下宿生 (13.5%) の方が高く、その一方で「3時間以上」の重視聴者の割合も自宅生 (16.7%) よりも下宿生 (24.2%) の間で高くなっているのである。しかし、この視聴頻度と視聴時間に関する結果を年度別にプロットしてみると(図10, 図11), テレビをみない人の割合に関する居住形態の違いは、05年頃までは明瞭ではなく、06年以降になって出現しているのに対して、3時間以上の重視聴者の割合に関しては、居住形態による違いが時間の経過と共に消失する様子が示されている。自宅生の間では、重視聴者の割合が大きな変動を示していないのに対して、下宿生の間でテレビの長時間視聴者の割合が減少傾向を示しているのである。

図10 テレビを「ほとんどみない」自宅生と下宿生の割合

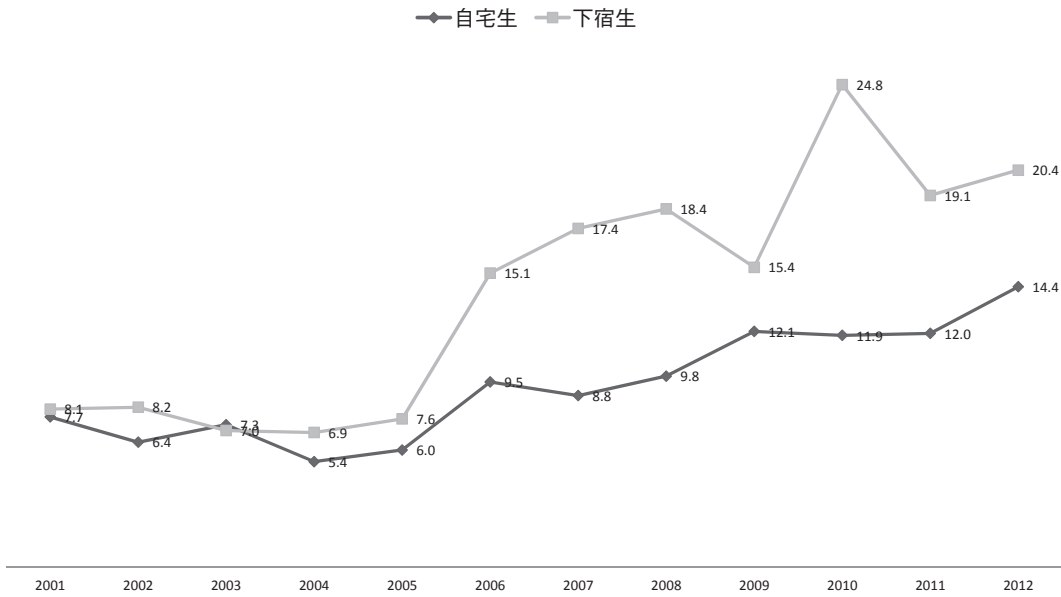


図11 テレビを「3時間以上」みる自宅生と下宿生の割合

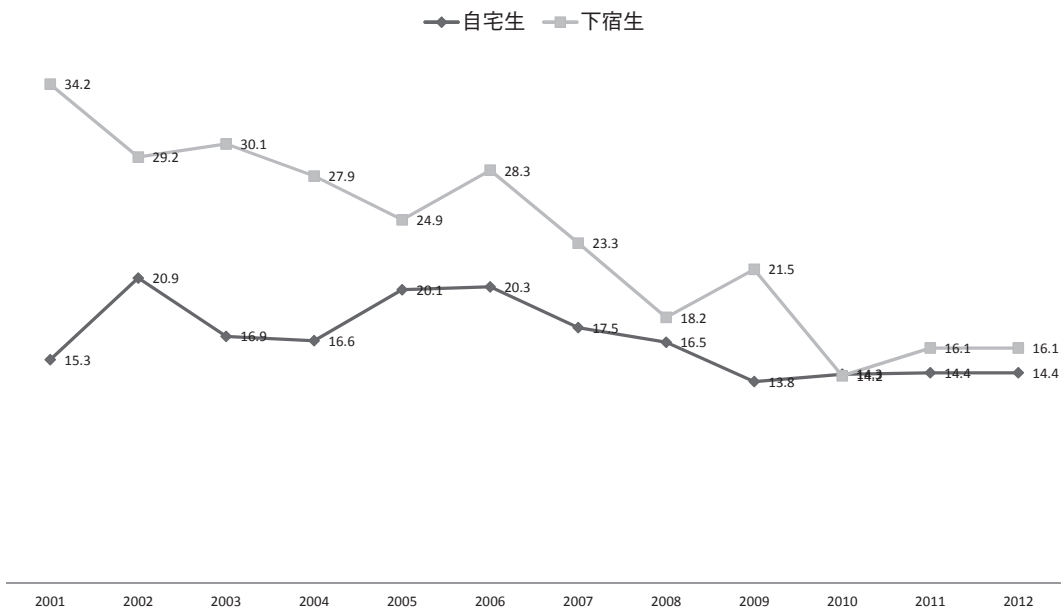


Figure
& Table

▶ 4 よく視聴する番組ジャンル

それでは次に、テレビの視聴量ではなく、視聴する番組内容に目を向けてみよう。調査を始めた1990年当初から、16種類の番組ジャンルを設定して^②、その中でよくみるものを3つまで選ぶという形の質問を継続している。2001年からの12年を通じて選択率の高い順に16の番組種目を並べ替え、1990年からの11年間と比較した結果を図12に示す。これをみると様々な番組の中で「ニュース・報道」が飛び抜けて高い割合で大学生にみられていることがわかる。大学生に限らず、ニュース番組や報道番組が最もよくみられていることは、他の調査でも同様に裏づけられている。たとえばNHK放送文化研究所が1985年から5年ごとに実施している『日本人とテレビ調査』においても「ニュース・ニュースショー」の選択率が常に7割を超え、首位を独走しているのである（諸藤・平田・荒牧, 2010）。この点について90年代からの変化の兆しはみられないが、他の番組種目の選択率には時代による変動が認められる。とりわけ90年代から21世紀にかけて「コメディ・バラエティー」の選択率が41%から55%へと増加し、逆に「一般ドラマ」が48%から36%へと減少していることが目につく。11年12月に「家政婦のミタ（日本テレビ）」の最終回が40%、13年9月の「半沢直樹（TBS）」の最終回が42%の平均世帯視聴率を記録するなど、最近ではテレビドラマの復権が喧伝されているが、バラエティー番組の比重が拡大し、ドラマ枠が縮小したことが近年の番組編成の特徴であり、それを上記の結果はある程度反映しているものと思われる。それ以外では21世紀に入って「スポーツ」「芸能」「マンガ・アニメ」といった番組の視聴割合が上昇し、逆に「音楽」「劇場用映画」「トーク・討論」などが減少傾向を示している。

次に、2001年以降の上位6種目の番組の視聴割合の推移をプロットした結果を図13に示す。これをみると一貫して「ニュース・報道」が首位を走り、それを「コメディ・バ

図12 各番組ジャンルの視聴割合（1990 - 2000年との比較）

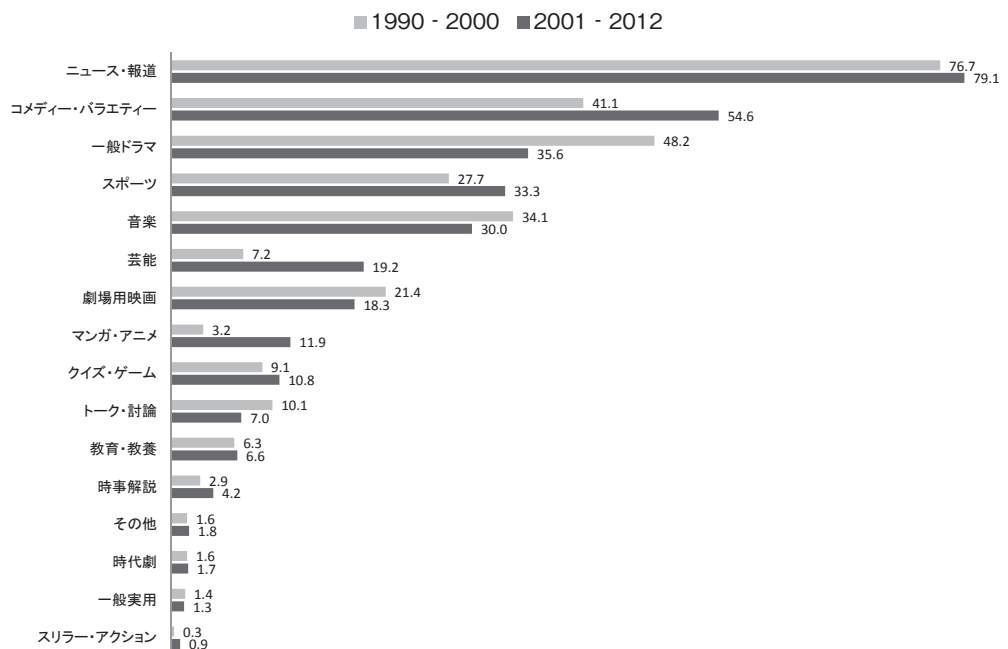
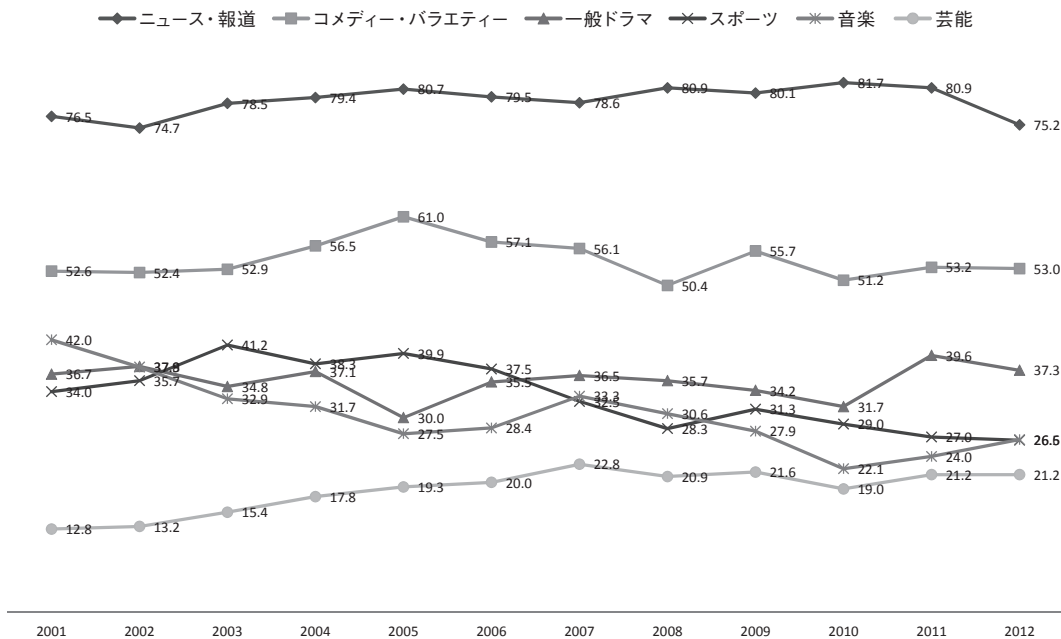


図13 主要番組ジャンルの視聴割合の推移



「バラエティ」が追走していることが確かめられる。上位6位までのの中では「芸能」の選択率が最下位にきていることに変わりはないが、3位から5位までの順序は、年ごとにめまぐるしく入れ替わっている。ただ「スポーツ」「音楽」の順位がやや下降傾向を示しているのに対して、07年以降は「一般ドラマ」が3位に定着しており、上述のドラマの復権を裏付けるような結果が現れ始めているように見える。

大学生の個人属性による番組嗜好の変動に関しては、下宿生に比べると自宅生の方が「音楽」（自宅生 31.1%，下宿生 27.5%）や「クイズ・ゲーム」（自宅生 11.8%，下宿生 8.2%）をみる割合が高いといった居住形態による違いもみられるが、それよりも顕著なのは、やはり性差ということになる。12年を通じて選択率の男女差は、「一般・実用」を除く15種目のすべてで有意となっているのである。その中でも「コメディ・バラエティ」（男性 51.2%，女性 58.5%）、「一般ドラマ」（男性 23.5%，女性 48.9%）、「音楽」（男性 25.4%，女性 35.1%）など女性の方がよくみる番組が際立っているが、「スポーツ」（男性 50.0%，女性 14.8%）、「マンガ・アニメ」（男性 14.5%，女性 9.1%）、「トーク・討論」（男性 8.7%，女性 5.2%）といった番組に関しては、逆に男性の方が高い視聴割合を示している。とりわけ男女差が顕著に現れているのは「一般ドラマ」と「スポーツ」で、全年度を通じて前者に関しては女性、後者に関しては男性の方が格段に高い選択率を記録している。また、それほど大きな選択率の違いがあるわけではないが、女性の方が高い割合で「音楽」番組を視聴し、男性の方が「マンガ・アニメ」をよくみる傾向も一貫しており、特に後者の選択率の男女差は、ここ数年で拡大し始めている。一方「コメディ・バラエティ」に関しては、06年までは、それほど顕著な男女差はみられず、07年以降に女性向けの内容が増えたかどうかは定かではないが、その時点から男性よりも女性の視聴割合が高くなる傾向が明確になっている。

一般にテレビの視聴時間の長い者ほど、様々なジャンルの番組をみる可能性が高くなると思われる。しかし1日の平均視聴時間に関して「ほとんどみない」と「1時間程度」を

低視聴者群、「2時間程度」と「3時間以上」を高視聴者群として回答者を二分すると、両群の間には予想に反する結果も現れてくる。たとえば「コメディ・バラエティー」（低群 43.5%、高群 64.6%）、「一般ドラマ」（低群 27.6%、高群 42.8%）、「スポーツ」（低群 29.8%、高群 36.6%）、「音楽」（低群 26.1%、高群 33.5%）、「芸能」（低群 15.7%、高群 22.5%）など多くの番組種目で低視聴者よりも高視聴者の方が高い選択率を示すことが確かめられている。しかし「ニュース・報道」に関しては、逆に低視聴者（84.0%）の方が高視聴者（74.9%）よりも視聴割合が高く、この他にも「劇場用映画」（低群 19.6%、高群 17.1%）、「教養・教育」（低群 8.4%、高群 5.0%）、「時事解説」（低群 5.6%、高群 2.9%）に関して同様の逆転傾向が示されているのである。どうやらテレビを長時間視聴する者は、テレビに気晴らしを求めて、ドラマやバラエティーなど娯楽色の強い番組を好んでみるのに対して、短時間しかテレビをみない者は、情報志向が強く、ニュースをはじめとする固めの番組を選んでみる傾向があるようで、こうした視聴時間量による番組嗜好の違いは、いずれの調査年度においても一貫して現れている。

本調査では、テレビの視聴動機に関する質問を設けていないが、テレビの視聴動機と視聴パターンを関連付けたRubin (1983) は、「習慣や暇つぶし、娯楽のためにテレビをみる者」と「逃避のためでなく、積極的に情報を求め、学習するためにテレビをみる者」の2つに視聴者を類型化している。そして前者は、番組内容にかかわらず、テレビをみること自体に特別の親しみを感じているのに対して、後者は番組内容を重視して「トーク・インタビュー」「ニュース」「ゲーム」といった番組を好むとしている。そこでは両者の間に視聴量の違いが想定されているわけではないが、前者は「娯楽志向型」、後者は「情報志向型」に対応していることになる。

テレビの視聴時間だけでなく、新聞やインターネットの利用頻度によっても番組嗜好の違いが現れている。新聞の閲読頻度を低群（「ほとんど読まない」「月に数回」）と高群（「週に数回」「ほぼ毎日」）に分けると、よく新聞を読む後者の大学生は「ニュース・報道」（低群 73.8%、高群 84.8%）、「教育・教養」（低群 4.9%、高群 8.4%）、「時事解説」（低群 3.0%、高群 5.4%）といった情報系番組や「スポーツ」（低群 27.6%、高群 39.5%）といった同時性が求められる番組を好み、あまり新聞を読まない前者の大学生は「コメディ・バラエティー」（低群 58.6%、高群 50.5%）、「一般ドラマ」（低群 37.9%、高群 33.2%）、「音楽」（低群 31.8%、高群 28.1%）、「芸能」（低群 22.3%、高群 15.9%）、「マンガ・アニメ」（低群 13.6%、高群 10.0%）、「クイズ・ゲーム」（低群 12.2%、高群 9.3%）といった娯楽番組を好む傾向が示されているのである。またインターネットを「ほぼ毎日」利用する者を高群、それ以外を低群として比較すると、毎日のようにインターネットを利用している大学生は「ニュース・報道」（低群 74.0%、高群 82.3%）、「教育・教養」（低群 4.7%、高群 8.1%）、「時事解説」（低群 2.7%、高群 5.3%）といった情報系番組と「マンガ・アニメ」（低群 8.3%、高群 14.6%）の視聴割合が高く、逆に「コメディ・バラエティー」（低群 58.7%、高群 51.5%）、「一般ドラマ」（低群 40.4%、高群 31.9%）、「音楽」（低群 33.0%、高群 27.6%）といった娯楽番組の選択率が低くなっていることが判明する。このような番組嗜好の結果をみると、テレビに気晴らしや慰安を求める者はテレビ依存度が高く、逆に情報を求める者はテレビよりも新聞やインターネットへの依存度が高くなる、といった結論を導くことができそうである。

▶ 5 9種類の領域の主たる情報源となるメディア

9つの情報領域を設定し、それぞれに関する主たる情報源となっているメディアを「テレビ」「新聞」「雑誌」「インターネット」「家族や友人・知人」「その他」の中から1つ選

ぶという形の質問を 2001 年から行っている。なお、それぞれの情報に無関心で何も情報を得ていない場合もあることを想定して、ここでは「関心がない」という選択肢も加えている。その選択率は、調査年度によって変動しているが、9つの領域の中では「食事や健康などの生活情報」に対する関心が最も薄く、12年間を通じて全体の15.5%が「関心がない」としている。それに次いで「ビジネス・経済情報」(14.6%)、「芸能人に関する情報」(12.8%)、「スポーツ情報」(12.8%)に無関心の大学生が多く、逆に「気象情報」(1.4%)、「趣味や娯楽に関する情報」(1.6%)、「事件や事故に関する情報」(2.1%)、「政治や社会情勢に関する情報」(4.0%)について関心がないと答える大学生の割合はとて少なくなっていた。こうした関心領域には性差がみられ、「スポーツ情報」(男性9.6%、女性16.1%)、「ビジネス・経済情報」(男性12.3%、女性17.1%)については女性の関心が弱く、「芸能人情報」(男性16.9%、女性8.2%)、「生活情報」(男性21.9%、女性8.2%)については男性の方が一段と高い割合で「関心がない」を選択していることが確かめられる。

領域によって主たる情報源となるメディアは、かなり異なっているが、それはまた時代と共に大きく変動している。それぞれの領域に関してテレビ、新聞、インターネットが主たる情報源として選択された割合を01年、06年、12年の3時点でプロットした結果を図14に示す。全体としてみると他のメディアよりもテレビを主たる情報源とする割合がきわめて高く、特に「事件・事故情報」「気象情報」「スポーツ情報」「政治・社会情報」「芸能人情報」「ビジネス・経済情報」といった領域に関してテレビ依存度が圧倒的に高くなっていることがわかる。「生活情報」「海外の話題や出来事に関する情報」「趣味・娯楽情報」についてはテレビ依存度が相対的に低くなっているが、それでも01年の時点では、すべての領域でテレビが新聞やインターネットを上回ることが明確にされている。「趣味・娯楽情報」については、当初は雑誌を主たる情報源とする割合が最も高かったが、06年の時点ではインターネットが他のメディアをすでに凌駕して主たる情報源としての地位を確立している。この他に「海外情報」「芸能人情報」「気象情報」についてインターネットの果たす役割が相対的に大きくなっている。一方、新聞は「政治・社会情報」「ビジネス・経済情報」といった領域で強みを発揮しており、06年まではインターネットを上回っていたが、その役割は急速に縮小して、12年の時点では、すべての領域でテレビのみならず、インターネットの選択率を大きく下回る結果となっている。どのような領域でそれぞれのメディアが強みを発揮するかを表す図14のプロフィール自体には、大きな変化はないとしても、3時点での結果をみるとインターネットの役割が拡大するにつれて、テレビへの依存度が全体に低下し、それ以上に新聞の役割が急速に縮小していることが明らかになる。

こうしたメディア間の役割の変遷を明確にするために9つの領域の中でテレビ、新聞、インターネットのそれぞれを主たる情報源として選択した数を算出し、調査年度ごとに平均値を求めてプロットした結果を図15に示す。これをみるとテレビを主たる情報源とする領域が一貫して最も広範囲に及んでいることが明らかになるが、それと同時にインターネットを主たる情報源とする大学生が年を追って増大するにつれてテレビ情報への依存度が相対的に低下して、両者の差が徐々に縮小していることが確かめられる。一方、情報源としての新聞の役割は、03年まではインターネットを上回っていたが、04年に両者の関係が逆転し、その後も新聞情報への依存度が低下して、きわめて限定されたものになっていることが裏付けられている。

全体としてみた場合、それぞれのメディア情報への依存度には性別、居住形態、学年といった大学生の個人属性による違いが認められる。テレビ情報への依存度は、男性よりも女性(男性4.48、女性5.29)、下宿生よりも自宅生(自宅生4.92、下宿生4.72)、また低学年ほど高く(1年生5.13、2年生4.84、3年生4.65、4年生4.41)、逆にネット情報への依存度は、女性よりも男性(男性1.92、女性1.30)、自宅生よりも下宿生(自宅生1.53、下

図14 9つの領域の主たる情報源としてのテレビ、新聞、インターネットの選択率
(2001年, 2006年, 2012年の比較)

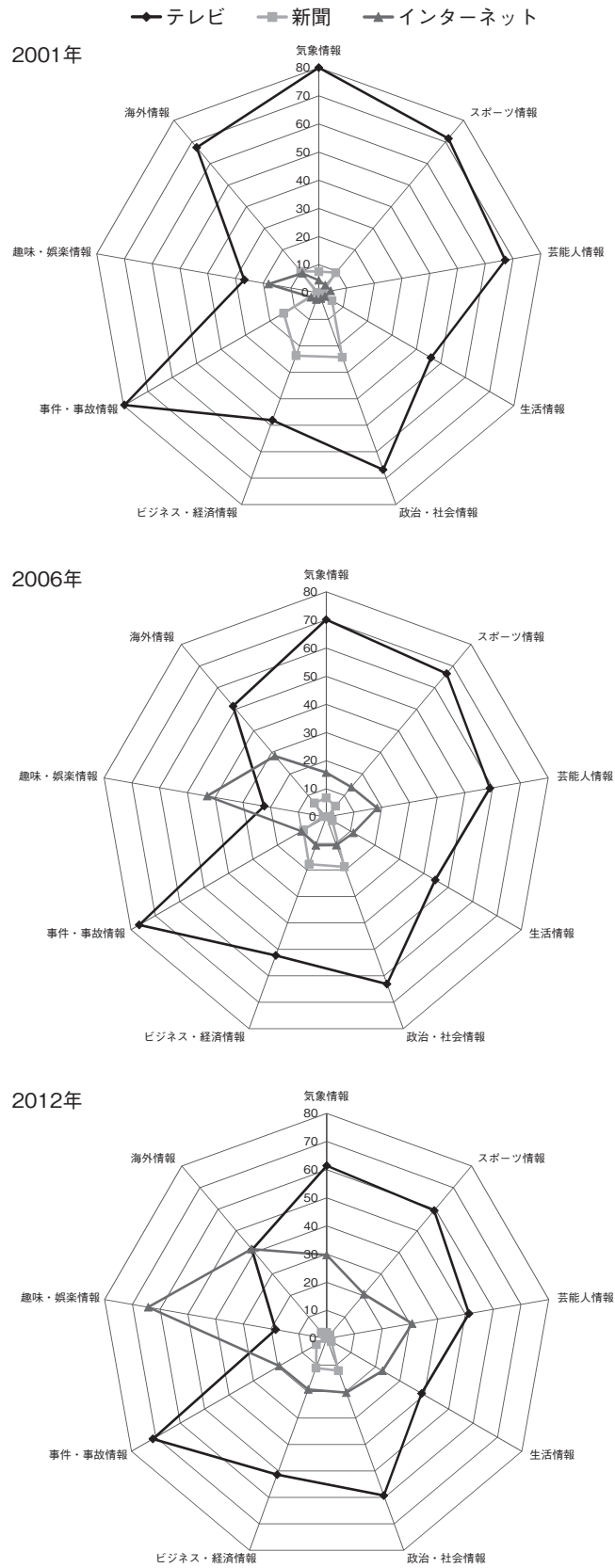


図15 テレビ、新聞、インターネット情報への依存度(0-9)の平均値

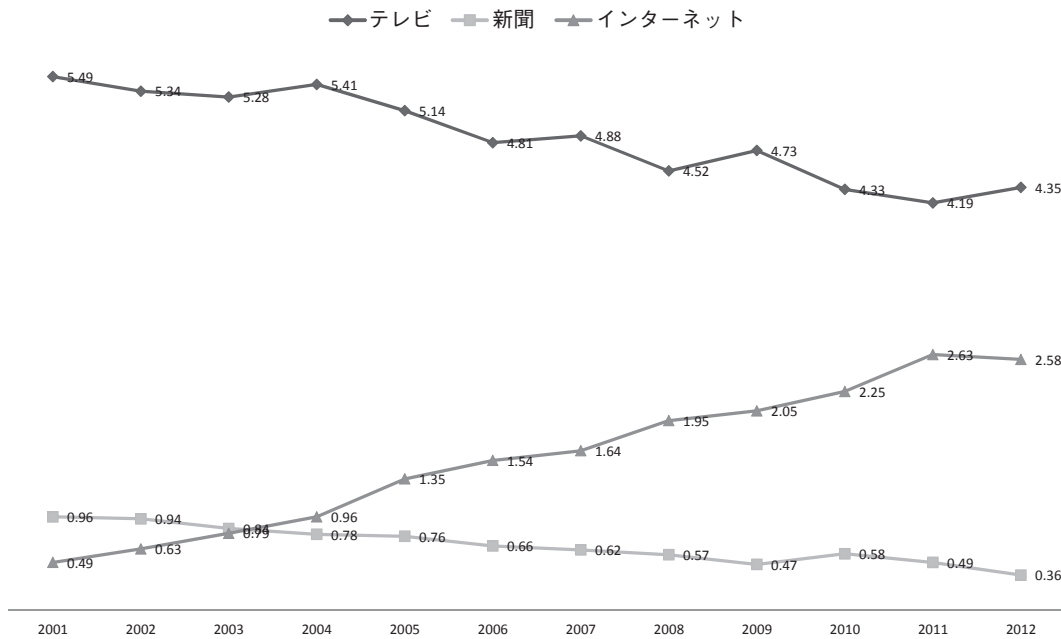


Figure
& Table

宿生 1.85), そして高学年ほど高く (1年生 1.30, 2年生 1.66, 3年生 1.95, 4年生 2.04) なることが明示されているのである。新聞情報に関しては, 女性よりも男性 (男性 0.74, 女性 0.56), 下宿生よりも自宅生 (自宅生 0.71, 下宿生 0.51) の依存度が高く, また4年生は他の学年よりも多くの情報を新聞から得ている (1年生 0.65, 2年生 0.63, 3年生 0.65, 4年生 0.86) ことが明らかにされている。

21世紀に入ってインターネット利用が増大するにつれて, 情報源としてのテレビと新聞の役割が縮小している点は共通しているとしても, 領域によって主たる情報源となるメディアの移り変わりは, 異なる様相を呈しており, それらは大きく3つのパターンに分かれている。ひとつは, もともと新聞への依存度が低い「気象情報」「芸能人情報」「生活情報」「スポーツ情報」などソフトニュースに類する領域であり, ここではネット情報への依存度が高まるにつれてテレビの役割が縮小して, 両者の差が縮小するという図15の全体的傾向に近いパターンが現れている。その具体例として気象情報と生活情報に関するテレビ, 新聞, インターネットの選択率の推移を図16と図17に示すことにしよう。いずれに関しても当初は1割以下だったインターネットの選択率が徐々に増えて11年に3割を超えるようになるにつれて, 気象情報に関しては8割から6割程度, 芸能人情報に関しては7割近くから5割程度にテレビの選択率が低下して, 両者の差が徐々に縮小していることが確かめられる。ただし, その傾向は11年から12年にかけて反転の兆しをみせていることにも注意する必要があるようだ。

第2のパターンは, 「事件・事故」「政治・社会」「ビジネス・経済」など新聞情報への依存度が相対的に高いハードニュースに類する領域にみられるもので, ネット情報への依存度の上昇が緩やかに進み, 新聞の果たす役割が低下しても, 情報源としてのテレビの役割はさほど変化していないことが示唆されている。事件・事故に関する図18の結果をみると, インターネットの選択率が3%から20%へと上昇し, 新聞を主たる情報源とする割合が14%から4%へと低下して, 05年から06年にかけて両者の立場が逆転しているのに

図16 「気象情報」の主たる入手源

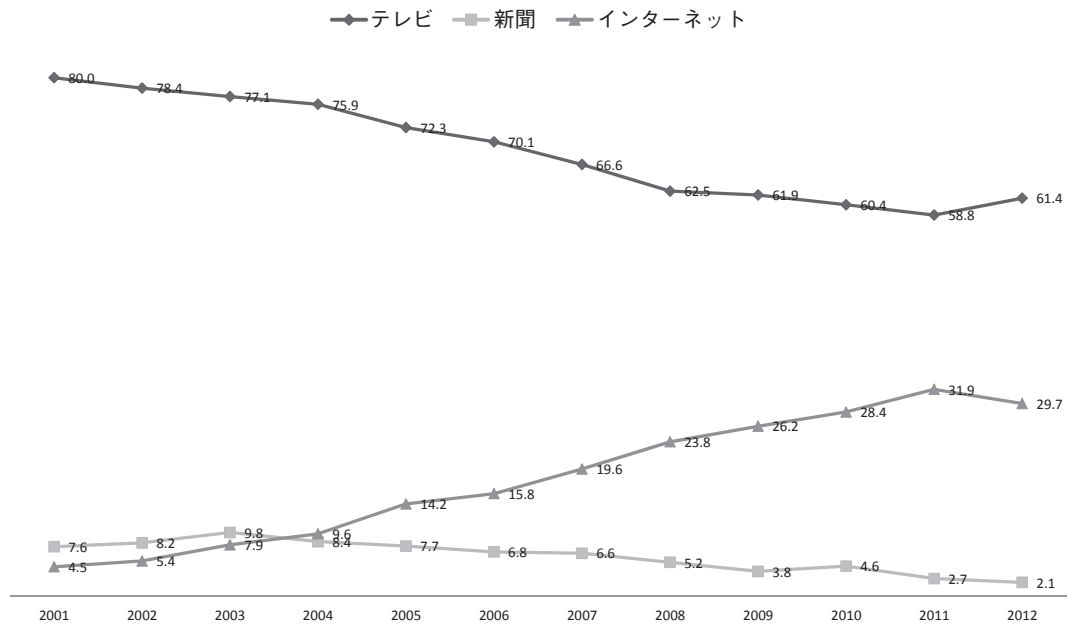


図17 「芸能人情報」の主たる入手源

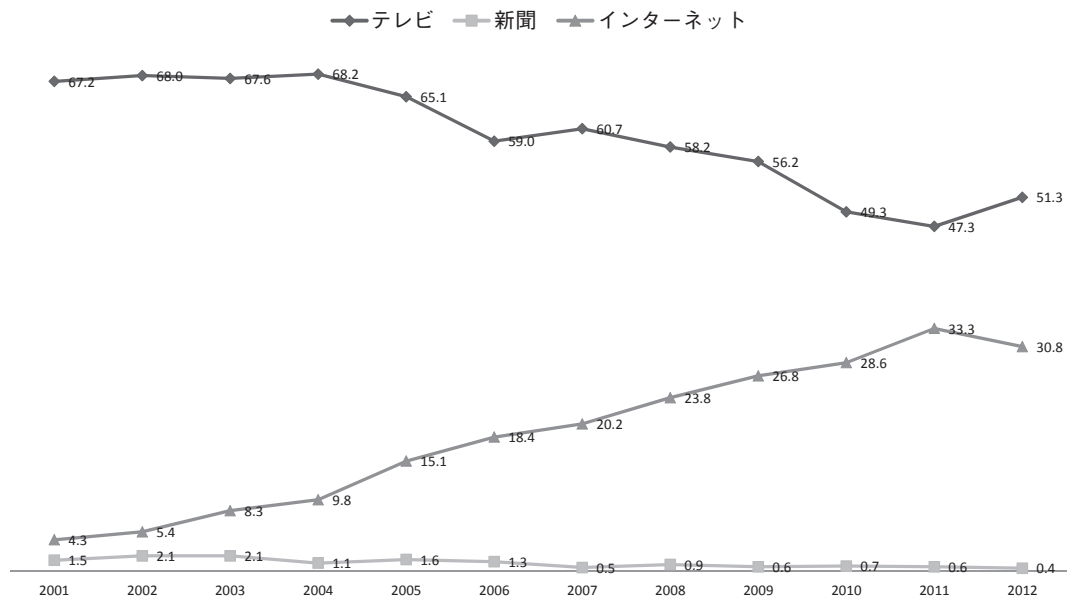


Figure & Table

対して、テレビの選択率は7割台を維持して、それほど大きな落ち込みをみせていない。政治や社会情勢に関する情報源についても（図19）、11年以降にインターネットが新聞を上回るようになってきているのに対して、テレビは6割前後の選択率で首位を独走して、主たる情報源としての地位が揺らぐ様子は現れていない。ビジネス・経済情報に関してテレビの選択率は常に5割を超えて、主たる情報源としての役割を堅持していることを付記

図18 「事件や事故に関する情報」の主たる入手源

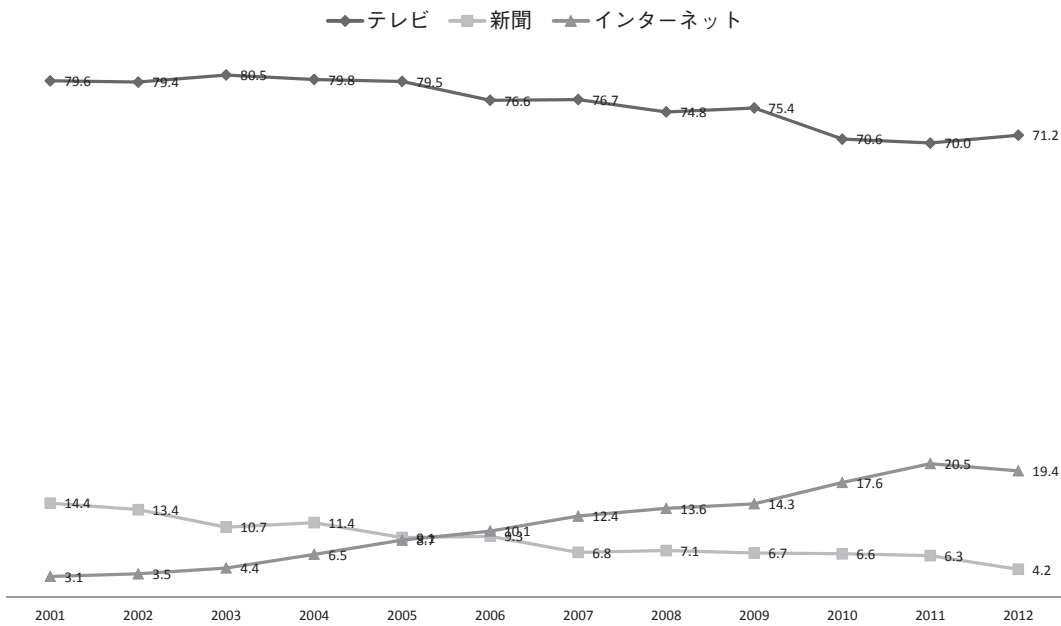


図19 「政治や社会情勢に関する情報」の主たる入手源

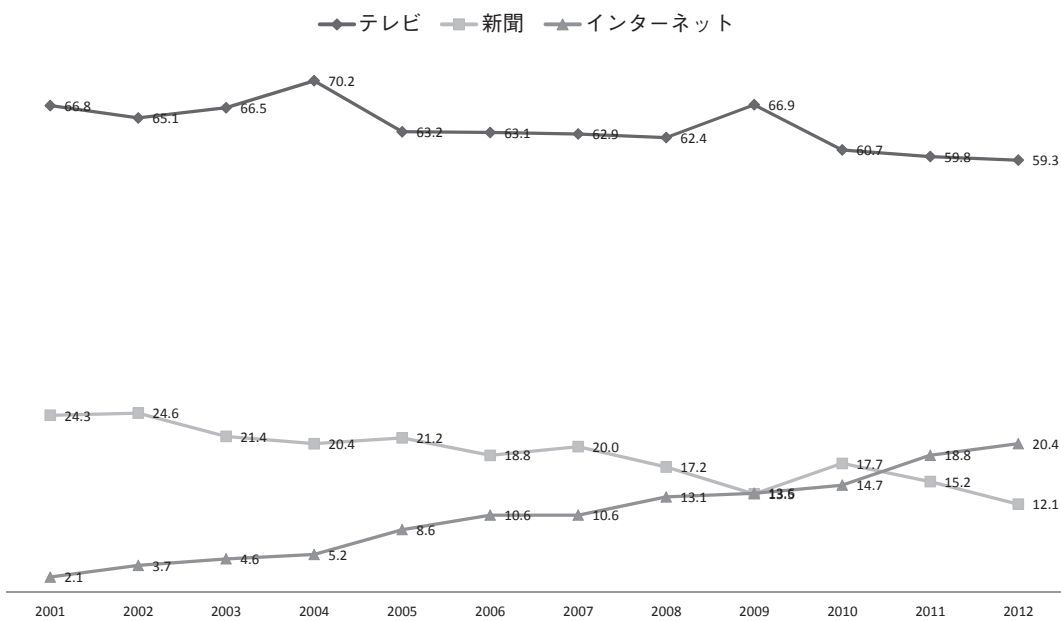


Figure
& Table

しておきたい。

一方、「趣味や娯楽」(図20)、「海外の話題や出来事」(図21)に関しては、ネット情報への依存度が急速に拡大して、すでに他のメディアを凌駕しており、それが第3のパターンを構成することになる。趣味や娯楽の情報源としては、もともと雑誌の役割が大きく、04年までは最も高い選択率を示していたが、ネット情報への依存度が急伸して05年に雑

図20 「趣味や娯楽に関する情報」の主たる入手源

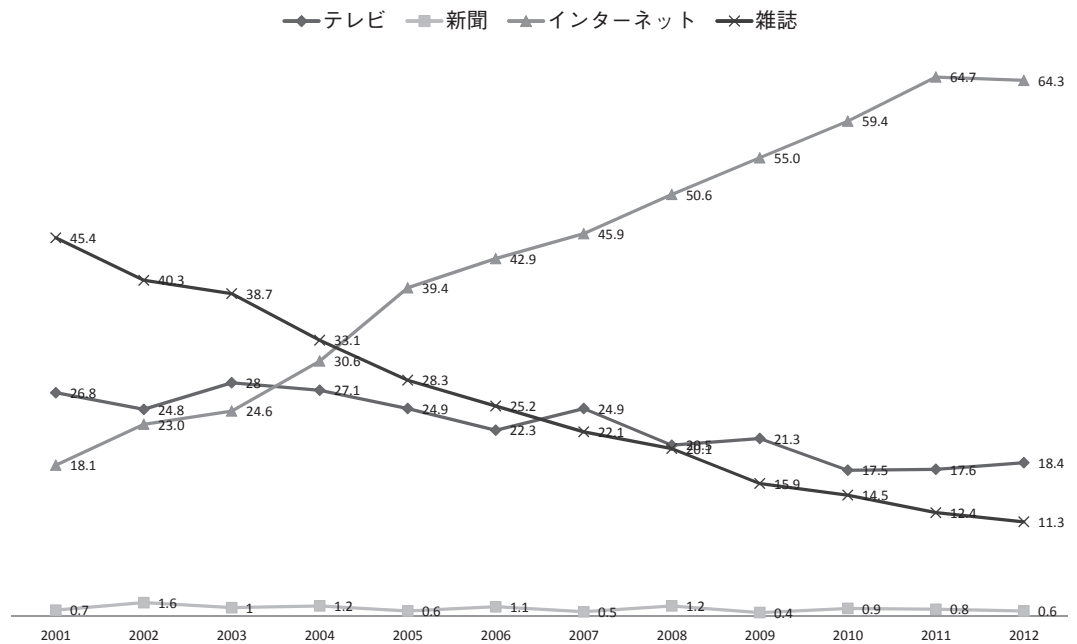
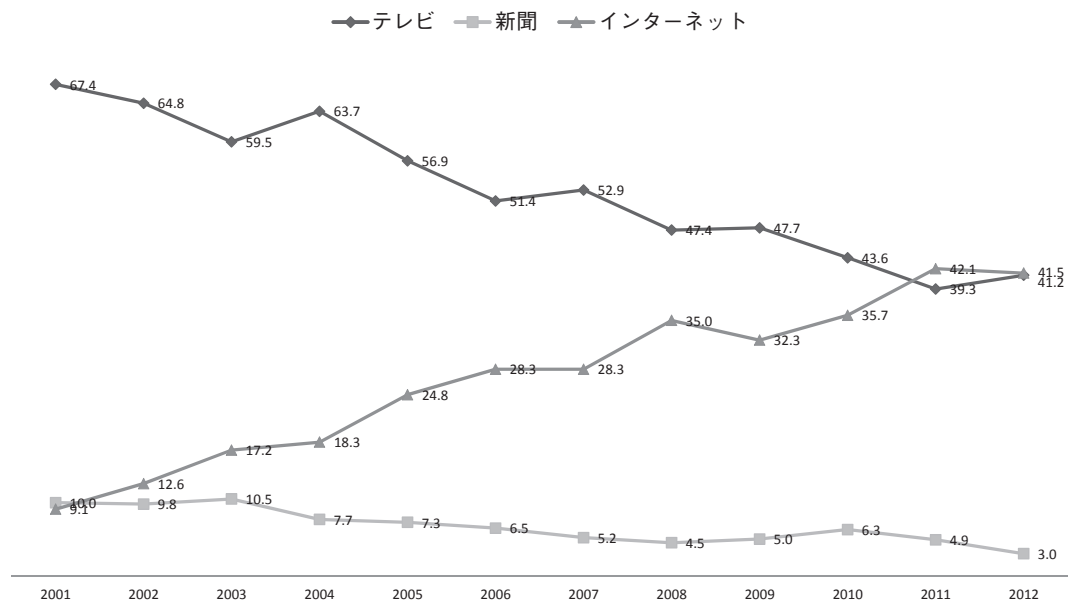


図21 「海外の話題や出来事に関する情報」の主たる入手源



誌を追い抜き、その後もインターネットの選択率は伸び続け、11年以降は6割を超えるようになっている。趣味や娯楽に関する情報を新聞から得る割合は、当初から1%程度の低水準に留まっており、テレビの選択率も2割前後で推移している。海外の話題や出来事に関する情報というと、インターネットの普及と共に公共性の高い海外ニュースよりもソーシャルメディアや動画サイトなどに海外から投稿される私的意味合いの強い情報を思

い浮かべることが多くなったのか、新聞の選択率は当初から1割以下に留まっており、インターネットが1割以下から4割超に増加するにつれて、テレビ情報への依存度は7割近くから4割程度に急落していることがわかる。

▶ 6 情報源としてのテレビ、新聞、インターネットの役割の規定要因

それでは最後にテレビ、新聞、インターネットの各メディア情報への依存度の規定要因を調べてみることにしよう。そこには性別、学年、居住形態といった大学生の個人属性による違いがあることを先に指摘したが、それに各メディアの利用頻度並びに調査年度を独立変数に加え、9領域を通じて各メディアが主たる情報源として選択された数を従属変数として重回帰分析を行った結果を表2に示す。なおテレビの視聴頻度と視聴時間の間には、きわめて高い正の相関のあることから、ここでは視聴頻度のみを独立変数としている。また21世紀初頭における急激なメディア環境の変化を考慮して調査時期を独立変数に導入しているのだが、その前半と後半では各メディア情報への依存度を規定する要因自体が違って来る可能性も考慮して、01年から06年、07年から12年という具合に調査時期を2つに分けた分析も併せて行っている。

まずテレビ情報への依存度の規定要因をみると、テレビ視聴頻度の偏回帰係数が最大値を示し、当然のことながら、テレビを頻繁にみている者ほどテレビ情報への依存度が高いことが確かめられる。それに次いで新聞閲読頻度、インターネット利用頻度の係数が高く、いずれも負の値を示していることから、新聞やインターネットをよく利用する者ほどテレビ情報への依存度が低くなることが明確にされている。こうした結果は、調査時期にかかわらず維持されているが、新聞閲読頻度の係数は後半よりも前半の方が高く、新聞をよく読む者ほどテレビ情報への依存度が低いという関係は、時代の流れと共に弱まっていることが示唆されている。また男性より女性、下宿生より自宅生、そして低学年の者ほどテレビ情報への依存度が高いことが再確認されているが、こうした大学生の個人属性の中では性別の説明力が最も高く、逆に学年の違いは、それほど強い規定要因となっていないことが明らかにされている。調査年度の係数は、やはり負の値をとっており、時代の経過に伴ってテレビ情報への依存度が低下していることが裏付けられている。

●表2 テレビ情報、ネット情報、新聞情報への依存度を従属変数とする重回帰分析の結果
(数値は、標準化偏回帰係数 β)

| | テレビ依存度 | | | ネット依存度 | | | 新聞依存度 | | |
|---------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 全期間 | 01-06年 | 07-12年 | 全期間 | 01-06年 | 07-12年 | 全期間 | 01-06年 | 07-12年 |
| 調査年度 | -.099*** | -.049*** | -.053*** | .206*** | .137*** | .106*** | -.034*** | -.039** | -.016 |
| 性別 (1 男, 2 女) | .122*** | .124*** | .121*** | -.143*** | -.141*** | -.152*** | -.020** | -.034** | -.011 |
| 住居 (1 自宅, 2 下宿) | -.083*** | -.076*** | -.092*** | .095*** | .094*** | .102*** | .034*** | .043*** | .028** |
| 学年 | -.033*** | -.029* | -.037** | .053*** | .050*** | .062*** | .011 | .009 | .011 |
| テレビ視聴頻度 | .378*** | .364*** | .387*** | -.187*** | -.143*** | -.220*** | -.141*** | -.162*** | -.125*** |
| 新聞閲読頻度 | -.182*** | -.231*** | -.140*** | -.038*** | -.014 | -.056*** | .515*** | .502*** | .521*** |
| インターネット利用頻度 | -.156*** | -.158*** | -.149*** | .293*** | .374*** | .247*** | -.032*** | -.022 | -.047*** |
| R | .498 | .497 | .482 | .508 | .495 | .436 | .525 | .515 | .522 |
| R ² | .248 | .247 | .232 | .258 | .245 | .190 | .275 | .265 | .273 |
| 調整済み R ² | .248 | .246 | .231 | .258 | .244 | .190 | .275 | .264 | .272 |

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

ネット情報への依存度の規定要因としては、やはりインターネットの利用頻度が最も大きいことが明確にされているが、全期間を通じての分析では、それに次いで調査時期が高い係数を示していることが注目される。インターネットの利用頻度の高い者ほどネット情報への依存度が高くなるのは当然だとしても、そうした個人差にかかわらず、この結果には学生生活の中にインターネットが広く組み込まれていった時代背景の推移が反映されていることになろう。また新聞ではなく、テレビの視聴頻度がネット情報への依存度を有意に規定しており、その負の係数が前半よりも後半の方が大きくなっていることから、テレビをよくみる者ほどネット情報への依存度が低いという関係が時代と共に強化されていった可能性が示唆されている。個人属性の中では、調査時期にかかわらず、性別が最も高い係数を示し、女性よりも男性の方がネット情報への依存度が高いことが確かめられる。それと同時に自宅生よりも下宿生、そして学年が上がるほどインターネットを情報源とする傾向のあることが再確認されている。

新聞情報への依存度に関しては、新聞読頻度のみが飛び抜けて高い予測力を示し、新聞をよく読む者ほどそれを様々な領域の情報源としていることが確かめられている。またテレビ視聴頻度が常に有意な負の係数を示し、テレビをよく見る者ほど新聞情報への依存度の低いことが明確にされているが、それ以外に高い規定力をもつ要因はあまり見当たらなかった。下宿生よりも自宅生の方が新聞を読む割合が格段に高いことは先述した通りだが、新聞の読頻度を統制すると居住形態の予測力は、さほど大きくはなく、そこでは自宅生よりも下宿生の方が新聞情報への依存度が高いという意外な結果が出現している。新聞を定期的を読むような下宿生は、その割合は低いとしても、自宅生以上に新聞情報への依存度が高くなる可能性が示されているのである。

▶ 7 むすび

21世紀初頭は、様々なモバイル機器から社会に広く張り巡らされた電子ネットワークへの接続が可能になり、インターネットへの依存度が急速に拡大していった時代であった。必要な情報がネット経由で容易に入手できるようになると、紙や電波に基づく旧来のマスメディアの利用価値は必然的に薄らいでいかざるを得ない。本調査の結果には、そうしたメディア環境の変化が如実に反映されている、と言えよう。2001年から12年にかけて大学生のインターネット利用が増大するにつれて、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌を利用する割合が減少する様子が明確に示されているのである。しかし今後もマスメディア利用が減り続けるかどうかは必ずしも定かではない。たとえば大学生にとって馴染みの薄いラジオ利用の減少に数年前から歯止めがかかったようにみえるが、そこにはPCやスマホでの聴取を可能にしたインターネット放送の開始が関与している可能性が高い。新聞や雑誌、書籍の電子化の流れは、今後も加速していくものと思われるが、それが定期購読者の減少傾向にどのように作用していくのか現時点で予測するのは難しい。これからのマスメディアが果たす役割は、どのような形でインターネットを利用するかによって大きく変わってくるに違いない。

さてテレビ視聴も減少傾向をみせているとはいえ、旧来のマスメディアの中では今なお大きな存在感を示し続けている。2012年の時点でも6割近くの大学生が毎日のようにテレビをみて、インターネット以上に多くの領域でテレビが主要な情報源となっていることが確かめられているのである。おそらく21世紀における若年層のテレビ視聴の変化は、視聴頻度や視聴時間といった量的側面ではなく、むしろ視聴様式といった質的側面により顕著に現れているのであろう。テレビ受像機の前で放送される番組をリアルタイムでみるといった視聴様式は、若年層の間ではすでに少数派に転じているようである。本調査では

取り上げていないが、録画によるタイムシフト視聴が急増し（平田・諸藤・荒牧，2010 参照）、テレビをみながら関連情報を検索したり、SNS のコメントをみたりするインターネットの並行利用も増え始めている（志岐，2013 参照）。PC でのテレビ視聴やワンセグ放送の利用はさほどの広がりを見せていないとしても、6 割以上の大学生が Youtube などの動画サイトでテレビ番組をみていることが本調査で明らかにされている。

デジタル化によって実現したワンセグ放送やオンデマンド放送だけでなく、各放送局は番組のネット配信をはじめとして様々な形でインターネットと連動する方法を模索し続けている。実際にネット上の動画サイトには、多種多様な映像があふれているし、BeeTV といった携帯電話専門の動画配信サイト、スマートフォン向けのマルチメディア放送の NOTTV、あるいはアメリカ発の動画配信サービス Hulu の日本進出など放送事業者以外による放送類似サービスも増加して、どこまでをテレビをみるとみなすべきなのか判断としない状況が出現しているのである。また民放キー局も番組関連の DVD 販売や映画制作など放送以外の事業に力を入れ始めていることにも留意する必要がある。メディア環境の変化に応じて 12 年の調査期間で何度か質問項目を変更せざるを得なかったことは先述した通りだが、これから番組ではなく、コンテンツといった呼称が一般化してくると「テレビをみる」ということ自体を再定義する必要が生じてくるのかもしれない。

●付 記

本調査を 12 年にわたって継続することができたのは、多数の方々のご支援とご協力の賜物である。以下にお名前のみを記して改めて謝意を表したい。鈴木恒男、増田直衛、大石裕、李光鎬、山腰修三、渋谷明子、金山智子、小野浩一、李妍焱、堀耕治、大坪寛子、国広陽子、広田すみれ、桜井武、有馬明恵、川端美樹、黒沢香、小田桐誠（敬称、所属略）。また本調査の結果については、2013 年 2 月に刊行した萩原滋編『テレビという記憶—テレビ視聴の社会史』の第 7 章に概要を記載しており、本論文の内容と重複している部分があることをお断りしておきたい。

●注

1. <http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05.html> 参照
2. 本調査での番組ジャンルは、ビデオリサーチ社の分類に準拠して設定したもののだが、その当時は「バラエティー」という種目がなく、それに該当するような番組は「芸能」に分類されていた。そこで「芸能」とは別に、「コメディ—バラエティー」というジャンルを新設するなど若干の修正を行った。番組ジャンルの設定の仕方には、時代と共に変動する部分があるとしても、定点観測を可能にするために、その後は番組種目を変更していない。

●引用文献

- 電通総研編 (2013) 『情報メディア白書 2013』ダイヤモンド社
- 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 (慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要)』, 51, 111-129.
- 萩原滋 (2002) 「テレビを中心とする大学生のメディア利用状況—首都圏 7 大学での調査結果の報告」『メディア・コミュニケーション (慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要)』, 52, 157-178.
- 萩原滋編 (2013) 『テレビという記憶—テレビ視聴の社会史』新曜社
- 平田明裕・諸藤絵美・荒牧央 (2010) 「テレビ視聴とメディア利用の現在 (2) —『日本人とテレビ・2010』調査から」『放送研究と調査』(10 月号), 2-27.
- 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」『放送研究と調査』(8 月号), 2-29.
- Rubin, A.M. (1983) Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivations. *Journal of Broadcasting*, 27(1), 37-51.
- 志岐裕子 (2013) 「インターネット世代のテレビ・コミュニティ—大学生のテレビ視聴」萩原滋編『テレビという記憶—テレビ視聴の社会史』所収 (pp. 158-176) 新曜社

萩原 滋 (立教女学院短期大学特任教授・慶應義塾大学名誉教授)