

テレビ番組視聴に関するメディア利用行動と 利用動機の検証 —テレビを所有しない若者への質的インタビュー調査—

竹村 朋子*

多メディア時代における若者のテレビ視聴低下という現況から、なぜテレビ・デバイスを用いたテレビ番組視聴を行わないのか、テレビ・デバイス以外を用いてどのようなテレビ番組視聴行動および情報接触行動を行っているのかについて検証した。テレビを所有していない大学生12名を対象とし、半構造面接による個人インタビュー調査を行い、KJ法によって分析した。その結果、若者がテレビ・デバイスによる番組視聴を行わない理由として、〈物理的弊害〉、〈家にいる時間のなさ〉、〈テレビに対する無関心〉、〈テレビに対する嫌悪感〉、〈生活習慣の改善〉、非テレビ・デバイスによる番組視聴行動の動機として、〈娯楽目的〉、〈ニュース探索目的〉、〈人づきあい目的〉が挙げられた。若者のテレビ・デバイスおよび非テレビ・デバイスによる番組視聴行動から、若者がテレビに対して感じる必要性が低下している一方、動画共有サイトによるテレビ番組視聴が活発に行われていることが示された。また、テレビを視聴しないことが「若者のニュース離れ」につながっている可能性も提示された。

キーワード：利用と満足研究、テレビ番組視聴行動、大学生のメディア利用、動画共有サイト、ニュース接触、メディア回避

1 はじめに

若者の既存メディア離れという現象がひとつの問題として指摘されている。NHK放送文化研究所の『国民生活時間調査』（2011）では、テレビやラジオなど既存メディアの利用が減少する一方で、デジタルメディア利用が増加しているという調査結果が示されている。1995年と2010年の調査を比較すると、平日にテレビを視聴している人の割合は、特に若年層で変化が大

きく、10代、20代、30代の全ての年代層男女において減少傾向がみられた。視聴時間についても、30代以下の世代で男女共に減少している（NHK放送文化研究所、2011）。

メディア環境の変化にともない、テレビ番組をテレビという映像受像機を用いて視聴するこれまでのメディア利用形態に劇的な変化が起きている。デジタル・テクノロジーの普及・発展によって、新たな情報送受信デバイスが登場し、自宅でのテレビ視聴以外に、携帯電話を用いたワンセグ放送視聴、インターネット上の動画共有サイトにアクセスしてテレビ番組を視聴することなども可能になった。テクノロジーの

*立命館大学大学院社会学研究科博士後期課程

発展により、テレビ番組を「受信するデバイスが多様化した」（水島，2008，p.174）のである。

テレビ視聴のための機会が多様化すれば、当然のことながら人々のメディア利用行動も多様化する。また、メディア利用の形態も分散化しつつある。日本人のテレビ視聴の減少は、若者がテレビから距離を置いたのではなく、若者の視聴スタイルの変化の結果だという見方もある（西，2009）。

本稿では、テレビ視聴が可能な多様なデバイスの中で、映像コンテンツを番組としてリアルタイムで視聴できる定型ツールを「テレビ・デバイス」および「テレビ機器」として扱う。

メディア利用研究では、人々のメディア利用パターンと行動理由を解明するために、これまで、「利用と満足研究」によってその知見が蓄積されてきた。利用と満足研究のアプローチでは、研究対象となるメディアについて利用者の行動を探ることが一義的な研究目的である。この流れに沿って過去から、ラジオ（Herzog，1944）、テレビ（Blumler & Katz，1974；Levy，1978）、インターネット（Ferguson & Perse，2000）などを対象に研究が行われてきた。これらの研究は、個々のメディアを利用することで人々が感じる満足がどのようなものであるかを明らかにしようと試みたものである。

今日のように多様なデバイスを用いたテレビ視聴が可能なメディア環境が現実のものとなれば、人々のメディア利用行動をメディア単体の枠組みで理解することは困難である。たとえば、テレビ視聴状況を測る指標である視聴率では、テレビ機器での視聴しかカウントされないため、番組が本当に見られているかどうかについて適格に実態を把握することが困難だという現状もある。つまり、テレビ番組が今日的にど

のように視聴されているかを検証するためには、動画共有サイトやワンセグ放送などの非テレビ・デバイスによる映像コンテンツ視聴について分析する必要に迫られていると言える。

本稿では、メディアの利用と満足研究において主な研究方法として用いられている量的調査のアプローチではなく、インタビューによる質的調査を行う。非テレビ視聴層の中心的な存在である若者を対象とするメディア利用の状況および利用動機の分析が喫緊の課題との認識に立って、調査の結果を提示する。質的調査によって、若者が実質的にテレビ番組から離れているのか、またはコンテンツ視聴行動に用いるメディアが単にテレビ以外のデバイスにシフトしただけなのか、テレビというコンテンツ表示デバイスによる視聴を越えたメディア利用行動について、その実相を分析的な視点から明らかにしたい。

特にテレビ・メディアの利用状況に著しい変化が見られ、かつ親や家庭による制約を受けない10代から20代の大学生を対象として、テレビを視聴しない理由について検証を行う。これまで、メディアの受け手研究では、特定のメディアや特定の番組を「利用する動機」を明らかにするため、多くの量的分析が行われてきたが、本研究は、特定のメディアであるテレビを「利用しない動機」についてインタビュー調査を通して明らかにしようとする点に大きな意義がある。そして、テレビ視聴の多メディア化の流れをうけ、テレビ・デバイスを使用していない若者らによる非テレビ・デバイスでのテレビ番組接触状況とその利用動機について検証を行う。

2 先行研究

2. 1 「利用と満足研究」に関する先行研究

メディア利用者研究のひとつの領域として「利用と満足研究」がある。なぜ、何のために人々がメディアを利用するのかという問いに対して、利用と満足研究では、知覚される充足、欲求、欲望、動機などが人々のメディア利用に影響を与えると考えられている（McQuail, 2010）。

1940年代に登場した利用と満足研究（Herzog, 1944）は、1960年代に大きな転換期を迎える。利用と満足研究が注目され始めた理由のひとつに、新しいメディアとして非常に大きなインパクトを持って登場したテレビが関わっている（McQuail, 1984）。社会的・学術的に最も注目されていたテレビの視聴行動に焦点を当てた研究（Blumler & Katz, 1974; Levy, 1978; Palmgreen, Wenner, & Rayburn, 1980; Rubin, 1981）は、利用と満足研究において、今日まで中心的な研究関心となっている。

理論的な枠組みが確立されたことにより、利用と満足研究では、利用と満足の多様な側面に関心が向けられるようになった。Katz, Blumler, Gurevitch (1974, p.20)によると、利用と満足研究では、①社会的および心理的な要因、②欲求、③期待、④マス・メディアやその他のメディア接触をもたらす要因、⑤異なるパターンのメディア接触、⑥欲求の充足、⑦その他の予期しない結果、の7つの分野で研究が行われることとなった。

特に1970年代から1980年代の研究蓄積によって、人々のメディア利用行動に影響をおよぼす多様な要因が抽出され、これにもとづき派生分

野、および領域での研究が行われた。たとえば、人々がメディアを利用する理由として、「代理機能」（Rubin, 1981）、「情報探索」（Gantz, 1978; Palmgreen et al., 1980）、「娯楽」（Gantz, 1978; Levy & Windahl, 1984; Palmgreen et al., 1980; Rubin, 1981; Wenner, 1982）、「暇つぶし」（Rubin, 1981）、「監視」（Levy, 1977; Levy & Windahl, 1984; McDonald & Glynn, 1984; Wenner, 1982）、「気晴らし」（Levy, 1977）、「人づきあいでの利用」（Levy & Windahl, 1984; McDonald & Glynn, 1984; Palmgreen et al., 1980; Wenner, 1982）、「疑似社会的関係」（Wenner, 1982）などがある。

利用と満足研究では、利用者が特定のメディアをなぜ利用しているかという利用を促進する肯定的な動機が主な学術的関心である。しかし、実際のメディア利用には必ずしも肯定的な要因のみが影響を及ぼしているわけではない。Palmgreen (1984) はメディアの利用動機について、否定・肯定という側面からとらえ、4つのタイプに分類している（図1）。

		特性の評価	
		否定的	肯定的
特性を持っていると考えている	いいえ	ネガティブ・アプローチ	代替探索
	はい	真の回避	ポジティブ・アプローチ

出典：Palmgreen (1984)

図1 メディア動機の類型

横軸は「ある特性をどのように評価するか」、縦軸は「対象となるメディアやコンテンツがその特性を持っていると考えているかどうか」を表している。「代替探索」が行われるのは、ある人があるメディア特性について肯定的に評価している時である。その特性をあるメディアが

持っていないと考えた場合、そのメディア以外のメディアにその特性を求める「代替探索」の行動がとられる。「ポジティブ・アプローチ」は、肯定的に評価する特性のあるメディアが持っていると考えられる場合、そのメディアから満足を得ようとする、という一般的な利用と満足研究で研究対象とされる行動を指す。

一方、否定的な特性をそのメディアが持っていないと考えた場合、「ネガティブ・アプローチ」では、そのメディアに対する評価は肯定的ではないにしろ接触しようとする。そして、否定的な特性をそのメディアが持っていると考えた場合、「真の回避」が起こるのである（Palmgreen, 1984）。「真の回避」が起こると、その人はそのメディアに接触しないことを選択するというのである。

「回避」の概念は、主に政治コンテンツの利用を中心に検証されてきた。たとえば、大統領選挙候補者の特集したテレビ番組（McLeod & Becker, 1974）、ウォーターゲート事件関連の報道（Becker, 1976）、選挙時の政治関連の新聞記事およびテレビ番組（Becker, 1979）など、政治関連報道と関連した満足および回避を分析対象とした研究が行われている。

あるコンテンツやメディアに対する回避は、政治分野のみで起きているのではなく、その他の分野についても適用可能であることも示されている。若者の新聞離れが問題となっていることをうけ、Zerba (2011) は、日刊紙を読んでいる若者を対象として、新聞を読まない理由について回避の概念から検証した。

インタビュー調査の結果、新聞を読まない主要な要因として「不便さ」「時間」「妥当性」が指摘された。彼らを感じる新聞の「不便さ」は、①新聞を手に入れるためにアクセスへの努

力が必要である点、②読むときに折り返したり持ち運んだりしなくてはいけないという新聞の物理的特性がある点、③紙を大量に使うためリサイクルの観点で欠けている点、④読みたいときにすぐどこでも読むことができないため、非即時的メディアである点、最後に⑤他のことと同時並行的に新聞を読むことができない点、であった。

「時間」に関連してだが、①興味のある記事を見つけるのに時間がかかる点、②より上の世代が行う朝の作業というイメージがある点、が挙げられた。

「妥当性」については、①新聞は、年配の人が読むイメージがあるため、自分たちの世代には適していない、②ニュースの登場人物が自分の知っている人かどうかによる、という意見が指摘された。

同時に、若者が日刊紙に求めているのは、①すぐに情報を入手できること、②機動性が高いこと、③コミュニティに関する情報が豊富なこと、④情報アクセスのための多様な選択肢が提示されていること、であった（Zerba, 2011）。

Zerba (2011) による新聞の非使用者を対象とした研究は、新たな形態のメディアが次々に誕生している近年のメディア環境において、新しいメディアが人々の既存メディアに対する意識に変化をもたらしている可能性を指摘している。つまり、若者が新聞を読まない理由の多くは、新聞より新しく登場したインターネットなどのメディアがもつ利便性と比較して、新聞が劣っている点にあった。また、人々が求める理想的な新聞メディアの特性も、高い利便性をもつ新しいメディアの利点を備えたものであった。ここから、人々が既存メディアを利用しない背景には、新たなメディアの登場および利用

が、利便性を要因として関係してきていると言えるだろう。

ニュー・メディアの利便性と既存メディアの回避との関係は、新聞だけでなく、映像メディアについても当てはめられるかもしれない。Zerba (2011) が示唆した既存メディアとニュー・メディアとの関係がテレビにも当てはまるとすれば、ニュー・メディアとテレビ利用との新たな関係が見出せる可能性がある。インターネットなどの新規メディアの登場・普及により、既存メディアであるテレビ・デバイス利用が減少する一方で、テレビに対してニュー・メディアがもつ利点を求めるとき、人々の既存メディアに対する意識と利用行動に変化が起きるかもしれない。

近年、ニュー・メディアが続々と登場する中、メディア利用研究では、意識の変化という観点だけでなく、人々の既存メディア利用行動がどのように変化するかという点についても議論が重ねられてきた。

たとえば、インターネット普及初期の段階で、ニュー・メディアとして電子掲示板を取り上げた James (1995) によると、電子掲示板の利用によって、テレビ視聴、読書、電話、手紙を書く時間が減少傾向にあった。

一方、CooperとTang (2009) は、テレビ利用時間が多い人はインターネット利用時間も長いという相関関係から、両メディアが異なる機能を持っていることにより、互いの利用時間をかえて増加させる要因となる可能性を示唆している。

人々のメディア利用行動において、新規メディアと既存メディアとの関係が競争関係にあるのか、それとも補完関係にあるのかは依然として議論の余地はある。しかし、多メディア化が

進むことで、人々のメディア利用行動に変化が起きているという現況は否定し難い。

たとえば、ニュースに接触する際、新聞、テレビ、ラジオ、雑誌などの既存メディアに加え、今日では、インターネット上のウェブサイト、携帯用アプリ、ソーシャル・ネットワーク・サービス (SNS) など多様な選択肢の中から、適当なメディアを選択することが可能になった。新聞記事についていうと、新聞本体で見るだけでなく、パソコン、携帯などを利用して見ることができる。さらにパソコン上でのニュース接触に限っても、大手メディア機関が運営する新聞社やテレビなどのウェブサイトだけでなく、ポータル・サイトや、個人のジャーナリストなどが発信するツイッターなどから情報を得ることもできる。

人々のメディア利用行動が多岐のメディアに渡って行われているという現実を踏まえると、個別メディアを対象とするのではなく、複数メディアの利用行動について解明することが、今日のメディア利用研究に求められる課題であると言える。その流れに沿って、近年のメディア環境変化をとらえるため、複数メディアの利用パターンとその動機について解明しようとする試み (Didi & LaRose, 2006; Ferguson, 1992; Perse, 1990; Perse & Courtright, 1993) も行われている。

ニュース消費行動について検証した Didi と LaRose (2006) によると、今日のニュース消費行動は、かつてのような紙メディアと放送という2つのパターンでとらえることはできず、より複雑になっているという。大学生のあいだで、最も使用されているニュース・メディアはインターネットであったが、インターネットの利用が既存メディアの利用を妨げるといった因

果関係について根拠は見いだせていない。そこから、既存メディアとニュー・メディアは互いに補完関係にある可能性を提示している (Didi & LaRose, 2006)。

Cooper と Tang (2009) が指摘するように、今日、メディア単体を用いたメディア利用行動を分析するのではなく、複数のメディアに渡る横断的なメディア利用について検証する必要性が高まっている。多機能的メディアが増えたことで、人々のメディア情報取得、および接触に対する選択肢が増加し、メディア利用行動をこれまでのメディアの枠組みの中だけでとらえることは不可能になってきた。テレビ視聴においても、テレビ・デバイス単体を用いたテレビ視聴について検証するのではなく、テレビ番組を視聴することのできる多様なメディアを対象に研究・調査を行うことが、多メディア時代のテレビ視聴行動を理解するうえで求められていると言える。

2. 2 若者の動画共有サイト利用行動に関する先行研究

多くの研究が、一般の人々全般のメディア利用行動を調査対象としているものの、デジタル時代のメディア利用行動を理解するためには、若者に焦点を当てた分析を重ねる必要性が高まっていると考えられる。

若年層では、テレビ視聴時間の減少、インターネット利用者および利用時間の増加が著しいという研究報告 (NHK 放送文化研究所, 2011) などからも見られるように、既存メディアの利用研究で示された知見とは大きく異なるメディア利用が、特に若年層で行われている可能性が高い。インターネットとともに成長してきた「デジタル・ネイティブ」と言われる10代、20

代の若者は、デジタルメディアを活用しているだけでなく、既存メディアであるテレビの視聴形態においても、「非デジタル・ネイティブ」との間に相違がみられる。16歳から24歳の若者の62%が動画共有サイトであるデジタル・メディアを活用している一方で、テレビが「ないと困る」と答えた人は49.5%と過半数以下であることから、若者の間でテレビの必要性が軽減している傾向も見られる (橋元, 2009)。

動画共有サイトの利用についても、テレビ・デバイスを用いた映像視聴との関連の中で考察することが、若者のテレビ番組視聴行動の理解において重要だと言えそうである。

中高生を対象とした動画共有サイト利用とテレビに対する意識に関するインタビュー調査を行った執行 (2012) は、中高生を対象とした理由について、その下の世代と異なり、親からの制約を受けずにテレビを視聴したり、インターネットを使用したりしている点を挙げている。しかし、中高生が自由にメディアを利用しているとは考え難い。実際、執行 (2012) による調査では、中高生の約7割が家族共有のテレビおよびパソコンしか所有しておらず、テレビやパソコンを自由に使用できる環境にない。同調査では、パソコンを所有していない家庭も1割ほど見られた。中高生は、親と同居しているため、家庭のメディア環境によって接することのできるメディアも異なり、親に経済的依存していることが一般的である。これは、必ずしも個人のメディア選択の自由度が担保されている状況ではない。

動画共有サイト YouTube の利用と利用動機について分析した Haridakis と Hanson (2009) と同様、本研究では、大学生を対象とした研究を行う。大学生のメディア利用行動状況につい

て調査することで、親や家庭などの影響をある程度排除し、若者層の一部として自らの意思で、どのようなメディア利用行動をとるかを検証できると考える。中高生と比べて、大学生になるとアルバイトなどをすることで親への経済的な依存が大きく減少し、特に一人暮らしをしている場合、自らの意思決定によって自由にメディア環境を構築することが可能である。大学生を対象とした研究は、利用動機に影響を与えるであろう外的な要因を軽減し、既存メディアであるテレビとデジタルメディアの利用行動と動機における変化をより明確に見ることができると考える。

2. 3 リサーチ・クエスチョン

以上の先行研究レビューにもとづき、本研究では大学生のメディア利用行動について2つのリサーチ・クエスチョンを設ける。

若者世代において、テレビ視聴の減少と動画共有サイト利用の顕著化が起きている現状を踏まえると、若者世代のテレビ視聴行動に関する意識に大きな変化が起きていることがうかがえる。

近年、テレビ番組を視聴できるメディアは多岐に渡っていることから、「テレビ視聴」が必ずしも「テレビ機器でテレビ番組を見ること」とは言えない現状がある。そのため、テレビ視聴時間の減少の原因が、「テレビ・デバイスにおいてテレビ番組を見なくなっているため」か、「テレビ機器以外では依然としてテレビ番組が見られているため」かという点について、検証する必要がある。

そこで、まずテレビ視聴時間が減少している原因を探るために、なぜテレビを利用しないのかという点を明らかにすることが求められる。

その中でも、テレビ・デバイスによるテレビ視聴を行っていないことが確実な「テレビ・デバイスを所有していない大学生」に焦点を当てることで、その理由をより明確にできると考える。

Palmgreen (1984) が指摘するように、否定的に評価した特性をメディアが持っていると考えた場合に、そのメディアに対する回避という感情が起きる。これを、若者のテレビ視聴行動に当てはめると、若者がテレビ番組およびテレビに対して否定的に評価し、その特性をテレビ番組およびテレビが持っていると考えた場合、テレビおよびテレビ番組を回避することになる。テレビに対する評価、そして評価が視聴行動に与える影響も含め、以下のリサーチ・クエスチョンを設ける。

RQ1：若者は、なぜテレビ・デバイスを用いたテレビ番組視聴を行わないのか

テレビ・デバイスを所有しない場合、テレビ・デバイスによるテレビ視聴を行わないわけであるが、そうなると、テレビ以外のデバイスを使ったテレビ番組視聴がなされているのか否かという点を確認する必要がある。通常テレビ・デバイスによって充足されている満足について、他のメディアで補完しているのかという点について確認することで、人々のメディア利用行動におけるテレビ・デバイスと非テレビ・デバイスとの関係を見いだすことができる。

本研究では、多様なデバイスを用いたテレビ視聴が可能な今日のメディア環境のなかで、主要媒体であるテレビ・デバイスによってテレビを視聴しない場合、人々が非テレビ・デバイスによってどのようなテレビ番組視聴行動および

情報接触行動を行っているのかという点について検証したい。そこで、テレビ・デバイス以外のテレビ視聴行動および情報接触行動と動機について、以下のリサーチ・クエスチョンを設定する。

RQ2: 若者は、テレビ・デバイス以外を用いてどのようなテレビ番組視聴行動および情報接触行動を行っているのか

これらのリサーチ・クエスチョンに答えるため、本研究では、インタビュー調査を行う。利用と満足研究では、大人数を対象とした質問票調査が一般的である。しかし、研究成果が十分に蓄積されていない分野の研究においては、Becker (1979) が指摘するように、質問票調査を行う前にインタビュー調査を行うことで、問うべき指標を明確にすることが求められる。非テレビ・デバイスによるテレビ番組視聴行動に関して、現時点で十分な検証がなされてきているとは言えないため、研究方法としてインタビュー調査によるアプローチを用いることが、妥当であると考えられる。

3 方法

本研究では、京都府、大阪府に住む「テレビを所有していない」大学生を対象としたインタビューを行い、データを収集した。2011年11月から2012年1月にかけて、12名に対してインタビューが実施された。インタビューを実施した12名の性別は、男性7名、女性5名で、インタビュー当時の学年は、1回生が2名、2回生が1名、3回生が9名、所属学部は文系が9名、理系が3名であった。

インタビュー方法は、著者と対象者との個人面接で、半構造化面接の手法が用いられた。主な質問項目は以下の通りである。

- なぜ、テレビを所有していないのか
- テレビおよびテレビ番組に対してどのように感じるか
- 以前と比べて、テレビに対する態度は変化したか
- 現在、テレビ・デバイス以外でテレビ番組を視聴することはあるか
- 現在、ニュースにどのように接触しているか
- テレビを見ない代わりに他のメディアを使用することがあるか
- 動画共有サイトはどのような目的で使用しているか
- 動画共有サイトについてどのように感じるか

インタビューはひとりにつき約1時間行われ、データを記録するためにICレコーダーで録音された。インタビュー後、録音データは逐語化されている。

なお、インタビュー対象者に対する倫理的配慮として、インタビューを開始する前に、論文執筆に限ってデータが使用されること、個人が判断されることがないようにデータは十分注意の上取り扱われることが説明された。また、ICレコーダーによるインタビュー録音の許可をとった上で、録音を開始した。

本研究では、KJ法(川喜田, 1970)の手法を用い、以下の手順でデータが分析された。

- ① 分析テーマに関連した部分に着目し、箇所

ごとにそのデータの本質を記入したメモを作成する。

- ② 近いと感じるメモ同士を集め、そのグループを表す「表札」を作成する。さらに表札同士をまとめてグループを作成するという作業を、10個程度のユニットとなるまで繰り返す。
- ③ ユニット間の関係性を示すために「空間配置」を行う。
- ④ 各ユニットに含まれる表札同士の関係性を示すために、ユニット内で「空間配置」を行う。その際、他ユニットに含まれる表札との関係も考慮に入れながら配置する。
- ⑤ 各ユニット間および下位グループである表札間でどのような関係があるか、その関連性を示す記号を書き込む。
- ⑥ 表が示す関係性を文章化する。

KJ法に従ってまとめられた大学生12名のインタビュー・データから、若者がテレビを所有・視聴しない理由、テレビ・デバイス以外のメディア利用行動に関する傾向が示され、関係図（図2）が作成された。

インタビュー対象者の選択方法と人数の妥当性は、質的調査におけるアプローチのひとつである修正版グランデッド・セオリー（M-GTA）（木下，2007）に依拠している。データ整理手法であるKJ法では、インタビュー調査実施の際、必要な調査対象人数や選択方法などの手法は示されていない。M-GTAの手法に従い、「分析焦点者」を「テレビ・デバイスを所有していない大学生」に「方法論的限定」として設定し、その範囲に収まる人物を調査対象者として選択した。本研究で設定したリサーチ・クエスチョンに答えるにあたり、12人のインタビューが終

了した時点で十分な説明が可能だと判断したため、調査を終了した。

4 結果

大学生12名のインタビュー・データをKJ法によって整理・分析した結果、2つのリサーチ・クエスチョンにもとづき、8つのユニットが形成された。以下、リサーチ・クエスチョンごとに各ユニットについて説明する。

MQ1：若者は、なぜテレビ・デバイスを用いたテレビ番組視聴を行わないのか

メディア回避の理由として〈物理的弊害〉、〈家にいる時間のなさ〉、〈テレビに対する無関心〉、〈テレビに対する嫌悪感〉、〈生活習慣の改善〉というユニットが示された。

〈物理的弊害〉

テレビを持っていない理由として、一人暮らしを始めたときに「初めから買わなかった」「途中で手放した」という自発的な選択理由以外に、「見られなくなった」というケースがあった。「パソコンでテレビを見ていたが、ある日突然テレビが映らなくなってしまった」という故障や、「地デジ対応テレビを購入していないため、2011年7月24日以降見られなくなってしまった」という地上テレビのデジタル化の影響によって、一人暮らしを始めた当初はテレビ視聴用のデバイスを用いてテレビ番組を見ていたが、ある時期からテレビが視聴できなくなったという。しかし、「テレビがなくてもYouTubeで事足りると思った」、「買う機会を逃していたら、買わなくても生活できると感じた」などテレビ購入の必要性を感じなかった

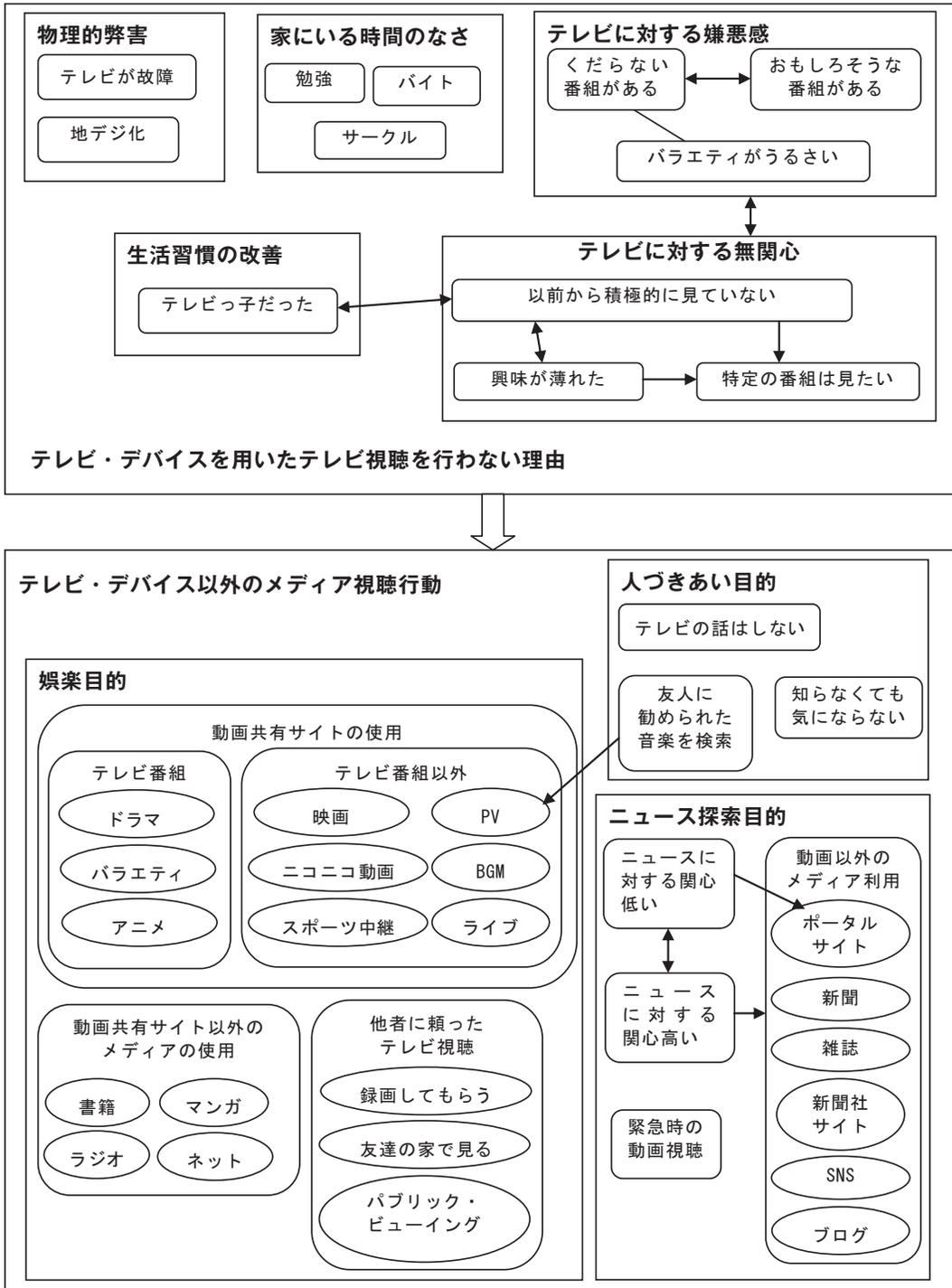


図2 非テレビ所有者によるテレビ番組視聴行動

め、購入するという決断に至らず、所有しないままになっているという。

〈家にいる時間のなさ〉

日々の生活に忙しさを感じている人が多く、その理由として、勉強、バイト、サークルなどが挙げられ、「ほとんど家にいる時間がない」という答えが多く聞かれた。家にいる時間が短いかどうかという質問に対して、男性Iさんは次のように答えた。

I：そうですね、あんまり家には、いないですね。

著者：ふーん。寝に帰るってかんじ？

I：あ、そうです、そうです。寝に帰るって感じですね、ほんとに。

著者：結構みんなそうなんだー。

I：はい、寝に帰るってというのが一番大きいですね、家は。それも大学1回生の時からだったんですけど、もう、ほんとに帰って寝るだけみたいな。

ほとんど家にいる時間がないため、テレビがあったとしてもテレビを見る時間がないというのが、テレビ購入に踏み切らない理由のひとつとして挙げられた。

〈テレビに対する無関心〉

一人暮らしを始める前からテレビに関心がなく、ほとんど視聴していなかった「以前からテレビを積極的に見ていなかった」人は、一人暮らしを始めてもテレビを見ることはほとんどないと考え、初めからテレビを買うつもりがなかったと答えている。テレビを購入していない女性Aさんは、次のように答えた。

著者：テレビは元々買おうとは思ってなかつ

たの？

A：はい、思ってなかったです。

著者：それはなんで？

A：えっと、節約もあるし、実家にいたときにあんまりテレビを見てなかったの、じゃあ見ないなと思って。

著者：へー。もうそれはずっとテレビは見る習慣ってあんまりなかったの？

A：なんか、朝起きたときとかについてたら見るとか、あと、なんか、すごい話題のドラマがあったら見るとかぐらいです。

テレビ番組を見ることに関心がない人の場合、テレビを所有し、視聴することに必要性を感じていないため、テレビ機器を購入するという決断に至らないようである。一方で、以前はテレビを見るのが好きだったが、テレビを所有しなくなってからテレビ番組に触れることが少なくなり、興味が薄れたという答えもあった。

テレビ全般に対して関心はないが、「サッカー」や「お笑い」、「音楽番組」など自分の興味がある特定のジャンルの番組だけ見たいと感じている人もいた。

〈テレビに対する嫌悪感〉

テレビに対して関心がないだけでなく、嫌悪感を持っているため、テレビを持っていない、あるいはテレビを見ないと答えた人もいた。実家にいたときからほとんどテレビを見ていなかった男性Bさんは、帰省してテレビを見たときに以下のように感じるという。

B：家族がつけたりしてますけど、「あ、くっだらねえ」って思いますけど、番組によっては。その変な番組ばっかだなあって

テレビを離れてたからかわかんないけど。

著者：やっぱり、そう思うようなのある？

B：思いましたね。低俗だなんて、ははは。いや、面白いには面白いですけど、うーん、1時間完全について見るようなものじゃないなって。

Bさんは、テレビ番組によって楽しむことのできるものとできないものがあると言い、テレビ全般に嫌悪感があるというわけではないようである。

B：あ、そう、帰ったらなんか、NHKとかのほうで意外に面白いじゃんって思いましたし。

著者：じゃあ、帰ったらNHK見た？

B：見ましたね。

著者：ふーん。どう？NHK。

B：どう、普通に、なんていうんだらう。興味をそられるっていうか見てて、面白かったですね。

著者：たとえばどういう番組だか覚えてる？

B：なんか、ちょっとした海外の旅行番組だったりとか、ドキュメンタリーっぽいやつとか。まあ、そんなに見てなかったですけど、他のに比べて、まともって言ったらすごい上からだけど、そんなかんじですよ。

テレビ全般に対して嫌悪感を抱くというよりも、特定の番組、特にバラエティ番組が「うるさい」ので見たくないと答えた人が多かった。

〈生活習慣の改善〉

一人暮らしをする以前からテレビ視聴が好き

で、長時間視聴していた「かつてテレビっ子だった」人たちは、テレビを所有すると長時間見してしまうだろうという理由から、あえてテレビを購入しなかったと答えた。女性Cさんは、過去のテレビ視聴習慣とテレビを購入しなかった理由について以下のように述べている。

C：すごいテレビっ子で、実家にいたときに、土日とかお父さんと一緒にぼーっと見てるってタイプの人だったんで、多分こたつとテレビを買ったら、絶対家から出なくなるなって思って、なんか、ニュースとかのことあんまり考えず、なんかバラエティ番組とか見ても見なくてもまあ生きていけるだろうって思って、で、まあ荷物にもなるし、と思って買わなかったですね。

テレビ機器を持たない生活を経験し、女性Cさんは、実家でテレビを見ていたころに比べて時間の使い方が「だいぶ変わった」と答えた。

RQ2：若者は、テレビ・デバイス以外を用いてどのようなテレビ番組視聴行動および情報接触行動を行っているのか

テレビ・デバイス以外のメディア使用として、〈娯楽目的〉利用が最も顕著であり、〈ニュース探索目的〉は臨時的に使用されているのみで、〈人づきあい目的〉で利用することはないという意見が大半であった。

テレビを視聴する時間がなくなったからといって、他のメディアに接触する時間は特に変わらないと答えた人もいたものの、テレビを視聴しなくなったことで得られない満足了他メディアの使用によって得ているという例も多く見ら

れた。

〈娯楽目的〉

テレビ視聴において人々が求める主要な満足のひとつである「娯楽」について、動画共有サイトを使用することによって現在は充足しているという意見が大半であった。インタビュー対象者の全員がYouTubeを中心に動画共有サイトでテレビ番組を視聴していると答えており、たまに使用するという人から、日常的にテレビのように使用している人まで、その利用頻度はさまざまであった。動画共有サイトの使用は、テレビ機器を所有しなくてもテレビ番組を視聴することが可能になった、近年のメディア環境を象徴したテレビ視聴パターンである。興味のあるドラマ、バラエティ、アニメなどの番組を検索し、テレビで放送された番組コンテンツを視聴している。動画共有サイトを積極的に使用しているという女性Dさんは、以下のように述べている。

著者：今も結構見てる？ YouTubeは。

D：見ます見ます。なんか、面白そうなテレビとか上がったりするじゃないですか、それで見たりとか。

著者：それ、結構検索したりとかするの？

D：しますします。

著者：ふーん。どういうの見てるの？

D：どういうの。え、どういうの。ドラマとか、あとはバラエティとかもありますし、とかですかね。

著者：YouTube以外でそういうの探したりすることあるの？

D：YouTube以外ですか？ニコ動とか？

著者：うん。

D：あと、なんか、検索サイトみたいなのがあって、ドラマとかの。それで題名みたいな、「家政婦のミタ」とかだったらそれを押して、そしたらなんか何話とか出てきて、で、それが上がってる動画のサイトとかがあるんですよ。それもちゃんと、あれですね、メガビデオとか。

動画共有サイトはテレビ番組視聴以外の目的にも使用されており、娯楽メディアとして若者の間で幅広く活用されているメディアであった。たとえば、映画、好きなアーティストのプロモーション・ビデオやライブの映像視聴、BGMとしての使用などが挙げられた。YouTube以外にもさまざまな動画共有サイトをコンテンツ別に使い分けしている人もおり、海外のウェブサイトでサッカーの試合中継を見たり、ニコニコ動画で一般の人が作成した映像を見たりという人もいた。

動画共有サイトの使用に対して消極的な人の場合、動画共有サイトを使用したことはあるものの、特に積極的に娯楽目的で使用するということはないという回答も見られた。テレビ・デバイスに接触していたころはバラエティ番組を録画して見ていたという男性Eさんは、現在もバラエティ番組をYouTubeで見ているかという問いに対して、次のように答えた。

E：YouTube、つけて見るまでもないかなって感じですね。結構、記憶から、バラエティとか残らないですし、見ないんだったら見ないでいいかなって感じですよ。

YouTubeをたまに使用するという男性Fさん

は、友人に勧められた音楽を聴いたり、プロモーション・ビデオを見たりするために使用することはあるが、テレビ番組を見るために使用するというのではないという。

動画共有サイト以外にも、娯楽目的で使用しているものとして、書籍、漫画、インターネット、ラジオなどのメディアが挙げられた。また、「知人に頼んでDVDに録画してもらったものを見る」、「実家に録画してもらい、帰ったときに見る」など録画機能を利用したり、「見たい番組がある場合は友達の家で見る」、「スポーツ中継を見るためにバーに行く」など、自宅以外でテレビ番組を視聴することもあるという。

手軽にテレビ番組映像を見ることが出来る携帯電話のワンセグ機能はほとんど使用されていなかった。機能が搭載されている携帯電話を持っている人でも積極的に使用しておらず、試しに使用したことがある程度であったり、東日本大震災の直後に現状を確認するために使ったという限定的な使用であり、娯楽目的での使用はなかった。

〈ニュース探索目的〉

テレビを視聴することで人々が求める満足のひとつ「情報探索」についても、テレビ以外のメディアを使用してその充足を満たしていた。ただし、ニュース接触目的で映像視聴が日常的に行われているとは言えない。日常的にニュースに接するようにしている男性Gさんは、東日本大震災直後の動画視聴について、以下のよう

G：（テレビが）あったらなああって思いましたね。っていうか、代わりになるものがパソコンなんで、Ustreamとかがなかったら、ちょっときつかったかもしれない

ですけど。それを知ったのが学校だったので、学校でまずワンセグ見て、それでどうなってるか見て、で家帰ってUstreamを見て。

今回、東日本大震災以外でニュース接触目的のためにテレビ動画を視聴した経験があるという話は聞かれなかった。映像コンテンツ視聴以外でニュースに接触するためのメディアとして、新聞、雑誌などの既存メディア、インターネット上のブログや新聞社サイト、SNSの中ではツイッターなどが挙げられたが、いずれも映像コンテンツではなく、文字情報であり、ニュースを知るために映像を視聴することはあまり求められていないようである。

ニュースに関心が高くない人の場合、これまでは、無意識に見ていたテレビ・ニュースでニュースに接触していたが、それもなくなったため、ほとんどニュースに接することがないという意見が多く聞かれた。彼らの主なニュース接触媒体は、Yahooなどのポータル・サイトのヘッドラインであった。情報が実質的に減少したことで、「世の中のことが以前よりわからなくなった」、「ニュースがわからなくなった」という意見があった。このようなニュースの欠如は、彼らの中で特に重要視されていないため、他のメディアを利用して補うということはなく、現状のポータル・サイトのニュースで十分だという意見が述べられた。

〈人づきあい目的〉

人との会話のためにメディアを利用するというのもこれまでの「利用と満足研究」によって指摘されてきた充足のひとつであるが、特にテレビの話はしないという意見が多く聞かれた。

友達とテレビの話題になると答えた人は、話

をしていて、ニュース以外にも流行や人気のあるタレントのことなど「知らないことが増えた」が、友達との人づきあいのためにメディアを使って情報を得ようとするのではないという。男性Fさんは、テレビがなくて困ったことはないかという問いに対して以下のように答えた。

F：多分、あの一、なんだろう、日本とか世界の動きとかが、なんか結構、その一、リアルタイムで情報が入ってこないから、ちょっと遅れて、みたいな感じですね。ネットとか、最近は早いですけど、やっぱりあんまり、え、みたいな、友人と話しても、そんなことになったの？ってということが以前よりは増えるようにはなったかなあって。若干情報の入りが遅くなったなっていうのはちょっと不便かなって思いますけど、そんなにあんまり、個人的には、そんなに1年も遅くなったとかそういうレベルじゃないんで、別にいいかなっていう気はしてるんですけど。

Fさんは、人と話していて知らないことが増えたと感じるものの、それがテレビを見るための理由とはならないとも述べている。

友人との話題作りのために自ら動画を見たり、情報検索をしたりはしないものの、友人から勧められた音楽を動画共有サイトで検索して聴くなど、友人と会話をした後、メディアに接触するという行動は見られた。

5 考察

本研究の目的は、非テレビ視聴層の中心的存在である若者が、①テレビ・デバイスを所有しない、もしくはテレビ番組を視聴しない理由、②テレビ・デバイス以外のメディアによるテレビ番組視聴行動、について解明することであった。

テレビを所有していない大学生の中には、自主的な意思で所有を拒否しているのではなく、物理的な理由によってテレビが故障したり、見られなくなったという人もいた。日常生活の忙しさから家にいる時間があまりなかったり、テレビに対して無関心もしくは嫌悪感をもっていたことが、テレビの必要性を感じさせないという意見も聞かれた。テレビを長時間視聴することで生活習慣が乱れることを恐れ、テレビは好きであるが、あえてテレビを所有していないという回答もあった。

本研究の分析結果は、Palmgreen (1984) が指摘する回避の概念と異なるものであった。Palmgreenによると、人々はメディアを否定的に評価する際に回避する。しかし、今回、大学生らが述べたテレビ・デバイスを持たない理由では、必ずしもテレビに対する嫌悪感によるものではなく、無関心であったり、物理的な要因も関連していた。Palmgreenによるメディア行動動機の類型は、メディアに対する評価を「肯定的」か「否定的」かの二分で示しており、人々のメディアに対する評価が2つに分けられるほど単純ではないことが、本研究で示された。また、メディアを回避する理由は、メディアに対する評価だけでなく、メディアに接触できる環境にあるかどうかという物理的な要因も

関係している可能性が見られた。

テレビ・デバイス以外のメディアを用いたテレビ番組視聴行動では、娯楽目的の動画共有サイト視聴が最も多く挙げられた回答であった。ニュース探索目的では、大きなニュース・イベントが起きたときに緊急的に使用していたという回答のみだった。テレビを所有しないことで、ニュースと接触する機会が軽減し、ニュースわからなくなったという回答が多く聞かれたものの、それを補足するためにテレビ・デバイス以外のメディアでニュースに接触しようとするという積極的な接触行動はあまり見られなかった。

これまでのメディア利用研究では、近年のテレビ視聴行動傾向から、「若者のテレビ離れ」や若者のテレビ視聴時間の減少が指摘されているものの、非新聞読者層の分析（Zerba, 2011）とは異なり、テレビを全く視聴しない層は一部の若者に限られているため、非視聴理由について学術的な検証は行われていない。本研究がテレビ・デバイスの非所有者を対象とし、テレビ非所有の理由について分析・調査を行ったことは、今日メディア利用研究において解明すべき問題のひとつである若者のテレビ視聴時間減少の理由解明に貢献したと言えよう。

テレビというメディアの枠組みを越えた非テレビ・デバイスによる映像コンテンツ視聴について検証した本研究は、デジタル・テクノロジーの発展・普及によって多様化したメディア環境において近年行われている、多チャンネル利用（Ferguson, 1992）、ニュース接触行動（Diddi & LaRose, 2006）などの研究とともに、「非テレビ・デバイスを用いたテレビ番組視聴行動」として今日のメディア利用行動を反映した利用と満足研究と言える。

本研究の結果から、若者は実質的にテレビ番組から離れている傾向がある一方で、若者のテレビ離れはテレビ番組視聴行動がテレビ・デバイス以外のメディアにシフトした結果であると言うこともできる。テレビに対して無関心であったり、テレビ番組に対して嫌悪感を抱くことは、実質的なテレビ番組離れにつながる要因であろう。一方、動画共有サイトでテレビ番組が頻繁に視聴されていることを見ると、映像コンテンツのメディア・シフトが起きているのも事実である。さらに、2011年の地上波テレビの完全デジタル化によって、本人の意図にかかわらず、テレビを視聴することができなくなった層がいることも、ひとつの問題としてとらえられるべきである。

非テレビ・デバイスによるテレビ番組視聴においては、特に娯楽目的のための動画共有サイトの使用が目立った。ドラマ、バラエティといった娯楽向けコンテンツは、映像を見ることが不可欠であるが、映像がなくても接触できるニュースなどの情報については映像コンテンツを視聴することは求められていないのかもしれない。

ニュース接触行動に関して言えば、テレビ・ニュースの非視聴を補うために、ブログ、新聞社ウェブサイト、ツイッター、新聞、雑誌などでニュースに接触しようとしていると答えた人は少なく、大学生のニュースに対する意識の希薄さも浮き彫りになった。テレビ・デバイス以外でニュース接触が行われていないという現状を踏まえると、「若者のテレビ離れ」は「若者のニュース離れ」とも考えられ、社会的に危惧されるべき問題のひとつであろう。

これまでテレビ利用の動機として示されてきた「人づきあいのための利用」（Levy &

Windahl, 1984; McDonald & Glynn, 1984; Palmgreen et al., 1980; Wenner, 1982) は、本研究では示されなかった。友人とテレビの話をするのはほとんどないという回答も見られた。メディアが分散化・多様化したことで、視聴するテレビ番組も分散化され、友人間で共通のテレビ番組を見ることが減った可能性も考えられる。テレビが主要な映像メディアであった時代より、テレビに関して話す機会が減少したのかもしれない。

最後に、本研究の限界と今後の課題について指摘したい。まず、インタビュー対象者に関する限界である。本研究では、非テレビ所有者をインタビュー対象としたが、テレビを所有していない層というのは一部であるだろう。テレビを所有しているが、長時間視聴していない、ほとんど見ていないという人々が、テレビ視聴時間を減少させている大部分の層であることが予測できる。今後の研究では、テレビを所有したテレビ低視聴者層についても分析に加えることが望まれる。

また、本研究では大学生を対象としたが、大学生以外の若者層についてインタビューすることで、データの普遍性を高めることができると考える。今回、12人という少人数で行われたが、対象者の範囲を広げ、インタビュー人数を増やすことで、さらなる利用行動パターンが示される可能性もある。さらに、質問票による量的調査を行うことで、より信頼性の高い研究結果を示す必要もある。

テレビ・デバイス以外のテレビ視聴行動に関して、本研究ではテレビ・デバイスによるテレビ番組視聴を全く行っていない層の利用行動という限定的な結論を示した。今後の研究では、テレビ・デバイスによる低視聴者層、中視聴者

層、高視聴者層に分けて比較分析を行うことで、テレビ・デバイスの利用と非テレビ・デバイスの利用との関係をさらに幅広く検証することができると思われる。

今後、テレビ視聴デバイスの多メディア化はさらに進むことが予測され、メディア単体を越えたメディア利用行動に関する研究は、デジタルメディア時代の利用と満足研究において主要な研究テーマになることが予測できる。本調査は多メディア利用行動研究の出発点に過ぎず、さらなる研究が積み重ねられることが望まれる。これまでの利用と満足研究で検証されてきた「求められる満足 (gratification sought)」「得られる満足 (gratification obtained) を区別した分析 (Wenner, 1982) や、年齢、教育、性別、収入といった個人の社会的な要因とメディア利用動機および利用行動との関係、利用行動と効果との関係などについて、インタビュー調査と質問票調査を組み合わせながら検証することが、今日的なメディア利用行動を解明するための学術的課題であると思われる。

【文献】

- Becker, L. B. (1976). Two tests of media gratifications: Watergate and the 1974 election. *Journalism Quarterly*, 53, 28-33, 87.
- Becker, L. B. (1979). Measurement of gratifications. *Communication Research*, 6, 54-73.
- Blumler, J. G., & Katz, E. (Eds.). (1974). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: SAGE.
- Cooper, R., & Tang, T. (2009). Predicting audience exposure to television in today's media environment: An empirical integration of active-audience and structural theories. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53, 400-418.

- Diddi, A., & LaRose, R. (2006). Getting hooked on news: Uses and gratifications and the formation of news habits among college students in an internet environment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50, 193-210.
- Ferguson, D. A. (1992). Channel repertoire in the presence of remote control devices, VCRs and cable television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 36, 83-91.
- Ferguson, D. A., & Perse, E. M. (2000). The World Wide Web as a functional alternative to television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44, 155-174.
- Gantz, W. (1978). How uses and gratifications affect recall of television news. *Journalism Quarterly*, 55, 664-672, 681.
- Haridakis, P., & Hanson, G. (2009). Social interaction and co-viewing with YouTube: Blending mass communication reception and social connection. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53, 317-335.
- Herzog, H. (1944). What do we really know about day-time serial listeners? In P. F. Lazarsfeld, & F. N. Stanton (Eds.), *Radio research 1942-1943* (pp. 3-33). New York, NY: Harper & Brothers.
- James, M. L. (1995). An exploratory study of the perceived benefits of electronic bulletin board use and their impact of other communication activities. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 39, 30-50.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19-32). Beverly Hills, CA: SAGE.
- Levy, M. R. (1977). Experiencing television news. *Journal of Communication*, 27(4), 112-117.
- Levy, M. R. (1978). The audience experience with television news. *Journalism Monographs*, 55, 1-29.
- Levy, M. R., & Windahl, S. (1984). Audience activity and gratifications: A conceptual clarification and exploration. *Communication Research*, 11, 51-78.
- McDonald, D. G., & Glynn, C. J. (1984). The stability of media gratifications. *Journalism Quarterly*, 61, 542-549, 741.
- McLeod, J. M., & Becker, L. B. (1974). Testing the validity of gratification measures through political effects analysis. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 137-164). Beverly Hills, CA: SAGE.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London, UK: SAGE.
- Palmgreen, P. (1984). Uses and gratifications: A theoretical perspective. In R. N. Bostrom (Ed.), *Communication yearbook 8* (pp. 20-55). Beverly Hills, CA: SAGE.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rayburn II, J. D. (1980). Relations between gratifications sought and obtained: A study of television news. *Communication Research*, 7, 161-192.
- Perse, E. M. (1990). Audience selectivity and involvement in the newer media environment. *Communication Research*, 17, 675-697.
- Perse, E. M., & Courtright, J. A. (1993). Normative images of communication media: Mass and interpersonal channels in the new media environment. *Human Communication Research*, 19, 485-503.
- Rubin, A. M. (1981). A multivariate analysis of 60 Minutes' viewing motivations. *Journalism Quarterly*, 58, 529-534.
- Wenner, L. A. (1982). Gratifications sought and obtained in program dependency: A study of network evening news program and 60 Minutes. *Communication Research*, 9, 539-560.
- Zerba, A. (2011). Young adults' reasons behind avoidances of daily print newspapers and their ideas for change. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 88, 597-614.

- 橋元良明（2009）「“デジタルネイティブ”はテレビをどう見ているのか？——番組視聴実態300人調査から」『月刊民放』37：36-39.
- 川喜田二郎（1970）『続・発想法——KJ法の展開と応用』中公新書.
- 木下康仁（2007）『ライブ講義 M-GTA ——実践的質的研究法 修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチのすべて』弘文堂.
- 水島久光（2008）『テレビジョン・クライシス——視聴率・デジタル化・公共圏』せりか書房.
- NHK放送文化研究所（2011）『2010年国民生活時間調査報告書』NHK放送文化研究所.
- 西正（2009）「若者のテレビ離れは本当なのか——視聴スタイルの変化への対応が必須」『日経ニューメディア』2009年4月27日号：17.
- 執行文子（2012）「若者のネット動画利用とテレビへの意識——『中高生の動画利用調査』の結果から」NHK放送文化研究所編「NHK放送文化研究所年報2012」NHK出版，51-95.

Study on Media Uses and Motivations for Watching TV Programs :
Qualitative interview research on young adults who do not have TV devices.

TAKEMURA Tomoko *

Abstract: Today's multimedia environment is one of the reasons why young people watch less TV than before. This study analyzed why young people do not watch TV programs using a TV device, and how they watch TV programs using various other media. Twelve university students were interviewed individually using a semi-structured format, and the data was analyzed by the KJ method. The data showed five reasons why they did not watch TV programs: "physical difficulty," "no time spent at home," "no interest in TV," "dislike of TV," and "improvement to their way of life." Reasons why they use non-TV devices included "for entertainment," "finding news," and "for social interactions." The results showed that they actively watched TV programs on video-sharing websites while they felt TV was less important. The possibility was also suggested that they could access less news by not watching TV.

Keywords: Uses and gratifications theory, TV watching behavior, Uses of media by university students, Video-sharing websites, News consumption, Media avoidance

*Ph.D. Candidate, Graduate School of Sociology, Ritsumeikan University