

2013 年度（平成 25 年度）

博士論文

デジタル時代の韓国における映像視聴行動と動機
—若者の映像メディア利用行動研究から「利用と
満足研究」アプローチの再考を通して—

立命館大学大学院

社会学研究科 応用社会学専攻

竹村 朋子

目次

序章	1
第1節 問題の所在	1
第2節 研究の目的	6
第3節 本論文の構成	12
第1章 韓国の社会状況とメディア環境	17
第1節 韓国の社会状況	17
第2節 韓国のテレビ放送に関する現況と変化	20
第1項 地上波放送	21
第2項 有料放送	22
第3項 テレビ放送のオンライン空間における展開	25
第3節 韓国のテレビ放送以外のメディアに関する現況と変化	27
第1項 新聞	27
第2項 インターネット	30
第3項 スマート・メディア	33
第4項 映像視聴環境の現状—動画共有サイトの利用研究を中心に	35
第4節 まとめ	42
第2章 研究の背景	44
第1節 「利用と満足研究」	44
第1項 「利用と満足研究」の歴史的レビュー	45
第2項 メディアの非利用に関する「利用と満足研究」	65
第3項 メディアの代替可能性に関する「利用と満足研究」	68
第2節 データと方法	70
第3節 まとめ	74
第3章 韓国における非テレビ視聴行動の動機分析—テレビを視聴しない理由に関する日韓比較研究からみえること	77
第1節 リサーチ・クエスチョン	77
第2節 結果	78
第1項 韓国の大学生が「テレビ機器視聴」を行わない理由	78

第2項	日本の大学生が「テレビ機器視聴」を行わない理由.....	83
第3項	「テレビ機器視聴」を行わない理由に関する韓国の独自性.....	85
第3節	考察.....	88
第4章	韓国における「テレビ機器視聴」および「番組ダウンロード」「ダウンロード 視聴」の動機分析.....	93
第1節	リサーチ・クエスチョン.....	93
第2節	結果.....	94
第1項	「番組ダウンロード」「ダウンロード視聴」の現況.....	94
第2項	「テレビ機器視聴」の現況と変化.....	96
第3項	「番組ダウンロード」「ダウンロード視聴」の動機.....	98
第4項	「テレビ機器視聴」の動機.....	100
第5項	「ダウンロード視聴」「テレビ機器視聴」に共通する動機.....	101
第6項	「ダウンロード視聴」の動機に影響を与える社会状況とメディア状況.....	102
第3節	考察.....	106
終章	112
参考文献	120

序章

第1節 問題の所在

世界の先進各国では、デジタル・メディア映像視聴の機会が多様化している。パソコン、スマートフォン、タブレット端末などの普及により、映像コンテンツ視聴の機会が増えている。新たな情報受信デバイスの登場は、オンラインで場所や時間を限定することなく、あらゆる映像コンテンツの視聴を可能にした。「自宅のテレビ機器を通してテレビ番組を見る」という映像視聴形態しか存在しなかった時代と比べ、人々の映像視聴形態は、特に 2000 年代後半に入り、インターネットの急速な拡大とブロードバンド化の進展とともに劇的に変化した。映像視聴形態の変化の背景には、ミュージック・ビデオや一般市民が撮影・編集した動画がグローバルな規模でアクセス可能になったことなど、映像コンテンツ流通の多様化もある。そして、ストリーミングや動画共有サイトなどオンラインでのアクセスが、映像コンテンツへの接触手段とその機会をますます広げている。

近年、世界各国の中でも、韓国におけるデジタル・メディアに関わる普及拡大の速度は著しい。その傾向は、スマートフォンとブロードバンドの普及においてもみられる。Google が 2011 年から実施している世界のスマートフォン利用状況に関する調査 *Our Mobile Planet* によると、2013 年の韓国におけるスマートフォン普及率は 73% で、調査対象国 48 か国のうち、アラブ首長国連邦に次ぐ高い普及率である (Google, 2013)。また、韓国では国策として取り組まれたことから、ブロードバンドの普及スピードが速く、ブロードバンド登場初期の 2002 年から 2005 年まで世界 1 位の普及率を記録した (OECD, 2013)¹。

映像視聴のデジタル化は、新たな映像視聴手段を生み出すことによって、映像視聴形態を多様化させただけでなく、従来の映像視聴方法にも影響をおよぼしつつある。従来の映像視聴方法とは、テレビ機器を通したテレビ番組視聴を指す。映像視聴手段の多様化は、従来の映像視聴メディアであるテレビ機器を通した映像視聴のあり方にも変化をもたらしているといえるだろう。

韓国の若者がテレビ・メディアの必要性に対して、強く感じなくなっている傾向は、近年行われた調査結果からもみてとれる。放送通信委員会 (방송통신위원회) が行った「2012 年放送媒体利用形態調査 (「2012 년 방송매체 이용행태 조사)」 (放送通信委員会, 2013)

¹最新の調査 (2012 年 12 月) では、韓国のブロードバンド普及率は、OECD 加盟國中 4 位である (OECD, 2013)。

によると、日常生活に欠かせないメディアとしてテレビをあげる人の割合は、若年層で特に低くなっている。50代の81.0%がテレビをあげているが、10代で20.6%、20代で15.9%にとどまっていることが特徴である。他方、テレビの代わりに若者らが日常生活で欠かせないと考えているメディアは、スマートフォンとパソコンである。10代では、45.9%がスマートフォン、30.8%がパソコン、20代では50.7%がスマートフォン、30.7%がパソコンを生活に欠かせないメディアとして選んでいる。この調査結果から、若者らのメディア接触において、スマートフォンが彼らの情報行動にもたらしたインパクトの大きさを推測できる。一方、従来のコンテンツ視聴の中心を占めていたテレビ機器の必要性は、以前と比較して低下している。今後、テレビ機器の必要性を感じない世代が増加していくことが予想され、新たなメディア情報環境が生まれた社会において、テレビ機器が持つ役割の重要性は、ますます低下する可能性が考えられる。

映像視聴行動においてテレビ機器の役割が縮小する中、メディア環境のデジタル化によって、映像コンテンツへの接触機会における多様化や進化が急速に進んでいる。韓国では、オンラインによる映像視聴行動が、より一般的な映像視聴行為として定着しているという状況もみられる。それは、オンラインで映像を視聴することが可能なメディア環境が整ってきたことが背景にあると考えられる。韓国では、2000年代半ばにはすでに世界トップランクであったブロードバンドやスマートフォンの普及率の高さが、オンラインにおける映像視聴行動の定着を支えているともいえるだろう。

デジタル・メディアを用いた映像視聴行動のひとつとして、ダウンロードによる映像ファイル視聴があるが、これは韓国において、テレビ番組や映画などの映像コンテンツ視聴手段として広く用いられている。今日、ブロードバンド化は、世界中で進展・拡張している。世界各国において、映像ダウンロードに必要なインターネット環境が整えられつつあるといえるだろう。本論文では、韓国を主たる研究フィールドとして、映像コンテンツのダウンロードによる人々の映像視聴行動を理解しようと試みている。今後、コンピュータ・ネットワークを通じたデータ・ダウンロードによる映像視聴が世界規模でさらに拡大する可能性を考える時、デジタル先進国である韓国における人々の映像視聴行動について理解することは、今後の人々のメディア利用行動を予測するうえで重要だともいえるだろう。

現段階において、オンラインにおけるテレビ番組視聴が、韓国におけるテレビ機器の必要性を低下させている可能性はあるものの、テレビ機器の存在自体を揺るがすまでの影響をもたらしているとは考えられない。今日の韓国では、映像視聴行動において、「ダウンロ

ードによる番組視聴行動」と「テレビ機器による番組視聴行動」の共存関係が維持されているようである。この 2 つの視聴行動両方で、視聴できるコンテンツは類似しており、ここでは主にテレビ番組が見られている。しかし、2 つのコンテンツ視聴行動を可能にするメディア・チャンネルは、テクノロジーや社会的情報ネットワーク基盤の側面から考えると、機能的に全く異なるものにみえる。「ダウンロードによる番組視聴行動」と「テレビ機器による番組視聴行動」という、異なる情報行動メカニズムと機能を理解することにより、多様な映像視聴メディア特性を、今後、高度化する情報メディア環境の中で、どのように活かすべきか考えるための視座を本研究で示せればと考える。そのためには、メディア・チャンネルとその活用に注目し、2 つの視聴行動の相違を明らかにすることが必要となり、加えて異なるメディア視聴行動を比較の観点から理解することが求められる。

本論文の中心的な研究視点となる人々のメディア利用行動を理解するための枠組みとして、「利用と満足研究」によるアプローチに注目し、理論的および理論援用研究事例を精査・レビューする。「利用と満足研究」は、多くの研究で用いられてきたが、この研究アプローチでは、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、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指摘している

(McQuail, 2010)。人は動機を持ってメディアを利用するとの前提に立って、メディア利用行動を理解する立場をとるのが、「利用と満足研究」であるともいえるだろう。

1940 年代に登場した「利用と満足研究」(Herzog, 1944) は、1960 年代に理論的に大きな発展を遂げることとなる。理論的な枠組みが確立されたことで、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 分野で研究を行うことが、基本的な研究フレームとして設定されている。

「利用と満足研究」では、社会やメディア研究者の関心に沿って多様なメディアの利用行動が研究対象とされてきた。人々にとって重要なメディアは時代とともに変化するため、「利用と満足研究」における研究関心も時代によって異なってくるのは当然であろう。研究のトレンドについて時代を追ってみると、1940 年代に行われた初期の「利用と満足研究」では、当時人気を集めていた漫画 (Wolf & Fisk, 1949/ 1979)、音楽 (Suchman, 1941/ 1979)、ラジオドラマ (Herzog, 1944/ 1977) などが研究対象とされた。続いて 1950 年代には、新

たに登場した「テレビ」というメディアに研究関心が集まった。テレビが子どもに与える影響が社会問題として懸念され始めた時期であり、子どものテレビ視聴行動に関する研究が蓄積されたのである。

そして、1960年代後半から1980年代にかけて「利用と満足研究」は、最盛期を迎えた。この時代に、メディア研究者たちの関心を集めたメディアのジャンルは、「テレビ」であった。たとえば、人々がテレビを視聴したり、ある特定の番組ジャンルや番組を視聴する理由として、「代理機能」(Rubin, 1981)、「情報探索」(Gantz, 1978; Palmgreen, Wenner, & Rayburn II, 1980)、「娯楽」(Gantz, 1978; Levy & Windahl, 1984; Palmgreen, Wenner, & Rayburn II, 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; Wenner, 1982; Palmgreen, Wenner, & Rayburn II, 1980)、「疑似社会的関係」(Wenner, 1982) などがあるとの指摘がなされた。

近年では、インターネットの普及によるメディア環境の変化によって、「利用と満足研究」の研究関心もオンライン・メディアに大きく傾斜している。オンライン・メディアに関する先行研究では、オンライン・メディアの利用行動の理解にとどまらず、テレビなどの既存メディアに関する利用と、インターネット全般あるいは動画共有サイトなど、新たに台頭した新規メディアとしてのオンライン・メディアの利用との関係について解明することを目的としたものも多くみられる。それらの研究は、新たなメディアの登場が、既存メディアの存在意義や役割をどう変容させるかという問題意識から発生している。たとえば、インターネット普及初期の段階では、James (1995) が、ニュー・メディアとしての電子掲示板を取り上げ、電子掲示板の利用が既存メディアの利用時間にどのような変化をもたらしたかを検証している。Cooper と Tang (2009) は、インターネット利用とテレビ視聴との関係について分析し、インターネット利用頻度とテレビ視聴頻度の間には相関関係があることを明らかにした。

「利用と満足研究」の先行研究において、既存メディアと新規メディアが人々の利用媒体として共存する場合、新規メディアによる既存メディアの「代替効果」という概念が取り上げられることが多い。これは、オンライン映像視聴手段の多様化にともない、新規に登場した映像視聴メディアが既存メディアの備えていた利用動機を引き継ぐこと、すなわちテレビ機器を通じた映像視聴の機能をオンライン・メディアがどのように引き継いだか、

つまり代替性に関する研究である。代替性に関わる研究として、これまで、動画共有サイト (Bondad-Brown, Rice, & Pearce, 2012; Haridakis & Hanson, 2009; 小寺、2012)、ストリーミング (Cha & Chan-Olmsted, 2012) などが研究対象とされている。

オンラインの映像視聴手段の中で、映像ダウンロードによるテレビ機器の機能的代替効果に関する研究は、「利用と満足研究」において意義のある研究対象だと考える。その理由は、ネット上からダウンロードすることによって見ることのできる映像視聴データは、テレビ機器を通した映像視聴対象コンテンツと比較して、類似性が高い点にある。それにもかかわらず、テレビ番組の映像ダウンロードを含め、メディアの「利用と満足研究」を援用した映像コンテンツのダウンロードに関する研究はこれまでみられない。

ここで、研究方法論として、新規メディアの「利用と満足研究」において、特にメディア利用行動を検証するにあたり、多くの関連分野の研究で採用されている量的分析手法の妥当性について再考すべきという視点を提示しておきたい。新規メディアに関する「利用と満足研究」では、既存メディア利用に関する先行研究で指摘されたメディア利用がもたらす充足パターンを当てはめ、その適合性を量的調査のアプローチによって検証するものが多い。たとえば、Cha と Chan-Olmsted (2012) は、テレビ視聴、映画視聴、インターネット利用に関する先行研究で提示された利用動機を、ストリーミング利用研究に援用して調査している。また、Haridakis と Hanson (2009) は、テレビ視聴とインターネット利用の動機を YouTube 利用動機に当てはめて検証している。

既存メディアであるテレビ機器と、近年登場したデジタル・メディアでは、その機能が大きく異なるにもかかわらず、過去からの研究枠組みを引きづっている点が問題だという指摘である。メディアが持つ機能によって人々のメディア利用動機も異なるという前提に立つと、既存メディアの利用動機をデジタル・メディアに当てはめることで、十分な研究結果が導き出せるとは考え難いとも言い換えられるだろう。

また、インターネットのマス化と、伝送スピードを恒常的に加速させるブロードバンド化により、世界のメディア環境が大きく変化していることを踏まえると、過去のメディア利用による充足パターンを単純に今日のメディア利用に当てはめることは、問題だと簡単に理解できるだろう。1980年代までのテレビ視聴行動に関する「利用と満足研究」の先行研究は、インターネットが登場する以前の、映像コンテンツに接触する主要な手段であったテレビ視聴行動について研究・調査されたものに過ぎない。それから30年以上経過した現代社会では、映像視聴環境は1980年代と大きく異なっており、大きく変化した映像視聴

環境の中で、テレビ機器の位置づけや役割も当然変化していることを加味して、調査・研究を行う必要がある。それほど、近年のインターネット普及が、メディア環境に与えた影響は大きく、これはメディアの諸理論の研究枠組みにも影響しているのである。

インターネット登場以前と比較して、映像コンテンツの視聴手段が多様化したことで、テレビ機器を通じた番組視聴は、テレビ番組を見るための多様な手段のうちのひとつ、つまり複数あるメディア・チャンネル利用にかかわる選択肢のひとつになったともいえるだろう。映像視聴を可能にする多様なメディア・チャンネルが存在し、利用の選択肢が増えたことで、人々のテレビ機器を通じた映像視聴のあり方も、1980年代とは大きく異なるものとなっている可能性が高い。このような観点から、「利用と満足研究」の枠組みで実施され、得られた1980年代のテレビ機器を通じた映像視聴行動に関する研究による指摘を、今日のメディア環境下におけるテレビ機器による映像視聴行動に対して、同様に当てはめることには無理があると考ええる。

デジタル時代において、インターネットのブロードバンド化、モバイル化が進む韓国の映像視聴行動について理解するためには、テレビやスマート・メディア、そして移動体通信端末に関連した映像利用環境の変化を背景として、特に2000年代以降急激な変化をみせる韓国のメディア状況と人々のメディア利用行動をしっかりと押さえておく必要があるだろう。そのためには、既存の先行研究で示された研究の知見を今日の映像視聴行動に単純に当てはめるのではなく、これまでの映像視聴行動とは異なる分析手法と視点から捉え直す必要があると考ええる。つまりは、1940年代から続くメディアの「利用と満足研究」のアプローチを再考することで、新たな理論を提示し、理論的な貢献をすることが求められるわけで、本論文において、その一部でも提示できればと考える。

第2節 研究の目的

第1節では、デジタル化の進展にともなうメディア環境の変化を背景に、①韓国における映像視聴行動を捉え直す必要性、②アナログ時代のテレビ機器をはじめとするオール・メディアに関する「利用と満足研究」アプローチを、今日的なメディア状況に援用・適用することの問題性、について指摘した。本節では、メディアの「利用と満足研究」が乗り越えるべき課題につながる2つの論点を指摘しておきたい。それは、①映像視聴行動の理解、および②「利用と満足研究」の理論的発展、という2つの視座であり、これが直接、本論文の研究目的となる

① 映像視聴行動の理解

まず、メディア・チャンネルの利用・接触にともなう映像視聴行動について研究するため、デジタル時代の韓国における若者による映像視聴行動とその動機について明らかにすることを目的とした。そのために、韓国の若者層、特に大学生を対象としたインタビュー調査アプローチを用いた質的研究を行った。そして、①既存の映像視聴手段である「テレビ機器を通したテレビ番組視聴」を行わない理由の背景を理解し、さらに②「テレビ機器を通したテレビ番組視聴」と、新たな映像視聴形態のひとつである「テレビ番組映像ファイルのダウンロードによる視聴」というメディア利用行動状況とその動機に関する知見を得た。これら 2 つの視点から、韓国における若者の映像視聴行動に関する理解を深めることとした。

なお、本研究においては若者層をターゲットとしながらも、インタビュー調査では大学生を対象にしている。その理由としては、メディア利用・接触行動を常にリードする中心として大学生がいる点をあげる。彼らは、従来と異なる映像視聴行動を展開していると予測され、多様なメディア利用行動と動機に関わる研究の知見が得られると考えた。特に、10代および20代の層では、①ダウンロードを含むオンライン映像視聴の比率が高く、他方、②テレビ機器を通した映像視聴頻度が低く、しかも③スマートフォンの所有率が高いこと（放送通信委員会、2013）などから、若者層において、どのような新しいメディア利用行動形態が生まれているかを把握することを目的とした。

若者層の映像視聴行動を包括的に理解するためには、既存の映像視聴メディアであるテレビ機器を通した映像視聴行動について捉え直す必要があると考える。若者たちがオンラインの映像コンテンツ視聴や、スマートフォンを介した映像視聴を活発に行っているからといって、それらの新しいメディア利用行動形態のみに焦点を当てることでは、彼らの映像視聴行動全般の理解にはつながらないだろう。先に述べたように、テレビ機器を通した映像視聴頻度やその必要性が低下しているとしても、テレビ機器を通した番組視聴が、人々がテレビ番組にアクセスするための主要手段であることは否定し難い。「利用と満足研究」では、1970年代から1980年代を中心に、テレビ視聴に関する研究が十分に蓄積されてきた。しかし、メディアのデジタル化やインターネットの登場を経験した今だからこそ、映像視聴行動の基軸であるテレビ機器を通した映像視聴にどのような変化が生じているかという視点から、テレビ機器を通した映像視聴行動をみつめ直すことが求められると考える。

テレビ機器を通した映像視聴における大きな変化として、先に指摘したように、その必

要性と視聴頻度の低下があげられる。本論文では、まず、2000年代以降、韓国の若者の間で「テレビ機器を通したテレビ番組視聴」の頻度や、メディア媒体としての重要性が低下している現状をうけ、「テレビ機器を通したテレビ番組視聴」を行わない理由に関する調査・分析を実施し、その理由の背景にある要因を明らかにすることを旨とする。多くのメディアに関する「利用と満足研究」が、専ら「メディアを利用する動機」に焦点を当て、
「メディアを利用しない動機」について明らかにすることで、インターネットを中心とした新たなメディア環境に的確に対応する「利用と満足研究」に向けた新たな知見を示したい。

韓国の若者たちの中で、「テレビ機器を通したテレビ番組視聴」の必要性が低下していることと、オンラインにおける映像コンテンツ視聴の頻度が増加しているという現代韓国における若者特有の現象の間には、何らかの関連があると予測される。その関連性を探るため、「テレビ番組の映像ダウンロード」というオンライン映像視聴行動の現況を単に検証するだけでなく、「テレビ機器による番組視聴行動」の必要性がどうして低下しているのか、その理由について、その要因・背景を含めて解明しておくことが肝要である。

「利用と満足研究」において、特定のメディアを利用しない理由や、メディアに対する否定的な感情に関しては、政治に関するメディア・コンテンツに関する利用行動についての研究 (Becker, 1976; Becker, 1979; McLeod & Becker, 1974) を中心に、ごく限られた分野についてしか解釈されていない。その所以は、本来の「利用と満足研究」の主要研究目的は、利用者が特定のメディアをなぜ利用しているかを解明することで、利用を促進する肯定的な動機を探ることが主な学術的関心となっており、そもそも機能論的な研究視座が中心となっていることにある。その意味で、利用の促進につながらないマイナス・ベクトルの否定的な利用動機に関する先行研究は、非常に限定的であることは明らかである。

メディア利用者のみに着目し、メディアの非利用者の存在を考慮しない点は、「利用と満足研究」に対して、久しく批判のひとつとなってきた。実際のメディア利用には肯定的な要因のみが影響を及ぼしているわけでない。人があるメディアについて否定的に評価した場合、そのメディアを利用しない、あるいはそのメディアの代わりに他のメディアを利用するという判断がされる場合もある (Palmgreen, 1984)。包括的なメディアの利用研究のためには、ネガティブな要因も考慮したうえで、両サイドをまとめておくことが重要なのである。しかし、この一見単純で簡単な研究アプローチが長年にわたって見逃されてきた点は、改めて特筆されるし、本研究の意義と新規性をここに大きく求めることもでき

るのである。

韓国の若者層の映像視聴行動を理解するため、本論文では、韓国の社会構造やメディア環境などの要因がメディア利用に対してどのような影響をもたらすかという視点から、若者層の中心に位置する大学生を対象に、「テレビ機器を通したテレビ番組視聴」が行われな理由についての調査を実施する。この調査は、本論文の本調査を実施する前の予備的調査・分析と位置づけられる。韓国における「テレビ機器を通したテレビ番組視聴」の必要性低下が指摘される中で、その背景に存在する原因・要因は、果たして韓国独自のものなのか、または東アジアで高度にメディアおよび情報通信ネットワークが発達した韓国および日本の両国の社会において共通してみられるものなのかを、若者層に対するインタビュー調査から明らかにしたい。

メディアのデジタル化にともない、メディア利用形態の多様化が進んでいることはグローバルなレベルで共通していると想像される。しかし、メディア環境が近似している国であっても、利用者が置かれた独自の社会や文化的背景の影響が加われば、そのメディア利用形態は異なってくるだろう。東アジアのデジタル先進国のひとつである日本の若者層が「テレビ機器を通した映像視聴」を行わない理由を参照しながら、韓国という国が抱えるメディア利用行動の独自性を明らかにするために実施する本予備分析は大きな意義を持つ。この分析を通して得られた知見をもとに、本調査での「テレビ番組映像ファイルのダウンロードによる映像視聴行動」に関する分析を実施するにあたっての調査有益性と信頼性を慎重に確認しておきたい。

予備的分析から、若者層が「テレビ機器を通した映像視聴」を行わない理由の背景に、インターネットを通した映像コンテンツ視聴手段、その中でも特にテレビ番組映像データのダウンロードによる映像視聴手段が存在することが大きく関わっていることが示された。テレビ番組を見る頻度や必要性が低下したのではなく、テレビ番組を視聴するための機器や手段に変化がみられたのである。ここから、若者の映像視聴行動について理解するために、テレビ機器を通した映像視聴行動の減少に最も影響を与えているように見える「テレビ番組映像ファイルのダウンロードによる視聴行動」がなぜ行われているのかという視点から理解する必要性が指摘された。

本調査では、「テレビ機器を通したテレビ番組視聴」と「テレビ番組映像ファイルのダウンロードによる視聴」に関する情報行動の実態とその利用動機に関する知見を得ることを目指した。一番のポイントとして、ダウンロード視聴によるテレビ機器視聴の代替可能性

をどのように考えるべきか、その方向性を明らかにしたい。そのために、多様な映像視聴手段が共存する今日の映像視聴環境において、既存メディアの「テレビ機器」を通じた映像コンテンツ視聴と、デジタル化とインターネット時代の象徴的な映像視聴手段である「テレビ番組映像ファイルのダウンロード」を通じた視聴が、メディア利用者の意識の中でどのように差別化されているのかについても明らかにしたい。「テレビ機器を通じたテレビ番組視聴」については、デジタル時代に入ってインターネット上でもテレビ視聴が可能になった今日、従来のテレビ番組視聴機器であるテレビ機器を介した番組視聴がどのようになされているか、そして、テレビ機器がテレビ番組視聴を唯一可能とした時代と比較し、どのような変化がみられるのかについても理解したい。

インターネットを通じた映像コンテンツの「ダウンロードによる視聴」は、特に現在の韓国社会においては、テレビ機器を通じた映像視聴と同じ映像コンテンツの視聴を可能にする手段となっている。それにもかかわらず、「ダウンロードしたテレビ映像ファイルの視聴」と「テレビ機器を通じた映像視聴」の両メディア利用形態が併存する状況は続いており、若者層はメディア利用の手段を使い分けて映像視聴行動を行っている。2つの映像視聴手段を比較することで、映像視聴の際の異なるコンテンツ接触手段の特性と利用動機がどのようにユニークに異なるのかについて調査したい。

加えて、韓国において、ダウンロードによるテレビ映像視聴がテレビ機器を通じた映像視聴を代替する映像視聴手段に果たしてなりうるのかについて考察する。韓国の若者層の中心にいる大学生の間で、ダウンロードとテレビ機器によるテレビ番組視聴がどのように行われているかを理解し、2つの視聴方法に関わる利用動機を比較し、韓国大学生のメディア利用における特殊性を理解することを通じて、彼らを取り巻く社会やメディアの状況がどのような要因をもって人々を動かし、そのうえで映像視聴動機にどのような影響を与えたかについて考えていきたい。

韓国におけるインターネットを通じたダウンロードによる映像視聴行動を理解することは、今後、ダウンロードによる映像コンテンツの視聴が、より積極的なメディア利用行動として世界各国でさらに拡大する可能性を考える時、刻々変化するデジタル情報環境におけるメディア利用行動を的確に理解するうえで重要なのである。世界的に進展しているインターネットのブロードバンド化が、映像ダウンロードによるテレビ番組視聴をさらに加速することが予想されており、本研究調査は、これまでの「利用と満足研究」事例を大きく超えた意義を持つと考える。また、本研究では、韓国の映像視聴行動を研究することに

より、これを通じてグローバル化時代の中で、人間が普遍的に持ち合わせると予想される情報行動変化の一端も探っていきたい。

② 「利用と満足研究」の理論的發展

本論文における 2 つめの研究目的として、『利用と満足研究』の理論的發展」を目指すことをあげる。デジタル時代の韓国のメディア利用に関わる映像視聴行動について、これまでの「利用と満足研究」とは異なる利用動機がみられることが期待される。1980 年代のテレビ視聴行動研究において示されたメディア利用がもたらす充足に関わる知見を、今日のメディア利用行動にそのまま当てはめることが、果たして妥当であるかどうかを真正面から考えたい。本論文では、インタビュー調査による質的調査アプローチを用いることで、メディア利用に関わる今日的な動機を明らかにしたい。この方法により、変化・変容を続けるメディア利用行動を研究対象として扱った「利用と満足研究」について、新たな研究アプローチのありようについて視座を示したいと考える。

「利用と満足研究」の先行研究の多くが、質問票調査による量的調査であることは先に指摘した。先行研究において指摘されたメディア利用にともなう充足の知見を、先行研究としてセットし、その適用性について検証することで、特定のメディア利用行動に関する理解を試みようとする研究が多い。しかし、インタビュー調査の実施は、「利用と満足研究」において、十分な研究蓄積がないメディア利用行動について把握することにつながるもの指摘がある。「根底にある意味を理解する」(Zerba, 2011, p.597) ために、インタビュー調査の手法を用いることは、すでに試みられている。「利用と満足研究」アプローチに関わる研究蓄積がない、特に新しいメディア環境の中で発生している「テレビ映像ファイルのダウンロード」視聴行動に着目した本研究においても、質的調査のアプローチを用いることは適切だと考える。

質的データを分析することで、デジタル時代の「テレビ機器を通した映像視聴」と「映像ダウンロードによるテレビ番組視聴」に関する新たな利用動機を示し、「利用と満足研究」アプローチに新たな知見を提示することを目指す本論文研究では、日進月歩のスピードで変化するメディア環境の中でみられるテレビ機器を通した映像視聴が、テレビ機器を通してしかテレビ番組を見ることができなかった時代の映像視聴とどのように異なるかを、本質的な人間のメディア利用欲求の部分から見直すものとなるだろう。

なお、本研究では、テレビ機器を用いたテレビ番組視聴を「テレビ機器視聴」、オンライ

ンでテレビ番組をダウンロードする行為を「番組ダウンロード」、ダウンロードしたテレビ番組ファイルの視聴を「ダウンロード視聴」と定義し、以下からこれによって記すこととする。

第3節 本論文の構成

本論文は、序章に加えて、第1章から第4章までと終章で構成される。まず序章では、「問題の所在」「研究の目的」そして「本論文の構成」について述べている。第1節の「研究の所在」では、デジタル・メディアの普及による映像視聴環境および映像視聴行動の変化を中心に、韓国のメディア環境を取り巻く状況について述べた。そして、メディア環境の変化を背景に、デジタル時代の映像視聴行動について「利用と満足研究」の視点から再考する必要性と意義について言及した。加えて、「利用と満足研究」の先行研究から指摘された知見をデジタル時代の映像行動に援用・適用することの問題点と、「利用と満足研究」のアプローチに新たな理論的見直しが必要である点についても言及している。第2節の「研究の目的」においては、第1節で指摘した問題を解決するために、①映像視聴行動の理解、②「利用と満足研究」の理論的発展、という2つの側面を柱にすえて、本研究論文の中心となる研究課題を抽出するために、予備分析・調査を実施することが、大きな意味を持ってくることが指摘している。

第1章では、韓国の社会状況とメディア環境について概説する。1997年の金融危機以降、韓国は経済的に急速な回復と発展を遂げた。経済の急速な成長にともない、人々の暮らしも、また、人々を取り巻くメディア環境も激変している。社会状況とメディア利用行動は、密接に関連しているため、韓国のメディア利用行動について理解するためには、第一に韓国の社会状況について把握する必要があると考える。第1節では、今日の大学生にとって関連が深く、メディア利用にも影響を与えていると考えられる雇用問題を中心に、そこから派生する社会的課題の根深さとその実態についても記す。

第2節と第3節では、韓国のメディア環境について概説する。まず、第2節では、本論文のテーマである映像視聴行動と関連の深い「テレビ放送」の歴史的変化と現在の最新状況を、放送形態別に地上波放送（第1項）と有料放送（第2項）に分けて説明する。さらに、既存メディアであるテレビ放送と、新しいメディアであるインターネットとの関連性について、第3項で述べる。

第3節では、デジタル時代のメディア環境について理解するために、新聞、インターネ

ット、スマート・メディア、動画共有サイトを含むテレビ放送以外のメディアについても言及する。第1項では、テレビと並んで歴史の長い主要メディアである新聞を取り上げる。第2項では、メディア環境のデジタル化に大きな影響を与えているインターネット・メディアの変遷について取り上げる。特に、韓国が世界のデジタル先進国へと進化した要因や、最新のインターネット普及状況などについて示す。第3項では、近年、急速に普及が進み、新たなメディア媒体として注目されているスマートフォンやスマートテレビなど、スマート・メディアの状況について説明する。そして、第4項では、「ダウンロード視聴」と並んで、デジタル時代の映像視聴手段を代表する「動画共有サイト」の利用について、本論文の研究課題を有効で信頼性あるものとするために行った2012年の予備調査(竹村、2013a)から得られた知見を提示する。

第2章では、本論文の「研究の背景」について先行研究をまとめ、本論文において実施した調査方法について説明する。第1節では、「利用と満足研究」に関する先行研究をレビューする。第1項では、「利用と満足研究」の理論的な発展について、時系列的にレビューし、まとめていく。「利用と満足研究」の起源とされる1940年代以降の先行研究を、3つの時期に分け、各時代の研究傾向と理論的発展についてまとめた。一般的に「利用と満足研究」の時系列分類で用いられる区分を採用し、第1期は1940年代の「利用と満足研究」の登場期、第2期は1950年代からの「利用と満足研究」の停滞期、そして第3期は1960年代後半からの「利用と満足研究」の復活期・発展期とした。第2項と第3項では、第3章と第4章の映像視聴行動に関する分析の背景となるメディア利用行動の否定的な側面に焦点を当てた「メディアの非利用」と、ニュー・メディアの利用がオールド・メディアの利用に替わるものになりうるかを検証する「メディアの代替可能性」に関する「利用と満足研究」に焦点を当て、先行研究例をレビューする。

さらに、第2節では、本論文を執筆するにあたり実施した予備分析調査と本分析調査に関する「データと方法」について言及する。先に述べたとおり、本論文を執筆するにあたり、1つの予備分析調査と、そこから得た知見をもとに本分析調査を実施している。予備分析調査は、日本と韓国の若者層を代表する大学生に対して、テレビ機器を所有しない理由について尋ねたインタビュー調査である。そして、本分析調査は、韓国の大学生を対象とした、「テレビ機器視聴」を行わない理由と、「テレビ機器視聴」と「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」に関する利用行動と利用動機に関するインタビュー調査である。

第 3 章では、「テレビ機器視聴」を行わない理由に関する研究の分析結果を示している。韓国の若者層を代表する大学生のテレビ機器非利用行動について、同じ東アジアに属するデジタル先進国である日本の大学生の利用行動に照らし合わせながら、その特殊性を提示することを旨とする。第 1 節でリサーチ・クエスチョン、第 2 節で分析結果を示す。第 2 節に関して、第 1 項では、韓国の大学生が「テレビ機器視聴」を行わない理由について扱う。第 2 項では、参照データとして、日本の大学生による「テレビ機器視聴」を行わない理由に関する分析結果を記す。そして、第 3 項では、韓国の大学生による「テレビ機器視聴」を行わない理由には、どのような社会的あるいはメディア環境的要因が影響を及ぼしているのかという点を理解するために、日本の大学生による「テレビ機器視聴」を行わない理由を参照し、韓国の大学生による「テレビ機器視聴」を行わない理由の独自性に関する分析結果を提示する。最後に、第 3 節では、分析結果から浮かび上がった韓国における「テレビ機器視聴」の必要性低下の独自要因について、議論する。

そして、第 4 章では、本研究の目的であるデジタル時代の韓国における映像視聴行動について理解するにあたり、最も核となる本調査に関する分析結果を示している。第 1 節で、「テレビ番組視聴」と「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」の利用行動状況、利用動機、利用動機に影響を与える要因について解明するためのリサーチ・クエスチョンを提示する。第 2 節で、韓国の大学生における「テレビ番組視聴」と「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」の利用行動とその利用動機に関する分析結果を示す。

第 2 節の第 1 項では、韓国の若者らが「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」をどのように行っているかを理解するために、「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」の現況について述べる。第 2 項では、新たな映像視聴手段である「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」に対し、従来の主要映像視聴手段である「テレビ機器視聴」がどのように行われているか、その利用状況に関する分析結果を示す。第 3 項では、「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」をなぜ利用するのか、その利用動機に関する分析結果を提示する。それに対し、第 4 項では、「テレビ機器視聴」に関する利用動機について言及する。そして、第 5 項では、「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」に共通した利用動機があったことから、2 つの映像視聴手段ともに存在する利用動機について示す。最後に、第 6 項では、第 3 項から第 5 項までの映像視聴動機に関する分析結果をうけ、「ダウンロード視聴」および「テレビ機器視聴」に影響を与えていると考えられる社会状況やメディア環境要因について、利用動機との関係を提示する。

第 3 節では、韓国における「テレビ機器視聴」と「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」に関する分析からみえた「デジタル時代のテレビ番組視聴行動のあり方」について考察する。

最後に、終章では、「映像視聴行動の理解」と『利用と満足研究』の理論的発展」として設定した 2 つの研究の柱、いわゆる研究目的に沿って、第 4 章の分析結果から得られた結果をもとに考察を示す。そして、今後の研究課題を示すことで、デジタル時代の韓国における映像視聴行動について総体的な結論を提示したい。

第1章 韓国の社会状況とメディア環境

韓国における映像視聴行動について分析・議論を展開する前に、本研究の焦点となる韓国がどのような国であるか、社会的な状況について理解する必要がある。メディアが人々の生活において非常に重要な役割を持っていること、そしてメディアが社会の多様な側面に影響を及ぼしていることは、自明であろう。逆に、社会状況がメディア環境に変化をもたらすこともある。国によって社会状況やメディア環境が異なることが、メディア利用行動における相違を生じさせる主要な原因のひとつになっているともいえるだろう。社会とメディアが相互に密接に関連していることを、明確に理解することが、日本と異なる社会状況に置かれた韓国の人々のメディア利用行動を理解することにつながると思う。

本章では、第1節で、韓国の社会状況とその変化について、特に現代社会における若者層の中心的な存在である大学生の生活と関連性が高い雇用問題を取り上げて説明する。第2節では、映像視聴のための主要既存メディアである「テレビ」について、放送形態ごとにその置かれた状況と変化について述べる。第3節では、テレビ以外のメディアとして、「新聞」「インターネット」「スマート・メディア」、そしてオンラインの主要映像視聴利用メディアである「動画視聴サイト」を取り上げ、韓国のメディア環境の現状とその変化について言及する。

第1節 韓国の社会状況

1997年のアジア通貨危機によって、韓国経済は大きな打撃を受けた。韓国経済は、国際通貨基金（IMF）の介入を受けたものの、飛躍的な回復を遂げ、短期間のうちに世界的な経済大国へと成長した。近年、サムスングループをはじめとする韓国大手企業のグローバルなビジネス展開も世界的に注目されている。

韓国経済の強さが注目される一方、その急成長の裏側に韓国社会の歪みが存在することも指摘される。韓国では、「ダウン5」という5つのリスクが存在するといわれている。それは、「①北朝鮮の体制不安定化による地政学リスクの高まり、②少子化による潜在成長率の低下、③構造的な内需の小ささ、④非正規雇用の増加など所得分配上の格差拡大、⑤所得伸び悩みによる家計負担の増加」である（東洋経済、2012、p.39）。本論文では、これらのリスクの中で、特に韓国の若者層を代表する大学生の生活において影響が大きいと予想される雇用問題関連の状況と変化について記すこととする。

韓国では、所得格差の広がり非常に重要な社会問題となっている。所得分配の不平等程度を測るジニ係数をみると、1990年代から2009年にかけて数値が上昇し続けている(OECD, 2013)。これは、韓国において所得の不平等が進んでいることを示している。さらに、所得金額の中心値より低い人が、2008年には国民の15%にまで上昇しており、この割合はOECD加盟国の中で8番目に高いとされている。所得の格差は、雇用状況による賃金や待遇の格差に因るところが大きい。大企業と中小企業、あるいは正規雇用と非正規雇用との間で大幅な賃金・待遇格差が存在し、それによって生じる所得格差が社会的な問題としてクローズアップされている。

近年、若年層の間で所得格差が広がっていることも、韓国における大きな社会問題のひとつである。その背景には、若者の就職状況の悪化が背景にある。OECD (2013)によると、韓国の15歳から64歳の約64%が有給の仕事に従事しているが、これはOECD加盟国の平均66%と大きな差はない。日本が70%であることと比較しても、雇用状況は悪くないようにみえる。しかし、韓国で深刻なのは、若者の失業率の高さである。OECD (2013)によると、韓国では15歳から24歳の9.6%が失業者だとされている。

さらに若者の就職問題において深刻なのは、実際には就職していないものの、失業率の数値には含まれていない「NG (No Graduation) 族」が増加していることである。NG族とは、大学4年時に就職できず、卒業を延期し留年している「就職浪人」中の大学生を指す。また、NG族とは別に、大学を卒業したが未就職状態にある就職準備中の若者も、多数存在している。これらの若者を失業者に含むとすると、若者の失業率は現在の9.6%より大きく上昇すると考えられる。今日、失業者としてカウントされていないNG族が100万人以上、就職準備生が64万人程度いると予測されているからである(東洋経済、2012)。

韓国における若者の失業率が高い原因のひとつとして、高学歴化がある。韓国では、大学に進学する若者が増加する一方、彼らが望むような大企業の求人は不足している。中小企業では人手不足がみられるものの、高学歴の若者が就職を望むような大企業の求人数は減少している(菅野、2012)。競争率の高い大企業に就職するため、資格を取ったり語学の勉強をしたりする学生が増えているという。菅野(2012)によると、若者らが中小企業での就職を望まない背景には、すでに述べたような中小企業と大企業との賃金格差や待遇格差があるという。

雇用・所得格差状況の悪化は、非正規雇用の増加にも表れている(高安、2010)。韓国では、雇用状態にある者のうち約24%が、6カ月以内の契約のもとで雇用されているという

現状がある (OECD, 2013)。雇用者の 4 分の 1 近くが非正規雇用である韓国の雇用実態は、若者層の中心をなす大学生らが希望の仕事に就くことの難しさを表しているといえる。大学に進学したとしても、非正規の仕事しかみつからず、低い所得で生活していくしかないという状況もみられるのである。

非正規の仕事に就いた場合と正規の仕事に就いた場合とでは、所得と待遇において大きな差が生じている。非正規雇用と正規雇用との所得の格差は、韓国において高所得層と低所得層の大きな賃金格差においてみてとれる。韓国国民の年間平均賃金は 35,406 ドルと OECD 平均の 34,466 ドルより高いが、上位 20%に含まれる人の平均年間賃金は 50,409 ドル、下位 20%の人の賃金は 17,458 ドルと、その賃金格差は大きく、特に下位 20%に含まれる人の多くは非正規雇用であることが予測される (OECD, 2013)。

韓国国民の約 5 分の 1 もの人々が、OECD 平均の約半分の年収で生活をしているという状況が、「グローバルな経済大国へと成長した豊かな韓国」の現実を皮肉にも示している。彼らは、生活するために低賃金で働かざるを得ない。待遇の格差も顕著で、非正規雇用者の社会保険への加入率も低い。正規雇用者の 8 割程度が公的年金、健康保険、雇用保険などの社会保険に加入しているが、一方で非正規雇用者が加入している割合はいずれも 5 割未満である (東洋経済、2013)。

先に示した韓国の雇用状況からみると、韓国の若者層を象徴する大学生を取り巻く就職状況は、今後ますます厳しいものになっていくことが予測できる。大企業と中小企業、あるいは正規雇用と非正規雇用との間で格差が大きい雇用の現状が、若者の高学歴化に拍車をかけている。大学卒であっても NG 族や就職準備生が多く存在するという現状をみると、大学卒業は就職活動をするうえで必要な条件のひとつに過ぎない。良い大学に入学し、良い成績を取り、自らのスキルを高めることが、若者が格差社会である韓国で生き残るために必要な条件となっている。良い企業に入るために、高校時代から勉学に熱心に励み、レベルの高い大学に進学することを目指す。そして、大学で優秀な成績を修めるために、テストや課題の勉強に勤しむ。さらに、TOEIC やその他の資格試験のために、勉強し、就職活動に備えるのである。結果として、韓国社会に発生した就職活動の過熱現象が、若者から余暇のための時間を奪い、多忙な学生生活を送らざるを得ない環境を作り出しているとも考えられるだろう。

若者層の中心である大学生の社会生活と情報メディア行動を考える時、多忙なことが、メディア利用行動に少なからず影響を与えていると予測される。その背景として、様々な

可能性が考えられる。勉強に費やす時間が長いとすれば、当然娯楽のための時間は少なくなる。そして、娯楽のひとつであるメディア接触の時間も短くなるだろう。決まった時間に帰宅し、放送時間に見たいテレビ番組を見ることも難しいため、テレビ放送によって固定視聴を迫られるテレビ局の番組編成に沿った放送時間外で、あるいは家以外の場所で見ることができるメディアが求められるかもしれない。テレビ番組を見ること自体を諦める可能性もある。このような予測をもとに、本論文では、第4章において「テレビ機器視聴」と「ダウンロード視聴」に関する研究として、大学生を取り巻く社会およびメディア環境と映像視聴行動との関連性についての調査を実施した。本節では、その前提として、現代の若者層のメディア利用行動が社会環境や生活環境によって影響を受ける可能性があるという点についてのみ、強調しておく。

第2節 韓国のテレビ放送に関する現況と変化

これまでに示したように、2000年代半ば以降、韓国におけるメディア環境は急変した。新規メディアであるインターネットは、韓国を世界のデジタル先進国へと浮上させ、世界的には「インターネット大国の韓国」というイメージを広める契機となった。インターネットの登場・普及は、韓国社会のあり方そのものに大きな変化を及ぼしたともいえるだろう。そして、最も新しく、急速に普及したメディアとして、スマートフォンをはじめとするスマート・メディアを外すことはできない。韓国社会とメディア環境の変化について理解するために欠かせない存在だからである。

新規メディアの登場だけでなく、既存の主流メディアである新聞やテレビも、デジタル化の影響を受けて大きく変化している。テレビ放送については、有料放送が増えたことで多チャンネル化が進行している。今日、韓国では、地上波放送、ケーブル放送、衛星放送という3つの放送形態によって、テレビ機器を通じた番組コンテンツの送信が、各利用者に向けて実施されている。そして、インターネットやスマートフォンなど、近年のデジタル化に加えて、インターネットの伝送スピードの大容量化の影響を受け、テレビ放送については、テレビ機器を通してのみ映像送信していた時代は、すでに過去のこととなった。テレビ番組は、テレビ機器を通してしか見ることができないコンテンツではもはやなく、複数の機器を通して視聴するコンテンツへと変化しつつある。テレビというメディア特性がはっきりした媒体は、2000年ごろまで独自の存在感を示していたが、もはやそのような時代は去ったのである。

本節では、既存メディアの中でも映像視聴行動と深い関連がある「テレビ」について取り上げたい。テレビ番組を見る手段が多様化した現在の韓国社会においても、コンテンツを伝送するメディア事業者としてのテレビ局は、依然として大きな影響力を持っている。本節では、今日のテレビ放送を取り巻く環境とデジタル化の概観を中心に、韓国のテレビ放送に関わる現況について整理しておきたい。第 1 項では、無料放送である地上波放送、第 2 項では、有料放送であるケーブル放送、衛星放送、IPTV などを取り上げ、各放送形態が取り巻く状況について説明する。そして、第 3 項では、テレビ放送局によるオンライン情報配信を中心に、インターネットの普及に起因してテレビ放送のあり方がどのように変化したかについて言及したい。

第1項 地上波放送

まず、韓国の地上波放送の創設から現在までの歴史を振り返っていく。韓国で地上波放送が開始したのは、1961 年である。国営放送である「ソウルテレビ放送局 (KBS)」が最初にテレビ放送を開始した。そして、1969 年には、2 つめのテレビ放送局として韓国初の商業テレビ放送局である「東洋放送 (TBC)」が開局され、放送を開始した。しかし、TBC はその後、1980 年に大統領に就任した全斗煥が同年に行った言論統廃合によって、KBS に統合され、事実上消滅した (蔡、2012)。

3 つめの放送局として誕生した「MBC」は、公益財団である放送文化振興会を大株主とした公営放送局という運営形態をとっており、広告収入によって利益を得ているという特殊性を持つ。さらに、1990 年に、商業放送局として「ソウル放送局 (SBS)」が設立され、翌年テレビ放送を開始した (白、2012)。本項では、現在、韓国において地上波放送を展開している KBS、MBC、教育専門チャンネルである「EBS」という 3 つの公共放送と、商業放送局 SBS について取り上げる。

KBS は、韓国の基幹放送局としての役割を担っている公共放送局である。1973 年に運営体制が、国営放送から公共放送へと移行された。KBS1、KBS2 という 2 つの地上波テレビ・チャンネルを持ち、異なるジャンルの番組放送と収入形態によって運営されている。KBS1 では、ニュース・報道・教養番組を中心に放送しており、広告は放送されていない。KBS2 の番組では、文化や娯楽を中心に扱っており、広告も流している (白、2012)。日本の公共放送である NHK が主に受信料に収入源を依存しているのと異なり、KBS は受信料と広告料によって経営を成り立たせている。受信料は、テレビ所有者が月に 2,500 ウォン (約 240

円)を支払っている(田中、2011)。KBSは広告収入も得ていることから、NHKより安価な受信料(約1200円)でその経営を成り立たせることができている。

KBSと並んで、もうひとつの公共放送局がMBCだが、受信料収入を得ていない点でKBSとは異なる。MBCは、公益財団である放送文化振興会を大株主としている点で公共放送だといえるが、その財源は広告料収入を中心としたものになっている。その意味においては、公共放送的性格と商業放送的性格を共に持ち合わせているともいえるだろう。MBCは、韓国全土で開局された18のローカル系列局を結ぶネットワークを形成しており、放送エリアは韓国全土をカバーしている。MBCは、地上波放送の1チャンネルだけでなく、5つのケーブル・チャンネル、4つの衛星放送チャンネル、3つのラジオ・チャンネル、4つの地上波DMB(Digital Multimedia Broadcasting)チャンネルによって、放送を展開している(MBC, n.d.)。

3つめの公共放送局EBS(Educational Broadcasting System)は、教育専門の地上波チャンネルである。1990年に、KBSから教育放送部門が独立し、設立された。2000年には、韓国教育放送公社法が施行され、公社化した。教育関連のコンテンツを、地上波チャンネルだけでなく、ラジオやケーブル・テレビ、インターネット、モバイル・サービスなど多様なプラットフォームを用いて展開している。収入源は、公的資金である放送発展基金、広告収入の他、KBS受信料収入の3%に当たる配分金である(田中、2011)。

商業放送であるSBS(Soul Broadcasting Station)は、ソウルに位置しているローカル放送局である。ソウルのローカル放送局であるものの、国内各所の独立ローカル局の多くに番組を提供しているため、ネットワークの基幹局のような機能を果たしているともいえるだろう。そのため、全国放送と同等エリアのカバーを実現できていることが特徴である(田中、2011)。

韓国の放送システムの特徴をまとめると、①地上波放送のチャンネルは主に3つの公共放送局と1つの商業放送局によって構成されている点、②公共放送が提供する番組において娯楽性が高い点、③公共放送の財源に広告収入が含まれる点、そして④1990年代まで軍事政権下での言論統制の影響もあって、私営の放送局は存在しなかった点、などがあげられる。

第2項 有料放送

1995年にケーブル放送が開始して以来、韓国におけるテレビ放送形態は、急速に多様化

した。現在、地上波テレビ放送の他に、ケーブル放送、衛星放送、IPTV、DMB など多様なチャンネルを通じて、テレビ放送番組サービスが提供されている。このうち、ケーブル放送、衛星放送、IPTV は、サービス加入者が月会費を支払うことで番組を視聴することができる有料放送である。韓国では、有料放送サービスが社会的にも浸透しており、人々の日常で発生する情報行動の中でも重要な位置を占めている。本項では、韓国の有料放送について、ケーブル放送、衛星放送、IPTV に分けてまとめておく。

ケーブル放送は 1995 年にサービスが開始され、有料放送サービスの中で、最も視聴者および視聴家庭に浸透している。それは、有料放送利用者の中で、ケーブル放送を利用している人の割合が半分以上を占めていることでもわかる。放送通信委員会（2013）によると、2012 年時点で調査対象者の中で、69.1%がケーブル放送、8.1%がデジタル衛星放送の Sky Life、18.1%が IPTV に加入している。地上波放送だけ利用している家庭、すなわち有料放送サービスに加入していない家庭は 7.9%に過ぎない。

韓国では、ケーブル放送を含めた有料放送が、テレビ放送形態のひとつとして定着している状況がうかがえる。その背景にある理由のひとつが、月々の利用料の安さにある。ケーブル放送に加入している家庭の中で、ひと月 5,000 ウォン以上 10,000 ウォン未満（日本円で約 400 円以上 800 円未満）の利用料を支払っている家庭が最も多い(放送通信委員会、2013)。有料放送サービスに対する支払額が安価であることが、加入者の増加を促進した要因のひとつであるとも考えられる。

ケーブル放送番組提供事業者の最大手は、グローバルにビジネス展開している韓国の大手複合企業 CJ グループの一部として、エンターテインメント事業およびメディア事業を担っている CJ E&M (Entertainment & Media) である (白、2011)。CJ は、1953 年に製糖工場として設立されたが、その後、食品事業の拡大に成功し、今日では、①食品と食品サービス、②バイオテクノロジー、③エンターテインメントとメディア、そして④新流通、の 4 大事業を手掛けているグループ会社である。CJ E&M は、メディア・コンテンツの制作や流通など、エンターテインメントおよびメディアに関連する幅広い事業を展開している。そのビジネスの一角としてケーブル放送番組提供事業に参入しており、傘下に 20 以上の番組提供企業を所有している (CJ, n.d.)。

ケーブル放送より市場規模は小さいものの、これに続く有料放送サービスとして、衛星放送があげられる。2002 年、デジタル衛星放送の商業プラットフォームである KDB (韓国デジタル衛星放送、Sky Life) が本放送を開始したことにより、韓国初の衛星放送サービスが

開始された。放送通信委員会（2013）によると、2012年時点で、デジタル衛星放送の Sky Life に加入している人は調査対象全世帯の 8.1%に過ぎず、他の有料放送と比較すると小規模なビジネス展開だといえる。現在、韓国において衛星放送サービスを展開している事業者は Sky Life¹ 社のみで、独占状態にある。

ケーブル放送と衛星放送に加え、第 3 の有料放送事業として 2010 年から IPTV サービスが開始された。IPTV は、放送と通信を融合させた形態のテレビ放送で、テレビを見ながらインターネットにアクセスしたり、ビデオ・オンデマンド・サービス（VOD）を用いて好きな時間に好きな番組を視聴することを可能にした。また、テレビ番組以外の映像コンテンツとして映画を提供したり、ゲームなどの娯楽コンテンツを楽しむこともできる。現在、三大通信事業者である KT、SK テレコム、LG U+が、IPTV 事業を展開している。KT が QOOK TV、SK テレコムが BTV、LG U+が U + TV というコンテンツ提供サービスを開始し、韓国全土に向けた番組提供を行っている（白、2012）。

韓国の有料放送の主力事業はケーブル放送中心ではあるが、近年、IPTV の会員数が急速に増加している。2010 年には、9.9%だった加入者率が、2年間で 18.1%と、ほぼ 2 倍の増加をみせている（放送通信委員会、2013）。他方、ケーブル放送の会員数については、2010 年の 78.2%から 2012 年には 69.1%にまで減少している。韓国では、久しく有料サービスの中心であったケーブル放送の契約者が、IPTV へ乗り換えていることが予測される。IPTV の利用料レンジは、ひと月 30,000 ウォン以上 40,000 ウォン未満（日本円で 2,400 円以上 3,200 円未満）の契約家庭が最も多く、ケーブル放送のひと月の支払額と比較すると高額である（放送通信委員会、2013）。それにもかかわらず、契約が増加しているのは、多様なサービス提供がされていることが背景にあると予測される。

急速な社会的浸透スピードをみせる IPTV の主要な特徴のひとつは、VOD（Video on Demand）サービスである。しかし、このサービスを利用しているのは、IPTV 会員の 33.5%に過ぎない（放送通信委員会、2013）。年代別にみると、20 代では 40.3%、30 代では 44.5%と若者世代層において使用率が高いものの、40 代以降の中年層および高年齢層の利用率はそれよりも低い傾向にある。この数字からみると、IPTV の会員数は増えているものの、VOD サービスの利用が十分に普及しているとはいえない。

非メディア企業や通信事業による有料放送事業への参入が進む中、これまで放送ビジネスを手掛けてこなかった韓国の大手新聞社による有料放送チャンネル事業の運営も始まった。2009 年 7 月に、放送産業の所有・参入・兼営を大幅に緩和する放送法改正案が国会で承認

された。依然として、新聞社や大手企業が地上波放送へ参入することは禁止されているものの、総合編成チャンネルにおいては、資本の30%まで参入することが可能になった。この法改正によって、2010年12月に、総合編成チャンネルへの参入事業者として、『中央日報』『朝鮮日報』『東亜日報』『毎日経済新聞』の4つの新聞社が選ばれた。そして、2011年12月1日から、『中央日報』のjTBC、『朝鮮日報』のTV朝鮮(CSTV)、『東亜日報』のチャンネルA、『毎日経済新聞』の毎日経済TVの4チャンネルが、総合編成チャンネルとして、ケーブル・テレビと衛星の両メディア・チャンネルで本放送を開始した(白、2012)。

総合編成チャンネルは、全てのケーブル・テレビと衛星放送で番組を送信することが義務付けられている。幅広く、多様なジャンルの放送コンテンツをラインアップさせていることが特徴である。有料放送加入率の高い韓国では、韓国全土に張り巡らされた全てのケーブル・テレビと衛星放送を通じて放送番組を伝送することができれば、地上波放送と同等近くのカバー力を持っていることに等しい存在感を示せることとなる。総合編成チャンネルは、ニュース、娯楽、教養、そしてスポーツなど多様なジャンルの番組を放送し、全国をもれなくカバーしている点で、地上波放送にとっての脅威ともなり得る。しかし、放送開始以来、平均視聴率は1%未満と低調であり、運営を維持・継続していくことは厳しい(田中、2013)。そのため、地上波放送の視聴率への影響は今のところみられず、大きな脅威とまではなっていない。総合編成チャンネルは、放送開始から間もないこともあり、いまだにその運営形態を確立することができていない。

本項では、有料放送の現況について、ケーブル放送、衛星放送、IPTVに分けてみてきた。そして、新たに登場した総合編成チャンネルについても説明を加えた。有料放送サービスへの加入者が多い韓国では、「多チャンネル化したテレビ放送」が、人々の映像視聴環境のデ・ファクトのメディア視聴状況として定着しているように見える。現在のように、IPTVへの加入者の増加傾向が続けば、多チャンネル化に加え、他機能化したテレビ放送利用者が増えていくことになる。ここに、新たなテレビ機器使用のあり方が生まれる可能性があるといえるだろう。

第3項 テレビ放送のオンライン空間における展開

ここまで、テレビ・チャンネルの多様化および多チャンネル化について概観してきた。加えていえるのは、テレビ放送の視聴手段における多様化は、オンラインにおいても進化したという点である。韓国において、地上波放送局によるインターネットの取り組

みが始まったのは、1999年にさかのぼることができる。MBCが、オンライン雑誌「NETOP」において、テレビ放送とは異なる映像コンテンツの放送を開始したのが始まりとされる。MBCはその後、2003年にインターネット放送を専門に扱う独立法人として、「iMBC」を設立している。商業放送であるSBSも、MBCがインターネットの利用を開始した1999年から、テレビ放送と同じコンテンツをライブで配信する「SBS Internet」の運営を開始している。少し遅れて、KBSは2000年に通信事業者であるKTと連携し、インターネット放送を開始した（白、2012）。

パソコンを通したテレビ放送視聴だけでなく、「移動体向けデジタル放送（DMB）」の開始も、視聴手段の多様化に関連している。DMBとは、日本の携帯電話向けサービスである「ワンセグ」と類似した放送のことを指す。韓国では、かつて、地上波DMBと衛星DMBの2つのサービスが展開されていたが、現在は地上波DMBのみが残り、サービス提供を続けている。衛星DMBは、収益面で失敗に終わり、2012年8月にサービスを終了したためである（NHK放送文化研究所、2012）。

地上波DMBと衛星DMBは、提供するコンテンツが異なっていた。放送が開始されたのはほぼ同時期で、衛星DMBが2005年5月、地上波DMBが同年12月からのスタートである。地上波DMBは、地上波放送事業者がテレビで放送した番組の再送信を行うことを目的としてサービスを開始した。一方、衛星DMBでは、テレビ番組の再送信だけでなく、独自番組を制作したり、多様なコンテンツが送信されていた（白、2012）。

地上波DMBと衛星DMBは、収入形態においても違いがみられた。地上波DMBが広告収入主体で運営されている一方、衛星DMBは会員制の有料サービスであった。衛星DMBの会員数は、205万人にまで達した時期もあったが、無料で映像視聴可能な地上波DMBなどの影響から、3万9,000人にまで減少していた。2012年7月に、唯一の衛星DMB事業者であった「SKテルリンク」の事業撤退が受理されたため、同年8月31日で衛星DMBサービスは終了することとなった（NHK放送文化研究所、2012）。

近年の韓国における放送の多チャンネル化およびオンライン化は、単に視聴者にとってチャンネル数が増えただけでなく、放送と他メディアとの境界をあいまいにしつつあるといえる。ひとつのコンテンツを複数媒体を通して配信することが、メディア産業にとって重要なビジネス戦略となっている。総合編成チャンネルの導入は、大手新聞社による放送事業への参入を可能にした。これによって、従来明確に区分されていた新聞と放送との境界線があいまいになった。テレビ放送局がオンラインで放送の再送信を行うことで、テレ

ビ放送とインターネットとの区別も不明瞭になりつつある。地上波 DMB による放送コンテンツ配信は、テレビ番組を視聴できる放送受信機器の多様性をももたらした。同時に、携帯電話で映像コンテンツを視聴するという、新たな形の情報視聴スタイルを生み出すことにもつながっていった。

映像コンテンツ・サービス産業の複雑化と高度化によって、人々の映像視聴行動のあり方も複雑化、そして高度化しているようである。テレビ番組がテレビ機器のみで見られていた時代の映像視聴行動と比較し、多様な放送形態によって提供されている映像コンテンツを、多様な映像視聴媒体を通して視聴できる現在の映像視聴多様化環境では、映像視聴行動パターンも多様化・複雑化、そして高度化しているといえる。

第3節 韓国のテレビ放送以外のメディアに関する現況と変化

第2節では、映像視聴行動に最も関連性が高いテレビ放送に関する現況と変化について、地上波放送、有料放送、オンラインに分けて概説した。本節では、テレビ以外の主要メディアの現状について、特に「新聞」「インターネット」「スマート・メディア」に分けて言及しておきたい。まず、従来オフラインで紙媒体を中心にニュースなどの情報発信をしていた主要メディアである「新聞」を第一に取り上げる。これに続いて、現代韓国のメディア状況変化に最も影響を与えたと考えられる「インターネット」について説明する。さらに、近年、急速に普及し、メディア市場やメディア利用行動に劇的な変化をもたらしつつある「スマート・メディア」について取り上げる。最後の総まとめとして、本論文の主要テーマである「映像視聴行動」に関連して、韓国のオンラインにおける映像視聴環境の現状と変化について言及する。

第1項 新聞

韓国では、「紙媒体としての新聞離れ」が急速に進んでいる。韓国の人々にとって、ニュースを伝える主要媒体が、印刷メディアである紙新聞から、インターネット・メディアへと移行しつつあることは否定し難い。インターネットの普及が、紙の新聞離れを促進させているといえるだろう。オンラインにおいてニュース配信に従事するオンライン・ニュース事業者は、紙新聞を発行する既存の新聞社だけではない。韓国のオンラインのニュース環境の特徴のひとつともいえるが、紙新聞は発行せず、オンラインのみで情報提供を行っているインターネット新聞が増加し、読者や市民の注目を集めている。

既存の新聞社によるインターネット展開や、インターネット新聞の増加により、韓国におけるオンラインのニュース提供サービスは、ますます拡大・発展しつつある。オンラインでニュースにアクセスすることが、日常的なニュース接触行動として定着しつつあるともいえるだろう。本項では、まず韓国における新聞産業構造について概観したうえで、韓国の新聞における特徴について言及する。その際、特に韓国における紙新聞とデジタル・メディアとの関連性に焦点を当てて説明を加える。

まず、韓国の新聞産業の構造についてである。Korea Press Foundation (2011) によると、韓国では、2010年時点で、日刊の一般全国紙は15紙発行されている。その中には、『朝鮮日報』『東亜日報』『韓国日報』『ハンギョレ新聞』『中央日報』『京郷新聞』『国民日報』『文化日報』『世界日報』『ソウル新聞』など、主要一般全国紙10紙が含まれている。このうち、発行部数の高い『朝鮮日報』『中央日報』『東亜日報』の3紙は、三大紙といわれている。

Korea Press Foundation (2011) によると、日刊の一般全国紙の他に、日刊のローカル紙が102紙、経済紙が9紙、スポーツ紙が5紙、外国語新聞が3紙、特別紙が24紙、無料紙が6紙存在し、計164紙の日刊紙が韓国内で発行されている。その他に、週刊で発行される新聞が1,098紙ある。

千命載 (2012) は、近年の韓国における新聞市場の特徴として、①メディア間における競争の激化と、読む文化から見る文化への変化、②新聞社数が新聞市場の規模に反して、多すぎる産業構造、そして③新聞に対する満足度の低下、の3点を指摘している (p. 34)。

1つ目の「メディア間の競争と、読む文化から見る文化への変化」についてだが、これはオンラインにおけるニュース配信媒体の増加を指す。オンラインのニュース配信媒体とは、紙新聞を発行する新聞社が運営するオンライン新聞、インターネット上のみで運営されているインターネット新聞、そしてポータルサイトによるニュース配信などを示す。韓国では、1995年に『中央日報』がオンライン・ニュース・サービスを開始して以来、新聞社によるウェブサイトの運営が始まった。加えて2000年からは、新聞社とは独立した経営体制で、オンラインのみでニュースを配信するインターネット新聞サイトが増加し始めた。

2つ目の「新聞社数が新聞市場の規模に反し、多すぎる産業構造」についてだが、これは急速に増加するインターネット新聞サイトが影響している。インターネット新聞サイト市場は速いスピードで拡大している。Korea Press Foundation (2011) によると、登録サイト数は、2007年の927件から、2011年3月には2,921件にまで増加した。

これらのインターネット新聞は、その数では新聞社によるオンライン新聞の存在を圧倒し

ているものの、必ずしも運営面で成功しているとはいえない。アクセス数が少ないサイトも多数存在しており、週間平均ページ閲覧数が1,000以下のウェブサイトが20%にもものぼる（Korea Press Foundation, 2011）。他方、韓国では、多数のインターネット新聞が運営されているにもかかわらず、その収入規模は小さいのが現実である。インターネット新聞の収入シェアは、紙媒体とオンラインを合わせた新聞産業市場の中で約11%にとどまっているという。

さらに、インターネット新聞として登録されている数と、実際に稼働している新聞数とのかい離も指摘されている。千命載（2012）によると、2009年に文化体育観光部および地方自治団体に登録されたインターネット新聞数は1399紙だったが、実際に記事の掲載を続けている新聞は706紙、さらに運営体制を公開した新聞は469紙であった。これは、①従来の新聞社と比較して、容易に開設・閉鎖ができること、そして②運営形態の把握が困難であること、というインターネット新聞運営における2つの特徴が反映されている（千命載、2012）。

韓国の新聞に関する3つ目の指摘である「新聞に対する満足度の低下」については、メディアの信頼度調査から得られた結果からも明らかである。2010年の調査によると（Korea Press Foundation, 2011）、テレビを信頼している人の割合が60.7%であったのに対し、新聞を信頼している人の割合は13.1%であった。これは、インターネットの信頼度（10.8%）とほとんど変わらない。

新聞に対する信頼度の低下は、人々の新聞購読行動の変化にも表れている。韓国では紙の新聞よりインターネットで新聞記事を読む人が増えているという調査結果も示されている（Korea Press Foundation, 2011）。新聞を購読している家庭の数も減少傾向にあり、1996年には69.3%だったのが、2010年には29%にまで減少している。Korea Press Foundation（2011）は、インターネットの普及・浸透と新聞購読率の減少が関連している可能性を指摘している。

韓国の新聞社は、メディアとしての新聞に対する信頼度低下を加速させることにつながる負のスパイラルに陥っている。それは、新聞購読者が減少することによって売上が減少し、売上の減少が新聞発行のための経費を削減させ、記事の質の低下が読者からの信頼度をますます低下させる、という負のサイクルである。

2010年代に入ってから韓国のスマートフォンへの普及は、新聞社経営にとっては新たな活路を見出す可能性を秘めている。スマートフォンの普及にともない、韓国では、ス

スマートフォンによるニュース閲覧用アプリケーションが急増しており、それを通してニュースに接触するユーザーが増えているからである（Korea Press Foundation, 2011）。

他方、スマートフォンによるニュース配信は、新聞社にとって必ずしも有益なものとは限らないという点を覚えておく必要がある。ニュース発信媒体の多元化は、新聞社にとって新たな収入源を生み出す好機になると同時に、大手新聞社と中小規模の新聞社との格差を生み出す原因ともなりうる（Korea Press Foundation, 2011）。中小規模の新聞社にとって、新たな技術に取り組むためには、設備と人的な予算を確保し、執行する必要があるが、それは決して容易ではない。大手新聞社と資本力が大きく異なる中小規模の新聞社が、スマートフォンによる情報提供をスムーズに行えるシステムを構築することは大きな重荷であり、相当の技術力と金銭的な投資を要する。スマートフォン事業に参入することができない新聞社と、テクノロジーを駆使した事業を展開する大手新聞社との技術格差が、今後ますます広がっていくことも予測される。

スマートフォン・ユーザー側からみると、スマートフォン用アプリケーションの普及・発展は、ニュース接触手段における利便性の向上へとつながる。スマートフォンの普及率が高い韓国では、多くの国民がスマートフォン用アプリケーションを通してニュースに接触できる環境にあるといえる。インターネットの普及が新聞購読者数を減少させたように、スマートフォンの普及は、人々の「紙の新聞離れ」をさらに加速させることにつながるかもしれない。主要アナログ・メディアであった新聞は、「紙」から「オンライン」へとビジネス展開のフィールドを移行できないか、模索を続けている。そして、デジタル・メディアの普及と綿密に関連しながら、新聞社のデジタル化は進行し続けるであろう。

第2項 インターネット

本項では、近年、世界各国を巻き込んだ技術発展の形であるインターネットについて取り上げる。米国に起源を発するインターネットの誕生・普及は、人々の生活を激変させた。近年のメディア状況に関する変化のほとんどが、インターネットの普及によってもたらされたといっても過言ではない。そして、韓国における映像視聴手段のデジタル化は、インターネット環境の早期整備と深く関連しているようにみられる。本項では、韓国におけるインターネット普及の歴史的背景、そしてインターネットの社会的・経済的影響を中心に概観したい。

韓国におけるインターネットの発展には、政府による取り組みが大きく起因している。

韓国が世界の IT 先進国へと発展する最初の契機は、第 15 代大統領の金大中による情報改革にあった。1997 年から 2002 年まで大統領職を務めた金大中は、大統領就任前から IT 革命の必要性を訴えていた（玄、2005）。1997 年にアジアで起きた金融危機は、韓国経済に対して、IMF（国際通貨基金）からの支援を受け入れさせるまでの大きな打撃をもたらしていた。当時の韓国にとって、それは、国家の自立を一時的にはあれ、放棄する屈辱的な出来事であり、これを脱するには、国内経済を回復させることが喫緊の課題であった。

金大中政権が国内経済回復のために行った対策は、情報通信産業を国家プロジェクトとして位置づけ、産業として押し上げる発展促進政策だった。一連の取り組みの中で、情報通信関連ベンチャー企業に対する支援を国家主導で行ったことが、今日の情報産業発展につながる最大の要因だったといわれている（玄、2005）。韓国政府は、産業支援を通して社会の情報化を実現させた。さらに、1999 年に始まったブロードバンドの超高速通信網 ADSL サービスによって、人々のインターネット・アクセス環境が大きく変化した。ADSL サービスが導入されたことで、人々は、映像コンテンツをはじめとする大きなファイル・サイズのオンライン・コンテンツにスムーズにアクセスすることが可能になったのである。

政府主導の積極的な取り組みが、韓国経済の復活を助長しただけでなく、IT 先進国としての世界的な地位確立にもつながったといえる。韓国政府は、1999 年に国家戦略として「Cyber Korea21」を掲げ、2002 年までに世界トップ 10 の IT 国家となることを目指した。具体的な政策として、①インフラ整備、②IT 活用による生産性の向上、そして③IT 新規産業や雇用の創出、など IT 関連事業のさらなる発展のための国家によるリーダーシップが示された（Ministry of Information and Communication, 1999）。

韓国政府による IT 政策はさらに強化され、2002 年には新たな目標として「e-Korea Vision 2006」が制定された。グローバル市場において、トップ 3 以内の IT 国家を目指すという目標が掲げられたのである。この目標を達成すべく、韓国政府はさらなる支援策を講じ、IT 産業の促進や、次世代情報インフラの構築などの対策を施すことで、①市民の IT 活用能力行動、②情報促進によって全ての産業がグローバル市場で戦える競争力獲得、そして③政府のスマート化、などを目指した（Ministry of Information and Communication, 2002）。

政府による産業支援によって、韓国は世界的な IT 国家へと成長を遂げた。その成果のひとつとして、ブロードバンド普及率の高さがあげられる。OECD（2013）の調査によると、韓国のブロードバンド普及率は、2002 年から 2005 年まで、OECD 加盟国の中でトップであった。2002 年の普及率をみると、韓国が 24.3%、2 位のアイスランドが 8.4%であった。

この普及率の差は、韓国のブロードバンド普及スピードがいかに早かったかを示している。最新の調査（2012年12月時点）によると、韓国の普及率は36.5%で、これはOECD加盟国中4位である。すでに韓国のブロードバンド市場は飽和状態にあるようにもみえるが、依然として他国に比べて高い普及率を誇っていることは事実である。

韓国だけに限らず、世界的な傾向として、既存メディアとしての新聞やテレビは、新たに進展していくデジタル・メディア環境の中で、従来の紙やテレビ放送など、長年かけて構築され、安定化した情報発信手段システムだけに頼らず、インターネットを活用してオンライン上で多様なコミュニケーション活動を行っている。韓国の既存メディアは、従来の伝統的な媒体に特化せず、多様な媒体を通して情報の発信・交換を行うことで、いかに多くのアクセスを得ることができるかという視点に立って、運営を行っている。

先にも述べたように、既存メディアによる情報配信は、従来のメディア形態を通じた取り組みだけにとどまらない。テレビ放送は、地上波放送による従来の番組配信に加えて、さまざまなメディア・チャンネルを通じて番組を送信している。ケーブル放送、衛星放送、IPTVなどの有料放送を通して複数チャンネルによる放送、自社オンライン・サイト、モバイル向けのDMBなどで映像発信を行っている。新聞社も、多様なデジタル媒体を駆使したニュース発信を行っている。自社ウェブサイトあるいはポータルサイトなどの自社外ウェブサイトを通じたニュース発信に加え、モバイル向けアプリケーションを通じた情報発信が加わった。テレビや新聞などの既存メディアは、長年にわたって構築され、安定化された情報発信伝達システムを基盤としているものの、インターネットを新たな情報コンテンツ流通ベースとしてこの進化を遂げるテクノロジーをいかに活用してその媒体価値を高めることができるかが、今後の産業的成功を左右する重要な要因になると考えるようになってきている。

インターネットの普及は、既存のメディア環境に変化をもたらしただけでなく、オンライン・メディアという新たな情報コンテンツ流通チャンネルを生み出した。*OhmyNews*を象徴とするような、オンラインのみでニュースを配信する新聞事業者の誕生は、ニュース配信産業のあり方を劇的に変化させたといえる。

金融危機を発端とする韓国政府によるIT振興政策は、韓国を世界のデジタル先進国へと躍進させただけでなく、これまでの既存メディアによる情報発信のあり方に変化をもたらした。そして、そうしたインターネット環境あるいはメディア環境下で生活する人々の、メディア利用行動にも大きな影響を及ぼしたといえる。

第3項 スマート・メディア

近年、メディアの多機能化、すなわちスマート化が進んでいる。その最も顕著な例が、携帯電話がスマート化したスマートフォンの登場である。2007年に、アメリカにおいてアップル社がiPhoneを発売して以来、スマートフォンは、これまでのメディア普及スピードを越える速さで世界的に普及していった。世界のスマートフォン市場はますます拡大を続けており、最も注目を集めているメディアだといえる。

韓国では、短期間でスマートフォンの普及が進んだ。世界規模でみても最速で普及したブロードバンドの状況とは異なり、韓国の携帯電話市場へのスマートフォン進出時期はそれほど早くなかった。アップル社のiPhoneが韓国で販売されるようになったのは、アメリカで発売されてから2年半後の2009年11月である。日本でのiPhoneの発売が2008年7月だったのに比べても、韓国でiPhoneが市場に導入された時期は比較的遅かったといえる。

それにもかかわらず、スマートフォンは瞬く間に韓国社会に受け入れられ、その市場を拡大させていった。韓国内では、スマートフォン利用者が急速に拡大している。Googleが2011年から毎年実施している世界のスマートフォン利用状況に関する調査 *Our Mobile Planet* によると、2013年現在、韓国におけるスマートフォン普及率は73%にまで拡大している (Google, 2013)。これは、調査対象国48か国のうち、最も高い普及率を誇るアラブ首長国連邦の73.8%に次ぐ普及率である。

韓国において、スマートフォンの普及が急速に進んだ理由として、趙 (2010) は、韓国が持つ3つの独自要因について指摘している。第一に、韓国のモバイル通信事情をあげることができる。韓国では、携帯電話のインターネット利用料金が高額で、キャリアによってアクセスできるサイトも限定されていた。3Gデータ通信の пакет 定額制度が導入されるのも遅く、2010年8月にサービス運用が始まった。スマートフォンが登場したことにより、Wi-Fi接続を用いて、無料で、無制限にサイトにアクセスすることが可能になった。それが、スマートフォンの普及が拡大した理由のひとつだと考えられる (趙、2010)。

第二の要因は、インターネット普及率の高さである。韓国では、すでに述べたようにインターネット普及率が高く、インターネットが生活の多くの部分に浸透している。日常的にインターネットに接している人々によって、場所や時間にとらわれずにネットにアクセスできるスマートフォンが急速に取り入れられたのは、当然の現象だといえるだろう (趙、2010)。

3つめの要因は、政府や企業が推進するWi-Fi普及政策である。2009年から現在に至る

まで韓国政府が進めている「モバイルインターネット活性化政策」では、携帯キャリア会社が提供する技術およびサービスのさらなる向上促進を目指している（趙、2010）。

人々は、スマートフォンを持つことで、これまでの携帯電話ではできなかった多様な機能を楽しむことができるようになった。スマートフォンは、搭載されたアプリケーション・ソフト（アプリ）や、ダウンロードしたアプリを用いて、無限の機能を持つことができる。放送通信委員会（방송통신위원회）の「2012年放送媒体利用形態調査（「2012년 방송매체 이용행태 조사」）」（放送通信委員会、2013）によると、韓国で最も使用されているスマートフォン・アプリは、カカオトークのようなメッセージ送受信アプリである。スマートフォン使用者の84.7%が使用しているという。これに続いて、記事検索（50.3%）、アラーム・時計（46.6%）、電話帳管理（43.2%）、天気（34.6%）という順で、アプリが使用されている。

スマートフォンのアプリは、人々に新たな映像視聴の機会も提供した。同じく、放送通信委員会の「2012年放送媒体利用形態調査（放送通信委員会、2013）によると、テレビ視聴（11.3%）、映画（4.6%）、その他映像再生（23.5%）のためのアプリが使用されている。これは、スマートフォン使用者の4分の1程度の人々が、何らかのアプリを使用して、スマートフォンを通して映像を見ているともいえるだろう。Google（2013）は、アプリだけでなく、ウェブサイトによる映像視聴も含めた映像視聴状況と頻度について調査を実施した。そこでは、スマートフォン・ユーザーの95%がアプリやウェブサイトを通して映像を視聴しており、43%のユーザーは少なくとも1週間に1回は映像視聴を行っているという結果となった。

スマートフォンの普及は、スマートフォンを通じた新たな映像視聴形態を生み出しただけでなく、既存メディアを通じた映像視聴形態にも変化を及ぼしている。特に、スマートフォン普及率の高い韓国では、スマートフォンが既存メディアの存在を脅かしている可能性があることを指摘した調査結果もある。放送通信委員会（방송통신위원회）の「2012年放送媒体利用形態調査（「2012년 방송매체 이용행태 조사」）」（放送通信委員会 2013）によると、スマートフォン使用後、テレビ機器によるテレビ視聴時間が減少したと感じている人の割合は、10代、20代で3割強と他の年代よりも高い。スマートフォンの普及による若者の「テレビ機器離れ」が始まっている可能性が示された。今後、スマートフォンのさらなる普及が進めば、「テレビ離れ」がますます加速することが予測される。

携帯電話以外のメディアで、スマート化が進んだものとして、テレビをあげることがで

きる。いわゆるスマートテレビである。スマートテレビとは、インターネットに接続したり、アプリケーションを追加することで、テレビ以外にも使用用途を広げた多種多様な機能を備えた多機能コミュニケーション・ツールとしてのテレビ機器を指す。

韓国は、スマートテレビの開発・普及に早くから取り組んできた。スマートテレビが世の中に登場し始めた2010年ごろから、韓国の家電メーカーであるサムスン電子とLGエレクトロニクスが、世界の家電市場に先行して技術開発を推進してきた（清水、2011）。政府による技術促進支援もあり、韓国の家電産業は、スマートテレビという新たな技術に対して迅速に対応することができたといえる。ここでも、ブロードバンド普及と同様に、政府と産業との連携が技術発展へとつながっている。2010年9月には、韓国政府と家電メーカー、放送局、通信会社、コンテンツ制作会社、研究所が参加する「スマートテレビフォーラム」が立ち上げられている（清水、2011）。

現段階では、スマートテレビが、韓国社会においてまだ十分に浸透しているとはいえない。放送通信委員会（2013）の調査によると、スマートテレビを所有している人の割合は2.8%で、本格的な市場普及に向けて、離陸したレベルであるといえる。他方、韓国では、スマートテレビより技術的に遅れをとるIPTVが市場を拡大しつつある。ケーブル放送からIPTVに有料放送の契約を移行している人が増えていることが、これを物語っている。高額商品であるテレビは買い替えサイクルが長いこと、そして現在、スマートテレビではなく、その移行段階としてIPTVの普及のほうが顕著な社会現象となっていることをふまえると、ごく近い未来にスマートテレビが韓国社会に幅広く浸透するという状況にはないだろう。

しかし、スマートフォンと同様、多機能性を備えるスマートテレビが、今後さらに韓国社会において求められ、長期的にその普及を拡大させていくことは予測される。政府と産業が連携した対策が進行していることからみても、スマートテレビが将来的に大きな可能性を持っており、注目すべきメディアであることは否定し難い。今後、スマートテレビが社会に浸透した時、スマートフォンが人々のメディア接触行動に劇的な変化をもたらしたように、人々のテレビ視聴行動やメディア接触行動が今と全く異なるものになる可能性も十分あり得るだろう。

第4項 映像視聴環境の現状—動画共有サイトの利用研究を中心に

これまでみてきたように、民主化後、顕著にみられた韓国におけるメディア状況変化は、インターネットの発展・普及と密接にかかわっている。韓国においては、特にインターネ

ットの普及が国の経済再生を後押ししており、もたらした影響は大きい。特に、ブロードバンドが普及したことで、これまでの韓国社会のあり方は大きく変わった。社会がインターネット化したといっても過言ではない。インターネット化した社会で人々が生活するようになったからこそ、新たなデジタル技術が登場した際、それに接触するスピードも、新しいデジタル技術が普及するスピードも速いのもかもしれない。

インターネット化された社会で生きる人々は、インターネットを活用することによって初めて、社会に適応できると表現してもよいかもしれない。メディア利用行動についても同様のことがいえる。従来、新聞は紙で読むことが当然であった。それが、デジタル化が進んだことで、家で新聞を購読するのを止め、オンライン上でパソコンやスマートフォンを通してニュースに接触するようになった。つまり、オンラインでのニュース閲覧が、ニュースに対する接触行動として成立するようになったといえる。複数の新聞を比較して読むという習慣が根強く存在する韓国では、複数の新聞を同時に見比べることができるインターネットの意義は大きい。韓国では、新聞によって政治的立場に違いがあり、主張も大きく異なるという前提がある。そのうえで、韓国の人々は新聞情報に接しているといえる。そのため、多様な主張を比較できる、リテラシー力の高い人も多く存在する。

映像視聴におけるインターネットの影響も非常に大きい。オンラインでの映像視聴行動が普及したことで、韓国では、近年、レンタルビデオショップが激減した。映画やテレビ番組は「借りて見る」ものから、「自宅のパソコンで見る」ものへと変化したのである。今日、人々はオンラインでの映像視聴手段を駆使しながら、映像コンテンツに接触している。

本論文では、オンラインにおけるテレビ番組の視聴手段として最も頻繁に用いられている「ダウンロード視聴」に焦点を当てるが、テレビ番組以外の映像コンテンツを含めると、YouTubeなどの動画共有サイトが最も手軽に頻繁に用いられている映像視聴手段かもしれない。韓国において、オンラインの映像視聴がどのように行われているか理解するためにも、「ダウンロード視聴」以外の主要オンライン映像視聴手段である動画共有サイトの視聴行動に関しても触れておく。

動画共有サイトを通じた映像視聴行動

オンラインにおける映像コンテンツへの接触手段のひとつとして、広くアクセスされているのが YouTube をはじめとする動画共有サイトである。YouTube の人気は世界的に広がっているが、韓国でも同様に多くの人が利用している。

韓国における動画共有サイトの利用の特徴について、いかに韓国のインターネット社会が人々の情報行動を変えているのか、より際立った形で理解を可能にするものとして、韓国と日本におけるメディア利用行動について、国際比較を実施した研究がある（竹村、2013a）。ここでは、その調査結果を通してみえてきた韓国における動画共有サイトの利用状況について言及しておきたい。

メディア利用行動に関する研究アプローチのひとつに、「構造研究」がある。「構造研究」の研究関心は、人々のメディア利用に影響を与える構造的あるいは状況的な要因とメディア利用との関係にある。人々が置かれている状況が、その利用行動に差異をもたらしていると考えられることができる。韓国と日本では、社会状況が異なることで動画共有サイトの利用行動も異なる。竹村（2013a）の研究では、「構造研究」の視点から、日本と韓国との利用行動の差異について比較することで、韓国の社会状況がメディア利用に与える影響について理解することを目指した。

「構造研究」のアプローチでは、個人的事情ではなく、「社会的事情」や「メディア構造」がメディア利用行動に影響を与えると考えられている（McQuail, 2010）。「社会的事情」とは、教育、収入、性別、住居地など、「メディア構造」とは、人々が接触可能なチャンネルや内容などを意味している。「構造研究」では、これまで特に、テレビ番組の視聴率に与える影響に研究関心が集まっている。たとえば、ローカル・ニュースの視聴率への影響として、メディア構造要因である「全国ニュースの視聴率」「該当番組の直前に放送された番組視聴率」「テレビ視聴者数」の3つが指摘されている（Webster & Newton, 1988）。

「シンジケート番組」²の視聴率への影響としては、「該当番組の直前に放送された番組視聴率」「該当番組の直後に放送された番組の視聴率」「三大ネットワーク局の系列局か」「ブロードバンドで放送されたか」「人口密度」、そして「ケーブル普及率」などが指摘されている（Cooper, 1993）。

しかし、実際のメディア利用行動は、個人的要因と社会的要因のどちらか一方の影響を受けているわけではない。さまざまな要因が複雑に絡みあうことで、人々のメディア利用行動が引き起こされている。McQuail（2010）は、メディア利用に影響をおよぼす可能性のある要因について、「メディア利用者側の要因」と「メディア側の要因」とに区別し、要因の多様性を指摘している。

「メディア利用者側の要因」は、「個人的特性」「社会的背景や状況」「メディアに関わる

² シンジケート番組とは、独立局に販売される番組制作会社が制作した番組のことを指す。

欲求」「個人的な嗜好性」「余暇のメディア利用習慣」「情報選択に対する意識」「使用に関する特別な状況」「偶然性」の 8 要因、そしてメディア側の要因は、「メディア・システム」「メディアによる提供構造」「接触できるコンテンツのオプション」「メディアによる広報形態」「タイミングと提示形式」の 5 要素から成る (McQuail, 2010)。

近年、メディア利用行動に影響を与える要因の複雑性について、実証的に検証する試みも蓄積されつつある。個人的要因と構造的要因の両側面からメディア利用行動を実証した研究である (Cooper, 1996; Cooper & Tang, 2009; Pingree et al., 2001; Webster & Newton, 1988)。

たとえば、Cooper と Tang (2009) は、テレビへの接触到影響を与える要因について、個人的要因の「メディア利用動機」「視聴者の特性」「新規メディア (インターネット) 利用頻度」と構造的要因の「テレビに接触可能な時間の長さ」「接触できるチャンネル数とコスト」との関連性について検証している。分析結果から、個人的要因として「メディア利用動機」「新規メディア利用頻度」「年齢」、構造的要因として「テレビへの接触可能な時間の長さ」「チャンネル接触にかかるコスト」がテレビ接触到影響を及ぼしていたことから、個人的要因と構造的要因が同時に機能していることが示された (Cooper & Tang, 2009)。

竹村 (2013a) は、「利用と満足研究」と「構造研究」を合わせた統合要因モデルに従って、韓国と日本の動画共有サイト利用行動に関する検証を行った。McQuail (2010) と Cooper と Tang (2009) によって提示された要因の中から、個人的特性として「視聴者の特性」(Cooper & Tang, 2009)、「社会的背景や状況」(McQuail, 2010)、「余暇のメディア利用習慣」(McQuail, 2010)、動画共有サイトの「利用動機」(Cooper & Tang, 2009; McQuail, 2010) を独立変数として分析している。

竹村 (2013a) の研究が目指したのは、構造的特性である「国」が異なることで、動画共有サイト利用者の個人的特性がメディア利用に与える影響がどのように異なるかを明らかにすることであった。以下では、その具体的な内容について言及する。

竹村 (2013a) は、首都圏部、すなわち東京都とソウルに住む 20 才から 49 才を研究対象者とし、インターネット・リサーチ会社を通じたオンライン調査を行った。2012 年 7 月に調査を実施し、日本では 1,143 人、韓国では 1,281 人の回答を得た。全回答者の中から、動画共有サイトの利用場所を尋ねた質問で「使わない」と回答した人を除いた日本 903 人、韓国 1,039 人を分析対象とし、重回帰分析を行っている。

重回帰分析を行うにあたり、従属変数は「動画共有サイト利用頻度」とし、独立変数と

して「視聴者の特性」に関する4変数（「性別」「年齢」「教育年数」「個人収入」）、「社会的背景や状況」に関する2変数（「週平均労働時間」「生活レベル」）、「余暇のメディア利用習慣」に関する2変数（「動画共有サイト利用場所」「テレビ視聴頻度」）、動画共有サイトの「利用動機」に関する5変数（「好きな時間に見ることができる」「テレビより便利だ」「好きな番組だけ見ることができる」「簡単に情報を得ることができる」「見たい映像を検索するのに手間がかかる」）、を使用している。

分析結果は、表 1-1 に示した通りである。国ごとにそれぞれ重回帰分析を行った結果、動画共有サイトの利用頻度に影響を与える要因について、日韓で相違がみられた。日本では、「視聴者の特性」として①「年齢」②「性別」、「余暇のメディア利用」として③「テレビ視聴頻度」、「利用動機」として④「テレビより便利だ」⑤「簡単に情報を得ることができる」という5要因が、動画共有サイトの利用頻度に対して影響を及ぼしていた。一方、韓国において影響を与えていた要因は、「余暇のメディア利用」に含まれる①「テレビ視聴頻度」②「動画共有サイト利用場所」、「利用動機」に含まれる③「簡単に情報を得ることができる」④「テレビより便利だ」⑤「見たい映像を検索するのに手間がかかる」の5つの要因であった。

表 1-1 「動画共有サイト利用頻度」を従属変数とした国別の重回帰分析結果

独立変数	日本	韓国
女性ダミー	-.142 **	-.046
年齢	-.176 **	-.002
教育年数	-.074	-.046
個人収入	-.024	.016
週平均労働時間	-.003	.048
生活レベル	-.007	.018
動画共有サイト利用場所（家ダミー）	-.037	-.078 *
好きな時間に見ることができる	-.007	.064
テレビより便利だ	.264 **	.179 **
好きな番組だけ見ることができる	-.014	.003
簡単に情報を得ることができる	.119 *	.241 **
見たい映像を検索するのに手間がかかる	.025	.155 **
テレビ視聴頻度	.129 **	.111 **
R ²	.165 **	.227 **
調整済み R ²	.148 **	.215 **
N	638	852

**p < .01 *p < .05

日本では、「視聴者の特性」が影響要因として示されたものの、韓国では「視聴者の特性」要因は含まれなかった。日本との比較でみて際立つのは、韓国において、動画共有サイトが映像視聴メディアとして広く一般に普及していることから、視聴行動がメディアの利用行為として変化を続けていると思わせる点だった。言い換えれば、動画共有サイト利用が映像視聴手段のひとつとして、すでに韓国社会に定着しているとみることができるだろう。

韓国では、動画共有サイト利用動機の「見たい映像を探すのに手間がかかる」が有意で、検索に手間がかかると考えている人ほど、動画共有サイトを利用していた。動画共有サイトを頻繁に利用し、映像検索を行っているからこそ、それを手間だと考える利用者が多くなると予想される。テレビ機器に比べて能動的な映像接触が必要とされる動画共有サイト

のデメリットとも考えられる特徴が、韓国においては、メディア利用を妨げる理由として機能しているという傾向はみられなかった。韓国の動画共有サイト利用者の間では、検索の手間を越えた利用者としてのメリットが、動画共有サイトの利用に対して認識され、そのうえで利用が促進されているともいえるだろう。

韓国独自のメディア利用傾向がみられる一方、竹村（2013a）は、日韓に共通した要因も指摘している。まず、「テレビ視聴頻度」があげられる。テレビ視聴頻度が高い人ほど、動画共有サイトも視聴していた。映像視聴を好む人は、映像全般を視聴する頻度が高いため、多様なメディアを通して映像に接触しているのかもしれない。また、動画共有サイトの利用動機についても、「テレビより便利だ」「簡単に情報を得ることができる」の2項目が日韓で共通してみられた。これは、日韓のみならず、メディア環境が高度に発達している世界各国でもみられる傾向かもしれない。

ここから、動画共有サイト利用者は、テレビを越えた利便性と情報取得の簡易性を動画共有サイトに感じているものの、それが必ずしもテレビ視聴行動を妨げているわけではないという状況が予測できる。テレビ視聴は、動画共有サイトと異なる動機をもって行われている可能性も考えられる。「テレビ視聴頻度」と2つの動画共有サイト利用動機は、社会状況の差異によって影響を受けず、動画共有サイト利用に対して本質的に影響をもたらす要因であることを示している。

竹村（2013a）は、韓国における動画共有サイト利用について特筆すべき特徴は、「動画共有サイト利用場所」が利用頻度に影響を与えていた点だと指摘する。家庭以外の場所で動画共有サイトを利用する人ほど、サイトを頻繁に利用する傾向があった。その理由のひとつとして、動画共有サイトはスマートフォンによって頻繁に視聴されている可能性が言及されている。韓国のスマートフォン普及率は、世界でも高い水準にある。スマートフォンによる動画共有サイト利用は、外出先や移動中にも映像視聴を楽しむことができる新たな映像視聴手段となる可能性を秘めているともいえるだろう。

短い映像が多く掲載されている動画共有サイトの特性は、外出先で手軽に映像視聴が可能なスマートフォンによる視聴に適しているのかもしれない。韓国社会において、スマートフォンの普及が人々の映像視聴行動に与えた影響は大きいと考える。今日の韓国において、映像は家で見るものではなく、どこでも見ることができるものへと変化しているといえるかもしれない。

第4節 まとめ

本章では、韓国の若者層のメディア利用行動について理解するための前提として、韓国社会環境およびメディア環境の現状とその変化について言及した。1997年のアジア通貨危機後、急成長を遂げた韓国経済に世界的な注目が集まっているが、他方で人々の生活に歪みが生じている韓国社会の現状を指摘した。韓国における社会問題のひとつである雇用に関わる問題は、若者層に対しても深刻な影響を及ぼしている。若者層を代表する大学生の間でも未就業者が増加していることから、大学生の間でも就職活動が過熱化している。就職活動に備えるための多忙な生活が、大学生の社会生活と情報メディア行動にも少なからず、影響を及ぼしていると考えられる。

メディア環境の現状と変化についてだが、韓国では、軍事政権下の言論統制の影響もあって、地上波テレビ放送の公共化・私営化した時期が比較的遅かった。しかし、1995年にケーブル放送サービスが開始されて以来、有料放送が韓国社会全体に深く普及・浸透したことによって、現在では多チャンネル化したテレビ放送が、人々のメディア視聴状況として定着しているように見える。多チャンネル化に加えて、テレビ放送のオンライン化は、放送と他メディアとの境界をあいまいにさせ、韓国の人々の映像視聴行動のあり方は複雑化・高度化しているといえる。

韓国政府主導のIT振興政策によって、インターネットが韓国社会に広く浸透し、ブロードバンド化が早期に進められたことが、人々のメディア利用行動に与えた影響も大きいように見える。インターネット環境が整備されたことで、オンライン上の大容量の情報コンテンツに容易にアクセスすることが可能になった。映像データをオンラインで見られる環境が整った時、映像コンテンツに接触するためのメディア・チャンネルとして、必ずしもテレビ機器を通して映像視聴を行う必要がなくなったといえる。

加えて、多機能メディアであるスマートフォンが急速に浸透したことによって、スマートフォンを通じた映像視聴が行われるようになった。スマートフォンを持つことによって、場所や時間に関わらず、YouTubeなどの動画共有サイトを含むさまざまなオンライン・メディア・チャンネルを通じて、ますます自由に映像コンテンツを視聴することが可能になっている。スマートフォンの登場は、新しい映像視聴手段を生み出しただけでなく、他の既存メディアを通じた映像コンテンツへの接触行動にも変化を及ぼした。特に、若者層においては、スマートフォンの普及による「テレビ機器離れ」が始まっている可能性が示されている。

社会環境やメディア環境が大きく変化している韓国社会では、人々のメディア利用行動が複雑化し、高度化している。インターネットに加え、スマートフォンの普及によって、韓国では、これまでのメディア利用行動研究では解釈することができない利用行動が生じている可能性が予測される。

メディア利用行動研究では、人々がメディアをどのように利用しているかという問題意識のもと、多くの研究が重ねられてきた。これまでも、新たなメディアが登場した時、あるいは社会に広く普及・浸透した時、それらのメディアを通じたメディア利用行動がどのように行われているかという点が、メディア研究者たちの注目を集めた。そこで、第 2 章では、本論文における研究の背景として、メディア利用行動研究の主要理論のひとつである「利用と満足研究」の先行研究についてレビューする。

第2章 研究の背景

本章では、本論文における実証研究の理論的背景と、分析に用いられるデータと調査・分析の方法について言及する。第1節では、本研究において理論的枠組みとして使用したメディア利用行動研究の主要理論である「利用と満足研究」に関する先行研究をレビューする。そして、第2節では、本論文を執筆するにあたって実施した調査について、その「データと方法」について述べる。

第1節 「利用と満足研究」

人々がどのようにメディアを利用しているかを解明する「メディア利用者研究」は、メディア研究の中でも長い歴史を持つ。初期の「メディア利用者研究」では、メディアがいかに人々に影響を与えるかという「効果研究」への研究関心が集中していた。しかし、「効果研究」が主張するように、メディアの意図通りに利用者がメッセージを受け取り、影響を受けるわけではないという批判が、次第に高まっていった。

「効果研究」を批判した研究者らは、「アクティブ・オーディエンス」という視点に立ち、人々は能動的にメディアに接触し、メディアからのメッセージを選択し、利用しているという立場をとった。そして、人々がメディアをどのように利用しているかという、より利用者側の視点に立った研究が進められていった。その中心となったのが、本研究の理論的背景となる「利用と満足研究」によるアプローチである。

本節では、まず第1項で、「利用と満足研究」の理論の起源とされる1940年代から今日までの理論発展の流れを歴史的にレビューする。本論文では、理論発展の傾向によって、第一期から第三期の3つの時代に分類した。まず、1940年代を第一期の「利用と満足研究」の登場期とする。続く1950年代から1960年代前半までを第二期の「利用と満足研究」の低迷期とする。最後に1960年代後半以降からを第三期とし、「利用と満足研究」の復活・発展期とする。第2項では、本論文の「非テレビ機器視聴行動」に関する分析の研究課題に言及する。特に、メディアの「利用と満足研究」において見過ごされてきた対象のひとつである「メディアの非利用」に関する先行研究についてレビューする。第3項では、第4章の「ダウンロード視聴」による「テレビ機器視聴」の代替可能性に関する分析の背景にある、「メディアの代替可能性」についての先行研究を取り上げ、レビューする。

第1項 「利用と満足研究」の歴史的レビュー

「利用と満足研究」を歴史的にレビューする場合、1940年代を理論の「誕生期」、1950年代を「衰退期」、1960年代後半からを「復活期・発展期」とすることが多い。本論文においても、同様の時代区分を用いるが、1950年代にもある程度の理論的発展がみられることから、「衰退期」ではなく「停滞期」と捉える。以下では、「利用と満足研究」の理論的発展について理解するために、先行研究のレビューを進める。

(1) 第1期「利用と満足研究」(1940年代～)

McQuail (1984) は1940年代のオーディエンス研究は、①オーディエンスについてさらに知りたいという単純な欲望、②オーディエンスの経験を説明するうえで、個人間の相違の重要性に対する気づき、③オーディエンスを引きつけるポピュラー・メディアの力に対する純粋な驚嘆、そして④ケーススタディを適用した心理的な側面の説明、という4つの関心から発生していると述べている (p.177)。この時期、オーディエンス研究の関心のひとつとして、メディアを利用する際、人々がどのような充足を得ているか、あるいはどのような動機をもってメディアを利用しているのかという、今日の「利用と満足研究」の起源となるリサーチ・クエスチョンが検証された。ここでは、McQuail (1984) の指摘に沿って、特にメディア利用動機に関する研究を中心に詳しくみていきたい。

1940年代の研究のひとつの特徴である「オーディエンスについてさらに知りたいという単純な欲望」は、①研究トピックとして多様なメディアのオーディエンスが取り上げられている点、そして②ひとつの研究で扱う要点が多岐に渡っている点、からも明らかである。当時、人気のあったメディアや番組やジャンル、たとえば漫画 (Wolf & Fisk, 1949/ 1979)、ラジオ音楽 (Suchman, 1941/ 1979)、ラジオドラマ・シリーズ (Herzog, 1944/ 1977)、映画 (Fearing, 1947/ 1972) などが熱狂的な人気を集める理由について、そのオーディエンスの特徴を知ること、その利用の動機などについて明らかにしようとする試みが行われた。

Suchman (1941/ 1979) は、ラジオ音楽のオーディエンスについて知るための分析を試みたが、その研究関心は広域にわたっている。それは、①新たにラジオを聴き始めた人たちにどのような個人特性があるか、②ラジオがどのようにして新たなリスナーを獲得したのか、③新たなリスナーが音楽のどのような点に関心を抱いているのか、そして④新たなリスナーの存在が既存の音楽カルチャーに与える影響は何か、などの研究課題を含んでい

る。今日のオーディエンス研究と比較して、この時期の「利用と満足研究」のアプローチは研究の焦点が定まっておらず、全般的な特徴についてみようとしていたとも考えられる。

ふたつめの特徴として、「オーディエンスの経験を説明するうえで、個人間の相違の重要性に対する気づき」がある。これについては、個人が持つ相違が、オーディエンスのメディア接触に対する行動や感情に与える影響へと反映されることを前提に置いている。その背景には、人々がメディアを受動的に接触しており、メディアが人々に一様の効果を与えるという効果研究の主張に対する批判がある。効果研究から一転して、1940年代の第一期にあたる「利用と満足研究」では、人々はメディアに対して能動的に接しているために、個人的背景やニーズの違いによってメディアの伝えるメッセージに対する受け取り方が異なるという点 (Fearing, 1947/1972) が、意識され始めた。

たとえば、Wolf & Fisk (1949/ 1979) は、子どもに人気のある娯楽として、「漫画を読む」ということが、子どもに与える影響について検証した。その中で、年齢や漫画の種類別に利用動機を比較し、その相違について分析した。その結果、子どもの成長過程によって、好む漫画の種類や漫画を読む動機において、差異がみられることが指摘されている。

ラジオと音楽との関係について検証した Suchman (1941/ 1979) は、ラジオ聴取による音楽の関心に対する影響によって、ラジオの機能に対する感じ方が異なることを指摘している。ラジオを聴き始めたことで音楽に興味を持った人、ラジオを聴くことで興味が強まった人、ラジオによって音楽を楽しむための新たな方法が増えたと感じる人、など音楽に対する興味を持ち方によって、ラジオの役割に対する認識が異なってくるとの指摘である。たとえば、新たな方法としてラジオで音楽を聴くことを楽しんでいる人にとって、ラジオによって音楽へのアクセス機会が増加するということが重要だとされた。また、ラジオを聴き始めたことによって音楽に興味を持った人にとっては、ラジオによって音楽を繰り返し聴くことができるという点が重要であった (Suchman, 1941/ 1979)。

三つ目の特徴である「オーディエンスを引きつけるポピュラー・メディアの力に対する純粋な驚嘆」は、「利用と満足研究」のアプローチが設定していた当時の研究対象が、世の中で流行していたメディアそのものだった点において語られている。たとえば、Herzog (1944/ 1977) は、主婦の間で人気の高かったラジオドラマ・シリーズに対して、なぜ多くの人がかかされるのかという問題意識から、オーディエンス研究を実施している。Wolf & Fisk (1949/ 1979) は、当時新しいメディアとして普及し始めていた子どもの読み物としての漫画を研究対象としている。これらの研究に共通しているのは、人々が特定のメディ

アに魅了される理由、そしてそのメディアの効果について明らかにすることを試みた点である。

四つ目の特徴である「ケーススタディを適用した心理的な側面の説明」とは、1940年代の研究が個別のメディア利用ケースを対象に扱っているという特徴を反映している。人々がメディアを利用する際、どのような心理状況にあるのかという問題について理解するという前提が、多くの研究に共通してみられたことも、特筆すべき点であろう。

たとえば、Berelson (1949/ 1979) は、人々が新聞を読む理由として、「公共の出来事に関する情報や解釈のため」「日常生活の道具として」「気晴らしのため」「社会的名声のため」「社会的接触のため」「読み物として」、そして「安心感を得るため」など、メディア利用に対する心理的な作用について着目した (Berelson, 1949/ 1979)。その他、Wolf & Fisk (1949/ 1979) による漫画の研究、Herzon (1944/ 1977) によるラジオドラマ・シリーズに関する研究、Suchman (1941/ 1979) の音楽に関する研究などでは、人々の心理とメディア利用との関係性に着目した点で、共通点がみられる。

ところで、「利用と満足研究」は「効果研究」に対する批判的視点から生まれた理論であるものの、1940年代から1950年代の初期における「利用と満足研究」の関心においては、当時のメディア利用者研究において関心が高かった「効果研究」の流れが含まれていることが特徴となっている。Herzon (1944/ 1977) が行った人気ラジオドラマ・シリーズの聴取者に関する研究では、ラジオを聴くという行為がリスナーである女性たちにどのような効果を与えたのかについての問いを設定しており、人々がメディアに接触することによってどのような充足を得ているのかが検証された。リスナーらが「感情的な解放」「願望的思考の機会」、そして「アドバイス」といった充足を得ていることから、ラジオが伝えるメッセージは番組制作者が意図しない用途で利用され、個人の状況に当てはめられ、そこから充足を得るというラジオの効果が指摘されている (Herzon, 1944/ 1977)。

Suchman (1941/ 1979) は、ラジオから流れる音楽が音楽教育に与える影響について研究するにあたり、リスナーに対するラジオの影響がどのように作り出されるかを検証しようとした。リスナーらは、ラジオの役割について、音源として音楽にアクセスする機会を増加させ、繰り返し聴取を可能にし、さらに聴くことができる曲の範囲を広げ、最終的には曲に対するコメンテーターの解説を聞くことができることだと認識していた。また、音源としての役割以外にも、音楽に対する関心を引き起こす機能も認められていた。リスナーによるラジオ機能に対する認識を問うことは、ラジオ視聴を通してリスナーが感じてい

る充足に関する問いだったともいえるだろう。

このように、1940年代の「利用と満足研究」は、オーディエンスが「アクティブ」であるという視点に立ち、どのように「アクティブ」にメディアに接しているかを検証するものだった。それまで受動的だと考えられていたオーディエンス像から一転して、能動的なオーディエンスの存在を理解するにあたり、広い研究関心を持った研究が実施されたことが特徴である。

1940年代に生まれた「利用と満足研究」のアプローチは、その後、順調に研究蓄積が積み重ねられたわけではない。メディア研究者の間で注目を集め、理論的な発展を遂げたのは、それから20年以上経た1960年代後半以降のことであった。しかし、その10年前の1950年代には、今日の「利用と満足研究」につながるいくつかの主要な研究がみられたことも、覚えておく必要がある。

(2) 第2期「利用と満足研究」(1950年代～)

1940年代に誕生した「利用と満足研究」は、理論の復活と発展を遂げることになる1960年代後半まで、すなわち1950年代から1960年代前半まで、低迷期にあったといわれている。竹内(1990)はその理由として、①現場の関心と研究とのかい離、そして②「利用と満足研究」の理論的問題、の2点を指摘している。当時、メディアの影響を効果的に利用したいと考える政府関係者やビジネス関係者にとっては、人々がメディアを利用することによって得る充足よりも、メディアによる人々の行動に対する効果研究への関心がより強かったのである。また、1940年代の「利用と満足研究」の研究手法が、ケーススタディにとどまっており、その知見をより一般的なレベルで解釈しようとする試みや、量的研究への応用へと踏み込めなかったことが、継続的な学術的発展を妨げたと考えられる(竹内、1990)。

Katz, Blumler, & Gurevitch (1974) は、1940年代の「利用と満足研究」が理論的な太い流れへと発展しなかった理由として、特に方法論の欠陥について注目したうえで4つの問題点を指摘している。第1の問題点は、当時の研究が自由回答方式の調査法により、回答者からメディア機能に関する言及を聞き出すという画一的なアプローチのみが採用されていた点である。第2の問題点は、充足をカテゴリーごとにまとめるための質的調査が中心であり、量的調査によって一般化する試みが行われなかったことである。第3の問題点は、充足と心理的および社会的な欲求との関連について検証しなかったことである。第4

の問題点は、メディア機能間の関係性に注目した検討・考察が行われなかったため、「利用と満足研究」アプローチの調査から導出された異なる充足間で生じている潜在的構造の解明につながらなかったことである (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974)。

1950年代以降を「利用と満足研究」の低迷期であったという見方がある一方で、それを否定する見方もある。それは、1940年代以降、継続的に多くの研究的関心を集めることにはならなかったものの、1950年代に、その後の本格的な「利用と満足研究」アプローチの発達へとつながるいくつかの重要な研究が行われているからである。1950年代は、テレビが普及し始めた時期にあたり、当時の社会にとっては、その当時のメディア環境が大きく変化した重要な時期であった。特に、テレビ視聴が子どもに与える負の影響に関する社会的関心が高まったことで、子どものテレビ視聴に関する研究が多く行われた。Brown、Cramond、Wilde (1974) は、一般的な「利用と満足研究」が衰退したといわれる1950年代から1960年代後半にかけて、子どものメディア利用に関する主要な研究が行われたことを指摘している。

この時期に行われた子どものメディア利用に関する研究として、たとえば Maccoby (1954) は、子どもがテレビに興味を持つ理由を明らかにするため、フラストレーションとテレビ視聴時間との関係について調査・研究を行っている。テレビは、現実世界で感じるフラストレーションを回避する機能を持っているため、日常生活においてフラストレーションを強く感じている子どもほど、テレビを多く視聴するという仮説をもとに検証が行われた。その際、子どもを持つ母親らに対し、日ごろ、子どものしつけをどのように行っているかを尋ね、しつけの厳しさの程度によって数値を付与している。その数値とテレビ視聴時間との相関分析を行うことで、2変数の関連性について検証した結果、上流階級については正の関係があったものの、下流階級では関連性が示されなかった。その理由として、下流階級の家庭では、フラストレーションより、親がテレビを頻繁に見ているということが、子どものテレビ視聴頻度増加に影響を与えている可能性を指摘した。

1958年に発行された *Television and the Child: An Empirical Study of the Effect of Television on the Young* (Himmelweit, Oppenheim, & Vince, 1958) は、テレビ視聴が子どもに与える影響を主題としながら、その中で子どもがテレビ視聴に魅了される理由についても研究している。インタビューをもとに、子どもたちがテレビに感じる利点の分類を試みた。彼らがテレビを視聴している理由は、「架空のヒーロー」「非現実性」「安心感・親近感」「好奇心の充足」「アクション・連続的な変化」「因習の打破」、そして「登場人物」

などの魅力によって支えられていた。

Schramm、Lyle、そして Parker (1961) は、先に Himmelweit、Oppenheim、そして Vince (1958) がイギリスの子どもに対するテレビの影響を扱ったのに対し、アメリカとカナダの子どもに対するテレビの影響について検証した。彼らは、子どもたちがテレビを視聴するのは、ファンタジーとリアリティを共に求めているためだとの知見を示している。

1950年代の「利用と満足研究」は、1940年代の質的調査中心の研究アプローチとは、アプローチの仕方が異なっている。多くの研究データは、質的なインタビュー調査によって得たデータを、インタビュアーの主観によって数値に置き換え、量的データとして扱っている。データが主観的な判断で扱われている点で、分析手法の妥当性に大きな疑問が残るものの、統計的手法を取り入れた点で、分析手法の進歩がみられた。また、人々のメディア利用行動について、ただ広く浅く、利用と充足について研究していた1940年代の研究関心と比べると、仮説にもとづいて焦点を絞った分析を手掛けたことによって、「利用と満足研究」としての学術的研究関心が焦点化され、また明確になっていった過程がみられる。

(3) 第3期「利用と満足研究」(1960年代後半～)

1950年代は、量的にみると活発に研究蓄積が行われたとはいえない「利用と満足研究」アプローチだが、1960年代後半から再び注目を集めるようになった。この時期、「利用と満足研究」によるアプローチを用いた研究が多岐に渡り展開されたからである。1940年の研究を基盤としながらも、1960年代後半以降には、多くの研究が積み上げられた。これにより、「利用と満足研究」に関わる知見が、理論として昇華し、発展を遂げることとなったのである。

「利用と満足研究」が1960年代後半以降に、脚光を浴びた主な原因として、①理論と研究手法の発展、そして②効果研究に対する期待の喪失、が指摘されている。「理論と研究手法の発展」という観点からみると、McQuail (1984) は、「利用と満足研究」アプローチ復活の理由として、メディア研究の変化が、これを後押ししたとしている。ひとつめの変化は、メディア効果研究において、利用動機の種類や強さによってメディアの効果が異なるという見方が生まれたことだという。ふたつめの変化としては、実証論および機能主義の発展にともなう「利用と満足研究」の理論的発展の方向性が顕著に示されたことがあげられる。「利用と満足研究」のアプローチは、概念が構造主義的であり、研究方法が実証論的であるため、構造主義と実証論の進歩が「利用と満足研究」の蘇生に関連したというので

ある (McQuail, 1984)。

1940 年以降、「利用と満足研究」が研究関心をあまり集めなかった理由には、当時の人々の興味関心が効果研究にあったと指摘したが、「利用と満足研究」アプローチの復興の一因に、効果研究自体に翳りがみえ始めたことも指摘できる。「効果研究に対する期待の喪失」という点に関連して、Blumler (1979) は、メディアの短期的な効果を測る古典的な効果研究のアプローチに対するさまざまな批判が、「利用と満足研究」への期待の高まりとして表れたと説明している。つまり、人々がメディアのメッセージを受動的に受け取っているという効果研究の前提に対する懐疑が、能動的なメディア接触を前提とした「利用と満足研究」への関心の高まりをもたらしたというのである。

1960 年代後半に再び注目を浴びることとなった「利用と満足研究」は、1970 年代までに多数の実証的研究を蓄積し、理論的に大きく飛躍することとなった。1940 年代には、理論的・方法論的に未成熟であった「利用と満足研究」だが、人々のメディア利用に関わる 7 つの側面、すなわち、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、そして⑦その他の予期しない結果 (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974, p.20)、に関する実証研究にもとづく知見を蓄積していった。これらの 7 つの研究視座を軸とし、今日もなお、「利用と満足研究」は理論的な進化をとげていると考えられる。

以下では、特に「利用と満足研究」が大きな発展を遂げた 1970 年代から 1980 年代の理論的展開の中から、①充足とメディア消費、②充足の社会的・心理的起源、③充足とメディア効果、そして④期待する充足と獲得した充足の 4 つの研究分野についてレビューする。最後に、多様な視点から「利用と満足研究」アプローチを用いた研究が蓄積されたことで、人々のメディア充足と利用行動との関係を包括的に理解するために提示された⑤マス・メディア消費の充足に関する統合モデル (Palmgreen, 1984) について踏み込んで説明する。

① 充足とメディア消費

「利用と満足研究」の中で、最も多くの研究で扱われている研究対象が、充足のタイポロジーである。人々がメディアを利用する時にどのような充足を得て、あるいは期待してメディアを利用しているのかというのは、1940 年代の「利用と満足研究」以来、追究され続けてきた。これに関しては、①特定のメディア接触による充足、②特定のメディア・コンテンツへの接触による充足、あるいは③複数のメディア接触による充足の比較などが、

研究関心となっている。

この時期の充足のタイポロジー研究が、1940年代の研究と異なる点は、その分析方法においてみられた。McQuail、Blumler、そしてBrown（1972）が、Herzog（1940）によるラジオクイズ番組聴取の充足に関するインタビューによる質的調査を、量的に実証的に分析し、充足の分類を試みたのである。この論文では、1940年代の質的アプローチによるメディア充足研究における実証性の欠如、そして分析結果における論拠の不十分さが指摘されることになった。それと同時に、McQuailら（1972）は、統計的手法を用いた量的調査の有用性を唱えて、これが多くの研究者に支持された。

McQuailら（1972）によって用いられた統計手法は、近年の統計手段を用いた研究と比べると、単純なものではあるが、統計技術を用いた量的研究が「利用と満足研究」において採用された功績は大きい。量的調査アプローチを調査方法として取り入れたことで、ひとつの研究で指摘された充足について、異なるアプローチを用いて、繰り返し、システマチックに検証することが可能になったのである。これは、それ以前の分析手法において欠陥が指摘された「利用と満足研究」のアプローチにとって、重要な貢献となった。

量的調査手法が取り入れられたことで、同じ質問項目について分析を重ねることが可能になり、分析項目の妥当性が高まった。「利用と満足研究」のアプローチは、次の段階に向けて理論的にも発展していった。Rubin（1983）は、先行研究（Greenberg, 1974; Rubin, 1977; Rubin, 1979）において使用された項目を用いて、調査質問項目を作成し、異なる対象に対して調査を行った。テレビを見る理由について、「リラックスするため」「何もやることがない時」など30の質問項目について、「非常に当てはまる（exactly）」から「全く当てはまらない（not at all）」の5段階スケールで回答およびデータを集めた。それらの変数について主成分分析を行い、「暇つぶし・習慣（Pass time/ Habit）」「情報・学習（Information/Learning）」「娯楽（Entertainment）」「人づきあい（Companionship）」「逃避（Escape）」というテレビ視聴動機があることを指摘するに至った。

1950年代にも盛んに行われていたテレビに関する「利用と満足研究」アプローチは、その当時、もちろん大きな研究関心を集めたが、それ以降も、テレビ視聴行動研究を中心に、理論を進化させていったのである。特に、1970年代から1980年代にかけて、人々のテレビ利用に影響を与える多様な要因が指摘されるようになったことは、大きな意義として特筆される。テレビが研究対象の中心とされてきた背景には、1950年代にテレビが普及し始めて以来、人々にとって日常的に接する最も主要なメディアであったという当時のアメリ

カの社会状況が反映されている。

テレビ視聴全般については、多岐にわたるテレビ利用動機が提示・検証され、「暇つぶし・習慣」「情報・学習」「特定の番組コンテンツ」「娯楽」「人づき合い」「友好」「興奮」「逃避」「リラックス」などのタイポロジーが指摘された (Palmgreen & Rayburn II, 1979; Rubin, 1981; Rubin, 1983)。また、特定のテレビ番組に対する充足についても研究されている。たとえば、McQuail と Blumler と Brown (1972) は、テレビのクイズ番組における充足を、「自己評価」「社会関係」「興奮」「教育」に分類している。

さらに、この時代の「利用と満足研究」の特徴として、充足のタイポロジーのみでなく、充足とメディア接触およびメディア選択との関連性について、実証的に検証した研究が多くみられることがあげられる。メディア接触とメディア選択との関連性について研究を積み重ねることで、メディア利用にともなう充足の種類について単に明らかにするだけでなく、充足によってメディア利用が、あるいはメディア利用によって充足がどのような影響を受けているのかを明らかにする研究の道筋ができたのである。このアプローチは、類似したメディア、あるいは類似したメディア・コンテンツなど、複数の選択肢が存在する場合、人々がどのような基準で選択・接触を行っているのかを調べるうえでも有用である。ここに、メディアの充足を独立した変数として検証するのではなく、充足と他の変数との関連を調べるという、ひとつの学術的な発展がみられたのである。

充足とメディア利用行動との関連性を扱った研究として、Palmgreen、Wenner、そして Rayburn (1981) によるアメリカ三大ネットワークのニュース番組選択と充足との関連に関わる分析がある。統計的分析を用いて、いずれかのニュース番組を視聴している人々が、「選択した番組を見ることによって得られる充足」と「選択しなかった番組を見ることで得られる充足」を比較したうえで、自身が適切だと判断した番組を選択しているという結果を得た。

また、メディア接触を行動の視点からみるだけでなく、メディア接触に対する感情と充足との関連に対する研究関心も出現した。Rubin と Rubin (1982) は、高齢者のテレビ視聴行動パターンと利用動機との関連について検証を行っている。テレビ視聴行動パターンを示す指標として、「テレビに対する感情」「テレビに対する親近感」「番組タイプごとの視聴頻度」が用いられ、テレビ視聴動機とテレビ視聴行動およびテレビに対する感情との間にどのような関連があるか、そしてどのような動機がそれらの接触行動および感情に影響をもたらすか、という点が実証的に分析された。

他にも、テレビ視聴動機とその他の要因との関連性に関する研究が蓄積された。テレビ利用動機のタイポロジーだけでなく、利用動機をもとに利用者の特性に関するタイポロジーに関わる研究の積み重ねも続けられてきた。

たとえば、Rubin (1983) は、「テレビ視聴動機」は「視聴行動」「テレビとそのコンテンツに対する態度」に関連していることを前提とし、3つの関連パターンを導き出した。ここでは、分析を通して、2つのタイプの視聴者パターンが存在することを明らかにしている。ひとつは、「娯楽」「時間つぶし・習慣」のためにテレビを視聴し、「テレビに対する親近感」「現実性」が高く、「視聴時間」が長い人々である。このタイプの人々によるメディア利用は、テレビというメディア自体を重視したもので、コンテンツに対する意識は薄い。もうひとつは「情報」のためにテレビを視聴し、「逃避」のためにはテレビを使用せず、「トーク・インタビュー番組」「ニュース番組」「ゲーム・ショー番組」を好み、「視聴時間」が長い人々である。このタイプに属する人々は、テレビというメディア自体よりも、その内容を重視して視聴を行う傾向にあるとの知見が示された。

ここまで、テレビ視聴に関する研究を中心に取り上げたが、テレビ以外にも、複数のメディア利用と充足関連事象を検証した研究も、この時期に登場している。Kippax と Murray (1980) は、ラジオ、本、映画、テレビ、新聞、雑誌の6つのメディアに接触することで、人々が持つニーズがどのように満たされているか検証を行った。分析の結果、テレビが最も多様なニーズを満たしてくれるメディアであり、ラジオや雑誌もテレビに次ぎ複数のニーズを満たすことのできるメディアだと認識されていたとの知見が示されている。一方、本と新聞は、より少数の特化したニーズを満たすためのメディアだと考えられていた。しかし、各メディアの利用頻度とニーズの重要性に対する評価との間に関連がみられなかったことから、人々は特定のニーズを満たすために能動的に特定のメディアを選択しているわけではないという結論を導き出している。

今日に至るまで、数多くのメディア充足に関するタイポロジー研究が行われているものの、分析によって得られる充足タイプは多様であり、「利用と満足研究」において確立された充足タイプは存在しない。その理由のひとつとして、研究によって、①研究対象レベル（メディア、コンテンツなど）、②研究題材（番組自体、番組ジャンルなど）、③研究対象国が異なることがあげられる (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974)。これは、「利用と満足研究」が扱う対象分野の広さがあるからこそとも考えられるし、「利用と満足研究」におけるひとつの特徴として捉えることもできる。

② 社会的および心理的な要因がもたらすメディア充足

「利用と満足研究」では1940年代から、個人が持つ特性による充足の違いが検証されてきた。全ての人が同じメディア動機をもって同じメディアに接触するのではなく、個人が置かれた社会的環境によって個々のメディア体験も異なるという前提がここに存在する。Blumler (1979)によると、メディア充足に与える影響は3つに分けることができるという。ひとつには、年齢や社会的立場に期待されるような行動を取ろうとする規範的影響である。ふたつめは、社会的に与えられた生活機会による影響で、十分な機会を持つことがよりメディアとの関わりを強める場合と、機会の不足を補うためにメディアを活発に利用する場合があるとする。三つ目として、個人的な事情に対する主観的な反応や調整が、メディア充足に影響を与えている (Blumler, 1979, p.27)。

実証研究としては、ひとつめの規範的影響について、「利用と満足研究」では、多様な社会的属性の影響が検証されている。ただし、多くの研究がメディア利用や充足に影響を与える可能性があるひとつの要因として社会的属性変数を分析に加えることにとどまっている。そのため、社会的属性によって、充足に対する規範的影響が十分に体系的に検証されているとはいえない。具体的に検証された変数として、年齢 (Greenberg, 1974; Hur & Robinson, 1981; Kippax & Murray, 1980; Lometti, Reeves, & Bybee, 1977; Peled & Katz, 1974; Rubin, 1981; Rubin & Rubin, 1982)、社会階層 (Hur & Robinson, 1981)、性別 (Hur & Robinson, 1981; Kippax & Murray, 1980; Peled & Katz, 1974; Rubin & Rubin, 1982)、教育 (Hur & Robinson, 1981; Kippax & Murray, 1980; Peled & Katz, 1974; Rubin & Rubin, 1982)、職業 (Kippax & Murray, 1980)、家族規模 (Rubin & Rubin, 1982)、収入 (Rubin & Rubin) などがあげられる。

その中で、社会的要因とメディア利用との関係に焦点を当て、より理論的に検証した研究も行われた。たとえば、家庭環境とメディア接触との関連性について検証した Lull (1980) は、子どもに対する親の教育方針によって、家族メンバーのメディア接触動機が異なることを示した。社会志向の家族の場合、親は子どもが家族の他のメンバーや友人とうまく人づきあいができるように促す。このような家庭に属する場合、現実のコミュニケーションを活性化させるためにテレビを視聴することを重視していた。一方、概念志向の家族の場合、親は子供が自分の意見を主張し、他の人と議論できることを重視する。このような家族の場合、現実のコミュニケーションを活性化させるためにテレビを視聴することを重要視しない。そのため、テレビ視聴が現実世界のコミュニケーションを妨げる要因になると

考えられている可能性が指摘された (Lull, 1980)。

また、Palmgreen と Rayburn II (1979) による研究では、公共テレビ放送の接触と充足との関連性について、家庭の中におけるチャンネル決定権限者と非権限者とに分けて比較・分析が行われた。その結果として、チャンネル決定権の有無は、その他の社会的要因、すなわち教育、収入、子どもの数などと比較し、人々のメディア接触に与える影響が大きいことが指摘された。また、決定権限者においては、充足とテレビ接触頻度との間に関連性がみられたが、非権限者の間ではそれがみられなかったことから、ここでもチャンネル決定権の有無によって人々のメディア接触行動に差異が生じる可能性が示された。

社会的属性を変数として用いた先行研究から、社会的属性が利用動機に何らかの影響を与えていることは否定し難いものの、十分な理論的根拠があるとはいえない。Blumler (1979) は、社会的要因とメディア利用充足との関連を示す十分な知見が蓄積されていない理由として 5 点を指摘している。それは、①影響を与えていると考えられる要因の範囲が広すぎること、②基本的な社会的属性の影響調査にとどまっていること、③多様で相互的な環境の組み合わせによって、メディアに対するニーズが生まれるという見方がほとんどなされていないこと、④社会的要因と充足との関係にばかり注目が集まり、社会的要因同士の関連性に対する研究的関心が薄いこと、そして⑤現実世界で満たすことのできない充足をメディアで満たしているという見方が優勢で、メディア利用が人々の生活に与えるポジティブな影響に関する視点がないことである。

一方、心理的な要因と充足との関係に関しては、社会的要因を扱った研究以上にその蓄積が少ない。その中で、McGuire (1974) は、メディア充足と関連のある動機について、人の動機付け理論に関する先行研究をもとに表 2-1 のとおり、16 のカテゴリーにまとめた。

表 2-1 人の動機付けに関する 16 の一般的な理論枠組みの構成

(A Structuring of 16 General Paradigms of Human Motivation)

様式	発生		能動的		受動的	
	方向づけ	安定性	内発的	外発的	内発的	外発的
認知的	維持		一貫性	帰属性	分類	偽物化
	成長		自立性	刺激	目的論的	実利的
情緒的	維持		緊張緩和	感覚的	自我防衛	強化
	成長		自己表現	親和	同一化	モデル化

出典：McGuire (1974)

McGuire (1974) によると、まず、「様式」として「認知的動機」と「情緒的動機」に分けられる。「認知的動機」は、情報処理や観念的状态の達成に重点を置き、「情緒的動機」は、感情や特定の感情状態の達成に重点を置いている。「認知的動機」のうち、保守的で達成した方向づけを維持しようとする動機は、「一貫性」「帰属性」「分類」「偽物化」の 4 理論に分けられる。「一貫性」理論では、内発的な均衡を達成することに主眼を置き、「帰属性」理論は、環境に対する外的な方向づけを個人が維持することに主眼を置く。「分類」理論とは、世界を理解するために個人の内的なカテゴリーに当てはめることで、「偽物化」理論は、外的な世界によって世界を理解しようとするものである。

「認知的動機」に関わる「成長」についての理論では、認知的目的としての現状からの改善に焦点が置かれている。「自立性」理論は、自己のアイデンティティにおける成長が自己実現につながることで、「刺激」理論は、自己実現のために外的な刺激を求めるとしている。また、「目的論的」理論は、自らが望む目的を現状と比べ、現状との差異が少なくなるような変化とする。「実利的」理論では、役に立つ情報を得るため、どんな情報に対してもアクセスして問題を解決しようとする。

一方、「情緒的動機」の中で、「緊張緩和」理論は、内向的に方向づけされたゴールに焦点を当てており、覚醒の減少を好み、増加を嫌悪しようとする動機に焦点を当てている。外的な環境に方向づけされた動機に焦点を当てている「感覚的」理論では、人は自己を表現し、行動に移すことで満足を得ると考える。受動的で内発的な「自我防衛」理論では、

自分自身のイメージを維持するため、自身を守ろうとする動機を中心に扱っている。受動的で外発的な「強化」理論では、過去にあった同じような状況時と同等の報酬を受け取れるように行動しようとする動機に焦点が当てられる。

「情緒的動機」の「成長」に関する理論には、「自己表現」「親和」「一体感」「モデル化」が含まれる。「自己表現」理論では、自分自身や他人に認められるために自分の潜在能力を高めようとする動機に注目している。「親和」理論では、利他的で他者との関係性を保つことを重視する姿勢に重点を置いている。受動的な動機である「同一化」理論では、すでに自己概念の一部として存在した自分の役割の独自性と重要性を認識することで、自分自身を受け入れることを重視している。そして、外発的な「モデル」理論では、自分が接触した人の意見に共感したり模倣することで、自分の行動を合わせようとする動機について扱っている。

McGuire は、16 の心理的な動機を提示し、各動機を持つことによって、どのようなメディア利用が行われるかを示した。そして、人々の心理的な欲求や動機が、特定のコンテンツへの継続的な接触をもたらす要因となることを指摘し、多様な先行研究を示すことで、メディア利用行動に対する人々の心理的側面の影響の大きさを示したのである。

他にも、心理的要因を扱った研究として、Nordlund (1978) は、メディア接触やコンテンツ嗜好性およびメディアとの関係性に影響を与える心理的要因として、個人の神経症傾向とのそれらの変数との関連性について検証した。オーディエンスはメディア・コンテンツ内の登場人物と互いに作用し合い、共鳴して合っているという前提に立ち、人が潜在的に持っている社会的相互作用というニーズを現実社会で満たすことができない場合、人はメディアによってそれを満たそうとするが、その際、個人の持つ心理的要因や個人が置かれた社会的要因が影響を及ぼすという仮説について検証を行っている。分析の結果から、神経症傾向とクイズ番組、雑誌の連載、娯楽番組、テレビの連続番組、そして連続テレビ番組の登場人物との関わりに、正の相関があることが示された。これは、神経症傾向が高い人、すなわち恐怖、怒り、落ち込みなど負の感情を持ちやすい人ほど、これらの番組や登場人物との相互作用が強い傾向を意味している。

このように、1970年代から1980年代にかけて、単にメディア利用における充足、あるいは利用と充足との関連について検討するだけでなく、充足やメディア利用に影響を与える社会的・心理的要因について研究関心が集まるようになった。これは、「利用と満足研究」における理論的な発展過程のひとつとみなすことができる。ただし、Palmgreen (1984)

も指摘するように、統計的妥当性の低さなどから、個々の研究が示したメディア利用行動と要因との関係の強さについて、一般化して解釈することは難しい状況だった。何らかの要因がメディア利用行動に影響を与えていることは自明であるものの、非体系的な研究蓄積によって、ケーススタディの域を脱していない研究が多いことも認めざるを得ない。

③ 充足とメディア効果

人は能動的にメディアに接しているという前提に立ち、メディア利用と効果との関連性に焦点を当てた研究も「利用と満足研究」のひとつとして 1970 年代以降に登場した。「利用と満足研究」が、メディア効果研究に対する批判から誕生した理論であることはすでに述べた。「利用と満足研究」の批判的的となった効果研究が、オーディエンスを受動的な存在とみなしていたのとは逆に、「利用と満足研究」では、能動的な存在という立場から、人々のメディア利用行動について理解することを試みたのである。

メディア充足がもたらす効果には様々な形態がある。そのひとつとして、態度に関する効果があるが、その研究関心は多岐に渡る。たとえば、Becker (1976) は、2 つのケーススタディを通して、充足とニュース・イベントに対する注目度および意識との関連について検証することを試みたが、その結果に一貫性はみられなかった。de Bock (1980) は、ストライキの影響でテレビ放送と新聞発行が休止された際、充足によって人々が感じるフラストレーションにどのような差異があるかを分析した。Hur と Robinson (1981) は、アメリカに連れてこられたアフリカ奴隷に関するドラマ *Roots* が、イギリスで放送された際、視聴者の充足と奴隷に対する態度にどのような関連性がみられたか明らかにしようと試みた。

これらの充足と効果との関連について扱った研究は、充足の分析にとどまらず、充足とその他の要因との関連について明らかにしようとした点で、「利用と満足研究」における理論的發展に寄与したことは評価できよう。従来の効果研究と「利用と満足研究」との融合という見方もできる。しかし、これらの研究は、事例研究にとどまっており、その結果を一般化するレベルには達していないことは否定し難い。

事例研究より、より広いメディア利用行動における充足とその効果について検証した研究も同時期に行われている。その中で、充足とメディア依存 (dependency) に関する研究は、広い関心を集めた。Ball-Rokeach と DeFleur (1976) によると、依存とは、ニーズを満たしたり目標を達成するために、ある外的な要因に頼るという人間の潜在的な傾向のこ

とを意味する。これをメディアに当てはめると、人々はあらゆるニーズを満たしたり、目標を達成するために、メディアの情報に依存しているということになる。

充足と依存との関係は、何を依存として捉えるか、どのメディアを研究対象とするかによって、異なる結果を示すことになる。依存を、メディアに対する「親近感」として捉えた研究では、「時間つぶし」と「娯楽」という充足と、メディアに対する親近感との間に関連がみられるようである。Rubin (1981) によると、テレビ視聴動機である「時間つぶし」「交友」「興奮」「リラックス」「情報・学習」「逃避・忘却」「娯楽」「社会的な交流」と、テレビに対する親近感との間には、正の有意な関係が示された。また、Rubin (1983) の分析によると、「習慣・時間つぶし」と「娯楽」というテレビ視聴動機が、テレビに対する親近性をもたらしているという。Rubin と Ruin (1982) は、「交友」「習慣」「リラックス」「興奮」「逃避」「時間つぶし」そして「広告」というテレビ視聴動機と、親近感との相関関係があるとの知見を導き出した。

新聞接触行動を扱った研究では、McLeod と Becker と Byrnes (1974) が、新聞を読む理由として、「話題に遅れないため」「判断基準とするため」「会話の助けにするため」の 3 つを重視しない人は、新聞が示す議題 (agenda) に対する気づきが少ないという関連性を示した。McLeod、Brown、Becker、Ziemke (1977) は、25 才以上の人に限っては、「他の人とのコミュニケーションのため」、あるいは「選挙投票時の判断基準のため」、という新聞閲読理由と、政治や政権に対する批判との間に関連があることを見出した。

充足に関する効果研究が蓄積されたものの、Blumler (1979) は、その理論的欠陥性について指摘している。その理由として、①その分野の研究数が少ないこと、②単なる推測をもとに充足と効果の関係を分析しているに過ぎないこと、③単一の充足指標によってメディア利用行動を計測している研究が多いこと、④効果と関連していると考えられるメディア・コンテンツと充足との関連が意識されていないこと、そして⑤メディア・コンテンツの多機能性が考慮されていないことをあげている。さらに、どのような充足がどのような影響を与えるかという点を検証する必要性を説き、以下の 3 つの仮説を提示している。それは、①認知動機は情報取得を促進させる、②娯楽と逃避動機は、娯楽番組で描写されるような社会情勢に対する認識を受け入れることを促す、そして③自己認識のためのメディア接触は、強化の効果を強めるという 3 点である。

Blumler (1979) によって提示された仮説は、いくつかの研究によって実証されている。ひとつめの認知動機と情報取得との関係は、特に政治コンテンツに関する研究でその関連

性が支持されている。McLeod と Becker (1974) によると、テレビ視聴に対して認知動機のひとつである「監視」動機が高い人は、選挙関連の情報に高い関心をもって広く接していた。Atkin、Bowen、Nayman と Sheinkopf (1973) は、情報を得るために政治広告を見ている人は、候補者に関する知識をより得ている傾向があることを見出した。Atkin と Heald (1976) による政治広告の影響に関する研究でも、メディアを通じて情報を得たいという情報探索動機と知識習得に関して、同様の結果が導き出された。

ふたつめの娯楽／逃避動機と社会情勢認知との関連を検証しようと試みた研究では、Blumler の仮説とは異なる分析結果が示されている。Greenberg (1974) によると、子どもがテレビの娯楽コンテンツを現実として捉える態度は、学習動機との関連が最も大きい。子どもと若者のテレビ視聴行動について研究した Rubin (1979) も、テレビの現実性と学習動機との関連性が最も強いという分析結果を示している。幅広い年齢層の人々を研究対象とした Rubin (1981) と Rubin (1983) によるテレビ視聴行動研究でも、現実性と学習動機との関連が最も強くあらわれた。

これらの研究結果から、Blumler の仮説は支持されず、代わりに、メディアを通じて情報に接触したいという情報探索動機は、テレビの描写を現実として認識することを促すことができる。この結果は、メディア接触に対して娯楽や逃避などの感情的な充足を求めている場合より、情報取得という実用的かつ現実的な充足を求めている人のほうが、メディア接触の際、よりリアルな情報に接触しようとするため、メディアで描写されているコンテンツを現実として捉えている傾向を示しているのかもしれない。

三つ目の自己認識動機と強化との関係について焦点を当てた研究はあまり行われていない。その理由として、Palmgreen (1984) は、強化や自己認識といった概念が広すぎることを指摘している。Blumler と McQuail (1968) は、選挙報道を自身の立場強化のために視聴している人々は、自分が支持する政党の報道は積極的に見るものの、支持しない政党の報道は見ない傾向にあることを示している。自分の支持する立場に関わる報道を視聴することを、自己認識とするならば、Blumler の仮説を支持した検証結果だといえる。

メディア充足がメディア依存に及ぼす効果を越えて、さらにメディア依存が人々に与える効果についても考察が重ねられている。オーディエンスとメディアと社会との関係が、メディアの人々への影響に差異をもたらすという立場から、Ball-Rokeach と DeFleur (1976) は、人々がメディアに依存することにより、①認知的、②情緒的、そして③行動的な効果があると指摘している。

このように、従来の効果研究と「利用と満足研究」の融合ともいえる、充足と効果との関連について扱った研究は、様々な角度からその検証が重ねられてきた。しかし、充足と行動や態度との間の関係において因果関係が存在するかどうかという点については、何をもちいて充足がもたらした効果とするかという点で、疑問の余地が残る。多くの研究では、充足をメディア行動や態度に影響を与える要因のひとつとして検証したに過ぎないからである。充足がメディア行動や態度に影響を与える可能性は否定し難いが、充足による影響をどのようにして測れば効果を検証できるかという、調査手法の妥当性に関わる問題によって、充足と効果研究における調査・分析の困難さが示されたといえるだろう。

④ 期待する充足 (Gratifications Sought) と獲得した充足 (Gratifications Obtained)

1970年代前半から、人々がメディア利用に対して求める充足と、メディアを利用することによって獲得している充足とに分けて考える必要性が指摘されるようになった。「期待する充足 (gratification sought)」と「獲得した充足 (gratification obtained)」という概念によって、充足を区別し、充足とメディア利用との関係を明らかにすることに対する学術的関心が高まった。それまでの「利用と満足研究」では、人々がメディア利用に対して望む充足と、メディアを利用した後に感じる充足とが明確に区別されないままに、分析や考察が重ねられてきたからである。

複数の研究結果から、「期待する充足」と「獲得した充足」との間には強い相関関係があることが指摘された。たとえば、LevyとWindahl (1984)は、テレビのニュースに対して「期待する充足」は、「娯楽・疑似社会関係」「監視」「人づきあい利用」の3つに分類できるとし、「獲得した充足」についてもほぼ同じように分けられることを指摘した。PalmgreenとWennerとRayburn (1980)は、テレビのニュース番組について、個々の「期待する充足」と「獲得した充足」との関連について分析した結果、多くの充足項目において「期待する充足」と「獲得した充足」との強い相関関係があることを導き出した。

Wenner (1982)による研究からも、人々が最もよく視聴するニュース番組に対して「期待する充足」と「獲得した充足」には相関関係があることが指摘されている。さらに、RayburnとPalmgreen (1984)の研究においても、テレビのニュース番組全般から獲得している充足と、テレビのニュース番組全般に求めている充足との相関関係の強さが知見として示された。

「期待する充足」と「獲得した充足」に関する実証研究において、重要な問題のひとつ

に、2つの充足の測り方がある。何に対する充足を尋ねるか、どのように尋ねるかは、研究によって異なる。これは、人々が求める希望的充足と、人々が実際に経験している結果としての充足の2つを同時に尋ねることの難しさを示しているといえる。たとえば、LevyとWindahl (1984) によるテレビ・ニュースに関する充足調査では、「期待する充足」を測るため、「私はテレビでニュースを見ます、なぜなら… (I watch the news on TV because...)」という文の後に、「重要な出来事について知りたいから (I want to be informed about important events)」など15の期待について尋ねた。また、「獲得した充足」については、「人々はテレビ番組から獲得しているものについて、様々な意見を持っています。ニュース番組についても同じです。これに関するいくつかの文を下記に示しています。それぞれに関するあなたの意見を示してください (People have different notions about what they get from TV programs. That also holds true for the news programs. Below you will find some statements about this. Please indicate your opinion about each)」と記し、「テレビのニュース番組は重要な出来事に関する情報を私に提供してくれる (The TV news programs give me information about important events)」など、一般的なテレビ・ニュース視聴に関する意見として表現することで、実際に人々が得ている充足を測ろうとしている。

PalmgreenとWennerとRayburn (1980) は、「期待する充足」と「獲得した充足」をより異なる次元で測ることを試みた。まず、「期待する充足」を尋ねるにあたり、「私たちは、なぜ人々がテレビ・ニュースを見るかに関心を持っています。ここに他の人々があげた15の理由があります。私が各理由を読み上げたら、その理由がどの程度あなたに当てはまるかを教えてください (We are interested in why people watch TV news. Here are 15 reasons other people have given. As I read each reason, please tell me how much that reason applies to you)」と表現した。その直後に「獲得した充足」についても尋ね、その時は「ネットワーク局の夕方のニュースを見る機会があった時、それらのニュース番組があなたに何をどの程度与えているかを私たちは知りたいと思っています (Now we'd like to know to what extent the network evening news programs provide you with some of the things we've just been talking about, when you get a chance to watch them)」と始め、その後、ネットワーク局ごとに番組が与えている充足について聞いている。「期待する充足」では、テレビ・ニュース全般に対する充足を問い、「獲得した充足」では具体的な番組に対する充足を尋ねることで、「期待」と「獲得」とを鮮明に区別しようとする試みが行われた

研究例として重要なものといえる。

多くの研究者が指摘したように「期待する充足」と「獲得した充足」とを区別して捉えることによって、充足とメディア利用行動およびメディアに対する態度などとの関係を正確に分析することが可能に違いない。しかし、同時に 2 つの異なる時点での充足を尋ねることが可能かどうかという点で、調査設計の方法について依然、疑問の余地が残ることも覚えておかなければならない。

⑤ マス・メディア消費の充足に関する統合モデル

メディア研究において「利用と満足研究」に注目が集まったことで、メディアと充足に関わる多様な側面が検証されることとなった。充足が複雑化するなか、充足とメディア利用行動とは、常に直線的で直接的な関係にあるわけではなく、多様な充足が互いに関連し合いながらメディア利用に影響を及ぼしているという見方が生まれた。さらに、充足に対して影響を与える要因についても考慮されるようになった。そうすることで、メディアの利用と充足について統合的に理解しようとする試みが出てきたのである。たとえば、Palmgreen (1984) は、メディア消費に関わる充足の統合モデルを図 2-1 のように示した。

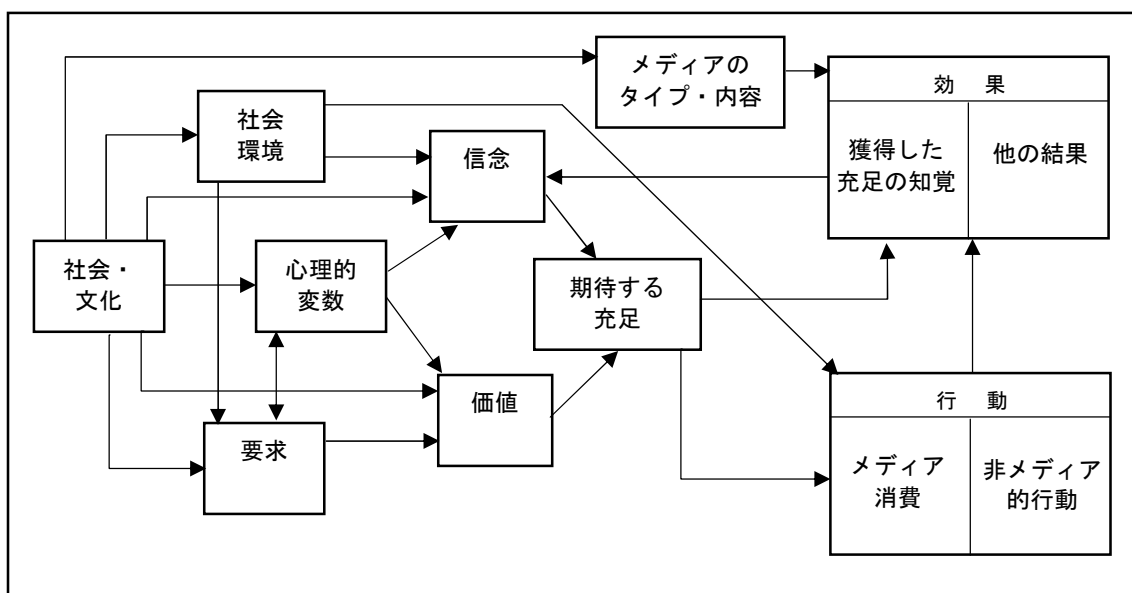


図 2-1 マス・メディア消費の充足に関する統合モデル

出典：P. Palmgreen (1984)

Palmgreen (1984) の統合モデルでは、①社会・文化、②社会環境、③要求、④心理的変数、⑤信念、⑥価値、⑦期待する充足、そして⑧メディアのタイプ・内容という 8 つの要因が互いに関連を持つことで、人々がメディアを消費するか、あるいはメディア以外の消費行動を行うかが決定されるとした。そして、行動は効果へとつながり、消費行動によって充足を得られたことを知覚したり、他の効果を生み出す効果があるとしている。

もちろん、実際のメディア利用行動と充足との関係は、図 2-1 のように単純に図式化できるようなものではない。しかし、個々の充足が独立したものではなく、社会的な要因と充足、あるいは充足同士が多層的に影響を及ぼし合うことで、人々のメディア利用行動を引き起こしているという見方が生まれたことは、「利用と満足研究」が理論的に発展したことを裏付けるものとなり得るだろう。そして、今日の映像視聴行動と充足との関係を理解するうえでも、十分適用可能なモデルだと考えるのである。

第2項 メディアの非利用に関する「利用と満足研究」

本項では、「利用と満足研究」の中でも、メディアを利用しない理由について検証した第 3 章の「非テレビ視聴行動」に関する研究の理論的根拠になり得る、「メディアの非利用」に関する先行研究をレビューする。「メディアの非利用」に関する研究は、「利用と満足研究」において学術的注目度は決して高くないものの、すでに確立した研究分野のひとつである。

「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となっている。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、図 2-2 が示すように、否定・肯定という両側面から捉え、4 つのタイプに分類している。

		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

図 2-2 メディア動機の類型

出典：P. Palmgreen (1984)

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。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とする。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。肯定的に評価する特性をあるメディアが持っていると考えた場合、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「ポジティブ・アプローチ」が研究コンセプトの中心となっている。

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、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「ネガティブ・アプローチ」が起こることがある。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ことになる。

「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、大統領選挙候補者を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。若者の新聞離れが問題となっていることをうけ、Zerba (2011) は、日刊紙を読んでいない若者を対象として、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、第1に「不便さ」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読む時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が必要である点、④読みたい時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。

第2の新聞を読まない理由として、「時間」があげられた。「時間」には、①興味のある記事を見つけるのに時間がかかる、②より上の世代が朝行う作業だというイメージがあるという概念を含んでいる。新聞を読まない第3の理由は、「妥当性」であり、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、という指摘をもとにしている。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機動性の高さ、③コミュニティに関する情報の豊富さ、そして④情報アクセスのための多様な選択肢の提示であった (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することに貢献している。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、新聞が劣っているという点にあるというのである。また、人々が求める理想的な新聞メディアの特性とは、高い利便性をもつ新しいメディアの利点を備えたものとされた。ここから、人々が既存メディアを利用しない背景として、新しいメディアの登場および利用には、利便性が関係しているといえるだろう。

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視聴が減少する一方、テレビを視聴しない人々は、テレビに対してニュー・メディアがもつ利点を求めるという意識の変化が、既存メディアの利用行動に変化をもたらしているのかもしれないからである。

第3項 メディアの代替可能性に関する「利用と満足研究」

新たに登場・普及したメディアを人々が使用することで、それまで使用していた既存メディアの利用行動がどのように変化するかという問題に対して、「利用と満足研究」の視点から様々な研究アプローチが採られてきた。本項では、新規メディアが既存メディアを代替する可能性があるかという視点から、メディアの代替可能性に関する「利用と満足研究」に関する先行研究についてレビューする。代替可能性に関する理論をもとに、本論文では第4章において、「ダウンロード視聴」が「テレビ機器視聴」を代替する可能性があるかどうかを検証するが、本項はこれに関連するものである。

今日のインターネットをはじめとするデジタル・メディア登場以前から、新規メディアが既存メディアを代替するかどうかという議論は、「利用と満足研究」において主要な研究関心であった。ケーブル・テレビ (Perse & Courtright, 1993)、ビデオ・レコーダー (Lin, 1993; Perse & Courtright, 1993)、パソコン (Perse & Courtright, 1993; Perse & Dunn, 1998)、そしてインターネット (Ferguson & Perse, 2000; Kayany & Yelsma, 2000; Perse & Dunn, 1998) の代替効果が研究されてきた。

しかし、新規メディアの利用は、必ずしも既存メディアの利用に置き換わるものではない。「利用と満足研究」では、新規メディアが既存メディアと同じ機能、あるいは優越した機能を持っている場合、既存メディアに代わり新規メディアが利用されるという見方 (Cha & Chan-Olmsted, 2012; Cooper & Tang, 2009; Ferguson & Perse, 2000) が有力である。

メディアの代替可能性を把握するにあたり、既存メディアと新規メディアとの機能を比較する必要があるとすれば、それはどのように解釈されるべきなのだろうか。「利用と満足研究」では、2つのメディアが同じ理由をもって使用されているかどうかを調べるのが有用だとされている (Ferguson & Perse, 2000)。インターネット利用について分析した Papacharissi と Rubin (2000) は、インターネットは対面コミュニケーションを機能的に代替しているとの知見を、また Ferguson と Perse (2000) は、テレビとインターネットの利用動機を比較し、インターネット利用はテレビ視聴を代替する部分と代替しない部分の両面を含む可能性を示している。インターネット利用動機には、テレビ利用動機と同じ「娯楽」がみられる点で代替性があるといえるが、「リラックス」の動機がないことから代替性はないとも解釈できる (Ferguson & Perse, 2000)。

新規メディア研究の流れのなかで、近年、オンライン映像視聴に関する知見も蓄積されつつある。動画共有サイト (Bondad-Brown, Rice, & Pearce, 2012; Haridakis & Hanson,

2009; 小寺、2012) やストリーミング (Cha & Chan-Olmsted, 2012) などが研究対象とされている。たとえば、Haridakis と Hanson (2009) は、動画共有サイトである YouTube には、「娯楽」や「情報探索」など従来のテレビ視聴と同じ利用目的がある一方、「共同視聴」や「社会的相互作用」といった独自の目的もあることを指摘し、YouTube が社会ネットワーク的機能を持ったメディアであることの表れだと結論づけた。先行研究の結果から、オンライン・メディアには既存メディアと同じ効用があるものの、独自の効用も備えていると考えることができる。

「利用と満足研究」では、メディア利用を「道具的」あるいは「儀式的」利用に分類して検証することがあるが、これはオンライン・メディアと既存メディアの比較研究においても採用されている。Rubin (1984) によると、メディア利用は、特定のコンテンツに特定の目的を持って視聴する「道具的」メディア利用と、目的を持たず習慣的に行われる「儀式的」メディア利用とに分けられる。たとえば、Cha と Chan-Olmsted (2012) は、ストリーミングの視聴が、テレビ機器では満たすことのできない「道具的」な充足を満たしている可能性を指摘している。

他方、動画共有サイトに関する研究では、異なる解釈も示されている。動画共有サイト利用とテレビ機器視聴は、「道具的」「儀式的」に関わらず、全く異なる独立したものであるとの指摘である。Bondad-Brown、Rice、Pearce (2012) は、テレビ機器視聴において、儀式的動機も道具的動機も高かったことから、動画共有サイトとテレビ機器は全く異なるメディアである可能性があると指摘した。

オンラインにおける動画視聴手段が、テレビ機器を通じた映像視聴とは異質の接触手段だとするならば、テレビ機器利用研究で示された充足をオンライン動画視聴研究に適用することは、新規メディアの充足解明にはつながらないだろう。Cha と Chan-Olmsted (2012) がストリーミング利用研究に使用した動機は、テレビ視聴、映画視聴、インターネット利用に関する先行研究で提示されたものだった。また、Haridakis と Hanson (2009) は、テレビ視聴とインターネット利用の動機を YouTube 利用に当てはめたものだった。この問題を克服すべく、質問票調査の前に自由記述式の予備調査を実施し、「利便性」「情報性」「再現性」「社交性」という YouTube 独自の効用について検証した研究も行われている (小寺、2012)。

本論文では、第 4 章で、オンライン映像視聴手法の中でこれまで検証されていない「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」とを比較し、テレビ映像視聴メディアとして「ダ

ウンロード視聴」がもつ代替可能性について解釈を加える。この研究を行うことは、先行研究でもみてきたように、オンラインでの映像コンテンツ視聴がメディア利用行動として定着している韓国において、人々がこれまでとは異なる映像視聴行動をどのように行っているかを明らかにする点で、学術的貢献があると考えられる。

第2節 データと方法

本論文では、韓国におけるデジタル時代の映像視聴行動について理解するために、予備的分析を行ったうえで、その結果から得た知見をもとに、本論文の中心をなす韓国の若者層を象徴する大学生の「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」の利用行動と動機に対する調査・分析を実施した。本節では、2つの分析における目的について述べ、続いて分析にあたって行われた調査のデータと方法について言及する。

第3章の予備的分析では、韓国の若者によるテレビ機器離れの理由について理解することを試みる。インターネット環境やモバイル環境が十分に整備されている韓国社会では、オンライン映像コンテンツにアクセスすることは容易であり、これまでの映像視聴と異なる形態の映像コンテンツ視聴行動が行われていることが予測される。10代および20代の若者層は、①ダウンロードを含むオンライン映像視聴の比率が高く、他方、②テレビ機器を通じた映像視聴頻度が低く、しかも③スマートフォンの所有率が高いとの調査結果（放送通信委員会、2013）からも、若者層が先導する形で、韓国社会におけるメディア視聴行動のあり方は変化しているように見える。

第3章の分析では、②の「テレビ機器を通じた映像視聴頻度の低下」に着目し、まず既存メディアであるテレビ機器を通じた映像視聴行動について理解することを目指した。デジタル時代の韓国におけるテレビ映像視聴行動について理解するため、オンライン・メディアに関連する分析を行う前に、従来の映像コンテンツ視聴メディアであるテレビ機器を通じた視聴行動に焦点を当てた検証が必要だと考えた。若者層を代表する韓国の大学生にインタビュー調査を実施することで、「テレビ機器視聴」のあり方における変化について理解することを目指した。韓国における若者層がもつ「テレビ機器視聴」の独自性を明らかにするため、同じ東アジアに属するデジタル先進国である日本の若者による「テレビ機器視聴」に関する調査結果を参照する。

第4章の本調査・分析では、デジタル時代の韓国におけるテレビ番組視聴行動について理解するため、「ダウンロード視聴」による「テレビ機器視聴」の代替可能性について検討

することを旨とする。予備的分析を通して、韓国の若者の間で、テレビ機器による映像視聴の必要性が低下している現状とその理由に関する分析結果を示すが、本分析を通して、テレビ機器による映像視聴に代わる映像視聴手段である「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」との関連性について理解することにつなげていきたい（竹村、2013b）。

加えて、予備的分析で対象とした既存メディアを通じた映像視聴手段「テレビ機器視聴」に関する分析の中で示された、「テレビ機器視聴」に替わる映像コンテンツ接触手段である「ダウンロード視聴」および「番組ダウンロード」についてより理解を深めることを目指した。「テレビ機器視聴」と「ダウンロード視聴」および「番組ダウンロード」の利用状況と利用動機を比較することで、韓国の大学生がどのような充足を持ってふたつの映像視聴手段を区別して利用しており、そこに代替可能性が存在するかどうかを予測することが可能だと理由から、研究目的を果たせると考える。比較分析の結果から、各利用動機と社会的要因およびメディア環境要因との関係についても明らかにしたい。

本論文の調査においては、「利用と満足研究」の主流アプローチである量的調査ではなく、インタビューを通じた質的調査のアプローチを用いる。それは、本研究で扱う「テレビ機器視聴」を行わない理由、「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」に関する先行研究が十分に存在しないためである。そのような研究分野においては、他のメディアを対象とした先行研究が扱ってきた指標を単に当てはめるのではなく、質的調査のアプローチを用いて、その利用行動の根本にある意味について理解することが適切だと考える。

本研究において、大学生を採用したのは、特に10代、20代では、①ダウンロードを含むオンライン映像を視聴している比率が高く、②テレビ機器を通じた映像視聴頻度が低く、そして③スマートフォン所有率が高いこと（放送通信委員会、2013）などから、先進的なデジタル・メディアユーザーであり、従来と異なる映像視聴行動が展開されていることを検証するための代表的な調査対象となり得ると予測したからである。また、大学生を代表とする若者層を対象に調査を実施することが、多様な利用行動と動機の発見につながることも理由としてあげられる。今後、幼少期からデジタル・メディアに慣れ親しんでいる世代が社会を構成する中心世代になっていくことを踏まえると、若者層をターゲットとして映像視聴行動について適確に理解することは、将来の韓国における人々の映像視聴行動を考えるうえでも有用だと考える。

本論文の研究調査では、韓国においてインタビュー調査を実施した。韓国ソウルの3大学に通う大学生を対象にインタビューを行い、データを収集した。2012年11月に、32名

に対して、通訳者を通してインタビューを実施した。日本語でのインタビューが可能な学生については、日本語で行った。インタビューを受けた学生の内訳は、A 大学 8 名（男性 4 名、女性 4 名）、B 大学 15 名（男性 9 名、女性 6 名）、C 大学 9 名（男性 4 名、女性 5 名）で、年齢は 19 才から 28 才までであった³。

インタビュー方法は、執筆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。

- ① テレビ視聴を行わない理由
- ② （テレビ機器を所有していない場合）テレビ機器を所有しない理由
- ③ 映像をダウンロードするための機器、方法、ダウンロードする番組ジャンル
- ④ ダウンロードした映像を視聴する機器、方法
- ⑤ テレビ機器による番組視聴スタイル
- ⑥ 番組ダウンロードによる、テレビ機器視聴への影響
- ⑦ 番組ダウンロードの動機、テレビ機器視聴の動機

上記の質問項目の中から、①テレビ視聴を行わない理由、および②テレビ機器を所有しない理由に関する回答は、第 3 章で調査結果の報告を行う韓国における非テレビ視聴行動に関する分析において用いた。第 3 章は、若者層において「テレビ機器視聴」の頻度および必要性が低下している理由を探ることが目的であるため、①および②の回答結果をもとに分析を行った。③以下の質問項目に対する回答は、第 4 章で言及する韓国における「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」の利用行動と動機に関する分析を行う際に使用した。

なお、インタビュー対象者に対する倫理的配慮として、インタビュー開始前に、インタビューの録音、論文執筆の際のデータ使用について許可を得た。論文執筆目的としてのみのデータ使用、匿名によるデータ引用について説明し、答えにくい質問については回答しなくてもよい旨を伝え、録音を開始した。

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。M-GTA の

³ 韓国では、大学在学中に休学することも多く、男性は約 2 年間の兵役義務があり、大学在学中に服役するため、日本に比べ、大学生の年齢幅が広い。

手法に従い、「分析焦点者」を「韓国ソウルの大学に通う大学生」に「方法論的限定」をし、その範囲に収まる人物を調査対象者とした。本研究のリサーチ・クエスチョンに対し、32名のインタビューを終えた時点で十分説明が可能だと判断したため、調査を終了した。

本研究のデータは、佐藤（2008）が提唱する質的データ分析法に沿って、以下のように手続きが進められた。

- ① オープン・コーディング：トランスクリプションをもとに、1行ごとにその内容を表したコードを振る。
- ② 焦点的コーディング：より抽象的・概念的なコードを割り当て、コードを集約する。
- ③ マトリックスの作成：各インタビュー対象者を行、各コードを列にしたマトリックスを作成する。
- ④ 継続的比較：マトリックスをもとに、焦点的コード間の比較、インタビュー元データと焦点的コードの比較、インタビュー対象者間の比較、事例間の比較という4タイプについて、継続的に比較・分析を繰り返す。
- ⑤ 概念モデルの構築：焦点コード間の関係を図で示す
- ⑥ 概念モデルの再文脈化：概念モデルを、文章に書き戻す。

次に、韓国のデータと比較・参照するために用いられた日本の若者層の非テレビ機器視聴に関する調査概要についても記しておく。日本の若者層を対象としたインタビュー調査は、関西圏に住む「テレビを所有していない」大学生を対象として行われた（竹村、2012）。テレビ機器を通した視聴をしない理由について、韓国の若者層の利用行動および利用動機と比較・検討することが分析目的であるため、インタビュー対象者は、テレビ機器を通した視聴を確実に行っていない「テレビを所有していない」大学生に限定した。

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。12名のインタビューを終えた段階で、リサーチ・クエスチョンに回答できるだけの十分なデータを得ることができたと判断したため、調査を終えた。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、各人1時間程度であった。主な質問項目は以下の通りである。

- ① なぜ、テレビ機器を所有していないのか
- ② テレビおよびテレビ番組に対してどのように感じるか
- ③ 以前と比べて、テレビに対する態度は変化したか
- ④ 現在、テレビ機器以外でテレビ番組を視聴することはあるか
- ⑤ オンラインの映像視聴手段をどのような目的で使用しているか
- ⑥ オンラインの映像視聴手段に対して、どのように感じるか

インタビューは1人につき約1時間行われた。韓国におけるインタビュー調査と同様、倫理的配慮をとったうえで、録音を開始した。データの分析方法については、韓国に関する分析と同様に、佐藤（2008）によるデータ分析手続きを採用している。インタビュー対象者の選択方法と人数の妥当性についても、韓国における調査と同様、木下（2007）に従って判断した。

第3節 まとめ

第2章ではまず、人々がメディアをどのように利用しているかを解明しようとする、メディアの「利用と満足研究」について、歴史的にレビューした。Herzog（1944/ 1977）によるラジオドラマ・シリーズに関する研究をはじめ、「利用と満足研究」の起源とされるメディア利用行動研究が行われた1940年代、そして子どものテレビ視聴行動を中心に研究がすすめられた1950年代から1960年代前半まで、さらに「利用と満足研究」アプローチを用いて、特にテレビ視聴行動について多くの知見が積み重ねられ、最も大きな理論的発展を遂げた1960年代後半から1980年代にかけて、3つの時代に分けて先行研究をまとめた。

1960年代以降の「利用と満足研究」では、①メディア充足のタイポロジーや充足とメディア接触およびメディア選択との関連性、②メディア充足と社会的・心理的要因との関連性、③充足とメディア効果、④期待する充足と獲得した充足、そして利用と充足に関わる要因を包括的にまとめた⑤マス・メディア消費の充足に関する統合モデルについて、取り上げた。

加えて、続く第3章と第4章の調査研究における直接的な理論的根拠となる①メディアの非利用に関する「利用と満足研究」、そして②メディアの代替可能性に関する「利用と満足研究」についても取り上げた。メディアの非利用に関する「利用と満足研究」は、「利用

と満足研究」アプローチによる先行研究の多くが、「特定のメディアを利用している人のメディア利用行動」について理解しようとした研究であるが、「特定のメディアを利用していない人の非メディア利用行動」について解明しようとするものである。そして、メディアの代替可能性に関する「利用と満足研究」は、新しく登場・普及したメディアと既存メディアの利用行動を比較し、関係性を検証することで、ニュー・メディアによる利用行動がオールド・メディアによる利用行動を代替する可能性があるかどうかを理解する研究アプローチである。

2つの研究視点をもとに、韓国社会における若者層の映像視聴行動について考えると、オンラインの映像コンテンツ接触手段が多様化したことが、既存の映像視聴メディアであるテレビ機器を通じた映像接触行為に影響を及ぼし、「テレビ機器視聴」を行わないという非利用行動が生じている可能性がある。その一因として、新しく登場・普及した映像視聴手段の利便性が、テレビ機器より高いということが考えられる。他方で、新たな映像視聴手段によって、「テレビ機器視聴」が人々のメディア接触行動から消滅することはないにしろ、何かしらの影響を受けることも否定できない。多くの映像視聴メディア・チャンネルが存在する時、人々は異なる充足をもって複数の映像視聴手段を使い分け、多様な充足を得ていることが予測される。

本論文の目的は、デジタル時代の韓国における若者層の映像視聴行動について理解することであるが、まず予備的分析では、韓国の若者による既存メディア離れ、すなわちテレビ機器離れの理由を提示することを目指した。そして、テレビ機器離れの大きな原因のひとつである新しい映像視聴手段である「ダウンロード視聴」について、本調査・分析を実施した。本調査を通して、「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」の利用行動および利用動機を比較し、メディアの代替可能性について考える。

続く第3章では、予備的分析・調査として、韓国の若者層を代表する大学生が「テレビ機器視聴」を行わない理由について分析し、日本の若者層に対するインタビュー結果を参照しながら、現代の韓国の若者層がもつメディア利用行動の独自性に関する知見を示した。

第3章 韓国における非テレビ視聴行動の動機分析 —テレビを視聴しない理由に関する日韓比較研究からみえること

第2章では、第3章と第4章において示す調査結果の理論的背景と調査・分析方法について述べた。まず、第3章と第4章のメディア利用行動に関する研究の理論的枠組みを示すため、「利用と満足研究」の先行研究をレビューした。さらに、本論文を執筆するにあたり実施された予備的分析と本分析の方法、そして分析に用いられた韓国と日本の若者層を対象としたインタビュー調査およびデータ収集について詳細を示した。

本章では、まず、調査・分析について、リサーチ・クエスチョン、分析結果、考察の順で示したうえで、韓国の若者層の中で、従来テレビ番組視聴を行うための主要視聴形態である「テレビ機器視聴」の必要性が低下している理由について分析した結果を示す。韓国における「テレビ機器視聴」行動低下の社会的背景やメディア環境などの独自性を明らかにするため、日本の若者層の「テレビ機器視聴」行動形態を参照し、そこからみえてくる韓国の若者における特徴的な「テレビ機器視聴」行動のあり方について調査結果を報告し、あわせて考察を提示したい。

なお、先に示したように、本論文におけるインタビュー・データの分析は、佐藤（2008）によって提示された分析方法に依拠している。この分析方法では、データから抽出されたコードを概念化し、個々の概念から新たな文脈によって再びストーリー化することが重視されている。本論文においても、佐藤（2008）に従い、インタビュー・データを単に整理し、個々の会話や発言例を提示するのではなく、新たなストーリーとして解釈することに重点を置いた分析、そして結果の提示方法をとる。

第1節 リサーチ・クエスチョン

韓国において実施されたインタビュー調査対象者の中で、本分析では、「テレビ機器視聴」の頻度が減少している人、あるいは重要性が低下していると答えた人を対象とする。調査では、なぜ「テレビ機器視聴」を行わないのか、あるいは頻度が減少しているのか、大学生らが「テレビ機器離れ」をしている理由について尋ねた。その理由を明らかにするために、RQ1を以下のように設定した。

RQ1：韓国の大学生はなぜ「テレビ機器視聴」を行わないのか

RQ2 では、RQ1 の「テレビ機器視聴」を行わない、あるいは必要でないとする理由が、韓国社会の独自性を反映したメディア利用行動なのか、あるいは今日の社会において文化を越えて普遍的に共通するメディア利用行動なのかを理解することを試みる。そのため、RQ2 では、韓国の若者のメディア利用行動にどのような国的独自性があるかどうかを考察する際の参照とするため、日本の大学生が「テレビ機器視聴」を行わない理由についても分析を行う。RQ1 と同様、日本についても次のようなりサーチ・クエスチョンを設定する。

RQ2：日本の大学生はなぜ「テレビ機器視聴」を行わないのか

最後に、RQ1 に RQ2 の分析結果を重ね合わせたうえで、韓国の大学生による「テレビ機器視聴」を行わない理由にどのような特徴がみられるかを検討する。韓国と日本の大学生との間の「非テレビ機器視聴」の動機に関する相違点を示すことで、韓国の大学生による「テレビ機器視聴」に対する態度や接触行動の独自性を明らかにすることを試みる。そのため、以下のようなりサーチ・クエスチョンを設定した。

RQ3：韓国の大学生の「テレビ機器視聴」を行わない理由にはどのような特徴がみられるか

以上、「テレビ機器視聴」を行わない理由を、①韓国の大学生、②日本の大学生、③韓国の大学生の非視聴行動に日本の大学生のそれを参照データとして重ね合わせるという 3 つの点から分析を行い、第 2 節において結果を示す。

第2節 結果

第1項 韓国の大学生が「テレビ機器視聴」を行わない理由

まず、RQ1 の「韓国の大学生はなぜ『テレビ機器視聴』を行わないのか」について、その理由をあげる。なお、テレビ機器を所有していない場合は、テレビ機器を所有しない理由を分析対象とする。分析の結果、「リアルタイム視聴の必要性のなさ」「視聴手段の多様化」「テレビ番組の内容・質」「住居環境」「日常生活の忙しさ」、そして「視聴テレビ番組の固定化」「過去の経験」の 7 つの理由にまとめることができた。

(1) リアルタイム視聴の必要性のなさ

テレビ番組が放送している時間に見なくても、すぐに他の方法で見ることができるため、「テレビ機器視聴」を行う理由がないという。大学生の間では、バラエティ番組が人気であるため、テレビ放送時に見ることの重要性は低い。リアルタイムの視聴が必要だと考えられるニュースについても、パソコンやスマートフォンを通してリアルタイムで見ることができるため、「テレビ機器視聴」の利点が「テレビ機器視聴」を促す要因として働いていないのである。

映像と比較した場合、文字情報のほうがより詳細を知ることができるため、映像ニュースを見る必要性は感じていないという意見もある。たとえば、「軍に入隊していた時は、テレビを視聴できる時間がニュース放送時間と重なっていたため、ニュースを見ていた」という A 氏は、「除隊した今では見ていない」という。そして、「現在は、ニュース情報の入手は、専ら文字で詳しい情報を伝える紙の新聞とインターネットのポータルサイトに頼っている」(A 氏) という。

スポーツについても、「テレビ機器視聴」をするという意見もあったが、オンラインにおいてリアルタイムで見られることもできるため、特に「テレビ機器視聴」に必然性があるわけではない。韓国の大学生らは、ポータルサイト、DMB、Afreeca TV など、オンラインにおいて多様な方法でスポーツ中継を楽しんでいる。

(2) 視聴手段の多様化

まず、パソコンで多様な映像コンテンツを視聴することができるので、テレビ番組しか見ることのできないテレビ機器を購入する必要がないという意見がある。一人暮らしの場合、パソコンを所有していることで、テレビ機器の購入に至っていない。

また、YouTube でテレビ番組を見るため、「テレビ機器視聴」を行う必要がないと感じている人の場合、YouTube ではテレビ番組全体を見るのではなく、主要な場面のみをカットして編集したハイライト映像を見ている。韓国の人気バラエティ番組はストーリーが連続しているため、毎回の放送内容をフォローするために、ハイライト映像は多く用いられている。

本当に見たい番組は「テレビ機器視聴」を行うが、他の番組については YouTube で内容を確認するだけで十分だという意見もあった。韓国のテレビ番組に関心の高くない E 氏は、YouTube でハイライトをチェックすれば、内容は理解できるし、友達との話にも困らない

ため、ハイライトで見るだけで十分だと答えている。

YouTube はひとつの映像の短さから、スマートフォンで移動中や外出先で視聴するのにも適しているため、スマートフォンの普及が YouTube のテレビ番組映像視聴を促進させ、それが「テレビ番組視聴」の減少につながっていると考えられることができる。スマートフォンを入手する前は、現在ほど YouTube を見ていなかったという声も聞かれた。

ただし、スマートフォンの所有による「テレビ番組視聴」の減少への影響は、単にスマートフォンで映像を視聴しているからという理由だけではない。スマートフォンは映像視聴以外に多様な機能を持った身近な機器であるため、スマートフォンをいじるようになってから、娯楽時間として「テレビ番組視聴」が占める割合が減少しているという。もともとあまりテレビを見ていないという N 氏は、スマートフォンを持ったことで、ニュースですらテレビ機器を通して見る必要がなくなったので、ますますテレビ視聴時間が減少したという。

また、スマートフォンを触りながら「テレビ機器視聴」を行うという「ながら視聴」が増えたため、テレビ番組に集中して見なくなったという、テレビ視聴行動の変化もみられた。CC 氏は、「スマートフォンを持ったことで、友達とスマートフォンで連絡を取りながらテレビを見たりすることが増えたので、見ているテレビ番組に対して集中しなくなったことを感じている」という。

(3) テレビ番組の内容・質

テレビ番組の内容や質が悪いため、テレビ番組に関心がないという人もいる。多チャンネル化によって、見ることのできるテレビ番組は増えたものの、似た内容の番組が多く、高い視聴率を獲得するために刺激的な内容の番組が増えたことに懸念を示す人もいた。特に、ケーブル・テレビ局の番組に対する質の悪さを指摘する声が目立った。D 氏は、「地上波放送の中でも公共放送の番組が刺激的な内容になったと感じている」という。多チャンネル化を背景に、ケーブル・テレビ・チャンネルが刺激的な番組の放送によって高い視聴率を獲得しているため、公共放送がケーブル・テレビに追従する形で番組制作に変化が現れたのではないかという見解が示された。

(4) 住居環境

韓国では、大学の寮に住んでいる大学生も多い。その場合、大半が 2 人か 4 人で共同部

屋を使用しており、各部屋にテレビはない。その代わりに、共有スペースにテレビが設置されている。寮に住む大学生にとって、共有スペースが唯一の「テレビ機器視聴」が可能な場所であるため、完全に自由にテレビ番組を視聴できるわけではない。その結果、「テレビ機器視聴」から遠のいたり、他の手段を使用してテレビ番組を見たりするようになるという。休憩室にテレビ機器が設置されている寮に住んでいる Y 氏は、「休憩室は人の出入りが激しいので、そこであまりテレビを見たいと思わないため、大学に入学し、寮に入居してからテレビを見る頻度が減った」という。しかし、「実家に帰省した際は、そのようなテレビ環境ではないため、テレビを視聴する」(Y 氏) という。

(5) 日常生活の忙しさ

日常生活の忙しさを、「テレビ機器視聴」を行わない理由としてあげる人の場合、「テレビ機器」に対しても「テレビ番組」に対してもその関心が低い。生活全般においてテレビを見ることの重要性が低いタイプの人である。韓国の大学生の中には、学校の課題やテスト勉強、資格のための勉強などで、在宅時間が少ない人もいる。その場合、テレビを見る時間というのを無駄だと考えている人がいた。現在、卒業研究に取り組んでいる B 氏は、「頻繁に学校に通っており、忙しい日常を送っている」といい、「テレビは暇つぶしになるが、テレビを見すぎることによって時間を無駄にってしまうことを懸念し、テレビを所有していない」(B 氏) と答えた。

また、以前はテレビ番組を視聴していたとしても、生活パターンが変化し、忙しくなった結果、テレビを見る時間が減少したという個人的な事情による影響もみられた。「アルバイト、学校のグループ課題、英語の勉強などで忙しい」という 4 年生の K 氏は、「大学低学年の頃は特に忙しくもなく、勉強も特に一生懸命やっていたため、家に帰ってテレビを見ることも多かった」(K 氏) という。しかし、「今では自分の生活時間を有効に使おうと考えるようになり、やらなくてはいけないことをこなした残り時間でテレビを見るというパターンに変わった」(K 氏) と答えた。

テレビ機器を通してテレビ番組を視聴する機会が減少したことで、テレビに対する関心がなくなったという人もいた。高校時代を全寮制の学校で過ごした DD 氏は、「中学時代はよくテレビを見ていたが、全寮制の高校に入り、テレビ機器がない環境で過ごしたため、それをきっかけにテレビに対する関心が低くなった」という。

(6) 視聴テレビ番組の固定化

特定のテレビ番組しか視聴していないため、「テレビ機器視聴」を行うより、ダウンロードをするほうが便利だという意見である。大学生の間で人気のある番組は限られており、今回のインタビューにおいても、多くの大学生がよく見る番組として同一番組タイトルをあげていた。特に、MBCの「無限に挑戦(무한도전)」、SBSの「ランニングマン(런닝맨)」、KBSの「ギャグコンサート(개그콘서트)」などのバラエティ番組がよく見られていた。

見る番組が限定されているというG氏は、「ダウンロードによって自分の見たい番組だけを見ているため、『テレビ機器視聴』の時間が減少した」という。従来のように、テレビ番組を「暇つぶし」のためにつけて見るという見方とは異なり、目的を持った「テレビ機器視聴」が行われていることがわかる。目的志向のテレビ番組視聴において、「テレビ機器視聴」の必要性は低いのである。

(7) 過去の経験

過去の経験として、高校時代の生活習慣や家庭環境などが「テレビ機器視聴」を減少させたという意見もある。今回のインタビューでは、韓国の全寮制の学校に通っていたという人たちもいた。全寮制の学校の場合、テレビ機器がないことが多く、その時代に「テレビ機器視聴」を行わなかったことで、テレビ番組に対する関心がなくなったという話であった。全寮制の学校でなくても、韓国的高校は授業時間が長いため、学校にいる時間が多く、高校時代にテレビを家で見ることがなかったため、テレビ番組に対して関心がなくなったという意見もあった。N氏は、「インターナショナル・スクールで高校時代を過ごしたため、学校に滞在する時間も長く、テレビを見るという習慣がなかったため、今でもテレビに対する関心が全般的に薄い」という。

家庭環境としては、幼いころからテレビを見るより勉強するように言われていたため、テレビ番組に対する関心がないという人もいた。ここでも、勉強を重視する韓国の社会状況が反映されている。また、家族の他のメンバーもあまりテレビを見ない家庭で育った人の場合、テレビ番組を見る習慣がないため、いまだにテレビ番組に対する関心が薄いということである。自宅から大学に通っているH氏の場合、「幼いころから両親に勉強するようによく言われる家庭で育ったため、いまだにテレビに対する関心が低く、ほとんど『テレビ機器視聴』を行うことはなく、家族の他のメンバーも誰もテレビは見していない」という。

第2項 日本の大学生が「テレビ機器視聴」を行わない理由

次に、RQ2「日本の大学生はなぜ『テレビ機器視聴』を行わないのか」に関する分析結果を示す。日本の大学生が「テレビ機器視聴」を行わない理由をまとめると、「視聴手段の多様化」「テレビ番組の内容・質」「物理的な影響」「日常生活の忙しさ」「過去の経験」、そして「生活習慣の改善」の6点に集約された。

(1) 視聴手段の多様化

日本の大学生のあいだでは、「テレビ機器視聴」の代わりに YouTube による視聴が多くみられた。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コンテンツを視聴しているという。その他、スポーツはストリーミング配信されている映像を見ることでライブ放送を見るなど、オンラインでの映像視聴行動がみられた。日本の大学生においても、スポーツに関してはライブ要素が重要視されているため、オンラインを用いた視聴方法が採られている。

オンライン以外でも、テレビ機器を所有している友人や家族にテレビ放送を録画してもらおう、見たいテレビがある時に友達の家に行く、パブリック・ビューイングを行うなど、自宅で「テレビ機器視聴」ができない場合、オフラインで他の方法を使って視聴するという方法を取っていた。サッカー観戦を好む B 氏の場合、「自分が見たいサッカーの試合が中継される時は、友達の家で見たり、飲食店のパブリック・ビューイングに参加するなどして、観戦を楽しむ」という。

(2) テレビ番組の内容・質

テレビ番組の内容や質に対して嫌悪感を持っているため、「テレビ機器視聴」を行わないという人もいる。実家にいた時からほとんどテレビを見ていなかった人の場合、帰省してテレビを見た時にテレビ番組の内容について嫌悪感を抱くという。特に、テレビ番組に対して関心がない人の場合、他の映像視聴手段を用いてテレビ番組を視聴しているわけではないため、たまに見るテレビ番組に対して嫌悪感を持つという。特に、バラエティ番組の質について指摘する声が多く、番組内容と騒がしさを感じるという。

テレビ番組によっては、NHK やドキュメンタリー番組など良質のテレビ番組があることもあげられたため、テレビ番組全般に対する嫌悪感ではなく、特定の番組に対して感じるようである。D 氏は、「帰省した時に家族がバラエティ番組を見ていると、番組に対して不

快に感じるものの、以前は視聴することのなかった NHK の番組を意外に面白いと感じた」という。

(3) 物理的な影響

テレビを持っていない理由として、一人暮らしを始めた時に「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ため、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。

(4) 日常生活の忙しさ

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、アルバイト、サークルなどがあげられ、「ほとんど家にいる時間がない」という答えが多く聞かれ、大学生の多忙な生活パターンがうかがえる。ほとんど家にいる時間がなく、睡眠のために帰るだけなので、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、「テレビ機器視聴」を行わない理由としてあげられた。「テレビ機器視聴」に対する無関心さより、物理的に在宅時間が少ないことがその要因として大きいようである。

テレビ機器を使わなくても、パソコンやスマートフォンなどで情報収集を行うほうが身近であるため、あえて「テレビ機器視聴」を行う必要がないという。C氏は、「大学に入学してからはしばらくは実家から通っていたため、テレビ機器がある環境にいた」という。しかし、「日々の生活が忙しく、テレビを見る時間がなかったことをきっかけに、パソコンやスマートフォンによって情報接触することが多くなり、一人暮らしを始めた時も、テレビ機器を購入する必要性を感じなかった」(C氏)という。

(5) 過去の経験

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く、テレビを購入していないという。

「テレビ機器視聴」の習慣がないようである。

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。C氏は、「大学受験のための勉強をきっかけに『テレビ機器視聴』を行わなくなり、それからテレビ番組に対する関心が薄れた」という。そのため、「一人暮らしを始めた時にも、テレビを購入する必要性を感じなかった」(C氏)という。

(6) 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てしまうと考え、あえてテレビを購入しなかったと答えた。特に一人暮らしの人の場合、「テレビ機器視聴」を長時間行うことに対する生活の乱れを懸念する声が聞かれた。テレビの放送時間に対して自らの行動を合わせることへの抵抗感も持たれるようである。大学入学前はテレビを頻繁に見ていたというE氏の場合、大学では熱心に勉強をしようと決心し、テレビによって自分の時間を無駄にってしまうことを心配し、テレビを購入しなかったという。

そして、実際に「テレビ機器視聴」を行わないことで、「テレビ機器視聴」を行っていた時の生活とだいぶ変化した実感があり、時間を有効に使えるようになったという。前述したE氏は、「テレビを所有していない現状のメディア環境に満足している」という。

第3項 「テレビ機器視聴」を行わない理由に関する韓国の独自性

第1項では「韓国の大学生が『テレビ機器視聴』を行わない理由」、第2項では「日本の大学生が『テレビ機器視聴』を行わない理由」に関する分析結果を示した。本項では、RQ3「韓国の大学生の『テレビ機器視聴』を行わない理由にはどのような特徴がみられるか」について、分析結果を提示する。韓国の大学生の非「テレビ機器視聴」調査の結果に、日本の大学生のそれを重ね合わせ、分析・検討し、韓国の大学生による「テレビ機器視聴」を行わない理由に関する特徴を際立たせながら、指摘する。

まず、日本と韓国の各国で示された「テレビ機器視聴」を行わない理由について、RQ1とRQ2の分析結果からまとめると、表3-1のとおりになる。

表 3-1 日本と韓国における「テレビ機器視聴」を行わない理由

韓国	日本
<ul style="list-style-type: none"> ● リアルタイム視聴の必要性のなさ ● 視聴手段の多様化 ● テレビ番組の内容・質 ● 住居環境 ● 日常生活の忙しさ ● 視聴テレビ番組の固定化 ● 過去の経験 	<ul style="list-style-type: none"> ● 視聴手段の多様化 ● テレビ番組の内容・質 ● 物理的な影響 ● 日常生活の忙しさ ● 過去の経験 ● 生活習慣の改善

韓国と日本との相違をみると、韓国でのみ、「リアルタイム視聴の必要性のなさ」「住居環境」「視聴テレビ番組の固定化」という理由があげられている。一方、日本において指摘された「物理的な影響」「生活習慣の改善」という2つの理由は、韓国の大学生の間では見られない。「テレビ機器視聴」をしない理由は多くの点において共通している。しかし、その詳細の中身をみると、国によって事情は大きく異なる。

ここでは、両国に共通してみられる「視聴手段の多様化」「テレビ番組の内容・質」「日常生活の忙しさ」、そして「過去の経験」の4項目に関して、さらに詳細に掘り下げ、日韓の「テレビ機器視聴」を行わない理由に潜む差異について論じたい。

(1) 視聴手段の多様化

韓国では、「テレビ機器視聴」の代わりに、最も頻繁に使用されていた映像視聴手段が、「ダウンロード視聴」である。「番組ダウンロード」によって多くのテレビ番組を視聴することができるため、韓国の大学生らにとっては、「ダウンロード視聴」は「テレビ機器視聴」より便利な視聴方法なのである。そのため、「テレビ機器視聴」の必要性が減少し、「ダウンロード視聴」が頻繁に行われている。

一方、インタビューを行った日本の学生の間で、映像コンテンツをダウンロードしている人はいなかった。日本の大学生らがオンラインで見っていた映像の多くは、スポーツ中継

放送や YouTube によるテレビ番組のハイライト映像であった。彼らは、オンラインによる映像視聴によって、「テレビ機器視聴」で受信するのと完全に同じコンテンツを視聴できているわけではない。日本におけるオンラインによる視聴は、「テレビ機器視聴」を補完するための視聴手段に過ぎないのである。この点が大きく異なっている。

また、韓国ではスマートフォンが、「テレビ機器視聴」に与える影響も大きいようである。スマートフォンは映像視聴媒体としてのみでなく、娯楽媒体あるいはコミュニケーション媒体として機能しているため、スマートフォン所有によって「テレビ機器視聴」が減少する傾向もうかがえた。スマートフォンで YouTube のハイライト映像を見るようになると、人々はテレビ番組全体を見る必要性も感じなくなる。テレビ番組全体を見ることの意味がさらに低下していくと考えられる。

他方、日本では、スマートフォンが「テレビ機器視聴」に影響を与えているという例はみられなかった。

(2) テレビ番組の内容・質

韓国では、多チャンネル化によるテレビ番組内容や質の低下に対して、疑問が呈された。第 1 章でも指摘したように、韓国のテレビ放送では多チャンネル化が進行している。多チャンネル化によって、人々が情報にアクセスすることができるチャンネルは増えた。その一方で、視聴者らが満足するコンテンツを提供できていなかったり、高い視聴率を獲得するためだけの番組作りが進んでいたり、その歪みの現状が、韓国人大学生らの主張から示唆されている。日本は、韓国と比較しても、有料放送の契約者も少なく、一般的に広く普及しているともいえないため、いまだ地上波放送が主要なテレビ放送チャンネルとみなされている。そのため、特に多チャンネル化による影響は指摘されなかったと考えられる。

(3) 日常生活の忙しさ

韓国の大学生も日本の大学生も、多忙なために在宅時間が少ないという点では共通していた。しかし、韓国の大学生の間で目立ったのは、就職活動のための勉強によって忙しいという声である。韓国の就職活動では、大学時代の成績は企業が採用する際の重要な指標となる。そのため、大学生らは、学校の課題や定期テストの勉強のために図書館に通うことも多い。また、在学中に就職活動準備のために TOEIC をはじめとする資格試験の勉強をするために、忙しいというパターンもある。特に、学年が上がるのにもない、学校の勉

強や就職に向けての勉強が忙しくなるため、以前のように「テレビ番組視聴」を行う時間がなくなったという意見も聞かれた。

一方、日本の大学生は、アルバイトやサークル活動などの課外活動などを活発に行っている傾向にある。多様な活動によって在宅時間が減少し、「テレビ視聴行動」に対する関心が低い傾向にあった。

(4) 過去の経験

過去の経験や習慣が今日の映像視聴行動に影響を与えるという点は、韓国も日本も共通している。両国において、過去の経験によって「テレビ機器視聴」を行わない人の場合、テレビ番組全般に対する関心が低いため、他の手段によるテレビ番組視聴もあまり行っていないことが多い。逆に、過去にテレビ機器にアクセスすることができなかったため、現在では多様な手段を活用してテレビ番組に接触する方法を身につけている場合もある。

特に、韓国にみられた傾向であるが、高校が全寮制だった影響で、勉強に専念し、テレビを全く見られない環境にあったことが、「テレビ機器視聴」の必要性を低減させる効果は大きいだろう。これも、韓国社会の一側面的現象であるといわれるかもしれないが、韓国における大学受験の厳しさを反映した結果が、韓国若者層の中心となる大学生のメディア利用行動として表れたともいえるだろう。

第3節 考察

本章では、インタビュー調査を通して、韓国において「テレビ機器視聴」の必要性が低減している理由について理解することを目指した。日本におけるインタビュー調査結果を参照することで、韓国人が「テレビ機器視聴」を行わない理由の独自性についてより鮮明にすることを試みた。

韓国の若者層を代表する大学生の間で「テレビ機器視聴」が行われない理由として、「リアルタイム視聴の必要性のなさ」「視聴手段の多様化」「テレビ番組の内容・質」「住居環境」「日常生活の忙しさ」「視聴テレビ番組の固定化」、そして「過去の経験」の7点が指摘された。

「リアルタイム視聴の必要性のなさ」という理由には、テレビ番組を放送時間にリアルタイムで見ることの必要がないこと、他メディアを通してニュースやスポーツ中継などに接触していることなどを含む。「視聴手段の多様化」は、パソコンを所有していればテレビ

機器購入の必要がないこと、YouTube を通してハイライト映像を視聴していること、スマートフォンを使用していること、などがこれにあたる。「テレビ番組の内容・質」を理由としてあげた人は、多チャンネル化やケーブル・テレビなどの影響を指摘している。「住居環境」とは、本インタビューを通じたコンテキストとしては、特に寮に住むことで部屋にテレビ機器を所有していないことが中心にある。「日常生活の忙しさ」は、勉強などを家以外の場所で行うことが多いため、在宅時間が短いことが背景にある。「視聴テレビ番組の固定化」は、ながら視聴・暇つぶし視聴の減少による目的志向型のテレビ視聴行動によるものである。そして、「過去の経験」とは、高校時代や家庭環境などの影響からくるものである。

一方、日本人が「テレビ機器視聴」を行わない理由としては、「視聴手段の多様化」「テレビ番組の内容・質」「物理的な影響」「日常生活の忙しさ」「過去の経験」、そして「生活習慣の改善」の6点が指摘された。

「視聴手段の多様化」には、YouTube によって映像を視聴すること、知人にテレビ番組の録画を依頼すること、テレビを見られる自宅外の場所で視聴すること、などが含まれる。

「テレビ番組の内容・質」では、特にバラエティ番組の騒がしさに対する嫌悪感が指摘されている。「物理的な影響」としては、地デジ化や故障後にテレビ購入の必要性を感じていないためにテレビ機器購入に至らなかったパターンが含まれている。「日常生活の忙しさ」では、勉強、アルバイト、サークルなどによる在宅時間の短さがあげられている。「過去の経験」とは、過去からの継続的なテレビ視聴習慣のなさや、テレビ番組を見ないことの習慣化などを含んでいる。「生活習慣の改善」とは、テレビを所有しないことで生活習慣を改善させようという意思がみられることなどがこれにあたる。

韓国における「テレビ機器視聴」を行わない理由として特徴的だったのは、「リアルタイム視聴の必要性のなさ」「住居環境」、そして「視聴テレビ番組の固定化」であった。これらの理由は、日本人の若者にはみられなかった。ここから、韓国の若者層が「テレビ機器視聴」行動における特殊性を有していると指摘することができる。「リアルタイム視聴の必要性のなさ」は、韓国ではテレビ機器以外の多様なオンライン・メディアを通して情報にアクセスすることが容易に可能であることを示唆しており、若者層のメディア接触行動として定着している韓国社会のブロードバンド・メディア環境をフルに活用した、通信・放送融合型の統括的なコンテンツ流通が整っているという特徴が表れている。「住居環境」については、韓国では学生の一般的な住居形態のひとつとして学生寮があり、そこでの生活がメディア利用行動に影響をもたらしている可能性が見出された。そして、「視聴テレビ番

組の固定化」は、韓国の大学生が勉強で忙しいため、放送時間に自宅でテレビ番組を視聴できないという韓国の大学生の生活事情や、多様なテレビ番組視聴手段が存在するため、自ら検索してアクセスすることが可能なオンライン映像視聴手段に関わるメディア環境事情などが関連しているようにみえる。

韓国と日本で共通してみられた理由である「視聴手段の多様化」「テレビ番組の内容・質」「日常生活の忙しさ」「過去の経験」についても、共通した結果を得た一方で、根底部分でそれらの理由をもたらす要因として、韓国の特殊性がみられた。韓国における「視聴手段の多様化」では、「テレビ機器視聴」を代替する手法として「ダウンロード視聴」の利用とスマートフォンによるハイライト映像視聴の影響が顕著であった。「テレビ番組の内容・質」に対しては、有料テレビ放送が加速させている多チャンネル化の広がりにより、これに相応するように、韓国のテレビ放送環境も大きく変化していることが、影響を及ぼしているようにみられた。「日常生活の忙しさ」については、韓国の大学生らの学業による忙しさが目立った。「過去の経験」では、高校時代に、大学進学に向けて長時間勉強することが一般的な韓国の受験事情が、大学生らの現在の映像視聴行動に影響を与えていることが示され、韓国社会の独自性が、どこにおいても反映されていることが実感される結果となった。

本分析をまとめると、韓国における映像視聴行動において、テレビ放送と同じ映像コンテンツにアクセス可能な「ダウンロード視聴」手段の存在が、「テレビ機器視聴」を減少させる主要因となっている可能性は否定し難い。映像データをダウンロードすることにより、テレビ機器を通さずともテレビ番組を視聴できることが、韓国の大学生らによるテレビ機器の非所有にもつながっていた。また、テレビ番組データのダウンロードによって、いつでも好きなテレビ番組を視聴することが可能になり、放送時間にテレビ番組を見るという行為の必要性が低下していることが、「テレビ機器視聴」を減少させているといえる。

ただし、韓国の若者層を代表とみて調査した大学生にとって、テレビ機器の存在価値は総体的に低下している。それにもかかわらず、テレビ機器の持つ重要性が一概に失われているとはいえない点も、特筆される点である。韓国でインタビュー調査を行った対象者の中には、「テレビ機器視聴」を頻繁に行っている大学生も存在した。「ダウンロード視聴」の活発な利用がある一方、積極的に「テレビ機器視聴」を行っている大学生も存在した。さらには、「番組ダウンロード」によって、テレビ機器による視聴時間やその必要性が減少したとはいえないという意見もあった。「テレビで面白いと思ったものをダウンロードするので、テレビで面白いと思わせ、番組を選択させ、興味を持たせるという点では、テレビ

の影響力が一番大きいと思う」という指摘もあった。

本調査から得られた知見として、韓国の若者層による映像視聴行動の中で、テレビ機器が映像視聴メディアの主流であった時代とは異なる状況が生まれていること、そのひとつの要因が「番組ダウンロード」という新たなデジタル・メディア環境に支えられた背景にある可能性が示唆された点が、一番のポイントとしてあげられる。したがって、この知見をもとに韓国の若者層による映像視聴行動を理解するにあたり、「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」がどのように行われているかを明らかにする必要があるとの考えに至った。「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」との関連性をより詳しくみることで、映像視聴行動に影響を及ぼしている韓国独自の社会的要因を踏み込んで説明することができ、メカニズムの一端を解明することができると思う。続く第4章では、「テレビ機器視聴」の代替視聴行動として、韓国の若者層を代表する存在である大学生の間で最も頻繁に行われている「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」に関する利用行動と動機の調査結果を報告し、さらに考察を行うこととする。

第4章 韓国における「テレビ機器視聴」および「番組ダウンロード」「ダウンロード視聴」の動機分析

前章では、韓国の若者層にとって、従来の主要映像視聴メディアである「テレビ機器」を通じた映像視聴の必要性がどのような理由をもって低下したかという理由について、日本の若者層を代表する大学生へのインタビュー・データを重ね合わせながら、分析・考察した。そこから、オンライン映像視聴手段の多様性、特に幅広い映像コンテンツ・データをダウンロードすることが可能なメディア環境が、韓国において既存の「テレビ機器視聴」に影響を及ぼしている可能性が示唆された。

本章では、テレビ番組を視聴するための手段として、韓国の若者層を代表する大学生の間に定着してきているオンラインのテレビ番組視聴手段としての「番組ダウンロード」と「ダウンロード視聴」が、従来のテレビ番組視聴手段である「テレビ機器視聴」を代替する可能性があるかどうかについての調査について扱う。第1節では4つのリサーチ・クエスチョンを提示する。その後に第2節ではデータ分析結果を示すが、分析の際、『番組ダウンロード』『ダウンロード視聴』の現況』『テレビ機器視聴』の現況と変化』『番組ダウンロード』『ダウンロード視聴』の動機』『テレビ機器視聴』の動機』『ダウンロード視聴』『テレビ機器視聴』に共通する動機、そして『ダウンロード視聴』の動機に影響を与える社会状況とメディア状況』の6つの項に分けて分析結果を提示し、新たな知見を示した。

なお、本章に関わる調査についても、方法論は佐藤（2008）に従い、概念を再文脈化して調査結果を提示する。

第1節 リサーチ・クエスチョン

韓国の大学生による「ダウンロード視聴」と「テレビ番組視聴」の動機について比較する前に、まず彼らのメディア利用現況について理解する必要がある。これまで韓国で行われた先行研究は、機器別・テレビ番組ジャンル別ダウンロード利用者率（放送通信委員会、2013）や放送の不法複製物利用者率（韓国著作権団体連合会・著作権保護センター、2012）の描写的調査にとどまっていることから、視聴行動の現況を理解するにあたり十分なデータ蓄積があるとはいえない。そこで、次のリサーチ・クエスチョンを立てた。

RQ1：韓国の大学生は、どのようなテレビ映像ファイルをどのようにダウンロードし、視聴しているか

第2章の「研究の背景」でも記した通り、テレビ機器を通した番組視聴に関する「利用と満足研究」は多数存在する。しかし、テレビ番組視聴手段が多様化した今日のメディア環境では、「テレビ番組視聴」スタイルにも変化が生じている可能性もある。そこで、「テレビ機器視聴」の現況について把握するために、次のリサーチ・クエスチョンを設定した。

RQ2：韓国の大学生は、「テレビ機器視聴」をどのように行っているか

次に、「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」をもたらす利用動機を比較し、2つの映像視聴方法をもたらす動機の類似点および相違点について明らかにする目的で、以下のRQ3を設定した。

RQ3：韓国の大学生は、どのような動機をもって、「ダウンロード視聴」および「テレビ機器視聴」を行っているか

最後に、RQ3で示された「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」における利用動機に影響を与えているであろう韓国の社会状況およびメディア状況との関連性について明らかにすることを目指し、以下のRQ4を設定した。

RQ4：どのような社会状況やメディア状況が、韓国の大学生の「ダウンロード視聴」および「テレビ機器視聴」における動機に影響を与えているか

第2節 結果

第1項 「番組ダウンロード」「ダウンロード視聴」の現況

まず、RQ1の「韓国の大学生は、どのようなテレビ映像ファイルをどのようにダウンロードし、視聴しているか」について、「番組ダウンロード」と「ダウンロード視聴」に分けて把握することを試みる。

(1) 「番組ダウンロード」の現況

韓国の大学生にとって、「番組ダウンロード」のための主要機器は、パソコンである。スマートフォンを通じたダウンロードも行われているが、ここでは主要機器であるパソコンによる「番組ダウンロード」状況について詳しくみたい。

パソコンを通してテレビ番組をダウンロードする方法は多数存在する。ここでは、有料、無料という指標で、それぞれの使用理由を分類する。

表 4-1 「番組ダウンロード」方法の「有料」「無料」ごとの使用理由

有料	有料手段のメリット	信頼性が高い 検索がしやすい
	金銭面	使用料は少額なので、抵抗がない 価値を有する物に金を払うのは当然
	無料手段のデメリット	違法である ファイルの質が悪い ウイルスが心配
	無料手段へのアクセスの不在	無料でダウンロードできる場所が減った 無料手段を知らない
無料	金銭面	有料の手段は高い
	有料手段使用の不必要	ウイルスは心配ない 不便に感じたことがない

表 4-1 で示したように、有料で「番組ダウンロード」をしている調査対象者の場合、その理由を分類すると「有料手段のメリット」「金銭面」「無料手段のデメリット」、そして「無料手段へのアクセスの不在」となった。一方、無料で「番組ダウンロード」をしている理由は、「金銭面」「有料手段使用の不必要」の 2 つに分けられた。

大学生らがどのような番組をダウンロードしているかという点では、主に 3 つのパターンがみえてきた。それは、「特定の番組のみ」「テレビ放送で見て面白かった放送回」、そして「その時の関心に合った番組」である。その理由については、RQ3 の利用動機に関するセクションで言及する。

ダウンロードする番組ジャンルとして、「バラエティ」「ドラマ」「ドキュメンタリー」などがあげられた。特に、「バラエティ」が多かったのが特徴的である。「ドラマ」は、アメリカや日本のドラマなど、韓国で放送されていない番組もダウンロードされている。ダウンロードされている番組とテレビ機器を通して見られている番組ジャンルには、ほとんど

差異はみられなかった。ただし、「スポーツ中継」と「ニュース」はリアルタイム以外の視聴に向かない番組ジャンル特性が影響してか、ダウンロードされていない。

(2) 「ダウンロード視聴」の現況

ダウンロードしたファイルは主に、家や自室でパソコンを通して見られている。スマートフォンによる視聴も行われている。その場合、パソコンにダウンロードしたファイルをスマートフォンに移すか、スマートフォンにダウンロードしたファイルを視聴している。スマートフォンで見る理由として、自宅で見られないことから、外出中に見る、または長距離移動の際に見る、バイトの空き時間に見る、などがあげられた。いずれの場合も、パソコンによる映像視聴の補助的な手段となっている。スマートテレビやタブレット使用者も、パソコンでダウンロードした映像ファイルを移して見ている。

ここまで、韓国の大学生による「番組ダウンロード」行動の現況について、インタビュー調査データをもとに報告してきたが、「ダウンロードの非利用者」の存在にも注目すべきであろう。利用しない理由として、ダウンロードが面倒、ダウンロードする時間や見る時間がない、テレビ番組に興味がない、他の手段で視聴している、パソコンのメモリが心配、友達からファイルをもらう、お金がかかる、そしてテレビで見られなかったら諦める、などがあげられている。

「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」では、番組コンテンツの選択、番組にアクセスするための手段やメディア機器などを含む、映像コンテンツ接触・視聴に関わる行動形態において、従来の「テレビ機器視聴」と比較した際、柔軟性や自由度が高いようにみられる。

第2項 「テレビ機器視聴」の現況と変化

テレビ番組視聴手段の選択肢が多様化する中、RQ2の「テレビ機器視聴」がどのように行われているか、リサーチ・クエスチョン「韓国の大学生は、『テレビ機器視聴』をどのように行っているか」を理解についての調査結果を以下で示す。

「テレビ機器視聴」の現況をみるにあたり、「ダウンロード視聴」の「利用者」と「非利用者」に分けた。非利用者には、「ほとんど視聴していない」という人も含む。まず、「テレビ機器視聴」を行っていると答えた人に、その視聴状況の詳細を尋ねた結果を「ダウンロード視聴」利用者と非利用者に分けて示す。

表 4-2 「ダウンロード視聴」の利用者・非利用者別「テレビ機器視聴」状況

利用者	非利用者
ニュース番組を見る スポーツ中継を見る 多様なジャンルの番組を見る 決まった番組しか見ない 時間がある時に見る 他のことをしながら見る 帰宅したら電源を入れ、就寝時に消す 家族で見る 暇つぶしのために見る	ニュース番組を見る スポーツ中継を見る 多様なジャンルの番組を見る 決まった番組しか見ない 時間がある時に見る 他のことをしながら見る 帰宅したら電源を入れ、就寝時に消す 家族で見る

表 4-2 のとおり、「ダウンロード視聴」の利用者と非利用者の中で、「テレビ機器視聴」の番組ジャンル、番組の選択方法、視聴スタイルにはほとんど変わりはない。唯一の違いは、「ダウンロード視聴」の利用者が暇つぶしのために「テレビ機器視聴」を行っている点である。

「テレビ機器視聴」を行っている人に限ると、「ダウンロード視聴」を行っているか否かが「テレビ機器視聴」に与える影響は大きくないようである。「ダウンロード視聴」の利用者が、テレビ機器を通して番組コンテンツを「暇つぶしのために見る」と答えているのは、「ダウンロード視聴」利用者は、そもそも映像視聴を好んで行っており、多様な手段を使って映像を視聴する習慣があるという利用行動傾向を示唆しているのかもしれない。

表 4-3 「ダウンロード視聴」の利用者・非利用者別「テレビ機器視聴」をしない理由

利用者	非利用者
韓国の番組に関心がないので、見ない 寮の共用テレビなので、あまり見ない テレビ機器を所有していない 多忙で、放送時間に不在のため、見ない ダウンロードするので、見ない	テレビに関心がないので、ほとんど見ない

「テレビ機器視聴」を行わない、あるいはほとんど行わないと回答した人に、その理由を尋ねたところ、表 4-3 で示したように、「ダウンロード視聴」の有無によって相違がみられる。テレビ視聴に無関心な「ダウンロード視聴」の利用者は、テレビ機器で韓国の番組を見る代わりに、ダウンロードで外国番組を見ているというケースもみられた。

一方、「ダウンロード視聴」の非利用者は、国内・国外のテレビ番組にかかわらず映像コンテンツへの接触・利用をしていない。また、「ダウンロード視聴」利用者の中には、住居環境や生活状況によって、「テレビ機器視聴」が不可能な場合もある。つまり「ダウンロード視聴」をするしか、テレビ番組にアクセスすることができない状況である。そして、「ダウンロードするので、見ない」と答えた対象者は、映像を視聴する手段として、「テレビ機器視聴」よりも「ダウンロード視聴」の比重割合のほうが大きくなっている。

第3項 「番組ダウンロード」「ダウンロード視聴」の動機

次に、RQ3の「韓国の大学生は、どのような動機をもって、『ダウンロード視聴』および『テレビ機器視聴』を行っているか」を検討する。

まず、「番組ダウンロード」と「ダウンロード視聴」に関する動機として「ファイルの保有性」「時間からの解放」「場所からの解放」「映像の多様性」「選択的視聴」、そして「テレビ機器の非所有」の6点を示す。

(1) ファイルの保有性

ダウンロードすることの動機のひとつに、「ファイルの保有性」があげられた。一度ファイルをダウンロードすれば、映像を好きに視聴することができる。いつでも繰り返し見ることができ、パソコン以外の映像視聴機器に移して見ることもできる。X氏は、「頻繁に『番組ダウンロード』を行うわけではないものの、『番組ダウンロード』を行う最も大きな理由として、自分で映像ファイルを所有しておくことができる点」をあげた。

「ファイルの保有性」によって、次にあげる2つの動機、つまり「時間からの解放」と「場所からの解放」を可能にするといえる。

(2) 時間からの解放

ダウンロードには、「時間からの解放」という動機もある。テレビ放送では固定されている放送時間という枠があるが、ダウンロードによる視聴では、その枠を越えて、いつでも見ることができる。テレビで見て面白かった番組を再度見たい時も、テレビの放送時間中に見られなかった時も、後からダウンロードできることが、利用者を時間の束縛から解放しているのである。ダウンロードしたファイルの視聴時間も、自分の意思で決めることができる。暇な時にまとめて見たり、空いている時間を使って見たりするのが便利だという。

たとえば、G氏は、「平日にはテレビ番組を見る時間をとることができないため、『番組ダウンロード』したものを週末にまとめて見る」という。そして、「スポーツ中継以外のテレビ番組に関して、リアルタイムで見ることの必要性は感じていない」(G氏)と述べた。

インターネットを通じて映像コンテンツをダウンロードすれば、テレビの放送時間に自分の行動を合わせずに済むため、放送時間による束縛がなくなったという。ダウンロードによって、視聴時間を短縮できると感じている人もいた。テレビ機器でなんとなく画面を見ているのと異なり、見たい番組を厳選して視聴できるので、テレビ機器で見るより時間が節約できるという。O氏は、「『番組ダウンロード』を行うようになってから、放送時間によって自分の行動が変化することなく、自由に行動できるようになったと感じている」という。

(3) 場所からの解放

スマートフォンを通して映像を見れば、時間だけでなく、「場所からの解放」が実現される。テレビ機器のみでテレビ番組を見ていた時代には、テレビが設置されている部屋でしか番組を見ることはできなかった。しかし、スマートフォンを持つことで、移動中や外出先、テレビがない自室でもテレビ番組を見られるようになった。M氏は、「長距離移動をすることも多いため、ダウンロードした映像ファイルをスマートフォンに移して、移動中に見たり、飲食店でのバイトをしているため、暇な時に見たりしている」という。

スマートフォンほど移動性は高くないが、パソコンによる視聴にも、「場所からの解放」効用があるとみられる。自分専用のパソコンを所有している対象者が多く、個人用の映像視聴メディアとしてパソコンが使用されている。家のテレビ機器が家族共用、あるいは寮の共用テレビ機器しかない場合、自分の見たい番組は、自室のパソコンでダウンロードすればよい点が、ダウンロードする動機につながっている。

(4) 映像の多様性

視聴できる「映像の多様性」も映像をダウンロードする動機のひとつである。通常、テレビ機器で視聴できない映像にアクセスすることができるという状況が実現されるのである。たとえば、海外のテレビ番組や、ケーブル・テレビに非加入でもケーブル・テレビの番組を見ることができる。C氏は、「テレビ機器を通してケーブル放送を見ることができない環境にいるため、ケーブル・テレビの人気オーディション番組『スーパースターK』を見

るために『番組ダウンロード』を行っている」という。また、語学の勉強のためにアメリカと日本のドラマを頻繁に見ている E 氏の場合、「韓国では放送されていない番組にアクセスするために『番組ダウンロード』をしている」という。

「ダウンロード視聴」は放送時間に縛られない番組視聴が可能なため、映像の選択肢が広がる。テレビで放送時間中に視聴できなくても、検索することで過去の映像にアクセスすることができるため、本当に見たいと思う番組を見ることができるという意見もあった。それも、「映像の多様性」につながるひとつの要因である。

(5) 選択的視聴

「番組ダウンロード」は、自らの意思で番組を検索・選択できるため、「選択的視聴」が利用動機になる。テレビ機器では、特定の番組を見ることを目的としていない無意識的視聴も多い。しかし、ダウンロードをするには、自分で能動的に番組にアクセスする必要がある。特に、「選択的視聴」動機の高い人の場合、ダウンロードで視聴する番組が決まっているため、特定の番組しか視聴していない。本当に見たい番組だけを選択して視聴するため、「テレビ機器視聴」だけでテレビ番組を視聴していた時より、テレビ番組を見る時間が効率よく減ったという意見もあった。

(6) テレビ機器の非所有

「テレビ機器の非所有」により、映像番組をダウンロードすることが唯一の視聴手段であるため、テレビ非所有それ自体が利用動機となっている場合もある。これは、先の 5 つの動機と異なり、メディア環境的に番組を視聴するための唯一の手段と位置づけられた、やむを得ない「ダウンロード視聴」動機である。一人暮らしを始めた時に、パソコンでテレビ番組を見ることが可能だと思い、自らの意思でテレビ機器を購入しなかった場合や、大学の寮に入居しているため、自分の部屋にテレビ機器を設置していない場合などが、このパターンに当てはまる。

第4項 「テレビ機器視聴」の動機

ここまで、「番組ダウンロード」と「ダウンロード視聴」の動機について述べた。以下では、「テレビ機器視聴」の動機について、「共同視聴」「リアルタイム視聴」、そして「画面の特性」の 3 点を示す。

(1) 共同視聴

家族との「共同視聴」のために、テレビ機器が果たす役割は大きい。パソコンやスマートフォンが個人用映像視聴メディアとして使用されているのに対し、テレビはリビングで家族共用の映像視聴メディアとして使われていることが多い。実家に住んでいる人は、家族でテレビ番組をみながら、コミュニケーションを取るメリットを強調していた。W氏は、「実家で暮らしているため、家族で『テレビ機器視聴』を行うことも多い」というが、「お母さんとテレビを見ながら会話をすることも多く、テレビを見ながら会話をし、家族で意思疎通を図る」ことの大切さを主張した。

(2) リアルタイム視聴

「テレビ機器視聴」の動機として、「リアルタイム視聴」があげられた。これは、「ダウンロード視聴」における利用動機「時間からの解放」に対して対照となる動機である。リアルタイムでテレビ番組を視聴できるメディアは、今日、テレビ機器以外にも多岐に渡って存在する。しかし、依然としてテレビ機器に、リアルタイム性を求める声が聞かれた。特に、「スポーツ中継」や「ニュース」などの番組視聴には、テレビ機器の使用が求められている。

(3) 画面の特性

テレビの「画面の特性」が、テレビ視聴を促す動機のひとつである。それは、画質と画面の大きさである。アナログ・テレビであっても、他のメディアと比べ、テレビ機器で見る映像の画質は良い。また、画面も大きい。画面が大きいため、他の人と一緒にみることができるという意見もあった。逆に、Z氏は、「パソコンでダウンロードした映像を見ると、ひとりで見るが増えるので、寂しいと感じる」と答えた。

第5項 「ダウンロード視聴」「テレビ機器視聴」に共通する動機

前項まででは、「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」、各々の映像視聴をもたらす動機を提示した。以下において、「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」に共通してみられた「暇つぶし」と「気晴らし」の2点の動機を示す。

(1) 暇つぶし

「暇つぶし」は、現代の「テレビ機器視聴」においてもみられた。暇な時にテレビを無意識に見たり、BGM 代わりに使用する、という人もいた。また、「ダウンロード視聴」の動機としても、「暇つぶし」は指摘された。特に、ダウンロードしたファイルは、好きな時間に好きな場所で見るができるため、空いた時間を使うのに有効な方法である。

(2) 気晴らし

「気晴らし」も、「テレビ機器視聴」「ダウンロード視聴」においてみられた動機である。ともに、学校の課題や試験期間、バイトなどで忙しい時にストレスを解消してくれるひとつの娯楽とみなされている。学校の課題の多さにストレスを感じているという Y 氏は、「テストが終わった時にダウンロードした映像をまとめて見ることで、ストレスを解消できると感じている」という。現在、就職のための試験勉強をしている A 氏は、「試験勉強のため友達と遊ぶ時間を頻繁にとることが難しいため、代わりに映像を見ることでストレスを解消している」と答えた。

「ダウンロード視聴」動機、「テレビ機器視聴」動機、そして 2 つの利用に共通した動機をみると、大学生らは各メディアの特性を求め、メディアを使い分けながら映像視聴を行っている傾向がみえてきた。

第6項 「ダウンロード視聴」の動機に影響を与える社会状況とメディア状況

ここまで、「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」、各々の映像視聴をもたらす動機、および「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」に共通する動機について示した。最後に、韓国人大学生らの各利用動機に影響を与えている要因について、①メディア環境特性、②視聴行動特性、そして③生活環境特性に分けて述べてたい。

(1) メディア環境特性

映像視聴手段の多様化

「映像視聴手段の多様化」が「テレビ機器の非所有」をもたらし、それが「ダウンロード視聴」行動に繋がっている。映像視聴手段が多様化したことで、映像視聴用メディアとして、テレビ機器の必要性が低下している。「番組ダウンロード」を行えば、テレビ機器を

通して視聴できる以上の多様な映像にアクセスできるため、一人暮らしの学生の間で、自らの意思によってテレビ機器を購入しないという選択が広がっている。

「映像視聴手段の多様化」の背景には、「ブロードバンドの早期普及」も関連している。韓国では、政府主導でブロードバンド環境の早期整備が進んだため、オンラインの映像視聴に必要なインターネット環境は 2000 年代半ば以降には、すでに整っていた。ブロードバンドの普及が、オンラインにおける映像視聴手段の発展・普及をもたらし、人々の映像視聴行動を多様化させた可能性が考えられる。本論文の調査においても、中学生や高校生のころから「番組ダウンロード」を映像視聴手段のひとつとして使用していた人が多くみられた。

「映像視聴手段の多様化」には「モバイル機器の普及」も含まれる。「モバイル機器の普及」が早くから進んでいたことが、「ファイルの保有性」「場所からの解放」という動機と関連しているようにみられる。韓国では、テレビ番組に限らずモバイル機器によって映像視聴を行うという視聴パターンが定着している。「ファイルの保有性」については、パソコンで映像ファイルをダウンロードして保存することで、そのファイルをスマートフォンやタブレットなどのモバイル機器で見ることができる。そして、モバイル機器にファイルを移すことで、「場所からの解放」によって移動中や外出先などあらゆる場所で映像が視聴できるようになる。

映像コンテンツの多様化

「映像視聴手段の多様化」は、「映像コンテンツの多様化」ももたらす。ブロードバンドの普及によって、オンラインではテレビ番組以外の映像コンテンツを視聴することも可能である。映画をダウンロードしたり、ダウンロード以外にスポーツ中継やミュージック・ビデオ、テレビ番組を編集したハイライト映像など映像コンテンツの多様化が進む。

また、スマートフォンの普及により、スマートフォンで YouTube やポータルサイトに掲載された短い映像を見ることも容易になっている。映像視聴の選択肢が増加することで、「映像コンテンツの多様化」がテレビ番組視聴の必要性を低下させ、「テレビ機器の非所有」につながっているとみることもできるのである。

個人用テレビ機器の非所有

「個人用テレビ機器の非所有」を背景として、「共同視聴」を動機とした「テレビ機器視

聴」が行われている。家族と一緒に住んでいる場合、自分専用のテレビ機器を所有している大学生は少なく、韓国の大学生にとって「テレビ機器」は家族共有メディアとしての認識が強いようである。パソコンは個人用メディア、テレビ機器は家族の共同メディアという位置づけのもと、使い分けが行われている。自分が見たいテレビ番組は、自分専用のパソコンで「ダウンロード視聴」を行い、他方「テレビ機器視聴」では、家族みんなで楽しめる番組を視聴し、家族とのコミュニケーションを重視しているのである。

これまでの分析結果から、「ダウンロード視聴」および「テレビ機器視聴」における利用動機と動機に与える社会状況およびメディア状況との関係をまとめると、以下の図 4-1 のように示すことができる。

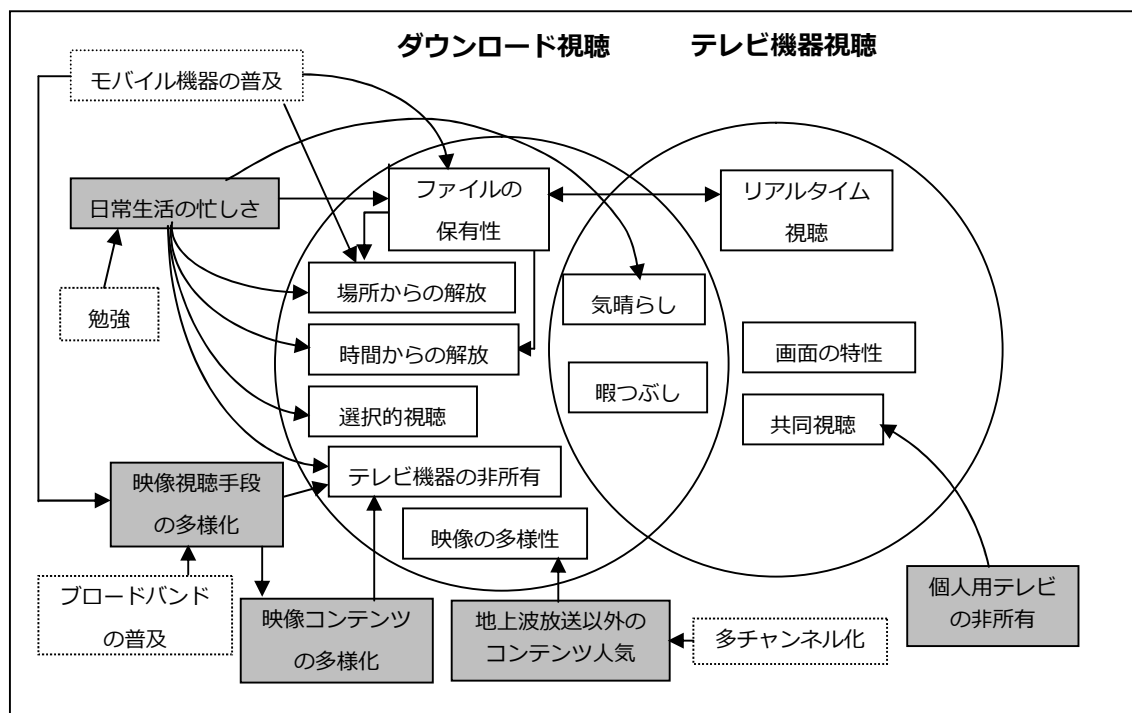


図 4-1 「ダウンロード視聴」「テレビ機器視聴」の動機に影響を与える要因

(2) 視聴行為特性

地上波放送以外の放送コンテンツの人気

韓国では、「地上波放送以外の放送コンテンツの人気」も高い。海外の番組を視聴するために「映像の多様性」が求められ、「ダウンロード視聴」が行われている。特に、大学生の間でアメリカのドラマ人気が高い。韓国の地上波放送やケーブル放送を通しても視聴され

ているが、韓国で放送されていない番組を見るために「番組ダウンロード」は便利な手段である。

外国番組以外に、ケーブル・テレビの番組を見るためにもダウンロードは行われている。ケーブル・テレビを契約していない場合、ケーブル・テレビで放送されている番組を見るため、「映像ダウンロード」に「映像の多様性」を求めているのである。特に、ケーブル・テレビ局のMNetが放送するリアリティ・オーディション番組「スーパースターK」の人気は高く、この番組を見るために「番組ダウンロード」が行われているケースもみられた。近年、韓国では放送メディアの多チャンネル化が進んでいる。それらのチャンネルにアクセスできない人が番組を見るために「ダウンロード視聴」を行っている。このようなメディア環境の変化も「映像の多様化」が求められるひとつの要因であろう。

(3) 生活環境特性

日常生活の忙しさ

「日常生活の忙しさ」については、「ファイルの保有性」「時間からの解放」「場所からの解放」「選択的視聴」、そして「テレビ機器の非所有」など、「ダウンロード視聴」に関する多くの利用動機との関連性がみられた。そして、「テレビ機器視聴」と「ダウンロード視聴」に共通してみられた「気晴らし」との関連も示された。

韓国の大学生の「日常生活の忙しさ」を生む主な原因は、大学の課題や定期試験のための勉強、就職活動に向けた資格試験のための勉強である。勉強をするために図書館で過ごすことが多いため、家にいる時間がないという。日々の生活が忙しく、在宅時間が少ないため、放送時間や場所に固定されていない自由な映像視聴を求めているのである。そのため、「ファイルの保有性」「時間からの解放」「場所からの解放」、そして「選択的視聴」という動機をもって「ダウンロード視聴」が行われている。「テレビ機器の非所有」に関しては、家でテレビを見る時間もないため、テレビを所有する必要性を感じず、ダウンロードによる映像使用で済ませているという理由が主である。

「日常生活の忙しさ」と「気晴らし」との関連では、「日常生活の忙しさ」から、日々の生活や社会に対してストレスを感じ、映像視聴がストレス発散のための手段になっているという。

「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」の動機では、

多くの相違がみられたものの、両視聴手段に共通した動機も存在することが確認された。そして、人々のメディア利用動機には、「メディア環境特性」「視聴行為特性」、そして「生活環境特性」という多様な社会的・メディア環境的要因が関わっているという結果が示された。以下では、「テレビ機器視聴」と「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」に関する利用行動と動機、そして動機に影響を与える要因に関する考察を行う。

第3節 考察

本研究では、韓国の大学生による「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」の利用行動とその動機に焦点を当てた。デジタル先進国の韓国の中では、デジタル・メディアの利用が世代を超えて拡大・定着している。その中でも、大学生は新規メディアに対するアクセスが特に活発であり、彼らの映像視聴行動について理解することは、今後の韓国における映像視聴行動、さらには世界における映像視聴行動について予測するうえで有用だと考える。

本研究の結果から、まず、ネットによる「ダウンロード視聴」では、「テレビ機器視聴」と比べ、より自由なテレビ番組視聴スタイルが実現されていることがみえた。韓国の大学生らは、映像をダウンロードする際、個々の基準で各サービスのメリット・デメリットを判断し、利用していた。韓国ではダウンロードの経路が多様に用意されていることから、ウェブハード、P2P、トレントなど自分の嗜好に合った手法で、番組視聴の利用手段を選択することが可能なメディア環境が整備されている。「番組ダウンロード」は主にパソコンで行われているものの、ダウンロードしたファイルは、タブレット、スマートフォン、そしてスマートテレビなど多様なメディアで見られていた。このことは、個人の所有機器や視聴パターンに合わせて、多様な番組視聴が展開されていることを示している。

多様な「ダウンロード視聴」手段が存在することが、「テレビ機器視聴」を減少させるひとつの要因となっている可能性も指摘できる。ダウンロードによってテレビ機器を通して放送を見なくてもテレビ番組を視聴できることが、韓国の大学生らによるテレビ機器の非所有につながっていた。また、ダウンロードによっていつでも好きなテレビ番組を視聴することが可能となったことで、決まった時間にテレビ放送を見る行為の必要性が低下していた。その中で、「テレビ機器視聴」を頻繁に行っている大学生も存在したことから、テレビ機器の持つ重要性は必ずしも失われていないようにも捉えられる。

各視聴手段の利用動機を比較してみると、各視聴手段が持つ特性を反映しているのがわ

かる。「ダウンロード視聴」動機として示された「ファイルの保有性」「時間からの解放」「場所からの解放」「映像の多様性」、そして「選択的視聴」は、「テレビ機器視聴」では得ることのできない充足である。特に「場所からの解放」には、どこでも映像を見ることができスマートフォン所有による影響も大きい。加えて、「ダウンロード視聴」動機の「テレビ機器の非所有」は、映像視聴機器および映像視聴手段の多様化を反映したユニークな動機だともいえる。

「テレビ機器視聴」動機である「共同視聴」「リアルタイム視聴」、そして「画面の特性」も、テレビ機器のメディア特性を反映している。一方、「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」の両方にみられた「暇つぶし」と「気晴らし」は、既存メディアの「利用と満足研究」でも指摘されている目的のないメディア接触である「儀式的」メディア利用にみられる動機である。この2つの動機は、機器の種類にかかわらず、映像視聴という行為そのものが備えている特性だといえるだろう。

「ダウンロード視聴」の活発な利用がある一方で、積極的に「テレビ機器視聴」を行っているケースも存在した。「番組ダウンロード」によって、テレビ機器による視聴時間やその必要性が減少したとはいえないという意見もあった。たとえば、「テレビで面白いと思ったものをダウンロードするので、テレビで面白いと思わせ、番組を選択させ、興味を持たせるという点では、テレビの影響力が一番大きいと思う」という指摘もあった。

逆に、ダウンロードによってテレビ機器視聴時間、あるいはテレビ視聴の重要性度合いが低下したという指摘もあった。これは、映像視聴の方法が多様化した今日でも、デジタル・メディアに日常的に接している大学生の間では、映像視聴メディアとしてテレビの存在意義が必ずしも失われていない可能性がみられる一方、テレビ機器が映像視聴メディアの主流であった時代とは異なる状況が若い世代の中で生まれていること、そしてそのひとつの要因として「番組ダウンロード」があること、を示唆している。

このような映像視聴動機をもたらす背景には、韓国の大学生らを取り巻く社会状況やメディア状況が関連している。本研究では、それらの要因を①メディア環境特性、②視聴行動特性、そして③生活環境特性、に分類した。

「メディア環境特性」には、「映像視聴手段の多様化」「映像コンテンツの多様化」「個人用テレビ機器の非所有」が含まれる。「ブロードバンドの早期普及」と「モバイル機器の普及」が「映像視聴手段の多様化」に与えた影響は大きいと考える。「個人用テレビ機器の非所有」は、幼少期からの教育に対する熱心さから子ども専用のテレビ機器を与えないとい

う韓国の家庭状況を反映しているかもしれない。また、諸外国と比較して、家庭ごとのテレビ保有台数が少ないという韓国のメディア環境特性の影響もあるだろう。放送通信委員会（2013）によると、一世帯家族あたりのテレビ機器保有台数平均は1.37台、二世帯家族でも1.42台である。テレビ機器を複数所有している家庭が多くないことをみると、テレビ機器は「家族で共有するメディア」だという意味合いが、韓国では依然強い可能性も考えられる。

「視聴行動特性」として、「地上波放送以外の放送コンテンツの人気」が、韓国の大学生におけるメディア利用行動に影響を及ぼしていた。「地上波放送以外の放送コンテンツの人気」と「個人用テレビ機器の非所有」は、韓国のメディア環境やメディア利用状況を反映した要因といえる。「地上波放送以外の放送コンテンツの人気」は、最近1週間でアメリカのテレビ番組を見た人の割合が20代から40代で20%を越えていること（放送通信委員会、2013）、そしてケーブル・テレビの「スーパースターK」が2010年に15%台という非常に高い視聴率を記録したこと（蔡・白、2012）などの例からも明らかである。

そして、「生活環境特性」においては、韓国人大学生の「日常生活の忙しさ」がメディア利用動機に影響を及ぼしていた。「日常生活の忙しさ」によって、テレビ放送時間に番組を視聴することが困難なことから、「ファイルの保有性」「時間からの解放」「場所からの解放」「選択的視聴」、そして「テレビ機器の非所有」という「ダウンロード視聴」動機がもたらされる。そして、「日常生活の忙しさ」からストレスを感じている状況の中で、「テレビ機器視聴」と「ダウンロード視聴」によって「気晴らし」を求めているという流れが生まれている。

「日常生活の忙しさ」とメディア利用が関連しているとの知見を得た、本博士論文研究の結果は、韓国社会の独自性を示しているともいえるだろう。韓国では、近年、大学進学および就職活動の激化が社会問題のひとつとなっている。高校生の大学受験のために、大学生は就職のために長時間勉強に励むことから、余暇時間が取りづらい。そして、社会人の就業時間も世界各国と比較しても長い（OECD, 2012）。「日常生活の忙しさ」という生活状況要因は、大学生に限定されたものではなく、韓国社会全体に共通した韓国独自の要因といえるかもしれない。

これまで、オンラインの映像視聴行動に関する「利用と満足研究」では、オンラインの視聴メディアは、既存メディアと同じ効用と独自効用を共に備えているという結果が示されていた（Bondad-Brown, Rice, & Pearce, 2012; Cha & Chan-Olmsted, 2012; Haridakis

& Hanson, 2009; 小寺, 2012)。本研究では、先行研究では扱われていないオンラインの映像視聴方法のひとつである「番組ダウンロード」「ダウンロード視聴」においても、「テレビ機器視聴」と共通の動機、独自の動機を共にもって利用されていることが確認され、この点に関しては、先行研究における分析結果を支持しているという意味で、大きな意義をもった知見として提示され得ると考える。

本研究は、「ダウンロード視聴」に関して、「ファイルの保有性」「時間からの解放」「場所からの解放」「映像の多様性」「選択的視聴」、そして「テレビ機器の非所有」という既存メディアを対象とした先行研究とは異なる利用動機を示す結果となった。既存メディアの充足をオンライン・メディアに当てはめて検証した研究 (Cha & Chan-Olmsted, 2012; Haridakis & Hanson, 2009) が多い中、「利用と満足研究」の機能的代替性に関する研究分野に、新たな視座を提示したといえよう。

本研究の結果から、過去の動機指標を当てはめることに対する今日的有効性に疑問が浮上した。テレビが唯一の主要映像視聴メディアだった時代と異なり、多メディア・分散化時代の現代では、「共同視聴」「リアルタイム視聴」「画面の特性」などテレビ機器の独自特性に関連した視聴動機によって、テレビ機器が選択・利用される傾向がみられた。

本研究の結果は、今後の映像視聴メディアのあり方を考えるうえで意義を持つといえるだろう。本研究のインタビュー対象は、韓国の若者層を代表する存在としての大学生に限定されているものの、幼いころから「番組ダウンロード」を映像視聴手段のひとつとして日常的に使用している世代が今後拡大する可能性は否定し難く、本研究の結果は、将来の韓国社会における映像視聴とメディア利用行動に関する方向性を予測するうえで有用だと考える。

「ダウンロード視聴」と「テレビ機器視聴」が、それぞれ独自の動機によって利用されていたことを前提にすれば、多メディア化が進む映像視聴環境では、メディアの独自性をいかに発揮すべきかという研究視座へと発展させた研究も期待されることになる。まず、現在、「共同視聴」が求められているテレビ番組視聴では、家族と一緒に視聴しながら、コミュニケーションを交わすことが望まれている。そのため、家族向けコンテンツの増加が、メディア・コンテンツ接触の際、利用手段としてのテレビ機器の独自性向上につながる可能性もあるだろう。「リアルタイム視聴」という動機から、「ニュース」や「スポーツ中継」などのリアルタイム性が求められる番組ジャンルを増やしていくことも、利用者を引き付けるために有効かもしれない。今後、「ニュース」や「スポーツ中継」以外にも、リアルタ

イム性が高い番組ジャンルの開発が望まれる。

そして、「画面の特性」という面では、スマートテレビがさらに普及することで、解決・発展へと繋がるのではないかと考える。さらなる高画質が望まれるとすれば、現在開発が進む 4K テレビがテレビ番組視聴に有効に働く可能性も出てくるだろう。

本研究では、ダウンロードによる番組視聴について扱ったが、メディアの多様化が進む現代の韓国社会において、「ダウンロード視聴」はテレビ番組視聴手段のひとつにすぎない。本研究のインタビューを通して、テレビ放送と同時視聴が可能なダウンロード以外の視聴方法の使用も指摘された。Afreeca TV (아프리카 TV)、ポータルサイトのスポーツ中継、放送局の公式サイト、日本のワンセグ放送にあたる DMB などによって、テレビ番組が視聴されていることも確認された。その中で、「ダウンロード視聴」が最も頻繁に行われていたため、本研究ではそれを研究対象として扱った。しかし、今後、スマートテレビの普及や、スマートフォンのさらなる普及、新しいオンライン・サービスの登場などにより、オンラインのテレビ番組視聴の様相は大きく変化する可能性もある。

特に、スマートテレビの普及が、今後の「番組ダウンロード」「ダウンロード視聴」を含む全ての映像視聴メディアのあり方に与える影響は大きいだろう。本研究で「ダウンロード視聴」の動機として示された「ファイルの保有性」「時間からの解放」「映像の多様性」、そして「選択的視聴」は、スマートテレビをもってすれば充足できる可能性が高い。スマートテレビを通してテレビ放送を録画したり、オンラインの映像ファイルをダウンロードすれば、ファイルを保有することができる。放送済みのテレビ番組を見ることもできるため、放送時間を気にする必要がなくなる。結果として、オンライン上の映像もテレビ番組もひとつの機器で視聴することが可能となり、見たい番組を選択することも容易になるだろう。

近い将来、スマートテレビが一家に 1 台以上、所有される時代がくるとすれば、今日複数のメディアを利用することで得られている充足が、ひとつのメディアで満たされることになる。本研究では、「ダウンロード視聴」で「ファイルの保有」、「テレビ機器視聴」で「リアルタイム視聴」と、2 つの映像視聴手段において相反する動機が示された。従来のテレビでは、2 つの動機を同時に実現するためにメディアの使い分けが行われているが、スマートテレビの導入によって複数メディアを駆使して視聴を行う必要性も低下するだろう。韓国社会における現在の若者層を年代移行に沿って、確実に番組コンテンツへの接触利用にいきなうのが、スマートテレビだといえるかもしれない。

今後の研究課題について、4点指摘したい。本研究では「ダウンロード視聴」というひとつの映像視聴手段について焦点を絞って利用行動について把握する試みを行った。しかし、複数のオンライン映像視聴メディアが類似する機能と相違する機能を持ちながら共存し、映像視聴環境を構成している今日、オンラインの映像視聴行動について複合的に理解することの必要性が高まっていると考える。これまで、オンライン・メディア利用研究では、新規メディアと既存メディアとの研究に焦点が当たっていた。だが、そのオンライン・メディア自体が多様化し続ける状況下では、オンライン・メディア間の相違について比較研究を行うことも、人々の映像視聴行動を理解するために必要な視点となるだろう。

本研究では、映像コンテンツとしてテレビ番組を扱ったが、視聴できる映像コンテンツのあり様も多様化している。そのため、映像視聴行動という意味でテレビ番組以外の映像コンテンツが、「テレビ機器視聴」に与える影響も考慮しなくてはならない。たとえば、YouTube では、番組の名場面だけをカットしたハイライト映像を見ることができる。ハイライト映像の視聴が、「テレビ機器視聴」を減少させている可能性も大いにありうる。今後、テレビ番組以外の映像視聴と「テレビ機器視聴」との比較研究を行う必要もあるだろう。

さらに、本研究で指摘された利用動機が、韓国特有かどうかを確認するために、国際比較、特に韓国と日本の比較研究の視座を含みつつ、研究が実施されることが望まれる。メディア利用行動研究における「構造研究」アプローチが指摘するように、メディア利用行動には個人的な事情だけでなく、「社会的事情」や「メディア構造」が影響を及ぼしている (McQuail, 2010)。本研究においても、映像視聴行動と韓国の「社会的事情」や「メディア構造」との関連を指摘したが、限定的な分析にとどまっており、より多角的に検討する必要があると考える。今後、「構造研究」アプローチで主流な量的調査によって多様な要因とメディア利用行動との関係について実証することが、映像視聴行動の理解を深めることにつながるであろう。

最後に、本研究によって示された大学生らによる「ダウンロード視聴」動機が一般的な傾向といえるのかどうか、量的調査を通して検討される必要性について指摘したい。量的調査によって実証することが、本研究の分析結果の信頼性を証明することにつながるからである。また、本研究で示した利用動機の中で、どの利用動機が人々の利用に強い影響を持っているのかを把握する必要もある。本研究では、先行研究で指摘されていない新たな利用動機が示されたことから、それらの利用動機についてより慎重に十分な分析が重ねられるべきであろう。

終章

博士研究論文の目的は、映像視聴環境の変化が著しいデジタル時代の韓国における映像視聴行動について理解するために、韓国のメディア状況とメディア利用行動を捉え直すこと、そのために既存の「利用と満足研究」のアプローチを再考することであった。これまで多くの「利用と満足研究」において、既存の先行研究で示された知見を、今日の映像視聴行動に当てはめた量的調査の手法が採用されてきた。それに対し、本論文では、インタビュー調査による質的調査を行うことで、これまでの映像視聴行動とは異なる視点から、デジタル時代のテレビ番組視聴行動を理解することを目指した。

第3章では、「テレビ機器視聴」の必要性低下の理由について検証するため、日本と比較することによって韓国の独自性を明らかにした。韓国の大学生にしかみられなかった「テレビ機器視聴」を行わない理由として、「リアルタイム視聴の必要性のなさ」「住居環境」「視聴テレビ番組の固定化」が浮かび上がってきた。

日韓で共通した理由として、「視聴手段の多様化」「テレビ番組の内容・質」「日常生活の忙しさ」、そして「過去の経験」の4つが示されたが、これらの理由が生じる要因は日韓で異なった。韓国における「視聴手段の多様化」は、「テレビ機器視聴」の代替手法として「ダウンロード視聴」やスマートフォンによるハイライト映像視聴など、デジタル・メディアを活用した映像視聴の多様化による影響を意味している。「テレビ番組の内容・質」には、ケーブル放送、衛星放送、IPTVなど多様な有料放送形態が韓国社会で整備され、サービス利用が可能になったことにより、テレビ放送が多チャンネル化したという韓国独自のメディア事情が影響していた。

第4章の目的は、デジタル先進国の韓国における若者の「ダウンロードしたテレビ映像ファイルの視聴」と「テレビ機器を通じた映像視聴」を比較し、各映像視聴手段の利用動機と利用動機をもたらす社会状況およびメディア状況について理解することであった。そして、ダウンロードによるテレビ映像視聴が、テレビ機器を通じた映像視聴を代替しうるかを考察した。

インタビュー調査の結果から、「ダウンロード視聴」に関して、「ファイルの保有性」「時間からの解放」「場所からの解放」「映像の多様性」「選択的視聴」、そして「テレビ機器の非所有」という既存メディアの先行研究とは異なる利用動機が示された。「テレビ機器視聴」は、「共同視聴」「リアルタイム視聴」「画面の特性」などテレビ機器の独自特性に関連した動機によって行われている傾向がみられた。映像視聴動機に影響をもたらす要因として、

「映像視聴手段の多様化」「映像コンテンツの多様化」「個人用テレビ機器の非所有」「地上波放送以外の放送コンテンツの人気」、そして「日常生活の忙しさ」が確認された。

以下では、本論文の目的である「映像視聴行動の理解」と『『利用と満足研究』の理論的発展』について、それぞれ結論として示しておきたい。そして最後に、本研究で示された結論から、今後の研究課題について言及したい。

(1) 目的①「映像視聴行動の理解」

若者層を代表する存在である韓国の大学生によるデジタル時代の映像視聴行動を理解するために、彼らにとって主要な 2 つのテレビ番組視聴手段について分析を行った。その視聴手段とは、従来の主要映像視聴手段である「テレビ機器視聴」と、オンラインの映像視聴手段である「ダウンロード視聴」である。「テレビ機器視聴」については、近年、特に若者の間で「テレビ機器視聴」の必要性が低下している状況を踏まえ、「テレビ機器視聴」を行わない理由について分析した。

その理由のひとつとして、メディアの多様化によるテレビ離れの可能性が示唆された。メディアの多様化には、テレビ番組視聴のための手段や媒体の多様化、テレビ番組を視聴することができるチャンネルの多様化、テレビ番組以外の映像コンテンツの多様化などを含む。その中で、「テレビ機器視聴」の必要性の低下と、「テレビ機器視聴」とアクセスできる映像の類似性が高い「ダウンロード視聴」との間に、関連性がある可能性が示された。

また、メディア環境の影響以外に、生活環境による「テレビ機器視聴」への影響もみられた。それは、「住居環境」「日常生活の忙しさ」「過去の習慣」などである。ここから、映像視聴行動に影響を与える要因が、メディア環境によってもたらされたことは当然だが、それと同時に生活環境にもあることが示唆された。

ふたつめの「テレビ機器視聴」と「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」における行動状況とその動機に関する分析結果から、「ダウンロード視聴」が「テレビ機器視聴」を代替し得るかという点について考察した際、現時点では代替し得ないという知見を得た。「ダウンロード視聴」では、「テレビ機器視聴」と比較し、より柔軟な映像視聴を行うことが可能だといえる。

しかし、本研究では、「テレビ機器視聴」の特性を活かした「共同視聴」「リアルタイム視聴」「画面の特性」などの映像視聴動機も示されたことから、「ダウンロード視聴」がテレビ機器の備える機能より優れていると、一概にみなすことはできない。「テレビ機器視聴」

のあり方や必要性は変化しつつあるものの、依然、テレビ機器はテレビ機器としての独自性を発揮しながら、映像視聴メディアとして受け入れられている。今日、映像視聴メディアが多様化し、テレビ機器が唯一のテレビ番組視聴媒体であった時代と比べれば、メディア環境は大きく異なっている。本研究の結果から、既存メディアと新しいメディアが混在しながら高度化されている韓国のメディア環境下では、テレビ機器の特性をより活かした利用動機をもって「テレビ機器視聴」が行われていることが示された。

本論文では、「テレビ機器視聴」の必要性低下と、「ダウンロード視聴」による「テレビ機器視聴」の代替可能性という主に2つの視座に立って、デジタル時代の韓国における若者層の中心に位置する大学生らの映像視聴行動について理解することを目指した。非「テレビ機器視聴」行動動機に関する研究と、「番組ダウンロード」および「ダウンロード視聴」による「テレビ機器視聴」の代替可能性に関する研究のふたつの分析結果において、韓国社会におけるメディア利用行動の特殊性が示されたことから、大学生を取り巻く社会状況とメディア利用行動との関連について考察を深めることが、映像視聴行動に関するより深い理解につながるといえる。これらふたつの分析を通して、メディア利用行動を「利用と満足研究」の視点からみる場合、利用状況や利用動機を比較・検討するのではなく、利用および動機に影響を与える要因について考えることの必要性が浮かび上がった。

ひとつめの「テレビ機器視聴」の必要性が低下した理由に関する分析においても、その理由と社会状況との関連がみられた。韓国の若者にとって、テレビ機器を通じたテレビ番組視聴のあり方が、テレビ機器のみでテレビ放送を視聴していた時代と大きく異なることは、否定し難い。近年、映像視聴メディアが多様化したことで、映像視聴メディアとしてテレビ機器の必要性が低下しつつあることは当然だろう。

ただ、「テレビ機器視聴」の必要性の低下は、多メディア化の影響だけによるものではないと思われる。社会変化もひとつの要因である。「テレビ機器視聴」の頻度が減少した理由として、「日常生活の忙しさ」と「過去の経験」が指摘されたが、その背景として韓国の大学生らの生活環境における変化が影響している可能性が考えられる。韓国社会が経済発展とともに高学歴化したこと、就職活動における競争が以前より激化したこと、雇用の格差などが、韓国人の就職に対する意識を変化させ、卒業後に大手企業への就職を目指す大学生の学業生活を変化させたようにみえる。

また、「視聴手段の多様化」にも、社会変化との関連が考えられる。オンラインにおける映像手段の多様化が進んだ要因には、インターネットのブロードバンド化が広く普及・進

展している韓国社会の環境的な背景を念頭に置いておく必要があるだろう。そこには、韓国政府が国策として IT 産業を支援したことが起因している。この点において、利用状況や利用動機に社会要因が大きく関わっていることは明らかであり、メディア利用行動を理解するうえでその関連性について検証することは重要だといえるだろう。

2 つめの「ダウンロード視聴」による「テレビ機器視聴」の代替可能性に関する分析では、「ダウンロード視聴」や「テレビ機器視聴」の利用動機に対し、①メディア環境特性、②視聴行動特性、③生活環境特性が影響を及ぼしていることを指摘した。その際、①メディア環境特性として「映像視聴手段の多様化」「映像コンテンツの多様化」「個人用テレビ機器の非所有」、②視聴行為特性として「地上波放送以外の放送コンテンツの人気」、そして③生活環境特性として「日常生活の忙しさ」が、2 つの映像視聴行動に影響を与えているとの知見を示した。この分析結果からも、映像視聴行動が、メディア自体が備える内的要因だけでなく、外的要因による影響も受けていると解釈することができる。

(2) 目的②「利用と満足研究」の理論的發展

『利用と満足研究』の理論的發展に関しては、デジタル時代の韓国における映像視聴について理解するにあたり、インタビュー調査を通して、これまでの「利用と満足研究」とは異なる動機を提示することができた。「ダウンロード視聴」において「ファイルの保有性」「時間からの解放」「場所からの解放」「映像の多様性」「選択的視聴」、そして「テレビ機器の非所有」という新たな動機が示されたことは、「ダウンロード視聴」が「テレビ機器視聴」をはじめとする先行研究で示され利用動機とは異なる動機をもって利用されているという新たな知見を得たといえる。

また、「テレビ機器視聴」においても新たな利用動機を示せたことは、すでに指摘したように、デジタル時代のテレビ機器が、以前とは異なる機能を求めて利用されているようにみえる。先行研究と異なる結果が提示されたことにより、過去の研究で示された充足を単に当てはめて量的調査を行うことが多い「利用と満足研究」の分析方法に対し、質的調査を用いた本研究における方法論が適切であったことを示唆しているといえる。

社会に新たに誕生したメディアの多くは、既存メディアとは異なる新たな機能を備えている。本研究で取り上げた映像コンテンツのダウンロードも、「テレビ機器視聴」にはない利便性の高い新機能を備えている。それは、「テレビ機器視聴」では満たすことができない「ファイルの保有性」「時間からの解放」「場所からの解放」、そして「選択的視聴」などの

利用動機をもって、人々が「映像ダウンロード」を利用していることから、明らかである。新たな機能を持ったメディアに接触する際、人々がそのメディアに求める動機も変化する。そうすると、既存メディアの利用を促進していた動機を、単純に新規メディアの利用に適用させるだけでは、新規メディアの利用動機の理解につながらないだろう。

「テレビ機器視聴」が、従来の「テレビ機器視聴」の利用動機と異なったことについては、テレビ視聴のための機器それ自体に機能の変化がない場合も、人々の利用動機が、メディア環境や社会状況の変化によって変わる可能性を示している。「利用と満足研究」では、人々は能動的にメディア接触をしていることを前提としているが、現代のデジタル社会において、時代や立場に応じて、メディアの利用者たる人間が能動的に利用動機を変化させていることを積極的に理解し、この関連の研究をもっと積み重ねていかなければならないだろう。

「テレビ機器視聴」と「ダウンロード視聴」において共通した利用動機として、「暇つぶし」「気晴らし」という従来の「テレビ機器視聴」研究で指摘された利用動機が示されたことは、これらの2つの充足が「映像視聴」という行為自体に潜在的に、しかも普遍的に備わっていることを示してくれているとも考えられる。メディアの種類に関係なく、映像を見るという行為自体が「暇つぶし」や「気晴らし」の充足を満たしているということである。今後の研究では、メディア特有の利用動機と、映像視聴行動に潜在的に備わった利用動機とに分けて考えることが、メディア特有の映像視聴動機を明らかにするために必要なのかもしれない。

(3) 今後の研究課題

最後に、今後の韓国における映像視聴行動に関する課題を述べておきたい。本論文では、韓国の若者による映像視聴行動研究を通して、これまでの「利用と満足研究」のアプローチを再考することを試みた。今後、メディア・プラットフォームがさらに多様化することで、映像視聴行動がますます複雑になっていく状況が予測される中、「利用と満足研究」のアプローチを用いて利用行動を理解するためには、さらなる理論的発展が求められると考える。そのため、以下において、「利用と満足研究」の観点から、本論文の調査・分析における2つの問題点を指摘したい。

ひとつめの問題点は、本論文では、2つの映像視聴手段における比較にとどまっている点である。本論文中の調査では、韓国における主要なテレビ番組視聴手段を代表する「テレ

び機器視聴」および「ダウンロード視聴」のふたつのみを取り上げ、その関連性について検証・分析した。しかし、テレビ番組視聴メディア多様化の流れをみると、ふたつの映像視聴手段の比較のみで現代韓国の映像視聴行動について理解するのは、困難だといえる。実際、インタビュー調査からも、テレビ番組視聴手段として、「テレビ機器視聴」と「ダウンロード視聴」以外にも、Afreeca TV やポータルサイト、テレビ局の公式サイト、DMB など多様なオンライン視聴手段を通じた映像視聴行動が実行されている現状がみえてきた。

Cooper と Tang (2009) も、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点を指摘している。多機能的な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捉えることは不可能になってきた。そして、人々は、個人の性格やライフスタイルに合わせて、より能動的なメディア選択を行いつつある。

ふたつめは、調査方法に関する問題点である。新たなメディアに関する利用行動について理解するため、本研究で用いたような質的調査の手法を用いることは有効かもしれない。既存メディアに関する研究から明らかになった充足を、単に新規メディアに当てはめる量的調査を用いた多くの既存「利用と満足研究」事例とは異なり、質的調査によって新たな知見を見出せたことは、本研究の独創的な点のひとつとして評価できよう。

一方、本研究のインタビュー調査結果の信頼性を高めるためには、より多くの人々に結果を当てはめ、その妥当性を検証する必要が求められるであろう。少人数を対象とし、利用行動の詳細や本質を理解するために、質的調査のアプローチは有効である。しかし、単に少数の人々の意見を主観的に分析したに過ぎないという質的調査に対する評価を克服するには、量的調査によって統計的に解釈することが必要になるだろう。そのため、本論文における調査をもとに、今後、量的調査を実施して初めて、本調査の妥当性が証明されることになると思う。

最後に、メディア利用研究全般における課題を示したい。今後、デジタル化がますます進行すると予測されるメディア環境において、その変化や人々のメディア利用行動をどのように捉え直すかが、メディア利用研究において最大の課題だと考える。たとえば、インターネット利用行動についても、インターネット普及初期のころから研究が行われているが、今日ではインターネット環境の変化にともない、人々の利用行動も大きく変化している。近年、テクノロジーの発展とともに、新規のメディア・プラットフォームが続々登場

し、またこれらが普及するスピードもますます速くなっている。メディア環境の変化が急速に進む今日のグローバル化社会の中で、迅速に問題を捉えて調査・分析を行い、アウトプットすることが、我々メディア研究者にも強く求められることを覚えておきたい。

参考文献

<英語文献>

- Atkin, C. K., Bowen, L., Nayman, O. B., & Sheinkopf, K. G. (1973). Quality versus quantity in televised political ads. *Public Opinion Quarterly*, *37*, 209-224.
- Atkin, C., & Heald, G. (1976). Effects of political advertising. *Public Opinion Quarterly*, *40*, 216-228.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, *3*, 3-21.
- 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.
- Berelson, B. (1979). What “missing the newspaper” means. In P. F. Lazarsfeld, & F. N. Stanton (Eds.), *Communication research 1948-1949* (pp. 111-129). New York, NY: Arno Press. (Original work published 1949)
- Blumler, J. G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication Research*, *6*, 9-36.
- Blumler, J. G., & McQuail, D. (1968). *Television in politics: Its uses and influence*. London: Faber and Faber.
- Bondad-Brown, B. A., Rice, R. E., & Pearce, K. E. (2012). Influences on TV viewing and online user-shared video use: Demographics, generations, contextual age, media use, motivations, and audience activity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *56*, 471-493.
- Brown, J. R., Cramond, J. K., & Wilde, R. J. (1974). Displacement effects of television and the child's functional orientation to media. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 93-112). Beverly Hills, CA: SAGE.
- Cha, J., & Chan-Olmsted, S. M. (2012). Substitutability between online video platforms and television. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *89*, 261-278.
- CJ. (n.d.). *CJ history*. Retrieved from <http://japan.cj.net/company/introduce/origin.asp>
- Cooper, R. (1993). An expanded, integrated model for determining audience exposure to

- television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 37, 401-418.
- Cooper, R. (1996). The status and future of audience duplication research: An assessment of ratings-based theories of audience behavior. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40, 96-111.
- 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.
- de Bock, H. (1980). Gratification frustration during a newspaper strike and a TV blackout. *Journalism Quarterly*, 57, 61-66, 78.
- Fearing, F. (1972). Influence of the movies on attitudes and behavior. In D. McQuail (Ed.), *Sociology of mass communications: Selected readings* (pp. 119-134). New York, NY: Penguin Books. (Reprinted from *Annals of the American academy of political and social science*, 254, pp. 70-79, 1947)
- 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.
- Google. (2013). *Our mobile planet*. Retrieved from <http://services.google.com/fh/files/misc/omp-2013-kr-en.pdf>
- Greenberg, B. S. (1974). Gratifications of television viewing and their correlates for British children. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 71-92). Beverly Hills, CA: SAGE.
- 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. (1979). What do we really know about daytime serial listeners? In P. F. Lazarsfeld, & F. N. Stanton (Eds.), *Radio research 1942-1943* (pp. 3-33). New York, NY: Arno Press. (Original work published 1944)
- Himmelweit, H. T., Oppenheim, A. N., & Vince, P. (1958). *Television and the child: An*

- empirical study of the effect of television on the young*. London: Oxford University Press.
- Hur, K. K., & Robinson, J. P. (1981). A uses and gratifications analysis of viewing of 'Roots' in Britain. *Journalism Quarterly*, *58*, 582-588.
- 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.
- Kayany, J. M., & Yelsma, P. (2000). Displacement effects of online media in the socio-technical contexts of households. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, *44*, 215-229.
- Kippax, S., & Murray, J. P. (1980). Using the mass media: Need gratification and perceived utility. *Communication Research*, *7*, 335-360.
- Korea Press Foundation. (2011). *2011 the Korea press*. Retrieved from <http://mediasis.kpf.or.kr/mediaYearBook/2011english/2011TheKorePress.pdf>
- Levy, M. R. (1977). Experiencing television news. *Journal of Communication*, *27*(4), 112-117.
- Levy, M. R., & Windahl, S. (1984). Audience activity and gratifications: A conceptual clarification and exploration. *Communication Research*, *11*, 51-78.
- Lin, C. A. (1993). Adolescent viewing and gratifications in a new media environment. *Mass Comm Review*, *20*, 39-50.
- Lometti, G. E., Reeves, B., & Bybee, C. R. (1977). Investigating the assumptions of uses and gratifications research. *Communication Research*, *4*, 321-338.
- Lull, J. (1980). Family communication patterns and the social uses of television. *Communication Research*, *7*, 319-334.
- Maccoby, E. E. (1954). Why do children watch television? *Public Opinion Quarterly*, *18*, 239-244.

- McDonald, D. G., & Glynn, C. J. (1984). The stability of media gratifications. *Journalism Quarterly*, 61, 542-549, 741.
- McGuire, W. J. (1974). Psychological motives and communication gratification. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 167-196). Beverly Hills, CA: SAGE.
- 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.
- McLeod, J. M., Becker, L. B., & Byrnes, J. E. (1974). Another look at the agenda-setting function of the press. *Communication Research*, 1, 131-166.
- McLeod, J. M., Brown, J. D., Becker, L. B., & Ziemke, D. A. (1977). Decline and fall at the White House: A longitudinal analysis of communication effects. *Communication Research*, 4, 3-22.
- McQuail, D. (1984). With the benefit of hindsight: Reflections on uses and gratifications research. *Critical Studies in Mass Communication*, 1, 177-193.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). London: SAGE.
- McQuail, D., Blumler, J. G., & Brown, J. R. (1972). The television audience: A revised perspective. In D. McQuail (Ed.), *Sociology of mass communications: Selected readings* (pp. 135-165). New York, NY: Penguin Books.
- Ministry of Information and Communication. (1999). *Cyber Korea 21: An information vision for constructing a creative, knowledge-based nation*. Retrieved from www.kcc.go.kr/download.do?fileSeq=11132
- Ministry of Information and Communication. (2002). *e-Korea Vision 2006: The third master plan for information promotion (2002~2006)*. Retrieved from <http://www.unapcict.org/ecohub/resources/e-korea-vision-2006-the-third-master-plan-for-informatization-promotion-2002-2006>
- Nordlund, J. (1978). Media Interaction. *Communication Research*, 5, 150-175.
- OECD. (2012). *OECD employment and labour market statistics*. Retrieved from http://www.oecd-ilibrary.org/employment/average-annual-working-time_20752342

table8

- OECD. (2013). *OECD broadband portal*. Retrieved from <http://www.oecd.org/sti/broadband/oecdbroadbandportal.htm>
- Palmgreen, P. (1984). Uses and gratifications: A theoretical perspective. In R. N. Bostrom, & B. H. Westley (Eds.), *Communication yearbook 8* (pp. 20-55). Beverly Hills, CA: SAGE.
- Palmgreen, P., & Rayburn II, J. D. (1979). Uses and gratifications and exposure to public television: A discrepancy approach. *Communication Research, 6*, 155-180.
- 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.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rayburn II, J. D. (1981). Gratification discrepancies and news program choice. *Communication Research, 8*, 451-478.
- Papacharissi, Z, & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 44*, 175-196.
- Peled, T., & Katz, E. (1974). Media functions in wartime: The Israel home front in October 1973. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 49-69). Beverly Hills, CA: SAGE.
- 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.
- Perse, E. M., & Dunn, D. G. (1998). The utility of home computers and media use: Implications of multimedia and connectivity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 42*, 435-456.
- Pingree, S., Hawkins, R. P., Bush Hitchon, J. C., Gilligan, E., Radler, B., Kahlor, L.,...Kannaovakun, P. (2001). If college students are appointment television viewers...*Journal of Broadcasting & Electronic Media, 45*, 446-463.
- Rubin, A. M. (1977). Television usage, attitudes and viewing behaviors of children and adolescents. *Journal of Broadcasting, 21*, 355-369.

- Rubin, A. M. (1979). Television use and adolescents. *Human Communication Research*, 5, 109-120.
- Rubin, A. M. (1981). An examination of television viewing motivations. *Communication Research*, 8, 141-165.
- Rubin, A. M. (1983). Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivations. *Journal of Broadcasting*, 27, 37-51.
- Rubin, A. M., & Rubin, R. B. (1982). Older persons' TV viewing patterns and motivations. *Communication Research*, 9, 287-313.
- Suchman, E. A. (1979). Invitation to music: A study of the creation of new music listeners by the radio. In P. F. Lazarsfeld, & F. N. Stanton (Eds.), *Radio research 1941* (pp. 140-188). New York, NY: Arno Press. (Original work published 1941)
- Schramm, W., Lyle, J., & Parker, E. B. (1961). *Television in the lives of our children*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Webster, J. G., & Newton, G. D. (1988). Structural determinants of the television news audience. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 32, 381-389.
- 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.
- Wolf, K. M. (1979). The children talk about comics. In P. F. Lazarsfeld, & F. N. Stanton (Eds.), *Communication research 1948-1949* (pp. 3-50). New York, NY: Arno Press. (Original work published 1949)
- 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.

<日本語文献>

- 白承嫻 (2012) 「放送メディア産業」 鈴木雄雅・蔡星慧編『韓国メディアの現在』岩波書店、53-84
- 蔡星慧 (2012) 「韓国メディアのパワーポリティックス」 鈴木雄雅・蔡星慧編『韓国メディアの現在』岩波書店、5-26

- 蔡星慧・白承嫻（2012）「コンテンツ産業としての大衆文化」鈴木雄雅・蔡星慧編『韓国メディアの現在』岩波書店、157-191
- 千命載（2012）「新聞メディア産業」鈴木雄雅・蔡星慧編『韓国メディアの現在』岩波書店、27-52
- 玄武岩（2005）『韓国のデジタル・デモクラシー』集英社新書
- 趙章恩（2010）「T・G・I・F！韓国はいまスマートフォン革命まっただ中」『Journalism』朝日新聞社、245：80-86
- 菅野朋子（2012）「学歴インフレ状態で若者の就職難が深刻化」『週刊東洋経済』東洋経済新報社、2012年11月17日号：70-71
- 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
- 小寺敦之（2012）「動画共有サイトの『利用と満足』—『YouTube』がテレビ等のメディア利用に与える影響」『社会情報学研究』16巻1号
- MBC. (n.d.). 「会社紹介・概要」<http://aboutmbc.imbc.com/japanese/corporateinfo/brief/index.html>
- NHK 放送文化研究所（2012）「韓国、衛星 DMB サービス終了」『放送研究と調査』NHK 放送文化研究所、62巻9号：90
- 佐藤郁哉（2008）『質的データ分析法—原理・方法・実践』新曜社
- 清水計宏（2011）「スマートテレビで先行する韓国家電メーカーの戦略」『Journalism』朝日新聞社、250：72-73
- 高安雄一（2010）「所得格差の拡大」環日本海経済研究所編『韓国経済の現代的課題』日本評論社、2-19
- 竹村朋子（2012）「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」『立命館産業社会論集』立命館大学産業社会学会、48巻2号：153-172
- 竹村朋子（2013a）「日本と韓国における動画共有サイトの利用行動と利用行動に影響を与える要因の比較—『利用と満足研究』および『構造研究』アプローチ」『比較文化研究』日本比較文化学会、108号：55-66
- 竹村朋子（2013b）「韓国の若者によるテレビ番組映像ファイルのダウンロードおよび視聴行動とその動機—『利用と満足研究』の視点からテレビ機器を通じた映像視聴行動と

の比較」『情報通信学会誌』情報通信学会、107号：93-106

竹内郁郎（1990）『マス・コミュニケーションの社会理論』東京大学出版会

田中則宏（2011）「韓国（大韓民国）」NHK放送文化研究所編『NHK データ 世界の放送
2011』NHK 出版、36-43

田中則宏（2013）「韓国大手新聞社の放送事業本格参入から1年—『総合編成チャンネル』
はいま」『放送研究と調査』NHK放送文化研究所、63巻2号：46-58

東洋経済（2012）「韓国の強さは本物か」『週刊東洋経済』東洋経済新報社、2012年12月
15日号：36-69

<韓国語文献>

放送通信委員会 [방송통신위원회]（2013）「2012年放送媒体利用形態調査報告書 [201
2년 방송매체 이용행태 조사]」[http://m.kisdi.re.kr/mobile/repo/res_view.m?key1
=27539&key2=6099&key3=_&category=3&controlNoSer=5&publishYear=&selectP
age=1&category1=1&category2=2&category3=3&category4=4](http://m.kisdi.re.kr/mobile/repo/res_view.m?key1=27539&key2=6099&key3=_&category=3&controlNoSer=5&publishYear=&selectPage=1&category1=1&category2=2&category3=3&category4=4)

韓国著作権団体連合会・著作権保護センター [한국저작권단체연합회 저작권보호센터]
（2012）「2012著作権保護年次報告書 [2012 저작권 보호 연차보고서]」[http://
www.cleancopyright.or.kr/information/report.php](http://www.cleancopyright.or.kr/information/report.php)