
原著論文

テレビ批判態度の規定因：テレビが他者に与える影響の見積りと第三者効果との関連を中心に

Determinants of TV Criticism Attitude: The Relationship with Prediction of Influence of TV on Others and Third-person Effect

キーワード：

テレビ批判, 第三者効果, First person effect

keyword：

critical attitudes toward TV, third-person effect, first-person effect

慶應義塾大学社会学研究科 正木 誠子

Graduate School of Human Relations, Keio University Nobuko MASAKI

要 約

本稿では、視聴者によるテレビに対するネガティブな反応全般を「テレビ批判」と定義し、その規定因を検討する。テレビ批判の規定因として「他者がテレビから影響を受ける程度の見積り」と「第三者効果」に注目し、仮説1「テレビが他者に与える影響を高く見積る傾向にある人は、テレビを批判する」、仮説2「他者への見積りが高く、さらに『自分も影響を受けない』と見積る人（＝第三者効果傾向の人）は、テレビを批判する」を設定した。20～60代の男女520名を対象にオンライン調査を実施した。

分析の結果、因子分析によってテレビに対する批判態度を「危険・下品描写への批判」「報道への批判」「犯罪助長・過激表現への批判」「ドラマへの批判」に分類した。さらに仮説の検証のために相関分析、重回帰分析を行った。結果、他者への見積りはすべてのテレビ批判に効果が認められ、仮説1は支持することができる。一方、第三者効果は報道のみに効果が認められたが他の3つの批判との関連は確認できなかったため、仮説2は一部支持という結果になった。しかし、犯罪助長・過激表現への批判には第三者効果と逆の概念であるFirst-person effectが認められた。

Abstract

This study defined “TV criticism” as “the viewers’ negative reaction to TV programs in general,” and aimed to clarify its determinants. Accordingly, it focused on the influence of Estimate the

extent to which other people are influenced by TV and of third-person effect. Hypothesis1: “People who highly estimate the influence of TV on others criticize TV. Hypothesis 2: “ People with third-person effect criticize TV”. An online survey was conducted with 520 male and female adults in their 20s to 60s.

First, factor analysis revealed that TV criticism can be categorized into four; 1) criticism toward danger and vulgar depiction; and 2) criticism toward news report; and 3) criticism toward promotion of crime and radical expression; and 4) criticism toward dramas. Furthermore, as result of correlation analysis, multiple regression analysis, estimate to others was effective for all TV criticisms. Hypothesis 1 can be supported. Although the effect of third-person effect was observed only in news except for the other three criticisms. As a result, hypothesis 2 can be partly supported. However, in criticism of promotion of crime and radical expression, first-person effect which is the opposite concept to third-person effect was recognized.

1 はじめに

本研究は視聴者の「テレビ批判」をテーマとし、それを規定する心理的要因を検討するために「他者がテレビから受ける影響の見積り」と「第三者効果」(Davison, 1983)に注目して研究を行った。

テレビを見ていて、「くだらない」「なぜこんな番組を放送するのだろうか」など、批判や不満を抱くことは誰もが経験しているだろう。また、それが「発信」という形で行動に移される場合もある。たとえば、視聴者からの番組批判がテレビ局に殺到し「放送倫理・番組向上機構」(以下、BPO)による審議が入ったり、新聞の投書欄に番組への苦言が掲載されるということが挙げられる。近年ではTwitterなどSNSに意見を投稿することも増えていると予想する。

上記のように、主に視聴者からのテレビ番組に対するネガティブな態度および行動を包括して、本稿では「テレビ批判」と定義する。本テーマについては、「日本においてどのようなテレビ批判が行われているか」という視点でマス・メディアを対象とした内容分析が行われているが(齋藤, 2016; 齋藤, 2017)、視聴者がどのような心理によって批判的な態度を持つのかに関する実証的研究は少ない。本稿は視聴者によるテレビ批判の中でも特に態度面に注目し、その規定因を検討することを目的とする。

2 先行研究

2.1 国内外研究におけるテレビ批判の扱い

国内外でのテレビ研究で、「一般視聴者によるテレビ批判」を対象としたものは少ない。国内研究の多くは「時代とともにテレビ視聴がどのように変化したか」という視点で行われており(NHK放送文化研究所『日本人とテレビ』:TBSメディア総合研究所『調査情報』:総務省『情報通信白書』など)、批判については言及されていない⁽¹⁾。

「テレビを見ない理由」という視点では、「利用と満足」領域で、若者がテレビを見ない理由として「物理的弊害」「見る時間がない」「テレビへの無関心」とともに、特定の番組を「うるさい」「くだらない」と感じる「嫌悪感」が言及されている(竹村, 2012)。これはテレビに対する批判と捉えられるが、具体的にどの番組のどのような点に嫌悪感を抱くのかについては明らかにされていない。依然として、テレビに対するネガティブな心理については研究されていないのが現状である。

しかし「テレビの問題点は何か」という視点については、国内外の先行研究で確認することができる。日米ともにテレビ登場期には多くの論争が生まれた。アメリカではアドルノによる文化産業批判がニューメディアであったテレビにも向けられ(Adorno, 1954)、日米でテレビは視聴者に有害な俗悪メディアであるという論争が多く行われた(橋元, 2011; 桜井, 1994)。

日本では大宅壮一による「一億総白痴化」に代表されるテレビの俗悪メディア論が生まれた。「テレビには、紙芝居、いや紙芝居以下の白痴番組ばかりがならば、これでは、一億総白痴化運動が開発されているようなものだ」という内容である⁽²⁾。桜井(1994)は当時の批判を「外に出ている男たちが妻や子どもを監督できず、彼らが何かわからない娯楽装置に支配されるのではないか、という家父長主義的価値観を防衛するための不安であった」と述べている。一方、国広(2013)によれば、男性だけでなく当時の母親たちも同様の不安を感じていたという。ベビーブームゆえに、当時母親たちは社会で成功する資源が学歴であると捉え、競争相手の多い子どもを学歴競争で勝者にすることを母親的役割として重視した。そんな彼女たちにとって、テレビは教養・教育メディアであるとともに、「一億総白痴化」を招く危険なメディアだったという。

このように子どもへの悪影響に対する懸念は強く、テレビに知性を奪い取られ、考える力の足ら

ない、そのくせに妙に世慣れた子どもは「テレビ・チャイルド」と呼ばれていた（桜井，1994）。特に暴力・性描写が視聴者（主に子ども）に与える悪影響が議論され、現在にかけて関連研究も多い（Gerbner et al., 1976: 岩男, 2000: 佐々木, 1996: Scharam et al, 1961: Zillmann et al., 2013など）。

しかし、テレビが本当に視聴者に悪影響を与え、特に子どもの問題行動を助長するかについては根拠がないとの指摘もある（野崎，1963：依田，1964）。これらは新しいメディアにはつきものの批判・反発であり、テレビ登場以前は映画が同様の批判をされていたという（Kalba, 1975：佐藤，2008）。

また、1970～80年代頃からはメディアに描かれる「女性のステレオタイプや性役割表現」が問題となり、議論や研究がされるようになった（Creedon & Cramer, 2006：Manes & Melnyk, 1974：諸橋，2001など）。しかし近年ではメディアでの女性の描き方に対する批判によって男性差別が生じているという、さらなる批判も登場している（Nathanson & Young, 2006）。さらに日本では、1970年代頃から「やらせ」を問題視する傾向（田所，2007：富山，2005：渡辺，1995など）もある。

このようにテレビの問題については多くの議論がされてきたが、上記で述べたテレビの問題点は主に識者やジャーナリストに指摘されてきた論点であり、一般視聴者が主体ではなかった。しかし、これまで「受け手」とみなされてきたオーディエンス（一般視聴者）であるが、近年はマス・オーディエンス論の変遷の中で「マス・メディアのテキストを理解し、解釈する『読み手』」（大石，2010）と捉えることの重要性も指摘されている。このような変遷をふまえると、識者やジャーナリストなどの専門家の意見を中心として一般視聴者について論じる以上に、一般視聴者が何を考え、どのように行動するのか、そのメカニズムについて精緻な検討を行うことが必要であると考えた。これを

ふまえ、本稿では視聴者の主体的・能動的な行為の一つとしてテレビ批判態度を扱うこととする。

一般視聴者によるテレビ批判に関する実証的な研究が十分にされていないことをふまえ、テレビ批判の類型を知るためのケース・スタディとしてBPOのホームページに寄せられたテレビに対する視聴者意見の分析（齋藤，2016）や、Twitterに投稿されるテレビに対する批判的な意見の分析（齋藤，2017）が行われている。しかしこれはBPOやTwitterという特定の媒体に特化した試みであることに留意する必要がある。

2.2 テレビ批判の心理的要因に関する検討：第三者効果

テレビ批判に関する研究が進められていないということは前述の通りである。しかし、過去に指摘されたきたテレビの種々の問題点やその歴史的展開に共通する要因について検討することで、テレビ批判を規定する要因を導くことは可能である。本稿では、テレビ批判には多くの場合その「影響」に関する見積りが作用すると考える。

特に前項で述べた一億総白痴化に代表されるような「テレビ＝俗悪メディア」という議論や女性のステレオタイプや性役割表現に基づく意見は、「これを見たら他者が影響を受けるのではないか」という他者への見積りによって生じたと想定した。具体的には、たとえば「子どもがテレビから影響を受けるだろう」という見積りが転じて、「影響を与えるような原因を取り除く」（取り除こうと批判する）という事象になるという展開である。このように、「他者がテレビから受ける影響の見積り」はテレビ批判と深く関係があると考えられる。

さらに、そこに自分への影響の見積りが加わることによって、批判態度が増すことも想定できる。批判と類似する概念である苦情の研究では、苦情行動に影響を与えるものとして「自尊感情」「自分の情動調整」の高さが指摘されている（池内，2010）。これをテレビ批判に当てはめると、「自

分は（他者と違って）テレビの影響を受けない」「自分は（他者と違って）自身をコントロールできる」など、自分が受ける影響の見積りの程度も関わるのが伺える。

以上をまとめると、テレビが他者に与える影響を高く見積った上で「自分は影響を受けない」と思うことで、テレビへの批判的な態度が強まると考えられる。前述の子どもの例を再び挙げると、たとえばテレビの暴力描写に接したときに「自分は暴力描写の影響を受けないが、子どもは影響を受ける」と思い、それを予防するために批判をするという構造を想定できる。

この仮定に近い先行研究の理論として、メディア効果研究における第三者効果 (third-person effect) を挙げる。第三者効果とは「自分はメディアの影響を受けないが第三者は違うと考え、それに対応した行動をとること」(Davison, 1983) を指す。

Gunther (1991) によれば、人は自分がメディアから影響を受けることには「メディアが説得的コミュニケーションを図っているからだ」とメディア側に要因があると考える一方、他者がメディアから影響を受けることに関しては、その人自身が「左右されやすいからだ」と考える傾向がある。Tiedge(1999) はこれを「自己と他者の認知の不一致」と表現した。この不一致によって自分の態度や行動が規定されることが第三者効果と呼ばれる。これは利己的な帰属のバイアス (self serving bias)⁽³⁾とも関連がある。

では、どのようなメディアメッセージに対して第三者効果が生じやすいのだろうか。先行研究では、暴力描写 (Hoffner et al., 1999), ポルノ描写 (Gunther, 1995), ギャンブル, タバコ, アルコールを扱う描写 (Banning, 2001; Youn, Faber & Shah, 2000) や過激なラップ歌詞 (McLeod et al., 1997) などが言及されており、視聴者が「他者 (特に子ども) に悪影響を与える」と感じやすいネガティブな内容に顕著であると考えられてき

た。さらに第三者効果が生じやすい受け手側要因として高い教養 (Cohen et al., 1988; Lasorsa, 1989; Tiedge et al., 1999), 年齢 (Tiedge et al., 1999), 自己の専門性の認知 (Lasorsa, 1989), 自尊心 (Perloff, 2002), 性別 (安野, 1996), 家父長主義 (McLeod et al. 1997, 2001; Golan et al. 2008) などが挙げられる。

また、第三者効果は知覚面だけでなく行動面も研究されている。先行研究では、「自分より他者の方がメディアの影響を受ける」と見積る (認知する) ことで、メディアの検閲や政府による規制を支持する (Chia, Lu, & McLeod, 2004; Lee & Yang, 1996; Rojas et al., 1996), 政治行動に参加する (Golan, Banning, & Lundy, 2008) などの行動が指摘されている。

このように第三者効果は知覚面と行動面に分けることができるが、本稿では知覚面、つまり批判的な態度に対する影響に限定して第三者効果を用いる。

2.3 先行研究の総括と仮説の設定

本稿ではテレビ批判の態度面について、国内外研究の先行研究を整理し、関連する心理的要因について検討を行った。この検討の限りでは、「どのような批判がされているか」に関する研究は確認できるが、「どのような人が批判をするのか、またなぜ批判をするのか」という視聴者側に注目した研究はみられない。そこで本稿では、批判態度を促す要因として「テレビが他者に与える影響を高く見積る」という点を挙げる。先述の議論を踏まえた本研究の仮説は次の通りである。

仮説1 テレビが他者に与える影響を高く見積る傾向にある人は、テレビを強く批判する。

さらに、本稿ではテレビ批判の規定因として第三者効果にも注目する⁽⁴⁾。仮説1をふまえたうえで「自分へのテレビの影響の見積り」にも注目し、

「自分は受けないが、他者は受ける」を意味する第三者効果との比較を行う。この点をふまえ仮説2を示す。

仮説2 他者への見積りが高い人の中で、さらに「自分も影響を受けない」と見積る人(=第三者効果傾向にある人)ほど、テレビを強く批判する。

3 調査

3.1 概要

2018年1月29日(月)～31(水)に、株式会社マクロミルのモニター会員520名(男女各260名、20代、30代、40代、50代、60代が52名ずつ、平均年齢44.5歳、 $SD=14.06$)を対象に実施した。

3.2 質問項目

3.2.1 従属変数：テレビ批判態度

齋藤(2016)などを基にしてテレビに対する批判の要素の類型を作成した。「下ネタが度を越している」「特定のニュースを扱わない」など42項目。これらのテレビの場面に対して批判的な態度を抱くかどうか、「4. 抱く」から「1. 抱かない」の4件法で尋ねた。

3.2.2 独立変数：第三者効果に関する質問

諸藤ら(2010)や山本(2013)を参照して項目を作成した。「テレビの性的な描写に影響を受ける」、「暴力的な描写に影響を受ける」、「テレビに依存し、テレビばかり見るようになる」など9項目について、「あなた自身にどのくらい可能性があることだと思いますか」「一般的な日本人にどのくらい可能性があることだと思いますか」のように、対自分と対他者にどの程度起こる可能性があるか尋ねた。「4. 多いに可能性があると思う～1. まったく可能性がないと思う」の4件法で、対自分・対他者については連続して設問を設けず、分散して設定した。

3.2.3 統制変数

性別と年齢について質問した。これらは先行研究において第三者効果との関係が指摘されているためである。

4 結果

4.1 変数作成

4.1.1 テレビ批判態度の因子分析

テレビ批判態度を尋ねる42項目の中から、本稿の主旨に沿って第三者効果との関連が予想される21問を選出し、因子分析(主因子法・promax回転)を行った⁽⁵⁾。どの因子にも負荷量の低い1因子を削除した20項目を変数化した(表1)。各因子に対して負荷が高い項目ごとに平均値を取り、変数化した。

第1因子に負荷量が高い項目は番組における危険行為や出演者同士の暴力、下ネタなど下品な内容と結びついており「危険・下品描写への批判態度」因子と命名した。第2因子に負荷量が高い項目はニュースの報道内容と結びついており「報道への批判態度」因子と命名した。第3因子に負荷量が高い項目は犯罪の手法を詳細に報じたり、人を刺す過激なシーンなどと結びついており「犯罪助長・過激表現への批判態度」因子と命名した。第4因子に負荷量が高い項目は原作がドラマ化した際の内容と結びついており、「ドラマへの批判態度」因子と命名した。

4.1.2 自他に対する影響の見積りと第三者効果の分析

第三者効果の基となる自分と他者への影響の見積りの乖離の有無を確認する。まず、「自分への見積り」の平均値と「他者への見積り」の平均値を取って変数化を行った。その結果、「自分への見積り」の平均値は2.38($SD=0.58$)、「他者への見積り」の平均値は2.71($SD=0.54$)であった。

さらに全9項目に関して、「自分への見積り」と

表1 テレビ批判態度尺度の因子分析結果

	1	2	3	4
第1因子 危険・下品描写への批判態度 ($\alpha=.93$, 平均値=2.82, $SD=0.76$)				
司会者がゲストに対して執拗に卑猥な話題や下ネタを振る	0.90	-0.01	-0.16	-0.01
下ネタが度を越している	0.87	-0.01	-0.13	0.00
罰ゲームと称してタレントに暴力をふるい、笑い者にする	0.81	0.01	-0.05	0.03
タレントが、別のタレントの頭を思い切り叩く	0.79	-0.05	0.06	0.01
どっきり企画でタレントにラーメンや熱湯をかける	0.78	0.00	0.04	0.00
お笑い芸人の身体的特徴を笑いのネタにする	0.69	0.04	0.10	-0.03
出演者同士が性的な話題で盛り上がる	0.68	-0.08	0.11	0.02
タレントが火を付けたコートを着たまま自転車に乗って、水の中に自転車ごと転落するという企画に挑戦する	0.64	-0.03	0.12	0.06
頭髪や顔の美醜など、自分ではどうしようもないことを嘲笑の対象にする	0.64	0.23	0.03	-0.09
タレントが食べたものを吐く場面が流れる	0.62	0.02	0.06	0.02
第2因子 報道への批判態度 ($\alpha=.87$, 平均値=3.07, $SD=0.78$)				
あるニュースに関して一面的にしか報じなかったり、対立する意見の一方しか取り上げない	0.05	0.84	-0.04	-0.02
ある企業の不祥事を報じなかったり、逆にある企業と関連するトピックを持ち上げるなど、偏った報じ方をする	0.08	0.80	-0.01	0.02
ニュースを報道する際、ある特定の出来事を扱わない	-0.09	0.80	0.04	0.05
第3因子 犯罪助長・過激表現への批判態度 ($\alpha=.79$, 平均値=2.47, $SD=0.72$)				
殺人事件に使われた有害物質を紹介する	-0.12	0.09	0.84	-0.01
誘拐事件について、加害者が被害者をどのように洗脳したかなど手口を詳細に再現する	-0.01	0.05	0.71	-0.04
ドラマの中で登場人物の体を刃物で刺すシーンがある	0.18	-0.24	0.60	0.09
犯罪方法や前科、刑務所内生活をバラエティとして扱う	0.28	0.15	0.41	-0.03
第4因子 ドラマの批判態度 ($\alpha=.79$, 平均値=2.52, $SD=0.74$)				
原作に出てこないキャラクターがドラマ版に登場している	-0.02	-0.09	0.01	0.77
原作の面白さや世界観などをドラマ版に反映できていない	0.01	0.14	-0.03	0.70
原作の時代設定やキャラクターの性別などが、ドラマ化に伴い変更されている	0.03	0.07	0.02	0.70

「他者への見積り」の平均値差の有無をt検定を用いて分析した(表2)。その結果、すべての項目に自分より他者への影響を有意に大きく見積る傾向が示された。よって、第三者効果の基となる自己に対する認知の違いを確認することができた。

第三者効果の変数化は先行研究(Golan & Banning, 2008; Gunther, 1995; 白岩・唐沢, 2013など)に倣い、他者への見積りの得点から自分の見積りの得点を引いた差分を取り、「第三

者効果傾向」とした。差分の平均値は0.33($SD=0.56$)、最小値は-1.67で最大値は2.44であった。差分の正の開きが大きいほど第三者効果傾向にあり、得点が負の方向に大きいほど(変数の得点が小さいほど)「他者よりも自分のほうが影響を受けやすい」と考える傾向にあると考えられる。

4.2 相関分析の結果

各変数間の各変数の記述統計量および相関係数

表2 テレビから受ける影響の見積りの自分と他者の差

	対自分		対他者		t 値
	平均値	SD	平均値	SD	
(1)性的な描写に影響を受ける	2.27	.82	2.63	.77	-9.92***
(2)暴力的な描写に影響を受ける	2.32	.91	2.72	.77	-10.55***
(3)テレビに依存し、テレビばかり見るようになる	2.18	.87	2.51	.79	-7.82***
(4)虚偽報道の影響を受ける	2.64	.86	3.00	.77	-9.88***
(5)真偽がわからない情報に振り回される	2.70	.83	3.02	.77	-8.59***
(6)犯罪の手口を詳細に報じるニュースを見て、模倣する	2.35	.99	2.76	.77	-9.38***
(7)テレビで起こることが現実でも起こると思う	2.53	.79	2.69	.73	-4.82***
(8)ドラマに出演している俳優・女優が、実際にドラマ内のキャラクターのようだと思込む	2.21	.81	2.52	.81	-8.44***
(9)自分の考えや態度を決める際、テレビを参考にする	2.19	.78	2.54	.79	-8.77***

*** $p < .001$ $d = .519$

表3 各変数間の相関分析結果と平均値および標準偏差
(相関関係が認められたものを網掛けで表示)

	年齢	性別	危険・下品描写への批判	報道への批判	犯罪助長・過激表現への批判	ドラマへの批判	他者への見積り	第三者効果(差分)	平均値	SD
年齢	—	-.01	.31***	.08	.36***	.01	-.01	-.14**	44.51	14.06
性別 (男性=0, 女性=1)		—	.24***	.07	.09*	.09*	.11*	.06	0.50	0.50
危険・下品描写への批判			—	.54***	.63***	.49***	.27***	.00	2.82	0.76
報道への批判				—	.36***	.50***	.36***	.14**	3.07	0.78
犯罪助長・過激表現への批判					—	.42***	.14**	-.18***	2.47	0.72
ドラマへの批判						—	.25***	-.01	2.52	0.74
他者への見積り							—	.44***	2.71	0.54
第三者効果(差分)								—	0.33	0.56

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$ N=520

を表3に記載した。

他者への見積りと各変数の相関関係について述べる。すべてのテレビ批判態度との間に統計的に有意な正の相関がみられた(危険・下品描写： $r = .27, p < .001$ ；報道： $r = .36, p < .001$ ；犯罪助長・過激表現 $r = .14, p < .01$ ；ドラマ： $r = .25, p < .001$)。このことから、「他者はテレビの影響受けやすい」と認識するほど、テレビに対して批判的な態度を感じやすいと考えられる。なお、年齢

と他者への見積りには統計的に有意な結果はみられなかったが、($r = -.01, p = n.s.$)、性別とは正の相関がみられた($r = .11, p < .05$)。

続いて、第三者効果傾向と各変数の相関について述べる。報道への批判との間に統計的に有意な正の相関が、犯罪助長・過激表現への批判との間に負の相関がみられた($r = .14, p < .01$ ； $r = -.18, p < .01$)。危険・下品描写とドラマへの批判については統計的に有意な結果は認められなかった

($r=.00, n.s.$; $r=-.01, n.s.$)。また、年齢との間に統計的に有意な負の相関がみられ、($r=-.14, p<.01$)、性別との間には有意な結果が得られなかった ($r=.06, n.s.$)。

4.3 仮説検証：重回帰分析の結果

次に、仮説検証のために重回帰分析を行った⁽⁶⁾。仮説1の検証のため、従属変数としてテレビ批判態度4因子、独立変数として他者への見積りを投入した(表4)。続いて仮説2の検証のため、第三者効果傾向を独立変数とした同様の分析も行った(表5)。また、統制変数として、どちらの分析にもデモグラフィック変数として性別と年齢を用いた。

まず、表4の他者への見積りを独立変数とした重回帰分析の結果について説明する。他者への見積り

とテレビ批判態度の関係は、すべてにおいて正の効果が有意であった ($\beta=0.25, p<.001$; $\beta=0.36, p<.001$; $\beta=0.13, p<.01$; $\beta=0.24, p<.001$)。統制変数である性別と年齢に関しては、危険・下品描写への批判ではどちらも正の効果が有意であり ($\beta=0.21, p<.001$; $\beta=0.31, p<.001$)、危険・下品描写への批判については、他者への見積り、性別、年齢すべてが強く影響することが伺える。犯罪助長・過激表現への批判も性別と年齢も正の効果が有意であったため ($\beta=0.8, p<.05$; $\beta=0.36, p<.001$)、同様のことがいえると考えられる。一方、報道への批判には性別と年齢の有意な効果はみられなかった (報道 : $\beta=0.04, n.s.$; $\beta=0.08, n.s.$; ドラマ : $\beta=0.06, n.s.$; $\beta=0.01, n.s.$)。

続いて表5の第三者効果傾向を独立変数とした重回帰分析結果について説明する。第三者効果傾

表4 他者への見積りを独立変数とした場合の重回帰分析結果

従属変数	危険・下品描写への批判	報道への批判	犯罪助長・過激表現への批判	ドラマへの批判
他者への見積り	.25***	.36***	.13**	.24***
性別 (男性=0, 女性=1)	.21***	.04	.08*	.06
年齢	.31***	.08	.36***	.01
R^2	.21***	.14***	.16***	.07***
調整済み R^2	.21	.13	.15	.06

$N=520$, * $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$ 数値は標準偏回帰係数 β を記載した。

表5 第三者効果を独立変数とした場合の重回帰分析結果

従属変数	危険・下品描写への批判	報道への批判	犯罪助長・過激表現への批判	ドラマへの批判
第三者効果	.03	.15**	-.14**	-.02
性別 (男性=0, 女性=1)	.23***	.07	.11**	.09*
年齢	.32***	.10*	.34***	.01
R^2	.16**	.03**	.16***	.01
調整済み R^2	.15	.03	.20	.00

$N=520$, * $p<.05$ ** $p<.01$ *** $p<.001$ 数値は標準偏回帰係数 β を記載した。

向とテレビ批判態度の関係は、報道への批判において有意な正の効果がみられ ($\beta=0.15, p<.01$), 犯罪助長・過激表現への批判においては有意な負の効果が認められた ($\beta=-0.14, p<.01$)。一方、危険・下品描写への批判とドラマへの批判には有意な効果が確認できなかったほか (危険・下品描写: $\beta=.03, n.s.$; ドラマ: $\beta=-.02, n.s.$), ドラマへの批判に関するモデルは決定係数が統計的に有意ではなかったことから、統制変数を含めて、批判を予測するモデルが成立していなかったと考えられる。統制変数である性別と年齢に関しては、危険・下品描写への批判ではどちらも有意な正の効果が認められ ($\beta=0.23, p<.001$; $\beta=0.32, p<.001$), 第三者効果傾向ではなく性別と年齢が影響を与えることが伺える。報道への批判については、性別は有意な効果はなかったが、年齢には有意な正の効果がみられた ($\beta=0.07, n.s.$; $\beta=0.10, p<.05$)。犯罪助長・過激表現への批判については、どちらも有意な正の効果が認められた ($\beta=0.11, p<.01$; $\beta=0.34, p<.001$)。

以上の結果をふまえると、仮説1については、他者への見積りが高い人ほどすべての批判がされておき、仮説が支持されたと判断できる。仮説2については、第三者効果傾向が影響を与えるのは報道のみであったため、一部支持されたとはいえる。ただし犯罪助長・過激表現への批判に関しては、仮説と逆の負の効果がみられた。

5 考察

5.1 仮説の検証

本稿ではテレビ批判の態度の規定因として「他者がテレビから受ける影響の見積り」と「第三者効果」に注目し、質問紙調査を行った。仮説の検証のため、相関分析と重回帰分析による分析を行った。

その結果、「他者はテレビから影響を受けるだろう」と見積る人ほど危険・下品描写、報道、犯

罪助長・過激表現、ドラマすべてに対して批判をすることが明らかになった。一方、「他者はテレビから影響を受けるが、自分は受けないだろう」と見積る第三者効果傾向の人は、報道に対してのみ、そうでない人よりも批判をする傾向が強いことがわかった。つまり他者への見積りは多くのテレビ批判の規定因になりうるといえるが、第三者効果は一部のテレビ批判の規定要因にのみなりうると思われる。

5.2 第三者効果と報道への批判：報道に対する視聴者の厳しい目

本項では、第三者効果の影響が認められた報道への批判について述べる。本稿で扱ったテレビ批判の中で報道のみが第三者効果の影響が認められた背景として、報道に対する視聴者の厳しい目を挙げる。つまり、視聴者は報道の客観性や中立性を重視しており、それに反する報道だとみなした際に他者への悪影響を危惧する。その結果、批判が生じると考える。

本稿で扱った4つのテレビ批判の中で、報道は「フィクションではない」という点で唯一の存在である。ドラマは言うまでもなくフィクションであり、おかしいと感じる描写があったとしても「これはドラマだから」と思いやすい。危険・下品描写は主にバラエティ番組における描写を指した内容だが、バラエティ番組にも台本や筋書きがあることや作り手の自由度が高いという点から、報道とは異なる性質を持つことは明らかである。犯罪助長・過激表現は報道に関する内容も含まれるが、主に「犯罪助長・過激表現をエンターテインメントとして描写すること」についての項目であるために、こちらも報道そのものとは異なると考えられる。

上記をふまえると、報道は「起こったことを伝える」という役割を視聴者に期待されており、視聴者は報道に客観的かつ公正・中立な内容を求めていると考える。そこに作り手の意図を加えるこ

とは許されず、視聴者は厳しい目を持って報道に接触しているのではないか。

さらに第三者効果が報道への批判に対して認められたという分析結果をふまえると、第三者効果傾向の強い人は、客観性が欠ける報道は他者に悪影響を与えると考えていると想定できる。報道に対する批判尺度には一面的であったり偏向報道と感じられる内容と関連している。つまり、他者が意図的な報道によって振り回されたり、ミスリードされると意識するのではないか。そのため、視聴者が客観性や中立性がない報道とみなしたときに他者への悪影響を危惧し、批判が生じると考える。さらにそこには「自分はそのような報道に影響は受けませんが、他者は受ける」という第三者効果が働く。その根底には「自分は大丈夫」「自分は報道に影響されない」という自信が存在していると想定する。

5.3 犯罪助長・過激表現とFirst person effectとの関連

一方で本稿では、第三者効果から犯罪助長・過激表現への批判に有意な負の効果が認められた。つまり、第三者効果の変数として用いた他者への見積りから自分への見積りを引いた差分がマイナスに大きく、第三者効果とは逆の現象である「他者よりも自分の方が強くテレビの影響を受ける」と考える傾向にある人が犯罪助長・過激表現を批判すると解釈できる。

「他者よりも自分の方が強くテレビの影響を受ける」という現象は先行研究において「逆第三者効果」、あるいはfirst-person effect(以下、FPEと表記)と呼ばれているものに非常に近い。Innes & Zeitz(1988)はメディアの政治広告や暴力描写ではなく、公共広告に関する態度に対してFPEが生じると指摘した。先行研究では、FPEが生じやすいメッセージとして、公共広告などの「社会的に望ましいメッセージ」が挙げられている。たとえばタバコ撲滅広告(Meirick, 2005)や飲酒

運手の撲滅広告(Innes & Zeitz, 1988; Meirick, 2005)、臓器提供広告(White & Dillon, 2000)などが挙げられる。対する第三者効果が生じやすいメッセージとしては、本稿の序論で述べたとおり、ネガティブな内容(暴力、ポルノ描写、ギャング、タバコやアルコールを扱う描写や過激なラップ歌詞)が多い。従って、ネガティブなメッセージに対しては第三者効果が生じやすいのに対して、FPEは比較的ポジティブなメッセージに起こりやすいと考えられてきた。

しかし先に述べたように、本調査分析ではFPEの傾向にある人ほどテレビの犯罪助長・過激表現を批判するという結果が得られた。犯罪助長・過激表現は社会的に望ましいメッセージとはいえないため、先行研究で得られた知見とは異なる結果となった。なぜこのような結果が生じたのだろうか。

本調査で扱った犯罪助長・過激表現に対する批判を尋ねる尺度は「殺人事件に使われた有害物質を紹介する」「誘拐事件について、加害者が被害者をどのように洗脳したかなど手口を詳細に再現する」などで構成されている。一見、「このような手口を他者が真似するのではないか」という第三者効果に基づく批判が生じるように思えるが、重回帰分析ではそのような結果は認められなかった。

この点に対して本項では、テレビの犯罪助長・過激表現に接触することで視聴者が「多くの人が犯罪の手口を知ってしまう」「犯罪を模倣する人が増え、自分や家族が被害者になる可能性が高くなるのではないかと恐怖を感じる」と推測した。その結果、自分に対して具体的な被害(犯罪被害)をもたらしかねないような放送内容への批判が促されるのではないか。犯罪助長・過激表現は本稿で分類した他の批判(危険・下品描写、報道、ドラマ)とは異なり、視聴者の不安や恐怖を煽る内容に関する項目を含むことをふまえると、これに恐怖を感じる人がいることは当然といえる。つまり「(他者は被害に遭いにくいかもしれないが)自分が何らかの被害に遭いやすいのではないか」

という過剰な恐怖，即ちFPEを生じることで，恐怖によって誘発される類の批判が促されるのではないかと考える。

今後は上記仮説が支持されるかどうか，直接的に検討することが必要となる。つまり第三者効果に代表される，いわば「他者を守ろうとする正義感や公正さ」によって誘発されるテレビ批判と，そうではなくFPEに代表される「自分が怖い思いをしたくないという恐怖感」によって誘発されるテレビ批判を明確に区別し，それぞれのメカニズムについて統計的に検討する余地があるだろう。

5.4 本研究の意義と課題

本稿は第三者効果とテレビ批判の関連を検討することを出発点として行ったが，それよりも他者への見積りの方がテレビ批判に影響を与えるということが明らかになった。しかし第三者効果の影響が認められた報道に関しては，報道に対して視聴者が持つ厳しい視線という点から考察をすることができた。報道への批判は第三者効果と密接に関連するという結果は，今後さらに検討されることが求められる。

また犯罪助長・過激表現への批判に関しては，第三者効果の逆であるFPEという新たな視点から議論を進めた。FPEに関しては国内での研究がほとんどなく，第三者効果のような日本語での呼称も定まっていない状態である。本稿の結果をもとにさらに研究を重ねることで，第三者効果と関連するFPEに対しても理解を深めることができると期待する。その出発点として，本稿の試みは意義深いものといえる。

続いて本稿の課題について述べる。まず，今後テレビ批判と関連する理論的検討をさらに進めることが求められる。本稿ではテレビ批判の関連理論として第三者効果関連に絞って分析を行ったが，他にもテレビ批判を説明する理論を精査し，調査を重ねることで体系的な研究が可能になるだろう。たとえば，ドラマに関する批判には原作に

対する愛着やこだわりという意味でファン心理が関連していると予測できる。

さらに本稿では冒頭でも述べた通り，主に視聴者からのテレビ番組に対するネガティブな態度および行動を包括して「テレビ批判」と定義した。そのため本稿ではテレビ番組に限った事象を扱ったが，テレビで放送されるのは番組以外にもコマーシャルがある。この点をどのように扱うのかについては，今後検討する必要があると考える。

本稿ではテレビ批判態度と他者への影響の見積り，第三者効果との関連を検討することに留まった。今後はさらなる研究の蓄積を通じて，テレビ批判研究の発展を目指したい。

注

- (1) 国内でテレビに対する批判・不満について尋ねる調査は少ないながらも存在する。NHK放送研究所が1985年から5年おきに実施している「日本人とテレビ」では，テレビ視聴行動とともにテレビに対する意識も尋ねている。1985年から2010年の調査の中で「はい」と答えた割合が高かったテレビに対する批判・不満と捉えられる意見として，「マスコミが伝えていることはほぼ事実とは思わない」「人びとの意見は，知らないうちにマスコミの言うとおりに動かされていることが多い」「テレビは青少年の非行や暴力行為を助長した」が確認できた。しかし，あくまでデータの一部で単純集計結果として提示されているだけで，これらについて詳しく言及されていない。また，同じくNHK放送文化研究所が2001年から実施している「番組総合調査」でもマイナス意見についての言及がある。「テレビ番組に対する意識・評価の現況」とし，当時のテレビ番組（NHK・民放含む）に対する感想や印象を「とても満足一大変不満」の5件法で尋ねる項目があるが，不満

と回答した人の割合は不明であった。

- (2) 出典：桜井哲夫 (1994) TV魔法のメディア 筑摩書房
- (3) 成功は自分に帰属し失敗は環境に帰属するという、自分にとって都合の良い帰属のこと (池上・遠藤, 2008)。
- (4) 他にもテレビ批判との関連が予想される理論として、「メディアが自分と反対側の陣営にとって有利な方向に歪んでいると認知する傾向」を指す敵対的メディア認知 (Vallone, 1985) に言及する。敵対的メディア認知は理論そのものがテレビ批判に直結する可能性があるという点では第三者効果よりも重要と考えられる可能性もあるが、「他者はメディアから影響を受けやすい」という認識に基づくという点で第三者効果と同様のメカニズムを持つ理論である。さらに、敵対的メディア認知は「他者はメディアの影響を受けるが、自分は影響を受けない」という第三者効果傾向に加え、自分が支持する政党に関する内容など「自我関与が高いトピック」(Perloff, 1989) に接触した際に生起する傾向があると想定できることから、第三者効果の派生理論といえる。以上をふまえると、本調査で第三者効果に加えて敵対的メディア認知も扱うことは、根本は同じ概念を扱うと解釈できる。そのため、本稿では「他者はメディアの影響を受けるが、自分は影響を受けない」という概念をより端的に示している第三者効果のみを扱うこととする。
- (5) 具体的には、自分・他者を問わずテレビが影響を与えうる可能性を想起させる項目を残し、そうでないものを削除した。例えば、削除した項目は「ドラマに出演している俳優・女優の演技が下手だ」「出来事の当事者となる人物を執拗に追いかけて、無理やりインタビューしようとする」などである。

これらに対して視聴者が「この描写は他者に影響を与えるだろう」と考える可能性は低いとみなし削除した。なお、変更前と変更後で本稿において独立変数として扱った「他者への見積り」と「第三者効果」の効果は、係数の正負、およびその係数が統計的に有意であるかのどちらについても、結果に変化はみられなかった。

- (6) 「他者への見積り」と「第三者効果」を同時に投入すると多重共線性がみられたため、別々にモデルを作った。

参考文献

- Albert C. Gunther (1991) What We Think Others Think Cause and Consequence in the Third-Person Effect, *Communication Research*, 18, pp. 355-372.
- (1995) Overrating the X-rating: The third-person perception and support for censorship of pornography, *Journal of Communication*, 45(1), pp. 27-38.
- Anita G. Day (2008) Out of the living room and into the voting booth: An analysis of corporate public affairs advertising under the third person effect, *American Behavioral Scientist*, 52(2), pp. 243-260.
- Banning, S (2001) Do you see what I see? Third-person effects on public communication through self-esteem, social stigma, and product use, *Mass Communication and Society*, 4 (2), 127-147.
- Cohen, J., Mutz, D., Price, V., & Gunther, A. (1988) Perceived impact of defamation: An experiment on third-person effects, *Public Opinion Quarterly*, 52, pp. 161-173.
- Davison, W.P. (1983) The third-person effect in communication, *Public Opinion Quarterly*, 47, pp. 1-15.

- Gerbner, G. and Gross, L. (1976) Living With Television: The Violence Profile, *Journal of Communication*, 26, pp. 173-199.
- Golan, G. J., & Banning, S. (2008) Exploring a link between the third-person effect and the theory of reasoned action: Beneficial ads and social expectations, *American Behavioral Scientist*, 52(2), pp. 208-224.
- Golan, G. J., Banning, S. A., & Lundy, L. (2008) Likelihood to vote, candidate choice, and the third-person effect: Behavioral implications of political advertising in the 2004 Presidential election, *American Behavioral Scientist*, 52, pp. 278-290.
- 橋元良明 (2011) 『テレビと日本人—変わりゆく日常』 岩波書店
- Hoffner, C., Buchanan, M., Anderson, J., Hubbs, L., Kamigaki, S., Kowalczyk, L., et al. (1999) Support for censorship of television violence, *Communication Research*, 26(6), pp. 726-742.
- 池上知子・遠藤由美 (2008) 『グラフィック 社会心理学 第2版』サイエンス社
- 池内裕美 (2010) 「苦情行動の心理的メカニズム」 『社会心理学研究』 25(3), pp. 188-198.
- Innes, J. M., & Zeitz, H. (1988). The public's view of the impact of the mass media: A test of the "third-person" effect, *European Journal of Social Psychology*, 18(5), pp. 457-463.
- 岩男寿美子 (2000) 『テレビドラマのメッセージ—社会心理学的分析』 勁草書房
- Kas Kalba (1975) The electronic community: A new environment for television viewers and critics(eds,) *Television as a social force: new approaches to TV criticism. Richard Adler: New York Praeger*, pp. 141-163.
- 国広陽子 (2013) 「団塊の世代—テレビと成長をともし、老いに向かう」 萩原滋編 『テレビという記憶 テレビ視聴の社会史』 新曜社, pp. 77-99.
- Lasorsa, D. L. (1989) Real and Perceived Effects of 'America', *Journalism Quarterly*, 66, pp. 373-378.
- Lee, C., & Yang, S (1996) Third-person perception and support for censorship of sexually explicit visual content: A Korean case, *Sungkok Journalism Review*, 7, pp. 21-39.
- Manes, A. L., and Melnyk, P (1974) Televised models of female achievement, *Journal of Applied Social Psychology*, 4, pp. 365-374.
- McLeod, D. M., Eveland, W. P., Jr., & Nathanson, A. I (1997) Support for censorship of violent and misogynic rap lyrics: An analysis of the third-person effect, *Communication Research*, 24(2), pp. 153-174.
- McLeod, D. M., Detenber, B. H., & Eveland, W. P. J (2001) Behind the third-person effect: Differentiating perceptual processes for self and other, *Journal of Communication*, 51, pp. 678-695.
- Meirick, P. C (2005) Rethinking the target corollary: The effects of social distance, perceived exposure and perceived predispositions on first- and third-person perceptions, *Communication Research*, 32 (6), pp. 822-843.
- 諸藤絵美・平田明裕・荒巻央 (2010) 「テレビ視聴とメディア利用の現在 (1): 「日本人とテレビ・2010」調査から」 放送研究と調査, 60(8) pp. 2-29.
- 諸橋泰樹 (2001) 『ジェンダーの罭 とらわれの男と女』 批評社
- Nathanson, P and Young, K(2006)*Misandry; Men in popular culture; Sex discrimination against men; Men-Identity*, McGill-Queen's University Press. (2016) 久米泰介訳: 『広がるミサンドリー: ポピュラーカルチャー, メディアにおける男性差別』 彩流社

- 大石裕 (2010) 「能動的オーディエンス論の構成」
法學研究：法律・政治・社会, 83(2) pp. 73-93.
- Pamela J. Creedon and Judith Cramer (2006)
Women in Mass Communication, Thousand Oaks: SAGE Publications
- Perloff, R. M. (2002) The Third-Person Effect (eds,) *Media Effects*. Bryant, J., and Jillmann, D: London: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 489-506.
- Rojas, H., Shah, D. V., & Faber, R. J. (1996) For the good of others: Censorship and the third person effect, *International Journal of Public Opinion Research*, 8 (2), pp. 163-186.
- 齋藤誠子 (2016) 「日本のテレビ番組に対する批判の類型—BPO に寄せられた視聴者意見の分析—」『慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要』82, pp. 75-92.
- (2017) 「Twitterにはどのような『テレビ批判』が投稿されるのか：媒体によって異なる規範意識」『慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要』84, pp. 35-51.
- 桜井哲夫 (1994) 『TV 魔法のメディア』ちくま新書
- 佐々木輝美 (1996) 『メディアと暴力』勁草書房
- 白岩祐子・唐沢かおり (2013) 「被害者参加人の発言および被害者参加制度への態度が量刑判断に与える影響」『実験社会心理学研究』53(1), pp. 12-21.
- 田所承己 (2007) 「テレビにとって“やらせバッシング”とは何か—『やらせ問題』のテレビ史的意義」長谷正人・太田省一編『テレビだヨ！全員集合：自作自演の1970年代』青弓社, pp. 221-232.
- 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調査」立命館産業社会論集, 48(2), pp.153-172.
- Tiedge, J.t., Silverblatt,A., Havice, M.J., Rosenfeld, R. (1999) Discrepancy Between Perceived First-Person and Perceived Third-Person, Mass Media Affects, *Journalism Quaterly*, 68, pp. 141-154.
- Theodor W. Adorno (1954) How to Look at Television, *Film, Radio, & Television*, 8, pp. 213-235. (1969) 平沢正夫訳『テレビと大衆文化の諸形態』平凡社
- 富山英彦 (2005) 『メディア・リテラシーの社会史』青弓社
- Vallone, R. P., Ross, L., & Lepper, M. R (1985) The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut Massacre, *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, pp. 577-585.
- 渡辺武達 (1995) 『テレビ—「やらせ」と「情報操作」』三省堂
- White, H. A., & Dillon, J. F (2000) Knowledge about others' reaction to a public service announcement: The impact on self persuasion and third-person perception., *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77, pp. 788-792.
- 山本明 (2013) 「第三者効果とメディア・リテラシー」『日本心理学会第77回大会論文集』, 77
- 安野智子 (1996) 「メディアの影響力の認知は世論形成を媒介するか 第三者効果による世論形成過程モデルの試み」『選挙研究』11, pp. 46-60.
- Youn, S., Faber, R. J., & Shah, D. V. (2000) Restricting gambling advertising and the third-person effect, *Psychology and Marketing*, 17(7), pp. 633-649.
- Zillmann. Dolf., Bryant. J and Huston, Aletha C. (2013) *Media, Children, and the Family Social Scientific, Psychodynamic, and*

Clinical Perspectives, Mahwah: Taylor and Francis.

[付記] 本稿は、2017年度慶應義塾大学博士課程学生研究支援プログラムによる研究成果の一部である。