

令和元年5月9日現在

機関番号：32718

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2017～2018

課題番号：17K13862

研究課題名（和文）老年期の社会適応とメディア利用の変化に関する調査研究

研究課題名（英文）Reserach of Media Gratifications and Successful Aging

研究代表者

小寺 敦之（KOTERA, ATSUSHI）

東洋英和女学院大学・国際社会学部・准教授

研究者番号：40535762

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,300,000円

研究成果の概要（和文）：

高齢者のメディア利用についての研究の多くが、社会や他者とつながろうとする動機が彼らのメディア利用を促進していると主張し、メディア利用と「幸福な老い」にポジティブな関係があることを示唆してきた。本研究は「利用と満足研究」の視点に基づき、シニア層のメディア効用と「幸福な老い」との関係を明らかにするものである。

東京近郊で実施した調査（n=1644）の結果、ほとんどのメディア効用はモラールに寄与しておらず、とりわけテレビの消費的効用とモラールは一貫してネガティブな関係にあることが示された。また、リタイア者のメディア効用が非リタイア者に比べて「幸福な老い」に大きく寄与している証拠も見出せなかった。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究は、社会や他者とつながろうとする動機が高齢者のメディア利用を促進しているという仮説を検証したものである。しかし、調査の結果、これまでの仮説とは異なり、メディアと「幸福な老い」の間にポジティブな関係は見出せず、リタイアによって失われた社会活動をメディアが補完している証拠も示されなかった。

これは高齢者のメディア利用に対する従来の見方が過度に楽観的であったことを示唆するものであり、メディアの積極的利用が必ずしも老年期の社会適応にプラスにはたらいっているわけではないことを示すものとなっている。

研究成果の概要（英文）：

Research literature about media use in aging has argued that the motivations to fulfill the need to connect with others or societies facilitate the elderly's use of media. Based on uses and gratifications perspective, this study examines how the elderly's use of media relate to their successful aging.

The results of a convenience sample survey in the Tokyo area (n=1644) indicated that most media gratifications may not contribute to successful aging among the Japanese 'young old' (58-70 years). Scores from the Morale Scale are negatively correlated with media gratifications, especially consummatory gratification in television viewing. In addition, the contribution of media gratifications to scores on morale show little difference between retired and non-retired. Although previous research has tended to accept the activity theory which supposes that communication would be maintained at an active level throughout the aging process, this study does not support this hypothesis.

研究分野：情報行動論

キーワード：メディア ライフステージ 利用と満足 リタイア モラール 幸福な老い 高齢者

1. 研究開始当初の背景

高齢化社会の進展に伴い、我が国でもメディアや情報通信の有効活用が推進されている。しかし、これらの多くは技術を提供する側から発せられており、メディアを利用する人々がそれらをどのように捉え、生活に組み込んでいるかという視点が欠如したものになりがちである。メディアを活用した高齢化社会という枠組みは非高齢者層が掲げるものであり、非高齢者が感じる有用性が必ずしも高齢者のそれと一致するとは限らなものである。

さらに踏み込んで言えば、メディアはそもそも人々の「幸福な老い（successful aging）」に貢献し得るのかという議論から行う必要があるだろう。高齢者のメディア利用が「幸福な老い」を促進するものでなければ、情報社会におけるメディアの活用という枠組みやその在り方について問い直す必要が生じるかもしれないからである。

だが、人々の社会化のプロセスにおけるメディアの役割、あるいは人々の社会適応にメディアがどのように寄与しているのかについての研究は世界的にも少なく、とりわけ老年期のそれについては推測の域を出ていないのが現状である。

本研究は、老年期のメディアの役割について、それが「幸福な老い」に貢献し得るのかという観点から迫るものである。

2. 研究の目的

高齢者のメディア利用については、テレビを中心に幾つかの調査研究が行われてきた。特に、メディア利用行動研究の一領域である「利用と満足研究（uses and gratifications studies）」の立場からは、高齢者はメディアからどのような効用を得ているかという探求をもとに、彼らのメディア利用の背景や意味を捉える試みが続けられてきた。その中で、高齢者は娯楽志向的ではなく情報志向的であり、社会的にアクティブであり続けようとする動機、社会や他者とならうとする動機が彼らのメディア利用を促進しているとの見方が多くの調査研究で共有されてきた。

これらの研究は、高齢者の積極的なメディア利用にポジティブな意味づけを与えるものとなっている。つまり、メディアは高齢者の社会参加を少なからず実現しており、メディアを用いた、あるいはメディアを通じた直接的・間接的な社会参加は、幸福感や生きがいを持った生活（いわゆる「幸福な老い」）の実現を促進していると示唆しているわけである。

だが、これらの議論は、高齢者のメディア利用と「幸福な老い」についての直接的な検証を経て進められてきたわけではない。高い効用や利用状況を肯定的に解釈して、これを社会参加と同一視してきた側面が強いのである（「テレビ視聴量が多い」という実態を「高齢者は隠居しても社会とつながりたいのだ」と解釈してきた）。

果たして、メディアへの志向性が高いことは、彼らがアクティブな生活を送っていることを意味するのであろうか。本研究では、高齢者のメディアに対する効用認識が「幸福な老い」にどのように関わっているかを直接的に明らかにしていきたい。すなわち、「メディアの効用認識は、幸福な老いとポジティブな関係にある」か否かを検証するわけである（仮説1）。

ところで、「利用と満足研究」では、メディアは社会活動や対人関係の代替として機能するとの理論的視座を有している。つまり、メディアは人々の目的達成のための手段のひとつであり、直接的にその目的を果たすことが不可能である場合は、メディアがその補完・代替機能を果たすと考えられているのである。そうであれば、高齢者の社会生活において重要な転換点と思われるリタイア（就業からの離脱）は、メディア利用に大きな影響を及ぼし得るライフイベントになると思われる。代替機能が奏功しているのであれば、リタイア者は非リタイア者に比べてメディアから多大な効用を得ているはずであり、また非リタイア者よりもメディア利用が「幸福な老い」に寄与しているはずである。すなわち、「リタイア者の幸福感は、非リタイア者の幸福感に比べてメディア利用のポジティブな影響を受ける」と考えられる（仮説2）。

3. 研究の方法

本研究では、社会調査によって上述した課題に取り組んでいくこととした。調査は、東京近郊（東京都・埼玉県・千葉県・神奈川県）居住の58～69歳の男女2600名に質問票を郵送する形で実施された。

本調査の実査部分については、日本リサーチセンターに委託し、同社が所有する郵送調査パネル「TRUST PANEL（トラストパネル）」を用いた。「TRUST PANEL」は同社が毎月実施している無作為抽出ベースの訪問留置調査の回答者がモニターとなったもの（継続協力で同意した回答者がモニターになったもの）であり、通常の公募型パネルよりもランダム性が高いとされる。本調査で使用したモニターは、2017年1月1日時点の住民基本台帳人口をもとに、母集団人口構成比（男女各6層）に従って抽出された訪問留置調査の回答者で任意のモニター登録に応じた人々が構成されている。

質問項目は、メディアの効用認識に関する項目、「幸福な老い」に関する項目を中心に、性別、年齢、現在の就業状況と10年前の就業状況をそれぞれフルタイム、パートタイム、仕事なし（主婦含む）で問う項目で構成された。

メディアの効用認識は、10 のメディア（新聞、本・雑誌、テレビ、ラジオ、ビデオ・DVD、電話（固定電話）、携帯電話・スマートフォン、パソコン、友だち、音楽）に対する12の利用目的をそれぞれ4件法（1＝あてはまらない、2＝少しあてはまる、3＝あてはまる、4＝とてもあてはまる）で尋ねた。本項目は、利用量ではなく効用認識を問うものであるため、そのメディアを利用していない場合は「あてはまらない」に回答してもらった。

12の効用項目は、先行研究のメタ分析を通して汎用性の高いものを開発した。すなわち、(a) 日常生活に役立つ情報を得るため、(b) 世の中の出来事や話題を知るため、(c) 何かのやり方を学ぶため、(d) 自分の考えを育むため、(e) 他の人が何を考えているか知るため、(f) リラックスするため、(g) 暇つぶしをするため、(h) 現実逃避するため、(i) 楽しい気持ちになるため、(j) 他の人と話題を共有するため、(k) 孤独を紛らわせるため、(l) 元気をもらうため、である。

「幸福な老い」については、内外で広く用いられ、標準化されてきた自記式尺度である「改訂PGCモラル・スケール」をこの指標として用いた。同尺度は、「さびしいと感じることがある」「年をとることは考えていたより良いことだと思う」「今の生活に満足している」「若いときと同じように幸福だと思う」など17項目の質問から成り立っており、各項目の回答によりそれぞれ1点が付与されるものである。点数が高いほうが「幸福な老い」の度合いが高いとされる（17点満点）。

質問票は2017年11月10日に発出され、11月30日までに返送されたものを有効票として扱った。回収数は1644で、回収率は63.2%であった。なお、調査時に70歳に達していたサンプルが87あったが、これもデータに含めることとした。サンプルの平均年齢は64.6歳で、男性750人（45.6%）、女性894人（54.4%）であった。現在の就業状況は、フルタイム就業が515人（31.3%）、パートタイム就業が443人（26.9%）、仕事なしが682人（41.5%）、無回答が4人（0.2%）であった。

4. 研究成果

分析の前段階として、効用項目を縮約するために探索的因子分析（最尤法・プロマックス回転）を行ったところ、先述した10のメディアすべてで類似性のある2因子構造を示したことから、(a) 日常生活に役立つ情報を得るため、(b) 世の中の出来事や話題を知るため、(c) 何かのやり方を学ぶため、(d) 自分の考えを育むため、(e) 他の人が何を考えているか知るため、(j) 他の人と話題を共有するため、という6項目に高い負荷のある因子を「道具的効用」、(f) リラックスするため、(g) 暇つぶしをするため、(h) 現実逃避するため、(i) 楽しい気持ちになるため、(k) 孤独を紛らわせるため、(l) 元気をもらうため、という6項目に高い負荷のある因子を「消費的効用」と名付け、10のメディアごとにそれぞれ因子得点を算出した。

(1) メディア効用とモラル

年齢・性別・就業の有無を統制してメディア効用とモラルとの関係を見ると、有意な正の相関を示すものは見られなかった（右表）。

消費的効用については、新聞($r=-.071, p<.01$)、本・雑誌($r=-.067, p<.05$)、ラジオ($r=-.062, p<.05$)、携帯・スマホ($r=-.059, p<.05$)など、多くのメディアで弱いながらも有意な負の相関が示されている。テレビについては、道具的効用($r=-.058, p<.05$)・消費的効用($r=-.181, p<.001$)のいずれにおいても負の相関を示しており、他のメディアと比較してその係数も高いことが分かる。

メディアの利用がモラルに影響を及ぼしている可能性も否定できないものの、モラルの高い人がそうでない人に比べてメディアへの有用性を感じていないと解釈する方が妥当であろう。モラルの高い人はメディア利用とは別の活動に有用性を感じている可能性もある。

いずれにせよ、仮説1「メディアの効用認識は、幸福な老いとポジティブな関係にある」は支持されなかっただけでなく、むしろ逆の傾向が示されたわけである。

続いて、各メディア効用が、モラルに影響を及ぼし得る要因としてどの程度強いのかを明らかにするために、モラルを従属変数、年齢、性別（ダミー）、就労の有無（ダミー）、各メデ

	相関係数
道具的効用(新聞)	.024
消費的効用(新聞)	-.071 **
道具的効用(本・雑誌)	.032
消費的効用(本・雑誌)	-.067 *
道具的効用(テレビ)	-.058 *
消費的効用(テレビ)	-.181 ***
道具的効用(ラジオ)	-.029
消費的効用(ラジオ)	-.062 *
道具的効用(ビデオ・DVD)	-.029
消費的効用(ビデオ・DVD)	-.062
道具的効用(電話)	-.033
消費的効用(電話)	.009
道具的効用(携帯・スマホ)	-.022
消費的効用(携帯・スマホ)	-.059 *
道具的効用(パソコン)	-.054 *
消費的効用(パソコン)	.040
道具的効用(友だち)	-.036
消費的効用(友だち)	-.034
道具的効用(音楽)	-.005
消費的効用(音楽)	.011

(* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$)

メディア効用を独立変数とした重回帰分析（ステップワイズ法）を行った（右表）。

全体的な説明力は弱く（ $R^2=.06, p<.001$ ）、性別や就労の有無、そして多くの効用項目が説明変数から除外されたが、年齢、本・雑誌の道具的効用、パソコンの消費的効用がポジティブな影響を与えていること、テレビの消費的効用、パソコンの道具的効用がネガティブな影響を与えていることが示された。メディア効用がモラルに与える影響は限定的であると言えるが、テレビの消費的効用とモラルがネガティブな関係にあることは間違いなさそうである。

	β	p
消費的効用(テレビ)	-.204	***
道具的効用(本・雑誌)	.073	*
年齢	.104	***
消費的効用(パソコン)	.144	**
道具的効用(パソコン)	-.093	*
R^2	.060	***

(* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$)

(2) リタイアの影響

続いて、リタイア者と非リタイア者のモラルにメディア効用がそれぞれの程度の影響を及ぼしているかを比較検討した。

まず、現在の就業状況と10年前の就業状況についての回答をもとに、サンプルを6グループに分割した。すなわち、現在も10年前もフルタイムで就業していると回答した者を「現役（フルタイム）」（30.4%）、両時期ともパートタイムで就業していると回答した者を「現役（パートタイム）」（13.0%）、現在はパートタイムだが10年前はフルタイムで就業していたと回答した者を「現役（フル→パート）」（12.2%）、現在は仕事をしていないが10年前はフルタイムで就業していたと回答した者を「リタイア（←フルタイム）」（14.4%）、現在は仕事をしていないが10年前はパートタイムで就業していたと回答した者を「リタイア（←パートタイム）」（16.5%）、そして両時期とも仕事をしていない（主婦含む）と回答した者を「仕事なし」（16.5%）に分けた。それ以外の回答パターン（3.0%）については分析から除外した。

先述したように、社会活動の大きな低減と考えられるリタイアは、メディアへの態度を大きく前進させる可能性があり、また非リタイア者（「現役」または「仕事なし」）よりもリタイア者（「リタイア」）のメディア効用が「幸福な老い」に影響していると予想される。

以上の仮説を検証するため、モラルを従属変数、年齢・性別・各メディア効用を独立変数とした重回帰分析（ステップワイズ法）をグループ別に行ったが、リタイア者と非リタイア者で際立った違いは見られなかった（下表）。

	現役 (フルタイム) n=499	現役 (フル→パート) n=201	現役 (パートタイム) n=214	リタイア (←フル) n=236	リタイア (←パート) n=172	仕事なし n=272
	β	β	β	β	β	β
年齢	2.154 *			.155 *		2.129 *
性別(ダミー)				.185 **		
道具的効用(本・雑誌)				.197 **		
消費的効用(テレビ)	-2.926 **	-.192 *	-.210 **	-.253 **	-.383 ***	-3.714 ***
消費的効用(ラジオ)					.269 **	
消費的効用(音楽)	2.471 *					
R^2	.040 **	.037 *	.044 **	.152 ***	.142 ***	.088 ***

(* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$)

もちろん、6グループそれぞれに特徴が見出されなかったわけではない。多くの効用項目が説明変数として除外されたが、現役（フルタイム）群では、モラルにポジティブな影響を及ぼしているものとして、音楽の消費的効用が残された（ $\beta=2.471, p<.05$ ）。また、フルタイムからのリタイア群では本・雑誌の道具的効用が（ $\beta=.197, p<.01$ ）、パートタイムからのリタイア群ではラジオの消費的効用が（ $\beta=.269, p<.01$ ）、それぞれモラルにポジティブな影響を与えているものと示された。本・雑誌の道具的効用については、社会活動の代替機能を果たしていると解釈できなくもないが、これ以外の多くの効用が除外されたことを考えると、全体的にはメディアは社会活動の代替として「幸福な老い」に寄与するには至っていないと言わざるを得ないだろう。

また、これまでの分析と同様に、テレビの消費的効用はすべてのグループでネガティブな影響を及ぼしていた。言い換えれば、就業状況やリタイアの有無を問わず、テレビの消費的効用はモラルとネガティブに結びついている。モラルの高い人は、テレビに消費的効用を求めないという共通点があるというわけである。

いずれにせよ、仮説2「リタイア者の幸福感は、非リタイア者の幸福感に比べてメディア利用のポジティブな影響を受ける」は支持されなかったとの結論が妥当であるように思われるが、

全体的な説明力が弱く、年齢や性別、メディア効用だけでは、高齢者のモラルをほとんど説明できないことも指摘しておく必要があるだろう。少なくとも、高齢者の「幸福な老い」にメディアが果たしている役割は限定的であり、過度にこの役割を強調することは（少なくとも本研究からは）適切ではないと言える。

（3）考察

老年学の分野では「離脱理論 (disengagement theory)」と「活動理論 (activity theory)」という相反する立場の論争を中心に、「幸福な老い」についての検討が長年進められてきた。前者は加齢に伴う社会的離脱が個人の幸福につながるというものであり、後者は高齢になってもアクティブであり続けることが幸福感を高めるというものである。

高齢者のテレビ利用時間は他の年齢層より多いとされてきたが、本調査からは、これが必ずしもポジティブな意味を持っていない可能性が示された。消費的効用は「暇つぶしをするため」「現実逃避するため」「孤独を紛らわせるため」などの項目に重心が置かれたものであり、モラルの低い人ほど高い消費的効用を示すということは、これらの利用が非常に後ろ向きの活動であることを示唆するのである。高齢者のテレビ利用が高い背景にこの構造が存在しているとすれば、テレビは社会参加ではなく社会的離脱をサポートするメディアであると言えるかもしれない。

これ以外でも、本調査では活動理論を主張する傾向があった従来の研究を追認することができなかった。すなわち、高齢者の活動範囲・能力の低下に対してメディアが代替機能を提供しているという証拠は見出せなかったのである。パソコンの道具的効用がモラルにネガティブな影響を及ぼしているという点も、これが社会参加を積極的に促しているわけではないことを示している。インターネットを通じた情報収集が他のメディアを用いるよりも非精力的な活動へと変容してきたのかもしれない。

一方で、モラルにポジティブな影響を及ぼすメディアが皆無だったわけでもない。その意味で、本調査は離脱理論を支持するものでもない。本・雑誌の道具的効用、パソコンの消費的効用などは、モラルにポジティブな影響を及ぼしている要因として挙げられた。いずれのメディアにも共通するのは、これらは一定の能動性が必要とされることに加え、加齢に伴う認知能力の低下が生じる中でも比較的自分のペースで利用できるメディアであるという点であろう。高齢者は他の年齢層とは異なった形でメディアを利用しており、そして他の年齢層とは異なった形で効用を得ていると推察されるのである。

しかしながら、分析全体を通して諸要因の説明力が弱かったことから分かるように、「幸福な老い」が、メディアの効用認識や限定的なデモグラフィック要因のみで説明できるわけではないことも認識する必要がある。収入や学歴、家族構成、過去のメディア経験、健康状態や居住環境を含め、高齢者には他の年齢層以上の複雑性がある。したがって、メディア利用と「幸福な老い」の関係についても、本調査で扱わなかった多くの複雑な要因が絡み合うものと思われる。メディア利用が「幸福な老い」とネガティブな関係にあるという本研究の知見も、この双方を規定する別の強力な変数によるものかもしれない。

しかしながら、メディア効用とモラルの結びつきが総じてネガティブであったことは、メディアが「幸福な老い」を促進する、あるいはメディアは社会活動の補完機能・代替機能を果たすというこれまでの見方に疑問を投げかけるものであり、これまでの研究が過度に「楽天的な見方 (optimistic perspective)」を有していた可能性を指摘するものでもある。先行研究におけるバイアスの有無やそれを生み出した背景については別途検討する必要があるが、いずれにせよ老年期のメディアの役割についての理解は緒に就いたばかりである。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕（計1件）（現在、他に2件の論文を執筆中）

小寺敦之（2019）「メディアの効用認識とモラルの関連性—メディアは『幸福な老い』に寄与するか」社会情報学7(3)＝近刊

〔学会発表〕（計2件）

小寺敦之（2018）「リタイア世代の『利用と満足』—メディアは社会活動を代替するのか」日本マス・コミュニケーション学会2018年度秋季研究発表会（駒澤大学）にて口頭発表

小寺敦之（2018）「メディアの効用認識と『幸福な老い』の関連性」社会情報学会2018年学会大会（島根大学）にて口頭発表

※科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属されます。