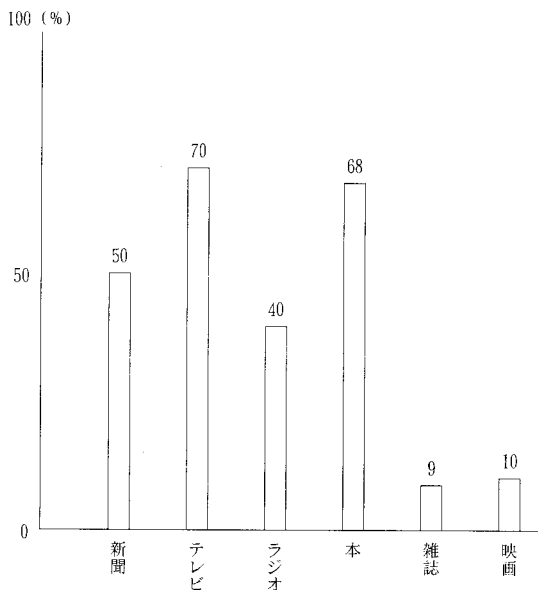


そのような個々の回答の相対的な位置（順位）といったことを問題にしたい。それは、このような質問紙調査の回答の数値の絶対的な意味については問題が残されるものの、その相対的な順位についてはひとまず validity（妥当性）を主張できるものとするからにはほかならない。具体的にいうならば、以下の各項目ごとに、それぞれの選択肢を選んだ回答者の分布（%）の相対的な高さ（あるいは低さ）を比較して、その結果を報告するということである。なお、比較のためにどの選択肢を取り上げるかは、質問項目ごとの回答の分布に見合った、それぞれの significance（有意性）の判断にもとづいて行った。

(1) マス・メディアへの接触度

「あなたは『新聞を読む』『テレビを見る』『ラジオを聴く』『雑誌を読む』『本を読む』『映画を見る』ことが、それぞれどの程度ありますか」という質問を行ったが、ひとまず、「ほぼ毎日の%」でメディアごとの接触度（特定の回答を選択する人びとの%の高さという集合的意味での割合、以下で～度という場合もすべてこのような意味での割合）を比較してみた。

図1 マス・メディアへの接触度  
（「ほぼ毎日」の%）



結果は、「テレビ」と「本」、「新聞」、「ラジオ」、「雑誌」と「映画」という順位になった。この結果を米国におけるメディア接触度調査のそれと、一般の人びとと大学生という区別にもとづいて、比較・検討するというのはきわめて興味深い課題といえよう。

(2) マス・メディアによる日本との接触度

マス・メディアによる日本との接触度については、「あなたはつぎにあげるようなメディア——新聞、テレビ、ラジオ、雑誌、本、映画——で日本について読んだり、見たり、聞いたりすることがどの程度ありますか」という質問を行った。ここでは、メディアごとに「週に一回くらい以上」という回答の割合を比較してみた。

結果は、マス・メディアへの接触度の場合とくらべて、「新聞」と「テレビ」の順位が逆転していることを示している。この点については、それが「リアリティ」であるのか、それとも受け手の「意識」であるのかといったことが重要な分析課題となってくるであろう。いうまでもなく、このような課題にこたえるためには、「内容分析」という手法を併用することが必要となる。

図2 マス・メディアによる日本との接触度  
（「週に一回くらい」以上の%）

