

情報志向パーソナリティと情報誌接触行動

川 上 善 朗

The Analysis of Information-oriented Personality and the User of Information Media.

Yoshiro KAWAKAMI

The purpose of this paper was to analyze the structure of Information-oriented Personality and its relation to User of Information Media(i.e. City Magazine "Pear"). The data were analyzed by using quantification theory of qualitative data, so-called Quantification III. The following 5 dimensions of personality were found. (1) the degree of information-need (2) levelers (who has long view point) or non-levelers (3) self-standarder or other-standarder (who wants to know more than others) (4) wide interest but superficial, or narrow interest but profound (5) sharpner (are people who emphasize unique distinguishing details) or non-sharpner. The relation between information-oriented personality and the degree of using information media was analyzed and several significant results were found.

目 的

情報志向パーソナリティ、即ち、個人が形成する「情報」に対する態度や構えが、情報化社会への個人の適応を考える上で重要な意味を持つようになるであろう。現在では試行段階にある「ニューメディア」とよばれる情報メディアが、近い将来に一般家庭に普及することは間違いない。そして1960年代我が国において爆発的に普及したテレビが、我々

の生活に大きな影響を与えたように、今後ニューメディアも我々の生活に影響を与えずには、おかないであろう。この場合、個人の側からいえば、ニューメディアに対しどのように適応(利用)していくのか、また、メディアの側からは、どのような情報が、どのような形式で与えられたらよいのかが問題になる。これらの問題に対して、個人の情報志向パーソナリティは両者を媒介する機能を果すであろう。

竹内郁郎 (1974) は、情報化社会の進展は情報環境の肥大化をおこすと述べる。人間の情報処理能力をこえた情報があふれている。そのような過剰情報下での人間の反応を「情報中毒」症状としてとらえる。すでに手に入れた情報だけでは満足できず、さらに多くの情報を手に入れようとする傾向である。いわば、情報飢餓状況の慢性化である。

このような傾向と逆に、受動的、慢性的な情報のインプットは、「情報からの逃避」という退行病的反応をもひきおこす可能性がある。情報との接触が、不安症状をひきおこす故に、情報から逃げるといふ現象である。

情報への異常接近と逃避といった反応がおこるといふのである。

このような異常反応を防ぎ情報化社会への適応の方法として、「情報選択能力の函養」が必要であるとする。即ち、自生的に持つ個人の情報選択能力では、適応できないのであるから、ひとつは、能力育成のための教育と同時に、情報環境の整備が必要であるとする。「情報選択能力」というのは、「情報の処理の仕方」「情報の認知スタイル」とおきかえることもできる。情報への態度を、情報への接近一回避と、情報の認知スタイルとに分ける考え方は、飽戸弘 (1974) も同様である。

飽戸は、マスコミ接触行動とパーソナリティの関連を分析した従来の研究は、両者の間に有意な関連を見い出していないとする。その理由のひとつとして、これらの研究に用いられるパーソナリティのスケールが、「臨床心理学的発想」からのものである点を指摘する。そこで、ケルマン＝コーラーの図式に従い「情報志向パーソナリティ」を次のように規定する。

ひとつは、「情報認知の正確さへの欲求」の強さである。色々な事柄について詳しく正確に知ろうとする欲求であり、人によってこの強さは異なるであろうとする。

ひとつは、認知のスタイルに関するもので

ある。「ある事項と他の事項とを区別する非常に細かい点にすぐ気がつき、その差異を強調するタイプ、もう一つのタイプは、その逆である事項と他の事項とを区別するようなこまかい点についてはあまり注意を払わない」タイプである。これらの二つの特性について、尺度化を行い、マスコミ接触行動との関連を分析している。

本研究は、第一に、上記飽戸 (1974) の尺度を用いて、情報志向パーソナリティの構造を分析しようとするものである。情報志向パーソナリティが、情報への欲求と情報への認知スタイルによって構成されるのかを検討する。第二に、情報志向パーソナリティと「情報メディア」への接触行動の関連を分析する。「情報メディア」といっても、いわゆる「ニューメディア」ではなく、「情報誌」接触行動である。しかし、情報誌という概念は広く、何をもって情報誌とするかは、議論がわかれるところである。

岩田純一 (1980) は、現在を情報誌ブームと規定し、多様な情報誌を「主食型情報誌」と「副食型情報誌」に二分する。主食型情報誌とは、「その人の生活において切実感をともなった選択をせまられるようなときに使われる」ものである。具体的には、求人関係の情報誌や住宅関係の情報誌である。また、副食型情報誌とは、「心理的に、それほど切実さを伴わないような分野のものである。趣味的、雑学的な情報、余暇のすごし方を考えるための情報」であるという。

本研究で扱う情報誌は、このうちの「副食型情報誌」である。「副食型情報誌」の中にも多様な領域があり、その一角に、「総合情報誌」とよばれるものがある。

清水哲男 (1977) は、「ぴあ」「シティロード」を「総合情報誌」と規定し、「総合情報誌」の特質を次のようにまとめている。

その第1は、情報の受け手が、イベントの案内記事に対して金銭を支払う点である。し

かも、第2に、取り扱われている情報は、「売り手にしか絶対につかめないものか」というと決してそんな特殊なものではない」点である。社会的に全くオープンにされている情報なのである。第3に、買い手は、情報の特殊性を購入しているのではなく、「情報を集める労力を費消するかわりに、金銭を費消したほうが得であり、便利である」とする点である。さらに第4に、買い手の側からいうならば、購入した情報のほとんどすべては、無価値なものである。記載されている情報のうち、購入者にとって本当に必要な部分は、数ヵ所の映画館の名前にすぎないのであって、残りの大部分は、全く必要のない情報である。

さらに、第5に、「誌面構成に特徴的なのは、ほとんどすべてのデータに批評性がない」という点である。総合的に、様々な領域の情報を、無批判に羅列するところに、この雑誌の特徴があるわけである。清水は、この「脱批評性」を脱却し、掲載する情報に対する「批評」を回復してこそ、「総合情報誌」の発展があるとする。

また、村川英(1982)は、「ぴあ」などの総合情報誌を「情報メディア」と明確に規定する。そして、「ぴあ」などの総合情報誌発展の背景に、コマーシャルイズムの主導による若者文化の商品化現象があるとする。

他方、田村紀雄(1980)は、「総合情報誌」をタウン誌の領域に位置づける。地域の特長性を持った雑誌という視点から、タウン誌と規定するわけであるから、当然「総合情報誌」もまたタウン誌の分類の中に含まれることになる。しかし、本研究においては、タウン誌としての視点はとらず、「情報メディア」として総合情報誌を扱う。

さて上に述べた情報誌は、既存のマスメディアにはみられない特性がある。

第1に、取り扱う内容が「単用情報」から構成されている点である。吉田民人(1967)は、情報を「単用情報」と「耐用情報」とに

分ける。前者は「知覚やニュースや命令のようにその時、その場かぎりの利用価値しかもたない情報」であり、後者は、「日常言語や、文学や社会現象のように何度となく再生・利用される情報」である。情報誌の情報は、まさに使い捨ての情報なのである。

第2に、取り扱われる内容は、きわめて実用的な情報であり、情報を受容するにあたって「意味」を考える必要がない。

第3に、上記の特質から、発信者と受信者のディスコミュニケーションという事態はおこりにくい。メディアの送り手も、受け手も情報の認知的な側面に焦点をあてている。

第4に、メディア接触者の接触動機は、既存のマスメディアに比べて多様性が少ない。情報との接触は、道具的効用を期待するのであって、その他の効用を期待するケースは少ないと考えられる。

「情報誌」を特徴づけるこれらの特質は、いわゆる「ニューメディア」とくに「情報提供型」のシステムに共通するものがあると考えられよう。

方 法

調査は、1982年5月下旬に実施した。文教大学情報学部の2授業時を利用し、集団で調査を行った。調査者が、調査票を配布し、各自が記入する方法である。所要時間は、約20分程度であった。

調査対象者は、文教大学情報学部学生181名であった。対象者の属性は次のとおりである。

(1)学部学科	情報学部経営情報学科	178名
	広報学科	3名
(2)性別	男	140名
	女	41名
(3)学年	1年	93名
	2年	76名
	3年	11名
	4年	1名

調査内容は、大きく3つの部分からなる。13～24は、認知のスタイルに関する項目である。

(1) 情報志向パーソナリティ

情報志向パーソナリティ項目は、表-1に示す。飽戸(1974)と同一のものである。^(注1)

1から12は、情報欲求に関する項目からなり、

(2) 情報誌接触行動

(a) 情報誌接触頻度

(b) 情報誌の読み方

表-1 教量化Ⅲ類の結果(標準得点)

	yes %	I 軸	II 軸	III 軸	IV 軸	V 軸
相関係数 (Rho=)		0.349	0.306	0.275	0.265	0.251
(1) 一般に何か他人が知っていて自分が知らないことがあると非常にはずかしい。	59.1%	-0.122	1.049	1.798	-0.700	-0.473
(2) 新聞は毎日欠かさず読んでいる。	56.4%	-0.030	-0.925	0.075	-0.860	0.090
(3) ベストセラーや評判になった本などはほとんど欠かさず読んでいる。	21.0%	-1.179	-0.905	4.047	3.309	2.682
(4) どんなことでもできるだけ詳しく徹底的に知ろうとする。	33.7%	-2.139	0.137	0.452	0.745	0.406
(5) 電車などに乗ると、よく中吊り広告などを見たりする。	90.6%	0.257	-0.161	0.047	-0.083	-0.049
(6) 人からある出来事について話を聞いた場合、新聞とか雑誌にあたってまでその出来事の詳細が知りたいと思う。	56.9%	-0.539	0.165	1.145	0.146	-1.376
(7) テレビのニュースは必ずみている。	51.4%	-0.625	-0.543	-0.205	-1.378	0.108
(8) いろいろのものごとについて、深くせまく知っているよりも、たとえ浅くとも広く知っている方がのぞましいと思う。	65.7%	0.579	-0.618	0.413	-1.157	0.168
(9) 家族や友人と話をするとき、いろいろなことを話題にするというよりは、いつも話題がきまってしまう方である。	28.7%	1.320	1.476	-0.816	2.408	-2.547
(10) 他人が知っていて自分が知らないことがあっても、その反対もあるのだからさしこまははずかしくないと割り切って考える方だ。	49.7%	0.686	-1.593	-2.032	1.402	0.584
(11) 世の中の出来事に割りくと無関心な方である。	26.0%	3.603	1.369	0.971	0.280	0.540
(12) 一般にいろいろなことについて適当に知っていればよいと思う。	71.8%	1.216	-0.224	-0.094	-0.421	0.230
(13) 物事を、「明日は明日の風が吹く」式に割り切って考える方である。	50.8%	1.050	-1.656	0.103	0.331	-0.263
(14) 文脈のはっきりしない文章を読むと、かなりいらいらする方である。	79.0%	0.485	0.345	0.050	-0.287	-0.211
(15) いろいろなものごとについて、論理的にこまかな点まですぐ気をつく方である。	31.5%	-1.055	0.742	-1.330	-0.931	2.475
(16) 本はどのような本でも、流し読みはうまくできず、ついつい精読的に読んでしまう。	43.6%	-0.272	1.222	-2.176	0.071	-0.283
(17) 計算をするときは、こまかな数字が気になって、概算ですましてしまうことがうまくできない。	29.8%	-0.156	2.240	-0.349	0.348	2.642
(18) 知識を得るとき、多少あいまいでも浅く広くというより、たとえせまくとも正確に深く、という方である。	44.2%	-0.949	1.302	-0.580	2.381	-0.800
(19) すこしのちがいでみすぐ発見して、そのちがいを考えながら行動する方である。	48.6%	-0.938	0.496	-0.601	-0.058	1.409
(20) 人からある出来事について話を聞いた場合、それをうのみにせず、新聞とか雑誌などにあたって、正確な情報を得ようとする。	47.0%	-1.586	-0.070	0.260	-0.229	-1.555
(21) 買ひもの(カメラや電気製品など)をする場合、その商品の長一短が気になって、あれこれ迷う方である。	83.4%	0.134	0.315	0.056	-0.405	-0.142
(22) ささいなことでも気になる方である。	68.0%	0.131	0.946	0.179	-0.694	-0.259
(23) 新聞などを読む場合、見出し中心で流し読みをするというよりも、本文も割に克明に読む方である。	32.0%	-1.971	-1.142	-0.952	-0.640	-1.209
(24) あまりこまかな違いを気にしないで、大局的に判断することが得意な方である。	44.8%	0.389	-2.089	0.084	1.270	0.592

注1. これらの24項目以外に、フィーリング重視型に関する項目(4項目)、自己意識の拡散に関する項目(3項目)、流行意識(2項目)に関する項目を用いた。

- (c) 情報誌の利用の仕方
- (d) 情報誌の利用頻度
- (e) 情報誌の影響力
- (f) 情報誌の効用感 などである。^(注2)

(3) マスコミ接触行動^(注3)

テレビ・ラジオ・新聞の接触時間、単行本、週刊誌、月刊誌の接触頻度などである。

結果と考察

(1) 情報志向パーソナリティ

情報志向パーソナリティに関連する24項目について教量化Ⅲ類により分析を行った。第5軸までの相関係数(Rho)及び、各アイテムに与えられる標準化得点を表-1に示す。

また、各アイテムへのyes反応率もあわせて表-1に示す。

以下各軸毎に、特徴を述べてみよう。

第1軸に高いウエイトを持つアイテムは、次のとおりである。

「11. 世の中の出来事に割と無関心な方である」(3.603)

「9. 家族や友人と話をする時、いろいろなことを話題にするというよりは、いつも話題が決まってしまう方である」(1.320)

「12. 一般にいろいろなことについて適当に知っていれば良いと思う」(1.216)

「13. 物事を「明日は明日の風が吹く」式に割切って考える方である」(1.050)

これらがプラス側である。マイナス側は、次のとおりである。

「4. どんなことでもできるだけ詳しく徹底的に知ろうとする」(-2.139)

「23. 新聞などを読む場合、見出し中心で流しよみをするというよりも、本文も割と克明に読む方である」(-1.971)

「20. 人からある出来事について話を聞いた場合、それらをうのみにせず新聞とか雑誌などにあたって正確な情報を得ようとする」(-1.586)

「3. ベストセラーや評判になった本を良く読む方である」(-1.179)

「15. いろいろなものごとについて、論理的にこまかな点まですぐ気がつく方である」(-1.055)

このように、第一軸、マイナス側は、様々な情報に対して、積極的な態度を示す。情報をできるだけ詳しく正確に知ろうとする態度である。これに対して、プラス側は、「11. 世の中の出来事に対して無関心」であり、情報は、「12. 適当に知っていればよい」という、消極的な態度を示す。情報に対する欲求の大小を示す軸と言える。

第II軸に高い得点を持つアイテムは、次のとおりである。プラス側は、

「17. 計算する時は、細かな数字が気になって、概算ですましてしまうことがうまくできない」(2.240)

「9. 家族や友人と話をする時、いろいろなことを話題にするというよりは、いつも話題が決まってしまう方である」(1.476)

「11. 世の中の出来事に割と無関心な方である」(1.369)

「18. 知識を得る時、多少曖昧でも浅く広くというより、たとえ狭くとも、正確に深くという方である」(1.302)

「16. 本はどのような本でも、流し読みはうまくできず、ついつい精読的に読んでしまう」(1.222)

「1. 一般に何か他人が知っていて自分が知らないことがあると恥かしい」(1.049) などである。他方マイナス側は、次のとおり

注2. これらの項目の他に、「主に読む記事」、情報誌に対する評価として、「情報の量」「情報の細さ」「情報の範囲」「情報の正確さ」の4項目、さらに、「情報誌利用動機」なども調査された。

注3. この他に、情報誌行動との関連から、レジャー行動についても調査した。

である。

「24. あまりこまかな違いを気にしないで大局的に判断することが得意な方である」

(-2.089)

「13. 物事を「明日は明日の風が吹く」式に割切つて考える方である」(-1.650)

「10. 他人が知っていて自分が知らないことがあってもその反対もあるのだから少しも恥しくない」と割切つて考える方である」(-1.593)

「23. 新聞などを読む場合、見出し中心で流し読みをするというよりも、本文も割に克明に読む方である」(-1.142)

第II軸は、プラス側では、16, 17が示すように、「概算」「流し読み」ができない。即ち、事物の把握において「おおざっぱな」把握ができない。それ故に、知識は、「正確に深く」、話題は変化に乏しくなる。他方マイナス側は、「おおざっぱな」把握を特徴とする。「大局的な判断」を得意とし、10, 13に示されるように、事物の把握は、「割切つて」考えるところに特徴がある。

第III軸は、次のとおりである。

「3. ベストセラーや評判になった本を良く読む方である」(4.047)

「1. 一般に何か他人が知っていて自分が知らないことがあると恥しい」(1.798)

「6. 人からある出来事について話を聞いた場合、新聞とか雑誌にあたって、その出来事の詳細を知りたいと思う」(1.145)

他方、マイナス側は、次のとおりである。

「16. 本は、どのような本でも、流し読みはうまくできず、ついつい精読的に読んでしまう」(-2.176)

「10. 他人が知っていて自分が知らないことがあっても、その反対もあるのだから少しも恥しくない」と割切つて考える方である」(-2.032)

「15. いろいろなものごとについて、論理的にこまかな点まですぐ気づく方である」(-

1.330)

第III軸を特徴づけるのは、1と10であろう。即ち、プラス側では、「1. 他人が知っていて自分が知らないことがあると恥しい」が、他方、マイナス側では、反対に「10. 他人が知っていても(中略)少しも恥しくない……」がそれぞれ高いウエイトを持っている。このように第III軸は、プラス側に、「他人」より物事をよく知っていたいという態度が位置する。即ち、評判になった本を読んでいなくてはならないし、また、人から聞いた話は、より詳しく知っていなければならない。他方、マイナス側は、「他人」が知っていて、自分が知らなくても必ずしも恥しいとは思わない。自分は、自分なりに、他人の知らないことを知っているという態度であろう。

第IV軸は、次のとおりである。

「3. ベストセラーや評判になった本を良く読む方である」(3.309)

「9. 家族や友人と話をする時、いろいろなことを話題にするというよりは、いつも話題が決まってしまう方である」(2.408)

「18. 知識を得る時、多少曖昧でも、浅く広くというより、たとえ、狭くても正確に深くという方である」(2.381)

「10. 他人が知っていて自分が知らないことがあっても、その反対もあるのだから少しも恥しくない」と割切つて考える方である」(1.402)

「24. あまりこまかな違いを気にしないで大局的に判断することが得意な方である」(1.270)

他方、マイナス側は次のとおりである。

「7. テレビニュースは必ずずみている」(-1.157)

「8. いろいろなものごとについて、深く狭く知っているよりもたとえ浅くとも広く知っている方が望ましい」(-1.157)

第IV軸を特徴づける項目は、18と8であろう。即ち、プラス側では、「18. 知識を得る時、

(中略),たとえ狭くとも正確に深く」という態度が、マイナス側では、逆に「8. いろいろなものごとについて、(中略), たとえ浅くとも広く知っている方」という態度が高いウエイトを示す。プラス側では、狭くとも正確にということで、「読書」が位置し、「話題」も広がりやを欠くことになる。マイナス側では、浅く広くということで「テレビニュース」が高いウエイトを持つ。

第Ⅴ軸めは、次のとおりである。

「3. ベストセラーや評判になった本をよく読む方である」(2.682)

「17. 計算をする時は、細かな数字が気になって、概算ですましてしまうことがうまくできない」(2.642)

「15. いろいろなものごとについて論理的に細かな点まですぐ気がつく方である」(2.475)

「19. すこしの違いでもすぐ発見して、その違いを考えながら行動する方である」(1.409)

他方マイナス側は、次のとおりである。

「9. 家族や友人と話をする時、いろいろなことを話題にするというよりは、いつも話題が決まってしまう方である」(-2.547)

「20. 人からある出来事について話を聞いた場合、それをうのみにせず、新聞とか雑誌などにあたって、正確な情報をえようとする」(-1.555)

「6. 人からある出来事について話を聞いた場合、新聞とか雑誌にあたって、その出来事の詳細を知りたいと思う」(-1.376)

「23. 新聞などを読む場合、見出し中心で流し読みをするというよりも、本文も割に克明に読む方である」(-1.209)

第Ⅴ軸プラス側は、「細かな点に気づく」ところに特徴があるのだろうか。マイナス側は、「細かな点に気づかない」ということであろうが、マイナス側でいえば、人から伝えられた情報から「細かな点まで」把握できないが

故に、その他のメディアを用いて検証したり、「見出し」のみではなく「本文」も読む必要があるということなのか。

以下数量化Ⅲ類の第Ⅰ軸—第Ⅴ軸の結果を示した。一応予想された軸は、見いだされたと言える。

第Ⅰ軸は、情報欲求の強弱を示す次元といえるであろう。情報をできるだけ詳しく正確に知ろうとする欲求が強いもの(マイナス側)から逆に、世の中の出来事に無関心で、適当に知っていればよいとする欲求の弱いもの(プラス側)まで「情報欲求の強弱」を示す次元といえる。

第Ⅱ軸は、情報処理能力の自己認知に関するものであろう。マイナス側は、「大局的な判断」を得意とし、物事を割切って考えることができる和思考のタイプである。

他方プラス側は、そのような能力を持たないと考えているタイプであろう。

飽戸は、認知スタイルとして、この次元を取りあげ、「割切り型 VS 細心緻密型」とする。しかし、数量化の結果からいうと、「割切り型」の対極に、「細心型」はこず、「細心型」は第Ⅴ軸にあらわれている。第Ⅱ軸は、「大局型—非大局型」と考えておこう。

第Ⅲ軸は、「他人が知っていて自分が知らないことがあると恥しい」(プラス側)と、「他人が知って、自分が知らなくても、(中略)少しも恥しくない」(マイナス側)とによって特徴づけられる。自己の知識量(情報量)を何を基準にして評価するのかによって分かれる。

即ち、プラス側には、「他人」との比較において「他人」より多く知っていたいという態度が、マイナス側には、他人とは関係なしに、自分なりに知っていればよいとする態度が存在する。この次元は、「他人基準型—自己基準型」とする。

第Ⅳ軸は、認知スタイルのひとつであろう。プラス側は、知識をえる時には、「狭くとも正確に深く」というタイプが、またマイナス側

には、逆に「浅くとも広く」というタイプがくる。

第Ⅴ軸は、必しも明確ではないが、「細心型—非細心型」であろう。

プラス側は、情報の処理にあたって細かな点にまで注意が行き、それを行動に役立たせることができる。これに対してマイナス側は、細かな点が十分に把握できないと認識しているタイプである。

以上の結果から、情報志向パーソナリティを整理してみると次のようになる。情報志向パーソナリティの要素として、第一に、「情報欲求の強弱」(第Ⅰ軸)がある。第二に、自己の情報処理能力に対する自己認知の要素である。即ち、情報処理にあたって、自分に大局的把握をする能力があると認知しているかどうか。(第Ⅱ軸) また、同様に、細心緻密な把握能力があると認知しているかどうか。(第Ⅴ軸) という点である。

第三に、認知スタイルの評価ともいべきものである。自分の知識の状態に対する評価である。情報を得るにあたって、浅くとも広範な情報を志向するタイプと、狭くとも深い情報を志向するタイプである。(第Ⅳ軸)

さらに、他人との比較に、自己の情報の基準を求めるかどうかによる違いである。(第Ⅲ軸)

このように、情報志向パーソナリティは、当初の予想より複雑であると考えられ、今後の検討を必要とするであろう。

(2) 情報志向パーソナリティと情報メディア接触の関連

次に情報志向パーソナリティと情報メディア接触の関連を分析する。

数量化Ⅲ類によって明らかにされた情報志向パーソナリティの内、第Ⅰ～第Ⅲ軸の結果を用いて、個人の各次元毎の得点(サンプルスコア)を求める。即ち、個人得点は各個人が、情報志向パーソナリティの各次元の特徴をどの位強く持っているかを示すものであ

る。この個人得点を、様々な属性別に集計し、属性と、情報志向パーソナリティの関連を分析しようとするものである。図-1から図-3には、第Ⅰ～第Ⅲ軸の結果を、また、表-2には、F検定の結果を示す。

表-2 属性別個人得点のF検定結果

	第Ⅰ軸	第Ⅱ軸	第Ⅲ軸
(1)学年 df=(2,178)	1.341 (0.264)	0.494 (0.611)	1.172 (0.312)
(2)性別 df=(1,179)	0.149 (0.700)	6.505 (0.012)	5.342 (0.022)
(3)情報誌接触 df=(4,176)	1.038 (0.389)	2.765 (0.029)	1.665 (0.160)
(4)情報誌の読み方 df=(3,177)	1.720 (0.165)	0.219 (0.883)	4.588 (0.004)
(5)情報誌の利用の頻度 df=(2,178)	0.047 (0.954)	0.427 (0.653)	0.129 (0.879)
(6)情報誌の利用の頻度 df=(4,176)	0.835 (0.505)	1.730 (0.145)	1.991 (0.098)
(7)情報誌の影響力 df=(3,177)	0.764 (0.516)	0.360 (0.782)	1.816 (0.146)
(8)情報誌の効用感 df=(3,177)	0.964 (0.411)	0.757 (0.520)	1.076 (0.361)
(9)テレビ接触時間 df=(4,176)	0.270 (0.897)	2.970 (0.021)	0.348 (0.845)
(10)ラジオ接触時間 df=(4,176)	0.814 (0.518)	2.907 (0.023)	0.650 (0.628)
(11)新聞接触時間 df=(4,176)	3.473 (0.009)	1.659 (0.162)	1.826 (0.126)
(12)単行本接触 df=(4,176)	2.904 (0.023)	1.006 (0.406)	2.280 (0.063)
(13)週刊誌接触 df=(4,176)	0.639 (0.635)	0.944 (0.440)	0.871 (0.482)
(14)月刊誌接触 df=(4,176)	1.021 (0.398)	0.691 (0.599)	0.495 (0.740)
(15)情報の入手経路 df=(6,336)	1.691 (0.122)	0.496 (0.812)	0.470 (0.831)

F ratio/() Prob.

まず第Ⅰ軸についての結果を図-1に示す。

第Ⅰ軸は、情報欲求の強弱を示す軸である。マイナス側は、情報欲求が強いことを示し、プラス側は、情報欲求が弱いことを示している。

学年別には、学年が進むほど、情報欲求が強くなる傾向にある。3年生がマイナス側で1年は、プラス側である。性別では、ほとんど差がない。

次に、情報誌行動との関係を見る。情報誌「びあ」との高接触群^(註4)は、マイナス側に位置し、低接触群等は、プラス側に位置する。高接触群は、情報欲求が強いことを示している。

情報誌にどの程度詳しく眼をとおすものなのか、「情報誌の読み方」^(注5)については、「全てのページに眼をとおす」グループが、マイナス側で情報欲求が強である。

情報誌の利用の仕方^(注6)として、映画やコンサートに行く場合、「行くことを決めてから」情報誌を利用するのか、あるいは逆に、情報誌をみている内に、「行くことを決める」のか、を調べた。この軸では、全く差がみられない。

情報誌の利用の頻度では、^(注7)「必ず利用する」が、マイナス側、「ほとんど利用しない」はプラス側である。映画やコンサートに行くのにあたって必ず情報誌を利用するグループの方が、そうでないグループより情報欲求が強い。

情報誌の影響力、^(注8)即ち、「情報誌を利用するようになって行動の仕方に変化が生まれたか」という問に対して、「変化した」と答えた

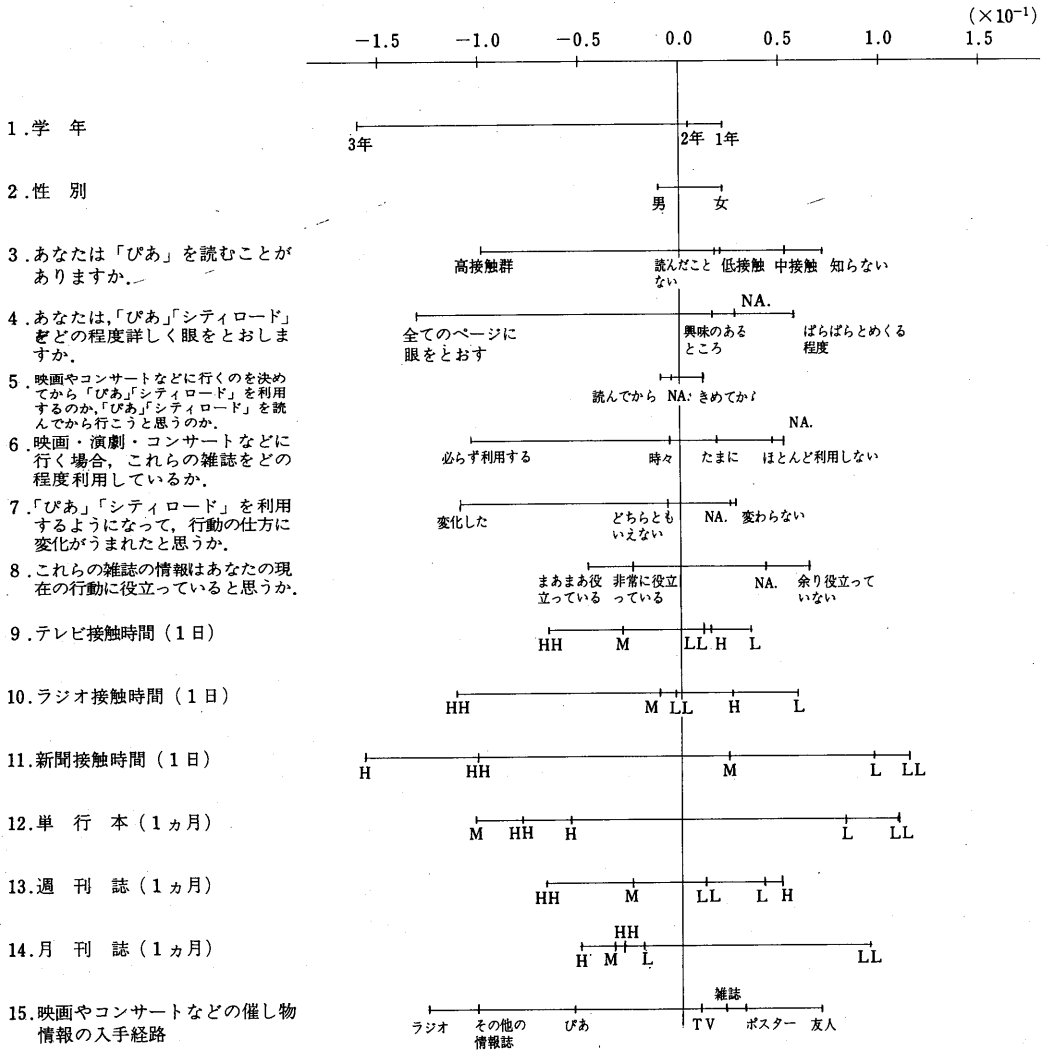


図-1 個人属性別サンプルスコア (第一軸)

グループはマイナス側に、「変らない」は、プラス側に位置する。

また、情報誌の「効用感」^(注9)、即ち、「これらの雑誌の情報は、あなたの現在の行動に役立っていると思うか」という問に対し、「まあまあ役立っている」「非常に役立っている」がマイナス側に、「余り役立っていない」がプラス側に位置する。

このように、第I軸、情報欲求の強弱と、

情報誌行動の諸側面との間に、統計的に有意でないが(表-2参照)、傾向的には、予想される方向での関連がみられる。

次に、マスコミ接触行動について述べよう。TV、ラジオ、新聞の接触時間、単行本、週刊誌、月刊誌への接触冊数にもとづき、サンプルを、HH群(高接触群)からLL群(低接触群)の5群に分けた。区分の基準は、注10に示す。

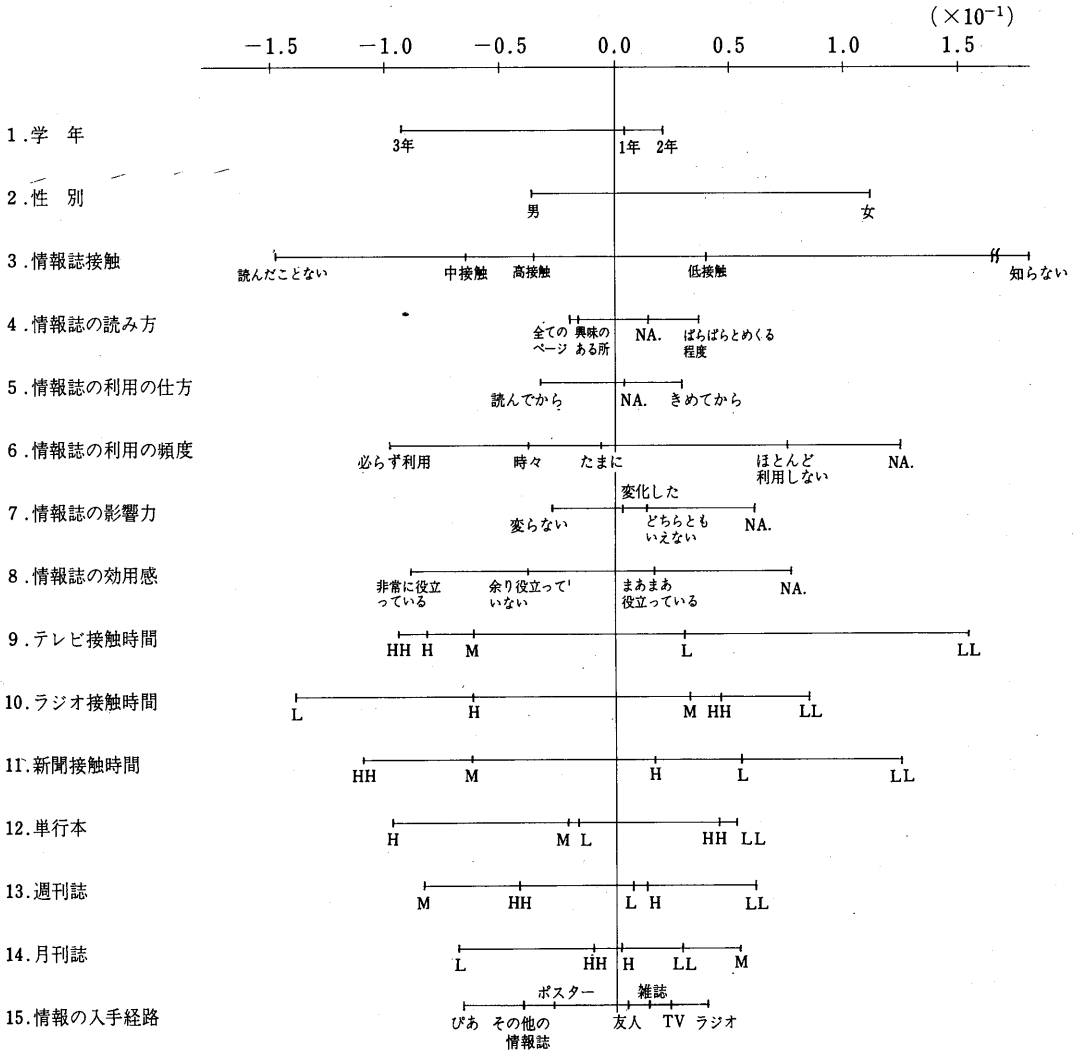


図-2 個人属性別サンプルスコア (第II軸)

テレビ、ラジオは、ほぼ同じような位置である。極端に視聴時間の長い群HH群は、マイナス側に、また、極端に短いLL群は、中間に、L群、H群は、プラス側に位置する。

即ち、高接触群については、情報欲求が高いが、低接触群は、必ずしも、情報欲求が低いとは、断定できない。

また、新聞接触については、統計的に有意である ($F=3.473, P<0.01$)。HH群、H

群は、情報欲求が強く、LL群、L群は逆に低いことを示している。

単行本接触 ($F=2.904, P<0.05$)も有意で、新聞接触と同じパターンを示す。これらのことから、この第I軸の情報欲求は、文字メディアとの関連が強い。しかし、週刊誌接触、月刊誌接触については、必ずしも同じ傾向とは言えない。

最後に、情報の入手経路 (映画やコンサー

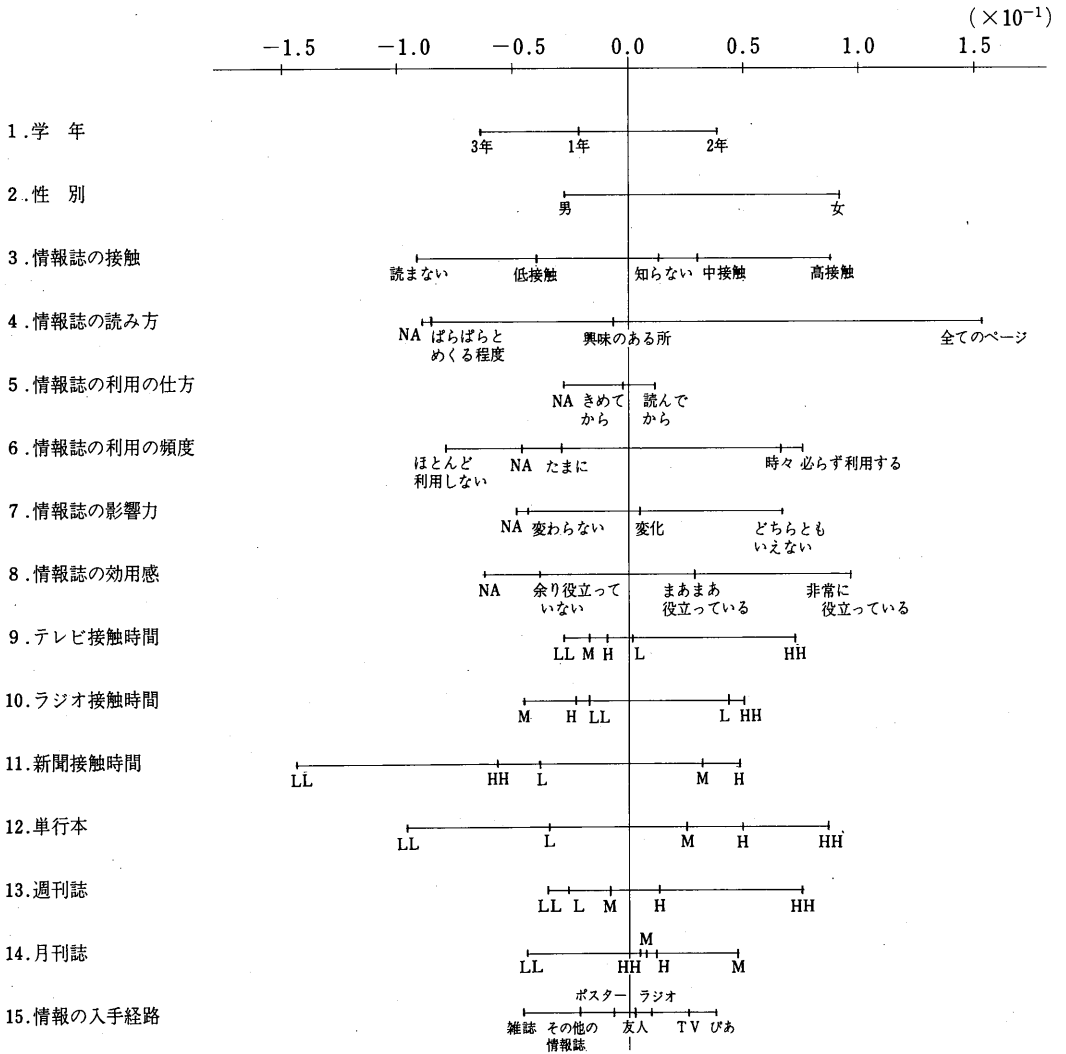


図-3 個人属性別サンプルスコア (第III軸)

トなど) についての結果から、次のような傾向がみられた。第Ⅰ軸、マイナス側には、「ラジオ」「その他の情報誌」「ぴあ」が、プラス側には、「友人」がある。即ち、情報の入手にあたって、「友人」に依存するグループは、情報欲求が低く、逆に、「ラジオ」「情報誌」を利用するグループは情報欲求が高いことを示す。

次に、第Ⅱ軸について図-2に示す。この軸は、認知スタイルに関連するもので、マイナス側は、大局型、プラス側は、非大局型である。

学年では、3年がマイナス側で、2年がプラス側である。性別では、男性がマイナス側で、女性がプラス側 ($F=6.505$, $P<0.02$) である。男性は、大局的ということになる。

情報誌行動との関係を次にのべる。情報誌「ぴあ」との接触頻度は、統計的に有意である ($F=2.765$, $P<0.03$)。マイナス側に、「読んだことない」「中接触」「高接触」群が、プラス側に「低接触」及び「知らない」が位置する。

即ち、マイナス側には、情報誌を意識的に読まないグループと高接触群が、また、プラス側には、低接触グループと知らないグルー

プが位置していることになる。

「情報誌の読み方」「情報誌の利用の仕方」では、殆んど差がみられない。「情報誌の利用頻度」では、やや関連がみられる。「必ず利用」「時々利用」は、マイナス側に、「ほとんど利用しない」「NA」はプラス側にある。利用するグループの方が、「大局的な見方」を得意とするのであろうか。

「情報誌の影響力」では、余り差がみられない。また、「情報誌の効用感」では、「非常に役立っている」と「余り役立っていない」がマイナス側で、「まあまあ役立っている」がプラス側である。

このように、情報誌行動と第Ⅱ軸の認知スタイルとの間には、明瞭な関係はみいだせない。

次にマスコミ接触行動との関連について述べる。TV接触時間 ($F=2.970$, $P<0.03$)、ラジオ接触時間 ($F=2.907$, $P<0.03$)は、統計的に有意である。テレビについては、高接触群(HH, H群)は、マイナス側、低接触群は、プラス側である。テレビ高接触群の方が、大局型である。ラジオ接触時間については、L群(低接触群)は、マイナス側に、

注4. 高接触群は、「毎号必ず読む」(8.8%)、「ほぼ毎号読む」(13.3%)の回答者、計22.1%である。また中接触群は、「2回に1回位の割合で読む」(9.4%)、「3回に1回位の割合で読む」(9.4%)をまとめたもので計18.8%を占める。「読んだことない」は6.1%、また「知らない」ものも4.4%ほどいた。

なお同様の質問は「シティロード」について行ったが、上記と同じ分類で示すと高接触群0.6%、中接触群4.5%、低接触群40.3%、「読んだことない」30.9%、「知らない」23.8%であった。

注5. 「ほとんど全てのページに眼を通す」17.7%、「自分の興味のある分野を中心にみる」51.4%、「ばらばらとめくる程度」23.2%、「D.K.」7.7%である。

注6. 「どちらかと言えば行くのを決めてから『ぴあ』『シティロード』を利用する」44.2%、「どちらかと言えば、『ぴあ』『シティロード』を見てから行こうと思う」44.8%、「無回答」11.0%と、ほぼ半数づつであった。

注7. 「必ず利用する」14.9%、「時々利用する」25.4%、「たまに利用する」32.6%と70%以上が、情報誌を利用している。「ほとんど利用しない」18.8%、「無回答」8.3%である。

注8. 「変化したと思う」と答えたもの10.5%、「どちらともいえない」もの35.9%ととあわせると全体の46.4%は、「情報誌」が、自己の行動に変化を与えたと考えている。「変らない」44.2%、無回答9.4%である。

注9. 「非常に役立っている」3.3%と少ないが、「まあまあ役立っている」が53.0%と過半数のものが、情報誌の効用を認めている。他方「余り役立っていない」が35.4%、「無回答」8.3%である。

注10. 接触頻度の区分は、下表のとおりである。なお、下段の数字は %である。

LL群（聴かない）はプラス側にある。中間に、高接触群がいる。このような一貫性のない傾向は、新聞、単行本、週刊紙、月刊誌についてもみられる。これらの中で、LL群（低接触群）は、すべてプラス側にくるが、その他の群については、様々である。

即ち、この第II軸では、テレビ接触時間とのみ関連がみられるということになる。

「情報の入手経路」については、マイナス側に「情報誌」が、プラス側に「ラジオ」がくるが、余り大きな差ではない。

次に、第III軸について図-3に示す。第III軸プラス側は、「他人より多く知っていたい」という態度であり、マイナス側は、「自分は自分なりに知っていればよい」という態度である。

学年別では、2年がプラス側で、3年がマイナス側である。2年生では、「他人が知っていて自分が知らないのは恥しい」という態度が強い。性別では、女性に特に強い（ $F=5.342$, $P<0.03$ ）。

情報誌接触との関連では、「高接触」群がプラス側で、「低接触群」及び、「読まない」群がマイナス側である。

また「情報誌の読み方」は統計的に有意であり（ $F=4.588$, $P<0.01$ ）、「全てのページに眼を通す」群は、プラス側に位置する。このグループは、「他人が知っていて自分が知らない」とする態度を強く持っている。

「情報誌の利用の仕方」は差がみられない。

また、「情報誌の利用頻度」に関しては、「必ず利用」「時々利用」がプラス側に、「ほとんど利用しない」がマイナス側にある（ $F=1.991$, $P<0.10$ ）。

「情報誌の影響力」は、「どちらともいえない」がプラス側に、「変らない」がマイナス側である。「情報誌の効用感」は、「非常に役立つ」「役立つ」がプラス側である。

このように、第III軸と情報誌行動とは、全

般的に強い関連がみられた。

次にマスコミ接触行動である。テレビ、ラジオ接触行動とは、余り関連がみられない。

新聞についても、一貫した関連がない。しかし、単行本について有意な差がある（ $F=2.280$, $P<0.10$ ）。高接触群はプラス側、低接触群はマイナス側である。傾向的には、週刊誌も同様である。

第I軸から第III軸までの結果をまとめる。情報誌との接触行動は、各軸で関連がみられた。情報誌高接触者の特徴は、第I軸とIII軸にみられる。即ち、情報欲求が強く、他人より多く知っておきたいという「他人基準型」である。またII軸「大局-非大局」型では、高接触群は、ほぼ中間であり、特徴がない。しかし、この第II軸では、情報誌を知っているが使わないものが、大局型に位置している。非大局型には、情報誌を「知らない」グループが位置している。

その他の情報誌行動との関連は、全般的には、第I軸と第III軸にみられる。

第I軸に関しては、「情報誌の読み方」「情報誌の利用の頻度」「情報誌の影響力」「効用感」など統計的には有意ではないが、予想された方向で関連がある。

また、第III軸でも、同様で、「他人基準型」が、情報誌行動の積極的な側面と関連を持つ。「情報誌の読み方」「利用の頻度」「効用感」で関連がみられた。

第II軸は、全般に関連がみられない。しかし、「情報誌の利用頻度」と「効用感」でやや関連がみられる。前者は、「大局型」ほど利用頻度が高いという結果である。しかし、効用感については、「大局型」では、「役立っている」とするものと、「役立っていない」ものが混在している。このように、第II軸「大局-非大局」と情報誌行動とは、一貫した関連がないと考えられる。

マスメディア行動については、全体的には、はっきりした結果ではない。特に、ラジオ接

触行動は、いずれの軸でも、接触時間と各軸の特徴との間に一義的な関連がみられない。今後の検討が必要であろう。テレビ接触時間に関しては、第II軸と関連がある。即ち、「大局型」の方がテレビ接触時間が長い。しかし情報欲求とは、関連がない。第III軸ともない。

新聞接触時間は、第I軸、情報欲求と関連がある。第II軸、第III軸ともやや関連がある。第II軸に関しては、「大局型」が接触時間が長く、「非大局型」は、短い。第III軸は、複雑であるが、「自己基準型」に、新聞接触が高いものと、新聞接触の低いものが、「他人基準型」は、その中間が位置する。

次に、単行本は、第I軸と第II軸と関連する。情報欲求が強いものほど単行本をよく読む。また、「他人基準型」がよく読む。情報誌接触と類似したパターンである。

週刊誌、月刊誌は、第I～第III軸とも関連がみられない。

まとめ

情報志向パーソナリティを最初「情報欲求」次元と「認知スタイル」次元の2次元で考えていた。しかし、分析の結果は、より複雑であり、次の三領域5軸から構成される。

第Iに、情報欲求の強弱(第I軸)である。正確な知識や情報への強い欲求から、無関心までの次元である。

第2に、情報処理能力についての自己認知である。「大局的な判断」を得意とするのか、

そうでないと考えているのか(第II軸)。

「細心な判断」を得意とするのか、そうでないのか(第V軸)。

第3に、認知スタイルの評価ともいうべきものである。情報を得ようとする場合、「浅くとも広い情報」を志向するのか、逆に「狭くとも深い情報」を志向するのかという次元(第IV軸)。

また、自分の持つ情報量の基準を、他者との比較におく「他者基準型」と自分におく「自己基準型」である(第III軸)。

このように、情報志向パーソナリティとして、「情報欲求」と「認知のスタイル」という2次元でなく、より複雑な構造を本研究は示すといえる。しかし、第I～III軸までの解釈は、比較的容易に解釈できたが、IV、Vは必ずしも妥当性があるとはいえないであろう。多様性の多い質問項目を整理して、上記IV、V軸に該当する適切な質問を再構成して、再調査の必要があろう。

また、「情報メディア」接触行動との関連を分析する上で、本研究に用いた24項目では必ずしも十分とはいき切れない。より広範な情報志向パーソナリティを考える必要があろう。今後の課題としたい。

また、本研究では、上記の情報志向パーソナリティ(第I軸～第III軸)と情報誌行動との関連を分析した。

全般的にみて、情報志向パーソナリティの各軸の特性と情報誌行動の諸側面と予想され

別表-1 マスメディアの接触区分

	LL	L	M	H	HH	計
テレビ接触(1日)	1hr未満 (17.1%)	1~2hr未満 (30.4%)	2~3hr未満 (23.8%)	3~4未満hr (17.7%)	4hr以上 (11.0%)	(100.0%)
ラジオ接触(1日)	きかない (28.7%)	1hr未満 (21.5%)	1~2hr未満 (23.2%)	2~3hr未満 (14.9%)	3hr以上 (11.6%)	(100.0%)
新聞接触(1日)	よまない (9.9%)	15min以下 (20.4%)	16~30min以下 (43.6%)	31~60min以下 (22.1%)	61min以上 (3.9%)	(100.0%)
単行本接触(1ヵ月)	よまない (21.5%)	1冊 (24.9%)	2冊 (20.4%)	3冊 (13.3%)	4冊以上 (19.9%)	(100.0%)
週刊誌接触(1ヵ月)	よまない (27.1%)	1冊 (16.0%)	2冊 (16.6%)	3~4冊 (19.3%)	5冊以上 (21.0%)	(100.0%)
月刊誌接触(1ヵ月)	よまない (25.4%)	1冊 (24.3%)	2冊 (16.6%)	3~4冊 (18.2%)	5冊以上 (15.5%)	(100.0%)

た方向で関連がみられたといえよう。しかし、目的の中でも述べたように、「情報誌」は、従来のマスメディアと異なり、「情報メディア」の特性を持つものと考えられる。

本研究では、「情報メディア」としての特性を十分分析しえなかった。機会を改めて述べてみたいと思う。

参考文献

飽戸弘「情報志向パーソナリティとマスコミ接触行動」東大新聞研究所編『コミュニケーション行動と様式』東大出版会 1974年、PP123-147
岩田純一「情報誌の中で」(情報パニック特集)言語

生活 338, 1980年2月 PP65-69

村川英「『ぴあ』の10年に街の歴史を読む」アドバタイジング 315, 1982年10月 PP4-13

清水哲男「総合情報誌はどう読まれているか」思想の科学 第6次82, 1977年11月 PP65-69

竹内郁郎「情報社会への適応」内川芳美他編『講座現代の社会とコミュニケーション2 情報社会』

東京大学出版会 1974年、PP197-212

田村紀雄「タウン誌出版-コミュニティメディアへの招待-」理想出版社 1980年、P254

吉田民人「社会的コミュニケーション」吉田民人他編『今日の社会心理学4』培風館 1967年、PP257-282

(1983年9月22日受付)