

College of Law, Nihon University . Fukuda Mitsuru Seminar Presents.



容疑者 **R** の功罪 !?

～若者が描く将来とメディアの影響～

第1幕

容疑者R

～ ランキングが浸透する社会 ～

超最新「好きな男・嫌いな男」特集です！きら星のような豪華ラインナップにため息必



anan

遂にV15達成！
煌めきははいよいまはゆくー
木村拓哉という星の奇跡

胸ときめく
愛も切な男たち
46人が登場！

小栗 旬 福山雅治
松本 潤 妻夫木 聡
赤西 仁 香取慎吾
水嶋 晶 岡田 准一
草 彗 成宮 寛貴
小出 恵介 玉山 鉄二
山下 智久 藤 太
玉木 宏 二宮 和也
錦戸 亮 長瀬 智也
大泉 滉 生田 斗真
城田 優 三浦 春馬
松田 龍太 小池 徹平
手塚 理 水嶋 口
上地 雄輔 DAIGO
etc...

超最新版 '08年あなたが選ぶ
好きな男・嫌いな男

★第
エンタメ最前線！面白い男たちを見よう
最旬お笑い芸人ファイ

420yen 税別
2008.10.1 No.1628

anan読者1万7457人が選んだ '08好きな男・嫌いな男ランキング。

今年も恒例のこの特集がやってまいりました。「好きな男・嫌いな男」総合ランキング&ジャンル別ランキングの本年度版を公開します！ハガキとWebから、昨年を上回る1万7457人が投票に参加してくれました。気になるあの人の順位は一体？ '08のリアルがここに！



「セクシーな男、そしてトワの
魅力で、どちらか最高です」など、
雑誌さんの声とトワに今年も
愛した男の愛が伝わった。



「年々変わっていく、愛するこ
ろがまた増えていく」など、
と、おもしろいトワに今年も
愛した男の愛が伝わった。

好きな男
ベスト
30

絶対王者・木村拓哉、
驚愕のV15を達成！
'08総合
ランキング。

1	木村拓哉	7291票
2	福山雅治	5882票
3	赤西 仁	5132票
4	松本 潤	4543票
5	中居正広	4110票
6	山下智久	3947票
7	香取慎吾	3698票
8	岡田准一	3427票
9	小栗 旬	3212票
10	草彗 剛	2928票
11	亀梨和也	2113票
12	稲垣吾郎	2008票
13	妻夫木 聡	1667票
14	櫻井 翔	1001票
15	堂本光一	1478票
16	二宮和也	1008票
17	瑛太	1175票

18	長瀬智也	831票
19	玉木 宏	872票
20	錦戸 亮	790票
21	生田斗真	738票
22	松山ケンイチ	681票
23	滝沢秀明	675票
24	大倉忠義	633票
25	遠水もこみち	600票
26	小池徹平	528票
27	市原隼人	497票
28	成宮寛貴	466票
29	小出恵介	407票
30	三浦春馬	383票

みなさん、こんにちは。15年連続の
1位という偉業を達成した
「好きな男」ランキング。今年も
ハガキとWebから、昨年を上回る
1万7457人が投票に参加してくれ
ました。気になるあの人の順位は
一体？ '08のリアルがここに！

「好きな男」ランキング。今年も
ハガキとWebから、昨年を上回る
1万7457人が投票に参加してくれ
ました。気になるあの人の順位は
一体？ '08のリアルがここに！



「年々変わっていく、愛するこ
ろがまた増えていく」など、
と、おもしろいトワに今年も
愛した男の愛が伝わった。



「年々変わっていく、愛するこ
ろがまた増えていく」など、
と、おもしろいトワに今年も
愛した男の愛が伝わった。

ランキング

『TBS COUNT DOWN TV』

(土曜, 24:55 ~)

ランキング形式を多用した
音楽情報番組

『めざましテレビ』

(月 ~ 金曜, 5:25 ~ 8:00)

「MOTTOいまだキ！」

「今日の占いCount Down」

など生活情報をニュースと
共に紹介



©http://uchoten.jugem.jp/?eid=4453TB_iframe=true&height=400&w...



ランキング

mixi(SNS)

日記に登場したキーワードが
ランキング化され、
何が流行っているのか一目
で分かるようになっている

20歳～24歳までの
利用者が多い



ランキング

■ 日経ナビ2009人気企業ランキング

順位	企業名	選択者数
1	全日本空輸 (ANA)	375
2	三菱東京UFJ銀行	374
3	トヨタ自動車	352
4	松下電器産業	329
5	ソニー	292
6	シャープ	283
7	東京海上日動火災保険	263
8	みずほフィナンシャルグループ	252
9	サントリー	239
10	三菱商事	237
11	三井物産	230
12	三井住友銀行	227
13	日立製作所	223
14	博報堂／博報堂DYメディアパートナーズ	214
15	JTBグループ	213
16	伊藤忠商事	202
16	資生堂	202
18	電通	197
19	日本航空 (JAL)	171
20	大和証券グループ本社	168

※日本経済新聞社広告局就職希望企業調査より

©日経就職ナビ



©代々木ゼミナール

好きな男ランキング (1991年)

[illegible]

➡ ランキングは見開き2ページに3個

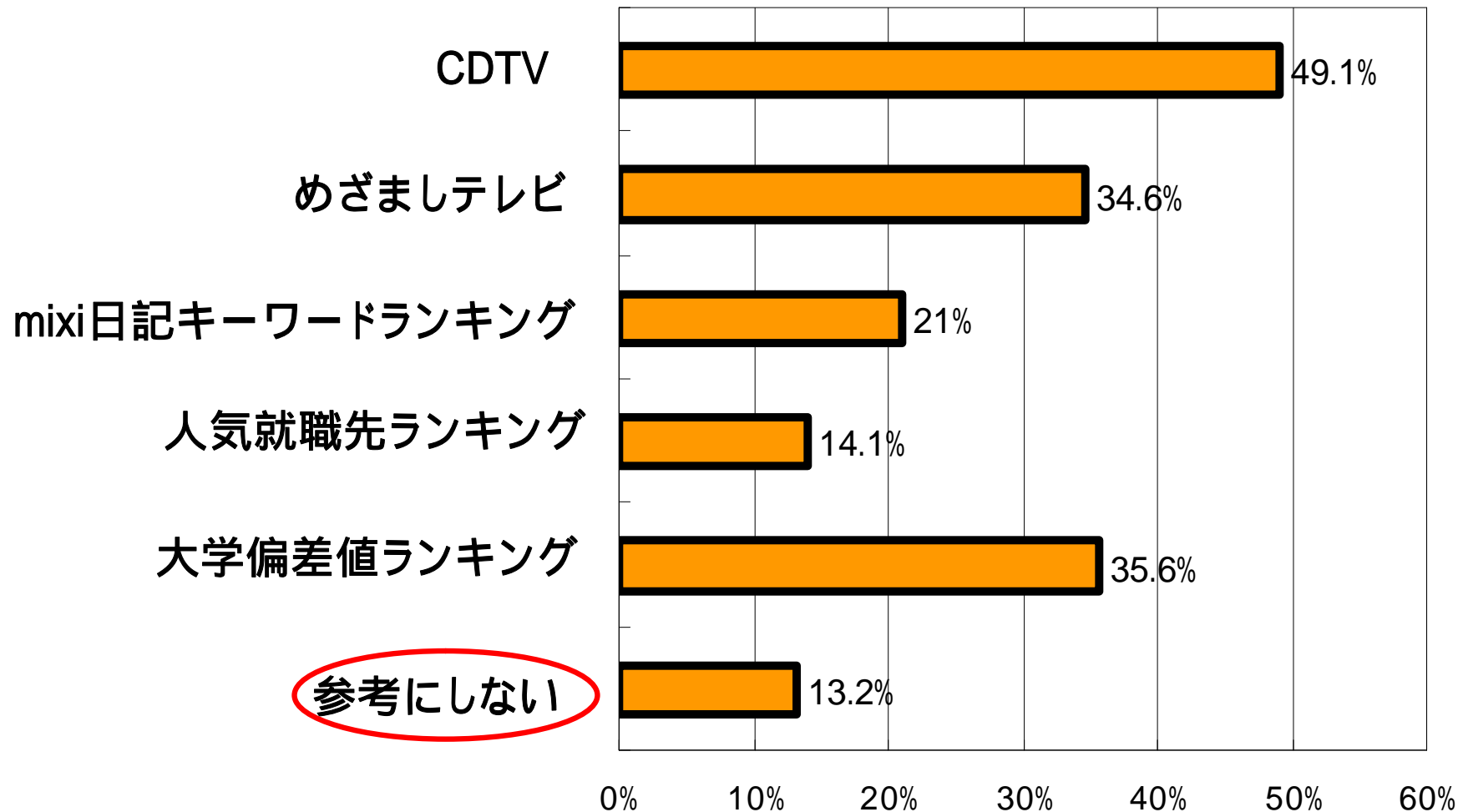
©マガジンハウス₇

好きな男ランキング (2008年)

[illegible]

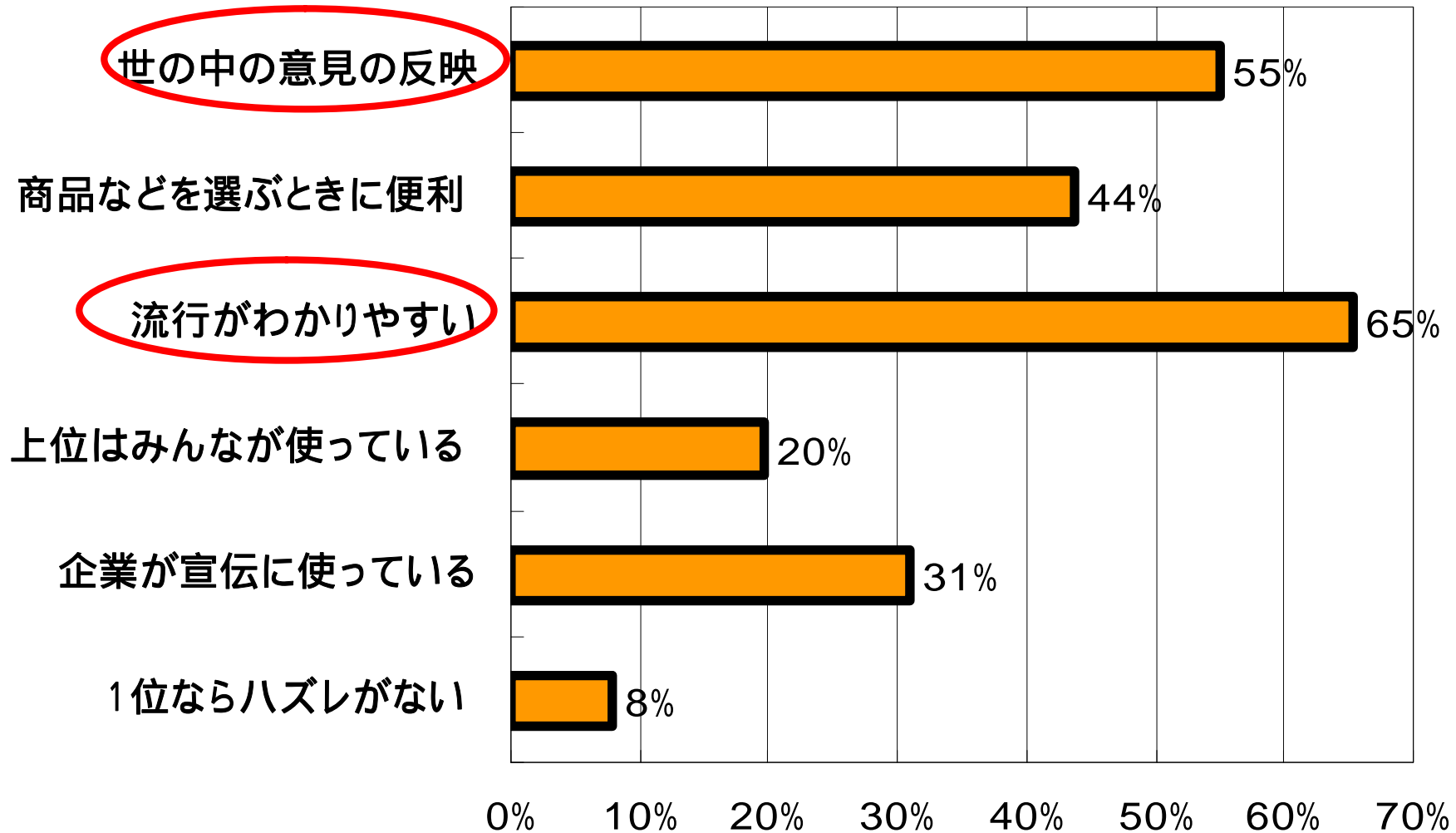
➡見開き2ページに10個もランキングが!! ©マガジンハウス 8

参考にしたことがあるランキング (N=509)



参考にしたことがない人は約1割だけ
つまり、**約9割の大学生**がランキングを参考になっている!!

ランキングへのイメージ (N=509)



ランキングは世論や流行がわかって便利だと思われる¹⁹

NHK 『クローズアップ現代』

(2008年6月4日放送)

「ランキング依存が止まらない - 出版不況の裏側 - 」

「ランキングに載っていない
ものは手に取らないですね」

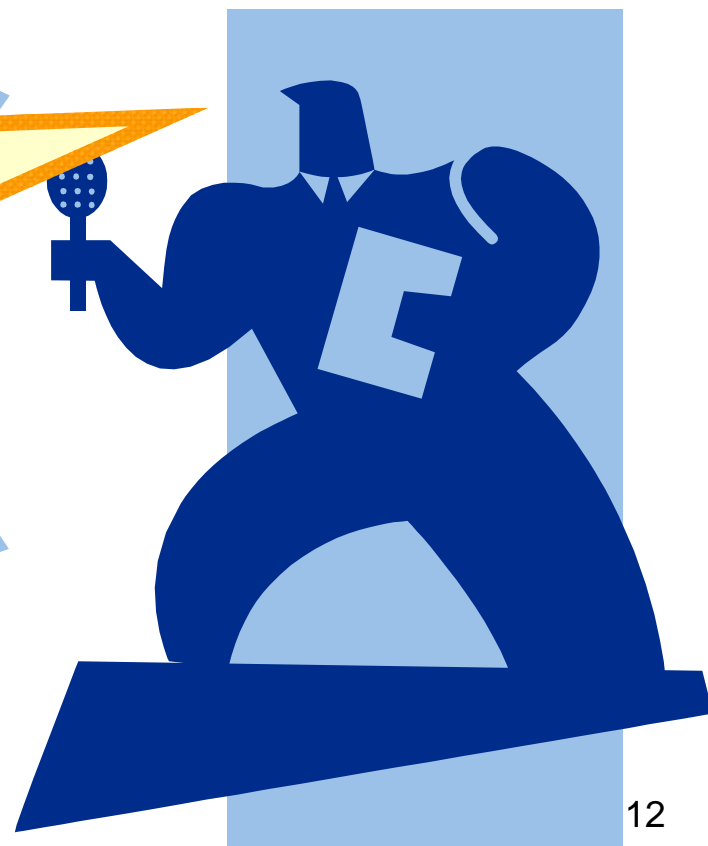
「1位というものに弱いんですよね
1位だと間違いないと思います」
(主婦のインタビューより)

「ランキングに載らない本の中にこそ
いい本やおもしろい本があるのでは」
(出版ニュース社 清田義昭代表)



なぜ、**ランキング**を
取り上げたのか聞いてみました！！

突撃インタビュー！！



NHK『クローズアップ現代』 ディレクター寺岡環氏

「最初は出版不況というものをやろうと思いました」

「大きなポイントになったのは『本屋大賞』 主催者の人が**1位の本は売れるのに、2位の本は売れない**んですよという話をぼそっとしていて…」



インタビューを受ける寺岡氏

自分たちの問題意識

ランキングが浸透している
現在の若者は
自分で判断できなくなっ
ているのではないか??

判断ができなくなって困るのは
これからの社会を担う若者!!



仮説

今の大学生は重大な判断でもランキングやメディアの影響を強く受けているのではないか

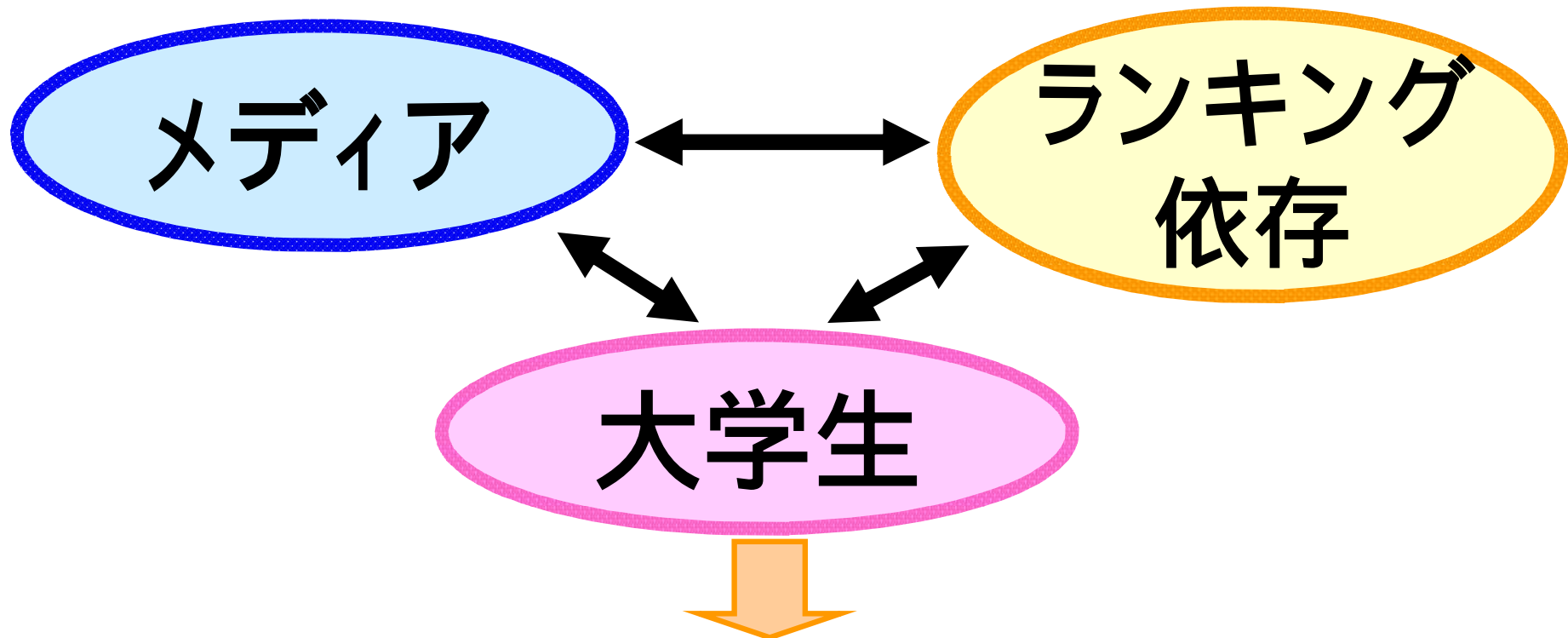
メディアの利用量とランキング依存傾向は関係しているのではないか

同調心理や他人指向心理がランキング依存を生み出すのではないか

ランキング依存傾向にある人は、就職や政治も人気やメディアに左右されやすいのではないか

仮説

今の大学生は重大な判断でもランキングやメディアの影響を強く受けているのではないか



将来を決める判断でも影響を受けやすくなる¹⁶

調査概要

東京都内8大学アンケート

調査対象者：東京都内の文系大学に通う18～25歳の
男女

< 対象大学 > ・一橋大 ・中央大 ・青山学院大
・武蔵大 ・東洋大 ・亜細亜大
・大東文化大 ・目白大

調査実施方法：自記式質問紙による配票調査法

調査実施日：2008年8月8日～22日

有効回答数：509票（男261票 女248票）

有効回答率：94.08%

調査概要

標本抽出方法：

エリアサンプリングによる有為抽出と系統抽出(サイコロを用いてランダムに抽出)による無作為抽出を併用したクォーター法

年齢対象：

大学生に限定する理由として、「進路を独力で決めなくてはならない時期であること」ということ
また、心理学上で18～25歳が若者＝青年期とされていることから、年齢制限をした

抽出条件

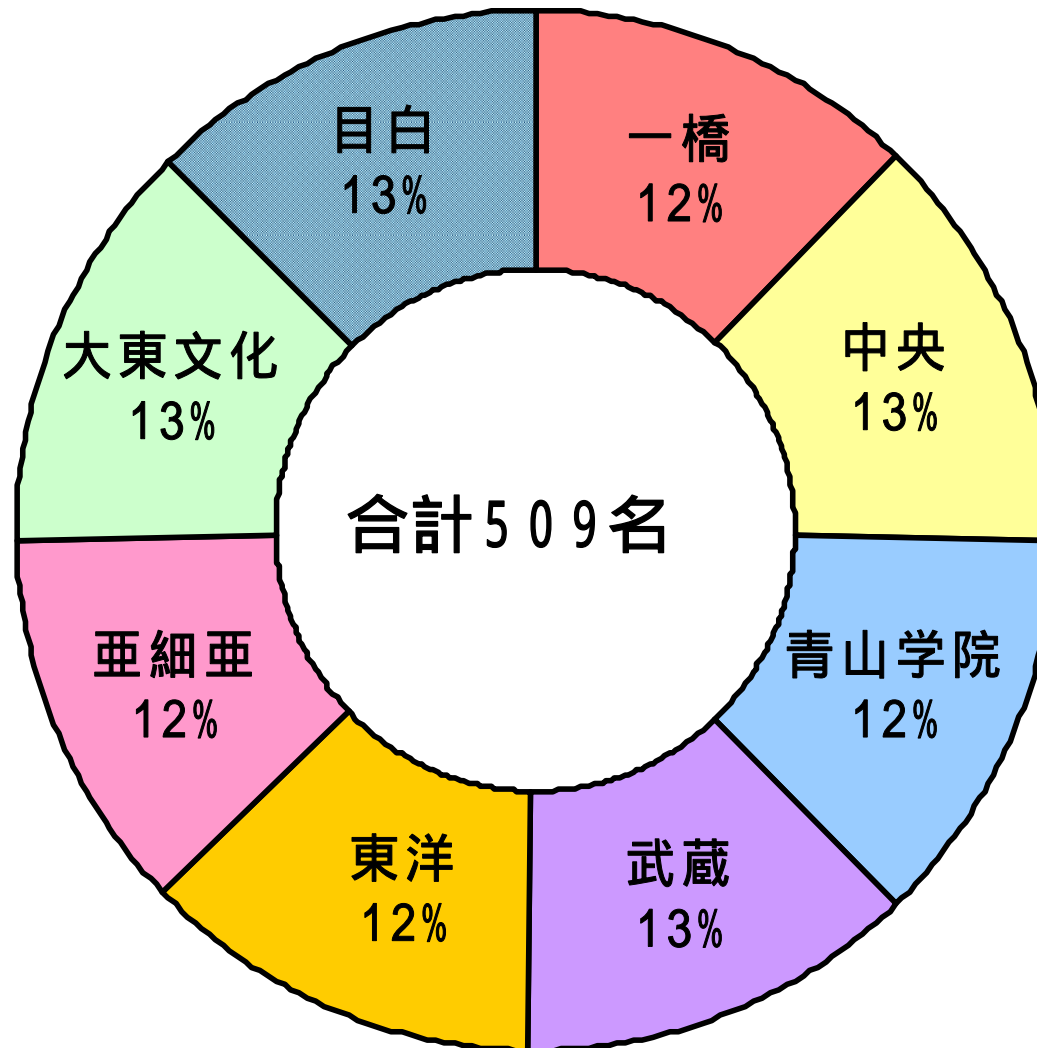
大学数756校のうち東京都内に132校(17.4%)
学生数2828708人のうち東京都内に692349人
(24.4%)



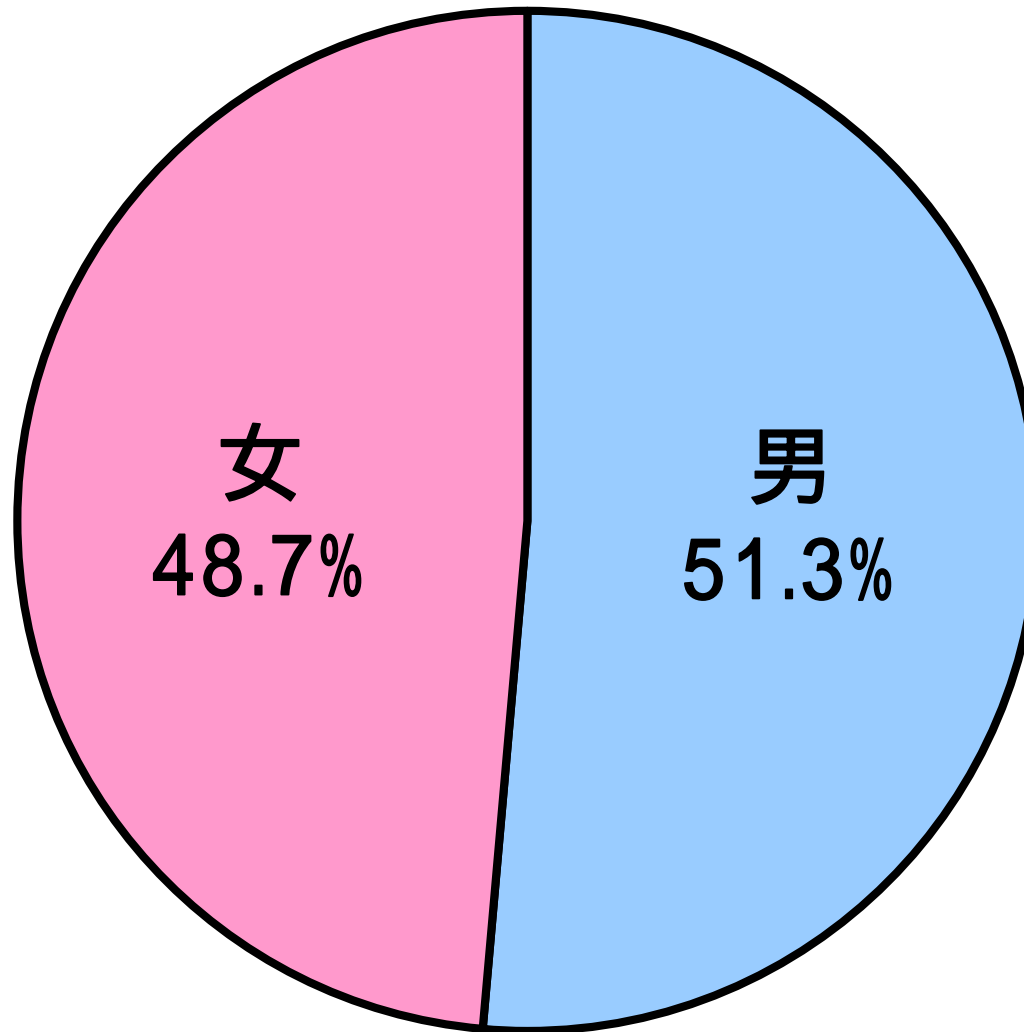
全国から学生が集まり、日本の
大学生全体の集団構成をしている

理系では男女の差が激しいため、文系大学に限定
対象の代表性を確保し、サンプリング対象の偏りを
排除するため、偏差値に基づいてリストを作成
それを用いて等間隔抽出を行った

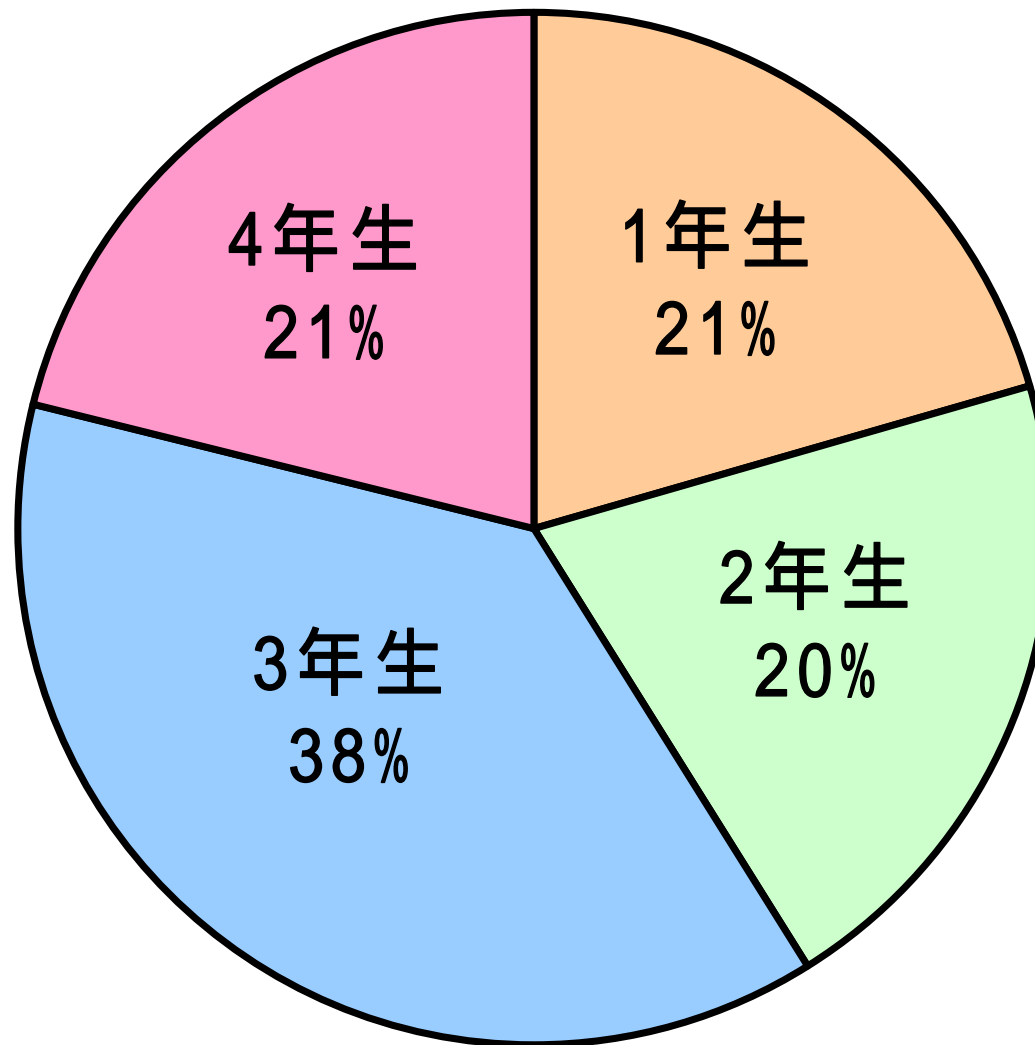
アンケート回答者の大学別割合



男女別割合(N=509)



回答者の学年(N=509)



情報化社会

南條(2001)

情報が最も重要な役割を果たす社会である

→ モノが満ち足りたことで、人々の価値観がモノから
情報へと移行した

工業化社会

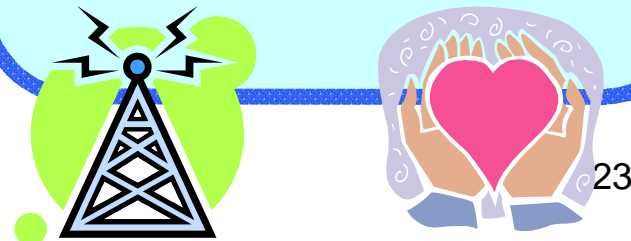
モノを持っていることに
価値がある社会



物的充足

情報化社会

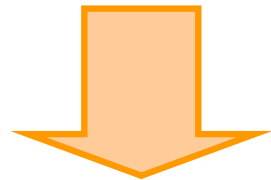
精神的な豊かさを求め
情報に価値観を
見出すようになる



象徴的貧困

スティグレール(2004)

過剰な情報やイメージを消化できず
貧しい判断力と想像力しか手に入らない状態



情報はたくさん溢れているのに
そこから自分自身で判断ができない!!



消費社会

ボードリヤール(1970)

人々が消費しているのは
その『モノ』本来の
使用目的・使用価値ではなくなり
それ以外の付随的な
目的・価値である



消費社会の例

消費社会を象徴している!!

自分をよく見せる
ブランド品を

みんな
自分

買い
発散になる

と



大学生の実態って・・・



大学生**509**人の
実態調査！！

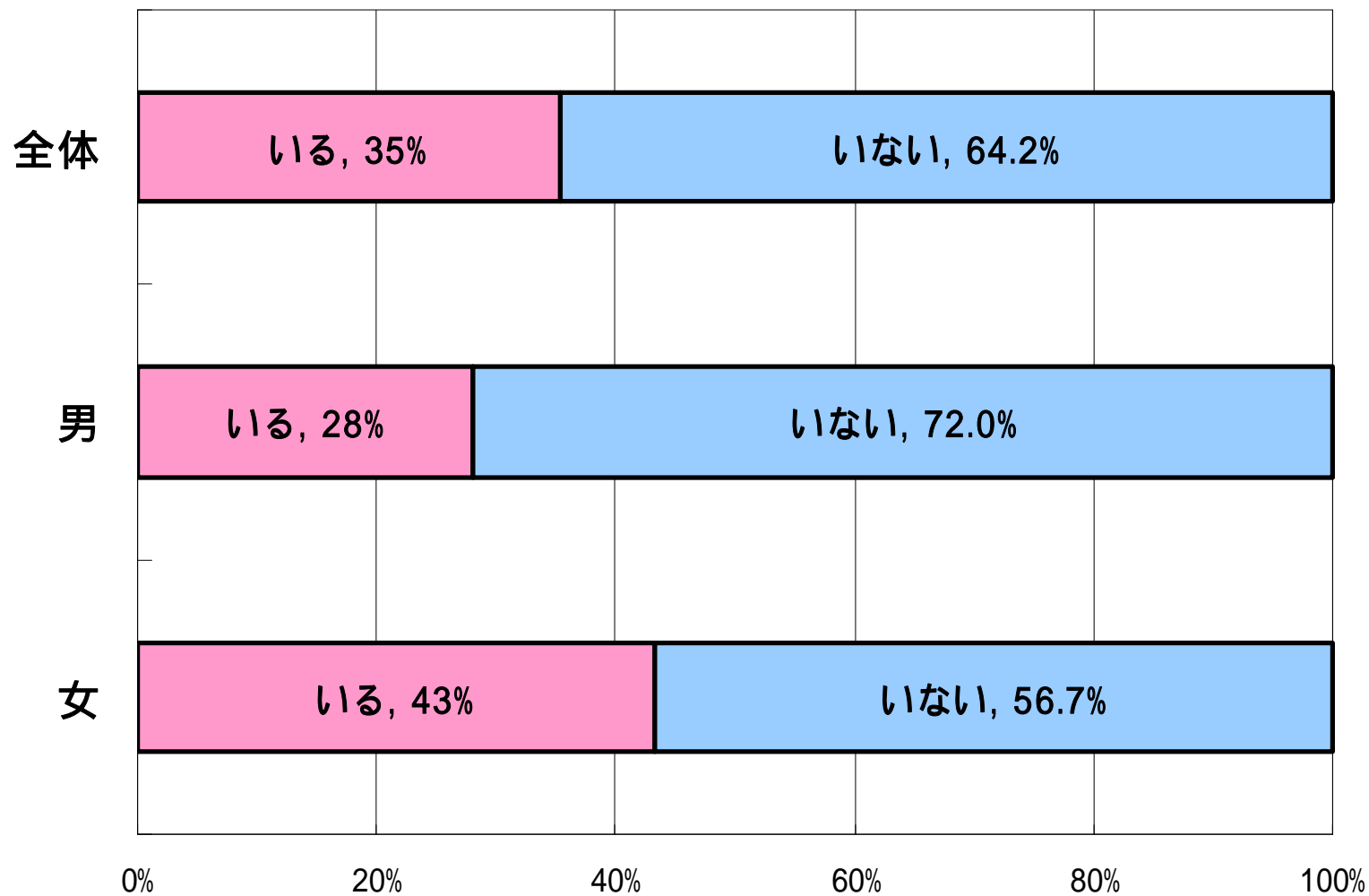


第2幕

捜査

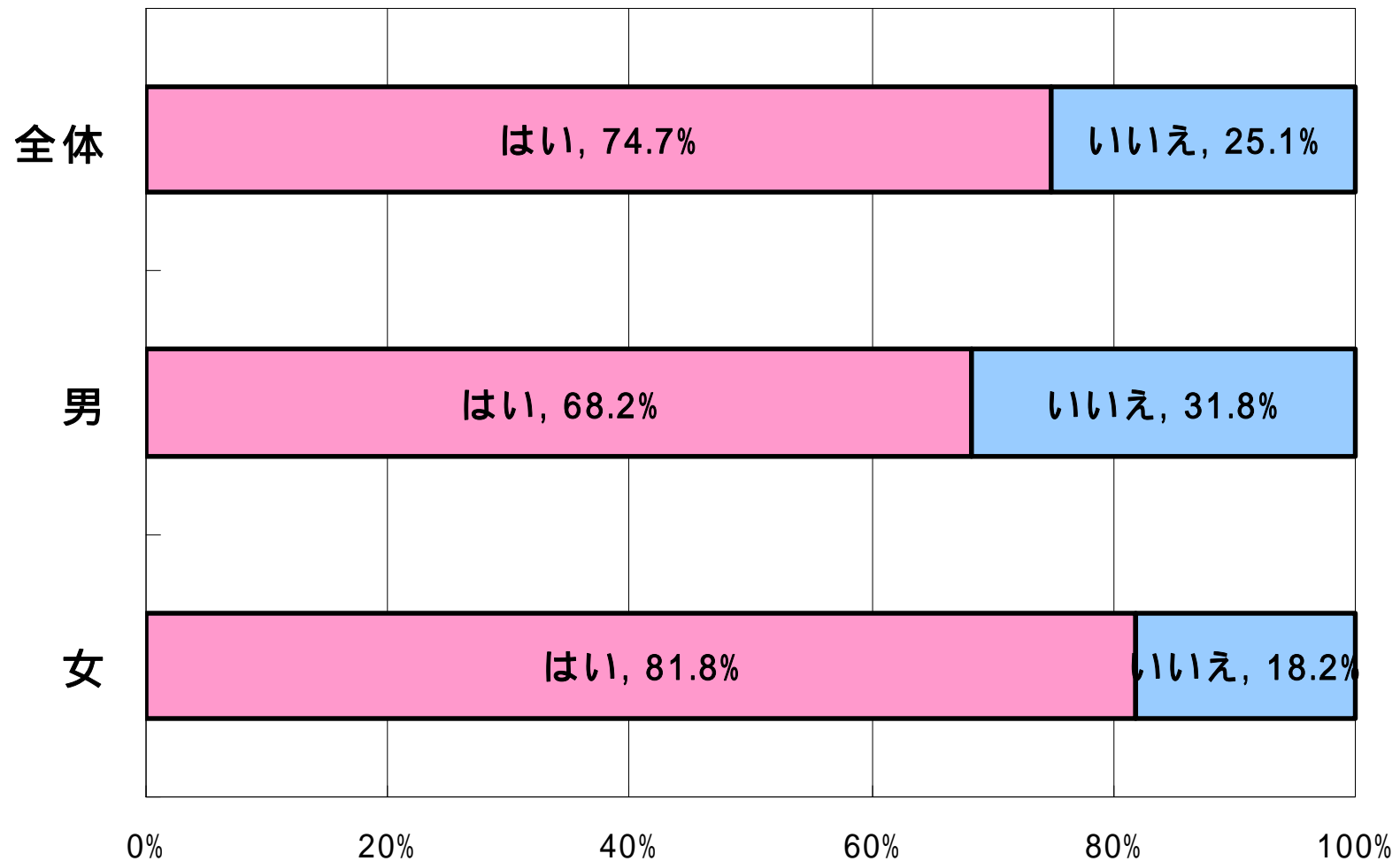
～ 大学生とメディア利用の実態 ～

恋人の有無 (N=509)



実は恋人がいる人は少ない・・・

アルバイトをしているか(N=509)

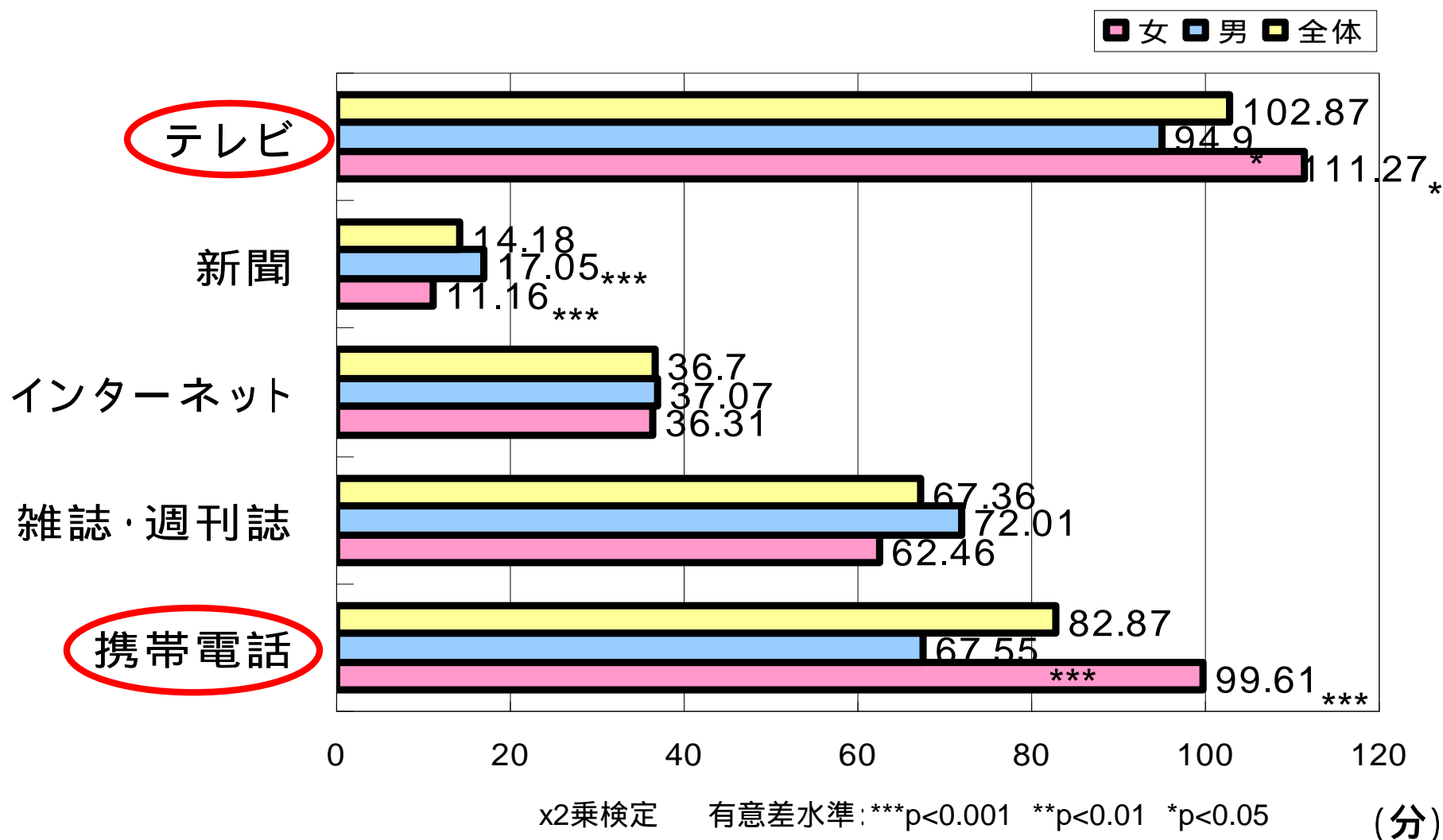


男女ともにアルバイトをしている人が圧倒的に多い!! 30



大学生は、どのようにメディアに接しているのだろう！？

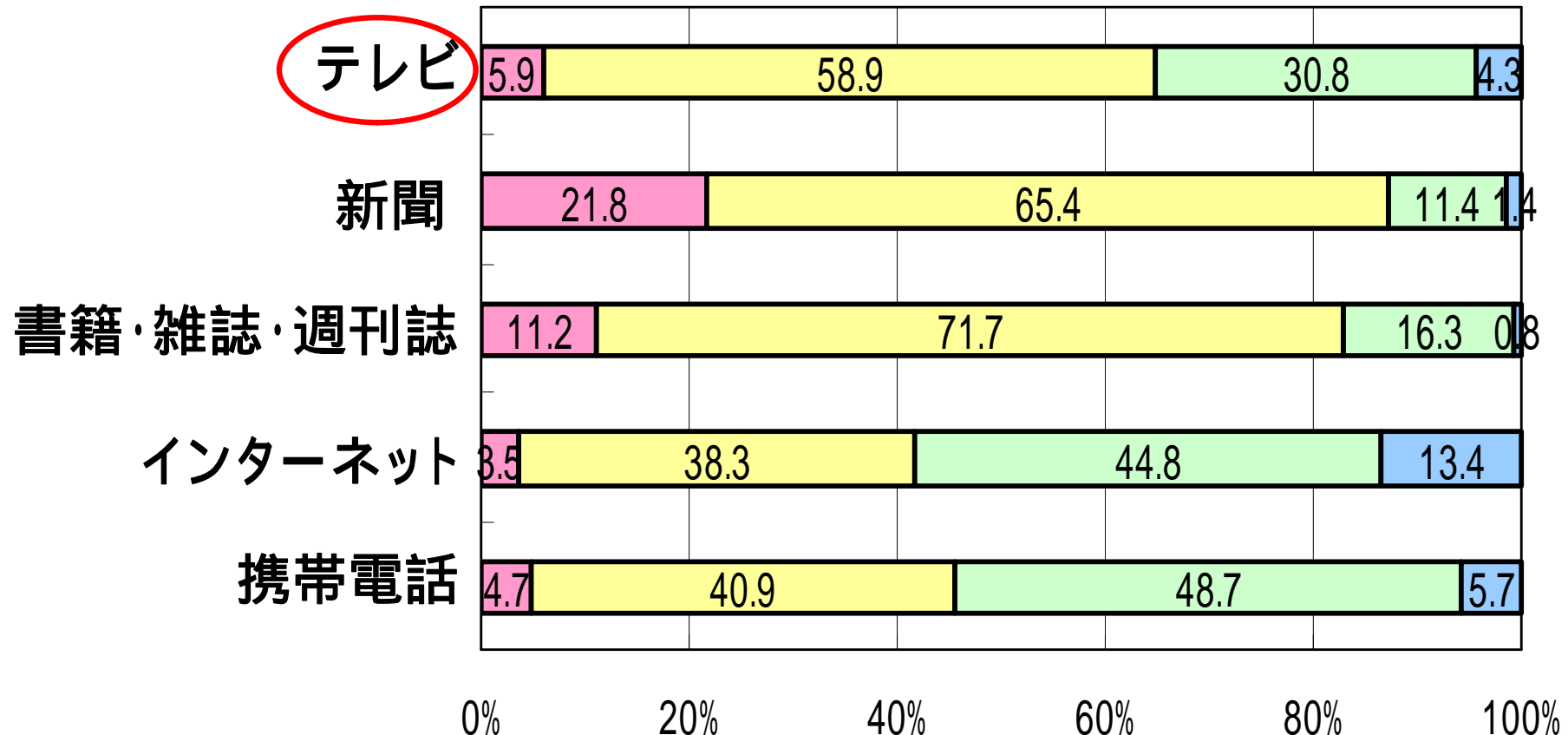
大学生のメディア利用時間(N=509)



大学生は**テレビ・携帯電話**を長い時間利用している 32

メディア信頼度 (N=509)

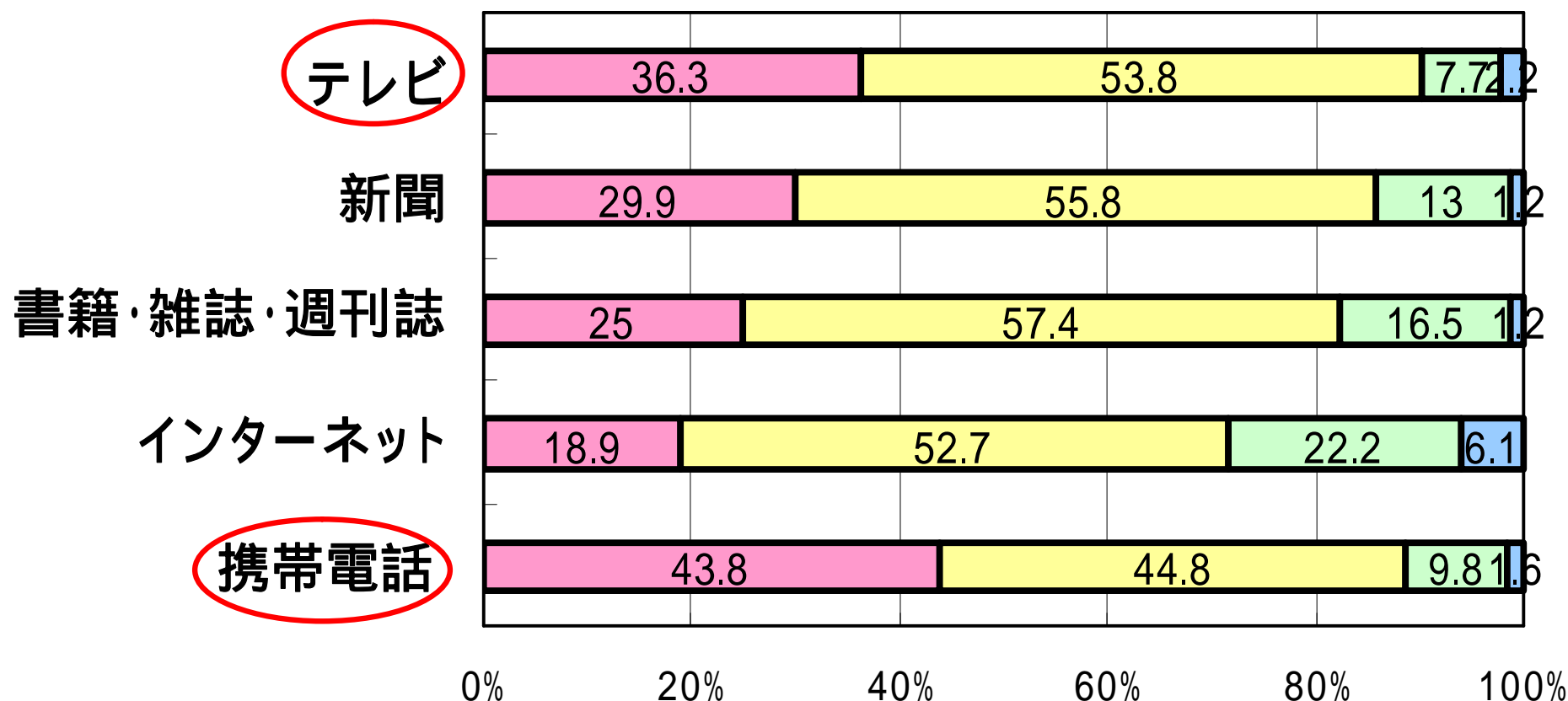
■ とても信頼できる ■ やや信頼できる ■ あまり信頼できない ■ まったく信頼できない



新聞の信頼度が最も高いが
テレビを信頼している人も約70%いる

メディアの役立ち度 (N=509)

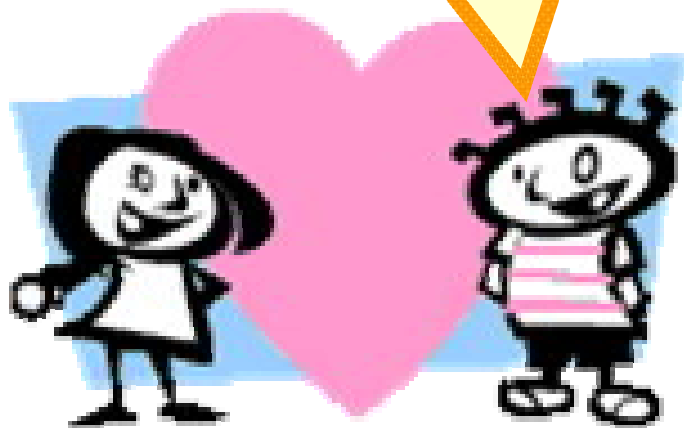
■ とても役に立つ ■ やや役に立つ ■ あまり役に立たない ■ まったく役に立たない



テレビ・携帯電話の情報が
約90%の人に役立つと思われる

大学生の心理って??

みんなの心理を
覗いてみよう!!



アイデンティティ

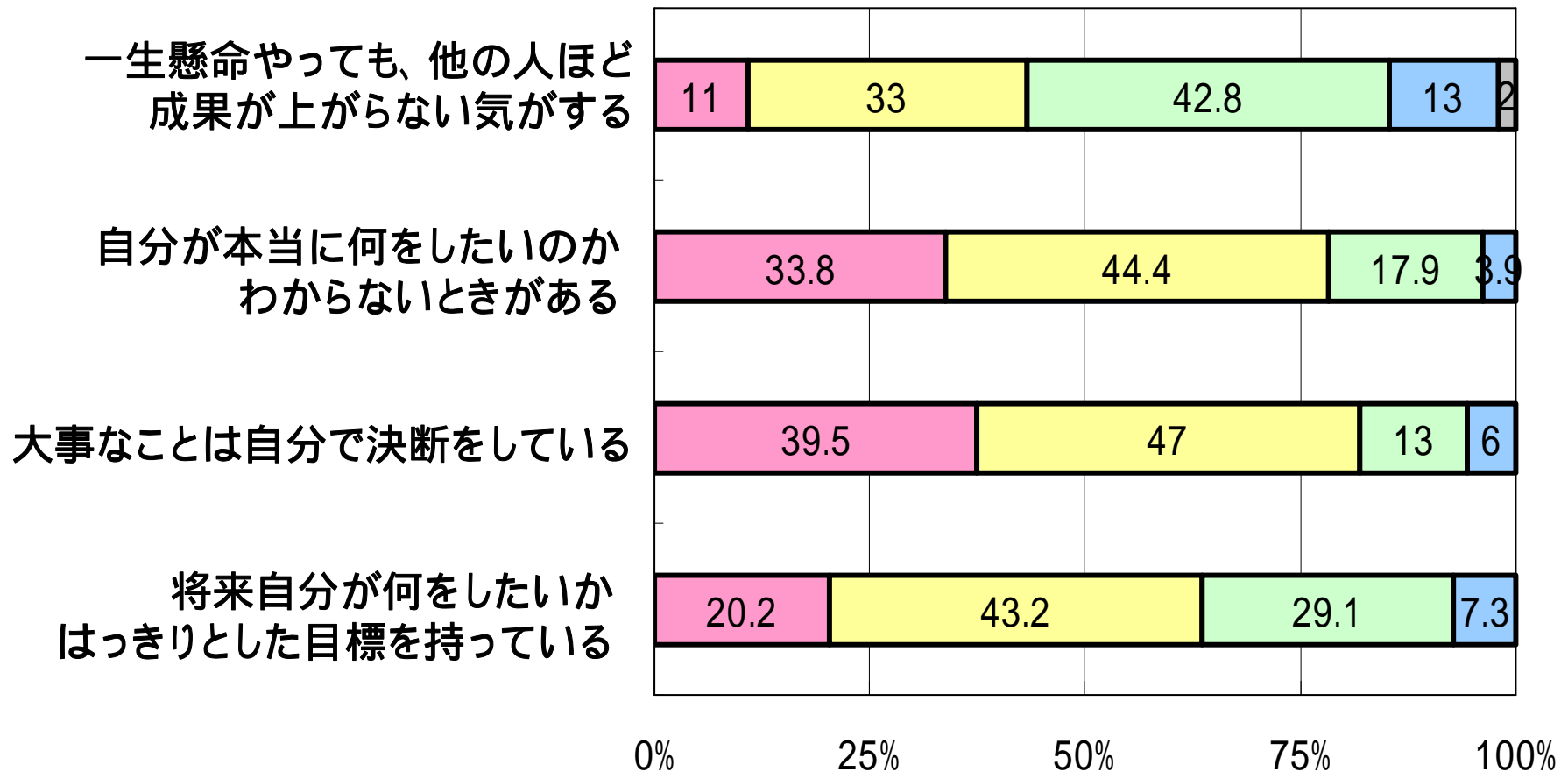
E.H.エリクソン(1950)

「私とは何なのか？」という自身に対する問いかけに
「私は である」と、社会のなかで
自己を位置づけられる感覚のこと



アイデンティティ (N=509)

■ とてもあてはまる ■ ややあてはまる ■ あまりあてはまらない ■ 全くあてはまらない ■ 無回答



合成変数

複数の質問を点数化  その点数を合計し
1つの変数にすること

例えば・・・「大食い度」を調べるなら

夜中に必ずお菓子を食べる

食べ残しがゆるせない

ダイエットに成功したことがある(逆)

食事のとき、ついカロリーを計算してしまう(逆)

各項目ごとに

とてもあてはまる(とてもそう思う)…………… 4点

ややあてはまる(ややそう思う)…………… 3点

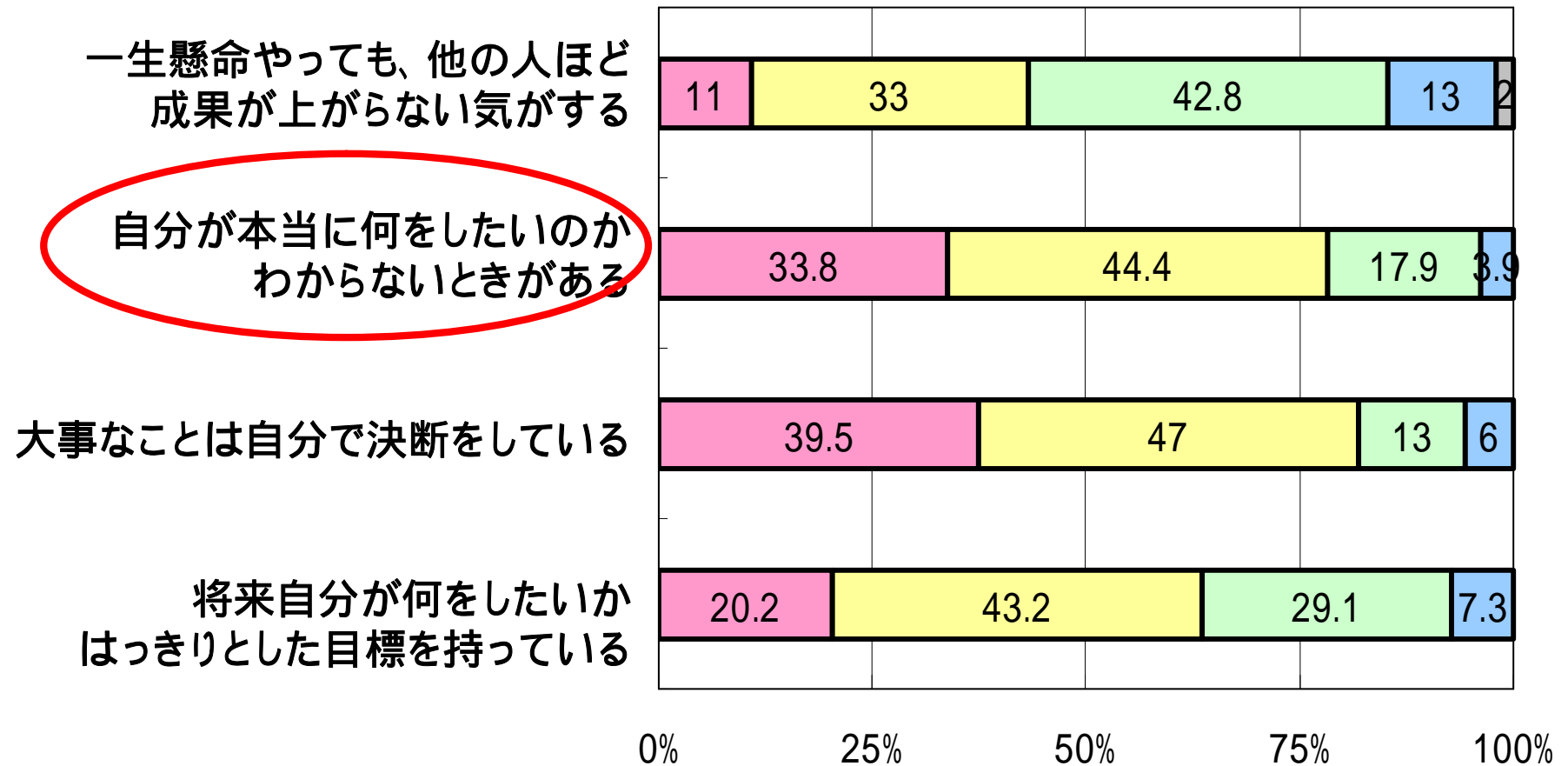
あまりあてはまらない(あまりそう思わない)………… 2点

全くあてはまらない(全くそう思わない)………… 1点

 この合計点で大食い度を表すことができる!!

アイデンティティ (N=509)

■ とてもあてはまる ■ ややあてはまる ■ あまりあてはまらない ■ 全くあてはまらない ■ 無回答



自分のことがわからなくなる人が**75%以上**いる!! 39

同調の規範的影響

ドイッチ、ジェラード(1955)

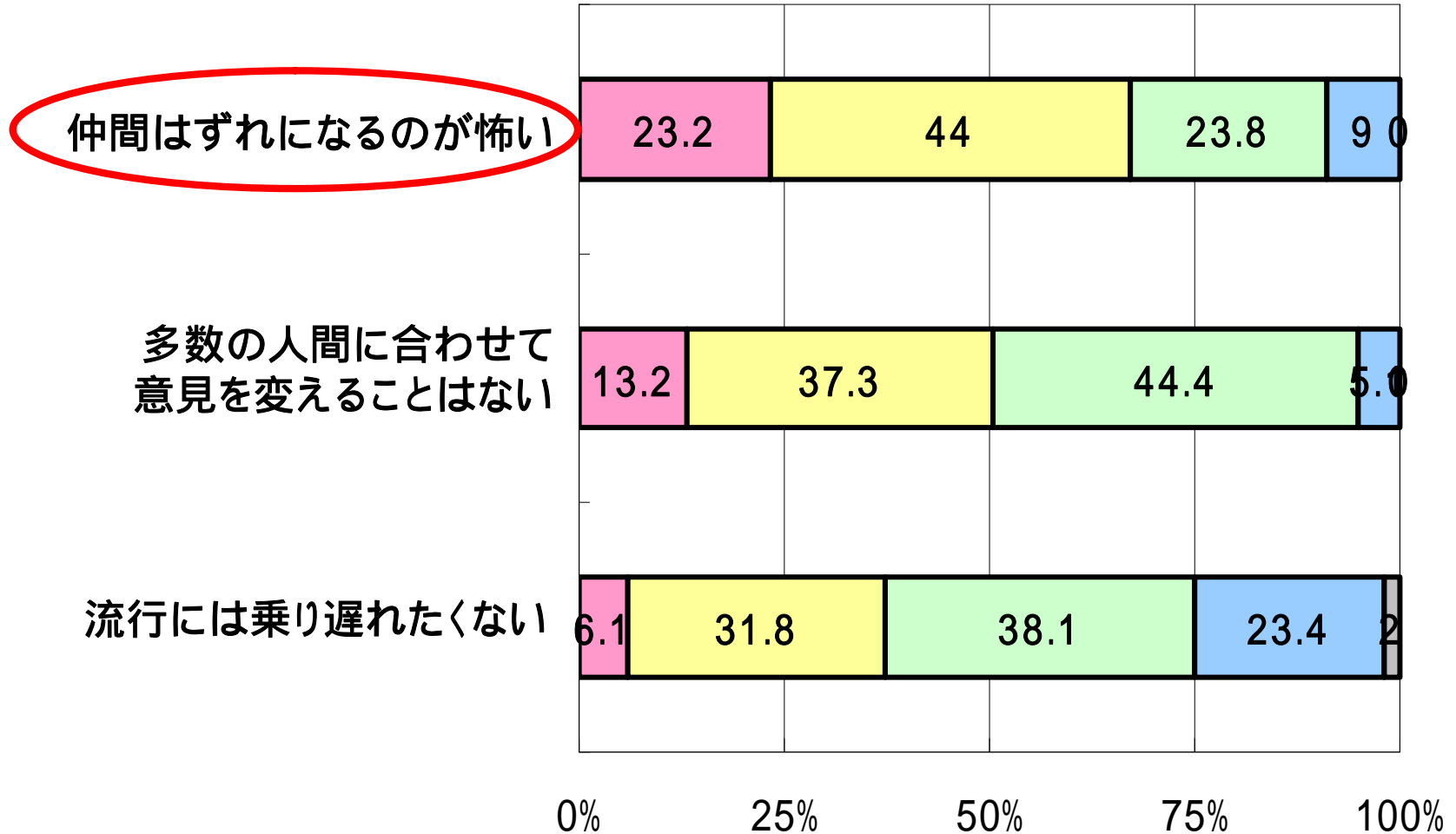
多数派から受け入れられたいと思う結果、他者の
意見を受け入れること

➡ 同調する相手が
正しいかどうかは
関係ない!!



同調(N=509)

■とてもあてはまる ■ややあてはまる ■あまりあてはまらない ■全くあてはまらない ■無回答



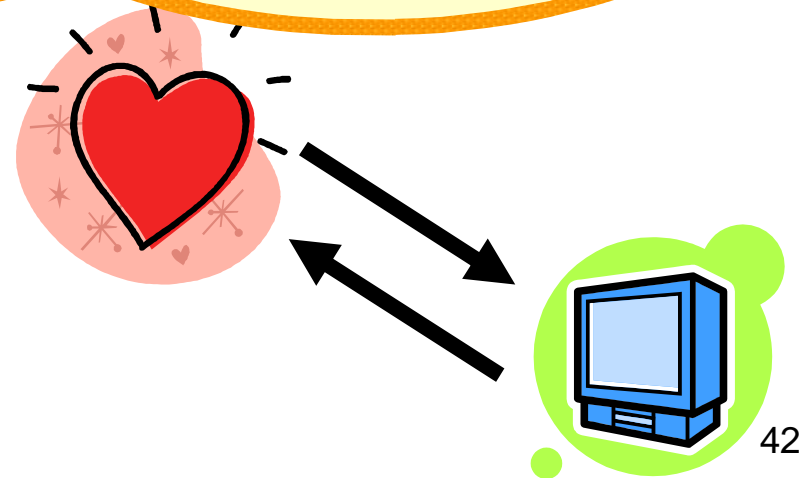
仲間はずれを恐れ、周囲に合わせてしまう人が**約半数**も!!

心理とメディアにはどんな 関係があるのだろうか！？



© www.mhd.to


検証しよう！！




相関分析

AとBの2つの間に、つながり(相関関係)があるかを調べる分析方法

相関係数(r)が**大きいほど**、相関関係が**強い**

Aが強まれば強まるほど、Bも強まる  0 r 1 正の相関
例、 $r = 0.35$

Aが強まれば強まるほど、Bは弱まる  -1 r 0 負の相関
例、 $r = -0.25$

正の相関は**1**に近いほど相関関係が強い

負の相関は **-1**に近いほど相関関係が強い

(例) $r = 0.21$ と $r = 0.45$ では、 **$r = 0.45$** のほうが相関関係が強い

相関分析

分析結果の誤差を確かめるために、統計的に正確かどうかを調べる

結果は**P値**で判断され、P値が小さければ小さいほどその分析結果は正しい

P値は***** (**アスタリスク**) の数で表される

***** がなければ、統計的に正確とはいえない

$p < 0.05$ *

5%水準有意差 (95%以上相関関係あり)

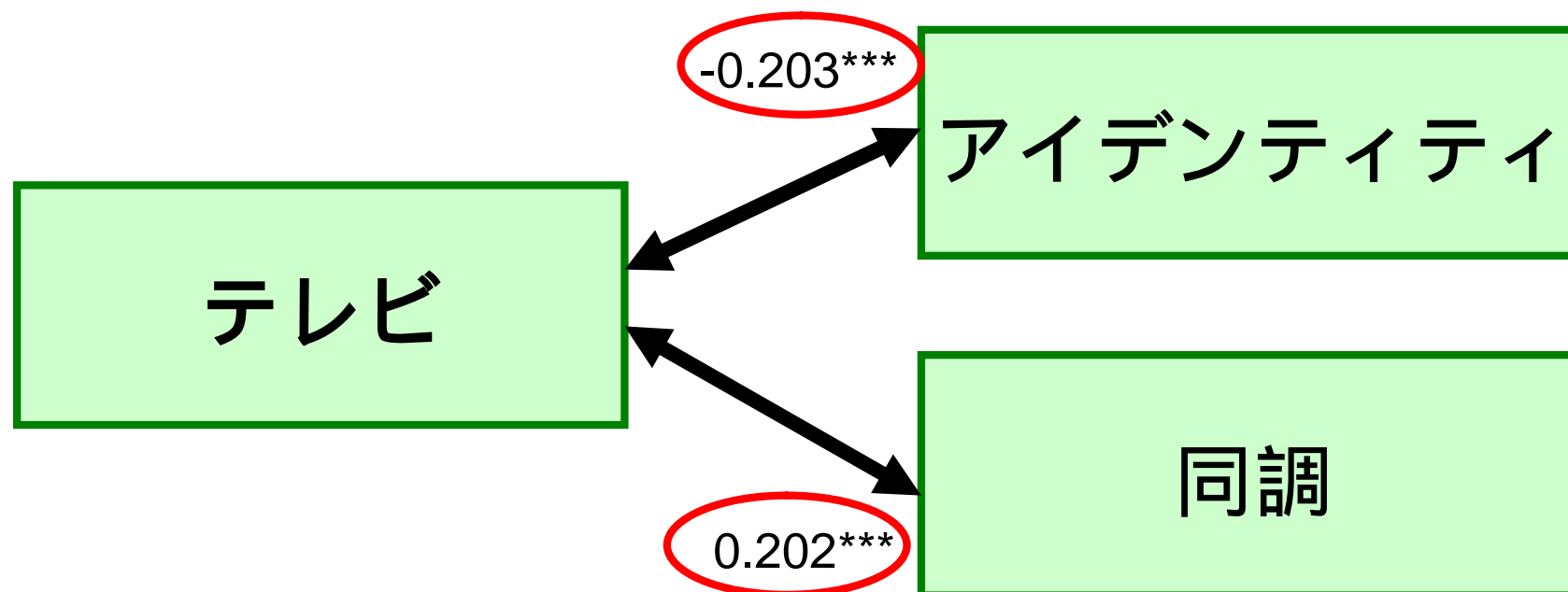
$p < 0.01$ * *

1%水準有意差 (99%以上相関関係あり)

$p < 0.001$ * * *

0.1%水準有意差 (99.9%以上相関関係あり)

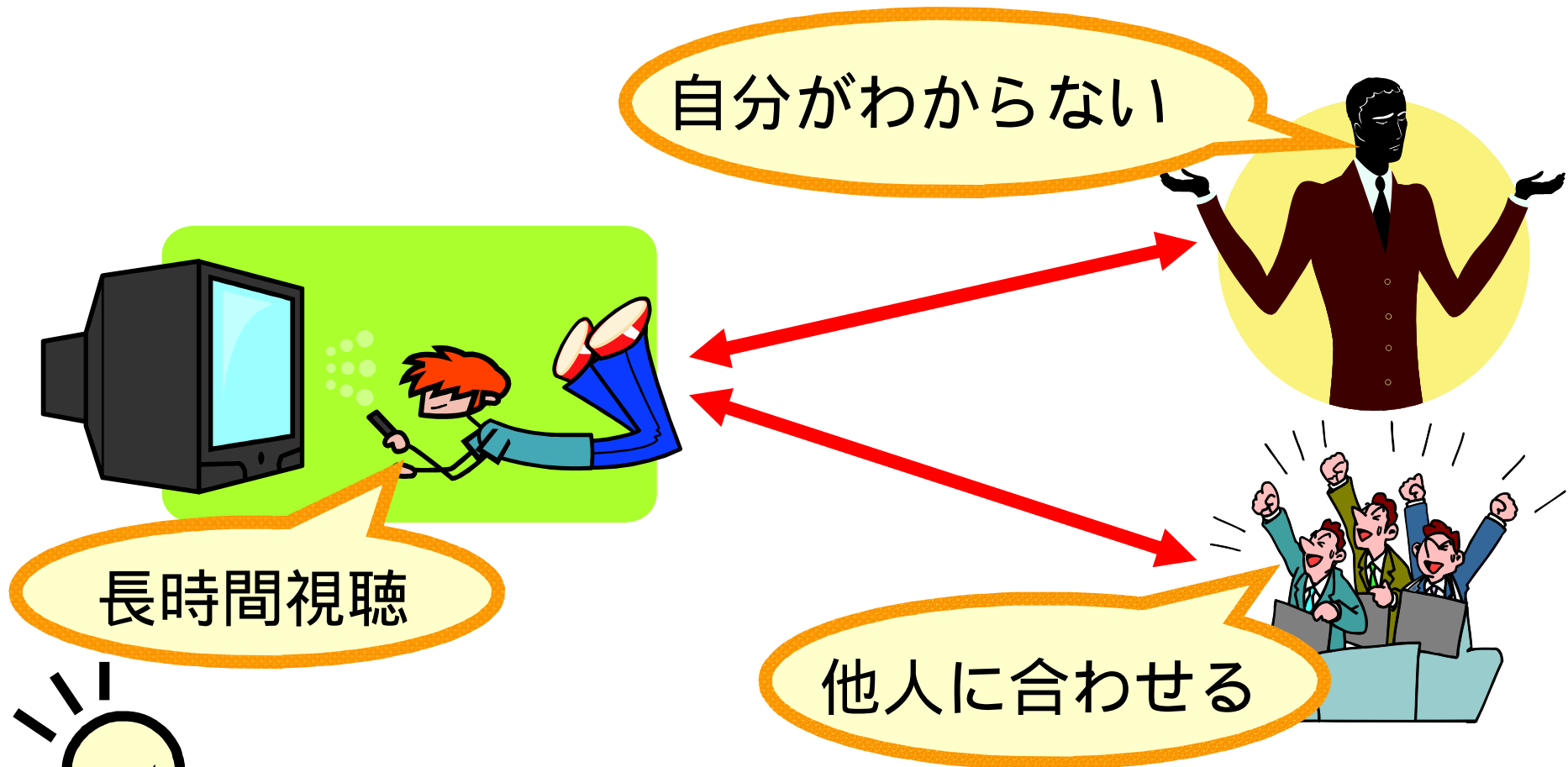
メディアと心理の相関モデル



数値は相関係数 有意差水準: *** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

テレビを見ている人ほど
アイデンティティが欠如していて、同調傾向がある!!

第2幕のまとめ



大学生がメディアを利用したときの
心理傾向が明らかに!!

第3幕

検証Ⅰ

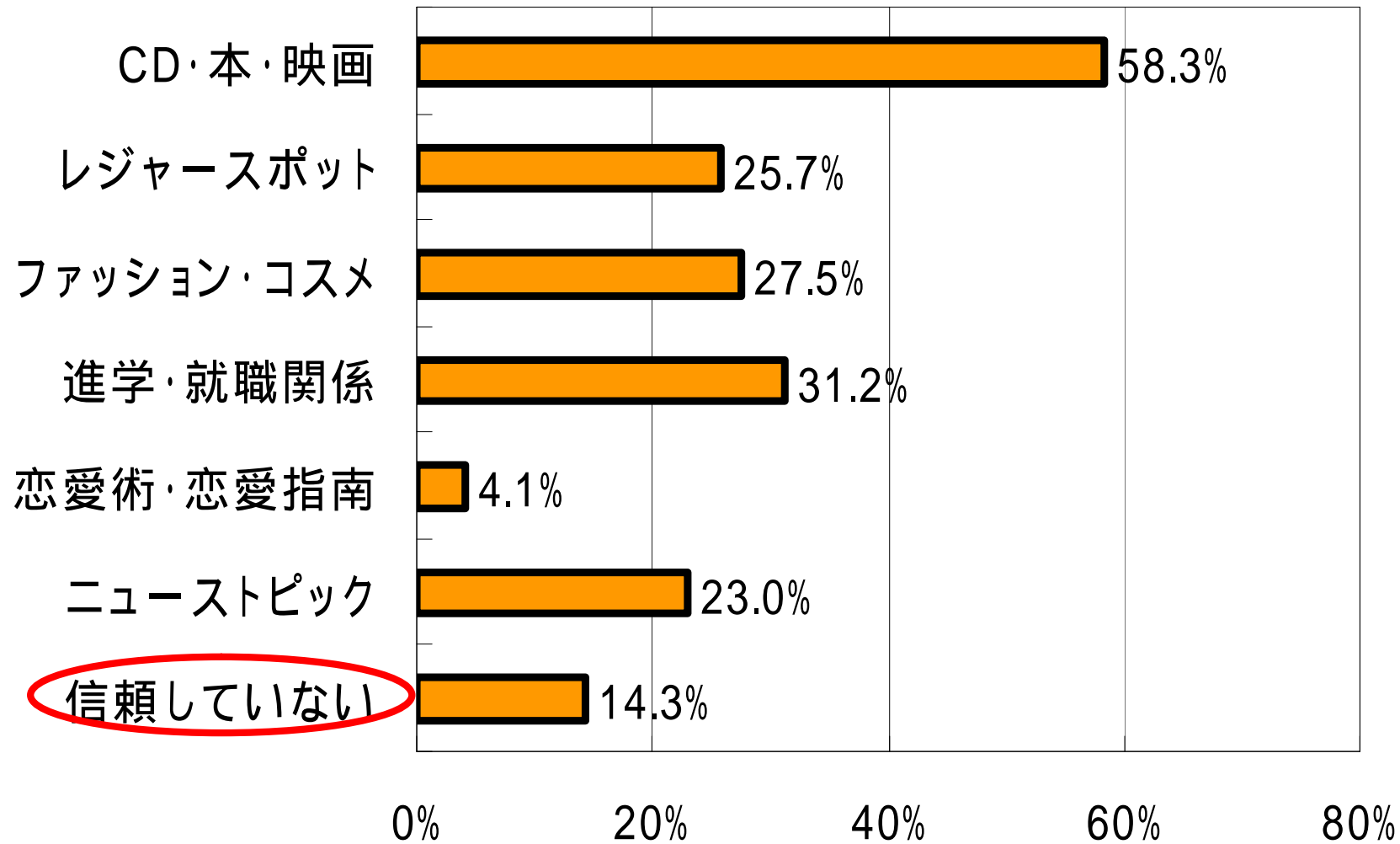
～ ランキング依存と若者 ～

大学生のランキングの 使い方って??

ランキングを
どのように
捉えているの？

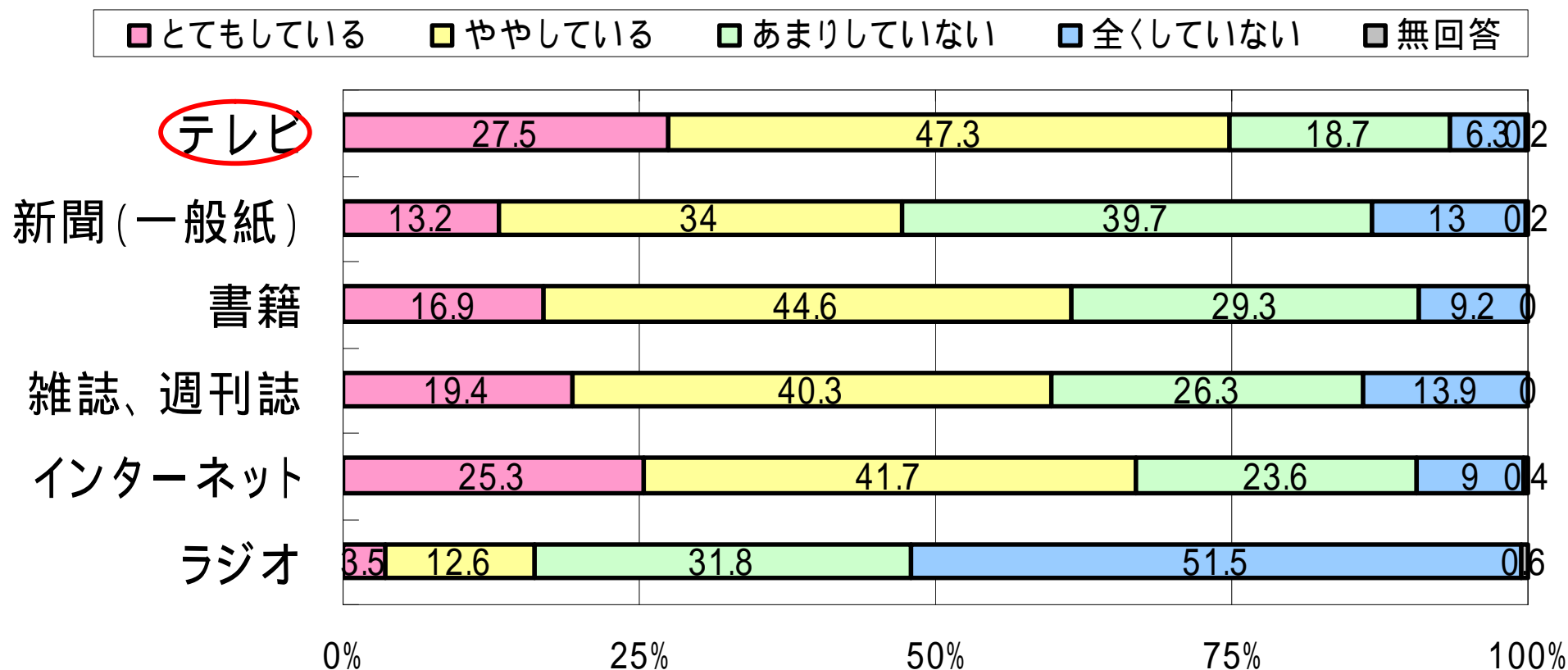


信頼しているランキング (N=509)



信頼していない人が、**約14%**しかいない!!

メディア別のランキング影響(N=509)

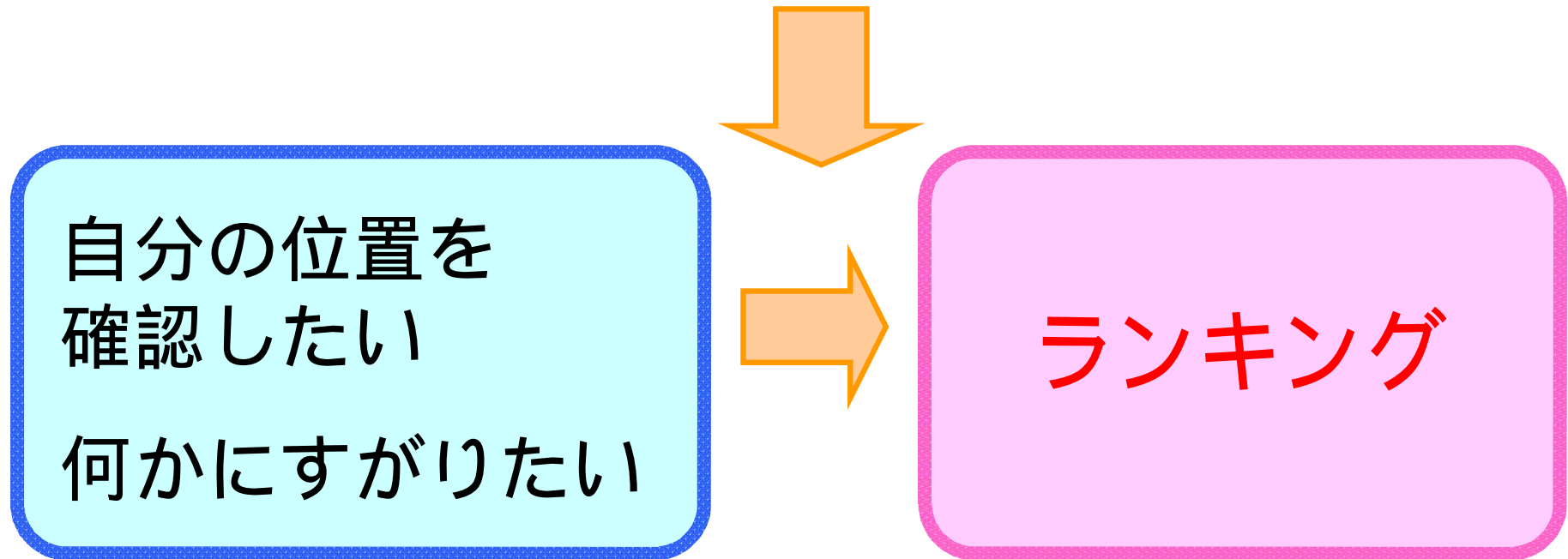


テレビで放送されたランキングの影響を受けている人が最も多い

すがりたい若者

仲川(2008)

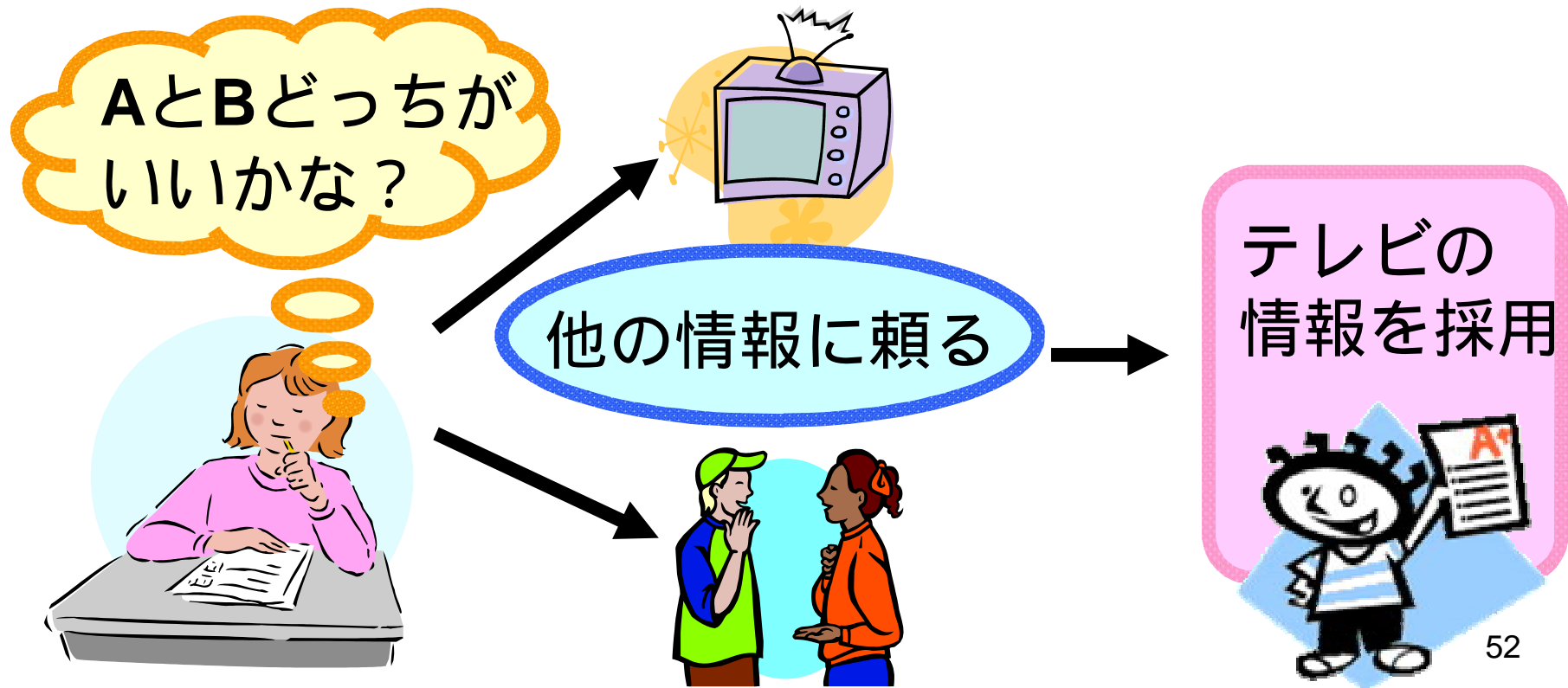
「みんながやっているから私もやるという風潮から
自分の位置を確認したい、何かにすがりたいという
風潮に若者の意識が変わってきている」



依存性

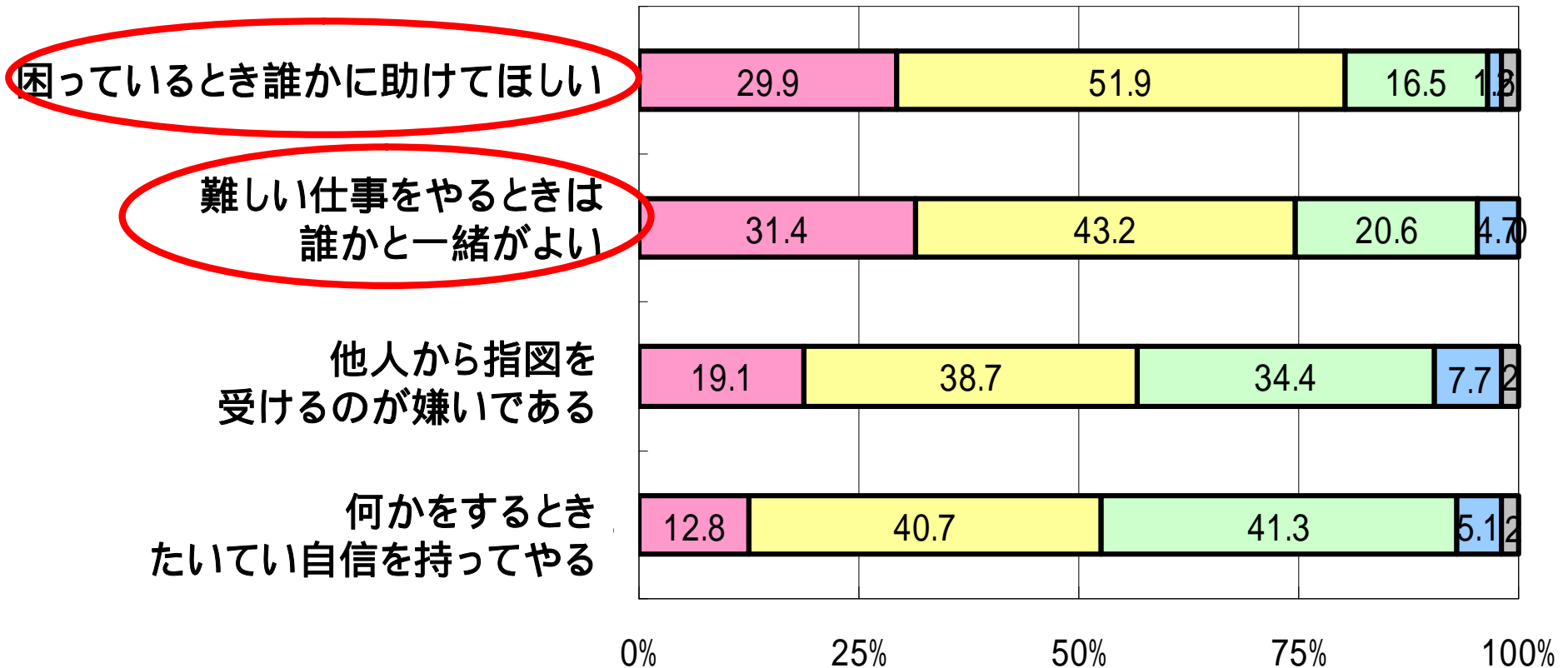
シアーズ、マコビー、レヴィン(1957)

何かを判断する際に、他人や情報を利用
または、頼りにする度合い



依存(N=509)

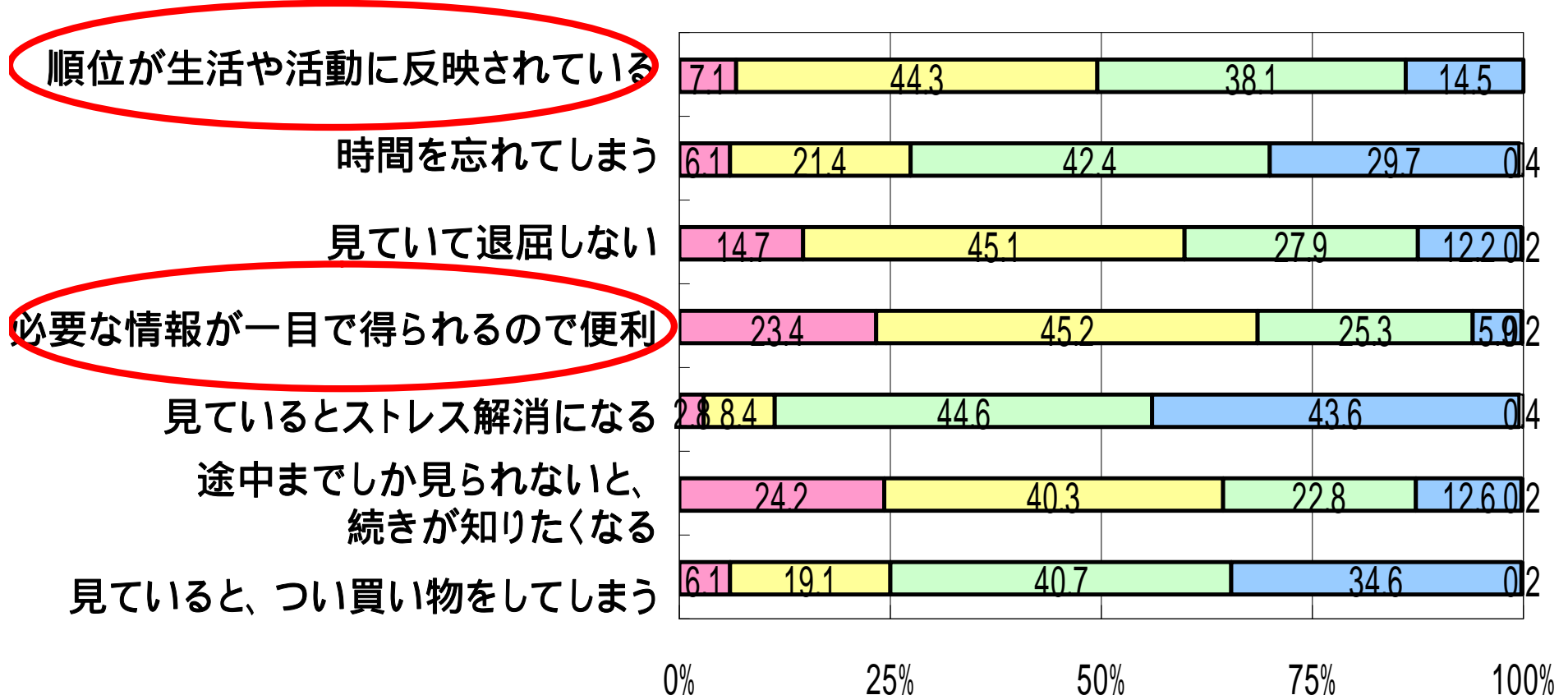
■ とてもあてはまる ■ ややあてはまる ■ あまりあてはまらない ■ 全くあてはまらない ■ 無回答



すべての質問に過半数があてはまっており
大学生の誰かに頼りたいという傾向がわかる!!

ランキング依存(N=509)

☐ とてもそう思う
 ☐ ややそう思う
 ☐ あまりそう思わない
 ☐ まったくそう思わない
 ☐ 無回答



大学生はランキングを便利だと考え
 生活や活動に反映している

ところで・・・

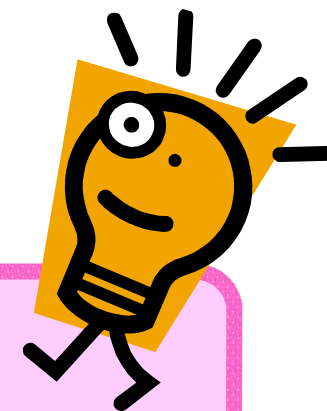
相関分析 相互に関係があるかを調べる方法

しかし

相互関係の**原因**が知りたい！！

そこで

この因果関係を調べるために
実はこんな方法があるんです！！

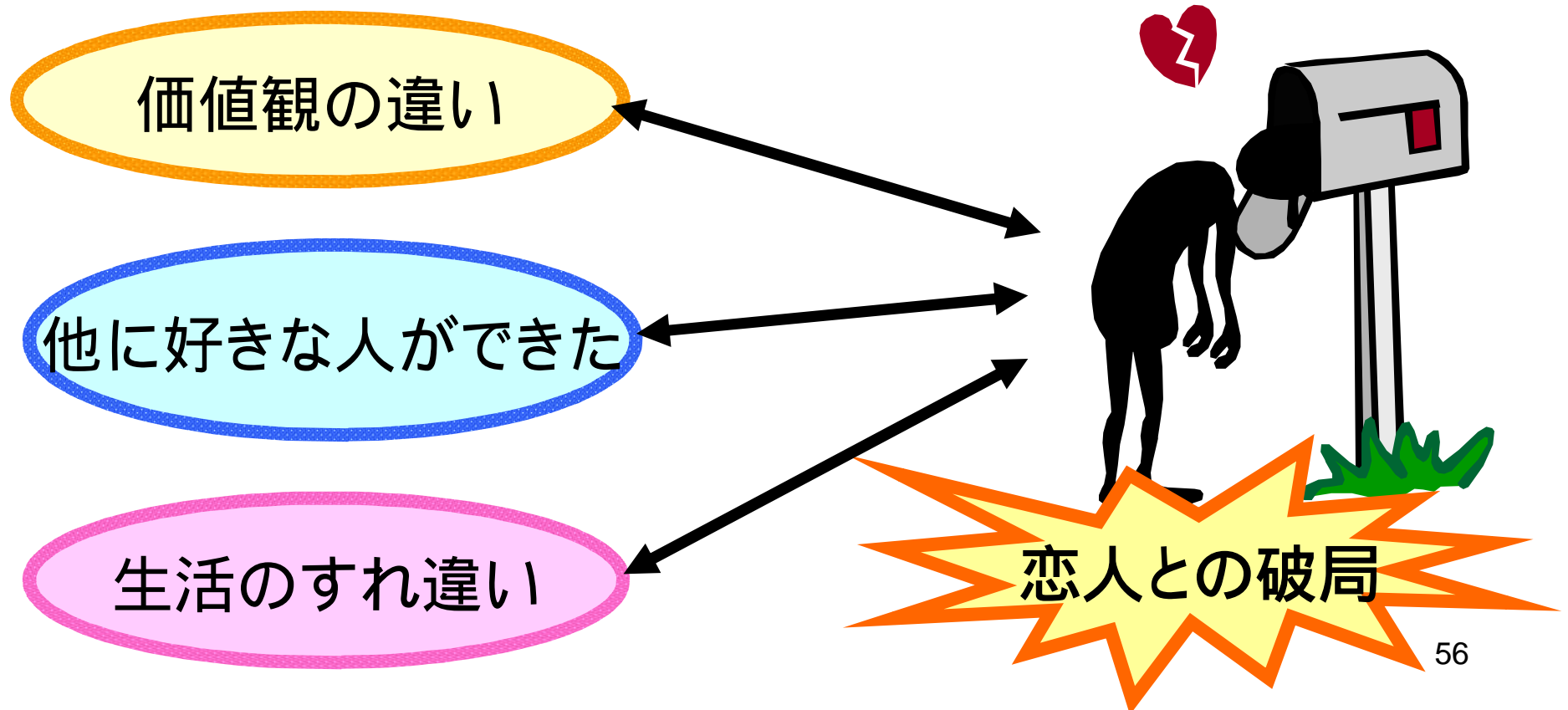


重回帰分析

2つの変数の因果関係を調べる分析

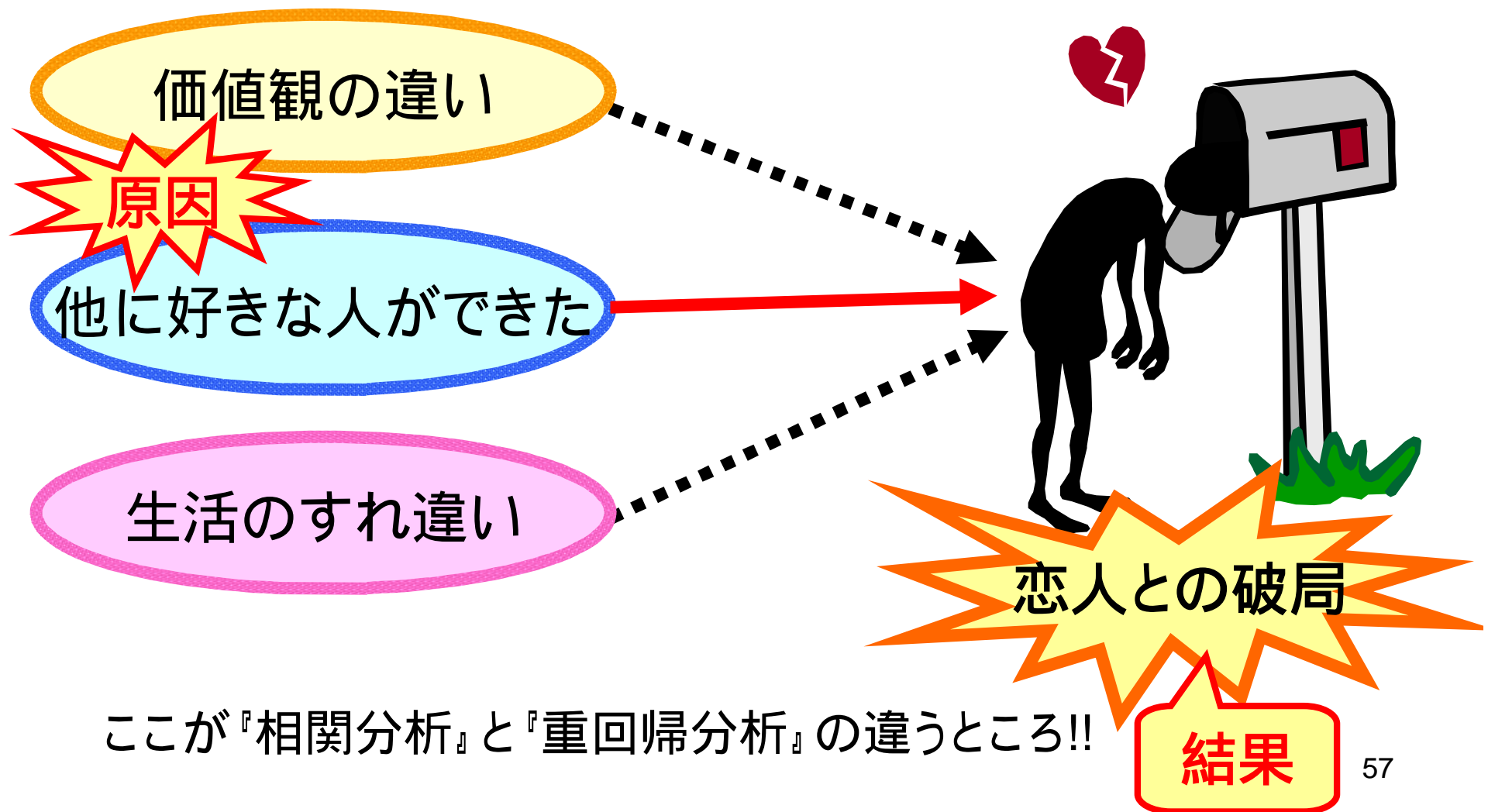
相関分析だけではわからない因果関係を調べられる

相関分析・・・どちらが原因で結果なのかが分からない

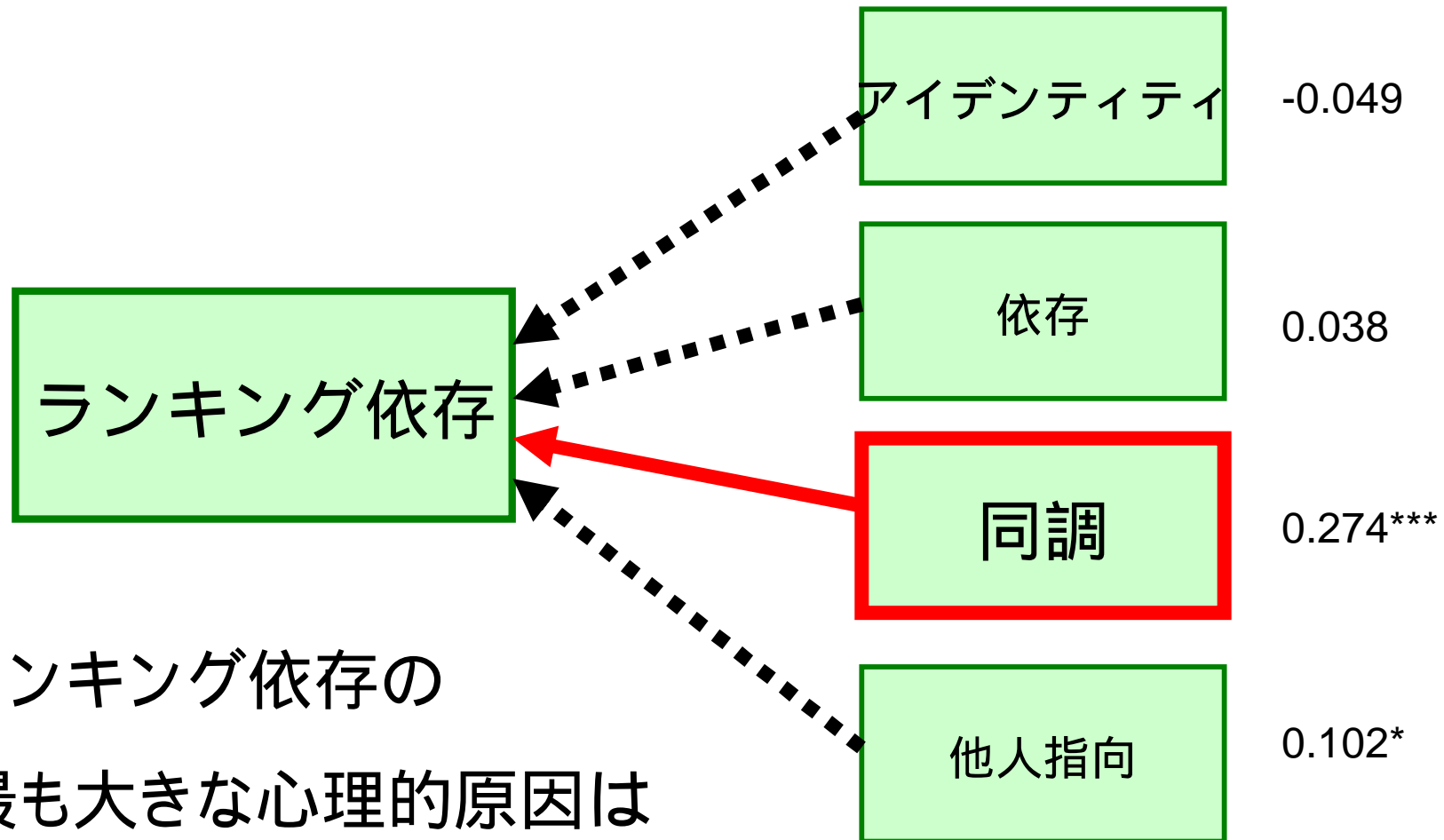


重回帰分析

重回帰分析・・・因果関係が明らかになる



ランキング依存と心理の重回帰

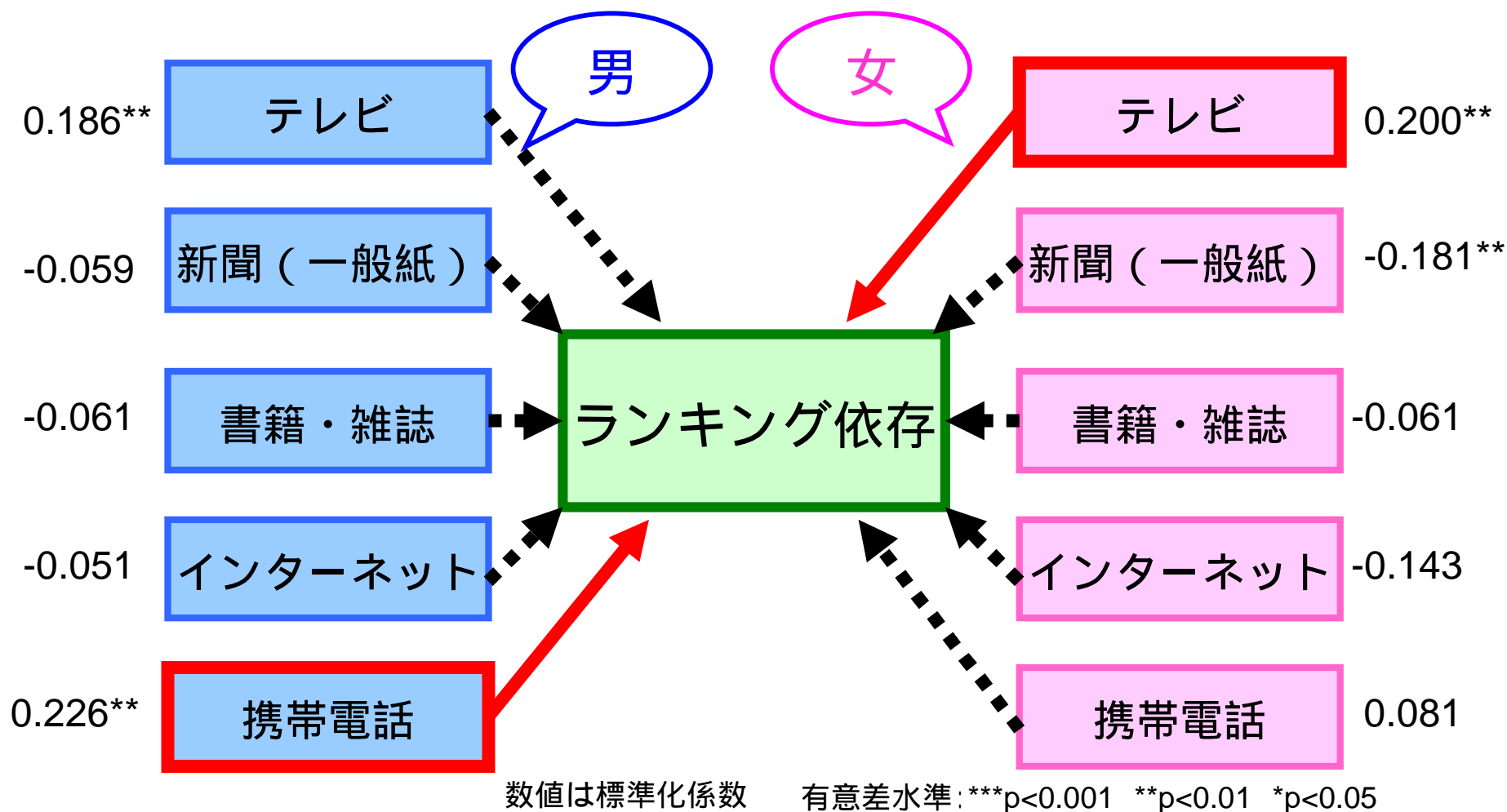


ランキング依存の
最も大きな心理的原因は
同調になっている

数値は標準化係数

有意差水準: *** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

ランキング依存とメディアの重回帰



男子は携帯電話、女子はテレビの利用が
ランキング依存に繋がる

実におもしろい!!
コンテンツごとに
ジャンルわけを
しよう!!

でも先生
ランキングって言っても
たくさん種類が
あると思うんですが・・



ランキング参考コンテンツ

	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子	第6因子
めざましテレビ	0.607	-0.024	0.059	0.005	0.045	0.154
C D T V	0.386	0.061	0.347	0.041	-0.069	0.106
抱かれない男ランキング	0.215	0.098	0.174	-0.01	-0.021	0.16
人気就職先ランキング	0.04	0.515	-0.05	-0.002	0.05	0.195
大学偏差値ランキング	0.065	0.459	0.167	0.057	0.145	0.119
ランキンの楽園	-0.009	0.235	-0.014	0.118	-0.086	-0.098
店頭レンタルC Dランキング	0.194	0.133	0.518	0.049	0.272	-0.017
ラジオのHIT曲ランキング	0.009	-0.038	0.355	0.027	0.031	0.059
ranKing ranQueen	0.071	-0.096	0.053	0.512	0.263	0.271
@cosme	-0.007	0.114	0.013	0.471	-0.102	-0.06
出沒！アド街ック天国	0.011	0.136	0.079	0.247	0.013	0.206
本屋大賞	-0.042	0.003	0.107	-0.046	0.411	0.019
Tokyo Walker	0.259	0.21	-0.049	0.14	0.317	0.033
mixi日記ワードランキング	0.075	3.541E-06	0.082	0.017	0.029	0.346
ブログアクセスランキング	0.081	0.08	-0.007	0.032	0.004	0.186

因子分析

多様な現象をパターン化する分析方法

スナックが好きなお菓子は何ですか??

因子

	非常に好き	やや好き	あまり好きではない	全く好きではない
ポッキー		2	3	4
チョコレート		2	3	4
キャンディー	1	2	3	4
ハイチュウ	1	2	3	4
ポテトチップス	1	2	3	4
クッキー	1	2	3	4

溶ける
因子

ランキング参考コンテンツの因子分析

	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子	第6因子
めざましテレビ	0.607	-0.024	0.059	0.005	0.045	0.154
CDTV	0.386	0.061	0.347	0.041	-0.069	0.106
抱かれない男ランキング	0.215	0.098			-0.021	0.16
人気就職先ランキング		0.515			0.05	0.195
大学偏差値ランキング		0.459			0.145	0.119
ランキンの楽園		0.235	-0.014	0.118	-0.086	-0.098
店頭レンタルCDランキング	0.194	0.133	0.518	0.049		
ラジオのHIT曲ランキング			0.355	0.027		
ranKing ranQueen			0.053	0.512		
@cosme	-0.007	0.114	0.013	0.471	-0.102	-0.06
出沒！アド街ック天国	0.011	0.136	0.079	0.247	0.013	0.206
本屋大賞	-0.042	0.003		0.046	0.411	0.019
Tokyo Walker	0.259	0.21		0.14	0.317	0.033
mixi日記ワードランキング	0.075	3.54E-06		0.017	0.029	0.346
ブログアクセスランキング	0.081	0.08	-0.007			0.186

定番
コンテンツ

自分の位置把握
コンテンツ

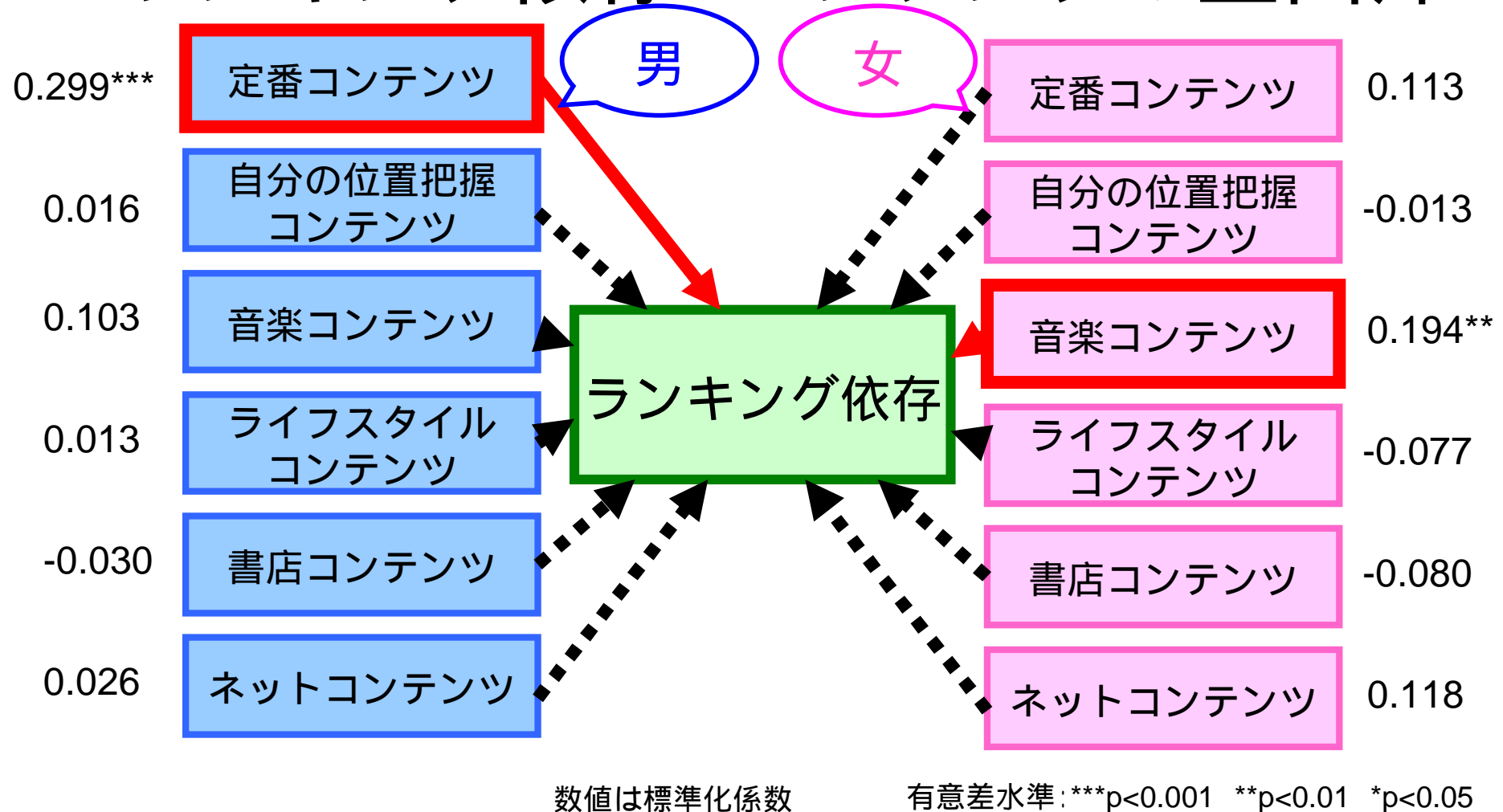
音楽
コンテンツ

ライフスタイル
コンテンツ

書店
コンテンツ

ネット
コンテンツ

ランキング依存とコンテンツの重回帰



男子は**定番コンテンツ**、女子は**音楽コンテンツ**を使う人がランキング依存の傾向が強い

分析方法のおさらい

相関分析



AとBの関係を調べる

重回帰分析

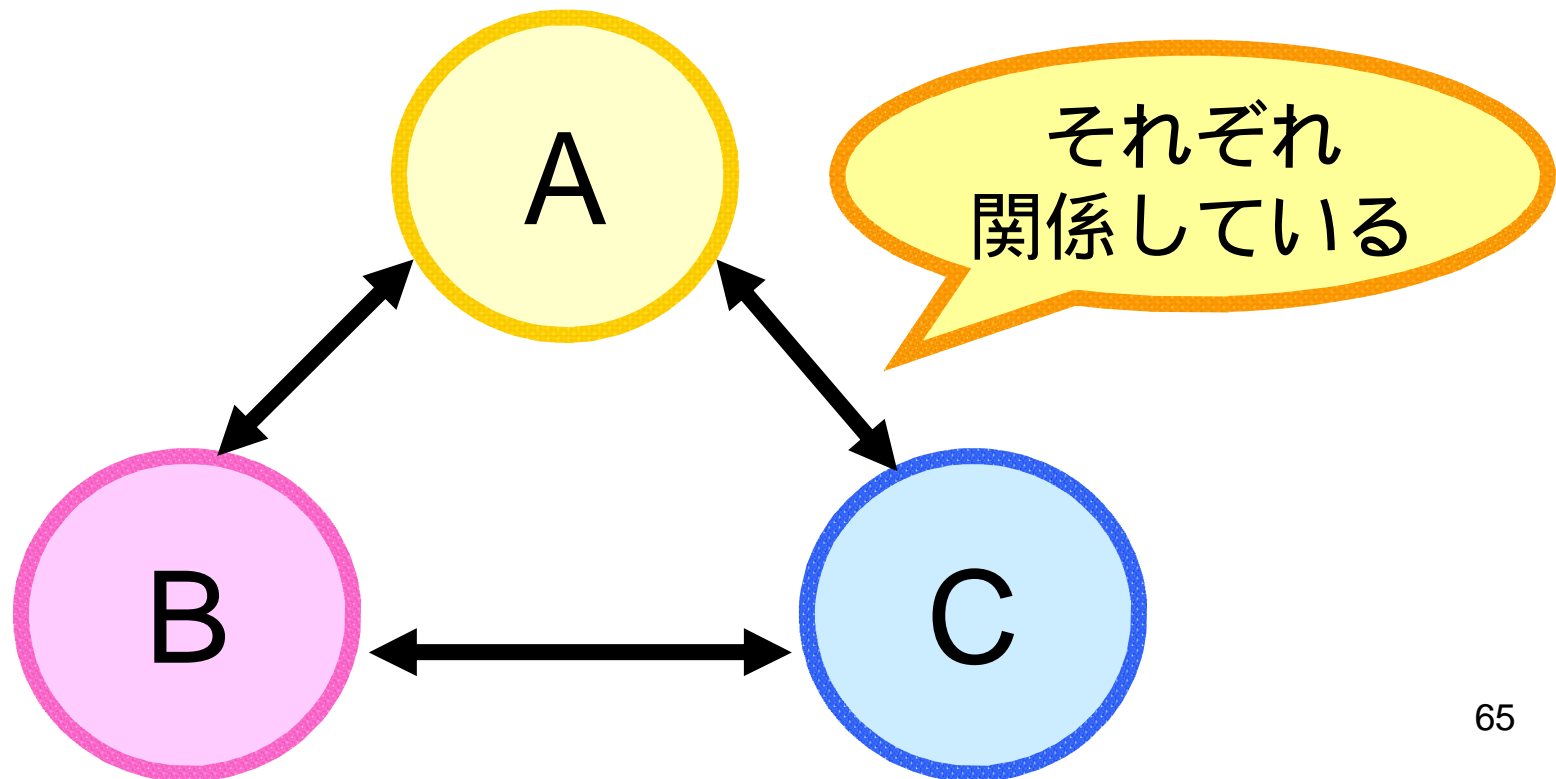


BがAにいたる原因を調べる

因子分析



現象をグループ化する



分析方法のおさらい

相関分析



AとBの関係を調べる

重回帰分析



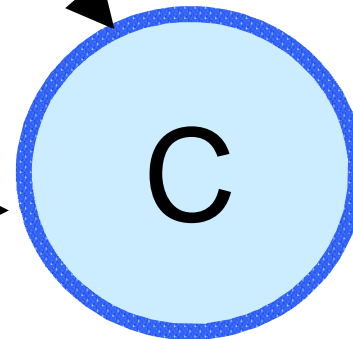
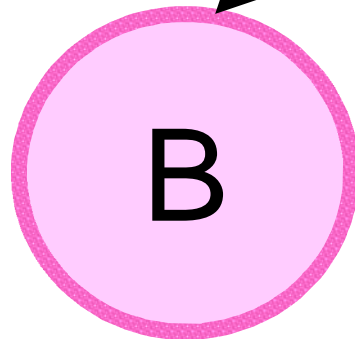
BがAに与える原因を調べる

因子分析

る


流れを明らかにする!!

ている



パス解析

3変数以上の因果関係の連鎖を調べる分析

重回帰分析を繰り返し行うことで、因果関係の流れを調べることができる

標準化係数() 因果関係の強さの値
が大きいほど
因果関係が強い

パス解析

3変数以上の因果関係の連鎖を調べる分析

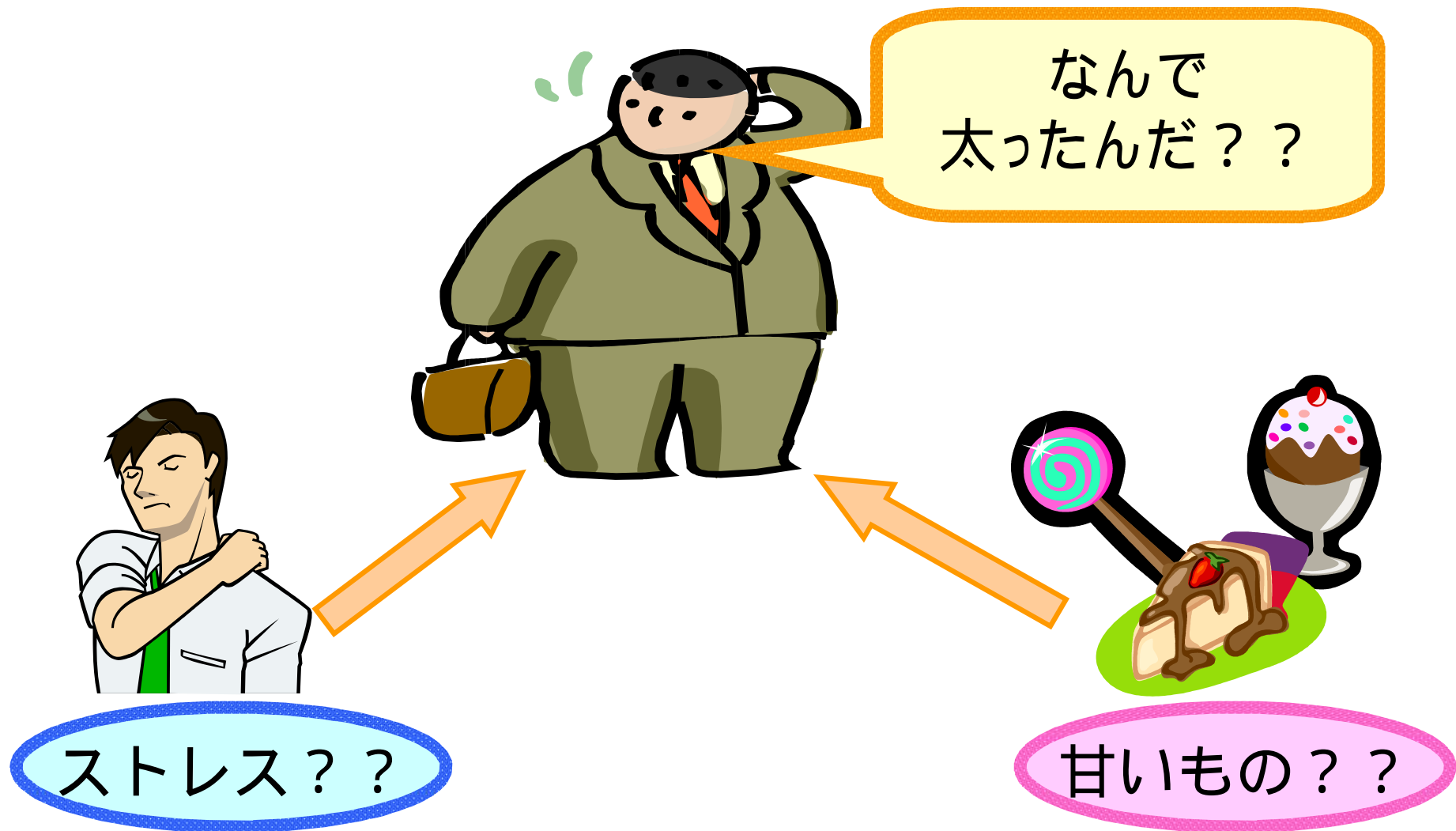
⇒ 重回帰分析を繰り返し行うことで、因果関係の流れを調べることができる

標準化係数

パス解析をすれば、
こんなことがわかる!!

パス解析

なぜ、このサラリーマンは太ったのだろうか??



パス解析

『体重の増加』には何が影響したのか調べたい

『体重の増加』と他の2つの変数を重回帰分析をする

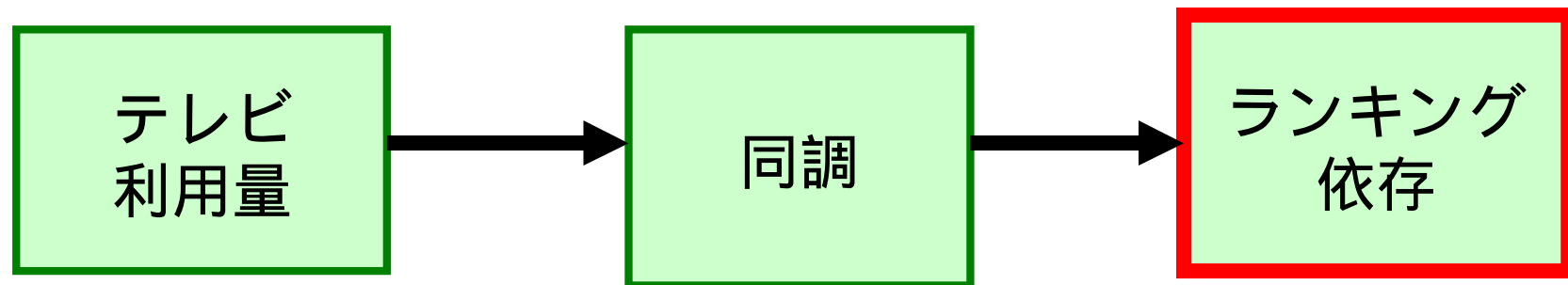
⇒ 『甘いもの』が一番 大きい。『体重の増加』は『甘いもの』が原因とわかる

次に『甘いもの』と『ストレス』の重回帰分析する

⇒ 『甘いもの』を食べる原因は『ストレス』にあることがわかる



ランキング依存へのパス解析モデル



0.202***

0.316***

数値は標準化係数

有意差水準: *** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$

テレビを利用する人ほど
同調傾向に繋がり、**ランキング依存**へ・・・!!

第3幕のまとめ

テレビの長時間視聴



ランキングを頼りにする



他人に合わせる



メディアの利用が、同調傾向を生み出し
それがランキング依存に繋がっている