

## テレビ視聴による欲求充足に関する実証的研究 ——「接触強化の欲求」と「逃避・緊張緩和の欲求」の場合——

石川 勝博

### 1. はじめに

高度情報化社会と呼ばれる現代社会において、我々の生活とマス・メディアには密接な関係がある。そして、我々は一方向的に情報を受け取るのではなく、たくさんの選択肢の中から自分の好みに応じてマス・メディアを利用している。こうした考えを支持する研究領域として「利用と満足」研究があり、その基本前提として、我々マス・メディアの受け手を、積極的に自己の欲求を充足させるためにマス・メディアを利用する存在として捉えている。

「利用と満足」研究に関して、欲求からテレビ視聴により得られる充足を考えていくのではなく、充足からそこに存在するであろう欲求を類推しているという指摘がなされてきた。これは「利用と満足」研究の前提とはそぐわないものである。従来の「利用と満足」研究はそれぞれが独自の充足類型を提示しており、それぞれに共通する充足も存在するが、体系化はなされていない。

その一方でマス・メディア接触を通じて充足される欲求を確定しようと研究もある。Katzら(1973)は、「認知的欲求」、「感情的欲求」、「統合的欲求」、「接触強化の欲求」、「逃避・緊張緩和の欲求」の5つの「メディア関連欲求」を提唱している。しかし、多くの研究は単一の欲求に対する充足を扱っており、欲求の体系化には至っていない。

以上のことから、本来の流れである「欲求から充足へ」という流れに沿って考えていくことにより、欲求と充足の体系化が可能となるのではないかと考えた。そこで、今回は、「接触強化の欲求」と「逃避・緊張緩和の欲求」の充足との関係を明らかにすることを目的とする。

## 2. 研究の背景

### (1) 「利用と満足」研究の特色

竹内（1977）は、マス・コミュニケーション研究には3つの立場があるとしている。第1のものは「効果」を問題にする立場であり、「説得的コミュニケーション」研究とも呼ばれる。この研究は、送り手の意図が込められたメッセージが人々の態度や行動をどれだけ変化させるかを扱っている。第2のものは「影響」を問題にするもので、メッセージ自体の特性が受け手の行動様式や意識にもたらす結果に対し注意を払っている。そして、第3のものが「利用と満足」である。

「効果」や「影響」に関する研究は、マス・メディアが、受け手に与える効果や影響を問題にしているのに対し、「利用と満足」研究は、受け手がマス・メディアやその内容をどのように利用し、どんな心理的満足感を得ているのかを問題とする点に特徴がある。竹内（1977）は、「利用と満足」研究を「マス・コミュニケーションの受け手の側に立って、『メッセージ』がどのような種類の欲求を満足させ、あるいはどのような効用をもたらしたかについて考察する研究である」と定義している（p.103）。

### (2) 「利用と満足」研究の系譜

Katzら（1974）は、「利用と満足」研究の研究系譜をその特色から第1期（1940-50年代）、第2期（1960-70年代）というように区分しているので、

以下この区分に従って、過去の研究を概観する。

「利用と満足」研究は1940年代に始まる。当時、マス・メディアの効果は、個人特性の違いにより異なることが分かってきた。それまでの受け手像は、マス・メディアの内容に対して抵抗できない受動的な存在であったが、能動的な存在（「能動的な受け手（active audience）」）と考えられるようになった。「能動的な受け手」とは、自分の欲求を充足させるための方法を探し、もしメディアが欲求を充たす見通しがたてば、接触の前にメディア内容を意識的に選択する存在である。また、受け手のメディア接触は、メディアが自分の欲求をどの程度充たしてくれるかに影響される。つまり、受け手の欲求がメディア接触パターンを規定するのである。従って、メディア接触行動は、目標志向的（goal-directed）であると捉えられる（Katzら、1973；Katzら、1974）。こうした新たな受け手像とメディアとの関係に関する新たな知見を得るためのものとして「利用と満足」研究が生まれた。

この時代の代表的な研究に、Lazarsfeld（1940）のRadio and the Printed Pageがある。当時、ラジオは一般の人々に対して教育的な効果を与えることが期待されていた。しかし実際は、コメディ等の娯楽番組を聴取しているものが多かった。しかし、娯楽番組の聴取行動を細かく分析すると、多くの人がクイズ番組やドラマ番組を「ためになる」と評価しており、教育的機能が発見される可能性が示唆された。

1950年代に入ると、「利用と満足」研究は、主に方法上の限界により衰退し始めた。当時の研究法であった事例調査は、研究者の主観が入り込む可能性が高く、結果の客観性を損う恐れがあったためである。また、具体的な手続きについて言及されていないために、他の研究者が追認調査やデータの再分析を行なうことができないという欠点があったのである。

1950年代の主な研究には、RileyとRiley（1951）がある。彼らは、子供が友達仲間に関わっているかどうかで、漫画の読み方やテレビの見方が異なることを発見した。仲間集団に加わっている子供は、テレビ番組から遊びに使えるものを発見する「社会的効用」のために視聴しているのに対して、

仲間集団に加わっていない子供は、現実の葛藤からの逃避の手段として、視聴していたのである。

1940年代から50年代にかけての「利用と満足」研究の特色について、Katzら(1974)は、次のようにまとめている。

1. 基本的に同じ方法論的アプローチを用いている。すなわち、受け手の自由回答を質的に分析して、充足リストを作成している。
2. 特定集団の充足のカテゴリー化を図っている。そこでは、一般母集団内の分布が無視されている。
3. 発見された充足と、充足させられる欲求の心理学的、社会学的起源との関連を解明しようとしなかった。
4. メディアによる充足の潜在的構造の分析に導くことができるような、メディアの機能の相互関連性を解明できなかった。
5. 理論的な説明を定式化できるようなかたちで、メディア充足のさらに詳細な分析を積み重ねられるような結果を生みだせなかった。

1960年代から70年代になって、「利用と満足」研究は方法上の限界を克服できるようになった。その理由として、竹内(1976)は、1. 人々のマス・メディア接触を動機づけている心理的・社会的な条件に注目し、それらの条件と「利用と満足」のパターンとの関連を明らかにしようとする試みが出現したこと、2. 「利用と満足」の実態を調べるのに統計調査の手法を適用し、さらに、そこからいくつかの充足タイプを抽出するにあたって、数量的に操作しようとする試みが出現したことを挙げている。

1960年代から70年代にかけての「利用と満足」研究の特色をKatzら(1974)は、次のようにまとめている。

1. 「受け手」は積極的な存在であり、受け手のマス・メディア利用は、「目標志向的」に行なわれると想定されている。
2. マス・コミュニケーションの過程において、「受け手」の欲求の充足とメディア選択の結びつきに注目している。
3. メディアは、人々の欲求を充足させる他のメディアと競合している。従って、他の機能的代替手段（対人コミュニケーションなど）を考慮する必要がある。
4. データは「受け手」自身から引き出されたものを用いる。そこには、人々は個々の問題について自分たちの興味や動機を報告する能力があるという仮定がある。
5. マス・コミュニケーションの文化的意義についての価値判断は、「受け手」像が解明されるまで、待つべきである。

### (3) 「満足」と「充足」の概念検討

「利用と満足」研究の「満足」とは、“gratification”の訳である。しかし、単独で“gratification”を用いる際には、一般には「満足」という用語の代りに、「充足」という用語が使われている。これは、“gratification”を直訳したことから生じた問題であると考えられる。

「満足」ではなく、「充足」という用語が用いられるのは、次のような理由からである。すなわち、「利用と満足」研究が発展する過程において、欲求概念が明らかになり、受け手の欲求（needs）の存在が無視できなくなった。そこで、マス・メディアとの接触を通じて受け手が欲求を充たすという意味で「充足」という用語がふさわしいのである。ここには「欲求から充足へ」という図式が見られる。竹内（1976）の「利用と満足」モデルは、この図式を分かりやすく説明しているので、次に提示する。

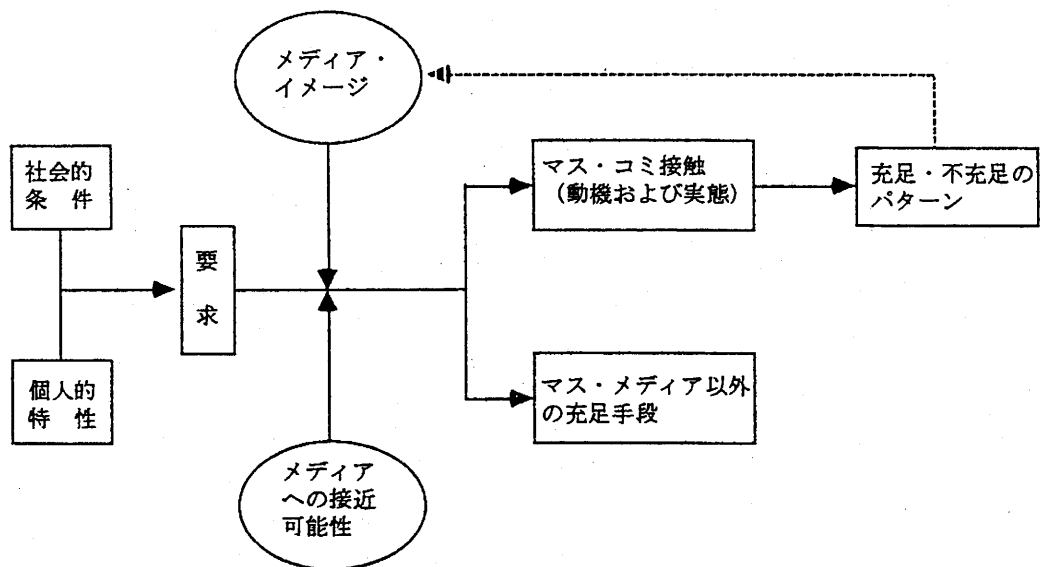


図1 「利用と満足」に関連するマス・コミ行動の諸要素との結びつき  
(竹内, 1976, p.106)

このモデルによると、要求は、個人的特性及び社会的条件によって規定されて生じる。この要求にメディア・イメージとメディアへの接近可能性が影響を与え、メディアへの接触により充足を図ろうとするか、それ以外の方法による充足が起こる。メディアに接触した場合には、充足又は、不充足が生じてメディア・イメージに影響を与える。彼は、人間の要求にはどんなものがあり、マス・メディアはそれらの要求のうちのどれを充たし、どれを充たしていないかという視点を忘れるべきではないと指摘している。

このモデルには「要求」という要素があるが、これは“need”の訳として用いられている。“need”は「欲求」とも訳されることもあるが、この2つの用語は異なるのだろうか。『心理用語の基礎知識』によると、「要求の代用語としての欲求は、要求より広義に用いられることもある。両者の定義を厳密に区別する人もいるが、一般にはむしろ同義に用いられる場合が多い」(東洋 他 編, 1973, p.39)としているので、以後本研究では用語を「欲求」に統一して用いることにする。

メディア接触による充足の過程を整理すると、欲求は社会的、心理的な要因との相互作用から生まれ、それがメディア接触により充たされた時初めて、充足が生じると考えられる。

#### (4)「逃避」仮説

テレビというメディアが出現し、急速に普及する過程で人々の生活に変化が起こった。そこで、社会におけるマス・メディアの機能に関心が持たれるようになった。その中の主要な知見が「逃避」仮説である。

Katz と Foulkes (1962) は、当時の一般的な「逃避」仮説を次のようにまとめている。「日常生活における疎外や剥奪は、緊張と葛藤を生みだし、その解消のために人々は、社会的役割から遮断された文脈の中でマス・メディアに対する過度な接触を求める。そしてメディアの提供する幻想的な内容に同一化することを通じて、人々は代償的満足という心理過程を経験し、その結果として日常生活における社会的役割からの逃避という麻痺作用がもたらされる」(pp.379-80)。このように「逃避」という言葉は、マス・メディア内容に対する非難の言葉として用いられることが多かった。

しかし、研究が進むと「逃避」は、複雑な概念であることが示唆された。Katz と Foulkes (1962) は、一般的「逃避」概念が漠然としたものであり、諸形態があること、その概念の分析にあたっては、それらを区別する必要があると述べている。彼らによると、自己を喪失したり、疎外されたりしている人が、代償満足を得るための「消極的なフィードバックとしての逃避」と日常生活において必要な休息や息抜きのための「積極的なフィードバックとしての逃避」があり、全ての「逃避」が個人と社会にとって逆作用とは限らないとしている。同じ内容が人々の求めるくつろぎを与えるだけでなく、一般人の生活を環境適応的にし、全体的な社会体系を保持するのに役立つのである。このように「逃避」内容の機能は複雑であり、人々に対して一様に逆機能を果たすとは限らないのである。

McQuail ら (1972) は、「逃避」仮説を無批判に受け入れることは、受け手とメディア内容との関係について、1つの単純な見方をもたらし、また受け手の動機づけの複合性と多様性とを過小に評価する恐れがあると主張している。

彼らは、一般的な「逃避」仮説の問題点を次の4つにまとめている。

1. 番組の人気と内容の質の高さは矛盾するという見解があること
2. ほとんど全ての番組は、本質的に同一の満足をもたらし、一般的に同一の動機で視聴されているという前提があること
3. テレビ視聴体験は、浅薄で、必要とされることではなく、些細なものと考えていること
4. テレビ視聴は、時間つぶしであり、何もすることがない時の行動だと捉えていること (pp.140-1)

彼らは、実証的研究のデータに基づき、視聴者の充足を4つに類型化することによって、テレビ視聴において「逃避」が唯一の充足ではないことを明らかにした(4つの類型については、次に述べる)。結果として、異なる番組から同じ充足、逆に同じ番組から異なる充足を得る可能性を示唆し、受け手の視聴行動を積極的なものと捉えなおした。

## (5) 充足類型に関する研究

テレビから得る充足は、「逃避」のみではなく、様々な充足を得ている可能性が示唆されたことは既に述べたとおりである。Lometti ら (1977) などのように、充足類型に関する研究は、類型の数やその内容が過去の調査と類似していたり、確認しただけであるという批判もあるが、充足の類型に関しては数多くの研究がある。

1970年代以降は、統計的手法を取り入れることによって、マス・メディ



アから得る充足の類型が提示された。その代表的なものに McQuail ら(1972)の研究がある。彼らは、ラジオホームドラマ、テレビ冒険ドラマ、クイズ番組、テレビニュース番組のなかから6番組を選んで、それらをいつも見ている視聴者を対象に予備調査を行ない、そこから得られる充足をまとめたリストを作成した。さらにそれを、より多くの人々に示して、それぞれの項目に対してどのくらい同意するかを調べた。それらについて、各番組別にクラスター分析を行ない、それぞれの充足類型を得た。それらをまとめた結果、以下の4つの充足を得た。

#### 1. 気ばらし (Diversion)

- a. 日常生活のもろもろの制約からの逃避 (escape from the constraints of routine)
- b. 苦勞や悩みからの逃避 (escape from the burdens of problems)
- c. 情緒的開放 (emotional release)

#### 2. 人間関係 (Personal Relationship)

- a. 登場人物との疑似的社会関係 (companionship)
- b. 日常的な社会関係にとっての効用 (social utility)

#### 3. 自己確認 (Personal Identity)

- a. 自分を位置づける座標軸の獲得 (personal reference)
- b. 現実に対する対処の仕方の学習 (reality exploration)
- c. 価値の強化 (value reinforcement)

#### 4. 環境監視 (Surveillance)

この研究以外でも、様々な充足類型が提示されている。例えば Greenberg (1974)、水野 (1977)、日本民間放送連盟放送研究所 (1979) などがある。しかし、これらの研究は受け手がメディアによってどんな充足を得ているのかという点のみに注目しているので、単なる充足の羅列に終わる恐れがある。それを防ぐためには、受け手が、どんな欲求を持っていて、どの欲求を充足

するのか、という視点から考えることが必要であろう。そうすることによって、充足を体系的に考えることが可能になると思われる。

## (6) 欲求と「利用と満足」研究

初期の「利用と満足」研究は、主として接触後に表明された充足から特定の欲求を推論していた。この方法には、人々が持つ一般的な欲求や、欲求と充足との関係を体系的に把握できないという欠点がある。従って、欲求を体系化して充足との関連を明らかにしようとする研究が現れた。

例えば、Rosengren と Windahl (1972) は「社会的相互作用の欲求」に関する研究をしている。彼らは、友人や家族とうまくコミュニケーションを図ることができる人は、現実にと人と接することで社会的相互作用の欲求を充たすことができ、そうではない人は別の方法、すなわち機能的代替手段を用いて、この欲求を充足しようとすると考えた。そして、こうした人は、番組の登場人物に対する「疑似・社会的相互作用」や「同一化」の程度も高いと考えた。調査の結果、彼らの仮説は支持された。

Katz ら (1973) はイスラエルで調査を行ない、テレビ、ラジオ、新聞、本、映画の5つのメディアが受け手の様々な欲求を充足させるのにどの程度役に立つのかを検討した。そのためにまず、人々がどんな社会的、心理的欲求をもっているのかを明らかにしようとした。それらは、自己と他人とを同一化させようとする欲求、自己を成長させようとする欲求、自己を満足させようとする欲求である。それらを政治や家族、宗教、教育に関する欲求として整理して質問項目を作り、最終的に社会的・心理学的欲求を表す35の欲求供述 (need statements) にまとめた。

表1 カッツらの35の欲求供述 (Katz ら, 1973, p.38)

1. イスラエルや世界で起こっている事態を知るため
2. 日常生活に役立つ情報を得るため
3. 娯楽を楽しむため
4. ひまつぶしのため
5. 家に1人でいるときの寂しさをまぎらわせるため
6. 我々の指導者を信頼するため
7. 緊張緩和のため
8. ユダヤ人国家に誇りを持つため
9. 日常生活の現実からのがれるため
10. 友達と過ごすため
11. 他の人も自分と同じように物事を考えているのだと感じるため
12. 他の国の人と比較することにより、イスラエルの生活に満足するため
13. 美しいものを見るため
14. 家族と時を過ごすため
15. 我々の指導者の資質を知るため
16. 過去の体験をまたテレビで経験するため
17. 最近の出来事に関わっていると感じたいため
18. うきうきした気分になるため
19. 日々を規則正しく送るため
20. 他の人の経験に関与するため
21. ユダヤ人の伝統に親しみたいため
22. 学習したり、科目を履修するため
23. 他人の前でどう振舞ったらよいのか学ぶため
24. 友達と話し合うため
25. 政府がその機能を果しているか、そのやり方を見守るため
26. 世界が我々をどう見ているのか知るため
27. よい趣味をもつため
28. 政府の政策に反対する人を理解するため
29. 自分がいつも正しいとは限らないことを感じるため
30. 自分が影響力のある人間であることを感じるため
31. アラブ人がどう感じているのかを理解するため
32. より高い生活水準をめざすため
33. 時間を有効に使っていると感じるため
34. 自分自身について知るため
35. 自分の道徳心を高揚させるため

これら35の欲求は、次のA、B、Cの側面 (facet) から分類される。

表2 メディア関連欲求の分析項目 (Katz ら, 1973, p.36.)

A.様相(mode)	B.関係(connection)	C.言及対象(referent)
1.強化	1.情報、知識、理解	1.自己
2.弱化	2.満足、情緒的経験	2.家族
3.獲得	3.信頼、自信、安定性、 地位	3.友人
	4.接触	4.国家、社会
		5.伝統、文化
		6.地域社会
		7.その他否定の対象 としての準拠集団

A と B の組み合わせを整理し次の5つの欲求に分類している (Katz ら, 1973, p.37)。

1. 「認知的欲求」：情報、知識、理解の獲得に関する欲求
2. 「感情的欲求」：満足、情緒的経験を獲得しようとする欲求
3. 「統合的欲求」：信頼、自信、安定、地位を獲得しようとする欲求
4. 「接触強化の欲求」：家族、友人、地域社会との接触を強化しようとする欲求
5. 「逃避・緊張緩和の欲求」：他人との接触を弱化しようとする欲求、  
気晴らしの欲求

彼らは、マス・メディア利用の研究は社会的、心理的欲求についての適切な理論がないと指摘し、さらに現在必要なのは欲求を羅列したカタログではなく、様々な欲求を類型化することであり、いくつかのレベルに整理することであると述べている。さらに特定の欲求とメディアによる特定の充足との結びつきに関する仮説を確定することが必要であると主張している。

## (7) 心理学による欲求概念の検討

Katz ら (1973) が「利用と満足」研究には、社会的、心理的欲求についての適切な理論がなく、欲求概念を明らかにする必要があると述べていることを指摘した。ここでは心理学における欲求について述べ、さらに「利用と満足」研究との関連を検討する。

Murray (1938) によると、欲求 (need) とは「脳の中の力 (未知の生化学的な性質のもの) をあらわす構成概念であって、現存する不満な状況を変えるように、知覚、統覚、知的作用、意欲、行為などを、ある特定の方向に体制化する力」である (pp.123-4)。そして、生物学的、心理学的諸欲求が、個人ならびに環境的諸特性と関連しながら、様々の課題を生み出し、解決する手段の知覚と結びついて行動への動機 (motive) が生じる。

欲求には、どのようなものがあるのだろうか。その分類にあたっては、研究者により意見の相違があるようだが、一般的に認められた分類規準を次に挙げる。

### (I) 生物学的規準

1. 「生物学的な連続性」——人間以外の動物にも見られるかどうか
2. 「生理学的基礎」——肉体的な基礎として、解剖学的な器官、組織及び生理学的過程が人体内にあるかどうか
3. 「生命保持の必要」——その満足が生命の保持に、どの程度まで必要であるか
4. 「永続性」——人間が生まれたときから一生を通して存在するかどうか

### (II) 社会的規準

1. 「全人類的普遍性」——全人類について見られるかどうか

2. 「文化的普遍性」——ある特定の社会における生活様式、すなわち一定文化内においてのみ普遍的に発現するかどうか
3. 「個人差」——同一社会集団内でも全く個人個人によって違っているかどうか

以上の規準により分類すると、(a) 生理的欲求と (b) 社会的欲求に分けることができる。(a) は、基本的欲求、あるいは第一次的欲求とも呼ばれる。(b) は、第二次的欲求とも呼ばれる。研究者によって呼び方が異なるが、この (a)、(b) の存在は認められている (中野渡と穴田, 1976, pp.27-28)。

欲求に関する説の中で、広く受け入れられているものの1つに、Maslow (1943) の「欲求階層説」がある。彼は欲求を行動に応じて平面的に捉えるのではなく、低次から高次の欲求への段階的な階層構造として捉えている。人間の欲求のうち低次の欲求が充たされると、その欲求は潜在化し、さらに高次の欲求が顕在化するという過程をたどる。このように欲求は、順次上の欲求階層へと登っていく。人間は、現在の欲求が充たされるとそれで満足するのではなく、次から次へと新しくより高次の欲求が生じて、それに基づいて行動するのである。つまり、欲求は、階層的に人間の中に生まれてくるものだとしている。彼は、欲求の階層を低い順に、(1)「生理的欲求」、(2)「安全への欲求」、(3)「所属と愛情への欲求」、(4)「承認への欲求」、(5)「自己実現への欲求」としている。

(1) と (2) は、生命を維持、保持したり、種を保存するための基本的欲求であり、第一次的欲求に相当する。(3) ～ (5) は生命の保持や維持という意味では必ずしも必要ではないが、多くの人がその発達過程において取得する欲求である。この様な欲求は、第二次的欲求または、社会的欲求に相当すると考えられる。

いかにメディアが我々の生活に浸透しているとはいえ、これらの欲求の全てが、マス・メディア接触により充足が期待されるとは考えられない。そこで、どの欲求がマス・メディア接触により充足できるのか検討する必要がある。

る。

前述の竹内（1977）のモデルによると、要求（欲求）は、個人的特性及び社会的条件によって規定されて生じる。これは、社会的欲求に相当すると考えられる。また、Rosengren（1974）は、Maslow のいう（3）「所属と愛情への欲求」、（4）「承認への欲求」、（5）「自己実現への欲求」の諸欲求、すなわち社会的欲求が「利用と満足」研究の問題意識に関連するとしている。

社会的欲求とは、所属集団内に基盤をおいて、経験や学習によって二次的に獲得された欲求のことで、社会環境内の目標（誘因）に向けて人間を内部から行動にかりたてる過程ないし働きのことである（藤永保他編，1981、『新版心理学辞典』，p.352）。

しかし、「欲求」や「動機」という概念は、人間行動の説明のために用いられる構成的な概念である。人間が社会的接触と成長の過程を通じて学習し獲得してきた複雑多様な社会的欲求を分類しようとする試みが、多くの研究者によって行なわれてきたが、分類される欲求もその名称もまちまちであり、必ずしもそこに意見の一致があるわけではない。

その中でも、多くの社会的欲求を提示しているものとして、Murray（1938）の欲求のリストがある。彼は、第一次的欲求を「臓器発生的欲求」、第二次的欲求を「心理発生的欲求」と呼び、28の社会的欲求を提示している。しかし、Murray の28の社会的欲求が、全てテレビへの接触によって充足されるとは考えにくい。

また竹内（1977）は、欲求充足の手段として、マス・メディア以外の充足手段が存在するとして、「利用と満足」モデルの要素としてとりいれている。そこで本研究で扱う社会的欲求は、マス・メディア接触によって充足されるものに限定する必要があると考えられる。

### 3. 問題の設定

「利用と満足」研究の考え方と適合する欲求は、Katz ら（1973）のメデ

メディア関連欲求と社会的欲求であり、その検討を行なった。以下では、まずメディア関連欲求（「接触強化の欲求」、「逃避・緊張緩和の欲求」）を定義する。これを用いて、メディア関連欲求と Murry (1938) の 28 の社会的欲求との対応関係を見ることにより、メディアによって充足され得る社会的欲求を明らかにし、その概念の一層の明確化を図る。そして、そうした欲求が顕著な人が視聴するテレビ番組を分類し、仮説を導き出す。

### (1) 「接触強化の欲求」とは

Katz (1973) らは、家族、友人、地域社会との接触を強化しようとする欲求であると定義している。人は、他者と一緒にいたり、他者の近くにいることによって、満足を得ることがある。例えば、同僚と一緒にいることによって、欲求を充たすことがある。このように人々は、他の人と一緒にいたいという欲求があり、これが社会を作る一因である。この欲求は、「親和欲求」と呼ばれている。

「親和欲求」とは Murray (1938) によると、「自分の味方になる人（自分に似ていたり、自分を好いてくれる人）に近寄り、喜んで協力したり、好意を交換すること。関心のもたれる対象の愛情を満足させ、それをかちとること、友と離れず忠実であること」(p.174) に関する欲求であると定義している。

本研究では、「接触強化の欲求」を「親和欲求」と同義に捉え、「友人や家族などの他の人に近づいて好意を交換しあおうとする欲求」と定義する。

### (2) 「逃避・緊張緩和の欲求」とは

Katz らは、他の人との接触を弱化しようとする欲求、気晴しの欲求であると定義している。初期のマス・コミュニケーションの機能に関する見解は、「逃避」機能であった。その内容は、消極的逃避と積極的逃避に区別されて



いる。前者は、日常生活上の諸問題から逃げることを意味する。これは、Katzらがいう他人との接触を弱化することに相当すると思われる。後者は、嫌なことを一時的に忘れようとすることであり、気晴しに相当すると思われる。

この消極的逃避と積極的逃避の両方の内容を包含している概念に、Schrammら(1961)のいう「空想志向」がある。「空想志向」とは、快感を求め、苦痛や不快を避けようとする働きである快楽原理に基づいて、即時的な報酬を求める傾向のことである。テレビなどの映像メディアへの接触によって、現実の問題から離れ、情動にひたり、あるいは気晴らしができて、一時的ではあっても、恐怖や不安を取り除いて、欲求が充足され、楽しみを感じることができるとしている。

従って、本研究では、「逃避・緊張緩和の欲求」を、「快感を求め、苦痛や不快を避けて、即時的な報酬を求める欲求」とであると定義する。

### (3) メディア関連欲求と社会的欲求の検討

ここまで「利用と満足」研究に適合的な欲求について検討した結果、社会的欲求が適合的であると考えられるため、本研究では、社会的欲求を対象とすることとし、その中でも Murry (1938) の 28 の社会的欲求を扱うことにした。しかし、本研究で扱う社会的欲求は、マス・メディアにより充足が期待できるものに限定する必要がある。

Katzら(1973)は、人々がメディアでどんな欲求を充たしているのかを研究し、5つのメディア関連欲求を提示している。従って、「社会的欲求」と「メディア関連欲求」は、共に「利用と満足」研究に適合的であると考えられる。そこで両方の対応関係を検討することにより概念の一層の明確化を図る。

#### 「接触強化の欲求」と社会的欲求との対応

「接触強化の欲求」とは、「友人や家族などの他の人に近づいて好意を交

「換しあおうとする欲求」であると定義した。この欲求は、主に、Murray (1938) のいう「人と人との愛情に関連した欲求」に対応すると考えられ、具体的には次のものが考えられる。

親和欲求：自分の味方になる人に近寄り、協力したり好意を交換する欲求

養護欲求：無力なものを養い、保護し、同情し満足を与えようとする欲求

求護欲求：味方の同情的な助けを借りて、自分を満足させようとする欲求

「接触強化の欲求」が顕著な人は、友人と喜びを分かちあったり、1人よりも友達と行動を共にし、友達に強い愛着を感じるだろう。例えば、他の人々と親密に接したり、一緒にいることを好む傾向にあると考えられる（親和）。従って、友達に対しては忠実であり、集まりには積極的に参加したりするだろう。また友達が困っている時には、助けたり、援助したりする（養護）。自分が困っているときには、同情的な助けをかり、励まされたいと考えるだろう（求護）。

#### 「逃避・緊張緩和の欲求」と社会的欲求との対応

「逃避・緊張緩和の欲求」とは、「快感を求め、苦痛や不快を避けて、即時的な報酬を求める欲求」とであると定義した。この欲求と対応する Murray (1938) の社会的欲求として、次のものが考えられる。

自律欲求：自由になり、束縛を振り切り、独立しようとする欲求

攻撃欲求：他のものを攻撃し、力づくで反対を克服しようとする欲求

拒絶欲求：他人を差別し、無視し、除外しようとする欲求

遊戯欲求：くつろぎ、気晴らし、娯楽など面白さを求める欲求

日常生活においてなんらかの不安を持つ人は、緊張状態にあり、欲求不満になっていると考えられる。そうした人は、その苦痛や不快を避け、自由に

なりたいと思い、テレビの中の世界で代理的に、それを求めると考えられる（自律）。

また、ドラードら（1959）は、人は欲求が満たされない時、攻撃的になるという「欲求不満－攻撃説」を提唱している。これに従い、Defleur と Ball-Rokeach（1975）は、テレビの視聴により、番組内で描写される他の人の攻撃行動に代理的に参加することによって、現実の世界では満たされない欲求不満を解消し、情動を消散し、追放することができると述べている。これをカタルシス効果という（攻撃）。

即時的な報酬を求める人は、何か目的を果そうとするのではなく、人と話をするのを避けて、テレビの世界へ没頭しようとするとも考えられる（拒絶）。それとは別に、積極的に面白さのみを求めてテレビを視聴し、笑いや、冗談を楽しんだり、緊張を和らげようとすると考えられる。つまり、くつろぎ、気晴らし、娯楽など面白さを求めると考えられる（遊戯）。

#### （4）テレビ番組の類型化

Greenberg（1974）は、ある欲求は、ある特定内容のメディアとの相互作用によって、充足されると述べている。受け手は、メディアに積極的に接触することにより、その欲求を充足しようとする存在である。しかしながら、テレビというメディアによる欲求充足を考える場合、番組ごとの特徴の違いを無視することはできないだろう。過去に報道番組やクイズ番組などの番組別の充足に関する研究が行なわれているが、そこには共通する充足もあれば、全く異なった充足もあるのである。

例えば、クイズ番組にしても、現在は各放送局が趣向を凝らして制作しており、その内容は様々である。その差異を無視して、クイズ番組視聴により同じ欲求が充足されると考えることには無理がないだろうか。例えば、クイズ番組の充足に関する研究（McQuail ら、1972；竹内ら、1977）から得られた充足は、共通する点もあるが、異なる点もあるのである。ここで用いた

「クイズ番組」という分類は、習慣的に用いられているもので、明確な分類基準が存在しないというのが現状である。そこで、習慣的な番組分類を越えて、類型化する必要があると考えられる。

放送受容の類型化を図っている松原（1976）は、Parsons の AGIL 理論を応用して、生活行為への動機づけを以下の5つの次元に分類している。

I. 環境適応的次元 (adaptation)

生活体系の外から資材や情報を継続して、手段として取り入れる。

II. 目標達成的次元 (goal attainment)

利用しうる資材や用具（知識、技術、道具など）の組織化を図り、目標達成への方策を立てる。

III. 内部統合的次元 (integrative)

手段的適応や目標も達成に必要な限りで組織への参画、そこでのパーソナリティの安定、組織統制を志向する。

IV. 価値維持的次元 (latency)

人の内面的水準や自我価値の維持を図ろうとする。

V. リラックス的次元 (relaxation)

外部での生活などから生じたストレスを解消し、緊張をリラックスさせようとする。

(松原, 1976, p.152)

我々は、ある動機をもってテレビを視聴しており、またテレビが我々の日常生活に浸透し、様々な機能を果していることから、生活行為への動機づけの5類型と対応する番組の5つの類型の存在が示唆できる。

そこで、本研究では彼の考えを応用して、番組の類型を次のように設定する。

1. 環境適応的次元に対応する番組—— 「環境適応型番組」

2. 目標達成的次元に対応する番組—— 「目標達成型番組」
3. 内部統合的次元に対応する番組—— 「内部統合型番組」
4. 価値維持的次元に対応する番組—— 「価値維持型番組」
5. リラックス的次元に対応する番組—— 「リラックス型番組」

### (5) 仮説の設定

「接触強化の欲求」、「逃避・緊張緩和の欲求」の2つのメディア関連欲求と、番組類型との対応関係を検討して、仮説の設定を行なう。

「接触強化の欲求」とは、「友人や家族などの他の人に近づいて好意を交換し合おうとする欲求」とであると定義した。この欲求が顕著な人は、自分1人が楽しめる内容ではなく、他の人と一緒に楽しめる内容を好み、視聴中には、テレビの内容について周りの人々と話し合うなどして、他の人と好意を交換しようとすると考えられる。また、視聴の後に他の人との話の種になるような番組を視聴すると予想される。こうした欲求が充足できる番組としては、「環境適応型番組」が考えられる。従って、次の仮説が設定できる。

仮説1：「接触強化の欲求」が顕著な人は、「環境適応型番組」視聴によって、その欲求の充足度が高い。

「逃避・緊張緩和の欲求」とは、「快感を求め、苦痛や不快を避けて、即時的な報酬を求める欲求」とであると定義した。この欲求が顕著な人は、欲求不満を解消する手段としてテレビを視聴するだろう。すなわち、現実とは異なった空想的な内容を視聴し、自己を安定させようとすると考えられる。また、この欲求は、娯楽番組のような単に面白さが期待でき、くつろげるような番組を視聴することにより充足させることができると予想される。こうした番組としては、外部での生活などから生じた緊張をリラックスさせようとする「リラックス型番組」が考えられる。従って、次の仮説が設定できる。

仮説2：「逃避・緊張緩和の欲求」が顕著な人は、「リラックス型番組」視聴によって、その欲求の充足度が高い。

## 4. 調査

### (1) 調査目的

先に述べた仮説の検証を行なうために調査を行った。

### (2) 調査対象

東京都の私立男子中学校の生徒の一部 180 名

埼玉県春日部市内の公立中学校の生徒の一部 108 名（男子 54 名、女子 54 名）、同 243 名（男子 121 名、女子 122 名）の計 531 名

メディア関連欲求もしくは充足に関する質問に答えなかった欠損分 31 名を除いた回答者の内訳は、次の通りである。

表3 解答者の内訳

	1 年	2 年	3 年	計
男	13	302	19	334
女	17	132	17	166
計	30	434	36	500

### (3) 調査年月日

1993年11月19日～12月4日

### (4) 調査方法

それぞれのクラス担任に実施要項を配布し、それに従って調査を行ってもらった。調査票の内容は次のとおりであり、「1. 全くちがう」から「5. 全くそのとおり」までの5ポイントスケールで回答させた。

### (5) 調査内容

1. 5つのメディア関連欲求に関する質問（各6項目、計30項目）  
従って、各欲求の最高点は30点、最低点は6点である
2. よく見るテレビ番組名をよく見る順番に3つまで自由に記述させる
3. 2で回答した番組視聴による充足に関する質問（メディア関連欲求と対応する5つの充足各5項目、計25項目）従って、各充足の最高点は25点、最低点は5点である）

### (6) 分析の方法

調査により得られたデータをSPSS for Macintosh 4.0を使って分析する。  
分析の方法は、次の3つの手順で行なう。

1. 5つのメディア関連欲求に関して、1番得点の高かった欲求がその人の「顕著な欲求」とであると判断し、全サンプルを分類する。最高点が2つ以上あった場合には、特定不可として除外する。
2. 定義に従いテレビ番組に詳しい判定者3名により、テレビ番組を5つに分類する。

3. 欲求群ごとに、その欲求と対応する類型の番組視聴群とその他の類型の番組視聴群について、その欲求に対応する充足項目の得点平均を比較する。

## 5. 分析

### (1) 集計結果

接触強化の欲求群に分類されたものが160名、逃避・緊張緩和の欲求群に分類されたものの数は247名であった。また、視聴されている番組の数は、177になった。そのうち、「洋画劇場」のように毎回異なる番組を放映するものを除く173番組を、テレビ番組に詳しい判定者3名により、定義に従って5つに分類した。その結果、目標達成型番組は46、価値維持型番組は21、内部統合型番組は6、環境適応型番組は21、リラックス型番組は79番組になった。

### (2) 仮説の検証

#### 仮説1

接触強化の欲求群（160名）を環境適応型番組視聴群とその他の類型の番組視聴群の2群に分け、よく視聴すると回答された番組順（よく見る順に番組1、2、3とする。以下同様）にその充足の得点平均の差の検定を行なった。その結果を表4に示す。なお、番組に関して無回答の者がいたため、番組1、2、3のそれぞれの視聴者総数は一致しない。



表4 接触強化の欲求群の充足の得点平均と標準偏差

	視聴の型	人数	得点平均	標準偏差	t 値
番組 1	環境適応型 番組視聴群	30	18.07	3.37	2.30*
	その他の類型 の番組視聴群	128	16.12	4.35	
番組 2	環境適応型 番組視聴群	40	16.05	3.68	.32 n.s.
	その他の類型 の番組視聴群	106	15.79	4.56	
番組 3	環境適応型 番組視聴群	23	16.91	4.83	1.02 n.s.
	その他の類型 の番組視聴群	86	15.87	4.23	

\* $p < .05$ 

以上のように、最もよく見るテレビ番組（番組1）については、環境適応型番組視聴群の充足の得点平均は、その他の類型の番組視聴群のそれよりも有意に高かった（ $p < .05$ ）。しかしながら、番組2、番組3については、その差は有意ではなかった。

このことは、家族、友人、地域社会との接触を強化しようとする欲求を持っているものが、1番よく見る番組視聴によりその欲求を充足していることを示している。従って、中学生にとって、テレビは「接触強化の欲求」を充足させる手段の1つであると言える。

## 仮説2

逃避・緊張緩和の欲求群（247名）をリラックス型番組視聴群とその他の類型の番組視聴群の2群に分け、よく視聴すると回答された番組順にその充

足の得点平均の差の検定を行なった。その結果を表5に示す。なお、番組に関して無回答の者がいたため、番組1、2、3のそれぞれの視聴者総数は一致しない。

表5 逃避・緊張緩和の欲求群の充足の得点平均と標準偏差

	視聴の型	人数	得点平均	標準偏差	t 値
番組1	リラックス型 番組視聴群	118	20.39	3.94	8.40***
	その他の類型 の番組視聴群	120	15.48	5.00	
番組2	リラックス型 番組視聴群	117	19.76	4.00	7.12***
	その他の類型 の番組視聴群	101	15.54	4.75	
番組3	リラックス型 番組視聴群	91	20.09	4.09	5.49***
	その他の類型 の番組視聴群	85	16.61	4.30	

\*\*\* $p < .001$

以上のように、番組1、2、3のいずれにおいても、リラックス型番組視聴群の充足の得点平均は、その他の類型の番組視聴群のものよりも有意に高かった ( $p < .001$ )。従って、「逃避・緊張緩和の欲求」が顕著なものは、リラックス型番組視聴によりその充足度が高いと言え、仮説2は支持された。

## 6. 考察と結論

「接触強化の欲求」が顕著なものについては、環境適応型番組視聴群の接触強化の充足の得点平均は、その他の種類の番組視聴群のそれより、最もよく見ると回答された番組（番組1）についてのみ有意に高かった。従って、仮説1は支持された。このことから、他人と好意を交わしあいたいという欲求を持つ人は、環境適応型番組視聴によって、その欲求を充足させていると言える。しかし、今回支持されたのは番組1についてのみであったので、この欲求の充足には、他の手段が用いられることが多いことが示唆される。

「逃避・緊張緩和の欲求」が顕著なものについては、リラックス型番組視聴群の逃避・緊張緩和の充足の得点平均は、その他の種類の番組視聴群のそれより、有意に高かった。従って、「逃避・緊張緩和の欲求」が顕著なものは、リラックス型番組視聴によりその充足度が高いと言え、仮説2は支持された。従って、快感を求め、苦痛や不快を避けて、即時的な報酬を求めようとする人は、リラックス型番組視聴によって、その欲求を充足していると言える。

本研究の目的は、メディア関連欲求とその充足との関係を明らかにするものであった。今回は「接触強化の欲求」、「逃避・緊張緩和の欲求」とその充足との関係に注目したが、今後は、「認知的欲求」、「感情的欲求」、「統合的欲求」と充足との関係を明らかにすることが必要である。

また今回は、メディア関連欲求を独立したものとして考え、この相互の関係について考慮しなかった。複数の欲求が複合的に作用し、充足に至る可能性は十分あり、また充足の間にも何らかの相互作用が存在しているかもしれない。今後は、これらの相互作用を考慮しつつメディア関連欲求とその充足の体系化を図っていくことが必要となるだろう。

## 参考文献

- 東 洋、大山 正、詫摩武俊、藤永 保 編 1973 『心理用語の基礎知識』  
有斐閣 .
- DeFleur, M. L. and Ball-Rokeach, S. (1975). *Theories of Mass Communication* (3rd Edition). Longman.
- ドラード, J.、ドゥーブ, L.W.、ミラー, N.E.、マウラー, O.H.、シアーズ,  
R.R.、宇津木 保 訳 1959 『欲求不満と暴力』 誠信書房 .
- 藤永 保 他編 1981 『新版心理学辞典』 平凡社 .
- Greenberg, B.S. (1974). Gratifications of television viewing and their correlates for British children. In Blumler, J.G. and Katz, E. (Eds.), *The Uses of Mass Communications*. Sage, p.71-92.
- Katz, E. and Foulkes, D. (1962). On the use of mass media as "escape": Clarification of a concept. *Public Opinion Quarterly*, 26, p.377-88.
- Katz, E., Gurevitch, M. and Haas, H. (1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38, p.164-81.
- Katz, E., Blumler, J.G. and Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by individual. In Blumler, J.G. and Katz, E. (Eds.), *The Uses of Mass Communications*. Sage, p.19-32.
- Lazarsfeld, P.F. (Ed.), (1940). *Radio and the Printed Page*. Duell, Sloan and Pearce .
- Lometti, G.E., Reeves, B. and Bybee, C.R. (1977). Investigating the assumptions of uses and gratifications research. *Communication Research*, 4, No.3, p.321-38.
- Maslow, A.H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50, p.370-96.
- Maslow, A.H. (1954). *Motivation and Personality*. Harper & Row Publishers.
- 松原治郎 1976 「放送と生活過程」 阿久津喜弘編 『現代のエスプリ

- No.110 コミュニケーション』 至文堂 143-154.
- McQuail,D., Blumler,J.G. and Brown,J.R. (1972). The television audience: A revised perspective. In McQuail,D. (Ed.), *Sociology of Mass Communication*. Penguin Books, p.135-165.
- 水野博介 1977 「子どもがテレビから得ている充足について ——『利用と満足』のアプローチを用いた調査の報告——」『年報社会心理学 第18号 会議の社会心理学』 187-208.
- Murray,H.A. (Ed.), (1938). *Exploration in Personality*. Oxford University Press.
- 中野渡信行、穴田義孝 1976 『人間の科学としての社会心理学』 人間の科学社.
- 日本民間放送連盟放送研究所 1979 『視聴率調査を補完する充足度調査システム〜改良と応用〜 昭和53年度報告書』.
- Palmgreen,P., Wenner,L. and Rosengren,K.E. (1985). Uses and gratification research: the past ten years. In Rosengren,K.E., Wenner,L. and Palmgreen,P. (Eds.), *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. Sage, p.11-40.
- Riley,M.W. and Riley,J.W. (1951). A sociological approach to communication research. *Public Opinion Quarterly*, 15, p.445-60.
- Rosengren,K.E. and Windahl,S. (1972). Mass media consumption as a functional alternatives. In McQuail,D. (Ed.), *Sociology of Mass Communication*. Penguin Books, p.166-194.
- Rosengren,K.E. (1974). Uses and gratifications : A paradigm outlined. In Blumler,J.G. and Katz,E. (Eds.), *The Uses of Mass Communications*. Sage, p.71-92.
- Schramm,W., Lyle,J. and Parker,E.B. (1961). *Television and the Lives of our Children*. Stanford University Press.
- 竹内郁郎 1976 『利用と満足研究』の現況 『現代社会学5』13, No.1

86-114.

- 竹内郁郎 1977 「マス・コミュニケーションの『利用と満足』」 山根常男、森岡清美、本間康平、竹内郁郎、高橋勇悦、天野郁夫 編 『テキストブック社会学(6) マス・コミュニケーション』 有斐閣 103-16.
- 竹内郁郎、鮑戸 弘、鈴木裕久、田崎篤郎、児島和人、広井 修、三上俊治、水野博介 1977 「テレビ視聴者参加番組における『利用と満足』の実態」 『東京大学新聞研究所紀要』 25 92-201.

**An Empirical Study on the Gratifications  
of Needs by Television Exposure  
– Cases of “Needs related to strengthening contact with others”  
and  
“Needs related to escape or tension-release” –  
(English Résumé)**

**Masahiro Ishikawa**

### **The Background**

The foundations of this study, “Uses and Gratifications” of mass media, is substructured on the concept of an “active audience” where people possess needs and consequently are exposed to the mass media. Preceding studies of “Uses and Gratifications” established the various types of gratifications that were not systematically structured. The types of needs were surmised by the types of gratifications, therefore needs that corresponded to the types of gratifications solely were capable of being established. Accordingly, the study of needs and gratifications was not systematically structured.

The result of one study attempting to systematically structure a framework offered that people have 5 “Media-Related Needs”; “Cognitive Needs”, “Affective needs”, “Integrative Needs”, “Needs related to strengthening contact with others” and “Needs related to escape or tension-release”. In the field of psychology, one study demonstrated that television exposure was determined to be a gratification to social needs.

## Purpose

The purpose of this study is to examine the relationship between the "Media-Related Needs" – "Needs related to strengthening contact with others" and "Needs related to escape or tension-release" – and its gratifications. With this objective, the following hypotheses were established.

Hypothesis 1: People with salient "Needs related to strengthening contact with others" attain higher gratification of their needs through "Adaptation" type program exposure.

Hypothesis 2: People with salient "Needs related to escape or tension-release" attain higher gratification of their needs through "Relaxation" type program exposure.

## Method

A survey was conducted from November 19 to December 4, 1993 on 180 students at a private all-boys Junior High School in Tokyo, 108 students at a Kasukabe municipal Junior High School and 243 students at a Junior High School in Kasukabe (the total number of the sample: 531). After screening for incomplete response sheets, the resultant number was 500.

In accordance to the "Media-Related needs", the sample was classified into 5 groups. The television programs were judged and classified into 5 types of programs; "Goal attainment", "Latency", "Integration", "Adaptation" and "Relaxation" type programs.

In accordance to each needs group, the television viewing group, and gratification with the other television viewing group and gratification was



compared utilizing the Student's T-test in order to test the hypotheses.

## **Result**

Hypothesis 1 was supported, therefore, people with salient "Needs related to strengthening contact with others" attain higher gratification of their needs through "Adaptation" type program exposure. However, this result correspondingly displays that other functional alternatives play an important role in every day life.

Hypothesis 2 was supported, therefore, people with salient "Needs related to escape or tension-release" attain higher gratification of their needs through "Relaxation" type program exposure.

あなたの普段の行動や気持ちについて答えてください。あまり深刻に考えずに、思った通りに答えて下さい。

それぞれの質問を読んで、「1.全くちがう」から、「5.全くその通り」までの5つの中から、あなたにとって、もっともよく当てはまるところに丸をつけてください。

このページの質問は、全部で30問です。記入もれのないよう注意してください。

### <例>

- |        |         |         |          |       |
|--------|---------|---------|----------|-------|
| 5      | 4       | 3       | 2        | 1     |
| 全くその通り | 大体そうである | どちらでもない | あまりそうでない | 全くちがう |



- |        |         |         |          |       |
|--------|---------|---------|----------|-------|
| 5      | 4       | 3       | 2        | 1     |
| 全くその通り | 大体そうである | どちらでもない | あまりそうでない | 全くちがう |

1. 色々な問題の新しい解決方法を考えることは楽しい
2. 何を見ても心が動かされる
3. みんなの前で教科書を読むことが好きである
4. 近づきにくい先生よりも、親しみやすい先生の方が好きだ
5. リラックスする手段がほしいと思う


6. あまり考えなくてよい問題よりも、頭を使う困難な課題の方が好きだ
7. 自分は優しい人間だと思う
8. 自分が作ったものをみんなに見せるのが好きである
9. 私にとって友達は非常に大切なものである
10. 自然と笑ってしまうようなものを見てみたい


5 4 3 2 1

5 全くその通り  
4 大体そうである  
3 どちらでもない  
2 あまりそうでない  
1 全くちがう

- 11.なぜそうなるのか理解しようとするのが好きだ  
12.人が困っているのを見ると、かわいそうに思う  
13.授業では、答えが分かるときには必ず手を挙げる  
14.他人への感謝の気持ちは、いつも素直に表現したい  
15.元気づけになるものを見てみたい
- 16.私は知力に頼る方である  
17.だまされそうな人を見ると、守ってあげたくなる  
18.クラスみんなが注目している中で、何かをしたい  
19.友達とけんかした後に、仲直りしようとする  
20.いやなことを忘れたい
- 21.長時間一生懸命考えることは得意な方である  
22.自分よりも不幸な人を見ると、優しくしてあげたい  
23.自分の活躍ぶりをクラスメートに見てもらいたい  
24.知っている人に会った時は、たいてい自分の方から先にあいさつする  
25.楽しく過ごしたい
- 26.新しい考え方を学ぶことに興味がある  
27.流行の服装や髪型をまねしたい  
28.テレビでインタビューされたら楽しいと思う  
29.一人でする仕事よりも、他の人と協力して行なう仕事の方が好きだ  
30.思ったことを自由に言いたい

5 4 3 2 1

よく見ているテレビ番組を具体的に3つまで挙げて下さい（もし思いつかなければ、1つでも、2つでもかまいません）。

その3つの番組について、その番組を見た後にどんな気持ちになるか答えて下さい。あまり深刻に考えずに、思った通りに答えて下さい。それぞれの質問を読んで、「1.全くちがう」から、「5.全くその通り」までの5つの中から、あなたにとって、もっともよく当てはまるところに丸をつけてください。

このページの問題は、全部で25問です。記入もれのないよう注意してください。

それぞれの番組について25個ずつ○をつけてください。

	1 番組によく見るテレビ番組の名前	2 番組によく見るテレビ番組の名前	3 番組によく見るテレビ番組の名前
	番組 1	番組 2	番組 3
	↓	↓	↓
	5 全くその通り	5 全くその通り	5 全くその通り
	4 大体そうである	4 大体そうである	4 大体そうである
	3 どちらでもない	3 どちらでもない	3 どちらでもない
	2 あまりそうでない	2 あまりそうでない	2 あまりそうでない
	1 全くちがう	1 全くちがう	1 全くちがう
1. 「そーだったのか」、「なるほど」と思った	( 5 4 3 2 1 )	( 5 4 3 2 1 )	( 5 4 3 2 1 )
2. 出演者の服装や髪型を見て「いいなあ」と感じた	( 5 4 3 2 1 )	( 5 4 3 2 1 )	( 5 4 3 2 1 )
3. 番組の中の人物と比較して「自分のほうがまだ、めぐまれている」と感じた	( 5 4 3 2 1 )	( 5 4 3 2 1 )	( 5 4 3 2 1 )
4. 友達との話の種や話のきっかけになった	( 5 4 3 2 1 )	( 5 4 3 2 1 )	( 5 4 3 2 1 )
5. リラックスできた	( 5 4 3 2 1 )	( 5 4 3 2 1 )	( 5 4 3 2 1 )

	番組 1	番組 2	番組 3
	5 4 3 2 1 全 大 3 2 全 く 体 どちら ち そ 所 ち であ ち の 通 り ない 通 り ない	5 4 3 2 1 全 大 3 2 全 く 体 どちら ち そ 所 ち であ ち の 通 り ない 通 り ない	5 4 3 2 1 全 大 3 2 全 く 体 どちら ち そ 所 ち であ ち の 通 り ない 通 り ない
6. 前から考えていたことが、番組をみて正しいと分かった	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
7. 好きな人がでてうれしかった	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
8. 自分がテレビに出たほうがよいと思った	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
9. 友達と一緒にみたくなった	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
10. 自然と笑ってしまった	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
11. 問題にぶつかった時に役立つ解決法が得られた	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
12. 歌や音楽に魅力を感じた	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
13. 自分もあの人に負けないように頑張ろうと思った	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
14. 友達に同じ番組を視るように勧めたくなった	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
15. すっきりした	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
16. いつか実際に生かすことができる知識が得られたように思った。	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
17. 思わず涙ぐんだり、ハラハラ、ドキドキしたりした	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
18. 番組をみて「自分は間違っていなかった、正しいんだ」という自信がわいてきた	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
19. 友達と仲よくするための参考になった	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
20. いやなことを忘れられた	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
21. 世の中のことを知ることができた	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
22. 番組を視ながら、「もし自分がその立場だったら」、などとあれこれ考えた	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
23. 自分も主人公のように目立ちたいと感じた	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
24. 家族と一緒に視て楽しめた	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)
25. 元気がでた	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)	- (5 4 3 2 1)

- どうもありがとうございました -