

家庭のテレビジョンに対する高校生の態度

布留 武郎・平田 賢一*

ある個人の見るテレビ番組は多様であるが、毎日の視聴経験の積みかさねを中核として、長い間には、テレビジョン一般にたいする態度が形成される。読書・映画その他のコミュニケーション経験についても同様のことがいえるであろう。もとより態度の形成には自己体験のほかに、他のコミュニケーション源よりくる定式化された観念も関与するが、テレビジョンのように日常接触する媒体にたいしては自己体験の積みかさねがその態度の中核を成していると考えられる。テレビジョン一般にたいする態度はどのような特性をもっているかを、他のコミュニケーション経験との比較によって、あきらかにしようというのがこの研究の目的である。その背後には二つの課題があった。

課 題

われわれは青少年にたいするテレビジョンの機能、とくにその潜在機能に関する一連の調査研究を1967年以来進めている。この出発点となったのは、テレビ視聴は青少年の余暇時間の大きな比重を占め、その大部分は娯楽番組にあてられていること、そしてそれは多くの場合、“空想志向的”であるという仮説である。前者については数多くのテレビ視聴率調査がその事実をあきらかにしている。しかし後者については、はたしてかかる命題が成立するか否かは必ずしも明白でない。

われわれのアプローチの方法は、テレビジョンにたいする接触の測度と

* 本稿は文部省科学研究費による「テレビジョンの青少年にたいする機能」と題する共同研究（布留武郎・中野照海・古畑和孝・鈴木百合子・平田賢一）の一部であって、統計的解析を平田が担当し、布留が執筆した。

して個々の視聴番組に関する変数でなく、テレビ番組一般にたいする接触量、あるいはまたシュラム・ライル・パーカー (1961) にならって、テレビ接触量と活字メディア接触量との組合せをとった。⁽¹⁾そしてこれらを基準として、さまざまな変数との関係を多次元解析によって求めることが第一段階の仕事であった。したがって基準としたテレビジョンあるいは活字メディアへの接触がどのような心理的属性をもつかを明確にしておく必要があった。

シュラムとその共同研究者は周知のように、メディア内容を空想的なもの⁽¹⁾と現実的なものとの2領域に大別する。空想的内容は、現実生活における圧力からの退避を誘いかける。それは気晴しを誘い、情動にうったえ、快楽を提供する。これに対し、現実的内容は、現実生活における圧力に直面させる。それは努力を誘発し、認知にうったえ、人を啓発する。かかる発想はフロイドの快楽原理・現実原理に由来するものであり、また美学における古典的原理である芸術のもつ二つの機能：情動機能対認知機能の考えかたに通じる。前者は精神分析学でいう願望充足をもたらすのに対し、⁽²⁾後者は社会化を促進する。

このようにシュラムらはメディア内容を空想と現実の2領域にわけた。そしてメディア内容とその受けとり反応との間には、さまざまな個人差があることに十分な注意をはらいながらも、児童のテレビ視聴は主として空想的欲求を満足させる行動であると仮定する。この仮定は、カナダにおけるテレタウン対ラジオタウンの比較調査、その他のデータによって間接的にうらづけられている。⁽³⁾はたしてかかる仮定がわれわれの調査においても適用されるかどうかを、直接のデータによって検討するのが、この研究の第一の課題である。

ステイナー (1963) はアメリカの成人を対象とする調査において、テレビジョンにたいする態度にはアンビバレンス (ambivalence) の存在することを見出した。平均的なアメリカ人は、テレビジョンを気晴しの道具と考え、提供される番組に満足している。しかし一方では、あまりにも多く

の時間をテレビジョンにとられすぎると考えている。ここにアンビバレンスが生れる。ほかの時間のすごしかたには、それほどはっきりした対立感情は存在しない。人々はテレビジョンにたいし、なぜこのような‘罪の意識’を感じるのか？それはテレビ視聴が受動的活動であり、読書におけるような文化的威光をもたず、しかも多くの時間を消費する故である。「毎日の多くの時間を占める気晴し行動にたいしては、その形式がなんであろうと、生産的活動の欲求と衝突するは必定である」と彼はいっている⁽⁴⁾。ステイナーによって明白にされたテレビ視聴におけるアンビバレンスがわれわれの調査においても確認されるかどうかをみるのが、この研究の第二の課題である。もしそれが事実として確認されるならば、空想志向的か現実志向的かという観点のみでは、テレビ視聴行動の重要な特性を見落してしまふことになる。この点でステイナーの追試は重要な意味をもつ。

調査の方法・手続き

家庭のテレビジョンに対する態度に関して直接のデータを得るためには、いくつかの方法が考えられるが、われわれの研究目的からいえば、できるだけ包括的で多数の反応を求める必要があったので、絵画投影法による集団検査を計画した。それはコミュニケーション経験を描いた絵とその状態を表現する文とのマッチングによる方法である。コミュニケーション経験の状態を現わす文は、シュラムらの空想内容対現実内容の定義を基盤に、ウェイプレス・ベレルソン・ブラッドショー(1940)の読書の効果に関する分類⁽⁵⁾、クラッパー(1960)の逃避的メディア内容の機能に関する考察⁽⁶⁾、前述のステイナーが絵画投影法で使用した項目、その他メディアへの接触⁽⁷⁻¹⁰⁾動機あるいは態度に関する研究資料を参考として57の文を作成した。

それは大別して三つの領域にわけられる。まずコミュニケーション経験に対する態度を肯定対否定の次元で2分する。つぎに肯定的側面を認知的要因(cognitive component)と情動的要因(emotional component)にわけると。これらの要因には前述の調査研究の成果にもとづく次のような

構成要素が含まれる。

肯定的・認知的要因：知識の獲得，想像力の刺激，美的経験の育成，助言と忠告，共通の話題の提供など，自己形成的効果の認知と社会的有用性の認知。

肯定的・情動的要因：興味，気晴し，自己関与など。

否定的側面：時間の浪費，主体性の喪失，疲労感などの認知的あるいは情動的要素。

ただし，これらの構成要素の理論的妥当性には問題があり，またこれらの要素をそれぞれ短文で表現する作業は，主観的で，ある程度恣意的になるのはまぬがれない。

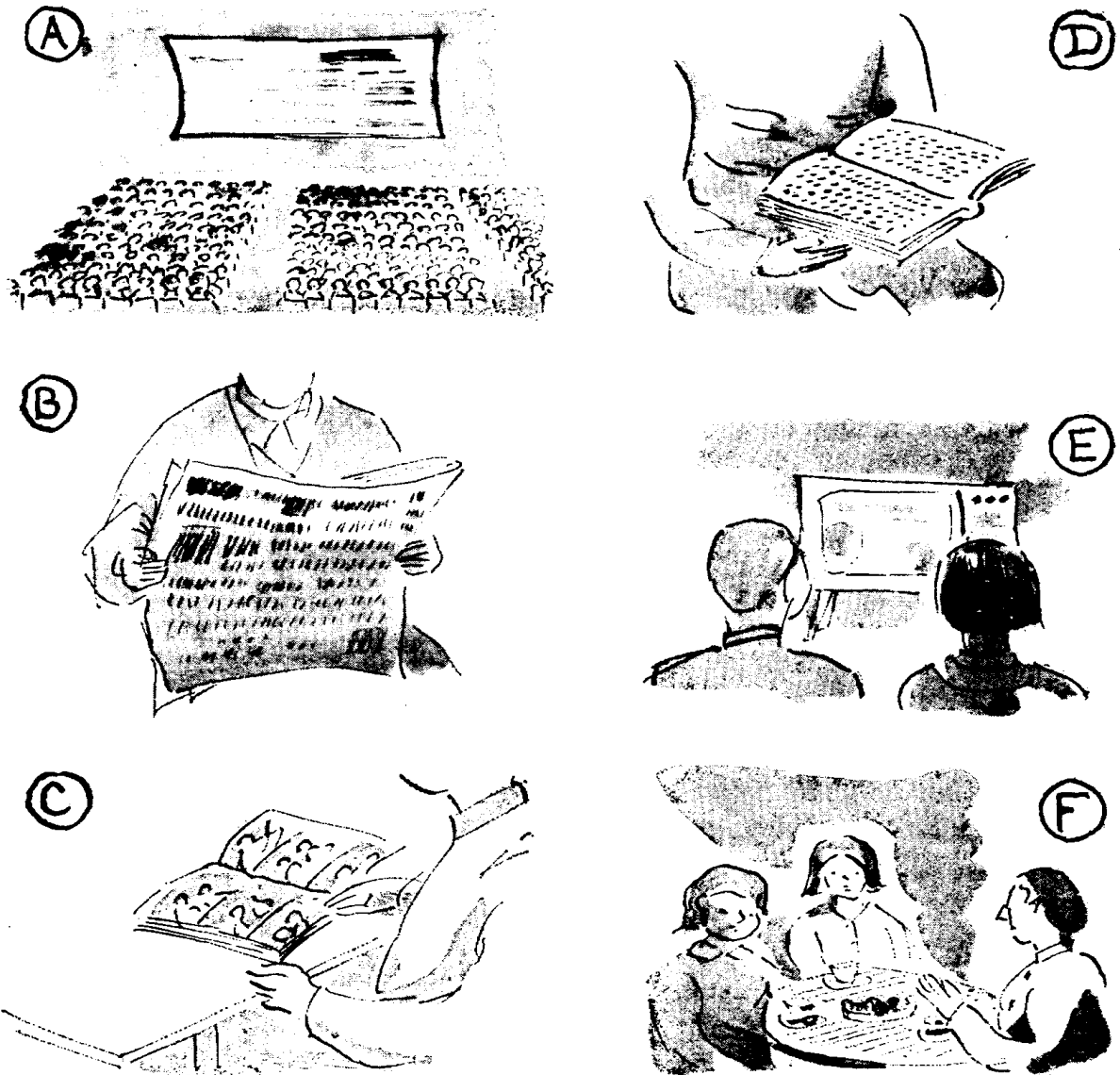
一方，コミュニケーション経験を描いた絵は，映画，新聞，マンガ本，書物，ホーム・テレビジョン，友人同志の会話の六つの場面からなっている（第1図参照）。テレビジョン対活字メディア（とくに書物）の比較をするのが主な目的である。映画をいれたのは，映画観覧はテレビ視聴とならんで空想志向的であり，かつ，いっそう深層心理的な情動解放をもたらすと仮定したからである。会話の場面をいれたのは，マスコミュニケーションと対面コミュニケーションを比較するためである。

絵の中の人物は被験者と同年配の男女を配し，被験者が特定の人物や場所を連想することのないように，顔をかくしたり，あるいはその輪かくをぼかしたりしてある。ただし映画の場面では劇場映画の雰囲気を出すために年令不明の大衆を描いた。絵の配列の順序はランダムにえらばれている。

絵の状態を現わす文については，都内の高校1年生182名に予備調査を行ない，その結果にもとづいて57の文のうち45を採用した。この際はテレビ視聴場面と読書場面とを別々の用紙に描き，それぞれの絵の状態を適切に表現すると思われる文に印しをつけさせ，さらにもっと適切な表現があれば，自由に記入することを要求した。自由記入はほとんどなく，けっきょく57の文のうち，テレビ視聴と読書の2つの場面のいずれかにたいする反応が10%以下のものは省略した。文の配列は予備調査，本調査ともランダムにえらばれた。

本調査においては，1つの文ごとに，6つの絵を比較させ，文の現わす状態にもっともよく適合する絵を1つえらばせるという手続きをとった。学級単位の集団調査で，深く考えず思いつくままにえらぶように指示した。

第1図 コミュニケーション経験場面



被験者は都下三多摩地区の公立高校1年生。学校単位の集落抽出により5校、約1,700名をとった。無記名で、所用時間は約15分。実施期間は1968年2月中の4週間、高校1年の終りに近い時期であった。

結果とその解釈

1 全体的反応の分布

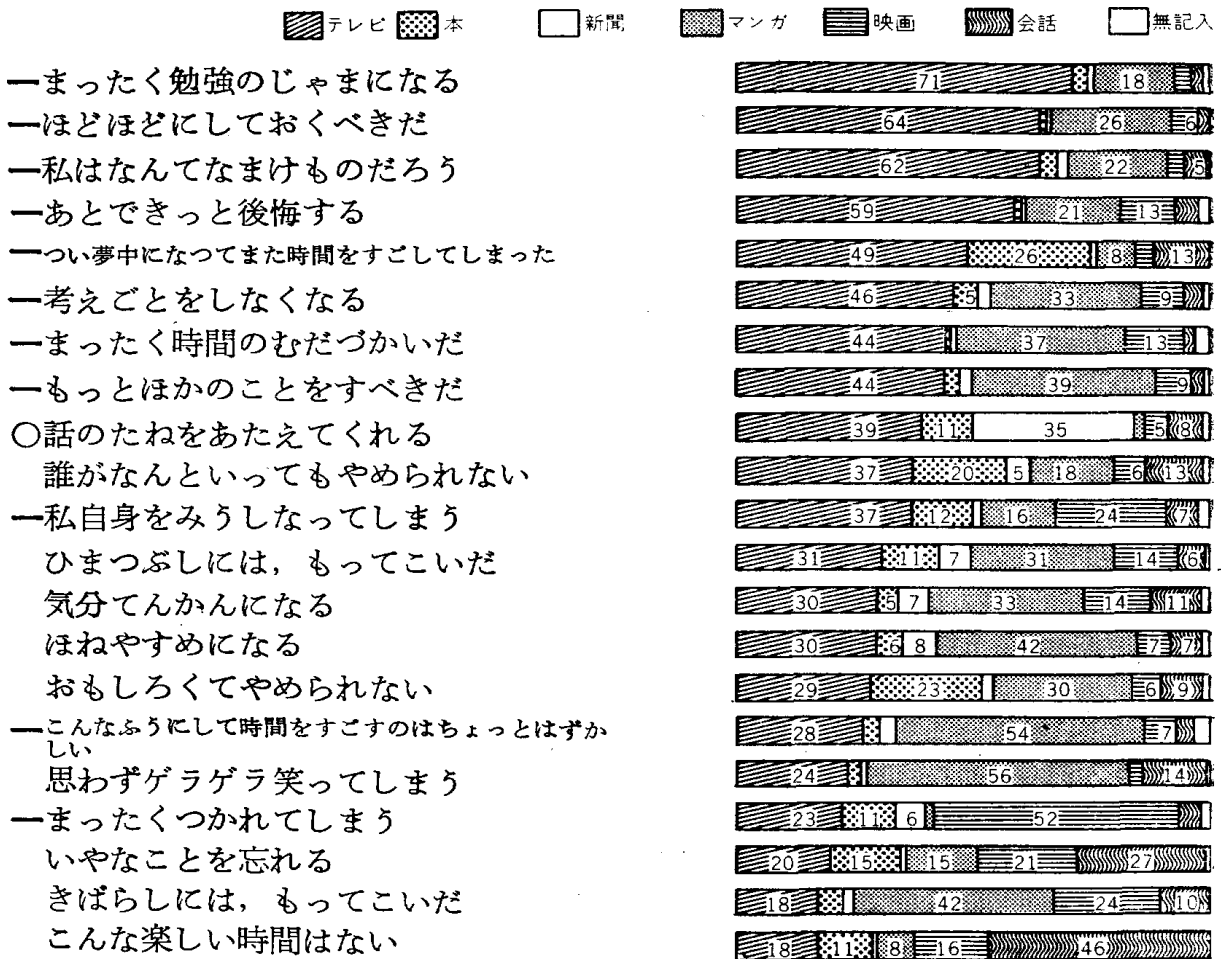
各コミュニケーション経験場面にたいする男女間の反応差はおどろくほど小さかったので、男女を合せてグラフで示した(第2図)。文の配列は

テレビ視聴場面にたいする選択比率の多い順になっている。○印は肯定的認知反応，一印は否定反応，無印は肯定的情動反応をあらわす文である。

テレビジョン

第2図を一見してわかるように、テレビジョンにたいして否定感情をいだくものがいちじるしく多い。否定的項目11のうち9項目はテレビジョンの選択比率がもっとも多い。一方、○印のついた肯定的認知反応においては、テレビジョンの選択比率が少なく、8項目中6項目は8%以下である。“話の種をあたえてくれる”という社会的有用性の認知はテレビを選択す

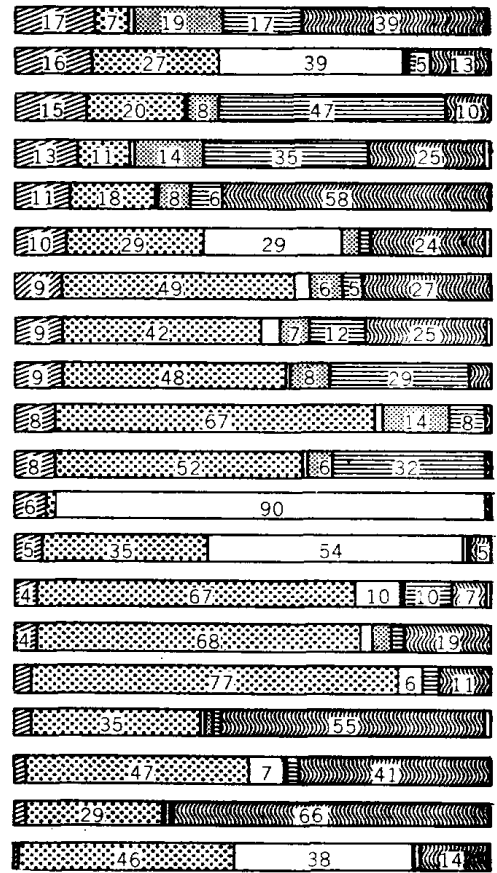
第2図 コミュニケーション経験場面にたいする反応



るものがもっとも多い(39%)けれども、知識や趣味などの点で自己形成的効果を認知するものはきわめて少ない。

第2 図 続き

- うっぶんがはれる
- 新しいことに興味をおぼえるようになる
- 心がわくわくする
- 心がうきうきする
- さびしい気持ちをやわらげる
- 私のいいたいことをいってくれる
- やすらぎを覚える
- 私の気持ちにぴったりだ
- 私のユメをみたしてくれる
- 想像力が豊かになる
- 自分が主人公になったような気持ちになる
- 世の中のことがよくわかるようになる
- いろいろためになる知識が得られる
- 趣味が高尙になる
- 心をしずめてくれる
- 人はどう生きるべきかを考えさせてくれる
- 私のよわい心をはげましてくれる
- こんなふうにして時間をすごすのはほんとうによいことだ
- 私のなやみを解決するのに役立つ
- まじめな気持ちになる



(注) ランダムサンプリングの場合、信頼度95%における標本誤差の最大値は ± 2.4 (N=1707)

あたかも平均的高校1年生は次のように語りかけるかのようである。テレビは“誰がなんといってもやめられない”ほどおもしろい。しかし“つい夢中になって時間をすごしてしまう”ので、“勉強のじゃまになる”。“骨休め”や“気分の転換”にはなるが、“ほどほどにして”おかないと、“あとできっと後悔する”。それは“人をなまけもの”にし、“考えごとをしなくさせ”、ついには“自分自身を見失なう”危険さえある。“話の種を与えてくれる”が、“ためになる知識がえられる”とか、“世の中のことがよくわかるようになる”とかいう利益はほとんどない。ときとして、“新しい興味を刺激する”ことはあっても、“想像力がゆたかになる”とか、“趣味が高尙になる”とかいうことはあまり考えられない。“人間の生き方”や“なやみごとの解決”についても教えられるところは少ない。

念のため彼らが規則的に視聴する番組について自由記入を求めた結果をしらべてみると、従来の調査から予想されたように、連続ドラマ、クイズゲーム、歌謡ショーなどの娯楽番組が圧倒的に多い。そして上述のテレビジョンにたいする彼らのイメージはこれらの娯楽番組にたいして、肯定的な場合でも認知的な受けとりかたはせず、情動的な受けとりかたをしていることを示している。しかしその情動的反応は、“ひまつぶしによい”(31%)、“気分の転換になる”(30%)、“骨休めになる”(30%)、“面白くてやめられない”(29%)といった単純な気晴しを意味するものが比較的多く、複雑な情緒解放を意味するものとして挿入した、“私の夢をみたしてくれる”(9%)、“主人公になったような気持になる”(8%)、“うっぶんがはれる”(17%)といった願望充足、主人公への同一視、カタルシス効果などをあらわす文にたいする反応は比較的少ない。もとより情動の単純さ複雑さをこのような単文で区別することは困難であるが、深層心理的な色彩のつよいシュラムらの空想機能の概念をわれわれの得たデータにそのまま適用することには疑問がある。この点に関してはのちに補足する。

読 書

読書場面にたいする反応は、否定感情の比率が少ない点、また自己形成的効果の認知反応が多い点において、まさにテレビジョンと対照的 ($r_s = -0.75$) である。

“人はどう生きるべきかを考えさせてくれる”(77%)、“趣味が高尙になる”(67%)、“想像力が豊かになる”(67%)といった認知反応は他のメディアに比べて圧倒的に多い。○印をつけたその他の認知反応においても、“世の中のことがわかる”(2%)は例外として、その他の反応は比較的多く選択されている。“話の種になる”(11%)点ではテレビジョンに及ばないが、“ためになる知識がえられる”(35%)、“なやみの解決に役立つ”(29%)、“新しいことに興味を覚えるようになる”(27%)点ではテレビジョンよりずっと多くえらばれている。

一方、否定感情は、“つい夢中になってまた時間をすごしてしまった”(26%)をのぞいては、いずれも10%前後ないし5%以下である。“勉強のじゃまになる”，“なまけものになる”，“あとで後悔する”といった‘罪の意識’はほとんどない。

その他テレビジョンと比べて、いちじるしく多い反応として，“心をしずめてくれる”(68%)，“主人公になったような気持になる”(52%)*，“やすらぎを覚える”(49%)，“私の夢をみたしてくれる”(48%)* “こんな風にして時間をすごすのはよいことだ”(47%)，“まじめな気持になる”(46%)，“私の気持にぴったりだ”(42%) があげられる。これらはいずれも読書が第一にえらばれたものである。その中には主人公への同一視、願望充足など複雑な情緒解放を意味する文(*印)がはいっているのは予想外であった。それは予想されたように映画にたいしてもかなり多くみられるが、読書に比べて20%前後少ない。このことは読書の中で文学的読物の占める比重の大きさを暗示する。念のため5校中の各1クラスを抽出した224名についてしらべてみると、最近1カ月間によんだ単行本合せて388冊中の148冊(38%)は小説であった。

新聞その他

新聞にたいする態度の特色は，“世の中のことがよくわかる”(90%)，“ためになる知識が得られる”(54%)，“新しいことに興味をおぼえるようになる”(39%)等で、これらはいずれも新聞が第1位に選択されており、いずれも自己形成的効果の認知を意味するものである。また“話の種を与えてくれる”(35%)という社会的有用性の認知においても、テレビジョンについで多く，“私のいいたいことをいってくれる”(29%)という項目において読書と並んで多い。これはウェイプレスらのいう補強効果(reinforcement)あるいは自己鼓舞的效果(self-esteem or prestige)のカテゴリーにはいるものとして挿入した文である。

マンガ本に対する反応は否定感情をあらわすものが比較的多いこと、認

知的うけとり反応がきわめて少ないという点で、テレビジョンの場合と類似している。(テレビ対マンガの $r_s = .79$)。“骨休めになる”，“気晴しにもってこいだ”，“気分のでんかんになる”といった単純な気晴しを意味する反応はテレビジョンよりむしろ多い。テレビほど時間をとられないですむからであろう。

映画にたいする反応では，“まったくつかれてしまう”(52%) がいちばん多く、テレビジョンの2倍以上になっている。しかしその他の否定反応はテレビジョンに比べてはるかに少ない。それらの否定反応は主として時間の浪費に関する項目で、その選択比率が僅少なのは、高校生が映画館に行く回数の少ないことを暗示している。

会話場面の特色は，“なやみの解決に役立つ”(66%)，“さびしい気持ちをやわらげる”(58%)，“私のよわい心をはげましてくれる”(55%)，“こんなに楽しい時間はない”(46%)，“うっぷんが晴れる”(39%) 等である。

クラッパー (1960) は逃避メディアの複合的機能の一つとして、‘助言と忠告’をあげているが，“なやみの解決に役立つ”，“よわい心をはげましてくれる”は、その意味で挿入した項目である。また，“淋しい気持ちをやわらげる”は、彼のいう‘代理的相互作用’にあたる。これらの機能はマス・メディアによる代理経験よりも対面コミュニケーションによる直接経験のほうが効果的に作用することを物語っている。“うっぷんがはれる”といった欲求不満の解消も、対面コミュニケーションのほうが効果的であるようにみえる。

2 テレビ型対読書型の比較

シュラムら (1961) は思春期の児童のメディア行動をテレビ視聴量と読書量(書物・雑誌)との組合せによって4つの型にわけている。われわれもだいたいこの手続きにしたがって、多使用型(テレビ high-読書 high)、テレビ型(テレビ high-読書 low)、読書型(テレビ low-読書 high)、少使用型(テレビ low-読書 low)の4型にわけた。(ただし、われわれの場

合、読書量の測度には新聞記事への接触も加重されて含まれており、シュラムらの場合と若干異なる。)以下これらの型を HH HL LH LL とよぶ。シュラムらは HL 型を空想志向群, LH 型を現実志向群と名付け, その分類の妥当性をマンガ本, 映画, 新聞, 教育テレビ等への接触量や読む雑誌の種類などによって間接的に検証している。⁽¹¹⁾ われわれの調査では今のところまだこのようなデータは出ていないが, 4つのメディア行動型を外的変数とする11の要因を含めた多次元解析によって, HL 型と LH 型とは対極的な属性をもつことがあきらかになった。⁽¹²⁾ (LH 型は HL 型に比べて社会階層, 知能, 適応性, 未来志向的信条等において比較的高く, LL 型 HH 型は両者の中間にある。)

そこでこの二つのメディア行動型においてテレビジョンあるいは書物にたいする態度がどのようにちがうかを比較してみた。

テレビジョンにたいする態度の差

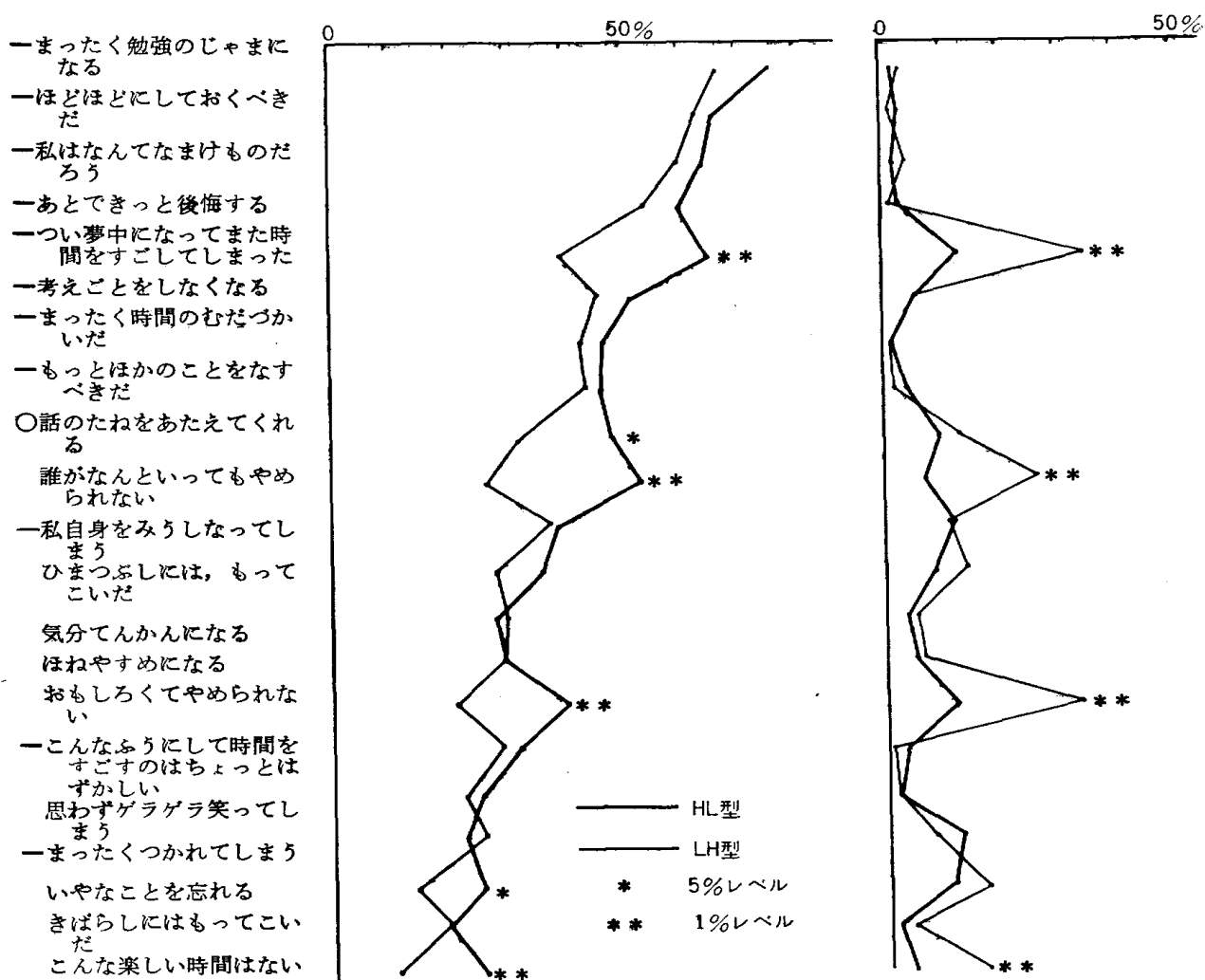
第3図参照。HL 型対 LH 型間に有意差のあるのは“つい夢中になってまた時間をすごしてしまった”(65%対39%), “話の種をあたえてくれる”(49%対33%), “誰がなんといってもやめられない”(53%対26%), “おもしろくてやめられない”(41%対21%), “いやなことを忘れる”(26%対15%), “こんな楽しい時間はない”(26%対11%), “私の気持ちにぴったりだ”(16%対5%), “私の夢をみたしてくれる”(16%対6%)の7項目で, いずれも HL 型のほうが LH 型よりテレビの選択率が多い, すなわち HL 型は LH 型に比べてテレビジョンにたいする興味がつよく, 情動的で現実生活の圧力からの解放を意味する反応もいくらか多い。

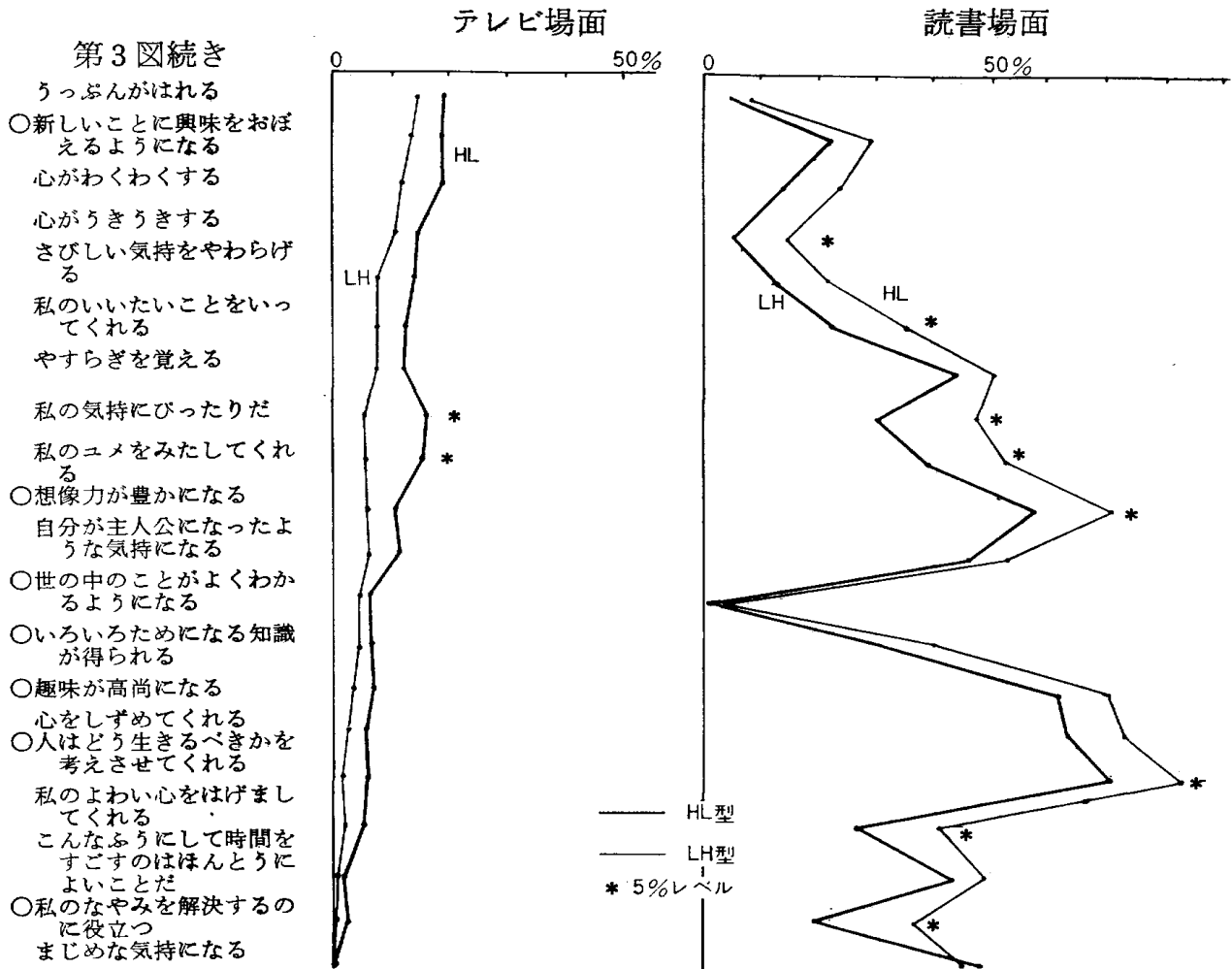
読書にたいする態度の差

HL 型 LH 型間に有意差のあるのは次の反応である。“つい夢中になってまた時間をすごしてしまった”(14%対34%), “誰がなんといってもやめられない”(7%対28%), “おもしろくてやめられない”(13%対34%),

“こんなに楽しい時間はない” (5%対17%), “心がうきうきする” (5%対14%), “私のいいたいことをいってくれる” (22%対35%), “私の気持ちにぴったりだ” (30%対47%), “私の夢をみたしてくれる” (39%対52%), “私のよわい心をはげましてくれる” (27%対41%) 等, LH型はHL型に比べて, 読書にたいしより情動的でかつ好意的なものが多い。また, “想像力がゆたかになる” (57%対71%), “人はどう生きるべきかを教えてくれる” (70%対83%), “私のなやみを解決するのに役立つ” (19%対37%) 等, 自己形成的効果を認知するものも, LH型のほうが多い。このようにLH型はHL型に比べて, 読書にたいし一面ではより認知的・現実志向的であるが, 同時に情動的・空想志向的要素も比較的つよいので, われわれ

第3図 テレビ型(HL)対読書型(LH)の比較





の場合、シュラムらのように LH 型を現実志向群と規定することは、ちゅうちょせざるをえない。

3 テレビ視聴量・知能の交互作用

前述のように高校生は一般に家庭のテレビジョンにたいし、否定感情を抱くものが多く、一方、自己形成に役立つと考えるものが僅少であるが、テレビ視聴量が普通以上に多くても知能が低い場合は、否定感情が比較的少なく、自己形成や交友上に役立つと考えるものが比較的多いのではないかという仮説のももに、次の手続きにより分散分析を行なった。

テレビ視聴量（1日平均約2時間30分，SD=1.14）知能偏差値（平均58.52，SD=4.81）の分布をそれぞれ上下27%に近い点で切り、それぞれ上中下の三つの下位群にわけると。否定感情を現わす項目にテレビが選択さ

れたとき1点を与えることにして、11項目の合成点を求める。8つの肯定的認知をあらわす項目についても同様の手続きで合成点を求める。これらの合成点をそれぞれ基準として2要因の分散分析を行なった結果は次のとおりであった。

第1表 分散分析表
A 否定的感情

SOURCE	SS	DF	MS	F
TV	34.6226	2	17.3113	2.8862
Intel.	33.8283	2	16.9141	2.8200
TV x Intel.	12.7673	4	3.1918	0.5321
Error	5020.2666	837	5.9979	
Total	5101.4853	845		

B 好意的認知反応

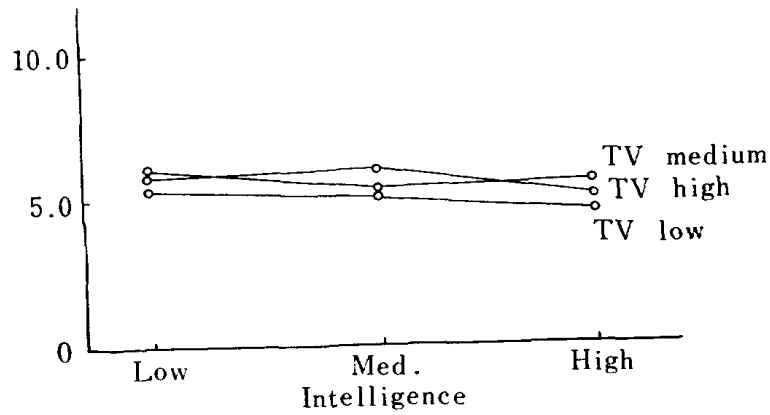
SOURCE	SS	DF	MS	F
TV	17.9456	2	8.9728	8.5876**
Intel.	4.5484	2	2.2742	2.1766
TV x Intel.	1.7210	4	0.4302	0.4117
Error	874.5426	837		
Total	898.7578	845		

**P<0.01

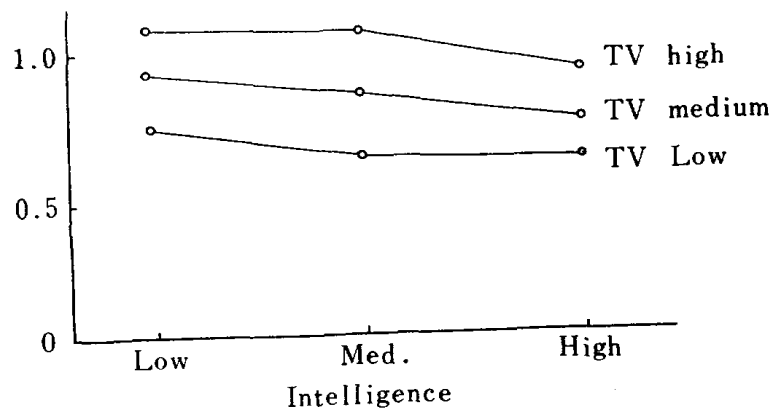
すなわち予想されたようなテレビ視聴量と知能間の交互作用は、否定感情にたいしても、好意的認知反応にたいしてもみとめられない。テレビ視聴量の大小と否定感情の強弱の間には有意な関係はないが、好意的認知反応に関しては、テレビ視聴量の大きくなるものほど然る反応を示すものが多いという傾向がみとめられる ($p<0.01$)。一方、知能の程度は否定感情にたいしても、好意的認知反応にたいしても有意な関係をもたない。第4図はこれらの関係を明瞭に示している。

知能のレベルによる反応差がみとめられなかったのは、被験者が公立高校生で知能偏差値が比較的上位にかたよっている故かもしれない。テレビ視聴量の大きさが、否定感情の程度と関係なく、好意的認知反応と正の連関があるのは、時間の消費にたいする正当化のメカニズムによるのかどう

第4図 テレビ・知能の交互作用
A 否定的感情



B 好意的認知反応



か、このデータの範囲では不明である。

4 アンビバレンスの検証

第2図は全体的な周辺分布であって、それからただちにテレビジョンにたいする態度にアンビバレンスが存在するとはいえない。何故なら肯定反応群と否定反応群とはそれぞれ独立した下位集団であるかもしれないからである。

そこで念のため、テレビジョンの選択比率の比較的高い項目を任意にえらんで、肯定反応と否定反応の共存を個人別にしらべてみた。またテレビジョンと対照的な書物についても同様の分析を行なった。その結果は次のとおりである。

第2表 アンビバレンス

		HH	HL	LH	LL	全体
テレビ	誰がなんといってもやめられない	35.9%	53.1%	26.2%	41.0%	37.4%
	まったく勉強のじゃまになる	79.7	78.3	73.1	73.7	76.6
	私はなんてなまけものだろう	70.1	67.2	57.9	72.0	66.8
	話のたねをあたえてくれる	37.9%	48.5%	33.1%	40.3%	39.1%
	あとできっと後悔する	66.8	56.9	57.1	61.2	60.5
	考えごとをしなくなる	45.5	50.6	47.3	43.1	47.6
書物	人はどう生きるべきかを教えてくれる	75.9%	70.2%	82.5%	74.3%	76.6%
	まったくつかれてしまう	7.8	12.6	7.0	8.9	8.6
	つい夢中になってまた時間を すごしてしまった	27.8	13.7	36.2	25.7	27.6

テレビジョン

テレビジョンに対し“誰がなんといってもやめられない”という強い興味反応を示した37%のうち、77%は“勉強のじゃまになる”と考え、67%は“私はなんてなまけものだろう”と、‘罪の意識’をいただいている。4つのメディア行動型にわけてみると、どの下位群にも大差なくアンビバレンスのあることがわかる。(第2表)

“話の種をあたえてくれる”と考えている39%のうち、61%は“あとできっと後悔する”，48%は“考えごとをしなくなる”というような‘罪の意識’をいただいている。そしてこのようなアンビバレンスがどの下位群にも大差なく存在している。(第2表)

読書

読書は“人はどう生きるべきかを教えてくれる”と考えている77%のうち、28%は“つい夢中になって時間をすごしてしまう”ことに警戒心をいただいており、9%が“まったくつかれてしまう”と答えている。(第2表)。

このように読書にたいしてもアンビバレンスのあることは否定できないが、テレビジョンに比べれば、その程度はずっと軽いといえるだろう。“夢中になること”への警戒心はつよい興味の反面をあらわすもので、他の否定感情と若干性質を異にすることを考慮にいれてよいだろう。

5 テレビジョンと読書に関する補足的考慮

コミュニケーション受容過程における‘利用と満足’の観点に立てば、テレビジョンは主として情動的欲求を充足させるが、あまりにも多くの時間を消費するので、‘罪の意識’が生まれる。骨休めにちょっと見ようと思っても、ついずるずるとまきこまれてしまう。それは‘受動的快樂’であって少しも努力をとまわないうえに、家族ぐるみの視聴という社会的誘因をになっている自己統制の困難な媒体である。この点、時間的にも社会的にも統制しやすい（好きなときにいつでも独りで接しうる）マンガ本のほうが一時的気晴しや気分転換に適していることをこんどの調査は示している（第2図）。

テレビ視聴は受動的快樂を満足させるといっても、社会生活におけるさまざまな圧力からの逃避という深層心理的なメカニズムがどの程度含まれているか否かは疑問である。シュラムとその共同研究者（1961）は、高校1年生の場合、空想志向群（HL型）には対人葛藤のつよいものが多い事実を示し、その関係を欲求不満—攻撃仮説を媒介概念として説明している⁽¹³⁾。われわれもシュラムらとほぼ同様の手続きによって対両親葛藤の程度を示す測度を作成し、4つのメディア行動型あるいはテレビ視聴量との関係を求めたところ、彼らの主張を支持する傾向が若干みとめられたが、シュラムの場合ほど顕著ではなかった。また家族集団と仲間集団に関して、所属集団と準拠集団の組合せを作り、そのなかでもっともつよい緊張状態におかれていると考えられた下位集団（親しい友人がなく、しかも仲間集団の規範に同調する集団）と4つのメディア行動型あるいはテレビ視聴量との相関を分析したデータにおいても、仮説を支持するような関係はみとめられ

なかった（未公表）。クラッパー（1960）は逃避的メディア内容の効果に関して、「彼が選ぶ内容はだいたいにおいて逃避的であるということは、過度に簡略化したいい方である。彼は相互作用的な内容を求めているが、実際には昼間のテレビ、ラジオのほとんどが、フィクションであり軽い内容のものである。」（下点筆者）といているが、今回のわれわれの調査結果に対してきわめて暗示的である。

テレビジョンにたいして自己形成的欲求の充足を期待するものが、いちじるしく少ないことは、おそらく高校生の特色であろう。読書能力の発達する時期においては、そうした欲求の充足は選択範囲が広く、いつでも好きな時にえらぶことのできる書物にたいして多くを期待していることをこんどの調査は示している。彼らの知的欲求を満足させる内容がテレビ番組の中にどの程度あるか否かは別として、彼らの常時視聴する番組を自由記入法によって求めたところ、第三チャンネルの番組を一つでも記入した生徒は5.8%にすぎず、そのほとんどすべては「英会話」であった。⁽¹⁴⁾（前述の小サンプルによる）

“世の中のことがよくわかるようになる”という項目にたいする選択比率は新聞の90%に対しテレビジョンは6%にすぎなかった。しかし別の質問で主なニュース・ソースをたずねた結果はテレビジョンは新聞と並んで、むしろそれ以上に他のコミュニケーション・ソースよりも圧倒的に多く選択されている。この相反する事実が何を語っているかはわからないが、一つの解釈として次のように考えることもできるだろう。絵画投影法による直感的判断においては、ニュース・ソースとして何をえらぶかというような具体的現実的判断に比べて、新聞は報道を使命とするという定式化された観念がいっそう支配的に作用するのではないか。

“話の種をあたえてくれる”という社会的有用性については、テレビジョンが第1位に選ばれている。クラッパーは逃避的メディアのかかる機能を‘社会的相互作用のための共通の基盤の提供’とよび、それは比較的外面的で、その特徴は「集団規範と抵触するようなどんな論争点をも含んで

(15)
いない」ことであるという。いわば毒にも薬にもならない社交的话题を提供するという意味で、テレビジョンは交友関係の接着剤としての役割を演じているといえるだろう。

読書にたいする態度には、認知的欲求の満足と情動的欲求の満足が共存している。それは被験者の読書の内容がノン・フィクション6に対しフィクション4の割合を示していること（小サンプルによる）と対応する。そして認知的要素と情動的要素の共存がLH型（読書型）においていっそう顕著に現われている事実から、シュラムらの定義にしたがってLH型を現実志向的と呼ぶことはさしひかえたいと思う。

この調査はテレビジョンにたいして批判的といわれる年代について行われたもので、現在、小学4年生と中学1年生について同様の調査を実施中である。活動的動因の盛んな‘マス・コミュニケーション使用の含らみ’とよばれるこの時期にある児童においては、テレビジョンにたいする態度は様相を異にすることが予測される。(Nov. 30, 1968)

引用文献

- (1) W. Schramm, J. Lyle & E. B. Parker, *Television in the lives of our children*. 1961, 98—99.
- (2) *ibid.* 60—64.
- (3) —, 64—74.
- (4) G. A. Steiner, *The people look at television*. 1963, 49—60.
- (5) D. Waples, B. Berelson & F. R. Bradshaw, *What reading does to people*. 1960. (ホヴランド：竹内郁郎・谷山恒雄訳，マス・メディアの効果 昭32, 4—5.)
- (6) J. T. Klapper, *The effects of mass communication*. 1960, (NHK放送学研究室訳，マス・コミュニケーションの効果 昭41, 227—241.
- (7) E. E. Maccoby, why do children watch television *P. O. Q.*, 1954, 18, 239—244.
- (8) G. マレッケ (NHK 放送学研究室訳)，青年の生活とテレビジョン 昭38, 217f.

- (9) ———, マスコミュニケーションの心理学 昭40, 249f.
- (10) 広田君美, 永井千尋, TVに対する接触習慣の一調査研究, その1. 関西大学 新聞学研究第9号, 昭73, 3f.
- (11) W. Schramm et al., *op. cit.* 100—104.
- (12) 日本教育学会第27回大会発表要旨集録, 昭43, 184—149.
- (13) W. Schramm et al., *op. cit.* 120—131.
- (14) クラッパー (NHK放送学研究室訳), *op. cit.* 232
- (15) ———, 233—234.

A Picture Projection Test on the Attitudes Youth Hold Toward Television

Takeo Furu, Kenichi Hirata

Problem :

An individual views a variety of TV programs. Special attitude towards TV in general, roughly speaking, may be formed based upon the daily accumulation of viewing experiences over a long period of time. The same thing can also be said of reading and other communication experiences. In order to determine its nature, it is possible to compare youths' attitudes towards TV with other communication experiences (reading, movies, etc.). That is the purpose of this research. There were two reasons for doing this.

(1) We have been making progress since last year on a research on the latent functions of TV for youth. We established as an exposure criterion for TV for this research, not the individual programs viewed but rather the "amount of TV exposure" or *that* plus "amount of printed media exposure" in combination (based upon Schramm, Lyle and Parker, 1961). The first step in our work was to compute the partial and multiple correlations between this criterion and the eleven independent variables involved. Therefore it was necessary to clarify the psychological nature of the criterion, either TV or printed media exposure.

Schramm, Lyle, and Parker (1960) while paying full attention to the fact that between the content of the media and the audience's response there are various individual differences, in general thought . . . and we hypothesised that . . . children's TV viewing is an activity which fulfills their fantasy needs. This

assumption was indirectly tested by comparison of leisure time activities of children in Canadian Teletown versus Radiotown. However no direct data was given. It therefore was decided to give a picture projection test to clarify this point.

(2) As made clear by G. A. Steiner (1963), attitudes towards TV are ambivalent. It was also decided to try to verify this during our research.

Method and Procedure :

A total of 1,700 subjects, first year high school (10th grade) students from public high schools in the San-Tama area of Tokyo were selected by cluster sampling by school units. They were shown six pictures of communication experiences (movies, newspapers, comic books, TV and conversation) and given 45 short sentences expressing subjective attitudes of the people appearing in the pictures. They were asked to match the picture most appropriate to each sentence. Both pictures and sentences were arranged in random order. The 45 sentences were divided into three categories: favorable feelings (interest, relaxation, etc.), negative counterparts (waste of time, shame, etc.), and cognitive instrumental effects (information gain, enriched aesthetic experience, furnishing of topics of conversation, etc.). The sentences were constructed with reference to the research materials on the functions of mass media found in Schramm and others (1960), Waples, Berelson and Bradshaw (1940), Klapper (1960), Steiner (1963) and others.

Results :

1. Attitudes towards TV are emotional and immediate reward seeking, while attitudes towards written materials are cognitive and delayed reward seeking.

2. Attitudes towards TV are emotional, however rather than being release of complicated emotions (wish-fulfillment, identification with the hero, etc.) they were seen as seeking of simple diversion. The function of releasing complicated emotions is

at times significant and more so among high users of prints in the case of reading. (38% of all reading is of novels.)

3. Attitudes towards TV are ambivalent. For example: 77% of those who replied "Regardless of who says what I will not stop (watching TV)." also stated "(TV) is a hindrance to studying." 60% of those who replied "(TV) furnishes topics for conversation." also said "Afterwards I will surely regret it." (Average TV viewing was about two and a half hours per day.)

4. By combining three levels of amount of TV viewing with three levels of intelligence, nine sub-groups were formed for comparison with negative feelings towards TV. All sub-groups were about the same, the interaction between intelligence and amount of TV contact was not significant.

5. The higher the amount of TV viewing the greater the cognitive instrumental effects. There were no significant differences found regardless of intelligence considered. It is not clear, however, if this cognition was a result of the respondents actually thinking in that manner or if it was merely justification.