

日本人の〈基底意識〉から見た広告効果の研究

米 沢 弘

A Study in the Effect of Advertising by the
Analysis of Deep Structure in the Human Mind

Hiroshi YONEZAWA

In this article, we consider the relationship between the effects of advertising and the deep structure of consciousness in the human mind in Japan.

To analyse this structure, we classified the field-survey data about the attitudes of preferences to supernatural phenomena (oracle, curses, telepathy, UFOs etc.). We have adopted the third formulae of quantification (multi-dimensional analysis in the case of no outside criterion) to this purpose. After this classification we have analysed the correlation between the axes of classification and the degree of interesting for advertising and some another indices similar to this.

The valuable axes and correlative coefficients in this analysis are as follows.

Axis I separates Emotion and Being $\rho=0.73$

Axis IV separates the Positive general and the Negative general $\rho=0.59$

Axis V separates Emotion positive and Expecting negative $\rho=0.57$

(valid samples 1,023, 68.2% valid)

By these three dimensions, we infer the effective attitude in advertising and some another similar performances.

I 何故に〈基底意識〉から広告
効果について考えるか

本研究は、ひとびとの〈基底意識〉から、広告効果について考えようとするものだが、何故にこの種の考察を行うか、またこの際の〈基底意識〉とはどのような意味であるかに

ついて、はじめに共通理解を得ておくこととしたい。

広告効果については、すでに多くの優れた数量的分析が、さまざまな分析の視点から行なわれ、また深層心理の立場からの考察も行なわれているが、あえてひとびとの〈基底意識〉から広告の問題について考えようとする

のは、主として次の2つの理由によるためである。

第1は、多くの数量的分析に耐えるデータが、主として日常的な表層意識のレベルの分析により得られたものであり、それらを構造的に把握することにより、より深層レベルの解明を図るにとどまる点である。

第2は、多くの深層意識に関する分析データが、必ずしも数量的分析に耐え得るものではなく、この種の多くの場合の質的データの数量的分析には、必ずしもその妥当性において意見の一致を見難いからである。

今回の分析は、社会調査における統計データに基づきながらも、質問のレベルと、その preference の反応のとり方により、いくらかでも可能なかぎり、より深層ないしは基底的反応を得ることに努め、それにより得られたデータを多変量解析により分析し、その分析結果に基づいて広告の問題について考えようとするものである。

では、今回の考察において用いる〈基底意識〉の意味について、若干述べておくこととしよう。

簡単に言えば、〈基底意識〉とは、表層意識と深層意識との中間に位する集合意識であると考えておくこととする。もっとも深層意識という概念も相対的なもので、表層意識と〈基底意識〉とを両極として考えることもできようし、場合によっては深層意識のより基底的領域を〈基底意識〉と考える立場もあり得ようが、今回は深層の意味を基底よりもより深く、またより強いアクセントで考えることとする。

このような意味で、〈基底意識〉という言葉を用いるという意味は、単に用語法の問題ではなく、調査の技法との関係で考えられたもので、各種の心理テストや精神医学的知見に基づく面接の技法により、意識の深層は探り得るとしても、それらのデータを数量的に処理することの妥当性についてはさま

ざまな問題があり、個人のカルテとしてではなく、集団の深層的把握においては、統計的なフィールド調査データの場合には、数量的処理には適しながらも、それがどこまで深層を探り得るかという問題をも考慮し、あえて聞きなれない言葉ではあるが〈基底意識〉という言葉を用いることとした。^(註1)

ひとびとの表層意識、とくにその日常の関心についての分析結果は、すでにたびたび報告したごとく、性別と年齢別および学歴と関係の深い教養性と日常性・娯楽性を分けると解釈され3つの軸により弁別されるところが大きい。^(註2)

この関心レベルでの日常意識の分析結果は、今回の分析結果との比較の意味で改めて述べるが、表層意識のレベルの分析では、性別と年齢区分別のクロスを前提として当該指標との3重クロスで考えなければならない。

然し、或る種の深層意識と関係する反応については、性別×年齢区分別により弁別され難いものがある。一例としては、今回の分析に用いたデータを含む同じ調査の中でも行っている、ひとびとの自然観についての反応がそれである。この点については第IV章において改めて述べることとする。^(註3)

今回の分析においては、この種の意識の深層に関係すると思われる項目群について、数量化理論第3類によりパタン分類を行ない、その際に析出された諸軸と「広告」に関係する項目群との関係について分析を行ない、広告効果の問題について考えるための新たな方向を見出そうとするものである。

なお、この種の〈基底意識〉については、統計数理研究所(国立)において、それをどのように捉えるかについて何回か調査分析が行なわれている。今回の分析に用いた指標も、それと同種のものだが、ただそれ以外にも日常の関心項目、マス・メディアについての質問など多数の質問項目を含む調査において、その相互関係を見るために行ったもので、主

として面接調査の時間的制約から、幾分簡略化したものである。(註4)

II 今回の分析に用いた

データの性格

今回の分析に用いたデータは、昭和53年1月26日から2月20日まで、半径30キロの首都圏において、20才から69才までの成人男女を対象に、無作為2段抽出の1,500サンプル(有効1,023, 有効率68.2%)にたいして個人訪問面接法により行った調査結果である。(註5)

このデータについて、その中に含まれる、〈基底意識〉に関する質問項目群を新たに分析し、〈基底意識〉の構造をさぐるとともに、同じ調査データに含まれる「広告」に関する項目群との関係について分析を行ない、〈基底意識〉から広告の問題を考えるための可能性を探ろうとするものである。

この調査データの中には、大きくわけて3つのレベルの質問項目が含まれている。第1は、ひとびとの日常の意識を関心の面から捉えようとしたもの、第2は、ひとびとの意識の深層を探ろうとしたもの、第3は、マス・メディアとくにテレビと新聞について尋ねている部分である。回収状況、サンプル構成は表1、2のごとくである。

表1 回収状況

| 総サンプル | 有効票 | 無効票 | 無効票内訳 | | | | | | |
|-------|-------|------|-------|-----|------|----------|------|-----|-----|
| | | | 転居 | 不在 | 拒否 | 対象者みあたらず | 長期不在 | 病氣 | その他 |
| 1,500 | 1,023 | 477 | 139 | 90 | 150 | 25 | 38 | 27 | 8 |
| 比率% | 68.2 | 31.8 | 9.3 | 6.0 | 10.0 | 1.7 | 2.5 | 1.8 | 0.5 |

表2 有効サンプルの構成 (性×年齢)

| | 20~24歳 | 25~29歳 | 30~39歳 | 40~49歳 | 50~59歳 | 60~69歳 | 計 |
|---|-------------|-------------|--------------|--------------|-------------|------------|-------------|
| 男 | 65 12.2% | 84 15.8% | 137 25.7% | 128 24.0% | 75 14.1% | 44 8.3% | 533 100% |
| | 6.4% | 8.2% | 13.4% | 12.5% | 7.3% | 4.3% | 52.1% |
| 女 | 47 9.6% | 64 13.1% | 133 27.1% | 132 26.9% | 72 14.7% | 42 8.6% | 490 100% |
| | 4.6% | 6.3% | 13.0% | 12.9% | 7.0% | 4.1% | 47.9% |

上段は有効サンプル、二段目は性別構成比、三段目は全体比。

今回の考察では、この中の第2のレベルの質問群から一種類を選び、それと第1、第3のレベルの質問群の中から「広告」に関するものの中のいくつかをとり出し、その関係について分析を行った。

ところで、このデータでは、広告についてひとびとがどの程度関心を持っているかをはじめに示しておくこととしよう。

日常意識のレベルでのひとびとの関心として、単極3段階で、「広告」について尋ねた結果は次のごとくである。

質問文は「あなたは毎日の暮らしの中でどんなことに関心をお持ちですか、次のそれぞれの項目について〈強い関心のあるもの〉〈やや関心のあるもの〉〈関心のないもの〉にわけてお答え下さい」とし128項目についてグループごとにまとめてリストを提示し、マルチプルで尋ねた。同種グループとしては「流行」「新しい商品」などについても尋ねている。「広告」「流行」「新しい商品」についての関心の強さ別の性別・年齢区分別のクロスの結果は表3、表4、表5のごとくである。

表3 「広告」についての関心(%) 性×年齢

| 強さ | | 実数 | 関心は | | | D K N A |
|-------|-------|-------|--------|-------|-------|------------|
| 性・年齢 | 強い | | やや関心あり | 関心はない | % | |
| Total | | 1,023 | 51.9% | 33.3% | 11.5% | 3.2% |
| 男 | 小計 | 533 | 54.2 | 31.7 | 10.5 | 3.6 |
| | 20~24 | 65 | 47.7 | 30.8 | 16.9 | 4.6 |
| | 25~29 | 84 | 39.3 | 41.7 | 17.9 | 1.2 |
| | 30~39 | 137 | 59.9 | 29.9 | 9.5 | 0.7 |
| | 40~49 | 128 | 54.7 | 34.4 | 7.0 | 3.9 |
| | 50~59 | 75 | 60.0 | 26.7 | 5.3 | 8.0 |
| | 60~69 | 44 | 63.6 | 20.5 | 9.1 | 6.8 |
| 女 | 小計 | 490 | 49.4 | 35.1 | 12.7 | 2.9 |
| | 20~24 | 47 | 34.0 | 40.4 | 17.0 | 8.5 |
| | 25~29 | 64 | 43.8 | 39.1 | 15.6 | 1.6 |
| | 30~39 | 133 | 45.1 | 35.3 | 16.5 | 3.0 |
| | 40~49 | 132 | 48.5 | 37.1 | 12.1 | 2.3 |
| | 50~59 | 72 | 61.1 | 29.2 | 8.3 | 1.4 |
| | 60~69 | 42 | 71.4 | 26.2 | — | 2.4 |

表4 「流行」についての関心(%) 性×年齢

| 性×年齢 | | 実数 | 関心は ない | やや関 心あり | 強い関 心あり | D K N A |
|-------|-------|-------|-----------|------------|------------|------------|
| Total | | 1,023 | 49.2% | 38.5% | 10.0% | 2.3% |
| 男 | 小計 | 533 | 58.0 | 31.9 | 6.9 | 3.2 |
| | 20~24 | 65 | 41.5 | 44.6 | 9.2 | 4.6 |
| | 25~29 | 84 | 35.7 | 46.4 | 15.5 | 2.4 |
| | 30~39 | 137 | 66.4 | 27.7 | 5.1 | 0.7 |
| | 40~49 | 128 | 64.8 | 28.1 | 5.5 | 1.6 |
| | 50~59 | 75 | 62.7 | 28.0 | 2.7 | 6.7 |
| | 60~69 | 44 | 70.5 | 15.9 | 4.5 | 9.1 |
| 女 | 小計 | 490 | 39.6 | 45.7 | 13.3 | 1.4 |
| | 20~24 | 47 | 23.4 | 46.8 | 25.5 | 4.3 |
| | 25~29 | 64 | 25.0 | 53.1 | 21.9 | — |
| | 30~39 | 133 | 33.1 | 51.9 | 12.8 | 2.3 |
| | 40~49 | 132 | 40.2 | 45.5 | 13.6 | 0.8 |
| | 50~59 | 72 | 54.2 | 38.9 | 5.6 | 1.4 |
| | 60~69 | 42 | 73.8 | 26.2 | — | — |

に必要な点だけを述べておくこととしよう。

表3から明らかなように、＜強い関心＞は男女ともに年齢の上昇するとともに減少する。＜やや関心あり＞では傾向的には若年齢ほど関心が高いが、男子の場合20代後半で著しく高い点が注目される。＜関心なし＞では男子では20代後半、女子では20代前半で低く、これらのことは性別の学習年齢差、結婚年齢差と関係するものと考えられる。

今回は「広告」以外には「流行」「新しい商品」の2つについてののみ考えるが、これらは「広告」と関係の深い項目であるが、表4、表5からうかがわれるように、「広告」への関心と必ずしも並行的ではない。

「流行」においては＜強い関心＞については傾向的には「広告」と類似はするが、男子の20代後半で著しく高く、また女子の場合20代前後で著しく高く後半でも高い。

「新しい商品」については、傾向的には類似するが、男子20代後半で＜強い関心＞が最も高く、女子の場合には20代前半と40代で高いことで、詳細に見れば予想されることではあるが、ライフ・スタイルとの関係が示されていると言ってよいだろう。

今回のデータの中には、「テレビ・コマーシャル」への関心や、「新聞広告」についても尋ねているが、これらについては後述することとしよう。

III 今回の＜基底意識＞についての指標

今回の分析データの中には、すでに述べたごとく、意識の深層をさぐる項目群として、宗教や信仰、また自然観などについての質問が含まれている。また非日常的現象・超常現象についての preference や「不安」についても尋ねている。^(註6)

今回は、この中の超常現象についてのひとびとの選択的態度、すなわちそれらの超常現象が＜あるか・ないか＞という存在レベルの

表5 「新しい商品」についての関心(%)性×年齢

| 性×年齢 | | 実数 | 関心は ない | やや関 心あり | 強い関 心あり | D K N A |
|-------|-------|-------|-----------|------------|------------|------------|
| Total | | 1,023 | 38.5% | 42.6% | 16.6% | 2.2% |
| 男 | 小計 | 533 | 39.8 | 40.9 | 16.7 | 2.6 |
| | 20~24 | 65 | 33.8 | 46.2 | 18.5 | 1.5 |
| | 25~29 | 84 | 21.4 | 54.8 | 23.8 | — |
| | 30~39 | 137 | 40.1 | 41.6 | 16.1 | 2.2 |
| | 40~49 | 128 | 46.1 | 36.7 | 14.1 | 3.1 |
| | 50~59 | 75 | 44.0 | 34.7 | 17.3 | 4.0 |
| | 60~69 | 44 | 56.8 | 27.3 | 9.1 | 6.8 |
| 女 | 小計 | 490 | 37.1 | 44.5 | 16.5 | 1.8 |
| | 20~24 | 47 | 34.0 | 44.7 | 19.1 | 2.1 |
| | 25~29 | 64 | 28.1 | 56.3 | 15.6 | — |
| | 30~39 | 133 | 29.3 | 50.4 | 18.0 | 2.3 |
| | 40~49 | 132 | 34.1 | 43.9 | 19.7 | 2.3 |
| | 50~59 | 72 | 47.2 | 36.1 | 13.9 | 2.8 |
| | 60~69 | 42 | 71.4 | 23.8 | 4.8 | — |

「広告」についての関心のクロス分析の結果については、すでに多くの優れた分析があるので改めて述べるのは本研究の目的ではないが、以下＜基底意識＞との関係を見るため

問いと、〈あってほしい、いてほしい・あってほしくない、いてほしくない〉という期待レベルの問いと、〈たのしい、面白い・つまらない、馬鹿々々しい〉という情動のレベルの問いがあり、それらの中から一つを選択させた。上記の選択肢にDK・NAを加えると7つの選択肢となる。

今回の分析に用いた超常現象の種類は、表6のごとくであり、(イ)透視・テレパシー、(ロ)念力、(ハ)方位・家相、(ニ)三隣亡のわざわい、(ホ)死者のたたり、(ヘ)空飛ぶ円盤、(ト)ネッシー(ネス湖の怪獣)の7つである。これらは古典的なもの、中間的なもの、近代的なものとして選ばれたものである。

これらに対して、存在と期待と情動についてポジティブとネガティブな反応とDK・NAを加えた7つの選択肢、すなわち7つの超常現象に対する7つの反応、計49の反応について数量化理論第3類によりパタン分類を行ない、その際に析出された各軸と「広告」関連の項目への関心との関係を見ることとした。

超常現象については質問文は、「これから一つ一つおたずねしますが、このリスト(表6

参照)のなかから、あなたの気持ちにもっともぴったりとするものを一つあげて下さい」とし、リストを提示し「まず〈透視・テレパシー〉についてはどうですか」と尋ねた。(以下それぞれS.A.)その単純集計結果は表6のごとくである。

IV 超常現象への preference についてのパタン分類結果

前章に述べた7つの超常現象についての7つの反応計49の反応について、数量化理論第3類によりパタン分類を行なった。今回はその7根までを計算した。その数値を各軸ごとに図示したものが図1の(1)~(3)である。また結果的に「広告」と関係の深いI軸、IV軸、V軸について、I軸とIV軸、I軸とV軸とを各2次元に図示したものが、図2、図3である。図2、図3においては、その特性を明らかにするために性と年齢の値を各軸上にプロットしたものを添えた。

これらの図により、各軸の意味について考えることとし、以下それらの軸は次のように解釈することとした。

なお、図2、図3において、白印はポジティブ、黒印はネガティブ、○と●は情動、△と▲は期待、□と■は存在を示す。

I軸については、図1および図2と3からうかがわれるように、プラス方向に情動、つづいて期待、マイナス方向にはDK・NA、つづいて存在がプロットされている。

I軸は、情動と存在を分ける、と解釈される。(ρ=0.73)

なお、念のために述べれば、この軸においては、それがポジティブかネガティブかは分れていないことに注目したい。即ちその意味は、情動的反応であれば、それが「楽しい」か「つまらないか」の点に関係がないということである。年齢との関係で言えば若年齢において情動の反応が高く、逆に女性の60代で、DK・NAが多く、とくに現代的超常現象に

表6 超常現象についての選択 (%) 全体 1,023

| 種類 \ preference | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|-----------------|------|------|--------|-------|----------|-------|--------|
| | たのしい | 面白い | 馬鹿々々しい | いてほしい | あってほしくない | いる・ある | いない・ない |
| イ 透視・テレパシー | 19.7 | 15.2 | 7.6 | 4.4 | 14.6 | 20.7 | 17.7 |
| ロ 念力 | 13.0 | 15.4 | 8.5 | 4.2 | 15.6 | 26.3 | 16.9 |
| ハ 方位・家相による吉凶 | 1.6 | 12.6 | 3.5 | 18.9 | 29.5 | 22.6 | 11.3 |
| ニ 三隣亡のわざわい | 0.6 | 12.9 | 1.2 | 22.0 | 12.8 | 30.8 | 19.7 |
| ホ 死者のたたり | 0.7 | 11.3 | 0.8 | 21.7 | 13.5 | 39.3 | 12.7 |
| ヘ 空飛ぶ円盤 | 20.8 | 11.0 | 5.6 | 3.2 | 13.0 | 29.4 | 16.9 |
| ト ネッシー(ネス湖の怪獣) | 22.0 | 11.0 | 9.0 | 2.2 | 10.7 | 26.7 | 18.5 |

(1と2は情動、3と4は期待、5と6は存在)

図1の(1) 超常現象についてのパターン分類
(各軸ごとの値)

| | | 第1軸 $\rho=0.73$ | | | | | | | 第2軸 $\rho=0.68$ | | | | | | | |
|----------|----------|-----------------|------|----|------|------|-----|---|-----------------|------|------|------|---|------|------|---|
| | | N | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 透視・テレパシー | たのしい | 202 | | | | | 0.7 | | | | | | | -0.1 | | |
| | つまらない | 156 | | | | | 1.1 | | | | | -0.8 | | | | |
| | あってほしい | 78 | | | | | 1.2 | | | | | -0.1 | | | | |
| | あってほしくない | 45 | | | | | 0.8 | | | | | -0.4 | | | | |
| | ある | 149 | | | -0.3 | | | | | | | | | | 0.7 | |
| | ない | 212 | | | -0.5 | | | | | | | | | | 1.4 | |
| | DK・NA | 180 | -1.6 | | | | | | | -1.4 | | | | | | |
| 念 | たのしい | 133 | | | | | 0.9 | | | | | | | -0.1 | | |
| | つまらない | 158 | | | | | 1.2 | | | | | -0.8 | | | | |
| | あってほしい | 87 | | | | | 1.1 | | | | | -0.3 | | | | |
| | あってほしくない | 43 | | | | | 1.0 | | | | | -0.3 | | | | |
| | ある | 160 | | | -0.2 | | | | | | | | | | -0.6 | |
| | ない | 249 | | | -0.4 | | | | | | | | | | 1.3 | |
| | DK・NA | 173 | -1.7 | | | | | | | -1.7 | | | | | | |
| 力 | たのしい | 16 | | | | | 1.4 | | | | | -0.2 | | | | |
| | つまらない | 129 | | | | | 2.0 | | | | -0.9 | | | | | |
| | あってほしい | 36 | | | | -0.2 | | | | | | -0.4 | | | | |
| | あってほしくない | 193 | | | | 0.7 | | | | | | -0.4 | | | | |
| | ある | 302 | | | -0.4 | | | | | | | | | | -0.3 | |
| | ない | 231 | | | -0.4 | | | | | | | | | | 1.4 | |
| | DK・NA | 115 | -1.7 | | | | | | | -1.9 | | | | | | |
| 方位・家相 | たのしい | 6 | | | | | 1.8 | | | | | -0.2 | | | | |
| | つまらない | 132 | | | | | 2.0 | | | | -0.9 | | | | | |
| | あってほしい | 12 | | | | | 0.9 | | | | | -0.2 | | | | |
| | あってほしくない | 225 | | | | | 0.7 | | | | | -0.3 | | | | |
| | ある | 131 | | | -0.4 | | | | | | | | | | -0.3 | |
| | ない | 315 | | | -0.4 | | | | | | | | | | 1.3 | |
| | DK・NA | 202 | -1.3 | | | | | | | -1.3 | | | | | | |
| 三隣亡 | たのしい | 7 | | | | | 1.8 | | | | | -0.7 | | | | |
| | つまらない | 116 | | | | | 2.0 | | | | -1.0 | | | | | |
| | あってほしい | 8 | | | | | 0.9 | | | | | -0.4 | | | | |
| | あってほしくない | 222 | | | | | 0.7 | | | | | -0.4 | | | | |
| | ある | 138 | | | -0.1 | | | | | | | | | | -0.5 | |
| | ない | 402 | | | -0.5 | | | | | | | | | | 1.0 | |
| | DK・NA | 129 | -1.7 | | | | | | | -2.0 | | | | | | |
| 死者のたたり | たのしい | 213 | | | | | 0.8 | | | | | | | 0.0 | | |
| | つまらない | 113 | | | | | 1.2 | | | | | -1.2 | | | | |
| | あってほしい | 57 | | | | | 1.3 | | | | | -0.1 | | | | |
| | あってほしくない | 33 | | | | | 0.9 | | | | | -0.6 | | | | |
| | ある | 133 | | | | -0.1 | | | | | | | | | -0.5 | |
| | ない | 301 | | | -0.5 | | | | | | | | | | 1.1 | |
| | DK・NA | 173 | -1.6 | | | | | | | -1.4 | | | | | | |
| UFO | たのしい | 225 | | | | | 0.9 | | | | | | | 0.0 | | |
| | つまらない | 113 | | | | | 1.2 | | | | | -1.3 | | | | |
| | いてほしい | 92 | | | | | 0.9 | | | | | | | -0.1 | | |
| | いてほしくない | 22 | | | | | 0.8 | | | | | -0.5 | | | | |
| | いる | 109 | | | | 0.0 | | | | | | | | | -0.5 | |
| | いない | 273 | | | -0.5 | | | | | | | | | | 1.2 | |
| | DK・NA | 189 | -1.6 | | | | | | | -1.3 | | | | | | |

団1の(2)

| | | 第3軸 $\rho=0.66$ | | | | | | 第4軸 $\rho=0.59$ | | | | | | | | |
|----------|----------|-----------------|------|------|----|---|------|-----------------|-----|------|------|------|------|------|-----|------|
| | | N | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 透視・テレパシー | たのしい | 202 | | | | | -0.8 | | | | | | -0.2 | | | |
| | つまらない | 156 | -1.9 | | | | | | | | | -0.2 | | | | |
| | あってほしい | 78 | | | | | -1.2 | | | | | | | -0.7 | | |
| | あってほしくない | 45 | | | | | | 2.3 | | -1.4 | | | | | | |
| | ある | 149 | | | | | -0.4 | | | | | | | | 2.2 | |
| | ない | 212 | | -0.6 | | | | | | | -1.2 | | | | | |
| 念 | DK・NA | 180 | | | | | -0.1 | | | | | -0.4 | | | | |
| | たのしい | 133 | | | | | | 1.0 | | | | | | 0.3 | | |
| | つまらない | 158 | -1.8 | | | | | | | | | -0.3 | | | | |
| | あってほしい | 87 | | | | | | 1.2 | | | | | | | 0.5 | |
| | あってほしくない | 43 | | | | | | | 2.5 | -1.8 | | | | | | |
| | ある | 160 | | | | | -0.3 | | | | | | | | | -2.5 |
| 力 | ない | 249 | | -0.4 | | | | | | | -1.1 | | | | | |
| | DK・NA | 173 | | | | | -0.1 | | | | | -0.2 | | | | |
| | たのしい | 16 | | | | | | 1.0 | | | | | | | 1.2 | |
| | つまらない | 129 | -1.8 | | | | | | | | | | | -0.3 | | |
| | あってほしい | 36 | | | | | -0.3 | | | | | | | 0.0 | | |
| | あってほしくない | 193 | | | | | | 1.5 | | -1.2 | | | | | | |
| 方位・家相 | ある | 302 | | | | | 0.0 | | | | | | | | 1.2 | |
| | ない | 231 | | -0.3 | | | | | | | -0.8 | | | | | |
| | DK・NA | 115 | | -0.3 | | | | | | | -0.8 | | | | | |
| | たのしい | 6 | | | | | | 1.8 | | | | | | | 2.6 | |
| | つまらない | 132 | -1.8 | | | | | | | | | | | -0.2 | | |
| | あってほしい | 12 | | | | | -0.3 | | | | | | | -0.3 | | |
| 三隣亡 | あってほしくない | 225 | | | | | | 1.7 | | -0.9 | | | | | | |
| | ある | 131 | | -0.1 | | | | | | | | | | | 1.9 | |
| | ない | 315 | | -0.4 | | | | | | | -0.5 | | | | | |
| | DK・NA | 202 | | -0.1 | | | | | | | | | | 0.4 | | |
| | たのしい | 7 | | | | | | 2.1 | | | | | | | 1.7 | |
| | つまらない | 116 | -1.8 | | | | | | | | | -0.0 | | | | |
| 死者のたたり | あってほしい | 8 | | -0.2 | | | | | | | | | | 1.5 | | |
| | あってほしくない | 222 | | | | | | 1.7 | | -0.7 | | | | | | |
| | ある | 138 | | -0.2 | | | | | | | | | | | 2.6 | |
| | ない | 402 | | -0.4 | | | | | | | -0.6 | | | | | |
| | DK・NA | 129 | | -0.1 | | | | | | | | -0.0 | | | | |
| | たのしい | 213 | | | | | -0.8 | | | | | -0.2 | | | | |
| U | つまらない | 113 | -1.8 | | | | | | | | | -0.6 | | | | |
| | あってほしい | 57 | | | | | | 1.4 | | | | | | -0.7 | | |
| | あってほしくない | 33 | | | | | | -2.1 | | -1.3 | | | | | | |
| | ある | 133 | | | | | -0.2 | | | | | | | | 2.1 | |
| | ない | 301 | | -0.6 | | | | | | | -0.5 | | | | | |
| | DK・NA | 173 | | | | | -0.1 | | | | -0.2 | | | | | |
| F | たのしい | 225 | | | | | -0.7 | | | | -0.0 | | | | | |
| | つまらない | 113 | -1.7 | | | | | | | | -0.7 | | | | | |
| | いてほしい | 92 | | | | | | 1.3 | | | | | | 0.5 | | |
| | いてほしくない | 22 | | | | | | | 2.8 | -1.4 | | | | | | |
| | いる | 109 | | | | | 0.0 | | | | | | | | 2.3 | |
| | いない | 273 | | -0.6 | | | | | | | -0.5 | | | | | |
| O | DK・NA | 189 | | | | | 0.0 | | | | -0.3 | | | | | |

図1の(3)

| | | 第5軸 $\rho=0.57$ | | | | | | | 第6軸 $\rho=0.53$ | | | | | | | |
|--------|----------|-----------------|------|----|------|------|------|-----|-----------------|----|------|------|------|------|------|-----|
| | | N | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| 透視・テレビ | たのしい | 202 | | | | | | 1.8 | | | | -0.6 | | | | |
| | つまらない | 156 | | | -0.6 | | | | | | | -0.9 | | | | |
| | あってほしい | 78 | | | -0.3 | | | | | | | | | | | |
| | あってほしくない | 45 | | | | | | | | | | -1.7 | | | | 3.8 |
| | ある | 149 | -3.2 | | -0.8 | | | | | | | | -0.4 | | | |
| | ない | 212 | | | | | 0.0 | | | | | | | | -0.3 | |
| 念 | DK・NA | 180 | | | | | -0.1 | | | | | | | -0.2 | | |
| | たのしい | 133 | | | | | | 2.4 | | | | -0.9 | | | | |
| | つまらない | 158 | | | -0.5 | | | | | | | -0.9 | | | | |
| | あってほしい | 87 | | | -0.3 | | | | | | | | | | | |
| | あってほしくない | 43 | | | | | | | | | | -1.9 | | | | 3.5 |
| | ある | 160 | -3.5 | | -0.7 | | | | | | | | -0.3 | | | |
| 力 | ない | 247 | | | | | 0.0 | | | | | | | -0.2 | | |
| | DK・NA | 173 | | | | | -0.2 | | | | | | | -0.2 | | |
| | たのしい | 16 | | | | | | | 4.7 | | | -2.2 | | | | |
| | つまらない | 129 | | | | | -0.2 | | | | | | | | 1.2 | |
| | あってほしい | 36 | | | -0.3 | | | | | | | -1.3 | | | | |
| | あってほしくない | 193 | | | -0.6 | | | | | | | | -0.2 | | | |
| 方位・家相 | ある | 302 | | | -0.5 | | | | | | | -0.6 | | | | |
| | ない | 231 | | | | | -0.4 | | | | | | | -0.3 | | |
| | DK・NA | 115 | | | | | -0.7 | | | | | | | -0.6 | | |
| | たのしい | 6 | | | | | | | 9.0 | | 4.8 | | | | 1.2 | |
| | つまらない | 132 | | | | | -0.2 | | | | | | | | | |
| | あってほしい | 12 | | | -0.2 | | | | | | | -0.9 | | | | |
| 三隣亡 | あってほしくない | 225 | | | -0.6 | | | | | | | -0.4 | | | | |
| | ある | 131 | | | -0.6 | | | | | | | -0.9 | | | | |
| | ない | 315 | | | | | -0.2 | | | | | | | -0.1 | | |
| | DK・NA | 202 | | | | | -0.3 | | | | | | | -0.3 | | |
| | たのしい | 7 | | | | | | | 9.4 | | | -2.9 | | | | |
| | つまらない | 116 | | | | | -0.1 | | | | | | | | 1.1 | |
| 死者のたたり | あってほしい | 8 | | | -0.1 | | | | | | | -3.2 | | | | |
| | あってほしくない | 222 | | | -0.6 | | | | | | | -0.4 | | | | |
| | ある | 138 | | | -0.7 | | | | | | | -0.6 | | | | |
| | ない | 402 | | | | | -0.2 | | | | | | | -0.2 | | |
| | DK・NA | 129 | | | | | -0.5 | | | | | | | -0.2 | | |
| | たのしい | 213 | | | | | | | 1.8 | | | -0.4 | | | | |
| UFO | つまらない | 113 | | | -0.9 | | | | | | | -1.4 | | | | |
| | あってほしい | 57 | | | -1.0 | | | | | | | | | | | |
| | あってほしくない | 33 | -2.8 | | | | | | | | | -2.1 | | | | 4.4 |
| | ある | 133 | | | -0.6 | | | | | | | -0.2 | | | | |
| | ない | 301 | | | -0.3 | | | | | | | | | -0.1 | | |
| | DK・NA | 173 | | | | | -0.1 | | | | | | | -0.3 | | |
| ネット | たのしい | 225 | | | | | | 1.7 | | | -0.5 | | | | | |
| | つまらない | 113 | | | -0.1 | | | | | | | -1.3 | | | | |
| | いてほしい | 92 | | | -0.7 | | | | | | | | | | | |
| | いてほしくない | 22 | | | | | | | | | | -2.3 | | | | 3.1 |
| | いる | 109 | -3.5 | | -0.8 | | | | | | | | -0.2 | | | |
| | いない | 273 | | | -0.2 | | | | | | | | | -0.1 | | |
| DK・NA | 189 | | | | | -0.1 | | | | | | | -0.3 | | | |

図2 <基底意識>のパタン分類 I軸×IV軸 (付) 性×年齢

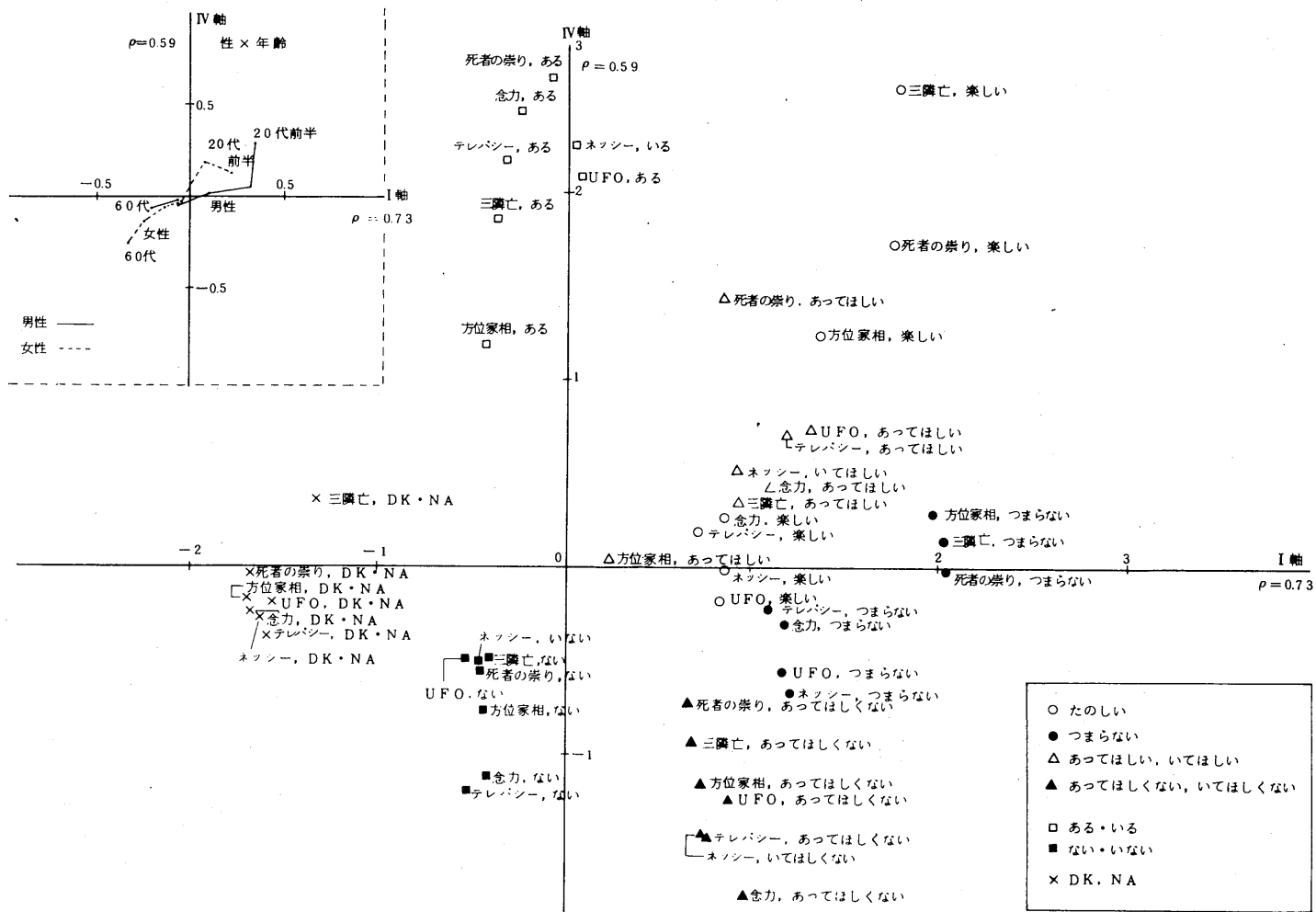
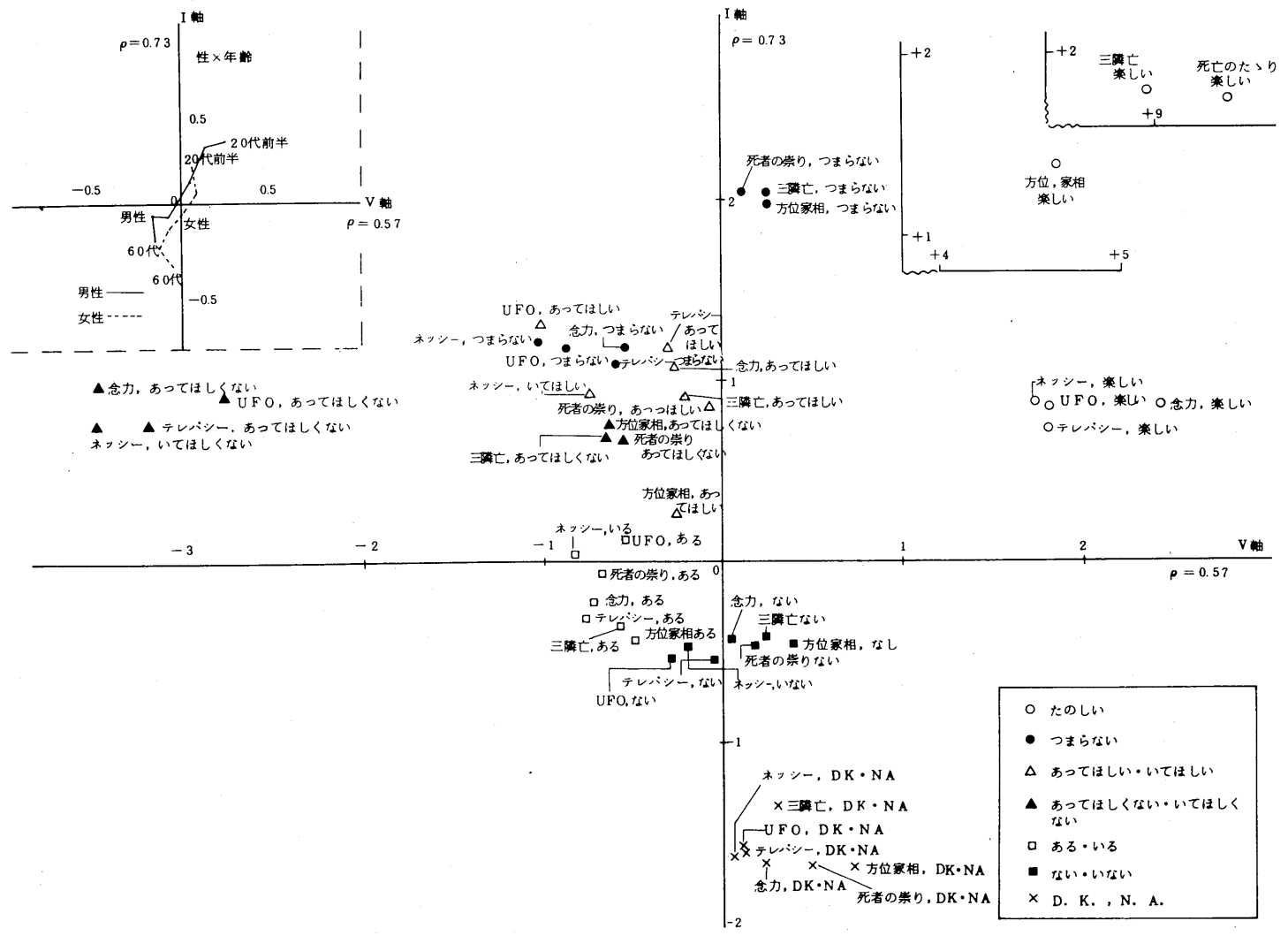


図3 <基底意識>のパタン分類 I軸×V軸 (付) 性×年齢



ついてこの傾向がある。

II軸は、図1から存在ネガティブと情動ネガティブを分ける、と解釈される。(ρ=0.68)

このことは、I軸では存在一般と情動一般とを分けているのとは性格が異っている。

III軸は、図1から期待ネガティブと情動ネガティブを分けると解釈される。(ρ=0.66)

この場合、存在は余り関係がない。

IV軸は、図1および図2からポジティブ一般とネガティブ一般とを明確に分けている。

(ρ=0.59)

図2で言えば、白印のポジティブな反応は、ほとんど第1・第2象限に、黒印のネガティブな反応は第3・第4象限に分布している。

性、年齢との関係で言えば、ポジティブに20代前半の男性、ネガティブに60代の女性が特徴的である。

V軸は、図1および図3から情動ポジティブと期待ネガティブを分けると解釈される。

(ρ=0.57)

この軸は、III軸と比較し一方の極が対照的である。性、年齢別ではプラスの情動で20代前半の男性が特徴的である。

VI軸は、図1から個々のアイテムを分けると解釈される。(ρ=0.53)

その意味は、この軸については個々のアイテムについて、ポジティブがプラスにあればネガティブがマイナスに分布する。

VII軸については、若干特異な反応を示すので図示しなかったが、個々のアイテムを分ける第VI軸の現われたところで分析をとどめることとした。

今回の分析の目的は、これらの超常現象の個々の分析が目的ではなく、これらの反応についてのパタン分類結果により求められた各軸と、広告関連の項目との関係を見るのが目的であり、紙数の制限もあるので、超常現象の詳細な分析は省略する。

V 超常現象のパタン分類結果と 広告効果との関係

前章に述べた、超常現象についての preference の結果について行った数量化理論第3類によるパタン分類結果により、析出された6つの軸と「広告」との関係について考えることとしよう。

すでに述べた同じ調査データの中での、日常の関心項目の中から、「広告」「流行」「新しい商品」について、〈関心なし〉〈やや関心あり〉〈強い関心あり〉の各反応を、これらの軸上に分布させたものと、その数値は図4のごとくである。

この図からうかがわれることは、「広告」への関心の増大と関係する軸は、I、III、IV、Vの各軸である。またこの4つの軸については、「流行」「新しい商品」も同傾向を示す。

II軸については、上記3項目の反応はまちまちであり、VI軸にすでに述べたごとく、各アイテムを分けるもので、今回の考察とは直接関係がない。

では、「広告」に対して強い関心を示す人々はどうな特徴を持っているかを、この結果から考えるとして、

I軸からは、情動一般の強い人々と考えられる。

III軸からは、ネガティブな期待の人々であり。(この点については後述する)

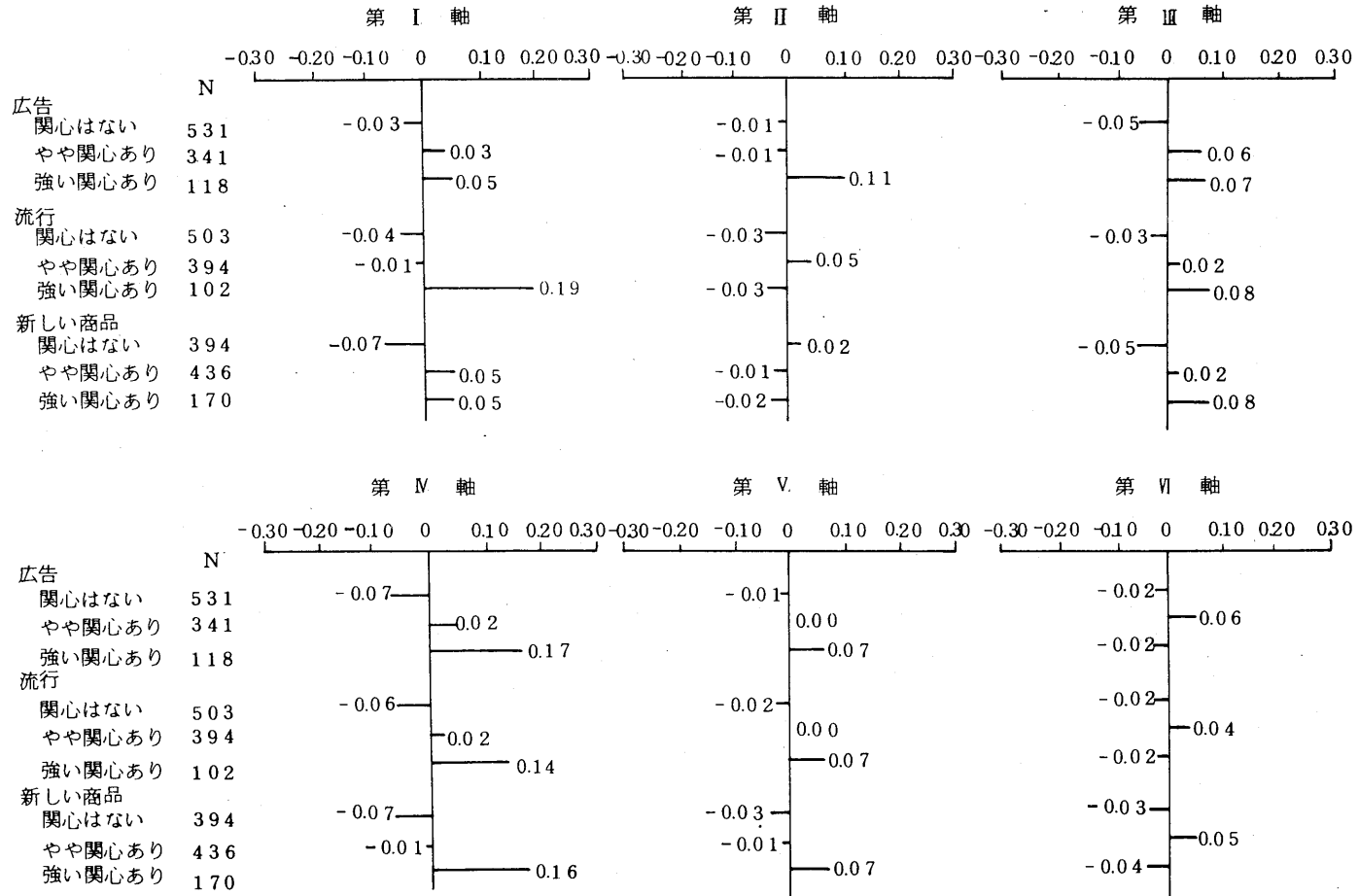
IV軸からは、ポジティブ一般の人々ではあると考えられ、

V軸からは、情動ポジティブな人々であると考えられる。

すなわち、「広告」への強い関心のある人々は、上記のI、III、IV、Vの各軸の4次元のクロスで考えることが必要であると言うことだが、ここで若干説明を加えておかなければならないことは、III軸のネガティブな期待という意味である。

このネガティブな期待ということは、元来

図4 「広告」「流行」「新しい商品」のI軸～VI軸までの値



「広告」に強い関心を持つひとの中には、少なくとも今回の質問のような超常現象に対して関心の少ない傾向もあり、その傾向がⅢ軸に示されたと考えられる。このことは「流行」にも「新しい商品」についても言えることで、超常現象への関心と、日常的な「広告」への関心とのレベルの違いを示すものと言えよう。

それ故に、今回のデータにかぎっての分析の結論としては、「広告」について考えるためにはⅠ軸とⅣ軸とⅤ軸について考えることの必要性を示すもので、〈情動一般〉と〈ポジティブ一般〉と〈情動ポジティブ〉の3つの次元で考えることが優先するということである。

さらに若干説明を加えれば、〈情動一般〉とは、それが「たのしい・面白い」か「つまらない・馬鹿々々しい」かに関係する以前に、情動一般に特徴のあるひとびとである。〈ポジティブ一般〉とは、「たのしい・面白い」「ある・いる」「あってほしい・いてほしい」という情動・存在・期待のいずれにも肯定的な傾向のひとびとである。〈情動ポジティブ〉とは、改めて述べるまでもなく「たのしい・面白い」という傾向である。

また「広告」「流行」「新しい商品」を比べると、〈強い関心あり〉の値が、Ⅳ軸とⅤ軸とではほとんど差がないが、Ⅰ軸では「流行」が極めて高く、「流行」と〈情動一般〉が強い関係のすることを示している。(すなわち「流行」は、〈たのしい・面白い〉からだけでなく、〈つまらない・馬鹿々々しい〉とも強く関係していると解釈されるということである)

なお、これらの諸軸をフレームとして、成功した「広告」が、これとどのように関係するかを具体例に即して考えることが、これらの分析にとっても必要であるが、今回はその程の問題には立ち入らない。

VI テレビのCMと新聞広告

について

今回の分析に用いた調査データの中には、TV番組の種目嗜好の調査の中でCMについての関心を尋ねている。また新聞の非閲読記事の調査の中で新聞広告についても尋ねているので、それらについての反応と、今回の超常現象のパターン分類結果のⅠ軸、Ⅲ軸、Ⅳ軸、Ⅴ軸との関係を見ておくこととしよう。

図5は、この4つの軸上における、上記の反応の値を示すものだが、CMと新聞広告とでは、新聞の場合は非閲読記事であり、質問の仕方が逆方向なので、図5では比較しやすいようにCMと新聞広告の正負の方向を逆に示した。

この際の質問の仕方は、CMについては、関心の〈あり・なし〉であるが、反応はすでに述べた「広告」についてとほとんど同じ傾向である。CMについての関心ありの反応は情別年齢別分別には表7のごとくである。

新聞広告については、「読まない」という問いの中での反応なので比較は困難だが、Ⅰ軸・

図5 CMおよび新聞広告各軸上の値

| | | Ⅰ 軸 | | Ⅲ 軸 | | | |
|----------|------|-------|---|-------|-------|---|-------|
| N | | -0.10 | 0 | +0.10 | -0.10 | 0 | +0.10 |
| C | 関心あり | | | +0.01 | | | +0.11 |
| | なし | -0.01 | | | -0.02 | | |
| M | 関心あり | | | -0.10 | +0.10 | | -0.10 |
| | なし | +0.10 | | | -0.02 | | -0.03 |
| 新聞 広告 | 読まない | | | | +0.01 | | |
| | それ以外 | +0.00 | | | | | |

| | | Ⅳ 軸 | | Ⅴ 軸 | | |
|----------|------|-------|---|-------|-------|-------|
| N | | -0.10 | 0 | +0.10 | -0.10 | +0.10 |
| C | 関心あり | | | +0.06 | | +0.08 |
| | なし | -0.01 | | | -0.01 | |
| M | 関心あり | | | -0.10 | | -0.10 |
| | なし | +0.10 | | | +0.03 | |
| 新聞 広告 | 読まない | | | | | |
| | それ以外 | +0.07 | | | | |

C.Mと新聞広告については、質問の仕方が逆となっているので+、-の方向を逆に図示した。

表7 CMへの〈関心あり〉(%) 性×年齢

| Total | 1,023 | 12.6% |
|-------|-------|-------|
| 男 小計 | 533 | 13.7% |
| 20~29 | 65 | 27.7 |
| 25~29 | 84 | 25.0 |
| 30~39 | 137 | 9.5 |
| 40~49 | 128 | 8.6 |
| 50~59 | 75 | 9.3 |
| 60~69 | 44 | 6.8 |
| 女 小計 | 490 | 11.4% |
| 20~24 | 47 | 23.4 |
| 25~29 | 64 | 14.1 |
| 30~39 | 133 | 15.0 |
| 40~49 | 132 | 5.3 |
| 50~59 | 72 | 11.1 |
| 60~69 | 42 | 2.4 |

III軸とIV軸・V軸とでは反応は逆になる。ただ、いずれもその値が小さいのでIV軸についてだけ見ることで、読まないがこれらの軸の中で最も大きな値を示していることだけ注目しよう。これはV軸についても考えられることだが、読まないというネガティブではあるが積極的な質問なので、このような反応が得られたものと考えることができる。(註8)

VII <基底意識>とx体験

すでに、たびたび述べたように、日常の関心においては性別と年齢別の差はきわめて大きい。

ひとびとの〈基底意識〉においては、どのような点で属性差が少いか、またそれ故に、〈基底意識〉からの分析により何等かの新しい知見が得られるとする今回のアプローチの根拠とも関係する問題について、同じ調査における他のデータにより考えておくこととしよう。

第I章において、ひとびとの自然観についての反応がその種のものであると述べたが、その際の質問は次のごとくである。すなわち

宗教や信仰について尋ねた後で「似たような質問になりますが、あなたは日の出や日没、また静かな山の中で、あらたまった気持ちになったりすることがありますか」となっている。

この種の体験については、筆者は以前からE. フロムにならってx体験とよんでいるが、これはフロムによれば、西欧語ではこの種の体験を現わす適切な言葉がないからであるとすするが、このことは日本語の場合も同様であり、x体験とよぶことが適切であると考えられる。

この質問についての性別、年齢区分別および詳細な学歴別の反応を表8にかかげる。

なお、この種の体験が、文化なり習俗なり伝承の中に現わされた場合には、その現われ方により属性差が示されてくる。

表8では、比較のために類似の質問のいくつかをかしげた。

第1は、「あなたは、神社やお寺、また教会の中などで、心が落ちついたり、あらたまった気持ちになったりすることがありますか」という問いであり、この種の成立した制度ないしはinstrumentの中でx体験がどのように現われているかの問いであり、簡単に言えば、表8の示すごとく、男性と比べて女性において〈ある〉の反応が多く、男女とも高年齢に〈ある〉の反応が多い。

第2は、文化ないしは伝承なりと関係するもので、「あなたは昔しからのしきたりや年中行事を喜んでする方ですか、それとも喜んでほしい方ですか」という問いに対しては、同じく表8に示すように、〈喜んでする〉では男性の20代前半と後半、女性の20代前半において著しく少い。

これらの傾向は、〈基底意識〉と関係すると言えるx体験が、社会の中でどのように実現されて行くかを示すものと考えられている。

また今回、データに省略するが、何か宗教とか信仰を持っているかでは、属性差が大き

表8 X 体験関連質問 (%)

性・年齢・学歴 1,023サンプル

| | 実数 | 日の出、日没、静かな山の中で、あらたまった気持になるか | | | | 神社やお寺、教会の中で、落ちついたり、あらたまった気持になるか | | | | 昔しからのしきたりや年中行事をよるこんでするか | | | | | | | | | | | | |
|---------|-------|-----------------------------|------|------|-----|---------------------------------|------|------|-----|-------------------------|------|------|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | あ | る | な | い | わ | か | ら | な | い | N | A | 喜 | ん | で | ど | ち | ら | も | 喜 | ん | で |
| 合 計 | 1,023 | 54.4 | 33.7 | 10.9 | 1.0 | 69.0 | 23.1 | 7.0 | 0.9 | 36.0 | 37.4 | 26.4 | 0.2 | | | | | | | | | |
| 男 小 計 | 533 | 52.7 | 38.3 | 8.8 | 0.2 | 63.6 | 29.1 | 6.8 | 0.6 | 32.3 | 37.3 | 30.4 | — | | | | | | | | | |
| 20 ~ 24 | 65 | 56.9 | 33.8 | 9.2 | — | 52.3 | 32.3 | 15.4 | — | 13.8 | 32.3 | 53.8 | — | | | | | | | | | |
| 25 ~ 29 | 84 | 50.0 | 39.3 | 10.7 | — | 60.7 | 31.0 | 7.1 | 1.2 | 15.5 | 46.4 | 38.1 | — | | | | | | | | | |
| 30 ~ 39 | 137 | 48.2 | 45.3 | 5.8 | 0.7 | 63.5 | 33.6 | 1.5 | 1.5 | 37.2 | 30.7 | 32.1 | — | | | | | | | | | |
| 40 ~ 49 | 128 | 52.3 | 37.5 | 10.2 | — | 60.2 | 30.5 | 9.4 | — | 39.1 | 40.6 | 20.3 | — | | | | | | | | | |
| 50 ~ 59 | 75 | 60.0 | 32.0 | 8.0 | — | 72.0 | 21.3 | 6.7 | — | 38.7 | 44.0 | 17.3 | — | | | | | | | | | |
| 60 ~ 69 | 44 | 54.5 | 34.1 | 11.4 | — | 81.8 | 15.9 | 2.3 | — | 45.5 | 27.3 | 27.3 | — | | | | | | | | | |
| 女 小 計 | 490 | 56.3 | 28.8 | 13.1 | 1.8 | 74.9 | 16.5 | 7.3 | 1.2 | 40.0 | 37.6 | 22.0 | 0.4 | | | | | | | | | |
| 20 ~ 24 | 47 | 44.7 | 36.2 | 14.9 | 4.3 | 66.0 | 23.4 | 10.6 | — | 21.3 | 53.2 | 23.4 | 2.1 | | | | | | | | | |
| 25 ~ 29 | 64 | 65.6 | 21.9 | 12.5 | — | 71.9 | 15.6 | 7.8 | 4.7 | 40.6 | 40.6 | 18.8 | — | | | | | | | | | |
| 30 ~ 39 | 133 | 57.1 | 30.8 | 11.3 | 0.8 | 73.7 | 18.8 | 6.8 | 0.8 | 45.1 | 32.3 | 22.6 | — | | | | | | | | | |
| 40 ~ 49 | 132 | 50.0 | 31.8 | 16.7 | 1.5 | 73.5 | 16.7 | 9.1 | 0.8 | 38.6 | 37.9 | 23.5 | — | | | | | | | | | |
| 50 ~ 59 | 72 | 58.3 | 27.8 | 11.1 | 2.8 | 79.2 | 13.9 | 5.6 | 1.4 | 40.3 | 38.9 | 20.9 | — | | | | | | | | | |
| 60 ~ 69 | 42 | 69.0 | 16.7 | 9.5 | 4.8 | 90.5 | 7.1 | 2.4 | — | 47.6 | 28.6 | 21.4 | 2.4 | | | | | | | | | |
| 学 歴 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 小 卒 | 40 | 52.5 | 30.0 | 15.0 | 2.5 | 70.0 | 22.5 | 7.5 | — | 42.5 | 35.0 | 22.5 | — | | | | | | | | | |
| 高 小 卒 | 95 | 54.7 | 30.5 | 12.6 | 2.1 | 81.1 | 12.6 | 5.3 | 1.1 | 38.9 | 42.1 | 18.9 | — | | | | | | | | | |
| 新 中 卒 | 162 | 44.4 | 37.0 | 17.3 | 1.2 | 57.4 | 29.6 | 10.5 | 2.5 | 36.4 | 37.0 | 26.5 | — | | | | | | | | | |
| 旧 中 卒 | 107 | 63.6 | 26.2 | 9.3 | 0.9 | 85.0 | 9.3 | 5.6 | — | 47.7 | 31.8 | 20.6 | — | | | | | | | | | |
| 新 高 卒 | 340 | 52.9 | 36.5 | 9.4 | 1.2 | 67.9 | 25.0 | 6.2 | 0.9 | 37.4 | 37.1 | 25.3 | 0.3 | | | | | | | | | |
| 旧 高 専 卒 | 29 | 62.1 | 31.0 | 6.9 | — | 69.0 | 31.0 | — | — | 44.8 | 41.4 | 13.8 | — | | | | | | | | | |
| 別 旧・新大卒 | 191 | 60.2 | 31.9 | 7.9 | — | 68.1 | 24.1 | 7.3 | 0.5 | 27.7 | 39.8 | 32.5 | — | | | | | | | | | |
| 高 在 | 3 | 66.7 | — | 33.3 | — | 100.0 | — | — | — | 33.3 | 33.3 | 33.3 | — | | | | | | | | | |
| 大 在 | 40 | 55.0 | 37.5 | 7.5 | — | 55.0 | 32.5 | 12.5 | — | 15.0 | 35.0 | 50.0 | — | | | | | | | | | |
| DK・NA | 16 | 43.8 | 43.8 | 12.5 | — | 68.8 | 25.0 | 6.3 | — | 25.0 | 37.5 | 31.3 | 6.3 | | | | | | | | | |

いが、その基底な、宗教なり信仰を大切に思うかという問いに対しては属性差の少いことにも注目しよう。

たゞ、念のために付言すれば、属性差の少いことが、必ずしも直接に基底であることを意味するわけではないが、類似の質問項目との比較と、その質問項目の内的関連性の仮説についての検証的反省の上に立って、それが基底であるか否かが考えられるというこ

とである。また、X 体験と基底意識との関係については、目下のところ前者は後者の重要な部分をしめると考えるにとどめる。(註9)

VII おわりに

今回の分析は、広告効果について〈基底意識〉から考えることの可能性とその根據についてさぐったもので、既存データの再分析を通じて行ったものなので、必ずしも十分に意

をつくすことができなかつたが、この種のアプローチの有効性と可能性について、或る種の手掛りを得ることができたとも考えられる。

新たに調査を計画する場合には、具体的にその広告効果を考える新製品について、予想されるかぎりの諸要因についての質問項目をその中に含めてデータをとり、また〈基底意識〉についての一層整備された指標を含めて、その相互関係を見ることにより、従来気づかれなかつたアピール・ポイントを見出し得る可能性があるのではないだろうか。

またその際には、今回行った数量化理論第3類による分析に加えて、何等かの外的基準を考えて数量化理論第2類による分析を行なうことが有効である。この一つの先行の試みとして、テレビの番組の嗜好種目の関心ありの反応と日常の関心128項目への強い関心ありの反応との関係について、その種の分析を行ったことがある。^(注10)

なお、今回の〈基底意識〉と広告効果の関連の分析に際しては、財団法人・吉田秀雄記念事業財団より助成をいただいたことを記して関係者の方々に感謝の意を表したい。

参考文献

- (注1) ひとびとの〈基底意識〉のさまざまなアプローチの問題については、林知己夫・米沢弘共著『日本人の深層意識』(NHKブックス)昭和57年4月、日本放送出版協会刊参照。また日本人の意味について、また日本人研究のアプローチについては、米沢弘「方法論から見た日本人論」『日本人研究I』昭和49年12月、至誠堂刊参照。
- (注2) 米沢弘『日本人の関心の構造』昭和55年、至誠堂刊参照。
- (注3) 注1の前掲書参照。
- (注4) 統計数理研究所・研究レポート44『ノンメトリック多次元尺度解析についての統計的接近』1979年3月刊参照。
- (注5) 今回の分析に用いた調査は、「関心領域調査研究会」(代表、林知己夫統計数理研究所長)が財団法人・放送文化基金の助成を得て行ったもので、調査実施は社団法人・輿論科学協会に委託した。調査の規模などについては注2の前掲書参照。
- (注6) これらの属性別分析は注2の前掲書参照。
- (注7) 注2の前掲書参照。
- (注8) 注2の前掲書参照。
- (注9) 注1の前掲書参照。
- (注10) 注2の前掲書参照。

(1982年9月22日受付)