

# コンテンツを利用した動機づけ調整方略

伊 藤 忠 弘  
衛 藤 悠 香

## 論文要旨

人は目標達成に向けて努力する過程で障壁や困難に直面したときにモチベーションを維持できるように「動機づけ調整」を行っている。本研究では、音楽、漫画、アニメ、小説、ゲームなどの創作物や SNS・YouTube 動画などコンテンツを利用した動機づけ調整について検討した。研究 1 では大学生に動機づけの支えとなる対象とその影響過程を自由記述させた。その内容は 3 つの大カテゴリー、11 個の中カテゴリーに分類された。研究 2 では、コンテンツに関連する人物（アイドル、ミュージシャン、配信者など）が動機づけ調整に果たす影響を調べる尺度を作成した。その結果、研究 1 のカテゴリーの妥当性が確認され、動機づけ調整方略の利用頻度の違いが明らかにされた。また、コンテンツに関連する人物と SNS を通して頻繁にやりとりがなされている場合に、憧れ、励まし、承認を通して動機づけに影響を受けやすくなることが示された。

**キーワード**【動機づけ調整、達成動機づけ、メタ・モチベーション、コンテンツ、SNS】

## 問 題

目標達成のために努力する過程で障壁や困難に直面したとき、人はモチベーションを維持できるように自身をコントロールしている。このような動機づけ調整のためには、自分の動機づけの量と質を評価して、特定の動機づけ状態を維持、高揚させる方略を選択し、実行することが必要となる。このようなプロセスと知識はメタ・モチベーション（metamotivation）と呼ばれることがある（Miele, Scholer, & Fujita, 2020）。

動機づけ調整の研究は学生を対象に学業場面を中心に進められてきた。Wolters（1998）は、学生に勉強の動機づけが損なわれるような事態を想像させて、自分を動機づけるためにすることを記述させた。そして、エフィカシー、マスタリー目標、課題価値、興味といった動機づけ概念に対応する内発的な制御を含む 14 の方略で分類した。日本では、伊藤・神藤（2003）が中学生を対象に学習場面における動機づけの生成、維持、向上までを含めた動機づけ調整方略を捉える自己動機づけ尺度を作成し、整理方略、想像方略、ながら方略、負担軽減方略、めりはり方略、内容方略、社会的方略、報酬方略の 8 つの方略を同定した。また梅本・田中（2012）は大学生を対象に「やる気がでないときに、いかに自分のやる気を

調整して学習に向かわせるのか」という観点から、質問文に「学習に対してやる気がでないとき、…」という文言を挿入した尺度を改めて作成し、興味高揚方略、価値づけ方略、達成想像方略、協同方略、成績重視方略、環境調整方略、認知変容方略の7つの方略を同定した。さらに赤間 (2015) は大学生を対象に行動を起こすのに必要な水準まで動機づけを高めるための動機づけ始発方略尺度を作成し、調整放棄と意思力の2つの下位尺度を除くと、自己報酬方略、価値づけ方略、欲求解消方略、社会的方略、罰想起方略の5つの方略を同定している。

先行研究の動機づけ調整の検討はこのように学習場面に限定されている。しかし現実には学習以外にも、部活動やサークル活動、アルバイト、日々の雑務、人間関係の構築、就職活動など将来に向けたキャリア形成に対して、障壁や困難に直面しても動機づけを維持し努力を積み重ねるために、動機づけ調整の方法が必要となり、実際に有効な方法を日常的に採用していることが予想される。

伊藤 (2022) は、困難に直面した際に自身の動機づけを支える言葉の存在に着目した。特に、家族や友人などの身近な他者から送られた言葉ではなく、小説や漫画、アニメといった創作物のなかの登場人物の言葉が、動機づけ調整の方法の1つとして障壁や困難に直面しても動機づけを維持することに役買っていると予想した。大学生を対象に自分のモチベーションに影響を与えたと考えられる小説、漫画、アニメなどの登場人物の言葉を収集した結果、漫画・アニメのセリフ (約40%)、小説のセリフ (約23%)、音楽の歌詞 (約18%)、アニメを除く映画・ドラマのセリフ (約9%)、その他芸能人・スポーツ選手の書いた本の一節などが、影響を受けた当時の様子と共に詳細に記述されていた。影響を受けた様子の説明としては、困難に直面した時の自分の状況と作品中の主人公の状況を重ね合わせて共感し感情移入したことが指摘された。主人公が発した言葉や主人公にとってのメンター役の登場人物からのアドバイスの言葉により、直接鼓舞されたり、置かれた状況や自分自身に対する認識が変化し、結果的に困難を乗り越えたことでその言葉が大切な言葉として心に残り、その後の同様な場面でも動機づけを支えるために用いられることが示唆された。

伊藤 (2022) では、小説、漫画、アニメ、映画といった創作物の登場人物の言葉だけでなく、実在する芸能人、スポーツ選手、著名人が著した文章も挙げられていた。そのほとんどは自分が憧れたり、理想とする対象からの影響と説明された。これと関連して、近年、アイドルやスポーツ選手、芸能人、あるいは漫画やアニメ、ゲームの登場人物を「推す」という行為が注目を集めている。自分の「推し」の登場する作品を鑑賞する、ライブやコンサート、イベントに参加する、グッズを購入する、さらにはSNSに投稿したりコミュニティを作って自分と同じ「推し」の仲間と交流する。このような「推し活」と呼ばれる行為は、従来の憧れの対象から受動的に影響を受けるのとは異なるが、日々の生活に張りや癒やしを与えたり、幸福感を高めていることが指摘されている (山岡, 2020; 横川, 2021)。そうであれば「推し活」に含まれる行為も、困難に直面したときの動機づけを支える動機づけ調整の機能

を持ちうると予想される。

そこで本研究では、アイドルやスポーツ選手、芸能人といった実在の人物や漫画・アニメ、小説、映画、ゲームといった創作物の登場人物が日常的な動機づけ調整に果たす影響過程をまとめて「コンテンツ」による動機づけ調整として広く検討する。「コンテンツ」が指すものは業界によって異なり厳密に定義することは難しい。エンタメ業界では「映画、音楽、ゲーム、コミック、小説などの創作物」など、Web 業界では「ブログ記事、SNS の投稿、動画、メルマガなど」が含まれるとされる（前田，2022）。コンテンツに関わる人としては、創作物を創作する作家やミュージシャンはもちろん、SNS や YouTube の配信者、創作物を構成する俳優、声優、アイドル、創作物と共に生み出されたキャラクターなども含まれる。このような「推し」としての対象、コンテンツとしての創作物（例えばアニメの DVD やアーティストの音楽）、そしてコンテンツをめぐる行為（例えば DVD を見る、音楽を聴く）が果たす、日常的な動機づけ調整方略としての影響を探索的に明らかにしていく。学習場面を扱った動機づけ調整の研究では、興味や価値を高めるような内発的な動機づけと結びついた動機づけ調整方略が有効と考えられている。学習内容と無関連な要因や他者を媒介する動機づけ調整方略は、有効性が疑問視されたり軽視される傾向にある（赤間，2015；伊藤・神藤，2003；梅本・田中，2012）。従来の観点からすれば、コンテンツは外発的な動機づけ要因ととらえられるが、目標達成に対する障壁や様々な生活上の困難に直面したとき、人はコンテンツを利用した動機づけ調整を積極的に行っているのではないかと予想する。

## 研究 1

### 目 的

研究 1 では、コンテンツを利用した動機づけ調整を日常的に採用されている動機づけ調整方略の中の 1 つととらえる。日常的な動機づけ調整の影響過程を広く収集して、コンテンツを利用した動機づけ調整の特徴を他の方略との比較を通して明らかにする。

動機づけ調整方略とその影響過程を収集する手段として、「これがあるから頑張れる」対象を尋ね、その対象がどのように動機づけに影響しているかについて自由に記述してもらう。また「頑張る」という表現は短期的で即時的な意味合いが強いことを考慮して、長期的で継続的な動機づけへの影響も含められるように「心の支え」という表現も併記して提示することにする。串崎（1997）によれば、「心の支え」には、家族や友人・恋人など身近な人間関係をはじめ、趣味や娯楽、将来の目標や過去の経験、現在の自分の立場や信念、宗教などが含まれる。よって、コンテンツやそれに関わる人々を「心の支え」と表現することに違和感は生じないと判断した。

動機づけ調整を媒介する対象自体の尋ね方としては、串崎（1997）を参考に「もの」、

「人」、「こと」の3つの表現を用いる。コンテンツに関して言えば、漫画や小説、アニメやライブのDVD、ゲームなど創作物そのものであれば「もの」として、提供し構成するアーティスト、俳優、声優、アイドル、キャラクターであれば「人」として、さらに「推し活」として括られる行為であれば「こと」として記述することが可能である。今回は対象とその影響過程を広く収集するという目的から、コンテンツについては言及せずに「もの」、「人」、「こと」それぞれについて尋ねる<sup>1)</sup>。

## 方 法

### 研究協力者

大学生 81 名 (男性 16 名、女性 62 名、回答せず 3 名)。

### 質問内容

「大学生のモチベーションに関する調査」のタイトルの下で「日常生活で頑張っていること、努力していることに対して『心の支えになっている』『これがあるから頑張れる』と感じる『もの』はなんですか。」と「それが『心の支えになっている』『これがあるから頑張れる』と感じるのはなぜですか。差しつかえのない範囲でどのようにモチベーションに影響しているのかを教えてください。」と質問し、自由記述形式で回答を求めた。続けて、上記の質問の「もの」の部分で「人」および「こと」に表現を変えて質問を繰り返した。「もの」については「あなたが所有している物や実在している対象を指しています」と説明した。「人」については、家族や友人、恋人が挙げられることが予想されたため、コンテンツに関わる人を挙げてもらえるように「あなたが直接関係を持っている家族や友人等は除きます」という文言を加えた。「こと」については「あなたが行う行動、見たり、聞いたり、話したりなどの行動を指しています」と説明した。

### 手続き

2021 年 7 月に ZOOM で実施していた心理学科 2 年生必修の心理学の授業時間中に、本研究の目的、研究参加の任意性、回答の匿名性、について説明し、Google フォームで作成された質問サイトのアドレスを伝達して回答を依頼した。回答時間として 10 分程度を確保した。

## 結 果

### 動機づけを支える対象

努力していることに対して「心の支えになっている」、「これがあるから頑張れる」と感じると回答された対象を、これ以降、「動機づけを支える対象 (動機づけの支え)」と呼ぶ。

動機づけを支えるもの 67名よりのべ74個の動機づけを支える「もの」が提出された。食べ物に関するものが16個で最も多く、次いで「過去に貰った手紙」、「母の作る料理」、「彼氏とお揃いの靴」など他者との関係を連想させるものが8個挙げられた。続いて洋服・アクセサリ（6個）、お金（5個）、漫画・アニメ・ゲーム（4個）、アイドルグッズ（4個）、ペット（3個）、音楽（3個）、本（3個）、ぬいぐるみ（2個）、自分にとって意味のあるもの（例えば「夢ノート」）は複数の参加者より挙げられていた。「もの」を回答してもらうという質問に対して、場所（例えば「近くの古本屋」や「山や海などの自然」）、人（例えば「頑張っている友人」）、行為（例えば「彼女とのデート」）が挙げられるケースもあった。

動機づけを支える人 66名よりのべ72名の動機づけを支える人物が提出された。アイドル（17名）とアーティスト（16名）が多かったが、両者の区分は明確ではない。明確に「アイドル」、「アーティスト」と記述されていた場合を除くと、BTSなどのグループとその中の個人については「アイドル」に分類した。続いてスポーツ選手（9名）、YouTuberなど配信者（9名）、作家・イラストレーター（5名）、俳優（3名）、声優（3名）、アニメ・漫画のキャラクター（3名）、芸能人（2名）が挙げられた。質問の指示通りに家族や友人を挙げた者はいなかったが、先輩や教師といった身近な人（3名）や不特定な他者（アルバイトの客等）（2名）など直接やりとりがなされるような人物を挙げるケースもあった。

動機づけを支えること 76名より93個の動機づけを支える行為が提出された。友達や家族と話すことが20個で最も多く、次いで友人・恋人と遊ぶことが10個であった（以下に「ゲームをすること」が1つのカテゴリーとなっているが、「友人とゲームをする」という記述はこちらに含めた）。続いて音楽を聴くこと（8個）、アニメ・漫画・映画・ドラマ・テレビを見ること（7個）、歌うこと・演奏すること（6個）、運動・スポーツをすること（4個）、食べること（4個）、寝ること（4個）、ゲームをすること（4個）、サークル活動（3個）が挙げられた。また旅行、料理、買い物などの様々な趣味の記述が合わせて12個提出された。これ以外には、質問の指示とは異なり「褒められること」のように他者から受ける行為を記述しているケース（5個）や「知識が増えたと実感できること」など上記のカテゴリーに当てはまらない抽象的な記述（6個）が認められた。

#### 動機づけを支える理由の分析

「もの」「人」「こと」の3つの対象で「なし」「思いつかない」あるいは無記入の回答は合計で36個認められた。また対象を複数挙げていたり、1つの対象に対して複数の理由が挙げられている回答はそれぞれ1つとカウントして、3つの対象でのべ248個の動機づけを支える理由の記述を分析した。各記述をカード化しKJ法の要領で28個の小カテゴリー（〈 〉内に記載する）、さらにそれらを11個の中カテゴリー（〔 〕内に記載する）にまとめ、最終的に【心的状態の制御】【目的と結果への意識】【他者からの影響】の3つの大カテゴリー

【 】内に記載する）にまとめた（Table 1）。

Table1 「もの」「人」「こと」が心の支えとなる理由

大カテゴリー	中カテゴリー	小カテゴリー	内容
心的状態の制御	心理的高揚 (19/26)	元気をもらう (14/17) 気分が上がる (5/9)	アーティストやその作品により元気をもらおうと表現 洋服や音楽により気分やテンションが上がるという記述
	発散・没頭 (11/37)	ストレス発散 (2/12) 没頭 (2/5) 新しい刺激 (1/8) 楽しいこと (2/7) 好きなこと (4/5)	運動する、歌う、話すといった行動の記述 「夢中」や「忘れる」など努力対象から離れる内容 「新しい」「刺激」と記述される肯定的影響 友人との活動、サークルなどが「楽しい」という記述 「好き」以外に明確な理由のない趣味の記述
	平穏・回復 (12/34)	癒やし (7/13) 安心・落ち着き (4/9) 疲れからの回復 (1/1) 食べ物 (0/10) 集中力の上昇 (0/1)	ペット、音楽、動画などで「癒やし」と表現 音楽や特定の場所など 寝ること 明確な理由のない、食べ物の記述 散歩
	自己強化 (17/50)	自己報酬 (9/32) 罪悪感解消 (0/1) 長期予定 (8/17)	課題が終わった後の報酬（食べ物、ゲーム、ドラマ・アニメを見ることなど）を自ら設定 努力することで後の楽しみの罪悪感が減るという記述 友達との約束やアーティストのライブなど自己報酬より時間的に遠い将来の自分が楽しみとするイベント
	目的と結果への意識	自己肯定・自己成長 (0/4) 夢・理想の実現 (0/4) お金 (2/6)	成長や自信など自分に対する肯定的な影響の実感 努力が将来の夢の実現に結びついているという意識 アルバイトで努力する理由
他者からの影響	尊敬 (29/39)	努力している姿 (18/24) 憧れ (11/15)	アイドルや同年代のスポーツ選手を見て「自分も頑張ろうと思う」という記述 有名人、芸能人、スポーツ選手を対象に「憧れ」、「尊敬」、「自分も・・・になりたい」という記述
	応援・励まし (10/22)	応援・励まし (5/12) 過去の自分 (0/2) アドバイス・言葉 (5/8)	直接応援する（応援していると想像する）他者に加え、過去に励まされた経験を思い出させるもの 努力していた自分を思い出させる他者との思い出 悩みや問題の解決を導く音楽や言葉
	他者の反応・承認 (4/12)	褒め・承認 (1/7) 見合う人間 (3/3) 他者の喜び (0/2)	身近な他者から努力した結果を褒められたり他者に結果を話すことで承認欲求が満たされた経験 憧れの人に見合う「良い」人間になりたいという内容 努力（料理と笑わせること）に伴う相手の反応
	関係性の想起 (3/14)	つながりの実感 (3/7) 話すこと (0/7)	家族写真、恋人とお揃いの靴、好きな作家の本、愛犬など 明確な理由のない、主に友人との会話

注）（ ）内の数字は右側が全体数、左側がコンテンツ関連対象で挙げられた数。

【心的状態の制御】は、4つの中カテゴリーをまとめたものである。

〔心理的高揚〕は行為や対象によって現在進行中の課題へのモチベーションが高まることを記述しており、〈元気をもらう〉と〈気分が上がる〉から構成されている。〈元気をもらう〉には小カテゴリーとしては3番目に多い17個（16名）が含まれ、対象として特定のアーティストが多かったが、家族や友人に関するものも挙げられていた。

〔発散・没頭〕は5つの小カテゴリーから構成されており、上記の〔心理的高揚〕が努力



する課題に向き合うことを支えているのに対して、努力する課題から離れて気分転換することによる動機づけの支えとしてまとめられた。

〔平穏・回復〕は5つの小カテゴリーから構成されており、〔心理的高揚〕と異なり気分を落ち着かせ平穏化することで、改めて努力する課題に向き合い直すための動機づけの支えとしてまとめられた。

〔自己強化〕は3つの小カテゴリーから構成される。〈自己報酬〉は32個（27名）の記述が含まれ、小カテゴリー全体を通して最も多かった。先行研究でも指摘されている自分ご褒美を設定してモチベーションを維持する方略が大学生において日常的に広く行われていることが確認された。また〈長期予定〉にも17個（15名）と比較的多くの記述が含まれたが、将来の楽しみな予定の到来が必ずしも自分の努力と随伴していないという点で〈自己報酬〉と区別された。

【目的と結果への意識】は3つの中カテゴリーから構成される。この3つは努力に伴伴する結果を意識しているという点で共通しており、その結果の意義として自分自身への影響を意識するか、抽象的な理想像を意識するか、対価としての金銭を意識するかで区別された。含まれる回答が少なかったため小カテゴリーは構成されなかった。

【他者からの影響】は、4つの中カテゴリーをまとめたものである。

〔尊敬〕は2つの小カテゴリーから構成されており、アイドルや同年代のスポーツ選手を見て「自分も頑張ろうと思う」という記述に例示される〈努力している姿〉には小カテゴリーとして2番目に多い24個（23名）の記述が含まれた。努力する対象がたとえ異なっても他の人の努力している姿を目にすることで自分の努力を動機づけていることが大学生で広く確認された。

〔応援・励まし〕は3つの小カテゴリーから構成されている。〈応援・励まし〉には、友人、恩師、好きなアイドルが自分を直接応援してくれたり励ましてくれた経験だけでなく、不特定多数に向けられたアイドルのメッセージや写真が自分を応援してくれると思ひ込むという記述も含まれていた。また〈アドバイス・言葉〉もここでは芸能人、アーティスト、作家の言葉や音楽が多く含まれていた。

〔他者の反応・承認〕は3つの小カテゴリーから構成されている。〈見合う人間〉は憧れの人に見合う「良い」人間になるように努力するという内容で、〔尊敬〕の〈憧れ〉とは異なりその相手から暗に認めてもらうことを目標としていると解釈できるため〔他者の反応・承認〕に含めた。

〔関係性の想起〕は〈つながりの実感〉と〈話すこと〉から構成されている。

## コンテンツを利用した動機づけ調整

コンテンツに関連する対象が動機づけの支えとなる理由を検討するために、まず動機づけ

を支える対象からコンテンツと呼べるものを抽出した。「もの」として挙げられた対象から漫画・アニメ・ゲーム (4 個)、アイドルグッズ (4 個)、音楽 (3 個)、本 (3 個)、「人」として挙げられた対象からアイドル (17 名)、アーティスト (16 名)、YouTuber など配信者 (8 名)、作家・イラストレーター (5 名)、俳優 (3 名)、声優 (3 名)、アニメ・漫画のキャラクター (3 名)、芸能人 (2 名)、「こと」として挙げられた対象から音楽を聴くこと (8 個)、アニメ・漫画・映画・ドラマ・テレビを見ること (7 個)、ゲームをすること (4 個)と「好きなアイドルに直接応援されたとき」、「動画を見ること」、「本を読むこと」、「ライブ」、とのべ 94 個の動機づけの支えとなっている対象を選択した。

その上で、これらの対象が各小カテゴリーと中カテゴリーにカテゴライズされた数を確認した (Table1)。中カテゴリーでは「尊敬」が 39 個の記述中 29 個 (74%)、「心理的高揚」が 26 個の記述中 19 個 (73%) でコンテンツ関連の対象が多く占めていた。小カテゴリーとしては「努力している姿」(18 個)、「元気をもらう」(14 個)、「憧れ」(11 個)が多く、「アドバイス・言葉」や「見合う人間」もコンテンツ関連の対象の割合が多かった。

## 考 察

動機づけを支える「もの」として「過去に貰った手紙」など他者との関係を連想させるものが挙げられたこと、動機づけを支える「こと」として友達や家族と話すことや友人・恋人と遊ぶことが多く占めていたことは、串崎 (1997) が指摘する「対人的支え」に対応しており、身近な人間関係の重要性が確認された。その一方で、身近な人間関係を除くように求めた動機づけを支える「人」では、アイドル、アーティスト、配信者、作家などコンテンツを提供する対象が大半を占め、身近な人間以外でも「対人的支え」としての役割を果たしていることが示唆された。

理由の記述から推測される動機づけ調整の影響過程の分析では、学業場面を扱った先行研究で報酬方略 (伊藤・神藤, 2003) や自己報酬方略 (赤間, 2015) と分類された方略が「自己報酬」として同定された。このようなやり方が、動機づけを維持したり高める目的で、大学生によって日常的に広く採用されていることが確認された。またコンテンツが報酬として機能することも同時に示された。

またコンテンツに関連したアイドルやスポーツ選手、芸能人や著名人の「尊敬」に基づく影響過程が多く挙げられた。なかでも理想とする憧れの対象に近づくために努力することだけでなく、努力している姿そのものを模範として自分の努力を動機づけるやり方が広く確認できた。このような影響過程は梅本・田中 (2012) の「価値づけ方略」の下位尺度項目の「頑張っている人を見る」に表れてはいるが、コンテンツを提供したり構成する人物から受ける影響の特徴の 1 つと推測できる。これに加えて、対象に「見合う人間になりたい」として道徳的に望ましい行動を動機づける影響過程もやはりコンテンツを提供し構成す



る人物から受ける影響の特徴と考えられるかもしれない（横川，2021）。また、身近な重要他者から応援されたり励まされたり、褒められたり認められたりすることが現在の課題に対する動機づけを支えることは言うまでもないが、コンテンツを提供したり構成する人物からも、このような働きかけを実際に受けたり、あるいは働きかけを空想したりすることで、同じように動機づけが支えられることが記述されていた。

研究1の回答の中には単一の対象に対して2つ以上の影響過程を記載したものがあった。例えばアイドルが動機づけを支える理由として、「見た目が非常に美しく、見るだけで癒されることに加えて、努力家でストイックなのが随所から伝わってくる方なので自分も頑張ろうと思えます」と説明されていた。この記述は、各部分がそれぞれ〈癒やし〉と〈努力している姿〉に分類された。このようなケースは多くはなかったが、それは記述式という今回の調査方法による可能性もある。そこで研究2では影響過程を尋ねる尺度を新たに作成し、リッカート法による評定を用いて、1つの対象について複数の影響過程を測定できるようにする。これによって、今回影響過程として同定された小カテゴリー間の関係を検討したり、中カテゴリーや大カテゴリーのまとめ方の妥当性を確認することもできる。またコンテンツを利用した動機づけ調整の特徴を小カテゴリーに分類された個数から検討すると、〈努力している姿〉（18個）、〈元気をもらう〉（14個）、〈憧れ〉（11個）、〈自己報酬〉（9個）、〈長期予定〉（8個）となる。このような特徴的な影響過程が広くコンテンツを通じて一般的かどうかを検討することができる。

研究1では、動機づけを支える対象を強制的に挙げさせたが、その影響の強さについては問題としなかった。実際に動機づけの支えとなる人の理由の説明の中で「家族や友人など直接関係のある人がモチベーションになるほうが大きいです」と記述した回答者もいた。そこで研究2では、回答者が挙げた対象について、動機づけを支える程度を評定させることで、コンテンツを提供したり構成する人物が動機づけ調整に果たす影響力の個人差についても検討する。

## 研究2

### 目 的

研究1で明らかにされたコンテンツを利用した動機づけ調整の影響過程のカテゴリー分類の枠組みについて、カテゴリー間関係とともに確認する。またコンテンツにおいて個々の動機づけ調整の影響過程がどの程度広く認められるかという普遍性とその影響の強さについて量的に検討する。

研究2では動機づけを支える対象をコンテンツに限定する。研究1ではコンテンツを、漫画、アニメ、小説、映画等の創作物としての「もの」、創作物を構成するミュージシャン、アイドル、俳優、声優といった「人」、そして創作物を見たり、聴いたりする行為としての

「こと」の3つの観点から広く収集した。例えばあるミュージシャンの音楽を聴くことが動機づけを支えている場合、動機づけを支える対象として、ミュージシャンでも、音楽でも、音楽を聴くという行為でも、いずれでも記述することができた。そこで研究2では調査全体の質問数を抑えるため、コンテンツを提供したり構成する人物のみを挙げてもらい評定を求める。実際、研究1では、家族や友人を除く動機づけを支える人として、コンテンツを提供したり構成する人物でほぼ占められていた。

また研究1ではスポーツ選手(9名)やアーティスト(5名)を挙げるケースが多く見られた。これらの場合、そのパフォーマンスが動機づけに及ぼす影響が指摘されていた。そこで研究2ではスポーツ選手やアーティストも創作物ではないものの「パフォーマンス」を人々に提供しているととらえ、広い意味でのコンテンツに関わる人物に含めて調査の対象となるようにした(山岡, 2020)。

さらに研究1ではコンテンツを提供したり構成する人物が身近な他者と同様の影響過程を通して動機づけ調整の役割を果たしていることが示唆された。コンテンツを提供したり構成する人物は、家族や友人のような身近な他者とは異なり、当事者を個別に認識しておらず、働きかけも不特定多数に向けられた一方向的なものであって、相互的なやりとりは存在しないのが一般的である。しかし近年のSNSの隆盛によって、単なる空想にとどまらず、このような人物と直接やりとりすることも可能となった。相互的なやりとりが成立するならば身近な他者に近づくことで動機づけ調整の影響も強くなることが予想される。そこで研究2では回答者とそれぞれが挙げた対象人物との関係性を、SNSを通しての相互的なやりとりの頻度と対象人物から個別に認識されている(と考える)程度により検討し、動機づけ調整の影響の強さと関係するかどうかを調べる。

コンテンツとパフォーマンスを提供する人の心理的影響については、「ファン」や「オタク」に関する研究で扱われている(小城, 2018; 山岡, 2020)。例えば小城(2018)によるファン心理の一側面である「人間性の評価」は「Aは自分の目標としたい人物である」、「Aのような生き方をしたい」といった項目で代表されており、研究1で明らかにされた〔尊敬〕に基づく動機づけ調整と対応づけられる。ただこれらの研究では対象人物に向けられるファン行動は扱っているが、これを離れた日常的な行動に対する影響を検討していない。

## 方 法

### 研究参加者

大学生 84 名 (男性 13 名、女性 71 名)<sup>2)</sup>。

### 質問項目

コンテンツによる動機づけ調整尺度 コンテンツを提供したり構成する人物がもたらす動

機づけ調整の影響過程を測定するために、研究1でコンテンツの影響が顕著に確認された7つの中カテゴリー、14の小カテゴリー（〈元気をもらう〉、〈気分が上がる〉、〈ストレス発散〉、〈没頭〉、〈癒やし〉、〈安心・落ち着き〉、〈自己報酬〉、〈長期予定〉、〈努力している姿〉、〈憧れ〉、〈応援・励まし〉、〈アドバイス・言葉〉、〈褒め・承認〉、〈見合う人間〉）について2項目ずつ、〔関係性の想起〕の〈つながりの実感〉については3項目を研究1の研究参加者の記述を参考に作成し尺度を構成した。項目には対象人物にあたることを「〇〇〇」と記載し、この部分に自分が挙げた人物を挿入して回答するように求めた。選択肢は「とてもあてはまる」「あてはまる」「すこしあてはまる」「どちらともいえない」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」「まったくあてはまらない」の7件法とした。

対象人物の動機づけの支えの強さを測定するために、研究1での質問内容を踏まえて「〇〇〇は私の『心の支え』になっている」、「〇〇〇がいるから頑張れると思う」の2項目を追加した。またファンやオタクに関する先行研究を踏まえ、回答者自身の対象人物との関係性の自己規定と動機づけ調整の影響との関連を検討するため、「私は〇〇〇を『推し』ている」、「私は〇〇〇のファンである」、「端から見ると私は〇〇〇の『オタク』である」の3項目を作成した。

## 質問紙

最初に調査の目的を「コンテンツとパフォーマンスを提供する人の影響を調べること」と説明した。「コンテンツ」は、「音楽、漫画、小説、映画、ゲームなどの創作物やSNSやYouTube動画などのWebコンテンツ」を含むこと、「パフォーマンス」は、「演奏、歌唱、演技、ダンス、スポーツ等、身体を使ってなされる表現や行為」とし、「コンテンツを創作する人（作家、漫画家、YouTuberなど）」、「コンテンツを構成する人（ミュージシャン、俳優、声優、漫画・アニメの登場人物、小説・映画の登場人物など）」、「パフォーマンスを提供する人（アイドル、スポーツ選手、モデル、お笑い芸人他、様々なアーティストなど）」を提示して、「最も重要な人（もしくはグループ）」を記入するように求めた。思いつかない場合には「なし」と記入させた。

そして、この人物があてはまるジャンルを12のカテゴリー（作家、俳優など）から選択するように求めた。あてはまるカテゴリーがない場合には自分が考えるジャンルを記入するように求めた。この人物と回答者との関係性を調べるために、この人物のSNSの投稿や配信に反応やコメントを返した経験、手紙やメール、DM（ダイレクトメール）を送った経験、相手からレスポンスを受けた経験、直接話をした経験について、「頻繁にある」、「何度かある」、「1、2回程度ある」、「ない」の4件法で、また相手が自分のハンドルネームやアカウント、顔、本名を知っているか否かを2件法で回答を求めた（対象人物として創作物の中の登場人物を挙げた場合にはこの質問への回答を求めなかった）。

## 手続き

2022 年 9 月に対面授業として実施していた心理学科 2 年生必修の心理学の授業時間中に、「コンテンツとパフォーマンスを提供する人についての調査」のタイトルの質問紙を配布し、研究の目的、研究参加の任意性、回答の匿名性等について説明した後、回答を依頼した。回答時間として 10 分程度を確保した。

## 結 果

### コンテンツやパフォーマンスを提供する人物のジャンル

思いつかないと回答した 2 名を除き挙げられた 82 名の人物（グループ）のカテゴリーは、アイドルが最も多く 23 名、次いでミュージシャンが 17 名、以下配信者（12 名）、漫画家、漫画やアニメの登場人物（いずれも 5 名）、声優（4 名）、作家（3 名）、俳優、スポーツ選手、お笑い芸人（いずれも 2 名）であった。「その他」は 7 名でテレビプロデューサーや映画監督などが挙げられていた。

### コンテンツによる動機づけ調整尺度の因子分析

動機づけ調整の影響過程を測定する 31 項目について最尤法プロマックス回転の因子分析を行った。固有値 1 以上という基準で 5 因子解を採用した。結果は Table 2 のとおりである。第 1 因子は〈努力している姿〉、〈憧れ〉、〈応援・励まし〉、〈褒め・承認〉、〈見合う人間〉、〈つながりの実感〉の項目により構成された。これらは研究 1 で【他者からの影響】としてまとめた、現実の他者と同様の憧れ、励まし、承認を媒介しての動機づけ調整の影響を表していた。そこでこの因子を「コンテンツに関わる人物の人間性の影響」と命名した。第 2 因子は〈元気をもらう〉、〈気分が上がる〉、〈ストレス発散〉、〈癒やし〉、〈安心・落ち着き〉の項目により構成された。これらは【心的状態の制御】の一部で、コンテンツを鑑賞・経験することによる気分の上昇、安心、癒やしなど心的状態を媒介しての動機づけ調整を表していた。そこでこの因子を「心的状態の制御」と命名した。第 3 因子は〈自己報酬〉と〈長期予定〉の項目に加え〈没頭〉と〈つながりの実感〉の 1 項目ずつにより構成された。これらはコンテンツを報酬として自分で自身の動機づけを直接調整することと解釈し、「自己強化」と命名した。第 4 因子は〈アドバイス・言葉〉と〈没頭〉の 1 項目により構成されており、「言語的メッセージ」と命名した。なお第 5 因子は〈ストレス発散〉の 1 項目のみから構成され因子負荷量も高くないことから、本研究では分析の対象としないこととした。第 1 因子から第 4 因子の因子間相関は .35～.60 と中程度の相関係数が認められた。以下の分析では、項目内容も踏まえて、因子負荷量が .40 以上を示した項目の平均値を以て下位尺度得点とした。

Table2 コンテンツによる動機づけ調整尺度の因子分析

番号	項 目	カテゴリー	Fac1	Fac2	Fac3	Fac4	Fac5	M	SD
36	〇〇〇に自分の努力や成果を認められたいと思う	褒め・承認	.83					3.24	1.96
34	〇〇〇が頑張っている姿を見て「自分も頑張らないといけない」と思う	努力している姿	.83					4.90	2.02
30	〇〇〇には自分が見習いたいと思うところがある。	憧れ	.80					5.18	1.93
19	〇〇〇が頑張っているから自分もやるべきことを頑張ろうと思う	努力している姿	.80					4.99	2.01
22	「〇〇〇に褒めてもらえるように頑張りたい」と思う	褒め・承認	.73				.50	3.37	1.98
3	〇〇〇に見合うような人間になりたい	見合う人間	.73					4.22	1.97
9	自分も〇〇〇のようになりたいと思う	憧れ	.72					4.46	1.91
12	〇〇〇に会ったときに恥ずかしくない良い人間になりたいと思う	見合う人間	.71					4.90	2.02
26	〇〇〇についての自分のエピソードを思い出して努力する	つながりの実感	.55					3.89	1.98
29	〇〇〇に応援されていると想像して頑張る直（じか）に応援されていなくても、〇〇	応援・励まし	.53					3.28	2.04
4	〇が自分のことを応援してくれていると感じる	応援・励まし	.48					3.85	2.09
15	〇〇〇の存在そのものが自分のモチベーションにつながる	つながりの実感	.38					5.37	1.76
7	〇〇〇の作品やパフォーマンスを見たり（聴いたり、読んだり、プレイ）すると、気分が上がる	気分が上がる		.80				6.62	0.74
16	〇〇〇の作品やパフォーマンスに元気をもらっている	元気をもらう		.77				6.43	1.00
1	〇〇〇の作品やパフォーマンスを見たり（聴いたり、読んだり、プレイ）すると、幸せな気持ちになる	癒やし		.73				6.61	0.75
33	〇〇〇の作品やパフォーマンスを見たり（聴いたり、読んだり、プレイ）すると癒やされる	癒やし		.72				5.89	1.36
25	〇〇〇の作品やパフォーマンスを見たり（聴いたり、読んだり、プレイ）すると、心が落ち着く	安心・落ち着き		.72				5.87	1.36
2	〇〇〇の作品やパフォーマンスによって勇気づけられる	元気をもらう		.71				6.22	1.19
35	〇〇〇の作品やパフォーマンスを見たり（聴いたり、読んだり、プレイ）することが、ストレス解消になる	ストレス発散		.71				6.23	1.26
28	落ち込んでいるときに〇〇〇の作品やパフォーマンスを見たり（聴いたり、読んだり、プレイ）することで励まされる	気分が上がる		.67				6.10	1.41
6	〇〇〇のことを考えたり思い出すと安心する	安心・落ち着き		.38				4.73	1.89
14	〇〇〇の作品やパフォーマンスに関する予定があることで、辛いことにも努力する	長期予定			.80			5.39	1.60
20	〇〇〇の作品やパフォーマンスに夢中になることで、身近な課題にも努力し続けることができる	没頭			.79			5.11	1.73

27	○○○の作品やパフォーマンスを見たり (聴いたり、読んだり、プレイ) するため に、自分のすべきことを頑張ろうと思う	自己報酬	.71		5.34	1.72
5	○○○の作品が発表されたり、パフォーマ ンスを直接見るような機会を楽しみにして 身近な課題を頑張る	長期予定	.66		5.68	1.61
23	「課題が終わったら○○○の作品を見たり (聴いたり、読んだり、プレイ) しよう」 と、身近な課題を行う手助けにしている	自己報酬	.65		5.17	1.80
32	○○○に関連するもの (写真やグッズな ど) を近くに置いて自分のすべきことを頑 張っている	つながりの実 感	.38		4.54	2.22
10	○○○の意見や考え方が自分にとってよい アドバイスとなっている	アドバイス・ 言葉	.62		4.95	1.86
13	○○○の作品やパフォーマンスは日々の忙 しさを忘れさせてくれる	没頭	.48		5.23	1.76
21	自分が生活していく上で○○○の言葉を大 切にしている	アドバイス・ 言葉	.46		4.93	1.64
8	○○○の作品やパフォーマンスを見たり (聴いたり、読んだり、プレイ) すること でリフレッシュしている	ストレス発散		.33	6.54	0.87
因子間相関			Fac2	.45		
			Fac3	.60	.57	
			Fac4	.35	.41	.38
			Fac5	-.06	-.13	-.04
					.07	

注) 因子負荷量 .40 以上を記載。因子負荷量が .40 に満たない項目は因子に負荷量が最大のものをイタリック体で記載した。

## 尺度項目の平均値

コンテンツによる動機づけ調整尺度の各項目の平均値と標準偏差を Table2 に示した。「心的状態の制御」の尺度項目 (8 項目) の各平均値は 5.87 以上であり、コンテンツによる動機づけ調整として広く用いられていることを示していた。また「自己強化」(5 項目) の各平均値も 5.11 以上であり、コンテンツによる動機づけ調整として一般的であることを示していた。一方、「コンテンツに関わる人物の人間性の影響」(11 項目) の各平均値は 3.24~5.18 を示し、また標準偏差も 2.00 に近い値であった。このことはこの動機づけ調整の方法を用いるかどうかについて個人差ないし対象人物による差が大きいことを示唆していた。

対象人物の動機づけの支えの強さを測定する「○○○は私の『心の支え』になっている」、「○○○がいるから頑張れると思う」の 2 項目の平均値と標準偏差は Table3 のとおりである。動機づけへの影響を直接尋ねている後者の項目の平均値は 4.98、標準偏差は 1.93 であり、個人差ないし対象人物による差が大きいことがうかがえた。両者の相関は .73 であり、以下の分析では、この 2 項目の平均値を以て動機づけの支えの得点とした。

また対象人物との関係性の自己規定を測定する「私は○○○を『推し』ている」、「私は○○○のファンである」、「端から見ると私は○○○の『オタク』である」の 3 項目の平均値と



標準偏差も Table3 に示す。自分を「ファン」ととらえる傾向が最も高く、「推し」、「オタク」の順番で低くなっていた。各項目間の相関は .52～.70 であり、以下の分析では、この 3 項目の平均値を以て『「推し」の認識』の得点とした。

**Table3 動機づけの支えと関係性の自己規定の項目の平均値と標準偏差**

番号	項 目	<i>M</i>	<i>SD</i>
18	○○○は私の心の支えになっている	5.57	1.65
11	○○○がいるから頑張れると思う	4.98	1.93
24	私は○○○を「推し」ている	5.52	2.02
31	私は○○○のファンである	6.40	1.00
17	端から見ると私は○○○の「オタク」である	4.96	2.05

動機づけ調整の影響過程と対象人物の動機づけの支えおよび「推し」の認識との関係  
 コンテンツによる動機づけ調整尺度の 4 つの下位尺度得点と対象人物の動機づけの支えおよび「推し」の認識の得点の相関は Table4 のとおりである。いずれも .47～.81 の中程度から高い相関係数が得られた。特に、動機づけの支えと感じていたり、「推し」として認識されている対象ほど、「コンテンツに関わる人物の人間性の影響」による動機づけ調整に利用されやすいことが確認された。

**Table4 動機づけ調整の影響と動機づけの支えおよび「推し」の認識の相関**

動機づけ調整の影響	人間性	心的状態	自己強化	メッセージ
動機づけの支え	.81	.68	.73	.63
「推し」認識	.70	.53	.58	.47

注) いずれも  $p < .001$ 。

#### 対象人物との関係性

対象人物との関係性についての回答は Table5 のとおりである。なお、対象人物を挙げた 82 名のうち漫画やアニメの登場人物を挙げた 5 名と、対象人物について「SNS の投稿や配信はしていない（もしくはしているか知らない）」と回答した 3 名、およびこの質問に回答していなかった 1 名の計 9 名を除いた 73 名が分析の対象となった。SNS の投稿や配信に対する「いいね」などの簡単な反応は 47 名（64%）と半数以上の参加者が「頻繁にある」と回答していたが、コメントを送った経験がある参加者は 32 名（44%）と半数以下であった。手紙やメールを送った経験者は 14 名（19%）とさらに少なく、レスポンスを 1 度でも受けた経験者は 9 名、話をした経験者は 4 名とかなり少なかった。さらに相手からの認識について、自分のハンドルネームやアカウントが知られていると回答した参加者は 4 名、顔が知られている、本名が知られていると回答した参加者はそれぞれ 2 名とごく少数であった。

回答の内容と分布を考慮して参加者を、個人として認識されていたり、レスポンスを受け

た経験、会った経験のある「認識群」、これ以外でコメントやメールを送付した経験がある「コメント送付群」、コメントは送付していないが SNS には頻繁に反応している「SNS 高反応群」、そして SNS への反応が少ないもしくはしていない「SNS 低反応群」の 4 群のいずれかに分類した。

**Table5 対象人物との関係性についての回答 (人)**

	頻繁に ある	何度か ある	1、2 回 程度ある	ない
SNS の投稿や配信への反応	47	12	3	11
コメントの送付	9	15	8	41
手紙・メール・DM の送付	2	7	5	59
レスポンスを受けた経験	2	2	5	64
会って話をした経験	1	0	3	69

対象人物との関係性に基づく動機づけ調整の影響過程、動機づけの支え、「推し」の認識の比較

対象人物との関係性を独立変数、コンテンツによる動機づけ調整尺度の下位尺度、動機づけの支え、「推し」の認識の得点を従属変数とする 1 要因 4 水準の分散分析を行った (Table6)。動機づけの支えでは関係性の主効果が有意であり、平均値は認識群、コメント送付群、SNS 高反応群、SNS 低反応群の順であった。「推し」の認識も関係性の主効果が有意であったが、コメント送付群と認識群の順番が逆転していた。4 つの下位尺度のうち「心的状態の制御」を除く 3 つで関係性の主効果が有意であり、いずれも平均値は認識群、コメント送付群、SNS 高反応群、SNS 低反応群の順であった。Tukey の HSD 検定による多重比較を行ったところ、関係性の主効果が有意となった 5 つの変数について、いずれも認識群およびコメント送付群の 2 群と SNS 低反応群の間に 5% 水準で有意な差異が認められた。

**Table6 対象人物との関係性に基づく動機づけ調整の影響過程、動機づけの支え、「推し」の認識**

関係性	N	人間性			心的状態		自己強化		メッセージ		動機づけ支え		「推し」認識	
		M	SD		M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD
認識群	13	5.46	1.07		6.59	0.51	6.12	1.18	5.87	1.13	6.38	0.77	6.21	0.91
コメント送付群	24	4.81	1.05		6.49	0.49	5.76	1.13	5.40	1.16	5.83	1.15	6.40	0.84
SNS 高反応群	14	4.17	1.51		6.22	0.90	5.40	1.39	4.86	1.31	5.04	1.91	5.64	1.34
SNS 低反応群	22	3.10	1.61		5.93	1.20	4.55	1.48	4.21	1.78	4.34	1.77	4.68	1.60
F 値		10.41**			2.38		5.07*		4.70*		6.62**		8.45**	

\*\* $p < .001$ , \* $p < .01$

## 考 察

研究 2 では、研究 1 で提出したコンテンツを利用した動機づけ調整の影響過程のカテゴリ一分類の枠組みが妥当なものであるかどうかを確認することが主要な目的の 1 つであった。

研究1では【心的状態の制御】と【他者からの影響】の大カテゴリーが設定された。【心的状態の制御】は現時点での感情や動機づけに直接的に働きかける即時的な調整方略としてまとめられた。この中で〔心的高揚〕、〔発散・没頭〕、〔平穏・回復〕は情動状態の制御、〔自己強化〕は報酬を利用した動機づけの制御ととらえられる。一方、【他者からの影響】は主に身近な他者による憧れ、励まし、承認を介した動機づけ調整であり、より長期的な達成に向けられた動機づけ調整方略と考えられた。

研究1のこのような分類の枠組みは研究2の因子分析における項目のまとまり具合によって妥当なものであることが確認された。ただし〈アドバイス・言葉〉に対応する「言語的メッセージ」は独立した因子を形成した。伊藤（2022）はコンテンツの登場人物の言葉が直接的に動機づけを高めるだけでなく、状況についてのとらえ方や自分自身あるいは人間関係の認知の仕方の変化を通して動機づけに影響を与えることを示唆した。本研究の「言語的メッセージ」も認知や考え方の変化を通しての動機づけ調整として他と区別されると解釈できる。

研究2の別の目的は、自由記述として現れたコンテンツを利用した動機づけ調整が広く一般的に用いられているかどうかを確認することであった。コンテンツを鑑賞・経験することによる「心的状態の制御」を介した動機づけ調整は広く使用されていることが示された。一方、「コンテンツに関わる人物の人間性の影響」はコンテンツやパフォーマンスを提供する人物について必ず認められるとは限らず、対象による違いのない個人差が大きいことが示唆された。研究1では、【他者からの影響】に包含された〈努力している姿〉を見たり〈見合う人間〉になろうとして努力を持続させる仕方はコンテンツやパフォーマンスを提供する人物に特徴的である可能性を指摘した。研究2でも「コンテンツに関わる人物の人間性の影響」はコンテンツやパフォーマンスを提供する人物が動機づけを支える強さと相関していた。もしこのような対象による違いのない個人差があるとすれば、いかなる対象について、あるいはどのような人が、こういった動機づけ調整方略を用いやすいのか、という問題が扱われるべきだろう。

研究2ではコンテンツやパフォーマンスを提供する人物とのSNS等を通しての相互的なやりとりや個性性の認識に基づく関係性が、動機づけ調整の影響過程、特に「コンテンツに関わる人物の人間性の影響」と関連すると仮説をたて分析を行った。今回の結果からは、SNSを通してコメントなどを送り、レスポンスを得ているような関係性で、「心的状態の制御」だけでなく他の動機づけ調整の影響、特に「コンテンツに関わる人物の人間性の影響」を受けやすくなることが示された。相手とのやりとりの相互性や個性性の認識によって、コンテンツを不特定多数に向けて提供している人物であっても、身近な他者と同様に動機づけ調整に果たす役割が大きくなると考えられる。

## 全体的考察

本研究ではコンテンツを利用した動機づけ調整方略が大学生によって日常的に広く採用されていることが明らかにされた。またコンテンツが動機づけの支えとして影響を与える過程が整理された。その結果、コンテンツを提供する人物が身近な他者と同じように、憧れ、励まし、承認を介して動機づけに影響を与えていることが示された。アイドルやミュージシャン、近年では YouTuber のような配信者といったコンテンツやパフォーマンスを提供する人物が、若者に対して特定のメッセージ、例えばコロナ禍における外出自粛などを伝える際に強力な説得力を持つことは予想されるが、「コンテンツに関わる人物の人間性の影響」という動機づけ調整は、学業や部活・サークル活動、人生の長期的な目標の実現、に努力することを促すメッセージを、大学生がコンテンツやパフォーマンスを提供する人物を通して自身に送っている、と見なすことができる。

今回着目したコンテンツは趣味や娯楽の一種であり、串崎 (1997) が指摘するような「心の支え」の源泉になり得ることは紛れもない事実であろう。「推し活」が幸福感を高めるという指摘もなされている。しかし本研究においては、大学生の日々の活動において重要な学業や部活・サークル活動、あるいは人生の長期的な目標の実現に向けた努力を動機づけることを想定している。このような活動と趣味や娯楽は、時間や労力といった資源の分配という点で競合している。本研究で明らかにされたコンテンツを報酬として動機づけ調整を図る「自己強化」は、この両者の競合を調整して両立させる有効な方法とみなすことができる。

最後に今後の研究課題を3つ挙げる。1つはコンテンツを利用した動機づけ調整の有効性の検討である。自己報告に基づく本研究のデータからは、採用している当事者はその有効性を高く評価していることがうかがえる。しかし外発的な動機づけ要因に依存する学習方略は望ましいものとされてはいない。短期・長期の両面で今回の動機づけ調整方略のパフォーマンスへの影響を調べることが望まれる。

2つ目は上記とも関連するが、個人差の検討である。本研究では憧れ、励まし、承認を介しての「コンテンツに関わる人物の人間性の影響」に個人差があることが示唆された。気分の上昇や癒やしといった「心的状態の制御」と比べると、誰もがこのような方略を用いているわけではないようであった。本研究では相互的なやりとりや個別性の認識といった関係性の要因の重要性が示唆されたが、コンテンツやパフォーマンスを提供する人物が身近な他者と同様の影響をもたらすメカニズムをさらに解明することが必要となる。

3つ目は、〈努力している姿〉を見て自分自身の動機づけ調整を図る方略の検討である。他者の努力に刺激されて自分の努力が促されることは、コンテンツやパフォーマンスを提供する人物に限定されるものではない。実際に努力することが望ましいとされる社会で、主人

公が努力する様子を見せるコンテンツは非常に多いと考えられる。学業場面で言えば「友だちが勉強しているから自分も勉強する」という理由や「友だちと一緒に勉強する」という行為は、外発的な理由づけや同調行動として肯定的にとらえられてこなかった。今回明らかにされたこのような動機づけ調整のメカニズムとその影響を改めて検討する必要がある。

## 注

- 1) 研究1は第2著者の2021年度学習院大学文学部心理学科卒業論文のデータを再分析した結果に基づく。
- 2) 研究目的に同意した89名のうち、回答に不備があった者を除いた数である。

## 引用文献

- 赤間健一 (2015). 動機づけ始発方略尺度の作成. *心理学研究*, 86, 445-455.
- 伊藤忠弘 (2022). 大学生はどのような言葉でモチベーションを高めているか. *日本社会心理学会第62回大会発表論文集*
- 伊藤崇達・神藤貴昭 (2003). 中学生用自己動機づけ方略尺度の作成. *心理学研究*, 74, 209-217.
- 小城英子 (2018). ファン心理尺度の再考. *聖心女子大学論叢*, 132, 182-224.
- 串崎真志 (1997). こころの支えとはなにか: 心理学的支え私論. *大阪大学教育学年報*, 2, 197-207.
- 前田絵理 (2022). 「コンテンツ」とは何か? 正しい意味、種類や目的、具体例を解説. *ミエルカ・ジャーナル*. Retrieved from <https://mieru-ca.com/blog/what-is-content/> (2022年9月26日)
- Miele, D. B., Scholer, A. A., & Fujita, K. (2020). Metamotivation: Emerging research on the regulation of motivation states. *Advances in Motivation Science*, 7, 1-42.
- 梅本貴豊・田中健史朗 (2012). 大学生における動機づけ調整方略. *パーソナリティ研究*, 21, 138-151.
- Wolters, C. A. (1998). Self-regulated learning and college students' regulation of motivation. *Journal of Educational Psychology*, 90, 224-235.
- 山岡重行 (2020). サブカルチャーが与える幸福感. 山岡重行 (編著) サブカルチャーの心理学——カウンターカルチャーから「オタク」「オタ」まで—— (pp.231-247). 福村出版
- 横川良明 (2021). 人類にとって「推し」とは何なのか. *イケメン俳優オタクの僕が本気出して考えてみた*. サンマーク出版

## ENGLISH SUMMARY

### Motivation regulation strategies using “content”

ITO Tadahiro

ETO Yuka

People employ motivation regulation so that they can maintain motivation when they face barriers and difficulties in the process of striving to achieve their goals. This study examined the effects of content-mediated motivation regulation through creative works, such as music, manga, anime, novels, and games, as well as social networking and YouTube videos. In Study 1, college students were asked to freely describe the objects that support their motivation and their influence processes. The content was grouped into three

major categories and 11 medium categories. In Study 2, we created a scale to examine the influence of content-related figures (e. g., idols, musicians, distributors) on motivation regulation. The results confirmed the validity of the categories in Study 1 and revealed differences in the frequency of use of motivation regulation strategies. It was also shown that college students are more likely to be influenced in their motivation by content-related individuals through admiration, encouragement, and approval when they are interacting with them frequently through social networking sites.

*Key Words:* motivation regulation, achievement motivation, metamotivation, content, social networking