

Enthusiasm 尺度作成の試み

目白大学大学院心理学研究科 西川千登世
目白大学社会学部 渋谷 昌三

【要 約】

本研究の目的は、Enthusiasm 尺度の作成を試みることである。Enthusiasm とは、興味のあるものや好きなものに対する熱心さであり、その度合いを測定する尺度の作成を目的とする。特に、対象を限定せずに熱心になる対象を被験者に特定してもらい回答する場合（研究1）と、対象を特定した場合（研究2）の調査を実施し、比較検討するものである。研究1では大学生120名の回答が得られ、研究2では822名の成年男性および女性の回答が得られた。20の質問項目を対象に因子分析（主因子法・Promax回転）を行った結果、研究1、2ともに12項目を採用し3因子が抽出された。信頼性・妥当性についてはともに十分な値が得られた。今後は、対象の分野による差異や被験者の属性による差異に対する検討と本尺度と心理的Well-beingとの関連を検討していくことが課題である。

キーワード：熱中、こだわり、尺度、ファン、趣味

問題と目的

高度経済成長期を経た1970年代以降、“モノの豊かさからこころの豊かさへ”といった言葉が使われるようになった。国民生活に関する基本調査（内閣府大臣官房政府広報室、2008）においては、1980年以降、こころの豊かさを重視する者がモノの豊かさを重視する者より多数を占めるようになってきている。しかしながら、皆が求めている“こころの豊かさ”とは何を示しているのだろうか。こころのゆとりや安定、あるいは、こころが満ち足りた状態と言い換えることは出来るであろう。もっと広義に捉えれば、幸福感や満足感と言ってもよいかもしれない。高度経済成長期、バブル経済といった消費型社会の80年代以前は、“モノ”が豊かになることで“こころ”を豊かにすることができたともいえるのではないだろうか。“モノ”を手に入れることで“こころの豊かさ”も手に入れることが出来たということである。けれども、消費

型社会の中で“モノ”があふれるようになり、“モノ”を手に入れることでの喜びを感じるものが少なくなり、不況と言われる社会になったことで消費する機会が減少するという社会の変化によって、豊かさの質をすり替える必要性が出てきたのではないかと考えるのである。“モノ”を豊かにするためには、消費をすれば良かった。では、“こころ”を豊かにするためには何が必要なのだろうか。

容姿が良く、健康であり、経済的にゆとりがあっても“こころ”が豊かとは限らない。その人の主観によって左右されるのが“こころ”の豊かさなのではないだろうか。ならば、ポジティブな主観を獲得すればよい。

近年、病気や悩みを引き起こすネガティブな感情に焦点を当てるのではなく、人間の本来のポジティブな感情である喜びや達成感、自信やOptimismなどに焦点を当て、それらを伸ばし開発する方法を研究する「ポジティブ心理学」が注

目されている。Seligmanは、「ポジティブな主観的経験、ポジティブな個人特性、そしてポジティブな制度についての科学は、必ずQOLを改善し、また人生が不毛で意味がない場合に生ずる病理を予防する (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000)」と述べている。また、ポジティブな主観的経験の獲得について、「現時点でのフロー感や喜び、感覚的な楽しみ、幸福、また未来については、Optimismや希望、信仰などの建設的な認識が大切である (Seligman, 2002)」と述べており、特に、Optimismや信仰心の篤さを重要視している。しかしながら、日本の社会的文脈の中では、ややなじみにくさを感じるものである。これらを根付かせるよりは、現時点でのフロー感や喜び、感覚的な楽しみという既に手に入れているものをどのように経験することがより良い状態につながるのかを明らかにすることが必要ではないかと考える。Heywood (1978) や King, Barr Taylor & Haskell (1993) の調査では、ストレスの多い状態にある人々が積極的にレジューに参加する時、ストレスが健康やウェルビーイングに与える衝撃が減少することが明らかになっており、また、Sharp & Mannell (1996) の調査においては、全般的にレジュー参加率が高く、最も頻繁に行っているレジュー活動の上位3つでよく楽しんでいる人ほど、抑うつなどの情動的苦痛の報告が少なかったと述べられている。さらに、Kelly & Ross (1989) は、人は参加しようと選んだ活動に投資すればするほど、その活動から well-being等の心理的な利得をより多く得ると示唆しており、ただ経験するのではなく、積極的に参加すること、つまり、心理的な関与の度合いを明らかにすることが意味を持つのではないかと考える。そして、この“どのように経験する”あるいは“関与の度合い”の概念として“Enthusiasm”を提案したい。そして、この“Enthusiasm”のある状態で得た“経験”が“モノ”に代わることを豊かにするキーワードになるのではないかと考えるのである。すなわち、“Enthusiasm”の度合いの高い対象があることによってところが豊かになることにつながるのではないかと考える。

“Enthusiasm”とは、Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004) が“活力”を構成する主要な要

素として提唱する概念である。日本語に訳すと「熱中・強い興味 (ジーニアス英和辞典)」となるが、「とても興味を持ってそれをするために多くの時間を費やすこと (Oxford現代英英辞典)」という意味を持ち、元は宗教用語であったが、現代における使用方法として「熱心に楽しむこと、熱心に興味をもつこと、積極的な肯定」を意味している。本研究においては、“Enthusiasm”を「興味のあるものや好きなものに対する熱心さ」と定義し、人やモノあるいは事柄といった対象を限定せずに、その対象に対する“こだわり”や“熱中”の度合いを表すものとして使用する。「こだわり」とは、元来は「執着する」あるいは「固執する」といったネガティブな意味合いが強かった。しかしながら、近年は、「好みを主張する」といった意味合いで使われるようになっており、自分の好きなもの、興味のあるものに対して自分なりの強い思いがあることを表現する時に使われている。本研究における「こだわり」とは、そのようなポジティブな意味で使われる「こだわり」である。本研究においては、Enthusiasmの日本語訳である「強い興味」に対して「こだわり」という表現を用いて調査を行った。この“Enthusiasm”があること、すなわち、対象への熱中・こだわりがあることによって、ポジティブな主観的経験を積極的に獲得するのではないかと考えるのである。

本研究は、このEnthusiasmの概念を尺度化することを試みるものである。西川 (2007) では、ファンの度合いを測定する尺度を作成した。しかしながら、熱中・こだわりの対象は、何かのファンだけではない。その対象の範囲は広く、自分なりの対象があるからこそ、熱中・こだわりがあるのである。そのため、対象を特定しない尺度の作成を試みることを目的とする。また、熱中・こだわりの対象が被験者によって異なることによる影響を検討するため、対象を特定した調査を実施し、比較検討するものである。

予備調査

本研究を実施するにあたり、尺度を作成するために自由記述方式による予備調査を実施し、「熱中の対象」「こだわりの対象」「こだわりを感じる行動や意識」などについて回答してもらっ

た。調査対象者は都内私立大学の大学生62名、調査実施時期は2007年12月であった。

研究1

目的 対象を特定せずに、好きなものに熱中する、あるいはこだわりを持つといった好きなもの、興味のあるものに対する熱心さの度合いを測定する尺度を作成することを目的とする。何かを好きであること、また、対象に対するこだわりの態度や感情を言語化し、その尺度の信頼性及び妥当性について検討するものである。

方法

調査対象者

都内私立大学に通う大学生163名に調査を実施し、熱中・こだわりの対象があると回答した者のうち、欠損値および対象が抽象的あるいは不明瞭なものを除く120名（男性44名、女性73名、不明3名）を分析の対象とした。平均年齢は、19.64歳（ $SD = 1.48$ ）であった。（以下、「学生データ」）

調査時期 2008年6月

調査の手続きおよび倫理的配慮

講義時間を利用して自記式質問紙調査を実施した。質問紙表紙に、調査への参加は自由意志であること、無記名であることにより匿名性は守られること、成績には影響しないことなど倫理事項について教示するとともに、質問紙を配布する際に口頭で説明を行った。

調査内容

Enthusiasm尺度

何かを好きであることについては、西川(2007)で用いたファンの度合いを測定する調査票を元に対象が限定されない項目を対象とし、ポジティブなこだわりについては、予備調査の結果を参考にして項目化を行い、20項目を作成した。好きなものやこだわりの対象を限定しないことから、最初にその対象となるもの一つだけを具体的に回答してもらい、それを「○○（質問紙上は空欄下線）」に対象が入っているものとして回答を求めた。回答は、「1全くあてはまらない」から「5非常にあてはまる」の5件法により評定を求めた。

妥当性 併存的妥当性を検討するため、堀野(1987)の達成動機測定尺度の18項目を使用し

た。達成動機測定尺度は、「社会的達成欲求」と「個人的達成欲求」および「成功挑戦欲求」の3因子から構成されている。18項目を対象に先行研究同様に因子分析（主因子法プロマックス回転）を行った結果、因子負荷量が.35未満の項目があったことから、各因子5項目を採用し、合計得点を算出した。各因子の α 係数は、.75～.81であり、内的整合性も確認された。本研究においては、確認された下位因子のうち「個人達成欲求」因子のみを対象とする。「個人的達成欲求」は、自分自身にとって価値のあることを成し遂げようとする欲求であり、その後「自己充實的達成動機」の概念に発展するものである。Enthusiasmの概念は、個人的に興味があるものに対する熱心さという欲求による態度や感情であり、「個人的達成欲求」と正の相関が予測される。また、好きなものや好きなことがあるかどうか（以下、「好きなもの」）、こだわりを持っているものやことがあるかどうか（以下、「こだわり」）を、「1全くない」から「4かなりある」の4件法により評定を求めた。さらに、それぞれの対象について具体的に回答してもらうとともに、その対象が日常生活全体を100%とした時に、生活の中でどれぐらいの割合を占めるかをパーセンテージ（以下、「生活割合」）で回答してもらった。これらの項目とも正の相関が予測される。

結果

尺度の検討

Enthusiasm尺度として作成した20項目に対して主因子法・Promax回転による因子分析を行った。固有値の変化(5.672, 2.388, 1.871, 1.384, 1.103…)と解釈の可能性を考慮するとともに、複数の因子に負荷量が高い項目および因子負荷量が.35未満の項目を削除した結果、最終的に3因子解を採用した。その結果をTable 1に示す。最終的に12項目を採用した結果、回転前の3因子で12項目の全分散の説明率は61.15%であった。

第1因子は、「○○に関することで妥協したくないと思う」「○○について追及していきたい」などの項目であり、対象に対して譲れない研究熱心な姿勢がみられることから「極め因子」と命名した。

第2因子は、「○○のために時間を費やしてい

Table 1 Enthusiasm尺度12項目の因子分析結果（主因子法・Promax回転）

項目内容	学生データ			食データ		
	F1	F2	F3	F1	F2	F3
E01 ○○についてテレビでやっているのとみるようにしている	-.05	.09	.68	.00	-.05	.75
E02 ○○について雑誌で取り上げられているとみるようにしている	.16	-.34	.78	-.09	.06	.88
E03 ○○を取り上げたテレビの番組は録画して繰り返しみる	-.08	.25	.68	.18	-.08	.42
E06 ○○について新聞や雑誌等に掲載されると収集(切り抜き)している	.01	.03	.45	.12	.14	.36
E11 ○○のために時間を作るようにしている	.12	.62	-.08	-.02	.75	.06
E12 ○○を通じて知り合った友人がいる	-.15	.76	.14	.17	.50	-.01
E13 ○○のために自分の時間を費やしていると思う	.10	.78	-.12	.02	.76	-.09
E15 ○○について話をする友人や仲間がいる	.14	.43	.12	.06	.60	.04
E17 ○○に関するものでは他の人に負けなと思う	.52	.23	.08	.73	.09	-.01
E18 ○○に関することで妥協したくないと思う	.94	-.06	-.10	.71	.15	-.02
E19 ○○について追求していきたい	.73	.01	.02	.75	.12	.03
E20 ○○について極めていると思う	.49	.12	.12	.89	-.11	.05
因子相関行列	I	II	III	I	II	III
I	—	.33	.30	—	.74	.42
II		—	.26		—	.49
III			—			—

と思う」「○○について話をする友人や仲間がいる」などの項目であり、日常的な関与を示していることから「コミットメント因子」と命名した。

第3因子は、「○○についてテレビでやっているのとみるようにしている」「○○について雑誌で取り上げられているとみるようにしている」などの項目であり、メディアを中心として興味を示していることから「メディア接触因子」と

命名した。

各因子の合計得点の平均値および標準偏差をTable 2に示す。

信頼性と妥当性の検討

内的整合性を検討するため、Cronbachの α 係数を求めたところ、各下位因子およびEnthusiasm尺度全体で.73～.80と十分な値が得られた（Table 3）。

併存的妥当性を検討するため、Enthusiasm

Table 2 下位因子項目合計得点平均値及び標準偏差

	学生データ			食データ		
	n	平均値	(SD)	n	平均値	(SD)
極め因子	120	13.88	(3.67)	822	8.61	(3.50)
コミットメント因子	120	16.67	(3.25)	822	9.96	(3.58)
メディア接触因子	120	13.21	(3.93)	822	9.45	(3.08)
Enthusiasm 尺度合計	120	43.76	(7.99)	822	28.02	(8.38)

Table 3 Cronbachの α 係数

	項目数	学生データ (n = 120)	食データ (n = 822)
極め因子	4	.791	.895
コミットメント因子	4	.744	.793
メディア接触因子	4	.727	.704
Enthusiasm 尺度合計	12	.797	.878

Table 4 尺度間相関係数

	学生データ				食データ
	好きなもの	こだわり	生活割合	個人的達成欲求	こだわり平均
極め因子	.32 ***	.41 ***	.30 ***	.35 ***	.49 ***
コミットメント因子	.29 **	.17	.38 ***	.27 **	.49 ***
メディア接触因子	.32 ***	.13	.18	.24 **	.29 ***
Enthusiasm 尺度合計	.42 ***	.32 ***	.38 ***	.39 ***	.52 ***

** $p < 0.1$ *** $p < 0.01$

尺度の項目合計得点（以下、「Enthusiasm 尺度合計」）および各下位因子の項目合計得点と「好きなもの」「こだわり」「生活割合」「個人的達成欲求」の変数間の相関係数を求めた（Table 4）。その結果、コミットメント因子およびメディア接触因子の一部で有意差が認められなかったものの、Enthusiasm 尺度合計および極め因子はすべての変数と有意な正の相関が認められた。

また、構成概念妥当性を検討するため、Amos を用いた確認的因子分析を行った。すべての因子間で共分散を仮定したモデルで分析を行ったところ、適合度指標は GFI = .85, AGFI = .77, RMSEA = .09 であり、サンプル数が少ないことおよび推定値はすべて 1% 水準で有意であるこ

とから問題ないと判断した。その結果を Table 5 に示す。

さらに、一つだけ設定する Enthusiasm 尺度に対する具体的な対象は「音楽」あるいは「音楽ファン」と回答したものが一番多く 31.7% であり、その他「ファッション」「スポーツ」など多岐にわたる分野が対象となった。好きなものとして回答した対象と一致しているものが約 8 割を占めており、また、こだわりの対象として回答したものと好きなものの対象として回答したものが重複している回答も多くみられ、内容的妥当性も十分であることが示された。

以上のことから、信頼性と妥当性は十分であると判断した。

Table 5 Enthusiasm尺度項目の確認的因子分析結果(標準化推定値)

	学生データ			食データ		
	F1	F2	F3	F1	F2	F3
E18	.89			.85		
E19	.74			.89		
E17	.82			.80		
E20	.62			.82		
E12		.80			.71	
E13		.76			.66	
E11		.65			.76	
E15		.61			.68	
E02			.74			.86
E01			.88			.77
E03			.79			.51
E06			.46			.53
因子間相関	F1	F2	F3	F1	F2	F3
F1	—	.61	.34	—	.79	.48
F2		—	.33		—	.54
F3			—			—

注1 数値はすべて1%水準で有意

考察

本研究では、対象を限定せずに好きなもの、こだわりをもっているものに対する熱心さの度合いを測定するEnthusiasm尺度の作成を試みた。その結果、「極め因子」「コミットメント因子」「メディア接触因子」の3つの因子が認められた。これらの因子は、対象に対する熱心さの度合いによる対象との関わりあい方を示しているとも考えられる。「こだわる」は「拘る」と書くが、「拘る」は「かかわる」とも読み、対象との関係性であるといえるであろう。

信頼性と妥当性については、予測した併存的妥当性が認められ、十分な値が得られたと考える。コミットメント因子とメディア接触因子で「こだわり」との相関が認められなかった点については、回答の対象としてこだわりの対象を挙げなかった者が多かったことが影響している可能性がある。また、メディア接触因子で「生活割合」との相関が認められなかった点については、メディアへの接触は、熱心さの度合いとしては低い因子である可能性が示唆された。

具体的な対象の回答が好きなものとこだわっ

ているもので重複している回答が多くみられたことから、Enthusiasmの対象としては好きなものであるというのが前提であるということが示唆され、「興味のあるものや好きなものに対する熱心さ」というEnthusiasmの概念を測定する尺度であることが示されるとともに、Enthusiasm尺度の得点はその度合いを測定する尺度であることが示唆されたと考える。

研究2

目的

研究2では、対象を具体的に設定した質問紙調査を実施し、研究1で作成した尺度の対象が被験者によって異なることによる影響を検証することを目的とする。特に、研究1では、具体的に回答してもらった対象の約8割が好きなものの対象であり、こだわりとして回答した被験者が少なかったことから、こだわりの対象となるもので調査を実施することを目的とする。なお、本研究では、食ライフスタイルに関する研究の一環として“食”に対するこだわり(美味しさ・栄養等)を取り上げた¹⁾。

方法

調査対象者

都内および埼玉県の保育園および幼稚園に通う園児を持つ保護者879名のうち欠損値のある者を除く822名（男性18名、女性800名、不明4名）を分析の対象とした。平均年齢は、35.26歳（ $SD = 5.32$ ）であった。（以下、「食データ」）

調査時期 2008年6月～8月

調査の手続きおよび倫理的配慮

保育園11施設、幼稚園3施設に自記式質問紙を計1340部（園児数1321名）郵送し、各園において職員によって保護者に配布された。一定期間経過後、施設単位で回収され、最終的に得られた回答者数は879名であり、回収率は66.54%であった。なお、質問紙の表紙に、調査への参加は自由意志であること、無記名であることにより匿名性は守られること、研究以外の目的には利用しないことなど倫理事項について教示するとともに、質問紙は封をして返却するよう封筒に入れて配布を行った。

調査内容

Enthusiasm尺度 研究1で作成した質問項目の〇〇の部分に「食」という言葉を入れて質問項目とした。回答は研究1と同様に、「1全くあてはまらない」から「5非常にあてはまる」の5件法により評定を求めた。

妥当性 併存的妥当性を検討するために、「食」に関連する項目についてのこだわり度合いを回答してもらった。具体的には「美味しいもの食べる」「良い食材を使う」「料理を作る」「栄養に気をつける」の4項目に対して、「1全くこだわらない」から「5非常にこだわる」の5件法で評定を求めた。なお、その他の食に対するこだわりがある場合は自由記述で回答してもらった。

結果

尺度の検討

熱中尺度20項目に対して主因子法・Promax回転による因子分析を行った。固有値の変化（8.439, 1.802, 1.121, .968…）と解釈の可能性を考慮するとともに、複数の因子に負荷量が高い項目および因子負荷量が.35未満の項目を削除した結果、最終的に3因子解を採用した。その結果をTable 1に示す。最終的に12項目を採用

した結果、回転前の3因子で12項目の全分散の説明率は64.76%であった。

因子の構成は、因子負荷量については多少の差異は認められるものの、研究1と同様の結果となった。各因子の合計得点の平均値および標準偏差をTable 2に示す。

信頼性と妥当性の検討

内的整合性を検討するため、Cronbachの α 係数を求めたところ、各因子および熱中尺度全体で.70～.90と十分な値が得られた（Table 3）。

併存的妥当性を検討するため、食に関連するこだわり度合いの4項目の平均値を算出し、熱中尺度合計得点および各下位因子の合計得点と変数間の相関係数を求めた（Table 4）。その結果、すべての変数と有意な正の相関が認められた。

また、構成概念妥当性を検討するため、Amosを用いた確認的因子分析を行った。すべての因子間で共分散を仮定したモデルで分析を行ったところ、適合度指標はGFI = .94, AGFI = .91, RMSEA = .08であり、推定値はすべて1%水準で有意であることから問題ないと判断した。その結果をTable 5に示す。

さらに研究1と同様の因子構造を示したことから因子の妥当性が認められたと考える。

以上のことから、信頼性と妥当性は十分であると判断した。

考察

研究2では、対象を具体的に設定した質問紙調査を実施することで、研究1で作成した尺度の対象が被験者によって異なることによる影響を検証することを目的とした。その結果、12項目を採用することで研究1と同様の因子構造を示し、対象が異なっても測定が可能な尺度であることが示唆された。また、自らが好きである、興味があると設定していない対象でもその度合いによる差異を測定可能な尺度であることが示唆されたと考える。

しかしながら、研究1および研究2では、それぞれ16項目3因子解の解釈の可能性も考えられた（Table 6）。けれども、本研究においては、対象が被験者ごとに異なることを前提とする尺度の作成を試みるものであり、対象を設定した時と対象を設定しなかった時で異なる結果を示

Table 6 Enthusiasm尺度16項目の因子分析結果（主因子法・Promax回転）

	項目内容	学生データ			食データ		
		F1	F2	F3	F1	F2	F3
E01	〇〇についてテレビでやっているともるようにしている	-.05	.16	<u>.47</u>	.00	-.05	.71
E02	〇〇について雑誌で取り上げられているともるようにしている	.08	-.26	<u>.75</u>	-.07	.06	<u>.80</u>
E03	〇〇を取り上げたテレビの番組は録画して繰り返しみる	-.12	.32	<u>.60</u>	.16	-.13	<u>.51</u>
E04	〇〇に関連した特別な商品を購入する	.18	-.09	<u>.61</u>	.01	<u>.39</u>	.29
E05	〇〇に関する情報を収集している	.01	-.12	<u>.82</u>	.04	<u>.50</u>	.34
E06	〇〇について新聞や雑誌等に掲載されると収集(切り抜き)している	-.05	.07	<u>.49</u>	.07	.19	<u>.36</u>
E09	〇〇に関連したHPやブログなどを閲覧している	-.11	.24	<u>.54</u>	-.07	<u>.57</u>	.10
E10	〇〇の情報を知りたい	.11	-.07	<u>.65</u>	-.07	<u>.77</u>	.09
E11	〇〇のために時間を作るようにしている	.17	<u>.62</u>	-.14	.06	<u>.78</u>	-.07
E12	〇〇を通じて知り合った友人がいる	-.15	<u>.77</u>	.12	.30	<u>.40</u>	-.06
E13	〇〇のために自分の時間を費やしていると思う	.13	<u>.76</u>	-.12	.21	<u>.61</u>	-.18
E15	〇〇について話をする友人や仲間がいる	.14	<u>.41</u>	.17	.20	<u>.51</u>	-.04
E17	〇〇に関することでは他の人に負けないと思う	<u>.51</u>	.25	.07	<u>.79</u>	.01	.02
E18	〇〇に関することで妥協したくないと思う	<u>.93</u>	-.04	-.09	<u>.68</u>	.20	-.04
E19	〇〇について追求していきたい	<u>.72</u>	.01	.06	<u>.70</u>	.19	.01
E20	〇〇について極めていると思う	<u>.49</u>	.12	.10	<u>.91</u>	-.17	.12
因子相関行列		I	II	III	I	II	III
I		—	.25	.36	—	.70	.42
II			—	.30		—	.60
III				—			—

した4項目については採用しなかった。この4項目については、調査対象者の差異が異なった結果を示したとも考えられる。これらの項目は、ほぼ情報収集に関する項目であり、学生データはメディア接触因子に含まれたのに対し、食データはコミットメント因子に含まれている。学生は、メディアから情報を収集するが、食データの被験者である子どもを持つ親の世代では、友人や仲間などのコミュニティから情報を得ているのではないかと推測する。また、研究2の被験者は、子どもを持つ親であり、子どもがいるという状況によって「食」への関心が身近なものになり、日常的な関与の対象となったことも考えられる。さらに、研究1においては、対象を具体的に回答できた者だけが、この熱中尺度の質問項目に対して回答しているのに対し、研究2では、こだわりの度合いに限らずすべての被験者が回答しているため、それぞれのデータの合計得点の平均値をみてもわかるとおり、学生データの方が圧倒的に得点が高い。これらの差異が分析結果に影響を及ぼしていることも否めないが、12項目を採用することで、対象を拡げられたのではないかと考える。

信頼性と妥当性についても十分な値が得られており、特にこだわりの度合いとの相関がすべての変数で有意な正の相関を示していることからEnthusiasm尺度が度合いを測定する尺度であることが示されたと考える。

まとめと今後の課題

本研究では、対象を限定せずに好きなもの、こだわりをもっているものに対する熱心さの度合いを測定する尺度の作成を試みた。その結果、研究1および研究2ともに3つの因子が認められ、信頼性と妥当性についても検討された。しかしながら、研究1における調査対象者、また、研究2における具体的な対象の特定については限定されたものであることは否めない。今後は、調査対象者およびこだわり・熱中の対象を拡げることによって尺度の検討を行う必要があるだろう。特に、調査対象者を拡げることによって、個人属性による差異の検討、対象の分野による差異の検討することが重要だと考える。

また、Enthusiasm尺度が、well-beingなどの

心理的な側面にどのような影響を与えているのかを検証していきたいと考える。

引用文献

- Heywood, L. A. 1978 Perceived recreative experience and the relief of tension. *Journal of Leisure Research*, 10, 86-97.
- Kelly, J. R. & Ross, J. E.. 1989 Later-life leisure: Beginning a new agenda. *Leisure Sciences*, 11, 47-59.
- King, A. C., Barr Taylor, C. & Haskell, W. L.. 1993 Effects of differing intensities and formats of 12 months of exercise training on psychological outcomes in older adults. *Health Psychology*, 12, 292-300.
- 内閣府大臣官房政府広報室 2008 国民生活に関する世論調査(平成20年度) <http://www8.cao.go.jp/survey/h20/h20-life/4.html>
- 西川千登世 2007 音楽ファンにおけるコンサート参加行動がもたらす心理的影響—吉川晃司ファンを対象として— 目白大学修士論文
- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. 2004 Character strengths and virtues: A handbook and classification. Washington, DC, US: American Psychological Association; New York, NY, US: Oxford University Press. 273-289.
- Seligman, M. E. P. 2002 Positive psychology, positive prevention, and positive therapy. In Snyder, C. R.; Lopez, Shane J. (Eds.) *Handbook of positive psychology*. (pp. 3-9). New York, NY, US: Oxford University Press.
- Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. 2000 Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55 (1), 5-14.
- Sharp, A. & Mannell, R. C.. 1996 Participation in leisure as a coping strategy among bereaved women. In *Eighth Canadian Congress on Leisure Research*, Ottawa, ON: University of Ottawa. 241-244.
- Snyder, C. R., & Lopez, S. J. 2002 *Handbook of positive psychology*. New York, NY, US: Oxford University Press.

脚注

- 1) RAとして参加した2007年度研究プロジェクト「世代間を繋ぐ食行動とコミュニケーションに関する心理学的研究」の調査の一環として行ったものである。

Developing a scale of measuring Enthusiasm

Chitose Nishikawa Mejiro University, Graduate School of Psychology
Shozo Shibuya Mejiro University, Faculty of Studies on Contemporary Society

Mejiro Journal of Psychology, 2009 vol.5

【Abstract】

The purpose of this study is to develop a scale of Enthusiasm. Enthusiasm is ardency for something of one's interest or favorite, and it is a desire to become involved in such things. This article, attempts to develop the measurement of the degree of Enthusiasm. In particular, we compare two investigations, in which subjects define an object that they find enthusiastic (Study 1), and we specify it (Study 2). Study 1 received responses from 120 university students, and Study 2 gained 822 consisting of subjects who had a child or children. The data (20 questionnaire items) are factoranalysed. As a result, study 1 and 2 adopted 12 items together, from which three factors were extracted. According to the inspection of the reliability and the validity, both elements provided adequate value. In the future, further studies on the differences in the field of objects and in the background of the subjects, as well as on the relations between the established scale and psychological well-being are expected to follow.

keywords : enthusiasm, positive persistency, scale, fan, one's principal relaxations