

平成 26 年度 安田女子大学心理学会 会 報

目 次

1. 学会長挨拶
2. 役員一覧
3. 活動一覧
4. 講演会の記録
5. 私の研究紹介（心理学科 4 年生）
6. 教員の研究紹介
7. こころと出会う仕事シリーズ（卒業生紹介）

1. 学会長挨拶

会長 池田 智子

(安田女子大学心理学部教授)

心理学は、人のころとは何かを考え、ころの働きを客観的に、実証的に明らかにすることをめざす学問領域です。現代社会に生きるわたしたちは、多岐にわたって解決しなければならないたくさんをを抱えています、その課題の解決にあたって、心理学に期待される役割は非常に大きいと感じています。

「安田女子大学心理学会」は、「社会との連携のなかで、現代に生きる人びとの心理と行動に関する総合的研究の啓発を図り、会員相互の情報交換や協力を促進する」という目的を掲げ、平成 20 年にそれまでの「安田女子大学人間科学会」から改組されて 6 年が経ちます。その間、6 年にわたって無私の心で学会の運営に力を注がれた前学会長の堂野恵子先生のご尽力により、学会は着実な活動を重ね、発展した今日の形をとることとなりました。この場をお借りして心から感謝の気持ちを表したいと思います。

心理学は、自己が抱える内面的な問題だけでなく、犯罪、災害、リスクマネジメントなどの社会的な問題についても、その解決への貢献が期待されています。心理学は基礎的な学問領域であると同時に、教育、福祉、技術などの問題にも適用できる実践的な学問としての側面も持っています。今年度の第 2 回の学会講演会では、三浦麻子先生（関西学院大学総合心理学科教授）をお招きして、「心理学で考える、賢いネットとの付き合い方」という題目で、インターネットによるコミュニケーションの魅力と、対面でのコミュニケーションとは異なるがゆえに気をつけなければならない点について心理学視点からお話いただきました。インターネットコミュニケーションという現代に生きるわたしたちに直接深く関係する問題を扱ったこの講演会は、ささやかながら、学会活動を通して社会に貢献したいという学会員であるわたしたちの願いのこもった企画のひとつでした。

講演会、総会、WEB 上での会報の発行は、安田女子大学心理学会の重要な事業となっていますが、今後もこういった事業を通して、社会に役立つ情報を発信していきたいと考えています。どうぞよろしくお願いいたします。

2. 役員一覧

会長		池田 智子
理事・運営委員長		船津 守久
理事・運営委員		藤原 裕弥
理事・運営委員		山本 文枝
理事		澤田 英三
理事		下平 明美
理事		堂野 恵子
理事		西 まゆみ
理事		西川 京子
理事		西村 聡生
理事		平石 界
理事		藤沢 敏幸
正会員監事		片上 宗二
学生監事		大塚 唯奈
学生運営委員	1 年 1 組	島谷 綾香
学生運営委員	1 年 2 組	大坂 友季子
学生運営委員	2 年 1 組	有谷 久美子
学生運営委員	2 年 2 組	西川 なつみ
学生運営委員	3 年 1 組	小林 瑞希
学生運営委員	3 年 2 組	大江 萌子
学生運営委員	4 年 1 組	大塚 唯奈
学生運営委員	4 年 2 組	中山 華純

3. 活動一覧

(1) 講演会

第1回 日時：平成26年7月3日（木） 13:10～14:00

場所：7102 教室

演者：西村聡生先生（安田女子大学心理学部講師）

テーマ：課題遂行に他者の行動が影響する認知メカニズム

対象：学会員のみ

第2回 日時：平成26年12月6日（土）13:00～14:30

場所：7102 教室

演者：三浦麻子先生（関西学院大学文学部教授）

テーマ：心理学で考える，賢いネットとのつきあい方

対象：学会員，一般公開

(2) 総会

日時：平成26年7月3日（木） 14:10～14:30

（第1回講演会終了後）

場所：7102 教室

4. 講演会の記録

第1回講演会

課題遂行に他者の行動が影響する認知メカニズム

西村 聡生 先生

(安田女子大学心理学部講師)



昨年 9 月に安田女子大学心理学部心理学科に着任されました西村聡生先生に、現在取り組まれているご研究についてお話しいただきました。西村先生は、認知心理学をご専門としておられます。本学の講義は、認知心理学のほか、心理統計法、コミュニケーション心理学などをご担当いただいています。以下に、西村先生のご講演の内容についてご報告いたします。

講演記録

はじめに、私の専門と研究経歴について少しお話しします。私は東京大学での大学院生時代以来、認知と行動の相互作用をテーマにしてきました。例えば、知覚・認知の行動へ

の影響として、サイモン効果という現象が知られています。左右どちらかに呈示される刺激の色に基づき左右どちらかのボタン押し反応をするとき、刺激の呈示位置は課題とは関係ないにもかかわらず、刺激と反応が同じ側の場合の方が、逆側の場合よりもはやく反応でき、間違いも少ないのです。実験例を挙げると、左右どちらかに刺激が緑か赤で呈示され、緑だったら右の、赤だったら左のボタン押しを行う際、緑の刺激が右（赤の刺激が左）に呈示された方が、逆の組合せよりも、反応がはやく正確になります。実際にやってみましょう〔実験画面を映し、実際に両手を動かして体験してもらいました〕。このサイモン効果などを用いて、人間が環境と相互作用する際の認知特性、物理的な上下や音の高さと左右との認知的対応、行為を行うことによる知覚・認知への影響などについて研究してきました。

学位取得後には、東北大学で博士研究員として、認知機能の神経基盤についての研究プロジェクトに参加しました。訓練による有効視野の拡大に伴う脳のはたらきの変化や、行動の結果の評価、行動そのものの変更、行動を決定するルールの変更に関連した神経基盤について、主として機能的 MRI を用いて検討しました。

その後、安田女子大学に着任するまで、上智大学で博士研究員として認知機能の個人間相互作用、つまり他者の行動の影響について、研究していました。人間は社会的動物であり、他者から影響を受けます。そのような影響については、顔、視線、指差しといった他者の身体に関連した社会的刺激によるものや、他者との共同作業、競争、複数人による近傍での作業などの社会的状況によるものが考えられます。この講演では、社会的刺激、社会的状況に関して行った研究のうち、2人で分担して課題を行うという社会的状況におけるサイモン効果について取り上げます。どうしても他人が気になってしまう、ということがありますが、他人の何が気になるのか、という観点からこの研究を行いました。

前述のサイモン効果は、左右どちらのボタンを押すか、という選択課題でみられる現象です。あるボタンを押すか押さないかを判断する Go/No-go 課題では、一般にサイモン効果は生じません。例えば、刺激が緑だったら右側のボタンを押し、赤だったらボタン押しをしない場合、刺激が左右どちらに呈示されても、反応時間に有意な違いはみられません。ところが、2人の参加者が隣り合って相補的な Go/No-go 課題を行う際には、サイモン効果がみられます (Sebanz, Knoblich, & Prinz, 2003, Cognition)。パソコン画面の前に隣り合って2人の参加者が座ります。画面の左右どちらかに、刺激が緑または赤で呈示されます。右の参加者は右側のボタン押しを、左の参加者は左側のボタン押しを担当します。1人の参

加者は、呈示された刺激が緑ならボタンを押し、赤ならボタンを押しません。もう 1 人は、赤ならボタンを押し、緑ならボタンを押しません。このとき、反応する参加者の側に刺激が呈示された方が、相手側に呈示された場合よりも反応がはやくなります。それぞれの参加者がやることは Go/No-go サイモン課題であるにもかかわらず、単に 2 人並んで相補的に行うという社会的状況を導入しただけで、通常はみられないサイモン効果が生じるのです。これは、社会的サイモン効果と呼ばれています。社会的サイモン効果は、単に隣に人が座っているだけでは生じないことから、他者の行動による課題遂行への影響として注目されてきました。

それでは、隣接する他者の行動の何が影響するのでしょうか。これについては、3 つの説（課題、手番、反応位置）があります。課題説によると、他者の課題（刺激－反応ルール）は自分の課題と同じように表象されており、したがって共同で課題を行う場合、それぞれの参加者は認知的には Go/No-go 課題ではなく通常の選択サイモン課題を行っています。単に「緑だから押す、赤だから押さない」という課題ではなく、「緑だから右のボタン（を私が）、赤だから左のボタン（を相手が）」、といったように頭（心）の中で課題が表象されているということです。課題説では、それぞれが担当する刺激特徴の分担が重要だと考えられます。

手番説は、次のように社会的サイモン効果を説明します。共同で課題を行う場合、すべての試行は自分が反応する手番か隣の参加者の手番かのどちらかになります。刺激位置が自動的に、呈示された側の人の反応の手番であることを示唆する手がかりとなることで、自分の側に呈示されると反応がはやく、相手の側に呈示されると遅くなります。意識的ではないにせよ「私の側に出たから私が反応しなきゃ、相手の側に出たから相手の反応だろう」となる効果があるということです。手番説では、それぞれが反応する試行（手番）の分担が重要だと考えられます。

位置説によると、自分の押す反応ボタンを左右として符号化し表象するためには基準が必要であり、他者が押すボタンがその基準となります。選択課題では、右のボタンはもう 1 つのボタン（左ボタン）に対して右、左のボタンはもう 1 つのボタン（右ボタン）に対して左というように、2 つのボタンは相対的に左右と符号化されます。そのため、右に出た刺激は特徴を共有する「右」反応を、左に出た刺激は「左」反応を活性化し、サイモン効果を生じます。Go/No-go 課題では、実験を通じて使用されるボタンは 1 つだけであり、そのボタンの位置を決める明確な基準がないために空間的に符号化されません。この場合、刺

刺激が左右どちらに出ても、反応は空間的に符号化されていないので、特徴の共有がないために反応時間に差はみられません。社会的サイモン課題では、自分が担当するボタンは 1 つだけですが、実験全体では他者が担当するボタンとあわせて 2 つのボタンが使われます。このため、他者の押すボタンを基準として、自分の担当する反応ボタンの位置が空間的に符号化されます。まとめると、選択サイモン課題、社会的サイモン課題では、もう 1 つのボタンに対して自分の反応が「右」「左」と符号化されますが、Go/No-go サイモン課題では用いられる 1 つの反応ボタンは「右」とも「左」とも符号化されることはなく、したがって前者でのみ刺激と反応の間に共通の特徴があるためにサイモン効果が生じます。位置説では、それぞれが担当する反応ボタンの分担が重要だと考えられます。

通常の社会的サイモン課題は、これらの仮説のいずれでも説明できます。私は、これらの仮説のいずれがもっともよく社会的サイモン効果を説明するかを検討するために、実験を行いました。画面の左右どちらかに、緑か赤の刺激が呈示されます。2 人の参加者が画面の前に隣接して座り、それぞれが特定の刺激の色にだけ反応して自分の前のボタンを押す Go/No-go 課題を行いました。半数の参加者ペアは、先行研究と同様の刺激分担条件に参加し、1 人は赤でのみボタンを押し、もう 1 人は緑でのみボタンを押しました。半数の参加者ペアは、刺激共有条件に参加し、両方とも同じ色でボタン押しをしました。刺激が緑（赤）の場合には両方ともボタンを押し、赤（緑）の場合には両方ともボタンを押さないことが求められました。刺激分担条件は先行研究の追試であり、それぞれが担当する刺激特徴、反応する試行、反応ボタンのすべてが分担されていました。一方、刺激共有条件では、2 人とも同じ色に対して反応することから刺激特徴（反応するべき色）は分担されておらず、2 人とも反応する試行が半分、2 人とも反応しない試行が半分であることから反応する試行も分担されていませんでした。一方、2 人はそれぞれ自分の前にある反応ボタンを押すことを求められていたので、左右の反応ボタンは両方で分担されていました。したがって、位置説のみが刺激共有条件でも社会的サイモン効果が生じることを予測しますが、課題説と手番説は社会的サイモン効果は生じないことを予測します。

結果、刺激分担条件、刺激共有条件ともに同程度の社会的サイモン効果が生じました。刺激特徴の分担も反応する試行の分担もなくとも、反応ボタンの分担があれば社会的サイモン効果が生じることがわかりました。

続く実験では、反応する試行（手番）の不確実性は影響するのか調べるために、ペアの 1 人は通常の Go/No-go 課題、もう 1 人は刺激の色に関係なく呈示されたすべての刺激に反応

する検出課題を行いました。検出課題では手番の不確実性はないにもかかわらず、検出課題、Go/No-go 課題ともに社会的サイモン効果が生じました。

2 つの実験で、隣で他者がボタンを押してさえいれば、何に対して押すかやどのタイミングで押すかに関係なく、社会的サイモン効果は生じました。反応する刺激特徴や反応する試行が 2 人で相補的に分担されていなくても、他者と左右の反応ボタンさえ分担されていれば社会的サイモン効果は生じたことは、他者の反応が自分の反応ボタン位置を決める基準となることで社会的サイモン効果が生じるとする位置説を支持します。隣接する他者が「何をやっているか」ではなく、「何かをやっている」ことが社会的サイモン効果を生じさせるのだと考えられます。他人が何をやっているか（課題）を表象しているという心の理論的な要素の影響はみられず、単に他者が行動している位置が自分の行動の位置を決める基準となると考えられることから、「社会的」サイモン効果の生起メカニズムそのものはあまり社会的ではないといえるかもしれません。しかし、社会的サイモン効果は参加者間の関係によって変化するなど、他者の行動の影響の程度は社会的要因によって調整され、そういう点では十分に社会的な現象であるともいえそうです。

社会的状況において課題を遂行するとき他人の何が気になるのか、という最初の疑問に答えるとなると、少なくとも社会的サイモン効果のような事態においては、直接観察可能な他人の「行動」が気になるのであって、他人の課題や行動のタイミングではないといえるでしょう。

認知心理学は実験を主な研究手法としており、研究手続きなど難しい内容も含まれていますが、先生よりユーモアをまじえながらわかりやすくお話しいただきました。学生たちは、楽しくかつ熱心に聴講していたと思います。最後に会場からはいくつか質問もあり、先生から丁寧なご回答いただきました。このご講演を機会として、人の認知に対する探究心や、実験という研究手法など、学生たちの認知心理学への関心がより高まっていくのではないかと感じられました。

（報告者 山本 文枝）

第2回講演会

心理学で考える、賢いネットとのつきあい方

三浦 麻子 先生

(関西学院大学文学部教授)



今年度の第2回講演会は、学会理事の平石界先生のご紹介により、三浦麻子先生にご講演いただきました。ご専門は、社会心理学です。人間同士、あるいは人間と周囲の事物とのインタラクション（相互作用）が人間行動に及ぼす影響の解明に取り組んでおられます。今回は、インターネットを介したコミュニケーション、インターネットとの賢いつきあい方についてお話しいただきました。近年はソーシャルメディアの普及により大変便利になった一方で、それに関連した問題も数多く起こっています。特に、若い世代にとっては非常に関心のあるテーマだと思います。

参加者は学生のほか、他学科の教員、一般の方のご来場も多数ありました。学生らは真

剣に先生の話をお聴きし、先生にいくつか質問にも丁寧にご回答いただきました。三浦先生のご講演の録音を許可いただき、それをもとに内容についてご報告させていただきます。

平石界先生からの三浦麻子先生のご紹介

三浦先生をお招きできたことは本当に名誉に思っております。インターネット、ソーシャルネットワークについてお話いただくのにこれほど適任な方はいらっしゃらないと思います。ひとつは、ご専門ということもありますが、もうひとつは、そもそもお知り合いになるきっかけは **Twitter** であったということです。初めて顔をあわせたのは 2011 年 3 月の東日本大震災のときです。社会心理学者としてできることは何かということで右往左往しました。何かをしないではいけないという気持ちで、三浦先生の研究室に集まったというのがきっかけです。それから、福島第一原発事故に関する風評被害についてチームで研究しています。本日は、ソーシャルネットワークの良い面とともに、こわい面といった二つの側面についてお話いただけたと思います。

講演記録

はじめに

このタイトルでのお話の多くは、“インターネットは気をつけなさい”という教訓めいた話になると思います。インターネットは怖いところがあるので、なるべく使わないようにしようという話が多いようです。新聞で紹介される「ネットの闇」という記事においても、インターネットの危険な面を強調したものが多くはないかと思います。私自身は、ソーシャルメディアを代表としたインターネット・コミュニケーションがとても好きで活用しています。それがなければ個人的な家庭生活や研究者としての社会生活においても今の自分はなく、非常に良いところがあると思っています。今回、皆さんにお伝えする中核は、気をつけて使いましょうということにはなりますが、気をつけて使ってより豊かなものを手に入れられるといいですねという方向でお話したいと思います。

話題提供の趣旨

インターネット・コミュニケーションのリスクがなぜ存在するのかについて、心理学的な立場からお話したいと思います。具体的には、「匿名性」というキーワードについてお

話をします。また、対面コミュニケーションと比べて少し異なるリスクの問題についても触れたいと思います。それに関連して、どのようにインターネットを使っているのかについて、安田女子大学を含む全国の大学で回答していただいたアンケート調査の結果をご報告します。そして、このようなところに気をつけてインターネットを使えばより豊かな方向でさまざまなものを手に入れることができるということをご提案したいと思います。

インターネットの歴史的背景

インターネット・コミュニケーションはそもそもどんな形で発展してきたのでしょうか。インターネットはとても新しいコミュニケーションメディアであり、いろいろなところで私たちの社会を急激に動かす原因になっていると思われます。そもそもインターネットという構想、コンセプトが出現したのが 1969 年、今から 45 年前です。そんなに古くないです。世の中の技術は、軍事的な目的があるととても進むといわれます。インターネットも同じであるといわれています。1969 年頃は、アメリカとソビエト連邦（現在のロシア）の東西冷戦が非常に激しかった時代でした。いつ第三次世界大戦が起こるかといわれる中で、インターネット構想を提案したのはアメリカです。情報をどのように管理するかが非常に大きな問題でした。東西が対立するなかで、自国の情報を東側から守り、西側では共有しなければならない。何かあったときに情報の拠点がピンポイントで壊されてしまったら何にもわからなくなってしまうという状況では困る。よって、ひとつのところに情報が集まってそこに皆がアクセスして情報を取り出していたのではいけない。情報をある程度分散させておいておかなければいけない。さまざまなところに情報のスモールな拠点を設け、それらの間に網の目のようにネットワークを張り巡らせると一つがだめになっても、他のネットワークが生きていればなんとかなるという構想です。

そういう意味合いで「インターネット」はネットワークのネットワークです。小さいネットワーク同士つないでおくしくみが「インターネット」なのです。それをごく個人的な用途に使うようになったというのが今から 20 年くらい前の話です。そのときは、一般のごく限られた人たちが、一般的な目的でインターネットを使えるようになりました。研究者の間では、それよりもさらに 10 年くらい前にぼちぼち始まっていました。つまり、気軽にインターネットを使って情報のやりとりやコミュニケーションをするようになってからわずか 20 年しかたっていないのです。しかし、わずか 20 年であるにもかかわらず、利用者はすごく増えました。1995 年は私が大学院生のときですが、携帯電話をもっているなんて

…というような時期です。今は、携帯電話を持っていない人はいないというくらいの普及率です。0 から 100 パーセントにきわめて近いところまでいくのに 20 年しかかかっていないという急激な広まり方をしているのが携帯電話であり、それを使ってアクセスをするインターネットなのです。

インターネットの威力

急激に広がったことから、多くの人がインターネット社会に疑問や不安を感じたりするところがありますが、インターネットの良いところは全部がつながっていることです。地球の裏だろうがどこだろうが関係ないわけです。一個一個のネットワークが小さいものであっても、それぞれが相互につながれていて網の目のようにネットワークが張り巡らされている状況なので、どこで何がおきているか知ろうと思えば瞬時に知ることが可能な状況をもたらしています。これは非常に大きな社会的変化です。それまでに、電信電話、テレビ、マスメディア、新聞などが確かにありました。それらのものが世界を小さくしたことよりも、もっとスケールが大きい形で世界を小さくしたと思います。これは非常に大きな影響力がありました。しかもマスメディアのように大きな発信力をもつ媒体が報道することによって伝わるというのではなく、どこの誰かわからない個人が発信しても、たとえば地方にいてもそれを知ることができるという環境になったのです。「地球村」と表現されるような、地球上の誰もがあるときにはすぐそばにいる村民同士であるかのような関係になってきたといえるのです。

「ダンバーの 150 人理論」では、近所にどんな人がいて、どんな人とつきあっていて、今どんなことをしていてなど様子がわかる人、そのコミュニティのサイズは大体 150 人くらいと言われています。それが地球規模になってしまったのです。しかし、それを私たちが自覚しているかというところでもありません。全世界の人がどうしているかをつぶさに知っているわけではなく、情報がつぶさに入ってくるわけでもなく、入ってくるのが可能な状態になっているだけなのです。日常生活においては 150 人程度のコミュニティに住んでいるのです。それで十分に用は足りているのですが、知らない人があなたのことを知っていたり、コンタクトしてきたり、またはあなたがコンタクトしたり、ということが発生するのです。この状況の変化は、非常に面白いことを生み出す一方で、ときに非常に困ったことにもなります。

変わらないもの

私たちが触れ合うことのできる人のサイズがとて大きくなったことは、私たちのコミュニケーションできる範囲を格段に広げました。これまでの 150 人サイズのコミュニティは、例えば物理的に近いところに住んでいる（地縁）、親族のようなつながりである（血縁）人たちであったのが、インターネットはそのようなつながりではないつながりができるのです（情報縁）。例えば、好きな音楽、かかっている病気など、自分が持っている情報や関心がある情報を手がかりにし、それが共通している人たちを発見してつながって拡大していくことがあります。さらに拡大したときに、同じ嗜好を持ち同じ趣味を持つ人とだけではなく、異なる考え方を持つ人や同じ趣味でも違うとらえ方をしている人と会うことができるかもしれません。地縁や血縁でつながっているおおよそ同じ価値観を持つ人たちだけでなく、そうではない人ともつきあうことになります。異質なものがぶつかりあうという出来事がたくさんありました。

LINE は、基本的に携帯電話の番号を知っている人たちのつながりです。携帯番号を知っている人のつながりというのは、基本的に従来的な縁のある人がつながっているネットワークです。自分と異質性が特にあるわけではない人たちの中でコミュニケーションをしています。Twitter は少し違いますが、基本的には自分はフォローしている人の発言を見ているので、そこにそれほど異質な人はいません。Facebook はもっと同質性が高く、同窓会つなりのようなものです。つまり、私たちは基本的に同質性の高い集団の中でインターネットをコミュニケーションの媒体のひとつとして使っています。これは 10 年前のインターネットの使い方とは異なります。10 年前はもっと多様な人たちと、まったく会ったことのない人たちをおしゃべりするようになることは今よりもはるかに多く、その人たちと大喧嘩することもたくさんあったわけです。しかし今はそうではなく、同質性の高い人たちが話をシェアする場になっています。ただし、インターネットそのものはそうではないしくみです。Twitter 上で鍵をかけていなかったとすれば、異質な人たちがいつでもどこでもあなたが発信している情報を見ることができるという環境にあります。実は、蓋が開いた状態なのです。それを知らないで、タコツボに入っているつもりでやっているとどうなるかということです。

匿名性の水準の階層的構造

「匿名性」は多義的なことばであるため、「匿名性の水準の階層的構造」という図で説明

をいたします。主にお話をするのは「視覚的匿名性」です。これは、コミュニケーションをするときに相手のことが見えない、自分の姿も相手に見えていない状況のことです。私たちはそのような状況で話しをしていると、相手の背後に無数の人たちがいることを忘れがちになります。図の一番したにある「視覚的匿名性」のひとつ上の階層の「アイデンティティの乖離」は、インターネット上の自分と現実には生きている自分とが紐づけられる（リンクされる）ことはあまりないと思ってしまうことを意味します。そのさらにもうひとつ上にある「識別性の欠如」は、私と他人を区別して人は理解しないだろう、自分は有象無象の人たちと同じように処理されて誰が何を言っているかというのはわからないと思ってしまうことです。つまり、“私”に特定のスポットがあたることはない、“私”なんて絶対に誰かは誰にもわからないという勘違いをしてしまうのですが、インターネットのシステム上はわかってしまうのです。

「視覚的匿名性」があるのは、または「視覚的匿名性」しかないのは、Facebook, LINE, 電子メールなどです。これらはインターネット上の本人と実生活での本人とが紐づけられているのですが、そこに相手がいるというような存在感は低いです。ソーシャルメディア、例えば Twitter, ミクシィ, ブログ, オンラインゲームは、「視覚的匿名性」に加えて実名は出さなくてもよく、IDはあるがプロフィールにあまり何も書かなければ誰なのかはわからない状況です。つまり、隠そうと思えば表面上は隠せます。「識別性の欠如」というのは、もう少し匿名性の高いところです。これは動画のコメントなどです。

ハイパーパーソナル・モデル

「視覚的匿名性」は、どのような錯覚をもたらすのでしょうか。「視覚的匿名性」があることで、社会をどうとらえるのか、またはコミュニケーションをしている相手のことをどうとらえるのか、コミュニケーションをしているグループの中でどのような行動をするのかについて話をします。これは伝達される手がかりが、対面よりも少ないということがあります。これは非言語的な手がかりで、動作や声の調子などです。この非言語的な手がかりによって、どのようなニュアンスでことばを言っているのかを伝えることができます。非言語的な手がかりがコミュニケーションにどう影響を与えるのかについて、1990年代前半に多くの研究が行われました。当時は、非言語的な手がかりが乏しいので真意を伝えるためにインターネット・コミュニケーションはかなり時間がかかるということが言われていました。短期間では自分のことが伝えにくく相互に理解しづらいが、長期的には対面とイン

ターネット・コミュニケーションの違いは消失すると言われていました。

しかし、オンラインでも短期間で急速に相手と親しくなるパターンがあるという知見が出てきました。非言語的な手がかりが乏しいと見えない相手と急速に親しくなるというものです。どうしてこのようなことが起こるのかについて、Walther (1996) がハイパーパーソナル・モデルを提唱しました。このモデルはインターネットでも対面と同等水準かまたはそれを上回る水準の感情が生じる場合があるというものです。なぜ生じるのかについて、彼らは4つの要素をあげています。一つは、私たちがインターネット・コミュニケーションをするときには、自分と共通点がある人とやりとりをすることが多いとありました。自分と受け手はなにがしか似ている部分があるという理解、実際にそうである場合もあり、そのことが好意を非常に強化する働きがまずあるでしょう（好意の類似性仮説）。趣味や趣向が同じ、社会的カテゴリーが似ている、つまり自分と社会的カテゴリーが一緒と思える人は好意を持ちやすいのです。対面に比べて、インターネット上でぱっと行きあった人は何かそこにきっかけがあって知り合っている場合が多いので、そこに共通点があるから会っている、共通点がある人は好きになれそうな人だという前提があるから会っているのです。二つ目は、「最適な自己呈示」という自分を見せる方の話です。対面はその場で瞬間的に次のアクションを決めないといけません、オンラインだとそうでもないわけです。基本的にメールなどソーシャルメディアで即時にお返事を返さないといけないことはありません。親しくなりたいとき、自分をよく見せたい、アピールしたいときに、非言語的なものが伝わるとそれを邪魔することがあります。また、瞬時に行動しなくてもよいので、良い自分を伝える作戦をたてることもできます。相手の自分に対する好感にプラスして、相手にとっての自分の魅力をアピールすることもできます。瞬時に行動する必要がないメディアであれば、お互いにそれを調整することがやりやすくなります。また、「予言の自己成就」と「行動確証」という心理学用語を出しました。この人は私と仲良くなれるだろうという気持ちをもっていると、相手がそれに合う行動をしてくる。合うような行動をしてくるとやっぱりそうだと思うし、自分も同じことをしている。お互いがお互いを高めあって強化して、どんどん親しくなる方向に、自分も向こうに期待し、向こうもそれを期待すると同時に自分にそういう振る舞いをするということでもどんどんサイクルが急速に高まっていくことがあるわけです。「きっとこの人は私と似ているはず」、「似ているのだから気が合うはず」という思いと、それを達成するための選択的な自分の見せ方がぐるぐるまわることによって、普段の個人的なやりとりを超えた急速で急激な親密化過程というのが生じま

す。ネット恋愛はその典型です。「ハイパーパーソナル」は“超個人的なコミュニケーション”と訳す場合もあります。「視覚的匿名性」が高いままでも急速に相手のことを理解したような気分になる、とても親しくなるような気分になります。対面よりも非言語的な手がかりがない「視覚的匿名性」が高い状態でおこりやすいことがあります。一方で、急激に急速にネガティブな帰結を迎えるやりとりというの也有ります。要するに、“急激”で“急速”であるのです。対面で徐々に理解していくという過程よりも、暴走してしまうところがあり、それは「視覚的匿名性」が高いことによってもたらされると考えられます。

SIDE モデル

ネガティブな帰結をもたらす方の話をします。ネット恋愛の事例は対人関係でしたが、集合的な場面でのやりとりという事例で説明をします。例えば“炎上”は、ある特定の人が他者から非難を集中して書かれてしまうことです。平等でフラットなコミュニケーションではない、現実世界では抑圧されている差別的な意見のやりとりがとてもたくさんあります。インターネット上で相手が見えないことによる「脱抑制的な行動」、普段はしないタガが外れた行動です。先ほどの急速で親密なコミュニケーションもある種のタガが外れた状態ですが、今は悪い方のパターンの話を「SIDE モデル」という理論で説明します。これは、「Social Identity（社会的アイデンティティ）model of Deindividuation（脱個人化）Effect」といいます。「脱個人化作用の社会的アイデンティティモデル」と呼ばれるものです。

スタンフォード大学で行われた監獄実験で、一般の男性を集めてくじ引きで看守役と囚人役に分けたところ、それぞれの役割らしく振舞うようになり（看守役はだんだん囚人役を虐待するようになり）、実験が続けられなくなったという有名なエピソードがあります。実験参加者は一般人で普通の人なのですが、もともとの人格やアイデンティティとは関係なく、それらしく行動するようになったという話です。

「社会的アイデンティティ」とは、自分が所属する社会的な集団のメンバーであることに由来する自己概念です。例えば、安田女子大学の学生ということでそれにふさわしく振る舞いなさいという状況になると、自分のイメージでその典型的な行動をするということになります。しかし一方で、人は自分とは異なる「社会的アイデンティティ」を持つ人をネガティブに低く評価し、ときには攻撃対象にすることも知られています。同じ「社会的アイデンティティ」を持つ人を「内集団」、そうではない人を「外集団」と呼びます。

群集状況では「脱個人化」が生じやすいといわれています。よって「脱抑制的な行動」が起こりやすくなるともいわれています。それが“炎上”，“反社会的な暴動”につながることもあります。これは自分を失う，自分自身がなくなると思いがちですが，アイデンティティを失うことでは必ずしもなく，その場で支配的な集団のアイデンティティにみんなが寄り集まってしまう，個人的な規範やルールからその場の集団の規範に移行してしまう状態です。そこに「視覚的匿名性」がかかわっているのではないかと考えます。気に食わない発言があったときに，“気に食わないという意見”の人たちが集まってきますが，どの誰かはまったくわからないのです。自分の顔も見えなければ，相手の顔も見えない。そこに集まっている人の共通部分は“あの人の発言が気に食わないという意見”であり，その意見にあわない人たちを攻撃対象にしてよいと正当化してしまうのです。それが「SIDEモデル」による“炎上”の説明です。

本当に匿名なのか？

インターネット上で、本当に匿名性があるのでしょうか。「識別性の欠如」と言いましたが、結論からいうと匿名ではないです。インターネット上のいろいろな行為は、現実世界の誰の行為かということに容易に紐づけられます。視覚的に匿名でもリンクされていて、現実社会の特定の個人に到達する可能性も非常に高いです。多くのサービスのIDの一元化がすすみシステム的に構造化されているからです。また、自分を隠す行為も完全にはできていません。学生の例ですが、学生らは私のツイートを見ているのですが、私が彼らのツイートを見ていることをあまり想像しません。Twitterのプロフィールは、具体的に書かれていたら個人がわかります。友だちにわかってもらうために具体的にいろいろ書いて、プロフィールで個人が特定できる状態に結果的にしていることがあります。そしてそれを誰が見ているかわからないのです。

「視覚的匿名性」があるという世界のなかで、どんなふうにいるのか、そこでどんなことにあうのかと考えているのか、に関するアンケート調査結果をお知らせしたいと思います。結果として、使用している人は概ね楽観的でリスクはそれほどないと思っていました。

これは「ソーシャルメディアのアカウントと現実社会での自分とがどれほど紐づけられると思っていますか？」という質問に対する回答の集計結果です。「あなたのTwitterはどんなアカウントですか？」という質問に対して4つの選択肢（“ほぼ実名”，“知り合いなら

わかるニックネーム”，“自分しかわからないニックネーム”，“その他”）で回答してもらいました。「あなたのツイートを見て、次のような関係の人があなただとわかる確率はどれくらいあると思いますか？」という質問に対しての6つの項目（“対面したことがある友人”，“対面はあまりしない友人”，“対面したことがない友人”，“同居している家族”，“別居している家族”，“知らない他人”）にそれぞれ0～100%の間で推測してもらいました。結果は、どのようなアカウントを使っているかではほとんど差はなく、「知らない他人」ではアカウントに実名を使っている人でも約10%と判断していました。それ以外はもう少し低かったです。つまり、自分の匿名性は保たれていると推測していました。それは匿名化の努力の程度によらず、リアルに知っている人にはわかって、知らない人にはまずわからないだろうというふうに思っているわけです。

なぜリスクを意識することが必要なのか

写真の投稿で「今までに写っている人に許可をとってから投稿していますか？」「タグをつけて投稿していますか？」または「他者から許可をとられたことがありますか？」というのを聞きました。するとかなりの人が、許可をとらないで自分のソーシャルメディアから他人が写っている写真を発信しているし、自分もされたことがあるとしていました。匿名性が保たれていて、知り合いしか見ていない状況と安心しているがゆえに、自ら匿名性を低めるような行為をしても平気であり、それに他者をまきこんでもそれほど悪いと思っていないのです。しかし、写真は本当に許可をとってから投稿した方がよいと思います。撮られている人の事情がある場合があります。反対に、自分が写っている写真の場合は許可を求めた方がよいと思います。このような話をすると、してはいけないと皆さん思うのですが、してしまうのです。実際にリスクを経験していることはそれほどないので大丈夫と、概ね楽観的なのです。しかし、インターネット上に情報発信するということは、発信した情報はもう自分のコントロール下にはないのです。基本的にどこの誰からでもアクセスすることが可能ですし、しかもいつまでも残ります。対面コミュニケーションであれば“人の噂も75日”と言いますが、そうはならない。ずっと残ります。そのときには大したことではないことであっても、時間がたつと大したことではないかどうかはわからないし、自分にとって大したことではなくても他人にとってはどうかはわからないのです。例えば、他人に対する怒りなどの衝動的で逸脱した表現をした場が、インターネット上だったらどうでしょうか。大炎上ですむくらいならまだましで、脅迫などの刑事的な問題になること

もあります。だから、発信者が発信前に情報をコントロールしないといけません。世の中は結構つながっています。10 数年前の携帯電話の番号の痕跡から紐づけられてしまうこともあります。本人が忘れていても、またどんなに忘れてほしい情報であっても、忘れてくれないというのが、インターネット上で発信された情報です。そのことをよく理解しておくことが大切であろうと思います。

Take-home message

○インターネット・コミュニケーションの最大の特徴は「匿名性」（があるように思えること）

インターネット・コミュニケーションの最大の特徴は、全面的に「匿名性」があるように思える状況にあることです。特に「視覚的匿名性」があることは、例えばネット恋愛のように非常に強いポジティブな情動を急激に共有することにつながることがあります（ハイパーパーソナル・コミュニケーション）。

一方で、自分ひとりではすることがないようなこと、例えば非難の集中という形で“炎上”という状況がおこってしまうことがあります（脱個人化作用の社会的アイデンティティモデル）。いずれにしても「視覚的匿名性」は、私たちを普段とは違う抑制的ではない方向に動かす可能性があります。スマホなど身近なデバイスがあったときに、衝動的に書き込んでしまうことが起きるかもしれません。

○しかし実際は匿名性はまったくないといってよい

匿名性の保持は、本質的にはまったくありません。現実の自分とリンクされる確率も非常に高く、そのことをよく理解しておく必要があります（リンク可能性、本人到達性、ともに高い）。一方で、匿名でいたくない相手に知らせたいと必要以上に自分の属性をさらけ出してしまうことが結構あります。そのようにして自ら匿名性を低めている可能性があります（利用者自らがリンク可能性や本人到達性を高くしている）。Twitter に今の自分の属性を明かすというのは、普通の女子大生はやめておいた方が良いでしょう。研究や職業をアピールする意味でプロフィールに書くのはよいとして、女子大生の皆さんが自分の所属大学などをいろんな人にアピールすることはそれほどメリットが大きいとはいえません。また、ツイートの中でそれをあからさまにする内容は書かない方がよいのではないかと思います。

○気軽に発信できる反面，冒してしまったリスクの解消はとても困難であることを知るべき

気軽に発信できる反面，リスクを自力で解消することはほぼ無理で，困難であることをよく知るべきです。対面コミュニケーションよりも慎重にした方がよいと思います（「これ，発信していいのかな？」というブレーキを！！）。慎重に考えて利用すれば，私が平石先生と Twitter で知り合って共同研究を始めることになったという非常に素敵な出会いがあると思いますし，自分で素敵な場にできるのも確かです。そんな場に自ら積極的にしようと考えて，戦略的に使っていただきたいと思います。単に友だちとおしゃべりする場ではない活用の仕方をしてはどうでしょうか。今回の話の中で少しでも響くものがあれば，次にツイートするときからぜひ考えてみてください。また，他のソーシャルメディアの使い方についても考えるきっかけになってくれればと思います。

（報告者 山本 文枝）

5. 私の研究紹介（心理学科 4 年生）

LINE におけるステレオタイプの印象形成に関する研究 —対面的コミュニケーションとの比較を通して— 水下 依巳

（池田智子研究室）

Key words : LINE, 対面的コミュニケーション, ステレオタイプ, 印象形成



問題と目的

近年、パソコンやスマートフォンの普及に伴い、それらを利用したコミュニケーション（CMC：Computer-Mediated Communication：2つ以上のコンピュータネットワークを渡る他の人との交流のあらゆる形態：以下 CMC と略す）の機会が増えている。CMC では、対面的状況で相手に対する印象の形成に大きな影響力を持つとされる非言語的の手がかりの伝達が非常に制限されるが、印象が全く形成されないわけではない（金，1999）。そこで本研究では、CMC の中でも無料通話アプリ LINE を使用し、LINE でのコミュニケーションで形成された印象から、その後の対面的コミュニケーションによって形成される印象がどのように変化するかを比較検討することを目的とした。また、対人魅力や対人関係の形成は、共通の集団カテゴリーの知覚に基づいて形成されると主張する社会的アイデンティティ理論に基づき、CMC でのコミュニケーションでは、ステレオタイプ化された印象が形成されるという仮説を検証した。

方法

予備調査

実験で使用する架空の対象人物の情報を作成するため、女子大学生 44 名を対象に「お洒落な女子大生」と聞いて思い浮かべる特徴や特徴を 10 個記述するよう求めた。予備調査の結果上位 25 項目を参考に本実験で用いる刺激文を 14 個作成した。

実験

実験参加者 10 名、対象人物（架空）、実験者の計 12 人のグループ LINE を 2 つ作成し、2 週間グループ LINE でやり取りをしてもらった。実験を開始する前日にグループ LINE を通して、①最低 1 日 1 回は発言すること、②誹謗中傷などの発言はしないこと、③実験に参加していることは他者に口外しないことの 3 点を教示した。やり取りは、毎日実験者からテーマが呈示され、それについて回答してもらう形をとった。その際、対象人物（架空）からのメッセージとして実験者が予備調査を通して作成した刺激文を流した。2 週間のやり取りを経て、対象人物に対する印象について質問紙調査を行った。この質問紙調査から 1 週間後に再度同様の 2 回目の質問紙調査を行った。この質問紙調査の際に、LINE で対象人物の発言をこれまでの発言をまとめた文章を読んでから回答を行う LINE—LINE 群（L-L 群）と、対象人物のこれまでの発言をまとめた内容を話す対象人物（実験協力者）の映像を見てから回答を行う LINE—映像群（L-M 群）の 2 群に分けた。質問紙では、特性形容詞尺度（林, 1978）の 20 項目に、本研究では対象人物を「お洒落な女子大生」としたため、「お洒落な—お洒落でない」「女の子らしい—女の子らしくない」「お金持ちの—お金持ちでない」「やわらかい—かたい」「現代風の—古風な」の 5 項目追加したものを使用し、7 段階の SD 法で評定を求めた。また、対象人物に対する印象について自由記述を求めた。

結果

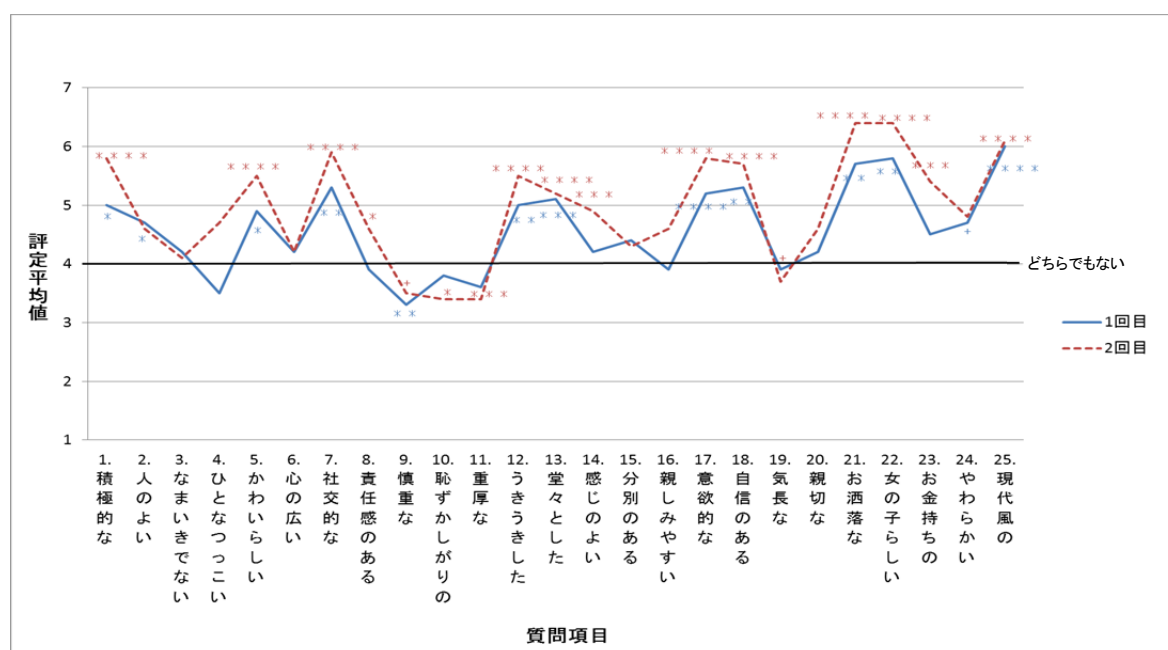
1 回目と 2 回目の印象評定の変化

1 回目と 2 回目の L-L 群、L-M 群の各項目に対する評定平均値と評定値 4（どちらでもない）との差を t 検定で検定した。ステレオタイプの印象は、典型的で固定的な偏ったイメージに基づく印象なので、印象評定する際には、「どちらでもない」から隔たった評定をすると考えられる。本研究では、中央値である 4 から評定値が離れているほどステレオタイ

プ的印象評定であるとみなした。

L-L 群の各項目に対する評定平均値を 1 回目の印象評定と 2 回目の印象評定とで比較してみると (Figure1.), 1 回目に比べ 2 回目の方が評定値が同じ方向に高くなっている項目が多かった。つまり, ステレオタイプの印象形成が促進されたことが分かる。

L-M 群の各項目に対する評定平均値を 1 回目の印象評定と 2 回目の印象評定とで比較してみたところ (Figure2.), 2 回目の評定では, L-L 群ではステレオタイプの印象形成が促進されていたのに対し, L-M 群では 1 回目に比べ 2 回目に評定値が同じ方向で高くなっている項目は少なかった。

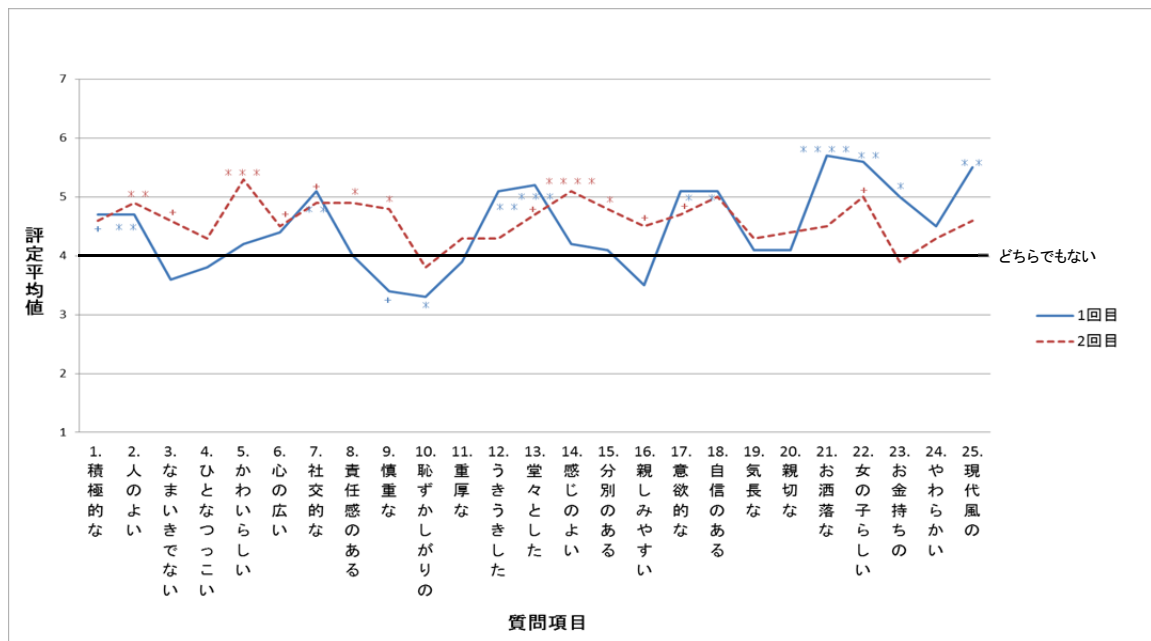


+ $p < .10$, * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .005$, **** $p < .001$

Figure1. L-L 群の各項目に対する評定平均値

群×回の 2 要因分散分析の結果

各項目の評定値について群 (L-L : L-M) × 回 (1 回目 : 2 回目) の 2 要因分散分析を行った。その結果, 群の主効果が見られたのが 3 項目, 回的主効果が見られたのが 4 項目, グループ×回の交互作用が見られたのが 4 項目あった。



+ $p<.10$, * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.005$, **** $p<.001$

Figure2. L-M 群の各項目に対する評価平均値

群の主効果

「積極的な—消極的な」「現代風の—古風な」の項目では、L-L 群は L-M 群より対象人物を積極的である、現代風であると認知していることが分かった。また、「重厚な—軽薄な」の評価において、L-M 群は L-L 群よりも対象人物を重厚であると認知していることが分かった。

回的主効果

「ひとつっこい—近づきがたい」「かわいらしい—にっこい」「責任感のある—責任感のない」「感じのよい—感じのわるい」の項目では、L-L 群、L-M 群ともに 1 回目の評価よりも 2 回目の評価の方が対象人物をひとつっこい、かわいらしい、感じがよい、責任感があると認知していることが分かった。

群×回の交互作用

「慎重な—軽率な」の評価では、2 回目の評価でのみ L-L 群より L-M 群の方が対象人物を慎重であると認知しており、また、L-M 群では、1 回目の評価より 2 回目の評価の方が

対象人物を慎重だと認知していることが分かった。

「うきうきした—沈んだ」「お洒落な—お洒落じゃない」「お金持ちの—お金持ちじゃない」の評定では 2 回目の評定でのみ L-L 群は L-M 群より対象人物をうきうきした、お洒落である、お金持ちであると認知しており、また、L-M 群では、2 回目の評定より 1 回目の評定の方が対象人物をうきうきした、お洒落である、お金持ちであると認知していることが分かった。

考察

本研究の目的は、LINE でのコミュニケーションにおいて形成される印象と、その後の対面的コミュニケーションにおいて形成される印象がどのように変化するか比較検討することであった。実験の結果、1 回目の印象評定においては、L-L 群、L-M 群の形成した印象に大きな違いは見られなかったが、2 回目の印象評定では、L-L 群 (Figure1) では L-M 群 (Figure2) と比べ、ステレオタイプの印象形成が促進されていた。このことから、LINE でのコミュニケーションだけで形成された印象は、対面的コミュニケーションが加わって形成された印象よりもステレオタイプの印象であるということが示され、仮説は支持された。また、各項目の評定値について群 (L-L : L-M) × 回 (1 回目 : 2 回目) の 2 要因分散分析を行った結果、「慎重な」「うきうきした」「お洒落な」「お金持ちの」の 4 項目において、群×回の交互作用が有意であった。項目別に見ると、「慎重な」の評定では、2 回目の評定でのみ L-L 群より L-M 群の方が対象人物を慎重であると認知しており、L-M 群では、1 回目の評定より 2 回目の評定の方が対象人物を慎重だと認知していることが分かった。このような群×回の交互作用が見られる結果となった要因として、映像に写っていた対象人物の髪の色や話し方といった非言語的の手がかりが影響していると考えられる。映像を通して見た対象人物の髪の色は暗めだったが、LINE でのメッセージでは「少し明るめである」と発言していることから、真面目だという印象を与えたのではないかと考えられる。また、映像での話し方がしっかりしていた、はきはきしていたことも影響していると考えられる。

「うきうきした」「お洒落な」「お金持ちの」の 3 項目の評定では、2 回目の評定でのみ L-L 群は L-M 群より対象人物をうきうきした、お洒落である、お金持ちであると認知しており、衣服やメイクなどの非言語的の手がかりの使えない L-L 群では「お洒落な女子大生」というステレオタイプの印象がさらに強まったものと思われる。

引用文献

- 林 文俊 1987 対人認知構造の基本時限についての一考察 名古屋大学教育学部紀要 (教育心理学科), 50, 211-218.
- 金 官圭 1999 CMC (computer-mediated communication) における印象形成に関する探索的研究 社会心理学研究, 14, 123-132.

卒業研究を終えて

3年生になったばかりの頃は、自分が何を研究したいかも分からず、研究テーマも決められませんでした。その頃図書館でたまたま見かけたインターネットカウンセリングの文献を読んだことをきっかけに CMC に興味を持ち、1年間 CMC に関する様々な論文を読んでいきました。

4年生になり、具体的に研究計画を立てるにつれ、本格的に自分の研究と向き合うようになりました。自分のしたいことが研究できたこと、やってみたかった実験ができたこともあり、研究することがどんどん楽しくなっていました。研究過程で大変なこともありましたが、実験の楽しさや結果が得られた喜び、書き終えた時の達成感などを感じることができ、とても有意義な時間が過ごせました。この研究を通して学んだことを、今後に生かしていきたいと思っています。

最後になりましたが、熱心に指導して下さった指導教授の池田智子先生、ゼミの皆さん、実験に協力して下さった皆さん、本当にありがとうございました。

6. 教員の研究紹介

藤原 裕弥 准教授

(感情心理学・健康心理学)



はじめに

大学2年生のときに興味を持っていたテーマが、サブリミナル効果であった。ところが、調べていくうちに、映画フィルムの上映中にコーラの映像を閾下呈示（見えない速さで呈示すること）すると、映画視聴後にコーラの売り上げが増した、という有名な実験がでっちあげと知り、大変落胆した。それでも調べていくと、Murphy & Zajonc (1993) による閾下感情プライミング効果にたどり着いた。詳しい説明は省くが、実験参加者には見えない速さ（閾下）で呈示された表情（感情刺激）によって、その後に呈示される中性刺激が先行刺激である表情の感情の性質と一致する方向に偏って評価されたという報告であった。Murphy & Zajonc (1993) の実験は、視覚刺激を用いていたので、これを聴覚刺激でやってみようと考えたのが3年生の実験内容であった。意味のある結果を得ることが出来ず、またもや落胆したが、これがきっかけで“感情”をテーマとした研究に興味を持つように

なった（余談だが、いくつかの研究が **Murphy & Zajonc** の実験を追試しているが、肯定的な結果は得られていない。**Murphy** らのグループも追試に失敗している）。

突然だが、私たち人間にはなぜ“感情”が備わっており、それはどのような役割を果たしているのだろうか。近年、この問いに対して、環境適応的機能として感情を捉える立場、すなわち進化論的な感情理解の立場からの回答が注目されている。たとえば、不安や恐怖といった感情は、危険な刺激から身を遠ざけ、生命の安全を確保しようとする動因となる。また、恐怖は逃走に最適な生理状態を、怒りは闘争に最適な生理状態を導く（感情状態と顔色の表現において、なぜ恐怖は「青ざめ」、怒りは「真っ赤」になるのか調べると面白い）。このような適応のための感情の機能に関心を持ち、特に不安や抑うつ機能に着目して研究を行ってきた。

不安における情報処理の歪み

不安という感情は、将来的に起こるかもしれない脅威事態（身体や自尊心が傷つけられるような出来事や刺激）に対する恐れ感情である。野生環境で自分の身体や命の危険を感じて不安が引き起こされた際に、周囲の環境を警戒し、脅威情報に対して敏感になることは、生物として適応的な反応（生物学的妥当性がある）といえる。この研究領域では主に **dot-probe** 探査課題という注意課題を使って研究が行われてきた。簡単に課題について説明すると、最初に脅威刺激（一般的にネガティブな単語や表情が用いられる）と中性刺激の組合せが短時間（300～500msec）呈示される。刺激が消えた直後に、刺激のあった場所のどちらか一方にプローブと呼ばれるターゲット刺激が呈示され、参加者はプローブの位置をボタン押しによって答えるよう求められる。脅威刺激に対して注意が向いていると、脅威刺激があった場所に呈示されたプローブに対する反応時間が速くなる。この **dot-probe** 探査課題を使った先行研究では、健常者に比べて不安患者が、低特性不安者に比べて高特性不安者（不安になりやすい人）が脅威情報に対して注意を向けやすい（注意バイアス）ことが報告されていた。

当時、不安患者や高不安者の情報処理が“歪んでいる”ために注意バイアスが生じると考えられていた。しかし、脅威刺激に対して敏感であることが生物学的に妥当であるなら、低不安者であっても不安が高まった状態では脅威刺激に対する注意バイアスが生じるだろうと考えた。不安喚起操作前後の注意バイアスを **dot-probe** 探査課題を用いて測定したところ、高不安者は不安喚起操作の有無に関わらず不安が高く、脅威情報への注意バイアスを

示した。一方、低不安者は不安喚起操作によって不安が高められた場合にのみ、脅威情報への注意バイアスを示した（藤原・岩永・生和・作村，2002）。このことは、不安患者や高不安者において注意バイアスが生じる原因が、情報処理機能の異常ではなく、日常的に不安気分が高いことにある可能性を示している。

このように不安における注意バイアスに関心を持って研究を行ってきた。他には、注意バイアスが原因となって不安気分が長期的に維持されてしまう可能性を指摘した研究（藤原・岩永，2000）や、注意バイアスと記憶バイアス（ネガティブな刺激や出来事を思い出しやすいこと）の認められ方の違いで不安と抑うつを弁別できる可能性を報告した研究（藤原・岩永・生和，2007）、注意バイアスがどのような情報処理であるかについて検討した研究（藤原・岩永，2008）などを行ってきた。近年は、不安の中でも対象を社会不安に限定し、社会不安者にとっての脅威情報である他者の表情理解について視線追跡装置を用いた研究を行っている（藤原，2011）。不安によって脅威情報に対する注意バイアスが生じることは適応的なはずだが、逆に注意バイアスに苦しめられる人々もいる。野生環境では適応的だった機能が、現代文明社会では不適応を引き起こす原因となっている。感情の機能や適応への影響を明らかにすることは、人間理解に貢献するだけでなく、エビデンスベースドアプローチを掲げる認知行動療法研究への貢献も期待することができる。

感情が心身の健康に及ぼす影響

感情が精神的な健康に影響することは疑いようが無い。精神疾患診断マニュアル（例えば DSM-IV-TR など）にも気分障害の項目があり、うつ病などが含まれている。また恐怖症を含む不安障害も、感情の異常が精神的な不健康につながることを示している。一方、感情が身体的健康に及ぼす影響はあるのだろうか。感情が環境への適応を目的とした生理的な変化を伴うことは先ほど述べた。例えば、不安や恐怖などの緊張状態では、心拍数が増大する一方で、末梢の血管は収縮し、血液粘度が上昇する（血液中の水分量が減少する）。これは“逃走”が求められる状況において、走るための筋肉に大量の血液を送ることが求められる一方、岩や木々による擦過傷から大量に出血させないための合理的なメカニズムと考えられている。くどいようだが、このようなメカニズムは脅威事態が一過的であった野生環境では適応的であったが、不安や緊張状態が長期間持続しやすい現代社会では不適応を引き起こしやすい。デスクワークを含む労働は、緊張状態と同様の生理状態を引き起こす。そのため、過酷な労働環境に長期間さらされ続けることによって引き起こされる過労

死の原因の 7 割は、心筋梗塞や急性心不全などの心疾患といわれている。

このような感情が心身の健康に及ぼす影響に関心を持っており、これまで行ってきた研究の 1 つとして防衛的悲観主義の研究がある。悲観主義には 2 つのタイプがあることが指摘されており、1 つは真の悲観主義者、もう 1 つが防衛的悲観主義者である。防衛的悲観主義者は、将来に対して不安を感じやすく、悲観的な予測を立てやすいという特徴を持つ。防衛的悲観主義者は、失敗回避動機が高いため、失敗などの否定的な結果を回避するべく、ストレスとなる出来事を解決しようと努力する（問題焦点型対処）。しかし、否定的な結果を回避できなかった場合、楽観主義者や真の悲観主義者と比べて高い抑うつや不安感を感じていることを示した（藤原，2004）。不安を長期的に感じることは、強いストレスにつながる。不安を解消しようとして高い動機づけと積極的な行動が引き起こされるが、それが失敗に終わったとき、強い抑うつ感を感じ、精神的な不健康へとつながるといえる。

近年は、特に笑いの効果に関心を持っている。第二次世界大戦後の心理学では、疲弊した人々からのニーズに応えるために、ネガティブな感情の研究が盛んに行われ、臨床心理学の発展に大いに貢献した。この流れに対して、セリグマンとチクセントミハイが心理学は人間の優れた機能に関する研究に立ち返るべきと述べ、ポジティブ心理学の重要性を説いた（Seligman & Csikszentmihalyi, 2000）。笑いの研究は、このポジティブ心理学の一端を担っているが、心理学では長らくネガティブ感情の研究が主流であったため、笑いに関する研究は始まって間もないといえる。先行研究によると、笑いによる身体的健康の亢進効果が数多く報告されている。例えば、NK 細胞などの免疫系機能の亢進、痛みの緩和効果などが挙げられる。しかし、笑いのどの要素が身体的健康に影響するのかは十分明らかにされていない。そこで、快感情を伴う笑い（laughter）、意識して作る笑顔（smile）、物を咥えることで作られる笑顔に似た表情の 3 条件を設定し、内分泌系指標（唾液アミラーゼ）に及ぼす影響を検討したが、笑いと笑顔が身体的健康に及ぼす影響は確認できなかった（藤原，2015）。今後は、笑いが生理的反応へ及ぼす影響をさらに検討するだけでなく、社会性や動機づけに及ぼす影響についても検討したいと考えている。

視線追跡研究

社会不安者の表情認知研究を進めるにあたり、視線追跡装置を導入した。これまでのボタン押し反応などによって得られるデータは、ある瞬間の視覚情報処理（例えば注意）を明らかにする点で優れていたが、継時的な変化を検討することは困難であった。視線追跡

装置はこの視覚情報処理の時間的変化を検討できる点で優れており、これまで検証が困難であったテーマについて検討が可能となった。これまで行ってきた研究には、社会不安者における否定的表情の処理パターンの研究（社会的場面で強い不安を感じる社会不安患者は、相手の表情処理を回避する傾向があることが報告されている）（藤原，2011），目撃証言における記憶成績と視覚情報処理の関係を検討した研究（藤原，2012），マンガにおける効果線が注意集中に及ぼす効果を調べた研究などがある。2014年度より安田女子大学にも視線追跡装置が導入された。興味のある方は、ぜひ視線追跡装置を使った実験に参加してみてほしい。

引用文献

- 藤原裕弥（2004）．対処方略の採用傾向が課題成功・失敗時の心理的ストレス反応に及ぼす影響 東亜大学紀要，**6**，59-69.
- 藤原裕弥（2011）．社会不安者における表情情報処理 日本心理学会第75回大会（日本大学 2011/9/17）．
- 藤原裕弥（2012）．ストレス刺激が目撃者の記憶と注意に及ぼす影響 東亜大学紀要，**16**，27-36.
- 藤原裕弥（2015）．笑い笑顔が心身の健康に及ぼす影響 安田女子大学紀要，**43**，67-76.
- 藤原裕弥・岩永誠（2008）．不安における注意の処理段階に関する研究，行動療法研究，**34**，101-112.
- 藤原裕弥・岩永誠（2000）．注意バイアスが気分維持に及ぼす効果 感情心理学研究，**7**，1-12.
- 藤原裕弥・岩永誠・生和秀敏（2007）．不安と抑うつにおける認知バイアスに関する研究，行動療法研究，**33**，145-155.
- 藤原裕弥・岩永誠・生和秀敏・作村雅之（2002）．不安における注意バイアス，潜在記憶バイアスに関する研究，行動療法研究，**27**，13-23.
- Murphy, S. T., & Zajonc, R. B. (1993). Affect, cognition, and awareness: Affective priming with optimal and suboptimal stimulus exposures. *Journal of Personality and Social Psychology*, **64**, 723-739.
- Seligman, M. E. P. & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, **55**, 5-14.

7. こころと出会う仕事シリーズ（卒業生紹介）

12月11日（木）まほろば教養ゼミの時間に、学科行事としてOGシンポジウムを行いました。この時に来てくださった卒業生お二人の仕事について、学生運営委員が報告いたします。

中島 慶子さん

（広島県立福山若草園 医療科 臨床心理士）



職場について

現在は施設のリニューアルに向けて、研修派遣ということで広島県立障害者療育支援センターわかば療育園というところで働いています。月に4回福山若草園でも臨床心理士として働いています。職場については、医療機関と福祉施設が一緒になったようなところで、重症心身のお子さんが入所されているような入所部門と私たちのような臨床心理士が関わらせていただく外来部門にわかれています。発達障害などの子どもたちの療育、不登校・心身症の子どもたちのカウンセリングやその親御さんの面接も行っています

仕事内容

療育が多く、主に年少・年中さんのお子さんが担当で、例えば文字が上手に描けない・絵を描くのもいやで、幼稚園や保育園でそういった場面になるとかんしゃくをおこしてしまったり逃げてしまったりするお子さんなどがよく相談に来られます。本人がどうしてもなんにいやがるのかよく考えて、好きにならなくてもいいからやってみようかなと思えるように変えていくことをしています。そのためにどうしていくかという、本人が感じている気持ちを代弁して伝えたり、うまくできていなくてもできたことをわかりやすく褒めてあげたり、キャラクターを使ったりして、できるきっかけを少しずつ作っていくということを主に行っています。

仕事に対する今の気持ち

子どもの成長にリアルタイムで関わらせていただいてとても幸せな仕事だなと感じています。大変なところは、まだ 2 年目ですが、常に専門家として見られているところで、結婚もしていないし出産もしていないけど子どもに対する悩みなど自分が体験していないことを相談されてそれに答えていくことが大変だと感じます。

大学時代について

心理に関わる仕事をしているので学校の授業はどれも役立っていますが、主に役立っていると思うのはボランティア活動かと思います。大学時代から中学校のふれあい教室でボランティアをしたりしていました。そのときはボランティアということで責任もないし、ただ子どもたちと楽しく遊べばよかったので、子どもと同じ目線で楽しく活動ができるというのが今思うと良い体験だったと思います。

(報告者：心理学科 4 年 2 組 中山 華純)

村上 佳弥さん
(広島マツダ株式会社福山東支店 勤務)



就職先について

村上さんは元々、車関係の職種に興味あり、企業の説明会で見た「ブランドストーリー」に感動し、直感的にこの広島マツダ株式会社を選びました。人見知りで最初は悩んだそうですが、人見知りだからこそ自分を成長させることができる営業職を志望しました。会社の方針が商品だけでなく「自分」を売るということで、それをモチベーションとし、日々、頑張っています。

就活について

エントリー数は50社前後で、少しでも興味あるものはエントリーしていました。合同説明会を含め、企業の説明会は積極的に参加していました。周りの人達から企業の評判なども聞き、業種や職種を絞りました。自己分析や他己分析はアルバイト先など、できるだけたくさんの人に協力してもらっていました。そして、面接は練習あるのみで、ありのまま

の自分を伝えることが大切であり、内容よりも質問に対する、的確、端的、素早い返事を心がけました。

今できること

説明会などに参加して、たくさんの世界を知り、業種、職種を絞って、選考開始までに意思を固めておくことです。SPI や面接練習、企業見学など、できることはたくさんあるので、余裕を持って誰よりも先にといい気持ちを持って行動することです。自分らしい生き方や、働き方を考えて、進路を決めることも大切です。

最後に

自分のライフスタイル、ワークスタイルを考える。就活は個人戦であり、人と比べず焦らない。周りの人に相談する。志望分野へ積極的に働きかける。小さなことですが、身だしなみ、言葉遣い、スケジュール管理、体調管理、貯金、楽しみを作って就活を頑張ってください。

(報告者：心理学科 3 年 1 組 小林 瑞希／3 年 2 組 大江 萌子)