



「やっぱり」と思ったがる私たち。

欲しいと思ったモノの良いレビューだけを見てしまうことはありませんか。自分が本当だと思っていることを肯定する意見は探してしましますが、否定的な意見からは目をそらしてしまう。そんな傾向を「確証バイアス」と言います。そうならないために、誰もが「確証バイアス」の檻の中で都合のいい情報だけを信じてしまうということを認識しておきましょう。

覚えたい心理学のキーワード ▶ **確証バイアス**

のぞいてみよう！
日常で生かせる
心理学

ココロ



目は口ほどに物を言う。

人が考え事をするとき、無意識に目を動かす方向にはパターンがあります。一般的に左上の視線は過去の出来事を思い出すとき、右上は未経験のことや未来を考えたとき、左横は記憶された音、右横は構成された音をイメージするとき、左下は自己対話をするとき、右下は身体的なイメージをするときといわれています。これに応用すればワソを見抜いたり、本心を探るヒントになるかもしれません。

覚えたい心理学のキーワード ▶ **イトラッキングデータ**



恋人を育てる魔法の言葉。

ある人に期待をかけたとき、結果として、期待通りの状況が生み出されうなことを「ビッグマリオン効果」と呼びます。例えば、恋人に「あなたはまじめで誠実な人ね」と期待をかけたとき、相手はその期待通りに振る舞うようになるかも。反対に「浮気者」などと疑い続けると、本当に気持ちが離れていくかもしれませんので、ご注意ください。

覚えたい心理学のキーワード ▶ **ビッグマリオン効果**



血液型と性格の関係は、真っ赤なウソ？

「B型はマイペース」などといわれますが、実は血液型と性格の関係は否定されています。しかし、自分の性格と血液型を強く結びつけて考える人は少なくありません。その理由は、多くの人たちにあてはまる一般的な性格特性を、自分だけにあてはまるものとして受け入れやすい、「バーナム効果」が働くからだと考えられています。私たちは、自分のことを知りたがる傾向が強いでしょう。

覚えたい心理学のキーワード ▶ **バーナム効果**



心を掴むモノマネ電話術。

人は自分と似たような人に親近感が湧き、好意を抱きます。その概念に基づいたのが「ペーシング」です。電話越しで話すときは、まず話し方の特徴を注意深く聞きましょう。そして、立場や礼儀をわきまえた上で、声の調子や高低、大小、リズム、感情などを相手に合わせましょう。心の距離をぐっと縮めやすくなります。もちろん向き合っている会話でも有効です。

覚えたい心理学のキーワード ▶ **ペーシング**



売り上げの良い店員は、サンプル配りが上手い！？

人は何かをしてもらったら、ついついのお礼がしたくなるもの。「あの店員さんはサンプルをたくさんくれるから、お礼に商品を買おうかしら」と購入行動を起こさせる、「返報性の原理」を利用したテクニックです。もちろん下心が見えては逆効果になります。気持ちよく受け取ってもらうことを大切にしましょう。

覚えたい心理学のキーワード ▶ **返報性の原理**



「みんなでやろう」がサボりを生む。

作業や仕事をすると、人が多ければ多いほどサボりがちになってしまう現象のことを「リంగాルマン効果」と言います。集団で自分だけが評価される可能性は低いというところと自己解釈することが原因で起きます。集団の中でも個人を評価する仕組みや、名指しで指示したり、集団の中にいる場合でも個人を意識させることでサボりを減らしていけるでしょう。

覚えたい心理学のキーワード ▶ **リంగాルマン効果**

のぞいてみよう！
社会で生かせる
心理学

ココロ



価格の先頭の数字が持つ効果。

定期購読している雑誌が550円だったとします。その価格が、あるときから590円に値上がりしました。あなたは定期購読を続けるでしょうか？では、元々580円だった雑誌が620円に値上がりした場合はどうでしょう？500円台のままか、それとも500円台から600円台になるかで、同じ40円の差なのに、値上がりの印象はずいぶん違っているはずです。価格表示の多くが先頭の数字にこだわっている理由はここにあるのです。

覚えたい心理学のキーワード ▶ **アンカリング効果**



「みんなと一緒に」の落とし穴。

本当は参加したくないことでも、周りに流されて参加していたことはありませんか。そのような心理現象を「多数派同調バイアス」と言います。決して悪いことではなく、社会で円滑に生きる上で大切なことではあります。災害時など逃げなければいけない状況でも周りに合わせてしまうなど、場合によっては悪い方向に働いてしまいます。このような心理現象があることを意識して、理性的に行動しましょう。

覚えたい心理学のキーワード ▶ **多数派同調バイアス**



消費者に火をつける ロミオ&ジュリエット演出。

逆境の恋ほど燃えやすい、それが「ロミオ&ジュリエット効果」です。マーケティングにもこの効果を活用できるかもしれません。例えば限定品など、個数限定、地域限定、初回限定などの商品を見かけると、どうしても欲しくなるのが人間です。「手に入りにくい」という障害が、消費者の心に火をつけるのです。消費者として「限定」という言葉に踊らされないよう、冷静に判断しましょう。

覚えたい心理学のキーワード ▶ **ロミオ&ジュリエット効果**

豊かになる。
人生はずっと
を通して見れば、

人生はずっと

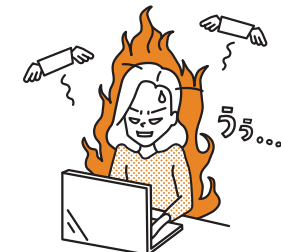
豊かになる。



子育て上手は オウムになろう！

親子の信頼関係を築く上で会話はとても大切。例えば「先生に絵をほめられた」と子どもが話したら「先生に絵をほめられたの？すごい！」と、オウムのように言葉を伝え返してみよう。ちゃんと聞いてくれているという満足感を与えることができます。普通の友だちや恋人との会話でも活用できるテクニックです。

覚えたい心理学のキーワード ▶ **ミラリング**



「もったいない」に 潜むココロの癖。

あなたは10万円で株式投資をはじめます。しかし結果は大失敗。このままでは10万円が無駄になってしまう、ここでやめたらもったいない。そんな思いで投資し続けてしまう心の働きを「サンクコスト効果」と言います。「もったいない」と思って、さらに投資するよりももったいないことになるかも」と冷静に判断して、いさぎよく諦めることも肝心です。

覚えたい心理学のキーワード ▶ **サンクコスト効果**

安田女子大学の心理学部では
しあわせをつくる方法を
学べます。

面白い。
社会はずっと
を通して見れば、

社会はずっと

面白い。

安田女子大学の心理学部では
ビジネスに役立つノウハウも
学べます。