

関西学院大学文学部総合心理科学科  
三浦ゼミ

2016 年度  
卒業論文要旨  
後輩たちへのメッセージ



**商品提示による単純接触効果**  
**—商品選択行動における提示時間の影響—**  
**3350 番 三浦ゼミ 伊藤迪**

多くの商品の中から特定の商品を選択し、購入する場面において、商品を選択する要因は様々である。例えば、値段、見た目、味や機能、他者の意見などがある。そのような様々な要因があるなかで、鎌田・臼井・吉野（2009）は、単純接触効果に着目した。単純接触効果とは、あらゆる対象への単純な接触を繰り返すことによって、その対象に対する好意度が高まる現象のことである。彼らは、商品自体に対して本来抱いている魅力度と商品のカテゴリーが単純接触効果にどのような関係があるかを検討した。そして同じカテゴリーの商品において、好みの差があったとしても単純接触効果が生じることを示した。本研究では、商品を画像ではなく直接現品に接触させることで、単純接触効果が生じるかを検討した。商品としては、ペットボトルのミネラルウォーターを用いた。予備調査として商品の印象評定を実施し、本実験で実際に接触させる商品と、その比較対象となる商品を選定した。本実験では、数種類のペットボトルのミネラルウォーターの印象評定をさせる場面で、ターゲット刺激となる商品を全く提示しない条件、30秒間提示する条件、150秒間提示する条件、300秒間提示する条件を設定し、実際にターゲット刺激を提示して接触させた。ターゲット刺激となる商品に長時間接触した方が、他の商品に比べて、接触した商品に対する魅力度の印象得点が高くなると予測した。しかし、実験の結果、長時間接触しても他の商品と魅力度に差は無く、むしろ最も接触時間が長い300秒間の提示において、他の商品に比べて魅力度が低くなった。この実験結果から、過度の接触によって単純接触効果は生じず、むしろ魅力度が低下することが分かった。今後、様々な接触時間で実験を行うことで、私たちの商品選択行動の解明につながるのではないかと考える。

## ユーモアメッセージが駐輪行動に及ぼす影響

### —場面想定法を用いた検討—

3305 番 三浦ゼミ 沖西理志

本研究の目的は、ユーモアメッセージが迷惑駐輪の抑制にどのような影響を及ぼすかを検討することであった。本研究では大学生、一般人を対象とする質問紙調査を行った。調査1では、ユーモアメッセージ及びユーモアに対する好意的な態度が迷惑駐輪の抑制意図を高めるかどうかを検討した。その結果、攻撃的ユーモアメッセージが迷惑駐輪の抑制意図を高めること、ユーモアに対する態度は迷惑駐輪の抑制意図に影響を及ぼさないことが示された。調査2では、ユーモアメッセージの種類と量及び受け手の感情が迷惑駐輪の抑制意図に及ぼす影響を検討した。その結果、攻撃的ユーモア、ユーモアなし、遊戯的ユーモアの順に迷惑駐輪の抑制意図が高い傾向があることが示された。攻撃的ユーモアに関しては、攻撃的ユーモアの量が増えるにつれて迷惑駐輪の抑制意図が高くなる可能性があることが示された。また、多量の攻撃的ユーモアはメッセージに対する嫌悪や反発といったネガティブな感情を喚起させるが、それらが迷惑駐輪の抑制意図に及ぼす負の影響は確認されなかった。これらの結果から、現実の迷惑駐輪の場面においては、少なくとも短期的には、多量の攻撃的ユーモアを用いることが最も有効であると考えられる。しかし、多量の攻撃的ユーモアは嫌悪や反発といったネガティブな感情を喚起させることも本研究で示されている。このようなネガティブな感情が、迷惑駐輪の抑制の長期的な効果を低減させる可能性は考えられる。

## 印象形成における文字と音声の優位性

3434 番 三浦ゼミ 小松茜

本研究は、文字と音声は印象形成にどのような影響を与えるのか、また文字と音声の優位性について明らかにすることを目的とした実験をおこなった。先行研究に基づいて、①文字が四角い、発話速度が速い場合は勤勉性が高く、文字が丸い、発話速度が遅い場合は協調性・親和性が高い、②文字と音声と同時に呈示されたとき、形成される印象に現れる特徴は音声に引っ張られる、という2つの仮説を立てた。以上の仮説を検証するため、文字2条件×音声2条件の4条件で、各課題において印象評定を行わせた。そして収集したデータを基に、印象評定値を従属変数、性別・文字/音声の種類を独立変数として参加者間分散分析を行った。その結果から、音声においては発話速度が遅ければ勤勉性は高くなり、活発性は低くなることがわかった。また、文字では四角字より丸字のほうが勤勉性は高いことがわかった。また、印象評定において、音声単一課題と複数課題の間には正の相関が見られた一方で、文字単一課題と複数課題の間には相関関係が見られなかったことから、文字と音声と同時に呈示された際、音声の方に総合的な印象が引っ張られる可能性が示された。

# 広告表現が購買意図および商品評価に及ぼす影響

## —限定の魅力—

3312 番 三浦ゼミ 坂下 愛由美

本研究では広告における「限定」等の制限情報がリアクタンス喚起に及ぼす影響を検討することを目的とした。本研究における仮説は主に以下の 2 つである。(1) 購入機会を制限されるほど、リアクタンス効果により購買意図、商品魅力、商品評価、実際の味評価が増大する。(2) 不安傾向、独自性欲求が高いほどリアクタンスが強く生じ、購買意図、魅力、評価、味の評価が増大する。本研究の参加者は 4 条件（時間制限、数量制限、場所制限、統制）のうち一つの広告を見てから質問紙に回答し、実際に商品を試飲した後、再度質問紙に回答した。本研究で得られた主な結果は次の通りである。すべての実験条件で購買意図の増大が確認された。また、数量制限条件で魅力、評価の増大、時間制限条件で魅力の増大が確認された。さらに、パーソナリティに関して、不安傾向が高い人ほど場所が制限された商品の購買意図が増大し、独自性欲求が高い人ほど少数状態の商品に対し購買意図、商品評価が増大した。総合的にすべての仮説の一部が支持された。これらの結果から、「限定」表現には購買意図を高める効果があること、制限する対象によって与えられる効果が異なること、個人の特性がリアクタンス効果に影響を及ぼすことがわかった。

# インターネット上の不適切行動に対する心理学的考察

## —リスク認知と自尊感情の観点から—

3341 番 三浦ゼミ 高城 健志

本研究の目的は、インターネットが普及した今日において頻発している不適切な行動の原因として利用者のメディアリテラシーとリスク認知に注目し、それらの間の関係や自尊感情との関わりを解明することであった。そのために、日本でも多くのユーザーを獲得している SNS のひとつである Twitter のアカウントを所持している人を対象としたオンライン調査を実施した。そして、SNS の利用状況を踏まえた上で、メディアリテラシーと SNS 上でのリスク認知の関連性、および SNS への投稿内容や利用状況に自尊感情が与える影響を検討した。分析の結果、メディアリテラシーと SNS 上のリスク認知の間には「SNS 上で重視すること」と「メディア被印象操作感」、「メディア操作スキル」の間に正の相関が認められ、「SNS 上で重視すること」と「メディア構成把握」の間に中程度の相関が見られた。また SNS への投稿内容や利用状況と自尊感情については、「積極的自尊感情」と「投稿内容（情報共有）」、および「使用歴」の間に有意だがごく弱い正の相関が見られ、投稿内容（情報共有）に対して積極的自尊感情が有意に影響を及ぼす可能性が示された。

## 在日中国人留学生の異文化適応

3436 番 三浦ゼミ 陳 艶美

私たちは新しい環境に移行した後、環境と快適な関係を維持するために、新しい適応問題に直面せざるを得ない。特に異文化環境の場合、自分の馴染んだ文化や習慣などと異なるため、環境適応に対する心理的負担がさらに大きくなる。異文化への適応の問題は海外に滞在するすべての留學生が抱える問題だと考えられる。岩男・萩原(1978・1987a)は、滞在時間が3年をすぎると、適応性が低下すると指摘している。岩男・萩原(1987b)は、日本語能力が向上するにつれて、満足のレベルが次第に下がるとことを報告している。本研究では、中国人留学生の異文化適応性に着目し、日本語能力と滞在期間がいかに対人関係および日常生活関係の適応に影響を与えるのかを検討するものである。ストレス評価項目、孤独感、不適応症状項目、ストレス対処項目、および対人志向性の測定項目を用いて、異文化適応を測定する質問紙調査を行った。異文化適応において、ストレスに影響を与えている要因は何かを検討するため、属性項目(性別、年齢、滞在年数、日本語能力)と、孤独感、不適応症状、異文化理解、対人志向性を独立変数とし、ストレス評価の2因子(対人ストレスと生活ストレス)を従属変数とする重回帰分析を行った。その結果、各要因は対人関係および日常生活関係の適応にあまり影響がなかった。日本語能力は対人ストレスや生活ストレスに影響をもたなかった。滞在期間は対人ストレスには影響があったが、生活ストレスには影響がなかった。これらを踏まえて、本研究で調査に用いた要因の他に、経済の安定や住居環境などが影響を及ぼす可能性について考察した。

# 上司のダメ出しが部下に与える影響 —職務満足度および精神的健康への効果—

3343 番 三浦ゼミ 中柄 美那

職場におけるコミュニケーションの 1 つに「ダメ出し」がある。ダメ出しは、職場のように何かの課題に協同で取り組み、パフォーマンスを上げることが求められる集団において、必要不可欠なものである。しかし、ダメ出しにはポジティブな効果とネガティブな効果が見られる。そこで、そのダメ出しをニュートラルなものとして位置づけ、実際に会社で働く正規社員に対する効果を検討したのが繁梔・今城・菅原 (2009) であった。繁梔らは、ダメ出しが、職場における正規社員に対してポジティブな効果とネガティブな効果の両方を持ちうることを調査の結果から示した。また、三浦・鈴木・竹内・竹沢・山本・谷口 (2001) は、職務満足と精神健康度の関連性を明らかにしている。そこでその関連性を検証すべく、本研究では職場における上司のダメ出しが部下の職務満足度と精神的健康にどのような効果をもたらすかを明らかにするため、実際に会社で働いている正規社員に対して質問紙調査を行った。調査では、良いところと悪いところを指摘された頻度と過去 1 ヶ月の職務満足度、精神的健康を答えさせた。調査の結果から、悪いところを指摘された方が良いところを指摘された時よりも、職務満足度および精神的健康にネガティブな効果をもたらしていることが分かった。また、調査対象者を一般社員と管理職の 2 つに分けて同様の検討をしたところ、一般社員に比べ管理職は、良いところを指摘された時も悪いところを指摘された時も職務満足度と精神的健康に変化は見られなかった。さらに 5 つの職種別における同様の検討では、職種において職務満足度、精神的健康に違いが見られた。これらの結果から、悪いところを指摘した時は良いところを指摘した時よりも、職務満足度と精神的健康共にネガティブな効果をもたらす傾向にあることが分かった。



## 隠れたプロフィール型問題解決課題による過誤の測定

### —2種類の過誤の発生率の違いの測定を指標として—

3401 番 三浦ゼミ 中村祐太

人間が下す決定にはしばしば間違いが存在する。そういった決定に際して誤った結論に至ることを過誤と呼ぶ。過誤の中でも、誤った対立仮説を採択することを第一種過誤、帰無仮説を採択することを第二種過誤と呼ぶ。また、人は常に過誤を起こす可能性を持っている中で自分や他の人間に対して脅威となる過誤に対しては極力最小化しようとしており、これをエラー管理理論という。本研究では、裁判員裁判の場面において、有罪を示唆する情報のアクセシビリティが低いとしても、その情報はよく記憶され、有罪判断という（正しい）結論に至る一方、無罪を示唆する情報のアクセシビリティが低いと、その情報は判断材料とされず、結果として間違った判断（有罪判断）を行いやすくなるのではないかと考え、隠れたプロフィール課題パラダイムを援用して第一種過誤と第二種過誤の発生率の違いについて検討した。被告人が有罪であるシナリオと無罪であるシナリオを用意し、真実に繋がる情報のアクセシビリティを低くすることで、過誤の発生率の違いを比較した。その結果、理由の有無に関わらず過誤の発生率に差は見られなかった。また、真実（有罪か無罪）と回答者の判断（有罪か無罪）の組み合わせによるアクセシビリティが高い情報の閲覧回数、情報の閲覧時間、回答の自信度の差異についても検討したが、差は見られなかった。本研究では、個人で課題に臨むためにアクセシビリティの低い情報も保持していたこと、過誤を引き起こす情報が曖昧すぎたことが問題点であり、今後の研究ではその点を改善した課題の作成が望まれる。

## 中央競馬におけるプロスペクト理論

### —人気の順位を基準にして—

3368 番 三浦ゼミ 野田晃一郎

本研究は日本の中央競馬に対する単勝馬券の投票行動にプロスペクト理論(Kahneman, & Tversky, 1979)が当てはまるのか、及びレースの格が投票行動に影響を与えるのかを、2015年に日本中央競馬会主催で行われた全レースを対象に検討するものである。初めに、オッズと人気の順位とでは、どちらの方が順位に影響を及ぼしているのかを検討する為に、偏相関分析を行った。また、単勝馬券における主観的確率と客観的確率の差を検討し、レースの格の高低によって投票行動の傾向に差があるのかも記述的に検討した。その結果、オッズよりも人気の順位の方が順位との相関が高い事が認められた。また、主観的確率と客観的確率との間に差がある事が認められ、部分的にプロスペクト理論に当てはまる事が確認された。加えて、レースの格によっても差が見られ、格が高くなれば人はリスクを取りやすくなる事が確認された。今後の課題として、第1レースとメインレース以外のレースにおけるレース規模の差による投票行動の変化の測定等が挙げられる。

# 自己決定性が資産運用時における投資家の 満足度に及ぼす影響

3421 番 三浦ゼミ 野村 元由揮

本研究は、資産運用時における自己決定性が満足度へ及ぼす影響を検討することが目的である。被験者は、資産を増加させることを目的として、web 上において運用シミュレーションを体験した。その際、運用方式、運用結果の違い (成功・失敗) によって条件を分け、満足度の比較を行った。仮説として、仮説 1: 自己決定性が高い (低い) 人ほど、運用方式は自己運用 (委託運用) 条件を選択する、仮説 2: 運用に成功 (失敗) した人ほど、満足度は高い (低い) 、仮説 3: 自己決定性の高い人が、自己運用条件を選び且つ運用に成功した場合の満足度は、他の条件を選び、他の結果が得られた場合よりも高い、の 3 つを立てた。被験者は大学生 152 名である。分析の結果、自己決定性の高さによって特定の運用方式を選択する傾向は見られず、運用に対する満足度は運用の成否にのみ左右されることが分かった。このことから、本研究の問題点として現実性の乏しさを挙げ、考察を行った。

## 自己価値脅威が在日コリアンへのレイシズムに及ぼす影響

3358 番 三浦ゼミ 松田幸恵

「ネット右翼」や「行動する保守」による在日コリアン等への差別的な言動が近年の日本において社会的問題になっている。本研究では、その現状をふまえて、在日コリアンへのレイシズム(人種的偏見)に、右翼権威主義や、社会的支配傾向などのイデオロギー的な側面だけではなく、個人の心理的側面やインターネットの使用も影響を及ぼすかどうかを検討することを目的とした。問題の種類・制限時間による難易度とフィードバックの有無が異なる自己価値脅威課題条件を設定して自己価値脅威を操作し、課題を行う前後でレイシズム尺度得点平均を比較するオンライン実験を実施した。その結果、自尊心の低さがレイシズムに対して強める影響を及ぼすことがわかったが、自己価値脅威の操作やインターネット使用時間と使用種別の時間の割合の影響は見られなかった。こうした結果には、参加者の中にインターネットの利用時間が長いヘビーユーザーがそれほどいなかったことが影響している可能性がある。また、自尊心が低い人ほどレイシズム尺度得点が高くなる結果となったのは、仮想的有能感が影響を及ぼしている可能性も存在する。

ステレオタイプと目撃証言  
—犯罪に関するステレオタイプが目撃証言に及ぼす影響—  
3902 番 三浦ゼミ 李韓碩

本研究の目的は、IAT を用いてステレオタイプが目撃証言にどのような影響を及ぼすのかを明らかにすることであった。そのために2つの実験を行った。実験1では「性犯罪は男性が犯すもの」、「生活用品の窃盗は外国人が犯す」の2つのステレオタイプが目撃証言に及ぼす影響について、4つの群を設けて検討したが、影響を示すような結果は得られなかった。その理由としては実験デザイン上に問題があったと考えたため、それらを改善した実験2を行った。実験2では「犯罪は男性が犯すもの」というステレオタイプが目撃証言に及ぼす影響を調べるために2つの群を設けて実験を行った。その結果、群ごとの犯人の性別の証言に差がなく、また証言の確信度とステレオタイプ得点に相関がみられず、データが偏っていたため信頼できるとは言えない結果であった。仮説が支持されなかった理由としては、実験手続き等に問題があったことが考えられる。しかし、被験者の多くは犯罪男性ステレオタイプを持っていたことや、犯罪ステレオタイプの有無によって犯人性別の証言が異なっていたことは、今後のステレオタイプと目撃証言の関連についての研究にとって有用な情報となると考えられる。