

成人における動機づけの実験的研究

—向社会的行動に注目して—

種谷 真緒

我々は社会の中で他者と協力してともに生きている。各個人のモチベーションを最大限に高め、より協力的に社会を営むにはどのような働きかけをし、どのような関係性を作っていくことが大切なのだろうか。この問いを考える上で、本研究では、アドラー心理学における勇気づけ・共同体感覚の概念から動機づけをとらえ、この働きかけや関係性を養うためにどんな工夫ができるかを検討した。

これまでの動機づけの研究の多くは、児童や学生を対象として、個人の中で完結する課題を用いて行われてきた(e.g., Deci, 1971)。しかし、社会人として我々がふだん取り組んでいる課題の多くは、他者の存在が前提となり、個人の中で完結するものではない。成人の動機づけを考えるときには、その行動を社会の中に位置づけて捉える必要がある。社会的な行動のなかでも価値があるとみなされるのは、向社会的行動である。この向社会的行動への動機づけに注目した研究の一つに、擬人化が環境保護への意図を促進するという研究がある。Ahn et al. (2014)は、節電やごみの分別などのエコ活動について、啓発ポスターに描かれた物体が擬人化されているときは、そうでないときと比べて、向社会的動機づけが促進されることを示した。そして、その効果は、擬人化された物体があると、メッセージに従わない場合に予期される罪悪感が高まるからだと提案した。一方、擬人化した物体はかわいいと評価されることがある。人間は、対象をかわいいと感じるとそれを道徳の輪に入れ (Sharman & Haidt, 2011)、やさしい気持ちや対象に近づこうとする接近動機づけを含む「かわいい」感情が生じる(入野野, 2019)。また、かわいいものを見ると向社会的行動が増えるという知見もある(e.g., Zhang & Zhou, 2020)。これらの知見に基づけば、擬人化された物体を見ることで向社会的行動が促進されるのは、Ahn et al. (2014)が提案するように、従わなかったときの罪悪感が高まるからではなく、かわいい感情が生じるからかもしれない。

本研究では、Ahn et al. (2014)の追試と拡張を試みた。「向社会的行動を促すメッセージが擬人化されていると向社会的動機が高まる」という仮説を立てた。また、この関係が認められた場合に、擬人化と向社会的動機づけの関係を媒介する変数として、「メッセージに従わなかったときの罪悪感」と「かわいい感情」の2つを想定した。先行研究を参考に、紙ごみリサイクルの啓発ポスターを3種類作成した。紙ごみを擬人化して笑顔にしたポスター、泣き顔にしたポスター、擬人化しないポスターのうち、どれか1枚を見て質問に答えるという参加者間比較実験を行った。インターネット調査により、602名の参加者を3群にランダムに分け、リサイクル意識・向社会的動機・予期的罪悪感・心的帰属・かわいい感情・心理的距離を尋ねた。その結果、擬人化の効果は、笑顔のポスターでのみ認められた。すなわち、笑顔のポスターを見たときには、擬人化しないポスターを見たときよりも、向社会的動機が高まったが、泣き顔のポスターを見たときには向社会的動機は有意には高まらなかった。笑顔の表情での擬人化と向社会的動機の関係は、罪悪感ではなく、かわいい感情が完全媒介していた。かわいい感情の効果を取り除くと、擬人化と向社会的動機の関係は負になった(擬人化すると向社会的動機が下がった)。先行研究と異なり、泣き顔の表情での擬人化の効果は得られなかった。

本研究により、笑顔の表情での擬人化を行うことにより、かわいい感情が生まれ、向社会的動機が高まることが示された。Sharman & Haidt (2011)の道徳の輪とアドラー心理学における共同体感覚には共通した側面がある。向社会的行動を促すメッセージを「かわいい」と感じられる形で発することは、共同体感覚を育むための工夫の1つとして有効だと考えられる。(基礎心理学)