

シャイネスに対するイメージの日米比較¹

——等質性分析を用いた良否判断の規定因の検討を含めて——

澤海 崇文^{1,2} 稲垣 勉^{1,3} 相川 充^{1,4}

¹教育テスト研究センター ²流通経済大学 ³鹿児島大学 ⁴筑波大学

本研究は、恥ずかしがり屋の程度を表すシャイネスに対して、人々がどのようなイメージを抱いているかという点について、大規模なウェブ調査を通して、日米比較を行った。シャイネスの定義からは、人々は総じて否定的な印象を抱いていると思われがちだが、対人コミュニケーションの研究によると日本人はシャイネスに対して比較的肯定的な印象を持つ可能性も示唆される。幅広い年齢層や地域を対象として、1448名の日本人および1400名のアメリカ人に、シャイネスに対するイメージなど複数の項目に回答してもらった。その結果、シャイネスに対するイメージは、予測とは異なり、日本よりもアメリカにおいて比較的肯定的であった。シャイネスの良否判断に関わる要因を等質性分析により明らかにし、その文化共通性および文化差について論じた。

キーワード：シャイネス、イメージ、良否判断、日米比較

1. 問題と目的

シャイネスという心理特性が国内外を問わず従来から研究の対象となっている。シャイネスとは恥ずかしがり屋の程度を表す概念で、“特定の社会的状況を超えて個人内に存在し、社会的不安という情動状態と対人的抑制という行動特徴をもつ症候群”と定義されている(相川, 1991)。シャイネスによって対人的な不適応をきたす可能性があるために、ソーシャルスキルトレーニングといった、シャイネスの改善を目指したプログラムが開発および提供されている(相川, 1998)。つまり、シャイネスは改善すべきものとして扱われている傾向がある。

しかし、シャイネスの高い人というのは、対人場面においてあまり発言をしなかったり出しゃばったりしないという傾向を考えると、謙虚な対人印象を与える可能性も考えられる。寡黙さや謙虚さが美德とされる日本においては(田口, 2010)、それらが特に重要視されない英語圏と比較して、シャイネスの与える印象やイメージが異なると思われる。

そこで、本研究では英語圏としてアメリカを取り上げ、日本とアメリカとでシャイネスに対するイメージを比較する。日本では謙虚さが美德とされるのに対し、アメリカでは自己主張が望ましいとされるため、日本人はアメリカ人よりも、シャイネスに対して比較的肯定的なイメージを抱いていると予測した。また、本研究ではシャイネスの良否判断の規定因についても検討を加える。つまり、シャイネスが持つ様々な側面のうち、どのような性質が肯定的もしくは否定的な評価に結び付くのかという点についても実証的に検討する。

2. 方法

¹ 本研究の参加者は稲垣(藤井)・澤海・相川(2017)と同一であるが、稲垣(藤井)他(2017)ではシャイネスの高さを日米比較しており、本研究の主眼となるシャイネスの良否判断に関する質問項目とは異なっていた。

2.1 調査参加者 ウェブ調査会社に調査を依頼した。調査実施時に会社のモニターであった日本人 1448 人, アメリカ人 1400 人 (共に男女同数, 年齢範囲 16—69 歳) が参加した。

2.2 測定項目 シャイネスに対する全般的なイメージを問う 2 項目, およびシャイネスが持つ意味や与える印象について問う 23 項目を使用した。前者は“肯定的な意味を持つ”または“否定的な意味を持つ”という二択の項目, および“良い”または“悪い”という二択の項目から構成されていた。後者は沼崎・工藤 (2003) より形容詞または形容動詞 23 対を採用し, 当てはまると思う方を選択してもらう二択形式を取った。例えば, “謙虚な”と“図々しい”という対が呈示され, 回答者にはシャイネスの与える印象に近い方を選択してもらった。具体的な 23 対については後述の図 1 または図 2 を参照されたい。なお, 調査には本報告に含まれない尺度も同時に測定されていた。

2.3 手続き 日本での調査は 2016 年 3 月, アメリカでの調査は 2017 年 2 月に実施された。調査参加者は, 調査会社より案内された URL にアクセスして回答を実施した。

3. 結果

3.1 シャイネスの良否判断 各国での回答をクロス集計したところ, 日本においてシャイネスが“肯定的な意味を持つ”と選択したのは 674 人, “否定的な意味を持つ”と選択したのは 774 人であった。一方, アメリカにおいてシャイネスが“肯定的な意味を持つ”と選択したのは 880 人, “否定的な意味を持つ”と選択したのは 520 人であった。次に, 日本においてシャイネスが“良い”と選択したのは 933 人, “悪い”と選択したのは 515 人であった一方, アメリカにおいてシャイネスが“良い”と選択したのは 1223 人, “悪い”と選択したのは 177 人であった。それぞれの項目においてカイ二乗検定を行ったところ, アメリカ人は日本人よりもシャイネスを肯定的な意味を持つものであり, 良いものであると, 有意に多く回答していた (それぞれ $\chi^2(1) = 76.38, \chi^2(1) = 203.35$, とともに $p < .001$)。

3.2 シャイネスの良否判断の規定因 項目の重なりを避けるため, 以下の分析ではシャイネスが肯定的または否定的かという項目は除外し, 良いか悪いかという項目に着目し, この項目と同時に生起するその他の項目を明らかにする。良否判断を問うた形容詞対およびその他の 23 対について, 国ごとに等質性分析を行ったところ, 日本では図 1, アメリカでは図 2 のカテゴリポイントプロットが得られた。良い (Good) および悪い (Bad) の近くに配置されている語ほど, 良否判断に強く影響を与えていることを示す。

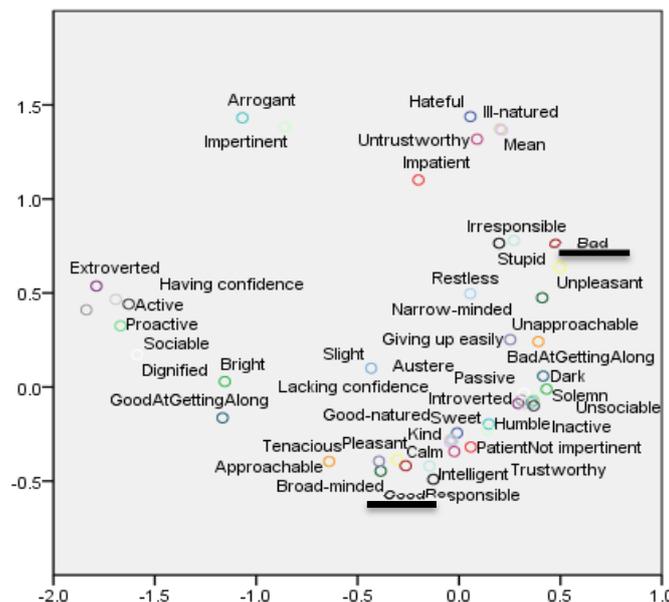


図 1 日本におけるシャイネスイメージに対する等質性分析の結果

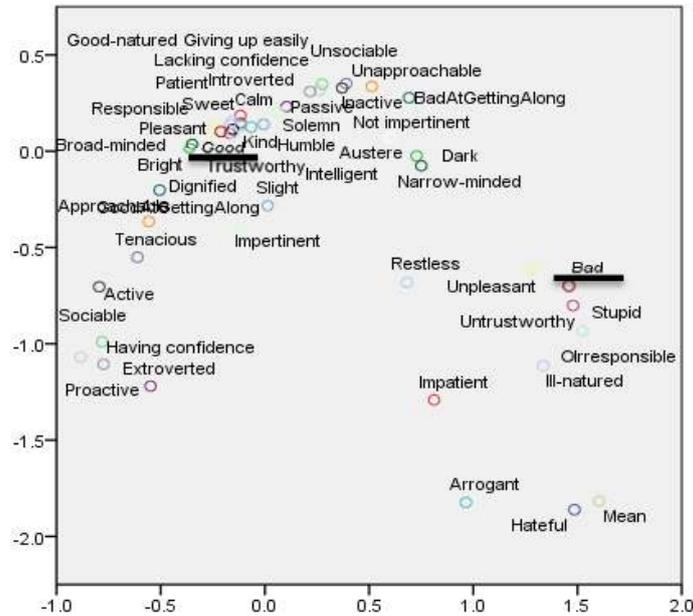


図 2 アメリカにおけるシャイネスイメージに対する等質性分析の結果²

4. 考察

本研究は、日本とアメリカそれぞれにて 1400 名以上に参加してもらうという大規模なウェブ調査を実施し、シャイネスの良否判断およびそれに結び付く特性を明らかにした。分析の結果より明らかになったのは、第一に、予想に反して、日本よりもアメリカにおいてシャイネスが肯定的で良いものであると捉えられていた点である。ただし、本研究はシャイネスという言葉が持つイメージを回答者に尋ねたものであり、シャイな人に対しての対人印象を明示的に尋ねたわけではないため、結果の解釈は慎重に行う必要がある。「シャイネス」と聞いて日本人は重度にシャイな人を思い浮かべる傾向があったのに対し、アメリカ人は軽度にシャイな人を思い浮かべる傾向があったのかもしれない。

第二に、シャイネスの良否判断に関連する要因に、日米に共通する部分が見出された点である。具体的には“落ち着いた (calm)”や“親切な (kind)”がシャイネスの高評価に結び付くのにに対し、“愚かな (stupid)”や“無責任な (irresponsible)”がシャイネスの低評価に結び付いていた。以上より、仮にシャイネスが否定的な印象を他者に与えているのだとすれば、それは愚かさや無責任さを同時に露呈していることが原因かもしれず、そのような側面を避けることができれば否定的な評価を生み出さずに済む可能性が指摘できる。

5. 参考文献

相川 充 (1991) 特性シャイネス尺度の作成および信頼性と妥当性の検討に関する研究, 心理学研究, 62:149-155

相川 充 (1998) シャイネス低減に及ぼす社会的スキル訓練の効果に関する実験的検討, 東京学芸大学紀要第 1 部門 (教育科学), 49: 39-49

稲垣(藤井) 勉・澤海崇文・相川 充 (2017) 特性シャイネスの日米間比較—今なお「日本人はシャイ」か, 教育テスト研究センター年報, 2: 53-54

沼崎 誠・工藤恵理子 (2003) 自己高揚的呈示と自己卑下的呈示が呈示者の能力の推定に及ぼす効果—実験室実験とシナリオ実験との相違—, 実験社会心理学研究, 43: 36-51

田口 知弘 (2010) 言語の背景には国民性や価値観がある, 朝日大学一般教育紀要, 36: 1-14

² 図 1 での日本語表記は紙幅の都合で割愛したが、第一著者に照会することで入手可能である。

