

色による「目」の効果と社会的ジレンマの協力率の 関連性

大谷真穂

放置駐輪問題などの社会問題は社会的ジレンマ状況であるといえる。社会的ジレンマとは協力するか非協力するか選択できる状態で、個人にとっては非協力する方が利益を得ることができるが、全員が非協力を選択した場合全員が協力した場合より全員の利益が小さくなってしまふことである。社会的ジレンマ状況の解決は非常に難しいが、それと同時に解決が急務である。そこで先行研究によって、人々の社会的ジレンマの協力率をあげるには目の絵や写真などによる「目」の効果が有効であることが示されている。また、色には様々な心理的効果があることが明らかになっている。「目」の効果について、色の心理的効果による影響があるのかは未だ明らかになっていないため、本研究では目の色の効果を考え、人々にもたらす色の効果から社会的ジレンマの協力率をあげる方法を見出し、色の心理的効果の応用性を検討した。

アンケートは、Mifune, Hashimoto & Yamagishi (2010) が使用した歌舞伎の目を用い、目の色を変化させ並べた画像を背景にした。目がない条件、元々の色の目の条件、赤色の目の条件、青色の目の条件、防犯ステッカーの目の条件の5つの条件で行った。その結果、ほとんどの質問項目で目の効果はみられなかった。よって、「目」の効果と色の心理的効果における先行研究を支持しない結果となった。以上の結果から、目や色の効果は人々の行動には影響を与えるが、人々の意識的な心理には影響を与えない可能性があり、人々の無意識の範囲で「目」の効果が行動に影響を与えているのではないかと考える。次の課題としては、質問紙ではなく人々の実際の行動を検証する研究を行うことが必要であると考え。今後の研究が自転車の放置駐輪などの社会問題の対策の一つとなり、解決に一步でも近づくことを期待する。