

個人/集団主義志向がジェンダー観に及ぼす影響の日台比較

目的

本研究の目的は、同性婚合法化が成立した台湾と、同性同士の結婚が認められてない日本とでは、人々の LGBT に対する寛容性に差があるのか、また、LGBT に対する寛容・不寛容はどのような要因で決まるのかを明らかにすることである。

方法

台湾に住む 79 名(平均年齢 29.6 歳)と日本に住む 234 名(平均年齢 29.6 歳)を対象に、Google Form を用いて匿名かつ個別回答式の調査を行った。質問項目には、大橋(2007)の縦型/横型-個人主義/集団主義尺度、小出(2000)の性別受容性尺度、そして朝倉(2002)からセクシュアリティに対する態度尺度から、計 52 項目を採用した。

結果と考察

台湾は日本よりも縦型-個人/集団主義と横型個人主義の傾向が強く、LGBT に対して不寛容な態度を示した。一方で、日本は横型集団主義のみが台湾よりも強い傾向にあり、台湾よりも LGBT に対して寛容的であった。さらに、LGBT に対する寛容性と縦型/横型-個人主義/集団主義にはいくつか関連性があることが示唆された。性別受容性には縦型集団主義及び横型個人主義が影響し、セクシュアリティに対する態度には縦型-個人/集団主義が影響を及ぼしている可能性があった。また、横型集団主義のみ、不寛容に正の影響がないことが示された。このことから、国民の寛容性の高さとは法律の制定には関係がないことが示唆された。そして、同性婚合法化は直接的にその国の人々の LGBT 寛容度向上に影響を及ぼしているわけではないといえる。

今後の課題

今回の調査では、LGBT に対して寛容的であっても同性婚合法化には至っていない日本の現状が明らかとなった。また、自己の身近にいる存在(親、友人など)が LGBT であった場合の寛容性について検討していない。そのため、今後の課題として、同性婚合法化に影響を及ぼす他要因の検討及び自己と近い関係にいる LGBT に対する寛容性を明らかにしていくことが求められる。

大学スポーツ集団におけるリーダーシップ行動が組織での意思決定の満足度に及ぼす影響

問題と目的

本研究では、大学スポーツ集団における意思決定の満足度に及ぼす影響について検討した。意思決定の満足感には、メンバーが心理的にエンパワーメントされていることが影響し、さらに、メンバーの心理的エンパワーメントには主将などのリーダーシップが関係していると考えられた。そこで、人間関係調整を促すようなリーダーシップがメンバーの心理的エンパワーメントを高め(仮説 1)、メンバーの心理的エンパワーメントが意思決定の満足度を高める(仮説 2)と仮説を立て、検証した。

方法

2020年8月–10月に、運動系部活動に所属している大学生103名(男性61名、女性42名、平均年齢20.87歳)に、Webアンケートを用いて質問紙調査を行った。質問紙は、全37項目で構成されていた。

結果

まず、心理的エンパワーメントの下位尺度の因子尺度得点を従属変数、リーダーシップの下位尺度の因子尺度得点を独立変数とした重回帰分析をそれぞれに行ったところ、リーダーシップの一部の因子において心理的エンパワーメントに正に有意な影響を与えていた。つまり、仮説1は部分的に支持された。次に、意思決定満足度の因子尺度得点を従属変数、心理的エンパワーメントの下位尺度の因子尺度得点を独立変数として重回帰分析を行ったが、心理的エンパワーメントのどの因子も意思決定満足度に影響を与えていなかった。したがって、仮説2は支持されなかった。

考察

仮説1において、本研究の結果から、リーダーシップの下位尺度のうち、「人間関係調整」が心理的エンパワーメントの下位尺度である「有意味感」に正に有意な影響を与えていたことがわかった。「有意味感」とは、個人の持つ思想や基準に基づき、組織の目標もしくは目的が自己の信念や価値との間にどのように適合しているのかということであるため、心理的エンパワーメントの下位尺度のなかでも、内発的動機づけに深く関係している。これは、これまでの先行研究と整合していた。

また、仮説2が支持されなかった理由として、「意思決定満足」の平均値と標準偏差が高かったことから、調査対象者の意思決定の満足度がもともと高いため、心理的エンパワーメントによって意思決定の満足度にどのような影響を与えていたのかをみることができなかったことが考えられた。

オンラインでの購買行動におけるレビューの影響

—AISAS モデルを用いて—

問題・目的

インターネットの普及により、企業だけでなく消費者自身が商品に関する情報を発信することが当たり前の時代になった。これにより、たくさんの情報が比較的簡単に手に入るようになった反面、入手した情報を正しく評価し、取捨選択することが必要となった。本研究では、消費者発信情報の一つである CGM 上のクチコミに焦点を当て、消費者の位置する購買段階の違いによって、事実的なクチコミと情緒的なクチコミが購買意思決定に与える影響力に差が出るという仮説を立て、消費者の購買行動のメカニズムを検討した。

方法

2020年9月～10月に16～57歳の116名（男性54名、女性62名）を対象にインターネットによる質問紙調査（Google フォーム）を行った。質問紙は、（1）消費者発信情報に関する項目（2）企業発信情報に関する項目（3）確信に関する項目（4）態度に関する項目（5）意図に関する項目で構成されていた。

結果・考察

認知段階の商品として設定したモバイルディスプレイと比較段階の商品として設定したワイヤレスイヤホンとの違いにより、事実的オンラインレビューと情緒的オンラインレビューの間に、消費者の商品に対する評価の自信、商品に対する期待度、購買意思に及ぼす影響力に差があるかを検討するために確信、態度、意図に関する項目それぞれについての2要因分散分析を行った。その結果、モバイルディスプレイとワイヤレスイヤホンのそれぞれにおいて、事実的オンラインレビューと情緒的オンラインレビューの意図への影響力の差は認められなかった。一方で、情緒的オンラインレビューにおいては、モバイルディスプレイよりもワイヤレスイヤホンへの確信、態度、意図すべてへの影響力が高くなることが明らかになった。以上より、消費者の位置する購買段階の違いによって、事実的なクチコミと情緒的なクチコミが購買意思決定に与える影響力に差が出るという仮説は立証されなかったが、情緒的なクチコミが認知段階の消費者よりも比較段階の消費者に強い影響力を与えることが分かった。したがって、消費者発信情報を参考にする際には、自身の位置する購買段階を把握し、どのような情報がより魅力的に感じやすいのかを理解することで、正確かつ効果的な情報収集をすることができると考える。

SNS 利用時におけるストレス経験と依存度の関係性について

本研究の問題と目的

近年の急速なスマートフォンの発達によって SNS の利用が活発になっている。SNS 利用率は全世代をみても、非常に高い割合となっており、現代の日常生活には欠かせない存在となっている。SNS の活発な利用に伴い、「SNS 疲れ」や「SNS 依存」という言葉が知れ渡るようになってきた。それはいつでも誰かに連絡できる利便性とは裏腹に、常に誰かと繋がっている感覚や、自身の発言を過剰に気にしたり、否定的な気分になることを指す。高校生を対象にした先行研究では、調査対象者全員が SNS 上でストレス経験をしているのにも関わらず、現在も継続して SNS を利用している理由として、既存の人間関係に悪影響が出ることを恐れているからであった。

本研究では SNS 上でストレス経験をしているのにも関わらず、なぜ SNS 利用をやめられないのかを明らかにすることを目的とし、また SNS 依存度の高い人は、ストレス経験をしなくても感じにくいだらうと仮説を立てた。

方法

調査対象者は SNS を利用している大学生および社会人 125 名（男子 23 名、女子 102 名）であり、佐藤 矢島（2014）の対人ストレスサー尺度、岡本（2016）の SNS ストレス尺度、正木（2016）のインターネット依存度尺度をもとに質問紙を作成し、回答してもらった。

結果と考察

独立変数間の相関係数はすべてにおいて有意な相関が認められた。特に「閲覧状況」と「疎外状況」、「プライバシー侵害状況」と「悪口中傷状況」において中程度の相関が認められた。対人ストレスサー尺度の 8 因子を従属変数、対人ストレス尺度とインターネット依存度尺度の 5 因子を独立変数として重回帰分析を行なったところ有意な相関は見られなかった。分析の結果より調査対象者の対人ストレスサー尺度のストレス経験の割合が低いことが分かった。

本研究の結果、閲覧状況のストレス経験が高いほど投稿する際の不自由さを感じ、プライバシー状況のストレス経験が多いほど、投稿拡散の不安を感じやすかった。またインターネット依存度が高い人ほど、閲覧の強要、社会的比較、友達申請の拒絶を感じるということが分かった。

南山大学アメリカンフットボール部における組織風土が メンバーのエンパワーメントおよびコミットメント満足度に及ぼす影響

問題と目的

エンパワーメントには、個人レベル、組織レベル、コミュニティレベルの3つのレベルがあると言われている。これらは関連しており、組織全体のエンパワーメントを実現するためには、個人がエンパワーされていることが重要である。また、個人がエンパワーされているためには、個人が自らの力に気づいた上で、その力を発揮できるような組織構造が必要であろう。

南山大学アメリカンフットボール部は1975年に発足し、現在男女合わせて50名が所属する運動系部活動である。当アメリカンフットボール部の特徴として、未経験者がほとんどであることがあげられる。そして、学年ごとの明確な階層構造が見て取れる。アメリカンフットボールというスポーツ自体の特徴として、ポジションごとの完全分業制であることから知識の偏りやポジションごとの強いつながりがある。また、一定の人数が必要なスポーツであり、人数が他大学に比べ少ないことから、ポジションを兼任しているメンバーへの負担が大きいことが考えられる。

本研究では、こうした特異な性質を示す組織でのエンパワーメントの過程が、組織を構成するメンバー間の関係性や組織に対するコミットメントに及ぼす影響を明らかにすることを通して、組織ごとの多様な特徴を超えた、パフォーマンスに対する組織風土やエンパワーメントの意義について示唆を得ることを目指す。

方法

南山大学アメリカンフットボール部に所属している46名に対してgoogle formによる質問紙調査を実施した。質問項目はエンパワーメント、部員との関係性への欲求の充足、練習への動機づけに関する合計47項目で構成された。

結果と考察

エンパワーメントがどの程度、部員の関係性に影響を及ぼしているのか、関係性がどの程度、動機づけに影響を及ぼしているのか明らかにするために、重回帰分析を行った。結果、部員の関係性の自己有用感には、社会化のエンパワーメントが優位な影響を与えていることが明らかになった。また、被承認感には、顕在化のエンパワーメントが優位な影響を与えていることが明らかになった。しかし活用のエンパワーメントは関係性の各因子と優位な関係を持たなかった。

部員との関係性の充足は、練習への動機づけの各因子に優位な影響を持たなかった。

南山大学アメリカンフットボール部を基にエンパワーメントには部員の関係性に影響を与える側面がある一方、関係性は動機づけには影響を与えない、またエンパワーメント自体が動機づけに与える影響は少ないという知見を得ることができた。今後の課題として結果が他大学のアメリカンフットボール部、他競技の部活に当てはまるのか検討する必要がある。

日本人大学生はなぜ海外旅行へ行かないのか？～異文化への接触経験の影響～

はじめに

2007年以降我が国では若者の海外旅行離れが取りざたされている。しかし海外旅行は国内ではできない経験をする事ができる上に、現地での体験を通して多文化共生社会に求められる実践的な能力を包括的に捉えた態度・知識・比較、解釈スキルの三点から構成される「異文化理解力」の育成にも有効的である。そして大学生や若者を対象とした先行研究では大学生や若者の海外旅行に対する優先順位の低さや低関心が阻害要因となっていることが分かっている。そこで本研究では過去の外国出身者との接触経験を通じた異文化接触経験に着目し、より多くの大学生に海外旅行を実施してもらうため、異文化接触経験と海外旅行実施の間にどのような関連が存在するのかを調査することを目的とする。

方法

大学生116名（男性43名、女性71名）にWEBアンケート「Google forms」を用いて調査を実施した。質問項目は海外旅行への意欲に関する尺度、異文化接触の経験に関する尺度、海外渡航経験に関する二問の質問項目の計四点を使用した。

結果と考察

はじめに過去の異文化接触が海外旅行に対する考え方にどのような変化を及ぼしているのかを調べるために単回帰分析を行った。その結果全ての変数で有意差が認められたこと、外国出身者との接触経験と意欲に関する四変数全てとの間に低くはあったものの相関が認められたことから、異文化接触経験は海外旅行志向に影響を与えていることが分かった。次に海外旅行に対する考え方が実際の海外旅行実施にどのような影響を与えているのかを調べるため、重回帰分析を行った。その結果、有意確率により海外旅行志向の四因子全体は実際の海外旅行経験に影響を与えていることが分かった。また、海外旅行に対して持つイメージや印象について尋ねた態度因子は外国出身者との関わりの経験から特に強い影響を受けていることが分かり、以上の結果から異文化接触経験と海外旅行実施の間には関連があるということが分かった。このことから、異文化接触を経験することで大学生の海外旅行実施数が向上することが予測でき、大学を通して留学生などの海外出身者との関わりを増やすことがより多くの大学生に海外旅行を実施させることにつながるのまた今後の課題として調査する海外旅行を自分の意思で実施を決めたものに絞ること、また実施された海外旅行が確かに異文化接触経験の影響によるものなのかなどを検討する必要がある。

女子大学生のダイエット行動におけるメディアの影響

～計画的行動理論からの検討～

問題・目的

近年、日本ではやせ志向が強まっており、若年女性の多くが特に痩せる必要がないにもかかわらず、瘦身願望を抱きダイエットをしている。中には、摂食障害を引き起こすほどの過度なダイエットを行う者もあり、社会的に問題になっている。先行研究では、ダイエット行動とマスメディアの利用頻度との関連が明らかにされているが、近年の SNS の利用率などから、マスメディアだけでなくソーシャルメディアの影響が非常に大きくなっていることが考えられる。本研究は、女子大学生がダイエット行動を起こすまでの心理的プロセスに与えるメディアの影響を明らかにし、テレビ、雑誌、Instagram、Twitter、YouTube の 5 つのメディアが与える影響について検討することを目的とした。中原・林（2005）の計画的行動理論をダイエット行動へ応用したモデルを基に、「ダイエット行動への態度」、「主観的規範」、「ダイエット行動コントロール感」、および「ダイエット行動」、それぞれに与えるメディアの影響について検討する。

方法

女子大学生の 157 名を対象に、Googleform を用いて調査を実施した。アンケートは、全 56 項目で構成されていた。分析には、回答に欠損があるものを取り除いた 156 名のデータを用いた。

結果・考察

ダイエット行動を規定する要因に与えるメディアの影響を検討するため、重回帰分析を行った。その結果、態度、他者の減量成功経験、主観的規範のすべてにおいて最も影響を及ぼしているのは Instagram であることが明らかとなった。Instagram には自分と年齢、性別、置かれている状況などが似ているユーザーが多く、そうした人々から減量成功経験やダイエット法などの情報を得ることで、自分にもダイエットができそうという想いを抱きやすくなると推察される。その他のメディアに関しては、雑誌は他者の減量成功経験と主観的規範に、YouTube は態度と他者の減量成功経験に影響を及ぼしていた。一方、テレビと Twitter はいずれにも影響を及ぼしていなかった。また、本研究の結果から態度、主観的規範、コントロール感に影響を与えるかどうかには、メディアの利用頻度だけではなく、メディアが持つ特徴によって生じる情報の信憑性や情報へのアクセスのしやすさなどの違いが関係する可能性が示唆されたため、今後はメディアの種類だけでなく、メディアの内容や特徴を考慮しより詳細に検討を行うことが有益であると考えられる。

大学バスケットボールチームのメンバーが抱くリーダー像がチームへの満足度に及ぼす影響 — 上位チームと下位チームの比較から —

問題・目的

リーダーシップ力を向上させることは、チームの質を上げ、メンバーを最大限活かすことができる、重要なスキルである。そこで本研究では、主将のリーダーシップ行動のレベルがメンバーにどのような影響を与えるのか、そして以下の2つの仮説を、対象者・競技レベル・性別の3つの条件の下、リーダーシップ力とチーム内状況との関係性を見つけることを目的とする。またその仮説とは、“リーダーの理想と現実の差が小さいほど、満足度と凝集性は高まる”というメイン仮説と“チームの競技レベルが上位か下位かによって、フォロワーから求められるリーダー像が異なるのではないか”というサブ仮説であり、それらを検討してく。

方法

東海リーグに所属する四年制大学に通う男女バスケットボール部員を対象に、質問紙の配布と GoogleForm を用いて匿名での調査を行った。分析には、男女合わせて 124 名のデータを用いた。質問紙は、(1)リーダーシップの行動尺度 30 項目 6 因子の理想と現実(2)部活動での欲求満足度尺度 10 項目 1 因子(3)凝集性尺度 10 項目 1 因子を 5 段階尺度で尋ねた。また、(4)競技レベルは、「昨年度の夏リーグでの成績」を自由記述回答で、「現在、何部リーグに所属しているか」を 3 択にし、以上 4 つの尺度を用いて構成されていた。

結果・考察

調査結果から、メイン仮説において満足度・凝集性どちらの分析結果も仮説を決定づけるほどの数値には至らなかった。また、サブ仮説では、競技レベルと理想のリーダー像に関連性は見られなかったが、多重比較分析を行った結果、1部—2部リーグ間には関連性があることが示された。そして最後に、性別について、女性よりも男性の方が理想・現実共に回答にバラつきが見られ、逆に女性は比較的高い評価をしていたことが分かった。

本研究から、競技レベルや性別によるリーダー像の違いは見られたものの、満足度や凝集性では仮説を示せるだけの結果は得られなかった。これにはいくつかの課題が残ったが、今後それらの課題を修正することで、満足度への関連性をより確実な結果に繋げると推測できるため、再度調査及び検討が必要であろう。

大学生における自己の仕事観・家庭観及び母親の就労形態がキャリア意識に及ぼす影響

問題・目的

この数十年間において、女性の社会進出が進み、それに伴い、父親・母親が共に働く、いわゆる共働きの家庭が増加している傾向がみられ、男女が持つ仕事観や家庭観、さらには“男は仕事、女性は家庭”という伝統的な性役割観が変容していることが伺える。このような仕事観や性役割観に対する意識の変化は、大学生にもあてはまるのではないか。本研究では、彼らのキャリア意識が形成される具体的要因について、内的要因である仕事観や性役割観と環境要因である母親の婚姻・就業状況に分け、両要因における双方の関連性について、(1)学生の属性や就職活動の経験有無と彼らの仕事観や性役割観といったキャリア意識の内的要因の間に関連性があるか、(2)学生の母親の就労状況や就労形態といった環境要因と学生自身の仕事観や性役割観の間に関連性があるかを検討する調査を実施した。

方法

2020年10月から、東海地方の四年制大学に通う男女の学生を対象に、Google フォームにて作成した質問紙を配布した。質問項目は、回答者の属性についての4項目、回答者の母親に関する2項目、回答者自身に関する3項目、“仕事観についての、生活の安定、自己実現、社会貢献、否定的職業観、充実、制約・負担、仕事中心、経済的手段・義務の8因子39項目、性役割観についての男女平等の1因子15項目の計63項目で構成された。

結果・考察

キャリア意識を形成する仕事観に関する側面の中で、生活の安定や自己実現の側面が回答者全体を通して比較的平均点が高く、仕事中心の側面が最も低かった。これより、現代の大学生は、自己実現をしながら、ずっと働ける安定志向を求めつつ、人生においては仕事以外により価値を見いだして働きたいと考えていることが推測できた。また、母親の婚姻状況や就業状況・形態と仕事観・性役割観の関連について検討した結果、仕事中心や経済的手段・義務の側面と母親の就業形態の関連が明らかになった。最終学歴を卒業後、就業経験がない母親を持つ学生は、他の学生と比べ仕事への優先度・重要度が顕著に低い結果は、本研究の目的である母親の働き方と子どものキャリア意識・願望との関連性の検討に対して有意義なものとなった。しかし、性別や学年及び就職活動経験の有無などの属性や環境的要因と学生自身の仕事観・性役割観の双方に大きな差は見られず、さらなる研究が必要であることが今後の課題となった。