

Preface

はしがき

大学教育の国際化、グローバル化ということがいわれるようになってずいぶん経ちました。この流れの中で、大学生の留学支援なども拡充されています。留学などを通じて国際的感覚を身につけた人材を社会に送り出すことは、近年の大学の使命のひとつとも考えられています。しかし、大学で教えている立場としては、大学教育の国際化には別の意味もあります。例えば、心理学についていえば、第一級の研究は英語で発表されるので、英語が読めないで最新の研究動向についていくことができません。また、研究者を目指すのであれば自分の研究を英語で発表できるようにならなければなりません。ですから、心理学を専攻する学生には、ぜひ早い段階から英語で心理学を学び、最新の知見に親しんでほしいと思います。

そこで、筆者（大坪）は2012年から専門の心理学の講義を英語で教えてみました。最初はどれくらい学生が理解してくれるのだろうかと思っていましたが、小テストや期末試験の結果を見ると、日本語で講義をしているときと比べて特に理解度が下がってはいないようでした。実際、日本語の講義であればつつい情報盛り込みすぎるところを英語であれば本当に必要なところに絞込んで教えざるをえなかったのがよかったのかもしれませんが。また、この教科書の元になるような資料を毎回作成して配布し、予習・復習をしてもらったのが功を奏したのかもしれません。

このようにして、専門の講義を英語化することは可能だと感じましたが、予習・復習用の教科書があったらよいだろうと思っていました。そのときに、本書の共著者であるスミス氏が神戸大学に研究員として来日しました。せっかくなので、スミス氏にネイティブの英語で社会心理学を教えてもらうことにしました。すると、スミス氏も日本人の学生に読みやすい英語の教科書があれば教えやすいのに、と感じたとのことでした。というのも、英語圏で使われている社会心理学の教科書は、内容はとても充実しているのですが、日本人の学生が予習・復習に使うには量が多くなりすぎます。また、英語を母語としている学生には読みやすい、少しでも読めた表現も、外国語として堅い英語を学んでいる日本人の学生には壁になります。

そこで、スミス氏と私は、日本人の大学生が英語で社会心理学を学ぶために、古典的な研究を中心に紹介し（したがって情報過多にならず）、くだけた英語表現を減らした教科書を作成しようと考えました。また、すべて英語で書いてあるとつつき

にくくなるかもしれないので、本文を読むために参考になる情報を日本語で補うことにしました。そのため、社会心理学のそれぞれの研究トピックを、見開きの左側1ページを英文、右ページを日本語解説という形式で紹介しています。また、社会心理学の実験結果は文章だけではわかりにくいものが多いので、右ページには実験結果をまとめた表や図を掲載することで英文の内容を理解しやすくしています。

本書に含まれる解説と表記について

右ページの日本語解説は、英語を母語としない日本人の学生、特に社会心理学を英語で学んだ経験がない学生の方を想定して作成したものです。そのため、社会心理学のキーワードだけでなく、社会心理学の論文でしばしば目にする特有の英語表現なども解説しています。具体的には、左ページの英文中で太字やゴシック体などによって強調して示した用語について、右ページで解説しています。本書に含まれる解説とその表記の方針は以下のとおりです。

- ❖ 社会心理学のキーワードは本文中で太字またはゴシック体で強調しています。
 - ・太字のキーワードには日本語訳をつけています。
 - ・ゴシック体のキーワードには日本語訳と日本語解説をつけています。太字もゴシック体も社会心理学のキーワードに対して用いていますが、ゴシック体にしたものは本文だけでは説明しきれない内容があると考え、日本語の解説を足しています。
- ❖ 「心理学論文を読むときに知っておくと便利な英語表現」は太字・網掛けで強調しています。これについては、本マーク (📖) をつけたコーナーで英語表現のルール等を説明しています。
- ❖ 上記の強調を加えたもの以外に脚注（英文中では上付きの数字で示しています）をつけた表現があります。これは社会心理学にとってのキーワードではありませんが、日本語での解説があった方がわかりやすいと思われるものにつけています。
- ❖ 本文で特に強調していませんが、左ページに収まらなかった情報を「補足」コーナーとして追加している箇所があります。「補足」コーナーの中には日本語で書いたもの、英語で書いたもの、元の論文の英語表現をできるだけそのまま残したものがあります。
- ❖ 実験結果を示す図表の中には、図表を読み慣れていない方にはすぐにはデータの見方がわかりにくいものがあります。そのような図には、吹き出しをつけて図

の読み方を解説しています。

本書の構成と使い方

本書は11のCHAPTER(章)からなっていて、それぞれのCHAPTERには4つから5つのsection(節)が含まれています。各sectionは見開き2ページになっていて、内容もほぼ独立しています(ただし、各CHAPTERの最初のsectionには、そのCHAPTERで紹介する領域の概要的な内容が含まれています)。自習で本書を使っていた場合には、タイトルを見て興味をもったsectionだけを読んでいただいても内容の理解ができるはずですが、なお、社会心理学の内容にはお互いに関連し合うものがたくさんありますから、「前のSection〇.〇ですすでに学んだように……」といった表現が出てくることがあります。そういった部分についても、わざわざ該当するsectionを読み直さなくても、そのsectionで紹介する研究の概要は理解できると思います。このように、本書は拾い読みもできますし、体系的に学ぼうとするのであれば、それぞれのCHAPTERのsectionを最初から最後までを読み通すようにしていただければよいと思います。

余談ですが、上の段落でsectionという単語を一般的な名詞として使っているときにはsが小文字なのに、Section〇.〇と書いているときだけSが大文字になっていることに気づかれたかもしれません。特定の単語に通し番号をつけて書く場合には、その単語の冒頭の文字を大文字にするのが心理学のルールです。例えば、Study 1(研究1)、Experiment 1(実験1)、Figure 1(図1)、Table 1(表1)のような使い方があります。上記の☐マークの解説では、こういったルールを説明しています。

いくつかのCHAPTERにはAdvanced Topicというsectionを最後に設けています。この教科書では、なるべく古典的な研究(他の社会心理学の教科書でも頻繁に紹介されているような有名な研究)だけを扱い、はじめて英語で社会心理学を学ぶみなさんの負担を軽くするようにしました。しかし、それだけでは少し物足りないと感じられることもあるかもしれませんし、研究領域によっては比較的新しいけれど重要な研究もあります。また、基礎的な内容に加えてぜひ知っておいてほしいというものもあります。そういった内容を通し番号をつけたsectionと区別して、「発展的なトピック(Advanced Topic)」としました。

さらに、CHAPTER 10にはAdvanced Topicの後にSupplementary Topicをつ

けています。そこで紹介している模擬監獄実験は、社会心理学の実験の中でも特に有名なもので、ぜひ知っておいてほしい内容です（その意味では普通の section として扱ってもよかったものです）。しかし、この実験については途中で研究が打ち切られたという事情もあり、他の社会心理学実験のようにデータが整っていません。そのため、この古典的実験は「おまけ」として扱いました。各 CHAPTER で section として通し番号をつけているものに加えて、Advanced Topic（および Supplementary Topic）として紹介している内容にもぜひ挑戦してみてください。

冒頭でも述べたように、本書は社会心理学の教育を英語化することを目的として執筆しました。この目的自体は現在の大学教育改革の流れにも対応していて、特に奇をてらったものではないと思います。しかし、本書のように英語で社会心理学を学ぶ・教えるという目的に特化した教科書はこれまで出版されておらず、このような教科書にいったいどれくらい需要があるのかわかりませんでした。そんな中、2016年度の社会心理学会において、出版前の本書の原稿を紹介するワークショップの機会を与えていただいたこと、そして多くの先生にそのワークショップに参加していただいたことにはずいぶん勇気づけられました。ワークショップの機会を与えていただいた三浦麻子先生（関西学院大学）には記して感謝申し上げます。また、需要の読めない教科書を出版することを決定し背中を押していただいた有斐閣にも感謝しています。特に書籍編集第2部の中村さやかさんには、英語で社会心理学を学んだことがない学生の視点で、本書の内容をわかりやすいものにするための多くのコメントをいただきました。学生のみなさんにとって本書が読みやすいものになっているとすれば、中村さんのアドバイスに多くを負っています。

本書の目的である社会心理学教育の英語化の先には、学生のみなさんが第一線の研究論文を自分自身で読むことができるようになること、さらに研究者を目指す方が英語で研究発表できるようになることがあります。本書がこのような広い意味で社会心理学の国際化に貢献できれば、筆者にとっても望外の喜びです。

2017年11月

著者を代表して 大坪 庸介

本書をお使いになる先生方へ

本書を授業で使っていただく場合、英語パートの全訳があると便利だと感じられることがあるかもしれません。例えば、演習形式の授業で使っていただく場合には、事前に学生に英文を読ませた上で日本語訳を与えて復習してもらうという使い方もあるかもしれません。そのため、筆者の研究室の大学院生である山口真奈氏に日本語訳を作成してもらいました。山口氏はカリフォルニア大学ロサンゼルス校を心理学専攻（人類学副専攻）で卒業しており、本書の翻訳には適任でした。

また、授業のスライドに図表を入れて説明したいという場合もあると思います。そこで、本書の図表を（著作権の範囲内で）ひとつのファイルにまとめたものも準備しました。

本書を大学等の授業・ゼミ等にてテキストとして採用いただく先生方で、上記の日本語訳や図表データをご希望の方は、以下のメールアドレス（有斐閣書籍編集第2部）までご連絡ください。

お申し込みメールアドレス sho2@yuhikaku.co.jp

※件名を「『英語で学ぶ社会心理学』日本語訳（もしくは図表）データ希望」としていただき、メール内に

- ・お名前
- ・ご所属（学生の方は不可）
- ・資料送付先のメールアドレス（ハードコピーをご希望の方は送付先ご住所）
- ・ご採用予定の授業名
- ・ご希望のデータ（日本語訳もしくは図表）

を明記の上、お申し込みください。

著者紹介

大坪 庸介 (おおつぼ ようすけ)

現在 神戸大学大学院人文学研究科准教授

主著 『進化と感情から解き明かす社会心理学』有斐閣 (2012). (共著)
「仲直りの進化社会心理学—— 価値ある関係仮説とコストのかかる謝罪」『社会心理学研究』30, 191–212. (2015). (単著)
“The price of being seen to be just: An intention signalling strategy for indirect reciprocity.” *Proceedings of the Royal Society B: Biological Sciences*, (2016). (共著)

Adam Smith (アダム・スミス)

現在 神戸大学大学院人文学研究科学術研究員

主著 “Cooperation: The roles of interpersonal value and gratitude.” *Evolution and Human Behavior*, 38, 695–703. (2017). (共著)
“Fair-Weather Friends vs. True Friends.” *Encyclopedia of Evolutionary Psychological Science*, Springer Nature. (in press). (共著)

【日本語訳 (テキスト採用者用資料) 作成者】

山口 真奈 (やまぐち まな)

現在 神戸大学大学院人文学研究科博士課程後期課程在籍中

主著 “Loneliness predicts insensitivity to partner commitment.” *Personality and Individual Differences*, 105, 200–207. (2017). (共著)
“Commitment signals in friendship and romantic relationships.” *Evolution and Human Behavior*, 36, 467–474. (2015). (共著)
“Experiential purchases and prosocial spending promote happiness by enhancing social relationships.” *Journal of Positive Psychology*, 11, 480–488. (2016). (共著)

Contents

目次

はしがき	i
本書をお使いになる先生方へ	v
著者紹介	vi

CHAPTER 1

Introduction to Social Psychology

Advanced Topic

1.1	What is Social Psychology?	2
1.2	Situational Influence: An Illustrative Study	4
1.3	Social Psychological Experiments I: Theory	6
1.4	Social Psychological Experiments II: Control	8
1.5	Why Not Use Introspection?	10
	The Person-Situation Interaction	12

社会心理学とは 1

CHAPTER 2

Self

Advanced Topic

2.1	What is the Self?	16
2.2	Self-Schema: The Cognitive Structure of Self	18
2.3	Positive Illusions and Mental Health	20
2.4	Social Comparison and Self-Evaluation	22
2.5	Self-Esteem Tracks Others' Valuation of the Self	24
	Self-Regulation and Delay of Gratification	26

自己 15

CHAPTER 3

Social Cognition

社会的認知 29

3.1	How Well Do Our Thoughts Reflect Reality?	30
3.2	Errors in Causal Attributions	32
3.3	Prior Knowledge Influences Perception	34
3.4	Illusory Correlation	36
3.5	Heuristics and Cognitive Biases	38
Advanced Topic	The Accuracy of Social Cognition	40

CHAPTER 4

Impression Formation and Interpersonal Attraction

印象形成と対人魅力 43

4.1	Forming Impressions of Others	44
4.2	“Diagnosticity” of Social Information	46
4.3	Proximity and the Mere Exposure Effect	48
4.4	Do Birds of a Feather Really Flock Together?	50
4.5	The Effect of Physical Attractiveness	52

CHAPTER 5

Emotions

感情・情動 55

5.1	Affect, Emotion, and Mood	56
5.2	The Role of Bodily Feedback: The James-Lange Theory	58
5.3	The Role of Interpretation: The Two-Factor Theory	60
5.4	Do Emotions Require Cognition?	62
5.5	Basic Emotions and Facial Expressions	64

CHAPTER 6

Attitudes and Persuasion

態度と説得 67

- | | | |
|-----------------------|---|----|
| 6.1 | Do Attitudes Predict Behavior? | 68 |
| 6.2 | What is the Causal Direction of the Attitude-Behavior Relationship? Cognitive Dissonance Theory | 70 |
| 6.3 | Persuasion Techniques | 72 |
| 6.4 | Dual Routes to Persuasion | 74 |
| Advanced Topic | How to Measure Socially Undesirable Attitudes: The Implicit Association Test | 76 |

CHAPTER 7

Social Influence

社会的影響 79

- | | | |
|-----------------------|---|----|
| 7.1 | The Influence of Social Settings: Social Facilitation | 80 |
| 7.2 | Social Loafing | 82 |
| 7.3 | Conformity to the Majority I | 84 |
| 7.4 | Conformity to the Majority II | 86 |
| 7.5 | Minority Influence | 88 |
| Advanced Topic | Social Exclusion Hurts | 90 |

CHAPTER 8

Intergroup Relations

集団間関係 93

- | | | |
|-----------------------|--------------------------------------|-----|
| 8.1 | The Power of Intergroup Situations | 94 |
| 8.2 | The Robbers Cave Experiment | 96 |
| 8.3 | Social Identity Theory | 98 |
| 8.4 | Cognition in Intergroup Contexts | 100 |
| 8.5 | Intergroup Contact Reduces Prejudice | 102 |
| Advanced Topic | Are There Hidden Forms of Racism? | 104 |

CHAPTER 9

Prosocial Behavior

向社会的行動 107

- | | | |
|-----|--|-----|
| 9.1 | Situational Influence on Prosocial Behavior | 108 |
| 9.2 | The Empathy-Altruism Hypothesis | 110 |
| 9.3 | The Murder of Kitty Genovese and Unresponsive Bystanders | 112 |
| 9.4 | The Bystander Effect and Diffusion of Responsibility | 114 |
| | Punishment and Cooperation | 116 |

Advanced Topic

CHAPTER 10

Antisocial Behavior

反社会的行動 119

- | | | |
|------|-------------------------------------|-----|
| 10.1 | Aggressive Behavior | 120 |
| 10.2 | Aggression Can Be Socially Learned | 122 |
| 10.3 | Obedience to Authority I | 124 |
| 10.4 | Obedience to Authority II | 126 |
| | Long-term Effects of Media Violence | 128 |
| | The Stanford Prison Experiment | 130 |

Advanced Topic
Supplementary Topic

CHAPTER 11

Cultural Psychology

文化心理学 133

- | | | |
|------|---|-----|
| 11.1 | How Does Culture Affect the Social Mind? | 134 |
| 11.2 | Self and Other in the Context of East and West | 136 |
| 11.3 | Holistic versus Analytic Thought | 138 |
| 11.4 | Choice and Motivation in the Context of East and West | 140 |
| | Self and Motivation | 142 |

Advanced Topic

心理学論文を読むときに知っておくと便利な英語表現

- “i.e.” と “e.g.” 3
- 著者が3人以上の場合に使う “et al.” 5
- 一般的ではない複数形をとる単語 7
- 1997a, 1997b 11
- 引用文献の表記法 14
- ～ not の短縮形 17
- 引用の決まり 21
- 引用以外でのクォーテーション・マーク (“ ”) の使い方 23
- 実験デザインの表記法 25
- Term paper 27
- See ... for a review 27
- Scholastic Aptitude Test (SAT) 27
- 実験の本当の目的を隠しているときの表現 31
- Significant : 有意な 31
- Systematic : 系統的な 31
- Essay 33
- It is ～, That is ～の短縮形 35
- 実験のデザイン (要因計画) について 47
- Unconsciousness : 無意識または非意識 49
- Eponymous 59
- Chance level 65
- Anecdote 75
- Unanimity : 全員一致 85
- Naive participants 89
- Doubt と suspect 129
- 著者のイニシャル 135

CHAPTER

1

Introduction to Social Psychology

社会心理学とは

1.1

What is Social Psychology?

1.2

Situational Influence: An Illustrative Study

1.3

Social Psychological Experiments I : Theory

1.4

Social Psychological Experiments II : Control

1.5

Why Not Use Introspection?

Advanced Topic

The Person-Situation Interaction

What is Social Psychology?

The primary goal of **social psychology** is to understand *how people think, feel, and act in social situations*. As social psychologists have long known, the presence of others, be they real or imagined, has a powerful influence on human psychology. For example, suppose you can play Beethoven's Moonlight Sonata very well, at least when you are alone. How well do you think you can play it when you are not alone, when you are on stage in front of a large audience? It is quite likely that your performance would be influenced by the presence of the audience, even though they only quietly listen from their seats. You may become anxious and notice that a certain part of the sonata is more difficult than usual. Or by contrast, you may find the audience to be a source of vigor, and perform more passionately than ever (we will see which outcome is more likely under what conditions in CHAPTER 7). Either way, the presence of others can change our **cognitions** (how we think), **emotions** (how we feel), and **behavior** (how we act).

After a short introduction (CHAPTER 1), this textbook aims to acquaint you with “the classics” of social psychology, the well-known studies that deal with cognitions, emotions, and/or behaviors in the context of social settings. We first explore the social nature of the self (CHAPTER 2), after which we examine how our thoughts are shaped by social settings as well as how we think about other people (CHAPTERS 3 & 4). We next investigate emotions (CHAPTER 5) and attitudes (CHAPTER 6). Continuing our journey, we consider how cognitions, emotions, and behaviors are influenced in general by the presence of others (CHAPTER 7) and in specific by outgroup members (CHAPTER 8). Towards the end (CHAPTERS 9 & 10), we look at two distinct types of social behavior—prosocial behaviors (**i.e.**, behaviors complying with social norms) and antisocial behaviors (**e.g.**, aggression). Finally, we explore how the social mind is influenced by culture (CHAPTER 11).

Throughout this textbook, we include as many examples of social psychological experiments as possible. In studying these examples, you are likely to find that social psychological explanations differ from the kinds of explanations you are used to hearing in daily life. This is because people typically assume that personal factors (personality and other individual differences), as opposed to **situational** (or **external**) **factors**, are the best way to explain the actions of others. For example, if someone performed the Moonlight Sonata terribly while on stage, one may rush to conclude that he/she is a poor pianist, without considering the importance of situational factors (e.g., how the presence of the audience affects performance). However, as we will see in this introductory chapter, there is a good underlying reason for using the experiment as a research tool—situational factors, as compared to personal factors, are often better predictors of why we think, feel, and act in the various ways that we do.

社会心理学 (Social Psychology) の研究対象——Cognition は認知, emotion は感情 (または情動), behavior は行動と訳します。

この3つ組が社会心理学にとって大事なのは、心のはたらき (認知と感情) と、そのはたらきの結果として外に現れるもの (行動) からなっていて、心理学の関心内容を尽くしているためです。

したがって、社会心理学とは心理学で大事な3つ組と他者の存在 (presence of others) との関係を調べていく領域です。本文の中で “be they real or imagined” (他者 [others] が実際の他者であれ想像上の他者であれ) と書いているのは、私たちは、その場に誰もいなくても、「あの人がいたらどう思うだろうか」というように、誰か架空の他者の存在を想定して、その架空の他者に3つ組が影響を受けることがあるからです (感情と情動の区別については、Section 5.1 を参照)。

|||||
📖 “i.e.” と “e.g.” i.e. は that is (すなわち) という意味です。e.g. は for example (例えば) の意味です。

どちらもラテン語の省略 (i.e. は id est, e.g. は exempli gratia) なので英語表現の頭文字をとったものにはなっていません。

左ページでは i.e. や e.g. の後にコンマ (,) がついています。これは、that is, ... や for example, ... のように、省略しない表現のときにコンマをつけているのと同じです。また、ピリオドまで含めて省略形なので、勝手に ie や eg にしてはいけません。

日本語で「例えば」を ex と記載することがありますが、ex は example の省略形で、for example (例えば) の意味としては英語では使いません。注意しましょう。

|||||

社会的状況の力 社会心理学は、私たちがどのように感じ、考え、行動するかを予測する際に、その人がどのような人物かということよりも、その人がどのような状況にいるかを重視します。つまり、社会心理学とは**状況要因 (situational factor)** または**外的要因 (external factor)** が大事だと考える学問です。

心理学の中には、「その人がどのような人か」を重視する分野もあります。その代表はパーソナリティ心理学 (personality psychology) です。

Social psychologists use the term **self-esteem** to describe a person's valuation of him/herself. It is usually an affectively-laden term—people feel good about themselves when they favorably appraise themselves. Accordingly, high self-esteem is linked to high subjective well-being, while low self-esteem is related to mental illness.

Recall that people have a motivation to protect and promote their self-esteem (see Section 2.4 regarding the “self-enhancement motive”). Moreover, we appear to have some biases for seeing ourselves in a positive light compared to others (see Section 2.3 regarding “positive illusions”). Given the presence of these self-oriented predispositions, one might wonder why on earth self-esteem should ever go down. Isn't it a good idea to have some psychological mechanism that keeps self-esteem always high?

This is in fact a misguided idea. Self-esteem is important not for its own sake, but for its relation to some real, social, consequences. Leary and Baumeister (2000) proposed the **sociometer theory**, whereby self-esteem is conceived as “a subjective monitor of one's relational evaluation—the degree to which other people regard their relationships with the individual to be valuable, important, or close” (Leary & Baumeister, 2000, p. 9). According to the sociometer theory, self-esteem fluctuates as a reflection of other people's evaluations, but not in response to one's own non-social evaluation.

If the sociometer theory is valid, self-esteem should go down when an individual experiences social exclusion. Leary, Tambor, Terdal, and Downs (1995), in fact, tested this prediction with an experiment employing a 2×2 (exclusion: included vs. excluded) \times 2 (assignment: random vs. group choice) **factorial design**. To start, participants were told that they would engage in either a group decision-making task or an individual decision-making task. After this instruction, a quarter of participants were told that they were assigned to engage in the group task because other members wanted to work with them. Another quarter were told that they were assigned to engage in the individual task because other people did not want to work with them. The remaining half were told that they had been randomly assigned to the group or individual task.

As shown in Figure 2-2, the results of Leary et al.'s experiment confirm the main prediction from the sociometer theory, that self-esteem is calibrated in response to information about one's social standing. Participants felt bad about themselves (i.e., experienced decreases in self-esteem) only in the excluded-group choice condition, which implies that they were not valued by other group members. Working alone due to random assignment (i.e., the excluded-random condition) did not hurt self-esteem. Therefore, it is clear that while simply being alone matter little for self-esteem, being alone due to others' social disregard is potentially devastating.

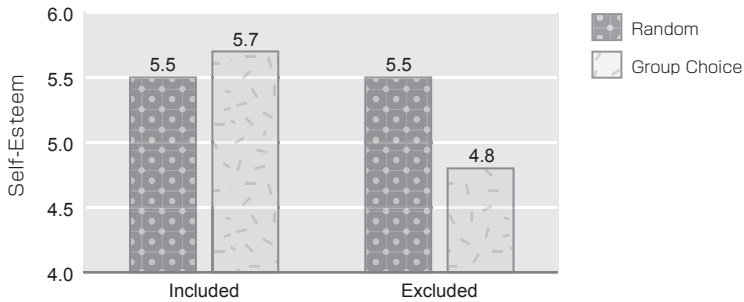


Figure 2-2. Mean self-esteem as a function of exclusion and the mode of assignment.
[Leary et al., 1995 より筆者作成]

Self-Esteem：自尊感情 本文中では自尊感情が他者の評価によって変動することを示した研究を紹介しています。厳密にいうと、このように変動しやすい自尊感情は状態自尊感情 (state self-esteem) と呼ばれます。

それに対して、世の中にはそもそも自尊感情の高い人、低い人がいて、このような個人差は多少のことでは変化しません。自尊感情の中でも長期的に安定している部分を特性自尊感情 (trait self-esteem) といいます。

Leary et al. (1995) の論文では、普段からみんなに受け入れられていると感じているかどうかの違いが特性自尊心の高低と関係していることを示した研究も報告されています。

Sociometer Theory：ソシオメーター理論

📖 **実験デザインの表記法** 論文で報告されている実験の概要は、それがどのような要因配置 (factorial design) の実験かを知ることでもわかりやすくなります。必ず書かれているわけではありませんが、**a2** (Condition A) × **2** (Condition B) **factorial design** のように書かれていれば、この実験には2つの条件が含まれていて、それぞれに2水準あることがわかります。一方が2水準、他方が3水準なら2 × 3になりますし、2水準の条件が3つ含まれる場合は2 × 2 × 2になります。括弧の中には、それぞれの条件がどのようなものが簡単に書かれています。これは、卒業論文など自分で論文を書くときにも使える表現です。

Self-Regulation and Delay of Gratification

The classic research question for **self-regulation** involves explaining why people are somewhat poor at **delaying gratification**; in particular, why people are often willing to exchange a small reward now for a larger, better, reward that comes later. This sort of self-regulation problem manifests in daily life all the time. For example, imagine you are on a diet trying to lose 5 kilograms, and a friend offers you some fried chicken. Do you eat the fried chicken now, and experience the pleasure of the food, or do you turn down the temptation now, in order to experience the eventual satisfaction of losing weight in the future (i.e., **delayed gratification**)? Or, imagine you are at home working on an important **term paper**. Then, out of nowhere your friend invites you to play a brand new videogame. Do you play the videogame with your friend, or do you decline the offer and continue to work on your paper? While it is obvious in these examples that waiting for a “*larger, later*” reward is the rational choice, we sometimes surrender ourselves to the “*smaller, sooner*” reward. Intuitively, there seem to be large individual differences in the ability to delay gratification.

Mischel and colleagues designed a simple yet clever experiment on the delay of gratification, commonly called the **marshmallow test** (see Mischel, Shoda, & Rodriguez, 1989, **for a review**). Before leaving a preschool child alone in a room, a researcher presents the child with two sorts of snacks (marshmallows and pretzels, for example), and asks which of the two snacks the child likes better. The child is told if he/she wishes to eat a snack, he/she can ring a bell, and the experimenter will come back immediately at which point the child will be allowed to eat the less preferred snack. If the child can wait until the experimenter comes back (unbeknownst to the child, this time is set to 15 minutes), however, the child will be allowed to eat the preferred snack.

Mischel and colleagues timed how long each child was able to wait before ringing the bell, and revealed that many children had a very difficult time in this experimental setting. Indeed, there were large individual differences in how long children were able to wait. Nevertheless, the original studies have also revealed that the presence of distractors (e.g., attractive toys) can help children wait longer.

Another interesting set of findings emerged from a series of follow-up studies. Delay of gratification measured at 4 years of age predicted how parents described their children 10 years later—children who had been able to wait longer in the original experiment were seen as more socially competent, verbally fluent in expressing their ideas, and resilient to stress. Delayed gratification even predicted the children’s **Scholastic Aptitude Test (SAT)** scores. Of course, these results are just correlations, but the connection between self-regulation and success in life is difficult to deny.

Self-Regulation : 自己制御

Delay of Gratification : 満足の遅延 将来得られる大きな報酬 (larger, later) のために、すぐに得られる小さな報酬 (smaller, sooner) をがまんすることです。報酬によって満足を得るタイミングを先送りにするという意味で、満足の遅延といえます。インターネットで **delayed gratification** や **delaying gratification** というキーワードを使って検索をしても、Mischel らの研究が出てきます。

📖 **Term paper** 日本の大学でレポート課題と呼んでいるものは、アメリカでは term paper (または省略して paper) といいますが、日本では論述式の試験というのは essay 形式と呼ばれます (日本語の「エッセイ」とは少しニュアンスが違います)。実験の課題としてこれらのレポートを課したり、論述作業をしてもらうという研究もあり、その場合はこれらの表現が心理学の論文に出てきます。覚えておくと論文が読みやすくなります (Section 3.2 の 📖 も参照)。

Marshmallow Test : マシュマロ・テスト マシュマロ・テストについての一般読者向けの記事を *New Yorker* 誌の下記のサイトで読むことができます。“The Struggles of a Psychologist Studying Self-Control” というタイトルで検索してみてください。

<http://www.newyorker.com/science/maria-konnikova/struggles-psychologist-studying-self-control>



📖 **See ... for a review** 特定のテーマについてこれまで行われてきた研究結果をまとめて整理した論文を review 論文 (レビュー論文または展望論文) といえます。ある研究テーマについての review 論文を参考にして下さいという意味で “see 論文の著者名, 発表年, for a review” という表現が使われます。

📖 **Scholastic Aptitude Test (SAT)** アメリカで実施されている大学進学用の共通試験です (大学進学適正試験と訳されています)。Mischel らの論文が発表された後、名称が Scholastic Assessment Test に変更されています。ただし、変更後も略称は SAT です。

心理学の論文でも、実験参加者の学力の指標として SAT score という言葉が特に注釈もつけずに出てくる場合があります。

References

- Amsterdam, B. (1972). Mirror self-image reactions before age two. *Developmental Psychology*, *5*, 297-305. doi: 10.1002/dev.420050403
- Cooley, C. H. (1902). *Human nature and the social order*. New York: Charles Scribner's Son.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, *7*, 117-140. doi: 10.1177/001872675400700202
- Gallup, G. G., Jr. (1970). Chimpanzees: Self recognition. *Science*, *167*, 86-87. doi: 10.1126/science.167.3914.86
- James, W. (1890). *The principles of psychology*. New York: Holt.
- Kuhn, M. H., & McPartland, T. S. (1954). An empirical investigation of self-attitudes. *American Sociological Review*, *19*, 68-76. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/2088175>
- Leary, M. R., & Baumesiter, R. F. (2000). The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, Vol. 32 (pp. 1-62). San Diego, CA: Academic Press. doi: 10.1016/S0065-2601(00)80003-9
- Leary, M. R., Tambor, E. S., Terdal, S. K., & Downs, D. L. (1995). Self-esteem as an interpersonal monitor: The sociometer hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology*, *68*, 518-530. doi: 10.1037/0022-3514.68.3.518
- Markus, H. (1977). Self-schemata and processing information about the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, *35*, 63-78. doi: 10.1037/0022-3514.35.2.63
- Mischel, W., Shoda, Y., & Rodriguez, M. L. (1989). Delay of gratification in children. *Science*, *244*, 933-938. doi: 10.1126/science.2658056
- Sedikides, C., & Strube, M. J. (1995). The multiply motivated self. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *21*, 1330-1335. doi: 10.1177/01461672952112010
- Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). Illusion and well-being: A social psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, *103*, 193-210. doi: 10.1037/0033-2909.103.2.193
- Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1994). Positive illusions and well-being revisited: Separating fact from fiction. *Psychological Bulletin*, *116*, 21-27. doi: 10.1037/0033-2909.116.1.21
- Wills, T. A. (1981). Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin*, *90*, 245-271. doi: 10.1037/0033-2909.90.2.245
- Wood, J. V., Taylor, S. E., & Lichtman, R. R. (1985). Social comparison in adjustment to breast cancer. *Journal of Personality and Social Psychology*, *49*, 1169-1183. doi: 10.1037/0022-3514.49.5.1169

Did you have any friends in your childhood neighborhood? Most likely your answer is YES. But can you explain why? Maybe, you went to the same kindergarten or elementary school, or perhaps you played together on weekends. You may have been in the same club or on the same sporting team. These obvious conditions aside, there must be other reasons for your friendship. Right?

Around the middle of the twentieth century, three social psychologists, Festinger, Schachter, and Back (1950), conducted a field study at two dormitory buildings at the Massachusetts Institute of Technology (MIT). The psychologists were interested in the social dynamics of the residents of the two aforementioned buildings, and discovered that **proximity** (also known by the formal term, **propinquity**, in older texts) is an important factor in friendship formation. Residents were more likely to become friends with someone next door than with someone at the other end of the same floor. Furthermore, when physical distance is the same, so-called *functional distance* (e.g., whether residents used the same stairway of the building) becomes important.

Festinger et al. (1950) surmised that frequent contacts (mostly passive contacts) facilitate friendship formation. This effect of passive contact is now known as the **mere exposure effect** (Zajonc, 1968). Zajonc presented a series of photographs of men's faces to his participants, who were led to believe that they were taking part in a visual memory study. The photos were presented for 2 seconds each. Unbeknownst to participants, each photo was presented either once, twice, five times, ten times, or twenty five times. After this serial presentation session, participants were asked how much they liked each of the photos, along with new photos that had never been presented. Zajonc's results are shown in Figure 4-2. Consistent with Festinger et al.'s interpretation of the effect of proximity, the more frequently participants saw a man's face, the more they liked him.

Later studies have revealed that even **unconscious** exposure to stimuli yields the mere exposure effect. If faces were presented to you very quickly (e.g., for 5 milliseconds), you could not consciously perceive them. If asked, you would say "they are new to me." Nevertheless, liking faces increases as the frequency of unconscious exposure increases (e.g., Bornstein & D'Agostino, 1992).

Your neighbors, by dictionary definition, are those people that live in close proximity to you; you are exposed to them more frequently than people who are not your neighbors. In the end, neighbors often become friends. According to the above studies, two mutually related factors over which we have little control, proximity and mere exposure, may explain a large portion of our fondness for some individuals over others.

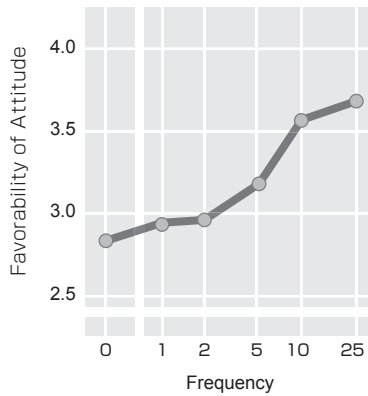


Figure 4-2. Liking of the photographs as a function of frequency of exposure. [Zajonc, 1968]

Proximity (Propinquity) : 近接性 近接性は対象と近くにいるということです。

Festinger らの研究で示されたことは、近くに住んでいるというだけで（近接性が高いだけで）相手に対して好意をもちやすいということです。

Mere Exposure Effect : 単純接触効果 単純接触効果は、人に対する好意だけでなく、無意味な単語や図形にもあてはまります。

この効果を報告した Zajonc という研究者はポーランドの出身で、ザイアンスと読みます。この他にも社会的促進に関する研究（CHAPTER 7）など多くの古典的な研究で有名な社会心理学者です。そのため、教科書などでよく目にしますが、そのままではなかなか正しく読めない名前なので紹介しておきます。

.....

📖 **Unconsciousness : 無意識または非意識** 現代の心理学でいう無意識とは、刺激が目の前に提示されても呈示時間が短かすぎるなどの理由で意識の上のぼらないことをいいます。Sigmund Freud（フロイト）が精神分析で唱えた無意識とは意味合いが違うので、そのことをあえて強調するために nonconsciousness（非意識）と書かれていることもあります。

.....

Not every aggression is caused by frustration (or insults). Many social psychologists accept the distinction between **hostile aggression**, harming someone for harm's sake, and **instrumental aggression**, harm which aims to achieve a desirable goal (Feshbach, 1964). For example, a robber's goal is to obtain money, not terrorize people. Nevertheless, an aggressive behavior (e.g., stabbing someone with a knife) can be learned as an instrument to achieve one's goals (e.g., get money).

Social psychologist Bandura proposed the **social learning theory** of aggression. According to Bandura, people can learn to respond to certain situations aggressively by observing someone (a model) behave aggressively in a similar situation. In an early study (Bandura, Ross, & Ross, 1961), an experimenter invited a preschool child and an adult to play with toys in different corners of the same room. When the experimenter left the room, the model (either a male or a female adult) attacked a doll (commonly known as a "Bobo doll") placed in the room. The model showed various types of aggressive behavior (e.g., hitting it with a mallet, kicking and throwing it) accompanied by verbal aggression (e.g., "Hit him down...", "Pow..."). After exposure to the aggressive model (or a nonaggressive model in the control condition), children were allowed to play with any of the toys in the room, including the Bobo doll. As shown in Figure 10-2, regardless of the child's own gender and the model's gender, children exposed to the aggressive model behaved more aggressively toward the Bobo doll than children exposed to the nonaggressive model.

Bandura (1965) further demonstrated that imitative aggression, as a learned response, is sensitive to the presence of rewards and punishment. In this experiment, Bandura showed a video of an aggressive adult model to a child. Again, the model attacked the Bobo doll. In one version of the video (the model-rewarded condition), around the end of the video, a second adult appears, praises the behavior, and offers a soft drink and snacks. In the model-punished condition, the second adult says "Hey there, you big bully. You quit picking on that [doll]. I won't tolerate it." The second adult then spanks the model with a rolled-up magazine. In the no consequences condition, the video did not include the second adult. Next, children were allowed to play with the Bobo doll. As shown in Figure 10-3, children in the model-punished condition were the least likely to imitate the model (see the middle dark bars for boys and girls, respectively). After this free play session, however, the researcher told the children "Show me what [the model] did in the TV program" and offered some attractive rewards (e.g., stickers). When imitative aggression was explicitly requested (and incentivized), the differences between conditions disappeared (see the light bars in Figure 10-3). Thus, Bandura concluded that whether socially learned aggression is acted upon is determined at least in part, by anticipated rewards and punishment.

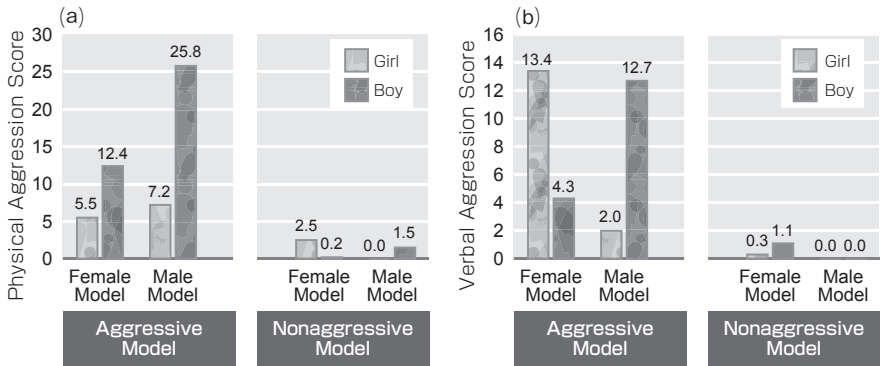


Figure 10-2. Mean (a) physical and (b) verbal aggression scores as a function of children's gender, the model's gender, and the model's behavior (aggressive vs. nonaggressive). [Bandura et al., 1961 より筆者作成]

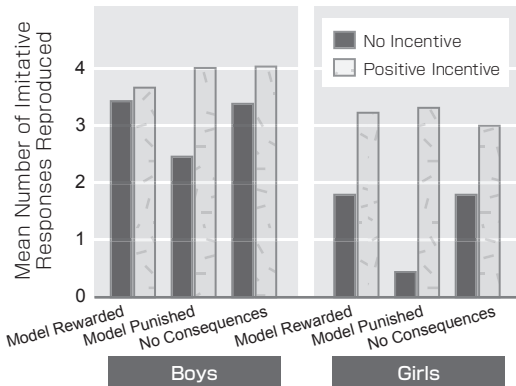


Figure 10-3. Mean number of imitative aggressive behaviors as a function of children's gender, reinforcement of the model (model rewarded vs. model punished vs. no consequences), and the incentive to imitate (no incentive vs. positive incentive). [Bandura, 1965]

Hostile Aggression : 敵意的攻撃

Instrumental Aggression : 道具的攻撃

Social Learning Theory : 社会的学習理論 学習理論の要点は、ある行動に対して報酬を受け取るとその行動をとる頻度が高くなり、罰を受けるとその行動をとる頻度が低くなるというものです。社会的学習理論は、自分自身の行動に対する直接的な強化(報酬と罰)がなくても、他者の行動(とそれへの報酬・罰)を観察することでも学習が生じるというものです。

文献によって、社会学習、観察学習 (observational learning)、モデリング (modeling)、模倣 (imitation) など別の表現が用いられていることがあります。

Cultural psychology rose to prominence in the field of psychology following the publication of Markus and Kitayama's (1991) cornerstone article. They present an extensive review of theoretical discourses and empirical findings documenting the existence of both an Eastern **interdependent** concept of the self (Figure 11-1b), and a Western **independent** concept of the self (Figure 11-1a). The authors conclude that these **cultural self-construals**, in fact, explain a wide array of cultural differences in cognition, emotion, and consequent behavioral styles.

These differences in self-construal translate to different styles of accommodation to each culture. As we already learned, people tend to see the self in a positive light (e.g., Section 2.3). Indeed, many studies conducted in North America have revealed that participants are more sensitive to, and concerned with, information that *enhances* their self-image. This tendency, called **self-enhancement**, was once considered a kernel of human social psychology. However, Markus and Kitayama noticed that studies conducted in Japan not only failed to observe self-enhancement, they showed a diametrically opposite tendency, **self-criticism** (i.e., sensitivity to information that indicates one's weaknesses).

Using a systematic pair of studies, Kitayama and colleagues demonstrated that people in the U.S. and Japan actually differ in terms of self-evaluation styles (Kitayama, Markus, Matsumoto, & Norasakkunkit, 1997). In the first study, both American and Japanese students recalled multiple situations where their self-esteem had either increased or decreased. The researchers then chose 400 representative situations that varied in terms of self-esteem (increased vs. decreased), as well as the participant's country (U.S. vs. Japan) and gender (men vs. women). In the second study, the researchers sampled two different groups of American and Japanese students, and asked whether (i) each situation would be relevant to their self-evaluation if it had happened to them, and if so (ii) how much it would increase or decrease their self-esteem on a 4-point scale (1 = "slightly" to 4 = "very much").

As expected, Japanese students chose a greater number of negative situations as relevant to their self-evaluations, while American students chose a greater number of positive situations. Moreover, on average, Japanese students rated the impact of negative situations as greater than that of positive situations, while American students rated positive situations as more impactful (see Figure 11-2). Self-criticism might appear undesirable (at least if you are from a Western culture). However, according to Kitayama et al. (1997), self-criticism is useful in Japan because knowing one's own weaknesses helps one to "meet the standards of excellence shared in a given social unit" (p. 1246).

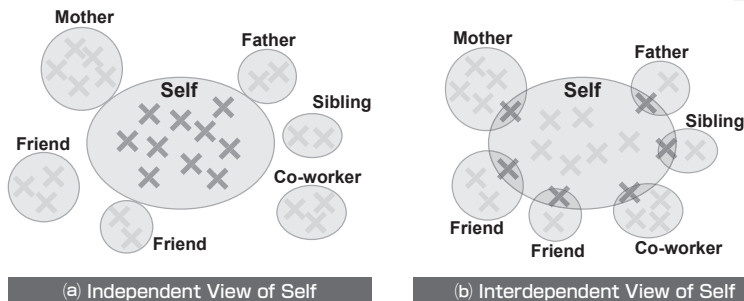
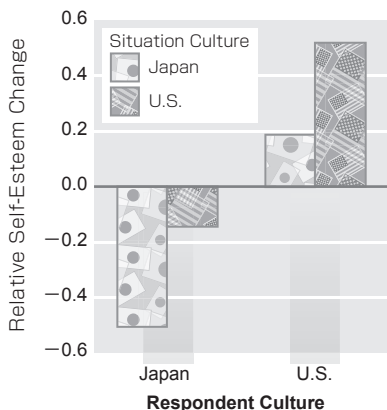


Figure 11-1. Two cultural self-construals: (a) Independent view of self and (b) interdependent view of self. [Markus & Kitayama, 1991]



図の Situation Culture は、日本人とアメリカ人のいずれが報告した状況を刺激として用いたかを示しています。この研究では、アメリカで学ぶ日本人留学生にも同じ調査が実施されました。その結果、日本人とアメリカ人の中間の（ややアメリカナイズされた）結果が得られました。ただし、この結果だけからは、留学したことでアメリカナイズされたのか、そもそもそういうタイプの人が留学しがちだったのかはわかりません。

Figure 11-2. Relative self-esteem change (the average expected impact of positive situations minus the average expected impact of negative situations) as a function of the origin of participants and the origin of situations. [Kitayama et al., 1997]

Cultural Self-Construal：文化的自己観 Construal は、理解するという意味の construe の名詞で、self-construal は自己についての理解という意味で自己観といいます。

自己とは他者と切り離されたものであるという**相互独立的自己観 (independent self-construal)**が優勢な西洋では、人々には**自己高揚 (self-enhancement)**傾向があります。一方、自己とは他者との関係性にわかちがたくむすびついているという**相互協調的自己観 (interdependent self-construal)**が優勢な東洋では、**自己批判 (self-criticism)**傾向が見られます。

えいご まな しゃかいしん りがく
英語で学ぶ社会心理学

Learning Social Psychology in English

〈有斐閣ブックス〉

2017年12月25日 初版第1刷発行

著者 おお つぼ よう すけ
大 坪 庸 介
アダム・スミス

発行者 江 草 貞 治

発行所 株式会社 有 斐 閣



郵便番号 101-0051

東京都千代田区神田神保町 2-17

電話 (03) 3264-1315 [編集]

(03) 3265-6811 [営業]

<http://www.yuhikaku.co.jp/>

印刷 大日本法令印刷株式会社/製本 牧製本印刷株式会社

文字情報処理・レイアウト 田中あゆみ

© 2017, Yohsuke OHTSUBO, Adam SMITH. Printed in Japan

落丁・乱丁本はお取替えいたします。

★定価はカバーに表示してあります。

ISBN 978-4-641-18436-7

JCOPY 本書の無断複写(コピー)は、著作権法上での例外を除き、禁じられています。複写される場合は、そのつど事前に、(社)出版者著作権管理機構(電話03-3513-6969, FAX03-3513-6979, e-mail:info@jcopy.or.jp)の許諾を得てください。