

“経験”と“好奇心”は《憧れ》を見つける鍵なのか

1200532 矢野史織

経済・マネジメント学群 上條研究室

1. 概要

本研究では、「憧れ」「好奇心」「経験」の関係性を分析することを目的としている。人が抱く憧れがその人の持つ好奇心に影響したものであるか、これまでの人生経験に影響したものであるか、またはその両方であるかをアンケートを用いて研究する。アンケート結果を媒介分析によって分析し、どのような憧れの対象がどのような経験を経て、どれくらいの好奇心から抱いたのかを明確にしていく。研究では、好奇心が憧れを抱くことに影響することが確認された。

2. はじめに

『憧れはありますか?』と聞かれて、『あります』と答える人はどれほどいるだろう。本研究では、「憧れ」と「好奇心」と「経験」についての関係を調べる。人々が一度は抱いたことのある憧れが人生経験とどのような関係があるか知りたい。また、その憧れを抱くに至る経緯や抱いたことによって得られたものがその人の持つ好奇心に関係するのではないかと考えこの研究に至った。

まず「憧れ」「好奇心」「経験」とは何か。「憧れ」とは、理想とする人物や物事に強く惹かれたり、思い焦がれることを指す。あるサッカー選手に憧れたり、ある国へ憧れを抱いたりするのは、それに強く惹かれ思い焦がれているということである。また上地（2013）によると、古くから心理学の分野において、他者への憧れは「同一視」という概念で検討されている。同一視は精神分析における防衛機制の一つであり、子どもの人格形成を親子関係や親の養育態度との関係において捉えようとする試みの中で、用いられてきた概念であると書かれていた。さらに水間（2004）や山田（2004）の論文では、自分にとって“こうありたい姿”すなわち自分にとっての憧れを「理想自己」という概念で検討している。これらのように心理学における憧れについての概念は固定されていない。本研究では、それら全てを「憧れ」としてつかう。

「好奇心」とは、珍しい物事や知らないことに対して抱く興味や関心のことを指す。ちなみに好奇心は3タイプに分かれしており、【拡散的好奇心】【知的好奇心】【共感的好奇心】

に分かれている（イアン・レズリー, 2016）。拡散的好奇心とは、いろんな方向に発生する『知りたい』という欲求のことを指す。知的好奇心とは、知識と理解を深めたいという欲求のことを指す。共感的好奇心とは、他者の考えや感情を知りたいという欲求のことを指す。3つ全てが好奇心に値するが、本研究では特に【知的好奇心】に着目した。

「経験」とは実際に見たり聞いたり行ったりすることを指す。また、得られた知識や技能を指すこともある。私はこれら3つに関係性があると考えこの論文を書くことを決めた。

3. 先行研究

橋本, 高岡（2015）は、憧れている人と自分自身とを社会的に比較し自己形成における憧れと理想自己との関連を研究した。そして、同一視経験のある250人が憧れの人がいると回答していることが分かった。ここで言う同一視とは【ある個人がある特定の他者に対して抱く共感的な親和感情とそれに基づいた自発的模倣行動（湯川, 1974）】と定義する。つまり、憧れの人物に対して共感的感覚を抱き、それに基づいた模倣行動を行った経験のある人250人が『憧れの人がいる』と回答したということである。

ここで私は、憧れを抱く人は憧れを抱くに至ったなんらかの経験があったからこそ憧れを抱くことが出来たのではないかと気づいた。そして、経験を得るのに欠かせないのは好奇心ではないかと考えた。本研究では、この「憧れ」「好奇心」「経験」の3つに何らかの関係性があると仮定して研究をすすめた。

4. 目的

本研究は、人々が一度は抱いたことのあるだろう「憧れ」とその人の持つ「好奇心」、そしてその人のこれまで得た「経験」との関係性を研究することを目的としている。また湯川（1974）の研究では、児童・生徒における教師への同一視が学習に対する動機付けに及ぼす影響を検証し、憧れを教師に対して抱いた児童・生徒は「その教師が担当している教科が好きになった、興味を持った」と回答したことがわかった。つまり、憧れを抱いたことによって好きなものが増えたり新

たな学びへつなげられることがわかったのである。このことから、憧れを抱くことでひとつひとつのパフォーマンスのレベルが向上すると私は考えた。憧れに向かって努力しようとすることで、その憧れに関する知識が増えたり、新たな趣味や興味を引くものを増やすことができると感じたからだ。3つの関係性を調べることで、人がどのようにして憧れを抱くのか、または抱きやすくなるのかを知り、一人一人が更によりよいものを創り出せる社会にしたいと考えている。

5. 研究方法

本研究はアンケート形式を用いて行う。高知工科大学の生徒へのアンケートだけではなく、Google フォームを活用して SNS から一般の方へのアンケートも行っていく。アンケートでは、憧れる人や物や場所・環境の有無を 5 件法 (1=「あてはまらない」から 5=「あてはまる」) で質問をし、憧れが何かを問うと共に憧れへの理由やきっかけを質問する。それらを質問することで憧れを抱いているのかを調べる。そして、これまでの人生で得た経験についても 5 件法 (1=「あてはまらない」から 5=「あてはまる」) を用いて質問する。どのような経験をこれまでしてきたのか、加えて引越しをどれほどしたのか聞くことで移動した場所の多さと経験値の比例関係を調べる。経験についての質問内容は独自で作成した。また、知的好奇心尺度（西川、雨宮, 2015）を用いて被験者の持つ好奇心を、12 項目からなる質問に対してどの程度当てはまっているのか 5 件法 (1=「あてはまらない」から 5=「あてはまる」) によって図る。最後に性別と年齢を問うことで、性別による違いや年代による違いがないかを調べる。

分析方法はフリー統計プログラム HAD(清水, 2016)を使う。HAD は主に心理統計分析を行うためのフリーソフトウェアであり、Microsoft Excel で動かすことができる。基本的な統計解析から、多変量解析まで多様な分析が可能なフリーソフトである。このソフトを用いて主に媒介分析より分析を行う。媒介分析とは、2 つの変数の間の因果関係を媒介する変数の影響を検討する方法のことである。本研究内の変数は、「憧れ」「好奇心」「経験」のことを指す。例えば、好奇心→憧れというようなモデルを考えた場合、好奇心が憧れに影響しているのだが、この 2 つの間に媒介変数である経験を想定すると好奇心→経験→憧れというモデルになる。この 3 つの関係性の調査が本研究の目的であるため、媒介分析を用いて行った。

6. 研究対象

研究対象は、SNS とポスターを用いて募った人が対象となっている。SNS では、Twitter に投稿したり、これまで関わった団体へ一斉にメールを送信し任意で回答を得た。ポスターでは、Google フォームの URL を QR コードに変換して添付し、Google フォームのページへ接続させて回答を得た。

参加人数は合計 136 人で、男 47 人女 89 人となった。年齢は4歳から 62 歳と幅広い年齢層からアンケートを得ることができた。

7. 研究結果

7-1 現在憧れを抱いている人の数

アンケートの結果、憧れの対象とそのきっかけを問う問題への回答に、憧れている対象を回答した人は 136 人中 123 人で、「ない」「特になし」と回答した人は 13 人であった。人、物、場所・環境に関係なく憧れを抱いている対象のある人が多いことがアンケートの結果からわかった。

ここからは憧れを抱いた対象ごとに、憧れの度合いと人数についての分析を行うと共に、憧れの対象が何か、そして憧れとなったきっかけについて分析する。以下の図 1 は、「憧れている人がいるか」という質問への回答をヒストグラムで表したものである。

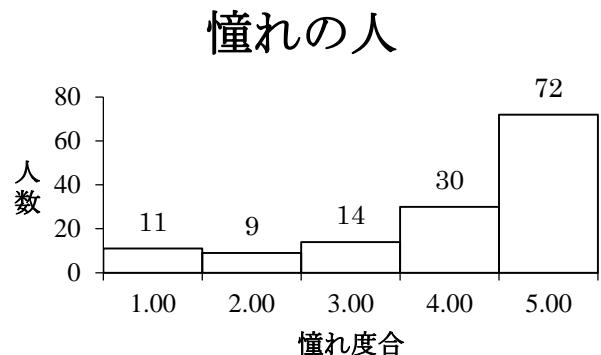


図 1 人に対する憧れを抱いている人の数 (HAD より著者作成)

あてはまらない (1.00) により近いと考えている人は 11 人いる一方で、あてはまる (5.00) により近いと考えている人は 72 人おり、人に対する憧れを抱いている人は全体の半分以上だということがわかった。

また、憧れの人がどのような人で憧れのきっかけが何かという質問についての回答をいくつかあげたのが以下の表 1 である。

憧れの人	きっかけ
バイト先の店長	考えが深く、将来こんな大人になりたいと思った
好きな声優	ライブや生放送を見て考え方で感動した
きちんと叱る時は叱れる人	自分には不足している力だから
某よさこいチームの人	踊りがステキ
兄	間近ですごさを見てきた
俳優、歌手	小さいころからテレビが好きでよく見ていたから

表1 憧れる人ときっかけをまとめた表（著者作成）

物や場所・環境に比べて、人に関する回答が多く、特に「〇〇のような人」という回答が多かった。理由として、自分にとって必要な能力や持っていない魅力を持つ人に対して憧れを抱いている。また、特定の芸能人や家族に憧れている人もいたが、きっかけは自分の持っていない魅力を見たときだという人が多かった。自分とは違う能力や魅力を持っている人物に憧れを抱いている人が多く、そのような人物に憧れを抱きやすい傾向があることがわかった。

次に以下の図2は、「憧れている場所・環境があるか」という質問への回答をヒストグラムで表したものである。

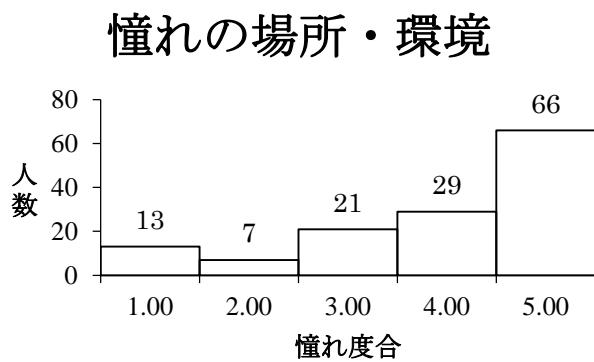


図2 場所・環境に対する憧れを抱いている人の数 (HADより著者作成)

「憧れの人」と同様に、あてはまらない（1.00）により近いと考えている人は13人いる一方で、あてはまる（5.00）により近いと考えている人が半分近くいることがわかった。

また、憧れの場所・環境がどのようなところで、憧れのきっかけが何かという質問に関しての回答をいくつかあげたのが以下の表2である。

憧れの場所・環境	きっかけ
ハワイ	魅力的な要素を含む
書店や図書館などの本がたくさんある場所	時間を忘れて読書に没頭できるから
サッカーにずっと携われる場所	かっこいいから
志望校にしている大学	よさこいを通じて
ロンドン、エミレーツスタジアム	アーセナルを好きになったから
自然豊かで、温暖で広大な土地	大型犬を飼う為の環境として

表2 憧れる場所・環境ときっかけをまとめた表（著者作成）

場所・環境に関する回答も多く、外国に憧れを抱く人が特に多かった。普段の生活では簡単に得られない外国での暮らしに対して憧れを抱きやすいと考えた。また、身近な場所・環境を回答している人もおり、憧れを抱く場所・環境の対象への捉え方の違いが目に見てわかった。

しかし、これら2つの図とは違ったデータを得ることができた。以下の図3は、「憧れている物があるか」という質問への回答をヒストグラムで表したものである。

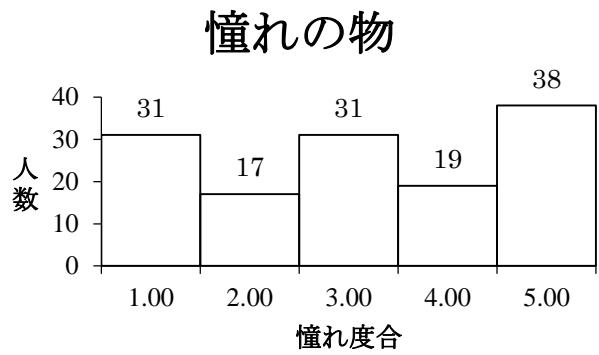


図3 物に対する憧れを抱いている人の数 (HADより著者作成)

これまでの2つの図と比べても明らかに疎らに人数が別れていることがわかる。これまでの2つの図では、1.00から5.00に向けて、人数が増えている右肩上がりの図であったが、図3は1.00と5.00の人数がほとんど同じである。人や場所・環境とは違い、物に対して憧れを抱くという考えが人それぞれ異なっていることがこの図のような結果になった原因だと考える。

また、憧れの物がどのような物で、憧れのきっかけが何か

という質問に関しての回答をいくつかあげたのが以下の表 3 である。

憧れの物	きっかけ
家、車	今の自分には手が届かないものだから
ブランド物	社会的ステータスの証となるものであり、現状で身に着けているステータスより上回るものであるため
珍しい爬虫類、魚生体	美しい、珍しいため
最新のロケット	ロケットを無事に打ち上げたいという大勢の技術者の思いを知ったから

表 3 憧れる物ときっかけをまとめた表 (著者作成)

人や場所・環境に比べて回答している人が明らかに少なかったのが憧れの物であった。手の届かない車やブランド品が一番多く、趣味で好きな物が次に多かった。

以上の結果憧れを抱いている人が多い事実がわかった。憧れを抱いている人がいなければ本研究は成立しないため、第一段階が成功したといえる。ここからは憧れと好奇心と経験について分析を行う。

7-2 憧れと好奇心と経験の関係性 I

憧れに関するアンケート計 4 問、好奇心に関するアンケート計 12 問、経験に関するアンケート計 4 問それぞれから得られた結果を一人ずつ平均化した。得られた値を使って媒介分析を行うが、分析結果で特に重点的に見る値は p 値である。P 値とは、帰無仮説が証明される確立のことを指す。本研究の場合帰無仮説は、『好奇心と経験は憧れに影響しない』という仮説のことをいう。しかし、『好奇心と経験は憧れに影響する』という仮説を立て研究を行うため、帰無仮説が証明される確率は低い方が望ましい。つまり、p 値が低ければ低いほど『好奇心と経験は憧れに影響する』という対立仮説が有意であると言える。

以下の図 4 と表 4 はアンケート結果を平均化した値を使って、憧れと経験と好奇心の関係性を媒介分析によって分析した結果である。また、p 値が 0.01 以下であれば* (アスタリスク) が 2 つ表示され、0.05 以下であれば 1 つ表示されている。更に、0.1 以下であれば+ (プラス) が表示される。

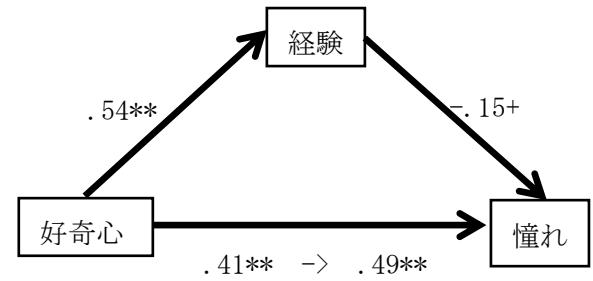


図 4 憧れ、好奇心、経験のそれぞれの平均値を媒介分析で分析した図 (HAD より著者作成)

変数名	係数	標準化	標準誤差	df	t 値	p 値
経験← 好奇心	.479	.536	.065	134	7.347	.000
憧れ← 経験	-.213	-.155	.128	133	-1.667	.098
憧れ← 好奇心	.605	.491	.114	133	5.289	.000

表 4 憧れ、好奇心、経験のそれぞれの平均値を媒介分析で分析した表 (HAD より著者作成)

これらから、好奇心から経験と好奇心から憧れへは p=0.000 であるから、1%有意であると言える。また、経験から憧れへは p=0.098 であるから、10%有意であると言える。但し、係数に- (マイナス) がついているためマイナスで有意である。つまり、好奇心を向上させることで経験を得られるうえ、憧れも抱くことができるが、経験を得ることで憧れを抱かなくなることが証明された。

しかし、憧れに関するアンケートはそれぞれ種類が異なるため、全てを平均化した値では不十分である可能性がある。そこで、アンケート計 4 問の回答をそれぞれ当てはめて 4 回分析を行った。以下の図 5 と表 5 は憧れる人のみのデータを使って媒介分析を行った結果である。

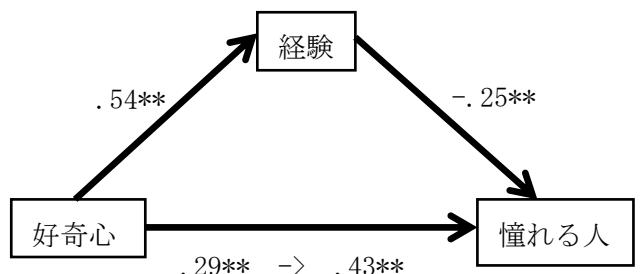


図 5 憧れる人、好奇心の平均、経験の平均を媒介分析で分析した図 (HAD より著者作成)

変数名	係数	標準化	標準誤差	df	t 値	p 値
経験←好奇心	.479	.536	.065	134	7.347	.000
憧れる人←経験	-.434	-.251	.165	133	-2.625	.010
憧れる人←好奇心	.660	.428	.148	133	4.475	.000

表 5 憧れる人、好奇心の平均、経験の平均を媒介分析で分析した表 (HAD より著者作成)

これらから、好奇心から憧れる人へは $p=0.000$ であるから 1%有意であると言える。また、経験から憧れる人へは $p=0.010$ であるから、1%有意であると言える。但し、係数に-（マイナス）がついているためマイナスで有意である。図 4（表 4）の結果よりも有意度が上がっているため、経験を得るほど人に対して憧れをより抱かなくなることがわかった。

次に、憧れる物のみのデータを使った媒介分析を行った。その結果が以下の図 6 と表 6 である。

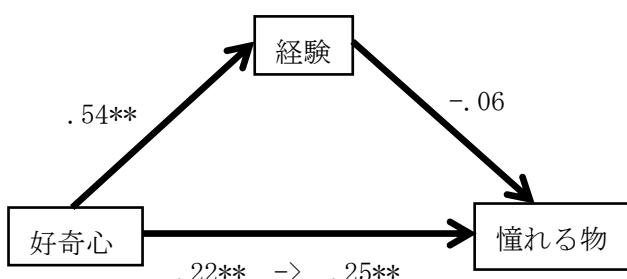


図 6 憧れる物、好奇心の平均、経験の平均を媒介分析で分析した図 (HAD より著者作成)

変数名	係数	標準化	標準誤差	df	t 値	p 値
経験←好奇心	.479	.536	.065	134	7.347	.000
憧れる物←経験	-.115	-.056	.205	133	-.562	.575
憧れる物←好奇心	.449	.245	.183	133	2.451	.016

表 6 憧れる物、好奇心の平均、経験の平均を媒介分析で分析した表 (HAD より著者作成)

これらから、好奇心から憧れる物へは $p=0.016$ であるから 1%有意であると言える。しかし、経験から憧れる物へは $p=0.575$ であるため有意性が見られなかった。ヒストグラムでも憧れる物だけは、人や場所・環境とは異なった結果が得られていた。これまでの様々な経験から憧れる物を見つけることができるとは言えないことが明らかになった。

次に、憧れる場所・環境のみのデータを使った媒介分析を行った。その結果が以下の図 7 と表 7 である。

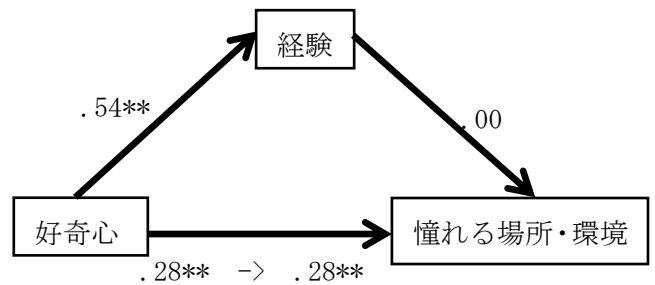


図 7 憧れる場所・環境、好奇心の平均、経験の平均を媒介分析で分析した図 (HAD より著者作成)

変数名	係数	標準化	標準誤差	df	t 値	p 値
経験←好奇心	.479	.536	.065	134	7.347	.000
憧れる場所・環境←経験	-.006	-.003	.174	133	-.034	.973
憧れる場所・環境←好奇心	.447	.283	.156	133	2.872	.005

表 7 憧れる場所・環境、好奇心の平均、経験の平均を媒介分析で分析した表 (HAD より著者作成)

これらから、好奇心から憧れる場所・環境へは $p=0.005$ であるから 1%有意であると言える。しかし、経験から憧れる場所・環境へは $p=0.973$ であり有意性が見られなかった。また、憧れる物の p 値は $p=0.575$ であるのに対し、憧れる場所・環境は $p=0.973$ と大きな差が見られた。憧れる場所・環境は憧れる物よりも、経験に影響されないことがわかった。

最後に、「憧れに向かって努力をしていますか（今後「憧れへの努力」とする）」のみのデータを使った媒介分析を行ったのが以下の図8と表8である。

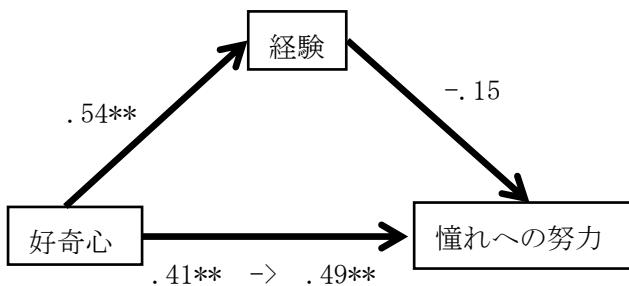


図8 憧れへの努力、好奇心の平均、経験の平均を媒介分析で分析した図 (HADより著者作成)

変数名	係数	標準化	標準誤差	df	t 値	p 値
経験←好奇心	.479	.536	.065	134	7.347	.000
憧れへの努力←経験	-.299	-.151	.184	133	-1.629	.106
憧れへの努力←好奇心	.864	.489	.164	133	5.272	.000

表8 憧れへの努力、好奇心の平均、経験の平均を媒介分析で分析した表 (HADより著者作成)

これらから、好奇心から憧れへの努力へは $p=0.000$ であるから 1%有意であると言える。しかし、経験から憧れへの努力へは $p=0.106$ であり有意性が見られなかった。物や場所・環境より有意性が見られたが、憧れへの努力は経験から影響を受けていないことがわかった。

好奇心の平均と経験の平均を使って憧れに関する回答をひとつひとつ分析した結果、経験を得ることで憧れを抱き辛くなり、特に人に抱き辛くなるという結果が出た。

7-3 憧れと経験と好奇心の関係性II

7-2 では、マイナスで有意であった理由がわかった。しかし、経験にも原因がある可能性がある。そこで、経験に関する質問4問もそれぞれ分けて媒介分析を行い、どういった経験が有意であるかを調べた。まずは「あなたは様々な経験をしてきたと思いますか（今後「様々な経験」とする）」という

問い合わせへの回答を用いた分析結果が以下の図9と表9である。

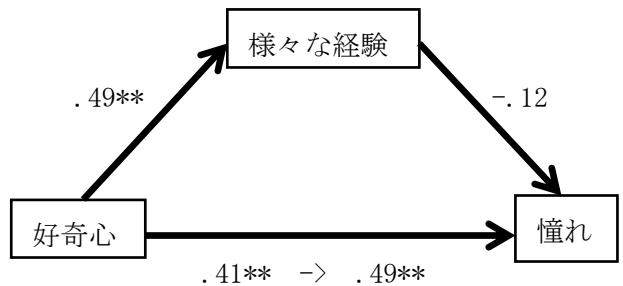


図9 憧れの平均、好奇心の平均、様々な経験を媒介分析で分析した図 (HADより著者作成)

変数名	係数	標準化	標準誤差	df	t 値	p 値
様々な経験←好奇心	.585	.487	.091	134	6.460	.000
憧れ←様々な経験	-.120	-.116	.092	133	-1.293	.198
憧れ←好奇心	.573	.465	.111	133	5.158	.000

表9 憧れの平均、好奇心の平均、様々な経験を媒介分析で分析した表 (HADより著者作成)

これらから、好奇心から様々な経験へは $p=0.000$ であるから 1%有意であると言える。しかし、様々な経験から憧れへは $p=0.198$ であり有意性が見られなかった。つまり、様々な経験をしてきたと思う度合いは憧れには影響しないことがわかった。

次に「あなたは世代を超えていろいろな人に会ってきたと思いますか（今後「人に会う」とする）」という問い合わせへの回答を用いた分析結果が以下の図10と表10である。

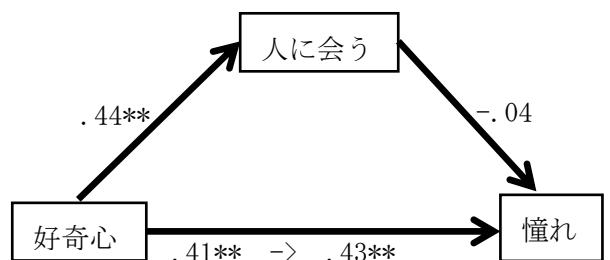


図10 憧れの平均、好奇心の平均、人に会うを媒介分析で分析した図 (HADより著者作成)

変数名	係数	標準化	標準誤差	df	t 値	p 値
人に会う←好奇心	.618	.436	.110	134	5.613	.000
憧れ←人に会う	-.037	-.042	.077	133	-.483	.630
憧れ←好奇心	.526	.426	.108	133	4.851	.000

表 10 憧れの平均、好奇心の平均、人に会うを媒介分析で分析した表 (HAD より著者作成)

これらから、好奇心から人に会うへは $p=0.000$ であるから 1%有意であると言える。しかし、様々な経験と同様に人に会うから憧れへは $p=0.630$ であり有意性が見られなかった。つまり、様々な世代を超えて人に会ってきたと思う度合いは憧れには影響しないことがわかった。

次に「あなたは幼少の頃から積極的にいろんな場所へ行きましたか(今後「場所へ行く」とする)」という問い合わせへの回答を用いた分析結果が以下の図 11 と表 11 である。

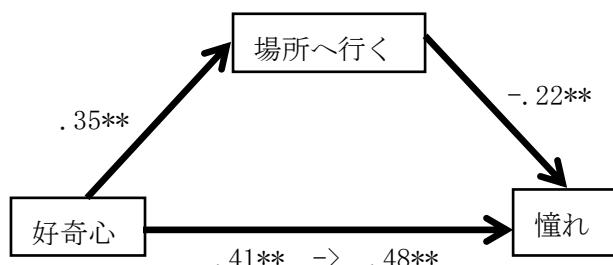


図 11 憧れの平均、好奇心の平均、場所へ行くを媒介分析で分析した図 (HAD より著者作成)

変数名	係数	標準化	標準誤差	df	t 値	p 値
場所へ行く←好奇心	.497	.346	.116	134	4.265	.000
憧れ←場所へ行く	-.186	-.217	.071	133	-2.638	.009
憧れ←好奇心	.595	.483	.101	133	5.872	.000

表 11 憧れの平均、好奇心の平均、場所へ行くを媒介分析で分析した表 (HAD より著者作成)

これらから、好奇心から場所へ行くへは $p=0.000$ であるから 1%有意であると言える。また、様々な経験や人に会うとは異なり、場所へ行くから憧れへは $p=0.009$ であるから 1%有意であると言える。但し、係数に- (マイナス) がついているためマイナスで有意である。つまり、幼少の頃から積極的にいろんな場所へ行くことで、憧れを抱き辛くなるという結果が出た。

最後に「あなたはいろんな体験をすることは重要だと考えますか(今後「体験」とする)」という問い合わせへの回答を用いた分析結果が以下の図 12 と表 12 である。

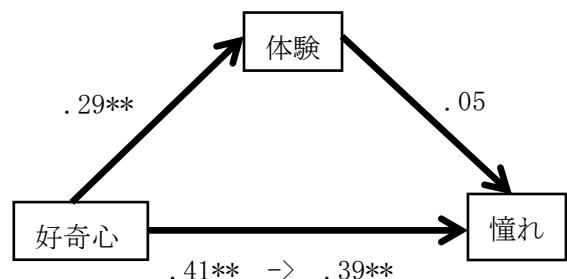


図 12 憧れの平均、好奇心の平均、体験を媒介分析で分析した図 (HAD より著者作成)

変数名	係数	標準化	標準誤差	df	t 値	p 値
体験←好奇心	.215	.286	.062	134	3.451	.001
憧れ←体験	-.085	.052	.135	133	.630	.530
憧れ←好奇心	.485	.393	.102	133	4.765	.000

表 12 憧れの平均、好奇心の平均、体験を媒介分析で分析した表 (HAD より著者作成)

これらから、好奇心から体験へは $p=0.001$ であるから 1%有意であると言える。しかし、体験から憧れは $p=0.530$ であり有意性は見られなかった。つまり、いろんな体験をすることを大事だと考える度合いは憧れに影響しないことがわかった。

経験に関する質問も 4 つに分けて分析したことで、特に幼少の頃の経験が憧れを抱き辛くしている要因であることを明らかにすることができた。

8. まとめ

7章で分析した結果より、好奇心は経験にも憧れにも影響を与えていたことがわかった。どの分析でも好奇心から経験、好奇心から憧れへは有意性が見られたからだ。つまり、本研究で憧れを抱く鍵は好奇心であることが証明された。好奇心を向上させることで憧れを抱けることがわかった。一方で、経験を得ることで憧れを抱き辛くなるという結果が出た。経験と憧れの間には関係性は見られたものの、マイナスの関係性が得られたことは想定外だ。この結果が得られた理由は経験値の向上にあると考えた。さまざまな経験をすることで、自信の経験値が向上し憧れた対象に手が届いたり、近づいたりすることで憧れではなくなるからだと推測した。また憧れに関しては、特に人に対して憧れを抱き辛くなっていた。この結果が出た理由として、憧れを抱く対象が人である人が多い分、憧れでなくなる対象も人が多くなってしまうのだと考えた。さらに経験に関しては、特に幼少の頃にさまざまな場所へ行くことで憧れを抱き辛くなっていた。理由として、一番憧れを抱きやすい幼い時期にさまざまな経験を得て経験値が向上することが原因だと考えた。

本研究によって、「憧れ」「好奇心」「経験」の3つにそれぞれ関係性があることはわかったが、+（プラス）に働く関係性ばかりではないこと、そして好奇心の重要性を学ぶことができた。

9. 今後の課題と提案

今後の課題として、まず憧れの定義をはっきりさせることが課題にあげられる。心理学では憧れへの明確な規定は存在せず、憧れ度合を測る尺度も存在していないためだ。本研究でも、憧れる物や場所・環境に対しての憧れの定義が曖昧であったために不十分なデータを分析することとなった。新しく憧れの定義を確定させることで、データの不十分な部分が取り除かれ、正確な研究データを得ることができるのでないだろうか。次に経験尺度の作成が課題としてあげられる。経験に関する質問は全て独自で作成したものであり、質問内容として不備がないかしっかりした検証が行えていなかった。つまり、経験に関する質問の中で幼少の頃行った場所に関する質問では有意性が見られたが、それ以外にも有意性が見られる質問を提示することが可能だったと推測される。知的好奇心尺度（西川、雨宮, 2015）のように不備がないか検証を行った正確な尺度を経験で作成し、その尺度を回答者に提示す

ることでよりよい回答が得られると考える。

本研究で憧れを抱く鍵は好奇心であることが証明された。好奇心を高めることで、ひとつひとつのパフォーマンスのレベルが向上し、社会の発展に貢献できることを願う。

引用文献

- [1] 橋本 巍, 高岡 茉季 (2017) 「憧れの人」に対する同一視および自己意識的感情と理想自己への志向性との関係 2017年, 25巻, Supplement号, p. ps28
- [2] 上地広昭 (2013) 運動・スポーツ領域における同一視の発達的変化 スポーツ心理学研究, 2013年, 第40巻, 第1号, 1-12 貢
- [3] 山田剛史 (2004) 理想自己の観点からみた大学生の自己形成に関する研究 パーソナリティ研究, 2004年, 第12巻, 第2号, 59-72
- [4] 水間玲子 (2004) 理想自己への志向性の構造について-理想自己に関する主観的評定との関係から- The Japanese Journal of Psychology 2004, Vol. 75, No. 1, 16-23
- [5] 西川一二, 雨宮俊彦 (2015) 知的好奇心尺度の作成-拡散的好奇心と特殊的好奇心- 教育心理学研究, 2015年, 63, 412-425
- [6] 湯川隆子 (1974) 学習の動機づけ要因としての同一視:I:選択行動に及ぼすモデルの効果 教育心理学研究, 22(1):11-20
- [7] 湯川隆子 (1981) 学習の動機づけ要因としての同一視:大学生女子における回想的自由記述の分析から 教育心理学研究, Journal of the Nagoya Women's College(27), 159-170
- [8] イアン・レズリー (著), 須川綾子 (翻訳) (2016) 子どもは40000回質問する-あなたの人生を創る「好奇心」の驚くべき力-
- [9] 清水裕士 (2016) フリーの統計分析ソフト HAD:機能の紹介と統計学習・教育, 研究実施における利用方法の提案, メディア・情報・コミュニケーション研究, 1, 59-73