

原著論文

心理学を学ぶ学生に関するイメージ調査 (2)
彼らの「社会人基礎力」を社会はどのように見ているのか¹

中京大学心理学部 長谷川有香
 中京大学心理学部 吉本 早苗²
 中京大学心理学部 首藤 祐介³
 中京大学心理学部 山本 竜也
 中京大学心理学部 川島 大輔
 中京大学心理学部 小島 康生

People's images of psychology students: Part II, how society evaluates their Fundamental Competencies for Working Persons

HASEGAWA, Yuka (School of Psychology, Chukyo university)
 YOSHIMOTO, Sanae (School of Psychology, Chukyo university)
 SHUDO, Yusuke (School of Psychology, Chukyo university)
 YAMAMOTO, Tatsuya (School of Psychology, Chukyo university)
 KAWASHIMA, Daisuke (School of Psychology, Chukyo university)
 KOJIMA, Yasuo (School of Psychology, Chukyo university)

This study investigated people's perceptions of psychology students, with particular focus in relation to the Fundamental Competencies for Working Persons (Ministry of Economy, Trade and Industry, 2006). A total of 700 adults aged 35-64 years participated in an online questionnaire. The results suggested psychology students were thought have superior skills over other majors in their ability to influence, creativity, ability to deliver messages, ability to listen closely and carefully, flexibility, ability to grasp situations, and ability to control stress, from among the 12 competency factors in the Fundamental Competencies for Working Persons. Respondents who had studied psychology in a school setting had higher regard of psychology students' ability to listen closely and carefully, flexibility, ability to grasp situations, and ability to control stress, while respondents who had become familiar with psychology through media such as television and books had higher regard not only of the above four competency factors, but also ability to detect issues, planning skill, and ability to deliver messages. These findings suggest people have relatively positive perceptions of psychology students.

Key words: images of psychology students, fundamental competencies for working persons, familiarity with psychology

問題

心理学は、今や最も人気のある学問の一つである
 (Kusumi, Yama, Okada, Kikuchi, & Hoshino,

2016)。公益社団法人日本心理学会 (2016) によると、現在日本で心理学を学べる大学・短期大学 (日本心理学会会員が5名以上所属している大学、または2012年10月から2014年9月までの日本心理学会認定心理士の審査数が20名を超える大学) は270を超える。心理学は、その特色の一つとして、他の学問と比べ、TVや本等のメディアで取り上げられる機会が多いことがあげられる。多くの人に興味をもたれるのは歓迎すべきことである一方、世間

1 本研究は、2016年度中京大学心理学部予算で行われた。
 2 現在の所属は広島大学、調査開始時の所属は中京大学。
 3 現在の所属は広島国際大学、調査開始時の所属は中京大学。

一般に向けたポピュラー心理学は、アカデミックな心理学とは乖離があることが指摘されている（楠見，2013）。実際，心理学を学ぶ前の大学生を対象に行った調査では，心理学の科学的な側面に関することより，「心がわかる」，「カウンセリング」，「犯罪捜査」といったイメージをもたれやすいことが示されている（松井，2000）。また血液型性格や超常現象といった心理学的迷信は，メディア接触の頻度が高いほうが信じられていることが明らかとなっている（和田，2004）。このような科学的でない「心理学」のイメージが広まることは，アカデミックな心理学を学んだ学生のイメージを損なうことにもつながりかねない。それは，大学にとっても大きな損害である。

近年，高等教育の質保証への関心が高まってきており（川嶋，2009），大学としても，心理学を学んだ学生の能力について，大学内外の人々にわかるよう，しっかりと明示していく必要がある。経済産業省は2005年，若年層の仕事能力の不足を危惧し，有識者による「社会人基礎力に関する研究会」を発足させ，「職場や社会の中で多様な人々と共に仕事をしていくために必要な基礎的な力」として，社会人基礎力という概念を提唱した（経済産業省，2010）。社会人基礎力は，「前に踏み出す力」，「考え抜く力」，「チームで働く力」の三つの能力と，それを構成する12の能力要素からなる（Table 1）。経済産業省（2006）は，教育機関に対して，これまでも正課の授業で社会人基礎力が育成されてきたとしつつも，若者の社会人基礎力のばらつきの拡大を踏まえ，より意識的に社会人基礎力を育成する取り組みを行うよう要請している。

しかし，そもそも，心理学を学んだ学生が，社会人としての能力という観点から見たときに，どのよ

うなイメージをもたれているのかについては，これまで明らかになっていない（心理学を学ぶとできることのイメージについては，岩崎・大橋・皆川（2012）や大橋・岩崎・皆川（2012）が項目を作成し検討を行っているが，これには，人の心を理解しアドバイスできるといった，心理学特有のものが多く含まれており，社会から求められる一般的な能力を身につけているかどうか，という本研究の問題意識とは視点が異なるものである）。そこで本研究では，社会人基礎力という観点から，心理学と他学問との比較を通して，心理学を学んだ学生に対する社会のイメージを明らかにすることを目的とした。合わせて，心理学の本を読んだり，心理学の授業を受けたりといった心理学との接触経験が，心理学を学んだ学生へのイメージにどう影響するかについても検討を行った。

方法

調査対象者

2016年12月に，調査会社（クロス・マーケティング社）の登録モニターのうち，第一子が高校1・2年生である男女計700名（男性350名，女性350名）を対象に調査を実施した。調査対象者の年齢は35～64歳（平均47.63歳，SD=5.05），主な職業は，会社員（41.2%），パート・アルバイト（20.1%），専業主婦（主夫）（19.7%），主な最終学歴は大学（35.7%），高校・高専（32.0%），専門学校（15.7%），短期大学（12.4%）であった。また世帯収入は，200万円未満が7.9%，200万～400万円未満が17.3%，400万～600万円未満が25.9%，600万～800万円未満が21.0%，800万～1000万円未満が12.6%，

Table 1 社会人基礎力の内容（経済産業省，2006）

分類	能力要素	内容
前に踏み出す力	主体性	物事に進んで取り組む力
	働きかけ力	他人に働きかけ巻き込む力
	実行力	目的を設定し確実に行動する力
考え抜く力	課題発見力	現状を分析し目的や課題を明らかにする力
	計画力	課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力
	創造力	新しい価値を生み出す力
チームで働く力	発信力	自分の意見をわかりやすく伝える力
	傾聴力	相手の意見を丁寧に聴く力
	柔軟性	意見の違いや立場の違いを理解する力
	状況把握力	自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力
	規律性	社会のルールや人との約束を守る力
	ストレスコントロール力	ストレスの発生源に対応する力

1000万円以上が15.4%であった。なお、本研究の調査対象者は吉本他(2017)と同じであった。

質問項目

基本属性(性別, 年齢, 職業, 学歴, 世帯収入, 居住している都道府県)に加え, 以下の項目について尋ねた。

心理学に触れた経験について, 「テレビやインターネット等で『心理学』に関する番組を視聴したことがある」, 「『心理学』に関する本を読んだことがある」, 「学校で『心理学』に関する授業を受けたことがある」, 「大学・大学院で『心理学』を専門的に学んだ」の4項目について, はい-いいえの2件法で回答を求めた。

社会人基礎力について, 心理学を学んだ学生のイメージについて明らかにするために, 本研究では, 他学問を学んだ学生との比較を行った。今回は, 心理学を学んだ学生において特に弱いとされている部分を明らかにするために, 同じ文系の学問であり, 就職に強いというイメージのある経済学(Benesse, 2017)との比較を行った(なお, 平成28年度学校基本調査によると, 心理学が含まれる人文科学の就職率は78.6%, 経済学が含まれる社会科学の就職率は83.6%である(文部科学省, 2016))。質問に際しては, 経済産業省の提唱する社会人基礎力の12の能力要素を用いた(経済産業省, 2006)。Table 1に示した能力要素とその内容を示し, 大学で「心理学」を学んだ学生, および大学で「経済学」を学んだ学生が, それらの能力をどのくらい身につけていると思うかを, 「十分身につけている」から

「ほとんど身につけていない」の5件法で尋ねた。なお, 対象者の半数には, 「心理学」を学んだ学生, 「経済学」を学んだ学生の順序で, 残る半数には逆の順序で質問を提示した。

その他, 「心理学を学ぶとできるようになると思うこと」, 「心理学への興味」などの項目についても回答を求めた(吉本他(2017)を参照)。

結果

経済産業省(2006)によると, 社会人基礎力の12の能力要素は, 前に踏み出す力, 考え抜く力, チームで働く力の大きく3つに分類される。しかし, スキル間の関連性やその階層性については, 十分なエビデンスが示されていないことが指摘されている(子安, 2011)。そこで本研究では, 各能力要素をまとめず, 個別に分析することとした。まず, 社会人基礎力の12の能力要素について, 平均値と標準偏差を算出した。そして, 心理学を学んだ学生と, 経済学を学んだ学生に対するイメージを比較するために, 対応のあるt検定を行った(Table 2)。検定を複数回繰り返すことになるため, BH法(Benjamin & Hochberg, 1995)を用いてFalse Discovery Rateを0.05として調整を行った。その結果, 働きかけ力, 創造力, 発信力, 傾聴力, 柔軟性, 状況把握力, ストレスコントロール力の7つの能力要素において, 心理学を学んだ学生のイメージが経済学を学んだ学生のイメージよりも高かった。ただし, 効果量(Hedgesのg)を算出したところ, 有意差のあった項目について, それほど大きな値が得られ

Table 2 心理学を学んだ学生と経済学を学んだ学生に対する社会人基礎力イメージの平均値(標準偏差)とt検定の結果

社会人基礎力の能力要素	心理学学生		経済学学生		t 値	p 値	g
	M	(SD)	M	(SD)			
主体性	3.05	(0.83)	3.00	(0.79)	1.59	.112	0.06
働きかけ力	3.15	(0.88)	3.02	(0.82)	4.33	<.000	0.16
実行力	3.05	(0.83)	3.08	(0.84)	-1.10	.270	-0.04
課題発見力	3.15	(0.90)	3.10	(0.86)	1.81	.070	0.06
計画力	3.11	(0.87)	3.13	(0.90)	-0.62	.535	-0.02
創造力	3.05	(0.85)	2.97	(0.82)	2.58	.010	0.09
発信力	3.11	(0.89)	3.01	(0.83)	3.40	.001	0.12
傾聴力	3.32	(0.98)	3.02	(0.83)	8.59	<.000	0.33
柔軟性	3.22	(0.92)	3.01	(0.82)	6.48	<.000	0.24
状況把握力	3.25	(0.89)	3.11	(0.88)	4.44	<.000	0.16
規律性	3.15	(0.84)	3.09	(0.83)	1.94	.053	0.07
ストレスコントロール力	3.21	(0.90)	2.91	(0.81)	8.98	<.000	0.34

注) Mは平均値, SDは標準偏差, gはHedgesのgを表す。

たわけではなかった ($g_s = .16-.34$)。

次に、心理学との接触経験が心理学を学んだ学生に対するイメージに与える影響について検討した。はじめに、心理学との接触経験について、「学校で『心理学』に関する授業を受けたことがある」、「大学・大学院で『心理学』を専門的に学んだ」のうち、一つ以上に「はい」と答えた対象者を「高等教育接触群」、「テレビやインターネット等で『心理学』に関する番組を視聴したことがある」、「『心理学』に関する本を読んだことがある」のうち一つ以上に「はい」と答え、なおかつ「高等教育接触群」に該当しない対象者を、「マスメディア接触群」、いずれの経験もないと答えた対象者を「接触経験なし群」とした。社会人基礎力の各能力要素について、心理学接触経験（高等教育接触群・マスメディア接触群・接触経験なし群）を被験者間要因とする1要因の分散分析を行った結果（BH法（Benjamini & Hochberg, 1995）を用いて False Discovery Rate を0.05として調整）、課題発見力、計画力、発信力、傾聴力、柔軟性、状況把握力、ストレスコントロール力において有意な差が認められた（Table 3）。

Tukey の HSD 法による多重比較を行ったところ、課題発見力、計画力、発信力については、マスメディア接触群が接触経験なし群よりも高い評定をつけており ($p < .001$; $p = .004$; $p = .001$)、傾聴力、柔軟性、状況把握力、ストレスコントロール力については、マスメディア接触群 ($p = .002$; $p = .001$; $p = .006$; $p = .002$) と高等教育接触群 ($p = .017$; $p = .047$; $p = .033$; $p = .019$) が、接触経験なし群よりも高い評定をつけていた。

考察

本研究の目的は、心理学を学んだ学生に対するイメージを、社会人基礎力の観点から明らかにすることであった。心理学を学んだ学生と、経済学を学んだ学生を想定して、社会人基礎力をどのくらい身につけていると思うかについて評定を求めた結果、12の能力要素のうち7個について、心理学を学んだ学生のほうが高く評価される結果となった。両者で差が認められた項目は、傾聴力、状況把握力、柔軟性、ストレスコントロール力などの、人の心や対人関係

Table 3 心理学接触経験別の心理学を学んだ学生に対するイメージの平均値（標準偏差）と分散分析の結果

社会人基礎力の能力要素	高等教育接触群 (n=171)	マスメディア接触群 (n=210)	接触経験なし群 (n=319)	F 値	p 値	²	多重比較の結果
主体性	2.97 (0.81)	3.14 (0.79)	3.08 (0.90)	2.85	.058	.01	
働きかけ力	3.08 (0.85)	3.27 (0.88)	3.15 (0.91)	3.10	.046	.01	
実行力	2.97 (0.80)	3.14 (0.80)	3.09 (0.89)	3.05	.048	.01	
課題発見力	3.02 (0.85)	3.31 (0.88)	3.20 (0.99)	7.02	.001	.02	マスメディア > 接触なし
計画力	3.00 (0.84)	3.25 (0.86)	3.14 (0.92)	5.36	.005	.02	マスメディア > 接触なし
創造力	2.97 (0.82)	3.13 (0.85)	3.10 (0.90)	2.42	.089	.01	
発信力	2.99 (0.83)	3.27 (0.91)	3.15 (0.95)	6.60	.001	.02	マスメディア > 接触なし
傾聴力	3.17 (0.90)	3.46 (1.02)	3.42 (1.02)	7.04	.001	.02	高等教育 > 接触なし マスメディア > 接触なし
柔軟性	3.08 (0.86)	3.37 (0.94)	3.29 (0.97)	7.03	.001	.02	高等教育 > 接触なし マスメディア > 接触なし
状況把握力	3.12 (0.85)	3.37 (0.90)	3.33 (0.93)	5.87	.003	.02	高等教育 > 接触なし マスメディア > 接触なし
規律性	3.06 (0.80)	3.25 (0.83)	3.18 (0.91)	3.30	.037	.01	
ストレスコントロール力	3.07 (0.88)	3.34 (0.92)	3.30 (0.89)	7.09	.001	.02	高等教育 > 接触なし マスメディア > 接触なし

注) 上段に平均値, () 内に標準偏差を示す。

にかかわるものを中心であった。主体性や課題発見力、実行力のような、行動的な側面においては差が見られなかった。心理学は、(心理学を学んでいない) 大学生から、「人の心がわかる」、「カウンセリング」といったイメージをもたれていることがわかっていて(松井, 2000)、より幅広い世代の人々からも、心理学を学ぶことで、人の心に関する能力が高まるというイメージをもたれていることが示された。

次に、調査対象者が心理学に触れた経験によって、心理学を学んだ学生に対するイメージがどのように異なるかを調べたところ、大学等で心理学を学んだことのある対象者は、心理学との接触経験のない対象者と比べ、傾聴力、柔軟性、状況把握力、ストレスコントロール力において、心理学の学生を高く評価していた。これらはいずれも自己や他者の気持ちにかかわる項目であり、高等教育機関でアカデミックな心理学に触れたことがある対象者においても、心理学を学ぶことは、自己や他者の理解につながると捉えられていることが示された。清水・三保(2013)が社会学部卒業生を対象に行った調査によると、状況把握力や柔軟性は、大学生のうち、講義やゼミよりも、アルバイトやクラブ・サークル活動によって獲得されたと卒業生から認識されている。心理学を学ぶことで、他の学問では獲得されにくい対人関係にかかわる能力が高められるのだとすると、それは心理学や心理学を学んだ学生の強みであると言えるだろう。一方で、課題発見力や計画力、実行力などについては、高等教育接触群と他群との間に差は見られなかった。前述の清水・三保(2013)によると、課題発見力や計画力、実行力は、ゼミ活動からの影響が大きいと卒業生から認識されている。ゼミのような学術的な営みについては、きちんと取り組み、どの学問を修めても等しくアカデミック・スキルを向上させるものであるため、特に差が認められなかったと考えられる。

一方、本やTVなどのメディアで心理学に触れたことがある対象者は、接触経験のない対象者と比べ、傾聴力や状況把握力といった人の気持ちに関する能力に加え、課題発見力や計画力、発信力についても、心理学を学んだ学生を高く評価していた。本研究では、一般の人々が、必ずしも科学としての心理学に基づいているわけではないマスメディアの情報に触れることで、心理学を学んだ学生の能力に対するイメージが阻害される可能性を懸念して調査を

行った。しかし結果として、本やTV等のマスメディアを通して心理学に触れていると、心理学を学んだ学生の能力に対するイメージは高まることが示された。このような結果が得られた理由として、二つの可能性が考えられる。一つは、本やTVで心理学に触れたことがある者は、心理学への関心が高い可能性があり、それが心理学を学んだ学生への高い評価につながった可能性である。もう一つは、世間一般で取り扱われる心理学が、アカデミックな心理学と乖離しているという問題意識は、あくまでも心理学者側の認識であり、心理学非学習者が素朴にも「心理学を学ぶと人付き合いがうまくなる」、「人の心がわかるようになる」といったようなポジティブであいまいなイメージが、そのまま社会人基礎力にも一般化されたという可能性である。今後はさらに、具体的にどのような情報をマスメディアを通じて得ているのか、またその情報の信頼性をどのように評価しているのかについて、詳しく検討していく必要があるだろう。

以上見てきたように、心理学を学ぶ学生に対する社会人基礎力についてのイメージは、人の気持ちに関する項目を中心に、他の学問と比べ、ややポジティブであり、それ以外の主体性や課題発見力といった項目については、特に差は見いだされることが示された。また、高等教育機関で心理学を学んだことのある対象者は、人の心に関連する能力についてのみ、心理学を学ぶ学生の能力を高く見積もっているが、TVや本で心理学に触れたことのある対象者は、より広い範囲で、心理学を学ぶ学生を高く評価していることが示された。マスメディア等でその知見を見聞きすることが多いのは、心理学の特徴の一つである。楠見(2013)によると、人々は、アカデミックな心理学に触れずとも、自身の経験やポピュラー心理学に基づいた素人理論を持っている。このような場合、科学的な心理学知識の欠如を指摘するのではなく、経験的な実践知に、科学的な形式知を融合することが必要であるという。学問的に正しいとは限らないが、マスメディア等でポピュラー心理学に触れることは、人々の心理学イメージを向上させている可能性がある。そのポジティブなイメージをうまく生かし、人々のもつ素朴な心理学を否定することなく、アカデミックな心理学について理解を深めてもらえるようなアプローチが、今後求められているだろう。

本研究の課題としては、予算や項目数の都合上、

比較対象が経済学に限定されていたことがあげられる。経済学に固有の要因もあると考えられるため、今後は複数の学問との比較が求められる。また、今回は対象者を同じくする吉本他（2017）との兼ね合いにより、対象者が高校生の親に限定されていたため、今後は単身者を含むより幅広い世代を対象に検討していく必要があるだろう。加えて、今回の研究は、明確な仮説をもたない探索的研究であったため、得られた知見については、今後、より洗練された方法によって確認していくことが必要であるといえるだろう。

引用文献

- Benesse (2017). 経済学 学問・大学情報 | Benesse マナビジョン Benesse マナビジョン Retrieved from <https://manabi.benesse.ne.jp/shokugaku/learning/system/014/> (2017年7月7日)
- Benjamini, Y., & Hochberg, Y. (1995). Controlling the false discovery rate: a practical and powerful approach to multiple testing. *Journal of the royal statistical society. Series B (Methodological)*, 57, 289-300.
- 岩崎智史・大橋恵・皆川順 (2012). 心理学に対するイメージ (1) — 心理専攻学部生と非心理専攻学部生を対象とした横断的研究 — 東京未来大学紀要, 5, 1-9.
- 川嶋太津夫 (2009). アウトカム重視の高等教育改革の国際的動向 比較教育学研究, 38, 114-131.
- 経済産業省 (2006). 社会人基礎力に関する研究会 — 「中間取りまとめ」 — 経済産業省 Retrieved from <http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/chukanhon.pdf> (2017年7月7日)
- 経済産業省 (2010). 社会人基礎力 育成の手引き — 日本の将来を託す若者を育てるために — 朝日新聞出版
- 公益社団法人日本心理学会 (2016). 心理学を学べる大学 公益社団法人日本心理学会 Retrieved from <http://www.psych.or.jp/interest/univ.html> (2017年7月7日)
- 子安増生 (2011). 批判的思考の知的側面 楠見孝・子安増生・道田泰司 (編) 批判的思考力を育む — 学士力と社会人基礎力の基盤形成 — (pp. 25-44) 有斐閣
- 楠見孝 (2013). 心理学とサイエンスコミュニケーション サイエンスコミュニケーション: 日本サイエンスコミュニケーション協会誌, 2, 66-71.
- Kusumi, T., Yama, H., Okada, K., Kikuchi, S., & Hoshino, T. (2016). A National Survey of Psychology Education Programs and Their Content in Japan. *Japanese Psychological Research*, 58, 4-18.
- 松井三枝 (2000). はじめて学ぶ「心理学」に対するイ

- メージの変化 — 「心の科学」受講前後の調査から — 富山医科薬科大学一般教育, 23, 63-68.
- 文部科学省 (2016). 学校基本調査 — 平成 28 年度結果の概要 — 文部科学省 Retrieved from http://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa01/kihon/kekka/k_detail/1375036.htm (2017年7月7日)
- 大橋恵・岩崎智史・皆川順 (2012). 心理学に対するイメージ (2) — 一般市民対象のオンライン調査より — 東京未来大学紀要, 5, 11-20.
- 清水和秋・三保紀裕 (2013). 大学での学び・正課外活動と「社会人基礎力」との関連性. 関西大学社会学部紀要, 44, 53-73.
- 吉本早苗・長谷川有香・首藤祐介・山本竜也・川島大輔・小島康生 (2017). 心理学を学ぶ学生に関するイメージ調査 (1) — 高校生の親を対象としたオンライン調査研究 — 中京大学心理学部・心理学研究科紀要, 17.
- 和田正人 (2004). 高等教育におけるマス・メディア接触の影響 — 心理学・社会心理学・教育工学・情報教育へのイメージおよび興味・知識 — 東京学芸大学紀要 1 部門, 55, 345-352.