

原 著

集団でのコラージュ制作とシェアリングにおける 参加者の気分変化と親和行動

竹内いつ子*¹ 寺崎正治*¹ 武井祐子*¹ 門田昌子*²

要 約

本研究における第一の目的は、集団でのコラージュ制作とシェアリングを併用することで、参加者の気分によどのような影響を及ぼすのかを検証することである。第二の目的は、集団でのコラージュ制作がその後のシェアリングにおける他の参加者への親和行動によどのような影響を及ぼすのかを検証することである。活動の種類とその後のシェアリングの有無を独立変数とし、参加者の気分得点の変化とシェアリング時の他の参加者への親和行動を従属変数とした。大学生及び大学院生を対象に4人1組で実験を行った。その結果、活動の種類が参加者の気分によ及ぼす影響には差異が認められなかった。しかしいずれかの活動にシェアリングを併用することで参加者の気分によポジティブな変化をもたらすことが示された。更に集団でのコラージュ制作は、その後のシェアリングにおける他の参加者への親和行動を高めることが示された。コラージュ作品は言語的な説明に加えて視覚的に個人の表現を共有することができるため、シェアリング時に参加者間の相互の共感や関心が高まり、参加者間のコミュニケーションを促進する可能性が示唆された。

1. 序論

コラージュ (collage) とは、「糊付けすること」を意味したフランスの美術用語であり、雑誌やカタログから写真や絵、文字を切り抜き、台紙に配置し、貼り付ける表現技法、あるいは作品そのものを示す言葉として使用されている¹⁾。本研究では、制作する活動をコラージュ制作、作品そのものをコラージュ作品と表記する。このコラージュ制作を心理療法に応用したものがコラージュ療法と言われる。コラージュ制作は、性別や年代を問わず取り組み易く、集団での実施も可能であることから、臨床現場で得られた知見を参考に、教育や福祉などの現場でも用いられるようになった²⁾。多くの現場において、コラージュ制作を通して他者と交流する機会を持つこと、制作の過程で気分をほぐし、制作での体験や作品を客観的に見ることで自己や他者への気づきや理解を深めるという目的で使用されている^{3,5)}。集団でのコラージュ制作においては、作品の制作後に参加者同士が感想などを共有することを目的とした発表

や振り返り(シェアリング)が行われることが多い⁶⁾。

シェアリングとは、参加者相互が集団での取り組みの中で感じたことや気づいたことを語り合って共有することであり⁷⁾、ロジャーズ (Rogers, C.R.) によって始められたグループ・エンカウンター (Group Encounter) の取り組みのなかで用いられて来た⁸⁾。片野⁷⁾によると、活動とシェアリングを通して参加者が自己を受容し、他者から受容された体験を重ねていくことで、参加者同士の関係性やグループの雰囲気親密化に繋がると考えられている。つまりシェアリングでは、直前に行われた活動の中で参加者自身が体験したことや自己への気づきを語り、それを聞き手である他の参加者から理解され、受容的な関わりをされることで、参加者相互の理解が促進される。したがって、参加者同士の交流を深めるためには、自己の表出を促しやすい活動とシェアリングが併用されることが望ましいと考えられる。

杉浦ら²⁾ や近喰⁹⁾ によって、コラージュ制作自体が気分によポジティブな変化をもたらすことが明らか

*1 川崎医療福祉大学 医療福祉学部 臨床心理学科 *2 倉敷市立短期大学 保育学科
(連絡先) 竹内いつ子 〒701-0193 倉敷市松島288 川崎医療福祉大学
E-mail: takeuchi125@mw.kawasaki-m.ac.jp

になっている。青木⁶⁾の研究では、併せてシェアリングを実施することで、集団でのコラージュ制作によって変化した気分を維持させる効果をもたらすことが示唆された。これらの研究では、集団でのコラージュ制作自体や、シェアリングの併用によって参加者の気分にもたらされる効果について示唆を与えるものであるが、コラージュ制作以外の活動との比較や、シェアリングの有無に関して対照群が設定されていないため、集団でのコラージュ制作のどのような特徴が参加者の気分にもポジティブな変化をもたらしたのかが不明瞭である。また気分の維持という効果はシェアリングの実施によるものなのか、共通の活動を行った時間が長かったことによるものなのかが判じにくい。したがって、集団でのコラージュ制作とその後のシェアリングの併用によってもたらされる効果に関して、活動の種類とシェアリングの有無に関して対照群を設定して比較を行う必要があると考える。入江¹⁰⁾はコラージュ制作の特徴的な活動要素として、「切る」という分断・整理と、「貼る」という配置・固定のプロセスを挙げている。そして、完成したコラージュ作品によって視覚的なフィードバックが可能であることから、自己や他者への理解が深まると言われている⁴⁾。これらのことから、本研究ではコラージュ制作の特徴的な活動要素である「切る」と「貼る」こと、完成したものが視覚的に内容を共有できるものであることを除き、その他の活動過程を可能な限り類似したものであることを対照群の活動の条件とした。そこで、旅行計画の作成を対照群の活動として設定した。加えて、シェアリングの有無についても対照条件を設けた。

また、青木⁶⁾や吉田¹¹⁾によると集団でのコラージュ制作は制作者の自己洞察や自己理解に役立つ活動であり、その後のシェアリングでは自己開示が促され、他者への理解と受容に繋がる可能性が示唆された。これらの研究では、集団でのコラージュ制作と作品のもつ特徴が、その後のシェアリングにおいて参加者同士の相互理解を促進させる効果をもつことが示唆されている。しかし、いずれも参加者の主観による体験や感覚に関する報告であるため、より詳しい検証を行うためには客観的な指標を用いて検証される必要がある。そこで本研究では、シェアリング時における聞き手から発表者への発言や相づちを他者への親和行動と定義し、客観的な指標として用いた。

以上のことから、本研究はコラージュ制作の効果に関する基礎的研究として、次の2点の目的で検証を行う。第一の目的は、集団でのコラージュ制作とシェアリングを併用することで、参加者の気分にもどのような影響を及ぼすのかを検証することである。

第二の目的は集団でのコラージュ制作の実施がその後のシェアリングにおける他の参加者への親和行動にもどのような影響を及ぼすのかを検証することである。

2. 方法

2.1 実験計画

本研究は、活動の種類（コラージュ制作、旅行計画）×シェアリング（有、無）×測定時点（活動前、シェアリングないしは2回目の活動後）の3要因混合計画で実験を実施した。独立変数は、活動の種類とシェアリングの有無、測定時点とし、従属変数は、気分の得点と他の参加者への親和行動とした。

2.2 実験期間と場所

2014年7月-10月に、大学内の相談実習室及び教室にて実験を行なった。

2.3 実験参加者

大学生及び大学院生88名（男性27名、女性61名：平均年齢20.36歳、 $SD=1.87$ ）に対して実験を行なった。全参加者を4群のいずれかに割り当て、4人1組で実験を実施した。実験群及び対照群の構成はコラージュのみ群（男性9名、女性15名）、旅行計画のみ群（男性8名、女性12名）、コラージュ+シェアリング群（男性4名、女性16名）、旅行計画+シェアリング群（男性6名、女性18名）となった。

2.4 材料

2.4.1 コラージュ制作

コラージュ制作を行う群の実験参加者は、実験者が用意した雑誌（人物や動物、風景などの様々な写真と文字が含まれているもの；合計32冊）と道具（はさみ、カッター、スティックのり、8切り画用紙、鉛筆、消しゴム）を用いて、各自が1点ずつコラージュ作品を制作した。

2.4.2 旅行計画

旅行計画を作成する群の実験参加者は、実験者が用意した旅行本（国内と海外の各地が記載されたもの；合計10冊）と道具（記入用紙、付箋、鉛筆、消しゴム）を用いて、各自で旅行計画を作成した。

2.5 気分と親和行動の測定

2.5.1 気分の測定

寺崎ら^{12,13)}による多面的感情状態尺度・短縮版を用いて、肯定的感情（「活動的・快」、「親和」、「非活動的・快」）と否定的感情（「倦怠」、「抑うつ・不安」、「敵意」）、中性的感情（「集中」、「驚愕」）を測定した。項目数は各5項目の全40項目であった。回答形式は、まったく感じない（1点）、あまり感じていない（2点）、少し感じている（3点）、はっきりと感じている（4点）からいずれか1つを選択する4段階評定であった。

2.5.2 親和行動の測定

2台のデジタルビデオカメラを用いて、シェアリング時の参加者の表情や発言の様子を撮影した。その映像をもとに、聞き手から発表者に対する発言数と相づちの回数を計数した。

2.6 手続き

実験のスケジュールと従属変数の測定について表1に示した。全ての群において、活動の前後、シェアリングないしは2回目の活動後の計3回、質問紙への回答を求めた。最初の活動（活動Ⅰ）は35分間で実施した。初めてコラージュ制作を行う場合でも取り組みやすいことを考慮し、コラージュのみ群及びコラージュ+シェアリング群では、コラージュ制作道具を用いて「自分の好きなもの」というテーマでコラージュを制作するように伝えた。さらに活動終了時間までに作品にタイトルを付けて画用紙の裏面に記入するよう促した。旅行計画のみ群及び旅行計画+シェアリング群では、旅行計画道具を用いて「自分が行ってみたいと思う旅行計画」を作成し、活動終了時間までに旅行のテーマを決めて用紙に記入するように伝えた。実験時間を統制するために、シェアリングないしは2回目の活動（活動Ⅱ）は15分間で実施し、シェアリングなし群において、活動Ⅰと同じ種類の活動を別のテーマで行なった。

シェアリングは一人3分程度で行った。始めに発表者から自身が制作したコラージュ作品や旅行計画について説明し、次に他の参加者が質問や感想を述べた。青木³⁶⁾の導入法を参考に、予め実験者から、尋ねられても答えたくないことについては話さなくてよいことと、他の参加者に対して評価や批判をする内容は話さないように伝えた。発表内容について、実験者からいくつか質問をしながら、実験参加者に発言を促した。最後に実験の目的についてディブリーフィングを行い、実験を終了した。

2.7 倫理的配慮

実験参加者には、事前に4名で活動を行うこと、活動の様子をビデオカメラで撮影すること、所要時間は約80分であること、実験で得られたデータは論文作成の為にのみ使用し、論文中では個人が特定されない形で表記されること、途中で実験への参加を取りやめても不利益にはならないことを事前に説明し、実験参加の同意を得た。データは施錠可能な部屋に保管し、第三者や外部に流出することの無いように実験者が管理した^{注)}。

3. 結果

全実験参加者のうち、実験手続きに問題のあった者と実験実施時の人数調整の為に実験に参加した者のデータを除き、合計78名（男性24名、女性54名）のデータを分析対象とした。その結果、各群の人数構成はコラージュ+シェアリング群が19名、コラージュ群が20名、旅行計画+シェアリング群が20名、旅行計画群が19名となった。結果の統計的分析には、統計ソフト IBM SPSS Statistics Version 22.0.0.0（64ビット版）を用いた。

3.1 活動の種類とシェアリングの有無が気分及び影響

活動の種類とシェアリングの有無が参加者の気分及び影響を検証するため、活動前（以下 Time 1とする）とシェアリングないしは2回目の活動後（以下 Time 3とする）における肯定的気分と否定的気分、中性的気分に関する8つの気分尺度得点ごとに、活動の種類（コラージュ制作、旅行計画）×シェアリングの有無（あり、なし）×測定時点（Time 1、Time 3）の3要因の分散分析を行った。Time 1とTime 3時点における各群の気分尺度得点の平均値と標準偏差について表2に示した。表中の群名においてシェアリングは「シェア」と略記した。

表1 実験のスケジュールと従属変数の測定

スケジュール	従属変数の測定
1 導入	
2 質問紙への回答	活動前の気分状態を測る
3 準備	
4 活動Ⅰ	
5 質問紙への回答	
6 シェアリングか活動Ⅱ	シェアリング時の親和行動を測る
7 片付け	
8 質問紙への回答	シェアリングか2回目の活動後の気分状態を測る
9 ディブリーフィング	
終了	

3.1.1 肯定的気分の変化

「活動的快」得点において、測定時点とシェアリング有無の主効果 ($F(1, 74)=12.78, p < .01$; $F(1, 74)=10.34, p < .01$) が認められた。加えて、測定時点×シェアリングの有無の交互作用 ($F(1, 74)=19.65, p < .001$) が認められた。そこで単純主効果の検定を行ったところ、Time 3におけるシェアリングあり群とシェアリングなし群の間の差 ($F(1, 74)=20.05, p < .001$) と、シェアリングあり群における Time 1と Time 3の間の差 ($F(1, 74)=32.06, p < .001$) が有意であった。「親和」得点において、測定時点とシェアリングの有無の主効果 ($F(1, 74)=22.07, p < .001$; $F(1, 74)=5.05, p < .05$) が認められた。加えて、測定時点×シェアリングの有無との交互作用 ($F(1, 74)=6.94, p < .05$) が認められた。そこで単純主効果の検定を行ったところ、Time 3におけるシェアリングあり群とシェアリングなし群の間の差 ($F(1, 74)=8.13, p < .01$) と、シェアリングあり群における Time 1と Time 3の間の差 ($F(1, 74)=26.89, p < .001$) が有意であった。「非活動的快」得点においては、シェアリングの有無の主効果 ($F(1, 74)=14.46, p < .001$) のみが認められた。

これらのことから、集団でのコラージュ制作あるいは旅行計画の作成のうちいずれかの活動を実施し、併せてシェアリングを併用することで活動的快気分と親和気分が増加することが示された。シェアリングを行わず、活動のみを続けて実施した場合は、活動的快気分と親和気分はあまり変化しないことが示された。加えて、活動の種類によらず、シェアリングを併用することで非活動的快気分が増加する可能性があるが、活動のみを続けて行った場合は、非活動的快気分は殆ど変化しないことが示された。

3.1.2 否定的気分の変化

「倦怠」得点において、測定時点とシェアリングの有無の主効果 ($F(1, 74)=5.95, p < .05$; $F(1, 74)=8.87, p < .01$) が認められた。加えて測定時点×シェアリングの有無の交互作用 ($F(1, 74)=21.48, p < .001$) が認められたため、単純主効果の検定を行ったところ、Time 3におけるシェアリングあり群とシェアリングなし群の間の差 ($F(1, 74)=23.57, p < .001$) と、シェアリングあり群における Time 1と Time 3の間の差 ($F(1, 74)=25.00, p < .001$) が有意であった。また、活動の種類×シェアリングの有無との交互作用 ($F(1, 74)=6.41, p < .05$) が認められた。そこで単純主効果の検定を行ったところ、有意な差は得られなかった。「抑うつ・不安」得点において、測定時点の主効果 ($F(1, 74)=45.50, p < .001$) が認められた。加えて、測定時点×活動

の種類との交互作用傾向 ($F(1, 74)=3.92, p < .10$) が認められた。そこで単純主効果の検定を行ったところ、コラージュ群と旅行計画群において Time 1と Time 3の間の差 ($F(1, 74)=11.36, p < .01$; $F(1, 74)=38.06, p < .001$) が有意であった。また活動の種類×シェアリングの有無との交互作用傾向 ($F(1, 74)=3.07, p < .10$) が認められたため、単純主効果の検定を行ったところ、有意な差は得られなかった。「敵意」得点においては、測定時点の主効果 ($F(1, 74)=5.82, p < .05$) のみが認められた。

これらのことから、集団でのコラージュ制作あるいは旅行計画の作成を実施し、併せてシェアリングを行うことで倦怠気分は低減することが示された。シェアリングを行わず、集団でのコラージュ制作や旅行計画の作成のみを続けて実施した場合は、倦怠気分はあまり変化しない。また活動の種類とシェアリングの有無によらず、抑うつ・不安気分は減少する傾向であり、敵意気分はあまり変化しないことが示された。

3.1.3 中性的気分の変化

「集中」得点において、測定時点の主効果 ($F(1, 74)=37.33, p < .001$) のみが認められた。「驚愕」得点については測定時点の主効果 ($F(1, 74)=9.52, p < .01$) が認められた。加えて測定時点×シェアリングの有無の交互作用 ($F(1, 74)=16.91, p < .001$) が認められたため、単純主効果の検定を行ったところ、シェアリングなし群における Time 1と Time 3の間の差 ($F(1, 74)=25.90, p < .001$) が有意であった。

これらのことから、活動の種類やシェアリングの有無に関わらず、集中気分はあまり変化しないことが示された。また、集団でのコラージュ制作ないしは旅行計画の作成を実施し、シェアリングを併用した場合は驚愕気分がほぼ変化しないが、活動を続けて行った場合は、驚愕気分が低減することが示された。

3.2 活動の種類が他の参加者への親和行動に及ぼす影響

シェアリング中の参加者の様子をデジタルビデオカメラで撮影した映像記録をもとに、コラージュ+シェアリング群のうち、実験時の人数調整の為に参加した大学院生を除いた19名と、旅行計画+シェアリング群の20名のシェアリング時における発言の総数と相づちの総数を分析対象とした。尚、本研究においては、シェアリングにおいて、1回以上何らかの発言を行った参加者を「発言者」、1回以上相づちを行った参加者を「相づち実行者」と表記する。活動の種類が他の参加者への親和行動に及ぼす影響を検証するため、各群における1人あたりの発言数の

表2 Time 1とTime 3時点における各群の気分得点の平均値と標準偏差

気分分類	気分尺度	群名	Time 1	Time 3
肯定的気分	活動的快	コラージュ+シェア	11.37(0.76)	13.84(0.89)
		旅行計画+シェア	11.05(0.73)	14.20(0.85)
		シェアあり群	11.21(0.74)	14.02(0.86)***
		コラージュのみ	9.40(0.74)	9.85(0.86)
		旅行計画のみ	11.42(0.75)	10.37(0.88)
		シェアなし群	10.41(0.76)	10.11(0.89)
	親和	コラージュ+シェア	10.74(0.80)	13.37(1.00)
		旅行計画+シェア	9.65(0.77)	12.50(0.96)
		シェアあり群	10.19(0.56)	12.93(0.70)***
		コラージュのみ	8.65(0.78)	10.35(0.97)
		旅行計画のみ	10.05(0.79)	9.90(1.01)
		シェアなし群	9.35(0.56)	10.12(1.00)
	非活動的快	コラージュ+シェア	13.11(0.73)	13.16(0.79)
		旅行計画+シェア	13.00(0.70)	14.90(0.76)
		シェアあり群	13.05(0.51)	14.03(0.55)
		コラージュのみ	11.25(0.71)	10.75(0.77)
		旅行計画のみ	11.32(0.72)	11.26(0.78)
		シェアなし群	11.28(0.51)	11.01(0.55)
否定的気分	倦怠	コラージュ+シェア	10.21(0.75)	7.26(0.76)
		旅行計画+シェア	8.65(0.72)	6.30(0.73)
		シェアあり群	9.43(0.52)	6.78(0.53)***
		コラージュのみ	8.65(0.73)	9.40(0.74)
		旅行計画のみ	10.58(0.74)	11.47(0.75)
		シェアなし群	9.61(0.52)	10.44(0.53)
	抑うつ・不安	コラージュ+シェア	10.42(0.78)	8.26(0.69)***
		旅行計画+シェア	9.60(0.75)	6.40(0.66)***
		シェアあり群	10.01(0.54)	7.33(0.48)
		コラージュのみ	9.35(0.76)	8.15(0.67)***
		旅行計画のみ	11.11(0.77)	8.16(0.68)***
		シェアなし群	10.23(0.54)	8.15(0.48)
	敵意	コラージュ+シェア	5.90(0.62)	5.68(0.51)
		旅行計画+シェア	6.60(0.59)	5.25(0.48)
		シェアあり群	6.25(0.43)	5.47(0.35)
		コラージュのみ	6.10(0.60)	5.55(0.49)
		旅行計画のみ	7.42(0.61)	7.11(0.50)
		シェアなし群	6.76(0.43)	6.32(0.35)
中性的気分	集中	コラージュ+シェア	12.63(0.78)	10.58(0.74)
		旅行計画+シェア	11.45(0.75)	9.80(0.71)
		シェアあり群	12.04(0.54)	10.19(0.52)
		コラージュのみ	11.15(0.76)	10.05(0.72)
		旅行計画のみ	11.47(0.77)	8.79(0.73)
		シェアなし群	11.31(0.54)	9.42(0.52)
	驚愕	コラージュ+シェア	8.05(0.73)	8.68(0.77)
		旅行計画+シェア	8.35(0.70)	8.40(0.74)
		シェアあり群	8.20(0.51)	8.54(0.54)
		コラージュのみ	9.00(0.71)	6.70(0.75)
		旅行計画のみ	11.15(0.72)	8.58(0.76)
		シェアなし群	10.03(0.51)	7.64(0.54)***

() 内は SD 値

*** p < .001

平均値と相づちの数の平均値を算出し、コラージュ制作群と旅行計画群の群間の比較を行った。シェアリング時の発言数と相づちの数の平均値と標準偏差を表3に示した。

本実験の発言数と相づちの数の算出と評定は、実験者が単独で行った。その信頼性を検討する為に、全体の約10%の発表内容について、臨床心理学を専攻している大学院生2名に評定の協力を求めた。実験者の評定との一致度をCohenの κ 係数によって算出した結果、 $\kappa = .72$ であった。このことから、本実験での発言と相づちの評定は信頼性があることが確認された。

発言数の平均値について、旅行計画+シェアリング群に比してコラージュ+シェアリング群が多かった。対応のない t 検定を行ったところ、両群の間には有意な差($t(38)=2.22, p<.05$)が認められた。加えてコラージュ+シェアリング群では、群内の参加者に対する発言者の割合は100%であった。一方で旅行計画+シェアリング群では、群内の参加者に対する発言者の割合は85%であった。これらのことから、旅行計画の作成に比してコラージュ制作を行うことで、シェアリング時の他の参加者への発言が促進されることが示された。

相づちの数の平均値について、旅行計画+シェアリング群に比してコラージュ+シェアリング群が上回っていた。対応のない t 検定を行ったところ、両群の間には有意傾向のある差($t(38)=1.42, p<.10$)が認められた。加えてコラージュ+シェアリング群では、全ての参加者が3回以上の相づちを行っていたが、旅行計画+シェアリング群では、シェアリング時に相づちを全く行わない参加者が1名見られた。これらのことから、旅行計画の作成を行うよりもコラージュ制作を行うことで、シェアリング時の他の参加者へ相づちが促進される傾向があることが示された。

これらのことから、集団でのコラージュ制作の実施は、その後のシェアリングにおいて、他の参加者への親和行動を促進することが示唆された。

4. 考察

本研究における第一の目的は、集団でのコラージュ制作とシェアリングを併用することで、参加者

の気分によどのような影響を及ぼすのかを検証することであり、第二の目的は集団でのコラージュ制作がその後のシェアリングにおける他の参加者への親和行動によどのような影響を及ぼすのかを検証することであった。

4.1 活動の種類が参加者の気分変化に及ぼす影響

参加者の気分変化に影響を及ぼすコラージュ制作の活動的特徴を検証するために、コラージュ制作における工作的な活動過程と制作した作品が視覚的に共有できることを除き、その他の制作過程が可能な限り類似したものとして、旅行計画の作成を対照群として設定し、気分の変化について群間比較を行ったところ、活動のみの実施による気分変化への影響は認められなかった。このことから、コラージュ制作の活動特徴として考慮した、「切る」「貼る」という工作的な工程と、作品が視覚的に共有することが可能である点は、参加者の気分変化に対してさほど影響を及ぼさないと考えられる。

4.2 活動とシェアリングの併用が参加者の気分変化に及ぼす影響

本研究において、活動とシェアリングを併用した場合には、親和気分と活動的快気分が増加し、倦怠気分が減少していた。一方、シェアリングを行わず、活動のみを続けて実施した場合は驚愕気分が減少するものの、親和気分と活動的快気分、倦怠気分はさほど変化しなかった。尚、活動の種類による差異は認められなかった。このこととコラージュ制作と旅行計画の作成の活動的な共通点から、日常的に馴染みのある媒体から、制作者が好ましいと感じる物を選択し、構成していくような活動を実施し、併せてシェアリングを行うことで、参加者の気分に変化をもたらすことができると考えられる。そこで、集団でのコラージュ制作ないしは旅行計画の作成と、その後のシェアリングが参加者にとってどのような体験であったのかについて考察する。

中村¹⁴⁾は自己開示を行うことがどのような対人場面において好まれるかについて検証を行い、内面的な開示を行う人物は、表面的な開示を行う人物よりも好まれ、個人志向性(personalism)の高い事態において行われる時にこの傾向が強まるこ

表3 シェアリング時における発言数と相づちの数の平均値と標準偏差

群名	平均発言数(SD)	相づちの数の平均値(SD)
コラージュ+シェアリング	3.11 (4.82)*	22.21 (13.11) [†]
旅行計画+シェアリング	1.85 (0.69)	17.05 (5.37)

* $p < .05$ [†] $p < .10$

とを示唆している。伊藤¹⁵⁾によると、個人志向性 (personalism) とは、自分自身の内的基準への志向性であり、自分自身の個性を最大限に発揮できるという点で、自己実現に近い特性を表している。本研究では、コラージュ制作では「私の好きなもの、気になるもの」というテーマで作品を制作しており、旅行計画では「自分が行ってみたいと思う旅行計画」というテーマで旅程を作成していることから、どちらの活動でも作成された作品や計画には、多少の制作者の趣味や嗜好、意図が表れているものになったと推察される。つまり、本研究で実施した活動は個人志向性が高まり易いものであったと考えられる。

加えてシェアリングでは、制作者による作品や計画の内容に関する説明が語られ、その情報をもとに参加者間のやりとりが行われた。一人ずつ話をする場面では緊張したり、他の参加者からも質問に戸惑う様子の参加者も見受けられたが、次第にその様子がほぐれていったように窺えた。どちらの活動においても共通した制作テーマである個人の趣味や嗜好に関する話題だけでなく、経験や情緒などが語られており、発表者の内面的な自己開示が行われていた可能性が高いと考える。実際に発表者が作品や計画にまつわる説明を行う中で、過去の体験や情緒を語り、それに呼応する形で聞き手から自身の体験や情緒が伝えられた場面がいくつか見受けられた。これらのことから、コラージュ制作群と旅行計画群の双方において、シェアリング時には発表者の内面的な自己開示が行われ、聞き手の参加者から関心をもった受容的な関わりをされたことで、参加者の親和気分や活動的快気分が高まり、倦怠気分が低減したのではないかと考える。

4.3 活動の種類が他の参加者への親和行動に及ぼす影響

本研究におけるシェアリングでは、4名の参加者が1人ずつ順番に自分の制作したものを発表し、実験者がいくつか質問を行いながら、他の参加者に質問や感想の有無を尋ね、発言の意を表明した参加者が発表者に対して質問や感想を話し、発表者からの応答が行われた。その中で聞き手である参加者から発表者への発言数と相づちの数、群内における発言者の割合について、旅行計画群に比してコラージュ制作群が上回っていた。その結果、旅行計画の作成に比して、集団でのコラージュ制作は他の参加者への発言数と相づちの数が上回っており、親和行動を促進させることが示された。コラージュ制作と旅行計画のどちらの群においてもシェアリングの実施法はほぼ同様のものであった。また、参加者の気分には及ぼす影響に関しては、活動の種類による差異

は認められなかった。しかしながら、他の参加者への親和行動においては活動の種類による差が認められたことは、着目すべきことであり、コラージュ制作における特徴的な効果とも考えられる。そこでコラージュ制作と旅行計画との活動特徴の相違が他の参加者への親和行動の量に影響を及ぼした可能性について考察する。

コラージュ制作の活動的特徴の1つとして、完成したコラージュ作品をもとにその内容や制作者のイメージを視覚的に共有することが可能である点が挙げられる。本研究におけるコラージュ制作群では、作品を参加者全員に呈示しながら、その内容や意図について発表者が説明を行った。つまり、聞き手にとっては発表者が口頭で語る内容と、視覚的にとらえた作品そのものが複合された情報が与えられたことになる。また、白石と則包¹⁶⁾は、コラージュ制作によって視覚的なイメージを扱うことで、発表者による語りや作品に対する参加者の感受性が高まった可能性を示唆した。さらに青木¹⁷⁾によると、コラージュ作品が視覚的な表現内容のフィードバックやイメージの共有を可能にすることで、参加者個々人の意図や表現の違いが際立ち、他の参加者やその作品に対して興味を喚起されたことが示唆されている。つまり、発表者から与えられた情報が増えることで発表者の語りが理解し易くなったことと、発表者の語りが進められ、聞き手の感受性が高まったことで、聞き手から発表者への親和感情や興味が増し、発言や相づちがより活発に行われた可能性が考えられる。

以上のことから、本研究によって集団でのコラージュ制作ないしは旅行計画の作成とシェアリングを併せて実施することで、参加者の内面的な自己開示が促され、他の参加者からの関心をもった受容的な関わりに繋がり、参加者の気分がポジティブな変化をもたらすことが示唆された。しかし、本研究でのシェアリングにおいては、参加者の内面的な自己開示が行われていた点と聞き手から関心をもった受容的な関わりをされた点に関しては十分な検証ができていないため、さらなる検証が必要である。

加えて本研究では、集団でのコラージュ制作を行うことで、その後のシェアリングにおいて、他の参加者への親和行動が促進されることが示された。コラージュ作品は制作者のイメージや意図を視覚的に共有することができるため、発表者の語りが進められ、聞き手にとっても与えられる情報が増えるために、発表者の説明を理解しやすくなり、感受性が高まることが考えられた。しかし本研究では、シェアリングの中において視覚的な情報からどの程度発表者への理解が深まったかが明らかになっておらず、

発表者の語りが促進され、参加者の感受性が高まった点についても検証ができていない。今後は、集団でのコラージュ制作とシェアリングにおける参加者の体験や参加者間の理解について更なる検討が必要

であるとする。

本研究にあたり、実験にご協力頂きました参加者の皆様に深く感謝申し上げます。

注

本研究においては、実験者から事前に活動の内容と倫理的配慮を説明し、同意の上で自主的に実験に協力してくれた大学生及び大学院生を対象に実験を実施した。

文 献

- 1) 入江茂:はじめに. 高江洲義英, 入江茂編, 芸術療法実践講座3 コラージュ療法・造形療法, 初版, 岩崎学術出版社, 東京, 7-14, 2004.
- 2) 杉浦京子, 鈴木康明, 金丸隆太:集団コラージュの効果-社会心理的, 臨床心理的考察-. 日本医科大学基礎科学紀要, 23, 1-15, 1997.
- 3) 青木智子:社内研修におけるグループへのコラージュ療法導入の試み. 産業カウンセリング研究, 6(1), 11-16, 2003.
- 4) 佐藤仁美:看護教育におけるコラージュ活用の試み-自己理解・他者理解・相互理解-. 心理臨床学研究, 21(2), 167-177, 2003.
- 5) 渡辺真由美:コラージュ療法による養護施設児の行動変化の研究. 応用社会学研究, 12, 49-76, 2002.
- 6) 青木智子:グループにおけるコラージュ技法導入の試み-コラージュエクササイズを用いたグループエンカウンターと気分変容についての検討-. 日本芸術療法学会誌, 32(2), 26-33, 2002.
- 7) 片野智治:構成的グループエンカウンター研究- SGE が個人の成長におよぼす影響-. 初版, サイエンス社, 東京, 2007.
- 8) 福井康之:人間関係が楽しくなる-エンカウンター・グループへの招待-. 第1版, 新水社, 東京, 1997.
- 9) 近喰ふじ子:コラージュ制作が精神・身体に与える影響と効果-日本語版 POMS とエゴグラムからの検討-. 日本芸術療法学会誌, 31(2), 66-75, 2000.
- 10) 入江茂:コラージュ療法と他の諸技法との関連. 森谷寛之, 杉浦京子, 入江茂, 山中康裕編, コラージュ療法入門, 第1版, 創元社, 大阪, 157-167, 1993.
- 11) 吉田輝美:コミュニケーションツールとしてのコラージュ法の検討-芸術療法を用いたコミュニケーションの広がりについて-. 仙台白百合女子大学紀要, 14, 115-129, 2009.
- 12) 寺崎正治, 古賀愛人, 岸本陽一:多面的感情状態尺度・短縮版の作成. 日本心理学会第55回大会発表論文集, 435, 1991.
- 13) 寺崎正治, 古賀愛人, 岸本陽一:多面的感情状態尺度の作成. 心理学研究, 62(2), 350-356, 1992.
- 14) 中村雅彦:自己開示の対人魅力に及ぼす効果. 心理学研究, 55(3), 131-137, 1984.
- 15) 伊藤美奈子:個人志向性 社会志向性・尺度の作成及び信頼性・妥当性の検討. 心理学研究, 64(2), 115-122, 1993.
- 16) 白石裕子, 則包和也:精神臨床看護論演習におけるコラージュ療法の活用-学生の自己理解・他者理解の促進をめざして-. 香川県立医療短期大学紀要, 3, 141-147, 2001.
- 17) 青木智子:コラージュ集団集団法・集団個人法-職業訓練校における自己開発を目的としたコラージュ制作-. 産業カウンセリング研究, 4(1・2), 17-26, 2001.

(平成27年6月2日受理)

The Mood Change and Affiliative Behavior of the Participants in Collage Execution and Its Sharing in a Group

Itsuko TAKEUCHI, Masaharu TERASAKI, Yuko TAKEI
and Masako KADOTA

(Accepted Jun. 2, 2015)

Key words : collage, sharing, group, affiliative behavior

Abstract

First, we investigated what kind of mood change would be brought through the collage execution and its sharing. Second, we examined whether the collage execution would bring any affiliative behaviors to the other participants in the later sharing.

We selected the type of activity and the emergence of sharing as independent variables, and selected the pre/post difference of mood score, and the frequency of affiliative behavior to other participants as dependent variables. We organized some groups and each group consisted of four undergraduate students or graduate students.

We found that the type of activity made no significant difference in the mood, but if we added sharings it brought positive mood changes. Furthermore, the collage execution promoted more affiliative behaviors than the other activity.

The collage works involve both verbal and visual informations, and it could intensify mutual sympathy and interests among participants, which could promote the mutual communication in the later sharing.

Correspondence to : Itsuko TAKEUCHI

Department of Clinical Psychology

Faculty of Health and Welfare

Kawasaki University of Medical Welfare

Kurashiki, 701-0193, Japan

E-mail : takeuchi125@mw.kawasaki-m.ac.jp

(Kawasaki Medical Welfare Journal Vol.25, No.1, 2015 75 – 83)