

2017(平成29)年度
法務研究科 法務専攻(法科大学院) A日程 入学試験問題

「小論文」

(60分)

(注意：解答はすべて解答用紙に記入すること。)

【問題】以下の文章を読んで、「心理学的に『赤でモテる』を正しく応用する」戦略として、適切なものはA、Bのいずれか、論じなさい。結論だけではなく、A、Bが適切・不適切と判断した理由についても、説明すること。

- A. a君はある女性に好意を持っており、そのことを告白しようと思っている。心理学的に「赤でモテる」ということを知ったa君は、告白する時に、赤いシャツを着ていくことにした。
- B. bさんは30歳までには結婚したいと思い、何度もお見合いパーティーに参加していたがうまくいかなかった。心理学的に「赤でモテる」ということを知ったbさんは、今後お見合いパーティーに参加する時には、赤い服を着ていくことにした。

出典：妹尾武治『おどろきの心理学 人生を成功に導く「無意識を整える」技術』
(光文社新書電子書籍版、2016年)

「赤い服を着るとモテる」は心理学的に正しい

ヤフートピックスや、女性誌・ファッション雑誌の特集記事で「赤い服を着るとモテる」という心理学の俗説を聞いたことがある人も多いだろう。2015年8月には『赤を身につけるとなぜもてるのか?』という書籍も刊行され、人気を博した。私自身、この言説の真偽を自著で解説したこともあり、心理学者として、とても人気のあるトピックであることを自覚している。

実は、この「赤い服を着るとモテる」という言説は心理学的に正しい。

2008年に、「ジャーナル・オブ・パーソナリティ・アンド・ソーシャルサイコロジー」（直訳すれば、性格と社会心理学雑誌）という国際的な学術誌でその真偽が検証され「赤い服はモテる」ということが立証された。論文の著者は、ロチェスター大学のエリオットとニエスタである。

その後、いくつかの追試（他の研究者が同じ実験を行い、同じ結果が出るかどうか試すこと）にも成功していることから「赤い服はモテる」という言説の心理学的な正しさは繰り返し実証されたことになる。

しかし、心理学的に「赤い服を着ればモテる」が正しいとしても、日常の一場でA子さんが「意中のサトシ君から告白してもらうために、今日は赤い服を着て勝負をかける!」と、その言説を応用しようとしても、「赤でモテる」というワンフレーズ心理学は、必ずしも正しくならない。それどころか、正しくないケースの方が多くなってしまふ。このことを理解するために、まずは赤がモテるという結論を導くに至ったエリオットとニエスタの実験を、詳しく見ていこう。

実験内容と驚きの結果

エリオットらの実験では、27名の男子大学生が被験者として参加した。彼らの平均年齢は20.5歳で、まさに青春の恋愛まっさかりの若者である。エリオットらはこの被験者をランダムに半分に分け（15名と12名）、女性の見た目の評価をしてほしいと伝えて、白黒の女性の写真をパソコン上に提示した。

このとき、女性を取り囲む背景の色が白のものと赤のもの二条件が存在しており、半数に分けられた被験者に、いずれかの背景の女性の写真が提示された……。写真の女性は笑顔でボタンドアウンのストライプシャツを着ている。写真の提示時間も固定され、わずかに5秒間だけ。写真のサイズは横10.2センチ、縦15.2センチと大きく、顔の様子は十分に把握可能だった。この写真がパソコンの画面の中央に提示された。

被験者に与えられた課題は、その女性の魅力度を1点から9点満点で評価するというもの。9点は「もの凄く魅力的である」、1点は「全くもって魅力的ではない」という評価に対応する。そこそこ魅力的だと判断される場合は、中間の4、5点になる。つまり、とても簡単なアンケートに答えたと思っただけであればいいだろう。

写真の人物は常に同じで、背景色のみが唯一異なっていた。

結果（図1）は、赤背景の写真を提示された被験者の魅力度評定の平均点は7.2点程度だったのに対して、白背景の写真を提示された被験者では平均点が6.2点程度まで下がってしまった。つまり、全く同じ人物なのに、赤背景の女性の方が魅力的だと判定されたのである。女性の写真は赤背景で囲われている方が、魅力的に見えるという驚くべき結果が得られたのだ。

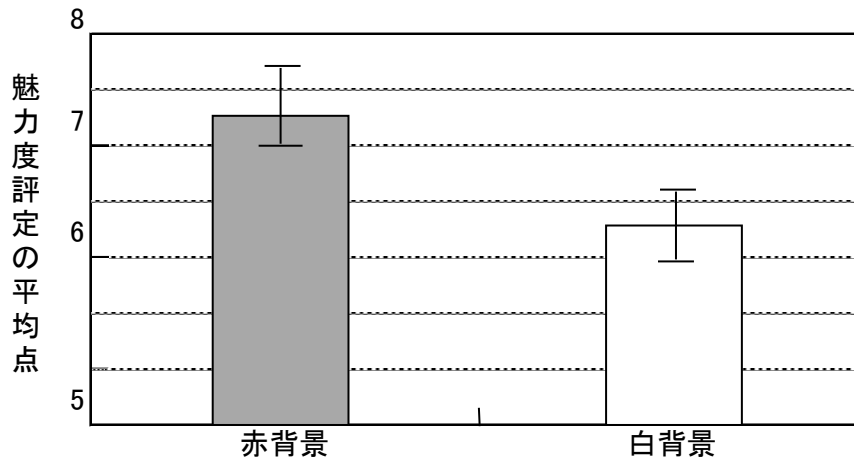


図1 赤背景の平均点は7.2点、白背景の平均点は6.2点だった

Elliot, Andrew J. and Niesta, Daniela (2008) Romantic red : Red enhances men's attraction to women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 95, 1150-1164

実験2では、同じ実験を男性31名と女性32名の計63名に対して行った。評定される対象の女性の写真は、先の実験の女性とは別人に変更された。これによって、他の女性の写真でも同じ効果が得られるかどうか確かめられる。

その結果、男性では先ほどの実験と全く同じ結果が得られた。つまり、赤背景で囲まれた女性の写真の方が、高い魅力度の評定を得たのである。しかし、女性の被験者（評定者）では、赤背景で写真の女性の魅力度が上がるという結果は得られなかった。つまり、赤背景の効果は男性に限定されたものであり、女性には効果がないことがわかった。このことから、赤背景の「魅力度を上げる効果」は、なんらかの性的な魅力と関係があることが示されたのである（性を越えた人間的な魅力ではないということである）。

以上が、世に広まっている「赤がモテ服」というワンフレーズ心理学の大元になっている科学論文の説明となる。

心理学は、人間一般の特性、人類の心の事実を立証する科学である。そのため、特定の個人の特性の影響をできるだけ小さくすることが求められる。この例でいえば、サトシ君の好みも最小限になるように何十人もの被験者の平均値が用いられる。そして、一度の気まぐれな判断の影響が最小限になるように、何度も同じ刺激（ここでは女性の写真）への反応を繰り返し行わせ、その平均値を取る。つまり心理学は、シングルショット（その場その場での、個人の一度限りの判断）からできるだけ離れて、人間全体、人類の総体としての心の特性を明らかにする学問なのである。

赤でモテるという元論文でも、30人以上の被験者から回答を求め、さらに同じ実験を繰り返していたのは、反応を平均化・平滑化するために必要な作業だった。

では、心理学的に「赤でモテる」を正しく応用すると、どうなるだろうか？

入試日程 A日程 出題科目名 小論文 **出題趣旨**

「赤でモテる」という心理学上の知見を具体的に事例に適用することができるか否かについて判断をし、その理由を説明することを求める問題である。まず、「赤でモテる」というのが、①男性が、全く女性の写真を見た場合、赤背景の方が魅力的だと判定されたという実験結果によるもので、赤背景の効果は男性に限定されたものであり、女性には効果がない、②心理学は、人間一般の特性、人類の心の事実を立証する科学であり、一度の気まぐれな判断の影響が最小限になるように、何度も同じ刺激への反応を繰り返し行わせ、その平均値を取るものであるから、「赤でモテる」という心理学の知見も、1 回限りの行為については有効性はなく、何度も同じ行為を行った場合の平均値を上げるという効果しか期待できないという 2 点を指摘した上で、これらに照らして、A、B が適切といえるかについて、論理的にわかりやすく記述することが求められる。

以 上