カウンセリング時における傾聴的態度の客観的評価

化粧品のカウンセリング場面の映像視聴時の心理・生理反応一

○岡部みゆき^{1,2}・平尾直靖¹・熊野宏昭²

(¹資生堂リサーチセンター・²早稲田大学人間科学学術院)

キーワード: 傾聴的態度, カウンセリング, 皮膚電位活動

Objective rating on attitude of attentive listening in counseling

-Psychological and physiological response in watching VTR of counseling in cosmetic store-

Miyuki OKABE^{1,2}, Naoyasu HIRAO¹ and Hiroaki KUMANO²

(¹Shiseido Co., LTD. Research Center, ²Graduate School of Human Sciences, Waseda Univ.)

Key Words: attitude of attentive listening, counseling, electro-dermal activity.

目 的

臨床心理カウンセリングにおけるカウンセラー(以下Co)とクライアント(以下C1)との良好な人間関係は、治療を行う上で非常に重要である。また、販売を行う際の店頭でのカウンセリングにおいても同様である。一空間の中で限られた時間内にCoとC1の言葉による言語的コミュニケーションは全体の3割であり、残りの7割は非言語コミュニケーションであると言われている(C.R. ロジャーズ, 2005)。これまで、C1がCoに対して抱く「印象」に影響を与える要因として、「傾聴的態度」が重視されてきた(水野, 2001)。すなわち、傾聴的態度を十分に用いているCoは、そうでないCoに比べ、C1との良好な人間関係を築くことが可能であると指摘されている。しかしながら、これまでの臨床心理学の知見、販売経験の双方から傾聴の態度の必要性は明らかなものの、実際に傾聴の態度の程度とCoの印象形成の関連性に関する実証的な研究は非常に少ない。そこで本研究では、化粧品の販売時の店頭カウンセリング場面の模擬映像を作成し、CoとC1のロールプレイとして実験参加者に視聴させ、Coの積極的な傾聴の態度有無とC1のCoに対する印象および自律神経系反応との関連性について検討することを目的とした。

方 法

研究対象：20～50歳の日本女性21名(各年代7名、平均年齢38.86±8.1歳)を分析対象とした。

測定指標：a. 傾聴の態度：傾聴の態度の評価票、4件法、b. Coの印象(b1)：特性形容詞尺度、7段階評定、Coに対する信頼度(b2, 5件法)、Coに対する満足度(b3, 5件法)、c. 生理指標：皮膚電位活動(electro-dermal activity: EDA)、ヴェガシステムズ社製 DA-3。

手続き：21名の全員に、以下3条件の映像を見せ、映像視聴中の印象評価と自律神経系反応から心理的影響の差異を検討した。条件1. 心理カウンセリングの「傾聴」にそってない所作で応対をする映像(否定的応対条件, ネガティブ)、条件2. 心理カウンセリングの「傾聴」にそった所作で応対をする映像(受動的応対条件, ニュートラル)、条件3. 心理カウンセリングの「傾聴」にそった所作でより積極的な傾聴の態度で応対をする映像(積極的応対条件, ポジティブ)。

結 果

各映像の傾聴の態度の評価(a)は、より積極的な傾聴態度を取ったロールプレイ(条件1<条件2<条件3)ほど高得点であり、良好な積極的傾聴を示す映像であることが確認された($F(2, 60)=31.33, p<0.05$)。Coの印象評価(b1)については、条件①～③の平均値の差は有意であり、以下の各項目のそれぞれで、条件1<条件2<条件3の順で高いことが示された(個人的親しみやすさ： $F(2, 60)=48.70, p<0.05$, 社会的望ましさ： $F(2, 60)=54.04, p<0.05$, 力本性： $F(2, 60)=14.41, p<0.05$)。また、信頼度得点(b2)、満足度得点(b3)の結果では、条件1～3の平均値の差は有意であり、やはり、条件1<条件2<条件3

の順で高いことが示された(信頼度： $F(2, 60)=41.50, p<0.05$, 満足度： $F(2, 60)=35.60, p<0.05$)。

さらに、EDAの分析結果より、条件1の方が条件2よりも、SCR(skin conductance response)の標準偏差が大きく、映像視聴中に断続的な交感神経系反応が生じた実験参加者の割合が高かった(16/21名； $\chi^2=5.76, p<0.05$)。また、条件3の方が条件2よりも、映像視聴中の覚醒水準を反映するSCL(skin conductance level)の平均振幅幅が大きい実験参加者の割合が高かった(16/21名； $\chi^2=5.76, p<0.05$)。以上の結果から、Coの印象度、満足度、信頼度の得点やEDA反応は、傾聴の態度によって、あらわれ方が異なることが明らかとなった。

考 察

本研究の結果から、C1がCoに対して抱く「印象」および「自律神経系反応」に影響を与える要因のひとつとして傾聴の態度との関連があることが実証され、Coの傾聴の態度の有無と心理・生理的反応との関連性が明示された。CoとC1のロールプレイの映像を視聴させた結果の比較からは、傾聴の態度が多く示されている条件は、用いない条件よりも、印象評定、信頼度、満足度の得点が高く、良い印象を持つことが示された。さらに、EDA反応から、否定的応対の態度によって生じる不快感に起因すると考えられる交感神経の断続的な亢進、また、より積極的な傾聴の態度によって覚醒水準が維持されることが示された。以上から、より積極的な傾聴の態度は、Coの印象形成に影響を与えること、CoとC1との良好な人間関係をつくるうえで重要であることが窺われた。

日常生活場面において、態度や非言語的コミュニケーションによって、相手に与える影響や印象は随分と違う。言語的・非言語的コミュニケーションが適切に行われていれば、相手とのコミュニケーションが円滑になると考える。販売を行う際のカウンセリング場面においても、非言語的コミュニケーションを適切に行ったうえで、徹底的に内容を吟味しながら聴取する積極的傾聴のようなCoの基本的態度によって、C1との良好な人間関係を築くこと、そして、カウンセリングの前提となる信頼関係を形成することは、非常に重要な位置を占めていると考える。また、視線や姿勢等、C1に不快感を与えることは、EDAの分析結果から、C1が表情や態度に表さなくても、心理的に好ましくない印象を与える。そして、対応が単調であれば、C1は退屈する等、良好なコミュニケーションが築けない。それ故、信頼形成のために、「傾聴」スキルが重要視される。C1の心を開かせ、深く理解するために、相手の立場に気遣いながら、時には積極的に質問をする等、積極的な傾聴の態度を取ることでC1との間で信頼と共感が得られると考える。

引用文献

- C.R. ロジャーズ, 保坂亨・末武康弘・諸富祥彦(訳)(2005). クライアント中心療法 岩崎学術出版社
水野修次郎(2001). カウンセリング練習帳 ブレーン出版