

俳句を利用したエゴグラム観察の社会実験

進藤 僚介¹ 鈴木 貢^{1,a)}

概要: 最もポピュラーな性格診断方法として質問紙を用いたエゴグラム診断があるが、質問数の多さや直接的な質問が多いといった問題点がある。本研究では、俳句の好みを用いてこのエゴグラム診断の結果を推測することで、質問数を削減し被験者に診断していることを意識させずに診断を行い、被験者のあるがままの結果を得ることを目標とし、調査、実験を行った。好みを問うための俳句群はなるべく簡単なものを使用し、俳句の知識に左右されないよう配慮した。この群を用いて行った基礎調査 84 件より、推測の基準となる俳句の好みと性格の傾向対応表を作成し、更なるデータ収集手段として web でのアンケート、診断ページを作成、公開した。執筆時点では 154 件の回答を得ている。

キーワード: 俳句, 性格, 性格診断, エゴグラム, 社会実験

A social experiment of egogram using haiku selection

SHINDO RYOSUKE¹ SUZUKI MITSUGU^{1,a)}

Abstract: Egogram test is one of the most popular method for personality test, but it has problems that the count of questions is large and that the questions include direct ones. In this study, we tried to use questions of favorite for haiku to infer his egogram. With our method, the count of the questions is reduced, and expect each subject to be unconscious of the personality test. We have chosen well known and easy to understand nine haikus to minimize the effect caused with differences of knowledge on the haikus between the subjects. We made up a table that maps the favorite to the egogram with these haikus and 84 initial subjects using paper question sheet. And we set up a web question page intended to get more data, and we collected 154 answers now.

Keywords: haiku, egogram, personality test, social experiment

1. はじめに

交流分析や、それに基づく性格診断は、占いや人生相談の域を越えて、自省のための個人的な参考に留まらず、入社試験や人員の最適配置におけるの参考資料として使われるようになった。

「交流分析」や「性格診断」で Web 検索を行うと検索結果の最上位に上がるように、現在最も一般に使われ、かつ信憑性の高い性格診断方法として John M. Dusay が提案したエゴグラム [1] がある。エゴグラムでは、2.1 節で詳述するように、被診断者の自我状態を、5つのメトリクスを

指標として他者が観測し、観測結果を図示したグラフの形状で判定を下す。

そして、エゴグラムに基づいた性格の自己診断を目的として、5つのメトリクスの各々に対応した各 10 問、計 50 問の質問を被診断者へ行い、その結果をエゴグラムに変換する質問紙法エゴグラム [2] を提案している。Web サービス等で多く見られる、4~50 問から成る様々な形態の質問によるものは、これをそのまま利用したものか、変種であると考えられる。

しかしながら、質問紙法エゴグラムには、質問数が 50 と多いことや、単純な質問と回答が連続することで被診断者を飽きさせてしまうという問題がある。また、質問内容が「いかにも性格診断のため」のものから構成されているの

¹ 島根大学
Shimane University

a) suzuki@cis.shimane-u.ac.jp

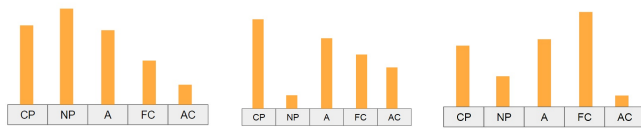


図 1.NP が優位な例 図 2.CP が優位な例 図 3.FC が優位な例

で、オリジナルの他己診断（他者からの観察による診断）とは異なる診断結果になることが考えられる。さらに、質問の中に「規則を守る方ですか」や「他人の世話が好きですか」といった直接的な回答が難しい質問が多くあり、結果的に被診断者が診断結果に対して違和感を感じることもある。

そこで本研究では、エゴグラム診断の推測方法として俳句の好みをを用いることを提案する。その狙いは、質問内容を俳句の好みの順位付けとすることで、性格診断であることを被診断者に意識させないことにある。

本稿では、好みの調査対象とする俳句の選択方法、参照データを得るための質問紙型エゴグラム診断の構成方法、俳句の好みとエゴグラム診断との関連付けの方法を報告する。そして、Web ページとして実現した俳句による性格診断の、実施した結果について報告する。

2. 関連研究

この節では、本研究の礎であるエゴグラムと、質問紙エゴグラムについて詳説する。

2.1 エゴグラム

エゴグラム [1] では、自我状態を以下の 5 つのメトリクスに分類し、各メトリクスのエネルギーの高さとして図示して、性格診断を行う。

CP: 批判的な親の自我状態。責任感や支配性、強い価値観を感じさせる。

NP: 養育的な親の自我状態。寛容性や情緒的、思いやり、自己犠牲を感じさせる。

A: 大人の自我状態。現実感や客観性、損得勘定、合理性を感じさせる。

FC: 自由な子供の自我状態。奔放性や創造性、強い感情表現を感じさせる。

AC: 順応した子供の自我状態。服従心や従順性、適応能力、依存性を感じさせる。

これら 5 つのメトリクスの強弱のパターンを図示した図 1 や図 2、図 3 のようなグラフから、人間の性格特徴を診断する。診断の例は付録に示す。

エゴグラムを含む交流分析では、一般に自己診断ではなく他己診断を用いる。Dusay が提案した当初は、他者から見た各メトリクスのエネルギーの高さ（以降では単にレベルという）を専門家が経験と直感で判断して描画し、診断するものであった。

2.2 質問紙法エゴグラム

質問紙法エゴグラム、あるいはエゴグラム・チェック・リストと呼ばれる手法 [2] は、新里里春を中心とする研究グループが開発した交流分析法である。

この手法では、本来は他者からの直感で行う診断を、被診断者に対する客観テスト置き換えている。エゴグラムにおける 5 つのメトリクスの各々に対して、メトリクスの診断内容に関連した質問を行い、「はい」に対しては 2 点、「どちらでもない」に対しては 1 点、「いいえ」に対しては 0 点として点数を積算し、そのメトリクスのレベルを評価する。

その後、質問数 50 [3] のものを基本として、診断対象によって質問数 38 [4] や 65 [5] のもの等が開発された。

今日では、臨床や教育の場でもこの手法が用いられているほか、web ページでもこの方法を基としたものが多く作られている。

我々の研究では、4.2 節で詳述するように、この手法を応用して 25 問のものを作成し、基礎データの作成や対照データの取得を行っている。

3. 提案手法

本稿では、俳句の好みを調査することによって、エゴグラムの 5 つのメトリクスのレベルを推定する方式を提案する。

俳句の好みの調査は、4.1 節で詳説する方法で選定され、並べられた 3 句ずつの 3 グループから成る合計 9 句を、被診断者にグループ内で好みの順で順位付けさせる。この結果を「俳句の好み」と定義する。すると、結果的に各グループでは ${}_3P_3 = 6$ 通りの結果が得られ、3 グループ分を掛け合わせた $6^3 = 216$ 通りの俳句の好みのバリエーションが得られる。

そして、俳句の好みをを入力し、出力としてエゴグラムの各メトリクスのレベルを H, M, L（高, 中, 低に対応）で出力する推測器を用いてエゴグラムを推測する。推測器を構成する方法については 4.3 節で詳説する。

4. 実装

本研究は大きく 2 つのフェーズに分かれており、フェーズ 1 では主に学内での基礎データの収集を目的とした調査を、フェーズ 2 では主に Web ページとして実現したアンケートによる社会実験を行った。それらの概要を図 A.1 に示す。

フェーズ 1 の内容は次の通り：(1) 俳句の好みを調査するための俳句を抽出・レイアウトするためのアンケート、(2) 25 問エゴグラム診断と俳句の好みの紙面アンケート。紙面アンケートでは、さらなる質問を可能にするために記名式とし、その結果からの推定器を作成した。(3) 記名不要の紙面アンケートでの 25 問エゴグラム診断と俳句の好みの紙面アンケートと提案方式の妥当性の確認。フェーズ

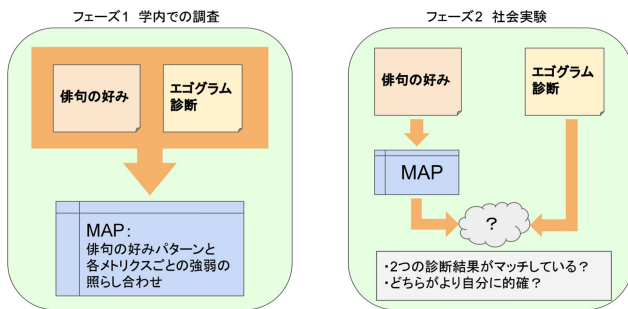


図 4. 本研究の概要

表 1. 認知度の高かった俳句

俳句	認知度	群-順
柿くえば 鐘がなるなり 法隆寺	10	-
古池や 蛙とびこむ 水の音	8	3-3
閑かさや 岩にしみ入る 蟬の声	8	3-2
五月雨を 集めてはやし 最上川	8	3-1
雪とけて 村一ぱいの 子どもかな	7	2-1
夏草や つわものどもが 夢の跡	7	2-2
すずめの子 そこのけそこのけ お馬が通る	7	2-3
やせ蛙 負けるな一茶 これにあり	6	1-3
行水の 捨てどころなし 虫の声	5	1-2
朝顔に つるべとられて もらい水	5	1-1

認知度：フェーズ 1 でのアンケートで知っていると言えた人数
群-順：俳句をレイアウトした群とその中における順番

2 では、フェーズ 1 で作成した推測器を用いて俳句の好みからエゴグラム診断の結果を推測する実験として、さらなる質問を加えた Web ページによるアンケートの作成とそれを使った社会実験を行った。

4.1 俳句の選定と集計方針

3 節で述べた 9 句の選別とレイアウトを行うために、アンケートを行った。この調査の目標は、選別した句に対する年代や性別による知識差を小さくすることである。

具体的には、文献 [6] の「熟知度と好感度の調査」の結果として列挙されている中から熟知度の低い俳句を取り除いた 63 句の中から知っている句を選択させるアンケートを作成し、男子 8 名、女子 2 名に対して実施した。その結果の上位 10 句は、表 1 の通りである。この中から、同じか近い人数のものを 3 つずつ括ってグループを形成し、各グループ内で上記の 63 句の順番とは逆の順番を与えた結果を、表 1 の「群-順」欄に示す。最も認知度が高かった「柿くえば…」は、これが常に 1 番になると予想して、9 句には含めなかった。

フェーズ 1(2) 以降のアンケート集計結果を提示する際には、表 2 に示す符号化を用いる。例えば俳句群 1 において被診断者の俳句の好みのパターンが「は」である場合は、1 番好きな俳句が 2 番目「行水の捨てどころなし…」、2 番目に好きな俳句が 1 番目の「朝顔につるべとられて…」、そして 3 番目に好きな俳句が 3 番目の「やせ蛙…」であるこ

表 2. 俳句の好みのパターンの符号化

区分	1 番目	2 番目	3 番目
い	1 番	2 番	3 番
ろ	1 番	3 番	2 番
は	2 番	1 番	3 番
に	2 番	3 番	1 番
ほ	3 番	1 番	2 番
へ	3 番	2 番	1 番

とを意味する。

4.2 25 問エゴグラムの構成

アンケートでは俳句の好みの調査と質問紙エゴグラム診断を同時に行うので、50 問の質問紙エゴグラム診断 [3] では被験者への負担が大きい。そこで、これの質問内容を整理して、5 メトリクス × 5 問の 25 問のエゴグラム診断を作成した。(質問内容は付録を参照) 削除の対象としたのは以下の通り：(1) 年齢、金銭面に関係するもの、(2) 質問の内容が重複するもの。結果の集計は、質問毎に「はい」を 2 点、「いいえ」を 0 点、「どちらでもない」を 1 点として積算し、0~10 点の 11 段階の結果を得る。

しかし、その組み合わせは $11^5 = 161051$ 通りとなり、俳句の好みの 216 通りに比べて遥かに大きく、また総合的な性格診断にはこの精度は不要と考え、各メトリクスを H(8~10), M(4~7), L(0~3) の 3 段階 ($3^5 = 243$ 通り) に粗化した。

4.3 推定器の構成方法

俳句の好みを入力することによって各メトリクスのレベルの推測結果を出力する。推定器の作成方法は以下のとおりである。

(1) 俳句の好みとエゴグラムの関係性の基となるデータを調査し、俳句の好みとエゴグラムの関係を示す統計 (HL 表) を作成する。本研究ではフェーズ 1 (2) にてアンケート調査を行った。

(2) MAP に重み付けを行い、エゴグラムと俳句の好みからの推測の誤差を減らすことを目的とする。満たされる条件は W (メトリクス, 俳句群) : 対象メトリクスと重み付けをされる俳句群と仮定して CP を対象とした時

$$W(MET, 1), W(MET, 2), W(MET, 3)$$

$$\text{但し } 0 < W(MET, 1), W(MET, 2), W(MET, 3) < 1$$

$$\text{かつ } W(MET, 1) + W(MET, 2) + W(MET, 3) = 1$$

である。

(3) HEMAP を作成する。MET を対象メトリクス、 A_n を俳句群 n の回答、H, M, L は対象メトリクスでそのレベルとなった人数、 $H(n, A_n)$ は俳句群 n で A_n と回答した人数と定義する。

$$HEMAP(MET, A_1, A_2, A_3) =$$

表 3. 俳句の好みとエゴグラムの関係を示す統計 (HL 表) (単位: %)

各別合計	俳句グループ1					俳句グループ2					俳句グループ3				
	い	ろ	は	に	ほ	い	ろ	は	に	ほ	い	ろ	は	に	ほ
CP H 2	0	0	0	18	0	0	0	0	0	11	0	0	13	0	0
M 26	40	50	67	64	67	67	67	50	50	61	67	20	83	63	50
L 16	60	50	33	18	33	25	33	33	50	28	33	80	17	25	50
NP H 24	20	50	67	64	100	0	33	50	67	61	67	40	33	63	50
M 17	70	50	33	18	0	50	100	67	25	33	33	50	67	25	50
L 3	10	0	0	18	0	0	0	25	0	6	0	10	0	13	0
A H 14	30	25	33	27	33	33	0	50	33	33	17	30	50	0	25
M 22	40	50	58	55	67	25	67	0	38	50	83	50	50	75	25
L 8	30	25	8	18	0	25	0	100	13	17	0	20	0	25	50
FC H 10	30	25	25	27	0	0	33	33	38	0	22	40	17	13	25
M 23	50	50	50	36	100	75	33	33	25	100	50	50	50	50	50
L 11	20	25	25	36	0	25	33	33	38	0	28	10	33	38	25
AC H 20	70	25	58	27	33	25	67	33	75	33	39	40	50	50	75
M 18	30	75	42	36	67	25	33	67	0	50	50	50	33	25	50
L 6	0	0	0	36	0	50	0	0	25	17	11	10	17	13	0

$$\max \begin{bmatrix} H / (\sum_{n=1}^n H(n, A_n)) * W(MET, n) \\ M / (\sum_{n=1}^n H(n, A_n)) * W(MET, n) \\ L / (\sum_{n=1}^n H(n, A_n)) * W(MET, n) \end{bmatrix}$$

5. 実践

5.1 MAP 作成のためのアンケート

提案方式の有効性を調べる目的と、初期 MAP 作成に向けたデータ収集を兼ねて、俳句の好みの調査と、25 問エゴグラムから成るアンケートを行った。(フェーズ 1(2))

予定期間内に 44 件の有効回答を、主に本学学生(男性 7 割, 女性 3 割)から成る被験者から得た。

表 3 は俳句の好みのパターンごとの各レベルの割合である。例えば H1 で「ほ」パターンの回答をした人の CP は 0% が H, 67% が M, 33% が L となる。

5.2 エゴグラム推測の手法

第一回アンケートによってエゴグラムと俳句の好みの関連性の基となる調査ができた。ここで表 3 を MAP として用いてエゴグラムの推測を行う。俳句の好みごとにメトリクスにおける各レベルの割合を示したこの表は、いわば写像が集まり割合を成したものである。この MAP を用いて俳句の好みから逆写像を取ることによって、エゴグラムを推測する。

本研究での推測手法は、俳句の好みから各メトリクスレベルの確率を足し合わせ、最も高い確率となったレベルを推測結果として出力する。例えば俳句の回答が (H1, H2, H3)=(い, ほ, い) の時、表 4 のように計算を行い、合計値が最も高いことから CP は L であると推測される。

この様に各メトリクスを俳句の好みパターンから推測し、被験者のエゴグラム診断の結果と比較を行った。

表 5 表 6 表 7 がエゴグラム推測の集計結果と 25 問エゴグラム診断の比較結果である。メトリクス AC 以外では結果的に多数派が強調され、少数派がほぼ 0 となった。また、マッチング結果を見るとメトリクスごとに大きく差がある事がわかる。多数派と少数派の差が広い CP, NP が高いマッチ率となり、対して M を頂点として H, L が同様に

表 4. エゴグラム推測の一例

メトリクス	レベル	H1(い)	H2(ほ)	H3(い)	SUM	推測
CP	H	0	11	0	11	L
	M	40	61	20	121	
	L	60	28	80	168	
NP	H	20	61	40	121	M
	M	70	33	50	153	
	L	10	6	10	26	
A	H	30	33	30	93	M
	M	40	50	50	140	
	L	30	17	20	67	
FC	H	30	22	40	92	M
	M	50	50	50	150	
	L	20	28	10	58	
AC	H	70	39	40	149	H
	M	30	50	50	130	
	L	0	11	10	21	

表 5. 俳句からの推測 表 6. エゴグラム診断 表 7. マッチング結果

	CP	NP	A	FC	AC		CP	NP	A	FC	AC		CP	NP	A	FC	AC
H	0	34	4	0	23	H	2	24	14	10	20	o	32	30	26	23	27
M	38	9	37	43	20	M	26	17	22	23	18	x	10	12	17	20	16
L	6	0	3	0	0	L	16	3	8	11	6	%	76	71	60	53	63
XX	0	1	0	1	1	XX	0	0	0	0	0	all					65

表 8. 俳句の好みとエゴグラムの関係を示す統計 (HL 表) (単位: %)

各別合計	俳句グループ1					俳句グループ2					俳句グループ3				
	い	ろ	は	に	ほ	い	ろ	は	に	ほ	い	ろ	は	に	ほ
CP H 7	18	0	6	20	0	13	0	5	0	11	13	5	0	12	0
M 51	47	50	67	67	75	67	63	67	52	60	67	45	70	53	71
L 25	35	50	28	13	25	33	25	33	43	40	22	50	30	35	29
NP H 40	29	57	61	67	38	25	13	33	33	50	59	40	40	47	57
M 36	65	43	33	20	50	58	88	67	48	50	33	45	60	35	43
L 7	6	0	6	13	13	17	0	0	19	0	7	15	0	18	0
A H 24	35	21	22	33	38	25	38	0	33	30	26	30	40	6	43
M 41	41	50	56	53	63	42	38	0	43	50	52	45	60	47	29
L 18	24	29	22	13	0	33	25	100	24	20	22	0	25	0	47
FC H 24	24	50	28	20	13	42	38	33	29	20	30	35	40	18	29
M 42	59	43	50	53	38	50	38	33	43	80	44	55	30	59	43
L 17	18	7	22	27	50	8	25	33	29	0	26	10	30	24	29
AC H 38	65	36	67	33	38	25	38	33	71	40	37	45	50	47	43
M 34	35	50	33	40	50	42	63	67	19	40	44	50	30	41	43
L 11	0	14	0	27	13	33	0	0	10	20	19	5	20	12	14

分散している FC は低いマッチ率となった。総合的なマッチ率は 65% となった。

5.3 人数増加による変化の調査

第一回から人数を増やした時にどのような変化が起きるのか調査すべく、第二回アンケートを行った。42 件の回答を得たが、うち 2 件が記入不備のため無効となり第一回と合計して 84 件となった。

表 8 は俳句の好みパターンごとの各レベルの割合である。第一回よりもデータ数が増え、寄り細かな割合となった。

第一回と同様の手法でエゴグラム推測を行った結果が表 9 表 10 表 11 である。CP, A, FC では前回よりも多数派がより強調され、全てのメトリクスで少数派の推測がされない結果となった。これは 3 つの確率の足しあわせを行うために少数派意見は割合として弱く、推測結果として出力されることはなかった。また、多数派意見が全体の 50

表 9. 俳句からの推測 表 10. エゴグラム診断 表 11. マッチング結果

	CP	NP	A	FC	AC
H	0	49	0	1	54
M	84	35	81	83	30
L	0	0	3	0	0
XX	0	0	0	0	0

	CP	NP	A	FC	AC
H	8	40	25	26	37
M	50	37	41	40	35
L	26	7	18	18	12
XX	0	0	0	0	0

	CP	NP	A	FC	AC
o	50	52	44	41	44
x	34	32	40	43	40
%	60	62	52	49	52
all					55

表 12. メトリクスごとの最適な重み付け

	H1	H2	H3
CP	0.333	0.013	0.653
NP	0.693	0.293	0.013
A	0.100	0.247	0.653
FC	0.653	0.147	0.200
AC	0.173	0.333	0.493

表 13. 俳句からの推測 表 14. エゴグラム診断 表 15. マッチング結果

	CP	NP	A	FC	AC
H	0	45	6	5	53
M	81	39	75	76	31
L	3	0	3	3	0
XX	0	0	0	0	0

	CP	NP	A	FC	AC
H	8	40	25	26	37
M	50	37	41	40	35
L	26	7	18	18	12
XX	0	0	0	0	0

	CP	NP	A	FC	AC
o	51	54	45	47	51
x	33	30	39	37	33
%	61	64	54	56	61
all					59

%を超えた辺りからほぼ 100 % で多数派が出力されていることも分かる。マッチング結果を見ると、全体としては前回の 65 % から 55 % へと下がった。特に CP では 60 % のマッチ率となり、前回から 16 % 下がった。

5.4 重み付きエゴグラム推測の手法

第一回の調査と比べ第二回ではマッチ率が低くなった。これはデータ数が十分でなかったためにマッチ率が下がり、ある程度のデータが集まれば打ち止めになると考えられるが、今回はフェーズ 2 に向けて暫定的な MAP を作成しなればならない。そこで今あるデータを用いてよりマッチ率を上げるべく、俳句群ごとに重み付けを行うことでより有効な MAP を作成することとした。

H1,H2,H3 が各 33 % の倍率を持つ状態をベースとして、合計 100 % となるように 3 % 刻みで重み付けを推移させた。つまり満たされる条件はメトリクス_俳句群: 対象メトリクスと重み付けをされる俳句群と仮定して CP を対象とした時

$$cp.h1, cp.h2, cp.h3$$

$$\text{但し } 0 < cp.h1, cp.h2, cp.h3 < 1$$

$$\text{かつ } cp.h1 + cp.h2 + cp.h3 = 1$$

である。この重み付けの組み合わせの中で、俳句の好みによる推測の結果と 25 問エゴグラムとの誤差が最小のものを最適な重み付けとし、各メトリクスごとに求めた。

それぞれの重み付けを行った MAP を用いてエゴグラム推測を行い、最もマッチ率が高くなったものを各メトリクスごとに選び出した。表 12 がメトリクスごとの現段階での最適な重み付けである。この重み付けを用いて再度エゴグラム推測を行った結果が表 13 表 14 表 15 である。

全体のマッチ率が 55 % から 59 % へと上昇した。同時に

表 16. 俳句からの推測 表 17. エゴグラム診断 表 18. マッチング結果

	CP	NP	A	FC	AC
H	0	71	7	5	111
M	151	83	146	137	43
L	3	0	1	12	0
XX	0	0	0	0	0

	CP	NP	A	FC	AC
H	37	79	40	47	54
M	90	65	82	89	65
L	27	10	32	18	35
XX	0	0	0	0	0

	CP	NP	A	FC	AC
o	86	89	81	81	57
x	67	64	71	71	96
%	56	58	53	53	37
all					51

多数派意見以外にも出力されるようにはなったが、依然として多数派が強調されている。FC,AC においては重み付けを行うことでかなりマッチングが改善された。対して CP はあまり上昇しなかったが、やはり多数派と次点の人数差が大きくなると足し合わせという推測方法では一極になってしまう。

5.5 web アンケートの作成

これまでの結果から重み付けを行った MAP を暫定の MAP としてフェーズ 2 に移り、社会実験として web アンケートを作成した。ここでは更に広く多くのデータを収集することを目的とすると同時に、これまでは MAP に対して既知のデータを与えていたが、未知のデータを与えた際にどのようにマッチ率が推移するかについても調査する。"www.goo.gl/uwgvvq" で公開しているのは是非アンケートにご協力願いたい。

web ページは紙のアンケートと同様にエゴグラム診断と俳句の好みを調査する部分に加えて、被験者のパーソナルな情報への質問、俳句の好みからの推測結果とエゴグラムの推測結果を表示するページを作成した。パーソナルな情報として年代と性別を追加で質問し、現在の MAP がどの年代、性別に対して有効であるかを調査する。また、今後より詳細な区切りで MAP を作成する際にもこのデータが有効に使える。結果のページはエゴグラムと俳句の好みからの出力が同じであった場合一つの結果を提示し、異なる場合は 2 つの結果を提示する。各メトリクスのレベルごとに簡単な診断結果を出し、被験者はどちらの結果が自分の性格にマッチしているかを選択する。この診断結果はエゴグラムと俳句の好みで同じ文章を用いて、文言で差がでることがないように配慮した。

5.6 web アンケートの結果

アンケートページを SNS 等を用いて宣伝し、2/6 現在 154 件のデータが得られた。フェーズ 1 と同様に診断結果を比較した結果が表 16 表 17 表 18 である。NP,AC では 2 つの診断結果で多数派が食い違っていることが分かる。そのため、現在の重み付けした一定の MAP を用いるのではなく一定期間ごとに MAP の更新が必要である。また AC のマッチ率が非常に低くなり、61 % から 37 % まで低下した。これは多数派が入れ替わると同時にこれまで僅差であった次点とも差が広がり、これまでの傾向とは大きく異なったため、現在の MAP では対応できなかった。

表 19. 年代ごとの俳句による診断への評価

年代	人数	男性	女性	俳句派	男	女	割合 %	男 %	女 %
0	1	0	1	0	0	0	0.0	0.0	0.0
10	12	9	3	8	6	2	66.7	66.7	66.7
20	69	47	22	37	25	12	53.6	53.2	54.5
30	19	15	4	10	10	0	52.6	66.7	0.0
40	29	15	14	10	4	6	34.5	26.7	42.9
50	20	10	10	11	5	6	55.0	50.0	60.0
60	4	3	1	3	2	1	75.0	66.7	100.0
合計	154	99	55	79	52	27	51.3	52.5	49.1

俳句派:俳句による推定のほうが自分に的確であると答えた人数

表 20. web でのエゴグラム推測の比較結果

年代	人数	マッチ率
0	1	60.0
10	12	55.0
20	69	52.5
30	19	48.4
40	29	49.0
50	20	57.0
60	4	30.0

表 19 が年代ごとの俳句の好みによる診断に対する評価である。診断を受けた年代ごとの人数は SNS でのフォローの年代がコアとして出ており、20代と40代前後で多くの回答を得た。概ねどの年代でも「俳句の診断がエゴグラムよりも当たっていた」という回答が半数を超え、高い評価を得たが、40代のみで低い評価となった。しかしながら、最も多くの回答がある20代で53%が俳句による推測を評価したことは、この推測が正しい、または楽しいものであったと言える。

また、表 20 に各年代ごとのマッチ率を示す。前提調査の主な対象となった10代、20代とともに50代でも高いマッチ率となった。年代の離れた50代でも比較的高いマッチ率を得たことから、現在の10代、20代は俳句の教育を受けた時に現在の50代から教えられ、それによって俳句に対する価値観が共有されているのではないかという仮説も立つ。30代、40代については低いマッチ率となり、よりデータが揃った時には年代ごとに対応したMAPを作るべきである。

6. まとめ

俳句の好み（の順序の並び）とエゴグラム診断の結果の関連性を仮定し、俳句の好みからエゴグラムを推定する社会実験を行った。その結果として、約50%の確度でエゴグラム（の各々のメトリクスのレベル）を推定できることが判った。俳句の好みからエゴグラムを推定する推定器は、俳句の好みとエゴグラムの関係を示す統計と、各メトリクスに対する各々の俳句グループの重みを表すマトリクスから成る。マトリクスを、有効なデータを用いて調節することで、確度を高めることができることが判った。

Webを使った社会実験では、年代によって結果の評価

が分かれた。これについてはいろいろな仮説が考えられるが、議論は今後の課題の1つとしたい。また、今回は全ての年代を1つの統計とマトリクスで処理したが、年代で切り替えることで、確度を向上させることができるかもしれない。これも今後の課題の1つである。

謝辞 本研究を行うにあたり、アンケートに御協力頂いた皆様に感謝します。また、Webでの調査を実現するにあたり、クラウド環境を御提供頂いたニフティ株式会社に感謝します。

参考文献

- [1] ジョン・M・デュセイ (著), 池見西次郎 (監修) 新里里春 (訳), エゴグラム一ひと目でわかる性格の自己診断, 創元社, 1980.
- [2] 新里里春, 水野正憲, 桂 裁作, 杉田峰康, 交流分析とエゴグラム, 株式会社チーム医療, 1986.
- [3] 岩井浩一他, 質問紙法エゴグラムの臨床的応用, 交流分析研究, 12, 3 13, 1977.
- [4] 新里里春, エゴグラム (ECL-R) による心身症患者と神経症患者のパーソナリティの研究, 交流分析研究, 16, 1992.
- [5] 新里里春, 徳永鉄哉, 長門宏, 中・高校生用エゴグラムの作成-その妥当性の検討-, 交流分析研究, 11, 1986.
- [6] 皆川直凡, 俳句理解の心理学, (株) 北大路書房, 2005.

付 録

A.1 エゴグラム診断の一例

例として記載した図 1, 図 2, 図 3 についてエゴグラム診断を行ったとき、どのような結果となるのかを以下に示す。

図 1 の場合 :

CP:一般的な責任感を持ち、悪いと思ったことを批判することもあります。

NP:優しさと愛情に満ち溢れていますよく人に頼られますが、過保護な一面も持っています。

A:一般的に大人として求められる論理性を持っています。

FC:時と場合によって、子供のように感情を露わにできます。時としてストレス解消にも必要な行動です。

AC:いつでもマイペースに過ごします。自分の思った通りに、妥協なく物事を進める性格です。

A.2 25 問エゴグラム診断の質問内容

図 2 の場合 :

CP:責任感が高く、人に対して NO とははっきり言えます。人によっては、厳しい人だと感じるかもしれません。

NP:周りから冷淡な人だと見られませんか?必要な時もありますが、もう少し優しく接してみても良いかもしれません。

A:非常に理知的で計算高い人です。様々な仕事に必要とされるでしょう。

FC:時と場合によって、子供のように感情を露わにできます。時としてストレス解消にも必要な行動です。

AC:必要なルールは守り、適度に遠慮し、感化もされます。

図 3 の場合 :

CP:一般的な責任感を持ち、悪いと思ったことを批判することもあります。

NP:周りから冷淡な人だと見られませんか?必要な時もありますが、もう少し優しく接してみても良いかもしれません。

A:一般的に大人として求められる論理性を持っています。

FC:子供のように自由な心を持っています。創造性に溢れ、新しい発想ができますが、軽はずみな一面もあります。

AC:いつでもマイペースに過ごします。自分の思った通りに、妥協なく物事を進める性格です。

CP:

あなたは規則を守ることに厳しい方ですか?

あなたは礼儀、作法にうるさいほうですか?

人の言葉をさえぎって、自分の考えを述べることがありますか?

自分を責任感の強い人間だと思いますか?

良い、悪いをはっきりさせないと気がすまないほうですか?

NP:

人から道を聞かれたとき、親切に教えてあげますか?

頼まれたら大抵のことは引き受けますか?

他人の世話をするのが好きなほうですか?

他人の欠点よりも、長所を見るほうですか?

あなたは思いやりがあるほうだと思いますか?

A:

あなたは感情的というよりは理性的なほうですか?

何か分からないことがあると、人に相談してうまく処理しますか?

仕事は能率的にテキパキと片付けていくほうですか?

物事は、その結果まで予測して、行動に移しますか?

何かするとき、自分にとって損か得かをよく考えますか?

FC:

嬉しいときや悲しいときに、すぐ顔や動作に表しますか?

あなたはよく冗談を言うほうですか?

言いたいことを遠慮なく言うことができますか?

欲しい物は、手に入れないと気がすまないほうですか?

「わあ」「すごい」「かっこいい!」などの感嘆詞をよく使いますか?

AC:

あなたは遠慮がちで、消極的なほうですか?

無理をしてでも他人からよく思われようと努めるほうですか?

あなたは劣等感が強いほうですか?

他人の顔色を見て行動するようなどころがありますか?

上の人や子供のごきげんをとるような面がありますか?

図 A-1.25 問エゴグラム

回答は「はい」「どちらでもない」「いいえ」を選択させる。