

詐欺脆弱性に対する絵画の影響

The Impact of a Painting on Vulnerability to Fraud

佐々木 美加[†]

Mika Sasaki

[†] 明治大学

Meiji University

mikasa@meiji.ac.jp

概要

本研究では、中世の詐欺に関する絵画が、現代の詐欺に対する危機意識を高めることを実証的に明らかにする。実験では、ラ・トゥールの「いかさま師」の画像を絵画刺激とし、呈示後の感情と詐欺への危機意識が測定された。その結果、絵画呈示条件では、恐怖感が喚起され、詐欺脆弱性が改善されることが示された。本研究結果から、時代も民族も風俗も超えて、詐欺への危機意識を有意に高める効果が絵画刺激にありうることが示唆された。

キーワード：詐欺脆弱性(vulnerability to fraud), 絵画 (paintings), 感情(feeling)

1. はじめに

(1) **特殊詐欺と説得の心理学** 本研究は、絵画によって特殊詐欺に対する危機意識が高められることを実験的に明らかにするものである。高齢者の特殊詐欺被害に至る過程は、説得の心理学的メカニズムから説明が行われ、特にオレオレ詐欺では、説得過程で恐怖コミュニケーションが用いられているとされる(福原, 2017)。具体的には、高齢者の息子が窮地に陥るかもしれないという恐怖から詐欺グループに金銭を支払ったり、リフォームしないと家が倒壊する恐怖を与えられ、法外に高額なリフォーム費用を支払うなどの例が挙げられる。これらの特殊詐欺に対し、金融機関において警察庁と連携して高齢者への詐欺予防の声掛けや予防的な警察への通報などが行われてきた。しかし、金融機関で声をかけられた高齢者から反発を招くケースが多い(木村・西田, 2018)。これは声をかけられた高齢者は金融行動の自由が奪われると感じ、高齢者に心理的リアクタンスが生じているためと考えられる。

心理的リアクタンスの少ない絵画 特殊詐欺被害対策の大きな障害因であると考えられる。そこで本研究では、心理的リアクタンスを生じにくい詐欺被害対策として、詐欺の恐ろしさを説得可能な絵画の影響力を検討する。説得における恐怖コミュニケーションの効果は古くから確認されている(深田,

1973; 1975)。現在の恐怖コミュニケーションの説得への応用例としては、諸外国のタバコのパッケージに肺がんの写真が掲載され、喫煙による健康被害への恐怖から喫煙が抑制されている例がある。また、日本の運転免許証更新の安全講習で事故映像や事故後の社会的困難や精神的苦痛をまとめたドラマが呈示され、事故の恐怖感や危機感を高めて事故防止を啓発している。このような例を見ても、恐怖コミュニケーションを特殊詐欺の被害対策に援用することが期待できる。しかし、強すぎる恐怖もまた、心理的リアクタンスを生じて説得の効果が弱まることが知られている。そこで、直接働きかけてお節介だと感じられたり意思決定の自由を奪われる脅威を感じず、心理的リアクタンスを生じることのない絵画刺激を用いる。

絵画に見る恐怖感情の効果 寓意画、ことに宗教的寓意画の中には、恐怖を喚起して人々に戒めや自重を促すイメージを生じる作品は少なくない。例えば、山本(2015)は、菅原道真の左遷への憤怒を描いた東帯天神像や北野天神縁起絵巻を取り上げ、恐怖を喚起する絵と信仰の結びつきを示唆している。また、加須屋(2003)は、仏教説話画において、生老病死の苦しみを伝え、生きることにの本質にかかわる知を表象していると論じている。また、中野(2007)は、恐怖をイメージさせる西洋画を多数取り上げている。その中に、詐欺に遭う若者の情景から恐怖を感じさせる絵として、ラ・トゥール作の「クラブのカードを持ついかさま師」を挙げている(図1参照)。



図1. クラブのカードを持ついかさま師

この作品は、美術教育研究では、実験参加児童の詐欺知覚が確認されている(福本・金子, 1997, 中田, 2018)。そこで、本研究では、金融詐欺への恐怖やリスク認知を喚起する刺激として取り上げた。

このように詐欺の場面の絵画から恐怖が生じると、詐欺に対する危機感が高まり、「自分は詐欺の被害に遭わないだろう」という詐欺脆弱性は、弱められると考えられる。従って、以下の仮説が導入される。

【仮説 1】 絵画刺激により生じた恐怖から詐欺脆弱性は弱まる

(2) **金融行動と危険回避研究** 一方、特殊詐欺は、被害者自身が振り込む・送金するなどの金融行動に誘導されるという特徴がある。金融行動の研究では、普段からリスクマネジメントを高いレベルで行っていれば、被害への備えが高まることがわかっている(梯上ら, 2003)。これらの研究を踏まえると、以下の仮説が導入される。

【仮説 2】
金融のリスクマネジメントが高度であれば、詐欺脆弱性は弱まる

(3) **個人特性と金融行動** 個人金融の研究において、金融への知識が豊富であると自信過剰になり、危険金融行動を促進することが知られている(小川・川村・本西・森, 2018)。従って、以下の仮説が立てられる。

【仮説 3】
金融の知識が豊富だと、詐欺脆弱性が高まる

以上の仮説 1～仮説 3 は、図 2 に示すような心理過程のモデル図が想定される。図中の実線は正の影響を示し、破線は負の影響を示している。

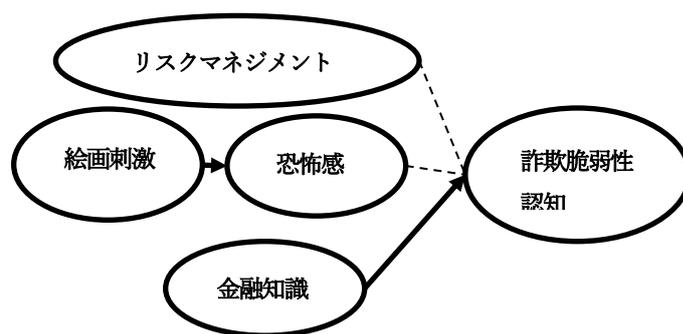


図 2 金融脆弱性に至る心理過程モデル

2. 方法

(1) 調査方法

調査は、インターネット調査会社(マイボイスコム(株))を通して、調査会社に登録者に対して行われた。参加者は社会人 556 名(内女性 288 名、年齢 30 歳～84 歳($M_{age}=54.67$ 歳, $SD=13.59$))で、30 代～40 代、50 代～60 代、70 代～80 代を均等割付で参加者を配置した。参加者は、回答の前に研究の趣旨の説明を読み、研究の趣旨を理解したこと、途中で回答をやめることができることを理解した場合、回答にチェックを行い、調査内容の回答に進んだ。なお、調査内容については、関西大学ソシオネットワーク戦略研究機構の研究倫理審査に合格した上で行っている。

(2) 質問項目

感情測定 絵画刺激の呈示後の感情測定項目 4 項目。小川ら(2000)の一般的感情の中の否定的感情のうち 2 項目と、恐怖と不安を加えたもの)であった(「恐ろしいと感じる」「脅威を感じる」「緊張を感じる」「不安を感じる」)。7 点尺度(全くそう思わない～非常にそう思う)で測定された。

詐欺脆弱性 ①詐欺脆弱性認知(大工ら, 2016)の項目を 1 人称に改変した 4 項目(「わたしが詐欺に遭うことはないだろう」「私なら詐欺だと見抜けるであろう」「わたしも詐欺被害を受けるだろう(逆転項目)」「私なら詐欺の勧誘に適切に対処できる(逆転項目)」であった。7 点尺度(全くそう思わない～非常にそう思う)で測定された。

リスクマネジメント 高坂(2018)の経済的リスクマネジメント因子のうち、高齢者と若年者に共通するリスクマネジメント項目 5 項目であった(「子育てや老後の生活などに、どのくらいのお金が必要なのか知らない(逆転項目)」「自分が今後安定し、かつ充実した生活を送るためには、どのくらいのお金が必要なのかわかっている」「生活が困窮した時に、どのように経済的な支援を求めれば良いか知っている」など)。7 点尺度(全くそう思わない～非常にそう思う)で測定された。

金融知識 北村・中嶋(2016)の「金融に関する問題」を用いた。質問1～質問5までで、各設問正解に1点が与えられた。これら5項目の合計点を金融知識の得点とした。

(3) 手続き

参加者は、フェイスシートとして、証券口座の有無や、金融心理尺度(佐々木, 2015)に回答後、絵画あり条件では、「しばらく休憩して下さい」という文字が出た後、20秒間ラ・トゥールの「いかさま師」の絵が呈示された。絵画無し条件では、「しばらく休憩して下さい」という文字の後、空白画面が20秒続いた。その後、両条件の参加者は、感情測定項目、パーソナリティ測定項目、リスクマネジメント項目、金融知識項目、詐欺リスク項目、詐欺脆弱性認知項目に回答を求められた。全ての項目に回答した場合のみ、データが送信される仕組みになっていた。

3. 結果

(1) 絵画の感情喚起効果

絵画の感情喚起効果を検討するため、絵画ありなしを独立変数とし、感情測定項目 ($\alpha=.876$) を従属変数として分散分析を行った。その結果、絵画あり条件の方が絵画無し条件よりも恐怖感情が強く喚起されていた ($M=4.02$ and 3.83 , $F(1, 554)=5.47$, $p<.05$)。

また、絵画の有無を独立変数とし、詐欺脆弱性認知を従属変数として分散分析を行った結果、絵画あり条件の方が、絵画無し条件よりも詐欺脆弱性認知が低くなっていた ($M=4.00$ and 4.21 , $F(1, 554)=6.05$, $p<.05$)。従って、仮説1は支持された。

(2) 金融脆弱性認知に至る心理過程

図2に示した金融脆弱性に対して、詐欺の場面の絵画を見て感じた参加者の恐怖感情、参加者のリスクマネジメント、参加者の金融知識を説明変数、詐欺脆弱性認知を目的変数として、重回帰分析を行った。その結果、図3に示すように、恐怖感情が詐欺脆弱性を有意に弱めており ($\beta=-.19$, $p=.000$, $R^2=.12$, $p=.000$)、仮説1は支持された(表1参照)。一方、リスクマネジメントは詐欺脆弱性を強めており ($\beta=.23$, $p=.000$)、仮説2と逆の結果で、過去の研究結果に反する結果となった。金融知識は、詐欺脆弱性認知に対して有意な影響を与えておらず、仮説3は支持されなかった。表2に示すように、恐怖感情とリスクマネジメントの相関は有意な弱い負の相関が見られた ($r=-.18$, $p<.00$)。

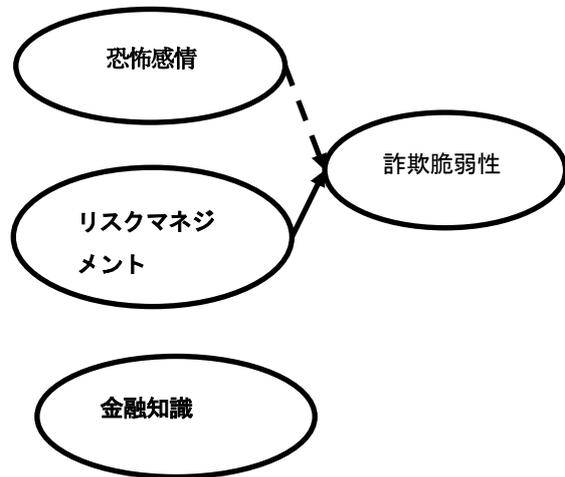


図3 詐欺脆弱性認知に対する恐怖感情、リスクマネジメント、金融知識の影響。(図中の実線は正の影響、破線は負の影響を表す。)

表1. 詐欺脆弱性認知についての重回帰分析表

	詐欺脆弱性認知
恐怖感情	-.189***
リスクマネジメント	.228***
金融知識	-.066
R^2	.115
F	24.97***

表 2. 変数間の相関分析表

	詐欺脆弱性 認知	恐怖感情	リスクマネジ メント
詐欺脆弱性	1		
恐怖感情	-.236**	1	
リスクマネ ジメント	.284**	-.186**	1
金融知識	.151**	-.073	.313**

4. 考察

今回の実験では、絵画から感じられる恐怖感情が、詐欺脆弱性を弱め、詐欺への対策になりうるということが示唆された。絵画には、アートとしての価値だけでなく、絵画の中での詐欺場面が、現実の場面での詐欺の恐ろしさや危機意識を高め、人々が被害に遭わないように啓発する効果が現代でも十分あるといえるだろう。一方、絵画の影響と直接関連しないが、リスクマネジメントの影響については、これまでの研究結果とは逆の方向で、詐欺脆弱性認知を強めてしまうという結果も得られた。これは、個人金融の研究において、リスクマネジメントがうまくできていると安心して自信過剰になり、危険金融行動を促進するからかもしれない(小川・川村・本西・森, 2018)。また金融知識については、実験に用いられた絵画刺激については、恐怖感情が喚起されることは確認されたが、絵画から詐欺を知覚するかどうかを直接測定していないため、今後操作性についてもより精度を高めていく必要があるだろう。

5. 参考文献

[1] 大工泰裕, 阿形亜子, 釘原直樹. (2016). 被害者への共感的観察が脆弱性認知に及ぼす影響: 詐欺被害事例を用いた検討. 対人社会心理学研究, Vol. 16, pp. 21-26.

[2] 深田博己. (1973). 恐怖喚起の程度, 性, 不安傾向が態度変容 実験社会心理学研究, Vol. 13, No. 1, pp. 40-54.

[3] 深田博己. (1975). 恐怖喚起と説得. 実験社会心理学研究, Vol. 15, No. 1, pp. 12-24.

[4] 福原敏恭(2017). 行動経済学を応用した消費者詐欺被害の予防に関する一考察. 金融広報中央委員会

[5] 加須屋誠(2001). 仏教説話画の構造と機能. 中央公論美術出版

[6] 木村真利子・西田公昭(2018). 金融機関における特殊詐欺対策に関する心理学的検討(3) 日本社会心理学会第59回大会発表論文集, p. 290.

[7] 北村智紀, 中嶋邦夫. (2016). 終身年金バイアスと公的年金満足度・金融資産保有への態度. 日本経済研究, Vol. 73, pp. 1-30.

[8] 高坂康雅. (2018). 大学生における心理的自立と経済的自立・社会観との関連. 和光大学現代人間学部紀要, Vol. 11, pp. 123-134.

[9] 中野京子(2007). 怖い絵. 朝日出版社

[10] 中田茅里(2018). 個人的認知スタイルから見る鑑賞教育の効果—熟慮型・衝動型の観点から— 2018年度女子美術大学 学生作品集, p. 15.

[11] 小川時洋, 門地里絵, 菊谷麻美, 鈴木直人. (2000). 一般感情尺度の作成. 心理学研究, Vol. 71, No. 3, pp. 241-246.

[12] 山本陽子(2015). 凶像学入門. 勉誠出版

6. 脚注

[注 1]本研究で行った実験は、関西大学ソシオネットワーク戦略研究機構の2018年度公募研究費により行われ、当該機構の倫理審査に合格した上で行っている。

[注 2]本研究は、科学研究費補助金、基盤研究(C)(課題番号19K03213, 研究代表者:佐々木美加)を受けて継続している。