

## 展望 「モノの意味」に関する研究

著者	庄司 一子, 簡 浚祐, 崔 玉芬, 山田 有芸, 新井 雅, 江角 周子
著者別名	Shoji Ichiko, Kan Shunyu, Cui Yufen, Yamada Yuki, Arai Masaru, Esumi Shuko
雑誌名	筑波大学発達臨床心理学研究
巻	25
ページ	39-48
発行年	2014-02-25
その他のタイトル	Reviews The meaning and value of things : A review
URL	<a href="http://hdl.handle.net/2241/00128700">http://hdl.handle.net/2241/00128700</a>

〔展望〕

## 「モノの意味」に関する研究

筑波大学人間系：庄司 一子  
筑波大学大学院教育研究科：簡 浚祐  
筑波大学人間系：崔 玉芬  
筑波大学大学院人間総合科学研究科：山田 有芸  
筑波大学大学院人間総合科学研究科：新井 雅  
筑波大学大学院人間総合科学研究科：江角 周子

### The meaning and value of things: A review

Ichiko Shoji, Shunyu Kan, Yufen Cui, Yuki Yamada, Masaru Arai and Shuko Esumi

#### はじめに

2011年3月11日、東日本大震災により岩手、宮城、福島、茨城を中心に東日本の太平洋側は壊滅的被害を受けた。多くの命、そして多くの人々の日常生活は大津波により一瞬にして失われた。亡くなった家族、失われた生活。その悲しみは今も変わらず、癒えることはない。

そうした中、がれきの中に遺された家族の遺品、写真、生活の一部の物を探す姿が報道された。それらは失われた家族のもの、失われた生活の一部のものでありながら、それらが家族に送るメッセージ、家族に与える影響は決して侮ることができないものである。本研究は、「モノ」が人にとってどのような存在であり、どのような影響を及ぼし得るものかについて先行研究をまとめ、展望することを目的とする。

#### 現代社会における物の役割

物に対する見方は、時代とともに変遷をたどってきた。河合(2009)は、中世から近代にかけての変化を次のように示している。中世ヨーロッパの存在論においては、物は神に存在を与えられたものとされ、例えば、木がうごめいている、何かが宿っている、物にも魂がある

と感ずることが当然だとされていた。一方、近代になると、近代哲学の父と呼ばれるデカルトによって物に魂が宿っているという考えは否定され、物は人間が生み出したものでしかないという世界観が広がった。このことにより、人々は物を大量に操作し、製造するようになったとされる(河合, 2009)。

「モノ」についての心理学的な研究は、これまで十分に行われてきたわけではない。産業革命以降、産業技術の発展に伴い、人は物質的な豊かさを求めてきた。特に日本においては、戦後の食糧難を経て、高度経済成長期では物質的な豊かさが幸せを意味することと広く考えられるようになった。物を所有することやより良いものを持つことが探求され、それは結果的に物による生活の質の向上を促した。さらに、間々田(2005)によれば20世紀後半の劇的な物の生産能力の高まりは、人の物に対する関心の高まり、物への様々な文化的意味合いの付与へとつながった。しかし、同時にポスト戦後後半、消費者物価の高さに関わらず大量消費と大量貯蓄という社会が構築されることになった。品質と価格が関連付けられ、物は早く捨てられるようになったのである(Clammer, 1997)。

ところが、バブル崩壊後、人々は物質的な豊かさが必ずしも幸福をもたらし、それを保障す

るものではないことに気づかされた。これからは物の時代ではなくこころの時代だという風潮が高まり、消費という観点からいえば物質主義から脱物質主義への転換が生じた。つまり物の獲得以外によってこころの充足が目指されるようになった(間々田, 2005)。

こうした「物質的な豊かさ」から「こころの豊かさ」へという変化は、我が国以外の先進国でもみられる(河合, 2009)。例えば製品開発の場では、「機能や価格、性能を超え、「気持ち良さ」「安心感」などの「こころ」の領域まで踏み込んだコンセプトが求められつつあり、大きなテーマとなっている」ことが指摘されている(河合, 2009, p.2)。また、寺内・久保・青木・橋本(2005)は、ものづくりにおける物の使い手に着目し、そのメンタル面が現代の産業経済構造における「大量生産→大量消費→大量廃棄」という消費社会の悪循環を解決する鍵となり得ることを指摘している。ものづくりにおいては、リサイクル(再資源化・部品のリユース)やメンテナンス(故障修理・消耗品の取り替え)など、物を長く使うことができる設計(eco-technology)と共に、物を長く使いたくな

るといふ人の意識(eco-mind)へ同時に働きかける必要性が論じられている(Figure 1)。

もともと物は、人が生活をする上で使う手段として捉えられてきた。しかし、現代では、物は単なる手段として、人々の価値観や生活様式上の意味を有するようになったことが指摘できる。19世紀の半ば頃から、フェビナーによる「精神物理学」の考え方により、物と精神は1つであると考えられるようになったとされる(福元, 2012)。Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton(1981)は、物が人の行為や思考の範囲を拡大したり制限したりする働きを持ち、それによって人は発達上様々な影響を受けていると述べている。それは時代の影響も受ける。現代の特徴について松本・平井・往住(2003)は、現代人の価値観や生活様式の多様化が、人と物との関係性に新たな局面を出現させることを可能せしめたことを指摘する。したがって、現代社会における物がもつ役割を明らかにする上では、手段としての物の役割理解に留まらず、物の多様化や記号化という特徴を捉え、それに対し人が移入する感情、築く関係、受ける影響を明らかにする必要がある。

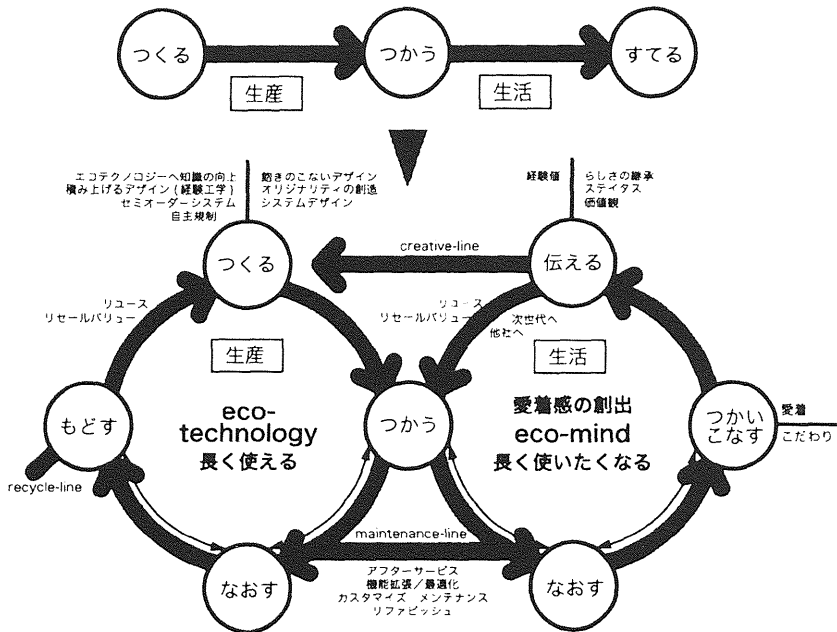


Figure 1 エコ・コンシャスを喚起するものづくり(寺内・久保・青木・橋本, 2005, p.46)

また、現代社会における物には、消費行為という点でも特徴がみられる。間々田（2007）は、消費を通じて実現される物の価値を大きく4つに分けた。一つ目は「生理的価値」（栄養の補給、病気や障害からの回復、体温の維持、有害物質や有害生物からの保護などの機能を果たすもの）、二つ目は「道具的価値」（道具類、電化製品、輸送用機器、情報機器など、人間の四肢、諸器官の機能を代行し、より効率的にその機能を果たすもの）、三つ目は「社会的価値」（集団帰属感の実現、人並みであることへの安心感、流行上の優位性ないし流行へのキャッチアップ、地位の表示ないし地位の実現、個性の提示、虚栄心の充足などの機能を果たすもの）、四つ目は「精神的価値」（解放感、達成感、自己実現、宗教的充足感、偏執的欲求の充足などの機能を果たすもの）である。産業社会が成熟し、消費社会と言われるようになった頃から「生理的価値」と「道具的価値」だけでは充足感や幸福感が十分に実現され得ないということが認識され、「社会的価値」と「精神的価値」が重要視されるようになったのである（間々田、2007）。

さらに、原（2008）は、現代人の物に対して生み出す絶え間ない欲求が物の多様化をさらに加速させていると指摘する。物の多様化は人の新たな次の欲求を生み出し、人と物との相互作用は間断なく繰り返され循環する。物の価値は、機能性や実用性といったハード面に留まらず、審美性、新奇性、ブランドといったソフト面にもその価値が見い出される。実際、物の作り手も、デザイン、イメージ、コンセプトといった物のソフト面を人がどう自己の個性との関係で判断し、選択の決定基準とするかということに関心を寄せ、考慮している、という。

他方、Wattanasuwan（2005）は、人が消費行為を通じて自己にとっての物の意味の体系を具体化し、物もその象徴的な意味によって人の自己形成に影響を及ぼすと述べている。つまり、人は物と関わりの中で発達的な影響を受けているのである。例えば、特定の物を消費することは、人が「自分らしさ」を形作る契機としての働きを有する（原、2008）。人と物の関係では、

「人が物を作る」だけではなく、「物が人をつくる」ということも引き起こしているといえる。換言すれば、人には人から物に対する人の主体的・創造的な関わりのみならず、物がもつ働きを受けるという受け手としての関わりが存在する（原、2008）。

加えて、物には、人と人との関係を介在し、あるいは、その架け橋となる役割も見出されている。人のアイデンティティに関わる働きや、集団への帰属化という意味のシステムを具現化する（McCracken, 1986）など、社会的な枠組みにおいても役割をもつ。その例として、贈り物や返礼としての商品の消費行為が挙げられる。物の送り手と受け手は、こうした消費行為を通じ、人間関係をより一層深めることが可能となる。また、贈り物それ自体にも、送り手の表現が付随される。木野・岩城（2008）は、送り手の認知という観点から、贈り物に付与された価値とその物への愛着について検討を行った。その結果、贈り物としての物にも上述のようなハード面とソフト面の価値づけがなされていたことが明らかにされた。物がもつソフト面の具体的で重要な価値概念として、人が自分らしさを表現する役割をもつ自己表現性と、物が人に他者の存在を意識させたり、アニミズム的な考えを喚起させたりする役割をもつ他者表現性が挙げられた。つまり、物を贈る行為を通じ、物の送り手は受け手に自己の感情を伝え、関係をより深めることができるといえる。このように、人と物との関係では、人の自己の中で、あるいは、社会的な関係性の中で感情や価値が分ち難く結びつき、交流が生じている。

ブランド品が例となるが、人は他者が物に見出す意味を外面的に捉え、表面的な意味で消費を行うことがある。しかし、物がもつ役割の多様化・記号化が進む現代、物が持つ価値は多様であり、人は様々な意味を各々の物に見出し、物はその意味を付与される。物は、文明の利器であると同時に、時代を象徴する文化である。その中で、人と物との関係を捉えることは、私たちの物に対する見方を変え、物の本質を真に理解することにつながる。

### 感情に基づく人と物との相互作用

たとえば物が身体の延長である、というように、物は人間の身体の作用性を拡張させているとも捉えられている（内堀，2008）。物が身体の延長であるとした道具的な概念は、「拡張自己」として概念化されている（Belk, 1988）。拡張自己としての物は、自己の身体的側面だけでなく、感情といった内的側面をも反映すると考えられる。

黒川（2004）は、乳幼児期の子どもにとっての移行対象について、依存するために母親という「人」もしくは特定の「物」のどちらか一方が必要になるのではなく、「人」と「物」が重なり合うことによって母子分離が進み、子どもが「個」となっていくとしている。また寺内ら（2005）は、乳幼児期以降における物への愛着を検討し、物に対して愛着を抱くことは自己の形成において精神的な欲求を満たすための感情的な行動であり、物を媒体として様々な手段により欲求が満たされ、自己の実現が確認できた際に愛着を抱くことができると指摘している。さらに後藤・椎塚（2011）は、特定の物を持つことにより人の根元的な欲求が満たされることを指摘し、人が親しみを感じる生活環境の構成要因である物と人との心理的關係に着目し感情的現象の特性を示した。

また池内・藤原・土肥（2000）は、物の喪失を体験した人はストレス反応が生じたり、心身のメンタルヘルスに影響を及ぼしたりすると指摘している。さらに池内（2010）は、物に対する成人のアニミズム的思考を次の3側面から捉え、物の自発的喪失との関連を検討した。3つの側面とは、自然物を神とみなしたり、あるいは自然物に神が宿っているとみなす「自然物の神格化」、物を現在の所有者や過去の所有者の分身とみなす思考形態である「所有者の分身化」、所有物に対して人間と同じような感情を抱く思考形態である「所有物の擬人化」であり、また、所有物を擬人化しやすい人ほど、物に感情移入しやすいことが明らかになった。このように、人と物との相互作用により人と物との間

に感情的結びつきが生じ、物によって人は自己が満たされる一方で、その喪失により心に大きな外傷を負うこともある。博報堂生活総合研究所（2003）によれば実際、その物を見た瞬間に、楽しい気分になったり、くつろいだ気持ちになったりするなどの感情の変化があるなど、人は物に様々な感情を抱くことが示唆されている。テレビコマーシャルではこのような物の働きに注目し、消費者の消費行動を強化するための戦略として商品イメージの感情的価値を強調し、消費者の感情に働きかけるということが行われている。そのため、物の魅力に人の購買意欲が掻き立てられる事態、つまり、人が物をコントロールしているようであるが実は物に人の感情がコントロールされているという事態も起こりうると考えられるのである。

### 物に対する人間の心的活動の働き

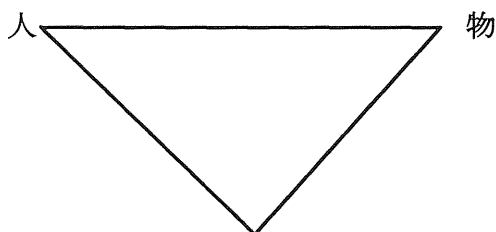
では、人は身の回りにある物に対してどのように働きかけるのであろうか。身の回りにある物にどのように価値を持たせるのであろうか。

物の持つ意味は、人と物との相互作用という行為とその行為がめざす方向や目標を通して実現され、物を持ち続ける重要性は様々な「心的活動」や人と物との交流を経て獲得される（Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981, p.173；市川・川浦, 2009）。Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton（1981）によれば、物は、その存在の意味が脳の認知機能や文化という抽象的な概念体系にそって投影される静的な存在としてだけではなく、物それ自体が記号かつ心的エネルギーの具体的な表れであり、家庭の重要な構成要素である。そこで、物との相互作用の1つの重要な要素は、注意の必要性であると指摘されている（p.184）。注意された物は人間の内面的な世界を反映して、人は感情的な行動をとると考えられる。人と物とを結びつける様式として、Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton（1981；市川・川浦, 2009）は人と物との相互作用を指す「涵養（cultivation）」（「人が目標の追求に対して注意を選択的に向けることで初めて

可能になる心的活動」(p.4) という用語で説明した(涵養は、「注意を向ける」(to attend) やある目的を「意図する」(to intend) という意味を含む)。人は、人の意図によって形作られた物に関心を向ける。物への関心とは、作り手である人の心的エネルギーの投資である。そのような経験によって、人と物との交流が始まると考えられる。

さらに、Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton (1981) は、物の意味の解釈は、交流の様式によって異なってくると考えた。物が重要性を獲得する過程としての交流、すなわち涵養には、①交流が持つ独自の審美的特徴、②交流内における心的エネルギーの変換、③交流の成果・目標の三つの様式があると指摘した (Figure 2)。

Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton (1981) によれば、人と物との交流の第一次元は、審美的特徴 (aesthetic quality) である。審美的次元が、人が物を含めた世界とどのように関わり交流しているかという側面を示す。交流の審美的特徴と審美的経験—「本当に感動すること、自分の経験対象に単純に操られないこと」(p.181) という「審美的側面」は、意識的活動において、内的状態に対するものであれ、外的環境に対するものであれ、すべての側面を有する。重要なのは、高度な装飾をさすのではなく、われわれがこの世界とどのようにかかわっているのか、という重要な側面をさすということで



様式

① 審美的性質 ② 注意 ③ 目標

Figure 2 交流の3要素 (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981, p.175; 市川・川浦, 2009)

ある。例えば、芸術品が人の生理学的知覚という単純な感覚をもたらすと同時に、個人的アイデンティティ、家族との絆、個人の地位を反映する。後者は、その芸術品は象徴的な形式において、人と物との交流をするのに貢献すると考えられる。

人と物との交流の第二次元は、物に対する人の心的エネルギー (psychic energy) である。人と物との交流において、ある一定量の心的エネルギーが物に割り当てられなければならない。このような次元の交流を実現するためには、注意が必要だと指摘されている。注意は、効率的に心的エネルギーを制限したり方向づけたりする上で重要な役割を果たす。最も注意の効果が発揮される最適状態は「フロー」と呼ばれる。フローは、心的エネルギーを当人の目標を実現する方向に向けてくれる統合された注意で、目標の内容とは無関係である。

人と物との交流の第三次元は、交流の成果にかかわるもの、すなわち、物との交流の目標である。涵養過程は、人が最終目標とするものを信じることで動機づけられる。最終目標は、行動がめざす、あるいはめざすべき基準を提供する。人が大切にしている写真やおみやげなどに価値を見出すとき、これらの物との交流は、人が重要だと考えているものを反映し、実際の成果を伴う意図的活動となる (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981)。

以上の物との交流の3つの様式から、物に特別な意味が与えられる過程の探究を通じて、物との相互作用が単なる物理的過程だけでなく、複雑な「涵養」を必要とすると考えられる。物の持つ意味は、人と物との交流を通して形作られる。その交流とは心的活動であり、身体行動である。

私たちが日常生活の中で、どの物に注意を注ぎ、大切な物としての意味を見出すかは、異なる価値づけが行われるため、個人によって異なる。さらに、所有物が多いことは、交流の多さと直結するだろうか。これらについてさらなる検討が必要であると考えられる。

## 物への愛着

もともと、心理学における愛着の概念は、人が特定の他者との間に築く緊密な情緒的結びつきであると考えられている (Bowlby, 1969)。しかし、人が愛着を感じる対象は、ペットなどの生き物から、愛車という表現に示されるように自動車などの非生物の対象も含まれる。つまり、対人関係と同様、人は物との相互作用により物に対して情緒的な結びつきを感じるのである。

実際に人と物との情緒的な結びつきに関して、これまで様々な研究が行われてきた。たとえば、松本ら (2003) は現代人の価値観や生活様式の多様化に伴って人間と玩具との関係が変化している可能性を踏まえ、発話機能を持った人形型玩具「プリモプエル」に対するユーザの様々な心情が記述されたファンレター (玩具制作会社に送付された手紙、および当該玩具の Web 上に寄せられたユーザの声) の言語データを分析・検討している。具体的には、子ども～高齢者から寄せられた51の手紙と Web サイトに載せられた271の記述内容に基づいて、ユーザが玩具に対してどのような思考、行為をしているか、玩具の存在によるユーザ自身の状態、玩具の存在によるユーザと他者との関係について分析している。その結果、特に、人形型玩具「プリモプエル」に対して肯定的評価・愛着感情を感じた中高年ユーザに関して、玩具が人工物であると認識しつつ、同時に共存者としても認識していること、また、自らの心身状態の改善と対人活動の広がりにつながる可能性が示された。すなわち、人形型玩具がもたらす効用として、心身の健康増進やリハビリ的な治療の効果に加え、「自慢」や「贈与」という対人行為を通して、家族との接触や地域の人々との関わり、知人との交流などの社会的活動が広がることが示されているのである。

さらに松本ら (2003) は、感情伝播 (物に対する肯定的評価・感情を他者に伝えることで、他者の肯定的評価・感情が喚起される過程) と感情支持 (他者が物に愛着感情や肯定的

評価を抱いている情報を得る、すなわち自らの感情・評価が他者に支持されていることを知ることで自らの肯定的感情を高める過程) の観点から、社会的支持感情モデルを提案している (Figure 3)。このモデルは、物との相互作用の中で対人行為の喚起が生じることに注目した感情モデルであり、愛着感情を持つユーザは他者の信念 (感情状態、知識状態を含む) の変化を期待した対人的コミュニケーションや社会的活動を行なう一方、他者から取得した情報によって自らの感情状態が構築、更新される過程を示している。

木野・岩城・石原・出木原 (2006) の研究では、愛着の対象となる物の特徴に関して、人と物との関係を対人関係に置き換えながら、対象物が所有者にとってどのような意味を持つかを検討している。具体的には、大学生418名 (年齢平均 $18.9 \pm 1.12$ 歳、男性186名、女性232名) を対象に、愛着のある物の種類とその物の重要度、その物を自己や他者といった人に置き換えた時の当てはまりの程度、さらに愛着を持つ理由について調査している。その結果、愛着のある物として男性では「携帯電話」や「写真」、女性では「ペット」や「本」が挙げられていた。愛着のある物に喩えられた人としては、「自己」 (自分自身・身体の一部) や「身近な他者」 (家族・恋人・友人) が多く挙げられ、物が自分らしさや身体の一部・延長として表現されること、また物を他者に同一化する心的状態があることが指摘されている。愛着を持つ理由には「思い出がある」や「長い間所有している」が多かったことから、物への愛着には記憶に関わる側面が重要であることも指摘されている。これらの結果から、物は単なる物体、あるいはその物が本来持つ機能的な意味・役割だけではなく、手放しがたい特別な物として存在し、それらは所有者自身や身近な他者へと擬人化して捉えられている点が考察されている。さらに、松本ら (2003) の研究を引用しながら、愛着のある物とその所有者のみならず、他者の存在がその物への愛着を強化するために重要であることも指摘している。

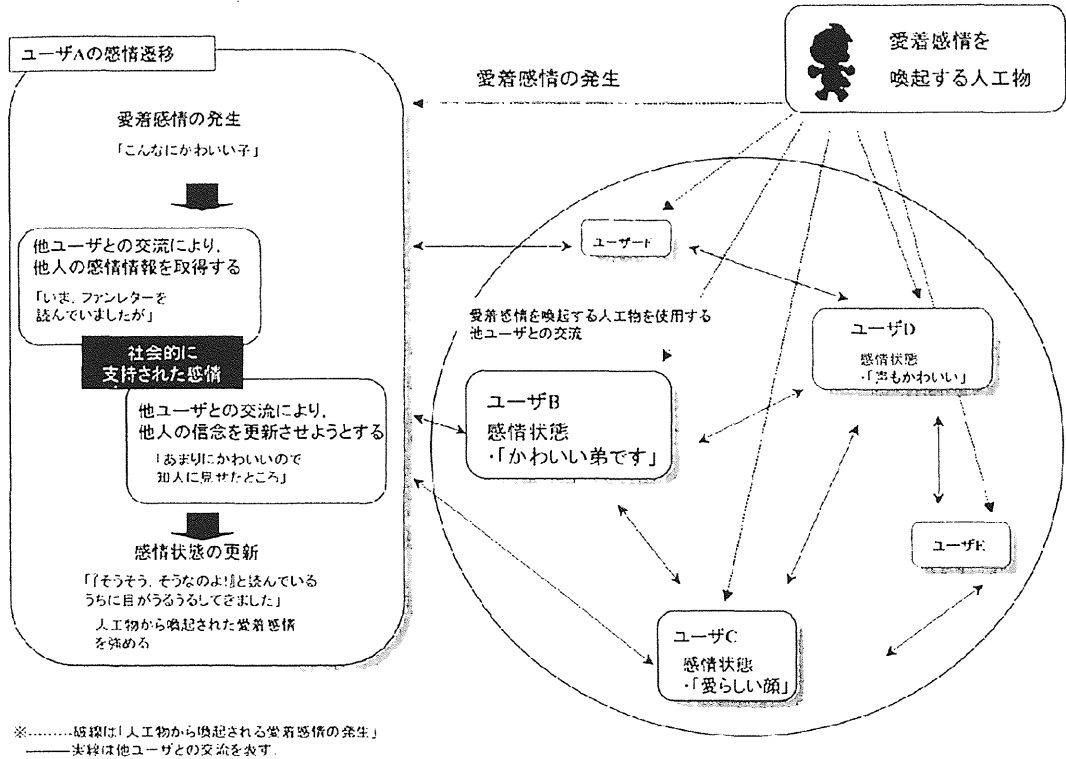


Figure 3 社会的支持感情モデル (松本・平井・往住, 2003, p.398)

寺内ら (2005) の研究では、環境破壊や資源保全問題の解決が必要な現代状況を踏まえ、人々が物を大切に使い続けるよう愛着の持てる物作りが重要であることを指摘し、人が物に対して抱く愛着の意識構造や、物に必要とされる感性要素と愛着発生との因果関係について検討している。まず、愛着の構造化に先立ち、感情志向 (例：物に感情移入しやすい)、流行志向 (例：新しい物が出るとすぐに手に入れる)、消費志向 (例：衝動買いをする) の観点から、人々の物に対する愛着の志向態度を調査研究により検討している。10～70歳代までの177名のアンケート調査に基づく分析結果から、人々の愛着の志向態度を4タイプに分類して捉えている。「タイプI」は感情志向が強い反面、流行志向や消費志向が低く、新しい物よりは日常使う物の価値を重視し、長く使い続けることによって物に感情移入するタイプ、「タイプII」は感情志向・流行志向・消費志向が低い反面、日常

における思い出や現在持っている物、趣味性の高い物に価値を見出し、使用頻度や接触頻度が高い物に対する思い入れを通して愛着がわくが物の機能が低下するとすぐに捨て去るタイプ、「タイプIII」は感情志向・流行志向・消費志向が共に高いタイプで、現在所有している物に対して感情的な意識が高く、同時に流行や新しい物に対する関心が高いタイプ、「タイプIV」は強い消費志向を有する反面、感情志向が低いタイプで、物を捨て去ることに対する抵抗感が少なく物や思い出を大切にすることを意識も低いため常に新しいことに興味を示すタイプであるとされている。

上記の分析に加え、さらに寺内ら (2005) は、物のどのような要素が愛着を生じさせるのかを検討するため、物の感性要素である「形象的要素」 (例：素材、色、形)、「機能的要素」 (例：使いやすい、機能・使い勝手)、「記号的要素」 (例：値段の高さ、ブランドイメージ)、「関係



構築」(例：新たな発見や経験ができた、新たな人間関係ができた)、「面影・記念」(例：もらった品物、記念品)から、物に対する愛着感情である「温もり感」(例：温もりを感じる)、「存在感」(例：常に意識の中にある)、「長期使用」(例：これから大切にしたい)、「親近感」(例：子供や相棒のように感じる)への因果モデルを分析した。その結果、機能的要素や記号的要素、面影・記念の要素が備わることによって温もり感が誘発され、大切に使い続けたい長期使用や親近感につながることで、形象的要素が長期使用に大きく影響していること、存在感の発生には記号的要素に加えて新たな発見や経験に代表される関係構築が必要になることなどが示されている。物に対する愛着は、人が物から何かを感じ取ることによって発生すること、また、その物と対峙している時間や行為が自己の形成に大きく影響する可能性についても言及している。物の存在が人の満足感を高め、他の物とは区別してある特定の物との間に高い次元でのパートナーシップが形成され、物に自分を見出したと感じる瞬間に物に対する愛着が生じると指摘されている。

以上の先行研究から、物が単に物理的な対象であるばかりでなく、人にとって愛着の対象となり得るものであり、さらに、愛着を感じる物との相互作用は自己の存在や他者との関係性に大きく影響する可能性が示されている。

#### ま と め

現代の人々が日常生活を営む上で物の消費行動は重要な行為であり、実際に、日本も大量消費と大量貯蓄の社会となった(Clammer, 1997)。しかし、物質的な豊かさゆえに失われるものもあり、その一つとして物を大切にす精神があげられる。家庭教育においても、学校教育においても「物を大切にすること」は一つの美德として教育されてきた。しかし、大量生産、大量消費社会においては、「物を大切にす長く使う」という発想はされなくなっている。次から次に新しいものが開発され、古いものが使

い捨てられている。

先行研究を通じた検討から、人にとって物とは単に物体としての存在を意味するものに留まらず、人の行為や思考、対人関係の範囲を変化させたり、物への愛着が生じることで人の自己の発達に大きな影響を及ぼすと考えられる。現代社会における人と物との関係は、消費社会や環境破壊、資源保全の観点だけでなく、人々の日常生活の営みそのものの在り方に影響を及ぼすという観点からの検討が必要である。今後、人の様々な属性や特徴に応じた物とのつき合い方の傾向、人の各発達段階に応じた様相の検討、および所有者と物と他者との具体的相互作用など、様々な観点からさらなる検討を積み重ねる必要があると考えられる。

#### 引用・参考文献

- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *The Journal of Consumer Research*, 15, 139-168.
- Bowlby, J. (1969). *Attachment and Loss, vol. 1: Attachment*. New York: Basic Books. (黒田実郎・大羽 葵・岡田洋子(訳)(1976). 母子関係の理論 I—愛着行動— 岩崎学術出版社)
- Christopher, A. N. & Schlenker, B. R. (2004). Materialism and Affect: The Role of Self-Presentational Concerns. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23, 260-272.
- Clammer, J. (1997). *Contemporary Urban Japan: A Sociology of Consumption*. John Wiley & Sons. (橋本和孝・堀田 泉・高橋英博・善本裕子(訳)(2001). 都市と消費の社会学：現代都市・日本 ミネルヴァ書房)
- Csikszentmihalyi, M. & Rochberg-Halton, E. (1981). *The meaning of things: Domestic symbols and the self*. Cambridge, MA: Cambridge University Press. (市川孝一・川浦康至(訳)(2009). モノの意味—大切な物の心理学— 誠信書房)
- Dittmar, H. (1991). Meanings of Material Pos-

- sessions as Reflections of Identity: Gender and Social-Material Possessions in Society. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6, 165-186.
- Erikson, E. H. (1959). Identity and the life cycle. *Psychological Issues*, 1, 1-171.
- 福元圭太 (2012). 精神物理学原論の射程—フェヒナーにおける自然哲学の自然科学的基盤— *西日本ドイツ文学*, 24, 13-27.
- 古川雅文・小泉令三・浅川潔司 (1992). 小・中・高等学校を通じた移行 山本多喜司・S. ワップナー (編) 人生移行の発達心理学 北大路書房
- 後藤真一・椎塚久雄 (2011). モノにまつわる体験とモノに抱く愛着感との関連 工学院大学研究報告, 100, 97-103.
- 博報堂生活総合研究所 (編) (2003). モノの意味事典 博報堂
- 原 知章 (2008). 人とモノ 内堀基光・本多俊和 (編) 文化人類学 (pp. 126-138) 放送大学教育振興会
- 平石賢二 (1990). 青年期における自己意識の構造—自己確立感と自己拡散感からみた心理学的健康— *教育心理学研究*, 38, 320-329.
- 井原成男 (2009). ウィニコットと移行対象の発達心理学 福村出版
- 池内裕美・藤原武弘・土肥伊都子 (2000). 拡張自己の非自発的喪失—大震災による大切な所有物の喪失調査結果より— *社会心理学研究*, 16, 27-38.
- 池内裕美・藤原武弘 (2000). 物的所有物の喪失およびソーシャル・サポート・ネットワークが生活の質 (QOL) に及ぼす影響 *社会心理学研究*, 16, 92-102.
- 池内裕美 (2006). 喪失対象との継続的關係—形見の心的機能の検討を通して— *関西大学社会学部紀要*, 37, 53-68.
- 池内裕美・藤原武弘 (2009). 喪失からの心理的回復過程 *社会心理学研究*, 24, 169-178.
- 池内裕美 (2010). 成人のアニミズム的思考—自発的喪失としてのモノ供養の心理— *社会心理学研究*, 25, 167-177.
- 稲垣応顕 (1997). 自我同一性の獲得に対する感情表出トレーニングの意義—歪められた感情の克服に着目して— *暁星論*, 40, 83-94.
- 河合俊雄 (2009). 物とところの關係—心理療法から— *物学研究会レポート*, 7, 1-10.
- 川崎徳子 (2001). 集団への移行期におけるぬいぐるみの役割—3歳児の事例的研究— *山口大学教育学部附属教育実践総合センター研究紀要*, 12, 1-18.
- 木野和代・岩城達也・石原茂和・出木原裕順 (2006). モノへの愛着の分析—対人関係とのアナログによる測定— *感性工学研究論文集*, 6, 33-38.
- 木野和代・岩城達也 (2008). 贈り物に付与された価値とモノへの愛着—贈り主による認知の分析— *感情心理学研究*, 16, 73-86.
- 黒川嘉子 (2004). 移行対象・移行現象に関する二つの視点 *心理臨床学研究*, 22, 285-296.
- 間々田 (2005). 消費社会のゆくえ—記号消費と脱物質主義— 有斐閣
- 間々田 (2007). 第三の消費文化論—モダンでもポストモダンでもなく— ミネルヴァ書房
- 松本斉子・平井葉子・往住彰文 (2003). 共存的人工物としての人形型玩具 *認知科学*, 10, 385-400.
- McCracken, G. (1986). Culture and Consumption: A Theoretical Account of the Structure and Movement of the Cultural Meaning of Consumer Goods. *Journal of Consumer Research*, 13, 71-84.
- 鈴木真吾・小川俊樹 (2008). 中学生における自尊心と被受容感からみたストレス反応・本来感の検討 *筑波大学心理学研究*, 36, 97-104.
- 田上不二夫 (2003). 思春期における自己概念と自尊感情との関連 *筑波大学心理学研究*, 25, 149-161.
- 鑑幹八郎・山本力・宮下一博 (1984). 自我同一性研究の展望 ナカニシヤ出版
- 寺内文雄・久保光徳・青木弘行・橋本英治 (2005). 愛着の発生に関わる因果モデルの構築 *デザイン学研究*, 51, 45-52.
- 内堀基光 (2008). 生態と文化 内堀基光・本多

- 俊和（編）文化人類学（pp. 33-44）放送大学教育振興会
- 上延富久治・安慶名伸行・園山直子・進龍太郎（1993）. 思春期における自我同一性発達に関する調査研究 大阪教育大学紀要, 42, 45-54.
- 牛島定信（1982）. 過渡対象をめぐって 精神分析研究, 26(1), 1-19.
- Wattanasuwan, K. (2005). The self and symbolic consumption. *Journal of American Academy of Business*, 6, 179-184.
- Winnicott, D. W. (1953). Transitional objects and transitional phenomena: A study of the first not-me possession. *International Journal of Psycho-Analysis*, 34, 89-97.
- 山田裕美（2004）. 自己意識および身体意識と不安感情の関連性 愛知学院大学文学部紀要, 34, 213.