

認知地図の類型と自我同一性の関連性

真鍋 拓也¹・松村 暢彦²

¹非会員 西日本旅客鉄道（株）下関地域鉄道部（〒751-0872 山口県下関市秋根南町1-11-1）

E-mail: takuya-manabe@westjr.co.jp

²正会員 愛媛大学教授 社会共創学部（〒790-8577 愛媛県松山市文京町3番）

E-mail: matsumura.nobuhiko.bc@chime-u.ac.jp

本研究は、認知地図による都市イメージの表象と自我同一性との関連を検討したものである。松山市に在住する大学生を対象とし、個人の都市イメージを認知地図の構成要素から「市街地周辺多様認知群」「客観認知群」「大学周辺ローカル認知群」の3群に分類し、各類型と自我同一性における「対他的同一性」「心理社会的同一性」「役割実験-役割固着」「否定的同一性」の4概念との関係を明らかにした。更に共分散構造分析を用いて日々の活動や地域への愛着を指標として加えたモデルを作成したところ、大街道商店街や銀天街商店街周辺の要素認知や個人店舗のようなローカルな要素の認知、松山市中心部に留まらない広範囲にわたる日常的な活動や選好・感情・持続願望と言った地域愛着そのものが自我同一性の形成に影響していることが示された。

Key Words : *times, italic, 10pt, one blank line below abstract, indent if key words exceed one line*

1. 背景と目的

(1) 研究の背景

自分とは誰か、他人の前の自分は本当の自分か、社会の中で自分らしく生きられるかといった自己と自己、自己と他者、自己と社会との間の多義的な感覚を指す「自我同一性」の人格発達理論の概念がエリクソンによって提唱された¹⁾。エリクソンによれば、自我同一性はライフサイクルにおける青年期、10代後半から20代前半にかけて獲得されるべき概念であり、獲得されなければ自己を見失い、自身の人生における重要な選択や決断ができなくなるといった問題が生じるとされている。実際に青年期には、大学生特有の学校への嫌悪感や怠学傾向、無気力さといった不適応現象に陥りやすいことが水口らによって指摘されている²⁾。

また、進学や就職といった居住地移転の機会の増加や、雇用形態や勤務形態の多様化に伴うライフスタイルの変容によって、地域愛着や地域へのアイデンティティの形成が社会的な課題になっている。自我同一性が社会に対しての自身の位置づけの感覚を含んだものであり、地域愛着や地域へのアイデンティティが自身の生活の場である地域社会への位置づけであるならば、自我同一性、すなわち自身のアイデンティティと地域愛着、地域へのアイデンティティは人が日々の生活を送る「地域社会」という場を共有した感覚であることが考えられ、何らかの

形で影響を及ぼしあっていることが十分に考えられる。

一方でK・リンチが「都市のイメージ³⁾」の中で都市デザイン分野に、人の頭の中の地図を指す、「認知地図」という新しい概念をもたらして以降、人々の都市へのイメージに着目した認知地図研究は分野を問わず盛んに行われてきており、認知地図を対象者の都市のイメージの表出として捉える際には、対象者の認知の背景にある経験や活動、感情といった様々な要因を踏まえた認知地図の新しい解釈を定量的に行う方法論の開発が必要であるといえる。

自我同一性の形成や地域愛着の形成と言った課題の解決の為には、相互に影響を及ぼしあっていることが考えられる、自身や他者、地域社会に対しての自身の位置づけ、すなわち自我同一性と、地域社会への位置づけ、すなわち地域愛着との関連を様々な背景を含んだ都市の認知から紐解き、自我同一性や地域愛着の形成の要因を明らかにした上で、それらの要因の因果関係を示すことが必要とされている。

(2) 既往の研究

認知地図を用いた研究は行動地理学、教育心理学、都市計画学等の分野において蓄積されており、行動地理学では認知地図を地図学的地図と比較し、描画要素の位置や描画要素間の距離の歪みに関する研究が展開されている。認知地図における歪みを「絶対的歪み」「相対的歪

み」「系統的歪み」に分けてとらえた場合、個人差に検討の余地を残しつつも、歪みのパターンとその原因について、ある程度の説明を与えることが可能であることを明らかにした若林らの研究⁹⁾や、歪みの測定方法によって実地図との適合度に差異があり、その差異は人間が環境の情報を獲得し、再生するまでの情報処理過程の違いによるものであることを示唆した研究⁹⁾が挙げられる。都市計画学では認知地図を定量的解釈の枠組みだけでなく、個人の属性など心理的な要因とも相互に関係しあう表象として扱い、その関連に着目した研究が展開されている。認知地図の描画密度や描画要素の多様さが地域への愛着に影響を与えていることを明らかにした研究⁶⁾や、居住空間特性や職業形態といった個人属性の特性によって認知地図の特性に差があることを明らかにした研究⁷⁾が挙げられる。

自我同一性に関する研究については、谷によって構成概念の整理が行われている⁸⁾。自我同一性の下位概念として自己の不変性および時間的連続性についての感覚を意味する「自己斉一性・連続性」、自分自身が目指すべきもの、望んでいるものなどが明確に意識されている感覚といった自己意識の明確さを意味する「対自的同一性」、他者から見られているであろう自分自身が、本来の自分自身と一致していると言う感覚を意味する「対他的同一性」、現実の社会の中で自分自身を意味づけられるという、自分と社会との適応的な結びつきの感覚を意味する「心理社会的同一性」の4概念を設定している。

また谷によれば、現実の社会で自分自身を意味づけられるという感覚を意味する心理社会的同一性の感覚が得られない場合、社会における自分自身の役割を模索し、様々な可能性を試してみようという役割実験の意識は生まれることは無いだろうと述べており「役割実験-役割固着」が顕在化するのには「心理社会的同一性」に影響を及ぼす為であるとされている。同様に本当の自分自身と、他者から見られているであろう自分自身が一致すると言う感覚が得られない場合、孤立感や疎外感を伴って、周囲の人々や社会の中での望ましいとされている役割や価値観などに対して否定的な感情を持つことになるだろうと述べており、「否定的同一性」が顕在化するのには「対他的同一性」に影響を及ぼす為であるとされている⁹⁾。

認知地図に関する既往研究において都市の認知の表象である認知地図と心理的要因についての関連が示唆されているものの、愛着や空間特性といった外的な要因であり、描画者自身の内的な要因との関連は明らかにされていない。

(3) 研究の目的

そこで本研究では、認知地図の類型化を試みるとともに認知地図の各要素と自我同一性の関係性を実証的に

明らかにすることを目的とする。本研究においては谷の研究⁸⁾によって定義された自我同一性（対他的同一性、心理社会的同一性、否定的同一性、役割実験-役割固着）を都市の認知と影響しあう個人の内的な要因として扱う。

2. 都市の認知と自我同一性に関する調査

(1) ケーススタディ地域の概要

本研究では愛媛県松山市をケーススタディ地域として調査を行った（図-1）。愛媛大学のある松山市は松山城を中心とした半径1.5km圏内に、大学や高校等の教育施設、JR松山駅、伊予鉄松山市駅等の交通施設、道後温泉に代表される観光施設、図書館や美術館、博物館のような公共施設、中心市街地の大街道商店街、銀天街商店街等には商業施設、民間娯楽施設が集積している。多くの大学キャンパスが郊外に立地していることが多い中、このような多様な施設が徒歩圏、自転車圏内にあり、自身の居場所が見つけやすい環境にあるといえる。

(2) 調査概要

認知地図調査では、愛媛大学1～2年生126名を対象に、白無地のA3用紙に「松山の地図を描いてください。」とだけ指示を与えて松山市の都市のイメージを描画させた。所要時間は30分程度とし、最低でも20分以上は描画を続けているのを確認した。アンケート調査では愛媛大学1～2年生126名を対象に、自我同一性・地域愛着・日常活動・自己形成活動に関する調査を行った。

a) 自我同一性

自我同一性に関するアンケート調査では対他的同一性5項目・心理社会的同一性5項目・否定的同一性9項目・役割実験-役割固着7項目の4指標26項目のアンケート調査を行った。対他的同一性・心理社会的同一性に関しては谷の研究⁸⁾による多次元自我同一性尺度(MEIS)を用い、否定的同一性・役割実験-役割固着に関しては谷の研究⁹⁾による尺度を用いた。

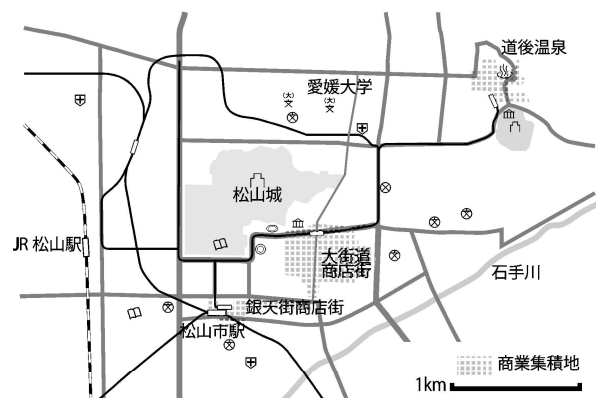


図-1 松山市中心部

b) 地域愛着

地域愛着に関するアンケート調査では選好6項目・感情5項目・持続願望2項目の3指標13項目のアンケート調査を行った。地域愛着に関するアンケートは既往研究¹⁰⁾による尺度を用いた。

c) 日常活動

日常活動に関するアンケート調査では、日常活動を活動の種類から学業、買い物、サークル・部活動、アルバイト、外食、余暇の6分類、活動のエリアから山越・衣山周辺、大学周辺、道後周辺、JR松山駅周辺、市街地周辺、その他の6分類、活動の頻度から週5日以上、週2~4日、週1日、月2~3日、月1日未満の5分類で行った。

d) 自己形成活動

自己形成活動に関するアンケート調査では、既往研究¹¹⁾を参考に活動内容を授業・講義、クラブ・サークル、アルバイト、自己研鑽、遊び・対人関係・生活習慣の6分類、さらにそれぞれの活動内容が重要であると認識する理由の文脈カテゴリーによって行った。授業・講義の文脈カテゴリーによる細分類は、学業への間接的姿勢・学業への能動的姿勢・将来・就職への見通しの3分類、クラブ・サークルの文脈カテゴリーによる細分類は、成長志向型・現在重視型の2分類、アルバイトの文脈カテゴリーによる細分類は、成長志向型・生活保障型の2分類、自己研鑽の文脈カテゴリーによる細分類は成長志向型・外発的必要型の2分類、遊び・対人関係の文脈カテゴリーによる細分類は、成長志向型・現在重視型の2分類、生活習慣の文脈カテゴリーによる細分類は、生活基盤重視型・価値先行型の2分類の計13分類に分けられる。

認知地図調査の単純集計結果を表-1に示す。店舗で描

画の多かった上位3要素はスーパー・コンビニ・その他買い物（飲食以外）であり、日常的に利用する要素が認知されているといえる。逆に描画の少ない下位3要素は居酒屋・大型娯楽施設・その他買い物（飲食）であり、居酒屋に関しては被験者が未成年であることが認知されていない理由として考えられ、大型娯楽施設やその他買い物（飲食）に関しては日々の生活圏内に多くないために認知されていないことが考えられる。

施設で描画の多かった上位3要素は学校・公園・城であり、愛媛大学や隣接する松山大学、松山北高校といった身近な要素が認知されているといえる。公園・城に関しては、松山城と松山城に併設されている城山公園といった松山市のランドマークが認知されているといえる。逆に描画の少ない下位3要素は図書館や美術館、博物館・運動施設・道後温泉であり、図書館等に関しては、戦術の城山公園内にあるものの、居住歴の短さゆえに認知されておらず、運動施設に関しては施設を利用する部活動に属していない限り認知されておらず、道後温泉に関しては観光施設ゆえに生活の認知として表れなかったことが考えられる。

(3) 因子分析

認知地図の構成要素間に共通する潜在的な因子を推定するために因子分析を行った。因子抽出法は主成分分析で因子の回転はバリマックス回転を採用し、固有値1以上を示したものが16因子認められ、スクリー基準を適用した結果、5因子を最終的に選定した（表-1）。

第一因子は、全体的な地図に描画された「チェーン店舗数」や「スーパー」や「コンビニ」といった日常的に

表-1 認知地図の描画要素の集計および因子分析結果

要素	平均 (標準偏差)	第一因子	第二因子	第三因子	第四因子	第五因子
買い物要素	5.81(4.28)	0.893	0.182	0.168	0.126	0.142
買い物要素割合	0.22(0.13)	0.871	0.117	-0.049	-0.133	0.072
チェーン店舗数	0.94(1.34)	0.832	0.139	0.318	0.172	0.126
全店舗数	9.05(7.37)	0.802	0.279	0.297	0.188	0.120
コンビニエンスストア	1.48(2.13)	0.702	0.233	-0.090	-0.055	0.069
スーパーマーケット	2.02(1.49)	0.659	-0.035	0.074	0.099	0.105
その他買い物 (飲食以外)	1.25(1.68)	0.611	0.177	0.206	0.135	0.056
個人店舗率	0.09(0.17)	0.133	0.938	0.113	0.019	0.010
個人店舗数	1.23(2.86)	0.242	0.922	0.106	0.057	0.041
ローカル飲食店	0.46(1.18)	0.243	0.766	0.018	0.071	0.107
娯楽要素割合	0.04(0.05)	0.096	0.021	0.930	0.031	0.013
娯楽要素	1.02(1.33)	0.164	0.118	0.919	0.113	0.063
娯楽施設	0.75(1.11)	0.225	0.145	0.797	0.088	0.076
大型娯楽施設	0.27(0.46)	-0.053	0.003	0.701	0.179	0.032
公共要素	8.60(4.44)	0.108	0.060	0.233	0.819	0.157
学校	3.33(2.05)	0.007	0.136	0.075	0.790	0.071
全施設数	10.43(4.94)	0.081	0.061	0.159	0.819	0.120
病院・警察・役所	1.48(1.17)	0.065	0.068	0.105	0.653	0.073
大街道要素数	0.86(1.93)	0.223	0.059	0.115	0.123	0.813
大型買い物店舗	0.73(0.94)	0.069	0.048	0.127	0.057	0.673
銀天街要素数	0.29(0.57)	-0.007	0.175	0.012	0.093	0.641
固有値		10.974	7.889	7.645	4.839	4.617
寄与率		13.891	9.987	9.678	6.126	5.845
累積寄与率		13.891	23.878	33.555	39.681	45.526
α		0.951	0.983	0.947	0.888	0.897

利用する買い物要素の数が高い因子負荷を示しており、都市の中で日常的に利用し、かつ自身の個性や特徴を表すものではない画一的な要素に関連した項目群といえる。そこでこの因子を「画一要素因子」とする。

第二因子は、全体的な地図に描画された「個人店舗数」や「個人店舗率」や「ローカル飲食店」といった都市の個性となる飲食店の数といった自身の社会活動に関わる構成要素が高い因子負荷を示しており、都市のローカルな要素に関連した項目群といえる。そこでこの因子を「ローカル要素因子」とする。

第三因子は、全体的な地図に描画された「娯楽施設」や「大型娯楽施設」といった娯楽要素の数といった自身の趣味嗜好に関わる構成要素が高い因子負荷を示しており、都市の中の娯楽要素に関連した項目群といえる。そこでこの因子を「娯楽要素因子」とする。

第四因子は、全体的な地図に描画された「学校」や「病院警察役所」といった公共要素の数といった都市の公共施設に関わる構成要素が高い因子負荷を示しており、都市の中の公共要素に関連した項目群といえる。そこでこの因子を「公共要素因子」とする。

第五因子は、「大街道要素数」や「銀天街要素数」といった中心市街地の描画要素の数といった都市の市街地認知に関わる構成要素が高い因子負荷を示しており、都市の中の市街地要素に関連した項目群といえる。そこでこの因子を「市街地要素因子」とする。

3. 認知地図の類型化

(1) 認知地図による分類

得られた5因子における因子得点を用いてクラスター

分析を行った。ここでは非階層型クラスタリングのk-means法を用い、クラスターの数を3、反復回数の上限を20として分析を行った。

クラスター1では市街地要素因子得点が最も反映され、クラスター3ではローカル要素因子得点が最も反映された。クラスター2ではどの因子得点も反映されず、娯楽要素因子得点はクラスター1がクラスター3に比べわずかに強く反映された。各クラスターの特性を明らかにするために、クラスターと認知地図の構成変数とのクロス集計を行った。クロス集計の結果を表5に示す。クラスター1の特徴としては、他のクラスターと比べて店舗・施設・業種別・エリア別・構成要素特性の全てにおいて多くの、かつ多様な要素の描画が挙げられる。業種別要素数では全てのカテゴリーで最も数値が高いが、一方でその認知の多様さゆえに業種の偏りは小さく、業種別割合では娯楽要素割合のみ最も数値が高い結果となっている。また市街地周辺の認知は他のクラスターより高く、市街地親和性・市街地親和性度合のような変数でも同様の結果が見られる。市街地の多様な店舗や施設を中心に都市に対する認知を深めていることが考えられる。以上の特徴からクラスター1を「市街地周辺多様認知群」と名づける。クラスター2の特徴としては、他のクラスターと比べて店舗・施設・業種別・エリア別・構成要素特性の全てにおいて認知の度合が低く、描画が少ないことが挙げられる。中でも飲食要素・娯楽要素・ローカル要素といった、自身の都市での生活における「自分らしさ」の表出が地図上からは見て取ることが難しかった。業種別割合で見ても文化要素・公共要素・地図要素といった客観的な認知が高くみられていることから同様のことがいえる。以上の特徴からクラスター2を「客観認知群」

表-2 クラスターと自我同一性、地域愛着、日常活動、自己形成活動のクロス集計結果

		市街地周辺認知群	客観認知群	ローカル認知群
自我同一性	役割実験-役割固着	4.24*	3.97	3.81
	否定的同一性	2.75	2.75*	2.39
	対他的同一性	2.86	2.88	2.99
	心理社会的同一性	3.15	3.20	3.31
地域愛着	選好	4.03	3.81	4.09
	感情	3.19	3.15	3.78*
	持続願望	3.61	3.18	3.63
	地域愛着	3.64	3.46	3.90*
日常活動頻度	大学	3.27	3.16	3.16
	買い物	2.33	2.15	2.37
	所属	1.65	1.57	1.59
	バイト	1.52	1.43	1.39
	外食	1.75	1.76	1.85
	余暇	1.76	1.66	1.79
自己形成活動	授業・講義 (間接的姿勢)	20.0%	16.9%	12.5%
	授業・講義 (直接的姿勢)	5.7%	5.1%	3.1%
	将来・就職への見通し	11.4%	5.1%	21.9%
	クラブ・サークル (成長志向型)	2.9%	8.5%	0.0%
	クラブ・サークル (現状重視型)	11.4%	13.6%	21.9%
	アルバイト (成長志向型)	14.3%	6.8%	9.4%
	アルバイト (生活保障型)	8.6%	10.2%	3.1%
	自己研鑽	2.9%	6.8%	3.1%
	生活習慣 (生活基盤重視型)	14.3%	18.6%	12.5%
	生活習慣 (価値先行型)	2.9%	5.1%	3.1%

と名づける。クラスター3の特徴としては、クラスター1に比べ要素認知の数は多くないものの、ローカル飲食店、個人店舗数、個人店舗率といった都市のローカルな要素である変数が多く認知されている。構成要素特性における都市の風土とのかかわりを表す風土性や風土性度合、自身の社会活動に関わる要素を表す社会性や社会性度合といった数値が高いことにも繋がっていることが考えられる。一方で面積は他のクラスターより狭く、密度は高い。エリア別割合で見ると大学周辺が高いことから、大学周辺の認知が中心であることがわかる。大学周辺のローカルな認知から都市に対する認知を深めていることが考えられる。以上の特徴からクラスター3を「大学周辺ローカル認知群」と名づける。

(2) 認知地図の類型と各アンケート調査の関連

クラスターとアンケート調査での各項目との関連を確認するためにクロス集計を行った(表-2)。

a) 自我同一性・地域愛着

「市街地周辺多様認知群」では他のクラスターに比べ、役割実験-役割固着に関する設問が概ね高く、役割実験-役割固着の平均、また役割実験-役割固着因子の平均も同様に高い。市街地における多様な要素の認知が、自身に適合する役割や可能性の模索や試行といった意識に繋がっていることが理由として考えられる。

「客観認知群」では他のクラスターに比べ、否定的同一性に関する設問が概ね高く、否定的同一性の平均、また否定的同一性の因子の平均も同様に高い。客観的な認知しか表出されないのは自身の役割や可能性を表す要素の認知が形成されていないからであり、むしろ社会の中での役割や可能性に対して潜在的に敵意及び軽蔑の意識があることが理由として考えられる。

「大学周辺ローカル認知群」では他のクラスターに比べ、対他的同一性、心理社会的同一性、地域愛着(選好)、地域愛着(感情)、地域愛着(持続願望)に関する設問が概ね高く、対他的同一性の平均、対他的同一性因子の平均、心理社会的同一性の平均、心理社会的同一性の因子の平均、地域愛着(全体)の平均も同様に高い。松山市の認知が大学周辺のローカルな認知という地域の限定的な認知に留まっていることが逆に一時的な地域愛着の醸成につながっていることが理由として考えられる。

b) 日常活動

「市街地周辺多様認知群」では他のクラスターに比べ、JR松山駅周辺での買い物や大学周辺での所属、市街地周辺でのアルバイト、外食等や、活動別、エリア別の活動の平均値でも高い。役割実験の意識が高い当クラスターでは、市街地に限らず多様なエリア、内容の活動を積極的にやっていることが考えられる。

「客観認知群」では衣山・山越周辺での買い物やアル

バイト、大学周辺でのアルバイトが高い。それら以外の活動の特徴が見られないことから、否定的同一性の高い当クラスターでは日々の活動に対する積極性の欠如が伺える。

「大学周辺ローカル認知群」では他のクラスターに比べ、市街地周辺での買い物や余暇活動が高い。活動別、エリア別では買い物、外食、余暇といった活動の平均値でも高い。地域愛着の意識が高い当クラスターでは、市街地は買い物や余暇活動といった頻繁に関わる場所ではなく、割り切った認知であることが考えられる。

c) 自己形成活動

「市街地周辺多様認知群」では他のクラスターに比べ、学業への間接的姿勢、直接的姿勢やアルバイトの成長志向型が多い。学業への直接的な姿勢や将来への見通しではなく、消極的な意識で関わり、その分他の様々な物事にチャレンジしたいと言う役割実験の高い当クラスターの特徴が出たと言える。

「客観認知群」では他のクラスターに比べ、生活習慣の生活基盤重視型、アルバイトの生活保障型、クラブ・サークルの成長志向型等が多い。生活習慣や生活の為のアルバイト、現在重視ではないクラブ・サークル活動と言った、自身の他の人とのつながりや、明確な活動が見えてこないという、否定的同一性の高い当クラスターの特徴が出たといえる。

「大学周辺ローカル認知群」では他のクラスターに比べ、学業の将来・就職への見通し、クラブ・サークルの現在重視型、遊び・対人関係の現在重視型が多い。明確な目標を持って進学し勉強に励んでおり、一方でクラブ活動や、対人関係では今が大事だと言う割り切り方が当クラスターの特徴であると言える。

4. 都市の認知と自我同一性の関連

本研究の目的を達成するには、都市の認知が自我同一性に対して、どのような因果関係にあるか詳細に把握する必要がある。したがって都市の認知だけではなく、回答者の日常活動や自己形成活動、地域愛着も考慮に入れ因果関係を検討することを目的とし、共分散構造分析を行う。

共分散構造分析の結果を示す(図-2)。モデル中のパス係数はその値が大きいほど指標間の結びつきが強いことを意味している。都市の認知が自我同一性に与える影響については、市街地要素の認知が役割実験-役割固着に直接的な正の影響を与え、ローカル要素の認知が否定的同一性に直接的な負の影響を与えていることが明らかとなった。日常活動が自我同一性に与える影響については、広範囲における活動が心理社会的同一性に直接的な

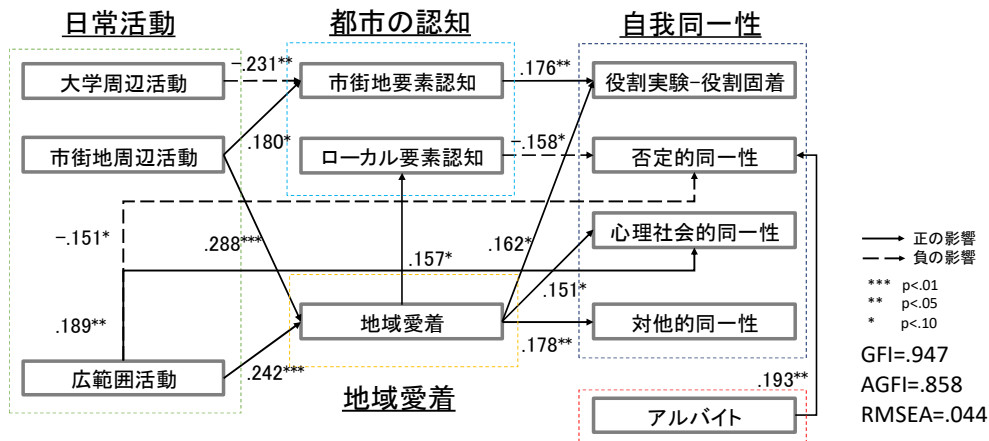


図-2 都市の認知と自我同一性の関連性

正の影響を与え、否定的同一性に直接的に負の影響を与えていることが明らかになった。自己形成活動が自我同一性に与える影響については、アルバイトが否定的同一性に直接的な正の影響を与えていることが明らかになった。

続いて、総合効果、直接効果、間接効果の値から指標間の因果関係を考察する。市街地の認知が役割実験に与える影響の総合効果は0.216であり、市街地の多様な要素の認知によって、新しい自分の挑戦といった意識の形成が期待できることが示された。更にその市街地要素の認知には市街地周辺の活動が当然有効であり、逆に大学周辺での活動が多いと市街地に対する認知が形成されないことが示された。またローカル要素の認知が否定的同一性に与える影響の総合効果は-0.158であり、個人店舗のような自身と地域社会とのつながりが実感できるような要素認知によって地域社会から与えられる役割や可能性への敵意や軽蔑と言った否定的同一性の縮小に繋がることが示された。更にそのローカル要素の認知には地域愛着が重要であり、この地域愛着の概念は否定的同一性を除く全ての自我同一性に正の影響を与えており、地域に対するアイデンティティと自己に対するアイデンティティの間には関係があることが示された。また市街地周辺活動と広範囲活動が地域愛着に与える影響の総合効果は0.288と0.242であり、松山市の中心市街地である大街道や銀天街周辺での日常的な活動や、中心部ではない広範囲での活動によって地域愛着が形成されることが示された。また、自己形成活動（アルバイト）が否定的同一性に与える影響の総合効果は0.193であり、アルバイトを自身の主要活動と認識すると否定的同一性が形成されてしまうことが示された。

以上をまとめると、大学周辺での活動が中心になると市街地の要素の認知にはつながらず、市街地での活動によって市街地の要素の認知は形成され、またその市街地

での活動や広範囲での活動によって地域に対する愛着が形成され、地域愛着が役割実験・心理社会的同一性・対他的同一性に影響することが示された。また地域愛着によってローカルな要素の認知が形成され、それによって否定的同一性の意識が抑えられることも明らかになった。

5. まとめ

本研究では、認知や活動、自己形成活動と言った地域社会を舞台とした都市生活の蓄積が、自我同一性に影響を及ぼすことを示した。松山市における中心市街地要素の認知が、社会における自分自身の役割を模索し、様々な可能性を試してみようと言った役割実験の意識に直接的につながり、ローカル要素の認知が社会や地域から与えられる役割や可能性に対する敵意や軽蔑と言った否定的同一性の意識に直接的に負の影響を与え、松山市における広範囲の活動や中心市街地における活動が地域愛着に直接的につながり、また地域愛着が役割実験、心理社会的同一性、また他者から見られているであろう自分が本来の自分自身と一致しているという感覚に直接的に繋がっている。

また、アルバイトを自身の主要な活動として認識してしまうと、世間や社会から望まれる役割や価値観などに対しての否定的な感情を意味する否定的同一性に直接的に繋がる。

以上をまとめると、多様な店舗や施設が集積する中心市街地での活動によって中心市街地要素の認知につながり、それによって地域社会での自身の役割や可能性の模索につながる。また市街地での活動や広範囲での活動が地域への愛着に繋がり、地域への愛着は地域の個性であり、自身の地域とのつながりを実感できるローカルな要素の認知、また役割実験・心理社会的同一性・対他的同

一性といった各自我同一性の指標につながる。またローカルな要素の認知は自身の地域との繋がりを実感でき、それによって世間や社会から与えられる役割への敵意や軽蔑を抑えられることも明らかとなった。そして学生にとってのアルバイトが主要な活動と認識されてしまうと、役割や価値観に対しての否定的な感情、歪んだ役割実験とも言える否定的同一性の形成に繋がってしまうと言える。

「自分らしさ」が自身の中で、他者に対して、また社会に対して確立を迎えるためには、多様な店舗や施設を日々の行動・活動によって認知し、また地域の個性を担うローカルな要素を日々の行動・活動によって形成される地域愛着を経由して認知することが重要であると言える。また地域に対しての好意的な感情も自我同一性の形成に対して重要であると言える。本研究の被験者である大学生にとってアルバイトとは本業からは離れたものであり、日々の生活のための手段であって目的にしまうことによって歪んだ自身の役割や可能性に着目してしまうことも明らかになった。確固とした自分らしさ、自分こそが自分であると言う意識のためには、アルバイトという一時的な役割に傾倒することなく、均一化されたチェーン店舗や施設に日々触れることもなく、多様な店舗や施設が集積する場所に足を運び、自身が適応できる環境を見つけ出すことが重要であることが明らかにされたと言える。

また、自身の役割意識や社会との結びつきに寄与することの出来る大街道商店街や銀天街商店街のような多様な店舗や施設が集積する中心市街地が徒歩圏内にあることは多くの大学キャンパスが郊外に立地する中で非常に恵まれた環境であると言える。都市の均質化

が進む中、ローカルな要素を重要視しつつ市街地の多様性を守ってゆくことが、人を育てる街として重要な都市整備であると考えられる。

参考文献

- 1) E.H.Erikson : Identity and The Life Cycle, 1959.
- 2) 高野恵代, 池田龍也, 水口啓吾 : 大学生の学校嫌悪感と怠学傾向及び居場所に関する検討, 広島大学心理学研究, No.15, pp.17-43, 2015.
- 3) K.Lynch : The Image of City, 1960.
- 4) 若林芳樹, 伊藤悟 : 認知地図の歪みの成分に関する一考察—金沢市中心部を事例として—, 地学雑誌, Vol.103, No.3, pp.221-232, 1994.
- 5) 若林芳樹 : 札幌における認知地図の相対的歪み, 地理学評論, No.63, pp.255-273, 1990.
- 6) 巖爽 : 認知地図を通してみた地域への認知と愛着に関する考察, 生活環境科学研究所研究報告, Vol.44, pp.1-11, 2012.
- 7) 加藤仁美 : 「イメージマップ」による個人の環境イメージと集落空間特性, 日本建築学会計画系論文集, No.493, pp.185-193, 1997.
- 8) 谷冬彦 : 青年期における同一性の感覚の構造, 教育心理学研究, Vol.49, No.3, pp.265-273, 2001.
- 9) 谷冬彦 : 自我同一性の人格発達心理学, ナカニシヤ出版, 2008.
- 10) 鈴木春菜, 藤井聡 : 利用店舗への愛着が地域愛着へ及ぼす影響とその規定因に関する研究, 日本都市計画学会都市計画論文集, Vol.42, No.3, pp.13-18, 2007.
- 11) 山田剛史 : 現代大学生における自己形成とアイデンティティ, 教育心理学研究, Vol.52, No.4, pp.402-413, 2004.

(2018.7.31 受付)

THE RELATION BETWEEN THE REPRESENTATION OF CITY IMAGE IN A COGNITIVE MAP AND SELF-IDENTITY

Takuya MANABE and Nobuhiko MATSUMURA

The present research examines the relation between the representation of city image in a cognitive map and self-identity. Using university students residing in Matsuyama City as subjects, the elements composing the cognitive map of a city image were classified into the following three groups: "various cognitive groups for urban areas," "objective cognitive group," and "local cognitive group for the campus area." The connections of these with the four following concepts related to self-identity are clarified: "interpersonal identity," "psychosocial identity," "role experimentation - role fixation," and "negative identity." Further, when covariance structure analysis was used to create a model that included indices for daily activities and regional attachment, it was seen that the following influence the formation of self-identity, namely: cognition of elements such as the Ogaido and Gintengai shopping districts as well as local elements such as individual stores; and regional attachment such as daily activities, preferences, feelings, and lasting desires associated with a large area not restricted to central Matsuyama City.