

教員推薦図書 2026年10月

推薦教員	経営学部経営学科 鈴木 一正 先生		
書名	変な心理学 ーバズっているアレの正体（ちくま新書）		
著者名	山田祐樹著	出版社	筑摩書房
請求記号	140.4 Yam	資料 ID	901131401

【推薦コメント】

今年度より専任教員となりました経営学部の鈴木です。どうぞよろしくお願いいたします。

さて、私が推薦する図書は『変な心理学ーバズっているアレの正体』です。「経営学部の教員なのに、なぜ心理学の本なの？」と思われた方もいらっしゃるかも知れません。私の研究対象の1つに「消費者の隠れた心理を探ること」があります。心理学（の先行研究）には、とてもお世話になっているのです。

著者の山田祐樹さんは大学の先生なのですが、とんでもない心理学オタクです。「心理学」と名が付いているものは国内外の記事や論文はもちろん、心理学に関係するだろう映画やドラマ、漫画まで目を通さないと気が済まない。そんな著者が「心理学は現在とても奇妙な状況にある」と感じたことが、この本を書くキッカケになったのです。

例えば、「カラーバス効果(color bath effect)」が取り上げられます。アカデミックな心理学では見かけない、いわゆる大衆的な心理学用語です。朝の情報系TV番組で「今日のラッキーカラーは赤！」と言われると、その日は赤いモノがやたらと目に付くようになる。著者は Wikipedia に「カラーバス効果が心理学用語である」と記述されていたことを知り、ビックリ。学術論文検索の Google Scholar で検索したところ、心理学の文献では1件もヒットしない。気になったことを突き詰めないと気が済まない著者は、この言葉がいつから使われ始めたのか調べます。そして、ついに世界初出と思われる文献を発見するので。（ここから先は、読んでからのお楽しみに。）

アカデミックな心理学に、似たような現象を表す言葉が全くないかと言えば、そんなこともない。認知心理学では「注意が強制的・自動的にどこかに向けさせられてしまう状況」のことを「注意の捕捉(attention capture)」と呼ぶそうです。ショッピングセンターで、例えば「夏のレジャーグッズ キャンペーン」などを展開する時に青いポップを並べたりするのもそんな効果を狙ってのことだと思います。

少々長くなりました。この本は“心理”学を身近似感じてもらうキッカケになるとともに、“真理”を追求することの楽しさを感じられる、多くの学生に読んでもらいたい1冊なのでした。