

人間のプレゼンスを感じることの意義と影響に関する研究

— プレゼンスを感じたことがある人へのインタビューを通して —

大 川 恵莉子

1. 問題と目的・方法

カウンセリングにおいて、プレゼンス（presence）とは、誰かのために何かを成すこと（doing）ではなく、そこに存在すること（being）を大事にする在り方を意味する（永野，2013）。Rogers, C. (1986) は自らの体験からプレゼンスについて語り、このプレゼンスをセラピストの三条件である自己一致、受容、共感に匹敵する重要なものと述べている。これを受けて、近年はプレゼンスに多くの関心が寄せられている。ところが、未だにプレゼンスについての明確な定義は存在していない（矢野，2012）。本研究では、相手のプレゼンスを感じることをプレゼンス体験と呼び、このプレゼンス体験を「直接的な言葉がなくても表情が見えなくてもこの人は私に温かな注意を向けてくれている、ありのままの私を無条件に受け入れてくれている、と感ずること」と定義する。この定義に基づき、実際にプレゼンス体験をしたことがある人にインタビュー調査を行い、それぞれの実体験をまとめ分析することで、プレゼンスを感じることの意義や影響を検討することを目的とする。本研究では分析方法として、木下（2003，2007）の修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチ（Modified Grounded Theory Approach; 以下M-GTA）を用いた。

2. 結 果

分析の結果、【相手の態度】【自分の態度や感覚】【プレゼンス体験】【プレゼンス体験後の感覚】【自分にもたらされた変化】【自分の支え】【自分の在り方のモデル】の7つのカテゴリーと27の概念が生成された。プレゼンス体験者は【相手の態度】を受けて、【自分の態度や感覚】に影響や変化が生じることに気付く。【自分の態度や感覚】は相手にも伝わり【相手の態度】にさらに影響や変化を生じさせ、【相手の態度】と【自分の態度や感覚】の間に相互作用が起こる。しかし【相手の態度】がなければ、プレゼンス体験者が概念にあるような感覚を得ることもないため、プレゼンス体験には【相手の態度】が前提としてあると思われる。このように【相手の態度】と【自分の態度や感覚】が相互に交流し合い、作用し合った結果、【プレゼンス体験】は生まれると考えられる。【プレゼンス体験】をした後、プレゼンス体験者にはプレゼンス体験中とはまた異なった様々なプラスの感覚が生まれる。これらの感覚を【プレゼンス体験後の感覚】とした。そのような【プレゼンス体験】をして【プレゼンス体験後の感覚】を得ると、その体験によってプレゼンス体験者は【自分にもたらされた変化】に気付く。また、その体験や相手の存在自体が自分の日々のエネルギー源になっていたり【自分の支え】になっていることを実感したり、相手の在り方を【自分の在り方のモデル】にしたりもする。

3. 考 察

人間のプレゼンスを感じることは、プレゼンス体験者に様々な良い感覚を生じさせ、プレゼンス体験者のその後に良い影響を与えている。それ故に人間のプレゼンスを感じることは、とても重要だと思われる。また、これまでの数々のセラピスト側からのプレゼンスの言及について、プレゼンス体験者も同じようなことを感じているということ、そしてプレゼンス体験者だけが感じていることがあるということが示唆された。