

クレショフ効果の検証

— 映画編集に関する古典的実験の考察

立教大学文学研究科 鈴木清重

Verification of the Kuleshov effect: Study about classical experiment of film editing

Kiyoshige Suzuki (Rikkyo University)

Though theories of montage in movies have had a great influence on culture, the Kuleshov effect on which theories of montage are based have not been studied much. The purpose of this paper is to examine the Kuleshov effect from a psychological viewpoint. Movies of videotapes for this experiment were made from a shot of 6 shots in 6 movies by non-linear editing. One of the shots is used for the previous shot and another is used for the following shot and then played on a screen in the dark room. This experiment is designed by Latin square method of 3 factors, 3 levels. 60 subjects half of whom were men had no experience of filmmaking. The task required the subjects to rate the movie by the semantic differential method and answer questions about that movie. Results of this rating task led to the existence of the Kuleshov effect on the movie, but the proof that the Kuleshov effect was a phenomenon of perception is not seen. Further study of other conditions and the reconsideration the method used in this study is needed.

Key words: the Kuleshov effect, montage, movie, psychology of visual presentation

1920年代初め、ソヴィエトの映画人レフ・クレショフ(Kuleshov, Leb)とその弟子達は、撮影済みフィルムを断片を用いて映画編集に関する三つの実験を行った。それら三つの実験結果に見られた映画編集の効果はクレショフ効果と呼ばれ、映画制作におけるモンタージュの概念、およびモンタージュ理論成立の契機となった。中島(1996)は、「モンタージュ」とは前後のショットが持つ二つの内容、および意味から第三の内容および意味が生み出される過程であり、「クレショフ効果」とはモンタージュの有する新しい意味を創造する働きを特に強調して呼ぶものであるとしている。

中島(1996)によれば、クレショフの第一実験とは「人工的地表の創造」と呼ばれるものである。同一の演技者を異なる時間と場所において撮影したショットを編集により任意の順につなぐと、その上映においてあたかも撮影現場には存在しなかった地表が存在するような印象を与える

シーンが構成されたと言われる。クレショフの第二実験は「モザイク人間の創造」と呼ばれるものである。それぞれ異なる4人の女優が演じたショットを任意の順につなぐと、撮影現場には存在しなかった映像上の女性が存在するような印象が得られたと言われる。クレショフの第三実験は「意味の創造」と呼ばれている。4種類のショットを用いた3種類のショットの結合条件を設定すると、後に続く同一のショットは事前の3種類のショットによってそれぞれ異なる意味づけをなされたと言われている。具体的には「スープ皿」「男性の死体」「女性のヌード」の3種類の先行ショットによって、後に続く同一の「無表情な男優の顔」の意味づけがそれぞれ「空腹」「恐怖」「欲望」として確定されたと言われる。

クレショフらの実験後、モンタージュの理論は批判を受けつつも様々な展開を見せ、単に映画理論としてのみならず広く文化的な影響を与えて来

た。しかしながら、その前提とされてきたクレショフ効果の吟味は充分になされておらず、研究者の見解も様々で、モンタージュという概念を一様に論じられない。個々の理論における主張の差異を吟味する前に、クレショフ効果が如何なるものであり、その効果を生む現象がどのようなものであるかを明確にすべきである。

目 的

本論文の目的は、心理学的観点によるクレショフ効果の検証である。クレショフの第三実験に見られる「意味を創造する働き (中島, 1996)」が、実験心理学的な条件統制の下で観察され得るか否かを検討し、クレショフ効果が如何なる現象であるのかを明らかにする。

方 法

被験者 映画制作の経験を持たない男性 30 名、女性 30 名 (18 歳～29 歳) を被験者とした。映像の提示条件によって被験者は 6 群に分けられ、各群男女 5 名ずつであった。

装置および実験状況 ビデオプロジェクター (SHARP LIQUID CRYSTAL PROJECTOR)

に、VHSビデオデッキ (Victor HR-VX5)を接続し、460cm先に設置したスクリーン (CS SCREEN, 縦横 160×181 cm) に映像を提示した。映像は暗室内で提示され、被験者は被験者群ごとに同時に観察を行った。

提示映像 既成のビデオ映画 6 作品の 6 つのショット (連続して撮影された一連の映像) を素材として、ノンリニア編集により構成された縦横比 1.64 (独自規格) のビデオ映像を用いた。一つの提示映像は 2 つのショット (先行映像、および後続映像) から成る。6 素材の内、「食べ残しの皿」「男性の死体」「シャワーを浴びる女性」を撮影した 3 素材のいずれかが先行映像に使用された。先行映像とされた素材は、いずれもパーニング (横方向にカメラを振る撮影技術) もしくはティルティング (縦方向にカメラを振る撮影技術) の用いられた映像であった。残りの 3 素材は異なる演技者による「無表情な男性の顔」をクローズアップにより撮影した映像であり、そのいずれかが後続映像として使用された。さらに、内容の等しい「カラー」「白黒」両条件の映像が作成された。

先行映像と後続映像との間に提示間隔はなく、また提示間に映画編集のオプティカル (光学処理)

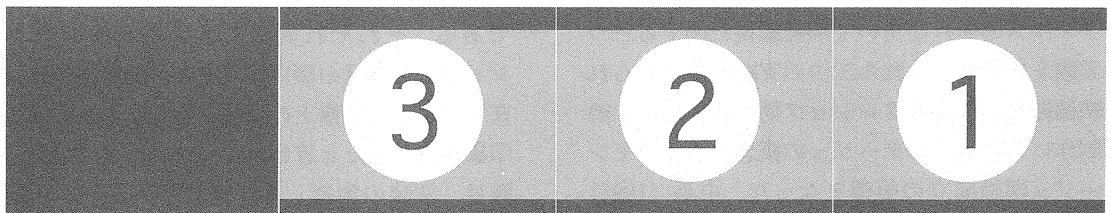


図 1 ブランク画面、及びカウントダウン画面の見本
これは、各実験用映像の先頭に提示されたものである。但し時間の進行は、画面向かって左から右に向かうものである。

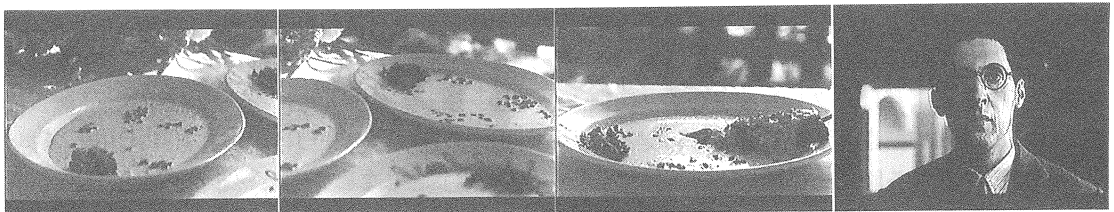


図 2 白黒条件被験者群 C 1 に用いられた静止画像「食べ残しの皿—無表情な男性の顔 1」
質問 2 において質問文中に添付された、静止画像のサンプルである。但し想定されている時間の進行は、画面向かって左から右に向かうものである。

に相当する映像効果は用いられなかった。上映開始から5秒間はスクリーンに何も提示されず、その後3秒間のカウントダウン画面が提示された(図1)。カウントダウンの終了後、先行映像が7033 msec(00:00:07:25; SMPTEタイムコード形式、以下同様)提示され、後続映像が2000 msec

(00:00:02:00)提示された。なお、音声は含まれていなかった。スクリーン上に投影された映像の大きさ(フレームサイズ)は、縦横110 cm×180 cmであり、視角は被験者の観察位置により異なったがおよそ縦横17度×28度であった。

実験計画 それぞれ先行映像(A1~A3)、後続映像(B1~B3)、鑑賞者(被験者群C1~C3)の三要因三水準から成るラテン方格を用い、提示される映像の「カラー」「白黒」の2条件、計18通りの実験が行われた。各要因、および各水準の組

み合わせは、「カラー」「白黒」両条件それぞれ表1の通りであった。

被験者群間の等質性は、TCT創造性検査(高野, 1989)を基に作成された質問文、及び主として映画への関与の度合いについての質問文を含む質問紙調査により検討された。

手続き 本試行に先立ち、編集条件を実験映像と等しく、かつ内容については提示映像と関連のないショットを使用した映像を使って、SD法の回答項目について練習試行を行った。本試行では一対の提示映像を鑑賞した後、始めに映画のシーンの印象についてSD法による各形容語対への評定が行われた。全映像の評定後、更に実験映像の静止画サンプル(図2)を参照しながら各提示映像の内容に関する質問へ回答を求めた。その際、被験者には提示映像が3本の映画作品から抜粋した

表1 要因および水準の組み合わせ(被験者群の括弧内は提示順序)

	後続映像B1(顔1)	後続映像B2(顔2)	後続映像B3(顔3)
先行映像A1(皿)	被験者群C1(1)	被験者群C2(2)	被験者群C3(2)
先行映像A2(死体)	被験者群C3(3)	被験者群C1(2)	被験者群C2(1)
先行映像A3(ヌード)	被験者群C2(3)	被験者群C3(1)	被験者群C1(3)

表2 実験に用いられた質問紙の構成

	内容	回答形式
質問1	30項目の形容語対による映像の評定	7件法
質問2	映像内容に関する回答	自由記述
項目A	「この映画のシーンは登場人物が何をしているところですか?」	
項目B	「このシーンの最後に登場する男性はどんなことを考えていますか?」	
項目C	「このシーンの登場人物はどんな人ですか? Aで挙げた登場人物すべてについて「お答え下さい。」	
項目D	「このシーンの舞台は、どこですか?」	
項目E	「その他、このシーンの内容に関連して思いつくことがあれば自由にお書き下さい。」	
質問3	映画館、ビデオ映画、TVドラマ、演劇、小説に親しむ頻度	選択式
質問4	映画館、ビデオ映画、TVドラマ、演劇、小説に対する興味の度合	5件法
質問5	見たことのある映像、見づかった部分、質問項目に関して答えづかったもの、およびその他気づいた点	自由記述
質問6	「缶詰の空き缶」に関する用途テストへの回答	自由記述
質問7	フェイスシートへの記入	
質問8	実験全般に関して気づいた点	自由記述

3つの映像であった旨を教示した。その後、被験者群間の等質性および本研究における検証の問題点を検討するための質問へ自由記述回答を求めた。

質問紙 質問紙は岩下（1983）を参考に予備実験（鈴木，1998）を通じて完成された。内容は表2の通りであった。

結 果

印象評定得点の分散分析 SD法各項目（形容語対）における提示映像の印象評定に任意得点を与え、平均任意得点をラテン方格に従い分散分析した結果、「カラー」「白黒」両条件ごとに表3に示される各要因の主効果は有意であった。先行映像

の主効果のみが5%水準および1%水準で有意であった項目はカラー条件で10項目、白黒条件で8項目であった。同様に先行映像の主効果のみが有意傾向を示した項目数を加えるとカラー条件で14項目、白黒条件で15項目であった。

有意であった項目については多重分類分析を行った。「カラー」「白黒」両条件間において先行映像各水準の調整化カテゴリー偏差を検討した。その結果、各要因が各項目の任意得点へ及ぼす影響の大きさ及び方向に関して、両条件間に差はみられなかった。

「カラー」「白黒」両条件において、いずれの要因の主効果も有意でなかった項目は以下の5項目

表3 提示映像に与えられた各形容語対ごとの評定得点に対する分散分析の結果（-のついた項目は逆転項目）

	カラー条件			白黒条件		
	先行映像要因	後続映像要因	鑑賞者要因	先行映像要因	後続映像要因	鑑賞者要因
項目E1「大きい-小さい」	1%水準有意					
-項目E2「情け深い-残酷な」	5%水準有意			5%水準有意		
-項目E3「精神的-肉体的」	5%水準有意			5%水準有意		
項目E4「良い-悪い」	5%水準有意			5%水準有意		
-項目E5「片付いた-散らかった」	1%水準有意		有意傾向			
-項目E6「快い-不快な」	1%水準有意			有意傾向		
項目E7「度胸がある-度胸がない」	5%水準有意					
項目E8「親しめる-親しめない」	有意傾向			5%水準有意		
項目E9「驚いた-落ち着いた」	1%水準有意	1%水準有意	5%水準有意			
-項目E10「楽しい-悲しい」						
項目E11「つるつるした-ざらざらした」	1%水準有意	有意傾向		1%水準有意	1%水準有意	5%水準有意
-項目E12「繊細な-粗野な」	5%水準有意			5%水準有意		
項目E13「静かな-騒がしい」						
項目E14「柔らかい-固い」	5%水準有意			有意傾向		
-項目E15「重い-軽い」						
項目E16「おもしろい-つまらない」	5%水準有意	有意傾向				
-項目E17「明るい-暗い」	有意傾向					
-項目E18「きれいな-汚い」	1%水準有意	有意傾向	5%水準有意	有意傾向		
-項目E19「近寄りたいたい-避けたい」	5%水準有意			5%水準有意		
項目E20「早い-遅い」						
-項目E21「美味しい(うまい)-まずい」	5%水準有意			有意傾向		
項目E22「親切な-冷淡な」	有意傾向					
-項目E23「厚い-薄い」	5%水準有意	有意傾向	5%水準有意			
項目E24「能動的-受動的」				5%水準有意		
-項目E25「伸び伸びとした-いかめしい」	有意傾向			有意傾向		
-項目E26「激しい-穏やか」						
-項目E27「熱い-冷たい」				有意傾向		
-項目E28「張り切った-呆然とした」	1%水準有意	5%水準有意	5%水準有意			
項目E29「自由な-拘束された」				5%水準有意		
-項目E30「鮮やか-靡(おぼろ)」					有意傾向	

であった。

項目E 10「楽しい-悲しい」, 項目E 13「静かな-騒がしい」, 項目E 15「重い-軽い」, 項目E 20「早い-遅い」, 項目E 26「激しい-穏やか」

質問5において答えなかった形容語対として挙げられた項目は以下の4項目であった。その理由としては、映像から直に思い浮かぶ言葉ではなく映像の評定には使いづらく感じられたとの指摘が為された。一方これらの項目については、いずれも先行映像の主効果に有意差がみられた。

項目E 1「大きい-小さい」, 項目E 7「度胸がある-度胸がない」, 項目E 21「美味しい(うまい)-まずい」, 項目E 23「厚い-薄い」

自由記述回答の内容 記述はいずれもショット間に何らかの繋がりを見出しているものであった。記述を大別すると、登場人物の視点に立つものと、第三者的な視点か被験者自身の見方を分析的に記述する視点に立つものとの二つであった。項目Aにみられた被験者による場面把握では、後続映像の登場人物が先行映像の内容を見ているという設定、および先行映像の内容を回想もしくは想像しているという設定の二通りの場面設定がみられた。「シャワーを浴びる女性」の先行映像で始まる提示映像への被験者間の記述には、後続映像の男性が女性に魅力を感じている、あるいはその様子に当惑しているとの共通した場面把握がみられた。

項目B, Cに対する回答においては、同じ後続映像に対する被験者間の記述内容が先行映像との組み合わせにより反対になっている場合がみられた。また、後続映像の記述内容には共通性もみられた。例えば、後続映像B 2(顔2)映像に関しては「裁判」という記述が共通して見られ、「食べ

残しの皿」の先行映像については「家族」という記述が共通して見られた。

項目Dにおける回答には、各映像の水準に応じて提示映像の舞台として挙げられた記述内容に共通性がみられた。例えば「シャワーを浴びる女性」の先行映像を含む提示映像に関して「ヨーロッパ」「イタリア」という記述が共通してみられた。

項目Eにおいては、提示映像から受けた印象の個別的な記述、提示映像から連想された映画作品のストーリーに関する記述がみられた。その内、「食べ残しの皿」の先行映像で始まる提示映像への被験者間の記述は、先行映像の中に登場する「蠅」を記述する回答が共通していた。

さらに質問5, 8への回答において、提示映像が「古典的な名作」や「芸術作品」であることを予想する記述がみられた。また、質問2の教示を与えられる前に各提示映像間の関連を想定していたとする記述がみられた。

被験者群の比較 質問3, 質問4, 質問6の各回答にそれぞれ任意得点を与え、被験者群ごとの平均任意得点についてそれぞれ一要因分散分析を行った結果、質問6の用途テストの成績について、有意差は見られず ($F(5,54)=1.55, P>.1$)、質問3, 4については表4の通り、いずれの質問項目においても被験者群間に有意差はみられなかった。

実験条件に関する質問 質問5において、提示映像の素材を事前に見たことがあるとした回答は見られなかった。また提示映像について気づいた点を自由記述により回答する項目では、提示映像がいずれも暗く寂しい印象である点、提示映像に音声の含まれていないことが寂しい印象を与える

表4 質問3, 4項目の平均任意得点による被験者群間の比較の結果

	質問3 (接触の頻度)	質問4 (興味の度合い)
映画館の映画	$F(5,54)=1.04, P>.1$	$F(5,54)=0.99, P>.1$
ビデオ映画	$F(5,54)=0.35, P>.1$	$F(5,54)=0.97, P>.1$
TVドラマ	$F(5,54)=1.43, P>.1$	$F(5,54)=1.88, P>.1$
演劇	$F(5,54)=1.56, P>.1$	$F(5,54)=1.85, P>.1$
小説	$F(5,54)=1.82, P>.1$	$F(5,54)=1.82, P>.1$

点、および白黒映像が冷たい印象を与える点を指摘する回答がみられた。また提示映像の先行映像と後続映像の間の質的差異を指摘し、ショット間の内容上のつながりに疑問を示す回答もみられた。さらに、白黒の映像から古い映画であろうという推測をしたとの回答がみられた。

質問5における見づらかった映像の回答としては「女性のヌード」「男性の死体」が挙げられ、その理由としては映像の印象の強さが指摘された。また「食べ残し」の映像を、不快であるとした回答がみられた。

考 察

印象評定に基づく検証 本論文では、「新しい意味を創造する働き」がクレシヨフ効果と呼ばれている点に着目しているが、クレシヨフ効果はさらにクレシヨフの第一実験、第二実験の結果にみられる編集効果も含んでいる。しかし、それらは日常的な映画現象の中で既に一般的に経験され得るものである。従って先行映像要因の主効果のみが有意であるとの仮説が支持された場合、クレシヨフ効果の存在が示唆されることになる。

質問3, 4, 6の結果から、被験者群間の文化的メディアへの関与の度合には差がないことが示された。また質問5, 8の結果において、提示映像の内容および提示には問題がなかったため、被験者群間の評定を比較することによって映像の編集効果を検討することが可能となった。

質問1の分散分析では、要因Aが有意であった項目数は「カラー」「白黒」両条件において全30項目中25項目であった。全要因で有意ではなかった5項目は、実験条件に関する質問の回答にみられた全映像の印象に共通した内容をもつものであり、映像評定について妥当性の低い項目であった。

多重分類分析の検討において「カラー」「白黒」両条件間に差異がなかったという事態は、映像の「色彩」ではなく先行映像の「内容」が、印象評定と結びついていたことを示すものであった。それは質問5の回答に挙げられた「答えづらい項目」で有意差があったことによっても示唆される。質問

5で答えづらいと指摘された形容語対で、先行映像の主効果が全て有意であったという事実は、SD法による映像評定が、映像と言葉の間の観念的な推論によるものではなく、SD法に意図されている情緒的な意味によるものであったことを示唆するものであった。岡田(1981)によれば、クレシヨフらのモニタージュ理論は、形態論に過ぎなかったとする批判がその後くり返しなされており、殊にジャン・ミトリ(Mitry, Jean)は、クレシヨフの第三実験における二つのショットが「既に構造化された観念」を作るものに過ぎないと批判した。つまりミトリは、クレシヨフ効果による映像の意味が、映画のシーンの中に存在する空腹や恐怖、あるいは欲望といった観念によるものであって、映画の現実性によるものではないと指摘したのだという(岡田, 1981)。これはクレシヨフ効果における映像の意味が推論されたものなのか、あるいは知覚されたものなのかという問題を含む議論とも言えるが、今回の実験結果はそうしたミトリの批判をくつがえすことができるものと言える。

以上の結果は何れも「先行映像要因の主効果のみが有意である」との仮説を支持するものであり、映像の印象評定において情緒的な意味を創造するクレシヨフ効果の存在を認めるものであった。

自由記述回答に基づく検証 自由記述回答のいくつかは、クレシヨフ効果の存在を支持するものであった。例えば、同一人物の印象が先行映像の内容に応じてそれぞれ違ったものとされた点、「シャワーを浴びる女性」の先行映像により提示映像全体としては後続映像の男性が欲望を感じているという内容が記述された点、および素材とされた映像単体で評価される作品ジャンルが提示映像の評価において異なった点が挙げられる。しかしながら、記述を被験者群全体で比較検討した場合には全事例で例外があり、映像の内容に対する一様な知覚傾向はみられなかった。

自由記述回答には、クレシヨフ効果とは異なる映像効果を示す事例もみられた。例えば「裁判」や「家族」という記述にみられたような同一ショット(後続映像)への記述の共通性や、項目Eで共通し

た「食べ残しの皿」における「蠅」の記述のような同一ショットに対する主題の評定の相違が挙げられる。これらは、いずれも単一ショットに意味の生じた事例であった。さらに幾つかの事例は、クレシヨフ効果には当てはまらない多義的な映像の見られ方を示した。例えば記述が登場人物の立場にあるのか分析者の立場にあるのかという視点の相違は、観察者の映像への没入度合いの相違を示すことが考えられる。同様に後続映像の人物が先行映像の内容を見ている、あるいは想像しているといった場面設定の相違は、ショットの繋がり方の相違を示している。これらの相違を示す記述は同一被験者内で上述の単一ショットへの記述とも重なっており、何らかの見えの手掛かりがショット間のまとまりに影響を及ぼしている可能性が考えられた。これらの問題は、表5にまとめられた。

映像観察に関する質的問題を検討する限りでは、明確なクレシヨフ効果の存在は必ずしも認められていない。クレシヨフらの実験においても、伝承されているような様な結果が得られたものか否か疑問である。この問題を予備実験(鈴木, 1998)による質問文の作成過程から検討すると、被験者の回答は実験者の質問の仕方により大きく変動するものであった。これは、映像の知覚が映像の観察事態の構成そのものに規定された多義的な知覚経験であることを示唆している(古崎・野口, 1972)。あるいは、過去の映画人達が如何なる現象を指してクレシヨフ効果と呼んでいたのかが、必ずしも明確ではないという問題がある。つまり、これまで一様にクレシヨフ効果と呼ばれてきた現

象は、実はそれぞれが異なるものである可能性を指摘することができ、実証的な検討と共に理論的観点からの検討が求められる。

クレシヨフ効果において上述の単一ショットの問題が見過ごされていた可能性がある。単一ショットの見えには、画面の動きつまりカメラの動きと共に生じる被写体の動きのもたらす効果がある。例えば「食べ残しの皿」において記述された「蠅」は、静止画面上で中心的な構図を占めるものではなかったが、画面のパーニングが停止した時点で画面の端で飛び立つものであった。「蠅」に言及した被験者はその動きを捉えていたことがわかる。こうした単一ショットの画面に見られる動きは、クレシヨフ効果に基づくモンタージュ理論のなかで重視されていない。

Gibson, J. J. (1975, 古崎・村瀬他共訳, 1985) は、モンタージュ理論に関する考察の中で、絵画におけるコラージュ(collage)と映画におけるモンタージュとの関連に言及し、静止画と動画の相違を指摘した。その上で、モンタージュ理論の先駆者の一人S. M. エイゼンシュタイン(Eisenstein, S. M., 1942, The film sense, p. 7)の言葉を引用し「二つの別々な場面を並置することは、場面と場面とを単に加えたものではなく、それは一つの創造に類する」としたモンタージュに関する考え方を、「ばく然とした感覚的楽観主義」を含むものであると述べた。ギブソンはさらに、映画は「動く画像(motion picture)」であるにも関わらず、一般に「連続した画像(Series of Pictures)」として捉えられる誤解が横行していると指摘し、動く画像のもたらす視覚的情報に関する

表5 自由記述回答に観られた映像観察の質的問題とその事例

問題	事例	該当項目
ショットの繋がり方の相違	後続映像の人物が先行映像の場面を見ている、もしくは先行映像の場面を思い描いている	項目A, B
映像への没入度合いの相違	登場人物の視点に立つ記述、第三者的視点に立つ記述、被験者自身の映像の見方をも分析的に観察する研究者的記述	項目A, B
同一ショットに対する記述の共通性	「顔2」に対する「裁判」という記述、および「食べ残しの皿」に対する「家族」という記述	項目A, B, C
同一ショットの主題の評価	「食べ残しの皿」に登場する「蠅」への言及	項目E

研究の重要性を主張した。一方、中島（1996）は、クレショフ効果に基づくモンタージュの効果を継続的文脈効果として捉え、それが人間の情報処理の本性によるものであるとした。また文脈効果とスキーマ仮説との関連を論じた上で、モンタージュの効果をプライミング効果に基づく現象であると結論づけている。中島はギブソンの指摘したように静止画的な映画観に基づいてクレショフ効果を捉えている。他方、本実験では単一ショットにみられる動きという要因を考えた際に多義的な様相を呈する映画の知覚も、静止画的なモデルの下で捉えた際には一様な知覚の傾向、つまり先行映像により映像の意味が確定されるという傾向をみせた。これは、静止画的に映画を捉えたときのみクレショフ効果の記述が可能となる事態を示唆するものである。

映画編集の技法としてのモンタージュを考えれば、クレショフ効果というものは単一ショットに見られる動きの手掛かり等を巧みに用いることで初めて生まれるものであるといえる。その仮定に立てば、クレショフ効果のよくみられる条件とそうでない条件とが予想される。今後の研究においては、単一ショットの中にショット間のまとまりを助ける重要な手掛かりがあることを踏まえ、さらに実験条件を細かく検討して行くこと、また映画の本質に動きという要件があることを踏まえ、

映像研究の方法そのものをさらに検討して行くことが課題となる。

引用文献

- ギブソン J. J. 古崎敬・古崎愛子・辻敬一郎・村瀬旻（訳）1983 生態学的視覚論—ヒトの知覚世界を探る サイエンス社 311-323. (Gibson, J. J. 1979. The ecological approach to visual perception. Houghton Mifflin Company, Boston, Massachusetts, United States of America.)
- 岩下豊彦 1983 SD法によるイメージの測定 川嶋書店 43-63.
- 古崎敬・野口薫 1972 知覚研究における個体差について—知覚研究者が意識的に避けている問題 心理学評論, **15**, 415-452.
- 中島義明 1986 映像の心理学—マルチメディアの基礎 サイエンス社 199-222.
- 岡田晋 1981 映像学序説 九州大学出版会 151-187.
- 鈴木清重 1998 モンタージュの心理—クレショフ効果の検証 平成9年度東京国際大学卒業論文
- 高野隆一 1989 創造的思考の評価基準 心理学研究, **60**, No. 1, 17-23.