

# 印象研究に関する方法論的考察

大森 慈子・宮田 洋

1. 印象研究の意義
2. 心理学における印象研究
3. 印象に影響を与える要因
4. 刺激人物の呈示方法
5. 検討されている要因
6. 印象研究が抱える問題点
7. 今後の展望

## 1. 印象研究の意義

ほとんどの人は、相手によく見られたい、つまりよい印象を与えたいと思っている。また、第一印象だけで好意をもったり、逆に嫌悪感を抱くこともある。印象 (impression) とは、ある人物に相對したとき、その人物に対してもつ好悪を基礎とした全体的な評価といえよう。特に、初対面の相手に対する印象は第一印象 (first impression) といわれる。印象はその人物の顔、表情、服装、話し方や話の内容など、様々なものから相互に与えられる。ある人物についての限定された断片的な情報から、その人物に対してまとまりのある全体像、つまり印象が形成されることを、印象形成 (impression formation) という。

社会生活を営む中で欠かすことのできない人間関係において、相手に与える印象がもつ意味は非常に大きい。社会はすべて人と人との相互関係、すなわち人間関係を土台として築き上げられている。人間関係の成立には人間が一つの刺激として関与しており、そこでは必然的に印象が形成される。さらに、形成された印象によってその人物との関係を強化するか、あるいは回避するかを選

扱が行なわれる。このように、印象が人間関係を大きく支配していることは明らかであり、人間の行動を理解する上で印象研究が果たす重要な役割を無視することはできない。

第一印象がどのような要因によってどのように形成されるのかに関しては、数多くの実験的研究がなされている。しかし、印象に影響を与える要因は非常に数が多く、それらは相互に関連しあっている。そのため、印象に影響を与える要因に関する実験では、実験方法とその問題点をめぐる論議が避けられない。そこで本論では、どのような要因によってどのような第一印象が形成されるのかに関する数多くの実験的研究の中から、おもに1970年代以降の論文を中心に検討し、その方法とそこに見られる問題点について論じたい。

## 2. 心理学における印象研究

心理学では、印象は広く対人認知としてとらえられている。対人認知 (interpersonal perception) とは、ある人物についてその人のもっている感情や欲求、態度、パーソナリティなどを知ることをいう。印象形成は、対人認知の中で特にパーソナリティの認知と同義に用いられることが多い。印象形成に関する問題は、Asch (1946) によって初めて実験的に検討され、対人認知過程の主要な研究課題の一つとなった。印象研究は、印象に影響を与える要因を同定するもの、印象の形成過程を分析するもの、印象の変容過程を分析するもの、印象がそれを形成した人に与える影響を問題にするもの、の4つに大きく分かれる。

### 1) 印象に影響を与える要因の同定

印象に影響を与える要因に関する実験的研究では、ある要因によってどのような印象が形成されるのかが検討される。すなわち、印象に影響すると考えられる要因が独立変数、形成される印象が従属変数となる。独立変数として取り上げられる要因については、くわしく後述する。

## 2) 印象形成過程の分析

印象の形成過程に関する実験的研究では、印象形成を情報の処理および統合としてとらえ、対人認知の過程や次元性が検討される。たとえば、印象形成における情報の呈示順序効果 (Aronson & Linder, 1965) や、対人認知に際して働く判断枠組の次元性に見られる個人差や年齢差 (林, 1981) などが議論の中心になっている。

## 3) 印象変容過程の分析

印象の変容過程に関する実験的研究では、印象と記憶の関係が検討される。たとえば、人の行動や属性に関係した情報の再生率 (Cantor & Mischel, 1977) や、第一印象と矛盾する情報による印象の変化 (Crocker, Hannah, & Weber, 1983) などが研究されている。

## 4) 印象がそれを形成した人に与える影響の問題

印象がそれを形成した人に与える影響に関する実験的研究では、印象によって変化する行動や態度が検討される。たとえば、形成された印象とその後の相手に対する行動の違い (Bickman, 1971) や、信憑性や好意度が説得性に与える影響 (Mills, 1966) などが増えられている。ここでは、形成される印象が独立変数、それによって変化する行動や態度が従属変数となる。

なお、本論では、印象に影響を与える要因を同定する実験的研究に限定して論議を進める。以下、印象に影響を与える要因について詳述する。

# 3. 印象に影響を与える要因

印象に影響を与える要因には、非常に多くのものが考えられる。印象形成面に存在する変数はすべて、形成される印象に影響を与える可能性を持っている。印象形成場面は、印象を与える人、印象を形成する人、印象が形成される

Table 1. 印象に影響を与える要因

|           |                                      |   |
|-----------|--------------------------------------|---|
| 印象を与える人   | 個人要因<br>外見要因<br>表情要因<br>動作要因<br>表現要因 | 年齢, 性別, 職業, 性格, 文化圏, 家族構成など<br>顔, 髪型, 体型, 服装など<br>表情, 微笑, 視線など<br>動作, 身ぶり, しぐさ, 姿勢など<br>話の内容, 話の量, 声の質, 声の大きさなど |
| 印象を形成する人  | 個人要因                                 | 年齢, 性別, 職業, 性格, 文化圏, 家族構成など   |
| 印象が形成される場 | 場面要因                                 | 場所, 状況, 距離, 座席配置, 出合い方など  |

場, の3つで構成される。そこで, 印象に影響を与える要因を, 印象を与える人が有する要因, 印象を形成する人が有する要因, 印象が形成される場の要因の3つに大別した (Table 1)。印象を与える人が有する要因には, 年齢や性別などの個人要因, 顔や体型などの外見要因, 微笑や視線などの表情要因, しぐさや姿勢などの動作要因, 話の内容や声の大きさなどの表現要因が考えられる。印象を形成する人が有する要因は, 年齢や性別といった個人要因のみである。一方, 印象が形成される場の要因としては, 場所や状況といった場面要因があげられる。なお, これらの要因はすべて独立しているとは限らず, 相互に関連しあって印象に影響を与えている。

印象に影響を与える要因を同定する実験では, 刺激となる人物 (以下, 刺激人物と称す) が呈示され, 被験者がそれに対する印象を評定するという手続きが一般的である。印象の評定には, ほとんどの場合, 複数の形容詞対が用いられる。こうした実験における独立変数は, 印象を与える人の要因と印象が形成される場の要因である。印象を形成する人の要因については, 前述した印象の形成過程を分析する実験的研究において, 対人認知に影響を及ぼす要因として検討されている。しかし, 印象を形成する人の要因については, 後の機会にその論議を譲りたい。

#### 4. 刺激人物の呈示方法

印象に影響を与える要因を同定する実験では, 印象に影響を与える要因

のうち、刺激人物のどの要因が独立変数で、統制すべき要因はどれほどあるのかが問題となる。刺激人物の呈示方法は、刺激人物のどの要因が独立変数であるかによって異なる。独立変数とされるのは、おもに刺激人物の外見要因、表情要因、動作要因、表現要因、および印象が形成される場の場面要因である。刺激人物の呈示方法を、以下に挙げる。

### 1) 直接呈示

刺激人物を被験者に直接呈示する方法である。場面設定としては、刺激人物が面接者となったり (Cook & Smith, 1975)、被験者と刺激人物を会話させたり (Rustemli, 1988) することが多い。表情要因や場面要因を独立変数とする場合に用いられる。印象評定の対象となる人物が目の前に直接呈示されるので、刺激としてはもっとも具体的で望ましいものとなる。ただし、刺激人物の直接呈示を、統制された条件のもとで毎試行実施することは非常に難しい。

### 2) 静止画呈示

刺激人物を写真やスライドで呈示する方法である。おもに外見要因を独立変数とする場合によく用いられる。表情要因、動作要因、表現要因など多くの要因が統制できる。スライド呈示は集団実験に適しているが、個人実験で写真呈示されるほうが一般的である。カラー写真と白黒写真とでは、カラー写真のほうが与える情報量も多く、より自然であるが、どちらを用いても得られる印象に差はないと報告されている (大橋・三輪・長戸・平林, 1972)。

### 3) 動画呈示

刺激人物を VTR などを用いた映像で呈示する方法である。静止画呈示に比べて要因の統制はやや困難であるが、動きを伴う表情要因や動作要因を独立変数とする実験 (藤原, 1986) に適している。表情要因や動作要因が独立変数である場合、面接場面を用いるなど人物の直接呈示も可能ではあるが、動作や表情を毎試行同じにすることは不可能である。

#### 4) 音声呈示

刺激人物を録音テープなどを用いた音声で呈示する方法である。表現要因が独立変数である場合 (Smith, Brown, Strong, & Rencher, 1975) に用いられる。比較的独立変数以外の諸要因が統制されやすい。ただし、聴覚刺激なので印象形成場面としては人物のイメージが浮かびにくく不自然である。

#### 5) 文章呈示

刺激人物を文章や言葉で呈示する方法である。独立変数である要因が何であるかに関わらず、用いることができる (Griffitt & Veitch, 1971)。独立変数である要因を刺激人物に関する情報として文章などで呈示するため、独立変数以外の要因を完全に統制することが可能である。ただし、評定されるのは、刺激人物に対する印象というよりもイメージや人物像であるといえる。

#### 6) 絵呈示

刺激人物を絵やシルエットで呈示する方法である。外見要因、特に体格などを独立変数とする場合に用いられることがある (Staffieri, 1967)。要因は統制されやすいが、実際的でないのであまり用いられない。

### 5. 検討されている要因

印象に影響を与える要因を同定する実験的研究は非常に多いが、印象に影響を与えると考えられる要因が多岐にわたっているため、要因別にみるとその研究数は限られているといえる。独立変数として取り上げられているのは、おもに刺激人物の外見要因、表情要因、動作要因、表現要因、および印象が形成される場の場面要因である。以下に、過去の研究で取り上げられた要因と用いられた刺激人物の呈示方法を、要因別に分けて紹介する。

### 1) 外見要因

外見要因では、魅力度 (Debevec, Madden, & Kernan, 1986; Dion, Berscheid, & Walster, 1972; Miller, 1970), 服装 (Cahoon & Edmonds, 1987; Satrapa, Melhado, Coelho, Otta, Taubemblatt, & Siqueira, 1992), メガネ (斉藤, 1978), ひげ (Addison, 1989) の影響が、静止画呈示によって検討されている。まず魅力度に関しては、性別に関係なく魅力度の高い人は好印象を与える (Debevec et al., 1986; Dion et al., 1972; Miller, 1970)。また, Satrapa et al. (1992) は、男性の服装が印象に与える影響を、顔の部分のみを消した写真を女性の被験者に呈示して調べたところ、フォーマルな服装をした男性はインフォーマルな服装およびスポーティな服装をした男性に比べて否定的な印象を与えている。一方、女性の服装については、派手な服装をした女性は地味な服装をした女性よりも、魅力度は高く評定されたが全体的な印象は否定的に評定されている (Cahoon & Edmonds, 1987)。なお、メガネをかけている人は知能が高いなどの印象を与え (斉藤, 1978), 男性は、ひげがあるほうが男らしさなどの面で肯定的に評定される (Addison, 1989)。

### 2) 表情要因

表情要因では、笑顔 (McGinley, McGinley, & Nicholas, 1978), 凝視 (Cook & Smith, 1975), 瞳孔 (Hess, 1975), 瞬目 (大森, 1991; 大森, 1993) の影響が検討されている。McGinley et al. (1978) は、スライドを用いて笑顔が印象に与える影響を調べたところ、笑顔をしている人のほうが魅力的で肯定的に評価されている。他方、目の表情に関しては、Hess (1975) が瞳孔が拡大しているほうが好印象を与えることを写真呈示による実験で示し、また Cook & Smith (1975) が面接場面における直接呈示によって、凝視量が少ないと悪印象を与えることを報告している。さらに大森 (1991, 1993) は、VTR を用いて瞬目と印象の関係を検討し、瞬目が多いと悪印象を与えるが、逆に少なすぎても否定的な印象を与えることを見出した。

### 3) 動作要因

動作要因では、ハンドジェスチャー（藤原，1986）、姿勢（McGinley, LeFevre, & McGinley, 1975；McGinley et al., 1978）の影響が検討されている。藤原（1986）は、研究報告発表の様子を収録したものと称する VTR を被験者に見せ、ハンドジェスチャーの多い発表者のほうが知的であるなど肯定的な印象を与えることを示した。また、姿勢に関しては、足を組んで胸をそらしている「開いた姿勢（open body position）」のほうが、足をそろえて背中を丸めている「閉じた姿勢（closed body position）」よりも印象がよいとする報告（McGinley et al., 1975）と、「開いた姿勢」と「閉じた姿勢」では与える印象に差はないとする報告がある（McGinley et al., 1978）。

### 4) 表現要因

表現要因では、スピーチ速度（Apple, Streeter, & Krauss, 1979；藤原，1986；Miller, Maruyama, Beaver, & Vaone, 1976；Smith et al., 1975）、声の高さ（Apple et al., 1979）、発音（Burroughs & Small, 1990）の影響が、音声呈示によって検討されている。スピーチ速度は、速いほうが活動的で有能などの印象を与える（Apple et al., 1979；藤原，1986；Miller et al., 1976；Smith et al., 1975）。また、声が高いと、神経質などといった否定的な印象を与える（Apple et al., 1979）。なお、発音については、“l”、“r”、“s”などの不明瞭な発音が否定的な印象を与えることが報告されている（Burroughs & Small, 1990）。

### 5) 場面要因

場面要因では、座席配置（神山・藤原・石井，1990）、距離（Rustemli, 1988）、部屋の温度と混雑度（Griffitt & Veitch, 1971）の影響が検討されている。神山ら（1990）は、座席配置が印象に与える影響を直接呈示によって調べたが、正面、斜め、真横のいずれの座席配置においても与える印象に差は認められなかった。また、Rustemli（1988）は、距離が印象に与える影響を調べるため、刺激人物と被験者を向かい合って座らせ、両者の足の距離が 10 cm と 120



cm の 2 条件を設けて実験を行なったが、条件間に与える印象の差はなかった。なお、印象評定を行なう部屋が、暑くて不快なときや人が多くて混雑しているときは、否定的な印象が形成されるという報告もある (Griffitt & Veitch, 1971)。

## 6. 印象研究が抱える問題点

印象に影響を与える要因を同定するおもな実験的研究を紹介したが、前述したとおり、印象に影響を与える要因数の多さとそれらの相互関係により、印象研究とその実験方法が抱える問題点は多い。そこで、印象研究の問題点について以下に述べる。

### 1) 刺激人物の呈示方法

印象に影響を与えると考えられる要因は非常に数多くあり、実験においてそれらすべての要因を統制することは不可能である。そのため、刺激人物の呈示方法が異なる追実験によって、結果の普遍性が明らかにされるといえる。たとえば、藤原 (1986) はスピーチ速度が印象に与える影響を調べ、音声呈示と動画呈示のいずれの呈示方法においても、スピーチ速度が速いほうが好印象を与えるという結果を得ている。しかし一方では、刺激人物の呈示方法の違いが、与える印象に影響する可能性も否定できない。斉藤 (1978) は、メガネの着用が印象に与える影響について静止画呈示と動画呈示を用いて実験を行ない、刺激人物の呈示方法によって異なる結果が得られる可能性があることを指摘している。刺激人物の呈示方法それぞれの特徴や問題点について、さらなる検討が必要とされる。

### 2) 要因の相互関係

印象に影響を与える要因を同定する実験の大半は、印象に影響を与える数多くの要因のうち 1 要因のみを独立変数としている。しかし、ほとんどすべての要因は、相互に関連して印象に影響していることが推測される。たとえば、2 要因以上を独立変数とし、それらが印象に与える影響を調べた研究で、要因間

の交互作用が認められる例もある (Francis & Evans, 1987; 藤原, 1986; McGinley et al., 1978)。藤原 (1986) はスピーチ速度とハンドジェスチャーの有無が印象に与える影響について検討した。その結果, スピーチ速度が速いほうが活動的, ハンドジェスチャーがあるほうが知的であると評定され, さらに遅いスピーチ速度にハンドジェスチャーが加わると, より自信があるという印象を与えた。このように, 諸要因の相互関係にまで分析を広げた実験的研究の発展に期待したい。

### 3) 要因の優位性

印象研究で独立変数とされる諸要因は, 与える印象に対してそれぞれが等しい影響力を持っているわけではなく, 印象に影響を与える上での優位性に違いが見られる。廣兼・吉田 (1984) は, 刺激人物の顔, 声, 体格, 服装の4つの要因に関してその優位性を検討した。その結果, 声, 顔, 服装, 体格の順で印象に影響を与える優位性が高かった。一方, 実験は独立変数以外の変数となる要因をできるかぎり除去し, 統制された条件のもとで行なうのが当然である。たとえば, 男性の服装が印象に与える影響を調べた Satrapa et al. (1992) は, 服装以外の要因である顔が印象に影響することを避けるため, 顔の部分を消した男性の全身写真を刺激として女性被験者に呈示している。しかし, 顔がわからない不自然な全身写真から受ける服装の印象は, 普通の全身写真から受ける服装の印象と明らかに異なるはずである。独立変数以外の他の要因が除去された刺激人物の呈示方法に対しては, 要因の優位性を考慮するなど, 今後もう一度議論を加える必要がある。

### 4) 印象の評定方法

印象の評定には, 一般に複数の形容詞対からなる評定尺度が用いられる。評定尺度の内容やその数などは研究者によって異なり, 特に決まったものはない。したがって, 印象に影響を与える要因を同定する個々の実験的研究を, 総合比較することが困難である。また, 評定尺度による印象評定は, 刺激人物の

全体的な人物像に対する印象の評定ではなく、単にいくつかの尺度項目に対する反応である可能性が否定できない。本論では、刺激人物の呈示方法に議論の重点を置いたが、評定尺度によって得られる印象の内容をはじめ、印象の評定方法に関する考察も行わなければならない。

## 7. 今後の展望

今後さらに検討すべき論点をまとめると、次のとおりである。第一に、刺激人物の呈示方法の違いが、与える印象に影響を与える可能性がある。第二に、刺激人物に属する諸要因は、相互に関連して印象に影響を与えている。したがって、独立変数として1要因のみを取り上げるだけではなく、諸要因の相互関係についても分析する必要がある。第三に、印象に影響を与える諸要因には、与える影響の優位性に違いが見られる。したがって、独立変数以外の変数となる要因を完全に除去した形で刺激人物が呈示された場合には、得られた結果に対して他の要因の優位性を考慮すべきである。第四に、刺激人物に対する印象評定には複数の形容詞対からなる評定尺度が用いられることが多いが、その内容は研究者によって異なっており、印象の評定方法に関する十分な議論が必要である。

本論では、どのような要因によってどのような第一印象が形成されるかに関する数多くの実験的研究を検討し、その方法と問題点について論じた。印象形成に関する実験において問題となるのは、印象に影響を与える要因の数が非常に多く、かつそれらが相互に関連しあっているということである。すべての要因を統制することは不可能であろう。しかし、印象は社会生活において欠かすことのできない人間関係の一側面を築いている。形成される印象は、印象を形成する人の主観的判断に基づくので、人によって違いも大きく複雑である。それでもその中に共通した傾向が見られるならば、印象形成に関してなんらかの規則性が見出されるはずである。対人認知過程の主要な研究課題の一つとして、印象に関する実験的研究の発展がますます期待される。

## REFERENCES

- Addison, W.E. 1989 Beardedness as a factor in perceived masculinity. *Perceptual and Motor Skills*, 68, 921-922.
- Apple, W., Streeter, L. A., & Krauss, R.M. 1979 Effects of pitch and speech rate on personal attributions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 715-727.
- Aronson, E. & Linder, D. 1965 Gain and loss of esteem as determinants of interpersonal attractiveness. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1, 156-171.
- Asch, S.E. 1946 Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258-290.
- Bickman, L. 1971 The effect of social status on the honesty of others. *Journal of Social Psychology*, 85, 87-92.
- Burroughs, E.I. & Small, L.H. 1990 Listeners' reactions to misarticulations of /l, r, s/. *Perceptual and Motor Skills*, 71, 1219-1224.
- Cahoon, D.D. & Edmonds, E.M. 1987 Estimates of opposite-sex first impressions related to females' clothing style. *Perceptual and Motor Skills*, 65, 406.
- Cantor, N. & Mischel, W. 1977 Traits as prototypes: Effects on recognition memory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 38-48.
- Cook, M. & Smith, J.M.C. 1975 The role of gaze in impression formation. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 14, 19-25.
- Crocker, J., Hannah, D. B., & Weber, R. 1983 Person memory and casual attribution. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 55-66.
- Debevec, K., Madden, T. J., & Kernan, J.B. 1986 Physical attractiveness, message evaluation, and compliance: A structural examination. *Psychological Reports*, 58, 503-508.
- Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. 1972 What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285-290.
- Francis, S.K. & Evans, P.K. 1987 Effects of hue, and style of hue, and style of garment and personal coloring of model on person perception. *Perceptual and Motor Skills*, 64, 383-390.
- 藤原武弘 1986 態度変容と印象形成に及ぼすスピーチ速度とハンドジェスチャーの効果 心理学研究, 18, 21-34.
- Griffitt, W. & Veitch, R. 1971 Hot and crowded: Influences of population density and temperature on interpersonal affective behavior. *Journal of Per-*

- sonality and Social Psychology*, 17, 92-98.
- 林 文俊 1981 対人認知構造における個人差の測定(6)—認知者の性および年齢差についての検討— 心理学研究, 52, 244-247.
- Hess, E.H. 1975 The tell-tall eye. —How your eyes reveal hidden thoughts and emotions. Van Nostrand Reinhold.
- 廣兼孝信・吉田寿夫 1984 印象形成における手がかりの優位性に関する研究 実験社会心理学研究, 23, 117-124.
- 神山貴弥・藤原武弘・石井真治 1990 態度変容と印象形成に及ぼす座席配置の効果 社会心理学研究, 5, 129-136.
- McGinley, H., LeFevre, R., & McGinley, P. 1975 The influence of a communicator's body position on opinion change in others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 686-690.
- McGinley, H., McGinley, P., & Nicholas, K. 1978 Smiling, body position, and interpersonal attraction. *Bulletin of the Psychonomic Society*, 12, 21-24.
- Miller, A.G. 1970 Role of physical attractiveness in impression formation. *Psychonomic Science*, 19, 241-243.
- Miller, N., Maruyama G., Beaber, R. J., & Vaone, K. 1976 Speed of speech and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 615-624.
- Mills, J. 1966 Opinion change as a function of the communicator's desire to influence and liking for the audience. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2, 152-159.
- 大橋正夫・三輪弘道・長戸啓子・平林進 1972 写真による印象形成の研究—序報— 名古屋大学教育学部紀要(教育心理学科), 19, 13-25.
- 大森慈子 1991 印象形成における瞬目の役割 関西学院大学文学部卒業論文。
- 大森慈子 1993 瞬目を用いた印象形成に関する実験的研究 関西学院大学大学院文学研究科修士論文。
- Rustemli, A. 1988 The effects of personal space invasion on impression and decisions. *The Journal of Psychology*, 122, 113-118.
- 斎藤耕二 1978 パーソナリティ判断の実験的研究—メガネ着用効果の検討を中心に— 実験社会心理学研究, 17, 121-128。
- Satrapa, A., Melhado, M. B., Coelho, M. M. C., Otta, E., Taubemblatt, R., & Siqueira, W. F. 1992 Influence of style of dress on formation of first impressions. *Perceptual and Motor Skills*, 74, 159-162.
- Smith, B.L., Brown, B.L., Strong, W.J., & Rencher, A.C. 1975 Effects of speech rate on personality perception. *Language and Speech*, 18, 145-152.
- Staffieri, J.R. 1967 A study of social stereotypes of body image in children. *Journal of Personality and Social Psychology*, 7, 101-104.

——大森慈子 大学院博士課程後期課程——

——宮田 洋 文学部教授——