多視点的アプローチによる人の内面的要因と第一印象形成との関連性のモデル化

Modeling the Relationship Between Internal Human Factors and First-Impression Formation Through a Multi-Perspective Approach

榎本 尚輝，本多 昂生，松居 辰則
Naoki ENOMOTO , Koki HONDA, Tatsunori MATSUI
早稲田大学
Waseda University
Email: eno.707070ki@akane.waseda.jp

あらまし：初対面時の第一印象形成における、印象形成者の内面思考について、インタビュー実験における被験者の発話内容を使用した M-GTA 分析およびモデル構築を行った。その結果、自尊感情との実証的な関連性については得られなかったものの、モデル構築を通して初対面時における人間の内面作用過程を明らかにすることができた。
キーワード：第一印象、初対面、自尊感情、モデル構築、M-GTA 分析

1. はじめに

第一印象は、初対面の人間と良好な関係を築くために極めて重要な要素である。従来の第一印象研究では、交流する他者の外面的要素について着目されることが多かった。本研究では、交流する他者の外見的要素ではなく、印象形成者本人の内面的作用のプロセスと要因に着目する。内面的要素として、本研究では主に自尊感情を扱う。自尊感情とは、「自己のもつ価値基準に照らし合わせ、自分をどれだけ肯定的・否定的にみるかといった自己評価・自己概念の評価的側面」(1)として定義される。自己の価値基準が人間の根底にあり、それらが他者を評価する際にも寄与しているのではないかと考えた。また、対人交流時における人の「演技/キャラ的な振る舞い」の側面についても取り扱う。

2. 第一印象形成時における先行研究に基づいた内面作用仮説モデル構築

第一印象形成場面における、印象形成者の内面的作用について、諸般の先行研究の知見(2)(3)をもとに第一印象形成時における内面作用モデルを作成した。先行研究を基にモデルを作成し、その後このモデルを検証するための実験を行った。

3. 7 日間アンケートを通じた自尊感情の変動性測定調査とインタビュー実験に基づいたモデル検証

先行研究を基にして構築された仮説モデルについて、それを検証することを目的とした調査実験を行った。この調査実験は 2 段階で行われた。1 段階目では 7 日間のアンケート調査、2 段階目では文章上で示された架空の人物像に対する印象評価とその理由を尋ねるインタビュー実験を実施した。それらの結果に基づく考察については、総合考察の章にて記載する。

3.1 7 日間アンケート調査概要

5 名の被験者に対して 7 日間、その日に起きた出来事と評価、自尊感情尺度について回答を求めた。

3.2 7 日間アンケートの調査結果

被験者の自尊感情得点について、得点の推移をグラフとして表した(図 1)。

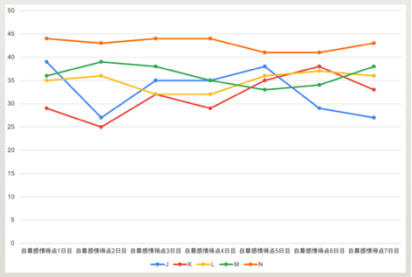

図 1：自尊感情得点推移グラフ

自尊感情得点について、強く変動する被験者が 2 名見受けられた。その 2 名について、自尊感情得点が大きく変動する理由を探るため、アンケート内で尋ねた、回答日当日の印象的な出来事とその理由についての回答内容を確認した。その結果、一方の被験者は日々の具体的な印象から影響を受けていることが示唆され、もう一方の被験者は日々の抽象的な印象から影響を受けていることが示唆された。

3.3 架空人物像の文章刺激提示に対する印象評価実験概要

7 日間アンケート調査に参加した 5 名に、引き続き参加を要請した。実験では、自尊感情尺度を含めた 3 つの尺度についての回答を求め、また、先行研究(3)をもとに作成した 8 つの架空の人物像に対する印象評価とその理由をインタビュー形式で尋ねた。インタビューにおける被験者の発話内容について、M-GTA 分析を行い、そこで検出したカテゴリーを使

用したモデル構築を行った。

3.4　M-GTA 分析に関する実験結果

被験者の発話内容について、カテゴリー化を行った。今回のカテゴリー化では、合計 4 段階(最小カテゴリー：33 個、小カテゴリー：21 個、中カテゴリー：8 個、大カテゴリー：3 個)に分類した。大カテゴリーの例として、「他者への姿勢」「自身の姿勢」「実際の交流姿勢」が挙げられる。中カテゴリーの例として、「他者への高評価」「他者への低評価」「他者へのフラットな評価」「交流姿勢」「交流における場面想定」「配慮姿勢」「個人特性要因」「自己認識過程」が挙げられる。

4. M-GTA 分析に基づくモデル構築

M-GTA 分析による 4 段階のカテゴリーを用いたモデル構築を行った(図 2)。実験によって構築したモデルについて、主要な二箇所についての考察を行う。

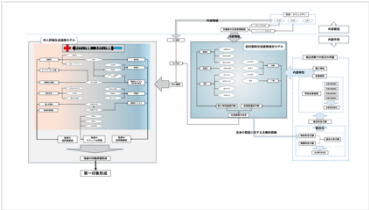

図 2：第一印象形成時の内面作用モデル概観

4.1　初対面時交流姿勢規定モデルの構築

初対面時に他者と交流する際の自身の振る舞いを規定する過程について、モデル構築を行った(図 3)。

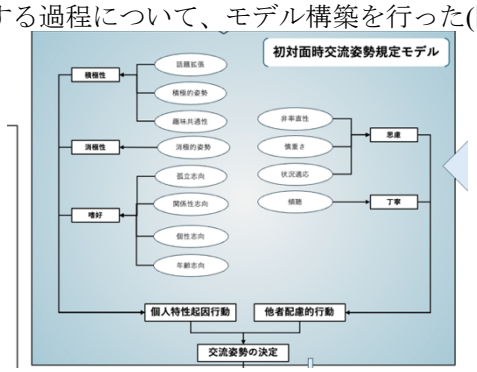

図 3：初対面時交流姿勢規定モデル

初対面時に他者と交流する際の、自身の交流姿勢を規定する際に、大きく分けて「他者配慮的行動」「個人特性起因行動」の 2 要因が働いていると考えた。前者について、その下位カテゴリーには「思慮」「丁寧」が検出された。後者について、その下位カテゴリーには「積極性」「消極性」「嗜好」が検出された。特に前者については、既に関係性が構築された他者と交流するような場面とは異なる、初対面時において特異に影響を及ぼす要因だと考えられる。他者配慮的な行動姿勢は、既存の関係性のある他者と交流する際には、その非自己開示的要素が交流に消極的であるという印象を与え、マイナスな印象形成につながる恐れがある。しかし初対面時においては、社会性のある礼儀正しい印象として、ポジティブな印象形成になり得る。このことから、「他者配慮的行動」は初対面時に特異に優先される交流姿勢になると考えた。

4.2　対人評価生成過程モデルの構築

初対面時に交流した他者に対して、評価を生成するまでの過程について、モデル構築を行った(図 5)。

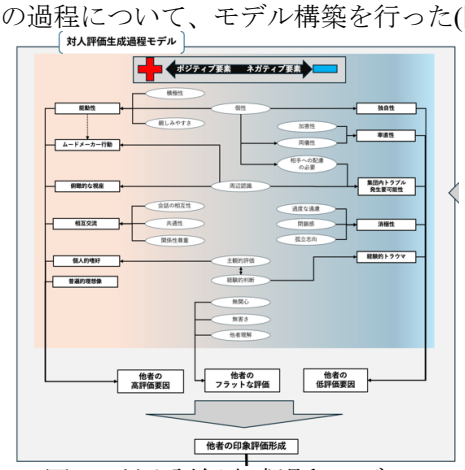

図 4：対人評価生成過程モデル

図 4 において丸で示されているものが、他者を認識する際の要素である。この要素は、一方向的に高評価や低評価に起因するのではなく、高評価や低評価に繋がり得る可能性を孕んでいることがある。特に、交流する相手の「個性」的な要素については、その可能性を多く含む。「個性」の要素を認識することで、それが相手の「能動性」「ムードメーカー行動」としてポジティブに作用する場合もあれば、反対に「独自性」「両犠牲」「相手への配慮の必要」としてネガティブに作用すると考えられる。

5. まとめと今後の展望

本研究では、第一印象形成時における印象形成者の内面作用についてのモデルの構築を行なった。初対面時における自尊感情得点との関連については実証的な結果は得られなかった。しかし、モデル構築によって初対面時における人間の内面作用過程が明らかになった。今後の課題として、印象形成場面での初対面時という枠組みの除去や、サンプル数を増やした定量的手法を用いた分析の実施、尺度測定時における回答条件の詳細な選定の実施による発展性が挙げられる。

参考文献

(1) 内田若希，＆ 橋本公雄．自尊感情に関する運動心理学研究．体育学研究，50(6)，613-628，(2005)．
(2) 櫻井英未：自尊感情の高さおよび変動性に関する研究―自己受容，被受容感，被拒絶感との関係から―，日本女子大学大学院人間社会研究科紀要，20,129-142，(2014)．
(3) 千島雄太，＆ 村上達也．(2015)．現代青年における“キャラ” を介した友人関係の実態と友人関係満足感の関連――“キャラ” に対する考え方を中心に――．青年心理学研究，26(2)，129-146．(2000)