

対人コミュニケーションにおける予言の自己実現

— 自らの微笑が相手に対する好意に及ぼす効果 —

廣岡 秀一¹⁾・横矢 規²⁾

Self-fulfilling prophecy in interpersonal communication
— The effects of smiling on one's own liking the others —

Shuichi HIROOKA and Tadasu YOKOYA

対人コミュニケーションにおける予言の自己実現とは、出会った時の初期印象から他者に好意や嫌悪を抱き、その他者に対する好意や嫌悪に符号した無意図的なコミュニケーションを行い、さらに他者はそれに相応したコミュニケーションを行う結果、その他者が当初抱いた印象通りの人物だと確認することであり、コミュニケーションの当事者がこの因果プロセスに気づいていないことにその特色がある。本研究の目的は、2つの実験によってこの対人コミュニケーションにおける予言の自己実現プロセスが再現出来るかを確認するとともに、非言語的コミュニケーションチャンネルとしての微笑がどのように2者間に作用し、自らが他者に対して抱く好意にどのような影響を及ぼすのかを検討するものである。実験Ⅰでは2者の初対面場面を設定し、実験協力者である面接者が意図的に微笑を発し、被験者が面接者に対して抱いた印象や好意を評定させた。また、その時の被験者のコミュニケーション行動(以下CB)をVTRで記録した。実験Ⅱでは、実験Ⅰで記録された被験者のCBを実験Ⅰとは別の被験者に提示し、その人物に対する印象や好意、CBの認知を評定させた。その結果、以下のようなことが確認された。微笑は他者からよりポジティブな印象や好意を抱かれる。微笑みかけられた者は微笑みかけられなかった者よりも多くの微笑やCBを行っていたと認知され、よりポジティブな印象や好意を抱かれた。以上の結果とパス解析から得られた結果より、対人コミュニケーションにおける予言の自己実現では、無意図的に発した微笑によって自らの印象や好意をよくするだけでなく、自らがもつ相手に対しての印象や好意にまで影響を及ぼしていることが確認された。

Key words: interpersonal communication, self-fulfilling prophecy, smile

【問題と目的】

人間が社会の中で適応していくには他者との関係を円滑に保つことが重要である。他者との関係を円滑にしていくには他者との初期段階での接触、つまり初対面場面において他者との関係を良好にし、互いに好意を抱くことがその後のその他者との

関係の維持や発展に大きな影響を及ぼすことは言うまでもない。他者との関係を良好にしたり、互いに好意を抱くために用いられるのが対人コミュニケーションである。

対人認知研究においては、事前情報や、その人についての断片的な情報がその後の全体的な印象に大きな影響を及ぼすことが明らかにされている

1) 三重大学教育学部 e-mail: shuhiro@edu.mie-u.ac.jp

2) 三重大学大学院教育学研究科1年 e-mail: yokoya@schl.edu.mie-u.ac.jp

(例えば、Asch, 1947; Kelley, 1952 など)。2 者間のコミュニケーション事態でも同様に、事前情報や相手の外見、ちょっとした振る舞いなどからその相手に好意や嫌悪を抱き、またその好意に基づいてその後のコミュニケーションが展開されていると考えられよう。

ところで対人コミュニケーションは、非言語的コミュニケーション (Nonverbal communication, 以下 NVC と略記) と言語的コミュニケーション (以下 VC) に分けてその機能を考える必要がある。NVC とは、視線や表情などに代表される身体動作など言葉以外のコミュニケーションのことで、コントロールが難しく、あまり意識しないで用いられるため、その人の気持ちや考えが現れやすいとされている。また、好意は一般に密接な対人距離をとらせる (Byrne, Ervin, & Lambert, 1970)、密接な対人距離は好意と敵意の両方を生み出す (Mehrabian, 1968)、好意を伝えられると視線は増えるが、非好意を伝えられる際には減少する (大坊, 1985)、視線が多いことが必ずしも好意を伝えるとは言えない (Argyle, Lefebvre & Cook, 1974)、というように自分では気づかないうちに他者に好意や敵意を伝えていることがわかる。このように、NVC を VC と対比させてその特徴に注目した場合、コミュニケーターの無意図性をその第 1 の特徴としてあげることができる。つまり、初期印象によって作られた相手に対する印象が影響して発せられるコミュニケーション情報に、発信者自身が気づいていないことが多いのである。ここに、コミュニケーションに対する帰属の錯誤が生じてくる原因が存在する。これにより、自分では気づかずに初期印象に相応したコミュニケーション行動をとり、それを受け取った者はそのコミュニケーション行動に相応した印象を形成し、その印象に相応したコミュニケーション行動をとることになる。このプロセスが循環することによって、返報的なコミュニケーションが成立し、結果的に初期印象と合致した印象につながるコミュニケーションが展開され、相手のコミュニケーション行動が相手のパーソナリティ要因もしくは自己に対する好意にあると帰属し、やはり自分の思ったとおりの人だと確認することになる。いわゆる「予言の自己実現 (self-fulfilling prophecy) (Merton, R. K., 1948)」と同様のメカニズムが働いているのである。

この予言の自己実現のメカニズムは Darley &

Fazio (1980) や Deaux & Major (1987) また、Rosenthal & Jacobson (1968) や Jussim (1989) のピグマリオン効果や実験者効果などとしても知られているが、このメカニズムには、コミュニケーション当事者がその因果プロセスに気づいていないことにその特色がある。したがって、相互作用場面における初期印象などを実験的に制御しにくく、コミュニケーション場面において直接このプロセスを実証的に再現した研究はあまりない。

ここで、このような対人コミュニケーションにおける予言の自己実現が生じる基本的なメカニズムとしては、「コミュニケーションの返報性」をあげることができる。つまり、好意的なコミュニケーションを受けた者はその相手に対して好意的なコミュニケーションを返報し、反対に嫌悪的なコミュニケーションを受けた者はその相手に対して嫌悪的なコミュニケーションを返報するという、2 者の相互作用的なコミュニケーションのことである。この返報性によって、自らが発した好意的なコミュニケーションが、相手からも返報され、その相手に対してポジティブな印象を持つと考えられる。

また、本研究では、予言の自己実現が生じやすいコミュニケーションチャンネルとして、無意図的な NVC を問題にし、その一つのチャンネルである「微笑」を取り上げた。その理由としては、表情は自分が今どのような表情をしているのかということをもニタリングすることが難しく、自ら抱いた好意や嫌悪といった感情がより現れやすい (Waldron, 1975)、相手に対する好意が高い者は微笑を多くすることによって相手に好意を伝える (和田, 1985)、とされているからである。

したがって本研究の目的は、実験的に対人コミュニケーションにおける予言の自己実現プロセスを再現し、好意が無意図的に生じる非言語的行動としての微笑が他者に与える好意や印象、そして自らが他者に対して抱く好意や印象にどのような効果を及ぼしているのかを、以下の仮説に従い検討することである。具体的には、2 つの実験によって対人コミュニケーションにおける予言の自己実現プロセスを再現しようと試みた。

実験 I では 2 者の初対面場面を設定し、実験協力者である面接者が意図的に微笑を発し、被験者が面接者に対して抱いた印象や好意を評定させた。また、その時の被験者のコミュニケーション行動 (以下 CB) を VTR で記録した。

実験Ⅱでは、実験Ⅰで記録された被験者のCBを実験Ⅰとは別の被験者に見せ、その人物に対する印象や好意、CBをどのように認知したのかを評定させた。この被験者は実験Ⅰにおいて面接者がどのようなCBを発したかを知らないで、自分では気づかずに微笑を発した状態と同等であると考えたわけである。

仮説1 初対面場面において、微笑を多くして接した方が微笑がない時よりも他者からポジティブな印象を持たれ、好意を抱かれる(実験Ⅰ)。

仮説2 コミュニケーションの返報性により、微笑みかけられた者は、自らもその相手に対して微笑を返報する(実験Ⅱ)。

仮説3 無意図的に発した微笑の返報としての相手のコミュニケーション行動から、その相手にポジティブな印象を持ち、好意を抱く(実験Ⅱ)。

実験Ⅰ

【方法】

1. 被験者、面接者、独立変数

被験者 M大学学生64名(男性28名、女性36名)。平均年齢は20.1歳であった。

面接者(実験協力者) M大学男女学生それぞれ2名ずつが同性の被験者と面接を行った。面接者を決めるにあたり、事前に32名(男性13名、女性19名)に実験者が用意した会話文を「楽しそうに話す場合」と「まじめに話す場合」と教示して読ませ、その際の表情変化の違いがわかりやすいと思われた者を採用した。さらに面接者は、会話中において意図的かつ自然に微笑をコントロールすることが可能になるまで訓練した。

独立変数 独立変数となるのは面接者(2人)と微笑(あり、なし)である。これらは被験者間要因である。微笑の2水準は面接者が会話中において終始微笑を表出して会話をおこなう微笑あり条件と、会話中において終始微笑を出さずに会話をおこなう微笑なし条件の2条件である。被験者は各条件にランダムに割り当てられた。

2. 実験手続き

被験者は、「面接者がいかにしてうまく面接を進められるかの研究であり、その練習をしてきた面接者が初対面の相手に対してどの程度練習の成果を出せるかを確認するための模擬面接であり、面接者の相手になってほしい」と告げられた。

1) **面接場面**(Fig. 1) 初対面の2人が約3分間会話を行う面接場面を設定した。実験者が被験者を実験室Aに案内し座席に座らせた後、実験の説明を行い退室した。実験者が退室後、面接者が入室し被験者とテーブルを挟んだ対面に着席してから会話を始めさせた。2者間の距離は約120cmであった。会話内容は「職業について」であり、面接者がいくつかの質問を行い、被験者がその質問に対して答えていくという流れであった。会話を開始して2分30秒後に実験者から面接者に合図を送り、最後の質問をさせ、面接を終了した。

実験者は面接中実験室Bに待機し、2人の会話の様子をビデオに記録しながら見ていた。ビデオカメラは2つ設置した。1つは被験者の上半身正面図を記録し、もう1つは面接者の上半身図をやや右前方から記録した。被験者の行動を記録した小型カメラは面接者の背後に置き、他の機器で隠すことによって被験者がカメラを意識しないように工夫した。面接者を記録したカメラは被験者の背後に8mmビデオカメラを使用し、被験者を記録した小型カメラの映像に入らない場所に設置した。被験者は面接前に実験者から「面接の確認のために被験者もVTRで記録させて頂く」という説明を受け、小型カメラの存在は知っていた。

2) **質問紙記入** 面接終了後、面接者が退室した後、再び実験者が入室し、被験者に質問紙に記入するよう求めた。質問紙の構成は以下の通りである。

印象評定尺度：面接者の印象を評定する尺度として川名(1986)で用いられた対局形容詞対による10項目を「印象評定尺度」として用いた。評定は7段階であった。

対人魅力尺度：面接者に対する好意度、つまりその後の関係の継続、発展、接近を測定するものとして藤森(1980)の作成した対人魅力尺度全26項目より16項目を抜粋し「対人魅力尺度」として用いた。なお、評定は7段階であった。

この2尺度以外に面接者との面識の有無、面接の雰囲気、楽しさ、緊張度、について回答させた。

3) **デブリーフィング** すべての質問項目に記入し終えたところで、実験の真の目的を伝え、今回記録したビデオの第2実験での使用の許可を得て実験を終了した。

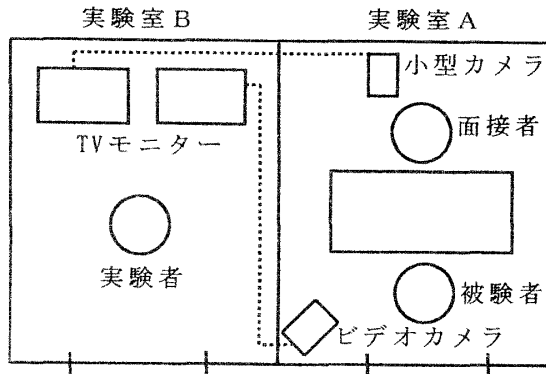


Fig. 1 面接場面

【結果と考察】

1. 分析対象

面接者が微笑の表出を的確に行っていたかを実験者がチェックし、微笑あり条件で微笑の表出が少なかったり、微笑なし条件で微笑表出が多かったと思われる面接を分析対象から除外した。また、面接者と面識があった被験者と、質問紙に記入漏れがあった被験者も分析対象から除外した。結果として、分析対象は40名（男性20名、女性20名）となった。

2. 実験操作のチェック

分析対象となった40名との面接場面において、面接者が実験条件により微笑の表出を正しく行っていたのかを、実験には関与していない独立の評定者にチェックさせた。評定者はM大学大学院生6名（男性3名、女性3名）。同性の面接者の会話テープを無音声で見せ、その会話中の視線、微笑、うなずき、それぞれの量について7段階で評定させた。評定基準が一致するように事前に練

習を数回行った。

評定者間一致率：評定者の評定を、1～3を1カテゴリー、4で1カテゴリー、5～7を1つのカテゴリー分類し、評定者間の一致率を求めた（Table 1）。その結果すべての項目について高い一致率をみる事ができた（男性評定者は86.7～90%、女性評定者は86.7～100%）。よって、以下の分析では評定者の合計点を各項目の評定値とした。

実験操作のチェック：実験協力者4名（男性2名、女性2名）それぞれについて、微笑あり条件と微笑なし条件間でt検定を行った（Table 2）。その結果、微笑以外のCBにも有意差が見られるが、微笑の表出量が大きく変化していたことは明らかであり、実験操作は概ね正確に行われていたと言えよう。

Table 1 面接者評定一致率

| | 一致回答数の平均（一致率：%） | |
|------|-----------------|-------------|
| | 男性 | 女性 |
| 視線 | 17.3 (86.7) | 20 (100) |
| 微笑 | 18 (90) | 20 (100) |
| うなずき | 17.3 (86.7) | 17.3 (86.7) |

3. 印象尺度と魅力尺度の因子分析（Table 3, 4）

印象評定尺度と対人魅力尺度について因子分析（主因子法、バリマックス回転）を行った。印象評定尺度は、川名（1986）と同様に「感情的・社会的魅力」と「知的・道徳的魅力」の2因子が抽出された。「2. 親切な」については第2因子にやや負荷を示しているが、川名の結果とその意味内容から考えて「感情的・社会的魅力」の項目とし

Table 2 実験操作のチェック

| | | 条件 | 平均値 SD | | t 値 | | | 平均値 SD | | t 値 | | |
|----|------|------|--------|------|------|-------|------|--------|--------|-------|----------|-------|
| | | | 条件 | SD | | | | 条件 | SD | | | |
| 男性 | 面接者1 | 視線 | S | 6.07 | 0.28 | -3.5* | 面接者2 | 視線 | S | 5.67 | 0.24 | 3.03* |
| | | NS | 6.53 | 0.18 | NS | | | 4.53 | 0.99 | | | |
| | | 微笑 | S | 6.00 | 0.24 | | | S | 4.47 | 1.07 | | |
| | NS | 1.20 | 0.3 | NS | 1.47 | 0.87 | | | | | | |
| | うなずき | S | 6.20 | 0.38 | 2.56 | S | | 5.53 | 0.56 | 3.38* | | |
| | | NS | 4.20 | 1.66 | | NS | | 3.73 | 1.80 | | | |
| 女性 | 面接者1 | 視線 | S | 6.73 | 0.37 | 2.36 | 面接者2 | 視線 | S | 6.67 | 0.47 | 1.00 |
| | | NS | 6.20 | 0.84 | NS | | | 6.60 | 0.55 | | | |
| | | 微笑 | S | 6.20 | 0.38 | | | S | 5.80 | 0.3 | 17.96*** | |
| | NS | 1.40 | 0.55 | NS | 1.40 | 0.43 | | | | | | |
| | うなずき | S | 5.93 | 0.28 | S | 5.00 | | 0.53 | 8.72** | | | |
| | NS | 4.67 | 0.33 | NS | 2.47 | 0.56 | | | | | | |

S（微笑あり） NS（微笑なし） *p<.05 **p<.01 ***p<.001

Table 3 「印象評定尺度」の因子分析結果

| 項 目 | 因子 1 | 因子 2 | 共通性 |
|---------------------------------|-------|-------|-----|
| 〈感情的・社会的魅力〉 | | | |
| 10. 陰気な-陽気な | .78 | .01 | .61 |
| 4. 対人不適応-対人適応的 | .70 | .26 | .55 |
| 7. 親しみにくい-親しみやすい | .70 | .30 | .59 |
| 8. 付き合いやすい-付き合いにくい (逆転項目) | -.70 | -.24 | .54 |
| 5. 好感のもてる-好感のもてない (逆転項目) | -.57 | -.39 | .48 |
| 2. 親切な-不親切な (逆転項目) | -.40 | -.46 | .38 |
| 〈知的・道徳的魅力〉 | | | |
| 1. 不誠実な-誠実な | .32 | .71 | .61 |
| 9. 頭がわるい-頭がよい | .01 | .62 | .38 |
| 6. 善良な-不道徳な (逆転項目) | -.37 | -.58 | .47 |
| 3. えこひいきな-公平な | .16 | .53 | .30 |
| 2 乗 和 | 2.82 | 2.08 | |
| 寄 与 率 (%) | 28.21 | 20.77 | |

Tabel 4 「対人魅力尺度」の因子分析結果

| 項 目 | 因子 1 | 因子 2 | 共通性 |
|----------------------------|-------|-------|-----|
| 〈親密・交遊〉 | | | |
| 16. Aさんと一緒に遊びたい | .85 | .18 | .75 |
| 3. Aさんと一緒に食事したい | .82 | .27 | .75 |
| 14. Aさんと友達になりたい | .80 | .30 | .73 |
| 7. Aさんと一緒にいると楽しい | .77 | .20 | .63 |
| 4. Aさんに親しみを感ずる | .75 | .33 | .67 |
| 5. Aさんと一緒に旅行に行きたい | .75 | .28 | .63 |
| 10. Aさんに会って話をしたい | .75 | .32 | .66 |
| 12. Aさんに個人的なことで話したい | .72 | .33 | .62 |
| 1. Aさんと気が合いそうである | .71 | .29 | .58 |
| 13. Aさんと一緒にスポーツをしたい | .55 | .05 | .31 |
| 〈承認・共同〉 | | | |
| 8. Aさんと一緒に勉強したい | .36 | .71 | .64 |
| 9. Aさんはほかの人から信頼されている | .25 | .70 | .56 |
| 6. Aさんは頭がよい | -.01 | .65 | .42 |
| 2. Aさんは正直で信頼できる | .34 | .61 | .49 |
| 11. Aさんと一緒に仕事をしたい | .48 | .58 | .57 |
| 15. Aさんと一緒に専門書を読みたい | .17 | .54 | .32 |
| 2 乗 和 | 6.18 | 3.15 | |
| 寄 与 率 (%) | 38.63 | 19.66 | |

た。それぞれの因子について、高い負荷を示した項目を合計したものを「印象得点」とし、その後の分析を行った。対人魅力尺度は、藤森（1980）において4因子（「親密」「交遊」「承認」「共同」）が抽出されていたが、「親密・交遊」「承認・共同」の2因子を抽出した。それぞれの因子について、高い負荷を示した項目を合計したものを「好意度」とし、その後の分析を行った。

4. 印象の分析

「感情的・社会的魅力」と「知的・道徳的魅力」の因子について、面接者（2）×微笑（2）の2要因の分散分析を男女別に行った（Fig. 2～Fig. 5）。その結果、「感情的・社会的魅力」については男女ともに微笑の主効果が有意であった（男性: $F(1, 16) = 29.95, p < .001$ 、女性: $F(1, 16) = 49.29, p < .001$ ）。しかし、「知的・道徳的魅力」については女性にのみ微笑の主効果が有意であった（女性: $F(1, 16) = 7.46, p < .05$ ）。

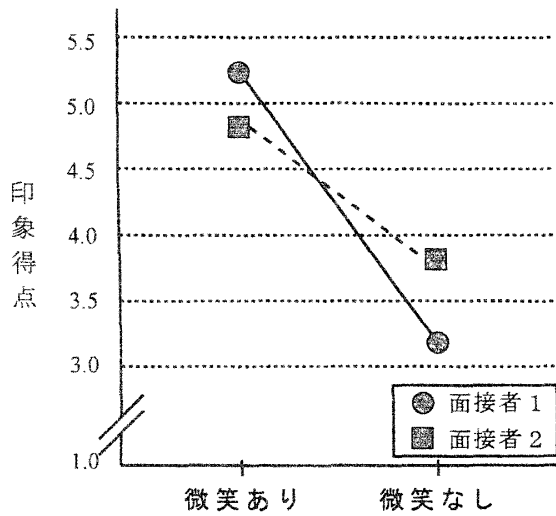


Fig. 2 「感情的・社会的魅力」の平均値 (男性)

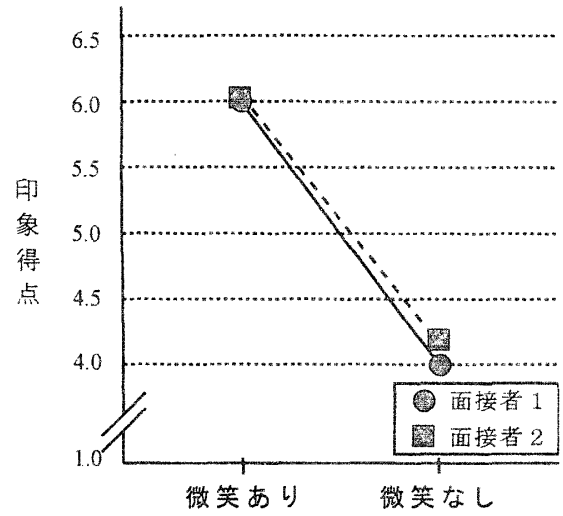


Fig. 3 「感情的・社会的魅力」の平均値 (女性)

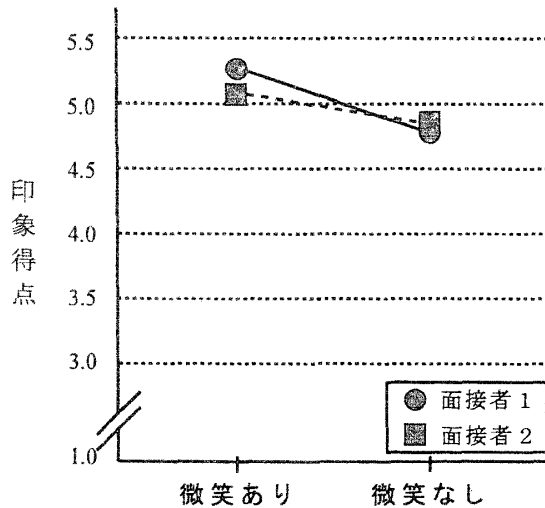


Fig. 4 「知的・道徳的魅力」の平均値 (男性)

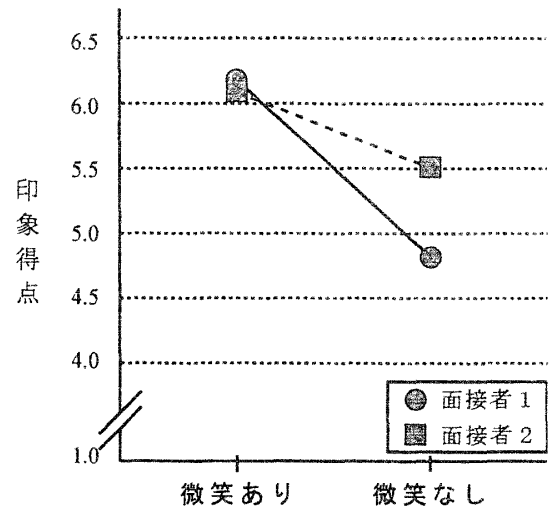


Fig. 5 「知的・道徳的魅力」の平均値 (女性)

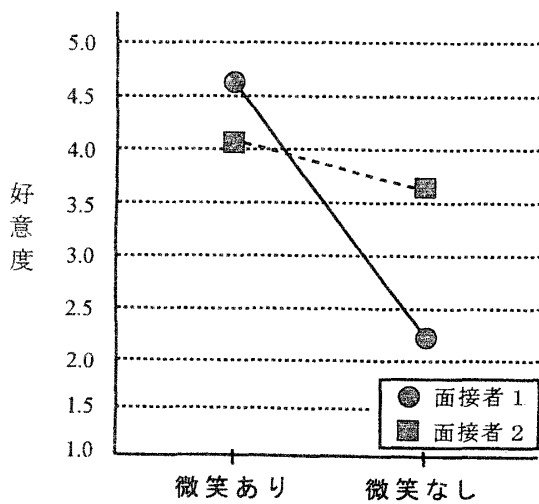


Fig. 6 「親密・交遊」の平均値 (男性)

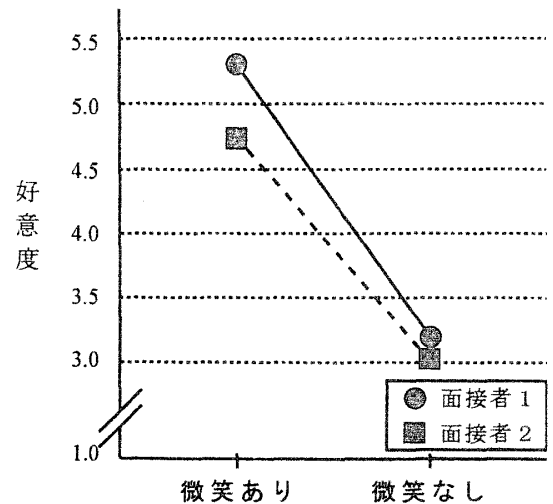


Fig. 7 「親密・交遊」の平均値 (女性)

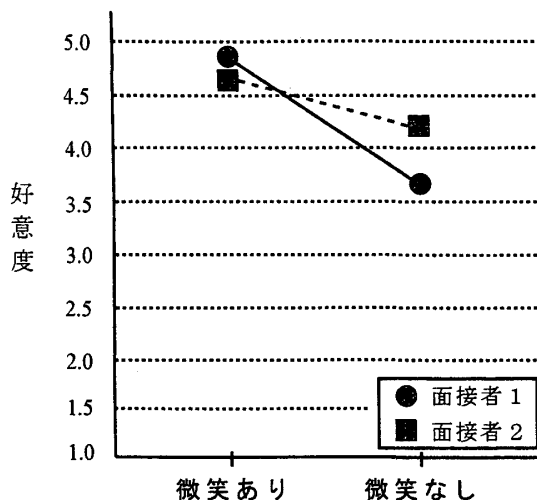


Fig. 8 「承認・共同」の平均値 (男性)

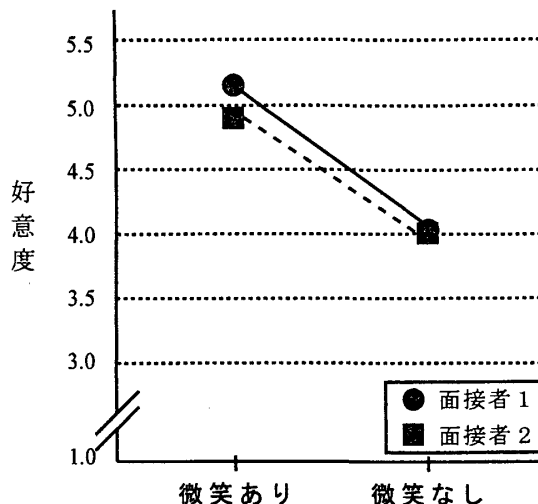


Fig. 9 「承認・共同」の平均値 (女性)

つまり、初対面場面で他者に対して微笑を表出して接することで「感情的・社会的魅力」の次元において、微笑を表出しない場合よりも他者からポジティブな印象を抱かれたということがわかる。

5. 魅力の分析

「親密・交遊」と「承認・共同」の因子について、面接者 (2) × 微笑 (2) の 2 要因の分散分析を男女別に行った (Fig.6~Fig.9)。「親密・交遊」については男女ともに微笑の主効果が有意であった (男性: $F(1, 16) = 22.11, p < .001$ 、女性: $F(1, 16) = 34.63, p < .001$)。また、男性においては面接者 × 微笑の交互作用も有意であった ($F(1, 16) = 10.77, p < .01$)。「承認・共同」についても男女ともに微笑の主効果が有意であった (男性: $F(1, 16) = 7.52, p < .05$ 、女性: $F(1, 16) = 8.55, p < .01$)。

つまり、初対面の他者と微笑を表出して接した方が、そうでない場合よりも、「親密・交遊」「承認・共同」の両次元でより魅力が高くなることがわかる。

男性の「親密・交遊」の因子で交互作用が見られたのは、Fig. 6 より、面接者 2 の微笑なし条件での得点が高かったことによるものと思われる。これは、実験操作のチェックにおいて、男性面接者 2 の微笑の操作が若干明確ではなかったことによるものだと考えられる。

以上の結果から、微笑を表出して他者と接することはその他者からポジティブな印象をもたれ、強い好意を抱かれることが確認できた。この結果は仮説 1 を支持するものである。

実験 II

【方法】

1. 刺激人物 (以下 SP) VTR の作成

実験 I において分析対象となった全被験者を各条件 1 名ずつ計 4 名抽出し、その VTR 上の 4 名を実験 II の SP とした。またこの SP に加え、統制刺激としてすべての被験者が見る同一 SP を 1 人加えた 5 名からなる VTR を、SP の提示順序を入れ替えながら、男女それぞれ 5 種類作成した (Table 5)。実験 II の被験者は 5 種の中からいずれかを提示された。

なお、統制刺激を用いたのは、被験者によって観察させる SP が異なるため、ビデオの種類に対応した 5 群の被験者間の同質性を確認するためである。

Table 5 SP-VTR の構成

| | VTR | SP 提示順序 | | | | |
|----|-----|---------|-------|-------|-------|-------|
| | | N | I1-S | I2-S | I1-NS | I2-NS |
| 男性 | ① | N | I1-S | I2-S | I1-NS | I2-NS |
| | ② | N | I2-NS | I1-NS | I2-S | I1-S |
| 女性 | ③ | N | I2-S | I2-NS | I1-S | I1-NS |
| | ④ | N | I1-NS | I1-S | I2-NS | I2-S |
| 男性 | ⑤ | N | I1-S | I2-NS | I1-NS | I2-S |
| 女性 | ⑤ | N | I1-NS | I2-S | I1-S | I2-NS |

N (統制) I (面接者) S (微笑あり) NS (微笑なし)

2. 被験者および独立変数

被験者 M 大学学生 55 名 (男性 28 名、女性 27 名)。平均年齢は 20.1 歳であった。

独立変数 独立変数は実験 I の面接者 (2) と実験 I の面接者の微笑 (2) である。これらは

ともに被験者内要因となる。

3. 実験手続き

被験者は、「この実験は、初対面の相手に対してどのようなコミュニケーションが有効であるかを確認する研究であり、初対面の相手と会話をしている人のビデオを見てもらい、その人のコミュニケーションの仕方について評定してほしい。」という教示を受けた。またビデオを見る際に、「自分自身がビデオの人物と会話を行っていると思定して見て下さい」という教示を加えた。実験に要した時間は約30分であった。

1) 実験室場面 (Fig. 10) 実験Ⅰの実験室A (Fig.1)で行った。実験Ⅰで被験者が座っていた場所にTVモニターを置き、その前にテーブル付きの椅子を5つ並べた。また、実験Ⅰでの面接者と被験者の位置関係をより忠実に再現するために、面接者が実際に感じていたSPの大きさと同じに見える位置にTVモニターを設置した。その位置は前方の席から約80cmの位置であった。なお、実験では、1名から5名の被験者が同時にVTRを見た。

2) SP-VTRの呈示 実験者はTVモニターの後ろでVTRを操作し、VTRの提示中は被験者から見えない位置で待機した。

3) 質問紙の記入 SPを1人見終わったところでVTRを一旦停止させ、評定をさせることをすべてのSPに対する評定が終わるまで繰り返した。

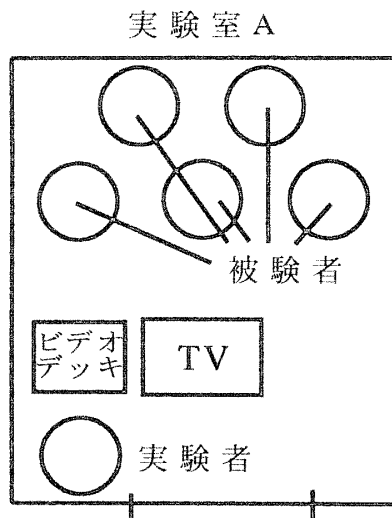


Fig. 10 実験場面

た。評定させる質問紙の構成は、実験Ⅰで用いた「印象評定尺度」「対人魅力尺度」の他に、SPの面接中のコミュニケーション行動について、「視線があった量」、「微笑んでいた量」、「会話量」、「体が向いていた量」、「体が前傾になっていた量」の5項目からなる「コミュニケーション行動認知尺度」について、それぞれの量を「1. 非常に少ない」から「5. 非常に多い」の5段階で評定させた。その他に、SPとの面識の有無、SPの緊張度、SPが経験している快・不快度についての推測を回答させた。

4) デブリーフィング 5人目のSPに対する全ての質問項目に記入し終えたことを確認した後、実験の真の目的を被験者に伝えて実験を終了した。

【結果と考察】

1. 分析対象について

SPと面識があった被験者と、質問紙に記入漏れがあった被験者を除外した結果、50名（男性25名、女性25名）が分析対象となった。

2. 統制SPについて

1種類のVTRは5名の被験者に提示されたが、各被験者が見たSPは同一ではない。そこで、VTRには全ての被験者が共通に見るSPを統制刺激として含まれていた。この統制SPに対しての評定をグループ間で比較するため一元配置の分散分析を男女別に行ったところ、印象評定尺度については男女ともグループ間に有意な差は認められなかった。また、対人魅力尺度についても男女ともグループ間に有意な差は認められなかった。コミュニケーション行動認知尺度についても男女とも全ての項目でグループ間に有意な差は認められず、VTR種間の被験者の同質性は確認されたと考えて良いであろう。したがって、その後の分析では5種のVTRを同一の条件下とした。

3. コミュニケーション行動認知の分析

「微笑んでいた量」について男女別に面接者(2)×微笑(2)の2要因の分散分析を行った (Fig.11, 12)。その結果、男女とも微笑の主効果が有意であり (男性: $F(1, 24) = 124.3, p < .001$ 、女性: $F(1, 24) = 63.76, p < .001$)、男性は面接者の主効果も有意だった ($F(1, 24) = 4.67, p < .05$)。

次に、項目間相関を算出したところ「体が前傾になっていた量」だけが他の項目との相関が低かったため、これを除く4項目を合計して「コミュニケーション行動量」とし、男女別に面接者(2)×微笑(2)の2要因の分散分析を行った(Fig. 13, 14)。その結果、男女とも微笑の主効果が有意であった(男性: $F(1, 24) = 91.94, p < .001$ 、女性: $F(1, 24) = 20.46, p < .001$)

これらの結果から、微笑あり条件だったSPの方が微笑なし条件よりも「微笑んでいた量」が多いと認知されていたことがわかる。つまり、微笑みかけられたSPはその返報として、微笑みかけてきた面接者に対して自らも微笑みかけていたことがわかり、またそれを受けた者(実験Ⅱの被験者)はそれを正確に認知していたことが示された。これは仮説2を支持する結果である。

また、「コミュニケーション行動量」の結果からは、微笑あり条件だったSPの方が、微笑だけでなくより多くのCBを行っている、と認知されていたことがわかる。

4. 印象の分析

「感情的・社会的魅力」と「知的・道徳的魅力」の因子について、男女別に面接者(2)×微笑(2)の2要因の分散分析を行った(Fig. 15~Fig. 18)。その結果、「感情的・社会的魅力」については男女ともに微笑の主効果が有意であった(男性: $F(1, 24) = 32.49, p < .001$ 、女性: $F(1, 24) = 24.87, p < .001$)。しかし、「知的・道徳的魅力」の因子については男性では微笑の主効果が有意であったが($F(1, 24) = 9.1, p < .01$)、女性にはどの効果も見られなかった。

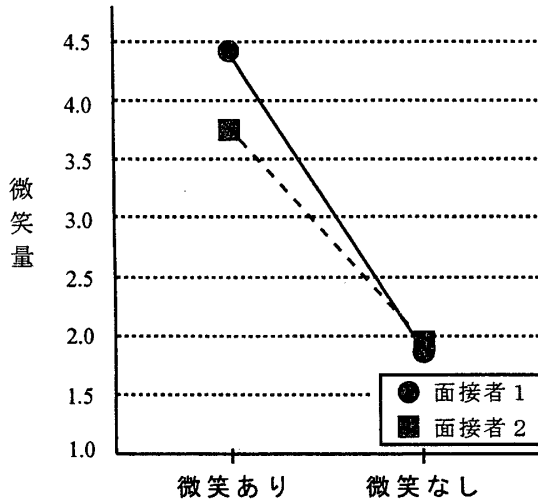


Fig. 11 「微笑量」の平均値(男性)

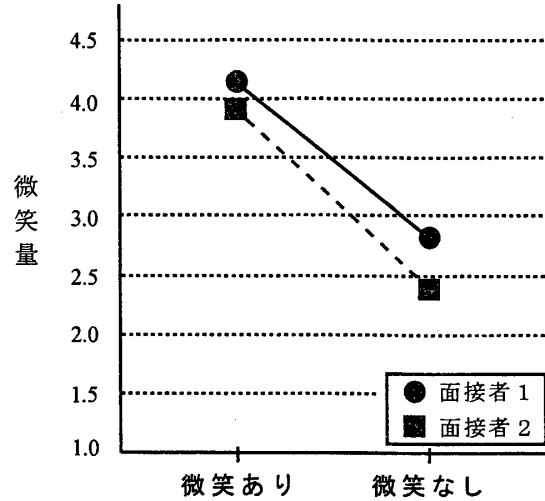


Fig. 12 「微笑量」の平均値(女性)

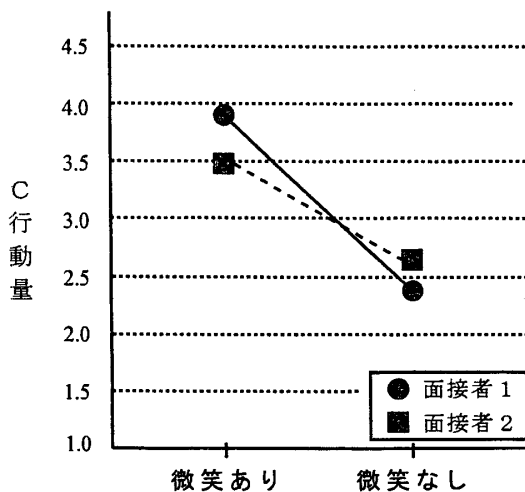


Fig. 13 「コミュニケーション行動量」の平均値(男性)

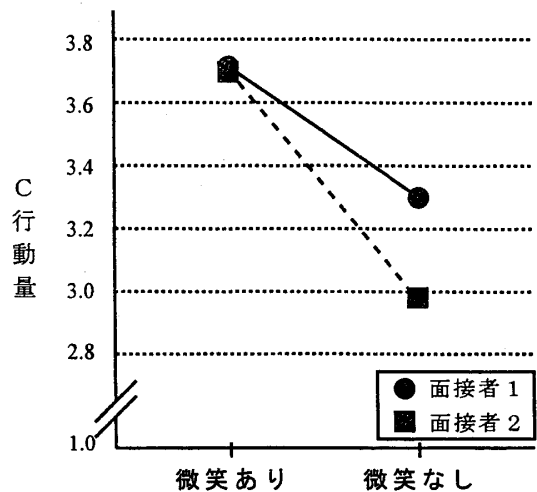


Fig. 14 「コミュニケーション行動量」の平均値(女性)

つまり、微笑あり条件だったSPの方が微笑なし条件だったSPよりもポジティブな印象を抱かれていたことがわかる。

5. 魅力の分析

「親密・交遊」と「承認・共同」の因子について、男女別に面接者(2)×微笑(2)の2要因の分散分析を行った(Fig.19~Fig.22)。その結果、「親密・交遊」については男女ともに微笑の主効果が有意であった(男性: $F(1, 24) = 19.24, p < .001$ 、女性: $F(1, 24) = 16.79, p < .001$)が、「承認・共同」についてはどの効果も見られなかった。

つまり、微笑あり条件だったSPの方が微笑な

し条件だったSPよりもより強い好意をもたれていたことがわかる。

以上、コミュニケーション行動認知尺度と印象評定尺度および対人魅力尺度の分析から次のことがわかる。男女ともに微笑あり条件だったSPの方が微笑なし条件だったSPよりも多くのCBを返報しており、それを受け取った者はより多くのCBを返報していた者、つまり実験Iにおいて微笑あり条件だったSPに対して、「感情的・社会的魅力」の側面においてよりポジティブな印象を抱き、また「親密・交遊」の側面においてその後の接近を示す好意度も高くなっていったといえる。なお、これは仮説3を支持する結果である。

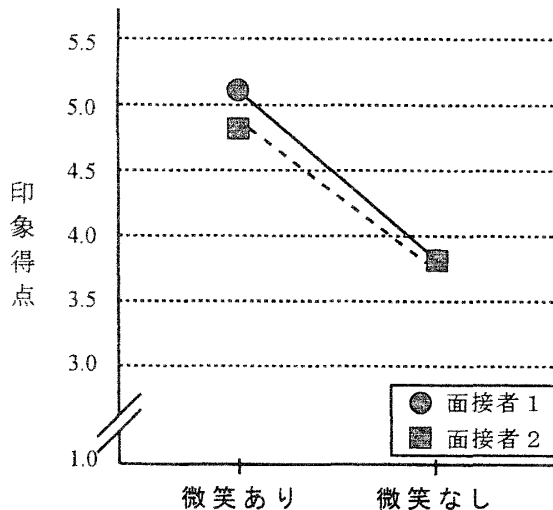


Fig. 15 「感情的・社会的魅力」の平均値 (男性)

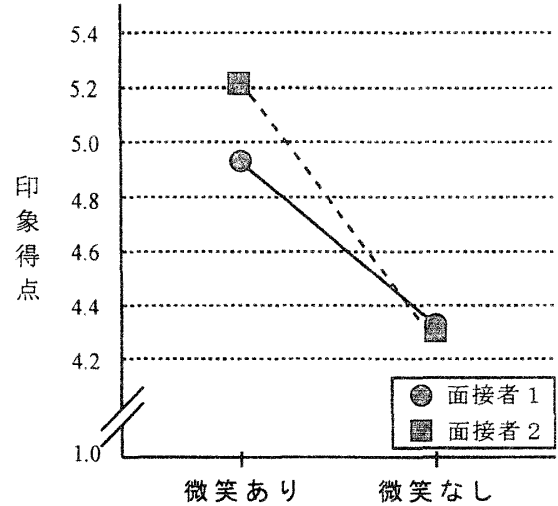


Fig. 16 「感情的・社会的魅力」の平均値 (女性)

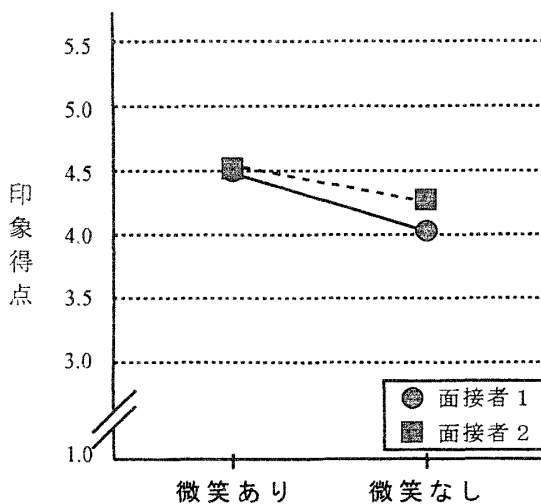


Fig. 17 「知的・道徳的魅力」の平均値 (男性)

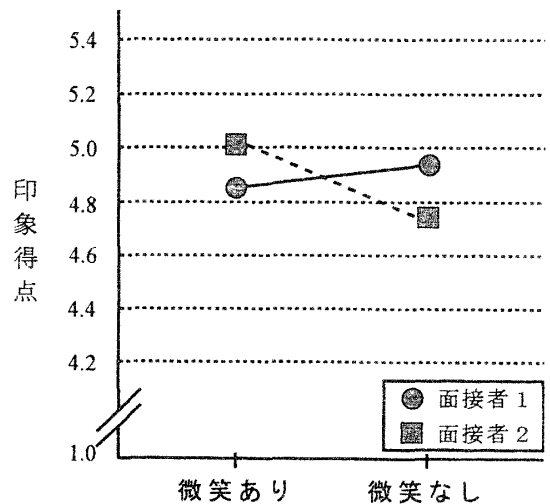


Fig. 18 「知的・道徳的魅力」の平均値 (女性)

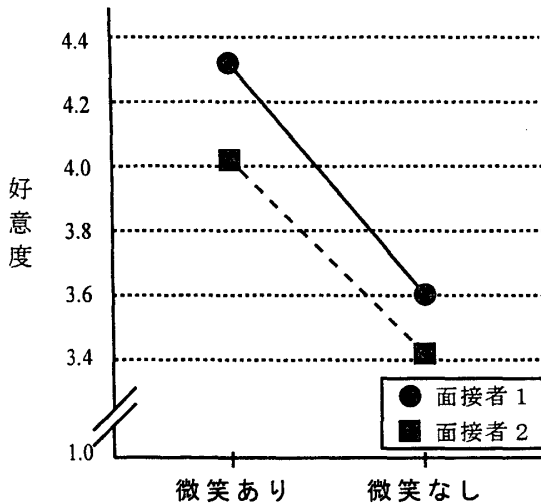


Fig. 19 「親密・交遊」の平均値 (男性)

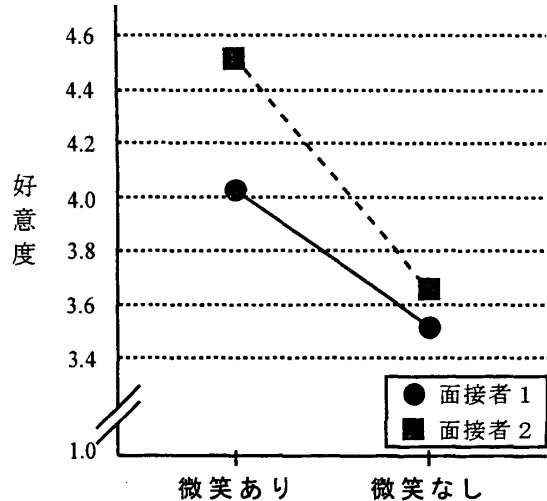


Fig. 20 「親密・交遊」の平均値 (女性)

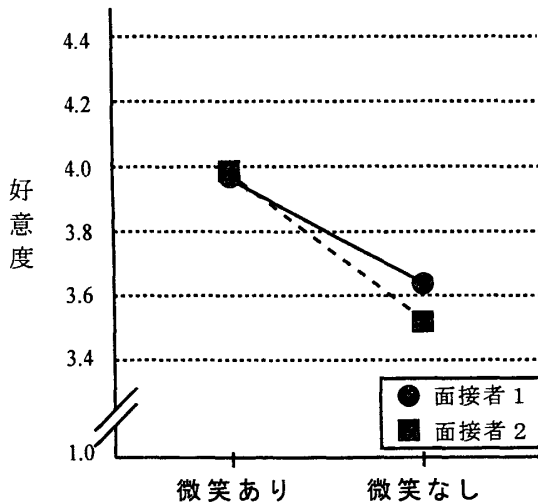


Fig. 21 「承認・共同」の平均値 (男性)

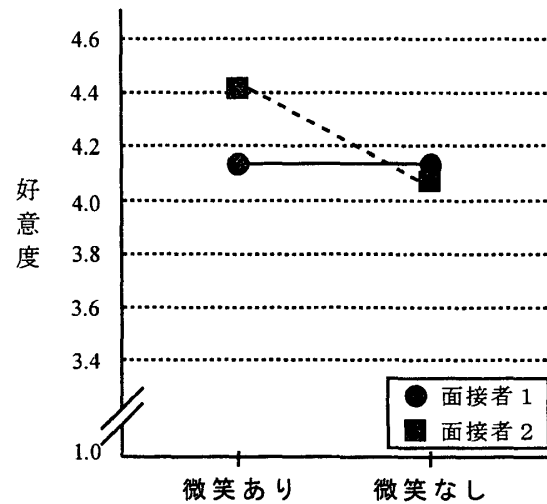


Fig. 22 「承認・共同」の平均値 (女性)

6. パス解析によるコミュニケーションプロセスの分析

本研究は2つの実験を通して、2者間コミュニケーションにおける予言の自己実現プロセスを確認しようとしたものである。ここでは、2つの実験の各コミュニケーションが、全体として自己実現的なプロセスを再現できるものであったか否かを確認するために、パス解析を試みた。

このパス解析に使われた変数は、①面接者のコミュニケーション行動：「視線量」、「微笑量」、「うなずき量」、②実験Ⅰの被験者の面接者に対する印象と好意：「感情的社会的魅力」、「知的道徳的魅力」、「親密・交遊」、「承認・共同」、③実験Ⅰの被験者の面接中のコミュニケーション行動：「視線量」、「微笑量」、「うなずき量」、④実験Ⅱの被験者が認知したSPのコミュニケーション行

動：「視線量」、「微笑量」、「会話量」、「体の向き」、「体の前傾」、⑤実験Ⅱの被験者のSPに対する印象と好意：「感情的社会的魅力」、「知的道徳的魅力」、「親密・交遊」、「承認・共同」であった。

③のSPのコミュニケーション行動量については、実験参加者とは独立の評定者を用いて測定された。具体的には、評定者はM大学大学院生6名（男性3名、女性3名）であり、これらの評定者に同性のSPの会話テープを無音声で見せ、その会話中の視線、微笑、うなずき、それぞれの量について「少ない」から「多い」の7段階で評定させた。なお、評定基準が一致するように事前に練習を数回行った。実験Ⅰの実験操作チェックと同じ要領で一致率を求めたところ、(Table 6) すべての項目について、高い一致率を得ることができた（男性評定者は86.7%~90%、女性評定者

Table 6 SP 評定一致率

| | 一致回答数の平均 (一致率: %) | |
|------|-------------------|-------------|
| | 男性 | 女性 |
| 視線 | 17.3 (86.7) | 17.3 (86.7) |
| 微笑 | 18 (90) | 18.7 (93.3) |
| うなずき | 17.3 (86.7) | 17.3 (86.7) |

は86.7%~93.3%)。よって評定者の平均値をSPのそれぞれのコミュニケーション行動量とした。

ただし、④の「体の前傾」は実験Ⅱで分析から除外したこと、「体の向き」は女性において有意差がみられなかったこと、さらにはモデルの複雑性を避けるためにこの2つの変数はパス解析からは除外した。

この2変数を除くすべての変数を用いて、①から②へ、①から③へ、②から③へ、③から④へ、③から⑤へ、④から⑤へ、パスを引くモデルを仮説に従い想定し、パス解析を男女別に行った。ただし、モデルの当てはまりを見る適合度指標を考

慮し、変数間の相関が高いものを順次削除しながら試行錯誤を繰り返した後に最終的に、①「微笑量」、②「感情的・社会的魅力」、③「微笑量」、④「微笑量」、⑤「感情的・社会的魅力」の変数を用いて再度パス解析を試みた。

その結果、最も適合度指標の高かったモデルとして考えられたのがFig. 23, 24である。

これによると、男女ともかなり大きな値で理論上のパス係数を得ることができたといえよう。ただし、②から③につながるパスを想定した分析ではこのパス係数の値はかなり低く、有意なパス係数を得ることはできなかった。

【全体的考察】

本研究の目的は、実験的に対人コミュニケーションにおける予言の自己実現プロセスを再現し、好意が無意図的に生じる非言語的行動としての微笑が他者に与える好意や印象、そして自らが他者に

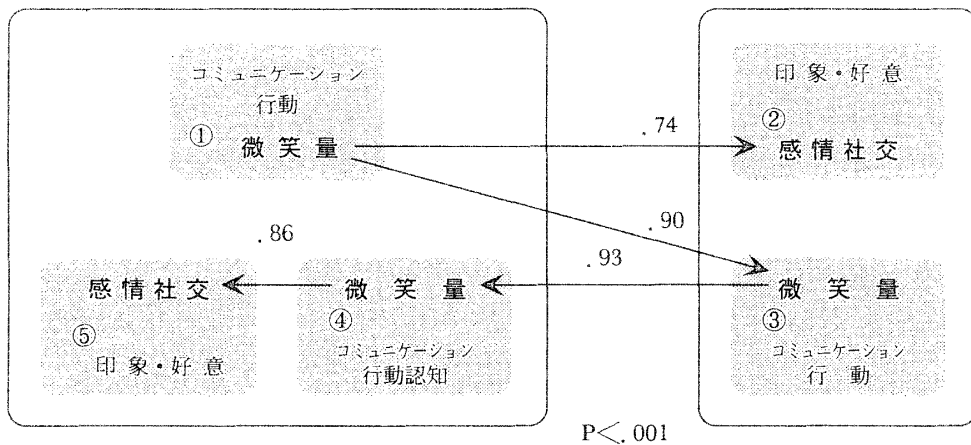


Fig. 23 パス・ダイアグラム (男性)

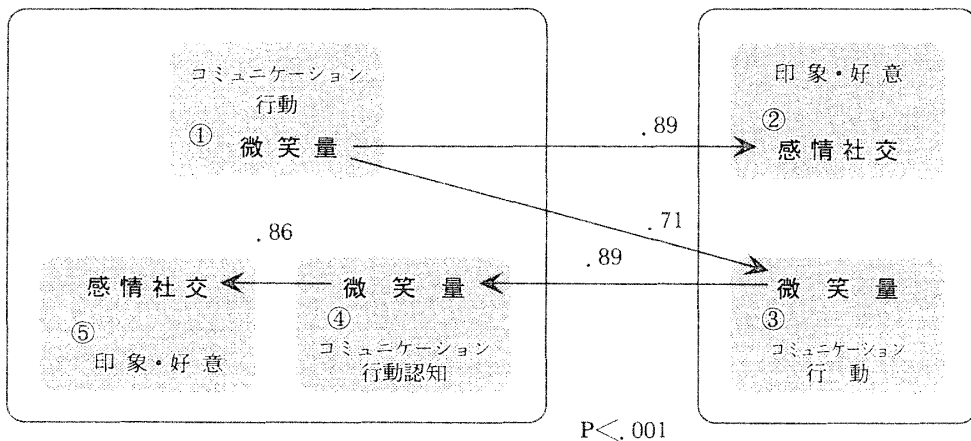


Fig. 24 パス・ダイアグラム (女性)

対して抱く好意や印象にどのような効果を及ぼしているのか検討することであった。

実験Ⅰと実験Ⅱの結果をまとめると、次のことが言える。無意図的に発した微笑が好意的なコミュニケーションとして相手に受け止められ、その相手が受け取ったコミュニケーションの返報として好意的なコミュニケーションが返報され、無意図的に微笑を発した者はその返報されたコミュニケーションが自身の発した微笑の返報だとは気づかずに、返報された好意的なコミュニケーションを受けて、その相手についてポジティブな印象や好意を持つ。このように対人コミュニケーションにおける予言の自己実現が行われていることが明らかになり、このコミュニケーションが返報性といった2者間の相互作用がもつ特質と、自らのコミュニケーションという真の原因が正確に帰属されないというNVCのもつ特質がそれらを可能にしていたことが確認できた。そして、無意図的に発した微笑は、自らの印象や好意をよくするだけでなく、自らがもつ相手に対しての印象や好意にまで影響を及ぼしていたと考えることができる。

パス解析の結果で興味深いのは、②から③へのパスが有意ではなく、①から③へのパスがかなり高い値を示したことである。つまり、相手のCBに対して好意は抱くものの、抱かれた好意が自己の相手に対するCBを引き起こすのではなく、相手のCBそのものが自己の相手に対するCBを規定していたと考えることができる。いわゆるシンクロニイ的な現象を想定することができるが、これが本研究で想定していたコミュニケーションの返報性として捉えるべきなのか、むしろ、相手からの好意の帰属といった認知的なプロセスを介在することなく、いわば反射的に返されるNVCの特質が反映されていると考えるべきなのかもしれない。

ただし、このパス解析結果をNVC全般に安易に一般化すべきではないだろう。これが本研究で取り上げた微笑というチャンネルに固有の現象なのか、それ以外のNVCにまで共通した現象なのかは、他のチャンネルでの検討を待たなければならないが、とまれ、対人コミュニケーションにおけるCBの返報性のメカニズムについては、今後議論しなくてはならない重要な課題であろう。

ここで、その他の結果と今後の課題について述べておきたい。まず、実験操作のチェックによって、2人の男性面接者間にやや違いがあったということである。そのことが、実験Ⅰにおいて男性

の「親密・交友」因子に交互作用が見られたことまた、実験Ⅱにおいて男性の「微笑量」について面接者の主効果が見られたことは、その影響とも考えられる。

次に、実験Ⅱにおいて女性の「知的・道徳的魅力」と「承認・共同」の因子について微笑の主効果が見られなかったのは、女性面接者1の微笑あり条件と微笑なし条件の得点にほとんど差がないことによるものと思われる。なぜ女性面接者1が相手したSPにだけこのような結果になったのかをもう一度ビデオテープを見直したところ、今回の実験場面において女性面接者1は微笑とともに音声を伴う「笑い」がやや見られ、そしてもう一人の女性面接者2は表情表出として「微笑」を表出しており、その違いがSPとして使用した被験者の反応に影響したものだと思われる。統制が不十分だったことは否めないが、同じ微笑でも音声を伴う笑いになると、まじめな側面を示す「知的・道徳的魅力」「承認・共同」の因子についての印象や好意・魅力が変化することは興味深いところである。しかし、ここで実験Ⅰではそのような「微笑」と「笑い」の違いは生じないで実験Ⅱにだけそのような違いが生じたのだろうか。その理由として、コミュニケーションの当事者（行為者）と観察者の違いが考えられる。つまり、実験Ⅰの被験者は会話の当事者であり、実際に向かい合った面接者と相互作用を行わないといけない。しかし、実験Ⅱの被験者は会話の観察者であり相互作用を行うことはなく、より冷静にSPについての情報を観察することができたからだと考えられる。このような違いは Duval & Wicklund (1975) でも報告されている。よって、VTRを見ただけではコミュニケーションのダイナミズムに欠けていたと思われる。このコミュニケーションのダイナミズムを残したまま、無意図的に好意を発して互いにコミュニケーションをとる場面設定を考える必要性があろう。

【引用文献】

- Argyle, M., Lefebvre, L., & Cook, M. 1974 The meaning of five patterns of gaze. *European Journal of Social Psychology*, 4, 125-136.
- Asch, S. E. 1946 Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258-290.

- Byrne, D., Ervin, C., & Lamberth, J. 1970 Continuity between the experimental study of attraction and real-life computer dating. *Journal of Personality and Social Psychology*, **16**, 157-165.
- Darley, J. M. & Fazio, R. H. 1980 Expectancy confirmation processes arising in social interaction sequence. *American Psychologist*, **35**, 867-881.
- 大坊郁夫 1985 発言、視線行動に及ぼす対人魅力情報の効果 日本グループダイナミックス学会第33回大会発表論文集, 210.
- Deaux, K. & Major, B. 1987 Putting gender into context: An interactive model of gender-related behavior. *Psychological Review*, **94**, 369-389.
- Duval, S., & Wicklund, R. A. 1972 A theory of objective self awareness. New York Academic Press.
- 藤森立男 1980 態度の類似性、話題の重要性が対人魅力に及ぼす効果—魅力次元との関連において— 実験社会心理学研究, **20**, 35-43.
- Jussim, L. 1989 Teacher Expectations: Self-Fulfilling Prophecies, Perceptual Biases, and Accuracy. *Journal of Personality and Social Psychology*, **57**, 469-480.
- 川名好裕 1986 対話状況における聞き手の相づちが対人魅力に及ぼす効果 実験社会心理学研究, **26**, 67-76.
- Kelley, H. H. 1950 The warm-cold variables in first impressions of persons. *Journal of Personality*, **18**, 431-439.
- Mehrabian, A. 1968 Influence of attitudes from the posture, orientation, and distance of a communicator. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, **32**, 296-308.
- Merton, R. K. 1948 The self-fulfilling prophecy. *Antioch Review*, **8**, 193-210.
- Rosenthal, R. & Jacobson, L. F. 1968 Pygmalion in the classroom. *Holt, Rinehart & Winston*.
- 和田 実 1985 好意、対人距離、および話題が言語と非言語的行動に及ぼす影響 名古屋大学教育学部修士論文（未公開）
- Waldron, J. 1975 Judgement of Like-Dislike from Facial Expression and Body Posture. *Perceptual and Motor Skills*, **41**, 799-804.