



2024年度
春号

法政大学 | 市ヶ谷学生相談室ニューズレター

市ヶ谷学生相談室では、皆さんにお伝えしたいことを、ニューズレターを通じて発信をしています。

芽吹いた木々や花が色づき、春の気配も整ってきました。皆さんは新年度をどんな気持ちで迎えましたか。一般に、春は出会いの季節と言われますね。新入生だけでなく、在學生にとっても、年度が替わることによって環境が変わり、これまでの交友関係に変化が生じることもあるでしょう。初対面の人に会う時、皆さんはどのようなことを考えたり、意識したりするでしょうか。相手に対して「やさしそうな人だな」と興味がわいたり、「話が面白いな」と感心したり、逆に「自分はどのように思われるだろうか」と不安になったりすることがあると思います。私たちはどのようなところに着目してその人のイメージを作りあげているのでしょうか。今回はそれについて詳しくご紹介したいと思います。

好印象をあたえるには～社会心理学における印象形成～

相手がどんな人なのか推し量ったり、その人の内面に思いをめぐらせたりすることを、心理学では「対人認知」と呼んでいます。この「対人認知」の中で、断片的な情報から全体的な印象が形作られるプロセスを「印象形成」といいます。

1. 伝える情報の順番は大切

自己紹介の時は、良い特徴から伝えるのが効果的です。アッシュという心理学者が行なった印象形成に関する実験がそれを証明しています。彼は、実験参加者に対して、「これからある人物についての特徴を読み上げます。それを聞いてその人についての印象を作り上げて下さい」と、言いました。実験参加者は2つのグループに分けられ、Aさん・Bさんのいずれかの人物の特徴をゆっくりと口頭で読み上げられました。その特徴とは次のようなものです。これらを読み上げられた時、皆さんは、それぞれの人物にどのような印象を抱きますか？

Aさん：知的で、勤勉で、衝動的で、批判的で、頑固で、嫉妬深い人

Bさん：嫉妬深くて、頑固で、批判的で、衝動的で、勤勉で、知的な人

書面だと一目瞭然ですが、読み上げられる順番が逆になっているところが違うだけで、実は6つの性格特徴は全く同じものです。これらの特徴が読み上げられた後、実験の参加者たちは、その人物がどんな性格かを自由に記述し、その後、「寛大」「賢い」「社交的」「人気のある」…などの性格特性リストを渡されて、その人物がそれらの性格特性を持っているかどうかをチェックしました。すると、全く同じ情報を受け取ったにもかかわらず、Aさんは「多少欠点はあるが有能な良い人物」という好印象が形成され、Bさんは「欠点があるため能力を発揮できない人物」というあまり良くない印象が形成される結果となったのです。このような違いが出たのは、最初に提示される情報でほぼ印象が決まるため、そのあとに続く単語の印象が薄れてしまうためであると考えられています。これを「初頭効果」といいます。



2. 印象に影響をあたえる2大要素

性格特性を表す言葉のうち、最も大きな効果のある言語表現は何かを突き詰めようと、アッシュはさらに検討を続けました。その結果、「温かい」「冷たい」という言葉が入れ替わると、全体の印象がガラリと変わることがわかりました。初対面の人の印象を頭の中でまとめる時、その人が温かい人か冷たい人かが重要な要素であると私たちは考えているのです。アッシュはこの「温かい」「冷たい」という特性を「中心的特性」と呼び、中心的特性がどういうものかによって意味が違って解釈されるその他の特性を「周縁的特性」と呼びました。確かに、最初に「冷たい人」と思われてしまったら、知的で勤勉であることが「冷徹なコンピューター人間」という印象になってしまうかもしれません。逆に「温かい人」と思われれば、「見聞の広い親しみやすい人」という印象を持たれるでしょう。ですから、まずは「温かい人」と思われるような印象形成が大切になってきます。

3. 悪い印象を持たれてしまったら

では、もし、良くない第一印象を持たれてしまったら、もう取り返しがつかないのでしょうか。アロンソンとリンダーという心理学者が、次のような実験をしました。実験のアシスタントとして女子学生80名を呼び出し、「あとからやってくる別の女子学生を被験者として実験をするので、サポート役をして欲しい」と依頼しました。その数分後、別の女子学生が現れます。実験者は、サポート役の女子学生に対し、①被験者の女子学生と二人きりで会話すること、②その後、別室で実験者と被験者の女子学生の会話をこっそり聞くこと、の2つの作業を7回行なうことを伝えました。実は、あとからやって来た女子学生はサクラ（仕込み）で、本当の被験者はサポート役の女子学生なのです。サクラの女子学生は、②の実験者との会話の中で、サポート役の女子学生を評価する発言を、次の4つのパターンでしました。①7回中、最初から最後までポジティブな評価（面白い、賢い…etc.）をする、②7回中、最初から最後までネガティブな評価（話下手、知的でない…etc.）をする、③前半はポジティブで後半はネガティブな評価をする、④前半はネガティブで後半はポジティブな評価をする、の4パターンです。7回の実験終了後、サポート役をした女子学生に、被験者役の女子学生（サクラ）に対する好意度を「非常に嫌い」（-10）から「非常に好き」（+10）の21段階のアンケートで評価してもらったところ、右の表のような結果になりました。表を見てわかる

① ポジティブ ⇒ ポジティブ	6.42
② ネガティブ ⇒ ネガティブ	2.52
③ ポジティブ ⇒ ネガティブ	0.87
④ ネガティブ ⇒ ポジティブ	7.67

（数値は平均値）

ように、一貫して褒めたりけなしたりするよりも、途中で評価が変化する方が、相手に抱く好意度の変化が大きいことがわかったのです。この実験からわかるように、第一印象が悪くても、その後の振る舞いで良い方向に覆すことは可能です。むしろ、最初の印象が良くない方が、相手が抱く好意度は高くなるといえます。評価者-被評価者という関係における実験結果ですが、いわゆる「ツンデレ」や、不良っぽい少年がふとした時にやさしさを見せる「ギャップ萌え」も、それに通ずるところがあるといえるでしょう。このように直近の評価が印象に大きな影響を与えることを、先に述べた「初頭効果」に対して「親近効果」と呼びます。



いかがでしたか。相手に与える印象について、いろいろな工夫が出来ることをご理解いただけたと思います。交友関係が次第に広がっていけば、そのことで悩むことも増えてくるかもしれません。学生相談室には、心理の専門家であるカウンセラーが皆さんの相談にのっています。また、必要に応じて精神科医や弁護士相談をご紹介します。ひとりで解決するのが難しいと思ったら、どうぞ気軽に利用してみてください。

（参考文献）植木理恵「フシギなくらい見えてくる！本当にわかる心理学」日本実業出版社 / 齊藤 勇「図解雑学 見た目で見られる外見心理学」ナツメ社 / 齋藤 勇「面白くてよくわかる！社会心理学」アスペクト / 電通九州・香月勝行 妹尾武治 分部利紘「売れる広告7つの法則」光文社新書

発行：法政大学市ヶ谷学生相談室 場所:市ヶ谷キャンパス 富士見坂校舎 4階

※現在は対面および電話等によるカウンセリングを行っています。詳しくはホームページをご覧ください。

TEL:03-3264-9493 ホームページ: <https://www.hosei.ac.jp/gakusei-sodanshitsu/ichigaya/>

