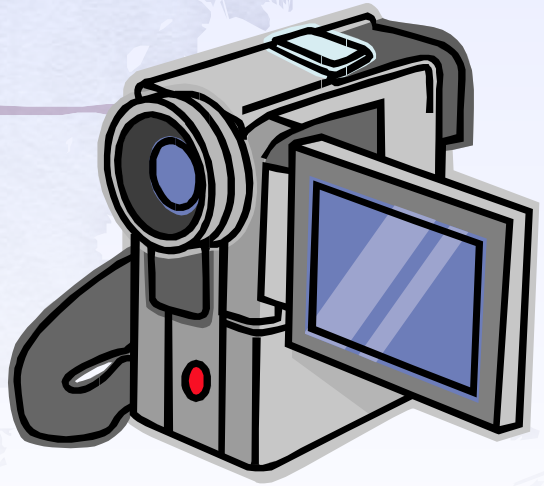
言語行動と非言語行動が初頭効果に与える影響
-映像刺激を用いて-

生活文化学科　安藤ゼミ
08461138　浅井美帆

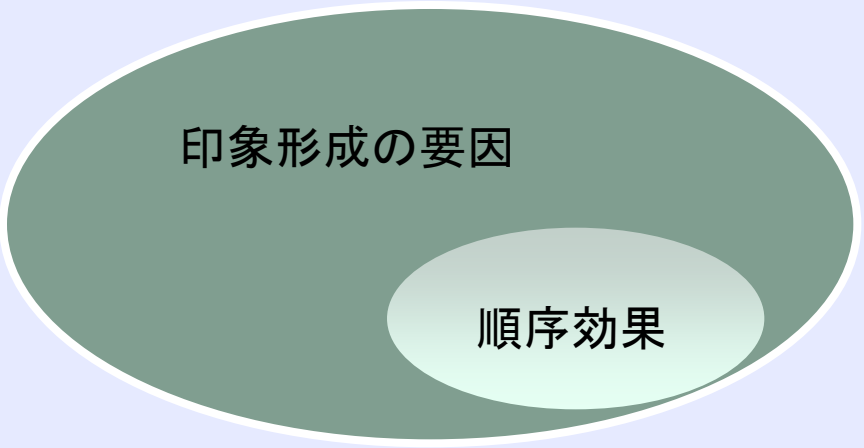


1. 問題関心と研究の目的

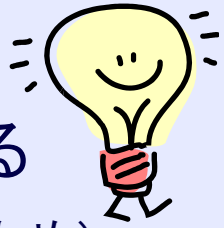
就職活動の面接で、初対面では印象が大切だと聞いた

↓

他者にポジティブな印象を与えるためには
どうするべきか？



順序効果に
焦点を当てる

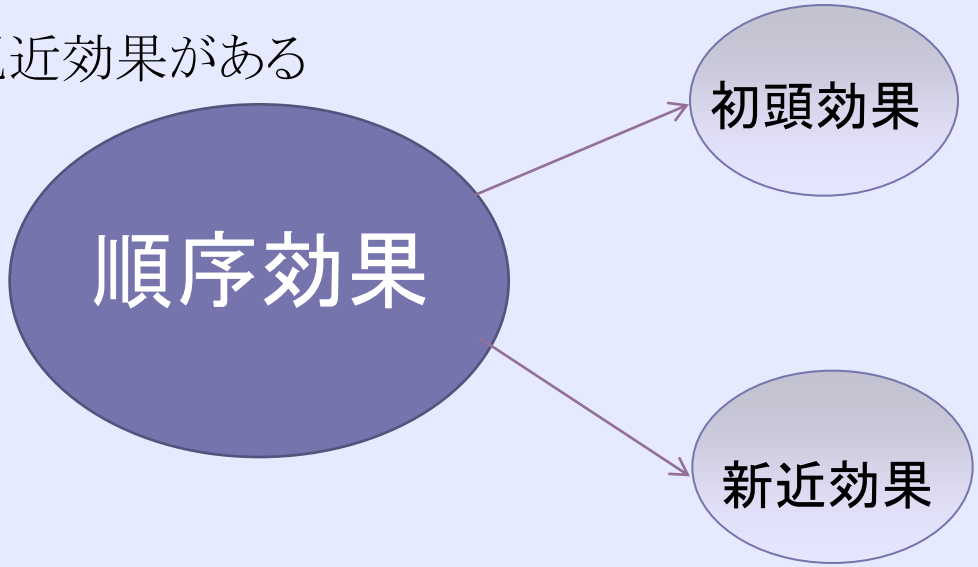


（就活での印象のため）

順序効果

複数の情報刺激がある場合、刺激本来の効果ではなく、情報の提示順序によって生じる影響

★順序効果には初頭効果と親近効果がある



初頭効果

複数の情報を処理する際に、最初に提示された情報が全体印象を決定づける現象

新近効果

複数の情報を処理する際に、最後に提示された情報が全体印象を決定づける現象

2. 本研究の目的

人が初対面で他者の印象を形成する際に、他者に関して矛盾する2種類の情報が提供された時、どのような順序効果が生じるだろうか？

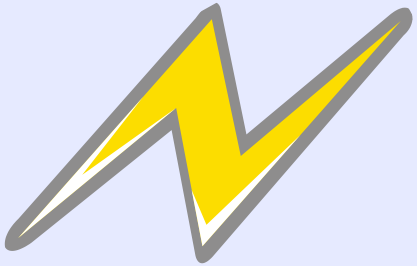
3, 方法

- 映像刺激を用いる
- 刺激の種類を言語行動と非言語行動に分けて調査する

条件①
悪い言語行動→良い言語行動

条件②
悪い非言語行動→良い非言語行動

比較



比較

条件③
良い言語行動→悪い言語行動

条件④
良い非言語行動→悪い非言語行動

4. 仮説

Kronsnick＆Alwin（1987）などの
先行研究より、以下の仮説をたてた★

視覚的調査 → 初頭効果

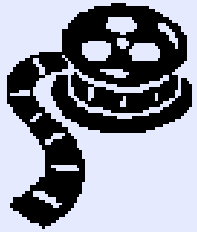
仮説Ⅰ 非言語行動 → 初頭効果

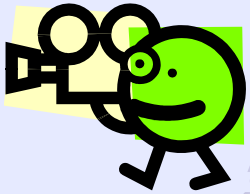
聴覚的調査 → 新近効果

仮説Ⅱ 言語行動 → 新近効果

映像の種類（言語行動）
〈予備調査により決定〉

良い言語行動：
エレベーターで「開」のボタンを押している人に「ありがとう」といっている。



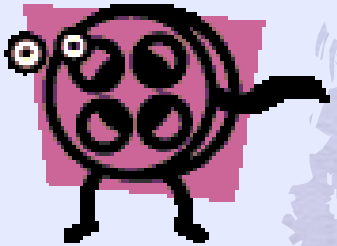


悪い言語行動：
本人がいない前で「〇〇ちゃん嫌いなんだけど」といっている。

映像の種類（非言語行動）
〈予備調査により決定〉

良い非言語行動：

風邪をひいて、寝込んでいる
下宿の友人に、食べ物をもっていく。



悪い非言語行動：

コンビニの前で座っている。

5. 結果
（本調査）

- 作成した映像を見せ、その後、質問紙によるアンケート調査を実施
- 対象者：女子大学生
- 調査時期：2010年８月～10月
- 調査数：４０名に2部ずつ配布

（１人につき2条件）

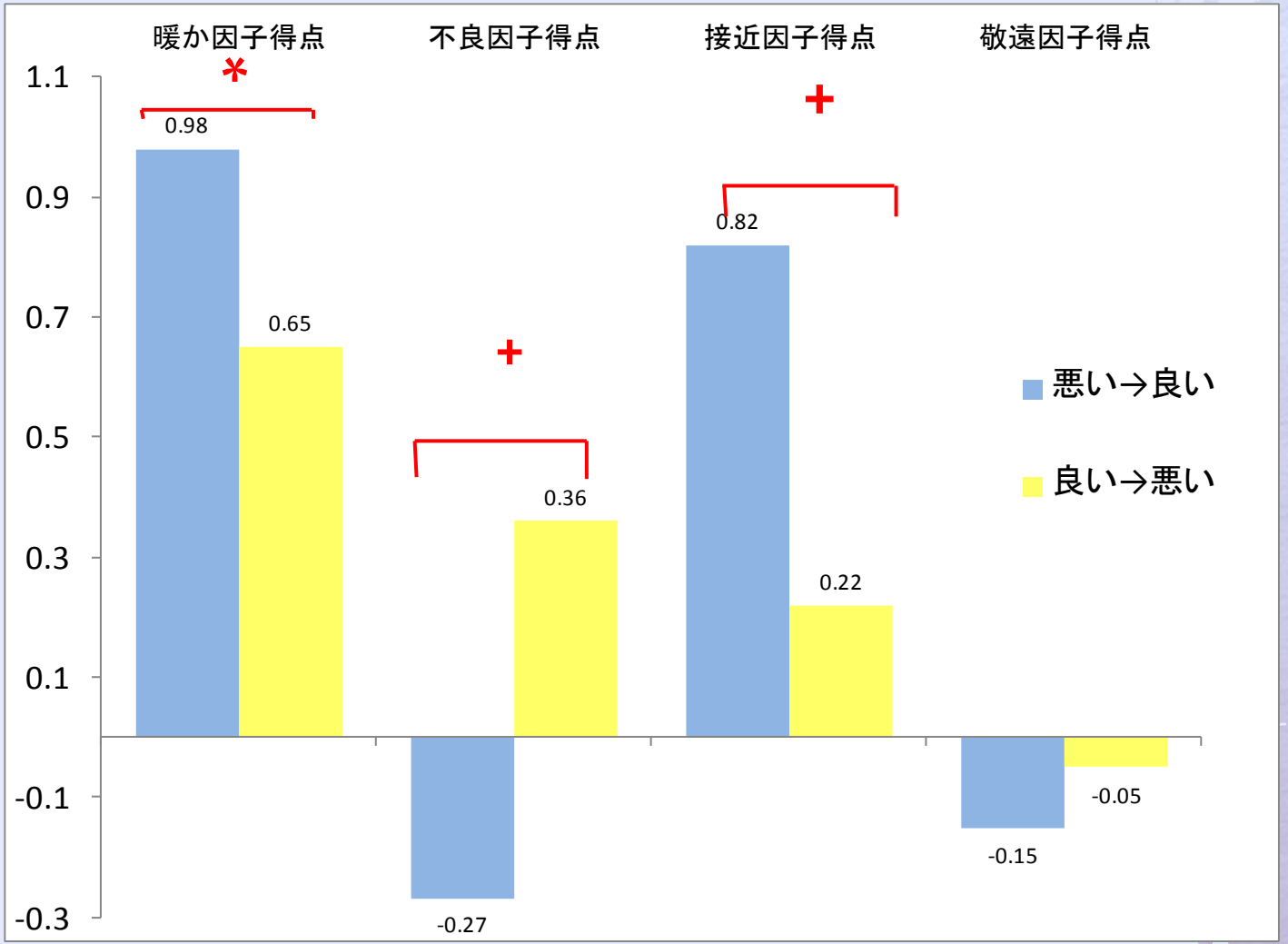
5. 結果<因子分析とt検定>

【刺激人物の印象を問う項目】
「暖か因子」と「不良因子」の2要素

【刺激人物ととりたい関係の距離を問う項目】
「接近因子」と「敬遠因子」の2要素

＜非言語行動＞

有意差有り　＊ p<.05
有意傾向あり　＋ p<.01



6. 考察と仮説の検証

- 仮説Ⅰ,非言語行動→初頭効果

逆に、非言語行動→新近効果が生じる。

- 仮説Ⅱ,言語行動→新近効果

本研究では立証できず。

7. さいごに

- 本研究の結果を面接の場で活かせられる

（例）非言語行動においては新近効果がおこるということは、面接官は学生の最後のお辞儀が印象に残る

面接では部屋を出るところまで気が抜けない

- 映像中の刺激人物や、調査対象者を工夫すれば、さらに面接の場合に即した結果が出たかもしれない