

## ＊ ＊ 印象形成 ＊ ＊

### <社会心理学>

社会、つまり「人間の集まり」(群衆、集団、組織)を心理学的側面だけでなく、社会学的側面からも調査・研究を行い、真実を解き明かそうとする心理学の領域では比較的新しい分野のことです。

どんな人間でも、自分一人である時と、集団の中である時とでは異なる心理状態になることが多い。社会心理学では、この他者と一緒にいることで個人が受ける影響を研究し、集団の中での個人の心理の変化を解き明かそうとしています。

二人以上の人間が集まった時、決して自分一人ではしなかったような考え方や行動をしてしまうことがあります。例えば競争、協力、攻撃、援助、比較等の行動(社会的行動)がそれに相当する。社会心理学を研究することで、その成果は学校、企業、老人ホームと、様々な現場で活かされています。また産業組織心理学や恋愛心理学、家族心理学等も社会心理学から特化・分化した社会心理学の一領域と言えるでしょう。

### <印象形成>

まず**印象**とは、人間の心に対象が与える直接的な感じのことや強く感じて忘れられないこと自体を意味します。**印象形成**とは、他者の特性や見た目等、観察者がわかっている限られた情報からその人物の全体的な印象を内的に形成することです。印象形成には**中心特性**や**初頭効果**等のプロセスが関係しています。

### <第一印象は大切>

第一印象は、それほど正確ではありません。なぜなら第一印象は、非常に限定された情報から形成される対人認知だからです。どんな人間関係においても、第一印象はとても大切なものです。人が他者と初めて出会った時、人は他者に対して漠然とした評価を行います。評価は思考過程の一つですから認知と呼んでも差し支えありません。従って第一印象は、ある人物に対して抱く最初の自動思考だと言えるでしょう。自動思考とは、その人のスキーマ(人が人生で積み上げてきた独自の評価・判断システムのこと)から生み出される瞬間的な思考やイメージのことです。だから初めて出会った人物と長年交流しても、第一印象がスキーマから生み出された自動思考であるがゆえに、ひとたび形成されてしまうとなかなか変化しないのです。

他者がどのような人物かを述べる時には、人はまずその人物の外見的特徴を述べ、その後に性格的な特徴を述べる傾向があります。また親しい人のことを述べる場合には、そうでない人のことを述べる時より形容詞を多用する傾向があることもわかっています。

第一印象は次の4つの側面で構成されています。

1. 外見的特徴
2. 性格的特徴
3. 知的特徴
4. 意欲的特徴

### <中心特性>

その人の大まかなものを捉える特性のことです。「優しい」「温かい」等。

### <初頭効果>

最初の情報が、その後の情報を色づけてしまうことを初頭効果又は初期効果といいます。第一印象は、この

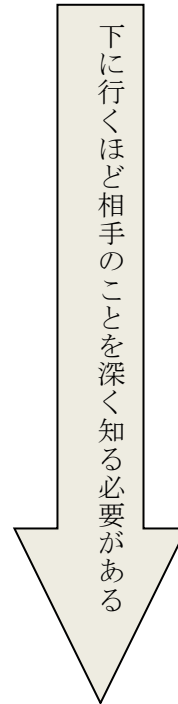
## \*\* 印象形成 \*\*

初頭効果によるものだと考えられています。

(知的な) → 勤勉な → 批判的な → 頑固な → (嫉妬深い) ⇒ 全体として(知的)  
 (嫉妬深い) → 勤勉な → 批判的な → 頑固な → (知的な) ⇒ 全体として(嫉妬深い)

### <第一印象形成時に重要視される情報>

- 1.客観的情報
  - ①相手の外見
  - ②相手の背景的情報
  - ③相手の一般的情報
- 2.社会的相互作用
  - ①相手の他者に対する行動様式
  - ②相手に対する自分の態度
- 3.行動の一貫性
  - ①相手の持続的な性格特性
  - ②相手の感情的特性
  - ③相手の自己概念
- 4.行為と活動
  - ①相手の能力
  - ②相手の価値観



### <自己呈示>

対人関係の場面において相手との関係を良好にしようと、人は様々な形での印象操作を行うことがあります。この印象操作のことを**自己呈示**といいます。自己呈示のように、良好な印象を他者に植え付けようとする行為のことを対人ストラテジー(対人方略)と呼びます。

	自己呈示の方法	典型的行動	相手の印象付けと相手への期待
1	取り入り	ゴマすり・同調	好感 → 好意
2	自己宣伝	成果の誇示	有能 → 評価
3	威嚇	脅し、怒り	強さ → 恐怖
4	模範	正義の闘い	偉大 → 尊敬
5	哀願	懇願、自己非難	弱さ → 同情

### <自己開示>

自己開示は、対人関係を深めようとする時には不可欠な社会的行為です。自己開示には自己開示の範囲と深さがあると考えられています。また一方が他方に自己開示した程度に応じた自己開示が相手からも返されることが期待できます。これを**自己開示の返報性**または**自己開示の互惠性**と呼んでいます。自己開示の返報性は、**好意の返報性**の一種だと考えられます。人は、相手のことを知れば知るほど好意を持つようになると考えられます。またそのような相手に自分からさらに広く深い自己開示をしたくなる傾向があります。このように自己

## \*\* 印象形成 \*\*

開示という行為は、通常相互作用的な行為となります。自己開示が、自己呈示と大きく異なる点は、自己呈示が自分の良好な印象を相手に植え付けることが主目的であるのに対して、自己開示では、自分のことを相手に理解してもらいたいというのが目的になります。

⇔ 悪意の返報性

従って就職の面接場面では自己呈示をするべきであって、面接場面は自己開示の場ではありません。

### <対人認知を歪める思考パターン>

#### 1.ハロー効果（後光効果） → 過度の一般化の全体視の一種

他者のある側面での特徴(肯定的・否定的側面)を全体的な評価にまで広げてしまうこと。

#### 2.論理的過誤

本来無関係なことをあたかも論理的なつながりがあるかのように判断してしまうこと。

#### 3.寛容効果 → 過大・過小評価の一種

他者の肯定的な側面は高く評価し、否定的な側面は低く評価すること。

#### 4.時間的拡張 → 過度の一般化の永遠視の一種

相手の一時的な特徴を永続的な特徴だと判断すること。

#### 5.ステレオタイプ

国民、人種、民族等に対して、人々が「こうあるはずだ」と予測や期待をしている大雑把なイメージのこと。ステレオタイプには、好意的な内容のもの、非好意的な内容のものの両方が存在しています。

#### 6.ギャップ効果（ゲイン・ロス効果）

否定的な側面の後に肯定的な側面を呈示されると、その肯定的な側面を過大評価してしまうこと。

#### 7.偏見

ステレオタイプに好感、憧憬、嫌悪、軽蔑といった感情を伴ったもの。

#### 8.暗黙裡の性格観

他者の性格を判断するその人なりの判断基準のこと。

### <バランス理論> → 好き(+)、嫌い(-)、同じ(+)、違う(-)、似ている(+)、似ていない(-)

バランス理論とは人(P)が対象者を認知する場合に、介在する第三者又は事物(X)に対する対象者(O)の態度が影響したり、人(P)が第三者又は事物(X)を認知する際に関係する対象者(O)への態度に影響を及ぼすことがあります。そしてこのような認知のしくみを説明した理論のことを**バランス理論**といいます。簡単に言うと**バランス理論は、好き・嫌いの関係について心の均衡を保とうとする心の働きを表した理論**です。要するに人は心理的に均衡がとれた状態を好み、意識的、無意識的にそのような状態にしようとします。

<メモ>