

発話スタイルがパーソナリティ認知に及ぼす効果^{1) 2)}

— 決めつけ型発話と会話場面の観点から —

小 川 一 美³⁾ 吉 田 俊 和

問 題

説得的コミュニケーション研究では、メッセージを構成する言語の諸特徴である言語スタイルに着目し、それらが説得に及ぼす効果を検討した研究が見られる。岡本(1985)は、語句レベル、文レベル、それらの複合、方言・アクセント、音声の特徴、発話の時系列パターンなどの様々な言語スタイルが説得に及ぼす効果を概観し、整理・検討している。それらの言語スタイルの中には、発話をする際の特徴ともいえる発話スタイルも含まれており、発話スタイルが説得に及ぼす効果を検討した研究もいくつか見られる(e.g. Jones & Davis, 1965; Lind & O'Barr, 1979)。

この発話スタイルの一つに、Rokeach (1960) が概念化した、決めつけ型 (opinionated) 発話というものがある。彼によれば、非決めつけ型発話は、単に特定の信念に対する送り手の態度だけを伝達するものである(例: I believe...)。一方、決めつけ型発話は、特定の信念に対する送り手の態度だけでなく、その意見に賛成または反対する人に対する態度も伝達する。決めつけ型発話はさらに2カテゴリーに分けられる。それは、ある信念を持っている人に対する拒絶を表明するスタイル(例: Only a simple-minded fool would think that...)と、受容を表明するスタイル(例: Any intelligent person knows that...)である。この決めつけ型発話という発話スタイルの説得効果に関して、書面呈示によるものではあるが実験的研究が行われてきた。まず、Miller & Lobe (1967) の実験は、受容・拒絶の決めつけ型発話は、送り手の受け手に対する社会的承認・否

認の手がかりとなるため、非決めつけ型に比べて説得効果が高められることを支持していた。この実験では、送り手の信憑性の高いことを決めつけ型が効果を持つための前提条件と考えている。しかし、信憑性を操作した実験では、一致した結果は得られていない (Mehrely & McCroskey, 1970; Miller & Baseheart, 1969)。また、Mehrely & McCroskey (1970) は、被説得者が話題に対して極端に負の態度を所有しているときには、決めつけ型は逆効果になることを見いだしている。

ところで、このような発話スタイルは説得場面においてのみ見られる特有なスタイルというわけではない。人は誰でも、方言やアクセントをはじめとした様々な発話スタイルを所有しており、他者と会話をするときにはそのようなスタイルが顕在化される。そして、そのスタイルは受け手の態度変容のみならず、送り手に対するパーソナリティ認知という側面にも影響を与えていると考えられる。円滑な対人コミュニケーションを進めていくためには、相手がどのような人物であるかを理解する必要がある。他者に関する様々な情報を手がかりとして、人の属性や心理過程を知る働きが対人認知である。相手がどのような人物であるかを認知する際に、発せられる情報はもちろんだが、その情報がどのような形で発せられるかという発話スタイルによる影響は大きいと考えられる。しかし、説得的コミュニケーション研究のように、発話スタイルと態度変容の関係を検討した研究が見られる一方で、発話スタイルとパーソナリティ認知の関係を検討した研究はみられない。発話スタイルがパーソナリティ認知に及ぼす影響を検討することで、対人的相互作用場面における発話というダイナミックな要因の持つ意味を明確にすることができると考えられる。なかでも、決めつけ型発話は、アクセントやスピーチ速度といった獲得された話し方の癖とは異なり、意図的に使い分けことが可能な発話スタイルである。そこで、本研究では、実際の対人相互作用場面において活用可能な発話スタイルである決めつけ型発話に着目し、決めつけ型発話がパーソナリティ認知に及ぼす影響を検討することを目的とす

1) 本研究の一部は、日本心理学会第62回大会において発表された。

2) 本研究は、名古屋大学平成9年度卒業生鈴木雅絵氏の協力を得ました。データを快く提供して下さったことも併せて、深く感謝いたします。

3) 名古屋大学大学院博士課程(後期課程)

る。

ところで、廣岡（1990）は、同じ行動であっても、その行動の背景となる場面によって、パーソナリティ特性上での判断は異なるであろうという仮説をたてた。そして、彼の実験結果はこれを支持しており、他者のパーソナリティについての認知が、行動の背景となる状況に影響されていることを指摘した。それでは、同じ発話スタイルで発話をする人であっても、状況によって認知されるパーソナリティに違いが生じるのであろうか。もしそうであるならば、決めつけ型という発話スタイルが有効に働く状況を探求することも有意義なことである。そこで、本研究では、会話場面という状況の違いが発話スタイルとパーソナリティ認知との関係にいかなる影響をもたらすかについても検討を加える。

予備実験

目 的

二者間会話場面において、決めつけ型発話者と非決めつけ型発話者に対して、観察者が抱くパーソナリティ認知の違いを検討する。

方 法

被験者 女子大学生26名

会話刺激 「天気予報」について、一方の人物が決めつけ型発話をする会話のシナリオを作成した。2人の発話量が同程度の1分30秒ほどの会話であった。会話は、女子大学生2人（A、B）であり、会話者の声の違いによる影響を考慮して、声の入れ替えを行った2つの会話セットを作成した。

質問紙 印象評定尺度20項目（大橋・三輪・平林・長戸、1973）を用い、会話者A、Bに対する印象評定を7段階で求めた。この尺度は、林（1978）によって「力本性」「個人的親しみやすさ」「社会的望ましさ」の3因子が抽出されている。

手続き 最初に、会話者の声を区別するために、異なるスピーカーから2人の声が流れてくることを説明した。そして、会話テープを聞かせ、質問紙を実施した。二つの会話セットについて13名ずつの被験者に聞かせた。

結果と考察

会話者の声による影響

会話者の声の違いによる、パーソナリティ認知への影響の有無について確認を行うため、会話者Aが決めつけ型発話者になった場合と会話者Bが決めつけ型発話者になった場合の、各3因子に対する印象得点の差の検定を行った。検定の結果から、決めつけ型発話者については、

声の違いによる印象への影響はないものと判断した（力本性： $t(24) = 0.69$, *n.s.*；個人的親しみやすさ： $t(24) = 0.03$, *n.s.*；社会的望ましさ： $t(24) = 0.45$, *n.s.*）。同様に、非決めつけ型発話者についても検定を実施した。その結果、こちらも声の違いによる印象への影響はないものと判断した（力本性： $t(24) = 0.77$, *n.s.*；個人的親しみやすさ： $t(24) = 1.88$, *n.s.*；社会的望ましさ： $t(24) = 2.04$, *n.s.*）。したがって、ここからの分析は全ての被験者をこみにして行った。

発話スタイルがパーソナリティ認知にもたらす効果

「力本性」「個人的親しみやすさ」「社会的望ましさ」の3因子それぞれの合計得点を算出し、因子ごとに発話スタイルの違いによる差の検定を行った。各印象得点の平均値と標準偏差をTable 1に示す。検定の結果、「力本性」と「個人的親しみやすさ」の次元において、発話スタイルの主効果が有意であった（力本性： $t(25) = 3.61$, $p < .001$ ；個人的親しみやすさ： $t(25) = 4.40$, $p < .001$ ；社会的望ましさ： $t(25) = 1.47$, *n.s.*）。つまり、決めつけ型発話者は非決めつけ型発話者に比べて、「力本性」得点は高く、「個人的親しみやすさ」得点は低かった。また、「社会的望ましさ」得点では、有意な差が見られなかった。以上の結果より、決めつけ型の発話スタイルの人は、力本性は高く評価されるが、親しみやすいという印象は他者に与えないことが明らかにされた。

Table 1 発話スタイルごとの各因子合計得点の平均値と標準偏差

	力 本 性	親しみやすさ	社会的望ましさ
決めつけ型	23.3 (4.63)	37.7 (7.41)	21.4 (4.40)
非決めつけ型	18.5 (4.97)	45.9 (5.92)	23.1 (3.78)

注) () 内はSD.

本 実 験

目 的

予備実験より、決めつけ型という発話スタイルは、力本性は高く認知され、親しみやすさはあまり高く認知されないという特徴が明らかにされた。しかし、予備実験では、声の違いによる影響は無いことが確認されたものの、発話内容の違いという要因の影響は確認していない。したがって、決めつけ型発話という発話スタイルがパーソナリティ認知に影響を及ぼしたのか、それとも、会話者A、Bの発話内容の違いという要因がそこに関係したのかは明らかではない。そこで、本研究では、発話内容を考慮した上で、会話シナリオを改善し、決めつけ型発話がパーソナリティ認知に及ぼす効果についてさらに詳細に検討する。

また、廣岡（1990）が指摘した、他者のパーソナリティについての認知が、行動の背景となる状況に影響されることに関連して、決めつけ型という発話スタイルについても、それを用いる状況の違いによって他者に与える印象に違いが生じることが考えられる。予備実験で用いた会話は、会話目的が明確でない消費的会話であった。日常の会話場面ではそのような消費的会話場面だけでなく、問題解決のような明確な目的のある会話場面も数多くある。問題解決場面での会話は、目標達成のための活動であるため、活動性や意欲性の次元である「力本性」次元の評価が一層重視されると思われる。したがって、決めつけ型という発話スタイルがより有効に働くと予測される。

そこで、本研究では、決めつけ型発話がパーソナリティ認知に及ぼす影響について検討を深めると同時に、消費的会話と問題解決的会話という異なる会話目的を持つ場面を用いて、決めつけ型発話が有効に働く場面の探索も行う。予備実験の結果もふまえて、以下に仮説を示す。

仮説 1. 決めつけ型発話者は「力本性」次元において、非決めつけ型発話者よりも高い得点を示すであろう。そして、「個人的親しみやすさ」次元においては、決めつけ型発話者が非決めつけ型発話者よりも、低い得点を示

すであろう。

仮説 2. 問題解決的会話場面では、決めつけ型発話の「力本性」次元の得点は、消費的会話場面のそれより高くなるであろう。

方 法

被験者 大学 1 年生から 3 年生の男子 30 名、女子 30 名。
会話刺激 一方の人物が決めつけ型発話をする会話のシナリオを、消費的会話場面と問題解決的会話場面について作成した。話題は、消費的会話場面では「先日、2 人で見た映画について」、問題解決的会話場面では「クラブ旅行の計画について」であった。2 人の発話量が同程度の 1 分 30 秒ほどの会話であった。会話は、消費的会話場面では、予備実験で会話者になった女子大学生 2 人（A, B）、問題解決的会話場面では異なる女子大学生 2 人（C, D）。既に予備実験で、会話者 A, B の声の違いによる影響はないものと判断したため、消費的会話場面では A の発話を決めつけ型にした会話と、B の発話を決めつけ型にした会話の 2 種類を用意した。Figure 1 にその例を示す。一方、問題解決的会話場面では、C の発話を決めつけ型にした会話と、D の発話を決めつけ型にした会話、そして、それぞれの声の入れ替えを行った

<A が決めつけ型発話をする会話>	<B が決めつけ型発話をする会話>
A : この前見た映画良かったね。 B : うん、評判通りだった。わたしすごく泣けてきたよ。	A : この前見た映画良かったね。 B : うん、評判通りだった。あの映画で泣かない人なんてよっぽど鈍感な人か冷たい人だけだよ。
A : うん、わたしも最後に泣けてきた。 <u>でも常識ある男の人だったら人前で泣くなんてことしないよ。</u>	A : うん、わたしも最後に泣けてきた。でも、男の人とかは泣かない人もいるんじゃない。
B : そうかなあ。	B : そうかなあ。
A : 泣くどころか寝てる人もいたよ。	A : 泣くどころか寝てる人もいたよ。
B : えー、本当。映画館は寝るところじゃないよね。	B : えー、本当。映画館に来たら普通の人は寝ないのが当たり前だよ。
A : うん。せっかく来てるんだからね。	A : うん。せっかく来てるんだからね。
B : そうそう、ちゃんと見なきゃもったいないよ。	B : そうそう、ちゃんと見なきゃもったいないよ。
A : <u>映画をあまり見ないなんて人は人生の大きな楽しみを一つ知らないよね。</u>	A : 映画はたくさん見た方がいいよね。
B : そうかもしれないね。ビデオで見ればいいっていう人は多いかもしれないけど、ビデオでは映画の良さはわからないんじゃないかなあ。	B : そうかもしれないね。 <u>ビデオで見ればいいっていう人は多いかもしれないけど、そういう人は映画というものを全く分かっていない人だね。</u>
A : でも、ビデオの方が安いっていうのも事実だよ。	A : でも、ビデオの方が安いっていうのも事実だよ。
B : うん。	B : うん。
A : <u>映画料金を下げないなんて、学生のことなんにも考えていないよ。</u>	A : 私たちみたいな学生のことを考えてもっと安くしてくれるといいね。

Figure 1 消費的会話場面のシナリオ

(注) アンダーラインの部分は、決めつけ型発話を示す。

<Cが決めつけ型発話をする会話>	<Dが決めつけ型発話をする会話>
C：どうする？冬の旅行。	C：どうする？冬の旅行。
D：スキーは？	D：スキーは？
C：いいね。 <u>冬にスキーやらないなんて、大学生じゃないもんね。</u>	C：いいね。冬はスキーの季節だもんね。
D：うん。予算は3万円だったっけ。でも、できるだけ安い方がいいよね。	D：うん。
C：うん。	C：予算は3万円だったっけ。
D：そうしたらシーズンの初めとか終わりとかが安いんじゃない？	D： <u>でも安ければ安い方がいいと誰でも思うよね。</u>
C：えー、でもそんなときに行くなんて雪の状態もなにも考えてない人たちだけだよ。	C：うん。
D：そうか、じゃあテスト終わった2月後半にしよう。	D：そうしたらシーズンの初めとか終わりとかが安いんじゃない？
C：うん。バスで行く？それともみんなで車出す？	C：えー、でも雪の状態を考えると2月までに行った方がいいんじゃない？
D：やっぱり疲れるしバスのがいいと思う。	D：そうか、じゃあテストが終わった2月後半にしよう。
C：じゃあバスで行くことにして…	C：うん。バスで行く？それともみんなで車出す？
D：あとはどこに行くかだね。	D： <u>スキーに車で行くなんて、どれだけ疲れるか考えていない無謀な人たちだけだよ。</u>
C：志賀高原は？ <u>あそこが嫌だっていう人なんているわけじゃないよ。</u>	C：じゃあバスで行くことにして…
D：そうだね、これでだいたい決まったし、後は旅行会社に任せることにする？	D：あとはどこに行くかだね。
C：そうしようか。	C：志賀高原は？いいところだよ。
D：旅行会社に任せるのがいちばん楽だよな。	D：そうだね。これでだいたい決まったし、後は旅行会社に任せることにする？
	C：そうしようか。
	D： <u>全部自分たちでやるなんて要領悪い幹事だけだよな。</u>

Figure 2 問題解決的会話場面のシナリオ

(注) アンダーラインの部分は、決めつけ型発話を示す。

会話の4種類を用意した。Figure 2にその例を示す。

実験計画 2×2×2の要因計画である。第1の要因は発話スタイルであり、決めつけ型発話と非決めつけ型発話である。第2の要因は会話場面であり、消費的会話場面と問題解決的会話場面である。第3の要因は被験者の性である。先行研究において、会話者の性別が発話行為や発話に対する認知に影響を及ぼすことが示されている(大坊, 1988; 桑原・西田・浦・榎野, 1989)。そこで、本研究では、会話者のパーソナリティを認知する際に、被験者の性別による影響が見られるかについて確認する。なお、第1および第2の要因は被験者内要因であり、第3の要因は被験者間要因である。

質問紙 予備実験で使用した、印象評定尺度20項目(大橋ら, 1973)を用い、会話者に対する印象評定を7段階で求めた。

手続き 最初に会話場面について、会話者の声を区別するために異なるスピーカーから2人の声が流れてくることを説明した。そして、消費的会話と問題解決的会話の一つずつ提示し、質問紙を実施した。また、会話の提

示順序はカウンターバランスした。

結 果

会話者の声および発話内容による影響

発話スタイルが印象に及ぼす影響を検討する前に、会話者の声および会話者の発話内容による影響の有無について確認を行った。

消費的会話場面では、Aが決めつけ型発話をする会話とBが決めつけ型発話をする会話において、決めつけ型発話者の3因子それぞれについて印象得点の差の検定を行った。その結果、「力本性」因子についてのみ有意な差が見られた($t(58)=3.74, p<.001$)。同様に、非決めつけ型発話者についても「力本性」因子についてのみ有意な差が見られた($t(58)=3.91, p<.001$)。よって、消費的会話場面において、発話内容の違いが「力本性」因子に影響を及ぼすことが示唆された。

問題解決場面では、4種類の会話が存在するため、声の違いと発話内容の違いという2要因による分散分析を、決めつけ型発話者の3因子の印象得点について実施した。

その結果、「力本性」因子についてのみ、発話内容の違いによる主効果が見られた ($F(1,58)=28.86, p<.001$)。同様に、非決めつけ型発話者についても、「力本性」因子についてのみ、発話内容の違いによる主効果が見られた ($F(1,58)=30.86, p<.001$)。したがって、会話者であるC、Dの声の違いによる影響はないと判断できるが、問題解決場面においても、発話内容の違いによって会話者の「力本性」に影響がもたらされることが示唆された。発話スタイル、会話場面、性がパーソナリティ認知にもたらす効果

「力本性」「個人的親しみやすさ」「社会的望ましさ」の3因子それぞれの合計得点を算出し、因子ごとに、発話スタイル(2)×会話場面(2)×被験者の性(2)の分散分析を行った。各得点の平均値と標準偏差をTable 2に示す。

分析の結果、3因子ともに発話スタイルの主効果が有意であった(力本性: $F(1,58)=10.32, p<.01$; 個人的親しみやすさ: $F(1,58)=32.72, p<.001$; 社会的望ましさ: $F(1,58)=19.52, p<.001$)。つまり、決めつけ型発話者は非決めつけ型発話者に比べて、「力本性」の次元での得点が高く、「個人的親しみやすさ」および「社会的望ましさ」の次元では得点が低かった。

また、3因子ともに会話場面の主効果も有意であった(力本性: $F(1,58)=28.43, p<.001$; 個人的親しみやすさ: $F(1,58)=5.08, p<.05$; 社会的望ましさ: $F(1,58)=29.36, p<.001$)。つまり、消費的会話場面では問題解決的会話場面よりも、「力本性」次元での得点が低く、「個人的親しみやすさ」および「社会的望ましさ」の次元では得点が高かった。しかしながら、被験者の性の主効果および各要因の交互作用は、いずれの因子においても見られなかった。したがって、本実験からは、会話者

Table 2 各条件ごとの各因子合計得点の平均値と標準偏差

会話場面 印象	消 費 的			問題解決的		
	力本	個親	社望	力本	個親	社望
(被験者：男性)						
決めつけ型	27.6 (3.77)	28.5 (4.99)	27.1 (3.63)	28.4 (5.05)	26.2 (5.83)	23.6 (4.92)
非決めつけ型	24.1 (3.31)	32.9 (6.02)	30.5 (4.55)	27.9 (4.31)	32.1 (4.71)	28.5 (5.37)
(被験者：女性)						
決めつけ型	27.3 (4.00)	28.1 (6.05)	28.2 (4.14)	28.6 (4.58)	27.0 (5.57)	25.1 (4.64)
非決めつけ型	25.1 (3.52)	32.8 (5.04)	31.2 (4.02)	26.7 (4.24)	32.2 (4.50)	28.9 (3.74)

注) () 内はSD.

のパーソナリティを認知する際の、被験者の性別による影響は確認されなかった。

考 察

最初に、会話者の発話内容の違いが会話者の力本性というパーソナリティ認知に影響を与えていたことについて考察する。本研究の会話刺激では、Figure 1に例示したように、出来る限り会話内容や2人の発話量に差がでないことを考慮した上で、会話シナリオを各場面2種類ずつ用意した。しかし、今回の会話シナリオからは、発話内容の違いが力本性というパーソナリティ認知に影響を与えていた原因が、どのような発話内容の違いによるものかは判断できない。したがって、発話内容の違いによる要因がどのようにパーソナリティ認知に影響を与えるかについての詳細な検討は今後の課題として残されている。

次に、仮説1を検討するため、決めつけ型発話という発話スタイルがパーソナリティ認知に及ぼす効果について考察する。決めつけ型という発話スタイルの会話者は、「力本性」は高く、「個人的親しみやすさ」および「社会的望ましさ」は低く評定された。「力本性」次元は、「自信のあるー自信のない」、「消極的なー積極的な」といった項目から構成されており、活動性と意志の強さが一体となった次元である。決めつけ型発話は自分の意見を伝達するだけでなく、その意見に賛成あるいは反対する人に対する自分の態度も伝達するという特徴を持っている。こうした特徴から、決めつけ型発話者に対する自信の強さや積極性が高く評定されたと考えられる。したがって、仮説1は支持されたといえよう。

また、「個人的親しみやすさ」は「親しみにくいー親しみやすい」「感じのよいー感じの悪い」「かわいらしいーにくらしい」といった項目から構成されており、「社会的望ましさ」は「無分別なー分別のある」「軽薄なー重厚な」といった項目から構成されている。決めつけ型発話者は、先に述べた特徴の他に、他者の意見を認める用意のない発言をするという特徴もある(例:「○○な人なんているわけないよ」、「常識のある人なら誰でも〜」)。説得的コミュニケーション研究では、説得への抵抗を問題にし、抵抗現象を特有のプロセスとして解明しようとしたリアクタンス理論(Brehm, 1966)からのアプローチがある。リアクタンス理論によれば、行動の自由が脅かされたときには、その自由を回復しようとする動機づけの状態、すなわちリアクタンスが喚起される。Brehm (1966)は、態度の自由→自由への脅威→リアクタンスの喚起→説得への抵抗という図式を仮定した。しかし、その後の研究で、この図式にはコミュニケーション

の評価の低減といったプロセスを組み入れる必要があることが明らかにされている（上野・小川，1983；上野，1984；上野，1986）。このことから，本研究で取りあげた決めつけ型という発話は，他者の意見を認める用意のない発話であり，受け手に自由への脅威を感じさせると予測できる。そして，受け手は自由への脅威を感じると同時に，コミュニケーターに対する評価が低減され，リアクタンスが喚起される。したがって，このような話者に対して，自信の強さや積極性を感じる一方で，抵抗感や不適切さを感じ，親しみやすさや望ましさを低く評定したと解釈することができる。

ところで，どの次元においても，会話場面の主効果は有意であったが，発話スタイルと会話場面の交互作用はみられなかった。つまり，仮説2は支持されなかった。しかし，本研究の結果をもって，決めつけ型発話は，いかなる目的の会話場面においても同様の効果を発揮すると短絡的に結論づけることはできない。なぜなら，廣岡（1990）は，同じ行動でも状況の違いによってパーソナリティ認知が異なることを指摘している。廣岡（1990）は，認知者にその場に参加していることを想定させて行為者のパーソナリティ認知を行っているが，本研究では観察者として会話を聞かせ，発話者に対するパーソナリティ認知を行った。よって，本研究では，当事者としてではなく，いわば傍観者としての立場から会話者の印象を評定させたため，二つの会話場面の区別を明確にさせることが出来なかったという可能性も考えられる。会話に関する先行研究の中には，会話者と観察者という立場の違いに着目した研究がある（Monahan, 1995；Warner, 1992）。つまり，会話に参加している会話者とそれを聞いている観察者では，もう一方の会話者に対して抱く対人認知や印象，そして会話に対する判断の違いが生じてくるという研究である。小川（1998a，1998b）は，会話者と観察者とでは発話のつりあいと抱く印象の係に異なる特徴が見られることを示し，印象を抱く主体の違いがもたらす影響について検討することの重要性を唱えた。したがって，仮説2が支持されなかった原因として，このような実験手続きに問題があったことも考えられる。発話スタイルの有効性を唱えるためにも，会話場面という状況要因を取りあげて検討していくことは，今後の重要な課題であると思われる。

最後に，本研究では，決めつけ型発話者と非決めつけ型発話者のペアによる会話を用いて，決めつけ型発話がパーソナリティ認知に及ぼす影響について検討した。しかし，実際には決めつけ型発話者同士の会話や，非決めつけ型発話者同士の会話も存在する。したがって，本研究の結果には，決めつけ型発話者と非決めつけ型発話者

との比較の要因が含まれていたことを付記しておく。

引用文献

- Brehm, J.W. 1966 *A theory of psychological reactance*. New York : Academic press.
- 大坊郁夫 1988 対人コミュニケーションの認知的研究－質問紙による感情価の検討－ 山形大学紀要（教育科学），9(3), 333-350.
- 林文俊 1987 対人認知構造の基本次元についての一考察 名古屋大学教育学部紀要（教育心理学科），25, 233-247.
- 廣岡秀一 1990 パーソナリティ認知に及ぼす対人場面の効果－対人的コミュニケーション場面における検討－ 愛知淑徳短期大学研究紀要，29, 75-90.
- Jones, E. E. & Davis, K.E. 1965 From acts to dispositions: the attribution process in person perception. In Berkowitz, L. (Ed.) *Advances in experimental social Psychology*, Vol. 2. Academic Press.
- 桑原尚史・西田公昭・浦光博・榎野潤 1989 社会的文脈における会話処理過程の検討 心理学研究，60(3), 163-169.
- Lind, E. A. & O'Barr, W.M. 1979 The social significance of speech in the courtroom. In Giles, H. & St Clair, R.N. (Eds.) *Language and Social Psychology*. Oxford, Basil Blackwell.
- Mehrley, R. S. & McCroskey, J.C. 1970 Opinionated statements and attitude intensity as predictors of attitude change and source credibility. *Speech Monographs*, 37, 47-52.
- Miller, G. R. & Baseheart, J. 1969 Source trustworthiness, opinionated statements and response to persuasive communication. *Speech Monographs*, 36, 1-7.
- Miller, G. R. & Lobe, J. 1967 Opinionated language, open- and closed- mindedness and response to persuasive communications. *Journal of Communication*, 17, 333-341.
- Monahan, J. L. 1995 Information processing differences of conversational participants and observers: the effects of self-presentation concerns and cognitive load. *Communication Monographs*, 62, 265-281.

- 小川一美 1998a 初対面時の二者間会話において会話が抱く印象－発話のつりあいの観点から－ 日本社会心理学会第39回大会大会論文集, 146-147.
- 小川一美 1998b 初対面時の二者間会話に対して観察者が抱く印象－発話のつりあいの観点から－ 日本グループ・ダイナミックス学会第46回大会大会論文集, 110-111.
- 大橋正夫・三輪弘道・平林進・長戸啓子 1973 写真による印象形成の研究(2)－印象評定のための尺度項目の選定－ 名古屋大学教育学部紀要(教育心理学科), 20, 93-102.
- 岡本真一郎 1985 言語的スタイルが説得に及ぼす効果 実験社会心理学研究, 25(1), 65-76.
- Rokeach, M. 1960 *The open and closed mind*. New York, Basic Books.
- 上野徳美・小川一夫 1983 自由の脅威と意見表明が説得への抵抗に及ぼす効果－反復説得事態におけるリアクタンス効果について－ 心理学研究, 54(5), 300-306.
- 上野徳美 1984 説得の反復と自由の脅威が説得への抵抗に及ぼす効果 実験社会心理学研究, 23(2), 147-152.
- 上野徳美 1986 自由への脅威と受け手の独自性がリアクタンス現象に及ぼす効果 心理学研究, 57(4), 228-234.
- Warner, R. M. 1992 Speaker, partner and observer evaluations of affect during social interaction as a function of interaction tempo. *Journal of language and social psychology*, 11(4), 253-266.

(1998年9月16日 受稿)

ABSTRACT

The Effects of Statement Style on Personality Cognition : An Examination of Opinionated Statements and Conversational Situations.

Kazumi OGAWA and Toshikazu YOSHIDA

The purpose of this study was to examine the effect of opinionated statements and conversational situations on personality cognition. Subjects were 60 undergraduates (half were male and half were female), who were administered two versions of audial stimuli, i.e. conversational situations, on which they were asked to rate the personality of speakers. The conversation stimuli were made by the speaker using opinionated statements and the other using non-opinionated statements. Furthermore, two variations of the conversational situation were given : a routine chatting conversation, and a goal-oriented conversation.

The major findings were as follows : (1) subjects rated the speaker using opinionated statements high on both activeness and social desirability dimensions of personality, and low on the affability dimension ; (2) a main effect of conversational situation on personality cognition was seen, but the interaction of statement style and conversational situation was not significant. This result did not confirm the hypothesis that the speaker using opinionated statements would be perceived to be more activeness in the goal-oriented situation, relative to the routine chatting situation.

Several suggestion were made as directives for further research on social interaction process involving conversation style and situations.