

ボディ・ランゲージが会話者および会話に対する

他者の印象評価へ与える影響

～発話内容と発話量差の印象評価と非対面時に着目して～

経営学部経営学科
中野ゼミナール4年 藤田 健輔

<目次>

1. はじめに
2. ボディ・ランゲージについて
 - i. ボディ・ランゲージの定義
 - ii. ボディ・ランゲージの機能 -自己指向的機能と他者指向的機能-
 - iii. 対面状況と非対面状況
3. コミュニケーションにおける非言語行動（ボディ・ランゲージ）
 - i. コミュニケーションにおけるボディ・ランゲージの効果
 - ii. 第三者へ影響を与えるボディ・ランゲージ
 - iii. 発話量
 - iv. 話題内容によって異なる第三者の印象形成
4. 仮説導出と調査設計
 - i. 仮説 1 の導出
 - ii. 仮説 2 の導出
 - iii. 仮説 3 の導出
 - iv. 調査設計
5. 検証と考察
 - i. 仮説の検証
 - ii. 検証結果
 - iii. 考察
6. おわりに
 - i. まとめ
 - ii. 今後の展望
 - iii. 本研究の限界
7. 参考文献

1. はじめに

近年の SNS 普及をうけ、若者における対面でのコミュニケーションの希薄化が増してきたのは想像に難くない。村上（2018）は、常に利便性の高い LINE というコミュニケーションツールの登場によって、いざ対面コミュニケーションを取ろうとしても苦手感が現れると示している。若者言葉も相まって、どうも世代間対話がうまくいっていないように思える（電通報）。時代の流れからか、今や世代間のコミュニケーションが上手くいっていない事例も数多く散見される。

こうした背景から、非対面でのコミュニケーションの場が増えた現代の若者において対面でのコミュニケーションは当面の課題である。また、筆者は就職活動を通して自分の考えや意見をうまく伝えられない就活生を数多く見てきた。そのような人に限って身振りをせず凝り固まってしまっていることが多かったように思える。無意識のうちに表出していた身振り手振りが面接官と会話するにあたって自身の気持ちや考えをうまく伝えるためのツールだったのではないかと考えた。このような観点に立って、本研究では、非言語行動（本研究ではボディ・ランゲージとする）にクローズアップしていきたい。

ボディ・ランゲージについてはこれまで多くの論文で議論がなされてきた。非言語行動は対人コミュニケーションにおいて重要な要因である（大坊 1998）。親密さの表出（大坊, 1990; 和田 1996）だけにとどまらず、話し手に対する対人印象（磯ら 2003）、社会的スキルや関係継続動機との関連（木村ら 2004）、会話満足度との関連（木村ら 2010）などが報告されており、その他にも枚挙に暇がない。日常生活の 90 パーセント以上が非言語コミュニケーションで成立している（中村 1996）という研究結果があるように、挨拶ひとつとってもボディ・ランゲージによって成り立っている。

また、対人コミュニケーション分野にとどまらず、近年の認知科学では荒川・西尾（2007）が非言語行動の抑制が課題のパフォーマンスを阻害するなど、以前から身体的動作と思考との関連を指摘する研究は散見される（藤原ら 2010）。そして社会学の分野では、Amy Cuddy（2012）によると、体（行動）は心を変えうるという研究結果も見出されている。学生を対象とした研究で、これまで自分に自信をもてなかった人が、授業中における挙手などのボディ・ランゲージをわざと大きくすることで（無理矢理にでもフリをしているうちに）自分に自信をもてるようになるというのだ。

このように様々な分野を越えてボディ・ランゲージは研究対象となっているのであるが、筆者が就職活動を通して感じたボディ・ランゲージの可能性を解明するには及ばない。これまで発表されてきたボディ・ランゲージによる対人コミュニケーションの研究において、2 者間や 3 者間、組織間を測った研究や第三者視点のものであっても、ボディ・ランゲージを表出している人への印象評価や対面時（顔が見えている状況）のもののみにとどまっている。

そこで、本研究ではボディ・ランゲージを表出している人の会話ないし発話内容に対しての印象評価、そして非対面時におけるボディ・ランゲージの効果について検討し、明らかにしていきたい。

2. ボディ・ランゲージについて

2 - i. ボディ・ランゲージの定義

デジタル大辞泉によると、ボディ・ランゲージとは音声によらず身振りや手まね、顔の表情などで相手に意思を伝えること。また、その方法。身体言語と定義されている。同義語として非言語行動、ノンバーバル・コミュニケーション、身振りなどがある。この定義からは、ただ相手へ自分の意思を伝えるための行動ないし方法のように感じられるが、ボディ・ランゲージには様々な意味や意義があるのだ。

たとえば、身振りは、言語化が難しい概念でも表現しやすい利点をもつ（大神 2009）。といった点や、話し手が会話に関与している度合いは様々な言語・非言語的手がかりを用いて総合的に判断されると示している（後藤ら 2003）。つまり、ボディ・ランゲージは人がどれだけコミュニケーションをとろうとしているかの指標となり得るのである。

これまで様々な研究が行われており、各研究によってはボディ・ランゲージに対する表現が多様であるため、本研究で取り上げるボディ・ランゲージ（身振りや手振り、笑顔等の表情、相槌、抑揚）はその効果が多くの論文によって証明されている。そのため本研究では、非言語行動、ジェスチャー、身振りや発話に伴う手の動き、相槌や頷き、笑顔、抑揚、発話量もボディ・ランゲージに統一して進めていきたい。

2 - ii. ボディ・ランゲージの機能 -自己指向的機能と他者指向的機能-

ボディ・ランゲージには2つの機能があるとされている。1つは自己指向的機能で、もう1つは他者指向的機能である。大神（2009）によると、自己指向的機能とは、話し手の発話生成を促進する機能でイメージの検討や言葉の選択を促すのに役立つ認知的機能である。そしてもう一方の他者指向的機能とは、聞き手の理解を助けるための機能で、社会的機能ともいわれている。

つまり、話し手にとって言語化や表現のしにくい概念、または話し手の語彙力の手助けをする機能が自己指向的機能であり、話し手が話している内容や言葉の意味を、聞き手に分かりやすく解釈させるのに役立つ機能を他者指向的機能である。また濱本（2015）によると、特に両手の動きは言語理解と密接な関係があると指摘されており、大神（2009）によると、身振りをなんらかの形で排除した説明は聞き手に分かりにくくなることが指摘されている。

ボディ・ランゲージの制限による他者指向的機能の低下を取り上げたが、話し手の発話に対する影響、つまり自己指向的機能にも負の影響が認められている。例えば、非流暢性

が増したり（大神 2009）、ことばの生成（語彙検索）やその概念、イメージの構成がしにくくなる（大神 2009）といった点である。以上から推察できる通り、ボディ・ランゲージは会話内容ないし発話内容分かりやすさに直結しており、話し手の語彙生成に関与していることから対人コミュニケーションにおいてとても重要な役割を果たしているといえる。

しかし濱本（2015）によると、実際のところ話し手のジェスチャーは聞き手の発話内容理解にはほとんど貢献しないという研究報告があるように、先に紹介してきた研究結果とは矛盾している研究も存在する。それぞれの調査内容が同じではないことからこういった結果が見出されたのであろうが、いまだに研究の余地があると考えられる。

2 -iii. 対面状況と非対面状況

この節では、非対面時におけるボディ・ランゲージの有用性について触れていきたい。Web上で度々散見される、通話におけるボディ・ランゲージの有用性について信憑性が薄いと筆者が感じたことがある。通話時にボディ・ランゲージを表出している場面を企業のコマーシャル（以下CM）などで見たとき、そのCMないし、ボディ・ランゲージを表出している調査協力者に対して、熱意や誠実さなどのポジティブな感情が想起された経験が筆者にはあった。しかし、これまで状況や課題のことなる様々な対面/非対面パラダイムによる検討が行われてきたが、非対面状況のみでの印象形成についての学術的な研究成果、つまり非対面時におけるボディ・ランゲージの有無に対する印象評価は前例がなく、Webに掲載されている個人のブログやコラムにとどまっていたことが、このテーマにクローズアップした理由である。

大神（2009）は、聞き手の存在感が感じられない状況では、身振り頻度が減少する傾向が見られたと示している。対面時に比べ非対面時では、話し手のボディ・ランゲージの表出量が減るという研究結果である。この研究結果から、ボディ・ランゲージの表出頻度の減少を受け、先の節で触れた話し手の語彙力向上に役立つ自己指向的機能の効果が薄れている可能性が考えられる。また大神（2009）によると、身振り頻度を従属変数とした対面/非対面状況間の比較の結果が視覚的な情報伝達の可能性のみからだけでは解釈できないとも示している。つまり視覚的要因のみではボディ・ランゲージの有用性は語れないのである。つまり非対面時においてもボディ・ランゲージを表出することに意味があり、自己指向的機能の向上によって話し手の語彙生成効果が高まれば聞き手の理解度も高まると考えられる。

3. 対人コミュニケーションにおけるボディ・ランゲージ

3 - i. コミュニケーションにおけるボディ・ランゲージの効果

ここまで、ボディ・ランゲージにおける自己指向的機能と他者指向的機能を説明してきた。しかしこの2つの機能による語彙力の向上や会話内容が分かりやすくなるといった利

点だけでなく、違った視点から様々な意義があると他の研究から示唆されている。その1つが、話し手に対する聞き手の印象評価が向上するといった点である。1章の「はじめに」でも触れてきたが、親密さの表出（大坊, 1990; 和田 1996）や会話満足度との関連（木村ら 2010）など、人に対する印象評価を高めるといった結果が様々な研究で報告されている。メラビアンの法則では、話し手が聞き手に与える影響のうち視覚情報が 55 パーセント、聴覚情報が 38 パーセント、言語情報が 7 パーセントとされており、非言語情報が 93 パーセントを占めている。また、第一印象は出会って最初の 3~5 秒で決まると言われている。ボディ・ランゲージが聞き手の印象評価を向上させるのは至極当然であり、初対面の相手なら尚更である。

さらに、2 者間のみならず 3 者間のボディ・ランゲージ表出者における話し手の印象評価や、議論の様子を第三者に観察させボディ・ランゲージ表出者に対する印象評価の研究も数多く行われており、対人コミュニケーションにおける様々な状況下でボディ・ランゲージの有用性は実証されてきた。藤原（1986）は正装した話し手を教壇に立たせカメラに向かって話している様子をビデオカメラで撮影し、ハンドジェスチャーの有無の 2 パターンで比較し調査対象者に視聴させた結果、ハンドジェスチャーを用いたほうがより知的な人物と判断されることを明らかにした。また、藤原（1986）は、ボディ・ランゲージは送り手についての印象や信憑性に効果をもたらすことが解明されていると示している。

そして、中村（1996）によると、言語以外の媒体による表情・身振り・声の調子を非言語コミュニケーションと表し、日常生活の 90 パーセント以上が非言語コミュニケーションで成立しているという。どの研究結果もコミュニケーションにおけるボディ・ランゲージの重要性を裏付けており、対人関係を良好に保つ重要な要素の一つであり、人々の生活には欠かせないものということ分かる。

3 - ii. 第三者による印象評価に影響を与えるボディ・ランゲージ

ボディ・ランゲージを表出している話し手に対する第三者による印象評価は様々な研究結果が報告されている。例えば、話し手が会話にどれだけ関与しているかの度合いは様々な非言語的手がかりから総合的に判断される。そして言語・非言語的表出性の高い人は会話関与度をより高く見積もられる傾向にある（後藤ら 2003）。頷きを多く表出する人物は傾聴のサイン、社会的強化として作用し、第三者から好意的に評価される（八重樫ら 2012）や、ボディ・ランゲージの表出が好意度の評定に有意に正の影響を与えた（藤原ら 2011）といったように、ボディ・ランゲージを表出する人物は第三者に好意的に受け止められることが明らかになっている。後藤ら（2003）は、評定者は会話中のボディ・ランゲージに注目することでどの程度会話を「まとめよう」としているのかを推測していると考えられると示している。つまり、会話を観察している第三者の目からは、ボディ・ランゲージを多く表出している人に対してその場を「まとめよう」としているように見えるのである。つまりボディ・ランゲージを表出することは第三者からの評価を受けやすいことを示して

いる。

3 - iii. 発話量

ボディ・ランゲージとは身体の動きだけにはとどまらず、どれだけ発話しているかという発話量もそれに含まれる。実際に発話量についてクローズアップした研究も存在する。例を2つあげると、磯ら（2003）によると、発話量が多いほど外交的で、討論条件においてはしっかりしているという印象を与え、親密条件においては話しやすい、話しが上手いという印象を与えると示している。さらに、発話量の均衡状態は2者間の会話に対する印象において、第三者は会話に対する印象に快印象を与える可能性が見出された（小川 2003）。つまり人はよく話す人物に対して好感を持つのである。

しかし後者の研究において、発話の非均衡の条件は設けられておらずその状況下における発話量の効果は不鮮明である。また、この研究結果における重要なポイントは「会話者」における印象評価ではなく、「会話」に対する印象評価において快印象を生じさせたことである。つまり調査対象者は少なからず会話内容を理解した上で評価をしているということになる。あくまで今までの研究はボディ・ランゲージ表出者に対する評価のみにクローズアップしてきたが、その評価に会話内容も関与していることが明らかになったのである。

3 - iv. 話題内容によって異なる第三者の印象形成

会話中に表出されるボディ・ランゲージは、その話題によって表出者に対する印象評価が異なると示している研究結果がある。磯ら（2003）によると、ボディ・ランゲージを表出する調査協力者3名による議論において印象評価を行ったところ、話題やその形式によってその人のボディ・ランゲージに対する印象評価が異なると示している。顔きは、討論条件で会話満足度や好印象との関連を示し、笑顔は親密条件で好印象をもたらすが討論条件では会話満足度を低めてしまうことが見出された。この研究結果によって、対人コミュニケーション全般において有効であるように思えたボディ・ランゲージであったが、話題ないし会話の状況下によって聞き手の印象は良くも悪くもなることが示された。

しかし磯（2001）によると、発話内容よりも音声からの影響の方が、また音声よりも顔面の表情の方が対人評価に影響を与えると指摘している。つまり内容は対人評価に影響を与える度合いとしては低いとされており、様々な研究を照らし合わせても一貫性は見られない。

4. 仮説導出と調査設計

4 - i. 仮説1の導出

ここからは、仮説の導出と仮説を提示していきたい。まず、ボディ・ランゲージを表出する際の、会話内容ないし発話内容への評価に関する仮説を立てたい。藤原（1986）は、

ハンドジェスチャーの有無の 2 パターンで比較した結果、ハンドジェスチャーを用いたほうがより知的な人物と判断されるとともに、話し手についての印象や信憑性に効果をもたらすことが解明されていると示している。つまり、ボディ・ランゲージによって話し手の信憑性と知性を聞き手に伝達させることができ、話し手に説得力をもたせることができると考えられる。また、大神（2009）はボディ・ランゲージの機能である他者指向的機能は話し手の発話内容における聞き手の理解を向上させる効果があると述べている。次に、ボディ・ランゲージの基本的な機能である親密さの表出（大坊, 1990; 和田 1996）は、その場の会話を気取らずくだけたものにする機能があることを指摘している。つまり、ボディ・ランゲージは場の緩和機能があることを述べている。後藤ら（2003）や藤原ら（2011）、八重樫ら（2012）はボディ・ランゲージを使用した方が、話し手の評価を上げることが明らかになっている。磯ら（2003）によれば、親近感を持たせ、会話の雰囲気をもたせる効果を持つボディ・ランゲージを使用しながらのコミュニケーションは、好適な評価を得ていることを明らかにした。また、これら研究はあくまで人に対する印象評価であり、筆者が考える会話内容への印象評価ではない。

小川（2003）によると、発話量の均衡状態は 2 者間の会話に対する印象において、第三者は会話に対する印象に快印象を与える可能性が見出された。仮説 1 の調査は台本の文量を等しくしているため会話に対する印象評価を高めることができると考えられる。これらのことから以下の仮説 1 が立てられる。

仮説 1 ボディ・ランゲージは、話し手の印象評価だけでなく会話内容ないし発話内容に対して聞き手にポジティブ感情を想起させる

4 - ii . 仮説 2 の導出

次に、発話量とボディ・ランゲージの比較に関する仮説の導出を行いたい。仮説 1 で触れた通り、（大坊, 1990; 和田 1996）、後藤ら（2003）、藤原ら（2011）、八重樫ら（2012）、磯ら（2003）によって対人評価におけるボディ・ランゲージの有効性は示されている。さらに磯（2001）によると、発話内容よりも音声や顔面の表情の方といったボディ・ランゲージの方が対人評価に影響を与えると指摘している。つまり、どれだけ発話量を多くし内容について語っていたとしてもボディ・ランゲージを表出している方が聞き手の評価が高くなるのではないかと考えられる。

また後藤ら（2003）によると、言語、非言語的表出性の高い人は会話関与度をより高く見積もる傾向があると示している。発話量とボディ・ランゲージの表出量が両方多い人物は第三者からの評価が高いのである。しかしこの研究は発話量とボディ・ランゲージ共に表出量が高い人物に対しての印象評価でそれぞれの比較は行われておらず、どちらがより第三者に影響を及ぼすのか不鮮明である。これらのことから以下の仮説 2 が立てられる。

仮説 2 ボディ・ランゲージが多く発話量が少ないほうが、発話量が多くボディ・ランゲージが少ないほうより、第三者の印象評価は高まる

4 -iii. 仮説 3 の導出

次に、非対面時におけるボディ・ランゲージに関する仮説の導出を行いたい。大神(2009)は、聞き手の存在感が感じられない状況では、身振り頻度が減少する傾向が見られたと示している。対面時に比べ非対面時では、話し手のボディ・ランゲージの表出量が減るといいう研究結果である。この研究結果から、ボディ・ランゲージの表出頻度の減少を受け、先の節で触れた話し手の語彙力向上に役立つ自己指向的機能の効果が薄れている可能性が考えられる。つまり、非対面時にボディ・ランゲージを表出することによって、自己指向的機能が効果的に発揮され、聞き手の理解度に正の影響を与えうるのではないかと考えられる。非対面時におけるボディ・ランゲージの有無の比較はこれまで行われてこなかった。また、先の仮説 1、2 でも述べたが後藤ら(2003)や藤原ら(2011)、八重樫ら(2012)では、ボディ・ランゲージの表出は話し手に対する聞き手の印象評価を向上させることが示されている。これらのことから以下の仮説 3 が立てられる。

仮説 3 非対面時におけるボディ・ランゲージの表出は、表出しないものに比べ、聞き手にポジティブ感情を想起させる

4 -iv. 調査概要

今回の調査で使用する質問項目の操作チェックとして、2018年12月15日～17日の3日間にわたり、大学1～4年生60名(男;30、女;30)を対象にGoogleフォームでアンケートを作成した後、URLをLINEで拡散し回答してもらった。なお本研究の仮説における調査対象者には、動画と録音した音声を視聴させるため、音声と動画の調査協力者2名と知り合い同士の場合バイアスが生ずると考えられる。そのため、調査は音声ないし動画の調査協力者との親密度を測る尺度を用いて、調査協力者に対して先入観を持たず親しくない人物を調査対象者とする。

本研究の調査において、2種類の動画を使用する。1つは調査協力者2人の発話量が均衡している状況、2つは発話量とボディ・ランゲージの表出量のどちらかが多い状況である。前者(図表1)を仮説1と仮説3で使用し、後者(図表2)を仮説2で使用する。動画における調査協力者の2人には、著者自身が独自に作成した台本(図表1、2)を読み上げてもらい、ある議題について対照的な意見を持って交互に議論を行う。また台本の文を忠実に読み上げさせるわけではなく、主張者にとって他に適切な表現があれば適宜その場で直させ議論させることにした。

図表 1 仮説 1 に使用した台本

<p>卒業論文「ボディ・ランゲージによる他者の印象評価」 ～日本国内におけるマリファナの合法化について～の台本</p> <p>※学生におけるマリファナ合法化の賛否について定性調査をおこなう。</p> <p>これからお二人には、「国内におけるマリファナの合法化」についての議論を行っていただきます。</p> <p>調査の内容としては、賛成派のマイノリティ役（少数派）、反対派のマジョリティ役（多数派）に分かれて議論し、どちらの意見に賛同できるかを視聴者に批評していただきます。</p> <p>その中で、賛同しづらいマイノリティ役の意見をボディ・ランゲージによって賛同数を増やせるかどうか、という調査を行います。</p> <p>マイノリティ役は積極的に身振り手振りをして相手に自身の考えを伝えてください。マジョリティ役は一切身振り手振りをせず、手を膝の上のせ議論してください。</p> <p>(司会)</p> <p>・それでは今から、「日本国内におけるマリファナの合法化」についての議論を行っていただきます。 では賛成派の方から、よろしくお願いします。</p> <p>(多数派・少数派)</p> <p>・よろしくお願いします。</p> <p>(少数派)</p> <p>・私は、マリファナの合法化に賛成です。大きな理由は、海外での合法化の進展です。いまや世界 30 カ国、 以上で合法化がなされており、最近カナダでの合法化がニュースになったのはまだ記憶に新しい。私にとって は、お酒やタバコを嗜好品として認可されているのに対しマリファナは許されていない現状に基だ疑問です。 合法化することで国家の利益にだってなりますし、防げる犯罪だってあると思います。これから日本でのオリ ンピックも開催されますし、日本もワールドワイドにやっていくべきだと考えます。</p> <p>(多数派)</p> <p>・なるほど、ありがとうございました。しかし私は、合法化については反対です。A さんのおっしゃっている、 海外での合法化は、前から国内でマリファナの使用者が蔓延していて、完全には取り締まることができな かったためです。それに世界 30 カ国といっても、アメリカではいまだに半分以上の州が禁止していますし、 マリファナはあくまで大麻ですから、依存性もあるでしょう。ワールドワイドといって日本でマリファナの合 法化を認めてしまうことは、日本国内で大麻使用者が蔓延してしまうことでもあるのですから、私は反対です。</p>

筆者作成

図表 2 仮説 2 に使用した台本

卒業論文「ボディ・ランゲージによる他者の印象評価」
～日本国内におけるマリファナの合法化について～の台本

※学生におけるマリファナ合法化の賛否について定性調査をおこなう。

これからお二人には、「国内におけるマリファナの合法化」についての議論を行っていただきます。

調査の内容としては、賛成派のマイノリティ役（少数派）、反対派のマジョリティ役（多数派）に分かれて議論し、どちらの意見に賛同できるかを観覧者に批評していただきます。

その中で、賛同しづらいマイノリティ役の意見をボディ・ランゲージによって賛同数を増やせるかどうか、という調査を行います。

尚仮説2「発話多いVSボディ・ランゲージ多い」の調査を行うため文章に差がありますがご了承ください。

マイノリティ役は積極的に身振り手振りをして相手に自身の考えを伝えてください。マジョリティ役は一切身振り手振りをせず、手を腰の上のせ議論してください。

(司会)

- それでは今から、「日本国内におけるマリファナの合法化」についての議論を行っていただきます。
- では賛成派の方から、よろしくお願いします。

(多数派・少数派)

- よろしくをお願いします。

(少数派)

- 私は、マリファナの合法化に賛成です。大きな理由は、海外での合法化の進展です。いまや世界30ヵ国以上で合法化がなされており、最近カナダでの合法化がニュースになったのはまだ記憶に新しい。日本もワールドワイドにやっていくべきだと考えます。

(多数派)

- なるほど、ありがとうございます。私は、合法化については反対です。Aさんのおっしゃっている海外での合法化は、前から国内でマリファナの使用者が蔓延していて、完全には取り締まることができなかったためです。それに世界30ヵ国といっても、アメリカではいまだに半分以上の州が禁止していますし、マリファナはあくまで大麻ですから、依存性もあるでしょう。ワールドワイドといって日本でマリファナの合法化を認めてしまうことは、日本国内で大麻使用者が蔓延してしまうことでもあるのですから、私は反対です。

(少数派)

- なるほど、マリファナはあくまで薬物の一種であるから、許されないということですね。Bさんのお話で、取り締まりという話題が出ましたが、取り締まらず国で合法化し、税金として国家の財源にしたという背景があります。依存性に関してはお酒やタバコよりも低いという研究もありますし懸念点でないと考えます。

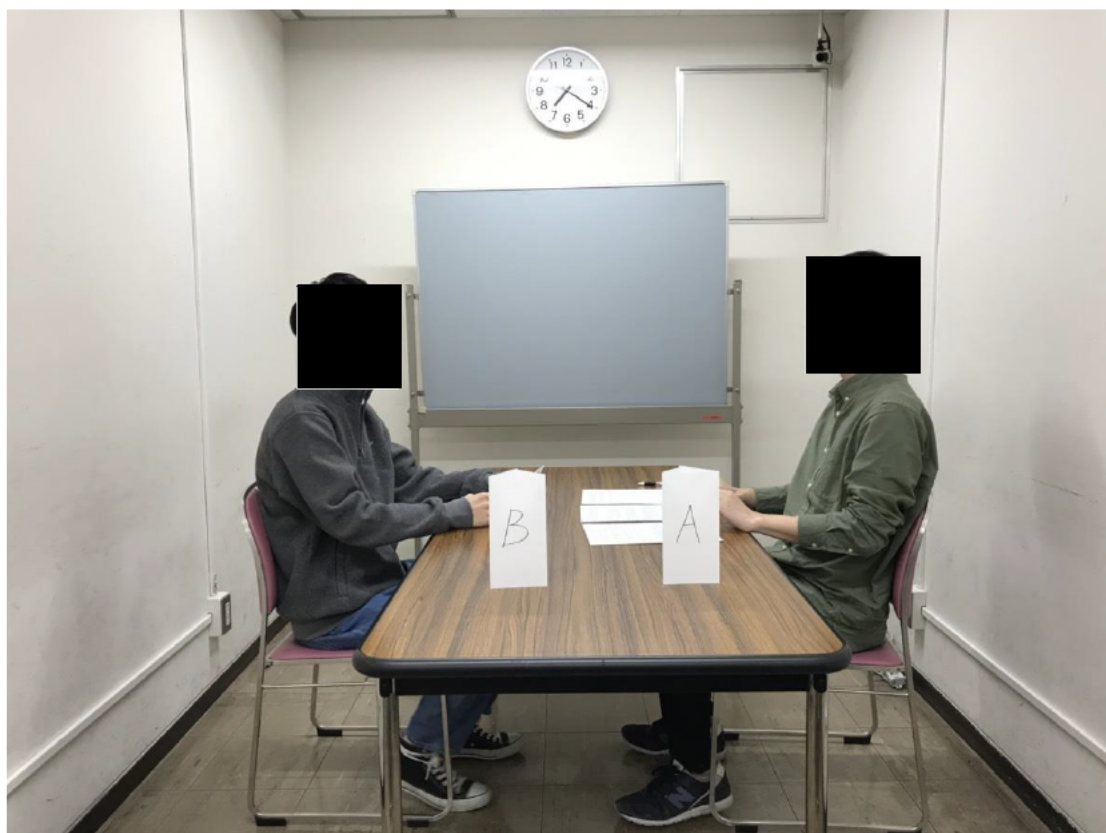
筆者作成

あらかじめ台本を用意し、内容を適宜直させた理由は以下の2点である。本研究の調査には2名の人物に登場してもらい、ボディ・ランゲージを表出する役としない役に分けた際、①その人の話のうまさが調査結果に影響させないため②ボディ・ランゲージを表出することで発揮される自己指向的機能を妨げないためである。

そして録音声においては、仮説1で使用した録画面を隠し、LINEのグループ通話に模して視覚からの印象を排除し、どちらに快印象を受けたかについて比較を行いたい。また、ボディ・ランゲージはすべて調査協力者に依拠し、操作を行わない。なお、調査対象者が台本に集中してしまいボディ・ランゲージを見る時間に差異がないよう台本は調査対象者には見せずに行う。動画内での議論の議題は「日本国内におけるマリファナの合法化について」とした。Pearce (1971; 藤原 1986) の文献での調査においてマリファナが議題として用いられていた背景から、時事的にも現代の若者の興味・関心をそそる議題であり、退

屈せず話に入り込みやすいと考えたためである。

図表 3 実験場面の録画画像



筆者作成

議論において賛成派と反対派を設け、2018年12月10日～12日の3日間にわたり、大学生10名（男；5、女；5）を対象にGoogleフォームでアンケートを作成した後、URLをLINEで拡散し回答させた事前の定性調査を行い、議題に対して反対派が多く視られた結果から反対派を多数派（マジョリティ）、賛成派を少数派（マイノリティ）とし、動画を見せた後どちらの会話や主張に賛同できたか、またどちらに快印象をうけたかについて検証していきたい（図表3）。

また特定人物におけるボディ・ランゲージの有無の比較ではなく、2名の対話におけるボディ・ランゲージの有無で比較を行った理由は以下の2点ある。ボディ・ランゲージによる印象評価において参考にしてきた磯ら（2003）や松田ら（2008）の文献での調査において、①複数人による会話場面におけるボディ・ランゲージを表出している人たちそれぞれに対しての印象評価を、第三者が尺度を用いて数値化し評価するものであったため②ボディ・ランゲージにおける既存の研究において人と人の比較が行われていなかったからの2点である。

使用する尺度は以下の6つとする。①調査協力者に対する知り合い度を測る1項目（八重樫ら2011）②調査協力者2名に対する印象評定の5項目「感じの良い-悪い」「内向的な

-外交的な」「しっかりとした-たよりない」「話しやすい-話しにくい」「話しが上手い-下手な」(八重樫ら 2011) (図表 4) ③会話を介した人物についての印象評価の 3 項目「協力的に会話が進んだ、会話はしにくいものだった、相互に興味を持って会話できた」(磯ら 2003) ④発話量の認知に関する 1 項目「開示」(会話者 A と B ではどちらのほうがより多くの意見や考えについて話していたと思うか) (磯ら 2003) (図表 5) ⑤調査協力者 2 名に対する会話行動評価の 3 項目「会話を上手く調節していた[調節]、好意的に話していた[好意]、興味をもって話していた[興味]」(磯ら 2003) (図表 5) ⑥会話に対する印象尺度の 16 項目「テンポの良い-悪い」「魅力のある-ない」「打ち解けあった-ぎくしゃくした」など (小川 2000) (図表 6) を採用し、5 段階尺度で行う。

メンバー 2 名に対する印象評定 (八重樫ら 2011) における「健康的な-不健康な」「真面目な-不真面目な」の 2 項目を調査票から除いた理由として、議題の内容である「マリファナ」について賛成を語ることで、調査対象者の偏見を生み出してしまい公平な判断がされない可能性が懸念されるためである。

図表 4 人に対する印象評定の質問項目一覧

<p>調査協力者との知り合い度</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 動画内の 2 名と知り合いである。 <p>人に対する印象評定</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 感じの良い-悪い 2. 内向的な-外交的な 3. しっかりとした-たよりない 4. 話しやすい-話しにくい 5. 話しが上手い-下手な
--

八重樫ら (2011) をもとに筆者作成

図表 5 会話自体に対する印象評価 (会話満足度)

<p>会話満足度</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 協力的に会話が進んだ 2. 会話はしにくいものだった 3. 相互に興味を持って会話できた
--

磯ら (2003) をもとに筆者作成

図表 6 会話を介した人物についての質問項目一覧

発話量の認知（開示）

1. どちらのほうが多く多くの意見や考えについて話していたと思うか

会話行動評価

1. 会話を上手く調節していた[調節]
2. 好意的に話していた[好意]
3. 興味をもって話していた[興味]

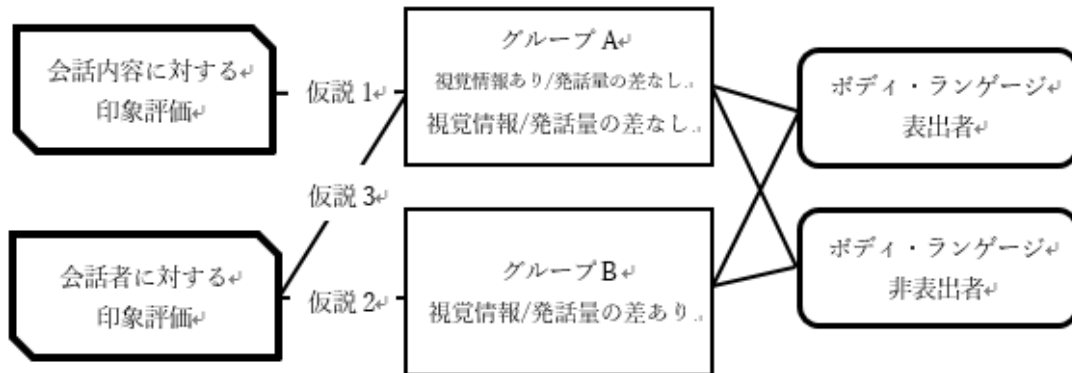
磯ら（2003）をもとに筆者作成

図表 7 会話に対する印象尺度の質問項目一覧

1. テンポの良い－悪い
2. 魅力のある－ない
3. 打ち解けあった－ぎくしゃくした
4. 息の合った－息の合わない
5. 反応の早い－反応の遅い
6. やりとりがスムーズな－やりとりがスムーズでない
7. おもしろい－つまらない
8. 友好的な－友好的でない
9. 感じの良い－感じの悪い
10. 自然な－不自然な
11. ユーモアのある－ユーモアのない
12. 陽気な－陰気な
13. 対等な－対等でない
14. 明るい－暗い
15. 快い－不快な
16. 活発な－不活発な

小川（2000）をもとに筆者作成

図表 8 仮説の関係図



筆者作成

5. 検証と考察

5 - i . 検証結果

仮説 1、2、3 の検証を行うにあたって、仮説 1 の被験者 20 名（男 10 名、女 10 名）と仮説 3 の被験者 20 名（男 10 名、女 10 名）のグループと、仮説 2 の被験者 20 名（男 10 名、女 10 名）のグループの 2 グループに分け、それぞれの項目の平均得点の t 検定を行った。B グループには仮説 3 の視覚情報を除いた動画を視聴、評価させた後に、仮説 1 の視覚情報ありの動画を視聴、評価させた。また調査結果から仮説支持の要因、つまり調査結果における要因の関係性を考察すべくすべての仮説に同様の測定尺度を用いた。

まず、仮説 1 「ボディ・ランゲージは、話し手の印象評価だけでなく会話内容ないし発話内容に対して聞き手にポジティブ感情を想起させる」について検証する。2 人の調査協力者（ボディ・ランゲージあり・なし）の評価に対する 27 項目（人に対する印象評価 5 項目、会話満足度 3 項目、会話を介した人に対する印象評価 3 項目、会話に対する印象評価 16 項目）を提示し、その項目の得点を全て足した合成尺度によって、 t 検定を行った。その結果、「人に対する印象評価」は 1%水準で有意差が見られた（あり=22.75,なし=15.15, $t(38)=16.961, p<.01$)。「会話満足度」は 1%水準で有意差が見られた（あり=14.15,なし=8.55, $t(38)=18.861, p<.01$)。「会話を介した人に対する印象評価」は 1%水準で有意差が見られた（あり=13.30,なし=8.65, $t(38)=14.953, p<.01$)。「会話に対する印象評価」は 1%水準で有意差が見られた（あり=65.30,なし=47.70, $t(38)=25.687, p<.01$) よって、仮説 1 は支持された（図表 8）。

図表 9 仮説 1 の検証結果

(有意確率<0.01)

質問項目	平均値		t 値	自由度	有意確率
	表出者	非表出者			
人に対する印象評価	22.75	15.15	16.961	38	0.000
会話満足度	14.15	8.55	18.861	38	0.000
会話を介した印象評価	13.3	8.65	14.953	38	0.000
会話に対する印象評価	65.3	47.7	25.687	38	0.000

筆者作成

次に、仮説 2「発話量が多くボディ・ランゲージが少ないほうより、ボディ・ランゲージが多く発話量が少ないほうが、第三者の印象評価は高まる」について検証する。2 人の調査協力者（ボディ・ランゲージあり・なし）の評価に対する 27 項目（人に対する印象評価 5 項目、会話満足度 3 項目、会話を介した人に対する印象評価 3 項目、会話に対する印象評価 16 項目）を提示し、その項目の得点を全て足した合成尺度によって、t 検定を行った。その結果、「人に対する印象評価」は 1%水準で有意差が見られた（あり=22.75,なし=15.15, $t(38) = 16.961, p < .01$ ）。「会話満足度」は 1%水準で有意差が見られた（あり=12.85,なし=8.30, $t(38) = 9.523, p < .01$ ）。「会話を介した人に対する印象評価」は 1%水準で有意差が見られた（あり=12.40,なし=8.65, $t(38) = 10.406, p < .01$ ）。「会話に対する印象評価」は 1%水準で有意差が見られた（あり=62.70,なし=48.60, $t(38) = 20.544, p < .01$ ）。よって、仮説 2 は支持された（図表 9）。

図表 10 仮説 2 の検証結果

(有意確率<0.01)

質問項目	平均値		t 値	自由度	有意確率
	表出者	非表出者			
人に対する印象評価	22.75	15.15	16.961	38	0.000
会話満足度	12.85	8.3	9.523	38	0.000
会話を介した印象評価	12.4	8.65	10.406	38	0.000
会話に対する印象評価	62.7	48.6	20.544	38	0.000

筆者作成

そして、仮説 3「非対面時におけるボディ・ランゲージの表出は、表出しないものに比べ、聞き手にポジティブ感情を想起させる」について検証する。2人の調査協力者（ボディ・ランゲージあり・なし）の評価に対する 27 項目（人に対する印象評価 5 項目、会話満足度 3 項目、会話を介した人に対する印象評価 3 項目、会話に対する印象評価 16 項目）を提示し、その項目の得点を全て足した合成尺度によって、 t 検定を行った。その結果、「人に対する印象評価」は 1%水準で有意差が見られた（あり=16.25,なし=13.20, $t(38)=6.376,p<.01$ ）。「会話満足度」は 1%水準で有意差は見られなかった（あり=10.25,なし=9.50, $t(38)=1.502,p<.01$ ）。「会話を介した人に対する印象評価」は 1%水準で有意差が見られた（あり=10.40,なし=8.65, $t(38)=3.693,p<.01$ ）。「会話に対する印象評価」は 1%水準で有意差が見られた（あり=50.50,なし=41.35, $t(38)=5.340,p<.01$ ）。よって、仮説 3 は一部支持された（図表 10）。

図表 11 仮説 3 の検証結果

(有意確率<0.01)

質問項目	平均値		t値	自由度	有意確率
	表出者	非表出者			
人に対する印象評価	16.25	13.2	6.376	38	0.000
会話満足度	10.25	9.5	1.502	38	0.141
会話を介した印象評価	10.4	8.65	3.693	38	0.001
会話に対する印象評価	50.5	41.35	5.34	38	0.000

筆者作成

6. まとめ

6 - i . 考察

本研究は、ボディ・ランゲージの表出による、第三者における印象評価に対しての有効性と影響について検証した。その結果、仮説 1、2 の検証結果より、発話量の多少関係なくボディ・ランゲージ表出者への総合的な評価が向上することが明らかになった。さらに仮説 3 より、非対面時におけるボディ・ランゲージの表出は人に対する印象評価を高めることも明らかになった。

今回の調査で、ボディ・ランゲージ表出者の評価が向上した、あるいは向上しなかった原因を考察する。まず、仮説 1、2 の考察を行いたい。仮説 1、2 ともに有意差が見られた、「人に対する評価」、「会話を介した印象評価」、は、対人関係において心理的距離を縮める効果が働いたと考えられる。また、「会話満足度」、「会話に対する印象評価」は、ボディ・ランゲージの表出によって、知的さや説得力を感じたのだと考察した。また仮説 2 にお

る発話量の多少による印象評価の向上については、メラビアンの法則における、話し手が聞き手に与える影響のうちの93パーセントが非言語情報によるものであるため、視覚的、聴覚的に特徴のあったボディ・ランゲージ表出者への評価が高まったのだと考察される。一方仮説3では、非対面状況におけるボディ・ランゲージの表出に対しての「会話満足度」においては、有意差が見られなかった。その原因としてボディ・ランゲージの表出によって発揮される、まとめようとしている印象が視覚情報の排除によって第三者から知覚されなかった可能性が考えられる。そしてすべて同様の測定尺度を用いた結果、仮説1、2と仮説3を比較して、視覚的情報は対人評価をする際に重要な役割を果たしているということが明らかになった。

図表 11 仮説検証結果一覧

	仮説内容	検証結果
仮説 1	ボディ・ランゲージは、話し手の印象評価だけでなく会話内容ないし発話内容に対して聞き手にポジティブ感情を想起させる	支持
仮説 2	発話量が多くボディ・ランゲージが少ないほうより、ボディ・ランゲージが多く発話量が少ないほうが、第三者の印象評価は高まる	支持
仮説 3	非対面時におけるボディ・ランゲージの表出は、表出しなものに比べ、聞き手にポジティブ感情を想起させる	一部支持

筆者作成

6 - ii . インプリケーション

本研究のインプリケーションとして学術的な側面と実務的な側面からのインプリケーションを提示したい。まず、学術的インプリケーションとしては、ボディ・ランゲージの表出による会話内容への影響や発話量の多少、非対面時におけるボディ・ランゲージについての研究がない中で、それらの状況下でのボディ・ランゲージの有効性と影響を実証した点である。対人コミュニケーションにおけるボディ・ランゲージの効果については今まで様々な研究がなされてきたが、会話内容に対するものや発話量の違いによるもの、そして非対面時の状況下についての研究はされてこなかった。本研究では、会話内容の評価向上と発話量の多少や対面、非対面に関係なくボディ・ランゲージ表出者に対しての評価が向上することが明らかになった。

次に、実務的インプリケーションを述べていきたい。研究結果から、ボディ・ランゲージを行うことは、話し手の会話ないし発言内容に対して有意にポジティブ感情を想起させるということが明らかになった。この結果をふまえ、相手の同意を引き出したい場面で有効に活用できると考える。また、非対面状況においても上記の効果が認められた結果から、

通話での対人対応などにも活用出来るのではないだろうか。

そして発話量よりもボディ・ランゲージを多く使用しているほうが聞き手の印象評価に対してより効果的であるという研究結果から、第三者から評価される場面において、積極的に発話できない人でもボディ・ランゲージを駆使することで第三者からの印象評価を高められると考える。社会的な面では視覚的効果が高いという考察から、通話での商談やテレホンサポートなどのサービスにおいて顔が見える工夫を加えることで満足度の向上に繋がると考えられる。学生においては討論会や就職活動、社会人においては営業やテレアポなどコミュニケーションの際活用していただければと思う。

6 -iii. 本研究の限界

本研究の限界として、大学生にのみ調査を行うことしか出来なかった点が挙げられる。その為、大学生以外の他者に対してボディ・ランゲージを表出した際に、どのような評価が得られるのか検証ができなかった。次に、本研究はボディ・ランゲージを取り扱ったが、あくまで身振りや発話に伴う手の動き、相槌や頷き、笑顔、抑揚、発話量を一緒くたにして取り扱ったため、どの動きが何に対して効果的に働くのかを本研究では明らかに出来なかった。また、服装や見た目といった点で統一をしなかったため他の要因が評価に影響してしまった可能性も考えられる。

測定の面からは、ボディ・ランゲージが第三者に与える会話および会話者に対する印象評価を測定する上で、適切な分析方法が行えなかったことが挙げられる。今回、 t 検定によって分析を行ったが、共分散構造分析で分析を行うべきであった。その理由として、ボディ・ランゲージについての分析は、因果関係を測定する共分散構造分析が本来なら、適切であると考えられる。しかし、今回共分散構造分析を行わなかった理由として、卒業論文の検定手法としてハイレベルな分析方法であったことと、その分析方法を理解し、扱えるようになるまで時間が足りなかったことがある。また、仮説に関して、被験者数が少なかったことが挙げられる。次回研究を行う際には、これらの限界点を考慮した研究を行いたい。

最後に、本論文を作成するにあたり、丁寧かつ熱心なご指導を頂きました中野香織先生、また、沢山のアドバイスやコメントを下さった中野香織ゼミ 9、10 期生の先輩方と同期の皆様、調査に協力してくれた大沼氏と宮崎氏。そして、貴重な時間を割いて調査にご協力頂いた駒澤大学の学生の皆様に心から感謝の気持ちと御礼を申し上げたく、謝辞にかえさせていただきます。

7. 参考文献・参考サイト

参考文献

- ・ 荒川歩 西尾新(2007)「身振りの相対的抑制が新奇な空間的問題解決に与える影響」認知心理学研究、

4、117-122

- ・ 磯友輝子 (2001) 「話し手の非言語情報が「話の上手さ」認知に与える影響：発話に伴うジェスチャーに注目して」 対人社会心理学研究、1、133-146
- ・ 磯友輝子 木村昌紀 大坊郁夫 (2004) 「関係継続の予期が対人コミュニケーションに及ぼす影響」 電子情報通信学会技術研究報告書、104 (198)、1-6
- ・ 磯友輝子 木村昌紀 桜木亜季子 大坊郁夫 (2003) 「発話中のうなずきが印象形成に及ぼす影響-3者間会話場面における非言語行動の果たす役割-」 社団法人 電子情報通信学会信学技報 HCS2003-25、31-36
- ・ 大神優子 (2009) 「情報伝達過程における身振りの機能」 『風間書房』
- ・ 小川一美 (2000) 「初対面場面における二者間の発話量のつりあいと会話者および会話に対する印象の関係」 名古屋大学大学院教育発達科学研究科紀要 (心理発達科学)、47、173-183
- ・ 小川一美 (2003) 「二者間発話量の均衡が観察者が抱く会話し手と会話に対する印象に及ぼす影響」 実験社会心理学研究 第43巻 第1号、63-74
- ・ 木村昌紀 大坊郁夫 余語真夫 (2010) 「社会的スキルとしての対人コミュニケーション認知メカニズムの検討」 社会心理学研究、26、13-24
- ・ 後藤学 大坊郁夫 (2003) 「会話関与度とその判断における非言語的手がかりの関連性-3者間会話場面において-」 社団法人 電子情報通信学会信学技報 HCS2003-21、7-12
- ・ 中村真 (1996) 「表情とコミュニケーション」 『織消誌』 Vol. 37、No. 1、p. 4-9
- ・ 濱本秀樹 (2015) 「統語構造を反映したジェスチャー；記憶・再生効果に関する予備的研究」 『芸芸・芸術・文化』 第26巻第2号、57-84
- ・ 藤原健 大坊郁夫 (2011) 「二者間会話場面における非言語行動の抽出法-動画・音声解析ソフトとイベントレコーダーについての比較検討-」 日本社会心理学会 HCS2011年5月研究会、1-8
- ・ 藤原武弘 (1986) 「態度変容と印象形成に及ぼすスピーチ速度とハンドジェスチャーの効果」 心理学研究第57巻第4号、200-206
- ・ 松田昌史 松下光範 (2008) 「集団課題解決場面における対面性とジェスチャーのもたらす効果」 社団法人 電子情報通信学会信学技報 HCS2007-64、5-14
- ・ 村上信夫 (2018) 「スマホ利用によるコミュニケーションの変容 (上)；SNSは若者の感性を変えたのか」 茨城大学人文社会科学部紀要、人文コミュニケーション学論集、2；145-167
- ・ 八重樫海人 松田昌史 大坊郁夫 (2012) 「遠隔地コミュニケーションにおける非言語行動表出と他者から受ける印象の関連」 社団法人 電子情報通信学会信学技報 HCS2011-78、61-66
- ・ 和田実 (1996) 「非言語コミュニケーション-直接性からの検討-」 心理学評論、39、137-167

参考サイト

- ・ <https://logmi.jp/5811> アクセス日時；2018年8月26日
- ・ <https://dictionary.goo.ne.jp/jn/204837/meaning/m0u/> アクセス日時；2018年8月26日
- ・ https://www.ted.com/talks/amycuddy_your_body_language_shapes_who_you_are?language=ja#t-1233339 アクセス日時；2018年8月26日

- <http://careersupli.jp/work/sales/> アクセス日時 ; 2018 年 8 月 26 日
- <https://kotobank.jp/word/%E3%83%9C%E3%83%87%E3%82%A3%E3%83%BC%E3%83%A9%E3%83%B3%E3%82%B2%E3%83%BC%E3%82%B8-630907> アクセス日時 ; 2018 年 8 月 31 日
- <https://dictionary.goo.ne.jp/jn/204837/meaning/m0u/%E3%83%9C%E3%83%87%E3%82%A3%E3%83%BB%E3%83%A9%E3%83%B3%E3%82%B2%E3%83%BC%E3%82%B8/> アクセス日時 ; 2018 年 8 月 31 日
- 電通報 <https://dentsu-ho.com/articles/4338> アクセス日時 ; 2018 年 10 月 17

対人評価に関する調査

経営学部経営学科 中野香織ゼミ

4年 藤田健輔

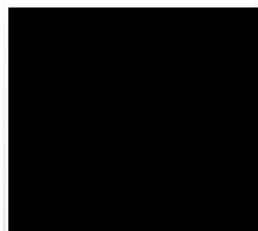
お忙しい中恐縮ですが、調査へのご協力をよろしくお願いいたします。

このアンケートは、今後の研究活動の資料とすることを目的としており、お答えして頂いた内容は、統計的に処理しますので、ご迷惑をかけることはございません。

少々お時間をいただきますが、ぜひご協力お願い申し上げます。

※記入漏れの無いよう、質問文をよく読み、ご不明な点は調査担当者にお聞きください。

★次の動画を見て質問にお答えください。



この動画を見て、自分の気持ちに最も当てはまる番号を各項目1つずつお選びください。

・性別（当てはまるものに○）

- ① 男 ② 女

・学年（当てはまるものに○）

- ① 1年 ② 2年 ③ 3年 ④ 4年

動画の登場人物（2名）についてお聞きします。当てはまる番号に○をしてください。

① 私は動画内の2名と親しい仲である。

② 私は動画内の2名のことをあまり知らない。

ここからは動画を見てご自身が受けた印象・イメージをお答えください。

Q1.	Aは感じの良い人だ	5	4	3	2	1	Aは感じの悪い人だ
Q2.	Bは感じの良い人だ	5	4	3	2	1	Bは感じの悪い人だ
Q3.	Aは外交的だ	5	4	3	2	1	Aは内向的だ
Q4.	Bは外交的だ	5	4	3	2	1	Bは内向的だ
Q5.	Aはしっかりとしている	5	4	3	2	1	Aはたよらない
Q6.	Bはしっかりとしている	5	4	3	2	1	Bはたよらない
Q7.	Aは話しやすい	5	4	3	2	1	Aは話しにくい
Q8.	Bは話しやすい	5	4	3	2	1	Bは話しにくい
Q9.	Aは話が上手い	5	4	3	2	1	Aは話が下手だ
Q10.	Bは話が上手い	5	4	3	2	1	Bは話が下手だ

自分の気持ちに最も当てはまるものに○をして下さい。

Q11.	Aは協力的に話を進めていた	5	4	3	2	1	
Q12.	Bは協力的に話を進めていた	5	4	3	2	1	
Q13.	Aの会話は話しにくいものだったと思う	5	4	3	2	1	
Q14.	Bの会話は話しにくいものだったと思う	5	4	3	2	1	
Q15.	Aは相互に興味を持って会話できたと思う	5	4	3	2	1	
Q16.	Bは相互に興味を持って会話できたと思う	5	4	3	2	1	
Q17.	Aの方がより多くの意見や考えを話していた	5	4	3	2	1	
Q18.	Bの方がより多くの意見や考えを話していた	5	4	3	2	1	
Q19.	Aは会話を上手く調節していた	5	4	3	2	1	
Q20.	Bは会話を上手く調節していた	5	4	3	2	1	
Q21.	Aは好意的に話していた	5	4	3	2	1	
Q22.	Bは好意的に話していた	5	4	3	2	1	
Q23.	Aは興味をもって話していた	5	4	3	2	1	
Q24.	Bは興味をもって話していた	5	4	3	2	1	

自分の気持ちに最も当てはまるものに○をして下さい。

Q25.	Aの会話はテンポの良い	5	4	3	2	1	Aはテンポの悪い
Q26.	Bの会話はテンポの良い	5	4	3	2	1	Bはテンポの悪い
Q27.	Aの会話は魅力のある	5	4	3	2	1	Aの会話は魅力のない
Q28.	Bの会話は魅力のある	5	4	3	2	1	Bの会話は魅力のない
Q29.	Aの会話は打ち解け あっていた	5	4	3	2	1	Aの会話はぎくしゃく していた
Q30.	Bの会話は打ち解け あっていた	5	4	3	2	1	Bの会話はぎくしゃく していた
Q31.	Aの会話は息の合った	5	4	3	2	1	Aの会話は息の合わない
Q32.	Bの会話は息の合った	5	4	3	2	1	Bの会話は息の合わない
Q33.	Aの会話は反応が早い	5	4	3	2	1	Aの会話は反応が遅い
Q34.	Bの会話は反応が早い	5	4	3	2	1	Bの会話は反応が遅い
Q35.	Aの会話はやりとりが スムーズだ	5	4	3	2	1	Aの会話はやりとりが スムーズでない
Q36.	Bの会話はやりとりが スムーズだ	5	4	3	2	1	Bの会話はやりとりが スムーズでない
Q37.	Aの会話はおもしろい	5	4	3	2	1	Aの会話はつまらない
Q38.	Bの会話はおもしろい	5	4	3	2	1	Bの会話はつまらない
Q39.	Aの会話は友好的な	5	4	3	2	1	Aの会話は友好的でない
Q40.	Bの会話は友好的な	5	4	3	2	1	Bの会話は友好的でない

自分の気持ちに最も当てはまるものに○をして下さい。

Q41.	Aの会話は感じの良い	5	4	3	2	1	Aの会話は感じの悪い
Q42.	Bの会話は感じの良い	5	4	3	2	1	Bの会話は感じの悪い
Q43.	Aの会話は自然だ	5	4	3	2	1	Aの会話は不自然だ
Q44.	Bの会話は自然だ	5	4	3	2	1	Bの会話は不自然だ
Q45.	Aの会話はユーモアがある	5	4	3	2	1	Aの会話はユーモアがない
Q46.	Bの会話はユーモアがある	5	4	3	2	1	Bの会話はユーモアがない
Q47.	Aの会話は陽気だ	5	4	3	2	1	Aの会話は陰気な
Q48.	Bの会話は陽気だ	5	4	3	2	1	Bの会話は陰気な
Q49.	Aの会話は対等だ	5	4	3	2	1	Aの会話は対等でない
Q50.	Bの会話は対等だ	5	4	3	2	1	Bの会話は対等でない
Q51.	Aの会話は明るい	5	4	3	2	1	Aの会話は暗い
Q52.	Bの会話は明るい	5	4	3	2	1	Bの会話は暗い
Q53.	Aの会話は快い	5	4	3	2	1	Aの会話は不快だ
Q54.	Bの会話は快い	5	4	3	2	1	Bの会話は不快だ
Q55.	Aの会話は活発である	5	4	3	2	1	Aの会話は不活発だ
Q56.	Bの会話は活発である	5	4	3	2	1	Bの会話は不活発だ

調査は以上です。ご協力ありがとうございました。