

## 心理面接におけるラポールに関連する非言語要因

### Non-verbal factors that contribute to rapport in psychotherapy

松下 健

#### 要旨

2者関係において非言語要因が印象や緊張に影響を与えることが指摘されている。初対面の相手に望ましい印象を与えることが、のちの関係性発展に影響する。心理面接でいえば、心理師の非言語要因がクライアントとのラポール形成に影響を与えることである。そこで、表情、服装、アイコンタクト、座席配置といった非言語要因が、相手にどのような影響をもたらすのか、先行研究を概観する。その概観を通じて、残された研究上の課題と、臨床場面への応用可能性をそれぞれ検討する。

キーワード：印象 (impression)／表情 (facial expression)／服装 (attire)／  
座席配置 (seating arrangement)／アイコンタクト (eye contact)

#### はじめに

カウンセリングは心理師とクライアントの信頼関係を基盤にしたコミュニケーションである。心理師とクライアントの信頼関係が良いと心理面接結果も良好であることから (Horvath & Symonds, 1991; Simpson, 2009), 心理面接の初期段階で強固な信頼関係を構築することが望ましい。初対面のクライアントと信頼関係を築くために、専門家として良い印象を与えることは重要である。カウンセリングには多様な理論と心理療法があり、想定する因果関係、扱う主題もまた多様である。そのため、心理師の言語コミュニケーションは理論や心理療法により大きく異なる。その中で非言語要因は、様々な理論や心理療法においても応用可能な汎用性の高さが利点として挙げられる。そこで、本研究では、コミュニケーション場面における印象の研究について、非言語要因を取り上げ概観する。それらの概観を通じて、研究上の課題と、臨床場面への応用可能性について検討する。本研究で扱う非言語要因は、表情、服装、座席配置、アイコンタクトの4種である。

#### 表情

表情はコミュニケーション場面において最も注目される印象形成の要因の1つである。表情をテーマとする研究は、社会心理学におけるコミュニケーション研究、認知心理学における印象形成研究、臨床心理学における印象研究の文脈において扱われてきた。それらの研究は、笑顔や微笑の好印象説を示すものと、笑顔の印象に性差があることを示す研究に分類できる。笑顔や微笑の好印象説を示す研究には次のものがある。日高・室橋・河西 (2008) は表情と背景色が印象に与える効果を実験により検討した。参加者は大学生および大学院生10名で、男女5名ずつであった。独立変数は表情 (笑顔, 中性顔, 脅威顔) および背景色 (赤, 青) であった。顔画像は先行研究が用いたものを使用した。従属変数はSD法で抽出される活動性 (外交的な—内向的な), 評価性 (悪い—良い), 力量性 (強い—弱い) の3項目であった。印象は背景色ではなく人物刺激から受ける印象を評定するよう教示した。評価性において表情の主効果がみられ、脅威顔は笑顔及び中性顔より悪い印象であった。力量性において表情の主効果がみられ、脅威顔, 中性顔, 笑顔の順に強い印象であった。

益子・齊藤 (2008) は真顔から変化した6表情

---

MATSUSHITA, Takeshi

北陸学院大学 人間総合学部 社会学科  
主要担当科目 心理演習

(喜び, 悲しみ, 怒り, 嫌悪, 驚き, 恐れ)が人物の印象に与える影響を実験により検討した。参加者は大学生男女各140名, 合計280名であった。顔写真は1表情につき男女各10名分を用意した。刺激写真は, 表情の静止画と, 表情が変化する動画を作成した。独立変数は, 画像(表情静止画, 表情変化動画), 表情別(静止画は7種, 動画は6種)であった。従属変数は20の形容詞対であり, 7件法であった。因子分析により形容詞対は好感度, 活力性, 美感, 明瞭性の4因子に分かれた。静止画について画像と表情の2要因分散分析を行ったところ, 好感度に交互作用が見られた。表情について笑顔と怒り顔は静止画と変化動画間に有意差があった。論文に記載されたイメージマップ図において, 笑顔の変化動画は静止画より好感度が高く, 怒り顔の変化動画は, 怒り顔の静止画よりも好感度が低いことが示されていた。

新村他(2014)は顔の表情と形態が与える印象を検討した。大学生22名を対象に実験を行った。独立変数は顔の形態的魅力(美人顔, 平均顔), そして表情(喜び, 微笑み, 驚き, 悲しみ, 中立)であった。形態的魅力は予備調査の評価をもとに設定した。実験参加者はパソコンに提示された画像を見て, 従属変数として魅力, 親しみ, 家庭的印象, 冷たさに関する印象評定を行った。2要因分散分析の結果, 微笑みにおいて美人顔は中間顔より魅力が高い, 中立においても美人顔は中間顔より魅力が高い有意差がみられた。表情の主効果については, 喜びと微笑みは, 驚き, 悲しみ, 中立よりも魅力, 親しみ, 家庭的印象が高く, 冷たさの印象は低かった。

笑顔の印象に性差があることを示す研究は次のものである。大原(2008)は表情, 言語情報, そして性別が印象に与える影響を実験により検討した。参加者は大学生32名であった。独立変数は, 6名の人物の表情(笑顔, 怒り顔, 中立顔)写真18枚, 肯定的な言語評価3種(温かい, 気前が良い, 人の気持ちがわかる)と否定的な言語評価3種(冷たい, 気前が悪い, 人の気持ちがわからない)であった。実験参加者にはこれから提示される人物の代表的評価として, 紙に印刷された肯定的または否定的な言語刺激が提示された。従属変数は20の形容詞対を5件法で回答するものであった。従

属変数は因子分析により, 社交性および信頼性の2因子に分かれた。社交性の得点について, 男性は表情と言語刺激の交互作用が有意であり, 笑顔の時, 肯定的言語は否定的言語刺激よりも高得点であった。中立な顔の時も肯定的言語は否定的言語刺激よりも高得点であった。女性は, 表情と言語情報の主効果が有意であり, 笑顔は怒り顔と中立顔よりも肯定的な評価であった。肯定的言語刺激は否定的言語刺激よりも肯定的な評価であった。信頼性の得点について, 男性は表情と言語刺激の主効果が有意であった。詳細は論文に記載されていないが, 図において中立顔は笑顔と怒り顔よりも低得点, 否定的言語は肯定的言語よりも低得点であった。女性は, 言語刺激の主効果が有意であり, 否定的言語は肯定的言語より低得点であった。

上田他(2010)は表情と性別が顔の印象決定にもたらす影響を実験により検討した。参加者は, メイクに興味を持つ20代から40代の男女各30名であった。実験刺激は専門家によるメイクを施したプロモデルの顔の静止画像であった。独立変数は表情(喜び, 中立, 悲しみ)とメイク(9パターン)であった。従属変数は専門家によるメイクで変化が期待される顔の印象に関する5項目で, 7件法で回答してもらった。5項目はかわいい, 品が良い, 健康的, 色っぽい, オフィシャルなであった。主成分分析の結果, 顔の印象は魅力と社会的状況に分かれた。従属変数については表情, メイク, 性別の3要因分散分析を行った。魅力において, 表情と性別の交互作用がみられた。単純主効果の検定により, 男女とも, 喜び, 中立, 悲しみの順に魅力が低い有意差がみられた。喜び表情は女性が男性よりも有意に魅力を高く評価した。悲しみについて, 女性は男性よりも有意に魅力を低く評価した。

以上のとおり, 表情については, 笑顔や微笑が肯定的な印象をもたらす結果が多い。性差については, 女性の方が男性よりも笑顔を肯定的に評価する研究がある。そして, 怒りや脅威といった否定的感情表情が好印象を与えることを示す研究はなかった。

## 服装

服装についても印象に影響を与えることが指摘

されている。服装を主題とする研究は、特定の職種や現場を想定していない、いわゆる一般的なコミュニケーション場面を扱う研究と、特定の職種や現場に焦点を当てた研究がある。それらの研究は、服装が人物印象において重要な要素であることを示す研究と、専門職の現場で望ましいと評価される服装があることを示す研究に分類できる。後者はさらに、医師、保育士、心理師の服装に分類できる。服装が人物印象において重要な要素であることを示す研究は次のとおりである。廣兼・吉田(1984)は人物印象に与える影響の強い要因について実験により検討した。参加者は大学生男女各32名であった。独立変数は全体手がかりまたは単一手がかりという提示情報であった。全体手がかりは、2つの対話場面を設定し、いずれか一方をランダムに割り当てた。単一手がかりは、顔、声、体格、服装であった。従属変数は先行研究において用いられた20項目、9件法の評定尺度であった。評定尺度は因子分析により3つの因子に分類され、それぞれⅠ、Ⅱ、Ⅲ次元と命名された。単一手がかりと全体手がかりの相関を分析した結果、服装の単一手がかりは刺激人物が女性でⅢの指標を除き、99%CIの下限の値は男女ともすべて0.0以上であった。すなわち、服装は全体の印象に関連するものであった。

専門職の現場で望ましいと評価される服装があることを示す研究のうち、医師の服装を扱う研究は次のとおりである。Chung et al. (2012)は医師と患者が初対面の際に、医師の服装が患者の抱く共感的な印象に与える影響を実験により検討した。参加者は、韓国にある病院の患者で、この病院に初めて受診する143名の患者であった。男性は48名、女性は95名であった。参加者は独立変数に合わせ、4群に割り付けられた。医師は同一人物であり、カジュアル、スーツ、伝統的な正装、白衣であった。従属変数は先行研究で開発された、共感的印象を5件法で図るCARE尺度を用いた。結果は、白衣と伝統的正装はカジュアルおよびスーツよりも有意に共感的印象が高かった。

Palazzo & Hocken (2010)は患者が医師に期待する仕事着を面接調査により検討した。参加者は英国のスウィンドンにある病院の入院患者75名であった。38名は女性で37名は男性であった。質問

項目は、医師の仕事着は重要だ、Great Western Hospitalの医師は専門家の仕事着を着るべきだ、医師は白衣を着るべきだ、医師はネクタイを締めるべきだ、スクラブは病棟で許容される、着衣だけで医師のランクを簡単に区別できるようにすべきだ、であった。従属変数として、各質問にどれくらい同意するか1点(Strongly disagree)から5点(Strongly agree)を回答してもらった。結果は、医師の衣類は重要だという問いに、同意する(Agree)と回答した者は14名(18.7%)、強く同意する(Strongly agree)と回答した者は40名(53.3%)いた。この病院の医師は専門家の仕事着を着るべきだという問いは、同意する(Agree)と回答した者は10名(13.3%)、強く同意する(Strongly agree)と回答した者は59名(78.7%)いた。ネクタイは同意しない(Disagree)と回答した者は8名(8.7%)、全く同意しない(Strongly disagree)と回答した者は55名(73.3%)いた。白衣は同意しない(Disagree)と回答した者は12名(16.0%)、全く同意しない(Strongly disagree)と回答した者は44名(58.7%)いた。したがって、専門家としての仕事着は重要視されること、しかしネクタイや白衣でなくとも許容されることが示唆された。

Gherardi et al. (2009)は病院内における医師の仕事着に関する調査を行った。参加者は英国キースリーにある病院にいる586名の成人患者であった。独立変数は6種の服装をした医師の刺激写真であった。刺激写真は男性医師、女性医師それぞれ6種用意された。服装は、スクラブ、上着無しのスーツ(Professional informal)、カジュアル、スーツ(Professional formal)、白衣、落ち着いたカジュアル(Smart casual)であった。従属変数は5件法のリッカート尺度にてどれだけ自信に満ちて見えるか印象を評定してもらった。論文に記載された図に医師の性別にかかわらず、白衣が最も自信に満ちていると肯定的に評価されたこと、カジュアルな服装のみ顕著に評価が低いことが示されていた。

専門職の現場で望ましいと評価される服装があることを示す研究のうち、保育士の服装を扱う研究は次のとおりである。松村他(2012)は保育養成学校学生117名および保育者102名を対象に保育実習生の服装が与える印象について実験を行った。



独立変数は服装の形と色の2種類であり、形はポロシャツとTシャツの2水準、色は白・ピンク、グレー・黒の2水準であった。実習指導教員を対象とした予備調査から、形について相応しいものはポロシャツ、相応しくないものはTシャツ、色について相応しいものは白・ピンク、相応しくないものはグレー・黒であることが確認されていた。従属変数は25の形容詞対を5件法で回答するものであった。分析は、立場(学生、保育者)、形(ポロシャツ、Tシャツ)、色(白・ピンク、グレー・黒)の3要因分散分析であった。立場と形の交互作用、色の主効果が有意であった。立場と形の交互作用について単純主効果の検定を実施したところ、Tシャツに関して、学生よりも保育者のほうが肯定的に評価する効果が見られた。色の主効果については、白・ピンクはグレー・黒よりも肯定的に評価された。

専門職の現場で望ましいと評価される服装があることを示す研究のうち、心理師の服装を扱う研究は次のとおりである。Roll & Roll (1984)は新米心理師の服装が大学生に与える印象について実践的に検討した。参加者は心理学を学ぶ大学生40名であった。参加者は研究に参加することでクレジットポイントを獲得した。独立変数は女性心理師1名の服装であった。服装は、インフォーマル、フォーマルの2種類であった。インフォーマル条件において、心理師は清潔感のある色褪せた青いジーンズとベージュのセーターを着用した。フォーマル条件において、心理師はベージュのウールのスーツ、そしてドレスシューズを着用した。ジュエリーなどその他の装飾品は2条件とも同様であった。従属変数は先行研究で開発された心理師の専門性、信用性、魅力を測定する尺度と、心理師による援助の有用性を測る項目、その後も心理師の支援を受けたい意欲を測る項目であった。40名の大学生は10名ずつ4グループに分けられたが、無作為割付は困難であった。2グループはインフォーマル条件、残りの2グループはフォーマル条件であった。インフォーマル条件は7名脱落者があり、分析対象は男性7名、女性6名であった。フォーマル条件は3名脱落者があり、分析対象は男性11名、女性6名であった。集団心理療法は、心理師および参加者の自己紹介、大学におけ

る日々のストレスとその対処法に関する話し合い、最後に心理師によるリラクゼーション技法の体験であり、50分で終えた。事前事後をt検定により比較したところ、心理師の専門性、信用性、心理師による援助の有用性は、インフォーマル条件の方がフォーマル条件よりも有意に高かった。

Heitmeyer & Goldsmith (1990)は心理師の服装が心理師の印象にもたらす影響を調査により検討した。参加者はカウンセリング経験のあるクライアント86名であった。女性は64名、男性は22名であった。男性心理師、女性心理師がそれぞれ4種の服装をしているスケッチ画を参加者にみてもらい印象を評定するものであった。従属変数としての印象は、共感的か、有能か、頼りになるか、信用できるかについて回答するものであった。独立変数はスケッチ画の服装であり、a) 男性はジャケット、シャツ、ネクタイ、スラックス、ドレスシューズ、女性はジャケット、ブラウス、スカート、ヒール、b) 男性はシャツ、ネクタイ、スラックス、ドレスシューズ、女性はシャツウエスト・ドレス、ヒール、c) 男性はシャツ、スラックス、ドレスシューズ、女性はブラウス、スラックス、フラットシューズ、d) 男女ともTシャツ、ジーンズ、テニスシューズであった。カイ二乗検定の結果、心理師の性別にかかわらず、b)、c)を好む回答が最も多かった。フォーマルすぎ、カジュアルすぎは印象が良くないことが示唆された。

以上のとおり、服装が印象に影響を与えることを示す研究が多いが、どのような服装を適切、または肯定的に評価するかは多様であった。医師については、白衣を肯定的に評価する研究と、仕事着を重視するものの、取り立てて白衣が適切であると評価しない結果があった。保育士については学生か現職の保育士かにより服装の評価が異なった。心理師については、スーツとドレスシューズというフォーマルな服装よりも青いジーンズとベージュのセーターというカジュアルな服装が好ましいことを示す研究があった。また、Tシャツ、ジーンズ、テニスシューズというカジュアル過ぎる服装、ジャケット、シャツ、ネクタイ、スラックス、そしてドレスシューズといったフォーマル過ぎる服装と比較すると、中間が好ましいという研究もあった。心理師の専門家としての印象を高め

る服装について、一貫して結果は得られていない。

### 座席配置

座席配置を扱う研究は、着席位置による2者の向き合い方が2者間のコミュニケーションや関係に影響をもたらすかを検討している。カウンセリング場面でいえば、心理師とクライアントの座席配置による向き合い方のことである。独立変数は、人物が正面を向いた時、2者の視線が交わる交点の内角である。研究により扱う角度が異なるが、基本的に180度の「正面」、研究により角度が異なる「斜め」、0度の「横並び」の3種が比較される（Figure 1）。それらの研究は、180度「正面」好印象説を示す研究、「斜め」好印象説を示す研究、「横並び」悪印象説を示す研究、交互作用説を示す研究に分類できる。

180度「正面」好印象説を示す研究は次のとおりである。Haase & Mattia (1970) は、座席配置に関する実験を行った。参加者は、大学の学生相談室の心理師10名、学生相談以外の部署の管理職10名、学生相談室を利用するクライアント10名であった。独立変数は座席配置の異なる4種の写真であった。その写真は座席配置45度または180度で男女が向き合うもので、2者の間に机を挟むか否かも含めた4種であった。従属変数は12の形容詞対、すなわちSD法により測定された好みであった。結果は、間に机を挟み180度で男女が向き合う条件を、一般管理職よりも心理師が好む傾向が示された。また、有意差はないが、心理師は間に机を挟み180度で男女が向き合う条件を、他の3条件よりも好む傾向があった。

Broekmann & Möller (1973) は、心理面接場面においてどのような座席配置が好ましいかを実験

により検討した。参加者は大学生30名であった。独立変数は2者の座席配置であり、2者の間に机を挟まず180度、2者の間に机の角を挟み180度、2者の間に机を挟まず90度、2者の間に机を挟み180度の4種であった。従属変数は、座席配置の好みであった。結果は2者の間に机を挟む180度の配置が最も好まれた。

Bedi (2006) は心理面接経験がある人40名に治療同盟の形成に有用な心理師の行動をインタビューした。そして、アイコンタクトを行う、正面に座るといった心理師の非言語要因が良好な関係構築に関連することを示している。

「斜め」好印象説を示す研究は次のとおりである。山口・石川 (1997) は、座席配置に関する2つの実験を行った。1つ目の研究は対人不安の高低により座席配置に差異があるかを検討するものであった。参加者は大学生182名であった。8人掛けのテーブルに着席する場面を想像してもらい、初対面の異性は席によってどのような印象であるかを評定してもらった。独立変数は座席配置であった。従属変数は形容詞対による印象評定であった。対人不安の高低により、好む座席配置が有意に異なった。対人不安高群は、低群よりも真正面ではない正面を好んだ。すなわち、真正面を好まなかった。

2つ目の研究は対人不安の高い者が臨床面接において座席配置により面接者の印象が変容するかを実験的に検討した。参加者は大学生182名であった。独立変数は、座席配置と時期であった。従属変数は形容詞対による相手の印象評定であった。週1回の面接を4回行ったところ、面接者に対して90度に着席した場合、4週後にリラックスした印象が強まったが、面接者に対して、真正面ではない正面に着席した場合は4週間後もリラックスした印象は変容しなかった。

「横並び」悪印象説を示す研究は次のとおりである。神山他 (1990) は、大学生を対象に2者コミュニケーションに与える座席配置の効果を検討した。参加者は男女各60名の大学生、合計120名であった。独立変数は座席配置であり、机を挟み座席配置180度、90度、そして0度の3条件であった。従属変数は話し手の内容に関する印象を12の形容詞対、すなわちSD法により測定した。座席

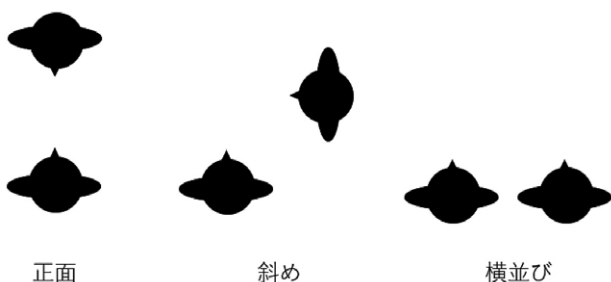


Figure1 座席配置における方向の例

配置は横並びと比較すると正面と斜め90度のほうが情報の送り手の専門性が高いと評価された。

交互作用説を示す研究は次のとおりである。Haase & Tepper (1972) は心理師の言語、非言語要因が共感的印象に与える影響を実験的に検討した。参加者は心理師26名であった。独立変数はアイコンタクト、姿勢、座席配置、距離、言語的共感の5種であった。アイコンタクトは多少の2種、姿勢は前傾と後傾の2種、座席配置は正面、体をひねった斜めの2種、距離は約81センチ(36インチ)、約183センチ(72インチ)の2種、言語的共感は、低い、中間、高いという3種であった。言語的共感は先行研究において共感的印象が評価されたものを使用した。実験刺激は、実験のために作成された心理師とクライアントがコミュニケーションをとる10秒のビデオ映像であった。ビデオ映像は独立変数の組み合わせによる48種が作成された。従属変数は先行研究において作成された心理師の印象を評定する5件法の尺度であった。多数の要因を組み合わせた分散分析のため、アイコンタクト、姿勢、距離、そして言語的共感の交互作用、アイコンタクト、姿勢、そして言語的共感の交互作用、座席配置、姿勢、そして距離の交互作用、姿勢、距離、そして言語的共感の交互作用が有意という、非常に複雑な結果であった。解釈も極めて難解であり、それらの交互作用を明瞭に説明する理論的考察はなされなかった。考察において最も重要な知見は非言語要素の主効果が有意であり、言語内容よりも共感的だと判断される重要な要因だと述べられていた。単純主効果の検定については明確な記載がなかった。論文に記載されていた図の情報から、座席配置が正面で、姿勢が後傾の時、距離が遠いよりも近いほうが共感的な印象を与えるように見受けられた。

松本(1978)は、2者関係のコミュニケーションについて実験し、被説得者に対して説得者の説得効果について実験により検討した。参加者は大学生6名であった。実験における説得者も参加者と同じ大学1年生であり、地位効果が影響しないよう配慮した手続きであった。独立変数はアイコンタクト、姿勢、座席配置、対人距離の4種であった。アイコンタクトは凝視、無凝視の2種、姿勢は前傾、後傾の2種、座席配置は正面0度、斜め

45度の2種、対人距離は近距離1メートル、遠距離2メートルの2種であった。従属変数は9件法で説得コミュニケーションによる意見の変化を測定する項目であった。結果は、座席配置180度の場合、アイコンタクトが豊富だと説得効果が高く、被説得者に対して説得者が斜め45度の場合、アイコンタクトが乏しいと説得効果が高いことを示している。

LaCrosse (1975) は心理師の魅力と説得力について実験を行っている。参加者は心理学を専攻する大学生男女各20名、合計40名であった。独立変数は心理師の非言語的対応が、笑顔で、うなづきがあり、少し前かがみな姿勢で、正面180度から十分なアイコンタクトがある「好印象」条件と、アイコンタクトが十分でない、少しのけぞった姿勢で、クライアントに対して30%斜めの角度で対峙する「悪印象」条件の2種であった。心理師役は心理学を専門とする大学院生が10時間の訓練を受け、ビデオに撮影された。参加者はビデオを視聴して心理師の印象を評価した。従属変数は心理師の魅力と説得力について6件法のリッカート尺度で回答するものであった。正面180度において笑顔でアイコンタクトを頻繁に行う「好印象」の心理師は、クライアントに対して斜め30度の位置において、アイコンタクトが乏しい「悪印象」の心理師よりも魅力的で説得力があることを示している。これは、正面の座席配置が肯定的な影響をもたらす可能性を内包する興味深い結果である。しかし、独立変数の交絡があり、要因単独効果の特定は困難である。

Rickard, Hevey & Wilson (2021) は、実験により座席配置が治療同盟関係に与える影響を検討している。参加者は大学生60名であった参加者に模擬心理面接に参加してもらい、治療同盟を評価した。独立変数は座席配置とコミュニケーション様式であった。座席配置は、正面に近い斜め(Face to face)、横並びに近い斜め(Side by side)の2種であった。コミュニケーション様式は心理師が会話を通じて査定を行う、心理師が質問紙を用いて査定を行うという2種であった。従属変数は、治療同盟尺度であった。座席配置とコミュニケーション様式の交互作用が有意であった。正面に近い斜めにおいて、質問紙で査定を行う条件は、他の3条件と比



較して有意に治療同盟尺度の得点が低かった。すなわち、対面で会話すれば、正面と横並びに差はなかった。

以上のとおり、2者関係に好影響をもたらす座席配置は正面であることを指摘する研究また、座席配置と他の変数の交互作用を指摘する研究があり、他の要因を考慮しない場合、座席配置の真の効果を明らかにできない可能性がある。また、「横並び」が肯定的評価を示す研究はない。

### アイコンタクト

アイコンタクトはコミュニケーション場面において相手と視線を合わせることである。アイコンタクトは、社会心理学におけるコミュニケーション研究や臨床心理学における心理師とクライアントの信頼関係の文脈において扱われている。それらの研究は、高アイコンタクト条件好印象説を示す研究、過剰アイコンタクト悪印象説を示す研究、そして、他の要因との交互作用説を示す研究に分類できる。

高アイコンタクト条件好印象説を示す研究は次のとおりである。Tipton & Rymer (1978) は心理師の言語内容とアイコンタクトがクライアントが心理師に抱く印象に与える影響について実験的に検討した。参加者は60名の女子大学生であった。独立変数は、心理師の言語内容とアイコンタクトであった。言語内容はクライアントが語る問題の理解と解決に焦点を当てる条件 (Problem-focused condition) と、クライアントの問題に対する感情に焦点を当てる条件 (Client-focused condition) の2種であった。アイコンタクトは、低い、中間、高いという3種であり、それぞれクライアントと関わる時間に対して5%、50%、100%、視線を合わせるものであった。実験参加者は予め録画された心理師と女性クライアントのビデオ映像を視聴し、クライアントの立場になって心理師の印象を評定するよう求められた。映像中のクライアントに感情移入しやすいよう、参加者は意図的に全員女性にした。参加者は、無作為に6群に10名ずつ割り付けられ、それぞれビデオ映像を1つ視聴した。従属変数は19の形容詞対、すなわちSD法であった。従属変数は因子分析により3因子に分かれ、それぞれ純粋性、有能性、自信と命名され

た。分析の結果、純粋性、有能性、自信全てにおいてアイコンタクトの主効果が有意であった。多重比較の結果は明示されていないが、アイコンタクトの時間が長いほど心理師の印象も肯定的である結果であった。

臨床心理学研究では、先述したBedi (2006) が、心理面接経験をもつ40名の協力者に治療同盟の形成に有用な心理師の行動をインタビューし、アイコンタクトを行うことが良好な関係に関連することを示している。

Dowell & Berman (2013) は、大学生を対象とした実験により、心理師の非言語行動が治療同盟に影響することを示している。参加者は心理学を専攻する大学生144名であった。独立変数はアイコンタクトと、姿勢であった。アイコンタクトは多少の2条件、姿勢は前傾と直立の2条件であった。実験に使用された心理面接映像において心理師はクライアントの正面に着席している。従属変数は治療同盟関係、共感性、専門家の信用性を測定する尺度であった。それらを使用し心理師の印象を評価した。実験参加者は模擬カウンセリングビデオを視聴し、心理師の印象について回答した。共感性と専門家の信用性は、アイコンタクトの主効果が有意であり、アイコンタクトが多いと共感的な印象は強く、専門家の信用性も高かった。治療同盟についてはアイコンタクトと姿勢の交互作用が有意であり、高アイコンタクト条件において、前傾姿勢は直立姿勢よりも治療同盟が有意に高かった。

過剰アイコンタクト悪印象説を示す研究は次のとおりである。森下 (2012) は、看護学生が心理師役とクライアント役を担う実験により、面接場面における話しやすさを検討している。参加者は看護学生128名であった。独立変数は会話内容、聞き手の表情、聞き手のアイコンタクトの3種であった。会話内容は、教示により話し手が快体験、不快体験、ニュートラル体験を話すよう指示された。聞き手の表情は、常に微笑する微笑条件と、話し手の表情を模倣する模倣条件であった。聞き手のアイコンタクトは、高、中、低の3種であった。参加者は話し手と聞き手のどちらの役割も交代で担当した。従属変数は、話しやすさ、話を受容してもらった印象、ありのまま話せた程度を測

る3項目を5件法で回答するものであった。会話内容別に分析した結果、3種全てにおいて、視線の主効果が有意であり、中程度のアイコンタクトが話しやすい結果であった。

他の要因との交互作用説を示す研究は次のとおりである。福原(1990)は、大学生を対象にアイコンタクトが印象にもたらす効果について実験を行っている。参加者は大学生男女各32名、合計64名であった。参加者は参加者を演じた実験者と対面し、教示に従い、指定された性格についてイメージを述べたのち、相手の印象について言及した。その際、サクラから呈示される言語情報が実験参加者に対する肯定的評価か否定的評価かが操作された。またサクラのアイコンタクトも多少の2条件に操作された。すなわち、言語情報とアイコンタクトが独立変数であった。従属変数は、参加者が抱くサクラに対する感情であった。否定的な言語情報を呈示された参加者については、実験後にデブリーフィングと丁寧なお詫びがなされた。結果は言語情報とアイコンタクトの交互作用が有意であり、提示される言語情報が肯定的な場合、アイコンタクトは多い方が少ないよりも誠実さ、魅力、興味が高いことが示された。

Haase & Tepper (1972) は、先述のとおり心理師の言語、非言語要因が共感的印象に与える影響を実験的に検討した。独立変数はアイコンタクト、姿勢、座席配置、距離、言語的共感の5種であった。多数の要因を組み合わせた分散分析のため、アイコンタクトについては、アイコンタクト、姿勢、距離、そして言語的共感の交互作用、アイコンタクト、姿勢、そして言語的共感の交互作用が有意という、複雑な結果であった。単独の効果について解釈は難しいが、アイコンタクトが共感的な印象を与える可能性を示唆している。

以上のとおり、2者関係に望ましい影響をもたらすのは、アイコンタクトが多い条件であることを指摘する研究はあるが、少ない条件であることを示す研究はない。アイコンタクトの多少は過度よりも、適度なほうが良好な印象を与える結果もある。また、先述のとおり他の要因と交互作用があるという指摘もあり、いかなる条件下でアイコンタクトを実施するのが望ましいか統一した見解は得られていない。

## 先行研究の動向と課題

表情については、笑顔や微笑が肯定的な印象をもたらす結果が多い。性差については、女性の方が男性よりも笑顔を肯定的に評価する研究がある。服装については、医師であれば白衣が好印象であることを示す研究と、白衣を重要視しないことを示す研究がある。保育実習生の服装については、Tシャツを、学生より保育者のほうが肯定的に評価する研究がある。心理師の服装は、ジーンズとセーターというカジュアルな服装はスーツとドレスシューズというフォーマルな服装より好印象であることを示す研究と、過度にフォーマルまたはカジュアルでない、中間が好印象であることを示す研究がある。座席配置については、180度「正面」好印象説、「斜め」好印象説、交互作用説を示す研究がある。Haase & Tepper (1972) において座席配置と他の要因に交互作用が認められたが、4要因の組み合わせによる効果がなぜ生じたのかは説明されていない。

以上の研究動向から、一貫した結果が得られていないこと、心理面接条件を扱った研究が乏しいこと、文化差を考慮した研究は乏しいことという3点の課題が明らかになった。課題の1点目である一貫した結果が得られていないことは、先行研究が多様な条件において多様な結果を示しているが、再検証や結果の多様性を説明する理論的枠組みが構築されていないことである。非言語要因について、概ね一貫した結果が得られているのは表情における笑顔の好印象効果のみである。服装、座席配置、アイコンタクトについては、多様な結果が示されているものの、研究数はそれほど多くないため、統一した見解は得られていない。十分に追試研究がなされていないために、いかなる条件下で独立変数が肯定的な効果をもたらすかを特定できないままである。また、4要因以上の交互作用は解釈が困難になるため、避けることが推奨される研究デザインであるが、Haase & Tepper (1972) は、5要因のデザインによって4要因の交互作用を示した。このような複雑な結果や、研究間の結果の相違を説明する理論的考察は示されていない。すなわち、探索的に検討した結果が羅列されているだけであり、多様な現象を説明する理論的枠組みの確立が求められる。



課題の2点目は、心理面接条件を扱った研究が乏しいことである。非言語要因がもたらす影響については、心理学にくわえ、医療 (Gherardi et al., 2009; Palazzo & Hocken, 2010)、福祉分野 (松村他, 2012) においても検討されている。心理学分野においては、社会心理学、認知心理学、臨床心理学において研究が行われている。心理学においては、1970年代に社会心理学分野においてパーソナルスペースに代表される非言語要因の研究が隆盛を極めた。その影響により臨床心理学分野においても非言語要因の研究が流行った。その後、流行は下火になったのが、残された研究課題は解消されず、現在に至る。研究や条件により示される結果が多様かつ複雑であるため、心理面接場面以外の条件において得られた知見が、臨床場面に応用可能か検討する必要がある。くわえて、結果の矛盾についてはさらなる研究が必要である。たとえば、心理師の服装について、カジュアルとフォーマルであればカジュアルのほうが好印象を与える (Roll & Roll, 1984)。一方で、心理師の服装は過度なカジュアルおよび過度なフォーマルは好まれないという (Heitmeyer & Goldsmith, 1990)、一貫しない報告があり、カジュアルのほうが望ましいと断定することはできない。また、どの程度の服装から過度だと判断されるのかも不明瞭なままである。座席およびアイコンタクトについては交互作用説と主効果説が併存しており、統一的な見解は得られていない。臨床応用可能性を検討する、さらなる研究が求められる。

課題の3点目は、文化差を考慮した研究が乏しいことである。これは、文化差を考慮した検討が十分になされたとは考え難いことである。日本人に限定していえば、日本人を対象とした、日本人に特有な非言語要因の効果を扱う研究が乏しいことである。心理面接場面を含む非言語コミュニケーションには文化差があるため、慎重に実施することが指摘されている (Hall et al., 1995)。アイコンタクトから受ける印象は西欧と東アジアにより異なる (Akechi et al., 2013)。日本において、視線を過度に合わせることを避けるため、相手の目ではなく額を見るようコミュニケーションの作法を教えられることがある (Nixon, & West, 1995)。このように日本文化に特有な非言語コミュニケー

ションがあるため、日本人に適した非言語要因は日本人を対象とした研究により明らかにすることが必要である。それにもかかわらず、現状では非言語要因の影響に関する研究において、特定の文化圏において特有の結果ということを明示した研究は乏しい。研究協力者の文化的背景を考慮した非言語要因の効果研究が一層行うことが求められる。

### 非言語要因の応用可能性

心理面接場面における心理師、クライアント関係を促進する非言語要因研究が発展すれば、その影響は広範囲に及ぶ。表情とアイコンタクトといった非言語行動は、心理師が訓練を積むことで修得できるスキルである。服装については心理師の心がけで容易に変更できる要素である。座席配置は心理師が勤務する施設の物理的構造の影響を大きく受けるが、そのような条件を乗り越えることができれば、服装と同様に、心理師の心がけで容易に変更できる。したがって、心理師の得意とする理論、心理療法を超えて、多くの心理師が参考にできる貴重な知見を生み出すことができる。

例外として、学校臨床のように治療構造における構造度が低い現場であれば、教室での様子の観察、保健室に訪問してクライアントと接するなど、面接室の座席配置が適用できない場面もある。病院臨床のように治療構造における構造度が高い現場であっても、座席配置はおのずと定まるため、たとえば寝椅子を用いるアプローチであれば、研究知見を適用し難い時もあるだろう。臨床動作法のように、適切な身体動作の実施を必要とする条件下では、非常に動きやすい服装が求められるため、研究知見で得られた情報を活用しにくいこともありうる。

それらの例外条件においても、心理師とクライアントの挨拶時には顔を見合わせて、視線や表情を相互に確認する場面はあるはずである。したがって、心理面接場面における信頼関係構築を促進する非言語要因研究は高い汎用性があるため、大きな意義をもつ。

従来の先行研究は対面状況を扱うものばかりである。近年になり、遠隔面接の効果を検討する研究が多数行われるようになった。遠隔面接場面に

おける非言語要因についても対面状況と同様に活用可能性がある。したがって、対面状況に加えて遠隔面接状況についても、非言語要因の効果について研究することで、対面と遠隔、どちらも同様の対応で良いのか、それぞれの状況に応じた心理師の非言語的対応が好ましいのかを明らかにし、心理師の適切な対応を支えることが可能になる。以上より、心理師の非言語要因について、今後の研究が期待される。

〈引用文献〉

- Akechi, H., Senju, A., Uibo, H., Kikuchi, Y., Hasegawa T., & Hietanen J. K. (2013). Attention to Eye Contact in the West and East: Autonomic Responses and Evaluative Ratings. *PLoS ONE*, 8(3), e59312. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0059312>
- Bedi, R. P. (2006). Concept mapping the client's perspective on counseling alliance formation. *Journal of Counseling Psychology*, 53 (1), 26-35. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.53.1.26>
- Broekmann, N. C. & Möller, A. T. (1973). Preferred seating position and distance in various situations. *Journal of Counseling psychology*, 20 (6), 504-508. <https://doi.org/10.1037/h0035103>
- Chung, H., Lee, H., Chang, D. S., Kim, H. S., Lee, H., Park, H. J., & Chae, Y. (2012). Doctor's attire influences perceived empathy in the patient-doctor relationship. *Patient Education and Counselling*, 89 (3), 387-91. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2012.02.017>
- Dowell, N. M., & Berman, J. S. (2013). Therapist Nonverbal Behavior and Perceptions of Empathy, Alliance, and Treatment Credibility. *Journal of Psychotherapy Integration*, 23 (2), 158-165. <https://doi.org/10.1037/a0031421>
- Gherardi, G., Cameron, J., West, A., & Crossley, M. (2009). Are we dressed to impress? A descriptive survey assessing patients' preference of doctors' attire in the hospital setting. *Clinical Medicine*, 9 (6), 519-524. <https://doi.org/10.7861/clinmedicine.9-6-519>
- Haase, R. F. & Mattia, D. J. (1970). Proxemic behavior: Counselor, administrator, ad client preference for seating arrangement in dyadic interaction. *Journal of Counseling Psychology*, 17 (4), 319-325.
- Haase, R. F., & Tepper, D. T. (1972). Nonverbal components of empathic communication. *Journal of Counseling Psychology*, 19 (5), 417-424. <https://doi.org/10.1037/h0033188>
- Hall, J. A., Harrigan, J. A., & Rosenthal, R. (1995). Nonverbal behavior in clinician-patient interaction. *Applied & Preventive Psychology*, 4 (1), 21-37. [https://doi.org/10.1016/S0962-1849\(05\)80049-6](https://doi.org/10.1016/S0962-1849(05)80049-6)
- Heitmeyer, J. R., & Goldsmith, E. B. (1990). Attire, an influence on perceptions of counselors' characteristics. *Perception and Motor Skills*, 70 (3), 923-929. <https://doi.org/10.2466/pms.1990.70.3.923>
- 日高茂暢・室橋春光・河西哲子 (2008). 印象形成過程における表情と背景色の処理に関する検討 日本心理学会第72回大会発表論文集, 687. [https://doi.org/10.4992/pacjpa.72.0\\_2PM114](https://doi.org/10.4992/pacjpa.72.0_2PM114)
- 廣兼孝信・吉田寿夫 (1984). 印象形成における手がかりの優位性に関する研究 実験社会心理学研究, 23 (2), 117-124. <https://doi.org/10.2130/jjesp.23.117>
- Horvath, A. O., & Symonds, B. D. (1991). Relation between working alliance and outcome in psychotherapy: A meta-analysis. *Journal of Counseling Psychology*, 38 (2), 139-149. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.38.2.139>
- 福原省三 (1990). アイ・コンタクトと印象の評価が受け手の対人感情に及ぼす効果 心理学研究, 61, 177-183. <https://doi.org/10.4992/jjpsy.61.177>
- 神山貴弥・藤原武弘・石井眞治 (1990). 態度変容と印象形成に及ぼす座席配置の効果 社会心理学研究, 5, 129 - 136. <https://doi.org/10.14966/jssp.KJ00003725108>
- LaCrosse, M. B. (1975). Nonverbal behavior and perceived counselor attractiveness and persuasiveness. *Journal of Counselling Psychology*, 22 (6), 563-566. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.22.6.563>
- 益子行弘・齋藤美穂 (2008). 基本6表情の変化が印象に与える影響 日本心理学会第72回大会発表論文集, 2PM120-2PM120, [https://doi.org/10.4992/pacjpa.72.0\\_2PM120](https://doi.org/10.4992/pacjpa.72.0_2PM120)
- 松本卓三 (1978). 説得行動における非言語コミュニケーションの効果 教育心理学研究, 26, 247-251. [https://doi.org/10.5926/jjep1953.26.4\\_247](https://doi.org/10.5926/jjep1953.26.4_247)
- 松村俊志・向居暁・田村隆宏 (2012). 保育実習生の服装が印象評定に及ぼす影響 (2) —保育者として相應しいか— 日本心理学会第76回大会発表論文集, 3PMD

- 04-3PMD04 [https://doi.org/10.4992/pacjpa.76.0\\_3PMD04](https://doi.org/10.4992/pacjpa.76.0_3PMD04)
- 森下朝日 (2012). 聴き手の表情とアイコンタクトが発話者の心理に及ぼす影響 日本心理学会大会発表論文集, 76. [https://doi.org/10.4992/pacjpa.76.0\\_1AMB30](https://doi.org/10.4992/pacjpa.76.0_1AMB30)
- Nixon, J. C., & West, J. F. (1995). Intercultural preparation for managers going to Japan. *American Journal of Business*, 10, 57-64. <https://doi.org/10.1108/19355181199500017>
- 大原貴弘 (2008). 表情と先行情報が他者の印象評定に及ぼす影響と男女差 日本心理学会第72回大会発表論文集, 2PM124-2PM124. [https://doi.org/10.4992/pacjpa.72.0\\_2PM124](https://doi.org/10.4992/pacjpa.72.0_2PM124)
- Palazzo, S., & Hocken, D. B. (2010). Patient' perspectives on how doctors dress. *Journal of Hospital Infection*, 74 (1), 30-34. <https://doi.org/10.1016/j.jhin.2009.08.021>
- Rickard, E., Hevey, D., & Wilson, C. (2021). The impact of seating arrangement and therapy task on therapeutic alliance formation. *Counselling and Psychotherapy Research*, 21 (3), 683-696. <https://doi.org/10.1002/capr.12341>
- Roll, S. A., & Roll, B. M. (1984). Neophyte Counselor Attire and College Student Perceptions of Expertness, Trustworthiness, and Attractiveness. *Counselor Education and Supervision*, 23 (4), 321-327. <https://doi.org/10.1002/j.1556-6978.1984.tb00621.x>
- 新村知里・草野萌・田中章浩 (2014). 顔の表情と形態が魅力に及ぼす効果 日本認知心理学会第12回大会発表論文集, 111. [https://doi.org/10.14875/cogpsy.2014.0\\_111](https://doi.org/10.14875/cogpsy.2014.0_111)
- Simpson, S. (2009). Psychotherapy via videoconferencing: A review. *British Journal of Guidance & Counselling*, 37 (3), 271-286. <https://doi.org/10.1080/03069880902957007>
- Tipton, R. M., & Rymer, R. A. (1978). A laboratory study of the effects of varying levels of counselor eye contact on client-focused and problem-focused counseling styles. *Journal of Counseling Psychology*, 25 (3), 200-204. <https://doi.org/10.1037/0022-0167.25.3.200>
- 上田彩子・廻島和彦・村門千恵 (2010). 表情が印象判断に及ぼす影響における性差 認知心理学研究, 7 (2), 103-112. <https://doi.org/10.5265/jcogpsy.7.103>
- 山口創・石川利恵 (1997). 対人不安者の着席行動と印象形成—臨床における面接時の座席配置を想定して— 性格心理学研究, 5 (1), 15-26. [https://doi.org/10.2132/jjpspp.5.1\\_15](https://doi.org/10.2132/jjpspp.5.1_15)



