

研究論文 (Articles)

顔と職業の印象一致度が人物の認知に及ぼす影響

木原 香代子¹⁾・織田 涼²⁾・八木 保樹¹⁾

(立命館大学文学部¹⁾・立命館大学大学院文学研究科²⁾)

Congruity of Impression of Faces and Occupations in Person Cognition

KIHARA Kayoko¹⁾, ORITA Ryo²⁾ and YAGI Yasuki¹⁾

(College of Letters, Ritsumeikan University¹⁾/

Graduate School of Letters, Ritsumeikan University²⁾)

The effect of congruity of impressions between faces and occupations was investigated by analyzing person impression formation (Experiment 1), and person memory (Experiment 2 and 3). In Experiment 1, participants were shown congruent or incongruent pairs of facial pictures and names of occupations. In congruent pairs the face fitted the occupation on impressions, whereas in incongruent pairs, it did not. Then, participants rated their impressions about the person. Results indicated that for the congruent pairs, their person impressions fitted the impressions of both the face and the occupation, whereas for incongruent pairs, the impressions fitted the occupation. In Experiment 2, participants were asked to memorize pairs of facial pictures and names of occupations during the learning phase. In Experiment 3, participants were shown pairs of facial pictures and names of occupations during the phase and they rated the congruity between a face and an occupation, without the intention to learn. During the test, participants were shown a facial picture and four occupation names (the occupation-choice condition), or an occupation name and four facial pictures (the face-choice condition). Then, they were asked to choose the matching pair from the four possible choices. The results indicated that the performance in choosing the matching pair was significantly higher for incongruent, than for congruent pairs. Moreover, the performance in the occupation-choice condition was higher than the performance in the face-choice condition. These results were similar in both Experiments 2 and 3.

Key Words : impression formation, person memory, congruity of impression, the job-choice test, the face-choice test

キーワード : 印象形成, 対人記憶, 印象一致度, 職業選択課題, 顔選択課題

問題

顔には眼や鼻などの視覚的な情報やその人物の感情、興味などさまざまな情報が含まれてい

る。そして、われわれは、これらの情報にもとづいてその人物がどのような性格であるのかを推測し、その人物の印象を形成することができる。たとえば、日常経験において、初対面の人と積極的にコミュニケーションをとるかどう

かを決めるとき、その人が信頼できそうか、近づきやすい人かどうかを推測し、判断することもあるだろう。また、童顔の人はそうでない人よりも正直、純粹といった若い人の性格特性を帰属されやすいことも示されている (Berry & McArthur, 1986)。このような認知機能については、認知心理学や神経心理学などさまざまな領域で検討されている (Adolphs, Tranel, & Damasio, 1998; Baron-Cohen, Ring, Edward, Bullmore, Brammer, Simons, & Williams, 1999; Todorov & Uleman, 2002, 2003)。

一方、われわれは、その人物の行動から性格を推測し、その人物の印象を形成することもできる。これは、暗黙裡の性格観 (implicit personality theory; Bruner & Tagiuri, 1954; Cronbach, 1955) として知られており、われわれは性格特性と行動の対応関係に関する知識を持っていると考えられている。そして、われわれはこれらの情報を個別に利用するというよりも複数の情報を吟味したうえで印象を形成し、その人物の表象を形成していくと考えられる (Darley & Gross, 1983; 池上, 1996)。

このようにわれわれは複数の情報から人物の表象を形成するとき、互いの情報を結びつけ、まとめようとする (坂元, 1998)。そしてその時、なるべく一貫性の高い表象を形成しようとする傾向が強くなる (池上, 2001)。それぞれの情報が一致していれば (たとえば、“まじめそうな” 顔をした“図書館の司書”), その人物の表象はスムーズに形成されるだろう。一方、不一致な情報が含まれている場合 (たとえば、“おとなしそうな” 顔をした“体育の教師”), 一貫性の高い表象を形成しようとするため、これらの情報に対して精緻化処理が行われる (Srull & Wyer, 1989)。その際には、その人物個人を表す個性化を可能にするような情報に重みを置きながら処理されることになる。しかしながら、たとえば顔から推測される印象と職業などの社会的属性

から推測される印象が一致しない場合に、どちらのほうが個性化を可能とする情報であるのか、どちらのほうに重きを置いた処理が行われるのかといったことについては、あまり検討されていない。社会的認知の研究は、行動の原因帰属やステレオタイプなど、社会心理学が1950年代から検討してきたトピックを、認知心理学で扱われた概念、理論、および手続きを用いて再検討することを目標としてきた。そのため、他者の行動や職業などの意味情報には着目してきたが、その中に顔の認知は含まれていない。したがって、対人記憶モデルにおいて、顔という情報は考慮されずに研究が進められてきた。そこで本研究では、顔と職業の印象一致度がその人物の印象評価に及ぼす影響について検討する。また、その時にどのような人物表象が形成されるのかを検討するために、顔と職業の印象一致度が人物の記憶に及ぼす影響についてもあわせて検討する。

本研究では、予備実験と3つの実験を行った。予備実験では、顔と職業の印象一致度を操作するため、顔写真、職業それぞれの印象について調べ、印象一致条件と不一致条件を作成した。

実験1では、予備実験で作成した刺激を使用し、その人物の印象評価を行う際に顔写真と職業のどちらの印象に重みづけられて処理されるのか検討した。両者の印象が一致する場合は、顔と職業それぞれから推測される印象に一致した印象をその人物の印象として評価するだろう。一方、両者の印象が不一致の場合には、その人物の印象評価がどの情報に基づいて行われるのかを結果から検証していくこととした。

さらに実験2, 3では、顔と職業の印象一致度がその人物の記憶に及ぼす影響について検討した。実験2では意図記憶事態で実験を行った。実験3では偶発記憶事態で行い、符号化時の方向付け課題として顔と職業の印象一致度を評価させた。また記憶課題を2種類用意し、これら

の課題の違いによる効果についてもあわせて検討した。1つは顔選択課題で、職業を提示し、符号化時にその職業と正しく組み合わせられていた顔写真を4枚から選ぶ課題であった。もう1つは職業選択課題で、顔写真を提示し、符号化時にその顔写真と正しく組み合わせられていた職業を4つから選ぶ課題であった。顔と職業それぞれから推測される印象が一致しない場合、なるべく一貫性の高い表象を形成しようとするため、精緻化処理が行われ、それに付随する手がかりが多くなるだろう（Srull & Wyer, 1989 前出）。したがって、顔と職業で印象が一致するよりも、一致しないほうがその組み合わせを正しく選択することができると思われ。課題の違いによる影響については、実験1の結果より、顔と職業のどちらにあわせて印象形成が行われているのかによって予想される結果も異なるだろう。顔の印象に重みづけられて印象形成が行われているのであれば、顔を基準として職業を選択する職業選択条件のほうが正答率が高くなるであろう。一方、職業の印象に重みづけられて印象形成が行われているのであれば、職業を基準として顔を選択する顔選択条件のほうが記憶成績がよくなると予想される。

以上の仮説で実験を行い、人物の印象評価、及び人物の記憶において、顔と職業の印象一致度がどのように影響するかを検討した。

予備調査

実験1から3までで使用する顔写真と職業を選定するために、60名の大学生（男性29名、女性31名、年齢平均20.7歳、 $SD = 1.2$ ）を対象に予備調査を行った。30枚の顔写真（20代から30代の日本人、男女15枚ずつ）および30個の職業を刺激とした。顔写真には、メガネやイヤリングなどの装飾品をつけた人物はいなかった。これらを、10枚の顔写真（男女5枚ずつ）と10

Table 1. 特性語対に対する因子負荷

項目	I	II
おとなしい—活発な	-.972	.149
積極的—消極的	.926	-.258
外向的—内向的	.925	-.311
うるさい—静かな	.921	.127
おどおどした—堂々とした	-.885	.220
激しい—穏やか	.875	.331
派手—地味	.871	-.136
弱々しい—たくましい	-.791	.210
口下手—話し上手	-.773	.321
おおざっぱ—几帳面	.701	.255
せっかち—のんき	.668	.316
誠実—不誠実	-.137	-.869
非協力的—協力的	-.340	.823
無責任な—責任感のある	.074	.769
あたたかい—つめたい	.082	-.742
聞き上手な—聞き下手な	.194	-.734
ねちっこい—さっぱりした	-.311	.718
頑固な—柔軟な	-.054	.567
怠惰な—勤勉な	.236	.564
累積寄与率	46.3	72.8

個の職業で構成した3つの刺激セットに分け、各セットに参加者を20名ずつ割り当てた。参加者は、刺激ごとに抱く印象を、25対の性格特性語を用いて5段階で評価した。

分析では、25対の印象評価から、刺激ごとに平均値を算出した。これをもとに、探索的因子分析（主因子法、バリマックス回転）を実施し、固有値の減衰傾向（8.80, 5.04, 1.88, 1.04, …）から、特性語対の評価が2因子構造であると判断した。また、負荷量の基準値を3.5として、両因子に負荷する、もしくはどちらの因子にも負荷しない特性語対を削除したところ、19対が残った（Table 1）。第一因子は「おとなしい—活発な」「積極的—消極的」などの特性語対が高

い負荷量を示すことから力動性因子とした。第二因子は「誠実—不誠実」「非協力的—協力的」などの特性語対が高い負荷を示すことから親しみやすさ因子とした。

次に、因子得点を回帰法によって算出し、その平均値 (0) を基準に刺激を分類した。2つの因子得点の高低から、刺激を4群に分け、各群から顔写真を4枚ずつ(男女各2枚)と、職業を4個ずつ選んだ(職業の一覧は Table 2)。

実験 1

目的

実験 1 では、顔と職業の印象一致度を操作し、両者の印象が不一致の場合にどちらの情報に重みづけて印象を形成するのかを検討することを

Table 2. 実験 1-3 で使用した職業の一覧

力動性—低
親しみやすさ—低
a 内職
b 仕分け (お中元, 年賀状など)
スーパーのレジ
水道メーターの検針
親しみやすさ—高
a 駅員
b 巫女さん
実験の被験者
メガネ屋の測定
力動性—高
親しみやすさ—低
a ピザ配達
b 工事現場
カラオケ店員
読者モデル
親しみやすさ—高
a 映画のエキストラ
b 空港のカウンタースタッフ
焼肉屋店員
引っ越し屋
a 実験2, 3において一致条件として使用した職業
b 実験2, 3において不一致条件として使用した職業

目的とした。

方法

刺激と実験計画 予備調査で選定した顔と職業を用いた。これらは、力動性および親しみやすさの因子得点の高低から4群に分類される。この4群から選定した顔と職業を組み合わせ、16対の刺激を作成した。したがって実験計画は、2(顔の力動性:高,低)×2(顔の親しみやすさ:高,低)×2(職業の力動性:高,低)×2(職業の親しみやすさ:高,低)の参加者内計画になった。

参加者 大学生20名(男性9名,女性11名,年齢平均20.3歳,SD=1.7)が参加した。実験は1名から7名の小集団で実施した。

手続き 刺激の提示用プログラムは Super Lab Pro (Ver. 2.04) で作成した。このプログラムをノートパソコン (Dell Vostro 1510) で実行し、接続したプロジェクタ (PLUS Vision Corp V-1080) から、182cm (縦) × 176cm (横) のスクリーンに刺激を投影した。顔写真と職業の対を上下に並べた16対の刺激を無作為な順序で提示した。参加者には、提示した顔と職業の人物について、印象を5段階で評価するよう求めた。評価に用いた特性語は、予備実験で抽出した2因子に負荷する19対 (Table 1) を用いた。提示時間は任意であり、参加者がすべての特性語について評価し終わったのを確認してから次の刺激を提示した。

結果

各刺激対に対する印象評価から、Table 1の因子構造にもとづいて、力動性および親しみやすさの下位尺度得点を算出した。分析は、解釈の複雑さを避けるために、因子ごとに実施した。すなわち、顔および職業の力動性の要因が、刺激対に対する力動性の印象に及ぼす影響を検討し、親しみやすさの要因についても同様に検討した。また、顔と職業の印象の一致度の効果

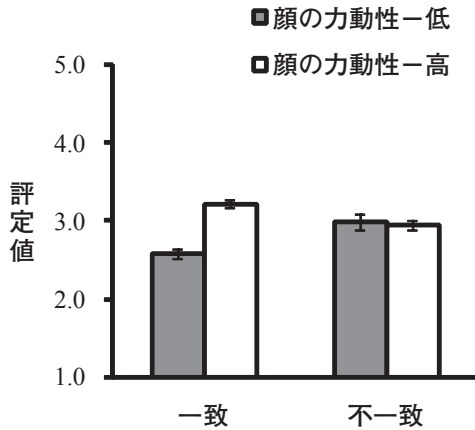


Figure 1. 人物評価に対する印象一致度の影響 (力動性因子尺度)。エラーバーは標準誤差を表す。

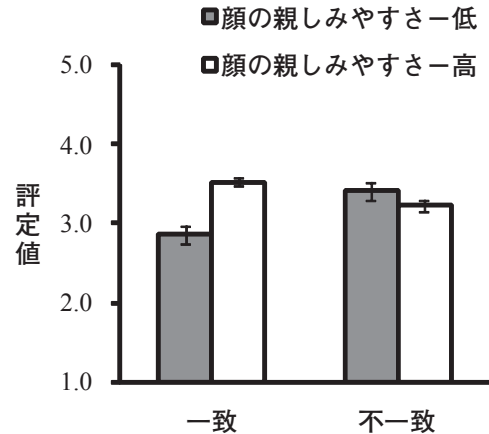


Figure 2. 人物評価に対する印象一致度の影響 (親しみやすさ因子尺度)。エラーバーは標準誤差を表す。

を検討するために、職業の印象の要因を、顔の印象との一致・不一致とした。顔-高と職業-高の刺激対、および顔-低と職業-低の刺激対を一致条件に、顔-高と職業-低の刺激対、および顔-低と職業-高の刺激対を不一致条件に割りあてた。したがって分析の要因計画は、2 (顔：高, 低) × 2 (一致度：一致, 不一致) の参加者内計画となり、印象の因子ごとに下位尺度得点を従属変数とする分散分析を実施した。Figure 1 と 2 には、条件別に 2 得点の平均値を示した。

力動性の分析では、顔の主効果は有意だったが ($F(1, 18) = 25.3, p < .001$)、一致度の主効果は有意ではなかった ($F(1, 18) = 1.2, ns$)。また、交互作用が有意だった ($F(1, 18) = 16.1, p < .001$)。顔の単純主効果は、一致条件で有意だった ($F(1, 36) = 38.3, p < .001$)。顔、職業ともに力動性が高い対のほうが、低い対よりも力動性の強い印象を与えた。不一致条件では顔の単純主効果が有意ではなかった ($F(1, 36) = 0.1, ns$)。

親しみやすさの分析では、顔の主効果は有意だったが ($F(1, 18) = 10.2, p < .01$)、一致度の主効果は有意ではなかった ($F(1, 18) = 2.1, ns$)。

また、交互作用が有意だった ($F(1, 18) = 55.7, p < .001$)。顔の単純主効果は、一致条件で有意だった ($F(1, 36) = 50.4, p < .001$)。顔、職業ともに親しみやすさが高い対のほうが、低い対よりも親しみやすさの強い印象を与えた。また、不一致条件でも顔の単純主効果が有意だった ($F(1, 36) = 4.2, p < .05$)。親しみやすさが低い顔と高い職業の対のほうが、親しみやすさが高い顔と低い職業の対よりも、親しみやすさの強い印象を与えた。

考察

実験 1 の結果、顔と職業の印象が一致する場合には、力動性因子、親しみやすさ因子ともにこれらの印象に一致した人物の印象を形成した。一方、不一致の場合、力動性因子では差はみられなかったが、親しみやすさ因子では差がみられ、職業の印象にあわせてその人物の印象を変化させていることが示された。この結果から、顔と職業の印象が一致しない場合には、職業の印象にあわせて人物の印象を形成することが示唆された。

実験 2 では、人物表象とはどのように形成されていくのかを検討するために、顔と職業の印

象一致度を操作し、記憶実験を行うこととした。

実験 2

目的

顔と職業の印象一致度が顔と職業の組み合わせの記憶に及ぼす影響について検討した。その際、記憶課題として、符号化時に提示した顔と職業の組み合わせを正しく記憶しているかを確かめるために、1つの職業と複数の顔写真を提示して職業に組み合わせられた顔写真を正しく選ぶ顔選択条件と、1つの顔写真と複数の職業を提示して顔に組み合わせられた職業を正しく選ぶ職業選択条件を実施し、どちらの課題のほうがより正答率が高くなるかを検討した。人物の表象を形成する際に、より一貫性を追求するならば、印象が一致しない条件のほうがより精緻的な処理を行う必要があるため、一致する条件に比べて正答率が高くなると予想される。また、実験1において職業にあわせて印象形成を行っていることが示唆されたことから、職業を基準として顔を選択する顔選択条件のほうが職業選択条件よりも正答率が高くなると予想される。

方法

実験計画と参加者 2 (テスト課題時の選択刺激：顔選択、職業選択) × 2 (一致度：一致、不一致) の2要因混合計画であった。前者は参加者間要因、後者は参加者内要因であった。大学生46名 (男性14名、女性32名、年齢平均20.1歳、 $SD = 0.9$) が、選択刺激の2条件に無作為に割り当てられた。実験室内で個別に実施した。

刺激 顔写真と職業を組み合わせた32対の刺激を用いた。このうち8対は、予備調査で親しみやすさ因子の高低に分類した刺激で作成し、ターゲット刺激とした。顔と職業の印象が一致

する組み合わせが4対、不一致の組み合わせが4対であった (職業はTable 1のaおよびb)。残りの24対は、フィラー刺激とし、参加者ごとに顔と職業を無作為に組み合わせさせた。ターゲット刺激およびフィラー刺激の顔写真は、男女同数で構成した。

手続き Microsoft Visual Basic. Net 2008で作成した実験プログラムを、デスクトップコンピュータ (Dell Vostro200, WindowsXP Service Pack3) および付属のディスプレイ (21型, 1280 × 1024pixelの解像度) で実行した。

符号化課題では、32対の顔写真と職業を無作為な順序で提示し、その組み合わせを記憶するよう参加者に求めた。提示の際、顔と職業の上下の位置は、参加者間でカウンターバランスをとった。提示時間は各対で2秒間とし、その間に1秒の空白画面を挿入した。

テスト課題では、8対のターゲット刺激について、顔と職業の組み合わせの記憶テストを実施した。顔選択条件では、職業を画面中央に、それと対になる人物を含む4枚の顔写真を画面下部に横並びに提示した。参加者は、職業と対になる顔写真を選ぶように求められた。ターゲット以外の顔写真は、フィラー刺激の顔写真から無作為に提示された。職業選択条件では、顔写真を画面中央に、それと対になる職業を含む4個の職業を画面下部に提示し、顔選択条件と同様の手続きでテストを実施した。

結果

条件ごとに正答率を求め、その平均値をFigure 3に示した。正答率について、2(選択刺激) × 2 (一致度) の混合計画分散分析を実施した。選択刺激の主効果が有意であり ($F(1, 44) = 6.8, p < .05$)、顔選択条件よりも職業選択条件で正答率が高かった。また、一致度の主効果が有意であり ($F(1, 44) = 5.2, p < .05$)、一致条件よりも不一致条件で正答率が高かった。交互作用は

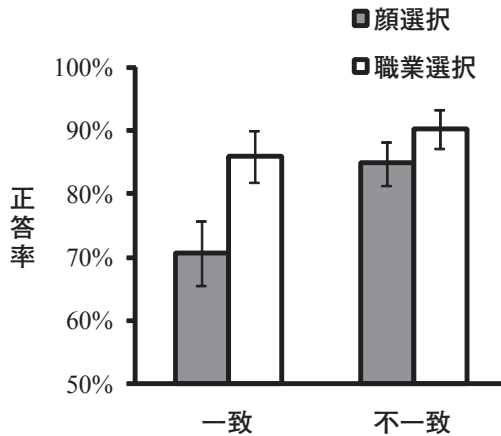


Figure 3. 意図記憶事態における顔と職業の印象一致度の効果。エラーバーは標準誤差を表す。

有意ではなかった ($F(1, 44) = 1.5, ns.$)。

考察

実験の結果、印象不一致条件のほうが一致条件よりも正答率が高くなることが示された。この結果は、本実験の仮説に一致し、顔と職業それぞれの印象が一致しない場合、一貫性を追求するためそれぞれの刺激に対して精緻的処理が行われた結果であると考えられる。また、記憶課題の違いにおいて、職業選択条件のほうが顔選択条件よりも正答率が高くなることが示された。この結果は、印象形成を行った実験1で印象形成が職業の印象に重みづけられていたのとは異なり、記憶を課題とした場合には、顔を基準として職業を選択したほうが記憶成績がよくなることを示している。このことからわれわれは人物表象を形成するときには、顔の表象を中心として、その他の表象を連合させていくことが示唆された。

実験3では、実験1と2の結果の違いを検出するために、符号化時に記憶指示を行わず、顔と職業の印象からどの程度両者がふさわしいかを評価させることとした。もし、符号化時の課題目標がその人物の印象形成である場合と記憶

である場合とで、形成される人物表象が異なるのであれば、実験3は、印象形成を課題としているため、職業を基準に顔を選択するほうが顔を基準に職業を選択するよりも正答率が高くなると予想される。

実験3

目的

実験2は顔と職業の印象一致度が対人記憶に及ぼす影響について検討した。その結果、不一致条件のほうが一致条件よりも正答率が高く、職業選択条件のほうが顔選択条件よりも組み合わせの正答率が高くなることが示された。この結果は、不一致条件のほうが精緻化処理がなされ、なおかつ顔を中心とした人物表象が形成されたことを示唆している。この結果が、符号化段階での処理が影響しているのか、検索段階での処理が影響しているのかを検討するために、符号化時に記憶指示を行わず、顔と職業の印象評価を課題目標とすることとした。

方法

実験計画と参加者 2 (偶発テスト課題時の選択刺激：顔選択、職業選択) × 2 (一致度：一致、不一致) の2要因混合計画であった。前者は参加者間要因、後者は参加者内要因であった。大学生67名 (男性32名、女性35名、年齢平均20.1歳、 $SD = 0.9$) が、選択刺激の2条件に無作為に割り当てられた。

手続き 刺激は実験2と同じターゲット刺激8対およびフィルター刺激24対を用いた。Microsoft Visual Basic .Net 2008で作成した実験プログラムを、デスクトップコンピュータ (Dell Dimension 9200C, WindowsXP ServicePack3) およびディスプレイ (17型, 1024 × 768pixelの解像度) で実行した。

課題は、評価課題と偶発テスト課題で構成し、

後者は実験2と同じ手続きで実施した。評価課題では、32対の顔と職業の刺激を無作為な順序で提示した。顔と職業の上下の位置は、参加者間でカウンターバランスをとった。参加者には、写真の人物の仕事として、対提示された職業がふさわしいと感じる程度を(1)「ふさわしくない」から(5)「ふさわしい」までの5件法で評価するよう求めた。評価に制限時間を設けなかったが、顔写真と職業の提示時間は3秒間とした。

結果

条件ごとに正答率を求め、その平均値をFigure 4に示した。正答率について、2(選択刺激) × 2(一致度)の混合計画分散分析を実施した。選択刺激の主効果が有意であり($F(1, 65) = 5.7, p < .05$)、顔選択条件よりも職業選択条件で正答率が高かった。また、一致度の主効果が有意であり($F(1, 65) = 7.0, p < .01$)、一致条件よりも不一致条件で正答率が高かった。交互作用は有意ではなかった($F(1, 65) < 0.1, ns$)。

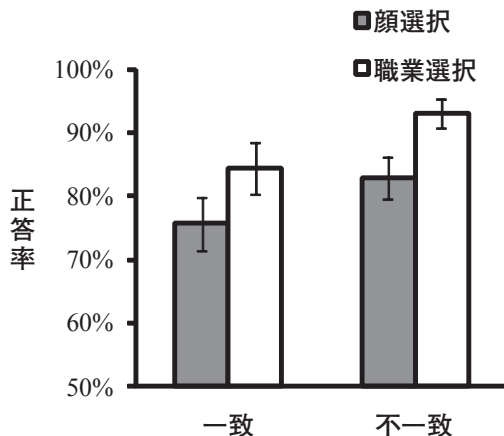


Figure 4. 偶発記憶事態における顔と職業の印象一致度の効果。エラーバーは標準誤差を表す。

考察

実験3の結果は、実験2と同様、印象不一致条件のほうが一致条件よりも、正答率が高くな

ることが示された。すなわち、人物表象を形成する際に行われる一貫性を高めるような精緻化処理は、符号化時の課題目標にかかわらず行われることが示唆された。さらに、また職業選択条件のほうが顔選択条件よりも正答率が高くなったことから、実験3においても人物表象のネットワークは、顔を中心に職業などの情報を連合させ、形成されることが示唆された。

総合考察

本研究では、3つの実験を通して顔と職業の印象一致度が人物の印象評価や記憶に及ぼす影響について検討してきた。その結果、印象評価については、顔、職業それぞれから推測される印象が一致する場合は、それぞれの印象に一致して人物の印象を形成し、不一致の場合には、職業の印象にあわせて人物の印象を形成することが示された(実験1)。また、人物の記憶については、顔と職業の印象が一致しないほうが一致するよりも正答率が高かった。さらに、顔を基準に職業を選択するほうが職業を基準に顔を選択するよりも正答率が高くなることが示された(実験2, 3)。そして、この結果は、符号化時の課題目標によるものではないことが示唆された(実験3)。

これらの結果は、入力された印象が一致しない情報の処理水準について示唆を与える。実験1では、顔と職業の印象が一致しない場合、職業の印象にあわせてその人物の印象評価を行うことが示された。この結果は、印象が一致しない顔と職業からの印象形成であっても、精緻な深い処理が遂行されていないことを意味するかもしれない。Fiske & Neuberg (1990)の連続体モデルでは、印象形成がカテゴリーベースの処理から個人ベースの処理までの連続体の中で遂行されるとしている。対象人物が特定のカテゴリーに当てはまると認知されれば、そのカテ

ゴリーが含意する印象をその人物に付与する。得られた情報がカテゴリカルな知識と矛盾する場合には、個人ベースの処理に徐々に移行し、その人物の個人的特性に基づいた印象形成が行われると考えられている。2つの処理モードは同等ではなく、個人ベースの処理は、正確さを求めた精緻な処理とされる。実験1では、不一致時の印象形成が、カテゴリカルな職業の印象に重みづけられたことから、その処理水準は浅いと言えるだろう。

一方、実験2の記憶課題では、顔と職業の印象が不一致にある場合に再認成績が高くなることが示された。われわれは、他者の表象に一貫性を求める(池上, 2001 前出)。一致しない情報を受け取ると、その不一致を説明するために、深い精緻な処理を遂行する。Srull & Wyer (1989 前出)の対人記憶理論は、不一致にある情報の精緻な処理によって、他者についての記憶表象が複雑なものになるとしている。この表象では、情報間に多くの連合が形成されるため、その想起は容易になる。実験2の結果はこの知見に合致している。すなわち、不一致にある顔と職業の記憶は、精緻な深い処理をとらない、それが、再認成績を上昇させたのだろう。

これらの結果の一つの解釈は、課題目標によって、不一致にある顔と職業の処理水準が異なるというものであろう。すなわち、印象形成を目標とする場合には処理水準が低く、記憶を目標とする場合には高いと解釈できる。しかしこの解釈は、先行研究の知見と合致しない。Hamilton, Katz, & Leirer (1980)は、他者の行動情報を提示する際に、印象形成もしくは記憶のいずれかを課題目標として参加者に教示した。その結果、印象形成を目標とする場合に、情報の再生成績が高くなるという結果を示している。この結果について Hamilton et al. (1980 前出)は、印象形成を目標とした場合に、参加者は一貫性のある印象を求め、提示された行動情報同

士を互いに関連づけたと解釈している。これは、印象形成時には精緻な深い処理が遂行されることを意味する。

また、本研究の実験3では、顔と職業の記憶教示を行わず、それらの情報の印象に着目するよう教示を与えた。この実験においても、印象が不一致な関係にある顔と職業の刺激対に対して再認成績が高いという結果が得られたことから、記憶目標時に情報処理の水準が高くなるという解釈は妥当ではない。

これらの結果に妥当なもう一つの解釈は、印象形成および記憶を目標とする場合の処理水準が、情報の入力時ではなく、出力時に異なるという説明である。この説明では、課題目標にかかわらず、同一の人物表象が形成されると考えられる。印象形成も記憶検索も、この表象に基づいて遂行されるが、この出力の処理水準は異なるだろう。印象形成は、その課題に示唆的な情報によって遂行可能であるため、一部の情報だけが走査される、浅い処理が実施されるのだろう。記憶課題は、顔および職業の両方が必要な情報であるため、人物表象の走査は網羅的であり、精緻な深い処理がなされるのかもしれない。

同様の解釈は、Garcia-Marques, Hamilton, & Maddox (2002; Garcia-Marques & Hamilton, 1996)のTRAPモデルにもみられる。他者の行動情報を扱うこのモデルでは、課題目標によって行動情報が2つのモードで走査されると主張している。印象形成や性格特性の評価では、これらの判断に示唆的な情報だけが走査される。記憶の再生や再認においては、表象内のすべての情報が網羅的に走査される。TRAPモデルでは、前者を発見法的な浅い処理とし、後者を精緻な深い処理と特徴づけている。

これらの示唆から、課題目標が印象形成であっても記憶であっても同様の人物表象が形成されると考えられるが、人物表象において、顔

と職業はどのような関係性になっているのでしょうか。これについては、実験2および3で示された、記憶課題の違いによる効果が示唆している。実験2および3において、職業選択条件のほうが顔選択条件よりも正答率が高いことが示された。この結果は、顔を基準としてその他の意味情報を連合することによって、人物表象が形成されていくことを示唆している。このような示唆は、知覚した顔の分析を行い、その後、意味情報にアクセスされ、その人物を同定していくと仮定している、Bruce & Young (1986)の顔認識モデルにも一致する結果であると考えられる。また、社会的属性や名前の記憶が顔写真を付加することで促進されることが示されており (Glenberg & Grimes, 1995; Kargopoulos, Bablekou, Gonida, & Kiosseoglou, 2003; 木原, 2004), このことから人物の表象は顔を中心としたネットワークを形成していることが推測できる。顔は動的であり、状況や時間とともに表情や視線向きなどの特徴も変化するが、同一人物であることが判断できなくなるということはない。また、時を経て年齢とともにその風貌が変化したとしても、ある程度同定できるための特徴を保つ。すなわち、多少視覚的特徴が変化したとしても、同じ人物であると同定できる普遍的で恒常的な対象である (Hay & Young, 1982; 木原, 2003)。一方、職業は顔に比べて変化する可能性が高く、その変化に応じて人物の表象を更新していく必要がある。そして人物の表象を形成する際には、恒常性を持つ対象を基準としたほうが形成しやすいのだろう。

3つの実験を通して、人物の印象形成および記憶について検討した。その結果、符号化時の課題目標にかかわらず、同様の人物表象が形成されること、また検索時において記憶を課題目標とする場合により精緻な処理が行われていることが示唆された。また、人物表象における顔と職業の関係性については、顔が基準となり職

業などの意味情報が連合されていくことが示唆された。しかしながら、人物表象がどのように形成されるのか、また人物表象に含まれる情報が符号化時や検索時の課題目標に応じてどのように処理されるのかなどについて、まだまだ不明な点が多く、さらに検討する必要があるだろう。

謝 辞

本研究の実験のデータ収集にあたり、泉里沙さん、大石麻紀子さん、越智梓織さん、高橋美和さん、堀内遥さん (以上、2010年度文学部心理学専攻3回生)、海老池千鶴さん、中田友貴さん、原田明弥さん (以上、2011年度文学部心理学専攻3回生)のご協力をいただきました。ここに謝意を表します。

引用文献

- Adolphs, E., Tranel, D., & Damasio, A. R. (1998) The human amygdala in social judgment. *Nature*, 393, 470-474.
- Baron-Cohen, S., Ring, H. A., Edward, S. W., Bullmore, E. T., Brammer, M. J., Simons, A., & Williams, S. C. R. (1999) Social intelligence in the normal and autistic brain: An fMRI study. *European Journal of Neuroscience*, 11, 1891-1898.
- Berry, D. S. & McArthur, L. Z. (1986) Perceiving character in faces: The impact of age-related craniofacial changes on social perception. *Psychological Bulletin*, 100, 3-18.
- Bruce, V. & Young, A. (1986) Understanding face recognition. *British Journal of Psychology*, 77, 305-327.
- Bruner, J. S. & Tagiuri, R. (1954) The perception of people. G. Lindzey (Ed.) *Handbook of social psychology*. Cambridge: Addison-Wesley.
- Cronbach, L. J. (1955) Processes affecting scores on 'understanding of others' and 'assumed similarity'. *Psychological Bulletin*, 52, 177-193.
- Darby, J. M. & Gross, P. H. (1983) A hypothesis

- confirming bias in labeling effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 20-33.
- Fiske, S. T. & Neuberg, S. L. (1990) A continuum model of impression formation from category-based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation. M. P. Zanna (Ed.) *Advances in Experimental Social Psychology*, 23. New York: Academic Press.
- Garcia-Marques, L. & Hamilton, D. L. (1996) Resolving the apparent discrepancy between incongruity effect and the expectancy-based illusory correlation effect: The TRAP model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 845-860.
- Garcia-Marques, L., Hamilton, D. L., & Maddox, K. B. (2002) Exhaustive and heuristic processes in person cognition: Further tests of the TRAP model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 193-207.
- Glenberg, A. M. & Grimes, T. (1995) Memory and faces: Pictures help you remember who said what. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 196-206.
- Hamilton, D. L., Katz, L. B., & Leirer, V. B. (1980) Cognitive representation of personality impressions: Organizational processes in first impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 1050-1063.
- Hay, D. C. & Young, A. W. (1982) The human face. A. W. Ellis (Ed.) *Normality and pathology in cognitive functions*. London: Academic Press.
- 池上知子 (1996) 「対人認知の心的機構：ポスト認知モデルへの提言」. 風間書房.
- 池上知子 (2001) 対人認知の心的機構：情報処理アプローチは何を明らかにしたのか. 唐沢穰・池上知子・唐沢かおり・大平英樹 (編) 「社会的認知の心理学：社会を描く心のはたらき」. ナカニシヤ出版.
- Kargopoulos, P., Bablekou, Z., Gonida, E., & Kiosseoglou, G. (2003) Effects of face and name presentation on memory for associated verbal descriptors. *American Journal of Psychology*, 116, 415-430.
- 木原香代子 (2003) 顔の記憶表象の形成を促す符号化. 基礎心理学研究, 21, 89-95.
- 木原香代子 (2004) 顔と記憶. 竹原卓真・野村理朗 (編) 「『顔』研究の最前線」. 北大路書房.
- 坂元章 (1998) 人物表象の形成と使用－体制化と接近可能性. 山本真理子・外山みどり (編) 「社会的認知」. 誠信書房.
- Srull, T. K. & Wyer, R. S., Jr. (1989) Person memory and judgment. *Psychological Review*, 96, 58-83.
- Todorov, A. & Uleman, J. S. (2002) Spontaneous trait inferences are bound to actors' faces: Evidence from a false recognition paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83, 1051-1065.
- Todorov, A. & Uleman, J. S. (2003) The efficiency of binding spontaneous trait inferences to actors' faces. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39, 549-562.

(2012. 1. 12 受稿) (2012. 3. 19 受理)

