オノマトペの使用が印象形成に及ぼす影響

—言葉による装いの効果—

○鈴木公啓¹・磯友輝子¹

(¹東京未来大学)

キーワード: オノマトペ・印象形成・装い

Onomatopoeia for impression on others

Tomohiro SUZUKI¹, Yukiko ISO¹

(¹Tokyo Future Univ.)

Key Words: onomatopoeia, impression management, adornment

目 的

文章についての装いにはいくつかの種類があり, それらの心理的な影響についての検討がなされてきている。例えば, インターネット上のコミュニケーション場面における顔文字や絵文字の効果についての検討などがおこなわれている (例えば, 荒川・鈴木, 2004)。顔文字などは, 文字だけでは表現しきれないものを補助する効果などを有しているといえる。

文章を装うその他のツールの一つとして, 言葉による装いであるオノマトペ (擬音語・擬態語などの総称) が挙げられる。オノマトペは, 外見と同じコミュニケーションの一つとすることが可能であり, 被服やアクセサリーや小物が身体を装うように, オノマトペは文章を装う。そしてさらには, 人を装う。オノマトペが使用されると, 豊富な情報と情緒が付与される (例えば, 荻阪, 1999)。そのため, 人々が文章を読んで抱く印象はその影響を受けることになる。

本研究では, 文章の装いという観点からオノマトペを扱い, オノマトペの使用が, どのように印象形成に影響を及ぼすかを明らかにすることを目的とする。

方 法

対象者 関東圏の2つの共学私立大学の男女学生148名 (男性52名, 女性96名, 平均年齢21.49, $SD=6.49$) を対象者とし, 講義やゼミの時間に実施した。倫理的配慮をおこない, 同意を得た者を対象者とし実施した。時期は2011年12月から2012年1月であった。

刺激文 打ち上げ場面と引越越し場面の二つの場面を設定した。前者は, 比較的日常的な場面であり, 後者は, 比較的改まった場面と想定される。なお, これらの場面それぞれについて, 先生に送るメールと友人に送るメールの両者を設定した。それらについて, それぞれ, オノマトペ有り/Oノマトペ無し/の刺激文を設定した。

印象測定項目 先行研究を参考に, 印象形成に関連する15項目 (「活発な—活発でない」, 「分別のある—分別のない」, 「親しみやすい—親しみにくい」など) を準備し実施した。

実施方法 対象者は, 打ち上げ場面と引越越し場面の両者について回答をおこなった。ただし, メール送信の対象とオノマトペの有無は実験参加者間要因とし, それぞれどちらか一方について割り当てがなされた。片方の場面で対象が先生であった場合は, もう片方の場面では対象が友人になるようにした。オノマトペの有無についても同様に割り当てをおこなった。さらに, 2つの場面についてはカウンターバランスを実施した。したがって, 調査票は8つのパターンが準備され, 対象者はいずれかに回答するように割り振られた。

結 果

予備的処理 はじめに, 印象を測定した項目について, 場面毎に因子分析 (最尤法・プロマックス

回転) をおこなった。その結果, どちらの場面においても「大人」「快活」「友好」の3因子が抽出され, また, 各因子に対応している項目は両場面と同様であった。そこで, その3因子に基づき最終的に12項目を分類し, 3つの下位尺度を構成した。そして, 合成得点 (下位尺度内の項目平均値) を元に, 以降の分析をおこなうこととした。

オノマトペの使用による差異

それぞれの場面, そして対象毎の, オノマトペの有無による印象項目得点の平均値と標準偏差, および平均値の差の検定結果をTable 1に示す。打ち上げ場面においては, 対象が先生であっても友人であっても, 3つの印象すべてにおいてオノマトペの有無による印象項目得点の違いは認められなかった。一方, 引越越し報告場面においては, 先生と友人の両対象について「大人」において違いが認められ (それぞれ, $t_{(73)}=6.20$, $p<.01$, $t_{(71)}=2.85$, $p<.001$), オノマトペを用いた方が子どもっぽい印象を与えるということが示された。他の下位尺度については, 違いは示されなかった。

考 察

本研究により, オノマトペの使用が印象形成に及ぼす影響の一部について確認することができた。それは, 引越越しの報告という, 若干改まった場面において見受けられた。また, 印象の種類としては, 従来オノマトペ研究で言及されてきた主要な特徴である子どもっぽさにおいて確認され, これまでの言説を実証することができたといえる。

ところで, 本研究では, 若年層がオノマトペを使用した場面と同じく若年層が評価する, といったように, 行為者と評価者が同じ若年層世代となっている。大人っぽさや子どもっぽさといった評価は, その行為をおこなう側の年齢層, そして, それを評価する側の年齢層が影響する可能性は高い。今後, その要因についても掘り検討することが, オノマトペが印象形成に及ぼす影響を明らかにする上で有用であろう。

(SUZUKI, Tomohiro & ISO, Yukiko)

注: 本研究は平成23年度東京未来大学特別研究助成費を受け実施した。

Table 1 場面そして対象毎のオノマトペの有無による印象項目得点の平均値と標準偏差および平均値の差の検定結果

対象 オノマトペ	打ち上げ場面					
	先生			友人		
	有り(n=34)	無し(n=39)	t	有り(n=36)	無し(n=39)	t
大人	4.94 (1.28)	5.27 (1.09)	-1.18 n.s.	3.85 (0.89)	4.13 (1.21)	-1.17 n.s.
快活	5.08 (1.26)	4.91 (0.97)	0.65 n.s.	5.62 (0.81)	5.33 (0.84)	1.50 n.s.
友好	5.11 (1.30)	5.15 (1.05)	-0.17 n.s.	5.43 (0.92)	5.29 (0.96)	0.62 n.s.
対象 オノマトペ	引越越し場面					
	先生			友人		
	有り(n=39)	無し(n=36)	t	有り(n=39)	無し(n=34)	t
大人	4.00 (1.02)	5.39 (0.91)	6.20 **	4.23 (0.91)	4.82 (0.86)	2.85 ***
快活	4.83 (0.99)	4.65 (0.97)	-0.79 n.s.	4.94 (0.89)	4.71 (1.07)	-0.99 n.s.
友好	4.91 (1.05)	4.96 (0.91)	0.25 n.s.	5.19 (0.95)	5.20 (0.88)	0.04 n.s.

** $p<.01$, *** $p<.001$, 括弧内は標準偏差