

滋賀大経済 ○神山 進

ノートルダム女大文 橋田 庸

目的 非言語コミュニケーションに関連して、服装をメディアにした情報伝達内容（服装メッセージ）を問題にする。特に、①服装メッセージ評定尺度を開発すること、②それによって、服装上の「肌の露出」が伝達する情報内容を測定すること、③服装上の「肌の露出」の解釈に対する社会的態度の影響を検討すること、が本研究の目的である。

方法 服装メッセージ評定尺度（75項目より構成）、「肌の露出度」の大小に関して対をなす7対14枚の刺激図版（線画）、保守主義評定尺度（20項目より構成）を使用。14枚の図版のうち一枚によって表示された刺激人物（SP）を被験者（142名）に提示して、その線画のような服装の人物がどのような人であるかを、服装メッセージ評定尺度上で評定させた。一人の被験者には14人のSPが、二度に分けて提示された。

結果 (1)袖の有無・ドレス丈の長短などから表示される「肌の露出度」が、異なった情報を伝達する事態が確認され、またそれらを測定することが出来た。(2)「肌の露出度」が伝える情報内容は、次の4成分によって構成された（因子分析の結果より）。すなわち「お洒落／流行感覚」、「品位／社会良識」、「仕事／地位の高さ」、「活発さ／元気さ」、である。(3)保守的態度の持主は、革新的態度の持主より、肌の露出度が小さい服装に一層好意的な意味（例えば地位の高さ）を解釈し、逆に革新的態度の持主は保守的態度の持主より、肌の露出度が大きい服装に一層好意的な意味（例えば流行感覚の良さ）を解釈した。特に保守的人物は、そうでない人物よりも、「肌の露出度が小さい服装」と「仕事・公式の場・そこでの地位」などを一層強く関連づけていた（分散分析の結果より）。