



Title	異性に対する自己呈示方略に関する実験的研究：自己呈示ジレンマ状況における魅力度と重要度の効果
Author(s)	谷口，淳一
Citation	対人社会心理学研究. 2001, 1, p. 93-106
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/4035
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

異性に対する自己呈示方略に関する実験的研究^{1) 2)} - 自己呈示ジレンマ状況における魅力度と重要度の効果 -

谷口 淳一 (大阪大学大学院人間科学研究科)

本研究は、未知の女性と対面することを予期させられた男性被験者が、その女性の好みと被験者の自己概念が相反するという自己呈示ジレンマ状況において、どのような自己呈示方略をとるのかを、女性の魅力度と自己呈示する自己概念の重要度を操作して実験を行い、調べた。また、セルフモニタリング傾向の観点からも検討を行った。被験者は男子大学生・大学院生 40 名であった。実験の結果、女性の魅力度によって自己呈示方略は変わらないものの、自己概念が自分にとってあまり重要ではない時、女性の好みに従った自己呈示が行われていることが分かった。さらに自己概念があまり重要ではない時、セルフモニタリング傾向が高い人のほうが女性の好みに従った自己呈示を行っていた。結果から、自己呈示ジレンマ状況においては、女性の魅力度だけでなく将来の相互作用を期待できることが女性の好みに従った自己呈示を行うことにつながる可能性が示唆された。

キーワード：自己呈示、デート行動、外見的魅力、自己呈示ジレンマ状況、セルフモニタリング

問題

男女が恋愛関係に陥るには、まず 2 人が出会うことが必要である。そしてその出会いの形は様々であろう。それを分類するにはいくつかの方法が考えられるが、例えばクラスが同じであったとか会社が同じだったなどを意図しない出会いとするならば、お見合いや合コン、友人の紹介といったものは意図的な出会いとすることができるだろう。この意図的な出会いの場面において男女に課せられた課題は、比較的即座に相手进行评估し、相手との将来の相互作用が期待できるかを判断することである。そしてそのような場面では同様に自分も相手から評価されることを強く意識しており、そこで与えた印象がその後の相手との関係を大きく規定することをわれわれはよく知っている。そのため、そのような異性との初対面場面において、思っているまま、感じているままの自己像を伝えることは少なく、自分の特定の側面は見せ、他の側面は見せないといった選択が行なわれる(久保, 1998)。また、できれば自分のことをよりよく思われたいという欲求のため(廣岡, 1997)、欺瞞的な戦術を使うことも頻繁に行なわれる(Tooke & Camire, 1991)。このような、相手に与える自己の印象に注意をはらい、それを統制しようとする行動(Leary & Kowalski, 1990)を自己呈示という。

それでは、自己呈示はどのようなプロセスで行われるのだろうか。Leary(1993)は自己呈示行動を、印象モニター(impression monitoring)、印象動機(impression motivation)、印象構築(impression construction)という3つの分離した心理的過程の結果であるとしている。まず、自己呈示行動の生起のためには、自己の公的イメージに注意が向くことが必要であり、自己覚知状態にある時、われわれは自分が他者にどのような印象をもたれるのかに注意が向く(Leary, 1993)。次に自己呈示行動を行うことに動機づけられる必要がある。Leary & Kowalski(1990)は自己呈示行動の機能として 報酬の獲得と損失の回避 自尊心の高揚・維持 アイデンティティの確立という3つをあげており、このことから自己呈示行動を動機づけられる要因として、目標達成への関連性の高さ 目標の価値の高さ 望ましいイメージと現実のイメージとの不一致の3要因をあげている。さらにどのような自己の印象を呈示するかを決定する印象構築過程においては、それを方向づける要因として 自己概念 望ましいアイデンティティ 役割 自己呈示の対象となる他者の価値づけ 現在の(あるいは予想される)公的イメージの5要因があるとしている(Leary & Kowalski, 1990; Leary, 1993)。

このうち自己概念と望ましいアイデンティティは私的自己の側面であり、役割、対象の価値づけ、現在の公的イメージは社会的背景要因である。

自己呈示状況において最も理想的なのは、印象構築過程を決定する 5 要因が同じ印象を形成する方向に働きかける時である。しかし 5 要因のうちいくつかがそれぞれ違った印象を自己呈示するように働きかける時、われわれは自己呈示ジレンマ状況に陥る (Leary, 1993, 1995)。特に自己概念と自己呈示の対象となる他者の価値づけが異なる場合は、最も一般的で悩ましい自己呈示ジレンマ状況といえる。Leary (1993) によれば、このようなジレンマ状況では、自己呈示の対象となる他者が価値をおいている属性を所有していない、または他者がネガティブとみなしている属性を所有していると個人は認識する。そして、自己概念と一致した自己呈示を行うことは、他者の価値づけにあわせた自己呈示よりもネガティブな印象を与え、社会的にも物質的にも好ましくない結果を与える。この望ましくない評価を回避するために、他者の価値づけに合致した欺瞞的な自己呈示が行われることが予期される。しかし、常に他者の価値づけに合致した自己呈示が行われるわけではない。先述したように自己呈示には、報酬の獲得と損失の回避だけでなく、自尊心の維持・高揚、アイデンティティの確立という機能もある。自己呈示ジレンマ状況において他者の価値づけに合致した自己呈示を行うことは、他者からの高い評価という報酬を獲得できるものの、自尊心を低下させ、望ましいアイデンティティを確立できなくさせてしまう。また、われわれは自己概念を他者に確証させたいという欲求を持っている (Buber, 1951)。それは、自己概念と一致した理解をされることによって社会的相互作用が円滑になるからである (Swann, Milton, & Polzer, 2000)。これらの見解をふまえると、自己概念と一致した自己呈示が行われることも同様に予期される。

それではどのような要因が自己呈示ジレンマ状況における行動を決定するのか。Leary (1993) によれば、目標の価値、自己概念の重要度という 2 要因が顕著な影響力を持つとされている。自己呈示を行うことによって達成される目標の価値が高い、つまり獲得される報酬が魅力的なほど、他者の価値づけに合致した自己呈示を行うことが予期される。また、われわれは自己呈示を行う自己概念に対して強くコミットしている時、自己概念と不一致な印象は伝えたがらないので、自己概念と一致した自己呈示を行うことが予期される。Pelham (1991) によれば、自己の特定の側面へのコミットメントとは、自分が誰であるのかの重要な部分であるとその側面をみなしている度合い、その側面が目標や野望、楽しみや満足と関連している度合いである。つまり、強くコミットしている自己概念ほど、自尊心の維持やアイデンティティの確立に強い影響力をもつと考えられる。

それでは異性に対する自己呈示場面において目標の価値が高い状況とはどのような場合だろうか。デート相手選択場面においては身体的魅力の高い人が圧倒的に好まれる (Walster, Aronson, Abrahams, & Rottman, 1966) ことから分かるように、自己呈示の対象となる異性の身体的魅力が高い時である。一般に、魅力的な人からの賛成や承認は、魅力的でない人からのポジティブな評価よりも価値が高いからである (Leary & Miller, 2000)。デート相手選択場面は、相手の異性がデートの申し込みを受け入れてくれるかどうか分からないという不確定状況であり、相手の異性を惹きつけようと極端な努力が行われる (Rowatt, Cunningham, & Druen, 1999)。なかでもよく使われる一般的方略は、競合者よりも自己をより魅力的で能力の高いように見せることで (Buss, 1988)、それが欺瞞的であることも多い (Tooke & Camire, 1991)。Rowatt, Cunningham, Druen, Lawrence, Lundy, Pospisil, & Miles (1996) の研究で、被験者のうち実に 90% が、デート関係開始期に魅力的な相手に、少なくとも一度は嘘をついていたことが示されている。また、Rowatt, Cunningham, & Druen (1998) は Druen, Barbee, Cunningham, & Yankeeelov (1996) の他者から受ける期待に関するモデルを初対面場面に適用して、他者の期待に応えたいと望むほど、

欺瞞を行おうとする動機が高まるとしている。実際に Mori, Chaiken, & Pliner(1987)、Rowatt *et al.*(1998, 1999)、von Bayer, Sherik, & Zanna(1981)、Zanna & Pack(1975)などは、初対面場面において魅力的な異性の価値観や好みに従うように自己呈示を変化させることを実証している。しかし、これらの研究はどれも自己呈示を行う自己概念の重要度には注目しておらず、どのような自己概念においても魅力的な異性の価値観や好みに従った自己呈示が行われるのかについては明らかにされていない。そこで本研究では、異性との初対面場面における自己呈示方略の決定因として、自己呈示の対象となる異性の魅力度と、自己呈示する自己概念の重要度の観点から検討を行うこととする。

ところで Leary(1995)は、他者が自分に対してネガティブな印象を保持していると認識した時、その印象とは無関係な領域でポジティブな印象を呈示することによってネガティブな印象を補償しようとするとしており、このことは Baumeister(1982)、Baumeister & Jones(1978)、Leary & Schlenker(1980)などにおいて明らかにされている。自己呈示ジレンマ状況において、魅力的な異性の価値観や好みには従わず、自己概念と一致した自己呈示を行うことは、その異性に対してネガティブな印象を与えてしまうという認知を生み出すこととなる。そのため補償的な自己呈示が行われることが予想される。本研究では、この補償的な自己呈示が行われるかについても検討を行う。

また、魅力的な異性の好みに従った自己呈示を行う程度には個人差があると考えられる。自己呈示行動における個人差については多くの要因との関連が言及されているが、特にセルフモニタリングが自己呈示行動と関連の深い概念とされている(安藤, 1994; 福島, 1996; Snyder, 1974)。高セルフモニタリング者は自己の社会的行動の状況的適切さに関心が高く、対人的な手掛かりに比較的基づいて自己呈示行動を行うが、低セルフモニタリング者は自己の態度や特性に基づいて自己呈示行動を行う(Snyder, 1974)。つまり高セルフモニタリング者は低セルフモニタリング者よりも、魅力的な異性の好みに従った自己呈示を行うことが推測される。実際に Rowatt *et al.*(1998)の研究でこの推測は実証されている。しかし彼らの研究においては、被験者が自己呈示ジレンマ状況にはおかれていない。そのため自己呈示ジレンマ状況においても、高セルフモニタリング者が魅力的な異性の好みに従った自己呈示を行うかは検討されていない。そこで本研究では、自己呈示ジレンマ状況における行動の決定に関するセルフモニタリング傾向の影響についても検討を行う。

以上より本研究では、魅力度を操作した未知の女性と対面することが想定された男性被験者が、自己概念と不一致な女性の好みに関する情報を与えられることによって自己呈示ジレンマ状況におかれ、そこで自分にとって重要な自己概念およびあまり重要ではない自己概念を、どの程度女性の好みに従って呈示するかを検討した。また、個人のセルフモニタリング傾向についても検討を行うこととした。本研究の仮説を以下に示す。

仮説 1 : 高魅力条件の被験者は低魅力条件の被験者に比べて、女性の好みに従った自己呈示を行う。

仮説 2 : 自分にとってあまり重要ではないと考える自己概念については、重要であるとする自己概念についてよりも女性の好みに従った自己呈示を行う。

仮説 3 : 高魅力条件の被験者は、自分にとって重要であるとする自己概念について女性の好みに従った自己呈示を行わない時、補償的な自己呈示を行う。

仮説 4 : 高セルフモニタリング者は低セルフモニタリング者に比べて女性の好みに従った自己呈示を行う。

方法

被験者

男子大学生、及び大学院生 40 名（高魅力条件 20 名、低魅力条件 20 名）が、事前調査、本実験の両方に参加した。平均年齢は 22.4 歳（ $SD=3.8$ ）であった。

概要

事前調査は質問紙への回答によって行われ、本実験は予備調査実施の約 2 週間後に実験室において個別に行なわれた。また、事前調査と本実験は全く別の研究であると被験者に思わせる配慮がとられた。

事前調査

（a）自己概念の測定

パーソナリティ特性における自己概念を測定するために、30 項目のパーソナリティ特性対（両極尺度）のそれぞれどちらに自分があてはまると思うかを 4 件法で回答させた。30 項目のパーソナリティ特性対は、森（1983）がパーソナリティの 2 面性を測るために作成した TSPS（Two-Sided-Personality-Scale）を用いた。TSPS は、どちらも社会的に望ましく、互いに反対の内容を表しているパーソナリティ特性対で構成されている。本実験では、実験のペアとなる女性の「理想の男性像」と被験者の自己概念が異なっているという自己呈示ジレンマ状況を作り出すが、その実験状況のリアリティを高めるために「理想の男性像」も被験者の自己概念もともに社会的に望ましい特性であることが必要であり、そのために TSPS を用いた。なお本研究においては、TSPS30 対のうち、被験者がどちらのパーソナリティ特性を選んでも、その対となるパーソナリティ特性が女性が示す男性の好みとして適当であると特に思われる 20 対（あきらめのよい - ねばり強い、自立的な - 強固的な、大胆な - 細心な、等）を選択し、使用することとしたが、事前調査と本実験が異なる研究であると被験者に思わせる目的から、事前調査においてのみ、選択されなかった残りの 10 対も filler 項目として使用した。

（b）自己概念の重要度の測定

自己概念の重要度の程度を測定するために、TSPS30 対のそれぞれの特性対の次元が自分にとってどの程度重要であるかを「全く重要ではない(1)」～「かなり重要である(5)」の 5 件法で回答させた。

（c）社会的望ましさの測定

本実験における社会的望ましさの自己呈示量の測定、および補償的な自己呈示の検討を行うために、社会的に望ましいと思われる 15 項目の記述に自分がどの程度あてはまると思うかを「とてもそうではない(1)」～「とてもそうである(5)」の 5 件法で回答させた。この社会的望ましさ項目は、Kelly (1955) の尺度を参考にして向山（1987）が作成したレプテスト 25 項目の中から、パーソナリティ特性を表すと思われる項目を除外（上述の自己概念の測定項目と重複するため）した 15 項目を使用した。さらに、本実験ではそのうち、できるだけ各々の項目が別次元を表していると思われる 10 項目（友達が多い、目標を持っている、運動能力がすぐれている、等）を使用することとした。ただし、上記と同様の理由から、それ以外の 5 項目も filler 項目として事前調査では使用した。

本実験

（1）独立変数の操作

独立変数となるのは自己呈示の対象となる女性の魅力度（2 水準・被験者間要因）と、自己呈示する自己概念の重要度（2 水準・被験者内要因）の 2 要因である。

女性の魅力度

被験者に提示される女性のプロフィールの記述によって操作した。プロフィールは、Zanna & Pack (1975) を参考にして、魅力度の高い女性は、外見的にも性格的にも望ましく、将来交際する相手とし

て望ましい相手とし、魅力度の低い女性は、外見的にも性格的にも特に望ましいというわけではなく、将来交際する相手としてそれほど望ましくない相手であることが被験者に伝わるように作成した。魅力度の高い女性のプロフィールには、「目鼻立ちが整っている、清潔感がある、この実験で男子大学生と友達になりたいと思っている、常に笑顔である、好印象を受ける、落ち着いている」といったことが書かれていた。魅力度の低い女性のプロフィールには、「美人でも不美人でもない、あまり彼氏以外の男性には興味がない、取りつきにくそうである、笑顔はほとんど見せない」といったことが書かれていた。これらの記述は実験者が女性に対して事前にインタビューを行い、その時受けた印象をメモしたものであると被験者に伝えられた。

自己概念の重要度

女性が回答したとされる「理想の男性像アンケート」結果によって操作した。「理想の男性像アンケート」結果は、事前調査における自己概念の重要度の回答結果をもとに被験者ごとに作成された。「理想の男性像アンケート」は、「どのような男性が好ましいのか」を6項目のパーソナリティ特性対について2者択一で回答させる形式になっている。この6項目は、事前調査において被験者が比較的重要であるとしたパーソナリティ特性対3項目、重要ではないとしたパーソナリティ特性対3項目から構成されていた。また、被験者を自己呈示ジレンマ状況に置くために、事前調査の自己概念の評定に基づいて、被験者の自己概念とは全て反対のパーソナリティ特性を で囲んでいき、後日行われる実験において被験者のペアとなる女性が回答したものであるように見せかけた。

(2) 手続き

実験室に入室した被験者は、実験が「異性間の相性に関する実験」であり、ランダムに選ばれた女性被験者とペアとなって後日再び実験に参加することと、これからの実験の流れが伝えられた。実験は以下の手順で進められた。

ペアとなる女性に関する資料に基づく印象評定

被験者にこの実験の偽りの目的を説明した後、ペアとなる女性のプロフィールと、その女性が回答したとされる「理想の男性像アンケート」の結果からなる資料を提示し、そこから受ける印象について「魅力的だと思うか」、「相性があうと思うか」、「実験のペアとしてふさわしいと思うか」という3尺度上に6段階で評定させた。この際、ペアとなる女性にはこの回答の結果を知らせないことが伝えられた。

パーソナリティ特性尺度および社会的望ましさを尺度への回答（自己呈示量の測定）

50 項目からなる質問紙に回答させた。50 項目のうち 40 項目は、上述した TSPS30 対のうち本実験で使用する 20 対を単極尺度にした項目である。事前調査で両極尺度だった項目を単極尺度で測定するのは、上述した通り事前調査と本実験が別の研究であると被験者に思わせるためである。40 項目のパーソナリティ特性尺度以外の項目は、社会的望ましさを測定する 10 項目である。それぞれの項目には「全くあてはまらない(1)」～「かなりあてはまる(5)」までの5件法で回答させた。この際、この質問紙への回答の結果に基づいてペアとなる女性が被験者に対する印象評定を行うことを伝えた。このことから、被験者の質問紙への回答はペアとなる女性への自己呈示と考えられる。

個人差要因に関する質問紙への回答

岩淵・田中・中里(1982)のセルフモニタリング尺度 25 項目と、菅原(1986)の賞賛獲得欲求・拒否回避欲求尺度 9 項目からなる質問紙に回答させた。この際、ペアとなる女性にはこの回答の結果を知らせないことが伝えられた。ただし、賞賛獲得欲求・拒否回避欲求尺度についての結果は本稿では報告しないこととする。

デブリーフィング

すべての評定が終了した時点で、実験の真の目的を伝え、偽の実験プランを説明したことを説明し、

了承を得た。

結果

操作チェック

女性の魅力度の操作チェックのために、ペアとなる女性に対する印象評定について分析した。「魅力的だと思うか」、「相性があると思うか」、「実験のペアとしてふさわしいと思うか」の3項目上での評定を、女性の魅力度条件間で比較したところ、すべての項目において高魅力条件の方が低魅力条件よりも平均値が有意に高くなっていた ($t(38)=10.03, p<.001$ 、 $t(38)=2.73, p<.01$ 、 $t(38)=4.00, p<.001$)。つまり、高魅力条件の被験者の方が低魅力条件の被験者よりも、ペアとなる女性は魅力的で、自分と相性があり、実験のペアとしてふさわしいと評定していた。よって、女性の魅力度の操作は妥当であったといえる。

また、重要度の操作チェックのために、高重要項目、低重要項目それぞれ3項目の重要度の平均値について分析した。重要度の平均値を従属変数とし、魅力度(2)×重要度(2)の分散分析を行った結果、重要度の主効果のみがみられ ($F(1,38)=394.16, p<.001$)、高重要項目の方が低重要項目よりも重要度が高くなっていた。よって、重要度の操作も妥当であったといえる。

女性の好みに従った自己呈示量の検討

まず、「理想の男性像アンケート」結果として被験者に提示された6項目のパーソナリティ特性対のそれぞれにおいて、女性が選択したパーソナリティ特性(女性の好みに一致、自己概念と不一致)を「好み項目」とし、女性が選択しなかったパーソナリティ特性(女性の好みに不一致、自己概念と一致)を「自己概念項目」として、本実験におけるペアとなる女性の好みに従った自己呈示量(自己概念と自己呈示とのずれ)を以下の式で算出した。

$$(\text{女性の好みに従った}) \text{自己呈示量} = \text{「好み項目」} / (\text{「好み項目」} + \text{「自己概念項目」})$$

*「好み項目」、「自己概念項目」はそれぞれ本実験での評定量さらに上記の式で求められた自己呈示量は比率データと考えられるので、角変換をほどこした。この値を用いて、高重要項目、低重要項目それぞれ3項目の平均値を算出して、以後の統計的分析に用いた。

本研究の仮説を検証するために、ペアとして想定された女性の好みに従った自己呈示を行った程度に関して、女性の魅力度(2・被験者間)×自己概念の重要度(2・被験者内)の2要因分散分析を行った。その結果、自己概念の重要度の主効果が有意であり ($F(1,38)=12.68, p<.01$)、仮説2と一致して、自己概念の重要度が高い項目 ($A_v=0.67$) よりも重要度の低い項目 ($A_v=0.73$) において被験者は、ペアとして想定された女性の好みに従った自己呈示をより行っていた。女性の魅力度の有意な主効果、魅力度×重要度の有意な交互作用効果は認められず、仮説1を支持する結果は得られなかった。Figure 1 は女性の好みに従った自己呈示を行った程度を条件別に示したものである。

上記の分析より、高魅力条件の被験者は低魅力条件の被験者に比べて、ペアとして想定された女性の好みに従った

□ 高重要自己概念項目

■ 低重要自己概念項目

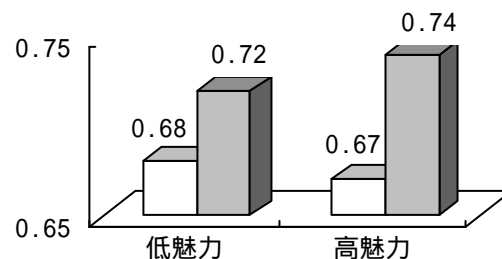


Figure1. 女性の好みに従った自己呈示量
についての女性の魅力度条件ごとの平均値

自己呈示をより行うという仮説 1 は支持されなかった。その理由としては、被験者は提示された「理想の男性像アンケート」結果が、被験者のペアとなる女性がすべての項目において被験者の自己概念とは反対のパーソナリティ特性に価値を置いているという自己呈示ジレンマ状況におかれていたことがあげられる。そのためにペアとなる女性は自分とはあまりにも異なった男性を望んでいると多くの被験者が感じ、その女性との将来の相互作用を期待できなかったのではないかと考えられる。実際に魅力度の操作チェックのために行った、ペアとなる女性と「相性があうと思うか」という質問に、低魅力条件の被験者 20 名すべてと高魅力条件の被験者 15 名が「相性があわない」(「どちらかといえば相性はあわないと思う」「相性はあわないと思う」「全く相性はあわないと思う」のいずれか)と回答していた。「(どちらかといえば)相性があう」と回答したのは高魅力条件の 5 名の被験者であった。

そこで、高魅力条件の被験者をペアとして想定された女性と「相性があうか」に関してさらに 2 群に分けそれぞれ「高魅力 - 良相性 (N=5)」群、「高魅力 - 悪相性 (N=15)」群とした。そして、「高魅力 - 良相性」、「高魅力 - 悪相性」、「低魅力 - 悪相性」の 3 群(「低魅力 - 良相性」群の被験者はなし)からなる「魅力度 - 相性」要因と自己概念の重要度の 2 要因を独立変数として、女性の好みに従った自己呈示を行う程度に関する 2 要因分散分析を行った。その結果、自己概念の重要度の主効果が有意で ($F(1,37)=13.00, p<.001$)、「魅力度 - 相性」要因の主効果にも有意な傾向がみられた ($F(2,37)=2.87, p<.10$)。そこで「魅力度 - 相性」要因間で Tukey の HSD 検定による多重比較を行ったところ、「高魅力 - 良相性」条件の被験者は、「高魅力 - 悪相性」条件の被験者よりもペアとなる女性の好みに従った自己呈示を有意に行っており ($p<.05$)、また「低魅力 - 悪相性」条件の被験者よりも、好みに従った自己呈示を有意に行う傾向があった ($p<.10$) (Figure 2 参照)。つまり、ペアとなる女性が魅力的でかつその女性と相性があうと感じる時、相性があわないと感じる時よりも、女性の好みに従った自己呈示を行っていた。なお、「魅力度 - 相性」要因 \times 重要度の交互作用に有意な効果はみられなかった。

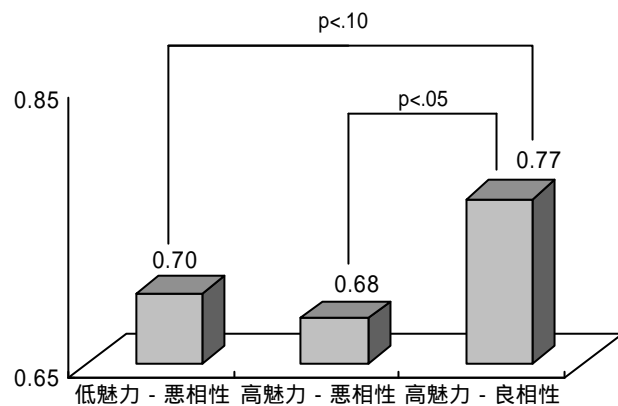


Figure 2. 「魅力度 - 相性」要因の各条件ごとの自己呈示量の平均値

社会的望ましさの自己呈示量の検討

社会的望ましさ項目 10 項目それぞれにおいて、本実験の評定値から事前調査の評定値を減じた値を社会的望ましさの自己呈示量とした。10 項目の係数は 0.43 と低い水準となっていたため、10 項目の社会的望ましさの呈示量を個別に検討することとした。

まず社会的望ましさの自己呈示が行なわれていたかどうかを調べるために、それぞれの項目において事前調査と本実験の評定値に差があるかどうかについて、高低魅力条件ごとに対応のある t 検定を行った (Table 1)。その結果、低魅力条件の被験者は「目上の人とうまく話せる」($p<.01$)、「清潔なふんいき」、「運動能力がすぐれている」、「生き方に自信を持っている」($p<.05$)、「友達が多い」($p<.10$) について事前調査より本実験の評定値の方が高くなっており、有意に社会的望ましさの自己呈示を行っていた。高魅力条件の被験者は「生き方に自信を持っている」、「目上の人とうまく話せる」($p<.001$)、「清潔なふんいき」($p<.01$)、「目標をもっている」「友達が多い」、「服のセンスが良い」

($p<.05$)、「頭が良い」($p<.10$)について、事前調査より本実験の評価値の方が高くなっており、有意に社会的望ましさの自己呈示を行っていた。

次に、社会的望ましさの自己呈示量のそれぞれの項目において、女性の魅力度条件間で差があるかどうかについて対応のない t 検定を行った (Table 2)。その結果、「目標を持っている」($t(38)=2.17$, $p<.05$)「服のセンスが良い」($t(38)=2.03$, $p<.05$)「生き方に自信を持っている」($t(38)=1.95$, $p<.10$)の項目において、高魅力条件の被験者が低魅力条件の被験者よりも有意に社会的望ましさの自己呈示を行っていた。

Table 1 事前調査と本実験における社会的望ましさ項目の平均値と t 検定結果

	低魅力条件			高魅力条件		
	事前調査	本実験	t 値	事前調査	本実験	t 値
自由な金が多い	2.85	2.75	0.40	2.85	2.65	0.58
友達が多い	3.15	3.70	1.93 +	2.85	3.60	2.78 *
生き方に自信を持っている	3.15	3.80	2.22 *	3.05	4.40	6.47 ***
服のセンスが良い	3.00	2.85	0.57	2.85	3.50	2.22 *
清潔なふんいき	3.25	3.90	2.80 *	3.50	4.40	3.60 **
体格がよい	3.05	3.30	0.86	2.45	2.20	1.56
目標をもっている	3.40	3.50	0.57	3.15	4.05	2.78 *
目上の人とうまく話せる	3.60	4.55	3.87 **	3.45	4.55	5.39 ***
頭が良い	3.30	3.30	0.00	3.15	3.75	1.83 +
運動能力がすぐれている	2.80	3.45	2.37 *	2.85	2.95	0.40

注 : + $p<.10$, * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

Table 2 高魅力条件ごとの社会的望ましさの自己呈示量の平均値と t 検定結果

	低魅力条件	高魅力条件	t 値
自由な金が多い	-0.10	-0.20	0.24
友達が多い	0.55	0.75	0.51
生き方に自信を持っている	0.65	1.35	1.95 +
服のセンスが良い	-0.15	0.65	2.03 *
清潔なふんいき	0.65	0.90	0.73
体格がよい	0.25	-0.25	1.51
目標をもっている	0.10	0.90	2.17 *
目上の人とうまく話せる	0.95	1.10	0.47
頭が良い	0.00	0.60	1.35
運動能力がすぐれている	0.65	0.10	1.48

注 : + $p<.10$, * $p<.05$

補償的自己呈示の検討

ペアとなる女性の好みに従った自己呈示を行わないことによってネガティブな印象を与えてしまうことを、その好みとは無関係な次元において社会的望ましさを自己呈示することによって防ごうとする補償的な自己呈示が行なわれているかを検討する。そのために、高魅力条件の被験者の、高重要項目

Table 3 高魅力条件の高重要項目における女性の期待に従った自己呈示量の重回帰分析

説明変数	係数
服のセンスが良い	0.824 ***
生き方に自信を持っている	-0.375 *
友達が多い	-0.294 +
重相関係数 (R)	0.800 ***

注 : + $p<.10$, * $p<.05$, *** $p<.001$

における自己呈示量を目的変数、社会的望ましさ 10 項目のうち有意に自己呈示が行なわれていた

(事前調査と本実験の評定値に有意差がみられた)項目である「生き方に自信を持っている」、「目上の人とうまく話せる」、「清潔なふんいき」、「目標をもっている」、「友達が多い」、「服のセンスが良い」、「頭が良い」の7項目の自己呈示量を説明変数としてステップワイズ法を用いた重回帰分析を行った。

分析の結果、「服のセンスが良い」、「友達が多い」、「生き方に自信を持っている」が採択され、この3項目を説明変数とする重回帰モデルが有意となった (Table 3)。係数の値から、「服のセンスが良い」について自己呈示を行っているほど、また「生き方に自信を持っている」「友達が多い」について自己呈示を行っていないほど、高重要項目において女性の好みに従った自己呈示を行っていた。

セルフモニタリング傾向による検討

セルフモニタリング (以下、SM と略記) 傾向の強さと女性の魅力度、および自己概念の重要度によって女性の好みに従った自己呈示量に差がみられるかどうかを検討した。まず、SM 尺度 25 項目の合成得点を算出し ($\bar{A}v.=74.9$)、合成得点によって被験者を高 SM 群 ($N=19$)、低 SM 群 ($N=21$) とに分けた。そして、SM 傾向の高低 (2・被験者間) × 女性の魅力度 (2・被験者間) × 自己概念の重要度 (2・被験者内) の3要因を用いて女性の好みに従った自己呈示量の3要因分散分析を行った。その結果、自己概念の重要度の主効果が有

意で ($F(1,36)=14.16, p<.001$)、重要度 × SM の1次の交互作用も有意な効果がみられた ($F(1,36)=4.53, p<.05$)。そこで高低重要項目ごとに SM 傾向の単純主効果の検定を行った。その結果、低重要項目においてのみ、SM 傾向の単純主効果が認められた ($F(1,36)=4.72, p<.05$)。つまり低重要項目においてのみ、SM 傾向の高い被験者は低い被験者よりも女性の好みに従った自己呈示を行っていた (Figure 3 参照)。

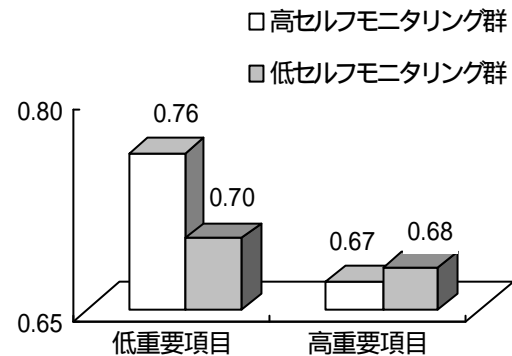


Figure 3 セルフモニタリング × 重要度の各条件ごとの平均値

考察

分散分析の結果、自己概念の重要度が高い項目よりも低い項目において被験者は、ペアとして想定された女性の好みに従った自己呈示を行っていることが確かめられた。この結果は、「問題」で述べた仮説2「自分にとってあまり重要ではないと考える自己概念については、重要であるとする自己概念についてよりも女性の好みに従った自己呈示を行う」を支持するものである。このことから、自己呈示ジレンマ状況において、自分が強くコミットしている自己概念と不一致な呈示は行われにくいという Leary (1993) の見解は実証されたといえる。

しかし、仮説1「高魅力条件の被験者は低魅力条件の被験者に比べて、女性の好みに従った自己呈示を行う」については、高魅力条件の被験者も低魅力条件の被験者も、同程度に異性の好みに従った自己呈示を行っていたという結果が得られたため、本研究では支持されなかった。これは、Mori, Chaiken, & Pliner (1987)、Rowatt et al. (1998, 1999)、von Bayer, Sherk, & Zanna (1981) および Zanna & Pack (1975) とは異なる結果である。「結果」で述べたように、その原因としては本研究において被験者は自己呈示ジレンマ状況にあることから、ペアとして想定された女性との将来の相互作用を期待できなかったためであると考えられる。自己呈示ジレンマ状況を作り出

すために、ペアとなる女性が被験者とはかなり異なる理想の男性像を持っている人物として設定された。それによって高魅力条件の被験者がペアとして想定された女性と「相性があわない」と感じ、将来の相互作用を期待できなかったと推測される。そこで「相性があうか」という要因を投入して再度、分散分析を行ったところ、ペアとなる女性が魅力的でかつその女性と相性があうと感じる時、女性の好みに従った自己呈示をより行っていた。「相性があわない」と感じることで将来の相互作用を期待できないということが本研究だけでは確認できないため明言はできないが、自己呈示の対象となる異性が魅力的であるだけでなく、その異性と将来の相互作用が期待できる時、異性の好みや価値観に従った自己呈示がより行われると推測される。これは、将来の相互作用が予想できるほど、自分が他者に与える印象がその人とのその後の関係に与える影響が強くなるため、自己呈示への動機づけが高まるからである(Leary & Miller, 2000)。しかし自己呈示ジレンマ状況では、自己概念と不一致な異性の好みに直面することによって、自己呈示を行う前に異性との将来の相互作用を期待できなくなる可能性も高いといえる。自己呈示ジレンマ状況について将来の相互作用が予想できるような場面とできない場面とを区別して検討を行うことが必要である。

次に社会的望ましさの自己呈示、および補償的自己呈示について考察を行う。10項目の社会的望ましさ項目について事前調査と本実験の評定量を比較したところ、高魅力条件で6項目、低魅力条件で4項目が5%水準で有意に本実験の評定量が高くなっていた。またどちらの条件でも本実験の評定量が有意に低くなる項目はなかった。つまり、高魅力条件でも低魅力条件でも、ペアとなる女性に対して本当の自分よりも社会的に望ましく見せようとする自己呈示を行っていたといえる。これは被験者がペアとなる女性を十分に想定できていたことを暗に示すことであり、実験場面は不自然ではなかったといえる。

10項目の社会的望ましさ項目における自己呈示量について高低魅力条件間で比較を行ったところ、「服のセンスが良い」、「目標を持っている」($p<.05$)、「生き方に自信を持っている」($p<.10$)の3項目で高魅力条件の被験者の方が自分を望ましく見せようとする自己呈示を有意に行っていた。低魅力条件の被験者の方が社会的望ましさの自己呈示をより行っていた項目は1つもなく、高魅力条件の被験者の方が社会的望ましさについての自己呈示をより行っていたといえる。前述したとおり、自己呈示ジレンマ状況をつくるためにペアとなる女性の好みとして伝えられた項目に関しては高低魅力条件間で自己呈示量に差はみられなかった。しかし、社会的望ましさに関しては魅力的な異性に対して自己呈示をより行うという結果となっていた。これらのことを総合すると、魅力的な異性に対しては魅力的でない異性に対してよりも社会的に望ましく自己を呈示しようとするが、自己呈示ジレンマ状況においては異性の魅力度によって自己呈示量に差はみられないと考えられる。ただし本研究では、社会的望ましさ10項目のうち3項目だけに高魅力条件の被験者の方が自己呈示量が多いという結果が出ていた。このことは、どの項目においても魅力的な異性に対して社会的望ましさの自己呈示を行うわけではないことを示している。今後、どのような項目において魅力的な異性への自己呈示が行われるのかを詳細に検討すべきである。

補償的自己呈示の検討のために行った重回帰分析の結果では、高魅力条件の被験者が「服のセンスが良い」について自己呈示を行っているほど、また「生き方に自信を持っている」、「友達が多い」について自己呈示を行っていないほど、高重要項目において女性の好みに従った自己呈示を行っていた。つまり、自分がよりコミットしている項目について女性の好みに従った自己呈示を行わないことによって、その女性からネガティブな評価を受けることを防ぐために、その項目とは別次元である「生き方に自身を持っている」「友達が多い」ことに関して社会的望ましさの自己呈示を行って、予想されるネガティブな評価の埋め合わせをしようという補償的自己呈示が行われたといえる。よって「高魅力条件

の被験者は、自分にとって重要であると考え自己概念について女性の好みに従った自己呈示を行わない時、補償的な自己呈示を行う」という仮説3は部分的に支持されたといえる。しかし、「服のセンスが良い」に関しては予測とは逆に、女性の好みに従った自己呈示が社会的望ましさを自己呈示につながっていた。これらのことを総合して考えると、自己呈示ジレンマ状況において異性の好みに従った自己呈示を行う人は服のセンスといった外見についても社会的に望ましいことを自己呈示して、さらに異性からの好意を獲得しようとするが、自己呈示ジレンマ状況において自己概念と一致した自己呈示を行う人は、自分の生き方に対する自信や友達の多さといった人間関係について社会的に望ましい自己呈示を行うことによって異性からの好意を獲得しようとするのではないかと考えられる。ただし、このことに関しては本研究の結果だけでは推測の域を出ることができず、やはり今後詳細に検討しなければならないことであろう。

セルフモニタリングに関する結果は、「高セルフモニタリング者は低セルフモニタリング者に比べて女性の好みに従った自己呈示を行う」という仮説4を部分的に支持するものであった。低重要項目においてのみ、高セルフモニタリング者は低セルフモニタリング者よりも女性の好みに従った自己呈示を行っていることが示された。つまり、自己呈示ジレンマ状況における自己呈示方略には、セルフモニタリングの高さが影響するが、それは自己呈示する自己概念に自分があまりコミットしていない場合だけであり、自分が強くコミットしている自己概念においては、セルフモニタリング傾向の個人差による自己呈示方略の違いはみられなかった。Rowatt et al.(1998)などの先行研究では、高セルフモニタリング者は低セルフモニタリング者よりも異性の好みに従った自己呈示を行うことを示しているが、これらの研究では自己呈示する自己概念の重要度については言及していない。セルフモニタリング傾向の個人差が自己呈示行動に与える影響については、呈示する自己概念の重要度についても考慮に入れる必要があることが本研究から示唆されたといえる。

最後に、本研究の問題点について述べる。まず、本研究の被験者となったのは男性に限られていた。魅力的な異性に対する自己呈示研究においては、性差の影響が示された研究はあまりないため、女性についても本研究と同様の結果が得られる可能性は高いとも考えられるが、やはり性差の影響についての可能性も無視できない。女性についても同様の結果が得られるかについては確かめる必要があるだろう。また、本研究は実験場面において行われたものの、自己呈示行動は質問紙への回答によって測定された。また被験者は、ペアとして想定された女性と実際に相互作用を行ったわけではなく、あくまで相互作用を予期しただけであった。廣岡(1997)や久保(1998)などでも指摘されるように、本研究の結果がそのまま実際の現実場面にどれくらい適用できるかについてはやはり疑問が残る。今後は、より現実場面に近い状況を設定して、自己呈示行動を測定することが必要である。

引用文献

- 安藤清志(1994) 見せる自分 / 見せない自分 - 自己呈示の社会心理学 - サイエンス社
Baumeister,R.F.(1982) A self-presentation view of social phenomena. *Psychological Bulletin*, **91**, 3-26.
Baumeister,R.F. & Jones,E.E.(1978) When self-presentation is constrained by the target's knowledge: Consistency and compensation. *Journal of Personality and Social Psychology*, **36**, 608-618.
Buber,M.(1951) Distance and relation. *The Hibbert Journal: Quarterly Review of Religion, Theology and Philosophy*, **49**, 97-129.
Buss,D.M.(1988) The evolution of human intrasexual competition: Tactics of mate attraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, **54**, 616-628.
Druen,P.B., Barbee,A.P., Cunningham,M.R., & Yankeelov,P.A.(1996) *Deception, honesty, and the illusion of conformity: The dilemma of clashing expectations between romantic partners*. Manuscript in preparation. (Rowatt et al.(1998)より引用)

- 福島 治(1996) 身近な対人関係における自己呈示：望ましい自己イメージの呈示と自尊心及び対人不安の関係
社会心理学研究, **12**, 20-32.
- 廣岡秀一(1997) 積極的自己呈示場面におけるパーソナリティ認知 - 自己呈示の望ましさと率直性の効果 - 三重
大学教育学部研究紀要, **48**, 189-197.
- 岩淵千明・田中国夫・中里浩明(1982) セルフ・モニタリング尺度に関する研究 心理学研究, **53**, 54-57.
- Kelly, G.A. (1955) *The Psychology of personal constructs*. New York: Norton.
- 久保真人(1998) 自己評価と自己呈示スタイルとの関係 社会心理学研究, **14**, 78-85.
- Leary, M.R. (1993) The interplay of private self-processes and interpersonal factors in self-presentation. In
J. Suls (Ed.), *Psychological perspectives on the self* (Vol.4). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Leary, M.R. (1995) *Self-presentation: Impression management and interpersonal behavior*. Dubuque, IA :
Brown & Benchmark.
- Leary, M.R. & Kowalski, R.M. (1990) Impression management: A literature review and two-component
model. *Psychological Bulletin*, **107**, 34-47.
- Leary, M.R. & Miller, R.S. (2000) Self-presentational perspectives on personal relationships. In S.W. Duck &
W. Ickes. (Eds.), *The social psychology of personal relationships* (pp.129-155). Chichester, UK: Wiley.
- Leary, M.R. & Schlenker, B.R. (1980) Self-presentation in a task-oriented leadership orientation.
Representative Research in Social Psychology, **11**, 152-158.
- 森 知子(1983) 質問紙法による人格の二面性測定の試み 心理学研究, **54**, 182-188.
- Mori, D., Chaiken, S., & Pliner, P. (1987) "Eating lightly" and the self-presentation of femininity. *Journal of
Personality and Social Psychology*, **53**, 639-702.
- 向山泰代(1987) 青年期における自己・他者構造の発達的研究 甲南女子大学大学院心理学年報, **6**, 23-43.
- Pelham, B. (1991) On confidence and consequence: The certainty and importance of self-knowledge.
*Journal
of Personality and Social Psychology*, **60**, 518-530.
- Rowatt, W.C., Cunningham, M.R., & Druen, P.B. (1998) Deception to get a date. *Personality and Social
Psychology Bulletin*, **24**, 1228-1241.
- Rowatt, W.C., Cunningham, M.R., & Druen, P.B. (1999) Lying to get a date: The effect of facial physical
attractiveness on the willingness to deceive prospective dating partners. *Journal of Social and Personal
Relationships*, **16**, 209-223.
- Rowatt, W.C., Cunningham, M.R., Druen, P.B., Lawrence, T.J., Lundy, D.E., Pospisil, J.A., & Miles, S. (1996)
Lying to potential dates and potential employers: The social uses of deception. Paper presented at the
1996 meetings of the International Network on Personal Relationships, Seattle, WA.
(Rowatt et al. (1998) より引用)
- Snyder, M. (1974) Self-Monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, **58**,
855-863.
- 菅原健介(1986) 賞賛されたい欲求と拒否されたくない欲求 - 公的自意識の強い人に見られる 2 つの欲求について
心理学研究, **57**, 134-140.
- Swann, W.B., Jr., Milton, L.P., & Polzer, J.T. (2000) Should we create a niche or fall in line? Identity
Negotiation and Small Group Effectiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, **79**,
238-250.
- Tooke, W. & Camire, L. (1991) Patterns of deception in intersexual and intrasexual mating strategies.
Ethology and Sociobiology, **12**, 345-364.
- von Bayer, C.L., Sherk, D.L., & Zanna, M.P. (1981) Impression management in the job interview: When the
female applicant meets the (chauvinist) interviewer. *Personality and social Psychology Bulletin*, **7**,
45-51.
- Walster (Hatfield), E., Aronson, V., Abrahams, D., & Rottman, L. (1966) Importance of physical
attractiveness in dating behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, **4**, 508-516.
- Zanna, M.P. & Pack, S.J. (1975) On the self-fulfilling nature of apparent sex differences in behavior. *Journal
of Experimental Social Psychology*, **11**, 583-591.

註

1) 本論文は、筆者の修士論文(1999年度大阪大学)の一部に加筆・修正を行ったものである。なお、本
研究の一部は日本社会心理学会第41回大会において報告された。

2) 本論文の作成にあたり、大阪大学大学院人間科学研究科の大坊郁夫教授、外山みどり教授にご指導いた
だきました。ここに深く感謝の意を表します。

The strategy of self-presentation to an opposite-sex person - Effects of the physical attractiveness and importance of self-concept in self-presentational dilemma -

Junichi TANIGUCHI (*Graduate School of Human Sciences, Osaka University*)

This study examined how male subjects who expected to meet a female stranger present themselves in self-presentational dilemma that they felt discrepancy between the self-concept and the stranger's value. Two factors, the importance of self-concept and female stranger's physical attractiveness, were operated and a viewpoint of the self-monitoring was added as another factor. Participants were 40 male undergraduate and graduate students. The results demonstrated that participants presented to fit unimportant self-concept to the female stranger's value rather than important one, even though they did not change their self-presentational strategies because of the stranger's attractiveness. Moreover, it was revealed that high self-monitors presented to fit unimportant self-concept to the stranger's value than did low self-monitors. The results suggested that in self-presentational dilemma, whether male conducted self-presentation to fit to female value was affected by not only her physical attraction, but also the expectation of future interaction with her.

Keywords : self-presentation, dating behavior, physical attractiveness, self-presentational dilemma
self-monitoring.