

就業場面における自己呈示としての非言語的行動に関する研究 (2002年3月博士学位授与)

立教大学 山口一美

A Study of Nonverbal Behaviors of Self-presentation in Employment
Kazumi YAMAGUCHI (Rikkyo University)

This dissertation is organized into six sections that describe three perspectives on nonverbal behaviors used in self-presentation; "self-presenter", "other-evaluation", and "situation".

In section I, nonverbal behaviors used in self-presentation were defined. Section II focuses on the self-presenter and identifies nonverbal behaviors that the self-presenter displayed. Section III focuses on other-evaluation. The purpose of this section was to investigate nonverbal behaviors used in self-promotion that affected other-evaluations. Section IV focuses on situation (a job interview situation and a customer reception situation). The purpose of this section was to investigate nonverbal behaviors used in self-promotion that affected other-evaluations in those situations. The results demonstrated that nonverbal behaviors, such as smiling behavior and eye contact, used in self-promotion had an orienting function in the evaluation of verbal behaviors. The purpose of section V was to investigate the use of training to improve trainee's perceptions of situation and nonverbal expression skills. The results demonstrated that after training, the subjects obtained better interviewer/judge-evaluations. After 5 months, the training effect persisted, as assessed using a self-rating survey.

Key words : nonverbal behavior, self-presentation, other-evaluation, perceptions of situation, nonverbal expression skills

はじめに

本論文は自己呈示 (self-presentation) としての非言語的行動を, "送り手", "受け手の評価", "状況" の3つの側面から, 各々の側面で重要なテーマを取り上げ検討することを目的とした。また, 自己呈示の状況として, 主に面接/接客場面を取り上げた。本論文はVI部構成からなり, 第I部では自己呈示とは何かを明らかにし, 第II部では自己呈示としての非言語的行動の"送り手"の側面, 第III部では自己呈示として行なわれた非言語的行動の"受け手の評価"の側面, 第IV部では自己呈示が行なわれる"状況"の側面からの研究を検討した。第V部では面接場面での自己呈示に

おける非言語的行動の表出訓練とその効果性を検討し, 第VI部では本論文のまとめと今後の検討課題について述べた。以下に各部各章ごとにその概要を述べる。

自己呈示とは

第I部では自己呈示とは何かを明らかにし, その上で自己呈示としての非言語的行動について言及した。

自己呈示の定義

第1章では, Jones & Pittman (1982), Tedeschi & Norman (1985), Leary (1995) など従来の定義を踏まえた上で, 自己呈示を"他者

を対象としてある特定の目標を達成しようとする動機に基づき、自己に関して特定の印象を作り出す目的のために行なわれる行動”と定義した。この自己呈示の研究が、社会心理学においてどのように位置づけられるかを明らかにし、“送り手”“受け手の評価”“状況”の3つの側面で分けて捉えられることを示した上で、自己呈示の動機づけ、機能について言及した。

自己呈示としての非言語的行動

第2章では、非言語的行動の定義について検討し、本論文で取り扱う自己呈示としての非言語的行動を“他者を対象としてある特定の目標を達成しようとする動機に基づき、自己に関して特定の印象を作り出す目的のために行なわれる顔の表情(スマイル)、視線行動(アイコンタクト)、うなずき、姿勢、ジェスチャー、話の間や抑揚、対人距離、接触、髪型や服装などを含む行動”と定義した。その上で自己呈示としての非言語的行動研究のレビューを“送り手”“受け手の評価”“状況”の3つの側面に分けて行なった。自己呈示の研究は、その多くが言語的行動に焦点を当てて研究がなされ、非言語的行動に焦点を当てた研究は非常に少なく限られていた。また従来検討されてきた自己呈示としての非言語的行動研究は、本論文で扱う自己呈示の種類とは異なる研究であった。すなわちそれらは、送り手の研究である自己呈示としての謝罪、動機、栄光浴現象と非言語的行動との関わりに関する研究であり、受け手の評価の研究である自己呈示としての謙遜、セルフ・ハンディキャッピングと非言語的行動に関する研究であった。状況の研究としては、他者が存在する状況での自己呈示、脅威を感じる状況での自己呈示の研究が主であった。次に本論文では非言語的行動

動の中でも、主にスマイル¹、アイコンタクトに焦点を当てて検討することにした。その理由は、1)それらは心の動きを知るための情報源として、あるいは個人を表象する視覚的な記号としての顔(吉川・益谷・中村、1993)の中心になる非言語的行動であること、2)社会生活のさまざまな場面、とりわけ面接場面(Anderson & Shackleton, 1990; Imada & Hakel, 1977; 山口, 2001)や接客場面(Mars & Nicod, 1984; Rafaeli & Sutton, 1987; 山口, 1993)においてスマイルやアイコンタクトは好感をもたれ、肯定的なパーソナリティ認知を促すため非常に重要とされているからである。スマイル、アイコンタクトについては、山口・小口(1998)の研究からスマイルの機能を、Kendon(1967)の研究からアイコンタクトの機能を明らかにした。

自己呈示としての非言語的行動 の送り手(研究1から研究6)

第II部では送り手は自己呈示の際にどのような非言語的行動を表し、その規定要因は何か、さらに送り手は非言語的行動の表出を自分自身でどのように評価しているかを探った。その際に第II部以降は、Jones & Pittman(1982)の分類である自己呈示方略(自己宣伝、取り入り、威嚇、示範、哀願)の中でも、自分が有能であることを示す目的で行われる“自己宣伝(self-promotion)”に焦点を当てて検討することにした。また研究方法としては、実験参加者の自己宣伝をビデオ撮影し、そのビデオを分析して非言語的行動の表出回数、表出時間を測定する手続を用いた。

自己呈示としての非言語的行動に関する基礎的研究

第3章では、自己呈示方略の際に表出される非言語的行動を明らかにすることを目的とした。自己宣伝と他の方略との比較を通して、表出される非言語的行動ならびにその性差の検討を、研究1²では学生を、研究2³では職業従事者を対象

¹ 声を伴わない笑顔、微笑、ほほえみなど表出の強さによって異なる名称をもつ表情をすべて包括してスマイルととらえ、声を伴う笑いと区別して用いる。

² 本研究は、山口(1999a)の一部を本論文の目的に沿って、加筆、修正したものである。

³ 本研究は、山口(1998)ならびに山口(1999a)の一部を本論文の目的に沿って、加筆、修正したものである。

として行なった。その結果、自己呈示方略によってスマイルやアイコンタクトの表出回数、表出時間が異なり、自己宣伝の際に学生も職業従事者もアイコンタクトを長く行なっていることを明らかにした。またその表出には性差も認められた。

自己呈示としての非言語的行動に影響を及ぼす送り手の特性

第4章では、自己呈示としての非言語的行動に送り手の特性が及ぼす影響を分析するため、研究3⁴では学生を、研究4⁵では職業従事者を対象に、彼らのパーソナリティ特性と年齢などの要因と非言語的行動の表出との関わりを検討した。パーソナリティ特性は、セルフ・モニタリング (self-monitoring; Snyder, 1974)、自己意識 (self-consciousness; Fenigstein, Scheier, & Buss, 1975)、対人不安 (social anxiety; Fenigstein et al., 1975) を取り上げた。セルフ・モニタリングの程度を測るために改訂セルフ・モニタリング尺度 (石原・水野, 1992) を、自己意識と対人不安の程度を測るために自己意識尺度 (押見・石川・渡辺, 1979) を使用した。その結果、パーソナリティ特性はスマイルやアイコンタクトの表出と関わりがあり、とりわけ対人不安がスマイル表出と、私的自己意識、公的自己意識、セルフ・モニタリングの自己呈示の修正能力がアイコンタクトの表出と関わることを明らかにした。さらに職業従事者の勤務年数、経験年数、年齢がスマイル、アイコンタクトの表出と関わることも示した。

⁴ 本研究は、山口 (1999 a) の一部を本論文の目的に沿って、加筆、修正したものである。

⁵ 本研究は、山口 (1999 d) の一部を本論文の目的に沿って、再分析したものである。

⁶ 本研究は、山口 (1999 a) の一部、ならびに山口 (1999 c) を本論文の目的に沿って、加筆、修正したものである。

⁷ 本研究は、山口・小口 (2001 c) の一部を本論文の目的に沿って再分析したものである。

⁸ 本研究は、山口 (2000 a) を本論文の目的に沿って、加筆、修正したものである。

⁹ 本研究は、山口 (2000 b) を本論文の目的に沿って、加筆、修正したものである。

¹⁰ 本研究は、山口 (2000 a) を本論文の目的に沿って、加筆、修正したものである。

自己呈示としての非言語的行動についての送り手の自己評価

第5章では、研究5⁶で学生を、研究6⁷で職業従事者を対象に、自己呈示としての非言語的行動についての送り手の自己評価の検討を行なった。その結果、自己呈示方略によってスマイルやアイコンタクトに対する自己評価が異なっていた。また自己評価と関わりのあるパーソナリティ特性がセルフ・モニタリングの自己呈示の修正能力と自尊感情 (self-esteem) であることを示した。

自己呈示としての非言語的行動が受け手の評価に及ぼす影響

(研究7から研究9)

第Ⅲ部では、自己呈示としての非言語的行動が受け手にどのように評価されるのか、またそれらが言語的行動とどのように関わり全体評価に影響を及ぼすのかを検討することとした。

自己宣伝において表出される非言語的行動が受け手の評価に及ぼす影響

第6章では、研究7⁸で自己宣伝の際に表出されるスマイル、アイコンタクトと第一印象との関わり、研究8⁹でスマイルやアイコンタクトが印象評価ならびに自己宣伝の評価に及ぼす影響を性差との関わりから検討した。さらに研究9¹⁰では自己宣伝において表出されるスマイル、アイコンタクトがどのような言語的行動に伴って表出され、評価と関わるのかを事例分析で検討した。研究7、研究9では実験参加者の自己宣伝をビデオ撮影し (Figure 1)、そのテープを見てスマイル、アイコンタクトの表出回数、表出時間を測定するとともに、その自己宣伝に対する評価を求めた。研究8では自己宣伝を行う男女各1名のスマイル有り無しのビデオを作成し、そのビデオに対する評価を実験参加者に求めた。その結果、研究7からはアイコンタクトを行ないながらスマイルを表わすこと (以下、スマイル・アイコンタ

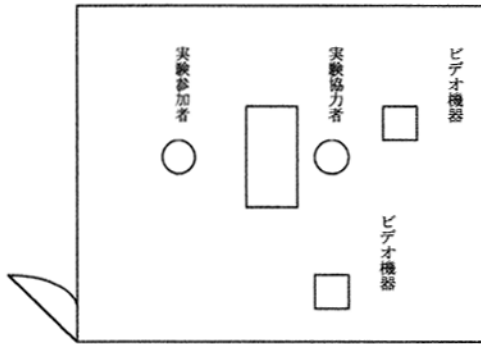


Figure 1 実験室におけるビデオ撮影

クトと記す)が第一印象やサービス産業¹¹に就業する者にとって重要であることを明らかにした。また研究8からはスマイルを表わしている者が明るく感じが良いと印象評価され、自己宣伝の評価も高く、スマイル表出は女性にとってプラスの効果を、男性にとってはマイナスの効果を引き起こす可能性があることを示した。研究9の事例分析から、自己宣伝において評価者から高い評価を得るためには、言語的行動である会話の隣接ペア¹²を正しく形成し、それに伴って適切な非言語的行動を表出することが重要であり、とりわけスマイルやアイコンタクトを表出することでそれらの機能を働かせることが必要であることを明らかにした。

¹¹ サービス産業には多業種が含まれ、研究者によってその定義が異なっている。それぞれの研究者の立場によりサービス産業の定義づけが可能であるが、本論文ではそうした定義づけの中でも最も一般的で了解可能であると思われる「第三次産業、手段的には有形財を使用しつつも商品としては無形の価値を生産し、社会に提供する産業全体」をサービス産業と見なすことにする (cf. 清水, 1993)。

¹² エスノメソドロジーの立場からの会話分析で、Sacks, Schegloff, & Jefferson (1974) は会話が「挨拶—挨拶の返事」「質問—応答」「指示—承諾」といった一定の対応関係をなす発話の対からなり、これを隣接ペア (adjacency pair) とよび、会話の発話者がこれに従って発話を行うことを明らかにしている。

¹³ 本研究は、山口 (2002) を本論文の目的に沿って、修正したものである。

¹⁴ 本研究は、山口 (2002) を本論文の目的に沿って、修正したものである。

¹⁵ 本研究は、山口 (1999b) を本論文の目的に沿って、加筆、修正したものである。

面接場面と接客場面における自己呈示としての非言語的行動の表出 (研究10から研究12)

第IV部では、状況に焦点を当て、特定の状況として面接場面と接客場面をとりあげ、そこで表わされる自己呈示としての非言語的行動が他者からどのように評価されるのかを検討した。第III部で自己宣伝の際のスマイル・アイコンタクトが他者からの評価に影響を及ぼす重要な非言語的行動であることが明らかにされている。このことから第IV部では実際の対面状況である面接場面や接客場面において、それらが面接者や顧客からどのように評価されるかの検討を行なう必要があった。また、非言語的行動と自己宣伝の主たる媒体である言語的行動との相互作用が他者からの評価に及ぼす影響を明らかにしたいと考えたからである。

面接場面と接客場面での自己宣伝において表出される非言語的行動と他者からの評価

第7章、研究10¹³、11¹⁴では面接場面で就業希望者が行なう自己宣伝のスマイル、アイコンタクトと人事評定ならびに実際の就業との関わりを検討し、研究12¹⁵では接客場面でのサービス産業従事者が行なう自己宣伝のスマイル、アイコンタクトと他者からの評価との関わりを検討した。また第4章で明らかにしたように、非言語的行動の表出はパーソナリティの影響を受ける。そこでパーソナリティ特性と他者からの評価との関わりも検討した。その結果、研究10の面接場面では自己宣伝の際のスマイル・アイコンタクトが、研究12の接客場面では顧客からの質問を聞いているときから自己宣伝をしている間のスマイル・アイコンタクトと顧客の質問を聞いているときのアイコンタクト表出が他者からの評価と関わりがあることを明らかにした。またパーソナリティ特性と他者からの評価との関わりから、研究10からは学生の場合に私的自己意識が人事評定ならびにスマイル表出の適切さと関わりが見られた。研究11からは私的自己意識とセルフ・モニタリングの自己呈示の

修正能力がサービス業への実際の就業と関わりがあり、この結果は先行研究（山口，1996；山口・小口，2000）を支持する結果であった。さらに研究12からはサービス産業従事者の場合にセルフ・モニタリングの自己呈示の修正能力が適性に関わりがあることを示した。これらの結果から、自己呈示行動に対する評価者の評価の差異は、対面状況の目的や状況における対人認知次元の違いから生じていると言える。つまり自己宣伝する者の置かれた状況の認知によって他者である評価者が求める行動が異なり、その行動を満たしたときに高い評価が得られるのである。そこで次に検討すべき問題は、高い評価を得られた行動において、非言語的行動と言語的行動との相互作用がどのように評価に影響を及ぼしているかを明らかにすることだと考え、第8章では非言語的行動と言語的行動の相互作用が評価に及ぼす影響について検討を行なった。

面接場面と接客場面における非言語的行動と言語的行動が自己宣伝の評価に及ぼす影響（研究13から研究16）

第8章、研究13、15では面接場面における志願者と接客場面におけるサービス産業従事者の非言語的行動、言語的行動がそれぞれ単独で自己宣伝の評価に及ぼす影響を、研究14、16では非言語的行動と言語的行動との相互作用が自己宣伝の評価に及ぼす影響を比較検討した。研究13、14では、面接場面において自己宣伝する際に適切な非言語的行動および積極的な言語的行動を行なった者、非言語的行動は適切で言語的行動が受動的な者、非言語的行動が不適切で言語的行動は積極的な者、不適切な非言語的行動および受動的な言語的行動を行なった者、各1名ずつのビデオを刺激ビデオとした。研究13では、各刺激ビデオの非言語的行動のみ、言語的行動のみをそれぞれ提示し、研究14では刺激ビデオの非言語的行動と言語的行動を共に提示し、それらに対する評価を人事評価の経験を持つ者に求めた。研究15、16では接客場面に

おいて研究13、14の刺激ビデオと同様の条件ではあるがサービス産業に勤務している者、各1名ずつのビデオを刺激ビデオとした。研究15では刺激ビデオの非言語的行動のみ、言語的行動のみをそれぞれ提示し、研究16では刺激ビデオの非言語的行動と言語的行動を共に提示し、それらに対する評価を学生に求めた。

以上4つの研究結果をまとめると、面接場面ならびに接客場面において自己宣伝する際のスマイルやアイコンタクトなどの非言語的行動は、言語的行動の評価を方向づけする機能を果たすことが明らかになった。つまり自己宣伝する際に適切に表わされたスマイルやアイコンタクトは評価者に明るく積極的な人という肯定的なパーソナリティ認知を引き起こし、それが言語的行動の評価を方向づけるように作用し、言語的行動が積極的であった場合、その言語的行動による評価を促進し、評価が最も高くなることを示した。また、このような自己宣伝の評価に影響を及ぼす非言語的行動の方向づけの機能は、自己宣伝の言語的行動に対する判断が不確かであり、より複雑な評価判断が必要となる次元において、状況に関わらず機能することを明らかにした。たとえば仕事の能力評価などは対人認知過程の最終段階である“将来の行動の予測”（Schneider, Hastorf, & Ellsworth, 1970）にあたり、より高次元段階での評価を行なう必要がある。その場合、場面や状況に関わらず非言語的行動がある一定のパーソナリティ認知を生み出し、その評価が言語的行動の評価を方向づける。そして言語的行動の評価との一致を認知し、自己の評価が正確かどうかを確認し、最終的な評価がなされる。これに対して、たとえば面接場面における第一印象の評価では、対人認知過程の低次元段階の“速写判断”で評価されるため、非言語的行動に基づくパーソナリティ認知が肯定的か否かや言語的行動が積極的か否かで評価され、非言語的行動の方向づけの機能は働かないことが示唆された。また非言語的行動の方向づけの機能は、上記にあげた、自己宣伝の言語的行動に対する判断が不確かであり、より複雑な評価判断が必要と

なる次元以外では、状況によってその機能が増減する。つまり非言語的行動の方向づけの機能は、面接場面において減少し、接客場面で増加することを明らかにした。非言語的行動と言語的行動のいずれか一方が不適切であった場合、面接場面では自己宣伝の非言語的行動の言語的行動に対する方向づけの機能は減少し、言語的行動の評価が優先する。また接客場面では非言語的行動の言語的行動に対する評価の方向づけの機能は増加し、言語的行動の評価よりも非言語的行動の評価が優先する。この非言語的行動の言語的行動に対する評価の方向づけの機能の増減は、状況によって評価者が自己宣伝を行なう者を評価するために最も有用だと考える情報が異なることによって生じていると推測される。このことは、自己宣伝を行う者が自己宣伝の言語的行動に対する評価を肯定的なものにし、結果的に良い評価を得るには、自分の置かれている状況の認知、すなわち評価者が自分にどのような行動を求めているのかなど自分に対する評価者の期待の認知に敏感であり、さらに状況の認知や自分に対する評価者の認知と一致した非言語的行動を表出できるスキルを有していることが重要であることを示している。そこで次に実際問題として、状況認知と非言語的行動の表出スキルを改善させて、評価者からの評価を高める試みを行なうことにした。

面接場面での自己呈示における非言語的行動の表出訓練と訓練の効果性の検討 (研究17)

第V部では、面接場面における自己呈示として表出される非言語的行動の表出訓練と訓練の効果性について検討することを目的とした。

自己宣伝として表出される非言語的行動の表出訓練と訓練の効果性の検討

第9章では就職活動をまだ始めていない大学生を対象として“状況認知”と“表出スキル”の改善を意図した訓練を行ない、面接者ならびに評価者の評価、スマイル・アイコンタクトの表出度、自己評価、言語的行動内容の評価を検討した。その後5ヶ月を経た時点で、訓練効果の持続性を自己評価によって検討した。訓練を行なった結果、訓練を受けた者は状況認知と表出スキルが改善し、著しい訓練効果がみられた。具体的には、訓練を受けた者は模擬面接を受けただけで訓練を受けなかった者よりも、面接者ならびに評価者からの評価が向上し (Table 1-1, Table 1-2), スマイル・アイコンタクトの表出回数や表出時間が増加し (Table 1-3, 1-4), 自己評価が的確に行われるようになった (Table 1-5)。さらに訓練内容は非言語的行動の表出スキル改善を目

Table 1-1 面接者の各段階における評価の平均値 (標準偏差) と分散分析結果 (F値)

	F値						
	実験群		統制群		主効果		
	訓練前	訓練後	訓練前	訓練後	群	訓練	交互作用
好感	7.75(1.12)	12.70(1.53)	8.67(2.06)	9.22(1.79)	6.47*	59.64***	38.00***
能力	7.20(1.28)	11.80(2.09)	8.56(2.56)	8.44(1.51)	3.22†	20.89***	23.00***
状況認知	4.80(.28)	8.45(.29)	5.67(.39)	6.11(.43)	3.73†	40.85***	25.05***
表出スキル	2.35(.67)	4.35(.67)	2.78(.83)	3.22(.83)	2.27	49.52***	20.05***
評価	2.35(.50)	4.35(.67)	2.78(.67)	2.67(.71)	10.00**	40.16***	50.16***

注) $df=1, 27$; † $p < .10$, * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Table 1 - 2 評価者の各段階における評価の平均値（標準偏差）と分散分析結果（F値）

	F値						
	実験群		統制群		主効果		
	訓練前	訓練後	訓練前	訓練後	群	訓練	交互作用
好感	6.65(1.68)	9.70(1.86)	7.89(2.25)	8.28(2.24)	.02	22.82***	13.67***
能力	7.05(1.77)	10.08(1.70)	7.72(2.51)	8.17(2.14)	.84	20.38***	11.28**
状況認知	5.18(1.34)	6.75(1.50)	5.33(2.21)	5.39(1.71)	1.25	5.25*	4.56*
表出スキル	2.43(.59)	3.45(.69)	2.61(.89)	2.83(.43)	.91	20.38***	8.44**
評価	2.38(.70)	3.30(.68)	2.61(.78)	2.72(.51)	.55	12.39**	7.64*

注) $df=1,27$; * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

Table 1 - 3 非言語的行動の表出回数各段階における平均値（標準偏差）と分散分析結果（F値）

	F値						
	実験群		統制群		主効果		
	訓練前	訓練後	訓練前	訓練後	群	訓練	交互作用
自己PR							
スマイル	1.38(1.54)	3.55(3.05)	.92(1.01)	.74(1.26)	6.90*	2.91†	4.09†
アイコンタクト							
アイコンタクト	13.47(6.24)	12.04(5.70)	9.47(3.95)	12.21(2.95)	1.31	.24	2.40
応対							
スマイル	.77(1.45)	3.86(3.62)	2.78(3.00)	1.65(2.51)	.01	2.28	10.55**
アイコンタクト							
アイコンタクト	17.42(3.73)	12.90(5.52)	9.68(2.98)	9.99(6.15)	11.85**	3.54†	4.67*

注) $df=1,27$; † $p<.10$, * $p<.05$, ** $p<.01$

的としていたが、訓練を受けた者は言語的行動内容においても訓練の波及効果を示した（Table 1 - 6）。訓練効果の持続性の検討から、訓練を受けた者は訓練前よりも訓練後ならびに5ヶ月後において自己評価が高く（Table 1 - 7）、訓練を受けることによつて的確な自己評価が可能となり、それは5ヶ月後も持続したことが明らかになった。これに対して訓練を受けていない者は、訓練前な

らびに訓練後よりも5ヶ月後の評価において自己評価は高くなっていたが、この効果は模擬面接を主体的に受けたことによる認知的一貫性の維持の動機から自己評価が高まったためと解釈できる。これらのことから、状況認知と表出スキルの訓練の有効性は示されたが、訓練の持続性については、状況認知と表出スキルの改善が行動として持続しているかは今後検討する必要がある。

Table 1-4 非言語的行動の1回あたりの平均時間の各段階における平均値(標準偏差)と分散分析結果(F値)

	F値						
	実験群		統制群		主効果		
	訓練前	訓練後	訓練前	訓練後	群	訓練	交互作用
自己PR							
スマイル・アイコンタクト	.39(.36)	1.06(1.11)	.43(.50)	.19(.36)	3.55†	1.19	5.46*
アイコンタクト	1.09(.80)	3.86(2.50)	1.17(.79)	1.65(.97)	4.78*	13.62**	6.78*
応対							
スマイル・アイコンタクト	.37(.27)	.83(.90)	.45(.50)	.55(1.19)	.15	1.78	.76
アイコンタクト	1.93(1.09)	3.47(2.81)	3.82(7.56)	6.04(5.07)	5.11*	10.82**	.33

注) $df=1,27$; † $p<.10$, * $p<.05$, ** $p<.01$

Table 1-5 自己評価の各段階における平均値(標準偏差)と分散分析結果(F値)

	F値						
	実験群		統制群		主効果		
	訓練前	訓練後	訓練前	訓練後	群	訓練	交互作用
好感	10.35(3.90)	16.65(3.34)	11.67(3.62)	14.33(3.71)	.14	33.84***	5.56*
能力	1.40(.60)	3.10(.79)	1.89(.60)	1.89(.93)	2.39	23.98***	23.98***
状況認知	2.95(1.47)	6.65(1.56)	4.00(.82)	4.44(1.34)	1.44	39.75***	24.53***
表出スキル	1.55(.76)	3.10(.85)	2.11(1.05)	2.33(1.00)	.11	25.67***	14.41***

注) $df=1,27$; * $p<.05$, *** $p<.001$

Table 1-6 言語的行動の各段階における平均値(標準偏差)と分散分析結果(F値)

	F値						
	実験群		統制群		主効果		
	訓練前	訓練後	訓練前	訓練後	群	訓練	交互作用
好感	6.65(1.68)	9.70(1.86)	7.89(2.25)	8.28(2.24)	.02	22.82***	13.67***
能力	7.05(1.77)	10.08(1.70)	7.72(2.51)	8.17(2.14)	.84	20.38***	11.28**
状況認知	5.18(1.34)	6.75(1.50)	5.33(2.21)	5.39(1.71)	1.25	5.25*	4.56*
表出スキル	2.43(.59)	3.45(.69)	2.61(.89)	2.83(.43)	.91	20.38***	8.44**
評価	2.38(.74)	3.30(.68)	2.61(.78)	2.72(.51)	.55	12.39**	7.64*

注) $df=1,27$; * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

Table 1-7 訓練効果における自己評価の変化の平均値(標準偏差)と分散分析結果(F値)

	実験群			統制群			F値		
	訓練前	訓練後	5ヶ月後	訓練前	訓練後	5ヶ月後	群	訓練	交互作用
	好感	2.20(.79)	3.32(.62)	4.11(.62)	2.38(.76)	2.98(.72)	3.91(.47)	.31	47.88***
能力	1.43(.61)	3.06(.75)	3.44(.99)	1.86(.60)	1.87(.93)	2.88(1.17)	5.21*	13.75**	4.10*
状況認知	1.47(.80)	3.31(.83)	3.88(.48)	2.06(.39)	2.31(.66)	3.63(.48)	1.18	53.79***	8.67**
表出スキル	1.62(.78)	3.13(.86)	3.63(.70)	2.25(.97)	2.50(.87)	3.50(.71)	.02	27.80**	4.16*

注) $df=1,22$, 訓練の主効果のみ $df=2,44$; * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$

総括

本論文の意義

本論文では、自己呈示における非言語的行動に焦点をあて、自己呈示の中でも自己宣伝を取り上げ検討を行なった。その際に自己宣伝が最も多く行われる状況である面接場面と接客場면을主にとりあげ、学生ならびにサービス産業従事者が自己呈示の際に表出する非言語的行動の特徴、非言語的行動の表出を規定する送り手の要因、表出された非言語的行動に対する評価、非言語的行動の言語的行動評価に対する機能について、さらに非言語的行動の表出訓練の効果性について検討を行なった。これらの研究の結果、多くのことが明らかとなったが、その中で主なものを以下に述べる。

第一に、自己呈示における非言語的行動の重要性が明らかになった。たとえば、研究1, 2からは自己呈示方略によって表出される非言語的行動の特徴が異なることが、研究7から9では、自己宣伝の際に表出されるスマイル・アイコンタクトが評価者からの肯定的な評価に影響を及ぼすこと、さらに研究10から12ではスマイル・アイコンタクトの表出やアイコンタクトのみの表出が他者からの評価と関わることを明らかにした。この結果は、既存の研究が主に自己宣伝の言語的行動に焦点を当てて検討が行なわれてきたことに対して、非言語的行動の重要性を改めて示唆するものとなった。第二に自己呈示としての非言語的行動が言語的行動に基づく評価に果たす機能を分析し、仮説を提起したことがあげられる。つまり研究13から16の検討から、異なる状況において自己宣伝としての非言語的行動が言語的行動との相互作用の中で言

語的行動に対する評価の方向づけの機能を果たし、受け手の評価に影響を及ぼすという仮説を提起した。この仮説については今後その妥当性を検討する必要があるが、仮説の内容は、送り手が自己の置かれている状況の認知や受け手の求めている行動に対する認知に敏感となり、これらの認知と一致した表出スキルを有していることが重要であることを示唆するものでもあった。第三に状況認知と表出スキルの改善を意図する訓練の有効性が認められたことがあげられる。このことは訓練により就労を希望する者が自己の持つ側面を調整して表わし、社会的に望ましいと見なされるような自己イメージを伝えることが可能になり、結果的に面接者から高い評価を得ることができることを証明した。

今後の検討課題

今後の課題について、ここでは概念的課題として、1) 自己に直接言及しない自己宣伝の分類化について、2) 自己宣伝と他の自己呈示方略との区別について主に言及する。

本論文ではJones & Pittman (1982) の分類による自己呈示方略を取り上げ、それらの方略の中でも自己宣伝に焦点を当てて検討を行なった。面接場面での自己宣伝は志願者が自己の有能さについて直接面接者に言及することから自己宣伝の典型的なものとして分類されるであろう。しかし、接客場面でサービス産業従事者が顧客に対して自己の有能さを示すために行なう自己宣伝は、面接場面で行われる自己宣伝とは異なり、自己の有能さに直接言及せず、自分が知っている知識を伝えることで間接的に自己の有能さを顧客に示す自己

宣伝である。したがって、この自己宣伝をJones & Pittman (1982) が述べている自己宣伝として取り扱うことは、概念的に可能かという問題が生じてくる。そこで今後は、1) 自己宣伝そのものの分類化を明確化していくことが重要な検討課題となろう。また、2) 本論文で扱った自己宣伝と他の方略との概念的な区別を明確にすることも必要であろう。たとえば自己宣伝は自己描写によって受け手に好意的な印象を与える目的で行われる“取り入り”に含んで分類をされていた (Jones, 1964)。したがって、自己宣伝と取り入りは究極的には同じ目標をもっているという意味で類似する側面をもつ。しかし好意的な印象をもたらす要因をさらに細分化すると、能力のある人と見られることを目的とし相手に尊敬の感情を持ってもらうことを目標とする自己呈示が自己宣伝であり、好感の持てる人と見られることを目的とし相手に好意の感情を持ってもらうことを目標とする自己呈示が取り入りで、両者は区別されるとする。本研究では主に実験参加者の自己宣伝における非言語的行動の検討を行なったが、面接場面では自己宣伝が失敗した際にその内容を哀願として考えることが可能な場合が見られ、接客場面では自己宣伝がその内容によっては取り入りとしても考えられる場合があった。そこでそれぞれの方略における非言語的行動について検討をする際には、できる範囲で概念の明確化を行いつつ検討を続けていくことが、各方略における非言語的行動の表出を明らかにしていく上で、重要なことと思われる。

方法論的には、1) スマイルやアイコンタクトの表出のタイミングや表出の仕方の検討、2) 非言語的行動と言語的行動とを合わせた測定に対する他者からの評価の検討が、今後の検討課題となろう。さらに自己呈示としての非言語的行動の“送り手”“受け手の評価”“状況”の3つの側面に対応したテーマごとの未検討の課題や、スマイル、アイコンタクトに加えて他の非言語的行動を取り上げ、受け手の評価との関わりを検討することも望まれるであろう。

引用文献

- Anderson, N., & Shackleton, V. 1990 Decision making in the graduate selection interview: A field study. *Journal of Occupational Psychology*, **63**, 63-76.
- Fenigstein, A., Scheier, M. F., & Buss, A. H. 1975 Public and private self-consciousness: Assessment and theory. *Journal of Counseling and Clinical Psychology*, **43**, 522-527.
- Imada, A. S., & Hakel, M. D. 1977 Influence of nonverbal communication and rater proximity on impressions and decisions in simulated employment interviews. *Journal of Applied Psychology*, **62**, 295-300.
- 石原俊一・水野邦夫 1992 改訂セルフ・モニタリング尺度の検討 心理学研究, **63**, 47-50.
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. 1982 Toward a general theory of strategic self-presentation. In J. Suls (Ed.), *Psychological perspective on the self*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum. Pp.231-262.
- Kendon, A. 1967 Some function of gaze direction in social interaction. *Acta Psychologica*, **26**, 22-63.
- Leary, M. R. 1995 *Self-presentation: impression management and interpersonal behavior*. Wesview Press, INC.
- Mars, G. Nicod, M. 1984 *The world of waiters*. London: George Allen & Unwin.
- 押見輝男・石川直弘・渡辺浪二 1979 SCSの検討(その2) 日本グループ・ダイナミックス学会第27回大会発表論文集, 29-30.
- Rafaeli, A., & Sutton, R. I. 1987 Expression of emotion as part of the work role. *Academy of Management Review*, **12**, 23-37.
- Sacks, H., Schegloff, E. A., & Jefferson, G. 1974 A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation. *Language*, **50**, 696-735.

- Schneider, D. J., Hastorf, A. H., & Ellsworth, P. C. 1970 *Person perception* (2nd ed.). Reading, Addison-Wesley.
- 清水滋 1993 現代サービス産業の知識 有斐閣
- Snyder, M. 1974 Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, **30**, 526-537.
- Tedeschi, J.T., & Norman, N. 1985 Social power, self-presentation, and the self. In B. R. Schlenker (Ed.), *The self and social life*. New York, McGraw-Hill. Pp.293-321.
- 山口一美 1993 自分らしく仕事をしたいあなたへ 大和書房
- 山口一美 1996 女子学生におけるセルフ・モニタリングとサービス業就労との関連について 昭和女子大学大学院生活機構研究科修士論文(未公開)
- 山口一美 1998 非言語的行動による自己呈示(その1)ーサービス産業従事者の場合ー 日本グループ・ダイナミックス学会第46回大会発表論文集, 248-249.
- 山口一美 1999 a 自己呈示における非言語的行動の研究ー サービス産業従事者に焦点をあてて 立教大学大学院文学研究科心理学専攻修士論文(未公開)
- 山口一美 1999 b 自己宣伝における非言語的行動と挨拶における非言語的行動の比較事例研究ー サービス産業従事者の場合ー 日本社会心理学会第40回大会発表論文集, 184-185.
- 山口一美 1999 c 非言語的行動による自己呈示(2)ー自己評価との関わり 日本グループ・ダイナミックス学会第47回大会発表論文集, 118-119.
- 山口一美 1999 d サービス産業就労希望者の自己呈示方略における非言語的行動 産業・組織心理学会第15回大会発表論文集, 168-171.
- 山口一美 2000 a 就労希望者の自己宣伝におけるスマイル, アイコンタクトが評定者の就労希望者に対する評価に及ぼす影響 日本社会心理学会第41回大会発表論文集, 238-239.
- 山口一美 2000 b 自己宣伝の緩衝機能としてのスマイル表出ー性差に焦点をあててー 日本心理学会第64回大会発表論文集, **112**.
- 山口一美 2001 採用面接における志願者の自己呈示と非言語的行動 経営行動科学, **15**, 57-71.
- 山口一美 2002 自己宣伝におけるスマイル, アイコンタクトとパーソナリティ要因が就労面接評価に及ぼす影響 実験社会心理学研究, **42**, 55-65.
- 山口一美・小口孝司 1998 サービス産業におけるスマイル研究の展望 産業・組織心理学研究, **11**, 3-13.
- 山口一美・小口孝司 2000 サービス産業における採用および就労満足に関連するパーソナリティ社会心理学研究, **16**, 83-91.
- 山口一美・小口孝司 2001 旅館客室係の評価を規定する心理学的要因ースマイル, アイコンタクト, パーソナリティからの検討ー 観光研究, **12**, 9-18.
- 吉川佐紀子・益谷真・中村真(編著) 1993 顔と心ー顔の心理学入門 サイエンス社