

『言葉による自己呈示の対人心理学的アプローチ』 - 内心と言行の不一致の心理メカニズムについて

齊 藤 勇*¹

要 旨： 本稿は、内心と言語の不一致現象を言葉による自己呈示という観点から対人心理学的に検討することを目的とした。人は言語を用いてコミュニケーションを行うが、内心の考えと外に表明する言語内容とは異なることが少なくない。これを内心と言行の不一致というが、何故、対人的場面でこのような不一致が生じるのか、その心理的メカニズムを種々の社会心理学の理論、実証研究などを検討し、そのうちの一つは対人場面における印象操作のための自己呈示により生じることを理論立てていく。自己呈示には自己高揚的自己呈示と自己防衛的自己呈示があるが、本稿においては前者の高揚的自己呈示による内心と言語の不一致を中心に考察していく。

キーワード：自己呈示、印象操作、言行の不一致、言語社会心理、比較文化

1 序 論

1) 本稿の主旨

本稿は内心と言行の不一致という現象を通して、言葉による自己呈示における言語的表現の意味を対人心理学的に検討することを目的とする。ここで言う内心と言行の不一致とは、人が内心で考えていることと人が自分の考えや意見を外に表すときの言葉あるいは実際の行動との不一致を指す。つまり、内心と言語の不一致、内心と行動の不一致それに言葉と行動の不一致である。ここでは、その中で特に内心と言語の不一致を重点的に対象としていく。

言葉は、対人コミュニケーション場面において、考え、態度、感情、欲求など自分の思いを他者に伝え、また、他者の言葉から、他者の考え、態度、感情、欲求など他者の内心を知る有力なコミュニケーションチャンネルである。人の意識的コミュニケーションの大半は、このバーバルコミュニケーションによるといっても過言ではないだろう。人間は言葉の使用によって、内心情報を、より正確に、より詳細に、他者に伝えることができ、また、他者から受け取ることができ、これにより相互理解を進展させることが可能となっている。ところが、このことがあまりに当然のためか、旧来の対人コミュニケーションの社会心理学では、言語によるコミュニケーションは研究テーマとして、関心が集まらず、むしろ無

* 1 立正大学心理学部

意識的なノンバーバルコミュニケーションのほうに、関心が集まっていたきらいがある。しかし、近年、対人コミュニケーションの社会心理学においても、言語、あるいは言語によるコミュニケーションの重要性が注目されつつある (Fraser, C. & Schere, K, R. 1982. Hiles, H & Coupland, N, 1992、Holtgraves, T. 2001、岡本真一郎2001)。さらに、社会的に、あらためて、言葉の重要性が話題になったこと (大野晋1999, 齋藤孝2001) などもあり、最近、多くの関心を寄せられてきている。

ところで、人は、言語的コミュニケーションにより、考えや感情などを相互に伝え合うのであるが、その際、正直に自分の本当の考えや感情を伝えるとは限らない。むしろ、自分の考えとは、まったく正反対の考えを述べ、自分の感じている感情とは反対の感情を言い表わすことも少なくないであろう。人間関係のコミュニケーションを研究するにはこの様な内心と言語と行動の不一致は、大変興味深いことである。本稿は、人はなぜ、自分の思っていることと違うことを言葉にするのか、というテーマについての対人心理学的アプローチである。このテーマは、人間関係と自己との関係を理解する上で重要な領域と考えることができる。しかしながら、対人コミュニケーションにおける内心と言語や行動との不一致についてこれまでの研究を調べてみると、直接的にまた本格的に取り組んでいる研究はきわめて少ないと思われる。このため、重要なテーマにもかかわらず、直接的な先行研究は、私の知る限りではあまり見当たらない。ただ、一方で、近年の対人コミュニケーションの社会心理学的研究領域では、自己呈示やセルフモニタリングなど、自己の内心と言語や行動の関連をテーマにした理論的、実証的研究が盛んに行われるようになってきている (Schlenker, B. R. 1980 Snyder, M. 1987)。 (齊藤勇1987, 齊藤勇・菅原健介1998) これらの理論やデータは、それぞれが本来の研究目的をもって理論構築され、また、実証的研究がなされている。しかし、その理論やデータを本稿の観点から研究者の目的とは異なるが、自己呈示による言行不一致の理論やデータとして検討していくことは可能であるといえよう。そこで、本稿では、内心と言動の不一致を説明するために、これまで蓄積されてきている対人コミュニケーションの社会心理学の従来理論や実証的データの中から、内心と言行不一致を説明、あるいは実証できると思われる理論やデータを取り出し、内心と言動の不一致を説明する心理的メカニズムを検討していくことにした。具体的に検討していくのは、認知的不協和理論、行動合理的理論、選択比較水準理論、自己呈示理論、セルフモニタリング理論などであり、それらに関連した実験的、あるいは調査的実証データである。本稿では、特に、対人コミュニケーションの中の自己呈示という観点から、言葉を中心に言語表現と内心の違いに焦点を合わせて、内心と言行不一致という現象を考察していく。

2) 言行不一致を自己呈示という観点から見る意味

一般的には内心と言行の不一致は社会的に批判され、内心と言行一致そして有言実行が、高く評価される。また、考えや態度と言葉と行動は、完全とは言わないがほぼ一致していることが、個人的にも社会的にも望まれる。言行不一致に寛容だとされる日本 (土居健郎1986) においても、やはり、一致していることが社会的な規範であり、対人場面においては相手にそれを期待し、相手からもそれが期待されている。また、個人の認知的にも内心と言行が一致していることが、心理的に安定していて、感情的にも、心理的に快であるとされる。心理学の理論からも一般的に、内心と言行一致が心理的に安定していて快であるとされることは、認知的均衡論の古典、Festinger, L. (1957) の認知的不協和理論から支持される。Festinger は不協和理論において、人は、自分の考えと言葉、あるいは、考えと行動が、矛盾

なく調和していて一致している状態が心理的に快であるとし、それを協和状態と呼んでいる。それに対して、これらが矛盾していたり、不調和であったり、不一致である場合を、不協和状態と呼んでいる。そして、個人内で認知的不協和状態が生じると、それは、本人にとって、心理的に不快なので、その不協和状態を解消するように動機づけられるとしている。つまり、自分の内心の考えと言葉、自分の内心の考えと行動が矛盾しないように、協和関係になるように、内心、言葉あるいは行動を変えていくように動機づけられるというのである。この点については後述する Festinger, L & Carlsmith, J. M. (1959) により実験的にも証明されている。ただし、もし、日常生活の大半において、このような不協和解消の心理メカニズムが常時、働いていたとしたら、内心と言行の不一致はそれほど起こらないことになる。また、起こったとしてもそれは一時的で、すぐに、協和状態に移行するように動機づけが行われるので、常態的には内心と言行は一致することになる。しかし、現実の社会生活では、内心と言行の不一致は頻発しており、不誠実などと批判はされているが、実際には、不一致の言行が日常茶飯的にみられている。では、その矛盾をどのように考えたらいいのであろうか。それには、別の心理的メカニズムを説明概念として導入する必要がある。(後に示す不協和解消の別の観点から矛盾を解消するに該当するともいえる)。この点について本稿では対人コミュニケーションの関連研究から、自己呈示のための印象操作という概念に焦点をあてていく。自己呈示とは、他者が自分に持つ印象を自分が想定している方向に操作し、自分のイメージを印象操作により管理しようとする欲求と行動である。行動の際は、言葉が多く用いられる。この印象管理の試みにおいて内心と言葉と行動の間の不一致が生じるのである。そのため、自己呈示という観点から、言行不一致を検討すると、その心理的メカニズムがよりの確に理解されると推察できるのである。また、対人的コミュニケーションには社会心理学が指摘するように種々の目的があるが、その中のひとつに、自己呈示の仕方によって相手をもつ自分に対する印象あるいは評価を自分の思っている方向に印象づけたいという印象操作がある。この印象操作のための自己呈示という観点に立てば、個別の考えと行動が矛盾していても、そのことが自己全体にとって有利に働くのであれば、あるいは、その場をうまくつくることができ、人間関係を円滑に進められるのであれば、その矛盾は多少は不快であったとしても、より大きな利益のため、不一致はそのまま維持され、不協和解消の動機づけは生じないといえる。もし、内心と言葉と行動を違えることが、自己を高揚したり、自己を防衛するとしたら、心理的コスト・報酬という面からみても、また、感情面からみても、より利益は大きく、より大きな快となるため、むしろ、その不一致を矛盾したまま保持したり、積極的にその不一致行動を印象操作として呈示することになる、といえよう。このような印象操作は、社会心理学の自己呈示の研究から鑑みると、日常的な対人場面においてかなり多用されていると考えられる。言葉は人間関係における主要なコミュニケーション手段である。特に日本のように人間関係において場の調和を重視しようとする文化(中根千枝1967)においては、その場の印象操作が優先され、そこに、内心と言行の不一致が頻繁に生じることになるといえよう。

3) 日本における言行不一致の研究の意味

日本はホンネとタテマエを分けて社会生活を営む文化である、とされている(木村敏1972, 増原良彦1984, 土居健郎1986)。ホンネとは人が心の中で本当に思っている本人の意見、態度、感情などのことである。ここでは内心と呼ぶ。タテマエとは、社会あるいは他者に対して、表向き表明する本人の意見、

態度、感情などであり、社会あるいは他者に与える影響や印象を考慮した上での社会適合的な言明である。このため、人間関係において和を重視する日本の対人相互作用においてはタテマエの言明内容が、ホンネと異なることが他文化より多いと考えられ、特にホンネと異なるタテマエ的言明が比較文化的な関心が持たれる。このタテマエの言明は、本稿の研究視点からみると、自己高揚あるいは自己防衛のための自己呈示といえる。自己呈示については後に詳しく検討するように近年、アメリカで盛んに研究されてきているが、日本はタテマエ重視の社会で、ホンネとタテマエが他の文化に比較して大きな差異があるとされている点から考えると、社会心理学の自己呈示の研究対象としては日本の人間関係における言葉による自己呈示は、この分野の格好の研究対象といえよう。ホンネと異なるタテマエを自己呈示することが多い日本社会では、ホンネ（内心）と発言する言葉や実際に行なう行動は、他の文化に比べて、より大きく異なるといえ、また、その不一致が文化として、他文化よりもより許容されているといえることになる。このため、内心と言行の不一致の自己呈示行動が頻繁にみられることになる。

言葉は対人コミュニケーションの主要なツールである。言葉により自分の内心の思い、感情、考え、欲求を相手に伝えることができる。しかし、人は言葉により、自分の内心をありのままに伝えようとするわけではない。対人場面で、言葉により相手に伝えようとすることは、実は多くは、自分の考えではなく、相手との関係における自分の印象である。相手の人が自分に対してもつ印象を自分の思う方向に形成したいという印象管理のために言葉が使用される。この場合、自分の内心をそのまま言葉にすることもあるが、むしろ内心とは逆の内容を言葉にすることもある。どのような内容を言葉にして相手に伝えるかは、内心がどのような内容かというよりも、発せられる言葉の内容により、相手がどのような印象を自分にもつかが優先されて決定されるといえよう。このように対人場面の言葉や行動において相手が形成する自分への印象を管理することは、印象管理のための自己呈示である。自分が思うような印象を相手に形成させるように自分を相手に呈示するのである。このため自分の内心と相手に対する言葉や行動とは違ってくることは多々生じることになる。つまり内心と言行の不一致が生じる。また、言葉と行動の不一致も生じる。では、なぜ自分の内心とは異なる言葉や行動を行なうのか、言行の不一致が生じるような行動を行なうのであろうか。その心理的メカニズムを自己呈示という観点から検討していくことにする。

2 計画的行動理論と言行不一致行動

内心と言行の不一致現象を社会心理学的に説明する1つの理論的方向はFishbein, M. (1980)の合理的行動の理論やAjzen, I. (1991)の計画的行動理論である。これらの理論は、個人の社会的態度研究からなぜ行動が予測できないのかという疑問を出発点としている。個人の社会的態度は意見を調査することから推測され、従来の社会心理学の方法論からは、それが、ほぼその人の本心であると仮定されている。そして、態度研究では、態度は、他の大きな要因がなければ、それがそのまま、その人の発言となり、また、行動となると予測している。つまり、態度測定から、将来の行動が予測できるとしているのである。ところが、現実には、態度調査の結果と実際の行動が異なることが多く、態度から行動が予測できない。つまり、内心と言行の不一致が生じている、との指摘が多くされてきた。Fishbeinは、その不一致を説明する合理的行動理論を提唱しAjzenはそれを発展させ、計画的行動理論を提唱して

いる。

態度の研究は社会心理学では、古くから今に至るまで盛んに研究されているテーマである。社会心理学は態度を研究する学問であると言われた時期もあったほどの主要な領域である。このように社会的態度が社会心理学において古くから重要なテーマとなってきたのは、態度を知ることにより行動が予測できる、と考えられてきたからである。たとえば、政治に対する態度が保守的であれば、その人は共和党に投票すると予測でき、リベラルな意見の人は民主党に投票するだろうと予測できると考えたからである。科学は予測をすることが目的の1つである。科学としての社会心理学は、行動予測ができることが望まれる。態度は行動を予測できる心理的独立変数であるということから、注目を集め、盛んに研究が行われたのである。

ところが、前述したように実際には、態度と行動は異なることが少なくない。このため、態度調査からの未来の行動予測は正確さを欠くことになる。既に、態度研究の初期にこのことは指摘されていた。詳細については後述するが、中国人と一緒にアメリカ中を旅行し、レストランやホテルの支配人たちの歓迎的行動をみた Lapiere, R. T. (1934) は、その後、手紙で中国人受け入れの可否を問い合わせたが、大半が不可という返事だった。このことを例に、社会心理学で行っている態度研究に疑問を呈した。手紙での返事と実際にやっている行動が全く違うという事実から、言っていること、つまり、態度調査の研究から行動を予測できないので、態度調査からの行動予測は研究として意味がないというのである。しかし、その後も、人は考えていることを発言し、言ったことを行動しているという常識的心理に支えられ、Lapierre の疑問にもかかわらず態度調査は行動を予測できるはずだと考えられ、態度研究が続けられた。そして、態度研究は、調査した態度から実際の行動がより正確に予測できる方途つまり、測定精度を上げる、研究し続けてきている。しかし、他方で、全く別の角度から態度調査の結果からだけでは行動は予測できないのではないかという視点での研究がなされるようになった。後者の主要な理論として、Fishbein の合理的行動理論、Ajzen の計画的行動理論、Prenstein の多数派の無知、Kelley, H. H. の選択的比較水準理論などがあげられる。そこで次に、これらの理論をベースにして、本稿のテーマである自己呈示と内心と言行不一致を解明していくことにする。

1) 計画的行動理論

Fishbein や Ajzen は、人が態度と不一致の言行を行なうことになるのは、ある行動を直接決定しているのが態度ではなく、その行動を行おうとする意思であるからだ、としている。そして、その考えを合理的行動理論あるいは計画的行動理論として提唱している。彼らのいう行動を決定する意思とは、態度と主観的規範の2つの要因から構成されるとしている。このため、態度調査からの態度要因だけでは行動予測はできないことを指摘した。つまり、人は、自分の考えだけでは自分の行動を決めないのである。このように考えると、当然、態度と行動は違ってくることになるといえる。それは行動を決めるもう一つの要因、主観的規範が関係するからである。主観的規範とは、彼らによれば、他者がどう考えているか、である。ただし、他者といっても他人ではなく、行為者にとって大事な人である、と定義されている。行為者にとって大切な人がある状況における行動選択をどう考えていると行為者が思っているかである。この主観的規範は行動決定に大きな影響を及ぼすとしている。なぜなら、人は自分の行動の決定にあたり、自分にとって重要な他者の考えを考慮し、その人に認められるような行動を計画しよう

とするからであるとされている。こう考えると、ここには印象操作が大きく関与してくると思われる。大事な人に自分の印象をよく見せるために、相手に合うように、相手が望むように、自己呈示していくと考えられるのである。例をあげて説明していく。

「結婚で大事なのは本人たちの気持ちなのだから、形式ばった儀式はやりたくない」と言う若者がいたとする。彼は、ことあるごとにそのことを友人の前で発言し、「結婚は愛であり、形ではない」と話す。すると友人は、彼はきっとその考えに基づいて派手な結婚式や披露宴はやらない、と予測する。ところが、彼から来た結婚披露宴の招待状には超高級ホテルで開催することが書かれている。友人は彼の言行不一致の行動に驚く。

しかし、Fishbein や Ajzen によれば、その矛盾はそれは友人が結婚式に対する彼の行動を彼の態度やこれまでの発言からのみで予測しているからである。これらの行動理論で指摘している主観的規範も考慮に入れた意思を考えていないからである。主観的規範を考慮すると、この一見矛盾した行動の説明がつく。ここでの彼の一番大切な他者は友人ではなく、結婚相手であろう。彼の婚約者は、子供の時から純白のウェディングドレスで教会風の結婚式をするのが夢だった。それを知ると、これが主観的規範となる。彼は自分の考えも大事だが、それ以上に、愛する彼女の希望を受け入れてあげたいという気持ちになる。そして、結婚式はチャペルでしたいという意思を持つことになる。そして、その意思に沿って行動を計画する。このため、友人から見ると、言行不一致行動が生じることになる。

さらに、彼にとって非常に大事な他者である両親は、息子が立派に成長したことを親戚や両親の友人知人に知らせたいと思い、ホテルでの披露宴を要望していた。大事な両親の承認や要望はこれもまた、主観的規範の中心の一つである。このようにして、チャペルでの結婚式と超一流ホテルで華やかな披露宴が行なわれることになる。確かにこれは彼の態度とは異なるが、彼は主観的規範を中心に考慮し、理性的に判断した結果、彼の意思は決められ、行動が計画されていくことになるのである。このようにして、彼は自分がこれまで友人に言ってきた結婚式とはまったく正反対の結婚式を行なうことになり、友人たちに対して、言行不一致の行動をすることになるのである。

この理論では、ある行動を決定するとき、自分の態度を優先するか主観的規範を優先するかということで行動が決定されている。しかし、どのようにして、どちらを優先して決定するかについてはふれていない。本稿ではその点に注目し、それを決定する1つの要因が印象操作のための自己呈示であるとする。自分の態度や周りの人の意見などを考えて、最も自己利益になるもの、最も自己を防衛する行動を自己呈示する、と考えたのである。この印象操作は態度や主観的規範を含む自己と他者との関わる諸々のことを見渡し、自己がどう行動したらいいかを決定し、自己呈示するといえよう。人は、そのときの状況をモニターして、自己利益を考え、自分を防衛し、自尊心を高めるように、最も適当な選択肢を選び、発言し、また行動するのである。結婚式の例でいえば、婚約者に自分が彼女のことをいかに大切にしているかをみせることを友人よりも優先させた。もちろん、それは、婚約者が喜ぶことが自分にとっても大きな喜び、つまり心理的報酬になるので、自己利益であり、また婚約者に嫌われて結婚しないことになったら困るのは自分であることから、自己防衛が働いているといえる。いずれにしても、印象操作を含む意思の働きにより、華やかな結婚式をするという行動がとられるのである。これは友人から見ると、明白な言行不一致であるが、当人は合理的に印象操作による自己呈示をしているのである。

Fishbein の合理的行動理論を実証するために、Manstead, A. S. R., Proffitt, C., & Smart, J. L.

(1983) は妊婦に対して次のような調査をしている。アメリカでは乳児を母乳で育てるかミルクで育てるか、論議が分かれている。Mansteadらは、出産2ヵ月前の初産予定の母親に母乳で育てるか、ミルクで育てるか、彼女たちの意見と理由を聞いた。母乳派は母乳を通しての子供との結びつきを強調した発言をし、ミルク派はミルクにより父親も授乳に参加できることによる社会性獲得の重要性を主張した。この調査では、主観的規範を知るために、同時に母親たちに夫が母乳派かミルク派か、また、その夫の意向をどのくらい重視するか、妊婦の母親はどう考えているか、その意向をどのくらい重視のかも聞いている。出産6週間後、研究者たちは再び母親を訪ね、今、実際にどのような授乳をしているかを尋ねた。その結果は、合理的行動の理論が予測するものと一致していた。実際の授乳行動は、本人が母乳派かミルク派かだけでなく、夫や母親がどう考えているか、その夫や母親の要望をどのくらい重視するかによって、決められていたのである。たとえば、母乳が大事と言っていたのに、ミルクで授乳していた人は、夫の子育てに参加したいという要望を大事にして、自分の言ったことと違った行動をとったのである。これは主観的規範が言行不一致行動に大きく影響していることを実証した研究であるが、このことから、大事な人を大事にすることだけでなく、大事な人に対して、大事にしていることを印象づけるための印象操作としての相手の要望に沿った行動をするという自己呈示がなされていると推察できる。

2) Prensteinの多数派無知

ここでは、内心と言行の不一致を生み出すもう一つの要因の多数派無知の心理メカニズムをみていく。前述したFishbeinやAjzenの主観的規範、つまり周りの人が自分にどう行動すべきであると期待しているか、ということは、印象操作の観点からみると他者の目である。その他者の目を考慮して行動が決定されるということである。彼らは、この主観的規範に大きな影響を与えるのは、好きな人と友人、それに両親を上げているが、それと同じように、世間の目も問題になろう。世間の目は、当人からみると世間体となる。世間体を気にしての行動とは、世間からの印象評価を考えての自己呈示といえる。世間体は周りが見るか、どう思うかという印象評価である。このために、やりたいと思っても、世間がそんなことすべきではないと考えているのではないかと思うと、自分の印象評価を考え、自己防衛が働き、思っていることができないのである。世間体を強く気にするとされる日本ではこの主観的規範とそれに伴う印象操作が、アメリカ以上に行動決定に大きな影響力をもっていて、当人が内心でやりたいことを抑制してしまうと考えられる。そして本心とは別に世間体を考えて、世間に合わせた発言をし、行動することになる。それが、日本人の内心と言行の不一致が多い行動傾向を生み出すことになる、と考えられる。

ところで、この世間体を気にするあまり、みんなが個人的にはやりたいと思っていることを、みんなが他者の目を気にしてやらないため、やらないことが世間の考えだと思ってしまうような皮肉な心理メカニズムが多数派無知性であるが、このメカニズムも、内心と言行の不一致を生み出す一つの要因となっていると考えることができる。そして、世間体を気にする傾向の強い日本人は、この多数派無知性がアメリカ人以上に作用し、内面と言行の不一致を生んでしまっているということが言えるかもしれない。Prenstein (1985) は、思い込みによる多数派の無知が言行不一致を生むことを次のような調査で実証している。Prensteinは、プリンストン大学の学生を対象に、酒を飲むことについて調査をした。その結果、個人個人は酒を飲むことに対して、あまりよいことではないというネガティブな意見を表明した

のである。しかし、実際は、学生は酒を飲みドンチャン騒ぎをすることが多い。なぜ、このような言行不一致行動が生じてしまうのであろうか。Prenstein は、それを調べるため、この調査で同時に自分のクラスメートが酒についてどう考えているかを尋ねている。その結果、クラスメートは酒が好きだし、酒を飲むことがよいことだと思っていると答えているのである。この結果、大半の学生は、自分の意見としては、酒を飲むことはあまりいいことではないと思っているが、友人達はいいことだと思っている、という主観的規範をもつことになる。この結果、学生が集まると、大半が本心は酒を飲むことはよくないと思っているが、友人は酒を飲むのはよいことだと思っているという考えから、その考えに自分の行動を合わせて酒を飲むことになってしまう。これを多数派無知という。学生たちは、この主観的規範重視の意志決定により、相互の勘違いの状態を酒を飲み、その結果、学生のコンパは大騒ぎになるのである。その心理メカニズムは、自己防衛から集団状況での自分の本心を抑制し、多数派に従う多数派への同調追従の心理である。後に示す Asch, S. E. (1955) の集団圧力の実験の被験者と同じ心理を自分の思い込みの主観的規範で作り上げているのである。参加者各自が「皆あんなに楽しんでいるのだから、酒が嫌いなわけがないし、騒ぐのが嫌いなわけがない。ここはコンパの席だし、自分だけ冷静にしていればその場を白けさすわけにはいかない、そんな態度をとったら友達から嫌われてしまう」と心配し、自分の意見とは反対でも、皆と一緒に楽しくやり、場を盛り上げようと楽しく飲むことにする。そういう楽しい人、皆と騒げる明るい人という印象を植え付けるための操作を行ない、自分の考えとは違っても、ドンチャン騒ぎをする自分を自己呈示する。参加者の大半がそうするから、場はますます盛り上がることになる。ただ、そうなると、内心と言行はますます乖離し、内心と言行が不一致となるのである。

この場合の学生の心理が Asch の集団圧力実験の被験者の心理と違うのは、同調実験の被験者は現実には集団の多数の圧力があり、反対できないプレッシャーを感じて、自分の意見を抑え、多数派に同調し、内心と言行不一致を生じているのに対して、Prenstein の実験の学生の心理は、状況判断や情報から各々が主観的規範から意思決定し、同調の心理を自分の中で作り出している点である。各々が自分で作り出した「友人たちの考え」に影響されて、人前で印象操作をし、個人で聞かれたときの答えとは違った言行不一致行動をとっているということになるのである。しかし、もう一度、実験を考え直してみると、Prenstein は、この実験での最初の調査のときの学生 1 人 1 人の意見を学生の“真の”意見として疑っていないが、自己呈示の観点からみると、その意見表明にも問題があるように思える。伝統あるプリンストンの大学生は、アンケートで酒を飲んでのドンチャン騒ぎはどうか、と聞かれたら、自分の本当の意見はともかくエリート学生らしく、酒盛りは適当ではないし、自分は好きでないと模範回答をしたとも考えられる。つまり、この調査時点で既に学生は印象操作のための自己呈示を行っていると考えられないこともないのである。学生は主観的規範を考慮して、調査時にはエリート学生の印象を与え、コンパの席では楽しい仲間の印象を与えるような印象操作、自己呈示を行っているとも考えられる。

3) 選択比較水準理論

ここでは、Thibaut, J. W. & Kelley, H. H. (1959) の選択比較水準理論をベースにして、内面と言行の不一致を説明していく。Thibaut & Kelley は、人がある決断をするときの心理メカニズムについて選択比較水準の理論を提唱している。この理論によれば、行動の決定は対象の絶対評価ではなく、他の選択肢との相対評価とする。たとえば会社に不満をもったとき、会社を辞めるか辞めないかは、今の

上司や会社に対するマイナス評価だけでは決まらない。もし、今の会社よりも待遇がいい会社から誘われたら、今の会社をすぐに辞めるであろう。それは、今の会社と次の会社とを比較して、よりよい方を選択し、行動を決めていくからである。このため、どんなに今の会社がよくても、それよりもよい条件の会社があればそちらを選択する。逆にどんなに今の会社が不満でも、それに代わる会社なり生活のあてがないと自己利益と自己防衛のため辞めないのである。

Thibaut & Kelley は、人の決定にはこのように選択比較水準が大きな影響力をもっているとしているが、この理論は、内面と言行の不一致が生じる一つの原因を説明可能にする。たとえば、ある社員が、「会社を辞めたい」と言っている。しかし、辞めない。本人は、本心から辞めたいと思っているし、同僚にも話す。「上司は嫌だし、この会社にも未練はない。」と、いつも言っている。しかし、言葉で言うだけで実際には辞めない。ではなぜ辞めないのか。それは辞めた後のことを考えるからである。現状の生活レベルと辞めた後の生活レベルを比較した場合、今の生活の方が比較して良いと思えば、自己利益と自己防衛から辞めないのである。より良い選択肢がないため、言っていること（思っていることでもある）を行動に移せないのである。こうして自分の好みに合った代わりの会社（選択肢）がないため、辞めたいと言いながら何年も勤めていると、結果的に、言行不一致となるのである。では、なぜ辞めないのに「辞めたい」と言葉に出して言うのか。それは、内心の会社の評価、つまり、絶対的評価としては会社の評価は低く、辞めたいほどであり、実際にも辞めたいと思っているから、それが言葉に出てしまうのである。それと同時に、印象操作が関連してくると考えられる。辞めたい、というのは一種の印象操作のための自己呈示としての言葉でもある。「自分は、本当はこんなところは辞めたい」と悪口を言うことにより、周りの人に自分の不遇と未来の自分の価値の高さをアピールし、印象づけようという自己呈示をしていると考えられる。離婚したいと陰で言いながら離婚しない夫婦の言行不一致もこの選択比較水準の理論が適用できる。夫婦が互いに相手を嫌だと思い、別れたいと悪口を言っているも別の選択肢は見つけにくい。別れたいと思っても、選択的比較水準からいって、別れて1人になることと比べると今の方がいいことになり、自己利益、自己防衛から、結局、別れないことになり、言行不一致行動が続くことになる。そして、離婚しないのになぜ「離婚したい」と言うのかについては、この場合も、会社を辞めたいと言っている人と同様に、内心の吐露と印象操作による自己呈示としての言葉の両方であると解釈できよう。もちろん、再婚できそうな相手ができると対応は違ってくる。選択水準上、より上位の価値の高い選択肢ができるため、自己利益からすぐにも離婚することになる。

このように、内心と言行の不一致は印象操作のための自己呈示として日常的に、頻繁に生じること、内心と言行の不一致は、自己高揚、自己防衛などの自己呈示が大きく関わることが分かってきた。そこで次に、印象操作のための自己呈示という点に焦点を合わせ、さらに具体的な内心と言行の不一致の心理メカニズムの解明をしていくことにする。

3 自己高揚と内心と言行の不一致

1) 自己呈示としての内心との不一致言行

日本を含む多くの文化において、程度の差こそあれ、内心と言行の一致は社会的規範であり、それが道徳的にも倫理的にも、良しとされている。そのような内心と言行の一致が評価される社会の中では、

あえて内心と不一致の言行を行うことは少ないはずとも思われるが、現実にはこの社会的規範に違反してまでも、内心と不一致の言行が多くみられ、決して少ないとはいえない(荻野七重・齊藤勇2002, 2003a, 齊藤勇・荻野七重2002, 2003b)。では、なぜ、内心と不一致の行動が頻繁に生じるのか、ここでは社会的交換理論に基づき、行動を決定するコスト・報酬という観点から自己高揚、自己利益追求という点に焦点を合わせて、内心と言行の不一致の生起原因を検討していくことにする。まず、内心と言行の不一致には、前述の Fishbein や Azjen が指摘するように主観的規範が働いていると考えることができる。この理論によれば、人は時に、自分の考えていることとは異なる主観的規範に沿った行動をする。それは、大事な他者の考えを自分の考えよりも重視するからである。では、なぜ、自分の考えよりも大事な他者の考えの方を優先するのか。それは、その大事な他者との人間関係を大事にしたいからであろう。では、なぜ、その大事な他者との人間関係の方を自分の考えよりも優先するのか。それは、大事な他者との人間関係が自分にとってより大事であるからであろう。自分の考えより大事ということは、大事な他者との良好な人間関係が自分にとって大きな報酬であり、利益であり、その関係を損なうことは大きな損失であると考えられるからであろう。こう考えると、人は自己利益を獲得するあるいは損失をこうむらないようにするとき、社会的規範にそむいてまでも内心と不一致の行動をやむなく、あるいは積極的にとる、ということになる。ここでの内心との不一致行動は、自己高揚のため、あるいは自己防衛のために、元々の自分とは異なった自分を相手に見せる、呈示するという行動といえる。このように他者に対して自分をより良く見せようとする行動を、社会心理学では印象操作による自己呈示といい、対人関係の重要なテーマとして研究されてきている。そこで、ここでは、内心と言行の不一致を主に自己呈示の観点から検討していくことにする。自己呈示とは、自ら印象操作をして他者に認知させたい自分についてのイメージをその他者に呈示することである。この過程において自分が内心で思っていることとは異なる言動をすることもあり、自己呈示には内心と言行の不一致が伴うことが多くなる。

では、自己呈示にはどのような行動があるかということ、代表的な分類としては、Tedeschi, J. T. & Norman, N. (1985) の4分類が挙げられよう。彼らは自己呈示行動を戦術的と戦略的、および主張的と防衛的の2つの次元に分け、次の2×2の4種類に図式的に分類している。

- (1) 戦術的能動的自己呈示
- (2) 戦術的防衛的自己呈示
- (3) 戦略的能動的自己呈示
- (4) 戦略的防衛的自己呈示

戦略的とは長期的自己呈示を指す。長期に渡って多くの戦術的自己呈示を使い、自分の考えるイメージを他者に与えようとするをいう。戦術的とは、短期の、1つの自己呈示を指している。この点からみると、本稿では、短期的自己呈示の言行の不一致を扱うので、ここでは(1)と(2)を主たる考察対象とする。次に能動的、防衛的の区別であるが、能動的とは、自ら積極的に自己高揚のために印象操作する自己呈示で、防衛的とは相手からの非難などのなんらかの否定的行動を受けたとき、自己に否定的なイメージを付されないように印象操作するリアクションとしての受動的な自己呈示を指す。本稿では、このうち能動的自己呈示と内心と言行の不一致に焦点をあてる。この分野で Leary, M. R. & Kowalski, R. M. (1990) は自己呈示の目的と機能として次の3つを挙げている。

- 1、報酬の獲得と損失の回避
- 2、自尊心の維持
- 3、アイデンティティの確立

このうち(1)と(2)がより戦術的自己呈示に関連が強いと思われるので、まず1の報酬の獲得と損失の回避を目的とする自己呈示に基づく言行の不一致の生起についてとりあげ、次に2の自尊心の高揚として

の内心と言行不一致について検討していくことにする。

(1) 自己利益的行動と不和協和理論

人に心理的快をもたらす刺激を心理学では、報酬という。このため、人は心理的快を求め、報酬を獲得しようとする。そのことが時に、言行不一致という社会的規範を犯してまでも、内心とは異なる自己呈示を生じさせる。金銭は人にとっての典型的報酬である。世俗の金銭欲にみられるように、人の金銭的利益獲得欲は強い。このため、言行不一致もそのとき得られる報酬により左右され、人は報酬を受けることになると、本来の自分の考えとは関係なく、内心と違うことを言い、また、違う行動をすることを考える。さらにその報酬が大きければ大きいほど、本来の自分の考えは変えないまま表向きの自己呈示をすることができる。詐欺師は極端な例であるが、多大な報酬により内心と言行の不一致が容易に実行されるということである。このことは前述したように Festinger の認知的不協和理論から推論できる仮説である。そのことを認知的不協和の代表的実証実験である Festinger, L. & Carlsmith, J. M. (1959) の実験から検討していくことにする。

まず Festinger & Carlsmith, J. M. (1959) の実験を説明する。この実験は、男子大学生が被験者である。学生が実験室に着くと、課題としてきわめて退屈な作業を1時間やらされることになる。内容はクギをクギ穴に差し込むような作業である。作業が終了すると、実験者から「実験はこれで終わりである」と伝えられる。そして、実験者は次のようにこの実験の内容を説明し、1つの依頼を申し出る。

「この実験では、君にいきなり作業をさせたが、実はこの実験は、何の説明もなく作業した場合と、きちんと内容を説明を受けて作業した場合の違いを比較することを目的としている。君の実験は、説明のない方だったが、次の被験者は説明がある方になる。そのための被験者はもう来ている。ところが、今、連絡が入り、作業内容を説明する係のバイトが急に来られなくなってしまった。申し訳ないが、君がかわりに次の人に、この作業の内容を説明してくれないか、今回は、作業が非常に面白く楽しい、という内容説明を受けた後、作業をすることになっているので、そのように、説明してくれないか。どうだろう。もちろん、これは、バイトなので、バイト代として20ドル払う。やってくれないか」と言う。

これが実験者からの依頼である。退屈と感じた作業をおもしろい作業として説明せよ、ということである。つまり、自分の内心と不一致のことを言葉にすることを要請される。ただし、報酬がつく。報酬は20ドルの場合と1ドルの場合の報酬高低の2条件が設定されている。このとき、被験者は断わることもでき、自分の内心と違うことを言葉にするのが嫌なときは、それをしないで済ますこともできる。その選択は残されている。しかし実験の結果、大半がこのバイトを引き受けた。このことは自分の内心と違うことを言うという不協和な行動を報酬が得られるために引き受けたといえる。積極的か否かはともかく、報酬により人は思っていることと異なることを言うことを実証しているといえよう。これは明らかに自己利益獲得による内心と不一致の行動である。

さて、バイトを引き受けた男子学生は、次の被験者に実験の内容を“おもしろい実験”であると説明することになる。待っている次の被験者は、かわいい女子学生である。説明をはじめると、その女子学生からこの実験、友達から退屈でつまらない作業をやらせると聞いたと反論されるが、男子学生は実験者からの依頼通りいかに楽しくおもしろいかを説明し続けることになる。説明が終了すると、女子学生は、実験室に向う。被験者は、心理学部の事務室に行き、実験が終了したことを告げる。そこで実験に

についての質問紙を渡されその場でその質問紙に答える。質問の内容は、実験の作業がどれくらい楽しかったか、である。これで実験は終了する。

この実験で、被験者の大半は、報酬が1ドルの場合も20ドルの場合も、バイトを引き受け、自分の本当の考えと反対のことを言い、内心と不一致の行動を行った。Festinger & Carlsmithの実験の本来の目的は、不協和の大きさが異なる時の不協和解消行動の比較である。つまり、1ドルで引き受けた学生と20ドルで引き受けた学生をつまらない作業に対する楽しさの意見変化の比較である。

まず、実験の本来の目的である報酬の差の心理メカニズムについてみていく。1ドルと20ドルで要請を引き受けた時の心理はどう違うかという点についてこの理論は、報酬が非常に安い1ドルで引き受けた学生の不協和が大きいと仮説している。その心理メカニズムは良心との葛藤の有無であり、良心やプライドとの不協和である。たった1ドルで自分の考えと違うことを言い、内心と不一致行動をするということは良心が許さない、プライドが許さないと考えられた。女子学生から、この実験、本当はつまらない作業では、と反論されたとき、心の中は葛藤が生じているはずである。内心と言っていることが矛盾しているので、自分の頭の中が混乱をおこす。この理論では、このように考えていることと反対のことを言っている場合を、不協和状態にあるという。そして不協和理論では、人は不協和に陥ったときは意識的・無意識的に、不協和解消に動機づけられるとされており、その不協和をなくすように動機づけられると仮説している。

具体的には次のような解消の方法がとられるとされる。

言っていることを考えていることに変えることにより不協和を解消させる。

考えていることを言っていることに変えることにより不協和を解消させる。

別の観点から矛盾を解消させる

Festinger & Carlsmithの実験はこの不協和解消方法を実証している。退屈な仕事をしていながら、それを楽しい仕事だと女子学生に話すと、内心と言語の不一致の不協和が生じる。そこで不快感が生じ、不協和解消の動機づけがなされる。このとき、言っていることを考えている通りに変えれば、不協和はなくなる。しかし、実験者から報酬を約束され、“楽しい”と言うように言われて引き受けているので、本当はつまらない作業だ、とは言いにくい。そこで、言っていることを言っていることに合わせれば、不協和は減少する。つまり、あの作業は本当は、結構おもしろかったんだ、と自分で考え直すのである。頭の中に矛盾があり、不協和状態である、しかし、もう言語行動は始まって実行中であり、しかも、実験者からのプレッシャーもあり、言語行動の内容は変えようがない。このような場合、人は言葉に合わせて考えを変え、心理的に快い協和状態をつくるという心理メカニズムが働くとしている。この実験は、この解消方法に焦点を当てており、主たる従属変数は、作業の楽しさである。1ドルで実験者の要請を引き受けて、女子学生への説明が終った後、帰り際の心理学部の事務室で、実験（つまらない作業）について、どのくらい楽しい作業だったかを質問紙により回答する。そのとき答えた楽しさの程度が直接の従属変数である。その回答を実験のような要請や女子学生への説明なしで単につまらない作業を終えた後にその作業の楽しさを調査した学生（統制群）の回答と比べた。その結果、1ドルで説明した学生の方がより楽しい作業だった、と答えたのである。

この結果は男子学生が、女子学生に作業は楽しいと説明している間に、不協和を解消するために、本当にあの作業は楽しかったんだと思うように動機づけられ、考えを言葉に合わせて変えたと考えられる

のである。いったん、自分が楽しい作業とってしまうと考えと言葉との間の矛盾はなくなる。これにより本心と言語は一致し、女子学生には自分の思っている通りにしゃべっていることになり、不快ではなく、快を感じるようになる。次に、20ドル報酬条件の学生の意見はどのように変化したかをみる。1ドルで考えが大きく変化したのであるから、報酬がさらに大きい20ドル条件ではさらに心理的に快になるので、その変化がさらに大きくなるとも考えられる。高報酬条件では、つまらない作業をより楽しいと思うことになり、より楽しいと答えることも予測できる。しかし、実験の結果は、高額バイトをした学生は、つまらない作業を楽しいとはせず、そのままに楽しくなかった、と答えた。意見変化はなく、そのまま評価をしたのである。

不協和理論は高額報酬者がなぜ意見を変えなかったかというパラドックスを説明し、それは、20ドルは高額であるが故に考えは変えなかった、と理論化している。高額者は、低額者のように不協和解消のために、自分の考えを言葉に合わせる必要がなかったためである。もちろん考えていることが矛盾している場合、不協和が生じる。しかしこの場合、20ドルの報酬者は1ドルの報酬者のように内心を行動に合わせる解消法はとらずに、解消法のであげた別の観点から矛盾を解消する方法をとることができるのである。その理由づけは、10分間説明するだけで20ドルももらえる、というバイト料の高さである。大きな利益が獲得できるので、自己利益となるため、内心と言語の不一致は明確な理由づけがなされ、心理的快となるため、不協和は生じないのである。Festinger & Carlsmithのこの実験は不協和理論を実証するためのもので、1ドルという少ない報酬のため、報酬獲得としての理由づけができないときの不協和解消のための心理的变化を見ることを目的としている。このため、1ドルのバイト代の学生が、本当に作業は楽しかった、と答えたという結果が重要であった。

しかし、本稿の目的である内心と言語の不一致を自己呈示として考えていくという観点に立った場合、20ドルのバイト代をもらった学生の心理メカニズムの方がより注目に値する。この場合も、本心と言語とがまったく正反対であるから矛盾は感じていいはずである。しかし、不協和は解消されているのである。それは、高額報酬をもらっているから、と理由づけできているからであると、説明される。このことは、人は高額報酬をもらうと、本心と違うことを言っても、あまり葛藤を感じたり、心理的に混乱したりしないということを示唆することになる。

人は組織の中で、権威者の要請に従い、言行不一致の行動を行うことが多い。そのことがここで理論的、実証的に裏づけられたといえる。組織人は組織上部から高額報酬をもらうが故に内心と言語の不一致を合理化でき、矛盾による心理的混乱はおきない。このため、比較的冷静に内心と不一致のまま、公的な発言をし、組織的な行動をすることができるのではないかと推論できる。

ところで、Bem, D. J. (1967)はこのFestingerが認知的不協和理論で説明した現象に対して、不協和解消のための動機概念を媒介させなくても、行動学的に十分に説明できるとして、自己知覚理論を提唱している。この理論によれば、人は自分の行動の内的プロセスの説明も、内的手がかりがあいまいのときは（そして、たいていの場合内的手がかりはあいまいであるとしている）、他者の内的プロセスを他者の行動から推論するのと同じ方法で、外的手がかりから推論していると考えている。Bemは、他者シュミレーション法を使用し、Festinger & Carlsmithの実験の詳細を参加者にテープで読んで聞かせたあと、実験の被験者になったつもりで、作業の面白さに答えさせた。その結果、Festinger & Carlsmithの元の実験の結果と同じ結果が得られたのである。Bemの解釈によれば、このBemの被験

者は、単なる聴取者なので、不協和解消動機は発生しない。ただ単に、高額報酬をもらった被験者は、実験参加者が高額報酬だったので女子学生には面白いと話したと考え、作業自体は、そのまま面白くないと答えたのであろう。また、小額の報酬をもらった実験参加者に対しては、その小額の報酬ゆえに面白いと答えたとは考えられないので、本人が本心で面白いと思っていたのであろう、と考え、回答したと推測できるとした。そして、Bemの自己知覚理論は同じ推測が、Festinger & Carlsmithの被験者自身においてもなされている、としている。このBemの解釈は、本稿で検討していく不協和現象などの回答を自己呈示のひとつとして捉えるアプローチへの足がかりになるといえる。つまり、この心理プロセスを印象操作の観点から説明すると次のようになる。被験者が最終的に作業の楽しさについて回答するときの答えを自己呈示場面と考え、高額報酬を受けた学生は、十分なバイト代で、それに応じた役割を演じたわけで、回答等の際、自分の印象を操作する必要は感じない。最初の感想通り、楽しくないと回答したままで問題は無いのである。しかし、1ドルでこの役割を演じてしまった人は、少額で言行不一致行動をしてしまっている自分を見せたくない。そこで、印象操作が働き、他者がその人を観察した場合、1ドルで面白いと答えた人は、もともとその作業を面白いと思っていた人であると見るであろう。そこで、他者への印象操作のための自己呈示という点から考えると、その他者の目に合わせて、もともと自分はこの作業は楽しいと思っていた、という印象を与えるように、自己呈示したと考えられる。つまり、自分は1ドルで心売のような人間ではないことを自己呈示するための意見変化が生じたのである。

次に内心と言行の不一致と報酬との関係についてさらに追証するために Collins, B. E. & Hoyt, M. F. (1972) を検討していく。この実験は、大学の男子寮の学生を被験者に次のような実験を行なっている。この男子寮は、制限が厳しく、特に女子学生の出入りについて完全に自由ではない。しかし、ほとんどの男子学生が24時間、女子学生が個室に出入りする自由がほしいと希望している。このことが事前の調査で明らかになっている。この実験は、実験者が「大学管理研究委員会の調査員である」といって、24時間開放に賛成している学生を寮の個室に訪ねて、次のような依頼をする。

「今、学生寮の開放について調査を行なっていて、寮開放に賛成、反対の意見を集めています。両方の意見を集めたいのですが、開放賛成の意見ばかり集まって困っています。すいませんが、開放反対の意見を書いてくれませんか。これは、寮を開放するかどうか、大学当局が決める資料として提出することになっています。書いて下さったら、お礼として30ドルさしあげますが……」と学生に要請する。わずかな文を書いて30ドルは当時として相当に高額報酬である。しかし、書く内容は、自分の考えと反対の意見である。しかも、それが、大学当局の方針決定の資料になるという。自分のこれからの寮生活にも関係する、かなり重大なことである。本人はもともと寮開放に賛成である。「反対の意見など書けない」と調査員の要請を拒否することは当然可能である。しかし実験の結果、アメリカの大学生の大半が引き受けた。この承諾に報酬の大きさが大きな効果をもつか、という点についてみると、この実験では他はまったく同じ条件で、1ドルの報酬で実験を行っている。そして1ドルでも、大半の学生が引き受けたという実験結果を得ている。このことから報酬の大きさが承諾のポイントではないと推察できる。何らかの報酬にプラスして、部屋まで訪ねてこられ、直接会って、依頼され、しかも、大学管理研究委員会の人に依頼されると、その社会的プレッシャーの強さにより引き受けてしまうといえよう。自分の内心と違うことを公に発言するということは、かなり重大な自己呈示であるが、人は、報

酬を用意されたり、依頼されたりすると、自分の内心と違うことを言うことが実証された。

さて、この実験も実験者の本来の目的は内心と言行の不一致を承諾するか否かではなく、小さな報酬で承諾した人の不協和解消の心理メカニズムである。1ドルで自分の考えと違う寮開放反対の意見を述べた学生は、不協和に陥ると考えられている。学生は自分の考えを1ドルとは引き替えにはできないし、プライドが許さない。でも、引き受けてしまった。その矛盾に不協和が生じ、それを解消するための心理作用が働くというのである。このため、1ドルで引き受けた学生は、その後の調査で、当人の意見が、寮開放に反対の方に移っていくと仮説されたのである。実験の結果、不協和理論が予測する方向で意見変容が生じた。低報酬の1ドルの学生の意見が開放反対の方向に変わった、自分の意見が開放反対なら、1ドルもらおうがもらまいが、自分の意見の通り書いたのだから、そこには不協和は生じないことになる。こうして不協和による不快感をなくすように意見が変わり、それに沿った自己呈示がなされたのである。

この実験も印象操作の自己呈示という視点から再考すると、30ドルをもらった学生の方の心理プロセスの方が注目に値する。彼らは、30ドルもらい、自分の内心と正反対のことを言語化したのである。学生にとって30ドルはかなりの金額だから、その代価として、違う考えを表明したとしても、バイト代を考えればプライドは傷つかない。この場合の内心と言行の不一致の理由ははっきりしている。利益獲得のため、この行動がなされていると考えられるので、不協和が生じないのである。一時的に生じても、多額の報酬を得た、という充足感を理由に解消される。このため、自分の本来の考えを変える必要はない。実験の結果、30ドルをもらった学生は、以前と同じように解放賛成の考えのままで意見変容しなかった。人は、報酬が多いと、意見は変わらないまま、反対のことを書いたり、言ったりすることが可能になることを実証している。つまり、承知の上での内心と言行の不一致を行っているのである。調査者に対しても、報酬が高い故にプライドを下げる必要なく、その要請に答えることができるのである。これは、より重大なこと、責任のあることの場合でも、その点は変化はなかった。この実験では、大学当局が参考にするとして、結果の重大性を伝えたが、比較のためにそうしないで、単なる調査であるとして実験した場合でも同様の結果が得られた。この実験の結果、報酬は、容易に内心と違った意見を言わせる力があり、当人は内心を変えないまま、内心とは違ったことを言うことができることが実証されたといえる。この2つの実験的研究により、大きな報酬が内心と言行の不一致の理由づけとなり、内心と言行の不一致行動を容易に行わせることが検証されたといえよう。

また、Nisbett, R. E., Caputo, C., Legant, P. & Maracek, J. (1973) も、次のような実験で、人が自己利益の印象操作のために、内心と不一致の言行を行うことを実証している。この実験の手続きは次の通りである。まず、実験者は、実験内容は意思決定の課題であることなどを簡単に説明する。実験室には、3人の被験者がいる。実験者は、被験者に今日の実験は意思決定がテーマで、いろんな課題について意志決定をしてもらおうことになる、と説明する。その後、「ところで、実験をはじめの前に、みなさんにとって現実の決定を1つしてもらいたいのです。実は、エール大学(所属大学)の人間発達研究所ではスポンサーになってくれそうな人たちを招待して、この週末にイベントを行なうことになっています。研究所は今、特に恵まれない人やマイノリティの発達について研究していますので資金が必要です。週末、ここにスポンサーが集まりますが、そのスポンサーの奥様方へのサービスを女子学生(この実験の被験者はすべて女子学生)にお願いしたいと思っています。ツアーのガイドやレセプションの受

付などです。時間は2日間トータルで16から18時間ありますが、そのうち何時間でもかまいませんから、引き受けてくれませんか。これは基本的にはボランティアですが、少ないのですが、バイト代も出ます(金額については後で説明する)と話し、実験者の一番近くにいる被験者にボランティアを引き受けてくれるかどうか尋ねる。すると彼女は、「4時間くらいなら」と答える。次に、次の被験者が聞かれ、「12時間くらいはできます」と答える。3番目の被験者もイエスと答え、その時間を答えた。これが終わると実験者は被験者に各々別の部屋に行くように指示する。別室には別の実験者が待っている。そして、引き受けた被験者に次のような質問をする。「意思決定の実験課題に入る前に、今、行ったボランティアの決定について、2、3、質問させてほしい。このボランティアに参加すると決めた理由は何ですか。次の項目の各々について、重要度を0から8の基準で評価して教えてください」と言い、手元の「ボランティアに参加する理由リスト」と書かれた用紙を渡す。このリストには次のような参加理由が書かれている。

発達研究所を助けたいから 活動が面白そうだったから お金がほしいから 人に会うのが楽しそうだから ほかの人も参加すると言っているので価値があると思ったから
参加しなければいけないような圧力を感じたから。

実験者は被験者にボランティアを依頼する時、前述したように「わずかではあるが、バイト代が出ます」と言っている。そのバイト代には2種類あり、半分の女子学生には1時間50セント、と告げ、他の半分の女子学生には1時間1ドル50セント、と伝えていた。一般的には、ボランティアなのだから報酬はさして関係ない、と考えられる。実際、なぜボランティアを引き受けたかを調査した6つの理由の重要度を調べてみると、 の理由で引き受けたと考えている。つまり、「研究所を助けたい」、「活動が面白そう」、「人に会うのが楽しみだから」の理由で参加したのである。ところが、実験の結果は被験者が言っている理由と違っていることが明確に示された。ボランティアを引き受けるかどうか聞かれた時、かなりの学生が、ボランティアはやりたくないと言った。引き受けた学生の割合を見てみると、バイト代が1時間50セントの場合、引き受け率は24パーセント。それに比べ、1時間1ドル50セントの場合、引き受け率68パーセントであった。学生たちは、自分たちの意志決定に際してお金が重要であるとは回答していない。しかし、実際には利益獲得のために行動し、このようなケースでは、明らかに金額により行動が左右されている。しかし、ボランティア活動についてお金で動いているということが分かるような回答(マイナスの自己呈示)は誰もしようとしなかった。そのような回答をしたとしたら、ボランティアをしている真意を疑われてしまう。ボランティアは、奉仕している姿勢を印象づけることが大事であろう。回答はそういう印象操作に従って自己呈示される。このため、理由としては最も社会的に適切な理由 を述べることになる。また「他の人がやると言ったから」という同調や、「実験者からのプレッシャーがあったから」という権威的プレッシャーも理由に挙げていない。これらもお金と同じように、ボランティア活動をする理由としては、高く評価されないで、印象操作上、自己呈示からはずされたと推定される。その結果、内心と言行の不一致が生じることになる。人は、このように印象操作のための自己呈示を行なっているのであるが、この自己高揚や自己防衛の自己呈示が内心と言行の不一致を生んでいるのである。自己呈示には大きく分類して自己高揚と自己防衛の自己呈示があるが、次に自己高揚の印象操作のための自己呈示による、内心と言行の不一致についてみていくことにする。

2) 高揚的自己呈示と内心と言行不一致

前述したように Leary & Kowalski は、自己呈示の機能を報酬の獲得と損失の回避に続き、自尊心の維持をあげている。自尊心維持の自己呈示は、ここまでで検討してきたような直接的な利益（金銭）ではなく、心理的な報酬を獲得するための自己呈示と考えることができる。ここでは、自尊心の維持の中の、特に自尊心高揚の印象操作としての自己呈示による言行不一致行動についてみていくことにする。自尊心高揚のための自己呈示は前述した Tedeschi & Norman の戦術的自己能動的自己呈示とかなり近い。彼らは、戦術的自己能動的自己呈示として、取り入り、威嚇、自己宣伝、示範、哀願、称賛付与、価値高揚などを挙げている。また、この Tedeschi & Norman の戦術的自己能動的自己呈示とかなり重なるが、Jones, E. E. & Pittman, T. S. (1982) は能動的自己呈示について、取り入り 自己宣伝 示範 威嚇 哀願の5つの方法をあげ、それぞれの自己呈示について、求められる帰属（どのようにみられたいか）、失敗した場合の帰属（この呈示が失敗したとき、相手からどうみられてしまうか）、相手に生じる感情（相手に持たせたい自分に対する感情）、それぞれ具体的な典型的行動をあげ、より詳細に機能的に分類している。ここでは自己高揚という点に最も関連すると思われる取り入りと自己宣伝についての内心と言行の不一致について検討していく。

取り入りと言行不一致

取り入りは、人からの好意を受けることを期待して行われる自己呈示である（Jones, E. E. 1964）。人は他者に好かれたいという思いが強い。それは好かれることにより、快感情や安心が得られるからである。しかし、それだけでなく、好かれることがそれ以後の人間関係を良好にし、相手からの高い評価につながり、たとえば、昇進や、良い成績につながり、解雇や落第を免れるという自己利益や損失防衛が可能になると考えるからであろう。相手に取り入るために私たちは相手にお世辞を言ったり、誇張して、称賛したりする。お世辞、ゴマすりは、内心では思っていないこと、あるいは思っている以上に誇張することであるから、その言葉は表面的で、内心と不一致の言葉であるといえよう。では、人は誰に対しても取り入りを行うのかというと、そうではない。Jones の実験で証明されているように、取り入り行動を促進させるのは、取り入り者が取り入り行為が成功する可能性が高いと判断したときである。成功の可能性が高いと判断するには、いくつかの前提条件があり、それに合致したとき、取り入り行動が、実行されることになる。例えば取り入りの対象者が人間関係重視のタイプで、好きな人をひいきし、より大きな報酬を与える可能性が高い人であると考えられるとき、人はその人に取り入りをしようとする。また、対象者が誰に利益を与えるかを決める権限を実際にもっていると考えられる時に取り入りをしようとする。対象者が規制に縛られることなく、自分の裁量で報酬を配給することができる人に取り入りをすることが多い。このことは、和を貴び人間関係を重視し、利益配分権をもつ日本の企業などの上司は、部下にとっては、取り入り行動を誘発されやすい要因を持っている対象者といえる。取り入りの方法としては次の2つの主要な具体的技法がある。

- (1) 表面的意見同調（重要な論点について対象者と同じ意見であるとする）
- (2) 他者高揚（対象者を称賛し、お世辞を言う）である。

そこでまず、(1)の自分の意見を上司に同調させる自己呈示についての実証的研究を検討していくことにする。

- (1) 意見の表面的同調

意見同調とは自分の意見を相手の意見に表向き（公的に）合わせることである。具体的には自分が、相手と同じ意見であることを表明し、発言することあるいは、相手の表明した意見に同意し、賛成するのである。そのことでその人の機嫌取り、好意を受けようとする。この方法が意見同調と呼ばれている。Byrne, D. (1971) の好意と類似性の実験で証明されているように、人は自分と似た意見の持ち主に対して好意的であることから、この取り入りの自己呈示は成功することが多いとされる。取り入り者は重要な論点について自分の意見が取り入り対象者と異なる場合、自分の意見を抑えて、表向きには相手の意見に同意を表明する。このため、内心と言行の不一致が生じる。

Jones, E. E., Gergen, K. J., Gumpert, P & Thibaut, J. W. (1965) はこの表面的同調を次のような実験で証明している。実験はビジネス活動のシミュレーションゲームとして導入された。被験者は2人1組で行うといわれ、経営学の大学院生（サクラ）を監督として紹介される。ゲームは3部構成で、まずゲームのやり方を練習し、ついで、お互いが多少とも知り合える機会をもち、最後に本番のゲームを行なうと説明された。実際には、第2段階で実験は終了する。監督が持つ自由裁量の余地は次のように操作された。実験者は、サクラがゲームの監督を勤め、彼がゲーム中何が正解かを判定すると説明した。半数の被験者には、正答は監督がこれまでの経験と研究をもとに、その場その場で監督の判断で判定すると教示し（この場合が自由裁量条件である）、残りの被験者には、監督はこれまでの研究で確定している正答を基準に照合して判定するにすぎないと教示した（この場合が自由裁量なし条件である）。

まず、ゲームの練習として、1回に4個の広告スローガンが示され、そのうち最良のものを選択するという課題を行なう。これには賞金がつくと教示した。14回のコマーシャル・コピーの判断の練習を通して、被験者は自分がテレビ・ラジオ広告では良い成績だが、新聞・雑誌広告では悪い成績であることを知った。その後、実験者は、本番のゲームでは、時間の都合で新聞・雑誌広告（被験者の苦手課題）だけを扱うと教示した。このようにして、被験者に自分の能力だけではよい成績がとれないという状況をつくり、取り入りの発生をうながした。次に、監督の性格が次のように操作された。互いに知り合う機会を持つ際に、半数の被験者には、監督が人間関係を重視する人間志向タイプの人であることを印象づけた。（この場合が関係重視条件である）。残りの被験者には、監督は課題の遂行を重視した実績志向タイプの人であることを印象づけた（この場合が課題重視条件である）。さて、本番前にお互いを知るといふ名目で、意見調査の交換を行なった。この意見交換は、書面で行われる。まず、監督が、意見調査表に自分の意見のところに印を書き、被験者の元には、監督の意見が既に記入してある調査表が渡され、同じ用紙に被験者の回答を書くよう言われる。回答した用紙は再び監督に渡り、監督は被験者の回答を知ることになると教示される。これが、本番のゲーム前に行なわれる。監督に少しでも良い印象を与えようとしたら、監督の意見に自分の意見を合わせておいた方がいいと思ふかもしれない。もし、このとき被験者が本当の自分の意見ではなく、監督の意見に合わせた意見を自分の意見として書いたとしたら、それは取り入りであるといえよう。どのような条件でこの取り入り行動がより多く行われるのかをみるのがこの実験の目的である。自分が思っていないことを、相手から好かれるために表面上、相手と同じ意見であると伝えたことになる。このことは印象操作のための内心との不一致行動といえる。実験の結果、実際に元々は被験者が監督と意見を異にしていた項目のうち、重要な項目に関して被験者が、監督の意見へ同調する現象が見られ、取り入りが生じることが実証された。なかでも、注目されるのは

監督が大きな自由裁量の余地のある場合で、かつ、人間関係を重視するタイプの監督であると思われるとき、最も大きな表面上の意見同調がみられた点である。この実証により上司に取り入ろうとするために、自己呈示による内心と不一致の言行がなされることが証明されたといえる。

(2) 他者高揚

次に(2)の取り入り手段としての他者高揚を検討する。典型的行動は心にもない対象者にお世辞を言うてへつらうことである。お世辞、ゴマすりは本心からの称賛ではないので明白な内心と不一致の言行である。お世辞の内容は大半が、称賛、つまり相手に対する過大なポジティブな評価である。ポジティブな評価は、Aronson, E., & Mills, J. (1959) によって実証されているように、強い互惠性を持っているため、相手からポジティブな評価を得ることが期待できる。特に相手が他人より優越したいと自分で思っているが、確固たる自信がない場合に称賛すると、お世辞はより効果的であるとされる。この実験では上司は効率性を重視する（または社交性を重視する）と被験者に伝える。被験者の報酬は上司がつける評価に基づくといわれるので、上司は取り入りの対象となる。上司が評価をつける前に被験者は上司にへつらう機会を与えられる。実験者は被験者に上司の能率と社交性を評価するように指示し、後で上司がその評価を目にすることを伝えた。実験の結果、被験者の上司への評価は上司の価値観にあうような方向でなされていた。つまり、上司が能率を重視すると考えた被験者は社交性よりも能率について上司を高く評価し、社交性を重視する上司であると考えた被験者は能率よりも社交性について上司を高く評価した。このような行動は、本心から称賛しているのではなく、上司の価値観に合わせていることは明白で、それにより、上司から好まれること、評価されることをもくろんでいる印象操作による自己呈示であるといえる。そして、それは、内心と不一致の言行を生むことになる。

自己宣伝

次に、より直接的な自己高揚をはかる能動的自己主張の自己宣伝における本心と言行の不一致を見ていくことにする。自己宣伝は、知識、性格、技術などに関して自分がいかに有能な人間であるかを相手に印象づける能動的自己呈示である。もちろん、有能さを印象づける最も明白な手がかりは業績によって示されるので、とび抜けて能力が高い人は自己宣伝を行なう必要性は少ないが、通常の場合、自己高揚のためには他者から評価を上げるために自己宣伝が必要となる。しかし、自己宣伝を行なうことによって否定的評価を受ける可能性がある場合も少なくない。能力が低く不安定であるほど、説明によって自己宣伝を行なう必要性が高くなるため、「自己宣伝はすればするほど、言明の信憑性が低くなる」というジレンマが生じることにもなる。また、自己の能力に関する説明の内容によっては“自惚れ”“不誠実”といった否定的な印象をもたれる危険があるので、自己宣伝を行なう人はある種のジレンマを感じるようになる。このため、自己吹聴する人や自慢する人に嫌悪感を感じる人を相手にする場合、自己宣伝とは逆方向の自己呈示を行うことにもなる。日本社会では多く見られるが、自己卑下や自己謙遜の自己呈示がこれに当たる。ただ、自己高揚も自己卑下も、いずれにしても、自分自身を自分が思っているより、より大きく見せるあるいは、より小さく見せる自己呈示であることには違いはない。ということは、自己宣伝も自己卑下も実際の自分とは異なった自分のイメージを選択的に自己呈示して、能力や性格の良さを印象づけようとするわけで、当然、内心で思っていることとは違うことを言ったり、行なったりすることになり、内心と不一致の言行をすることになる。

このように自己呈示の方向には自己高揚と自己卑下という2つの正反対の明確な方向性がある。自己

高揚を利用する場合、人は自分の強み、長所や称賛に値する特性をはっきりとオーバーに表現する。成功すれば、この自己呈示によって肯定的な評価を得られ、能力が評価され、他者に好かれ自尊心が満たされる。対照的に自己卑下の場合、人に対して控えめで遠慮がちで自己卑下する。しかし、その行動が他者評価における正直さや謙虚さなどの重要な文化的価値観と結びつくと、自己謙遜や自己卑下の自己呈示は他者からの承認と好意を強める効果を生むことになる。その結果、評価が高まり自尊心を満たすことになる。この2つのうち、欧米では自己高揚の方が一般的であるとされている。実験等で、被験者に、他者に良い印象を与えるように自分を説明するよう指示すると、自分の肯定的な属性を強調し、弱点を宣伝しないのが一般的に見られる傾向である、とされる。しかし、日本では、称賛される特性を選択的に強調する方法は効果的であることもあるが、自己宣伝は、“自慢屋”と思われ、他者からの評価は低くなり、危険を伴う場合も多い。このため、むしろ、その反対の手法である自己卑下的な自己呈示がなされる場合が多い。(鹿内啓子1983, 北山忍、高木浩一、松本寿弥1995, 村本由紀子・山口勸1997, 齊藤勇・荻野七重1997, 齊藤勇・遠藤みゆき1999, 齊藤勇、遠藤みゆき、荻野七重2000, 齊藤勇・遠藤みゆき・荻野七重2003, 齊藤勇・荻野七重、2003) この自己卑下的傾向は日本人の特徴とされ、最近、いくつかの実証的研究がなされており、注目に値する。ただし、紙面の関係上、この比較文化的考察は別の機会に検討することとし、ここでは欧米で一般的とされる自己高揚的自己呈示のアメリカでの実証研究を検討していく。

Zanna, M. P., & Pack, S. J. (1975) は印象操作による自己宣伝的自己呈示を次のような実験で証明している。被験者は全米でもランクの高いプリンストン大学の女子学生である。実験は2回に分けられている。第一回は、意見調査で、その内容は、次のような項目への賛否である。1. 私は控え目な方である 2. 私はファッションに関心がある 3. 私は優しい 4. 私は強い男性が好きである 5. 私はキャリア志向である 6. 私は独立的である 7. 私は男女平等を支持する 8. 私は積極的である。この8項目、前半4項目は伝統的な女性的態度で、後半4項目は女性も男性と対等であるべきという進歩的女性の態度である。第2回目は、アンケートに回答した日から約3週間後で、第一印象の実験に参加することになる。この実験は、知らない男女2人が各々の情報をもとに、第一印象を形成し、その第一印象がどれくらい正確か、2人が実際に会って確かめる実験であると説明される。そして、実験者から相手のプロフィールが渡される。プロフィールの男性は21才、身長が183センチ、同じプリンストン大学の3年生で、趣味はドライブとスポーツで、今、ガールフレンドがいなくて恋人募集中だと書かれている。プロフィールの次に彼の女性観が書かれている。彼の理想的な女性は、感情豊かで、もの腰が柔く、家庭的で、人前では夫をたてる女性、いつもきれいにしている女性である、という。女子学生は実験者から彼の第一印象と同時に、彼のこともっとよく知りたいか、またデートの相手として好ましいかどうかを尋ねられる。それが終わると、今度は、彼が第一印象を形成するのに使用する情報を彼に伝えたいので、被験者の女子学生に自分について答えるようにと質問紙を渡す。このとき、被験者の女子学生は、相手の男子学生に対して、自分をどのように自己呈示するかが調べられた。質問紙の中には、一回目で答えたアンケートと同じ8項目が入っている。ただし、今回の場合は回答は彼に示す自己紹介用の情報となる。これにより彼の被験者(女子学生)に対する第一印象が決まるのである。彼の理想の女性像は既に知らされており、実験では、被験者が自己紹介を彼の理想の女性に合わせた形で伝統的な女らしさを強調するかどうか調査された。実験の結果、多くの女子学生が、第1回目のアンケート調査よりも、自

己呈示用情報のときの方が自分は伝統的女性である、と答えた。つまり相手の理想像に合わせた自分を見せ、相手に自分が彼の要望にふさわしい女性であることを印象づけようと自己呈示をしたのである。実験者から渡された情報をもとに自分の印象を操作して、第1回のときの意見とはかなり異なる内容を自己宣伝的に自己呈示したのである。第一回の回答が内心だとすれば、内心とは不一致の表明を意図的にしていることになる。この自己高揚的取り入り行動が自己利益的な印象操作であることは、この変化は相手の男子が理想的な男性の場合にのみ、自己呈示を伝統的女性像に変え、そうでない男性の場合には変えていないことから実証されている。この実験では統制群として、相手はプリンストン大学の背の高い男子学生で……という相手情報ではなく、その情報を、プリンストン大学ではない三流大学で、背は低く、ドライブにもスポーツにも関心がなく、すでにガールフレンドがいて、新しい女友達は必要としていないという情報に変えた実験が行われている。その場合、女子学生は自己呈示を伝統的女性の方面には変えなかったのである。つまり、自己利益につながらない場合、相手と合わせた自己宣伝的自己呈示は行わないことが分かったのである。

ところで、このように自分のおかれている状況をチェックしながら自分の言動を変えていくことは Snyder のいうセルフ・モニタリングによるといえよう。セルフ・モニタリングによって自己呈示を変えていくことにより、結果、内心と不一致の言行を生んでいくことになる。そこで、次にセルフ・モニタリングと内心と言行の不一致について検討していくことにする。

3) セルフ・モニタリングと自己呈示

セルフ・モニタリングとは、対人場面での自分の行動と相手の行動をモニターして、自分の行動を状況に合わせて、変えていくという心理メカニズムである。対人場面でのセルフ・モニタリングとは、状況をモニターし、相手をモニターして、相手に自分の思っているような自分の印象を与えようと印象操作である。特に初対面などのときは、このモニターが活発活動し、相手の行動から情報を集め、言葉を考え、相手に合わせながら、設定した印象を与えようと自己呈示を行う。このモニタリングと自己呈示がうまくいけば、人間関係の展開はスムーズに進む。対人状況を見ながらつまりモニターしながら、自己をプレゼンテーションしていくことにより、自分の印象を操作していき、その場の関係をうまく進めていくことが可能となるのである。モニタリングにより自己呈示をするということは自己呈示という観点に立てば、自己に有利なような印象を与えようとするということである。このように考えると、その言動は自己利益に沿って行なわれ、時に、内心で思っていることとは違うことを言い、違う行動をすることにもなる。このため、内面と言行の不一致を生むことになるといえる。

Snyder によれば、対人場面においては誰もがセルフ・モニタリングを行なうが、その程度は人によって異なり、セルフ・モニタリングの傾向が高い人と低い人がいるとされる。セルフ・モニタリングは印象操作において、非常に重要な役割をはたしているため、モニタリング傾向の高い人は、人間関係の展開をスムーズに進めていくことができる。相手の様子をみながら、それに合った印象を与えるような自己呈示をする傾向が高いので、自己呈示と相手の期待とのくい違いが少なくなり、相手との関係はスムーズに進み、すぐに親しい関係にもなれる。しかし、相手に合わせるということは、本当の自分ではない自分を呈示することになる。それは高セルフ・モニタリングの人は、内心で考えていることとは違う不一致行動をする傾向が高いということになる。ところで、Snyder は、モニタリング傾向には文化差

があるとしている。そして、興味深いことに、日本人はとび抜けてモニタリング度が高いとしている。このことは、日本人は印象操作のための自己呈示が多く、このために内心と不一致の言行をとることが多いということになる。Snyder は、日本は、その場の人間関係のルールと役割行動に高い価値をおいている高モニター社会だとし、Benedict, R. (1946) の『菊と刀』の次のような一文を引用している。日本社会における「上手なプレイヤーとは、規則に従い、その規則の範囲内でプレイする人である。彼が下手なプレイヤーと区別される特徴は、推理の訓練を積んでいて、他のプレイヤーたちがどんなカードを出すか、また、それらのカードがプレイの規則のもとで何を意味するかということについての十分な知識をもって、状況についてゆくことができるという点である」つまり、内心と言行の不一致が日本の特徴的文化規範として書かれている。

さて、高モニタリングの人が印象操作のために内心と不一致の行動をとる傾向にあることは次のような、Snyder の実験で証明されている。この実験は4人の集団討議の実験である。部屋はテレビのスタジオのような感じで、中央にはテーブルとイスが四脚あり、その横に2台のビデオカメラが設置されており、部屋の一方にはテレビ機器とモニターテレビがあり、討議の様子が映し出されるようになっている。4人が席につくと、実験者は、「これから4人でいくつかの課題について討議してもらいますが、討議の前に各々の人がどんな意見をもっているか最初に聞きたいので、答えて下さい」といい、次のような問の質問用紙を渡す。「安定したそれなりの収入を得ている名のある会社のエンジニアの人がいます。その人のところにベンチャーの会社から高給で雇いたいとヘッドハンティングがあったのです。ただ、その新しい会社が成長するかどうかは分かりません。さて、その人からあなたに今の会社にとどまった方がいいか、ベンチャー会社に移った方がいいか、相談があったとします。そのときあなたは新しい会社に移ることをすすめますか、そのベンチャー会社の成功確率がどのくらいのとき勧めますか。パーセントで答えて下さい。」これに答えると、4人でその課題についての集団討議を行なう。実験者は、モニターテレビのスイッチを入れ、4人が画面に映し出されるようにテレビカメラを動かし、設置する。実験者は4人に書類を渡し、「この討議の様子をテレビに撮映し、大学の「心理学」講義の集団討議の時間に実例として映したいと思う。もしよかったら、書類に承諾のサインをして下さい」という。被験者はこれに同意し、実験はカメラが回りながらの集団討議になる。討議前に実験者から、これは集団決定の実験ではないので、最終的に集団で一致した答を出す必要はなく、自由に討論するようといわれる。集団討議が終ると被験者はまた、各々に別れて、最初の質問紙に再度個人的に回答を求められる。集団討議の結果、他の人の意見や討議にどのくらい影響を受けたかが調べられた。実験の結果、高モニターの人は、討議の前後の意見を比較した結果、集団討議の影響を受けず、最初の意見をもち続けていたことが分かった。

Snyder は、比較のためにまったく同じ実験手続きで、ただし、部屋の様子を変えた条件で統制群の実験を行っている。部屋は普通の実験室でテレビカメラなし、モニターなし、マイクなしである。その部屋で4人で討議をし、討議の影響を調べた。その結果、高モニターの人は、カメラを回していたときよりも、集団議論の影響を受け、意見を変えていたことが分かった。討議の後の調査では明らかに集団への同調が起っていた。2つの実験の条件の違いはカメラの有無と1年生へのビデオ放映承諾書の有無である。では、なぜ、一方は、集団討議で意見を変えず、他方は変えたのであろうか。それは、モニタリングの結果、各々の条件における印象を与えようとする相手が異なるため、自己呈示の仕方が変わっ

たとしている。1年生にみせる討議で、カメラが回ると、“立派な上級生”という印象を与えようとするための自己呈示が行われたとしている。それはアメリカでは自己主張的な学生が高く評価されるからである。他方、カメラ無しの集団討論のみの場合は、他の参加者に合わせようとするため、“協調的な討議者”という印象を与えるための自己呈示が行われたとされる。この印象操作の違いからこのような対照的な行動が生まれたとされている。

このように高モニタリングの人は、周囲の人に合わせ、よい印象を与えるような自己呈示をする傾向が高い。ただし、どのような自己呈示をしたら周囲から評価されるかは、当人が、モニタリングした結果、その周囲の人たちがどのような文化的背景をもっているか、具体的にはどのような自己呈示を評価し歓迎すると考えているかによるといえる。このことから、前述したように、日本人は、周囲から評価されるために、アメリカ人のようには、自己高揚的自己呈示を行わず、むしろ人との和を考慮し、また周囲から、浮き上がらないために、自己卑下的自己呈示を多用するのではないかと考えられる。

本稿は内心と言行の不一致について自己高揚的自己呈示に焦点を合わせて考察した結果、その関係に一応の関連をみる事ができたといえよう。ただ、このように自己呈示的に考察を進めていくと、日本人の自己卑下や謙遜的自己呈示はここまで検討した自己呈示のなかの自己高揚的自己呈示よりも、むしろ、自己防衛的自己呈示の傾向が強いことが推察されて、それについての議論が必要となることが示唆される。今回は、紙面の関係上、その自己防衛的自己呈示と内心と不一致の言行については言及できないが、別の機会を得て検討していくことにしたい。

文 献

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Processes*, 50, 179-211.
- Aronson, E., & Mills, J. (1959). The effect of severity of initiation on liking for a group. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59, 177-181.
- Asch, S. E. (1955). Opinions and social pressure. *Scientific American*, 19, 31-35.
- Bem, D. J. (1967). Self-perception: An Alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena. *Psychological Review*, 74, 183-200.
- Benedict, R. (1946). *The chrysanthemum and the sword*. Routledge & Kegan Paul.
- Byrne, D. (1971). *The attraction paradigm*. Academic Press.
- Collins, B. E. & Hoyt, M. F. (1972). Personal responsibility-for-consequences: An integration and extension of the “forced compliance” literature. *Journal of Experimental Social Psychology*, 8, 558-593.
- 土居健郎 (1986) 表と裏 弘文堂.
- Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stanford University Press.
- Festinger, L., & Carlsmith, J. M. (1959). Cognitive consequences of forced compliance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 58, 203-210.
- Fishbein, M. (1980). A theory of reasoned action: Some applications and implications. In H. E. Howe & M. M. Page (Eds.). *Nebraska Symposium on Motivation*, 27, 65-116.

- Fraser, C. & Schere, K. R. (1982). *Advances in the social psychology of language*. Cambridge University Press.
- Hiles, H & Coupland, N. (1992). *Language : Contexts and consequences (Mapping Social Psychology Series)*. Wadsworth Publishing 1992.
- Holtgraves, T. (2001). *Language as social action : Social psychology and language use*. Lawrence Erlbaum.
- Jones, E. E. (1964). *Ingratiation : A social psychology analysis*. Appleton-Century-Crofts.
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). *Toward a general theory of strategic self-presentation*. In J. Suls (Ed.). "Psychological perspectives on the self. Vol. 1. Lawrence Erlbaum Associates."
- Jones, E. E., Gergen, K. J., Gumpert, P. & Thibaut, J. W. (1965). Some conditions affecting the use of ingratiation to influence performance evaluation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 613-625.
- 鹿内啓子 (1983). 他者の成功・失敗の因果帰属に及ぼす self-esteem の影響, 実験社会心理学研究, 23, 27-37.
- 木村敏 (1972). 人と人との間 - 精神病理学的日本論 弘文堂.
- 北山忍・高木浩人・松本寿弥 (1995). 成功と失敗の帰因 : 日本の自己の文化心理学, 心理学評論, 38, 247-280.
- La Piere, R. T. (1934). Attitudes vs. actions. *Social Forces*, 13, 230-237.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management : A literature review and two component model. *Psychological Bulletin*, 107, 34-47.
- Manstead, A. S. R., Proffitt, C. , & Smart, J. L. (1983). "Predicting and understanding mothers' infant-feeding intentions and behavior : Testing the theory of reasoned action." *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 657-671.
- 増原良彦 (1984). タテマエとホンネ 講談社.
- 中根千枝 (1967). タテ社会の人間関係 講談社.
- Nisbett, R. E., Caputo, C., Legant, P. & Maracek, J. (1973). Behavior as seen by the actor and as seen by the observer. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, 154-164.
- 荻野七重・齊藤勇 (1997). 運と運命への帰属 日本応用心理学会第54回大会発表論文集.
- 荻野七重・齊藤勇 (2002). 欲求に関する言行不一致について 日本応用心理学会第59回大会発表論文集.
- 荻野七重・齊藤勇 (2003a). 社会的欲求の言行不一致についての心理学的アプローチ, 白梅学園短期大学紀要, 39, 23-41.
- 荻野七重・齊藤勇 (2003b). 欲求に関する言行不一致について(2) - 日本と韓国の比較 - 日本応用心理学会第60回大会発表論文集.
- 岡本真一郎 (2001). ことばの社会心理学 (第2版) ナカニシヤ出版.
- 大野晋 (1999). 日本語練習帳 岩波書店.
- Robinson, W. P. & Giles, H. (eds) (2001). *The new handbook of language and social psychology*. John Wiley & Sons.

- 齊藤勇編 (1987). 対人社会心理学重要研究集第3巻 対人コミュニケーションの心理, 誠信書房.
- 齊藤勇・遠藤みゆき (1999). 日韓の帰属過程の比較文化心理学的研究 - 大学生の入試・恋愛・就職の成功・失敗について - 日本性格心理学会第8回大会.
- 齊藤勇・遠藤みゆき・荻野七重 (2000). 大学生の現実的課題の成功・失敗の帰属傾向 - 大学入試・恋愛・就職の原因帰属 -, 立正大学文学部研究紀要, 16, 1-22.
- 齊藤勇・遠藤みゆき・荻野七重 (2003). 自己卑下的帰属錯誤の日韓文化比較心理学的研究. 立正大学心理学部研究紀要, 1, 19-38.
- 齊藤勇・荻野七重 (2002). 印象操作・自己呈示としての謝罪言葉 日本社会心理学会第43回大会発表論文集.
- 齊藤勇・荻野七重 (2003). 原因帰属における自己呈示としての自己卑下的発言 日本社会心理学会第44回大会発表論文集.
- 齊藤勇・菅原健介編 (1998). 対人社会心理学重要研究集第6巻 人間関係の中の自己 誠信書房.
- 齋藤孝 (2001) 声に出して読みたい日本語 草思社.
- Schlenker, B. R. (1980). *Impression management: The self concept, social identity, and interpersonal relations*. Brooks-Cole.
- Snyder, M. (1987). "Public appearances / private realities: The psychology of self-monitoring. Freeman. (齊藤勇監訳カメレオン人間の性格 - セルフ・モニタリングの心理学 - 川島書店)
- Tedeschi, J. T., & Norman, N. (1985). *Social power, self-presentation, and the self*. In B. R. Schlenker (Ed.). *The self and social life*. McGraw-Hill.
- Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. Wiley.
- 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.