

自己呈示：用語の区別と分類

栗 林 克 匡¹⁾

1. 本稿の目的

近年、社会心理学で注目されているテーマの一つに「自己呈示 (self-presentation)」がある。自己呈示の研究を振り返ると、その発端は Goffman (1959) の著した、“*The Presentation of Self in Everyday Life*”とされている。しかし彼が自己呈示の使用場面として取り扱っているのは公的でフォーマルな社会的場面に限られていることから、社会学者である彼は心理学的な問題には関心がなかったと言われている (Buss, 1986)。心理学的な自己呈示研究が行われるようになったのは、Jones (1964) の研究からである。Jones は自己呈示研究の理論的展望や多数の実験的研究などの功績がある (Jones & Pittman, 1982; Jones & Wortman, 1973)。以来、研究が盛んに行われ多様な社会心理学的現象へ適用されている。例えば、態度変容 (Baumeister & Tice, 1984; Rosenfeld, Giacalone, & Tedeschi, 1984), 原因帰属 (Juvonen & Murdock, 1993; 栗林, 1994a; 1994b), 攻撃 (大淵, 1993; Ohbuchi & Kambara, 1985), リーダーシップ (Leary, Robertson, Barnes, & Miller, 1986), 社会的促進 (Bond, 1982; 宮本, 1985), 対人不安 (Schlenker & Leary, 1982), 実験者効果 (Rosenfeld et al., 1984) など、まさに広範である。わが国においてもここ数年、自己呈示という用語がよく使われるようになってきた。自己呈示に関心を抱く研究者の数も増えてきているわけであるが、それぞれの研究者によって自己呈示の捉え方も微妙に異なっている。それは以下の2点について、もっとも明確に表れている。まず第1に、自己呈示の研究文献を紐解くと、特に「印象操作 (impression management)」といった類同する用語が、自己呈示という用語と同時併用あるいは混合して論述されていることがある。これらの用語を各論文において、それぞれ明確に区別して定義する研究者とそうでない研究者が存在してい

る。第2に、自己呈示をどう分類するかという観点で、これも各研究において様々なスタンスがとられている。例えば、自己高揚的呈示かあるいは自己卑下の呈示かといった次元で自己呈示を捉えることもできる。

このような点に注目して自己呈示の研究論文を見ていくと、それぞれの研究者の自己呈示の捉え方を垣間みることができる。自己呈示というものについて研究者間で異なった見解を持っていることは当然といえば当然かも知れないが、このことは今後の研究を進めていく上で弊害になりかねない。研究者は、それぞれの著者のスタンスを理解し把握する準備が必要とされる。

そこで本稿では、まず第1に自己呈示と類同するような他の用語との区別を図り、そして第2に、自己呈示の分類 (自己呈示スタイル) について、整理・紹介していくことで、「自己呈示」を捉えるための観点を提案する。

2. 用語の区別

2.1 「自己呈示」と類同する用語

自己呈示は対人認知・印象形成の分脈で紹介されることもあるが、最近では「自己」心理学の流れから、自己の姿の表出の段階として、自己呈示というものが位置づけられるようになってきた (中村, 1990)。自己を表出する際には、相手の評価を特に意識せずにありのままに自己像を表したり、あるいは相手とのコミュニケーションを考慮しながら意図的に自分を表したりすることもある。「自己呈示」は後者のように、意図的になされるものである。しかし単に意図的な自己表出といっても、それは「自己呈示」に限られるわけではなく、「自己開示 (self-disclosure)」という似たような用語が適用される場合がある。また「自己呈示」の概念を把握しにくくしている原因の一つに、「自己呈示」の同義語として「印象操作 (impression management)」という用語がしばしば代替的に用いられていることが挙げられる。さらに混乱を促進するように「自己同定化 (self-identification)」 「印象調整 (impression regulation)」といった用語も提出されてきている。

1) 名古屋大学大学院博士課程 (後期課程)

表1 「自己呈示」と類同する用語の区別

	基本動機	意図	他者からの 評価に 対する 関心	示される情報		示される相手	伝達方法
				種類	プライバシー		
自己開示 (self-disclosure)	・感情性 ・規範性 ・意図性	あり・	小	自己 (ありのまま)	プライベート	他者	言語
自己呈示 (self-presentation)	・理想的成果 の獲得	あり	大	自己	—	他者	言語・非言語
自己同定化 (self-identification)	・自尊心の 維持・高揚	あり	大	自己	—	他者・自分自身	言語・非言語
印象操作 (impression management)	・理想的アイ デンティ ティの形成	あり	大	自己・事物・事象	—	他者	言語・非言語
印象調整 (impression regulation)		あり	大	自己・事物・事象	—	他者・自分自身	言語・非言語

* 自己開示の基本動機が感情性あるいは規範性による場合は必ずしも意図的ではない。

このように自己呈示と類同する用語が多数存在する中で、我々は「自己呈示」をどのような枠組みをもって捉えていけばよいのであろうか。今回は、自己呈示の論文の中に併用されることのある「自己開示」「自己同定化」「印象操作」及び「印象調整」という用語を特に取り上げ、それぞれをどう区別して捉えていけばよいか考えてみる。その手がかりとして、Fisher (1984) と Schlenker & Weigold (1992) の論文の提案を一部援用しながら、その上で新たに表1のような区別を試みた。

Schlenker & Weigold の論文では「自己呈示」「自己同定化」「印象操作」「印象調整」を以下のようなものと述べている。まず自己呈示とは、「主として現実のあるいは想像上の他者に対してアイデンティティを調整すること」である。次に自己同定化とは「自分が特定のタイプの人間であるとみせる過程・手段・結果のことであり、これによって自分のアイデンティティを自分自身及び他者に対して固定化 (fix) し、表現すること」である。それから印象操作は、「現実のあるいは想像上の他者に対して、情報を調整する活動」を表している。印象操作は、自己呈示と同じ意味に使われることも多いが、広報が企業組織・製品のアイデンティティに影響を与えようとするような、自己以外の対象・事象に関する情報をコントロールしようと試みることもあるので、自己呈示よりも大きな概念として捉えられている。最後に印象調整とは、「何らかの対象・事象 (自己を含む) に関する情報をコントロールするための目標指向的活動」のことであり、ここには自己同定化の概念も包含される。彼らはこの印象調整をもっとも大きな概念と考えている。

自己開示については、「未知既知を問わず特定の他者に対して、自分自身の情報を言語を介して伝達すること」というような定義がなされている (Cozby, 1973)。

Fisher は、真実性、誠実さ、意図性、新奇さ、プライバシーといった5つの次元から自己呈示との区別を図ろうとし、自己開示を「一人あるいはそれ以上の他者に対して、自分自身についての新奇でプライベートな情報を、正直に誠実さを持って意図的に伝達する言語的行動」と定義した。

以上の各用語に共通する点は、他者に対して意図的な自己表出がなされる場合が含まれている点である。これゆえに、概念的区別が不明確であると思われることがあるのだが、各用語を比較できるような次元を示すことによって区別が可能と考えられる。

2.2 各用語を区別する次元

今回、表1に挙げるような区別を提案するわけだが、以下では各用語を区別する次元について説明していくことにする。

1) 基本動機

まず「自己開示」の動機についてだが、小口 (1989) は、感情性、規範性、意図性という3つの動機を考えている。感情性というのは、気分が高まったり、言わずにはいられないといった自分の内的な感情の抑揚によって自己を開示しようとする動機である。次に規範性というのは、相手が本人のことを話したのでそのお返しのためであるとか、その場の雰囲気に合わせて合わせるためなど状況的要請や社会的規範によって開示するというものである。そして意図性とは、相手に自分のことを知ってもらいたいとか、相手や自分に利益があるためといった自己と他者の関係に焦点を当てその関係を調整しようとする動機である。

「自己呈示」あるいは「印象操作」の動機について、

Leary & Kowalski (1990) は、理想的成果 (outcome) の獲得、自尊心の維持・高揚、理想的アイデンティティの形成の3つを挙げている。理想的成果の獲得というのは、社会的あるいは物理的な報酬とコストの比を最大化しようとする動機であり、自分の利益を第一に考えている。自尊心の維持・高揚によって自己呈示する場合というのは、例えば人前で失敗したなどで自尊心が脅威に晒された時である。この時には、何とか体裁を整え他者からの否定的な評価を回避しようとする動機が高まる。あるいは自分が人より優れた能力をもっていた時には、それを相手に示すことで自尊心を高揚しようとする動機が高まる。理想的アイデンティティの形成とは、自分が理想とする自己像を構築したり、あるいは他者が自分に対して誤った自己像を抱いているときにそれを修正しようとする動機が高まることを指す。「自己同定化」「印象調整」の用語を提唱した Schlenker も、その基本動機として同様のことを挙げていることから、本稿ではこの3つの動機を「自己呈示」「自己同定化」「印象操作」「印象調整」の基本動機として捉えることにした。

以上のことから「自己開示」の動機と他の4つの用語の動機とは異なっている点がある。特に感情性や規範性によるものは「自己呈示」などでは考えにくいものがある。ただし意図性に関しては、小口 (1989) は「人と同じであること (違うこと) を示すため」「自分のイメージを変えたり (保ったり) するため」なども考えており、自己呈示を行う動機と明確に区別できない点もある。

2) 意図

Fisher (1984) は、自己開示も自己呈示も意図的に行われるものと考えている。つまり、話し手が自分のいわんとすることを言おうとするという点において意図的であるというのである。しかしながら、自己開示が感情性や規範性に基づいてなされるような場合にはわざわざ表現しようとするだけでなく、思わず口に出してしまったとか、しかたなく (不本意ながら) 開示するといった自己統制を離れる場合も考えられる。自己呈示を扱う研究者の中でも、無意図的あるいは無意識的行動も含めて自己呈示を考える場合もあるが (Schlenker, 1980)、本稿では、自己呈示をはじめとするその他のものについては、すべて意図的になされると考える。無意図・無意識的行動まで自己呈示として含めてしまうと、安藤 (1990) のいうとおり事実上すべての社会的行動が対象となってしまう、收拾がつかなくなってしまうからである。

3) 他者からの評価に対する関心

相手に自己の情報を示すことによって、示した者は相手から何らかの評価を受けることになるが、他者からの評価に対する関心というのは呈示者がその評価に他の何よりも注意を向けているかどうかということである。自己開示の場合、開示した結果がどのような結果となるかを問題とせず、相手が抱く自分の評価に対する関心は副次的に出てくるものである。例えば、失恋していたたまれない気持ちを友人にぶちまける場合は、とにかく自分の感情浄化が目的であって、相手に自分はかわいそうと思ってもらうことを第1に考えているわけではない。

逆に自己呈示や印象操作などの場合、相手からの社会的報酬を得たり、自尊心を高揚させたりするために他者からの評価 (特に肯定的評価) というのは非常に重要な関心事である。

4) 示される情報と示される相手

Schlenker & Weigold (1992) の定義によると、自己同定化は印象調整に含まれ、自己呈示は印象操作に含まれている。これは示される情報の種類の広さの違いに起因している。「自己同定化・自己呈示」で扱われる情報は“自己”に限るものであるが、「印象調整・印象操作」では“自己”はもちろん、自己以外の事物や事象 (object, event) にまで渡っている。例えば、議員選挙において後援会が候補者のイメージをコントロールしたり、企業が自社製品の宣伝をするといったことも「印象調整・印象操作」の適用範囲である。さて「印象調整・自己同定化」、「印象操作・自己呈示」を1まとめのグループと考えると、「印象調整・自己同定化」と「印象操作・自己呈示」の違いは、情報を示す相手にありそうである。「印象操作・自己呈示」はあくまで“特定の他者”に対してであるが、「印象調整・自己同定化」は自分自身に対しても情報の調整を行うことがあるとしている。恐らく自分で自分に対して情報の調整を行うことで、自己明確化を図ったり意識改革を行ったりすることになると思われる。この視点から考えると最も汎用性の高い用語は「印象調整」で、これが最も大きな概念といえるだろう。逆にかなり限定された概念が「自己呈示」である。

自己開示についてみてみると、示される情報は“自己”についてであるが、これは歪められていないありのままの自己像である。自己呈示の場合は相手に示そうとする自己像が必ずしも真実の姿ではなく、歪められることも少なくない。また自己開示の場合、示される情報の内容の質はプライバシーの強いものである (Fisher, 1984)。自己開示以外の用語については、その内容がプ

ライバシーの強いものかどうかは必ずしも一定ではない。

5) 伝達方法

自己呈示は“印象動機 (impression motivation)” “印象構成 (impression construction)” の2つの下位プロセスからなる (Leary, 1993 ; Leary & Kowalski, 1990)。前者については基本動機のところで述べたが、後者の印象構成とは、与える印象の種類とその印象の呈示の仕方 (例えば、自己記述、非言語的行為、あるいは道具を使用するか等の行動様式) を選択するプロセスである。このことから自己呈示は情報を相手に示すときに様々な方法が選択されることが分かる。

この次元は自己開示とその他の用語を区別する上で有効な次元であり、自己呈示をはじめとする自己開示以外の概念は人間の全てのコミュニケーション行動について考えることができる。つまり言語的および非言語的コミュニケーションが駆使されることになる。一方、自己開示の場合は、情報の伝達には言語による自己記述が用いられる。

2.3 “行動” か “行動の意図” か

自己開示とは先述したように言語的な自己表明のことを指すので“一行動”として捉えられる。よって自己開示は記述的概念として捉えることができる。自己呈示などの場合は言語的なものに限らずありとあらゆる伝達手段が用いられる。このことは日常行われるすべての行動について自己呈示的 (self-presentational) 側面を考慮することができるということである。自己呈示「的」とは、他者が自分に対して抱く印象を操作しようとする意図まで含めて考えた場合で、こうなると記述概念なのか説明概念なのか曖昧である (中村, 1990)。自己呈示を捉える際には、外に現れた行動 (例えば「謝罪」や「自己宣伝」の言語的内容) だけでなく、その内側にある意図 (どのような印象を与えようとするか) も併せて考える必要がある。

2.4 本稿における自己呈示の定義

この区別化は一つの考え方として提案するもので、これが絶対というわけではない。今回行った区別化の他に、各用語の指し示す概念の根本的違いをうきぼりにする次元があるかも知れない。「印象調整・自己同定化」という用語は後から出てきただけに概念的には大きく設定されているが、実際の研究では「印象操作・自己呈示」の概念で十分説明できるものが大部分であるように思える。「印象調整・自己同定化」の概念が定着するには、「印象

操作・自己呈示」で扱えないような日常生活に見られる現象をとりあげた研究を数多く行う必要があるだろう。

以上のような概念整理をもとに、本稿では「自己呈示」を、「他者の自分に対する認知あるいは評価を統制するために、自己に関する情報を伝達しようとする意図を伴った行動」と定義することにする。

3. 自己呈示の分類

研究の目的に応じて、自己呈示の分類は様々な次元によってなされている。自己呈示研究を見ていくときに、こういった分類次元が用いられているかに注目すると、研究者の自己呈示についての立場が分かる。以下では、4つの代表的な分類次元について紹介する。

1) 自己高揚的呈示と自己卑下的呈示

従来、自己呈示の実証的研究においてよく用いられる大きな分類法として、自己高揚的—自己卑下的という次元に注目したものがある (Jones, Berglas, Rhodewalt, & Skelton, 1981 ; Kowalski & Leary, 1990 ; 吉田・古城・加来, 1982 ; 他)。自己高揚的呈示 (self-enhancing presentation) というのは、自ら自分の能力や遂行水準などが優れていることを表明するような呈示であり、自己卑下的呈示 (self-deprecating presentation²⁾) というのは、逆に、自分の能力や遂行水準に対して否定あるいは非難するような呈示のことをいう。ただ自己卑下的呈示というとき、「自己卑下」というよりも「謙遜 (modesty)」という方略のことを指すこともある。いわゆる「自己卑下」というのは、本人の能力に関わりなく、自分を否定的に表現することであるが、「謙遜」という場合には、高い能力や遂行水準が (暗黙に) 認められている人が、それを表さない (内輪に表現する) ことである。

2) 直接的自己呈示と間接的自己呈示

自己に関する情報を、自分の資質・属性と直接結びつけようとするような直接的 (direct) 呈示方法に対して、まさに自分自身の情報というわけではなく自分と関わりのあることについての情報を用いるような間接的な (indirect) 自己呈示がある (Richardson & Cialdini, 1981)。BIRGing (Basking In Reflected Glory : 栄光浴) と呼ばれる自己呈示方略もこの間接的自己呈示にあたる (Cialdini, Borden, Thorne,

2) “自己卑下的”を意味する語は、self-denigrating, self-depreciating, self-derogating など研究者によりまちまちである。

Walker, Freeman, & Sloan, 1976)。これは特に自己イメージが傷ついた状態にある場合、ポジティブな特性を持つ他者や集団との結びつき強さを強調するような方略である。このように結びつきの強さを強調するような方略の他にも、既に結びつきの強い集団の評価を高めようとしたり、逆に対立する集団の評価を下げたり (blasting : Cialdini & Richardson, 1980)、否定的な他者と自己との結びつきが明らかとなったとき、その他者の評価を高めること (boosting ; Finch & Cialdini, 1989) なども間接的自己呈示として考えられている。

3) 獲得的自己呈示と防衛的自己呈示

他者から受ける賞罰は相手が自分に対して抱く印象に左右されるので、相手の目に映る自分の印象を統制しようとする動機がしばしば喚起されることになる。多くの場合、社会的に望ましいと考えられる「よい印象」を作ることができれば、自分の望むような反応を他者から得ることができる。誰もが他者からの承認を得たいと思っているであろうが、実際には成功を望む気持ちと失敗を恐れる気持ちがいりまじっている。Arkin (1981) はこの点に注目して、自己呈示のスタイルには獲得的 (acquisitive) なものと防衛的 (protective) なものがあると述べている。前者は社会的承認や賞賛を得るため行う自己呈示で、例えば、積極的に自己のポジティブな側面について主張したり、自己宣伝したりするようなことが含まれると考えられる。後者は社会的損失を避けようとしたり、非難・否認を避けようとする試みを含んでいる。これは少なくとも悪い印象を与えない (あわよくば少しでもよくみせる) ように、相手に対して同調したりへつらったりすると考えられる。

4) Tedeschi & Norman による分類

Tedeschi & Norman (1985) は自己呈示を「主張的 (assertive) か防衛的 (defensive) か」、「戦術的 (tactical) か戦略的 (strategic)³⁾ か」という2つの次元で分類しようとした。図1には、各次元に含まれる自己呈示行動が示されている。戦術的自己呈示は、特定の対人場面において一時的に生じるものであり、戦略的自己呈示は多くの場面においてこうした戦術を組み合わ

3) 戦略的自己呈示 (strategic self-presentation)

といった言葉が出てきたときには、Tedeschi らのいう “tactical” に近い意味で用いられていることが多いので (Kowalski & Leary, 1990 ; Doherty & Schlenker, 1991 ; Tice & Baumeister, 1990など)、注意する必要がある。

戦術的 戦略的

防衛的	弁解	アルコール依存
	正当化	薬物乱用
	セルフ・ハンディキャッピング	恐怖症
	謝罪	心気症
主張的	社会的志向的行動	精神病
	取り入り	学習性無力感
	威嚇	魅力
	自己宣伝	尊敬
	示範	威信
	哀願	地位
	称賛付与	信憑性
	価値高揚	信頼性

図1 Tedeschi & Norman (1985) による自己呈示の分類

せて長期的に特定の印象を他者に与えようとするものである。また、主張的自己呈示は、他者に特定の印象を与えることを目的として、呈示者自身が積極的に行うものであり、防衛的自己呈示は、他者が自分に対して否定的な印象を持つ可能性があるとき、それを少しでも肯定的なものに変えようとするものである。主張的-防衛的という分類次元は、Arkin (1981) の獲得的-防衛的による分類の考え方と同様のものであるが、もう一つの次元で時間の概念を取り入れている点がユニークである。

以上4つの分類次元について紹介してきたが、どの次元を用いるかは研究の目的に応じて違ってくる。Tedeschi & Norman の分類は、今までに研究のなされてきた自己呈示方略を多く含んでおり (個々の方略の解説については安藤 (1994) などが詳しい)、それらを概観して捉えるのに適している。しかし、長期的な自己呈示については、実証的研究が進んでいないことから、今一つ分かりづらいものとなっている。残りの3つの分類については、実証的な研究が進んでいるので親しみやすいものであるが、かなり範囲を限定した切り口で自己呈示を見ているので、全ての自己呈示行動を包括的に網羅するというわけにはいかない。

4. 今後の研究に向けて

本稿では、概念的区別、自己呈示の分類という2つの問題について考えてきた。どちらの問題も「自己呈示」を捉える際にカギとなる観点である。ただ漠然と捉えても理解できないわけではないが、過去の研究文献を読むときに、それぞれの用語の示す意味を汲み取るための視

点を予備知識として持っていれば、さまざまな研究を相互に比較しやすくなるであろう。今回はその視点を提供するために、2つの問題にしぼって整理を試みたわけである。

今後の研究においては、不要に混乱を招くような用語は作らず、従来の用語で説明できない行動や現象については、従来の用語との区別を明確にしておく必要がある。また従来あるさまざまな用語についても、さらに少ない用語に整理・統合するという努力も必要かもしれない。

また自己呈示の分類についても、様々な自己呈示方略を個々に追っていくだけではなく、どのような条件の重なりによってどの自己呈示方略が生起するかといった、方略の生起プロセスも考慮することも大切である。例えば、辻(1988)のモデルでは、「自己概念」「自己認知」「他者にもたれたと思う印象の認知」という3変数の相対的位置によって、生起する自己呈示が異なることが示されている。

自己呈示の研究は今後も数を増していくと思われる。自己呈示をどう捉えるかという問題は、研究を進めていく上で根本的に考えておかねばならない問題である。今回の試みが、自己呈示研究者だけでなく、自己呈示に関わる社会心理学的現象を扱う研究者に自己呈示についての共通理解をもたらす、一つの枠組みになれば幸いである。

引用文献

- 安藤清志 1990 「自己の姿の表出」の段階 中村陽吉(編)「自己過程」の社会心理学 東京大学出版会
- 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
- Arkin, R. M. 1981 Self-presentation styles. In J. T. Tedeschi (Ed.), *Impression management theory and social psychological reseach*, New York: Academic Press.
- Baumeister, R. F., & Tice, D. M. 1984 Role of self-presentation and choice in cognitive dissonance under forced compliance: Necessary or sufficient causes? *Journal of Personality and Social Psychology*, **46**, 5-13.
- Bond, C. F. 1982 Social facilitation: A self-presentational view. *Journal of Personality and Social Psychology* **42**, 1042-1050.
- Buss, A. H. 1986 Social behavior and personality. Lawrence Erlbaum Associates. 大淵憲一(監訳) 対人行動とパーソナリティ 北大路書房, 1991.
- Cialdini, R. B., Borden, R. J., Thorne, A., Walker, M. R., Freeman, S., & Sloan, L. R. 1976 Basking in reflected glory: Three (football) field studies. *Journal of Personality and Social Psychology*, **34**, 366-375.
- Cialdini, R. B., & Richardson, K. D. 1980 Two indirect tactics of image management: basking and blasting. *Journal of Personality and Social Psychology*, **39**, 406-415.
- Cozby, P. C. 1973 Self-disclosure: A literature review. *Psychological Bulletin*, **79**, 73-91.
- Doherty, K., & Schlenker, B. R. 1991 Self-consciousness and strategic self-presentation. *Journal of Personality*, **59**, 1-18.
- Finch, J. F., & Cialdini, R. B. 1989 Another indirect tactic of (self-) image management. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **15**, 222-232.
- Fisher, D. V. 1984 A conceptual analysis of self-disclosure. *Journal for the Theory of Social Behavior*, **14**, 277-296.
- Goffman, E. 1959 *The presentation of self in everyday life*. Garden City, NY: Doubleday. 石黒毅(訳) 行為と演技—日常生活における自己呈示 誠信書房, 1974.
- Jones, E. E. 1964 *Ingratiation*. New York: Appleton.
- Jones, E. E., Berglas, S., Rhodewalt, F., & Skelton, J. R. 1981 Effects of strategic self-presentation on subsequent self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, **41**, 407-421.
- 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*, Hillsdale, N. J.: Lawrence Erlbaum.
- Jones, E. E., & Wortman, C. B. 1973 *Ingratiation: An attributional approach*. Morristown, N. J.: General Learning Press.
- Juvonen, J., & Murdock, T. B. 1993 How to promote social approval: effects of audience and achievement outcome on publicly communi-

- cated attributions. *Journal of Educational Psychology*, **85**, 365-376.
- Kowalski, R. M., & Leary, M. R. 1990 Strategic self-presentation and the avoidance of aversive events: antecedents and consequences of self-enhancement and self-depreciation. *Journal of Experimental Social Psychology*, **26**, 322-336.
- 栗林克匡 1994a 帰属表明による自己呈示に関する研究：自他の課題の成否が帰属表明に及ぼす効果(1) 日本社会心理学会第35回大会発表論文集, 314-315.
- 栗林克匡 1994b 相手の要因が帰属表明に及ぼす効果 日本グループ・ダイナミクス学会第42回大会発表論文集, 98-99.
- Leary, M. R. 1993 The interplay of private self-processes and interpersonal factors in self-presentation. In J. Suls (Ed.), *Psychological perspective on the self, vol 4*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. 1990 Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, **107**, 34-47.
- Leary, M. R., Robertson, R. B., Barnes, B. D., & Miller, R. S. 1986 Self-presentations of small group leaders: Effects of role requirements and leadership orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, **51**, 742-748.
- 宮本正一 1985 社会的促進の動因理論と自己呈示理論との比較研究 岐阜大学教育学部研究報告－人文科学, **33**, 50-60.
- 中村陽吉(編) 1990 「自己過程」の社会心理学 東京大学出版会
- 小口孝司 1989 開示者のパーソナリティについての開示者・受け手による判断の一致度と自己開示動機との関係について 心理学研究, **60**, 224-230.
- 大淵憲一 1993 人を傷つける心－攻撃性の社会心理学 サイエンス社
- Ohbuchi, K., & Kambara, T. 1985 Attacker's intent and awareness of outcome, impression management, and retaliation. *Journal of Experimental Social Psychology*, **21**, 321-330.
- Richardson, K. D., & Cialdini, R. B. 1981 Basking and blasting: tactics of indirect self-presentation. In J. T. Tedeschi (Ed.), *Impression management theory and social psychological research*, New York: Academic Press.
- Rosenfeld, P., Giacalone, R. A., & Tedeschi, J. T. 1984 Cognitive dissonance and impression management explanations for effort justification. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **10**, 394-401.
- Schlenker, B. R. 1980 *Impression management: The self-conception, social identity, and interpersonal relations*. Monterey, CA: Brook/Cole.
- Schlenker, B. R., & Leary, M. R. 1982 Social anxiety and self-presentation: A conceptualization model. *Psychological Bulletin*, **92**, 641-669.
- Schlenker, B. R., & Weigold, M. F. 1992 Interpersonal processes involving impression regulation and management. *Annual Review of Psychology*, **43**, 133-168.
- 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: Academic Press.
- Tice, D. M., & Baumeister, R. F. 1990 Self-esteem, self-handicapping, and self-presentation: the strategy of inadequate practice. *Journal of Personality*, **58**, 443-464.
- 辻 平治郎 1988 セルフ・モニタリング尺度の因子的構造と自己呈示理論の提案 甲南女子大学人間科学年報, **13**, 51-65.
- 吉田寿夫・古城和敬・加来秀俊 1982 児童の自己呈示の発達に関する研究 教育心理学研究, **30**, 30-37.

(1995年9月13日 受稿)

ABSTRACT

Self-Presentation: An Attempt to Discriminate among Similar Concepts and Make a Classification

Yoshimasa KURIBAYASHI

To understand the concept of “self-presentation” appropriately, this article presented a) discrimination between self-presentation and any other similar concepts and b) classification of self-presentation. The term “self-disclosure”, “impression management”, “self-identification” and “impression regulation” are often used interchangeably and then bring a confusion. Six viewpoints were proposed to distinguish between these concepts and were as follows: primary motives, intention, concern to other’s evaluation, information, target and communication channel. In this article, self-presentation was defined that the conscious activity to communicate information about self in order to control the perception or evaluation of self formed by an audience.

In classification of self-presentation, four viewpoints were showed: 1) self-enhancement or self-deprecation, 2) direct or indirect, 3) acquisitive or defensive, 4) Tedeschi & Norman’s classification. According to the purpose of study, the choice of dimension is different.

An attempt made in this article will be useful to understand and compare each author’s standpoint of self-presentation.

Key Words : self-presentation, impression management, self-disclosure, conceptual analysis