

Ch. 25

“We’re number one!” Basking in other’s glory.

「おれたちナンバーワン！」 他人の栄光を浴びること

In Abelson, R. P., Frey, K. P. and Gregg, A. P. (Eds.) *Experiments with people. Revelations from social psychology.* Lawrence Erlbaum Associates.

元論文 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.

Rep. 小森めぐみ.

BACKGROUND

自己高揚と栄光浴

- ❖ 私達は、自分の達成や成功を声高に主張する。これは数ある自己高揚の手段(e.g., Sedikides & Gregg, 2003; Kitayama & Karasawa, 1997; Sedekides and others, in press¹) の一つ。
- ❖ 他人の名声に乗じる場合もある。Ex)有名人と誕生日が同じ、副大統領が多い地域出身
- ❖ 連合を利用した自己高揚としては、ひいきのスポーツチームの勝利を叫ぶことがある。
 - ・ このときの叫びは“おれたちナンバーワン！”であって、“あいつらナンバーワン！”ではない。
- ❖ Cialdini et al.(1976)はこの現象を**栄光浴(Basking in Reflected Glory. 略して BIRGing)**と呼んだ。

栄光浴

- ❖ 彼らは栄光浴を調べるために、全米の七つの大学²で、フットボールのシーズン中の毎週月曜日、受講生がどんな服を着てくるかを、その前の土曜日の試合結果とあわせて調べた。³
- ❖ その結果、自分の大学が勝った日は、負けた日より多くの学生が大学グッズを身に付けていた。
 - ・ この傾向は試合が一方的であるほど強まり、ホーム/アウェーは関係なかった。
- ❖ この現象はなぜ生じるのか？
 - ・ 自分の大学の勝利を見せびらかせば、他人は自分を好意的に見てくれると思っている？
 - ・ 人の判断は、本人だけでなく、その人が何と連合しているのかにもよると思っている？
 - ・ たとえ自分が無関係でも、悪い知らせより良い知らせを届けた人のほうが好まれると思っている？
- ❖ Cialdini(1976)は、この現象は個人内過程でも説明できるとしたが、一部で個人間過程もかかわっているとして、以下の研究を行った。

WHAT THEY DID

- ❖ Cialdini (1976) は栄光浴の個人間ダイナミクスを検討するために、自分の大学チームの勝敗と、それを伝える際の代名詞の使用方法に注目した。勝利のときは we、敗北のときは they が使われ、その傾向は、最近自尊心に脅威を受けた人ほど強まることが予測された。

実験参加者各大学の名簿からランダムに選ばれた、全国レベルのチームのある大学の学生 173 名

¹ Sedekides, Gaertner, & Toguchi (2003) *JPSP* 84(1), 60-79.

² アリゾナ州立大学、ルイジアナ州立大学、ノートルダム大学、ミシガン大学、ピッツバーグ大学、オハイオ州立大学、南カリフォルニア大学の7つ。

³ 論文内ではこの研究が研究1として紹介されている。Cialdini によると、大学グッズを身に付けていた学生の数と相手との点差の相関は.43 だった。しかし、全学生のうち大学グッズを身につけていた学生の割合は平均して 8.4%のみ。

手続 1974年のフットボールシーズンの間の3日、州外の都市にある地域調査センターの本社からと称した電話が参加者にかかってくる。電話調査は学生の大学に関する知識を調べるもので、6つの質問(例、既婚学生の数)が二択で尋ねられた(自尊心の操作)その後、別の質問が尋ねられ、その中には大学のフットボールチームがシーズンはじめに行った試合の結果も尋ねられた(勝敗の操作)。

独立変数

① 自尊心

高自尊心条件: 6つの質問のうち5問が正解で、他の学生よりも成績がよかったと告げられる

低自尊心条件: 6つの質問のうち1問が正解で、他の学生よりも成績が悪かったと告げられる

(操作チェックはなし)

② 勝敗

勝利条件: この前の試合の結果(=勝ち)を尋ねられる

敗北条件: この前の試合の結果(=負け)を尋ねられる

(参加者が勝敗を知らなかった場合は、新しい参加者にまた電話した)

従属測度

試合結果の答え方 (we or we 以外) が測定された。

WHAT THEY FOUND

勝ったのは‘おれたち’か?

- ❖ 低自尊心条件でのみ、勝利条件のほうが敗北条件よりも we が使われやすかった (40% vs. 14%)。高自尊心条件では、勝敗の効果はみられなかった (p. 294 Fig25-2 参照)。
- ❖ 研究1 (大学グッズをもつことと勝利の関係) と本研究を調べると、より科学的なのはこちらの研究。これは現実世界と実験室の狭間を行き来しているとも考えられる (Cialdini, 1995)

その後の研究

- ❖ 研究3では、調査者の身分が操作され (大学機関 or 地方の会社)、個人と対象との結びつきの強さと栄光浴との関係が検討された。
 - 栄光浴が行われるのは、観察者と対象の結びつきより、個人と対象の結びつきが強いとき
 - この結果は、栄光浴に個人間過程も関係していることを示している

SO WHAT?

- ❖ この研究の結果は、人のアイデンティティーには I と we が含まれており、個人の属性と同様に社会的な接触情報や集団への所属も大きな意味を持つ (cf. Gordon Allport, 1954)
- ❖ 社会的アイデンティティー理論 (Tajfel, 1979; Turner, 1985) によれば、人は自分の属さない集団 (= 外集団) よりも自分の属する集団 (= 内集団) が優れた特徴をもっている場合に良く感じる。
- ❖ 自己概念には集合的な側面も存在する (Turner and others' 1987 の自己カテゴリー化理論)
- ❖ 他人の成功・失敗に自分を結びつけることは、自分自身の成功・失敗と同じ影響をもつ。応援するチームが勝った場合、自分でもそれが上手にできると感じやすいという結果もある (Hirt and others, 1992)

逆栄光浴

- ❖ ひいきのチームが負けた場合はどうなるか？
 - 別の要因のせいにしてしまう（本書第4章参照）
 - チームと距離を置く。これは、**CORFing(Cut Off Reflected Failure)**とも言う⁴。

Snyder et al., (1986)CORFing の検討

- ❖ 参加者はグループ（ブルーチーム）を形成して問題に取り組む。その結果、肯定的/否定的/なしの3種類のどれかがフィードバックされた。実験の終わりに、チームの名前を冠したバッジが出入り口に用意され、参加者がそれを持って帰るかどうか測定された。
- ❖ フィードバックなし群では50%の参加者がバッジを持って帰った。肯定的フィードバックを受けた参加者の70%がバッジを持って帰ったが、否定的フィードバックでは10%だけだった。

AFTERTHOUGHTS

BIRGing, CORFing, 社会的比較

- ❖ 私達は他者の成功に浴する場合もあるが(BIRGing/CORFing)、反対に成功した他者と自分を比較して、(社会的比較)嫉妬を覚える場合もある(Salovey & Rodin, 1984)。
- ❖ Tesser(1988)の自己評価維持モデルによれば、他人の成功を快く思うかどうかは、相手との距離（友人か他人か）や評価次元（自分にとって重要な次元かどうか）によって変わる

BIRGing, CORFing, 印象管理

- ❖ 私達は他者からよく見られたいがために(Leary et al., 1995)、社会的に望ましい自分像をつくりあげようとする＝*印象管理*(Schlenker, 1980)
- ❖ 社会学者 Goffman(1959)によると、社会的相互作用は演劇のようで、特定の自己を表現するために、慎重に選ばれた言葉が使用され、自分の社会的な汚点や恥が隠される (*face work*)。
- ❖ BIRGing や CORFing は印象管理の一形態。他の方法としては、ごますり、セルフハンディキャッピング、例示(*exemplification*. 自分がいかに道徳的に模範的かメロドラマ風に⁵主張)がある。
- ❖ *Face work* と印象管理のテクニックは協働する場合もある。Ex)誰かが鼻をほじっているのを見て、巧みにティッシュを薦める、会話の相手が自分の足に躓いて転んだ後、何もなかったかのように話を続ける
- ❖ 特に親密な関係において、私達はポジティブなイメージや自尊心を維持させるために協力する
- ❖ 上記の戦略を用いる頻度には個人差があり(Snyder, 1987)、エネルギーや技術を必要とする。だからこそ私達はより簡単な栄光浴にすがってしまうのかもしれない。

REVELATIONS

私達が社会的なつながりをもつ集団・組織や、そこに属する人々は、
私達のアイデンティティーの一部であり、自尊心に影響をもつ。
彼らの成功や失敗は自分のことのように思われ、勝利は吹聴されるものの、敗北は遠ざけられる。

⁴ Cialdini(1976)では、このような現象が起きることに言及しているものの、CORFingという用語は使用していない

⁵ 「どうぞ、お続けになって。私はここを済ませてからにするわ。さっさとテーブルを片付けて、食器を洗って、床を拭いて、コーヒーをつくって、それからデザートを運んで...」