

セレブリティ情報の付与によるパーソナルスペースの変化

The impact of celebrity information on personal space

阿部 慶賀

Keiga Abe

和光大学

Wako University

keiga.abe@gmail.com

概要

パーソナルスペースに関する研究では、人は他者と交流する際、関係性に応じて物理的な距離を取ることが知られている。一方、社会的比較の研究では相手との違いが到達不可能なレベルで明確化されることで相手からの影響が受けにくくなることを示唆する知見も報告されている。本研究では人物についてのセレブリティ情報、具体的にはその人物の大きな成果や実績の情報を新たに知ること、その人物に対するパーソナルスペースにどのような影響があるかを検討した。実験の結果、対象の人物がセレブリティであることを予め知らない場合には、セレブリティであることを知ることによって無自覚に相手との距離を取るようにすることが示唆された。

キーワード：パーソナルスペース(personal space), 社会的比較(social comparison)

1. 背景

人と人との間合い、適切だと感じられる物理的な距離感は、両者の関係性やその違いによっても左右されることが知られている[1, 2, 3]。親しい者同士ならば接近を許し、過度に離れることに違和感が生じる。また、警戒を要する関係性ならば接近を許すことは少ない。こうした事象を扱うパーソナルスペース研究においては、他者との間合いを左右する諸要因が検討されてきた。具体的には視線の有無[4]、二者間の性別やその一致[3]、自身のパーソナリティ、相手へ抱く印象[5]、といった要因が二者間の距離に影響することが報じられている。特に相手に抱く印象については、ネガティブな印象を持つ相手に対しては距離を取ろうとしてしまうことが知られている。

一方、他者の様子や行動を参照して判断や行動が左右されるとする社会的比較理論[6]の諸研究では、他者を参照する際には自身と相手との間の到達可能性によっては効果が生じにくくなることが報じられている。大学生を対象とした研究[7]では、参照する相手が卓越して優れており、到底同じ立場には到達できないと感じてしまう相手には社会的参照が生じにくく、到達できそうだと感じる相手ならば社会的参照が生じることが示されている。

これらの研究から、二者間の距離において、相手の印象の好悪や相手についての事前知識だけではなく、相手と自分の立場の違いの情報によってもパーソナルスペースが変化する可能性がある。そこで本研究では、相手が稀な成功を果たした人物（以下、「セレブリティ」と呼称する）であると知ったことによるパーソナルスペースへの影響を検討する。

本研究では、「レンタルなんもしない人」と森本祥司氏（以下、森本氏）の協力を得て、森本氏のプロフィールを知ってセレブリティを感じた場合のパーソナルスペースへの影響を検討した。森本氏は「レンタルなんもしない人」というサービスを立ち上げ、その活動の書籍化やTVドラマ化などを果たした人物である。また、自身のSNS(X)では41.6万人のユーザにフォローされるなどのインフルエンサーでもある。しかし、メディアには容姿が露呈することは少ないため、一般的な知名度が過度に高いわけではない。普段の服装も顔の隠れやすい帽子と一般的なパーカーを着用していることから、外見だけでは一目で森本氏であることが判別することは難しい。そのため、実験中の指示によりセレブリティの程度を操作することが可能であると考えた。

パーソナルスペースの研究では既知で親しい間柄や共通性を有する者同士は接近を許しやすいとされている。この性質に倣うならば、森本氏との交流を行い、その実績を知るとは親しみを向上させ、接近を許しやすくなるはずである。ただし、交流の結果得た情報の内容から自身との違い、到達可能性の低さが認知された場合、それがパーソナルスペースに影響することも考えられる。その場合は、稀少な実績をもった人物であることが発覚することで参加者との差異が明確になり、パーソナルスペースを拡大させることが予想される。

2. 方法

参加者： 大学生48人（男性36人、女性12人、平均年齢19.3歳、標準偏差1.2）が参加した。実験は全員同日に実施したが、後述するデータの測定は1人ずつ

実施した。

題材： 実験課題としては実験参加者が森本氏にどこまで接近できるかを、実測距離（モノタロウ社製ウォーキングメジャーを用いて測定）と予測距離（参加者が予測する森本氏との距離）で測定した。測定時、森本氏には接近してくる参加者の顔をまっすぐ見るよう指示した。森本氏は普段の活動には帽子を着用しており、帽子は普段通り着用することとしたが、マスクなどの顔が隠れるような装着品はしなかった。また、測定に先立ち、森本氏に対する印象を 101 件法（0～100）にて回答させた。印象については「相手から感じる自分より偉大な成果を成し遂げているような感じ（以下、便宜的に威光と表記）」と「親しみやすそうな感じ（以下、親近感と表記）」の 2 種類の評定を課した。

手続き： 実験は事前課題、相互交流、事後課題の 3 段階で実施した。事前課題では幅 240cm、奥行き 2000cm の距離の平坦な通路の最奥部に森本氏を待機させ、実験参加者は森本氏の前方 1800cm の地点から森本氏に接近させた。指示では「これ以上近づくのは気まづいと思うところまで接近してください。接近し終わったら立ち止まってください」と指示した。森本氏からは参加者の接近を止めることは禁じた。接近後、ウォーキングメジャーでの距離測定を行い、口頭で森本氏と自身との距離（cm）を見積もらせた。実測距離の結果は参加者には伝えなかった。測定後に参加者を別室へ移動させ、森本氏についての事前知識（森本氏がどんな人物か知っているか、説明できるか）と森本氏への印象を問う質問への回答を求めた。

事前課題の後、森本氏と実験参加者との相互交流の時間を設けた。相互交流の段階では、実験者が森本氏のプロフィール（経歴、レンタルなんもしない人というサービスの概要、出版物、ドラマ作品や TV 出演）を紹介したのち、森本氏からプロフィール情報の補足を行った。その後、実験参加者からの質疑に応答する時間を 20 分間設けた。質問は 5 件挙がり、その全てに森本氏が回答した。

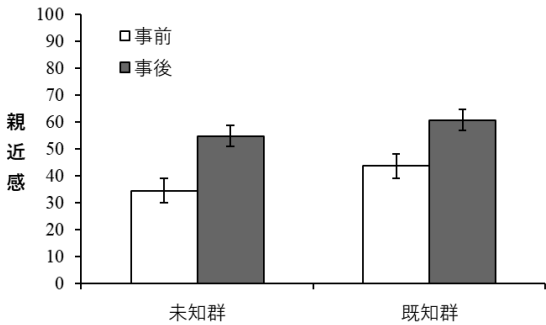
相互交流の後、事後課題として事前課題と同様の接近距離の実測、参加者による接近距離の見積もり、自己課題時点での森本氏への印象の回答を課した。事後課題時の接近距離測定では、事前課題とは同寸の場所を別に用意し、森本氏の待機場所と参加者の初期配置を変更した。これは事前課題時の風景が距離の手がか

りになって影響することを避けるためであった。

3. 結果

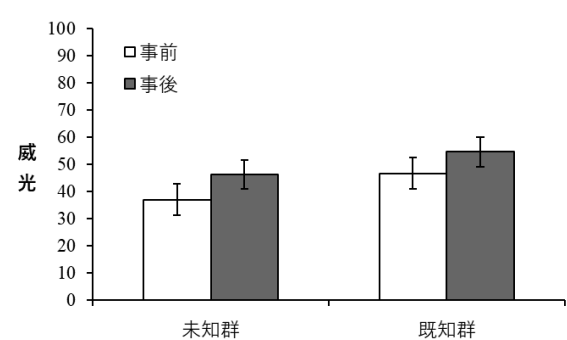
まず、事前知識の影響を考慮し、実験参加者を予め森本氏を知っていた既知群（n=24）と、この実験で初めて森本氏を知った未知群（n=24）に分けた。その上で両群について森本氏への印象を比較した。親近感について両群の事前事後での印象評定値について 2 要因分散分析を行った結果、事前事後の要因の主効果が有意となり、事前課題時よりも事後課題時の方が、有意に親近感が高くなった（ $F(1, 46)=63.078, p<.001, \eta^2=.578$ ）。

図 1. 森本氏への親近感の事前事後比較



また、両群が感じた威光について、事前事後での印象評定値の比較を行った。事前事後の要因と参加者群の 2 要因の分散分析を行った結果、事前事後の要因で主効果が見られた。事前課題時よりも事後課題時の方が威光の評定値が高かった（ $F(1, 46)=6.035, p<.05, \eta^2=.116$ ）。

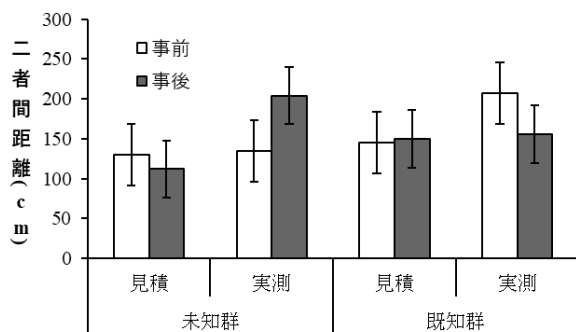
図 2. 森本氏に感じる威光の事前事後比較



続いて各群の森本氏への接近距離について、参加者が見積もった距離と実測値の事前事後の変化を 3 要因交合の分散分析（参加者群、見積値・実測値、事前・事後の 3 要因）を行い比較した。その結果、見積値・実測

値の要因の主効果 ($F(1, 46)=11.438, p<.001, \eta^2=.199$) が見られ、見積値よりも実測値の方が有意に高い結果となった。また、3 要因の交互作用 ($F(1, 46)=10.964, p<.05, \eta^2=.192$) が有意であった。単純主効果検定の結果、未知群の実測値において事後課題時には事前課題時よりも有意に距離が大きくなる結果となった ($p<.01$)。一方、既知群の実測値では、事後課題時の方が事前課題時よりも有意に小さくなる結果となった ($p<.05$)。

図 3. 森本氏への距離の事前事後比較



4. 考察

実験の結果では、親近感・威光の印象評定において事前課題と事後課題の間で有意差が見られた。このことから、相互交流を通して森本氏への親近感と威光が高くなったと考えられる。また、森本氏との距離については、参加者自身による見積値と実測値では傾向が異なり、予め森本氏を知っていた既知群と未知群でも異なる結果が見られた。見積値は既知群も未知群も事前課題、事後課題での差は見られなかった。一方、実測値では未知群が相互交流を経て距離が大きくなったのに対し、既知群は相互交流を経て距離が小さくなった。この結果からはまず、参加者が自覚する森本氏との距離感と、実際にとった行動の間に乖離が見られるということが指摘できる。参加者の主観的な見積りの上では、両群とも事前課題と事後課題の間で変わらないと思っているが、自覚のない身体的反応は異なっており、潜在的な処理の関与が示唆される。さらに、未知群では事後課題で実測値が大きくなることから、森本氏の経歴を知ることによって自覚なくより大きな距離を取るようになったと考えられる。その一方で、既知群は事前課題時に実測値が見積値と乖離しており、事後課題で距離の実測値が小さくなるという結果が見られた。このことから、すでに森本氏を知るものは、最初は森本氏に対

して自覚なく距離を取っていたが、相互交流を経て接近しやすくなったものとみられる。こうしたセレブリティ情報によるパーソナルスペースへの影響は不変のものではなく一時的なもので、初めてセレブリティ情報を提示された場合にはパーソナルスペースの拡大に働くが、その後一度接近が許される経験や交流を経ることによって緩和されると考えられる。

ただし、本研究の結果では、本人が見積もった距離と、実際の距離の間に一部乖離が見られたが、その原因については明らかにできていない。こうした差異を生み出した機序を検討することにより、セレブリティ情報の処理過程や行動への影響がより明確にできるだろう。

文献

- [1] Sommer, R. (1969). Personal space: The behavioral basis of design. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- [2] Hall, E. T. (1959). The silent language. Greenwich, CT: Fawcett.
- [3] 渋谷 昌三 (1990). 人と人の快適距離—パーソナルスペースとは何か— 日本放送出版協会
- [4] Argyle, M., & Dean, J. (1965). Eye-contact, distance and affiliation. *Sociometry*, 28, 289–304.
- [5] Leibman, M. (1970). The effects of sex and race norms on personal space. *Environment and Behavior*, 2, 208–246.
- [6] Gifford, R. (1982). Projected interpersonal distance and orientation choices: Personality, sex, and social situation. *Social Psychology Quarterly*, 45, 145–152.
- [7] Festinger, L. (1954). A theory of social comparison process. *Human Relations*, 7, 117–140.
- [8] Lockwood, P., & Kunda, Z. (1997). Superstars and me: Predicting the impact of role models on the self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(1), 91–103.