

# 集団状況におけるピンクの着衣が自己認知に及ぼす影響<sup>(1)</sup>

石井 国雄<sup>1</sup>・田戸岡 好香<sup>2</sup>・松崎 圭佑<sup>3</sup>

## The Effect of Pink Clothing on Self-Perception in a Group Situation

*Kunio ISHII<sup>1</sup>, Yoshika TADO'OKA<sup>2</sup>, and Keisuke MATSUZAKI<sup>3</sup>*

### Abstract

Ishii, Numazaki, & Tado'oka (2019) showed that pink clothing led to feminine self-perception. The present study investigated the effects of pink clothing in a group situation on gender-related self-perception. We experimented with pre- and post-planning. For the purpose of measuring baseline scores, in the pre-experiment, Japanese male and female participants (pre:  $n=39$ ) did not receive the manipulation, and completed a gender stereotype paper-pencil version IAT, a gender-related self-rating scale. In the post-experiment, participants (post:  $n=41$ ) wore either a pink or navy arm sleeve then completed the same tasks which they did in the pre-experiment. Results showed that male participants in the pink condition implicitly associated self-concepts with feminine traits than those in the navy condition. The results contribute to extending the applicability of the findings on the effect of pink clothing on self-perception.

キーワード：ジェンダー・ステレオタイプ，着衣認知，ピンク，自己認知，集団状況

Keywords：gender stereotype, enclothed cognition, pink, self-perception, group situation

### 1. 問題

#### 1.1. ピンクが自己認知に及ぼす影響

ピンクは、かわいらしく、やさしい印象が一般に持たれており（日本色彩学会，2011），現代社会においては，ピンクは女の子，青は男の子らしいというステレオタイプがもたれている（Paoletti，2012）。こうしたステレオタイプを反映するように，女性に関連した事物にピンク色が用いられ，男性に関連した事物に青色が用いられることが多い。たとえば，男児向けのおもちゃは青色で，女児向けのおもちゃはピンク色であることが多い（Auster & Mansbach，2012）。とくに女性の衣服や化粧など，身につけるものにピンクの色合いはよく使われている。アメリカでの調査では，ショッピングモールにいる乳児のうち，男児の79%が青い色の服，女児の75%がピンク色の服を着ていたと報告がある（Shakin，Shakin，& Sternglanz，1985）。また，日本においては，トイレのシンボルは男性が青で，女性がピンクや赤で描かれることが多いし，「スーパー戦隊シリーズ（テレビ朝日・東映エージェンシー・東映）」において，ピンクは必ず女性キャラクターの色として描かれる。

こうした男女のイメージとかかわるピンク色は我々の心理にどのような影響を与えるだろうか。私たちの認知や判断はさまざまな社会的な刺激によって影響を受けているが，近年では色による影響が注目されている。ピンクと女性らしさのように，色は心理的に関連した含意を持つが，生活における学習の結果として，色と特定の概念との間には連合が形成される。その結果，色との接触によって対となる含意が活性化されやすくなる。概念の活性化は後続の認知や行動に影響を及ぼすことから

<sup>1</sup> 清泉女学院大学

<sup>2</sup> 高崎経済大学

<sup>3</sup> 帝京大学

(Chen & Bargh, 1999), 色とイメージが記憶において深く関連づけられていれば, 色との接触によって, 認知や行動への影響が生じると考えられる。

以上のことからピンクは女性らしさに関する概念と結びついていると考えられるため, ピンクとの接触は女性らしさに関する概念を活性化させ, その活性化は女性的・男性的な認知や行動に影響を及ぼすことが考えられる。Ishii, Numazaki, & Tado'oka (2019)は, 我々の生活において身近な着衣行動に注目し, ピンクや青に彩色された衣服の着用による認知への影響を実証的に検討している。着衣認知理論 (Adam & Galinsky, 2012) によると, 着衣行動は自己に衣服がもつ象徴的な意味を反映させることと関連するとされるが, 自己認知の変容に影響することが想定される。そのため, ピンクを着用することによって, 自分自身をどのようにとらえるかという自己認知が変わるのかを検討している。個別の実験ブースにおいて行われた実験で, 男性大学生にピンクまたは青の白衣を着用させた後に, Implicit Association Test (以後, IAT と表記, Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998) と質問紙を用いて, ジェンダーに関する自己概念を測定した。その結果, 自尊心が低い男性参加者においてピンクの白衣の着用は青の白衣を着用した条件と比べて, 伝統的な女性的概念である共同的特性 (e.g., あたたかい, やさしい) と自己を結び付ける自己認知の変化を生じさせた。その一方で, 自尊心が高い男性参加者においては逆にピンクの白衣を着用した条件において青の白衣を着用した条件より, 伝統的な男性概念である作動的特性 (e.g., 有能さ, 力強さ) を結び付けていた。こうした効果は IAT で測定された潜在的認知においても, 質問紙で測定された顕在的認知においても同様に生じていた。この実験からは, ピンク色 (対概念として青色) は女性らしさと関連が強いため, それを着用する人のジェンダー性を強く自覚させることと, そして自己概念を女性的に変容させる影響力を持ちうることが示唆される。自己概念がもともとあいまいで弱い低自尊者においては着衣の影響が生じやすく, 自己概念の頑健な高自尊者においては着衣の影響を受けにくく, むしろ反発することが考えられる。

このようにピンクが女性らしい自己認知に及ぼす影響は, 後続の研究においても検討され, 同様な結果が得られている。埴田・石井 (2020) は個別実験において, 男性に加え, 女性も参加者としてピンクまたは青の衣服 (ジップパーカー) を着用した後に, IAT を用いた潜在的自己認知 (自己, 他者, 男らしい, 女らしい), および質問紙による顕在的自己認知を測定した。その結果, ピンクの衣服を着た参加者は, 青の衣服を着た参加者に比べて, 自己と女性らしさの連合が強くなっていた。その一方で, 顕在的自己認知では衣服の色の効果は見られなかった。

石井・田戸岡 (2018b) では, 個別実験においてピンクの着衣が自己認知に及ぼす影響を検討しているが, その効果には公的自己意識の強さが影響することを示している。公的自己意識は他者が観察できる自己の外側 (容姿や振る舞い方など) に向けられる意識を指す概念であるが (Wicklund & Hormuth, 1981), 装いの効果には自己意識の影響が見られやすいことが指摘されている (e.g., Miller & Cox, 1982)。女性大学生に対して, ピンクまたは白の白衣を着用させた後に, IAT と質問紙による自己認知の測定を行ったところ, 公的自己意識が高い場合に, ピンクの着用は白の着衣と比べて潜在的にも顕在的にもより女性的な自己認知を強めていた。

## 1.2. 本研究の目的：集団状況における影響の検討

これまでの研究においてピンク色の着衣が女性らしさの自己認知に及ぼす影響が示されてきたが, それらはいずれも, (実験者を除いた) 他者のほとんど存在しない個別状況における効果であった。装いには, 自分の目を通して自らの装いを認知するという対自的な側面がある一方で, 他者の目を通して自らの装いを認知するという対他的な側面があるが (鈴木, 2020), その点から考えると対自的な側

面を検討してきたといえる。その一方で、他者の目に触れるような状況における装いの効果、すなわち対他的な側面としてのピンク色の着衣の効果については検討されていない。そこで、本実験では他者が存在する状況として集団状況を設定し、ピンク色の衣服の着用が、ジェンダーに関する自己ステレオタイプ化を生じさせるかを検討した。なお、本実験での集団状況は、実験を複数の参加者が同じ教室で同時に行うという単純な形で設定した。同じ教室に他者がいることで、自分の着た衣服が他者から見られている感覚が生じるだろうと考えた。この点で、公的自己意識が高まりやすい状況と想定され、石井・田戸岡（2018b）と同様に自己認知の変容が生じやすい状況となると考えられる。なお、本実験の集団状況は参加者間の相互作用を扱うものではなかった。

本研究の参加者には、男性と女性が含まれており、さらに社会人を含んだ幅広い年齢層サンプルであった（20～60歳）。先行研究では、普段ピンク色の衣服を着慣れていない男性においてピンク色の衣服の効果は生じやすいと議論されているが（Ishii et al., 2019）、女性における効果を示す研究もあり（埴田・石井, 2020; 石井・田戸岡, 2018b）、明確ではなかった。また、これまでの研究ではサンプルが一般的な大学生の年齢（20歳程度）に限定されており、それ以外の年齢層に効果を一般化できるかについては明確ではなかった。そこで、本研究では男女参加者の比較を行うこと、幅広い年齢サンプルにおいても効果が生じるのかという、一般化可能性に関する検討も目的とした。

本研究において着用する衣服として腕カバーを用いた。腕カバーは手の先から肘までを覆う衣料であり、集団状況での一斉配布のしやすさと、参加者の着用のしやすさから使用した。Figure 1（方法にて記載）にあるように、明るめなピンク色と統制条件に対応するものとして紺色を使用した。

自己認知の測定法として、参加者の自己報告に依存しない潜在的自己認知と、自己報告による顕在的自己認知を測定した。潜在的自己認知の測定には従来はPCを用いたIATが用いられるが（Greenwald et al., 1998）、集団状況での実施のため紙筆版IAT（Lemm, Lane, Sattler, Khan, & Nosek, 2008）を用いた。顕在的自己認知の測定には自己報告式の特性評定尺度を用いた。実験は3日間で行われ、バッテリー・テストで性別や年齢などの個人属性を尋ねた後、腕カバーを着用しない状態でのベースライン測定と着用した操作後の測定を行った。

### 1.3. 仮説

仮説として以下を想定した。

**仮説1.** ピンク色の着用はより女性的な自己認知（自己ステレオタイプ化）を生じさせるだろう。

**仮説2.** ピンク色の着用は、普段から着慣れていない人において生じる可能性があるため、上記の効果は、女性よりも男性において強いだろう。

なお、顕在的な測定においては影響が修正される可能性があるため（埴田・石井, 2020）、潜在的・顕在的自己認知への影響の差異については探索的に検討した。

## 2. 方法

### 2.1. 実験参加者

東京都内の通信制大学にて、スクーリングの心理学関連科目を受講した学生が研究に参加した。3日間の研究スケジュールにおいて、初日のバッテリー・テストは37名、2日目の事前実験には39名、3日目の事後実験には41名が参加した。3日すべての日程に参加したのは36名であり、内訳は男性16名、女性20名、平均年齢35.24歳（ $SD=10.82$ ,  $Min=20$ ,  $Max=60$ ）であった。

## 2.2. 実験の概要と日程

本実験は、通信制の大学の社会心理学のスクーリング授業の一環として、教室にて一斉に実施した。スクーリングは3日間の日程であり、初日から1日置いて、2, 3日目は連続していた。初日はバッテリー・テストを行い、2日目は事前実験、3日目は事後実験を行った。なお、授業の一環であるため原則として実験の参加を求めたが、実験後のデータの提供については任意とし、それぞれの日程において提出をするかどうかについての確認をした。

それぞれの日程の質問紙の対応は学籍番号によって行った。その際、参加者にはプライバシーに関する配慮として、学籍番号は3日間を通して行われる実験データの対応をさせる目的で収集するものであること、分析の際にはデータセットに学籍番号を含めないことといった内容を伝えた。

## 2.3. バッテリー・テスト

初日に、参加者の年齢や性別などをチェックする項目を含んだバッテリー・テストを実施した。なお、このバッテリー・テストには授業用途の様々な項目も含んでおり、本実験に関する項目以外も含まれていた。

## 2.4 事前実験

バッテリー・テストの2日後に事前実験を行った。事前実験は色に関する操作を行わない状態でのベースライン測定という位置づけであった。すべての参加者に同一の質問紙が手渡され、統一された手続きで実施された。まず、質問紙一式が封入された封筒が手渡された。なお、封筒には事前実験だけではなく事後実験の質問紙も封入されていた。事前実験はカバーストーリーとして「瞬間的に物事を判断する過程を調べる実験」であると説明し、実験に関する諸注意を口頭で伝えた。なお、翌日には同様な内容の事後実験が実施され、そのデータとの比較を行うことを説明した。

次に100マス計算課題、紙筆版 IAT、質問紙課題を順に行ってもらった。課題の都度、封筒から該当する質問紙を取り出してもらった。

**100 マス計算課題** 瞬間的な判断を調べる課題であることのもっともらしさを強調するために、フィルター課題として100マス計算課題を2分間行った。

**紙筆版 IAT** カテゴリ分類課題と称して、紙筆版 IAT を実施した。参加者には、単語をある法則に沿って分類していく課題と説明した。参加者は、実験者の合図に基づいて、各ページをめくりながらカテゴリ分類課題を行った。分類課題では、ページ中央に並んだ言葉が左右の概念のどちらに属するかを速く正確に判断し、言葉の左右のかっこのうち該当する側のかっこに丸をつけるようにと教示した。各分類課題についての制限時間は20秒であった。

ページ中央に提示した単語は Ishii et al. (2019)と同様のものを用い、自己関連語「私は・私の・私と・自分は・自分の・自分と」の5語、他者関連語「他人は・他人の・他人と・他者・他者は・他者の」の5語、勢力志向語「勇敢な・指導力のある・自信のある・決断力のある・有能な・意志の強い」の5語、対人志向語「献身的な・温かい・面倒見の良い・優しい・親しみやすい・世話好き」の5語という、4カテゴリからそれぞれ5語の計20語を用いた。

紙筆版 IAT は、4ブロックで構成されており、①自己勢力練習ブロック（自己と勢力志向語を左、他者と対人志向語を右に分類、13 試行）、②自己対人練習ブロック（自己と対人志向語を左、他者と勢力志向語を右に分類、13 試行）、③自己勢力本番ブロック（①と同じ、56 試行）、④自己対人本番ブロック（②と同じ、56 試行）が行われた。①と②の練習ブロックは、課題に慣れてもらう目的で設け

ており、分類課題に10秒間取り組んでもらった。③と④の本番ブロックでは、20語を1単位として3回繰り返すという考え方で設定した。ただし、用紙の大きさの関係から、3ブロック目は16語に制限されており、 $20+20+16=$ 計56語が1ページごとに提示され、制限時間を20秒として取り組んでもらった。なお、1単位の中では単語はランダムな順序で提示された。

IATの試行ブロックの順序は、自己勢力ブロックを先に、自己対人ブロックを後に行う形で固定した。参加者は、実験者の合図に基づいて一斉に課題に取り組んだ。

**顕在的自己認知の測定** IATの終了後、参加者へジェンダー関連の特性評定の質問紙に回答するよう求めた。特性評定の項目は、沼崎・高林・天野(2006)を参考に、温かさ関連語8項目(親しみにくい(R)、冷たい(R)、親しみやすい、人付き合いの良い、温かい、不親切な(R)、人付き合いの悪い(R)、協調的な)、有能さ関連語3項目(知的な、無能な(R)、優秀な)、ジェンダーらしさ語2項目(男性的、女性的)を用いた。それぞれの特性語に7件法(1:まったく当てはまらない -7:非常に当てはまる)で回答を求めた。

実験実施後、翌日も同じ封筒を使うため、自分の学籍番号を封筒に記入してもらい、その上で封筒を回収し、事前実験を終了した。

## 2.5. 事後実験

参加者には事前実験において用いた各自の学籍番号が書かれた封筒が配布された。事後実験は操作フェイズを除き事前実験と同様の方法で行った。

**着衣の色の操作** 着衣の色を操作するために、腕カバーを用いた。腕カバーの色は、ピンク色と紺色(統制条件に対応)とした。腕カバーを用いた理由は、質問紙課題の最中に机の上に腕を出した際に、自分が色付きの腕カバーを着用していることを自覚できるようにするためと、また腕カバーには「働く人が付けるもの」というイメージが日本においてはあるため働く場面をイメージするというカバーストーリーに適合しやすいと考えたためであった。

まず参加者に右腕と左腕の両手分の腕カバーを配布した(Figure 1)。その際、教室の中央から半分の参加者にはピンク色、もう片側には紺色のものを配布した。配布後、参加者には腕カバーをつけてもらうためのカバーストーリーとして、この実験は役割取得の実験で、事務員のつもりになって課題を行ったら遂行がどのように変わるのかを調べるものであり、事務員のイメージをする手助けとして腕カバーをつけてもらうと説明した。着用の際には、腕カバーは、両手に手首から肘までがしっかりと隠れるようにつけるよう教示した。また、着用後は実験が終わるまで、腕カバーは外さないこと、他の人と話をするとイメージが壊れてしまうので話をしないことを合わせて教示した。



Figure 1. Arm sleeves used in the experiment (left: pink, right: navy).

**従属測定** 事前実験と同一の手続きで100マス計算、紙筆版IAT、質問紙課題を順に行った。

**事後説明** すべての回答が終了した後、腕カバーを外してもらった。その際、自分の腕カバーの色

を封筒に記入してもらった。その後、研究の概要についての説明を行った。説明終了後、データの使用を承諾する場合には、封筒を提出するように依頼した。承諾しない場合には、封筒を持ち帰ってもらうようにした。その後、腕カバーの回収をし、提出のあった封筒の色条件を確認したうえで、本実験を終了した。

### 3. 結果

#### 3.1. 分析対象者および分析の方針

3日間のすべての日程に参加した36名(男性16名,女性20名)のデータを分析対象とした。なお、事後実験の最後に行った色の記入においては、紺色条件は紺色や濃い青,ピンク色条件においてはピンクやパッションピンク,桃色などが記入されており、色覚的な問題が疑われる回答はなかった。以後は、潜在的自己認知(紙筆版IAT),顕在的自己認知(特性自己評定)ごとに、2(測定時:事前 vs. 事後:参加者内)×2(色:紺 vs.ピンク:参加者間)×2(性別:男性 vs.女性:参加者間)の混合要因計画として分析を行った。

#### 3.2. 潜在的自己認知

紙筆版IATにおいては、本番ブロック間の正答数の差異により、より正答数の多かったブロックに関連した認知的連合が強く持たれると評価する。本研究では、④自己対人本番ブロックから③自己勢力本番ブロックの正答数を減算した値をIAT得点とした。このIAT得点が高いほど、自己と対人志向(伝統的な女性ステレオタイプ特性)が自己と勢力志向(伝統的な男性ステレオタイプ特性)よりも認知的な結びつきが強いことを示す。このIAT得点を事前実験と事後実験それぞれについて算出した。

事前と事後のIAT得点を従属変数とし、2(測定時:事前 vs.事後:参加者内)×2(色:紺 vs.ピンク:参加者間)×2(性別:男性 vs.女性:参加者間)の混合要因の分散分析を行った。すると、性別の主効果( $F(1, 32)=5.37, p=.027, \eta_p^2=.144$ ), 測定時×色の交互作用( $F(1, 32)=8.88, p=.005, \eta_p^2=.217$ ), 測定時×色×性別の交互作用が有意となった( $F(1, 32)=4.78, p=.036, \eta_p^2=.130$ )。測定時の主効果が有意に近かったことを除き( $F(1, 32)=4.00, p=.054, \eta_p^2=.111$ ), そのほかの効果で有意なものはない( $F_s < 2.1$ )。

性別の主効果は、事前事後を平均したIAT得点は男性( $M=-0.13$ )よりも女性( $M=3.07$ )のほうが大きいことを示すものであった。これは女性のほうが伝統的な女性ステレオタイプ特性である対人志向と自己を結び付けていることを示すものであり、今回用いたIATの妥当性を示すものであるといえる。

次に、測定時×色の交互作用を詳細に検討するために、測定時、色の各条件ごとにBonferroniの比較によって下位検定を行った。紺色条件においては事前( $M=1.54$ )と事後( $M=0.62$ )に差はみられなかったが( $F(1, 32)=0.46, p=.503, \eta_p^2=.014$ ),ピンク条件においては事前( $M=-0.49$ )よりも事後( $M=4.21$ )のほうがIAT得点が高いことがあった( $F(1, 32)=12.98, p=.001, \eta_p^2=.289$ )。なお測定時ごとに色条件の効果を見たところ、事前実験においては紺色条件とピンク条件の間に差は見られなかったが( $F(1, 32)=1.83, p=.185, \eta_p^2=.054$ ), 事後実験においては有意ではないものの、紺色条件よりもピンク条件において得点が高いことを示唆する傾向がみられた( $F(1, 32)=3.88, p=.058, \eta_p^2=.108$ )。

さらにこの傾向は、測定時×色×性別の交互作用が有意であることによって調整された。そこで、Figure 2には測定時×色×性別の推計値をプロットし、性別ごとに測定時×色の単純交互作用を検定した。すると、男性においては測定時×色の単純交互作用が有意であったが( $F(1, 32)=12.07, p=.001, \eta_p^2=.463$ ), 女性においては有意ではなかった( $F(1, 32)=0.35, p=.558, \eta_p^2=.019$ )。そこでさらに、男

性における効果を Bonferroni の方法により下位検定を行った。その結果、男性—紺色条件においては事前 ( $M=-0.25$ ) と事後 ( $M=-1.88$ ) の差は見られなかったが ( $F(1, 32)=0.67, p=.419, \eta_p^2=.087$ )、男性—ピンク色条件においては事前 ( $M=-3.25$ ) よりも事後 ( $M=4.88$ ) のほうが IAT 得点が有意に高かった ( $F(1, 32)=16.76, p<.001, \eta_p^2=.705$ )。また、男性の測定時点ごとに色条件の効果を見たところ、事前実験においては紺色条件とピンク条件の間に差は見られなかったが ( $F(1, 32)=1.46, p=.231, \eta_p^2=.094$ )、事後実験においては紺色条件よりもピンク条件のほうが有意に得点が高かった ( $F(1, 32)=7.39, p=.008, \eta_p^2=.345$ )。

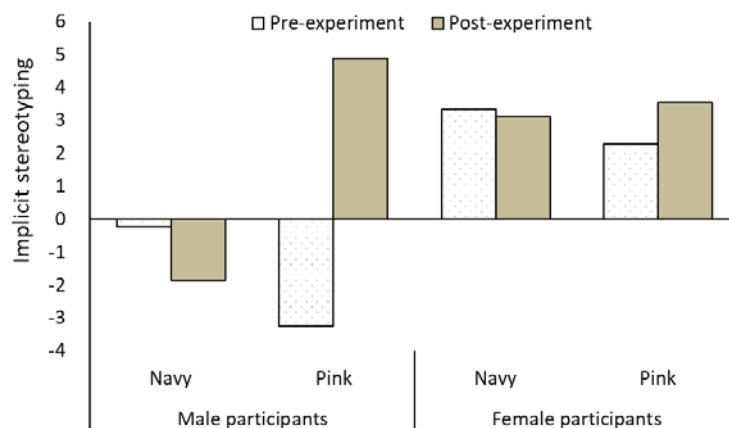


Figure 2. Implicit stereotyping as a function of time, color and participant's gender.

Note. Higher (positive) score indicates stronger association between self and warmth (female stereotypic) traits, lower (negative) score indicates stronger association between self and agentic (male stereotypic) traits.

### 3.3. 顕在的自己認知

特性評定については、温かさ関連語 8 項目 (事前:  $\alpha=.86$ , 事後:  $\alpha=.83$ )、有能さ関連語 3 項目 (事前:  $\alpha=.94$ , 事後:  $\alpha=.93$ ) については得点が高いことがそれぞれの概念を強く持っていることを示すように得点化したうえで合算平均値を算出した。ジェンダーらしさ 2 項目 (事前:  $r=-.53$ , 事後:  $r=-.44$ ) については、女性的から男性的の得点を減算し、得点が高いほど女性性が高いことを示すように得点化した。そのうえで、ジェンダー・ステレオタイプの二次元である温かさと有能さ (Fiske, Cuddy, Glick, & Xu, 2002) は参加者内要因としてひとまとめの分析を行い、ジェンダーらしさ得点についてはそれとは別に分析した。

温かさと有能さの得点を従属変数とし、2 (特性: 温かさ vs. 有能さ)  $\times$  2 (測定時)  $\times$  2 (色)  $\times$  2 (性別) の混合要因の分散分析を行った。すると、特性の主効果 ( $F(1, 32)=10.06, p=.003, \eta_p^2=.239$ )、特性  $\times$  性別の交互作用 ( $F(1, 32)=7.64, p=.009, \eta_p^2=.193$ )、測定時  $\times$  特性の交互作用が有意となり ( $F(1, 32)=6.43, p=.016, \eta_p^2=.167$ )、特性  $\times$  測定時  $\times$  色の交互作用が有意傾向であった ( $F(1, 32)=3.02, p=.092, \eta_p^2=.086$ )。そのほかの効果で有意なものはない ( $F_s < 2.3$ )。

特性の主効果は、温かさ ( $M=4.75$ ) のほうが有能さ ( $M=4.13$ ) よりも評定値が高いことを示すものであった。特性  $\times$  性別の交互作用は、その傾向における性差を示すものであり、男性においては温かさ ( $M=4.28$ ) と有能さ ( $M=4.20$ ) の評定に差は見られないが ( $F(1, 32)=0.08, p=.786, \eta_p^2=.005$ )、女性においては温かさ ( $M=5.23$ ) のほうが有能さ ( $M=4.05$ ) より評定値が高かった ( $F(1, 32)=19.71, p<.001$ ,

$\eta_p^2 = .523$ )。測定時×特性の交互作用は、温かさにおいては事前 ( $M=4.91$ ) よりも事後 ( $M=4.56$ ) のほうが得点が高い一方で ( $F(1, 32)=4.64, p=.035, \eta_p^2 = .127$ )、有能さにおいては事前 ( $M=4.04$ ) と事後 ( $M=4.21$ ) の差がみられないことを示すものであった ( $F(1, 32)=1.45, p=.234, \eta_p^2 = .043$ )。

特性×測定時×色の交互作用については有意ではないものの、探索的に下位検定を行った。Figure 3には特性×測定時×色の推計値をプロットした。特性、測定時、色のそれぞれの条件ごとに単純交互作用を検定したところ、紺色条件における特性×測定時の単純交互作用のみ有意であった ( $F(1, 32)=8.74, p=.006, \eta_p^2 = .151$ )。この効果は、紺色-温かさにおいては事前 ( $M=4.89$ ) よりも事後 ( $M=4.46$ ) のほうが得点が高い一方で ( $F(1, 32)=4.64, p=.039, \eta_p^2 = .229$ )、紺色-有能さにおいては逆に事前 ( $M=3.98$ ) よりも事後 ( $M=4.35$ ) のほうが得点が高いことを示唆するものであった ( $F(1, 32)=3.25, p=.076, \eta_p^2 = .178$ )。その一方で、ピンク条件においては、特性×測定時の単純交互作用は見られなかった ( $F(1, 32)=0.33, p=.568, \eta_p^2 = .006$ )。

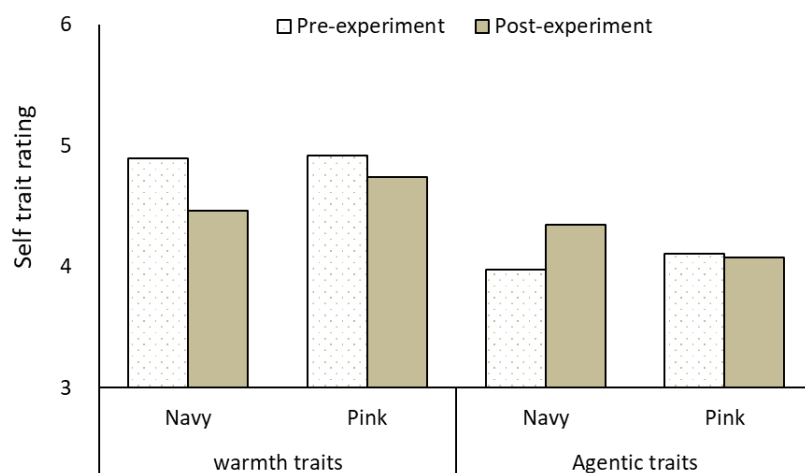


Figure 3. Explicit stereotyping as a function of trait, time, and color.

次に、ジェンダーらしさの得点を従属変数とし、2 (測定時) × 2 (色) × 2 (性別) の混合要因の分散分析を行ったが、有意な効果は見られなかった ( $F_s < 2.3$ )。

#### 4. 考察

本研究は集団状況においてピンクの腕カバーの着用が、女性的な自己認知を生じさせるかを検討した。その結果、潜在的自己認知において、男性はピンクの腕カバーの着用によって、自己と対人志向 (女性特性) を結びつけ、自己と勢力志向 (男性特性) の結びつきが弱まる傾向が見られた。この結果は、伝統的な女性的な色とされるピンク色を衣服として着用することが、着用者の自己概念を非意識的に女性ステレオタイプ的に変容させたことを示しており仮説と一致している。とくに、先行研究では他者のいない個人的な状況における被服の影響を検討していたが (Ishii et al., 2019; 石井・田戸岡, 2018; 埴田・石井, 2020)、集団状況においてもピンク色の衣服の着用がジェンダーに関する自己認知を変容させる影響が生じることを示している。また先行研究においては大学生をサンプルとしていたが、本研究では幅広い年齢のサンプルを対象としていた。これらはいずれも知見の適用範囲を拡張することに寄与している。

ピンク色の衣服の着用が自己認知に及ぼす影響は、潜在的自己認知においては生じていたが、顕在



的自己認知においては明確には生じなかった。同様の結果は先行研究においてもみられている(埴田・石井, 2020)。こうしたことは、色が認知に及ぼす影響過程について示唆を与える。まず、潜在的自己認知を変容させていたことは、ピンク色の衣服の着衣が社会的プライミングとして自己認知を非意識的に変容させる影響力を持つ可能性を示唆している。その一方で、顕在的自己認知において効果がみられにくいことはどのようなことを意味しているだろうか。意識的な水準での自己を変える影響力がなかったと解釈することも可能であるが、その一方で意識的な修正が生じた可能性も考えられる。ステレオタイプの非意識的な活性化は不可避である一方で(Devine, 1989)、意識的過程では自分が何によって影響を受けているか自覚があり、動機づけがあるときに、その影響を修正する可能性がある(Bodenhausen & Macrae, 1998; Monteith, 1993)。心理学の実験としてピンクの衣服が提示され、また自己認知を尋ねる項目が提示されたことで、研究の背後にある仮説も推察されやすかった可能性があるだろう。そうした気づきが影響を受けまいとする意識的な修正をもたらすことで顕在的自己認知への影響が弱められたのかもしれない。こうした参加者の意識的な行動調整を示唆する結果として、紺色条件の顕在的自己認知の事後測定において有能さが増加していた。これは、紺色の腕カバーが事務員のイメージに合致していて、それを着用することでより事務員らしく意識的に振舞ったためと解釈できる。本研究での着衣(ピンク色の腕カバーの着用)はその点で、参加者の研究目的への気づきをもたらしやすいあらゆる操作であったため、今後の研究においては着衣の意図が明示的にならない形としたうえで、効果を再検討する必要があるだろう。

本研究において集団状況における着衣の効果を扱ったのは、他者の目を通して自らの装いを認知するという衣服における対他的な機能に注目したためであった。目的で触れたとおり、他者が存在する状況においては公的自己意識が高まりやすい。押見(2002)は公的自己意識について、他人からみられている自分の行動スタイルやしぐさ、容姿に注意を向けて自己を意識しやすい傾向と述べている。すなわち集団状況では公的自己意識が高まることで自分の着衣への注意が高まり、その結果として着衣による影響力が強まると考えられる。

また本研究において重要な点のもう一つは、男性においてピンクの効果が生じていたということである。ここにはいくつかの可能性が考えられる。一つは、女性において女性的自己認知の天井効果が生じた可能性である。潜在的・顕在的自己認知の両者において、ベースラインとして女性参加者のほうが自己と温かさの結びつきが強く(女性的自己認知が強く)、そのため、それ以上高める影響が生じにくかったことは考えられる。このことには男女が同じ空間にいる状態で実験を実施したことが影響した可能性がある。カテゴリが二分化して提示されたときにはその差異を明確化するように動機づけられるが(Tajfel & Wilkes, 1963)、男女カテゴリが明確な状況であったため、もともとジェンダーに関する自己認知が生じやすい状況であったと考えられる。すなわち、女性参加者においては男性に比べると自分が女性であることをより意識しやすい状況だった。状況的にバイアスの生じやすいことで女性参加者が全体的に女性的な方向に自己ステレオタイプ化してしまったことが、ピンク色の着衣による影響が見られないことを生じさせたのかもしれない。天井効果についてはこうした状況的な影響とともに、測度における問題もかかわるため、異なる測度を用いた再検討が必要だろう。

そのほかの可能性として、ピンクの衣服に対する慣れの要因が関わる可能性がある。一般的に、女性の衣服の色彩におけるバリエーションは多彩であり、普段からさまざまな色の衣服を着慣れており、ピンク色の服も着用する可能性はあるだろう。その一方で、男性の衣服におけるピンク色は、近年は増えてきたものの、やはり珍しい色彩であり、着用する経験は相対的に少ないと考えられる。そのため、男性においてはピンクを着用することに注意を向けやすく、その結果として衣服の影響が強まっ

た可能性がある。実際、石井・田戸岡（2018b）においては、装い（化粧）と慣れの関連を示す同様な結果が得られており、普段化粧に慣れてない人が男性ステレオタイプのな色である青色の化粧をした場合に女性的なものを欲しがらなくなった一方で、化粧に慣れている人は逆に女性的なものを欲しがるようになったという結果が得られた。また、石井・田戸岡（2018a）においては、自己認知への影響とともに摂食行動への影響についても検討しているが、普段白衣を着慣れている参加者（i.e., 家政関連学科の学生）においては、白衣が行動に及ぼす効果はみられないことが示されている。こうしたように、衣服の着用については、慣れの効果、とくに当該の衣服を着用し慣れていないことが考慮される必要があるだろう。

本研究においては、ピンク色（i.e., 女性的な色）によって女性的自己認知が生じるといった同化的影響が生じていたが、社会的プライミングの影響に同化と対比があるように（Higgins, 1996; 近年の日本語のレビューとして琴・加藤, 2019）、着衣への注意の高まりは、衣服と対比する形で自己認知を変容させる可能性（i.e., ピンク色を着ることで自分の女性らしさを否定する）もあるだろう。実際、Ishii et al.（2019）では、自尊心の低い男性においてはピンク色の着衣によって女性的自己認知が強まった一方で、自尊心が高い男性においては逆に男性的自己認知が強まっていた。この効果の違いとして、自尊心が高い人は自己概念に関する確信が強く（Campbell, 1990）、ピンク色に伴う女性らしさを自分の社会的カテゴリ（男性）のステレオタイプと異なる反ステレオタイプと感ずることで、むしろ影響されまいとする心理的リアクタンスが働いたと解釈している。こうした点も意識的な修正過程と考えられるが、衣服の効果はさまざまな自己意識の特性に影響を受け、変容する可能性があるため、状況においてどのような自己意識が生じやすいか、あるいは個人がどのような自己意識を持っているか考慮した検討が必要であろう。

ピンク色の衣服が自己認知に変容をもたらす可能性が示された一方で、自己認知の変容は行動変容にどのような影響をもたらすだろうか。Wheeler & DeMarree（2009）は、プライムによって生じた自己変容を媒介して目標や行動表象に変容がもたらされるとしている。ピンク色の着衣によってもたらされた女性らしい自己概念は、女性的な行動を生じさせやすくするかもしれない。今後は行動への媒介過程に着目することで、着衣の効果についてのより発展的な知見が得られるだろう。

#### 引用文献

- Adam, H., & Galinsky, A. D. (2012). Enclothed cognition. *Journal of Experimental Social Psychology*, 117, 249–260.
- Auster, C. J. & Mansbach, C. S. (2012). The Gender Marketing of Toys: An Analysis of Color and Type of Toy on the Disney Store Website. *Sex Roles*, 67, 375-388.
- Bodenhausen, G. V., & Macrae, C. N. (1998). Stereotype activation and inhibition. In R. S. Wyer, Jr. (Ed.), *Stereotype activation and inhibition: Advances in social cognition* (Vol. 11, pp. 1-52). Mahwah, NJ: Erlbaum.
- Campbell, J. D. (1990). Self-esteem and clarity of the self-concept. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 538-549.
- Chen, M., & Bargh, J. A. (1999). Consequences of automatic evaluation: Immediate behavioral predispositions to approach or avoid the stimulus. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 215-224.
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5–18.
- Elliot, A.J., & Maier, M.A. (2012). Color-in-context theory. *Advances in Experimental Social Psychology*, 45, 61-126.
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of personality and social psychology*, 82, 878-902.

- Greenwald, A. G., McGhee, D. E., & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: The Implicit Association Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1464-1480.
- 植田健司・石井国雄 (2020). ピンク・青の衣服がジェンダーに関連する自己認知と他者認知に及ぼす効果 東京未来大学研究紀要 14, 141-151.
- Higgins, E. T. (1996). Knowledge Activation: Accessibility, applicability, and salience. In E. T. Higgins & A. W. Kruglanski (Eds.), *Social Psychology: Handbook of Basic Principles* (pp. 133-168). New York: Guilford Press.
- Ishii, K., Numazaki, M., & Tado'oka, Y. (2019). The effect of pink/blue clothing on implicit and explicit gender-related self-cognition and attitudes among men. *Japanese Psychological Research*, 61, 123-132.
- 石井国雄・田戸岡好香 (2018a). ピンク/青の化粧がジェンダー的な自己認知と選択に及ぼす効果 清泉女学院大学人間学部研究紀要 15, 1-12.
- 石井国雄・田戸岡好香 (2018b). ピンクの衣服が自己認知と摂食行動に及ぼす影響 日本心理学会第 82 回大会発表論文集, 2AM-022.
- 琴允姫・加藤和生 (2019). 社会的プライミング研究の歴史と動向: 同化効果, 対比効果, 社会的プライミング効果のメカニズムに関するモデル 九州大学心理学研究, 20, 1-12.
- Lemm, K. M., Lane, K. A., Sattler, D. N., Khan, S. R., & Nosek, B. A. (2008). Assessing implicit cognitions with a paper-format Implicit Association Test. In M. A. Morrison & T. G. Morrison (Eds.), *The psychology of modern prejudice* (p. 123-146).
- Miller, L. C & Cox, C. L. (1982). For appearances sake: Public self-consciousness and makeup use. *Personality and social psychology bulletin*, 8, 748-751.
- Monteith, M. J. (1993). Self-regulation of prejudiced responses Implications for progress in prejudice reduction efforts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 469-485.
- 日本色彩学会 (編) (2011). 色彩科学ハンドブック 東京大学出版会
- 沼崎誠・高林久美子・天野陽一 (2006). 恋愛は女性に対するステレオタイプ化や偏見を強めるか? -異性愛プライムと平等主義的性役割観がキャリア女性と家庭女性に対する印象や評価に及ぼす効果- 日本学術振興会科学研究費補助金研究成果報告書. 2003-2005 年度 (研究代表者: 沼崎誠)
- Paoletti, J. B. (2012). *Pink and Blue: Telling the Girls From the Boys in America*. Indiana University Press.
- Shakin, M., Shakin, D., & Sternglanz, S. (1985). Infant clothing: Sex labeling for strangers. *Sex Roles*, 12, 955-964.
- 鈴木公啓(2020). 装い探訪 鈴木公啓 (編) 装いの心理学: 整え飾るこころと行動 北大路書房, pp. 1-10.
- Wheeler, S. C., & DeMarree, K. G. (2009). Multiple mechanisms of prime-to-behavior effects. *Social and Personality Psychology Compass*, 3, 566-581.
- Wicklund, R. A. & Hormth, S. E. (1981). On the functions of the self: A reply to Hull and Levy, *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 1029-1037.

## 注

(1) 本研究は科学研究費補助金の補助を受けた (若手研究 (B) 課題番号 15K17255, 若手研究 課題番号 18K13282)。本研究の一部は日本社会心理学会第 55 回大会 (於: 北海道大学) にて発表された。

(受付日: 2021 年 2 月 19 日)