

皇學館大学紀要第62輯（令和6年3月15日発行） 抜刷

ソーシャルメディアにおける自己呈示  
— 制御焦点およびプライバシー意識の影響 —

中山 真

# ソーシャルメディアにおける自己呈示

## — 制御焦点およびプライバシー意識の影響 —

中山 真

〈要旨〉本研究の目的は、制御焦点および情報プライバシーがソーシャルメディアにおける自己呈示に与える影響について検討することであった。大学生を対象にオンライン調査を行い、131名分が分析対象となった。調査参加者は、フェイス項目、SNS自己呈示尺度、インターネット版プライバシー次元尺度、日本語版 Regulatory Focus Questionnaire に回答した。パス解析の結果、「予防焦点」から「情報プライバシー」に対する正の影響が、「促進焦点」から「情報プライバシー」に対する負の影響が認められた。また、「予防焦点」から「偽りの自己」に負の影響が、「現実自己」に正の影響が認められた。「促進焦点」から「積極的自己呈示」および「理想自己」に正の影響が認められた。そして、「情報プライバシー」から「現実自己」に負の影響が認められた。これらの結果は、先行研究から想定される仮説に概ね一致するものであった。

〈キーワード〉 SNS、情報プライバシー、促進焦点、予防焦点

### 問 題

2000年代後半から、インターネット上ではソーシャルネットワーキングサービス (Social Networking Service; 以下 SNS) が普及し、気軽に自分の意見や

身の回りの出来事を文章や画像、動画で投稿することが可能となっている。それに伴い、近年はSNSを含むソーシャルメディア上の自己呈示に注目した研究も報告されている。Michikyan et al. (2015) はFacebook上の自己呈示を多面的に捉える尺度を作成し、自尊感情や同一性地位と自己呈示の仕方の関連について検討している。また、自己呈示を規定する欲求には賞賛獲得欲求と拒否回避欲求があり、前者は自己顕示的な自己イメージと、後者は消極的で善良な自己イメージの呈示と関連している(菅原, 1986)。これらの欲求は、制御焦点における促進焦点および予防焦点との関連も指摘されている(三ツ村・高木, 2012)。具体的には、賞賛の有無に注意を向ける賞賛獲得欲求は促進焦点と、拒否の有無に注意を向ける拒否回避欲求は抑制焦点とそれぞれ対応するというものである。ソーシャルメディア上においても、促進焦点が優勢な個人は自己顕示的に、予防焦点が優勢な個人は消極的に自己呈示を行うものと推測される。

一方で、SNSなどのネット上では、未知の他者に対するプライバシー(自分の情報を知られないようにする程度)が問題となる。ネット上における情報プライバシーの程度を情報次元ごとに測定する、インターネット版プライバシー次元尺度を作成した佐藤・太幡(2013)では、情報プライバシーと自己開示傾向との間に概ね有意な負の相関が見られている。このことから、プライバシー意識が高いほど、消極的な自己呈示となることが予測される。

以上のことから、本研究では、制御焦点および情報プライバシーがソーシャルメディアにおける自己呈示に与える影響について検討する。

## 方 法

### 調査対象・手続き

三重県内の大学・短大で心理学の授業を受講する学生に対し、オンライン上での調査への回答を依頼した。141名分の回答が得られたが、大幅な不備のあるもの、SNSを利用していないものを除いた131名(男性78名・女性51名・他2名、平均年齢19.50歳、 $SD = 1.09$ )の回答を分析対象とした。

## 調査内容

以下の内容について尋ねた。

**フェイス項目** 基本属性として、年齢と自認する性別について回答を求めた。また、利用しているSNS (LINE (トーク・通話機能), LINE (Voom (タイムライン)・オープンチャット機能), Twitter (2023年7月からXに名称変更), Facebook, Instagram, TikTok), 1日のSNS利用時間 (全く利用していない, 30分未満, 30分以上1時間未満, 1時間以上2時間未満, 2時間以上3時間未満, 3時間以上4時間未満, 4時間以上) について回答を求めた。

**SNS自己呈示尺度** Michikyan et al. (2015) による Self-Presentation on Facebook Questionnaire (SPFBQ) を Twitter での自己呈示に適用して邦訳した, Twitter 自己呈示尺度 (二宮, 2017) を使用した。SPFBQ (Michikyan et al., 2015) は real self (e.g., Facebook 上での自分の見せ方は, 実生活での自分の見せ方と同じである), ideal self (e.g., Facebook には, こうありたいと思う理想の自分を示すものを載せている), false self: deception (e.g., Facebook 上で実際の自分とは違う人間に成りすまそうとすることが時々ある), false self: exploration (e.g., Facebook 上では, 自分の持つ色々な面を試してみることが実生活よりもたくさんできる), false self: compare/impress (e.g., Facebook には, 自分の中の, 人から好かれると思う面のみを見せている) の5因子から構成される。Twitter 自己呈示尺度 (二宮, 2017) は, 積極的に自分のことを投稿する内容である「積極的自己呈示」, 原版尺度の false self: deception と ideal self の項目から構成されており, 理想的な自分を演じる内容である「虚栄的自己呈示」, 原版尺度の false self: compare/impress のうち, 他者に好感を抱かれるように自分を見せる内容の項目が中心の「良い印象の自己呈示」, あるがまま自分を表現する内容である「率直な自己呈示」の4因子17項目で構成されている。本研究では自己呈示を行う SNS の媒体を限定せずに検討するため, 尺度項目の Twitter を SNS に置き換えた (以下, SNS 自己呈示尺度と呼ぶ)。「SNS の利用について, 以下のそれぞれの項目はあなたにどの程度あてはまりますか」と教示し, 「1: 全くあてはまらない」「2: あまりあてはまらない」「3: どちらともいえない」「4: ややあてはまる」「5: とてもよくあて

はまる」の5件法で回答を求めた。

**インターネット版プライバシー次元尺度** 佐藤・太幡 (2013) によるインターネット版プライバシー次元尺度 (Multi-dimensional Privacy Scale for Internet users; MPS-I) を使用した。この尺度は「自伝的情報」, 「属性情報」, 「識別情報」, 「暗証情報」の4因子26項目で構成されている (Appendix 1)。「以下の各項目について、あなたはネット上の匿名な不特定多数の人に対してどのくらい知られたくないと感じますか」と教示し、「1:知られてもよい」「2:どちらかというとならなくてもよい」「3:どちらかというとなられたくない」「4:知られたくない」の4件法で回答を求めた。

**制御焦点尺度** Higgins et al. (2001) による Regulatory Focus Questionnaire (RFQ) の邦訳版である日本語版 Regulatory Focus Questionnaire (RFQ-J; 松岡他, 2022) を使用した (予防焦点5項目・促進焦点6項目)。「この質問は、あなたの人生における特定の出来事についてお伺いするものです」と教示し、「1:全くそうでない」「2」「3:時々そうである」「4」「5:頻繁にそうである」の5件法で回答を求めた。

**努力の最小限化の検出** 教示や質問項目をよく読まずに回答するなど、真面目に回答していない回答 (努力の最小限化 (satisfice)) を検出するため、増田他 (2019) で効果があったIMC (Instructional manipulation check) を用いた。具体的には、「インターネットを用いた調査においては、うそをついたり、質問を読まないで、いい加減な回答をしたりする方がいることが問題となっています。つきましては大変失礼なお願いですが、あなたがこの文章をきちんと読んでいるかどうかを確認させていただきます。あなたがこの文章をお読みになったら、以下の質問には回答せずに (つまり、どの選択肢もクリックせずに)、次のページに進んでください」と教示し、「1:そう思う」「2:どちらかといえばそう思う」「3:どちらともいえない」「4:どちらかといえばそう思わない」「5:そう思わない」という選択肢を設けた。選択肢にチェックが入れた回答は、分析から除外した。

## 倫理的配慮

調査実施時には、(1) 研究参加は任意であり、不参加や中断により不利益を被ることはないこと、(2) 回答は無記名で行われ、得られたデータは全体を統計的に処理するため、個人が特定されることや個人の回答が問題になることはないこと、(3) 得られたデータは研究者のみが研究目的のみで使用することを、回答サイトまたは質問紙上に記載し、理解および同意した参加者のみが調査項目への回答を行った。また、回答終了後には、希望者に調査内容の平易な説明と研究者の連絡先を記載したデブリーフィングを表示した。

## 分析

統計分析にはHAD 18.001（清水, 2016）を使用した。

## 結 果

### ソーシャルメディアの使用

使用しているという回答が最も多かったのはLINEのトーク機能（99.2%）で、次いでTwitterとInstagram（82.4%）、TikTok（58.8%）と続き、使用しているという回答が最も少なかったのはFacebook（3.1%）だった（Figure 1）。1日の使用時間は「2時間以上3時間未満」が26.7%で最も多く、次いで「4時間以上」が23.7%だった（Figure 2）。

Figure 1 SNSの利用状況

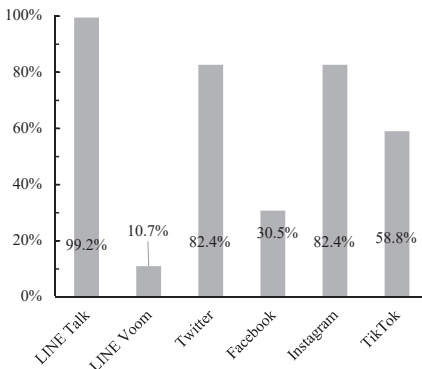
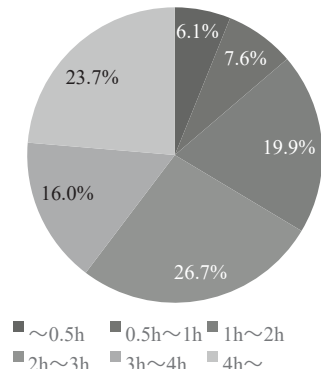


Figure 2 1日のSNS利用時間



## SNS自己呈示尺度の因子分析・信頼性分析

表記を一部変更したSNS自己呈示尺度について、因子分析（最小二乗法プロマックス回転）を行った（Table 1）。固有値の減衰および解釈可能性から4因子解を採用し、因子負荷量.40を基準に3項目が除外された。項目内容および原典を参考に、第1因子は「偽りの自己」（ $\alpha = .72, M = 2.65, SD = 0.89$ ），第2因子は「積極的自己呈示」（ $\alpha = .73, M = 2.40, SD = 0.82$ ），第3因子は「理想自己」（ $\alpha = .76, M = 2.42, SD = 1.11$ ），第4因子は「現実自己」（ $\alpha = .64, M = 3.52, SD = 0.84$ ）と命名した。

Table 1 SNS自己呈示尺度の因子分析結果（最小二乗法・プロマックス回転）

項目	F1	F2	F3	F4	共通性
<b>Factor 1 偽りの自己 (<math>\alpha = .72</math>)</b>					
4. SNS上で自分を他人と比較する	<b>.854</b>	-.215	.136	.225	.577
17. 時々自分がSNS上で体裁を気にしているように感じる	<b>.629</b>	.053	-.273	-.093	.355
12. SNS上で実際の自分とは違う人間に成りすまそうとすることが時々ある	<b>.452</b>	.008	.147	-.300	.522
16. SNSには、自分の中の、人から好かれると思う面のみを見せている	<b>.446</b>	.001	.227	.156	.310
1. SNS上では、自分の持つ色々な面を試してみることが実生活よりもたくさんできる	<b>.419</b>	.289	-.061	-.043	.378
<b>Factor 2 積極的自己呈示 (<math>\alpha = .73</math>)</b>					
5. 自分がどんな人間であるかはよく理解しており、SNSのプロフィールに載せているさまざまな内容を見れば、それがわかる	-.083	<b>.772</b>	-.121	.049	.456
9. 自分自身のことは好きだし、自分の支持することには誇りを持っている。そして、SNSのプロフィールでもそれを示している	-.137	<b>.686</b>	.122	.042	.455
3. 自分にはさまざまな面があるような気がしており、それをSNSのプロフィールで示している	.011	<b>.608</b>	.115	.062	.451
7. 自分が人生で何を望んでいるのかはよく理解しており、SNSを使うことは自分のものの見方や信念を表現するひとつの方法である	.310	<b>.437</b>	-.104	.175	.352
2. 自分のさまざまな面を見せるために、SNSのプロフィールの写真を入れ替える	.029	<b>.421</b>	.111	-.051	.269
<b>Factor 3 理想自己 (<math>\alpha = .76</math>)</b>					
14. こうありたいと思う理想の自分が、SNSのプロフィールに載せている内容に反映されていることが多い（例：現在の状況に関する投稿、コメント、写真、等）	-.093	.009	<b>1.027</b>	.010	.965
10. SNSには、こうありたいと思う理想の自分を示すものを載せている	.132	.238	<b>.417</b>	-.140	.522
<b>Factor 4 現実自己 (<math>\alpha = .64</math>)</b>					
13. オンラインとオフラインとで、自分は全く違う人間である*	-.251	-.067	.003	<b>.665</b>	.667
6. オンラインの自分はオフラインの自分と似ている	.101	.093	-.064	<b>.653</b>	.403
8. SNS上での自分の見せ方は、実生活での自分の見せ方と同じである	.165	.096	.066	<b>.609</b>	.330
<b>削除項目</b>					
11. SNSのプロフィールの自分の写真は、人に良い印象を与えるものを載せるようにしている					
15. SNSのプロフィールには、実際の自分自身とは異なる情報を載せている					
	因子寄与	3.300	3.216	2.769	1.866
	因子間相関	F1	F2	F3	F4
	Factor 1	1.000	.584	.532	-.380
	Factor 2	.584	1.000	.506	-.157
	Factor 3	.532	.506	1.000	-.294
	Factor 4	-.380	-.157	-.294	1.000

注) \*は逆転項目を表す。

## 尺度構成および尺度得点の基本統計量

MPS-Iについては全26項目について、信頼性分析を行った。制御焦点尺度は原典の因子構造を参考に信頼性分析を行った。予防焦点尺度のうち「5. 親か

ら決められた規則には従った」が全体の  $\alpha$  係数を低下させていたため、削除した。その上で、それぞれ原典と同等の内的一貫性を確認し、合計点を項目数で割った平均値を尺度得点とした。全ての尺度の  $\alpha$  係数・基本統計量を Table 2 に示す。

Table 2 各尺度の  $\alpha$  係数・基本統計量

変数名	$\alpha$	$M$	$SD$
偽りの自己	.720	2.65	0.89
積極的自己呈示	.732	2.40	0.82
理想自己	.760	2.42	1.11
現実自己	.641	3.52	0.84
MPS-I	.935	2.86	0.62
予防焦点	.678	2.94	0.80
促進焦点	.647	3.01	0.69

### 各尺度間の相関分析

各尺度間の関連を検討するため、相関分析を行った (Table 3)。なお、各尺度得点の分布が必ずしも正規分布しないことを確認したため、順位相関係数を算出した。その結果、SNS自己呈示の「偽りの自己」と制御焦点の「予防焦点」の間で弱い負の相関が ( $rs = -.23, p < .01$ )、SNS自己呈示の「積極的自己呈示」と制御焦点の「促進焦点」の間で弱い正の相関が ( $rs = .34, p < .001$ )、SNS自己呈示の「理想自己」と「情報プライバシー」の間で弱い負の相関が ( $rs = -.21, p < .05$ )、「理想自己」と制御焦点の「促進焦点」の間で弱い正の相関が ( $rs = .25, p < .01$ )、「情報プライバシー」と制御焦点の「予防焦点」の間で弱い正の相関が ( $rs = .29, p < .01$ )、「情報プライバシー」と「促進焦点」の間で弱い負の相関が ( $rs = -.23, p < .01$ )、それぞれ確認された。なお、SNS自己呈示の下位尺度間の相関は、「偽りの自己」、「積極的自己呈示」、「理想自己」の間で中程度の正の相関 ( $rs = .49 \sim .54$ ) が、「現実自己」は「偽りの自己」、「理想自己」との間で弱い負の相関 ( $rs = -.20 \sim -.22$ ) が見られた。その他、有意傾向の相関については Table 3 の通りである。



Table 3 各尺度得点間の順位相関係数

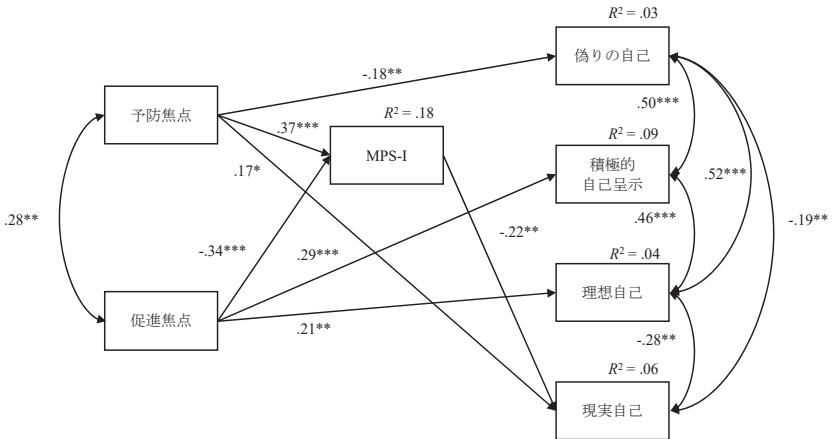
	1	2	3	4	5	6	7
1. 偽りの自己	—						
2. 積極的自己呈示	.490 ***	—					
3. 理想自己	.495 ***	.541 ***	—				
4. 現実自己	-.202 *	-.064	-.224 *	—			
5. MPS-I	-.090	-.166 †	-.207 *	-.160 †	—		
6. 予防焦点	-.234 **	.003	-.059	.117	.288 **	—	
7. 促進焦点	-.009	.335 ***	.247 **	.075	-.235 **	.269 **	—

\*\*\*  $p < .001$ , \*\*  $p < .01$ , \*  $p < .05$ , †  $p < .10$

### パス解析

予防焦点および促進焦点が情報プライバシーおよびソーシャルメディア上での自己呈示、情報プライバシーがソーシャルメディア上での自己呈示に影響を与えるというモデルを想定し、パス解析を行った。パスの引き方を変え、いくつかのモデルを検討したところ、Figure 3のモデルの適合度は、 $\chi^2(8) = 6.51$ ,  $n. s.$ , CFI = 1.00, RMSEA = .00, GFI = .99, AGFI = .95, AIC = 46.50, BIC = 104.00となり、最も適合したモデルとなった。その結果、「予防焦点」から

Figure 3 パス解析



$\chi^2(8) = 6.51$ ,  $n. s.$ , CFI = 1.00, RMSEA = .00, GFI = .99, AGFI = .95, AIC = 46.50, BIC = 104.00

\*\*\*  $p < .001$ , \*\*  $p < .01$ , \*  $p < .05$

注) 誤差変数の記載は省略した。

「情報プライバシー」に対する正の影響が、「促進焦点」から「情報プライバシー」に対する負の影響が認められた。また、「予防焦点」から「偽りの自己」に負の影響が、「現実自己」に正の影響が認められた。「促進焦点」から「積極的自己呈示」および「理想自己」に正の影響が認められた。そして、「情報プライバシー」から「現実自己」に負の影響が認められた。

## 考 察

本研究では、制御焦点および情報プライバシーがソーシャルメディアにおける自己呈示に与える影響について検討することを目的とし、大学生・短大生を対象にオンライン調査を実施した。

### 各尺度間の相関分析

各下位尺度間の相関を求めたところ、自己呈示の下位尺度間の相関は、「偽りの自己」、「積極的自己呈示」、「理想自己」の間で中程度の正の相関が、「現実自己」は「偽りの自己」、「理想自己」との間で弱い負の相関が見られた。情報プライバシーと自己呈示は、「情報プライバシー」と「積極的自己呈示」、「理想自己」との間で弱い負の相関が見られた。制御焦点と自己呈示は、「予防焦点」と「偽りの自己」の間で弱い負の相関が、「促進焦点」と「積極的自己呈示」、「理想自己」の間で弱い正の相関が見られた。そのため、制御焦点と自己呈示、情報プライバシーと自己呈示、それぞれの間で想定していたような関連が見出されたと言える。

### パス解析

予防焦点および促進焦点が情報プライバシーおよびソーシャルメディア上での自己呈示、情報プライバシーがソーシャルメディア上での自己呈示に影響を与えるというモデルを想定し、パス解析を行った。その結果、「予防焦点」から「情報プライバシー」に対する正の影響が、「促進焦点」から「情報プライバシー」に対する負の影響が認められた。また、「予防焦点」から「偽りの自己」に負の影響が、「現実自己」に正の影響が認められた。「促進焦点」から

「積極的自己呈示」および「理想自己」に正の影響が認められた。そして、「情報プライバシー」から「現実自己」に負の影響が認められた。

制御焦点から情報プライバシーへの影響は、従来から指摘されているようにリスク志向と関連し、予防焦点は、情報プライバシーに対する意識を高め、促進焦点では、情報プライバシーに対する意識を低めるような影響が見られたと言える。

制御焦点からソーシャルメディア上での自己呈示への影響は、予防焦点はより現実的な自己呈示に、促進焦点は自己の理想的な側面を積極的に呈示する影響があると考えられる。

一方で、プライバシー意識は、オンラインとオフラインとで一致した自己呈示を抑制すると考えられ、不特定多数に閲覧される可能性のあるネット上で、実生活での自分を公開しないようにしている可能性も考えられる。

## 本研究の限界と今後の課題

本研究では、制御焦点および情報プライバシーがソーシャルメディアにおける自己呈示に与える影響について、パス解析を行って検討した。しかし、目的変数としたSNS上の自己呈示尺度の項目に含まれる自己呈示は、必ずしもリスクのある投稿とは言えない。一方で、SNS上では炎上と言われるリスクのある投稿が問題となっている。今後は、そのような問題となる投稿に影響する要因についても検討していきたい。

## 利益相反

本論文に関して、開示すべき利益相反事項はない。

## 引用文献

- Higgins, E. T., Friedman, R. S., Harlow, R. E., Idson, L. C., Ayduk, O. N., & Taylor, A. (2001). Achievement orientations from subjective histories of success: Promotion pride versus prevention pride. *European journal of social psychology, 31*(1), 3-23. <https://doi.org/10.1002/ejsp.27>

- 増田 真也・坂上 貴之・森井 真広 (2019). 調査回答の質の向上のための方法の比較. *心理学研究*, *90*(5), 463-472. <https://doi.org/10.4992/jjpsy.90.18042>
- 松岡 弥玲・太幡 直也・三ツ村 美沙子・高橋 純子・高木 浩人 (2021). 日本語版 Regulatory Focus Questionnaire (RFQ-J) の作成. *パーソナリティ研究*, *30*(3), 144-147. <https://doi.org/10.2132/personality.30.3.4>
- Michikyan, M., Dennis, J., & Subrahmanyam, K. (2015). Can You Guess Who I Am? Real, Ideal, and False Self-Presentation on Facebook Among Emerging Adults. *Emerging Adulthood*, *3*(1), 55-64. <https://doi.org/10.1177/2167696814532442>
- 三ツ村 美沙子・高木 浩人 (2012). 承認欲求, 制御焦点と親の社会的勢力の関係 — 仮説の提示 — *心身科学: 愛知学院大学心身科学研究所紀要*, *4*(1), 49-55.
- 二宮 有輝 (2017). 大学生の精神的健康が SNS 依存傾向に与える影響について — SNS 上の自己呈示を媒介変数としたパス解析による検討 — *学校メンタルヘルス*, *20*(1), 37-47. [https://doi.org/10.24503/jasmh.20.1\\_37](https://doi.org/10.24503/jasmh.20.1_37)
- 佐藤 広英・太幡 直也 (2013). インターネット版プライバシー次元尺度の作成. *パーソナリティ研究* *21*(3), 312-315. <https://doi.org/10.2132/personality.21.312>
- 清水 裕士 (2016). フリーの統計分析ソフトHAD: 機能の紹介と統計学習・教育, *研究実践における利用方法の提案* *メディア・情報・コミュニケーション研究*, *1*, 59-73.
- 菅原 健介 (1986). 賞賛されたい欲求と拒否されたくない欲求—公的自意識の強い人に見られる2つの欲求について— *心理学研究*, *57*(3), 134-140. <https://doi.org/10.4992/jjpsy.57.134>

## 資 料

### Appendix 1 MPS-I

---

#### [自伝的情報]

性的なこと

悩み事

過去の出来事

過去の恋愛

病歴

生い立ち

買い物の履歴

普段の生活パターン

友人関係

思想信条

閲覧したサイトの履歴

---

#### [属性情報]

出身地

恋人・配偶者の有無

趣味

血液型

性別

家族構成

生年月日，年齢

職業

---

#### [識別情報]

本名

会社名，学校名

容姿，顔写真

住所

---

#### [暗証情報]

クレジットカードの番号

銀行の口座番号

暗証番号，パスワード

---

Appendix 2 日本語版 Regulatory Focus Questionnaire (RFQ-J)

---

1. 多くの人と比べて、私は人生で自分の望んだものを手に入れることができない。\*
2. 成長する中で、私は親が許さないようなことをして「度を超してしまった」ことがある。\*
3. もっと頑張ろうと夢中になって何かを成し遂げたことがある。
4. 成長する中で、親をイライラさせたことがよくあった。\*
5. 親から決められた規則には従った。
6. 成長する中で、親が問題視するようなことをしたことがあった。\*
7. 色々なことをやってみると、たいていはうまくやれる。
8. 自分が十分に用心しなかったせいで、困難な状況に陥ったことがある。\*
9. 自分にとって大切なことを成し遂げようとしても、自分の思うようにはうまくいかない。\*
10. 人生において、私は良い方向に前進してきたと感じる。
11. 興味を持ったり、やる気になったりする趣味や活動が今までほとんど見つかってない。\*

---

注) \* は逆転項目を表す。促進焦点は1, 3, 7, 9, 10, 11, 予防焦点は2, 4, 5, 6, 8。

Self-Presentation on Social Media  
The Effect of Regulatory Focus and Privacy Preference

Makoto Nakayama (Faculty of Letters, Kogakkan University)

Abstract

The purpose of this study was to examine the effects of regulatory focus and privacy preference on self-presentation on social media. An online survey was administered to university students, and 131 participants were included in the analysis. Survey participants responded to face items, the Self-Presentation on Social Networking Service Questionnaire, the Multi-dimensional Privacy Scale for Internet Users, and the Japanese Version of the Regulatory Focus Questionnaire. Path analysis revealed a positive effect of "Prevention Focus" on "Information Privacy" and a negative effect of "Promotion Focus" on "Information Privacy". The "Prevention Focus" had a negative effect on "False Self" and a positive effect on "Real Self". The "Promotion Focus" had a positive effect on "Positive Self-presentation" and "Ideal Self". Negative effects of "Information Privacy" on "Real Self" were found. These results were in general consistent with the hypotheses assumed from the previous studies.

Keywords : Social Networking Service, information privacy, promotion focus, prevention focus