

精査可能性モデルの立場からの説得研究の展望 (2)

深田博己・木村堅一¹・牧野幸志²・樋口匡貴³

(2002年9月30日受理)

A review of studies on persuasion from the viewpoint of the Elaboration Likelihood Model (2)

Hiromi Fukada, Kenichi Kimura, Koshi Makino, and Masataka Higuchi

The purpose of this paper was to review studies on persuasion from the viewpoint of the Elaboration Likelihood Model based on Petty & Wegener (1998). The paper consists of the following three parts. 5. Recipient variables: (1) attitudinal variables, (2) demographic variables, and (3) personality/skill. 6. Context variables: (1) distraction, (2) audience reactions, (3) forewarning, (4) anticipated discussion or interaction, (5) channel (message modality), (6) mood, and (7) repetition of the message. 7. Summary of effects of persuasion variables.

Key words: persuasion, Elaboration Likelihood Model, recipient variables, context variables.

キーワード：説得，精査可能性モデル (ELM)，受け手変数，コンテキスト変数

本論文の目的は、深田・木村・牧野・樋口 (1999) に引き続き、D. T. Gilbert, S. T. FiskeおよびG. Lindzeyが1998年に共同編集した最新版 (第四版) の「社会心理学ハンドブック」に収録されているR. E. PettyとD. T. Wegenerの説得に関する展望論文を紹介することである。本稿では、第3節「説得変数」の中の第4項「受け手変数」、第5項「文脈変数」、第6項「説得変数の効果のまとめ」(pp.356-366)を取り出し、その内容を要約して紹介する形をとる。

なお、本論文の引用文献については、原稿制限枚数に収めきれないため、引用文献の項での記述を省略する。引用文献に関する具体的情報に関しては、Petty & Wegener (1998) の引用文献の項を参照してほしい。

5. 受け手変数 (Recipient Variables)

受け手変数とは、説得対象となる受け手が説得事態に持ち込む側面をいう。受け手変数には、態度、人口学的特性、パーソナリティやスキルといった、相対的で永続的な個人の側面が含まれる。

5.1. 態度変数 (Attitudinal Variables)

説得の受け手は、その説得話題に関して初期態度を保有している場合と保有していない場合がある。もし受け手が初期態度を保有しているなら、その態度は強弱の次元で評価できる。ほとんどの文献は、強い態度を扱ってきたといえる (Petty & Krosnick, 1995)。一般に、強い態度は時間的に安定し、反論に対して抵抗力をもち、他の判断や行動への影響力をもつ (Krosnick & Petty, 1995)。強い態度は、遺伝性成分 (Tesser, 1993) や一貫した組織的信念構造 (Chaiken, Pomerantz, & Giner-Sorolla, 1995) などの基盤をもつことがある。また、強い態度を判別するには、知識水準 (Wood, Rhodes, & Biek, 1995)、アクセシビリティ (Fazio, 1995)、自信 (Gross, Holtz, & Miller, 1995) を測定する方法がある。

5.1.1. 態度のアクセシビリティ (Attitude Accessibility)

受け手の初期態度は説得による態度変容にどのような影響をもつであろうか。一般に、初期態度も他の説得変数と同様の役割を果たす。例えば、態度のアクセシビリティを考えてみると、精査可能性が高い場合、態度へのアクセシビリティが高いほど、態度に一致する方向でメッセージ処理に歪みが生じる (Houston & Fazio, 1989)。もちろん、反態度的方向にシフトする可能性は少ない。また、精査可能性が低い場合、態

¹ 名桜大学国際学部

² 高松大学経営学部

³ 松山東雲女子大学人文学部

度へのアクセシビリティが高いほど、その人は顕現化した態度に基づき瞬時に意思決定を行う（態度が周辺的手掛かりとして機能する：Jamieson & Zanna, 1989）。

5.1.2. 話題関連知識 (Issue-Relevant Knowledge)

多くの研究が取り上げた態度変数として、受け手の話題関連知識がある。話題関連知識は「量」と「態度との一致度」で変化する。「知覚された知識」と同様、人が実際に保有する「客観的知識」も検討できる。他の変数と同じく、受け手の知識は多重役割の機能を果たす。例えば、知覚された知識量は、周辺的手掛かりとして機能するが（e.g., 私は専門家だから不快な唱導は拒否する）、それは特に精査可能性が低い場合である。その他に、知識は動機要因（e.g., 私はそのことを今まで聞いたことがなくそれについて知りたい、私はそのことを十分に知っているのだからそれについては飽きた）や能力要因（e.g., 強い論拠の利点や弱い論拠の欠点を理解できる十分な経歴を持っている）のいずれかを經由しても情報処理に影響する。また、知識は説得メッセージが現在の自分の態度と知識に一致するか一致しないかによって、支持あるいは反論するよう動機づけたり、それを可能にしたりすることで情報処理を歪めることがある（Petty & Cacioppo, 1986a; Petty, Priester, & Wegener, 1994）。

最近の研究は、一貫して話題関連知識を多く保有する人がそうでない人より、メッセージを精緻化する傾向が大であり、周辺的手掛かりの影響が小さいことを実証してきた（Wood, Rhodes, & Biek, 1995参照）。加えて、知識を多くもつ人はそうでない人より、反態度的話題に関する説得への抵抗が大であることが示唆されている（Wood, Kallgren, & Preisler, 1985）。それだけでなく、順態度的メッセージの受容傾向が大でもある（Johnson, Lin, Symons, Campbell, & Ekstein, 1995; Wu & Shaffer, 1987）。しかし、研究の多くが知識を操作するよりも測定する傾向にあり、高水準知識と態度にかかわる結果とが類似していることは驚くべきことではない。なぜなら、測定された知識が、このバイアスを生み出す他の変数と同じく、区別できない態度であるからである。もし知識がより安定的で区別可能な変数であれば、そのときは他の動機要因と能力要因から生じたバイアスを伴いながら、情報処理活動の程度を決定するであろう（e.g., Biek, Wood, & Chaiken, 1996を参照）。

5.2. 人口学的特性変数 (Demographic Variables)

5.2.1. ジェンダー (Gender)

初期の研究は、女性が男性より影響されやすい傾向があることを示してきた（e.g., Janis & Field, 1959;

Knower, 1936）。この傾向は、女性に対する社会の同調期待が大きい文化である（Hovland & Janis, 1959）という点や、女性は男性よりメッセージ受容スキルが高い（McGuire, 1969）という点から解釈されてきた。また、性差は影響力の行使者の性別にも起因している（Weitzenhoffer & Weitzenhoffer, 1958）。McGuire (1968) は、当時多くの研究で用いられた実験材料が男性によって作成されていた事実に性差の原因があると考察している。

最近の分析によれば、男性研究者が研究を実施したり、あるいは、影響力を集団圧力状況で測定したりする場合に、性差が顕著になるという（Cooper, 1979）。社会的背景により、男性は女性より女性からの承諾を効果的に得ることができ、女性は男性より社会的調和に関心をもっていることが原因かもしれない（Eagly, 1978; Eagly & Wood, 1991）。

だが、文化的要因が性差のすべてを説明するとは限らない。男性と女性では被説得性が高まる説得話題の性質、説得話題に関する態度（Cacioppo & Petty, 1980; Sistrunk & McDavid, 1971）、説得力をもつ論拠（Fink, Rey, Johnson, Spenner, Morton, & Flores, 1975）に違いがあることが考えられる。

5.2.2. 年齢 (Age)

年齢と被影響性との関係は、検査が子どもに虐待の事実はなかったと証言するよう働きかけたとの告発をきっかけに、1990年代から引き続き関心が持たれてきた。初期の研究では、年齢の異なる人々に暗示や催眠検査を試行することで被影響性を検討してきた。子供は暗示にかかりやすいという結果が得られたが（e.g., Messerschmidt, 1933）、最近の研究もこの結論を支持している（e.g., Ceci & Bruck, 1993）。別のアプローチでは、若年者と高齢者において時間的な態度の安定性を比較検討しているが、一般に、若年者よりも高齢者の方で態度が安定していることが示されてきた（e.g., Alwin, Cohen, & Newcomb, 1991）。

年齢と被影響性の関係性には多くの仮説が提出されている。例えば、人々が成長するに伴い被影響性は減少する（e.g., Glenn, 1980）、成長に伴う被影響性の減少は漸進的ではなく突然やってくる（Mannheim, 1952）、若年者と高齢者が最も影響を受けやすく、その変化は曲線的である（e.g., Sears, 1981）、といった仮説である。しかしながら、高齢者において被影響性が増加した結果は、測定誤差の増加が原因であることを示す証拠もある（Krosnick & Alwin, 1989）。

年齢と態度変容の関係性の規定因 Sears (1986) は、若年者の方が高齢者より説得されやすいという一般的合意がなりたつ理由として、典型的な実験室実験

に参加する大学生の母集団が、一般に態度変容しやすいために過大評価されるからだと論じた。だが、年齢は被説得性の直接的な原因ではないとも考えられる。むしろ、年齢と関連する多くの要因が年齢と態度変容との関係性を規定し、大学生の母集団でも先の要因のほとんどを検討できる (Petty & Cacioppo, 1996)。例えば、若年者の態度の不安定さは、若年者が高齢者より他者から反論をよく受けるためかもしれない (Tyler & Schuller, 1991)。成長に伴う話題関連知識の増加も年齢差の原因の一つかもしれない。さらに、「年寄り賢い」などの信念も高齢者の説得への抵抗力が高まる原因かもしれない。年齢が異なれば、関心のある話題や説得力をもつ論拠の性質も異なってくる。これらの概念的問題は、大学生の母集団を用いても研究できることが重要である。

5.3. パーソナリティ/スキル (Personality/Skill)

評価や態度形成に関連するパーソナリティの個人差は、最近取り上げられないが (Jarvis & Petty, 1996)、被説得性 (susceptibility) といったパーソナリティ変数に関する研究は、若干の成功を収めてきた (e.g., Hovland & Janis, 1959; Eagly, 1981参照)。様々な暗示検査に対する個人の反応が、被影響性と小さな正の相関をもち (Eysenck & Furneaux, 1945; Hilgard, 1965)、同調状況に対する反応も同様の結果を示した (Abelson & Lesser, 1959)。さらに、多くの具体的な特性も説得効果と関係していた：不確実志向性 (Sorrentino, Bobocel, Gitta, Olson, & Hewitt, 1988)、外的-内的統制 (e.g., Sherman, 1973)、公的-私的自己意識 (Carver & Scheier, 1982)、思考停止欲求 (need for closure: Kruglanski, Webster, & Klein, 1993)。

5.3.1. 知性 (Intelligence)

初期の研究では、知性と被影響性との関係性は、正の関係 (e.g., Cooper & Dinerman, 1951)、あるいは負の関係 (Crutchfield, 1955) の両方が見いだされてきた。McGuire (1968) は、受容 (reception) あるいは追従 (yielding) のいずれのプロセスが重要になるかによりこの関係性が決定されると論じた。例えば、複雑だが説得力のあるメッセージでは、「受容」の重要性が高まり、知性と説得効果はポジティブな関係となる。他方、単純なメッセージでは、「追従」の重要性が高まり、知性が高い人はより抵抗するため、知性と説得効果はネガティブな関係をもつ (Eagly & Earren, 1976)。

ELM からの解釈 知性と説得に関する文献のメタ分析から、受け手の知性が高いほど説得効果が低減することが明らかとなった (Rhodes & Wood, 1992)。

また、知覚された知性は考える動機づけが低い場合に周辺的手掛かりとしても機能する。例えば、「送り手よりも私の方が知的であるのに、なぜ私が意見を変える必要があるのか？」という理由づけをする人がいるかもしれない。メッセージが複雑な場合には、源泉がより有能とみなされるため、この影響はより小さくなるであろう。

5.3.2. 自尊心 (Self-esteem)

人が自分自身に対してもつ全体的尊敬、いわゆる自尊心は、McGuire の受容/追従分析で検討されてきた。自尊心と被影響性との関係性は、正の関係 (e.g., Berkowitz & Lundy, 1957) あるいは負の関係 (e.g., Janis, 1954) の両方が見いだされてきた。McGuire (1968) によると、自尊心と被影響性との関係性は、「受容」が優勢な場合は正の関係、「追従」が優勢な場合は負の関係になるという (Nisbett & Gordon, 1967)。もし両方の過程が自動的に生じれば、そのときは自尊心と被説得性との関係性は曲線的になることが予想される。

ELM からの解釈 文献のメタ分析はこの曲線関係を支持したけれども (Rhodes & Wood, 1992)、受容/追従モデルが、これらのデータの最もよい説明を提供しているか完全には明らかではない。例えば、Skolnick & Heslin (1971) は、自尊心と説得との間に正の関係を見いだした研究と負の関係を見いだした研究に分類し、負の関係を見いだした研究よりも、正の関係を見いだした研究でより説得力のある論拠を用いていたことを発見した。この結果は、論拠の質が自尊心の低い人よりも高い人の態度を決定する際に重要であり、自尊心の高い人が自信をもって説得メッセージを精査する傾向が高いことが原因であると考えられる。

5.3.3. セルフモニタリング (Self-monitoring)

Snyder (1974) は、所与の状況で社会的に賞賛される行動をほめかす手掛かりに非常に敏感である高セルフモニターと、自らの内的な信念や価値によってより多く影響を受ける低セルフモニターを区別している。高セルフモニターと低セルフモニターとでは、多くの重要な点で異なる。例えば、内的信念は低セルフモニターにとって重要性が高いため、認知的不協和効果が生じやすい (Snyder & Tanke, 1976)。

セルフモニタリング研究の多くが、態度が異なる機能を果たすことを検討してきた (Katz, 1960; Smith, Bruner, & White, 1956)。そして、高セルフモニターと低セルフモニターを対象とし、彼らの態度機能に適合するメッセージ (適合しないメッセージ) が、説得効果を高めるであろうという考えを検討してきた。具体的には、高セルフモニターでは、態度が社会的適応機能を果たすので、説得に従うことで達成可能な社会

的イメージを主張する論拠に特に影響を受けやすいであろう。一方、低セルフモニターでは、態度が価値表出機能を果たすので、話題の問題あるいは根本的利点や真実を主張する論拠に影響を受けやすいであろう。これらの考えを検証した結果、予測に一致していた (e.g., DeBono, 1987; Lavine & Snyder, 1996; Snyder & DeBono, 1989)。

ELMからの解釈 Petty & Wegener (1998) は、メッセージの論拠が強い場合、機能的な一致は、説得を促進するように機能するが (機能的立場をとる理論家によって仮定されたように)、メッセージ論拠が弱い場合には、説得を抑制する方向で機能すると考えた。この結果を支持する証拠のいくつかはDeBono & Harnish (1988) により提出されてきた。Petty & Wegener (1998) は、高セルフモニターと低セルフモニターに論拠 (強、弱) を含む主張 (イメージ、本質) を読ませた。その結果、仮説に一致して、メッセージが態度の機能と不一致な場合よりも一致する場合に、論拠の精査が態度に影響を及ぼすことが明らかとなった。

ELMによると、機能的適合は、説得事態における他の要因によっても、メッセージが精査される程度に影響を及ぼす。もし状況により精査可能性が低まるのであれば、機能的適合は、説得を促進する単なる手掛かりとして機能するであろう。一方で、状況により精査可能性が高まるなら、態度の機能とメッセージ内容が一致することは処理にバイアスをかけるであろう (特に、メッセージが曖昧な特徴を備えている場合: Lavine & Snyder, 1996)。

5.3.4. 認知欲求 (Need for Cognition)

認知的動機の個人差測定に関するCohen (1957) の先駆的研究にならい、CacioppoとPetty (1982) は、思考動機の個人差測定尺度を認知欲求尺度 (the need for cognition scale) と名づけた。認知欲求の高い人は、認知活動を楽しみ、機会があれば認知活動に携わる。認知欲求の低い人は、状況がそれを求めているにもかかわらず、努力して考えることを避ける認知儉約家である (Cacioppo, Petty, Feinstein, & Jarvis, 1996 の展望参照)。

ELMからの解釈 認知欲求の高い人は、説得的メッセージにおける実質的な論拠によって影響されやすく (e.g., Cacioppo, Petty, & Morris, 1983)、単純な周辺の手掛かりに影響されにくい (e.g., Haugtvedt, Petty, & Cacioppo, 1992) というELMの考え方は支持されている。さらに次の結果も重要である。第一に、認知欲求が高い人は、思考が広範囲にわたると、必ずしも客観的でなくなる。事実、2つの研究が、ムードが認知欲求の高い人の思考内容に有意なバイアスを生じさ

せる証拠を見いだした (Petty, Schumann, Richman, & Strathman, 1993; Wegener, Petty, & Klein, 1994)。第二に、メッセージが自我関与を高める場合 (Axson, Yates, & Chaiken, 1987)、あるいは送り手が信用できない場合 (Priester & Petty, 1995)、あるいはメッセージ内容が意外な場合 (Smith & Petty, 1996) は、認知欲求が低い個人さえ、メッセージの論拠を精査し、手掛かりに依存した判断を避けるよう動機づけられることが示されている。

認知欲求と態度の極性化 2つの相反する結果が生じたが、最初は、単純な思考効果 (自らの態度を考えると態度の極性化が生じる; Tesser, 1978参照) に関するものである。認知欲求の高い人は、保持している態度のことを考えるほど、その方向に態度の極性化が生じると予想される。ある研究ではこの予測が支持されたが (Smith, Haugtvedt, & Petty, 1994)、別の研究では反対の結果が見いだされた (Leone & Ensley, 1986)。Lassiter, Apple, & Slaw (1996) は、次のように考察している。被験者が自らの態度について考えるよう教示された場合 (Leone & Ensleyの場合)、認知欲求の低い人は高い人よりも態度の極性化が大であったが、考えるよう明確な教示がなかった場合 (Smith et al., 1994の場合)、認知欲求の高い人は低い人よりも態度の極性化が大であった。このことから、認知欲求の高い人は、考えるよう明確な教示があった場合、問題の全側面を考慮し、そのため極性化よりも中庸化を示すことを示唆している。

認知欲求と初頭/新近効果 第二の相反する結果は、初頭効果と新近効果に関するものである。認知欲求の高い人は低い人よりも初頭効果が生じやすいことを示した研究がある (Kassin, Reddy, & Tulloch, 1990)。この結果は、先行情報について考える量が多いと、後続情報への反駁や拒否を促進するといった初期に提出された考え方に一致するものであった (Haugtvedt & Petty, 1992; Haugtvedt & Wegener, 1994)。だが、別の研究では、認知欲求の低い人の方が高い人より初頭効果が生じやすいことが見いだされた (Ahlering & Parker, 1989)。この結果は、思考量が少ない場合、先行情報で立ち往生し、後続情報を無視するために初頭効果が生じるといった考え方を支持する (Kruglanski & Freund, 1983)。Petty & Jarvis (1996) は、高思考条件で初頭効果を見いだした研究が、①被験者に2つの明確な側面 (e.g., 審判での起訴と弁護: Kassin et al., 1990; 賛成意見と反対意見: Haugtvedt & Wegener, 1994) を提示していた事実、②前半と後半の送り手が異なるという事実から解釈が可能だとした。反対に、低思考条件で初頭効果が認められやすいという研究では、情

報を明確に2側面に分離していなかった。むしろ情報は連続的に提示された (Ahlering & Parker, 1989)。メッセージが2つの明確な側面に分かれている場合、メッセージの前半で熟慮した意見を形成しやすく、後半のメッセージを処理する際にバイアスがかかる。明確な側面に分かれていない場合、多く思考する人は、判断を表明する前にすべての情報を処理しやすいであろう。そのため初頭効果が減少してしまう。

6. 文脈変数 (Context Variables)

文脈は、コミュニケーションが呈示される場面に関係するあらゆる要因を指す。これは、コミュニケーション場面で呈示されるディストラクションや、メッセージの反復、環境がもつ快あるいは不快な雰囲気、メッセージ内容の予告の有無、他者との討論を予期するかどうか、などの特徴を含む広いカテゴリーの変数である。

6.1. ディストラクション (Distraction)

説得を受けると同時に、1つあるいはそれ以上の他の課題に取り組んだり、または理解を妨害する刺激に直面したりするのは日常的なことである。Festinger & Maccoby (1964) は、ディストラクションが反論の生起を妨害することで説得を増加させようと主張した。初期の研究では、その証拠として、注意が気を散らす出来事に向けられるのではなく、メッセージに向けられるときに、ディストラクションの増加が説得の増加を引き起こすこと (e.g., Insko, Turnbull, & Yandell, 1974)、また、ディストラクションの増加が反論を減少させること (e.g., Osterhouse & Brock, 1970) を提出してきた。

思考妨害仮説 Petty, Wells, & Brock (1976) は、ディストラクションに加えて論拠の質の操作をすることで、ディストラクションについてのより一般的な思考妨害 (thought-disruption) という見解を検証した。その見解に従うと、ディストラクションは、生じる認知がどのようなものであろうとそれを減少させるはずである。そこで、もしディストラクションが存在しないときの優勢な認知反応が好意的なものであるならば、そのときディストラクションはこうした好意的思考を妨害し、説得を減少させるはずである。しかし、もしディストラクションが存在しないときの優勢な認知反応が非好意的なものであるならば、そのときディストラクションはこうした非好意的思考を妨害し、説得を増加させるはずである。データはこの仮説を支持した。それと同時に、この研究は、説得の認知反応モデルに対する強力な支持を提供した。

ディストラクションに加えて説得手がかりの操作を行った Kiesler & Mathog (1968) は、ディストラクションが低いときよりもむしろ高いときに、信憑性の低い源泉に比べて信憑性の高い源泉の方がより好ましい態度をもたらすことを見いだした。ディストラクションの1つの皮肉な効果は、人々が嫌っている立場を好きにさせることである。ある研究では、学生はメッセージの結論を信じないように努力することを要請された。気を散らされるときには、信じないように努力した学生は、そうすることに何の問題もなかった。しかし、気を散らされたときには、信じないように努力した学生は、逆にメッセージの結論に対して好意的になった。それはおそらくディストラクションが好ましくない信念を抑圧することを妨げたからであろう (Wegener, 1994 参照)。

6.2. 聴衆の反応 (Audience Reactions)

説得的メッセージに直面するとき、メッセージの他の受け手はメッセージに対する同意あるいは不同意の反応を提供する。例えば、Axson et al. (1987) は、録音された聴衆の反応を伴う、強いあるいは弱いメッセージを被験者に呈示した。メッセージによる唱導 (投獄に対する二者択一の選択としての執行猶予) は、個人的関連性が高い (被験者自身が住む州で考えられている)、あるいは個人的関連性が低い (遠方の州で考えられている)、と導入された。加えて、被験者は認知欲求の高群と低群に分類された (Cacioppo & Petty, 1982)。精査可能性が最も低いとき (すなわち、個人的関連性と認知欲求が共に低いとき)、聴衆の同意反応 (録音された一貫して熱狂的な賞賛) は、聴衆の不同意反応 (一貫しない希薄な賞賛) に比べて、より好意的な態度を生じさせた。これに対して、精査可能性が高いとき (個人的関連性、認知欲求のいずれか、あるいはその両方が高いとき)、聴衆の反応は態度の好意度に効果をもたなかった。その代わりに、これらの条件下では、メッセージの質のみが態度に影響した。つまり、精査可能性が低いときには、聴衆の賞賛は説得の手がかりとして作動したが、精査可能性が高いときには、聴衆という手がかりはほとんど効果をもたなかった。

「やじ」の効果 先の研究では、強いあるいは弱い明瞭なメッセージが使用された。しかしながら、もしあいまいなメッセージが使用されたならば、高精査条件では情報処理におけるバイアスの証拠を発見できたかもしれない (人は、メッセージの他の受け手があいまいな論拠に同意しているように思える理由を探すので)。高精査条件下で聴衆反応による潜在的にバイアスのかかった情報処理に関連する研究として、Petty &

Brock (1976) は説得に及ぼす「やじ」の効果を研究した。その結果、スピーカーがやじる人々を無視し、無関連な反応をするときの方が、やじが起こらないときに比べて、聴衆はメッセージへの同意を示すことが少なかった。それはおそらく、他者がメッセージに対する反論を声に出すときの、ネガティブにバイアスのかかった情報処理のためであろう。しかし、源泉（スピーカー）がやじる人々に対して関連のある反応を返したときには（反論に対して反論すること）、これがやじの有害な効果を減少した。

もちろん、やじ以外の聴衆反応も研究されうる。それらのうちのあるものは、もし他の要因が情報処理を高い水準あるいは低い水準へと制約しないならば、メッセージ処理の量に影響を及ぼす可能性のある聴衆反応もある。例えば、メッセージがおもしろいか又は重要であるか、おもしろくないか又は重要でないか、を伝達するような聴衆の反応を想像することができる。そのような聴衆反応は、別の聴衆メンバーがメッセージを処理する量に特に影響しうるであろう。

6.3. 予告 (Forewarning)

人々は、メッセージが唱導する立場や、送り手の説得意図のいずれかをすでに知っているときに、説得メッセージを受け取ることもある。両方の予告のタイプを含む研究もあるが (e.g., Brock, 1967), Papageorgis (1968) によると2つのタイプは概念的に区別される。実際、ほとんどの研究は、それぞれの予告タイプの効果を独立的に検討してきた。

6.3.1. 立場の予告 (Forewarning of Position)

説得の立場についての予告が、話題に関する現在の意見（初期意見）を支持する情報を考えるように人々を動機づけ、また、メッセージを予期して反対の立場に反論するように人々を動機づけることに McGurie & Papageorgis (1962) は注目した。もし、これが正しければ、予告とコミュニケーションとの間に時間があるかないかが後続メッセージへの抵抗に差異を生じさせるはずである。予測と一致し、10代の運転に反対するメッセージについて10代の学生に予告することは、もし予告がメッセージの直前に与えられる場合には、メッセージへの抵抗をほとんどもたらさないが、もし予告がメッセージの10分間前に与えられるならば、有意に大きい抵抗をもたらした (Freedman & Sears, 1965; Hass & Grady, 1975)。

説得立場の予告効果のメカニズム 反態度的メッセージ内容について予告されるときの方が、それを予告されないときに比べて、有意にソート・リスティングで予期的反論が大きくなる証拠を示すことによって、ま

た、警告後メッセージ前の位相で集中的なネガティブ・ソートを表す生理的活動の増加を示すことによって、Petty & Cacioppo (1977) は予期的反論の立場に対する付加的な支持を見いだした (Cacioppo & Petty, 1979a)。加えて、Petty & Cacioppo (1977) は、攻撃的アピール（反態度的説得アピール）に対する抵抗を生じさせるのは予告それ自体ではなく、むしろ態度に関連する知識の活性化と熟考であることに注目した。すなわち、攻撃的メッセージ（説得的メッセージ）への接触に先行する、態度に関連する知識の活性化（すぐあとに接するメッセージ内容について人々に警告することなく、説得話題に関する思考をリストするように彼らに頼むことによって達成される）は、予告の場合と同じように、アピールへの抵抗を生じさせるのに十分であった。

人々がメッセージの立場を予告されるとき、態度に関連する知識の活性化が抵抗の原因であるという考えと一致して、ある話題に関するメッセージがそのメッセージの受け手にとって個人的に重要であるときあるいは関与のあるときにのみ、抵抗が生じることが示されてきた (Apsler & Sears, 1968)。動機づけ要因と能力要因の重要性を証明しつつ、話題への個人的関与があってディストラクションのないときに、反態度的話題に関するメッセージの立場についての予告がメッセージへの抵抗をもたらし、強い論拠と弱い論拠の両方に対して非好意的な思考を生じさせることを、Chen, Reardon, Rea, & Moore (1992) は見いだした (Freedman, Sears, & O'Connor, 1964; Romero, Agnew, & Insko, 1996も参照)。

6.3.2. 説得意図の予告 (Forewarning of Persuasive Intent)

コミュニケーションが何についてのものであるかが分からなければ、人は予期的反論を生じることができない。そこで、説得意図の予告の効果を説明するための別のメカニズムを探さねばならない (Cacioppo & Petty, 1981参照)。説得意図の予告がメッセージの立場の予告と異なる作用をするという実験的証拠は、予告とメッセージとの間の時間量に関わらず、意図の予告は同程度に効果的である、というものであった (e.g., Hass & Grady, 1975)。説得しようという意図は、考える自由あるいは行動する自由の制限意図とみなしうる。もしそうであれば、そうした予告の受け手は、いったん説得アピールに接し始めると反論を生じさせるリアクタンス (Brehm, 1966) を経験するであろう (アピールの話題がわかるまで反論は生じ始めることはない；予告されたメッセージの受け手と予告されなかったメッセージの受け手が異なるリアクタンス

を自己報告した Fukada, 1986参照)。

説得意図の予告効果のメカニズム メッセージ接触中の反論が説得意図の予告効果の原因であるかどうかを検討するために, Cacioppo & Petty (1979a) は, 説得話題の個人的関連性の高低を操作し, 説得意図の予告の有無を操作したあとで, 大学4年生の包括的試験の新設を論じているメッセージを受け手に呈示した。その結果, 予告は唱導方向への好意的意見を減少させたが, それが有意であったのは話題の個人的関連性が高い場合だけであった。これは, 予告が単純な排斥手がかりとして作用するのではなく (排斥手がかりは関連性の高いときより低いときに作用する), 個人的関連性の高いときに生じる情報処理にバイアスを与える作用を示唆した。すなわち, 予告が存在しないときには, 関連性は情報処理を促し, メッセージ中の強い論拠の受容を増加させる。しかし予告が存在するときには, 関連性はネガティブなバイアスのかかった情報処理を促す。

説得意図の予告がメッセージの情報処理にバイアスを与えるという見解に対する付加的な支持は, 警告がメッセージ後でなくメッセージ前に呈示されること (Kiesler & Kiesler, 1964) や, メッセージの受け手がメッセージ呈示中に気を散らされていないときのみ, 警告が説得への抵抗を生じさせること (Watts & Holt, 1979) を証明する研究から得られる。

6.4. 討論あるいは相互作用の予期 (Anticipated Discussion or Interaction)

人々が誰かと相互作用するように, あるいはそうした人に対して責任をとるようにより頼まれるときに, 意見がどのように変化するかを検討した多くの研究がある。一般的に, 他者に対して責任があると感じる時, あるいは他者に対して自分の立場を正当化しなければならぬと感じるとき, 人々は自分の社会的体面が心配になり始める (Cialdini, Levy, Herman, Kozlowski, & Petty, 1976; Leippe & Elkin, 1987; Tetlock, 1992)。

状況によって変化するバイアスの方向 人が好意的な印象を最大化するしかたは, 状況によって変わる。特に重要でない, あるいはいくらか熟知性の低い話題について討論することあるいは責任をとることを期待される場合を最初に考えてみる。①聴衆の意見がわからない場合は, 最も正当な立場を採用しようと試み, その話題に関して呈示されるどのような情報についても, 人々は勤勉に考える傾向がある (Chaiken, 1980; Petty, Harkins, & Williams, 1980; Tetlock, 1983)。しかし, もしなにも情報が呈示されない場合や聴衆の

意見がわからない場合には, 聴衆との相互作用を予期して, 中立的なそしておそらく防衛可能な立場を人々は採用する傾向がある (Cialdini et al., 1976)。②聴衆の意見がわかっているときには, こうした聴衆に対するコミュニケーションは, 聴衆の意見に好意的な方向でバイアスをかける傾向があり, 人々は自分の意見を, 聴衆が保持していると期待する意見の方向へと変化させる傾向がある (e.g., Chen, Shechter, & Chaiken, 1996; Higgins & McCann, 1984; Tetlock, 1983)。

逆に, 話題が重要であるかあるいは人々が特定の立場にあらかじめコミットメントをもつときには, 特に, 話題に責任をとることあるいは討論を期待することは, 人々に彼らの初期立場を正当化するように導く (Lambert, Cronen, Chasten, & Lickel, 1996; Tetlock, Skitka, & Boettger, 1989)。そして, そうした正当化は態度の中庸化よりもむしろ態度の極化を引き起こしうる (Cialdini et al., 1976; さらなる考察のためにCialdini & Petty, 1981とTetlock, 1992を参照)。

6.5. チャネル (メッセージ・モダリティ) (Channel (Message Modality))

説得メッセージは, 多くのメディアを通して, さまざまな方法で呈示できる。社会心理学的研究で呈示されるメッセージはしばしば印刷 (紙あるいはコンピュータ画面上の), 録音テープ, ビデオテープというメディアを利用するが, これらのメディアの違いは自己ペース呈示と外的ペース呈示という違いを概念的に含んでいる。印刷メッセージは典型的な自己ペース型メッセージである (e.g., Chaiken & Eagly, 1976; 1つの例外はMackie & Worth, 1989参照)。録音テープあるいはビデオテープで呈示されるコミュニケーションは, 受け手以外の誰かによってコントロールされている外的ペース型メッセージである (e.g., Andreoli & Worchel, 1978; Chaiken & Eagley, 1976)。

ELMによる解釈 コミュニケーション・モダリティの違いを検討した研究はほとんどないが, 関連する研究のほとんどは, メッセージを提示する方法によって精査の程度が異なると示唆している。期待どおり, 自己ペース型メッセージは, 外的ペース型メッセージよりも, 概して詳しく精査される。例えば, Chaiken & Eagley (1976) が被験者に複雑で説得力のあるメッセージを呈示したとき, メッセージが録音テープあるいはビデオテープ (外的ペース型) の場合よりも印刷 (自己ペース型) の場合の方で, メッセージが説得の増加とメッセージ論拠の再生の増加をもたらすことを見いだした。これには, メッセージ論拠が強いとの仮定が必要である。

加えて、送り手の信憑性あるいは好感度のような周辺の手がかりは、メッセージが印刷の場合（自己ペース型）よりもビデオテープの場合（外的ペース型）に、より大きい説得力をもつ傾向がある（e.g., Andreoli & Worchel, 1978; Chaiken & Eagley, 1983）。これらの効果は、上で述べたように外的ペースのときに、複雑な材料を処理することが困難であることが原因であるが、メッセージのさまざまなバージョンに対する源泉手がかりの顕現性も部分的な原因である。源泉が話す場面（settings）、人や場面がメッセージを伴って明瞭に描かれるとき（それはメッセージが録音テープではなくビデオテープのときに起こりうる）、人や場面についてのそうした特徴がメッセージの受け手に真に影響をもちうる。結局、メッセージのモダリティ自体は、バイアスのかかった処理の手がかりあるいは規定因として作用する。その結果、例えばテレビよりも印刷媒体（e.g., 新聞、書籍、雑誌）に見られるメッセージに印象づけられる人々が出てくる。

6.6. 気分 (Mood)

人を取り巻く環境内の多くの出来事や状況がその人の感じ方（気分）を変化させうる。説得に及ぼす気分の効果に関する実証的研究においては、メッセージ接触の前に一般的に非常に快あるいは不快な印刷材料、録音テープ材料あるいはビデオテープ材料を受け手に与えることによって、すなわち、受け手の気分が快、不快あるいはニュートラルである説得文脈を設定することによって、気分操作は行われてきた。肯定的気分と否定的気分の効果は、精査可能性のレベルと交叉させて検討されてきた。

ELMによると、気分は他の諸変数と同じように多重役割を果たしうる（Petty, Gleicher, & Baker, 1991）。したがって、話題関連思考の可能性が低いときには、人の気分は周辺の過程によって態度に影響するはずである。こうした見解と一致して、気分と説得に関する初期の研究は、態度対象と人の感情状態との間の直接的連合に関する古典的条件付けの考え方によってしばしば導かれた（e.g., Griffitt, 1970; Zanna, Kiesler, & Pilkonis, 1970）。最近では、気分の原因を説得メッセージあるいは態度対象へ誤って帰属するという単純な過程によって、感情状態が態度に影響すると仮定してきた（e.g., 私はメッセージの唱導に好意的あるいは賛成なので、良い気分には違いない：Petty & Cacioppo, 1983; Schwarz, 1990参照）。重要なこととして、精査可能性が高いときより低いときに、態度に及ぼす気分のこうした直接的効果が生じやすいように思われる（e.g., Gorn, 1982; Petty et al., 1993）。

メッセージ処理に及ぼす気分の効果のメカニズム
精査可能性が増加するほど、気分は異なる役割をとる（Forgas, 1995参照）。特に精査可能性が中程度以上のときには、気分が論拠の精査の程度に効果をもつことが示されてきた。対立する論理的立場が、メッセージ処理に及ぼす気分の効果を説明するために提案された。「認知的キャパシティ (cognitive capacity)」および「情報としての感情 (feeling-as-information)」という見解は、共に幸福な感情がメッセージ内容の処理を妨害すると予測する（Mackie & Worth, 1991; Schwarz, Bless, & Bohner, 1991）。認知的キャパシティ理論の場合、人の注意力を占有して、受け手に入ってくる情報を処理することができなくなるような、記憶中の肯定的ソートに幸福な気分は活性化するので、幸福な感情がメッセージ処理を妨害すると考える（Mackie & Worth, 1989, 1991）。これに対して、情報としての感情理論の場合、否定的な気分は環境中の何かが悪くて、何らかの行動が必要であるという信号であるが、肯定的な気分は環境の探査が必要でないことを示しているという（Schwarz, 1990）。こうした理由で、否定的な状態は一般的に環境中の問題に対処するために方略を積極的に処理させるが、肯定的な状態はそうさせない（なお、積極的な処理を必要とするような他の目標が顕在化する場合には、肯定的な状態でも積極的な処理がなされる：Bless, Bohner, Schwarz, & Strack, 1990参照）。これらの理論が多くの研究に対する説明に使用されてきたが、情報処理に及ぼす気分の効果を研究する説得実験の全てが反態度的メッセージあるいは抑圧的メッセージを使用してきた（e.g., 酸性雨、銃コントロール、学生の授業料値上げなどのような話題：Wegener & Petty, 1996のレビュー参照）。この理由からも、中立あるいは悲しい状態の人に比べ、幸福な人は自分の行動の快楽の結果に対しより多くの注意を払うという可能性があり、幸福な人のメッセージ処理の低下を説明することができる。もしこの考えが正しければ、幸福な人は意気消沈させられると知覚される活動を特に避け、意気を高揚させる活動に従事する。快楽的報酬（つまり、活動に従事した後で気分が良くなること）は、悲しい状態よりも幸福な状態において行動の快楽の結果の探査に随伴するという過程を見いだすことで、Wegener & Petty (1994) はそうした快楽的随伴性の考え方を発展させた。

快楽的随伴性の考え方を支持する研究 Wegener, Petty, & Smith (1995, 実験1) は、順態度的メッセージの使用が、ニュートラルな人々よりも幸福な人々の方でより大きいメッセージ処理を導くことを見いだした（これは認知的キャパシティ理論と情報として

の感情理論のいずれによっても予測されない)。Wegener et al. (1995, 実験2) は、同一の論拠が順態度的 (意気高揚的) 立場か反態度的 (意気消沈的) 立場のいずれかを支持するために使用できるように、メッセージの冒頭部分を操作し、そして、意気消沈する提案を提出するときよりも意気高揚する提案を提出するときの方が、幸福な人々の論拠の処理は増加するが、意気消沈的な序か意気高揚的な序かにかかわらず悲しい人々のメッセージ処理は同程度であることを見いだした。別の視点からまとめると、この結果は、快樂的随伴性の考えがメッセージ処理に及ぼす気分のこれまでの効果を説明することが可能であると示した。すなわち、話題に関する意気消沈的バージョンが使用されたとき (e.g., Bless et al., 1990; Mackie & Worth, 1989), 幸福な人々は悲しい人々よりもメッセージを少なく処理する。しかしながら、話題に関する意気高揚的バージョンが使用されたとき、同一の論拠は悲しい人々よりも幸福な人々によってより多く処理された。

したがって、幸福な人々は、ニュートラルな人々や悲しい人々に比べて、いつでも少なく情報を処理するわけではないように思われる。むしろ、幸福な人々は、課題が人々を幸福に保つことができる (あるいは気分を悪くさせない) とみなされる程度に応じて、認知的課題に従事する。この見解は、幸福な気分が説得領域外のいくつかの領域における認知的活動を高めた理由を説明する (e.g., 創造的問題解決の促進, Isen, Daubman, & Nowicki, 1987; ターゲット・ペア間の類似性と差異の生起の増加, Murray, Sujana, Hirt, & Sujana, 1990)。

ELMからの解釈 多重役割の枠組内で、もし背景要因が精査可能性を極端に高くしたり低くしたりさせないならば、認知的処理の量に及ぼすそのような効果が生じる可能性は最も高い。精査可能性が高くて、人々がメッセージ論拠をすでに処理しつつあるときには、感情状態は心に浮かんでくるソートの性質に影響することによって態度に影響しうる、と ELM は仮定する。肯定的な気分は記憶からの肯定的な材料の検索を促進し、否定的な材料の検索を抑制しうる (e.g., Blaney, 1986; Bower, 1981; Isen, 1987参照)。したがって、メッセージ処理中の人の気分は、生じる認知的反応の好ましさに関係づけられる。こうした可能性に対する支持が多くの研究で見いだされてきたが (e.g., Breckler & Wiggins, 1991; Mathur & Chattopadhyay, 1991), それらの研究の中には明らかに精査可能性が異なるものがある。肯定的気分が精査可能性の高い人々 (すなわち、認知欲求の高い人々の場合に、あるいは高メッセージ関連性条件下で) のソートの好ましさに対し効果を

もち、これらのソートが態度に影響したことを、Petty et al. (1993) は2つの研究で見いだした。これに対して、精査可能性が低いときには、気分はソートの評価値には影響せず、おそらく低努力周辺過程によって直接的に態度に影響した。

これは、肯定的な気分が常に唱導された立場に対してより好意的方向へと処理を歪めるといっているのではないし、否定的な気分が常にメッセージの結論を容れにくくするといっているのではない。例えば、否定的な気分は、肯定的な出来事よりも否定的な出来事の方がよりありうるように思わせることを示してきた (e.g., Johnson & Tversky, 1983), 否定的な気分よりも肯定的な気分の方で肯定的な出来事や行動がよりありうるように思われることを示してきた (e.g., Mayer, Gaschke, Braverman, & Evans, 1992)。したがって、否定的な結果を避けるためにある計画が行われるべきだというステートメントをメッセージ論拠が含んでいる程度に応じて、否定的な気分は精査可能性の高い受け手にこれらの論拠がより強力であると思わせ、それらによってより説得されるよう導く (Petty & Wegener, 1991; Wegener et al., 1994)。

6.7. メッセージの反復 (Repetition of the Message)

態度変化を新しい言語習慣の獲得とみなす説得の諸モデル (e.g., Hovland, Janis, & Kelley, 1953) は、メッセージの反復が説得を促進すると示唆した。しかし、この問題に関する研究は反復効果の変異性を示してきた (Grush, 1976参照)。そして、最も一般的な知見のパターンは、反復の増加と共に初めは同意の増加があり、さらに反復が増加すると同意が減少するというものであった (e.g., Cacioppo & Petty, 1979b)。

二段階モデルからの先行研究の解釈 こうした効果は、メッセージ内容の客観的処理の増加に引き続いて、更なる反復と共に退屈と立腹が生じ、バイアスのかかった情報処理を増加させるという二段階モデル (two-stage model) によって説明できる (Stewart & Pechmann, 1989のレビュー参照)。すなわち、低いレベルの反復の場合、人がメッセージを受け取る回数の増加は、対象や立場の長所を精査する機会を増大させる。このことは、もし論拠が強力であれば (上述された研究の大部分のように)、説得の増加をもたらすが、もし論拠が弱ければ、説得の検証をもたらさず (Cacioppo & Petty, 1989)。メッセージが比較的複雑であるときに (そして退屈になるのに必要な反復数がメッセージの複雑さの程度に関係しているときに) 反復の増加に伴う情報処理の増加は最も明白になる。

反復の増加による退屈効果 ソート・リスティング

研究は、高水準のメッセージ反復の場合に得られた退屈効果 (tedium effect) に関するバイアスのかかった情報処理解釈を支持してきた。例えば、Cacioppo & Petty (1979b) は次のようなことを見いだした。すなわち、強力な論拠への反論は、1回から3回のメッセージ反復では減少するが (中程度の反復の場合における相対的な客観的情報処理の増加と一致する)、同一メッセージの3回から5回の反復では増加する (高水準の反復の場合に立腹やリアクタンスが生じることに一致する)。好意的なソートは逆の二次方程式のパターンを示した。退屈についての不平のようなソートは高水準のメッセージ反復で増加した。反復の増加はメッセージ論拠の再生の増加をもたらすけれども (情報処理の増加を示唆している)、同意を予測するのは、再生量よりもむしろソートの好意度であった。類似した効果がフィールド場面で見られた。例えば、アイスクリーム広告での中程度の反復の場合に、子どもはアイスクリーム製品を最も好み、不快の表出 (e.g., もうみたくない) は高水準の反復の場合に増加する、ということを示した Gorn & Goldberg (1980) は見いだした。

反復の増加による退屈さを減少させ、唱導の効果を増加させ続けるための1つの方法は、メッセージに変化を導入することである。2つの研究で、Petty & Clemons (1990) は次のようなことを見いだした。すなわち、メッセージ処理の可能性が高い場合よりもむしろ低い場合に、反復と交叉させた外観の (周辺的) 変化 (e.g., 広告中の新しい写真) は退屈効果を減少させるのにより大きい役割を果たした。しかし、メッセージ処理の可能性が低い場合よりもむしろ高い場合に、メッセージ論拠の変化 (すなわち、新しい論拠を追加すること) は、反復に伴う説得の増加に対してより大きく影響した。

7. 説得変数の効果の要約 (Summary of Effects of Persuasion Variables)

ほとんどの研究が所与の説得変数に対してまさに1つの役割を検討してきたのが実情であるが、説得変数がとりうる多重役割のそれぞれが、今回レビューされた源泉変数、メッセージ変数、受け手変数、および文脈変数の1つ以上で観察された。例えば、源泉の特性の効果は、精査連続性とは完全に直交したものとして見いだされた。すなわち、源泉要因でもっとも研究されてきた役割は、精査可能性が低い場合の説得手がかりの役割であるけれども、源泉特性は、精査可能性が高い場合に説得にも影響することが示された。しかし、

これは、源泉要因が論拠として処理されたため生じたもの (Petty & Cacioppo, 1984b), あるいはコミュニケーションの処理にバイアスをかけたため (特にメッセージ内の論拠があいまいなとき) 生じたものであった (Chaikin & Maheswaran, 1994)。結局、多くの源泉特性は、背景要因が精査を極端に高くしたり低くしたりしない場合に、説得メッセージの処理の量に影響することが示された (DeBono & Harnish, 1988)。類似した多重役割がメッセージ要因、受け手要因、および文脈要因で観察された。もちろん、既存の研究において1つの役割を果たすことが示された変数もあるし、1つの研究の中で全ての役割が検討された研究は極めて稀である。将来の研究は、諸変数が態度に影響する差異の多重役割をより完全に探究することになるであろう。加えて、多重役割の枠組は、常にユニークな仮説を生じさせてきた。例えば、ディストラクションは情報処理の妨害要因としての役割が研究されてきたが、ディストラクションのために、もし人々がメッセージに注意を向けるのに余分な努力をする必要がある場合には、弱いディストラクションは情報処理の動機づけ要因として役立つ可能性がある。この努力がディストラクションを克服するのに実際に必要な努力よりも大きいのであれば、ディストラクションあり条件の方が、ディストラクションなし条件よりも情報処理が増加する結果となるであろう。加えて、あるディストラクションの形態が当惑させるものならば、それは単純な不同意の手がかりとして働きうるし、あるいは情報処理にバイアスをかける働きをしよう (当惑的なメッセージ反復が情報処理にバイアスをかけることを示してきたように)。

引用文献

- 深田博己・木村堅一・牧野幸志・樋口匡貴 1999 精査可能性モデルの立場からの説得研究の展望(1) 広島大学教育学部紀要 第一部(心理学), 48, 89-98.
- Petty, R. E., & Wegener, D. T. 1998 Attitude change: Multiple roles for persuasion variables. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology*. Vol.1. 4th ed. Boston, Massachusetts: The McGraw Hill Companies, Inc. pp.323-390.

(注) 引用文献については、紙幅 (印刷仕上がり10枚以内) の都合上、省略した。Petty & Wegener (1998) を参照のこと。