

二段階説得に対する単独事前警告と二重事前警告の効果

深田博己

(2004年9月30日受理)

Effects of single and double forewarnings on two-step persuasion

Hiromi Fukada

The purpose of this study was to investigate the effect of single forewarning of the first-step disguised persuasion and the effect of double forewarning both of the first-step disguised and of the second-step concealed persuasion on the disguised persuasion in Experiment 1, and the mediating processes of those effects measuring thoughts by thought-listing method in Experiment 2. Results showed that double forewarning produced resistance to persuasion more than single one did, and that double forewarning produced negative thoughts more than single one did in the postwarning-premessage period.

Key words : single forewarning, double forewarning, disguised persuasion, concealed persuasion, two-step persuasion.
キーワード：単独事前警告，二重事前警告，偽装説得，隠蔽説得，二段階説得

問 題

1. 説得に及ぼす事前警告の効果とその媒介過程

説得的コミュニケーションの呈示に先行して与えられる、説得的論拠を含まない事前情報は事前警告 (forewarning) と呼ばれる。説得に及ぼす事前警告の効果に関する先行研究の多くは、事前警告が後続の説得に対する抵抗 (説得抑制効果) を生じさせると報告してきた (Freedman & Sears, 1965; Fukada, 1986; Hass & Grady, 1975; Petty & Cacioppo, 1977)。事前警告の情報内容は、説得話題と立場 (説得方向) に関する情報と説得者の説得意図に関する情報に大別される (Hass & Grady, 1975; Papageorgis, 1968)。

話題と立場の事前警告は、事前警告後—説得前の位相において後続の説得に対する予期的反論を生じさせることによって、また、説得意図の事前警告は心理的リアクタンスを生じさせることによって、説得への抵抗をもたらすことが報告された (Hass & Grady, 1975)。特に、話題と立場の事前警告が事前警告後—説得前の位相において予期的反論を生じさせるためには、事前警告呈示から説得メッセージ呈示までの間に一定の時間 (時間的遅延) が必要であることが先行研究によって指摘された (Freedman & Sears, 1965; Hass & Grady, 1975)。

他方、事前警告後—説得前の位相で時間的遅延が存在せず、説得直前に与えられた説得意図の事前警告は、説得中の位相で反論を増加させることによって説得への抵抗をもたらすこと (Petty & Cacioppo, 1979) や、説得直前に与えられた説得意図と恐怖喚起意図の事前警告は、説得前に心理的リアクタンスを高め、それが説得中に反論を増加させることによって、説得への抵抗をもたらすこと (Fukada, 1986) が指摘された。

後続の説得に関する事前警告は、送り手にとっては、望ましい説得を妨害する要因という消極的な意味をもつが、同時に、受け手にとっては、望ましくない説得に対する防御手段という積極的な意味をもつ。

2. 説得話題の使用パターン

説得に及ぼす事前警告の効果を検討した先行研究のほとんどは、単一の説得話題を使用しており、一部の研究 (例えば、Watts & Holt, 1979) が複数の説得話題を並行的に使用しているにすぎない。

ところで、説得研究で使用される説得話題の形態に注目してみると、次のような実態が明らかになる。説得研究の分野では、一般的に単一の説得話題を使用し、1回限りの説得の効果を検討する研究が大部分を占める。Petty & Wegener (1998) によると、単一の話題に関して2回以上の繰り返し説得の効果を検討

する領域は2つ存在する。第1は、単一説得話題に関して同一唱導方向の繰り返し説得の効果を検討する領域である（例えば、Cacioppo & Petty, 1979）。ここでは、一回限りの説得と繰り返し説得のどちらが効果的であるか、また、どのくらいの繰り返し説得が最も効果的であるのか、という点に研究の関心が寄せられている。第2は、単一説得話題に関して相反する唱導方向への説得の相対的效果を比較検討する領域である（例えば、Haugtvedt & Wegener, 1994）。ここでは、特定の説得が逆説得に対してどのくらいの抵抗を示すかに関心が寄せられている。

説得研究で複数の話題が使用される場合には、2つの目的が存在する。第1に、特定の独立変数の効果が話題差を越えて普遍的であることを主張したいとき、得られた結果の一般化を狙って複数の話題が使用される（例えば、Self & Rogers, 1990）。第2に、ある特定の独立変数における差異（水準）に話題差が対応するという仮定に基づいて、その独立変数を操作するために異なる話題が使用される（例えば、Gleicher & Petty, 1992）。

3. 二段階説得

ところが、現代社会では、上で述べた従来の説得研究における説得話題の使用形態と全く異なる使用形態が実在することが知られている。例えば、カルト（cult）が民衆を説得してそのカルトに入会させようとする手口には大きな特徴が認められる。最初の段階では、カルトは、受け手の警戒心を弱めるために、説得の送り手がカルトであることを隠し、カルトへの入会を直接働きかけるようなことはしない。第1段階では、例えば「インド・カレーを食べる会に参加しよう」とか「ヨガ教室に入会しよう」と説得する。これらのサークルに入会した人々（第1段階の説得を受容した人々）に対して、カルトへの入会を説得するのが第2段階である。このように2つの段階で行われる説得を二段階説得（two-step persuasion）と呼ぶことにする。第1段階の説得は最終目的とする説得ではなく、手段としての偽装された説得（disguised persuasion）であり、この時点では、第2段階で呈示予定である目的としての説得は隠蔽された説得（concealed persuasion）である。

カルトが使用する二段階説得は、民衆にとって望ましくない説得であり、そうした二段階説得に対する防御手段の開発が要請される。その際、第2段階の隠蔽説得を防御するやり方よりも、第1段階の偽装説得を防御するやりの方が、カルトからの望ましくない説得を遮断するのにより有効であると考えられる。そうした意味で事前警告は後続の説得に対する有効な防御

手段になりうる。二段階説得の場合には、第1段階の偽装説得に対する事前警告と第2段階の隠蔽説得に対する事前警告が考えられる。受け手が第1段階の偽装説得に接する前に、偽装説得に関する事前警告を与える場合（単独事前警告：single forewarning）に比べて、偽装説得に関する事前警告だけでなく隠蔽説得に関する事前警告も併せて与える場合（二重事前警告：double forewarning）の方が、後続の偽装説得に対する抵抗が増加するであろうと予想される。

実験 1

1. 目的

実験1では、二段階説得事態における偽装説得に関する単独事前警告と偽装説得および隠蔽説得の両方に関する二重事前警告とが後続の偽装説得に及ぼす効果を検討する。

なお、実験1では、事前警告効果の有力な媒介要因の1つと考えられる事前警告後一説得前の位相における予期的反論の生起にとって必要条件である事前警告から説得までの時間的遅延の効果を併せて検討する。事前警告後一説得前の位相と説得中の位相における思考の測定法としては、ソート・リスティング法が優れているが、実験1では簡易測定を用いる。実験1で用いる簡易測定の結果は、ソート・リスティング法による測定結果と.44～.49の正の相関関係があると指摘されている（深田, 1999）。

2. 方法

(1) 実験計画と被験者

事前警告変数（二重警告, 単独警告）と事前警告呈示後から説得メッセージ呈示前までの時間的遅延変数（遅延有り, 遅延無し）を独立変数とした。両変数は被験者間変数であった。そして、事前警告を呈示せずに説得メッセージを呈示する統制群Ⅰ（メッセージ有り統制群）と、事前警告も説得メッセージも呈示しないで説得効果の測定のみを行う統制群Ⅱ（メッセージ無し統制群）を設けた。なお、統制群Ⅰは、説得に及ぼす事前警告効果のベースラインを得るために、また、統制群Ⅱは、実験で使用する説得メッセージの説得力を査定するベースラインを得るために設定した。

被験者は女子大学生192人であり、4実験群と2統制群の各々に対して32人ずつを無作為に配置した。

(2) 実験手続き

1) 実験手続きの概要

教示、実験操作、説得メッセージの呈示、従属変数の測定等は、全て小冊子を使用して実施した。ただし教示については口頭でも与えた。実験条件および統制

条件への被験者の無作為配置は、5種類の小冊子の無作為配布の手続きによって行った。時間的遅延の操作に先立つフィルター質問は、時間待ち（時間的遅延）の導入を正当化するために挿入した。その他のフィルター・メッセージやフィルター質問は、実験の進行時間を全条件でそろえるために、また、実験をもっともらしくみせるために挿入した。

2) 教示

被験者に対して次のような主旨の教示を、小冊子の表紙に印刷して示すと同時に、口頭で与えた。この調査は、新聞の折り込み広告チラシに対する印象を調べるものである。そして、小冊子は3つのパートに分かれており、回答時間をそろえるため調査者の指示にしたがって進める。所要時間は、1～2ページのパート1が4分間、3～8ページのパート2が8分間、9～12ページのパート3が5分間である。なお、進行に関する指示は、小冊子の該当ページに「調査者の合図があるまでページをめくらないでください。」と太枠内にゴシック体で印刷して示しておき、実験者が口頭で進行の合図をした。

3) 小冊子の構成

遅延有り実験群：遅延有りの2群における小冊子の構成は、①教示（表紙）、②フィルター質問（第1ページ）、③警告情報呈示と時間待ち指示（第2ページ）、④予期的思考測定および感情反応の測定（第3ページ）と白紙（第4ページ）、⑤説得メッセージ呈示（第5～7ページ）と進行指示（第8ページ）、⑥従属変数の測定等（第9～12ページ）、⑦白紙（裏表紙）の順であった。所要時間は、②③が連続で4分間、④⑤が連続で8分間、⑥が5分間であり、⑥のみ時間延長を認めた。

遅延無し実験群：遅延無しの2群における小冊子の構成は、①教示（表紙）、②フィルター質問（第1ページ）、③時間待ち指示（第2ページ）、④警告情報呈示と感情反応の測定（第3ページ）と白紙（第4ページ）、⑤説得メッセージ呈示（第5～7ページ）と進行指示（第8ページ）、⑥従属変数の測定等（第9～12ページ）、⑦白紙（裏表紙）の順であった。所要時間は、②③が連続で4分間、④⑤が連続で8分間、⑥が5分間（延長可）であった。

統制群Ⅰ：統制群Ⅰにおける小冊子の構成は、遅延有り群の③で警告情報を削除し、時間待ち指示のみを呈示した点と④でフィルター質問を挿入した点を除けば、遅延有り群の小冊子の構成と基本的に同じであった。

統制群Ⅱ：統制群Ⅱにおける小冊子の構成は、①教示（表紙）、②フィルター質問（第1ページ）、③時間待ち

指示（第2ページ）、④フィルター質問（第3ページ）と白紙（第4ページ）、⑤フィルター・メッセージ呈示（第5～7ページ）と進行指示（第8ページ）、⑥フィルター質問（第9～10ページ）、⑦従属変数の測定等（第11～12ページ）、⑧白紙（裏表紙）の順であった。

(3) 実験材料

1) 説得話題と説得方向

説得話題は「体気健康法」（架空の健康法）であり、説得方向は体気健康法教室への入会を唱導するものであった。第1段階の偽装説得がこの体気健康法に関する説得であり、第2段階の隠蔽説得として「ある宗教への入信勧誘」を設定した。

2) 説得メッセージ

体気健康法教室への入会を唱導する説得メッセージは、約2,000字の印刷メッセージであり、2個のイラストを含んでいた。新聞の折り込み広告のチラシから転載したという紹介文を冒頭に設けた。説得メッセージは3つの部分から構成されていた。第1部は、導入部分であり、「『体気健康法』を始めませんか!」という見出しのもとに、「西洋医学の限界」と「自然治癒力を高める方法」の2つの小見出しがあった。第2部は、中国新聞で紹介された「体気健康法」という説明文に続き、中国新聞1996年4月27日号の広告ページの転載の形をとって、「1日10分間の健康法」「心身をみるみるうちに活性化する!」「人気の“体気健康法”の効果を探る!」という見出しのもとに、体気健康法の特徴を強調する広告記事を示した。第3部は、「体気健康法を学ぶには」という見出しのもとに、体気健康法教室への入会のしかたなどを説明する部分であった。なお、メッセージ末尾で、送り手が「体気健康法普及協会」であると示した。

3) 警告操作

事前警告の操作に使用した警告情報は、説得の話題と立場（説得方向）に関する情報と説得者の説得意図に関する情報を組み合わせた情報であった。

単独警告条件：単独警告情報の主旨は次の通りであった。あとで読んでもらう広告チラシは、「体気健康法」という健康法を宣伝する内容のもので、「体気健康法」教室への入会を働きかけようとしており、広告チラシはあなたの考えや態度、さらには行動まで変えようとならっている。すなわち、第1段階の偽装説得に関する「話題と立場」および「説得意図」の事前警告情報であった。

二重警告条件：二重警告情報の主旨は次の通りであった。単独警告情報に加えて、「体気健康法」教室への入会勧誘は表面的な目的にすぎず、広告チラシの本当のねらいは、とりあえず「体気健康法」教室へ入会

させた人々をある宗教へ入信させることであり、その宗教に対する考えや態度、さらには行動まで変えようとするものである。すなわち、第1段階の偽装説得に関する「話題と立場」および「説得意図」の事前警告情報だけでなく、第2段階の隠蔽説得に関する「話題と立場」および「説得意図」の事前情報をも含んでいた。

4) 時間的遅延操作

遅延有り条件: 事前警告後—説得前の位相において時間的遅延を導入する遅延有り条件では、新聞記事への接触を問う5項目の簡単な質問から成るフィラー質問への回答および警告情報呈示のあとに、時間待ちの指示を与えたので、次に説得メッセージに接するまでに約3分間の時間的遅延が生じたことになる。実際には、フィラー質問への回答、警告情報への接触、時間待ちで合計4分間の時間をかけたが、フィラー質問への回答と警告情報への接触に要する時間は1分以内と推測できるので、実質的な時間待ち(時間的遅延)は約3分間と推測できる。

遅延無し条件: 事前警告後—説得前の位相において時間的遅延を導入しない遅延無し条件では、フィラー質問のすぐあとに時間待ちの指示を与え、この時点で4分間をかけ、そのあとで事前警告情報の呈示と説得メッセージの呈示を連続的に行った。したがって、事前警告情報呈示と説得メッセージ呈示との間に時間的遅延は存在しないことになる。

(4) 従属変数

2つの遅延有り実験群では下記の全ての従属変数を、2つの遅延無し実験群では下記の1)の②以下の従属変数を、統制群Iでは下記の1)の③以下の従属変数を、統制群IIでは下記の3)の従属変数のみを測定した。

1) 思考と感情反応

①事前警告後—説得前の思考

肯定的思考: 時間待ちをしている間に、これから読むことになっている広告チラシに対して、肯定的な考えや賛成の考えがどのくらい頭の中に浮かんだかについて、たくさん浮かんだ(7点)~まったく浮かばなかった(1点)の7段階で評定させた。

否定的思考: 同様に、否定的な考えや反対の考えがどのくらい頭の中に浮かんだかについて、評定させた。

②事前警告後—説得前の感情反応

共感反応: 時間待ちをしている間に、これから読むことになっている広告チラシに対して、共感をどのくらい感じたかについて、非常に感じた(7点)~まったく感じなかった(1点)の7段階で評定させた。

反発反応: 同様に、反発をどのくらい感じたかについて、評定させた。

③説得中の思考

肯定的思考: 広告チラシを読んでいるときに、その広告チラシに対して、肯定的な考えや賛成の考えがどのくらい頭の中に浮かんだかについて、①と同様に評定させた。

否定的思考: 同様に、否定的な考えや反対の考えがどのくらい頭の中に浮かんだかについて、評定させた。

④説得中の感情反応

共感反応: 広告チラシを読んでいるときに、その広告チラシに対して、共感をどのくらい感じたかについて、②と同様に評定させた。

反発反応: 同様に、反発をどのくらい感じたかについて評定させた。

2) 送り手およびメッセージに対する評価

①送り手に対する評価

広告チラシの送り手(体気健康法普及協会)に対する印象を、専門性(非常に専門的である7点~まったく専門的でない1点)、信頼性(非常に信頼できる7点~まったく信頼できない1点)、好感(非常に好感のもてる7点~まったく好感のもてない1点)、親しみ(非常に親しみを感じる7点~まったく親しみを感じない1点)の4項目について7段階で評定させた。項目間に正の関係が認められたので($\alpha = .86$)、4項目の評定値の平均を送り手評価得点とした。

②メッセージ評価

広告チラシの内容に対する印象を、おもしろさ(非常におもしろい7点~非常にうんざりした1点)、わかりやすさ(非常にわかりやすい7点~非常にわかりにくい1点)、納得性(非常に納得できる7点~非常に疑わしい1点)の3項目について7段階で評定させた。項目間に正の関係が認められたので($\alpha = .67$)、3項目の評定値の平均をメッセージ評価得点とした。

3) 説得効果

①体気健康法に対する態度

体気健康法に対する印象を、楽しさ(非常に楽しそうだ7点~まったく楽しそうでない1点)、気軽さ(非常に気軽にできそうだ7点~まったく気軽にできそうにない1点)、効果性(非常に効果がありそうだ7点~まったく効果がなさそうだ1点)の3項目について7段階で評定させた。項目間に正の関係が認められたので($\alpha = .68$)、3項目の評定値の平均を体気健康法態度得点とした。

②行動意思

体気健康法に対する行動意思を4つの下位尺度で測定した。

情報収集行動意思: もっと詳しい情報をどのくらい入手したいか、支部教室をどのくらい見学したいか、ビデオ教材の説明パンフレットをどのくらい請求した

いか、の3項目について、非常にしたい(7点)～まったくしたくない(1点)の7段階で評定させた。項目間に正の関係が認められたので($\alpha=.80$)、3項目の評定値の平均を情報収集行動意思得点とした。

入会行動意思：支部教室へのどのくらい入会したいか、通信教育の申し込みをどのくらいしたいか、の2項目について同様に評定させた。項目間に正の関係が認められたので($\alpha=.70$)2項目の評定値の平均を入会行動意思得点とした。

上級コース入会行動意思：上級コースもどのくらい受講したいか、の1項目について同様に評定させた。

条件付入会行動意思：もし学内にサークルがあるとしたらどのくらい入会したいか、もし友達と一緒に支部教室へのどのくらい入会したいか、の2項目について同様に評定させた。項目間に正の関係が認められたので($\alpha=.80$)、2項目の評定値の平均を条件付入会行動意思得点とした。

3. 結果

実験群における各従属変数に及ぼす警告要因と時間的遅延要因の効果に関しては 2×2 の分散分析と下位検定を行った。ただし、遅延有り群でのみ測定した予期的思考得点については、警告要因の1要因分散分析を行った。そして、各従属変数に関する4つの実験群のそれぞれと統制群IIとの比較は t 検定によって行った。各群の従属変数の測定結果を表1に示した。

(1) メッセージの説得力

実験で使用した説得メッセージの説得力を検討するために、統制群IIの体気健康法態度得点($M=3.30$)、情報収集行動意思得点($M=1.50$)、入会行動意思得点($M=1.19$)、上級コース入会行動意思得点($M=1.13$)、条件付入会行動意思得点($M=1.34$)のそれぞれと、表3に示した統制群Iの対応する得点とを比較したところ、体気健康法態度得点のみに有意差($t(62)=2.41$, $p<.05$)がみられた。統制群Iの方が統制群IIよりも体気健康法態度得点が大きく、使用した説得メッセージは態度レベルで有意な説得力をもつことが証明されたが、行動意思レベルでは有意な説得力をもたなかった。したがって、実験で使用した説得メッセージは弱い説得力を有していたと言える。

(2) 思考と感情反応

1) 事前警告後-説得前の予期的思考と感情反応

遅延有り群における肯定的思考得点あるいは否定的思考得点に関する分散分析の結果、警告条件間に差はみられなかった。

共感反応得点に関しては、遅延要因の主効果($F(1,124)=3.93$, $p<.05$)が有意であり、遅延有り群($M=1.43$)の方が遅延無し群($M=1.85$)よりも共

感反応得点は低かった。

反発反応得点に関しては、警告要因の主効果($F(1,124)=10.22$, $p<.01$)が有意であり、二重警告群($M=4.86$)の方が単独警告群($M=3.72$)よりも反発反応得点が高かった。

2) 説得中の思考と感情反応

肯定的思考得点と共感反応得点に関しては、警告要因の主効果($F(1,124)=3.97$, $p<.05$; $F(1,124)=4.98$, $p<.05$)が有意であり、二重警告群($M=2.45$, $M=2.36$)の方が単独警告群($M=2.85$, $M=2.85$)よりも肯定的思考得点と共感反応得点は低かった。しかし、否定的思考得点と反発反応得点に関しては、両要因の効果は認められなかった。

(3) 送り手およびメッセージに対する評価

説得後の送り手評価得点に関しては、警告要因の主効果($F(1,124)=5.43$, $p<.05$)が有意であり、二重警告群($M=2.59$)の方が単独警告群($M=3.02$)よりも送り手評価得点は低かった。しかし、メッセージ評価得点に関しては両要因の効果はみられなかった。

(4) 説得効果

1) 体気健康法に対する態度

体気健康法態度得点に関しては2つの要因の効果はみられなかった。

2) 行動意思

説得後の入会行動意思得点に関しては、警告要因の主効果($F(1,124)=8.87$, $p<.01$)が有意であり、二重警告群($M=1.04$)の方が単独警告群($M=1.27$)よりも入会行動意思得点は低かった。

条件付入会行動意思得点に関しては、警告要因の主効果($F(1,124)=5.16$, $p<.05$)と遅延要因の主効果($F(1,124)=5.16$, $p<.05$)がともに有意であり、二重警告群($M=1.20$)の方が単独警告群($M=1.46$)よりも、また、遅延無し群($M=1.20$)の方が遅延有り群($M=1.46$)よりも条件付入会行動意思得点は低かった。

情報収集行動意思得点と上級コース申し込み行動意思得点に関しては、両要因の効果はみられなかった。

(5) 無警告条件と比較した事前警告の効果

説得メッセージの効果に対して事前警告がどのような影響を及ぼすのかを検討するために、各従属変数に関して、4つの実験群のそれぞれと統制群Iとの間の比較を行った。

1) 二重警告・遅延有り条件

二重警告・遅延有り条件では、説得中の肯定的思考得点($t(62)=-2.57$, $p<.05$)、否定的思考得点($t(62)=2.50$, $p<.05$)、共感反応得点($t(62)=-2.18$, $p<.05$)、反発反応得点($t(62)=2.40$, $p<.05$)、送り手評価得点($t(62)=-3.87$, $p<.001$)、条件付入会

表1 各従属変数の測定結果：平均と標準偏差（実験1）

	二重警告				単独警告				統制群 I	
	遅延有		遅延無		遅延有		遅延無			
説得前の肯定的思考	1.53	(0.84)	—	—	1.56	(0.84)	—	—	—	—
説得前の否定的思考	4.97	(1.67)	—	—	4.25	(2.21)	—	—	—	—
説得前の共感	1.44	(0.84)	1.66	(1.70)	1.41	(0.67)	2.03	(1.33)	—	—
説得前の反発	4.88	(1.86)	4.84	(2.29)	3.87	(2.08)	3.56	(1.81)	—	—
説得中の肯定的思考	2.56	(1.32)	2.34	(1.00)	2.84	(1.22)	2.87	(1.04)	3.31	(1.00)
説得中の否定的思考	4.13	(1.79)	4.31	(1.73)	3.69	(1.62)	4.00	(1.61)	3.13	(1.39)
説得中の共感	2.50	(1.24)	2.22	(1.21)	2.84	(1.39)	2.87	(1.21)	3.13	(1.04)
説得中の反発	3.94	(1.72)	4.28	(1.85)	3.66	(1.66)	3.75	(1.88)	3.00	(1.39)
送り手に対する評価	2.63	(1.01)	2.55	(1.19)	3.10	(1.01)	2.94	(0.99)	3.59	(0.99)
メッセージに対する評価	3.66	(1.00)	3.22	(1.13)	3.60	(1.11)	3.63	(1.00)	3.85	(1.14)
体気健康法に対する態度	3.53	(1.11)	3.14	(0.96)	3.60	(1.32)	3.64	(1.01)	3.91	(0.94)
情報収集行動意思	1.43	(0.67)	1.21	(0.45)	1.60	(0.86)	1.47	(0.57)	1.73	(0.80)
入会行動意思	1.06	(0.35)	1.02	(0.09)	1.31	(0.68)	1.22	(0.38)	1.17	(0.37)
上級コース入会行動意思	1.16	(0.72)	1.06	(0.35)	1.09	(0.39)	1.13	(0.34)	1.06	(0.25)
条件付入会行動意思	1.23	(0.54)	1.17	(0.39)	1.69	(1.01)	1.23	(0.44)	1.56	(0.66)

注)表内の数値は平均、()内は標準偏差である。

行動意思得点 ($t(62)=-2.19, p<.05$) に関して、当該条件と統制群 I との間に有意差が認められた。二重警告・遅延有り条件の方が統制群 I よりも、説得中の肯定的思考得点と共感反応得点が低く、否定的思考得点と反発反応得点が高く、送り手評価得点と条件付入会行動意思得点が低かった。

2) 二重警告・遅延無し条件

二重警告・遅延無し条件では、説得中の肯定的思考得点 ($t(62)=-3.87, p<.001$)、否定的思考得点 ($t(62)=3.03, p<.01$)、共感反応得点 ($t(62)=-3.21, p<.01$)、反発反応得点 ($t(62)=3.13, p<.01$)、送り手評価得点 ($t(62)=-3.83, p<.001$)、メッセージ評価得点 ($t(62)=-2.24, p<.05$)、体気健康法態度得点 ($t(62)=-3.24, p<.01$)、情報収集行動意思得点 ($t(62)=-3.21, p<.01$)、入会行動意思得点 ($t(62)=-2.31, p<.05$)、条件付入会行動意思得点 ($t(62)=-2.89, p<.01$) に関して、当該条件と統制群 I との間に有意差が認められた。二重警告・遅延無し条件の方が、統制群 I よりも、説得中の肯定的思考得点と共感反応得点が低く、否定的思考得点と反発反応得点が高く、送り手評価得点、メッセージ評価得点、体気健康法態度得点、情報収集行動意思得点、入会行動意思得点、条件付入会行動意思得点が低かった。

3) 単独警告・遅延有り条件

単独警告・遅延有り条件では、いずれの得点に関しても当該条件と統制群 I との間に有意差がみられなかった。

4) 単独警告・遅延無し条件

単独警告・遅延無し条件では、説得中の否定的思考得点 ($t(62)=2.33, p<.05$)、送り手評価得点 ($t(62)=-2.65, p<.05$)、条件付入会行動意思得点 ($t(62)=-2.35, p<.05$) に関して、当該条件と統制群 I との間に有意

差が認められた。単独警告・遅延無し条件の方が統制群 I よりも、説得中の否定的思考得点が高く、送り手評価得点と条件付入会行動意思得点が低かった。

4. 考察

(1) 説得に及ぼす事前警告の効果

1) 無警告条件と比較した事前警告効果の絶対量

事前警告と事前警告後-説得前の位相における時間的遅延とが説得効果に及ぼす影響の絶対量を検討するために、事前警告を与えずに説得メッセージを呈示した統制群 I と、4つの実験群の各々との比較を試みた。その結果、時間的遅延を伴う二重警告は条件付入会行動意思を減少させることが、また時間的遅延を伴わない二重警告は体気健康法に対する態度を否定的にし、情報収集行動意思、入会行動意思および条件付入会行動意思を減少させることが明らかとなった。これに対して、時間的遅延を伴う単独警告は各種の説得効果測度に影響を及ぼさなかったし、わずかに、時間的遅延を伴わない単独警告が条件付入会行動意思を減少させるにとどまった。統制群 I (警告無し・説得有り条件) との比較結果から、事前警告が説得への抵抗を生じさせることが示されたが、事前警告の中でも二重警告が、しかも、時間的遅延を伴わない二重警告が顕著な説得抑制効果をもつことが解明された。すなわち、二段階説得においては、第1段階の偽装説得に対する事前警告だけでなく、第2段階の隠蔽説得に対する事前警告を加えることで、後続の偽装説得に対する抵抗が顕著になると判明した。しかし、警告後-説得前の位相での時間的遅延の導入が説得への抵抗を増加させることはなく、むしろ時間的遅延を置かない方が説得への抵抗が顕著であった。

2) 事前警告効果の相対的比較

事前警告および事前警告後—説得前の位相での時間的遅延が説得効果に及ぼす影響の相対量を検討するために、4つの実験群における上記2要因の効果を検討した。その結果、二重警告は、単独警告に比べて、入会行動意思と条件付入会行動意思を減少させることが、また、時間的遅延の無い場合は、時間的遅延のある場合に比べて、条件付入会行動意思を減少させることが示された。こうした事前警告と時間的遅延が説得に及ぼす相対効果は前項で述べた絶対効果を確認する内容のものであった。

(2) 心理過程に及ぼす事前警告の効果

1) 無警告条件と比較した事前警告効果の絶対量

統制群I（警告無し・説得有り群）を比較基準として、4つの実験群の心理過程に及ぼす警告と時間的遅延の効果の絶対量を検討した。時間的遅延を伴う二重警告と時間的遅延を伴わない二重警告は、説得中の肯定的思考と共感反応を減少させ、説得中の否定的思考と反発反応を増加させ、さらに送り手に対する評価を低減させた。時間的遅延を伴わない二重警告はメッセージに対する評価も低減させた。遅延を伴う単独警告は心理過程に対して何も効果を及ぼさず、遅延を伴わない単独警告は説得中の否定的思考を増加し、送り手に対する評価を低減させた。事前警告が心理過程に及ぼす効果としては、説得中の否定的思考の増加と送り手に対する評価の低減が共通的に考えられ、このほかに、説得中の反発反応の増加と肯定的思考および共感反応の減少、部分的にメッセージに対する評価の低減がみられる。こうした心理過程のレベルでは、行動意思等の説得効果のレベルの場合と比べて、時間的遅延の影響はそれほど明瞭ではなく、二重警告の影響が大きいという意味で警告の影響が目立つ。すなわち、二段階説得においては、第1段階の偽装説得に対する事前警告に第2段階の隠蔽説得の事前警告を加えることによって、心理過程のレベルにおける説得への潜在的抵抗が強まると解釈される。

2) 事前警告効果の相対的比較

心理過程に及ぼす警告と時間的遅延の影響を相対比較するために、4つの実験群間の差を検討した。その結果、二重警告は、単独警告に比べ、説得前の反発反応を増加させ、説得中の肯定的思考と共感反応を減少させ、送り手に対する評価を低減させることがわかった。しかし、時間的遅延は説得前の共感反応を減少させることが示されるにとどまった。警告要因と時間的遅延要因が心理過程に及ぼす相対的影響に関しては、上述の絶対効果の場合と同じように、二重警告が心理過程により大きい影響をもつことが確認された。時間的遅延が説得への抵抗を増加させる働きを示さなかった理

由として、時間的遅延が説得前および説得中における否定的思考を増加させなかったことが考えられる。

3) ソート・リスティング法による思考測定

実験1では、説得に及ぼす事前警告の効果を説明する最も有力な説得前の位相と説得中の位相における思考を測定するのに簡易測定を使用した。事前警告の説得抑制効果を説明する最も有力な心理過程であろうと予想された説得前および説得中の否定的思考（反論）の役割を十分に確認することができなかった。しかしながらこうした実験1の結果は、事前警告後—説得前の位相と説得中の位相における否定的思考（反論）の役割を否定するものであり、事前警告の説得抑制効果の媒介過程を事前警告後—説得前の位相における予期的反論に求める先行研究（Freedman & Sears, 1965; Hass & Grady, 1975）や説得中の位相における反論に求める先行研究（Fukada, 1986; Petty & Cacioppo, 1979）の結果と矛盾する。したがって、ソート・リスティング法による精度の高い思考測定を実施し、単独警告と二重警告が説得前と説得中の位相においてどのような思考を生じさせているか、を確認する必要がある。

実験2

1. 目的

二段階説得事態において二重事前警告と単独事前警告が事前警告後—説得前の位相および説得中の位相での思考の生起に及ぼす影響を、ソート・リスティング法による思考測定を実施して検討する。

2. 方法

(1) 実験計画と被験者

警告（二重警告、単独警告）、位相（説得前、説得中）、および思考方向（肯定的思考、否定的思考）を独立変数とした。警告と位相は被験者間変数、思考方向は被験者内変数であった。

被験者は女子大学生128人であり、4つの実験群に対して32人ずつ無作為に配置された。

(2) 実験手続き

1) 実験手続きの概要

思考の測定にソート・リスティング法を使用する点を除けば、基本的に実験1と同じであった。なお、全ての実験条件で、警告後—説得前の位相で実験1の遅延有り条件と同様の時間的遅延を導入した。

2) 教示

実験1と同じ教示を与えた。

3) 小冊子の構成

説得前の思考測定群：小冊子の構成は、①教示（表

紙), ②フィルター質問 (第1ページ), ③警告情報提示と時間待ち指示 (第2ページ), ④予期的思考の簡易測定等 (第3ページ) と白紙 (第4ページ), ⑤ソート・リスティング法による予期的思考の測定およびフィルター質問 (第5~7ページ) と進行指示 (第8ページ), ⑥フィルター・メッセージ (第9~10ページ), ⑦フィルター質問 (第11~12ページ) 白紙 (裏表紙) の順であった。所要時間は, ②③が連続で4分間, ④⑤が連続で8分間, ⑥⑦が連続で5分間であった。

説得中の思考測定群: 小冊子の構成は, ①教示 (表紙), ②フィルター質問 (第1ページ), ③警告情報提示と時間待ち指示 (第2ページ), ④フィルター質問 (第3ページ) と白紙 (第4ページ), ⑤説得メッセージ提示 (第5~7ページ) と進行指示 (第8ページ), ⑥説得中の思考の簡易測定等とソート・リスティング法による説得中の思考の測定 (第9~10ページ), ⑦フィルター質問 (第11~13ページ), ⑧白紙 (第14ページと裏表紙) の順であった。所要時間は, ②③が連続で4分間, ④⑤が連続で8分間, ⑥⑦が連続で5分間であった。

(3) 実験材料

説得話題と説得方向, 説得メッセージ、警告操作は実験1と同じであった。

(4) 従属変数

1) 思考の簡易測定

思考の簡易測定は実験1と同じであった。

2) ソート・リスティング法による説得前の思考の測定

時間待ちをしている間に, これから読むことになっている広告チラシに対してどのような考えや意見が頭の中に浮かんだかについて, 頭の中に浮かんだ考えや意見を思い出して, 短文の形で箇条書きにするように求めた。箇条書き欄は12個分用意した。そして箇条書きが終了した段階で, 箇条書きにしたそれぞれの考えや意見が, 広告チラシに対して賛成の (肯定的, 好意的) 立場のものか, 反対の (否定的, 非好意的) 立場のものかを判断させた。広告チラシに対して, 賛成の考えや意見であれば“+”, 反対の考えや意見であれば“-”, 賛成でも反対でもなければ“0”の符号を, 箇条書き欄の末尾の () 内に記入させた。“+”“-”“0”に分類された考えや意見の数をそれぞれ肯定的思考数, 否定的思考数, 中立的思考数とした。

3) ソート・リスティング法による説得中の思考の測定

先ほど広告チラシを読んでいるときに, その広告チラシに対してどのような考えや意見が頭の中に浮かんだかを, 上記の(2)と同様の手続きで回答させ, 肯定的思考数, 否定的思考数, 中立的思考数を確定した。

3. 結果

(1) ソート・リスティング法で測定した思考数

ソート・リスティング法で測定した思考数の平均と標準偏差を表2に示した。この思考数に関する警告要因 (二重警告, 単独警告) と位相要因 (説得前, 説得中) と思考方向要因 (肯定的思考, 否定的思考) の3要因分散分析を行った。その結果, 位相要因の主効果 ($F(1,124)=4.68, p<.05$) と思考方向要因の主効果 ($F(1,124)=124.40, p<.001$) が有意であり, 説得中の位相 ($M=2.25$) の方が説得前の位相 ($M=1.85$) よりも思考数が多く, 否定的思考数 ($M=3.31$) の方が肯定的思考数 ($M=0.79$) よりも多いことが示された。

警告要因と位相要因の交互作用 ($F(1,124)=4.68, p<.05$) が有意であった。単独警告条件における位相要因の単純主効果 ($F(1,124)=9.37, p<.01$) が有意であり, 単独警告条件では説得中の位相 ($M=2.41$) の方が説得前の位相 ($M=1.61$) よりも思考数が多かったが, 二重警告条件では位相要因の単純主効果はみられなかった。

位相要因と思考方向要因の交互作用 ($F(1,124)=6.71, p<.05$) が有意であった。肯定的思考数に関しては位相要因の単純主効果 ($F(1,124)=11.39, p<.001$) が有意であり, 説得中の位相 ($M=1.28$) の方が説得前の位相 ($M=0.30$) よりも肯定的思考数は多かったが, 否定的思考数に関しては位相要因の単純主効果は有意でなかった。また, 説得前の位相と説得中の位相の両方で思考方向要因の単純主効果 ($F(1,124)=94.44, p<.001$; $F(1,124)=36.67, p<.001$) が認められ, 説得前の位相でも説得中の位相でも否定的思考数 ($M=3.41, M=3.22$) の方が肯定的思考数 ($M=0.30, M=1.28$) よりも多かったが, 両思考数間の差は説得前の位相でより顕著であった。

警告要因と位相要因と思考方向要因の交互作用 ($F(1,124)=5.04, p<.05$) も有意であった。単純交互作用の検定結果は次の通りであった。

否定的思考数に関しては, 警告要因と位相要因の単純交互作用 ($F(1,248)=9.65, p<.01$) が有意であった。否定的思考数に関して説得前の位相における警告要因の単純・単純主効果 ($F(1,248)=9.18, p<.01$) が有意であり, 説得前の否定的思考数は二重警告条件 ($M=4.03$)

表2 ソート・リスティング法で測定した説得前および説得中の思考数 (実験2)

	説得前		説得中	
	二重警告	単独警告	二重警告	単独警告
肯定的思考	0.16 (0.45)	0.44 (0.67)	1.25 (1.05)	1.31 (1.18)
否定的思考	4.03 (2.22)	2.78 (1.81)	2.94 (2.45)	3.50 (2.11)

注) 表内の数値は平均, () 内は標準偏差である。

の方が単独警告条件 ($M=2.78$) よりも多かった。また、否定的思考数に関して二重警告条件における位相要因の単純・単純主効果 ($F(1,248)=7.03$, $p<.01$) が有意であり、二重警告条件での否定的思考数は説得前の位相 ($M=4.03$) の方が説得中の位相 ($M=2.94$) よりも多かった。なお、肯定的思考数に関しては、警告要因と位相要因の単純交互作用は有意でなかった。

説得前の位相における警告要因と思考方向要因の単純交互作用 ($F(1,124)=5.73$, $p<.05$) が有意であった。説得前の位相における否定的思考数に関する警告要因の単純・単純主効果が有意 ($F(1,248)=9.18$, $p<.01$) であり、否定的思考数は結合警告条件 ($M=4.03$) の方が単一警告条件 ($M=2.78$) よりも多かったが、肯定的思考数に関する警告要因の効果は見られなかった。また、二重警告条件と単一警告条件の両方で思考方向要因の単純・単純主効果 ($F(1,124)=73.34$, $p<.001$; $F(1,124)=26.83$, $p<.001$) が有意であり、二重警告条件でも単一警告条件でも否定的思考数 ($M=4.03$, $M=2.78$) のほうが肯定思考数 ($M=0.16$, $M=0.44$) よりも多かったが、思考方向による差の大きさは二重警告条件の方が単一警告条件よりも大きかった。なお、説得中の位相における警告要因と思考方向要因の単純交互作用は認められなかった。

二重警告条件における位相要因と思考方向要因の単純交互作用 ($F(1,124)=11.69$, $p<.001$) が有意であった。二重警告条件下では、説得前の位相および説得中の位相における思考方向要因の単純・単純主効果 ($F(1,124)=73.34$, $p<.001$; $F(1,124)=13.91$, $p<.001$) がいずれも有意であり、否定的思考数 ($M=4.03$; $M=2.94$) の方が肯定的思考数 ($M=0.16$, $M=1.25$) よりも多かったが、この思考の方向による差は説得前の位相の方でより顕著であった。また、二重警告条件下では、肯定的思考数および否定的思考数の両方で位相要因の単純・単純主効果 ($F(1,248)=7.03$, $p<.01$; $F(1,248)=7.03$, $p<.01$) が有意であり、肯定的思考数は説得中の位相 ($M=1.25$) の方が説得前の位相 ($M=0.16$) よりも多く、逆に、否定的思考数は説得前の位相 ($M=4.03$) の方が説得中の位相 ($M=2.94$) よりも多かった。なお、単独警告条件における位相要因と思考方向要因の単純交互作用は認められなかった。

(2) ソート・リスティング法で測定した思考数と簡易測定で得た思考得点の関係

説得前の肯定的思考数と否定的思考数の間には特定の関係はみられなかった ($r=-.10$, ns)。説得前の位相において、肯定的思考数と簡易測定による肯定的思考得点の間には有意な正の相関関係 ($r=.41$,

$p<.01$) が、また否定的思考数と簡易測定による否定的思考得点の間にも有意な正の相関関係 ($r=.52$, $p<.001$) が存在した。

説得中の肯定的思考数と否定的思考数の間には有意な相関関係 ($r=-.24$, ns) はみられなかった。説得中の位相における肯定的思考数と簡易測定による肯定的思考得点の間には有意な正の相関関係 ($r=.53$, $p<.001$) が、また否定的思考数と簡易測定による否定的思考得点の間にも有意な正の相関関係 ($r=.37$, $p<.01$) が存在した。

以上のように、説得前および説得中における肯定的思考数と否定的思考数は相互に独立した思考であることが判明した。なお、ソート・リスティング法を用いて測定した思考数と単項目尺度を用いて簡易測定した思考得点の間には、中程度の正の相関関係 ($r=.37\sim.53$) がみられ、深田 (1999) の結果と非常に類似した結果が示された。

4. 考察

事前警告後—説得前の位相における思考と説得中の位相における思考とをより詳細に検討するために、ソート・リスティング法を用いて測定した。その結果、説得中の位相の方が説得前の位相よりも思考数が多いこと、否定的思考数の方が肯定的思考数よりも多いことが判明した。

そして、二重警告が生じさせる思考については次のような特徴が解明された。二重警告が生じさせる肯定的思考は、説得前の位相でよりも説得中の位相の方が多いが、二重警告が生じさせる否定的思考は、説得中の位相でよりも説得前の位相の方が多い。また、二重警告は、肯定的思考よりも否定的思考の方を多く生じさせるが、こうした差異は説得中の位相でよりも説得前の位相の方でさらに顕著である。

また、説得前の位相で生じる思考には次のような特徴がみられた。説得前の位相で、二重警告は単独警告よりも多くの否定的思考を生じさせる。説得前の位相では、警告は肯定的思考よりも否定的思考の方を多く生じさせるが、単独警告よりも二重警告の方がそうした差異をより顕著に生じさせる。

総合考察

第1段階の偽装説得と第2段階の隠蔽説得から構成される二段階説得に対する防御法としての事前警告の機能を2つの実験を通して検討した。実験1から、偽装説得に関する単独事前警告よりも、偽装説得と隠蔽説得の両方に関する二重事前警告の方が、より大きい説得への抵抗を受け手に生じさせることが明らかと

なった。そして、二重事前警告は、単独事前警告に比べて、送り手に対する評価をより大きく低減することが示された。しかし、単項目尺度によって思考を簡易測定した実験1では、二重事前警告のもつ説得抑制効果に果たす思考の役割を十分には解明できなかった。そこで、実験2でソート・リスティング法による精度の高い思考測定を行い、思考の機能を再検討した。

単独警告に比べて二重警告は、説得前の位相で否定的思考（予期的反論）を生じさせるという実験2で得られた思考に関する結果は、二重警告の方が単独警告よりも説得抑制効果が大であるという実験1の結果をよく説明する。すなわち、二段階説得事態では、第1段階の偽装説得に関する事前警告のみよりも、第1段階の偽装説得と第2段階の隠蔽説得の両方に関する事前警告を併せて与える方が、偽装説得に対する反論を増加させることによって、特に事前警告後—説得前の位相で予期的反論を増加させることによって、偽装説得に対する抵抗がもたらされると解釈できる。二段階説得事態における偽装説得に及ぼす二重事前警告の抑制効果に果たす思考の役割の解釈には、単項目尺度による簡易測定では限界があり、ソート・リスティング法による精度の高い測定が必要であることが実証された。

本研究では、第1段階の偽装説得に先行して、偽装説得あるいは／かつ隠蔽説得に関する事前警告を呈示し、その効果を検討した。しかし、Kiesler & Kiesler (1964) は事後警告が、説得に対して効果をもたないと報告しているものの、深田(1999)は事後警告が先行説得に対する抵抗を生じさせることを報告した。そこで、第1段階の偽装説得のあとで、偽装説得に関する事後警告が説得への抵抗を生じさせるかどうか、また、偽装説得に関する事後警告だけでなく、続いて接するであろう隠蔽説得に関する事前警告も併せて与えることが説得への抵抗を強めるかどうか、を検討する必要がある。

引用文献

- Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. 1979 Effects of message repetition and position on cognitive response, recall, and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 97-109.
- Freedman, J. L., & Sears, D. O. 1965 Warning, distraction, and resistance to influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1, 262-266.
- Fukada, H. 1986 Psychological processes mediating persuasion-inhibiting effect of forewarning in fear-arousing communication. *Psychological Reports*, 58, 87-90.
- 深田博己 1999 説得に及ぼす事後警告の効果とその生起機制 広島大学教育学部紀要 第1部(心理学), 48, 79-88.
- Gleicher, F., & Petty, R. E. 1992 Expectations of reassurance influence the nature of fear-stimulated attitude change. *Journal of Experimental Social Psychology*, 28, 86-100.
- Hass, R. G., & Grady, K. 1975 Temporal delay, type of forewarning, and resistance to influence. *Journal of Experimental Social Psychology*, 11, 459-469.
- Haugtvedt, C. P., & Wegener, D. T. 1994 Message order effects in persuasion: An attitude strength perspective. *Journal of Consumer Research*, 21, 205-218.
- Kiesler, C. A., & Kiesler, S. B. 1964 Role of forewarning in persuasive communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 68, 547-549.
- Papageorgis, D. 1968 Warning and persuasion. *Psychological Bulletin*, 70, 271-282.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. 1977 Forewarning, cognitive responding, and resistance to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 645-655.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. 1979 Effects of forewarning of persuasive intent and involvement on cognitive responses and persuasion. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5, 173-176.
- 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*. 4th ed. Vol.1. New York: McGraw-Hill. Pp.323-390.
- Self, C. A., & Rogers, R. W. 1990 Coping with threats to health: Effects of persuasive appeals on depressed, normal, and antisocial personalities. *Journal of Behavioral Medicine*, 13, 343-357.
- Watts, W. A., & Holt, L. E. 1979 Persistence of opinion change induced under conditions of forewarning and distraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 778-789.