

説得に及ぼす事前警告と事後警告の効果

深田博己・有倉巳幸
(1992年9月10日受理)

Effects of forewarning and afterwarning on persuasion

Hiromi Fukada and Miyuki Yukura

The present study was designed to investigate the effects of forewarning and afterwarning of the persuasive and fear-arousing intents of a communicator on persuasion. Two independent variables were manipulated: forewarning conditions (forewarning and no-forewarning) and afterwarning conditions (afterwarning and no-afterwarning). Two hundred and twenty five female college students were randomly assigned to one of the four experimental groups and one control group. Experimental groups were exposed to warning manipulation before and after reading a persuasive message, and then they were asked to respond to questionnaires. Results indicated the following. Forewarning inhibited affective attitude change toward the advocated position, and increased counterargumentation and derogation of both the message and its source. It was suggested that resistance to persuasion produced by forewarning might be mediated by counterargumentation and derogation of a message and its source. Afterwarning, however, facilitated cognitive attitude change toward the advocated position. This persuasion facilitating effect of afterwarning was discussed from the point of view of the cognitive dissonance theory.

Key words : attitude change, persuasive communication, resistance to persuasion, forewarning, afterwarning, counterargumentation, derogation of message and source.

問 題

1. 説得に及ぼす事前警告の効果に関する先行研究
説得メッセージを構成する中核的情報である説得的論義 (arguments) を全く含まない情報であって、説得メッセージに先行呈示される事前情報のことを事前警告 (forewarning) という。わが国では、この用語に対して予告という訳語が使用されてきた (例えば、土野, 1981; 深田, 1983)。事前警告にはいくつかのタイプが存在することが知られている。Hass & Grady (1975) は、説得メッセージの話題と立場 (topic and position: 以下、TP と略記)、および説得者の説得意図 (persuasive intent: 以下、PI と略記)、および説得メッセージの話題のみ (topic only: 以下、TO と略記) の3タイプを提案した。Papageorgis (1968) の警告 (warning) と説得文脈 (persuasion context)

は、Hass & Grady (1975) の3タイプの初めの2つのタイプにそれぞれ対応する。さらに、情緒アピールの領域では、説得者の情緒喚起意図 (emotion-arousing intent: 以下、EI と略記) のタイプが存在することを指摘した深田 (1983) は、上記のTPタイプとPIタイプに加えてEIタイプの3タイプの事前警告を使用した。以上のように、事前警告のタイプとして、現時点では、TPタイプ、PIタイプ、TOタイプ、EIタイプの4タイプが報告されている。説得に及ぼす事前警告の効果に関する過去の諸研究は、上記の4タイプの事前警告を次のような形で利用してきた。この場合、単一タイプとは、4つのタイプのうちのどれか一つを指すし、結合タイプとは、4つのタイプのうちの2つ以上を組み合わせたものを意味する。①単一タイプの単独使用 (TPタイプの単独使用: Freedman & Sears, 1965; PIタイプの単独使用: Petty &

Cacioppo, 1979), ②単一タイプの並列的使用 (TP タイプと PI タイプの並列的使用: 上野, 1981; TP タイプと PI タイプと TO タイプの並列的使用: Hass & Grady, 1975), ③結合タイプの単独使用 (TP・PI 結合タイプの単独使用: Dean, Austin & Watts, 1971; PI・EI タイプの単独使用: Fukada, 1986), ④単一タイプと結合タイプの総合的使用 (TP タイプと PI タイプと TP・PI 結合タイプの総合的使用: Papageorgis, 1970; TP タイプ, PI タイプ, EI タイプ, TP・PI 結合タイプ, TP・EI 結合タイプ, PI・EI 結合タイプ, TP・PI・EI 結合タイプの総合的使用: 深田, 1983)。Papageorgis (1970) の研究を除けば, これらの諸研究は全て, 事前警告が説得への抵抗を生じさせると報告している。そして, 事前警告が, 説得への抵抗を生じさせる媒介過程としては, 反論や心理的リアクタンスといった心理過程が有力視されており, 異なるタイプの事前警告は, 異なる心理過程を媒介過程にして説得への抵抗を導くことが次第に明らかになってきた (Freedman & Sears, 1965; 深田, 1983; Hass & Grady, 1975; 小川・上野, 1980; Petty & Cacioppo, 1977, 1979; 上野, 1981)。

2. 説得における事後警告の意義

ところで, 説得に関する警告は, 後続の説得メッセージに先行する事前警告と同義に理解され, 研究が進められてきた。しかしながら, 警告の本質的意味を再考するならば, 説得メッセージに接した後に受け手に与えられる警告も存在することに気が付くはずである。例えば, 説得後に, 「実は送り手の本当の意図は〇〇だったんだよ」と言う形で警告が告げられる現象は, 現実生活の中でしばしば観察されるきわめて日常的な現象の一つである。このように, 先行メッセージの呈示後に, 受け手に与えられる警告は, 事後警告 (afterwarning) という概念で理解されよう。しかし, 事後警告が説得に及ぼす効果に関しては, それまでの警告研究を展望した Papageorgis (1968) や上野 (1983) の論文でもまったく触れられていないし, 唯一の例外 (Kiesler & Kiesler, 1964) を除けば, 過去の警告研究は事後警告の問題を全く取り上げていない。

従来の研究が事前警告の問題を集中的に取り扱って, 事後警告の問題を無視してきた理由として考えられるのは, すでに説得メッセージを呈示した後で与えられる事後警告が警告としての意味的明瞭性に欠ける点であろう。説得メッセージが先行する場合には, TP タイプの警告や TO タイプの警告が警告としての意味を全く持たないことは明白である。そして, PI タイプや EI タイプの情報に関しても, 説得メッセージに接した受け手が, すでにそれらの情報を入手して

いることは十分考えられることである。すなわち, 説得メッセージに接することによって, 程度の差はあれ, 受け手が説得者の意図に気づくことも多い。従って, 事前警告の場合のように, 説得者の説得意図や情緒喚起意図を, 完全な独立情報として呈示することは, 事後警告の場合には困難である。このように情報の明瞭性という面で, 事後警告の問題は, 研究方法上の限界を内在しているといえる。

しかしながら, 事後警告という変数は, 意味的明瞭性にやや問題があるものの, 実験的に操作することは十分可能である。しかも, この事後警告が日常的に観察される現象であることを考えれば, 意味的明瞭性の若干の欠如が, 直ちに事後警告研究の否定に結び付くものでは決してない。むしろ, 事前警告との対比において, この事後警告の問題を解明していく必要がある。そうすることによって, 説得に及ぼす警告の役割に関する知見も一層深まりを増すと思われるからである。

3. 説得に及ぼす事後警告の効果を扱った Kiesler & Kiesler (1964) の研究

PI タイプの警告を使用した Kiesler & Kiesler (1964) は, 事前警告条件 (警告+説得メッセージ), 事後警告条件 (説得メッセージ+警告), 無警告条件 (説得メッセージのみ), および統制条件 (説得メッセージも警告もなし) の4条件の説得効果を比較検討した。その結果, 事前警告条件の説得効果は, 事後警告条件や無警告条件のそれよりも有意に小さく, 統制条件と同じであったため, 事前警告は説得への抵抗を生じさせることが示された。ところが事後警告条件と無警告条件の説得効果に差はみられず, かつ両条件の説得効果は統制条件よりも大であったので, 事後警告は説得効果になんの影響も及ぼさないことが明らかになった。

Kiesler & Kiesler (1964) は, 事前警告が説得への抵抗を生じさせる現象と事後警告が説得への抵抗を生じさせない現象の両方を, Festinger (1957) の認知的不協和理論の立場から予測し, 解釈した。すなわち, 事前に送り手の説得意図が警告された場合には, 受け手自身の態度的立場と反態度的説得メッセージとの間に不協和が生じるであろうが, 不協和の低減方法として, 説得メッセージを拒否する方が容易なので, 事前警告によって説得への抵抗が生じるであろうと解釈する。また, 説得後に送り手の説得意図が警告された場合には, 説得メッセージに接したという行動的事実とそれにネガティブな価値づけを与える事後警告との間に不協和が生じるであろうが, 不協和低減の方法として, 事後警告を拒否する方が容易なので, 事後警告によって説得への抵抗が生じないであろうと解釈する。

4. Kiesler & Kiesler (1964) の研究の問題点

事前警告が説得への抵抗を生じさせる媒介過程を認知的不協和に求めた Kiesler & Kiesler (1964) の見解は、一連の事前警告研究の先駆となった Allyn & Festinger (1961) の立場を踏襲したものであり、認知的不協和の発生と低減に関する証拠は何も提出されておらず、あくまでも推論の域をでていない。それ以降も、認知的不協和によって、事前警告による説得への抵抗を説明しようとする研究は皆無である。すでに述べたように、事前警告による説得への抵抗の媒介メカニズムに関しては、反論や心理的リアクタンスなどの測定可能な心理過程から説明を試みる研究が圧倒的に多いが、一部の研究は、コミュニケーターや説得メッセージに対する評価の低減 (derogation) からも併せて説明しようとしている。例えば、小川・上野 (1980) は、TP タイプの事前警告が説得メッセージの内容の公正さの認知を低めたと報告しているし、Watts & Holt (1979) も PI タイプの事前警告が説得メッセージの内容の公正さの認知を低めたと述べている。事後警告が説得に対してなら影響を及ぼさなかった現象も、反論や心理的リアクタンスといった心理過程及びコミュニケーターや説得メッセージに対する評価を明らかにすることによって説明できると思われる。従って、事前警告と事後警告が説得に及ぼす効果に関して、その媒介過程を反論や心理的リアクタンスなどの心理過程およびコミュニケーターや説得メッセージに対する評価から検討する必要がある。

また、Kiesler & Kiesler (1964) の研究では、説得に及ぼす事前警告の効果と事後警告の効果と比較検討されたが、事前警告に事後警告が加わった場合の効果に関しては検討されていない。この問題については、結合タイプの事前警告の効果がそれを構成する単一タイプの事前警告の効果の単純加算とは異なることを指摘した深田 (1983) の研究から、事前警告と事後警告の結合効果は、事前警告の単独効果と事後警告の単独効果の単純加算ではないかもしれないと示唆される。従って、事前警告と事後警告を繰り返したとき、①事前警告の効果が事後警告の効果を抑制して事前警告の効果と同様の効果が得られるのか、②逆に、事後警告の効果が事前警告の効果を抑制して、事後警告と同様の効果が得られるのか、あるいは、③事前警告の効果と事後警告の効果が加算された効果が得られるのか、その場合、単純加算なのか、どちらかにウエイトがあるのか、という問題を明らかにする必要がある。

5. 本研究の目的

本研究の目的は、説得に及ぼす事前警告の単独効果と事後警告の単独効果を比較検討するだけにとどまら

ず、事前警告と事後警告の結合効果も併せて検討することであり、さらに、説得に及ぼすそうした効果の媒介過程を反論や心理的リアクタンスなどの心理過程およびコミュニケーターや説得メッセージに対する評価から分析することである。

方 法

1. 実験計画と被験者

事前警告 (事前警告ありと事前警告なし) と事後警告 (事後警告ありと事後警告なし) の2変数を独立変数とし、 2×2 の要因分析計画とした。両変数は共に被験者間変数であった。この他に、説得も警告も受けないで態度測定のみを行う統制群を用意した。従属変数の測定に関しては、事後測定計画法 (after-only design) を使用した。

なお、事前警告あり・事後ありの条件を事前・事後結合警告条件、事前警告あり・事後なしの条件を事前単一警告条件、事前警告なし・事後警告ありの条件を事後単一警告条件、事前警告なし・事後警告なしの条件を無警告条件と呼ぶ。これによって、4種類の実験条件と2つの独立変数の水準との混同を避ける。

被験者は225人の女子大学生であり、4実験群と1統制群のそれぞれに対して45人ずつ無作為に配置した。

2. 実験手続き

教示を口頭で与えた以外は、実験操作、説得メッセージの呈示及び従属変数の測定は、すべて小冊子によって行った。実験群の場合、集団単位で次のような順序で実験を進めた。

(1) 教示 「雑誌記事に対する印象調査」に協力を求めるという形をとり、実験を設定した。教示は、口頭で行ったが、小冊子の表紙にも記載してあった。

(2) 説得メッセージ 小冊子の1~2ページに示した説得メッセージは「大学における授業と評価」の話題に関するもので、約1500字の印刷記事であった。教育関係の雑誌に載っていた記事であると紹介したが、源泉についての具体的な情報は何も示さなかった。説得メッセージは、日本の大学では試験やレポートの評価があまく、試験やレポートの回数が少ないので、それらの評価をもっと厳しくし、それらをもっと多く課すべきであると唱導する内容のものであった。4つの実験群に対して、同一の説得メッセージを使用した。なお、実験の実施時期は、学年末後期試験の1~2週間前であった。

(3) 事前警告の操作 小冊子の1ページ目の冒頭部分で、すなわち、説得メッセージの呈示直前に事前警

告の操作を行った。事前警告あり条件では、コミュニケーションの説得意図と恐怖喚起意図の結合タイプの事前警告を、説得メッセージの直前に与えた。「次の文章は、教育関係の雑誌に載っていた記事です。この記事を読んでもらい、後で記事に対するあなたの印象をお聞きしようと思います。」という各条件共通の導入文に続いて、「その記事というのは、あなたの態度や意見を変えようというねらいでかかれており、筆者は何とかして自分の考えをあなたに受け入れさせようと思図しているのです。まさにあなたの危機感を高め、恐怖心や不安感を高めようとしているのです。あなたを不安にさせ、怖がらせることによって説得の効果をあげようとしているのです。」という内容の事前警告を呈示した。事前警告なし条件では、こうした事前警告を与えなかった。

(4) 事後警告の操作 小冊子の3ページ目の冒頭部分で、すなわち、説得メッセージ呈示直後に事後警告の操作を行った。事後警告あり条件では、事前警告と同一の内容の事後警告を説得メッセージの呈示直後に与えた。なお、事後警告の内容は、「先程の記事というのは……」という書き出しで始まる点を除けば、事前警告と全く同一であった。また、事前警告と事後警告の両方を呈示する条件の場合は、その部分が、「繰り返しになりますが、先程の記事というのは……」という書き出しになる点を除けば、事前警告と全く同一であった。

(5) 質問紙 小冊子の3～5ページに、従属変数を測定するための質問紙を用意した。

3. 従属変数

従属変数の測定は全て7点尺度(1～7点)で行った。

(1) メッセージの内容に対する評価 記事の内容に対する評価を、正しい—正しくない、納得できる—納得できない、読む価値のある—読む価値のない、おもしろい—おもしろくない、の4項目(高評価の極に7点)で測定した。

(2) コミュニケーターに対する評価 記事を書いた人に対する評価を、信頼できる—信頼できない、専門的である—専門的でない、親しみを感じる—親しみを感じない、好感もてる—好感もてない、の4項目(高評価の極に7点)で測定した。

(3) 恐怖感情 記事を読んでどんな気持ちになったかを、不安を感じる—不安を感じない、恐ろしい—恐ろしくない、の2項目(強恐怖の極に7点)で測定した。

(4) 心理的リアクタンス 記事を読んでどんな気持ちになったかを、反発を感じる—反発を感じないの1項目(リアクタンス大の極に7点)で測定した。

(5) 好意思考と反論 記事を読み終えてから今までの間に、その主張・内容に対して肯定的、好意的考えがどの程度頭の中に浮かんだかを、1項目(好意思考大の極に7点)で、また、否定的・非好意的考えがどの程度頭の中に浮かんだかを、1項目(反論大の極に7点)で測定した。

(6) 認知的態度と感情的態度 a. 「日本の大学では試験やレポートの評価があまい」および「日本の大学では試験やレポートの回数が少ない」という2種類の意見に対する賛否度を2項目(賛成の極に7点)で測定した。また、b. 「日本の大学でも試験やレポートの評価をもっと厳しくすべきである」および「日本の大学でも試験やレポートをもっと多く課すべきである」という2種類の意見に対する賛否度を2項目(賛成の極に7点)で測定した。aは信念(belief)に近い測度であり、bは狭義の態度(attitude)に近い測度であるので、ここでは両者を区別するために、便宜上、aを認知的態度、bを感情的態度と呼ぶことにした。

(7) 尺度の内的整合性 上記の(1), (2), (3), (6a), (6b)の各尺度を構成する下位項目相互間の相関関係を、実験群のデータ($N=180$)について、ピアソンの相関係数 r を算出して検討した。その結果、(1) $r=.231\sim.668$, (2) $r=.163\sim.710$, (3) $r=.510$, (6a) $r=.585$, (6b) $r=.803$ と全ての尺度の全ての下位項目間に有意($p<.05$)な正の相関係数が得られたので、各尺度を構成する下位項目の得点をもつて、その尺度得点とした。

4. 統制群

統制群では、実験話題に対する態度測定のみを行った。ただし、実験の進行を実験群とそろえるために、実験群で使用した小冊子と外見上類似した小冊子を使用した。統制群で用いた小冊子には、「幼児のおけいこごと」の説得話題に関する約1400字のフィラー・メッセージと、それに対するフィラー・質問が含まれていた。そして、質問紙の末尾部分で、記事の内容と直接関係がないことをこつとわつたうえで、実験群で測定した従属変数、(6a)と(6b)についての測定を行った。

結 果

1. メッセージの説得力

認知的態度得点は、無警告条件($M=8.91$, $SD=2.39$)の方が統制条件($M=7.80$, $SD=2.22$)よりも有意($t=2.28$, $df=88$, $p<.05$)に大であった。しかし、感情的態度得点については、無警告条件($M=7.09$, $SD=2.76$)と統制条件($M=6.47$, $SD=2.56$)

の間の差は、予想した方向のものであったが、有意な水準にまでは至らなかった。したがって、本研究で使用了説得メッセージの説得力は、必ずしも十分とはいえないまでも、部分的には認めることができる。なお、恐怖感情得点をみると、無警告条件 ($M=6.84$, $SD=2.46$) の方が統制条件 ($M=5.40$, $SD=2.54$) よりも有意 ($t=2.74$, $df=88$, $p<.01$) に大であり、本研究で使用了説得話題は、説得者の恐怖喚起意図の警告を行うのに適した話題であることが確認された。

2. 説得効果

認知的態度得点と感情的態度得点を Table 1 に示した。認知的態度得点に関する事前警告要因と事後警告要因の 2 要因分散分析を行ったところ、事後警告要因の主効果が有意 ($F=4.59$, $df=1/176$, $p<.05$) であった。すなわち、事後警告あり群の方が事後警告なし群よりも認知的態度得点は大きであった。このように事後警告は、唱導方向への認知的態度変化を促進し、説得効果を高めた。これは、事後警告が説得への抵抗を感じさせるかもしれないという当初の暗黙の予想と矛盾する結果であった。

次に、認知的態度得点に関して、実験条件 4 条件における多重比較 (Turkey 法) を行った結果、事後単一警告条件の方が事前単一警告条件よりも認知的態度得点が有意 ($p<.05$) に大きであった。このように、事後単一警告は、事前単一警告に比べて、認知的態度の唱導方向への変化を有意に促進していることが判明した。

感情的態度得点に関する 2 要因分散分析を行ったところ、事前警告要因の主効果が有意 ($F=6.59$, $df=1/176$, $p<.05$) であった。すなわち、事前警告あり群の方が事前警告なし群よりも感情的態度得点は小であった。このように事前警告は、唱導方向への感情的態度変化を抑制し、説得効果を低めた。これは、事前警告が説得への抵抗を生じさせるであろうという当初の予想と一致する結果であった。

次に、感情的態度得点に関して、実験条件 4 条件における多重比較 (Turkey 法) を行ったが、有意差の

Table 1 認知的態度と感情的態度

事前警告	あり		なし	
	あり	なし	あり	なし
認知的態度	9.09 (2.58)	8.44 (2.55)	9.76 (1.69)	8.91 (2.39)
感情的態度	6.18 (3.13)	6.27 (2.68)	7.49 (2.55)	7.09 (2.76)

(注 1) 表内の数値は M , () 内の数値は SD

Table 2 反論、好意的思考および心理的リアクタンス

事前警告	あり		なし	
	あり	なし	あり	なし
反論	3.76 (1.23)	4.07 (1.34)	3.78 (1.31)	3.22 (1.35)
好意的思考	4.53 (1.31)	4.44 (1.46)	4.76 (1.07)	4.82 (1.07)
心理的リアクタンス	3.56 (1.06)	3.71 (1.53)	3.33 (1.26)	3.33 (1.26)

(注 1) 表内の数値は M , () 内の数値は SD

存在する条件は見いだせなかった。

3. 反論、好意的思考及び心理的リアクタンス

反論得点、好意的思考得点及び心理的リアクタンス得点を Table 2 に示した。反論得点に関する事前警告要因と事後警告要因の 2 要因分散分析を行った。その結果、事前警告要因の主効果が有意 ($F=4.45$, $df=1/176$, $p<.05$) であった。すなわち、事前警告あり群の方が事前警告なし群よりも反論得点は大きであった。このように、事前警告は説得への反論を増大させた。

また、反論得点に関する事前警告要因と事後警告要因の交互作用が有意 ($F=4.95$, $df=1/176$, $p<.05$) であった。そこで、単純主効果の検定を行ったところ、事前警告要因の単純主効果は、事後警告あり群では有意でなかったが、事後警告なし群では有意 ($F=9.41$, $df=1/176$, $p<.05$) であった。すなわち、事後警告なし群では、事前警告あり条件の方が事前警告なし条件よりも反論得点が大きであったが、事後警告あり群では、そうした事前警告条件間の差は認められなかった。多重比較 (Turkey 法) の結果も、事前単一警告条件の方が無警告条件よりも反論得点が有意 ($p<.05$) に大きであることが確認された。そして、事後警告要因の単純主効果は、事前警告あり群では有意でなかったが、事前警告なし群では、有意 ($F=4.07$, $df=1/176$, $p<.05$) であった。すなわち、事前警告なし群では、事後警告あり条件の方が事後警告なし条件よりも反論得点は大きであったが、事前警告あり群ではそうした事後警告条件間の差は認められなかった。しかし、多重比較の結果は、事後単一警告条件と無警告条件との間にそうした反論得点の差を示さなかった。

ところで、好意的思考得点と心理的リアクタンス得点に関する 2 要因分散分析の結果、事前警告要因と事後警告要因の効果は全く認められなかった。

4. メッセージ評価と源泉評価

メッセージ評価得点と源泉評価得点を Table 3 に示

Table 3 メッセージ評価と源泉評価

事前警告	あり		なし	
事後警告	あり	なし	あり	なし
メッセージ評価	19.16 (3.16)	19.27 (2.88)	19.89 (2.90)	20.31 (3.33)
源泉評価	15.00 (2.80)	15.24 (2.92)	16.00 (3.51)	16.71 (2.97)

(注1) 表内の数値は M , () 内の数値は SD

した。メッセージ評価得点に関して2要因の分散分析を行ったところ、事前警告要因の主効果の傾向 ($F=3.76$, $df=1/176$, $p<.06$) が認められた。すなわち、事前警告あり群の方が事前警告なし群よりもメッセージ評価得点がいくらか小であった。事前警告は、メッセージ評価を低めることが明らかとなった。なお、多重比較の結果、4実験条件間のどこにも有意差は見いだせなかった。

源泉評価得点に関する2要因の分散分析を行ったところ、事前警告要因の主効果が有意 ($F=7.31$, $df=1/176$, $p<.01$) であった。すなわち、事前警告あり群の方が事前警告なし群よりも源泉評価得点が小であった。事前警告は、源泉評価を低めることが示された。また、多重比較の結果、事前事後結合警告条件の方が無警告条件よりも源泉評価得点が小であることが判明した。

考 察

1. 事前警告の効果とその媒介過程

事前警告は、説得メッセージによる唱導方向への感情的態度変化を抑制することが実証され、このことは事前警告が説得への抵抗を生じさせるという過去の諸研究 (Dean et al., 1971; Freedman & Sears, 1965; 深田, 1983; Fukada, 1986; Hass & Grady, 1975; Petty & Cacioppo, 1979; 上野, 1981) と一致する。感情的態度の次元における事前警告による説得への抵抗現象は、メッセージに対する説得後の反論の生起およびメッセージや源泉に対する評価低減の現象に対応している。すなわち、事前警告は、説得メッセージの主張・内容に対して否定的・非好意的な考えを受け手に引き起こし、説得に対する反論を増加させている。これに加えて、事前単一警告条件が、無警告条件に比べて、説得に対するより大きい反論を生起させることが、多重比較の検定結果から確認されている。こうした事前警告による説得後の反論増加現象は、事前警告が説得前あるいは説得中の反論を増加するという過去の

の研究 (Fukada, 1986; Petty & Cacioppo, 1977, 1979; 上野, 1981, 1982) の知見と一致する。

また、事前警告は、説得メッセージ及びその源泉に対する受け手の評価を低めることが見いだされた。こうした事前警告によるメッセージや源泉に対する評価低減現象は、先行研究 (小川・上野, 1980; Watts & Holt, 1979) の知見と一致する。

しかしながら、説得中の心理的リアクタンスの生起やメッセージに対する説得後の好意的思考の生起に対しては、事前警告の影響は認められなかった。心理的リアクタンスに及ぼす事前警告の効果に関する本研究の結果は、事前警告が説得前あるいは説得中の心理的リアクタンスを増加するという過去の諸研究 (深田, 1983; Fukada, 1986; 上野, 1981, 1982) の知見を支持しなかった。また、好意的思考に及ぼす事前警告の効果に関する本研究の結果は、事前警告が説得中の好意的思考を減少するという Petty & Cacioppo (1977) の知見を支持しなかった。

以上のように、感情的態度の次元における事前警告による説得への抵抗は、説得への反論や、メッセージと源泉に対する評価低減を媒介にして生じる可能性が示唆された。

2. 事後警告の効果とその媒介過程

ところで、事後警告は、説得メッセージによる唱導方向への認知的態度変化を促進することが見いだされた。認知的態度の次元において、事後警告が説得効果を高めるといふ本研究で得られた結果は、当初の予想とは逆方向の結果であり、事後警告が説得に何の影響を及ぼさなかった Kiesler & Kiesler (1964) の知見とも矛盾するものである。事後警告による説得促進現象は Kiesler & Kiesler (1964) が依拠した認知的不協和理論からの予測と一致するものである。認知的不協和理論によると、説得的メッセージに接したという行動的事実とそのことにネガティブな価値づけを与える事後警告との間に不協和が生じ、不協和低減の方策として事後警告が拒否され、説得メッセージの影響が高まると解釈できる。その場合、事後警告群で、メッセージや源泉に対する評価の高揚、説得後の反論の減少あるいは説得後の好意的思考の増加が期待される。ところが、メッセージや源泉に対する評価、反論やこれらの反応に対する事後警告の影響は全く認められず、認知的不協和理論からの解釈を積極的に支持する結果は見いだせなかった。しかし、他に手がかりのない現段階では、認知的不協和理論からこの現象を解釈せざるをえない。

3. “事後警告後—態度測定前”の時間的遅延

事後警告による説得促進現象を一般化するにあつ

ては、1つの問題が存在する。それは、事後警告の呈示時点と従属変数の測定時点との時間間隔、すなわち時間的遅延 (delay) の問題である。本研究では、事後警告と従属変数の測定との間に時間的遅延はおかなかった。したがって、事後警告と従属変数の測定との間のわずかな時間における反論や好意的思考を本研究では測定していたことになる。しかし、反論や好意的思考の生起にはある程度の時間が必要であることが、事前警告の研究から指摘されている。例えば、TPタイプの事前警告が“事前警告後—説得前”の時間帯に反論を生起させるためには、事前警告と説得との間に時間的遅延が必要であることが検証されてきた (Hass & Grady, 1975; 上野, 1981)。したがって、事後警告を呈示した後に時間的遅延をおき、従属変数を測定するならば、その間にメッセージに対する反論あるいは好意的思考が生起するための時間が保証されることになる。したがって、認知的不協和理論からの解釈が妥当であれば、事後警告は事後警告後に反論の減少あるいは好意的思考の増加を生じさせるであろう。そして、もし、事後警告後の時間的遅延の導入が反論の生起をもたらすならば、事後警告は説得への抵抗を生じさせる可能性があり、認知的不協和理論による解釈を否定することになる。事後警告後のこうした反論は、事前警告による“事前警告後—説得前”の時点における予期的反論 (anticipatory counterargumentation) に対比する意味で、遡及的反論 (retroactive counterargumentation) と呼ぶことができる。

このように、事後警告と従属変数の測定との間に時間的遅延を導入することによって、遡及的反論や遡及的支持論 (好意的思考) を測定すれば、事後警告の説得促進効果が一般化する現象があるかどうかという問題と同時に、認知的不協和理論による解釈が妥当であるかどうかという問題を検討することができる。したがって、説得に及ぼす事後警告の効果を研究する場合、事後警告後の時間的遅延の要因を考慮しなければならない。また、説得前及び説得中の反論や支持論と事後警告後 (説得後) の遡及的反論や遡及的支持論とを明確に区別する必要がある。

引用文献

Allyn, J., & Festinger, L. 1961 The effectiveness of unanticipated persuasive communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **62**, 35-40.

Dean, R.B., Austin, J.A., & Watts, W.A. 1971 Forewarning effects in persuasion: Field and classroom experiments. *Journal of Personality and So-*

cial Psychology, **18**, 210-221.

Festinger, L. 1957 *A theory cognitive dissonance*. Stanford: Stanford University Press.

Freedman, J.L., & Sears, D.O. 1965 Warning, distraction and resistance to influence. *Journal of Personality and Social Psychology*, **1**, 262-266.

深田博己 1983 恐怖喚起コミュニケーションにおける予告効果 心理学研究, **54**, 286-292.

Fukada, H. 1986 Psychological processes mediating persuasion-inhibiting effect of forewarning in fear-arousing communication. *Psychological Reports*, **58**, 87-90.

Hass, R.G., & Grady, K. 1975 Temporal delay, type of forewarning, and resistance to influence. *Journal of Experimental Social psychology*, **11**, 459-469.

Kiesler, C.A., & Kiesler, S.B. 1964 Role of forewarning in persuasive communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **68**, 547-549.

小川一夫・上野徳美 1980 説得的コミュニケーションにおける予告効果の持続性 広島大学教育学部紀要 (第1部), **29**, 107-113.

Papageorgis, D. 1968 Warning and persuasion. *Psychological Bulletin*, **70**, 271-282.

Papageorgis, D. 1970 Effects of disguised and persuasion contexts on beliefs. *Journal of Social Psychology*, **80**, 43-48.

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.

上野徳美 1981 説得への抵抗に及ぼす予告の効果 心理学研究, **52**, 173-177.

上野徳美 1982 説得への抵抗に及ぼす予告と自我関与の効果 広島大学教育学部紀要 (第1部), **31**, 177-182.

上野徳美 1983 説得的コミュニケーションにおける予告の効果に関する研究 実験社会心理学研究, **22**, 157-166.

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.