

虚偽説得に及ぼす虚偽説得者の意図に関する事後警告の効果

深田博己・平川 真・塚脇涼太

Effects of afterwarnings regarding persuader's intent on deceptive persuasion

Hiromi Fukada, Makoto Hirakawa, and Ryota Tsukawaki

本研究では、詐欺の一種である架空請求を虚偽説得として利用した。そして、虚偽説得メッセージ（架空請求ハガキ）を実験参加者に提示した後、説得者の意図に関する事後警告を提示し、その効果を測定した。事後警告情報には、説得意図（PI）、虚偽意図（DI）、情緒喚起意図（EI）の3タイプを使用した。実験計画は、事後警告要因（3種類の単一タイプと4種類の結合タイプの事後警告、および無事後警告）と実験参加者の性（男性、女性）の8×2の2要因実験参加者間計画であったが、実質的に2×2×2×2の4要因実験参加者計画であった。従属変数の測定には事後測定法を用いた。4要因分散分析の結果、①EIタイプの事後警告が有る場合には、PIタイプの事後警告は連絡行動意思を抑制すること、②PIタイプの事後警告は無いが、EIタイプの事後警告がある場合には、DIタイプの事後警告は振込行動意思を抑制することが分かった。また、共分散構造分析の結果、微弱ではあるが、DIタイプの事後警告は、メッセージ評価を低下させて、振込行動意思を抑制することが解明された。

キーワード：架空請求詐欺、虚偽説得、事後警告、虚偽説得意図、説得抑制効果

問 題

説得メッセージの提示に先行する事前警告 (forewarning) の提示が説得に及ぼす効果に関しては、特定条件下での事前警告の説得促進効果を認める一部の展望論文 (上野, 1983, 2002) を除けば、多くの展望論文 (Benoit, 1998; 深田, 2005, 2006; Papageorgis, 1968; Quinn & Wood, 2004; Wood & Quinn, 2003) は、説得抑制効果 (説得への抵抗) を生じさせることを繰り返し指摘してきた。警告には事前警告と事後警告 (afterwarning) があるとする深田 (2006) は、警告を単なる説得への抵抗をもたらす要因とみなすのではなく、社会的に望ましくない説得に対する防御技法と捉える姿勢を提案した。

深田・児玉・樋口・蔵永・辻口 (2009c) は、様々な社会的影響コミュニケーションを疑似説得 (pseudo-persuasion) として説得に準じるコミュニケーションと位置づけることで、説得研究の方法や知見を援用することが有用であると考えた。そして、疑似説得の中で、虚偽の情報を使用する悪質商法や詐欺を虚偽説得 (deceptive persuasion) とみなした。悪質商法や詐欺に対する大学生の遭遇

経験は看過できないこと（深田・石井・児玉・樋口, 2008）、悪質商法や詐欺に対する大学生の警告接触経験は有用であること（深田・石井, 2009）が明らかとなっている。

警告の情報タイプとしては、説得の話題と立場（topic and position: TP）および説得者の説得意図（persuasive intent: PI）の2タイプが基本タイプとして用いられてきた。これに対して、深田（1983）は、情緒的アピールの場合には説得者の情緒喚起意図（emotion-arousing intent: EI）のタイプが存在することを提案し、また、深田他（2009c）は、虚偽説得の場合は説得者の虚偽意図（deceptive intent: DI）のタイプが存在することを提案し、説得者の意図に関する警告の概念を拡張してきた。

悪質商法の一つであるチラシ広告を実験材料に使用した深田他（2009c）は、TPタイプの事前警告、PIタイプの事前警告、DIタイプの事前警告といった3種類の単一タイプの事前警告が虚偽説得に及ぼす効果を検討した。その結果、予想に反して、TPタイプの事前警告が説得促進効果をもつこと、DIタイプの事前警告はTPタイプの事前警告に比べて相対的に説得効果を抑制することを見出した。また、事前警告の効果を媒介する変数は、TPタイプの事前警告の場合は説得中の肯定的感情、PIタイプの事前警告の場合は送り手評価、DIタイプの事前警告の場合はメッセージ評価であることを確認した。

次に、詐欺の一つである通知文書を実験材料として使用した深田・樋口・深田（2009a）は、TPタイプの事前警告、PIタイプの事前警告、DIタイプの事前警告といった3種類の単一タイプの事前警告が虚偽説得に及ぼす効果を検討したところ、説得に及ぼす事前警告の効果はみられなかった。しかし、説得効果の指標として振込行動意思が最も適切であること、TPタイプの事前警告条件では否定的思考の増加が、PIタイプの事前警告条件では送り手評価の低下が、DIタイプの事前警告条件では肯定的思考の減少が、それぞれ振込行動意思の抑制をもたらす可能性のあることを見出した。

さらに、実験材料を改良し、詐欺の一つである架空請求ハガキを実験材料として使用した深田・石井・塚脇（2009b）は、説得者の意図を操作し、PIタイプの事前警告、DIタイプの事前警告、EIタイプの事前警告といった3種類の単一タイプの事前警告、およびこれらの単一タイプの組み合わせであるPI・DI結合タイプの事前警告、PI・EI結合タイプの事前警告、DI・EI結合タイプの事前警告、PI・DI・EI結合タイプの事前警告が虚偽説得に及ぼす効果を検討した。その結果、DI単一タイプの事前警告とPI・DI結合タイプの事前警告が虚偽説得による振込行動意思を抑制すること、すなわち、説得抑制効果をもつことが解明された。また、こうした説得抑制効果の生起過程としては、不安・動揺の低減とメッセージ評価の低減が有力であることが判明した。

以上のように、虚偽説得に対する事前警告の効果に関しては、ある程度解明できた。しかし、事後警告が虚偽説得に対して抑制効果をもつかどうかに関しては全く検討されていない。事後警告の効果に関しては、Kiesler & Kiesler（1964）によって事後警告の効果が無いこと、深田・有倉（1992）によって説得促進効果があることが報告されたが、これらの研究における方法論的な問題点を指摘した深田（1999）は、事後警告後から説得効果測定時までにかかる時間が保証される場合には、事後警告が説得抑制効果を生じさせる可能性が高いことを示唆した。さらに、深田（2004）は、第一段階の偽装説得と第二段階の隠蔽説得から構成される二段階説得の場合、偽装説得と隠蔽説得の間に提示される「偽装説得に対する単独事後警告」と「偽装説得に対する事後警告と隠蔽説得に対す

る事前警告を組み合わせた二重事後事前警告」は、同程度の偽装説得抑制効果傾向をもつと示唆した。

事前警告ほどの虚偽説得抑制効果は期待できないかもしれないが、本研究では、事後警告がどの程度の虚偽説得抑制効果をもつのかについて、事前警告を用いた深田他（2009b）の実験計画に準じて、説得者の説得意図、虚偽意図、情緒喚起意図を操作し、単一タイプと結合タイプの事後警告の効果を検証する。

方 法

実験計画と実験参加者

独立変数は事後警告タイプ（PI タイプ、DI タイプ、EI タイプ、PI・DI 結合タイプ、PI・EI 結合タイプ、DI・EI 結合タイプ、PI・DI・EI 結合タイプ、無事後警告）と実験参加者の性（男性、女性）の 8×2 の 2 要因実験参加者間計画であった。実質的な要因計画は、事後警告 PI タイプ（有り、無し）、事後警告 DI タイプ（有り、無し）、事後警告 EI タイプ（有り、無し）、実験参加者の性（男性、女性）の 2×2×2×2 の 4 要因実験参加者間計画であったが、3 種類の単一タイプの事後警告と 4 種類の結合タイプの事後警告の計 7 種類の事後警告の効果を比較検討することが主目的であったため、3 タイプの事後警告を要因扱いせず、無事後警告を含む 8 種類の事後警告条件を 1 要因 8 水準の事後警告要因として扱った。

従属変数は、事後測定法に基づいて測定した。無事後警告条件は、事後警告を提示せずに説得メッセージを提示する条件であり、事後警告効果査定のベースラインを得るために設定した。なお、深田他（2009b）と同様の理由で、事後警告も説得メッセージも提示しない統制条件を設定しなかった。

実験参加者は広島県内の大学生 362 名であり、無記入回答を含まない有効回答者は 331 名であったが、各条件の実験参加者数と男女比を一定にするため、無作為に 43 名分のデータを削除した。最終的に各条件 36 名（男性 18 名、女性 18 名）の合計 288 名（平均年齢 20.42 歳、SD=1.08）のデータを分析に使用した。

実験手続き

実験手続きの概要 実験は、「大学生の生活調査」という設定のもとに、授業時間中に集団実施した。実験操作と従属変数の測定は全て小冊子で行った。実験参加者に対して、説得メッセージと質問紙をセットにした 8 種類の小冊子のうちの 1 種類を無作為に配付した。すなわち、各実験条件に対する実験参加者の無作為配置は、小冊子の無作為配付によって行った。

小冊子の構成 小冊子（A4 判、両面印刷、左綴じ）の構成は以下のとおりであった。

1) 事後警告有り 7 条件：①全体の教示（表紙）、②説得メッセージ提示直前の教示（第 1 ページ）、③説得メッセージの提示（第 2 ページ）、④事後警告の提示（第 3 ページ）、⑤進行指示（第 4 ページ）、⑥従属変数の測定（第 5～7 ページ）、⑦人口統計学的変数等の測定（第 8 ページ）、⑧白紙（裏表紙）の順だった。

2) 無事後警告（NAW）条件：小冊子の構成は、事後警告有り条件の小冊子から④と⑤を削除し

た以外は、他の小冊子の構成と同じであった。

実験材料

虚偽説得話題 深田他（2009b）で使用したハガキによる架空請求を虚偽説得メッセージとして使用した。その話題は、消費料確認通知書と題して、契約会社が料金の未払いもしくは契約不履行について裁判所に訴訟申請したことを全国消費生活相談センターが通知するもので、全国消費生活相談センターに連絡を求め、未払い料金の振込の必要性を示唆する内容だった（深田他, 2009b の末尾の補助資料参照）。

事前警告操作 無事後警告条件以外の各事後警告条件について、以下の7種類の事後警告情報のうち1種類を提示した。

PI タイプ：「先ほど読んでいただいた文書は、あなたに影響を与えることで、あなたの持っている考えやあなたのとる行動を変えようとしています。つまり、あなたに特定の行動をとらせることを最終的にねらっています。」

DI タイプ：「先ほど読んでいただいた文書は、捏造された間違っただけの情報をあなたに与えることによって、巧妙にあなたを騙そうとしています。つまり、嘘の情報をあなたに与えることで、あなたに嘘を信じ込ませようとしています。」

EI タイプ：「先ほど読んでいただいた文書は、あなたを動揺させて、あなたの不安感を高めようとしています。つまり、あなたを脅して、あなたを不安な気持ちにさせようとしています。」

PI・DI 結合タイプ、PI・EI 結合タイプ、DI・EI 結合タイプ、PI・DI・EI 結合タイプは、それぞれ上記の単一タイプの警告を組み合わせて作成した。

従属変数

「読んでいただいた“消費料確認通知書”（あるいは“料金徴収通知”）に対するあなたの印象や感想をお聞きします。以下の質問について、それぞれ答えてください。」という教示を設け、従属変数を測定した。複数項目から成る尺度については、深田他（2009b）と同じ合成得点を使用した。なお各尺度の α 係数は.77以上であった。

思考 虚偽説得メッセージである架空請求を読んでいるときに、肯定的思考と否定的思考がどの程度頭に浮かんだかについて、「たくさん浮かんだ7点～全く浮かばなかった1点」の7段階で評定を求めた。

感情 多面的感情状態尺度（寺崎・岸本・古賀, 1992）を参考に、虚偽説得メッセージである架空請求を見る際に生起する感情として妥当だと思われる項目を抽出した。抑鬱・不安因子から「不安な」、敵意因子から「むっとした」、倦怠因子から「ばからしい」、驚愕因子から「動揺した」の各1項目、計4項目を抽出した。これらの項目に関して、「非常に感じた7点～全く感じなかった1点」の7段階で評定を求めた。

心理的リアクタンス 虚偽説得メッセージである架空請求を読んでいるときにどのような気持ちになったかを、「他人の意見を押し付けられているようで反発を感じたか」、「自分の意見や態度を支配されているようで反発を感じたか」の2項目について、「非常に感じた7点～全く感じなかった1点」の7段階で評定を求めた。

送り手評価 虚偽説得メッセージである架空請求の送り手に対する評価を、「専門性（非常に専門的である7点～全く専門的でない1点）」、「信頼性（非常に信頼できる7点～全く信頼できない1点）」、「好感（非常に好感のもてる7点～全く好感のもてない1点）」、「親しみ（非常に親しみを感じる7点～全く親しみを感じない1点）」の4項目について7段階で評定を求めた。

メッセージ評価 虚偽説得メッセージの内容に対する評価を、「納得性（非常に納得できる7点～全く納得できない1点）」、「分かりやすさ（非常に分かりやすい7点～全く分かりにくい1点）」、「親切さ（非常に親切である7点～全く親切でない1点）」の3項目について7段階で評定を求めた。

関心度 虚偽説得メッセージを読んだことで、「消費料確認通知書」、「利用料金の未払いもしくは契約不履行」、「全国消費生活相談センター」、「全国消費生活相談センターに連絡すること」の4項目について「非常に関心を持った7点～全く関心を持たなかった1点」の7段階で評定を求めた。

行動意思 虚偽説得メッセージである架空請求の影響を検討するための行動意思については、虚偽説得メッセージの狙う行動である直接的行動意思に相当する連絡行動意思と振込行動意思の2種類と、直接的行動意思に繋がる前段階の間接的行動意思1種類を測定した。

連絡行動意思は、虚偽説得メッセージである架空請求の送り手である「全国消費生活相談センター（あるいは株式会社ネットリサーチ）に電話をして詳しい説明を受けたい」の1項目であった。振込行動意思は、請求されている「利用料金の振り込みをしたい」の1項目であった。

間接的行動意思は「先ほどの通知書（あるいはメール）を丁寧に読みたい」、「料金の未払いなどについて詳しい情報を入手したい」、「通知書（あるいはメール）が送られてきたことを家族や友人に相談をしたい」、「全国消費生活相談センター（あるいは株式会社ネットリサーチ）に電話するかどうか家族や友人に相談をしたい」、「料金を振り込むかどうか家族や友人に相談をしたい」の5項目であった。

それぞれの気持ちにどの程度なるかについて、「非常になる7点～全くならない1点」の7段階で評定を求めた。

その他 架空請求書が届いた経験の有無、性別、年齢を尋ねた。

結 果

単一タイプと結合タイプの事後警告の効果：2要因分散分析

事後警告条件別および実験参加者の性別に各従属変数の平均値と標準偏差を算出し、表1に示した。また、事後警告（8）×性（2）の2要因分散分析の結果も併せて表1に示した。

事後警告要因の主効果 いずれの従属変数に関しても、事後警告の主効果は有意でなかった。わずかに、メッセージ評価と振込行動意思に関して、事後警告の主効果が有意傾向であった。そこで、有意水準を5%に設定しLSD法による多重比較の検定を行った。その結果、メッセージ評価については、DIタイプ、PI・DI結合タイプ、DI・EI結合タイプ、PI・DI・EI結合タイプおよび無警告に比べて、PIタイプの方が高いことが示された。また、振込行動意思については、PI・DI結合タイプ、DI・EI結合タイプおよびPI・DI・EI結合タイプに比べて、PIタイプ、DIタイプおよびEIタイプの方が高いことが示された。

表1
各従属変数に関する条件別, 平均値(SD)および2要因分散分析と多重比較の結果

	警告タイプ ^(a)							性別 ^(b)		F値・多重比較			
	PI	DI	EI	PI・DI	PI・EI	DI・EI	PI・DI・EI	NAF	男性	女性	(a)	(b)	(a)×(b)
肯定的思考	3.25 (1.38)	3.14 (1.40)	2.86 (1.44)	3.19 (1.60)	3.08 (1.52)	2.33 (1.01)	2.83 (1.56)	2.83 (1.48)	3.05 (1.47)	2.83 (1.41)	1.59 ns	1.67 ns	2.12 *
否定的思考	4.44 (1.65)	4.75 (1.56)	4.64 (1.64)	4.78 (1.64)	4.69 (1.65)	4.92 (1.86)	4.75 (1.61)	4.42 (1.79)	4.65 (1.73)	4.69 (1.61)	0.36 ns	0.04 ns	0.31 ns
不安・動揺	4.56 (1.66)	4.24 (1.78)	4.63 (1.48)	4.10 (1.53)	4.17 (1.51)	4.15 (1.71)	4.22 (1.91)	4.47 (1.34)	4.02 (1.57)	4.61 (1.61)	0.57 ns	9.45 ***	0.45 ns
むっとした	3.72 (1.86)	3.47 (1.73)	3.81 (1.72)	4.11 (1.60)	3.72 (1.77)	3.89 (2.08)	3.75 (1.84)	3.78 (1.66)	3.89 (1.82)	3.67 (1.73)	0.36 ns	1.04 ns	0.83 ns
馬鹿らしい	3.33 (2.04)	3.53 (2.16)	3.06 (1.76)	3.31 (1.55)	3.75 (1.84)	3.89 (1.72)	4.00 (1.82)	3.42 (1.87)	3.85 (1.90)	3.22 (1.76)	1.10 ns	8.69 ***	0.51 ns
心理的リアクタンス	3.31 (1.69)	2.89 (1.41)	3.17 (1.39)	3.44 (1.62)	2.79 (1.47)	2.96 (1.70)	3.03 (1.78)	3.10 (1.71)	3.23 (1.65)	2.94 (1.53)	0.66 ns	2.21 ns	0.64 ns
送り手評価	3.22 (1.01)	3.15 (1.04)	3.02 (0.85)	3.08 (1.20)	3.21 (1.12)	2.89 (1.13)	3.13 (1.28)	2.92 (0.97)	3.06 (1.08)	3.10 (1.08)	0.48 ns	0.12 ns	1.04 ns
メッセージ評価	3.52 (1.28)	2.95 (1.10)	3.16 (1.13)	2.81 (1.12)	2.99 (1.10)	2.63 (1.21)	2.98 (1.04)	2.85 (1.28)	3.14 (1.18)	2.83 (1.15)	1.92 †	5.22 **	1.64 ns
関心度	4.45 (1.33)	4.81 (1.51)	4.42 (1.21)	4.63 (1.04)	4.53 (1.41)	3.97 (1.43)	4.43 (1.49)	4.23 (1.32)	4.14 (1.36)	4.73 (1.34)	0.92 ns	10.10 ***	0.32 ns
間接的行動意思	3.92 (1.48)	4.14 (1.70)	4.33 (1.30)	3.69 (1.38)	3.94 (1.49)	3.17 (1.79)	3.31 (1.90)	3.53 (1.60)	3.81 (1.47)	3.70 (1.65)	1.31 ns	0.17 ns	0.42 ns
連絡行動意思	3.22 (2.35)	3.22 (2.22)	3.47 (1.99)	2.44 (2.05)	2.81 (2.07)	2.53 (2.08)	2.31 (2.16)	2.67 (1.90)	2.70 (2.13)	2.97 (2.10)	1.85 †	1.43 ns	0.65 ns
振込行動意思	3.22 (1.96)	3.22 (2.27)	3.47 (2.02)	2.44 (1.30)	2.81 (1.88)	2.53 (1.81)	2.31 (1.77)	2.67 (1.79)	2.70 (1.74)	2.97 (2.02)	1.85 †	1.43 ns	0.65 ns

注1) 警告タイプの主効果のdf=7/272, 性別の主効果のdf=1/272, 警告タイプと性別の交互作用のdf=7/272

注2) *** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, † $p < .10$

参加者の性要因の主効果 性の主効果は4変数に関して見られ、男性の方が女性より馬鹿らしいという感情が強く、メッセージ評価が高かったが、女性の方が男性よりも不安・動揺の感情と間接的行動意思が強かった。

事後警告要因と参加者の性要因の交互作用効果 肯定的思考に関して、事後警告タイプと性の交互作用効果が有意であった。単純主効果の検定を行った結果、男性において事後警告タイプの単純主効果が有意であったので ($F(1, 272)=2.26, p<.05$)、有意水準を5%に設定しLSD法による多重比較の検定を行ったところ、DI・EI結合タイプが他の全ての事後警告タイプおよび無警告と比べて肯定的思考が低かった。また、EIタイプにおいて、性の単純主効果が有意であり ($F(1, 272)=7.36, p<.01$)、男性の方が女性よりも肯定的思考が高かった。

事後警告タイプ要因の効果：4要因分散分析

どの従属変数に関しても、単一タイプの3種類の事後警告、結合タイプの4種類の事後警告、および無事後警告条件の間に有意差が見られなかったため、PIタイプの事後警告(2)×DIタイプの事後警告(2)×EIタイプの事後警告(2)×実験参加者の性(2)の4要因分散分析を行った。

事後警告タイプ要因の主効果 メッセージ評価に関して、DIタイプの事後警告の主効果が有意であり ($F(1, 272)=4.47, p<.05$)、DIタイプの事後警告がメッセージ評価を低減することが示された。しかし、そのほかの従属変数に関しては、DIタイプの事後警告の主効果は全く見られず、PIタイプの事後警告とEIタイプの事後警告の主効果は、どの従属変数に関しても見られなかった。

事後警告タイプ要因の一次の交互作用効果 連絡行動意思に関しては、PIタイプの事後警告とEIタイプの事後警告の一次の交互作用効果が有意であった ($F(1, 272)=4.80, p<.05$)。単純主効果の検定の結果、EIタイプの事後警告有り条件で、PIタイプの事後警告の単純主効果が有意であり

($F(1,272)=6.50, p<.05$)、PIタイプの事後警告無し条件の方が有り条件よりも連絡行動意思は強かった。すなわち、EIタイプの事後警告が有る場合には、PIタイプの事後警告は連絡行動意思を抑制していた(説得抑制効果をもっていた)。

事後警告タイプ要因の二次の交互作用効果 振込行動意思に関しては、PIタイプの事後警告とDIタイプの事後警告とEIタイプの事後警告の二次の交互作用効果が有意であった($F(1,272)=4.05, p<.05$)。単純交互作用の検定結果、EIタイプの事後警告無し条件におけるPIタイプの事後警告とDIタイプの事後警告の単純交互作用が有意であり($F(1,272)=4.54, p<.05$)、また、PIタイプの事後警告無し条件におけるDIタイプの事後警告とEIタイプの事後警告の単純交互作用が有意であった($F(1,272)=5.76, p<.05$)。これらの単純交互作用効果を整理すると、PIタイプの事後警告無し・EIタイプの事後警告有り条件でのDIタイプの事後警告の単純単純主効果が有意であり($F(1,272)=4.57, p<.05$)、DIタイプの事後警告有り条件の方が無し条件よりも振込行動意思が弱いことを示した。すなわち、PIタイプの事後警告は無いが、EIタイプの事後警告は有る場合には、DIタイプの事後警告は振込行動意思を抑制していた(説得抑制効果をもっていた)。

メッセージ評価に関しては、PIタイプの事後警告とDIタイプの事後警告とEIタイプの事後警告の二次の交互作用効果が有意であった($F(1,272)=6.04, p<.05$)。単純交互作用の検定結果、EIタイプの事後警告無し条件におけるPIタイプの事後警告とDIタイプの事後警告の単純交互作用が有意であり($F(1,272)=4.47, p<.05$)、また、DIタイプの事後警告無し条件におけるPIタイプの事後警告とEIタイプの事後警告の単純交互作用が有意であった($F(1,272)=4.78, p<.05$)。これらの単純交互作用効果を整理すると、DIタイプの事後警告無し・EIタイプの事後警告無し条件でのPIタイプの事後警告の単純単純主効果が有意であり($F(1,272)=6.12, p<.05$)、PIタイプの事後警告有り条件の方が無し条件よりもメッセージ評価は高いことを示した。すなわち、DIタイプの事後警告とEIタイプの事後警告が共に無い場合には、PIタイプの事後警告はメッセージ評価を高めるといふ、予想と逆の効果を示していた。さらに、PIタイプの事後警告有り・EIタイプの事後警告無し条件でのDIタイプの事後警告の単純単純主効果が有意であり($F(1,272)=6.82, p<.05$)、DIタイプの事後警告有り条件の方が無し条件よりもメッセージ評価は低いことを示した。すなわち、PIタイプの事後警告は有るが、EIタイプの事後警告は無い場合には、DIタイプの事後警告はメッセージ評価を低減していた。

このほかに、肯定的思考とメッセージ評価に関して、4要因の交互作用効果が有意であったが、煩雑になるので記述を省略する。

各事後警告タイプ要因の効果の生起過程：共分散構造分析

モデルの構成 虚偽説得に及ぼす各事後警告タイプの効果の生起過程を検討するために、各事後警告タイプを構成するPI、DI、EIの事後警告タイプ要因(PIタイプ要因、DIタイプ要因、EIタイプ要因)が虚偽説得に及ぼす効果の生起過程を検討する。実質的操作に対応するPIタイプの事後警告要因(有りを1、無しを0とするダミー変数、以下同様)、DIタイプの事後警告要因、EIタイプの事後警告要因、参加者の性(女性を1、男性を0とするダミー変数)の4変数を第1ステップに置き、肯定的思考、否定的思考、不安・動揺、心理的リアクタンス、送り手評価、メッセージ評価の6変数を第2ステップに置き、3種類の行動意思を第3ステップに置くモデルを構成した。すな

わち、3種類の事後警告タイプと参加者の性が6種類の感情・認知・評価変数を媒介して、3種類の行動意思へ影響するモデルを検討した。

3種類の行動意思変数間には、間接的行動意思が直接的行動意思（連絡行動意思と振込行動意思）に影響し、直接的行動意思の中でも連絡行動意思が振込行動意思に影響すると考えられる。そのため、3種類の行動意思の変数の誤差間に相関を仮定してモデルを作成した。その際、本研究で使用した虚偽説得メッセージである架空請求が喚起することを主に狙った感情ではない「むっとした」、「馬鹿らしい」といった感情の変数はモデルから除外した。また、「間接的行動意思」と.61の有意な高い相関がみられた「関心度」もモデルから除外した。

モデルの適合度 修正指数を参考に説得効果を媒介する変数の誤差間に共分散を仮定した結果、GFI=.905、AGFI=.856、RMSEA=.085と許容できる適合度を示した。結果を図1に示す。

第1ステップから第2ステップへの影響 PIタイプおよびEIタイプの事後警告要因の影響は全く見られず、DIタイプの事後警告要因はメッセージ評価を低める。

なお、男性に比べて、女性は不安・動揺が大きく、メッセージ評価が低い。

第2ステップから第3ステップへの影響 肯定的思考は振込行動意思を促進するが、否定的思考は振込行動意思を抑制する。心理的リアクタンスは行動意思に対して全く影響を持たないが、不安・動揺は間接的行動意思、連絡行動意思、振込行動意思の全てを促進する。送り手評価は間接的行動意思と連絡行動意思を促進し、メッセージ評価は振込行動意思を促進する。

振込行動意思の抑制過程 深田他(2009a)の指摘を受けて、最終変数を振込行動意思に限定して、その生起過程を分析する。振込行動意思に対して有意な直接効果を示す変数は肯定的思考、否定的

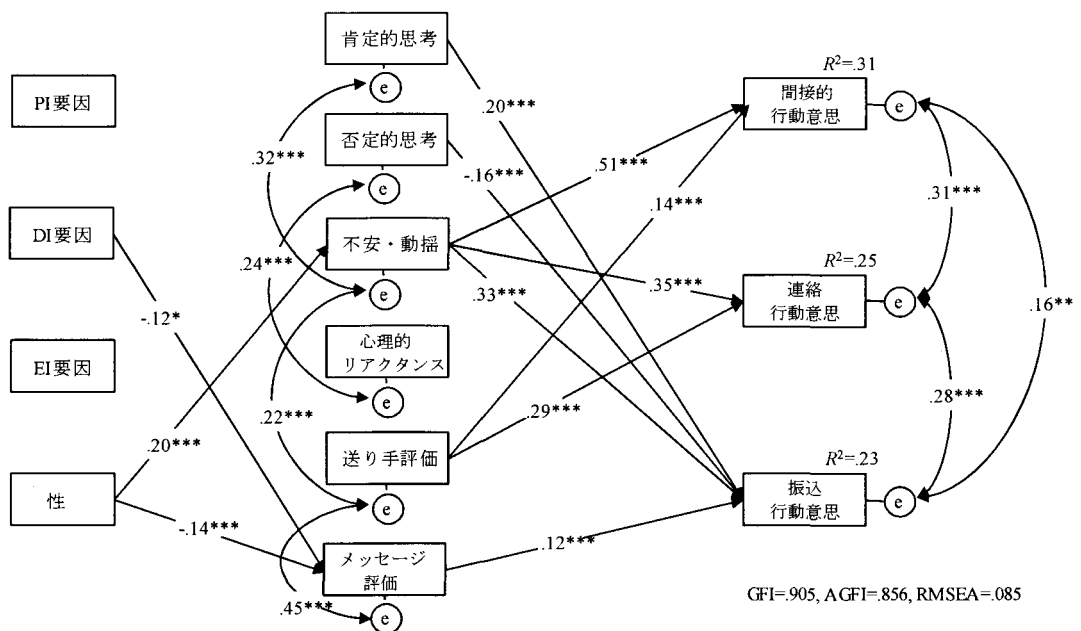


図1 虚偽説得に及ぼす事後警告タイプ要因の生起過程（標準化推定値）

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

思考、不安・動揺およびメッセージ評価の4変数である。肯定的思考、不安・動揺およびメッセージ評価から振込行動意思へは正の影響があり、否定的思考から振込行動意思へは負の影響があった。すなわち、肯定的思考が多いほど、不安・動揺が大きいほど、また、メッセージ評価が高いほど、振込行動意思は強くなり、否定的思考が多いほど、振込行動意思は弱くなる。

振込行動意思に直接効果を示した変数の内、事後警告タイプ要因が影響を及ぼしていたのは、メッセージ評価のみであった。メッセージ評価に有意な影響を与える事後警告タイプ要因は、DIタイプの事後警告要因のみであり、メッセージ評価に対して負の影響を示していた。すなわち、DIタイプの事後警告要因は、メッセージ評価を低めることによって、振込行動意思を抑制する力を持つことが証明された。しかし、PIタイプの事後警告要因も、EIタイプの事後警告要因も振込行動意思に対して影響しないことが分かった。

考 察

本研究の目的は、先行研究において未検討であった虚偽説得に対する事後警告の効果を検討することであった。

事後警告の種類と実験参加者の性を独立変数とする2要因分散分析を行ったが、メッセージ評価と振込行動意思に関して事後警告の要因が有意傾向であったものの、いずれの従属変数に対しても虚偽説得に及ぼす事後警告の有意な効果は認められなかった。しかし、事後警告タイプ要因を独立変数とする共分散構造分析を行ったところ、微弱ではあるもののDIタイプの事後警告要因は、「メッセージ評価」を低下させることを通して振込行動意思を抑制することが明らかとなった。この結果は、DI単一タイプの事前警告とPI・DI結合タイプの事前警告が虚偽説得による振込行動意思を抑制することを示した深田他(2009b)の結果と整合している。冒頭で述べたように、本研究では、事後警告は事前警告ほどの虚偽説得抑制効果は持たないと予測していた。この点から考えると、共分散構造分析でのみ検出されたDIタイプの事後警告要因の効果は妥当だといえる。深田他(2009b)の結果と併せて考えると、事前警告と事後警告において、DIタイプの警告あるいは情報成分としてDIタイプを含んだ警告が虚偽説得に対して最も抑制効果をもつと考えられる。

単一タイプの事後警告の有無と実験参加者の性を独立変数とする4要因分散分析を行うことで、事後警告のタイプ間での相対的な虚偽説得抑制効果について検討を行った。その結果、連絡行動意思は、DIタイプの有無に関わらず、EIタイプ単一よりもPIタイプと結合することで抑制され、振込行動意思は、PIタイプが無い場合には、EIタイプ単一よりもDIタイプと結合することで抑制されることが明らかになった。これらの結果から、EIタイプの事後警告は、特定の従属変数に関しては、単一で用いられるよりもPIやDIといった他のタイプの事後警告と結合して用いられたほうが効果的であることが明らかとなった。

本研究は、虚偽説得に対する事後警告の効果を初めて検討対象としたものであった。虚偽説得メッセージを換えるなどして、研究数を積み重ねていくことで、結果の一般化を進めていく必要がある。

引用文献

- Benoit, W. L. (1998). Forewarning and persuasion. In M. Allen & R. W. Preiss (Eds.), *Persuasion: Advances through meta-analysis*. Cresskill, NJ: Hampton Press. pp.139-154.
- 深田博己 (1983). 恐怖喚起コミュニケーションにおける予告の効果 心理学研究, **54**, 286-292.
- 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 第一部(心理学), **48**, 79-88.
- 深田博己 (2004). 二段階説得に対する単独事後警告と二重事後事前警告の効果 広島大学心理学研究, **4**, 31-41.
- 深田博己 (2005). 説得への抵抗における警告の役割 心理学評論, **48**, 61-80.
- 深田博己 (2006). 説得に対する防御技法としての警告技法の開発に関する研究 北大路書房
- 深田博己・樋口匡貴・深田成子 (2009a). 通知文書による虚偽説得に及ぼす事前警告の効果 広島大学心理学研究, **9**, 71-79.
- 深田博己・石井里絵 (2009). 悪質商法と詐欺に対する大学生の警告接触経験 広島大学心理学研究, **9**, 61-70.
- 深田博己・石井里絵・児玉真樹子・樋口匡貴 (2008). 悪質商法と詐欺に対する大学生の遭遇経験 広島大学心理学研究, **8**, 197-208.
- 深田博己・石井里絵・塚脇涼太 (2009b). 虚偽説得に及ぼす虚偽説得者の意図に関する事前警告の効果 広島大学心理学研究, **9**, 81-99.
- 深田博己・児玉真樹子・樋口匡貴・蔵永 瞳・辻口明美 (2009c). チラシ広告による虚偽説得に及ぼす事前警告の効果 説得交渉学研究, **1**, 19-32.
- 深田博己・有倉巳幸 (1992). 説得に及ぼす事前警告と事後警告の効果 広島大学教育学部紀要 第一部(心理学), **41**, 41-47.
- Kiesler, C. A., & Kiesler, S. B. (1964). Role of forewarning in persuasive communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **68**, 547-549.
- Papagergis, D. (1968). Warning and persuasion. *Psychological Bulletin*, **70**, 271-282.
- Quinn, J. M., & Wood, W. (2004). Forewarnings of influence appeals: Inducing resistance and acceptance. In E. S. Knowles & J. A. Linn (Eds.), *Resistance and persuasion*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. pp.193-213.
- 寺崎正治・岸本陽一・古賀愛人 (1992). 多面的感情尺度の作成 心理学研究, **62**, 350-356.
- 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.
- 上野徳美 (2002). 予告情報と説得 深田博己(編著) 説得心理学ハンドブック—説得コミュニケーション研究の最前線— 北大路書房 pp.499-539.
- Wood, W., & Quinn, J. M. (2003). Forewarned and forearmed? Two meta-analytic syntheses of forewarnings of influence appeals. *Psychological Bulletin*, **129**, 119-138.