

# 虚偽説得に及ぼす説得者の虚偽意図に関する

## 事前警告と事後警告の効果

深田博己・平川 真・塚脇涼太

Effects of forewarning and afterwarning regarding persuader's deceptive 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する前あるいは／かつ後に、説得者の虚偽意図に関する警告を提示し、説得に及ぼす警告の効果を測定した。実験計画は、警告要因（単独事前警告、単独事後警告、二重事前事後警告、無警告）の1要因実験参加者間計画であったが、実質的には2×2の2要因実験参加者間計画であった。従属変数の測定には、事後測定法を用いた。1要因分散分析の結果、単独事前警告と単独事後警告が連絡行動意思を抑制することが示された。2要因分散分析の結果、事後警告が無い場合には、事前警告が連絡行動意思を抑制することが、また、事前警告が無い場合には、事後警告が連絡行動意思を抑制することが示された。そして、共分散構造分析の結果、事後警告は否定的思考を増加させ、否定的思考の増加が連絡行動意思と振込行動意思を抑制することが示された。説得者の虚偽意図に関する事後警告は、否定的思考の増加を媒介にして、説得抑制効果をもつことが解明された。

キーワード：虚偽説得、事前警告、事後警告、虚偽説得意図、説得抑制効果

### 問 題

警告（warning）という用語が事前警告（forewarning）と同義に扱われてきたことは、深田（2005, 2006）以外の全て展望論文（Benoit, 1998; Papageorgis, 1968; Quinn & Wood, 2004; 上野, 1983, 2002; Wood & Quinn, 2003）に共通に見られる現象である。これに対して、深田（2005, 2006）は、警告の一種として事後警告（afterwarning）を積極的に評価した。

説得に及ぼす事前警告の効果に関しては、特定条件下での促進効果の存在を認める上野（1983, 2002）のほかは、全て抑制効果が存在すると結論付けている（Benoit, 1998; 深田, 2005, 2006; Papageorgis, 1968; Quinn & Wood, 2004; Wood & Quinn, 2003）。特に、国内外の警告研究を展望した深田（2005, 2006）は、事前警告の説得抑制効果だけでなく、事後警告の説得抑制効果の可能性を示

唆した。しかし、事前警告に比べると、事後警告の説得抑制効果は明瞭性に欠ける。このことは、虚偽説得者の説得意図に関する事前警告が虚偽説得に及ぼす効果を検討した深田・石井・塚脇（2009b）の結果と、同じく虚偽説得者の説得意図に関する事後警告が虚偽説得に及ぼす効果を検討した深田・平川・塚脇（2010）の結果を比較しても、明らかである。しかし、その一方で、二段階説得における第一段階の偽装説得に対して、単独事後警告が二重事前事後警告と同程度の説得抑制効果をもつことを深田（2004）は示唆している。

説得に及ぼす事前警告の効果と事後警告の効果と比較した Kiesler & Kiesler（1964）は、事前警告が抑制効果をもつものの、事後警告が何も効果をもたないと報告した。また、事前警告の有無と事後警告の有無を用いた 2 要因実験計画に基づいて深田・有倉（1992）は、ある説得効果の測度に関しては事後警告要因が促進効果をもち、別の説得効果の測度に関しては事前警告要因が説得抑制効果をもつことを見出した。しかし、単独事前警告、単独事後警告、二重事前事後警告、無警告の 4 条件間の比較からは、前者の説得測度に関して、単独事後警告の方が単独事前警告よりも説得効果が大きいことが示されたにとどまり、ベースラインである無警告条件（説得メッセージ有りの統制条件）に比較したとき、単独事前警告も単独事後警告も有意差を示さなかった。後に、深田（1999）は、Kiesler & Kiesler（1964）と深田・有倉（1992）の研究で単独事後警告が説得抑制効果を示さなかった理由として、事後警告から説得効果を測定するまでに反論の生起を可能にするだけの時間的遅延を置かなかつたことを指摘した。そして、事後警告後一説得効果測定時の位相に時間的遅延を導入した深田（1999）は、事後警告が逆及的的反論を媒介にして説得抑制効果をもつ可能性を示唆した。

従って、単独事前警告は説得抑制効果をもつことが実証されてきたが、単独事後警告が果たして説得抑制効果をもつかどうかについてはそれほど明確ではない。さらに、事前警告と事後警告を併用する二重事前事後警告の効果に関しては、単独事前警告の効果と単独事後警告の効果を加算されるのかどうか、全く解明されていない。

本研究は、これまで筆者らの一連の研究（深田・樋口・深田, 2009a; 深田・石井・塚脇, 2009b; 深田・児玉・樋口・蔵永・辻口, 2009c）で扱ってきた虚偽説得の文脈において、虚偽説得に及ぼす虚偽説得者の意図に関する事前警告と事後警告の効果を、単独事前警告、単独事後警告、二重事前事後警告の効果が検討できる形で実施する。

なお、本研究では、説得者の意図に関する警告のタイプとして、深田他（2009a, 2009b, 2009c）で最も説得抑制効果が期待できると示唆された説得者の虚偽意図（deceptive intent: DI）を使用する。

## 方 法

### 実験計画と実験参加者

独立変数は 4 水準の警告要因（単独事前警告条件、単独事後警告条件、二重事前事後警告条件、無警告条件）であった。実質的な要因計画は、事前警告（有り、無し）と事後警告（有り、無し）の 2×2 の 2 要因実験参加者間計画であったが、3 種類の警告条件の効果を比較検討することが主要な目的であった。無警告条件は、事前警告も事後警告も提示せずに説得メッセージを提示する条件

であり、警告効果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、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 122 名であり、無記入回答を含まない有効回答者は 121 名（男性 32 名、女性 89 名、平均年齢 19.28 歳）であった。各条件の有効実験参加者数は、事前警告条件 30 名（男性 7 名、女性 23 名）、事後警告条件 31 名（男性 10 名、女性 21 名）、事前事後警告条件 30 名（男性 9 名、女性 21 名）、無警告条件 30 名（男性 6 名、女性 24 名）であった。

### 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 4 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) 単独事前警告条件：①全体の教示（表紙）、②事前警告の提示（第 1 ページ）、③説得メッセージ提示直前の教示（第 2 ページ）④説得メッセージの提示（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）。

2) 単独事後警告条件：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）。

3) 二重事前事後警告条件：①全体の教示（表紙）、②事前警告の提示（第 1 ページ）、③説得メッセージ提示直前の教示（第 2 ページ）④説得メッセージの提示（第 3 ページ）、⑤進行指示（第 4 ページ）、⑥事後警告の提示（第 5 ページ）、⑦進行指示（第 6 ページ）、⑧従属変数の測定（第 7～9 ページ）、⑨人口統計学的変数等の測定（第 10 ページ）。

4) 無警告条件：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従属変数の測定（第 3～5 ページ）、⑤人口統計学的変数等の測定（第 6 ページ）。

### 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、未払い料金の振込を示唆する内容だった（深田他, 2009b の末尾の補助資料参照）。

**警告操作** 警告として説得者の虚偽意図タイプを使用した。

1) 事前警告：「これから読んでいただく文書は、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。」

2) 事後警告：「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。」

3) 事前事後警告：上記の1)と2)を二重に提示した。

4) 無警告：事前警告も事後警告も提示しなかった。

### 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 $\alpha$ 係数は.76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（非常に親しみを感ずる7点～全く親しみを感ずらない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

一（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

### 単独警告と二重警告の比較：1要因4水準の分散分析

警告条件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、各従属変数に関し

表1

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

	警告タイプ				F値・多重比較
	事前	事後	事前・事後	無警告	
肯定的思考	2.60 (1.33)	3.00 (1.59)	2.97 (1.73)	3.07 (1.53)	0.55 ns
否定的思考	4.47 (1.74)	4.87 (1.65)	4.77 (1.48)	4.03 (1.96)	1.45 ns
不安・動揺	4.67 (1.89)	4.10 (1.55)	5.02 (1.49)	4.80 (1.64)	1.74 ns
むっとした	3.60 (1.65)	3.90 (1.80)	3.17 (1.66)	3.43 (1.81)	0.97 ns
馬鹿らしい	3.33 (1.63)	3.58 (1.91)	2.93 (1.76)	2.80 (1.71)	1.28 ns
心理的リアクタンス	3.08 (1.49)	3.03 (1.74)	2.93 (1.48)	3.00 (1.40)	0.05 ns
送り手評価	3.11 (1.47)	3.06 (1.15)	3.53 (1.19)	3.56 (1.32)	1.32 ns
メッセージ評価	2.69 (0.97)	3.19 (1.08)	3.31 (1.61)	3.29 (1.52)	1.46 ns
関心度	4.41 (1.46)	3.41 (1.26)	3.84 (1.21)	4.05 (1.40)	2.97 * 前>後
間接的行動意思	4.90 (1.29)	4.11 (1.55)	4.97 (1.48)	4.91 (1.48)	2.43 † 前・後, 無, 前>後
連絡行動意思	4.07 (1.91)	3.84 (2.03)	4.17 (2.00)	5.10 (2.04)	2.33 † 無>前, 後
振込行動意思	2.83 (2.04)	2.94 (1.79)	2.97 (1.81)	3.40 (1.85)	0.54 ns

注1) 警告タイプの主効果のdf=3/117

注2) \* $p < .05$ , † $p < .10$

注3) 多重比較の結果について 事前警告=前, 事後警告=後, 事前・事後警告=前・後, 無警告=無と示す。

て、単独事前警告、単独事後警告、二重事前事後警告、無警告の4条件間比較をするために、警告要因1要因4水準の分散分析と多重比較（LSD法、有意水準5%）の結果を併せて表1に示した。

関心度得点に関して、警告要因の効果が有意であり、多重比較の結果、事前警告条件の方が事後警告条件よりも有意に高かった。このように、単独事前警告は関心度を相対的に高め、単独事後警告は関心度を相対的に低めていた。

間接的行動意思に関して、警告要因の効果は有意傾向であり、多重比較の結果、事後警告条件の方が他の3条件に比べて有意に低かった。単独事後警告は、間接的行動意思を抑制していた。

連絡行動意思に関して、警告要因の効果は有意傾向であり、多重比較の結果、事前警告条件と事後警告条件の方が無警告条件よりも有意に低かった。すなわち、単独事前警告と単独事後警告は、連絡行動意思を抑制していた（説得抑制効果を示していた）。しかし、二重事前事後警告はそうした効果を示していなかった。

しかし、振込行動意思など、そのほかの従属変数に関しては、警告要因の効果はみられなかった。

### 警告位置要因の効果：2要因の分散分析

得られたデータを別の角度から分析するために、各従属変数に関する事前警告要因（2）×事後警告要因（2）の2要因分散分析を行った。

関心度得点に関して、事後警告要因の主効果が有意であり（ $F(1,117)=6.16, p<.05$ ）、事後警告有り条件の方が事後警告無し条件よりも関心度得点は低かった。すなわち、事後警告は関心度を低下させていた。

また、否定的思考得点に関して、事後警告要因の主効果が有意傾向であり（ $F(1,117)=3.34, p<.10$ ）、事後警告有り条件の方が事後警告無し条件よりも否定的思考得点は高い傾向にあった。すなわち、事後警告は否定的思考を増加させる傾向があった。

送り手評価得点に関して、事前警告要因と事後警告要因の交互作用効果が有意であったが（ $F(1,117)=3.94, p<.05$ ）、単純主効果の検討を行ったところ、有意な単純主効果は見られなかった。

不安・動揺得点、馬鹿らしい得点、連絡行動意思得点に関して、事前警告要因と事後警告要因の交互作用効果が有意傾向であった（ $F(1,117)=3.08-3.51, ps<.10$ ）。

不安・動揺得点について単純主効果の検討を行ったところ、事後警告有り条件において、事前警告要因の単純主効果が有意であり（ $F(1,117)=4.74, p<.05$ ）、事前警告有り条件の方が事前警告なし条件に比べて、得点が高いことが示された。馬鹿らしい得点について単純主効果の検討を行ったところ、有意な単純主効果は見られなかった。

連絡行動意思得点について単純主効果の検討を行ったところ、事後警告無し条件において、事前警告要因の単純主効果が有意であり（ $F(1,117)=4.01, p<.05$ ）、事前警告有り条件の方が事前警告無し条件に比べて、得点が低いことが示された。また、事前警告無し条件において、事後警告要因の単純主効果が有意であり（ $F(1,117)=6.07, p<.05$ ）、事後警告有り条件の方が事後警告無し条件に比べて、得点が低いことが示された。このように、事後警告が無い場合には、事前警告が連絡行動意思（説得効果）を抑制し、また、事前警告が無い場合には、事後警告が連絡行動意思（説得効果）を抑制することが判明した。

事前警告要因の有意な主効果はどの従属変数に関しても見出せなかったし、事後警告要因の有意な主効果と両要因の有意な交互作用効果は、上記の従属変数以外には見られなかった。

**警告効果の生起過程：共分散構造分析**

**モデルの構成** 虚偽説得に及ぼす各警告要因の効果の生起過程を検討する。すなわち、実質的操作に対応する事前警告要因（有りを1、無しを0とするダミー変数、以下同様）、事後警告要因の2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、2つの警告要因が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。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.56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、行動意思の変数の誤差間および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、モデルは GFI=.927、AGFI=.873、RMSEA=.060 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** 事前警告要因の影響は全く見られず、事後警告要因は否定的思考を増加させる。

**第2ステップから第3ステップへの影響** 肯定的思考は行動意思に対して全く影響を持たないが、

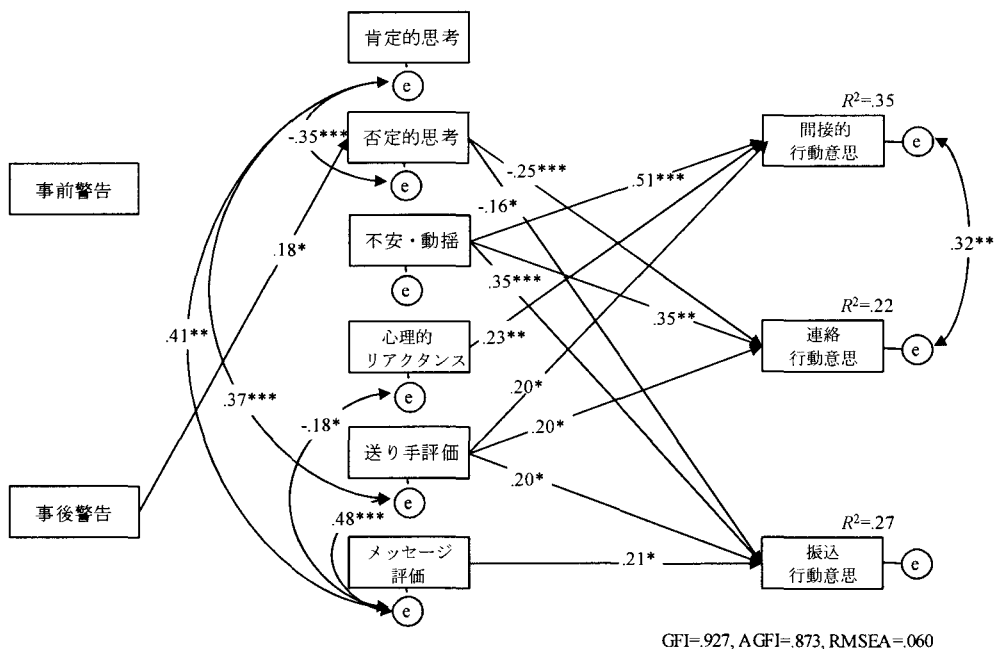


図1 虚偽説得に及ぼす警告効果の生起過程（標準化推定値）  
注1)\*\*\* $p < .001$ , \*\* $p < .01$ , \* $p < .05$

否定的思考は連絡行動意思および振込行動意思を抑制する。心理的リアクタンスは間接的行動意思を促進し、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、連絡行動意思、振込行動意思の全てを促進し、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否定的思考、不安・動揺、送り手評価およびメッセージ評価の4変数である。不安・動揺、送り手評価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、不安・動揺が大きいほど、送り手評価が高いほど、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、警告要因が影響を及ぼしていたのは、否定的思考のみであった。否定的思考に有意な影響を与える警告要因は、事後警告要因であり、否定的思考に対して正の影響を示していた。すなわち、事後警告要因は、否定的思考を増加させることによって、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、事前警告要因は振込行動意思に対し影響しないことが分かった。

## 考 察

本研究の目的は、説得者の虚偽意図に関する単独事前警告、単独事後警告、および二重事前事後警告が虚偽説得に及ぼす効果を検討することであった。

4種類の警告条件を独立変数とする1要因分散分析を行ったところ、単独事後警告は間接行動意思を抑制することが明らかとなった。さらに、単独事前警告と単独事後警告は連絡行動意思を抑制することが明らかとなった。これらの結果から、DIタイプの単独事前警告(深田他, 2009b)と単独事後警告(深田他, 2010)の説得抑制効果を報告している先行研究の結果と同様に、本研究においてもDIタイプの単独警告は、一定の説得抑制効果を有することが確認された。一方で、二重事前事後警告の効果は認められなかった。単独事前警告と単独事後警告が、特定の従属変数に対して、一定の説得抑制効果を有していたことを踏まえれば、二重事前事後警告では、単独事前警告と単独事後警告の効果が干渉し、それぞれの説得抑制効果が消失したと考えられる。少なくとも、本研究の結果からは、二重事前事後警告において、単独事前警告と単独事後警告の加算的な説得抑制効果は成立しないと解釈できる。

事前警告と事後警告の有無を独立変数とする2要因分散分析を行い、虚偽説得における警告の効果について検討を加えた。その結果、事後警告は、事前警告の有無に関わらず、関心度を低下させることが明らかとなった。説得効果を測定するための変数として、関心度は、その多義性の問題が指摘されている(深田他, 2009a)。すなわち、関心度には良い意味での関心と悪い意味での関心が弁別できずに含まれている可能性が残るため、結果の解釈は控えたい。また、事後警告が無い場合には、事前警告は連絡行動意思を抑制し、事前警告が無い場合には、事後警告が連絡行動意思を抑制することが明らかとなった。2要因分散分析においても単独事前警告と単独事後警告の説得抑制効



果が実証されたといえる。さらに、事後警告が有る場合には、事前警告は不安・動揺を増加させていた。不安・動揺は説得を促進する媒介変数と捉えられるので、この結果は二重事前事後警告において事前警告と事後警告の効果が干渉していることを示唆している。

共分散構造分析によって、事前警告および事後警告が虚偽説得に及ぼす効果の生起過程を検討したが、事前警告の説得抑制過程は明確に示されなかった。一方で、事後警告は、虚偽説得メッセージの送り手に対する「否定的評価」を増加させることを通して、連絡行動意思と振込行動意思を抑制するという一連の過程が解明された。

先行研究と本研究の結果を踏まえて考えると、DIタイプの単独事前警告および単独事後警告については、一定の説得抑制効果を有すると結論付けてよいであろう。ただし、二重事前事後警告については、何かしらの干渉によって事前警告の効果と事後警告の効果が消失する可能性を示唆するに留める。結果の一般化のためには、追試的な研究を行い、同様の結果が得られるのかを慎重に吟味していく必要がある。

#### 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 (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・平川 真・塚脇涼太 (2010). 虚偽説得における虚偽説得者の意図に関する事後警告の効果 広島大学心理学研究, **10**, 印刷中.
- 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.