

少数派説得者の専門性と協同の呼びかけが 受け手の態度変容に及ぼす影響

山浦 一保*・坂田 桐子**・黒川 正流**

*広島大学生物圏科学研究科

**広島大学総合科学部

Minority influence: The effects of expertise of an ingroup versus outgroup

Kazuho YAMAURA*, Kiriko SAKATA**, and Masaru KUROKAWA**

**Graduate School of Biosphere Sciences, Hiroshima University,
Higashihiroshima 739, Japan*

***Faculty of Integrated Arts and Sciences, Hiroshima University,
Higashihiroshima 739, Japan*

Abstract: The purpose of this study was to investigate the influence of persuader's expertise and strategy of persuasion on recipient's attitude change. On the basis of Elaboration Likelihood Model (ELM; Petty & Cacioppo, 1986), we predicted that attitudinal change via central route would create both direct and indirect influences, whereas the attitudinal change via peripheral route would create only direct influence. This prediction was tested by using Mucchi-Faina's study design (1994). The subjects were 125 university students who had the initial attitude opposite to the persuasive contents. They first read the persuasive message, in which either inclusive strategy or exclusive strategy was included, written by an expert or a nonexpert minority group, and then rated their own attitudes toward a main topic of the message and the related topics. When an expert used inclusive strategy, both direct and indirect influences occurred, while when the person used exclusive strategy, only direct influence occurred. In the persuasion by a nonexpert, both direct and indirect influence hardly occurred. These results supported the assertion of Chaiken & Stangor (1987), who pointed out that recipients conducted both heuristic and systematic processing simultaneously.

Key words: minority expertise, strategy of persuasion, direct influence, indirect influence

問 題

どのような説得方略が効果をあげるのだろうか。これまでの説得研究では、情動的アピール（とくに恐怖喚起アピール）－論理的アピール（Janis & Feshbach, 1953; Leventhal, 1970）、一面提

1997年9月12日受付；1997年10月13日受理

示一両面提示 (Hovland et al., 1953)、メッセージの反復 (Cacioppo & Petty, 1979) などの方略が検討されてきた。これらの研究の焦点は、いずれもメッセージ内容の構成やその提示方法にあてられている。一方、内集団による説得の方が、外集団からの説得よりも説得話題に関する態度を大きく変容させること (Mackie, 1986, 1987)、メッセージの内容吟味を促進すること (van Knippenberg & Wilke, 1992) が見出されている。これらは従来のメッセージ内容の構成や提示方法等の検討に加え、説得方略の効果を考える際に、説得者と説得の受け手との社会的関係性を考慮する必要性を示唆している。本研究では、説得者と受け手との関係性を操作するという説得方略が受け手の態度に及ぼす影響についての吟味を試みる。

この問題を直接検討したものではないが、説得研究と関連が深く示唆に富む先行研究として、Mucchi-Faina (1994) の研究がある。Mucchi-Faina は、少数派意見をもつ影響者の社会的地位の高低と、その影響者が受け手に示す態度が、受け手の態度変容の程度に及ぼす効果を検討した。影響者の社会的地位は、説得話題に関する専門性の程度とした。具体的には、有名大学出身の人文科学研究者を高地位者、職業学校出身の学生を低地位者とした。また、受け手に示す態度については、説得話題に関する影響者の活動への協力を呼びかける内包条件と、協力を控えるように求める排他条件とを設定した。当該話題は、食品添加物使用の法的規制の緩和を求める、というものであった。Mucchi-Faina は、話題そのものに対する態度変容を直接的影響、説得話題そのものではないがそれに関連した領域 (たとえば、農薬の使用規制など) における態度変容 (移調効果: transposed effect) を間接的影響と定義し、これら 2 種類の影響に出現する上記 2 つの独立変数の効果を検討した。

Mucchi-Faina は、社会的影響、とくに少数派影響を重視する立場 (e.g., Moscovici, 1985; Brehm, 1966) から社会的アイデンティティ理論 (e.g., Tajfel, 1981) に沿って仮説を導いている。社会的アイデンティティ理論によると、人は自分の所属する集団をポジティブに評価するよう動機づけられる。高地位者は受け手にとって魅力的な存在であるから、受け手は社会的アイデンティティの高揚のために高地位者と関わりをもちたいと望む。このとき、高地位者からの説得に追従すること (compliance) が、高地位者との地位差を縮める一方略となる。Mucchi-Faina は、高地位者が内包的な態度をとる条件では追従を生じやすく、いわゆる直接的影響が観察されると考えた。しかし、高地位者が排他的な態度をとる条件では、受け手が高地位者から関係を拒否されて、受け手にとって望ましくない階層差が顕著になってしまい、追従しても地位差を縮めることにはならなくなる。それでもなお高地位者が十分に魅力的であるならば、私的、または移調的、遅延的で無意識的な態度変容を特徴とする転向効果 (conversion effect; Moscovici, 1980) がみられると予想した。すなわち、高地位・排他条件では、間接的影響が観察されると考えた。

一方、少数派意見をもつ低地位者からの効果は次のように予想された。一般に受け手にとって低地位者の魅力は低く、内包的な低地位者に接してその意見を受容することは、魅力の低い人と内集団関係になることを意味するので、受け手のアイデンティティが脅かされることにつながる。したがって、基本的には直接的な影響も間接的な影響も生じにくい。説得者の接近は受け手にメッセージ内容の吟味と自律的な思考を促す拡散効果 (divergence effect; Nemeth & Wachtler, 1986) を生じると予想され、間接的影響は生じる可能性があると考えた。さらに、低地位者が排他的な態度をとる場合には、受け手はアイデンティティの脅威をそれほど感じずにすむ。そこで少なくとも転向効果の生じる余地がある、すなわち間接的影響が観察されると予想した。実験の結果、Mucchi-Faina は仮説はほぼ支持されたとしている。

Mucchi-Faina (1994) の研究特色は、影響者に受け手との関係性を操作させることによって、

受け手の態度変容の様態に差異を生じさせた点である。しかし、いくつかの指摘すべき問題点もある。一つは、間接的影響の生起についてである。Mucchi-Faina は結果が仮説を支持したと述べているが、実際には間接的影響の変容得点を各条件間で比較しても有意差は認められておらず、受け手の初期態度という新たな変数を加えることで説得者の地位との交互作用を見出したにすぎない。また、それに関連することであるが、Mucchi-Faina は、受け手の態度変容に説得による直接的影響と間接的影響が両方同時に作用する可能性を考慮していない。高地位・内包条件において、受け手が高地位者との地位差を縮めることに動機づけられるとしても、それが常にメッセージ内容の吟味を経ず、表面的に受容した追従だけが現れるという根拠にはならないであろう。もし受け手が説得者の立場と自分の意見とをできるだけ斉合性のあるものにしようと動機づけられるならば、説得された内容に対する態度のみならず、それに付随して説得内容と関連した話題においても態度変容が生起する可能性があると考えられる。

以上のような仮説をめぐる問題点は、Mucchi-Faina が仮説検証の方法として典型的な説得研究のパラダイムを用いているにもかかわらず、仮説を導く際に説得研究で明らかになっている知見をほとんど考慮していないことによると思われる。たとえば、Petty & Cacioppo (1986) が提唱した精緻化見込みモデル (Elaboration Likelihood Model; 以下 ELM と略記) の観点を加えると、Mucchi-Faina の仮説をつぎのように再構成することができる。

まず、このモデルは、説得による態度変容は中心ルートか周辺ルートのどちらか一方を通して生じることを強調している。中心ルートを経た態度変容は、受け手がメッセージ内容を吟味しようと動機づけられるような場合に生じやすく、周辺ルートを経た態度変容は、メッセージ内容を吟味しようとせず簡便的な判断によって生じやすくなるとされている。

このモデルに沿って考えてみると、説得者による関係性の操作は、メッセージ内容を吟味しようとする受け手の動機づけを規定する要因であると考えられる。内集団からの説得は外集団からの説得より、受け手のメッセージ内容の吟味を促進するという知見 (Van Knippenberg & Wilke, 1992; Mackie, Worth, & Asuncion, 1990) から考えると、説得者が受け手に協力を呼びかける内包的方略は、受け手の側に説得者との内集団関係を想定させることになり、メッセージ内容を吟味しようとする動機づけるであろう。他方、説得者が受け手の協力を拒否する排他的方略は、受け手側に説得者との外集団関係を想定させることになり、メッセージ内容を吟味しようとする動機づけは生じないであろう。言い換えると、内包的方略は、ELM でいうところの中心ルートによる情報処理を、排他的方略は周辺ルートによる情報処理を受け手に促すと思われる。

つぎに、Mucchi-Faina がいうところの「影響者の地位」は、その操作方法からみて、「説得者の専門性」とほぼ同義だと解釈できる。説得者の専門性は、受け手の態度変容を生じさせる要因であること (Hovland & Weiss, 1951)、またそれは ELM でいうところのヒューリスティックな情報処理を促す周辺的な手がかりであること (Petty & Cacioppo, 1986) が明らかになっている。ELM の考えに従うならば、受け手がメッセージ内容の吟味に動機づけられている場合には説得者の専門性の要因は効果をもたないが、メッセージ内容の吟味の動機づけが低い場合には、専門性の高さは周辺ルートを経た態度変容を促すことになる。

さらに、中心ルートを経た態度変容は直接的影響と間接的影響の同時発生として現れ、周辺ルートを経た態度変容は直接的影響の単独発生として現れると仮定すると、つぎの仮説が成り立つ。

1. 高専門性—内包的方略条件では、メッセージ内容の吟味の動機づけが高いので、専門性の効果は抑制され、結果的に直接的影響と間接的影響の両方が認められる。
2. 高専門性—排他的方略条件では、メッセージ内容の吟味の動機づけが低いので、周辺ルート

による態度変容が生じる。すなわち、直接的影響のみが認められる。

3. 低専門性-内包的方略条件では、メッセージ内容の吟味の動機づけが高いので、仮説1と同様に直接的影響と間接的影響の両方が認められる。

4. 低専門性-排他的方略条件では、メッセージ内容の吟味の動機づけが低い、周辺の手がかりである専門性も低いため、態度変容は生じない。

本研究では、以上の仮説にもとづいて、受け手との関係性の操作という説得方略が、受け手の態度変容の様態に及ぼす効果を検討する。

方 法

被験者 広島大学生125名（男子60名、女子65名）。

実験デザイン 説得者の専門性（高・低）×説得方略（内包的方略：Inclusive・排他的方略：Exclusive）と統制群、いずれも被験者間要因であった。before-after デザインにもとづいて、説得者や説得方略に関する操作、説得メッセージの提示等はすべて小冊子で行なった。なお、統制群については、説得メッセージは与えず態度測定のみを行った。各被験者は、5つの条件のうちの1つにランダムに割り当てられた。

説得メッセージの話題 説得メッセージの話題は、「食品添加物の使用」についてであり、添加物に関する法的規制を緩め、添加物の使用を奨励する説得であった。別に行った予備調査から、被験者（大学生：N=132）の母集団は添加物の使用は控えるべきであるという一般的態度をもっていることが確認されたので（ $M=5.20$, $SD=1.47$ ；1反対～7賛成の7段階尺度、中央値4）、彼らの初期態度とは反対の立場を唱導する説得内容を用いることにした。説得メッセージは、強論拠メッセージになるように筆者が作成した約1500字の文章を用いた。その内容の主な論拠は、(1)食品添加物の利便性、(2)危険性の低さ、あるいは危険性を低減するための対処法、(3)社会経済的摩擦への問題発展、の3点であった。

独立変数の操作

1) **説得者の専門性** 少数派の意見（大学生の一般的態度とは異なる意見）をもつ、専門家と非専門家の2種の説得者を設定し、被験者にはどちらか一方の源泉を提示した。専門家には“コーネル・ブラウン・カレッジのクリフ・パールファイン教授とその研究室”を、非専門家には“熊本県高校生連合家庭科クラブ”を設定した。このとき専門家条件では、説得者が数年にわたって食品添加物の問題に取り組んでいることを紹介して専門性を強調し、非専門家条件では、そのような紹介を行わなかった。そして、“食品添加物使用の法的規制を緩和すべき”という立場は少数派の意見にすぎないこと、メッセージは、説得者が行ったキャンペーン（講演内容）の一部から引用したものであると明示した。

2) **説得方略（協同の呼びかけ）** 説得者の用いる説得方略は、説得話題に関する説得者の活動に協力を呼びかける内包的方略と、協力を控えるように求める排他的方略であった。この操作は、説得メッセージの最後にどちらか一方を表現した文章を提示することで行った。具体的には、内包的方略を使用する条件では“我々のキャンペーンへの参加協力と署名をぜひお願いしたい”と呼びかける文章を、また排他的方略を使用する条件では“控えてほしい”という文章を挿入した。その理由として、この運動には社会的な圧力がかかる可能性があること、またそのような圧力がかかるのを避けるために、素人の興味本意だけで軽々に参加されては困る、ことを記述した。

手続き 実験は心理学の講義中に行った。被験者は“国立社会環境リサーチセンター”の調査依頼であると伝えられ、一人一部ずつ小冊子を受け取った。まず、被験者は、食品添加物の使用に関する項目を含んだ態度測定項目(計7項目)に回答した後、少数派意見をもつ説得者による説得メッセージを読んだ。その直後、各被験者は再び態度測定項目とその他の従属変数測定項目に回答を求められた。

従属変数

1) 態度測定 態度測定項目は、直接的項目(食品添加物使用の法的規制についての1項目)、間接的項目(化学肥料・農薬の使用規制;ごみのリサイクル活動推進;合成洗剤の使用規制の3項目)、その他の項目(夫婦別姓の早期実現;高齢ドライバーの制限;途上国への長期的援助抑制の3項目)の計7項目であった。間接的項目はすべて、予備調査により説得話題と関連のある内容(項目)として選定され(直接的項目と間接的項目3項目平均との相関は $r=.38$, $p<.001$)、いずれも説得メッセージの中では直接触れられなかった内容のものであった。また、それ以外の3項目は、とくに間接的項目が説得内容と関連したものであることを受け手に意識させないためのフィルター項目であった。これらの態度測定項目はそれぞれ、7段階尺度(1非常に賛成~7非常に反対)で測定した。したがって、直接的項目と間接的項目については、態度得点が高いほど説得によるポジティブな効果(説得された領域については、食品添加物の使用規制は緩和すべきという方向へ、それに関連した領域については、自然に優しくない方向への態度変容)を生じたことを示す。

2) その他の従属変数 (1)説得者に対する認知・評価:少数派意見の説得を行った教授とその研究室、または高校生のクラブは、①専門性がある—専門性がない、②排他的である—排他的でない、③一貫した考えである—一貫した考えでない、④有能である—有能でないの4項目(各7段階尺度)で測定した。(2)説得話題に対する関与度:説得話題に対する関与度について“食品添加物規制の問題は、自分にとってどのくらい関係のあることだと思うか”の項目(7段階尺度)で測定した。

結 果

1. 操作チェック

説得者の専門性の有無に関する認知得点について、説得者の専門性×説得方略の2要因分散分析を行った。その結果、説得者の専門性の主効果のみ($F=4.52$, $df=1/103$, $p<.05$)が有意であった(専門家: $M=4.12$, $SD=0.95$;非専門家: $M=3.70$, $SD=1.08$)。協同の呼びかけによる説得方略(内包的方略・排他的方略)の操作についても、排他的であるか否かの認知得点について説得者の専門性×説得方略の2要因分散分析を行ったところ、説得方略の主効果($F=4.76$, $df=1/103$, $p<.05$)が有意であった(内包的方略: $M=4.94$, $SD=1.28$;排他的方略: $M=4.36$, $SD=1.41$)。これらの結果から、説得者の専門性と説得方略はそれぞれ有効に操作されていたことが認められた。また、説得文を読んだ後の自由記述においても、実験操作の不自然さ等の記述はみられなかった。

この話題に対する被験者の関与度は、統制群を含めた5条件間に有意な差はなく、中央値より高い得点なので、この説得話題は被験者にとって関係のある内容として認知されていた($M=5.49$, $SD=1.15$; 1関係がない~7関係がある, 中央値4)。

2. 態度変容

態度変容の程度は、説得後の態度得点から初期態度得点を引いたその差の得点とした。また、間接的な影響の程度は、間接的項目の3つを合計した得点について同様に算出した得点の平均値とした。なお、値が大きいほど唱導方向への態度変容が大きいこと、すなわち、食品添加物の使用を奨励する説得に同意していることを意味している。

まず、受け手の初期態度を合計した得点の範囲は、4点（添加物使用の法的規制をもっと厳しくすべき）～28点（もっと緩和すべき）である。ここで算出した得点にもとづいて、説得する立場と受け手の初期態度とが反対になるように、合計得点が16点以上（尺度の中央値4点×4項目）の被験者は分析から外した（132人中7人）。すなわち、食品添加物は使用すべきでなく、もっと厳しい法的規制を課すべきだという初期態度をもっていた被験者のみを分析対象とした。

1) 直接的影響

まず、少数派の意見をもった説得者による直接的な影響が、各条件下の受け手の態度に及ぼした効果について検討した。このとき、直接的項目について、説得者の専門性×説得方略の2要因分散分析を行ったところ、専門性の主効果が認められた ($F=5.68$, $df=1/103$, $p<.05$)。この結果は、少数派の意見をもつ専門家が説得を行った場合 ($M=0.80$, $SD=1.12$) の方が、非専門家による説得 ($M=0.27$, $SD=0.99$) に比べて有意に大きく唱導方向に態度変容したことを示している。また、同じ直接的項目について、各条件群と統制群との間でt検定を行ったところ、専門家・内包的方法条件と統制群、および専門家・排他的方法条件と統制群との間の平均値の差がそれぞれ有意であった（内包的： $t(46)=3.54$, $p<.001$ ；排他的： $t(43)=2.63$, $p<.05$ ）。このことから、どちらの説得にさらされた場合でも、統制群より有意に大きく唱導方向に変容しており⁽¹⁾、専門家が内包的方法を使用した場合であっても、排他的方法を使用した場合であっても、直接的な影響が及んでいた（Figure 1）。

Attitude change toward persuasive position

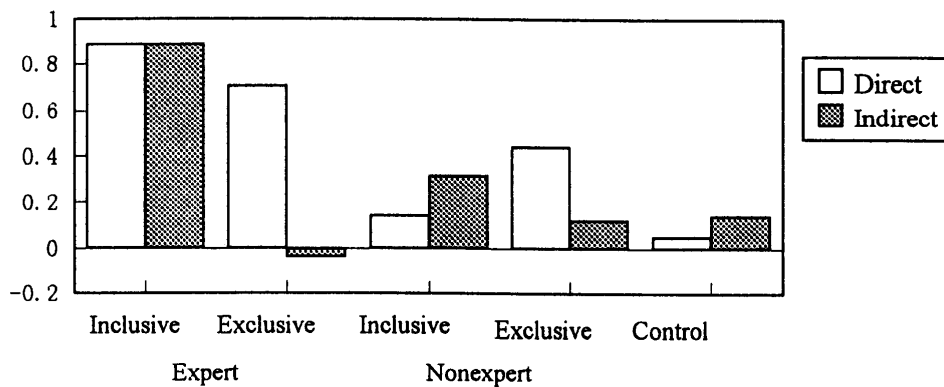


Figure 1. Mean difference between post-test and pre-test in direct influence item and in indirect items as a function of experimental conditions and control.

2) 間接的影響

つぎに、少数派意見の説得による間接的な影響が、受け手の態度に及ぼす効果について、間接的項目の態度得点を従属変数として説得者の専門性×説得方略の2要因分散分析を行った。その結果、説得方略の主効果に有意な傾向が見出された ($F=3.70$, $df=1/103$, $p<.10$)。このことから、説得者が専門家であるか否かに関係なく、内包的方略を使用した説得の方が ($M=0.68$, $SD=1.69$)、排他的方略を使用した説得 ($M=0.00$, $SD=1.40$) に比べて間接的項目に対する態度変容は大きくなる傾向が認められた。また、各条件群ごとに統制群との差のt検定を行ったところ、専門家・内包的方略条件だけが統制群より、唱導方向への態度変容量が大きい傾向が示された ($t(46)=1.92$, $p<.10$)。つまり、専門家が協同を呼びかけるという内包的な方略を用いて説得すると、説得の内容と関連した領域に対する受け手の態度 (ここでは“自然に優しく”に対する態度) に説得効果のあることが示唆された (Figure 1)。

考 察

本研究では、少数派の専門性の高低、および受け手との関係性の操作という説得方略が、受け手の態度にどのような影響を及ぼすかについて、Mucchi-Faina (1994) を手がかりとして検討した。その結果、専門家が内包的方略を使用した場合、直接的影響と間接的影響の両方が生じたのに対し、専門家が排他的方略を使用した場合には、直接的影響のみが生じた。このことは仮説1、2を支持するものといえる。また、非専門家が説得を行う場合には、説得方略の種類に関係なく直接的影響と間接的影響はともに小さかった。つまり、非専門家・排他的方略条件では態度変容は生じないという仮説4を支持した。

本研究の結果、説得者の専門性の高いときの方が、その低いときに比べ直接的な影響が大きく、受け手は専門家のメッセージ内容を好意的に評価していることが明らかになった。このことは、受け手は専門家の説得を受け入れることによって同じ専門的知識を共有でき、専門家やその意見に対する魅力が高まったことを示している。その結果、受け手はヒューリスティックな情報処理を経て直接的な態度変容を生じやすくしたことが示唆される。

ただし、専門家による説得は、そこで用いられる方略の種類によって受け手の態度の様態に及ぼす影響が異なっていた。専門家が説得を行う場合には、ELMから予測されたように、そこで用いられる内包的方略は直接的影響と間接的影響の両方を、排他的方略は直接的影響のみを生じた。高専門性・内包的方略条件下の受け手は、メッセージ内容を吟味することによって直接的影響と間接的影響がともに認められたのだと考えられる。

一方、非専門家による説得は、方略の種類に関係なく直接的なインパクトも間接的なインパクトもみられず、仮説3は支持されなかった。非専門家・内包的方略の条件における受け手が、説得者との内集団関係を想定させられたためメッセージ内容を吟味しようと動機づけられていた (Van Knippenberg & Wilke, 1992) としても、説得者の専門性の低さが否定的な情報処理を促進させた

(1)直接的な態度変容を検討する際、直接的項目における被験者の初期態度得点について、統制群を含む5条件間で1要因分散分析を行ったところ有意であった ($F=3.83$, $df=4/124$, $p<.01$)。つまり、この項目に対する被験者の初期態度は条件間に差があり、被験者の初期態度は等質でないことが示された。したがって、被験者の初期態度を共変量にとり、説得後に測定したこの項目の態度得点を従属変数として共分散分析を行ったところ、上述と同じく説得者の専門性の主効果が有意であった ($F=8.88$, $df=1/103$, $p<.01$)。

可能性がある。ELMでは、中心ルートによる情報処理と周辺ルートによる情報処理を相互背反的な過程と捉えているが、Chaiken & Stangor (1987)は、ヒューリスティック処理 (ELMでいうところの周辺ルート) とシステマティック処理 (ELMでいうところの中心ルート) は同時並行的に行われる可能性のあるものとしている。仮説3の結果をみる限りでは、今後、Chaiken & Stangor (1987) の観点を考慮する必要があるかもしれない。

本研究の結果から、内集団関係を想定させるような内包的方略は、専門家が用いる場合にのみ有効であることが示された。また、その効果は、説得内容に直接関連する領域ばかりでなく、間接的な領域にまで及んでいた。この説得方略は、メッセージ内容の吟味を経て長期間持続する態度変容を引き起こしたと考えることができる。このことは、説得者が受け手との関係性を考慮した方略を採用すること、あるいは説得者と受け手とのコミュニケーション・スタイルの重要性を示唆するものである。ただし、認知的な情報処理と直接的影響・間接的影響との関係をより明確にするには、時間要因を加えさらに検討することが望まれる。中心ルートによる態度変容は、周辺ルートによる態度変容に比べ変容した態度の持続性の高いことが見出されている (Petty & Cacioppo, 1986)。専門家・内包的方略条件で中心ルートをたどるのに対し、排他的方略条件では周辺ルートのみをたどって変容するならば、前者の条件下の受け手の方が、後者の条件下の受け手よりも変容した態度が維持されやすいことが予想される。このような知見を得ることで、説得者の専門性と受け手との関係性にもとづいた説得方略による態度変容のメカニズムをより明らかにすることができよう。また、説得方略によって生じる説得効果に焦点をあてた効果分析のみでなく、今後、説得者と受け手との関係性の観点から、有効な方略選択、およびそれを規定する要因に焦点をあてたアプローチをする必要がある。このことにより、非専門家 (下位者) にとっての効果的な説得方略を明らかにすることが期待できる。

引用文献

- Brehm, J. W. 1966 *A Theory of Psychological Reactance*. Academic Press, New York.
- Cacioppo, J. T., & Petty, R. E. 1979 Effects of message repetition and position on cognitive responses, recall, and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, **37**, 97-109.
- Chaiken, S., & Stangor, C. 1987 Attitudes and attitude change. *Annual Review of Psychology*, **38**, 575-630.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. 1953 Communication affectiveness. *Public Opinion Quarterly*, **15**, 635-650.
- Janis, I. L., & Feshbach, S. 1953 Effects of fear-arousing communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, **48**, 78-92.
- Leventhal, H. 1970 Findings and theory in the study of fear communications. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*. Vol. 5, New York: Academic Press. pp. 119-186.
- Mackie, D. M., Worth, L.T., & Asuncion, A. G. 1990 'Processing of persuasive in-group messages'. *Journal of Personality and Social Psychology*, **58**, 812-822.
- Moscovici, S., & Personnaz, B. 1980 Studies in social influence: V. Minority influence and conversion behaviour in a perceptual task. *Journal of Experimental Social Psychology*, **16**, 270-282.
- Mucchi-Faina, A. 1994 Minority influence: the effects of social status of an inclusive versus

- exclusive group. *European Journal of Social Psychology*, **24**, 679-692.
- Nemeth, C. J., & Wachtler, J. 1986 Creative problem solving as a result of majority influence. *European Journal of Social Psychology*, **13**, 45-55.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. 1986 The elaboration likelihood model of persuasion. *Advance in Experimental Social Psychology*, **10**, 123-205.
- Van Knippenberg, D., & Wilke, H. 1992 Prototypicality of arguments and conformity to ingroup norms. *European Journal of Social Psychology*, **23**, 141-155.
- Tajfel, H. 1981 *Human Groups and Social Categories*. The University Press, Cambridge.
-