

Title	説得的コミュニケーションがマイルドな立場を主張した場合のコミュニケーション・ディスクレパンシーと意見変容の関係：認知の陰陽理論による予測
Sub Title	Relationship between communication discrepancy and opinion change in persuasive communication taking a mild viewpoint : prediction by the yin and yang theory of cognition
Author	榊, 博文(Sakaki, Hilobumi)
Publisher	三田哲學會
Publication year	1995
Jtitle	哲學 No.98 (1995. 1) ,p.95- 121
JaLC DOI	
Abstract	Results of studies on communication discrepancy and persuasion effect have been quite confusing. In a series of studies conducted by the writer, observations were made that, under experimental conditions, the so-called "boomerang effect," and therefore, little opinion change, occurred at low discrepancy levels, while greater opinion change occurred at higher discrepancy levels. Since it is very difficult to interpret these findings applying the cognitive dissonance theory, the social judgment theory and the psychological reactance theory, the writer postulated the Yin and Yang Theory of Cognition (Sakaki 1984c, 1994). All matters and events occurring in this world are comprised of two opposite, but complementary, components, as brightness to darkness and inside to outside. They exist separately but are dependent upon its counterpart. In human cognition and opinion, a positive opinion has as its counterpart the negative opinion which remains suppressed and latent. As shown in the saying, "The shadow is deep under the strong light," a negative opinion is suppressed behind a strong positive opinion. Stronger the tendency to suppress the negative opinion the stronger the tendency for it to submerge. Such observation suggests a positive correlation between communication discrepancy and opinion change in persuasive communication taking a strict position. On the other hand, in that taking a mild position, the Yin and Yang theory predicts a relationship which can be described as a sigmoid curve. This study was planned to demonstrate the validity of the prediction and this prediction was supported by an experiment with 883 subjects.
Notes	
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00150430-00000098-0095

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

説得的コミュニケーションがマイルドな
立場を主張した場合のコミュニ
ケーション・ディスクレパンシー
と意見変容の関係

——認知の陰陽理論による予測——

榊

博

文*

**Relationship Between Communication Discrepancy and
Opinion Change in Persuasive Communication
Taking a Mild Viewpoint: Prediction
by the Yin and Yang Theory of
Cognition**

Hilobumi Sakaki

Results of studies on communication discrepancy and persuasion effect have been quite confusing. In a series of studies conducted by the writer, observations were made that, under experimental conditions, the so-called "boomerang effect," and therefore, little opinion change, occurred at low discrepancy levels, while greater opinion change occurred at higher discrepancy levels. Since it is very difficult to interpret these findings applying the cognitive dissonance theory, the social judgment theory and the psychological reactance theory, the writer postulated the Yin and Yang Theory of Cognition (Sakaki 1984c, 1994).

All matters and events occurring in this world are comprised of two opposite, but complementary, components, as brightness to darkness and inside to outside. They exist separately but are dependent upon its counterpart. In human cognition and

* 慶應義塾大学文学部助教授 (社会学)

opinion, a positive opinion has as its counterpart the negative opinion which remains suppressed and latent. As shown in the saying, "The shadow is deep under the strong light," a negative opinion is suppressed behind a strong positive opinion. Stronger the tendency to suppress the negative opinion the stronger the tendency for it to submerge. Such observation suggests a positive correlation between communication discrepancy and opinion change in persuasive communication taking a strict position. On the other hand, in that taking a mild position, the Yin and Yang theory predicts a relationship which can be described as a sigmoid curve. This study was planned to demonstrate the validity of the prediction and this prediction was supported by an experiment with 883 subjects.

目 的

コミュニケーション・ディスクレパンシー、即ち説得的コミュニケーションの送り手と受け手の間の意見の食い違いと、受け手の意見変容の関係について、従来の諸研究の結果は必ずしも一致していない。例えば、この両者の間に正の関係を得た例として、Hovland & Pritzker (1957), Kaplowitz et al (1986, 1991) などがあり、逆に負の関係を得た例として Nemeth & Endicott (1976) などがあり、又逆 V 字型の曲線的関係を得たものに Aronson et al (1963), Freedman (1964) などがある。しかし、筆者の一連の研究 (榊, 1980a, b, 1984a, b, c, d) においてはほぼ一貫して正の関係を得ており、従来の諸研究も数の上では正の関係を得たとするものの方が多い。

これらの混乱した研究結果に対して、従来常に認知的不協和理論、社会判断理論、心理的リアクタンス理論からの説明がなされてきた。その詳細な紹介と評価については既に触れたので (榊, 1989a, b, 1994) 本稿では簡潔に述べる。前二者の理論によればディスクレパンシーと意見変容は逆 V 字型の関係にあり、受け手が説得方向と逆方向に意見変化する所謂ブーメラン効果が生じるのはディスクレパンシーが大なる時であるという。認知

的不協和理論によれば、それは送り手を低く評価する反応が選好されるからであると説明され、社会判断理論によれば対比効果が生じるからであるという。又、心理的リアクタンス理論はディスクレパンシーと意見変容の関係について明確な予測をしておらず、ただブーメラン効果に関しては前二者の理論と同様、ディスクレパンシーが大なる時に生じるとし、それは心理的リアクタンスが生じるからであるとする。

従来の諸研究のうちディスクレパンシーが大なる時にブーメラン効果が生じたとするものに Brehm (1966) がその中で紹介している Brehm & Krasin の研究がある。しかし、この研究は手続上問題があることを Brehm & Brehm (1981) ものちに認めている。又、Smith (1978) も脅威大の条件においてディスクレパンシーが大なる時にブーメラン効果が生じたことを報告しているが、この条件においてディスクレパンシーと意見変容は明確な関係を示してはいない。

一方、筆者の一連の研究 (榊, 1980a, b, 1984a, b, c, d) においてはほぼ一貫して、ディスクレパンシーが小なる時にブーメラン効果が生じ、大なる時に順効果が生じている。原岡 (1970) の研究は筆者と同様の結果を得、又、リアクタンス理論の立場に立つ Worchel & Brehm (1970) の研究もその予測に反して筆者の研究と同様の結果を得、認知的不協和理論の予測を支持したとする Brewer & Crano (1968) の研究もそのデータを仔細に検討すると筆者の研究と類似の結果を得ており、更にはディスクレパンシーと意見変容が正の直線的関係にあったとする従来の多くの研究結果も、基本的には筆者の一連の研究と同様の範疇に入る。筆者は筆者の一連の研究結果及びそれと類似した研究の結果を説明するために、筆者独自の解釈を試み、それを認知の二面理論 (Dual factor theory of cognition) として発表し (榊, 1984c, d, 1989, a, b), 更にそれを精緻化したモデル、認知の陰陽理論 (Yin and Yang Theory of Cognition) の一部を発表した (榊, 1994)。

本報告においては筆者の理論の妥当性を検討するが、まず理論自体を以下簡単に述べる。筆者はまず、この世の物事はすべて明暗、表裏など二つの側面を持ちながらかつ一体であると考え、人間行動も又例外ではなく、人間の認知や意見も又その例外ではない。「喫煙」はもとより、「戦争」「健康」などのような態度対象も正負二面性をもつ。人はある態度対象に対して何らかの意見を表明しようとする時、その対象のもつ正負両側面を考慮する。そして正の意見（例えば賛成意見）を自己の意見として表明したとするならば、負の側面は抑圧されたのであって忘れ去られたわけではない。抑圧された影の側面、即ち陰は常にその位置に留まるのではなく、絶えず陽の位置にとって代わろうとする。例えば、昼夜が常に入れ代わる如く、又裏を表として見るならば表が裏になる如く、上を下から見れば上が下になる如く、陰と陽も又二つにして一つのものであり、常に入れ代わるものなのである。

筆者は一連の実験結果を通して、正の意見と負の意見はそれらのもつ陽の力と陰の力によって交替をするものであり、そのきっかけを与えるのが説得的コミュニケーションではないかと考えるに至った。即ち、説得的コミュニケーションは、顕在的に表明された意見よりはむしろ潜在化している意見を刺激し活性化させる働きをもつ。そして、潜在している意見の顕在化力はそれが抑圧されている程度に比例する。

このように考えると、あるトピックについて非常に極端な立場に立つ説得的コミュニケーションを呈示した場合、それと同じ立場に立つ受け手の隠され抑圧されている潜在的意見（コミュニケーションとは反対の立場）はその抑圧度が大きい故に顕在化しようとする力が非常に大きく、説得的コミュニケーションの唱導する立場とは反対の方向への意見変化、即ちブーメラン効果が生じ、一方、説得的コミュニケーションと正反対の極端な立場にいる受け手の場合、隠され抑圧されている潜在的意見（コミュニケーションと同一の立場）が同様に顕在化してくる故に、説得方向と同一方

向への意見変化，即ち順効果が生じる．正でも負でもない中立の意見，即ち「どちらとも言えない」を表明している人の場合，隠され抑圧されている正負両側面は等しい力を持ち，等しく顕在化してくる故にその力は相殺し合って意見変化は生じない．中程度に正又は負の意見を表明している人の場合，その意見変容の程度も中程度である．このようにして，筆者の従来の研究結果，即ち極端な立場に立つコミュニケーションを呈示した場合のディスクレパンシーと意見変容の正の直線的関係，及び立場が同一の時のブーメラン効果と反対の時の順効果を説明することが出来る．

一方，説得的コミュニケーションがあまり極端ではない立場，即ち中立点よりも正或は負のいずれか一方に中程度に近づいた，即ちマイルドな立場を主張している場合，認知の陰陽理論からはどのような予測がなされるであろうか．本報告はこの点の予測とその検証を目的とする．但し，説得情報がマイルドな立場を主張すると，同じ情報がある人にとっては自己の意見と同一方向に説得しており，別の人にとっては反対方向に説得していることになり，「ディスクレパンシー」と「説得の方向性」が混在するという問題が生じる．しかし X 軸にディスクレパンシーではなく「自己の当初の立場」をとることによってこの問題は解決可能である．

まず，基本的には，マイルドな説得的コミュニケーションは極端な立場に立つコミュニケーションと同様，受け手の潜在的意見を活性化し，顕在化させる．しかし，その顕在化させる力は主張がマイルドであるが故に，極端な立場を主張する説得情報ほどには強くはない．

予測を図 1 に示す．図に示されている円形のものは各人の意見（認知・認知群）を表わしており，この形はコイン状のものとするより球形をしていると想定される．その理由として，例えば「賛成」の意見の人が少しずつ「反対」の方向に意見が変っていくのは，「賛成」の意見の勢いが少しずつ減少し，影に隠れていた「反対」の意見の勢いが徐々に増してくるからであると筆者は考えるのであるが，コイン・モデルでは「反対」の意見，

説得的コミュニケーションがマイルドな立場を主張した場合

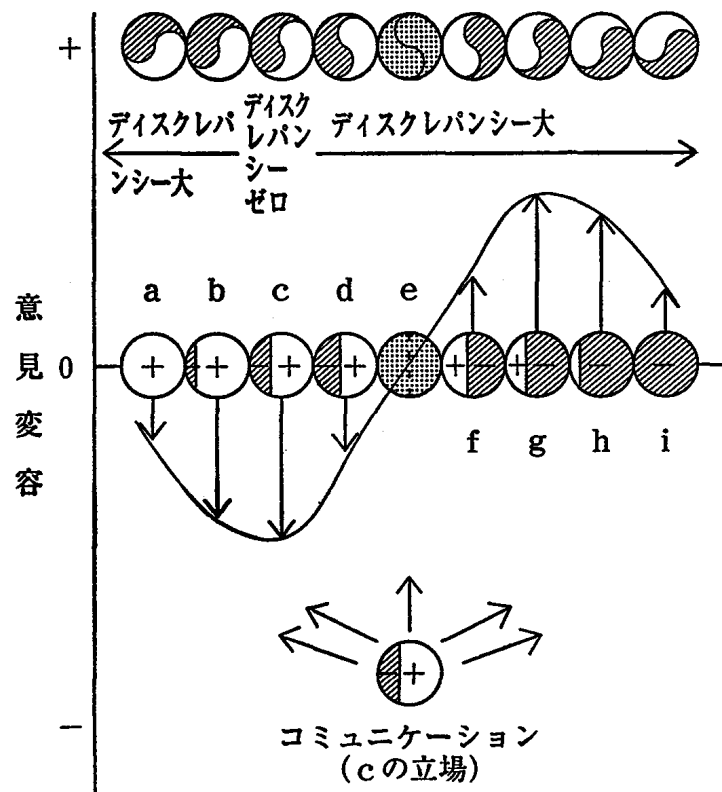


図 1 認知の陰陽理論による個人の当初の立場と意見変容の関係：マイルドな立場に立つコミュニケーションを呈示した場合

即ち負の認知・認知群が次第に顕在化し大きくなる過程が示され得ない。しかし、球形モデルならその過程を表現し得るのである。

X 軸は人の認知を正面（他者に対して向いている面）から見たものであり、図の上方にあるのはそのそれぞれを上から見たものである。球を上から見た場合、陰と陽の境が直線ではなくサインカーブの形をしている理由は、陰は常に陽に移行しようとし、陽は又常に陰に移行しようとする性質を表わすためであり、更に「陰中に陽あり、陽中に陰あり」を表現するためでもある。これらの点については別の機会に詳述したい。a から d の立場の人は正の意見（例えば賛成意見）を表明しているが、その程度は a において最も強く、d において最も弱い。f から i までの人は負の意見（例えば反対意見）を表明しているが、その程度は f において最も弱く、i において最も強い。

説得情報が c と同じ立場、即ちマイルドな正の主張をしている場合、c

の立場に立つ人にとってディスクレパンシーはゼロとなり、そこから両極に離れるに連れてディスクレパンシーは大となる。a の立場の人は極端な正の意見を表明している人であり、負の側面が隠され大きく抑圧されているが、説得情報がマイルドであるが故にそれを顕在化させる力は弱い。d の立場の人は極めて弱い正の主張をしている人であり、そのトピックに関する負の側面も十分に認識し評価している。従って d の立場の人の負の側面は大部分が顕在化しており、潜在し抑圧されている部分は少ないが故に、その顕在化力は弱い。c の立場の人において、説得的コミュニケーションの立場と正負の割合が同一であるから抑圧されていた負の側面の顕在化力は最大となり、この位置において最大のブーメラン効果が生じると考えられる。又、g の立場の人において説得情報と符号は逆であるが正負の割合が等しいので、ここにおいて最大の順効果が生じ、その両側において小さな順効果が生じる。

e の立場の人はそのトピックに関する正と負の側面を等しく認識しており、従って中立の立場、即ち「どちらとも言えない」を表明しており、正負両側面は等しく潜在している。外部から呈示された説得的コミュニケーションはこれら両側面を等しく顕在化させるがその力は互いに等しいため相殺し合って意見変容は生じない。(そのトピックに対する意見分布が完全に正規分布をするならば、中立の立場の人の意見変容は理論的にはゼロである。しかし、実際問題としてこのような分布をするトピックは考えられず、そのトピックにより、又意見を求められる集団により、大なり小なり正又は負の一方に偏った分布をするものと考えられ、實際上、中立の立場の人の平均意見変容は正又は負のいずれかに偏るであろう。)

従って、マイルドな説得情報を呈示した場合の意見変容は、個人の最初の立場を無限にとるならば、図 1 に示すように、サインカーブに似た形をとると予想される。説得情報が g の立場を主張する場合も、左端に i の立場を置けば同様のカーブが描ける。以下このモデルの妥当性を検討する。

方 法

Exp. I. 被験者は 398 名（男子 321 名，女子 77 名）の大学生であり，トピック「アルバイト」に関しては記入漏れを除く 395 名が，又トピック「職業選択」に関しては記入漏れを除く 385 名が分析対象となった．実験は「学生生活に関する意識調査」という名目で，ビフォー・アフター・デザインにより教室でおこなわれ，まず一回目の意見測定では 12 項目のダミー項目を含む計 16 項目の質問がなされた．その中で「アルバイト」と「職業の選択」の 2 つのトピックに関する意見をそれぞれ 2 項目で尋ねた．

アルバイトに関しては「アルバイトは勉強の妨げになるからしない方がよい」と「アルバイトは社会勉強でもあり，した方がよい」に対する意見を，前者では「非常に賛成」から「どちらとも言えない」をへて「非常に反対」までを 7 段階で評価させ，後者では逆に「非常に反対」から「どちらとも言えない」をへて「非常に賛成」までを 7 段階で評価させた．この 2 項目の合計点（2～14 点）が高い方がアルバイトに賛成していることになる．「職業の選択」に関しては，「職業の選択は最終的には自分で決めた方がよい」に対する意見を「非常に賛成」から「どちらとも言えない」をへて「非常に反対」まで 7 段階で評価させ，又「職業の選択は，最終的には親や年長者の意見に従った方がよい」に対する意見を「非常に反対」から「非常に賛成」まで 7 段階で評価させた．この 2 項目の合計点（2～14 点）が高い方が，親や年長者の意見に従った方がよいと考えていることになる．質問紙に記入後，被験者はその用紙を机の中に入れるよう指示された．

続いて，二つのトピックに関する説得情報が呈示された．説得情報はそれぞれ A4 版 1 枚に印刷された文章から成り，「アルバイト」に関しては「アルバイトはあまりしない方がよい」というマイルドな負の主張をし，「職業選択」に関しては，「職業の選択はどちらかと言えば，やはり最終的には自分で決めた方がよい」とするマイルドな正の主張をしていた．情報

源はそれぞれ単に A 氏, B 氏とし, 従来のように特定人物を指定しなかった。これは受け手が情報を評価, 受容し, また反発すれば, そのように判断しようという意図によるものである。次いで, 1 回目の質問用紙と全く同一の用紙を用いて 2 回目の意見測定がおこなわれた。

2 つのトピックともに 1 回目の合計点から 2 回目の合計点を引いた値が意見変容のスコアであり, スコアがプラスの値であれば情報の唱導方向に意見変化したことになり, ゼロであれば無変化, そしてマイナスであれば唱導方向とは逆方向へ意見変化したことになる。尚, 榊の研究 (1980a, b, 1984a) においては一連の実験手続きは連続的におこなわれ, 又榊の別の研究 (1984b, c) においては, 1 回目の意見測定と 2 回目の意見測定の間に, それぞれ 1 週間と 4 週間の時間的間隔をおいたが, 時間的間隔をおいた条件下でもおかない条件下と同じく, ディスクレパンシーが小の時ブーメラン効果が生じ, ディスクレパンシーが大の時順効果が生じたので, ディスクレパンシーと意見変容の関係に対して時間的間隔は影響を与えないとの判断のもとに, 本研究では再び時間的間隔をおかず, 一連の実験手続きは連続的におこなわれた。

Exp. II 既におこなわれた Exp. I において個人の初期態度値と意見変容の関係は, 筆者が予想するような形を描いたので, その理由を深く探るために Exp. II が計画された⁽¹⁾。被験者は Exp. 1 の被験者とは全く異なる, 485 名の大学生 (男子 171 名, 女子 314 名) であり, トピック「アルバイト」については記入漏れを除く 472 名が, 又トピック「職業選択」については記入漏れを除く 479 名が分析対象となった。

実験手続きとして, まず質問紙やトピック, 説得情報文, 連続的意見測定など, Exp. I と全く同一の手続きがくり返えされた。即ち, Exp. I と全く同様のことを Exp. II ではまず行なった。Exp. II では Exp. I で行なう最後の行為, 即ち 2 回目の意見測定の 16 項目への記入に続いて, 以下の質問項目が付加されていた。2 つのトピックそれぞれについて, “知識

度”，“情報評価”，“情報受容”，“情報反発”，“情報源反発”，“自己主張”（情報源に対して自己主張をしたいと思った程度），“自律性”（情報源に対して自律性を表明したいと思った程度），異なる考えの浮上”（説得情報を読んでその内容と異なる考えが頭の中に浮んだ程度），“意外な同意”（説得情報の主張に対してそういう考え方もあるのかと思った程度），“抑圧されていた考えの浮上”（説得情報を読んで普段抑圧していて、あまり考えたことがないような考えが頭の中に浮んだ程度），の 10 項目，計 20 項目である。この 20 項目は、「全くそうは思わない」から「非常にそう思う」までの 5 段階評価である。Exp II における質問項目は合計で 36 項目であった。

更に、被験者は 2 つのトピックについて意見変化の程度を自ら記入するように求められた（付加された質問紙は意見変化量が簡単に計算できるように工夫されていた）。そして、値が何故プラス、即ち唱導方向へ意見が変化したのか、又は何故マイナス、即ち唱導方向とは逆方向へ意見が変化したのか、或は何故ゼロ、即ち意見が変化しなかったのか、その理由について、後日独居状態で深く内観し、レポートにまとめて提出するよう、これは任意に求めた。なお、榊（1972）の研究において、実験群は統制群より有意に意見変化したこと、及び本研究は多変量解析及び内観報告の内容分析を主たる分析方法とすることの 2 つの理由により、本研究では敢えて統制群を設けなかった。

結 果

個人の初期態度値と意見変化の関係を知るという目的のための手続きは、Exp. I と Exp. II は全く同一であるので、この点に関しては 2 つの実験結果をまとめて表 1、図 2 に示す⁽²⁾。被験者数は合計で「アルバイト」に関しては 867 人、「職業選択」に関しては 864 人である。「アルバイト」に関しては、説得情報は「アルバイトはあまりしない方がよい」ことを主張していたので、表 1 に示されているようにこの意見に賛成する被験者（初

表 1 マイルドな説得的コミュニケーションを呈示した場合の個人の最初の立場と意見変容の関係

個人の初期態度値		2	3	4	5	6	7	8
アルバイト	人 数 (N)	2	0	5	8	14	26	133
	平均意見変容 (\bar{X})	-.3		0	-.62	-.28	-.12	.05
職業選択	人 数 (N)	139	124	143	145	130	101	49
	平均意見変容 (\bar{X})	-.34	-.25	-.59	-.21	-.14	-.08	.27

個人の初期態度値		9	10	11	12	13	14	計
アルバイト	人 数 (N)	95	121	137	169	61	96	867人
	平均意見変容 (\bar{X})	.07	.64	.60	.61	.54	.72	.42
職業選択	人 数 (N)	13	9	7	4	0	0	864人
	平均意見変容 (\bar{X})	.62	1.22	1	.75			-0.20

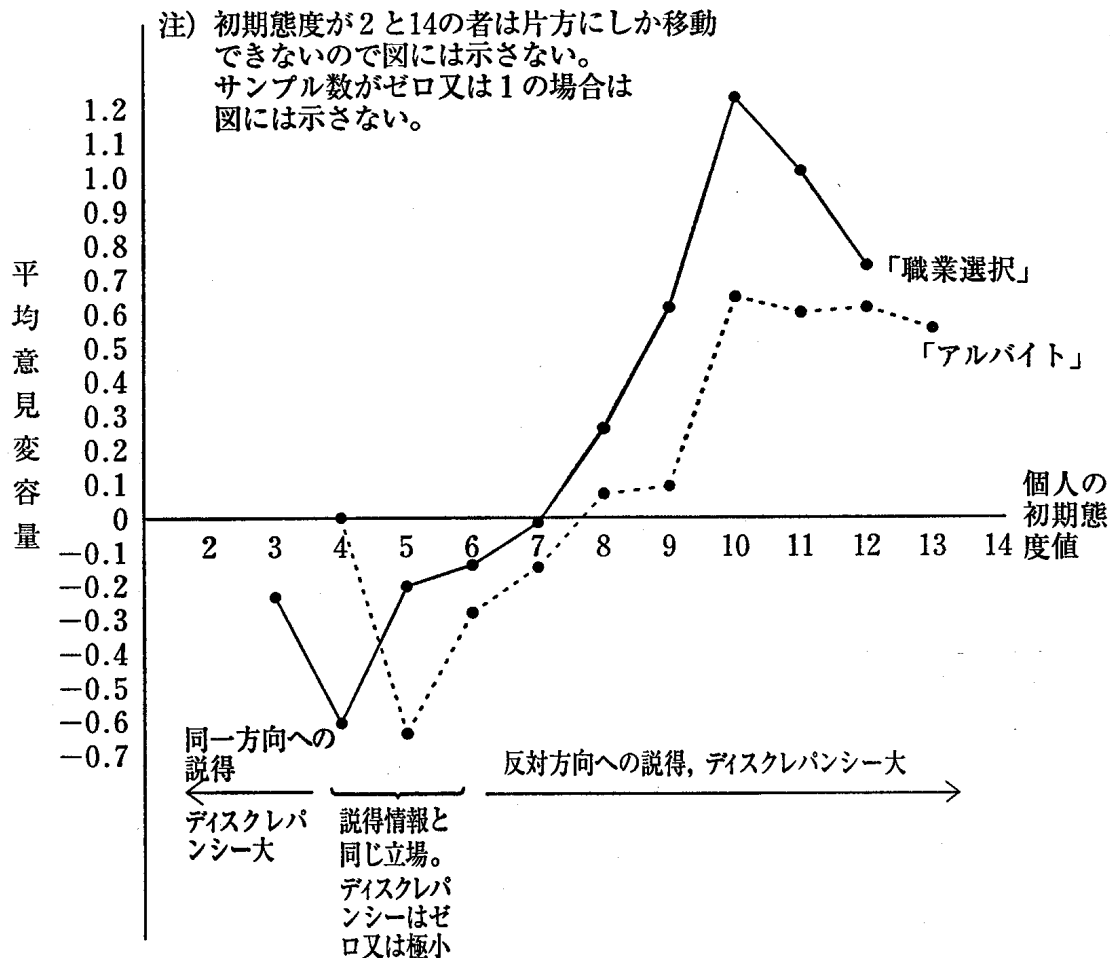


図 2 マイルドな説得的コミュニケーションを呈示した場合の個人の最初の立場と意見変容の関係

期態度の値が小さい) の数は少なく, 反対する被験者 (初期態度値の値が大きい) の数は多い. 一方, 「職業選択」に関しては, 説得情報は「職業選択は最終的には自分で決めた方がよい」ことを主張していたので, これに賛成する被験者 (初期態度値が小さい) の数が多く, 反対する被験者 (初期態度値が大きい) の数は少ない.

表 1 を図にあらわしたのが図 2 である. 2 つのトピックともに, 説得情報の立場と同じような立場にいた人においてブーメラン効果が生じており, 図全体は認知の陰陽理論が予測するようなサイン・カーブの形をしている.

次に, Exp. II の結果をまず数量化理論 I 類の分析に従って検討する. 被説明変数は 2 つのトピックともに「意見変容」であり, 説明変数は図 3, 図 4 に示されている. 図 3 は「アルバイト」に関する数量化 I 類の分析結果であるが, 被験者の初期態度値と意見変容の関係は, 初期態度値が 2 と 14 の人を除外して見るとサイン・カーブのような形をしていることを読み取ることができ, かつ意見変容を決める上で個人の初期態度値が他の変数 (アイテム) とは比較にならない程重要であることが修正レンジ (カテゴリー数が多い変数の場合, 各カテゴリーへの反応数が分散化し, その結果, カテゴリー・ヴァリューの最大値と最小値の差, 即ちレンジが大となるため, その傾向を防ぐ意味でレンジをカテゴリー数で除したものである. その変数の重要性を計る一応の目安となる.) によって分かる.

図 3 において明確な傾向を示しているアイテムは, “情報への反発” で反発が大きい程ブーメラン効果を示し, 反発が小さいと順効果を示している. “情報源への反発” も全く同様の結果を示している. “自己主張” のアイテムでは説得的コミュニケーションの呈示を受けて, 自己主張をしたくなったと答えた人ほどブーメラン効果を示したのに対して, そうは思わなかった人々において順効果を示している. “自律性” のアイテムも重要であり, 自律性を表明したいと強く思った程順効果を生じさせ, そう思わな

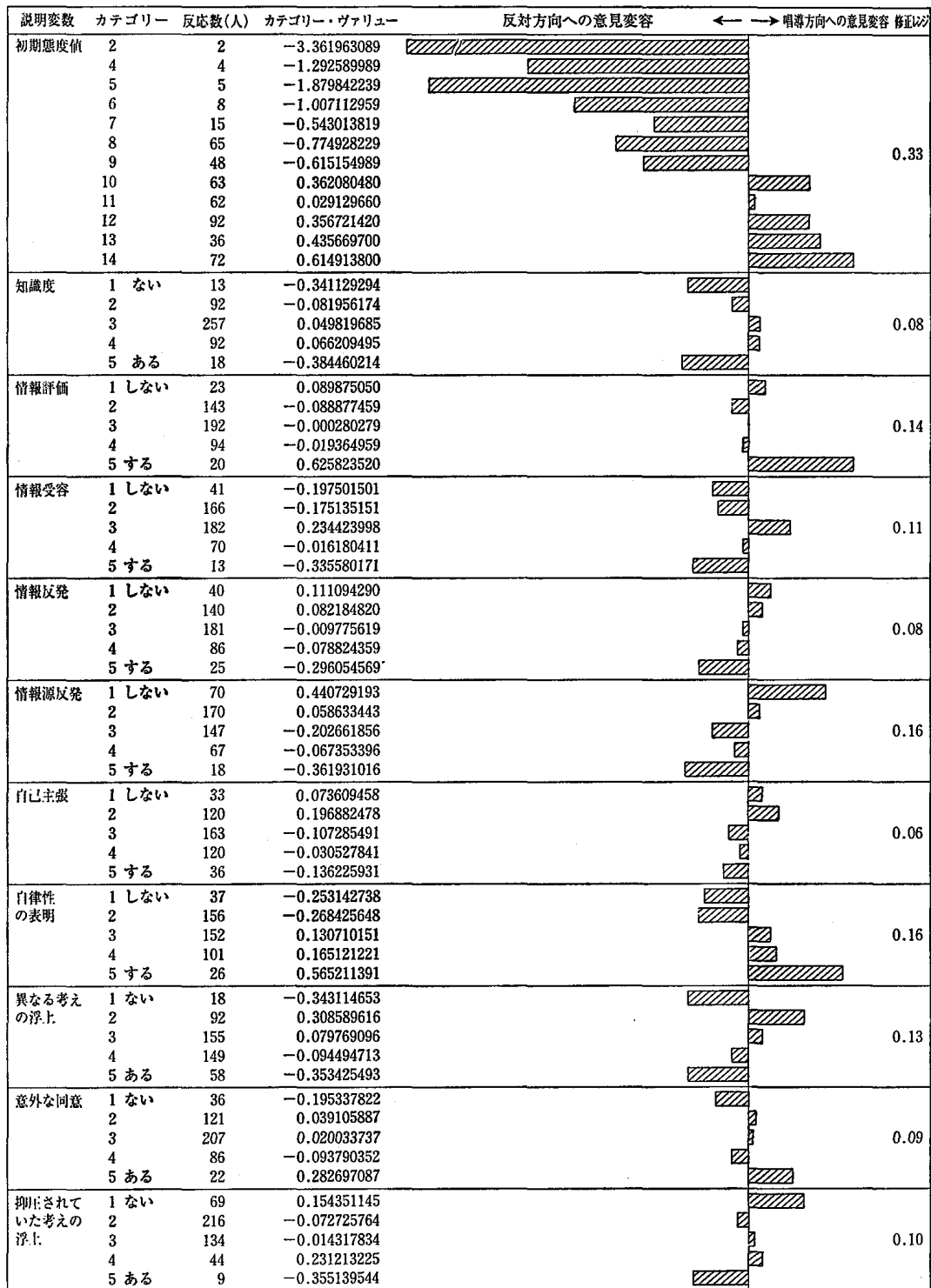


図 3 数量化理論 I 類による「意見変容」の方向と関連する要因の分析
(トピック; 「アルバイト」, $N=472$)

説得的コミュニケーションがマイルドな立場を主張した場合

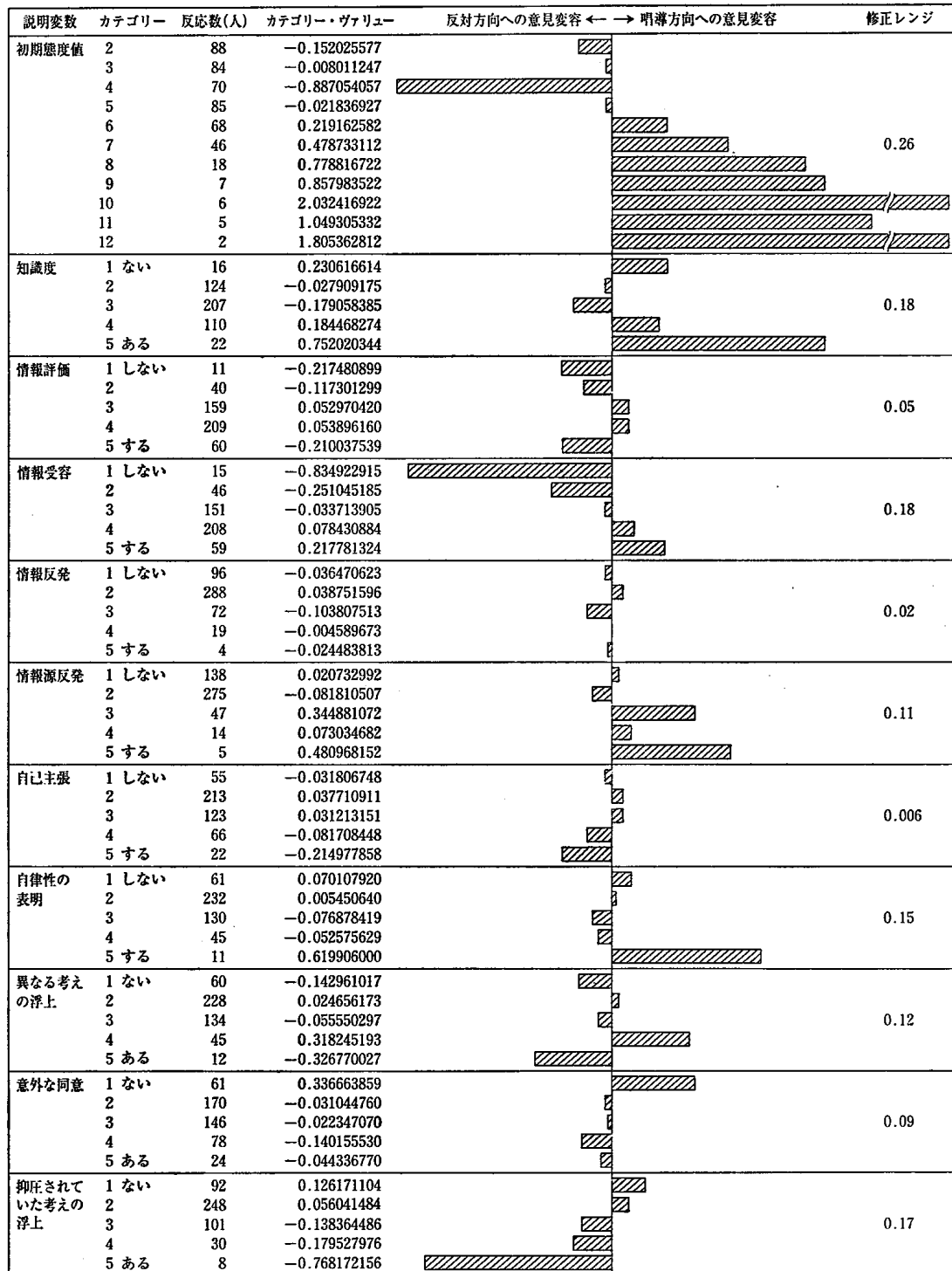


図 4 数量化理論 I 類による「意見変容」の方向と関連する要因の分析
(トピック; 「職業選択」, N=479)

かった人においてブーメラン効果が生じた。“意外な同意”のアイテム、即ち説得コミュニケーションの文章に対して、なる程そういう考え方もあるのか、と思った人において順効果が生じ、そうは思わなかった人においてブーメラン効果が生じている。“抑圧”のアイテム、即ち普段考えていないような考えが頭に浮んだ人においてブーメラン効果が生じ、そうではない人において順効果が生じた。

図 4 においても又、修正レンジによって、個人の初期態度値は意見変容を決める上で他のアイテムとは比較にならない程重要なアイテムであることが分る。ここでも“情報受容”は重要アイテムであり、受容する人ほど順効果を示し、受容しない人程ブーメラン効果を示している。“自己主張”のアイテムでは、自己主張したいと思った人においてブーメラン効果が生じている。“意外な同意”のアイテムでは、説得的コミュニケーションの文章に「なるほど」と言って同意しなかった人において順効果が生じている。同意した人において逆にブーメラン効果が生じた。“抑圧”のアイテムにおいては、普段考えたことがないような考えが頭の中に浮んだ人においてブーメラン効果が生じ、そうでない人において順効果が生じた。

又、Pearson による相関係数の分析も行なったが「アルバイト」というトピックにおいては他のアイテムと最も強い相関関係を示したのは“異なる考えの浮上”のアイテムで他のアイテムとの相関係数の絶対値が、4 以上のものが 6 項目に上る。“情報評価”とは -0.447 ，“情報受容”とは -0.460 ，“情報反発”とは 0.578 ，“情報源反発”とは 0.504 ，“自己主張”とは 0.403 ，“自律性”とは 0.445 ，で、いずれも統計的に有意である ($p < .0001$)。

ついで重要なアイテムは“情報反発”で、他のアイテムとの相関係数が、4 以上のものが 5 項目であった。“情報評価”とは -0.587 ，“情報受容”とは -0.566 ，“情報源反発”とは 0.704 ，“自己主張”とは 0.422 ，“異なる考えの浮上”とは 0.578 で、いずれも統計的に有意である ($p < .0001$)。

他のアイテムとの相関係数が、4 以上あるアイテムが 4 アイテムあったのは、“情報評価”、“情報受容”、“情報源反発”であった。これらは“異なる考えの浮上”のアイテムとの相関を除けば、いずれも常識的な解釈の成立するものであった。例えば、“情報評価”と“情報反発”の相関が -0.587 ($p < .0001$) であった如くである。

「職業選択」というトピックに関しては、他のアイテムと強い相関関係を示したのは、“異なる考えの浮上”、“情報受容”、“情報反発”、そして“情報源反発”であり、いずれも他のアイテムとの相関係数の絶対値が 0.4 以上のものは 4 つであった。まず、“異なる考えの浮上”と 0.4 以上の相関係数を示したアイテムは、“情報受容”で -0.462 、“情報反発”とは 0.489 、“情報源反発”とは 0.451 、“自律性”とは 0.507 であった (いずれも $p < .0001$)。他の 3 つについては、“異なる考えの浮上”のアイテムとの相関を除けばいずれも常識的な解釈の成立するものであった。例えば、“情報評価”と“情報受容”との相関が 0.686 ($p < .0001$) であった如くである。

最後に触れておかねばならない点は“抑圧されていた考えの浮上”であろう。相関係数自体はそれ程大きくはないが 2 つのトピックともに“自己主張”、“自律性”、“異なる考えの浮上”、“意外な同意”と正の相関関係にあった (いずれも $p < .0001$)。

次に内観報告の内容分析について述べる。任意に求めた内観報告を提出した被験者は 113 人であったがそのうち分析目的に沿う回答をした者、即ち、唱導方向へ意見変化した、又は逆方向へ意見変化した。あるいは無変化であった、その心的メカニズムについて触れた者は 88 名であった。ただ、1 人の報告者が複数の有益な叙述をしたケースもあり、叙述の数は 200 であった。この 200 の叙述を説得方向と逆方向へ意見変化した者の叙述、同一方向へ意見変化した者の叙述、および無変化の者の叙述に分けて、内容分析を試みた。(更にこれをトピック別に分けてみたが、分類内の叙述数が少なくなり、分類化とカテゴリー命名が困難であったので、この点に

については省略する。) 内容分析は筆者によって客観的に行われた。その内訳と抜粋した文章例を以下に示す。誤字脱字の訂正を行ったほかは、すべて原文のままである。

A. 説得方向と逆方向へ変化した者について (全 44 叙述)。

a. 文章を読んだあと広い視野でものをみるようになった (12 例)

〔例 1〕 意見文を読む以前は、全くの主観で自分の今のおかれている状況や心理状態が直接に反映されやすいが、読後は、自分中心から一般的な考え方に変化するためではないか。

〔例 2〕 自分自身の意見は根本的に変わらないが、文のような意見もあるだろうなという広い見方に変わった。

〔例 3〕 私はその意見を読みながら、自分と意見が似ているなと感じ、重ねて多分これとは別の見方をする人もいるだろうし、又そういう別の見方が（自分の中にも……筆者注）あった。

〔例 4〕 A氏はアルバイトの意義を認めていたが根本的にはアルバイト反対という姿勢だった。A氏の文章を読む前は「勉強に支障をきたすほどのアルバイトはよくない」と思っていたが、読んだあと「アルバイトだって必要なのだ」という気持が強くなった。

b. 自分の考えと同じことを言われたため自己主張もしくは反発したくなった (13 例)

〔例 1〕 自分の独自性を主張するために、更に言えば、全く同じ意見であれば自分の存在意義がなくなるかのような意識作用が働いたのではないか。人間は生まれた時から異なる環境で育ってきたので同じ意見はありえないというところからきていると思う。

〔例 2〕 潜在的な反発心が生じてきたものと見える。少しは違うところがあるということを主張したかったのではないか。

〔例 3〕 この説得の全体の内容を、“人の意見を参考にしそれにより自分の職業を決めるべき”という内容のものにとり、そのような考えは自分に合わないと考え、自己防衛の精神のようなもの、あるいは拒絶反応のようなものを起こし、……(後略)。

〔例 4〕 あまりにも意見が一致しすぎたために逆に反発心を感じた。

説得的コミュニケーションがマイルドな立場を主張した場合

c. 断定的意見に反発した (8 例)

〔例 1〕「アルバイトは学業の妨げになるものだ」という固定観念に無意識の反発を感じた。

〔例 2〕このような強い主張には人々は拒絶反応を示すのではないかと思います。

〔例 3〕B氏の論調に対して、矛盾及びこじつけの印象を受けた。また、自分の意見を一般化して押しつけているとも思え、反発した。

d. 過去経験による (3 例)

〔例 1〕多種多様なアルバイトを経験してきたが、複雑な人間関係や実社会のしくみといった机上の勉強では学べないことをたくさん学んできたため。

e. 自分の意見と真向から対立したため反発 (2 例)

〔例 1〕A氏の文章を読んだ時、私の意見とは真っ向から対立するのを感じた。それと同時に、氏に対して私の、つまり彼とは逆の意見を述べたくなった。

f. その他 (6 例)

〔例 1〕あらかじめ自分の意見がしっかりあったため、他の意見を与えられても説得されるより、むしろ反発する気持の方が強かった。

B. 説得方向と同一方向へ変化した者について (全 53 叙述)

a. 潜在的な意識が刺激された (20 例)

〔例 1〕普段の意識の裏にある考えが一枚の説得の紙によって表層化（表面化……筆者注）したと考えられると思います。

〔例 2〕文章を読んだ後、今まで自分の頭の中で漠然と把握していたものを代言してくれたように思い、その方向に意見を変えた。

〔例 3〕自分の心の中にあったはずのものを指摘され、はっとさせられた。

〔例 4〕自分の考えは年齢とともにこり固まってしまう、いろいろな角度から見られなくなってくるので自分と違う文章を読んだ時、「えー！ こんな考えもあるのか!!」と興味をもってしまったから。

〔例 5〕文章を読むことにより、今まで自分が抱いていたあいまいな意見がしっかりと明確なものになったように思う。

〔例 6〕自ら逆の考えをしてみるきっかけを与えられたという感じがした。

b. 広い視野でものをみるようになった (6 例)

〔例 1〕 ちがう見方を呈示され、少しでも自分の見方を広げようとしたために、この意見をうけ入れた。

〔例 2〕 「学生には学生にしかできないことも多いはずと」いう文を読み、アルバイト漬けの私には鮮烈であり、“今しかできないもっと大事なことが沢山あるのでは”と日々の生活を見直そうとかなり深刻に考えた。

c. 文章内容に素直に同意した (17 例)

〔例 1〕 職業選択が自分の人生にとって深く関わりのある重要な問題であるため、納得しうる文章内容に影響を受けた。

〔例 2〕 最初「自分で決めたい」という思いだけあって、「最終的には自分で決めよう」という説得を受け、ますます「自分で決めよう」と思った。

〔例 3〕 意見文が共感、納得できるものばかりで、同じ意見の人がいてますます自身の考えに確信をもち、心強く感じた。

〔例 4〕 A氏が言っている学業専念の大切さにも、心は少しずつ“そうだなあ”と動かされたので。

d. 逆の主張に対して自分の意見が弱まった (3 例)

〔例 1〕 自分が正しいと思っていたことと全く逆のことを言われ、それが正しいと思ってしまった。

e. その他 (7 例)

〔例 1〕 頑固な私に説得をするのは難しいが、親に対する情に訴えかけるような説得に意外に弱いことが分った。

C. 無変化だった者について (全 103 叙述, 例は省略)

a. 自分の意見と同じことを言われたため (16 例)

b. 自分の意見に自信があったため (13 例)

c. 説得文章にパワーがない (12 例)

d. 過去経験により確固たる信念をもっているため (11 例)

e. 自分にとって関係ない問題だったから (11 例)

f. 文章に反発を感じたため (10 例)

説得的コミュニケーションがマイルドな立場を主張した場合

- g. アンケートだということを強く意識したため (11 例)
- h. 考えていたことと逆の面が浮んだ (5 例)
- i. 自分の頑固な性格のため (4 例)
- j. A 氏, B 氏に面識がないため (3 例)
- k. その他 (7 例)

考 察

認知の陰陽理論を中心に、結果の考察を進めていく。まず、図 2 に示されたグラフは認知の陰陽理論からの予測を支持していると言ってよいだろう。特に、「アルバイト」に関しては初期態度値が 8 以上、そして「職業選択」に関しては 7 以下の部分に非常に多くの被験者が集中しており（表 1 参照）、データの信頼の高いこの 2 つの部分をつなぐサインカーブに近い形をしていることがより分る。図 3 と図 4 の個人の初期態度値の項目でも、カテゴリ 2 と 14 の者を除くこの項目のサインカーブに似た形を読みとることが出来、このことも陰陽理論の予測を支持している。

かつ、修正レンジにより個人の初期態度値（ディスクレパンシー）が意見変容を決める上で他の変数とは比較にならない程重要であったことは、筆者の従来の研究と全く同一である。

図 3 によれば、ブーメラン効果を示した人は情報や情報源に反発し、自己主張をしようと考え、情報に対して同意せず、抑圧されていた考えが浮上してきた人であり、初期態度が説得情報に近い立場にあった人が実際にブーメラン効果を示していることを考慮に入れるならば、説得情報と初期態度が近い人たちは説得情報に対して上述のような反応を示したと考えてよいだろう。

図 4 によれば、ブーメラン効果を示す人は情報を受容せず、情報源に対して自己主張をしようと考え、抑圧されていた考えが浮上したと答えた人たちである。

逆に順効果を示した人たちは、図 3 によれば、ディスクレパンシーが大きく、情報を評価し、情報反発及び情報源反発がなく、自己主張をしようとせず、自律性を表明したいと思い、情報に対して“意外な同意”を示し、抑圧されている考えが浮上しなかった人たちである。又、図 4 によればディスクレパンシーが大きく、情報を受容し、情報源に対して反発し（但し、この点はサンプル数が 5 人なので信頼性は少ない）、自律性を表明したいと思い、“意外な同意”をせず、抑圧されていた考えが浮上しなかったと答えた人たちである。

これらの結果は了解可能であるが、自律性の項目においてそれを表明したいと答えた人は図 3、図 4 とともに順効果を示し、表明したいと思わないと答えた人が概ねブーメラン効果を示している点は解釈が難しい。2 つのトピックとも自律性その他の 2 項目、即ち「自己主張」及び「異なる考えの浮上」との間に正の有意な相関 ($p < .0001$) があることを考慮に入れても了解不能である。

“異なる考えの浮上”は陰陽理論によれば、ディスクレパンシーが大きい人と小さい人のいずれにおいても、コミュニケーション呈示によって生じることであり、“異なる考えの浮上”によってブーメラン効果も順効果も生じるはずであり、図 3、図 4 において明確な傾向を示していないことは納得しうる。

ただ、同様のことが“抑圧されていた考えの浮上”にも予想されるのであるが、この項目は図 3、図 4 とともに明確な傾向を示し、抑圧されていた考えが浮上した人がブーメラン効果を生じている。そして、図 3 における“意外な同意”の項目の明確な傾向も併せて考慮するならば、初期態度と説得情報の立場の食い違いが小さかった人々においては、“抑圧されていた考えが浮上”した故にブーメラン効果を生じ、食い違いが大きい人々においては、なる程そういう考えもあったのか（“意外な同意”）という形で順効果を示したのではないかと考えられる。即ち、“なる程そういう考え

もあったのか”という反応は，“抑圧されていた考えが浮上した”という反応と同種の反応なのであり（2つのトピックともこの両変数間には $p < .0001$ で正の有意な相関），その反応の生じる時の感じ方が，ディスクレパンシーが小さい人においては説得情報は自己の考えとほぼ同様の考えをしている故に，“なる程そういう考え方もあったのか”と感じることはなく，“抑圧されていた考えの浮上”として感じられ，ディスクレパンシーが大きい人においては自己の考えと反対の主張をされたが故に，“なる程そういう考え方もあったのか”という形で感じられた，と考えられるのである。

但し，これは飽くまでも推測の域を出ず，図4においては“意外な同意”の項目は図3と全く逆の傾向を示している．恐らく，“アルバイトはしない方がよい」と主張する禁止的説得情報と，“職業選択は自分で決めた方がよい」と主張する奨励的説得情報の差によるものと思われるが，断定的なことは言えない．

更に興味深いのは表1によれば「アルバイト」に関する全被験者の平均意見変容値が 0.42 と順効果を示しているのに対し，“職業選択”に関する全被験者の平均意見変容値が -0.20 とブーメラン効果を示している点である．全被験者の初期態度値は「アルバイト」に関しては平均で 10.53，“職業選択”に関しては平均で 4.81 であるから，大部分の被験者はアルバイトをすることに当初賛成であり，職業選択は最終的には自分で決めることに賛成であった．しかし，説得文章は「アルバイト」に関しては禁止的であったが故に，大部分の被験者にとってディスクレパンシーは大きく，“職業選択”に関しては奨励的であったが故にディスクレパンシーは小さかった．そして，彼らはディスクレパンシーが大きい，“アルバイト”に関する説得文の唱導方向に大きく動かされ，一方自己の立場と同じことを主張している，“職業選択”に関する説得文に対してはブーメラン効果を示したのである．

この点は筆者のこれまでの研究（榊 1980a, b, 1984a, b, c, d）においても一貫して見い出されており，被験者のこのような反応の心的メカニズムを数量的分析のみによって説明するには限界がある．そこで内容分析の結果からこの点を考察してみたい．

まず，説得方向と逆方向に意見変化した者の内容分析によれば，彼らは何らかの形で反発を感じ，そしてより広い視野で物事を見るように動機づけられたと考えてよいのではないだろうか．内容分析の結果から全員がそうであるとは言えないにしても，人は自己の立場と同じことを主張されると，果して自己の立場は正しいのか，もっと別の見方もあるのではないかと考えるようである．同様のことは，説得方向と同一方向に意見変容した人々においても指摘されうる．全員に当てはまるとは言えないにせよ，恐らく人は自分と異なる意見を呈示された時，果して自分の考えは正しいのか，もっと異なる考え方もあるのではないかと考えるとみてよいだろう．

恐らく人は自己の意見と同一の意見を呈示されると，当初は賛成し親しみを感じても，同様の意見が数多く提出される中で，必ずしも自分と同じ理由からではないことに気付き，本当に自分と同じ立場であるのかも考えるようになり，従ってその意見とは異なる側面を探そうとするのではないだろうか．その時，相手の意見の根拠に納得がいかない点や自分とは異なる根拠が見い出されると，逆にその点の衝撃が大きく返って反発心としてあらわれ，逆方向への意見変化がおこるものと思われる．又，この現象の背後には，自分と同じ主張をする相手に対して，自分と相手とは全く同一ではなく，自分は自分であるという意味での自己主張や反発心もあると思われる．自分と他者が全く同一の状態とは，人間にとって不快な状態であり，他者との間に一定の距離を置こうとする動機が働き，その為に意識的或は無意識的に自己の主張とは異なる面を探そうと動機づけられるのである．

一方，人は自己の立場と反対の立場を主張されると，自分とは異なる考

え方が多数呈示されるなかで、いくつかの点においては納得しうる考え方が含まれており、そのことの衝撃は大きく、自分が極端な考え方をしているほど自分は偏った考え方をしているのではないかと思い、それ故にそれまでの自己の考え方をもう一度再検討しようとし、より幅広いものの見方をするようになり、結果として説得方向への意見変容が起こるものと思われる。又、この現象の背後には、人は他者と同一でありたい、極端に離れた立場にいたくない、又、異質な人間であるとは思われたくないという動機が存在するのではないだろうか。他者と自分が異なるということが分かると人は自分だけが異なっているのではないかと不安に思い、時によっては心理的孤独感を感じ、それ故に異なる意見を主張する相手に対しては、意識的、無意識的に自己の考えとは異なる考えを探そうと動機づけられ、共通点や妥協点を探し、自己の意見を相手に近づけるようになると考えられるのである。

これらを総合して考察するならば、人は他者、集団と同一でありたいという動機を持つ反面、同時に同一でありたくないという動機をも併せ持つと考えられる。人は陰と陽（もしくは正と負）の相反する動機を同時に持っているものであり、自己と他者・集団の考え方や行動が食い違っている時、他者・集団に同調しようとする動機が解発され、自己と他者・集団とが極めて類似している時、或は全く同一の時、他者・集団とは異なっていたいという動機が解発される。このことは、説得的コミュニケーションの立場が極端な場合及びマイルドな場合のいずれにおいても基本的には同じである。即ち、人の態度・意見は「中」に向って動くのである。ここでいう「中」とは過不及のない状態、即ち極端に陰でも陽でもない状態をさす。

基本的に人の態度・意見・行動は「中」を目指しており、本研究も含めて筆者の一連の実験結果はそれを証明している。しかし、多くの人々が「中」に集中した時、人々はそれを不快に思い、一部の人々がそこから移動し始め、他の人々も追随し、時間の経過とともに又新たな「中」が出来る

のである。

「中」に関しては別の機会に詳述することにする。いずれにせよ人は個人個人が全く異なった意見を表明し、説得的試みに対して賛成や反対を表明しながらも全体としてはある一定の範囲内に落ちつき、そこから飛び出すことなく、意識的・無意識的に、秩序や平衡を作り出し、或は規範や文化を形成しているのである。

人が自己と同一の意見を呈示される時反対方向へ意見を変え、異なる意見を呈示される時それと同一方向へ意見を変えるという事実は、人の「意見」も含めてこの世の物事は対立しながらも補完的であるとする中国の「気」の哲学、なかでも「陰陽説」と一致するものである。そして、人は説得的コミュニケーションの呈示を受けて自己の意見とは異なる逆の面を顕在化させるということは、人は他者・集団と同一でありたいという動機と同一でありたくないという動機の相反する動機を併せもつことを推測させるものであり、このことは筆者の提唱する認知の陰陽説の理論的根拠となりうるものである。

〔謝辞〕 本研究を遂行するに際し、多くの方々の御協力を頂いた。この場を借りて厚く感謝申し上げたい。

注

- (1) 研究の経過をより正確に記述するならば、筆者はこのサイン・カーブのモデルが理論的には予想されても、実際のデータによってこれを証明することはかなり困難なことであらうと考えていた。従って、マイルドな説得情報を呈示した場合の、個人の初期態度値と意見変容の関係がどのような形になるかそののみを知るための研究計画を立てた。それが Exp. I である。しかし、悲観的な思惑に反して実際のデータはこの理論が予想するようなサイン・カーブに似た形を描いたため、そのより深い裏付けを得るために Exp. II を計画した。それが真の経過である。
- (2) 本研究においては、マイルドな主張をする説得的コミュニケーションの立場

が個人の初期態度値のどこに位置するかを特定することは出来ない。しかし、図2に見るように、少なくとも極端な立場の2や3ではなく、又中立の立場(8)に近い7や6でもない。残る立場は4又は5となりこのあたりが説得情報の立場ということになる。説得情報の立場を態度尺度上に特定出来ないことは研究手続き上の不備ではある。

筆者は以前に、「タバコ箱の適正価格」(榎 1980a)と「窓ガラスを破損されたことへの弁償金」(榎 1984b)をトピックとして実験をしたことがある。この時、個人の初期態度値を非常に多くとったにもかかわらず、被験者の意見がある特定の位置に集中した。例えばタバコの適正価格としては10円刻みで「0円」から「300円以上」の段階を設けたが、被験者の意見は「100円」と「150円」に集中し分散せず、又弁償金に関しては「0円」から1000円刻みで「6000円以上」の段階を設けたが、被験者の意見は「0円」(弁償要求をしない)と修理に実際にかかった費用「3000円」に集中し、被験者の初期態度はうまく分散しなかった。今後、説得情報の立場を態度尺度上に特定出来、かつ被験者の初期態度がうまく分散するトピックの設定が求められる。

引用文献

- Aronson, E., Turner, J. A., & Carlsmith, J. M. 1963. Communicator credibility and communication discrepancy as determinants of opinion change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 31-36.
- Brehm, J. W. 1966. *A Theory of Psychological Reactance*. Academic Press.
- Brehm, S. S., & Brehm, J. W. 1981. *Psychological Reactance: A Theory of Freedom and Control*. Academic Press.
- Brewer, M. B. & Crano, W. D. 1968. Attitude change as a function of discrepancy and source of influence. *Journal of Social Psychology*, 76, 13-18.
- Freedman, J. L. 1964. Involvement, discrepancy, and change. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 69, 290-295.
- 原岡一馬. 1970. 態度変容の社会心理学, 金子書房.
- Hovland, C. I. & Pritzker, H. A. 1957. Extent of opinion change as a function of amount of change advocated. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 54, 257-261.
- Kaplowitz, S. A., Fink, E. L., Mulcrone, J., Atkin, D., & Dabil, S. 1991. Distangling the effects of discrepant and disconfirming information.

- Social Psychology Quarterly*. 54, 3, 191-207.
- Kaplowitz, S. A., Fink, E. L., Armstrong, G. B., & Bauer, C. L. 1986. Message discrepancy and the persistence of attitude change: Implications of an information integration model. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 507-530.
- Nemeth, C. & Endicott, J. 1976. The midpoint as an anchor: Another look at discrepancy of position and attitude change. *Sociometry*, 39, 11-18.
- 榊 博文. 1972. コンフリクト解決に関する一実験的研究——コンフリクト解決後の不協和情報呈示の効果——慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要. 12, 77-86.
- 榊 博文. 1980a. “意見の食い違い”と態度変容. 総合ジャーナリズム研究. 91, 79-89.
- 榊 博文. 1980b. 態度変容の決定要因としてのディスクレパンシー及び自我関与. 日本大学生産工学部報告 B. 13, 1, 1-9.
- 榊 博文. 1984a. コミュニケーション・ディスクレパンシーの意見変容及び信憑性評価変容に及ぼす効果——ブーメラン効果生起の条件の分析を中心として——. 実験社会心理学研究. 24, 1, 67-82.
- 榊 博文. 1984b. コミュニケーション・ディスクレパンシー及びコミュニケーションの唱導方向の意見変容に及ぼす効果. 三田学会雑誌. 77, 149-162.
- 榊 博文. 1984c. 説得的コミュニケーション呈示後のブーメラン効果発生条件の量的分析及びその質的分析による解釈. 年報社会心理学. 25, 181-196.
- Sakaki, H. 1984d. Experimental studies of boomerang effects following persuasive communication. *Psychologia*, 27, 2, 84-88.
- 榊 博文. 1989a. 認知的不協和理論, 社会判断理論によるディスクレパンシー仮説の誤りと認知の二面理論仮説の提示. 日本大学生産工学部報告 B. 22, 1, 11-26.
- 榊 博文. 1989b. 説得の失敗——逆方向への意見変容——榊 博文『説得を科学する』第7章, 同文館.
- 榊 博文. 1994. 認知の陰陽理論序説 (その1)——コミュニケーション・ディスクレパンシーと意見変容をめぐる——. 哲学 (三田哲学会). 97, 121-153.
- Smith, M. J. 1978. Discrepancy and the importance of attitudinal freedom. *Human Communication Research*, 4, 4, 308-314.
- Worchel, S. & Brehm, J. W. 1970. Effect of threats to attitudinal freedom as a function of agreement with the communicator. *Journal of Personality and Social Psychology*, 14, 1, 18-22.