慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	説得における相互作用性と受け手の自動的反応に関する研究
Sub Title	Interaction between the source and the recipient and the recipient's automatic responses in persuasion
Author	今井, 芳昭(Imai, Yoshiaki)
Publisher	
Publication year	2013
Jtitle	科学研究費補助金研究成果報告書 (2012.)
JaLC DOI	
Abstract	対面する二者が、説得テーマに関する長所と短所を相互に挙げた後、送り手が受け手に一定の意見をもつよう働きかけるという説得場面を実験的に設定した。その結果、長所に同期させる形で、送り手が受け手の動作をミラーリングすることが受け手に影響を与え得ること、個人的な利益よりも社会全体の利益を強調することが効果的である傾向、そして、受け手が自分に説得能力があると認知しているほど影響されにくいことが見出された。
Notes	研究種目：基盤研究(C) 研究期間：2010～2012 課題番号：22530680 研究分野：社会科学 科研費の分科・細目：心理学・社会心理学
Genre	Research Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KAKEN_22530680seika

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.

様式Ｃ－１９

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成２５年５月１５日現在

機関番号：３２６１２
研究種目：基盤研究（Ｃ）
研究期間：2010～2012
課題番号：２２５３０６８０
研究課題名（和文）　説得における相互作用性と受け手の自動的反応に関する研究
研究課題名（英文）　Interaction between the source and the recipient and the recipient's automatic responses in persuasion
研究代表者
今井　芳昭（IMAI　YOSHIAKI）
慶應義塾大学・文学部・教授
研究者番号：20192502

研究成果の概要(和文)：　対面する二者が､説得テーマに関する長所と短所を相互に挙げた後、送り手が受け手に一定の意見をもつよう働きかけるという説得場面を実験的に設定した。その結果、長所に同期させる形で、送り手が受け手の動作をミラーリングすることが受け手に影響を与え得ること、個人的な利益よりも社会全体の利益を強調することが効果的である傾向、そして、受け手が自分に説得能力があると認知しているほど影響されにくいことが見出された。

研究成果の概要（英文）：　Two individuals facing each other pointed out the advantages and disadvantages of a persuasive topic and the source tried to influence the recipient from a specific viewpoint. Four experiments revealed that the source could influence the recipient when the source mirrored the recipient's bodily movements and facial expressions while the advantages were presented in their interaction, that the persuasive effectiveness was high when the source made a point of the benefits of an entire society rather than individual benefits, and that the persuasive effectiveness was low when the recipients perceived that they had high persuasive ability.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合　計
2010 年度	500,000	150,000	650,000
2011 年度	200,000	60,000	260,000
2012 年度	500,000	150,000	650,000
年度			
年度			
総　計	1,200,000	360,000	1,560,000

研究分野：社会科学
科研費の分科・細目：心理学・社会心理学
キーワード：説得、相互作用、論拠、ミラーリング、非言語的コミュニケーション

１．研究開始当初の背景

本研究は、社会心理学の主要な研究領域の一つである社会的影響における説得に焦点を当てた。説得とは、受け手(target)の抵抗が予測される状況において、主に言語的な説得メッセージを受け手に対して意図的に呈示し、受け手の自由意志を尊重しながら、その問題（テーマ）に対する受け手の態度と行動を与え手の望む方向に変えようとする社会的影響の一種である（深田, 2002; 今井, 2006）。

体系的な説得研究は、Hovland, Janis, & Kelley (1953)の研究を端緒として、説得の規定因が送り手、受け手、説得メッセージ、説得時の文脈という４要因に分類されて研究

されてきた。その後、受け手の認知的な反応に目が向けられ、Chaiken (1980)のヒューリスティック・システマティック・モデル、Petty & Cacioppo (1985)の精査可能性モデル（精緻化見込みモデル）が提唱された。いずれのモデルにおいても、受け手が説得メッセージの内容をよく精査、吟味した後、結論を下す場合と、説得メッセージの内容よりも送り手の属性（専門性、好感度）やメッセージの形式的な情報（例えば、論拠の数）を手掛かりにしてヒューリスティック的に判断を下す場合とに分類されている。そして、両ルートを調整する要因として、主に受け手の説得テーマに対する自我関与度の重要性が指摘されてきた。

従来の説得研究は、主にテキスト形式の説得メッセージを実験参加者（受け手）に呈示し、実験参加者がその説得メッセージで唱導されている方向にどの程度賛同するかを測定してきた。その実験パラダイムでは、受け手の意識的な反応に焦点が当てられ、さらに、（架空の）送り手から受け手への一方向的な、１回限りの働きかけ、及びそれに対する反応が測定されてきた。

この実験パラダイムは、受け手の反応に影響を与えている要因を１つ１つ特定する作業において一定の成果を上げてきた。しかし、その一方で外的妥当性の問題、受け手の意識的な反応だけに焦点を当てることの妥当性を問題点として挙げることができる。

前者の外的妥当性について、日常場面の説得で（例えば、受け手に禁煙を促す、ウォーキングの実施を働きかける）、送り手が受け手に一方的に説得メッセージを伝達することは稀であり、送り手と受け手の間で説得、反論、反駁などの応酬が行われるのがほとんどである。実験に相互作用性を取り入れることは、実験参加者の反応によって説得のプロセスが変動する可能性があり、説得状況の統制は比較的難しい。しかしながら、外的妥当性を高めるためには、上記の説得に関する４種の規定因がある程度明らかにされてきた現段階において、研究の次のステップとして必要な取り組みであると言える。

後者の無意識性については、近年のBargh(2007)を中心とする、われわれの無意識的、自動的な高次情報処理に関する研究成果に注目するということである。Dijksterhuis, Chartrand, & Aarts (2007)は、受け手の高次情報処理における自動性を３つに分類している。すなわち、(a)模倣行動、(b)社会的カテゴリーの活性化、(c)目標の活性化である。これらの自動的な反応は、いずれも説得との関連性が考えられる。例えば、模倣行動について、Tanner, Chartrand, & van Baaren (2006)は、実験協力者(confederate)に身振りを模倣された実験参加者の方が、模倣されていない実験参加者よりもスポーツ・ドリンクに対する購買意欲が高いことを明らかにしている。社会的カテゴリーの活性化についても、Nelson & Norton (2005)によって、スーパーヒーローという社会的カテゴリーが活性化された場合は、そうでない場合に比べて、ボランティア活動への応諾度が高くなったことが明らかにされている。

これら諸研究の成果を統合すると、次のようなことが言えるであろう。精査可能性モデルによれば、自我関与度の高低によって説得メッセージが精査される中心ルートと周辺的手がかりに基づく周辺ルートへの分岐が生じる。他方、われわれの高次情報処理において自動的な反応が生じている。精査可能性モデルの研究で一般的な、テキスト形式の説得メッセージを受け手に呈示する代わりに、対面状況で説得情報を呈示して、与え手の受け手の相互作用性を確保しつつ、受け手の行動を模倣したり、説得テーマに関連する社会的カテゴリーを活性化させたりすることによって、説得研究の文脈において受け手の自動的反応を促す操作を行う。こうした視点を取り入れることの必要性が考えられる。

２．研究の目的

本研究の目的は、説得における相互作用性に焦点を当て、また、受け手の意識的な反応だけでなく、自動的な反応による説得効果を明らかにすることである。

従来の説得研究における説得情報の主な呈示方法は、既述のようにテキスト文を実験参加者（受け手）に読ませるというものであった。実験参加者には、それに反論する機会は与えられず、その反応を質問紙上に回答するだけであった。しかし、説得場面の外的妥当性を考えると、送り手と受け手の相互作用性が重要であろう。相互作用性が確保されることによって与え手と受け手の双方が説得テーマに関する情報を提示し合うこと、場合によっては相手の意見に対する反論、反駁が生じること、非言語的コミュニケーションの交換が行われることが可能となる。

また、送り手と受け手の相互作用性を考慮することによって、Dijksterhuis, et al. (2007)が指摘している自動的反応を説得と関連させることが可能となる。他方、説得に関する主要な理論として、Petty & Cacioppo (1986)の精査可能性モデルがある。それによれば、受け手の自我関与度の高低によって説得メッセージが精査される中心ルートと周辺的手がかり(論拠の和哉与え手の専門性、好意性など)に基づく周辺ルートへの分岐が生じる。

本研究においては、精査可能性モデルの研究で一般的なテキスト形式の説得メッセー

ジを受け手(実験参加者)に呈示する代わりに、対面状況で説得情報を呈示して、与え手と受け手の相互作用性を確保する。ただし、実験では送り手（実験協力者）１人と受け手（実験参加者）１人の場面を設定し、完全に自由に議論させるのではなく、説得テーマに関する賛成の論拠、反対の論拠というように、お互いが説得テーマに関わる賛否の論拠を確認できるように議論を進めていくようにする。その上で、送り手は受け手とは反対の意見を受け手が納得するように働きかけることにする。この観点から、論拠の順序も独立変数として設定し、実験を行うことにする。

さらに、議論の途中において、送り手が受け手の行動を模倣することによって、説得研究の文脈における受け手の自動的反応（送り手による受け手の動作の模倣（ミラーリング）に対する、受け手の親近性反応）を促す操作を行う。

こうした視点を取り入れることによって、本研究は、送り手と受け手の相互作用性による効果、受け手の自動的反応の効果を明らかにしていこうとするものである。

３．研究の方法

平成 22 年度は、２つの実験室実験を行った。

(1) 第１実験

この実験は、送り手と受け手の二者間にある種の類似性を認知させることになるミラーリング(Dijksterhuis et al., 2007)に焦点を当て、ミラーリングが付随した論拠に対する賛成度が高くなるであろうという仮説を検証するために行った。

＜実験参加者＞　大学生 53 人（男性 14 人、女性 39 人）、平均年齢 19.36 歳（*SD*=1.29）。

＜手続き＞　実験デザインは、論拠の提示順序（長所→短所、短所→長所）×ミラーリング（前半のみ、後半のみ）であり、いずれも級間要因であった。説得テーマは、精査可能性モデルの研究でよく用いられ、日本でも論議され始めている「大学の卒業認定試験の導入」とした。実験参加者の自我関与度を高めるために、すべての条件において卒業試験が 1, 2 年後にも始まる可能性があり、その長所と短所を実験参加者と実験協力者との間で挙げていくような設定にした。その際、提示順序要因に従って、長所と短所を挙げる順序を統制した。実験協力者は、なるべく実験参加者に長所と短所を挙げるように仕向け、実験参加者が挙げなかった点について、あらかじめ指定されていた内容を発言するようにした。ミラーリングについては、順序要因に対応するように、相互作用の前半もしくは後半のみに実施した。

相互作用中は、スナック菓子や飲み物（お茶と紙コップ）を用意し、実験参加者の動作や手振り、顔面表情などを実験協力者がなるべく自然な形で５回以上模倣した（実験者がミラーリング回数をモニターした）。いずれの実験条件においても、実験協力者は、相互作用の最後に、「短所も考えられるが、卒業試験を導入することが必要である」という結論を述べた。

その後、実験参加者には卒業試験導入の賛成度を始めとする尺度に回答させ、実験のディブリーフィングを行った。

＜尺度構成＞　質問紙で用いた尺度の信頼性係数は、試験制度導入賛成度 (以下、試験賛成度とする。16 項目，α=.90)、自我関与度(4 項目，α=.86)、認知欲求度 (10 項目，α=.82)、送り手評価 (5 項目，α=.85)であり、尺度の十分な信頼性が確認された。

＜試験賛成度の分散分析＞　試験賛成度について提示順序要因×ミラーリング要因の分散分析を行ったところ、ミラーリング要因の主効果 ($F(1, 49) = 4.24$, $p < .05$, 偏η^2=.09) が認められた（図１）。これは、後半にミラーリングを行った方が、前半の場合よりも卒業試験の導入に賛成したことを示していた。両要因の交互作用効果は認められず、仮説は検証されなかったが、条件ごとの平均値のパターンを見ると、前半にミラーリングを行った場合は、予測を指示する方向の結果であり、後半にミラーリングを行った場合は、提示順序によらず試験賛成度が高かった。

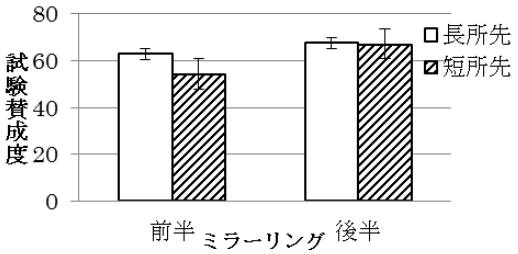

図１　条件ごとの試験賛成度

本研究では、対面状況における論拠の提示順序とミラーリングとの交互作用を予測して実験を行ったが、その仮説は検証されなかった。その代わり、ミラーリングの主効果が認められ、ミラーリングを後半に行った場合は、前半の場合よりも試験賛成度が高いという結果であった。相互作用を通してある程度相手に関する情報が集まった後に、ミラーリングを行うことの効果性が見出されたと言える。ただし、前半で送り手の主張点を支持する論拠（長所）を提示する場合は、ミラーリングを付随させることが望ましいようで

ある。

(2) 第２実験

第２実験の目的は、第１実験とは異なる説得テーマを用いて、ミラーリングの有無と説得論拠の順序効果との交互作用を明らかにすることである。

＜実験参加者＞　大学生 63 人（男性 24 人、女性 39 人）、平均年齢 20.38 歳 (SD=1.01)。

この実験では、説得テーマを「サマータイム制導入」に変え、独立変数として、説得情報の提示順序（長→短、短→長）、ミラーリング（有、無）を設定した。ミラーリング有り条件においては、それを 15 回以上行うことにより、ミラーリングの効果を高めるように操作した。第１実験と同様、尺度の信頼性は確認され、サマータイム制賛成度について分散分析を行った。しかしながら、いずれの要因の主効果、交互作用効果も認められなかった。

第１実験よりもミラーリングの効果が出るように操作したにもかかわらず、ミラーリングの効果は認められなかった。ミラーリングの効果を生起させるには、第１実験のようにミラーリングと長所情報と同期させることが必要なようである。

(3) 第３実験

平成 23 年度は、前年度に行った２つの実験室実験に基づき、実験室実験と相互作用的説得の内容分析を行った。

この実験の目的は、ミラーリングと判断基準の明示の加算効果を明らかにすることである。前年度の第１実験と同様、実験参加者（大学生）にとって自我関与度の高い「卒業認定試験の導入」を説得テーマとし、独立変数として、(a)卒業認定試験の導入を判断する際に個人的な利益のみに基づくのではなく、広く社会的な視点に立って判断することの重要性を強調すること（有、無）、(b)説得の送り手（実験協力者）による受け手の動作のミラーリング（有、無）を設定した。実験場面では、実験参加者と実験協力者が、卒業認定試験の導入について、その短所と長所について、この順番で 10 分間ほど列挙し合い、その上で、上記の判断基準の要因について操作した。その後、試験導入に関する質問紙に回答させた。

その結果、いずれの要因の主効果、交互作用効果も認められなかったが、相対的に判断基準の強調による説得効果の傾向が認められた。すなわち、個人的な利益に基づくのではなく、広く社会的な視点に立って、卒業認定試験の導入について判断することの重要性を指摘した方が、試験導入に賛同する傾向が認められた。

(4) 相互作用説得の内容分析

互いに逆の立場を主張する、友人２人が相手の態度を変容させるためにどのような主張の仕方を行うかを明らかにするために、相互作用的な説得の内容分析を行った。

参加者の大学生にとって比較的関与度が高いと考えられる、「卒業認定試験の導入」と「原子力発電継続の是非」という２つのテーマについて相手を説得するよう参加者ペアに教示した。その際、両参加者の当初の相対的な意見分布にしたがって、一方が賛成、他方が反対の立場に立って、相手の意見ができるだけ自分の意見に近づくように、相手に働きかけるよう教示した。相手に対する説得の仕方は、参加者の自由に任せた。ペアは友人関係にあり、比較的気楽に話ができる間柄であった。

参加者はテーマごとに 15 分間ずつ議論した後、質問紙（それぞれのテーマに関する賛成度、認知欲求尺度）に回答した。議論中は、研究者が側にいて議論の内容のメモを取り、また、そのメモの不足を補うため、参加者の了解の下、議論内容を録音した。

参加者の発言内容を分析した結果、テーマの種類に限らず、次のような３種類の発言パターンが見出された。すなわち、

(a)相手の主張を反駁した上で、自説を主張する、

(b)相手の主張とは別に、自説を支持する論拠を相手に提示する、

(c)（相手からの反駁を受けて、）自説を主張する際の条件を明確化することである。参加者は、こうした３種類の方策で相手に影響を与え、相手の考えを変えさせようとしていることが見出されたと言える。

(5) 第４実験

平成 24 年度は実験室実験を行った。この実験の目的は、送り手による受け手の動作のミラーリングや受け手を誉めることを通して形成される説得場面のポジティブな雰囲気、および、説得テーマを支持する論拠数が受け手の被説得度に及ぼす加算的な影響を明らかにすることである。

＜実験参加者＞　大学生 28 人（男性 4 人、女性 24 人）、平均年齢 19.61 歳 (*SD*=.63)。

＜手続き＞　この実験においては、今までの実験と説得テーマを変え、時事的で、かつ大学生に関わりのあるテーマとして「秋学期入学の導入」を設定した。実験デザインは、説得場面の雰囲気（ポジティブ、普通）×説得テーマを支持する論拠数（２個、６個）という２×２要因実験であり、いずれの要因も参加者間要因であった。実験協力者と実験参加者は、机の角にほぼ 45 度の角度で座り、秋学期の長所と短所を相互に挙げていくことを 5～10 分間行い、その間、実験協力者は上

記２要因の操作を行った。秋学期入学の長所、短所に関する論拠については、卒業認定試験の場合と同様、事前調査を行い、他の大学生(n=22)の判断に基づいて選択した。事前調査において、大学生は秋学期入学に対して、平均的に賛成でも反対でもない中立的な考えをもっていることが明らかにされたので、両者の議論の最後に、実験協力者は、「いくつかの短所はあるけれども、秋学期を導入した方が良い」という趣旨の意見を述べた。

説得場面の雰囲気要因については、次のように操作した。ポジティブ条件においては、議論の最中、実験協力者が４回以上実験参加者の動作（笑う、手を組む、お菓子を食べるなど）をミラーリングし、さらに、相手の出した論拠を誉めること（例えば、「それは、面白い視点ですね」）を２回以上行った。普通条件においては、ミラーリングや相手を誉めることは行わなかった。ただし、両条件に共通して、実験協力者は適度な笑顔、アイコンタクトを行い、あまり緊張度の高い状況にならないように配慮した。長所の論拠数要因については、２人の議論中に実験協力者が提示する、秋学期に関する長所の個数を操作し、２個条件、６個条件を設定した。

２人の議論を始めるにあたり、実験参加者から秋学期入学導入に対する賛成度（10 点尺度）を回答させ、実験協力者は実験参加者の回答よりも３段階賛成寄りの回答をするようにした。

秋学期入学導入賛成度、賛成度変化（議論後の賛成度－議論前の賛成度）に関して分散分析を行ったが、いずれの要因の主効果、交互作用効果も認められなかった。しかし、賛成度変化について、両要因に加え、自我関与度、認知欲求（ものごとを考えることが好きな傾向）、説得能力（他者を説得する能力が自分にあると認知する程度）も加えた重回帰分析（ステップワイズ法）を行ったところ、説得能力の有意な標準化重回帰係数が認められた（β=-.461, p<.05, R^2=.212）。これは、自分に説得能力があると認知している実験参加者ほど、秋学期入学に対する賛成度変化の小さいことが見出されたと言える。

４．研究成果

上記の諸実験の結果を総合すると本研究によって以下の３点が明らかになったと言える。

対面する二者が、ある説得テーマに関する長所と短所を相互に挙げた後、送り手が受け手に一定の意見をもつよう働きかけるという説得場面において、次のような要因が受け手の判断に影響を与え得るということである。

(a) 説得テーマに関する長所に同期させる形で、送り手が受け手の動作をミラーリングすること（顔面表情、手や身体の動きなど）が受け手に影響を与え得る。

(b) 受け手自身の個人的な利益よりも社会全体の利益を強調することが、受け手の判断に影響を与える傾向がある。

(c) 逆に、受け手自身が自分には人を説得する能力があると認知しているほど、送り手から影響されにくい。

本研究においては、必ずしも十分な実験参加者数を確保できず、さらなる検討が必要である部分もあるが、２人の個人に、あるテーマについて自由に議論させるという状況においては、(a)相手の主張を反駁した上で、自説を主張する、(b)相手の主張とは別に、自説を支持する論拠を相手に提示する、(c)（相手からの反駁を受けて、）自説を主張する際の条件を明確化する、という３パターンで自説を主張することが見出された。したがって、今後は、より相互作用性の高い説得場面を設定し、これらの主張パターンの有効性を明らかにしていくことが考えられる。

５．主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔学会発表〕（計　１件）

<u>今井芳昭</u>　対面的説得状況における情報の提示順序とミラーリングによる効果 日本社会心理学会第 52 回大会発表論文集, 2011(9/18), p. 230　（於：名古屋大学）ポスター発表

６．研究組織

(1)研究代表者

今井　芳昭（IMAI　YOSHIAKI）
慶應義塾大学・文学部・教授
研究者番号：20192502