

環境配慮行動を促すメッセージの制御焦点と受け手の感情状態との 対応性が説得効果に及ぼす影響

社会学部 北村英哉

キーワード： 感情、気分、説得的コミュニケーション、環境問題、
制御焦点

環境配慮行動を生起させるために、さまざまな説得方法が検討されている(杉浦, 2003)。社会的ジレンマともなる環境配慮行動は、しばしば個人の快楽的欲望と、社会規範の葛藤をもたらし、規範を遵守する態度は、「～ねばならない」「～してはいけない」などの義務的あるいは禁止的トーンで語られることが多い。しかし、規範の押しつけの効果は疑わしく、押しつけのメッセージがメッセージの受け手に対してどのような反応を引き起こすかの心理学的検討は重要である。

義務を基調としたいくぶんネガティブなメッセージの問題を検討するために、本研究では特に、メッセージ交換にまつわる感情的な要素に着目した。受け手の感情状態が説得効果に影響することはこれまで研究がなされてきている(深田他, 2002)。

Schwarz, Bless, & Bohner (1991)は、感情状態によってメッセージを処理する情報処理方略が変動することを主張している。まず、感情状態を生体に環境状態を告知知らせるシグナルであると捉え、ポジティブな気分状態は、環境が安全であることを、ネガティブな気分状態は、環境が問題をはらんでいることを知らせるシグナルであると考えた(Schwarz, 1990)。そのために、ポジティブな気分状態では、いつも用いるような簡便な処理方略であるヒューリスティック処理方略を用い、ネガティブな気分状態では問題を解決するために、分析的・体系的処理方略を用いやすくなるという(北村, 2002, 2003, 2004ab; 北村・田中, 2008)。

Bless, Mackie, & Schwarz(1992)の研究では、メッセージを読む際に、ポジティブ気分にあるとメッセージの説得力などを精査せず、説得力の高低にかかわらず反応が生じがちであるのに対して、ネガティブ気分条件の場合の方が、メッセージ本体の説得力に応じた反応が見られやすいことが示された。一方、メッセージを読む際の感情ではなく、メッセージを評価する時点でポジティブ／ネガティブ気分を導入すると、ポジティブ気分にある方がメッセージの説得力に応じてより極端な反応を示すことがわかった。メッセージを読む時点では、通常に読むことができるために、説得力の高低を認識し、その上で反応生成する時点でポジティブ気分にあるとよりヒューリスティック的に振る舞うために、肯定的反応、否定的反応がより極端に現れるということを示している(他に、北村・沼崎・工藤, 1995;

Kitamura et al., 1997 を参照)。

ネガティブ気分では、情報をより精査し、厳密な反応を示すということは、情報に対して「～ではないのではないか」と、より懐疑的、批判的なスタンスに立ちやすいということも反映しているかもしれない。また、ネガティブ気分時により否定的な評価が得られやすいという気分一致判断効果の立場からは、ネガティブ気分時により悲観的な思考がなされがちであることが予測される。たとえば、二酸化炭素による温暖化の問題についても、「大丈夫」という楽観的な態度は、環境配慮行動を抑制しがちであり、地球環境の将来について悲観的な態度を有する方が、自らの行動選択として環境配慮行動をより採用する態度につながりやすいのではないかと考えられる。

このように、環境配慮行動では、ものの見方のポジティブ、ネガティブなどの感情価が影響を持つように考えられ、受け手の感情状態を検討することは重要な意味を持つ。

ネガティブ気分時に、悲観的かつより精査的な情報処理方略をとるとするならば、通常の義務的、禁止的なメッセージは、ネガティブ気分状態においてより有効であると予測できる。これは、Higgins(1998)の制御焦点理論に従えば、防止焦点的な思考スタイルに一致するだろう。防止焦点は、ネガティブな事象への感受性を高め、回避的行動を促す。一方、ポジティブ気分の者はヒューリスティック的な処理方略をする一方、楽観的な思考傾向を有する。したがって、制御焦点でいえば、事象のポジティブな側面への感受性を高め、接近行動を促す促進焦点的なメッセージが有効になるものと予測できる。

そこで、本研究は、環境配慮行動を促す説得的メッセージの効果を実験的に検討し、メッセージの受け手の感情状態と、メッセージの感情的トーンともなる制御焦点との対応性（マッチング）によっていかに説得効果が影響を受けるかを検証する。

より具体的には、ポジティブ気分にある実験参加者はよいことを推奨する促進焦点的な説得、ネガティブ気分にある者では禁止タイプの防止焦点的な説得がより効果をもたらすかどうか、検討を行う。

併せて、説得力の差を操作するために、提示スタイルの要因を取り上げ、多面的な議論の方が説得を生じるかどうか、一面提示と両面提示の形式を扱うこととした。分析的な処理方略を用いるネガティブ気分状態の方が両面提示がより有効で、ヒューリスティック処理方略を用いるポジティブ気分状態では一面提示が有効ではないかと考える。

方 法

実験参加者 一般教養科目を受講していた都内私立大学 1 年生 90 名。

実験計画 気分（ポジティブ・ネガティブ・ニュートラル）×メッセージの制御焦点（促進焦点・防止焦点）×説得メッセージの提示スタイル（一面提示説得・両面提示説得）の 3 要因実験参加者間計画。制御焦点のみ、実験参加者内要因であり、他の 2 つは、実験参加者間要因である。各実験参加者間条件に 15 名ずつランダムに割り当てた。

説得メッセージの作成 促進焦点的なメッセージとして、環境意識を高める目的のグリーン・ツーリズムの推奨を、防止焦点的なメッセージとして、電力のムダ使いの禁止など節電を唱うものを用意し、各々に提示スタイルとして、一面提示と両面提示の 2 種類のメッ

セージを作成して用意した（資料 1 参照）。その他の測定も行ったが、本研究に関する点のみ報告する。

従属測定 従属変数として、説得的メッセージに対する同意の程度をそれぞれのメッセージに合致する項目各 5 つを用意して測定した。分析には 5 項目の合計値を用いた。

感情の導入 実験参加者内要因のメッセージがあるために、なるべく導入した気分が早く消失しないように計画することにした。その場で完了するのではない、課題終了の後という時間的に遷延させた操作を用いることによって導出感情を保つことができる(木村・榊・北村, 2006)。そこで、ポジティブ気分群では、謝礼としてお菓子を用意したことをあらかじめ実験参加者に告げた。ネガティブ気分群では、後で、就職検査の面倒な課題が控えていることを教示した。ニュートラル群に対しては、いずれの教示も行わずに課題（メッセージの提示）に入った。

手続き 3-5 名の小集団で実験を行った。最初に、感情の導入を行い、次に、説得的メッセージを順次提示して、質問紙に回答し、最後に自己の感情（「快-不快」「楽しい-楽しくない」）について評定を行った。すべて終了した後、デブリーフィングを行い、実験を終えた。

結 果

感情のチェック 感情導入の効果について確認するために、実験参加者の感情評定 2 尺度の合計値に対して、感情と提示スタイルの 2 要因分散分析を行ったところ、提示スタイルの主効果はなく、感情の有意な主効果だけが得られた ($F(2,84)=4.83$, $p<.01$)。多重比較

表 1 実験条件毎の態度評定値の平均

| | 気分 | 提示 | 平均値 | SD |
|----|------------|----|-------|------|
| 促進 | ポジ | 一面 | 27.87 | 5.84 |
| | | 両面 | 25.20 | 5.60 |
| | ネガ | 一面 | 23.80 | 5.95 |
| | | 両面 | 22.47 | 4.29 |
| | ニュー トラル | 一面 | 26.67 | 4.69 |
| | | 両面 | 23.20 | 5.83 |
| 防止 | ポジ | 一面 | 26.73 | 4.76 |
| | | 両面 | 25.20 | 5.16 |
| | ネガ | 一面 | 25.33 | 4.62 |
| | | 両面 | 27.80 | 4.35 |
| | ニュー トラル | 一面 | 28.47 | 4.31 |
| | | 両面 | 28.20 | 4.36 |

の結果、ポジティブ気分とネガティブ、ニュートラル気分との間に有意差が見られたが、ネガティブ気分とニュートラル気分との間には有意差がなく、両者とも平均値が中点を下回っていたため、ニュートラル群が想定よりもいくぶんネガティブ気分側にあったものと考えられる。ポジティブ気分の導入は想定通りに成功していた。この点は後に考察を加える。

次に、各提示スタイル毎に実験参加者のメッセージに対する 5 つの項目評定値の合計を算出した。実験条件毎の平均値と S D を表 1 に示す。

これらの態度評定値に対して、3 (気分) \times 2 (制御焦点) \times 2 (提示スタイル) の 3 要因分散分析を行ったところ、制御焦点の有意な主効果が見られたが、これは制御焦点と気分の有意な交互作用効果によって制限される (順に、 $F(1,84)=8.74$, $p<.005$; $F(2,84)=3.53$, $p<.04$)。交互作用効果が見やすいように、図 1 に示した。数値的には、予測通り、ポジティブ気分においては、促進焦点に基づくメッセージによる態度評定値が高く、ネガティブ気分 (と共にニュートラル気分) においては、防止焦点に基づくメッセージがより効果的であったが、下位検定(LSD)によると、ネガティブ気分、ニュートラル気分における促進焦点の効果が有意であった。

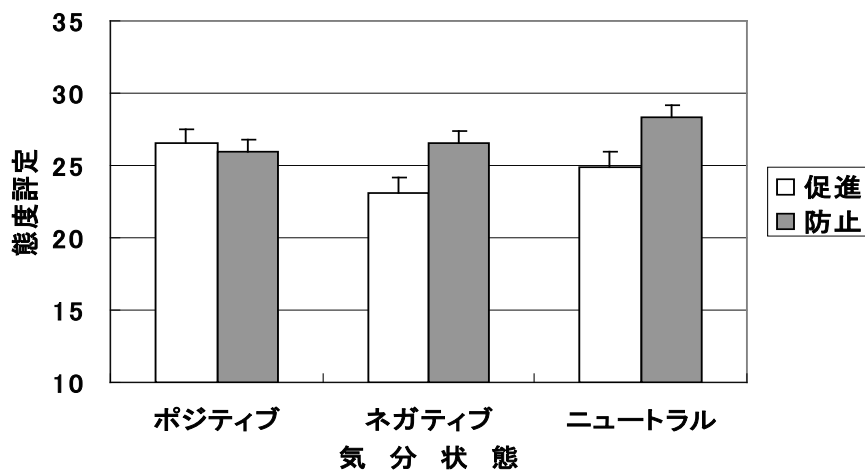


図 1 気分条件と制御焦点による態度評定の平均値
(エラーバーは標準誤差を示す)

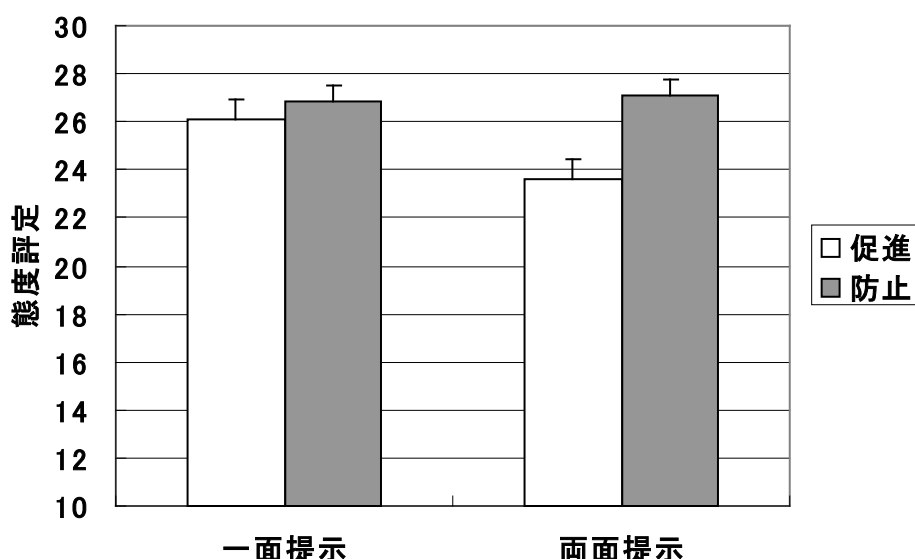


図 2 提示スタイルと制御焦点による態度評価の平均値
(エラーバーは標準誤差を示す)

さらに、制御焦点と提示スタイルの 1 次の交互作用も効果の傾向が見られた($F(1,84)=3.68, p<.06$)。これを図 2 に示す。下位検定の結果、両面提示条件において防止焦点のメッセージの方がより効果的という方向で有意差が見られた。

考 察

本実験は、環境配慮行動を促す説得メッセージを提示する際に、どのようなタイプのメッセージを提示するか、すなわち利点を強調する促進焦点型のメッセージであるか、不適切な行動を戒める禁止的な防止焦点型メッセージであるかが、受け手の気分状態と絡んでどのように効果を生じるか、さらに、一面的提示、両面的提示という提示スタイルがいかに関与するかを検討したものであった。

その結果、制御焦点と気分の交互作用効果は、ほぼ想定した方向で結果が得られた。とりわけ、ネガティブ気分状態では、防止焦点型の方が、促進焦点型のメッセージよりも効果的であり、予測通りであった。ただ、ニュートラル群においても同様の効果、すなわち、防止焦点型が促進焦点型よりも効果的という結果が見られた。これは、気分の導入に関わるものと考えられる。

気分の導入の確認によれば、ネガティブ気分とニュートラル気分は尺度評定上、有意には異ならず、ニュートラル気分がいくぶんネガティブ寄りであった。実験参加者は、慣れない実験室で実験を受け、いくぶん緊張した不快状態であったかもしれない。そのために、

ネガティブ気分状態と同様に、より悲観的かつ分析的な処理方略が働きやすく、事象のネガティブな側面に着目し、抑止的行動を唱う防止焦点型のメッセージにより影響を受けたものと考えられる。

提示スタイルと制御焦点との交互作用については、提示スタイルが喚起する方略という観点から説明することができる。Fiedler(1988)は、課題の性質によって気分一致効果の生じる度合いが異なることを指摘し、両価的な刺激などより複雑で構成的なものの方が気分一致効果を生じやすいと主張し、Forgas(1995)は、これに対応づけて、複雑な刺激では実質型の処理（分析的・体系的な処理）が取られやすいと論じている(Forgas, 1992 も参照)。

これに従えば、両価的な性質のある両面提示メッセージにおいては、実質型処理が取られたために、より慎重な防止的な観点が強調された可能性がある。実際、表 1 を見ても、ネガティブ気分でも両面提示である場合、非常に防止焦点型メッセージの効果が高くなっている。ネガティブ気分も防止焦点型への注意を高め、両面提示の形式も防止焦点的情報の精査を生みやすいからであろう。しかし、図 2 を注意深く見ると、両面提示において、特に防止焦点型メッセージによる影響が「高まって」いるわけではなく、防止焦点型メッセージの影響は、一面提示と両面提示でさほど変わらない。むしろ、両面提示において促進焦点型のメッセージの効果が「低かった」と解釈できよう。実質型処理をとることによって促進焦点型メッセージは評価が低くなった。そこで、実際に、促進焦点型メッセージの両面提示形式のものと見ると、「また都市住民がゴミを持って帰らないために、農山漁村の自然を壊してしまう可能性もある」という文が含まれている。環境問題についての熟考、精査を高めていた実験参加者は、両面提示のネガティブ面であるこの点に反応して、いまひとつグリーンツーリズム推奨の説得メッセージに動かされなかった可能性がある。この点は、両面提示において十分説得性を高める刺激として不足の点があったのかもしれない。表 1 を参照しても、促進焦点型メッセージにおいて、両面提示メッセージは、ネガティブ気分群、ニュートラル群において低くなっている。防止焦点型のメッセージにはそのような傾向は見られず、むしろネガティブ気分群においては両面提示メッセージの方が態度評定が高い数値である。ネガティブ気分群などにおいて精査的な処理を行った際、促進型の両面提示メッセージは、十分な説得力を発揮できなかったことが窺える。両面的提示は前に述べたように精査型、実質型の処理を引き起こしやすい。そのような処理においてメッセージの弱さが効いたものと考えられるだろう。

環境配慮行動を促す説得メッセージでは、義務や禁止など防止焦点的なスタイルが多くなりやすいと思われる。その際有効なのは、きちんとした説得力を付加するということである。さらに、受け手の感情との対応では、ネガティブ時に効果が明確であったが、まさに行楽地のゴミ捨てや普段の日常生活での節電などを考えると行為者は必ずしもネガティブ気分にいるわけではない。気分群の違いという観点から見ると、促進焦点型メッセージが、ポジティブ気分にも有効ということが顕著である。したがって、日常、ポジティブ気分が多く期待されるような状況では、もっとポジティブな推奨型、行為の肯定的側面に焦点化したような促しの方がより有効であることが分かるので、この点留意が必要である。「ピクニック気分楽しくビーチクリーン」など、「ゴミを捨てない」というよりも、「楽しく清掃」という接近行動的な焦点づけが効果的ということが言えよう。

高橋(1992)による野球場のゴミ捨て行動の誘導についても、報償による行動変容という観点ではあったが、負の強化による（ゴミを散らかすのはやめましょう）よりも正の強化の方が有効で（みんなの模範になります）、さらに、ゴミ袋を出口まで持っていき、賞品を当てましょうという正の強化の強い効果を見出しているのも、制御焦点の観点から捉え直せば、肯定的な接近行動に焦点づけることの方が有効性が高かったという側面も指摘できるだろう。

ネガティブ気分の際に両面提示の提示スタイルがより効果的とはならなかった点については、両面提示メッセージの作成方法にも問題があった。本実験での両面提示メッセージのあり方は、一面提示を作成した後に、途中に反論を挿入し、また、支持的メッセージで終えるという形であった。反論と支持が十分関連を持たないままに林立するような形態となっていたので、両面提示では内容がややまとまりのない一貫しない印象を与え、説得力が却って弱まった可能性が考えられる。十分予備調査でメッセージの性質を特定しておくことが有効な対策になるであろう。

引用文献

- Bless, H., Mackie, D.M., Schwarz, N. (1992). Mood effects on attitude judgments: Independent effects of mood before and after message elaboration. *Journal of Personality and Social Psychology*, **63**, 585-595.
- Fiedler, K. (1988). Emotional mood, cognitive style, and behavior regulation. In K. Fiedler & J.P. Forgas (Eds.), *Affect, cognition, and social behavior*. Toronto: Hogrefe, Pp. 100-119.
- Forgas, J.P. (1992). On mood and peculiar people: Affect and person typicality in impression formation. *Journal of Personality and Social Psychology*, **62**, 863-875.
- Forgas, J.P. (1995). Mood and judgment: The affect infusion model(AIM). *Psychological Bulletin*, **117**, 39-66.
- 深田博己・木村堅一・牧野幸志・樋口匡貴・原田耕太郎・山浦一保 (2002). 日本における説得研究の展開と現状 深田博己（編著）「説得心理学ハンドブッカー説得コミュニケーション研究の最前線」 北大路書房 Pp.135-190.
- Higgins, E.T. (1998). Promotion and prevention: Regulatory focus as a motivational principle. In M.P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. Vol.30. New York: Academic Press. Pp.1-46.
- 木村晴・榊美知子・北村英哉 (2006). 感情の研究法 北村英哉・木村晴 「感情研究の最新展開」 ナカニシヤ出版 Pp.43-64.
- 北村英哉 (2002). ムード状態が情報処理方略に及ぼす効果—ムードの誤帰属と有名さの誤帰属の2課題を用いた自動的处理と統制的处理の検討— 実験社会心理学研究, **41**, 84-97.
- 北村英哉 (2003). 「認知と感情」 ナカニシヤ出版

- 北村英哉 (2004a). 認知と感情 大島尚・北村英哉 (編)「認知の社会心理学」北樹出版 Pp.108-130.
- 北村英哉 (2004b). 社会的認知と感情、行動、動機づけ 岡隆 (編)「社会的認知研究のパースペクティブ」培風館 Pp.67-84.
- 北村英哉・沼崎誠・工藤恵理子 (1995). 説得過程におけるムードの効果 感情心理学研究, **2**, 49-59.
- 北村英哉・田中知恵 (2008). 気分状態と情報処理方略(2)－SAC モデルの改訂－ 東洋大学社会学部紀要, 45-2, 87-98.
- Kitamura,H., Wright,C.L., Mackie,D.M., Numazaki,M., & Kudo,E. (1997). Effects of mood states on acceptance of persuasive message. *Paper presented at Joint Meeting of the 45th Conference of the Japanese Group Dynamics Association and The 2nd Conference of the Asian Association of Social Psychology*. Kyoto.
- Schwarz, N. (1990). Feeling as information: Informational and motivational functions of affective states. In E. T. Higgins, & R. M. Sorrentino (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior. Vol.2*. N.Y.: Guilford Press. Pp. 527-561.
- Schwarz, N., Bless, H., & Bohner, G. (1991). Mood and persuasion: Affective states influence the processing of persuasive communications. In M.Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology. Vol.24*. New York: Academic Press. Pp.161-199.
- 杉浦淳吉 (2003). 環境配慮の社会心理学 ナカニシヤ出版
- 高橋 直 (1992). 野球場のゴミ捨て行動に対する行動変容の一例 社会心理学研究, **7**, 200-209.

資料 1 説得的コミュニケーション刺激文

<グリーン・ツーリズム> (一面提示)

グリーン・ツーリズムとは都市と農山漁村の交流活動のことである。都市住民は自然を求めて農山漁村にやって来て、また過疎に悩む農山漁村は、地域の活性化を図るために都市住民を受け入れる。都会にはない豊かな自然を満喫したり、なかなかできない農業体験をすることによって、普段の忙しさから解放されて心身ともにリフレッシュできる。グリーン・ツーリズムは心身の健康にもよいと言われている。旅行の計画の 1 つにグリーン・ツーリズムを検討してみてはいかがだろうか。

<グリーン・ツーリズム> (両面提示)

グリーン・ツーリズムとは都市と農山漁村の交流活動のことである。都市住民は、豊かな自然や農業体験を求めて農山漁村にやって来て心身ともにリフレッシュできる。また過疎に悩む農山漁村は、地域の活性化を図るために都市住民を受け入れる。グリーン・ツーリズムは、都市と農山漁村の双方にメリットがある。

しかし、受け入れる農山漁村側は高齢化が進み、民泊事業を続けるには、体力的にきついこともあり、また財政面の観点からも農山漁村の負担は大きい。また都市住民がゴミを持って帰らないために、農山漁村の自然を壊してしまう可能性もある。

だが地域を活性化するためには、都市の住民、とりわけ若い人たちを農山漁村に呼びこむ必要があるので、都市と農山漁村を結びつけるグリーン・ツーリズムは有効な手段である。

<節電の効果> (一面提示)

環境のためには、電気をつけっぱなしにしてはいけない。つまり節電をすることが好ましい。一人一人の節電活動は微々たるものでも、各個人が意識して節電を心掛ければ、大幅な省エネルギー効果が得られる。省エネルギー効果により、二酸化炭素の排出量も抑えられて環境にもやさしい。ついでに節電によって電気代も下がり、家計にもやさしい。節電の効果は大きい。

<節電の効果> (両面提示)

環境のためには、電気をつけっぱなしにしてはいけない。つまり節電をすることが好ましい。各個人が意識して節電を心掛ければ、大幅な省エネルギー効果が得られる。省エネルギー効果により、二酸化炭素の排出量も抑えられて環境にもやさしい。ついでに節電によって電気代も下がり、家計にもやさしい。節電の効果は大きい。

ただ、こまめに消すようにすると言うが、ちょっとした用事でもいちいち電気を消したり、つけたりしては、生活がスムーズにいかず煩わしい。まめな性格の人ならともかく、おおざっぱな性格の人はかえってストレスになってしまうかもしれない。またこまめに消したりつけたりすると、電球が痛んですぐに駄目になってしまうこともある。

しかし、「環境の世紀」と叫ばれている今、環境のことを無視した生活は送れない。一人一人が電気をつけっぱなしにしないで、節電をすることが大切である。