

〔論 文〕

ウェブページにおける周辺手がかりが閲覧者の態度に与える効果：トピックへの興味の個人差を用いた検討¹⁾²⁾

藤 島 喜 嗣

Effects of Web Page Peripheral Cues on the Observer's Attitude to Its Topic:
An experimental study focusing on individual differences in observers' interests

Yoshitsugu FUJISHIMA

The present study investigated the effects of the decoration for a web page on the observer's attitude toward its topic. Previous studies suggested that peripheral cues could change the attitude of the observer who has little motivation for processing information in the direction of the message. The study took the observer's interest in the topic of the web page as his or her motivation for processing information. Decoration for the web page should serve as a peripheral cue and should change the attitude of the observer not interested in the topic of the web page. Results were consistent with this prediction. Furthermore, the message of the web page without decoration was processed more deliberately than that with decoration. The implications for the theories about attitude change and for the application in the real world were discussed.

Key words: attitude (態度), attitude change (態度変容), peripheral cues (周辺手がかり), web page (ウェブページ)

問 題

はじめに：ウェブページの影響力と問題点

インターネットが普及した現在、マスメディアとしてのインターネットの情報伝達能力は、新聞、TVなどの他のメディアに匹敵するほどのものとなっており、ウェブページを用いた意見表明やPRは多くの人に閲覧される可能性がある。インターネットの影響力は様々な形で検討されているが、心理学実験の手法を用いて検討した例は相対的に少ない。本研究は、ウェブページを通じた説得コミュニケーションが閲覧者の態度変容に与える影響を、心理学実験を通じて検討することを目的とする。

ウェブページの特徴として、テキスト文書を通じて大量の情報を容易に伝達できることに加えて、そのカスタム可能性の高さが指摘できる。レイアウトの工夫、サイドメニューやアイコン、動画などの導

入が、ウェブページ作成ソフトを用いることによって、非常に容易にできるようになっている。その品質は、従来のマスメディアによるものと同等、もしくはそれ以上のものである。このようなカスタム可能性の高さは、その説得メッセージの内容の質とは無関係にウェブページを装飾することを可能にしている。

このようなウェブページにおける装飾が説得コミュニケーションの説得効果に与える影響を検討することには、大きな意義がある。なぜなら、メッセージ内容と無関連な装飾が、説得コミュニケーションに促進的な効果、つまり唱導方向に態度変容を促すような効果を持つ可能性があるからである。特に、説得メッセージが我々の意見を二分するような重大なトピックに関わる場合や、説得メッセージの内容が反社会的な内容であった場合には、大きな意味を持つだろう。その意味で、本研究は、ウェブページ

における説得コミュニケーションの中で、説得メッセージそれ自体ではなく、メッセージとは直接関連がないような装飾がもつ効果に着目する。

本研究は、説得メッセージのトピックとして、「クローン技術」問題を取りあげた。クローン技術は、近年様々な形で議論を呼んでおり、賛否両論分かれるトピックである。クローン技術は、医療をはじめ様々な分野に応用可能で、生活の向上に寄与するところが大きいと考えられる。その一方で、解決が困難な倫理的な問題も抱えている。この技術の是非は、各領域の専門家を含めた慎重な討議が必要とされるだろう。だが、世論もこの問題の是非に大きな影響を及ぼすと考えられ、一般市民に対する説明がどのようになされるかが世論形成に大きな意味を持つと考えられる。このときの説明は、多くの場合マスメディアを通じて行われ、そこにはインターネットも含まれるだろう。クローン技術に関するメッセージの説得効果がウェブページの装飾によってどのように異なるか検討することは、現実場面での実践的な意義が極めて高いと考えられる。

態度変容と情報处理的アプローチ

説得メッセージによる態度変容の心理学的研究は、古くから行われている。これらの研究は、説得コミュニケーションの送り手の特性、メッセージの内容と構成、伝達方法、受け手の特性といった様々な要因の影響について個別に検討していた (see for reviews, 山口, 1998; 池上, 1998)。まず、送り手の特性として、話のスピード (Miller, Maruyama, Beaber, & Valone, 1976; 藤原, 1986)、送り手の説得意図 (Walster & Festinger, 1962; Brock & Becker, 1965) などが検討されている。これまでの知見は、これら送り手要因の影響が複雑であることを示している。例えば、送り手の信憑性に関して、ある研究では信憑性の増加は説得効果を高めるという結果がある一方で (Hovland & Weiss, 1951)、信憑性の増加は説得性を高めないとする結果も存在する (Sternthal, Dholakia, & Leavitt, 1978)。同様に、メッセージ要因の影響も複雑であることがわかっている。例えば、Hovland, Lumsdain, & Sheffield

(1949)の研究では、受け手の教育程度が高い場合、説得メッセージの中に唱導内容を支持する議論と支持しない議論を含める方が説得効果が高かったが、受け手の教育程度が低い場合、このような説得効果は見られなかった。

上記の結果は、説得コミュニケーションの送り手要因、メッセージ要因を単独に検討しても十分な知見が得られないことを示している。Hovland et al. (1949)の結果が受け手の教育程度によって場合分けされていることから示唆されるように、受け手が説得コミュニケーションをどのように情報処理しているかを考慮しながら、送り手要因、メッセージ要因の効果を検討する必要があるのである。そのため、態度変容研究においては、情報处理的アプローチをとることが主流となっている (see for reviews, 伊藤, 2004; 神山, 2002)。

精緻化見込みモデル

態度変容において情報処理アプローチをとった理論のひとつに、Petty & Cacioppo (1986a, 1986b)による精緻化見込みモデル (Elaboration Likelihood Model: ELM) がある。精緻化見込みモデルは、説得コミュニケーションに対する受け手の情報処理が二種類あることを仮定する。一つは、中心ルート (central routes) とよばれるものであり、熟慮した上で、慎重に説得コミュニケーションに反応する情報処理である。もう一つは、周辺ルート (peripheral routes) とよばれるものであり、熟慮せず、より直観的に説得コミュニケーションに反応する情報処理である。中心ルートにより説得コミュニケーションが処理された場合、説得メッセージの内容が注目される。そして、その論拠が妥当であるかどうかによって態度変容するかどうかが決定的なことになる。その一方で、周辺ルートにより処理された場合、説得メッセージとは関係のない、周辺手がかり (peripheral cues) と呼ばれる手がかりに基づいて短絡的に態度変容するかどうかが決定的なことになる。この周辺手がかりには、送り手の魅力や権威もしくは文脈の好ましさなどが含まれる。例えば、広告されているタバコを吸う美しい女性もしくはハ

ンサムな男性は、売り込まれているタバコそれ自体の品質とは全く関連しない。しかし、周辺ルートによって情報処理された場合、このような送り手の魅力の影響を受けてしまうと考えられるのである。

本研究ではウェブページの装飾を扱うが、この装飾は説得コミュニケーションにおける送り手の魅力、もしくは文脈の好ましさに該当すると考えられる。つまり、ウェブページの装飾は周辺手がかりとして機能すると考えられ、周辺ルートによる情報処理を行った閲覧者の態度を唱導方向に変容させると考えられる。

精緻化見込みモデルは、中心ルート、周辺ルートといったそれぞれの情報処理を取りやすくする受け手の要因として、情報処理しようとする動機づけと、情報処理する能力の二つを指摘している。情報処理の動機づけが高い場合には中心ルートを通り、低い場合には周辺ルートを通ることとなる。情報処理の動機づけを高める要因としては、トピックに対する個人的な関わり（自我関与）、物事に関して普段から熟慮したいと感じたり、熟慮を楽しんだりする欲求である認知欲求（Cacioppo & Petty, 1982; 神山・藤原, 1991）、個人的責任などがあげられる。情報処理の動機づけが高い場合、さらに情報処理能力が問題となる。情報処理能力が高い場合には中心ルートをそのまま通ることとなるが、情報処理能力が低い場合には周辺ルートに変更される。この情報処理能力には、受け手における事前知識の存在、熟慮するだけの状況的余裕などが促進的に影響すると考えられている。

Petty & Cacioppo (1984) は、精緻化見込みモデルに基づいた実験を行っている。彼らは、2つの要因を組み合わせて説得メッセージを操作し、4条件を作った。要因の一つは論拠の数であり、周辺手がかりであった。少ない（3つ）条件と多い条件（9つ）が設定された。もう一つの要因は論拠の質であり、中心ルートによる処理に影響をあたえる要因であった。論拠が強い条件と弱い条件が設定された。さらに受け手の要因として、トピックへの関与度が操作された。その結果、関与度が高い受け手においては、論拠が強いほど説得効果が増し、論拠が弱い

ほど説得効果が弱まった。その一方、関与度が低い受け手においては、論拠の数が多いほど説得力が強まった。これらの結果は、精緻化見込みモデルから導かれる予測と一致するものであった。この研究のほか、周辺手がかりとして送り手の信憑性（大学教授 vs. 高校生）を操作した研究でも類似の結果が得られている（Petty, Cacioppo, & Goldman, 1981）。

本研究の仮説

本研究では、受け手の要因として、トピックであるクローン技術に対する興味を取り上げた。トピックに対する興味が低い場合は、そのトピックを自分の問題として受け止めておらず、自我関与は低いだろうと考えられる。そのため、説得メッセージを熟慮する動機づけが低いだろうと考えられる。その一方で、トピックに対する興味が高い場合、自我関与が高いだろうと考えられる。そのため、説得メッセージを十分吟味して情報処理しようとする動機づけが高いだろうと考えられる。さらに、興味が高い人は、クローン技術に関する事前情報を多く持ち合わせているかもしれない。これは、クローン技術に対して興味を持っている人は、説得メッセージに対する情報処理の動機づけが高いだけでなく、情報処理に対する能力も備えている可能性を示唆している。

以上のことから、トピックであるクローン技術に興味のある人は、情報処理の動機づけも能力も高いので、精緻化見込みモデルにおける中心ルートによる情報処理を行うと考えられる。その結果、周辺手がかりであるウェブページの装飾の影響を受けず、唱導方向への態度変容は示さないだろうと考えられる。その一方で、クローン技術に興味のない人は、情報処理の動機づけが低いので、周辺ルートによる情報処理を行うと考えられる。そのため、周辺手がかりであるウェブページの装飾に影響され、唱導方向へ態度変容を示すことになるだろうと考えられる。

このような予測のもと、本研究は心理学実験を実施した。クローン技術への興味という個人差に着目した上で、ウェブページの装飾の有無を操作し、閲覧者の態度に及ぼす影響を検討した。さらに、閲覧者が、説得メッセージを精緻に情報処理しているか

どうかの指標として、説得メッセージの偶発記憶再生を測定し、併せて検討した。

方 法

実験参加者

東京都内の大学に通う女子大学生53名が実験に参加した。彼女たちは、心理学科に所属する2, 3年生であったが、実験に関わる内容に関して、講義を受けたことはなかった。また、本研究の実験目的に気づいていた実験参加者はいなかった。

実験に参加する数週間前に、社会心理学の講義時間を利用して女子大学生84名が事前調査に参加した。このとき、クローン技術に対する興味について「興味がある」、「よくわからない(逆転項目)」、「もっとよく知りたい」の3項目に関して「全く思わない」から「非常にそう思う」までの6件法でたずねた。この3項目の平均をクローン技術に対する興味の指標とし、このサンプル中央値4.00で高興味群、低興味群に分割した。それぞれの中から実験参加者をほぼ同数になるように無作為抽出した(高興味群: 27名, 低興味群: 26名)。事前調査では、さらに、クローン技術に対する態度(5項目: 後述)について「全く思わない」から「非常にそう思う」までの6件法でたずねた。

実験刺激

旧科学技術庁のウェブページ「クローンって何?」(科学技術庁, 1999)における文章を参考に実験刺激文を作成した。内容は、クローン技術について(語源など)、クローン技術の応用(食料の安定供給や希少動物の保護など)、「クローン技術のヒトへの適用」(不妊夫婦の子どもの出産、移植用臓器の作成など)からなっていた。これらの内容は、クローン技術を肯定的に述べているものであった。科学的証拠にも言及していたことから、論拠の強い説得文であると考えた。

この実験刺激文をもとに、周辺手がかりなし条件(以下、なし条件)用のウェブページと、周辺手がかりあり条件(以下、あり条件)用のウェブページを作成した。なし条件のウェブページは、各トピック

の最初に見出しを付けるのみにとどまった、装飾のないテキスト文であった。その一方、あり条件のウェブページは、サイドメニューをつけ、文字フォントを適宜変更し、牛や羊のアイコンなどの本文とは直接関係のない画像、動画を挿入した。結局、装飾の有無が異なるだけで、いずれの条件のウェブページにおいても実験刺激文それ自体は同一のものであった。

手続き

実験は1~6人の小集団で実施した。高興味群、低興味群、それぞれの実験参加者を周辺手がかりあり条件、なし条件にほぼ同数になるように無作為配置した。実験参加者は、あり条件用、なし条件用、いずれかのウェブページを7分間、自由に閲覧した。その後、特に回答時間を設定せず、従属変数を含む質問紙に回答した。

質問紙では、事前調査と同一内容の、クローン技術に対する態度尺度を「全く思わない」から「非常にそう思う」までの6件法でたずねた。態度尺度の項目は「不安を感じる(逆転項目)」、「社会に有用である」、「ためらいを感じる(逆転項目)」、「早く利用できればいいのと思う」、「普及に賛成である」の5項目であった。その後、閲覧したウェブページの内容について自由記述の形で偶発再生をさせた。質問紙では、さらに、閲覧したウェブページに対する印象評定、クローン技術に対する印象評定を求めたが、本研究では用いなかった。すべての回答終了後、デブリーフィングを行い、実験を終了した。

結 果

指標の作成

クローン技術に対する態度尺度5項目への回答のうち、逆転項目を逆転した上で、尺度の信頼性を検討した。クローンバックの α 係数は、事前測定では $\alpha = .79$ 、事後測定では $\alpha = .75$ となった。これらのことから、これら5項目は態度尺度としての信頼性を有していると判断し、単純加算して態度得点とした。得点が高いほどクローン技術に対して肯定的であることを示す。さらに、事後の態度得点から事前

の態度得点を引き、これを態度変化量の指標とした。得点が高いほど、相対的に肯定的な方向へ、つまり、唱導方向へ態度が変化したことを示す。偶発再生に関しては、まず実験刺激文から正解を作成した。その正解から、加算方式で得点化し記憶再生の指標とした。各条件におけるそれぞれの指標の平均ならびに標準偏差を表1に示す。

表1 各条件における態度変化量と記憶再生の記述統計量

技術への興味	高		低	
	なし	あり	なし	あり
周辺手がかり				
<i>n</i>	14	13	13	13
態度変化量				
平均	1.29	-0.46	2.23	5.69
<i>SD</i>	3.58	3.26	2.80	7.31
推定周辺平均	2.19	0.63	1.56	4.31
記憶再生				
平均	7.36	4.38	6.38	3.85
<i>SD</i>	5.03	3.91	2.96	3.56

註：態度変化量における推定周辺平均は、事前態度の平均値 ($M=14.77$) をもとに算出した。

態度変化量

態度変化量に対し、2 (クローン技術への興味：高・低) × 2 (周辺手がかり：あり・なし) の被験者間2要因の分散分析を行った。その結果、クローン技術への興味の主効果が認められた ($F(1, 49) = 7.94, p < .01$)。高興味群 ($M = .44$) よりも低興味群 ($M = 3.96$) の方が唱導方向に態度変化していた。さらに、クローン技術への興味 × 周辺手がかりの交互作用効果が認められた ($F(1, 49) = 4.28, p < .05$; 図1)。高興

味群においては、周辺手がかりの有無による態度変化の違いは認められなかった (なし条件: $M = 1.29$, あり条件: $M = -.46$; $F < 1, ns$)。低興味群では、周辺手がかりなし条件 ($M = 2.23$) よりもあり条件 ($M = 5.69$) の方が唱導方向に態度変化を示す傾向にあった ($F(1, 49) = 3.71, p < .10$)。また、手がかりなし条件では、クローン技術に対する興味による違いは認められなかった (高興味群: $M = 1.29$; 低興味群: $M = 2.23$; $F < 1, ns$)。あり条件では、高興味群 ($M = -.46$) よりも低興味群 ($M = 5.69$) の方が唱導方向に態度変化を示していた ($F(1, 49) = 11.72, p < .01$)。周辺手がかりの主効果は認められなかった ($F < 1, ns$)。

事前態度は態度変化量と負の相関関係にあり ($r = -.61, p < .001$)、実験前にクローン技術に対して肯定的な態度を有しているほど、態度変化が小さい傾向にあった。このことが条件間の態度変化量の違いに影響している可能性があるため、事前態度を共変量とし2 (クローン技術への興味：高・低) × 2 (周辺手がかり：あり・なし) の共分散分析を行った。その結果、共変量である事前態度の効果が認められた ($F(1, 48) = 20.41, p < .001$)。事前態度と態度変化量の負の相関が見られたことがここに再現されていた。さらに、クローン技術への興味と周辺手がかりの交互作用効果の傾向がみられた ($F(1, 48) = 4.05, p = .050$)。事前態度の平均値 ($M = 14.77$) をもとに各条件の推定周辺平均を算出したところ (図2)、高興味群においては、周辺手がかりあり条件 ($M = .63$) よりもなし条件 ($M = 2.19$) の方が唱導方向に態度変化を示していた。その一方で、低

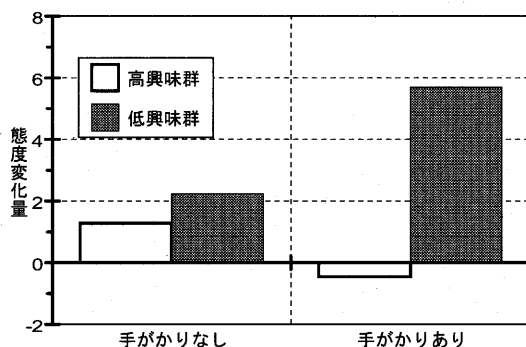


図1 各条件における態度変化量の平均値

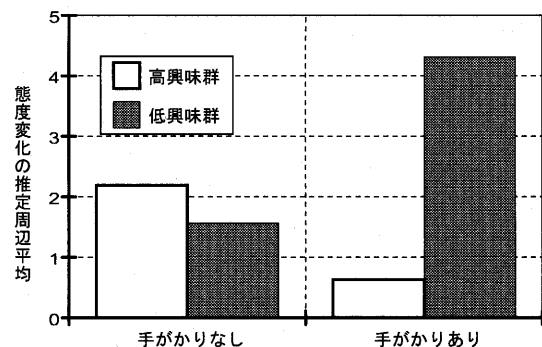


図2 各条件における態度変化量の推定周辺平均

興味群においては、周辺手がかりなし条件 ($M=1.56$) よりもあり条件 ($M=4.31$) の方が唱導方向に態度変化を示していた。また、手がかりなし条件においては、推定周辺平均の上ではわずかではあるが、高興味群 ($M=2.19$) の方が低興味群 ($M=1.56$) よりも唱導方向に態度変化を示していた。手がかりあり条件においては、低興味群 ($M=4.31$) の方が、高興味群 ($M=.63$) よりも唱導方向に態度変化を示していた。これらの結果は、共変量を投入する前の分散分析の結果を基本的に再現するものであった。

さらに、各条件の態度変化量の平均値が、理論上態度変化がなかったことを意味する値“0”と異なるかどうかを、1 サンプルの t 検定を用いて検討した。手がかりなし条件における高興味群では有意な態度変化が見いだされなかったが ($M=1.28$; $t(13) = 1.34, ns$), 低興味群では有意な態度変化が見いだされた ($M=2.23$; $t(12) = 2.87, p < .05$)。また、手がかりあり条件における高興味群では有意な態度変化が見いだされなかったが ($M=-.46$; $t < 1, ns$), 低興味群では有意な態度変化が見いだされた ($M=5.69$; $t(12) = 2.81, p < .05$)。

記憶再生

記憶再生得点に対し、2 (クローン技術への興味: 高・低) \times 2 (周辺手がかり: あり・なし) の被験者間2要因の分散分析を行った。その結果、周辺手がかりの主効果が認められた ($F(1, 49) = 6.40, p < .05$)。周辺手がかりなし条件 ($M=6.89$) の方が、あり条件 ($M=4.12$) よりもウェブページの内容をよりよく記憶していた (図3)。他方、クローン技

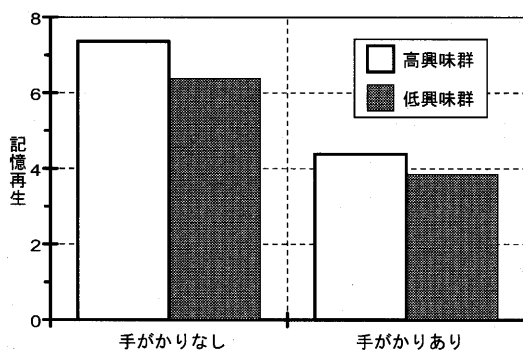


図3 各条件における記憶再生の平均値

術への興味の主効果、ならびにクローン技術への興味 \times 周辺手がかりの交互作用効果は見いだされなかった ($F_s < 1, ns$)。

考 察

説得効果に関する精緻化見込みモデルの支持

クローン技術に興味がなかった人は、ウェブページの装飾の影響を受け、装飾がなかった場合よりもあった場合で唱導方向に態度変容していた。その一方で、クローン技術に興味があった人では、ウェブページの装飾の影響を受けていなかった。これは、本研究の仮説と一致するものであり、精緻化見込みモデルの予測と一致するものであった。

トピックであるクローン技術に対する受け手の興味は、情報処理への動機づけと能力に影響したと考えられる。トピックへの興味が低い場合、情報処理への動機づけは低いと考えられる。このとき、周辺ルートによる情報処理がなされ、論拠の質よりも、周辺手がかりの影響を受けやすくなったのだろう。本研究で用いたウェブページの装飾は、トピックへの興味が低い実験参加者に対する周辺手がかりとして働いたと考えられる。他方、トピックへの興味が高い場合、情報処理への動機づけも能力も高く、中心ルートによる情報処理がなされていたと考えられる。この場合、周辺手がかりの影響を受けないと考えられる。本研究における態度変容の結果はこのように解釈可能である。

本研究において、クローン技術への事前態度は態度変化量と負の相関関係にあった。これは、クローン技術に肯定的な人は実験操作と関係なく態度変化量が小さいことを意味していた。クローン技術に興味のある人が、クローン技術に対してそもそも肯定的であるという可能性を考えると、事前態度と態度変化量との負の相関は、本研究の結果を歪めてしまう可能性があった。たとえば、本来ならば高興味群でも態度変容をもたらすような周辺手がかりの影響があったにも拘らず、事前態度による歪みがそれを過小評価させるように働いた可能性が考えられた。しかしながら、事前態度を共変量として統制した共分散分析の結果は、このような歪みの可能性が低い

ことを示すものであった。事前態度を統制してもしなくても得られる結果は類似したものであった。この結果は、クローン技術に興味のある人は中心ルートによる処理を行ったので、周辺手がかりの影響を受けなかった、という解釈の妥当性を高めるものである。

メッセージの吟味ができていたか

説得メッセージの記憶再生においては、クローン技術への興味の影響は認められず、ウェブページの装飾の効果が認められた。装飾がある場合と比較して、装飾がない場合の方が記憶再生の成績が良かった。周辺手がかりはメッセージの吟味に対して阻害的に働いたのである。特に、クローン技術に興味があった人への影響は顕著であり、中心ルートによる処理が行われたと考えられるにもかかわらず、記憶再生の成績は芳しくなかった。他方、クローン技術に興味がなかった人でも、周辺手がかりがない場合は、十分に記憶できていた。このような周辺手がかりによるメッセージ処理の阻害効果は、今後の検討に値するだろう。

残りの二条件については、精緻化見込みモデルの予測と一致するものであった。ウェブページの装飾がない場面において、クローン技術に興味のある人の記憶再生はもっとも成績が良かった。これは、興味のある人が、中心ルートによる情報処理過程に基づき、説得メッセージを十分に吟味した結果だと考えられる。また、ウェブページの装飾がある場面において、興味のない人の記憶再生量はもっとも悪かった。これは、興味のない人が周辺ルートによる情報処理を行い、説得メッセージの吟味を十分に行わなかったからだと考えられる。

実際に態度変容したのか

クローン技術に対する態度変化量の絶対値を考えると、クローン技術に興味のある人は、説得的コミュニケーションによる影響を全く受けなかった。本研究で用いた説得メッセージは、旧科学技術庁のウェブページを参考に作ったものであり、比較的論拠の強いものであったことを考えると、この結果は興

味深い。つまり、論拠の強いメッセージに対し、唱導方向への態度変容が見られなかったのである。これは、クローン技術に興味のある人において、説得メッセージの内容については事前に知識を持っていた可能性も考えられる。さらには、クローン技術への態度がすでに強固なものになっていた可能性が考えられる。

クローン技術に興味のある人は、本研究に参加する以前から日常的にクローン技術に関する多くの情報に接し、中心ルートによる精緻な処理を行っていたと考えられる。中心ルートによる態度変容は、認知構造の変化が伴う (Petty & Cacioppo, 1986a, 1986b)。その結果、中心ルートによって変容した態度は、持続的で、変化への抵抗と行動の一貫性を備えることになる。クローン技術に興味のある人の態度は、このように持続的であり、変化への抵抗を示したのかもしれない。

他方、クローン技術に興味のない人においては、その影響の程度は異なっていたが、いずれにせよ唱導方向への態度変容が認められた。周辺手がかりであるウェブページの装飾があった条件での態度変容は周辺ルートによるものだと考えられるだろう。周辺ルートによって変容した態度は、相対的に一時的で、影響されやすく、行動を予測することができないとされている (Petty & Cacioppo, 1986a, 1986b)。本研究における態度変容が、指摘通りに一時的であるかどうかは、フォローアップの測定をしていないので明らかではない。今後の検討が必要だろう。

興味深いのは、クローン技術に興味のない人が、周辺手がかりがないにも拘らず、唱導方向に態度変容したことである。彼らが周辺ルートによる情報処理を行っていたとするならば、何が影響を及ぼしたのだろうか。可能性の一つとして、説得メッセージそれ自体に含まれている周辺手がかりに影響を受けたことがあげられる。本研究における説得メッセージは、比較的多くの論拠に基づくものであった。論拠の数が周辺手がかりとして働きうることは、先行研究からも示されている (e.g., Petty & Cacioppo, 1984)。本研究においては、ウェブページの装飾がない状態でも、論拠の数という形で周辺手がかりが

含まれており、その周辺手がかりが、興味のない人の態度に影響を及ぼしたのかもしれない。

もう一つの可能性として、クローン技術に興味のない人においても説得メッセージの吟味がなされていたことがあげられる。記憶再生の結果は、クローンに興味のない人でも、周辺手がかりがない場合、相対的にメッセージ内容を記憶し、興味のある人の場合と遜色のない成績を示すことを明らかにしている。記憶再生の向上は、説得メッセージの精緻な処理によってもたらされることを考えると、クローン技術に興味のない人、つまり、情報処理の動機づけが低い人においても、精緻な処理がなされていた可能性が示唆される。この可能性は、精緻化見込みモデルの予測と整合しないものであり、今後の検討が必要とされる。

現実場面に対する示唆

本研究の結果は、ウェブページにおける装飾が閲覧者の態度に大きな影響を及ぼしうることを示唆している。このことは、現代社会において様々な説得がインターネット上のウェブページを用いて行われていること、ウェブページの閲覧が必ずしも情報処理の動機づけや能力が高い状態でなされているわけではないことを考えると、より大きな意味を持つと考えられる。

インターネットを用いた企業CMの市場は大きくなった一方で、多くの団体がインターネットを通じて意見表明をしている。これは、ウェブページが閲覧される可能性が潜在的に非常に高いことが一因である。これらの説得メッセージに対して、閲覧者がその論拠の質により態度を形成、変容させるのであれば問題はないのかもしれない。しかし、本研究の結果は、説得メッセージの質以外の要因が我々の態度形成、変容に影響する可能性を示唆している。テレビや新聞など他のマスメディアにおけるコストと比較して、ウェブページにおける装飾のコストは飛躍的に小さい。メッセージの送り手の立場からすれば、メッセージ内容はともかく、見栄えの良いウェブページを作成すればよいことになる。これは、閲覧者が、最終的には意に反することになる態度に

基づき、行動をとる可能性を高めることになる。ウェブページに装飾をするなどというのが非常に困難であることを考えると、閲覧者側が、ウェブページの装飾によって説得をうけてしまう可能性を自覚する必要があるだろう。

日常生活を考えたとき、人が、情報処理に高い動機づけをもってウェブページを閲覧することは少ないと思ってよいかもしれない。もはや死語になったが「ネットサーフィン」という言葉に表されているように、娯楽的にウェブページを次々に閲覧することがあると考えられる。このとき、必ずしも興味のある内容のウェブページを閲覧するわけではない。そのとき、そのウェブページが美しくデザインされていたら、われわれはその内容に沿う形で態度を形成してしまう可能性がある。本研究の結果は、このような危険性を指摘している。

本研究では、説得コミュニケーションのトピックにクローン技術に関する議論を用いた。著者は、クローン技術に関する議論それ自体に異議があるわけではないが、意見表明の方法には注意が必要だろうと考える。説得的コミュニケーションは（いずれに肯定的であれ否定的であれ）その効果に自覚的であるべきだろう。いずれかの立場にのみ装飾が施されるようなことは避けるべきだろう。また、閲覧する側には、自分がいかに影響を受けやすい存在であるかを自覚した上で、批判的に説得メッセージを吟味する姿勢が必要だろう。

今後の研究の方向

今後の研究の方向として、第一に個人差を替えた検討が考えられる。本研究では、説得メッセージのトピックに対する興味を取り上げた。この興味は、情報処理の動機づけだけではなく、情報処理の能力にも影響するだろうと考えたが、これに対する保証はない。この点について確認するために、他の個人差を用いて検討する必要があるだろう。例えば、認知欲求 (Cacioppo & Petty, 1982; 神山・藤原, 1991) を用いた研究が考えられる。認知欲求は、物事に関して普段から熟慮したいと感じたり、熟慮を楽しんだりする一般的な欲求である。このことから、メッ

ページのトピックに対する情報処理の動機づけを高めることが予測されるが、その一方で情報処理の能力には直接的な影響を及ぼさないと考えられる。この場合、本研究の結果が十分に再現されない可能性がある。特に、本研究の手続きをそのまま用いた場合、認知欲求の高い人でも周辺手がかりの影響をうける可能性が示唆される。今後の検討に値するだろう。

今後の研究の方向の第二として、説得に関する他のモデルとの対比が考えられる。クローン技術に対して興味がない場合でも、周辺手がかりがなければ、説得メッセージの記憶再生が優れていた。さらには、相対的に小さいながら唱導方向への態度変容が見られていた。これらの結果の解釈可能性として、精緻な処理をしていた可能性を呈示した。これは精緻化見込みモデルの予測とは一致しない。精緻化見込みモデルでは、中心ルートと周辺ルートは交換 (trade off) 関係にあると考えられているのである。

説得に関する他のモデルとして、ヒューリスティック・システムティック・モデルがある (Chaiken, Liberman, & Eagly, 1989)。このモデルは、精緻化見込みモデルと類似して二つの処理プロセスを仮定している。一つは、高い認知的努力を要するシステムティック処理 (systematic processing) であり、もう一つは、認知的努力を要しないヒューリスティック処理 (heuristic processing) である。これらはそれぞれ、精緻化見込みモデルにおける中心ルート、周辺ルートに対応する。

二つのモデルの相違点として、二つの情報処理過程の関係のとらえ方があげられる。先述の通り、精緻化見込みモデルでは、二つの過程の交換関係を想定している。その一方で、ヒューリスティック・システムティック・モデルでは、二つの過程の同時生起を仮定しているのである。この二つの過程の同時生起を認めると、本研究におけるクローン技術に興味がない人における周辺手がかりなし条件の結果が説明しやすくなる。

しかし、精緻化見込みモデルとヒューリスティック・システムティック・モデルの対比的検討は重要視されるものの、その困難も指摘されている (伊藤,

2004)。今後、理論的検討と実験的手法の吟味を十分行った上で、研究を進めていく必要があるだろう。

註

- 1) 本研究は、昭和女子大学文学部笹本亜妃さん (平成14年度卒業) が筆者の指導のもとに収集したデータを筆者が再分析したものである。記して感謝します。
- 2) 本研究の成果の一部は、日本心理学会第67回大会にて発表された。

引用文献

- Brock, T. C. & Becker, L. A. (1965). Ineffectiveness of "overheard" counterpropaganda. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2, 654-660.
- Cacioppo, J. T. & Petty, R. E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 116-131.
- Chaiken, S., Liberman, A., & Eagly, A. H. (1989). Heuristic and systematic information processing within and beyond the persuasion context. In J. S. Uleman & J. A. Bargh (Eds.), *Unintended thought*, Guilford Press. pp.212-252.
- 藤原武弘 (1986). 態度変容と印象形成に及ぼすスピーチ速度とハンドジェスチャーの効果 心理学研究, 57, 200-206.
- Hovland, C. I., Lumsdain, A. A., & Sheffield, F. D. (1949). *Experiments on mass communication*. Princeton University Press.
- Hovland, C. I. & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15, 635-650.
- 池上知子 (1998). 態度 池上知子・遠藤由美 (共著) グラフィック社会心理学 サイエンス社 pp.57-76.
- 伊藤君男 (2004). 態度の情報処理モデル 大島尚・北村英哉 (編著) ニューセンチュリー社会心理学3 認知の社会心理学 北樹出版 pp.131-146.
- 科学技術庁 (1999). クローンって何? 文部科学省 <http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/kagaku/klon98/index.htm> (2005年11月13日)

- 神山貴弥 (2002). 情報処理と説得: 精査可能性モデル
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.418-455.
- 神山貴弥・藤原武弘 (1991). 認知欲求尺度に関する基礎的研究 社会心理学研究, 6, 184-192.
- Miller, N., Maruyama, J., Beaber, R. J., & Valone, K. (1976). Speed of speech and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 615-624.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1984). The effects of involvement on responses to argument quantity and quality: Central and peripheral routes to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 69-81.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1986a). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1986b). The elaboration likelihood mode of persuasion In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental and Social Psychology*, Vol. 19. Academic Press. pp.123-205.
- Petty, R. E., Cacioppo, J. T., & Goldman, R. (1981). Personal involvement as a determinant of argument-based persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 847-855.
- Sternthal, B., Dholakia, R., & Leavitt, C. (1978). The persuasive effects of source credibility: A test of cognitive response analysis. *Journal of Consumer Psychology*, 4, 252-260.
- Walster, E. & Festinger, L. (1962). The effectiveness of "overheard" persuasive communication. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 65, 395-402.
- 山口勸 (1998). 態度変容 末永俊郎・安藤清志 (編) 現代社会心理学 東京大学出版会 pp.44-56.

(ふじしま よしつぐ 心理学科)