

〔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影響 (II): 認知欲求の個人差を用いた検討¹⁾

藤 島 喜 嗣

Effects of Web Page Peripheral Cues on the Observer's Attitude to Its Topic (II):
An experimental study focusing on individual differences in the need for cognition

Yoshitsugu FUJISHIMA

The present study investigated the effects of the embellishment for a web page on the observer's attitude toward its topic. People with a high need for cognition are more likely to enjoy processing a persuasive message deliberately, but they don't always have the ability for processing because of their lack of enough knowledge about the topic. After all, the embellishment for a web page should play the role of peripheral cues and should change the attitudes of both observers with a high need for cognition and observers with a low need for cognition in the direction of the message. Fifty-five undergraduates who differ in the need for cognition looked at the web pages which were either embellished or not embellished, and then completed questionnaires asking about their attitudes. Results were consistent with the prediction. The validity of the elaboration likelihood model and the need for cognition and the implication for the real world were discussed.

Key words: attitude change (態度変容), web page (ウェブページ), elaboration likelihood model (精緻化見込みモデル), peripheral cues (周辺手がかり), need for cognition (認知欲求)

問 題

インターネットが普及し定着した現在、日常生活における情報探索の中心はウェブページとなっている。たとえば、志望校選びをする受験生たちは、新聞、TVなどの広告よりも、インターネット上にある大学のウェブページを閲覧することで情報収集することだろう。また、就職活動をする学生は、求人情報を集めるためにインターネット上にある就職情報サイトに登録をし、情報検索するだろう。さらに、日常生活において少し疑問に感じたことなども、インターネット上のウェブページを検索し、情報を集めることで解決をはかるようになっている。このようなインターネット上におけるウェブページの影響力は、新聞、TVなどの他のメディアに匹敵するものとなっている。そのため、企業であれ、大学であれ、PRをしたい団体はインターネット上のウェブ

ページ作成に大きな労力を割いている。

ウェブページの特徴は、情報量の多さとそのカスタム可能性の高さにある。テキストを用いて多くの文章を呈示できる一方、比較的低コストでプレゼンテーションにこだわることができる。このようなウェブページの説得効果を検討することは、日常場面における応用的価値も高い一方で、社会心理学的な意義も高い。本研究は、ウェブページの持つ説得効果を検討する一連の研究(藤島, 2006)のひとつであり、ウェブページの持つ説得効果を精緻化見込みモデルとよばれる理論に基づき検討する。

精緻化見込みモデル

説得、態度変容に関する包括的な理論モデルに精緻化見込みモデル (Elaboration Likelihood Model: ELM; Petty & Cacioppo, 1986 a, 1986 b; See for reviews, 伊藤, 2004; 神山, 2002) がある。このモデ

ルは、受け手における情報処理に二つのルートがあることを仮定している。ひとつは中心ルート (central routes) であり、説得メッセージを熟慮し、慎重に反応しようとする情報処理である。このルートを辿った受け手は、説得メッセージの内容に注目し、論拠が妥当であるかどうかによって態度変容する。もうひとつは、周辺ルート (peripheral routes) であり、説得メッセージとは直接関係しない手がかり (周辺手がかり: peripheral cues) に反応する情報処理である。周辺手がかりには、送り手の魅力や権威、文脈の好ましさなどが含まれる。このルートを辿った受け手は、説得メッセージを無視し、周辺手がかりに基づいて短絡的に態度変容することになる。

受け手がいずれのルートを辿るかは、受け手に情報処理の動機づけと能力があるかどうかによる。精緻化見込みモデルでは、まず情報を処理するように動機づけられているかが問題となる、と考えている。説得的コミュニケーションのトピックに自我関与している場合であるとか、後述する認知欲求が高い場合、情報処理の動機づけは高くなる。処理動機づけが低い場合、周辺ルートによる情報処理が行われる。処理動機づけが高い場合、情報処理の能力があるかどうか問題となる。処理能力は、知能のような狭義の処理能力だけでなく、十全な情報処理を可能とする状況にあるかどうかによっても左右される。情報処理を妨害する刺激が存在したり、事前情報が得られなかった場合は、処理能力は下がる。処理能力が低い場合には、周辺ルートによる情報処理が行われる。結局、情報処理に関する動機づけが高く、また処理能力も高い場合にのみ、中心ルートによる情報処理が行われることとなる。

Petty, Cacioppo, & Goldman (1981) は、精緻化見込みモデルを検証する実験を行っている。Petty et al. (1981) は、実験参加者に彼らの態度とは反対の方向に導く説得メッセージを与えた。実験参加者は、教示によって説得内容の自我関与を操作された。自我関与が高い場合は、低い場合と比べて情報処理に関する動機づけと処理能力が高いと考えられる。さらに、説得メッセージの論拠の質と送り手の専門性も操作された。論拠の質は、説得的な

証拠が用いられているか (強論拠)、個人的な意見やたとえ話によっているか (弱論拠) で操作された。この論拠の質は、中心ルートの情報処理に影響すると考えられる。送り手の専門性は、高校生によるものか (低専門性)、メッセージに関連する分野の大学教授によるものか (高専門性) で操作された。この送り手の専門性は、周辺ルートの情報処理に影響すると考えられる。実験の結果、自我関与が高い実験参加者は、弱論拠の場合よりも強論拠の場合に唱導方向へ態度変容したが、送り手の専門性の影響を受けなかった。その一方で、自我関与が低い実験参加者は、送り手の専門性が低い場合よりも高い場合に唱導方向への態度変容を示したが、論拠の質の影響を受けなかった。これらの結果は、精緻化見込みモデルの予測を支持するものであった (See also, Petty & Cacioppo, 1984)。

また、藤島 (2006) では、ウェブページにおける装飾を周辺手がかりとして捉え、実験を行っている。旧科学技術庁によるクローン技術肯定論を強論拠の説得メッセージとして使用し、ウェブページ上で呈示した。呈示した説得メッセージは同一のものだったが、周辺手がかりあり条件ではウェブページに様々な装飾を施し、周辺手がかりなし条件では装飾を行わなかった。このようなウェブページのいずれかをクローン技術に興味を持つ学生、持たない学生に呈示した。その結果、興味を持つ学生では周辺手がかりの有無の影響がみられなかった一方で、興味を持たない学生では、周辺手がかりなし条件よりもあり条件で唱導方向への態度変容がみられた。さらに、説得メッセージに関する記憶再生は、周辺手がかりあり条件よりも周辺手がかりなし条件の方で、成績がよかった。これらの結果は、受け手の処理動機づけや処理能力が低い場合には周辺ルートによる情報処理がなされるという精緻化見込みモデルの予測を支持するものであった。

藤島 (2006) は、ウェブページにおける装飾の問題を精緻化見込みモデルによる態度変容から考察した点で意義深い。しかし、この研究で用いた個人差は、トピックに対する興味であり、処理動機づけに影響する一方で処理能力にも影響すると考えられる。

これは、精緻化見込みモデルの検証という意味において不十分な点である。ここでは二つの要因が交絡しており、どちらかの要因のみが働いたのか、両方の要因が揃ってはじめて影響しうるのかが明らかでない。処理動機づけと処理能力とを区分し、結果がどのようになるかを検討する必要がある。そこで、本研究は、処理動機づけの高低のみに影響すると考えられる認知欲求を用いて、ウェブページにおける装飾の効果を検討する。

認知欲求

認知欲求 (need for cognition) とは、「努力を要する認知活動に従事したり、それを楽しむ内発的な傾向」である (Cacioppo & Petty, 1982; 神山・藤原, 1991)。認知欲求は、古くは Cohen, Stotland, & Wolfe (1955) により概念化されており、「関連した状況を有意義にまとめて構造化しようとする欲求。またこれまでに経験してきた世界を理解し合理的に解釈しようとする欲求」と定義されていた。しかし、Cacioppo & Petty (1982) によると、Cohen et al. (1955) の定義は、緊張低減を重視しているため、欲求低減のために専門家にアドバイスを求めるという方略も含むこととなる。そこで、Cacioppo & Petty (1982) の定義は、説得メッセージを自己内部で情報処理する点を強調している。

認知欲求は、Cacioppo & Petty (1982) によって尺度化されており、高い信頼性と妥当性が示されている。例えば、Cacioppo, Petty, & Morris (1983) では、認知欲求尺度の得点が低い人よりも高い人の方が、説得メッセージの論拠の質の影響をより多く受けることがみだされている。さらに、Cacioppo, Petty, Kao, & Rodriguez (1986) は、認知欲求尺度得点の高い人の方が、低い人よりも態度と行動の間の一貫性が高いことをみだしている。これは中心ルートを経て形成された態度の特徴だと考えられる。

認知欲求尺度の邦訳版は、神山・藤原 (1991) により作成されており、こちらも高い信頼性と妥当性を示している。彼らは、大学生サンプルおよび社会人サンプルから、1 因子性が保証され、内的整合性および再テスト信頼性の高い 15 項目の尺度を作成

している。Cacioppo & Petty (1982) によるオリジナル尺度と因子負荷量パターンも相関しており、因子的妥当性も示されている。また、この尺度得点には性差がなく、感覚欲求 (Zuckerman, Kolin, Price, & Zoob, 1964)、セルフ・モニタリング傾向 (Snyder, 1974)、刺激透過性 (Mehrabian, 1976) との相関もみられなかった。また京大 NX (15-) 知能検査によって測られた知能とは、文章を論理的に理解する能力とは正相関がみられたものの、それ以外の知能との相関はみられなかった。これらの結果は、認知欲求尺度が類似諸概念とは独立した概念を測定していることを示している。神山 (1993) は、コマーシャルの印象におけるプライミング効果に認知欲求の個人差が影響するかを検討している。この研究では、先行課題として肯定語、否定語を意識的に処理するか、自動的に処理するかの操作をした。その結果、部分的ではあるが、認知欲求尺度の得点が高い人で、自動的に処理させるよりも、意識的に処理させた方が印象評定に影響が及んでいた。これは、意識的処理では認知的な努力が求められるからだと考えられ、認知欲求尺度の構成概念妥当性を示している。

Kohyama & Fujihara (1992) は、認知欲求尺度を用いて、精緻化見込みモデルの検証をしている。彼らは、処理に関する動機づけを認知欲求尺度の個人差で測定し、処理能力を説得メッセージを読む時間の長さで操作した。そして、実験参加者は、論拠の質の異なる説得メッセージを読んだ。その結果、認知欲求が高く、時間をかけてメッセージを読むことができた条件は、他の条件よりもメッセージの理解度が高いことが示された。さらに、態度に対する論拠の質の影響は、認知欲求が高く、時間をかけてメッセージを読むことができた条件でもっとも顕著に現れた。これらの結果は、精緻化見込みモデルの予測と一致するものであり、同時に認知欲求尺度の構成概念妥当性を支持するものである。その一方で、Kohyama & Fujihara (1992) では、認知欲求は高いが処理能力が低い条件、認知欲求も処理能力も低い条件でも論拠の質の効果が認められている。彼らは、この結果を、メッセージを読むのに時間をか

けられなかった分、周辺手がかりとなるような何か表面的な特徴に反応したのかもしれないと考察している。

本研究の目的と仮説

本研究は、ウェブページにおける装飾が説得トピックに対する閲覧者の態度にどのような影響を及ぼすかを、精緻化見込みモデルに基づいて検討する。ウェブページにおける装飾を周辺手がかりとして捉え、ウェブページ閲覧者の処理動機づけもしくは処理能力が低い場合には、周辺手がかりの影響を受けた態度変容が生じることを示したい。そこで本研究では、藤島(2006)の実験手続きを踏襲し、説得メッセージは同一である状況で、ウェブページの装飾の有無が及ぼす影響を実験的に検討する。

本研究では、ウェブページ閲覧者の個人差として認知欲求を取り上げる。認知欲求は処理動機づけに影響する個人差であると考えられる一方で、処理能力には影響を及ぼさないだろうと考えられる。そのため、説得メッセージの処理能力に特別の配慮をしない藤島(2006)の実験状況では、認知欲求の高低に関係なく、周辺手がかりがない場合と比較して周辺手がかりがある場合に、唱導方向への態度変容がみられるだろうと予測される。

方 法

実験参加者

東京都内の大学に通う女子大学生 55 名(平均年齢 18.78 歳 $SD=1.05$) が実験に参加した。彼女たちは、社会心理学の概説講義を受講していたが、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。

実験参加の数週間前に、講義時間を利用して女子大学生 91 名が事前調査に参加した。調査内容は、クローン技術に対する態度項目(藤島, 2006)と認知欲求尺度(神山・藤原, 1991)であった。この認知欲求得点のサンプル中央値 58.00 で認知欲求高群、低群に分割した。それぞれから実験参加者を無作為抽出した。

実験刺激

藤島(2006)と同じ刺激を使用した。刺激文は、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したもので、クローン技術を肯定的に述べていた。科学的証拠にも言及しており、論拠の強い説得文であると考えた。刺激文は、周辺手がかりなし条件(以下、なし条件)と周辺手がかりあり条件(以下、あり条件)で同一であった。なし条件の刺激は、各トピックの最初に見出しをつけるのみだった。あり条件の刺激は、サイドメニューをつけ、文字フォントを適宜変更し、本文と直接関係しない画像、動画を挿入した。

手続き

藤島(2006)と同様の手続きであった。1~4 人の小集団で実施し、認知欲求高群、低群を、あり条件、なし条件に無作為に配置した。実験参加者は、ウェブページを 7 分間自由に閲覧し、その後、従属変数を含む質問紙に回答した。回答時間は特に設定しなかった。

質問紙では、事前調査と同様に、クローン技術に対する態度項目 5 項目(藤島, 2006)を「全くそう思わない」から「非常にそう思う」までの 6 件法でたずねた。その後、閲覧したウェブページの内容について、自由記述形式で偶発再生させた。さらに、閲覧したウェブページに関する印象評定を、形容詞対 18 項目に対して 7 件法で回答を求めた。

全ての回答終了後、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の逆転項目を逆転した上で、クローンバックの α 係数を算出した。事前測定では $\alpha = .86$ 、事後測定では $\alpha = .86$ であった。それぞれ十分な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。高得点ほどクローン技術に対して肯定的であることを意味する。さらに、事後の得点から事前の得点を引き、態度変化量の指標

とした。高得点ほど、肯定的な方向、つまり唱導方向に態度変化したことを示す。偶発再生に関しては、藤島（2006）同様、正解から加算方式で得点化し、記憶再生の指標とした。

ウェブページに関する印象評定に用いた形容詞対18項目に対し因子分析（主因子法・バリマックス回転）を行った。固有値の推移から2因子解を採択した。回転後の因子負荷が.40を下回っていた2項目（「有用である－有用でない」「まとまった－まとまりのない」）を削除し、あらためて分析を行い、2因子解を得た（表1）。

表1 ウェブページの印象評定に用いた形容詞対の因子分析結果

	第1因子 親しみやすさ	第2因子 信憑性	共通性
近づきたい－近づきやすい	-.90	-.02	.80
暗い－明るい	-.83	.14	.70
親しみやすい－親しみにくい	.77	-.25	.66
陽気な－陰気な	.76	.00	.57
堅苦しい－うち解けた	-.74	-.19	.58
地味な－派手な	-.70	.11	.50
好感を持つ－反感を持つ	.67	-.29	.53
美しい－醜い	.63	-.24	.45
わかりやすい－わかりにくい	.62	-.39	.53
すきな－きらいな	.59	.07	.36
貧相な－立派な	-.54	.35	.42
うわべだけの－深みのある	-.08	.79	.63
専門性がある－専門性がない	-.04	-.67	.45
保守的な－進歩的な	.01	.53	.28
意志が弱そうな－意志が強そうな	-.10	.52	.29
信頼できる－信頼できない	.36	-.47	.35
負荷量平方和	5.70	2.40	8.10
因子寄与率 (%)	35.65	14.98	50.63
累積寄与率 (%)	35.65	50.63	

註) 主因子法・バリマックス回転

第1因子は「近づきたい－近づきやすい (-.90)」「暗い－明るい (-.83)」「親しみやすい－親しみにくい (.77)」「陽気な－陰気な (.76)」「堅苦しい－うち解けた (-.74)」などの項目に強く負荷しており、ウェブページに対する親しみやすさなどを示す因子であると解釈できた。よって、第1因子を親しみやすさ因子と命名した。

第2因子は「うわべだけの－深みのある (.79)」「専門性がある－専門性がない (-.67)」「保守的な－進歩的な (.53)」などからなり、ウェブページの内

容に対する信用の度合いを示す因子であると解釈できた。よって、第2因子を信憑性因子と命名した。

第1因子がより強く負荷している11項目を、得点が高いほど親しみやすさを示すように逆転して合計し、親しみやすさの指標とした。第2因子がより強く負荷している5項目を、得点が高いほど信憑性が高いことを示すように逆転して合計し、信憑性の指標とした。

各条件における各指標の平均ならびに標準偏差を表2に示す。

表2 各条件における従属変数の平均値ならびに標準偏差

	高		低	
	なし 16	あり 15	なし 11	あり 13
認知欲求 周辺手がかり n				
態度変化量	.86 (3.23)	3.00 (3.80)	-.18 (3.28)	2.38 (3.31)
記憶再生	5.88 (2.45)	6.53 (1.73)	7.09 (2.34)	5.15 (2.03)
親しみやすさ	46.33 (11.05)	60.87 (7.33)	44.18 (8.46)	60.54 (4.86)
信憑性	20.60 (2.75)	20.20 (3.43)	17.91 (4.04)	19.31 (2.21)

註) カッコ内は標準偏差

態度変化量

態度変化量に対し、2（認知欲求：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、周辺手がかりの有意な主効果が認められた（ $F(1, 49)=6.16, p<.05, \eta^2=.11$ ）。あり条件（ $M=2.71$ ）の方が、なし条件（ $M=.40$ ）よりも肯定的に態度を変化させていた（図1）。その他の有意な主効果ならびに交互作用効果は認められなかった（ $F_s<1, \eta^2_s \leq .01$ ）。

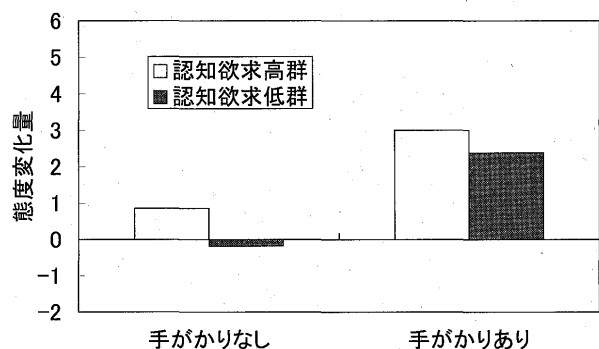


図1 各条件における態度変化量の平均値

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示す値“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。その結果、認知欲求低群のなし条件においては有意差が認められなかったが ($M=-.18, t<1$)、あり条件においては有意差が認められ、唱導方向への変化がみられた ($M=2.38, t=2.60, df=12, p<.05$)。同様に、認知欲求高群のなし条件においては有意差が認められなかったが ($M=.86, t<1$)、あり条件においては有意差が認められ、唱導方向への変化がみられた ($M=3.00, t=3.06, df=14, p<.01$)。

記憶再生

記憶再生得点に対し、2 (認知欲求: 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、認知欲求 × 周辺手がかりの有意な交互作用効果が認められた ($F(1, 51) = 4.90, p<.05, \eta^2 = .09$; 図 2)。認知欲求高群では、あり条件 ($M=6.53$) の方がなし条件 ($M=5.88$) よりも記憶再生成績がよかったが、周辺手がかりの単純主効果は有意ではなかった ($F<1$)。認知欲求低群では逆に、なし条件 ($M=7.09$) の方があり条件 ($M=5.15$) よりも記憶再生成績がよく、周辺手がかりの単純主効果も有意となった ($F(1, 51) = 4.83, p<.05$)。見方を変えると、あり条件では、認知欲求高群の方が低群よりも成績がよかったが、手がかりの単純主効果は有意とはならなかった ($F(1, 51) = 2.86, ns$)。なし条件では、認知欲求低群の方が高群よりも成績がよかったが、手がかりの単純主効果は有意とはならなかった ($F(1, 51) = 2.08, ns$)。その

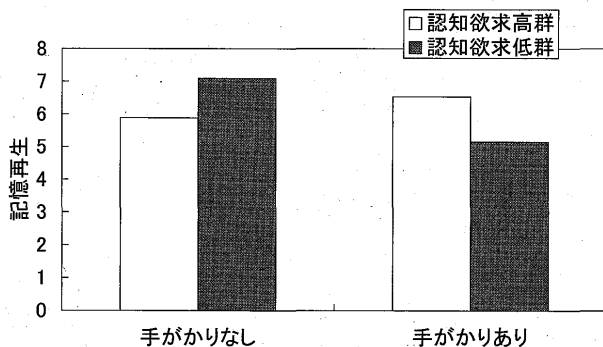


図 2 各条件における記憶再生の平均値

他、認知欲求の主効果、周辺手がかりの主効果はいずれも認められなかった ($F_s \leq 1.19, ns, \eta^2_s \leq .02$)。

ウェブページの印象

親しみやすさ因子に対し、2 (認知欲求: 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、周辺手がかりの有意な主効果が認められた ($F(1, 50) = 45.79, p<.001, \eta^2 = .48$)。あり条件 ($M=60.71$) の方が、なし条件 ($M=45.42$) よりも親しみやすいと感じられていた (図 3)。その他の有意な主効果ならびに交互作用効果は認められなかった ($F_s < 1, \eta^2_s \leq .006$)。

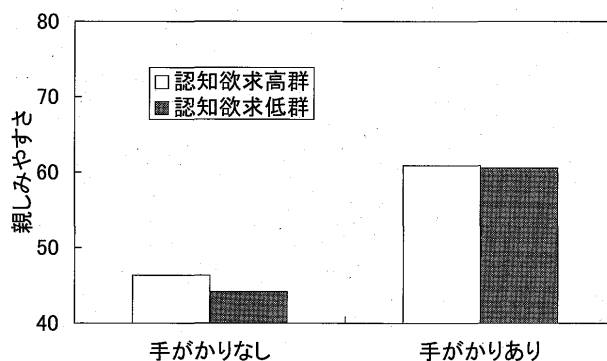


図 3 各条件における親しみやすさの平均値

信憑性因子に対し、2 (認知欲求: 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、認知欲求の有意な主効果が認められた ($F(1, 50) = 4.34, p<.05, \eta^2 = .08$)。認知欲求高群 ($M=20.40$) の方が、認知欲求低群 ($M=18.67$) よりも信憑性を高く感じていた (図 4)。その他の有意の主効果ならびに交互作用効果は認められなかった ($F_s \leq 1.10, ns, \eta^2_s \leq .02$)。

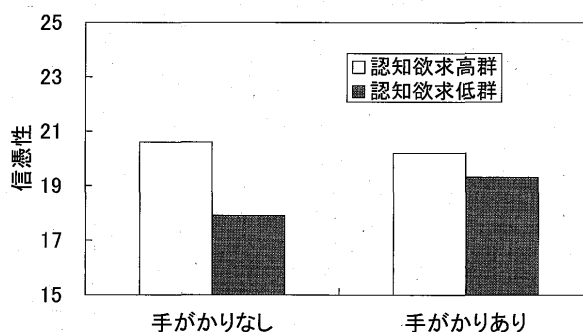


図 4 各条件における信憑性の平均値

表3 従属変数間の相関係数 (サンプル全体)

	事前態度	事後態度	態度変化量	記憶再生	親しみやすさ	信憑性
事前態度	1.00					
事後態度	.71**	1.00				
態度変化量	-.69**	.02	1.00			
記憶再生	.06	-.04	-.10	1.00		
親しみやすさ	.12	.31*	.15	-.04	1.00	
信憑性	.23	.22	-.11	-.15	.22	1.00

*: $p < .05$, **: $p < .01$

従属変数間の相関関係

事前態度, 事後態度, 態度変化量, 記憶再生, ウェブページの印象のそれぞれの得点間で相関係数を算出した。その結果を表3に示す。事前態度と事後態度との間に強い正相関がみられ ($r = .71, p < .01$), クローンに対する態度が事前に肯定的であるほど, ウェブ閲覧後も肯定的であることが示された。さらに, 事前態度と態度変化量との間に強い負相関がみられ ($r = -.69, p < .01$), クローンに対する態度が事前に肯定的であった場合には, 態度変化量は相対的に小さくなることが示された。主たる従属変数である態度変化量と記憶再生, ウェブページの信憑性との間には相関関係が認められなかったが ($r \leq .23$), 親しみやすさと事後態度との間に正相関がみられた ($r = .31, p < .05$)。ウェブページに対する親しみやすさが高まるほど, 事後の態度が高くなることが示された。

考 察

認知欲求と説得効果

認知欲求の高い人であれ, 低い人であれ, ウェブページの装飾の影響を受け, 装飾がない場合よりもある場合において唱導方向に態度変容した。この結果は, 精緻化見込みモデルに基づく本研究の予測と一致するものである。認知欲求は, 説得メッセージの処理動機づけを高めると考えられるが, その一方で処理能力には影響しないと考えられる。つまり, 認知欲求が高くても, 処理動機づけが高いとはいえないのである。その結果, 認知欲求高群においても, 中心ルートではなく, 周辺ルートによる情報処理が行われる可能性が高まる。ウェブページの装飾は周辺手がかりとしてはたらき, 唱導方向への態度変容

を招くことになったのだろう。認知欲求が低い場合, そもそも中心ルートを辿る見込みはない。周辺ルートによる情報処理が行われ, ウェブページの装飾の影響を受けたのだろう。

藤島 (2006) では, 説得トピックに関する興味が高かった人では, ウェブページの装飾の影響はみられなかった。本研究の結果を併せて考えると, 説得トピックに関する興味は, 処理に対する動機づけだけではなく, 処理能力も高めていたのだろう。興味が高い人は, 実験に参加する前から説得トピック (クローン技術) に関する情報に触れたりして, 知識を身につけていたのかもしれない。事前知識が十分であるならば, 説得メッセージに対する処理能力は高いと考えられる。Petty et al. (1981) や Petty & Cacioppo (1984) などにおける自我関与に対しても類似の議論が可能だろう。トピックに対する自我関与が高いことは, メッセージについて積極的に考えようとする動機づけを高める一方で, それに関する知識を早い段階から獲得させているかもしれない。また, 記憶の中で利用可能な関連知識を頻繁に検索することで, アクセス可能性を高めている可能性もある。これらは処理能力を高めることにつながる。いずれにせよ, 中心ルートによる情報処理を行うためには, 処理動機づけと処理能力の両方が高い状態にあることが要件であることが, 本研究から確認されたことになる。

説得メッセージの吟味

認知欲求の低い人では, 周辺手がかりがある場合よりも, ない場合の方が説得メッセージの記憶再生がよかった。これは, 認知欲求の低い人において, 周辺手がかりの存在が説得メッセージの吟味を阻害

していたことを意味している。認知欲求の低い人は処理に対する動機づけが低いために、説得メッセージに注意を向けず、装飾の方により注目をしていたのだろう。この結果、周辺ルートによる態度変容が生じたのだろう。その一方で、周辺手がかりがない場合は、他に注意を逸らす対象が存在しないため、相対的にメッセージを吟味していたのかもしれない。しかし、認知欲求が低いため、中心ルートによる情報処理が行われず、メッセージの論拠の質に基づく態度変容が生じなかったのだろう。

認知欲求高群では、周辺手がかりの有無によって説得メッセージの記憶再生量に大きな違いはみられず、むしろ周辺手がかりがあるときの方が記憶再生の成績がよかった。これは、認知欲求が文章を論理的に理解する能力と関連すること（神山・藤原，1991）が影響しているかもしれない。文章理解力の高さが、周辺手がかりの有無とは関係なく、一定の説得メッセージ吟味を可能にしていたのだろう。

しかし、文章を理解できることと、説得メッセージの内容を十全に理解できることは必ずしも対応しない。説得トピックに関する知識を持たない場合、説得メッセージの論拠について十分な検討はできないと考えられる。認知欲求の高さは、本研究で用いた説得トピックであるクローン技術に関する知識とは関連しないと考えられる。そのため、説得メッセージの文章理解はできても、論拠の質についてはよくわからなかったのだろう。その結果、周辺ルートによる情報処理が行われ、周辺手がかりであるウェブページ装飾の影響を受けたのだと考えられる。

ウェブページの装飾が持つ意味

本研究で用いたウェブページの印象評定は二次元からなっていた。ひとつは親しみやすさであり、もうひとつは信憑性であった。本研究で用いた装飾は、親しみやすさに影響しており、装飾がない場合と比べて装飾がある場合により親しみやすいという印象を与えていた。その一方で、信憑性に対しては装飾の影響はみられなかった。これは、本研究においてウェブページの装飾は、メッセージの送り手の単なる魅力を高めただけであり、専門性評価を高めたの

ではないことを意味している。つまり、説得トピックとはもっとも関連のないところで、好印象を与えていたことになる。また、親しみやすさはウェブページをみた後の態度に影響を及ぼしており、親しみやすさが高まるほど、唱導方向の態度が得られる結果になった。この結果は、態度変化量との相関ではないので弱い証拠でしかないが、親しみやすさという説得トピックとはまったく関連しない要因が説得効果を持ったことを示しており、精緻化見込みモデルの周辺ルートによる予測と合致するものである。本研究から、ウェブページにおける装飾が周辺手がかりとして働いている直接的な証拠が得られたといえるだろう。

信憑性は、認知欲求の低い人よりも高い人の方で高かった。これは、先述した認知欲求と文章の論理的な理解能力との関連によるものかもしれない。本研究で用いた説得メッセージは、強論拠のものであり、文章としても練られたものであった。そのため、文意の一貫性などが高かったと考えられる。このような説得メッセージを、認知欲求の高い人は自身の文章の論理的な理解能力を持って理解しただろう。文意の一貫性などもより明確に捉えることができたと考えられる。その結果、一定の信頼や専門性が認められると判断したのだろう。

本研究の含意

本研究は、ウェブページにおける装飾の説得効果を精緻化見込みモデルに基づき検討した。その結果は、精緻化見込みモデルの予測と合致するものであり、このモデルの妥当性を示している。まず、周辺ルートによる情報処理において、説得トピックとは全く関連しないウェブページの親しみやすさが影響することを示した点に価値がある。我々は、ある条件下では（というより、多くの条件下で）、送り手の親しみやすさから態度を決定するのである。また、中心ルートによる情報処理を行うためには、処理動機づけが高いだけでなく、処理能力も高くなければならないことを確認した。これまで、自我関与が高い場合（Petty & Cacioppo, 1984; Petty et al. 1981）やトピックに対する関心が高い場合（藤島，2006）

には、中心ルートによる情報処理が生じることが確認されている。本研究の結果を併せると、自我関与や関心が高い場合は、処理動機づけも処理能力も高い場合なのだと考えられる。Kohyama & Fujihara (1992) では処理能力が低い場合においても論拠の質の効果がみられていたが、これらの結果は、Kohyama & Fujihara (1992) が解釈していたように、説得メッセージの表面的な特徴が影響したのかもしれない。そこでは、本研究における信憑性の結果のように、文意の一貫性が周辺手がかりのように働いたのかもしれない。

本研究には、認知欲求尺度(神山・藤原, 1991)の妥当性検討という側面もあるだろう。態度変容において精緻化見込みモデルと合致した結果が得られたこと、記憶再生において、認知欲求の低い人では周辺手がかりの存在が注意の散逸をもたらしたと考えられることなどから、認知欲求尺度の構成概念妥当性が示されたといえるだろう。その一方で、神山・藤原(1991)も指摘していたように、認知欲求が文章の論理的理解能力と関連している可能性も示唆された。文章の論理的理解能力と関連することが認知欲求尺度の価値をすぐに低めるものではないが、文章を用いた研究でこの尺度を用いるときには、結果の解釈に留意する必要があるだろう。

本研究の結果には、現実場面に対する含意もある。インターネットが普及した現在、ウェブページを利用して情報収集することが極めて多くなった。本研究の結果は、その際、情報それ自体ではなく、情報と無関連な手がかりに我々は影響を受けてしまうことを示唆している。説得メッセージそれ自体の吟味が適切になされる、つまり中心ルートによる情報処理がなされるのは、処理動機づけと処理能力の両方が高まっている場合のみで、極めて限定された条件下である。多くの場合、我々は処理動機づけか、処理能力のいずれかを欠いている。さらに、インターネット上では多くの情報に囲まれる形になり、我々の処理能力はさらに低まることになるだろう。その結果、インターネット上では周辺的な手がかりによ

る被影響性が高まることになる。今後、我々の情報リテラシーの向上と、様々な形での知的好奇心の喚起が重要になるだろう。特に、クリティカル・シンキング教育による情報リテラシーの向上は大きな意味を持つだろう。

見方を変えると、企業イメージなどの向上には、ウェブページのデザインが大きな意味を持つことになる。本来、企業イメージの向上は企業体質の健全化によって主導されるべきであり、それに異を唱えるつもりはない。しかし、企業努力の一方でなかなかイメージの向上がみられない場合もあるだろう。その場合は、企業ブランドのイメージ向上が大きな意味を持ち、それにはウェブページのデザイン改善が効果を持つことになる。コスト・ベネフィットを考えた場合、その力は非常に大きなものだろう。

註

- 1) 本研究は、昭和女子大学文学部心理学科神山亜希(平成16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。

引用文献

- Cacioppo, J. T. & Petty, R. E. (1982). The need for cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 116-131.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., & Morris, K. (1983). Effects of need for cognition on message evaluation, recall, and Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 805-818.
- Cacioppo, J. T., Petty, R. E., Kao, C. F., & Rodriguez, R. (1986). Central and peripheral routes to persuasion: An individual difference perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1032-1043.
- Cohen, A. R., Stotland, E., & Wolfe, D. M. (1955). An experimental investigation of need for cognition. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51, 291-294.
- 藤島喜嗣 (2006). 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 学苑, 784, 40-49.
- 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〉（2006年11月25日）
- 神山貴弥（1993）. 認知欲求が情報処理活動および態度変容過程に及ぼす影響 博士論文（広島大学）
- 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.
- Kohyama, T. & Fujihara, T. (1992). Effects of need for cognition and distraction on issue-relevant elaboration and attitude change. *Japanese Journal of Experimental Social Psychology*, 31, 222-230.
- Mehrabian, A. (1976). *Manual for the questionnaire measure of stimulus screening and arousability*. Unpublished manuscript, UCLA.
- 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. (1986 a). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer-Verlag.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1986 b). The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental and Social Psychology*, Vol. 19. New York: 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.
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, 526-537.
- Zuckerman, M., Kolin, E. A., Price, L., & Zoob, I. (1964). Development of sensation-seeking scale. *Journal of Consulting Psychology*, 28, 477-482.