〔資 料〕

説得的コミュニケーションに対する被影響性の 性差に関する研究¹⁾

上 野 徳 美
大分医科大学

A study of sex differences in influenceability
by persuasive communication

TOKUMI UENO (*Oita Medical University*)

The present study was designed to examine sex differences in the acceptance or rejection of the persuasive communication. Two factors were involved in the experiment; i.e., the amount of the pressure of message (low or high), and the sex of subjects, which constituted a 2×2 factorial design. After the subjects were exposed to proattitudinal message, the effects of message were measured in various aspects by using a questionnaire. Sex differences were obtained in the cognitive responses (favorable thoughts). Interaction effects between the pressure of message and the sex of subjects were found in the measures of cognitive responses (favorable thoughts and unfavorable thoughts) and the evaluation of communicators. These results showed that sex differences in influenceability tended to be found in the high pressure message. Finally, mechanisms of sex differences in influenceability were discussed.

Key words: sex differences, pressure of message, threat to freedom, cognitive responses, psychological reactance, persuasion, influenceability.

問 題

社会的影響に対する感受性や影響の受けやすさ、すなわち、被影響性 (influenceability) の性差に関する問題は、これまで説得や同調の研究パラダイムの中で検討されてきた。その中で、McGuire (1968) は被影響性の性差に関係した諸研究をレビューし、被影響性に有意な性差は見られないとする研究は多いものの、女性の方が男性よりも影響を受けやすいという指摘が優勢であることから、女性は社会的影響に対して感受性が強い、と結論

づけている。

こうした指摘はその後論争を引き起こす結果となり、1970年代から被影響性の性差に関する研究を数多く生みだした。例えば、Maccoby & Jacklin (1974) によると、被影響性に関する138の研究のうち、84の研究は有意な性差を見出していないが、残り54の研究では5%または1%水準で有意な性差が見られ、McGuireの指摘と符合する報告がなされている。また、Eagly & Carli (1981) は、過去25年間に行われた約150の研究をメタ分析し、女性は男性よりも影響を受けやすい、というMcGuireの

1) 本研究の一部は、九州心理学会第52回大会(1991年度)において口頭発表したものである。その際に熊本大学教育学部の佐藤静一先生から有益なご助言をいただいた。また、拙稿の審査に当たられた匿名の先生方から大変貴重なご指摘やご指導をいただいた。ここに記して感謝の意を表します。

結論を支持している。彼女らは、説得場面や同調場面で女性の被影響性が高いこと、とりわけ、他のメンバーからの監視のある同調場面において被影響性の性差が生じやすいことを報告している。

このように、同調や説得などの社会的影響過程において性差の生じやすいことが示唆されているものの、そうした被影響性の性差はどのように説明されるのだろうか。これまでのところ、社会化や性役割の差異という観点からの説明がしばしばなされている。すなわち、男性よりも女性の方が影響に対する感受性が強い理由の1つは、社会的な圧力に対する同調の仕方が社会化の過程において男女で違った形で学習されているためと考えられている。社会化の過程において、女性は男性に比べ他者や集団に同調するよう、より強くまたより一律に求められるという傾向がある (Eagly & Carli, 1981; McGuire, 1985)。また、性役割として、女性は他者との間に親和的な関係を維持したり集団の調和をはかったりすることが求められがちであるのに対して、男性は他者に対して影響力や支配力を行使するという、影響の行使者の役割が期待されがちである (Eagly, 1987)。そうした性役割的な特性が被影響性の性差 (説得研究の文脈で述べれば、女性は説得に対して受容的な反応を示しがちであるが、男性はむしろ抵抗や反発を示す傾向がある) を引き起こす原因の1つとみなされている。

さらに、別の説明として、女性に関係の深い話題では男性の方が女性より影響を受けやすく、男性に関係の深い話題では女性の方が影響を受けやすい、という指摘がある (例えば、Cacioppo & Petty, 1980)。つまり、話題に関する知識の有無が被影響性の性差を引き起こす重要な規定因である、という考え方である。

これらの説明は、社会的影響の結果として生じた意見や判断の差異にもとづいてなされており、研究結果の事後の解釈としては示唆的ではある。しかしながら、そうした被影響性の性差がどのような媒介過程を経て生じるかについての知見は乏しく、受け手側に見られる心理過程の差異を考慮に入れた説明も十分なされていない。

そこで、本研究は説得研究の枠組みの中で被影響性の性差の問題について検討することを目的とする。すなわち、McGuire (1968) や Eagly & Carli (1981) が指摘するように、説得場面においても果たして男女差が認められるか否か、また、もし男女差が認められる場合、そこにどのような心理的な媒介過程が生じるかを探ることを目的とする。これらの点を明らかにするために、受け手の態度に及ぼす説得的コミュニケーションの影響については、話題に関する意見の差異だけでなく、それを媒介すると考えられる受け手の認知反応や感情反応、送り手に対する評価なども測定し、被影響性の性差の生じうる

側面を多面的に分析する。このうち、コミュニケーションに対する認知反応 (好意的思考、非好意的思考) と感情反応 (好意的感情、非好意的感情) は、被影響性の性差を生み出す主要な媒介変数になると考えられる。特に、Petty & Cacioppo (1986) の精査可能性モデル (Elaboration Likelihood Model) の研究から示唆されるように、受け手の認知反応は説得の受容や抵抗、およびその男女差を引き起こす重要な変数になると予想される。過去の被影響性の性差に関する研究では、話題に関する意見や判断が主たる測定として用いられてきたが、このような受け手側の内的過程や主観的反応についての検討は十分に行われていないのである。

ところで、情緒経験に及ぼす心理的リアクタンスの効果を調べた今城 (1984) の研究では、同意への圧力 (自由への脅威) が大きい場合、女性は同調傾向を示すのに対して、男性はむしろ抵抗を示しやすいたことが報告されている。またこの研究では、女性被験者は同調傾向を示しながらも、内面的にはリアクタンス喚起の徴候を示したことも示唆されている。なお、ここで説得の圧力とは、説得的コミュニケーションの受容や拒否 (抵抗) を左右する重要なメッセージ変数であり、心理的リアクタンス理論 (Brehm & Brehm, 1981) における自由への脅威の変数と同じ意味をもつものである。

こうした今城 (1984) の研究や先の Eagly & Carli (1981) の指摘をもとに推論すれば、説得による同意への圧力が強くなるほど、男女差が顕著に生じると考えられる。つまり、説得による同意への圧力が増すほど、被影響性の男女差が大きくなり、女性は説得を受容する反応を示しやすくなるのに対して、男性はむしろ説得への抵抗を示すということが予想される。したがって、説得の圧力の強さという要因を実験変数として取り入れることによって、被影響性の性差の問題が一層明瞭な形で検証されるものと考えられる。

以上の見地から、本研究では、説得的コミュニケーションに対する被影響性の性差、すなわち説得の受容や抵抗を規定する受け手の性の効果をコミュニケーションの圧力 (自由への脅威) の強さとの関連において検証するとともに、被影響性の性差の生じる媒介過程を究明することを目的とする。

被影響性の性差は、説得的コミュニケーションの圧力が小さい場合よりも大きい場合において生じやすいであろう。コミュニケーションの圧力が大きい場合、女性被験者は説得に対して肯定的反応 (受容) を示し、男性被験者はむしろ否定的反応 (説得への抵抗) を示しやすいたと考えられる。言い換えれば、コミュニケーションの圧力の大小と受け手の性との交互作用効果が生じる、と予測される。

方 法

被験者 実験の被験者は大学生男女合計 81 名（男子 35 名、女子 46 名）であり、教養部の心理学の授業を受講している学生であった。男女ともに全員 1 年生であった。

実験計画 本実験で扱う変数は、説得メッセージの圧力の大小と受け手の性別の 2 要因であり、実験は 2（圧力の大小）× 2（男性、女性）の要因計画（after-only デザイン）に基づいて実施された。圧力の大小の要因も被験者間変数であった。なお、これまでも指摘されているように（例、藤原・神山, 1988 など）、態度変容はある事象の前後においてみられる個人の意見や感情の変化を指すものであり、その意味で before-after デザインによって個人内の変動を検討し、意見変化量などを調べる方が方法論としては望ましいと考えられる。しかしながら、本研究では説得話題に関する意見のみが主要な従属変数ではなく、説得メッセージに対する認知反応や感情反応も重要な従属変数として捉え、被影響性の側面を多次的に調べることを目的としている。これらの従属変数は説得メッセージの提示後にしか測定できないため、意見に関しても同様に事後測定のみを行った。ただし、理想的には、意見に関してのみ before-after 型で測定し、初期態度の等質性や男女差を事前にチェックしておくことが望ましいと言える。

手続き 実験は、「記事の印象に関する調査」という名目のもとに行われ、教室において集団実験の形で実施された。圧力の大条件と小条件への被験者の割当ては、実験用の小冊子を無作為に配布することによって行われた（圧力小条件：40 名、圧力大条件：41 名）。なお、「調査」への回答は無記名方式であった。

1. 説得メッセージ 上野・小川（1983）の用いた「文学作品と人間形成」という話題のメッセージを一部手直しをして（字数は約 1200 字）、人間形成のために文学作品を大いに読むべきである、と主張する説得メッセージを 2 種類（圧力大、圧力小）用意した。説得メッセージは小冊子の中に印刷され、ある文芸評論家が文芸関係の雑誌に寄稿した記事として紹介された。メッセージの送り手が男性の場合、女性被験者は同調反応を示しやすいことが示唆されているので（今城, 1984; Leventhal & Mace, 1970）、送り手の性別については触れないようにした。また、メッセージのインパクトを強めるために、被験者は記事を 2 度読むよう求められ、後で各自の意見や感想が尋ねられる旨伝えられた。なお、以前の予備調査の結果から、説得メッセージは受け手の初期態度と同じ方向にある順態度的メッセージであることが確認されている。

2. 説得メッセージの圧力の操作 メッセージの圧力の大小の操作は、先行研究（Snyder & Wicklund, 1976; 上

野・小川, 1983）にもとづいて、メッセージの途中と最後の 2 カ所に受け手の態度・行動の自由の脅威を与えるような高圧的で押し付けがましい文を挿入するか否かによって行われた。つまり、圧力大のメッセージには、「…読者も必ずこの意見に賛成するとしか考えられない。なぜなら、この考えに反対する理由など全くないからである…」や「…絶対に文学作品を読むべきだと信じている。このような考え方にはまったく疑問の余地はなく、読者もこの考えに同意する以外ないであろう。」といった 2 つの文章がメッセージの途中と最後に挿入された。一方、圧力小のメッセージにはそのような文章は挿入されなかった。

3. 従属変数の測定 説得メッセージの提示直後に、質問紙及び実験者の教示によって次のような順序で従属変数の測定を行った。

(1) 認知的反応：メッセージ提示中に頭に浮かんだ考えを約 3 分間で箇条書きの形にリストアップするよう求め、その後でリストされたものを被験者自身に分類させ自己評定させた。すなわち、Petty & Cacioppo (1977, 1986) の思考リスト法にもとづき、「文学作品と人間形成」に対して好意的考えや同意を示すもの（+）、反論や疑問を示すもの（-）、および、どちらでもないもの（0）、の 3 つのいずれかに分類するよう求めた。+、-、0 の記号は、それぞれメッセージに対する好意的思考、反論（非好意的思考）、および中立的思考を意味するカテゴリーであり、各カテゴリーに分類された思考の数（箇条書き文の数）が認知的反応の得点として分析された。

(2) 知覚されたメッセージの圧力（脅威）：「自分の意見を過度に押しつけようとしているかどうか」、「受け手の意見を尊重する気持ちが感じられるかどうか」の 2 項目から成り、メッセージの圧力、すなわち態度選択の自由への脅威を受け手がどの程度感じたかを測定した。いずれも 7 段階評定であり、数値が大きいほど知覚された自由への脅威が大きいことを示す（後述の意見に関する項目を除き、以下の項目も同様に 7 段階評定）。

(3) 感情的反応：①感じがよいー感じが悪い、②反発を感じないー反発を感じる、③愉快なー不愉快な、の 3 項目から成り、メッセージによって生じる感情的反応を測定した（数値が大きいほど反応が否定的）。

(4) メッセージ内容の評価：①信頼できないー信頼できる、②適切でないー適切である、③正確でないー正確である、の 3 項目で、メッセージの内容や結論に対する受け手の評価を測定した（数値が大きいほど、メッセージ評価が肯定的）。

(5) 送り手に対する評価：①信頼できないー信頼できる、②親しみを感じないー親しみを感じる、の 2 項目（数値が大きいほど、送り手に対する評価が肯定的）。

(6) 話題に関する意見：「人間形成のために、文学作品を
 どんどん読むべきである」に関する賛否度（13段階評定
 で、数値が大きいほど話題に対する意見が肯定的）。

結 果

知覚されたメッセージの圧力

測定項目間の相関が高いことは先行研究において確認
 されているので（例えば、上野, 1991 では $r = .56, p < .01$;
 以下の測度についても $r = .50$ 前後の有意な相関）、各
 被験者ごとに2項目の合計評定値を算出し、その結果を
 分散分析（ 2×2 ）したところ、メッセージの圧力の主効
 果（ $F = 35.72, df = 1/77, p < .01$ ）のみ有意であつ
 った。圧力大のメッセージ（ $M = 11.32$ ）は圧力小のメッ
 セージ（ $M = 8.18$ ）に比べて知覚された自由への脅威の
 度合いが大きく、圧力の操作が有効であったことを示し
 ている。また、知覚されたメッセージの圧力に男女差は
 認められず、男性（ $M = 9.71$ ）と女性（ $M = 9.80$ ）の
 いずれも、影響意図の認知のレベルでは差異のないこと
 がわかった。

説得メッセージに対する認知反応

Table 1 の好意的思考の結果について分散分析（ 2×2 ）
 を行ったところ、受け手の性の主効果（ $F = 10.80, df =$
 $1/77, p < .01$ ）と交互作用効果（ $F = 7.00, df = 1/77,$
 $p < .01$ ）が有意であった。すなわち、男性よりも女性
 の方が説得メッセージに対して好意的な考えがより多く生
 じており、その傾向は圧力大のメッセージの場合に顕著に
 認められた（ $t = 4.11, df = 77, p < .01$; Winer, 1971
 にもとづく検定、以下の下位検定も同様）。圧力大のメッ
 セージに対して、女性では好意的思考が多く生じていた
 が、男性のそれは女性の3分の1以下であった。

他方、反論（Table 1）の結果に関しては、交互作用効
 果（ $F = 4.76, df = 1/77, p < .05$ ）のみ有意であつ
 った。つまり、圧力大のメッセージにおいてのみ有意な性

Table 1
 認知的反応

条 件		好意的思考		反 論	
		男性	女性	男性	女性
圧力小	M	1.24	1.35	1.00	1.48
	SD	0.97	0.83	0.61	1.44
	N	17	23	17	23
圧力大	M	0.50	1.61	1.72	1.13
	SD	0.62	0.89	1.18	0.87
	N	18	23	18	23

[注] Mは平均値を示す。各条件の被験者
 数(N)は以下の表でも同じ。

Table 2
 否定的感情反応

条 件		男性	女性
圧力小	M	10.41	11.04
	SD	2.48	2.70
圧力大	M	15.50	14.30
	SD	3.47	3.83

[注] Mは3項目（得点範囲3~21）の
 合計評定値の平均値を示す。

Table 3
 送り手の評価

条 件		男性	女性
圧力小	M	9.53	8.48
	SD	2.21	2.45
圧力大	M	5.78	7.17
	SD	2.56	2.48

[注] Mは2項目（得点範囲2~14）の
 合計評定値の平均値を示す。

差（ $t = 1.74, df = 77, p < .05$ ）が見られ、男性では
 反論が多く生じたのに対して、女性ではむしろ反論は抑
 制される傾向にあった。

説得メッセージに対する感情的反応

Table 2 の感情的反応に関する結果（3項目の合計評定
 値）を分散分析（ 2×2 ）したところ、メッセージの圧力
 の主効果（ $F = 32.51, df = 1/77, p < .01$ ）のみ有意で
 あった。男女ともに、圧力小のメッセージに対してはより
 肯定的な感情反応（ $M = 10.78$ ）を示し、圧力大のメッ
 セージに対してはより否定的な感情反応（ $M = 14.83$ ）
 を示していた。

送り手およびメッセージ内容の評価

Table 3 の送り手の評価に関する結果（2項目の合計評
 定値）を分散分析（ 2×2 ）したところ、メッセージの圧
 力の主効果（ $F = 19.04, df = 1/77, p < .01$ ）と交互作
 用効果（ $F = 5.02, df = 1/77, p < .05$ ）が有意であつ
 った。メッセージの圧力が小さい場合、送り手に対する受
 け手の評価は肯定的であるが、圧力が大きい場合は送り
 手に対する評価はより否定的であった。また、メッセージ
 の圧力が大きい時には、女性よりも男性の方が送り手
 に対する評価がより否定的である、という形の性差が見ら
 れた（ $t = 1.81, df = 77, p < .05$ ）。他方、メッセージ
 内容に関する評価については、目立った結果は得られず、
 男性の場合（ $M = 13.54$ ）も女性の場合（ $M = 13.07$ ）
 も類似した評価をしていることがわかった。

話題に関する意見

話題に関する意見（Table 4）について分散分析（ 2×2 ）

Table 4
話題に関する意見

条 件		男性	女性
圧力小	<i>M</i>	9.47	9.57
	<i>SD</i>	2.48	2.31
圧力大	<i>M</i>	8.94	10.70
	<i>SD</i>	2.39	2.27

[注] *M*は意見項目（1項目で13段階評定）の平均値を示す。

した結果、受け手の性の主効果 ($F = 3.15, df = 1/77$) が8%水準で認められた。さらに、圧力大条件における男女差を検討するために下位検定を行った結果、圧力大のメッセージでは男女の意見得点に有意差が見られ ($t = 2.38, df = 77, p < .05$)、女性では説得方向への意見変化が見られたのに対して、男性ではむしろ説得への抵抗が生ずる傾向が認められた。他方、圧力小のメッセージでは、男女ともに同じような意見得点を示していた。つまり、説得による同意への圧力が強い場合のみ、意見得点に有意な男女差が認められた。交互作用効果は有意ではなかったものの、結果の示すパターンは好意的思考のそれと類似していた。

考 察

本研究では説得的コミュニケーションに対する反応を多面的に分析した結果、説得メッセージに対する認知反応（好意的思考）に関して受け手の性の主効果が見出され、女性では説得に対して肯定的な反応を示したのに対して、男性はむしろ否定的な反応を示した。認知反応という受け手の積極的な情報処理の過程において男女差が生じたことは注目される。話題に関する意見については有意ではなかったが ($p < .08$)、受け手の性の効果が認められる傾向にあった。

認知反応（好意的思考と反論の両者）や送り手の評価に関しては、説得の圧力の大きさと受け手の性との有意な交互作用効果が認められ、また、意見に関しても類似した傾向が見られた。すなわち、説得の圧力が小さい時には男女差が認められないのに対して、圧力が大きい場合には女性の方が男性よりも説得メッセージに対し肯定的な反応を示すという形の性差が生じていた。説得の圧力が強い場合、女性被験者では説得を受容する反応が生じ、男性被験者ではむしろ反対に説得への抵抗が見られたのである。

以上の結果は、受け手の性の影響は説得の圧力の強さと相互作用すること、言い換えれば、同意への圧力が小さい事態よりも大きい事態ほど被影響性の性差が生じや

すいことを示したのと言えよう。したがって、女性の方が男性よりも社会的影響に対する感受性が強いという指摘 (McGuire, 1986) は、説得による同意への圧力が強く働くような場面において当てはまりやすいものと考えられる。この点に関連して、前述の Eagly & Carli (1981) は、説得場面よりも同意への圧力が強く作用する同調場面の方が性差がより明瞭に生じることを見出しているが、そうした報告は本研究結果の示唆するところと符号するものである。また、圧力の強さによって性差の生じ方の異なることが実証された点は、情緒経験に及ぼすリアクタンスの効果を調べた今城 (1984) や Leventhal & Mace (1970) の報告とも基本的に一致している。

それでは、同意への圧力の強い場面において性差が生じる心理的メカニズムとしてどのようなことが考えられるだろうか。本研究の結果にもとづいて考察すれば、説得に対する受け手の認知反応や送り手に対する受け手の評価が、被影響性の性差を生み出す主たる媒介過程として働いていると思われる。認知反応に関しては、男性被験者では好意的思考よりも反論が多く発生し、説得への抵抗が見られたのに対して、女性被験者の場合、逆に好意的思考の方が多く発生し、説得に対して肯定的な反応が生じていた。送り手の評価に関しても、男性被験者は女性被験者に比べてかなり否定的に評価（格下げ）していた。他方、受け手によって知覚された説得メッセージの圧力に関しては、圧力大条件でも男性 ($M = 11.61$)、女性 ($M = 11.09$) とともにほぼ同じような値を示しており、これは、態度の自由に対する脅威すなわち影響意図の認知のレベルでは男女ともに同程度に圧力を感じていたことを意味している。このような点から、圧力の強いコミュニケーションに接触している時に生じる受け手の思考や送り手に対する評価の仕方が、性差を生み出す媒介過程として中心的な役割を果たしていると考えられる。

では、高圧的な説得を受けた場合、認知反応や送り手評価のレベルでなぜ前述のような性差が生じるのか、という更なる説明の問題が残る。この点について、心理的リアクタンス理論 (Brehm & Brehm, 1981) と精査可能性モデル (Petty & Cacioppo, 1986) を手掛りにして考えると、高圧的で押しつけがましい表現が心理的リアクタンスやバイアスのかかった反応をどの程度喚起したかによるものと推論される。上記の通り、影響意図の認知のレベルでは男女間に差異は認められないものの、男性被験者にとって、高圧的で押しつけがましい表現は否定的な手掛りとして作用し、心理的リアクタンスとそれに伴う反論や送り手評価の格下げを引き起こしたが、女性被験者にとっては、それはむしろメッセージのインパクトを高めるための役割を果たしたものであると思われる。つまり、女性被験者の場合、押しつけがましい表現によって

リアクタンスやバイアスのかかった反応はあまり喚起されず、むしろメッセージ内容そのものをよく吟味し評価しようとする傾向が優勢となり、説得メッセージに対して肯定的な反応が生じたものと考えられる。ここで、喚起されるリアクタンスやバイアスが男女間でなぜ異なると推論されるか、という説明の問題もまた生じる。しかし、本研究にはこうした推論をさらに掘り下げて議論するためのデータや証拠はないため、今後、被影響性の性差の生じる媒介過程をより詳しく分析する中で、この議論を深めていく必要があると思われる。

ところで、同意への圧力が大きい場合、女性被験者は外面的には同調しながらも内面的にはリアクタンス反応を示すことがあるという二面的な反応傾向（今城，1984）は本研究では見出されなかった。説得の圧力が大きい場合、認知反応や送り手評価という内面的なレベルでは好意的反応が生じ、外示的な反応としての意見も十分に有意ではなかったが、そうした内面的反応と類似の反応傾向が見られた。ただ、感情的反応に関しては、圧力の強いメッセージに対して男女ともに否定的な感情反応を示しており、この結果は女性被験者においても内面的にリアクタンス反応が幾分生じていることを示唆している。このような説得的コミュニケーションに対する受け手側の反応の多面性については、単に男女差という観点からだけでなく、説得の受容と抵抗のメカニズムを解明する一般的な問題としてさらに実証的に検討しなければならぬ課題と言えよう。

なお、以上の知見を一般化するに当たっては、考慮しておくべき問題もある。それは、一種の実験者効果の問題である。実験者が男性の場合には性差が生じやすくなり、女性被験者の被影響性が高くなるとする指摘（Eagly & Carli, 1981）もある。本研究の場合、実験者は男性であったため、そうした実験上のアーティファクトが混入している可能性がないとは言えない。しかし、もしもそうした実験者効果が強く関与していたとするならば、説得メッセージの圧力小の条件（すなわち、従来の説得研究と同じようなメッセージ条件）においても有意な性差が生じるはずであるが、実際はそうした結果は得られていない。したがって、実験者効果の影響は少ないと思われるが、その可能性を完全に否定できる証拠もない。今後、この種の研究を行う際には、あらかじめ実験者の性を実験条件として組み入れて、実験者効果についても併せて検証できるような研究が望まれる。

要 約

本研究は、被影響性の性差、すなわち説得の受容や抵抗を規定する受け手の男女差の問題を説得の圧力（自由

への脅威）の強さとの関連において検証することを目的とした。とりわけ、説得の圧力の大小によって性差の生じ方に違いが認められるか否か、また、性差が見られる場合、そこにどのような心理的メカニズムが働くかを中心に検討した。実験は、2（説得メッセージの圧力：大、小）×2（受け手の性別：男、女）の要因計画に基づいて実施され、説得メッセージの提示直後に、メッセージに対する反応が多面的に測定された。

実験の結果、説得に対する認知反応（好意的思考）に関して受け手の性の主効果が見られ、女性は説得に肯定的な反応を示したのに対して、男性は否定的な反応を示した。話題に関する意見においては十分に有意ではなかったが、性の主効果の傾向が認められた。また、認知反応（好意的思考と反論の両者）や送り手の評価に関して、圧力の大きさと受け手の性との交互作用効果があり、話題に関する意見についても類似の傾向が見られた。すなわち、説得の圧力が小さい時には性差が認められないのに対して、圧力が大きい時には女性被験者では説得を受容する反応が見られ、男性被験者では説得への抵抗が生じた。これらの結果は、説得による同意への圧力が大きい場合に被影響性の男女差が明瞭になりやすいことを示したものであり、受け手の性の効果は説得の圧力の強さと相互作用することを強く示唆している。

さらに、メッセージ接触中に生じる受け手の認知反応（好意的、非好意的思考）や送り手に対する評価が、被影響性の性差を生み出す媒介過程として関与していることが示唆された。

引 用 文 献

- Brehm, S. S., & Brehm, J. W. 1981 *Psychological reactance: A theory of freedom and control*. New York: Academic Press.
- Eagly, A. H. 1987 *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Eagly, A. H., & Carli, L. L. 1981 Sex of researchers and sex-typed communications as determinants of sex differences in influenceability: A meta-analysis of social influence studies. *Psychological Bulletin*, **90**, 1-20.
- 藤原武弘・神山貴弥 1988 説得における Elaboration Likelihood Model についての概要 広島大学総合科学部紀要Ⅲ 情報行動科学研究, **12**, 45-54.
- 今城周造 1984 情緒経験におよぼすリアクタンスの効果 - 漫画評価事態における検討 - 心理学研究, **55**, 268-274.
- Leventhal, H., & Mace, W. 1970 The effect of laughter

- on evaluation of a slapstick movie. *Journal of Personality*, **38**, 16-30.
- Maccoby, E. E., & Jacklin, C. N. 1974 *The psychology of sex differences*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- McGuire, W. J. 1968 Personality and susceptibility to social influence. In E. F. Borgatta & W. W. Lumbert (Eds.), *Handbook of personality theory and research*. Chicago: Rand McNally, Pp. 1130-1187.
- McGuire, W. J. 1985 Attitudes and attitude change. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology*. 3rd ed., Vol. 2 New York: Random House. Pp. 233-346.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. 1977 Forewarning, cognitive responding, and resistance to persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, **35**, 645-655.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. 1986 *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer-Verlag.
- Snyder, M. L., & Wicklund, R. A. 1976 Prior exercise of freedom and reactance. *Journal of Experimental Social Psychology*, **12**, 120-130.
- 上野徳美 1991 メッセージの反復と圧力が説得の受容と抵抗に及ぼす効果 実験社会心理学研究, **31**, 31-37.
- 上野徳美・小川一夫 1983 自由の脅威と意見表明が説得への抵抗に及ぼす効果 -反復説得事態におけるリアクタンス効果について- 心理学研究, **54**, 300-306.
- Winer, B. J. 1971 *Statistical principles in experimental design*. 2nd ed., New York: McGraw-Hill.

(1993年12月5日受稿)
(1994年3月23日受理)