

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 16 日現在

機関番号：32683

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2012～2014

課題番号：24530795

研究課題名(和文)説明行為が説明事象の信憑性・実在性認知に与える心理的影響過程

研究課題名(英文)Effects of explanation on perceived existence or credibility of explanation target objects

研究代表者

宮本 聡介 (Miyamoto, Sousuke)

明治学院大学・心理学部・教授

研究者番号：60292504

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,800,000円

研究成果の概要(和文)：説明経験によって、説明者自身の中でその話題に対する認知(例えば信憑性・実在性など)が変化するかどうか(『後説明効果(Post Explanation Effect: PEx効果)』と命名)を明らかにすることが本研究の目的であった。架空の心理用語、架空の商品、自己のパーソナリティ、ウソ、トラブルの原因の説明場面などからPEx効果が確認され、いくつかの媒介要因も示唆された。本研究の知見は、うわさ伝達過程の中で、うわさの広がりに関わる伝達者の視点からの心理的影響の解明などに応用できる可能性がある。

研究成果の概要(英文)：Explanation experience could affect the cognition of explainers themselves. We call this phenomenon as post-explanation effect (PEx effect). Purpose of this study is to demonstrate this effect by using experimental method and submit basic model of this effect. Explanation experience of fictitious psychological term, fictitious goods, own personality, lie story, the cause of trouble conduce PEx effect. Additional intermediate factors such as felicity of explanation, commitment, were also pointed out. The findings of this study will be contributed to the mechanism of rumor spreading process from the transmitter's point of view.

研究分野：社会心理学

キーワード：explanation experience post explanation effect belief perseverance saying is believing shared reality self explanation

1. 研究開始当初の背景

説明行為が説明者自身に与える影響の心理学的研究は、教育心理学分野でその積み重ねが多い。この分野では、説明行為によって学習対象に対する説明者自身の理解が深まることが報告されている(Gagné & Smith, 1962; Chi, Bassok, Lewis, Reimann, & Glaser, 1989; Roscoe & Chi, 2007; 伊藤・垣花, 2009; Cohen, Kulik & Kulik, 1982 のレビューなど)。

社会心理学分野においても、説明行為が説明者自身に及ぼす心理的影響を検討した研究がいくつかある。例えば、説明する側と説明される側では、説明する側の方が態度変容が大きくなる(Janis & King, 1954)、一旦形成された態度と同方向の説明を態度保持者本人が経験すると、当該態度により固執する(Ross, Lepper, Strack, Steinmetz, 1977; Anderson, Lepper & Ross, 1980)、優れた他者の説明に接するよりも、自分自身が説明したほうが態度への固執が強く見られる(Davis, 1997)、説明の難易度が高い場合よりも、説明が容易な場合に態度への固執が強くなる(Nestler, 2010)などである。しかし、説明行為に直接焦点を当て、説明経験によって説明者自身にどのような心理的影響が及ぶかを検討した研究は極めて少ない。

2. 研究の目的

学習場面、態度変容の文脈での影響は報告されているが、他の文脈での影響はほとんど報告されていない。説明行為が説明者自身に及ぼす心理的影響の詳細についても十分な検討は行われていない。

本研究では、説明行為が説明者自身に及ぼす心理的影響の総称を PEx(Post Explanation)効果と呼び、PEx 効果の基本的メカニズムを実証的に明らかにすることが第 1 の目的である。PEx 効果には多くの媒介変数が介在していることが予想される。しかしこれらの媒介変数を直接検証した研究はきわめて少なく、PEx 効果の生起過程を解明したモデルは未だ提出されていない。本研究では、PEx 効果に介在する心理的媒介変数を明らかにし、PEx 効果を俯瞰的に説明できるモデルを構築することを第 2 の目的とした。

3. 研究の方法

(1)文献研究 PEx 効果に関連する諸現象を先行研究のなかから探り出し、効果の詳細を整理する。整理された知見をもとに、PEx 効果のメカニズムを説明する基本モデルを提出する。

(2)実験研究 PEx 効果生起にかかわる諸変数の影響を実証するための実験研究を実施する。

(3)総合的考察 本報告書の最後部では文

献研究、実験研究の知見を総合し、本研究全体の成果を示す。

4. 研究成果

(1)文献研究

“説明”という行為が説明者本人に及ぼす心理的影響については、1)学習場面、2)態度変容、3)Audience Tuning の 3 つの文脈でその効果への言及がなされていた。

1)先述の教育心理学分野での研究成果にあるように、この分野では説明行為が説明者自身の学習理解を促すことが報告されている。特に伊藤・垣花(2009)らの研究では、単なる説明経験よりも、他者との相互作用を通じた説明経験が、知識の再構成と精緻化を促し、学習理解が深まるのではないかと指摘されている。

2)態度変容に及ぼす説明の効果の文脈では、信念固執効果(belief perseverance effect: Ross, Lepper & Hubbard, 1975)を補強する 1 つの変数として、説明の効果が検証されている。信念固執効果とは、当該の態度信念を形成する情報が誤りであったと告げられても、人は一旦形成されたその態度信念を覆すことが困難な現象を指す。この文脈では、態度信念形成の際、他者への説明を経験すると、態度信念を覆すことがより困難になることが示されている。その理由として、説明行為によって単純接触効果、利用可能性ヒューリスティックが生じやすくなることが Anderson らの一連の研究によって指摘されている。本研究では、説明対象に対するコミットメント、一貫性規範の影響も指摘した。

3)送り手は受け手の特徴(トピックに対する知識、態度)を考慮してコミュニケーションしている。これを Audience Tuning という(Higgins, 1992, 1999)。送り手が、当該対象に対する受け手の態度を知っていると、送り手が受け手に対して説明を経験した場合に限り、送り手は当該対象に対して、受け手の態度に合わせたイメージを形成し、当該対象に対する記憶内容に受け手の態度のバイアスがかかっていた(Higgins & Rholes, 1978)。この現象は当初 saying is believing (SIB)効果と呼ばれていた。2000 年以降、この現象を詳細に検討した Echterhoff らの一連の研究により、相手に情報を伝達することによって、その相手と情報が正しく共有されているという感覚(shared reality)が形成された場合に、SIB 効果がより強く生じることが示されている(Echterhoff, Higgins, Groll, 2005; Echterhoff, Higgins, Kopietz & Groll, 2008 など)。

先行研究の知見を本テーマの理論的視点の土台としながら、以降の実験研究では PEx 効果の現象確認および PEx 効果に関わる媒介変数の特定に向けて最終的に 8 つの実験を

行った。そのうち、有効な結果が見出されなかった「栄養ドリンク実験」(昨年度の報告書に記載)を除いた7つの実験について概略を報告する。

(2) 実験研究

実験1 架空の心理用語の説明効果

実験参加者 251 名に架空の心理用語(「ミラー効果・恋のジェットコースター理論」)を提示し、それぞれの用語の意味を説明するように求めた。実験デザインは2(説明:有り・なし)×2(コミットメント:高(心理学部)・低(他学部))の参加者間計画だった。

ミラー効果では、説明なし群に比べ説明有り群の実在性認知得点が高く($F(1, 246)=3.54, p<.10, \eta^2=.014$), 説明行為が説明対象の実在性を高めること(PEx 効果)が示唆された(図1)。また PEx 効果は、コミットメント低群でより顕著だった($F(1, 246)=3.32, p<.10$)。恋のジェットコースター理論では、明確な PEx 効果は確認されず、

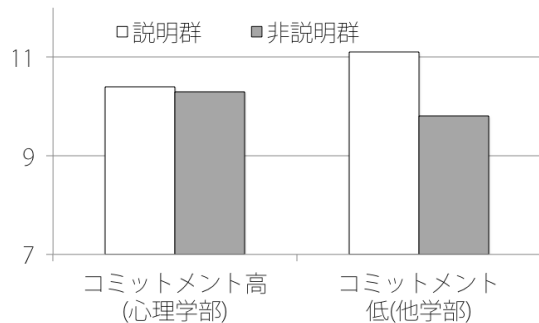


図1 「ミラー効果」の実在性認知得点

説明対象によって PEx 効果の影響が及ぶものとそうでないものがある可能性が指摘された。

また、説明の上手さ得点と実在性認知得点との間に有意な正の相関がみられた(ミラー効果 $r=.25$, 恋のジェットコースター理論 $r=.26$)。これは、用語をうまく説明できたと感じた実験参加者ほど、その心理用語が実在する心理用語だと認知していたことを意味する。

実験2 説明の上手さが実在性認知に及ぼす影響

実験1より、うまく説明できたかどうか、実在性認知に影響していることが示されたことから、その影響を確認するために実験2を実施した。実験参加者 249 名に架空の心理用語の意味を説明するように求めた。

コミットメント(高(心理学部生)・低(他学部生))×2(リアリティ:有り・無し)×2(説明する用語の組み合わせ:恋のジェットコースター理論とミラー効果・集団における最大

公約数モデルと動物的ステレオタイプ)の参加者間計画だった。

実在性認知得点を結果変数とする階層的重回帰分析を行ったところ、説明の上手さ($=.28, p<.05$)が有意だった。また、説明の上手さとコミットメントの交互作用が有意傾向だった($=-.127, p<.10$)(図2)。

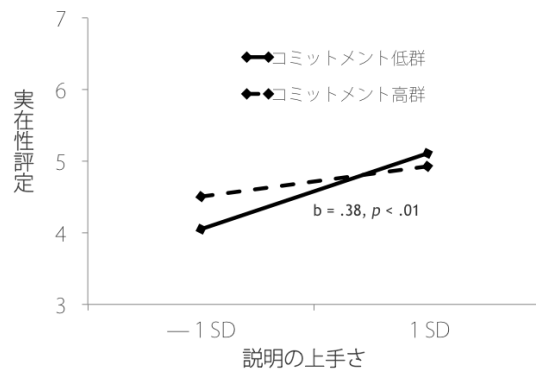


図2 説明の上手さと実在性評価

前者は上手に説明できた者ほど、説明した用語の実在性を高く認知していたことを意味している。後者は、この影響が、コミットメント高群よりもコミットメント低群でより強いことを意味している。

実験3 架空の商品の説明経験と実在性認知

67名の大学生に対し、「大学生の思考力に関する調査」と称し、新奇な商品(無色のボールペンまたは立方体のサッカーボール)の開発の目的やいきさつを想像して説明するように求めた。そのさい、説明内容の独創性を評価することを明示することによって評価懸念の有無を操作した。実験デザインは、2(評価懸念:あり/なし)×2(説明対象:無色のボールペン/立方体のサッカーボール)×2(商品の説明経験:あり/なし)×2(実在性評価のタイミング:1回目/2回目)で、後者2つが参加者内要因であった。

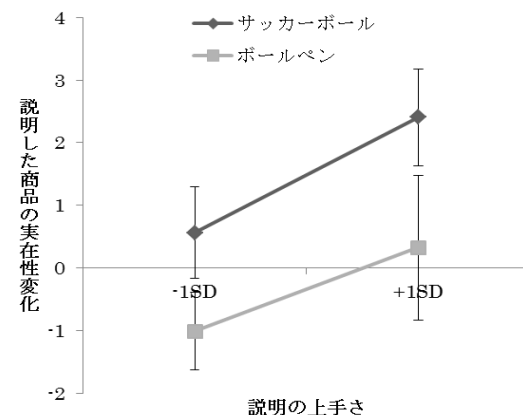


図3 説明の上手さと実在性認知の変化量

説明対象商品 × 説明経験の交互作用が見られ ($F(1, 65) = 40.27, p < .001$)、立方体のサッカーボールについて説明した条件において、説明経験のある立方体のサッカーボールの実在性認知が上昇することが示された ($F(1, 130) = 20.47, p < .001$)。実験 2 と同様に、説明の上手さに関する自己評価が PEx 効果に与える影響を検証するため、階層的重回帰分析を行なったところ、説明の上手さに関する自己評価が高いほど、新奇な商品に対する実在性認知の変化量が大きくなること示された(図 3)。これにより、説明の上手さが PEx 効果に及ぼす影響の頑健性が示されたと言える。

実験 4 自己のパーソナリティの説明効果

架空事象の説明経験において、PEx 効果が確認されたことから、PEx 効果のさらなる普遍性を確かめるため、実験 4 では自己の性格を他者に説明することで、性格の自己認知が変容するかどうかという視点から PEx 効果の影響を検討した。

本研究では、61 名の実験参加者に対して、個人指向性・社会指向性(伊藤, 1995)のいずれかの性格特性を自分がどれだけ有しているかを説明させ、説明の前後での個人指向性・社会指向性を測定した。2(説明内容:個人志向・社会志向)×2(説明対象:他者・自己)の 2 要因参加者間計画だった。

分析の結果、個人志向性では説明内容×説明対象の交互作用が有意だった ($F(1, 56) = 11.03, p < .01$)。下位検定の結果、社会志向説明群では、自己に向けて説明した場合よりも他者に向けて説明した場合に、個人志向性の傾向が減じ、自己のパーソナリティを説明する場面において PEx 効果が示唆されたことを意味している。なお、説明要因は主効果が見られず、交互作用効果を通してはじめて PEx 効果につながる点が、本効果の特徴と言えるかもしれない。

実験 5-1 原因帰属場面における PEx 効果(1)

実験 4 では、60 名の実験参加者に商品誤発注に関する架空のストーリーを提示し、誤発注の原因が、その発注をした店員にあるか(内的)それとも、店員とは別の周囲の環境(外的)にあるかを判断させた。半数の参加者は内的説明条件に、残り半数の参加者は外的説明条件に強制的に割り当てた。なお、本実験では、自分の意見と同一の意見を、多くの他者が有しているかどうか(Shared Reality)も操作した。2(説明:外的説明/内的説明)×2(Shared reality:内的、外的)の参加者間計画だった。

分析の結果、原因帰属の方向に説明や Shared reality の影響は見られなかった。ただし、本実験では帰属説明を実験者側が強制

的に内・外のどちらかに割り当てていた。そのため、実験参加者が実際に認知していた原因の方向と必ずしも一致していなかった可能性がある。この問題を解消した新たな実験を実験 4-2 として実施した。

実験 5-2 原因帰属場面における PEx 効果(2)

205 名の実験参加者を、原因帰属(内的帰属群/外的帰属群)×説明経験(あり・なし)×Shared reality(内的条件/外的条件)の 3 要因デザインのうちいずれかにランダムに割り当てた。実験 4-2 では、はじめにコンサート会場騒動に関する架空のストーリーを提示し、騒動の原因が、イベント会社の担当者にあるのか(内的)、それとも担当者以外の周囲の環境にあるのか(外的)を実験参加者に判断させ、その判断の理由を説明させる条件と説明させない条件とを設けた。Shared reality については、別の調査で 70%近い人が、原因は内的(あるいは外的)なものとであると報告しましたという情報を提示し、操作した。

帰属得点(得点が高いほど外的に帰属)に対して、帰属×説明×shared reality の分散分析を行ったところ、帰属の主効果、shared reality の主効果、説明×帰属、帰属×shared reality の交互作用が有意だった。帰属×説明の交互作用効果の平均値を見ると、外的帰属条件では説明あり条件のほうが説明なし条件よりも原因が外的なものであると認知し、内的帰属条件では説明ある条件のほうが説明なし条件よりも原因が内的なものであると認知していた。下位検定の結果、内的帰属条件の説明あり・なし条件間に有意差が示された(図 4)

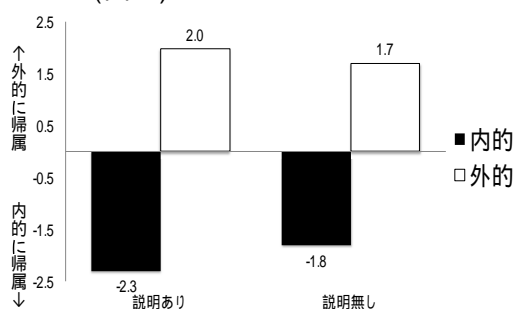


図 4 原因帰属×説明経験の交互作用

実験 6 ウソだと認識できる事柄に対する説明経験が説明対象の実在性認知に与える影響

本研究では、回答者がウソだと認識できる事柄に対する説明経験が説明対象の実在性認知に与える影響を検討することを目的とした。実験計画は、コミットメント(高・低)×説明(説明・非説明)で、コミットメントが参加者間要因、説明が参加者内要因であった。コミットメントは、高条件では常磐大学、

低条件では茨城キリスト教大学（常磐大学の近隣の大学）に関する内容を説明するように求めた。常磐大学の学生 149 名に、“卒業に必要な全単位を 1 年生のうちに取得する方法”、“学食が一年間無料になる方法”のいずれかを説明するように教示した。説明後、説明の上手さに関する自己評価、実在性認知（順番は説明しなかった内容、した内容の順であった）に関する項目に回答するように求めた。

説明の上手さに関する自己評価は、コミットメント高条件（ $M=3.95$, $SD=1.46$ ）と低条件（ $M=3.67$, $SD=1.22$ ）に有意差は見られなかった（ $t(140)=1.25$, ns）。一方、実在性認知（表 1）は、コミットメントと説明を要因とする分散分析を行った結果、コミットメント（ $F(1, 140)=4.10$, $p<.05$ ）、説明（ $F(1, 140)=6.93$, $p<.01$ ）の主効果が有意であった。コミットメント高条件は低条件よりも、また、説明条件は非説明条件よりも、実在性認知が低かった。続いて、説明の上手さに関する自己評価、コミットメント（高=0.5, 低=-0.5）交互作用項を説明変数、説明した内容の実在性認知を目的変数とする重回帰分析（強制投入法）を行った。その結果、説明した内容の実在性認知に影響を与えていたのは、コミットメント（ $=-.20$, $p<.05$ ）のみであった（ $R^2_{adj}=.04$, $F(3, 138)=2.73$, $p<.05$ ）。

	説明条件	非説明条件
コミットメント 高	2.04 (1.20)	2.36 (1.45)
低	2.58 (1.48)	2.83 (1.51)

表 1 実在性認知の平均値（標準偏差）

本研究では、回答者がウソだと認識できる事柄の場合、説明の上手さの自己評価が実在性認知を有意に予測していなかった。この理由として、説明した内容は説明しなかった内容よりも実在性認知が低かったことから、“ウソをついている”という認識が活性化し、説明経験が説明対象の実在性認知を高める効果を相殺した可能性が考えられる。このことから、説明行為が実在性認知を高めるためには、“自分が真実であると思うことを説明している”という認識が必要となると推察される。また、本研究では、コミットメントが実在性認知を低下させていたものの、コミットメントの調整効果も見られなかった。コミットメントがある場合は説明対象に関する知識が多いと考えられるため、説明内容が実在しないと認識されやすかったと推察される。

実験 7 説明内容を自己生成しない場合における説明経験が説明対象の実在性認知に与える影響

本研究では、説明内容を自己生成しない場合でも、説明の上手さの自己評価が説明対象の実在性認知を高めるか否かを検討することを目的とした。併せて、説明時のジェスチャーによって、説明の上手さの自己評価と説明対象の実在性認知の関連に違いがみられる可能性についても探索的に検討した。実験計画は、ジェスチャー（象形動作、アンダーライナー、なし）の実験参加者間 1 要因計画であった。象形動作は空中で物の形を描くジェスチャー、アンダーライナーは文のまとまりを強調するジェスチャーであった。象形動作条件、アンダーライナー条件では、実験参加者が架空のスポーツのルールを説明する文章（376 文字）を音読する際、指定した 2 箇所ジェスチャーするように教示して操作した。大学生 66 名に個別に実験を実施した。説明後、説明の上手さに関する自己評価、実在性認知に関する項目に回答するように求めた。

分析の結果、説明の上手さ、実在性認知の得点は、条件間で有意差はみられなかった（ $F_s(2, 62)=0.34, 0.26$, ns）。条件ごとに、説明の上手さを説明変数、実在性認知を目的変数とする回帰分析を行った結果、どの条件においても、説明の上手さの自己評価が実在性認知を有意に予測していなかった（ $=-.08 \sim .25$, ns）。また、それぞれの条件を合わせて、すべてのデータで同様の回帰分析を行ったものの、説明の上手さの自己評価が実在性認知を有意に予測していなかった（ $=.07$, ns）。

本研究では、口頭での説明の仕方に関わらず、説明の上手さの自己評価が実在性認知を有意に予測していなかった。したがって、本研究の結果から、PEx 効果の生起には、説明内容を自己生成すること、すなわち、頭の中で説明対象に対する何らかの説明を自ら構築することが重要であると推察される。

(3) 総合的考察

当該事象に対する説明を経験することによって、説明者自身の中でその事象に対する認知が変化する現象を本研究では後説明（PEx）効果と呼んだ。後説明効果の現れ方には様々なタイプがある。教育心理学の分野では学習効果として、社会心理学の分野では態度への影響という形で後説明効果が報告されていることが文献研究から整理された。

本研究はで、主に「架空事象」を取り上げ、架空事象を説明するという経験が、架空事象に対する認知（主に実在性）に影響をあたえるかという点を、実験法を用いて実証的に検

討した。表2は本研究で実施した計7つの実験の総括図である。それぞれの実験でどのような要因を操作したか、後説明効果が得られたのかを要約している。表中の / は主効果が認められたもの、○ は複数の刺激の中で幾つかその効果が認められたものを表している。

要因	実験1	実験2	実験3	実験4	実験5	実験6	実験7
刺激	架空の心理用語	架空の心理用語	新規商品	自己のパーソナリティ	原因の説明	ウソ	架空のスポーツのルール
	実在性	実在性	実在性	パーソナリティ評定	帰属の方向	実在性	実在性
説明経験	/	/	/	交互作用(相互作用)	○	○(予測と逆)	/
説明の上手さ	/	○ 交互作用(コミットメント)	○	/	/	/	/
コミットメント	○	○	/	/	/	○(予測と逆)	/
相互作用	/	/	/	/	/	/	/
shared reality	/	/	/	/	○	/	/
説明の生成者	/	/	/	/	/	/	/

表2 実験1～7の総括図
“ / ”は操作していない要因

説明経験を操作した実験1, 3～6のいずれにおいても、何らかの形で後説明効果が確認されており、後説明効果という現象の存在を実証できたことが本研究の1つの成果である。また実験1～3では、説明の上手さ、コミットメントなどの要因が、後説明効果に関わっていた。実験4では説明の相手がいるかどうかという相互作用の要因が後説明効果に影響していることが示唆された。これらの要因が、後説明効果を強める要因としてどのように関わっているのか、今後の研究の発展が待たれるところである。

最後になるが、下図は本研究全体を概括し、後説明効果の現れ方をモデルにしたものである。単なる説明経験(レベル1)を持つだけでも後説明効果が生じることは、本研究の一連の結果から示唆されたが、他者との相互作用(レベル2)やリアリティの認知(レベル3)が得られることによって、後説明効果はより強固にその効果を発揮するのではないかというのがこのモデルの示るところ

Pex効果の3段階モデル

- レベル1: Experience
 - 説明経験の有無
 - 説明の容易さ
 - 自己生成的説明VS他者生成的説明
 - 繰り返し経験
- レベル2: Interaction
 - 自己完結的説明VS他者への説明
 - FTF or non FTF
- レベル3: Reality
 - Shared reality (他者からのフィードバック)

である。本研究の結果は、レベル2, レベル3までを十分に検証するには至らなかったが、本研究の将来展望として、重要な示唆となるはずである。

5. 主な発表論文等

[雑誌論文](計2件)

太幡直也・菅さやか・宮本聡介(2015). ウソだと認識できる事柄に対する説明経験が説明対象の実在性認知に与える影響 常磐大学人間科学部紀要人間科学第32巻2号,13-19頁.

宮本聡介・菅さやか・太幡直也(2015). 説明経験と説明の上手さが架空事象の実在性認知に与える影響 明治学院大学心理学紀要 第25号, 45-62頁.

[学会発表](計5件)

菅さやか・太幡直也・宮本聡介 (2012). 説明経験が説明対象の実在性認知に与える影響 日本社会心理学会(筑波大学)

宮本聡介・菅さやか・太幡直也 (2013). 説明経験が説明対象の実在性認知に与える影響: 架空の心理用語を用いて 日本社会心理学会(沖縄国際大学)

太幡直也・菅さやか・宮本聡介 (2013). ウソだと認識できる事柄に対する説明経験が説明対象の実在性認知に与える影響 日本社会心理学会(沖縄国際大学)

宮本聡介 (2014). 説明経験が自己の社会志向性・個人志向性認知に与える影響 日本社会心理学会(北海道大学)

太幡直也・菅さやか・宮本聡介 (2014). 説明経験が説明対象の実在性認知に与える影響 説明内容を自己生成しない場合の検討 日本グループ・ダイナミックス学会(東洋大学)

菅さやか・宮本聡介・太幡直也 (2015). 説明経験が説明対象の実在性認知に与える影響-新奇な商品を用いた検討- 日本心理学会(名古屋大学)

6. 研究組織

(1)研究代表者

宮本聡介 (MIYAMOTO SOUSUKE)
明治学院大学心理学部教授
研究者番号: 60292504

(2)研究分担者

太幡直也 (TABATA NAOYA)
常磐大学人間科学部助教
研究者番号: 00553786
菅さやか (SUGA SAYAKA)
愛知学院大学教養部講師
研究者番号: 30584403