



Title	他者の意見に左右されるのは自信の無さからか : 自尊心と説得されやすさの関係の検討
Author(s)	武田, 拓海; 三浦, 麻子
Citation	未来共創. 2026, 13, p. 3-21
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/106421
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

他者の意見に左右されるのは自信の無さからか

自尊心と説得されやすさの関係の検討

武田 拓海 (大阪大学大学院人間科学研究科)

三浦 麻子 (大阪大学大学院人間科学研究科)

要旨

本研究では、相手から拒絶されることを懸念して説得されるという、必ずしも対等とはいえないコミュニケーションのあり方に焦点を当て、その背景要因として自尊心に着目した。ソシオメーター理論に基づいて、自尊心が低い人は拒絶を回避しようとする動機づけが高いため、拒絶が予期される場合に説得されやすいという仮説を立て、2つの実験を行った。実験1では仮説は支持されず、自尊心の高低によらず拒絶が予期される場合に説得されづらくなるという結果であった。実験2ではこの原因を精査するため、説得の題材を変更して文脈による違いを検討するとともに、拒絶予期の実験操作が説得者の印象を悪化させた可能性について検証した。その結果、拒絶予期の操作による説得者の印象の悪化は確認されたものの、それが説得されやすさと関連していたわけではなく、実験1の結果が再現されなかった。今後は対等な意見交換の基盤の理解に向けて、個人の内的要因だけでなく、相手との関係性といった外的要因も含めたより精緻な検討が必要である。

目次

1. 問題と目的

- 1.1 本研究で対象とするコミュニケーションと実験の枠組み
- 1.2 ソシオメーター理論に基づく自尊心と拒絶回避の関係
- 1.3 本研究の仮説

2. 実験1

- 2.1 方法
- 2.2 事前調査
- 2.3 本実験
- 2.4 考察

3. 実験2

- 3.1 参加者
- 3.2 事前調査
- 3.3 本実験
- 3.4 考察

4. 総合考察

キーワード

共創
自尊心
ソシオメーター理論
拒絶

1. 問題と目的

近年、社会課題の複雑化にともない、単一の専門性や視点だけでは課題解決が困難になりつつある。こうした背景のもと、あらゆる組織・産業分野において、多様な人々が協働して新たな価値を創出する「共創」の重要性が高まっている。そのような協働を支えるには、立場や考え方の異なる人どうしが対話を通じて相互に理解を深め、納得点を探っていく営みが欠かせない。

つまり、共創のプロセスにおいて中核となるのは、対等なコミュニケーションである。その際に必要な要素として、遠慮せず意見を述べられる安心感が挙げられる。Edmondson & Lei (2014) によれば、相手の意見に反対することにリスクを感じず、率直に意見を言い合える「健全な衝突」ができるという安心感が、情報や考えの共有を活性化させ、創造性を高めるとされる。

しかし、現実のコミュニケーションは常にそのような安心感をともなって創発的に行われるとは限らない。たとえば、自分の意見が拒絶されるのを恐れるがゆえに相手の意見を吞むような場合もあるだろう。こうしたやりとりは、表面的には意見の不一致はないため協調的に見える。一方で、上記の議論に照らせば、拒絶を回避するための同意は「健全な衝突」を避けるやりとりであり、多様な意見の交換を通じた価値創出、すなわち共創の質を低下させることがある。

本研究では、このような表面的な協調によって内実として共創が妨げられる、拒絶回避的なコミュニケーションの背景にある要因として個人の自尊心に焦点を当て、その影響を実証的に検討することで、より質の高い意見交換を実現するための基盤の提供を目指す。具体的には、自尊心が低い人は相手からの拒絶が懸念される際に他者から説得されやすくなるという仮説を検証する。

1.1 本研究で対象とするコミュニケーションと実験の枠組み

共創の実践においては、集団でのディスカッションを通じた合意形成など、多層的・多段階的なコミュニケーションが想定されうる。本研究では、これらのコミュニケーションを構成するミクロな要素のひとつとして、個人が単

一の他者から意見を聞いて説得されるという過程を取り上げ、その心理的メカニズムを検討する。

その実験の枠組みとして、本研究では社会心理学の説得的コミュニケーション研究でよく用いられる実験デザインを用いる。具体的には、実験参加者にある意見について記述したメッセージを読ませ、その前後で読み手の考え方（態度）が変化する程度を測定することで、メッセージが読み手の態度を唱導する説得効果をもつかどうかを検証する実験デザインである（深田 2002）。本研究はこの手法に則って態度変化量を測定し、説得されやすさの指標とする。

1.2 ソシオメーター理論に基づく自尊心と拒絶回避の関係

自尊心とは、自己が有能で価値ある存在であるという信念や感情的評価（Rosenberg 1965）である。この自尊心は他者からの受容や拒絶経験によって形成されるとするのがソシオメーター理論（Leary & Baumeister 2000）である。Leary & Baumeister（2000）は、人の根源的欲求として他者と良好な関係を保ちたいという所属欲求が存在するとし、人間関係の状況を管理する機能を自尊心が担っていると主張した。すなわち、自尊心は、自分が他者から友好関係を求められるような価値のある人間かどうかの主観的評価であり、他者から受容されれば上昇し、拒絶されれば低下するような計器（ソシオメーター）であると考えた。このことは実証的にも支持されており、日常生活における人間関係の質の評価や被受容感が高いほど自尊心も高いという相関関係が確認されている（Denissen et al. 2008）。実験的にも、グループ課題のペアとして選ばれるか、他者から受ける評価がポジティブかネガティブかといった操作によって自尊心が変動することが明らかにされている（Leary et al. 1995）。

こうしたことを踏まえ、自尊心が低い人は、拒絶される経験が多く所属欲求が満たされていないため、自尊心が高い人よりも拒絶を回避する動機づけが高いという指摘がなされている（Leary 2012）。実際、自尊心が低い人は拒絶に敏感であり、拒絶が予期される際のネガティブな反応が大きいことも確認されている。たとえば Nezlek et al.（1997）では、グループ課題のペアに選ばれないという拒絶の実験操作を受けた際に、自尊心が低い参加者ほど被拒絶感を高く、被受容感を低く評定していた。また、Sommer & Baumeister（2002）

では、拒絶を暗示する単語を提示されたときに、ネガティブな自己評価が自尊心の低い人で顕著にみられた。

このように、ソシオメーター理論によれば、自尊心が低い人は所属欲求が満たされておらず、拒絶を回避しようと敏感になる。よって、他者から説得を受ける場面においても、自尊心の低い人は高い人に比べ、説得に抵抗して相手からネガティブな評価を受けるのを懸念するため説得されやすく、特に反対した際の相手からの拒絶が明示的に予期される場合には説得されやすさが顕著になると予測される。

1.3 本研究の仮説

ソシオメーター理論による予測より、仮説は以下の通りである。

仮説1：自尊心が高い人は、自尊心が低い人よりも説得されにくい。

仮説2：自尊心が低い人は、拒絶が予期されない場合に比べて、拒絶が予期される場合に説得されやすい。

なお、以降の文中で言及する補足資料は<https://osf.io/fntje/>から参照できる。

2. 実験1

実験1では、献血に誘われる場面を題材とし、献血に行けない理由はないが行ったことのない人を対象に実験を実施した。この題材と対象者を選んだのは、これらの人にとって献血は生活上重要ではなく、緩やかに消極的な事柄であると想定されることから、他者の意見に接した際に、その意見に沿った方向への態度変容が起りやすいと判断したためである。

2.1 方法

事前調査と本実験からなる。事前調査で自尊心と初期態度を測定するとともに本実験の対象者を選定し、約1週間後の本実験でメッセージを提示して事後態度を測定した。事前調査は2023年5月22日～23日、本実験は同年6

月1日～5日に実施された。なお、実施に際しては大阪大学大学院人間科学研究科行動学系研究倫理委員会の承認を受けた(承認番号HB023-018)。

2.1.1 参加者

クラウドソーシングサービス(株式会社クラウドワークス <https://crowdworks.jp/>)に登録しているモニターから、事前調査で879名(男性370名、女性503名、その他/無回答6名、平均42.22歳、 $SD = 10.04$)、本実験で128名(男性62名、女性66名、平均41.02歳、 $SD = 9.87$)の有効回答を収集した。

サンプルサイズ設計に関しては補足資料Aに詳述した。

2.2 事前調査

2.2.1 手続き

調査票は補足資料Dから参照できる(以降の調査・実験も同様である)。

最初に三浦・小林(2018)が作成したIMC (Instructional manipulation check)を用いて注意チェックを行った。回答に着手した1215名のうちこれを通過した参加者(1111名)に献血経験の有無を尋ね、献血経験の無い参加者にはさらに献血に行けない理由があるかを尋ねた。その後、献血に対する初期態度として、「針を刺すのが痛そう」「なんとなく不安だ」「怖い」「献血しているところに入りづらい」「献血に行ってみたい」の5項目について、ランダムな順に「1:まったく当てはまらない」～「6:非常に当てはまる」の6件法で回答を求めた。最後に、山本他(1982)が邦訳したRosenberg(1965)の自尊心尺度10項目に1～6の6件法で回答を求め、性別、年齢について尋ねて調査を終了した。所要時間は3分程度、謝金は30円であった。

2.2.2 本実験対象者の選定

自尊心尺度10項目のうち、主成分負荷量が低かった「もっと自分自身を尊敬できるようになりたい」を除いた9項目($\alpha = .95$)の平均値を自尊心得点とし、これが全体の平均(3.46) +1SD (1.10)を上回る回答者を高群、平均-1SDを下回る回答者を低群とした。各群から、献血に行けない理由は無いが行ったことのない回答者を抽出したところ、高群が66名、低群が74名となった。各

群の人数を同数にするため、低群において自尊心得点が高い方から順に8名を除外し、計132名を本実験の対象として約1週間後に案内を送付した。

2.3 本実験

2.3.1 手続き

参加者をランダムに拒絶予期あり条件かなし条件のいずれかに振り分け、条件に対応するシナリオを提示した。

拒絶予期あり条件では、最近知り合った友人に献血に誘われたという場面設定のもと、この友人は献血にかなり熱心であり、誘いを断った場合には悪く思われ、愛想をつかさされてしまいそうである旨を教示した。拒絶予期なし条件では、同様の場面設定で、この友人は献血にかなり熱心だが、あくまで誘いであって、断っても関係が悪化することはなさそうである旨を教示した。

次に、友人からのメッセージとして、「今度、一緒に献血に行きませんか」という前置きに続けて、無料の血液検査で健康管理ができること、スタッフの丁寧な案内があり戸惑うことはないこと、注射はそれほど痛くないこと等を説明する文章を提示した。このメッセージは、厚生労働省（2006）の調査における「献血をしたことのない理由」「献血するきっかけになりうること」を参考に作成したもので、初期態度項目の内容に対応している。その後、断った場合にどのように思われるかを改めて教示し、質問の回答へ進んだ。

質問では、注意チェックとして、友人との関係性および断った場合に予期される相手の反応を確認する問題を尋ねた後、実際に誘いに乗る可能性がどの程度あるか、どの程度誘いを断りづらいと感じるかについて6件法で尋ねた。最後に、初期態度と同じ項目で献血に対する事後態度に回答を求めた。所要時間は5分程度、謝金は50円であった。

2.3.2 結果

注意チェック項目に1つでも不正解だった35名を除外し、93名を分析対象とした。各条件の人数は、低自尊心×拒絶予期ありが23名、低自尊心×拒絶予期なしが20名、高自尊心×拒絶予期ありが29名、高自尊心×拒絶予期なしが21名であった。

献血に対する態度は、点数が高いほど態度がポジティブであることを表すよう「献血に行ってみよう」以外の4項目を逆転項目とし、5項目の平均を態度得点とした(初期態度: $\alpha = .83$ 、事後態度: $\alpha = .78$)。態度変化量は、事後態度から初期態度を引くことで、値が正の方向に大きいほど献血への認識がポジティブになった(相手の意見に説得された)ことを表すよう算出した。初期態度と事後態度、および、実際に誘いに乗る可能性と断りづらいと感じる程度の記述統計量(平均値、標準偏差、相関係数)を表1に示す。

まず、ベースラインである初期態度に自尊心群による違いがあるかを確認するために t 検定を行ったところ、有意な差はみられなかった(高群: $M = 2.73$ ($SD = 0.93$), 低群: $M = 2.57$ ($SD = 0.92$), $t(91) = 0.80$, $p = .421$, $d = 0.17$)。

仮説1(自尊心が高い人は、自尊心が低い人よりも説得されにくい)、仮説2(自尊心が低い人は、拒絶が予期されない場合に比べて、拒絶が予期される場合に説得されやすい)を検証するために、自尊心群と拒絶予期条件を独立変数、態度変化量を従属変数とした2要因分散分析を行った(図1)。その結果、自尊心と拒絶予期の主効果がそれぞれ有意であり、自尊心高群のほうが低群よりも態度変化量が大きく($F(1, 89) = 6.66$, $p = .011$, 偏 $\eta^2 = .070$)、拒絶予期なし条件のほうがあり条件よりも態度変化量が大きかった($F(1, 89) = 7.05$, $p = .009$, 偏 $\eta^2 = .073$)。自尊心群と拒絶予期条件の交互作用は有意ではなかった($F(1, 89) = 0.05$, $p = .833$, 偏 $\eta^2 < .001$)。よって、仮説1と仮説2はいずれも支持されなかった。

探索的分析として、従属変数を実際に誘いに乗る可能性、断りづらいと感じる程度とした同様の2要因分散分析をそれぞれ行った。実際に誘いに乗る可能性については、自尊心群の主効果、拒絶予期の主効果、交互作用のいずれも有意ではなかった($F_s(1, 89) < 1.73$, $p_s > .191$, 偏 $\eta^2_s < .02$)。断りづらいと感じる程度については、拒絶予期の主効果が有意であり、拒絶予期あり条件のほうがなし条件よりも断りづらいと感じられていた($F(1, 89) = 36.86$, $p < .001$, 偏 $\eta^2 = .293$)。自尊心群の主効果および交互作用は有意ではなかった($F_s(1, 89) < 2.91$, $p_s > .091$, 偏 $\eta^2_s < .04$)。

表1 各変数の平均値、標準偏差、相関係数

変数	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3
1 初期態度	2.66	0.93	-		
2 事後態度	2.98	0.32	.77***	-	
3 実際に誘いに乗る可能性	2.94	1.30	.15	.16	-
4 断りづらいと感じる程度	3.71	1.40	-.32**	-.43**	.28**

注)いずれも1～6の6件法。** $p < .01$, *** $p < .001$

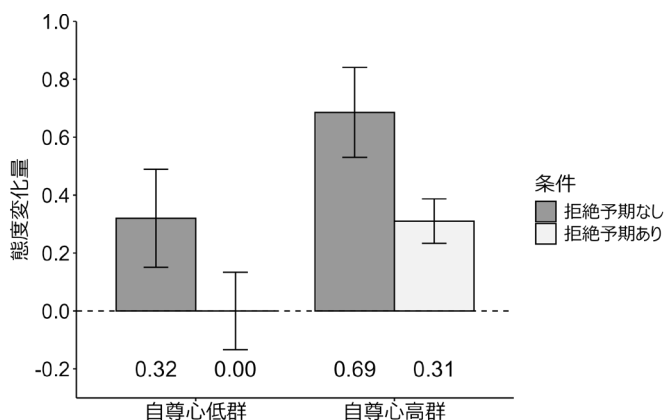


図1 自尊心群、拒絶予期条件ごとの態度変化量

注)値は平均値、エラーバーは標準誤差。

2.4 考察

実験1では、自尊心の高い人のほうが説得されにくい、拒絶が予期される際に自尊心の低い人が説得されやすいかを検証した。その結果、仮説は支持されず、自尊心の低い人よりも高い人のほうが説得されやすく、拒絶予期なし条件よりもあり条件のほうが説得されにくいという結果が得られた。

仮説に反する結果が得られた理由として次のようなことが考えられる。まず、自尊心の高い人が説得されやすかった理由としては、献血に行けるが行っ

たことの無い人に勧めるという、参加者にとって生活上の重要度の低い文脈を扱っていたことによって、自尊心の高い人が自らの態度を固持する動機づけが喚起されなかったり、献血というトピックが自尊心の高い人を唱導しやすい性質のものであったりした可能性がある。つまり、実験1の対象者と題材では、そもそも説得に抵抗する必然性が弱いいため説得されやすさに自尊心に基づいた個人差が生じづらく、そうした状況で献血というトピックが自尊心の低い人よりも高い人にとって魅力的な内容であった、といった可能性がある。とはいえ、実際に参加者にとって献血の生活上の重要度がどの程度低いのか（そしてそれが説得されやすさに影響しているのか）、献血が実際に自尊心の高い人を唱導しやすいのかは明らかではない。そのため、実験2ではトピックを変更することで、この結果が献血に依存したものなのか、トピックによらず一般的なものなのか検討するとともに、重要度を測定してこれを考慮した分析を行う。

次に、拒絶予期あり条件で説得されにくくなっていた理由としては、「断った場合に悪く思われそう」といった教示によって、相手の印象が悪化したことが考えられる。具体的には、リアクタンス（自由を侵害されることへの反発）や好感度（親しみやすさ、あたたかさといった要素からなる、好ましさの程度）は態度変化の規定因として知られているが（Brehm 1966; Reysen 2005）、本研究の拒絶予期の実験操作がリアクタンスの喚起や好感度の低下を引き起こし、態度変化量を小さくした可能性がある。よって、実験2ではリアクタンスと好感度を測定してこの点も検証する。

3. 実験2

上記を踏まえ、実験2では次の2つの変更を加えた。第一に、自尊心の高い人が説得されやすかったのは重要度の低さや献血というトピックの性質によるものかどうかを検討するために、トピックを変更し、重要度を尋ねることにした。第二に、拒絶が予期される場合に説得されにくかったのはリアクタンスの喚起や相手の好感度の低下によるものかどうかを検証するために、リアクタンスと好感度を尋ねることにした。なお、自尊心の低さと重要度の関

係については、重要度が高い場合に自尊心の低い人は脅威を感じてメッセージから目を背けると Wiersema (2009) が指摘していることから、自尊心の高い人と同様に重要度が高いほど説得されにくいと予測される。したがって、実験2の仮説は以下の通りである。

仮説3: 重要度が高いほど説得されにくい。

仮説4a: 拒絶が予想される場合に、予想されない場合よりも説得されにくい。

仮説4b: 拒絶が予想される場合に説得されにくいのは、リアクタンスの喚起または送り手の好感度の低下による。

トピックとしては、予備調査を実施し、取り組みの度合と自尊心との関連が小さく、重要度にある程度バラつきがあり、メッセージが作成しやすいものを検討した結果、「スマホの過度な使用を控えること」を採用した。予備調査の詳細は補足資料Bから参照できる。

実施にあたっては、大阪大学大学院人間科学研究科行動学系研究倫理委員会の承認を受け(承認番号 HB023-095)、OSF REGISTRIESに事前登録を行った (<https://osf.io/vwxu9>)。データの収集期間は事前調査が2023年11月13日、本実験が同年11月20日～24日であった。

3.1 参加者

クラウドソーシングサービス(株式会社クラウドワークス <https://crowdworks.jp/>)に登録しているモニターから、実験1に参加していないことを条件に、事前調査で609名(男性241名、女性360名、性別無回答8名、 $M = 38.85$ 歳、 $SD = 10.09$)、本実験で93名(男性41名、女性51名、性別無回答1名、 $M = 37.94$ 歳、 $SD = 11.17$)の有効回答を収集した。

サンプルサイズ設計に関しては補足資料Aに詳述した。

3.2 事前調査

3.2.1 手続き

IMCで注意チェックを行い、回答に着手した879名のうちこれを通過した

参加者（767名）に、スマホ使用に対する初期態度として、「スマホの使用時間を減らす必要はない」「スマホの使用は健康を害する」「スマホの使用にはデメリットもある」「スマホの使用で姿勢が悪くなる」「スマホの使用で目が悪くなる」「スマホの使用は睡眠の質を下げる」の6項目について、ランダムな順に「1：全くそう思わない」～「6：非常にそう思う」の6件法で回答を求めた。次に、スマホの過度な使用を抑えるようにしているかについて、「したことがない」「以前はしていたが今はしていない」「している」の3択で回答を求めた。続いて、重要度の指標として、参加者がどの程度の信念を持ってその行動をとっているか（つまり、スマホの使用を抑えるか否かという行動が、本人にとって生活上どの程度重要だと感じられているか）を尋ねた。具体的には、取り組み状況に「したことがない」または「以前はしていたが今はしていない」と答えた参加者には、「スマホの使用を抑えることは絶対にしない」のように強い信念で控えていないのか「どちらでもよいが控えていない」のように弱い信念なのか、「0：弱い」～「10：強い」の11件法で尋ねた。同様の聞き方で、「抑えるようにしている」と答えた参加者には控えていることへの信念の強さを尋ねた。その後、自尊心について、実験1で除外対象となった「もっと自分自身を尊敬できるようになりたい」を除いた9項目で尋ねた。所要時間は3分程度、謝金は30円であった。

3.2.2 本実験対象者の選定

自尊心得点の平均(3.46) ± 1SD (1.03)を基準として割り当てた高群・低群のうち、スマホ使用減を「したことがない」または「以前はしていたが今はしていない」と回答した者を本実験の対象として、上記2つの回答の人数比が同じになるように自尊心高群・低群から47名ずつを抽出した94名を約1週間後の本実験に案内した。具体的な回答の分布や抽出手順は補足資料Cに記載した。

3.3 本実験

3.3.1 手続き

回答までの流れと場面設定の教示は基本的に実験1と同様であり、「献血に誘われる」旨を「スマホの使用を減らすことを勧められる」に書き換えた文を用

いた。

メッセージとして、スマホの使用は姿勢や目に悪影響があること、ブルーライトや情報の過多が睡眠を妨げることを説明する文章を提示し、質問の回答へ進んだ。

質問では、文章の内容理解を確認する注意チェック項目を尋ねたのち、リアクタンスとして「押しつけがましい」「反発を感じる」の2項目(牧野 2000)、好感度として「好ましい」「あたたかい」の2項目(Reysen 2005)、および研究目的の推測を避けるためのフィラー項目として和田(1996)のビッグファイブ尺度から4項目を加えた計8項目をランダムな順に相手に対してどの程度感じたか6件法で尋ねた。その後、スマホ使用に対する事後態度を初期態度と同じ項目で尋ねた。所要時間は5分程度、謝金は50円であった。

3.3.2 結果

注意チェック項目に不正解だった23名を除外し、70名を分析対象とした。各条件の人数は、低自尊心×拒絶予期ありが18名、低自尊心×拒絶予期なしが16名、高自尊心×拒絶予期ありが21名、高自尊心×拒絶予期なしが15名であった。

スマホ使用に対する態度は、点数が高いほどスマホのデメリットを大きく認識していることを表すよう「スマホの使用時間を減らす必要はない」を逆転項目とし、6項目の平均を態度得点とした(初期態度: $\alpha = .79$ 、事後態度: $\alpha = .85$)。態度変化量は、事後態度から初期態度を引くことで、正の方向に値が大きいほどスマホのデメリットの認識が強まった(相手の意見に説得された)ことを表すよう算出した。リアクタンスと好感度はいずれも2項目の平均をリアクタンス得点、好感度得点とした(リアクタンス: $\alpha = .65$ 、好感度: $\alpha = .76$)。初期態度と事後態度、および、リアクタンス、好感度、重要度の記述統計量(平均値、標準偏差、相関係数)を表2に示す。

まず、ベースラインである初期態度に自尊心群による違いがあるかを確認するために t 検定を行ったところ、有意な差はみられなかった(高群: $M = 4.22$, ($SD = 0.80$), 低群: $M = 4.50$ ($SD = 0.68$), $t(68) = 1.59$, $p = .116$, $d = 0.37$)。

仮説3(重要度が高いほど説得されにくい)および仮説4a(拒絶が予期され

る場合に、予期されない場合よりも説得されにくい)を検証するために、説明変数を拒絶予期条件、自尊心群、重要度、目的変数を態度変化量とする重回帰分析を行った。その際、年齢と自尊心群 ($r = .26, p = .029$)、年齢と態度変化量 ($r = .36, p = .002$) の間にそれぞれ有意な相関がみられたため、年齢を統制変数として投入した(表3)。その結果、重要度の効果が有意であり、重要度が高いほど態度変化量が大きかった。自尊心群と拒絶予期条件の効果は有意ではなかった。また、探索的に交互作用について確認するため、Step 2として重要度、自尊心群、拒絶予期条件についての交互作用項を投入した結果も表3に示した。ここでは有意な交互作用はみられなかった。以上より、仮説3、仮説4aは支持されなかった。

仮説4aが支持されなかったため、それを前提とした仮説4b(拒絶が予期される場合に説得されにくいのは、リアクタンスの喚起または送り手の好感度の低下による)も支持されないことになるが、拒絶予期条件を独立変数、態度変化量を従属変数、リアクタンスと好感度を媒介変数とした媒介分析を行ったところ(図2)、拒絶予期なし条件よりもあり条件のほうが有意にリアクタンスが高く($p < .001$)、好感度が低く($p = .041$)になっていた。その他のパスは有意ではなかった($ps > .601$)。なお、拒絶予期条件からリアクタンス、好感度それぞれへの影響が自尊心の高低によって異なるかについて、拒絶予期条件×自尊心群の交互作用も確認したが、有意な交互作用はみられなかった($\beta s < .07, ps > .531$)。つまり、拒絶予期あり条件でリアクタンスが高く、好感度が低くなるという反応は、どちらかの自尊心群に特異なものではなかった。

表2 各変数の平均値、標準偏差、相関係数

変数	<i>M</i>	<i>SD</i>	1	2	3	4
1 初期態度	4.35	0.75	-			
2 事後態度	4.47	0.69	.78**	-		
3 リアクタンス	4.06	1.04	-.22	-.32**	-	
4 好感度	3.07	0.93	.10	.18	-.68**	-
5 重要度	3.73	2.45	-.14	.08	-.18	.18

注)重要度は0～10の11件法、その他は1～6の6件法。 ** $p < .01$

表3 態度変化量を目的変数とした重回帰分析

	Step 1		Step 2	
	β	95%CI	β	95%CI
拒絶予期条件 (なし=0, あり=1)	-.05	[-.27, .17]	-.01	[-.24, .21]
自尊心群 (低群=0, 高群=1)	.12	[-.11, .35]	.12	[-.12, .35]
重要度	.27	[.04, .49]*	.29	[.06, .52]*
年齢	.28	[.05, .51]*	.28	[.03, .52]*
拒絶予期条件×自尊心群			.00	[-.23, .23]
拒絶予期条件×重要度			.01	[-.22, .24]
自尊心群×重要度			.17	[-.06, .40]
拒絶予期条件×自尊心群 ×重要度			-.10	[-.34, .14]
R^2	.22**		.25**	

注) * $p < .05$

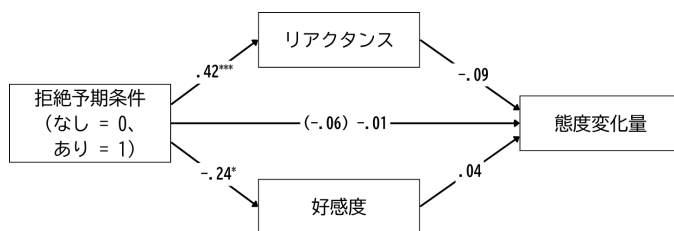


図2 媒介分析の結果

注) 値は標準化係数、カッコ内は総効果。* $p < .05$ 、*** $p < .001$ 。

3.4 考察

実験2では、自尊心が高い人が説得されやすかったのは重要度の低さや献血というトピックの性質によるものか、拒絶が予期される場合に説得されにくかったのはリアクタンスの喚起や好感度の低下によるものかを検証した。実験の結果、スマホ使用減のトピックでは自尊心の有意な主効果はみられず、実験1の主効果が献血というトピックに起因していたことが示唆された。重要度に関しては、高いほど説得されやすいという、仮説とは逆方向の結果であった。これは、本研究では重要度の高さが態度を固持する方向ではなくメッセージを精査する方向に作用した (Petty & Cacioppo 1986) ためと考えられる。拒絶予期の有無については、拒絶予期あり条件でのリアクタンスの喚起と好感度の低下がみられ、拒絶予期の教示が抵抗感を生んでいることを示唆する結果であったものの、条件、リアクタンス、好感度のいずれも態度変化量とは有意に関連していなかった。すなわち、実験1で考察したような、拒絶予期の実験操作によってリアクタンスの喚起や好感度の低下が起こり、それが原因となって拒絶が予期される場合に説得されにくくなるという関係はこの実験では確認されなかった。

4. 総合考察

本研究では、拒絶を恐れて相手から説得されるというコミュニケーションのあり方が、安心感を伴った対等な意見交換とは異なっており、それが共創を妨げる可能性があることに焦点を当てた。そして、そのようなコミュニケーションの背景要因として自尊心の影響を検討した。

2つの実験を通して、ソシオメーター理論から予測されるような、拒絶が予期される場合に自尊心の低い人が説得されやすくなるという現象はみられなかった。むしろ、自尊心の高低によらず、拒絶が予期される場合には、リアクタンスの喚起や相手の好感度の低下が起こっており（実験2）、説得される程度は拒絶が予期されない場合と比べて小さい（実験1）、あるいは差がみられなかった（実験2）。そのほか、断りづらいつと感じる程度や実際に誘いに

乗る可能性にも拒絶予期×自尊心の交互作用はみられなかった(実験1)。よって、拒絶回避的に他者から説得される傾向が、自尊心の低さに起因していることは確認されなかった。

こうした結果を踏まえると、拒絶回避的に説得されるのには、自尊心だけでなく、相手との関係性といった状況要因との相互作用が関わっている可能性がある。個人の安心感に関わる状況要因については産業・組織心理学での心理的安全性の研究が詳しく、人間関係の質、サポートティブな組織体制や信頼できるリーダーの有無といった要因が心理的安全性を左右するとされる(Frazier et al. 2017)。本研究で検討した、拒絶回避的に説得されることも状況によって一様ではないだろう。たとえば、相手との関係が親密ではなかったり、パワーバランスが存在したりする状況では、拒絶が予期された際の不安が高まりやすく、そうした状況でこそ自尊心の高低による対応の個人差が顕在化するかもしれない。

また、今回の結果は本研究で用いた拒絶予期の操作方法に特異的である可能性には留意すべきである。本研究では、比較的シンプルで本研究の実験デザインに導入しやすい方法として、「断った場合には悪く思われそう」といった教示文による拒絶予期の操作を採用した。この操作によって断りづらいと感じる程度が高くなっており(実験1)、拒絶が予期される場面に対応するような心理的影響はみられた。とはいえ、実際のコミュニケーションの中で起こる拒絶の予期は常にこれほど明示的とは限らない。現実社会でしばしば起こる暗示的な拒絶の予期に比べて、本研究の操作は反発心を喚起しやすいものであった可能性がある。

最後に、本研究は自尊心の多面性を捉えきれていないことも認識しておく必要がある。たとえば、自尊心は単なる高低だけではなく、不安定さや潜在的な脆弱性(自己評価では自尊心が高くても、非意識的なレベルで自尊心が低いこと)なども対人関係や社会適応の諸側面と関連することが指摘されている(e.g., Butler et al. 1994; Jordan et al. 2003)。本研究ではソシオメーター理論に立脚し、伝統的に用いられる自己報告式の質問紙尺度で自尊心の高低を測定したが、上記のような自尊心の別の側面から説得されやすさが説明される可能性もある。

以上のように、今後は状況要因の考慮や様々な手法による再検証、あるいは自尊心の多面的な検討を通じて、拒絶回避的に説得される心理的メカニズムをより精緻に捉えていく必要がある。その知見は、表面的な協調ではなく、互いに納得しながら建設的に協働するための、より実効的なコミュニケーションの促進に資するだろう。本研究の試みは、その第一歩として、共創的な対話を阻む見えにくい心理的障壁の存在に光を当てたものである。

参考文献

厚生労働省編

2006「若年層献血意識に関する調査結果報告書：未経験者編」<https://www.mhlw.go.jp/new-info/kobetu/iyaku/kenketsugo/7n-02.html> (2025/7/31 アクセス)

深田博己

2002『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』京都：北大路書房。

牧野幸志

2000「心理的リアクタンスに及ぼすユーモアの効果」『高松大学紀要』34: 43-52。

三浦麻子・小林哲郎

2018「オンライン調査における努力の最小限化が回答行動に及ぼす影響」『行動計量学』45(1): 1-11。

山本真理子・松井豊・山成由紀子

1982「認知された自己の諸側面の構造」『教育心理学研究』30(1): 64-68。

和田さゆり

1996「性格特性用語を用いた Big Five 尺度の作成」『心理学研究』67(1): 61-67。

Brehm, Jack W.

1966 A theory of psychological reactance. New York: Academic Press.

Butler, Andrew C., Hokanson, Jack E. and Flynn, Heather A.

1994 A comparison of self-esteem lability and low trait self-esteem as vulnerability factors for depression. *Journal of personality and social psychology* 66(1): 166-177.

Denissen, Jaap J. A., Penke, Lars, Schmitt, David P. and van Aken, Marcel A. G.

2008 Self-esteem reactions to social interactions: Evidence for sociometer mechanisms across days, people, and nations. *Journal of Personality and Social Psychology* 95(1): 181-196.

Edmondson, Amy C. and Lei, Zhike

2014 Psychological safety: The history, renaissance, and future of an interpersonal construct.

- Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior* 1(1): 23-43.
- Frazier, M. Lance, Fainshmidt, Stav, Klinger, Ryan L., Pezeshkan, Amir and Vracheva, Veselina
2017 Psychological safety: A meta - analytic review and extension. *Personnel Psychology* 70(1): 113-165.
- Jordan, Christian H., Spencer, Steven J., Zanna, Mark P., Hoshino-Browne, Etsuko and Correll, Joshua
2003 Secure and Defensive High Self-Esteem. *Journal of personality and social psychology* 85(5): 969-978.
- Leary, Mark R.
2012 Sociometer theory. In Van Lange, Paul A. M., Kruglanski, Arie W. and Higgins, E. Tory (eds.) *Handbook of theories of social psychology*. Vol. 2, pp.141-157. London: Sage Publications Ltd.
- Leary, Mark R. and Baumeister, Roy F.
2000 The nature and function of self-esteem: Sociometer theory. *Advances in Experimental Social Psychology* 32: 1-62.
- Leary, Mark R., Tambor, Ellen S., Terdal, Sonja K. and Downs, Deborah L.
1995 Self-esteem as an interpersonal monitor: The sociometer hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology* 68(3): 518-530.
- Nezlek, John B., Kowalski, Robin M., Leary, Mark R., Blevins, Tana and Holgate, Stephane
1997 Personality moderators of reactions to interpersonal rejection: Depression and trait self-esteem. *Personality and Social Psychology Bulletin* 23(12): 1235-1244.
- Petty, Richard E. and Cacioppo, John T.
1986 The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology* 19: 123-205.
- Reysen, Stephen
2005 Construction of a new scale: The Reysen likability scale. *Social Behavior and Personality: An International Journal* 33(2): 201-208.
- Rosenberg, Morris
1965 Society and the adolescent self-image. Princeton: Princeton University Press.
- Sommer, Kristin L. and Baumeister, Roy F.
2002 Self-evaluation, persistence, and performance following implicit rejection: The role of trait self-esteem. *Personality and Social Psychology Bulletin* 28(7): 926-938.
- Wiersema, David V.
2009 Taking it personally: Self-esteem and the protection of self-related attitudes (Doctoral dissertation). University of Amsterdam.
-

Does a Lack of Confidence Lead to Being Influenced by Others? : Examining the Relationship Between Self-Esteem and Susceptibility to Persuasion

Takumi TAKEDA, Asako MIURA

Abstract

This study focused on communication in which individuals become persuaded by others out of concern about being rejected, resulting in interactions that are not fully equitable. Based on sociometer theory, we hypothesized that individuals with low self-esteem would be more motivated to avoid rejection and therefore more susceptible to persuasion when rejection was anticipated. Two experiments were conducted to test this hypothesis. In Study 1, the hypothesis was not supported; anticipated rejection made participants less persuadable regardless of their self-esteem level. In Study 2, we examined contextual differences by changing the persuasive topic and examined whether the manipulation of anticipated rejection negatively affected impressions of the persuader. Although the manipulation worsened impressions of the persuader, this effect was unrelated to persuadability, and the results of Study 1 were not replicated. To understand the psychological foundations of equitable opinion exchange that facilitates co-creative communication, it is necessary to consider not only individual psychological mechanisms but also external factors such as interpersonal relationships.

Keywords : co-creation, self-esteem, sociometer theory, rejection