The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	対面説得事態における対人コミュニケーション・チャネルに関する研究
Author(s)	横山, ひとみ
Citation	大阪大学, 2012, 博士論文
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/26851
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

対面説得事態における

対人コミュニケーション・チャネルに関する研究

横山 ひとみ

平成23年度
大阪大学大学院人間科学研究科
博士学位論文

対面説得事態における
対人コミュニケーション・チャネルに関する研究

横山　ひとみ

平成23年度
大阪大学大学院人間科学研究科

人間科学専攻　人間行動学講座　対人社会心理学研究分野

目次

はじめに ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1

第１章　本研究の理論的背景 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・2

第１節　本章の目的 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・2

第２節　対人コミュニケーションの概念 ・・・・・・・・・・・・・・・・・2

1. 対人コミュニケーションの定義と特徴 ・・・・・・・・・・・・・・・2

2. 対人コミュニケーションの構成要素 ・・・・・・・・・・・・・・・・3

(1) 送り手

(2) メッセージ

(3) チャネル

(4) 受け手

3. 対人コミュニケーションのチャネル ・・・・・・・・・・・・・・・・7

(1) 対人コミュニケーション・チャネルの分類

(2) 対人コミュニケーション・チャネルの意図性

(3) 対人コミュニケーション・チャネルの性差

4. 対人コミュニケーション・チャネル間の優位性・・・・・・・・・・・9

5. 対人コミュニケーションの機能・・・・・・・・・・・・・・・・・・10

(1) VC と NVC との関連

(2) 包括的、統合的に捉えた対人コミュニケーションの機能

6. 対人コミュニケーションの時系列変化・・・・・・・・・・・・・・・12

第３節　説得の概念・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・14

1. 説得の定義・特徴・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・14

2. 説得の段階・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・14

3. 説得事態の構成要素・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・16

(1) 送り手

(2) メッセージ

(3) チャネル・メディア

(4) 受け手

(5) 状況・文脈
4. 対人コミュニケーションに関連した説得研究のアプローチ・・・・・・20
(1) シングル・チャネル・アプローチ
(2) マルチ・チャネル・アプローチ
(3) 直接性の直接効果モデル
(4) 期待 - 侵犯理論
(5) ディストラクション・モデル
(6) コミュニケーション調節理論
(5) 精査可能性モデル
5. コミュニケーションとしての説得研究の再考 ・・・・・・・・・・・・27
(1) コミュニケーション特性からの説得の類型化
(2) コミュニケーション過程からの説得研究の位置づけ
第4節 本章のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・30

第2章 問題の所在と本論文の目的・構成 ・・・・・・・・・・・・・・・・31

第1節 問題の所在・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・31
1. 非言語的チャネルへの視点・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・31
2. 説得的メッセージの生成・使用という視点 ・・・・・・・・・・・・・31
3. コミュニケーションが双方向的であるという視点 ・・・・・・・・・・32
第2節 本論文の目的と構成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・32
1. 本論文の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・32
2. 本論文の構成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・32

第3章 一方向的対面説得事態での実験的検証・・・・・・・・・・・・33

第1節 本章の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・33
第2節 送り手のメッセージ生成に関する検討・・・・・・・・・・・・・・・33
1. 目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・33
2. 方法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・35
本実験・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・35

(1) 実施時期
(2) 参加者
(3) 実験協力者
(4) デザイン
(5) 質問項目
(6) 装置
(7) 手続き
コーディング・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・41
(1) 非言語的チャネル（ジェスチャー、アダプター、視線、笑顔）
(2) 非言語的チャネル（発話）
(3) 言語的チャネル（発話内容）
3. 結果と考察・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・43
(1) 操作チェック
(2) 非言語的チャネル
(3) 言語的チャネル
4. 第2節で得られた結果のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・49
第3節　対人コミュニケーション・チャネルが対人認知に及ぼす影響・・・・・・50
1. 目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・50
2. 方法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・50
(1) 実施時期
(2) 参加者
(3) 刺激
(4) 質問項目
(5) 装置
(6) 手続き
3. コーディング・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・52
(1) 一致率
4. 結果と考察 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・52
(1) 個人的親しみやすさ
(2) 活動性

(3) 社会的望ましさ
(4) 専門性
(5) 信頼性
5. 第3節で得られた結果のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・56
第4節　全体的考察・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・57
第5節　今後の課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・59

第4章　双方向的対面説得事態での実験的検証・・・・・・・・・・・・61

第1節　本章の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・61
第2節　コミュニケーション当事者のメッセージ生成に関する検討・・・・・・・62
1. 目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・62
2. 方法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・64
予備調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・64
(1) 目的
(2) 方法
(3) 結果
本実験・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・67
(1) 実施時期
(2) 参加者
(3) デザイン
(4) 質問項目
(5) 装置
(6) 手続き
コーディング・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・70
(1) 非言語的チャネル
(ジェスチャー、アダプター、視線、笑顔、うなずき)
(2) 非言語的チャネル（発話）
(3) 言語的チャネル（発話内容）
3. 結果と考察・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・73

(1) 操作チェック
(2) 非言語的チャネル
(3) 言語的チャネル
4. 第2節で得られた結果のまとめ ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・83
第3節 対人コミュニケーション・チャネルが態度変容、
対人印象に及ぼす影響・・・・84
1. 目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・84
2. 結果と考察・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・84
(1) 態度変化
(2) 個人的親しみやすさ
(3) 活動性
(4) 社会的望ましさ
3. 第3節で得られた結果のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・87
第4節 全体的考察・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・88
第5節 今後の課題・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・89

第5章 総括 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・91
第1節 本研究の着眼点・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・91
第2節 一方向的対面説得事態における実験的検証・・・・・・・・・・・・・92
第3節 双方向的対面説得事態における実験的検証・・・・・・・・・・・・・94
第4節 本研究で得られた知見の整理・・・・・・・・・・・・・・・・・・96
第5節 今後の研究の展開・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・98
1. 理論的展開 ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・98
(1) チャネルの多様化
(2) シングル・チャネル・アプローチ／マルチ・チャネル・アプローチ
(3) 対人関係
(4) 3者間以上のコミュニケーション
(5) 送り手の認知プロセスの解明
2. 実践的展開・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・101

(1) トレーニング・プログラムの開発
(2) 説得の成功経験と科学的実証の融合に向けて
第6節　本研究の意義・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・102
1. 理論的意義・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・102
2. 実践的意義・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・102
第7節　おわりに・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・103

第6章　要約・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・105
第1節　本研究の理論的背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・105
第2節　問題の所在と本論文の目的・構成・・・・・・・・・・・・・・・・・・105
第3節　一方向的対面説得事態における実験的検証・・・・・・・・・・・・・・106
第4節　双方向的対面説得事態における実験的検証・・・・・・・・・・・・・・107
第5節　総括・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・108

引用文献・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・111

資料・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・123

謝辞・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・127

はじめに

本研究の目的は、次の2点である。1）対面場面で他者を説得しようとする時、われわれはどのような対人コミュニケーション・チャネルを使用してメッセージを生成するのか、2）メッセージ生成に使用された対人コミュニケーション・チャネルは受け手にどのような効果を及ぼすのか、について検討することである。

従来の説得研究は、研究者がある要因を操作した説得的メッセージを作成し、その説得的メッセージを小冊子や音声を利用して、複数の受け手に提示するという手法が取られてきた。説得はコミュニケーションである。そこで、従来の説得研究を日常生活のコミュニケーションに近づけるために、本研究では従来の説得研究に「対面」という状況を設定する。そうすることで、「言語的コミュニケーション（Verbal Communication; 以下、VCと略す）」に着目してきた従来の説得研究に「非言語的コミュニケーション（Nonverbal Communication; 以下、NVCと略す）」の視点を導入する。また、「受け手」に注目してきた従来の説得研究に「送り手」の視点を加える。さらに、送り手と受け手の役割を固定した「一方向的」な従来の説得研究に、送り手と受け手の交替という「双方向的」な視点を取り入れる。

上記のような視点をもつことで、一方向的および双方向的コミュニケーション事態において、効果的な説得技法の提案ができるのではなかろうか。そこで、本研究では、トレーニング・プログラム開発のための基礎的な知見を提出することを目指す。

第１章　本研究の理論的背景

第１節　本章の目的

本章の目的は、前述した本研究の２つの目的を達成するために、その目的に関連のある社会心理学の領域、すなわち、対人コミュニケーション（interpersonal communication）および説得（persuasion）領域の研究背景について示すことである。

第２節　対人コミュニケーションの概念

１．対人コミュニケーションの定義と特徴

社会の中に生きるわれわれは、他者とのかかわりを避けては通れない。家族、恋人、友人、先輩・後輩（上司・部下）、たまたま病院で隣に腰を掛けていた初対面の他者などであれ、対人コミュニケーションを通じて、われわれは他者とのかかわりの中で生きている。対人コミュニケーションとは、人と人とが音声や身体、事物などのいくつかの手がかりを用いて、お互いに心理的に意味のあるメッセージを伝え合うことである（大坊, 1998）。一般に、対人コミュニケーションは「自己充足的コミュニケーション（consummatory communication）」と「道具的コミュニケーション（instrumental communication）」の２つに概念的に大別できる（大坊, 1987）。自己充足的コミュニケーションとは、コミュニケーションをすること自体が目的となるコミュニケーションである。一方、道具的コミュニケーションとは、他者を説得する場合のように対人的な目標達成のための手段となるコミュニケーションである。

対人コミュニケーションに備わる本質的な特徴には、1）個人と個人の間で交わされるコミュニケーションであること（二者のコミュニケーションであること）[1]、2）双方向的過程であること、3）対面性、4）心理的関係の存在、の４つが挙げられる（深田, 1998）。これら４つの特徴の保有の程度により、対人コミュニケーションとしての性質が明確化する。

[1] 深田（1988）は、対人コミュニケーションに備わる本質的な特徴の１つは、二者のコミュニケーションが基本であるとする。しかし、個人と個人の間で交わされるコミュニケーションであるという本質的特性が保障されるような、数人の小集団の成員間のコミュニケーションも対人コミュニケーションに含みうるという。和田（1999）は、対人コミュニケーションといった場合、一対一のコミュニケーションを指すとする。数人の小集団の成員間のコミュニケーションは２人のコミュニケーションに単に１人が加わったものではないと指摘し、小集団コミュニケーションと対人コミュニケーションを区別している。ゆえに、対人コミュニケーションのコミュニケーション当事者数は２人が基本であると言えよう。

本論文では、二者のコミュニケーションのメッセージ交換に対面性と双方向性が保持され、二者間に何らかの心理的関係が存在する、道具的コミュニケーションとしての側面の強い説得状況を扱う。

２．対人コミュニケーションの構成要素

対人コミュニケーション研究に大きな影響を与えたのはShannon & Weaver（1949）の機械論モデル（the mechanistic model）である（Figure 1）。「情報源（information source）」が「メッセージ（message）」を生成し、「送信機（transmitter）」が「メッセージ（message）」を「シグナル（signal）」に変換する。この変換作業を「記号化（encoding）」という。シグナルは「チャネル（channel）」を通して「受信機（receiver）」に伝達される。この解釈作業を「解読（decoding）」という。送信プロセスにおいて、情報源が意図しないものもシグナルとなりうる。それをノイズ（noise）という。機械論モデルは、受信機が送信機の内容をどれだけ正確に再現するか、すなわち、メッセージ伝達の効率性に焦点を当てた電気通信システムモデルである。この機械論モデルを対人コミュニケーションに適用したモデルが、Berlo（1960）のSMCRモデルである（Figure 2）。このモデルの命名は、「送り手（Source）」、「メッセージ（Message）」、「チャネル（Channel）」、「受け手（Receiver）」の頭文字からとられたことに由来する。このモデルは機械論モデルと同様に、メッセージ伝達の効率性を論ずる中で、対人コミュニケーションの構成要素SMCRに着目している。送り手の意図した内容が受け手に十分に伝わらない場合には、送り手および受け手のコミュニケーション・スキル、メッセージやチャネル特性などに原因を求めることができる。また、人は、メッセージに含まれる情報を自己の態度、知識などに基づくフィルターを通して選択的に受容する。さらにメッセージ解読の際には、ある部分を強調したり歪めたりして、自分に都合のよいように解釈する場合もある。

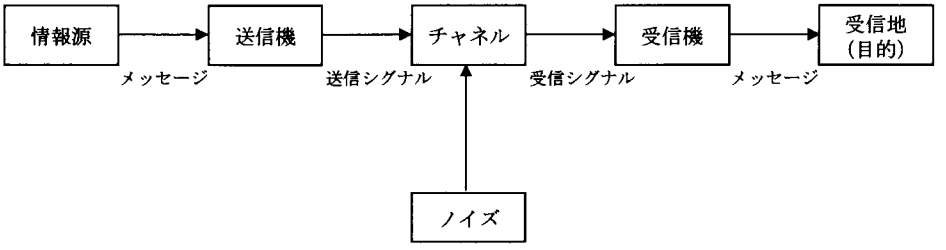


Figure 1　コミュニケーションの機械論的モデル（Shannon & Weaver, 1949）

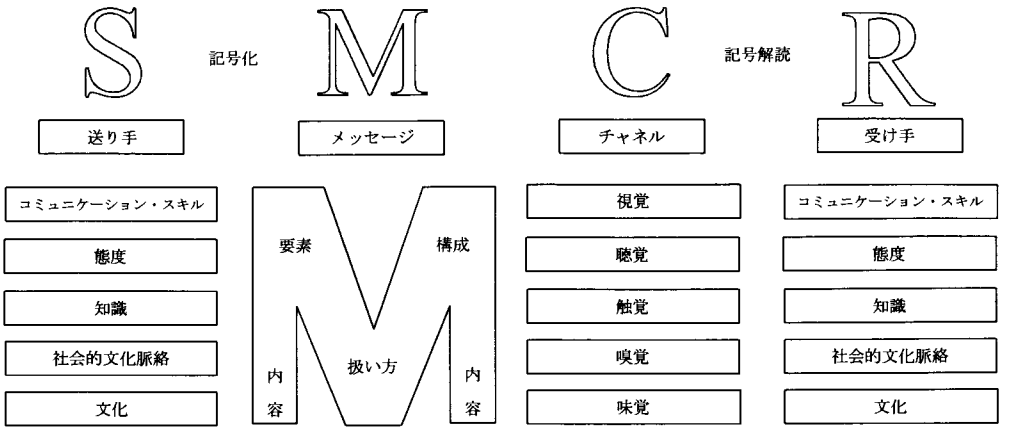


Figure 2　SMCR モデル（Berlo, 1960）

多くのコミュニケーション研究者によって対人コミュニケーションに関するモデルが提出されている（e.g., Berlo, 1960; 大坊, 1998; 深田, 1998; 池田, 2000; 竹内, 1973）。共通する構成要素を整理すると、対人コミュニケーションは、「送り手」、「メッセージ」、「チャネル」、「受け手」の 4 つの要素から成立する。

（1）送り手

送り手は、頭の中にある伝達したい心的な情報を記号というメッセージに変換して伝達する（記号化）。送り手の特性が、伝達したい心的な情報内容、および、符号化の正確さと様式に影響を与える（深田, 1998）。送り手の特性には、個体要因として、コミュニケーション・スキル、態度、知識、パーソナリティ、欲求などがある。状況要因として、社会的特性（e.g., 地位、職業、専門性）がある。

（2）メッセージ

メッセージとは、送り手によって記号化された記号の集合体であり、メッセージの意味内容のことを指す。メッセージは、VC と NVC に分けられる。

（3）チャネル

チャネルは、受け手の感覚器官を指す場合（Berlo, 1960）とメディア（media）を指す場合がある。対人コミュニケーションにおいて、チャネルとは、メッセージを運搬するのに使用される特定の身体部位による行動を意味する（Wiener & Mehrabian, 1968）。メディア

とは、コミュニケーションの成立を可能にする媒介物である（O'Sullivan, Hartley, Saunders, & Fiske, 1983）。メディアによって用いられるチャネルが異なる。一般に、メディアは、対人コミュニケーションで実際に用いられる交信手段として位置づけられ（川浦, 1990）、対面、電話、手紙、コンピュータなどの物理的な媒体を指す。なお、送り手と受け手がお互いに対面している状態で行われるコミュニケーションを対面コミュニケーション（Face-to-Face Communication; 以下、FTF と略す）という。パソコンや携帯電話などコンピュータを媒介したコミュニケーションを CMC（Computer-Mediated Communication）という。Table 1 に主要なメディア、チャネル、コミュニケーションの特性を整理した。

Table 1　主要な対人コミュニケーション・メディアとその特性[2]

メディア		チャネル	コミュニケーションの特性		
			空間の共有	同時性	記録性
対面		すべて	○	○	×
手紙		視覚	×	×	○
電話		音声	×	○	×
留守番電話		音声	×	×	○
FAX		視覚	×	×	○
携帯電話		音声	×	○	×
テレビ電話		視覚＋音声	×	○	×
CMC	電子メール	視覚	×	×	○
	チャット	視覚	×	○	○
	電子掲示板	視覚	×	×	○
	ホームページ	視覚	×	×	○

Note: 川浦（1990）と松尾（1999）を参考に作成した

それぞれのメディアは、1）視覚的手がかりの有無、2）存在感（social presence）、3）手がかりの多少、を組み合わせた特性を有す。視覚的手がかりは電話にはないが対面ではみられる。存在感とは、「相手が『そこ』にいると、その人が感じる程度」を指す（川浦, 1990）。存在感は、電話は低いが対面は高い。手がかりは電話では音声や発話内容であるが、対面はそれらの手がかりに視覚的情報が加わる。

本研究ではメディアとして対面に焦点を当てる。対面は他のメディアと比較すると視覚という感覚チャネルが利用可能であり、存在感が高いメディアである。さらには、聴覚、

[2] 空間の共有とは、コミュニケーション当事者が空間を共有しているかどうかを意味する。同時性とは、対人コミュニケーションがリアルタイム、双方向的に行なわれるかどうかを示す。記録性とは、対人コミュニケーションを記録・再現可能かを示す。

触覚、嗅覚といった感覚チャネルも利用可能である。加えて、対面は、コミュニケーション当事者同士が同じ場所でリアルタイムにコミュニケーションを行うという特徴を有する。

（4）受け手

受け手は、送り手が記号化したメッセージの意味を解釈する。この解釈作業を解読という。メッセージそのものに意味が存在するのではなく、受け手がメッセージを解読することではじめて意味が生じる。このメッセージの解読は、受け手の特性の影響を受ける。受け手の特性とは、コミュニケーション・スキル、態度、知識レベル、社会的文化的システム内での立場が含まれる（Berlo, 1960）。

この 4 つの要素に加えて、対人コミュニケーションで考慮すべき要因に「効果（effect）」がある。効果とは、メッセージによって送り手が受け手に及ぼす影響を指す。メッセージを伝達するためには、誰が、何を、誰に、どのようなチャネルを用いて表現するのか、相手のメッセージをどう認知し、解読するのかが問題となる。「効果」は、「送り手」、「メッセージ」、「チャネル」、「受け手」の 4 つの要素によって規定される場合が多い。Figure 3 に 4 つの要素と効果の関係を示した。

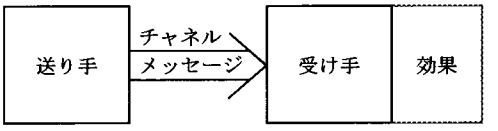


Figure 3　対人コミュニケーションの基本的構成要因（深田, 1998）

Shannon & Weaver（1949）の機械論モデル、Berlo（1960）の SMCR モデル、深田（1998）のモデルは、コミュニケーション当事者の一方を送り手、他方を受け手といった役割固定が成り立つ場合のコミュニケーション・プロセスを示している。対人コミュニケーションにおいては、送り手はつねに送り手でありつづけ、受け手はつねに受け手でありつづけることはありえない。竹内（1973）は、対人コミュニケーションの双方向性に力点を置き、コミュニケーション当事者自身に対するフィードバック（feedback）現象をも考慮にいれたモデルを提出している（Figure 4）。すなわち、コミュニケーション当事者は送り手であると同時に受け手としての役割も果たす。そのため、メッセージの記号化、解読、フィー

ドバックが連続的に繰り返されるのである。

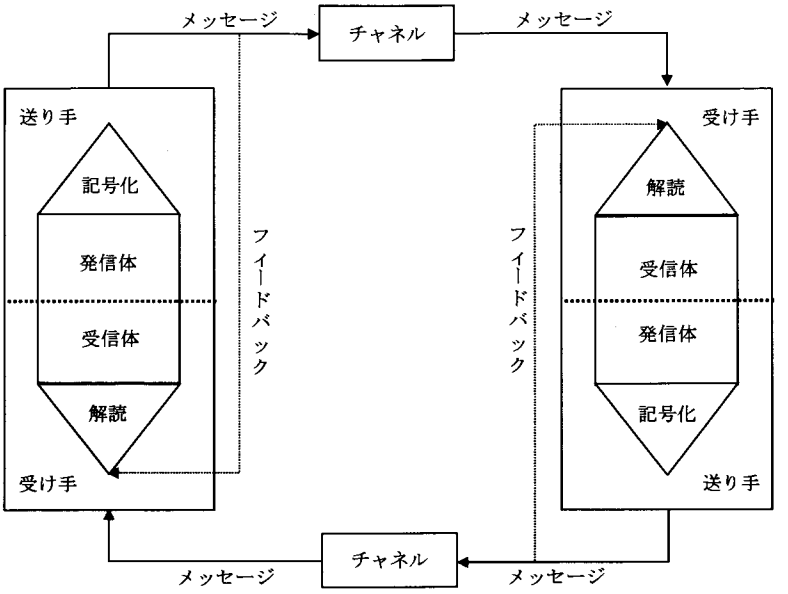


Figure 4　対人コミュニケーションのプロセス・モデル（竹内, 1973）

３．対人コミュニケーションのチャネル

（１）対人コミュニケーション・チャネルの分類

対人コミュニケーションは多様なチャネルを通じて行われる。メッセージはメディアに依存し、メディアで使用可能であるチャネルに分散される。送り手がチャネルを通じてメッセージを記号化し、そのメッセージを受け手が解読することによって、そのメッセージははじめて意味をもつ。このプロセスでは、送り手はチャネルの特性を組み合わせてメッセージを伝達しようと試み、受け手はそのメッセージを正確に理解しようとする。

一般に、コミュニケーションの形態はチャネルの違いに応じて分類されることが多い（e.g., Argyle, 1988; Argyle & Kendon, 1967; 大坊, 1998; Duncan, 1969）。対面的な場面を基本とすると、音声を伴うか否かによってわけることができる（Figure 5）。なお、Figure 5 の 1）が VC、2）～6）が NVC にあたる[3]。

[3] 言語学という意味での「言語」には、語、節、文を指す言語に加えて、リズム、休止、抑揚といった韻律（prosodic）も含まれる（Ellis & Beattie, 1986）。

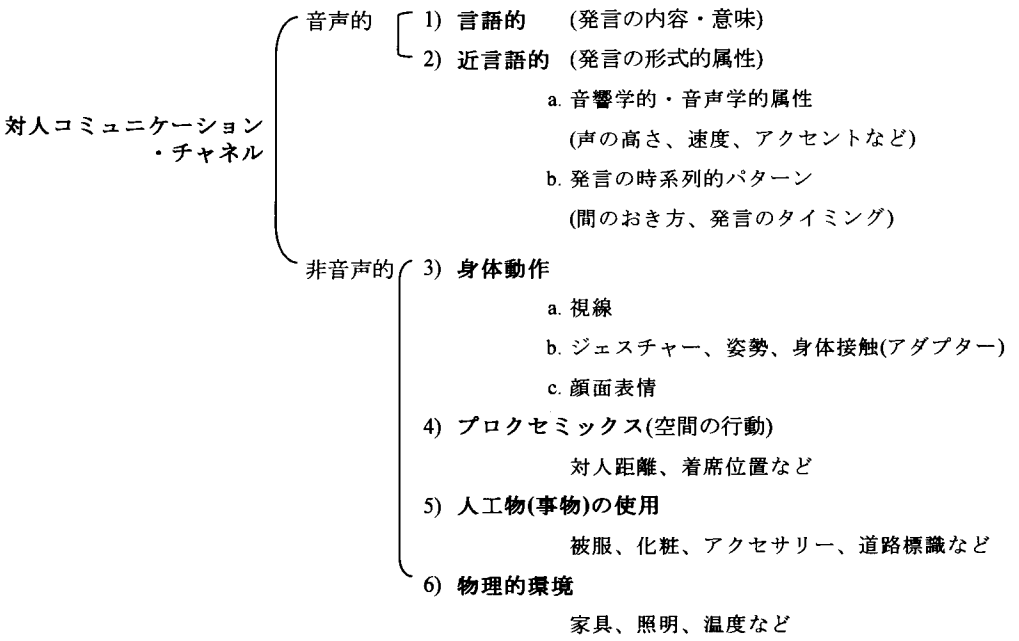


Figure 5　対人コミュニケーション・チャネルの分類（大坊, 1998）

（2）対人コミュニケーション・チャネルの意図性

一般に、VC は、その文意、語義が問題とされるもので、意図的かつ意識的に行われる程度が高い。NVC は、音声の形式的側面（発言と沈黙のタイミング、抑揚、大きさなど、近言語的特徴）、視線、顔の表情、ジェスチャー・姿勢や動作、身体接触（アダプター）、対人距離や空間行動（座席の位置、なわばり）、外見（容貌、スタイルなど）、服飾や化粧、さらには匂いやインテリアなど多くのチャネルを含み、多様な伝達特性をもっている。NVC は、意図の程度とコントロールの程度を変化させることで記号化される（Lakin, 2006）。すなわち、送り手は NVC を操作することによって意図的なメッセージを記号化することができる一方で、意図しないメッセージも NVC によって伝達している場合がある。したがって、対人コミュニケーションの過程においては、送り手の意図の有無による記号化は、受け手の解釈、つまり、効果に影響をもたらすのである。

（3）対人コミュニケーション・チャネルの性差

VC と NVC の記号化や解読には性差が報告されている（Andersen, 2008; Hall, 1984, 2006; Mulac, 2006; 岡本, 2010）。

NVC チャネルに関して、Hall（1984, 2006）は膨大な数の研究をレビューし、次のよう

な結果を報告している。女性は記号化能力と解読能力が男性よりも高い。また、女性は男性よりも顔面表出、微笑み、凝視を多く記号化や解読に利用する。さらに、女性は男性よりも関心を示す行動（e.g., うなずき、前傾姿勢）、表出的な行動（e.g., 身振り、頭の動き）、自己に対する行動（e.g., アダプター、髪をいじる）が多い。一方、男性は女性よりも対人距離をとり、言い間違いや言いよどみが多い。さらに、男性は女性よりもリラックスしていることを示し（e.g., だらりともたれ掛かる、後傾姿勢）、開放的である（e.g., 足・脚を開く）が、落ち着きのない行動（e.g., 手足や姿勢を動かす）をとる。Bull（1983）は、NVCの記号化と解読に関する性差は、共感性、社会的役割、勢力の差、練習効果、調節という観点で説明可能であるとしている。しかし、性差の説明には検討の余地が残されているとも主張している。

言語的チャネルに関して、日本語ではインフォーマルな話し言葉（e.g., 終助詞、人称代名詞、発音、敬語表現）において性差が顕著である（岡本, 2010）。Mulac（2006）も言語的チャネルに関して性差を報告しているが、言語形式は話し手の性を明確に示すものではなく、性に関連のある“傾向”（gender-linked “tendency”）であると主張している。

４．対人コミュニケーション・チャネル間の優位性

メッセージはVCとNVCチャネルによって伝達される。いずれのチャネルが受け手に大きな影響力を与えるのであろうか。メッセージ伝達にNVCが伝達する情報やそこから得られる情報はVCよりも多く（大坊, 1998; 伊藤, 1991）、NVCがVCよりも高い影響力をもつ（Birdwhistell, 1955; Mehrabian & Wiener, 1967; Patterson, 2011）。他者の態度の認知は、7%はVCから、93%（音声38%、顔面表情55%）はNVCから行っているという結果（Mehrabian, 1972）や、社会的な意味の60%から65%がNVCによって伝達されているという結果（Birdwhistell, 1955）が報告されている。また、Burgoon（1994）は、個人差は認められるものの、多くの意味がNVCから伝わり、大人はNVCをメッセージ解読の手がかりとして重視することを報告している。さらに、VCは、事実に関する、抽象的な、そして説得的コミュニケーションにおいて重要であること、一方、NVCは、関係的、帰属的、感情的、態度的メッセージにおいて特に重要であることを報告している。

しかし、Richmond & McCroskey（2007）は、これらの研究は「NVCは無意味である。すべてのコミュニケーションは言語を必要とする。ゆえに、すべてのコミュニケーションは言語によるものである」といった俗説が正確ではないことを証明するために、特別に計画

されたものであり、研究された相互作用が日常のコミュニケーションのすべての相互作用を反映するわけではないと指摘している。そのため、上記の研究結果を一般化するには慎重になる必要があると述べている。さらに、対人コミュニケーションにおいては、言語要素と非言語要素の両方がとても重要であること、伝達されるメッセージの意味の解釈はどちらか一方の要素にだけではなく、2 つの要素の相互作用に依存することを指摘している。

5．対人コミュニケーションの機能

（1）VC と NVC との関連

VC と NVC の関連に特化した対人コミュニケーションの機能（e.g., Ekman & Friesen, 1969; Knapp & Hall, 2009; Richmond & McCroskey, 2007）を示す。

対人コミュニケーションでは、VC と NVC は相互に影響し合っている。Knapp & Hall（2009）は、VC に関連した NVC の機能を、「反復（repeating）」、「矛盾（conflicting）」[4]、「補完（complementing）」、「置換（substituting）」、「強調（accenting）／和らげ（moderating）」、「調節（regulating）」の 6 つの機能にまとめている[5]。

1 つ目の機能は「反復」である。この機能は、NVC が VC を繰り返す、VC を言い直す機能である。この場合の NVC は VC がなくとも成立する。たとえば、カフェでコーヒーを 2 つ注文する際に指を 2 本立てる場合である。

2 つ目の機能は「矛盾」である。この機能は、NVC が VC と異なる内容を伝える機能である。たとえば、仕事上でミスを犯し、上司に再度同じようなミスをしないように宣言するように言われた際に、ミスを犯した本人が二度と同じミスを犯さないと言葉で言いながら、口を尖らせたり、あざ笑ったり、あるいは、机に視線を向けてすすり泣いたりする場合である。

3 つ目の機能は「補完」である。この機能は、NVC が VC の意味を強化、明確化、詳細化、説明する機能である。たとえば、愛していると言うのに加えて抱擁をかわすなどの場合である。

---

[4] Richmond & McCroskey（2007）は、「矛盾」の英語表記を contradicting としている。

[5] Ekman & Friesen（1969）は、言語と非言語の関連を「表象（emblem）」、「例示（illustrators）」、「調節（regulators）」、「感情表示（affect display）」、「適応行為（adaptor, self-manipulation）」に分類している。彼らの分類を Knapp & Hall（2009）と Richmond & McCroskey（2007）の分類に対応させると、「表象」は「置換」にあたり、「例示」は「反復」、「矛盾」、「補完」、「強調／和らげ」にあたり、「調節」は「調節」にあたり、「感情表示」は「反復」、「強調／和らげ」、「矛盾」にあたる。「適応行為」に該当する分類は見られない。

4つ目の機能は「置換」である。この機能は、NVCがVCの代わりをする機能である。たとえば、こちらにおいでと言う代わりに手招きをする場合である。

5つ目の機能は「強調／和らげ」である。この機能は、NVCがVCを強調、誇張、目立たせる一方、和らげる機能もある。たとえば、大きな声で話す場合はVCを強調し、淡々と話す場合はVCを和らげる。

6つ目の機能は「調節」である。この機能は、NVCが言語メッセージの流れを調整、管理する機能である。自分自身のNVCとVCを調和させる場合は、姿勢の変化で話題を変えたりする。自分自身のNVCとVCを相互作用相手の行動に調和させる場合は、相手が話す順番になったことを示す時に相手に視線を向け、ジェスチャーを止める。

（２）包括的、統合的に捉えた対人コミュニケーションの機能

Patterson（1983）は、対人コミュニケーションの機能を次の5つにまとめている。対人コミュニケーションの5つの機能とは、「情報の提供」、「相互作用の調整」、「親密さの表出」、「社会的コントロールの実行」、「サービスや仕事上の目標の促進」、である。

1つ目の機能は「情報の提供」である。この機能は、意図的にメッセージを伝えるという基本的機能である。VC、NVCによって伝達される。

2つ目の機能は「相互作用の調整」である。対人コミュニケーションは、相互作用の成立を特徴づける行動や、相互作用を促進するパターンについて関心が向けられる。この機能には、コミュニケーションの構造を規定する固定した側面（e.g., 対人距離、姿勢）と、変化を表す特徴（e.g., 顔の表情、視線）、コミュニケーションの交代に表われる系列性を示す側面（e.g., 声の高低、イントネーションなどの近言語）とがある。

3つ目の機能は「親密さの表出」である。対人コミュニケーションは相手に応じたレベルの親密さを反映する。親密さとは、相手との一体性や相手への開放性の程度を反映する次元である。親密さが増大すると、相手への好意や愛情が増し、関心やコミットメントも増大する。一般に、親密さが増大するとNVCによる関与度は高くなる。

4つ目の機能は「社会的コントロールの実行」である。この機能は、社会的勢力と支配、説得、フィードバックと強化、欺瞞、印象管理といった社会的影響過程において、他者の行動に影響を与えたり、自分の望む方向に他者の行動を変化させようとする、意図的に影響力を行使することを指す。

5つ目の機能は「サービスや仕事上の目標の促進」である。職業上の身体接触（e.g., 医

者と患者、美容師と客)、距離の取り方などにみられる。これは、役割や状況の規範によって左右される。

これら5つの機能のうち、「情報の提供」と「相互作用の調整」は、微笑み、視線など単独の行動パターンについて分類したものであるのに対し、「親密さの表出」、「社会的コントロールの実行」、「サービスや仕事上の目標の促進」は、相互作用を通しての行動のパターンの背後にある目的を説明する分類である。すなわち、対人コミュニケーションは、チャネルを通じてお互いに心理的な意味を伝達するだけではなく、それにとどまらない機能が込められている。

以上において、対人コミュニケーションをVCとNVCとの関連からの機能、包括的・統合的に捉えた機能について述べた。これらの機能は、常に独立して起こるわけではない。また、1つの対人コミュニケーション・チャネルが複数の機能を担っていることが多い。

本論文では、対人コミュニケーションの機能の4つ目の機能、「社会的コントロールの実行」に焦点を当てる。われわれは社会においては一人で生きていくことはできず、他者とのつながりを求める。他者との良好な関係を希求し、親密さを高め対人関係を発展させていく。その日常のプロセスの重要性から、「親密さの表出」を目的としたチャネル研究は多数報告されている（e.g., 大坊, 1990; 和田, 1990)。一方で、教育場面や職場において自分の望むように他者の態度や行動を変化させるためにはどのようにすればよいのか、という問いが発せられている。日常生活にはそのような「社会的コントロールの実行」に含まれる説得状況は多く存在するが、対面で対人コミュニケーション・チャネルを用いてどのように他者を説得すればよいのかについては、明らかになっていない点が多い（深田, 2002, 2005)。したがって、本論文では、他者の態度や行動を変化させるためにはどのようにすればよいのかという疑問に答えるために、「社会的コントロールの実行」という機能である、特に説得という文脈に焦点を当てる。

6．対人コミュニケーションの時系列変化

コミュニケーションの経過とともに、コミュニケーションの当事者内のコミュニケーション行動、コミュニケーション当事者間のコミュニケーション行動は変化する。

コミュニケーション当事者内の時系列変化については、川浦（1990）は12分間の会話実験を行い、相手に向ける凝視時間がコミュニケーションの経過とともに減少することを

指摘している。彼は時系列に伴う視線の減少は、時間経過に伴い視線の機能が限定されたためであると結論づけている。

より大きく対人コミュニケーションの時系列を捉えてみる。対人関係の発展とともにコミュニケーション行動は変化する（大坊, 1990）。未知関係の二者が知り合っていくプロセスにおいては、対人コミュニケーションの直接性（immediacy）が高まる。直接性の高まりとは、発言量の多さ、視線量の多さ、前傾姿勢などである。二者の関係が安定している状態では、対人コミュニケーションの直接性は一定のレベルで維持される。また、夫婦のように長期的な関係が維持された二者は、直接性は低下したとしても意図や感情を伝え合うことができる。すなわち、対人関係の発展とともにコミュニケーション行動は活発になるが、ある程度の関係性になるとコミュニケーション行動は安定し、関係が強固になればコミュニケーション行動は減衰するのである。

では、コミュニケーション当事者間の時系列変化についてはどうであろうか。Matarazzo, Weitman, Saslow, & Weins（1963）は、同調（synchrony）傾向という用語でコミュニケーション当事者間の時系列変化を説明している。同調傾向とは、1）コミュニケーション当事者間のコミュニケーション・パターンが時間経過に伴って類似し、正の相関関係が高まる現象、2）お互いのコミュニケーション行動の活発さが近似あるいは収束し、お互いのコミュニケーション行動の差が減少する現象、を指す。すなわち、コミュニケーション当事者の一方のみに注目していては知ることのできないコミュニケーション行動の時系列変化があるのである。

第３節　説得の概念

本論文では、対人コミュニケーションの背後にある説得を行うという目的をもつ場合のコミュニケーション、すなわち説得的コミュニケーション（persuasive communication）に焦点を当てる。そこで、本節では、説得の定義・特徴、説得の段階、説得事態の要因、対人コミュニケーションと関連する説得研究のアプローチについて示し、最後にコミュニケーションとしての説得を再考する。

１．説得の定義・特徴

説得とは、送り手が、おもにVCを用いて非強制的なコンテクストの中で、納得させながら受け手の態度や行動を意図する方向に変化させようとする社会的影響行為あるいは社会的影響過程である（深田, 2002）。そして、受け手を納得させるための論拠を含み、説得に使用されるコミュニケーションが説得的コミュニケーションである。また、Perloff（2010）は、説得とは、コミュニケーターが自由選択の環境でメッセージの伝達を通して論点に関して他者の態度あるいは行動を変化させようとする記号化プロセスである、と定義している。

また、多くの研究者は説得の特徴を整理している（e.g., 深田, 2002; Gass & Seiter, 2004; Perloff, 2010; 榊, 2002）。共通する特徴を整理すると、説得とは、「コミュニケーションである」、「主として言語によって行われる」、「送り手が意図的に記号化したメッセージを伝達する行為である」、「受け手の態度や行動を変化させようとする試みである」、「非強制的な行為であり、受け手には自由な選択の余地がある」、の５つにまとめることができる。

２．説得の段階

説得的コミュニケーションが送り手の意図した効果をもつためには、受け手が経験しなければならない12の連続的な反応段階がある（McGuire, 1985）。目的とする段階以前の段階は、媒介変数となる。Table 2に連続的な反応段階とその効果の測定法を示した。送り手が説得に成功するためには、第1に、受け手をメッセージに接触させる必要がある。第2に、メッセージが受け手の注意を引かなければならない。第3に、受け手がメッセージに対して好感や関心をもたなければならない。そうでなければ次の段階が生じない。第4に、メッセージへの好感や関心が喚起されると、受け手はメッセージの内容を理解し学習しよ

うとする。第5に、受け手はメッセージを理解し学習しようとする動機づけが高まると、受け手がすでに保有している認知の中から、メッセージ内容に関係する認知を生起したり、検索したりする。第6に、メッセージが内容の学習だけではなく方法の学習も要求する場合、スキルの獲得が必要となる。第7に、受け手が送り手のメッセージに同意し、それを受容する段階である。この第7段階の態度変化（attitude change）は、多くの説得研究で最終的な従属変数として使用されている。第8段階は、長期的な態度変化が目的である場合には、受け手は引き起こされた態度変化を記憶に貯蔵して保持することが求められる。第9に、意思決定時に、態度変化の記憶がその態度変化に関連する説得力のある論拠や同意反応の記憶と別々に貯蔵されている場合には、受け手はそれらを記憶の中から探索し、検索する。第10に、受け手は、説得話題に関連する記憶の中から検索した材料を使用して、意思決定を行う。第11に、受け手は第10段階で決定した意思に一致する行動をとる。この行動変化は、承諾獲得（compliance-gaining）研究において最終的な従属変数とされている。最後に、第12段階では、行動発生後に、追従行動や新しい行動パターンを強化することによって、説得的コミュニケーションの効果の長期的持続性が高められる。

一般に、説得効果は、内的レベルの態度変化と外的レベルの行動変化に大別できる。McGuire（1985）のモデルの内的レベルの変化は、第7段階の「態度変化の段階」を指す。説得的コミュニケーションが送り手の唱導する方向に対して、受け手が好意的、肯定的態度を増加させれば、説得方向への態度変化がみられる。このことを説得効果があったという。安定性の高い説得効果とは、態度変化と行動変化の両方が生じる場合である。行動変化を伴わない態度変化は、十分な説得効果が生じていないといえる。しかし、大きな態度変化は将来の行動変化をもたらす可能性の高いことを期待させる。一方、態度変化を伴わない行動変化は、見かけだけの表面的な説得効果である恐れがあるので、安定性にかける説得効果であるかもしれない（深田，1998）。

態度や行動の変化のいずれかを説得効果と捉える視点と、その態度や行動変化の持続性や強靭性を説得効果とする視点がある。本論文では、態度や行動変化の持続性や強靭性ではなく、認知的な変化や態度変化を説得効果として扱う。

Table 2　受け手が経験する反応段階とその効果測定の方法（McGuire, 1985 より作成）

反応	効果の測度
第1段階　接触・露呈（exposure）	メッセージへの接触率
第2段階　注意・注目（attention）	アイ・ムーブメントと脳波の変化の同時測定、再認テストなど
第3段階　好感・関心（liking, interest）	メッセージへの好感や関心の評定尺度、生理的喚起の記録、好感に関する非言語的指標、瞳孔の拡大、声紋など
第4段階　理解（comprehenshion）	受け手の読解能力指標、メッセージ内容に関する事後的な再生テストや再認テスト
第5段階　関連認知の検索（retrieval of related cognitions）	メッセージに対する反論や支持論に関する受け手の言語表出の内容分析
第6段階　スキル獲得（skill acquisition）	スキルに関する再生テスト、自己効力感の評定など
第7段階　受容、態度変化（acceptance / attitude change）	説得直後の態度変化測定質問紙など
第8段階　保持（retention）	説得から一定時間経過後の態度変化測定質問紙など
第9段階　説得力のある論拠の検索（retrieval of the convincing arguments）	説得話題に関して頭に思い浮かんだ論拠の自己報告など
第10段階　意思決定（decision making）	意思決定の言語的表明、行動意志測定質問紙など
第11段階　行動（behavior）	行動観察、行動の自己報告など
第12段階　強化（consolidation）	目的とする行動の観察や自己報告、波及的行動の自己報告など

3．説得事態の構成要素

説得事態の構成要素は、説得がコミュニケーションであるという特徴から、対人コミュニケーションの 4 つの構成要素に準拠した構成になっている。ここでは、説得状況において「効果」の規定因となる「送り手」、「メッセージ」、「チャネル・メディア」、「受け手」、「状況・文脈」の要素について示す。

（1）送り手

送り手の要因は、大別すると「信憑性（credibility）」、「魅力（attractiveness）」、「勢力（power）」となる。送り手の人口学的特徴の効果は、上記 3 つの要因に帰することができる。

信憑性　信憑性は、「専門性（expertness）」と「信頼性（trustworthiness）」の 2 つの成分からなる（Hovland, Janis, & Kelly, 1953）。「専門性」とは、正確な情報を提供することのできる送り手の知識と能力を指す。送り手の専門性は、学歴、職業、経験度、話し方（e.g., 発話速度、「あの～」や「え～」などの意味のない言葉）、情報源の明示、ユーモアなどによって左右される（O'Keefe, 1990）。「信頼性」とは、送り手がどの程度自分の知っていること（真実、事実）を正直に相手に伝えるかという観点を指す。信憑性は、すべての状況において同じように働かないことが示されている（Hovland & Weiss, 1951; Stiff, 1986）。

魅力　魅力とは、個人的な好感や親しみやすさ、あるいはどれだけ他者と共通点があるかという類似性を指す。一般に、受け手に好かれている送り手は説得力があり（深田, 2002; 今井, 2006; Petty & Wegener, 1998）、受け手に類似性を低いと知覚されるよりは類似性を高いと知覚される場合に、説得効果が高い（深田・木村・牧野・樋口, 1999）。

勢力　勢力とは、送り手が受け手への承認または制裁をコントロールできると知覚される程度、および受け手が送り手の立場を受け入れるかどうかを監視する能力をもっている程度のことを指す。一般に、勢力の高い送り手は説得力がある。

（2）メッセージ

同じ内容の情報から成る説得的メッセージであっても、その構成方法や呈示方法が変わると、メッセージの効果は変化する。また、メッセージに含まれる論拠によっても、メッセージの効果は異なる。

一面呈示と両面呈示　賛否両論が成立する話題に関して、説得方向に対する賛成論のみを呈示して他者を説得する場合を一面呈示（one-sided presentation）という。一方、説得方向に対する賛成論と反対論の両者を呈示して他者を説得する場合を両面呈示（two-sided presentation）という。両面呈示において反論が反駁されていれば、両面呈示の方が一面呈示よりも説得効果が高い（O'Keefe & Figge, 1999）。一面呈示と両面呈示の効果は、受け手に依存する（Petty & Wegener, 1998）。

結論明示と結論保留　送り手が受け手に対して結論を明確に示す場合を結論明示（explicit conclusion）という。一方、送り手が結論をぼかす場合を結論保留（implicit conclusion）という。結論明示の方が結論保留よりも説得効果が高い（O'Keefe, 1997）。

クライマックス順序と反クライマックス順序　説得的コミュニケーションにおける最も強力な議論をコミュニケーションの最後に置くことをクライマックス順序（climax order）という。これに対して、最も強力な議論をコミュニケーションの最初に置くことを反クライマックス順序（anticlimax order）という。説得話題に対して受け手がどの程度関心をもっているか、自我と関連しているかによって、強力な議論を置く位置の影響力は異なる（今

井, 2006; Petty & Cacioppo, 1986)。

情緒的アピールと理性的アピール　情緒的アピール（emotion appeal）とは、受け手の感情に訴える説得を行うことである。一方、理性的アピール（reason appeal）とは、受け手の理性に訴える説得を行うことである。いずれのアピールが効果的であるかについては、一貫した研究結果が得られていない（Petty & Wegener, 1998）。

論拠の質　論拠の質とは、論拠の強さ、すなわち、メッセージの説得力である。一般に、論拠が強い場合は論拠が弱い場合よりも説得効果は高い（Petty & Cacioppo, 1986）。

論拠の量　論拠の量とは、おもに説得的メッセージの中に含まれる論拠の数を指す。一般に、論拠の量が多い場合は論拠の量が少ない場合と比較して説得効果は高い（Petty & Wegener, 1998）。しかし、受け手のメッセージの精査の程度によって論拠の質が問題とされ、論拠の量が吟味される。

（3）チャネル・メディア

チャネルやメディアが説得に及ぼす効果については、ほとんど解明されておらず（深田, 2002; 今井, 2006）、これらの要因についての検討が望まれている。

チャネル　人は他者を説得しようとする意図が高まると、視線、うなずき、ジェスチャーを増加させ、表情が豊かになり、発話速度は速くなり、より大きな声で話し、声の抑揚を多様にし、発話の休止を減少させる（Mehrabian & Williams, 1969）。また、声の抑揚、声の大きさ、発話速度、発話の休止の少なさ、顔面活動、ジェスチャー、視線行動は説得性と正の相関関係が確認され、一方、アダプターは説得性と負の相関関係が確認されている。Mehrabian & Williams（1969）の研究結果から、散発的に音声的チャネルの効果の検証が行われてきた（Apple, Streeter, & Krauss, 1979; Miller, Maruyama, Beaber, & Valone, 1976; Woodall & Burgoon, 1983; 横山・大坊, 2008）が、知見の体制化には至っていない。

メディア　メディアによって、受け手の精査（elaboration）の程度が異なる。精査とは、説得の文脈においては、説得的コミュニケーション中の態度対象と関連する論拠について

詳細に検討することである（神山, 2002）。送り手の信頼性や魅力性が高い場合は、録音テープや印刷よりもビデオテープや対面状況やビデオテープの場合の方で、インパクトがあり、説得力がある（Andreoli & Worchel, 1978; Chaiken & Eagly, 1976, 1983; Worchel, Andreoli, & Eason, 1975）。一方で、メッセージの論拠が強い場合は、メッセージが外的ペースメッセージである録音テープあるいはビデオテープよりも、自己ペースメッセージである印刷の方で、メッセージの説得力が高まる（Chaiken & Eagly, 1976）。以上の結果は、メディアによってチャネル手がかりが異なるため、受け手がどのようなチャネル手がかりを用いてメッセージを処理するのかが鍵となることを示している。

（4）受け手

受け手の説得のされやすさを示す概念として被影響性（persuasibility）がある。被影響性に関係する受け手の特性としては、人口学的特性変数（e.g., 性、年齢）、パーソナリティ（e.g., 自尊心、セルフ・モニタリング）、などが挙げられる。

自尊心　自尊心とは、自分自身に対する評価である。自尊心と説得のされやすさには逆U字型の関係があることが示されている（Rhodes & Wood, 1992）。

性　一般に女性の方が男性よりも説得されやすい（Eagly & Carli, 1981; 深田, 1973; 今城,1984; Janis & Field, 1959; 神山・藤原・石井, 1990; 上野, 1994）。たとえば、恐怖アピールに対して女性の方が男性よりも説得されやすい（深田, 1973）。また、男性は小さな脅威よりも大きな脅威に対して反発を感じるが、一方、女性は大きな脅威に対して従い説得された（今城, 1984）。これらの性差は、男性によって作成された実験材料や男性による研究実施という社会文化的要因が考えられるほか、性別によって被影響性が高まる説得話題の性質、説得話題に関する態度、説得力をもつ論拠に違いがあるためであると考えられる（Petty & Wegener, 1998）。

（5）状況・文脈

状況・文脈とは、コミュニケーションが呈示される場面に関係するあらゆる要因である。メッセージの反復、感情、メッセージ内容の予告の有無などが含まれる。

メッセージの反復　メッセージを反復提示すると、説得効果の大きさと持続性は増加する（深田, 2002）。

感情　説得とは関連のない肯定的感情、あるいは否定的感情が受け手の説得的メッセージの情報処理の仕方を異にする（原, 1995; 原・山本, 1998）。肯定的感情では説得的メッセージの論拠の強弱による差はみられないが、否定的感情においては強い論拠の説得的メッセージは弱い論拠の説得的メッセージよりも説得を促進する（原・山本, 1998）。このメカニズムは、肯定的感情がヒューリスティック処理を促進し、否定的感情が分析的処理を促進するという、受け手の情報処理の違いによる。

メッセージ内容の予告　予告（forewarning）とは、説得前の時点で説得の話題と立場や説得意図を受け手に知らせることである。一般に、予告は説得効果を抑制する（深田, 2002）。

4．対人コミュニケーションに関連した説得研究のアプローチ

（1）シングル・チャネル・アプローチ（single-channel approach）[6]

対人コミュニケーション研究では、特に親密な関係の構築の過程において、特定の身体部位のチャネルの特徴の測定、あるいは特定のチャネルが他者に及ぼす影響について膨大な研究が報告されている（e.g., Beebe, 1974; Exline, 1963; Hall, 1966; 川名, 1986; 西出, 1985; 和田, 1986）。

では、他者を説得しようと働きかける過程では、特定のチャネルに関してどのような研究が行われているのであろうか。第3節3（3）で既に述べたように、説得事態においては対人コミュニケーション・チャネルについてはほとんど明らかになっておらず（深田, 2002）、散発的にチャネルの効果が検証されてきた。説得事態におけるチャネル研究は、Mehrabian & Williams（1969）が先駆的であり、その研究以降、そこで得られた音声的チャネルの効果に関する追試が行われてきた（Apple et al., 1979; 藤原, 1986; Miller et al., 1976; Woodall, & Burgoon, 1983; 横山・大坊, 2008）。

横山・大坊（2008）では、日本において発話速度が説得事態でどのように認知されるのかについて検討を行っている。発話速度が信憑性に及ぼす影響に関しては、Miller et al.

[6] 第3節4.（1）に関連する論文は、横山・大坊（2008）である。

(1976) は発話速度の速さが信憑性を高めることを報告しているが、本邦では藤原 (1986) は発話速度の遅さが信憑性を高めることを報告している。このように欧米と本邦の見解は一致していないため、文化的要因を考慮し、横山・大坊 (2008) では信憑性を構成する信頼性と専門性が発話速度によりどのような影響を受けるのかについて検討を行った。発話速度を、Fast 群 510 (字／分)、Medium 群 420 (字／分)、Slow 群 330 (字／分) に操作した精神鑑定に関する説得的メッセージを作成し、大学生に説得的メッセージを音声によって提示した。その結果、発話速度の遅さが信頼性を高め、発話速度の速さが専門性を高めることが示されたが、発話速度は説得性に影響を与えないことが示された (Figure 6)。この結果は、信頼性に関しては藤原 (1986) と同様であった。

他者を説得するという状況においては、各チャネルの効果が明らかになっていない (深田, 2002; 横山, 2010)。そのような状況では、Patterson (1983) が指摘するように、横山・大坊 (2008) のような一つ一つの要素に関する知見を体制化するシングル・チャネル・アプローチは重要であると考えられる。

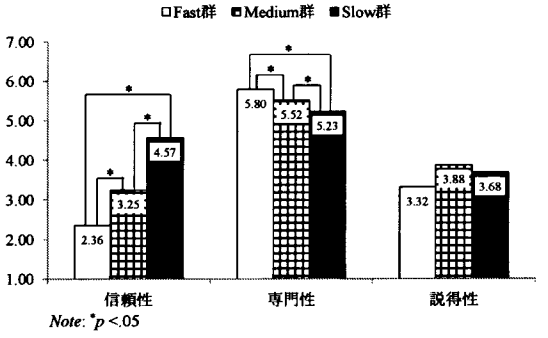


Figure 6　発話速度が対人印象に及ぼす影響

(2) マルチ・チャネル・アプローチ (multi-channel approach) [7]

対人コミュニケーション研究では、特に親密な関係の構築の過程において、チャネル間の関係が報告されている (e.g., Argyle & Cook, 1976; Argyle & Dean, 1965; Patterson, 1976)。第 1 は、相補性 (compensation) である (Argyle & Cook, 1976; Argyle & Dean, 1965)。二者の相互作用にはその二者の関係に応じた快適な親密性のレベルがあり、その親密性のレベルを維持しようとする圧力が働くために、親密性を構成する 1 つのチャネルの用い方を変化させると、他の 1 つあるいは多くのチャネルの用い方はその均衡したレベルを維持するために逆方向に変化する。第 2 は、相互性 (reciprocity) である (Patterson, 1976)。これは、

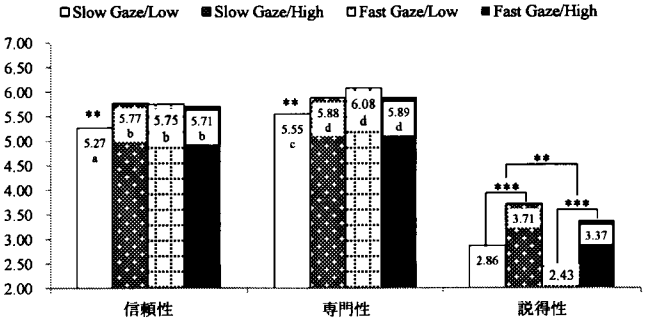
[7] 第 3 節 4. (2) に関連する研究発表および論文は、Yokoyama & Daibo (2008)、横山 (2010) である。

コミュニケーション当事者 A の親密性の変化が B に顕著な生理的覚醒の増減の変化を引き起こすならば、その状況の手がかりなどの認知的要因によってその生理的覚醒の変化をポジティブあるいはネガティブにラベルづけする。ポジティブにラベルづけられるのならば、コミュニケーション当事者 B によって、親密性は返報される。

では、他者を説得しようと働きかける過程では、複数のチャネルに関してどのような研究が行われているのであろうか。横山・大坊（2008）では説得事態での音声的チャネルである発話速度に関して検討したが、対人コミュニケーション・チャネルの中でも非音声的チャネルの影響が大きいことを指摘した上で、音声的チャネルと非音声的チャネルの複数のチャネル間の検討の必要性を指摘している。

そこで、Yokoyama & Daibo（2008）、横山（2010）では、説得事態で発話速度と視線の 2 種のチャネルを操作した実験を行っている。発話速度は、Fast 群 510（字／分）、Slow 群 330（字／分）、視線は、カメラに向ける視線が総時間の 8%（視線少群）、83%（視線多群）に操作した精神鑑定に関する説得的メッセージを作成し、大学生に説得的メッセージを視聴覚映像として提示した。その結果、信頼性と専門性に関しては、発話速度が遅くかつ視線が少ない場合に最も専門性が低く評定されていた。説得性に関しては、発話速度と視線の交互作用効果は認められなかったがそれぞれのチャネルの主効果がみられている。すなわち、発話速度は遅いと、視線は多いと説得性を高めることが示された。この研究結果から、単一のチャネルでは説明できない複数チャネルでの効果や複数チャネルの組み合わせの効果を確認できたと言える。

しかし、Yokoyama & Daibo（2008）、横山（2010）の研究は対人コミュニケーション・チャネルの中の発話速度と視線の 2 種のチャネルしか扱えていない。したがって、多様なチャネルによるマルチ・チャネル・アプローチによる研究を行う必要が示唆された。



Note 1: $^{**}p < .01$, $^{***}p < .001$
Note 2: a と b に差があり、c と d に差があることを示す

Figure 7　発話速度と視線が対人印象に及ぼす影響

（３）直接性の直接効果モデル

直接性の直接効果モデル（The Direct Effects Model）は Andersen（1985）が提唱したモデルである。このモデルでいう直接的な行動とは、心理的距離を減少する接近行動、コミュニケーションのために利用可能な情報を送る行動、感覚刺激を増加させる行動、対人的温かさや親密さ、支配性や地位を伝達する行動、を指す。直接性は言語的チャネルによっても伝達されるが（Wiener & Mehrabian, 1968）、このモデルは非言語的チャネルによって伝達される直接性に限定している。

このモデルは、直接性を知覚すると生理的に覚醒するという考えを基盤としている。単一チャネルや複数チャネルによって表出される非言語的直接性が直接的にポジティブな効果をもたらす。説得場面では非言語的直接性が直に説得効果を高める。たとえば、雇用主は、雇用主に対して視線を向けない就職希望者よりも視線を向ける就職希望者を採用する（Burgoon, Coker, & Coker, 1986）。これは非言語的直接性が他者の注意を喚起し、温かさ、好意や熱意として知覚されるためである。McGuire（1985）の説得の段階の第 2 と第 3 段階に効果的であると言える。

（４）期待 - 侵犯理論

期待―侵犯理論（Expectancy－Violations Theory; 以下、EVT と略す）は、Burgoon & Jones（1976）によって特にプロクセミクス行動に特化したものとして提唱され、Burgoon（1978）によって一般化された理論である。日常の対人コミュニケーション場面では、人は「予測的（predictive）」な期待、あるいは「規範的（prescriptive）」な期待をもつ。これら 2 つの期待は、個人属性、関係性、文脈によって規定される。期待に対する反応として、人の期待に沿うように相手が行動する場合を期待確証行動（expectancy confirming behavior）、人の期待に沿うように相手が行動しない場合を期待侵犯行動（expectancy violating behavior）という。期待侵犯行動の例として、標準の対人距離を侵犯する行為は、コミュニケーション相手が魅力的あるいは非常に報酬的であるとポジティブに解釈されるが、コミュニケーション相手が非魅力的あるいは報酬的ではないとネガティブに解釈される。そのため非魅力的あるいは報酬的でない人は、個人的な特徴に注目されない標準的な対人距離の場合に最も好ましい結果になる。

（5）ディストラクション・モデル

ディストラクション・モデル（Distraction Model；以下、DMと略す）は、EVTに匹敵するアプローチである。送り手の非言語的行動が受け手の気を散らすならば、受け手はより説得の影響を受けやすい。それは、受け手がディストラクションに気付いていなくてもディストラクションは機能する、ディストラクションは生理的覚醒を生じさせる、という2つの理由による。

Buller（1986）はメタ分析によってディストラクションと説得の関連を検討している。コミュニケーションに関連のないディストラクション（e.g., ノイズ、視覚的ディストラクション）は、受け手のメッセージの理解を妨げるため、説得や態度変化に対する効果が低まる。一方、コミュニケーションに関連のあるディストラクションは、そのディストラクションの質が問題とされる。魅力や信憑性の高さがディストラクションになる場合は、ポジティブな特質に焦点が当てられるため、ポジティブな効果を生じさせる。しかし、魅力や信憑性の低さがディストラクションとなる場合は、ネガティブな特質に焦点が当てられるため、ネガティブな効果が生じる。

（6）コミュニケーション調節理論

コミュニケーション調節理論（Communication Accommodation Theory; 以下、CATと略す）は、当初は話体調節理論（Speech Accommodation Theory）として知られ、Giles（1973）によって提唱された理論である。この理論は、相互作用における相手との関係の調整をコミュニケーション行動（e.g., 言語行動、パラ言語行動、とりとめのない行動、非言語行動）から分析しようとするものである。

プロセスとしての調節（accommodation）とは、相互作用者がコミュニケーション行動間の社会的相違やコミュニカティブな相違を減少させる、あるいは増加させようとしてコミュニケーション行動を調節する点に言及している。別の観点では、CATは、われわれが互いに同じ行動や異なる行動をとるのはなぜかを説明することに高い注意を向けている。

この理論の鍵となる概念は、「収束（convergence）」である。収束とは、他者への関心を示したり、他者の承認を得ようとすることを意味する。コミュニケーションスタイル（e.g., スラング、文法構造、声の大きさ、声の高さ、歩き方、手の動き、服装）が他者とより類似するようになるときに収束は生じている。一方で、コミュニケーション当事者の一方あるいはお互いがコミュニケーションスタイルから遠ざかっていく場合を「相違（divergence）」

という。CAT は、送り手の要因の魅力、特に類似性が効果に影響を与えるとする。

説得事態における CAT で説明可能な研究例を次に示す。Buller & Aune（1992）は、解読能力の高い人は速い速度の説得的メッセージに説得される傾向にあるが、解読能力の低い人にはそれはあてはまらないという結果を報告している。解読能力の高い人は発話速度が速いため、自分と同様のコミュニケーションスタイル、すなわち発話速度の速い説得メッセージに説得されると考えられる。

（7）精査可能性モデル

精査可能性モデル(Elaboration Likelihood Model; 以下、ELM と略す）は、Petty & Cacioppo（1981, 1986） によって提出された理論である。説得的コミュニケーションが態度変化に及ぼす影響に焦点を当ててきた従来の研究の多くは、説得的コミュニケーションの送り手、メッセージ、受け手、チャネル・メディア、状況が態度変化にいかなる影響を及ぼすのかについて検討してきた。しかし、そのような要因が態度変化に及ぼす効果については、一貫した結果が得られていない。たとえば、専門性の高いメッセージの送り手は、説得に効果的である (Kelman & Hovland, 1953)、逆効果である (Sternthal, Dholakia, & Leavitt, 1978)、いかなる効果も生じない（Rhine & Severance, 1970)、という矛盾した結果が報告されている。ある要因の及ぼす効果の非一貫性に関して、さまざまな理論が提出されてきたが、実証的に一般化できる理論はほとんどみられなかった。そこで、Petty & Cacioppo (1981, 1986) は、1 つの概念的な傘のもとで、多くの矛盾する研究結果と理論的志向性を統合するために、ELM を提出するに至った。

ELM は、矛盾した研究結果と理論を統合するために、「説得に至る 2 つのルート」、つまり「中心ルート（central route)」と「周辺ルート（peripheral route)」を仮定している。この 2 つのルートは、人が説得的コミュニケーションを受けたときに、どれだけそのことについて精査できる可能性があるか否かによって決定される。すなわち、ELM を解釈する上での重要な概念は、精査であり精査連続体 (elaboration continuum) である。精査連続体とは、精査の程度を連続体として捉えることである（神山, 2002)。精査連続性の高い極に位置する時には「中心ルート」、精査連続性の低い極に位置する時には「周辺ルート（peripheral route)」に沿って態度変化が生じる。Figure 8 に精査可能性モデルを示した。態度変化が中心ルート、あるいは周辺ルートに沿うのかは、メッセージを処理する動機づけ（Figure 8 の A）と能力（Figure 8 の B）に関係する。メッセージを処理する動機づけと能力の両方

が高い場合には中心ルートを経て態度変化が生じるが（Figure 8 の A→B～E）、動機づけあるいは能力のいずれかが低い場合には周辺ルートによる態度変化が生じる（Figure 8 の A もしくは B→G→F）。また、中心ルートと周辺ルートによる過程の違いによって、新たに形成される態度の質が異なる。周辺ルートよりも中心ルートに沿って引き起こされた態度は、多くの認知的作業を経るために、持続性があり、行動の予測が可能であり、反対の立場からの説得に対しても抵抗が強い。

しかし、日本で ELM を適用するには問題がある（飽戸, 1984; 藤原・神山, 1988）。アメリカ文化で提出された ELM が、コミュニケーション文化の異なる日本でも ELM が一般化可能であるか否かという問題である。たとえば、アメリカは多民族国家であるので、他者へのメッセージ伝達手段として言語に頼らざるを得ないという文化的背景がある。飽戸（1984）は、日米間の「言語への信頼」を検証した結果、アメリカ人は日本人よりも言語に対する信頼感が厚く、人は言語で説得できるという確信をもつという結果を報告している。Hall（1976）は、コミュニケーションをコンテクスト（context）と言語との関連性によって低コンテクスト文化（low context culture）と高コンテクスト文化（high context culture）に区別している。コンテクストとは状況（e.g., 非言語手がかり）のことである。日本は高コンテクスト文化に区分され、言語よりも状況を重視して多くの情報を得ようとすることを指摘している。すなわち、アメリカとは言語に対する信頼感が異なる日本において、説得場面でメッセージ内容（言語）がどれだけ重要な意味をもつのか疑問である（藤原・神山, 1988）。たとえ、精査が高まったとしても、高コンテクスト文化の日本では周辺手がかりにかなりの重点が置かれる可能性があり、さらに、言語による説得だけでは、精査自体が高まらない可能性が藤原・神山（1988）によって指摘されている。

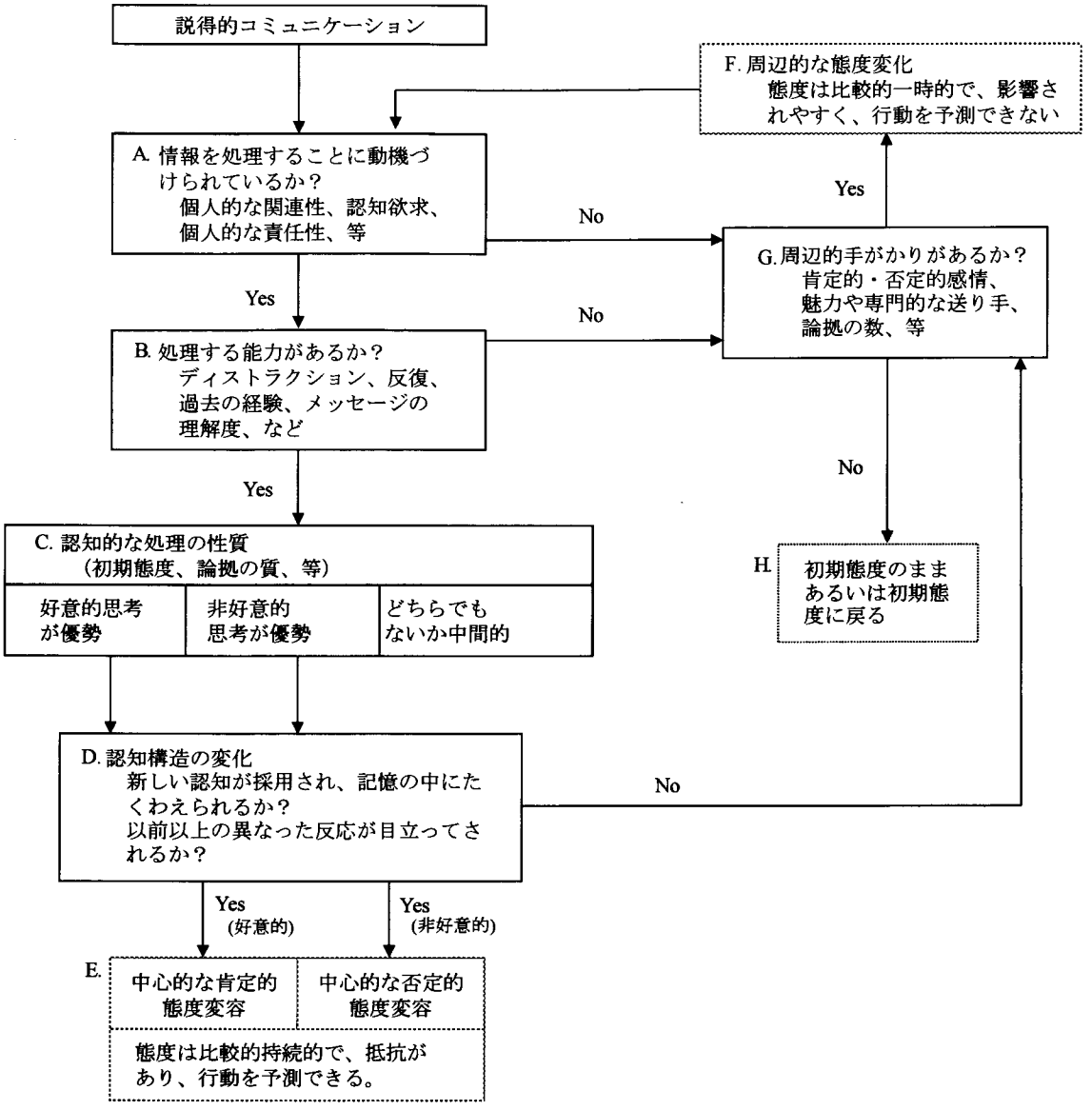


Figure 8　精査可能性モデル（Petty & Cacioppo, 1986; 訳出は藤原（1995）による）

５．コミュニケーションとしての説得研究の再考

（１）コミュニケーション特性からの説得の類型化

深田（1998）は、コミュニケーション特性から、対人コミュニケーションを７つに類型化している。深田（2002）では、対人コミュニケーションの類型に準じて説得の類型を試みている（Table 3）。「情報伝達の方向性に基づく類型」には、コミュニケーションが一方から他方へと一方的に移動する一方向的説得と他方から一方へ相互的に移動する双方向的説得がある。「特別な媒体の介在に基づく類型」には、特別なメディアを必要としない対面

的説得、電話や手紙などのメディアを利用した媒介的説得がある。「役割関係の関与に基づく類型」には、組織体や集団の構成員あるいは関係者によって制度的に認められた公的説得とそのような制度とは無関係な私的説得がある。「メッセージ記号に基づく類型」には、言語を使用する言語的説得と言語以外のチャネルを使用した非言語的説得がある。「感覚チャネルに基づく類型」には、送られてきたコミュニケーションを知覚するのに利用する感覚器官の種類によって、聴覚的説得、視覚的説得、視聴覚説得などがある。「当事者間の社会的地位関係に基づく類型」には、社会的地位の異なるコミュニケーション当事者間での垂直的説得と社会的地位が等しい当事者間での水平的説得がある。「媒体の規模に基づく類型」には、一度に多数の受け手を説得するために新聞やテレビなどのマス・メディアを使用するマス・メディア説得と 1 人あるいは少数の受け手を説得するために電話や手紙、身体メディアを使用するパーソナル・メディア説得がある。

Table 3 に示した 7 つの類型は並列的に存在するのではなく、最終的にあらゆる説得は、これら 7 つの類型をすべて組み合わせることによって、7 次元的に理解されねばならない（深田, 2002）。本論文では、送り手と受け手の相互性を仮定した双方向性やコミュニケーション当事者の対面性が保障され、集団に所属するものに公的に認められたものではなく私的な、言語および非言語をも用いることで、視聴覚的な情報を利用可能な、コミュニケーション当事者間に地位の差が生じていない水平的な関係性が存在し、パーソナル・メディアである身体メディアを使用する、7 次元を組み合わせた説得状況を検討対象とする。

Table 3　コミュニケーション特性に基づく説得の類型（深田, 2002）

①情報伝達の方向性に基づく類型：一方向的説得と<u>双方向的説得</u>
②特別な媒体の介在に基づく類型：<u>対面的説得</u>と媒介的説得
③役割関係の関与に基づく類型：公的（公式的）説得と<u>私的（非公式的）説得</u>
④メッセージ記号に基づく類型：言語的説得と<u>言語・非言語併用説得</u>
⑤感覚チャンネルに基づく類型：聴覚的説得、視覚的説得、<u>視聴覚的説得</u>、等
⑥当事者間の社会的地位関係に基づく類型：垂直的説得と<u>水平的説得</u>
⑦媒体の規模に基づく類型：マス・メディア説得と<u>パーソナル・メディア説得</u>

Note: 下線部は本論文で検討対象とする説得の類型である。

（２）コミュニケーション過程からの説得研究の位置づけ

コミュニケーションの概念は、意味伝達過程、相互作用過程、影響過程という３つの側面をもつ（深田, 2001）[8]。意味伝達過程とは、コミュニケーションを介して、他者と意味を共有することである。相互作用過程とは、他者と自己の相互作用を通して、人間関係を形成していくことを指す。影響過程とは、コミュニケーションによって、他者に影響を与えることである。Figure 9 に示したように、コミュニケーションを、意味伝達過程、相互作用過程、影響過程を頂点とする正三角形として表すことができる（深田, 2001）。これら３つの性質のどれか１つのみに対応するコミュニケーションは、理論上は存在するものの、実際のコミュニケーションは３つの性質を併せ持っている。相対的にその性質が最も顕在化するかによって、その最も顕著に表れている性質を強調する形で、正三角形のいずれかの頂点の特徴をもつ影響過程、意味伝達過程あるいは相互作用過程のコミュニケーションと呼ぶことができる。あるコミュニケーションが３つの性質をどの程度備えているかは、正三角形の３つの頂点からの距離によって判断することができる。

説得は、送り手が受け手に効果を生じさせるために行うという性質を強く持っているため（Gass & Seiter, 2004）、３つの側面のうちの影響過程としての性質を最も顕著にもつコミュニケーションである（深田, 2002）。影響過程としての説得的コミュニケーションは、顕在化はしていないが、意味伝達過程としての性質をその規定として備えている。影響過程としての説得的コミュニケーションは相互作用過程としての性質とも関連する。ただし、この場合は双方向的説得の場合が当てはまり、一方向的説得の場合は当てはまらない。

本論文では、まずコミュニケーション当事者の記号化を問題とするため、意味伝達過程を重視した検討を行う。次に、コミュニケーション当事者の記号化が受け手に及ぼす効果を問題とするため、影響過程を重視した研究を行う。いずれの検討においても相互作用過程としての性質をそれぞれの過程の規定として備えるものとする。

[8] もちろんコミュニケーションの概念は多様である。たとえば、岡部（1996）は、コミュニケーションの定義を相互作用過程説、刺激―反応説、意味付与説、レトリック説の４つに分類している。相互作用過程説は相互作用過程、刺激―反応説は影響過程、意味付与説は意味伝達過程に対応する。レトリック説は、レトリックを構成する話し手、聞き手、状況、目的といった外的要素に加えて、メッセージ作成についてのレトリックの５つの規範（構想、構成、修辞、記憶、所作）からなる内的要素をコミュニケーションの構成要素とする。岡部（1996）の分類のプロセスを重視した分類が深田（2001）にあたる。

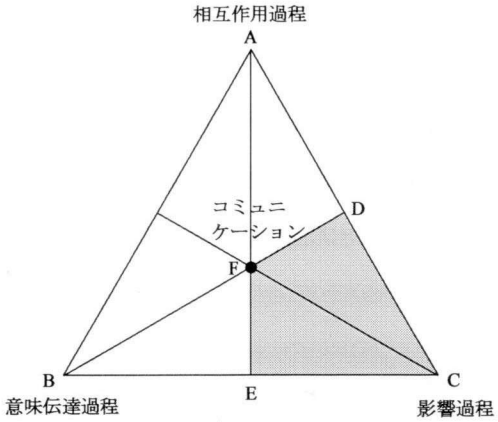


Figure 9　影響過程コミュニケーションの位置づけ（深田, 2001）

第 4 節　本章のまとめ

本章では、対人コミュニケーションの従来の研究を概観した上で、説得研究を概観した。説得という行為が対人コミュニケーションに包含されるため、まず構成要素が共通することを示した。しかし、説得研究では対人コミュニケーション・チャネルに関して明らかになっていないことを示した。最後に、説得はコミュニケーションであるという特徴をもつことから、コミュニケーションから説得研究を捉え、コミュニケーション特性、コミュニケーション過程について示し、本論文で対象とする説得事態について述べた。次章では、本論文の問題の所在を明らかにし、本論文の目的と構成について述べる。

第２章　問題の所在と本論文の目的・構成

第１節　問題の所在

本論文では、FTF 場面での説得に焦点を当てる。メディアを対面とすることで、従来の説得研究を概観すると以下のような問題点が挙げられる。

１．非言語的チャネルへの視点

従来の説得研究は、メディアとして印刷された文章や音声が採用されてきた（今井, 2006, 2010; 榊, 2002）。それゆえ、非言語的チャネルは説得研究において副次的な扱いがなされ（Burgoon, Birk, & Pfau, 1990）、説得の特徴とは主として言語で行われる（深田, 2002; Perloff, 2010）とされてきた。したがって、従来の説得研究では言語的チャネル（e.g., 論拠の強さ、恐怖喚起）に焦点を当てた検討が盛んに行われてきたと言える。

実際の対面場面では、メッセージの生成および解読に言語的チャネルに加えて非言語的チャネルも使用可能である。対人コミュニケーション研究では、非言語的チャネルの他者への影響力の大きさが指摘されている（Mehrabian, 1972）。たとえば、非言語的チャネルは印象形成に影響を与える（e.g., Burgoon et al., 1990; 藤原, 1986）。また、非言語的チャネルは言語を補完・強調する（e.g., Ekman & Friesen, 1969; Knapp & Hall, 2009）。よって、対面説得場面においても非言語的チャネルは言語的チャネルと同様に、メッセージの生成、解釈の手段として重要な役割を果たすことが予測される。そこで本研究では、文章や音声というメディアでは扱われてこなかった非音声的非言語的チャネルについて検討を行う。

２．説得的メッセージの生成・使用という視点

従来の説得研究では説得的メッセージが受け手に及ぼす効果を検討することに重きが置かれてきた（深田, 2002; Gass & Seiter, 2004）。すなわち、研究者が送り手の説得的メッセージを作成し、メディアを通して伝達することで受け手の態度や説得的メッセージに対する印象に及ぼす効果を検討してきた。そのため、送り手がどのような説得的メッセージを生成するのかについては明らかになっていない点が多い。説得とは影響過程としての性質を最も顕著にもつコミュニケーションであるため、受け手の解読段階や効果の発生段階に拘束される必要はない（深田, 2002）。ゆえに、メッセージ生成に着目することは説得研究

に基礎的な知見を加えるという意味で有用であろう。

３．コミュニケーションが双方向的であるという視点

従来の説得研究は、送り手と受け手の立場の循環プロセスを念頭に置かない一方向的な研究が中心であった（池田, 2000）。しかし、対人コミュニケーションは送り手と受け手の立場の交替が行われる双方向的なコミュニケーションであるため（竹内, 1973）、送り手と受け手という立場を固定した説得研究から、立場の交替という視点をもった検討を行う。双方向的なコミュニケーションを研究対象とすることで、より生態学的妥当性の高い検討を行うことが可能であると考えられる。

第２節　本論文の目的と構成

１．本論文の目的

本論文の目的は、次の２点である。1）対面場面で他者を説得しようとする時、われわれはどのような対人コミュニケーション・チャネルを使用してメッセージを生成するのか、2）メッセージ生成に使用された対人コミュニケーション・チャネルは受け手にどのような効果を及ぼすのか、について検討する。

２．本論文の構成

まず、第３章では、送り手と受け手の役割が固定された一方向的なコミュニケーション事態において、送り手がどのような対人コミュニケーション・チャネルを使用してメッセージを生成するのかについて明らかにする。その上で、送り手がメッセージ生成に用いた対人コミュニケーション・チャネルが受け手に及ぼす影響を検討する。

次に、第４章では、コミュニケーションの双方向性という視点を加える。二者のコミュニケーション当事者が他者を説得しようとする状況で、コミュニケーション当事者はどのような対人コミュニケーション・チャネルを使用してメッセージを生成するのかについて明らかにした上で、コミュニケーション当事者がメッセージ生成に用いた対人コミュニケーション・チャネルが相互作用相手にどのような効果を及ぼすのかについて検討する。

最後に、第５章では、本論文の一連の研究から得られた知見を整理し、トレーニング・プログラム開発のための効果的な説得方略の提案を行う。

第３章　一方向的対面説得事態での実験的検証[1]

第１節　本章の目的

第２章で示したように、従来の説得研究ではメディアとして印刷された文章や音声を採用してきた（今井, 2006, 2010; 榊, 2002）。そのため、多様な対人コミュニケーション・チャネルの中でも、特に非音声的非言語的チャネルの使用や解釈が説得事態では明らかになっていない点が多い（深田, 2002; Perloff, 2010）。また、従来の説得研究が受け手に及ぼす効果の検証に重きを置いてきたため、一体、送り手がどのような対人コミュニケーション・チャネルを用いてメッセージを生成し、受け手を説得しようとしているのかは明らかではない。

以上のことから、本章ではまず、対面での一方向的なコミュニケーション事態において送り手がどのような対人コミュニケーション・チャネルを用いて説得的メッセージを生成するのかを明らかにする。その上で、その説得的メッセージの生成に用いられたチャネルが受け手に及ぼす効果について検討する。

具体的には、教示によって説得条件と統制条件を設定し、送り手（参加者）が受け手（実験協力者）に２つの条件下で２度メッセージを伝達するという実験室実験を実施する。そして、それぞれの条件でのコミュニケーション行動を定量化し、条件間で比較検討する。さらに、それらのコミュニケーション行動が対人印象の認知に及ぼす影響を検討する。

第２節　送り手のメッセージ生成に関する検討

１．目的

対面説得事態において、送り手がどのようにメッセージを生成するのかについての先駆的な研究が Mehrabian & Williams（1969）によって行われている。彼らは、他者を説得しようとする送り手の説得意図を３段階設定し、送り手に説得意図を変えて３度、メッセージを伝達するという実験を行っている。本研究で扱う非音声的非言語的チャネルの結果に言及すると、人は他者を説得しようとすると、視線、ジェスチャーを増加させ、表情が豊かになり、前傾姿勢になることが報告されている。また、対人距離、受け手に向ける身体の向き、左右への身体の傾き、手足の動き、アダプターについては、説得意図によって行動

[1] 本章に関する研究発表は、Yokoyama & Daibo (2009, 2011a)、横山・大坊（2010）である。

の変化はみられないことが示されている。

しかし、Mehrabian & Williams（1969）による研究結果が日本において一般化されるためには、日本と欧米の文化の違いという問題がある。送り手の記号化は文化によって規定される（Berlo, 1960）。低コンテクスト文化である欧米に対して、高コンテクスト文化である日本では送り手が曖昧な表現を用いやすいこと、表出行動が抑制されること、が報告されている（中村, 1991; Takai & Ota, 1994）。このことから、高コンテクスト文化である日本において、説得意図の違いによって送り手はどのような非音声的な非言語的チャネルを用いるのかを明らかにする必要がある。

そこで、本研究ではまず、送り手が他者を説得しようとするときに、どのような対人コミュニケーション・チャネルを使用してメッセージ生成を行うのかについて検討する。Mehrabian & Williams（1969）の研究で明らかになったチャネルのうち、ジェスチャー、アダプター、視線、表情（笑顔）について検討を行う。これらの非言語的チャネルは受け手の印象形成や態度変化に影響することが示唆されており（e.g., Burgoon et al., 1990; 藤原, 1986; Yokoyama & Daibo, 2008）、実際の説得場面でこれらのチャネルが使用されるか否かについて検討する。

さらに、言語的チャネルに関しては、印刷された文章や音声を利用した膨大な説得研究からは文化差は確認されていない。結論は保留するよりも明示すると説得効果が高い（e.g., 深田, 2002; O'Keefe, 1997）、論拠の質は低いよりも高いと説得効果が高い（e.g., 伊藤, 1999; Petty & Cacioppo, 1986）、論拠の数は少ないよりも多いと説得効果が高い（e.g., 深田, 2002; Petty & Wegener, 1998）、メッセージは繰り返されないよりも繰り返されると説得効果が高い（e.g., 原岡, 1966; Petty & Wegener, 1998）という一貫した研究結果が得られている。一方、受け手の感情にアピールするのかあるいは理性にアピールするのか、説得したい方向の情報のみを呈示する一面呈示が有効であるのか、あるいは両面呈示が有効であるのか、については一貫した研究結果は得られていない。しかし、このような研究結果は、研究者が送り手のメッセージのある要因を操作することによって得られた結果であり、実際に他者を説得しようとする際に人が行う行動ではない。確かに、このような研究結果は実際に人が他者を説得しようとする際に有効な説得戦略を提供していると考えられる。そこで本研究では、実際に他者を説得するというコミュニケーション実験を行うことで、先行研究で導き出されている知見が実際の行動に利用されているか否かについて検討を行う。

なお、第 1 章第 2 節 3（3）で示したように、対人コミュニケーション・チャネルの使用

は性別によって異なることが指摘されている（Andersen, 2008; Hall, 1984, 2006; LaFrance, Hecht, & Paluck, 2003; Mulac, 2006; 岡本, 2010）。よって、性差の要因も加えて検討を行う。

2．方法

本実験

（1）実施時期

会話実験は、2008 年 12 月～2009 年 1 月と 2010 年 12 月に実施された。

（2）参加者

大学生 61 名（男性 29 名、女性 32 名；平均年齢 18.98 歳、*SD*=0.94）が実験に参加した。大阪大学において、「対人コミュニケーションに関する研究」という名目で 40 分程度の実験であること、デジタルビデオカメラレコーダーによる撮影が行われることを伝え、授業時に実験参加者の募集を行った[2]。

分析では、実験協力者と相互作用を行った参加者、実験協力者と面識があると回答した参加者、撮影した映像や音声に不備のある参加者、を除く 55 名（男性 28 名、女性 27 名；平均年齢 18.98 歳、*SD*=0.95）を分析対象者とした[3]。

（3）実験協力者[4]

大学生 6 名（男性 3 名、女性 3 名；平均年齢 21.33 歳、*SD*=0.82）に、もう 1 名の参加者

---

[2] 参加者の募集は、「心理・行動科学入門」、「実践英語」、「英語（Reading）」、「統計学 A - II」、「現代社会を読み解く：ボランティア論」、「現代文化を読み解く：現代の文化」、「現代文化を読み解く：人間科学のフロンティア」、「人文地理学基礎 B」、「経済史」で行った。

[3] この実験では参加者が話者、実験協力者が聞き手という役割が与えられていた。参加者は、聞き手の役割は聞くことだけに専念することであるという教示を受けていた。実験協力者と相互作用を行った参加者とは、積極的に聞き手に質問をし、聞き手がそれに応答した場合を指す。

[4] 2008 年度の実験では男性 2 名、女性 2 名の実験協力者を選定するために、予備調査を実施した。予備調査の参加者は男性 14 名、女性 13 名であった。男性には 6 名の実験協力者候補を、女性には 5 名の実験協力者候補について、Big Five（和田, 1996）の下位因子である「外向性」、「情緒不安定性」、「開放性」、「誠実性」、「調和性」の各因子に対して因子負荷量の高い 3 項目、計 15 項目について 7 件法で回答を求めた。各因子に対して実験協力者候補を独立変数とし、各因子を従属変数とする 1 要因分散分析を実施し、いずれの因子に対しても差がみられない男女各 2 名を実験協力者とした。2010 年度においては、2008 年度に行った実験の評定値に差がみられない男女各 1 名を実験協力者とした。予備調査の参加者は、男性 14 名、女性 16 名であった。男性には 5 名の実験協力者候補について、女性には 4 名の実験協力者候補について、Big Five（和田, 1996）の下位因子である「外向性」、「情緒不安定性」、「開放性」、「誠実性」、「調和性」の各因子に対する因子負荷量の高い 3 項目ずつに 7 件法で回答を求めた。

のふりをするように実験協力を依頼した。実験協力者の役割は受け手であった。受け手の行動が送り手のコミュニケーション行動に与える影響を排除するために、受け手は会話行動についてあらかじめ十分な訓練を行い[5]、服装の色や形も統一した[6]。

（4）デザイン

2（条件；説得、統制）×2（性；男性、女性）の2要因混合計画であった。条件は参加者内要因、性別は参加者間要因であった。条件に関してはカウンターバランスをとった。

（5）質問項目

①話題に対する態度および関心の度合い　12の話題に関して態度と関心の度合いに回答を求めた。具体的には、1）少年の凶悪犯罪は親の養育方法に問題がある、2）年老いた両親の世話は子供としての義務である、3）質のよい教育のためには授業料値上げは仕方ない、4）歩きタバコは法律で罰するべきだ、5）いじめの報道はいじめを苦とした自殺を助長している、6）犯罪を犯す人間は人格的に欠陥がある、7）女性は知力、組織力などの点で男性とは同等ではない、8）いじめはいじめる側に全面的に責任がある、9）妊娠中絶は人間として認めてはならない行為だ、10）学校である程度の性教育が全ての少年少女に対して行われるべきである、11）脳死の考え方がもっと浸透すべきだ、12）表現の自由が認められているのは望ましいことだ、であった。態度は、「非常に反対」から「非常に賛成」、関心の度合いは、「全く関心がない」から「非常に関心がある」の7件法で回答を求めた。

②撮影および映像の研究使用に関する承諾書　承諾書の記載内容は以下の3点であった。1）実験で得られたデータ（質問紙・映像および音声記録）は、すべて研究目的（統計的分析・学会発表での利用など）のみに使用する、2）プライバシーの侵害や情報の漏洩の無いようにデータの管理を厳重にする、3）実験者がデータを使用する場合、①データを他の人のデータとあわせて統計的に分析する、②他の実験場面において映像および音声データを提示

---

[5] 受け手には次の会話行動を行うように依頼した。1）話し手に視線を向ける（過度に向け過ぎず、自然に瞬きも挟む）、2）椅子に腰を深くかけて座り、姿勢は後傾・前傾にならないようにする、3）最初に話題について質問する以外は発言しない、4）微笑みかけない、5）うなずきや相づちを多用しない、という中性的な行動とした。実験協力者には口頭で説明した上で、事前に十分に練習を行った。

[6] 服装は、黒色の上着とブルージーンズを着用し、アクセサリーは身につけず、Figure 10の左の右の人物のようであった。また、髪型は、予備調査の際と同じであるように依頼し、加えて、実験期間中はカットや染色は控えるように依頼した。

する、③研究発表（プレゼンテーション）の場であなたの映像あるいは音声データを提示する、について同意可能な範囲に記入を求めた。最後に、上記の内容と実験参加に同意を得られた場合に参加日と署名の記入を求めた

③面識の程度　実験協力者との面識の程度（浦・桑原・西田, 1986）に回答を求めた。具体的には、1）初対面である、2）顔は見たことがある、3）あいさつをかわす、4）日常的な話をする、5）個人的な問題まで話すことがある、のいずれかに○を付すよう求めた。

④対人印象評定尺度　Big Five（和田，1996）から、「外向性」、「情緒不安定性」、「開放性」、「誠実性」、「調和性」の各因子から因子負荷量の高い項目を 3 項目抜粋し、計 15 項目を用いた（資料 1)。各項目に対し、「全く当てはまらない」から「非常に当てはまる」の 7 件法で回答を求めた。

⑤操作チェック　具体的な項目は、「あなたは相手を説得しようと試みた」を用いた。この項目に対し、「全くあてはまらない」から「非常にあてはまる」の 7 件法で回答を求めた。

⑥自由記述　各条件のコミュニケーションについて、どのような点に注意してメッセージを伝達したのかについて自由に記述するように求めた。

以上の質問項目以外にも回答を求めたが、本研究の趣旨とは異なるためここでは報告しない。

（6）装置

撮影装置として、デジタルビデオカメラレコーダー（HDR-HC3, HDR-SR12, SONY）を用いた。録音装置として、ヘッドセットマイク（ATM75, audio technica）を使用した。

（7）手続き

会話実験の参加者は、指定した日時に実験室に招集された。同性の実験協力者はもう 1 名の参加者のふりをしてあらかじめ実験室に待機していた。参加者が実験室に到着すると、衝立によって仕切られた個別のブースにある座席で質問項目①に回答を求めた。

質問項目①を回収後、実験者は実験参加に対するお礼を述べ、自己紹介を行った。その後、二者による実験であること[7]、実験時間は 45 分程度であること、メッセージを伝える時のコミュニケーション特徴を検討する実験であること、実験中に気分を害したり気分が悪くなった場合には実験をいつでも中止可能であることを伝達した。次に、会話の様子をデジタルビデオカメラレコーダーで撮影すること、撮影された映像は研究目的以外に使用しないこと、質問紙は個人が特定されないように分析することについて説明し、質問項目②をよく読むように促した。質問項目②について理解ができたら、質問項目③と④に回答を求めた。

質問項目②、③、④を回収後、実験が「人が説得しようとするとき、どのように人が行動するのかを検討すること」であること、話し手と聞き手の役割が設定されていることを伝達した。さらに、話し手の役割は聞き手に 2 つの話題についてメッセージを提示することであり、聞き手の役割は発言をせず送り手の話をしっかりと聞くことであると教示した。この役割は実験実施前にあらかじめランダムに決定されており、参加者は話し手、実験協力者は聞き手に配置されていると伝達した。参加者と実験協力者にそれぞれの役割についての了承を得た後に、教示文と白紙を手渡し、役割ごとに個別に教示を行った。教示は以下のようであった。

「1 つ目の話題は○○です。」

説得条件：「**一生懸命に相手を説得しよう**としてください。相手の考え方がどうであれ、**相手を納得させるように**メッセージを伝達するように試みてください。」

統制条件：「**相手を説得しようとか、あえて説得しないというのではなく、ニュートラルな方法**で、相手にメッセージを伝達するように試みてください。つまり、事実を伝達するコミュニケーションやバイアスのないコミュニケーションを提示することです。」

「話題は○○です。1 つ目の話題について、お話しするための準備を 5 分程度していただき、1 つ目の話題についてお話いただきます。2 つ目の話題についても、同様です。5 分以内に準備をおえられましたら実験者に教えてください。なお、お話ししていただく際に、ご記入いただいた用紙をお持ちいただくことはできません。

また、各話題について、相手の方はあなたの考えを聞いてきますので（例：「“オリン

[7] 二者による実験であることを教示する際、質問項目③および④に回答を求めるため、2 者が互いの姿を目視できる状態で教示を行った。

ピックにはドーピング検査が必要である”という意見がありますが、あなたはどう思われますか？」)、相手の方に上記に示した方法で、5分程度であなたの意見を述べてください。終了時間になりましたら実験者が合図を出します。ここまでで、何か質問はございますか。」

教示文に従い教示を行い、1つ目の話題、メッセージの伝達方法、メッセージ伝達前に考える時間を設けること、伝達時間は最大で5分であることを教示した。聞き手の役割は話し手が話している間は、話しかけず聞くことに徹することであることを強調して教示した。

その後、5分程度、話題について考えをまとめる時間をとった。参加者が考えをまとめたことを確認した上で、会話をするために個別ブースから椅子に移動を求めた。ヘッドセットマイクを装着した上で、腰を深くかけて椅子に座るように求めた。その後、以下の教示を行った。

「話し手の方は1つ目の話題について、お渡ししました用紙に書かれていました方法でコミュニケーションを行ってください。聞き手の方は聞くことに徹してください。」
「開始の合図にブザーを鳴らします。鳴り終りましたら、聞き手の方は質問を始めてください。その質問に答える形で、話し手の方は話し始めてください。時間経過の目安に3分に1回、5分に2回ブザーを鳴らします。2回ブザーが鳴りましたら、お話の区切りのよいところで終了してください。」
「これ以上続けられないと思うまでお話をしていただきましたら、“以上です”と言ってください。コミュニケーションのあらゆる方法を駆使して、できるだけ有効に時間を使ってください。ここまでで質問はありますでしょうか。」
「合図が出るまでお待ちください。」

1回目の伝達の終了後、椅子から個別ブースに戻るように求めた。2つ目の話題とメッセージ伝達方法について参加者に知らせた。その後は、1回目と同様の実験手続きを踏み、参加者は2回目のメッセージの伝達を行った。

2回目のメッセージ伝達終了後に、椅子から個別ブースに戻って、1回目の会話について質問項目⑤、⑥に回答するように求め、2回目の会話について質問項目⑤、⑥に回答するように求めた。最後にディブリーフィングを行い、謝礼を手渡し、実験は終了した。

会話の様子は、三脚で固定した3台のデジタルビデオカメラレコーダーで撮影された。

3m 離れた位置に配置したデジタルビデオレコーダー1 台には参加者と実験協力者の 2 名の膝から上が映るように撮影し（Figure 10 の左）、残りの 2 台のデジタルビデオカメラレコーダーには参加者と実験協力者の肩から上が映るように撮影した（Figure 10 の右）。なお、2 つの椅子は対面に配置し、椅子間の距離は 100cm とした。実験室全体の配置は Figure 11 に示した。

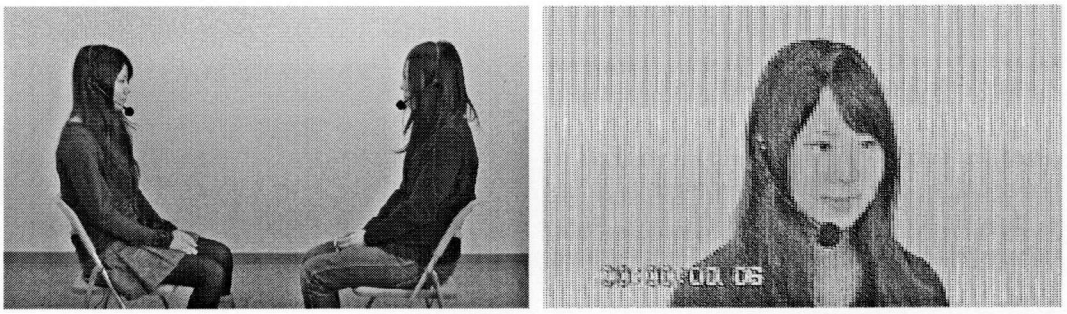


Figure 10　実験の様子

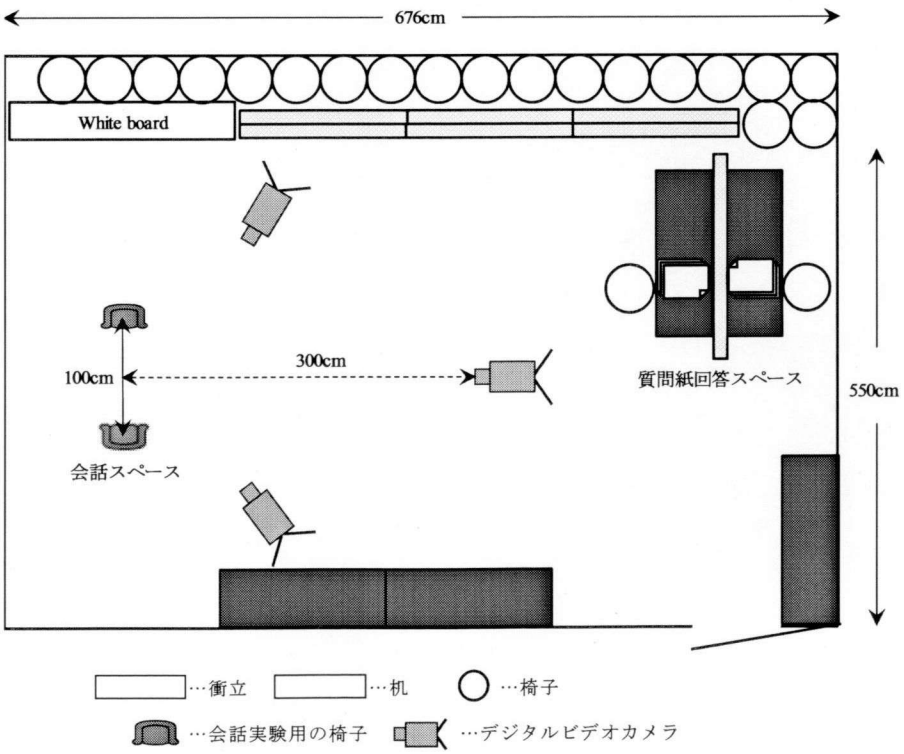


Figure 11　実験室の配置

コーディング

（1）非言語的チャネル（ジェスチャー、アダプター、視線、笑顔）

コーダー　実験者である大学院生（女性）と、実験の内容を知らない社会心理学専攻の大学院生 2 名（女性）の計 3 名で行った。3 名はいずれもコーディングを経験した者であった。本研究とは別のコミュニケーション場面の約 2～5 分間の 45 の録画記録を用いて、2 人ずつがコーディングを行い、一致率を高めるために練習を行った。

行動指標　コーダー2 名は、「ジェスチャー」、「アダプター」、「笑顔」、「視線」の各指標について、イベントレコーダーを用いて生起時間（秒）と生起頻度をコーディングした。本研究では、木村・大坊・余語（2010）の操作的定義を行動指標として用いた（Table 4）。コーディングには、Microsoft 社製 Visual Basic で作成されたパソコン上のイベントレコーダー“sigsaji 2”（荒川・鈴木, 2004）を用いて指標ごとに測定した。このプログラムの時間的分解能は 0.5 秒であった。会話の録画画面を見ながらイベントレコーダーを開始し、対象となる行動が生起した場合に決められたキーを押し、対象となる行動が継続して生起した場合はキーを押し続けた。イベントレコーダーは 0.5 秒ごとに、1（対象となる行動が生起している）と 0（対象となる行動は生起していない）で記録された。

一致率の算出　コーダー2 名の測定の信頼性を確認するために、ジェスチャー、アダプター、笑顔、視線の指標の生起時間と生起頻度について 2 名のコーダーの一致率を *Pearson* の積率相関係数によって算出した。生起時間については、ジェスチャー r =.99、アダプター r =.99、視線 r =.99、笑顔 r =.99、であった（ps<.001）。生起頻度については、ジェスチャー r =.97、アダプター r =.79、視線 r =.99、笑顔 r =.98 であった（ps<.001）。生起時間の信頼性については高い値が得られた。このことから、生起時間のコーディングに関する信頼性はある程度保証されていると考えられるため、本研究の 5 分程度の録画記録についての 1 つの指標は、2 名のコーダーのうち 1 名が担当した。以後の分析では生起時間の結果を採用し、コーダー1 名の値を分析に用いた。なお、参加者によって会話時間が異なるため、「行動の生起時間」を「会話総時間[8]」で除した値に角変換を施して分析に用いた。

[8] 会話総時間とは、ブザーによって参加者が会話を始めた時間から「以上です」と参加者が述べ、会話を終了した時間のことである。

Table 4　コミュニケーション行動とその操作的定義（木村・大坊・余語, 2010）[9]

行動の種類	操作的定義
ジェスチャー	手を用いて、何かを指したり、形を表したり、動きを表したり、リズムをとったりする動作。膝の上で手を組む状態や、膝の上に手を置いている状態を基本姿勢とした。ジェスチャーとして該当するのは、基本姿勢ではなく、アダプターにも当てはまらない場合で手の位置が宙にある状態を目安にして測定した。例えば、車の運転のまね、数のカウントのしぐさ、ものの形や大きさを示す動作、自己や相手の指さし、手を振る動作、などが当てはまる。
アダプター	基本姿勢以外で、手を使って頭や顔、腕、足など自身の体に対して触れている動作時間を測定した。例えば、髪をいじる、鼻をこする、両手をこする、指を絡ませる、手を組む、服を整える、スカートの端をいじる、ブーツをいじる、などである。
視線	相手に対して視線を向けている状態。
笑顔	微笑んだり（頬、目元、口元から判断）、声を出して笑っている状態とした。
うなずき	会話中のうなずきの動作。具体的な行動は、頭部の上下への短時間移動であり、「はい」「うん」「そうそう」などの肯定の意味を相手に伝達する場合を計測した。たとえ、頭部を下に向ける（顎を引くような動作）でも、それが長時間の場合は計測しない。短時間に複数回見られる場合、前後、上下で1回と数えて計測した。

（2）非言語的チャネル（発話）

大坊・杉山・赤間（1973）に基づいて作成された、音声解析ソフト“Talk Analyzer version 1.2.5”を用い、コーディングを行った。音声の周波数に基づき閾値を設定し、次にサンプリング間隔を 0.5 秒に指定し、録音記録を 1（発話行動が生起している）と 0（発話行動は生起していない）で記録した。上記のコーディング方法により、発話行動の生起時間（秒）と生起頻度の定量化が行われた。なお、実験参加ペアによって会話時間が異なるため、「行動の生起時間」を「会話総時間」で除した値に角変換を施して分析に用いた。

（3）言語的チャネル（発話内容）

大学院生（女性）と大学教員（男性）の計 2 名が Petty & Wegener（1998）に基づいて、抜粋された次の項目について逐語記録を 7 件法で評定を行った。①結論の提示方法（「非常に明示的」から「非常に黙示的」）、②論拠の質（「非常に弱い」から「非常に強い」）、③論拠の数（「非常に少ない」から「非常に多い」）、④アピール方法（「非常に情緒的」から「非常に理性的」）、⑤呈示方法（「一面呈示」から「両面呈示」）、⑥繰り返し（「全くない」から「非常にある」）、⑦知識（「全くない」から「非常にある」）、⑧情報量（「全くない」から「非常にある」）、⑨修辞疑問の使用（「全くない」から「非常にある」）、⑩論拠のフレイミング（「非常にポジティブ」から「非常にネガディブ」）であった。各評定項目の一致率はいずれも r =.99 であった（p <.001）。分析には 2 名のコーダーの平均値を用いた。

[9] うなずきについては、第 3 章では測定していない。第 4 章において測定した。

3．結果と考察

（1）操作チェック

説得条件と統制条件において、説得意図に違いがあるのかを検証するために、対応のある t 検定を行った。その結果、説得条件（M=5.68, SD=1.07）は、統制条件（M=3.12, SD=1.20）よりも相手を説得しようとしていたことが明らかになった（t (24)=7.95, p<.001）。

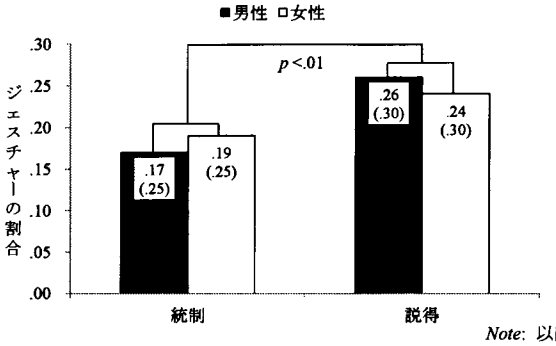
（2）非言語的チャネル

2（条件；説得、統制）×2（性；男性、女性）を独立変数とし、非言語的チャネル（i.e., ジェスチャー、アダプター、視線、笑顔、発話）をそれぞれ従属変数とする 2 要因分散分析を行った。

ジェスチャー　条件の主効果がみられたが（F (1, 53)=7.69, p <.01）（Figure 12）、性の主効果（F (1, 53)=0.01, *ns*）、条件×性の交互作用（F (1, 53)=0.67, *ns*）はみられなかった。

条件の主効果から、説得条件（M=.25, SD=.30）は統制条件（M=.18, SD=.25）よりもジェスチャーが多いことが明らかになった。

説得意図が高まるとジェスチャーが増加することは、Mehrabian & Williams（1969）の知見と一致する。本研究では、受け手に実験協力者を設定した。そのため、相手がそこにいるという存在感から、特に説得条件では相手を納得させるためには受け手に理解してもらう必要があるため、受け手の理解を補助する機能（Graham & Argyle, 1975a）をもつジェスチャーを用いた可能性がある。すなわち、ジェスチャーは送り手の表出努力であった（McNeil, 1992）と考えることができる。それゆえ、会話の内容を曖昧ではなく明確にし（Beattie & Shovelton, 2005; Holle & Gunter, 2007）、VC を補足・強調する働きをするジェスチャー（Knapp & Hall, 2009;　Richmond & McCroskey, 2007）を使用したと考えられる。



Note: 以降、（　）内の数字は標準偏差を示す

Figure 12　要因ごとのジェスチャーの割合

アダプター　条件の主効果（$F(1, 53)=0.10, ns$）、性の主効果（$F(1, 53)=0.12, ns$）、条件×性の交互作用（$F(1, 53)=0.04, ns$）はいずれも有意ではなかった（Figure 13）。

説得意図によってアダプターに差がないことは Mehrabian & Williams（1969）と同様であった。アダプターは無意識的に用いられる（Knapp & Hall, 2009）。本実験は、初対面の他者に対して一方向的に参加者がメッセージを伝達するという状況であったため、緊張する状態であったと考えられる。したがって、話し手の不安や不快の感情が漏れ出たものである（Ekman & Friesen, 1972）と考えることができる。あるいは、アダプターと発話の割合に負の相関関係が認められているため（$r=.-30, p<.01$）、語彙の検索を補助する機能（藤井, 1997）として、アダプターが使用されたとも考えられる。

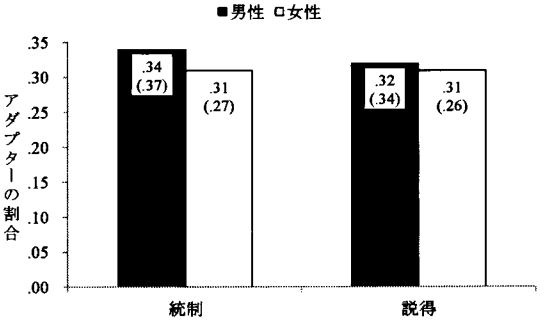


Figure 13　要因ごとのアダプターの割合

視線　条件の主効果がみられたが（$F(1, 53)=31.15, p<.001$）（Figure 14）、性の主効果（$F(1, 53)=0.23, ns$）、条件×性の交互作用（$F(1, 53)=0.46, ns$）はみられなかった。

条件の主効果から、説得条件（$M=.38, SD=.31$）は統制条件（$M=.26, SD=.24$）よりも視線が多いことが明らかになった。

説得しようとする意図が高まると視線が増加することは、Mehrabian & Williams（1969）の知見を支持する結果である。視線には、伝達意図を知らせる機能、好意や敵意の感情や対人的態度を表出する機能、自分の働きかけに対するフィードバックを含む情報収集、会話の流れを調整する機能がある（大坊, 1990; 福原, 1990; Graham & Argyle, 1975b; Kendon, 1967）。それらの機能の中でも特に、説得条件では統制条件よりも、他者の反応が重要であるため、自分の働きかけに対するフィードバックを求める情報収集を多く行ったのではないかと考えられる。

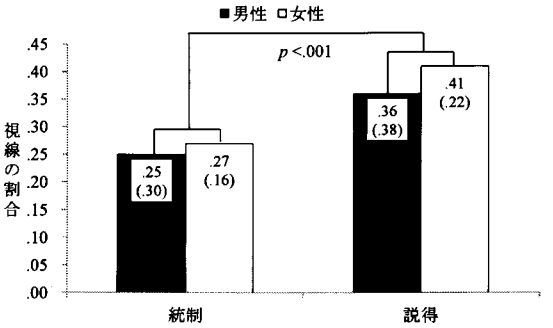


Figure 14　要因ごとの視線の割合

笑顔　条件の主効果（$F(1, 53)=5.58, p<.05$）、性の主効果（$F(1, 53)=0.12, p<.05$）、条件×性の交互作用（$F(1, 53)=0.04, p<.01$）はいずれも有意であった（Figure 15）。

条件の主効果から、統制条件（$M=.08, SD=.12$）は説得条件（$M=.05, SD=.12$）よりも笑顔が多いことが示された。性の主効果から、女性（$M=.15, SD=.15$）は男性（$M=.01, SD=.03$）よりも笑顔が多いことが明らかとなった。条件×性の交互作用がみられたため、単純主効果の検定を行ったところ、統制条件において女性は男性よりも笑顔が多かった（$F(1, 106)=21.05, p<.001$）。説得条件においても女性は男性よりも笑顔が多かった（$F(1, 106)=8.93, p<.01$）。女性において統制条件は説得条件よりも笑顔が多いことが示された（$F(1, 53)=10.13, p<.01$）。

この結果は、女性が男性よりも微笑みが多いという先行研究を支持している（Hall, 1984, 2006; LaFrance et al., 2003）。説得しようとする意図が高まると、女性は意識的に他のチャネルに意識が向いたため、微笑が少なくなったと考えられる。女性に関してのみ、笑顔は今回検討した言語的・非言語的チャネルの中で、論拠の量、情報量と有意傾向ではあるが負の相関関係が認められた（$rs=-.25, ps<.01$）。以上のことから、他者を説得しようとすると言語的チャネルに意識が向く可能性が示唆された。

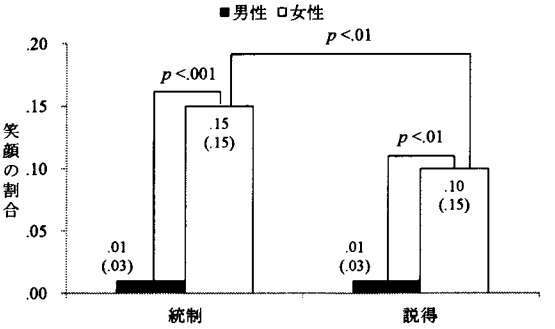


Figure 15　要因ごとの笑顔の割合

発話　条件の主効果（$F(1, 53)=0.50$, *ns*）、性の主効果（$F(1, 53)=2.25$, *ns*）、条件×性の交互作用（$F(1, 53)=2.43$, *ns*）はいずれも有意ではなかった（Figure 16）。

この結果は、本実験の状況は一方向的に参加者がメッセージを伝達し、自由な時間に終了したため、発話の割合がいずれの条件でも多く、天井効果が生じてしまったと考えられる。

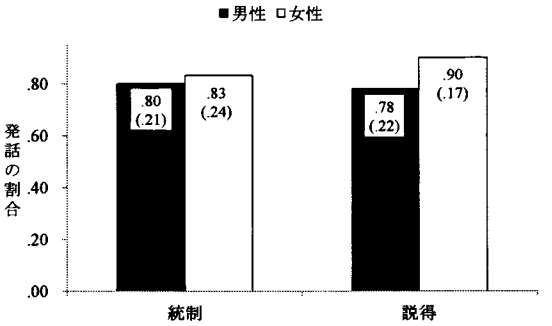


Figure 16　要因ごとの発話の割合

（3）言語的チャネル

2（条件；説得、統制）×2（性；男性、女性）を独立変数とし、言語的チャネル（i.e., 結論の明示方法、論拠の質、論拠の数、アピール方法、呈示方法、繰り返し、知識、情報量）の評定値をそれぞれ従属変数とする 2 要因分散分析を行った。Table 5 に条件ごとの平均値と 2 要因分散分析の結果を示した。なお、言語的チャネルのうち、修辞疑問の使用、論拠のフレイミングについては本研究のデータからは得られなかったため、以降の分析から除外した。

Table 5　条件×性にみた言語的チャネルの使用方法

	説得条件		統制条件		条件(A)	性(B)	A×B
	M	*SD*	*M*	*SD*	*F*(1, 53)	*F*(1, 53)	*F*(1, 53)
①結論の明示方法（1: 明示的—7: 黙示的）	1.52	0.65	1.85	0.70	9.45 **	1.54	1.70
②論拠の質（1: 弱い—7: 強い）	2.29	0.69	1.90	0.69	11.93 **	0.11	4.98
③論拠の数（1: 少ない—7: 多い）	2.12	0.76	1.80	0.70	7.60 **	1.21	1.15
④アピール方法（1: 情緒的—7: 理性的）	3.23	0.62	3.36	0.62	0.21	0.16	0.65
⑤呈示方法（1: 一面呈示—7: 両面呈示）	2.08	1.06	2.25	1.23	1.11	0.42	0.01
⑥繰り返し（1: なし—7: あり）	2.95	0.94	2.70	1.00	4.11 *	2.49	2.14
⑦知識（1: なし—7: あり）	2.19	0.76	1.97	0.80	2.66	2.43	0.19
⑧情報量（1: なし—7: あり）	2.21	0.76	1.92	0.82	6.70 **	2.64	0.04

Note 1: $^{*}p < .05$, $^{**}p < .01$.

Note 2: 性の主効果、交互作用はいずれの項目に関して有意差は確認されなかったため、条件ごとの平均値と標準偏差を示した

①結論の明示方法　条件の主効果がみられたが、性の主効果および条件×性の交互作用はみられなかった（Table 5の1行目）。条件の主効果から、説得条件は統制条件よりも結論をはっきりさせることが示された。

結論明示の方が結論保留よりも説得効果が高い（O'Keefe, 1997）という結果が示されているので、実際に他者を説得しようとする送り手は結論の明示方法を説得戦略とした可能性が示唆された。また、いずれの条件も平均値が中点よりも結論明示の方向であることから、他者にメッセージを伝達する場合は結論を曖昧にするのではなく、結論を明示にすることが示された。本研究は受け手を実験協力者とし、受け手の行動を操作したために、送り手はメッセージ伝達に対する受け手の反応が明確でなかったために、受け手に理解しやすいように結論を明示した可能性が考えられる。

②論拠の質　条件の主効果がみられたが、性の主効果および条件×性の交互作用はみられなかった（Table 5の2行目）。条件の主効果から、説得条件は統制条件よりも論拠の質が強いことが示された。

論拠が強い場合は論拠が弱い場合よりも説得効果が高い（Petty & Cacioppo, 1986）という結果が示されているので、実際に他者を説得しようとする送り手は論拠の質を説得戦略とした可能性が示唆された。また、いずれの条件も平均値が中点よりも低いという結果を示した。本研究では話題に対して賛否の程度が極化し関心の高い話題についてメッセージを伝達するように求めたのであるが、今回設定した話題が社会的問題に関する話題であり、日常生活で話題に上るようなものでなかったために論拠の強さを持ち合わせていなかったのではないかと考えられる。

③論拠の数　条件の主効果がみられたが、性の主効果および条件×性の交互作用はみられなかった（Table 5の3行目）。条件の主効果から、説得条件は統制条件よりも論拠の数が多いことが示された。

論拠の数の多さは少ない場合よりも説得効果が高いこと（Petty & Wegener, 1998）が示されているので、実際に他者を説得しようとする送り手は論拠の量を説得戦略として用いた可能性が示唆された。しかし、いずれの条件も平均値が中点よりも低かった。論拠の質と同様に、今回設定した話題が社会的問題に関する話題であり、日常生活で話題に上るようなものではなかったために論拠を持ち合わせていなかったのではないかと考えられる。

④アピール方法　条件の主効果、性の主効果および条件×性の交互作用はいずれも有意ではなかった（Table 5の4行目）。

いずれの条件にも差はみられなかったが、平均値の方向から送り手は情緒的なアピール方法を用いたことが示された。論拠を持ち合わせていなかったために、理性的なメッセージよりも情緒的なメッセージの生成がなされやすかった可能性が考えられる。

⑤呈示方法　条件の主効果、性の主効果および条件×性の交互作用はいずれも有意ではなかった（Table 5の5行目）。

いずれの条件にも差は認められなかったが、平均値の方向から送り手は一面呈示によってメッセージを伝達することが示された。この結果は、送り手が話題についての論拠を持ち合わせていなかったことに加え、受け手が実験協力者であったため送り手のメッセージに対して肯定も否定もしなかったため、送り手は自身の意見の説得方向にのみを説得材料として用いたと考えられる。

⑥繰り返し　条件の主効果がみられたが、性の主効果および条件×性の交互作用はみられなかった（Table 5の6行目）。条件の主効果から、説得条件は統制条件よりも繰り返しが多いことが示された。

メッセージを反復提示すると説得効果の大きさは増加する（原岡, 1966）ことが示されているので、実際に他者を説得しようとする送り手はメッセージの反復提示を説得戦略として用いた可能性が示唆された。しかし、いずれの条件も平均値が中点よりも低かった。実験は、これ以上続けられないと思ったところでメッセージの伝達をやめることができたため、メッセージの繰り返しを行わなかったのではないかと考えられる。

⑦知識　条件の主効果、性の主効果および条件×性の交互作用はいずれも有意ではなかった（Table 5の7行目）。また、いずれの条件も平均値が中点よりも低かった。今回設定した話題が社会的問題に関する話題であり、日常生活で接する話題ではなかったため話題に対する知識が乏しかったのではないかと考えられる。

⑧情報量　条件の主効果がみられたが、性の主効果および条件×性の交互作用はみられなかった（Table 5の8行目）。条件の主効果から、説得条件は統制条件よりも情報量が多い

ことが示された。しかし、いずれの条件も平均値が中点よりも低かった。今回設定した話題が社会的問題に関する話題であり、日常生活で話題に上るようなものではなかったため、それに関する情報を持ち合わせていなかったのではないかと考えられる。

4．第 2 節で得られた結果のまとめ

非言語的チャネルに関しては、他者を説得しようとすると性別に関係なくジェスチャー、視線を増加させることが示された一方で、女性は微笑みを抑制することが示された。アダプター、発話、男性の微笑みに関しては、他者を説得しようとする意図によって行動は変化しなかった。

ジェスチャー、視線、アダプターに関しては、Mehrabian & Williams（1969）の知見と一致する結果であった。笑顔に関しては先行研究の知見と一致せず、女性の説得条件の場合は発話内容に注意が向いたため抑制されたのかもしれない。非音声的非言語的チャネルに関しては、文化を超えて状況の要因が行動を規定することが示された。ただし、笑顔については異なる結果が得られた。

言語的チャネルに関しては、他者を説得しようとすると、結論を明示し、論拠の質が高く、論拠の量が多く、メッセージの繰り返しが多く、情報量が多いことが明らかとなった。また、他者を説得しようとする意図によって、情緒的あるいは理性的アピール、一面あるいは両面呈示、知識に差がないことが示された。

従来の説得研究から、結論明示（O'Keefe, 1997）、論拠の強さ（Petty & Cacioppo, 1986）、論拠の量の多さ（Petty & Wegener, 1998）、メッセージの反復提示（深田, 2002）は説得効果が高い、という結果が報告されている言語的行動を、他者を説得しようとする送り手が説得戦略として使用した可能性を示唆している。

以上の結果のように、第 2 節では、どのような対人コミュニケーション・チャネルが他者を説得しようとする際に用いられるのかについて明らかにした。

第 3 節では、どのような対人コミュニケーション・チャネルが受け手の効果を及ぼすかについて検討を行う。

第３節　対人コミュニケーション・チャネルが対人認知に及ぼす影響

１．目的

第 2 節では、対面説得事態での送り手のコミュニケーション行動を抽出し、送り手が他者を説得するために用いる対人コミュニケーション・チャネルを明らかにした。すなわち、送り手のメッセージ生成・使用に関する基礎的な知見を提出した。

では、一体、受け手に効果を与える対人コミュニケーション・チャネルはどのようなチャネルであろうか。送り手が説得意図を高めた場合に用いられたチャネルが受け手の効果（i.e., 個人的親しみやすさ、活動性、社会的望ましさ、専門性、信頼性）に及ぼす影響について検討を行う。

２．方法

（１）実施時期

提示実験は、2011 年 2 月～3 月に実施された。

（２）参加者

以前に評定実験の経験がある大学生 7 名（男性 4 名、女性 3 名；平均年齢 21.43 歳、*SD*=2.07）が実験に参加した[10]。大阪大学において、「評定実験」という名目で、評定実験は休憩を含めた総時間が 12 時間程度であり、3 時間程度の実験を 4 回に渡って行うことを伝え、実験参加者の募集を行った。

（３）刺激

第 2 節の実験で分析対象とした 55 名のうち、第 2 節（4）の質問項目②撮影および映像の研究使用に関する承諾書において、他の実験場面において映像および音声データを提示してもよい、と回答が得られた 49 名の 98 映像を刺激とした。

刺激は、第 2 節において 3 台のカメラで撮影した 3 つの映像を合成した。具体的には、画面の上部の右側に第 2 節の実験協力者、画面の上部の左側に第 2 節の参加者、画面の下

[10] 評定実験は、視覚＋聴覚条件、聴覚条件、テキスト条件の 3 つの条件に、大学生 22 名（男性 12 名、女性 10 名、平均年齢 21.55 歳、*SD*=1.41）が参加したが、第 3 節では視覚＋聴覚条件の結果について示す。

部に二者の映像を配置した。

なお、刺激は乱数表に基づきランダムな順番に並べ、映像の提示順序はカウンターバランスをとった。

（4）質問項目

①対人印象評定尺度　林（1978）と同様の因子構造をもつ大坪・吉田（1990）を参考に、「個人的親しみやすさ」、「社会的望ましさ」、「活動性」各 3 項目の合成得点の平均値をそれぞれの次元の印象得点とした[11]。評定は「どちらとも言えない」を 4 点とし、「やや」、「かなり」、「とても」のいずれかで評定する 7 件法であった。

②専門性　神山・藤原・石井（1990）の送り手の印象評定の因子分析で抽出された 3 因子の 1 つである専門性因子の 3 項目を用い、7 件法で回答を求めた。具体的な項目は、1）専門的な—専門的でない、2）知識のある—知識のない、3）知的な—知的でない、であった。

③信頼性　大坊（1978）の対人印象評定尺度の 6 因子の 1 つである信頼性因子 2 項目を用い、7 件法で回答を求めた。具体的な項目は、1）たよりない—しっかりした、2）せかせかした—落ち着いている、であった。

（5）装置

Panasonic Let's note CF-9 の PC を用いて、Windows Media Player によって再生した映像をモニター（LC-37DS3, SHARP）に投影した。参加者は、映像はモニターを見、音声はヘッドセット（ATH-30COM, audio technica）を装着し、PC のスピーカーによって聞いた。

（6）手続き

評定実験の参加者は指定した日時に実験室に招集された。実験者は実験参加に対するお礼を述べ、自己紹介を行った。その後、以下の教示を口頭および文書で行った。

---

[11] 大坪・吉田（1990）では、「親和性」、「思慮性」、「意欲性」と命名している。この尺度は、第 4 章で用いた対人印象尺度と同様の項目であり、かつ各因子に属する項目がほぼ同じであるため、「個人的親しみやすさ」、「社会的望ましさ」、「活動性」と表記した。

本研究の目的は、「送り手のコミュニケーション特徴が対人認知に及ぼす影響」について検討するものです。そこで、あなたには送り手が提示したメッセージについて評定を行っていただきたいと思います。送り手がメッセージを提示する場面は 98 場面あり、本研究の総時間は約 12 時間におよびます。約 12 時間と長時間になるため、3 時間程度を 4 回にわたり研究を実施いたします。また、各研究実施日には途中で休憩を挟みます。

なお、今回の研究で得られたデータは研究目的以外には使用せず、他に漏洩・共有されることがないよう配慮いたします。また、データを学会等で発表する際には、個人が特定されることのないように記号化したデータとして保管します。もちろん、データの使用に同意いただけるかどうかはあくまであなたの自由です。」

上記の教示に同意する場合には、実験参加日時と署名に記入を求めた。そして、各刺激に知り合いがいた場合は、回答用紙にその旨を記入するように求めた。また、メッセージを伝達している人（第 2 節の実験参加者）について評定するように求めた。

3．コーディング

（1）一致率

7 名のコーダー間の *Pearson* の積率相関係数が、個人的親しみやすさ r =.15～.54（p <.001）、活動性 r =.57～.75（p <.001）、社会的望ましさ r =.16～.40（p <.001）、専門性 r =.29～.53（p <.001）、信頼性 r =.15～.47（p <.001）であった。そこで、各因子にすべてにおいて一致率の低いコーダー1 名の値を除いた各因子の平均値を分析に用いた。

4．結果と考察

言語的チャネル（i.e., 結論の呈示方法、論拠の質、論拠の数、アピール方法、呈示方法、繰り返し、知識、情報量）、非言語的チャネル（i.e., ジェスチャー、アダプター、視線、笑顔、発話）、対人印象（i.e., 個人的親しみやすさ、活動性、社会的望ましさ、専門性、信頼性）に関する相関係数を Table 6 に示した。Table 6 から各変数間に相関関係が認められたため、多重共線性の確認を行ったところ、論拠の数に関して VIF=5.54 という比較的高い値が算出された。そこで、以降の分析では論拠の数を除外して分析に用いた。論拠の数を除く多重共線性は、VIF=1.30～3.71 であった。

Table 6　各変数の *Pearson* の積率相関係数

	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1. ①結論の呈示方法	-.26 *	-.20 †	-.02	.18 †	-.07	-.12	-.11	-.17	.07	-.08	.09	-.22 *	.02	-.12	-.21 *	-.14	-.11
2. ②論拠の質		.84 ***	.28 **	.16	.35 ***	.68 ***	.70 ***	.26 *	-.11	.13	-.10	.22 *	.17	.27 *	.33 **	.55 ***	.35 ***
3. ③論拠の数			.30 **	.23 *	.41 ***	.71 ***	.78 ***	.30 **	-.20 †	.16	-.19 †	.16	.11	.25 *	.28 **	.48 ***	.28 **
4. ④アピール方法				.21 *	.25 *	.41 ***	.32 **	.07	.12	.06	-.03	.05	-.05	.01	.16	.34 ***	.13
5. ⑤呈示方法					.18 †	.06	.10	.06	.06	.02	-.17	.12	.00	.02	.13	.08	.06
6. ⑥繰り返し						.39 ***	.36 ***	.28 **	-.04	.19 †	-.12	.08	.06	.16	.08	.27 **	.20 †
7. ⑦知識							.80 ***	.23 *	-.07	.11	-.08	.19 †	.23 *	.20 †	.30 **	.45 ***	.22 *
8. ⑧情報量								.21 *	-.08	.15	-.19 †	.18 †	.19 †	.23 *	.39 ***	.49 ***	.34 **
9. ジェスチャー									-.34 ***	.20 †	.26 *	.29 **	.11	.38 ***	.02	.31 ***	.11
10. アダプター										-.20 †	.05	-.30 **	-.31 **	-.34 ***	-.14	-.37 ***	-.34 ***
11. 視線											.02	.46 ***	.32 **	.57 ***	.11	.38 ***	.52 ***
12. 笑顔												.09	.33 **	.13	-.27 **	-.20 †	-.24 *
13. 発話													.40 ***	.59 ***	.21 *	.32 **	.37 ***
14. 個人的親しみやすさ														.45 ***	.29 **	.27 **	.28 **
15. 活動性															-.06	.39 ***	.44 ***
16. 社会的望ましさ																.61 ***	.48 ***
17. 専門性																	.71 ***
18. 信頼性																	

†p <.10, *p <.05, **p <.01, ***p <.001.

対人コミュニケーション・チャネルが受け手に及ぼす効果を検討するために、言語的チャネルの 8 チャネル、非言語的チャネルの 6 チャネル、送り手の性別を説明変数とし、対人印象の各印象を従属変数とする重回帰分析（ステップワイズ法）を行った（Table 7）。

Table 7　言語的・非言語的チャネルが対人印象に及ぼす影響

	個人的親しみやすさ	活動性	社会的望ましさ	専門性	信頼性
言語的チャネル					
①結論の呈示方法					
②論拠の質				.40 ***	.24 **
④アピール方法				.24 **	
⑤呈示方法					
⑥繰り返し					
⑦知識	.26 **				
⑧情報量			.31 **		
非言語的チャネル					
ジェスチャー	-.22 *	.20 *			
アダプター	-.28 **			-.29 ***	-.21 **
視線	.18 †	.37 ***		.26 ***	.45 ***
笑顔	.32 **		-.23 *	-.14 †	-.22 **
発話	.18 †	.36 ***	.18 †		
性別	.18 †				
調整済みR^2	.37 ***	.48 ***	.19 ***	.51 ***	.42 ***

†p <.10, *p <.05, **p <.01, ***p <.001.

（1）個人的親しみやすさ

知識、笑顔が個人的親しみやすさに有意な正の影響を与えており、ジェスチャー、アダプター、が個人的親しみやすさに有意な負の影響を与えていた。その影響力の強さは、笑顔が最も高く、アダプター、知識、ジェスチャーが続いた。

社会的問題についてメッセージを伝達するという場面では、話題についてよく知っていることはコミュニケーションを円滑に展開している可能性があるため、親しみやすいという評価につながった可能性がある。笑顔は親しさや好意の表出であるため（Kraut & Johnston, 1979）、親しみやすいという好意的な印象形成をもたらしたと考えられる。アダプターは話し手の不安や不快な感情が漏れ出たものであり（Ekman & Friesen, 1972）、他者にネガティブな感情を伝達したために（Knapp & Hall, 2009）、それを親しみにくいと評価した可能性が考えられる。ジェスチャーは、送り手の他者を説得しようという意図が高まることで使用率が増加したチャネルである。送り手の意図に反して、親しみにくいというネガディブな評価がなされた。この結果は、送り手が受け手にメッセージを伝達している場面を第 3 者が評定したためであると考えられる。コミュニケーション当事者と第 3 者では、行為の捉え方が異なる（Jones & Nisbett, 1972）。すなわち、評定者は送り手が他者を説得しようとしていることを知らなかったため、ジェスチャーを多用する送り手を押しつけがましいなどといったネガディブな評定につながった可能性が考えられる。

（2）活動性

ジェスチャー、視線、発話が活動性に有意な正の影響を与えていた。その影響力の強さは、視線が最も強く、発話、ジェスチャーと続き、いずれも正の影響を与えていた。ジェスチャーは発話産出の機能をもつため（藤井, 2002）、会話を積極的に展開しようとするチャネルであると考えられる。また、送り手のみが発言するような実験状況では発言が会話の展開のための最も顕在性の高いチャネルであると考えられる。そのため、発話が活動性に正の影響を与えたのではないかと考えられる。伝達意図を知らせる機能をもつ視線は（Kendon, 1967）、積極的に会話を行おうとする態度の表明であるために、活動的という印象に影響を与えた可能性が考えられる。

（3）社会的望ましさ

情報量が社会的望ましさに有意な正の影響を与えており、笑顔が社会的望ましさに有意

な負の影響を与えていた。その影響力の強さは、情報量、笑顔と続いた。送り手が一方向的にメッセージを伝達するという状況では、どれだけその話題についての情報を持ち合わせているかということが社会的望ましさにつながったと考えられる。また、このような状況では笑顔はふさわしくないということが示唆された。

（4）専門性

論拠の質、アピール方法、視線が専門性に有意な正の影響を与えており、アダプターが有意な負の影響を与えていた。その影響力の強さは、論拠の質が最も高く、アダプター、視線、アピール方法が続いた。専門性は問題の熟知度の水準を反映することが指摘されているため(深田, 2002)、論拠の質の高さによって専門性が高いと判断したのかもしれない。また、受け手の感情に訴えかけるよりも理性に訴えかけるアピールが専門性に影響を与えていた。送り手が説得話題に対して個人的に関与していて客観性に欠ける場合は専門性が低くなることが指摘されていることから（深田, 2002)、理性的アピールは主観ではなく客観的なアピール方法であったと考えられる。視線を多く受け手に向ける送り手は能力が高く（Beebe, 1974)、自信があると見なされやすく（Argyle, 1988)、一方でアダプターは話し手の不安や不快の感情が漏れ出たものであるため（Ekman & Friesen, 1972)、自信がないといったネガティブな評価がなされ、専門性に影響を与えた可能性が考えられる。

（5）信頼性

論拠の質、視線が信頼性に有意な正の影響を与えていた。アダプター、笑顔が信頼性に負の影響を与えていた。その影響力の強さは、視線が最も高く、次いで論拠の質、笑顔、アダプターと続いた。信頼性とは、送り手がどの程度自分の知っていることを正直に伝えるかという観点を指すため（深田, 2002; 榊, 2002)、論拠の質は送り手の話題についての知識の程度を反映していたため信頼性が高いと評価された可能性がある。視線を多く受け手に向ける送り手は能力が高いと見なされると同時に正直であると見なされる(Beebe, 1974)ため、信頼性評価に影響を与えた可能性がある。笑顔は一般にポジティブな印象に影響を与えるが、日本人の笑顔には困惑や恥じらいの微笑みが含まれるため（中村, 2006)、信頼できないという評価につながった可能性が考えられる。

5．第 3 節で得られた結果のまとめ

個人的親しみやすさに関しては、知識、笑顔が正の影響を与えており、ジェスチャー、アダプターが負の影響を与えていた。また、その影響力の強さは、笑顔が最も高く、アダプター、知識、ジェスチャーが続いた。

活動性に関しては、影響力の強さは視線が最も強く、発話、ジェスチャーと続き、いずれも正の影響を与えていた。

社会的望ましさに関しては、影響力の強さは情報量が最も強く正の影響をもち、笑顔は負の影響を与えていた。

専門性に関しては、論拠の質、アピール方法、視線が正の影響を与え、アダプターが負の影響を与えていた。また、その影響力の強さは、論拠の質が最も高く、アダプター、視線、アピール方法が続いた。

信頼性に関しては、論拠の質、視線が正の影響を与え、アダプター、笑顔が負の影響を与えていた。また、その影響力の強さは視線が最も高く、次いで論拠の質、笑顔、アダプターと続いた。なお、専門性と信頼性に関しては、r =.71（p <.001）と高い相関係数が得られているため、Hovland et al.（1953）が指摘するように信憑性を構成する 2 つの次元であることが確認された。

5 つの印象次元に対して、視線は一貫してポジティブな印象をもたらすことが示され、アダプターは一貫してネガディブな印象をもたらすことが明らかになった。したがって、送り手がネガディブな印象を回避しポジティブな印象を受け手に与えたいのであれば、受け手に視線を多く向け、アダプターを抑制することによってそれは達成されるということを示唆していると言えよう。さらに、知識、論拠の質、情報量、理性的アピールはポジティブな印象を形成することが示され、これらのチャネルを用いることで説得の効果を高めることが示唆された。また、ジェスチャーと笑顔の用い方には注意が必要であることが示された。ジェスチャーは、個人的親しみやすさには負の影響力をもつが、活動性には正の影響力をもっていた。また、笑顔は個人的親しみやすさでは正の影響力をもつが、社会的望ましさ、信頼性には負の影響力をもっていた。

第4節　全体的考察

第2節では、対面での一方向的なコミュニケーション事態において、送り手がどのような対人コミュニケーション・チャネルを用いて説得的メッセージを生成するのかについて検討した。

その結果、送り手は他者を説得しようとすると、ジェスチャー、視線を増加させ、女性は微笑みを抑制した。また、送り手は他者を説得しようとすると、説得的メッセージの結論を明示し、論拠の質を高くし、論拠を多く述べ、メッセージの繰り返しを多くし、情報を多く述べることが示された。一方で、アダプター、発話、情緒的あるいは理性的アピール、一面あるいは両面呈示、知識、には差がないことが示された。

第3節では、説得的メッセージの生成に用いられたチャネルが対人印象の認知に及ぼす影響について検討を行った。

その結果、笑顔の多さ、アダプターの少なさ、知識の多さ、ジェスチャーの少なさは個人的親しみやすさの評価を高めた。ジェスチャーの多さ、視線の多さ、発話の多さは活動性の評価を高めた。情報量の多さ、笑顔の少なさが社会的望ましさの評価を高めた。論拠の質の高さ、理性的なアピール、視線の多さ、アダプターの少なさが専門性の評価を高めた。論拠の質の高さ、視線の多さ、アダプターの少なさ、笑顔の少なさが信頼性の評価を高めた。

以降では、送り手が説得事態で使用した対人コミュニケーション・チャネルが対人印象に及ぼす影響について考察する。

送り手が意識的に増減させた行動は受け手にどの程度影響を与えていたのであろうか。

説得意図が高まると送り手は視線を増加させた。視線は活動性、専門性、信頼性に一貫してポジティブな影響を与えていた。したがって、説得事態に視線を増加させるという送り手の行為は効果をもっていたと考えられる。

また、説得意図が高まると送り手はジェスチャーを増加させた。ジェスチャーは、個人的親しみやすさにはネガティブな影響を、活動性にはポジティブな影響を与えていた。McGuire（1985）は説得の段階の第3段階に送り手が意図した効果を受け手が経験する段階に好意・関心があると指摘している。説得しようとして送り手がジェスチャーを増加させる行為は、この好意を低めてしまうため、続く第4段階以降に進めない。すなわち、説得は失敗に終わってしまうことを意味する。しかし、この結果の解釈には注意が必要であ

る。送り手の評価は受け手ではなく第3者が評定をし、第3者は送り手が他者を説得しようとしていることを知らなかったため、ジェスチャーを多用する送り手を押しつけがましいなどといったネガディブな評定につながった可能性が考えられる。

さらに、女性は説得意図が高まると笑顔を抑制していた。笑顔は個人的親しみやすさではポジティブな印象をもたらすが、社会的望ましさ、信頼性にはネガディブな印象をもたらしていた。この結果から、笑顔はメッセージを一方向的に受け手に伝達する状況ではふさわしくないことが示唆されるため、笑顔を抑制する行動は効果的であったと考えられる。

また、説得意図を高めると、論拠の質が高く、情報量が多くなった。論拠の質は専門性、信頼性にポジティブな影響を与え、情報量は活動性にポジティブな影響を与えるため、送り手の行為は効果的であったと考えられる。

なお、送り手は説得意図によって、アダプター、発話、知識の程度は変化させなかったが、アダプターは個人的親しみやすさ、専門性、信頼性に一貫してネガティブな影響を与え、発話は活動性にポジティブな効果を与え、知識の程度は個人的親しみやすさにポジティブな影響を与えることが示された。

この結果を全体的にみると、非言語的チャネルが他者へ与える影響力が大きい（Mehrabian, 1972）という知見を確認できたと言える。しかし、この結論には注意が必要であろう。第3節の対人印象は、送り手が説得しようとしている受け手からの評価ではなく、第3者からの評価であった。この第3者の役割は、受け手としてメッセージを評定することであった。また、送り手は社会的問題についてメッセージを伝達していた。Petty & Cacioppo（1986）の精査可能性モデルで非言語的チャネルへの影響力が大きいことを説明するならば、日常によく話題に上るようなものではなかったために、第3者はメッセージの処理への動機づけが低くなり、顕在性の高い非言語的手がかりに頼って情報を処理したのではないかと考えられる。すなわち、周辺ルートによる情報処理が行われた可能性が考えられる。

以上の議論から、本研究は一方向的なコミュニケーション事態において、送り手がどのような対人コミュニケーション・チャネルを用いて説得的メッセージを生成するのかについて明らかにした上で、メッセージ生成に用いられたチャネルが受け手にどのような影響を及ぼすのかについても示した。この研究結果から、実際に説得しようとして用いるチャネルが効果的である場合と、逆に効果を減じる場合があること、また意識して変化させないチャネルも受け手に影響を及ぼしていることを示した。

本研究は、たとえば、面接場面のように、一方向的に送り手がメッセージを伝達するような場面において、送り手がどのようなチャネルを用いれば効果的な影響を他者に与えることができるかについて示したことは意義があると考えられる。

第５節　今後の課題

本章で行った研究にはいくつかの限界が存在する。

第 1 に、言語的チャネルに関する評定値が低かった。本研究では Petty & Wegener (1998) に基づいて説得状況に焦点を当てたチャネルを取り挙げた点は特長であったと考えられる。しかし、説得状況に特化して言語的チャネルを選定したため、それ以外の言語的チャネルについて捉えられていなかった可能性が考えられる。

第 2 に、送り手は受け手に対してメッセージを一方向的に伝達した。受け手の反応によって送り手の行動は変化する（川浦, 1990)。本研究では、説得意図によって対人コミュニケーション・チャネルの使用が異なるか否かを検討するため、実験協力者を用い、受け手の行動を統制した。しかし、日常生活で説得をするような状況では、一方向的にメッセージを伝達し、説得が完結することばかりではない。すなわち、コミュニケーションは相互作用を伴う双方向的なものである。

第 3 に、対人コミュニケーション・チャネルがどのような影響を与えるのかについての検討を第 3 者が行ったことであった。この検討では、送り手の使用したチャネルが実際のコミュニケーション相手に与える影響についての参考にはなるものの、受け手の態度変化に影響を与えるかについて扱ったものではない。

第 4 章では、これらの研究の課題を解消すべく検討を行う。

第 4 章　双方向的対面説得事態での実験的検証[1]

第 1 節　本章の目的

第 3 節では、対面での一方向的なコミュニケーション事態において、送り手がどのような対人コミュニケーション・チャネルを用いて説得的メッセージを生成するのかを明らかにし、そして、その説得的メッセージの生成に用いられたチャネルが対人印象の認知に及ぼす効果について検討を行った。そこで、1）言語的チャネルの指標の問題、2）メッセージが一方向的に受け手に提示されていたという問題、3）会話相手の態度変化を扱えていないという問題が残った。これらの問題を受けて、本章では、1）言語的チャネルの指標については Bales（1950, 1953）の相互作用過程分析を使用し、発話内容を 12 種類のカテゴリーに分類することでコミュニケーション当事者の会話相手へのはたらきかけを検討可能とした。2）については、二者が互いにコミュニケーションを行うという状況を設定した。3）については、2）の手続きを改善することで会話相手の態度変化を扱うことを可能とした。

第 3 章の課題を踏まえ、本章の目的は、次の 2 点とする。1）対面での双方向的なコミュニケーション事態において、コミュニケーション当事者がどのようなチャネルを用いて説得的メッセージを生成するのか、2）コミュニケーション当事者が説得的メッセージの生成に用いたチャネルが相手の態度変化、会話相手からの自身に対する印象にどのような影響を及ぼすのか、について検討する。

具体的には、教示によって説得条件と統制条件に割り当てた、話題に対する態度の異なる二者がその話題について会話をするという実験室実験を実施する。そして、その状況でのコミュニケーション行動を定量化し、条件間で比較検討する。さらに、それらのコミュニケーション行動が態度、対人印象に及ぼす影響を検討する。

[1] 本章に関する研究発表は、Yokoyama & Daibo（2011b）、横山・大坊（2011）である。

第２節　コミュニケーション当事者のメッセージ生成に関する検討

１．目的

従来の説得研究は、メディアとして印刷された文章や音声が採用されてきた（今井, 2006, 2010; 榊, 2002）。それゆえ、非言語的チャネルは説得研究において副次的な扱いがなされてきた（Burgoon et al., 1990）。また、従来の説得研究は説得的メッセージが受け手に及ぼす効果を検討することに重きが置かれてきた（深田, 2002）。以上のような問題点を解決するために、第 3 章の実験を行った。その結果、送り手が対面で一方向的にメッセージを伝達するという条件において、説得意図が高まると送り手はジェスチャー、視線の使用を多くし、女性は笑顔を抑制するという結果が得られた。言語的チャネルに関しては、結論を明示し、論拠の質が高く、論拠の量が多く、メッセージの繰り返しが多く、情報量が多いことが明らかとなった。

しかし、第 3 章で行った実験は、従来の説得研究と同じく、送り手と受け手の立場の循環プロセスを念頭に置かない一方向的な研究であった（池田, 2002）。対人コミュニケーションは送り手と受け手の立場の交替が行われる双方向的なコミュニケーションである（竹内, 1973）。そのため、送り手と受け手という立場を固定した説得研究から立場の交替という視点をもった研究が必要であると考えられる。

では、送り手と受け手の役割が固定されていない、二者がともに説得意図が高い場合にも第 3 章と同様の結果は得られるのであろうか。

送り手が一方向的にメッセージを伝達し、受け手の反応が統制されているような状況では、送り手は自己のメッセージ伝達に焦点化可能である。しかし、受け手が反応を示すような相互作用が行われる状況においては、送り手の注意はメッセージ伝達および他者に分散されると考えられる。すなわち、単に自分の意見を言語的・非言語的チャネルに乗せて記号化するだけではなく、竹内（1973）が指摘するように、相手の反応を解読しながら絶えずメッセージ生成が繰り返されていく。したがって、第 3 章で得られた知見がそのまま適用できるかどうかについては明らかではない。

また、第 3 章では、メッセージ伝達時間は最大で 5 分程度に設定し、参加者が終了したい時にはいつでも終了できるという実験であった。実際のコミュニケーション場面では、5 分程度の説得を行うよりも長く持続することが少なくない。話題に対する態度が異なる二者が説得を行う場合には尚の事、互いの考えを理解するために多くの時間が必要であろう。

そこで、会話時間を長く設定した実験を行う必要があろう。

以上の議論から、第 2 節では、対面での双方向的な 15 分程度のコミュニケーション事態において、コミュニケーション当事者がどのようなチャネルを用いて説得的メッセージを生成するのかについて検討することを目的とする。

非言語的チャネルに関しては、第 3 章で取り上げたチャネル、すなわち、ジェスチャー、アダプター、視線、笑顔、発話に加え、うなずきを検討対象とした。対面状況ではうなずきが他者の発言量を増大させたり（Matarazzo, Saslow, Wiens, Weitman, & Allen, 1964）、うなずく人に対しては好意が増大する（川名, 1986）ことが指摘されているため、相互作用の伴う対面場面では重要な変数であると考えられる。

言語的チャネルに関しては、Bales（1950, 1953）の相互作用過程分析（interpersonal process analysis; IPA）を使用する。発話内容の分類手法は多様であるが[2]、IPA は、どのような相互作用場面についても適用可能であり、コミュニケーション行動は必ず 12 種類のいずれかに分類可能な徹底した分類である（大坊, 1987）。また、IPA は他者への働きかけという要素が強い。そのため、コミュニケーション当事者がどのようなチャネルを用いて説得的メッセージを生成するのかという問いに対して、最も当てはまりがよいと考えられる。したがって、IPA を採用した。

また、本研究では会話時間を 15 分に延長した実験を行うこととした。コミュニケーション行動は時間経過によって変化するという指摘があり（川浦, 1990）、McGuire（1985）も説得には段階があることを指摘しているため、時間経過によって行動が変化しうることが考えられる。したがって、時系列の要因も加えた検討を行う。

なお、第 1 章第 2 節 3（3）で示したように、対人コミュニケーション・チャネルの使用は性別によって異なることが指摘されている（Andersen, 2008; Hall, 1984, 2006; LaFrance et al., 2003; Mulac, 2006; 岡本, 2010）。よって、性差の要因も加えて検討を行うこととする。

[2] 社会心理学の分野では、藤本・大坊（2007）、小川（2008）、浦他（1986）など、多様な発話分類手法が用いられている。

2．方法

予備調査

（1）目的

本実験で使用する説得話題を選定するために、質問紙調査を行う。回答者の性別に関わらず、回答者にとって重要度が高く、かつ賛成・反対の態度のいずれかの極に分かれる項目を抽出する。

（2）方法

調査対象者　大阪大学に所属している学部学生 113 名（男性 46 名、女性 67 名；平均年齢 20.17 歳、*SD*=1.20）に対して、大学生の意識調査という名目で社会心理学の講義時に調査を依頼した。

調査時期　2009 年 10 月に実施した。

手続き　Eysenck & Wilson (1978) の社会的態度に基づいて作成された磯 (2002)、横山 (2008) の話題調査の項目から、現代社会の時事にそぐわない項目を除く 50 項目からなる質問紙を作成した。各項目に対して、態度は、「非常に反対」から「非常に賛成」、重要度は、「全く重要でない」から「非常に重要である」について 7 件法で回答を求めた。

（3）結果

Table 8 に態度と重要度の平均値、標準偏差および *t* 値を示した。次のような基準で項目を選択した。まず、各項目の重要度と態度に性差が認められない項目を選択し、50 項目から 24 項目に絞られた。次に、重要度の平均値が 4.50 以上を示す項目を選択し、13 項目に絞られた。最後に、態度について「どちらでもない」と回答した人数が 4 割を超えず、賛成および反対にほぼ同数に分かれる 4 項目を選択した。最終的に、「いじめの報道はいじめを苦とした自殺を助長している」、「インターネットや携帯電話などの IT 社会は対面コミュニケーションを減少させる」、「低収入でもやりがいのある仕事を職業とすべきだ」、「ごみの収集を有料化すべきではない」という項目を本実験で用いることとした。

Table 8　態度と重要度の平均値、標準偏差および t 値

	態度								回答者数			重要度							
	全体(n=113)		男性(n=46)		女性(n=67)							全体(n=113)		男性(n=46)		女性(n=67)			
	M	SD	M	SD	M	SD	df	t値	反対	中立	賛成	M	SD	M	SD	M	SD	df	t値
少年の凶悪犯罪は親の養育方法に問題がある	5.12	1.10	5.17	1.04	5.09	1.15	111	0.40	9	14	90	5.24	1.29	5.17	1.40	5.28	1.22	111	0.44
精神鑑定で犯罪者の責任能力を問うのは間違いだ	3.92	1.70	3.91	1.94	3.93	1.53	82	0.04	49	24	40	5.03	1.43	5.04	1.52	5.01	1.38	111	0.10
臓器提供意志カードの所持を法的に義務化すべきである	3.35	1.61	3.43	1.75	3.30	1.53	111	0.44	62	27	24	4.28	1.49	4.00	1.55	4.46	1.43	110	1.62
年老いた両親の世話は子供としての義務である	4.23	1.49	4.60	1.40	3.97	1.50	109	2.23 *	32	23	56	5.10	1.26	5.16	1.17	5.06	1.33	109	0.39
大学における成績評価はもっと厳しくなされるべきだ	3.26	1.55	3.35	1.54	3.19	1.56	111	0.52	60	32	21	4.07	1.78	4.13	1.78	4.03	1.79	111	0.29
質のよい教育のためには授業料値上げは仕方ない	2.98	1.45	3.26	1.69	2.79	1.23	77	1.61	73	21	19	4.62	1.45	4.63	1.55	4.61	1.39	111	0.07
歩きタバコは法律で罰するべきだ	5.66	1.49	5.74	1.64	5.61	1.39	111	0.44	14	8	91	4.78	1.72	5.04	1.52	4.60	1.83	111	1.36
全ての人はみな同じ可能性を持って生まれてくる	2.88	1.65	2.63	1.69	3.04	1.62	111	1.31	80	16	17	4.13	1.77	4.17	1.99	4.10	1.62	111	0.20
いじめの報道はいじめを苦とした自殺を助長している	3.80	1.44	3.87	1.53	3.75	1.39	111	0.45	44	34	35	4.59	1.31	4.38	1.50	4.73	1.16	110	1.40
インターネットや携帯電話などのIT社会は対面コミュニケーションを減少させる	4.60	1.47	4.51	1.75	4.66	1.25	74	0.48	26	23	64	4.84	1.27	4.87	1.53	4.82	1.07	75	0.19
社会に出て重要なのは運やチャンスである	4.46	1.34	4.70	1.43	4.30	1.27	111	1.55	25	24	64	4.15	1.62	4.52	1.72	3.90	1.51	111	2.05 *
血液型別の性格など存在しない	5.12	1.68	5.52	1.76	4.85	1.57	111	2.12 *	23	19	71	2.74	1.73	2.37	1.85	3.00	1.60	111	1.92 †
人が働くのは社会人として義務を果たすことである	4.42	1.45	4.37	1.50	4.45	1.43	110	0.30	27	21	64	4.33	1.47	4.39	1.39	4.29	1.53	110	0.37
もっと簡単に離婚できるように離婚法を改正すべきである	3.36	1.27	3.43	1.33	3.31	1.23	111	0.50	56	42	15	3.55	1.49	3.24	1.62	3.76	1.36	111	1.85 †
テレビは世の中の動きや世間の出来事を知るために見るべきだ	4.27	1.37	3.89	1.69	4.54	1.03	68	2.31 *	25	29	59	3.75	1.56	4.02	1.74	3.57	1.41	111	1.53
低収入でもやりがいのある仕事を職業とすべきだ	4.19	1.32	4.09	1.52	4.27	1.18	111	0.72	30	44	39	4.56	1.43	4.39	1.64	4.68	1.25	80	1.01
公共の場での携帯電話の使用は禁止すべきだ	3.18	1.55	3.24	1.83	3.13	1.35	78	0.33	63	30	20	3.95	1.44	4.04	1.60	3.88	1.33	111	0.59
人間が助かるなら動物の臓器を移植しても構わない	3.76	1.65	4.67	1.55	3.12	1.40	110	5.53 ***	44	30	39	4.37	1.45	4.17	1.57	4.51	1.35	109	1.20
妊娠中絶は人間として認めてはならない行為だ	3.30	1.48	3.65	1.72	3.06	1.24	77	2.01 *	59	32	22	5.11	1.33	4.74	1.56	5.36	1.08	74	2.34 *
犯罪を犯す人間は人格的に欠陥がある	3.30	1.52	3.20	1.64	3.37	1.44	111	0.61	64	26	23	4.73	1.36	4.50	1.46	4.88	1.27	111	1.47
原子力がエネルギーの中心として取って代わるべきだ	3.39	1.31	3.63	1.25	3.22	1.34	111	1.63	58	33	22	4.76	1.42	4.73	1.53	4.78	1.35	110	0.16
日本でも同性婚を法的に認めるべきだ	4.59	1.44	4.24	1.67	4.82	1.22	75	1.99 †	18	33	62	3.95	1.60	3.67	1.73	4.13	1.49	111	1.51
女性は知力，組織力などの点で男性とは同等ではない	3.07	1.74	3.57	1.89	2.73	1.54	111	2.57 *	65	26	22	4.68	1.61	4.22	1.66	5.00	1.50	111	2.61 *
いじめはいじめる側に全面的に責任がある	3.29	1.58	3.36	1.65	3.25	1.54	110	0.33	69	16	27	5.07	1.44	4.78	1.54	5.27	1.34	110	1.79 †
命が助かるなら、病気の臓器を移植しても構わない	3.94	1.40	4.37	1.42	3.64	1.31	111	2.80 **	36	42	35	4.73	1.20	4.43	1.33	4.93	1.08	111	2.16 *

Note 1: $^{\dagger}p<.10$, $^{*}p<.05$, $^{**}p<.01$, $^{***}p<.001$.
Note 2: 数値が高いほど賛成、および重要であると評定(ともに7段階評定)
Note 3: ゴシック体は本実験で使用する項目

Table 8　態度と重要度の平均値、標準偏差および t 値（つづき）

	態度								回答者数			重要度							
	全体(n=113)		男性(n=46)		女性(n=67)							全体(n=113)		男性(n=46)		女性(n=67)			
	M	SD	M	SD	M	SD	df	t値	反対	中立	賛成	M	SD	M	SD	M	SD	df	t値
学校である程度の性教育がすべての少年少女に対して行なわれるべきである	5.35	1.11	5.39	1.24	5.31	1.02	111	0.37	6	13	94	4.73	1.33	4.59	1.45	4.84	1.24	111	0.98
生きている動物の実験は禁止すべきである	3.41	1.27	3.13	1.38	3.60	1.17	111	1.94 †	52	48	13	4.27	1.43	4.15	1.52	4.36	1.37	111	0.75
脳死の考え方がもっと浸透すべきだ	4.83	1.18	4.87	1.24	4.81	1.14	111	0.28	8	35	70	4.74	1.33	4.38	1.66	4.99	0.99	65	2.21 *
表現の自由が認められているのは望ましいことだ	5.82	0.93	5.93	1.00	5.75	0.88	111	1.06	0	10	103	4.88	1.30	5.11	1.34	4.72	1.25	110	1.59
結婚は家の問題であるという考え方は古い	5.16	1.48	5.30	1.53	5.06	1.44	111	0.86	18	16	79	4.24	1.40	4.20	1.64	4.27	1.21	78	0.26
漫画は子供の創造性の発達を妨害している	2.17	1.07	1.96	1.11	2.31	1.02	111	1.76 †	100	11	2	3.74	1.70	4.13	1.89	3.48	1.52	111	2.03 *
売春は合法化すべきである	2.57	1.49	3.09	1.55	2.21	1.34	111	3.21 **	83	16	14	4.27	1.68	4.04	1.70	4.42	1.66	111	1.17
死刑は野蛮であり、廃止すべきである	2.85	1.41	2.96	1.48	2.78	1.37	110	0.66	73	24	15	5.36	1.32	5.18	1.40	5.48	1.26	110	1.18
男女間の友情は成立しない	2.69	1.58	2.98	1.63	2.48	1.53	110	1.64	73	23	16	4.28	1.81	4.33	1.74	4.24	1.87	110	0.24
セクハラ問題はマスコミが取り上げるほど重要ではない	2.79	1.27	3.17	1.34	2.52	1.16	111	2.75 **	83	15	15	4.54	1.33	4.24	1.34	4.75	1.30	111	2.02 *
ごみの収集を有料化すべきではない	4.32	1.65	4.50	1.56	4.19	1.72	111	0.97	37	30	46	4.83	1.11	4.72	1.13	4.91	1.10	111	0.91
公害問題の責任は国にある	4.00	1.31	4.04	1.40	3.97	1.25	110	0.29	39	36	37	4.54	1.35	4.22	1.51	4.75	1.20	110	2.04 *
これからの時代、誰もがパソコン能力を習得すべきだ	4.73	1.37	4.93	1.42	4.58	1.33	111	1.35	21	21	71	4.47	1.50	4.63	1.79	4.36	1.26	75	0.89
障害者を扱ったテレビ番組の増加は教育によい	4.01	1.15	3.91	1.35	4.07	1.00	78	0.69	25	58	30	4.15	1.31	4.13	1.41	4.16	1.25	111	0.13
遺伝子情報公開は人権の侵害を招く	4.65	1.21	4.48	1.31	4.78	1.13	111	1.29	15	44	54	4.31	1.60	3.93	1.74	4.57	1.46	111	2.09 *
クローン研究の人間への適用は危機的問題である	4.82	1.52	4.24	1.62	5.22	1.32	111	3.54 ***	23	19	71	4.96	1.36	4.73	1.45	5.10	1.29	110	1.42
尊厳死は死の一形態として法的に認められるべきだ	5.47	1.26	5.54	1.38	5.42	1.18	111	0.52	6	18	89	5.35	1.17	5.07	1.31	5.55	1.03	111	2.21 *
体重の増加は自己管理能力が欠如しているからだ	4.18	1.54	4.57	1.64	3.91	1.41	110	2.26 *	37	23	53	4.02	1.66	3.76	1.63	4.20	1.68	109	1.38
スポーツ競技ではドーピング検査は必要不可欠だ	5.67	1.03	5.73	1.12	5.63	0.97	110	0.54	3	10	100	4.17	1.63	4.25	1.83	4.12	1.50	109	0.41
芸能界出身の政治家がどんどん増えるべきだ	2.50	1.17	2.28	1.29	2.64	1.05	111	1.62	87	22	4	3.97	1.78	4.39	2.03	3.69	1.53	79	2.00 *
末期がん患者の延命治療はやめるべきだ	3.40	1.51	3.74	1.57	3.16	1.43	111	2.02 *	45	50	18	5.07	1.36	4.83	1.48	5.24	1.26	111	1.59
学校で宗教教育を強制的に行うのは全く正しいことである	2.27	1.29	2.65	1.51	2.01	1.05	74	2.48 *	91	16	6	4.16	1.70	4.02	1.78	4.25	1.65	111	0.71
中高一貫教育を推進すべきである	3.13	1.44	3.22	1.60	3.07	1.32	111	0.52	61	37	15	4.04	1.56	3.98	1.74	4.09	1.43	111	0.37
現代の世界では愛国心は平和を乱す原因となっている	3.36	1.31	3.30	1.55	3.39	1.12	77	0.34	54	41	18	4.29	1.37	4.61	1.36	4.08	1.35	110	2.05 *
携帯電話の普及は若者のマナーを悪くしている	3.72	1.39	3.33	1.28	3.99	1.40	111	2.54 *	51	23	39	4.53	1.29	4.41	1.31	4.61	1.28	111	0.80

Note 1: $^{\dagger}p$ <.10, $^{*}p$ <.05, $^{**}p$ <.01, $^{***}p$ <.001.
Note 2: 数値が高いほど賛成、および重要であると評定（ともに7段階評定）
Note 3: ゴシック体は本実験で使用する項目

本実験

（1）実施時期

会話実験は、2009 年 11 月～2010 年 2 月に実施された。

（2）参加者

未知関係にある大学生 51 組 102 名（男性 48 名、女性 54 名；平均年齢 20.33 歳、*SD*=1.25）が実験に参加した。大阪大学において、「対人コミュニケーションに関する研究」という名目で 50 分程度の実験であること、デジタルビデオカメラレコーダーによる撮影が行われることを伝え、授業時に実験参加者の募集を行った[3]。

本研究は会話で用いる話題に対する態度が互いに異なる二者のコミュニケーションを分析対象とした。したがって、会話で用いる話題に対する態度が同じペアを除く、話題に対する態度が反対の同性ペア 40 組 80 名（男性 38 名、女性 42 名；平均年齢 20.34 歳、*SD*=1.29）のデータを分析に使用した。

（3）デザイン

2（条件：説得、統制）×2（性別：男性、女性）×3（会話時間：ブロック 1 、ブロック 2 、ブロック 3）の 3 要因混合計画であった。条件と性別は参加者間要因、会話時間は参加者内要因であった。なお、会話時間はペアによって 15 分～18 分と幅があった。各ペアの会話時間を 3 等分し、ブロック 1、ブロック 2、ブロック 3 とした。

（4）質問項目

①話題に対する態度および関心の度合い　予備調査によって 4 つの話題を抽出した。具体的には、1）低収入でもやりがいのある仕事を職業とすべきだ、2）いじめの報道はいじめを苦とした自殺を助長している、3）ごみの収集を有料化すべきではない、4）インターネットや携帯電話などの IT 社会は対面コミュニケーションを減少させる、であった。態度は「非常に反対」から「非常に賛成」、関心の度合いは「全く関心がない」から「非常に関心がある」の 9 件法で回答を求めた。

---

[3]　参加者の募集は、「心理・行動科学入門」、「社会心理学」、「情報処理演習」、「社会保障政策論Ⅱ」、「」、「人文地理学基礎 B」、「生物物理学 A」、「情報通信数学Ⅱ」、「電磁気学」、「計算機とプログラミング」、「分子細胞生物学Ⅰ」、「臨床社会学」、「口腔解剖学」で行った。

②撮影および音声映像の研究使用に関する承諾書　承諾書の掲載内容は第 3 章と同様であった。

③対人印象評定尺度　大橋・三輪・平林・長戸（1973）の印象評定尺度 20 項目を用い、会話相手に対する印象評定を 7 件法で求めた（資料 2）。林（1978）などに従い、「個人的親しみやすさ」、「社会的望ましさ」、「活動性」の 3 つを下位尺度として分析を行った。

④操作チェック　具体的な項目は、1）あなたは相手を説得しようと試みた、2）あなたは相手を納得させようと試みた、であった。各項目に対し、「全くあてはまらない」から「非常にあてはまる」の 7 件法で回答を求めた。2 項目の *Pearson* の積率相関係数が r =.72 であったため、この 2 項目の平均値を分析に用いた。

他の質問項目にも回答を求めたが、本研究の趣旨とは異なるためここでは報告しない。

（5）装置

撮影装置として、デジタルビデオカメラレコーダー（HDR-HC3, HDR-SR12, SONY）を用いた。録音装置として、ヘッドセットマイク（ATM75, audio technica）を使用した。

（6）手続き

会話実験の参加者は、指定した日時に、同性かつ未知関係の 2 名がペアになるように実験室に招集された。参加者が実験室に到着すると、指示があるまで待機するように求めた。その際、参加者は衝立によって仕切られた個別のブースにある座席で待機した。2 名の参加者がそろった時点で質問項目①話題に対する態度および関心の度合いに回答を求めた。質問項目①を回収後、実験中に気分を害したり気分が悪くなった場合には実験をいつでも中止可能であることを伝達した。質問項目②撮影および音声映像の研究使用に関する承諾書に回答を求めた際、会話の様子をデジタルビデオカメラレコーダーで撮影すること、撮影された映像は研究目的以外に使用しないこと、質問紙は個人が特定されないように分析することについて説明し、質問項目②の用紙をよく読むように促した。次に、2 名の参加

者が未知関係であるか否かについて口頭で確認を行い[4]、質問項目③対人印象評定尺度に回答を求めた。質問項目②③を回収後、時計を装着している場合は実験中のみはずすように求め、以下のように教示を行った。

説得群：「この研究は、人が他者を説得しようとするとき、どのようにコミュニケーションをするのかを検討することです。先ほど回答して回答していただいたアンケート[5]の中の、○○という話題で、15 分程度、あなたの意見の方向で相手を納得させるように説得していただきます。」

統制群：「この研究は、先ほど回答していただいたアンケートの中の、○○という話題で、15 分程度、お話をしていただきます。」

「その前に、○○という話題についてご自身の考えをまとめていただくお時間を少しとりたいと思います。ここまでの説明で何か質問はありますでしょうか。」

話題は質問項目①の 4 つ話題のうち、二者ともに関心の度合いが高く、態度が極化しているものが選択された。

3 分程度、話題について考えをまとめる時間をとり、2 名の参加者が考えをまとめたことを確認した。会話をするために、個別のブースから椅子に移動を求めた。ヘッドセットマイクを装着した上で、腰を深くかけて椅子に座るように求めた。その後、以下のように教示を行った。

「○○という話題について、A さんは賛成、B さんは反対でよろしいですか。」

説得群：「相手を納得させるようにお互いに○○について相手を説得してください。15 分程度お話をください。」

統制群：「○○について、15 分程度お話をしてください。」

「では、開始の合図にブザーを鳴らします。ブザーが鳴り終りましたらお話を始めてください。また、時間になりましたら終了の合図にブザーを鳴らしますので、お話の区切りのよいところで終了してください。ここまでで質問はございますか。」

---

[4] 2 名の参加者の面識の程度を口頭で確認した。すべての参加ペアは互いが初対面であると回答した。なお、面識の程度を確認する際は、実験者は参加者に互いの顔が見えるように移動するように促した。

[5] 質問項目①のことを指す。

会話の様子は、三脚で固定した 3 台のデジタルビデオカメラレコーダーで撮影された。3m 離れた位置に配置したデジタルビデオカメラレコーダー1 台には参加者 2 名の膝から上が映るように撮影し、残りの 2 台のデジタルビデオカメラレコーダーには各参加者の肩から上が映るように撮影した。なお、2 つの椅子は対面に配置し、椅子間の距離は 100cm とした。実験状況および実験室全体の配置は第 3 章と同様であった（Figure 10, 11）。本セッション終了後、個別ブースの座席に戻り、約 15 分間の会話について質問項目①の態度、質問項目③④に回答するように求めた。最後にディブリーフィングを行い、謝礼を手渡し、実験は終了した。

コーディング

（1）非言語的チャネル（ジェスチャー、アダプター、視線、笑顔、うなずき）

コーダー　実験者である大学院生（女性）と、実験の内容を知らない社会心理学専攻の大学院生 2 名（女性）の計 3 名で行った。3 名はいずれもコーディングを経験した者であった。本研究とは別のコミュニケーション場面の約 5 分間の 40 の録画記録を用いて、2 人ずつがコーディングを行い、一致率を高めるために練習を行った。

行動指標　コーダー2 名は「ジェスチャー」、「アダプター」、「視線」、「笑顔」、「うなずき」の各指標について、イベントレコーダーを用いて生起時間（秒）と生起頻度をコーディングした。本研究では、木村他（2010）の操作的定義を行動指標として用いた[6]。コーディングには、Microsoft 社製 Visual Basic で作成されたパソコン上のイベントレコーダー “sigsaji 2”（荒川・鈴木, 2004）を用いて指標ごとに測定した。このプログラムの時間的分解能は 0.5 秒であった。会話の録画画面を見ながらイベントレコーダーを開始し、対象となる行動が生起した場合に決められたキーを押し、対象となる行動が継続して生起した場合はキーを押し続けた。イベントレコーダーは 0.5 秒ごとに 1（対象となる行動が生起している）と 0（対象となる行動は生起していない）で記録された。

一致率の算出　コーダー2 名の測定の信頼性を確認するために、ジェスチャー、アダプター、視線、笑顔、うなずきの生起時間と生起頻度について指標ごとに 2 名のコーダーの一

[6] 各行動の操作的定義については、第 3 章の研究と同様であった。

致率を *Pearson* の積率相関係数によって算出した。生起時間については、ジェスチャーr =.99、アダプターr =.99、視線 r =.99、笑顔 r =.99、うなずき r =.99 であった（*ps*<.001）。生起頻度については、ジェスチャーr =.95、アダプターr =.78、視線 r =.99、笑顔 r =.98、うなずき r =.99 であった（*ps*<.001）。生起時間の信頼性については高い値が得られた。このことから、生起時間のコーディングに関する信頼性はある程度保証されていると考えられるため、本研究の 15 分程度の録画記録についての 1 つの指標は、2 名のコーダーのうち 1 名が担当した。以後の分析では生起時間の結果を採用し、コーダー1 名の値を分析に用いた。なお、実験参加ペアによって会話時間が異なるため、「行動の生起時間」を「会話総時間[7]」で除した値に角変換を施して分析に用いた。

（2）非言語的チャネル（発話）

大坊他（1973）に基づいて作成された、音声解析ソフト“Talk Analyzer version 1.2.5”を用いてコーディングを行った。音声の周波数に基づき閾値を設定し、次にサンプリング間隔を 0.5 秒に指定し、録音記録を 1（発話行動が生起している）と 0（発話行動は生起していない）で記録した。上記のコーディング方法により、発話行動の生起時間（秒）と生起頻度の定量化が行われた。なお、実験参加ペアによって会話時間が異なるため、「行動の生起時間」を「会話総時間」で除した値に角変換を施して分析に用いた。

（3）言語的チャネル（発話内容）

コーダー　まず、実験の内容を知らない社会心理学専攻の学部学生 2 名（女性）が行った。コーダー2 名は、著者から説明を受け[8]、コミュニケーション場面の逐語記録を用いて十分に練習を行った。この練習課題の解答は大学院生 1 名（女性）と大学教員 1 名（男性）によって作成され、解答について疑問点があればその都度、コーダー2 名に説明を行った。その後、コーダー2 名は 51 ペアの逐語記録のコーディングを行った。

---

[7] 会話総時間とは、ブザーによって参加者が会話を始めた時間から 15～18 分後に会話を終了した時間のことである。

[8] Table 2 のように分類するように求めた。「①～⑥」のカテゴリーにおいて、たとえば「示唆をあたえる」と「意見をのべる」で迷った場合は、数値の小さい方に分類する、すなわち「示唆をあたえる」に分類するように求めた。「⑦～⑫」において、たとえば「意見を求める」と「示唆を求める」で迷った場合は、数値の大きい方に分類する、すなわち「示唆を求める」に分類するように求めた。

次に、コーダー2 名のデータの不一致箇所[9]について、発話内容の分類により詳しい大学院生と大学教員の計 2 名の話し合いによって決定し、そのデータを分析に用いた。なお、実験参加ペアによって会話時間が異なるため、「カテゴリー①～⑫の各生起頻度」を「カテゴリー①～⑫の総頻度」除した値を算出し、その値に角変換を施した値を分析に用いた。

行動指標　コーディングは、Bales（1950, 1953）の相互作用過程の発話内容カテゴリーに基づいて行った。コーダーは逐語記録を次の 12 のカテゴリーに分類した。Table 9 に 12 のカテゴリーと本研究で分類した例を示した。

12 のカテゴリーとは、①連帯性を示す、他者の地位を高める、援助、報酬を与える（以下、「連帯性を示す」と略す）、②緊張の解消を示す、冗談、笑い、満足を示す（以下、「緊張の解消を示す」と略す）、③同意する、受け身の受容を示す、理解する、賛同する、承諾する（以下、「同意する」と略す）、④示唆をあたえる、他者の自律性を暗に認めながら方向づける（以下、「示唆をあたえる」と略す）、⑤意見をのべる、評価する、分析する、気持ちをのべる、願望する（以下、「意見をのべる」と略す）、⑥方向づけをあたえる、情報を与える、繰り返す、明らかにする、確認する（以下、「方向づけをあたえる」と略す）、⑦方向づけを求める、情報、繰り返し、確認を求める（以下、「方向づけを求める」と略す）、⑧意見を求める、評価や分析や気持ちの表明を求める（以下、「意見を求める」と略す）、⑨示唆を求める、方向づけや可能な行動のやり方を訊ねる（以下、「示唆を求める」と略す）、⑩不賛同を示す、受け身の拒否を示す、形式にこだわる、援助の手を引っ込める（以下、「不賛同を示す」と略す）、⑪緊張を示す、援助を求める、その場面から逃避する（以下、「緊張を示す」と略す）、⑫対立を示す、他者の地位を低める、自己の弁護・または自己主張（以下、「対立を示す」と略す）、であった。

[9] コーダー2 名の不一致箇所は、「①～⑫」のカテゴリーにおいて、たとえば、コーダー1 名が「⑤」をもう 1 名のコーダーが「④」というようにコーディングしていた。すなわち、数値が 1 異なっているだけであり、大幅に異なる数値は見られなかった。

Table 9 コーディング対象とした発話内容の操作的定義（Bales, 1950, 1953）と分類例

カテゴリー名	本研究の例
① **連帯性を示す**、他者の地位を高める、援助、報酬をあたえる	よろしくお願いします。初めまして。
② **緊張の解消を示す**、冗談、笑い、満足を示す	
③ **同意する**、受身の受容を示す、理解する、賛同する、承諾する	そうですね。確かに。ああ、なるほど。
④ **示唆をあたえる**、他者の自律性を暗に認めながら方向づける	～だからこうですね。～というお話なんですけど。どうぞ、じゃあ。
⑤ **意見をのべる**、評価する、分析する、気持ちをのべる、願望する	楽しいな。～だと思います／考えます。～だと考えることもできます。～という捉え方もできますよね。
⑥ **方向づけをあたえる**、情報をあたえる、繰り返す、明らかにする、確認する	Aが～と言ってますんで。～を見かけたりもするので。～あるらしいんですけど。
⑦ **方向づけを求める**、情報、繰り返し、確認を求める	何やったけ、話題。～ということですよね。～とか思わないじゃないですか。
⑧ **意見を求める**、評価や分析や気持ちの表明を求める	どう思われますか。どうですか。どういった理由で。なぜ、賛成だと思われるのですか。
⑨ **示唆を求める**、方向づけや、可能な行動のやり方を訊ねる	何から話しよ。どちらからしゃべりますか。どうしよう。
⑩ **不同意を示す**、受身の拒否を示す、形式にこだわる、援助の手を引っ込める	
⑪ **緊張を示す**、援助を求める、その場面から逃避する	
⑫ **対立を示す**、他者の地位を低める、自己の弁護・または自己主張	

Note 1: ゴシック体によって示した分類名は、論文中において各カテゴリーを代表する分類名とする。
Note 2: 本研究の例の空白部分は、各カテゴリーを代表する例がないことを示す。

3．結果と考察

（1）操作チェック

説得条件と統制条件において、説得意図に違いがあるのかを検証するために、条件を独立変数とし、説得意図を従属変数とする対応のない t 検定を行った。その結果、説得条件（M=5.12, SD=1.01）は統制条件（M=3.58, SD=1.20）よりも相手を説得しようとしていたことが明らかになった（$t(78)=5.27, p<.001$）。以上の結果より、操作の妥当性が確認された。

（2）非言語的チャネル

2（条件：説得、統制）×2（性別：男性、女性）×3（会話時間：ブロック 1 、ブロック 2、ブロック 3）を独立変数とし、非言語的チャネル（i.e., ジェスチャー、アダプター、視線、笑顔、発話、うなずき）をそれぞれ従属変数とする 3 要因分散分析を行った。Table 10 に条件ごとの基礎統計量を示し、Table 11 に各非言語的行動の 3 要因分散分析の結果を示した。

Table 10　非言語的チャネルの基礎統計量

	説得条件（n=42）						統制条件（n=38）					
	男性（n=22）			女性（n=20）			男性（n=16）			女性（n=22）		
	ブロック1	ブロック2	ブロック3	ブロック1	ブロック2	ブロック3	ブロック1	ブロック2	ブロック3	ブロック1	ブロック2	ブロック3
ジェスチャー	.083	.067	.067	.037	.041	.037	.040	.045	.041	.045	.052	.047
	(.057)	(.042)	(.046)	(.027)	(.039)	(.036)	(.046)	(.043)	(.052)	(.033)	(.036)	(.037)
アダプター	.089	.114	.141	.058	.076	.079	.105	.102	.100	.095	.107	.094
	(.054)	(.073)	(.066)	(.065)	(.082)	(.083)	(.081)	(.082)	(.088)	(.061)	(.066)	(.066)
視線	.228	.211	.212	.234	.222	.213	.197	.182	.197	.258	.259	.261
	(.064)	(.071)	(.069)	(.055)	(.073)	(.093)	(.069)	(.071)	(.065)	(.043)	(.045)	(.059)
笑顔	.088	.087	.095	.104	.116	.133	.092	.087	.091	.131	.129	.127
	(.061)	(.057)	(.068)	(.061)	(.054)	(.056)	(.075)	(.064)	(.073)	(.056)	(.057)	(.067)
発話	.137	.132	.132	.152	.151	.148	.141	.139	.129	.173	.172	.171
	(.048)	(.048)	(.049)	(.033)	(.041)	(.040)	(.041)	(.052)	(.057)	(.036)	(.047)	(.058)
うなずき	.058	.058	.061	.074	.066	.063	.044	.039	.041	.070	.077	.075
	(.031)	(.037)	(.037)	(.023)	(.028)	(.030)	(.021)	(.022)	(.017)	(.022)	(.028)	(.030)

Note 1: (　) は標準偏差を示す
Note 2: 発話とは発話内容ではなく、発話している割合を指す。

Table 11　非言語的チャネルの 3 要因分散分析の結果

	条件（A） F (1, 76)	性（B） F (1, 76)	A×B F (1, 76)	時間（C） F (2, 152)	A×C F (2, 152)	B×C F (2, 152)	A×B×C F (2, 152)
ジェスチャー	1.21	3.39 †	5.54 *	0.56	1.43	1.47	0.91
アダプター	0.36	2.74	1.76	6.55 **	6.99 **	1.63	1.36
視線	0.34	6.50 *	4.82 *	2.82 †	2.52 †	0.95	0.20
笑顔	0.22	6.26 *	0.18	1.85	2.78 †	0.81	1.13
発話量	1.80	7.49 **	1.05	1.06	0.05	0.81	0.75
うなずき	0.69	10.86 **	3.79 †	0.23	1.23	1.14	5.24 **

Note 1: †p <.10, *p <.05, **p <.01.
Note 2: 発話とは発話内容ではなく、発話している割合を指す。

ジェスチャー　条件×性の交互作用がみられたが、その他の有意な主効果、交互作用は認められなかった（Table 11 の 1 行目）。

条件×性の交互作用がみられたため（Figure 17）、単純主効果の検定を行った結果、男性で条件の効果が有意であり（F (1, 76) = 6.47, p <.05）、説得条件で性別の効果が有意であった（F (1, 76) = 8.19, p <.01）。すなわち、男性は統制条件よりも説得条件でジェスチャーを多く使用し、説得条件では男性は女性よりもジェスチャーを多く使用することが示された。

説得条件と統制条件はともに話題に対する二者の態度が異なる状況であったが、説得条件では相手を説得する必要があるために、互いの態度の違いが顕在化する葛藤を含みもつ可能性がある状況であったと考えられる。Wilson & Gallois（1993）は、男性は否定的ある

いは葛藤をはらむ反応領域で主張的になると指摘している。実際に、ジェスチャーを使用する男性は主張的に評価される（McFall, Winnett, Bordwick, & Bornstein, 1982）。したがって、説得条件の男性は言語を補完、強調するなどの機能をもつジェスチャーを用いることで主張的な行動を行ったのではないかと考えられる。

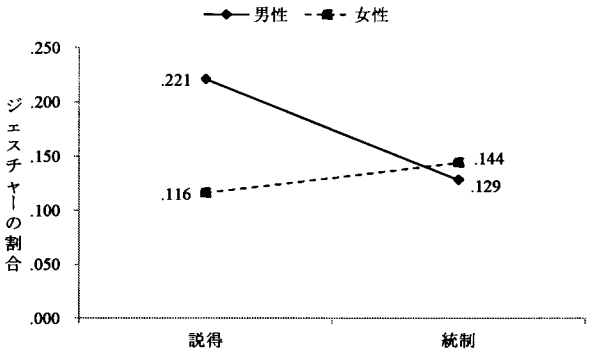


Figure 17　ジェスチャーの条件×性ごとの平均値の比較

アダプター　会話時間の主効果と条件×会話時間の交互作用がみられたが、その他の有意な主効果や交互作用はみられなかった（Table 11 の 2 行目）。

会話時間の主効果が認められたため、多重比較（Tukey の *HSD* 検定）[10]を行った結果、会話時間ブロック 1（*M*=.086, *SD*=.066）は、ブロック 2（*M*=.100, *SD*=.075）やブロック 3（*M*=.104, *SD*=.078）よりもアダプターが少なかった（$p<.05$）。

条件×会話時間の交互作用がみられたため、単純主効果の検定を行った結果、説得条件で会話時間の効果が有意であった（$F(2, 152) = 12.21, p < .001$）（Figure 18）。つまり、説得条件では会話時間ブロック 1 はブロック 2 や 3 よりもアダプターが少ないことが示された。

会話の初期にアダプターが少ないという結果は、アダプターが他者にネガティブな感情を伝達し（Knapp & Hall, 2009）、他者にネガティブな評価をされる可能性があるためであると考えられる。特に説得状況では、受け手に好意をもってもらう必要があるため（McGuire, 1985）、会話の初期に相手にネガティブな印象を与えないようにアダプターを抑制したのではないかと考えられる。

[10] 以降の分析においても、主効果の多重比較は Tukey の *HSD* 検定に基づく結果を示す。

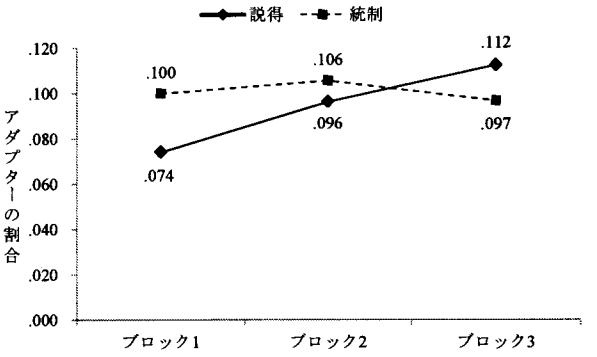


Figure 18　条件×会話時間におけるアダプターの平均値の比較

視線　性の主効果と条件×性の交互作用がみられたが、その他の有意な主効果、交互作用は認められなかった（Table 11 の 3 行目）。

性の主効果から、女性（M=.726, SD=.180）は男性（M=.618, SD=.195）よりも視線が多いことが明らかになった。

条件×性の交互作用がみられたため（Figure 19）、単純主効果の検定を行った結果、統制条件において性の効果が有意であった（$F(1, 75) = 11.77, p < .001$）。つまり、統制条件では女性は男性よりも視線を多く相手に向けることが明らかとなった。

統制条件では、女性は男性よりも視線が多いという先行研究の結果を支持している（e.g., Exline, 1963; Hall, 1984）。視線は好意や支配といった対人的態度を伝達する（Argyle, 1988）。視線は状況や文脈などによって異なる意味を伝達する可能性がある（福原, 1990）。統制条件は、ある話題に対して会話をするという状況設定であったため、女性は好意を伝達するために相手に視線を多く向けたと考えられる。一方で、相手を説得するという状況では、相手に視線を多く向けることは力強さ、攻撃性、支配性を伝達する（Graham & Argyle, 1975b）ため、女性は過度に相手に視線を向けないように配慮した可能性が考えられる。一方、男性は説得条件では相手に視線を向けることで力強さを伝達しようとしたと考えられる。

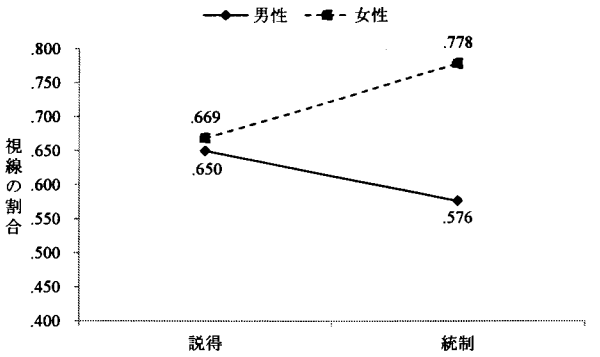


Figure 19　視線の条件×性ごとの平均値の比較

笑顔　性の主効果がみられたが、その他の有意な主効果、交互作用は認められなかった（Table 11 の 4 行目）。

性の主効果から、女性（M=.371, SD=.161）は男性（M=.270, SD=.184）よりも微笑むことが明らかとなり、先行研究の結果を支持している（Hall, 1984; LaFrance et al., 2003）。

発話　性の主効果がみられたが、その他の有意な主効果、交互作用は認められなかった（Table 11 の 5 行目）。

性の主効果から、女性（M=.485, SD=.117）は男性（M=.404, SD=.134）より発話量が多いことが明らかとなった。同性同士の会話においては、男性よりも女性の方が発話が多いという指摘（Hall, 1984）と一致する。

うなずき　性の主効果と条件×性×会話時間の交互作用がみられたが、その他の有意な主効果、交互作用はみられなかった（Table 11 の 6 行目）。

性の主効果から、女性（M=.213, SD=.075）は男性（M=.155, SD=.089）よりうなずきが多いことが明らかになった。

条件×性×会話時間の交互作用（F (2, 152) = 5.24, p <.01）がみられたため（Figure 20）、単純交互作用の検定を行った結果、会話時間ブロック 2 で条件×性の効果（F (1, 228) = 5.26, p <.05）、会話時間ブロック 3 で条件×性の効果（F (1, 228) = 5.94, p <.05）、女性で条件×会話時間の効果（F (2, 152) = 5.29, p <.01）、説得条件で性×会話時間の効果（F (2, 152) = 3.75, p <.05）、統制条件で性×会話時間の効果（F (2, 152) = 2.53, p <.10）が有意あるいは有意傾向であった。そこで単純・単純主効果の検定を行った結果、会話時間ブロック 2、3 の男性

で条件の効果（$F(1, 228) = 4.46, 4.80, p$ s $<.05$）、女性の説得条件で会話時間の効果（$F(2, 152) = 4.52, p<.05$）、説得条件の会話時間ブロック 1 で性別の効果（$F(1, 228) = 3.17, p<.10$）、統制条件の会話時間ブロック 1、2、3 で性別の効果（F s $(1, 228) = 8.43, 17.25, 13.64, p$ s $<.001$）が有意あるいは有意傾向であった。つまり、会話時間ブロック 2、3 の男性で説得条件は統制条件よりもうなずきが多い、女性の説得条件で会話時間ブロック 1 はブロック 3 よりもうなずきが多い、説得条件の会話時間ブロック 1 で女性は男性よりもうなずきが多い、統制条件の会話時間ブロック 1、2、3 で女性は男性よりもうなずきが多いことが示された。

女性が男性よりもうなずきが多いという結果は先行研究（Hall, 1984）と一致する。うなずきは聞き手が相手に注意を払っていることを示すため（Bull, 1983）、説得条件の男性は、統制条件よりも相手に配慮したコミュニケーションを行ったと考えられる。すなわち、単に自分の意見を押しつけるのでは相手に抵抗を生じさせる恐れがあるため、相手の意見を聞いているという歩み寄りの姿勢を示したのではないかと考えられる。

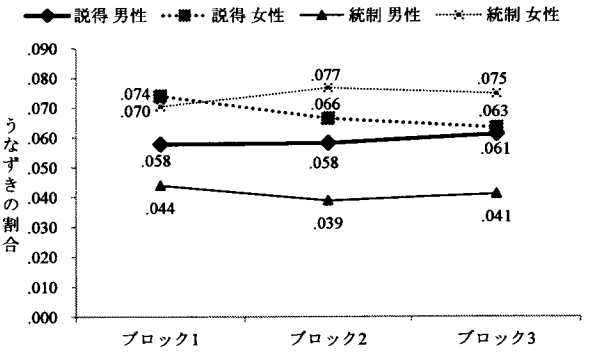


Figure 20　うなずきの条件×性×会話時間ごとの平均値の比較

（3）言語的チャネル

2（条件：説得、統制）×2（性別：男性、女性）×3（会話時間：ブロック 1、ブロック 2 、ブロック 3）を独立変数とし、言語的チャネル（i.e., 連帯性を示す、緊張の解消を示す、同意する、示唆をあたえる、意見をのべる、方向づけをあたえる、方向づけを求める、意見を求める、示唆を求める、不同意を示す、緊張を示す、対立を示す）のそれぞれを従属変数とする 3 要因分散分析を行った。Table 12 に各言語的チャネルの基礎統計量を示し、Table 13 に 3 要因分散分析の結果を示した。この結果から、「意見をのべる」、「方向づけをあたえる」、「同意する」という発話内容が多いことが示された。これは Bales & Hare（1965）

に一致する結果である。また、「緊張を示す」、「対立を示す」という発話内容はみられなかったため、以降の分析からは除外した。

Table 12　言語的チャネルの基礎統計量

	説得条件（n=42）						統制条件（n=38）					
	男性（n=22）			女性（n=20）			男性（n=16）			女性（n=22）		
	ブロック1	ブロック2	ブロック3	ブロック1	ブロック2	ブロック3	ブロック1	ブロック2	ブロック3	ブロック1	ブロック2	ブロック3
連帯性を示す	.049	.000	.006	.046	.000	.005	.034	.004	.002	.025	.001	.004
	(.044)	(.000)	(.018)	(.042)	(.000)	(.012)	(.023)	(.016)	(.006)	(.028)	(.005)	(.014)
緊張の解消を示す	.004	.000	.001	.000	.000	.002	.000	.005	.002	.003	.003	.003
	(.012)	(.000)	(.007)	(.000)	(.000)	(.010)	(.000)	(.016)	(.007)	(.010)	(.009)	(.009)
同意する	.152	.182	.178	.181	.243	.219	.203	.197	.210	.199	.221	.191
	(.092)	(.115)	(.111)	(.100)	(.100)	(.139)	(.147)	(.140)	(.149)	(.105)	(.113)	(.132)
示唆をあたえる	.024	.021	.010	.003	.005	.016	.020	.014	.011	.017	.001	.005
	(.036)	(.041)	(.020)	(.011)	(.015)	(.032)	(.021)	(.031)	(.019)	(.028)	(.003)	(.013)
意見をのべる	.539	.559	.577	.526	.550	.485	.394	.394	.415	.488	.476	.456
	(.162)	(.150)	(.136)	(.173)	(.186)	(.177)	(.158)	(.190)	(.214)	(.133)	(.164)	(.185)
方向づけをあたえる	.116	.138	.158	.146	.132	.189	.242	.248	.244	.164	.202	.254
	(.099)	(.106)	(.121)	(.094)	(.098)	(.142)	(.106)	(.164)	(.182)	(.101)	(.153)	(.156)
方向づけを求める	.059	.055	.040	.066	.048	.051	.069	.121	.095	.068	.070	.081
	(.054)	(.056)	(.050)	(.068)	(.052)	(.065)	(.061)	(.094)	(.094)	(.051)	(.076)	(.071)
意見を求める	.050	.044	.026	.027	.015	.027	.031	.012	.016	.028	.018	.005
	(.052)	(.061)	(.053)	(.037)	(.033)	(.042)	(.037)	(.019)	(.026)	(.033)	(.034)	(.014)
示唆を求める	.006	.000	.000	.006	.007	.005	.008	.003	.005	.007	.001	.002
	(.016)	(.000)	(.000)	(.015)	(.018)	(.015)	(.017)	(.009)	(.015)	(.016)	(.004)	(.008)
不同意を示す	.000	.002	.004	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.001	.006	.001
	(.000)	(.007)	(.014)	(.000)	(.000)	(.010)	(.000)	(.000)	(.000)	(.005)	(.014)	(.003)

Note:（　）は標準偏差を示す

Table 13　言語的チャネルの 3 要因分散分析の結果

	条件 (A) F (1, 76)	性 (B) F (1, 76)	A×B F (1, 76)	時間 (C) F (2, 152)	A×C F (2, 152)	B×C F (2, 152)	A×B×C F (2, 152)
連帯性を示す	4.09 *	0.62	0.13	63.37 ***	4.30 *	0.36	0.18
緊張の解消を示す	1.46	0.08	0.36	0.02	1.48	0.34	1.81
同意する	0.22	1.16	1.09	1.96	1.06	0.73	0.12
示唆をあたえる	0.26	5.43 *	0.11	1.89	1.40	2.59 †	2.12
意見をのべる	9.30 **	0.14	2.63	0.20	0.35	1.88	0.17
方向づけをあたえる	12.20 ***	0.15	1.58	4.85 **	0.24	1.18	0.93
方向づけを求める	8.57 **	0.67	1.57	0.26	2.55 †	1.60	0.50
意見を求める	4.81 *	3.37 †	1.69	3.86 *	0.19	0.37	2.01
示唆を求める	0.02	0.06	3.42 †	2.09	0.28	0.38	0.68
不同意を示す	0.03	0.50	3.71 †	1.68	2.97 †	0.80	1.39

Note: $^{\dagger}p$ <.10, $^{*}p$ <.05, $^{**}p$ <.01, $^{***}p$ <.001.

①連帯性を示す　条件の主効果、会話時間の主効果、条件×会話時間の交互作用がみられたが、その他の有意な交互作用、主効果はいずれもみられなかった（Table 13 の 1 行目）。

条件の主効果から、説得条件（M=.017, SD=.016）は統制条件（M=.011, SD=.010）よりも連帯性を示す発話が多いことが示された。

会話時間の主効果がみられたため、多重比較を行った結果、会話時間ブロック 1（M=.039, SD=.037）はブロック 2（M=.001, SD=.007）やブロック 3（M=.004, SD=.013）よりも連帯性を示す発話が多いことが示された。

条件×会話時間の交互作用がみられたため（Figure 21）、単純主効果の検定を行った結果、会話時間ブロック 1 で条件の効果が有意であり（$F(1, 228) = 11.99, p < .001$）、説得条件で会話時間の効果が有意であり（$F(2, 152) = 49.49, p < .001$）、統制条件で会話時間の効果が有意であった（$F(2, 152) = 17.40, p < .001$）。つまり、連帯性を示す発話は会話の初期には統制条件よりも説得条件で多く、説得条件では会話の初期がそれ以降よりも多く、統制条件でも会話の初期がそれ以降よりも多いことが明らかになった。

本研究は初対面の二者を研究対象とした。そのため、あいさつをするなどの初対面で特有の会話行動がみられ、その行動が統制条件よりも説得条件で多かったと考えられる。原（2003）は、自分が誰かを説得する場面を想定させ、説得時に相手が自分をどのように見ているのかを意識するかどうかを検討している。回答者の約 60%は意識すると回答し、「信頼感」や「親密感」が見せたいイメージとして多く挙げられたことを報告している。すなわち、相手を説得しようとする場合には単に自分の意見を述べるだけではなく、相手によい印象を与えるために会話の初期にあいさつをするなどの会話行動を行ったと考えられる。

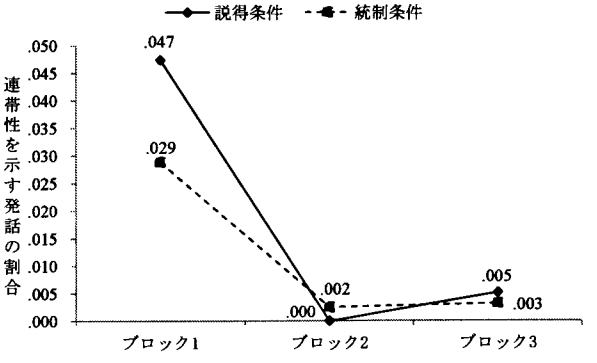


Figure 21　条件×会話時間による「連帯性を示す」の平均値の比較

②緊張の解消を示す・③同意する　有意な主効果、交互作用はみられなかった（Table 13の2行目、3行目）。緊張の解消を示すや同意するという言語的行動は、笑顔やうなずきといった非言語的行動によって表出された可能性がある。

④示唆をあたえる　性別の主効果がみられたが、その他の有意な交互作用、主効果はいずれもみられなかった（Table 13の4行目）。

性別の主効果から、男性（M=.017, SD=.022）は女性（M=.008, SD=.012）よりも示唆をあたえる発話が多いことが明らかとなった。

男性は女性よりも言葉を用いて相手の自律性を尊重するような発言をすることで、相手を牽制したのではないかと考えられる。

⑤意見をのべる　条件の主効果がみられたが、その他の有意な交互作用、主効果はいずれもみられなかった（Table 13の5行目）。

条件の主効果から、説得条件（M=.538, SD=.134）は統制条件（M=.442, SD=.152）よりも意見をのべる発話が多いことが示された。

相手を説得するという対人目標のもつ場合には、話題に対する態度を表明し、その根拠を挙げるといった意見をのべる発話が説得条件は統制条件よりも必要であったのかもしれない。

⑥方向づけをあたえる　条件の主効果、会話時間の主効果がみられたが、その他の有意な交互作用、主効果はいずれもみられなかった（Table 13の6行目）。

条件の主効果から、説得条件（M=.154, SD=.082）よりも統制条件（M=.226, SD=.120）で方向づけをあたえる発話が多いことが示された。

会話時間の主効果がみられたため、多重比較を行った結果、会話時間ブロック1（M=.162, SD=.107）よりもブロック3（M=.209, SD=.152）で方向づけをあたえる発話が多くなることが明らかとなった（p<.05）。

統制条件は説得条件よりも方向づけをあたえる発話が多いという結果は、統制条件では相手の態度を変化させるという対人目標がなく、他者とコミュニケーションをすることが目的となったために、自分のもっている情報を他者と共有しようとする発話が多くなったのではないかと考えられる。

会話時間がブロック1よりもブロック3で方向づけをあたえる発話が多くなったという結果は、Bales（1950, 1953）の分類では、方向づけをあたえる発話には「方向づけをあたえる、情報を与える、繰り返す、明らかにする、確認する」という会話行動が含まれていたために、会話の初期と終わりでは会話行動の種類が異なっていた可能性が考えられる。会話の初期では会話の話題についての情報を与えたり、方向づけを与え、会話の終わりでは互いの態度や情報の確認を行った可能性が考えられる。したがって、Bales（1950, 1953）の分類は話者の発話が必ずいずれかの分類に当てはまる徹底した分類であるが、詳細な分類ではないので、今後、会話行動の詳細を検討する必要があろう。

⑦方向づけを求める　条件の主効果がみられたが、その他の有意な交互作用、主効果はいずれもみられなかった（Table 13の7行目）。

条件の主効果から、説得条件（M=.054, SD=.036）よりも統制条件（M=.085, SD=.058）で方向づけを求める発話が多いことが示された。

この結果は、統制条件では他者とコミュニケーションをすること自体が目標であったために、他者のもっている情報を知り共有するための発話が行われたと考えられる。また、統制条件では説得条件よりも発言が明示的ではなかったために確認を求めた可能性も考えられる。

⑧意見を求める　条件の主効果、会話時間の主効果がみられたが、その他の有意な交互作用、主効果はいずれもみられなかった（Table 13の8行目）。

条件の主効果から、説得条件（M=.031, SD=.032）は統制条件（M=.017, SD=.016）よりも意見を求める発話が多いことが示された。

会話時間の主効果がみられたため、多重比較を行った結果、会話時間ブロック1（M=.034, SD=.041）はブロック2（M=.023, SD=.042）やブロック3（M=.018, SD=.038）よりも意見を求める発話が多いことが示された（p <.05）。

説得条件は統制条件よりも意見を求める発話が多いという結果は、説得条件では相手の態度を変化させることが目的となるため、相手の態度を理解しようと努めた可能性が考えられる。

会話の初期に意見を求める発話が多いという結果は、相手の態度を変化させるためには、まず相手の態度を知る必要があるためであると考えられる。

⑨示唆を求める・⑩不同意を示す　有意な主効果、交互作用はみられなかった（Table 13の9行目、10行目）。

4．第2節で得られた結果のまとめ

他者を説得しようと働きかける場合には、アダプターを会話初期に抑制し、連帯性を示す発話を統制条件よりも初期により行うことが示された。これらの行動は、会話初期に他者にネガティブな影響を与えないように、かつ他者にポジティブな印象を与える行動であると解釈できる。また、他者を説得しようと働きかける場合には、自分の意見を相手に述べるだけではなく、相手の意見も尋ねた一方で、方向づけを与えたり、方向づけを求める発話が少なくなった。これらの行動から、互いに説得をするという状況では、情報を交換するというよりも、お互いがどのような意見を持っているのかを共有することが重視されたため、意見を述べ、かつ相手にも意見を尋ねるという行動がみられたと解釈できる。さらに、男性は説得条件でジェスチャーを多く用いるが、会話の半ばや後半でうなずきを増加させていた。この結果は、主張と傾聴の行動をいずれも用いながら説得していることが示された。なお、笑顔や発話は男性よりも女性が多いこと、視線は統制条件においてのみ男性よりも女性が多いことが確認され、非言語的チャネルに性差があることが改めて確認された。また、示唆を与える発言は男性が女性よりも多かった。方向づけを与える発言は、前半よりも後半で多いが、一方で、意見を求める発言は会話の半ばや後半よりも会話の初期で多いことが示された。

以上のように、どのような状況でコミュニケーションをするのか、性別、コミュニケーションの時間経過の要因がそれぞれあるいは複雑にコミュニケーション行動に影響を与えることが示された。

第３節　対人コミュニケーション・チャネルが態度変容、対人印象に及ぼす影響

１．目的

第２節では、コーディングによってコミュニケーション当事者のコミュニケーション行動を抽出し、他者を説得しようと働きかける場合に用いる対人コミュニケーション・チャネルを明らかにした。すなわち、対面での双方向的なコミュニケーション事態におけるコミュニケーション当事者のメッセージ生成・使用に関する基礎的な知見を提出した。

では、一体、お互いのどのような対人コミュニケーション・チャネルが相手の態度や会話相手からの自身に対する印象に影響を与えたのであろうか。説得条件と統制条件別にコミュニケーション当事者が使用した対人コミュニケーション・チャネルが説得効果(i.e., 態度変容、個人的親しみやすさ、活動性、社会的望ましさ、専門性、信頼性）に及ぼす影響について検討を行う。

２．結果と考察

言語的チャネルの10カテゴリー（i.e., 連帯性を示す、緊張の解消を示す、同意する、示唆をあたえる、意見をのべる、方向づけをあたえる、方向づけを求める、意見を求める、示唆を求める、不同意を示す)、非言語的チャネルの6チャネル（i.e., ジェスチャー、アダプター、視線、笑顔、発話、うなずき)、態度変化、個人的親しみやすさ、活動性、社会的望ましさに関する相関係数をTable 14に示した。Table 14から各変数間に相関関係が認められたため、多重共線性の確認を行ったところ、VIF=1.13～2.58であったため、多重共線性の問題はないものとして以降の分析を行った。

対人コミュニケーション・チャネルが受け手の効果に及ぼす影響を検討するために、言語的チャネルの10カテゴリー、非言語的チャネルの6チャネル、性別を説明変数とし、態度変化、個人的親しみやすさ、活動性、社会的望ましさをそれぞれ従属変数とする重回帰分析（ステップワイズ法）を条件ごとに行った（Table 15)。なお、従属変数に関しては、会話後の値から会話前の値を減じた値を分析に用いた。

Table 14　各変数の *Pearson* の積率相関係数（上段; 説得条件、下段; 統制条件）

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1. ①連帯性を示す		.18	-.03	.09	-.37 *	.30 †	.17	.00	.05	-.10	-.01	-.36 *	.26	.07	-.14	.13	-.12	.23	-.04	-.22
2. ②緊張の解消を示す	.03		-.32 *	.21	.22	.04	-.21	-.24	-.05	-.10	.20	-.03	-.15	.05	.22	-.18	.15	-.02	.13	-.17
3. ③同意する	.05	.00		-.05	-.50 ***	-.25	.19	-.10	.16	-.06	-.18	.00	.13	-.02	.07	.32 *	-.11	.20	.20	.04
4. ④示唆をあたえる	.27 †	.05	.08		-.44 **	.43 **	-.02	.26 †	-.02	-.11	.28 †	.14	-.12	.20	-.13	-.22	.33 *	.17	-.03	-.13
5. ⑤意見を述べる	-.03	-.05	-.46 **	.06		-.55 ***	-.52 ***	-.24	-.23	-.06	.06	.01	-.24	.03	.04	-.16	.07	-.25	-.05	.11
6. ⑥方向づけをあたえる	-.10	.02	-.25	-.36 *	-.63 ***		.05	.02	.08	-.01	.10	-.20	.27	.20	.05	-.09	-.03	-.05	-.09	-.17
7. ⑦方向づけを求める	-.09	-.16	-.13	.01	-.51 **	.33 *		.19	.23	.41 **	-.11	.13	-.06	-.14	.10	.17	-.03	.17	-.05	.13
8. ⑧意見を求める	.19	.02	.09	.37 *	.03	-.24	-.10		.00	-.09	-.15	.35 *	-.23	-.24	-.38	.03	-.07	.22	-.09	-.01
9. ⑨示唆を求める	-.11	-.09	-.16	-.10	-.02	.02	.31 †	-.04		.20	-.11	-.10	-.09	.21	.05	-.17	.25	-.21	-.06	-.07
10. ⑩不賛同を示す	-.17	.33 *	-.04	-.16	-.09	.16	-.06	-.03	-.20		-.10	.12	.18	-.08	-.06	.24	.06	-.13	.11	.07
11. ジェスチャー	-.06	.39 *	-.47 **	-.02	.44 **	-.09	-.19	.00	.16	-.10		-.18	-.06	.00	.41 **	-.35 *	.30 †	.11	.15	.03
12. アダプター	-.19	-.05	-.10	-.06	.20	-.10	-.14	-.10	-.03	-.10	.12		-.36 *	-.12	-.15	-.06	-.08	-.05	-.06	.00
13. 視線	.05	.26	.17	-.10	-.06	-.01	-.13	.20	-.19	.16	.12	-.15		.00	-.06	.34	.07	-.02	.01	-.07
14. 笑顔	-.13	-.06	.00	-.24	-.15	.30 †	.01	-.16	.00	-.02	-.09	-.10	.32		.20	-.08	.07	-.10	-.27 †	-.01
15. 発話	-.29 †	.11	-.34 *	-.41 *	.23	.07	.00	-.10	.20	.26	.60 ***	.10	.13	-.10		-.16	.11	-.29 †	.03	.06
16. うなずき	-.02	.02	.29 †	-.09	.04	-.16	-.30 †	-.14	-.09	.01	.02	-.11	.46 **	.44 **	.01		-.17	-.01	-.14	.18
17. 態度変化	-.09	.12	.14	-.21	-.28 †	.32 *	.02	-.31 †	.05	-.01	-.07	.08	-.18	.11	.02	.15		-.09	.08	.06
18. 個人的親しみやすさ	.11	.05	-.12	-.11	-.02	.05	.14	-.16	.06	.17	.06	-.19	.02	-.16	-.08	.00	.11		.15	.17
19. 活動性	.00	.15	-.15	-.04	-.01	.04	.21	.17	-.11	-.25	.12	-.11	.24	-.16	.04	-.04	-.06	.22		-.32 *
20. 社会的望ましさ	.03	.08	.04	.08	-.05	-.09	.26	-.13	.10	-.18	.03	-.09	-.13	-.27	-.12	-.07	.06	.00	-.08	

Table 15　言語的・非言語的チャネルが態度変化、対人印象に及ぼす影響

	説得条件				統制条件			
	態度変化	個人的親しみやすさ	活動性	社会的望ましさ	態度変化	個人的親しみやすさ	活動性	社会的望ましさ
言語的チャネル								
①連帯性を示す		.25 †						
②緊張の解消を示す								
③同意する		.38 **						
④示唆をあたえる	.72 ***							
⑤意見をのべる	.77 ***							
⑥方向づけをあたえる					.32 †			
⑦方向づけを求める	.34 *						.26 †	.27 †
⑧意見を求める								
⑨示唆を求める	.44 **	-.28 †						
⑩不賛同を示す								
非言語的チャネル								
ジェスチャー		.35 *						
アダプター								
視線	.40 **						.42 *	
笑顔			-.26 †				-.31 †	-.27 †
発話量		-.29 †						
うなずき								
性別								
調整済みR^2	.36 ***	.29 **	.05 †	.00	.15 *	.00	.20 *	.09 †

†p <.10, *p <.05, **p <.01, ***p <.001.

（１）態度変化

説得条件では、示唆をあたえる、意見をのべる、方向づけを求める、示唆を求める、視線が態度変化に有意な正の影響を与えていた。統制条件では、態度変化に有意な影響をもつものはみられなかった。

説得条件は、統制条件よりも多くのチャネルが態度変化に有意な正の影響を与えることが示された。濱・篠塚・戸田（1988）は、説得動機は個人的事情の発露や説明的発話と関連し、配慮動機は相手の発話のフォローや発話戦略と関連することを指摘している。本研究にこの分類を当てはめるならば、意見を述べる、示唆をあたえるといった発話内容が説得動機と、方向づけを求める、示唆を求めるといった発話内容が配慮動機と関連することになる。説得条件では、説得動機と配慮動機を示す発話内容が両方とも必要であることが示された。すなわち、他者を説得するためには、相手に自分の意見を一方的に述べるというのではなく、自分の意見とともに相手を配慮する必要があることが示唆された。また、視線も態度変化に有意な正の影響を与えていた。相手の話を聞く際は、受け手は話し手の顔に特に注意を向けることが指摘されている（Gullberg & Holmqvist, 1999, 2006）。視線には、相手に注意を向け、伝達する用意があることを相手に知らせる働きや、情報を収集する働き、他者への関与、親和性、好意を示す働き、さらには会話の流れを調整する働きがある（Kendon, 1967）。したがって、相互作用事態における視線の影響力は非常に大きいと考えられる。相手に注意を向け情報を収集する視線の働きは、一種の他者への配慮行動であるのではなかろうか。視線が言語的チャネルを補完、反復あるいは強調する機能を果たすことによって、態度変化に影響を与えたと考えられる。

（２）個人的親しみやすさ

説得条件では同意する、ジェスチャーが個人的親しみやすさに有意な正の影響を与えていたが、統制条件では有意な影響をもつものはみられなかった。

説得条件では自分の意見は否定される可能性がある。そのため、説得条件は緊張が高まる状態であったと考えられる。他者からの賛同は不安を和らげることにつながるため、相手に対する好意度が高まった可能性がある。また、ジェスチャーには会話の内容を曖昧でなく、明確にするという働きがある（Beattie & Shovelton, 2005; Holle & Gunter, 2007）。説得条件では話題に対する態度を相手に明示する必要があるため、ジェスチャーを用いることでより分かりやすく相手に伝えることが個人的親しみやすさに影響したと考えられる。

（３）活動性

説得条件では活動性に有意な影響を与えるものはみられなかったが、統制条件では視線が活動性に有意な正の影響を与えていた。

統制条件はコミュニケーションをすること自体が目的という状況である。したがって、情報を伝えようという機能（Kendon, 1967）がある視線は積極的に会話を行おうとする態度の表明であるため、活動的という印象に影響を与えた可能性が考えられる。

（４）社会的望ましさ

説得条件、統制条件ともに、社会的望ましさに有意な影響を与えるものはみられなかった。

３．第３節で得られた結果のまとめ

態度変化に関しては、説得条件では、意見をのべる、示唆を与える、示唆を求める、視線、方向づけを求める、が態度変化に正の影響をもっていた。影響力の強さは、意見を述べるが最も強く、示唆を与える、示唆を求める、視線、方向づけを求めると続いた。統制条件では有意な影響力のあるものは認められなかった。

個人的親しみやすさに関しては、説得条件では、同意する、ジェスチャーが個人的親しみやすさに正の影響力をもっていた。影響力の強さは、同意するがジェスチャーよりもわずかに強かった。統制条件では有意な影響力のあるものは認められなかった。

活動性に関しては、説得条件では活動性に有意な影響力をもつものは認められなかったが、統制条件では視線が正の影響を示した。

社会的望ましさは、説得条件と統制条件のいずれにも有意なものは認められなかった。

以上の結果を概観すると、説得条件の態度変化、個人的親しみやすさ、統制条件の活動性にのみ本研究で着目したチャネルの効果が得られた。他者を説得しようと働きかける場合に、相手の態度を変化させるためには、説得の論拠の提示となりうる意見を述べる発話行動と他者の自律性を暗に認めながら方向づける示唆を与える発話行動の影響力が大きく、示唆や方向づけを求めるといった相手への質問である発話行動、自己の態度を表明したり、相手に注意を払う機能を持つ（Kendon, 1967）視線行動が有効であることが示された。また、説得しようと働きかける場合に、個人的親しみやすさを増すためにはジェスチャーを使用すること、相手に賛同を示すことが有効であることが示された。

第 4 節　全体的考察

第 2 節では、対面での双方向的なコミュニケーション事態において、コミュニケーション当事者がどのような対人コミュニケーション・チャネルを用いて説得的メッセージを生成するのかについて検討した。

その結果、他者を説得しようと働きかける場合には、アダプターを会話初期に抑制し、連帯性を示す発話を統制条件よりも初期により行い、自分の意見を相手に述べるだけではなく、相手の意見も尋ねた一方、方向づけを与えたり、方向づけを求める発話が統制条件よりも少なくなった。また、男性は説得条件でジェスチャーを多く用いるが、会話の半ばや後半でうなずきを増加させていた。説得や統制条件という状況を越えて、性差やコミュニケーションの時間経過の効果が認められた。笑顔や発話は男性よりも女性が多いこと、視線は統制条件においてのみ男性よりも女性が多いこと、示唆を与える発言は男性が女性よりも多いことが示された。方向づけを与える発言は、前半よりも後半で多いが、一方で、意見を求める発言は会話の半ばや後半よりも会話の初期で多いことが示された。したがって、単にメッセージを伝達するという自己指向的な行動を行うだけではなく、相手に配慮するという他者指向的な行動もみられたと言える。

第 3 節では、コミュニケーション当事者が説得的メッセージの生成に用いたチャネルが相手の態度変化、会話相手からの自身に対する印象にどのような影響を及ぼすのかについて検討を行った。

その結果、説得条件の態度変化、個人的親しみやすさ、統制条件の活動性にのみ本研究で着目したチャネルの効果が得られた。他者を説得しようと働きかける場合に、相手の態度を変化させるためには、説得の論拠の提示となりうる意見を述べる発話行動と他者の自律性を暗に認めながら方向づける示唆を与える発話行動への影響力が大きく、示唆や方向づけを求めるといった相手への質問である発話行動、自己の態度を表明したり、相手に注意を払う機能を持つ（Kendon, 1967）視線行動が有効であることが示された。また、説得しようとする働きかける場合に、個人的親しみやすさを増すためにはジェスチャーを使用すること、相手に賛同を示すことが有効であることが示された。

以上の結果から、コミュニケーションの当事者は、意図的に言語的メッセージとして「何」を伝えるのかを吟味するため、意見を述べるあるいは情報を述べる、意見を求めるあるいは情報を求める、という発言内容の用い方を条件によって変えていた。また、「どのように」

伝えるのかという非言語的チャネルに関しては、説得条件で男性のジェスチャーが多く、統制条件で女性の視線が多いという使用方法に特徴が認められた。一方で、相手の態度を変える行動は、説得条件で多かった意見を述べるという言語的行動、Bales（1950, 1953）の分類で相対的に少ない発話内容である示唆を与える、方向づけを求める、示唆を求めるといった言語的行動、相手に視線を向けるという非言語的行動が効果をもっていた。すなわち、言語的チャネルが非言語的チャネルよりも効果に影響を与えることが示された。

説得条件の場合は互いに相手を説得するという対人的な目標があるために、相手がどのような見解を持っているのかを理解し、それを理解した上で相手の意見に対して反応し、自分の意見を述べるといったコミュニケーション行動がとられた可能性が考えられる。すなわち、説得的メッセージの処理に動機づけられており、それを処理する能力も持ち合わせていたため、Petty & Cacioppo（1986）の提唱した精査可能性モデルでいう中心ルートで説得的メッセージの処理が行われたのではないかと考えられる。また、視線は、相手に注意を向けたり情報を収集したりする（Kendon, 1967）働きが、一種の他者への配慮行動となったと考えられる。さらに、視線には会話の調整を行う機能（Kendon, 1967）もあるため、視線が言語的チャネルを補完、反復あるいは強調する機能を果たすことによって態度変化に影響を与えたと考えられる。

第5節　今後の課題

本章では、双方向的対面説得事態において、対人コミュニケーション・チャネルの使用とその効果について、基礎的な知見を提出した。

しかし、本章で行った研究にはいくつかの限界が存在する。

第1に、重回帰分析の結果、すべての従属変数に対して高い値の説明率が得られなかった。すなわち、その他の変数が効果に影響を与えている可能性が考えられる。メッセージはさまざまなチャネルに分配されてメッセージが伝達されるということを考えるならば、より多くのチャネルを扱う必要があろう。本研究では非言語的チャネルに関しては、第3章と第4章で一貫して非音声的非言語的チャネルを扱ってきたため、言語に随伴する発話速度や声の大きさといった音声的非言語的チャネルの検討も要するであろう。

第2に、本研究は、個々の言語的・非言語的チャネルの使用およびその効果について、単独のチャネルに着目していた。しかし、チャネル間には相補的な関係（Argyle & Dean,

1965)、相互的な関係（Patterson, 1976）が指摘されているため、今後はチャネル間の関係を検討する必要が残された。

第 3 に、言語的・非言語的チャネルの定量化に関して、個々の人物について定量化したデータを分析した。双方向的なコミュニケーションを扱う上では、発話のラリーのパターンやコミュニケーション行動の同調傾向など、二者特有のコミュニケーション特徴の検討も今後に残された課題である。

第5章　総括

本章は、第3章と第4章で行った研究で得られた結果をまとめる。その後、これらの研究を土台とした今後の展望、そして本論文の意義について、それぞれ理論的側面と実践的側面から述べる。

第1節　本研究の着眼点

本研究は、対面場面で他者を説得しようとする時に、人はどのような対人コミュニケーション・チャネル、すなわち、どのような行動をとってメッセージを生成するのかを研究することを目的とした。

従来の説得研究は、メディアとして印刷された文章や音声が採用され（今井, 2006, 2010; 榊, 2002）、研究者がある要因を操作して作成した説得的メッセージが受け手に及ぼす効果について検討していた。そして、送り手のメッセージは結論を明示した方がよい（O'Keefe, 1997）、論拠の数は多い方がよい（Petty & Wegener, 1998）など多数の結果が明らかになっている。これらの研究結果は、実際のコミュニケーション場面で、送り手がどのように言語を用いてメッセージを生成すれば効果的な説得を達成できるかについて教えてくれよう。

しかし、対面でのコミュニケーションでは、「何を（言語的チャネル）」、「どのように（非言語的チャネル）」言うかという2つの視点が重要となる。従来の知見では、対面場面で他者を説得するためにどのような働きかけをしているのか、そしてどのようにすれば他者を説得することができるのかについて明らかではない。そこで本研究では、これらの問いに対する疑問に答え、基礎的な知見を提出することを目指し、第3章と第4章の実験を行った。

さらに、対面で説得する場合には、面接場面や教育場面のように送り手と受け手の役割が固定され、送り手が受け手に対して主として働きかけて説得しようとする場面があろう。そのような一方向的なコミュニケーション事態での対人コミュニケーション・チャネルの使用とその効果について、第3章では検討を行った。また、ある事柄に対してお互いの意見が対立するような場合にお互いが自分の意見の方向に相手を説得しようとするような、両者が送り手にも受け手にもなりうる双方向的なコミュニケーション事態での対人コミュニケーション・チャネルの使用とその効果について、第4章では検討を行った。

第2節　一方向的対面説得事態における実験的検証

対面事態で他者を説得しようとする際、どのような対人コミュニケーション・チャネルを用いてメッセージを生成するのかについてはMehrabian & Williams（1969）が先駆的な研究を行っている。この研究は、送り手の説得意図を操作し、受け手に対して一方向的にメッセージを伝達するというものであった。送り手が他者を説得しようとする意図が高まると、視線、ジェスチャーを増加させ、表情が豊かになり、前傾姿勢になることが報告されている。

送り手の記号化は文化によって規定される（Berlo, 1960）ことを考えると、本邦で同様の結果が得られるかは明らかではない。また、Mehrabian & Williams（1969）の研究では非言語的チャネルに焦点が置かれ、言語的チャネルについては検討がなされていない。そこで、本邦において、送り手の説得意図が高まった場合にどのような言語的・非言語的チャネルが用いられるのかを検討した。

Figure 22に第3章で得られた知見を整理した。その結果、他者を説得しようとすると、女性は微笑みを抑制し、男女ともにジェスチャー、視線を増加させ、説得的メッセージの結論を明示し、論拠の質を高くし、論拠を多く述べ、メッセージの繰り返しを多くし、情報を多く述べることが示された。一方で、アダプター、発話、情緒的あるいは理性的アピール、一面あるいは両面呈示、知識、には差がないことが示された。ジェスチャー、アダプター、視線に関してはMehrabian & Williams（1969）の知見と一致し、文化を超えて状況が行動を規定することが示された。

以上の検討の結果、送り手が他者を説得するためにどのようにメッセージを生成するのかを明らかにできたが、残された問題として、どのようなチャネルが受け手に効果を与えるのかという疑問が残った。そこで第3章の第3節では、この疑問に答えるために、第3章第2節で撮影した映像をコーダーに評定を行ってもらうことで効果の検討を行った。

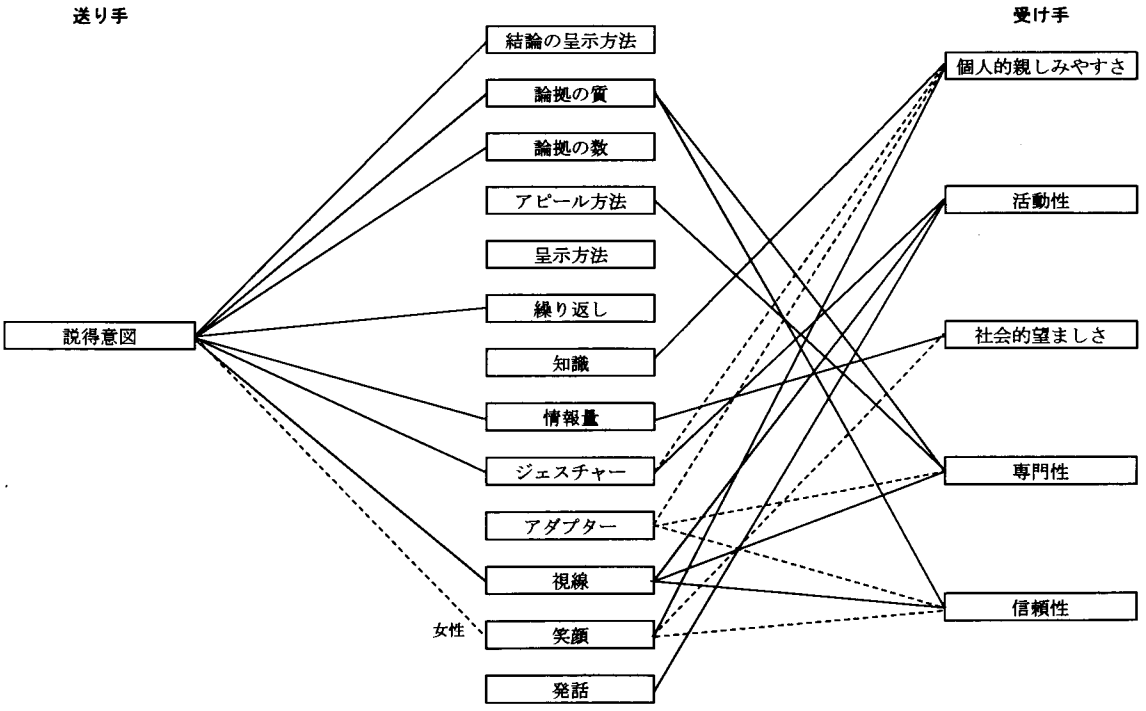
その結果、視線を多く向ける送り手は活動性、専門性、信頼性に一貫してポジティブな影響を与えていた。一方で、アダプターは個人的親しみやすさ、専門性、信頼性に一貫してネガティブな効果を与えていた。したがって、他者にポジティブな印象を与えるためには相手に視線を向け、アダプターを抑制するという戦略が有効であることが示唆された。しかし、送り手が他者を説得しようとして増加させたジェスチャーは、個人的親しみやすさに負の影響を与えることが示された。この結果は、評定者が送り手と受け手以外の第3

者であったため、ジェスチャーを多用する送り手を押しつけがましいなどといったネガティブな評価を行ったと解釈できる。

対人コミュニケーション・チャネルが受け手に及ぼす効果を概観すると、言語的チャネルよりも非言語的チャネルが影響力をもっていた。これはコミュニケーション当事者と第3者による行為の捉え方が大きく異なる（Jones & Nisbett, 1972）ためであると考えられる。すなわち、コミュニケーション当事者は行為に伴う感情や生理的反応といった内的状態を知ることができるが、第3者はそのような情報を利用可能ではない。したがって、送り手が表出努力（McNeil, 1992）として用いるジェスチャーが顕在性の高いものとして処理され、処理過程において認知バイアスを生じさせたのではないかと考えられる。

以上の議論から、対面での一方向的なコミュニケーション事態において、送り手が説得しようとする時にどのようなチャネルを用いるのか、そしてそれらのチャネルにどのような効果があるのかについて明らかにした。

しかし、第3章では、言語的チャネルの指標の問題、メッセージが一方向的に受け手に提示されていたという問題、効果として会話相手の態度変化を扱えていないという問題が残った。



Note 1: 送り手側の実線は説得事態での行動の増加を示し、波線は行動の減少を示す
Note 2: 受け手側の実線は正の影響力を示し、波線は負の影響力を示す

Figure 22 一方向的対面説得事態における対人コミュニケーション・チャネルの知見の整理

第3節　双方向的対面説得事態における実験的検証

他者を説得するという行為は、送り手と受け手の役割が固定された状況ばかりではない。お互いにメッセージを交換しながら説得を行う場合もあろう。そこで、第4章では、対面での双方向的なコミュニケーション事態において、コミュニケーション当事者がどのようなチャネルを用いて説得的メッセージを生成するのかについて検討し、その際用いられた対人コミュニケーション・チャネルが効果に及ぼす影響について検討した。

双方向的なコミュニケーション場面での検討を行うこと、効果として態度変化を扱うこと、言語的チャネルの指標を他者への働きかけを重視したBales（1950, 1953）の相互作用過程分析を用いることで、第3章で残された課題を解決しようと試みた。さらに、効果が表れることを考えると説得という行為はある程度の時間を要することが指摘されており（今井, 2006）、受け手が経験すべき段階が複数あること（McGuire, 1985）を考えるならば、双方向的なコミュニケーションを扱う上で、会話時間の設定を延長する必要があると考えられた。そこで、第4章では会話時間を15分に設定した。また、コミュニケーション行動は時間経過によって変化するという指摘もあることから（川浦, 1990）、会話時間の要因も検討対象に加えた。

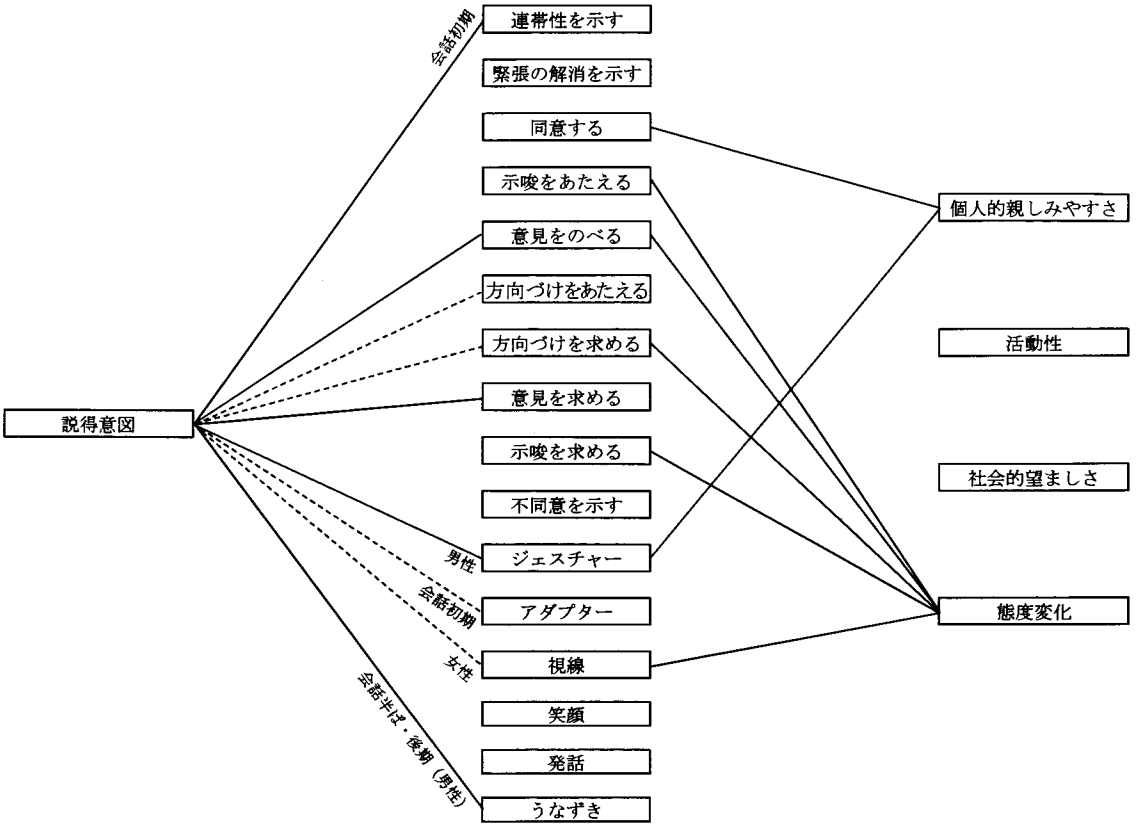
Figure 23に第4章で得られた知見を整理した。その結果、他者を説得しようと働きかける場合には、アダプターを会話初期に抑制し、連帯性を示す発話を統制条件よりも初期により行い、自分の意見を相手に述べるだけではなく、相手の意見も尋ねた一方、方向づけを与えたり、方向づけを求める発話が統制条件よりも少なくなった。また、男性は説得条件でジェスチャーを多く用いるが、会話の半ばや後半でうなずきを増加させていた。加えて、説得や統制条件という状況を越えて、性差やコミュニケーションの時間経過の効果が認められた。笑顔や発話は男性よりも女性が多いこと、視線は統制条件においてのみ男性よりも女性が多いこと、示唆を与える発言は男性が女性よりも多いことが示された。方向づけを与える発言は、前半よりも後半で多いが、一方で、意見を求める発言は会話の半ばや後半よりも会話の初期で多いことが示された。したがって、単にメッセージを伝達するという自己指向的な行動を行うだけではなく、相手に配慮するという他者指向的な行動も確認された。

さらに、コミュニケーション当事者が説得的メッセージの生成に用いたチャネルが相手の態度変化、会話相手からの自身に対する印象にどのような影響を及ぼすのかについて検

討を行った。説得条件の態度変化、個人的親しみやすさ、統制条件の活動性にのみ本研究で着目したチャネルの効果が得られた。相手の態度を変化させるために他者を説得しようと働きかける場合には、説得の論拠の提示となりうる意見を述べる発話行動と他者の自律性を暗に認めながら方向づける示唆を与える発話行動の影響力が大きく、示唆や方向づけを求めるといった相手への質問である発話行動、自己の態度を表明したり、相手に注意を払う機能を持つ（Kendon, 1967）視線行動が有効であることが示された。また、説得しようと働きかける場合に個人的親しみやすさを増すためには、ジェスチャーを使用すること、相手に賛同を示すことが有効であることが示された。

コミュニケーション当事者は、何を伝えるかという言語的チャネルについて、意見を述べるあるいは情報を述べる、意見を求めるあるいは情報を求める、という発言内容の用い方を条件によって変えていた。また、どのように伝えるかという非言語的チャネルに関しては、説得条件で男性のジェスチャーが多い、統制条件で女性の視線が多いという使用方法に特徴が認められた。一方で、相手の態度を変える行動は、説得条件で多かった意見をのべるという言語的チャネル、Bales（1950, 1953）の分類で相対的に少ない発話内容である示唆を与える、方向づけを求める、示唆を求めるといった言語的チャネル、相手に視線を向けるという非言語的チャネルが効果をもっていた。すなわち、言語的チャネルが非言語的チャネルよりも効果に大きな影響を与えることが示された。

説得条件の場合は、お互いに相手を説得するという対人的な目標があるために、相手がどのような見解を持っているのかを理解し、それを理解した上で相手の意見に対して反応し自分の意見を述べるといったコミュニケーション行動がとられた可能性が考えられる。すなわち、説得的メッセージの処理に動機づけられており、それを処理する能力も持ち合わせていたため、Petty & Cacioppo（1986）の提唱した精査可能性モデルでいう中心ルートで説得的メッセージの処理が行われたのではないかと考えられる。また、視線は相手に注意を向けたり情報を収集する働きがあり（Kendon, 1967）、一種の他者への配慮行動であったと考えられる。さらに、視線は会話の調整を行う機能（Kendon, 1967）も有するため、視線が言語的チャネルを補完、反復あるいは強調する機能を果たすことによって、態度変化に影響を与えたと考えられる。



Note 1: 左側（説得意図）の実線は統制条件よりも説得条件で使用率が高かった行動を示し、波線は説得条件よりも統制条件で使用率が高かった行動を示す
Note 2: 上記の結果は条件の主効果および条件に関する交互作用がみられたもののみ、抜粋したものである
Note 3: 右側（対人印象・態度変容）の実線は正の影響力を示す

Figure 23　双方向的対面説得事態における対人コミュニケーション・チャネルの知見の整理

第4節　本研究で得られた知見の整理

Figure 22 および Figure 23 の左側では、本研究の目的の 1 つ目、対面場面で他者を説得しようとする時に、人はどのような対人コミュニケーション・チャネルを使用してメッセージを生成するのかに関する結果を示した。Figure 22 および Figure 23 の右側では、本研究の目的の 2 つ目、説得的メッセージ生成に用いられたチャネルは受け手にどのような影響を及ぼすのかに関する結果を示した。

これらの結果で注目すべき点が 3 つある。まず、1 点目は、他者を説得しようとして意識的に使用したチャネルが、他者に影響を与えていた点である（Figure 24 の①）。次に、2 点目は、他者を説得しようとして意識的に使用したチャネルが、他者に効果をもたらしていない点である（Figure 24 の②）。最後に、3 点目は、意識的に使用していないチャネルが、

他者に影響を及ぼしている点である（Figure 24 の③）。

Figure 22 では、送り手がチャネルの使用を変化させた論拠の質、情報量、ジェスチャー、視線、笑顔のみが受け手に影響を与えていた。論拠の質の高さ、情報量の多さ、視線の多さ、笑顔の少なさは受け手にポジティブな印象を受け手に与えていたが、ジェスチャーの多さは受け手に親しみにくいというネガディブな印象を与えていた。送り手がチャネルの使用を変化させた結論の呈示方法や繰り返しは受け手に効果を与えていなかった。送り手は意識的にアダプター、発話、知識、アピール方法のチャネルを変化させなかったが受け手に影響を与えていた。

Figure 23 では、他者を説得しようとして使用を変化させたチャネルである意見をのべる発言、方向づけを求める発言、ジェスチャー、視線が会話相手に影響を与えていた。また、連帯性を示す発言、アダプター、うなずきのチャネルの使用を変化させていたが、受け手に効果を及ぼしていなかった。特に他者を説得しようとして使用されたチャネルではないが、同意する発言、示唆をあたえる発言、示唆を求める発言は他者に影響を与えていた。

Figure 24 の①のように、送り手が説得しようして使用したチャネルが送り手の意図通りの効果を他者に与えることができれば説得は成功するであろう。問題となるのは Figure 24 の③のように、送り手が意識的に用いていないチャネルが受け手に効果を及ぼしていることであろう。実際の説得場面では、Figure 24 の①のチャネルを使用するとともに、③のチャネルの使用を意識的にコントロールする必要があろう。すなわち、説得者と被説得者の説得という行為に対する認識のズレを理解し、意識的にそのズレを埋めるような対人コミュニケーション・チャネルを使用すれば、より効果的な説得を行うことができるのではないかと考えられる。

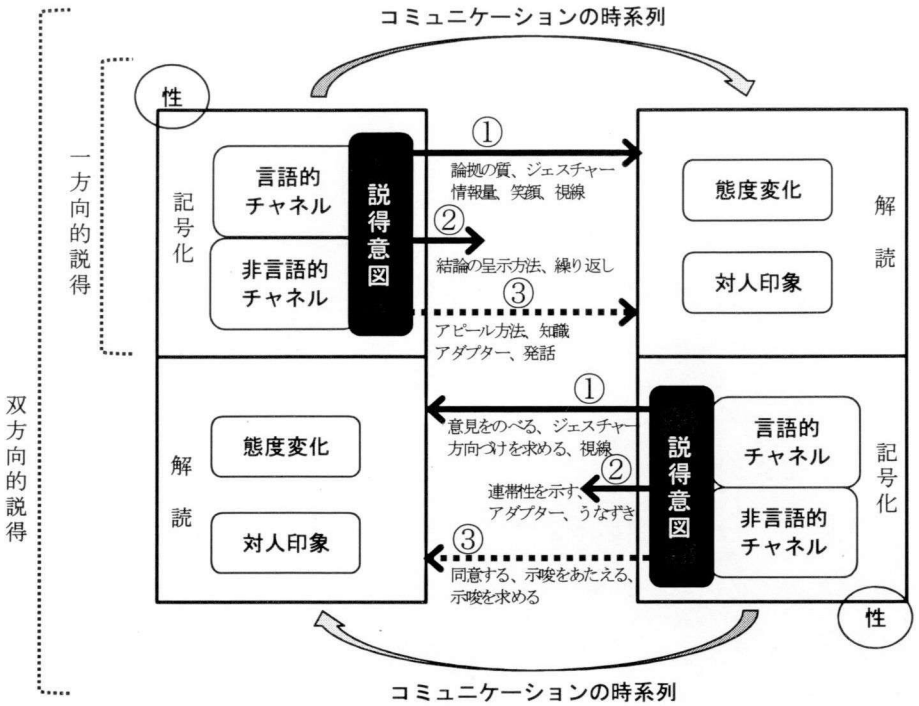


Figure 24　対人コミュニケーション・チャネルの記号化と解読

第５節　今後の研究の展開

本研究では、日常生活のコミュニケーションである説得に焦点を当て、従来の説得研究に基礎的な知見を提出した。本研究の追試もさることながら、今後はこの研究を基盤として、多様な研究の展開が考えられる。

１．理論的展開

（１）チャネルの多様化

対人コミュニケーション・チャネルは多様である（大坊, 1998）。本研究は、従来の説得研究で使用されていたメディアでは、非音声的チャネルが扱われてこなかったこと、非音声的チャネルの影響力の大きさが指摘されていたこと（Mehrabian, 1972）から、非言語的チャネルの中でも非音声的な非言語的チャネルについて検討を行った。しかし、説得は言語によって行われる（岡本, 1986）。そのため、言語に随伴する発話速度や声の大きさといった音声的非言語的チャネルの検討も必要であろう。より多くのチャネルを扱うことで、対面説得事態で効果的に他者を説得するにはどうすればよいかという問いに答えることが

できるであろう。

（2）シングル・チャネル・アプローチ／マルチ・チャネル・アプローチ

本研究は、言語的・非言語的チャネルおよびその効果について、単独のチャネルに着目し、対人コミュニケーション・チャネルに着目してこなかった説得研究に基礎的な知見を提出した。今後は、たとえば、相手に向ける視線の多さが説得事態で常にポジティブな効果をもつのかについて検討していく必要があろう。すなわち、個々のチャネルがどのような効果をもつのかについては、シングル・チャネル・アプローチによる検討を行い、知見の体制化に努める必要があろう。

また、Gullberg & Kita（2009）は、受け手は送り手の多様なチャネルの中でも特に顔に90%以上もの注意を向けることから、送り手が他者の理解を助けるためにジェスチャーを効果的に使用したい場合には送り手が自身のジェスチャーに視線を向けることにより、ジェスチャーに受け手の注意を向けることができるという結果を報告している。すなわち、送り手の視線とジェスチャーの個体内のチャネル間の関係を考慮すべきであることを示唆している。また、Argyle & Dean（1965）やArgyle & Cook（1976）の親密性平衡モデルでは、二者間の対人距離が遠くなればアイ・コンタクト量が増すという個体間のチャネル間の関係を考慮すべきであることを示唆している。したがって、個々のチャネルの知見の体制化のみに焦点を当てるのではなく、マルチ・チャネル・アプローチといった個体内および個体間のチャネル間の関係を確認していく必要があろう。

ただし、どちらのアプローチが優れているというわけではない。小川（2010）が指摘するように、シングル・チャネル・アプローチとマルチ・チャネル・アプローチによる研究の両者が相互に補完し合っていく必要があろう。

（3）対人関係

家族、恋人、友人、たまたま病院で隣に腰を掛けていた初対面の他者など、対人関係はさまざまである。本研究では、その中でも未知関係の二者に焦点を当てていた。

対人関係の展開にともなって対人コミュニケーション・チャネルの使用は変化する（大坊, 1990）。対人関係の発展とともにコミュニケーション行動は活発になるが、ある程度の関係性になるとコミュニケーション行動は安定し、関係が強固になればコミュニケーション行動は減衰するのである。

したがって、親密性の程度による関係性の違いが対人コミュニケーション・チャネルの使用とその効果に違いを生じさせることが予想される。コミュニケーションとして説得を捉えるのであれば、どのような人に対して説得を行うかという、対人関係を考慮した説得研究が必要であろう。

（4）3者間以上のコミュニケーション

本研究では二者のコミュニケーションを研究対象とした。しかし、他者を説得する場合、説得する他者は1人とは限らないであろう。

二者間から三者間のコミュニケーションに移ると、1) 注意する対象者の選択の問題、2) 情報源や情報処理者としての他者の多様性という視点、3) メディアの情報オーバーロード問題、が挙げられる（池田, 2000）。第1の注意対象者選択問題に関しては、三者以上の人数であるとメンバー全員に同時に注意を向けられなくなってしまう。第2に、人数が複数いればそれだけ関心や持っている情報が多様であるため、コミュニケーションの共有が難しくなってしまう。第3に、複数の人が話し出しはじめると、口頭の言語的チャネルは容易にオーバーロードし、全てを処理できなくなってしまう。

また、二者間コミュニケーションでは相手に向ける視線量の多さが好意的な評価につながることが指摘されているが（Argyle, 1988; Beebe, 1974; 福原, 1990）、磯・木村・桜木・大坊（2004）は、三者間コミュニケーションでは視線量がたとえ少なくとも二者への視線配分のバランスを考慮すれば好意的な評価につながることを報告している。

したがって、三者間以上のコミュニケーションは二者間のコミュニケーションより複雑化する。ゆえに、他者を説得しようとする際、複数いる他者の誰に対して説得を行うのか、複数の他者からどのように説得を受けるかによって、対人コミュニケーション・チャネルの使用とその効果は異なる可能性があるため検討を要するであろう。

（5）送り手の認知プロセスの解明

本研究では、他者を説得する際に、「どのような」対人コミュニケーション・チャネルを使用してメッセージを生成するのかを明らかにした。受け手の認知プロセスについてはPetty & Cacioppo（1986）のELMによって提出されているが、送り手が「なぜ」そのような対人コミュニケーションを用いるのかという送り手の認知プロセスは明らかではない。今回対象とした対面説得場面では、他者を説得しようとする者は会話相手の行動や反応か

ら、会話相手のパーソナリティや態度、知識などを推察し、その推察した内容に応じて説得の方略を変えていると考えられる。すなわち、送り手は意識的にチャネルに意味を付してメッセージを伝達しているのである。たとえば、身近な説得上手な人の認知プロセスについて理解を深めることで、どのようなときに、どのようなメッセージを込めて、どのようなチャネルを用いているのかを知ることができるならば、効果的な説得の一助となるのではなかろうか。したがって、原（2003）の指摘するように、説得者の認知プロセスを明らかにする視座が必要であろう。

2．実践的展開

（1）トレーニング・プログラムの開発

送り手がチャネルを用いてメッセージを記号化し、そのメッセージを受け手が解読することによって、そのメッセージははじめて意味をもつ。他者を説得するためには自分の意見を相手に過不足なく正確に伝えなければならない。したがって、送り手には高い情報発信能力が求められると考えられる。社会心理学ではこのようなコミュニケーションに関連する能力を社会的スキル（social skill）という用語で示している。

社会的スキルとは、対人関係を円滑に運ぶ技能である（菊池, 1988）。この社会的スキルがさまざまな状況で適切に発揮されることで、コミュニケーションは円滑に行われる。社会的スキルは学習によって向上可能であるという特徴をもつ（Hargie, 1986）。そのため、近年、社会的適応を促すトレーニング・プログラムの開発、実践が盛んである（相川, 2009; 大坊, 2003; 後藤・大坊, 2009; 栗林・中野, 2007; 津村, 1994）。

本研究では、どのようなチャネルを用いることで受け手に効果を与えるのかについて明らかにした。理論的展開で触れたように、本研究の知見はシングル・チャネル・アプローチやマルチ・チャネル・アプローチによる知見の体制化の必要性が残されているものの、説得場面に特化した言語的チャネル・非言語的チャネルの使用方法のトレーニング・プログラムを開発することで、効果的な説得技法を提案できると考えられる。本研究の実験参加者が大学生であったことを踏まえると、就職活動における面接場面や集団討議などのトレーニング・プログラムを開発可能であろう。

（2）説得の成功経験と科学的実証の融合に向けて

説得は科学である（Goldstein, Martin, & Cialdini, 2007）が、セールスマンなど職業上、説

得力・交渉力が必要な人に対して、どうしたら上手く説得できるかについて説得の成功経験に基づいたハウツー書が数多く出版されている。しかし、説得上手なセールスマンの振る舞いを観察したとしても、成功経験を鵜呑みにして実践したとしても、その振る舞いの意味や因果関係を知ることは難しいため、説得が必ず成功するとは限らない。効果的な実践のためには理論の理解が欠かせない（榊, 2004）。したがって、説得や交渉上手なセールスマンの説得が「なぜ」成功するのかについて、科学から客観的なアプローチを採用することで、実際の社会で求められる説得能力の向上の助けとなる効果的な説得技法を提案できるであろう。

第6節　本研究の意義

1．理論的意義

まず、本研究が従来の説得研究で扱われてこなかったメディアとして「対面」を扱ったことである。これにより日常生活のコミュニケーション場面に適用可能な知見を提出した。

次に、メディアとして「対面」を扱うことで、「VC」に着目してきた従来の説得研究に「NVC」の視点を導入したことである。

さらに、「受け手」に注目してきた従来の説得研究に「送り手」の視点を導入し、受け手の効果だけではなく、送り手のメッセージ生成に着目した点である。これは本邦で初の試みであった。したがって、本邦の説得研究への貢献は大きいと考えられる。

最後に、送り手と受け手を固定した「一方向的」な研究に、送り手と受け手の相互性を考慮した「双方向的」な視点を本研究に導入したことは、従来の説得研究にはみられず意義があると考えられる。

2．実践的意義

従来の説得研究の知見では、日常生活での対面でのコミュニケーション事態で効果的に他者を説得するにはどのようにすればよいかという疑問に答えることができなかった。しかし、本研究の第3章、第4章の知見から、送り手と受け手の交替が固定されているか否かによってトレーニング・プログラムの作成を行うことができ、効果的な説得技法の提案を可能とした。

したがって、本研究を実施したことで説得技法向上を目指すトレーニング・プログラム

開発の基礎的知見を提出することができたと言える。すなわち、本研究は基礎的知見と統合的実践をつなぐ架け橋となるものであると考えている。

第7節　おわりに

本研究では、他者を説得する際にどのような対人コミュニケーション・チャネルを使用し、その効果はいかなるものかについて検討を行った。「説得」という行為を行う前には、意見の対立や価値観の違いが浮き彫りとなり、葛藤が生じるであろう。藤森（1989）によれば、葛藤の解決方略として約50%が回避型の方略を用いることが示されている。Ohbuchi & Takahashi（1994）の研究では、日本人は葛藤表出や積極的な葛藤解決を好まないもしくは苦手であることを報告している。

メッセージを発信しなければ相手には伝わらない。自己の中に葛藤を閉じ込めていては心理的健康にもよくないであろう。そういった意味でも、自分と相手の権利を尊重しつつ、自分の考えていること、感じていることを相手に伝えること、かつそれが効果をもつことがメッセージの送り手にとって重要であろう。本研究では、限定されてはいるが、説得を成功させるための対人コミュニケーション・チャネルの使用法を示唆できたので、送り手にメッセージを発信してみようという気持ちにさせることができるのではなかろうか。

説得研究の領域で、対人コミュニケーション・チャネルに関する研究は始まったばかりである。本研究は、映像から、あるいは録音記録を逐語記録にすることによって、従来の社会心理学で用いられてきたオフラインのコーディングという手法を用いて言語的・非言語的チャネルのデータを抽出し、分析に用いた。近年は情報技術の発展に伴い、多人数インタラクションの研究が盛んに行われるようになり（e.g., 坊農・高梨, 2009）、オンラインでさまざまなデータを取得することが可能となっている。説得研究が、社会心理学の領域にとどまらず情報学分野などと共同研究を行うことで、オンラインで膨大なデータを一度に取得できるようになれば、説得研究の領域で後れをとってきた対人コミュニケーション・チャネルに関する研究は、その後れを一気に埋めることができるかもしれない。説得研究領域において、対人コミュニケーション・チャネルの研究がさらに進展することを願ってやまない。

第6章　要約

第1節　本研究の理論的背景

本研究の目的は次の 2 点である。1) 対面場面で他者を説得しようとする時、われわれはどのような対人コミュニケーション・チャネルを使用してメッセージを生成するのか、2) メッセージ生成に使用された対人コミュニケーション・チャネルは受け手にどのような効果を及ぼすのか、について検討することである。

説得とはコミュニケーションであり、対人コミュニケーションに包括される。対人コミュニケーションとは、二者のコミュニケーションを基本とし、そのメッセージ交換に対面性と双方向性が保持され、二者間に何らかの心理的関係が存在するという特徴をもつ。しかし、従来の説得研究では、印刷された文章や音声によるメッセージを複数の受け手に提示するという研究手法が採用されてきた。したがって、説得的コミュニケーションは対人コミュニケーションとしての性質が明確ではないと言える。そこで、従来の説得研究に一石を投じる意味でも、説得はコミュニケーションであるという原点に立ち戻って研究を行う必要があるのではないかと考えられた。

第2節　問題の所在と本論文の目的・構成

説得はコミュニケーションであるという原点に立ち戻ると、従来の説得研究は、1) メディアが限定されていたゆえに言語的チャネル研究への偏重であった、2) 受け手の効果に重きが置かれていた、3) 送り手と受け手の役割を固定した一方向的なコミュニケーションを検討対象としていた、という 3 つの問題点があった。

そこで、メディアとして対面を採用することで、従来の言語的チャネル研究から非言語的チャネル研究にも視点を広げた。また、説得は影響過程としての性質をもつため、受け手の解読段階や効果の発生に拘束される必要はない。そこで、送り手のメッセージ生成に焦点を当て、説得研究に基礎的な知見の提出を試みた。第 3 章において、送り手を実験参加者、受け手を実験協力者として実験室実験を設定した。送り手の説得意図を教示により操作することにより、対面場面で他者を説得しようとする時、送り手はどのような対人コミュニケーション・チャネルを使用してメッセージを生成するのかを検討した上で、それらのチャネルの効果の検証を試みた。

第4章では、二者ともに実験参加者としてお互いに説得する状況を設定し、実験室実験を行った。送り手と受け手の役割の交替が生じる双方向的なコミュニケーション事態において、対面場面で他者を説得しようとする時、コミュニケーション当事者はどのような対人コミュニケーション・チャネルを使用してメッセージを生成するのかという疑問に答えた上で、それらのチャネルの効果の検証を試みた。

第3節　一方向的対面説得事態における実験的検証

送り手と受け手の交替がなされない状況において、送り手が受け手に説得意図の高低によって2度メッセージを伝達する実験室実験を実施した。

目的 1）の検証の結果、他者を説得しようとすると、女性は微笑みを抑制し、男女ともにジェスチャー、視線を増加させ、説得的メッセージの結論を明示し、論拠の質を高くし、論拠を多く述べ、メッセージの繰り返しを多くし、情報を多く述べることが示された。一方で、アダプター、発話、情緒的あるいは理性的アピール、一面あるいは両面呈示、知識、には差がないことが示された。したがって、送り手は他者を説得しようとすると対人コミュニケーション・チャネルの使用を変えるものもあれば、状況によって変化させないチャネルがあることが示された。

目的 2）を検証するために、コーダーに送り手の個人的親しみやすさ、活動性、社会的望ましさ、専門性、信頼性について評定を求めた。その結果、視線の多さは活動性、専門性、信頼性に一貫してポジティブな影響を与えていた。一方で、アダプターの多さは個人的親しみやすさ、専門性、信頼性に一貫してネガディブな影響を与えていた。したがって、他者にポジティブな印象を与えるためには、相手に視線を向け、アダプターを抑制するという戦略が有効であることが示唆された。しかし、送り手が他者を説得しようとして増加させたジェスチャーは、親しみにくいと評定されることが示され、また、言語的チャネルよりも非言語的チャネルの方が影響力をもっていた。これらの結果は、コミュニケーション当事者と第3者のコーダーでは、行為に伴う内的状態を知ることができるか否か、メッセージ解釈の動機づけ、情報処理過程の違いによるのではないかと思われる。

以上の検討の結果、たとえば、面接場面や教育場面のように送り手が受け手に対して一方向的にコミュニケーションを行う際に、どのような対人コミュニケーション・チャネルを使用すれば効果的であるのかについての必要な示唆が得られたといえよう。

第4節　双方向的対面説得事態における実験的検証

送り手と受け手の交替がなされる状況において、コミュニケーション当事者はお互いに相手を説得する、あるいはお互いにある話題について話すというという条件を設定し、コミュニケーション行動を比較した。

目的 1）の検証の結果、他者を説得しようと働きかける場合には、アダプターを会話初期に抑制し、連帯性を示す発話を統制条件よりも初期により行い、自分の意見を相手に述べるだけではなく相手の意見も尋ねた一方、方向づけを与えたり、方向づけを求める発話が統制条件よりも少なくなった。また、男性は説得条件でジェスチャーを多く用いるが、会話の半ばや後半でうなずきを増加させていた。加えて、説得や統制条件という状況を超えて、性差やコミュニケーション行動の時間経過の効果が認められた。笑顔や発話は男性よりも女性が多いこと、視線は統制条件においてのみ男性よりも女性が多いこと、示唆を与える発言は男性が女性よりも多いことが示された。方向づけを与える発言は前半よりも後半で多いが、一方で、意見を求める発言は会話の半ばや後半よりも会話の初期で多いことが示された。すなわち、他者を説得する場合には、メッセージを伝達するという自己への注意に対する行動だけではなく、他者へも注意を分散させ相手に配慮するという行動も確認された。

目的 2）の検証の結果、説得しようと働きかける場合に、相手の態度を変化させるためには、説得の論拠の提示となりうる意見を述べる発話行動と他者の自律性を暗に認めながら方向づける示唆を与える発話行動の影響力が大きく、示唆や方向づけを求めるといった相手への質問である発話行動、自己の態度を表明したり、相手に注意を払う機能を持つ視線行動が有効であることが示された。また、説得しようと働きかける場合に、親しみやすさを高めるには、ジェスチャーを使用し、相手に賛同を示すことが有効であることが示された。

以上の検討の結果、たとえば、交渉場面などのようにお互いにメッセージを交換し合う双方向的なコミュニケーションを行う際に、どのような対人コミュニケーション・チャネルを使用すれば効果的であるのかについて必要な示唆が得られたといえよう。

第5節　総括

本研究は、従来の説得研究で扱われてこなかったメディアとして「対面」を扱った。メディアとして「対面」を扱うことで、「VC」に着目してきた従来の説得研究に「NVC」の視点を導入した。さらに、「受け手」に注目してきた従来の説得研究に「送り手」の視点を導入し、送り手のメッセージ生成に着目した。加えて、送り手と受け手の役割を固定した「一方向的」な従来の説得研究に、送り手と受け手の交替という「双方向的」な視点を本研究に導入し、より日常生活のコミュニケーション場面に適用可能な知見を提出しようと試みた。

そこで、1）対面場面で他者を説得しようとする時、どのような対人コミュニケーション・チャネルを使用してメッセージを生成するのか、2）メッセージ生成に使用された対人コミュニケーション・チャネルは受け手にどのような効果を及ぼすのか、について検討を行った。その結果、a）他者を説得しようとして意識的に使用したチャネルが他者に影響を与えている場合、b）他者を説得しようとして意識的に使用したチャネルが他者に影響を与えていない場合、c）特に意識的に使用していないチャネルが他者に影響を与えている場合があることが示された。この結果から、特に c）についてチャネルの使用を意識的にコントロールする必要性を示した。

以上により、一方向的コミュニケーション事態、双方向的コミュニケーション事態において、効果的な説得技法の提案というトレーニング・プログラムの開発のための基礎的な知見をそれぞれのコミュニケーション事態において提出することを可能とした。

今後の展開として、検討するチャネルの拡張、それらのチャネルについて、シングル・チャネル・アプローチにより個々のチャネルについての知見の体制化に努めることが必要であろう。また、マルチ・チャネル・アプローチにより個体内および個体間のチャネル間の関係を確認していく必要もあろう。さらに、多様な対人関係、3 者間以上のコミュニケーションによってコミュニケーション行動が異なることが予測されるため、これらの要因を考慮した説得研究の発展が期待される。加えて、たとえば説得上手な人の認知プロセスについて理解を深めることで、どのようなときに、どのようなメッセージを込めて、どのようなチャネルを用いているかを知ることができるならば、効果的な説得技法の提案の一助となるであろう。今後の実践的展開としては、説得場面に特化した言語的チャネル・非言語的チャネルの使用方法のトレーニング・プログラムを開発することである。

効果的な説得技法の提案という社会的要請に応えるために、本研究を基盤として、多分野や多領域と連携することで、対人コミュニケーションとしての説得研究が発展することが期待される。

引用文献

相川　充 (2009). セレクション社会心理学20　新版　人づきあいの技術　サイエンス社

飽戸　弘 (1984). コミュニケーション文化の日米比較　水原泰介・辻村　明 (編) コミュニケーションの社会心理学　東京大学出版会 pp.209-226.

Andersen, P. A. (1985). Nonverbal immediacy in interpersonal communication. In A. W. Siegman & S. Feldstein (Eds.), *Multichannel integrations of nonverbal behavior*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, pp. 1-36.

Andersen, P. A. (2008). *Nonverbal communication: Forms and function* (2nd ed.). Long Grove: Waveland Press.

Andreoli, V., & Worchel, S. (1978). Effects of media, communicator, and message position on attitude change. *Public Opinion Quarterly*, **42,** 59-70.

Apple, W., Streeter, L. A., & Krauss, R. M. (1979). Effects of pitch and speech rate on personal attributions. *Journal of Personality and Social Psychology*, **37**, 715-727.

荒川　歩・鈴木直人 (2004). しぐさと感情の関係の探索的研究　感情心理学研究, **10**, 56-64.

Argyle, M. (1988). *Bodily communication* (2nd ed.). London: Methuen.

Argyle, M., & Cook, M. (1976). *Gaze and mutual gaze*. Cambridge: Cambridge University Press.

Argyle, M., & Dean, J. (1965). Eye contact, distance and affiliation. *Sociometry*, **28**, 289-304.

Argyle, M., & Kendon, A. (1967). The experimental analysis of social performance. *Advances in Experimental Social Psychology*, **3**, 55-98.

Bales, R. F. (1950). *Interaction process analysis: A method for the study of small groups*. MA.: Addison-Wesley.

Bales, R. F. (1953). The equilibrium problem in small groups. In T. H. Parsons, R. I. Bales, E. A. Shils (Eds.), *Working paper in the theory of action*. Glencoe: Illinois, The Free Press, pp.111–161.

Bales, R. F., & Hare, A. P. (1965). Diagnostic use of the interaction profile. *Journal of Social Psychology*, **67**, 239-258.

Beattie, G., & Shovelton, H. (2005). Why the spontaneous images created by the hands during talk can help make TV advertisements more effective. *British Journal of Psychology*, **96**, 21–37.

Beebe, S. A. (1974). Eye contact: a nonverbal determinant of speaker credibility, *The Speech Teacher*, **23**, 21-25.

Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. New York: Holt, Rinehart & Winston.

Birdwhistell, R. L. (1955). Background to kinesics. *ETC: A review of general semantics*, **13**, 10-18.

坊農真弓・高梨克也 (共編) (2009). 知の科学　多人数インタラクションの分析手法　オーム社

Bull, P. (1983). Body movement and interpersonal communication. New York: Wiley. (高橋　超 (編訳), 磯崎三喜年・上野徳美・田中宏二 (訳) (1986). しぐさの社会心理学 北大路書房)

Buller, D. B. (1986). Distraction during persuasive communication: A meta-analytic review. *Communication Monographs*, **53**, 91-114.

Buller, D. B., & Aune, R. K. (1992). The effects of speech rate similarity on compliance: Application of communication accommodation theory. *Western Journal of Communication*, **56**, 37-53.

Burgoon, J. K. (1978). A communication model of personal space violations: Explication and an initial test. *Human Communication Research*, **4**, 129-142.

Burgoon, J. K. (1994). Nonverbal signals. In M. L. Knapp & G. R. Miller (Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (2nd ed.). Newbury Park, CA.: Sage.

Burgoon, J. K., Birk, T., & Pfau, M. (1990). Nonverbal behaviors, persuasion, and credibility. *Human Communication Research*, **17**, 140-169.

Burgoon, J. K., Coker, D. A., & Coker, R. A. (1986). Communicative effects of gaze behavior: A test of two contrasting explanations. *Human Communication Research*, **12**, 495-524.

Burgoon, J. K., & Jones, S. B. (1976). Toward a theory of personal space expectations and their violations. *Human Communication Research*, **2**, 131-146.

Chaiken, S., & Eagly, A. H. (1976). Communicator modality as a determinant of message persuasiveness and message comprehensibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, **34**, 606-614.

Chaiken, S., & Eagly, A. H. (1983). Communicator modality as a determinant of message persuasion: The role of communicator salience. *Journal of Personality and Social Psychology*,

45, 241-256.

大坊郁夫 (1978). 3 者間コミュニケーションにおける対人印象と言語活動性　実験社会心理学研究, **18**, 21-34.

大坊郁夫 (1987). 対人コミュニケーション　大橋正夫・長田雅喜 (編) 対人関係の心理学 誠信書房　pp.193-224.

大坊郁夫 (1990). 対人関係における親密さの表現—コミュニケーションに見る発展と崩壊—　心理学評論, **33**, 322-352.

大坊郁夫 (1998). セレクション社会心理学 14　しぐさのコミュニケーション—人は親しみをどう伝えあうか—　サイエンス社

大坊郁夫 (2003). 社会的スキル・トレーニングの方法序説—適応的な対人関係の構築—　対人社会心理学研究, **3**, 1-8.

大坊郁夫・杉山善朗・赤間みどり (1973). 二者討論における言語活動過程と顕現性不安　実験社会心理学研究, **13**, 86-98.

Duncan, S., Jr. (1969). Nonverbal communication. *Psychological Bulletin*, **72**, 118-137.

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.

Ekman, P., & Friesen, W. V. (1969). The repertoire of nonverbal behavior: Categories, origins, usage, and coding. *Semiotioca*, **1**, 49-98.

Ekman, P., & Friesen, W. V. (1972). Hand movements. *Journal of Communication*, **22**, 353-374.

Ellis, A., & Beattie, G. (1986). *The psychology of language and communication*. New York: Guilford Press.

Exline, R. V. (1963). Explorations in the process of person perception: Visual interaction in relation to competition, sex, and need for affiliation. *Journal of Personality*, **31**, 1-20.

Eysenck, H. J., & Wilson, G. D. (1978). *The psychological basis of ideology*. Lancaster, England: MTP Press. (塩見邦雄 (訳) (1981). 社会態度—パーソナリティとイデオロギイ—　ナカニシヤ出版)

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.

藤原武弘 (1995). 態度変容理論における精緻可能性モデルの検証　北大路書房

藤原武弘・神山貴弥 (1988). 説得における Elaboration Likelihood Model についての概説　広島大学総合科学部紀要Ⅲ, **12**, 45-55.

藤井美保子 (1997). 語彙検索における自己接触行動の役割　心理学研究, **68**, 187-196.

藤井美保子 (2002). 第 4 章　ジェスチャー表現に関わる聞き手の存在　齋藤洋典・喜多壮太郎 (編著) ジェスチャー・行為・意味　共立出版　pp.80-100.

藤森立男 (1989). 日常生活におけるストレスとしての対人葛藤の解決過程に関する研究　社会心理学研究, **4**, 108-116.

藤本　学・大坊郁夫 (2007). 小集団による会話の展開に及ぼす会話者の発話行動傾向の影響　実験社会心理学研究, **47**, 51-60.

深田博己 (1973). 恐怖喚起の程度、受け手の性および不安傾向が態度変容に及ぼす効果　実験社会心理学研究, **13**, 40-54.

深田博己 (1998). インターパーソナル・コミュニケーション 対人コミュニケーションの心理学　北大路書房

深田博己 (2001). 人を動かすコミュニケーション　教育と医学, **49**, (6), 37-42.

深田博己 (編) (2002). 説得研究の基礎知識　深田博己 (編) 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.2-44.

深田博己 (2005). 特集「説得の心理学」に寄せて 心理学評論, **48**, 3-9.

深田博己・木村堅一・牧野幸志・樋口匡貴 (1999). 精査可能性モデルの立場からの説得研究の展望 (1) 広島大学教育学部紀要　第一部 (心理学), **48**, 89-98.

福原省三 (1990). アイ・コンタクトと印象の評価が受け手の対人感情に及ぼす効果 心理学研究, **61**, 177-183.

Gass, R. H., & Seiter, J. S. (2004). Embracing divergence: A definitional analysis of pure and borderline cases of persuasion. In J. S. Seiter & R. H. Gass (Eds.), *Perspectives on persuasion, social influence, and compliance gaining*. Boston: Allyn & Bacon. pp.13-29.

Giles, H. (1973). Accent mobility: A model and some data. *Anthropological Linguistics*, **15**, 87-109.

Goldstein, N. J., Martin, S. J., & Cialdini, R. B. (2007). *Yes!: 50 secrets from the science of persuasion*. London: Andrew Nurnberg Associates Ltd. (安藤清志 (監訳), 高橋紹子 (訳) (2009). 影響力の武器　実践編―「イエス！」を引き出す 50 の秘訣　誠信書房)

後藤　学・大坊郁夫 (2009). 短期的な社会的スキル・トレーニングの実践―社会人への適

用を目指して― 応用心理学研究, **34**, 193-200.

Graham, J. A., & Argyle, M. (1975a). A cross-cultural study of the communication of extra-verbal meaning by gestures. *International Journal of Psychology*, **10**, 57-67.

Graham, J. A., & Argyle, M. (1975b). The effects of different patterns of gaze combined with different facial expressions on impression formation. *Journal of Human Movement Studies*, **1**, 178-182.

Gullberg, M., & Holmqvist, K. (1999). Keeping an eye on gestures: Visual perception of gestures in face-to-face communication. *Pragmatics & Cognition*, **7**, 35–63.

Gullberg, M., & Holmqvist, K. (2006). What speakers do and what listeners look at. Visual attention to gestures in human interaction live and on video. *Pragmatics and Cognition*, **14**, 53–82.

Gullberg, M., & Kita, S. (2009). Attention to speech-accompanying gestures: Eye movements and information uptake. *Journal of Nonverbal Behavior*, **33**, 251-277.

Hall, E. T. (1966). *The hidden dimension*. New York: Doubleday & Company. (日高敏隆・佐藤信行 (訳) (1970). かくれた次元 みすず書房)

Hall, E. T. (1976). *Beyond culture*. N.Y.: Anchor Press. (岩田慶治・谷 泰 (訳) (1979). 文化を超えて ティビーエス・ブリタニカ)

Hall, J. A. (1984). *Nonverbal sex differences: Accuracy of communication and expressive style*. Baltimore: MD, Johns Hopkins University Press.

Hall, J. A. (2006). How big are nonverbal sex differences? The case of smiling and nonverbal sensitivity. In K. Dindia & D. J. Canary (Eds.), *Sex differences and similarities in communication: Critical essays and empirical investigations of sex and gender in interaction*. Mahwah, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates. pp.219-239.

濱 保久・篠塚寛美・戸田正直 (1988). 意見の対立事態における発話の基礎的研究 実験社会心理学研究, **28**, 55-64.

原 奈津子 (1995). 説得の情報処理における不快感情と関与の影響 心理学研究, **65**, 487-493.

原 奈津子 (2003). 対面的説得場面における説得者の認知 就実女子大学論叢 (社会篇), **32**, 7-18.

原 奈津子・山本真理子 (1998). ネガティブムードによる精緻化抑制効果―説得の情報処

理におけるネガティブフィードバックの影響について― 筑波大学心理学研究, **20**, 135-141.

原岡一馬 (1966). 態度変容過程と不安 教育・社会心理学研究, **6**, 25-36.

Hargie, O. (1986). *A handbook of communication skills.* London: Croom Helm.

林 文俊 (1978). 対人認知構造の基本次元についての一考察 名古屋大学教育学部紀要(教育心理学科), **25**, 233-247.

Holle, H., & Gunter, T. C. (2007). The role of iconic gestures in speech disambiguation: ERP evidence. *Journal of Cognitive Neuroscience*, **19**, 1175-1192.

Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, **15**, 635-680.

Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelly, J. J. (1953). *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. New Haven, Connecticut: Yale University Press. (辻 正三・今井省吾 (訳) (1960). コミュニケーションと説得 誠信書房)

池田謙一 (2000). 社会科学の理論とモデル 5 コミュニケーション 東京大学出版会

今井芳昭 (2006). セレクション社会心理学 10 依頼と説得の心理学 人は他者にどう影響を与えるか サイエンス社

今井芳昭 (2010). 第 8 章 対人交渉と説得 相川 充・高井次郎 (編) 展望 現代の社会心理学 2 コミュニケーションと対人関係 誠信書房 pp.135-153.

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.

磯 友輝子 (2002). 自己の態度に反した説得場面における言語的・非言語的行動の研究―発話に伴うジェスチャーと「話の上手さ」認知に及ぼす社会的スキルの影響― 大阪大学人間科学研究科修士論文 (未公刊)

磯 友輝子・木村昌紀・桜木亜季子・大坊郁夫 (2004). 視線行動が印象形成に及ぼす影響―3 者間会話場面における非言語的行動の果たす役割― 対人社会心理学研究, **4**, 83-91.

伊藤君男 (1999). 説得事態における信憑性と期待の効果―ヒューリスティック手掛かりの組織的情報処理に対する影響― 実験社会心理学研究, **39**, 53-61.

伊藤哲司 (1991). ノンバーバル行動の基本的な表出次元の検討 実験社会心理学研究, **31**, 1-11.

Janis, I. L., & Field, B. P. (1959). Sex differences and personality factors related to persuasibility. In C. I. Hovland & I. L. Janis (Eds.), *Personality and persuasibility*. New Haven, CT: Yale University Press. pp.55-68.

Jones, E. E., & Nisbett, R. E. (1972). The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behavior. In E. E. Jones, D. E. Kanouse, H. H. Kelly, R. E. Nisbett, S. Valins, & B. Weiner (Eds.), *Attribution: Perceiving the cause of behavior.* General Learning Press, pp. 79-94.

川名好裕 (1986). 対話状況における聞き手の相づちが対人魅力に及ぼす効果 実験社会心理学研究, **26**, 67-76.

川浦康至 (1990). 第4章 コミュニケーションメディアの効果 大坊郁夫・安藤清志・池田謙一 (編) 社会心理学パースペクティブ 2—人と人とを結ぶとき— 誠信書房 pp.67-85.

Kelman, H. C., & Hovland, C. I. (1953). "Reinstatement" of the communicator in delayed measurement of opinion change. *Journal of Abnormal and Social Psychology Bulletin*, **2**, 470-473.

Kendon, A. (1967). Some functions of gaze direction in social interaction. *Acta Psychologica*, **26**, 22-63.

菊池章夫 (1988). 思いやりを科学する—向社会的行動の心理とスキル— 川島書店

木村昌紀・大坊郁夫・余語真夫 (2010). 社会的スキルとしての対人コミュニケーション認知メカニズムの検討 社会心理学研究, **26**, 13-24.

Knapp, M. L., & Hall, J. A. (2009). *Nonverbal communication in human interaction* (7th ed.). Boston: MA, Wadsworth, Cengage Learning.

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) 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・石井眞治 (1990). 態度変容と印象形成に及ぼす座席位置の効果 実験社会心理学研究, **5**, 129-136.

Kraut, R. E., & Johnston, R. E. (1979). Social and emotional messages of smiling: An ethological approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, **37**, 1539-1553.

栗林克匡・中野 星 (2007). 大学生における社会的スキル・トレーニングの成果と評価 北星学園大学社会福祉学部北星論集, **44**, 15-26.

LaFrance, M., Hecht, M. A., & Paluck, E. L. (2003). The contingent smile: A meta-analysis of sex difference in smiling. *Psychological Bulletin*, **38**, 36-49.

Lakin, J. L. (2006). Automatic cognitive processes and nonverbal communication. In V. Manusov & M. L. Patterson (Eds.), *The Sage handbook of nonverbal communication*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Matarazzo, J. D., Weitman, M., Saslow, G. W., Wiens, A. N. (1963). Interviewer influence on durations of interviewee speech. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, **1**, 451-458.

Matarazzo, J. D., Saslow, G. W., Wiens, A. N., Weitman, M., & Allen, B. V. (1964). Interviewer head nodding and interviewee speech durations. *Psychology: Theory, Research and Practice*, **1**, 54-63.

松尾太加志 (1999). コミュニケーションの心理学―認知心理学・社会心理学・認知工学からのアプローチ― ナカニシヤ出版

McGuire, W. J. (1985). Attitudes and attitude change. In G. Lindsey & E. Aronson (Eds.), *The handbook of social psychology* (3rd ed. vol. 2.). New York: Random House. pp.233-346.

McFall, M. E., Winnett, R. L., Bordwick, M. C., & Bornstein, P. H. (1982). Nonverbal components in the communication of assertiveness. *Behavior Modification*, **6**, 121-140.

McNeil, D. (1992). *Hand and mind. What the hands reveal about thought.* Chicago: University of Chicago Press.

Mehrabian, A. (1972). *Nonverbal communication*. Chicago, IL: Aldine- Atherton.

Mehrabian, A., & Wiener, M. (1967). Decoding of inconsistent communications. *Journal of Personality and Social Psychology*, **6**, 109-114.

Mehrabian, A., & Williams, M. (1969). Nonverbal concomitants of perceived and intended persuasiveness. *Journal of Personality and Social Psychology.* **13**, 37-58.

Miller, N., Maruyama, G., Beaber, R. J., & Valone, K. (1976). Speed of speech and persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, **34**, 615-624.

Mulac, A. (2006). The gender-linked language effect: Do language differences really make a difference? In K. Dindia & D. J. Canary (Eds.), *Sex differences and similarities in communication: Critical essays and empirical investigations of sex and gender in interaction.* Mahwah, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates. pp.219-239.

中村　真 (1991). 情動コミュニケーションにおける表示・解読規則　大阪大学人間科学部

紀要, **17**, 115-146.

中村　真 (2006). 日本における笑顔の意味 心理学ワールド, **35**, 22-23.

西出和彦 (1985). 人と人との間の距離 (人間の心理・生態からの建築計画①)　建築士と実務, **5**, 95-99.

小川一美 (2008). 会話セッションの進展に伴う発話の変化：Verbal Response Modes の観点から　社会心理学研究, **23**, 269-280.

小川一美 (2010). 言語と非言語のマルチ・チャネル的アプローチ　対人社会心理学研究, **10**, 59-63.

Ohbuchi, K. & Takahashi, Y. (1994). Cultural style of conflict management in Japanese and Americans: Passivity, covertness, and effectiveness of strategies. *Journal of Applied Social Psychology*, **24**, 1345-1366.

岡部朗一 (1996). コミュニケーションの基礎概念　古田　暁 (監修) 石井　敏・岡部朗一・久米昭元 (著) 異文化コミュニケーション―新・国際人への条件―　改定版　有斐閣選書　pp.15-38.

岡本真一郎 (1986). 依頼の言語的スタイル　実験社会心理学研究, **26**, 47-56.

岡本真一郎 (2010). ことばの社会心理学［第 4 版］　ナカニシヤ出版

O'Keefe, D. J. (1990). *Persuasion: Theory and research.* Newbury Park, CA: Sage.

O'Keefe, D. J. (1997). Standpoint explicitness and persuasive effect: A meta-analytic review of the effects of varying conclusion articulation in persuasive messages. *Argumentation and Advocacy*, **34**, 1-12.

O'Keefe, D. J., & Figge, M. (1999). How to handle opposing arguments in persuasive messages: A meta-analytic review of the effects of one-sided and two-sided messages. In M. E. Roloff (Ed.), *Communication Yearbook 21*, Newbury Park, CA: Sage. pp.1-33.

大橋正夫・三輪弘道・平林　進・長戸啓子 (1973). 写真による印象形成の研究 (2) ―印象評定のための尺度項目の選定―　名古屋大学教育学部紀要 (教育心理学科), **20**, 93-102.

O'Sullivan, M., Hartley, J., Saunders, D., & Fiske, J. (1983). *Key concepts in communication*. New York: Methuen.

大坪靖直・吉田寿夫 (1990). 印象形成における手がかりの優位性に関する研究, 実験社会心理学研究, **30**, 25-33.

Patterson, M. L. (1976). An arousal model of interpersonal intimacy. *Psychological Review*, **83**, 235-245.

Patterson, M. L. (1983). *Nonverbal behavior: A functional perspective.* New York: Springer-Verlag. (工藤　力 (監訳) (1995). 非言語コミュニケーションの基礎理論　誠信書房)

Patterson, M. L. (2011). *More than words: The power of nonverbal communication.* Aresta.

Perloff, R. M. (2010). *The dynamics of persuasion: communication and attitudes in the 21st century* (4th ed.). Mahwah, N. J.: Lawrence Erlbaum Associates.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1981). *Attitudes and persuasion: Classic and contemporary approaches*. Dubuque, IA: William C. Brown.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 19. Orlando, FL: Academic Press. pp.123-205.

Petty, R. E., & Wegener, D. T. (1998). Attitude Change: Multiple roles for persuasion variables. In D. T. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (4th ed. Vol.1.). Boston, Massachusetts: The McGraw-Hill Companies, Inc. pp.323-390.

Rhine, R., & Severance, L. (1970). Ego-involvement, discrepancy, source credibility, and attitude change. *Journal of Personality and Social Psychology*, **37**, 1915-1926.

Rhodes, N., & Wood, W. (1992). Self-esteem and intelligence affect influenceability: The mediation role of message reception. *Psychological Bulletin*, **111**, 156-171.

Richmond, V. P., & McCroskey, J. C. (2007). *Nonverbal behavior in interpersonal relations* (6th ed.). Boston: Pearson Education.

榊　博文 (2002). 説得と影響―交渉のための社会心理学― ブレーン出版

榊　博文 (2004). トップ営業が使う説得学―なぜ、あの人だと買ってしまうのか？― ダイヤモンド社

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication.* University of Illinois Press. (長谷川　淳・井上光洋 (訳) (1969). コミュニケーションの数学的理論 明治図書)

Sternthal, B., Dholakia, R., & Leavitt, C. (1978). The persuasive effect of source credibility: A test of cognitive response analysis. *Journal of Consumer Research*, **4**, 252-260.

Stiff, J. B. (1986). Cognitive processing of persuasive message cues: A meta-analytic review of the

effects of supporting information on attitudes. *Communication Monographs*, **53**, 75-89.

Takai, J., & Ota, H. (1994). Assessing Japanese interpersonal communication competence. *The Japanese Journal of Experimental Social Psychology*, **33**, 224-236.

竹内郁郎 (1973). 社会的コミュニケーションの構造　内川芳美・岡部慶三・竹内郁郎・辻村明 (編) 講座現代の社会とコミュニケーションⅠ(基礎理論) 東京大学出版会 pp.105-138.

津村俊充 (1994). 社会的スキルの訓練　菊池章夫・堀毛一也 (編) 社会的スキルの心理学 川島書店　pp.220-241.

上野徳美 (1994). 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　実験社会心理学研究, **34**, 195-201.

浦　光博・桑原尚史・西田公昭 (1986). 対人的相互作用における会話の質的分析　実験社会心理学研究, **26**, 35-46.

和田　実 (1986). 好意、対人距離、話題が非言語的行動と自己開示に及ぼす影響 実験社会心理学研究, **26**, 1-12.

和田　実 (1990). 対人コミュニケーションと親密性　大坊郁夫・安藤清・池田謙一 (編) 社会心理学パースペクティブ2—人と人を結ぶとき—　誠信書房　pp.39-47.

和田　実 (1999). 第1章　出会いのコミュニケーション　諸井克英・中村雅彦・和田　実 (著) 親しさが伝わるコミュニケーション　出会い・深まり・別れ　金子書房　pp.2-36.

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**, 61-66.

Wiener, M., & Mehrabian, A. (1968). *Language within language: Immediacy, a channel in verbal communication*. New York: Appleton-Century-Crofts.

Wilson, K., & Gallois, C. (1993). *Assertion and its social context*. Oxford, England: Pergamon Press.

Woodall, W. G., & Burgoon, J. K. (1983). Talking fast and changing attitudes: A critique and clarification. *Journal of Nonverbal Behavior*, **8**, 126-142.

Worchel, S., Andreoli, V., & Eason, J. (1975). Is the media the message? A study of the effects of media, communicator, and message characteristics on attitude change. *Journal of Applied Social Psychology*, **52**, 677-688.

横山ひとみ (2008). 非言語的コミュニケーションがもたらす説得効果に関する研究　大阪大学人間科学研究科修士論文 (未公刊)

横山ひとみ (2010). マルチ・チャネル・アプローチによる説得・依頼　対人社会心理学研究, **10**, 56-58.

横山ひとみ・大坊郁夫 (2008). 話し手の認知に及ぼすスピーチ速度の影響―話し手の信憑性および知覚された説得力に注目して―　対人社会心理学研究, **8**, 65-70.

Yokoyama, H., & Daibo, I. (2008). *The role of speech rate and gaze in persuasion*. The 29th International Congress of Psychology, 525.

Yokoyama, H., & Daibo, I. (2009). How do we persuade others? The amount of utterance, hand movements and posture of nonverbal behavior. The 8th Biennial Conference of the Asian Association of Social Psychology, New Delhi, India, *Psychological Studies*, 54(4), p.332.

横山ひとみ・大坊郁夫 (2010). 対面説得場面での送り手の非言語的行動の検討　日本社会心理学会第 51 回大会発表論文集, 596-597.

横山ひとみ・大坊郁夫 (2011). 対面説得場面におけるコミュニケーション特徴の検討　日本社会心理学会第 52 回大会発表論文集, 292.

Yokoyama, H., & Daibo, I. (2011a). *The study of verbal channel in face-to-face persuasive interaction*. The 9th Biennial Conference of the Asian Association of Social Psychology, Kunming, China.

Yokoyama, H., & Daibo, I. (2011b). *How do we persuade others ?: Focusing on verbal and nonverbal channels*. Korean Psychological Association, Jeonju-si, South Korea.

資料 本論文で使用した尺度

第３章　一方向的対面説得事態での実験的検証

1. Big Five（和田, 1996）　7件法

1. 話し好き
2. 悩みがち
3. 独創的な
4. いい加減な
5. 温和な
6. 無口な
7. 不安になりやすい
8. 多才の
9. ルーズな
10. 短気
11. 陽気な
12. 心配性
13. 進歩的
14. 怠惰な
15. 怒りっぽい

【外向性】: 1, 6, 11

【情緒不安定性】: 2, 7, 12

【開放性】: 3, 8, 13

【誠実性】: 4, 9, 14

【調和性】: 5, 10, 15

※逆転項目は、4, 6, 9, 10, 14, 15

第４章　双方向的対面説得事態での実験的検証

2. 対人印象評定尺度（大橋・三輪・平林・長戸, 1973）　7件法

1. 積極的な―消極的な
2. 人のわるい―人のよい
3. なまいきでない―なまいきな
4. ひとなつっこい―近づきがたい
5. にくらしい―かわいらしい
6. 心のひろい―心のせまい
7. 非社交的な―社交的な
8. 責任感のある―責任感のない
9. 軽率な―慎重な
10. 恥しらずの―恥ずかしがりの
11. 重厚な―軽薄な
12. 沈んだ―うきうきした
13. 堂々とした―卑屈な
14. 感じのわるい―感じのよい
15. 分別のある―無分別な
16. 親しみやすい―親しみにくい
17. 無気力な―意欲的な
18. 自信のない―自信のある
19. 気長な―短気な
20. 不親切な―親切な

【個人的親しみやすさ】: 2, 3, 4, 5, 6, 14, 16, 19, 20

【活動性】: 1, 7, 10, 12, 13, 18

【社会的望ましさ】: 8, 9, 11, 15, 17

※逆転項目は、1, 3, 4, 6, 8, 10, 11, 13, 15, 16, 19

関連業績と対応章

学術論文

横山ひとみ (2010). マルチ・チャネル・アプローチによる説得・依頼　対人社会心理学研究, **10**, 56-58. →第 1 章

横山ひとみ・大坊郁夫 (2008). 話し手の認知に及ぼすスピーチ速度の影響—話し手の信憑性および知覚された説得力に注目して—　対人社会心理学研究, **8**, 65-70. →第 1 章

学術論文（審査中）

Yokoyama, H., & Daibo, I. Effects of gaze and speech rate in persuasive speech on receiver's evaluations. *Psychological Reports*. →第 1 章

横山ひとみ・大坊郁夫　対面説得事態における対人コミュニケーション・チャネルに関する研究—チャネルの使用とその効果—　社会言語科学. →第 4 章

国際会議

Yokoyama, H., & Daibo, I. (2008). *The role of speech rate and gaze in persuasion*. The 29th International Congress of Psychology, 525. →第 1 章

Yokoyama, H., & Daibo, I. (2009). How do we persuade others? The amount of utterance, hand movements and posture of nonverbal behavior. The 8th Biennial Conference of the Asian Association of Social Psychology, New Delhi, India, *Psychological Studies*, 54(4), p.332. →第 3 章

Yokoyama, H., & Daibo, I. (2011a). *The study of verbal channel in face-to-face persuasive interaction*. The 9th Biennial Conference of the Asian Association of Social Psychology, Kunming, China. →第 4 章

Yokoyama, H., & Daibo, I. (2011b). *How do we persuade others ?: Focusing on verbal and nonverbal channels*. Korean Psychological Association, Jeonju-si, South Korea. →第 3 章

学会発表

横山ひとみ・大坊郁夫 (2010). 対面説得場面での送り手の非言語的行動の検討　日本社会心理学会第 51 回大会発表論文集, 596-597.　→第 3 章

横山ひとみ・大坊郁夫 (2011). 対面説得場面におけるコミュニケーション特徴の検討　日本社会心理学会第 52 回大会発表論文集, 292.　→第 4 章

謝辞

4 年間の研究の集大成として博士論文をまとめることができました。これは多くの方々のご協力によるものだと思っています。皆様、本当にありがとうございました。

中学生の頃の私は、今、博士論文を提出できるとは思ってもいませんでした。その当時は多くの大人から家計を助けるために中学校卒業後は働くべきだと言われたものです。何度もその通りだなと思い、ここまで来るのに進路についてはよく立ち止まって考え、学問の追求をやめようと何度もしたものです。運よく大学院の博士後期課程まで学問を続けることができたのは素敵な方々との出会いがあったからです。小学校、中学校、高等学校の担任の先生には進学するためのアドバイスや多くの情報をいただき、目の前の現実のみを捉えて行動をするのではなく 10 年後 20 年後の将来を見据えて行動をすることの大切さ、そのためには学問がどれほど重要であるかをご教授いただき、そのおかげでなんとか大学まで進学することができました。

信州大学では、小池浩子先生にご指導いただきました。新入生ゼミで、英語がわからない様々な国の人がいるとき、あなたはどのようにその人々とコミュニケーションをとるかという質問をされたことを覚えています。私はそれぞれの国の言語を覚えコミュニケーションをとると答えました。そうすると 100 の言語が必要であったら 100 覚えることができるのかというコメントが返ってきました。当時の私は、コミュニケーション手段は言語が絶対であると考えていたので、必要ならば 100 覚えると答えました。このやりとりをはじめ小池先生の授業から、言語的チャネルと非言語的チャネルに関連する「対人コミュニケーション」に興味を持ちました。対人コミュニケーションを研究対象に定め、それについて 2 年間だけやりたい研究をして教師という職に就こうと心に決めたとき、進路について相談にのっていただきました。先生という立場ではなく研究者という立場から、研究の面白さや意義などについてご教授いただきました。研究を続けたくなるかもしれないから、その時に進学できるように博士後期課程のある大学院を目指してはどうか等、大学院選択に多くのアドバイスをいただきました。どうもありがとうございました。

対人コミュニケーションについて研究ができ、博士後期課程のある国公立の大学院を探していたところ、大坊郁夫先生のいらっしゃる大阪大学大学院対人社会心理学分野にたどり着きました。大坊先生には、心理学とは全く異なる分野から来た私を受け入れていただ

き、研究法や統計について細部にまで及ぶご指導いただき、大変ご面倒をおかけしました。とても感謝しています。大坊先生に研究の面白さや大変さなどご指導いただくうちに、当初の計画の2年間ではなく6年間もお世話になってしまいました。研究計画、実験、コーディングなどでなかなか思うように研究が進まない時には、コーディングが大変であると愚痴を言ったり、実験法ではなく質問紙法を採用して博士論文を書きたいと言った際にはコミュニケーション研究とは大変なものだ、私の時代はもっとコミュニケーション研究は大変だったというお言葉が返ってきました。研究につまずくたびに、大坊先生が書かれた論文に立ち戻り何度も読み返して当時の先生の研究の大変さを痛感し、同時にそれらの研究の価値の大きさを感じました。また、社会生活に密接に関連する対人コミュニケーション研究の成果を他者と円滑なコミュニケーションを行うためのコミュニケーション当事者の気付きを重視した社会的スキル・トレーニングにつなげ、さらには円滑なコミュニケーションを行うことで相互理解を深め良好な対人関係を維持・構築することによって自他のwell-being を高めるという大きな研究の展望を持たれていることは研究者としてとても尊敬するところです。博士論文を執筆するにあたっては、自分自身の研究の“現在”の位置づけを考えさせられました。6年間どうもありがとうございました。

大阪大学大学院では、対人社会心理学分野の釘原直樹先生にもお会いすることができました。大変お世話になりました。研究計画や実験結果についてお話を聞いていただいた際には、自分では思いもつかなかった提案や結果の解釈をしていただきました。それによって、研究計画をより綿密に立てるよう努力し、結果の吟味や考察が充実したものになりました。もっともっとたくさん面談をお願いしていればと反省しています。また、釘原先生には実験の参加者の募集を何度もさせていただきました。釘原先生の講義から多くの学生の方に参加してもらうことができました。どうもありがとうございました。

コミュニケーション社会学分野の辻大介先生には副指導教員としてお世話になりました。突然研究の報告に伺った際にも、的確なアドバイスをしてくださり、どうもありがとうございました。

臨床死生学・老年行動学分野の佐藤眞一先生には、副査をお引き受けいただき、今後の研究の展開に有益である研究対象者や説得の効果性についてのご指摘やコメントをいただき、どうもありがとうございました。

実験を実施するにあたり多くの先生に実験参加者の募集をさせていただきました。阿部真土先生、鳩澤歩先生、萩行正憲先生、樋口忠成先生、乾美紀先生、石川真由美先生、金

子嘉信先生、狩野裕先生、川端亮先生、荻野正樹先生、尾上孝雄先生、佐藤彰先生、谷口淳一先生、堤修三先生、柳田敏雄先生、どうもありがとうございました。

実験には非常に多くの方に参加していただきました。ここにお名前を挙げることはできませんが、ご参加いただいた大阪大学の学生のみなさん、どうもありがとうございました。

実験が終わってからが私の研究の始まりです。多くの方に膨大な量のコミュニケーション行動のコーディングをお願いしました。菊池文音さん、前田菜穂さん、松山早希さん、西上希美さん、本当にありがとうございました。

その他の研究室のみなさんには予備調査・実験をお願いしたり、実験参加者募集につきあってもらったり、本実験に協力していただいたり、多くのご協力をいただきました。特に、研究室の院生のみなさんには研究についてのご指摘、アドバイスを多様な観点からたくさんいただきました。どうもありがとうございました。また、藤原健さんには博士論文の最終確認をしていただきました。いつも忙しくしているのにより忙しくしてしまって申し訳ないと思うとともにとても感謝しています。

さらに、当研究室の先輩方にも大変お世話になりました。磯友輝子先輩には本の執筆や非常勤を通して研究や学生との関わり方を学びました。当研究室の助教である毛新華先輩には研究の相談にのっていただいたり、ホスピタリティの精神を学びました。木村昌紀先輩や村山綾先輩には博士論文を執筆にあたり、構成や展開を参考にさせていただきました。清水裕士先輩には論理的に物事を考えることについて学びました。上出寛子先輩には英語論文執筆についてアドバイスをいただいたり博士論文執筆に励ましの言葉をいただきました。先輩方、どうもありがとうございました。

最後に、女手一つで私と妹を育ててくれた母に感謝します。大学院まで進学するということは親不孝であったかもしれませんが、どんな時でもあたたかく応援してくれたことはとても心強かったです。これからは私がサポート役にまわれるようになりたいと思います。

再度になりますが、多くの方々に助けられ博士論文を執筆することができました。皆様、本当にありがとうございました。

2012 年 3 月

横山　ひとみ