The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	共感的メッセージは本当に効果的なのか? : 送り手の印象への影響を中心に
Author(s)	源氏田, 憲一; 村田, 光二
Citation	対人社会心理学研究. 2007, 7, p. 21-29
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/7202
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

対人社会心理学研究, 7,　2007

共感的メッセージは本当に効果的なのか？

—送り手の印象への影響を中心に—

源氏田憲一(一橋大学大学院社会学研究科)
村田光二(一橋大学大学院社会学研究科)

先行研究では、人々が共感を肯定的にとらえており、共感には肯定的な効果があることが示されている。しかし、これらの研究は共感に様々な要素を含んでいたり、親密な人間関係の文脈に限定されていたりする。本研究は他者を慰める場面でのコミュニケーションとしての共感に焦点をあて、共感的なメッセージがそうでないメッセージに比べて、送り手の印象に与える効果を 2 つの実験で検討した。その際、共感に含まれる要素のうち最も中心的と思われるもの(視点取得)に限定して操作した。また、共感の効果を調整する要因として、送り手ー受け手の親密性を条件に加え、実験参加者にメッセージの送り手を評価させた。研究 1 の結果は、親密さが高いときは共感的メッセージの送り手はより肯定的に評価され、親密さが低いときは共感的メッセージの送り手はより否定的に評価されやすいというものだった。研究 2 では、共感的メッセージの送り手は常により否定的に評価されていた。従って本研究で扱った共感の要素の肯定的効果は限定的だということが示唆された。

キーワード: 共感、親密性、面子の維持、慰め、情緒的サポート

問題

日常において、「共感」(empathy)は肯定的なものととらえられている。同様にカウンセリング心理学の領域でも共感の肯定的な効果を主張する者は多い(e.g. Rogers, 1975)。しかしそれらで言われている「共感」には様々な要素が含まれており、「共感」の何が良いのかについての理解を難しくしている。また、「共感」がやりとりされる文脈が親密な関係か、それをモデルとする関係に限定されており、「共感」が常に肯定的な効果を持つのか、さらなる検討が必要である。本研究の第一の目的は、カウンセリング心理学やコミュニケーション研究の領域で行われてきたような、コミュニケーションとしての共感について、社会心理学的な知見を援用してその要素を分類し、その最も中心的な要素である「視点取得」について効果を実験的に検討することである。

第二の目的は、送り手と受け手の親密性という要因を取り上げ、共感的メッセージの肯定的効果の境界条件をさぐることである。そして、共感の対人関係への影響、特に、最もミクロな影響として、共感的メッセージの受け手が、送り手に対して抱く印象について検討する。その際、先行研究(Burleson & Samter, 1985a, 1985b; Samter, Burleson, & Murphy, 1987)にならい、場面を、慰めの行為(comforting behavior)が行われるときに限定した。慰めの行為とは、他者の情緒的苦悩を改善するように方向づけられた行為のことである(Burleson, 1994)。

このような、コミュニケーションとしての共感の実験社会心理学的研究により、共感が肯定的な効果を持つ、とする「常識」に対し、その効果が限定的であることを示し、その効果のメカニズムを解明するための基礎を築くことが最終的な目標である。

そのためにまず、先行研究で扱われてきた「共感」とその周辺の概念について、Rogers(1957, 1966)および、Burleson (1994)を中心に検討する。次に「共感」が常に肯定的効果を持つとするそうした研究の問題点を 2 点指摘する。第一は共感に様々な要素が混入していること、第二に、共感が伝達される場面が限定的であることである。それを受け、従来の研究において最も中心的と思われる要素(視点取得)を特定し、最後に、視点取得が効果を持たない条件を提示し、仮説を提示する。

Rogers の therapeutic conditions

他者の情緒的苦悩を改善しようとする行為として考えた場合、慰めはカウンセラーや心理療法家が普段行っている行為であると考えられる。そうした文脈での「共感」に関連する概念として、Rogers(1957, 1966)のセラピー的条件(therapeutic conditions)が挙げられる。

Rogers(1966)はセラピストがクライエントとの関係の中で、純粋性(genuineness)、無条件の肯定的配慮、共感的理解、の 3 つの条件を備えているのであれば、セラピーが効果を持つという仮説を提出している。純粋性とはクライエントに対して表面的にならず、自己のありのままを示すこと。無条件の肯定的配慮とは、クライエントの体験のすべての側面を、そのクライエントの一部として暖かく受容すること。共感的理解とは、あたかも自分自身のものであるかのように、クライエントの私的世界を感じ取り、正確に理解することである(Rogers, 1957)。

Rogers(1957)によれば、特にセラピストの共感的理解と無条件の肯定的配慮がクライエントに伝達されることが重要であるという。

これら 3 つの条件が効果的なセラピーの条件であることを示した研究結果も得られている(レビューは、Rogers, 1966)が、Rogers(1957)によればこうした「セラピー的条件」はカウンセリングや心理療法の場面に限定されるものではなく、日常の人間関係一般にも拡大できる、という。実際、Rogers の述べた「共感」概念は日常の対人コミュニケーションの基礎として扱われることも多い(e.g., ハウエル・久米, 1992; Patton & Griffin, 1981)。そこで次に、日常での「共感」について分析した、コミュニケーション研究の知見を概観する。

Burleson の person-centeredness

心理療法に限らず、日常行われている慰めのメッセージについて、Bernstein(1974), Werner(1957) らの理論から、Applegate(Applegate, 1980a, 1980b)は、苦悩する他者の感情や視点が認識され、精緻化され、正当性を認められる程度に応じて評価できると主張し、コード化の基準を作っている。「洗練された」慰めのメッセージの特徴についての、こうした Applegate の主張は、Burleson(1994)も指摘する通り、Rogers(1957)の”therapeutic condition”とほぼパラレルな内容であり、それを具体的なメッセージ内容の評価のために操作化したものと言うこともできる。この Applegate のコード化の基準を Burleson(1982)は、”person-centered”の高さによってコード化するものに改めた。

Burleson(1994)によれば、この、”person-centered”なメッセージとは、第一に、聞き手中心、つまり、聞き手の感情や視点を理解し、説明するものなので、苦悩する聞き手に対しより深い関与を示す。第二に、評価的に中立であり、聞き手の感情に焦点化している。第三に、苦悩する聞き手のことをより受容している。第四に、聞き手の感情に対する認知的な説明を含んでいる。

Burleson とその共同研究者は、一般の人々が、より person-centeredなメッセージほどより効果的と評定し、そうしたメッセージの送り手をより好意的に評定することを見出している(Burleson & Samter, 1985a; Samter *et al.*, 1987)。彼らによれば、この結果は個人差を考慮しても(Burleson & Samter, 1985b)、場面を変えた場合にも(Samter *et al.*, 1987)見られるという。

先行研究の問題点

以上の Rogers や Burleson による「共感」の効果についての研究は、「共感」が常に肯定的な効果を持つ、としている。しかし、これらの研究には共感が肯定的な効果を持ちやすくしている、2 つの問題点が指摘できる。

第一に、「共感」に様々な要素が含まれており、各要素を分離して操作した場合にも同じ結果が得られるか疑問な点である。このことは、共感を多面的にとらえ、その要素を分離する必要性を提起する。そこで社会心理学的な立場から、そうした共感の多面的な要素を整理した Davis(1994)により、若干の整理を試みたい。

第二に、「共感」が伝達される場面が、送り手が受け手に対して共感的理解を示すことが期待されやすい場面に限定されている点である。そこで、共感が伝達される場面での期待の効果について検討し、期待がない場面では共感が効果を持たないことを指摘したい。

「共感」の要素

Davis(1994)の統合モデルによれば、共感という現象には、先行要因、プロセス、個人内の帰結、対人的帰結の 4 つの要素が関わっている。ここで最も関連すると思われるのは「個人内の帰結」、つまり、他者の感情に対してどのように反応するか、という要素である。これを個人の心の内の反応から、そうした反応を相手に伝えるものとしてとらえれば、コミュニケーションとしての「共感」の整理に役立つと考えられる。

Davis(1994)によれば、他者の感情に対する反応には、認知的なものと、感情的なものとがある。後者はさらに、パラレルな感情と、反応的な感情とに分かれる。ここで認知的な反応とは、視点取得、つまり他者の視点を認知的に推測することに伴う反応である。また、パラレルな感情とは、相手と同じ感情を感じることであり、反応的な感情とは、相手の感情を受けてそれとは異なる感情を感じることで、これには共感的配慮と個人的苦痛とがある。共感的配慮とは、相手に対して同情したり、助けたいと思ったりする、配慮の感情で、個人的苦痛とは相手の苦悩に対して不安や居心地の悪さを感じることである。

以上を他者に伝達されるものとしての「共感的コミュニケーション」として整理すると、①相手の内面を正確に理解していることを示す認知的説明(視点取得)、②相手と同じ感情を感じていることを伝える(パラレルな感情の伝達)、③相手に対して暖かさや配慮を伝える(共感的配慮)、④相手の苦悩に対する居心地の悪さや不安を伝える(個人的苦痛)、の 4 つに分類できるだろう。

上記の Davis(1994)の統合モデルから得られた分類枠組みから考えると、Rogers(1957)がクライエントに伝達される、とした、「共感的理解」は①に該当し、「無条件の肯定的配慮」は③に当たる。また、Burleson(1994)の”person -centeredness”の特徴としてあげた、聞き手中心性と認知的説明は①にあたり、聞き手の受容は③である。

従って、従来の共感的コミュニケーションの枠組みで

は、視点取得と共感的配慮の二つが混入していることがわかる。だが、Burleson(1994)において評価的に中立な受け手の視点や感情についての正確な認知的説明が強調されており、Rogers(1966)も、「クライエントの世界をクライエントが見ているままに理解することが最も重要である」(これが「クライエント中心的」という用語であらわしていることである)と述べているように、先行研究での焦点は正確な視点取得にある。

しかし視点取得の独立の効果はこれまで十分に検討されてきたとはいえない。そこで以下では、最も中心的な要素である、正確な視点取得に限定した共感的コミュニケーションの効果、特に受け手の認知に及ぼす影響を、送り手に対する「期待」との関連で検討する。

「共感」(視点取得)と期待

このような「視点取得」としての共感はなぜ肯定的に受け止められるのであろうか。Burleson(1994)の person- centeredness の説明によれば、メッセージの受け手の感情や視点を理解していることを示すことが、受け手や受け手の抱える問題に対して深く関与していることを示唆することが指摘されている。つまり、「自分の感情が理解されている」と認識することで、「送り手は自分のことに真摯に関わってくれている」と感じ、そのことが送り手に対するポジティブな評価につながるのである。しかし、「視点取得」は、慰めの場面では受け手がネガティブな状態にあるために、否定的な側面も持っている。Burleson & MacGeroge(2002)によると、抱えている問題を開示したり、否定的感情を表明したりすることは、有能で独立した社会的行為者としての面子を脅かす可能性があるという。したがって受け手の持つ否定的感情を明示的に指摘する共感的メッセージも同様に受け手の面子を脅かす可能性があるといえるだろう。そのようなメッセージは否定的に受け止められる可能性がある(Goldsmith, 1992, 1994)。

一方、逆に視点取得をしない非共感的メッセージ、すなわち受け手の感情や視点を正確に認識しないようなメッセージ(e.g. 緊張している人に「緊張していない」と言うような)を考えてみよう。そのような行動は受け手の感情に対する気遣いや関与の程度が低く、否定的に受け止められる可能性があるが、先述の面子への脅威を回避し、受け手の面子を維持するという側面を持っており、肯定的に受け止められる可能性もある。

こうして考えると、「視点取得」としての共感的メッセージは常により肯定的に受け止められるとは限らないことが分かる。そして、これまでの研究で共感的メッセージが肯定的に受け止められてきたのは、「共感的配慮」などの他の要素が含まれていたり、共感的メッセージが肯定的に受け止められるような限定的な条件が扱われてきたりしたためであると考えられる。

そのような限定的な条件として、メッセージの送り手への期待が考えられる。Wyer & Gruenfeld(1995)によれば、曖昧な要素を含んだ感情的なコミュニケーションは、役割などによって決定される期待に沿って解釈されるという。これに従えば、肯定・否定の二面性を持った曖昧で感情的な要素を含んだ共感的メッセージも期待によって解釈が異なってくると考えられる。また、稲葉(1998)の文脈モデルによると、サポートへの期待が大きいほど、そのサポートの欠如は援助の受け手に心理的不満を生むとされている。これらのことから、送り手が受け手の視点や感情を理解してくれるものと期待できる場面では、共感は視点や感情を理解した、送り手の関与を示すものとして肯定的に判断され、期待どおりのサポートとして受け手に心理的不満を生まないが、非共感的メッセージは視点や感情を理解していない、関与の欠如を示すものとして否定的に判断され、期待に反したサポートとして受け手に心理的不満を生むだろう。他方、そのような期待がない場合、共感は視点や感情を理解したものというよりはむしろ面子をつぶすものとして否定的に判断され、非共感的メッセージは理解の欠如というよりはむしろ面子を維持するものとして肯定的に判断されるだろう。

そのような期待の有無に関わる条件の一つとして、慰めのメッセージの受け手と送り手との親密性、すなわち、両者が親しい友人か、親しくない(他人の場合)か、という要因が考えられる。Barnes & Duck(1994)は、日常のコミュニケーションの中で、サポートの受け手の出す「サイン」についての知識を送り手が獲得することを挙げている。すなわち、受け手と送り手との普段のコミュニケーションのなかで、送り手は受け手の視点を読み解くための知識を獲得するのである。したがって、親しい友人の場合には、サポートの受け手は送り手が自分の視点や感情を理解してくれるものという期待を持っていると推測される。他方、親しくない関係の場合には、そのような期待はないと考えられる。

ここで共感がより効果的であることを示す Burleson らの一連の研究(Burleson & Samter, 1985a Study2, 1985b; Samter *et al.*, 1987)を考えてみよう。そこでは送り手と受け手の関係は友人同士であり、そのような期待がある場合に限定されている。また、他人同士での慰めのメッセージの効果を扱った研究(Burleson & Samter, 1985a Study1)でも、受け手の側から悩みを打ち明けるという設定になっており、共感を期待させるような場面設定となっていると考えられる。つまり、共感的メッセージが肯定的に受け止められる条件に限定されていると考えられる。受け手の感情を読み解くとは期

待できない、親しくない者同士の関係については、まだ共感的メッセージの効果についての研究は不十分であろう。従って、メッセージの送り手が受け手の感情や視点を読み取るという期待がある場合とない場合を取り上げ、両者を比較することが必要であると考えられる。

仮説

以上の考えに基づき、本研究では慰めの場面において、「視点取得」に限定した、共感的あるいは非共感的メッセージの送り手に対する受け手の反応を調べる実験を行った。その際、サポートの送り手と受け手との関係が友人であるか他人であるかという要因を取り上げた。この場合、友人は送り手が受け手の視点や感情を理解してくれるという期待が受け手の側にある場合であり、他人はそのような期待がない場合にあたる。

前述の、期待と共感的メッセージの効果との関連に関する議論から、以下の 2 つの仮説を立てることができるだろう。

仮説 1:サポートの送り手と受け手とが友人同士である場合、送り手が正確な視点取得をした(共感を示した)場合のほうが不正確な視点取得をした(共感を示さない)場合よりも、受け手から肯定的に評価されるだろう。

仮説 2:サポートの送り手と受け手とが他人である場合、送り手が正確な視点取得をした場合のほうが不正確な視点取得をした場合よりも受け手から否定的に評価されるだろう。

本研究では以上の仮説を実験室実験の研究 1 と質問紙実験の研究 2 とで検討した。

研究 1

方法

実験デザイン　メッセージの内容(共感／非共感)×送り手・受け手の関係(友人／他人)の 2 要因各 2 水準、すべて参加者間要因の実験デザインを用いた。

実験参加者　大学生 42 名(男女とも 21 名、平均年齢 19.45 歳(*SD*=1.04))。教養の心理学の授業中に参加者募集をした(謝礼などのない、完全にボランティアでの参加だった)。友人を同伴できた半数(22 名)は同性の友人(知り合ってから 6 ヶ月以上経つことを条件とした)を同伴で参加した(友人条件)。残りは同性の実験協力者とペアで実験をした(他人条件)。従って送り手と受け手の関係の要因についてはランダム配置になっていない。メッセージ内容の条件についてはランダムに参加者を振り分けた。

手続き　参加者には「対人場面でのあがりに関する生理的指標を測定する実験」としてメッセージの受け手の役を、パートナー(友人または実験協力者)には「他人からのメッセージがあがりに及ぼす影響を調べるため」として送り手役を依頼した。参加者の課題はビデオカメラの前で 4 分間スピーチをすることと説明した。参加者は別室に行き、「生理的指標の測定」用の電極をテープで腕に取り付けられた(参加者の緊張を高めるためのもので実際は偽物だった)。そこでの「カメラテスト」の際の「生理的指標」の値から「緊張の程度が高い」と偽のフィードバックをした。これは参加者全員の感情状態を一定のものと思い込ませるための操作である。その後、参加者はカメラテストのビデオを見たとされる別室にいるパートナーからメッセージを受け取った。これは実際には実験者の事前に用意した文面をパートナーに書き写してもらったものだった。メッセージは、共感条件では「だいぶあがっているみたいで大変そうだね。でも思った通りのことを言えば、自然にうまくいくよ。リラックスして、がんばって。」、非共感条件では「全然あがってないみたいなので大丈夫だね。思った通りのことを言えば、自然にうまくいくよ。リラックスして、がんばって。」というものだった。メッセージ受け取り後に、参加者の「生理的指標の測定」がなされ、「主観的な指標も取るため」として質問紙への回答を求めた。その後、課題は行わずに実験を終了し、ディブリーフィングを行った。

尺度　主要な従属変数はメッセージの送り手の印象評定 17 項目。副次的な指標としてメッセージ自体についての評定を 15 項目設けた。これらをメッセージを受け取った後の質問紙において測定した。印象評定は柏木・和田・青木(1993)および柏木・和田(1996)を参考に、5 因子モデルの 5 因子のうち、実験に関連しないと思われる「情緒不安定性」を除いた 4 因子について因子負荷が高く、意味内容にばらつきがあるとともに、実験場面になるべく関連するもの 15 項目を選んだ(「明るい」、「機転のきく」、「親切な」、「きちょうめんな」など)。これに我々が実験場面を考えて独自に作成した 2 項目(「頼りになる」、「よく気のきく」)を加えた。メッセージ自体についての評定は、道具的な側面に関するもの(「課題のスピーチの参考になる」など)および情緒的側面に関するもの(「このメッセージを見て気が楽になった」など)から構成した。また、コントロール変数として、実験の前に参加者募集をする際に先有サポート測定尺度(SSQ9; 松崎・田中・古城, 1990)を測定した。これは、先述のように友人条件と他人条件とでは、友人を連れてこられるかどうかの違いがあることを考慮したものである。SSQ9 はネットワークからのサポートの利用可能性を測定する尺度であり、友人条件と他人条件とで個人差があった場合、最も大きな要因は他人条件における利用可能性の低さ(及びそのように認知する構え)であると考えられる。従ってこの要因を統制するためにこの尺度を測定した。また、参加者が実際に緊張しているかどうか確認するため、

状態不安尺度(清水・今栄, 1981)を実験中のメッセージを受け取った段階で測定した。

結果

状態不安の平均値は51.10(*SD*=11.00)だった。これを先行研究(大西・辻丸・大岡・鋤田・福山, 2005)の平常時での大学生の平均値(*M*=40.36, *SD* =1.00)と比較すると、研究 1 の参加者の状態不安のほうが高いことが示唆される。これらの値のt検定を行った(分散が異なっていたのでウェルチの方法を用いた)ところ、1%水準で有意差があった($t(41)=6.23$)。

印象評定の 17 項目を因子分析(主因子法、バリマックス回転)したところ、固有値 1.0 以上で 4 因子を得た。第 1 因子(寄与率 23%)は「有能な」、「頼りになる」、「明るい」などの 6 項目の因子負荷が高く、「肯定性因子」と名づけた。第 2 因子(寄与率 21%)は「とげのある」、「わがままな」などの 5 項目の因子負荷が高く、「非友好性因子」と名づけた。第 3 因子(寄与率 14%)は「無口な」、「内気な」などの 4 項目の因子負荷が高く、「内向性因子」と名づけた。第 4 因子(寄与率 12%)は、「不器用な」、「鈍感な」の負荷が高く、「愚鈍因子」と名づけた。この中で第 1 因子は一般的な肯定性を表しており、主要な従属変数にあたると考えられる。

次に、印象評定の 4 つの因子の因子得点を従属変数、SSQ9 を共変量として、2(メッセージ:共感／非共感)×2(関係:友人／他人)の共分散分析を行った。分析の結果、肯定性因子において、メッセージの送り手と受け手の関係性の主効果が有意だった($F(1, 35)=18.80$, $p<.001$)。友人のほうが他人(実験協力者)よりも、肯定的に判断されていた(順に *Ms* =0.45 vs. -0.50)。また、送り手と受け手の関係とメッセージ内容との交互作用効果が有意だった($F(1, 35)=11.94$, $p<.01$)。共変量の影響を取り除いて求めた最小二乗平均値を Table 1 に示す。

Table 1　印象評定(肯定性因子)の実験条件ごとの平均値(最小二乗平均)と標準誤差(カッコ内)

	共感	非共感
友人	0.88(0.22)	0.02(0.23)
他人	-0.88(0.24)	-0.12(0.24)

Table 1 からわかるように、平均値の差は仮説と一致していた。すなわち、友人の場合、共感的メッセージのほうが非共感メッセージよりも肯定的に評価されるが、他人の場合は非共感メッセージのほうが共感的メッセージよりも肯定的に評価される、というものである。フィッシャーの LSD 法による下位検定の結果、友人条件における共感条件と非共感条件の間、および他人条件における共感条件と非共感条件の間に 5%水準で有意差があった。従って仮説は支持された。

考察

主要な従属変数である印象評定の肯定性因子では仮説どおりの交互作用効果が有意だった。平均値も仮説と一致する差が見出された。当然のことながら、友人のほうが他人よりも肯定的に評価されていたが、その値は正確な視点取得をするかどうかによって違っていた。友人の場合は正確な視点取得をしているほうが、不正確な視点取得をするよりも肯定的に評価されていたが、他人の場合は不正確な視点取得をする場合のほうが、正確な視点取得をする場合よりも肯定的に評価されていた。送り手が友人の場合でのみ先行研究と同じく共感の肯定的な効果が見られたことは、共感が効果を持つ条件が限定的であるとする本研究の主張と合致する結果である。

このとき、友人条件の「友人」がどの程度の友人であるかが問題となるが、これについては「知り合ってから 6 ヶ月以上経つ同性の友人」と条件を提示した以外、操作チェックなどは行っていないので確かなことは言えない。しかし、あくまで推測の域は出ないものの、ボランティアで参加する友人の依頼に応じて、わざわざ実験に無償で参加していることを考えると、参加者とかなり親しい関係であることが推測される。

しかし、研究 1 には次のような問題点が残る。第一に、参加者の感情状態は緊張しているものと仮定しているが、必ずしも全員が緊張していたとは限らず、結果として共感条件のメッセージが本当に共感となっていたかどうかは保証されない。この点を確認するため、状態不安尺度を、実験中、参加者がメッセージを受け取った時点で測定した結果、全体的な傾向としては平常時に比べて研究 1 の参加者は有意に緊張していたことが先行研究との比較から示唆された。

第二に、友人条件には友人を連れてくることが出来る参加者を割り当て、それ以外の参加者を他人条件に割り当てた結果、この要因がランダム配置にはなっていない。想定される個人差要因をSSQ9で測定し、統制はしたが、他の個人差要因が関連している可能性がある。

第三に、本研究では、友人条件では共感が非共感よりも受け手のことを理解したものと受け止められ、他人条件では共感が非共感よりも面子をつぶすものと受け止められるという仮定をしていたが、送り手がどの程度自分のことを理解していると思うかや、送り手の発言がどの程度面子をつぶすものかが測定されていないため、こうした仮定は推測の域を出ない。

これらの点のうち、第一の点は緊張の程度の分散を考えるとやや問題を残すものの、ほぼ対処できており、

第二の点は対応が十分ではなく、第三の点は新たな実験を行う必要がある。そこでこれらの点を改善すべく、研究 2 を行うこととした。研究 2 では参加者に送り手の発言がどの程度相手のことをわかったものか、受け手の発言にどの程度反発を感じるか(リアクタンス:面子への脅威の指標と考えている)を尋ね、研究 1 ではっきりしなかった、メッセージがどのように受け止められたのかを測定することとした。さらに研究 2 はシナリオ実験とすることにした。サポートの送り手と受け手の関係として友人条件と他人条件をもうけ、それぞれに半数ずつ参加者を割り当ててランダム配置とすることで第二の問題点を改善した。また、シナリオに参加者自身の感情状態を「緊張している」と明記することで共感および非共感の条件の操作をより明確にした。しかし一方でシナリオ実験には実験がリアリティに欠けるという問題点がある。実際に緊張するような状況でサポートを受け取った研究 1 と違い、想像上の反応しか測れないという問題である。しかしそうした限界は踏まえつつ、研究 1 のような実験室実験における感情操作の難しさという点を改善できる長所を積極的に活用することとした。

研究 2

方法

実験デザイン　メッセージの内容(共感／非共感)×受け手と送り手の関係(友人／他人)の 2 要因各 2 水準、すべて参加者間要因の実験デザインを用いた。

実験参加者　大学生 58 名(男子 20 名、女子 38 名;平均年齢 21.22 歳(SD =1.36))

手続き　授業中に質問紙を配布し、集合調査の形式で実施した。最も親しい同性・同世代の友人、又は同性・同世代の初対面の人(他人)とのやりとりを想定してもらい、シナリオを読んで質問紙に回答してもらった。シナリオの内容は以下のとおりである:「大事なスピーチ大会を前にあなたはとても緊張しています。本番前にあなたはAさんに出会いました。Aさんは次のように言いました」。この「Aさん」が友人または他人(初対面の人)として想定してもらった人にあたる。この後の「Aさん」のセリフで共感条件か非共感条件かを操作した。セリフの内容は研究 1 の共感条件、非共感条件と全く同一だった。

尺度　主要な従属尺度として、研究1の印象評定と同じ 17 項目を用いた。またメッセージがどの程度自分の状況についてよく理解したものかを 6 点尺度(1 非常にあてはまる～6 まったくあてはまらない)で測定した(「相手は私の状況についてよく理解している」; 以下、「理解得点」と略記)。リアクタンスとして、メッセージにどの程度反発を感じるかを 3 項目の両極 1 次元の 6 点尺度で尋ねた(「1 非常に感じが悪い—6 非常に感じがよい」など α =.83)。

結果

まず印象評定について、因子分析(主因子法、バリマックス回転)を行ったが、研究 1 の主要な従属変数と考えられる肯定性因子の 6 項目中 3 項目を含む因子が得られたものの、完全に一致する因子は得られなかった。そこで一貫性を持たせるために、研究1の肯定性因子に含まれている 6 項目と同じ項目の得点を合計し(α =.70)、研究 2 の主要な従属変数とした(以下、「肯定性得点」と略記)。

肯定性得点、リアクタンス、理解得点を従属変数に、2(関係:友人／他人)×2(メッセージ:共感／非共感)の分散分析を行なった。その結果、まず、肯定性得点においてメッセージ内容の主効果のみが有意だった(F(1,54)=6.31, p<.05)。共感条件のほうが非共感条件よりも送り手を否定的に評価していた(順に、Ms=26.30 vs. 29.36)。予測した交互作用は有意ではなかった(F<1, $n.s.$; 条件ごとの平均値は Table 2 参照)。

Table 2　印象評定(肯定性得点)の実験条件ごとの平均値と標準偏差(カッコ内)

	共感	非共感
友人	27.67(4.27)	29.93(3.69)
他人	24.93(5.30)	28.79(5.06)

リアクタンスにおいて、関係の主効果のみが有意であり(F(1,54)=10.19, p<.01)、友人のほうが他人よりも反発を感じていなかった(順に、Ms =6.62 vs. 8.52)。交互作用は有意ではなく(F<1, $n.s.$)、仮定どおり、他人条件においてのみ、共感のほうが非共感よりも反発を感じているという結果にはならなかった。また、理解得点においても、関係の主効果のみ有意で(F(1,54)=6.95, p<.05)、友人のほうが他人よりも自分の「状況をわかった」ものと受け止めているという差が見出された(順に、Ms=4.17 vs. 3.34)。ここでも本研究の仮定どおり、友人条件においてのみ共感のほうが非共感よりも理解したものと受け止められるという結果にはならなかった。

考察

主要な従属尺度である肯定性得点において仮説は支持されなかった。他人条件だけでなく、友人条件でも共感メッセージのほうが非共感メッセージよりも、その送り手を否定的に評定している、という結果だった。研究 1 と異なり、研究 2 では正確な視点取得という意味での共感メッセージは否定的な効果しか持たなかった。

本研究では、他人の場合には共感を示すことが受け手の面子をつぶすような行為と解釈されるのではないかと仮定していた。しかしリアクタンスの結果を考えると、

友人と比較して、他人に対しては常に反発を感じていた。リアクタンスが面子への脅威の指標であると仮定した場合、この結果はメッセージ内容によらず、他人からの慰めは友人からのものよりも常に面子への脅威を含むものである可能性を示唆する。この結果は、友人のほうが他人よりも面子に対する脅威が少ないという指摘と合致する(Brown & Levinson, 1987)。いずれにせよ、リアクタンスが面子への脅威の指標として適切だったのかどうかを含め、検討の余地があると考えられる(例えば、Goldsmith & MacGeorge(2000)では面子への脅威として、相手から好意を持たれているように感じるか、批判されているように感じるか、という指標を用いている)。

他方、友人の場合、共感のほうが非共感よりも送り手が受け手のことを理解していると解釈されると仮定していたが、理解得点の結果からは、仮定どおりにメッセージが解釈されているとは限らないことが示唆される。これらの結果から、仮説で想定していたプロセスが生じていたのかどうかはっきりしない。しかし、友人条件と他人条件の違いは、概念的にはメッセージの受け手の視点や感情を読み取ってくれるという期待があるかないかの違いだと仮定していたが、理解得点で友人のほうが他人よりもより自分のことを理解してくれているという差が得られたことは、そうした期待の違いを表したものとも考えられる。従ってこの点に関しては本研究の仮定がある程度妥当なものであることの傍証となると考えられる。

総合考察

研究 1 では印象評定の肯定性因子の平均値で仮説どおりの差が得られた。この差は、常により共感を示している慰めのメッセージほどより肯定的に評定されるという Burleson らの研究(Burleson & Samter, 1985a; Samter *et al.*, 1987)とは一致しない結果である。仮説 2 で想定したような、慰めのメッセージの受け手と送り手とが親しくない場合のように、場合によっては共感を示さないメッセージのほうが共感を示したメッセージよりも肯定的に評定されることもあるという可能性が示唆される。共感的メッセージの否定的効果のみを示した研究 2 の結果と併せると、正確な視点取得という意味での共感的メッセージの効果は先行研究で考えられてきたよりかなり限定的であることが示唆される。こうした結果は、先行研究で操作されていた「共感」が「視点取得」以外の要素を含んでいたことと、「共感」が最も効果を持つ条件に限定されていたことにより、「共感」の効果を過大に見積もっていた可能性を示唆する。今後は今回焦点をあてた「正確な視点取得」という要素だけでなく、「共感」の他の要素についても独立に操作してその効果を検討する必要があるだろう。また、今回取り上げた他人条件のように、共感が効果を持たない条件がないか慎重に見極める必要があるだろう。

先述のとおり、本研究で用いた「共感」の操作は、共感の要素の中でも「正確な視点取得」という側面にのみ重点を置いたメッセージ内容によって行われた。そのため、一般に思われている「同情」や「同じ感情を感じること」としての「共感」とは異なり、違和感を覚えることもあるかもしれない。しかしこれは、先行研究で「共感」の重要な要素として指摘されていた「正確な視点取得」の効果を確かめるためである。そうした考えに基づき、「共感条件」が相手の感情を正確に言い当てるメッセージ、「非共感条件」が相手の感情を不正確に認識するメッセージとして操作されており、「共感」を「正確／不正確な視点取得」ととらえる問題設定に照らして妥当性のある操作であったと考えられる。

また、従属変数として用いた印象評定の因子構造が安定していないという問題点もあった。これは一つには、参加者数が印象評定の質問項目数に比べ比較的少なかったためと考えられる。第二に、5 因子モデルのうちの 4 因子に負荷の高い項目をそれぞれ用い、項目数が少ないのにも関わらず項目内容にばらつきを持たせようとしたためである可能性もある。今後はより実験参加者数を増やすことと、質問項目も少ない因子数を想定して内容をそろえることにより、因子構造を安定させる必要がある。しかし、同一の因子が得られなかったとはいえ、研究 2 でも主要な従属変数とした肯定性得点の信頼性はある程度の高さ(α=.70)を示しており、分析に耐えるうるものであったと思われる。

しかしこの研究の結果の先行研究との違いには別解釈の可能性も残されている。それは先行研究との文化差の問題である。Burleson & Mortenson(2003)によると集団主義文化では個人主義文化(アメリカ)に比べてメッセージの内容の差異にあまり敏感ではないという。そのために集団主義文化に属すると考えられる日本で行われた本研究では Burleson(1994)の主張するようなメッセージの共感性の効果が薄れてしまったのかもしれない。しかし研究 1 の他人条件や研究 2 では共感的メッセージの送り手が明らかに否定的に評定されている結果が得られており、単に共感の効果が薄れたために起こった結果ではない。

ここで本研究のその他の問題点をいくつか指摘しておこう。まず、研究 1 と研究 2 とで結果が(特に友人条件に関して)一貫しなかった点である。研究 1 と研究 2 とで結果が異なった理由は、一つには研究 2 がシナリオ実験であったため、特に友人条件で自分の感情が理解されたという実感が湧かなかったためである可能性がある。今後は実験のリアリティを高める必要がある。しかし、研

究 1 で友人条件と他人条件とがランダム配置になっていなかったことが影響している可能性は排除できない。関連する変数として知覚されたサポートを測定したが、他の要因で違いが生じていることも考えられる。今後は、この要因をランダム配置にできるよう、実験手続きを工夫する必要がある。

また、研究 2 の理解得点やリアクタンス得点において、仮説の背後にある仮定を支持するような結果が得られなかったことである。このため、仮説で仮定した通りのプロセスが生じていたのかどうかがはっきりしない。もちろん研究 2 では他人条件においてのみ仮説どおりの結果が得られたのでそうしたプロセスが生じておらず、研究 1 では生じていた可能性はある。今後は仮説どおりの結果を再現したうえで、メッセージと送り手をどのように認知するかという認知プロセスに関わる変数を詳細に検討することで、共感的メッセージの効果がなぜ生じるのかについて検討する必要がある。

さらに、本研究で用いた場面は研究 1、研究 2 いずれもスピーチ前に緊張している受け手を励ますという場面だけであった。そのため本研究の結果はあまり一般性がないといえる。今後はより広範な慰めの場面について検討するとともに、扱う感情も緊張だけでなく慰めに関連する様々な感情(落胆や悲しみなど)を扱う必要があるだろう。

加えて、結果が日常の慰めの場面と同様のものかどうかは保証されないということが挙げられるだろう。特に研究 2 ではシナリオ実験を用いたため、実験のリアリティが問題となるだろう。また、研究 1 ではより実験的リアリティの高い実験室実験を行っているが、現実のサポート場面とは明らかに異なる設定であり、日常的リアリティに欠けているとも考えられる。こうした欠点を補うために、参加者の実生活での経験を調べるアプローチ(naturalistic paradigm; Burleson & MacGeorge, 2002)などを併用することで、結果の生態学的妥当性を高める必要があるだろう。

以上のような問題点は残されているものの、本研究は慰めのメッセージにおいて共感的なメッセージが常に有効であるわけではないということを示唆しているという点で、従来の共感研究(特にコミュニケーション研究としての共感研究)に寄与するものである。その際、「共感」の内容(要素)を分離することと、「共感」がやりとりされる文脈(特に送り手と受け手の関係性)を考慮することの重要性を提言することができるだろう。また、慰めの行為として考えた場合、より有効なサポート・メッセージの特徴の解明に寄与し、ソーシャル・サポート研究にもインプリケーションを持つものと言えるかもしれない。特に、コミュニケーション研究としてのソーシャル・サポート研究(Burleson, Albrecht, & Sarason, 1994; Burleson & MacGeorge, 2002)に寄与する研究と言えるだろう。さらに、方法上の貢献としては、共感研究、ソーシャル・サポート研究ともに、明確にメッセージ内容を操作した研究はシナリオ実験でしか行われておらず、研究 1 のように実験室実験で実際に受け取るメッセージ内容を操作した研究はこれまで行われていない点が挙げられる。今後、こうした実験室実験を積み重ねていくことは、有効なメッセージの特徴を解明する上で意義のあることと考えられる。

引用文献

Applegate, J.L. 1980a Adaptive communication in educational contexts: A study of teachers' communicative strategies. *Communication Education*, 29, 158-170.

Applegate, J.L. 1980b Person- and position-centered teacher communication in a day care center: A case study triangulating interview and naturalistic methods. In N.K. Denzin(Ed.), *Studies in symbolic interaction* (Vol. 3). Greenwich, CT: JAI Press. pp.59-96.

Barnes, M.K. & Duck, S. 1994 Everyday communicative contexts for social support. In B. R. Burleson, T.L. Albrecht, & I.G. Sarason (Eds.) *Communication of social support* CA: Sage. pp.175-194.

Bernstein, B. 1974 *Class, codes, and control: Theoretical studies towards a sociology of language* (rev. ed.). New York: Schoken Books.

Brown, P. & Levinson, S.C. 1987 *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Burleson, B.R. 1982 The development of comforting communication skills in childhood and adolescence. *Child Development*, 53, 1578-1588.

Burleson, B.R. 1994 Comforting messages: Features, functions, and outcomes. In J.A. Daly & J.M. Wiemann (Eds.), *Strategic Interpersonal Communication*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. pp.135-161.

Burleson, B.R., Albrecht, T.L., & Sarason, I.G. (Eds.) 1994 *Communication of social support*. CA: Sage.

Burleson, B.R. & MacGeorge, E.L. 2002 Supportive communication. In M.L. Knapp & J.A. Daly (Eds.), *Handbook of interpersonal communication* (3rd ed.) Thousand Oaks, CA: Sage. pp. 374-424.

Burleson, B.R. & Mortenson, S.R. 2003 Explaining cultural differences in evaluations of emotional support behaviors: Exploring the mediating influences of value systems and interaction goals. *Communication Research*, 30, 113-146.

Burleson, B.R. & Samter, W. 1985a Consistencies in theoretical and naïve evaluations of comforting messages. *Communication Monographs*, 52, 103-123.

Burleson, B.R. & Samter, W. 1985b Individual differences in the perceptions of comforting

messages: An exploratory investigation. *Central State Speech Journal*, 36, 39-50.
Davis, M.H. 1994 *Empathy: A social psychological approach*. Madison, Wis: Brown & Benchmark Publishers.
Goldsmith, D.J. 1992 Managing conflicting goals in supportive interaction: An integrative theoretical framework. *Communication Research*, 19, 264-286.
Goldsmith, D.J. 1994 The role of facework in supportive communication. In B.R. Burleson, T.L. Albrecht, & I.G. Sarason (Eds.), *Communication of social support*. CA: Sage. pp. 29-49.
Goldsmith, D.J. & MacGeorge, E.L. 2000 The impact of politeness and relationship on perceived quality of advice about a problem. *Human Communication Research*, 26, 234-263.
ハウエル, W.S.・久米昭元 1992 感性のコミュニケーション 大修館書店
稲葉昭英 1998 ソーシャル・サポートの理論モデル. 松井豊・浦光博編 人を支える心の科学 誠信書房 pp.151-175.
柏木繁男・和田さゆり 1996 5因子モデル(FFM)による性格特性テストの併存的妥当性の検討 心理学研究, 67, 300-307.
柏木繁男・和田さゆり・青木考悦 1993 性格特性の BIG FIVE と日本語版ACL項目の斜交因子基本パターン 心理学研究, 64, 153-159.
松崎学・田中宏二・古城和敬 1990 ソーシャル・サポートの供与がストレス緩和と課題遂行に及ぼす効果 実験社会心理学研究, 30, 147-153.
大西良・辻丸秀策・大岡由佳・鋤田みすず・福山裕夫 2005 福祉学生の気分状態とSTAIとの関連性について. 久留米大学健康・スポーツ科学センター研究紀要, 13, 23-29.
Patton, B.R. & Giffin, K. 1981 *Interpersonal Communication in Action: Basic Text and Readings* (3rd ed.), New York: Harper & Row.
Rogers, C.R. 1957 The necessary and sufficient conditions of therapeutic personality change. *Journal of Consulting Psychology*, 21, 95-103.
Rogers, C.R. 1966 Client-centered therapy. In S. Arieti (Ed.), *American Handbook of Psychiatry* (vol. 3.) New York: Basic Books. pp. 183-200.
Rogers, C.R. 1975 Empathic: An unappreciated way of being. *Counseling Psychologist*, 5, 2-10.
Samter, W., Burleson, B.R., & Murphy, L.B. 1987 Comforting conversations: The effects of strategy type on evaluations of messages and message producers. *The Southern Speech Communication Journal*, 52, 263-284.
清水秀美・今栄国晴 1981 STATE-TRATE ANXIETY INVENTORY の日本語版(大学生用)の作成. 教育心理学研究, 29, 348-353.
Werner, H. 1957 The concept of development from a comparative and organismic point of view. In D.B. Harris (Ed.), *The concept of development.* Minneapolis: University of Minnesota Press. pp. 125-146.
Wyer, R.S. & Gruenfeld, D.H. 1995 Information processing in interpersonal communication. In D.E. Hewes (Ed.), *The cognitive bases of interpersonal communication*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. pp. 7-47.

Are empathic messages really effective? :
The effects of these messages on the impression of message providers

Kenichi GENJIDA (*Graduate School of Social Sciences, Hitotsubashi University*)
Koji MURATA (*Graduate School of Social Sciences, Hitotsubashi University*)

Previous studies indicated that people perceived empathic messages positively and that these messages were effective. However, in these studies, empathy contained several components or its effect was examined in the context of close personal relationships. This study focuses on empathy as communicative acts in the context of comforting and examined how the empathic messages, compared to non-empathic messages, influence evaluations of message providers by recipients in two experiments. Here we concentrated on the most central component of empathy (perspective taking). Closeness of provider-recipient relationships, which is considered to be moderator of effectiveness of empathy, was included in the experimental conditions, and participants evaluated message providers. In experiment 1, the result suggested that under the high-closeness condition, empathic message providers tended to be evaluated more positively, whereas, under the low-closeness condition, empathic message providers tended to be evaluated more negatively. In experiment 2, empathic message providers were evaluated more negatively regardless of closeness. Therefore, it was suggested that positive effect of the component of empathy examined in this study is limited.

Keywords: empathy, closeness, facework, comforting, emotional support.