

迷惑抑止メッセージと記述的規範が社会的迷惑行為と感情に及ぼす効果^{1), 2)}

油尾 聡子*・吉田 俊和*

The Effect of Appreciative Message and Descriptive Norms on Inconsiderate Public Behavior and Affect

Satoko YUO* and Toshikazu YOSHIDA*

This study investigated how a statement of appreciation can act as a deterrent toward inconsiderate public behavior. We focused on the message, such as "THANK YOU FOR SEPARATING YOUR TRASH" to evoke the norm of reciprocity, which was expected to induce compliance, while expressing appreciation for people's cooperation in advance. This message was predicted to be effective when (1) the descriptive norm is consistent with the injunctive norm due to reciprocity. However, (2) it was expected to fail when the two norms are inconsistent, because the message would be unrealistic, and people will feel dissonance. We surveyed 232 Japanese university students using a 2 (thank-you versus neutral messages) × 2 (consistent versus inconsistent norms) between-subjects design. In the trash disposal episode, results indicated that participants given a thank-you message when two norms conflicted, were not inclined to separate their trash, whereas they felt positively and reciprocated when the two norms were consistent. These results indicated that it is important to keep the two norms consistent in order to activate reciprocity toward the thank-you message.

key words: inconsiderate public behavior, persuasion, reciprocity, descriptive norm

問題と目的

日常生活を送るうえで、犯罪にはならなくとも、ある行為によって人々の快適な生活が阻害され、迷惑を被る人が現れるという事態はしばしば見受けられる。図書館で大きな声で話す、タバコや空き缶をポイ捨てするといった行為である。このような「行為者が自己の欲求充足を第一に考えることによって、結果として他者に不快な感情を生起させる」(斎藤, 1999) 行為は、「社会的迷惑行為」と呼ばれ、問

題となっている。

しかしながら、これらの行為は、文化差や個人差を越えてすべての人にとって迷惑と認知されるわけではなく、行為者にとっても、迷惑行為だと認識せずに実行していることもある。例えば、吉田・安藤・元吉・藤田・廣岡・斎藤・森・石田・北折(1999)では、結婚式における迷惑行為について、学生とその母親との間で許容度に差が見られている。高木・村田(2005)では、迷惑行為者と迷惑認知者との間で、注目する規範が異なっていることによっ

* 名古屋大学大学院教育発達科学研究科

Graduate School of Education and Human Development, Nagoya University

1) 本論文の英文要約をご校閲いただきました高井次郎先生(名古屋大学大学院教育発達科学研究科)、調査実施にご協力いただきました水野りか先生(中京大学人文学部)、黒川雅幸先生(福岡教育大学教育学部)、吉田琢哉氏(名古屋大学大学院教育発達科学研究科)および学生の皆様に記して感謝申し上げます。

2) 本研究の一部は、日本社会心理学会第49回大会(2008)にて発表された。

て迷惑だと認知されることがあると主張し、双方の注目する規範を一致させることで迷惑行為だと認知しにくくなることを部分的ではあるが示した。また、Aronson (1992) の自己正当化 (self justification) のバイアスに基づく、迷惑行為者が自己を正当化することで、迷惑行為をしているのではないと認知を歪めてしまうこともある。これに対し、互惠性の原理は、あらゆる集団において広く普遍的に存在するといわれている (Gouldner, 1960)。互惠性の原理とは、好意を与えてくれた他者に対して、同様なお返しをしなければならないという規範である (Gouldner, 1960)。迷惑行為は、行為者にとっても、それを見る人にとっても、必ずしも迷惑行為と認知されるわけではない。しかし、互惠性は万人に影響を与える。したがって、互惠性の原理を利用すれば、たとえ迷惑行為だと認知されていなくても、迷惑行為を抑止することができると考えられる。本研究では、互惠性の規範を喚起させる迷惑抑止方法について検討を行う。具体的には、感謝の提示を好意の提供とし、その好意に応えようとするために規範遵守的な行動を取ることを互惠性にとらえる。互惠性は、援助行動を引き出す説得方法の 1 つとして論じられることが多かった (e.g., Cialdini, 2001; Greenberg & Frisch, 1972; Regan, 1971)。援助行動などのポジティブな行動の促進だけでなく、迷惑行為というネガティブな行動の抑制に対しても互惠性が機能するのかということは、これまでほとんど研究されてこなかった。

現実の迷惑行為抑止対策としては、看板や貼り紙に迷惑抑止メッセージを提示するという対策が多く見られる。この対策方法は、提示されたすべての人がメッセージに目を通し、理解を示すとは限らず、また、実際に人に注意を受けるよりもインパクトが弱いと考えられるが、比較的容易に実行でき、すべての人にそれぞれ時間を割いて注意をする必要がなくなるため、効率的である。本研究では、このようなメッセージの提示を通して互惠性規範を喚起させ、その効果を検討する。互惠性は対人場面において言及されることが多く、特に対人関係の初期の段階において重要な役割を果たすと考えられている (小川, 2003)。本研究において互惠性が生じるとされる状況は、メッセージを介した間接的な対人場面であり、多くの場合、未知のメッセージ提示者と、

メッセージを見た不特定多数の人という不明瞭な二者間での互惠的な相互作用となることが考えられる。このような場面では、直接的な対人場面よりも互惠性効果が弱められる可能性がある。しかし、Kunz & Woolcott (1976) は、見ず知らずの他者に対してクリスマスカード (好意) を送ったところ、多くの返信が返ってきた (好意に対する返報) ということを明らかにしており、間接的な対人場面においても互惠性効果が表れることを示唆している。また、Cialdini (2001) によると、互惠性は、見知らぬ人や嫌いな人にまでも効果が発揮されるほど強大な影響力を持っている。近年、コンビニエンスストアなどを中心に見られるようになった「店のトイレをきれいに使用してください、ありがとうございます。」といったメッセージは、丁寧な言葉遣いで感謝の意を提示することで、促した行動を取るように動機づけるという一種の互惠性効果を生じさせていると考えられる。このような互惠性は、全く同質な好意のやり取りではないため、Gouldner (1960) で言われるような同様な好意のやり取りという互惠性の定義にそぐわないように見える。しかし、コーラをもらった相手からチケットを購入して欲しいと頼まれたときに、チケットを多く購入してしまう (Regan, 1971) というやり取りが互惠性とされており、他の研究においても同様の方法が用いられていることから (e.g., Goeil, Roberto, Meyer, & Carlyle, 2007)、受け渡しされる好意は全く同質である必要はないことが認められている。つまり、同様な好意のやり取りといっても、好意的な気持ちのやり取りであれば互惠性が生じていると考えられる。本研究における感謝と丁寧な言葉遣いによる好意の提供と、それに対する規範遵守的な行動という好意の返報も、好意のやり取りという点から、間接的な対人場面における互惠性の一種であると考えられる。以下、このように互惠性規範を喚起させると同時に、他者の行動規範 (記述的規範) をも暗示する「～してください、ありがとうございます」というメッセージを「感謝メッセージ」とする。このメッセージについて、西村・野田 (2006) は、「婉曲表現」とし、他のメッセージよりも、トイレをきれいに使用するという行動を促進する効果があることを示している。北折・吉田 (2000) では、制裁を提示するメッセージに違反駐輪の強い抑止効果があることが示さ

れているが、西村・野田(2006)では、それらのメッセージよりも感謝メッセージのほうが効果的であることが示唆されている。

感謝メッセージの迷惑抑止効果を検討するに当たって、効果を比較するための統制条件を設ける必要がある。メッセージを提示しないという統制条件を設ける方法も考えられるが、本研究では、互惠性規範を喚起させることによる迷惑抑止効果のみに着目するため、統制条件においてもメッセージを提示し、メッセージを提示するか否かによって生じる影響要因を統制する。統制条件メッセージとしては、「～しましょう。」というメッセージ(以後、「行動促進メッセージ」とする。)を扱う。ここで、社会的迷惑行為の抑止方法には、2つの方法がある。1つは、「規制的な方略」で、「ルールや規制などの制度的側面によって迷惑行為を禁止する方略」である。もう1つは、「共生的な方略」で、「キャンペーンなどによって個人の良識やモラルを向上させ自律的に迷惑行為を抑止する教育的側面を重視」した方略である(吉田・元吉・北折, 2000)。感謝メッセージも行動促進メッセージも、共生的な方略であると考えられる。本研究では、行動促進メッセージについて、感謝メッセージと同じく共生的な方略を用いているが互惠性効果はないという単なる行動促進効果のみを含むメッセージを統制条件のメッセージとし、感謝メッセージは、行動促進効果に加えて互惠性による迷惑抑止効果を含むメッセージとして比較検討を行う。

感謝メッセージは、周囲の他者の行動として示される記述的規範についても言及していると考えられ、メッセージを見た人はそれとほぼ同時に記述的規範に注目すると考えられる。感謝メッセージが提示された場合に限らず記述的規範は迷惑行為に強く影響すると考えられるが(e.g., 北折・吉田, 2000), 特に感謝メッセージを見たときには、記述的規範に注目しやすくなるため、強い影響力が示されると考えられる。よって、記述的規範の要因も、メッセージの効果を左右する重要な要因として同時に検討し、メッセージと記述的規範の交互作用効果を検討する。

記述的規範と命令的規範

上述のように、実際の行動場面になると、メッセージだけでなく、その場の状況(例えば、トイレ

が汚れているかいないか、つまり、自分より先にトイレを汚した迷惑行為者がいたかどうかということ)は重要な要因となってくる。特に、感謝メッセージは、メッセージを見ている人の今後の行動に対しても、それ以前にメッセージを見た人の行動に対しても感謝しているようにとらえることができる。この点に関して、Cialdini, Kallgren, & Reno (1991)は、規範的行為の焦点化理論を提唱している。その理論によると、社会的規範には「記述的規範(descriptive norm)」と「命令的規範(injunctive norm)」があり、前者は他の人々が実際に取っている行動を規範として示すものであるのに対し、後者は人々が是とする、または非とする規範を示すものである。したがって、前者は行動についての情報を与えるのに対し、後者は行動を命じる規範である。この2つの規範の焦点が一致したとき、規範に従って行動が動機づけられたり方向づけられたりする。これらのことから、迷惑行為を抑止するにあたって、メッセージとして提示される命令的規範と、周囲の他者の行動として示される記述的規範とが、迷惑行為をしてはいけないという唱導方向に一致していると、迷惑抑止対策としてより効果的なものになることが予測される。記述的規範と命令的規範の焦点が一致しているとき、つまり、2つの規範が迷惑行為を抑止する唱導方向として一致しているときには、感謝メッセージは、「～していただき」の部分で、迷惑行為をするべきではないという記述的規範のさらなる焦点化を促進しているためと、丁寧な言葉遣いを用いているためと、「ありがとうございます」というメッセージによる互惠性効果のために、行動促進メッセージよりも強い迷惑抑止効果を示すだろう。反対に、記述的規範と命令的規範の焦点が一致していないとき、つまり、命令的規範は迷惑行為をしてはいけないという一方向のみであるため、それに一致せず、迷惑行為を容認するような記述的規範の場合には、メッセージを見た人は一種の不協和状態(Festinger, 1957)になることが考えられる。なぜなら、周囲の他者はメッセージに従った行動を取ることが適切であると考えられているにもかかわらず、迷惑行為が行われているという現実があり、これがメッセージの期待と一致しないために、メッセージが不自然なものとして受け取られてしまうからである。感謝メッセージでは、規範を守ってくれ

たことに感謝しているような言葉を提示しているため、行動促進メッセージよりも周囲の他者に対する規範遵守の行動の期待が大きいと考えられる。そのため、メッセージの唱導方向と記述的規範が一致していないことによる不協和が喚起された場合、感謝メッセージのほうが行動促進メッセージよりもメッセージが不自然に受け取られる可能性が高く、不協和の程度も強くなると考えられる。不協和低減のために、人々は、迷惑抑止を唱導するメッセージが迷惑行為をしてもよいとする記述的規範のどちらかに従って行動するように動機づけられるだろう。このとき、記述的規範に従った迷惑行為のほうが、個人にとってはコストがかからないため、迷惑行為を取るように動機づけられると考えられる。よって、感謝メッセージは、記述的規範がメッセージの唱導方向と不一致のとき、行動促進メッセージよりも強く不協和が喚起され、迷惑抑止効果が弱くなってしまうだろう。

メッセージと記述的規範によって生起する感情

上記のように、記述的規範とメッセージの唱導方向が不一致の状態にあるとき、メッセージを見た者に不協和が喚起されると考えられる。不協和が喚起されると不快な感情が生起する (Festinger, 1957) ため、感情の方向としてはネガティブになるだろう。一方で、記述的規範とメッセージの唱導方向が一致しているときには、互惠性規範が喚起されると考えられるが、生起する感情としては、感謝 (gratitude) や好意 (liking) といったポジティブな感情 (Gouldner, 1960; Greenberg & Frisch, 1972) であるのか、負債感 (indebtedness) というネガティブな感情 (Greenberg & Shapiro, 1971) であるのかが明確ではない。実際には、ポジティブな感情とネガティブな感情のどちらか一方が喚起される場合も、両方とも喚起される場合もあると考えられる。本研究で検討する感謝メッセージは、共生的な迷惑抑止方略を用いており、自主的な迷惑の抑制を図るという点からも、負債感のようなネガティブな感情よりも、好意などのポジティブな感情をより強く喚起させることのほうが望ましいと言える。このことを検討するためには、互惠性規範が喚起されたということだけでなく、生起した感情の方向性も明確にすることが必要と考えられる。したがって、本研究では、互惠性規範や不協和が喚起されたときに付随して生

起すると考えられるポジティブ・ネガティブ感情一般について測定し、感情の方向性を明らかにする。なお、先行研究では、好意 (favor) の提供によってポジティブな感情を生起させ、それによって説得が成功しているという説明が実験的におおむね支持されている (e.g., Burger, Soroka, Gonzago, Murphy, & Somervell, 2001; Greenberg & Frisch, 1972; Kiesler, 1966; Tsang, 2006)。それに対し、好意の提供によって負債感といったネガティブな感情が喚起され、説得することができるという説明は、実験的にはほとんど支持されていない (e.g., Goeil & Boster, 2005)。また、ポジティブ・ネガティブ両方の感情を介した互惠性の説得効果についても検証されており、ポジティブ感情のみが説得に効果的であったことが示されている (Goeil et al., 2007)。さらに、そこでは、負債感というネガティブな感情の説得効果が示されなかったことについて、提供された好意が大きすぎたり、それに返報するためのコストが大きすぎたりする場合など、限られた状況でしかネガティブな感情による説得効果が見られないという可能性を考察している。ここでの互惠性は、ペットボトルの水を与えるという好意に対して、くじ付きのチケットを購入するという好意の返報であった。本研究で扱われる好意についても、単に感謝を提示するのみで、それに返報するコストもそれほど大きくないと考えられ、そもそもネガティブ感情が喚起される可能性は低いと考えられる。以上のことから、感謝メッセージの提示によって互惠性規範が喚起されるときには、それに返報しなければならないというネガティブな負債感というよりも、協力しようといったポジティブな感情のほうが生起していると考えられる。

以上より、本研究では、メッセージ (感謝・行動促進) と記述的規範 (メッセージの唱導方向と一致・不一致) という2つの独立変数が、行動、行動の理由、感情という従属変数に与える影響について、以下の仮説を検討する。

メッセージと記述的規範は、それぞれの従属変数に対して交互作用効果を示すだろう。具体的に述べれば、(1) 記述的規範がメッセージの唱導方向と一致しているときには、感謝メッセージを見た者は、行動促進メッセージを見た者よりも、規範遵守の行動を選択し、互惠性によって行動したと回答し、ポ

ジティブ感情が高くなるだろう。逆に、(2) 記述的規範がメッセージの唱導方向と不一致のときには、感謝メッセージを見た者は、行動促進メッセージを見た者よりも、迷惑行為を選択し、不協和によって行動したと回答し、ネガティブ感情が高くなるだろう。

方 法

調査対象者および実施時期

調査対象者は愛知県内の大学生 232 名（男子 82 名，女子 150 名；平均年齢 19.42 歳， $SD=1.42$ ）であった。調査の実施時期は 2007 年 11 月下旬で、授業時間内に心理学の課題の 1 つとして実施された。調査終了後、用紙が配布され、内容を詳細に説明されるとともにデブリーフィングが行われた。

質問紙

各質問紙には大学生が日常的に経験しやすい 2 つの迷惑行為場面が提示され、想定するように求められた。場面 1 は、食堂で、待っている人がいるのに、食べ終わっても席を立たないという場面（以下、「食堂場面」）であり、場面 2 は、分別をせずにゴミを捨てるという場面（以下、「ゴミ場面」）であった。

上記の迷惑行為場面には、それぞれ、2 種類の記述的規範（メッセージの唱導方向と一致・不一致）のうちのどちらか一方と、2 種類のメッセージタイプ（感謝・行動促進）のうちのどちらか一方が提示された (Table 1)。なお、調査対象者の個人差の要因が出ることを防ぐため、各回答者には、2 つの場面で、同じメッセージ・記述的規範が提示されることはなく、場面ごとに異なるメッセージ・記述的規範が提示され、カウンターバランスが取られた。例えば、場面 1 で、感謝メッセージと、メッセージの唱導方向と一致する記述的規範が提示された場合、場面 2 では、行動促進メッセージと、メッセージの唱導方向と不一致の記述的規範が提示された。したがって、Table 2 のような 4 種類の質問紙が作成された。

それぞれの場面状況とともに、記述的規範、メッセージが提示されたうえで、参加者は、どのような感情を抱いたか、実際にどのような行動を取るか、そしてなぜその行動を取ると回答したのかをたずねられた。

さらに、社会的に望ましく回答しようとする者を排除するため、社会的望ましき尺度への回答を求め

Table 1 調査で用いられた場面

場面 1. 食堂場面：食堂で、待っている人がいるのに、食べ終わっても席を立たない。	場面 2. ゴミ場面：分別をせずにゴミを捨てる。
あなたは、午前中の授業後、友人と 2 人で大学の食堂で昼食を取ることにしました。あなたが食堂に入ったところにはそれほど混雑していませんでしたが、あなたが食事を終える頃には混雑してきて、席が空くの待っている人たちが出てきました。ちょうど話が盛り上がっていたあなたとあなたの友人は、次の授業までまだかなり時間も残り、友人はこの後あなたとは違う授業を取るということもあり、空調も整っていて快適なこの食堂でもう少し友人と話したいと思いました。	さて、一日の授業をすべて終えたあなたは、この後アルバイトに行きます。まだそれまで少し時間が余っていたので、友人と軽く夕食をとることにしました。コンビニで買って、教室で食べることにしました。そして食事を終えて、ゴミを捨てに行きました。そしてもうその頃には急いでアルバイトに行かなければならない時間になっていました。
<u>記述的規範</u> <u>メッセージの唱導方向と一致</u> 周りを見渡すと、食後すんなりと席を立つ人が多く、わりと回転が良い様子でした。	<u>記述的規範</u> <u>メッセージの唱導方向と一致</u> ゴミ箱にはほとんどのゴミがきちんと分別されて入っていました。
<u>記述的規範</u> <u>メッセージの唱導方向と不一致</u> 周りを見渡すと、食事を終えても仲間同士でしゃべっている人たちがたくさんいました。	<u>記述的規範</u> <u>メッセージの唱導方向と不一致</u> ゴミ箱にはゴミがまったく分別されておらず、ゴミがあふれてとても汚い状態でした。
そしてふと見ると、食堂に以下のような貼り紙がありました。	そしてその近くには、以下のような言葉が書かれている看板が立ててありました。
<u>メッセージ</u> <u>感謝</u> 席をゆずりあってご利用いただき、ありがとうございます。	<u>メッセージ</u> <u>感謝</u> ゴミの分別にご協力いただき、ありがとうございます。
<u>メッセージ</u> <u>行動促進</u> 後の人に席をゆずりましょう。	<u>メッセージ</u> <u>行動促進</u> ゴミの分別をしましょう。

Table 2 調査で用いられた4種類の質問紙パターン

	食堂場面		ゴミ場面	
	メッセージ	記述的規範	メッセージ	記述的規範
	(感謝・行動促進)	(メッセージの唱導方向と一致・不一致)	(感謝・行動促進)	(メッセージの唱導方向と一致・不一致)
質問紙 A	感謝	一致	行動促進	不一致
質問紙 B	行動促進	不一致	感謝	一致
質問紙 C	感謝	不一致	行動促進	一致
質問紙 D	行動促進	一致	感謝	不一致

た。社会的望ましさ (social desirability) とは、パーソナリティ検査などにおいて影響する反応的構え (response set) の1つの変数として提唱されており、これによって、回答者が社会的に望ましい方向へ回答を歪める傾向があるとされている (Edwards, 1957; 肥田野・柳井・塗師・繁杵・高根, 1997)。迷惑行為は明らかに社会的に望ましくないものであり、本研究ではそのような行動を取るかどうかといったことを質問している。したがって、自分をよく見せようとして、実際よりも迷惑行為をしないと回答するなどの社会的望ましさによる歪みが生じる可能性が考えられる。本研究では、この影響を統制するために、社会的望ましさ尺度において社会的に望ましい方向に高得点を示した回答者を分析から除外する。

以下に、質問紙で用いた尺度、項目について詳細に説明する。

ポジティブ・ネガティブ感情尺度 提示された記述的規範とメッセージを見たときに感じた感情については、多面的感情尺度 (寺崎・岸本・古賀, 1992) を参考に独自に作成したポジティブ・ネガティブ感情尺度 10 項目を用い、どの程度感じたかを「全く感じなかった: 1」「あまり感じなかった: 2」「少し感じた: 3」「かなり感じた: 4」「非常によく感じた: 5」の5段階で回答を求めた。具体的な項目は Table 4 に記す。

実際の行動 提示された記述的規範とメッセージを見たときに取るであろう行動については、具体的な行動を規範遵守の行動と迷惑行為に分けて挙げ、それぞれについて「絶対にしないと思う: 1」「あまりしないと思う: 2」「少しすると思う: 3」「かなりすると思う: 4」「絶対にすると思う: 5」の5段階で回答を求めた。行動の項目数は、Table 3 に示した

ように、場面や記述的規範ごとに若干異なり、2項目 (規範遵守の行動1項目、迷惑行為1項目) または3項目 (規範遵守の行動2項目、迷惑行為1項目) であった。これは、場面や記述的規範の違いによって、実際に取るであろう行動の種類にも違いがみられると考えられたためである。4種類の質問紙は、すべての項目数、項目内容を統一して作成する方針であったが、行動の選択肢が少なすぎて回答者が困惑することを防止するため、項目内容や項目数をこのように各質問紙の内容に合わせることにした。規範遵守の行動が2項目になった場合には、2項目の平均値を算出し、これを規範遵守の行動得点とした。

自分の行動に対する理由 上述の行動の項目において、なぜそのように回答したのか、その理由について回答を求めた。理由の項目は、Table 3 に記したように、メッセージに対する互惠性3項目、メッセージに対する不協和1項目、その他考えられる具体的な理由を挙げたフィラー項目8項目 (例: 「ゴミが全く分別されず、汚い状態だったから。」「いつもそんなに気にせず食後のんびりすることが多いから。」) の計12項目であった。これらについて、それぞれ「全くあてはまらない: 1」「あまりあてはまらない: 2」「少しあてはまる: 3」「よくあてはまる: 4」「非常によくあてはまる: 5」の5段階で回答を求めた。互惠性と不協和の項目については、それぞれの定義を踏まえ、これによくあてはまるような項目を独自に作成した。

社会的望ましさ尺度 Crowne & Marlow (1960) の社会的望ましさ尺度33項目から、10項目を日本語訳した堀尾・高橋 (2004) の社会的望ましさ尺度10項目を使用した。評定は、「はい」「いいえ」の2件法であった。

Table 3 各質問紙パターンにおける行動項目と行動理由項目

食堂場面		ゴミ場面	
行動項目	行動理由項目	行動項目	行動理由項目
質問紙 A 規範遵守の行動		規範遵守の行動	
1. 友人との会話を少しだけ中断し、とりあえず席を立て食堂を出て別の場所を探して話す。	迷惑行為 1. 「席をゆずりあってご利用いただき、ありがとうございます。」という貼り紙を見て、誠意にこたえようと思ったから。 2. 貼り紙を見て、席をゆずらなければという義務感、負担を感じたから。 3. 貼り紙を見て、恩を感じ、何かお返しをして返したいと思ったから。	1. きちんと分別して、指定されたゴミ箱のところへ置いておく。 2. あいている他のゴミ箱を探しに行き、そこへきちんと分別して捨てる。	互恵性 1. 「ゴミを分別しましょう。」という貼り紙を見て、誠意にこたえようと思ったから。 2. 貼り紙を見て、きちんと分別しなければという義務感、負担を感じたから。 3. 貼り紙を見て、恩を感じ、何かお返しをして返したいと思ったから。
迷惑行為 2. その場でそのまま友人と会話をし続ける。	不協和 4. 貼り紙を見て、不快な気分になったから。	迷惑行為 3. 他のゴミと同じように、分別せずにゴミ箱へ押し込むかゴミ箱の近くへ置いておく。	不協和 4. 貼り紙を見て、不快な気分になったから。
質問紙 B 規範遵守の行動		規範遵守の行動	
1. 友人との会話を少しだけ中断し、とりあえず席を立て食堂を出て別の場所を探して話す。	互恵性 1. 「後の人に席をゆずりましょう。」という貼り紙を見て、誠意にこたえようと思ったから。 2. 貼り紙を見て、席をゆずらなければという義務感、負担を感じたから。 3. 貼り紙を見て、恩を感じ、何かお返しをして返したいと思ったから。	1. きちんと分別して、指定されたゴミ箱に捨てる。	互恵性 1. 「ゴミの分別にご協力いただき、ありがとうございます。」という貼り紙を見て、誠意にこたえようと思ったから。 2. 貼り紙を見て、きちんと分別しなければという義務感、負担を感じたから。 3. 貼り紙を見て、恩を感じ、何かお返しをして返したいと思ったから。
迷惑行為 2. その場でそのまま友人と会話をし続ける。	不協和 4. 貼り紙を見て、不快な気分になったから。	迷惑行為 2. 分別せずにゴミ箱へそのまま捨てるかゴミ箱の近くに置いておく。	不協和 4. 貼り紙を見て、不快な気分になったから。
質問紙 C (質問紙 B と同じ)	(質問紙 A と同じ)	(質問紙 B と同じ)	(質問紙 A と同じ)
質問紙 D (質問紙 A と同じ)	(質問紙 B と同じ)	(質問紙 A と同じ)	(質問紙 B と同じ)

結 果

社会的望ましさ尺度の検討

全 10 項目の合計得点を社会的望ましさ尺度得点とした。合計得点と各項目の相関係数の平均値は $r = .35$ ($\min = .12$, $\max = .54$) であり、 $\alpha = .60$ であったが、代替尺度がないためこの尺度を用いて社会的望ましさを測定することとした。社会的望ましさ合計得点が平均値 + 2 標準偏差以上の者 (7 名) は、社会的望ましさのために回答に歪みが生じていると考えられたため、以降の分析から除外した。

ポジティブ・ネガティブ感情尺度の検討

ポジティブ・ネガティブ感情尺度 10 項目について、それぞれの場面において特に大きい床効果のみ

られた 2 項目を除外した。残りの 8 項目について因子分析 (主因子法・プロマックス回転) を行い、2 因子構造を妥当と判断した。十分な因子負荷量が得られなかった 1 項目を除外し、再度因子分析を行った結果を Table 4 に記す。第 1 因子は、気持ちよさや嬉しさなど、ポジティブな感情を表現した 4 項目で構成されていることから、「ポジティブ感情」因子と命名した。第 2 因子は、不機嫌、嫌悪など、ネガティブな感情を表す 3 項目で構成されており、「ネガティブ感情」因子と命名した。各因子に高い負荷量を示した項目の合計得点を各下位尺度得点とした。内的整合性を検討したところ、食堂場面のポジ

Table 4 食堂場面・ゴミ場面におけるポジティブ・ネガティブ感情の因子分析結果
および各下位尺度・各項目の平均値・標準偏差

食堂場面						ゴミ場面					
項目	I	II	共通性	平均値	標準偏差	項目	I	II	共通性	平均値	標準偏差
ポジティブ感情				8.72	3.59	ポジティブ感情				7.99	3.51
10. 気持ちよさ	.81	-.01	.51	2.05	1.15	6. 嬉しさ	.85	.08	.59	1.80	0.92
6. 嬉しさ	.81	-.02	.43	1.80	0.92	10. 気持ちよさ	.78	.06	.68	2.05	1.15
3. ありがたさ	.78	-.01	.61	1.99	1.01	3. ありがたさ	.78	-.11	.60	1.99	1.01
1. 親しみ	.71	.06	.65	2.15	1.05	1. 親しみ	.76	-.05	.71	2.15	1.05
ネガティブ感情				5.29	2.22	ネガティブ感情				5.63	3.00
9. 不機嫌	-.06	.86	.52	1.96	1.15	9. 不機嫌	.03	.98	.94	1.96	1.15
7. 嫌悪	-.05	.72	.74	1.87	1.09	7. 嫌悪	.01	.83	.66	1.87	1.09
2. 怒り	.05	.66	.66	1.80	1.03	2. 怒り	-.03	.82	.59	1.80	1.03
因子間相関	-.06					因子間相関	-.19				

Table 5 食堂場面・ゴミ場面における条件別の各従属変数の平均 (標準偏差) と 2 要因分散分析結果

記述的規範	一致		不一致		分散分析	<i>F</i> 値		
	メッセージ	感謝	行動促進	感謝	行動促進	記述的規範	メッセージ	交互作用
食堂場面								
規範遵守行動	3.76 (0.85)	3.77 (0.76)	3.66 (0.88)	3.76 (0.78)	0.24	0.24	0.16	
迷惑行為	2.28 (0.90)	2.29 (0.73)	2.34 (0.90)	2.45 (0.82)	1.01	0.28	0.21	
ポジ感情	10.09 (3.77)	8.36 (3.51)	8.85 (3.39)	7.59 (3.31)	4.46*	9.91**	0.25	
ネガ感情	4.69 (2.18)	4.91 (1.94)	5.58 (2.39)	6.00 (2.18)	11.34**	1.18	0.10	
互惠性	2.52 (1.13)	2.71 (1.19)	2.62 (1.06)	2.85 (1.12)	0.62	1.93	0.01	
不協和	1.52 (0.75)	1.43 (0.68)	1.66 (0.71)	1.63 (0.76)	3.04	0.37	0.09	
ゴミ場面								
規範遵守行動	4.30 (0.69)	4.00 (0.92)	3.09 (0.83)	3.13 (0.75)	91.02**	1.38	2.39	
迷惑行為	1.59 (0.74)	1.87 (0.86)	2.34 (0.96)	1.96 (0.99)	12.06**	0.17	7.23**	
ポジ感情	10.04 (4.19)	7.72 (3.12)	7.13 (2.82)	7.11 (2.98)	15.22**	6.70*	6.54*	
ネガ感情	4.57 (1.95)	5.04 (2.28)	5.63 (2.92)	7.26 (3.85)	17.93**	7.37**	2.29	
互惠性	3.00 (1.18)	2.70 (1.15)	2.35 (1.00)	2.76 (1.13)	3.80	0.14	5.52*	
不協和	1.26 (0.44)	1.38 (0.56)	1.43 (0.63)	1.46 (0.61)	2.76	0.99	0.30	

**... $p < .01$, *... $p < .05$

ティブ感情は $\alpha=.86$ 、ネガティブ感情は $\alpha=.78$ 、ゴミ場面のポジティブ感情は $\alpha=.87$ 、ネガティブ感情は $\alpha=.91$ と十分な値が得られた。

メッセージと記述的規範が行動、感情、行動の理由に及ぼす効果

メッセージと記述的規範を独立変数、行動、感情、行動の理由をそれぞれ従属変数とした2要因分散分析を行った。その結果 (Table 5)、食堂場面においては交互作用が見られず、仮説は支持されなかったが、ゴミ場面においては、部分的に仮説が支持された。以下、ゴミ場面の結果を記す。

まず、行動 (迷惑行為、規範遵守の行動) を従属変数としたときの仮説を検証した。その結果、迷惑行為度を従属変数としたときに、交互作用効果が見られた。単純主効果の検定を行ったところ、感謝メッセージのときの記述的規範の単純主効果 ($F(1, 213) = 4.89, p < .05$) と記述的規範がメッセージの唱導方向と一致していないときのメッセージの単純主効果 ($F(1, 213) = 19.25, p < .01$) が見られた。この結果は、感謝メッセージは、記述的規範がメッセージと一致していないときよりも、一致しているときの方が、迷惑抑止効果が見られるということを示している。また、感謝メッセージは、記述的規範とメッセージが不一致のときには、行動促進メッセージよりも迷惑行為効果が低減されてしまうことを示している。

次に、感情 (ポジティブ感情、ネガティブ感情) を従属変数としたときの仮説を検証した。その結果、ポジティブ感情を従属変数としたときに交互作用効果が見られた。単純主効果の検定を行ったところ、感謝メッセージのときの記述的規範の単純主効果 ($F(1, 213) = 4.89, p < .05$) と、記述的規範がメッセージの示す唱導方向と一致しているときのメッセージの単純主効果 ($F(1, 213) = 13.06, p < .01$) が得られた。感謝メッセージは、記述的規範がメッセージと一致していないときよりも、一致しているときのほうが、ポジティブ感情を生起させるということが示された。また、記述的規範がメッセージと一致しているときには、感謝メッセージのほうが、行動促進メッセージよりもポジティブな感情を生起させることが示された。

最後に、行動の理由 (互惠性、不協和) を従属変数としたときの仮説を検証した。その結果、「貼り紙

を見て、～しなければという義務感、負担を感じたから。」という項目においてのみであるが、互惠性を従属変数としたときにメッセージと記述的規範の交互作用効果が得られた。単純主効果の検定を行ったところ、感謝メッセージのときの記述的規範の単純主効果 ($F(1, 212) = 9.32, p < .01$) が得られた。よって、感謝メッセージは、記述的規範がメッセージと一致していないときよりも一致しているときに互惠性規範を喚起させることが示された。

考 察

迷惑抑止メッセージとして提示される感謝メッセージの効果を検証するに当たって、メッセージが行動に及ぼす影響だけでなく、感情、行動の理由に及ぼす影響についても検討し、それぞれに記述的規範とメッセージの交互作用効果が見られるだろうという仮説を検証した。その結果、ゴミ場面においてのみ部分的に仮説が支持され、食堂場面では全く支持されなかった。日常的に経験しやすいという点でこの2つの迷惑行為場面が選出されたが、食堂場面ではゴミ場面よりも全体的に迷惑行為を行いやすいということが示されており ($t(215) = 4.93, p < .01$)、場面によって構造的な違いがあることが考えられる。食堂場面では、不特定多数の人に対する社会的迷惑行為よりも、会話相手に対する対人的な迷惑行為に注目していた可能性がある。つまり、周囲の他者に対して席を譲らなければならないという規範よりも、目の前の友人との会話を中断してはいけないという規範のほうが強かったことが考えられる。会話をしている友人とは今後の関係性を考慮する必要があるが、見知らぬ周囲の他者に対してはそれを考慮する必要がないと考えられるためである。このような状況は、高木・村田 (2005) で述べられているような迷惑行為者と迷惑認知者の注目する規範が異なる状態であると考えられ、この状態で迷惑行為者の注目する規範を迷惑認知者の注目する規範に合わせても迷惑抑止効果が見られにくいことが同研究で示されている。本研究でも同様に、メッセージによって迷惑認知者の注目する規範に焦点化をさせたものの、友人とのコミュニケーションマナーを優先したことにより、迷惑抑止効果が見られにくくなったとも考えられる。なお、ゴミ場面においても、アルバイト先に遅刻してはいけないという迷惑行為者

が注目する規範と、ゴミを分別しなければならないという迷惑認知者が注目する規範という異なった対立する規範が存在すると考えられるが、ゴミを分別するという規範遵守的行動を取ることが必ずしもアルバイト先に遅刻するということにつながるわけではなく、この点で食堂場面と異なるといえるだろう。食堂場面では、席を譲るという規範遵守的行動を取った場合には、友人とのコミュニケーションマナーをいったん後回しにしなければならず、ゴミ場面よりも、迷惑認知者の注目する規範に合わせた行動を取ること、つまり本研究における規範遵守的な行動はコストがかかると考えられる。このような相違によって、食堂場面では全体的に迷惑行為得点が高く、メッセージによる迷惑抑止効果が反映されにくくなったと考えられる。

ゴミ場面で見られた結果は、感謝メッセージは、記述的規範がメッセージと一致していないときよりも、一致しているときのほうが、迷惑抑止効果があり、ポジティブ感情が生起し、互惠性によって行動したと判断するというものであった。さらに、行動促進メッセージと比較したときの感謝メッセージの効果は、記述的規範がメッセージと不一致のときに迷惑抑止効果が低減されてしまうことと、記述的規範がメッセージと一致しているときにポジティブ感情が生起するという点においてのみ見られた。これらの結果は、仮説を全面的に支持するものではなかったが、感謝メッセージの互惠性効果を適切に発揮させるためには、ゴミ捨て場をきれいにしておくなど、記述的規範を命令的規範に一致しておかなければならないということが示されたとも言える。

以上より、本研究で挙げた「～してください、ありがとうございます。」というメッセージは、その規範を守ることがコストの高い別の迷惑行為を生じることのない状況で、かつ、記述的規範がメッセージの唱導方向と一致しているときに有効であることが考えられる。かなり制約を含むメッセージではあるが、互惠性効果を生み出す可能性があるという点では意義があると言えるだろう。そして、この感謝メッセージが効果を示さない場合に効果的な迷惑抑止策を検討することは、今後の課題となるだろう。

本研究の問題点としては、感情の項目において、多くの床効果・天井効果が見られたことが挙げられる。分布に偏りがある中での分析であったため、解

釈には注意を要するだろう。場面想定法での感情測定であり、かつ、回答者本人にそれほど被害などが及ぶ場面ではなかったため、感情喚起の程度が弱かったことが原因として考えられる。このことは、不協和喚起に伴うネガティブ感情が喚起されなかったことにも関係していると考えられる。

また、食堂場面において、「待っていた人たちが出てきました」という文章が、待っていた人たちが外に出てきたという誤解をされ、回答も正確になされなかった可能性も考えられた。しかしながら、前後の文脈から、食堂の中にいた「あなた」として登場している回答者自身の視点に立つと、外に出てきたというよりは出現したという意味で理解されたと考えられる。また、この点に関して、調査実施中に回答者から質問を受けたり、感想欄に指摘を書かれたりしたことはなかったため、理解されていると思われる。このことは食堂場面で見られなかったことの直接的な要因とは考えにくい、文意が伝わらず、誤解を生む可能性はあったため、この場面の結果については注意して検討する必要があるだろう。

メッセージの提示による迷惑抑止は、インパクトが弱いという点が問題である。社会的迷惑行為の抑止方法には、対面的に注意をするという方法もある。面と向かって注意をすることは、より効果的であることが予測される。しかしながら、それによって、注意した相手の怒りを喚起させ、迷惑行為を悪化させたり、注意をした者が危害を加えられたりするといった不条理な反応が返ってくることがあるだろう。そうでなくても、注意をする側もされる側も、またそれを見ている側も不快な気分になるだろう。そのような事態を回避するうえで、互惠性の規範を利用した感謝メッセージの迷惑抑止方法について検討することは重要であると考えられる。

引用文献

- Aronson, E. 1992 *The Social Animal*, 6th ed. New York: W. H. Freeman and Company. (アロンソン, A. 古田和孝(監訳) 岡 隆・亀田達也(共訳) (1994). ザ・ソーシャル・アニマル—人間行動の社会心理学的研究— 第6版 サイエンス社)
- Burger, J. M., Soroka, S., Gonzago, K., Murphy, E., & Somervell, E. 2001 The effect of fleeting attraction on compliance to requests. *Personality*

- and Social Psychology Bulletin*, 27, 1578-1586.
- Cialdini, R. B. 2001 *Influence: Science and Practice*. 4th ed. Allyn & Bacon. (チャルディーニ, R. B. 社会行動研究会 (訳) 2007 影響力の武器—なぜ、人は動かされるのか— 第2版 誠信書房)
- Cialdini, R. B., Kallgren, C. A., & Reno, R. R. 1991 A focus theory of normative conduct: A theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human behavior. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. Vol. 24. San Diego: Academic Press. pp. 201-234.
- Crowne, D. P., & Marlow, D. 1960 A new scale of social desirability independent of psychopathology. *Journal of Consulting Psychology*, 54, 853-863.
- Edwards, A. L. 1957 *The social desirability variable in personality assessment and research*. New York: The Dryden Press.
- Festinger, L. 1957 *A theory of cognitive dissonance*. Evanston: Row, Peterson and Company. (フェスティンガー, L. 末永俊郎 (監訳) (1965) 認知的不協和の理論—社会心理学序説— 誠信書房)
- Goeil, R. & Boster, F. J. 2005 The roles of obligation and gratitude in explaining the effect of favors on compliance. *Communication Monographs*, 72 (3), 284-300.
- Goeil, R., Roberto, A., Meyer, G., & Carlyle, K. 2007 The effects of favor and apology on compliance. *Communication Research*, 34(6), 575-595.
- Gouldner, A. W. 1960 The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, 25(2), 161-178.
- Greenberg, M. S. & Frisch, D. M. 1972 Effect of intentionality on willingness to reciprocate a favor. *Journal of Experimental Social Psychology*, 8, 99-111.
- Greenberg, M. S. & Shapiro, S. P. 1971 Indebtedness: An adverse aspect of asking for and receiving help. *Sociometry*, 34(2), 290-301.
- 肥田野 直・柳井晴夫・塗師 斌・繁耕算男・高根芳雄 1971 検査の尺度構成に関する方法論的研究 教育心理学研究, 19, 37-51.
- 堀尾志保・高橋 潔 2004 作為回答場面での5大因子性格検査に関する社会的望ましき尺度の役割 産業・組織心理学研究, 17, 65-77.
- Kiesler, S. B. 1966 The effect of perceived role requirements on reactions to favor-doing. *Journal of Experimental Social Psychology*, 2, 198-210.
- 北折充隆・吉田俊和 2000 違反抑止メッセージが社会規範からの逸脱行動に及ぼす影響—大学構内の駐輪違反に関するフィールド実験— 実験社会心理学研究, 40(1), 28-37.
- Kunz, P. R. & Woolcott, M. 1976 Season's greetings: From my status to yours. *Social Science Research*, 5, 269-278.
- 西村太志・野田早希 2006 トイレにおける注意文の心理的効果についての検討 日本グループ・ダイナミックス学会第53回大会発表論文集, 164-165.
- 小川一美 2003 二者間発話量の均衡が観察者が抱く会話者と会話に対する印象に及ぼす効果 実験社会心理学研究, 43(1), 63-74.
- Regan, D. T. 1971 Effects of a favor and liking on compliance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7, 627-639.
- 斎藤和志 1999 社会的迷惑行為と社会を考慮すること 愛知淑徳大学論集, 24, 67-77.
- 高木 彩・村田光二 2005 注目する規範の相違による社会的迷惑 社会心理学研究, 20 (3), 216-223.
- 寺崎正治・岸本陽一・古賀愛人 1992 多面的感情尺度の作成 心理学研究, 62, 350-356.
- Tsang, J. (2006). Gratitude and prosocial behaviour: An experimental test of gratitude. *Cognition and Emotion*, 20(1), 138-148.
- 吉田俊和・安藤直樹・元吉忠寛・藤田達雄・廣岡秀一・斎藤和志・森 久美子・石田靖彦・北折充隆 1999 社会的迷惑に関する研究 (1) 名古屋大学教育学部紀要 (心理学), 46, 53-73.
- 吉田俊和・元吉忠寛・北折充隆 2000 社会的迷惑に関する研究 (3)—社会考慮と信頼感による人の分類と迷惑行為との関連— 名古屋大学大学院教育発達科学研究科紀要 (心理発達科学), 47, 35-45.

(受稿：2008. 8. 18, 受理：2009. 3. 22)