

2023 年通年科目「演習」個人研究 卒業論文

異なる形式と文脈の情報提供文が
説得効果に及ぼす影響の調査

法政大学

経済学部 経済学科

4年O組 20C2127

林 尚輝

目次

要旨	1
1. 序論	2
はじめに	2
物語説得に関する先行研究	2
物語説得のメカニズム	3
本研究の目的と仮説	4
2. 研究方法	5
研究倫理	5
実験参加者	5
実験で使用した文章	5
測定尺度	8
手続き	9
3. 結果	9
4. まとめ及び考察	13
5. 結論	15
謝辞	16
参考文献	16
附表	17

要旨

近年、物語形式を用いた他者への働きかけが注目されており、特に健康的な行動の促進や不適切な行動の予防・抑止に焦点が当てられた、物語と他の情報提供形式とを比較した研究が数多くなされている。本研究の目的は、物語を用いた他者への説得効果に影響を与える要因を明らかにすることである。具体的には、喫煙や過度な飲酒の防止を促すための情報提供文の形式と文脈を操作し、それらの違いが説得効果に及ぼす影響を検討するための調査を行った。調査はオンライン上で実施され、参加者は8つの異なる情報提供文に対して、物語移入と喫煙や過度な飲酒に対する態度に関する評価を求められた。次に、形式（非物語・物語）と文脈（ネガティブ・ポジティブ）の違いが、物語への移入の程度と喫煙・過度な飲酒に対する態度に対し、どの程度影響を与えるのかについての分析を行った。その結果、物語形式は非物語形式よりも移入の程度や、喫煙・過度な飲酒に対する態度に対する評価を高める傾向があり、ネガティブな文脈も形式の違い同様の効果を持つ可能性が示唆された。これらの調査結果は、個人の失敗体験や恐怖エピソードなどのネガティブな要素を含む物語形式の情報提供が、他者の感情や態度に強く影響を与え、回避行動や不適切な行動を防止する効果が期待できるというような、他者への説得効果に関する研究分野における有益な示唆をもたらすものと考えられる。

1. 序論

はじめに

物語は、私たちの日常生活において、とてもなじみ深いものである。小説や映画をはじめ、ドラマやアニメ、マンガなど、私たちはさまざまな形で物語に触れている。これらのコンテンツは人を楽しませるだけでなく、人々の心を動かし、ときに大きな影響をもたらすことがある。近年では、物語の形式を用いて、他者の行動や態度に対して働きかけるマーケティング施策や啓発活動が増加している。物語形式の広告や顧客の体験談を利用することで、ブランドイメージや製品に関する評価の向上を図ったり、健康的な行動を促進させたりといった取り組みが、その具体例として挙げられる。

このような働きかけは物語説得 (narrative persuasion) と呼ばれ、数多くの研究が行われている。物語は、単なるエンターテインメントの枠を超え、私たちの思考や感情、行動に深い影響を及ぼす可能性が、多くの実証研究で示されている。しかしながら、物語と他の情報提供形式を比較した研究 (Greene and Brinn 2003, De Wit, Das, and Vet 2008) では、結果が一貫しておらず、どのような形式の情報提供が効果的であるかについて、はっきりとした結論は未だに得られていない。また、すべての物語が人々の思考や感情、行動に影響を与えるとは限らない。どのような要因が物語説得の効果の大小に影響を与えるのだろうか。

その点を踏まえ、本研究では、一般的に物語説得としてまとめられている研究の詳細な違いに焦点を当て、喫煙や過度な飲酒を防止することを目的とした情報提供文の形式と文脈を操作し、それぞれの条件の違いが説得効果に及ぼす影響について調査する。

物語説得に関する先行研究

物語説得に関する研究の分野においては、健康的な行動の促進や不適切な行為 (喫煙、過度な飲酒、飲酒運転、薬物の使用など) の予防・抑止を目的とする読み物や映像が、読み手や視聴者に及ぼす影響について検討されている。

例えば、Greene and Brinn (2003) は、日焼けがもたらす健康被害に関する情報の提供が、日焼けマシンの使用意図に与える影響について検討した。彼らは実験参加者に対して、日焼けマシンの使用が皮膚がんのリスクを高める可能性があることについて、物語形式か統計情報として提示し、その後日焼けマシンの使用意図などに関する評価を求めた。その結果、何も提示されなかった条件と比較して、物語形式と統計情報のいずれもが日焼けマシンに対する使用意図を同様に低下させることが明らかになった。また、物語形式は現実的・実現的と評価されたが、統計情報は情報としての価値が高いと評価された。このような結果から、物語形式とその他の情報提供の形式では、重要視される要因が異なることが示唆されている。

De Wit, Das, and Vet (2008) は、異なる形式の説得的な根拠が、個人の健康リスクの受容をどのように促進するのか比較を行った。実験参加者は、さまざまなウェブサイトを通じて募集された B 型肝炎ウイルス (HBV) 感染のリスクがあるとされる男性同性愛者 (MSM) であった。参加者は、4 つの条件にランダムに割り当てられ、異なる形式の説得的な根拠が提示された後に、HBV 感染のリスクに対する個人の認識とワクチン接種の意向について評価を求められた。4 つの条件には、物語形式で述べられた根拠 (個人の体験談)、統計的な根拠 (抽象的なデータ)、リスクが増加していると主

張するだけのもの、そしてリスクの情報がないものが含まれていた。結果として、物語的な根拠を提示した場合、HBV 感染のリスクに対する個人の認識とワクチン接種の意向が最も高いことが明らかになった。また、HBV に対するリスク認識が、メッセージの根拠の種類が意向に与える影響を仲介していることが示唆された。このような結果から、物語形式で述べられた根拠は、健康リスクに関するコミュニケーションにおいて、脅威から発生する防御的な行動意図を生起させることができるため効果的であると考えられた。

物語説得のメカニズム

物語とそれ以外の形式との説得効果に関する研究において、物語が特に有効である場合とそうでない場合があることが示唆されている。それでは、物語が説得効果を高め得ることについては、どのように説明がされているのだろうか。

物語に触れると、読者や視聴者はその物語の世界に没入し、その中で出来事やキャラクターに強く感情移入することがある。このような物語に対する没入経験は、物語への移入 (transportation into narrative) と呼ばれる。Green and Brock (2000) は、この物語への移入という概念を、物語が私たち人間の思考や感情、行動に影響を与えるメカニズムとして提唱した。彼女らは、物語を読んだり視聴したりした際の移入の程度を測定する尺度として、物語への移入尺度の開発を行った。そして、この尺度を使用し、移入の程度が物語の内容に応じた態度変化の強さに与える影響を検討した。この実験では、主人公の大学生が妹をショッピングモールで精神疾患患者に刺殺されるといいう物語が実験刺激として用いられた。参加者はこの物語を読んだ後、移入尺度に回答を求められ、移入度が高いグループと低

いグループに分類された。さらに、参加者は物語の内容に沿った信念や登場人物に関する評価を求められた。その結果、移入度の高いグループは低いグループと比較して、刺殺された妹に対して肯定的な評価を行い、精神疾患の患者は監視が必要であるなどのような主張を支持しやすいことが明らかになった。また、実験で参加者に提示された物語がフィクションかノンフィクションのどちらか一方としてラベリングされた場合も、物語移入による態度変化が生じるという結果が得られた。つまり、物語説得の効果を左右するのは、物語が現実であるかどうかではなく、読者や視聴者が物語の世界に没入し、物語で描写されている内容をどれほど現実のように感じているかが重要であることを示している。

さらに、Banerjee and Greene (2012) は、物語の結末が説得効果 (物語への移入) に及ぼす影響を検証した。実験に使用された物語はコカインの使用に焦点を当てており、ポジティブな結末 (コカインの使用をやめ、人生をより良い方向に変えた) とネガティブな結末 (主人公が自身の過ちを悔い改めるところで終わる) が存在した。参加者は物語を提示された後に、物語への移入尺度と今後のコカイン使用に対する評価を求められた。その結果、ポジティブな結末を迎える物語の方が、ネガティブな結末を迎える物語よりも移入度が高く、コカインに対する使用意向も低下させていたことが明らかとなった。

Lillie *et al.* (2022) は、物語の登場人物の生死と伏線に焦点を当て、これらが移入の程度や説得効果に及ぼす影響について検討された。実験では、悪性黒色腫 (メラノーマ) に関する物語が使用され、参加者は物語を読む前と読んだ後で、日焼け対策に関する行動意向や物語に対する心理的反応についての評価

が求められた。その結果、死を予感させる物語は、太陽の下で安全な行動をとる意向を高めた。また、死を予感させる物語は、生を予感させる物語と比較して、物語移入を促進させ、物語の内容に対する反論を減少させた。この結果から、登場人物の死が物語の説得の効果に影響を与える重要な特徴であることが示唆された。

本研究の目的と仮説

物語説得の効果の成否に関しては、物語への移入が生じるか否かが先行研究で示されてきた。しかし、物語への移入の程度に影響を与える要因に関する研究は少数であり、一貫した結果は得られていない。また、検討された条件も限られている。どのような物語が移入を促進し、物語説得の効果を高めるかについてはまだ十分な検討がなされておらず、物語における他の要因も移入度に影響を与える可能性があることを考慮しなければならない。

本研究の目的は、情報提供文の形式と文脈の違いが説得効果に及ぼす影響を調査し、どのような形式の情報提供が効果的であるか、また、物語への移入の程度に影響を与える要因を明らかにすることである。上記で述べたように、物語説得の効果に関する研究は行われているが、物語のより詳細な違いについて検討した研究は数少ない。Banerjee and Greene (2012)と Lillie et al. (2022) は、物語の結末の違いについての比較を行っているが、物語にバリエーションを待たせる要素は結末だけではない。物語と一口に言っても、そのバリエーションは多岐に渡る。ハッピーエンドやバッドエンドなどの結末はもちろん、サクセスストーリーやホラーストーリーなど、様々な物語が存在するため、そのような物語の詳細な違いにも焦点を当てた検討が必要である。そこで、本研究では、物語形

式とその他の形式という情報提供文の形式の違いに加え、文章の流れの中の意味や内容のつながりぐあいを表す文脈の違い（ポジティブ・ネガティブ）についての比較を行う。しかしながら、物語をはじめ、情報の伝え方の違いについて検討を行うためには、各条件間で十分な統制が取られていなければならない。しかし、先行研究ではこの点に関して、いくつかの課題が挙げられる。

例えば、Banerjee and Greene (2012) は、コカインの使用についての物語を使用し、その物語の結末を操作することで、コカインの使用意向について比較を行ったが、コカインがもたらす依存性に関する認識が条件間で異なっていた可能性が考えられる。コカインの使用をやめ、人生をより良い方向に変えたというポジティブな結末は、コカインの使用を止めることが容易であり、コカインの使用がもたらす物理的な害の大きさを軽視してしまっていた可能性がある。一方で、ネガティブな結末は、コカインの依存性は非常に高いものであり、簡単にはやめることができないため、ポジティブな結末よりも物理的な害の大きさを強く認識されたかもしれない。同様に、Lillie et al. (2022) は、死を予感させる物語が生を予感させる物語よりも物語移入を促進させていたという反対の結果が得られた。しかしながら、メラノーマによる死か生存かという結末の違いは、メラノーマによって死ぬこともあれば生き延びることもあるというように、メラノーマがもたらす物理的な害の大きさ自体について異なる認識を持たせる可能性があるため、十分な統制が取れているとは言い難い。そのため、統制が取られたデザインで実験が行われていれば、ポジティブな結末の方がネガティブな結末よりも物語への移入を促進させるというような、全く逆の結果が得られたかもしれない。

これらを踏まえ、それぞれの条件において十分な統制が取れているのか留意し、条件が異なることで情報提供文が題材とする内容がもたらす影響の感じ方自体に被験者間の齟齬が生じないような実験デザインを考えたくて調査を行う。物理的な害の大きさ自体はそれぞれの条件で同等であるが、それを物語形式にするのか、その他の形式にするのか、ポジティブな文脈にするのか、ネガティブな文脈にするのかによって、同等の被害のものでも結果が異なるという設定をすることで、情報の伝え方について検討することが可能になると考える。

今回の研究では、情報提供文の形式を非物語と物語の2つの条件、文章の文脈をポジティブな文脈（進歩的なストーリー）とネガティブな文脈（退行的なストーリー）の2つの条件を設定し検討を行い、物語型と非物語型の情報提供文の比較に加え、ポジティブな文脈とネガティブな文脈の比較を行う。また、それぞれの先行研究では、1つの実験において1つのテーマを取り上げた物語しか使用されておらず、上述の通り、一貫した結果は得られていない。そこで、先行研究では扱われていなかった題材を複数使用することで、情報提供文の形式と文脈の違いそれぞれの条件が、異なるテーマにおいても同様に説得効果が見られるか明らかにする。本研究では、扱うテーマを喫煙と過度な飲酒の2つに分類して検討を行う。そして、各条件の違いが評価にどのような影響を与えるかを調査する。

本研究の根本的な目的は、健康的な行動の促進や不適切な行為の予防・抑止を目指すために、有効な説得コミュニケーションを模索することである。一般的に、ネガティブな情報は受け手の恐怖感や不安感を煽るため、その情報が対象とする回避行動などを促すと考えられ

る。しかし、極端にネガティブな情報は、受け手の反論を引き起こしやすく、かえって説得効果を低減させる可能性があり、一方で、ポジティブな情報は受け手の共感を得やすく、説得効果を高める可能性が考えられる。これらを踏まえると、人々は自らを否定的な状況に重ねることを嫌がるため、救いのないネガティブな物語には感情移入が生じにくく、逆に救いのあるポジティブな物語には感情移入が生じやすい可能性が考えられる。その結果、極度に否定的な文章は説得の効果が予想よりも低下するかもしれない。以上のことを踏まえ、本研究では情報提供文の形式と文脈の違いを条件として設定し、以下の3つの仮説を立てた。

H1: 物語型の情報提供文は、非物語型の情報提供文に比べて、物語移入が生じることで、喫煙や過度な飲酒に対する態度変化がより大きくなる。

H2: ポジティブな文脈の物語は、物語への移入を促進させ、喫煙や過度な飲酒に対する態度変化を大きくする。

H3: ネガティブな文脈の物語は、物語への移入を阻害し、喫煙や過度な飲酒に対する態度変化を小さくする。

2. 研究方法

研究倫理

本調査は、「法政大学研究倫理規定」及び「法政大学人を対象とする研究倫理規定」を遵守して実施した。

実験参加者

実験参加者は、実験心理学ゼミに所属する大学生9人（男性8名、女性1名、平均年齢21.2歳）を対象に調査を行った。

実験で用いた文章

本調査では、一般的に検索が可能なウェブサイトから収集された、喫煙と過度な飲酒のそれぞれがもたらす害についての情報をもとに、オリジナルで作成した情報提供文を使用した（表1）。

実験で用いた文章は、喫煙がもたらす害について語られた情報提供文の形式の違い（非物語・物語）と、文脈の違い（ネガティブ・ポジティブ）とを組み合わせた4通りの文章と、過度な飲酒がもたらす害について語られた文章の形式の違い（非物語・物語）と文脈の違い（ネ

ガティブ・ポジティブ）とを組み合わせた4通りの文章との計8通りの情報提供文を使用した。ネガティブな文脈は、喫煙や過度な飲酒という行為に対する後悔や後ろ向きな姿勢を示す退行的なストーリーであり、ポジティブな文脈は、禁煙や断酒に対する前向きな姿勢を示す進歩的なストーリーであった。物語形式の文章と非物語形式の文章とで、含まれる情報量に大きな差が生じないようにするため、それぞれの文章は、喫煙条件が356～358字、飲酒条件が358～361字の文字数で作成された。また、喫煙の害を題材とする文章は非物語と物語の形式どちらも6文で構成され、飲酒の害を題材とする文章は非物語と物語の形式どちらも8文で構成し、統制を保つように情報提供文の作成を行った。

表1 実験で用いた情報提供文

喫煙×物語×ネガティブ	喫煙×非物語×ネガティブ
<p>友人との付き合いがきっかけで始めた喫煙が、その後の私の人生に深刻な影響を与えることになるとは当初は思っていませんでした。</p> <p>健康診断で医師から「肺がんの疑いがある」と告げられ、初めて喫煙が自分の健康に害を及ぼしていたことを知りました。私は医師に勧められて禁煙を試みるも、頭痛や倦怠感など、たばこを吸わないことによる離脱症状にひどく悩まされました。喫煙が健康を害していると知りつつも、たばこに再び手を伸ばしてしまう、そんな自分の危機感と忍耐力の欠如に絶望を感じています。</p> <p>喫煙という悪癖がもたらした健康上の問題に直面する日々で、今の私にはかつての自分を責めることしかできません。自分の健康を取り戻すために努力しているのに、かえって辛い離</p>	<p>友人との付き合いがきっかけで始めた喫煙が、その後の人生に深刻な影響を与えることになるとは当初は想像もできないかもしれません。</p> <p>たばこには多くの発がん性物質が含まれているため、喫煙は肺がんになる危険性を高めます。また、たばこに含まれるニコチンには強い依存性があり、たばこを吸えない状態が続くと頭痛や倦怠感など、さまざまな離脱症状が現れます。喫煙が健康を害していると知りつつも、たばこに再び手を伸ばしてしまうことで、危機感と忍耐力の欠如に絶望を感じる人もいます。</p> <p>喫煙という悪癖がもたらした健康上の問題に直面する日々で、かつての自分を責めることしかできないという人もいます。健康を取り戻すために努力しているのに、かえって辛い離脱症</p>

<p>脱症状に苦しむくらいなら、自ら命を絶つことの方がよっぽど楽な道のように感じています。</p>	<p>状に苦しむくらいなら、自ら命を絶つことの方がよっぽど楽な道のように感じられるかもしれません。</p>
<p style="text-align: center;">喫煙×物語×ポジティブ</p>	<p style="text-align: center;">喫煙×非物語×ポジティブ</p>
<p>友人との付き合いがきっかけで始めた喫煙が、その後の私の人生に深刻な影響を与えることになるとは当初は思っていませんでした。</p> <p>健康診断で医師から「肺がんの疑いがある」と告げられ、初めて喫煙が自分の健康に害を及ぼしていたことを知りました。私は今からでも遅くないと信じて禁煙を試みるも、頭痛や倦怠感など、たばこを吸わないことによる離脱症状にひどく悩まされました。</p> <p>それでも、喫煙が健康を害していると意識しつつ、たばこに再び手を伸ばさないように、忍耐力と危機感を強く持たなければいけないことを心に銘じました。喫煙という悪癖がもたらした健康上の問題に直面する日々でも、今の私には禁煙に向き合い続けることが何より重要だと思います。どんなにそれが過酷な道のりでも、あきらめることなく、健康な日々を取り戻すために努力し続けようと思います。</p>	<p>友人との付き合いがきっかけで始めた喫煙が、その後の人生に深刻な影響を与えることになるとは当初は想像もできないかもしれません。</p> <p>たばこには多くの発がん性物質が含まれているため、喫煙は肺がんになる危険性を高めます。また、たばこに含まれるニコチンには強い依存性があり、たばこを吸えない状態が続くと頭痛や倦怠感など、さまざまな離脱症状が現れます。</p> <p>禁煙を断念しないようにするためには、喫煙が自身の健康を害しているという危機感と、たばこに再び手を伸ばさないという忍耐力を強くもたなければいけません。喫煙という悪癖がもたらした健康上の問題に直面する日々でも、自身が禁煙に向き合い続けることが何より重要です。禁煙に向けた道のりがどんなに過酷だとしても、あきらめることなく、健康な日々を取り戻すために努力し続けることが成功への近道です。</p>
<p style="text-align: center;">飲酒×物語×ネガティブ</p>	<p style="text-align: center;">飲酒×非物語×ネガティブ</p>
<p>仕事のストレスから逃れるため、毎晩お酒を飲むことが習慣となり、その量も次第に増えていきました。</p> <p>過度な飲酒は勤務態度の悪化を招き、最終的には仕事にも支障をきたすようになりました。会社からの忠告もあり、私は断酒を試みるも、離脱症状に苦しみ、ついには周りの目を盗んで飲むようになっていました。この時初めて、自分ではお酒の飲み方をコントロールできなくなっていることに気がきました。最初は心配してくれていた人たちがしびれを切らし、次第に距離をとる</p>	<p>仕事でのストレスが原因で、お酒を飲むことが習慣化し、その量も次第に増えていくことがあります。</p> <p>過度な飲酒は勤務態度の悪化などを招き、最終的には仕事にも支障をきたします。アルコールには依存性があり、過度な飲酒を長期間続けることで、耐性・精神依存・身体依存が形成されます。その結果、自分では飲酒をコントロールできなくなる状態に陥る危険性を高めます。過度な飲酒は家族や友人など、周囲の人や社会的にも悪影響を及ぼします。</p>

<p>ようになりました。</p> <p>不適切な飲酒が健康だけでなく人間関係にも悪影響を与えてしまったその虚しさは言葉で言い表せません。こんな私に対して手を差し伸べてくれる人はもう誰もいないのだと悟りました。孤独を感じたまま生きるくらいなら、酒に溺れた生活を続けていた方がましなのではないかと開き直っています。</p>	<p>不適切な飲酒が健康だけでなく人間関係にも悪影響を与えてしまったとき、ひどく虚しさを感じる場合があります。そして、自分に対して手を差し伸べてくれる人はもう誰もいないのだと、思い込んでしまう人もいます。孤独を感じたまま生きるくらいなら、酒に溺れた生活を続けていた方がましなのではないかと開き直るかもしれません。</p>
<p>飲酒×物語×ポジティブ</p>	<p>飲酒×非物語×ネガティブ</p>
<p>仕事のストレスから逃れるため、毎晩お酒を飲むことが習慣となり、その量も次第に増えていきました。</p> <p>過度な飲酒は勤務態度を悪化させ、最終的には仕事にも支障をきたすようになりました。このままではいけないと思い、私は断酒を試みるも、離脱症状に苦しみ、ついには周りの目を盗んで飲むようになっていました。この時初めて、お酒の飲み方を自分でコントロールできなくなっていることに気づきました。最初は心配してくれていた人たちはしびれを切らし、次第に距離をとるようになりました。</p> <p>しかし、こんな私にでも手を差し伸べてくれる人はきっといるはずです。過去の過ちから学び、不適切な飲酒を断ち切ることで、明るい未来が待っていると信じています。自分の健康だけではなく、周りからの信頼を取り戻すために、自分の意志を強く持ち、断酒を果たすことを心に誓いました。</p>	<p>仕事でのストレスが原因で、お酒を飲むことが習慣化し、その量も次第に増えていくことがあります。</p> <p>過度な飲酒は勤務態度の悪化などを招き、最終的には仕事にも支障をきたします。アルコールには依存性があり、過度な飲酒を長期間続けることで、耐性・精神依存・身体依存が形成されます。その結果、自分では飲酒をコントロールできなくなる状態に陥る危険性を高めます。過度な飲酒は家族や友人など、周囲の人や社会的にも悪影響を及ぼします。</p> <p>しかし、精神科をはじめとする多くの専門機関が、断酒に向けた取り組みを手厚くサポートすることができます。自身の過去の過ちから学び、不適切な飲酒を断ち切ることで、明るい未来を切り開くことができます。自身の健康だけではなく、周りからの信頼を取り戻すために、意志を強く持ち、断酒を果たすことを心に誓うことが最も大切です。</p>

測定尺度

物語への移入の程度と喫煙・過度な飲酒に対する態度変化を調べるため、それらを測定する2種類の尺度を用いた。測定尺度は、先行研究で使用されたものを参考に、表2のとおり設定した。物語移入の程度については、

Green and Brock (2000) と小山内・楠見 (2016) を参照し、10項目を設定した。喫煙や過度な飲酒に対する態度については、Thrasher et al. (2012) を参照し、喫煙と過度な飲酒の2条件でそれぞれ4項目を設定した。これらの質問項目に対し、「全くあてはまらない (1)」～「非常にあてはまる (7)」の

7件法のリッカート尺度で測定を行った。

表 2 測定尺度の項目

物語への移入尺度 : Green and Brock (2000) , 小山内・楠見 (2016)
1. 文章を読んでいるとき、文章の中で起こった出来事を簡単に思い描くことができた
2. 文章で描かれている場面に自分がいるように感じた
3. 文章を読んでいるあいだ、文章の内容に入り込んでいるように感じた
4. 文章を読み終わったあと、すぐに頭を切り替えることができた
5. 文章を読んでいるとき、この文章の結末を知りたいと思った
6. この文章は自分の感情に影響を与えた
7. どうなればこの文章が違う結末になったかを考えた
8. 文章を読んでいる間、気持ちがあちこちにそれた
9. 文書の中で起きた出来事は、自分の日常生活にも関連することだと思う
10. 文章の中の出来事に触れて自分の人生が変わったと思う
喫煙や過度な飲酒に対する態度の評価 : Thrasher, J. F. et al. (2012)
1. 文章を読んだことで、喫煙の害についてもっと心配するようになった
2. この文章は未成年者が今後喫煙をするのを防ぐと思う
3. この文章は喫煙者に禁煙の動機を与えようと思う
4. この文章は喫煙を防止するのに効果的だと思う
1. 文章を読んだことで、過度な飲酒の害についてもっと心配するようになった
2. この文章は未成年者が今後過度な飲酒をするのを防ぐと思う
3. この文章は過度な飲酒をする人に断酒の動機を与えようと思う
4. この文章は過度な飲酒を防止するのに効果的だと思う

手続き

本調査は、Google フォームを用いてオンライン上で実施された。実験参加者には、調査フォームの冒頭で、実験内容に加え、実験の途中でも実験の中止・中断を要求することができること、また、それによって参加者が一切の不利益を受けないこと等についての説明を行った。記載された内容に同意し調査への協力が可能な場合には、次のページから始まる調査へ進むように求め、回答をもって上記の内容に同意したものと

した。

参加者は、1つの文章が提示されるごとにその文章に対する評価を行い、評価が終わったら次の文章に移ってもらった。情報提供文は、カウンターバランスをとるため、順番を入れ替えて参加者に提示された。参加者は、計8種類の全ての文章に対し、喫煙・過度な飲酒に対する態度変化についての質問項目と物語移入に関する尺度への回答を求められた。文章に対する評価を終えた後、実験参加者は年齢や性別に加

え、生活習慣に関する質問（「たばこをどのくらい吸いますか」、「お酒をどのくらい飲みますか」）についても尋ねられた。生活習慣に関する質問項目は、厚生労働省（2023）を参照し設定した。

3. 結果

生活習慣に関する質問の回答については、たばこをどのくらい吸いますかという質問に対し、吸わないと回答した人が9人であった。また、お酒をどのくらい飲みますかという質問に対する回答は、月に1~3回が5人、年に1~10回が2人、週1~2回が1人、ほぼ毎日が1人であった。

喫煙を題材とする情報提供文における移入尺度の評価値の平均と標準偏差は、非物語・ネガティブ条件（ $M=30.9$, $SD=9.07$ ）、非物語・ポジティブ条件（ $M=29.1$, $SD=6.40$ ）、物語・ネガティブ条件（ $M=37.7$, $SD=7.40$ ）、物語・ポジティブ条件（ $M=31.3$, $SD=7.09$ ）であった。一方、喫煙に対する態度の評価値の平均と標準偏差は、非物語・ネガティブ条件（ $M=16.2$, $SD=4.02$ ）、非物語・ポジティブ条件

（ $M=15.7$, $SD=2.45$ ）、物語・ネガティブ条件（ $M=18.0$, $SD=6.27$ ）、物語・ポジティブ条件（ $M=16.1$, $SD=4.04$ ）であった。

次に、喫煙を題材とする情報提供文の説得効果に対する影響を調査するため、情報提供文の形式（非物語・物語）と文脈（ネガティブ・ポジティブ）の違いを独立変数とし、物語への移入の程度と喫煙・過度な飲酒に対する態度を従属変数として、二元配置分散分析を行った。その結果、喫煙を題材とする情報提供文の移入の程度に関しては、形式の違いに統計的な主効果は認められず（ $F(1,32)=2.83$, $p=.101$ ）、文脈の違いにも有意な主効果は認められなかった（ $F(1,32)=2.30$, $p=.138$ ）。また、形式と文脈の違いの交互作用については図1のようだったが、交互作用は有意ではなかった（ $F(1,32)=0.72$, $p=.400$ ）。喫煙に対する態度に関しては、形式の違いに有意な主効果は認められず（ $F(1,32)=0.50$, $p=.481$ ）、文脈の違いにも有意な主効果は認められなかった（ $F(1,32)=0.61$, $p=.438$ ）。また、形式と文脈の違いの交互作用については図2のようだったが、有意ではなかった（ $F(1,32)=0.18$, $p=.671$ ）。

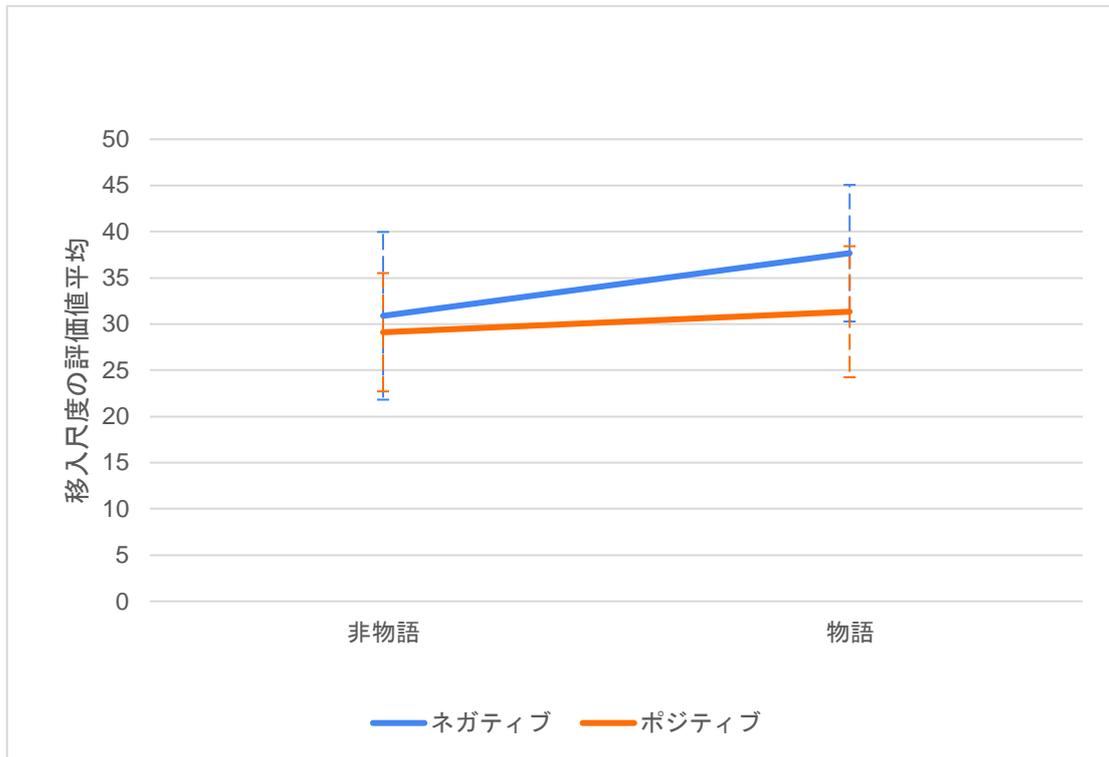


図 1. 喫煙条件における移入尺度のスコア（エラーバーは標準偏差を示す）

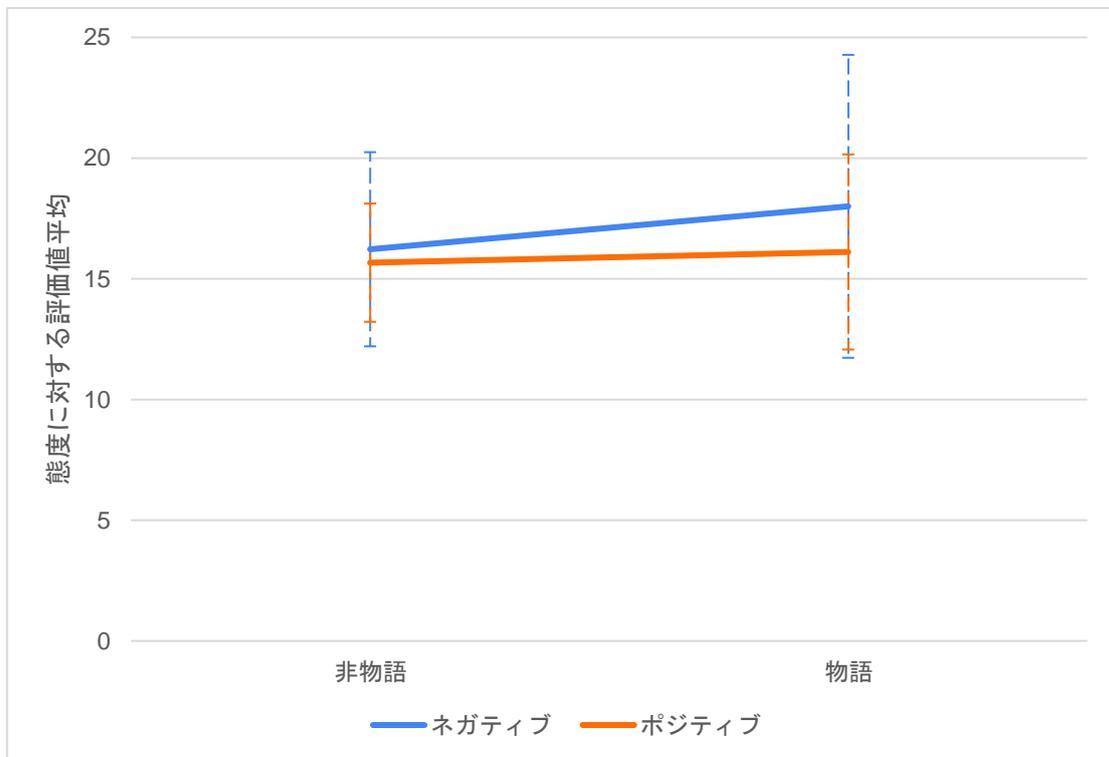


図 2. 喫煙に対する態度評価のスコア（エラーバーは標準偏差を示す）

過度な飲酒を題材とする情報提供文における移入尺度の評価値の平均は、非物語・ネガティブ条件 ($M=32.8$, $SD=5.30$)、非物語・ポジティブ条件 ($M=29.4$, $SD=7.51$)、物語・ネガティブ条件 ($M=37.7$, $SD=5.85$)、物語・ポジティブ条件 ($M=35.0$, $SD=7.18$) であった。

一方、喫煙に対する態度の評価値の平均は、非物語・ネガティブ条件 ($M=15.3$, $SD=4.08$)、非物語・ポジティブ条件 ($M=13.4$, $SD=4.40$)、物語・ネガティブ条件 ($M=17.9$, $SD=5.92$)、物語・ポジティブ条件 ($M=14.6$, $SD=5.01$) であった。

次に、喫煙を題材とする情報提供文と同様に、過度な飲酒を題材とする情報提供文の形式（非物語・物語）と文脈（ネガティブ・ポジティブ）の違いを独立変数とし、物語への移入の程度と喫煙・過度な飲酒に対する態度を従

属変数として、二元配置分散分析を行った。その結果、過度な飲酒を題材とする情報提供文の移入の程度に関しては、形式の違いについては統計的に有意な主効果は認められたが ($F(1,32) = 5.12$, $p = .003$)、文脈の違いには有意な主効果は認められなかった ($F(1,32) = 1.69$, $p = .202$)。また、形式と文脈の違いの交互作用については図3のようになったが、交互作用は認められなかった ($F(1,32) = 0.02$, $p = .886$)。喫煙に対する態度に関しては、形式の違いに有意な主効果は認められず ($F(1,32) = 1.12$, $p = .298$)、文脈の違いにも有意な主効果は認められなかった ($F(1,32) = 2.27$, $p = .141$)。また、形式と文脈の違いの交互作用については図4のようになったが、交互作用は有意ではなかった ($F(1,32) = 0.17$, $p = .680$)。

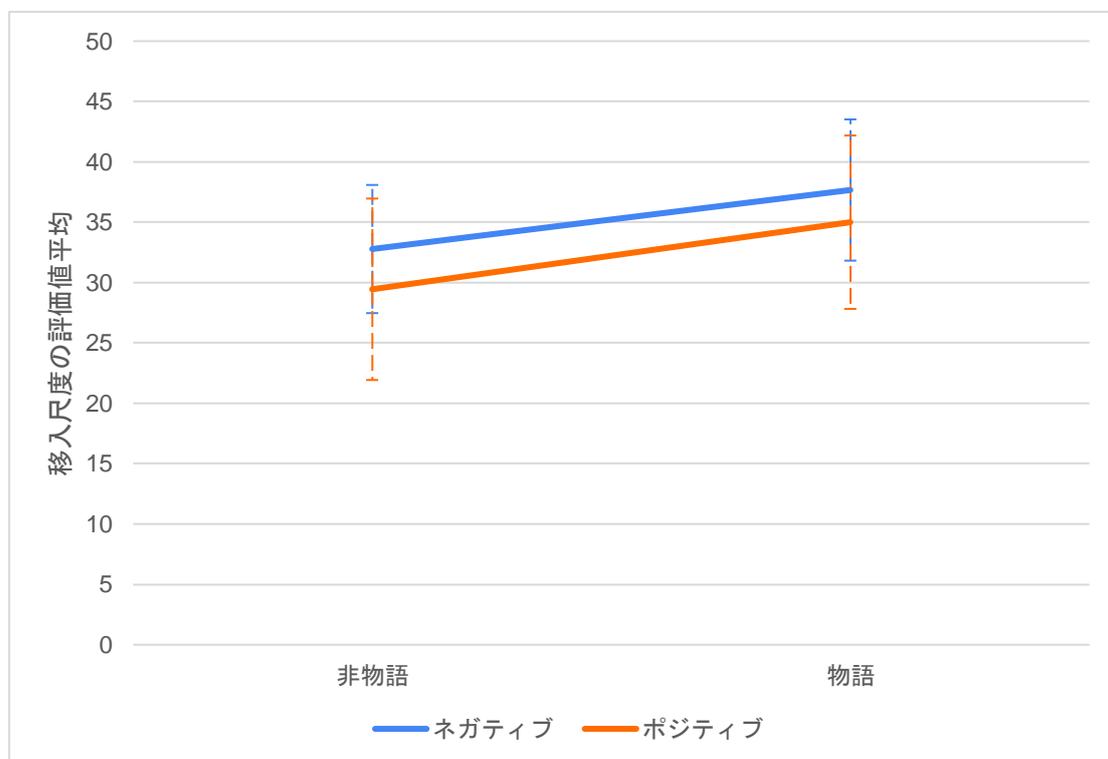


図 3. 飲酒条件における移入尺度のスコア（エラーバーは標準偏差を示す）

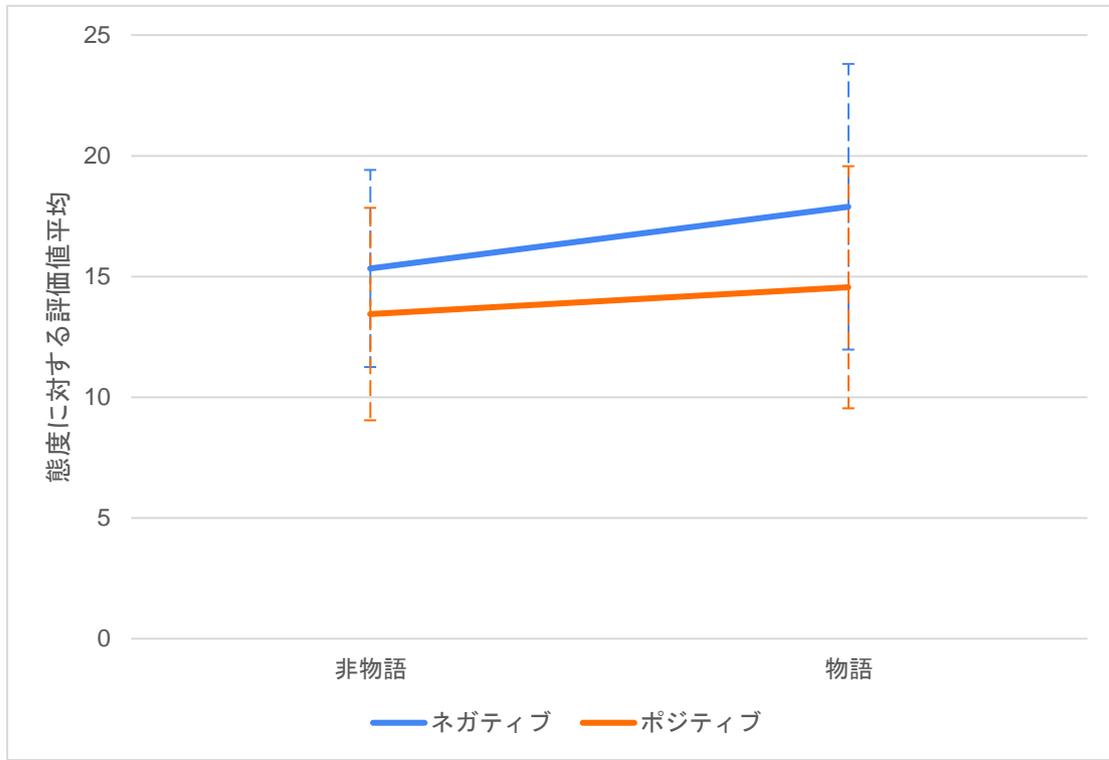


図 4. 過度な飲酒に対する態度評価のスコア（エラーバーは標準偏差を示す）

4. まとめ及び考察

本研究では、情報提供文の形式と文脈の違いが説得効果に及ぼす影響を検討した。実験の結果、喫煙を題材にした情報提供文において、物語形式は非物語形式よりも移入尺度の評価値の平均が高く、喫煙に対する態度の評価値の平均も高かった。また、文脈の違いに関しては、ネガティブな文脈がポジティブな文脈よりも移入尺度と喫煙に対する態度の評価値の平均が高かった。しかし、形式と文脈の違いにおいては、それぞれの主効果と交互作用は有意ではなかった。過度な飲酒を題材とした情報提供文に関しては、喫煙を題材にした情報提供文と同様に、物語形式は非物語形式よりも移入尺度と過度な飲酒に対する態度の評価

値の平均が高く、ネガティブな文脈もポジティブな文脈よりも移入尺度と過度な飲酒に対する態度の評価値の平均が高かった。過度な飲酒を題材とした情報提供文においては、文脈の違いの主効果と交互作用は有意ではなかったが、非物語形式と物語形式の間には有意差が見られたことから、物語形式の情報提供文は非物語形式よりも、文章中で描かれた内容への没入感を深めていることが明らかとなった。

喫煙と飲酒のどちらの条件においても、物語形式の方が非物語形式よりも移入尺度と過度な飲酒に対する態度の評価の得点が高く、飲酒条件に関しては形式の違いの主効果が認められたため、物語形式の情報提供は説得効果に影響を与える可能性があることが示唆され

た。この結果は、H1 を部分的に支持するものであり、物語形式とその他の形式とを比較したこれまでの研究 (Greene and Brinn 2003, Banerjee and Greene 2012)の結果とも一貫する。

喫煙条件において、形式の違いが主効果として認められなかった理由としては、参加者の喫煙経験の有無が関係している可能性が考えられる。実験参加者の全員が、喫煙経験がないと回答しており、喫煙に関する物語形式の情報提供文を読んでも、その内容を身近なものとして感じる事ができなかったため、物語への移入が生じにくかった可能性がある。喫煙条件において主効果が認められなかったのに対し、飲酒条件では形式の違いが主効果として認められた理由としては、参加者の飲酒の頻度が関連している可能性が考えられる。参加者の全員が少なからずお酒を飲む習慣がある一方で、喫煙経験者はいないという状況であった。飲酒条件は、喫煙条件より情報提供文に描かれた内容を現実的に感じる事ができ、そのため形式の違いが主効果として認められた可能性があると考えられる。

文脈の違いに関しては、喫煙と飲酒のどちらの条件においても、ネガティブな文脈の方がポジティブな文脈よりも移入尺度と過度な飲酒に対する態度の評価の得点が高かったため、Banerjee and Greene (2012)の結果とは一致しなかった。H2とH3は、ネガティブな状況に自分を重ねることを人は嫌がるため、救いのないような物語には感情移入が生じにくく、救いのある物語の方がより感情移入が生じやすいというような、感情移入の生じやすさによって、極端にネガティブな文章は説得の効果が予想よりも減少するというメカニズムを想定した上で設定された仮説であった。本来、より説得力が

あると思われる条件が、逆に反発を引き起こす可能性を持つことがある。これは心理リアクティブ効果と呼ばれ、今回の仮説と関連したメカニズムとして挙げられる。しかし、今回の実験ではこれらの仮説は支持されなかった。一方で、この結果はネガティブな文脈の情報提供文が説得効果を高める可能性があることを示唆しており、Lillie *et al.* (2022)の結果を支持するものであった。この結果からは、情報提供文が扱うテーマによって、それぞれ重要視されるポイントが異なる可能性が示唆されている。例えば、Lillie *et al.* (2022)は、日焼けが悪性黒色腫(メラノーマ)のリスクを高めることに焦点を当てた物語が使用されており、メラノーマに関してはネガティブな情報が日焼けを避ける行動につながりやすい傾向があり、一方、Banerjee and Greene (2012)は、コカインの使用に関する物語が用いられ、コカインの使用に関してはポジティブな情報が使用意図低下につながりやすかったと言える。このように異なるテーマを扱うことで、説得効果に影響を与える要因が変わる可能性が考えられるため、それぞれの研究で異なった結果が得られたのではないだろうか。

従って、今回の調査結果からは、喫煙や飲酒に関する情報提供文では、その行動が引き起こすネガティブな情報に焦点を当てる事が有効である可能性が示唆されている。また、今回の調査で用いたネガティブな文脈の情報提供文には、喫煙や過度な飲酒がもたらす健康被害や人間関係の悪化によって、ひどく後悔するような描写が含まれており、このようなネガティブな内容が移入を促進させる可能性があることを示唆しているのかもしれない。ネガティブな文脈がポジティブな文脈よりも、移入尺度と過度な飲酒に対する態度に対して高い評価値だったことについては、喫煙や過度な飲酒がもたらす健

康被害や人間関係の悪化などの情報が、読み手の喫煙や過度な飲酒に対する恐怖感や嫌悪感などの感情を引き起こし、喫煙や過度な飲酒がもたらす害の忌避に強く結びつく可能性が考えられる。ネガティブな文脈とポジティブな文脈は、それぞれ損失フレームと利得フレームとして解釈できる可能性がある。喫煙や過度な飲酒がもたらす害を損失とし、それを避けることが健康や良好な人間関係をもたらすことを利得として読者は認識できたのかもしれない。ネガティブな文脈を損失フレームとして解釈できるならば、今回の実験結果は、健康的な行動を促進する説得コミュニケーションにおいて、損失フレームが有効である可能性を示唆していると考えられる。

最後に今後の課題をまとめておく。今後の研究では、情報提供の形式が説得効果に与える影響だけでなく、受け手の属性についても検討する必要がある。読者や視聴者の特性、背景、信念、および経験は、情報の受容に影響を与える要因となり得る。これらの受け手の属性が、異なる情報提供の形式に対する感受性や反応にどのように影響するかを理解することが重要である。本研究では、物語形式と文脈の違いに焦点が当てられた。しかし、今後の研究では損失・利得フレームなど、より詳細な情報提供文の枠組みについての検討が必要である。これにより、物語の効果を最大限に引き出し、説得効果を向上させるための具体的な要因やメカニズムを理解することが期待できる。情報提供文の詳細な要素が読者の認知や感情にどのように影響するかを検討し、より効果的な説得コミュニケーションを提案することで、健康促進や行動変容の分野において貢献できると考える。また、本研究は、喫煙や過度な飲酒の防止を目的とした情報提供文の形式と文脈の操作を通

じて、説得効果に及ぼす影響を検討した予備的な調査であった。そのため、サンプル数が極端に少なかったことや、実験で用いた文章の妥当性についての予備調査が行われていなかったことが留意点として挙げられる。今回の結果や課題を踏まえつつ、今後の研究ではサンプル数の増加や、実験で使用した文章の妥当性の確認を含むより慎重かつ詳細な検討が行われることが望まれる。また、得られた知見をもとに、情報提供文の設計や調整の際に考慮すべき要因や指針についてもさらなる研究を行わなければならない。

5. 結論

本研究では、情報提供文の形式と文脈を操作し、それらの違いが物語への感情移入の度合いや喫煙・過度な飲酒に対する態度にどのような影響を及ぼすかを検討した。調査の結果、喫煙と過度な飲酒を題材にした情報提供文において、物語形式が非物語形式よりも移入尺度と対象行動に対する態度についての評価値の平均が高かった。また、ネガティブな文脈もポジティブな文脈よりも移入尺度と態度に関する評価値の平均が高かったという結果が得られたが、評価値の平均の差については統計的に有意ではなかった。また、それぞれの交互作用も認められなかった。さらに、過度な飲酒を題材とした情報提供文に関しては、移入の度合いにおいて形式の違いの統計的に有意な主効果が認められた。一方で、文脈の違いについては統計的に有意な主効果は認められず、交互作用についても認められなかった。これらの結果から、今回作成した飲酒を題材とする物語型の情報提供文には、物語への移入が生じていたと断定することができる。そのため、物語形式の情報提

供文は、非物語形式の情報提供文に比べて、物語への感情移入が生じることで、喫煙や過度な飲酒に対する態度変化がより大きくなるという仮説は部分的に支持された。しかし、ポジティブな文脈の物語は感情移入を促進し、喫煙や過度な飲酒に対する態度変化を大きくする一方で、ネガティブな文脈の物語は感情移入を阻害し、喫煙や過度な飲酒に対する態度変化を小さくするという仮説は支持されなかった。

物語形式が非物語形式よりも移入尺度と態度の評価値を高める傾向があり、また、ネガティブな文脈も形式の違い同様の効果を持つ可能性があることが明らかとなった。この結果から、物語形式の情報提供文を利用することで、物語の内容への没入体験を促し、その内容に基づいた行動を誘導できる可能性が示唆された。ただし、扱うテーマによっては同様の効果が得られづらいことから、どのようなテーマに対して、どのような形式・文脈の情報提供が有効となるのかについては、さらなる研究が必要である。

本研究では、情報提供文の形式と文脈の操作し、情報提供文の形式と文脈が説得効果に与える影響を検討した予備的な調査であった。そのため、サンプル数や情報提供文の妥当性についてはより慎重に検討する必要がある、

今回の結果も踏まえた上で、物語説得の効果に影響を与える他の要因も考慮しなければならない。今後の研究ではこれらの要因をより詳しく調査していく必要がある。ただし、今回の調査結果では、物語形式が非物語形式よりも移入尺度と態度評価値を高める傾向があり、ネガティブな文脈も形式の違い同様の効果を持つ可能性が示唆されたことから、健康的な行動の促進などを目的とする説得コミュニケーションに、有用な示唆をもたらすものと考えられる。

謝辞

本研究を進めるにあたり、法政大学経済学部の松野響教授には、指導教員として終始温かいご指導、ご助言をいただきました。また、東京大学大学院総合文化研究科の結城笙子助教にも、本研究計画の策定にあたり、大変お世話になりました。心より感謝いたしますとともに、厚くお礼申し上げます。最後に、実験参加者として本調査に協力していただいた、実験心理学ゼミのゼミ生の皆さまにも、感謝いたします。簡単ではございますが、ここに記して感謝の意を表します。本当にありがとうございました。

参考文献

1. Banerjee, S. C., & Greene, K. (2012). 'I quit 'versus 'I'm sorry I used': A preliminary investigation of variations in narrative ending and transportation. *Psychology & health*, **27**(11), 1308-1322.
2. De Wit, J. B., Das, E., & Vet, R. (2008). What works best: objective statistics or a personal testimonial? An assessment of the persuasive effects of different types of message evidence on risk perception. *Health Psychology*, **27**(1), 110-

- 115.
3. Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, **79**(5), 701-721.
 4. Greene, K., & Brinn, L. S. (2003). Messages influencing college women's tanning bed use: Statistical versus narrative evidence format and a self-assessment to increase perceived susceptibility. *Journal of health communication*, **8**(5), 443-461.
 5. Lillie, H. M., Pokharel, M., John, K. K., Christy, K. R., Upshaw, S., Giorgi, E. A., & Jensen, J. D. (2022). Does it matter if a story character lives or dies? A message experiment comparing survivor and death narratives. *Psychology & health*, **37**(4), 419-439.
 6. Thrasher, J. F., Arillo-Santillán, E., Villalobos, V., Pérez-Hernández, R., Hammond, D., Carter, J., Ernesto, S., Raul, S., & Regalado-Piñeda, J. (2012). Can pictorial warning labels on cigarette packages address smoking-related health disparities? Field experiments in Mexico to assess pictorial warning label content. *Cancer Causes & Control*, **23**, 69-80.
 7. 厚生労働省 (2023) 令和 4 年度健康実態調査結果の報告 (2023 年 4 月 4 日) <<https://www.mhlw.go.jp/content/11131500/001077224.pdf>> (アクセス日: 12 月 16 日)
 8. 小山内秀和, 楠見孝 (2016) 物語への移入尺度日本語版の作成と信頼性および妥当性の検討, *パーソナリティ研究*, **25** (1), 50-61.
 9. 小森めぐみ (2018) 物語への移入が関連広告に対する態度に及ぼす影響登場人物の目標達成に注目した研究, *消費者行動研究*, **24** (2), 101-110.
 10. 福田怜生 (2018) 広告の物語性と情報提供性が広告態度に及ぼす影響—広告形式における表現特性の尺度開発と影響の検討—, *マーケティングジャーナル*, **38** (2), 91-106.
 11. 福田怜生 (2022) 物語広告が感情的製品態度に及ぼす影響, *繊維製品消費科学*, **63** (5), 304-312.
 12. 米田英嗣, 和田裕一 (2020) 消費者の心理をさぐる, 人間の認知から考えるマーケティング, 誠信書房

附表

- 調査 URL

<https://forms.gle/B3TEMifNA8FECwkh7>