

恋愛感情の告白段階における第三者の役割  
——情報源の信憑性が説得効果に及ぼす影響——<sup>1</sup>

中山 真<sup>2</sup> 静岡大学大学院人文社会科学研究所  
〒422-8529 静岡県静岡市駿河区大谷 836

The roles of third parties on declarations of love:  
Impact of source credibility on persuasion effects

Makoto Nakayama  
Department of Clinical Human Sciences, Graduate School of  
Humanities and Social Sciences, Shizuoka University, 836,  
Ohya, Suruga-Ward, Shizuoka, 422-8529, Japan,  
p0730013@ipc.shizuoka.ac.jp

恋愛感情の告白段階における第三者の役割  
——情報源の信憑性が説得効果に及ぼす影響——<sup>1</sup>

The role of third parties on declarations of love:  
Impact of source credibility on persuasion effects

本研究では、告白者の周囲の第三者が、告白行動の実行・非実行の意志決定に及ぼす影響に着目し、恋愛関係形成段階、特に告白時における第三者の役割について検討することを目的とした。研究1では仮想場面法による質問紙実験を行い、第三者の説得者としての信憑性を操作し、告白者の告白意志への影響を検討した。研究2では、実際に告白行動について第三者にアドバイスを求めたなど、告白行動に第三者が関わった経験のある大学生に面接調査を行い、告白についてのアドバイスの内容や、第三者の信憑性がどの程度であったかを検討した。その結果、信憑性の高い第三者による説得は、告白者の告白意志決定に対する高い説得効果を持つことが示唆された。また、第三者は、告白に直接関係する部分だけでなく、恋愛関係形成の様々な場面に関与していた。

The purpose of this study is to examine the role of third parties at the stage of establishing romantic relationships, particularly declarations of love, focusing on effects of third parties on deciding to declare would-be lovers' love. In study 1, the author manipulates third parties' credibility as persuaders using the experimental questionnaire and examines the impact of third parties on would-be lovers' willingness to declare. In study 2, the author interviewed with university students who experience declarations related to third parties, such as asking for advice. The results showed high credibility third parties have high persuasion effects on deciding to declare would-be lovers' love and third parties are involved not only declarations but also various situations of establishing romantic relationships.

キーワード：恋愛，青年期，第三者，説得，信憑性

**Key words:** romantic love, adolescence, third party, persuasion, credibility

## 問題と目的

青年期の若者にとって、恋愛は関心の高い問題の一つである。これまで社会心理学における恋愛研究は、恋愛に対する態度や認知、異性選択と社会的交換、恋愛感情と意識、恋愛の進行と崩壊の4領域で検討されている(松井, 1990)。これらの分類領域の中で、恋愛の進行と崩壊に関係して、松井(1993)は、恋愛行動の段階を分類している。第1段階は「会話をする, 相談をする, プレゼントを贈る」, 第2段階は「デートをする, 特別な用もないのに電話をする」, 第3段階は「ボーイフレンドやガールフレンドとして友人や周囲の人に紹介する, キスしたり抱き合ったりする」, 第4段階は「恋人として友人や周囲の人に紹介する」, 第5段階は「結婚の約束をする, 結婚してほしいと求める」である。しかし、その中に「告白」は含まれておらず、その研究もあまり行われていない。

恋愛における告白は、「恋愛関係の形成を目的として、特定の相手に自分の好意を伝達する行為」(栗林, 2002)と定義され、恋愛関係の開始時には、相手に対して自分の恋愛感情を告白するという手続きを経ることが多々見られる。大学生を対象とした山田(1991)の調査によれば、相手を恋人と意識する時点としては、「相手に告白され、自分の中で好きだという気持ちのはっきりした時」「告白し、相手から好きだという返事をもらった時」と回答する者が過半数を超えていた。また、意思表示による確認の必要性について、「‘恋人になろう’」という意味表示がなければ恋人とはいえないかどうかという問いにも、半数以上の者が必要条件であると答えている。さらに、山根(1987)は、記号学の観点から「恋人であること」を示す行為について、大学生に調査した結果、「キスをする」「抱き合う」に次いで、「相手に好きだと言う」が挙げられた。このように、告白は、異性との関係を形成・進展させる上で重要なきっかけであると考えられる。

告白行動の抑制と促進に関わる要因について検討している菅原(2000)は、「相手の自分への好意を、友人などを介して事前に知っていること」を告白行動が促進される要因として挙げている。このように、個人の恋愛に当事者以外の第三者が影響を及ぼす可能性も考えられるが、これまで、当事者二者間のみ関係がクローズアップされることが多かった。また、青年期の恋愛関係は、学校など身近にいる異性を中心に築いている(三枝, 2004)ことから、恋愛に関する会話を第三者である友人と交わすこともあるだろう。その内容としては、好意を抱く異性についての周囲の評判を聞いてみたり、相手へのアプローチの仕方などを話し合ったりすることもあるのではな

いだろうか。特に、告白を具体的に考えている場合や、相手と交際したいという強い願望を持っている場合などは、親しい友人に相談することも多くなると考えられる。そこで得たアドバイスは、告白者の告白行動の実行・非実行の決断に少なからず影響するものと思われる。

また、第三者が告白者の態度に影響を及ぼす場合には、説得効果が働いていると考えることができる。深田(2002)によれば、説得とは、「送り手が、主に言語コミュニケーションを用いて非強制的なコンテキストの中で、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。さらに、社会心理学では、説得は態度変容(attitude change)とも表現され、ある問題に対する受け手の態度を変容させることが説得であると捉えられてきた(今井, 2006)。これらの説得研究の観点に基づいて、本研究では、「告白をしようか否かを考えている受け手に対して、その態度を変容させよう」と告白を促進したり、抑制したりするような第三者の働きかけ」を説得として便宜的に定義する。

これまで説得に関する心理学的研究の関心は、説得の効果に向けられてきた(深田, 2005)。Hovland, Janis & Kelley (1953 辻・今井訳 1960) は、説得事態を構成する基本的要素である、送り手(信憑性, 魅力), メッセージ(内容, 構成, 表現), チャネル(説得の媒体), 受け手(自尊感情, 知能, 性別)の4つを説得効果の規定因としている。本研究では、これらの規定因の中でも、送り手及び受け手に関する要因の影響について検討する。まず、送り手の要因として、信憑性を取り上げる。人が他人から話を聞くときには、相手、つまり情報源(説得者)の信憑性が影響を及ぼすとされ(Hovland & Weiss, 1951)、この信憑性は、話題に関する正確な知識や情報を相手を持っていると見なす程度である専門的信憑性(専門性)と、話題に関する知識や情報を正しく伝えようとする動機を持っていると見なす程度である人間的信憑性(信頼性)に分類される(原岡, 1990)。信頼性について、佐相・原岡(1996)が、どのような人に人間的信憑性が大きい(信じられる)と感じるかを大学生に自由記述させ、75種類の項目が得られている。その中で、「嘘をつかない」が最重要視されていたため、本研究では、この調査に依拠し、嘘をつかない人を信頼できる人とする。また、専門性は、話題と話者の経歴・知識などに依存する(原岡, 1990)ことから、本研究では、説得の送り手である第三者が被告白者と面識があり、被告白者の性格や異性の好みのタイプなどといった知識を有している場合に、専門性が高い人とする。さらに、情報源は、専門家であって、十分に真実を知っているとみられるだけでなく、信

頼できて、真実を報告したがっているとみなされなければならない(深田, 2002)。すなわち、専門性と信頼性の両方が高い情報源であれば説得の効果が高まるが、そうでない場合には効果は期待できないと考えられる。

一方、受け手の要因としては、自尊感情を取り上げる。受け手の自尊感情は、説得効果と逆U字型の関係にあるとされ、自尊感情の低い人は、あまり説得メッセージには注意を払わず、その内容を理解しようとはしない。一方、自尊感情の高い人は、説得メッセージを理解はするものの、同時に自分の意見への自信も増大するため、説得の受容が抑制される(Rhodes & Wood, 1992)。従って、自尊感情が中程度の人、他と比べ説得効果が高くなると考えられる。これらの説に基づいて考えると、第三者の専門性と信頼性、また告白者の自尊感情の程度が、告白者の告白意志に影響を及ぼす可能性が考えられる。また、受け手の性別に関しては、被説得性との関係を簡単に捉えることはできないが(今井, 2006)、恋愛感情の告白や交際の申し込みは、男性側からなされることが比較的多いため(e.g., 栗林, 2002; 穂坂, 2004)、男性は女性よりも告白を促進する説得に応じやすいのではないかと考えられる。

そこで、本研究では、恋愛感情を打ち明けようとしている者の周囲の第三者が、告白者の告白行動の実行・非実行の意思決定に及ぼす影響について着目し、恋愛関係形成段階、特に告白時における第三者の役割について検討することを目的とする。

## 研究 1

青年期の若者が異性に恋愛感情を告白するか否かを考えるような状況において、第三者が告白を促進/抑制する説得をしたとき、唱導方向に沿った態度を取るのか。また第三者の信憑性は、説得効果にどの程度影響するかを質問紙実験によって捉えることを目的とする。

### 仮 説

1. 告白者が第三者に対して高い信頼性(人間的信憑性)を持ち、同時に、専門性(専門的信憑性)が高い情報源であると判断できるとき、説得方向へ態度を変化させるだろう。
2. 自尊感情が中程度の人、他と比べ説得効果が高くなり、第三者の説得方向に沿った態度を取りやすくなるだろう。
3. 男性は女性よりも、告白を促進する説得に応じやすいだろう。

## 方 法

**実験協力者** A市内の2大学の学生261名を対象とした。分析には、青年期を越えている者や著しく回答に不備のあった7名を除外した、254名（男性108名、女性146名、平均年齢19.55歳、 $SD = 0.81$ ）のデータを使用した。

**手続き** 2006年4月中旬に、講義時間の一部を利用して質問紙を配布し、その場で回答を求め、回収した。

### 質問紙の構成

1. 基本属性:年齢,性別,学年について回答を求めた。
2. 物語形式の仮想場面:サークル内での恋愛を題材にしたストーリーⅠ, アルバイトの職場恋愛を題材にしたストーリーⅡの2話を作成した。いずれも異性に好意を持った青年が告白をしようとした際に、第三者である友人にアドバイスを受けるという内容である。そして、主人公および第三者の性別, 第三者の専門性の高低, 信頼性の高低, 告白の促進/抑制の4つの要因を操作し, その組み合わせによって, ストーリーごとに16パターンが作成された。その中から, 回答者と同じ性別の主人公を設定したストーリーを, 回答者一人につき, ストーリーⅠ・Ⅱからそれぞれ1種類の計2話を提示した(Appendix 1, 2)。その上で, ストーリーに対する以下の質問項目を実施した。(a) 告白意志:あなたが, 告白者だったら告白を実行するか, という質問に, 絶対に告白しない=1から, 絶対に告白する=5の5件法で回答を求めた。(b) 専門性操作チェック:第三者は恋愛そのものについて, また当事者(告白者・被告白者)について, 適切なアドバイスを与えられるほど理解しているか, という質問に, 理解していない=1から, 理解している=5の5件法で回答を求めた。(c) 信頼性操作確認:物語中の第三者はアドバイスを与えてもらう相手として信頼できる人か, という質問に, 信頼できない=1から, 信頼できる=5の5件法で回答を求めた。
3. 自尊感情尺度: the Rosenberg Self-Esteem Scale (Rosenberg, 1965) の日本語版(山本・松井・山成, 1982; 10項目5件法)に回答を求めた。
4. 調査対象者の実体験:告白/被告白経験の有無とその成否について回答を求め, 経験を有する者には面接調査(研究2)への参加を依頼した。

## 結果と考察

**告白意志得点と説得効果得点について** 回答者が各ストーリーを読んで, 自分が主人公の立場であると仮定した場合の告白意志を, 5件法で評定した素点を「告白意志得点」とする。これは点数が高いほど告白意志が強い

というものである。ただし本研究では、第三者の説得による告白意志への影響を検討するため、告白抑制条件の場合には、告白意志得点を逆転させた「説得効果得点」として、分析に使用する。これは説得者の唱導方向に沿った意志を示すほど点数が高く設定されている。

**自尊感情得点について** 自尊感情尺度は、I-T 相関が.20に満たない1項目を除外し、残りの9項目で因子分析（主因子法）を行った。本研究では固有値の減衰状況（3.89, 1.21, 1.03）から1因子と判断された。因子数を1に設定し、再び因子分析を行い、最終的に9項目が選定された。全9項目の信頼性係数は、 $\alpha = .83$ であり、信頼性は高いと判断された。また、選定された9項目の合計得点を自尊感情得点とした（ $M = 26.91$ ,  $SD = 6.84$ ）。さらに、仮説2を検討するために、得点の分布からほぼ人数が等しくなるように3群に分け、得点の低い順に、自尊感情低群（ $n = 81$ ; 9~23点）・中群（ $n = 84$ ; 24~29点）・高群（ $n = 89$ ; 30~45点）とした。

**説得者の信憑性の影響** ストーリーごとに、説得効果得点を従属変数、専門性（2）×信頼性（2）×唱導方向（2）を独立変数とした3要因分散分析を行った。ストーリーIでは、専門性と信頼性の交互作用が有意であった（ $F(1,246) = 4.74$ ,  $p < .05$ ）。単純主効果検定から、専門性・信頼性が共に高い場合に説得効果が高くなることが見出された（Figure 1）。一方、ストーリーIIでは、専門性の主効果（ $F(1,250) = 2.13$ ,  $ns$ ）、信頼性の主効果（ $F(1,250) = 0.14$ ,  $ns$ ）、交互作用（ $F(1,250) = 1.68$ ,  $ns$ ）、いずれも有意ではなかった。したがって、仮説1は部分的な支持に留まった。

Figure 1

これらの結果から、ストーリーの内容による影響も考えられるかもしれない。説得者として、ストーリーIはサークルの友人を、ストーリーIIはアルバイト先の友人を設定したが、前者は後者に比べて、関係性の継続性が比較的長期に渡ることから、説得者としての影響力が高い可能性も考えられる。

**受け手の自尊感情および性別の影響** ストーリーごとに、説得効果得点を従属変数、唱導方向（2）を独立変数とした一元配置分散分析を行ったが、ストーリーI（ $F(2,251) = 0.98$ ,  $ns$ ）、ストーリーII（ $F(2,251) = 0.81$ ,  $ns$ ）ともに有意な差が見られなかった。そこで、自尊感情の告白意志への直接的な影響を確認するため、ストーリーごとに、説得効果得点を従属変数、唱導方向（2）×性別（2）×自尊感情（3）を独立変数とした3要因分散分析を行った。その結果、唱導方向と自尊感情の2要因

交互作用が、ストーリー I ( $F(2,242) = 10.21, p < .001$ ), ストーリー II ( $F(1,242) = 4.31, p < .05$ ) ともに有意差を示した。ストーリー I では、告白抑制条件では、自尊感情高群よりも低群で説得効果が高く、告白促進条件では、自尊感情低群・中群よりも、高群で説得効果が高かった。一方ストーリー II では、告白抑制条件のみ、自尊感情高群よりも中群で説得効果が高かった (Figure 2)。そして、告白意志得点についても、自尊感情 3 群による 1 要因分散分析を行ったところ、ストーリー I ( $F(2,251) = 8.26, p < .001$ ), ストーリー II ( $F(2,251) = 4.44, p < .05$ ) ともに有意差が見られ、多重比較検定の結果、いずれのストーリーにおいても自尊感情高群、中群、低群の順に告白意志が高かった。また、両ストーリーの告白意志には比較的強い正の相関が見られた ( $r = .57, p < .001$ )。

Figure 2

これらの結果から、自尊感情の説得効果への影響よりも、自尊感情の告白意志への影響の方が大きく表れたと捉える方が妥当であろう。説得者の条件が異なる 2 話のストーリーを提示したにも関わらず、2 話における告白意志に相関が見られたことから、告白をするか否かは、説得の影響が及びにくい部分もあるということであろう。ただし、特性的な自尊感情の高低は、感情や人生の満足とは強く関連するが、行動の原因としては重要ではない (Crocker & Wolfe, 2001) という見解もある。本研究では、自尊感情を持続的な個人特性として扱っていたが、状態的な自尊感情についても考慮した上で、今後より詳しく検討する必要があると思われる。また、本研究では仮想場面を用いたため、回答者のストーリーへの自我関与が低く、被説得者として強固な信念や態度も持っておらず、そのために自尊感情が影響しない状況であった可能性も考えられる。

さらに、唱導方向と性別の 2 要因交互作用が、ストーリー I ( $F(1,242) = 11.72, p < .001$ ), ストーリー II ( $F(1,242) = 12.49, p < .001$ ) とも有意差を示した。そして、2 つのストーリーを通して、告白抑制条件では、男性よりも女性の説得効果が高く、告白促進条件では女性よりも男性の説得効果が高いことが示された。これにより、仮説 3 は支持されたといえよう。

SCT (文章完成法) を用いて周囲から恋人との交際を反対されたときの反応を調査している佐方 (1993) によれば、男子学生は自分優先の考え方であきらめない傾向が見られるが、女子学生はその考え方の他に、話し合うや考え直すといったものも見られた。このように、女性は男性に比べ、周囲から交際や告白を反対されたときに、考え直したり、一時保留したりする傾向があり、それが今回のような男性は告白をする方向に、女性は告白をや

める方向に現れたと考えることもできるだろう。また、現実場面では、告白は男性側から行うことが多いこと(栗林, 2002; 穂坂, 2004) や、男女交際において女性は受け身意識が強く、男性はリーダーシップが求められるという性役割意識の存在(長津, 1991) も考えられる。本研究においても、このような告白における性役割が影響したと考えることもできるだろう。

## 研究 2

告白意志に影響を及ぼす様々な要因がある中で、第三者の説得や信憑性が、実際の現実場面においても重要な要因となっているかについて検討する必要がある。そこで研究 2 では、青年が経験した告白実行/非実行の意志決定場面において、第三者が関与した出来事について面接調査を行い、第三者が恋愛関係形成に果たす役割について検討することを目的とする。

### 方法

**調査協力者** 研究 1 実施時に、面接調査への協力に承諾が得られた大学生 10 名(男性 2 名, 女性 8 名, 平均年齢 19.40 歳,  $SD = 0.70$ ) を対象とした。

**手続き** 事前に作成したプロトコルに沿って、a) 異性に告白を考えた際に、第三者からアドバイスを受けた経験(以下、被説得経験)、b) 異性に告白を考えている友人に、第三者としてアドバイスを与えた経験(以下、説得経験)について、その時の状況や、説得を被説得者がどのように捉えたかなどについて質問を行った。この他、c) 異性から告白された際に、第三者からアドバイスを受けた経験、d) 異性から告白され返事に悩んでいる友人に、第三者としてアドバイスを与えた経験という状況でも、同様の質問を行ったが、本研究では告白者側の意志決定へのアドバイスのみに焦点を当てるため、今回は分析の対象としない。

**分析方法** まず、面接内容を問答形式でまとめたトランスクリプトを作成した。その後、個別事例ごとに各経験内容をまとめた上で、面接協力者全体の傾向や、説得者の信憑性の程度について検討した。

### 結果と考察

**回答が得られた事例** 被説得経験は 9 事例、説得経験は 9 事例の計 18 事例が得られた(Appendix 3)。

**第三者の人物像について** まず、告白者が相談した第三者は、「同じ学校で、部活も一緒に、仲がよかった」(A, 以下アルファベットは回答者記号を示す)、「結構仲が良

くて、相談しやすかった」(B)など、お互いに信頼関係が築かれている親しい知人で、同級生やサークルなど同学年の友人が17事例、アルバイト先の先輩という事例が1事例だけ見られた。これは、恋愛の相談相手としてほとんどの人が親友を選択していた西島(1999)の調査結果と一致するものである。また、「(相談した友人が)恋愛上手だった」(C)というように、第三者が恋愛関係に長けていたり、「私のことをよく知っていてくれる」(D)など相談者自身のことを理解していたり、「部活動が、その告白した人と一緒だった」(E)というように、相手の異性と友人(11事例)や顔見知り(3事例)であることなどから、恋愛関係や当事者を理解している、専門性の高い送り手を相談相手として選択したと考えられる。

**アドバイスの内容について** アドバイスの内容として、告白をやめるように促すものは見られず、全18事例とも告白を勧める内容のものだった。相手に交際している異性がいる場合に、友人が「今は告白をしないで様子を見るように」(E)と当初アドバイスした事例が1件あったが、これもその後告白を勧めている。そして、「絶対大丈夫だよって言うのを言ってくれていた」(A)というように、周囲から客観的に見た成功の可能性を伝えるものや、「雨は放っておけば乾くから(失敗しても、悲しみはいつか消えるから大丈夫)」(B)のように失敗を恐れずに告白してみることを勧める例もあった。また、「だんだんその気にさせられた」(J)と周囲の第三者から積極的に告白を促す例もあった。これらは、友人の恋愛を応援したいという素直な気持ちが表れていると思われる。

そして、告白することについて「不安だった」(A)、「勇気がなかった」(D)という発言が得られたが、恋愛における告白を実行するにあたって、精神的な不安定に陥る可能性がある。「告白したら“おしまい”だ」「断られたらどうしよう」などという不安が大きくなると、告白できずに終わることが、菅原(2000)でも示されている。このような不安を解消するために、第三者である友人に相談し、話を聞いてもらうことで気楽にしようとする目的があると思われる。また、これを受けた第三者は、前述したように、告白者の意志に反するような意見を述べるといった事例は見られず、「告白を勧められたけど、最終的な判断は任せるみたいな感じ」(E)など、本人の意志を受け容れ、尊重する形でアドバイスをしている。これらの一連のかかわりは、あたかも心理臨床場面におけるカウンセリングのような機能を果たしているともできるだろう。第三者である友人には、最も身近で話しやすいカウンセラー的な役割があると考えられる。

でき、このような専門的カウンセラー以外の身近な人物による相談・援助行為を、篠崎（1997, 1998）は「素人カウンセラー活動」と呼んでいる。また、山本（1986）や原田（2003）は、日常的な相談・援助には精神的健康の維持と精神的危機状態からの回復という働きを持つことを指摘した上で、相談・援助の営みには、援助の専門家だけではなく、一般の人々が大いに関わっていると述べている。恋愛に関する相談や援助行為でもこのような営みに近い機能があるのかもしれない。

また、「自分の経験を活かしたアドバイスというか、例え話をされた」（B）というように、自分の経験談などを交えたアドバイスや、「どんな人がタイプだとか、趣味は何だとか、よく聞く音楽とか、お店」（E）という相手に関する情報の提供などは、専門性の高さを生かしたものとと言えるだろう。

**アドバイス以外の協力について** アドバイス以外の協力として、「話をするときとかに、一緒にいてくれて、話すきっかけをもらった」（A）、「（友だちと）私の好きな人に携帯の番号を聞こうみたいな話になった」（H）など好意を抱く異性との話すきっかけ作りのための架け橋となった事例が2事例見られ、「春休みに有名な祭りがあったので、（友人や相手の女性と）一緒に行った」（F）というように、一緒に遊びに出かけるイベント作りという協力の仕方も1事例見られた。また、「告白する場に相手の男性を呼んできてもらった」（D）という事例のほかは、栗林（2002）や三枝（2004）と同様に、告白手段として友人に代わりに好意を伝えてもらうという事例は見られず、むしろ「告白は自分でしたい」（J）、「（相談するなら）口の堅い子」（G）というように、他人を通じての告白や、好意が意図せずに相手や周囲に伝わってしまうのを避けようとしているように思われ、その結果、信頼できる親友を相談相手に選択することにつながる部分もあると考えられる。

## 総合考察

本研究の目的は、恋愛感情を打ちあげようとしている者の周囲の第三者が、告白者の告白行動の実行・非実行の意思決定に及ぼす影響など、恋愛関係形成段階、特に告白時における第三者の役割について検討することであった。

研究1では仮説1が部分的に支持され、信憑性の高い説得者が告白を促進した場合には、告白者の告白意志が高くなり、告白を抑制した場合には、告白意志は低くなり、唱導方向に沿った態度を取る傾向が見られた。また、

研究2においても、相談相手として、専門性と信頼性が高い第三者が選択されている傾向が見られた。これらのことから、恋愛に関する相談相手においても、説得者の信憑性が重要な要因の一つであると言えるだろう。

そして、相談やアドバイス以外のことについて、第三者が関与したこととして、相手の異性と話をするきっかけ作りに協力する例が多く見られ、グループで出かけたリ、告白者を引き立てようとしたりする例も見られた。第三者が恋愛関係形成に影響を与える場面は、告白に直接関係する部分だけではないと思われる。さらに、第三者に相談することによって、告白することの不安を解消しようとしたリ、勇気を出そうとしたリしている例が見られた。友人など第三者には身近なカウンセラー的な役割もあるのだろう。

### 今後の課題

本研究の問題点と今後の課題としては、第一に、説得者の信憑性の設定の問題が挙げられる。本研究では、説得者の信憑性は従来の説得研究で指摘されているものを採用したが、面接調査において、「相談者自身のことを理解している」「恋愛上手である」という専門性や、「口が堅い」「秘密を守ってくれる」という信頼性など、恋愛相談に特に必要とされると思われる信憑性が見られた。このような専門性、信頼性という概念の含意するところをより丁寧に考慮することにより、説得効果に対する専門性と信頼性の交互作用効果がより明確に出現する可能性があるだろう。

第二に、ストーリーの題材に関する問題である。ストーリーⅡで取り上げた、アルバイト先での恋愛は大学生にとって親しみは薄いと思われ、また、アルバイト先に恋愛関係の相談をするような信頼の置ける友人を持つものも少ないのではないかと考えられる。ストーリーの内容によって差が見られたことは、一つの発見でもあるが、対象者である大学生にとって馴染みのあるような状況や場面設定を考慮した刺激文を用いることによって、より実情に即した結果が得られたのではないと思われる。

第三に、説得効果の規定因についてである。本研究では、説得の方向（告白を促進する説得と、告白を抑制する説得の2方向）に着目した。しかし、例えば、告白を促進する場合であっても、告白した結果、交際することができるかという成功の見込みに触れるかどうかなど、実際のメッセージ内容は様々である。その他、説得効果の規定因には様々なものがあり、他の要因についても、今後検討する必要があるだろう。

## 引用文献

- Crocker, J., & Wolfe, C. T. (2001) . Contingencies of Self-Worth. *Psychological Review*, **108**, 593-623.
- 深田博己 (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.
- 原田杏子 (2003). 人はどのように他者の悩みをきくのか——グラウンデッド・セオリー・アプローチによる発言カテゴリーの生成—— 教育心理学研究, **51**, 54-64.
- 原岡一馬 (1990). 態度はどのようにつくられ変えられるか 原岡一馬・長田雅喜 (編) 社会の中の人間 福村出版 pp. 72-106.
- 穂坂明德 (2004). コクられ・コクる体験とその後 深谷昌志 (監修) 高校生の「つきあい」事情 モノグラフ・高校生, **72**, ベネッセ未来教育センター pp. 7-9.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953) . *Communication and persuasion: Psychological studies of opinion change*. New Haven, CT: Yale University Press.  
(ホヴランド C. I.・ジャニス I. L.・ケリー H. H. 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)
- Hovland, C. I. & Weiss, W. (1951) . The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, **15**, 635-50.
- 今井芳昭 (2006). 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
- 栗林克匡 (2002). 恋愛における告白の状況と個人差 (シャイネス・社会的スキル) に関する研究 北星論集 (社会福祉学部) , **39**, 11-19.
- 松井 豊 (1990). 青年の恋愛行動の構造 心理学評論, **33**, 355-370.
- 松井 豊 (1993). 恋愛行動の段階と恋愛意識 心理学研究, **64**, 335-342.
- 長津美代子 (1991). 大学生の性役割意識——男女間のギャップを中心に—— 日本家政学会誌, **42**, 949-959.
- 西島 央 (1999). これが私の生きる道 深谷昌志 (監修) 高校生の他者感覚—ゆるやかな人間関係の持ち方—モノグラフ・高校生, **56**, ベネッセ未来教育センター pp. 52-67.
- Rhodes, N. & Wood, W. (1992) . Self-esteem and intelligence

- affect influence ability: The mediating role of message reception. *Psychological Bulletin*, **111**, 156-171.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton Univ. Press.
- 三枝恵子 (2004). 高校生が異性とつきあうきっかけとつきあいの深さ 深谷昌志 (監修) 高校生の「つきあい」事情 モノグラフ・高校生, **72**, ベネッセ未来教育センター pp. 17-20.
- 佐方哲彦 (1993). 大学生および専門学校生の恋愛観: SCTに表現された恋愛観の分析 日本教育心理学会第 35 回総会発表論文集, 321.
- 佐相邦英・原岡一馬 (1996). 対人認知が信憑性評価に及ぼす効果 社会心理学研究, **12**, 1-8.
- 篠崎信之 (1997). 日常的相談状況における非専門家の行動—「素人カウンセラー」概念の提唱とその行動構造の検討 武蔵野音楽大学研究紀要, **28**, 59-65.
- 篠崎信之 (1998). 日常的相談状況における非専門家の行動 (II) —異なる 2 つの状況における素人カウンセラーの行動構造の検討 武蔵野音楽大学研究紀要, **29**, 57-66.
- 菅原健介 (2000). 恋愛における「告白」行動の抑制と促進に関わる要因——異性不安の心理的メカニズムに関する一考察—— 日本社会心理学会第 41 回大会発表論文集, 230-231.
- 山田昌弘 (1991). 現代大学生の恋愛意識——「恋愛」概念の主観的定義をめぐって—— 昭和大学教養部紀要, **22**, 29-39.
- 山本和郎 (1986). コミュニティー心理学——地域援助の理論と実践—— 東京大学出版会
- 山本真理子・松井 豊・山成由紀子 (1982). 認知された自己の諸側面の構造 教育心理学研究, **30**, 64-68.
- 山根一郎 (1987). 「恋人」という間柄を意味する諸行為の記号的分析 社会心理学研究, **2**, 29-34.

## 謝辞

本論文の作成に当たり、ご指導頂きました橋本剛先生 (静岡大学) に深くお礼申し上げます。また、貴重なコメントを寄せてくださいました審査委員の先生方にも感謝申し上げます。

## 脚 注

<sup>1</sup> 本研究は、著者が静岡大学に提出した卒業論文（2006年度）の一部を加筆・修正したものである。また、本研究の一部は、日本心理学会第71回大会（東洋大学）で発表された。

<sup>2</sup> 静岡大学大学院人文社会科学研究所臨床人間科学専攻臨床心理学コース

図 表

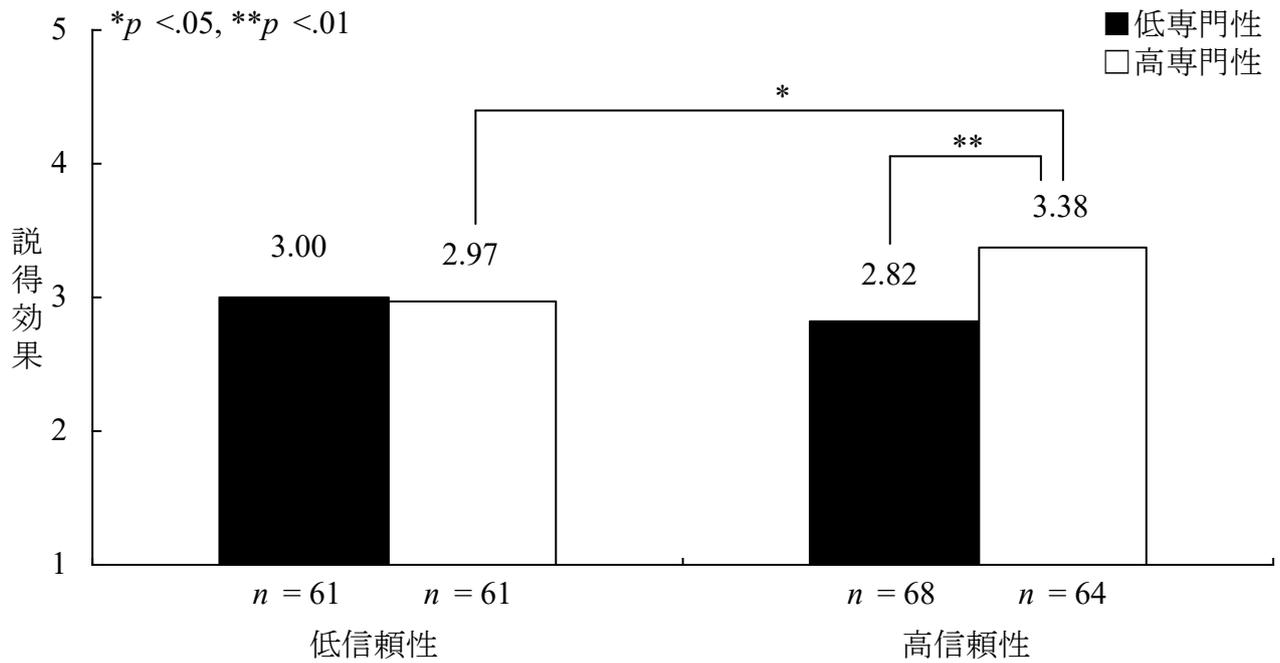


Figure 1 説得者の信憑性（専門性・信頼性）による説得効果（ストーリー I）

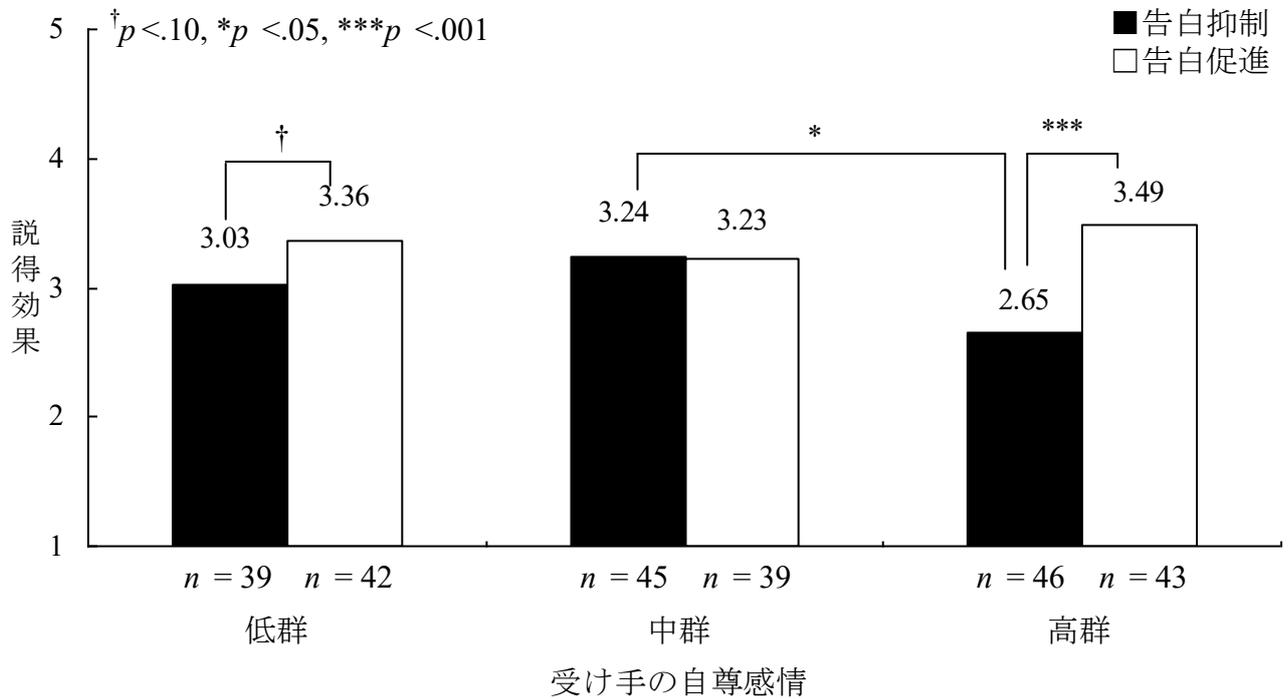


Figure 2 唱導方向・受け手の自尊感情による説得効果（ストーリー II）

## 付 録

### Appendix 1 仮想場面例 (男性回答者用<sup>a)</sup> ストーリーⅠ：高専門性・高信頼性・告白促進に操作)

カズヤ (男) は、大学に入学するとすぐに、テニスサークルに入った。

5月の連休が明けると、トモミ (女) が新たにサークルのメンバーになった。トモミは、先にテニスサークルに入っていた学科の友人、ユウタ (男) に誘われたのだった。<sup>b)</sup> ユウタは、正直者で、周囲からの信頼も厚かった。<sup>c)</sup>

カズヤは、しばらくするとトモミに魅力を感じるようになった。そして、どのようにトモミにアプローチしていこうか考えていた。

そこで、カズヤは同じサークルのユウタに相談した。ユウタは、「気持ち伝えなよ。カズヤならうまくいくと思うよ」と言った。<sup>d)</sup>

- <sup>a)</sup> 女性回答者用では、カズヤをマイに、トモミをリョウに、ユウタをミホに変更。
- <sup>b)</sup> 専門性に関する記述：低専門性では「ユウタはトモミとは面識がないため、トモミのことは知らなかった」に変更。
- <sup>c)</sup> 信頼性に関する記述：低信頼性では「ユウタは、たまに嘘をつくため、あまり説得力がないというのが周囲の印象だった」に変更。
- <sup>d)</sup> 唱導方向に関する記述：告白抑制では「告白はやめておいたほうがいいと思うよ」に変更。

### Appendix 2 仮想場面例 (女性回答者用<sup>a)</sup> ストーリーⅡ：低専門性・低信頼性・告白抑制に操作)

メグミ (女) は、大学に入ると、レストランでアルバイトを始めた。バイトの店員の一人に、ケンタ (男) がいた。仕事に一生懸命なケンタの姿を見て、メグミは惹かれていった。

メグミは、ケンタに自分の気持ちをどう伝えようか悩んでいた。そこで、友人のアヤ (女) に相談した。アヤは、ケンタとは面識がないため、彼のことを知らなかった。<sup>f)</sup> また、たまに嘘をつくため、あまり説得力がないというのが周囲の印象だった。<sup>g)</sup>

アヤは、「ケンタってバイト先の人？やめたほうがいいって。断られると思うよ」とメグミに言った。<sup>h)</sup>

- <sup>a)</sup> 男性回答者用では、メグミをショウタに、ケンタをユカに、アヤをナオキに変更。
- <sup>f)</sup> 専門性に関する記述：高専門性では「メグミやケンタと同じ日にバイトに入ることも多く、二人の性格や好みもよく知っていた」に変更。
- <sup>g)</sup> 信頼性に関する記述：高信頼性では「アヤは、正直者で、周囲からの信頼も厚かった」に変更。
- <sup>h)</sup> 唱導方向に関する記述：告白促進では「自分の気持ち、伝えた方がいいと思うよ」に変更。

Appendix 3 面接調査で得られた告白段階における説得・被説得事例の概要

回答者	経験	説得者／被説得者	説得者と告白相手の関係	説得内容	説得後の結果
A (女性)	被説得 説得	高校の部活の同性友人 高校の同級生・同性友人	無関係 同級生	告白促進 告白促進	告白→交際 告白→交際
B (女性)	被説得 説得	アルバイト先の同性先輩 大学同性友人	同じアルバイト先の友人 同じ大学の顔見知り	告白促進 告白促進	告白→非交際 相手から告白→交際
C (女性)	被説得 説得	高校の同級生・同性友人 他大学の同性友人	同級生 無関係	告白促進 告白促進	告白→非交際 告白→非交際
D (女性)	被説得 説得	中学の同級生・同性友人 中学の同級生・同性友人	同級生 幼なじみ	告白促進 告白促進	告白→交際 告白→非交際
E (男性)	被説得	高校の部活の同性友人	同じ部活の友人	告白促進	告白→非交際
F (男性)	説得	大学のサークルの同性友人	同じサークルの友人	告白促進	非告白
G (女性)	被説得 説得	高校の同級生・同性友人 大学の同性友人	無関係 無関係	告白促進 告白促進	告白→交際 非告白
H (女性)	被説得 説得	高校・部活の同性友人 高校時代の同級生 (同性)	同じ高校の顔見知り 無関係	告白促進 告白促進	告白→非交際 非告白
I (女性)	被説得 説得	大学の寮の同性友人 大学の異性友人	同じ寮の顔見知り 同じ大学の友人	告白促進 告白促進	告白→交際 告白→非交際
J (女性)	被説得 説得	大学の同性友人 中学時代の同級生 (同性)	同じ大学の友人 同じ高校の友人	告白促進 告白促進	告白→交際 告白→非交際