

「時間選好率を考慮した解釈レベル理論の拡張:一般化解釈 レベル理論 (Generalized Construal Level Theory)」

阿部誠 (東京大学)

守口剛 (早稲田大学)

八島明朗 (早稲田大学)

近年、社会心理学、消費者行動学で展開されている解釈レベル理論では、人々が対象や出来事に対して感じる心理的距離の遠近によって、精神的表象が異なると考えられている。

心理的距離が遠い場合、抽象的、単純、構造的、脱文脈的、本質的、上位的、目標関連的な解釈がなされる一方、心理的距離が近い場合には、具体的、複雑、非構造的、文脈的、副次的、下位的、目標無関連的な解釈がなされる。このような解釈レベルの高低は、消費者の評価軸や選択軸に大きな影響を与え、よって選好も変わる。

時間的距離によって選好が逆転する現象（時間的非整合性）は、行動経済学や社会心理学においては、割引という概念が重要なカギを握っていると考えられている。本研究報告では、解釈レベル理論で説明される消費者の選好が、割引概念を導入することによって、より一般的に体系化できることを提唱する。具体例として、ロトに関するアンケート調査において、このことを実証的に示す。