

行動直接性と命令性が行動変容に与える影響

後藤良輝^a 井上碧^b 金馬晴澄^c 芝田楓^d 竹井ありな^e

要約

本研究では「行動変容の誘発には非命令文かつ間接的なメッセージが効果的である」という仮説を立てた。「心理的リアクタンス」や「ブーメラン効果」の理論に基づくと、命令の形で強要するメッセージよりも、非命令の形で行動選択の余地を残したメッセージの方が、また、呼びかけたい行動を露骨に示したメッセージよりも遠回しに表現したメッセージの方が特定の行動を促すのに効果的であると考えた。そこで「命令性」、「行動直接性」という2要因でアルコール消毒・ゴミの分別を促すポスターを作成し、各ポスターにどれだけ従いたいと思ったかを評価してもらう形でアンケート調査を実施した。その結果「命令性」には有意差が見られたが、「行動直接性」には見られなかった。個人の選好と実際の行動には乖離が生じることが考えられるため、同志社大学今出川キャンパス内にてアルコール消毒のポスターを設置し、人々の実際の行動を観察する実験を10月に行う。

JEL 分類番号：D91

キーワード：心理的リアクタンス、ブーメラン効果、ナッジ

1. イントロダクション

私たちは他人に何らかの行動を促したいとき、主として言葉を用いて説得を試みる。しかし説得が必ずしも成功するとは限らない。相手が従ってくれるか、あるいは説得に失敗して無視、反論されるかどうかは、その言葉が相手に与える印象で決まると考えられる。以前、著者が目にしたSNSの投稿でこのようなものがあった。

「ミッキーに電話するんですか？周りを見たら、たくさんの素敵な風景が待っていますよ」。

これはディズニーランドのパーク内で歩きスマホをしていた投稿者に対しキャストがかけた言葉である。投稿者は「嫌な気持ちになることなく自分から自然に反省ができた」と述

^a 後藤良輝 同志社大学経済学部 cged0085@mail3.doshisha.ac.jp

^b 井上碧 同志社大学経済学部 cged0185@mail3.doshisha.ac.jp

^c 金馬晴澄 同志社大学経済学部 cged0293@mail3.doshisha.ac.jp

^d 芝田楓 同志社大学経済学部 cged0661@mail3.doshisha.ac.jp

^e 竹井ありな 同志社大学経済学部 cged0740@mail3.doshisha.ac.jp

べている。このキャストは歩きスマホをしている投稿者に対し、「やめてください」と命令しているわけではない。さらに「歩きスマホ」というワードを一切使用せずに間接的に歩きスマホの注意喚起を行い、聞き手を不快にさせることなく説得に成功している。このことから、誰かに何らかの行動を促したいときには、非命令文で遠回しに伝えることで行動変容の誘発が期待できるのではないかと考えた。

そしてこのことは、面と向かった音声による個人的な説得のみならず、社会的に望ましい行動を大衆に向けて促すポスターにも当てはまるのではないかと考えた。

そこで私たちは、提示内容および言い回しに違いをつけてアルコール消毒、ゴミの分別を促すポスターを作成し、人々が受け取った印象の違いを調査して、より多くの人々の行動変容を促すのに効果的な文面、文言を検証していく。

2. 仮説

心理的リアクタンス理論によると、我々には「自分の行動を自分の意志で決める自由選択権を有している」という認識があり、この自由選択権が外部から脅かされたと感じた際、その選択権を取り戻そうという抵抗的な心理が働く。そのため、強く説得すればするほど相手は説得と逆の態度をとってしまう（ブーメラン効果）。

したがってポスターにより特定の行動を促したい場合、ポスターを目にした人に対し「行動の自由が脅かされた」、「説教されている」という印象を与えないことが重要であると考えられる。そこで、指示や禁止などの命令の形で強要するのではなく、依頼や提案などの非命令の形で、あくまで行動の選択権は説得を受けている側にあることを示すことで、「行動の自由が脅かされた」という印象を与えずブーメラン効果の生起を抑止できると予測した。

また、「説教されている」という印象を与えないためには、説得したい行動を露骨に示すのではなく、遠回しに表現することが効果的であると予測した。以上を踏まえ、私たちはポスターによる説得に関して次の仮説を立てた。

仮説：非命令文かつ間接的に表現したメッセージが、行動変容を促すのに最も効果的である。

この仮説の検証は、「強要せず、それとなくほのめかすことで人々の行動変容を促す」という、行動経済学で主流のナッジ理論の検証であると言える。なお、命令文、非命令文のどちらが行動変容の誘発に有効であるかの検証については、自由主義の観点から命令や強制を望ましくないとする考えではなく、「あくまでも行動変容を促すための（ポスターの）メッセージに関しては、非命令文の方が望ましい」ということを検証する。

3.1. ポスターについて

仮説の検証のため、「行動直接性」と「命令性」の2要因でポスターを作成した。「行動直接性」は「直接的」と「間接的」の2水準、「命令性」は「命令文」と「非命令文」の2水準から成る。

本調査では、促したい行動に該当する「アルコール消毒」および「ゴミの分別」というワードが入ったポスターを「直接的」と定義し、ワードが入っていないポスターを「間接的」と定義する。加えて、文末が指示・命令表現の「してください」および「しなさい」の形であるポスターを「命令文」と定義し、依頼・提案表現の「お願いします」および「○○ませんか？」の形であるポスターを「非命令文」と定義する。

以上の定義の下、①「直接的」かつ「命令文」、②「直接的」かつ「非命令文」、③「間接的」かつ「命令文」、④「間接的」かつ「非命令文」の4種類のポスターを作成した。

また、「行動直接性」と「命令性」の要因のみを検証するために、アルコール消毒、ゴミの分別を促すポスターそれぞれにおいて、背景色、イラスト、フォントを統一している。作成したポスターはそれぞれ以下の図1、図2である。



図1 アルコール消毒を促すポスター



図2 ゴミの分別を促すポスター

3.2. アンケート調査

Google Form を利用してアルコール消毒、ゴミの分別それぞれでフォームを作成し、LINE を通じて URL を拡散し、回答を集めた。なお、本調査において回答者の属性は問題にしない。集計期間は2021年9月13日の23時から9月15日の16時であり、アルコール消毒では56件、ゴミ分別では64件の有効回答を得た。質問内容および形式はアルコール消毒、ゴミの分別で共通しており、大きく分けて三つの回答形式を採用している。

まず図1、2で示した①～④のポスターを提示し、完全順位法の形式で、従いたいと思った順番に1～4で選択してもらった(設問1)。次に一番従いたいと思ったポスターについて、それを選んだ理由を記述形式で回答してもらった(設問2)。最後に①～④のポスターそれぞれについて、どの程度従いたいと思ったかを6段階で評価してもらった(設問3)。

4.1 アンケートの回答データ

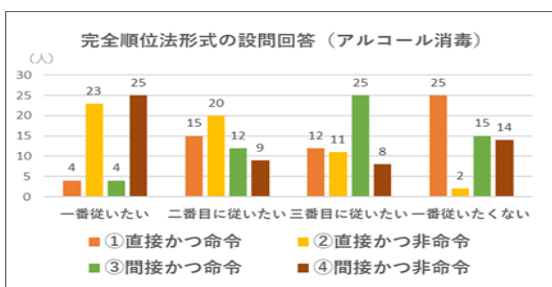


図3 設問1の回答データ (アルコール消毒)

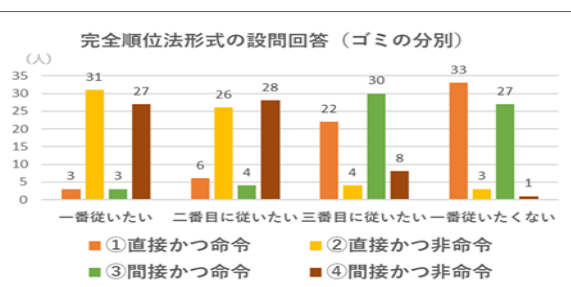


図4 設問1の回答データ (ゴミの分別)

設問1.完全順位尺度法形式の回答の傾向を見ると、アルコール消毒では、一番従いたいポスターとして④「間接的」かつ「非命令文」を選択した人が25人で最も多かった(図3)。ゴミ分別では、一番従いたいポスターとして②「直接的」かつ「非命令文」を選択した人が31人で最も多かった(図4)。一方どちらのポスターにおいても、一番従いたくないポスターとして①「直接的」かつ「命令文」を選択した人が最も多かった。

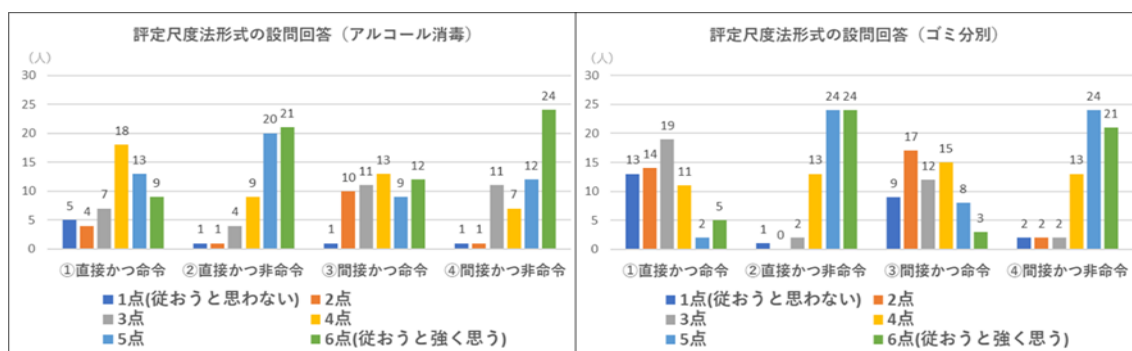


図5 設問3の回答データ(アルコール消毒) 図6 設問3の回答データ(ゴミの分別)

設問3.評定尺度法形式の回答の傾向を見ると、アルコール消毒では、④「間接的」かつ「非命令文」のポスターに最高点である6点を付けた人が24人で、最も多かった(図5)。ゴミ分別では、②「直接的」かつ「非命令文」に最高点を付けた人が24人で、最も多かった(図6)。一方どちらのポスターにおいても、①「直接的」かつ「命令文」のポスターに最低点である1点を付けた人が最も多かった。

4.2. アンケートの分析

まず、それぞれの条件のデータの平均値は以下の通りである。なお、完全順位法は、1番従いたいポスターを4点、2番目に従いたいポスターを3点、3番目に従いたいポスターを2点、一番従いたくないポスターを1点として点数化し、平均値を求めた。

表1 設問1および設問3の回答データの平均値

| 平均値 | | ①直接的かつ命令 | ②直接的かつ非命令 | ③間接的かつ命令 | ④間接的かつ非命令 |
|-----------|-------|----------|-----------|----------|-----------|
| 設問1.完全順位法 | アルコール | 1.96 | 3.14 | 2.09 | 2.80 |
| | ゴミ | 1.67 | 3.33 | 1.73 | 3.27 |
| 設問3.評定尺度法 | アルコール | 4.02 | 4.95 | 3.98 | 4.79 |
| | ゴミ | 2.84 | 5.05 | 3.08 | 4.84 |

[アルコール]

アルコール消毒を促すポスターのアンケート調査において、設問1の完全順位法で得られた結果に対し、各実験条件で平均値に差があるかを調べるために、対応のあるt検定を行った。その結果、①「直接的」かつ「命令文」と②「直接的」かつ「非命令文」、そして③「間接的」かつ「命令文」と④「間接的」かつ「非命令文」の条件間に有意な差が得られた、順に $t(55) = -7.697, p < .001, r = .72$, $t(55) = -3.381, p < .001, r = .41$ 。

次に設問3の評定尺度法で得られた結果に対し、独立変数を行動直接性(直接的であるか

間接的であるか)と命令性(非命令文か命令文か), 従属変数を評価点数とする実験参加者内 2 要因分散分析を行った. その結果, 行動直接性と命令性の交互作用効果, 行動直接性の主効果は有意であるとは言えなかったが, 命令性の主効果は有意であった, $F(1,55) = 36.819$, $p < .001$, $\epsilon^2 = .989$.

[ゴミの分別]

ゴミの分別を促すポスターのアンケート調査において, アルコール実験と同様に, 設問 1 の完全順位法で得られた結果に対し, 対応のある t 検定を行った. その結果, ①「直接的」かつ「命令文」と②「直接的」かつ「非命令文」, そして③「間接的」かつ「命令文」と④「間接的」かつ「非命令文」の条件間に 5%水準で有意な差が見られた. 順に $t(63) = -10.610$, $p < .001$, $r = .80$, $t(63) = -11.158$, $p < .001$, $r = .81$.

次に, 設問 3 の評定尺度法で得られた結果に対し, 独立変数を行動直接性(直接的であるか間接的であるか)と命令性(非命令文か命令文か), 従属変数を評価点数とする実験参加者内 2 要因分散分析を行った. その結果, 行動直接性と命令性の交互作用効果が 5%水準で有意であった. $F(1,63) = 4.892$, $p = .031$, $\epsilon^2 = .057$.

また, 行動直接性の主効果は有意でなかったが, 命令性の主効果は有意であった. $F(1,63) = 142.414$, $p < .001$, $\epsilon^2 = .691$.

有意な交互作用があったため, 単純主効果の検定を行った結果, 「直接的」における命令性の単純主効果, および「間接的」における命令性の単純主効果が 5%水準で有意であった. 順に, $F(1,63) = 145.657$, $p < .001$, $F(1,63) = 75.049$, $p < .001$.

5. 結論

表 1 の各ポスターの平均点のデータを見ると, アルコール消毒, ゴミの分別ともに, 完全順位法と評定尺度法のどちらにおいても, 平均値の上位 2 つが「非命令文」, 下位二つが「命令文」である. また, アルコール消毒, ゴミの分別ともに, 対応のある t 検定において, ①「直接的」かつ「命令文」と②「直接的」かつ「非命令文」, そして③「間接的」かつ「命令文」と④「間接的」かつ「非命令文」の間に有意な平均値差がみられた. さらに分散分析の結果, アルコール消毒, ゴミの分別ともに命令性の主効果が有意であった. これらのことから, 「特定の行動を促すメッセージにおいて命令文よりも非命令文の方が行動変容の誘発に有効である」という仮説は支持された.

一方で, アルコール消毒, ゴミの分別ともに, 対応のある t 検定において①「直接的」かつ「命令文」と③「間接的」かつ「命令文」, そして②「直接的」かつ「非命令文」と④「間接的」かつ「非命令文」の間に有意な平均値差は見られなかった. また分散分析の結果, アルコール消毒, ゴミの分別のどちらにおいても行動直接性の主効果の有意性が見られなかった. これらのことから, 「促したい行動を直接提示したメッセージよりも遠回しに表現したメッセージの方が行動変容の誘発に効果的である」という仮説は支持されなかった.

6. 考察と今後の展望

「命令文よりも非命令文の方が人々はポスターに従おうとする傾向にある」という結果に関しては、仮説の根拠とした心理的リアクタンス理論やブーメラン効果と整合性が取れているのではないだろうか。非命令文に言及した記述回答をみると、「口調が丁寧で好印象だった」、「命令口調ではないから受け入れやすいと感じた」という旨の意見が多くみられた。

一方で行動直接性に関する記述回答を見てみると、「直接的」に言及した回答では、「ストレートで伝わりやすかった」という旨の意見が大多数を占めていた。それに対し「間接的」に言及した回答では、「心に刺さる」、「心に響く」などの共感の声や、「大切な人を守ろうという気持ちになった」、「自分に地球の明暗を託されているような気がした」など情緒的な回答が多く見られた。

以上より、行動直接性に関する仮説を証明するためには、間接的な内容の中でも情緒に訴えるもの、社会規範に言及したものなど、どのような内容に効果があるのかを考える必要がある。

また本稿の実験では、アンケートを利用した、「どのポスターにどれほど従いたいか」という「選好の調査」に限られたが、個人の選好と実際の行動に乖離が生じること、すなわち「行動は社会的規範が想定する役割期待に沿うことが要求される一方で、選好は、そのようにして表に出された行動とは必ずしも一致すると限らない」ことを踏まえ、学内（同志社大学今出川キャンパス）にてアルコール消毒のポスターを設置し、人々の実際の行動を観察する実験を10月に行うことを決定した。

なお、アンケート調査の記述回答から、人々は「分かりやすい」内容を好む傾向があると考えられるため、学内実験に用いるポスターでは「大切な人を守る」という内容に「ワンプッシュで」という文言を追加し、アルコール消毒を促していることがより伝わるように工夫する。

引用文献

那須耕介, 橋本努. 2020. ナッジ!?自由でおせっかいなリバタリアン・パターナリズム. 勁草書房.

リチャード・セイラー, キャス・サンスティーン. 2009. 実践行動経済学. 日経 BP.

齋藤勇, 2006. 世の中がわかる! 社会心理学 図解雑学 絵と文章でわかりやすい!. ナツメ社.

関口卓也, 中丸真悠子. 2010. 選好と行動選択の乖離を考慮した社会規範の進化ゲーム理論的分析. 数理解析研究所講究録第1704巻, 133-137.

山岸俊男, 2011. 徹底図解 社会心理学—歴史に残る心理学実験から現代の学際的研究まで. 新星出版社.