

人間行動学期末レポート

学籍番号：35714121 名前：福富隆大

設問 1

① 一郎と次郎のうちどちらが、水泳選手としての三郎の実力を誇らしく思い、周囲にも自慢して回ると予測できるか？

次郎が三郎の実力を誇らしく思い、周囲にも自慢して回ると予測できる。

心理過程の説明：

次郎は自分が運動が得意ではないため、三郎の成功を自分のことのように感じることができる。これを「反映過程」と呼ぶ。次郎は三郎の成功を自分自身の一部と捉え、その栄誉を共有することで自己評価を高めることができる。一方、一郎は自身も水泳選手としてのキャリアを追求していたが、大成しなかったため、三郎の成功を受け入れることが難しいかもしれない。これを「自己防衛」と呼ぶ。一郎は自分の失敗を直視することを避けるために、三郎の成功に対して距離を置くかもしれない。次郎は水泳に関して直接的な競争相手ではないため、三郎との「心理的距離」が遠い。これにより、次郎は三郎の成功を素直に喜び、誇りに思うことができる。一郎は水泳に深く関与していたため、三郎の成功が自分の失敗を際立たせる要素にもなり得る。これにより、一郎は三郎の成功に対して複雑な感情を抱く可能性がある。対照的に、次郎は学業に専念しているため、水泳に関する関与が少なく、三郎の成功を純粋に喜びやすい。

② 代表的な実験研究の方法と結果の要点：

方法: この過程を例証するための代表的な実験として、Cialdiniら（1976年）の「BIRGing（Basking in Reflected Glory）」の研究がある。この研究では、大学生が自分の大学のフットボールチームが試合に勝った後、大学のロゴが入った服を着る頻度が増えることを観察した。実験では、学生たちに自分の大学のチームが勝ったか負けたかの情報を与え、その後の彼らの行動を観察した。

結果: 試合に勝った後、学生たちは大学のロゴが入った服を着る頻度が増えることが確認された。これは、学生たちが自分の大学の成功を自分の成功と感じ、その成功を反映して誇らしく思う「反映過程」によるものである。逆に、試合に負けた場合はその行動が減少した。これは自己防衛の一環として、失敗を直視しない行動である。

三郎に対する一郎および次郎の態度・行動との関連：

この実験結果を踏まえると、次郎は三郎の成功を誇りに思い、周囲に自慢する可能性が高い。次郎は三郎の成功を自分的一部分として感じ、反映過程を通じてその成功を共有する。一方、一郎は自己防衛の観点から、三郎の成功を受け入れ難く、心理的距離を置く可能性がある。このように、三郎の成功に対する一郎の態度は、自分の過去の失敗との関連性により複雑なものとなりやすい。

設問 2

① 上述の「異なる心理過程」を理解するのに有用な理論モデルの名前を記しなさい。

精緻化見込みモデル（Elaboration Likelihood Model: ELM）

② ①の理論モデルと実証研究をもとに、上述のような広告が、なぜ効果を及ぼせるのかを説明しなさい。

エルク説得モデル（ELM）は、説得がどのようにして効果を持つかを説明する理論であり、二つの主要なルート、すなわち「中心ルート」と「周辺ルート」があると提唱している。

中心ルート

中心ルートは、消費者が広告の内容に深く関与し、論理的な思考を通じて情報を処理する場合に作用する。このルートでは、商品の効能や性能に関する詳細な情報が重視される。消費者が製品に対して高い関心を持ち、情報を精査しようとする場合、広告の中心的なメッセージが説得力を持ちやすい。

周辺ルート

周辺ルートは、消費者が広告の内容にそれほど深く関与せず、表面的な手がかりに基づいて情報を処理する場合に作用する。このルートでは、商品の価値とは直接関係のない魅力的な人物や視覚的な要素が重要な役割を果たす。消費者が製品に対して低い関心を持っている場合や、広告を見る時間が限られている場合、周辺ルートが効果的である。

広告の効果の説明

上述のような広告が効果を及ぼせる理由は、エルク説得モデルに基づいて説明できる。幅広い消費者には、製品に対する関心の度合いや情報処理のスタイルが異なるため、広告は異なる心理過程に働きかける必要がある。具体的には、以下のようなメカニズムが作用する：

1. **関心の高い消費者:** 製品に対する関心が高い消費者は広告の詳細な情報を精査し、たとえ小さく書いてあったとしても商品の効能や性能に基づいて判断する。この場合、中心ルートが主に作用する。
2. **関心の低い消費者:** 製品に対する関心が低い消費者は、広告の表面的な手がかりに基づいて判断する。この場合、魅力的な人物や視覚的な要素が重要な役割を果たし、周辺ルートが主に作用する。

このように、広告は多様な関心や背景を持つ消費者に対して、異なる心理過程を通じて効果を及ぼすことができる。

設問3

① この現象を端的に表現した社会心理学の概念を記しなさい。

利用可能性ヒューリスティック（Availability Heuristic）

② なぜ、どのような過程を経て、この現象が起こるのかを説明しなさい。その際、説明に用いる心理的原理や理論的根拠と、それを検証した研究例を明示しなさい。

利用可能性ヒューリスティックの説明

利用可能性ヒューリスティックは、人々が判断を下す際に、最も簡単に思い出せる情報や最近見聞きした情報に基づいて判断する傾向を指す。この心理的原理により、実際の頻度や確率に関係なく、目立つ出来事や印象に残る出来事が頻繁に起こっているかのように感じられる。

この現象が起こる過程

1. **メディアの報道:** 犯罪事件に関する報道は、しばしば目立つ特徴や異常な事例を強調する。外国人容疑者が関与する事件は、視聴者の関心を引くために報道されやすい。このため、メディアは外国人容疑者に関するニュースを頻繁に取り上げる傾向がある。

2. **記憶と注意のバイアス:** 人々は目立つ情報や印象に残る情報を記憶に留めやすい。外国人容疑者が関与する事件は、日本人容疑者が関与する事件よりも異常であり、結果として記憶に残りやすい。このように、目立つ情報に対する注意のバイアスが働く。
3. **利用可能性ヒューリスティックの適用:** 犯罪事件に関する判断を下す際、人々は記憶に残っている情報を基に判断する。外国人容疑者に関するニュースが記憶に強く残っているため、「また容疑者は外国人か」という印象を持ちやすくなる。

検証した研究例

TverskyとKahneman（1974年）の研究が、利用可能性ヒューリスティックを実証している。この研究では、被験者に英語の単語のリストを提示し、その中で特定の文字で始まる単語と特定の文字が三番目にある単語のどちらが多いかを判断させた。結果として、被験者は最も簡単に思い出せる情報（特定の文字で始まる単語）に基づいて判断し、実際の頻度とは異なる結果を導き出した。これにより、利用可能性ヒューリスティックが人々の判断にどのように影響するかが示された。

なぜこの現象が起こるのか

利用可能性ヒューリスティックにより、目立つ情報や印象に残る情報が頻繁に起こっているかのように感じられるため、外国人容疑者に関するニュースが多く感じられる。これは、メディアの報道が目立つ特徴を強調し、記憶と注意のバイアスが働くことで起こる。この結果として、実際には日本人容疑者の関わったニュースの方が多いいにもかかわらず、「また容疑者は外国人か」という印象が強まる。

このように、利用可能性ヒューリスティックを通じて、人々は容易に思い出せる情報に基づいて判断を下し、その結果、実際の頻度や確率とは異なる印象を持つことになる。