

# 社会心理学における現在の態度研究とその展望<sup>1</sup>

林 幹也

本稿の目的は、社会心理学史における態度概念と態度の測定方法について概観するとともに、今後の態度研究の発展の方向に関する若干の展望を行うことである。最初に、社会心理学における態度概念の重要性について論じた。次に、態度の測定方法として、自己報告式尺度と、反応潜時を利用した方法について紹介した。また、反応潜時を利用した態度測定方法の確立に伴う、態度概念の理解と定義における変化を説明した。さらに、態度概念の変化に伴って注目されるようになった態度の両価性および二重態度に関わる問題について紹介した。最後に、態度研究の今後の発展可能性について論じた。

**Key Words** : 態度、社会心理学、潜在的測定

## 1. 態度とは何か

日常生活を送る上で、他者を理解することとは、その人の“好き嫌い”を知ることでありと言っても過言ではない。我々は、自分自身と他者が、様々な対象に対して抱いている“好き嫌い”を、日常生活上の重要な問題であるとみなしている。我々は職場や学校において、同僚や級友がどのような食べ物を好み、どのような性格の人を好み、どのような服を好み、どのようなスポーツを好むのかを頻繁に話題にする。旅行の際に仲間にお土産を買うときには、その仲間の“好き嫌い”を思い浮かべた上で買う。自己紹介をする際には、自分自身が何を好んでいるのかにしばしば言及する。“好き嫌い”は、我々の対人関係にも強く影響している。我々は、同じ音楽や同じ政党、さらには同じ信仰対象を好む者同士でしばしば集団を形成し、その外部の者を疎んじたり攻撃したりする。さらに、“好き嫌い”は経済活動や政策決定にさえ大きな影響を与える。たとえば何か新たな商品を作るときには、消費者が何を好むのかについて調査しないわけにはいかない。また現内閣を支持するかしないか（つまり現内閣に対する“好き嫌い”である）に関する調査は頻繁に行われ、その結果は国政レベルの決定においても無視できないものとなっている。つまり、こういった“好き嫌い”をうまく測定することや、もし可能であれば変容させることは、現在の社会において実用上の多くの価値を持っているのである。このような“好き嫌い”は、社会心理学領域における態度という概念にある程度対応している。だが、心理学における態度は、我々が日常的に言う“好き嫌い”と比べて、より複雑な概念であ

ると考えられてきた。

現在まで数多くの社会心理学者が態度を様々な定義しており（竹村, 2009）、それらは互いに異なる部分を有している。しかしながら多くの定義間で共通しているのは、対象に対する接近と回避に関連した何らかの反応準備状態を指す仮説的構成概念であるという点である。では、この反応準備状態とはいかなるものであるのか。たとえば、スーパーマーケットにおける日々の買物の際に、A氏はチョコレートを購入するとする。この場合、A氏は、スーパーマーケット以外の場所（たとえば職場など）にいるときでも、チョコレートを買おうとする準備状態を保持したまま生活しているとみなすことができるであろう。この準備状態は、条件さえ整えば（すなわちお金を持った状態でスーパーマーケットに入れば）、チョコレートを買うという具体的な行動を、ある確率で引き起こすことに寄与することとなる。すなわち、態度は行動をある程度予測可能であると考えるのである。しかし、この準備状態は直接的に観察可能な性質を備えているとはいえないので、現時点では飽くまでも仮説的に構成された概念であるということになる。また、態度が日常用語の“好き嫌い”と少し異なっている点は、認知、感情、行動の3成分から構成されていると考えられていることである。認知成分とは、「チョコレートは疲労時の糖分補給に適する」といったような、対象に関する知的な言語的表現によって測定可能とされる成分である。感情成分とは、「チョコレートが好きだ」といったような、感情的な言語的表現によって測定可能とされる成分である。最後に行動成分とは、「チョコレートを食べるつもりだ」といったような、行動に関わる言語的表現によって測定可能とされる成分である。ということは、我々の日常用語である“好き嫌い”とは、とくに態度の中でも感情成分に対応していると考えられることができる。このように、心理学における態度は、

<sup>1</sup> 本稿は、2010年2月6日に明星大学内で開催された第3回明星大学心理学大会における著者の講演内容に基づく講演録である。講演の機会を頂きましたことについて、心理学科および大学院心理学専攻に所属する学生・院生の皆様、スタッフの皆様、および多くの関係者の方々に御礼を申し上げます。

知能や性格と同様に、複雑で広範囲な仮説的構成概念なのである。

態度そのものが直接観察不可能な概念である一方で、態度の対象(態度対象)もまた実体である必要はないと考えられている。ある国家、民族、あるいは特定の会社の従業員などといった複数名からなる集団を概括して態度対象であると考えられることも可能であるし、同様に、高齢者、女性、子どもなどといった社会的カテゴリもまた態度対象として扱われることがある。さらには資本主義、民主主義、自由、平等、真善美、創造主などといった抽象的概念も態度対象となり得る。驚くべきことに、自分自身さえも態度対象として扱われる。とくに自分自身を対象とする態度を自尊感情あるいは自尊心(self-esteem)と呼び(Rosenberg, 1986)、様々な研究の中で重要な媒介変数として登場する。ただしこのような抽象的な事物を態度対象とした場合、その態度が実際にどのような行動を予測するかについて注意が必要である。

## 2. 自己報告式尺度による態度測定

一般的に心理学の目的は行動の説明、予測、制御であると考えられており、それゆえ心理学は行動科学という別称を与えられている。中でも我々が置かれている先進国の社会が最も重視しているのは行動の予測であるように思われる。ある人がある商品をどれだけ買うのが予測可能であれば、それは多くの利益を生むであろう。ここで、ある人の未来の行動を予測するための、有効かつもっとも客観的な社会科学的指標のひとつは、その人の過去の行動である。例えば来週1週間のチョコレートの消費量を予測したければ、その人の過去1ヶ月のチョコレートの消費量を調べれば良いのである。そのように考えれば、行動予測という用途においては、態度という概念を保持する必要がないように思われるかもしれない。しかし、論証だけで足る研究とは異なり、実証科学は限りある資源と時間の下に行われる社会的な営みであるので、測定に必要なコストや時間は節約できにこしたことはない。その人の過去のチョコレート消費量を完全に客観的なやり方で調べるためにはその人の摂食行動全てを一定期間記録し続けねばならず、それには多くのコストを要するであろう。他には、ある人にとってチョコレートがどの程度の強化力を持っているかを学習心理学的な実験によって調べるという方法も考えられる。なんらかのオペラント行動の自発に続いてチョコレートを与えることが、そのオペラント行動の自発頻度を迅速に高めるのであれば、その人は他の色々な機会においてもチョコレートを買ったり食べたりする行動を頻繁に示すであろう。しかしこのやり方は、食物以外の様々な態度対象について実施することが困難であるし、実施の為にはやはり多くのコストと時間を要するであろう。

すなわちこれらの方法は、様々な社会的カテゴリや集団に属する多くの人々を相手に研究を展開していかねばならない社会心理学において、現実的とはいえないのである。

ならば、その人自身に、「あなたはチョコレートが好きですか?」とか、「チョコレートを見ると食べたくなくなりますか?」とか、「来週チョコレートを食べてみますか?」などと尋ね、回答を採取するというやり方はどうだろう。これならば数秒で回答が得られ、ゆえに格段に安いコストで格段に多くのデータを得ることができるかも知れない。そのような考えから、サーストン尺度、リックカート尺度等の自己報告式態度測定尺度が頻繁に用いられている。これらは、「私はチョコレートが好きである」といった命題に対して、自分自身に当てはまる選択肢(賛成・反対、あてはまる・あてはまらない等)を選んで報告するというものである。これらの尺度は、世論調査から卒業研究まで、様々な調査において頻繁に用いられている。とくにリックカート尺度は因子分析手法の洗練とともに、今や無くてはならないツールとなった。では、こういった自己報告式尺度は、人々の実際の行動を予測できるのだろうか。これについて、1927年から1990年までの数多くの態度研究のメタ分析が試みられており、そこでは様々な調査における態度と行動との相関が報告されている(Bohner, & Wänke, 2002)。これによると、利他行動や家族計画、宗教行動、環境保護行動、人種差別的行動などにおいては相関係数は0.3以下であったが、これに対して薬物使用行動や政治活動においては0.5以上という結果が得られている。すなわち、道徳や差別問題に触れる行動は態度によって予測されにくいと言えるが、これら以外の種類の行動を扱うのであれば、自己報告による態度測定はそれほど予測力に欠けるわけではないのである。またDavidson & Jaccard (1979)は、特殊な行動を予測する際には特殊な測定が必要であるという非常に示唆に富む報告を行っている。彼らは女子学生に対して、避妊についてどう感じるかを尋ねたが、この回答とその後の避妊薬の使用行動との相関はわずか.08であった。しかし、今後2年間に避妊薬を使うつもりかどうかを尋ねた場合、その回答とその後の避妊薬の使用行動との相関は.57という高いものであった。つまり、特殊な行動を予測する為には、感情成分の測定だけではなく、行動成分の特殊な測定が必要なのである。

## 3. 情動的プライミング課題による態度測定

態度対象が社会的タブーに触れるものである場合、回答者は社会的に望ましいとされる回答を行う傾向があるため、自己報告式尺度によって測定された態度は行動を予測しにくくなる。またそれだけではなく、自己報告は内省に依存する方法であるがゆえに、回答者

自身が気付いていない、内省不可能な態度については測定が困難であるかも知れない。これらが社会心理学における態度測定の限界であると考えられていたが、これを回避できるかも知れない実験手法が報告された。

Fazio, Sanbonmatsu, Powell, & Kardes (1986) は、認知心理学領域で報告されていた意味的プライミングを応用することにより、意識的判断を経由しないやり方で態度を測定する可能性を示して見せた。まず彼らは参加者に対して、様々な動物名、食物名、国家名などの態度対象を呈示した。ここでは参加者は、呈示された個々の対象が良いものであるか悪いものであるかをできるだけ速くかつ正確に判断し、“良い”、“悪い”のいずれかのキーを押さねばならなかった。そして、各態度対象に対して押されたキーと、押されるまでの反応潜時が記録された。すなわちこの課題はタイムプレッシャー下での自己報告による態度測定課題であると言える。続いて彼らは、比較的素早く“良い”キーが押された態度対象と、比較的素早く“悪い”キーが押された態度対象を参加者ごとに選び、情動的プライミング課題のプライムとして呈示したのである。情動的プライミング課題においては、まず画面にプライム(先行刺激)が200 ms 呈示され、100 ms の間隔を置いて、ポジティブもしくはネガティブな形容詞がターゲットとして呈示された(つまり2刺激の間隔を300 ms とした間接プライミング実験である)。すなわちこの呈示デザインにおいては、2種類のプライム(良い・悪い) × 2種類のターゲット(ポジティブ・ネガティブ)による4通りの呈示パターンが存在している。そして参加者は、ターゲットを見たら、それがポジティブな意味を有しているのかネガティブな意味を有しているのか素早く正確に判断し、2つのキーのうちのいずれかを押さねばならなかった(評価判断課題)。その際にターゲットが出現してからキーが押されるまでの反応潜時が測定された。4通りの呈示パターンそれぞれにおけるターゲットへの平均反応潜時を算出すると、良いプライムの直後に呈示されたポジティブターゲットへの平均反応潜時と、悪いプライムの直後に呈示されたネガティブターゲットへの平均反応潜時は、他の2条件の平均反応潜時に比べて、有意に短かったのである。ここでは300 ms の間隔が用いられているが、この間隔ではプライムの意味を意識的に処理することは不可能であると考えられており、それゆえ上記のプライミング効果は意識的ではないなんらかの処理によって引き起こされたものであると推測せざるを得ない(e.g., Posner & Snyder, 1975)。そこでFazio et al. (1986) はこのプライミング効果を次のように説明している。プライムの呈示によって“自動的に活性化した態度”が、参加者が置かれている状況(参加者が対面している対象すなわちターゲット語)の情報に対す

る特定のバイアスを有した選択的処理を促すこととなる。例えば良いプライムを呈示した直後にターゲットを呈示すると、参加者はターゲット刺激のポジティブな属性を選択的に処理しようとするバイアスを生じる。この場合、ターゲットがポジティブ語である場合はこのバイアスによってポジティブな属性の検出が一層容易になり、評価判断の反応潜時が促進されるのである。この後、Bargh, Chaiken, Gower, & Pratto (1992) によって、さまざま異なるプライムを用いた場合でもこの効果が一貫して得られることが報告されている。

続いてFazioとその同僚は、この情動的プライミング手続きが、自己報告式尺度では測定困難な人種差別的態度を測定可能であり、しかもその測定結果が人種差別的行動を予測できることを示してみせた(Fazio, Jackson, Dunton, & Williams, 1995)。彼らの実験では、白人参加者と黒人参加者に対して、白人の顔写真と黒人の顔写真をプライムとして使用した情動的プライミング課題を実施したのである。その結果、参加者が白人である場合は、白人顔写真の直後に呈示されたポジティブターゲットと、黒人顔写真の直後に呈示されたネガティブターゲットに対する平均反応潜時は、他の2条件の反応潜時に比べて有意に短かった。これに対して参加者が黒人である場合は、上記の反応潜時パターンが逆転していたのである。以上の結果をFazioらに基づいて解釈すれば、白人参加者は、白人プライムに対してポジティブな態度を、黒人プライムに対してネガティブな態度を自動的に活性化させた一方で、黒人参加者においてはこれらが逆転していたということになる。さらに彼らの実験では、黒人の協力者が参加者に対して事後説明を行ったのであるが、その際に参加者の非言語的行動がどの程度実験者に対して好意的であるかをこの協力者が評定したのである。その評定得点は、上記の課題における反応潜時の差であるところのプライミング効果量と有意に相関していた( $r = .31$ )。以上のように、情動的プライミング課題は自己報告以外の有力な態度指標である可能性が示唆されたのである。

現在では情動的プライミング課題は多くの研究で頻繁に使用されているが<sup>2</sup>、測定された平均反応潜時の条件間の差(プライミング量)に、態度指標としてどの程度の妥当性があるのかについては、先ほど紹介したFazio et al. (1995) 以外に多くの報告があるわけではない。しかし、中でもHayashi (2007) および林 (2007) は、実験室内で、ある態度対象に対する態度変容をもたらす操作を実施し、その直後にその対象をプライムとした情動的プライミング課題を実施することにより、操作から予測された方向のプライミング量が得られることを報告している。この実験では参加者に対して無意味図形と形容詞の反復対呈示を繰り返し

た。その際、ある無意味図形には常に肯定的な意味の形容詞が対呈示され、これに対して別の無意味図形には常に否定的な意味の形容詞が対呈示された。この手続きは評価的条件づけと呼ばれ、肯定的情動価（あるいは否定的情動価）を持つ刺激（unconditioned stimuli, USs）を何らかの中性的な刺激の直後に呈示することにより、その中性的刺激の情動価をUSの情動価と同方向に変容させることができるとされている（レビューとして、De Houwer, Thomas, & Baeyens, 2001）。以上の対呈示手続き終了後、用いた2枚の無意味図形をプライムとする情動的プライミング課題を行ったところ、先ほど肯定的形容詞とペアにされていた無意味図形は肯定方向の、先ほど否定的形容詞とペアにされていた無意味図形は否定方向のプライミング量を示したのである。現時点では評価的条件づけが態度を変容させる過程について合意は得られていないが（De Houwer et al., 2001）、以上の結果は情動的プライミング課題が一定の妥当性を有していることの証左であろう。

#### 4. 表象間および概念間の連合と潜在的連合テスト

以上の情動的プライミング手続きの報告とともに、Fazioとその同僚らは、態度の定義をより単純化することを提起した。彼らによれば、態度とは、長期記憶内に安定的に保持されている、対象の表象と対象への評価との連合（association）である（e.g., Fazio, 2001）。この連合は対象によって強い場合もあれば弱い場合もあり、その強度は、情動的プライミング手続きによって測定されるプライミング量と相関しているものとされる。言い換えると、Fazioの考えによれば、情動的プライミング課題とは、対象の表象と評価との記憶内における連合強度を測定する手法なのである。そして、この強度が強い場合は、その対象に接近する（あるいは回避する）行動が生じやすくなる。しかしながら、その対象について熟考する動機づけと機会が存在している場合は、その連合に依存しない行動が生起する可能性が高くなる。例えば、チョコレートの表象と肯定的評価の間に強い連合を有している人は、チョコレートを買うべきか買わないべきか直ちに決定せねばならない場面では、高い確率でチョコレートを購入する。これは、その人が有している連合強度に基づいた接近行動である。しかし、決定に際して十分に検

討する機会と、検討しようとする動機づけを有しているときには、結果は異なるものになる可能性がある。たとえば自宅の冷蔵庫の中身や最近の自分の体重等を考慮に入れることにより、買わないという決定が発生する可能性が高まるかも知れない。彼らはこの理論をMODEモデル（Motivation and Opportunity as Determinants of the attitude-behavior relation）と呼んでおり、このモデルの可能性を巡って様々な理論的検討と実験が行われている（e.g., Olson & Fazio, 2009）。

ところで、Fazioらが情動的プライミング課題による態度測定を報告したのと同時期に、概念間の連合強度を手軽に測定できるかもしれない手法が報告された。これが有名な潜在的連合テスト（Implicit Association Test, 以下IAT）である（Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998）。この課題は、呈示される刺激の画面上での呈示位置や呈示時間に細心の注意を払わねばならない情動的プライミング課題と異なり、非常に手軽に概念間の連合強度を測定することができる。この課題では、参加者は、画面中央に呈示される語や画像が、左のカテゴリに適合するのかわ右のカテゴリに適合するのかわを速く正確に判断し、左右いずれか正しいキーを押さねばならない。このとき、画面の左にも右にも、概念ラベルが2つずつ組み合わせられて配置されることとなり、その組み合わせによって反応潜時に差が発生することとなる。たとえば左の概念ラベルが“花／良い”で、右の概念ラベルが“虫／悪い”である場合に、画面中央に出現する語や画像を正しくカテゴライズするのに要する平均潜時は、左の概念ラベルが“虫／良い”で、右の概念ラベルが“花／悪い”である場合に要する平均潜時に比べて、有意に短くなるのである（e.g., Greenwald et al., 1998）。IATにおける効果の生起機序はまだ十分に説明されていないが、おそらく多くの参加者において、花に関する概念と肯定的評価、虫に関する概念と否定的評価がそれぞれ強い連合強度を有しているために、花と良い、虫と悪いを同位置に配置すると素早い反応が可能となるのであろう。もしそうなのであれば、先に紹介したFazioの定義にしたがえば、この課題は花に対する態度と虫に対する態度を同時かつ不可分な形で測定しているものとみなすことができる。ゆえに、この例であれば、各参加者内にて後者の平均潜時から前者の平均潜時を減じた値が、IATにおける各参加者のスコアとなり、すなわち花を虫よりも好む個人的な傾向を反映しているものとみなされることになる。ところで、言語的ラベルを媒介するこの課題においてもっとも重要な点は、この潜時は、参加者が使用する言語に内在している概念間連合強度ではなく、むしろ個人が独自のものとして有している連合強度を反映するという点である。この証左としてGreenwald et al., (1998) は、日系米国人と韓国系米国人を参加者としたIATの結果を報告している。彼ら

<sup>2</sup> 情動的プライミング課題は意味的プライミング課題と類似しているが、意味的プライミング課題と同じ活性化拡散仮説ではプライミング効果の生起を合理的に説明できないとの見解が提起されている（レビューとして林, 2002）。林（2006）は、情動的プライミング効果の生起原因について、ターゲットに対して求められる“良い・悪い”に関する2択の運動反応が、ターゲットだけではなくプライムにも発生してしまい、両者が不一致の場合に運動反応の干渉が発生してターゲットへの反応時間が遅延するという、運動反応経路干渉仮説を提起している。

は“日本”、“韓国”、“良い”、“悪い”の4ラベルを使用し、日本と韓国に対する相対的な態度を測定するIATを実施したところ、日系米国人は韓国よりも日本を、韓国系米国人は日本よりも韓国を相対的に好むという有意な交互作用を得ている。

この10年あまり、社会心理学分野を中心にIATによる態度測定を扱った夥しい数の論文が発表されており、それにともなってIATが反応潜時を利用した手法としては例外的に高い信頼性を示すことが明らかにされている(Nosek, Greenwald, & Banaji, 2007)。また、人種差別のように社会的望ましさへの懸念が入り込む対象について測定する場合は、IATによる測定結果は自己報告式尺度による結果とほとんど相関せず(e.g., Dasgupta, McGhee, Greenwald, & Banaji, 2000)、他方で差別と関係のない対象の場合は、両者の間に.24から.34程度の弱い正の相関が得られることも明らかにされている(Nosek et al., 2007)。この報告は、自己報告式尺度においては参加者が差別的な回答を避けようとして自ら回答を歪める傾向を除外しきれないが、IATはその傾向を迂回できることを示唆している。すなわち、差別や偏見に関係した対象に対する行動を予測する上では、自己報告式尺度よりもIATの方が優れているということになる。また、同一の参加者に対して自己報告式尺度による時間を置いた反復測定を行う場合、参加者は時機の異なる2つの評定を一致させようとする傾向を持っているので、2度目の評定は1度目の評定によって歪められる可能性がある。だがIATにおいてはこのような効果が発生しにくいとの見解がある(Nosek, Greenwald, & Banaji, 2007)。もしそうであるならば、何らかの態度操作の前後で態度測定を行うことによって操作の影響を検討するなどといった参加者内反復測定においては、自己報告式尺度よりもIATの方が優れていることになるであろう。以上のように、今やIATは社会心理学におけるきわめて有力な態度指標となっている。

他方でIATについて特筆すべきことは、使用する4つのカテゴリに工夫を凝らすことにより、様々な応用が可能になることである。たとえば筆者は本学における心理学実験法の授業を使用して、男性、女性、たくましさ性格特性、こまやかさ性格特性の4カテゴリを使用したIAT(ジェンダー・性格ステレオタイプIAT)を実施したが、“男性は比較的たくましく、女性は比較的こまやかである”という命題に対して自己報告の上では同意しない参加者群においてさえ、IATによる測定結果においては、男性とたくましさ、女性とこまやかさの間に強い連合を示すことを何度も確認してい

る。さらに、自己、他者、良い、悪いという4つのカテゴリを使用することにより、IATによって自尊感情(self-esteem)を測定する試みも報告されている(Karpinski, 2004)。とくにYamaguchi, Greenwald, Banaji, Murakami, Chen, Shiomura, Kobayashi, Cai, & Krendl (2007)は、自己報告式尺度による日本人の自尊感情は米国人・中国人に比べて有意に低い、IATによって測定された自尊感情は米国人・中国人と同程度であることを報告している。また、ノーベル経済学賞を受賞した心理学者カーネマンをはじめとして、昨今では幸福度の研究が盛んであるが(e.g., 大石, 2009)、これをIATにより測定する試みも報告されている(Walker, & Shimmack, 2007)。いずれの試みの目的も、IATが、行動予測においていくつかの限界を抱えた自己報告式尺度を補完する役割を果たし得るかを明らかにすることであろう。

## 5. 態度の両価性

先に紹介したFazioらによる態度の定義においては、態度とは対象の表象と評価との連合である。ここでFazioらが想定している評価とは、肯定的評価と否定的評価の2つである。これに一致して、IATにおいて態度を測定する場合も、“良い”カテゴリと“悪い”カテゴリをデザインの中に組み入れている。ところで、ある対象が、肯定的評価と否定的評価の双方と同程度に強く連合しているといった事態は発生しないのだろうか。認知心理学的には、あるひとつの表象あるいは概念が、同時に2つの概念と連合していることはまったく不自然なことではない。ここで問題となっている2種類の評価もまた長期記憶内の知識構造なのであれば、あるひとつの対象に、2つの評価が同程度に強く連合しているという事態も当然想定されねばならない。すなわち、Fazioらによる態度の定義は、必然的に、同一の対象に対して異なる評価が同時に連合しているという態度の両価性(ambivalence)を検討せねばならない事態を導くのである<sup>3</sup>。たとえばある人は酒が好きかもしれないが、他方で身内の中には酒が原因で身を持ち崩した人がいるかもしれない。そのような場合、その人は酒が好きでありながら、同時に酒の恐ろしさを知っているがゆえに、同時に酒が嫌いである可能性もあるだろう。そのように考えると、我々の日常生活の文脈においても、ある対象に2つの異なる評価が連合していることは理解できなくはないであろう。この場合、態度対象としての“アルコール飲料”に対して“非常に嫌い”から“非常に好き”までの9件法などによって評定を求めると、2つの相反する連合の働きが回答時に相殺し合うことにより、好きでも嫌いでもない、中間的な態度が検出されるであろうと予測される。となれば、その測定値は、肯定的評価とも否定的評価とも連合していない本来の意味で中性的な

<sup>3</sup> とは言っても、両価性の概念自体は新しいものではない(Bohner & Wörz, 2002)。態度研究の中でも地味な概念であった両価性が、既に論じた近年の態度概念の変化によって重要性を増したのである。

態度対象に対する測定値と同程度になってしまうであろう。しかし、人の行動を予測する上では、両者を同列に扱うことには疑問が残る。おそらく上記のように酒に対して両価的態度を持っている人は、日本酒を好んで飲むかわりに、アルコール度数の高い蒸留酒を避ける等の、接近と回避が入り交じった複雑な行動を示すと考えられるからである。

では、社会心理学において、このような両価的態度を同定することは可能なのだろうか。これに関して de Liver, van der Pligt, & Wigboldus (2007) は、情動的プライミング課題を利用して、2つの相反する評価が同時に連合していることを確認するための興味深い実験を行っている。彼らはまず、参加者に対して両価性を感じる態度対象を挙げるように求めたところ、“モロッコ人”、“アルコール”、“難民”などといった単語の報告が得られた。次に彼らは、ポジティブあるいはネガティブな語をプライムとして瞬間呈示し、直後にこれら両価的態度対象を含む様々な態度対象をターゲットとして呈示し、それらが良いか悪いかを素早くかつ正確に評価するよう求めた。その結果、態度対象が両価的である場合は、プライムがポジティブな場合であってもネガティブな場合であっても、同様に評価判断の潜時が短縮されたのである。これに対して態度対象が本来的な意味で情動的に中性的である場合（ペンチ、ランプ、タイルなど）は、プライムがポジティブな場合であってもネガティブな場合であっても、同様に評価判断の潜時は短縮されなかった。このように、両価的な態度対象は、肯定・否定双方の評価と連合しているために、ポジティブ・ネガティブいずれのプライムによっても促進されるのである。では、先ほど両価的態度が複雑な行動を導く可能性があると述べたが、それ以外に、両価的態度はその人の行動にどのような影響を及ぼすのだろうか。Petty & Briñol (2009) のレビューによると、両価的態度を抱えている人は、その対象について“好き”から“嫌い”までの当てはまる選択肢を選ぶ形式の自己報告式尺度に対して反応するのが遅く（相反する2つの評価を合算するのに時間がかかるからであろう）、その態度対象に関して多くの思考をする傾向にあり（自覚している態度の不一致を解消するために多くの思考を試みるからであろう）、またその態度対象に関連した情報に対して多くの注意を払う（不一致を解消するために多くの情報を取り入れようとするからであろう）と述べている。現時点では不明な点が多いが、両価的態度は一定の不快さをもたらすと考えれば、これらを総体的に説明できるかもしれない。となれば、自己や一般的な他者、自分の職業、政治的見解や信仰、あるいは社会全体といった、自己にとって避けがたく、また重要な態度対象に対して両価的な態度を持っている人は、中性的な態度を持っている人に比べて、何らかの不快をより多く

抱えながら生活していることになるであろう。しかし現時点では、両価的態度は評定時の参加者自身によって合算されてしまうことから、中性的態度と区別することが困難である。それゆえ、現時点では両価的態度にまつわる様々な興味深いテーマが手つかずのままとなっている。両価的態度を抱く傾向を予測可能な変数が存在するのか、社会心理学で扱われる性格特性としての認知的複雑性 (cognitive complexity) や権威主義的性格と両価的態度傾向はどのような関係にあるのか、あるいは両価的態度を抱きがち人は全般的に適応に困難を抱えているのかそうではないのか等、今後の研究の進展を期待すべき魅力的なテーマが数多くある。

ところで、態度の両価性は、場合によっては潜在的となることがあり得る。ある態度対象が肯定的・否定的評価の双方と同じぐらい強固な連合を持っており、かつその人自身が、それらのうちの片方だけしか内省できない場合、その人は顕在的には単価的態度を持ちながら、潜在的には両価的態度を持っていることになる (e.g., Petty & Briñol, 2009)。あるいは、何らかの別の認知が付け加わることによって両価性を意識しにくい状態となることも有り得る。二重態度理論によると、ある人が昔コーヒーをとっても好んでいたが、最近コーヒーの害について書かれた本を読んで納得したために、今ではコーヒーを嫌っているという場合、コーヒーを好むという古い態度が消去されたのではなく、その古い態度の上にコーヒーを嫌うという新しい態度が追加された状態であるとみなされる (Wilson, Lindsey, & Schooler, 2000)。このとき、その人は古い態度の妥当性を意識的に否定しているのであるから、その人自身は両価性や葛藤を意識することは少ないが、他方で古い態度は概念間の連合として残存しており、こちらでもまた行動に影響を及ぼすこととなる。両価的態度の研究にはこのような事情から発するさらなる困難があることを考えると、先に挙げたような魅力的なテーマが手つかずになっていることも頷けるであろう。

## 6. 最後に

既に論じたように、伝統的に態度は認知・感情・行動の3成分からなると考えられてきたが、近年になって態度概念は評価との連合を軸に単純化される方向に向かった。今後の態度研究の1つの方向は、この方向に従い、対象-評価間の連合がいかにして形成されるのかを明らかにし、またこれを変容させる方法を見いだすことであろう。そのひとつの手がかりは第3節でも触れた評価的条件づけである。たとえば林 (2007b) は、評価的条件づけによって、無意味図形や無意味綴りばかりではなく、参加者にとって社会的に有意義な態度対象に対する評価変容が可能であることを報告しており、宣伝・広告等において応用できる可能性を指

摘している。将来的に、評価的条件づけを何らかの形で応用することにより、強力かつ安定的な対象-評価連合を形成する方法が発見されることが期待される。また他方で、対象-評価連合に依存した態度概念は、認知的不協和低減や説得的コミュニケーションによって短時間のうちに発生する行動変容をうまく説明できないという問題もはらんでいる。この点を解決する為に、対象-評価連合に依存した連合的過程と、認知的不協和低減や説得に対して反応しやすい命題的過程の2つによって態度を統合的に理解するモデルも提起されている (Gawronski & Bodenhausen, 2006)。これらの理論的研究が進展すれば、今まで蓄積された様々な実験結果を矛盾無く説明できるようになるであろう。さらに、両価的態度や二重態度は、通常の状態測定においてはうまく検出されないことが多いが、行動の予測以外に人々の適応面にも深く関わっている可能性があり、人格心理学領域にまたがった形での今後の進展が期待される。

最後に、態度研究は単独で存在しているのではないことを忘れるべきではない。心理学の目的は、人の態度を明らかにすることではなく、むしろ、人の行動を説明・予測・制御することであり、態度はこれらを円滑に進めるための道具としての仮説的構成概念である。であるので、どのような状況下において、どのような人の、どのような行動を研究対象とするのかという観点を常に明確に保ち続けねばならないであろう。とくに近年発展した情動的プライミング課題やIATによる態度測定においては、その態度に対応する行動や、その態度によって予測したい行動が何であるのかが明示されないことが非常に多いように思われる。態度に関わる研究を実施する際には、この点に特段の注意を払うべきであると考えらる。

### 引用文献

- Bohner, G. , & Wänke, M. (2002). *Attitudes and attitude change*. Hove, UK: Taylor & Francis. pp.219-244.
- Davidson, A. R. , & Jaccard, J. J. (1979). Variables that moderate the attitude-behavior relation: Results of a longitudinal survey. *Journal of Personality and Social Psychology*, **37**, 1364-1376.
- De Houwer, J. (2006). Using the implicit association test does not rule out an impact of conscious propositional knowledge on evaluative conditioning. *Learning and Motivation*, **37**, 176-187.
- De Houwer, J. , Hendrickx, H. , & Baeyens, F (1997). Evaluative learning with “subliminally” presented stimuli. *Consciousness and Cognition*, **6**, 87-107.
- De Houwer, J. Thomas, S. , & Baeyens, F (2001). Associative learning of likes and dislikes: a review of 25 years of research on human evaluative conditioning. *Psychological Bulletin*, **127**, 853-869.
- Fazio, R. H. , Sanbonmatsu, D. M. , Powell, M. C. , & Kardes, F.R. (1986). On the automatic activation of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, **50**, 229-238.
- Field, A. P. , & Moore, A. C. (2005). Dissociating the effects of attention and contingency awareness on evaluative conditioning effects in the visual paradigm. *Cognition and Emotion*, **19**, 217-243.
- Gawronski, B. , & Bodenhausen, G.V. (2006). Associative and propositional processes in evaluation: an integrative review of implicit and explicit attitude change. *Psychological Bulletin*, **132**, 692-731.
- Greenwald, A. G. , McGhee, D. E. , & Schwartz, J. L. K. (1998). Measuring individual differences in implicit cognition: the implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*, **74**, 1463-1480.
- 林 幹也 (2002). 感情プライミング効果に関する議論と展望 名古屋大学大学院教育発達科学研究科紀要 (心理発達科学) , **49**, 9-18.
- 林 幹也 (2006). 評価課題を用いた感情プライミング効果における運動成分の分離のこころみ 日本心理学会第70回大会発表論文集, p.727.
- Hayashi, M. (2007). Effect of evaluative conditioning on affectively neutral nonsense shapes. *Psychologia*, **50**, 39-46.
- 林 幹也 (2007a). 感情的評価を条件づけられた態度対象に対する自動的評価の文脈依存性 社会心理学研究, **23**, 187-194.
- 林 幹也 (2007b). 社会的に有意味な態度対象に対する評価的条件づけの検討 日本社会心理学会第48回大会発表論文集
- Karpinski, A. (2004). Measuring self-esteem using the implicit association test: the role of the other. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **30**, 22-34.
- Kraus, S.J. (1995). Attitudes and the prediction of behavior: A meta-analysis of the empirical literature. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **21**, 58-75.
- La Piere, R.T. (1934). Attitudes vs. actions. *Social Forces*, **13**, 230-237.
- de Liver, Y. , van der Pligt, J. , & Wigboldus, D. (2007). Positive and negative associations underlying ambivalent attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology*, **43**, 319-326.
- Nosek, B. A. , Greenwald, A. G. , & Banaji, M. R. (2007). The implicit association test at age 7: a methodological and conceptual review. In J.A. Bargh (Ed.) , *Social Psychology and the Unconscious: the automaticity of higher mental processes*. New York: Psychology Press. pp. 265-292.
- Olson, M. A. , & Fazio, R. H. (2009). Implicit and explicit measures of attitudes: the perspective of the MODE model. In R. E. Petty, R. H. Fazio, & P. Briñol (Eds.) , *Attitudes: insights from the new implicit measures*. New York:

- Psychology Press. pp.19-63.
- Petty, R. E., & Briñol, P. (2009). Implicit ambivalence: a meta-cognitive approach. In R. E. Petty, R. H. Fazio, & P. Briñol (Eds.), *Attitudes: insights from the new implicit measures*. New York: Psychology Press. pp.119-161.
- Pleyers, G., Corneille, O., Luminet, O., & Yzerbyt, V., (2007). Aware and (dis) liking: item-based analyses reveal that valence acquisition via evaluative conditioning emerges only when there is contingency awareness. *Journal of Experimental Psychology*, **33**, 130-144.
- Rosenberg, M. (1986). Self-concept from middle childhood through adolescence. In J. Suls & A. G. Greenwald (Eds.), *Psychological perspectives of the self*. Vol.3. Lawrence Erlbaum Associates. pp. 107-136.
- Stuart, E. W., Shimp, T. A., & Engle, R. W. (1987). Classical conditioning of consumer attitudes: four experiments in an advertising context. *Journal of consumer research*, **14**, 334-349.
- 竹村和久 (2009). 態度 日本社会心理学会 (編) 社会心理学事典 丸善, pp.82-83.
- Tulving, E. (1983). *Elements of episodic memory*. Oxford: Clarendon Press.
- Wilson, T. D., Lindsey, S., & Schooler, T. Y. (2000). A model of dual attitudes. *Psychological Review*, **107**, 101-126.
- Yamaguchi, S., Greenwald, A. G., Banaji, M. R., Murakami, F., Chen, D., Shiomura, K., Kobayashi, C., Cai, H., & Krendl, A. (2007). Apparent universality of positive implicit self-esteem. *Psychological Science*, **18**, 498-500.