

## 4年道徳「ぼくのへんしん」資料

### 態度変容

- 説得による相手の考えや態度の変化
- 自分自身の発言にとらわれて、考えや態度を変化させることも含む
- 社会心理学の中心的テーマの一つ「なぜ、どのように態度が変わるのか？」

### 説得

- 他人への言葉による働きかけ
- 態度変容の一つの要因
- 下手な説得を受けるとかえって逆効果(相手が意固地になる)

### 説得的コミュニケーション

- 説得のためのコミュニケーション
- 意見交換だけでなく、相手の考えや態度、行動を変えようとする
- C.I.ホヴランドを中心に行われてた研究(1950年代)

1)注意:説得に使われるメッセージが、非説得者の注意を引く。

2)理解:メッセージが理解される。説得される人の理解度に応じている(優しいメッセージ、検討する価値を持つメッセージ)

3)受容:理解されたメッセージが受容される。

新しい態度をもつことによって生じる報酬が、これまでの態度で得た報酬を上回る。

$\boxed{\text{既存の態度(不合理な面)}} < \boxed{\text{態度変容による報酬}}$

説得を受け入れないと説得者に「拒否」されることへの「恐れ」。

4)記憶保持:説得されたことが「記憶」される。

情報発信源(誰が):発信源の違いによる効果(説得者の信憑性[専門性と信頼性]→「報酬」に影響するため)

説得が上手な人:専門家、人気がある、魅力的、流暢に話す、説得意図が不明

説得が下手な人:非専門家、人気がない、非魅力的、ゆっくり話す、説得意図が明瞭(被説得者が防衛的になる)

メッセージ(何が):

受け手(誰に):「需要範囲(自分の考えに似ている)」「拒否範囲(自分の考えと異なっている)」→「需要範囲」内で最も離れている位置の意見が、最も効果的(M.シェリフの研究)

「精緻可能性モデル」(E.ペティ、T.カシオッポの研究/Elaboration Likelihood Model)

外部から与えられた説得的コミュニケーションによって直接説得されるのではなく、頭の中で反応してつくられた「認知的反応」によって説得される。

「考えようとする動機」「考える能力」がある→精緻化能力がある⇔周辺の手掛かりで処理(専門家の意見だから…など)

心理的リアクタンス(心理的抵抗/S.ブルームの研究):「自由」が制限・禁止されると「心理的反発感情」が発生する。

認知的不協和:本心と違う意見を言ってしまった場合に生じる「矛盾」。本心を変えて不協和を解消しようとする。

フット・イン・ザ・ドア・テクニック(段階的要請法):「承諾」を誘導する技術

雄志が態度を変容させたのは、社会心理学的には、精緻可能性モデルで説明できる。

お母さんから与えられた説得的コミュニケーションにより雄志に認知的反応が生じ、その反応がお母さんの説得と一致した、といえる。問題についてしっかり考えているため、以後は態度を変えにくい。

参考「図解雑学 社会心理学」(井上隆二、山下富美代/ナツメ社.2001年)