

## 昔話への接触が高齢者に対する潜在態度に及ぼす影響

The effect of exposure to old tale with elderly character on implicit ageism.

小 森 めぐみ

Megumi KOMORI

本研究では、高齢者の登場する物語への接触が高齢者に対する潜在的な偏見に及ぼす影響を検討した。態度には自己報告で測定する顕在的な態度と、意識的なコントロールが困難な潜在的な態度がある。物語説得においては、物語の説得的影響について気づいた場合意識的なコントロールが行使され、自己報告の態度では態度変化が測定できない可能性がある。そこで潜在連合テスト (Implicit Association Test: IAT) を用いた態度測定が行われた。参加者は昔話を読む前と読んだ後の二時点でエイジズムIATに取り組んだ。参加者の半数が読んだ昔話では高齢者が主人公として登場し (関連物語条件)、残りの参加者が読んだ昔話では高齢者が登場しなかった (統制条件)。物語接触後には高齢者に対する顕在的な態度も測定した。その結果、物語接触前の時点で関連物語条件の参加者には潜在的なエイジズムが見られたが、統制条件では見られなかった。また、関連物語条件における高齢者に対する潜在的な偏見は物語接触後には弱まったが、統制条件では物語接触後にむしろ偏見が強まった。顕在的な偏見は物語の影響を受けなかった。これらの結果が実験で用いた物語の内容との関連から論じられた。

キーワード：物語説得、IAT、エイジズム

### 問題

私たちは幼い頃から様々な物語に接している。その中には、娯楽として私たちを楽しませてくれるものもあれば、人間の性質について深く考えさせられたり、今まで知らなかった新たな世界や物の見方を提供したりして、自分を成長させてくれるように感じさせるものもあるだろう。多くの人々の心に影響を及ぼした物語は傑作として長く読み継がれることとなる。またより具体的な形の影響として、物語の中に登場する人物やグッズに魅力を感じる者も少なくないだろう。映画やマンガなどの関連グッズは子ども向けアニメのタイアップ製品にはじまり数多く売り出されており、多くの子どものおねだり対象となっている。また、最近では「大人向け」と称して高額な商品を限定で売り出す場合もあり、そうした製品も売り上げを伸ばしている。たとえば人気アニメ「新世紀エヴァンゲリオン」とタイアップしたセブンイレブン社が提供した全長2mの巨大フィギュアは、一体税抜170万円と高額であったにもかかわらず、取引開始2分間で25体すべてが売り切れたという (2014年8月7日 産経ニュース)。こうした高額製品がまたたくまに売れていくことを鑑みると、物語は場合によってはかなり強い影響力を私たちに及ぼすといえるだろう。

一方、露骨に物語の影響を受けることが現実との軋轢を生んだり、他者からの否定的評価につながる場合もある。インターネット掲示板2ちゃんねるの「思い出だけでも恥ずかしい」板では、恥ずかしい経験としてマンガやアニメの登場人物の言動をまねてひんしゆくを買った経験が数多く寄せられている（2ちゃんねる新書編集部、2008）。物語内容に流された言動は、個人の主体性を放棄しているともとらえられ、不適切、あるいは幼稚なものにとらえられることがある。影響を受けている本人がその影響を自覚し、それに押し流されることのないように意識的にその影響を排除しようとすることもあるだろう。

このように、物語に影響を受けることは強い影響力をもつ一方で、影響されることに抵抗を覚え、意識的にそれをコントロールしようとする動機も高める可能性がある。そうした場合には、受け手は自分の態度を意識的に修正し、物語の影響が小さいようにふるまうこともあるかもしれない。そこで本研究では意識的な修正が困難な潜在的な態度に注目し、物語への接触が読者の潜在態度に及ぼす影響について検討する。

### 物語への接触が態度に及ぼす影響

物語が説得メッセージと同様に他者の態度を変える影響力をもつことは、多くの研究で実証され、その態度対象は多岐にわたる。たとえばIgartua and Barrios (2012) は宗教をテーマとする映画の視聴後に参加者の宗教に対する態度が物語の展開に一貫する方向に変化することを示している。また、Dunlop, Wakefield, and Kashima (2010) は喫煙の害をとりあげた物語への接触が禁煙意図を高めることを示している。こうした物語の説得的影響力を左右する要因として、読者や視聴者がどれだけその物語に没頭したかがあげられる。これは物語への移入として概念化されている (Green & Brock, 2000)。たとえば、Mazzocco, Green, Sasota, and Jones (2010) が行った研究は、ルームメイトから同性愛者であることを打ち明けられたカトリックの学生がそれを受け入れる物語を読んだ参加者が、物語を読まなかった参加者と比べて同性愛者に対する態度をポジティブにすること、その傾向は物語への移入が高まるほど強くみられることを示した。

こうした物語説得のプロセスとしてGreen and Brock (2002) の移入-想像モデルでは、物語世界に没頭し、物語で描かれる世界や出来事を鮮明に想像することが、物語の内容に対する批判的思考を抑制したり、登場人物に対する態度をポジティブにすることを通じて、物語から仄めかされるメッセージを受容することにつながるとしている。また、Escalas, Moore, and Britton (2004) は物語形式のCMに対する移入（彼らの研究ではbeing hookedと名付けられている）が参加者の自己参照を促進し、それによって生じたポジティブ感情が現在のブランドや広告に結びつけられた結果、それらに対する態度がポジティブになるとしている。Dunlop, et al, (2010) や小森 (2016) は、物語が移入をはじめとする主観的経験の変化を通じて態度に影響を及ぼすこと、その影響プロセスは思考の変化と感情の変化に分類できることを指摘している。また、van Laer, de Ruyter, Visconti, and Wetzels (2014) は物語への移入の効果について検討した実証研究のメタ分析を行っているが、それによれば物語への移入は態度に影響を及ぼしており、その効果サイズは  $\rho=.44$  であった。

### 物語の影響に対する人々の認識と影響の意識的コントロール

このように、人々が物語の影響を受けることは、現実場面においても心理学の実証研究においても多くの証拠をあげることができる。では、こうした物語の影響を受けることについて、人々はどうのように考えているのだろうか。冒頭であげた2ちゃんねるの例は、人々が物語の影響を受けやすい一方で、影響を受けた言動が周囲からネガティブに評価されたり、本人もそうした言動を後悔したりする可能性があることを示している。物語の影響を受けることを望ましく思わない場合には、物語が強い影響力をもったとしても、それに抵抗する形で影響を打ち消すような意識的な努力が行われる場合があるのではないだろうか。

これに関連する知見として、心理的リアクタンス (Brehm, 1966) の研究があげられる。人は行動や意思決定の自由を自身が保持していると認識しており、その自由を侵害されると心理的な抵抗 (心理的リアクタンス) を覚える。心理的リアクタンスが生じると、人は自由を回復するための行動を動機づけられる。説得メッセージを用いた研究では、押しつけがましい表現などで受け手のメッセージを強制的に変えさせようとする働きかけを受けると、かえって態度が変化しづらくなったり、説得とは逆方向に態度が変化することが示されている (Brehm, 1966)。この結果は、相手の説得意図を感じた参加者が自分自身の態度の自由を回復する手段として、説得に応じないことを選択したために生じたと考えられた。

心理的リアクタンスの研究は、説得メッセージを用いた研究で明らかにされている。物語は説得メッセージに比べて書き手の説得意図を検出することが難しいため心理的リアクタンスは生じにくいという指摘 (Dal Cin, Zanna, & Fong, 2004) もあるが、説得意図を検出できた場合には説得メッセージの場合と同様に心理的リアクタンスが生じると考えられる。特に昔話や説話のような教訓的メッセージが子どもにも読み取れるような物語や、特定の製品を目立たせるようにつくられた物語では、作り手の説得意図を検出することは比較的容易である。そのような場合には、物語の受け手は説得メッセージと同じように心理的リアクタンスを生じさせ、物語の影響を意識的にコントロールした言動をとると考えられる。

物語の影響が意識的にコントロールされる可能性を示す研究として、プロダクトプレイスメントに対する態度研究があげられる。プロダクトプレイスメントとは、テレビ番組や映画などの中で特定の製品を小道具として用いたり、セットに含めるなどして物語の一部とすることで、消費者に間接的にアピールする宣伝方略である。Balasubramanian, Karrh, and Patwardhan (2006) はプロダクトプレイスメントの実証研究をレビューする中で、この宣伝方略に対する態度が個人差要因として購買意図への影響を阻害する可能性を指摘している。Gould, Gupta, and Grabner-Kräuter (2000) が行った文化比較研究では、アメリカ合衆国の人々はオーストリアやフランスと比較してプロダクトプレイスメントに対する態度が好意的で、プレイスメント対象の製品に対する購買意図が高いことが示されている。また、山下・藤井 (2015) は日本でホストセリングCM (アニメなどのキャラクターが製品を宣伝するCM) に対する母親の態度を調査しており、特に男児の母親においてホストセリングCMが好意的に受け取られ、それが実際のキャラクター商品の購買につながっている可能性を指摘している。これは裏返せば、ホストセリングCMを好意的に受け取っていない場合には商品購買が控えられているともいえるだろう。

う。これらの結果は、物語内に配置された製品に消費者が気づき、そうした宣伝方略を望ましくないと考えている場合には、その影響を除外しようとする意識的な努力が働く可能性を示唆する。

### 態度の二過程理論と物語説得

ここまで、物語への説得的影響が意識的コントロールの対象となる可能性を指摘した。ここでは、態度の性質から物語の説得的影響の現れ方を考える。態度は対象に対する評価的反応 (Eagly & Chaiken, 1993) と定義され、対象に対する行動の予測因として長く研究されてきた。1980年代後半からは、態度が性質の異なる二種類に分かれることが指摘されており (Greenwald & Banaji, 1995)、この考え方は現代の態度研究における主要な理論の一つとなっている。一つの態度は顕在的な態度と呼ばれる。顕在的な態度とはそれまでにも検討されてきた、自覚可能で意識的に報告される態度である。もう一つの態度は潜在的な態度と呼ばれるもので、態度対象とポジティブ・ネガティブの感情の連合の形で形成され、行動に影響を及ぼすものの、本人はその内容について自覚することができず、したがって意識的なコントロールが困難であるという特徴をもつ (Greenwald & Banaji, 1995)。

態度が顕在的なものと潜在的なものに分かれるという指摘は、人種偏見を扱った研究 (Devine, 1989) から出てきたものである。黒人に対するネガティブな態度、すなわち偏見はアメリカ合衆国における歴史の深い社会問題で、2014年に生じた白人警察官による黒人の射殺事件への無罪判決が各地で暴動を引き起こすなど、現在でも国民を分断する障壁となっている。しかし、意識的に黒人に対する態度を測定しても、そうした偏見は見られないことが多い。黒人に対するネガティブな態度はマスメディアの影響や経験などにより学習されるが、差別や偏見を社会的に望ましくしないと社会規範の影響により、人はたとえ黒人に対してネガティブな態度をもっていたとしても、それを表出しないように動機づけられている。このような場合、自分は黒人に対して偏見をもっていないと自己報告されても、黒人とネガティブの連合が記憶内に保持されていると考えることができる。

こうした状況をふまえDevine (1989) は黒人に対する偏見が意識できない潜在的なレベルで形成されていることを指摘し、黒人関連語を閾下呈示する研究を行った。研究の結果はDevineの指摘に合致するものであり、黒人関連語を多く閾下呈示された参加者は、直後の人種不明なターゲット人物をネガティブに評価した。一方、参加者の意識的な偏見レベル (すなわち顕在的態度) の違いは結果に影響していなかった。この結果は、閾下呈示によって黒人に対する潜在的なネガティブ態度が利用しやすくなり、認知に影響を及ぼしていたため生じたと考えられた。顕在態度と潜在態度の存在は人種偏見以外でも指摘されており、両者の形成プロセスや変容プロセスについて、現在でも積極的に研究が蓄積されている。

顕在的な態度と潜在的な態度は、その測定手法が大きく違っている。顕在的な態度は伝統的なリカート尺度 (例. 夫婦別姓は望ましいという文に対し、「全く同意しない」から「非常に同意する」を両端とする連続体上に自分の態度を位置づける) やSD法 (例. 広告に対する態度を「魅力的でない」から「魅力的である」の二つの形容詞を両端とする連続体上に位置づけ



る)で測定される。こうした自己報告に頼る測定手法では潜在的な態度は測定できないため、連続プライミングや潜在連合テスト (Implicit Association Test: IAT, Greenwald, McGhee, & Schwartz, 1998) といった専用の測定手法が開発されている。たとえば潜在連合テストは態度対象のカテゴリ (とその反対を意味するカテゴリ) とポジティブ・ネガティブの感情価をもつ単語の認知的連合を、カテゴリ分類課題に対する反応時間を利用して測定する。黒人に対する潜在的な偏見を測定する場合は、黒人・ネガティブ (と白人・ポジティブの組み合わせ) の連合と黒人・ポジティブ (と白人・ネガティブの組み合わせ) の連合のそれぞれに対する反応時間を測定し、その差分をもって潜在的な態度とする。黒人に対して潜在的な偏見をもつ場合、黒人・ネガティブの組み合わせにより速く反応ができ、差分が大きくなると想定されている。潜在連合テストは刺激語をどう選定するかによって、様々な対象を測定することができる。人種IATのほかにも高齢者に対する態度を測定するエイジズムIAT、自己評価を測定する潜在的自尊心IAT、男女に対する態度を測定するセクシズムIATなど、様々なものが開発されている。

こうした態度の二過程理論は、物語説得研究ではまだ考慮されていない。これまでに報告された物語説得研究ではいずれも顕在的な態度が測定されている。たとえばGreen and Brock (2000) の研究では、精神疾患患者の公的監視政策を支持するかどうかがりカート法の形で測定されている。Being hookedを研究したEscalas et al., (2004) では物語形式のCMやブランドに対する評価が、形容詞対を用いたSD法の形で測定されている。これらは態度研究で用いられる一般的な測定方法であるが、いずれも自己報告に基づいた顕在的な態度を測定している。これまで述べたように物語が強い影響力をもつ一方で意識的な修正の対象となりえることを鑑みると、物語接触の影響を潜在レベルからもとらえることは重要である。

### 本研究の目的

そこで本研究では潜在連合テストを用いて物語接触が潜在的な態度に及ぼす影響を検討する。具体的には、高齢者の登場する物語に接触させる前と後で高齢者に対する潜在的な偏見を測定するエイジズムIATを実施して、高齢者に対する潜在的な態度が物語を読む前と読んだ後でどう変化するかを検討する。また、統制条件として高齢者の登場しない物語を読ませる条件を設け、高齢者が登場する物語を読む条件と比較する。

高齢者に対する偏見はエイジズムとも呼ばれ、「高齢であることを理由とする、人々に対する系統的なステレオタイプ化と差別のプロセス」と定義される (Butler, 1969)。エイジズム研究によると、高齢者は若者と比べて死や衰えを感じさせる対象であり、死に対する恐怖を感じさせることから外集団として差別化されやすい (Martens, Goldenberg, & Greenberg, 2005)。また、高齢者は「動作がのろい」「頑固である」といったステレオタイプの知識に基づいて評価されることもある。エイジズムは潜在レベルでも見られることが示されており、エイジズムを測定する潜在連合テストが開発されている (Nosek, Greenwald, & Banaji, 2007)。

参加者にはパソコン上で高齢者の登場する昔話または高齢者の登場しない昔話を提示し、それを読む前と後の二時点でIATに回答させた。高齢者の登場する物語としては「金門まん (小澤・赤羽, 1995a)」を、高齢者が登場しない物語として「猿かに合戦 (小澤・赤羽, 1995b)」を

提示した。「金門まん」は、貧しい老夫婦が神様から“金門まんという名の赤子が現れるまで”という条件つきで幸運を受けられ裕福になり、子どもが現れた際にもその子と家族を手厚く保護し、全員が幸せに暮らすという内容である。「猿かに合戦」は、大事に育てた柿の木から柿を横取りされ、親を痛めつけられたかにの子どもが、栗、臼、蜂の協力を経て猿に復讐する物語である。いずれも主人公が当初の目標を達成する物語であり、長さは同程度であった。IATでは高齢者と若者の写真を提示して、両者の相対的な連合の強さを測定する。そのため、若者に対するポジティブな態度が強まった場合でも、エイジズムが強まるという結果が生じてしまう。これを鑑み、統制条件では昔話への接触が若者に対する態度にも影響を与えないよう、高齢者や高齢者を思わせるキャラクターだけでなく、人間も登場しない「猿かに合戦」を用いた。

「金門まん」は高齢者が主人公で、主人公が善行を行い、幸福な結末を迎える物語である。こうした物語への接触は、高齢者に対するネガティブ態度を軟化させる可能性をもっている。Mar and Oatley (2008)は、人は物語を読む際に登場人物に近い位置から物語をとらえ、シミュレーションを行っている指摘している。このシミュレーションを行うことで、読者と登場人物の心理的距離が縮まり、相手に対する好意的な態度が形成されると考えられる。移入・想像モデルでも、移入によって登場人物に対する態度がポジティブになることが態度変化をもたらすとされている (Green & Brock, 2002)。また、Mazzocco et al., (2010)では、同性愛者の登場する物語に移入した参加者が同性愛者全般に対する態度をポジティブにしている。この結果は、個別の登場人物に対するポジティブな態度がその登場人物が所属するカテゴリ全体に一般化される可能性を示唆している。

エイジズムは潜在レベルでも見られることがこれまでに示されているため、本研究においても高齢者に対する潜在的なネガティブ態度が見られることが予測される (仮説1)。また、潜在的な態度では顕在的な態度のような意識的な修正がかかりにくいことを考慮すると、物語接触によって生じる態度変化は潜在的な態度でも同様にみられることが予測される。よって、高齢者の登場する物語に接触した後では、接触する前と比べて高齢者に対する潜在的なネガティブ態度が減少するだろう (仮説2)。また、高齢者の登場する物語に接触した場合、高齢者の登場しない物語に接触した場合と比べて高齢者に対する潜在的なネガティブ態度が減少するだろう (仮説3)。

## 方法

### 実験参加者

大阪府内にある4年制大学に通う大学生20名 (男性15女性5、平均年齢21.3歳) が授業の追加点と引き換えに授業時間の一部を使った実験に参加した。

### 実験計画

物語 (関連物語／統制) × 測定時 (物語前／後) による2 × 2の混合計画であった。物語は実験参加者間要因、測定時は実験参加者内要因だった。

### 実験装置と実験状況

実験はパソコン教室にて集合実験の形で実施された。実験プログラムとして、質問回答部分はマクロミル社のquestantを用い、IATはMillisecond社のInquisit webを通じて配布したものをInquisit4.0.7.0で制御した。実験に用いられたパソコンのOSはWindows Vistaで、モニタの大きさは34.0cm×23.0cmだった。

### 高齢者に対する潜在的偏見の測定（エイジズムIAT）

エイジズムIATはNosek et al (2007) の開発したエイジズムIATを利用した。エイジズムIATは7ブロックから構成されている。第1ブロックは良いまたは悪い意味をもつ単語を「良い-悪い」で分類するブロック、第2ブロックは高齢者と若者の顔写真を「高齢者-若者」で分類するブロックだった。第3・第4ブロックは、第1、第2ブロックの分類の組み合わせによって行われ、単語と顔写真を「高齢者・悪い-若者・良い」で分類するブロック（偏見一致ブロック）の練習が第3ブロック、本番が第4ブロックで行われた。第5ブロックは第1ブロックで分類したカテゴリの位置が左右逆になり、単語を「悪い-良い」で分類する試行が実施された。第6・第7ブロックは直前に行った第5ブロックと第2ブロックの組み合わせで、単語と顔写真を「高齢者・良い-若者・悪い」で分類するブロック（偏見不一致ブロック）の練習試行と本番試行が実施された。全参加者が偏見一致ブロックを実施した後で偏見不一致ブロックを実施した。これを物語提示前と提示後で行った。

「良い-悪い」に分類される単語はNosek et al. (2007) が使用した各8単語を用いた（「良い」単語：嬉しさ・愛情・平和・素晴らしい・楽しい・輝かしい・笑い・幸せな、「悪い」単語：苦悩・ひどい・恐ろしい・意地の悪い・邪悪な・すさまじい・失敗・害する）。これらの単語は久保木（2013）が行った実験研究で訳したものをを用いた。「高齢者」「若者」に分類される写真では日本人男性の高齢者と若者の画像をインターネットのロイヤリティフリー画像または知人の写真（実験を実施した大学の学生ではない者）から5枚ずつ収集した。写真は眉毛から上唇の辺りのみを四方で切り取ったものを用い、画面上では6.5cm×5.0cmで提示した（Figure 1）。



Figure 1 実験で使った写真のサンプル  
(Nosek, et al., 2007、実験では日本人のものを使用)

参加者は、画面の指示に従ってIATを実施した。まず、画面中央に呈示された単語や写真が、画面の右上部または左上部に表示されるカテゴリのどちらかにあてはまるかを判断し、左上のカテゴリにあてはまる場合は"d"のキーを、右上のカテゴリにあてはまる場合は"k"のキーをできるだけ速く、かつ正確に押すように求められた。カテゴリの内容はブロックによって異なっており、参加者が分類を行う間は常駐表示されていた。不正解のキーが押された場合には画面上に"X"が表示され、正解キーを押すまで次の画面には進めなかった。単語や写真が単一で提示されるブロックは10試行が実施された。単語と写真が組合わせて提示されるブロックでは練習試行20、本試行40の合計60試行が一致ブロックと不一致ブロックの両方で実施された。それぞれのブロックにおける刺激の提示順序はランダムであった。フィラー試行は含まなかった。

### 手続き

実験は、「時間経過が様々な質問への回答傾向に及ぼす影響を調べる研究」と伝えられた。参加者は前半の質問回答、事前IAT、物語接触、事後IAT、後半の質問回答を行った。質問回答と物語提示はquestantを、IATはInquisitを用いた。参加者にはランダムに座席番号が配布され、questantやinquisitの冒頭でその座席番号を入力させた。入力された座席番号はデータの対応付けに使われたほか、奇数の座席番号に割り当てられた参加者は関連物語条件に、偶数の座席番号に割り当てられた参加者は統制条件に配置された。

参加者は最初にquestant上で情動強度 (affect intensity) 尺度 (Larsen, Diener, & Emmons, 1986) 13項目に1.全く当てはまらない～7.とても当てはまるの7件法で回答した。また、偏見抑制尺度 (Klonis, Plant, & Devine, 2005; 高林・村田・埴田, 2007) から抜粋した10項目に7件法で回答した。情動強度尺度は強い感情の感じやすさを測定するもので、個人差として物語に接触する前に測定した。偏見抑制尺度は自らのもつ偏見を意識的にコントロールしようとする程度を測定する尺度で、顕在的な偏見と関連することが示されているため、こちらも事前に測定した。

次にInquisit webを通じて実験プログラムをダウンロードさせ、事前のエイジズムIATを実施して高齢者に対する潜在的な態度のベースラインを測定した。参加者はプログラムのダウンロードまでは実験者の指示に従ってパソコンを操作し、それ以降は自分のペースで回答した。

事前のIATが終了すると、自動的にquestantの物語提示ページが表示された。物語提示の目的は「時間経過の影響を見るために、時間を調整する課題に目を通してもらう」とした。参加者は座席番号に応じて二種類の物語の内一つを提示され、自分のペースで読み進めた。関連物語条件の参加者は「金門まん」を読み、統制条件の参加者は「猿かに合戦」を読んだ。どちらの物語も300字程度ずつ縦書きの形で提示された。読解にかかった時間は参加者によって異なったが、おおむね3分程度だった。

物語が結末まで提示されると、自動的に事後のIATが開始した。事後IATで使われた刺激およびブロック数は事前のものと同じであった。事前、事後ともにIATは一致ブロックが先で不一致ブロックが後だった。

事後のIATが終了すると、自動的に画面が事後回答用のquestantに移動した。後半の質問とし



て参加者は自分の性別、年齢、実験に対する疑念や感想を答えたほか、高齢者との同居経験、高齢者に対する顕在的な偏見を測定するFraboniエイジズム尺度 (Fraboni, Saltstone, & Hughes, 1990; 原田・杉澤・杉原, 2004) から抜粋した5項目に1.そう思わない～ 5.そう思うの5件法で回答した。後日、ディブリーフィングが実施された。

## 結果

### 分析対象者

事前、事後両方の偏見一致・不一致の本試行ブロックにおいて、反応時間が300ms以下または1000s以上の試行が20%を越えた参加者や、エラー率が20%を越えた参加者はいなかった。また、実験の最後に記入させた疑念や感想を尋ねる項目において、実験の目的に気づいた参加者はいなかった。そのため、全員のデータを分析対象とした。

### 高齢者に対する潜在的態度

エイジズムIATの得点として、偏見一致・不一致ブロックのデータを用い、Greenwald, Nosek, and Banaji (2003) を基にD得点を算出した。D得点とは、一致ブロックと不一致ブロックの正答と試行数全体の平均値と標準偏差をもとにして算出する値で、本研究ではこの値が正に大きいほど高齢者に対するネガティブな潜在的態度、つまりエイジズムが強く見られることを示す。

まず、エイジズムが潜在的に保持されていたかどうかを検討した。物語接触前の条件ごとのD得点の平均値に対して、母平均 = 0 を帰無仮説とする*t*検定を実施したところ、関連物語条件ではD得点の値 ( $M = .87, SD = .20$ ) が0を有意に上回った ( $t(11) = 14.74, p < .001$ ) が、統制条件では逆にD得点の値 ( $M = -.33, SD = .26$ ) が0を有意に下回った ( $t(7) = 3.53, p < .01$ )。よって、関連物語条件では高齢者に対する偏見的態度が潜在的に保持されているが、統制条件の参加者ではポジティブな態度が保持されていることが示された。

次に、高齢者の登場する昔話への接触が高齢者に対する潜在的態度に及ぼす影響を検討した。IATの練習試行と本試行の合計値から算出したD得点に対し、物語×測定時の混合計画分散分析を実施した。条件ごとの平均値をFigure 2に示す。分析の結果、物語の主効果 ( $F(1, 18) = 14.81, p < .001$ ) および物語×測定時の交互作用 ( $F(1, 18) = 7.12, p < .05$ ) が有意だった。測定時の主効果は有意ではなかった ( $F < 1, ns$ )。事前事後をあわせると、関連物語条件の方が統制条件よりもD得点が高く、高齢者に対する潜在的な偏見が強いという結果になったが、この効果は交互作用によって制限されていた。交互作用の下位検定を実施すると、事前条件における物語の単純主効果が有意だった ( $F(1, 18) = 131.72, p < .001$ ) ほか、関連物語における測定時の単純主効果 ( $F(1, 18) = 4.09, p < .10$ ) と、統制条件における測定時の単純主効果 ( $F(1, 18) = 3.23, p < .10$ ) がいずれも有意傾向だった。事前において統制条件のD得点 ( $M = -.33, SD = .26$ ) が関連物語条件のD得点 ( $M = .87, SD = .20$ ) よりも有意に低かった。事後では統制条件 ( $M = .14, SD = .91$ ) と関連物語条件 ( $M = .44, SD = .66$ ) に差は見られなかった。一方、関連条件では事前と比べて事後でD得点が低下したが、統制条件では事前と比べて事後でD得

点の値が高くなった。

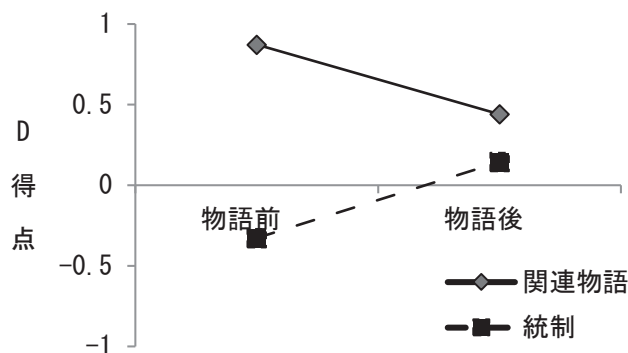


Figure 2 物語×測定時によるD得点の平均値

### 高齢者に対する顕在的態度

接触した物語の内容に応じて顕在的エイジズムが影響を受けたかを検討するため、エイジズム尺度 ( $\alpha = .81$ ) の平均値に対して物語を独立変数とする  $t$  検定を実施した。その結果、条件間に統計的に有意な差は見られなかった ( $t < 1$ , ns)。情動強度尺度 ( $\alpha = .29$ ) の平均値にも偏見抑制尺度 ( $\alpha = .86$ ) の平均値にも、読んだ物語による差は見られなかった。また、偏見抑制尺度の平均値はエイジズムのD得点ともエイジズム尺度とも有意な相関がみられなかった。最後に、エイジズム尺度の平均値と事後のD得点の相関を算出したが、条件ごとに見た場合も、全体として見た場合も、両者の間に統計的に有意な相関は見られなかった。

### 考察

本研究では、高齢者の登場する物語への接触が高齢者に対する潜在的な偏見に及ぼす影響を検討した。参加者は高齢者の登場する昔話または登場しない昔話を読む前後でエイジズムIATに回答した。その結果、高齢者の登場する物語を読む条件の参加者は昔話を読む前には高齢者に対して潜在的なネガティブ態度を抱いていたが、昔話を読んだ後ではネガティブな態度が弱まった。一方、高齢者の登場しない昔話を読む条件に配置された参加者は昔話を読む前の時点で高齢者に対する潜在的な偏見が見られず、物語を読んだ後には高齢者に対するネガティブな態度がむしろ強まった。顕在的な偏見の程度は両条件で差が見られなかった。

高齢者の登場する物語を読んだ条件の参加者に見られた結果は、昔話への接触が高齢者に対する態度をポジティブにしていた可能性を示唆する。「金門まん」の昔話は高齢者が主人公で、窮状に陥った高齢の夫婦が旅をして神様と出会い幸運を得て、それを独り占めにしなかったことで幸せに暮らしたという物語だった。主人公である高齢者に対して生じた同一視や、言いつけをきちんと守った夫婦に対するポジティブな評価が高齢者カテゴリ全体に波及した可能性が考えられる。物語説得の移入-想像モデル (Green & Brock, 2002) では物語への移入が登場人物に対するポジティブ評価を通じて態度変化を生じさせることを指摘している。また、Mazzocco

et al., (2010) の研究では、同性愛者が登場する物語に移入した参加者が同性愛者全体に対する態度をポジティブにすることを示している。Mazzocco et al (2010) の用いた研究では、同性愛者が自らのアイデンティティを他者に開示することが物語の中心的な出来事となっていたが、本研究では主人公が高齢であることは物語の展開とはそれほど大きく関連していなかった。このような内容の物語でも登場人物に対する態度がカテゴリ全体に一般化し、それが潜在的なレベルでも見られたことは、物語のもつ影響力の強さを示すともいえるだろう。

ただし、本研究では本来では差がないはずの物語接触前に、統制条件と関連物語条件の間に差が見られ、関連条件においてのみ潜在的なエイジズムが見られた。問題部分で述べた通り、高齢者は死や衰えを感じさせる対象であり、死に対する恐怖を感じさせることから外集団として差別化されやすい。この説明が日本では成立しない積極的な理由は考えづらいことから、本実験における関連物語条件の参加者が特殊であったとはいいがたい。むしろ、統制条件において想定外の結果が生じていたことになるが、実験に際してはランダム配置を実施し、事後の分析においても両条件の参加者の高齢者との関わりや顕在的な偏見に違いが見られていないため、なぜ統制条件の参加者にエイジズムが見られなかったのかははっきりしない。実験の中で尋ねることができた質問数には限界があり、条件間に想定していなかった差があった可能性は否定できないため、結果の解釈には注意が必要である。

物語接触によるエイジズムの低減という結果には、いくつかの別の解釈可能性も残されている。まず、練習効果の影響があげられる。それほど時間をおかずに同一のIATを実施しているため、練習効果が生じて事後の反応時間が短くなった可能性が考えられる。ただし、統制条件では練習効果が見られていないことから、この可能性は比較的低いといえるだろう。次に、今回の実験で用いた物語が特殊であった可能性も考えられる。小澤（2009）は日本の昔話の特徴として高齢者が出てくることに加え、よいおじいさんと悪いおじいさんが対比的に描かれる物語や、言いつけを守らずにひどい目に遭うといった因果応報的な物語が多く存在することを指摘している。今回用いた物語はそうした対比的な物語とも、因果応報的な物語にもあてはまらず、どちらかといえば特殊な内容である。そのため、この結果がすべての物語に一般化されるとは言い切れない。物語のこういった要素が態度に影響を及ぼしたのかについては、他の物語を用いた研究を行うなどして、より詳細に検討していく必要があるだろう。

統制条件で見られた結果は解釈が難しい。この条件の参加者は昔話に接した後では接する前と比べて高齢者に対する潜在的な態度がネガティブになっていた。これは統制群で用いた昔話の内容が影響していたのかもしれない。統制群で用いた「猿かに合戦」の結末は、白に上からのしかかられて地面に這いつくばった猿のところにかにの子どもが近づき、猿の首をはさみでちょんぎる、つまり猿を殺してしまうという内容だった。このショッキングな結末を読んだ参加者の間で死の顕現性が高まり、死を連想させる高齢者に対する態度がネガティブになった可能性が考えられる。

#### 謝辞

本研究の研究実施および論文執筆にあたってはJSPS科研費 26780338の助成を受けた。記して感謝する。

## 引用文献

- Balasubramanian, S., Karrh, J., & Patwardhan, H. (2006). Audience response to product placements: An integrative framework and future research agenda. *Journal of Advertising*, *35*, 115–141.
- Brehm, J. W. (1966). *A Theory of Psychological Reactance. a Theory of Psychological Reactance*. New York: Academic Press.
- Butler, R. N. (1969). Age-ism: Another form of bigotry. *The Gerontologist*, *9*(4), 243–246.
- Dal Cin, S., Zanna, M. P., & Fong, G. T. (2004). Narrative persuasion and overcoming resistance. In E. S. Knowles & J. A. Linn (Eds.), *Resistance and persuasion* (pp. 175–192), Lawrence Erlbaum Associates.
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, *56*(1), 5–18.
- Dunlop, S. M., Wakefield, M., & Kashima, Y. (2010). Pathways to persuasion: Cognitive and experiential responses to health-promoting mass media messages. *Communication Research*, *37*(1), 133–164.
- Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Fort Worth: Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Escalas, J. E., Moore, M. C., & Britton, J. E. (2004). Fishing for feelings? Hooking viewers helps! *Journal of Consumer Psychology*, *14*(1&2), 105–114.
- Fraboni, M., Saltstone, R., & Hughes, S. (1990). The Fraboni Scale of Ageism (FSA): An attempt at a more precise measure of ageism. *Canadian Journal on Aging*, *9*(1), 56–66.
- Gould, S. J., Gupta, P. B., & Grabner-Kräuter, S. (2000). Product placements in movies: A cross-cultural analysis of Austrian, French and American Consumers' attitudes toward this emerging, international promotional medium. *Journal of Advertising*, *29*(4), 41–58.
- Green, M. C., and Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, *79*(5), 701–721.
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2002). In the mind's eye: Transportation-imagery model of narrative persuasion. In M. C. Green, J. J. Strange, & T. C. Brock (Eds.) *Narrative impact: Social and cognitive foundations* (pp. 315–341). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Greenwald, A., & Banaji, M. R. (1995). Implicit social cognition: Attitudes, self-esteem, and stereotypes. *Psychological Review*, *102*(1), 4–27.
- 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*(6), 1464–1480.
- Greenwald, A. G., Nosek, B. A., & Banaji, M. R. (2003). Understanding and using the Implicit Association Test: I. An improved scoring algorithm. *Journal of Personality and Social Psychology*, *85*, 197–216.
- 原田謙・杉澤秀博・杉原陽子. (2004). 日本語版Fraboniエイジズム尺度 (FSA) 短縮版の作成—都市部の若年男性におけるエイジズムの測定. *老年社会科学*, *26*(3), 308–319.
- 産経新聞 (2014) 183万円のエヴァ 25体が2分間で完売! セブンイレブンで巨大フィギュア 産経ニュース 2014年8月7日 retrieved from <http://www.sankei.com/economy/news/140807/ecn1408070011-n1.html> (2016年9月30日取得).
- Igartua, J. J., & Barrios, I. (2012). Changing real-world beliefs with controversial movies: Processes and mechanisms of narrative persuasion. *Journal of Communication*, *62*(3), 514–531.
- Klonis, S. C., Plant, E. A., & Devine, P. G. (2005). Internal and external motivation to respond without sexism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *31*(9), 1237–1249.

- Larsen, R. J., Diener, E., & Emmons, R. A. (1986). Affect intensity and reactions to daily life events. *Journal of Personality and Social Psychology*, *51*(4), 803–814.
- 小森めぐみ (2016). 物語はいかにして心を動かすのか—物語説得研究の現状と態度変化プロセス— 心理学評論, *59*(2), 191-213.
- 久保木あゆみ (2013). エイジズムに諸要因が及ぼす影響の検討 —死の顕現化, 高齢者に対する類似感, 老いへの時間的距離感の視点から— 平成25年度千葉大学文学部卒業論文
- Mar, R. A., & Oatley, K. (2008). The function of fiction is the abstraction and simulation of social experience. *Perspectives on Psychological Science*, *3*(3), 173–192.
- Martens, A., Goldenberg, J. L., & Greenberg, J. (2005). A terror management perspective on ageism. *Journal of Social Issues*, *61*(2), 223–239.
- Mazzocco, P. J., Green, M. C., Sasota, J. A., & Jones, N. W. (2010). This story is not for everyone: Transportability and narrative persuasion. *Social Psychological & Personality Science*, *1*, 361–368.
- 2ちゃんねる新書編集部 (2008). 思い出すだけでも恥ずかしい 2ちゃんねる新書 ぶんか社
- Nosek, B. A., Greenwald, A. G., & Banaji, M. R. (2007). The Implicit Association Test at age 7: A methodological and conceptual review. In *Social psychology and the unconscious: The automaticity of higher mental processes* (pp. 265–292).
- 小澤俊夫 (2009). こんにちは、昔話です 小澤昔ばなし研究所
- 小澤俊夫・赤羽末吉絵 (1995a). 日本の昔話 1 はなさかじい 福音館書店
- 小澤俊夫・赤羽末吉絵 (1995b). 日本の昔話 4 さるかにかっせん 福音館書店
- 高林久美子・村田光二・埴田健司 (2007). 日本語版偏見抑制の動機づけ尺度作成の試み (2) 日本心理学会第71回大会発表論文集, 242.
- van Laer, T., de Ruyter, K., Visconti, L. M., & Wetzels, M. (2014). The Extended Transportation-Imagery Model: A meta-analysis of the antecedents and consequences of consumers' narrative transportation. *Journal of Consumer Research*, *40*(February), 797–817.
- 山下玲子・藤井達也 (2015). ホストセリングを知っていますか？ 日本の子ども向けテレビCMの実態 春風社.



