

杉浦淳吉(2003)『[環境配慮の社会心理学](#)』ナカニシヤ出版（第1章紹介用の改変版）

環境配慮行動の普及への社会心理学的アプローチ

1.1 環境問題への社会心理学的アプローチ

環境に配慮した行動をとろうと思っけていても、なかなか実行できない——このようなフレーズが、これまで環境問題にかかわる文脈で繰り返されてきた。そして、それぞれの文脈で、どうしたら環境配慮行動が実践されうるのか、その方略が語られてきている。環境問題への対処においては、種々ある個別の学問分野からの単一的アプローチのみでなく、それぞれの特徴を生かしたアプローチが互いに影響を及ぼしながら、問題のある側面に対する回答を得るのである。そして、問題解決に向かわせるように個人の意識や行動を変容させること、またその社会的影響過程を検討することはまさに社会心理学の役割であるといえる。また、個人と社会との関わりに加え、私たちを取り巻く環境との関わりを統合して考える立場が本研究で示す環境社会心理学である。こうしたアプローチによる研究成果は、個別の領域の中で留まることなく、学際的「場」に耐えうるものであってはじめて、実践的でよい理論が構築されたといえるのである。

ところで、社会における個人が環境を配慮した行動をとるためには、環境配慮に協力しやすいような社会システムに変えていくことが必要だということも、繰り返し語られてきている。個人の行動は社会システムに規定されている面が非常に強いからである。協力すれば社会の利益への貢献につながるということが解っていても、個人は協力しない方が個別の場面においては利得が大きくなるような社会構造が存在するので、こうした構造を有する社会システムを変えていくことが問題の解決には不可欠であるといわれる。

社会のシステムを変えていくことで、個々人が新たなシステムに適応していくことになる。システム全体が変わることにより、個々人の行動スタイルそのものも変容する。このような社会の転換期には、個々人の新しい社会システムへの適応に際し、歪みが生

じることとも考えられる。実際、環境を配慮したシステムが社会の一部で導入されることになれば、多くの人々がそのシステムに準拠した行動を採用するかどうかの問題となる。そうしたシステム導入やその多様性は、経済状況や技術の進展など時代背景と密接に関わっている。逆にその時代背景は人々の行動パターンの集積として成り立ち、環境を配慮した新たな価値観が形成される。こうした価値観にしたがって、行政も企業も、環境を配慮したシステムを導入し、それにあわせて消費者としての個人が商品・システムを選択していくことを考えれば、いかにして環境を配慮した世論を形成するよう「大衆」の舵をとるのが問題となる。その舵取りの担い手を、イノベーションの普及に関する研究分野では、「チェンジ・エージェント」（変革の導入主体）と呼ぶ。

人々が環境に配慮した行動を採用できるような社会システムを築き上げようとする様々なチェンジ・エージェントとしての役割が社会には存在する。最初に少数が集まり運動を起こしながら社会を変えようとするボランティア、環境を配慮した商品を送り出すことが責務であり利益につながるとする企業、人々が環境を配慮するような行動をとるように規制を加え、環境配慮のシステムを政策として導入する行政など、それぞれがチェンジ・エージェントとしてその特徴を生かしながら活動することで、住民・消費者・市民としての個々人が環境配慮行動を採用し、それが地域・市場・社会の流れを変えていくのである。

1.2 環境配慮行動の規定因に関する社会心理学的研究

1.2.1 社会的ジレンマとしての環境問題

環境配慮行動は、それを実行したくとも行動に移せない社会的ジレンマの構造を有している。社会的ジレンマについては、Dawes(1980)による定義が代表的である。つまり、1)一人一人が協力か非協力を選択できる状況で、2)個人にとっては協力を選擇するより非協力を選擇した方が望ましい結果が得られるが、3)全員が「非協力」を選擇した結果

は、全員が「協力」を選択した結果よりも望ましくないものとなる、という3つの条件が社会に存在するとき、個人は進んで「協力」を選択しなくなり、全員が協力した方が望ましい結果が得られることが分かっているが一人一人は「非協力」を選択するため、全員にとって望ましくない結果となる。環境問題についていうと、個人が快適な生活すなわち私益を優先した結果、環境汚染という全体にとっての共益が損なわれてしまうパラドキシカルな事態をさすこととなる(広瀬, 1995)。

そのような環境配慮行動を社会的に普及させようとする説得的コミュニケーションは、普及における様々な段階において個人の認知・行動にどのような影響を及ぼすのだろうか。ここで、環境問題という社会的ジレンマの構造を有している場合の説得的コミュニケーションの特徴をみてみよう。それには説得者・被説得者のみの利害にとどまらず、環境配慮行動を選択することでもたらされる利益を享受する不特定多数の他者の存在を考えなくてはならない。一般に説得的コミュニケーションでは、態度や行動を変えることで説得が成功したという意味を含め、説得者が利益を得るのに加え被説得者も利益を得る。高価な商品の販売を例にとれば、売り手は利益が高くなるし、買い手は結果的に良い商品が購入できたとの実感につながり、説得的コミュニケーションが成功した時点でコミュニケーションに参加した双方の利害が一致する。しかし、環境配慮行動は皆が協力して初めて個人に利益が得られる側面もあり、個々人が環境配慮行動を採用した時点で受益者が特定できない。そのため、環境配慮行動を求める説得行為に対しては、「説得者はなぜ自分の利益に直接結びつかない行動に取り組めるのか」との疑問が生ずることもあるだろう。もちろん、全体の利益を追求するために一貫して「自己犠牲」を払っていると受け手に認知されることは説得において効果をもつともいえる(野波, 1993)。企業行動を例にとれば、「環境」が企業にとって付加価値の一つであることが当然となってきたが、以前は「たしかに社会的には重要なことだが、なぜあえて企業が儲からないことをするのか」との疑問も生じ得たのである。

態度・行動変容に及ぼす説得の効果あるいは社会的影響過程については膨大な研究の蓄積がある。しかし、それが社会的ジレンマという事態において説得的コミュニケーションに関わる諸要因が実際の環境配慮行動にどのような影響を及ぼすのか、行動が普及

していくそれぞれの段階でどのような要因が重要となるかについて検討していこう。

1.2.2 態度による行動の予測

環境配慮行動の規定因を考える前に、行動を予測するための一般的なモデルを検討してみる。行動(B)は、行動主体の要因(P)と環境側の要因(E)の関数として考えられてきた。行動主体の要因については、個人がそれまでの経験によって獲得・形成された態度が挙げられる。態度による行動の予測に関しては、認知・態度および主観的規範によって行動意図や行動を予測する合理的行為理論があげられる(Ajzen & Fishbein, 1980 ; Fishbein & Ajzen, 1975, 図1 実線部参照)。この理論では、態度概念に包括されていた対象への感情的評価と対象についての認知や信念、および対象に関する行動傾向を区別して考える必要があるとしている。すなわち、信念、態度、意図、行動という相互に関連する変数間の区別である。環境配慮行動は、行動への態度と実際の行動との不一致が起りやすい行動であり、他者からの影響力を考慮する際に、行動への態度を介しての情動的影響に加え、他者からは認されたいとする規範的影響を重視することが行動の予測力を高めると考えられる。

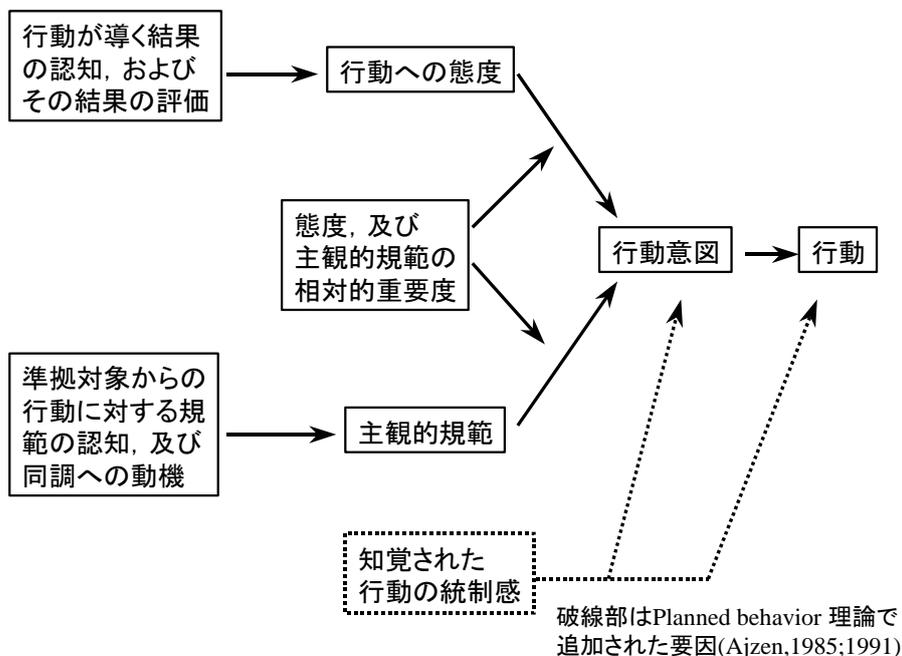


図 1 合理的行為理論(実線)および計画的行動理論の図式(実線+破線)

また、計画的行動理論(Ajzen, 1985 ; 1991)によれば、行動意図、あるいは行動に対して、その選択をどれくらい自分で統制できていると思えるか、すなわち「知覚された行動の統制感」が新たな要因として加わっている(図1 破線部参照)。

環境配慮行動は個人にとってコストのかかる行動なので、その実行にあたっては、環境を配慮しようとする態度だけでは決まらないことが多い。環境配慮行動が求められる場面で、他者からどのような期待がかかっていると認識しているか、あるいはその行動が実行可能かどうかの見積もりが、行動を決める際には影響してくる。環境配慮行動に対する態度は肯定的であっても、規範的な影響が働かない場面で個人的コストが高い行動は実行に移せない。一方、準拠する他者から環境配慮行動を期待されると個人が判断する、すなわち主観的規範が高ければ環境配慮行動を実行するだろう。また、実行しようにもそれが可能な環境におかれていないために行動に移せない場合が考えられる。環境配慮行動を実行しようとする際に、それを不可能にする要因を自分で統制できるかどうかの判断が計画的理論における知覚された行動の統制感にあたる。行動のコストが低く実行可能性が高い場合は、環境を配慮しようとする態度と一致した行動が実行される頻度は高くなるであろう。

1.2.3 環境配慮行動の規定因

環境保全を目的とする行動に関する心理学的モデルについては、これまでいくつも提唱されている。ここでは、その中代表例として広瀬(1994; 1995)のモデルを取り上げる。このモデルは、それまで個別に展開されてきた環境配慮行動を説明するモデルをレビューし、環境認知に関する要因と行動への要因とを機能的に分離したモデルを提唱している。一般的認知によって説明される行動の規定因を「目標意図」と呼び、便益・費用や社会的規範などの行動についての評価によって説明される行動の規定因を「行動意図」と捉え、環境配慮行動を説明するモデルを導出している(図2)。個々人が環境配慮行動を意図的にしなければそれが実行されない社会的状況において、「環境にやさしく」との態度すなわち目標意図と実際の行動とがどのように結びつくのかを明快に示し、様々な環境配慮行動を幅広く説明する理論となっている。

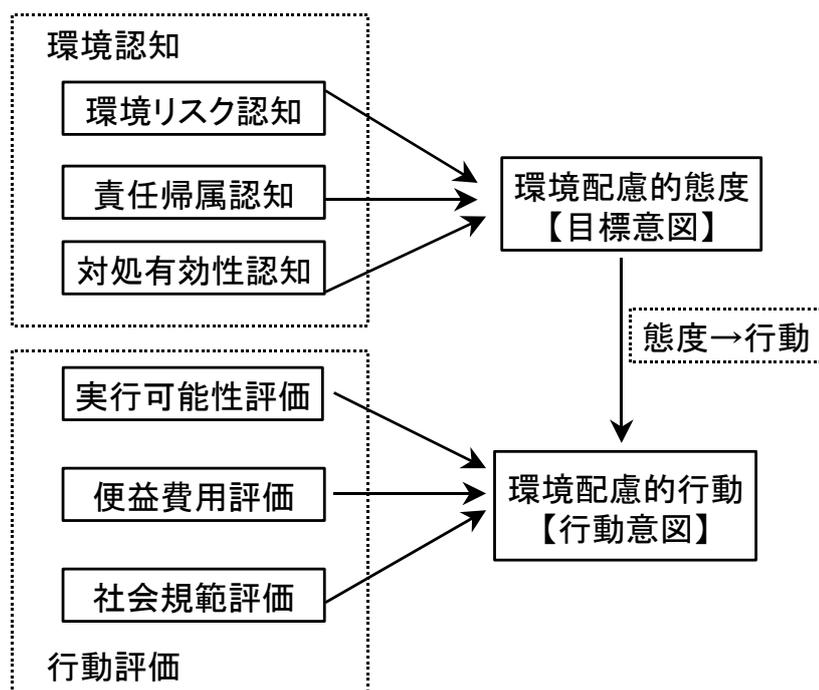


図2 環境配慮行動の規定因のモデル(広瀬, 1994)

1.2.4 環境配慮行動の継続

環境配慮行動を初めて実行してから同じ行動をとりつづけるかどうか、すなわち行動の継続にいかなる条件が必要かに関しては、行動が実行されるに至るプロセスと区別して考える必要がある。それは、行動そのものに行動の規定因と認知・評価を変化させる作用があると仮定できるからである。環境配慮行動を実行した結果、実行する前は難しいと思っていたことが、意外と簡単であると気づいたり、習慣化されることにより行動場面における認知的負担感が低減したりすることも考えられる。

また、環境配慮行動を意識的に実行することで、個人の意識に変化がおり、継続につながっていくことも考えられる。とりわけ、積極的に環境保全の活動に従事しているボランティアは活動を継続して実行し、また活動そのものが環境配慮への意識をより強い方向へと変化させながら展開されていくこともあるだろう。安藤・広瀬(1999)は、環境ボランティア団体のネットワーク構成員(大学生)の活動継続意図の規定因について検討したところ、組織への帰属意識が高いほど、またコスト評価が低いほど活動意図が高くなっていた。つまり、活動におけるコストを高く感じることなく、活動による団体

との社会的つながりを自ら評価することにより、団体における活動が継続されていくのである。

環境配慮行動が自らの意志で実行された場合と異なり、選択の余地がなく環境配慮行動に属する行動を実行せざるを得ない状況もある。資源分別の制度導入により住民が分別行動を実行するようになる場合がそれである。このような場合、必ずしも全ての住民が環境配慮を意識して行動しているとは限らない。しかし、きっかけがどのようなものであれ最初に行動を実行し、それを実行する本人が自らの行動を評価したり他者から評価を受けることにより、それを実行しないとルール違反になるからといった負の強化ではなく、実行することによる社会的利益への貢献が実感できるといった正の強化に発展していく場合もあり得る。

1.3 環境配慮行動への説得的コミュニケーション

1.3.1 態度変容に影響を及ぼす諸要因

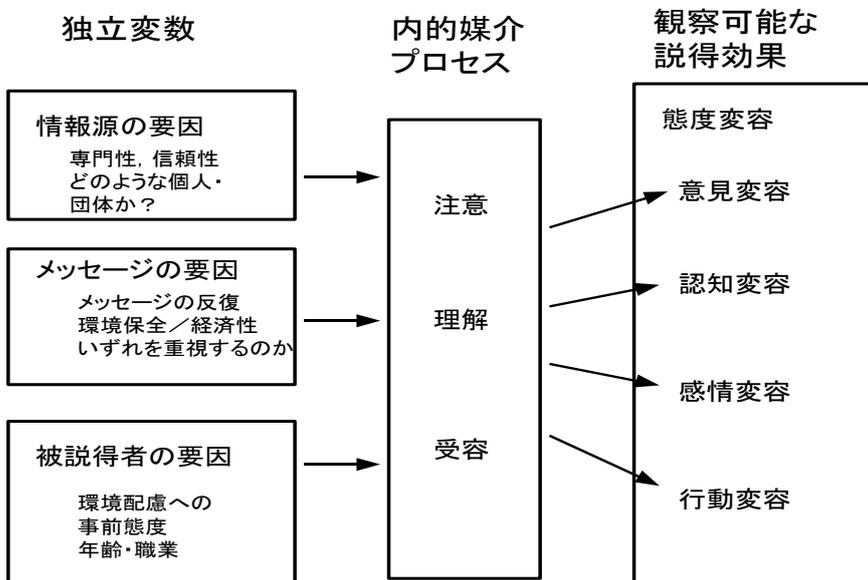
これまでの説得的コミュニケーション研究では、送り手—受け手という対人相互作用的な枠組みやマスメディアからのプロパガンダとして説得が捉えられることが主流であった。ここでは環境配慮型社会を目指すチェンジ・エージェントがどのような立場からどのような説得（要請）をするのかについて問題とする。

他者の行動を変容させるために、説得は日常頻繁に行なわれている。また、説得は様々な他者からなされている。行動の予測には態度を把握する必要があるとの考えから、説得による態度変容に関して数多くの知見が蓄積されてきた。行動を理解する上で有用な概念が「態度」とされてきたわけである。人々は過去に学習した行動結果に基づき、ある対象や行動に対して「よい—わるい」といった評価をしたり、「好き—嫌い」といった感情的な評価をしたりするが、これらは記憶として構造化され、行動場面における振る舞いに対して、意識的にも無意識的にも影響を与える。この構造化された記憶が態度

であるとされる(土田, 1991)。

態度によって行動が予測できるとの立場から、説得的コミュニケーションによる態度変容の試みについての知見は、Hovland, Janis, & Kelly(1953)以来これまで数多く提供されてきている。説得に関する Hovland らが組織的に行った研究、いわゆる Yale 学派の説得研究の枠組みでは、①独立変数として、情報源・メッセージ・受け手の各要因、②内的媒介変数として、注意・理解・受容の過程、③測定可能な従属変数として、意見・知覚・感情・行為の各変容を一括してとらえた態度変容、の3つの段階があるとされている(Janis & Hovland, 1959)。

図 3 伝統的な説得的コミュニケーションの枠組み



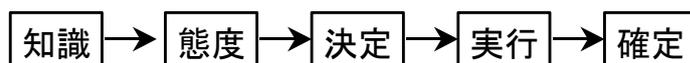
以上の枠組みをもとに、環境配慮行動への説得的コミュニケーションで問題となる変数に言及しながら表したものが図3である。この伝統的な枠組みにおいては、説得的コミュニケーションが成功するか否かが従属変数として取り上げられ、観察可能な意見変容や行動変容という形でその説得効果が測定され、その内的媒介プロセスが推測されている。どのようなチェンジ・エージェントが環境配慮行動のどのような側面を重視したアピールを用い、どのような人々にどのような文脈で説得するのか、つまり説得に際して重要な変数をどのように組み合わせたら効果があるのかが説明される。

次に、Hovland *et al.*(1953)の一連の研究に対して、態度変容に関わる連鎖モデルを紹介しよう(McGuire, 1985 ; 図 4, 上)。このモデルでは、メッセージの説得的インパ

クトは少なくとも①注意，②理解，③承服，④保持，⑤行動，の段階を経た所産であると見なされており，保持の段階までが態度と定義できる。また，種々の社会的情報をもとに個人が普及の対象となるものを採用するかどうかの意思決定については「普及の個人過程」とも呼ばれる(Rogers, 1995；図4，下)。つまり，イノベーションの普及においては，社会の中でどの程度の人々がそれを採用しているかという社会的普及に対して，個人がどの段階までそれを受容しているかも重要な問題となる。



説得のプロセスモデル



イノベーション決定プロセスモデル

図4 行動変容にいたる個人過程

(McGuire, 1985, Rogers, 1995 をもとに作成)

これまでに紹介した伝統的枠組みに対して，社会的認知研究の流れを反映した，説得的コミュニケーションにおける認知処理の二過程モデルを検討する。一つは Petty & Cacioppo(1986)による精緻化見込みモデル(Elaboration Likelihood Model: ELM)である。精緻化見込みとは，説得メッセージの話題に関連して与えられた論拠を吟味する可能性のことである。もう一つは，説得メッセージの中で与えられた論拠について考えて判断を下すシステムティックな処理と，説得情報における単純な手がかりをもとに判断を下すヒューリスティックな処理の相互作用を扱った Chaiken(1980)によるヒューリスティック-システムティック・モデル(The Heuristic-Systematic Model: HSM)であ

る。ここで両者を比較しながら、説得による環境配慮行動の予測について考えてみよう。

まず、中心ルートについては、ELMではメッセージ処理における動機づけと能力は独立であると仮定されている。環境配慮行動に関する説得的メッセージを同モデルにあてはめると図5のようになる。

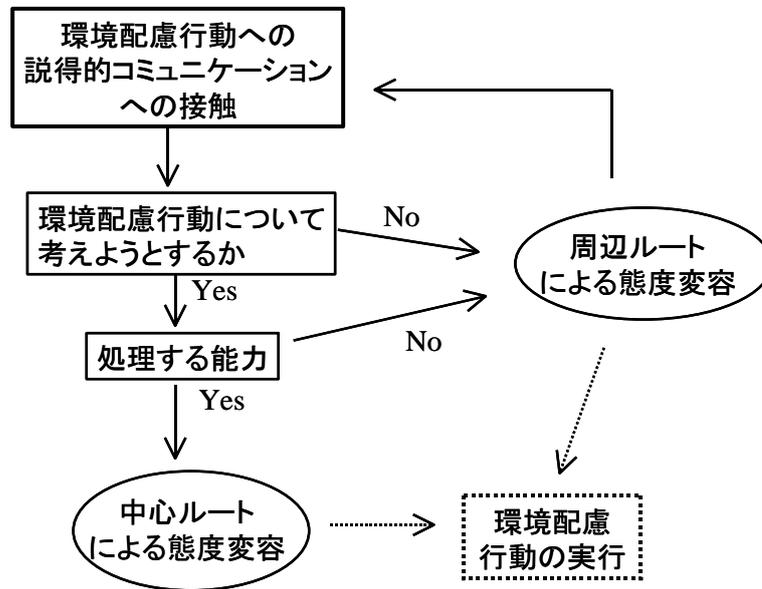


図5 環境配慮行動に関する精緻化見込みモデル(ELM)

中心ルートと周辺ルートはそれぞれ別個の処理がなされるが、HSMにおけるシステムティックな処理とヒューリスティックな処理は相互に影響を与えると仮定される。ELMにおいては、例えばメッセージの送り手の専門性は周辺的手がかりとされ、メッセージそのものに基づく中心ルートとは別個の態度変容を導くことになるが、環境保全を訴えたメッセージがどのような主体からなされるのかにより、メッセージを処理しようとする動機づけも変化するような場合が考えられる。つまり、「どのような状況で誰が」といった手がかりは、説得そのものを受け入れられることおよびその効果に影響を及ぼすだろう。

また、ELMは態度変容のあり方が「中心的」か「周辺の」によって態度の持続性と変化のしやすさが異なると仮定しており、中心的な態度変化から導かれる行動変容であれば、その行動は持続性が高いと予想される。しかしながら、環境配慮行動のように個人的コストがかかる行動では中心的態度変化は起こっても行動が起きるとは限らない

し(リサイクル商品の利用は環境保全に有効だが価格が高いため買わない)、逆に環境配慮とは関係ない周辺の手がかりによって行動につながることもあるだろう(人気キャラクターが採用されているので、その商品を買う)。また、周辺の手がかりによる行動変容であっても、行動しているうちに説得的コミュニケーションに接触する機会が増え、態度が精緻化する可能性もあるだろう。以上の議論から、行動変容を導くには必ずしもメッセージに含まれる情報の質を吟味する必要はないということがいえるだろう。一方で、環境配慮に関する態度がいかに形成されるのか、すなわち広瀬(1994)における目標意図を予想するには ELM は有効であろう。ELM の現実場面への適用に関しては、動機づけと能力のみで決まる中心的ルートのみではなく、中心的ルートに影響を及ぼす周辺の手がかりの吟味が必要であろう。これは、HSM においては、ヒューリスティックな処理がシステムティックな処理に影響を及ぼす(Chaiken & Maheswaran, 1994)ことにも関連しており、ELM と HSM は、排他的関係にあるというより、相互に補完されるものと捉えるべきであろう。

1.3.2 共益・私益に関する説得的コミュニケーション

環境配慮行動は社会的ジレンマの側面を含んでいるため、説得的コミュニケーションにおいても社会的利益と個人的利益とをどのようにアピールしたら効果的なのかが問題となる。これまで説明してきた説得的コミュニケーションの枠組みにおいて、環境配慮行動を扱う上で問題となるのが、説得の送り手と受け手の利害を越えた社会全体の利益について、そのためのコストを払ってまで個人が協力行動を選択するかどうかということである。そこでは個々人の環境配慮行動の結果が社会的利益に有効であり、それが個人の利益につながるのだという認知を喚起させるような説得的コミュニケーションが有効となるだろう。

このような利害に関わる説得では、説得という行為がどのような目的でなされ、それがどのような利益につながるのかといった受け手側の認知、すなわち説得意図の推測が問題となる。対人的な要請場面においては、受け手は送り手がどのような意図から説得しているのか、少なからず推測するであろう。一般に受け手にとって送り手の説得意図

が明らかな場合は説得的コミュニケーションの影響力が低下し、逆に自分を説得しようとしているのではないと捉えられるほど送り手の影響力は大きくなる（Walster & Festinger, 1962）。また説得の利益の所在については、非利己的動機による説得、つまり受け手にとってそれが送り手の利益につながると認知されないほど効果的である（Walster, Aronson, & Abrahams, 1966）。説得がもたらす利益の所在の推論によって説得効果に変化し得るのである。また、協力的行動を増加させる上で、協力に対する報酬や協力しなかった場合の結果といった利己的動機をアピールすることは効果的でない（Lynn & Oldenquist, 1986）。とりわけ環境問題のように個人の利便性と公共性とが対立するような場面では、送り手と受け手の利害だけでなく社会全体の利益と関わってくる。

以上のように、環境配慮行動に関しては社会的利益に関する情報が説得メッセージの中でどのように提示されるかが問題となる。ただし、ここで注意しなければならないのは、要請者が実際にどのような意図をもっていたかではなく、被要請者が説得意図と利益の帰属をどのようにとらえていたかである。説得的コミュニケーションが成功するかどうかは、説得の受け手が説得をいかに捉えるかにかかっているからである。

1.4 社会的ネットワークを通じた働きかけと行動変容

1.4.1 働きかけの受け入れ

説得により環境配慮に関する態度・行動が変容するプロセスを前節で扱ったが、そうした説得的コミュニケーションが有効に働くためには、説得行為そのものに応じることが必要である。つまり、説得的コミュニケーションの内容以前にそうした働きかけそのものが、どのようにしたら受け入れられるかが問題となる。これまで要請の承諾率を上げるテクニカルな影響力として、Freedman & Fraser(1966)による段階的要請法、いわゆる *foot-in-the-door* テクニックが知られている。より小さい要請を承諾させてから目

的的要請に段階的にすすむものである。ただし、最初の要請を受け入れさせる前に、対人的要請という行為そのものに応じるかどうかについてはこれまで議論されてこなかった。McGiure(1985)のいう「注意」の段階にあたる「対人的要請そのもの」の受け入れが抑制されれば、「理解」以降の段階にあたる要請内容への承諾も高くないことが予測される。ネットワークからの働きかけは、要請主体と適合する要請行為を行う事により、受け手が情報を受容しようとする程度が高まると考えられる。

次に対人的要請行為を受け入れた後の段階では、要請に対して承諾するかどうかの判断に社会的ネットワーク内の他者の行動が承諾に影響を及ぼすであろう。とりわけ、環境問題のような社会的利益に関わる問題に対処する際、社会的ネットワークが個人の環境配慮行動に与える影響は大きいと考えられる。すなわち、他者が環境配慮行動をとっているとの認知は、やろうと思えばできる環境にあるというという情報的影響の側面と、社会の中で受け入れられている行為への追従という規範的影響の側面がある。こうした影響はとりわけ個人にとって重要な他者から受けやすく、個人のもつ社会的ネットワーク内の他者の行動は個人の行動を大きく左右すると考えられる。ネットワークの中に当該行動を実行している仲間がいれば、それを受け入れ易くなるのである。

Rogers & Kincaid(1981)は個人が新たに態度や行動を受容する際の社会的ネットワーク機能の重要性について指摘している。個人の行動は単なる要請者からの規範的影響ではなく、個人のもつネットワークにおける他者によって大きな影響を受けることになる。例えば、対人的要請における他者からの影響には、次のような場合が考えられる。一つは、要請者自身から他者が既に実行しているとの情報を提示される場合である。「Aさん（共通の友人など）もやっている」との情報が要請に付け加えられる場合などがそれに該当する。もう一つは、要請された後に「……の加入を頼まれたのだけど……」と他の友人にその内容をたずねることで自ら情報を探索する場合である。いずれの場合も要請者以外にその行動をとっている他者が存在するかどうかという点で、要請者も含めた複数の他者から影響を受けることになる。情報を提示される場合と自ら探索する場合とでは、その効果が異なってくる。自ら探索した情報は、要請者から独立した情報源であり、要請者から与えられる場合よりも効果をもつと考えられるからである(Harkins

& Petty, 1987)。また、木下(1983)によれば、集団内でただ1人孤立無援状態のときと、味方が1人いるときの間には、心理的に非常に隔たりがあるが、それ以上味方が増えても、その心理的隔たりはあまり変化しない。このことから、要請内容が未知であるとき、社会的ネットワークにおいて要請者以外の誰か1人が実行していれば、全く実行している人がいない場合よりも、友人の要請がより重要な内容であると判断され、要請に対する承諾は高まることが考えられる。

このように社会的ネットワークによる働きかけは、環境配慮行動の普及において肯定的に作用することが理解できる。その一方で、社会的ネットワークの関係の持ち方如何によっては否定的に働くこともある。Granovetter(1973)は社会関係の強さとして「弱い紐帯の強さ」理論を提示している。すなわち、同僚・知人・隣人など「強い紐帯」としての親密な関係を保つことは、集団や地域の連帯感を高めるが、それが逆に集団や地域の内外における関係に分節化をもたらし、よりマクロな社会のレベルでは亀裂を生み出しやすいと指摘しているのである。そして、利害関係や生活様式、所属集団が異なる人々の中の「弱い紐帯」における関係が強い紐帯のネットワークで生じやすい対立関係を緩和するのに貢献するとしている。また Weenig & Midden(1991)は、情報の普及には紐帯の強さよりもそれがどのくらい利用可能なものなのかが関連しているが、実際に情報を採用するかどうかの決定には紐帯の強さが関連するとしている。Granovetter は情報を速やかに広げる弱い紐帯のメリットについて論じたが、こうした強い紐帯で結ばれた社会関係における要請は行動の実行に対して強い影響力をもつといえる。

本研究では、紐帯の強さにかかわらず、社会的ネットワークを通じた要請は、要請行為そのものの受容を促進させ、その結果要請に対する承諾率も高くなると仮定する。その際、要請に対して最終的に行動に至るかどうかを規定するのは、情報を速やかに広げる役割をもつ弱い紐帯よりも強い紐帯によるネットワークからの影響であると考えられる。

1.4.2 要請主体からの規範的影響

ある行動様式が望ましく、それが他者から期待されているという判断が社会的規範で

ある。合理的行為理論においては、行動を決定する個人にとって重要であると判断される他者からその行動をどの程度期待されているかによって主観的規範が定義されていた。それに対して、説得的コミュニケーションによって行動を促している要請者にどの程度応えようとするかをここで問題としてみよう。すなわち、要請者との関係にもとづく要請者からの規範的影響である。説得の効果において最初に考えられる要因が要請主体からの期待に応じようとするかどうかの判断である。この要請者と被要請者との関係に基づく規範的影響は、要請内容によってはその説得に応じることへの圧力が変化し、説得が進行するにつれて強くなったり逆に弱くなったりすると考えられる。

ところで、Cialdini, Kallgren, & Reno(1991)は、記述的規範(descriptive norm)と命令的規範(injunctive norm)を提唱している。前者は、ゴミがいくつも捨てられているところでは新たにゴミを捨てやすいのに対して全く落ちていないところでは捨てる行為がはばかれる、といった状況認知による規範である。後者は、「ここにゴミを捨てないで下さい」といったメッセージなどによってゴミを捨てさせないように働く規範である。これを要請場面における規範に援用すると次のようになる。ある行動が求められる場面において、主観的規範はすでに個人をとりまいている重要な他者からの期待であり、その期待に同調しようとする程度である。一方で、ある行動を積極的に求める説得的コミュニケーションにおいては、説得の送り手となる要請主体からのメッセージに従おうとするかどうかの問題となる。すなわち要請主体からの規範的影響である。Cialdiniらがいうように、どちらも規範の機能としては重要であるが、要請場面における要請者への規範が強ければ、同調への圧力として強く働くだろうし、ある行動をとるべきかどうかの情報がもともとないような場合に、要請者からの働きかけはある行動への判断を顕在化させる効果をもつことも考えられる。

1.4.3 複数の要請による影響

ある一人の他者からだけでなく、複数の他者から何度も要請を受けることがある。ここでは、複数の情報源から受ける影響とその継続的效果について考えてみよう。

まず、同じことを繰り返し依頼する効果のプロセスをテクニカルな影響手段をみなが

ら検討することにしよう。段階的要請法(Freedman & Fraser, 1966)に代表される要請技法においては、一回限りの働きかけに対して複数回働きかけを行うことで、情動的・規範的影響の諸側面に影響を与え、影響力が増大することが考えられる。すなわち、段階的に働きかけを行うことで、新たな情報を加えることができるし、要請者に対して将来にわたる関係の継続性の期待にもとづく互恵的な影響が予想される。そして、大小の要請を繰り返すことにより働きかけの送り手と受け手との間の相互作用が生じ、その結果として要請を受け入れることとなる。段階的要請法においては、小さな要請に応じることにより要請内容に対するコミットメントがなされた状態となること、自分は協力的な人間であるとの自己知覚が形成されることなどにより説明されている。また譲歩的要請法(Door-in-the-face テクニック; Cialdini et al., 1975)では、働きかけの継続による要請内容の縮小により要請者に対する互恵性の認知から承諾が引き出されると説明される。

要請者への規範的影響は、要請主体として一人の個人(あるいはエージェント)のみならず複数の場合も考えられる。Latané(1981)の社会的インパクト理論では、他者が個人に与える社会的影響は、他者の人数、他者の近接性、および他者との関係の強さであるとし、複数の源泉がそれぞれもつ社会的圧力により個人にまとまって影響を及ぼすとしている。Harkins & Petty(1987)は、単一の情報源と複数の情報源からの影響を検討し、複数の情報源がそれぞれ独立して機能するときその効果をもつとしている。社会的ネットワーク内で要請者以外の複数の他者からの影響を受けることにより、説得に応じたり行動への意思決定に影響を及ぼす。

1.4.4 社会的普及と実行可能性の変化

ここでは、社会的ネットワークが行動実行に及ぼす効果について、規範的側面に加え、実行可能性評価への影響を検討する。まず、働きかけによって環境配慮行動を実践している他者の存在を知り、社会的に環境配慮行動が実践されており自分もそれに従った行動をとることが社会的に求められている、という認識による規範的影響である。要請者との関係が継続する場面においては、とりわけ働きかけの主体である要請者への規範意

識が高くなるだろう。こうした働きかけのプロセスにおいては、要請という行為自体に環境配慮行動がどのようにすれば実行可能となるかに関する情報が含まれていると考えることができる。すなわち、要請が行われることが環境配慮行動の実行への手がかりとなるプロンプトとしての役割をもつのである。実際の行動につながるには、個人にとって可能な行動かどうかの判断、つまり実行可能性の制約が問題となる(広瀬, 1994)。

環境ボランティアが地域においてリサイクル活動を展開し、資源ゴミの回収システムを作り上げていく過程で、リサイクルが実行可能なものであるとの認識が住民の間で高まれば、リサイクルは望ましいとの規範意識にしたがって行動が実行されると考えられる。広瀬(1993)は、住民にとって実行可能と判断されるような回収システムを地域で作りに上げることによって資源リサイクルを地域全体に普及させたアクションプログラムの事例を報告している。そのプログラムでは、リサイクル活動に参加するボランティアメンバーが個々のメンバーの社会的ネットワークを活用して近隣住民に参加を呼びかけた。あわせて資源ゴミの回収ボックスを多数設置することで住民の行動のコストを低くした。さらに住民へアンケートへの回答を促すなどして、住民のリサイクル行動へのコミットメントの程度も高くなり、最終的には地域単位のリサイクルシステムが作り上げられた。このように、地域で実行可能なシステムが作り上げられれば、個人はより小さなコストで行動を実行できるようになる。その結果、より多くの個人が環境配慮行動を実行するようになり、社会的規範評価も高くなることが考えられる。広瀬(1994)で想定された行動を規定する3つの行動評価は、環境配慮行動の社会的普及が進むにつれ、相互に影響を及ぼしあうのである。

社会的ネットワークを通じた働きかけにより環境配慮行動の実行可能性を高める知識が伝達される。行動実行に向けた知識が獲得されるが故に、より働きかける他者からの期待に合致した行動をとることへの圧力が強くなる。「どうやったら環境配慮行動が実行できるか分からない」といった言い訳はもはやできなくなるのである。以上のように、環境配慮行動に向けた具体的な働きかけが行われ、地域における取り組みにより個人にとってそれが実行可能であることが示されれば、社会的規範評価と実行可能性評価が高くなり、環境を配慮しようとする態度と一致する行動の実行につながっていく。

1.5 行動によるコミットメントと態度形成

1.5.1 認知的一貫性と行動

環境配慮行動において、態度と行動が一貫しないことは経験的にも理解できるし、先行研究においてもこうした結果が報告されている。行動への状況の拘束力が強ければ、態度は行動の予測因としては弱くなる。逆に環境に配慮しようとする態度をもっていたとしても、個人の利便性が優先された結果、社会的利益に関わる環境配慮行動をとるに至らない場合も多い。かといって、環境に配慮しようとする態度が行動実行に全くつながらないということはない。

認知的不協和理論(Festinger, 1957)によれば、私たちは様々な対象への認知について、認知要素の間に矛盾がある場合には不快な状況に陥り、この緊張状態を解消し矛盾のない状態になるよう、また不協和な状況や情報を積極的に回避するよう動機づけられると仮定されている。態度と行動との間にこのような不協和な状態が存在するならば、態度と行動が一貫するような状態に変化していく。

Dickersonら(1992)は、大学の公共プールにおいて、シャワー使用に関する態度と行動について実験を行った。すなわち、シャワールームに入ろうとする学生に対して、シャワーをこまめに止めない過去の行動を想起させる質問をする条件、シャワー節約に関するチラシに署名をする条件、質問と署名の両方を用いた条件に割り当て、実際のシャワー使用時間との関連を検討した。その結果、統制群よりもシャワー時間が短かったのは、質問と署名の両方を用いた条件であった。水の節約を公に呼びかけたという認知と、自分が過去に必ずしも節約行動をとっているわけではないという認知との間の不協和を低減させるため、自らの行動を変化させたのである。

以上から、他者から環境配慮行動が期待されており、その期待に応える必要のある状況や、他者に対して環境配慮行動が重要だと自分の意見を表明することによって、環境配慮行動を実行しないことが、他者に対して表明した行動との間に不協和を喚起させ、環境配慮行動を実行するようになると予想される。このような状況において規範に合致

した行動がとられた場合、それが状況に依存的で一時的な行動にとどまるかといえば必ずしもそうではないと考えられる。行動経験とそれによる学習によって環境配慮的な態度が形成され、過去の行動と一貫した行動を意識的に実行したり、習慣的に環境配慮行動を実行したりするようになるからである。その場合もさらに状況の拘束力があれば行動を継続する機会が増え、その行動に見合った態度が形成されることにもつながる。

1.5.2 行動実行とコミットメント

特定の社会的対象に支持を表明したり支持を意味する行動をとることによって、行動と一貫した態度や認知をもつようになり、その後の行動が決定されていく。行動のこうした機能をここではコミットメントの定義から考えていきたい。

コミットメントは、「言質(げんち)」と訳され、過去の行動に束縛されるという文脈で使われるほか、他者(物事)への関与の程度としても使用される。ここでは、とりわけ前者に関して、社会心理学における定義を検討しながら環境配慮行動におけるコミットメントの役割について論じていく。

コミットメントは認知的一貫性理論と結びつくところが大きく、Festinger (1957) は認知的不協和理論において、「いずれか一方を選択する」あるいは「あえて本心とは相容れない行動をとる」という意味合いで使用していた。それに対し Kiesler(1971)はコミットメントを「個人が行動に言質を与え行動に束縛されること」と定義し、コミットメントは離散量ではなく、また必ずしも自分の本心や信念に反した行動をとるといった状況に限定されないとしている。それは自分自身の意見や態度と一致する立場へのコミットメントであり、コミットされた行動は反対意見にさらされても変化しにくく、変化抵抗も増大していく。さらに、コミットメントは態度と一貫する行動を多数行うほど大きくなるとされる。コミットメントのこのような考え方は後の研究においても大筋で踏襲されており、行動や決定が実行されない、あるいは撤回できない程度とされている (Oskamp et al., 1991)。つまり、人々はある様式で振る舞うことを決定した後では、行為を変化させる圧力に対して抵抗するようになるのである。

以上のようなコミットメントは、認知的一貫性を保とうとする働きから内的な動機づ

けを高める。逆に、外的な報酬が与えられることにより内的な動機づけは低下する。さらに、環境配慮行動を実行することにより、自らの行動に対してコミットメントがなされる状態となり、その積み重ねが行動を持続させると考えられる。Pallakら（1980）は、コミットメントによる影響力が省エネ行動の実践につながることを、ローボール・テクニック（low ball technique）を用いた実験によって検討している。すなわち、省エネ実行を要請され、くわえて新聞にその実践が掲載されることが約束された主婦は、約束されなかった主婦や連絡を受けなかった主婦よりも電力使用量が減少していた。興味深い点として、新聞に名前を掲載される約束を反古にすると連絡を受けた家庭では、電力の使用量が以前の水準に戻るどころか、さらに電力を節約するようになっていたことがあげられている。最初の要請に対するコミットメントにより、要請における魅力的な選択肢（ここでは新聞掲載）が取り除かれても省エネに対する肯定的な態度が形成され、より熱心に節約するようになっていたのである。

1.5.3 行動の継続による態度の形成

環境配慮行動をとっていなかった人が新たに環境配慮行動を実行した場合、次に問題になるのはもう一度実行するか、さらに継続して実行するようになるのかということである。説得的コミュニケーションや規範的影響により環境配慮行動に至ったとしても、行動前には予測していなかったような手間がかかったり規範的影響が働かなかったりするような場面では、その行動をとらないかもしれない。一方で、最初はたいへんだと感じていても、一旦実行してみるとそれはたいしたコストではなく、さらには習慣になってしまうかもしれない。いずれにせよ、一度行動を実行した場合、次の行動をとるかどうかは、前にとった行動結果に影響を受けることとなる。

ここで、行動の実行におけるその行動の自主的選択、すなわち個人の自由な意志の影響について考えてみることにしよう。まず、自らの意志に基づいて行動を実行するようになった場合、環境保全への貢献という観点からもその行動を肯定的に評価し、次の行動につながっていくというプロセスが想定できるだろう。また、選択の余地があっても、他者からの行動への圧力すなわち規範的影響の働く場面において環境配慮行動が実行

された場合には、規範が働かない状況では行動は実行されなくなる可能性もある。たとえば、排水行動といった他者の目に触れない私的場面における行動と、ゴミ収集場面における分別行動のような他者の目に触れる公的場面による行動とでは、規範の働き方が違っているとされているからである。

一方、選択の余地がない場合、つまり社会システムにより環境配慮行動をとらざるを得ない場合について考えてみよう。このような場合、社会システムのルールに見合った行動をとらなければならないが、そうした際には個人は自らの環境配慮行動をどのように評価するのであろうか。つまり、「やらされているから、仕方なくやるのだ」といった外的な要因に行動の原因を帰属させるのだろうか。Kahle & Beatty(1987)は態度が行動を規定するというよりは、行動が態度を規定するとしている。つまり、制度導入によって制度に従うような行動をとるうちに、環境保全型の態度が形成されるという。しかし、それは経済的なコストが低く罰も小さい場合に限られ、「不十分な正当化」(insufficient justification)が生じる状況が必要だとされる。多くの人が環境配慮行動に関する肯定的態度をもっているといわれるが、たとえ強制的であれ当初の態度と一貫する具体的な行動を実行することにより、環境配慮への態度がより具体的で変化への抵抗の大きい肯定的なものへと変容していくことが考えられる。主体的な行動は環境配慮へのコミットメントとなり、そうした行動を続けることによりコミットメントの程度も強くなる。さらには、行動に対する慣れから、環境配慮行動の実行において問題となる行動へのコストについても、徐々にそれが小さく感じられるようになるのである。