

<解説>

社会的迷惑行為の抑止策としての感謝メッセージ

友野 聡子

はじめに

私たちの身の回りには、迷惑な行いをする人々が後を絶ちません。東日本大震災直後の生活用品の買い占め、ツイッター上での迷惑画像の配信など、人々の迷惑な行為が大きな社会問題として報道されました。こうした行為は、“社会的迷惑行為”として社会心理学者を中心に研究されてきました。本稿では、社会的迷惑行為の研究知見を紹介しながら、1. 社会的迷惑行為とは何か、2. 社会的迷惑行為を抑止策として提案可能な方法について解説します。

1. 社会的迷惑行為とは

社会的迷惑行為は、“行為者が自己の欲求充足を第一に考えることによって、結果として他者に不快な感情を生起させる”行為と定義されています(吉田・斎藤・北折, 2009)。つまり、自分のやりたいことを最優先させた結果、意図していても意図していなくても他者に不快感を覚えさせてしまった場合、その行為は社会的迷惑行為と言えるのです。

近年、社会的迷惑行為が増加しているという感覚を持つ人々が多いと言われています。吉田らによると、その背景には、(1) 共同体社会の崩壊、(2) 価値観の多様化があると考えられています(吉田・斎藤・北折, 2009)。彼らの主張に沿って、この2点の背景について説明します。(1) 共同体社会の崩壊について述べます。これまでの社会は、近隣住民どうしが知り合い中心の小さな共同体社会で、他者に関心を持ち、互いに迷惑なことには迷惑と言い合える社会でした。ところが、近代化に伴い人口移動が盛んになり、近隣住民は見知らぬ他者となると、他者への関心が欠如し、互いに迷惑なことが言えなくなりました。迷惑なことを迷惑だと言ってくれる身近な他者がいなくなることが、社会的迷惑行為が増加したという感覚につながったのです。(2) 価値観の多様化は、先ほどの観点とは少し異なります。先ほどの共同体社会の崩壊について述べた際には、人々の間で何を迷惑とするかはある程度似通っていることが前提となっていました。しかし、情報化社会に移行したことにより、人々の価値観は多様化し、何を迷惑とするかという認識すらも多様化してきました。このことにより、社会的迷惑行為を迷惑だと思わない人々がその行為に対して寛容になり、その行為を迷惑だと思ふ人々には

社会的迷惑行為として目にとまりやすくなったのです。以上の2つの背景が同時に存在しているために、社会的迷惑行為が増加したという感覚を持つ人が増えたものと考えられています。

このように増加傾向にあると考えられている社会的迷惑行為を抑止することは重要です。ここではその理由を二点に集約します。第一に、社会的迷惑行為は、人々に不快感を与え、場合によっては不便さをももたらすためです。この点は、社会的迷惑行為の定義に含まれる他者に不快な感情を生起させる性質から言えることです。第二に、社会的迷惑行為は同様の迷惑行為や犯罪行為を助長するためです。これに関して、オランダの心理学者Keizerらは、“割れ窓理論”が実社会において生じることを明らかにしました(Keizer, Lindenberg, & Steg, 2008)。割れ窓理論とは、割られたままの窓を放置しておくなど、地域の荒れた状況を放置しておくことで、やがて他の窓が壊され、ゴミが捨てられ、迷惑行為や犯罪行為が蔓延するという現象です(Wilson & Kelling, 1982)。人々は、割られたまま放置されている窓を目撃することで、この地域ではそうした行為を行っても良いと思うようになり、同様の行為を実行するようになります。割れ窓理論は古典的で有名な理論でしたが、因果関係を明確にした実験研究に欠けていました。Keizerらは、壁面に落書きのある駐輪場ではゴミが捨てられやすくなる、といったことを観察するフィールド実験の研究を6種類行い、割れ窓理論の発生を実証しました。割れ窓理論に関する研究成果から、追従する迷惑行為や犯罪行為を助長しないために、社会的迷惑行為も放置せず、適切に抑止しなければならないことがわかります。社会的迷惑行為を抑止する理由について、第一の理由では社会的迷惑行為そのものが持つ不快な性質について、第二の理由では社会的迷惑行為が社会に与える悪影響について指摘しました。これらの二つの理由を考慮すると、社会的迷惑行為は抑止しておくことが望ましいものと言えます。

2. 社会的迷惑行為の抑止策としての感謝メッセージ

それでは、社会的迷惑行為はどのように抑止すれば良いのでしょうか。その一つの方法に“感謝を表すこと”が挙げられます。コンビニエンスストアなどのトイレに入ると、「きれいに使用していただきありがとうございます」といった貼り紙を見かけることが多くなってきました(図1)。このような感謝を表した貼り紙は、効果的かどうかということや、なぜ効果的なのかということが不明確なままこれまで使用されてきました。著者らはこの点に着目し、一連の研究を通し、一定の条件をクリアすれば、この貼り紙が社会的迷惑行為の抑止策として効果的であることを示してきました。本節では、感謝を表した上で社会的迷惑行為の抑制を求める貼り紙を“感謝メッセージ”とし(油尾・吉田, 2009)、感謝メッセージが社会的迷惑行為の抑止において効果的な理由と、効果的にするための条件をご紹介します。

感謝メッセージが社会的迷惑行為の抑止において効果的な理由は、受け手の“互惠性規範”



図1 感謝の貼り紙（感謝メッセージ）の例

注) 左図はヤマト広告株式会社HP掲載の貼り紙 (<http://yamato-agency.com/>)、右図はYuo & Yoshida (2010) の社会的迷惑行為の観察実験で用いられた貼り紙です。

を喚起させるためと考えられています (図2)。互惠性規範とは、“好意を与えてくれた他者に対して、同様のお返しをしなければならない”という規範です (Gouldner, 1960)。たとえば、友人から旅行のお土産をもらったとき、次に自分が旅行に行ったらその友人にお土産をお返しに渡してあげよう、と思うでしょう。良いこと (好意) をしてもらったら同様の良いこと (好意) でお返ししてあげなければならない、と思うことは社会生活を送る私たちには一般的で、守らなければならない暗黙のルールのようなものです。この暗黙のルールはあらゆる文化に普遍的で、影響力が強大だと言われています (Cialdini, 2001)。感謝メッセージを見たときにも、そこに記されている感謝の言葉は受け手にとって一種の好意となります。この好意を受け取ったら、それに報いなければいけないと考え、互惠性規範に従った何らかのお返しの行動を動機づけられます。ここで感謝メッセージに再び着目すると、そこには社会的迷惑行為をするべきではないことが明示されています。感謝メッセージを通して与えられた好意に報いるため、私たちは社会的迷惑行為を行わないように動機づけられるのです。ここまでの、感謝メッセージが社会的迷惑行為を抑止するように働く理由は、受け手の互惠性規範を喚起させるためであることをお話ししました。こうした感謝メッセージの影響プロセスは、一定の条件をクリアしたときに見られることが明らかになっています。以降の段落で、感謝メッセージを効果的にするための条件について検討した研究成果を見ていきましょう。具体的には、記述的規範と送り手の情報という2点から検討した研究成果を紹介した後、これらに共通すると思われる心理について

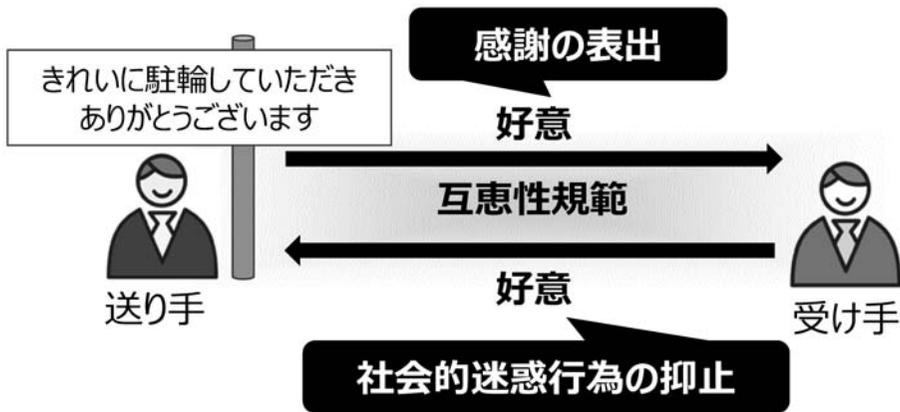


図2 感謝メッセージの影響プロセス

て解説します。

感謝メッセージを効果的にする条件の一つ目に、記述的規範を感謝メッセージに合わせる事が挙げられます。“記述的規範”とは、人々が実際に行っていることに対する社会規範を指します。たとえば、多くの人はゴミをきちんと分別していない、駐輪場で多くの人々は自転車を整頓して駐輪しているなどです。それに対し、“命令的規範”という社会規範も存在します。命令的規範とは、人々が是とする、もしくは非とすることに対する社会規範です。たとえば、ゴミは分別して出さなければならないという明示的な社会的な決まりや、駐輪場には自転車を整頓して止めるのが良いという暗黙に是とされる行動傾向などがあてはまります。社会規範がこれらの2種類にわけられることは、“規範的行為の焦点化理論”の中で提唱されています(Cialdini, Kallgren, & Reno, 1991)。さらに、この理論によると、命令的規範と記述的規範が同じ行動に対して異なる指針を示した場合、人々はより焦点化された（より目立った）規範の方に従うと言われています。そして、多くの場合、記述的規範の方が命令的規範よりも人々の行動に影響を与えやすいことがわかっています。北折・吉田（2000）の信号無視の研究を例に挙げると、信号は守るべきという命令的規範が存在しているにもかかわらず、周囲の人々が信号無視をしてしまうと、より目立った記述的規範に従って信号無視をしてしまう人が続出してしまいます。したがって、感謝メッセージの持つ社会的迷惑行為の抑止効果を発揮させるには、感謝メッセージの示す命令的規範の行動指針に合わせるように記述的規範を整備しておくことが求められるでしょう。上記の点について、著者らはシナリオ実験を通して検討しました（油尾, 2009; 油尾・吉田, 2009）。具体的には、「急いでいるために分別せずゴミを捨てたくなる」という仮想場面を調査参加者に想像してもらった後、そこに貼られている貼り紙やゴミ箱の様子を想像してもらいました。最後に、その状況で、ゴミを分別するかどうか、なぜ分別しようと

思ったか、もしくは分別しないでおこうと思ったか、といったことをたずねました。その結果、感謝メッセージに合った記述的規範を見たとき、すなわち、「ゴミを分別していただきありがとうございます」という感謝メッセージがきちんと分別されたゴミ箱上に提示されている様子を想像したときには、別の貼り紙や別のゴミ箱の様子を見たときに比べ、お返ししたいという気持ち、すなわち、互惠性規範が喚起されやすくなり、社会的迷惑行為を抑制する（ゴミを分別する）ように動機づけられることがわかりました。この結果から、記述的規範を感謝メッセージに合わせておくという条件を整えることによって、感謝メッセージが互惠性規範を喚起させ、社会的迷惑行為を抑制する働きを見せることが示されました。

感謝メッセージを効果的にする条件の二つ目に、メッセージの送り手の情報を提示することが挙げられます。メッセージの送り手が実際にその場を管理している（例：駐輪場を常に整頓している）という情報を感謝メッセージに付けると、送り手が誠意をもって感謝メッセージを提示していることが明確になります。このことはメッセージの送り手の信憑性を高め、送り手に対して良いことでお返しをしたいという互惠性規範をさらに強く受け手に喚起させるでしょう。これらのことを検討するべく、記述的規範の研究と同様にシナリオ実験を行った結果（油尾・吉田, 2012b）、「きれいに駐輪していただきありがとうございます」という感謝メッセージに送り手の情報が付加されると、別のメッセージを見たときや送り手の情報がなかったときに比べ、社会的迷惑行為が抑止される（整列駐輪が促される）傾向が確認されました。さらに、送り手の情報の提示という条件が整っているときには、記述的規範の研究結果同様に、感謝メッセージは受け手の互惠性規範の喚起（送り手に対してお返しをしたいという気持ち）を通して社会的迷惑行為の抑止に作用することが示されました。

以上より、感謝メッセージは、記述的規範や送り手の情報といった一定の条件が整えば、社会的迷惑行為を抑制する効果を持つことがわかりました。これらに共通する心理として推察されるのは、信頼感です。感謝メッセージに記されている感謝の言葉はやや信憑性に欠けます。しかしながら、記述的規範や送り手の情報を感謝メッセージに合うように整えることで、その感謝の言葉に信憑性が増し、感謝メッセージの抑止効果が高められると考えられます。そこで、信頼感が感謝メッセージの効果を高めるかどうかをより直接的に検証したところ、一般的な他者に対する信頼感が高い人々においては、信頼感が低い人々に比べ、感謝メッセージによる社会的迷惑行為の抑止効果が得られやすくなりました（油尾・吉田, 2012a）。この結果をふまえると、社会的迷惑行為を抑制する方法の一つである感謝メッセージの効果のカギを握るのは、人々の信頼感だと言えます。今後もこれらの点についてさらなる検討が必要でしょう。

おわりに

価値観の多様化に伴い、社会的迷惑行為に対する共通の認識が弱くなってしまった現代では、共同体社会の崩壊も重なり、そうした行為に対して忠告しにくくなってしまいました。そのような現代社会の中で見受けられるようになった感謝メッセージは、忠告しているようなネガティブな印象を与えることなく、互恵性規範というあらゆる社会に普遍的な規範でもって、社会的迷惑行為を抑止するように受け手の認識を変化させるものと位置づけられます。感謝メッセージを効果的にするには、受け手の信頼感に関連するであろう条件を整える必要があります、コストがかかります。しかし、現代社会では、そうしたコストをかけてでも、感謝メッセージによって社会的迷惑行為を抑止することに意味があるのかもしれない。

引用文献

- Cialdini, R. B. (2001). *Influence: Science and Practice* (4th ed.). Boston, MA: Allyn & Bacon. (社会行動研究会 (訳) (2007). 影響力の武器 ―なぜ、人は動かされるのか― 第2版 誠信書房)
- Cialdini, R. B., Kallgren, C. A., & Reno, R. R. (1991). A focus theory of normative conduct : A theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human behavior. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. Vol. 24. San Diego : Academic Press. pp.201-234.
- Gouldner, A. W. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, **25**, 161-178.
- Keizer, K., Lindenberg, S., & Steg, L. (2008). The spreading of disorder. *Science*, **322**, 1681-1685.
- 北折充隆・吉田俊和 (2000). 記述的規範が歩行者の信号無視におよぼす影響 社会心理学研究, **19**, 234-240.
- Wilson, J. Q., & Kelling, G. L. (1982). Broken windows: The police and neighborhood safety. *Atlantic Monthly*, **249**, 29-38.
- 吉田俊和・斎藤和志・北折充隆 (2009). 社会的迷惑の心理学 ナカニシヤ出版
- 油尾聡子 (2009). 迷惑抑止メッセージと記述的規範の一致・不一致が社会的迷惑行為と生起する感情に及ぼす影響 東海心理学研究, **4**, 47-51.
- 油尾聡子・吉田俊和 (2009). 迷惑抑止メッセージと記述的規範が社会的迷惑行為と感情に及ぼす効果 応用心理学研究, **34**, 155-165.
- Yuo, S., & Yoshida, T. (2010, July). *The effect of grateful messages and descriptive norms in deterring deviant behavior: An experimental study on deterring deviance from trash-disposal rules*. Poster presented at the 27th International Congress of Applied Psychology, Melbourne, Australia.
- 油尾聡子・吉田俊和 (2012a). 一般的信頼と感謝メッセージに対する反応 日本社会心理学会第53回大会発表論文集, 355.
- 油尾聡子・吉田俊和 (2012b). 送り手との互恵性規範の形成による社会的迷惑行為の抑制効果 ―情報源の明確な感謝メッセージに着目して― 社会心理学研究, **28**, 32-40.

(2014年10月15日受領、2014年10月16日受理)

(Received October 15, 2014; Accepted October 16, 2014)