

ネガティブムードによる精緻化抑制効果

—説得の情報処理におけるネガティブフィードバックの影響について—

筑波大学大学院(博)心理学研究科 原 奈津子

筑波大学心理学系 山本 真理子

The inhibiting effect on elaboration of negative mood:

The effect of negative feedback on information processing in persuasive communication

Natsuko Hara and Mariko Yamamoto (*Institute of Psychology, University of Tsukuba, Tsukuba 305-8572, Japan*)

The study examined the effect of mood induced by negative feedback on elaboration of persuasive communication. The hypothesis of the study is that the mood induced by negative feedback inhibits the elaboration of persuasive communication. The dependent variables were recognition performance, recall of contents of persuasive communication, number of thoughts about the message, and self-report on cognitive effort. Results indicated that recall performance of subjects in a negative mood condition was lower than recall of subjects in a positive mood condition and a control condition. It is assumed that self-focusing attention accounts for the inhibiting effect of negative feedback.

Key words: negative mood, negative feedback, persuasive communication, elaboration likelihood model.

問 題

1980年代後半から、説得事態とは無関連に喚起された受け手のムードが、その後の説得の受容にどのような影響を与えるかという問題について検討されてきた。それらの研究では、ネガティブムードがメッセージ内容の精緻化を促進するという結果を示したものが多く、それに対して、本研究は、ネガティブムードが精緻化を抑制するような状況について検討することを目的とする。なお、本研究では、岡(1994)にならって、ムードを、「楽しい気分、憂うつな気分、楽観的などのように、ある時間的長さをもった、比較的弱い感情」と定義し、より激しい感情状態である情動とは区別して用いる。

説得におけるムードの影響を検討した従来の研究の多くは、ムードをポジティブムードとネガティブムードに大別し、それぞれの影響について検討して

いる。一般に、ポジティブムードはヒューリスティックな態度判断(周辺の態度変容)をもたらすため、ポジティブムードを喚起された被験者は、メッセージ内容の説得力(argument)に関わらず、好意的な態度判断を行うという結果が示されている(e.g. Mackie & Worth, 1989)。一方、ネガティブムードについては、ネガティブムードがメッセージ内容に対する詳細な検討を促進するという結果を示したものが多く(Bless, Bohner, Schwarz, & Strack, 1990; Bless, Mackie, & Schwarz, 1992; Bohner, Crow, Erb, & Schwarz, 1992; 北村・沼崎・工藤, 1995; 原, 1995; 原・山本, 1995; レビューとしては Schwarz, Bless, & Bohner, 1991)。

例えば、Bless et al.(1990)は、精緻化見込みモデル(the elaboration likelihood model, Petty & Cacioppo, 1986a; 1986b)のパラダイムを用いて、ネガティブムードおよびポジティブムードが説得の受容に与え

る影響を検討した。彼らは被験者に過去の経験を想起させることによってムードを喚起させ、さらに説得力のあるメッセージあるいは説得力のないメッセージのどちらかを提示した。その結果、ネガティブムードを喚起された被験者は説得力の弱いメッセージを提示されたときよりも、強いメッセージを提示されたときの方が、メッセージ内容に賛成する方向への態度を示した。また、メッセージが提示されていたときに考えたことを被験者に書かせたところ、ネガティブムード条件の被験者は、説得力のあるメッセージに対しては好意的な思考の割合が高かったのに対して、説得力の弱いメッセージに対しては好意的ではない思考が多かった。この結果について Bless et al.(1990)は、受け手がネガティブムードにある時には、メッセージ内容を詳細に検討するため、メッセージ内容に依存した認知的反応や態度変容が生じたと考察している。

ネガティブムードがメッセージ内容についての詳細な検討を引き起こす理由については、Schwarz(1990)の感情情報機能説によって以下のような説明がなされている。ネガティブなムードは、個人をとりまく状況が問題の多い状況であることを知らせる。そして適切な反応を決定するために、問題の多い状況の分析に適した処理方略を引き起こす。さらに、ネガティブな状態の時には、既に問題ありと見なされている状況において誤った決定を避けるように動機づけられる。このため、ネガティブなムード状態においては分析的な処理が要求されると、感情情報機能説の立場では考えられている。

しかし、説得研究以外の研究領域でネガティブムードが情報処理に与える影響を扱った研究の中では、ネガティブムードが分析的な情報処理を抑制するという、対立的な知見もある。例えば、Mackie, Hamilton, Schroth, Carlisle, Gersho, Meneses, Nedler, & Reichel(1989)は、幻想の相関(illusory correlation)パラダイムを用いて、ポジティブムードだけでなくネガティブムードもステレオタイプの判断をもたらすことを示した。彼らは、ポジティブムードであれネガティブムードであれムードの生起は認知的処理能力を低減させ、ステレオタイプに依存したヒューリスティック型の判断を増大させるのではないかと考察している。

また、秋山・竹村(1994)は、不快感情が商品選択における意思決定過程に影響を及ぼすこと、そしてその影響が意思決定者の関与状態と交互作用を示すことを明らかにした。すなわち、不快感情下にある被験者は、商品選択への関与が低い場合、決定に要する時間、情報探索量、情報再検討数などが統制群

の被験者より少なくなったが、一方、商品選択への関与が高い場合、その逆に決定に要する時間、情報探索量、情報再検討数などが統制群の被験者より多くなることを示している。

これらのようなムードが情報処理を抑制するという知見は主に、処理資源配分モデル(resource allocation model; Ellis & Ashbrook, 1988)から解釈されている。処理資源配分モデルは、Kahneman(1973)の注意の容量モデルから発展した考え方であり、ネガティブムードが所与の課題に配分される注意の量を規定するという考え方である。多くの日常的課題や典型的な記憶実験で用いられる課題においては、精緻化、意味処理、体制化、理解、意思決定などのプロセスを活性化させる情報の符号化は、一定量の認知資源あるいは認知的努力を必要とする。そして、記憶課題の遂行成績はその課題に割り当てられた認知的努力の量と正の相関関係がある。つまり、その課題に割り当てられた認知的努力が何らかの要因によって低減すると、課題の成績が低くなる。一方、Ellis & Ashbrook(1988)によれば、悲しみや抑鬱のようなネガティブムードは、課題には不適切な処理や、課題とは関連のない処理を増加させる。その結果、ネガティブムードが喚起された状態では、課題の遂行成績が低くなると Ellis & Ashbrook(1988)では考えられている。

このように、説得研究においてはネガティブムードが認知的処理を促進するという知見が出されているのに対して、他の研究領域では抑制するという立場からの研究が進められている。また最近では、説得研究においても、ネガティブムードが精緻化を抑制する結果を示した研究が見られる(深田, 1983, 1991; Bodenhausen, Sheppard, & Kramer, 1994)。これらのことから、ネガティブムードの影響は、説得的メッセージの精緻化に対して促進的な影響を持つ場合と抑制的な影響を持つ場合とが考えられる。そして、ネガティブムードが促進的に作用する場合と抑制的に作用する場合の背景にある要因を検討することが、研究を展開する上で必要になってくると思われる。

本研究では、そのような要因の一つとして、ムードの種類による影響の差異を問題とし、これまでの研究ではあまり検証されていない、ネガティブムードが精緻化に与える抑制的な影響について検証する。ここでは、山口(1988)によって、認知的処理に抑制的な効果を示すことが予想される、ネガティブフィードバックをムードの喚起方法として用い、説得的メッセージの精緻化が抑制されるかどうかを検証する。山口(1988)では、ネガティブフィードバック

クが援助行動に与える影響として、周囲の状況に対する注意が減少し、援助行動が必要とされている状況に気づきにくくなり、結果として援助行動の生起率が減少することが検証されている。このことから、説得の過程においてもネガティヴフィードバックによるムードがメッセージに配分される注意を減少させ、結果としてメッセージの精緻化を抑制することが予想される。また、このネガティヴフィードバックによるムードの喚起は、説得研究ではほとんど用いられていないが、ネガティヴムードを喚起するには有効な方法であり、説得におけるその影響について検討する必要があると思われる。

ところで先行研究は、説得力の強弱に対するこのような反応の違いを、ポジティヴムード条件の被験者に比べ、ネガティヴムード条件の被験者がメッセージ内容を精緻化していることに帰属させている。もしそうであれば、精緻化の指標を、より直接的・認知的な指標によって捉えることができるはずである。

この点に関して、例えば、記憶成績についてはムードによる成績の差異が見いだされていない研究が多い(Bless et al, 1990; Bohner et al. 1992; 原, 1995)。また、原(1995)では不快条件の被験者は中性状態の被験者にくらべ、メッセージ内容に関する思考数が多いことが見いだされているが、思考数についてはあまり指標として検討されていない。

しかし、精緻化見込みモデルでは、説得力の強弱に対する弁別的反応の他にも、メッセージ内容の再生数やメッセージに関する思考数、認知的努力の自己報告などを精緻化の指標としてあげている。したがって、これら複数の指標で一貫して、ネガティヴムードが精緻化を促進していることが示されるか検討する必要がある。

そこで本実験では思考数や記憶成績を指標として、ムードとメッセージの処理傾向との関連を検討することを目的とする。感情情報機能説によれば、ネガティヴムード状態にある被験者はメッセージを詳細に検討するため、メッセージ内容についてよく考え、後に内容を問われたときにもよく記憶しているであろうと予測される。一方、処理資源配分モデルの立場からは、ネガティヴムード状態にある被験者はメッセージの検討が抑制されるために、メッセージ内容に関する思考が妨害され、後に内容を問われたときにもあまり記憶できていないと予測される。

方法

実験計画

ムード(ネガティヴムード・ポジティヴムード・統制条件)の1要因配置で、被験者間要因であった。

ムード操作

ネガティヴムード条件とポジティヴムード条件、および統制条件の3条件を設けた。ネガティヴムードの被験者には、実験協力が大学生を対象とした英語力テストに参加するよう依頼し、(1)5分程度の単語力テストを実施した後点数が標準より低かったこと、(2)実験後に読解テストが要求されることを告げた。一方、ポジティヴムードの操作は、実験者が実験の謝礼としてくじを引かせ、500円相当の賞品が当たるようにして、操作を行った。両条件の被験者は、ムード操作の教示の後、フェイスシートに回答するように求められた。このフェイスシートにはムード操作の妥当性を確認するための質問項目が含まれていた。統制条件の被験者に対しては、実験室に入室してすぐに、フェイスシートへの回答が求められた。

メッセージの作成

説得的メッセージは、ミネラルウォーターについての広告文章として作成した。ミネラルウォーターの銘柄の選定にあたっては、既に個人的好みが決まっているような有名な銘柄を避け、あまり知名度が高くない銘柄を選択した。なお実験後、被験者に実験で用いられた銘柄を知っていたか尋ねたところ、知っていると答えた者はいなかった。

従属変数

実験で配布した質問紙によって以下の従属変数を測定した。

態度の測定 ミネラルウォーターについて、購買意欲、魅力などを尋ねた。質問項目は、「好き-嫌い」「魅かれる-魅かれない」「おいしそう-まずそう」「体に良さそう-体に悪そう」「飲みたい-飲みたくない」「買いたい-買いたくない」という6項目(7件法)であった。肯定的な回答に高い得点を与えた。分析に当たって、この6項目の得点を合計し、各項目との相関をとったところ、0.63-0.75という高い相関がみられた。したがって、各項目に内的一貫性が認められたので、各項目の合計点をもって、態度得点とした。

認知反応の測定 広告メッセージに対する認知反応は、以下の従属変数によって測定した。

1. 思考数 Petty & Cacioppo(1986b)の方法に従い、広告メッセージを読んでいる間に考えたことをリストさせた。回答のための時間は4分間であっ

た。分析にあたっては、リストされた思考の数を従属変数とした。

2. 説得的メッセージの再生成績 広告メッセージの内容について自由再生テストを実施した。メッセージの提示終了後から再生テストまでの時間間隔は9分であった。また、回答のための時間は4分間であった。採点は心理学を専攻する大学院生2名によってなされた。2者間の評定一致率は85.1%であった。2者間の評定が分かれた項目に関しては、著者による評定と合わせて、3者のうち2者の一致をもって正答の基準とした。

3. 広告メッセージの再認成績 再認テストには、広告メッセージに記載されていた事実を書いた文章、およびメッセージに書かれていない事実を書いた文章が10個ずつ含まれていた。つまり、ターゲットとなる文章が10個、ディストラクターとなる文章が10個含まれていたことになる。広告メッセージの提示終了後から再認テストまでの時間間隔は13分であった。分析にあたっては、修正再認率(ヒット率と虚再認率との差)を算出し、それを再認成績とした。

操作の妥当性のチェック

ムード操作の妥当性は「楽しくない-楽しい」の項目によって被験者のムード状態を測定した。

被験者

大学生46名。このうち、「楽しくない-楽しい」の項目において、意図された感情が操作されなかったとみなされた被験者3名は、分析の対象から除外した。その結果、分析対象者は43名であった(ポジティブムード条件16名、ネガティブムード条件11名、統制条件1名)。実験は、個別に行われた。

実験期日

1994年6月下旬~10月中旬。

手続き

ネガティブムード条件およびポジティブムード条件の被験者に対しては、実験室に入室してすぐに、ムード操作が行われた。両条件の被験者は、ムード操作の教示の後、フェイスシートに回答するように求められた。統制条件の被験者に対しては、実験室に入室してすぐに、フェイスシートへの回答が求められた。

被験者がフェイスシートに回答し終わった後、説得的メッセージの提示と従属変数の測定を行った。

まず、商品の写真と、簡単な特徴、販売元が記載された紙を提示し、実験は広告メッセージの印象に関する実験であると教示した。

次に、雑誌に掲載された広告文章からの抜粋という形でメッセージを提示した。メッセージは5つの

パラグラフからなり、各々のパラグラフは200字程度の長さであった。広告メッセージを読む時間を統制するために、メッセージはコンピュータ(NEC PC9801n)によって提示された。メッセージは1パラグラフずつ提示され、それぞれ25秒間提示された。画面が変わる5秒前になると、ピープ音になった。つまり音がなって5秒後に、次のパラグラフが自動的に現れるようになっていた。

説得実験終了後、実験者が実験目的についてデブリーフィングを行なった。

結果

ムード操作の妥当性の検討

「楽しくない(1点)-楽しい(7点)」の項目の平均値は、ポジティブムード条件で5.25(SD=0.75)、統制条件で4.25(SD=1.15)、ネガティブムード条件で3.45(SD=0.89)であり、一要因分散分析を行ったところ、ムードの効果が有意であった($F[2,40]=11.23$, $P<.01$)。LSD法を用いた多重比較によれば、各条件間で有意差が認められた($MSe=0.88$, $p<.05$)。

さらに、ポジティブムード条件およびネガティブムード条件の平均値は、尺度上のニュートラルポイント(4)と有意差および傾向差がみられた(ポジティブムード条件; $t=6.45$, $df=15$, $p<.001$; ネガティブムード条件; $t=-1.94$, $df=10$, $p<.10$)。従って、ムード操作は有効であったことが確認された。

ムードの影響の検討

態度におけるムードの効果を検討するために、態度得点について一要因分散分析(Table 1 参照)を実施したところ、有意なムードの効果は認められなかった。

思考数、再生成績、再認成績(Table 2 参照)について、一要因分散分析を実施したところ、再生成績におけるムードの効果が有意傾向を示した($F[2,41]=2.98$, $P<.10$)。LSD法を用いた多重比較によれば、ネガティブムード条件と統制条件との間に有意差が認められた($MSe=7.09$, $p<.05$)。感情情報機能説から出される予測に反し、ネガティブムード条件は統制条件に比べ、再生成績が低かった。他の2つの条件間ではいずれも有意差は認められなかった。思考数、再認成績については再生成績の結果と同様、ネガティブムード条件は他の2条件に比べて、思考数が少なく再認成績も低かったが、有意なムードの効果は見いだされなかった。

認知的努力への自己報告の項目である「広告文章の内容をよく検討しようと思ったか」「読んでいる

Table 1 Mean and standard deviation of the attitude in each condition

	Positive mood	Negative mood	Control group	F-value
Attitude	29.25 (5.45)	27.73 (4.65)	30.13 (4.06)	0.47 (n.s.)

Table 2 Mean and standard deviation of the number of thoughts, recall and recognition in each condition

	Positive mood	Negative mood	Control group	F-value
Number of thoughts	6.31 (1.36)	5.64 (2.42)	7.00 (1.67)	1.71 (n.s.)
Recall	5.44 (2.67)	3.64 (2.50)	5.94 (2.51)	2.57+
Recognition	0.61 (0.22)	0.56 (0.24)	0.62 (0.23)	0.20 (n.s.)

NOTE. Standard deviation is showed in the parenthesis. + $p < .10$

Table 3 Mean and standard deviation of self-reported cognitive effort of the subjects in each condition

	Positive mood	Negative mood	Control group	F-value
内容をよく検討してみようと思いませんか?	5.19 (1.38)	4.46 (1.37)	4.38 (1.32)	1.56 (n.s.)
文章を読んでいる途中で飽きませんでしたか?	4.50 (1.66)	3.55 (1.37)	4.75 (1.60)	1.90 (n.s.)
この課題は楽しいと思いませんか?	4.63 (1.22)	3.45 (1.08)	4.25 (1.39)	2.68+

NOTE. Standard deviation is showed in the parenthesis. + $p < .10$

途中で飽きなかったか」「課題は楽しいと思ったか」という各質問について一要因分散分析を実施したところ (Table 3 参照)、「課題は楽しかったか」という項目について、ムードの効果が有意傾向が認められた。そこでこの項目について LSD 法を用いた多重比較をおこなったところ、ネガティブムード条件とポジティブムード条件との間に有意差が認められ ($MSe = 1.68$, $p < .05$), ネガティブムード条件はポジティブムード条件に比べ、「課題が楽しくなかった」と回答する傾向がみられた。他の 2 つの条件間には有意な差は認められなかった。

考 察

本研究は、記憶テストの成績や思考量を精緻化の指標として、ネガティブムードと精緻化との関連を検討することを目的とした。そして、ネガティブフィードバックによるムードの喚起によって、先行研究の知見とは異なり、メッセージの精緻化が抑制されるであろうという仮説のもとに、実験を行った。その結果、メッセージ内容に対する再生テストや、認知的努力の自己報告の項目から、ネガティブフィードバックによるムード喚起がメッセージの精緻化を抑制したことが示された。

先行研究ではネガティブムードによってメッセー

ジの処理が促進されたにもかかわらず、なぜネガティブフィードバックが精緻化を抑制するのかという問題について、本研究の時点では、

- (1) ネガティブムードの強度の違い
- (2) ネガティブフィードバックによる認知資源の配分量の減少

という 2 つの観点から解釈が可能である。それぞれの解釈について以下に検討する。

まず、ネガティブムードの強度が強すぎた可能性が考えられる。先行研究から、非常に強いネガティブなムードが喚起された場合 (例えば、抑鬱症患者を被験者とした記憶研究など)、記憶力の減衰が見られることが明らかにされている (ex. Breslow, Kocsis, & Belkin, 1981; Ellis, Thomas, & Rodrigues, 1984; Sternberg & Jarvik, 1976)。また、Schwarz et al. (1991) も、強いネガティブムードが喚起された場合には、彼らの見解とは逆にメッセージ処理が抑制されるであろうと認めている。しかし、操作の妥当性の確認項目の平均値を見る限り、本研究で喚起したネガティブムードは、原 (1995) や原・山本 (1995) で喚起したネガティブムードよりもこの説明には当てはまらない。

したがって、ネガティブムードが強すぎたという解釈は本実験の結果の解釈には当てはまらないであろう。

次に、ネガティヴムードの喚起方法の違い、ひいてはネガティヴムードの種類の違いによって、説得の受容過程に与える影響が異なるという可能性が考えられる。

それではなぜネガティヴフィードバックによるネガティヴムード喚起では、認知資源がメッセージ処理に配分されないのか。まず考えられる可能性としては、実験後の感想で、「英語をもっと勉強しないとイケないなと反省した」という報告にみられるように、英語力に関するネガティヴフィードバックによって、被験者の注意が自己へ集中した可能性がある。先にも述べたように山口(1988)は、失敗経験者の記憶成績の低下を、失敗経験後には対内的注意(自己自身へと向けられる注意)が増大し、相対的に周囲の状況への注意が希薄になったためであると考察している。また、ネガティヴムードは、ネガティヴフィードバックによって喚起されるものに限らず、自己焦点化した注意(資源を必要とする自己を理解しようとする試みを含む)を引き起こすという指摘もある(Clore, Schwarz, & Conway, 1994)。

以上の知見から、本実験のネガティヴムード条件では、自分自身に向けられる注意が増し、相対的に説得課題への注意が減少したと推測される。

また、本研究では、説得実験後に読解テストがあると教示したが、この教示により、注意が読解テストへ向けられた被験者がいたとも考えられる。しかし、ネガティヴムードおよびポジティヴムードが広告情報の処理に与える影響を検討している北村ら(1995)では、ネガティヴムードの操作として、「実験後にある企業から依頼された英語の学力テストを実施する」という教示を与えたが、この実験ではネガティヴムード条件の方がポジティヴムード条件に比べて広告情報の再生成績が有意に上回っていた。したがって、本実験のネガティヴムード条件における再生成績の低下は、読解テストに注意が向いたためという解釈よりも、自己へ関心が向いたという解釈が妥当であると考えられる。

本研究では、自己焦点化の効果を媒介として、ネガティヴムードがメッセージの精緻化を抑制するという新たな可能性が示唆された。しかし、ネガティヴフィードバックによるムード操作が、自分自身に向けられる注意を増大するという点については、本研究では直接的に確認しているとは言えないので、さらなる検証が必要であろう。

ところで、本研究の結果から、ネガティヴムードの喚起方法だけではなく、ネガティヴムードの種類の違いによっても、メッセージの処理に与える影響が異なってくる可能性も考えられる。

この点に関して、Schwarz et al.(1991)でレビューされている研究の多くで操作されているネガティヴムードが、“悲しみ”である点は、注意するべきであろう。彼らの主張には、悲しみを操作して得られた結果をネガティヴムードに一般化して考察している部分も見受けられるが、実際は悲しみの影響と限定して述べられるべきであろう。“悲しみ”以外の感情を操作した研究がまだ少数であるため、感情の種類によってメッセージ処理にあたえる影響が異なると、明言することはできないが、今後、ネガティヴムードの種類についての検討が必要になるとと思われる。

要約

本研究は、ネガティヴフィードバックによって喚起されたムードが説得的メッセージの精緻化に与える影響を検討することを目的とした。先行研究ではネガティヴムードが精緻化を促進すると言われていたのに対し、ネガティヴフィードバックによってムードを喚起させた場合には、抑制的な影響が現れるのではないかと考えられた。

実験では、ネガティヴムード条件、ポジティヴムード条件、統制条件の3条件を設定し、ネガティヴムード条件の被験者に対しては、英語のテストに関するネガティヴフィードバックを与えた。精緻化の指標としては、メッセージ内容に関する再認・再生テストの成績、思考数、及び、認知的努力の自己報告(3項目)を指標とした。

実験の結果、再生テストと認知的努力の自己報告(1項目)において、ネガティヴフィードバックによる抑制的な影響が見いだされた。

この結果について、ネガティヴフィードバックが自己焦点化注意を引き起こし、相対的に説得的メッセージの処理へ向けられる注意が減少したのではないかと考察された。

引用文献

- 秋山学・竹村和久 1994 不快感情と関与が意思決定過程に及ぼす影響 実験社会心理学研究, **34**, 58-68.
- Bless, H., Bohner, G., Schwarz, N., & Strack, F. 1990 Mood and persuasion: a cognitive response analysis. *Personality and Social Psychology Bulletin*, **16**, 331-345.
- Bless, H., Mackie, D. M., & Schwarz, N. 1992 Mood effects on attitude judgements: the inde-

- pendent effects of mood before and after message elaboration. *Journal of Personality and Social Psychology*, **63**, 885-895.
- Bodenhausen, G. V., Sheppard, L. A., & Kramer, G. P. 1994 Negative affect and social judgment: the differential impact of anger and sadness. *European Journal of Social Psychology*, **24**, 45-62.
- Bohner, G., Crow, K., Erb, H., & Schwarz, N. 1992 Affect and persuasion: mood effects on the processing of message content and context cues and on subsequent behaviour. *European Journal of Social Psychology*, **22**, 511-530.
- Breslow, R., Kocsis, J., & Belkin, B. 1981 Contribution of the depressive perspective to memory function in depression. *American Journal of Psychiatry*, **138**, 227-230.
- Clore, G. E., Schwarz, N., & Conway, M. 1994 Affective causes and consequences of social information processing. In R. S. Wyer, & T. K. Srull (Eds.), *Handbook of social cognition*. 2nd ed: Vol. 1. *Basic processes*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Pp. 323-417.
- Ellis, H. C., & Ashbrook, P. W. 1988 Resource allocation model of the effects of depressed mood states on memory. In K. Fiedler, & J. Forgas (Eds.), *Affect, cognition, and social behavior*. Toronto: Hogrefe. Pp. 25-43.
- Ellis H. C., Thomas, R. L., & Rodrigues, I. A. 1984 Emotional mood states and memory: elaborative encoding, semantic processing, and cognitive effort. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, & Cognition*, **10**, 470-482.
- 深田博巳 1983 無関連恐怖喚起状況下における説得促進効果 実験社会心理学研究, **23**, 83-90.
- 深田博巳 1991 無関連恐怖状況下での説得に及ぼすコミュニケーターの信憑性の効果 実験社会心理学研究, **31**, 94-103.
- 原奈津子 1995 説得の情報処理における不快感情と関与の影響 心理学研究, **65**, 487-493.
- 原奈津子・山本真理子 1995 説得の受容過程における肯定的感情および否定的感情の影響 筑波大学心理学研究, **17**, 143-151.
- Kahneman, D. 1973 *Attention and effort*. New Jersey: Prentice-Hall.
- 北村英哉・沼崎誠・工藤恵理子 1995 説得過程におけるムードの効果 感情心理学研究, **2**, 49-59.
- Mackie, D. M., Hamilton, D. L., Schroth, H. A., Carlisle, C. J., Gersho, B. F., Meneses, L. M., Nedler, B. F., & Reichel, L. D. 1989 The effects of induced mood on expectancy-based illusory correlations. *Journal of Experimental Social Psychology*, **25**, 524-544.
- Mackie D. M. & Worth, L. T. 1989 Processing deficits and the mediation of positive affect in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*, **57**, 27-40.
- 岡隆 1994 気分 古畑和孝(編) 社会心理学小辞典, 有斐閣, Pp.47.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. 1986a *Communication and persuasion: central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer-Verlag
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. 1986b The elaboration likelihood model of persuasion. In L. Berkowits (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. Vol.19. New York: Academic Press. Pp. 123-205.
- Schwarz, N. 1990 Feelings as information: informational and motivational functions of affective states. In R. Sorrentino, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: foundations of social behavior*. Vol.2. New York: Guilford Press. Pp. 527-561.
- Schwarz, N., Bless, H., & Bohner, G. 1991 Mood and persuasion: affective states influence the processing of persuasive communications. In L. Berkowits (Eds.), *Advances in Experimental Social Psychology*. Vol.24. New York: Academic Press. Pp. 161-199.
- Sternberg, D. E., & Jarvik, M. E. 1976 Memory functions in depression. *Archives of General Psychiatry*, **33**, 219-224.
- 山口裕幸 1988 成功・失敗経験による注意の方向性の違いが援助行動生起に及ぼす効果 実験社会心理学研究, **27**, 113-120.