

公共事業における情報提示と態度形成

青木俊明¹・西野 仁²・松井健一³・鈴木 温⁴

¹正会員 博(情) 東北工業大学 建設システム工学科(〒982-8577 仙台市太白区八木山香澄町 35-1)

E-mail: shunmei@tohtech.ac.jp

²正会員 工修 国土交通省 国土計画局 (〒100-8918 東京都千代田区霞ヶ関 2-1-3)

³正会員 工修 国土交通省 国土交通大学校(〒187-8520 東京都小平市喜平町 2-2-1)

⁴正会員 博(工) 国土交通省 国土技術政策総合研究所(〒305-0804 つくば市旭1)

本研究では、公共事業を題材に、イメージが態度形成に与える影響と情報提示が態度形成に与える影響の2つを明らかにすることを目的とする。そこで、Webサイトを活用した心理実験を行い、イメージ調査とそれが公共事業への態度に与える影響を分析した。また、情報提示が態度形成に与える影響も分析した。分析の結果、1) 少なくとも女性都市居住者は公共事業に対して否定的なイメージを持っていること、2) イメージが個別事業の態度形成に与える影響は小さいこと、3) 情報提示は信頼醸成効果を持つこと、4) 信頼は態度形成の重要要因だが、決定的要因ではないこと、5) 整備効果が高い事業の場合、情報非提示の状況で否定的態度を示したグループでは情報提示によって肯定的態度への態度変容が生じること、などが示唆された。

Key Words: image of public works, consensus building, disclosure, attitude change, trust building

1. 序 論

現在、公共事業を取り巻く状況は極めて厳しい。このことは、経済的状況は勿論、国民世論についても当てはまる。この厳しい世論は、時として受益者たる住民にも大きな損失をもたらす。例えば、“公共事業”というラベルのために有用性の高い事業がステレオタイプ的に無用と判断され、延期や中止になることもありうる。このような不幸な事態を防ぐためには、まず公共事業に関する世論の形成機構を明らかにする必要がある。

世論形成はその過程により、3つに分けられる。まず、最も基本となるのが、対象に対する個人の認識形成である。これは、言わば、対象に対する個人的な評価である。次に、その認識に基づいて個人の内的態度が形成される。このとき、内的態度は外部への表明を想定して形成されるものとする。その後、表明された個人の態度は社会化を経て世論を形成する。この一連の過程の心理機構を検討するためには、個人の認識形成と態度形成を理解しておかねばならない。

ここで、態度形成機構は集団状況下の場合と単独状況下の場合に分けられることに注意されたい。なぜなら、前者では集団圧力¹⁾が発生するため、単独状況下とは異なる態度形成機構になる可能性が高いためである。

本稿では、この2つのうち、後者を分析対象とする。単独状況下の場合には、集団圧力が生じないため、形成された認識(評価)は態度としてそのまま表明されることになる。すなわち、「形成される認識=態度」になる。

さて、態度形成については、学術研究^{1)~4)}と実務経験^{5)~8)}の両面から対象に関する情報の重要性が指摘されており、態度形成に対する情報の作用を明らかにすることは極めて重要であると考えられる。そこで、本研究では公共事業に対する個人の態度形成機構を情報提示の効果という観点から明らかにすることを目的とする。具体的には、認知心理学の知見に基づいて態度形成の仮説を設定した後、シナリオ実験を行い、情報提示前後の被験者の態度を計測し、その形成機構を検討する。なお、本稿では池田⁹⁾に従い、態度を「経験によって獲得された、ある認知事象に対する、正または負の感情を伴った行動の準備状態」と定義する¹⁰⁾。特に断らない限り、単独状況を想定して「態度」という用語を用いる。

前述のように、主体の置かれている状況によって態度形成機構は異なる。公共事業の実施過程でも、住民等が置かれる状況には様々なパターンが存在する。本稿では、そのうち、被験者の利害が極めて小さく、集団圧力が作用しない状況を想定して態度形成機構を分析する。地方部の公共事業に関する世論形成過程において、

直接の利害関係にない都市住民の表明する態度がマスメディアの報道等を通じて大きな影響力を持ちうることを考えれば、そのような状況における態度形成機構を明らかにすることは重要な意味を持つ。さらに、情報提示が態度形成に与える効果が明らかになれば、市民と行政の間のコミュニケーションをより円滑にする方策の提案も期待される。この点でも本研究は一定の意義を持つ。

2. 本研究の位置付け

土木計画関連分野(以下、計画系分野)において合意形成関連の研究は多い。しかし、多くは合意形成過程に関する状況分析^{10)~14)}やワークショップの運営技術に関する実証研究¹⁵⁾であり、理論的観点から態度形成機構は明らかになっていない。

このような状況の中、藤井ら¹⁶⁾は心理実験を行い、社会資本整備における手続きの公正の重要性を確認し、合議の効用を示した。この試みは、実証的アプローチが多かった計画系分野の心理的問題に対して理論的アプローチの端緒を開いた点で高く評価できる。

一方、社会心理学では個人及び集団の心理機構を扱った研究が多く蓄積されている。特に、公正研究^{17),18)}やリスク・コミュニケーション研究¹⁹⁾は態度形成に関して有益な示唆を提供している。また、文化心理学²⁰⁾や社会構成主義のパラダイム²¹⁾は実用性を踏まえた理論研究を行う上で有益な視点を提供している。

一般に、社会心理学では汎用性の高い知見の獲得が目的とされている。しかし、対象自体が態度形成に与える影響を考えた場合、わが国の公共事業に関する知見を得るためには、それを題材にした研究を行う必要があると考える。ところが、これまで、公共事業を例に紛争解決方法の住民選好を扱った研究²²⁾はあるが、態度形成を扱った研究はない。また、第一章で述べたように、態度形成における情報公開の重要性は指摘されているものの^{1)~3)}、それらは情報を提示された群と提示されていない群の比較によるものであり、情報提示による個人の態度変容を直接計測したのではない。すなわち、情報提示による態度変容の心理機構は明らかになっていない。そこで、本研究では仮想事業ではあるが、被験者の態度を直接計測し、態度変容機構を検討する。

3. 検討仮説

人は認知資源の制約から簡便な認知方式を日常的に行っている^{23),24)}。未知の事象について尋ねられた際に断片的な知識から当該事象を推察し、回答する場合

などがそれに当たる。例えば、AさんがBさんから「Cさんはどういう人?」と尋ねられた状況を考えよう。このとき、Aさんが知るCさんの情報は職業のみとする。すると、AさんはCさんに関する既知の情報(職業)から性格を推察し、「Cさんは研究者だから、論理的な人だ」と答える。このような判断方式をヒューリスティック(heuristic)と呼ぶ。また、認知事象に対するこのような知識体制をイメージと定義する²⁵⁾。すなわち、イメージとはある対象に関連する認知要素が有機的かつ主観的に結合された知識の集合体である。また、ヒューリスティックとはイメージの活性化による簡便的判断方略と言えらる。なお、厳密には、上記の例は「代表性ヒューリスティック」を意味するが、以下、単に「ヒューリスティック」と略記する。

ヒューリスティックが日常的に使用されているならば、公共事業の評価に対してもそれは用いられていると考えられる。例えば、公共事業に対して態度表明を求められた場合、既知の知識に照会した後、その事業を判断し、態度を表明すると考えられる。このとき、重要な役割を果たすのが事前に所有している知識(イメージ)である。

一般に、わが国では、公共事業に関する情報はマスメディアを通じて獲得されることが多いと思われる。そのようにして獲得される知識はマスメディアの報道姿勢の影響を強く受け、表層的かつ一面的なものである可能性が高い。公共事業に関する報道の多くが否定的内容であることや多くの国民が批判的に報道を検討しているとは考え難いことを鑑みると、一般に、国民は公共事業に関して否定的なイメージを形成していると思われる。さらに、人はイメージに一致する情報を記憶し易いという傾向を持つというCohen²⁵⁾の研究に従えば、否定的なイメージは否定的報道によって強化されることになる。そのため、否定的な報道によって、公共事業に関する否定的なイメージはより強固になっていると考えられる。そこで、以下の仮説を想定することができる。

仮説1 公共事業に対する一般的なイメージは否定的なものである。

十分な情報がなく、否定的イメージが所有されている状態で個別事業の評価を行う場合、認知的不協和を回避するため²⁶⁾、否定的な評価になることが予測される。このとき、集団圧力等が加わらなければ、この評価はそのまま表明されるため、以下の仮説が考えられる。

仮説2 個別事業に関して十分な情報を持たない場合、公共事業に対する一般的イメージは当該事業への態度形成に強い影響を及ぼす。

仮説3 個別事業に関する十分な情報を所有しておらず、かつ、公共事業への否定的イメージを所有している場合は肯定的イメージを所有している場合に比べて否定的態度が形成されやすい。

個人的態度の表明後は、沈黙の螺旋²⁷⁾等で説明される社会化過程を経て世論が形成されることになる。

これまでの論理に従えば、このような態度形成の原因は否定的イメージに基づく簡便的評価方略である。根本的には、評価時の情報照会先が否定的イメージであることが原因である。そのため、事業情報を積極的に提示し、否定的イメージへの照会を抑制すれば、短絡的に否定的な評価を行う傾向は低減すると予測される。さらに、整備効果の高い事業であれば、情報提示によって否定的態度が肯定的に変化することも考えられる。そこで、次の仮説を検討する。

仮説4 整備効果が高い事業の場合、情報が不十分な状況下での事業に対する否定的態度は情報提示によって肯定的に変化する。

4. 調査方法

(1) 調査方法

“心理の問題”である態度形成を検討するためには、それに影響を与える変数を操作し、その心理的影響を計測する心理実験が有効である。その際、実用性の高い知見を得るためには現実的な実験状況の設定が必要になる。そこで、仮想事業を設定し、事業情報を段階的に提示しながら被験者の賛同態度を計測した。その際、公共事業に対するイメージも計測した。

まず、インターネット上の会員制生活情報提供サイトに仮想事業を検討するホームページを開設した。当該サイトの会員に「意識調査への協力依頼」という趣旨でメールを送り、興味を持った会員がホームページにアクセスし、質問に回答するシステムとした。このようなシステムにしたのは、一般市民を対象に、段階的な情報提示を行いながら態度が計測できるためである。質問紙法でも同様の実験は可能だが、回答者が次段で提示される質問や提示文を見てしまう可能性がある。それを統制するためにホームページ方式を採用した。なお、実験サイトでは、全項目に回答しないと次の段階に進めず、一度進んだ後は前の段階に戻れないように設計された。

調査は平成14年3月に行った。案内のメールを5227通送付し、500通(9.6%)の回答を得た。回答の受付はサイト運営会社との契約の関係上、先着500名で終了とした。なお、本調査前には2回の予備調査を行った。

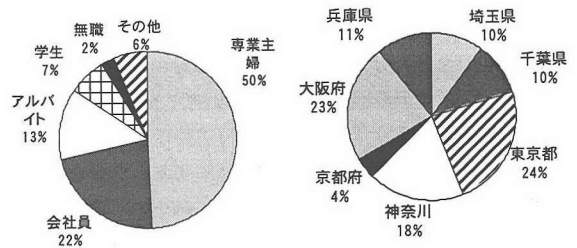


図-1 職業構成

図-2 居住地分布

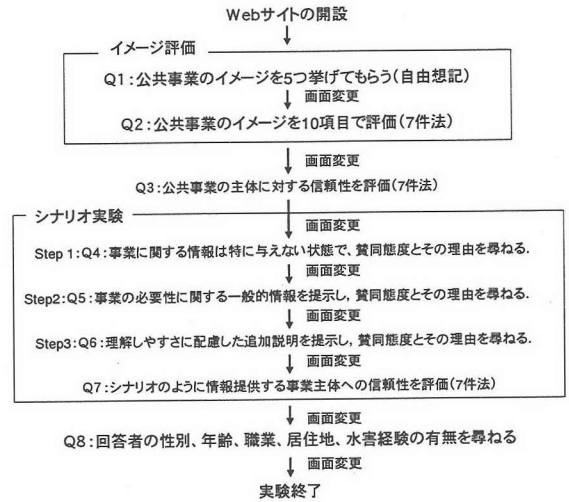


図-3 実験手順

(2) 被験者

被験者は500名で、平均年齢は32.2歳(S.D.^{註4)} = 48.4, Max 65, Min 14)であった。実験用Webサイトは女性用生活情報提供サイトであるため、被験者は都市居住の主婦を中心とする女性のコンピューター利用者である。被験者層は限定されているが、調査協力者のみが質問に回答するという点では通常の質問紙調査と変わらない。また、上記の回答者属性によって態度形成機構が大きく異なるとも考え難いため、回答者属性の限定は研究目的に対して、深刻な問題ではないと考える^{註5}。但し、後述するイメージ分析の結果については、居住地による相違がないとは言い切れないため、慎重に考える必要があらう。なお、被験者の職業構成と居住地構成をそれぞれ図-1と図-2に示す。

(3) 実験手順

実験手順を図-3に示す。実験は、イメージ計測、シナリオ実験、属性記入の3部構成になっている。

まず、実験サイトにアクセスした被験者に自由想起法により、「公共事業」という言葉から想起する言葉を5つ挙げてもらった。次に、予め用意された十対の形容詞対を用いて公共事業のイメージを7段階で評価してもらった。

あなたは今、都会に住んでいるとします。

そして、ある集まりでこんな話を聞きました。

ある地方を流れるその川は、その地方の人の生活用水や工業用水をもたらしてくれる上、地域住民が自然に親しんだり、子供が遊んだりする、大切な空間になっているそうです。

ところが、そんな大事な川も、困ったことに大雨の後などに水害を起こす可能性があるそうです。そこで、公共事業で治水のために川幅を広げることが決まりました。

しかし、そのために川沿いにある民家の中で移転せざるを得ない家もあり、地元の人の間では大変な話題になっているそうです。

図-4 提示したシナリオ全文(Step 1)

なぜ整備が必要なのか？

○この川ではこの百年の間に17回もの洪水が起きているとのことでした。しかも、この30年間で5回ほど水害が発生しているとのことでした。およそ6年に一回のペースで水害が起きている訳ですね。

○しかも、今の状態では、この川は一日の降水量が70mmを超えると洪水の可能性があるそうです。そして、これを整備すると一日200mmの降水量に耐えられるようになるとのことでした。

○工事はおよそ100年に一度の確率で降る大雨を想定しているそうです。

○実は、現在の状態のまま100年に一度の大雨が降ると、およそ1万3000戸、5万人が浸水等の被害を受け、浸水危険区域の面積は3000ha(東京ドーム640個分)になるため、大きな経済的被害が予想されます。

ところが…

●この整備をすると、実は十数軒ほど、移転せざるを得ない民家がでてしまうとのことでした。

●しかも、総事業費はおよそ180億円で、県の負担はおよそ60億円になるとのことでした。

●ただ、整備によって川の自然環境は多少変化してしまうものの、貴重な生き物などはそのまま暮らせるということです。

図-5 提示したシナリオ全文(Step 2)

この川の整備について、100年に一度の大雨を想定した整備とのことでしたが、考えてみるとそのような大雨は一度も降らない可能性もあります。

実際にそのような大雨を経験する確率を計算すると、10歳の人が過去に1/100確率の大雨に遭った可能性は約10%、30歳なら約26%、50歳なら約40%、70歳なら約51%、100歳で約63%という確率になることが分かりました。

整理しますと、例えば過去に大雨に遭った可能性のある30歳の人には、100人中26人になるわけですね。仮に整備をしなかった場合、200億円程度の被害額が予想されていることが分かりました。

これを世帯単位で計算すると、1mの浸水が生じた場合、清掃するのに約26日かかり、飲料水の購入や代替交通の確保等は1世帯あたり27万7千円になるそうです。

そして、これは180億円の整備額を上回る数字です。

そういったことも考えられて、整備によって自然環境は多少変化する可能性はありますが、最近では洪水等に十分耐えられるようにしつつ、植物や小動物にやさしい環境を作り、自然の風景に馴染んだ川づくりが計画されているそうです。それにより、現在よりも安全に水辺に近づけるような構造になっていることが分かりました。

図-6 提示したシナリオ全文(Step 3)

た。さらに、公共事業の実施主体(行政)に対する一般的な信頼度を尋ねた後、シナリオ実験を行った。

シナリオ実験では地方部での河川改修事業(以下、事業)を設定した。3段階に分けて事業情報を提示し、その都度、賛否の態度を尋ねた。その際、事前に次の質問が分からないようにするため、回答入力後に画面が変わり、次の提示文と質問が表示するようにした。全情報の提示後、仮想事業の執行主体となった行政の信頼度を尋ねた。信頼度と賛同度は評点が高いほど肯定的な評価であること意味する。最後に回答者の属性(居住地、年齢、職業等)を尋ねた。シナリオ実験の各段階で提示した文章をそのままの形で、図-4~図-6に示す。

Step1では「事業の実施とそれに伴う移転者の発生」という情報のみが提示された。具体的な整備理由や整備効果、整備コスト等は示されなかった。意思決定に足る十分な情報を提示していないため、被験者はこの段階では適切な判断を行うことは難しくなっている。

Step2では整備効果と整備コストに関する具体的な情報提示を行った。提示内容は事業説明会での一般的な説明内容を想定している。Step3では、Step2の説明を理解しやすいように補足し、費用対効果も示した。この段階では水害確率も与えられており、一定の判断が可能になっている。なお、被験者が女性であることに配慮し、提示文はできるだけやわらかい表現を心懸けた。

(4) 題材にした仮想事業と実験状況の特徴

整備効果の低い事業を対象にした場合、事業の整備効果(分配的公正)に焦点が当てられ、情報提示の効果が計測されなくなる可能性がある。そこで、実験シナリオには下記のような整備効果の高い事業例を用いた。

- ・ 事業内容は河川改修事業。
- ・ 多自然型整備を想定し、事業による環境影響は小さいものとする。
- ・ 事業の費用便益比は1.0より大きいものとする。
- ・ また、本実験は以下の点で実際の事業説明と異なる。
- ・ 行政による直接の説明がない(顔が見えない)。
- ・ 時間経過が通常の事業とは異なる。
- ・ 手続きの公正に関する変数は情報提示のみである。
- ・ 被験者は利害中立的な立場に限定されており、多様な利害関係者が混在する状況ではない。
- ・ 被験者同士及び行政と被験者の間でコミュニケーションが行われていない。

(5) 被験者の回答立場

先行研究では自己利益獲得が必ずしも人間の恒常的行動原理ではないことが示されているが、同時に自己利益獲得動機が行動に対して一定の影響力を持つことも示されている^{28)~30)}。自己利益が問題になる設定にし

表-1 「公共事業」から想起する言葉上位20語

No	想起された言葉	想起数	想起率	
			対人	対総想起数
1	無駄・無駄遣い・不要	281	56.2%	10.7%
2	道路・道路工事・高速道路	213	42.6%	8.1%
3	税金	145	29.0%	5.5%
3	汚職・癒着・贈収賄・不正	145	29.0%	5.5%
5	真面目・きちんとしている	125	25.0%	4.8%
6	お役所・国・自治体・政府・公務員	120	24.0%	4.6%
7	政治家・政治	97	19.4%	3.7%
8	わからない	87	17.4%	3.3%
9	役立つ・必要	70	14.0%	2.7%
10	談合・裏取引	68	13.6%	2.6%
11	お金がかかる	61	12.2%	2.3%
12	年度末	57	11.4%	2.2%
13	信用できない・疑問	54	10.8%	2.1%
14	電気・水道・ガス・電話	51	10.2%	1.9%
15	建設業界・ゼネコン・建設・建築	49	9.8%	1.9%
16	ダム	42	8.4%	1.6%
17	期間が長い・遅い	38	7.6%	1.4%
18	不透明	37	7.4%	1.4%
19	大がかり・大変	34	6.8%	1.3%
20	みんなのため	30	6.0%	1.1%
	その他	821		31.3%
	総計	2625		100.0%

た場合、自己利益獲得動機によって情報提示の効果が相殺される可能性がある。そこで、情報提示の効果をより明確に計測するために、被験者の関心が自己利益獲得に焦点化されることを避け、地方事業のシナリオを設定した。すなわち、被験者は直接的な利害が生じない都市居住者としての立場から回答するものとした。

5. 公共事業の一般的イメージ

(1) 自由想起法によるイメージ抽出

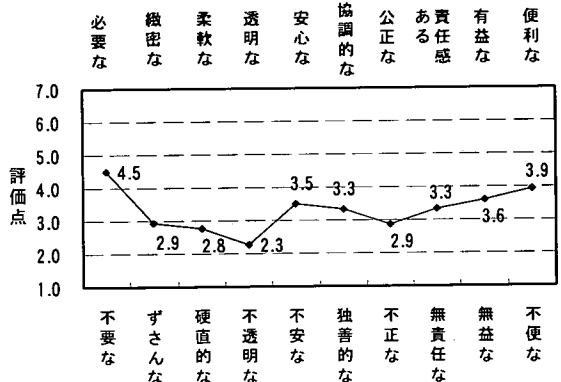
まず、自由想起法を用いて公共事業の一般的イメージの構成要素の抽出を行った^{註6}。想起された言葉のうち、上位20語を表-1に示す。集計の際、「無駄な道路」のように「形容詞」+「名詞」の形で想起されたものは形容詞と名詞に分けて集計した。その結果、2625語が抽出された(分割しなければ2500語(500人×5語))。また、想起頻度を把握するため、一つの言葉の想起数を回答者数で割った想起率と総想起数で割った想起率の2つを算出した。なお、21位以下は対総想起数の比率が1.0%以下であった。

集計の結果、「まじめ」、「必要」等の肯定的単語も抽出されたが、全般的には「無駄遣い」をはじめとする否定的な言葉が多く抽出された。そのため、被験者が公共事業を否定的なイメージで捉えていることが分かる。

次に、KJ法により想起語を分類した結果、5つのグループに分類された(表-2)。表中の「公共事業の性格」と「執行手続き」のグループには評価的単語が多く含まれている。全体に対する両グループの構成比率が高いことを考えると、この2つの観点に対する認識がイメージの良否を決定する源であることがうかがえる。

表-2 「公共事業」から想起する言葉(KJ法)の結果

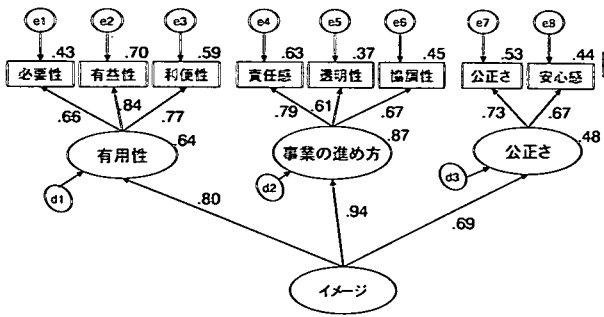
事業の種類	数	事業の関係者	数	公共事業の性格	数
道路・道路工事・他	213	役所・国・他	120	税金	145
電気・水道・他	51	政治・政治家・他	97	まじめ・他	125
ダム	42	ゼネコン・他	49	役立つ・必要	70
工事	29	地元・国民	24	お金がかかる・他	61
まちづくり・他	27	地方	10	期間が長い・遅い	38
橋	25			大がかり・大変	34
公共施設・他	23			みんなのため	30
公園	23			難しい	23
病院・福祉	19			利権	22
河川	12			景気	15
交通渋滞	12			儲かる	14
土木工事	12			環境破壊・他	13
				安い	12
計	488		300		602
構成比率	0.22		###		###
執行手続き	数	その他	数	肯定的な言葉	
無駄・無駄遣い・他	281	分からない・他	87	否定的な言葉	
汚職・癒着・他	145	年度末	57		
談合・裏取引・他	68	自然・環境	30		
信用できない・疑問	54	イメージが悪い	16		
不透明	37	予算	18		
入札	24	ゴミ	13		
融通がきかない	20	不愉快	13		
計	629		234		
構成比率	0.28		###		



(2) 検証的因子分析によるイメージ評価視点の把握

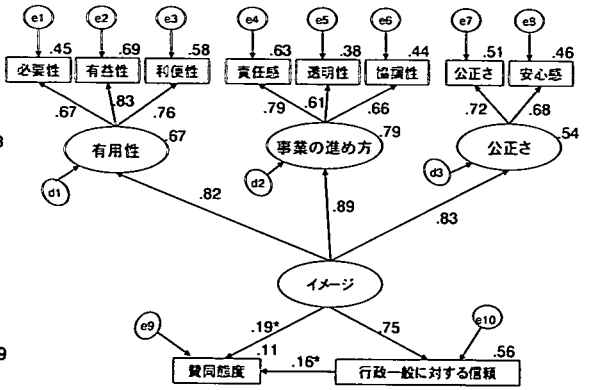
10対の形容詞対から得た公共事業のイメージプロフィールを図-7に示す。必要性や利便性の評点が高くなっている一方で、緻密さや柔軟さ、透明性といった手続きに関連する項目の評点は低くなっている。これより、「公共事業の一定の必要性は認めるが、手続きに問題がある」という認識がうかがえる。また、全10尺度中6尺度が評点3.5以下であったことから、公共事業のイメージが好ましいものではないことが分かる。

次に、イメージの評価視点を把握するため、探索的因子分析を行った。その際、共通性の低い変数(ずさんな-緻密な、硬直的な-柔軟な)は分析対象外とした。その結果、抽出された因子の一つが、「三指標ルール」^{註7}を満たさなかったため、改めて検証的因子分析を行い、3つの因子を得た。結果を図-8に示す。用いたデータは順序カテゴリカルデータだが、7件法による計測のた



自由度 17 χ^2 2値 70.38 GFI 0.964 CFI 0.959 RMSEA 0.079

図-8 検証的因子分析の結果



* $p < .05$, 他は全て $p < .01$ 自由度 31 χ^2 2値 95.24 GFI 0.961 CFI 0.961 RMSEA 0.064

図-9 SEMによるイメージの影響評価(情報提示前)

め、連続変数として用いても深刻な問題は生じない³¹⁾。

三つの因子は、その意味により、2つに大別できる。一つは「必要な-不要な」、「便利な-不便な」、「有益な-無益な」という変数からなる因子で、主に「有用性」を表している。他方は「責任感ある-無責任な」、「協調的な-独善的な」、「透明な-不透明な」という変数からなる因子と「公正な-不正な」、「安心な-不安な」という変数からなる因子である。この二つは共に手続き的公正の概念を表しているため、分別が難しい。そのため、妥当な命名ではないかもしれないが、便宜上、ここでは前者を「事業の進め方」と呼び、後者を「公正さ」と呼ぶ。

分析結果から、イメージはこれら3つの視点から評価されることが分かる。この結果は自由想記法の分析結果とも整合するため、これらの視点がイメージの良否に関し重要な役割を果たすと言えよう。

(3) 小括

以上より、公共事業のイメージは否定的なものであることが分かる。今回の被験者は都市居住女性だが、国内都市人口比率が約73%⁸⁾であることを考えれば、本結果は女性の持つ平均的イメージに近いと思われる。性別がイメージを強く規定しないとすれば、これは国民の平均的イメージだと考えることもできる。しかし、性別や居住地域がイメージに与える影響は不明確であるため、本結果は都市の女性住民に限定されたイメージだと考えるべきであり、仮説1の支持は限定的なものになる。また、否定的イメージを形成するのは「事業の性格」と「執行手続き」に関する認識であることも分かった。これらが改善されない限り、公共事業のイメージは変わらないだろう。

6. 態度形成におけるイメージの影響

(1) 分析方法

イメージが態度形成に与える影響を分析するために

共分散構造分析(以下、SEM (Structural Equation Modeling) と略記)を行った。

まず、情報が少ない状況での態度とイメージの関係を把握するため、Q3の信頼度とStep1の賛同態度を用いて分析を行った(図-9)。このとき、イメージ指標には前出の形容詞対データを用いた。次に、事業情報が与えられた後の両者の関係を把握するため、Q7の信頼度とStep3の賛同態度を用いて分析を行った(図-10)。パス図では、決定係数は変数の右肩に示し、回帰係数はパスの脇に示した。パスは全て1%有意または5%有意であった。表示している値は全て標準化係数である。回帰係数は、その値が大きいほど、矢印で結ばれた変数間には強い因果関係があることを意味する。「イメージ」と「賛同態度」、「信頼性」を結ぶ矢印は因果の方向を示し、「イメージ」より上部に布置されている構成概念と観測変数の関係はイメージの構造を示している。以下、判断に資する情報が極めて乏しい状況を「情報不足状況」とし、被験者が一定の判断が可能なる情報を入手した状態を「情報入手状況」とする。両方とも、リスクの発生確率が不明なため、不確実性下の意思決定になる。

(2) 情報不足状況での態度とイメージの関係

分析に用いた信頼度は情報提示前に尋ねたものであるため、行政への一般的な信頼を意味している。態度はStep1のシナリオ提示後に尋ねたので、仮想事業への賛同態度を意味する。イメージは勿論、公共事業一般に対するものである。そのため、ここでは行政への一般的な信頼やイメージが具体的な個別事業への賛同態度に与える影響を検討することになる。

図-9で、行政への一般的信頼度とイメージは比較的高い相関(0.75)を示している。このことは、情報が少ない場合、被験者が所有するイメージに基づいて事業主体の信頼度を判断していることを示唆している。

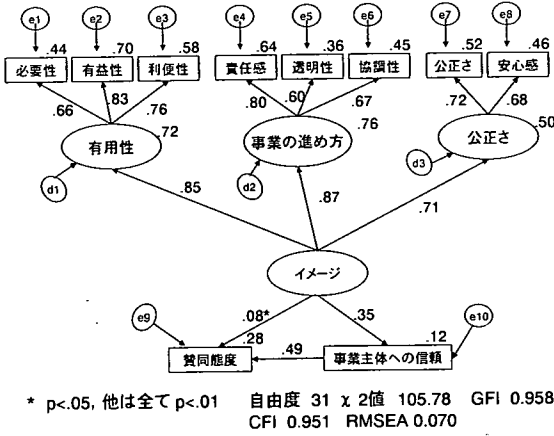


図-10 SEMによるイメージの影響評価(情報提示後)

行政一般に対する信頼から賛同態度への回帰係数をみると、0.16と小さいが1%有意になっている。そのため、一般的な信頼度は態度形成に対して、大きくはないが影響力を持つものであることがうかがえる。

態度形成に対するイメージの総合効果^{註9}は0.31(=0.75×0.16+0.19)と小さく、賛同態度の決定係数も小さいことから、少なくともイメージが単独で態度を規定するものではないことが分かる。これは、被験者が一般的なイメージのみで個別事業を評価しているのではないことを示唆している。すなわち、態度形成にはイメージや信頼以外の要因が存在すると考えられる。その一方で、各パスが1%(5%)有意であるため、イメージや信頼が態度形成に対して無用な変数ではないことも分かる。そのため、イメージが態度形成に影響を与えるという点では仮説2は支持されるが、態度形成を強く規定する訳ではないため、厳密には仮説2は支持されないことになる。

次に、否定的イメージと否定的態度の関係を検討するため、個人毎に10対の形容詞対の平均値を算出した。平均値3.5を基準に、被験者を肯定的イメージ群(平均=3.99, S.D.=0.17)と否定的イメージ群(平均=2.69, S.D.=0.39)に分け、賛同態度の平均値に対してt検定を行った。その結果、有意な差が認められた(t=4.91, p<.01)。これより、否定的なイメージを所有している場合には否定的態度が形成されやすいことが分かる。これは仮説3を支持する結果である。ただし、上述のように、イメージと態度の因果関係は強くないことを鑑みると、否定的イメージは否定的態度形成の強化因子ではあるが、絶対的な規定要因ではないと推察できる。すなわち、別の態度規定因が存在し、その作用を強化するように否定的イメージが作用するものだと考えられる。

(3) 情報入手状況での態度とイメージの関係

情報提示後の変数間の関係を図-10に示す。信頼

度、賛同態度とも、用いたデータは Step3 の後のものである。信頼度は情報提示を行った仮想事業の執行主体に対するものであり、前節で用いた行政に対する一般的信頼度とは異なることに留意されたい。

図-9に比べ、図-10では、イメージと信頼の間の回帰係数は低減し、信頼と賛同態度の間の回帰係数と賛同態度の決定係数が増大している。これは、信頼に対するイメージの影響力が低下する一方で、賛同態度に対する信頼の影響力が増大したことを意味する。また、イメージと賛同態度を直接結ぶパスの回帰係数も低減している。これらのことから、個別事業に関する情報が与えられた場合には、一般的イメージが態度形成に与える影響は低下し、事業主体に対する信頼が一定の影響を持つようになると考えられる。

ところで、情報提示後、信頼と賛同態度の結合は強化されているが、信頼は賛同態度の強い規定因と呼べるのだろうか。Wald 検定の結果は、信頼が態度形成の重要要因であることを示唆している。このことは、信頼醸成が肯定的態度と密接な関係を持つという Flynn ら³²⁾の研究を支持するものである。しかし、賛同態度の決定係数が0.28であることを考えると、それが態度形成の決定的変数ではないこともうかがえる。そのため、信頼は重要要因だが、態度形成においては信頼の他にも重要な要因が存在するものと推察される。なお、情報提示による信頼醸成については次章で後述する。

以上、本節と前節の分析結果から、情報の有無に関わらず、個別事業の態度形成において、一般的イメージは影響力を持つものの、それは大きなものではないことが示唆された。

7. 情報提示による信頼醸成と態度変容

(1) 情報提示による信頼醸成

Q3で行政に対する一般的信頼度を尋ねた結果、平均2.80(S.D.=1.14)と低い値であった。全情報の提示後(Step3の後)に、このように情報公開を行う行政の信頼度を尋ねた結果、信頼度は平均4.51(S.D.=1.30)と大幅に向上した。また、被験者を低信頼群(評点1-3)、中信頼群(評点4)、高信頼群(評点5-7)に分けてみると、その構成比も大きく変化したことが分かる(図-11)。さらに、情報提示前後の信頼度に対してt検定(対応のある場合)を行った結果、有意差が認められた(t=27.36, p<.01)。これらは、情報公開が信頼醸成を促すことを示唆している Petes ら³³⁾の知見を支持している。なお、群別にみると、低信頼度群で高い効果が認められた。

また、イメージ評価と信頼変化の関係を明らかにするために、信頼変化のパターン別にみた平均イメージ評点

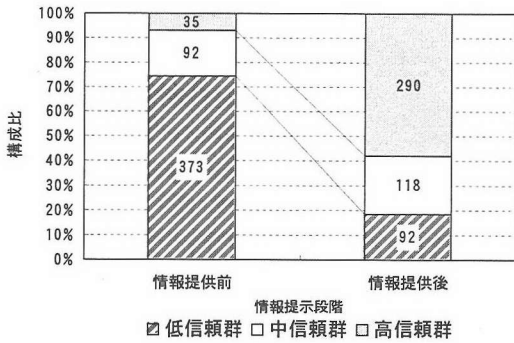


図-11 情報提示による信頼度の変化

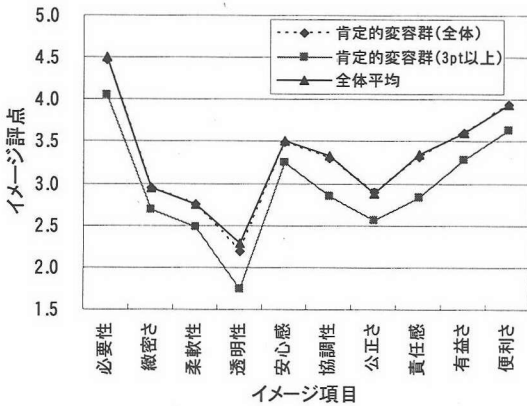


図-12 信頼度の変化別にみたイメージ評点

を図-12に示す。図には、信頼度が増加したグループ(肯定的変容群)、大幅に信頼度が増加したグループ(3pt以上の肯定的変容群)、全被験者の平均を示した。図から分かるように、肯定的変容群のイメージ評点は全被験者の平均とほぼ同じだが、3pt以上増加したグループのイメージ評点の平均は全体平均より低くなっている。これより、情報提示によってイメージ評点の低いグループの信頼度が大幅に向上したことがうかがえる。

(2) 情報提示による態度変容

a) 単純集計

段階的な情報提示による賛同態度の変化を図-13に示す。図では、評点1-3を反対派、評点4を中立派、評点5-7を賛成派とした。図より、情報を提示するに従い、賛成派が増加し、反対派が減少していることが分かる。同時に、賛同態度の平均評点も3.99(Step1, S.D.=1.37)から4.53(Step3, S.D.=1.49)に上昇した。これは情報提示が賛同増加効果を持つことを示唆している。

また、Step1からStep3の過程における態度変容の内訳を表-3に示す。この表からも反対派及び中立派から賛成派への態度変容が多いことが分かる。

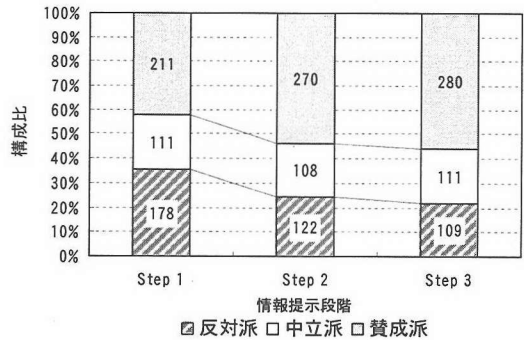


図-13 情報提示による態度変化(被験者全体)

表-3 情報提示による態度変化(全体)

		Step 3			計
		反対派	中立派	賛成派	
Step 1	反対派	81	49	48	178
	中立派	10	30	71	111
	賛成派	18	32	161	211
計		109	111	280	500

次に、行政に対する信頼度別に態度変容傾向をみると、図-14~図-16に示すように、信頼度が高いほど賛成派の比率が高いことや信頼度が低いほど賛同増加効果が強くみられることなどが分かる。

b) 分散分析と多重比較

情報提示と行政への信頼度が賛同態度に与える影響を明らかにするため、両変数を用いて反復測定2元配置分散分析を行った。その結果、情報提示の主効果が認められた($F(2, 500)=21.04, p<.01$)。この結果は仮説4を支持している。また、信頼度の主効果も有意であった($F(2, 500)=20.64, p<.01$)。しかし、両者の交互作用は認められなかった($F(4, 500)=.67, p=.60$)。これらの分析結果から、賛同方向への態度変容には情報提示と行政への信頼度の2つが作用していることが分かる。

次に、各段階での賛同増加効果の相違を把握するため、多重比較(Dunnettのt検定(片側))を行った。その結果、Step1とStep2の間($m_1-m_2=.39, p<.01$)とStep2とStep3の間($m_2-m_3=.11, p<.05$)の両方で有意差が認められた(m_i はstep iの平均賛同度)。これらの結果から、情報提示量が多いほど賛同派が増加することが分かる。このとき、図-13からも分かるように、最初の情報提示の効果の方が大きいことから、具体的な情報の提供が重要であることがうかがえる。また、賛同増加効果はStep2とStep3の間で低下しているため、その効果は遞減するものと考えられる。

また、信頼度別の態度変容効果の相違を検討するため、信頼群別に反復測定の一元配置分散分析を行った。その結果、低信頼群($F(2, 373)=50.85, p<.01$)と中信頼

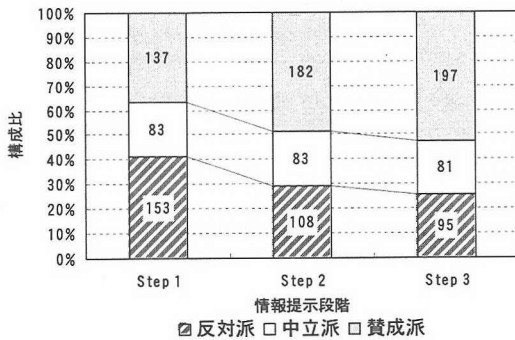


図-14 情報提示による態度変化(低信頼群)

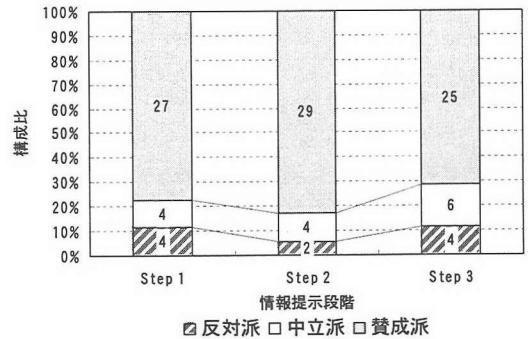


図-16 情報提示による態度変化(高信頼群)

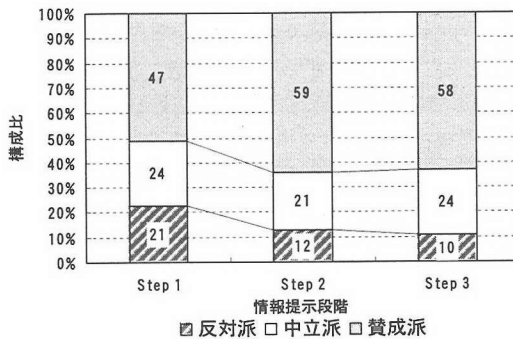


図-15 情報提示による態度変化(中信頼群)

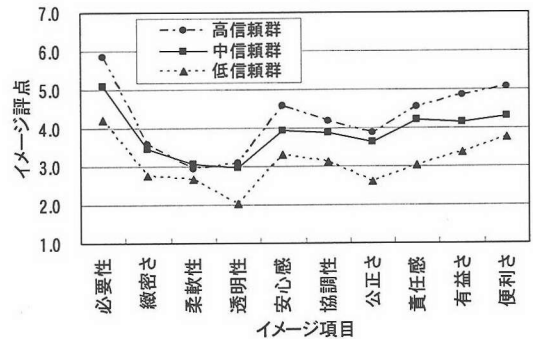


図-17 イメージ評点と信頼度

群 ($F(2,92)=9.49, p<.01$)で有意差が認められた。高信頼群では有意差は認められなかった ($F(2,35)=2.93, p=.06$)。この結果は、情報提示が信頼度の低いグループに対して賛同増加効果を持つことを示唆している。なお、低信頼群で賛同増加効果が明確に認められたことは、図-12に示されるように、信頼度の大幅向上が認められたグループのイメージ評点が低いことと無関係ではない。図-17に示すように、イメージ評点の低いグループは信頼度も低い。そのため、この両者は極めて類似した集団であると思われる。

次に、低信頼群に対して多重比較(Dunnettのt検定による片側検定)を行った。その結果、Step1とStep2の間($m_1-m_2=.38, p<.01$)と、Step2とStep3の間($m_1-m_2=.14, p<.01$)の両方で有意差が認められた。中信頼群に対しても同じ検定を行った結果、Step1とStep2の間では有意差が認められたが($m_1-m_2=.38, p<.01$)、Step2とStep3の間では有意差は認められなかった($m_1-m_2=.05, p=.45$)。この結果は、低信頼群では情報提示は高い態度変容効果を持つが、中信頼群では初回説明のみにその効果が限定されることを示唆している。また、高信頼群に対しては賛同増加効果が生じないことも示された。

これらの結果から、情報提示は信頼度の低いグループほど高い賛同増加効果を持つことが分かった。そのた

め、仮説4は全体としては支持されるが、信頼度別に見ると低信頼群と中信頼群での支持に留まる。

(3) 情報提示の逆効果現象

図-14～図-16をみると、高信頼群と中信頼群では情報提示を行うに従い、少数ではあるが、賛同派が減少している。情報提示量の増加に従って全体的に信頼度が高まり、賛同派が増加する一方で、信頼度の高い群では逆の傾向が見られることは大変興味深い。

このような態度変化を示した被験者の表明理由(自由回答)をみると、大部分は「費用が膨大過ぎる」、「確率の低い大雨のために莫大な費用をかける必要はない」というものだった。そのため、これらの人は詳細な検討が可能になったが故に否定的方向に態度変容したと考えられる。換言すれば、このような人は行政に対して持っていた肯定的なバイアスが情報提示によって是正された人だと言える。逆に、前節の述べた賛同側への態度変容者は否定的なバイアスが是正された人だと言えよう。

7.(2)bの信頼群別の多重比較の結果からも分かるように、この現象は統計的には支持されなかった。そのため、母集団全体に大きな変化を与えるものではないと思われる。しかし、統計的な有意差が認められない規模ではあるが、反対側から賛同側への態度変化とは逆の態度

変容を示したグループがいたことも事実である。このことは、同じ情報でも受け取り手の認識や行政への信頼度の違いによって、その後、形成される態度に大きな違いが生じる可能性があることを示唆している。これらの結果を踏まえると、説明会等、現実のコミュニケーションの場面では、個々の相手や状況に応じたきめ細やかな対応が必要であると考えられる。

8. 考察

(1) 仮想事業に対する態度形成機構

情報提示の有無に関わらず、SEMの結果ではイメージが態度形成の決定的要因ではないことが示唆された。これは、個別事業に対する態度の形成ではヒューリスティックが活用されないことを意味している。では、個別事業に対する態度はどのようにして形成されるのだろうか。

態度形成に影響を与える要因として、主に次の5つが考えられる。すなわち、手続き的公正、分配的公正(社会的利益)、信頼、曖昧性忌避、ネガティビティ・バイアス(Negativity Bias)³⁴⁾が考えられる。前4者はその充足状況により、肯定的にも否定的にも作用するが、後者は否定的方向にのみ作用する。

分配的公正とは資源分配の公正さである。公共事業の場合、事業実施や補償額の妥当さなどが該当する。手続き的公正と信頼については説明の必要はなからう。

曖昧性忌避は主観的期待効用理論の反例として有名な Ellsberg のパラドックス³⁵⁾の原因と考えられている心理特性であり、「意思決定者は曖昧さを避けようとする」という心理特性をいう。そのため、この心理特性は情報が少ない不確実性下で発現する。これは他の研究でも確認されているため^{36),37)}、人間の一般的心理特性の一つだと言えよう。

ネガティビティ・バイアスとはネガティブな刺激はポジティブな刺激に比べて印象形成に対する影響が大きいことを言う。この5つの観点から態度形成を考える。

まず、情報不足の状況について考える。シナリオでは被験者に直接の利害が生じない設定であり、整備効果も示していない。そのため、分配的公正は作用しないことになる。信頼は図-9で示された通り、態度形成の強い規定要因と言いはない。一方、この段階では事業情報の多くが未提示であるため、それが手続き的不公正と知覚され、否定的態度に繋がった可能性はある。また、高い不確実性のために曖昧性忌避が活性化し、否定的態度の形成を促したことも考えられる。このとき、被験者が公共事業に対する不信感や否定的イメージを所有していれば、その傾向はより強化される。さらに、ネガティビティ・バイアスが作用した結果、「自然環境の加工」や

『一部住民の移転』というネガティブな情報に認知の焦点が当てられ、否定的態度が形成されたという可能性も考えられる。実際、否定的態度を示した被験者の表明理由の多くは“自然に手を加えること”であった。

これらの要因の中でどれが優位かは不明だが、表明理由から察するに、ネガティビティ・バイアスの活性化後に手続き的不公正、曖昧性忌避、否定的イメージが強化因子として作用し、最終的に否定的態度が形成されたものと推察される。

次に、情報提示後の態度形成を考える。実験では賛同増加効果が認められた。この現象を生起させたのは情報提示という行為だが、重要なのはその意味である。

情報提示によってもたらされるのは情報量の増加である。その意味として次の3点を指摘できる。まず、曖昧性忌避の抑制である。情報量の増加によって不確実性が低減し、曖昧性忌避が抑制されたと考えられる。次に、公正認知効果も挙げられる。情報提示はプロセスや決定それ自体に対する住民側のコントロール性を高めるため、それによって手続き的公正が知覚され、肯定的態度の形成が促されたと考えられる。また、整備効果の高さが知覚された結果、分配的公正が知覚され、肯定的態度の形成が促されたことも考えられる。最後に、信頼醸成効果も挙げられる。情報提示を行う姿勢によって、残る不確実性を補うだけの“信頼”が醸成され、それが肯定的態度の形成を促したことも考えられる。これらの総合作用により、肯定的態度が形成されたと推察される。このとき、ネガティビティ・バイアスも存在するが、肯定的態度が形成されていることから、その影響力は肯定的態度形成の圧力に比べて、さほど大きくないと思われる。

態度変容機構は上記のように考えられるが、要因間の優位性はここでも不明である。各要因が影響力を持つ根本的な理由についても明らかになっていない。その特定は人間の根本的な行動動機に関わるために容易ではないが、社会の規範的将来像やその実現プロセスを考える上で極めて興味深く、かつ重要な問題である。

以上、仮想事業に対する態度形成は次のように整理できる。情報不足状況では、主にネガティビティ・バイアス、手続き的不公正、曖昧性忌避の3者によって否定的態度が形成される。公共事業に関する一般的なイメージは形成された否定的方向の心的ベクトルを強化するに留まる。一方、情報入手状況では、曖昧性忌避は抑制され、手続き的公正及び分配的公正の知覚と信頼醸成によって否定的圧力を上回る肯定的圧力が生じ、肯定的態度が形成されたと考えられる。

(2) 市民への分権と参加拡大

実験結果は、被験者が一般的なイメージで個別事業を評価していないことを示唆している。このことは、「判断

に足る情報が理解可能な状態で与えられれば、市民はイメージや噂ではなく、自分の価値観で事業を評価することを意味する。このように市民が客観的に判断を行える場合があるのであれば、谷下³⁸⁾が指摘するように市民に意思決定を委ねられるケースもあるのではないか。

また、情報公開によって曖昧性忌避が抑制された結果、市民の態度が回避から参加へと変化し、サイレントマジョリティーが低減することも考えられる。これらについては条件を変え、様々な形で検討する必要がある。

(3) 情報提示による信頼醸成の機構

実験では情報提示による信頼醸成効果が認められたが、なぜ情報提示が信頼を醸成させるのだろうか。

情報公開を行えば、様々な問い合わせが生じ、アカウントビリティーのためにコストが生じる。特に、計画に不適切な部分がある場合には、情報公開により、それを指摘される確率が高まる。指摘された場合には、行政は計画変更という多大なコストを支払わねばならない。このリスクが担保になり、信頼が醸成されると考えられる。そのため、ここで醸成される信頼は山岸³⁹⁾がいうところの“安心”に当たる^{註10}。国民が行政に対して完全に心を許した訳ではないことは留意しておくべきだろう。なお、リスクが担保になる理由は、功利主義^{註11}や道徳主義^{註12}や文化の観点から検討できる。しかし、どれが優位か(進化心理学でいう適応性の高さ)については多くの研究者の関心事であり、本実験だけで議論できるものではないため、これ以上の言及は控える。

(4) 実験時に生じうるバイアス

被験者は回答に際して時間的コストを負担している。その認知的不協和の解消のために一連の質問の中で信頼度や賛同度が高まる方向に回答した可能性がないとは言えない。しかし、自己回答を自己評価する場合などは異なり、時間的コストの負担と行政への信頼や賛同態度の間に明確な関係を想定することは難しい。そのため、コスト負担の影響は極めて小さいものと思われる。

(5) Web 調査の有効性

Web 調査は質問紙を用いたシナリオ実験に比べて、データ収集・入力が短時間ででき、入力ミスも防止できるという利点を持つ。また、一定数以上の有効回答が必要な場合には、郵送による質問紙調査に比べて安価で行える。部分的な未回答を防止できるため、質問紙調査に比べて有効回答率も高くなる。このように、利点の多い Web 調査だが、大きな欠点として回答者属性が限定されることが挙げられる。Web 調査では、「コンピューター利用者」という条件が付加されるため、地域別や年齢別の分析を行う場合には十分なサンプルの確保が難しい

こともある。そのため、Web 調査の際には想定する被験者がインターネットの利用可能な環境にいるかどうかには注意する必要がある。このような制約を加味した上で必要な被験者を確保できるのであれば、Web 調査は極めて高い利用価値を持つと言える。

9. 結論

本稿では、Web サイトを活用した心理実験を行い、公共事業に対する態度形成を分析し、考察した。実験では仮定の公共事業を設定し、段階的な情報提示を行いながらそれに対する賛同態度を計測した。その後、イメージが態度形成に与える影響と情報提示が態度形成に与える影響を分析した。得られた知見を以下に示す。

- ・ 自由想記と形容詞対による評価から、少なくとも、女性の都市居住者は公共事業に対して否定的なイメージを持っていることが示された。
- ・ 個別事業に対する態度形成の場合、イメージは決定的な態度規定要因ではないことが示唆された。
- ・ 信頼は態度形成の重要要因だが、単独で態度を規定するほどの決定的要因ではないことが示唆された。
- ・ 情報提示前の否定的態度の多くが情報提示によって肯定的態度に変化した。この効果は行政への一般的な信頼度が低いほど強く表れた。
- ・ 情報提示は信頼醸成効果を持つことが示唆された。
- ・ 情報不足状況では、主にネガティブバイアス、手続きの不公正、曖昧性忌避によって否定的態度が形成される。イメージはその補助要因として作用する。しかし、情報提示を行うことにより、曖昧性忌避による否定的態度の形成が抑制され、手続きの公正及び分配的公正の知覚と信頼醸成によって肯定的態度の形成が促進される。その結果、態度変容が生じる。

今回の実験では情報提示によって態度変容が生じたが、今回採りあげていない変数の影響により、態度変容が生じない可能性もある。例えば、個人的損失が生じる状況や集団同調性が作用する状況では態度変容が生じない可能性もある。公開する情報の内容や事業種類によって賛同側への態度変容が生じない可能性もある。行政の説得の意図が知覚されれば否定的態度が形成される可能性もある⁴⁰⁾。また、本実験と同一の条件を考えても、社会科学である以上、僅か一回の実験で現象の生起機構を断定することはできない。そのため、様々な条件の下で検討を行い、多角的に仮説の妥当性を検討していく必要がある。

謝辞:本研究を進めるにあたり,(財)建設工学研究振興会より平成13年度建設工学奨励金を賜った。また,東北大学文学研究科大淵憲一教授には有益なご助言を賜った。ここに記し,深く謝意を表します。

補註

- 註¹ 集団成員に対し,集団規範に同調するように働く有形無形の拘束的な力のことをいう。斉一性への圧力ともいう。
- 註² 特定属性の被験者であっても,その属性が態度形成の重要な因果要因でない限り,その実験から得た知見は実験条件の範囲内で一定の一般性を持つと考える。心理実験で得た知見の一般性については参考文献41を参照。
- 註³ 本稿でイメージと定義した事象は,認知心理学ではスキーマと呼ばれる^{23), 24)}。イメージという言葉には「知識を全く持たない事象に対する想像」という意味も含まれるが⁴²⁾,本稿では理解を容易にするため,イメージという言葉を取ってスキーマと同義に定義して使用する。
- 註⁴ 標準偏差
- 註⁵ ここでは,行動の準備状態とは,態度を表明してはいるが,それ以上の具体的行動を伴わない状態とする。
- 註⁶ イメージの計測方法には自由想起法と選択回答法がある。後者に比べて前者は,1)回答者の認識を広範に把握できる,2)予め用意した選択肢への回答を強要しないため,バイアスが少ない,3)調査準備が容易である,等の利点がある。その反面,1)回答集約時にバイアスが生じ易い,2)無回答が増加する,3)集計コストが大きい,等の問題点がある。当初,本調査でも後者を予定していたが,プレ調査で約50語が抽出されたことから,回答者の負担とそれに伴うバイアスを考え,自由想起法を用いた。
- 註⁷ 探索的因子分析では,一つの因子は三つ以上の観測変数で構成されることが必要とされること。参考文献43参照。
- 註⁸ 平成12年 国勢調査
- 註⁹ 直接効果と間接効果の和で表され,原因側の変数が結果側の変数に与える影響の総和を意味する。
- 註¹⁰ 行為者自身に不利益が生じる場合には,行為者は背信行為を行わないという期待。換言すれば,人質を供出させた状況下で相手が裏切らないという期待。
- 註¹¹ 利益獲得に動機付けられた人間像である。社会心理学では利己心モデルや道具的モデルとも呼ばれる。
- 註¹² 道徳観の遵守に動機付けられた人間像である。社会心理学では集団価値モデルや情緒的モデルとも呼ばれる。

参考文献

- 1) Brockner, J.: Scope of justice of in the workplace, *Journal of Social Issues*, 46, pp.95-106, 1990.
- 2) Brockner, J., Konovsky, M., Cooper-Schneider, R.,

Folger, R., Martin, C. and Bies, R.: Interactive effects of procedural justice and outcome negativity on victims and survivors of job loss, *Academy of Management Journal*, 37, pp.397-4009, 1994.

- 3) Dipboye, R.L. and de Pontbraind, R.: Correlates of employee reactions to performance appraisals and appraisal systems, *Journal of Applied Psychology*, 66, pp.248-251, 1981.
- 4) U.S. Department of the Interior, Bureau of Reclamation: A guide to effective solution: Decision Process Guidebook, 邦訳:国土交通省土木研究所:意思決定作業の進め方:米国内務省開拓局 意思決定のためのガイドブック(訳), 2001.
- 5) 松田和香, 石田東生:都市圏マスタープラン策定過程におけるパブリック・インボルブメント活動および情報提供が市民意識等に与える効果の分析, 都市計画論文集, No.35, pp.871-876, 2000.
- 6) コミュニケーション技術開発委員会:コミュニケーションの手引き, 対話基礎編, 1999.
- 7) コミュニケーション技術開発委員会:コミュニケーションの手引き, 地元説明会編, 1999.
- 8) 馬場健二:施設立地プロセスにおける公平性の視点, 電力中央研究所調査資料, 2002.
- 9) 池田謙一, 村田光二:こころと社会, 東京大学出版会, p.81, 1991.
- 10) 滝口義博, 清水浩志郎, 木村一宏, 船木孝仁:社会基盤整備に対する合意形成への住民意識の構造分析-ダム事業を事例として-, 土木学会論文集, No.681/IV-52, pp.25-36, 2001.
- 11) 錦澤滋雄, 米野史健, 原科幸彦:まちづくりワークショップの合意形成機能に関する研究, 都市計画論文集, No.35, pp.841-846, 2000.
- 12) 熊澤孝之, 中村芳樹:まちづくり合意形成活動を通じた主観評価の変容, 都市計画論文集, No.37, pp.649-654, 2002.
- 13) 阿部浩之, 湯沢 昭:ワークショップにおける合意形成プロセスの評価, 都市計画論文集, No.36, pp.55-60, 2001.
- 14) 浦山益郎, 小川宏樹・神吉順子:住民参加による地区幹線道路の計画立案プロセスにおける合意形成に関する事例研究, 都市計画論文集, No.36, pp.553-558, 2001.
- 15) 伊藤雅春:建築・まちづくり計画における住民参加手法としてのワークショップの研究, 千葉大学学位論文, 2001.
- 16) 藤井 聡, 竹村和久, 吉川肇子:「決め方」と合意形成, 土木学会論文集, No.709/IV-56, pp.13-26, 2002.
- 17) Tyler, T. R., Boeckmann, R. J., Smith H.J. and Hou, Y.J. :*Social Justice in a Diverse Society*, Westview Press, 1997, 邦訳:大淵憲一, 菅原都夫監訳, 多元社会における正義と公正, プレーン出版, 2000.

- 18) E. Allan Lind and Tom R. Tyler: *The Social Psychology of Procedural Justice*, Plenum Press, 1988, 邦訳:菅原都夫, 大淵憲一 訳, フェアネスと手続きの社会心理学, プレーン出版, 1995.
- 19) 吉川肇子: *リスク・コミュニケーション*, 福村出版, 1999
- 20) 北山 忍: *自己と感情*, 共立出版, 1998.
- 21) Gergen, K.J.: *Toward transformation in social knowledge*, Sage Publications, London, 1994, 邦訳:杉万俊夫, 矢守克也, 渥美公秀:もう一つの社会心理学, ナカニシヤ出版, 1998.
- 22) 福野光輝, 大淵憲一: 公共事業における紛争解決手続きの選好, 日本社会心理学会第42回大会発表論文集, pp.370-371, 2001.
- 23) 山本真理子, 外山みどり, 池上知子, 遠藤由美, 北村英哉, 宮本聡介: 社会的認知ハンドブック, 北大路書房, 2001.
- 24) 多鹿秀継, 川口潤, 池上知子, 山 祐嗣: 情報処理の心理学, サイエンス社, pp.113-117, 1992.
- 25) Cohen, C.E.: Person categories and social perception: Testing some boundaries of the processing effects of prior knowledge, *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, pp.441-452, 1981.
- 26) Leon Festinger: *A Theory of Cognitive Dissonance*, Row, Peterson and Company, 1957, 邦訳:末永俊郎, 認知的不協和の理論, 誠信書房, 1965.
- 27) Elisabeth Noelle-Neumann: *DIE SCHWEIGESPIRALE*, Verlag Ullstein GmbH, 1982, 邦訳:池田謙一, 安野智子 訳, 沈黙の螺旋理論, プレーン出版, 1997.
- 28) Smith, H.J. and Tyler, T.R. : Justice and power, *European Journal of Social psychology*, 26, pp.171-200, 1996.
- 29) Tyler, T.R., Rasinski, K. and McGraw, E.: The influence of perceived injustice on support for political authorities, *Journal of Applied Social Psychology*, 15, pp.700-725, 1985.
- 30) Casper, J., Tyler, T.R., and Fisher, B.: Procedural Justice in felony cases, *Law and Society Review*, 22, pp.483-507, 1988.
- 31) 狩野 裕, 三浦麻子: AMOS, EQS, LISREL によるグラフィカル多変量解析-増補版-, 現代数学社, pp.150-154, 2002.
- 32) Flynn, J., Burns, W., Mertz, C. and Slovic, P.: Trust as a determinant of opposition to a high level radio active repository, *Risk Analysis*, 12, pp.94-101, 1992.
- 33) Peters, R.G., Covello, V. T. and McCallum, D.B.: The determinants of trust and credibility in environmental risk communication, *Risk Analysis*, 17, pp.43-54, 1997.
- 34) Kanouse, D. E. and Hanson, L.R. Jr.: Negativity in evaluations, In E.E. Jones, D. Kanouse, H.H. Kelley, R.E. Nisbett, S. Valins (Eds.): *Attribution: Perceiving the cause of behavior*, General Learning Press, pp. 47-62, 1972.
- 35) Ellsberg, D.: Risk ambiguity and the savage axioms, *Quarterly Journal of Economics*, 75, pp.643-669, 1961.
- 36) Rode, C., Cosmides, L., Wolfgang, H. and Tooby, J.: When and why do people avoid unknown probabilities in decisions under uncertainty?, *Cognition*, 72, pp.269-304, 1999.
- 37) 青木俊明, 西野 仁, 松井健一: 地域間人口移動において地域の情報が移動地決定に与える影響, 土木学会論文集, No.710/IV-57, pp.69-80, 2002.
- 38) 谷下雅義: 社会資本整備の計画作成手続きにおける市民参加, 土木学会論文集, No.681/IV-52, pp.37-49, 2001.
- 39) 山岸俊男: 信頼の構造, 東京大学出版会, 1998
- 40) 渡部 幹: アキレスと亀と信頼の醸成, 土木学会誌, Vol.87, No.6, pp.17-20, 2002.
- 41) 小牧純爾: 心理学実験の理論と実際, ナカニシヤ書店, 2000.
- 42) 心理学辞典, 有斐閣, p.450, 1999.
- 43) 芝 祐順: 因子分析法, 東京大学出版会, p.227, 1979.

(2002.10.21 受付)

DISCLOSURE AND ATTITUDE FORMATION IN CONCENSUS BUILDING PROCESS

Toshiaki AOKI, Hitoshi NISHINO, Kenichi MATSUI and Atsushi SUZUKI

This study aims to clear the influence of image and to clear the influence of disclosure on attitude formation. A psychological experiment on the Web was performed for those objectives. As the result, the following findings were obtained. 1) Most of urban residents have negative image for public works. 2) The image of public works is not an important factor of the attitude formation. 3) In case of a project with high benefit, disclosure brings attitude change from negative to positive against the project. 4) In the attitude formation process, disclosure is important more than trust. 5) It has showed that disclosure would have trust building effect.