

セルフ・エフィカシーおよび メッセージフレーミングとの関連における概観

A Review of the Association Between Self-Efficacy and Message Framing

前場 康介

跡見学園女子大学心理学部

Kousuke Maeba

Faculty of Psychology, Atomi University

要 約

本研究では、セルフ・エフィカシーおよびメッセージフレーミングの関連に焦点を当て、両変数を扱った先行研究を整理・概観した。該当する研究論文の数は多くないものの、これらの関連について重要な示唆がいくつか見出された。具体的には、メッセージフレーミングによる効果の程度をセルフ・エフィカシーが調整すること、またターゲットとした行動の促進へと結びつける媒介効果を持つことが明らかになった。これらの知見は、従来ターゲットとする行動の特徴に応じてメッセージフレーミングを検討していた傾向から、個人におけるSEの程度によってメッセージを柔軟に使い分けるなど、新たな工夫を施すことを可能にする。

【Key Words】セルフ・エフィカシー，メッセージフレーミング，調整機能，媒介機能

I はじめに：セルフ・エフィカシーとは

セルフ・エフィカシー(Self-efficacy; 以下SEとする)とはBandura(1977)により提唱された概念であり、「対象とする行動をどの程度成功裏に達成することができるかについての見込み感」を指す。SEは分野を問わず様々な行動に付随する重要な要素であり、何らかの行動促進を意図した介入を考えると重要なターゲットとなる。例えば前場・竹中(2011)は、高齢者を対象として運動行動の促進を意図した介入研究についてシステマティックレビューを行い、SEの機能を1)介入の随伴事象としての機能、2)運動行動の先行因子としての

機能、3)介入における対象としての機能、および4)特定変数間の媒介変数としての機能、の4つに分類し、介入の際にSEを考慮することの重要性を指摘している。

また、介入の際に参照されるのがSEに影響を及ぼす4つの「情報源」である。これらの情報源はBandura(1977)により提唱されたものであり、1)遂行行動の達成、2)代理的体験、3)言語的説得、および4)生理的・情動的喚起、を指す。遂行行動の達成とは、対象とする行動に対して個人がこれまでに有する実際の成功あるいは失敗体験をいう。この情報源はSEに最も強い影響を及ぼすと仮定されている。代理的体験とは、対象とする行動を身近な他者が

行っている場面を観察したり、自身がその行動を実施している状況を想像することを指す。言語的説得とは、対象とする行動に関連する情報や励ましを他者から言語的に得ることである。生理的・情動的喚起とは、対象とする行動に伴う身体的・精神的変化を指す。SEの向上を意図した介入研究では、多くの場合これらの情報源を操作対象に据えて実施されている (i.e., Betz & Schifano, 2000)。これらの情報源の中で特に大きな影響を及ぼすものは、対象行動における実際の成功／失敗体験を表す遂行行動の達成であり、多くの介入研究においてこの情報源に基づく介入内容が提供されている。

一方、例えば進路選択や就職活動といった、実際の行動をとる機会が限られており、ゆえに遂行行動の達成として機能するような経験自体をほとんど持てない行動も存在する (浦上, 1993)。この点について前場 (2018) は、代理的体験や言語的説得といった、Zinken et al. (2008) による分類の「他者提供型」情報源を効果的に用いることを推奨している。実際に Tansley et al. (2007) は、大学生の進路選択 SE の向上を目的として、同質の内容で言語表現のみを変えた説得的メッセージが及ぼす影響について検討している。利益を強調した言語表現である gain-framed message および損失を強調した言語表現である loss-framed message を用いたこの研究では、いずれも進路選択 SE に影響はみられなかったものの、loss-framed message を受けた対象者は一週間後により積極的な進路選択行動を行っていたことを報告している。

上記のメッセージング方法は「メッセージフレーミング (message framing)」と呼

ばれ、典型的には gain-framed message および loss-framed message の 2 種類を用いて行われる (Tversky & Kahneman, 1981)。メッセージフレーミングは、欧米においては健康改善に関する国民へのガイドラインにもその適用が推奨されているほど重要視されているが、我が国においてその知見は未だ乏しい (島崎, 2017)。本研究では、セルフ・エフィカシーおよびメッセージフレーミングの関連について、先行研究の知見を整理、概観することを主な目的とした。

II メッセージフレーミングとは

先述の通り、メッセージフレーミングとは gain-framed message および loss-framed message の 2 種類を用いて、より効果的なメッセージを提供する方法である。先述した Tansley et al. (2007) のような進路選択行動のほか、特に健康行動の領域においてよく用いられており、例えば禁煙を対象とするとき、同じ内容であっても「禁煙をすれば今後呼吸が楽になっていきます」という gain-framed message と「禁煙をしないと今後呼吸がますます苦しくなります」という loss-framed message では、その影響が異なるということである。海外における研究では、近年注目すべきものとして Neumer et al. (2022) が挙げられる。この研究では、COVID-19 の感染予防を意図したソーシャルディスタンスの確保を促進することを目的とした介入を行っている。ソーシャルディスタンスの確保により「健康がより育まれる (gain-framed)」というメッセージと、「死に至るかもしれない (loss-framed)」というメッセージを、それぞれ利益／損失の対象を自己および他者

に分類して提供し、比較検討を行った結果、他者よりも自己に向けられたメッセージの方がより効果的であること、および loss-framed messageの方が影響が強いことが示されている。他にも、COVID-19に対する健康行動を対象としたメッセージフレーミングの研究が認められており (Gantiva et al., 2021; Chen et al., 2022)、COVID-19に関連した健康対策におけるメッセージフレーミングの重要性が示唆される。一方、先述の通り我が国においてメッセージフレーミングの研究はほとんどみられないのが現状である。少例であるが、島崎(2012a, 2012b, 2017)は健康関連メッセージ方略に関する一連の研究において、メッセージフレーミングの重要性を指摘しており、身体活動・運動の促進においては gain-framed message がより有効であることを指摘している。この知見は、Latimer et al.(2008)によるものと同様の結果となっている。また、Gallagher & Updegraff(2012)は健康に関連するメッセージフレーミングの効果についてメタ・アナリシスを行っており、疾病予防に関わる行動全般、特に皮膚がんの予防行動や禁煙行動、身体活動・運動においては gain-framed message がより効果的であることを指摘している。

このように、当該研究が隆盛している健康行動の領域においては、概ね gain-framed message が効果的であることが考えられる。しかしながら、例えば塩分摂取行動のコントロールについては loss-framed messageの方が効果的であるという指摘も存在する(van't Riet et al., 2010a)。同様に、先述の Tansley et al.(2007)も進

路選択行動における loss-framed message の有効性を指摘している。メッセージフレーミングによるこれらの差異は、単にターゲット行動の違いによって生じるのではなく、個人の SE の程度に影響されるという(van't Riet et al., 2010a)。このような要因間の関連を考慮することは、最適なメッセージを送信するうえで極めて重要となる。

Ⅲ セルフ・エフィカシーとメッセージフレーミング

SEとメッセージフレーミングとの関連については、未だ十分な知見が得られていないのが現状である。参考までに、電子データベース Pub Med において“self efficacy”および“message framing”の2キーワードを用いて検索した結果は僅か45件であった。しかしながら、これらの選考研究において数々の重要な指摘がなされている。参考として、主要な研究結果を表1に示す。

van't Riet et al.(2010b)は、皮膚がんを予防するための受診行動を促すメッセージフレーミングを用い、その効果を検証している。その結果、皮膚のセルフチェック行動に対する SE がメッセージの影響を操作しうることが明らかとなった。具体的には、SEが高い者は loss-framed message がより有効に作用し、SEが低い者では両メッセージ間に有意差は認められなかった。彼らは、この結果から SE がメッセージ効果を調整(moderate)する機能を有している可能性を指摘した。このような調整機能は Baron & Kenny(1986)により提唱されたものであり、他の研究においても同様の検討がなされている(i.e., Maeba,

表1 SEとメッセージフレーミングを扱った先行研究

著者名	刊行年	対象行動	概要
Carfora et al.	2022	地中海式ダイエット(食事行動)	SEが低い者は gain-framed message がより有効
Helme-Guizon et al.	2021	摂食障害の予防を意図した適正体重維持	loss-framed message がより高いSEを誘発し、それが実際の行動を促進
Divdar et al.	2021	妊娠時における口腔ケア	メッセージフレーミングによる有意差は認められず
Huang & Cui	2020	児童性虐待に対する自己防衛行動	gain-framed message がSEの向上により有効
Busho et al.	2020	妊婦の禁煙	SEが低い者はいずれのメッセージフレーミングの有効性もより低く評価
Brown et al.	2020	乳児への健康的授乳習慣	SEの向上を意図した gain-framed message がより有効
Paragas & Barcelo	2019	糖尿病におけるセルフケア	gain-framed message がSEの向上により有効
Rafieyan-Kopaei et al.	2019	乳児への補完食提供行動	メッセージフレーミングとSEとの関連はなし
Guidry et al.	2018	ジカウイルスワクチン接種への意図	gain-framed message がSEの向上により有効
Merdasi et al.	2017	母乳による長期的育児	両フレーミングメッセージともSEの向上に有効
Bernstein et al.	2016	大学生のアルコール濫用防止	メッセージフレーミングによる有意差は認められず
Balls-Berry et al.	2016	健康関連研究への参加意図と実際の登録行動	メッセージフレーミングの効果をSEが調整
Churchill et al.	2014	間食抑制行動	SEが低い者は長期的効果を述べたメッセージがより有効
Li et al.	2014	身体活動	高齢者男性においてのみ gain-framed message がより有効、SEがその効果を調整
Krieger & Sarge	2013	ヒトパピローマウイルスワクチン接種への意図	若年女性においてのみ、尖圭コンジローマ予防のメッセージがSEの向上に有効
Janke et al.	2011	慢性疼痛におけるセルフケア	loss-framed message がより有効であるがSEとの相互作用はなし
van't Riet et al.	2010	皮膚がんを予防するための受診行動	SEが高い者は loss-framed message がより有効
Sherman et al.	2006	デンタルフロスの習慣的使用	自己の態度と一致したメッセージが意図・行動を高め、SEがメッセージの効果と意図を媒介

2019)。また類似する概念に媒介(mediate)機能があり、この点については Helme-Guizon et al.(2021)の研究が挙げられる。この研究では、摂食障害の予防を意図した適正体重維持のためのメッセージを用いたランダム化比較試験を行っており、結果と

して loss-framed message がより高いSEを誘発し、それが実際の行動を促進したことを明らかにしている。このことから、SEがメッセージの効果と実際の行動を結びつける媒介変数として機能したことを示唆している。このように、特に近年におい

てSEをメッセージフレーミングの調整・媒介変数として扱う研究が増えている。メッセージフレーミングの研究は従来、キャリア選択や健康行動など、対象とする行動に基づいてその効果が検証されてきた。その意味でも、個人の変数であるSEを特定の機能を有する変数と仮定して働きかけることは、操作可能な変数を増やし、かつ個人の特性によりテイラー化したアプローチを検討することが可能となる。

IV おわりに

以上、SEおよびメッセージフレーミングを扱った近年の研究について概観した。未だその研究は少ないものの、SEの調整・媒介機能に着目した発展的な知見が蓄積され始めている。この点については、Werrij et al.(2012)の研究が参考となる。彼らは、「対象行動の特徴」および「SE」の2点を考慮することがメッセージフレーミングを適用する際に重要であると述べている。具体的には、例えば健康診断の受診を対象とする場合はloss-framed messageが有効となり、身体活動や食行動改善を対象とする場合はgain-framed messageが有効となる、といった具合である。またこの点を踏まえたうえで、個人のSEの程度によりメッセージフレーミングを柔軟に変化させる重要性を指摘している。例えば、禁煙や皮膚がん検診の受診を対象とする場合には、SEの低い者にはgain-framed messageが有効となり、反対に高い者にはloss-framed messageが有効となるという。この点については未だ統一的な見解は得られていないものの、概してSEが低い場合にはgain-framed messageが、高い場合に

はloss-framed messageが有効となる傾向にあると思われる。

また、メッセージフレーミングはSEの情報源でいえば「言語的説得」にあたる。このことは、メッセージフレーミングにより高められたSEが、結果として対象行動を促進するといった媒介関係とも関連するものである。先述のHelme-Guizon et al.(2021)やTansley et al.(2007)による研究はこの点に着目したものであるが、メッセージフレーミングをSEの情報源として捉え、その観点から主たる考察がなされたものではない。今後はこのような知見が蓄積していくことで、言語的説得がより情報源として活用しやすい行動に対するSEを、メッセージフレーミングを用いることでより効果的に向上できる可能性が考えられる。

COI：本論文に関して、開示すべき利益相反事項はない。

引用文献

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, **84**, 191-215.
- Balls-Berry, J. E., Hayes, S., Parker, M., Halyard, M., Enders, F., Albertie, M., Pinn, V., & Radecki, B. C. (2016). The effect of message framing on African American women's intention to participate in health-related research. *Journal of Health Communication*, **21**, 527-533.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinc-

- tion in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, **51**, 1173-1182.
- Bernstein, M. H., Wood, M. D., & Erickson, L. R. (2016). The effectiveness of message framing and temporal context on college student alcohol use and problems: A selective e-mail intervention. *Alcohol & Alcoholism*, **51**, 106-116.
- Betz, N. E. & Schifano, R. (2000). Evaluation of an intervention to increase Realistic self-efficacy in college women. *Journal of Vocational Behavior*, **56**, 35-52.
- Brown, C., Davis, K. E., Habiba, N., Massey-Stokes, M., Warren, C. (2020). Parent preferences for text messages containing infant feeding advice. *mHealth*, **6**, 1-8 (published online).
- Busho, A. C., Macisco, J. M., Oslock, A. G., Worly, B. L., & Klein, E. G. (2020). Effectiveness of cessation messages targeting pregnant and nonpregnant female smokers in the United States: A cross-sectional analysis into the impact of pregnancy, self-efficacy, and risk perception. *Maternal & Child Health Journal*, **24**, 1515-1520.
- Carfora, V., Morandi, M., & Catellani, P. (2022). The effect of message framing in promoting the Mediterranean diet: The moderating role of eating self-efficacy. *Foods*, **17**, 1-15 (published online)
- Chen, T., Dai, M., Xia, S., & Zhou, Y. (2022). Do messages matter? Investigating the combined effects of framing, outcome uncertainty, and number format on COVID-19 vaccination attitudes and intention. *Health Communication*, **37**, 944-951.
- Churchill, S., Good, A., & Pavey, L. (2014). Promoting the avoidance of high-calorie snacks. The role of temporal message framing and eating self-efficacy. *Appetite*, **80**, 131-136.
- Divdar, M., Araban, M., Heydarabadi, A. B., Cheraghian, B., & Stein, L. A. R. (2021) Effectiveness of message-framing to improve oral health behaviors and dental plaque among pregnant women. *Archives of Public Health*, **79**, 1-8 (published online)
- Gallagher, K. M. & Updegraff, J. A. (2012). Health message framing effects on attitudes, intentions, and behavior: a meta-analytic review. *Annals of Behavioral Medicine*, **43**, 101-116.
- Gantiva, C., Jimenez-Leal, W., & Urriago-Rayó, J. (2021). Framing messages to deal with the COVID-19 crisis: The role of loss/gain frames and content. *Frontiers in Psychology*, **28**, 1-8 (Published Online).
- Guidry, J. P. D, Carlyle, K. E., LaRose, J. G., Perrin, P., Ryan, M., Messner, M., & Adams, J. (2018). Framing and visual type: Effect on future Zika vaccine uptake intent. *Journal of Public*

- Health Research*, **7**, 35-42.
- Helme-Guizon, A., Gavard-Perret, M. L., Shankland, R., & Flaudias, V. (2021). Self-efficacy mediates the effect of framing eating disorders prevention message on intentions to have a sufficient weight: A pilot study. *International Journal of Environment Research & Public Health*, **18**, 1-9 (published online)
- Huang, S. & Cui, C. (2020). Preventing child sexual abuse using picture books: The effect of book character and message framing. *Journal of Child Sexual Abuse*, **29**, 448-467.
- Janke, E. A., Spring, B., & Weaver, F. (2011). The effect of message framing on self-management of chronic pain: a new perspective on intervention? *Psychology & Health*, **26**, 931-947.
- Krieger, J. L. & Sarge, M. A. (2013). A serial mediation model of message framing on intentions to receive the human papillomavirus (HPV) vaccine: revisiting the role of threat and efficacy perceptions. *Health Communication*, **28**, 5-19.
- Latimer, A. E., Rench, T. A., Rivers, S. E., Katulak, N. A., Materese, S. A., Cadmus, L., Hicks, A., Hodorowski, J. K., & Salovey, P. (2008). Promoting participation in physical activity using framed messages: An application of prospect theory. *British Journal of Health Psychology*, **13**, 659-681.
- Li, K. K., Cheng, S. T., & Fung, H. H. (2014). Effects of message framing on self-report and accelerometer-assessed physical activity across age and gender groups. *Journal of Sport & Exercise Psychology*, **36**, 40-51.
- 前場康介・竹中晃二(2011). 高齢者を対象とした運動介入研究におけるセルフ・エフィカシーの意義. *健康心理学研究*, **24**, 67-81.
- 前場康介(2018). 大学生の進路選択セルフ・エフィカシーにおける強化要因についての概観. *跡見学園女子大学文学部紀要*, **53**, A89-A99.
- Maeba, K. (2019). The role of career decision-making self-efficacy for the effectiveness of message framing among Japanese female undergraduates. *Proceeding Book of 7th Asian Congress of Health Psychology*, 246-254.
- Merdasi, F., Araban, M., Saki, M. A. (2017). The effect of message-framing on breastfeeding self-efficacy among Nulliparous women in Shushtar, Iran. *Electronic Physician*, **9**, 3554-3560.
- Neumer, A., Schweizer, T., Bogdanic, V., Boecker, L., & Loschelder, D. D. (2022). How health message framing and targets affect distancing during the COVID-19 pandemic. *Health Psychology*, **41**, 630-641.
- Paragas, E. D. & Barcelo, T. I. (2019). Effects of message-framed informational videos on diabetes management knowledge and self-efficacy. *Interna-*

- tional Journal of Nursing Practice*, **18**, 1-9.
- Rafieyan-Kopaei, Z., Fathian-Dastgerdi, Z., Tarrahi, M. J., & Zamani-Alavijeh, F. (2019). Effectiveness of message-framing intervention on complementary feeding related behaviors among mothers with infants aged 4-8 months: a 3-arm randomized controlled trial. *Italian Journal of Pediatrics*, **45**, 1-13. (published online)
- Sherman, D. K., Mann, T., & Updegraff, J. A. (2006). Approach/Avoidance motivation, message framing, and health behavior: Understanding the congruency effect. *Motivation & Emotion*, **30**, 165-169.
- 島崎崇史・飯尾美沙・斎藤めぐみ・前場康介・竹中晃二(2012a). 身体活動実施を支援するメッセージングに関する研究：効果的なメッセージングの要因探索. *健康心理学研究*, **25**, 38-48.
- 島崎崇史・前場康介・斎藤めぐみ・飯尾美沙・細井俊希・竹中晃二・吉川政夫(2012b). フォーマティブリサーチによる介入方略の開発：身体活動実施を支援する介入方略の開発に関する実践研究. *健康心理学研究*, **25**, 49-59.
- 島崎崇史(2017). 健康心理学を応用した健康づくりメッセージおよび情報媒体のデザイン. *健康心理学研究*, **29**, 119-129.
- Tansley, D. P., Jome, L. M., Hasse, R. F., & Martens, M. P. (2007). The effects of message framing on college students' career decision making. *Journal of Career Assessment*, **15**, 301-316.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, **211**, 453-458.
- 浦上昌則(1993). 進路選択に対する自己効力と進路成熟の関連. *教育心理学研究*, **41**, 358-364.
- van't Riet, J., Ruiter, R. A. C., Smerecnik, C., & de Vries, H. (2010a). Examining the influence of self-efficacy on message-framing effects: Reducing salt consumption in the general population. *Basic and Applied Social Psychology*, **32**, 165-172.
- van't Riet, J., Ruiter, R. A. C., Werrij, M. Q., & de Vries, H. (2010b). Self-efficacy moderates message-framing effects: The case of skin-cancer detection. *Psychology & Health*, **25**, 339-349.
- Werrij, M. Q., Ruiter, R. A. C., van't Riet, J., & de Vries, H. (2012). Message framing. In C. Abraham & M. Kools (Eds.), *Writing health communication* (pp.134-143). London: SAGE Publications
- Zinken, K. M., Cradock, S., & Skinner, T. C. (2008). Analysis System for Self-Efficacy Training (ASSET) Assessing treatment fidelity of self-management interventions. *Patient Education and Counseling*, **72**, 186-193.