

単純接触効果となつかしさ感情

松 田 憲

北九州市立大学

Mere exposure effect and nostalgia

Ken MATSUDA

The University of Kitakyushu

Previous studies have shown that long-term exposure to stimuli and the interval after the exposure evoke nostalgia for the stimuli, and that the massed presentation and the interval promote the mere exposure effect. This paper introduces three experiments that manipulated the presentation schedule in long-term contact and two experiments that manipulated participants' optimism/pessimism and social power. These experiments showed that nostalgia and the mere exposure effect were aroused by long-term mass presentation and the massed presentation to optimistic participants who had undergone a high-power operation. However, these results may have a very limited effect.

Key words: nostalgia, long-term presentation, mass presentation, social power

キーワード：なつかしさ，長期的接触，集中呈示，社会的勢力感

1. はじめに

我々は日常生活を送る中で様々な刺激に接触している。そして、接触した刺激に対して好意を感じていることがある。同じ刺激に対して複数回接触経験をもち、好きになっているという経験には、少なからず単純接触効果 (Zajonc, 1968) が影響していることが考えられる。単純接触効果とは、刺激に対する繰り返しの接触が、その刺激に対する好意度を上昇させる現象をいう。

このような経験は短期的に限らず長期的な接触においても行われることがある。長期的な接触によって好意度が上昇する場合には、そこにはなつかしさ感情の関与が想定される。なつかしさとは、過去に対する憧れや過去への回帰願望、郷愁の想いをさす (Holbrook, 1993)。このなつかしさは、過去に頻繁に経験した親密性の高く、かつ最近接触していない対象を思い出す時にともなう感情として生起するとされる (楠見, 2014)。そして、なつかしさが長期的な単純接触効果に関与すると考える根拠として、過去の頻繁な反復接触と接触からの時間経過がなつかしさ感情を引き起こすこと (Kusumi, Matsuda, & Sugimori, 2010)、そ

してそのなつかしさを感じた状態はポジティブな感情であること (Wildschut et al., 2006) が挙げられる。石川・松田・楠見 (2012) は、3週にわたる長期的接触フェーズを設定した実験を行い、最後の刺激接触から評定までの1週間のインターバルによりなつかしさが喚起されることで、好意度と親近性の上昇が促進されることを示した。日常での接触経験を考慮すると、分散呈示のようにある程度の間隔を挟んで刺激に接触する場合もあれば、集中的に刺激に接触することも考えられる。Matsuda, Sugimori, and Kusumi (2012) は、分散・集中呈示による視覚刺激とインターバルが評定に与える影響について検討し、その結果として集中呈示では1週間のインターバルによるなつかしさの喚起によってポジティブ感情が上昇し、分散呈示による接触時よりも単純接触効果が促進された。

また、選好判断には、前述の単純接触効果のように親近性 (Familiarity) に基づいた選好 (親近性選好) のほかに、新奇性 (Novelty) に基づく新奇性選好がある。親近性とはなじみ深さや熟知性を意味し、新奇性とは目新しさのことである。親近性選好ないし新奇性選好を促す操作として、本稿

では社会的勢力感 (sense of social power: Keltner, Gruenfeld, & Anderson, 2003) に注目する。社会的勢力感とは、自身が他者に影響を及ぼすことができる、或いは他者からの影響を遮断できると感じている心の状態を指す。Gillebaart, Förster, and Rotteveel (2012) は、Power 操作と呼ばれる手法によって社会的勢力感を操作することで親近性選好ないし新奇性選好を促すことができることを示した。

さらに、本稿ではヒトの楽観・悲観傾向にも言及する。世の中には楽観的な人もいれば悲観主義の人も存在している。ウィンストン・チャーチルの「悲観主義者はすべての好機の中に困難を見つけるが、楽観主義者はすべての困難の中に好機を見つける。」という言葉のように、楽観主義者はどんな困難に直面しても自己効力感が高い一方で、悲観主義者はリスクを冒すよりも安全策を選択する傾向がある (Fox, 2012)。変化を好む楽観主義者は促進的な認知スタイルから新奇性選好となり、変化を好まない悲観主義者は防衛的な認知を行うことによって親近性選好を示すことが考えられる。そのため、楽観的であるか悲観的であるかによって、なつかしさ感情が単純接触効果に与える影響の仕方にも違いが生じる可能性もある。

本稿では、第一に、長期的接触による単純接触効果において、数回の接触経験からの遅延によるなつかしさ感情の介在を想定したうえで、どのような刺激呈示スケジュールが好ましいのか、呈示方法として呈示回数分連続して配置する集中呈示と、呈示系列内に刺激を間に挟み不連続となるように配置する分散呈示のどちらが望ましいのかについて、3つの実験に基づいて検討する。第二に、親近性選好や新奇性選好を促すと考えられる社会的勢力感の操作が、集中ないし分散呈示された刺激へのなつかしさ感情と単純接触効果の生起に及ぼす影響について、2つの実験に基づいて併せて検討する。

2. 単純接触効果とは

2.1 これまでの単純接触効果研究

単純接触効果とは、冒頭で述べたように、刺激への繰り返しの接触によってその刺激に対する好意度が上昇する現象である (Zajonc, 1968)。単純

接触効果の生起要因について、これまでに様々なモデルが提唱されてきた中で、現在最も受け入れられているのが知覚的流暢性誤帰属説 (Bornstein & D'Agostino, 1992; Jacoby & Kelley, 1987) である。刺激への反復接触により、その刺激の知覚レベルでの処理の流暢性が上昇する。そして流暢性から生じる親近性が刺激自体への評価に誤帰属されるために単純接触効果が生じると考えられている。また、知覚的流暢性そのものがポジティブな感情価を有していることから (Reber, Winkielman & Schwarz, 1998; Winkielman & Cacioppo, 2001)、誤帰属は全方向ではなくポジティブな方向に限定して促進されることが考えられる。

刺激の反復呈示方法には、目的回数分だけ連続して呈示する集中呈示と、他の刺激を間に挟むことで連続することがないように目的回数分呈示する分散呈示がある。従来の単純接触効果研究では、刺激接触から評定までのインターバルが比較的短い条件下では、分散呈示の方が、集中呈示と比較して、単純接触効果が大きいとされ (Bornstein, 1989)、実際に分散呈示を用いている研究が多い (Bornstein, 1992 など)。

刺激への接触から評価までの遅延時間については、Stang (1975) や Seamon, Brody, and Kauff (1983) の研究では、おおむね1週間から2週間程度の期間で単純接触効果が持続されることが示されている。

しかし、必ずしも多くの接触経験が単純接触効果を生じさせるわけではない。刺激への接触回数がありにも多いと刺激への倦怠感が喚起され、流暢性の効果が失われるとされる (Bornstein, Kale, & Cornell, 1990)。一般的には、呈示回数と好意度には正の相関関係があることが知られているが、Zajonc et al. (1974) や Stang and O'Connell (1974) の研究では、過度の刺激への接触経験は必ずしも刺激への評価にポジティブではないことを示している。

2.2 なつかしさと単純接触効果

なつかしさのポジティブな機能として、孤独感の軽減 (Zhou et al., 2008) や共感性の増加 (Zhou et al., 2012)、アイデンティティの回復 (Baldwin, Biernat, & Landau, 2015)、時間割引課題における割引率の低下 (Kawaguchi, Nakamura, & Suzuki,

2018), 社会的サポート感の向上 (小谷・楠見, 2020), 線条体などの脳内報酬系の賦活 (Oba et al., 2016; Salimpoor et al., 2011; Speer, Bhanji, & Delgado, 2014) などが挙げられる。一方でネガティブな機能を報告する研究も少数ながら存在する。たとえば、抑うつ傾向の高いヒトがなつきさを感じると、かえって抑うつや孤独感が増幅されることが報告されている (Verplanken, 2012)。個人差特性としての神経症傾向や行動抑制傾向などとなつきさのネガティブ機能との相関も示されている (楠見, 2018)。

なつきさの生起プロセスに関して, Kusumi et al. (2010) は, 過去における頻繁な接触とその後の接触のない空白期間の存在が, なつきさの生起につながることを示した。ここから, 刺激への反復接触がなつきさの生起要因として考えられ, 単純接触効果とも深く関わっていると考えられる。また, なつきさ感情はどちらかというところネガティブな状態の時に生じやすく, なつきさ感情を感じた状態はポジティブであること, 過去の自伝的記憶に伴うことが多いこと, 日常しばしば生じる感情であること (Wildschut et al., 2006) が言われている。2.1 で述べたように, 単純接触効果の生起要因として知覚的流暢性の誤帰属説が広く知られているが, 以下の可能性が考えられる。まず, 頻繁な接触とその後の空白期間によって生じたなつきさが, ポジティブ感情を喚起させる。そして接触対象への評価に誤帰属されて長期的な単純接触効果を促進させる。そこで本稿では, 刺激の接触から評定の間にインターバルを置くことで, 単純接触効果へのなつきさ感情の介在の想定をする。

2.3 長期的接触と刺激呈示方法

従来の単純接触効果の先行研究では, 接触から評定までの間に長期のインターバルをはさんだ時の接触効果について検討されているものの, 刺激への接触期間は比較的短いものであった。長期的に接触を行わせた場合, その接触経験が単純接触効果にどのような影響を及ぼすのかについては検討されていなかった。

石川ら (2012) の先行研究では, 長期的接触による視覚刺激の刺激呈示傾向が単純接触効果に及ぼす影響を検討している。実験は接触フェーズと

評定フェーズから成り, 接触フェーズでは1週間おきに計3回の接触が行われた。刺激の呈示傾向条件として3回の接触フェーズごとに徐々に呈示回数が減っていく減少条件と, 毎回同じ呈示回数である一定条件, 徐々に増えていく増加条件, 接触フェーズで呈示されない呈示なし条件が設定された。また, 最後の接触フェーズから評定フェーズまでのインターバルを, 5分と1週間の2水準で設定した。

実験の結果, 5分後評定の好意度は, 増加条件の方が呈示なし条件よりも高いことが示された。これは, 評定直前で多く反復接触したことで, 刺激に対する好意度が上昇したと考えられる。1週間後評定では, 全ての呈示傾向条件で呈示なし条件と比べて高いことが示された。親近性では, 減少, 一定, 増加のすべての呈示条件で1週間後の上昇が確認された。また, なつきさの評定値においても, 減少, 一定, 増加のすべての呈示条件で1週間後の上昇が確認された。このことから, 1週間の遅延によって刺激に対するなつきさが上昇し, それが親近性の上昇と単純接触効果の生起につながったと示唆された。

また, これまでの単純接触効果研究の中では, 刺激の呈示方法として, 分散呈示のほうが集中呈示と比較して効果が高いことが知られてきた。しかし, 呈示方法の長期的効果については未検討であった。

Matsuda et al. (2012) の先行研究では, 分散呈示と集中呈示のそれぞれが単純接触効果に与える長期的影響について検討を行っている。刺激に接触してからどの程度の期間を空けて評定するかという遅延の効果は, ある程度の期間, 効果が持続することが確認されているが (Seamon et al., 1983; Stang, 1975), 遅延についての従来の研究では主に分散呈示を用いて実験が行われてきた。そこで, 分散呈示ないし集中呈示による単純接触効果に, 接触後の遅延がどのような影響を与えるのかについての検討がなされた。集中呈示による刺激学習において, 接触後の時間経過によりなつきさ感情が喚起されることで実験参加者の中でポジティブな感情が生起し, 刺激に対する好意度が上昇することが予測された。

実験の結果, 分散呈示と集中呈示の両条件で, 刺激反復呈示による好意度, 親近性, なつきさ

評定値の上昇が認められ、新奇性においては評定値が下降した。また、接触1週間後では、集中呈示条件が分散呈示条件よりも、好意度、親近性、なつかしさ評定値が高くなった。従来の研究では、集中呈示条件よりも分散呈示条件の方が単純接触効果が大きいとされてきたが、遅延条件を設定したことによって、それとは異なる結果が得られた。この結果は、集中呈示では1週間の遅延時間によりなつかしさが喚起され、刺激への評価に上乘せされたと考えられた。

2.4 パワープライミングと単純接触効果

選好判断には、親近性選好と新奇性選好という2つの要因がある。Gillebaart et al. (2012)の研究では、社会的認知のスタイルの違いが新奇性選好と親近性選好の判断に与える影響についての検討を行っている。この実験では5つの単語から、不要な単語1つを除いた4単語を用いて、意味の通じる文章を作る Power Priming 法 (Galinsky, Gruenfeld, & Magee, 2003; Smith & Trope, 2006)を使用した。パワープライミング課題は Higgins (1997) の提唱した制御焦点理論に基づいており、この理論によると、ヒトにはポジティブな結果への接近を志向する促進焦点と、ネガティブな結果への回避を志向する予防焦点の、2つの自己制御的志向がある。社会的認知のスタイルの中で、Growth とは成長や発展、発達といった促進焦点時の認知状態を示し、Security とは、安全や安心といった予防焦点時の防衛的な認知のことを示す。Growth の認知を向上させるために、成長、報酬、自由などの単語を含むリストを使用するものを High Power 条件とし、Security 認知を向上させるために、安全、遵守、受動などの単語を含むリストを使用するものを Low Power 条件とした。そして、リストに Growth と Security の認知とは関係のない単語のみで構成されるものを Neutral 条件とした。この実験では、Power 操作を行った後に、普段ヘブライ語を使用しない参加者に対して呈示回数を操作したヘブライ語に複数回接触させ、その後、ヘブライ語に対する好意度の評定を行った。その結果、Low Power 操作条件では単純接触効果が得られた一方で、High Power 操作条件では反復呈示によってむしろヘブライ語の好意度が下がることが示された。すなわち、High Power 操作

を行うことによって新奇性選好が促進され、Low Power 操作をすることによって親近性選好が促進されたといえる。

2.5 楽観主義と悲観主義

Fox (2012) は、楽観的な人という単なる能天気で自分の身に悪いことは起こらないという思い込みが強い人というイメージを持ててしまいがちだが、実際は未来に真の希望を抱き、どんな困難が起きても自分是对処できるという信念を持っている人のことを指すと述べている。また悲観的な人という、いつも悲しみや不安に苛まれている人というイメージを持ててしまいがちだが、実際は未来に不安や懸念を抱いてしまう傾向の強い人のことを指し、そのような人は慎重の度合いが過ぎ、リスクを冒すよりも安全な道を選ぶ、といった傾向がある人のことを指すと述べている。

以上のことから、楽観主義者はどんな困難にも自分是对処可能であるという信念を持つ傾向にあることから、変化を好む新奇性選好となるのではないかと考える。また一方で、悲観主義者はリスクを冒すよりも安全な道を選ぶ傾向にあるため、既知のものを好む親近性選好になるのではないかと考える。単純接触効果とは、刺激を繰り返し接触することで、その刺激への好意度や親近性が上昇する現象であることから、既知のものを好む親近性選好が促進される悲観主義者において、大きな効果が得られる可能性も考えられる。

3. 実験の目的と予測

2.3 で述べたように、これまでの単純接触効果研究では、比較的短い接触時間内に刺激を複数回呈示してきた。しかし、現実場面で刺激に接触して評価を行う場合、刺激への接触は比較的長期的期間の中で行われることも多い。また、従来の研究では呈示法として、同一刺激を連続反復呈示する集中呈示よりも、他の刺激と混ぜて同一刺激の時間間隔をあけて呈示する分散呈示の方が効果を得られやすいとされてきた。しかし、それらの研究の多くが刺激の呈示から評価までの時間が比較的短いものであった。先行研究によって、なつかしさを喚起させるには過去の頻繁な接触経験とその後の空白期間が必要であることが明らかになっ

ている (Kusumi et al., 2010)。また、なつきさ要素はポジティブな情動を喚起させ、より良い態度変化を引き起こすことが示されている (Wildschut et al., 2006)。よって、連続呈示から評価までの長期的な遅延を挟むことで、刺激へのなつきさ感情が喚起され、そのなつきさ感情の有するポジティブな感情特性が刺激への反応に誤帰属されることで、当該刺激への好意的反応が促進される可能性が考えられる。

実験1は、3週間にわたる長期的接触事態を設定し、刺激反復呈示方法（集中呈示、分散呈示、など）や刺激呈示傾向（増加傾向、減少傾向、など）を操作し、どのような呈示スケジュールによってなつきさ感情および単純接触効果喚起を最も高めるのかについて検討したものである。

先行研究（石川ら、2012）より、長期的接触によって、刺激への肯定的感性評価が上昇すると考えられる。多くの実験室実験において、過度の刺激呈示で単純接触効果は抑制されると言われているが、長期的接触の設定による接触間のインターバルによって、反復呈示による飽きを低減できるとともに、呈示間隔を増すことによって刺激同士の干渉の影響を受けにくくなり、過度の接触による評価の低下を低減できると考えられる。さらに、刺激呈示からインターバルを挟むことで集中呈示条件では刺激への倦怠感が低下する一方で刺激に対する印象が持続し、分散呈示条件を上回る単純接触効果が得られると予測された。

また、Gillebaart et al. (2012) の研究では、Growth と Security の認知スタイルの違いが、目新しい刺激となじみ深い刺激への選好判断に与える影響についての検討をしている。本稿の実験2は、先行研究に加えて新たに Power 操作を刺激接触の前に行い、呈示方法や呈示回数を操作することで、集中呈示・分散呈示された単純接触効果にどのような影響を及ぼすのかについての検討を行ったものである。さらに、Scheier, Carver, and Bridges (1994) によって作成された改訂版楽観性尺度 (Life Orientation Test-Revised: LOT-R) を使用し、実験参加者を楽観主義・悲観主義に分類することにより、与える影響の違いについての検討を行っている。

Gillebaart et al. (2012) の研究において、High Power 操作を行うことによって新奇性選好が、Low Power 操作を行うことによって親近性選好が促進

されたことが示された。これは High Power 操作を行うことにより、促進的な認知を促した結果、現状に満足せず、新たなものを取り入れたいと考えるようになり、目新しいものに興味を示す新奇性選好になったと考えられる。よって実験2に先立ち、分散呈示でかつ呈示回数の少ない条件で単純接触効果が最大化されるとの予測がなされた。また、Low Power 操作を行うことにより防衛的な認知を促した結果、変化には危険が伴うとの判断が行われ、安全・安心であるものしか取り入れようとしなくなり、既知で慣れ親しんだものを好む親近性選好となったと考えられる。よって集中的に同じものを何度も連続呈示する集中呈示でかつ呈示回数の多い条件で効果が高まると予測された。

また、High Power 操作を受けた楽観主義者は、新奇性選好が強く促進され、Low Power 操作を受けた悲観主義者は、親近性選好が強く促進されるのではないかと予測された。

4. 長期的接触事態による なつきさの促進効果：実験1

4.1 実験1-1（松田・末友・楠見、2014）

視覚刺激を長期的に分散呈示ないし集中呈示することで、遅延によって刺激に対するなつきさ感情が生起し、単純接触効果に促進効果をもつかの検討を行った。

4.1.1 要因計画

3セッション構成の接触フェーズ（2週間前、1週間前、5分前）を設定し、参加者間要因として接触後のインターバル（5分、1週間）を操作した。そのため、接触後インターバル1週間条件の参加者にとっては、接触フェーズの3セッションは3週間前と2週間前、1週間前に行われたことになる。また、参加者内要因として刺激の呈示傾向（減少、一定、増加）と刺激の呈示方法（分散呈示、集中呈示、部分集中呈示）を操作した。

刺激の呈示傾向は1週間ごとに計3回行う接触フェーズにおいて、接触ごとの呈示回数を操作した。1回目の接触で12回、2回目に9回、3回目に6回刺激を呈示する減少条件、1回目から3回目の接触でそれぞれ9回呈示する一定条件、1回目の接触で6回、2回目の接触で9回、3回目の

接触で12回刺激を呈示する増加条件の3水準であった。また、刺激の呈示方法として目的回数まで刺激を連続呈示させない分散呈示、目的回数分を連続呈示する集中呈示、3回連続呈示をひとつのまとまりとして刺激が目的呈示回数分に到達するようにまとまりを呈示する部分集中呈示の3水準であった。

4.1.2 実験参加者

18歳から30歳の大学生46名（男性6名、女性40名、平均年齢19.1歳）が実験に参加した。接触後インターバル5分条件が25名、1週間条件が21名であった。

4.1.3 実験刺激

遠藤ら（2003）で作成された無意味輪郭図形を使用した。また、刺激の事前好意度を統制するために遠藤ら（2003）と同じ図形を使用した富田・松下・森川（2013）の予備調査での好意度評定（7段階評定）の結果から、評定値が4に近く、標準偏差が0に近い図形を選定した。接触フェーズで使用する図形は、それぞれの呈示傾向条件ごとに3個ずつ、計9個の刺激と系列位置効果を考慮したフィラー刺激として4つの図形を追加した。また、評定フェーズにおいて、新項目として計6個の図形を追加した。新項目は旧項目と同様の条件で選定した。

4.1.4 手続き

実験は、1週間のインターバルを挟んだ3セッションの接触フェーズと、評定フェーズからなる（図1）。刺激の総呈示回数および各接触セッションの呈示回数は27回に設定した。刺激の呈示傾向として、減少条件、一定条件、増加条件の3つの条件を設定した。それぞれの刺激呈示傾向条件は刺激の呈示方法として集中呈示、分散呈

示、部分集中呈示を用いた。したがって、各呈示傾向条件ではそれぞれ3つの刺激を用いることとなった。接触時の図形の呈示方法は、A5の用紙上半分に印刷し呈示するものであった。次のページの図形が前段階で認識されないよう、各用紙の裏側には無彩色の四角形でマスキングを施した。3回行った各接触セッションでは、全図形の総呈示回数を85回とした。85回の内訳を、1回目の接触を例として説明すると、減少条件では各呈示方法それぞれで呈示回数は12回（ $12 \times 3 = 36$ ）であり、一定条件では9回（ $9 \times 3 = 27$ ）、増加条件では6回（ $6 \times 3 = 18$ ）であった。さらに、系列位置効果を考慮したフィラー刺激4個を呈示系列の初頭部と新近部に配置し、85回（ $36 + 27 + 18 + 4$ ）の総呈示回数となった。

刺激図形への接触は集団で行い、冊子を配ったうえで前方にスライドを呈示した。刺激の呈示時間を3秒間とし、カバータスクの図形の複雑性2段階評価を2秒間とした。その後、1秒間で次のページに移ってもらった。前方のスライドでは、図形の呈示番号と複雑性の評価をするタイミング、ページをめくるタイミングを呈示し、口頭でもそれぞれのタイミングを指示した。3回目の接触セッション終了時、実験参加者の半数をランダムに選定し、退室してもらった。5分後、残った半数の参加者は1回目の評定フェーズに移り、その1週間後には前回評定してない参加者に評定フェーズを遂行させた。評定フェーズでの図形の呈示方法は、接触フェーズ同様、A5の用紙上半分に図形を印刷し呈示するものであった。接触フェーズで呈示した旧項目に、呈示しなかった新項目の刺激を6個追加し、各刺激に対する好意度・親近性・なつかしさ・安心感・不快感・新奇

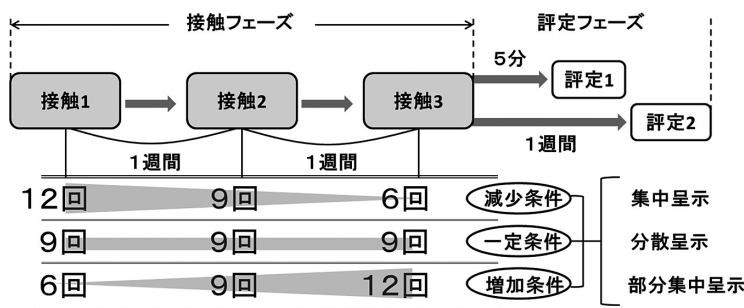


図1 実験1-1の手続き（松田・末友・楠見（2014）を改変）

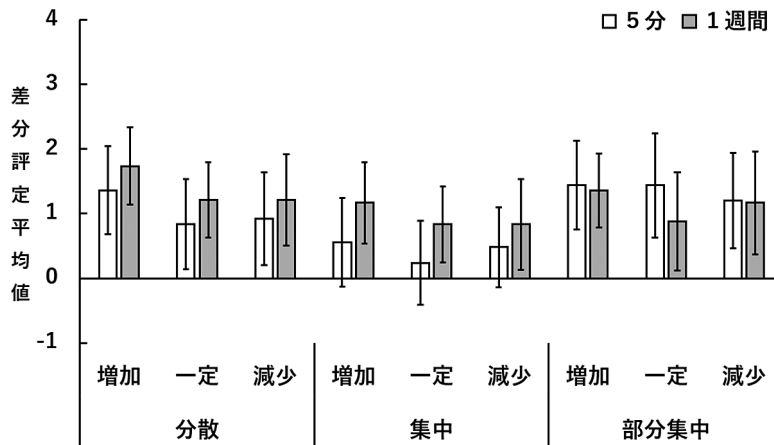


図2 好意度の新旧項目差分評定平均値：刺激呈示方法・呈示傾向・インターバルの効果（実験1-1）
エラーバーは95%信頼区間を表す（松田・末友・楠見（2014）を改変）

性の7段階評定と、図形が接触段階であったかなかったかを2段階で評価する再認課題をそれぞれ求めた。評定は参加者ペースで行った。接触および評定フェーズにおける刺激の呈示順は参加者ごとにランダムであった。

4.1.5 結果と考察

好意度における旧項目と新項目との差分評定値（図2）について分散分析を行ったところ、呈示方法の主効果が有意であり（ $F(2, 88)=6.40$, $p=.003$, $\eta^2=.070$ ）、インターバルと呈示方法の交互作用が有意傾向であった（ $F(2, 88)=2.44$, $p=.093$, $\eta^2=.027$ ）。単純主効果検定の結果、5分条件における呈示方法の効果が有意であり、部分集中呈示と分散呈示による好意度評定値は集中呈示よりも高かった（ $ps<.005$ ）。

また、差分評定値の95%信頼区間が基準値0を上回っていた場合に単純接触効果が生じていると判断され、5分後評定では分散呈示と部分集中呈示の各呈示傾向条件で、1週間後評定ではすべての呈示方法と呈示傾向の条件で、単純接触効果の生起が確認された。

以上より、集中呈示による単純接触効果は刺激接触の5分後には確認できなかったが、1週間のインターバルを挟んだ後には生起したことが明らかとなった。

石川ら（2012）の先行研究で示唆された、分散呈示での評定直前の学習における接触頻度の多さが評定値に影響を与えるという結果について、実験1-1ではグラフを見る限りは集中呈示と分散呈

示条件で増加傾向条件の好意度評定値が高く見えるものの、統計的な有意差は得られなかった。

Matsuda et al.（2012）の先行研究では、刺激の呈示方法として集中呈示の方が分散呈示よりもなつきさの喚起を促すということが示された。実験1-1では、遅延による親近性の上昇傾向は見られ（ $F(1, 44)=3.05$, $p=.088$, $\eta^2=.108$ ）、なつきさ評定値（図3）の5分後と1週間後の間で評定値に有意な差が見られず（ $F(1, 44)=1.39$, $p=.25$, $\eta^2=.063$ ）、呈示方法とインターバルに有意な交互作用も得られなかったものの（ $F(1, 44)=3.48$, $p=.299$, $\eta^2=.015$ ）、1週間のインターバルで中程度の効果量が得られ、呈示方法とインターバルの交互作用でも小さな効果量が得られたことから、集中呈示と1週間の遅延によるなつきさの喚起の促進効果がわずかに見出せたといえる。また、安心感評定値においては1週間のインターバルによる安心感の上昇を確認できなかったものの（ $F(1, 44)=0.37$, $p=.547$, $\eta^2=.009$ ）、不快感評定値において、5分後評定条件での分散呈示は集中呈示よりも評定値が低く（ $t(3)=2.45$, $p=.016$ ）、1週間後にはその効果が消失すること（ $t(3)=1.20$, $p=.233$ ）が示された。以上より、過去における反復接触と、接触からの時間経過がなつきさ感情を引き起こすという一連のプロセス（Kusumi et al., 2010）は確認されたものの、Matsuda et al.（2012）と比較してその効果はごく僅かであった。これらの理由として、実験1-1では、Matsuda et al.（2012）の先行研究とは異なり長期的接触を課し

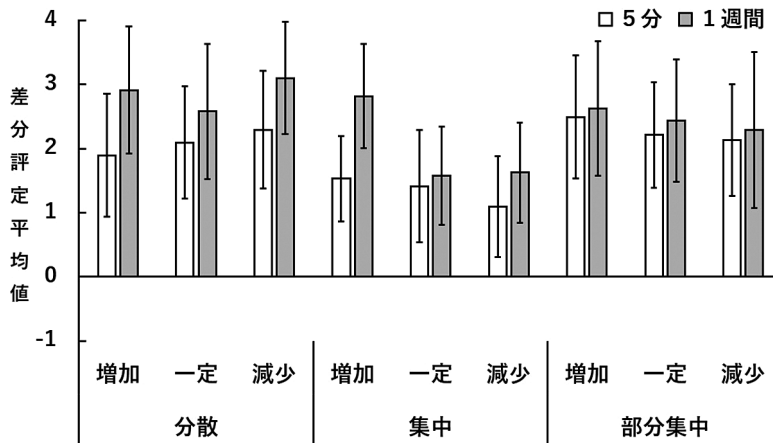


図3 なつかしみの新旧項目差分評定平均値：刺激呈示方法・呈示傾向・インターバルの効果（実験1-1）
エラーバーは95%信頼区間を表す（松田・末友・楠見（2014）を改変）

ており、接触後のインターバル1週間条件において3回の接触フェーズと評定フェーズの間隔が全て1週間であったことから、定期的な接触経験となりなつかしみが喚起され難かったことが考えられる。このことから、なつかしみが喚起されるまでの十分なインターバル間隔を拡げる必要があると考える。

4.2 実験1-2（福水, 2015）

実験1-1では、インターバルと学習間インターバルのスパンがどちらも1週間であったことからなつかしき喚起の促進効果が小さかったと考えられたため、最後の接触から評定までのインターバル拡大がなつかしき喚起を促進すると仮定した。また、石川ら（2012）で見られたような増加条件における結果が、評定直前の接触回数の多さに起因する可能性があることから、評定直前の接触回数を統一し、長期的接触による影響に絞って検討した。さらに、実験1-1では、分散呈示と部分集中呈示との間に有意差はなく（ $p=.19$ ）、単純接触効果において刺激の呈示傾向の効果が見られなかったことから、刺激呈示方法として分散呈示・集中呈示の2つを設定し、部分集中呈示条件を削除した。

4.2.1 要因計画

参加者間1要因、参加者内2要因であった。参加者間1要因は、接触から評定のインターバルであり、5分後と2週間後の2水準であった。参加者内要因は、刺激の呈示方法と呈示傾向であった。1週

間おきの3セッション構成の長期的接触スパンにおいて、減少条件（12回→10回→8回）、一定条件（8回→8回→8回）、増加条件（4回→6回→8回）の3水準で呈示傾向を操作した。呈示方法は、実験1-1から部分集中呈示を削除し、集中呈示と分散呈示の2水準で行った。

4.2.2 実験参加者

18歳から22歳の大学生63名（男性13名、女性50名、平均年齢18.8歳）が実験に参加した。接触後インターバル5分条件が29名、2週間条件が34名であった。

4.2.3 実験刺激

呈示図形刺激は、実験1-1と同様のものを計10個選定した。接触フェーズで使用する図形はそれぞれの呈示傾向条件ごとに2個ずつ、計6個の図形を呈示刺激として使用し、系列位置効果を考慮したフィラー刺激として4つの図形を追加した。また、評定フェーズにおいて新項目を4個追加した。

4.2.4 手続き

1週間のインターバルを挟んだ3セッションの接触フェーズと、最後の刺激接触から5分後ないし2週間後に行われた評定フェーズからなった。先行研究での集中呈示の増加条件においての好意度評定値の上昇が、長期的接触によりなつかしき感情が生じたための影響か、それとも直前の接触回数が多かったためによる影響か判断するため、最後の接触（第3接触）の呈示回数を8回に統一した。3回行った各接触セッションでの総呈

示回数を52回とした。第3接触終了時に、半数の参加者に5分後評定課題を課した。2週間後に残り半数の参加者に評定課題を課した。評定課題は実験1-1と同様であった。

4.2.5 結果と考察

好意度の差分評定値で各要因の主効果及び交互作用はいずれも有意ではなかったものの、全ての5分後の値の95%信頼区間下限が基準値0を上回り、単純接触効果が得られたといえる。しかし、2週間後の評定値は分散呈示の一定条件を除いて単純接触効果が消失した。インターバルの主効果は有意ではなかったが中程度の効果量が得られ($F(1, 61)=2.74, p=.103, \eta^2=.074$)、5分後評定値と比べ2週間後の評定値はむしろ減少する傾向がみられた。

安心感の差分評定値において、インターバルの主効果が有意であり($F(1, 61)=7.12, p=.010, \eta^2=.210$)、5分後と比べて2週間後に減少することが見られた。

親近性となつきさの差分評定値においては、全体的に高い値が得られた。しかし5分後と2週間後の評定値を比較すると、増加条件の集中呈示以外で2週間後に減少がみられ、インターバル条件の有意な効果は得られなかったものの弱い効果量が得られた(親近性評定値： $F(1, 61)=0.72, p=.400, \eta^2=.036$ 、なつきさ評定値： $F(1, 61)=0.30, p=.588, \eta^2=.024$)。呈示刺激に対し、親近性となつきさを感じる一方で、先行研究で見られたインターバルによる上昇は好意度と同様に見られず、むしろ低下する傾向にあった。

実験1-1や長期的接触下で同様の呈示傾向を設定した石川ら(2012)の実験2とは異なり、実験1-2で好意度の上昇が見られなかった原因として、インターバルを2週間に設定したことに伴う安心感の低下が考えられる。再認成績においてもインターバルにおける有意差はなかったものの微小な効果量が得られ($F(1, 61)=0.84, p=.363, \eta^2=.022$)、集中呈示増加条件を除いて2週間後に再認率の減少が見られたことから、既知感の減少による安心感の低下が生じ、それに伴い親近感やなつきさも減少したと考える。先行研究(Seamon et al., 1983; Stang, 1975)により、単純接触効果の2週間程度の持続は確認されているが、なつきさによる好意度上昇効果を得るには、呈示回数を増や

すなどの方法で再認記憶および安心感を向上させることが必要である可能性が考えられる。

また、好意度の評定値における呈示傾向の効果は5分後も2週間後も得られず、実験1-1でみられた好意度評定値の集中呈示増加条件での上昇も確認できなかった。そのため、長期的接触によるなつきさ喚起と単純接触効果の促進には最後の接触時の呈示頻度に依存する可能性が考えられる。しかし、実験1-2では参加者の負担を考慮し、総呈示回数52回と、実験1-1の85回と比べ少なく設定したため、呈示傾向(増加条件、一定条件、減少条件)でセッションごとのそれぞれの呈示回数にあまり差がなかった。そのため呈示傾向の条件間差異を参加者が感じ取ることができなかった可能性も考えられる。そのため、呈示傾向ごとの1セッションの呈示回数の差を拡大することで、呈示傾向ごとの評定値に差を見出すことができるのではないかと考え、実験1-3を行った。

4.3 実験1-3(山口, 2016)

実験1-3では、長期的接触においてどのような呈示方法と呈示傾向によって最も単純接触効果が大きく検出されるかを明確にすることを目的とした。実験1-1と1-2で刺激の呈示傾向の効果が見られなかった理由として、毎回の刺激呈示傾向ごとの差が2回ないし3回の変化では呈示傾向を増加、減少、一定と条件間差異をつけるには変化の度合いが不足していると考えられた。そのため、毎回の刺激呈示傾向ごとの差を2回ないし3回から5回に拡大した。

4.3.1 要因計画

参加者間1要因、参加者内2要因であった。参加者間は、接触から評定のインターバルであり、5分後と1週間後の2水準であった。参加者内要因は、刺激の呈示方法と呈示傾向であった。

1週間おき計3回構成の長期的接触スパンにおいて、増加条件(5-10-15回)、減少条件(15-10-5回)、一定条件(10-10-10回)の3水準で呈示傾向を操作した。呈示方法は集中呈示と分散呈示の2水準で行った。

4.3.2 実験参加者

18歳から23歳の大学生73名(男性15名、女性58名、平均年齢18.8歳)が実験に参加した。5分後条件が36名、1週間後条件が37名であった。

4.3.3 実験刺激

呈示刺激は、実験1-1、1-2と同様なものを計10個選定した。接触フェーズで使用する図形はそれぞれの呈示傾向条件ごとに2個ずつ、計6個の図形を呈示刺激として使用し、フィラー刺激として4つの図形を追加した。また、評定フェーズにおいて新項目を4個追加した。

4.3.4 手続き

実験は1週間おき計3回の接触フェーズと、5分後と1週間後の評定フェーズからなった。3回行った各接触セッションでの総呈示回数を64回とした。

第3接触終了時に、半数の参加者に5分後評定課題を課した。残り半数の参加者には1週間後に評定課題を課した。評定課題は参加者ペースで行ってもらった。評定項目は実験1-1と同様であった。

4.3.5 結果と考察

好意度差分評定値において、インターバルの主効果は有意傾向であり ($F(1, 71)=2.81, p=.098, \eta^2=.038$)、呈示方法の主効果が有意であった ($F(1, 71)=6.09, p=.016, \eta^2=.079$)。1週間後よりも5分後の方が差分評定値が高く、集中呈示よりも分散呈示の方が値が高い結果となった。しかし、1週間のインターバルによる効果および呈示傾向の各条件の効果を確認するには至らなかった。また、5分後評定の集中呈示の増加条件と分散呈示の全呈示傾向条件、1週間後評定においては分散呈示の一定または減少条件で95%信頼区間が0を上回っており、単純接触効果の生起が確認された。

なつかしき評定値では、呈示方法の主効果が有意であり ($F(1, 71)=8.46, p=.005, \eta^2=.106$)、集中呈示よりも分散呈示の方が値が高かった。しかし、1週間のインターバルによる効果 ($F(1, 71)=0.02, p=.888, \eta^2=.0002$) および呈示傾向の各条件の効果 ($F(2, 142)=0.09, p=.918, \eta^2=.001$) を確認するに至らなかった。

尺度間相関を見ると、好意度評定値となつかしき評定値の間の相関が有意であり (両者の相関: $r=.60, p=.040$)、好意度の1週間後評定値が5分後評定値を下回ったのは、遅延によるなつかしさの上昇効果が得られなかったことによると考える。長期的接触下で同様の呈示傾向を設定した石

川ら (2012) の実験2においては、1週間のインターバルによって好意度評定値が上昇した。本稿の実験1-1でも、集中呈示と分散呈示の双方で好意度評定値となつかしき評定値が5分後評定よりも1週間後評定の方が値が高くなっている。さらに、実験1-1のなつかしき評定値におけるインターバルの主効果は有意ではなかったものの中程度の効果量が得られ、グラフ上では評定値の上昇が見られることから、それが好意度評定値の上昇につながった可能性も示唆される。

続いて紹介する実験2では、長期的接触の代わりに刺激集中呈示による単純接触効果を促進させる要因として、社会的勢力感を取り上げた。近年、媒体別の広告費ではインターネット広告の躍進が目覚ましいが、従来のマスコミ4媒体は広告への接触から小売店等で購買に至るまでに時間差が生じると比較して、インターネット広告の特徴として、バナーをクリックすることで即座に当該商品のサイトに飛ぶことが出来ることから、広告接触から購買意思決定までの時間間隔が比較的短いことが挙げられる。そのため、インターネット広告では同一サイト内で分散呈示することや、長期的接触効果を生じさせることが困難であると考ええる。よって、集中呈示された刺激に対する好意度の上昇効果が、インターバルを挟まなくても社会的勢力感の操作によって喚起させることが可能であるかを検討することは重要であるといえる。

5. パワープライミングによる 単純接触効果の促進：実験2

5.1 実験2-1 (Matsuda et al., 2016)

視覚刺激であるバナー広告を用いて、パワープライミングによる主観的勢力感の操作が集中呈示、分散呈示された刺激へのなつかしき感情の喚起とそれによる単純接触効果の促進にどのような影響を及ぼすかについての検討を行った。

High Power操作を行うことで新奇性選好となり、分散して3回呈示することでより高い単純接触効果が得られ、一方でLow Power操作を行うことで親近性選好となり、集中的に同じものを何度も連続呈示する集中9回呈示で高い単純接触効果が得られることが予想された。また、楽観主義

者は困難な状況における自己効力感が高い一方で悲観主義者はリスク回避傾向が高いため、楽観主義者は新奇性選好となり、悲観主義者は親近性選好になると予測された。

5.1.1 要因計画

参加者間2要因、参加者内2要因であった。参加者間にはパワープライミング（High Power操作、Low Power操作）とLOT-R（楽観主義、悲観主義）であった。参加者内要因は刺激呈示方法（集中呈示、分散呈示）と呈示回数（3回、6回、9回）であった。

5.1.2 実験参加者

19歳から24歳の大学生48名（男性24名、女性24名、平均年齢21.7歳）が実験に参加した。参加者を24名（男性12名、女性12名）ずつの2グループに分割し、High Power操作条件とLow Power操作条件にそれぞれ割り当てた。

5.1.3 実験刺激

本実験で使用するパワープライミングは、Galinsky et al. (2003) で使用されたものを日本語訳して用いた。バナー広告および架空のホームページ画像は松田・中畠・楠見（2015）と同様のものを使用した。

5.1.4 手続き

実験はパワープライミングフェーズと接触フェーズ、評価フェーズの3段階で行った。

パワープライミングフェーズではまず、5つの単語から4つの単語を選び意味の通じる文章をつくる課題を17問おこなった。そのうち10問ではHigh power操作の参加者は、“キャプテンは”、“命令をする”、“影響を与えた”等の単語を含む並び替えを、Low Power操作の参加者には、“消極的だ”、“召使が”、“頼っている”等の単語を含む並び替えを行った。その後、LOT-Rをおこなった。

接触フェーズでは、モニター上に映された架空のホームページ画面上に計18種類の食品（お茶、即席麺類、レトルトカレー各6品目）のバナー広告を呈示した。バナー広告は架空の商品名と商品画像を対呈示する構成であった。呈示刺激系列の前後には、各食品カテゴリー1枚ずつ、計3枚のフィラー画像を呈示した。呈示時間は注視点0.9秒間、バナー広告3秒間、マスク刺激0.1秒間であった。

接触フェーズの5分後に行われた評価フェーズ

では、A5用紙に印刷された商品画像と商品名について、好意度と親近性、新奇性、なつきさ、購買意図を7件法で、再認を2件法で評価を求めた。評価させる刺激画像は接触フェーズで呈示した画像18枚に、新項目3枚を加えた計21枚であった。

5.1.5 結果と考察

各参加者のLOT-Rの得点（0～24点）を、合計点数14点を基準に悲観主義と楽観主義の2つに分けて分析をした。なお、High Power操作条件において楽観主義者は13名で悲観主義者が11名、Low Power操作条件では楽観主義者は12名で悲観主義者が12名であった。

好意度（図4）と購買意図の差分評価値について、LOT-Rと呈示方法の交互作用は有意であり（ $F_s(1, 44)=5.72, 5.95; p_s=.021, .019; \eta^2_s=.043, .031$ ）、楽観主義で呈示方法の効果が有意であった（ $F_s(1, 44)=4.59, 4.87; p_s=.038, .033$ ）。

好意度差分評価値においてパワープライミングと呈示方法、呈示回数の交互作用が有意であり（ $F(2, 88)=3.75, p=.027, \eta^2=.059$ ）、High Power操作を受けた人は6回呈示で集中呈示よりも分散呈示の方が、Low Power操作を受けた人は分散呈示よりも集中呈示の方が、有意に評価値が高かった。悲観主義でHigh Power操作を受けた人は、分散呈示において呈示回数が増加するにつれて好意度評価値も上昇した。

購買意図の差分評価値では集中9回呈示におけるLOT-R、悲観主義と悲観主義の9回呈示における呈示方法、悲観主義の分散呈示における呈示回数において効果が見られ（ $F(1, 264)=4.33, p=.038; F(1, 132)=12.07, p=.001; F(1, 132)=4.215, p=.042; F(2, 176)=5.03, p=.008$ ）、悲観主義と楽観主義の双方で集中呈示における呈示回数と楽観主義の集中呈示における呈示回数でそれぞれ有意傾向がみられた（ $F(2, 176)=2.37, p=.096; F(2, 176)=2.85, p=.061$ ）。好意度の評価値が高かったHigh Power・楽観主義の集中9回呈示とLow Power・悲観主義の集中6回呈示、分散9回呈示で購買意図も高かったことから、好意度が購買意図に繋がる結果となった（両者の相関： $r=.68, p<.001$ ）。

なつきさの差分評価値では、パワープライミングとLOT-R、呈示方法の交互作用に有意傾向

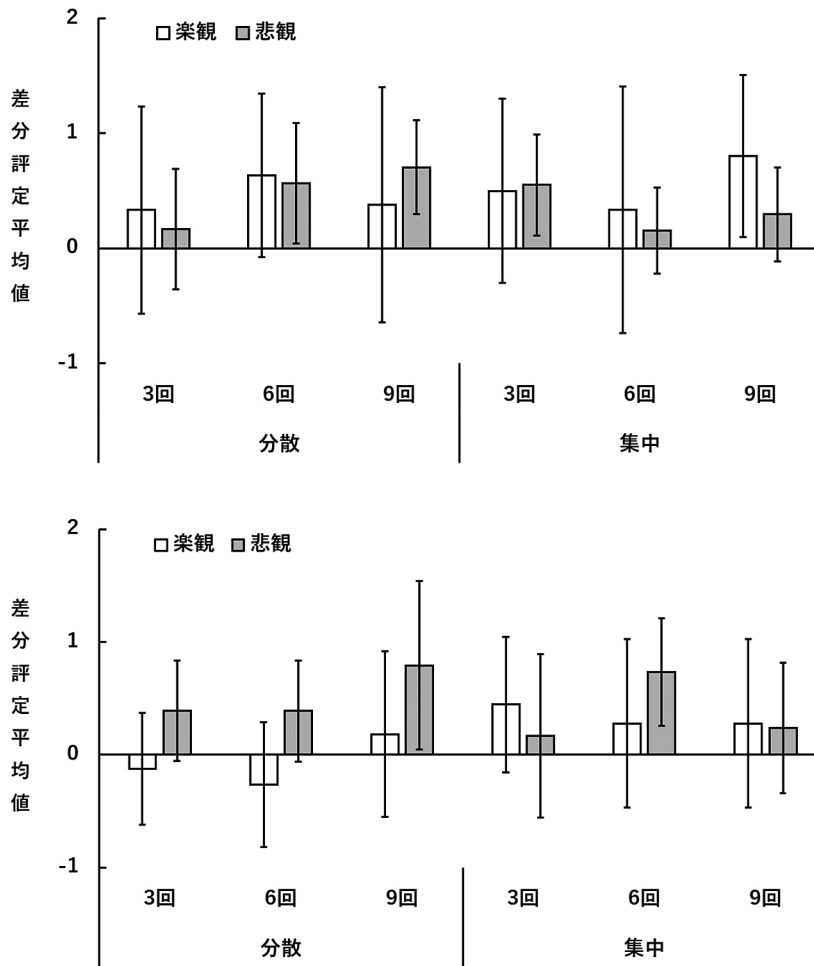


図4 好意度の新旧項目差分評定平均値：刺激呈示方法・呈示回数・社会的勢力感・楽観悲観傾向の効果（実験2-1）
上段は High Power 条件，下段は Low Power 条件。エラーバーは 95% 信頼区間を表す（Matsuda et al. (2016) を改変）

が見られたものの ($F(1, 44)=3.12, p=.085, \eta^2=.066$)，好意度評定値との相関も低く（両者の相関： $r=.09, ns$ ），単純接触効果の喚起との関係については明確ではなかった。

以上より，High Power 操作を受けると分散 3 回呈示を好むという当初の予測とは異なり，楽観主義では集中 9 回呈示において，悲観主義では分散 9 回呈示において好意度と購買意図の上昇が見られた。日常では同じものに連続して 9 回も接触するという経験はほとんどないと思われ，High Power 操作を受けた楽観主義者には集中 9 回呈示がむしろ目新しいと判断され，その結果として好意度と新奇性が高まったと考える。Kagan (2009) によると，新奇性の概念は刺激新奇性 (stimulus

novelty) と概念新奇性 (conceptual novelty) に区別される。刺激新奇性は，突然の雷鳴のような直近の状況からの逸脱や刺激の予期せぬ物理的な特徴変化によって生じるのに対し，概念新奇性とは既知の対象の未知な組み合わせや既知対象の未知の設定のような，概念のプロトタイプや既存の意味ネットワーク構造との矛盾を意味する。そして，今回のようなケースは概念新奇性に相当すると考える。

Matsuda et al. (2012) や本稿の実験 1-1 では，刺激接触後に 1 週間のインターバルを置くことでなつかしさが生起され，集中呈示条件において好意度評定が上昇する傾向があった。実験 2-1 では，1 週間のインターバルを置かなくても Power 操作

を行うことで High Power 操作かつ楽観・悲観主義では新奇だと感じるものに対して、Low Power 操作かつ楽観・悲観主義は親近性を感じられるものが好意度及び購買意図の上昇に繋がっていた。しかし、刺激接触後のインターバルの条件を設定していないことから、なつきさ感情との関連については明確な効果を得ることはできなかった。

5.2 実験 2-2 (松田・興梠・楠見, 2018)

実験 2-1 では、なつきさ感情が単純接触効果に及ぼす効果を得ることが出来なかった。そこで実験 2-2 では、Matsuda et al. (2012) と同様に刺激呈示後に 1 週間のインターバル条件を設定した場合に、刺激呈示方法がなつきさ感情と単純接触効果の喚起にもたらす効果に対して、楽観・悲観的傾向とパワー操作による社会的勢力感がどのように影響を及ぼすかについて検討を行った。

5.2.1 要因計画

参加者間 1 要因、参加者内 3 要因であった。参加者間にはパワープライミング (High Power 操作, Low Power 操作) であった。参加者内要因はインターバル (5 分, 1 週間) と刺激呈示方法 (集中呈示, 分散呈示), 呈示回数 (3 回, 6 回, 9 回) であった。

5.2.2 実験参加者

20 歳から 25 歳の大学生 85 名 (男性 53 名, 女性 32 名, 平均年齢 21.1 歳) が実験に参加した。High Power 操作条件が 46 名, Low Power 操作が 39 名であった。

5.2.3 実験刺激

呈示図形刺激は、実験 1 と同様の無意味輪郭図形計 14 個を選定した。パワープライミング課題は実験 2-1 と同一であった。

5.2.4 手続き

実験は、パワープライミングフェーズ、接触フェーズ、評価フェーズの 3 段階で行った。

パワープライミングフェーズで行う操作は、実験 2-1 と同一であった。実験 2-1 ではパワープライミングの後に LOT-R を実施したが、パワー操作によって参加者の楽観・悲観傾向が影響を受けた可能性も考えられるため、実験 2-2 では LOT-R をパワー操作前後に行った。その結果、LOT-R の前後のスコアの相関係数は参加者全体で .828, High Power 操作を受けた参加者が .825, Low

Power 操作が .838 であり、パワー操作によって LOT-R のスコアに影響が見られなかったことが確認された。そして、スコアが 14 を超えた参加者を楽観主義に、それ未満の参加者を悲観主義に分類した。なお、パワー操作前後のスコア間で 14 の基準値を跨いだ参加者はいなかった。

接触フェーズでは、刺激は小集団ごとにスクリーン上に一斉呈示された。刺激呈示時間 3 秒, ISI は 1 秒であった。刺激の呈示される順番、回数は小集団間でカウンターバランスをとった。

評価フェーズでは、参加者には旧項目 12 個に新項目 2 個を加えた計 14 個の図形に対して評価を求めた。評価尺度は好意度、親近性、新奇性、なつきさの 7 件法評価と再認判断の 2 件法であり、評価は参加者のペースで行われた。

5.2.5 結果と考察

好意度の差分評価値 (図 5) の分析の結果、楽観傾向の参加者は、4 次の交互作用が有意であり ($F(2, 64)=3.81, p=.023, \eta^2=.030$)、High Power 操作を受けた参加者は、接触頻度によって好意度評価値の上昇が見られたのは、インターバル 5 分の分散呈示 ($F(2, 120)=9.08, p<.001$) と、インターバル 1 週間の集中呈示 ($F(2, 120)=6.11, p=.003$) であった。特に 9 回呈示条件において、分散呈示では 1 週間のインターバルによって評価値が有意に低下し ($F(1, 90)=10.41, p=.002$)、集中呈示では有意ではないものの ($F(1, 90)=1.39, p=.241$) 評価平均値の上昇が示された。Low Power 操作を受けた参加者では、インターバルの効果がみられ ($F(1, 17)=13.36, p=.002, \eta^2=.626$)、インターバルと呈示方法の交互作用が有意傾向であった ($F(2, 120)=3.42, p=.082, \eta^2=.021$)。

なつきさ評価値 (図 6) について、楽観傾向の参加者は、呈示回数の主効果が有意であり ($F(2, 64)=10.20, p<.001, \eta^2=.175$)、インターバルと呈示回数の交互作用が有意傾向 ($F(2, 64)=3.04, p=.055, \eta^2=.037$) であった。High Power 操作を受けた参加者で接触頻度によって評価値の上昇が見られたのは、インターバル 1 週間の集中呈示 ($F(2, 120)=4.63, p=.011$) のみであり、集中呈示による単純接触の遅延後の上昇がなつきさ感情の生起に支えられていることが明らかになった。しかし、Low Power 操作を受けた参加者においても評価値の上昇が見られたのは、インター

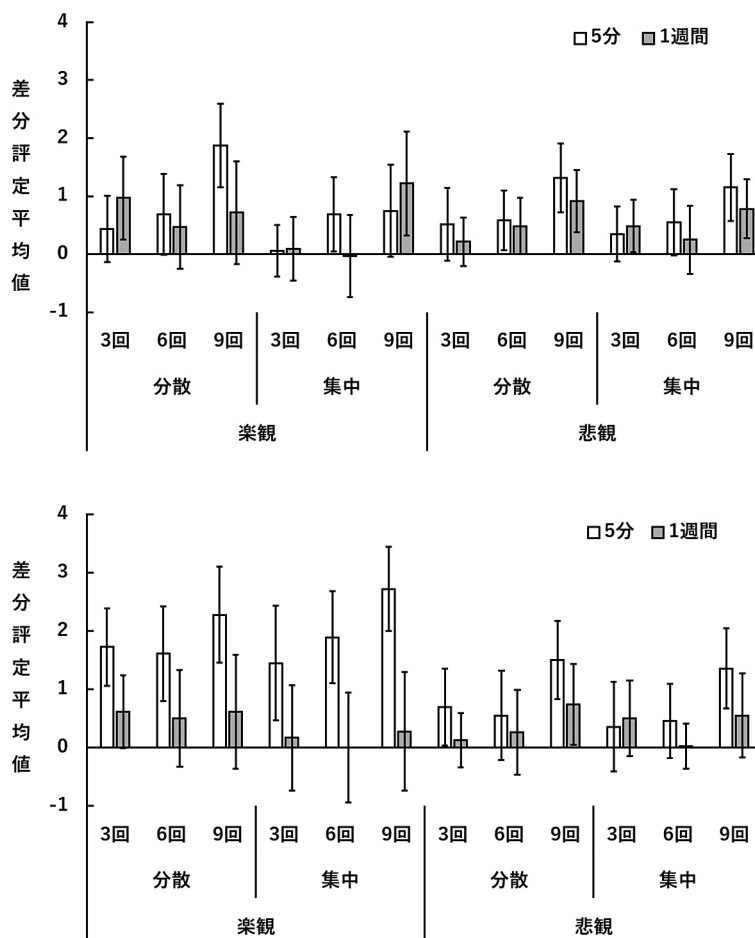


図5 好意度の新旧項目差分評定平均値：刺激呈示方法・呈示回数・インターバル・社会的勢力感・楽観悲観傾向の効果（実験2-2）
上段はHigh Power条件，下段はLow Power条件。エラーバーは95%信頼区間を表す（松田・興梠・楠見（2018）を改変）

バル1週間の集中呈示（ $F(2, 120)=5.10, p=.008$ ）のみであったものの、ここでのなつかしさの上昇が単純接触効果に繋がるものではなかった。

悲観傾向の参加者の結果は、両操作において好意度評定値のインターバル（ $F(1, 49)=4.21, p=.046, \eta^2=.075$ ）と呈示回数（ $F(2, 98)=19.88, p<.001, \eta^2=.241$ ）の主効果が有意であり、なつかしさ評定値はインターバルと呈示方法、呈示回数の交互作用（ $F(2, 98)=4.39, p=.015, \eta^2=.062$ ）が有意であった。

Matsuda et al. (2012) と同様な集中呈示による単純接触の遅延後の上昇と分散呈示による効果の低下を、促進的な認知状態の楽観主義者に対して検出することが出来た。なつかしさの評定値も同

様の動きを見せており、集中呈示による単純接触効果の長期的効果がなつかしさ感情によって支えられている可能性が併せて示された。一方で、楽観主義者が抑制的な認知状態になると全体的に呈示方法や呈示回数に関わらず接触済みの刺激への好意度評価が高まるものの、その効果は長期的に保持されるものではなかった。なつかしさ感情は1週間後にも持続して見られる一方で好意度は遅延によって消失していることから、楽観主義者が抑制的な認知状態で接触した刺激へのなつかしさ感情は、単純接触効果に必ずしも繋がるものではないといえる。

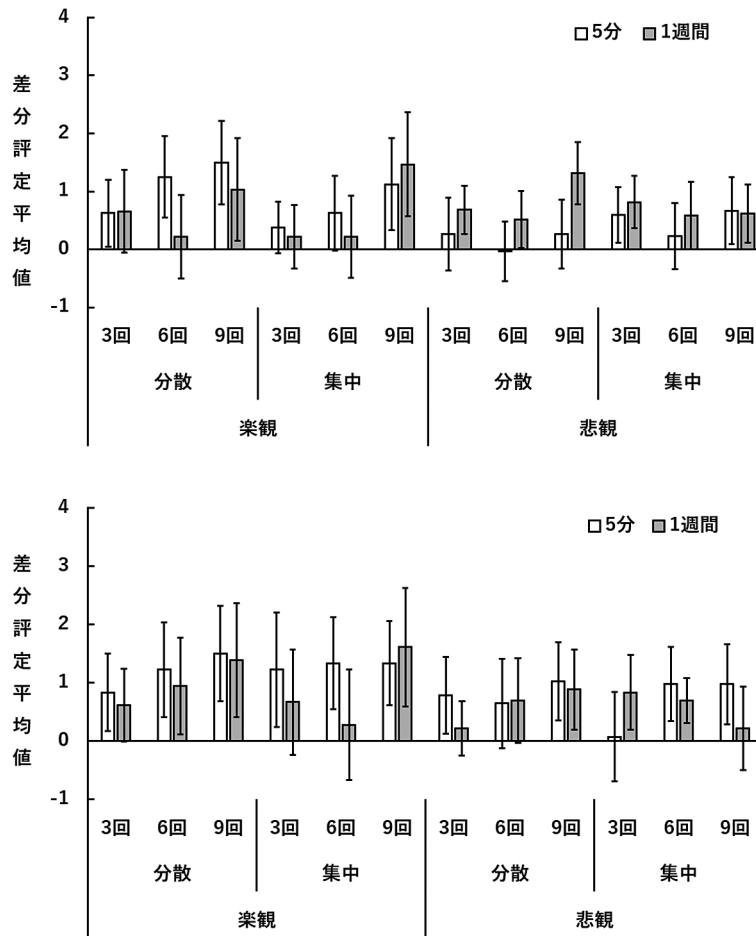


図6 なつかしさを新旧項目差分評定平均値：刺激呈示方法・呈示回数・インターバル・社会的勢力感・楽観悲観傾向の効果（実験2-2）
上段はHigh Power条件，下段はLow Power条件。エラーバーは95%信頼区間を表す（松田・興梠・楠見（2018）を改変）

6. ま と め

本稿では、長期的接触と遅延によるなつかしさ感情が単純接触効果を促進することを示した石川ら（2012）と、刺激集中呈示と遅延によって生じたなつかしさ感情が単純接触効果を高めることを示した Matsuda et al.（2012）の先行研究に基づいて行われてきた5つの実験から、刺激への長期的接触時にどのような刺激の呈示方法と呈示傾向時になつかしさ感情が生じるか、また参加者の社会的勢力感や楽観性悲観性傾向がなつかしさ感情による単純接触効果の促進にどのように影響するかについての検討を行ってきた。

実験1は1週間の接触間インターバルを設定し

た3セッション構成の長期的接触スパンにおいて、参加者間要因として接触から評定のインターバルを、参加者内要因として刺激の呈示方法と呈示傾向を操作した。その結果、集中呈示において接触直後には単純接触効果は見られなかったが、1週間のインターバル後には効果が確認され、その中でも長期的接触の最後の接触（第3接触）での呈示回数が最も多かった条件での評定値が高まった。また、なつかしさを評定においても1週間後に同様の上昇効果が見られたことから、長期的学習における呈示傾向と接触後の遅延によってなつかしさ喚起が促進され、当該刺激への好意度を上昇させたことが考えられた。

しかし、その後に行った追加実験において、評

定直前の接触回数を統一して最後の接触から評定までのインターバルを拡大した条件（実験 1-2）と、毎回の刺激呈示傾向ごとの呈示回数の差を拡大した条件（実験 1-3）では、同様の効果を得ることはできなかった。

実験 1 の結果は、Kusumi et al. (2010) によって提唱された、刺激への頻繁な接触とその後の空白期間によるなつかしさ感情の生起モデルを実験的に再現したものであるといえる。そして、長期的接触による単純接触効果の生起にはなつかしさ感情の喚起が重要であり、そのなつかしさ感情を喚起させるためには、刺激呈示の回数や方法、傾向などを適切に操作する必要があることが明らかとなった。

続いて行われた実験 2 は社会的勢力感に注目し、パワープライミング課題による参加者の勢力感操作と参加者の楽観性・悲観性傾向が、分散呈示ないし集中呈示による単純接触効果に及ぼす影響を検討したものであった。制御焦点理論 (Higgins, 1997) によると、ヒトには促進焦点と予防焦点の 2 つの自己制御の志向があり、パワープライミング課題では、先行刺激として参加者に促進的な手掛かりを与えることで促進焦点を高め (High Power)、抑制的な手掛かりを与えて予防焦点を高める (Low Power)。

Matsuda et al. (2012) や実験 1-1 では、刺激接触後に 1 週間のインターバルを置くことでなつかしさ感情が生起し、集中呈示条件において呈示回数が増加すると好意度評定値が上昇する傾向があった。しかし、先行研究で行われた接触後のインターバル操作の代わりに、Power 操作を刺激接触の事前に行った実験 2-1 では、High Power 操作を受けた楽観主義者は集中 9 回呈示において、悲観主義者は分散 9 回呈示において効果があった。High Power 操作を受けた楽観主義者にとって、非日常的な集中 9 回呈示への目新しさが好意度を高め、これは先行研究 (Gillebaart et al., 2012) の High Power 操作において新奇性選好となるという結果と同様であった。悲観主義者は High Power 操作を受けたとしても集中 9 回呈示への目新しさを受け入れることが出来ず、新奇性の低い分散 9 回呈示の刺激への好意度が高まったと考える。楽観主義者であっても、Low Power 操作を受けると分散 9 回呈示において好意度と親近性、なつかし

さ、購買意図の評定値に上昇が見られた一方で、新奇性評定値は極めて低かった。楽観主義・悲観主義に関わらず、Low Power 操作によって防衛的な認知を促した結果、変化がないことで親しみを感じられる親近性選好となったと判断することができる。

また、Matsuda et al. (2012) と同様に接触後に 1 週間のインターバルを置いた条件（実験 2-2）では、High Power 操作を受けた楽観的な参加者のみで、集中呈示によるなつかしさ感情と単純接触効果の遅延後の上昇が検出された。悲観主義者は 1 週間の遅延後になつかしさ評定値が保持されているものの、それが単純接触効果の促進に繋がるものではなかった。一般的になつかしさ感情は報酬系を賦活させる効果 (Oba et al., 2016; Salimpoor et al., 2011; Speer et al., 2014) や、孤独感の低減と社会的サポート感の上昇をもたらす効果 (小谷・楠見, 2020) が先行研究によって示されているが、一方で抑うつ傾向や神経症傾向、行動抑制傾向のある人にとってはかえって抑うつや孤独感を増幅させることも知られている (楠見, 2018; Verplanken, 2012)。そのために、悲観的な参加者には刺激へのなつかしさ感情が当該刺激への好意的反応には結びつかなかったと考える。

本稿で紹介した 5 つの実験の意義として、Kusumi et al. (2010) で提唱されていたなつかしさ感情生起の仮説モデルを実験的に検証した点と、長期的接触と刺激集中呈示、社会的勢力感の操作によってなつかしさ感情が単純接触効果を促進させることを示した点の 2 つを挙げることができる。しかし、刺激集中呈示と遅延によるなつかしさの喚起が単純接触効果に及ぼす促進効果は、長期的な接触スケジュールの中での接触傾向のみならず、刺激に接触した人間の楽観-悲観傾向や社会的勢力感に影響を受ける、非常に限定的な効果である可能性も示唆された。そのため、なつかしさ感情の生起による単純接触効果の促進効果を最大化させる各要因の操作条件の特定が今後の課題として挙げられる。

謝 辞

本稿で紹介した 5 つの実験の実施と分析、執筆に際して、山口大学の武山和さん、末友雄太さん、福水達也さん、山口紗里さん、小野田静菜さん、興梠盛剛さん、京都大学の楠見孝先生より多大なるご協力を得

ました。また、本稿執筆にあたって九州大学の三浦佳世先生と成城大学の牧野圭子先生より大変貴重なご助言をいただきました。最後に、実験1は科学研究費若手研究(B) (課題番号: 24700263)、実験2は科学研究費基盤研究(B) (課題番号: 16H02837)からの助成を受けました。ここに感謝の意を表します。

文 献

- Baldwin, M., Biernat M., & Landau, M. J. (2015). Remembering the real me: Nostalgia offers a window to the intrinsic self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 108, 128–147.
- Bornstein, R. F. (1989). Exposure and affect: Overview and meta-analysis of research, 1967–1987. *Psychological Bulletin*, 106, 265–289.
- Bornstein, R. F. (1992). Novelty, complexity and hedonic value. *Perception and Psychophysics*, 8, 279–286.
- Bornstein, R. F., & D'Agostino, P. R. (1992). Stimulus recognition and the mere exposure effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 545–552.
- Bornstein, R. F., Kale, A. R., & Cornell, K. R. (1990). Boredom as a limiting condition on the mere exposure effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 791–800.
- 遠藤信貴・斎木 潤・中尾陽子・斎藤洋典 (2003) 無意味輪郭図形の階層的特徴記述に基づく知覚判断特性の分析 心理学研究, 74, 345–353.
- Fox, E. (2012). *Rainy brain, sunny brain: How to retrain your brain to overcome pessimism and achieve a more positive outlook*. New York, NY: Basic Books.
- 福水達也 (2015) 視覚刺激への長期的接触傾向が単純接触効果に及ぼす影響 山口大学工学部感性デザイン工学科 2014 年度卒業論文.
- Galinsky, A. D., Gruenfeld, D. H., & Magee, J. C. (2003). From power to action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 453–466.
- Gillebaart, M., Förster, J., & Rotteveel, M. (2012). Mere exposure revisited: The influence of Growth Versus Security Cues on Evaluations of Novel and Familiar Stimuli. *Journal of Experimental Psychology: General*, 141, 699–714.
- Higgins, E. T. (1997). Beyond pleasure and pain. *American Psychologist*, 52, 1280–1300.
- Holbrook, M. B. (1993). Nostalgia and consumption preference: Some emerging patterns of consumer tastes. *Journal of Consumer Research*, 20, 245–256.
- 石川 晋・松田 憲・楠見 孝 (2012) 長期的学習による刺激呈示傾向が単純接触効果に及ぼす影響 日本認知心理学会第 10 回大会発表論文集, 127.
- Jacoby, L. L., & Kelley, M. C. (1987). Unconscious influences of memory for a prior event. *Personality Psychology: General*, 118, 115–125.
- Kagan, J. (2009). Categories of novelty and states of uncertainty. *Review of General Psychology*, 13, 290–301.
- Kawaguchi, J., Nakamura, H., & Suzuki, A. (2018). Remembering episodic memory with nostalgia influences delay discounting. Poster presented at the 3rd Psychonomics International meeting.
- Keltner, D., Gruenfeld, D. H., & Anderson, C. (2003). Power, approach, and inhibition. *Psychological Review*, 110, 265–284.
- 小谷 恵・楠見 孝 (2020) 飲料によるなつかしさの喚起が感情と社会的サポート感に及ぼす効果 *Journal of Health Psychology Research*. 170124088. DOI: 10.11560/jhpr.170124088
- 楠見 孝 (2014) なつかしさの心理学：記憶と感情, その意義 日本心理学会 (監修) 楠見 孝 (編) なつかしさの心理学：思い出と感情 (pp. 1–22) 誠信書房.
- 楠見 孝 (2018) 加齢によるポジティブな時間的展望となつかしさの増大. 日本発達心理学会第 29 回大会, P1-22.
- Kusumi, T., Matsuda, K., & Sugimori, E. (2010). The effects of aging on nostalgia in consumers' advertisement processing. *Japanese Psychological Research*, 52, 150–162.
- 松田 憲・興梠盛剛・楠見 孝 (2018) 集中呈示による長期的単純接触効果に楽観－悲観傾向と勢力感が及ぼす影響 日本心理学会第 82 回大会発表論文集, 499.
- 松田 憲・中舘拓希・楠見 孝 (2015) バナー広告の集中呈示とインターバルが単純接触効果に及ぼす影響 日本認知科学会第 32 回大会発表論文集, 348–351.
- Matsuda, K., Onoda, S., Kouroki, M., & Kusumi, T. (2016). The effects of power priming and exposure sequence on mere exposure effect. Poster presented at the 31st International Congress of Psychology. Yokohama, JPN.
- 松田 憲・末友雄太・楠見 孝 (2014) 単純接触効果における刺激呈示頻度の変化と分散 - 集中呈示の効果 日本心理学会第 78 回大会発表論文集, 609.
- Matsuda, K., Sugimori, E., & Kusumi, T. (2012). Nostalgia and mere exposure effect: Impact of stimuli repetition and spacing. Poster presented at 53rd Annual Meeting of the Psychonomic Society. Minneapolis, MN.
- Oba, K., Noriuchi, M., Atomi, T., Moriguchi, Y., & Kikuchi, Y. (2016). Memory and reward systems coproduce 'nostalgic' experiences in the brain. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 11, 1069–1077.
- Reber, R., Winkielman, P., & Schwarz, N. (1998). Effects of perceptual fluency on affective judgments. *Psychological Science*, 9, 45–48.
- Salimpoor, V. N., Benovoy, M., Larcher, K., Dagher, A., & Zatorre, R. J. (2011). Anatomically distinct dopamine

- release during anticipation and experience of peak emotion to music. *Nature Neuroscience*, 14, 257–262.
- Scheier, M. F., Carver, C. S., & Bridges, M. W. (1994). Distinguishing optimism from neuroticism (and trait anxiety, self-mastery, and self-esteem): A reevaluation of the Life Orientation Test. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 1063–1078.
- Seamon, J. G., Brody, N., & Kauff, D. M. (1983). Affective discrimination of stimuli that are not recognized: II. Effect of delay between study and test. *Bulletin of the Psychonomic Society*, 21, 187–189.
- Smith, P. K., & Trope, Y. (2006). You focus on the forest when you're in charge of the trees: Power priming and abstract information processing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 578–596.
- Speer, M. E., Bhanji, J. P., & Delgado, M. R. (2014). Savoring the past: Positive memories evoke value representations in the striatum. *Neuron*, 84, 847–856.
- Stang, D. J., & O'Connell, E. J. (1974). The computer as experimenter in social psychology. *Behavior Research Methods and Instrumentation*, 6, 223–231.
- Stang, D. J. (1975). Effects of “mere exposure” on learning and affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 7–12.
- 富田瑛智・松下戦具・森川和則（2013）部分遮蔽刺激を用いたアモータル補完時の単純接触効果の検討. *認知心理学研究*, 10, 151–163.
- Verplanken, B. (2012). When bittersweet turns sour: Adverse effects of nostalgia on habitual worriers. *European Journal of Social Psychology*, 42, 285–289.
- Wildschut, T., Sedikides, C., Arndt, J., & Routledge, C. (2006). Nostalgia: content, triggers, functions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 91, 975–993.
- Winkielmen, P., & Cacioppo, J. T. (2001). Mind at ease puts a smile on the face: Psychophysiological evidence that processing facilitation elicits positive affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 989–1000.
- 山口紗里（2016）長期的接触傾向が集中呈示・分散呈示による単純接触効果に及ぼす影響 山口大学工学部感性デザイン工学科 2015 年度卒業論文.
- Zajonc, R. B. (1968). Attitudinal effects of mere exposure. *Journal of Personality and Social Psychology Monograph*, 9, 1–27.
- Zajonc, R. B., Crandall, R., Kail, R. V., & Swap, W. (1974). Effect of exposure frequencies on different affective ratings of stimuli. *Perceptual and Motor Skills*, 38, 667–668.
- Zhou, X., Sedikides, C., Wildschut, C., & Gao, D.-G. (2008). Counteracting loneliness: On the restorative function of nostalgia. *Psychological Science*, 19, 1023–1029.
- Zhou, X., Wildschut, T., Sedikides, C., Shi, K., & Feng, C. (2012). Nostalgia: The gift that keeps on giving. *Journal of Consumer Research*, 39, 39–50.

— 2020. 9. 29 受稿, 2021. 2. 4 受理 —