

Positive 気分における記憶内容の変容

— カテゴリー一致情報の影響について —

野 田 理 世¹⁾

気分が情報処理方略に影響を与えることは、多くの研究が報告しているが (Bless, 2000; 2001; Clore, Schwarz & Conway, 1994; Fiedler, 2000; Forgas; 2000; Wyer, Clore & Isbell, 1999), negative 気分は精緻的でシステマティックな処理を促進するのに対して, positive 気分では, 簡便なヒューリスティックな処理を促すことが指摘されている。例えば, 対人情報を処理する場合に positive 気分がステレオタイプの判断を促進すること (Bodenhausen, Krammer & Susser, 1994; Bodenhausen, Sheppaer & Krammer, 1994), 説得場面において, positive 気分の被験者は, メッセージの内容にあまり影響を受けないこと (Bless, Bohner, Schwarz & Strack, 1990; Mackie & Worth, 1989), また, positive 気分がヒューリスティックな判断を引き起こすため, “誤った関連づけ (Hamilton & Gifford, 1976)” が起こらなくなるという結果がこれまで明らかになっている (Stroesser, Hamilton & Mackie, 1992)。

このように, positive 気分がステレオタイプやカテゴリー的知識を用いたヒューリスティックな判断を促進することを説明する主な理論的枠組みとしては, (1) 動機づけ的な解釈からの説明 (Isen, 1987), (2) 認知キャパシティからの説明 (Isen, 1987; Mackie & Worth, 1989), (3) 感情情報理論 (Schwarz, 1990; Schwarz & Clore, 1983) による説明がある。(1)によると, positive 気分がヒューリスティックな判断を引き起こすのは, 人は, positive な感情状態を維持するように動機づけられているので, positive 感情を維持する, もしくはその感情状態を高めない限り, 認知的な努力 (システマティックな処理) を回避する結果である。また, (2)によれば, positive 情報は, 記憶内で多くのリンクを持ち幅広く統合されているので, positive 感情の活性化に伴い, 多くの positive 情報が活性化した結果, 認知キャパシティが低減して, ヒューリスティックな処理に傾

倒するという, 記憶内での構造化の違いからの説明が可能である。さらに (3)については, positive 感情は状況が良好である時に生起するので, 慎重になる必要性が低いことを示唆し, ヒューリスティックな処理を促すと説明をしている。いずれの枠組みにせよ, positive 気分は動機づけ, 認知キャパシティを低下させ, それが原因となりヒューリスティックな判断を引き起こすと結論づけている。

これらの理論的枠組みに基づき, 多く研究が, positive 気分が動機づけや認知キャパシティを低減させるとしているが, これは, ヒューリスティックな判断が行われている結果からの推論であり, 媒介すると考えられる変数 (動機づけや認知キャパシティ) を直接に扱っている研究がほとんど存在しないことは問題であろう (Bless, 2000)。そこで本研究では, 特に記憶に焦点をあて, positive 気分における記憶内容の変容について詳細な検討を行う。

positive 気分における記憶再生結果の分析については, 刺激対象人物の職業カテゴリー情報を提示しておいてから, そのカテゴリーに一致 (もしくは不一致) する情報を被験者に与えた場合, 実験直後と比較して3日後のカテゴリー一致情報の記憶再生率が優れていることが報告されている (野田, 2003)。職業カテゴリーに一致した情報の記憶再生率が一定期間後によくなるという結果は, positive 気分はカテゴリー的知識に基づく処理を促進するので, “カテゴリーを使用した”ということが記憶の中に残り, カテゴリーに一致した情報の記憶成績が良くなったことを示唆する。

しかしながら, この結果からは, positive 気分がカテゴリーの使用を促進するという示唆を得ることはできるが, 記憶情報をカテゴリー一致情報へ変容させるかどうかについては不確かである。もし, positive 気分がカテゴリー一致情報へ記憶を変容させるのであれば, 記憶内容の詳細な吟味が必要であろう。そこで本研究では, positive 気分がカテゴリー不一致情報を一致情報へ変容させるかについて, 再認記憶結果を用いた分析を行う。仮説: 刺激対象人物について, カテゴリー情報と, カテ

1) 名古屋大学大学院教育発達科学研究科博士課程 (後期課程)

ゴリーに一致する・不一致する情報を与えた場合、negative 気分条件よりも positive 気分条件で、カテゴリー不一致情報がカテゴリー一致情報に変容する。

方法

予備実験

ビデオ刺激を作成するにあたり、大学生58名に、イベントコンパニオン（もしくは理学部の助手）を職業としている20代の女性をイメージさせ、その人物の取る具体的な行動や特徴を以下の6項目について記述させ、それらを参考に102項目の具体的な行動文を作成した。(1)見た目、外見上の印象、(2)趣味、興味を持っていること、(3)将来の夢、(4)現在、欲しいもの、(5)最近、購入したものの、(6)休日の行動)。この102項目は、51組から構成されており、片方が、イベントコンパニオンの女性の特徴を表わす行動文（例；流行には敏感で、どちらかといえば流行りの服装をする）ならば、もう片方は理学部の助手をしている女性の特徴（例；流行には敏感ではなく、どちらかといえば無難な服装をする）に対応する行動文である。各行動文に対し、133名の被験者に、“一般の人がイベントコンパニオン（理学部の助手）に対して持つイメージ”について、“全くあてはまらない(1)”から“とてもよくあてはまる(5)”の5件法で評定を求めた。以上をもとに、イベントコンパニオン（理学部の助手）の特徴として想定した項目の評定値が4.0以上で同時に、理学部の助手（イベントコンパニオン）の特徴として想定した項目の評定値が1.0以下の項目を抽出し、標準偏差を考慮した上で22項目選択した。項目数については、Hastie & Kumar (1979)を参考にしたが、予備実験(N=33)の結果、再生・再認率の優れた項目が見られたので、最終的な項目は20項目とした。

以上の手続きをふまえた項目をもとに、ビデオ刺激を作成した。これは、イベントコンパニオンの特徴10項目、理学部の助手の特徴10項目を含む合計20項目から構成されている。なお、ビデオに含まれる項目の組み合わせと提示順序を変えて合計2種類のリストを作成した。このリストについては、例えば、リストの一方がイベントコンパニオンの特徴を含んでいるのならば（例；流行には敏感で、どちらかといえば流行りの服装をする）、もう片方のリストは理学部の助手の特徴（例；流行には敏感ではなく、どちらかといえば無難な服装をする）を含んでいる。なお、これら2つのリストの印象評定値は予備実験(N=33)で差のないことが確認されている。

ビデオ刺激については、インタビュー形式でAという女性が最近の出来事について約5分間語る様子を撮影したものである。ビデオの内容は、最初に簡単な自己紹介を

行い、職業カテゴリーを述べた後で、(1)最近の出来事、(2)ウィークデイの過ごし方、(3)週末の過ごし方、(4)自分自身について（日常場面）、(5)自分自身について（性格、過去、将来）の5つについて語る様子のものである。なお、2種類のうち片方のリストは、(3)→(4)→(5)→(1)→(2)の順序で提示してある。

印象評定尺度については、まず、林(1978)を参考にし、両職業カテゴリーに属する人物の印象を求めた場合、比較的差のありそうな特性形容詞を選定した（例；派手な(1)ー地味な(5)）。その後、55名の被験者に、“一般の人がイベントコンパニオン（理学部の助手）に対して持つイメージ”について評定をさせた結果、両カテゴリーの特徴として比較的高い評定値を示す特性形容詞ペアを選択した。例えば、“派手なー地味な”という特性形容詞ペアは、前者がイベントコンパニオンの特徴として高い一致度を示すと同時に、理学部の助手の特徴としては低い一致度を示しており、後者は、理学部の助手の特徴として高い一致度を示すと同時に、イベントコンパニオンの特徴としては低い一致度を示している。さらに、別の被験者(N=70)にビデオに登場する人物の映像のみを提示して印象評定を求めた結果、特性形容詞ペアのどちらにも強く偏らない形容詞ペアを選択し、最終的に4つの特性形容詞（派手なー地味な、明るいー暗い、活発なーおとなしい、外交的なー内向的な）を選定した。本実験では、以上の4項目にフィルター項目を加えて質問した。

本実験

実験デザイン 気分(2)(happy, sad)×判断時期(2)(実験直後, 3日後)×カテゴリー情報(2; 一致情報, 不一致情報)の3要因被験者間計画である。気分は被験者間要因で、判断時期、カテゴリー情報は被験者内要因である。

被験者 大学生84名(男性37名, 女性47名)を条件群によって男女の偏りがないように均等に割り当てた。

実施時期 2002年6月中旬～7月中旬。

手続き 2人から4人の集団でパーティションで区切られた実験室で実施した。

気分導入 印象形成の実験に入る前に、“音楽聴取が日常生活の記憶想起に与える影響を調べる”という目的で、被験者に音楽を聴かせながら過去に経験した楽しかった(悲しかった)出来事を“その時の状態になったつもりで、できるだけ具体的に”思い出して書くように指示し、気分誘導を行った。

音楽については、伊藤、栗野(2000)を参考に、happy条件ではcobaの“プシュケ”を用い、sad条

件では、谷口 (1996) を参考にサティの“グノシェンヌ3番”, “グノシェンヌ4番”を用いた。

印象評定課題 その後で、印象形成の実験に入ることを伝え、Aという女性が最近の出来事について、簡単なインタビュー形式で語る約5分間のビデオを提示した。

その後、Aについての印象を7件法で尋ねた。印象評定値は、評定値が高いほど理学部の助手に、また、低いほどイベントコンパニオンの特徴に一致することを示す。

続いて、Aの発言内容に関する自由再生記憶テスト、再認記憶テストを行った。再認記憶テストは、20項目の質問について行い、最初に発言の一部を提示し(例; 流行には)、Aの発言について、(1)イベントコンパニオンの特徴に一致する答え(例; 流行には敏感で、どちらかといえば流行りの服装をする)、(2)理学部の助手の特徴に一致する答え(例; 流行には敏感ではなく、どちらかといえば無難な服装をする)、(3)ビデオの人物はこの項目についてはなにも言っていない、の3つ選択肢から答えを選択させた。すべての回答をし終えた後で、3日後に再び実験室に訪れるように依頼した。

被験者が3日後に実験室を訪れた際に、再度、先日ビデオで見たAについて印象を尋ね、再生記憶・再認記憶テストを行った。

結 果

誤再認率

再認記憶テストの結果、本来ならば正答が不一致情報であるが、一致情報を正解として誤回答した項目数を総エラー数で除したものを誤再認率とした。各群の平均比率を Table 1 に示す。この結果について、気分(2; happy, sad) × 判断時期(2; 実験直後, 3日後) × の2要因の分散分析を行ったところ、判断時期の主効果のみが見られ ($F(1, 54) = 3.78, p < .05$)、実験直後よりも3日後において、不一致情報が一致情報に変容し

ていることが確認された。しかしながら、気分の主効果 ($F(1, 54) = 1.65, p = .20$) が見られないため、negative 気分条件よりも positive 気分条件で、カテゴリー不一致情報がカテゴリー一致情報に変容する、とした仮説は支持されなかった。

一致情報(不一致情報)の正再認率

再認記憶テストの結果、一致情報(不一致情報)の正再認数を総項目数で除したものを一致情報(不一致情報)の正再認率とした。各群の平均比率を Table 1 に示す。正再認率について、気分(2; happy, sad) × 判断時期(2; 実験直後, 3日後) × カテゴリー情報(2; 一致情報, 不一致情報)の3要因の分散分析を行ったところ、いずれの交互作用、主効果についても有意な差が得られなかった。ここでは、negative 気分条件よりも positive 気分条件において一致情報が多く再認されており、また、実験直後と3日後の正再認率にも差が見られないことから、positive 気分はカテゴリー的知識に基づく処理を促進するがゆえに、“カテゴリーを使用した”ということが記憶の中に残り、一定期間後のカテゴリー一致情報の記憶成績が良くなるという結果(野田, 2003)を確認することができなかった。この原因については考察で述べることにする。

考 察

本研究では、positive 気分が、カテゴリー一致情報への変容に与える影響を確認するために、再認記憶結果を用いて分析を行った。刺激対象人物について、カテゴリー情報と、そのカテゴリーに一致する・不一致する情報を与えた場合、negative 気分条件よりも positive 気分条件で、カテゴリー不一致情報がカテゴリー一致情報に変容すると予測したが、そのような結果は得られなかった。

Table 1 誤再認と正再認の平均率

誤再認率 (不一致情報 → 一致情報)			
気 分			
判断時期	positive	negative	
当 日	.342 ^a (.384)	.256 ^a (.383)	
3 日 後	.490 ^b (.362)	.400 ^b (.378)	
a < b (< .05)			
気 分			
判断時期	positive	negative	
	一致情報	不一致情報	一致情報 不一致情報
当 日	.457 (.033)	.445 (.048)	.441 (.061) .443 (.059)
3 日 後	.454 (.036)	.436 (.056)	.429 (.071) .443 (.059)

このような結果が得られた原因の一つとして、本研究で用いた刺激対象と再認テストにおける手続きに問題のあった可能性が考えられる。本研究では、記憶再認テストで、カテゴリー不一致情報を正解として選択すべきところを、カテゴリー一致情報を正解として選択した場合に“カテゴリー一致情報への変容”とした。つまり、記憶情報自体が不一致であるものから、反対の意味合いに近い一致情報へ変容することをもって“カテゴリー一致情報への変容”としている。しかしながら、カテゴリーを使用した結果、記憶内容が一致情報へ変容したことを確認したいのであれば、カテゴリー不一致情報でなくとも、ニュートラルな別の情報が一致情報へ変容したことを確認する手続きで十分かもしれない。Snyder & Uranovitz (1978) は、刺激対象としてあいまいな情報を提示し再認を求めた場合、正解として選択した項目により、ステレオタイプに影響を受けたかどうかはわかる操作を行っている。したがって、本研究で“カテゴリー一致情報への変容”として求めた条件は、若干厳しいものであったかもしれない。それゆえ、“カテゴリー一致情報へ変容”した結果が確認できなかった可能性がある。

しかしながら、positive 気分条件でカテゴリー一致情報への変容が見られなかった原因として、別の解釈をすることもできる。つまり、positive 気分条件では、カテゴリー一致情報だけでなく、不一致情報についても精緻的な処理が行われていた可能性も否定できない。Bless, Schwarz & Wieland (1996) は、positive 気分を誘導された被験者に、刺激対象人物について、社会的カテゴリー情報と個人情報を与えた場合、認知資源を必要とするカテゴリー不一致情報を (Wyer & Srull, 1989) 精緻的に処理することを指摘している。本研究でも、positive 気分条件においては、カテゴリーを用いた処理を行っていたかもしれない。しかしながら、カテゴリーを用いた処理を行うことと、不一致情報を無視することは異なることであり、与えられたカテゴリー情報と照らしあわせて不一致情報を処理していた可能性も十分に考えられる (cf., 連合ネットワークモデル e.g., Hastie, 1980; Hastie & Kumar, 1979)。それゆえ、不一致情報が一致情報へ変容しなかったかもしれない。

最後に、本研究の問題点について議論したい。第一に記憶再認テストの成績が優れていたため、誤再認数が詳細な検討を行うには不十分であったことがある。再認テストの平均正再認数は、20項目のうち、実験直後で17.7 (1.86)、3日後で17.6 (1.79)であった。つまり、たとえ positive 気分がカテゴリー一致情報への変容を促進したとしても、測定値の天井効果により、本研究の

結果から議論することは不可能であったかもしれない。再認率を分析対象とするのであれば、ビデオに含まれる項目数を、本実験で用いた数より多くすることが必要であろう。

第二に、ビデオに含まれる項目の内容と記憶再認テストでの質問形式についての問題がある。本研究では、記憶再認テストで、記憶情報自体が不一致であるものから、反対の意味合いに近い一致情報へ変容することをもって“カテゴリー一致情報への変容”としている。しかしながら、上述したように、カテゴリーを使用した結果、記憶内容が一致情報へ変容したということを確認めたいのであれば、カテゴリーに不一致な情報でなく、ニュートラルな別の情報が一致情報へ変容したことを確認するの十分かもしれない。この点については、再認テストでの質問形式とあわせて検討を行う必要がある。その際、positive 気分とカテゴリー情報の関係について、明確にする点を十分に考慮して刺激に含まれる項目を設定することが求められよう。つまり、positive 気分がカテゴリーを用いた記憶の変容を促進するのか、もしくは、記憶を再構成する場合にカテゴリーを使用させるのか、それとも単に、カテゴリーを用いさせるだけなのか、これらについて十分な検討を行った上で、新たな刺激を作成する必要があると考えられる。

引用文献

- Bless, H. 2000 The interplay affect and cognition: The mediating role of general knowledge structures. In J.P. Forgas, (Ed), *Feeling and thinking*, Cambridge University Press. Pp. 201-222.
- Bless, H. 2001 The consequences of mood on the processing of social information. In M. Hewstone, & M. Brewer (Eds.), *Blackwell handbook of social psychology*, Cambridge University Press. Pp. 391-412.
- Bless, H., Bohner, G., Schwarz, N., & Strack, F. 1990 Mood and persuasion: A cognitive response analysis. *Personality & Social Psychology Bulletin*, 16, 331-345.
- Bless, H., Mackie, D.M., & Schwarz, N. 1992 Mood effects on attitude judgments: independent effects of mood before and after message elaboration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 63, 585-595.

- Bless, H., Schwarz, N., & Wieland, R. 1996 Mood and category membership and individuating information *European Journal of Social Psychology*, 26, 935-969.
- Bodenhausen, G., Kramer, G., & Suesser, K. 1994 Happiness and stereotypic thinking in social judgment *Journal of Personality & Social Psychology*, 66, 621-632.
- Bodenhausen, G. V., Sheppard, L.A., & Kramer, G. 1994 Negative affect and social judgment: The differential impact of anger and sadness. *European Journal of Social Psychology*. 24, 45-62.
- Clore, G.L., 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, Vol.1*. Erlbaum. Pp. 327-417.
- Fiedler, K. 2000 Toward an integrative account of affect and cognition phenomena using the BIAS. In J.P. Forgas, (Ed), *Feeling and thinking*, Cambridge University Press. Pp. 223-252.
- Hamilton, D.L., & Gifford, R.K. 1976 Illusory correlation in interpersonal perception: A cognitive basis of stereotypic judgments. *Journal of Experimental Social Psychology*, 12, 392-407.
- Hastie, R. 1980 Memory for behavioral information that confirms or contradicts a person impression. In R. Hastie, E.L. Ostrom, R.B. Ebbeson, R.S. Wyer, D.L. Hamilton, D.E. Carlston (Eds.), *Person memory: The cognitive basis for social perception*. Erlbaum. Pp. 155-177.
- Hastie, R., & Kumer, P.A. 1979 Person memory: Personality traits as organizing principles in memory for behaviors. *Journal of Personality & Social Psychology*, 37, 25-38.
- 林文俊 1978 対人認知構造の基本次元についての一考察 名古屋大学教育学部紀要, 25, 233-247.
- Isen, A.M. 1987 Positive affect, cognitive process, and social behavior. In L. Berkowitz (Ed.), *Advance in Experimental Social Psychology*, vol.20, Academic Press, Pp. 203-253.
- 栗野理恵子・伊藤義美 2001 音楽聴衆がもたらす感情的変化に関する心理学的研究—不快感情状態における音楽聴衆の効果の検討— 名古屋大学情報文化研究, 14, 75-88.
- 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.
- 野田理世 2003 気分が記憶再生に与える影響—一定期間後の影響について 日本心理学会第67回大会発表論文集, 981.
- Schwarz, N. 1990 Feeling as information: Informational and motivational functions of affective states. In Higgins, E. T., & Sorrention, R. M. (Eds.), *Handbook of motivation and cogniton: Foundations of social behavior*, vol. 2. Guilford Press. Pp. 527-561.
- Schwarz, N., & Clore, G. L. 1983 Mood, misattribution, and judgments of well-being: informative and directive functions of affective states. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 313-523.
- Snyder, M., & Uranowitz, S. W. 1978 Reconstructing the past: Some cognitive consequences of person peception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 941-950.
- Srull, T., & Wyer, R. 1989 Person memory and judgment. *Psychological Review*, 96. 58-83.
- Stroessner, S. J., Hamilton, D.L., & Mackie, D. M. 1920 Affect and stereotyping: The effect of induced mood on distinctiveness-based illusory correlations. *Journal of Personality & Social Psychology*. 62, 564-576.
- 谷口高士 1996 音楽と感情 北大路書房
- Wyer, R., Clore, G.L., & Isbell, L.M. 1999 Affect and information processing. In Zanna, M.P. (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, vol. 31, Academic Press, Pp. 1-77.

(2003年9月30日 受稿)

ABSTRACT

The Impact of Positive Mood on Memory:
Under Category Consistent Information

Masayo NODA

An experiment was conducted to investigate the impact of positive mood on memory, under category consistent information. Participants (N=84) in positive or negative mood conditions were shown videotaped film in which a person named "A" talked about her life style. They were asked to rate her impression and recall descriptive phrases regarding "A" either immediately after showing the videotaped film, or three days later. It was expected that in the positive mood condition, more inconsistent information about the target's occupational category would be transformed into consistent information, compared to the negative mood condition. However no such indication was found. It was discovered that more category inconsistent information was transformed to category consistent information three days after the experiment relative to immediately. These results did not necessary provide evidence inconsistent information was transformed to consistent in the positive mood condition.

Key words : mood effects, category consistent information