

なつかしきの感情が音の印象に与える影響

竹好 史織

「なつかしき」という感情は、幸福感と同時に寂しさも含むような、単純な喜怒哀楽では表すことのできない複合的な感情である。一方で、近年ではなつかしきのポジティブな効果に注目した研究が多くなされており、マーケティングの分野ではなつかしい広告から生じる好意を商品に伝染させることで購買意欲を高めることができるという研究もある(Matsuda et al., 2008)。また、Sugimori et al.(2011)では広告の記憶を忘却していても、商品に対するなつかしきは保持されることが報告されている。

本研究では、Sugimori et al.(2011)の実験を参考に、対象を商品から音に変換し、なつかしきを感じる画像(風景写真)と環境音を同時に提示することで、なつかしきが音にどの程度伝染するかを検討した。また、先行研究ではノスタルジアと簡潔に定義されているなつかしきを、「なじみがある」「自身の過去が思い出される」という2つの質問項目に分けて尋ねた。そこで、風景に感じるなつかしきと好意は音に伝染すると仮説を立てた。

先行研究に基づき、実験は参加者内計画で行った。なつかしきを喚起する刺激として学校に関連する風景画像、なつかしきを喚起しない刺激としてオフィスに関連する風景画像を用い、虫の鳴き声や人の話し声といった環境音と組み合わせて、それぞれ12秒間対提示した。実験1(N=40)では、対提示の15分後に音のみを聞かせ、なつかしきと好意度の評定とソース記憶テスト(先ほどの画像と対提示されたか)を実施した。その結果、なつかしきを喚起する風景と共に提示された音にはなつかしきが伝染したが、好意は伝染しなかった。ソース記憶はいずれの条件でも比較的鮮明に残っていた。そこで、実験2(N=13)では、実験1の参加者に8~9か月後に再度音の評定とソース記憶テストを求めた。その結果、時間経過とともにソース記憶は曖昧になったが、なつかしきは音に伝染したまま残っていた。実験3(N=39)では、風景と音の対提示時間を6秒に減らし、5分後に音の評定とソース記憶テストを実施した。すると、ソース記憶は短時間でも曖昧になったが、やはりなつかしきは伝染するが好意は伝染しないという結果になった。また、なつかしきを喚起する風景と共に聞いたと感じた音に対しては、それが虚偽記憶であり、実際には対提示されていなくても、なつかしきを感じるようになった。

このことから、仮説は一部のみ支持され、ソースを覚えているかどうかに関わらず、なつかしきを喚起する風景画像と共に聞いた音に対しては、その後、音のみを聞いた場合にもなつかしきの感情が生じることが示された。しかし、風景に感じたなつかしきの感情が音に直接転移するわけではなく、音を聞くことで「なつかしきを喚起する風景と共に聞いた」という感覚が生じ、それに伴ってなつかしきが間接的に感じられることが示唆された。

本研究では、なつかしきの感情に伴う好意を音刺激に伝染させることはできなかった。また、ソースモニタリングを求めて記憶を意識的に思い起こさせたため、感情の伝染について潜在的な観点からは十分に検討することができなかった。今後の研究では、なつかしきに伴う好意を対象に転移させるにはどのような要因が必要であるか、また、ソースモニタリングを求めない状況でもなつかしきやその他の感情が伝染するのかについて検討する必要がある。(基礎心理学)