

検索容易性の経験が社会・認知的判断に及ぼす効果

森 津太子*¹

Review of the effects of ease of retrieval on social and cognitive judgments.

Tsutako MORI

ABSTRACT

Most models of social and cognitive judgments focus solely on what comes to mind. This focus on thought content misses that the subjective experiences that accompany the cognitive process can serve as a source of information in their own right. These experiences include “ease of retrieval”, “tip of the tongue”, “feeling of familiarity”, “feeling of knowing”, “perceptual fluency”, and so on. Among them, “ease of retrieval” – the ease or difficulty of recall – is one of the most noteworthy subjective experiences especially in social cognition domain for the last two decades. This article highlights the ease of retrieval and reviews its role in social and cognitive judgments. Implication for integration with other cognitive and/or affective subjective experiences are discussed in the last section.

要 旨

社会的判断や認知的判断を予測するモデルの多くは、判断時に想起する情報の内容のみに注目している。そのため、情報想起に伴って経験される主観的な経験がそれ自体で重要な情報源となっていることが見過ごされている。ここでいう主観的経験には、「検索容易性」「舌端現象」「親近感」「既知感」「知覚的流暢性」などが含まれる。このうち、情報再生時の容易さや困難さを表す「検索容易性／困難性」は、ここ20年程の間、特に社会的認知の領域で中もされてきた。本論文は、この検索容易性に焦点をあて、社会的判断や認知的判断においてこの経験がどのような役割を果たすかをレビューした。さらに、最後のセクションでは、他の認知的な主観的経験や感情的経験との統合の可能性について議論した。

I. 主観的経験の重要性

社会的認知の領域では、人間を一種のコンピュータとみなすことによって、われわれが下すさまざまな社会的判断のメカニズムを理解してきた。しかし研究が進むにつれ、単純なコンピュータ・メタファでは、不十分であることが指摘されるようになってきた。そうした流れの中、コンピュータ・メタファの限界を示す現象のひとつとして、こここのところ関心を集めているのが“主観的経験 (subjective experience)”の役割である。人間をコンピュータとみなすメタファにおいては、われわれが何らかの社会的判断を行う際に重要なのは処理される情報の“内容”であり、どのような

情報が入力されたり、出力されたりするかによって、後の社会的判断が異なると考えられる。しかし最近の研究では、入出力される情報が同じであっても、そこに伴う主観的経験によって、まったく異なる意味づけがなされる可能性が指摘されており、主観的経験が果たす役割に大きな関心が向けられている。2000年には、主観的経験のみをテーマとする『秘められたメッセージ：主観的経験が社会的認知と行動に果たす役割 (The Message Within: The Role of Subjective Experience in Social Cognition and Behavior)』(Bless & Forgas, 2000a) という本が出版され、そのなかでWegner & Gilbert (2000) は「主観的経験の理解こそが、現代の社会心理学の中心的課題」だと述べている (cf., 遠藤, 2007)。

*¹ 放送大学准教授 (「発達と教育」専攻)

主観的経験への関心が高まった背景には、実験社会心理学の分野における研究手法の飛躍的な進歩が関係している。実際、主観的経験については、古くから一部の社会心理学者（あるいは心理学者全般）が関心を寄せていたが、それが“主観的”であるがために「内観法」といったかたちでしか取り扱えず、科学的検証に耐えうる研究を実施するのが難しく、発展しなかった。また主観的経験は、必ずしも意識的に経験されるものとは限らないので、その意味でも内観法には自ずと限界があった。しかし近年は、そうした問題を解決しうる洗練された研究手法が蓄積しつつあり、主観的経験の研究も急速に発展しつつある。

II. 感情的な経験と認知的な経験

では、主観的経験とは具体的にはどのような経験のことを指すのだろうか。Bless & Forgas (2000b) は、主観的経験を感情的感覚 (affective feelings) と、非感情的“認知的”感覚 (nonaffective “cognitive” feelings) に分けている¹⁾。感情的感覚とはいわゆる感情のことで、その中には、なんとなく楽しい、悲しいといった非特定の強度の弱い“ムード”や、それとは対照的に、対象が明確で強度の強い“情動”（歓喜、怒りなど）も含まれる。

一方、認知的感覚は、さまざまな情報処理に伴って経験されるメタ認知的経験で、理解のしやすさ、思い出しやすさなど、情報処理の容易さ／困難さの感覚のことである。例えば、繰り返し提示されたり、韻を踏んでいたりして、理解が促進される文章は、その内容にかかわらず好まれたり、信頼されやすいといった現象が指摘されており、認知的な主観的経験は認知的な判断や社会的な判断に大きな影響を及ぼすものであることがわかっている。これまでのところ、認知的な主観的経験としては、検索容易性 (ease of retrieval)、舌端現象 (tip of the tongue)、親近感 (feeling of familiarity)、既知感 (feeling of knowing)、知覚的流暢性 (perceptual fluency) などが挙げられている。

感情的感覚は、「感情」という独立した研究分野の中で研究が進められてきたためにすでに研究がかなり進み、ポジティブ／ネガティブな感情が社会的判断に及ぼす役割はおおむね明らかになりつつある。しかしそれとは対照的に、感情を伴わない“認知的”感覚の研究は進展していない。そこで本論文では、認知的な主観的感覚に焦点を当てる。

III. 入力時の経験と出力時の経験

前述のように、認知的な主観的経験は、情報処理に伴うメタ認知的な経験である。人間の情報処理には、外界にある新規な情報を入力処理する過程と、記憶内に蓄積されている情報を出力処理する過程の大きく分けて二つの過程がある。したがって、認知的な主観的経験も情報入力時に経験されるものと、情報出力時に

経験されるものに大きくわけることができる。先にあげたもののうち、親近感、知覚的流暢性は、何らかの刺激を知覚する際に経験するものであることから、情報入力時の認知的経験と分類することができるだろう。一方、検索容易性、既知感、舌端現象は、何かを想起しようとする際に経験するものであることから、情報出力時の認知的経験と分類できるだろう。本論文では、近年とみに研究が増えてきていることに加え、それ自体が非常に興味深い現象をもたらす検索容易性の経験に注目し、これまでの研究をレビューする。

IV. 検索容易性と利用可能性ヒューリスティクス

検索容易性とは、何かを思い出そうとしたときに経験される容易さの経験である。近年、特に社会的認知領域で検索容易性に関する研究が盛んになされるようになったのは、Schwarz, Bless, Strack, Klumpp, Rittenauer-Schatka, & Simons (1991) の『情報としての検索容易性：利用可能性ヒューリスティックを別の視点から見る (Ease of Retrieval as Information: Another Look at the Availability Heuristic)』という論文によるところが大きい。タイトルが示すように、これはすでに広く知られていた“利用可能性ヒューリスティック” (Tversky & Kahneman, 1973) に新たな光を当てた論文である。

“利用可能性ヒューリスティック (availability heuristic)”とは、人がある事象の生起頻度や生起確率を推定する際、“事例や連想の思い出しやすさによって” (Tversky & Kahneman, 1973, p.208) 判断する傾向のことであり、提唱者のTversky & Kahneman (1973) によって、その普遍性と頑健性が検証されている。たとえば、rから始まる英単語と3番目の文字がrの英単語ではどちらのほうが多いかを尋ねると、実際には後者のほうが多いのにもかかわらず、多くの人が前者と答えることが示されている (Tversky & Kahneman, 1973, 実験3)。これはrから始まる英単語は思いつきやすいのに対し、3番目の文字がrの英単語の実例を挙げるのは難しいためと考えられている。

利用可能性ヒューリスティックは、数多くの研究を刺激し、今日までにこのテーマを扱った論文は膨大に生み出されている。しかしSchwarz et al. (1999) は、現象の面白味とは裏腹に、利用可能性ヒューリスティックは、それがどのようなプロセスによって生じるものかについて驚くほど曖昧であることを指摘している。というのも、一般に、利用可能性ヒューリスティックによって生じたとされる結果は、必ずしもTversky & Kahneman (1973) が仮定しているプロセスでなくとも説明が可能だからである。Tversky & Kahneman (1973) は、上記の結果は単語再生時の主観的経験がその単語の頻度推定に影響したためと説明している。つまり、rから始まる英単語の実例を思い

出すのは簡単だが、3番目の文字がrの英単語の実例を挙げるのは難しい。この主観的経験の相違こそが頻度推定の手がかりとして働き、「思い出しやすい単語は多いに違いない（思い出しにくい単語は少ないに違いない）」という判断に至ったという解釈する。

しかし、この結果は主観的経験を想定していなくとも説明可能である。すなわち、rから始まる英単語を思い出させるという操作は、3番目の文字がrの英単語を思い出させる操作より、現実には多くの英単語を想起させる可能性があるからである。もし被験者が、rから始まる英単語のほうを数多く想起し、そしてその想起した実例を数えることで、単語数の多寡を推定したのであれば、この判断は主観的経験でなく、想起内容に基づく判断ということになる。

しかし、Tversky & Kahneman (1973) やそれに続く利用可能性ヒューリスティックの研究では、いずれのプロセスが優勢であるかを判断することができなかった。これらの研究では、実際に再生した“内容”が頻度推定等の判断に及ぼす影響と、再生に伴う“主観的経験”（思い出しやすい／思い出しにくい）が頻度推定に及ぼす影響が、同一方向に働くためである。すなわち、2つの影響は必然的に交絡してしまう。そこで、Schwarz et al. (1991) は、2つの影響が拮抗的に働く実験操作を考案し、いずれのプロセスが判断を決定づけているかを見極めることにした。

具体的には、Schwarz et al. (1991、実験1) は、被験者に対し、過去の自分の経験の中から、積極的に振る舞ったエピソードを思い出させたが、その際、半数の被験者には6例のエピソードを、残り半数の被験者には12例のエピソードを思い出すよう指示した。そして、そのあとに自分の積極性の程度を評定させた。事前の調査から6例のエピソードを思い出すのは簡単だが、12例を思い出すのは困難であることがわかっている。

結果は、積極的に振る舞ったエピソードを12例思い出した被験者のほうが、6例しかエピソードを思い出していない被験者よりも、自分を積極的でないと評定するというものであった。もし自己評定が実際に心に思い浮かんだ実例（想起内容）に依存するならば、12例のエピソードを想起した被験者の方が自分をより積極的と評定するはずである。しかし結果がそうはならなかったのは、エピソードを想起する際、想起数が多かった被験者は、実例の検索に困難を経験し、その主観的経験をもとに、「積極的な事例を容易に思い出せないのは、自分は積極的でないからだ」と推論したためだと考えられる。

この画期的ともいえる操作が紹介されて以降、利用可能性ヒューリスティックの検討には同様の操作が好んで使用されている。またこの研究以降、少なくとも社会的認知領域では、「利用可能性ヒューリスティック」という、その生起プロセスがはっきりしない用語よりも、主観的経験の役割を全面に押し出した「検索容易性」という用語のほうがよく使われるようになってきた。

V. 判断の種類

“検索容易性／利用可能性ヒューリスティック”にまつわる研究は、Schwarz et al. (1991) の研究が発表されて以降、Tversky & Kahneman (1973) 以来の第二次ブームとでもいえる様相を呈している。それにより、検索容易性は実にさまざまな認知・社会的判断に影響することが明らかになってきた。代表的なものを挙げるだけでも、単語の頻度推定 (e.g., Wänke, Schwarz, & Bless, 1995)、過去の行動の頻度推定 (e.g., Aarts & Dijksterhuis, 1999)、確信度 (e.g., Kelley & Lindsay, 1993)、ステレオタイプの判断 (e.g., Dijksterhuis, Macrae, & Haddock, 1999)、態度 (e.g., Haddock, Rothman, Reber, Schwarz, 1999)、説得 (e.g., Tomrmala, Petty, Brinol, 2002; Wänke, Bless, Biller, 1996)、幼児期の記憶 (e.g., 森, 2002; Winkielman, Schwarz, & Belli, 1998)、リスク判断 (e.g., Grayson & Schwarz, 1999; Rothman & Schwarz, 1998)、製品の判断 (e.g., Wänke, Bohner, & Jurkowitsch, 1997)、親密性 (e.g., Broemer, 2001)、自己欺瞞 (e.g., Hermann, Leonardelli, & Arkin, 2002)、後知恵バイアス (e.g., Sanna, Schwarz, & Small, 2002a; Sanna, Schwarz, & Stocker, 2002b)、計画錯誤 (e.g., Sanna & Schwarz, 2004) などがあり、適用範囲は広範かつ多岐にわたる。

VI. 誤帰属過程の働き

検索容易性という主観的経験が判断に影響するのは、それが当該の判断に対して情報価をもつとみなされるためと考えられている。このことは、実験操作によってその情報価が疑わしい状況を設定すると、検索容易性の効果が弱化的ことから明らかである。

たとえば、Schwarz et al. (1991) の実験2では、実験1と同じように、被験者に自分が積極的に振る舞ったエピソード6例、もしくは12例、思い出させたが、その際、半数の被験者には、「この課題の遂行は簡単だと、これまでの研究からわかっている」と伝えたのに対し、残り半数の被験者には、「これまでの研究から、この課題の遂行は困難だとわかっている」と伝えた。その結果、課題が簡単だと信じていた被験者では、積極的な行動エピソードを6例しか思い出さなかった被験者のほうが、12例思い出した被験者より、自分を積極的だと評定する傾向は弱まった。想起の際に経験された容易さ（検索容易性）ではなく、想起した実例の数（想起内容）をもとに自身の積極性を判断する傾向が増したと考えられる。つまり、6例のエピソードの想起がたとえ簡単だと感じて、事前の指示によりそれは特別なことでないと考えざるを得なかったため、自分の積極性を判断する材料としてはおぼつかなくなつたのである。一方、あらかじめ課題が困難

だと伝えられた被験者では、12例のエピソードを思い出した被験者より6例のエピソードしかを思い出さなかった被験者のほうが、自分を積極的だと評定する傾向が強かった。上述のケースとは対照的に、6例のエピソードしか思い出さなかった被験者は、課題は本来、困難なはずなのに、自分が容易にエピソードを想起できるのは、自分が確かに積極的な人間だからだと判断したためと考えられる。

また実験3では、さらに被験者に自分が積極的に振る舞ったエピソード6例、もしくは12例思い出させる際、音楽を聞かせるという操作を行っている。そして半数の被験者には、その音楽が、積極的に振る舞ったエピソードの想起を促進すると伝え、残りの半数の被験者には抑制する（積極的でないエピソードの想起を促進する）と伝えている。その結果、検索容易性の経験が、記憶想起を促進する音楽によってもたらされたと思わせる場合には、被験者は自分の積極性を実際に想起したエピソードの数で評価し、検索容易性には左右されなかった。すなわち、積極的に振る舞ったエピソードを12例思い出した被験者のほうが、6例しか思い出さなかった被験者より、自分を積極的だと判断したのである。同様の結果は、Wänke, et al. (1995) や Winkielman, et al. (1998) でも報告されている。

これらの結果を総括すると、検索容易性という主観的経験は、一種の誤帰属過程を媒介して、判断に影響を与えていると考えられる。たとえば、Schwarz et al. (1991) の研究の場合、検索容易性の感覚は、本来、想起するエピソードの数が少ないことから生じている。すなわち、想起数の少なさ（課題の質）が検索容易性の要因である。しかし被験者は、検索容易性の感覚を経験したとき、その原因を課題の質に正しく帰属できないことが多い。その課題がどの程度、難しいものかを被験者個人が判断することは難しく、そこに容易性の原因があることに気がつかないためである。そのため被験者は、検索容易性の感覚の起源を、よりもっともらしい別の原因に求めようとする。結果として、その単語はもともと数が多いから思いつきやすいのだとか、自分は普段から積極的だから積極的な事例が思いつきやすいのだと判断することになる。主観的経験が誤帰属過程を経て、さまざまな判断に影響するというプロセスは、感情的な主観的経験であるムードの場合とよく似ており、後述するように、両者には同じメカニズムが仮定できる可能性がある（Schwarz & Clore, 1983）。

VII. 検索容易性という主観的経験の存在と役割

ここで再度、検索容易性という主観的経験の存在と役割について確認しておきたい。Schwarz et al. (1991) が、Tversky & Kahneman (1973) の提唱した「利用可能性ヒューリスティック」に関する知見を、「検索容易性」ということばを用いて再検証したのは、「利用可能性ヒューリスティック」が情報検索時の主

観的経験によって生じていることを、明確な根拠に基づいて立証するためであった。Taylor (1982) が言うように、もし利用可能性ヒューリスティックが想起されたサンプルに基づくものだとしたら、結局のところ、人の判断は常に思い浮かんだものに基づいてなされるということになり、実に“つまらないもの (trivial)”になってしまう。というのも、判断が想起内容に影響されるのであれば、従来の理論と何ら違いがないからである。Schwarzらは、そうではなく、情報を想起する際に経験される主観的な感覚が、想起内容を修正 (qualify) し、時には経験が示唆するものが、内容を凌駕する場合さえあることを主張しようとしたのであり、人の判断や行動は、その時点で想起される情報内容の質と、想起に伴う経験の質の両者を考慮しなければ、決して予測できないことを巧妙な手続きによって示そうとしたのである。

しかし、Schwarz et al. (1991) によって開発され、いまでは検索容易性を検討する際の一般的な手続きとなった情報想起量の操作に対しても、それが主観的経験の操作として妥当なものなのかという批判がある。たとえば、6個の事例、もしくは12個の事例を想起するという操作をした場合、たとえ被験者がその指示に忠実に従って、指定された数の事例を想起したとしても、課題が難しい場合（12例を想起しなくてはならない場合）にはその質が落ちている可能性があるからである。すなわち、多くの事例を想起するように求められた場合は、少数の事例を想起するだけでよい場合に比べ、本来、積極的に振る舞ったエピソードには分類できないような事例が含まれているのではないだろうか。もしそうであるならば、そのような事例は、想起の困難度が増すリスト後半に含まれる可能性が高いだろう。そして、リスト後半の事例は、判断を行う際、前半の事例に比べアクセスビリティが高いがゆえに、被験者の積極性に関する自己評価に強い影響を与えたのではないだろうか。このように、もし多くの事例の想起を求められていた被験者のリスト後半の事例が、積極性を示すとは思えないような事例であり、被験者がそれらの事例をもとに、自身の積極性を判断したとすれば、“主観的経験”という要因を持ち出さなくても、Schwarz et al. (1991) の実験結果が説明できてしまう。しかし、Schwarz, et al. (1991) は、想起されたエピソードの内容を綿密に分析し、この可能性を否定している。彼らによれば、たとえば、過去に積極的に振る舞ったエピソードを想起する条件において、後半に想起されたエピソードは、前半に想起されたエピソードと同程度、もしくは前半に想起されたエピソード以上に積極性を示すものであった。

さらにSchwarz, Sanna, Skurnik, & Yoon (2007) は、次の3つの知見を挙げることで、検索容易性という主観的経験が、さまざまな判断において、本質的に重要なものであることを強調している。

第1に挙げられたのは、検索容易性の経験が帰属操作によって別の原因に帰属され情報的価値がなくなっ

た場合、人は想起内容に基づいてさまざまな判断を行うようになるという事実である（具体的な実験については、Schwarz et al. (1991) の実験 2、3 としてすでに説明した）。これは逆説的な説明であるが、帰属操作時しか、想起内容が判断に対して決定的な影響を及ぼさないということは、平常時に検索容易性の経験が想起内容を凌駕するような影響力を持っていることを間接的に示唆していると考えられる。

第 2 に、他者が生成した実例を単に読むだけの場合、すなわち、被験者自身が自ら実例を想起するという体験をせず、検索容易性・困難性を経験しなかった場合には、実例の数が多いほど判断への影響が大きいことがわかっている。たとえば、Wänke, Bless, & Biller (1996) の研究では、被験者に公共交通機関を利用すべき理由を 3 つ（簡単）、または 7 つ（難しい）考えるように依頼した。その結果、理由を 3 つしか列挙しなかった被験者は、7 つの理由を列挙した被験者に比べ、公共交通機関に対して好意的な態度を報告した。ここまでは他の研究と同じである。しかし彼女らはさらに、前述の条件とは別に、他の被験者が列挙した 3 つ、ないし 7 つの理由を読むだけの条件を設けた。つまり、これらの被験者は、先の条件の被験者と同等の理由に触れてはいるが、それを自分で産出するという経験だけを剥奪されたのである。その結果、自分で理由を考えた条件とは反対に、他者の理由を読んだ条件では、理由の数が多いほど（すなわち 3 つの理由より、7 つの理由に触れたほうが）公共交通機関に対して好意的な態度を表明するようになった。このことから、検索容易性の経験は、判断の方向付けに重要な影響を及ぼしていると考えられる。

最後に、主観的経験を顔面フィードバックによって操作した研究がある。Stepper & Strack (1993) では、一般的な実験操作とは異なり、すべての被験者に同数（6 例）の事例（自分が過去に積極的に振る舞ったエピソード）を思い出させたが、その際に表情筋の操作を行った。被験者の半数は皺眉筋を、残りの半数は頬骨筋を収縮するようにしたのである。皺眉筋を操作すると、眉をひそめた顔になるため、努力をしているときに見られる表情となる。一方、頬骨筋を収縮させると、微笑みの表情となり、課題が易しいときに見られる表情となる。実験の結果は、頬骨筋を収縮させた被験者は、皺眉筋を収縮させた被験者に比べ、自分を積極的と判断するというものであった。過去の研究から、表情筋の操作はその表情に類似した感覚を身体に呼び起こすことが知られている。すなわち、頬骨筋を収縮させた被験者は、顔面フィードバックにより、課題が簡単だという感覚を経験したために、その感覚を、自分が積極的な人間であることを確認する情報として利用したのだと考えられる。反対に皺眉筋を収縮させた被験者は、課題が難しいという感覚を経験し、それを、自分が積極的な人間であることを否定する情報と理解したのだろう。このように、判断への検索容易性の影響は、従来の実験で繰り返し利用されてきた想起数の

多寡という実験操作以外の操作でも確認されている。

VIII. 主観的経験が劣勢になるとき

前節で述べたように、情報想起の際に経験される検索容易性は、実際に想起された内容を修正 (qualify) するため、時に想起内容を凌駕するほどの影響力を持っている。しかし、検索容易性の経験が劣勢となり、判断にまるで影響力を持たない場合もある。情報想起に伴う“経験”よりも、実際に想起された“内容”のほうが、優勢となるのは状況的な要因による場合もあるし、個人差の要因による場合もある。

a. 状況要因：知覚された診断性 (perceived diagnosticity)

すでに述べたように、主観的経験が判断に影響するプロセスは、一種の誤帰属過程として説明することができる。たとえば、過去に自分が積極的に振る舞ったエピソードを想起する際に、それが容易であると感じた時、現実にはその感覚が想起した数が少ないことに由来しているにもかかわらず、自分は積極的な人間だからこういうエピソードが思いつきやすいのだという誤った原因に帰属するために、自分の積極性が高く判断される。そのため、検索容易性の感覚が課題の性質に帰属されたり (Schwarz, et al., 1991、実験 2)、判断とは関係のない別の原因に帰属されたりすると（たとえば、課題を行っているときに流れている音楽：Schwarz et al., 1991、実験 3）、判断材料としては利用されなくなり、想起した内容に基づいた判断がなされる。すなわち、検索容易性の経験が判断に対して低い診断性しかもたないと知覚された場合、主観的経験は判断に対して影響力を持たなくなる。

b. 個人差要因：知覚された専門性 (perceived expertise)

たとえば、あなたが住む街にある素敵なレストランを 10 店挙げるように求められたとする。この課題が仮に難しかった場合、検索容易性に関する一般的な知見を適用するなら、想起の困難さは、その街には素敵なレストランがあまりないことに帰属されるだろうと予測される。しかし、この課題が求められた人が、外食を好まない人や、あまり外食をしない人、レストランに興味がない人であった場合、たとえ課題が難しかったとしても、それは関連する知識の乏しさに帰属されるかもしれない。すなわち判断者が、当該の判断内容に対して専門的な知識を持たないと知覚した場合、主観的経験は判断に対して影響力を持たなくなる。

上記の 2 つに共通するのは、検索容易性の経験は、その情動的価値が疑問視された場合には判断に利用されないということである。これは、検索容易性を用い

た判断が簡便化された判断方略であり、望ましい判断方法とはみなされにくいことを示唆している。この考えと合致するように、課題が自分に関連の深いもので、判断に対して動機づけが高い場合は、検索容易性の経験が判断に利用されないことも示されている。

c. 動機づけ

Rothman & Schwarz (1998) は、被験者に対し、日常生活の中で個人的に行っている行動で心臓病のリスクを高める（もしくは低める）と思われるものを3つ（容易条件）、または8つ（困難条件）挙げさせた。さらに、家族の中に心臓病を患ったことがある者がいるかを尋ねた。その結果、家族に心臓病を罹患者がいない場合は、リスクを高める行動を数多く思い出した場合（困難条件）よりも、あまり思い出さなかった場合（容易条件）のほうが、自分が心臓病を患う危険性を高く判断するという従来の知見を追認する結果が見られたが、家族に心臓病罹患者がいる場合には、それとは正反対の結果が見られた。すなわち、リスクを高める行動を数多く思い出した場合のほうが、あまり思い出さなかった場合より、自分が心臓病を患う危険性が高く判断されたのである。これは、家族に心臓病を患った者がいる場合、自分が想起した具体的な行動により注意が払われ、それをシステムティックに処理したためと考えられている。

Ⅸ. 今後の展開

ここまで検索容易性という経験に限って、これが認知的、社会的判断に及ぼす影響や、その生起プロセス、適用範囲をレビューしてきた。冒頭で述べたように、検索容易性は、情報出力時に経験される認知的な主観的経験の一つである。そこで最終節では、再び他の主観的経験との関連性を踏まえながら、今後の展開を考察する。

冒頭にも示したように、我々が経験する主観的経験は主要なものを挙げるだけでもかなりの数にのぼる。それらは発見されるたびに次々に報告されてきたが、多くの場合、その存在を指摘する、あるいはその経験がもたらす現象の面白さを報告するということにとどまり、それ以上の研究が進んでこなかった。さらに、個々の主観的経験は、いずれも独立したものとして、互いに別々の研究領域の中で扱われてきたため、これらの相互関連性は検討されていない。しかし、ひとつひとつの現象を細かく見ていくと、そこにはしばしば共通した特徴が見いだせる。したがって、今後は、これらの現象を統合する包括的な枠組みを構築し、個々の現象をその中に位置づける努力が必要だと考えられる。具体的には、主観的経験のタイプによって、以降に示すようなさまざまなレベルでの統合があり得る。

1. 他の出力時の認知的経験との統合

検索容易性は、事例を想起する際に経験する感覚である。これは、情報処理の出力時に経験する感覚と考えることができる。出力時の認知的な主観的経験としては、このほかに、既知感や舌端現象が挙げられる。既知感とは、たとえば「ケニアの首都はどこですか？」と聞かれたときに、答えがすぐに出てこなくても「その答えは確実に知っている」とわかる感覚のことであり、舌端現象とは、たとえば人の名前などを思い出そうとすると、「喉まで出かかっているが、出てこない」と感じることである。このようにいずれも、想起時にまつわる主観的経験であるが、検索容易性と既知感、舌端現象との関連性や、背後にあるメカニズムの共通性などはいまのところ検討されていない。

2. 入力時の認知的経験との統合

情報処理の入力時に経験する主観的経験も数多く報告されており、代表的なものとして、親近感、知覚的流暢性などが挙げられる。前項で示した出力時の主観的経験とは、情報処理時に経験される感覚という点で共通している。これらは最近になって、認知的な主観的経験、あるいはメタ認知的経験 (meta-cognitive experience) という名前で総称されるようになってきた。ここでは便宜上、出力時の経験と、入力時の経験として分けて議論しているが、厳密には両者を分けるのは困難である。なぜなら、たとえ新規な情報を入力処理する場合でも、そこには必ず記憶内に蓄積された情報との照合過程が含まれるからである。入力情報に対して、親近感や知覚的流暢性を感じるのもまさにそのため、そのように考えると、出力時の主観的経験と、入力時の主観的経験という区分の仕方自体がそもそも無意味なのかもしれない。

なお、一般的な区分とはいえないが、Schwarz & Clore (2007) は、“驚き”や“退屈さ”といった感覚も、進行中の情報処理の状態を知らせる経験として挙げている。また、“直感”や“ひらめき”も一種の認知的な主観的経験だろう。

3. 感情的な主観的経験との統合

認知的な主観的経験の研究があまり進んでいないのとは対照的に、感情的な主観的経験、すなわち感情の研究は近年とみに増加している。感情的な主観的経験が判断に影響するプロセスと、認知的な主観的経験が判断に影響するプロセスの類似性を指摘する研究者もいることから (e.g., Schwarz & Clore, 1983)、将来的には主観的経験全体を統合するモデルを構築することが必要だろう。

その際、主観的経験の情動的価値について再考する必要があると考えられる。たとえば検索容易性は、当初、利用可能性ヒューリスティックと呼ばれていたことから明らかなように、認知処理の簡便方略と考えられるのが一般的であり、そのために誤った判断をもたらす源泉とみなされる傾向がある。他の認知的な主

観的経験についても概ね同様の傾向にあり、いかにそれらの影響から免れるかが議論されることもある。

しかし、これと同じように、かつては正しい判断や選択を阻害するものとしてとらえられていた感情（感情的な主観的経験）の情動的価値が、いまでは進化的に意味があるものとして見直されつつある。したがって、認知的な主観的経験の情動的価値についても今度、同様の見直しが行われる可能性がある。つまり、認知的な経験にせよ、感情的な経験にせよ、主観的経験が我々の判断に影響するという事実の背景には、そのようなメカニズムが存在することの適応的意味があるのかもしれない。またそのような前提の下でモデル化を行うことは、モデルの日常的な文脈における予測的な価値を高め、どのような場合に主観的経験が大きな影響力を持つのかを検討することが可能になる。どのような場合に、主観的経験が強力な情報源となり、どのような場合には不必要となるかを示すことは、結婚、職業選択、高額な買い物など重要な決断を行う際の指針にもなるだろう。

注

- 1) Bless & Forgas (2000) は、身体的感覚 (bodily feelings) も主観的経験のひとつとして挙げ、その具体例として、Damasio (1994) のソマティック・マーカー仮説を想定したと思われる説明をしている。ソマティック・マーカー仮説は、身体 (脳など) に表出される情動的過程が意思決定などの行動を導くとする仮説であり、感情的感覚とも重複する部分があるため、ここでは、感情的感覚と認知的感覚に二分することにした。
- 2) Wänke, Schwarz, & Bless (1995) の実験は、実際には、想起する英単語の種類を変えるだけでなく (tから始まる英単語か、3番目の文字がtの英単語か)、想起した単語を書き込むシートの種類を変えるという誤帰属の操作もなされているが、ここでは省略した。

引用文献

- Aarts, H., & Dijksterhuis, A. (1999). How often did I do it? Experienced ease of retrieval and frequency estimates of past behavior. *Acta Psychologica*, 103, 77-89.
- Bless, H. & Forgas, J.P. (2000a). The message within: The role of subjective experience in social cognition and behavior. Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Bless, H. & Forgas, J.P. (2000b). The message within: Toward a social psychology of subjective experiences. In H. Bless & J. P. Forgas, (Eds), *The message within: The role of subjective experience in social cognition and behavior* (pp.372-392). Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Broemer, P. (2001). Ease of recall moderates the impact of relationship-related goals on judgments of interpersonal closeness. *Journal of Experimental Social Psychology*, 37, 261-266.
- Damasio, A.R. (1994). *Descartes' Error: emotion, reason, and the human brain*. New York: Grosset/Putnam.
- Dijksterhuis, A., Macrae, C. N., & Haddock, G. (1999). When recollective experiences matter: Subjective ease of retrieval and stereotyping. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 760-768.
- 遠藤由美 (2007). 主観性の社会心理学—内なる経験の積極的機能— 実験社会心理学研究, 46, 37-39.
- Grayson, C. E. & Schwarz, N. (1999). Beliefs influence information processing strategies: Declarative and experiential information in risk assessment. *Social Cognition*, 17, 1-18.
- Hermann, A. D., Leonardelli, G. J., & Arkin, R. M. (2002). Self-doubt and self-esteem: A threat from within. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 395-408.
- Kelley, C. M., & Lindsay, D. S. (1993). Remembering mistaken for knowing: Ease of retrieval as a basis for confidence in answers to general knowledge questions. *Journal of Memory and Language*, 32, 1-24.
- 森津太子 (2002). 主観的経験の誤帰属が認知・社会的判断に及ぼす効果とその個人差—幼年期の記憶と幸福度に関する検討— 日本社会心理学会第43回大会 (一橋大学) 発表論文集, 570-571.
- Rothman, A. J., & Schwarz, N. (1998). Constructing perceptions of vulnerability: Personal relevance and the use of experiential information in health judgments. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 24, 1053-1064.
- Sanna, L. J., & Schwarz, N. (2004). Integrating temporal biases: The interplay of focal thoughts and accessibility experiences. *Psychological Science*, 15, 474-481.
- Sanna, L. J., Schwarz, N., & Small, E. M. (2002a). Accessibility experiences and the hindsight bias: I knew it all along versus it could never have happened. *Memory and Cognition*, 30, 1288-1296.
- Sanna, L. J., Schwarz, N., & Stocker, S. L. (2002b). When debiasing backfires: Accessible content and accessibility experiences in debiasing hindsight. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 28, 497-502.
- Schwarz, N., Bless, H., Strack, F., Klumpp, G., Rittenauer-Schatka, H., & Simons, A. (1991). Ease of retrieval as information: Another look at the availability heuristic. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 195-202.
- 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, 513-523.
- Schwarz, N., & Clore, G. L. (2007). Feelings and phenomenal experiences. In E. T. Higgins & A. Kruglanski (eds.), *Social psychology: Handbook of basic principles* (2nd ed.; pp.385-407). New York: Guilford.
- Schwarz, N., Sanna, L.J., Skurnik, I., & Yoon, C. (2007). Metacognitive experiences and the intricacies of setting people straight: Implications for debiasing and public information campaigns. *Advances in Experimental Social Psychology*, 39, 127-161.
- Stepper, S., & Strack, F. (1993). Proprioceptive determinants of emotional and nonemotional feelings. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 211-220.

- Taylor, S. E. (1982). The availability bias in social perception and interaction. In D. Kahneman, P. Slovic, & A. Tversky (Eds.), *Judgment under uncertainty. Heuristics and biases* (pp.190-200). Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Tormala, Z. L., Petty, R. E., & Brinol, P. (2002). Ease of retrieval effects in persuasion: The roles of elaboration and thought-confidence. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 1700-1712.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5, 207-232.
- Wänke, M., Bless, H., & Biller, B. (1996). Subjective experience versus content of information in the construction of attitude judgments. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 22, 1105-1113.
- Wänke, M., Bohner, G., & Jurkowitsch, A. (1997). There are many reasons to drive a BMW: Does imagined ease of argument generation influence attitude? *Journal of Consumer Research*, 24, 170-177.
- Wänke, M., Schwarz, N., & Bless, H. (1995). The availability heuristic revisited: Experienced ease of retrieval in mundane frequency estimates. *Acta Psychologica*, 89, 83-90.
- Wegner, D. M., & Gilbert, D. T. (2000). Social psychology—the science of human experience. In H. Bless & J. P. Forgas (Eds.), *The message within: The role of subjective experience in social cognition and behavior* (pp.1-9). Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Winkielman, P., Schwarz, N., & Belli, R. F. (1998). The role of ease of retrieval and attribution in memory judgments: Judging your memory as worse despite recalling more events. *Psychological Science*, 9, 124-126.

(2008年11月11日受理)