

人間の心と行動の心理学研究

Experimental research on human emotions and behavior

荒木 大地
Daichi Araki

小林 千純
Chizumi Kobayashi

成田 周平
Shuhehi Narita

橋本 佳虎
Keigo Hashimoto

吉田 開
Kai Yoshida

浅野 出帆
Izuho Asano

岩岬 潤哉
Junya Iwasaki

佐藤 恭介
Kyosuke Sato

菅原 健斗
Kento Sugahara

幡生 翔太
Shota Hatabu

概要 Overview



先行研究のレビュー
Review

研究テーマの提案
Proposal

研究計画
Design

実験
Experiment

統計分析
Analysis

人間の理解
Human understanding

研究テーマ Research theme

SNS上でのメッセージと感情に関する研究

本グループでは、SNSのテキスト上でどのような感情伝達が行われているかに注目し、

(1) 漫符を使うことによって、メッセージから感情が伝わりやすくなるのではないかと

(2) 漫符を使うことによって、メッセージの送信者・受信者のギャップを狭められるのではないかと

以上2つの仮説を立てて2つの実験1,2に取り組んだ。

実験1はスタンプ及び漫符がテキストの受信において感情伝達の印象評価に与える影響を検証するものであった。

実験2では実験1の条件に加えて送信の場合の影響も検証した。

2つの実験の結果、(1)の仮説は支持され、(2)は支持されなかった。漫符を用いる事によって伝えたい感情は強調されるが、その場合でも送受信者間にはギャップがあるという事が分かった。

今後の展望としては、アンケートを回答している被験者に、実際に送信・受信しているように感じさせる工夫が必要であると考えられる。

音楽と感情・食欲に関する研究

本グループでは、音楽と食欲はどちらも感情と相互作用があるという先行研究をもとに、感情が高まる音楽を聞くことで食欲に影響を与える、という仮説を立て2つの実験を行った。

1つ目の実験は楽曲の感情価を数値化する実験である。谷口(1998)が類似の実験を多面的感情状態尺度で行っていたので、その結果を本学の生徒に快適度と覚醒度の2つの指標で再評価してもらった(図1)。

2つ目の実験は感情調整を行ったうえで、空腹度に変化が起きるかを調査する実験である。実験の結果、感情調整を行った前後で空腹度に有意な差は見られなかった。

今後の展望としては、感情調整に使用する楽曲の候補の中に、快適度が低い楽曲が無かったことを改善する必要があると考えられる。

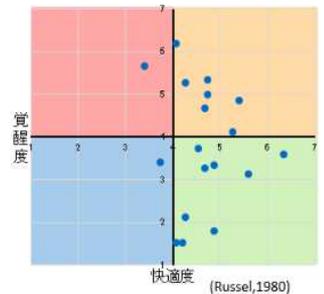
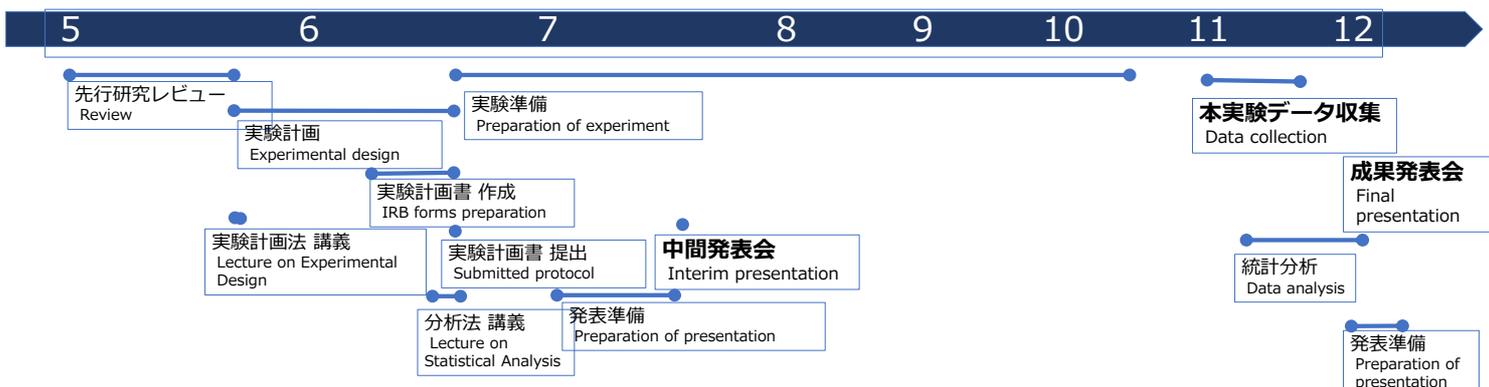


図1 ラッセルの円環モデル上にプロットしたデータ (Russel, 1980)

活動実績 Results of Activities



SNS上でのメッセージと感情に関する研究

Research on SNS messaging

浅野出帆
Izuho Asano

岩岬潤哉
Junya Iwasaki

佐藤恭介
Kyosuke Sato

菅原健斗
Kento Sugahara

幡生翔太
Syota Hatabu

概要 Overview

本グループの目的は、漫符(図1)によってメッセージから受ける感情や印象にどのような変化があるのかを検証することである。条件の異なるアンケートを用意し、回答してもらった結果、感情の伝わりやすさは確認できたが、送受信者間でのギャップは狭まらなかった。反省として、アンケートの内容が影響してしまったことがあげられる。



図1

背景 Background

先行研究 Previous research

「動く絵文字に見られるような動きという要素は認識のしやすさに大きく影響を及ぼしている」

竹原&栗林(2006). 様々な絵文字を付加した電子メールが受信者の印象形成に及ぼす効果 日本感性工学会研修, Vol.6 No.4 pp.83-90

同じメッセージについて、自分が送信する場合と受け取る場合でメッセージの印象が変わりうる

Kruger, Epley, Parker&Ng(2005). Egocentrism Over E-Mail: Can We Communicate as Well as We Think? Journal of Personality and Social Psychology, 89, 925-326

仮説 Hypothesis

先行研究から、以下の仮説を立てた。

1. 漫符を使うことによって、メッセージから感情が伝わりやすくなる。
2. 漫符を使う事によって、メッセージの送信者・受信者が受ける印象のギャップを狭められる。

実験内容 Experiment

実験目的 Purpose

スタンプ及び漫符がメッセージの送受信で感情伝達の印象評価に与える影響を検証する。

実験方法 Method

本実験はGoogle Formsを利用したアンケート形式であった。スタンプ無し、スタンプあり・漫符なし、スタンプあり・漫符あり(図2)という3条件を用意した。この3条件に加えて、送信者・受信者の順、受信者・送信者の順の2条件を用意し被験者は6条件のうち1条件についてのフォームに回答した。1条件には送受信者それぞれ12項目、全24項目の感情の伝わりやすさを6段階で評価した。

所要時間は約20分であった。

送信者の場合 Sender

表示されたテキストを実際に送信する想定で、フォーム上にそのまま打ちこんでもらった。スタンプが表示されている場合については、そのスタンプも選択してもらった。その後、そのメッセージを送信した時、受信者にポジティブな感情がどれくらい伝わったかと思うかを回答してもらった。

受信者の場合 Receiver

表示されたテキストを受信したと想定して、ポジティブな感情がどれくらい伝わったかを回答してもらった。

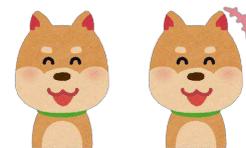


図2

結果 Result

集計したデータはR言語を用いて分析を行った。

1. メッセージの3条件についてのHolm法を用いた多重比較検定
3条件のメッセージのうち、スタンプあり・漫符ありのものが最も伝わりやすかった。(図3)
2. 送信者・受信者の2条件についてのHolm法を用いた多重比較検定
送信者・受信者の評価値に有意差は見られなかった

R言語

R Core Team (2019). R: A language and environment for statistical computing. R Foundation for Statistical Computing, Vienna, Austria.
URL <https://www.R-project.org/>.

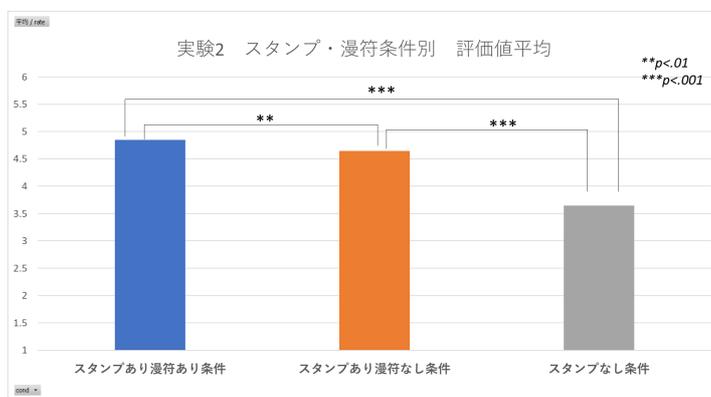


図3

考察 Discussion

本グループでは、漫符の効果によってメッセージから感情が伝わりやすくなる、メッセージの送受信者がギャップを狭められるという2つ仮説を検証するために実験を行った。その結果、メッセージから感情が伝わりやすくなることは確認できたが、送受信者の受ける印象には依然としてギャップがあるままだった。今後の展望としては、アンケート内容をより実際にメッセージを送信・受信したときの状態に近づけることが必要だと考える。

音楽と感情・食欲に関する研究

Research on mood and behavior by music

荒木 大地

Daichi Araki

小林 千純

Chizumi Kobayashi

成田 周平

Shuhei Narita

橋本 佳虎

Keigo Hashimoto

吉田 開

Kai Yoshida

概要 Abstract

本グループの目的は、感情が高まる音楽を聞くことで、食欲にどのような影響を与えるのかを検証することである。このテーマは、感情が音楽と食欲の両方に影響しているという先行研究をもとにした。条件の異なる音楽を用意し、質問に回答してもらった結果、参加者の食欲に有意差は見られなかった。反省として、楽曲の選定に用いた曲の候補があげられる。

背景 Background

先行研究 Previous research

「音楽を聞くことは、気分に影響を与える」
松本 (2002), Saarikallio & Erkkilä (2007)

「感情が高まった状態では、食欲が促進される」
Macht (1999)

感情を高める音楽を聞くことで、
食欲が促進されるかを検証する。

方法 Method

はこだて未来大学の学生67名を対象に実験を行った。
また、本実験の前後で実験協力者の空腹感についての質問も同時に行った。

手続き Procedure

1. 感情の操作を行う

事前調査で選定した3種類の楽曲群(ポジティブ、テンション、ニュートラル)を用いて感情操作を行う。
その際、実験協力者に、より楽曲を聞いてもらうため、聞こえる楽器の種類を回答してもらう。

2. 食べ物を含む複数の物品に対して、どれだけ欲しいと感じるかを評価してもらう

スーパーマーケットで買い物をするという想定で、「おにぎり」や「お茶」、「ノート」などを含む24品目について、欲しいと感じる度合いを6段階で評価してもらう。

結果 Results

集計したデータはR言語を用いて2種類の分析を行った。

1. 実験協力者の空腹感について各感情価間の平均値検定

3条件の間に有意差は無かった。(Pr(>F) = 0.98)

2. 食べ物に関する物品と、それ以外の物品をどれだけ欲していたかについて、各感情価間で交互作用効果が存在するかの二元分散分析

有意差は無かったが、ポジティブ感情価とニュートラル感情価の間で若干の交互作用がみられた。(Pr(>F) = 0.18)

考察 Discussion

本グループでは、感情が高まる音楽を聞くことで食欲が促進するという仮説を検証するために実験を行った。しかしながら、聞いてもらった音楽によって食べ物を欲する度合いが変化することはなかった。今後の展望としては、楽曲選定の際に用意した曲の候補を見直すなど、感情操作をより明確に行うことが必要だと考えられる。

事前調査 Survey

曲の選定方法 Song selection

はこだて未来大学の学生23名を対象に行った。
谷口(1998)を参考に、候補となる18曲について、快適度と覚醒度の2つの指標について評価してもらった。

最終的に

快適度の高い「ポジティブ感情価」、
覚醒度の高い「テンション感情価」、
快適度と覚醒度がともに中立の「ニュートラル感情価」
の3条件を用意した。

