感動喚起が刺激の情報伝達に及ぼす影響

○山本晶友¹ 久保池香奈² 樋口匡貴³

(1 上智大学大学院総合人間科学研究科 2 さいたま市役所 3 上智大学総合人間科学部)

Key words: “kandoh”, moving, communication

目 的

感動は、多種類の感情価を伴った強烈な情動である（戸梶、1998）。戸梶（2001）によると、感動を体験した時に頻繁に含まれる感情は、喜び、驚き、悲しみといったものであるという。

これまでの研究から、感動の様々な機能が示されている。例えば有田（2007）は、感動の涙を流すことには、ストレス緩和の効果があるとした。戸梶（2004）は、感動体験によって、動機づけの変化や認知的変化が起こることを示した。

上記は個人内ではたらく感動の機能といえるものであるが、感動には社会的な機能も存在すると考えられる。戸梶（1994）によると、気分の高揚は伝達意欲を刺激する。感動には気分の高揚が伴うと考え、感動には伝達意欲を高める機能があるという予測ができる。

本研究では、物語を読んだ時に生じた感動の強さが、その内容を他者に伝達する意欲に及ぼす影響を検討する。その際、うわさの伝達要因として指摘できる解釈可能性（内容に対して様々な解釈を行えると評価していること）、話題の共通性（内容に対して他者と共有できる話題であると評価していること）（竹中、2005）、面白さ（田中、1999）、さらにはその他の関連感情についても同時に検討し、感動による相対的な影響力の強さについて検討する。

方 法

参加者 関東地方の大学生 24 名（男性 9 名、女性 15 名、平均年齢 20.5 歳）。

刺激 藤子・F・不二雄の漫画「ドラえもん」（小学館出版）から、悲しみ感動刺激 2 話（「さようなら、ドラえもん」、「台風のフー子」）、喜び感動刺激 2 話（「帰ってきたドラえもん」、「赤いくつの女の子」）、中性刺激 2 話（「きこりの泉」、「好きでたまらニヤい」）の計 6 話を用いた。

手続き 1 種類の刺激を対象者に読ませた後、その刺激についての質問項目への回答を求めた。以上の手続きを、6 刺激について全参加者で一斉に行わせた。刺激の呈示順序はカウンタバランスした。刺激を読む手続きは、ウェブページにアクセスすることで行わせ、質問項目への回答は質問紙を用いて求めた。

質問項目 質問項目は、感情に関する質問、刺激の内容に関する質問、伝達意欲に関する質問、年齢と性別を尋ねる質問、実験の感想を自由記述形式で尋ねる質問からなっていた。感情に関する質問は、加藤・村田（2011）の感動測定尺度 6 項目（「ぐっとくる」等）、「喜び」、「悲しみ」、「驚き」の計 9 項目からなっており、いずれも 1 点から 11 点で、感じた程度を評定させるものがあった。刺激の内容に関する質問は、共通の話題性 3 項目（「友達と一緒に話すことができる」等）、解釈可能性 3 項目（「いろいろと想像できる」等）、面白さ 3 項目（「興味をひく」等）の計 9 項目からなっており、いずれも 1 点から 5 点で、当該刺激に当てはまる程度を評定させるものがあった。伝達意欲に関する質問は「この話に関して、どのくらい人に話したいと思いましたか」、「この話に関して、一緒に予備調査を受けている人と話したいと思いましたか」の 2 項目からなっており、いずれも 1 点から 5 点で、参加者自

身に当てはまる程度を評定させるものであった。

結 果

全ての得点について、6 刺激間で有意差が無かったため、参加者ごとに、全刺激における得点の平均値を算出し、分析に用いた。各得点の平均値と標準偏差を表 1 に、伝達意欲を目的変数とする階層的重回帰分析の結果を表 2 に示す。

表 1 各得点の平均値と標準偏差

	<i>M</i>	<i>SD</i>
喜び	4.89	1.92
驚き	4.17	2.15
悲しみ	3.48	1.57
感動	5.13	1.93
解釈可能性	3.27	0.57
共通の話題性	3.39	0.67
面白さ	3.67	0.61
伝達意欲	3.33	0.74

表 2 伝達意欲を目的変数とした標準化偏回帰係数

	Step1	Step2	Step3
共通の話題性	.47*	.50*	.48*
解釈可能性	.16	.15	.12
面白さ	.26	.14	.03
喜び		-.01	-.20
悲しみ		.04	-.08
驚き		.16	.06
感動			.55 [†]
<i>R</i> ²	.65**	.67**	.74**
ΔR^2	.65**	.02	.07 [†]

p* < .05, *p* < .01, [†]*p* < .1

考 察

感動は、うわさの伝達要因や、他の感情では説明できない、独自の影響を持つ伝達要因となる傾向があることが示唆された。他者と共有できる話題であるという評価も、刺激の伝達要因となりうることが示唆された。

ただし、本研究で測定したのは伝達意欲についてであり、実際の伝達行動の有無については検討できていない。感動体験者が伝達意欲を高揚させるのみならず、実際に刺激内容を他者に伝達するのかについては不明である。

今後の展望として、個人が感動を体験した数日後に、実際にその内容について他者に話したかを報告させるといった方法で、感動が伝達行動の実行へと及ぼす影響について検討することが望まれる。こういった研究を通して、感動がもつ社会的な機能について、さらなる理解を深めることが可能になると考えられる。

(Akitomo YAMAMOTO, Kana KUBOIKE, & Masataka HIGUCHI)