会話相手に対する印象形成に及ぼす音楽 (BGM) の影響

重野 純

(青山学院大学教育人間科学部)

キーワード: BGM、会話相手、印象形成

Effects of background music on the impression of partners in conversation

Sumi SHIGENO

(College of Education, Psychology and Human studies, Aoyama Gakuin University)

Key Words: BGM, partners in conversation, impression formation

目 的

音楽が情動面に影響を与えることは広く知られている。本研究では、背景音楽 (BGM) の提示により会話相手に対する印象形成がどのように変化するのかについて検討する。

方 法

被験者: 男女各 16 名の 32 名 ($M=20.3$ 歳) が実験に参加した。ランダムに音楽なし条件 (統制群) と音楽あり条件 (実験群) に分けた (4 名 $\times$ 4 グループ $\times$ 2 群)。両条件とも 1 グループ中の男女は 2 名ずつの同数とした。

刺激: 様々なジャンルの曲を聞かせて、「好き・嫌い」「ロマンティック」などの評定を求める予備実験を行った。その結果を参考にして、TSUNAMI (サザンオールスターズ)、ヴァイオリンソナタ第 5 番 (ベートーベン)、アイネクライネナハトムジーク (モーツァルト)、If we ever meet again (Timbaland)、ヘビーローテーション (AKB48) の 5 曲を選んだ。

手続き: 印象評定される対象は大学 4 年生の男女 4 名で、ゲスト (サクラ) として実験に参加した。どのグループもランダムに選んだ 2 名のゲスト (男女) と会話をを行った。音楽なし群も音楽あり群も 2 グループずつ同時に実験を行い、ゲストを交代して 2 回繰り返した。

会話内容は自由としたが、あらかじめゲストには会話が円滑に進行するように、また特定の人物に話が集中することのないように配慮することを指示しておいた。進行状況は、(1) ゲストを挟んで男女が交互に着席 (2) グループ全員が簡単な自己紹介 (3) ゲスト退場後、異性のゲストについての印象評定 (4) 音楽あり群では TSUNAMI を約 5 分間提示、音楽なし群では提示なし (5) ゲスト再入場後、20 分間の会話を行う (音楽あり群はこの間、音楽を提示)、音楽なし群は会話のみ (6) ゲストが退場後、両群とも音楽なしの状態では質問紙に回答 (ゲストの印象評定、アンケート等)。

音楽はスピーカー (SONY, SRS-BTV5) より適度な大きさで提示した。実験時間はゲストの最初の入場から退場まで約 70~80 分であった。ゲストに対する印象は、会話前 (評定(1)) と会話後 (評定(2)) の 2 回測定した。2 回の評定値の差 ((2)-(1)) を印象変化の指標とした。評定は 10 個の形容詞対 (表 1) を SD 法 (7 段階) で評定した。

結 果

まず混合二元配置の分散分析を行ったところ、交互作用は有意ではなく ($p=.131$)、音楽なし・あり群の間で会話前のゲストに対する印象(1)には差異のないことを確認した。音楽なし条件 (図 1 左): 3 項目(4, 5, 8)を除いて会話前後でゲストに対する印象はプラス方向に変化した。交互作用が有意であり、評価項目によって変化する方向がプラスとマイナスに別れることが分かった ($F(1,135) = 5.574, p<.001$)。音楽あり条件 (図 1 右): すべての項目において、会話前後でゲストに対する印象はプラスの方向(好印象)に変化した。

表 1 評定に用いた形容詞対

項目番号		
1	消極的な	積極的な
2	近づきたい	ひとなつこい
3	非社交的な	社交的な
4	軽率な	慎重な
5	感じのわるい	感じのよい
6	親しみにくい	親しみやすい
7	自信のない	自信のある
8	短気な	気長な
9	好きになれそうもない	好きになれそう
10	付き合いたくない	付き合いたい

交互作用は有意ではなく ($p=.821$)、判断が会話前後で一貫してプラス方向に変化することが示された。会話前後と項目の主効果はともに有意であり ($p<.05; p<.001$)。「感じの悪い—感じの良い」と「つき合いたくない—つき合いたい」は好印象に変化した ($p<.05; p<.001$)。また、「近づきたい—ひとなつこい」、「軽率な—慎重な」、「親しみにくい—親しみやすい」、「好きになれそうもない—好きになれそう」は有意傾向が認められた。会話中の音楽提示により 6 項目で好意的に評定が変化した。

考 察

音楽なし群も会話により相手への印象はプラス方向へ変化しやすいが、マイナス方向へ変化する項目もあり、会話したことによって相手をより深く理解して、評価が変化したものと考えられる。一方、音楽あり群は相手への印象全般が好意的に変化した。脳は人の行動力を高めてくれるように機能する (齋藤, 2011) ことから、「付き合いたい」の上昇は、好きな音楽を聴きながら会話したことによる効果と考えられる。音楽は人の感情に直接的に訴える (山松, 1986) ことが、このようなプラス方向への印象変化を促進したと考えられる。

引用文献

Geguen, N. (2010) Love is in the air: Effects of songs with romantic lyrics on compliance with a courtship request. *Psychology of Music*, 38, 303-307.
 齋藤寛 (2011) 心を動かす音の心理学、ヤマハミュージックメディア。
 山松質文 (1986) 音楽の魔力、CHIKUMA。

図 1 会話前後の評定値の変化。縦軸は評定値の差 (後—前) を表し、プラス方向は好印象へ変化したことを示す。横軸は項目番号を表す。