

かわいい画像や動画を見ることは注意を広げるか¹



○井関 龍太
大正大学 心理社会学部

問 題

かわいい画像を見ることは認知課題のパフォーマンスを高める（Nittono et al., 2012）

- ・かわいい動物の赤ちゃんの画像を見てからさまざまな認知課題を実施
- ・動機づけへの作用でなく、**注意の働き**を変化させた可能性

注意の集中の複数のあり方（Treisman, 2006）

- ・**焦点的注意**：ひとつの対象を詳細に分析
- ・**分散的注意**：複数の対象を広く浅く処理
→かわいい画像を見ることは、どちらの種類の注意に作用するのか？

本研究の目的：

- ・**分散的注意と焦点的注意を要する課題**を用いて、かわいい画像を見ることの効果がどちらの種類の注意と関係するのかを検討
- ・**かわいい動物の動画**を見ることの効果もあわせて調べた
(対象が動きまわることによって、注意がより分散しやすいかもしれない)

方 法

実験参加者：大学生24名（うち女性12名）

刺激：

- ・**かわいさ喚起刺激**：

Adult animal：成体の動物の画像

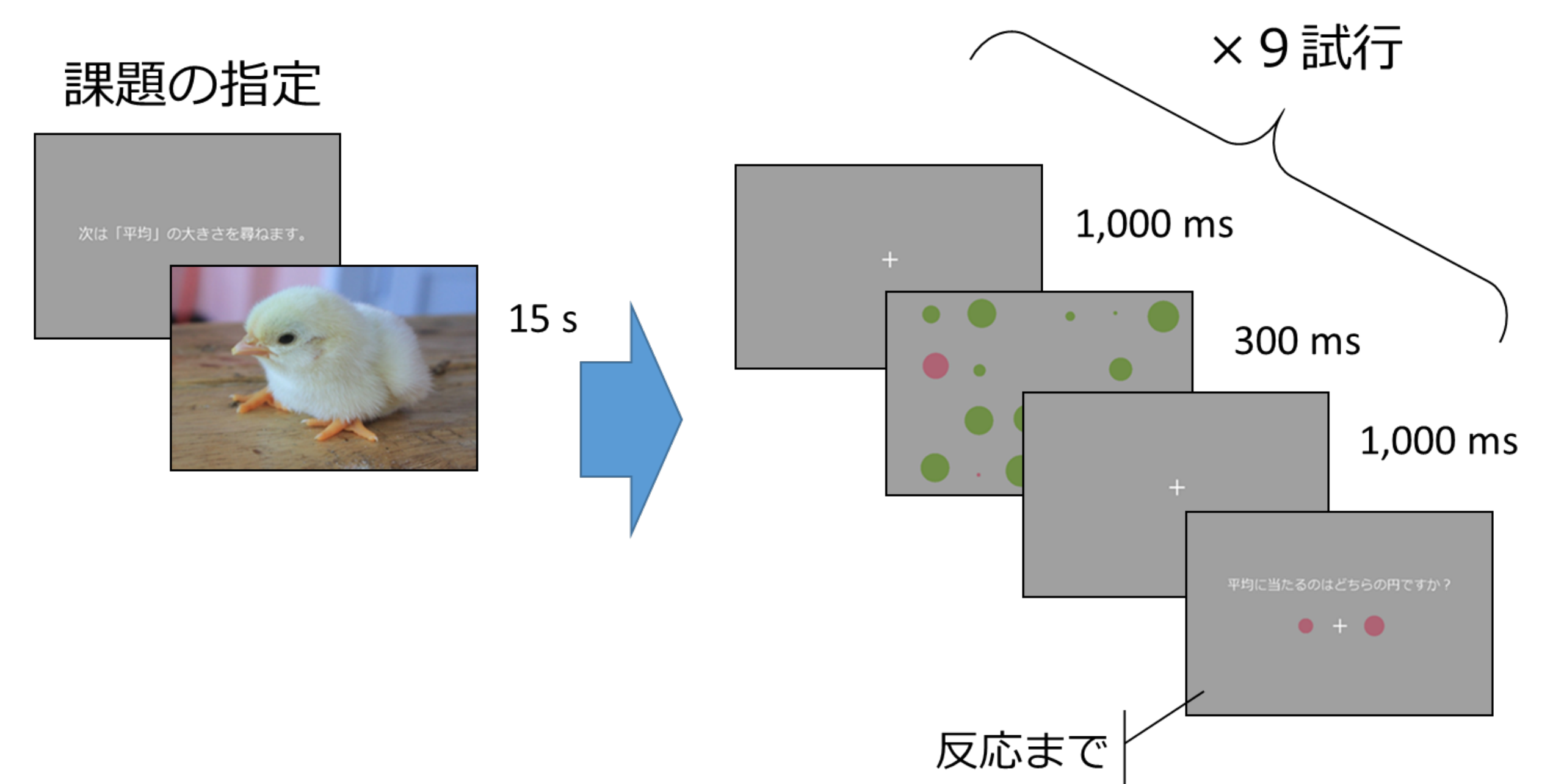
Baby animal：赤ちゃんの動物の画像

Movie：赤ちゃんの動物の動画（15秒）

- ・**課題用の刺激**：2，4，8個のターゲット（赤い円）と16-T個の妨害項目（緑の円）

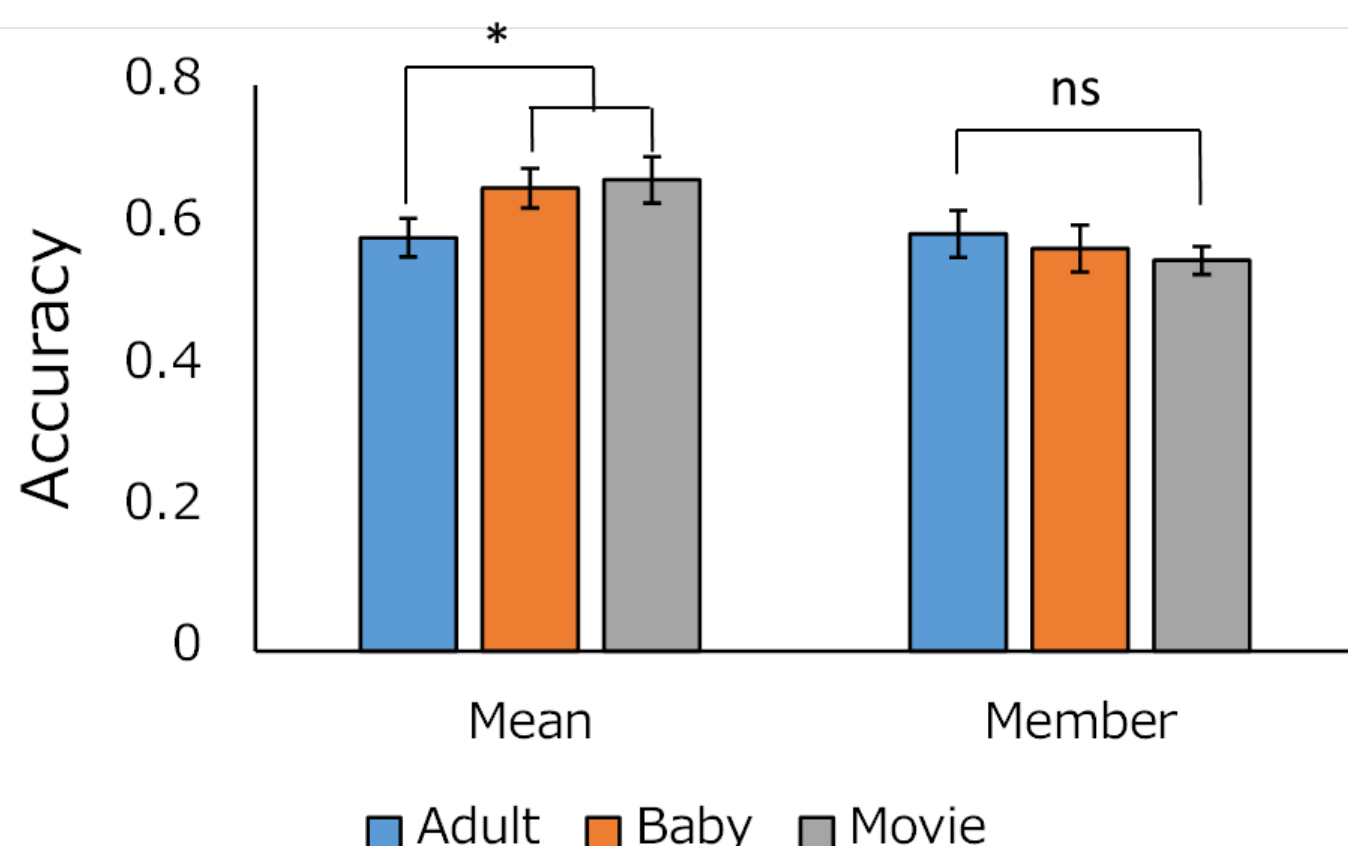
手続き：

- ・**平均課題**：ターゲットの平均の大きさに一致する選択肢を選んだ
- ・**メンバー課題**：いずれかのターゲットと大きさの一致する選択肢を選んだ



結果と考察

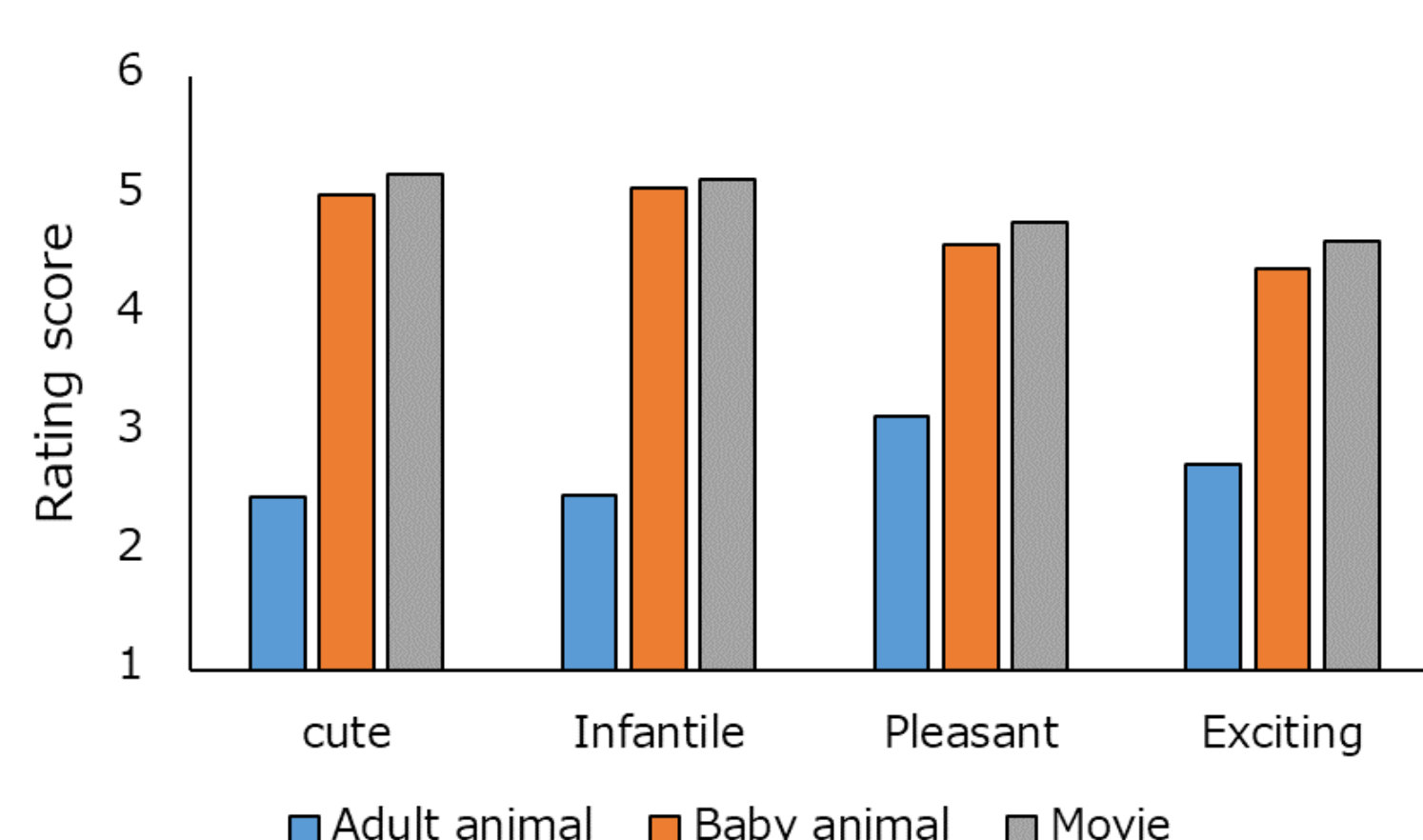
個数を平均しての正答率



かわいさ喚起刺激×課題の種類

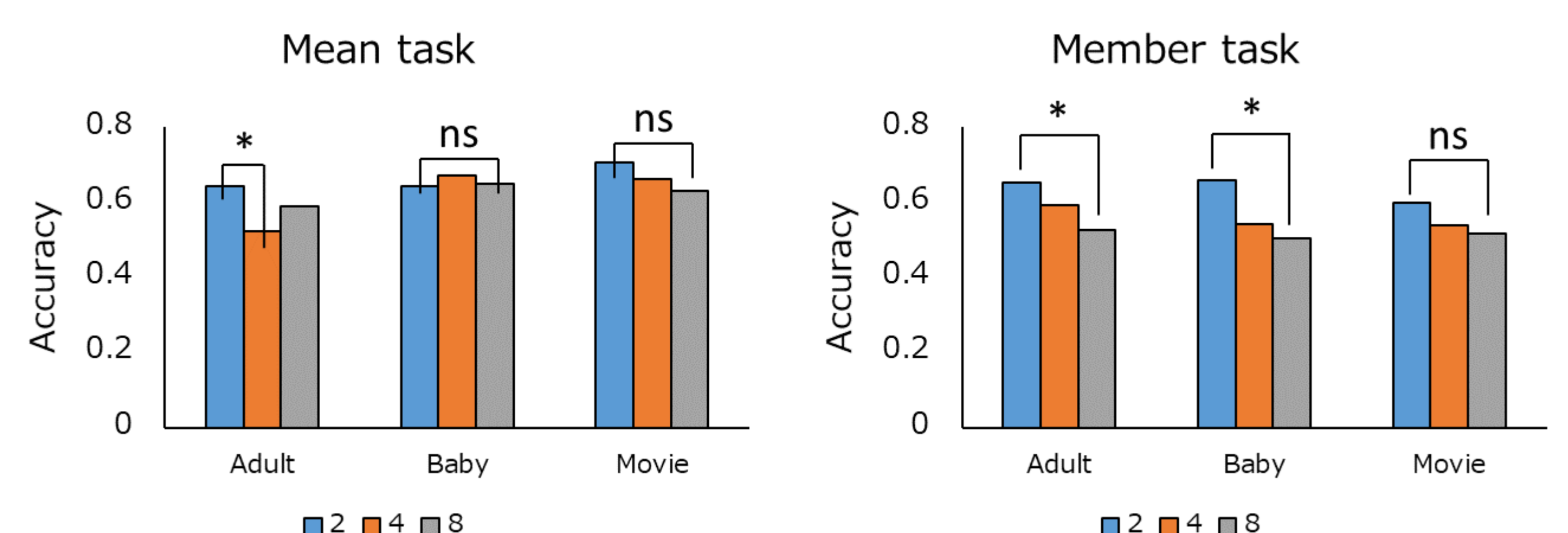
- ・**平均課題**：かわいい画像・動画を見た条件で正答率が高い
- ・**メンバー課題**：かわいさ喚起の効果なし
⇒**分散的注意を要求する課題**でのみかわいい刺激の効果

刺激に対する事後評価



- ・どの評価軸でも、Baby animalとMovieはAdult animalよりもポジティブに評価された

各条件の正答率



- ・**かわいさ喚起刺激×課題の種類×刺激個数**の交互作用は有意でなかった
- ・分散的注意が働いているのであれば、平均課題では刺激個数の効果は見られないはず
⇒Adult animal条件における特異的なパターン
課題の難易度調整の必要性

まとめ

- ・かわいい刺激を見ることの効果は分散的注意を要する課題で顕著
- ・画像と動画には明確な違いは見られなかった

¹ 本研究は2017年度に大正大学人間科学科に提出された田邊嘉裕さんの卒業論文に基づくものです。