

好意表現における絵文字の効果

67班: 中川 将吾、岡田 知輝、吉岡 愛海

Abstract

The purpose of this study is revealing the impression of Emojis in Non-face-to-face communication. The three experiments showed that emoji tend to give a favorable impression to others. However, they showed that sentences alone give a more favorable impression, when expressing love. Therefore, this study concludes that Emojis basically give a favorable impression to the others. But, depending on the situation, adding no Emojis may give a favorable impression.

要約

本研究の目的は、非対面式コミュニケーションにおける絵文字の与える印象を明らかにすることである。三つの実験によって、絵文字は対象に好意的な印象を与えやすいことが分かった。しかし、愛情を伝える状況では文章のみの方が好意的な印象を与えていることが分かった。従って本研究では、絵文字は基本的には好意的な印象を対象に与えるが、状況によっては、絵文字は付加しない方が好意的な印象を与える場合もあるということが結論付けられた。

1. はじめに

メラビアン¹⁾の法則について調べている過程で、対面式コミュニケーションではなく、非対面式コミュニケーションにおいては、どのような要素が情報伝達に影響を及ぼすか。また、それぞれの要素が矛盾し合った場合にどの要素が優先されるかについて興味を持った。特に今回は絵文字について注目し、絵文字が対象に対して与える印象、文章の組み合わせによる効果の変化について調べた。

2. 実験方法

《実験1》

高津高校二年生を対象とする。嫌悪的な文章U「気持ち悪い。やめて。」・好意的な文章L「嬉しい。ありがとう。」と、嫌悪的な絵文字u(図1)・好意的な絵文字l(図2)を組み合わせ、Un・Nu・Uu・Ul・Ln・Nl・Ll・Luの8種類のメッセージを作成する。設問の順番はランダムにシャッフルし、それぞれのメッセージから伝わる感情の好意度(嫌悪を0、好意を9とした10段階に設定)をGoogleフォームで調査する。



《実験2》

高津高校一年生を対象とする。好意的な絵文字L1・L2・L3・L4と、嫌悪的な絵文字U1・U2・U3・U4の8種類の絵文字の好意度をGoogleフォームで調査する。

《実験3》

実験2を実施していない高津高校一年生を対象とする。3種類の属性1「感謝・拒絶」、2「愛情・憎悪」、3「賛辞・批判」における好意的・嫌悪的な文章を、1L「ありがとう」・1U「やめて」・2L「好き」・2U「嫌い」・3L「優しいね」・3U「気持ち悪い」とし、6種類の文章を作成する。この6種類の文章に、実験2で決定した同程度の印象力を持つ好意的な絵文字l・嫌悪的な絵文字uを付した12種類の文章に加え、絵文字を付していないそのままの文章6種類の計18種類から伝わる感情の好意度をGoogleフォームで調査する。

3. 結果

《実験1》

有効回答数は285件。

	Un	Nu	Uu	Ul	Ln	Nl	Ll	Lu
合計	198	765	598	1291	1841	2011	1257	2283
平均	0.69	2.68	2.10	4.53	6.46	7.06	4.41	8.01
中央値	5	5	6	6	7	7	7	9
最頻値	0	3	0	5	7	9	5	9

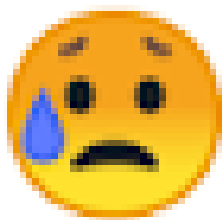
《実験2》

有効回答数は37件。

	L1	L2	L3	L4	U1	U2	U3	U4
好意度	5.89	7.08	6.41	6.41	3.16	2.51	2.95	3.35
印象力	1.39	2.58	1.91	1.91	-1.34	-1.99	-1.55	-1.15

同程度の印象力を持つ、L1及びU1を実験3にて用いる。

図1



嫌悪的な絵文字u

図2



好意的な絵文字l

《実験3》

有効回答数は30件。

	1Ln	1Ll	1Lu	1Un	1Ul	1Uu	2Ln	2Ll	2Lu	2Un	2Ul	2Uu	3Ln	3Ll	3Lu	3Un	3Ul	3Uu
合計値	151	196	123	40	135	59	213	181	126	36	123	73	186	194	125	22	114	69
平均値	5.03	6.53	4.10	1.33	4.50	1.97	7.10	6.03	4.20	1.20	4.10	2.43	6.20	6.47	4.17	0.73	3.80	2.30
中央値	5	6.5	3.5	0.5	5	1	7.5	6	4	0.5	5	3	6	7	4	0	4	1
最頻値	7	6	3	0	6	1	6	6	4	0	5	0	6	9	2	0	5	0

4. 考察

アンケート1より好意的な絵文字、嫌悪的な絵文字のどちらの場合も文章につけた場合、好意度が増加したため、絵文字はある一定程度、好意的な印象を与えることができると考えられる。また、絵文字と文章が矛盾した場合、好意とも嫌悪とも捉えられない、つまり絵文字と文章の優先度が均衡しているため、それぞれの優先度は同程度であると考えられる。アンケート2Bより、文章による絵文字の効果の変化は想定より大きいと考えられる。また、愛情を伝える状況のみ、絵文字なしの文章が好意的な印象を与えることがわかったことから、他の状況でも絵文字なしのほうがより好意的に伝わりやすい状況があるのではないかと推測できる。

5. まとめ

本研究では、絵文字は文章によって多少の違いはあるが好意的な印象を与えやすい事が分かった。しかし状況によっては、絵文字を付加しない方が、好意的な印象を受けやすい状況も存在した。このことから、非対面式コミュニケーションにおいては、適切な状況で適切な絵文字を使い分けるべきであり、誤った使い方をしてしまうと、自分が伝えたい印象と異なる印象を対象に与えてしまうこともあることが伺える。絵文字の使用には嫌悪、好意という大雑把な印象でしか調査できなかったため、因子分析などを用いたより詳しいデータ分析が課題である。他にも下図のように、あまり特定した印象を与えにくい絵文字も存在するので、絵文字のバリエーションを増やして、それらの絵文字が本研究で調査した絵文字の与える印象と一致するかを調査することも課題である。



6. 参考文献ならびに参考Webページ

西田司「非言語コミュニケーション」(1986)

大久保博樹「音声伝達の最適化後続に関する一考察—伝達する力を有する『話し方』の分析を中心に」(2007)

西村綾夏「文体における視覚的文体素の役割：Twitter ユーザを対象とした文体パロディ中の絵文字を例に」(2017)