Web 動画の視聴における チャットの効果

祥雲 暁代*·山本育代*·坂元 章*

The Effect of Online Chatting in Viewing Video Streams

Akiyo SHOUN*, Ikuyo YAMAMOTO* and Akira SAKAMOTO*

The purpose of this study was to examine whether online chatting with viewing live video streams can influence viewers' perception of them, or not. In this study, 48 participants were assigned to one out of 3 conditions: watching movies with a face-to-face partner, with an online chatting partner, or with no partner. The results revealed that no partner group showed the deepest understanding, and that the 3 conditions had no differences in participants' interest in and impression of them.

key words: online chatting, live video stream

1. 問 題

2007 年に Ustream や Justin.tv, ニコニコ生放送といった 動画共有サイトが登場した。そこでは、動画視聴機能のほ かにチャットルームやコメント機能が設置され、不特定多 数の視聴者が動画を見ながらチャットをしたり、コメント することが盛んに行われている (Ustream Asia, 2010)。

動画視聴におけるチャットは、他者の感想を知ったり、自分がコメントすることによる気づきから、動画への理解を深めるとともに、そこから面白さや感動をより多く得られるのではないかと予想される。特に、チャットは対面での会話と異なり、動画を見ながらコメントを入力したり、読んだりする並行性(Dennis & Valacich, 1993)の特質を持っており、それは、他者とのやり取りの効果を高めると考えられる。そこで本研究では、Web上で動画を視聴しながらチャットを行うことは、対面で会話しながら見る状況や一人で見る状況に比べ、視聴者が面白さ・感動・理解をより多く得られるであろうとし、実験を行った。

2. 方 法

(1) 予備調査

まず,動画刺激は内容への理解や話の展開に対する反応 を測定するため,ストーリー性のある短い動画という理由 からフラッシュアニメを選び、大手レンタルサイト検索より DVD で販売されておりかつ公式 Web でも動画公開している8作品の中から5分程度のものを16本選んだ。動画にはさまざまなものがあるので、一般性の高い知見を得るためには、多様な動画を偏りなく選ぶことが望まれる。そこで、(a) 少なくとも動画のもともとの面白さ・感動の強さ・理解しやすさについては多様なものを選ぶべきと思われること、(b) 二つの特性に対応するのが限界と見られることから、各動画について「喜怒哀楽に変化があったか」という情動喚起度と、「理解しやすかったか」という理解度を、予備調査の参加者に5件法で尋ねた。情動喚起度には動画の面白さと感動の強さが反映すると考えられる。

参加者 大学学部生・院生の女性 16名(平均 22.2 歳)。 動画の選定方法 2010 年 8 月に行われ、得られた値を 各動画の「情動喚起得点・理解度得点」とした。両得点の 高低によって動画を「高情動・高理解」「高情動・低理解」 「低情動・高理解」「低情動・低理解」の 4 群に分類し、全 体平均からの差が最も大きい動画を 1 群につき 1 本選出 し、本実験における動画刺激とした(表 1)。以下、動画 刺激をそれぞれ「高高」「高低」「低高」「低低」と表す。

(2) 本実験

参加者 大学学部生・院生の女性 48 名(平均 20.5 歳) 実験手続 実験は 2010 年 11~12 月にすべて同じ部屋で行われた。参加者は動画を 2 種類見るよう教示され、「動画の種類」(高高・低低/高低・低高)と「視聴方法」(対面/チャット/統制)の 2×3の6群に学年・学部を考慮し割り当てられ、2 名ずつのペアで実験を行った。ペアに知り合いはいなかった。実験室には PC が1台(対面群)ないし2台(チャット群・統制群)用意され、対面群は1台の PCを二人並んで視聴し自由に会話を行うよう教示され、その際には会話を録音することを了承してもらった。チャット群は仕切で二人が顔を合わせないようにし、実験開始前にチャットの練習を行ったうえで後の分析のため実験中のチャットのログを保存することを承諾してもらった。統制群では二人は部屋の端と端に座り、一人で動画を視聴した。

実験は、1名の参加者につき二つの動画セット(高高・低低/高低・低高)のどちらかが割り当てられたが、予備調査より視聴1回では内容が理解し切れないとの意見があったため2回連続して同じ動画を視聴した直後にその動画に関する質問紙に回答し、その後2本目の動画を同様に

表1 動画の種類

種類	名称	長さ
高高	The World of GOLDEN EGGS 第 2 話	3 分 34 秒
高低	なめんなよ なめ猫 THE MOVIE	4 分 54 秒
低高	やわらか戦車 第 6 話	6 分 34 秒
低低	グレートハント 第 1 話	5 分 00 秒

^{*} お茶の水女子大学大学院人間文化創成科学研究科 Graduate School of Humanities and Sciences, Ochanomizu University, 2-1-1 Otsuka, Bunkyo-ku, Tokyo, 112-8610, Japan

視聴・評定するという手続きを取った。参加者ごとに動画 の順序はランダムに入れ替えながら行われた。

手続き上、参加者自身が動画再生を行うため事前に練習を行い、またチャット群においては、別々に座る二人の動画再生のタイミングを合わせる必要があったため、二人と対面できる位置に教示に立った実験者がカウントをとった。

質問紙は、視聴した動画の面白さ(6項目)・感動(4項目)・理解(4項目)について評定してもらった。質問項目は筆者らで作成し、面白さは「わくわくした・引き込まれた・面白かった・楽しい気持ちになった・興味深いと思った・続きを観たいと思った」、感動が「ジーンときた・心を揺さぶられた・感動した・気もちが晴れやかになった」、理解が「多くを読み取ることができた・わからないことが少なかった・動画の内容を深く理解することができた・気づくことが多かった」となり、「非常に当てはまる」から「全く当てはまらない」まで7件法で尋ねた。

3. 結 果

(1) 尺度の信頼性

面白さ・感動・理解についてそれぞれ各項目間の相関を求めた。結果,各尺度内の項目間の相関はほぼ 1%水準で有意であり,理解の「多くを読み取ることができた」と「わからないことが少なかった」の項目間でのみ 5%水準の有意であった。そのため,すべての項目を尺度として用いるとした。 α 係数は面白さ .92,感動 .75,理解 .77 であった。

(2) 分析結果

従属変数を各尺度の項目を合計した面白さ得点・感動得点・理解得点とし、それぞれについて動画種類(高高・低低/高低・低高)・視聴方法(チャット/対面/統制)の2×3の被験者間要因にて分散分析を行った。

結果、表 2 となり、視聴方法に関して、面白さ (F(2, 90) = 1.63, n.s.)、感動 (F(2, 90) = 0.09, n.s.) では主効果は有意でなかったが、理解において有意な主効果が見られた (F(2, 90) = 7.00, p<.01)。 Tukey の HSD 法による多重比較を行ったところ、対面と統制間で 1%、チャットと統制間において 5%の有意差が見られ、すべてにおいて統制条件で理解得点が高かった。

動画種類に関しては、面白さ (F(1,90)=1.51, n.s.) や理解 (F(1,90)=2.75, n.s.) では主効果は有意でなかったが、感動

表 2 面白さ・感動・理解得点の平均

	視聴方法			動画種類	
	対面	チャット	統制	高高・低低	高低・低高
面白さ 感動	22.78 9.06	25.47 9.47	27.00 9.16	23.90 7.90b	26.27 10.56a
理解	13.84b	14.81b	17.25a	15.94	14.67

^{*} a と b の間に有意差あり (a>b)

(F(1,90)=10.70, p<.01) において主効果は有意であった。また、交互作用については、感動 (F(2,90)=3.20, p<.05) と理解 (F(2,90)=3.87, p<.05) で効果が有意であり、チャット条件・統制条件で「高低・低高」の感動得点が高く、対面条件・統制条件で「高高・低低」の理解得点が高いという結果となった。

4. 考 察

仮説は支持されず、チャットが動画の面白さ・感動・理解を促すという結果は得られなかった。なお、感動と理解は尺度の信頼性がやや低かったが、感動については、動画種類の主効果と交互作用効果、理解については、視聴方法の主効果と交互作用効果が有意であり、これらの尺度に関する検出力の問題は大きくないように見える。仮説が支持されなかった原因として、チャット群では相手との会話に気を取られ、十分に動画視聴しなかったことが考えられ、実際に「チャットに夢中で動画を見ていなかった」という参加者の実験後の感想も見られた。対面群においても相手と会話をしながらの視聴であるため、統制群には見られなかった「1回目は内容がよくわからなかった」という感想もあり、それぞれ得点が統制群よりも高くならなかったことには同様の原因があるのではないかと考えられる。

理解については、チャット群や対面群の得点が統制群よりも有意に低いほどであったが、これは、理解に対しては、上記のような注意分散の影響がとくに大きいからではないかと思われる。

以上のように、チャットは動画の面白さ・感動・理解を促さず、これは、現在のチャットなどが可能な動画共有サイトの隆盛とは一致していないように見える。これには、動画視聴におけるチャットが動画に対する魅力を高めているというよりも、興味の共通した視聴者と同じ動画を見ながら会話するという活動そのものの楽しさがサイトの隆盛を呼んでいるという説明が可能ではないかと思われる。

今後は、本実験の状況(例えば、参加者が女性のみで少数であった、チャットや動画共有サイトに慣れているとは限らない、チャットは2名で行っている等)を超えて、知見がどこまで一般化できるかを検討することが望まれる。それは、動画視聴におけるチャットの効果のみならず、動画共有サイト隆盛の原因の解明に資するものともなる。

引用文献

Dennis, A. R. & Valacich, J. S. 1993 Computer brainstorms: More heads are better than one. *Journal of Applied Psychology*, 78, 531–537.

Ustream Asia 2010 Ustream Asia, 宇多田ヒカルのコンサート「WILD LIFE」公演で過去最大のユニーク視聴者数を記録! (http://ustream-asia.tv/news_20101210.html)

(受稿: 2011.10.21; 受理: 2012.4.20)