

検証報告 VERIFICATION REPORT

動画が視聴者の心理的ストレスに与える効果に関する研究

池田 邦人 1)

1) 株式会社デラ サウンド・ウェルネスラボ ikeda@della.co.jp

摘要.

動画が視聴者の心理的ストレスに与える効果について、5段階評価による簡易ストレスチェック 18 問および 4 分間におよぶ 3 つの動画(動画①: 都会の雑踏・通勤を再現した動画/動画②: 株式会社デラ・自然動画+音声・ネイチャー・サウンド・ギャラリー・シリーズ動画/動画③株式会社デラ・ヒーリング・アクアリウム動画+自然音)を視聴し、10 段階評価による「今」のストレス状態を指す Web 視聴アンケートを実施した。その結果、動画①視聴後のストレス状態は指数 10 を指す視聴者もみられることから、高いストレスを付加したと推測されるが、動画②視聴後は指数 0 に向かって急激にストレス軽減の効果が見られた。これによって株式会社デラ・自然動画+音声・ネイチャー・サウンド・ギャラリー・シリーズ動画は、視聴者のストレスを緩和することがわかった。また動画③についても同様のストレス緩和効果が見られた。しかし記述式の感想文の中において、固定された動画に対する退屈さを訴える視聴者も散見されたが、空間演出としての癒し効果を感じる視聴者もみられた。よって、株式会社デラ・自然動画+音声・ネイチャー・サウンド・ギャラリー・シリーズ動画および株式会社デラ・

ヒーリング・アクアリウム動画+自然音は、心と身体をリラックスさせる効果があることが示された。

キーワード: 自然映像, ストレス緩和, 主観的ストレス, アクアリウム

1. はじめに

都市部で生活する中で、人の声や無機質な車の音や鉄道のなど音は雑音として認識され、時には各種ストレスナーとなって人々の心の健康を害することがあるが、自然の景色や音は、ひとときの休息や心身のリフレッシュをイメージさせるものといえる。それらを手軽に得るために YouTube などのプラットフォーム上では自然映像が多く散見される。そこで本研究ではメディア上で自然を体験することで視聴者のストレスを緩和できるのかを検証するとともに、ストレス緩和に効果的な動画について検討することを目的とした。

2. 調査概要

2.1 調査対象地の選定

本調査を実施するにあたり、自然環境を普段は感じにくいと思われる都心部、東京・大阪・名古屋を選定した。

2.2 調査質問項目

2.2.1 ストレスチェック

日常的なストレスを、プライベート／仕事／通勤・通学・外出時／SNS 使用時／身体的理由に分け、5 段階評価で計 18 問質問した。

2.2.2 解消法

普段から実勢しているストレス解消法を 23 項目のプルダウン一覧から選択する方法で質問した。

2.2.3 動画の視聴と気分調査

それぞれの動画（動画①：都会の雑踏・通勤を再現した動画／動画②：株式会社デラ・自然動画＋音声・ネイチャー・サウンド・ギャラリー・シリーズ動画／動画③株式会社デラ・ヒーリング・アクアリウム動画＋自然音）を視聴し、「今」ストレス度はどの位感じているか、0 を全く感じない、10 をとても感じる、の 10 段階評価で質問した。

2.2.4 動画の感想

10 段階評価の後、動画に関する感想を（とても嫌い・嫌い・やや嫌い・どちらでもない・やや好き・好き・とても好き）から一つを選択することで評価した。

2.2.5 ストレス緩和の実感

動画の感想評価の後、ストレス緩和の実感度を（まったく実感しなかった・実感しなかった・あまり実感しなかった・どちらでもない・やや実感した・実感した・とても実感した）から一つを選択することで評価した。

2.2.6 ストレス緩和の効果

各動画設問の最後にストレス緩和の効果の主観評価を（まったく効果がなかった・効果がなかった・あまり効果がなかった・どちらでもない・やや効果があった・効果があった・とても効果があったから一つを選択することで評価した。

2.2.7 視聴デバイス

今回視聴したデバイスを（（パソコン・スマホ（タブレット）・その他）プルダウン一覧から選択する方法で質問した。

2.2.8 自由感想

記述式フォームにて感想を募った。

3. 調査対象

今回の調査対象は、被験者リクルーティングサービスを行う株式会社 QLife のメールマガジン会員の中から、**30～59 歳の健常者 962 名**を対象に行った。

4. ストレスチェックアンケート

4.1 有効回答年齢層

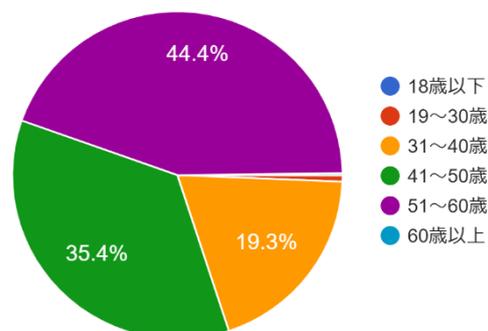
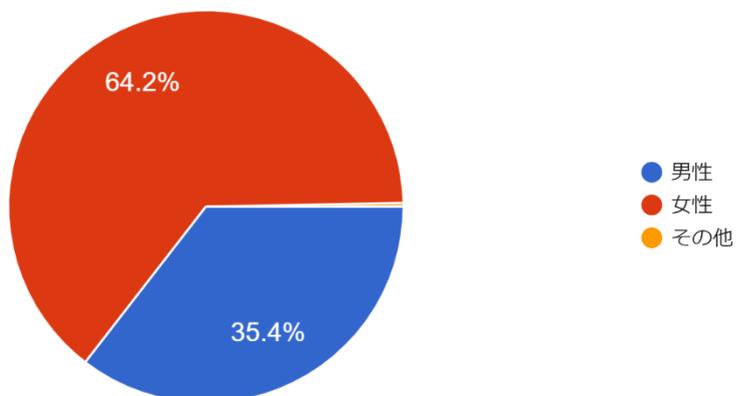
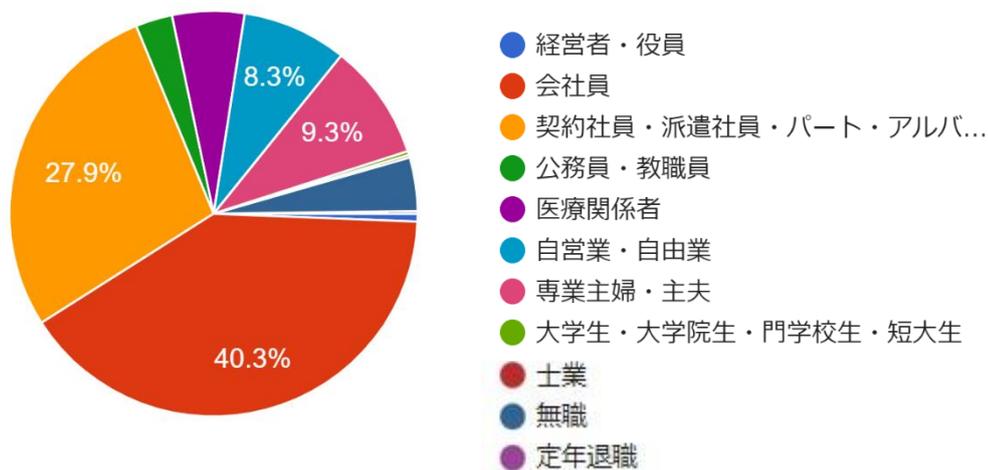


図-1

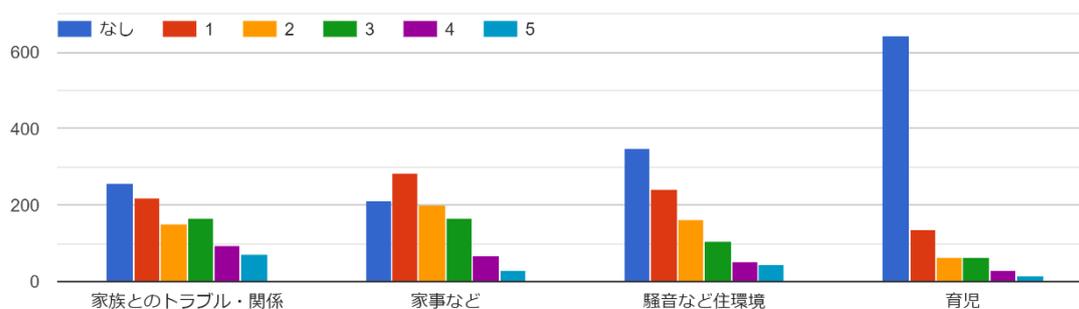
4.2 性別



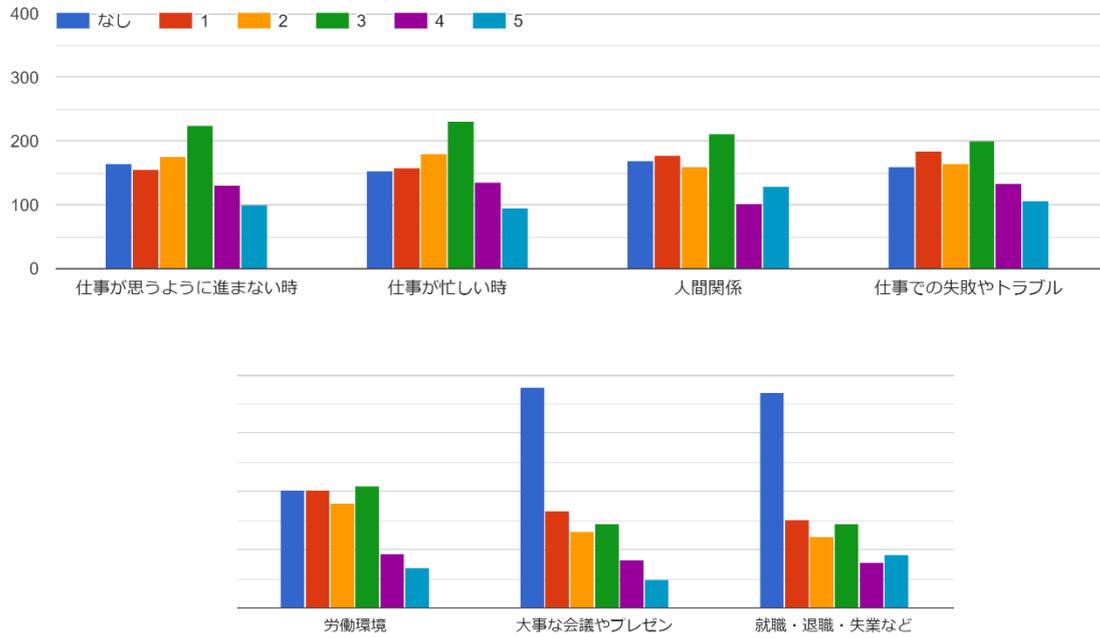
4.3 職業



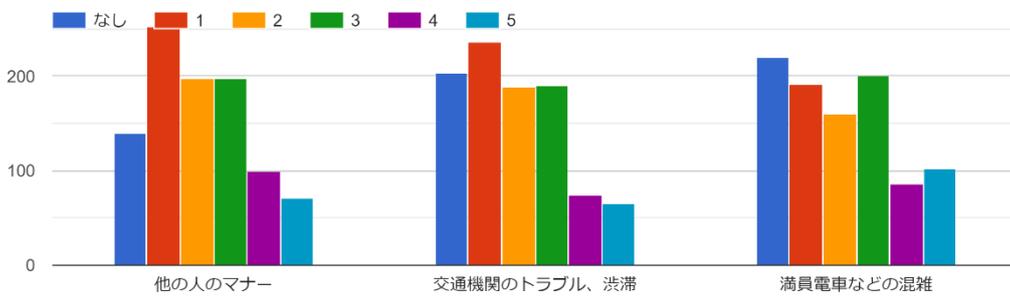
4.4 プライベートでのストレスと強さ



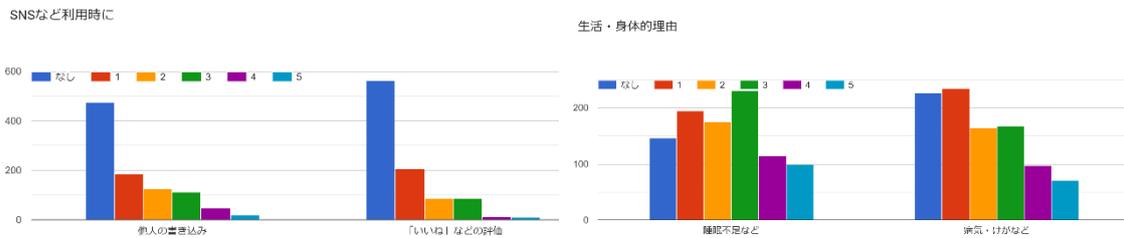
4.5 仕事でのストレスと強さ



4.6 通勤・通学・外出でのストレスと強さ



4.7 その他



4.8 主なストレス解消法

1位18.5%が「寝る」、2位14.7%が「好きなものを食べる」、3位9.8%が「お酒を飲む」となった。

3. 結果と考察

3.1 動画①視聴後の主観的ストレス評価

都会の雑踏・通勤を再現した動画を視聴後のストレス評価は、**図-1**のようになった。全体的に評価指数が散らばった。特に10を指した視聴者は動画からのストレスを受けたと推測される。

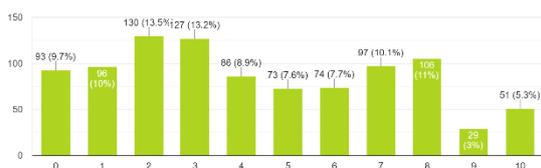
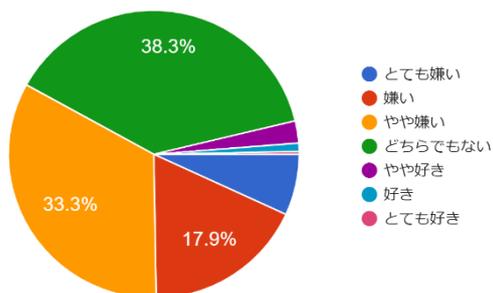


図-1 動画①視聴後の主観的ストレス評価

3.1.1 動画①の感想

予想通りネガティブな反応が多数を占めたが、記述式の感想文の中において普段見慣れた景色なので、逆に落ち着いたという意見も少数見受けられた。



3.2 動画②視聴後の主観的ストレス評価

株式会社デラ・自然動画+音声・ネイチャー・サウンド・ギャラリー・シリーズ動画を視聴後のストレス評価は、**図-2**のようになった。驚くことに指数1より高かったストレス指数はほぼ0へと推移した。同時にまとまった範囲を示すため、グラフ縦軸の数値が変化している。

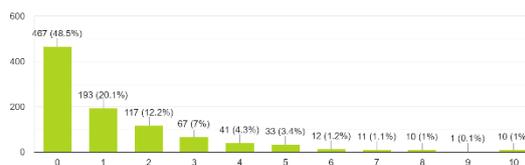
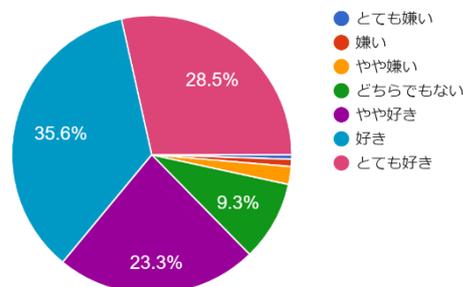


図-2 動画②視聴後の主観的ストレス評価

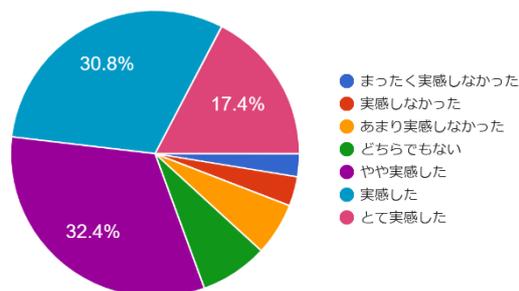
3.2.1 動画②の感想

上位3位で87.4%の視聴者が好感を持ったと評価した。



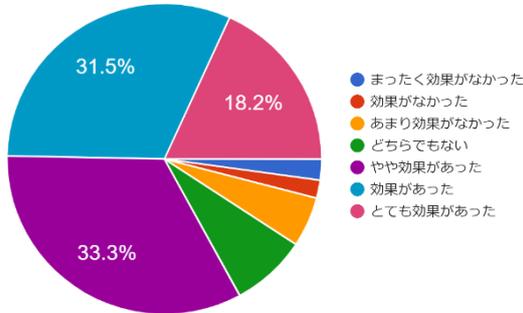
3.2.2 動画②のストレス緩和の実感度

上位3位で80.6%の視聴者がストレス緩和を実感したと回答した。



3.2.3 動画②のストレス緩和の効果

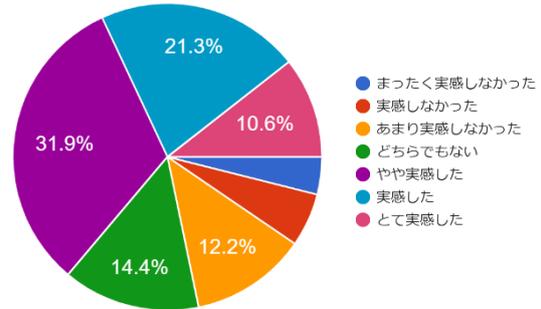
上位3位の83%が主観的な評価において効果があったと回答した。



実感度と主観的な効果評価が示す内容をも、動画②によってストレスが軽減しているといえる。

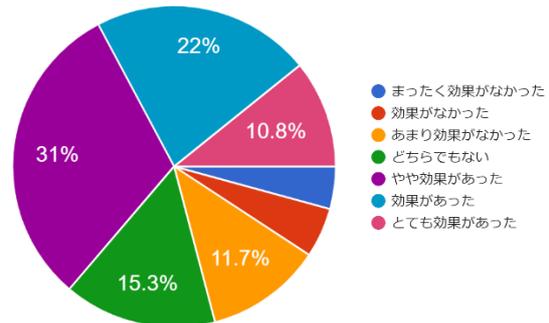
3.3.2 動画③のストレス緩和の実感度

上位3位で63.8%の視聴者がストレス緩和を実感したと回答した。



3.3.3 動画③のストレス緩和の効果

上位3位の63.8%が主観的な評価において効果があったと回答した。



3.3 動画③視聴後の主観的ストレス評価

都ヒーリング・アクアリウム動画+自然音を視聴後のストレス評価は、図-3のようになった。動画②の時と比べ評価0が36.4%となりストレス評価は微減となったが、極めて高い評価となった。

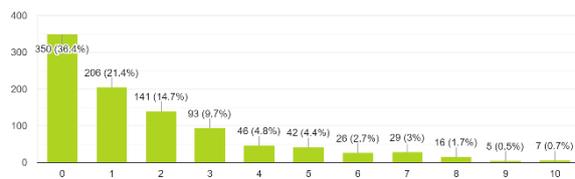
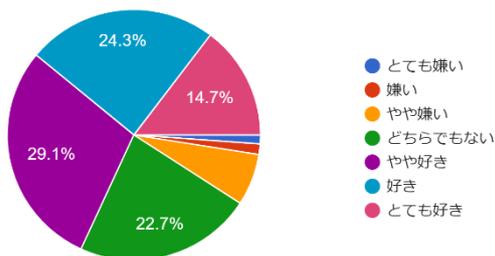


図-3 動画③視聴後の主観的ストレス評価

動画③は動画②に比べて全体の評価が下がっているが、記述式の感想文の中において「じっと見るには動きがない」や「単調で癒しを求めすというよりも何か作業をするときに向いていると感じた」など、一定の好感度や時間度は得たもののインタラクティブな動画としてはやや単調だったことがあげられる。このことから映像作品として「観る」よりも空間演出としての効果が期待できると推測される。

3.3.1 動画③の感想

上位3位で68.1%の視聴者が好感を持ったと評価した。



3.4 視聴デバイス

パソコンでの視聴は約2割にとどまり、視聴者の約8割はスマホまたはタブレットにて視聴していた。

3. おわりに

記述式の感想文の中で散見されたものをいくつか記載する。

ポジティブな感想としては「都会の音がストレスを生むことを再認識した」「自然の癒しを再認識した」等が多数を占めた。またネガティブな感想としては「水の音がうるさく感じられた」「鳥の音が多すぎてうるさかった」「動画③のようなずっと同じ画像を見るよりも動画②のようないろんな場面がある方が効果があるのでは」等が見られた。

この感想から検討できることは、音声の取り扱いと、シーンの切り替えによって飽きさせずにより深いリラックス効果が期待できることと、ストレス緩和を目的としたまさに「観る」作品と、同じくストレス緩和を目的とした「癒しの空間」を提供する動画で、視聴方法を変えて検証することも検討できることが明確になった。

総じて水や緑などの自然映像は視聴者の主観的ストレスに作用し、大きな心理変化を与えたことが分かった。

今回の結果から本研究における動画②「および動画③は、都会の喧騒などから受けるストレスを緩和させ視聴者の心をリラックスさせる効果があることが示唆された。