

卒業研究概要

提出年月日 2021年1月29日

卒業研究課題 プライミングエージェントの陪席によるエージェントの社会的存在感の影響分析			
学生番号 C17096		氏名 増田春香	
概要 (1000字程度)	指導教員	神田智子 教授	印
<p>人間はプライミングにより他者との会話の中で人間同士の社会的存在感に影響が及ぼされることがある。プライミングとは、先行情報により後の判断に影響を受ける現象である[1]。また、エージェントによるプライミングが人間と別エージェント間の社会存在感に影響を与えることが示されている[2]。これを受け、エージェントが人間に与えるプライミング効果を知ることは重要であると考え、我々は先行研究[4][5][6]を行った。本研究では、先行研究に加え対話エージェントに非言語行動や言葉の感情表現を追加する。陪席ロボットの設置により、遠隔話者ロボットの社会的存在感が向上した研究[3]を参考に、プライミングエージェントを陪席させたままの実験環境を構築する。以上2点の追加により、先行研究の問題点を改善し、エージェントのプライミングと陪席による社会的存在感への影響を分析することを目的とした。</p> <p>実験では、実験参加者がエージェントと「20の扉ゲーム」を行う。実験条件はプライミングと陪席の2要因、それぞれ有り・無し各2水準の組み合わせで全4条件の被験者間実験を行った。ゲーム終了後、対話エージェントに対しての社会的存在感に関するアンケートに回答して貰った。社会的存在感のアンケートは、社会的存在感の強さが大きい順に、相手と一緒にいる感覚がある「CoP」、相手に注目している「Atn」、相手の考えがわかる「MsgU」、相手の気持ちがわかる「Aff」、相手の気持ちに影響される「Emo」、相手の行動に影響される「Behv」の6項目がある。実験参加者は日本の大学生、合計40人(男性28人、女性12人)であった。アンケート6項目について、プライミング要因と陪席要因で2要因分散分析を行った結果、「Cop」、「MsgU」、「Aff」、「Behv」と社会的存在感全体において、プライミングあり条件では陪席を行わない方が、陪席を行うより有意に評価が高い結果となった。また、「Cop」、「Aff」、「Behv」で、陪席あり条件ではプライミングをしない方が、プライミングを行うよりも有意に評価が高い結果となった。以上の結果から、エージェントがプライミングを行いその後に陪席もすることで、対話エージェントの社会的存在感が低下したと推測できる。これは、陪席エージェントが対話エージェントとプライミング時、親密な会話を行う反面、実験参加者とは対話等の関わりを示さないため、エージェント同士の架空の社会的関係が強まり、人間対エージェント間の社会的関係性を薄れさせた可能性があるのではないかと考えられる。また、先行研究とは異なり、プライミング要因ありの条件となしの条件の間にプライミングの主効果が表れなかった。これは、対話エージェントに非言語行動や言葉の感情表現を追加したことにより、エージェントが単体として元々所持している社会的存在感が高くなったからではないかと考える。</p> <p>今後の展望として、陪席エージェントに実験参加者と対話をさせ2者間の繋がりを追加する。プライミングを行う媒体をエージェントから人間に変更するなど、プライミング要因の実体性だけでなく、エージェントと人間の関わる度合いを変更した検証が必要であると考え。(1284字)</p>			
<small>[1]川口潤. プライミング効果と予測. 心理学評論, 1988, Vol31, No3, 290-304 [2] Salam Daher .2017. Effects of Social Priming on Social Presence with Intelligent Virtual Agents, Intelligent Virtual Agents 2017, pp 87-100 [3]有本庸浩・吉川雄一郎・石黒浩, 遠隔対話ロボットと連動して振る舞う陪席ロボットによる遠隔話者の社会的存在感の向上, 2018, 電子情報通信学会論文誌 vol.J101-D No.2 pp.253-262 [4]菊澤研祐, プライミングがエージェントに及ぼす社会的存在感の影響分析, 大阪工業大学情報科学部情報メディア学科ヒューマンインタフェース研究室 2018 年度卒業論文 [5] Tomoko Koda and Kensuke Kikuzawa, 2020, Effects of Agents' Embodiment and Robot Anxiety Scale on Social Priming, ICAART2020, 2020.02 [6]高岡嶺大, プライミングが対話ロボットに及ぼす社会的存在感の影響分析, 大阪工業大学情報科学部情報メディア学科ヒューマンインタフェース研究室 2019 年度卒業論文</small>			

