

みんなが本を読みたくなるようなPOPを作ろう

研究者 2年3組15番小林のどか
2年3組33番丸山みこと
2年5組5番岡田明姫

1. 研究目的(問題意識)

昨年小林が同じような研究を行ったのだが、まだ調べてみたいこと、研究したいことがあったから。

2. 現状(先行研究の分析)

(1)POP広告(ポップこうこく)とは、「Point of purchase advertising」(購買時点広告)の頭文字から取った略語で、主に小売店の店頭プロモーションとして展開される広告媒体。

(2)2021年度の小林の一人一研究の結論

**体言止めが使われており
POPの形が物語に合う絵や物の形をしたPOP**

3. 研究方法(研究手法)

(1)POPを作っているであろう図書館や書店に作る際に意識していることなどを聞く。

(2)同じ本のキャッチコピーを複数作り、ネットか図書館でアンケートをとる。

(3)色についてのアンケートをとる。

(4)実際にPOPを作って「ポプラ社2022全国学校図書館POPコンテスト」に応募する。

4. 研究結果

(1)POPを作っているであろう図書館や書店に作る際に意識していることなどを聞く。

①平安堂、蔦屋書店、改造社書店さんに電話をし、メールでのアンケートをお願いした。

【アンケート内容】

POPを書店員さんが作ることはあるか

ある→

・何か規則的なことは決まっているか(例)大きさや紹介する内容など

・お手本にしていることなどはあるか

・色使いにおいて何か工夫していることはあるか

・その他に工夫していることはあるか。

ない→

・なぜ作っていないのか

・企業から提供されたものを飾ったりはするか

・どのようなPOPが店頭に飾る上で好ましいと思うか

【アンケート結果】

平安堂→

一度は了承をもらえたが、コロナで他校からのお願いも断っているため特別扱いはできない。またPOPには企業独自のノウハウがあり、企業秘密のためご協力いただけなかった。

蔦屋書店→

外部とのメールのやり取りができないためアンケートを実施できなかった。

改造社書店→ある

〔何か規則は決まっているのか〕

施設名・店名入りの枠付きのフォーマットが基本です。

〔お手本にしていることなどはあるか〕

他の書店さんを見て回って参考にしています。

〔色使いにおいて何か工夫していることはあるか〕

赤文字は目立つけれど、多用しすぎないように気を付けています。

〔その他に工夫していることはあるか〕

お客さまの目に留まるよう、いろんなバリエーションを心がけています。

②アンケート結果がなかなか集まらなかったが、長野県立図書館の司書の方の紹介で、塩尻市立図書館がPOPに力を入れていると知り、実際に訪れて話しを聞いた。

【学んだこと】

〈作る手順〉

①本を決める(タイトル、著者名、出版社、キャッチコピー)

②色を考える(イメージカラーや背景色)

本を読んだ時に感じたイメージや本の表紙などを元に決める。

③レイアウト(タイトルとキャッチコピーの配置)

④文字(縁取り、影、囲い)

⑤イラスト(画材、ペン、飾り)

イラストを切り絵にしたり、ラメペン、セロハン、マスキングテープや厚めのしっかりした紙を使う。

紙を重ねて厚さや立体感を出す。

〈あらすじや帯を参考にするか〉

本の内容がわかりやすくなっているため参考にすることがある。パクリにならないよう自分の言葉も入れている。

〈POPの文章は疑問文や「～というお話」のような紹介文など文体で気をつけていることはあるか〉

注目してもらいたい時は疑問文の方がインパクトがあって良いと思う。

ただ、あまり気にして作ったことはない。

〈絵はどのようにきめているか〉

本を読んでいる途中や表紙、イメージによって決めている。

〈POPを作る上で大切なことは何か〉

見る人に“伝わる”こと

目立つこと

楽しく作ること

(2)同じ本のキャッチコピーを複数作り、ネットか図書館でアンケートをとる。

(3)色についてのアンケートをとる。

①POPを制作する本を読みキャッチコピーを考える
 ②キャッチコピー、色について、高校、附属中学を含む
 全校にGoogleフォームでアンケートを実施した。

【アンケート内容】

(1)“赤と青とエスキース”、“さよならドビュッシー”、“ライ
 オンのおやつ”を読んだことがあるかないか。
 (2)本のキャッチコピーでどれが一番面白そうだと思う
 か。

“赤と青とエスキース”

- ・1つのエスキースが巡る人と愛の物語
- ・ああ、いい絵だ。
- ・ミステリー級の伏線回収があなたを待っている
- ・赤と青の気持ちが交わった時、それは美しい色が生まれる
- ・心温まる愛の物語

“さよならドビュッシー”

- ・作曲家の心と音楽を“読む”
- ・きっとあなたも魔法にかかる
- ・全員が騙される!!珠玉の音楽ミステリー
- ・最後の20ページ、全ての真実が明かされる
- ・闘い続けた少女が襲われた悲劇とは少女は最後に笑うのか
- ・メロディーのごとく紡がれる物語。対旋律を奏でるのは誰だ!!

“ライオンのおやつ”

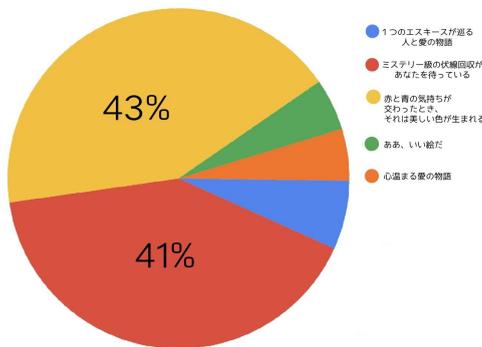
- ・最後に食べたい、思い出のおやつはありますか？
- ・人生最後の時間、あなたはどうか生きる？
- ・『自分はまだ神様に生かされているらしい』自分が長くないと知った時あなたは何を思いますか

(3)本を読んだとき、表紙をみたとき、どんな色の印象を受けたか。

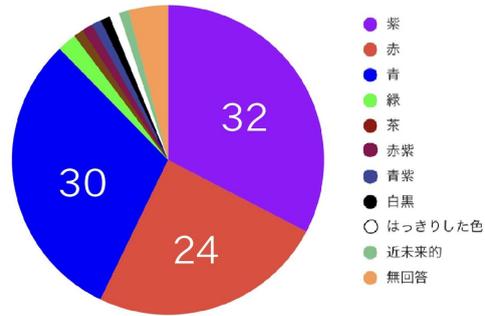
【アンケート結果】61件の回答を得た

“赤と青とエスキース”

(2)キャッチコピーについて

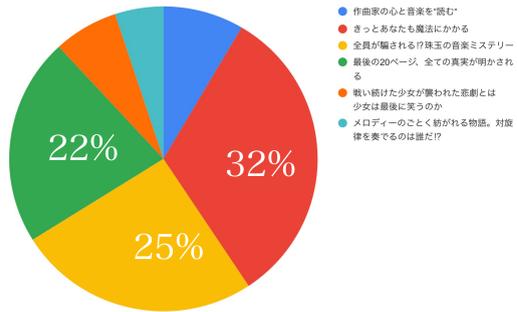


(3)色について

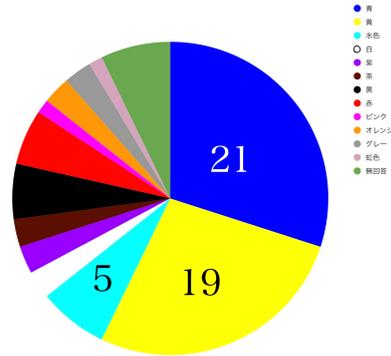


“さよならドビュッシー”

(2)キャッチコピーについて

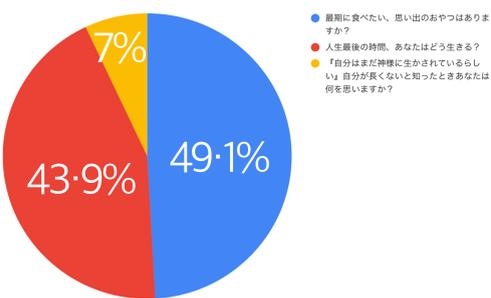


(3)色の印象について

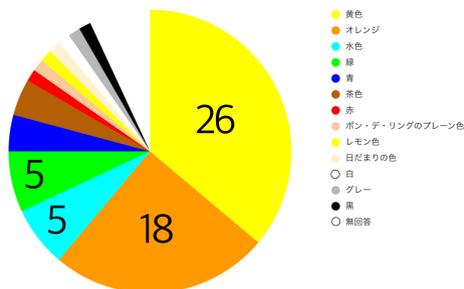


“ライオンのおやつ”

(2)キャッチコピーについて



(3)色について



5. 検証

(1)アンケートからキャッチコピー、色などを決めPOPを制作した

以下が制作した作品



(2)これらを「ポプラ社 2022全国学校図書館POPコンテスト」に応募した。

6. 検証結果

コンテストの結果は3月上旬に発表なので、明確な結果は間に合いませんでした。

7. 考察

キャッチコピーのアンケート結果より

2つまたは3つ程度に意見が多く分かれた。

また選ばれたキャッチコピーに統一性はあまり見られなかった。

ただし、強いて言うのならば、物語の内容がわかるキャッチコピーに票が集まった。

色のアンケート結果より

本の表紙に使われている色を答える人の方が少なかった。

→題名から連想される色の方が印象に残りやすい。

例えば、赤と青とエスキースでは、赤や青、またそれらの混色である紫が多かった。

8. 提案

コンテストの結果が間に合わなかったこともあり、明確な提案は現時点ではできませんでした。

コンテストの結果が分かり次第、提案したいです。

9. 引用・参考文献

〈POPを制作した本〉

赤と青とエスキース 著者:青山美智子

発行所:株式会社PHP研究所

ライオンのおやつ 著者:小川糸

発行所:株式会社ポプラ社

さよならドビュッシー 著者:中山七里

発行所:株式会社宝島社

アサーティブコミュニケーションができるようになろう

—あらゆる場面で活用できる！—

研究者 2年5組12番氏名小田切健人

2年3組25番遠山雅己

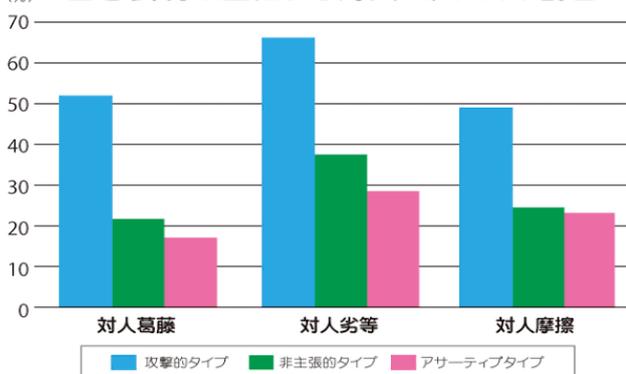
2年5組15番齋藤煌佳

2年6組14番工藤舞子

1. 研究目的(問題意識)

皆さんは他人とコミュニケーションをとる時に、消極的になって主張が出来なかったり、少し攻撃的になってしまったりすることはありませんか？自分たちは経験したことがあります。そこで、自分と相手双方を尊重するアサーティブコミュニケーションを身につけて、対人ストレスを少なくしたり、コミュニケーションで困ることを少なくしたいと思ったからです。

自己表現の型による対人ストレスの割合



大学生におけるアサーションと対人ストレスの関連性：自己表現 3 つのタイプに着目しての一部改編して掲載

2. 現状(先行研究の分析)

(1) アサーティブコミュニケーションとは

アサーティブ(assertive)とは、『自己主張する』という意味です。ただし、ここで言う自己主張は、自分の主張を一方向的に述べるのではなく、相手を尊重しながら適切な方法で自己表現を行うことを指します。つまりアサーティブコミュニケーションとはお互いを尊重しながら意見を交わし合やすコミュニケーションの事です。アサーティブと代わりにアサーション(assertion)という言葉が用いられていることがありますが、アサーティブと同等の意味を表します。

アサーティブコミュニケーションには4つの柱があるとNPO法人アサーティブジャパンの代表理事・森田汐生さんは自身の著書『気持ち伝わる話し方 自分も相手も気持ちいいアサーティブな表現術』(主婦の友社 2009年)で著しています。4つの柱とは、誠実・率直・対等・自己責任の4つです。それぞれの説明は

誠実:アサーティブとは、自分の心にも相手にも嘘をつかないで正直であることです。相手を優先しすぎて自分の欲求を押し殺すのは、アサーティブではありません。

率直:アサーティブであるためには、意見を主張する際に遠回しな表現をせず、率直に伝えます。率直に伝えるとは、主語を「私」にするということです。例えば、「みんな困ってま

すよ」と、自分の言いたいことを、第三者に代弁させるのは、アサーティブではありません。自分の意見を述べるのですから、「私は〜だと思います」を自分を主語にしましょう。

対等:森田さんによると、「相手が誰であれ、落ち着いて堂々としている」のがアサーティブであり、相手を下に見て威圧的な態度をとったり、目上の相手だからとオドオドしたりするべきではありません。振る舞いだけでは無く、心の中でも相手と対等である必要があります。

自己責任:アサーティブ・コミュニケーションにおいて自分の行動の結果は自分の責任です。自分が意見を意見を主張したこと、あるいはしなかったことによって生じた結果について、責任があるのです。例えば、「私が攻撃的な態度をとってしまうのは、相手が私をそうさせているのだ」と、すべての責任を相手に押し付けるのはアサーティブではありません。たとえどれだけ相手に非があったとしても、自分にも数パーセントの責任はあるはずで

この4つを組み合わせることで、アサーティブ・コミュニケーションは完成します。聞いたことないという人がほぼ大多数であると思いますが、決して難しいものではありません。



3. 研究方法(研究手法)

研究1:自分たちがアサーティブ・コミュニケーションについて知る。

研究2:アサーティブ・コミュニケーションを身につけることで役に立つ場面の具体例を考えてみる。

研究3:アサーティブ・コミュニケーションなどの専門家に話を伺う。

4. 結果・考察

研究1:「2、現状」に書いた『アサーティブコミュニケーションとは』に書いた通りです。

研究2:アサーティブ・コミュニケーションを身につけることで

役に立つ場面をグループのメンバーでお互いに出し合ったところ、大学受験や、就活の際にある面接、就職した後の上司や部下とのやりとり、営業の際のお客さんと話すなどの仕事や面接などの改まった場面と、友達からの誘いを断りたい時、逆に相手を誘いたい時などの私生活での相反する二つに分かれました。そのため、アサーティブ・コミュニケーションが多方面で役に立つことが出来るという意味だと思いました。

研究3:アサーティブジャパンの牛島さんにお話を伺ったところ以下のようなことを教えて頂きました。

アサーティブコミュニケーションの重要性について
今の時代、価値観や年齢、人種、性別や障害の有無など「多様性の尊重が重要」ということがこれだけ言われているにもかかわらず私たちは自分とは違う価値観や立場の相手とコミュニケーションをとるのを「話が通じない」「関わるのが面倒だし」と、避ける傾向にあります。

皆さんはどうでしょうか。話が合わない、趣味が合わない、性格が合わない相手と向き合うとき、正直面倒だな…と思うことはないでしょうか。

人間だからそう思うってしまうのは当然とおもいます。しかし、その方向性で生きていくと、世界も人間関係も狭くなり、未知の相手と出会うこともなく、自分自身の成長も狭い世界の中でとまってしまう。しかし、たとえ自分とは価値観や立場が異なる相手出会ったとしても、臆することなく、避けることなく、真っ直ぐ向き合って誠実に率直に、対等に話をして関係を作っていくこと(=アサーティブ)が出来れば多様な相手と関わることで世界も広がるし、自分自身の成長にもプラスになるはず。これからこの世界で出会っていく様々な価値観の人々と対等に意見を交わし、関係を築き、自分自身が成長していくためにも、アサーティブなコミュニケーションは必要だと思っています。

アサーティブコミュニケーションはどのような場面で活用できるのか

言いにくいことを伝えるとき、正直な気持ちを伝えたいとき、相手を尊重してNOを言いたいとき、自分とは異質な相手と話をするとき、相手や自分を責めずにかかわりを持ちたいとき、活用することができます。

高校生であれば、友人の誘いを断りたいとき、部活やバイト先などで言いにくいことを頼むとき、まわりから傷つくことを言われたとき、アサーティブを知っていることで、ストレスをためることなくコミュニケーションがとれるかもしれません。

アサーティブコミュニケーションのトレーニング方法などはあるのか

本を読む、講座に参加してトレーニングする、などの方法があります。ただ、今のところ10代に向けた本やYouTube等動画がほとんどないので、これから作っていきたくと思っています。

5. 自分の提案(答え)

まだまだ知らない人が多いアサーティブコミュニケーション

も、これからたくさんの方がアサーティブコミュニケーションを知り、覚えることで、少しでもコミュニケーション面で悩んだり、トラブルが起きることを減らせるのではないかなと思いました。

また、牛島さんの話では、10代に向けた本や動画をこれから作っていきたくとおっしゃっていたので、発信された情報を、10代である私たちがしっかり吸収して、アサーティブなコミュニケーションが溢れる社会にしていきたい。

6. 今後の課題

アサーティブコミュニケーションを使って話すことによって、アサーティブコミュニケーションを使わずに話すのと比べて、実際に聞き手はどのような違いを感じるかを調べたい。たくさんの方にアサーティブコミュニケーションを知ってもらえるようにするためにはどうしたらいいか考えたい。

7. 引用・参考文献

『気持ちが伝わる話しかた 自分も相手も心地いいアサーティブな表現』(主婦の友社 2009年) 森田汐生



子供の色の感性

～色から性格を探る～

研究者 2年2組 2番 飯島望
 2年6組 2番 荒川遥菜
 2年6組 25番 中村日和

1. 研究目的

昨年共感覚の研究をしたとき、子どもでも色の影響を受けるのか気になった。そのため、個人の感性がそれぞれどう異なるのかということを中心に詳しく調べる。

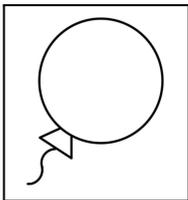
2. 現状(先行研究の分析)

子どもの性格や気持ちはある程度色づかいに表れるという記事を見つけた。

例)赤が中心→元気いっぱい、情熱的
 青が中心→真面目で誠実、冷静 etc.

3. 研究方法

実際に幼稚園や保育園を訪問させていただいて、4歳から6歳の子どもたち67人に特定のイラストに色を塗ってもらった。保育士さんたちに一人ひとりの性格を可能な範囲で教えていただき、自分たちが予想したものと比較する。



←実際に塗ってもらった絵

4. 結果

赤	12人
黒	3人
青	4人
黄	5人
橙	3人
紫	5人
緑	5人
虹色	30人

	自分たちの予想	実際の結果
赤	よく喋る・活発・協調性がある・穏やか・積極的で明るい	積極的・マイペース・自分の意志が強い・落ち着かない
青	気分屋・あまり騒がない・冷静	優しい・協調性がある・自分の意志が強い
黄色	元気・好奇心旺盛・素直・子どもらしい・純粋・目立ちたがり屋・優しい	活発・話好き・甘えん坊・打たれ弱い・慎重派
紫	大人っぽい・個性的・独特・自分を持っている・派手	芯がある・普段はもの静か・やんちゃ・落ち着きがない
緑	優しい・落ち着いている・しっかりしている・冷静・甘えん坊	明るい・甘えん坊・しっかり者・慎重派
橙	活発・明るい・元気・外遊びが好きそう	最後まで諦めない・几帳面・失敗することを嫌がる
黒	周りより大人びていそう・負けず嫌い・冷静	優しい・甘えん坊・元気で明るい・失敗が苦手
虹色	明るい・元気・活発・社交性	元気・まじめ・優しい・友達思い・活発

※予想は、インターネットで調べたことをもとに自分たちでたてたもの。また、結果は何人かにあてはまったものをあげているため全員に当てはまるわけではない。

赤・黄・虹色は自分たちが予想した性格と実際の結果がだいたい一致した。青・紫・緑・橙・黒は予想と反対の結果がでる傾向にあった。

多くの子どもたちは、虹色を選ぶ傾向があることがわかった。

5. 考察

虹色は希望やコミュニケーションをイメージする色であることから、やはり実際虹色を選んだ子どもたちに多く当てはまったのは元気で明るいということだった。

色相環における類似の系統の色を多く用いている子の中には、周りを見て行動する性格の子が何人かいたほか、元気な子も何人か見られた。

ー 自分たちの予想が実際の結果と違った理由ー

紫・緑・橙はそれぞれ赤・青・黄の三原色から構成されるが、それら(二次色と呼ばれるもの)は心の状態を映し出しやすいものであることがわかった。

→予想をたてることに時間がかかったし、予想と結果がずれやすかった。

赤が禁止なら青は許可、赤が危険なら青は安全という認識。

→青は無意識のうちに自分たちが赤と対照的だと考えてしまった。

黒には額縁効果や威圧感を与える効果

→黒に対して、どの色にも染まらない強い印象を持っていた。



色相環

今回研究してみて、使われている色によってある程度予想があっている場合もあれば極端に違った場合もあったため、子どもたちの色使いから性格を考えることは容易ではないと感じた。



6. 自分たちの提案

①子どものいる施設はカラフルにすることも有りである。

今回の結果から、子どもは単色よりも多色を好む傾向があることがわかった。

→人間の五感で一番情報量が多いのは視覚で80%、その視覚の中でも「色」に関するものは80%である。

実際に多くの色に触れることで多くの刺激を受け、感受性を豊かにするため。

②自分たちができることとして、集中したいときは青系統の空間や道具を使ってみる。

青以外の色が集中力を妨げるわけではないが、青には鎮静効果があり、万人が落ち着きやすいとされているため。

7. 今回の課題

①子どもたちに塗ってもらった風船の塗り絵の色別人数を男女に分けて表示することができなかった。

②先生方に子どもたちの性格を教えていただく際に、長所を中心に教えてくださったため、短所を聞き込むことが積極的にできなかった。

③今後の課題として、子ども中心の研究だったため、ほかの年齢層でも同様のことが起こるのか幅を広げて、調査する機会があればやってみたい。

8. 引用・参考文献

<https://yakult-lady.jp/mama-yell/5132>

<https://kodomo-manabi-labo.net/child-picture>

<https://la-macouleur.com/column/rainbow-1>

<https://www.lifehacker.jp/article/140817/color/>

<https://iro-color.com/>

https://www.city.fukushima.fukushima.jp/youhoshien/kosodate/tokusyoku/documents/p4_1.pdf

声の分析

～声色で変わる印象～

研究者 2年 2組 22番 氏名 清水りな
2年 3組 22番 氏名 高橋萌音

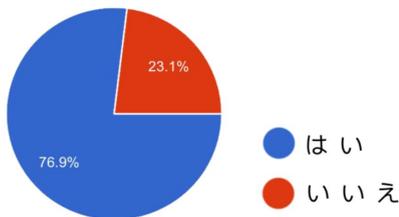
1. 研究目的(問題意識)

自分の伝えたい感情と、話している相手に伝わる感情が違っている事があり、声のどういったところで印象が付けられているのか気になったから。
また、どうしたら声から感情や印象を勘違いされ事なく話す事ができるのか、調べてみようと思ったから。

2. 現状(先行研究の分析)

【アンケート①】

喋っている時に感情を勘違いされたことはありますか？



多くの人が、話している相手に勘違いされた経験があるとアンケートに回答した。
また、「第一印象は声で4割」という研究(メラビアン法則)が立証されており、声を与える印象は大きなものであることは正しいと考える。*1

声の絶対的な高さ(元々の高さ)は基音に依存する物とし、倍音の概念とフォルマントの双方を確認していった。
すべての音声で、第1フォルマントからおおよそ第4フォルマントまでが分析で確認できた。人によって個々の音程は異なり、またフォルマントの数にも個人差があるが、第1フォルマントと第2フォルマントは必ずあるし、これらの周波数の比は母音によってほぼ同じである。

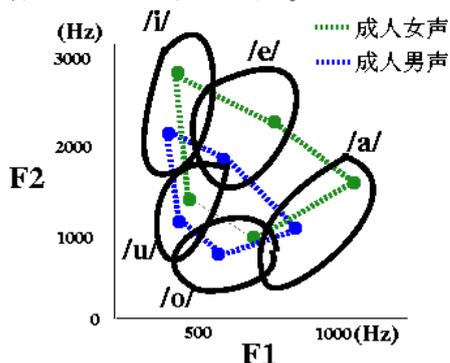


図1 日本語の母音(あ[a]、い[i]、う[u]、え[e]、お[o])の発音における第1フォルマントと第2フォルマントの配置 *2

今回は主に第3以降のフォルマントの周波数と、音量の比率に重点を置いて研究を進めていった。
実際に音を重ねることで声に近い音を作ることも可能*2だが、今回は本旨から逸れることとなるので割愛した。

3. 研究方法(研究手法)

・アンケートを取り、声から勘違いされたことがあるか、また声の印象についてどのように考えているかを知る。
・実際に声を録音したり、配信されている音声を利用するなどして様々な声を解析し、それぞれの声にどういった特徴があるかを調べ、考察する。

4. 結果・考察

アンケートの結果

【アンケート②】

高い声に持つ印象を教えてください(複数回答あり)

- ・楽しい(62%)
- ・優しい(46%)
- ・嬉しい(46%)
- ・可愛い(8%)
- ・悲しい(8%)
- ・その他(8%)

【アンケート③】

低い声に持つ印象を教えてください(複数回答あり)

- ・怒っている(54%)
- ・厳しい(54%)
- ・優しい(31%)
- ・悲しい(23%)
- ・心地がいい(8%)
- ・落ち着いている(8%)
- ・その他(8%)

高い声には好印象である回答が多く、低い声には少し悪印象である評価に票が集まった。

しかし、その逆を示す評価にも一定数票が入っているので、一概に二分することはできないと考える。

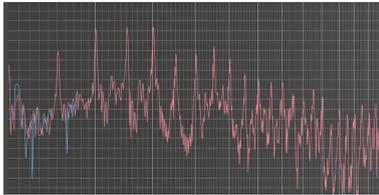
また、元々の声の高さに依らず、普段の声と比較して、相対的に低い声は暗く、元気がないように聞こえる傾向にある。反対に、相対的に高い声は明るく、元気があるように聞こえる傾向にある。

これらのことから、まず良い印象を与えるためには、平素の声よりも少し高く感じられる声を使う事が有効ではないかと考える。ただ、この場合の“高い”は音程ではなく、雰囲気であるため、作り声でいわゆる「ミッキーボイス」のようなことをするのは訳が違ってくる。そもそもどんな場面でも、そんなことしたら不真面目だと思われるのは自明の理だが。

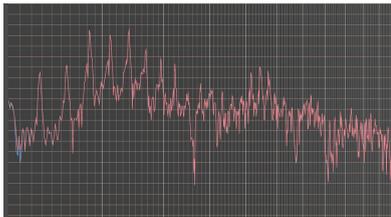
声の分析から

※縦軸は音量、上ほど大きい
横軸は周波数で、右ほど高い。濃い白線が1,000Hz刻み、薄い白線は100Hz刻みである

男声



①
基音 \approx 100Hz

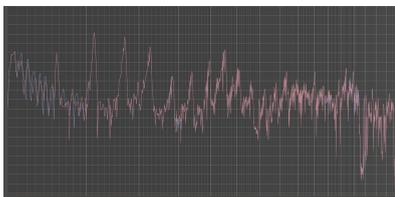


②
基音 \leq 50Hz

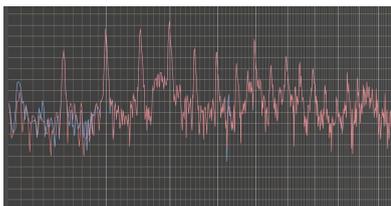
音が高く発音がはっきりしていた①のデータは、第1～第3フォルマントの音量がほぼ一致している。基音と第4～7フォルマントも、音量がほぼ同じくらいである。実際に聞いた感じとしては、余韻まで高い、細く芯のある音に聞こえた。男声であるが、フォルマントがかなり高音にまで分布していることを鑑みると、声は明るく、音程が低くとも高く聞こえる傾向にあると考える。SNSやインターネットで言われるところの、いわゆる「少年声」に該当する声であると思われる。

音が低く発音がまろやかだった②のデータは、第1と第2フォルマントの音量が近く、第3～第5フォルマントの音量が同じくらいであった。実際に聞いた時は、一般的な成人男性の声、と感じるとともに、丸みのある優しい声だと思った。高音の成分が少ないため、鋭く聞こえる音が少なくなり、丸みのあるような印象を与える声になったのだろう。

女声



①
基音 \approx 550Hz



②
基音 \approx 500Hz

①は第1、第2フォルマントが大きく、その他は比較的小さめになっていた。高音部は細かい波が多く発生しており、全体としての音を少しぼやかしたような印象にする原因となっている。

②は第1～第3まで大きく、第4以降は減衰傾向にあるが、粒の立った音がかかなり高いところまで分布している。発音がしつかりした、硬い音に聞こえる要因だと考えられる。

①と②を比較すると、基音や1つ1つのフォルマントの音程自体は①の方が大きいにも関わらず、実際に聞いてみると①の音声の方が落ち着いたような、低いような印象を受けた。これにより、番号の大きいフォルマント＝声の成分のうち音程が高い物の大きさは、全体の印象に大きな影響を与えていると考えられる。

5. 自分の提案(答え)

総括して、「はっきりとした明るい声」で話すのが好印象であり、そのためには「高音部のフォルマントを強く出す」事が必要だと考える。そのためには、声を出す位置を上に乗せたり、口を大きく開けたりする必要がある。俯かず、少し上の方を見る意識をして話したり、舌尖を上前歯の裏付近に置いて発音することで、明るい声を出すことにつながる。

反対に、暗い気持ちを表したいときは、口を窄めるなどして発音に繋がるまでの響きを小さくすると効果的である。

6. 今後の課題

話す際の音声、しかも母音の単独音に絞った研究だったので、実際に話している時、または歌っている時、さらには外国語までもが研究対象として残っている。より日常的で自然な会話の際の音声など、身近かつ自認しやすい部分での研究も余裕があればしたかったところである。

主観的な意見がかかなり多くなってしまい、完全に分析できたとは言えない結果になってしまったので、アンケートなどをより効果的に活用し、大衆意見を取り込んだ、より信憑性のある研究まで至らせることができるようになっていきたい。

7. 引用・参考文献

*1

「メラビアンの法則」について言及された論文

『Silent Message』-Albert Mehrabian

https://e-edu.nbu.bg/pluginfile.php/855150/mod_resource/content/1/Albert-Mehrabian%20-%20Silent%20Messages%201971%20-%20red.size.pdf

*2

音声生成の仕組み

https://media.sys.wakayama-u.ac.jp/kawahara-lab/LOCAL/diss/diss7/S3_6.htm

*3

実際に特定の周波数の音を重ね、音声として利用できるように開発された物。

開発元から投稿されている解説動画

https://youtu.be/3Ev_lJeAgYM

公式サイト

<https://mechanicalgirl.jp/adachi-rei/>

趣味嗜好と性格の関係

—趣味から性格を読み取ることはできる—

研究者 2年 1組 6番 内山創太
9番 楠彩都
14番 小宮山博紀
4組 38番 宮川樹

1. 研究目的(問題意識)

普段の学校生活で似ている人同士が関わっていることが多いと思う。さらにそういう人同士共通の趣味を持っていたりすることが多いと感じた。このことから趣味嗜好と性格には繋がりが関わりがあるのかもしれないと思い研究することにした。

2. 現状

前期までの研究では、屋代高校2学年の生徒に自分の性格についてのアンケートと趣味嗜好のアンケートをとってその結果から趣味嗜好と性格には、外交的→アウトドア系やアクティブ系の趣味、内向的→インドア系の趣味のように繋がりがあのではないかと予想をして実験を進めた結果、自分達が予想した性格と趣味の相関関係を見る事ができなかった。その理由はアンケートを受けてくれた人の性格が内向的か外交的かをアンケートを受けてくれた人の自己評価で判断してしまったためやや内向的に偏ってしまったからではないかと推測した。

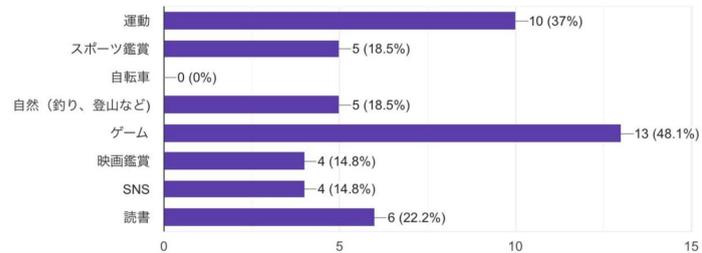
- 運動
- スポーツ鑑賞
- 自転車
- 自然(釣り、登山など)
- ゲーム
- 映画鑑賞
- SNS
- 読書

赤色がアウトドア系・アクティブ系
青色がインドア系の趣味

①自分の性格をどのように認識しているか



②あなたの趣味はなんですか(二つまで)



①・②を性格と趣味の関係についての表にする

	運動	スポーツ鑑賞	自転車	自然	ゲーム	映画鑑賞	SNS	読書
社交的	4	2	0	1	5	2	1	1
内向的	4	2	0	3	7	2	1	5
その他	2	1	0	0	0	0	2	0

前期のアンケート

アンケート内容

まず、自分の性格は内向的なのか外交的なのか、大まかな性格を聞き、次に趣味を聞いた。趣味については以下の8つから選んでもらった。趣味については二つのグループに分類し、それぞれアウトドア系・インドア系とした。

予想

- 自分の性格を社交的と捉えている人…赤のアウトドア系やアクティブ系趣味を持つ
- 自分の性格を内向的と捉えている人…青のインドア系趣味を持つ

結果

3. 研究方法(研究手法)

前期のアンケートでは、自分の性格をどのように認識しているのか自己判断で聞いたため、人によって判断する基準が異なるため、内向的であると自分のことを思っている人が多かった。そのため後期ではアンケートに内向的か外交的か判断できるような心理テストのようなものを用いることで、より客観的な回答を得ようとした。

質問の内容

1	人と話すことで元気になる	1人の時間が好き
2	旅行の計画は細かく立てる	旅行は行き当たりばったりを楽しむ
3	冷静だと言われる	愛想が良いと言われる
4	せっかち	のんびり
5	他人に自分のことをよく話す	他人に自分のことをあまり話さない
6	問題点を見つけるのが得意	人を褒めるのが得意
7	今この瞬間を五感でありのまま味わうのが好きだ	そのモノの奥に秘められた意味を考えるのが好きだ
8	何事も白黒ハッキリさせたい	何事も色々な可能性を探りたい
9	最終的には冷静に合理的な判断をする	最終的には好きか嫌いかで決める
10	どちらかというと現実的だ	どちらかというと空想家だ
11	人の髪型などちょっとした変化によく気づく方だ	ものごとの全体像を把握するのが得意なタイプだ
12	食事の注文はあまり迷わず決める	食事の注文はどれにしようか迷うことが多い

	外交的	内向的
アクティブ系	16	5
インドア系	6	12

4. 結果・考察結果

今回のアンケートでは前期とは異なり、質問の結果から外交的要素が強い人はアウトドアやアクティブ系の趣味を持つことが多く、内向的要素が強い人はインドア系の趣味を持つことが多いとわかった。

5. 自分の提案(答え)

以上の研究結果から趣味嗜好と性格の間に関係が成り立つことがわかった。このことから、研究をより大規模かつ正確に行うことができれば、検索結果からその人に見合った趣味の広告を出せるGoogle広告のような活用方法があると考えられる。

6. 引用・参考文献

16personalities. “MBTI診断”

<https://www.16personalities.com/ja/%E6%80%A7%E6%A0%BC%E8%A8%BA%E6%96%AD%E3%83%86%E3%82%B9%E3%83%88>

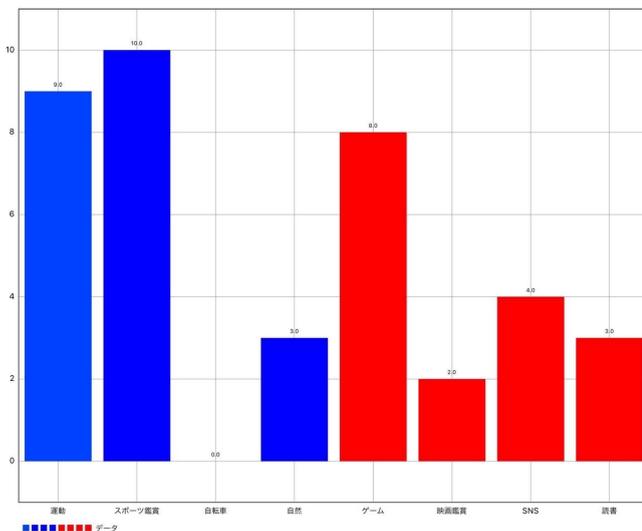
INTROVERTS. “内向型心理テストイントロバーツ” .

<https://introverts.jp/#/questions>

モチラボ

<https://motivation-up.com/assessment/16type/16type.html>

あなたの趣味はなんですか



本番力を鍛える —集中力を高める心理学—

研究者 2年2組 井沢 匠
2年5組 小池 奏斗
2年5組 小林 天
(3)イメージング

1. 研究目的(問題意識)

大事な試合前は、緊張やストレスが原因で本来の力を発揮できなくなることがある。
そこで、どんな時でも確実に本来持っている力を発揮するための方法を調べ、本来の力を発揮したいと思ったから。

2. 研究内容(先行研究の分析)

心理学の第一人者と言われる豊田一成先生が考える必ず実力を発揮させる集中力を最大限出す方法

(1)呼吸法

①足を肩幅に開いて立ち両腕は力を抜いて下に降ろす。

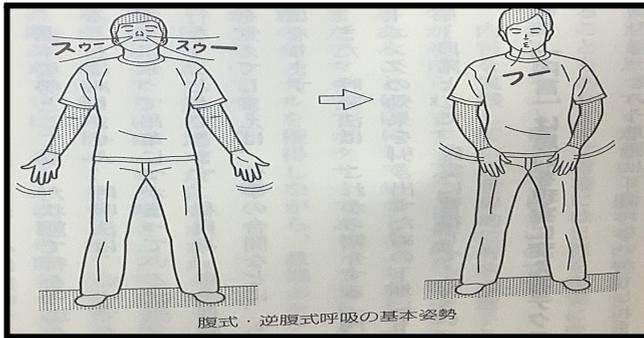
②腹式呼吸をする

息を鼻から吸い、一旦止め、口からゆっくり吐く
息を吐く時にお腹を凹ませながらする

③逆腹式呼吸をする

お腹を膨らませながら息を吐き出す

②と③をそれぞれ4~5回行う



(2)気功体操

①呼吸法と同じ姿勢をする

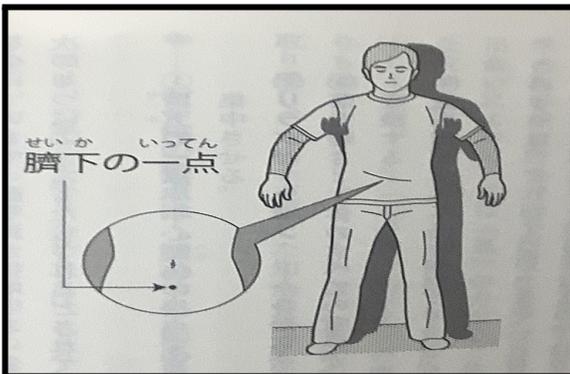
②頭を左右前後にゆっくりと回し、

肩は上下に動かし、

手首もブラブラと回すように振り、体の力を抜く

③臍(へそ)から9cmほど真下の点(臍下の一点)に

気持ちを集中させ、心と体が合体するところがそこにあると意識する

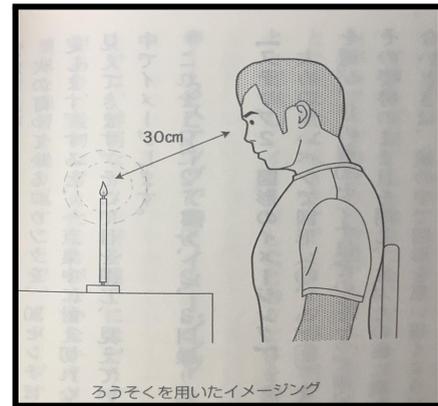


イメージは心と体をつなぐツールである。

イメージが鮮明であればあるほど、脳はイメージを現実のことと認識し、イメージした通りに体を動かそうとする。

火の灯っているろうそくを30センチほど離れたところから見つめ視線を炎に固定する。

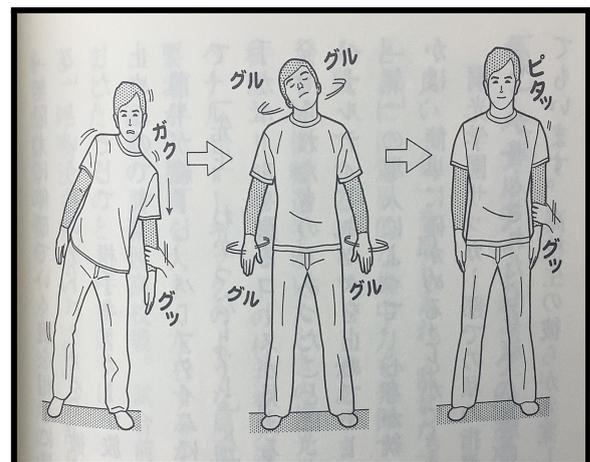
そこで目を閉じ、見えていた炎の残像をまぶたの裏に描くように頭の中でイメージする。



(4)「気」の導入の確認をする

気の導入を確認する方法は以下の通りである。

立っている状態で、片腕の手首を真下に引っ張ってもらう。
気が導入されていれば、上体のバランスは崩れず、手も下がらない。



3. 実験方法

実験

10m離れたところに おいたボールにパスをし、パスの精度を確認する。ボールにパスが当たる回数が多いほど、集

中力が高く、本来持っている力を十分に発揮できる精神状態にあることがわかる。

①[1回目]

パスをする前に、何もなかった状態で、10本のパスをしてその内何本のパスが成功したか調べる。

②[2回目]

パスをする前に事前研究で調べた「呼吸法」と「気功体操」、「イメージング」を行い、その後10本のパスをして、その内何本のパスが成功したか調べる。

③5人それぞれ10本ずつ行いその結果を表にまとめる



考察

5人の内3人はパス成功率が何もしなかった時よりも上がったことがグラフからわかる。パス成功率が上がった3人は実験前に(パスをする前)呼吸法と気功体操を行い、**実験が始まってからも何回かそれを行った。**パス成功率が上がらなかった2人は実験前に呼吸法と気功体操を行ったが、**実験が始まってからは一度も行っていない**。したがって、集中を継続させるためには、こまめに呼吸法と気功体操を行い、リラックス状態を常時作ることが必要だと実験からわかった。持てる能力を100%発揮するためには、常にリラックスして、体に余計な力などが入らない精神状態をつくり出すことが重要であると実験を通じて、確認することができた。

4. 今後の課題

今回はサッカーに限った実験を行ったが、他のスポーツでも同じような実験を行い効果を確認することも必要であると思った。実験の効果はさらに多くの人に実験をしてもらうことで、明らかになるのではないかと考えた。

5. 参考文献

豊田一成 一流の集中力 ソフトバンククリエイティブ株式会社

結果

5人をそれぞれA、B、C、D、Eとし一回目を青、二回目を赤で右のグラフにまとめる

