

## 広告解釈における群行動誘発の可能性：行動に関連する感情および動きについて

有川，裕子

<https://doi.org/10.15017/1654889>

---

出版情報：九州大学，2015，博士（芸術工学），課程博士  
バージョン：  
権利関係：全文ファイル公表済

氏名	有川 裕子		
論文名	広告解釈における群行動誘発の可能性 群行動に関連する感情および動きについて		
論文調査委員	主査	九州大学	教授 佐藤 優
	副査	九州大学	教授 伊原 久裕
	副査	九州大学	准教授 池田 美奈子

## 論文審査の結果の要旨

本研究は、ネットワーク社会における流行現象に着目し、群行動を誘発させる要素について分析し、実験研究を行い、広告コンテンツづくりのための指針を示した研究である。

序で群行動を誘発する要素として「動き」に着目した背景と研究方法を述べている。

第1章では、群行動及びコンテンツ、メディア、視聴者の傾向と特徴を整理し、内外の先行研究について確認をしている。現在のネット上の流行現象について、行動の可視化による影響力の拡大や、模倣説や同調性と差異化の欲求などをあげている。ネットワーク特有の傾向として匿名性が高い没個性化と、反面で感情の開放は起こりやすい特性などをとらえ、従来のメディアにはなかった特性をまとめている。

第2章では、さらに動きと感情に関する先行研究に絞り込んで探求し、水辺方向より垂直方向の動きが優位とした先行研究を確認している。

第3章では、群行動事例を使った感情や動き等の視覚要素に関する調査を行った。くまもん、ふなっしー、ゴジラ、Living Dead Dolls など12件の流行した事例を取り上げ、嫌悪感、充足・安心感、興味と驚き、喜び、悲しみ、怒り、恐れ、風刺、羨望、活動性、追加感情、などの感情の状態と、色彩との関連および想定する動きのパターンについて調査を行っている。感情項目と動きについて、おもしろい、ばからしい、元気いっぱい、新しい、の4つの項目について相関が認められた。次に、流行した動画像9点を使った調査を行い、動きのパターンについては7パターンとした。垂直方向とおもしろい、垂直方向と新しい、の2項目について強い相関が認められた。

第4章では、現在の携帯端末の視聴状況を考慮して注視点領域と周辺領域が共に動く場合の調査実験を行っている。注視点領域における垂直方向の動きが周辺領域の水平方向より優位であることが確認された。

第5章では、調査及び実験の結果をまとめて考察している。

第6章では、調査実験から得られた知見を検証するため、知見に沿ったオリジナルのキャラクターを制作し、反応を確認し、研究の結果から予測したとおりの結果が得られている。

群行動を誘発させる指針を事例の分析と実験的な調査研究によって導いた研究であり、基準になる感情と動きの方向を特定したもので、今後の広告解釈に重要な視点を提供した。芸術工学らしい分析と実験による独創的な研究である。

垂直方向の動きを印象づけることがおもしろい、新しい、という感情を想起させることがわかり、ネット上で多くの情報が飛び交う今日、効率的に印象に残りやすい情報を作成することはデザインをする上での要点の1つであり、広告コンテンツの作成に関して新たな指針を与えた研究であり、

芸術工学にふさわしい独創的かつ有為な研究である。

よって、本論文が博士（芸術工学）の学位に値するものであることを、本調査委員会は認めた。