

脳活動及び生理指標による

TV コマーシャルの挿入タイミングが心的状態に与える影響

—子どもと大人の比較検討—

関西学院大学大学院理工学研究科
情報科学専攻 長田研究室 澤井 美紗

近年、多くのテレビ番組でクライマックスに CM を挿入する形式が採られ、視聴者は不愉快に感じているとの内観報告がある。特に、発達段階にある子どもの場合、そのような刺激を日常的に繰り返し受けることで精神形成に与える影響が懸念される。本研究では、4～5 才の子ども及び大学生に対し fNIRS による脳活動、ポリグラフによる心拍、呼吸、瞬目、皮膚電位活動の計測を行い、CM 挿入タイミングの違いが心的状態に与える影響を検討した。

計測の結果、番組のクライマックスに挿入される CM (山場 CM) と区切りに挿入される CM (一段落 CM) では、幼児と大学生それぞれにおいて異なる生理反応が見られた。山場 CM において、不快刺激との関連が指摘されている脳部位での賦活が見られたこと、心拍数が上昇したことから、クライマックスに挿入される CM は集中を阻害し不快感を与えることが示唆された。また、幼児と大学生の比較では、大学生に比べ幼児は脳活動において山場 CM により急激な感情の変化が確認され、山場 CM の子どもに与える影響の大きさが示された。また大学生は、一段落 CM 挿入において、心拍数及び呼吸が CM 開始前から減少し始めているため、CM を映像の区切りに挿入した方が緊張状態が緩和され落ち着いた状態で視聴されることが確認された。シーン再開時に関しては、一段落 CM 後のシーンを視聴した幼児において、心拍数の増加及び皮膚電位活動における SPR の陽性派が確認されたことから、一段落 CM 後のシーンへは集中の切り替えが行われることが示唆された。

以上より、山場に挿入される山場 CM は、視聴者の集中を阻害し不快感を与えることが示され、特に子どもに与える影響が大きいことがわかった。一方、CM は一段落に挿入された方がリラックスして映像を視聴でき、映像再開時の集中も高まることがわかった。