



Title	EFFECTS OF OPEN CAPTION TELOP COLOR ON NEWS VALUE PERCEPTION IN THE SPECIFIC CONTEXT [an abstract of dissertation and a summary of dissertation review]
Author(s)	李, 弓
Citation	北海道大学. 博士(人間科学) 甲第15060号
Issue Date	2022-03-24
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/85434
Rights(URL)	https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Type	theses (doctoral - abstract and summary of review)
Additional Information	There are other files related to this item in HUSCAP. Check the above URL.
File Information	Gong_Li_review.pdf (審査の要旨)



[Instructions for use](#)

学位論文審査の要旨

博士の専攻分野の名称：博士（人間科学）

氏名： 李 弓

主査 教授 川端 康弘
審査委員 副査 特任教授 和田 博美
副査 准教授 瀧本 彩加

学位論文題名

EFFECTS OF OPEN CAPTION TELOP COLOR ON NEWS VALUE PERCEPTION IN THE SPECIFIC CONTEXT

(OCT の色彩が特定の文脈におけるニュースバリューの認知に及ぼす影響)

・当該研究領域における本論文の研究成果

本研究の成果として以下の5点を挙げる事ができる。

第1に、従来は漠然とした色の印象による主観的効果に過ぎないと考えられていたOCTの基本色相とトーンの違いが時間的制約のあるニュース認知の評価に大きな影響を与えることを、実際にニュースを見る場面を模した実験状況で検証したことである。これには自作したOCTのカラーチャートが寄与している。

第2に、一般的な認知状況での赤や青といった主要な色相のマーカー効果としての重要性をニュース認知場面での重要性評価で確認するとともに、新奇性や適時性といった従来の認知心理学における評価法ではあまり考慮しないが、ジャーナリズムでは一般的な評価において、中間的な色相、具体的には橙や黄、黄緑の効果が高いことを明確に示したことがある。従来は、赤や青のマーカー効果を強く不変なものとして、他の原色や中間色を過小評価している。

第3に、ニュースの新規性や適時性ではOCTの色相と同程度にトーンが重要な役割を示すことを定量的に示したことがある。OCTの場合、カラーディスプレイの技術革新の歴史から見ると色相に焦点があてられることが多いが、現在はほぼすべての色相について多様なトーンを設定できることから、当然その効果はある程度予測できるものであったが、その効果をここで実証している。

第4に、ニュースの感情価によってOCTの色の効果が異なるという予測のもと、ポジティブな状況下でのニュースの重要性認知に及ぼす緑の優位性や青の劣勢を明確に示したことがあげられる。逆に青はネガティブな場面では重要なことも示されている。

第5に、重要性や適時性の認知におけるネガティブ状況でのdeepトーン、また新奇性の認知におけるポジティブ状況下でのbrightトーンの効果が強くと示された。色相だけでなくトーンもOCTの主要な特徴と言える。

第5に、研究方法における新しい試みの有効性が挙げられる。本研究では一貫して心理的等歩度に近い独自に設計したOCTのカラーチャートを使用しているが、これによってジャーナリズムでは一般的な評価である、ニュースの重要性、新奇性や適時性といった評価を心理学実験の枠組みに実装することが可能になった。また普及版のアプリケーションに実験を組み込み動作させることで、汎用性の高いPCやタブレットを利用して、生態学的に妥当な環境下で刺激を提示して実験を実施している。これは実験参加者にとっても理解しやすく、課題遂行に伴う負担の軽減や実施時間の短縮にも繋がったと評価できる。

・学位授与に関する所見

時間的に制約のあるニュース認知場面という限定された状況下ではあるが、ニュース評価の主要な次元である重要性、新奇性及び適時性において、OCTの色相とトーンが多様な組み合わせで色マーカー効果を明確にしたことには意味がある。さらにジャーナリズムにおける評価法と心理学

的実験を繋ぐ独自の方法を考案したことによって、この結果は強い説得力を持つといえる。しかしながら、得られた結果の明確さや多彩さの割には、心理的機能としての色マーカー効果の一般的モデル化の試みが不十分であると言わざるを得ない。OCT の設計などの社会的要請に応じる形で発信するには、色マーカー効果が限定的な文脈で働くことや未知の部分がまだ多いこともあり、本研究で作成された OCT カラーチャート等による定量化、ニュース場面の感情価による文脈の設定等の継続的作業が今後も必要となる。また本研究ではジャーナリズムの視点からニュース認知場面での重要性、新奇性及び適時性といった評価の独立性を前提として検証しているが、心理学的な評価値としてその独立性の検証が必要である。その他、実験に用いた限定された色の範囲の問題も指摘された。また色に関する知識は経験によって後天的に獲得されるものであり、個人が属する文化や対象を見かける頻度などによって、心内の色の知識内容は常に変化する可能性がある。それらは OCT の効果にも影響を与えるものであり、その動的特性を探る研究も必要であろう。限定された実験結果ではあるが、そこで発見された効果は明瞭であり、上記の問題点の多くも、今後の研究の進展によって解消されることが可能であり、本論文の意義を損なうものではないという審査委員一同の意見である。李弓氏に博士（人間科学）の学位を授与するのがふさわしいとの結論に達した。