

感動のメカニズムや効果の解明と 広告や商品開発への応用



研究概要

キーワード 感動／広告／商品開発／心理実験

私たちは、物語を読んだとき、雄大な自然に接したとき、スポーツの素晴らしいプレーを見たとき、優れた芸術作品に出会ったときなど、様々な場面で感動する。感動はほとんど誰もが体験したことのある感情であり、しばしば商業広告などに利用されるにも関わらず、そのメカニズムや効果はほとんど明らかになっていない。

本研究課題では、心理学実験および調査により、以下の2点を明らかにする。第一に、感動対象にどのような要素が加わると感動が強くなるのか。第二に、感動することは具体的にどのような効果を持つのか。さらに、明らかにした知見を具体的な商業広告や商品開発に活かし、その効果を検討する。



研究課題の概念図です。感動の解明とその応用を目指しています。

今後の展開やメッセージ

感動的な物語などがテレビコマーシャルなどの広告に用いられる例が増えていますが、それらはどのような効果があるのかを実験や調査から明らかにします。また、効果的な感動広告や商品の提案にもつなげたいと考えています。ぜひ、お気軽にお問い合わせください。

研究者情報



研究者情報URL

<https://www.kanazawa-it.ac.jp/kyouinroku/a/BHABA.html>
<https://researchmap.jp/jolicadeau>

加藤 樹里 講師・博士(社会学)
情報フロンティア学部 心理科学科
所属研究所：感動デザイン工学研究所