

ショート動画楽曲に見られるコード進行が印象と拡散行動に与える影響

2 2 3 2 1 0 9 中田健太郎

指導教員：山崎治 准教授

1.はじめに

TikTok 等のショート動画プラットフォームにおいては、楽曲のサビやイントロといった数秒間の「響き」がユーザーの印象を決定づけ、動画投稿や共有といった拡散行動（バズ）の引き金となる傾向が顕著である。音楽の構造的要素と心理的評価に関しては、和音進行が情動に与える影響(饗庭ら 2012)や、音響特徴と感性評価の関連(伊藤ら 2010)など多くの先行研究が存在する。しかし、これらは内面的な「感動」や「印象」に焦点を当てており、現代の音楽ヒットに不可欠な「拡散行動」との直接的な関連性は検討されていない。

2.目的

本研究の目的は、邦楽ヒット曲に頻出する特定のコード進行が聴取者の心理的印象にどう作用し、それが SNS 上での拡散行動意図（シェアや動画使用の意欲）とどのように関係しているかを実証的に明らかにすることである。

具体的には、楽曲のテンポや楽器構成などの条件を統制した上でコード進行のみを変化させた刺激音源を作成し、聴取実験を行う。

3.実験 コード進行が拡散行動に与える影響

コード進行の違いが印象および拡散行動意図に与える影響を検証するため、Web アンケート形式による聴取実験を実施した。

3.1 方法

実験参加者：大学生 21 名。

実験計画：コード進行の種類を独立変数（要因）とする 1 要因 3 水準の参加者内計画とした。要因の水準は、Billboard JAPAN および Spotify 国内チャートの分析に基づき選定した「カノン進行」「小室進行」「王道進行」の 3 つである。

材料：刺激として、これら 3 種類の進行を用いた約 20～30 秒のワンフレーズ音源を制作した。コード進行以外の要素を排除するため、全ての音源においてキー、テンポ、楽器構成、およびメロディーラインの複雑さを統一した。

手続き：実験は Google フォームを用いた Web アンケート形式にて個別に実施した。参加者は属性回答後、3 種類の音源をランダムな順序で聴取した。各音源の聴取直後に、SD 法等による「印象評価」（明るい、キャッチーだ、等）と、5 件法による「バズ行動意図評価」（SNS で使ってみたい、バズりそう、等）に回答した。

3.2 結果

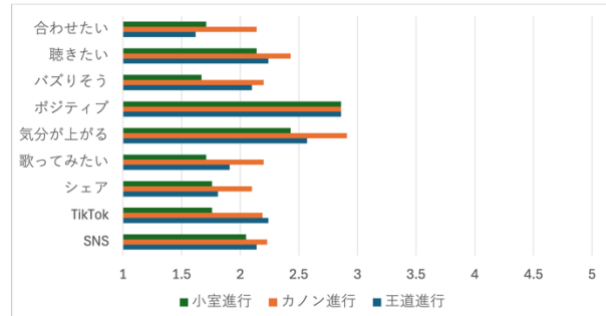


図 1 行動意図評価の比較グラフ

図 1 に各コード進行の楽曲における評価の平均値を示す。分散分析の結果、「興奮する一落ち着く」「心地よいー心地よくない」「古臭いー新しい」の 3 項目で有意差が認められた（興奮： $F(2,40)=4.32, p=.02, \eta^2=.17$ ／心地よさ： $F(2,40)=3.33, p=.05, \eta^2=.16$ ／古臭い： $F(2,40)=10.66, p=.001, \eta^2=.35$ ）。また「古臭いー新しい」尺度では、カノン進行（ $M=3.14$ ）が最も新しく、小室進行（ $M=2.33$ ）が最も古臭いと評価される明確な差が確認された。

バズ行動意図評価においては、「バズりそうだと思う」項目で有意差が認められた（ $F(2,40)=4.440, p=.02, \eta^2=0.18$ ）。多重比較の結果、小室進行は王道進行およびカノン進行と比較して、現代のトレンドにおいては「バズりそうにない」と客観的に予測される傾向が示された。一方で、「SNS で使ってみたい」「シェアしたい」といった聴取者自身の直接的な使用意欲については、進行間での有意な差は認められなかった。

以上の結果から、コード進行は楽曲の「時代感」や「トレンドへの適合性」を判断する指標となるが、実際の拡散行動（UGC 生成）を誘発するには、コード単体ではなくリズムや音色などの複合的な要素が必要であることが示唆された。

4.終わりに

TikTok 等のショート動画プラットフォームにおいては、楽曲のサビやイントロといった数秒間の「響き」がユーザーの印象を決定づけ、動画投稿や共有といった拡散行動（バズ）の引き金となる傾向が顕著である。

参考文献

- 饗庭絵里子ら(2012).「和音進行による情動の知覚 fMRI および印象評価によるアプローチおよび印象評価によるアプローチ」音楽知覚認知研究 18(1) 3—21.
- 伊藤雄哉ら(2011).「楽曲に対する感性評価と音響ゆらぎ特徴の対応付け」日本感性工学会論文誌 10(3) 341—348.