

# 自己ペースの縦スクロールにより観察された 画像の記憶保持

永林朋華

近年、スマートフォンなどを用いて縦スクロールで画像や動画を閲覧するコンテンツが普及、流行している。このようなコンテンツにおいて広告はすぐにスクロールして読み飛ばされてしまうことが多く、広告制作者側は”広告をしっかりとみてもらえない・閲覧者の記憶にほとんど残らない”といった問題を抱えている。

そこで本研究では自己ペースの縦スクロールにおける画像の記憶されやすさに影響を与える要因を明らかにすることを目的とした。

実験では、ターゲット探索を行いながら自己ペースで縦方向にスクロールしながら画像を観察してもらい、観察直後と遅延後に記憶課題を行った(図 1)。観察画像内で特定の画像を繰り返して提示した回数(1回, 2回, 4回)や遅延後記憶課題までの間隔(図 2)を変更し、観察時間、直後記憶保持率、遅延後記憶保持率を比較した。

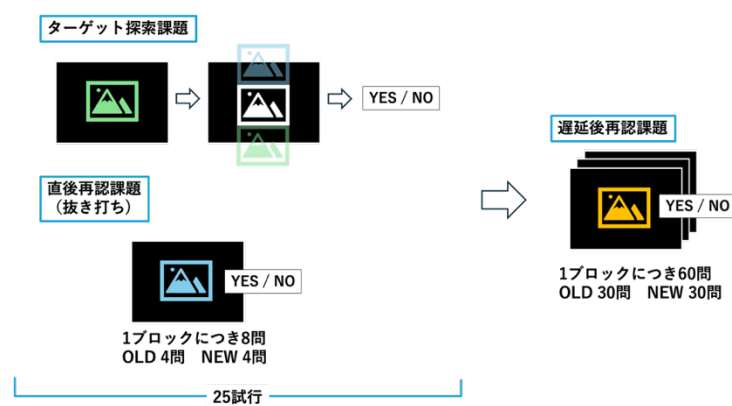
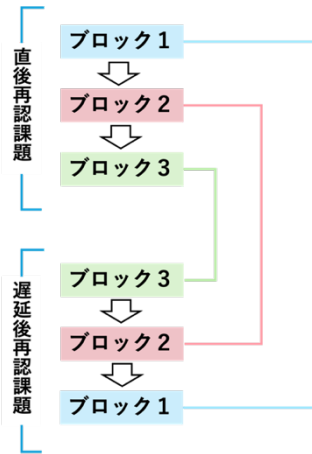


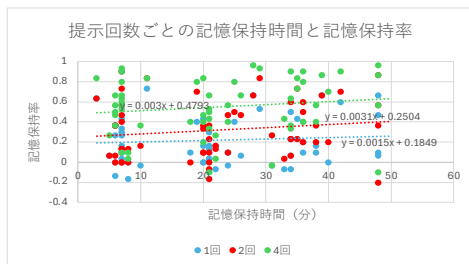
図 1 1ブロックの流れ



4

図 2 実験全体の流れ

実験の結果、画像観察から遅延後記憶課題までの間隔による影響は見られなかった(図 3)が、遅延後記憶保持率において画像の提示回数の影響がみられた(図 4)。また観察時間については長くなるほど遅延後記憶保持率が良くなる相関が見られた(図 5)。



	相関係数	有意確率	標準偏差
1回	0.08	0.543	0.246
2回	0.149	0.256	0.278
4回	0.144	0.272	0.285

図 3 画像観察から遅延後記憶課題までの間隔と記憶保持率

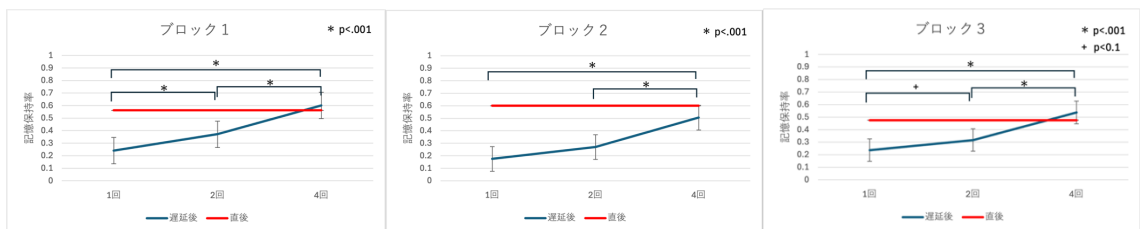
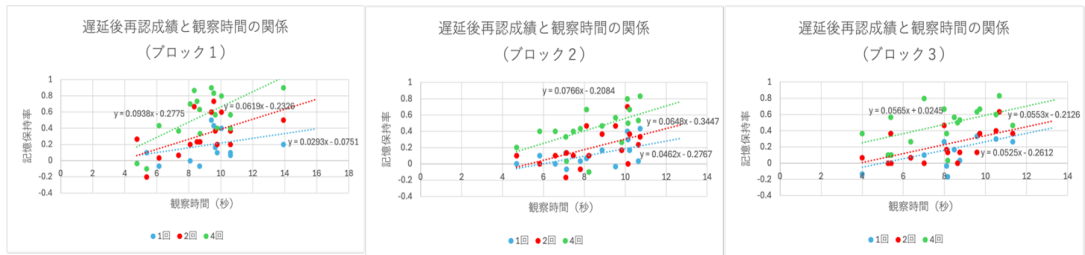


図 4 画像の提示回数と遅延後記憶保持率



	直後記憶保持率		遅延後記憶保持率 (1回)		遅延後記憶保持率 (2回)		遅延後記憶保持率 (4回)	
	相関係数	有意確率	相関係数	有意確率	相関係数	有意確率	相関係数	有意確率
ブロック 1	0.421	0.092	0.303	0.238	0.545	0.024	0.674	0.003
ブロック 2	0.351	0.167	0.547	0.023	0.521	0.032	0.557	0.02
ブロック 3	0.18	0.489	0.509	0.037	0.682	0.003	0.587	0.013

図 5 観察時間と遅延後記憶保持率

以上の結果より、画像を記憶することを意識しない場合であっても、繰り返し提示回数が増加するほど記憶に残りやすくなること、観察時間が長いほど記憶に残りやすいことが示唆された。