

概念体系と結び付いた单一事象の広告風修辞機構 An Advertising Rhetorical Mechanism for a Single Event Combined with Conceptual Systems

小野淳平[†], 張一可[†], 大石顕祐[†], 小野寺康[†], 小方 孝[‡]
Junpei Ono, Yike Zhang, Kensuke Oishi, Kou Onodera, Takashi Ogata

[†] 岩手県立大学大学院, [‡] 岩手県立大学

Graduate School of Iwate Prefectural University, Iwate Prefectural University
g231i006@s.iwate-pu.ac.jp

Abstract

We think advertisement is a narrative genre, and therefore advertising scenario generation system is one of applications of narrative generation system. Advertising scenario has two aspects of macro level, entire events sequence, and micro level, the structure in each event, and this paper deals with the latter. Our analysis of TV films showed that a basic principle in single event is making ordinary or regular situation and the defamilialization in various aspects, and we call the way advertising rhetoric. The rhetoric of defamilialization or irregular rhetoric can be made using conceptual hierarchy in narrative generation system and adjustment of the referring range. This paper shows a prototyping system to generate based on the idea and the result of advertising analysis.

Keywords — Conceptual System, Advertisement, Advertising Rhetoric, Single Event, Narrative Generation System of Advertisement, Advertising Scenario

1. 背景・目的・位置付け

筆者らは(小方 他, 1995a, 1995b)以来, 物語生成システムの応用としてテレビ広告風のシナリオを自動生成するシステムの研究を続けている。広告シナリオの生成にはマクロレベルすなわちシナリオ全体の生成とミクロレベルすなわち单一事象の生成のふたつの側面があり, 本稿では後者を扱う。单一事象とはひとつの行為とそれに関連した人物や場所等の要素を含む単位であり, 広告の場合主題となる商品の直接的・間接的な表現技法と関連する。これまで, 萱森・小方 (2003)は单一事象における商品の扱われ方に関して 100 本のテレビ広告を分析し, それに基づく簡易シナリオを生成するシステムを開発し, 阿部・小方・小野寺 (2009)は 1145 本のテレビ広告の分析により, 先行研究における商品導入の分類を再定義し 12 種類

の「单一事象における商品導入の修辞」として整理した(表 1)。ここで, 広告の修辞は, 商品の標準的な製造・売買・使用とそこからの各種の逸脱・異化として整理された。そして単純化すれば, 異化・逸脱は概念体系における参照範囲の変化(広げたり狭めたりすること)の操作と対応する。

本研究では, これを発展させるために, 物語生成システムにおける共通の使用を目的に作成中の名詞的概念及び動詞的概念の概念体系(大石・小方, 2011)との結合を図り, これを用いた修辞生成システムを試作する。

なお, 川村 (2009) は, 自動生成機構は構築していないが, テレビ広告を対象とした広告過程全般の分析に基づき, 広告作成支援システムの概念設計を提案している。

表 1 商品導入の修辞の分類

	修辞の対象	商品導入の修辞の種類	意味
標準的な修辞	製造, 購買, 使用の標準的过程の修辞	R1(商品の本来の製造方法の修辞)	商品製造過程において, 当該商品の本来の製造方法が行なわれている場合。
		R2(商品の本来の購買方法の修辞)	商品購買過程において, 当該商品の本来の購買方法が行なわれている場合。
		R3(中核使用法の修辞)	商品が本来使われるべき使用法(中核使用法)において使用されている場合。
異化的な修辞	行為の修辞	R4(異化的使用の修辞)	商品が本来使われるべき使用法ではなく異的に使用されている場合。
		R5(不使用の修辞)	商品の使用法の範囲からの逸脱ではなく, そもそも商品が使われていない場合. 単に「持っている」など。
	人物の修辞	R6(語り手としての登場人物の修辞)	登場人物がストーリーの登場人物に関与しているのではなく, ストーリーの外の視聴者に直接向けてメッセージを送っている場合。
		R7(登場人物の状態異化の修辞)	登場人物の全体もしくは一部が変化している場合. あるいは通常ならあり得ない登場人物が商品を使用している場合。
	R8(登場人物の行動異		登場人物が本来商品を使用するのに伴う行為ではなく, そこから異化

	化の修辞)	した行為を行なっている場合。
物（商品、対象）の修辞	R9(商品の状態異化の修辞)	商品の全体もしくは一部が変化している場合。
	R10(商品と関連する物の状態異化の修辞)	商品と関連する物（商品の使用対象など）の全体もしくは一部が変化している場合。
	R11(商品主体化の修辞)	商品が登場人物に使用される対象となるのではなく、それ自体で独立して存在している場合。主に、商品自体がどこかに「置かれている」場合。
場所の修辞	R12(背景の異化の修辞)	背景の全体もしくは一部が、通常あり得ないもの、全く装飾的なものなどに変化している場合。

2. 概念体系との結合

大石・小方（2011）は、『日本語語彙大系』を参考に物語生成システムにおける動詞概念体系及び名詞概念体系を構築中である。図1に概要を示す。動詞概念体系の全体構造は『日本語語彙大系』のままとし、その文型パターン定義に基づく格フレームの新規作成と制約条件の修正・拡張を行っている。名詞概念体系の全体構造も上記辞書を利用するが、中間概念を日本語 word-net 等を参考に大幅に拡充する作業を進めている。共に Common Lisp で実装し、稼動する形態になっている。従来は広告システムにおいて独自の小規模な概念体系を構築していたが、今回これをこの概念体系と置き換える作業を行った。表2は、従来の知識ベースと、置き換えられた概念体系との対応である。生成される事象の動詞概念は動詞概念体系に含まれ、商品、人、場、時間は is-a 関係によって名詞概念体系と結合される。

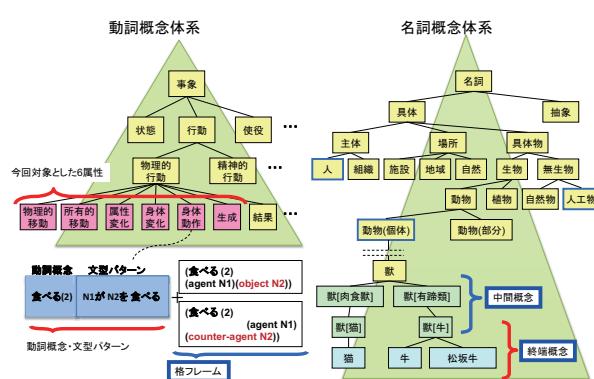


図1 動詞概念および名詞概念の体系図

表2 知識ベースと概念体系の対応表

知識ベース名	対応範囲
行為	動詞概念体系内の該当する動詞概念
場所	「施設」および「自然」概念以下の134概念
登場人物	「男」～「老人」概念および「人（職業・地位・役割）」概念以下の156概念
時間	「昼夜」概念以下の4概念
異化状態	「刺激」概念以下の21概念

3. 概念体系を利用した修辞生成方法①—標準的な修辞による单一事象の生成手順(R1-R3)

標準的な修辞による生成手順を表3に示す。

step.3はstep.2で選択された修辞によって処理が分岐する。R1,R2の場合は、各修辞に対して定義した動詞概念（表4）を対象とし、R3の場合は、中核使用法から動詞概念を選択する。中核使用法とは、商品の利用目的通りに使用される行為の一連の過程を示したスクリプトである。中核使用法は名詞概念体系の特定の概念に対して定義されており、その下位の概念にも継承される。表5に定義した中核使用法を示す。図2に「冷凍食品」を例とした処理手順を示す。

step.4における名詞概念の対象範囲を表6に示す。これは商品の標準的な利用者や利用場所を定義したものである。なおstep.3で決定した動詞概念の制約条件に当てはまらない要素は排除される。制約条件とは、動詞概念の必須格に入る名詞概念を制約する値である。

表3 標準的な修辞による单一事象の生成手順

段階	処理の概要	処理の詳細
Step.1	商品の選択	予め用意されている商品の一覧からひとつを選択（ユーザ）
Step.2	修辞の選択	3種類の標準的な修辞（R1～R3）の中から適用する修辞を選択（ユーザ）
Step.3	動詞概念の決定	R1,R2の場合：修辞ごとに予め定義した動詞概念の集合より動詞概念ひとつを任意に選択。 R3の場合：選択された商品の中核使用法として定義された動詞概念群から、動詞概念ひとつを任意に選択
Step.4	人、場所、時間の各概念を名詞概念体系の各修辞に対して定義した範囲の中から任意に選択。選択された概念それを上位概念(is-a)とする人・場・時の各フレームを作成。各フレームの名称には概念名をそのまま用いる。	事象の行為者、場、時間の各概念を名詞概念体系の各修辞に対して定義した範囲の中から任意に選択。選択された概念それを上位概念(is-a)とする人・場・時の各フレームを作成。各フレームの名称には概念名をそのまま用いる。
Step.5	出力	選択した動詞概念、行為者、時間、場所、商品で構成された事象概念とそれに含まれる人物、物、場所、時間の各フレームの出力

表4 R1, R2で選択される動詞概念の対応表

修辞	対象とする動詞概念の集合	集合に含まれる動詞概念
R1	『製造過程』	製造する(1)運搬する(1)生産する(1)生成する(2)造る(1)
R2	『購買過程』	取る(40)入れる(9)運ぶ(1)運ぶ(2)会計する(1)試食する(1) (1)運搬する(1)買う(1)購入する(1)

表5 中核使用法のリスト

中核使用法名	中核使用法に含まれる概念	中核使用法名	中核使用法に含まれる概念
塗る1	("取る(4)" "塗る(3)")	食べる9	("食べる(6)" "持つ(8)")
塗る2	("開ける(4)" "付ける(6)" "塗る(3)")	食べる10	("持つ(8)" "食べる(2)" "持つ(8)")
拭く1	("拭く(1)")	食べる11	("開ける(4)" "食べる(2)")
拭く2	("取る(40)" "拭く(1)")	食べる12	("持つ(8)" "開ける(4)" "持つ(8)")
洗う1	("持つ(8)" "洗う(3)")	食べる13	("持つ(8)" "掬う(1)" "食べる(2)")
洗う2	("塗る(3)" "洗う(2)")	食べる14	("食べる(2)")
噴射する1	("持つ(8)" "掛ける(15)")	食べる15	("持つ(8)" "食べる(2)")
噴射する2	("持つ(8)" "つける(6)")	食べる16	("持つ(8)")
点す1	("差す(4)" "持つ(8)")	飲む1	("取る(40)" "持つ(8)" "飲む(2)" "持つ(8)")
書く1	("持つ(8)" "書く(2)")	飲む2	("持つ(8)" "飲む(2)")
かける1	("掛ける(15)")	飲む3	("持つ(8)" "飲む(2)" "持つ(8)")
かける2	("持つ(8)" "掛ける(15)")	飲む4	("入れる(9)" "持つ(8)" "飲む(2)")
かける3	("持つ(8)" "開ける(4)" "掛ける(15)")	飲む5	("飲む(2)" "持つ(8)")
電話する1	("電話する(1)")	飲む6	("開ける(4)" "持つ(8)" "飲む(2)" "持つ(8)")
剃る1	("持つ(8)" "剃る(1)")	飲む7	("持つ(8)" "飲む(2)" "持つ(8)")
掃除する1	("掃除する(1)")	飲む8	("持つ(8)" "飲む(2)" "持つ(8)" "置く(3)")
運転する1	("乗る(3)" "運転する(1)" "下りる(10)")	飲む9	("注ぐ(1)" "持つ(8)" "飲む(2)" "持つ(8)")
入れる1	("入れる(9)")	飲む10	("開ける(4)" "注ぐ(1)" "飲む(2)" "持つ(8)")
つける1	("取る(40)" "塗る(3)")	飲む11	("注ぐ(1)" "飲む(2)" "持つ(8)")
つける2	("開ける(4)" "付ける(6)" "塗る(3)")	飲む12	("取る(40)" "開ける(4)" "注ぐ(1)" "飲む(2)" "持つ(8)" "持つ(8)")
ラップする1	("持つ(8)" "引っ張る(3)" "包む(4)")	飲む13	("取る(40)" "開ける(4)" "持つ(8)" "注ぐ(1)" "飲む(2)" "持つ(8)")
ラップする2	("持つ(8)" "引っ張る(3)" "被せる(1)")	飲む14	("開ける(4)" "持つ(8)" "注ぐ(1)" "飲む(2)" "持つ(8)" "軽松する(1)" "飲む(2)" "持つ(8)")
食べる1	("食べる(2)")	飲む15	("開ける(4)" "取る(40)" "注ぐ(1)" "持つ(8)" "喫く(1)" "飲む(2)" "持つ(8)")
食べる2	("熟する(1)" "持つ(8)" "嗅ぐ(1)" "食べる(2)")	飲む16	("取る(40)" "持つ(8)" "飲む(2)" "持つ(8)")
食べる3	("食べる(4)" "掛ける(15)" "持つ(8)" "食べる(2)")	操作する1	("操作する(1)")
食べる4	("取る(40)" "掛ける(15)" "持つ(8)" "食べる(2)")	操作する2	("操作する(1)" "見る(5)")
食べる5	("交ぜる(2)" "食べる(2)")	操作する3	("操作する(1)" "持つ(8)")
食べる6	("開ける(4)" "持つ(8)" "食べる(2)" "持つ(8)")	操作する4	("開ける(4)" "入れる(2)" "閉める(1)")
食べる7	("持つ(8)" "注ぐ(1)" "食べる(2)")	操作する5	("撮影する(1)" "眼(2)")
食べる8	("持つ(8)" "食べる(2)")		

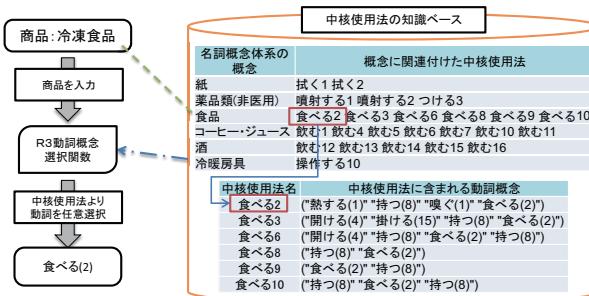


図2 「冷凍食品」を例とした中核使用法と動詞概念の選択

表6 R1～R3で選択される行為者、場所、時間の各名詞概念の対応表

修辞	行為者	場所	時間
R 1	「若者」「成人」「成人(男)」「成人(女)」「作業員(工場)」「職人」	「工場」	
R 2	「客」「祖母」	「市場」「商店」「デパート」	
	「若者」「若者(男)」「若者(女)」「成人」「成人(男)」「成人(女)」「老人」「老人(男)」「老人(女)」「人(職業・地位・役割)」「人(職業)」「人(専門的技術の職業)」「人(専門技術職)」「人(専門技術職(医療))」「医師」「薬剤師」「看護婦」「护士」「人(専門技術職(技術))」「人(専門技術職(その他の))」「弁護士」「ガイド」「サンサルコン等」「教師」「学生」「教師」「学生」「学者」「研究者」「芸術家」「作家」「詩人」「画家」「書家」「音楽家」「芸術家(その他の)」「ジャーナリスト」「タレント」「競技者」「拳士」「歌手」「若者」「芸人」「競技者」「政治家」「役人」「行政官」「司法官」「裁量権」「検察官」「外交官」「役人(その他の)」「事業家」「人(管理職)」「人(支配的管理の職業(その他の))」「人事事務職」「人(販売職)」「商人」「店員」「人(農林漁業)」「農民」「漁民」「獵師」「きこうり」「飼育者」「作業者」「作業員(工場)」「作業員(作業現場、施設)」「山」「作業員(その他の)」「人(技能職)」「職人」「理髪師、美容師等」「人(運輸業者)」「人(運輸業者)」「運送人」「乗務員」「運転手」「乗務員(その他の)」「人(運輸業者(その他の))」「人(通信業)」「人(郵便業)」「人(電気通信業)」「人(保安業)」「軍人」「警官」「消防士」「番人」「人(サービス業)」「使用者(男)」「使用者(女)」「接客業」「業者」「ゴーイングウェーバーズ」「若者」		
R 3		「家屋(本体)」「施設」「公共施設」「設設」「その他の」「仕事場」「宿泊施設」「駅」「飲食店」「床屋、浴場等」「デパート」	「朝」「星」「夜」

4. 概念体系を利用した修辞生成方法②— 異化的な修辞による单一事象の生成手順 (R4-R12)

異化的修辞は、標準的な修辞で生成された单一事象の特定の要素に異化を加えた要素に変換する処理である(各修辞と変換要素の対応を表 7 に示す)。「異化」とはシクロフスキイやブレヒトによって提起された文学上の概念で、見慣れたものを見慣れないものにする処理・技法を意味する。その生成手順を表 8 に示す。step.3 は選択された修辞によって処理が分岐する。R4, R8, R9, R10, R12 の処理における逸脱度とは、異化の度合いを調節するパラメータであり、この値だけ概念体系の参照範囲を上位概念へ拡大する(図 3)。R5, R6, R7, R11 に対しては各修辞に対応する概念体系の参照範囲を表 9 の通りに予め定義した。

表 7 各修辞の異化適用対象の対応表

修辞	異化的修辞適用対象の要素
R 4	事象概念フレームの動詞概念
R 5	事象概念フレームの動詞概念
R 6	事象概念フレームの動詞概念
R 7	人物フレームの名称スロット及びis-aスロット
R 8	事象概念フレームの動詞概念
R 9	物フレームの外見スロット
R 10	物フレームの外見スロット
R 11	事象概念フレームの動詞概念
R 12	場所フレームの名称スロット及びis-aスロット

表 8 異化的な修辞による单一事象の生成手順

段階	処理の概要	処理の詳細
step.1	事象概念の入力	事象概念及びそれに含まれる人物、物、場所、時間の各フレームを入力(ユーザ)
step.2	修辞の選択	9種類の異わ的な修辞(R4~R12)の中から適用する修辞を選択(ユーザ)
step.3	異化適用後の値の決定	R4,R8,R9,R11 ユーザが選択度を入力。選択度によって決定される範囲から名詞概念もしくは動詞概念ひとつを任意に選択 R5,R6,R7, R11の場合 予め定義している範囲範囲から、適用後の値として名詞概念もしくは動詞概念ひとつを任意に選択
step.4	出力	事象概念とそれに含まれる人物、物、場所、時間の各フレームを出力

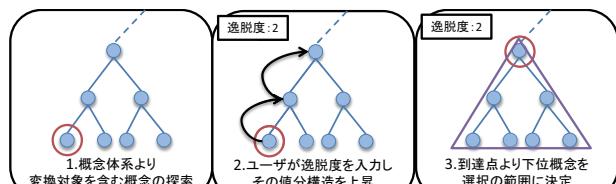


図 2 封角篠岡の沖宝毛順

表 9 R5,R6,R7,R11 における対象となる概念体系の範囲

5. 実行例と評価

表 10 は商品「冷凍食品」を入力とし、標準的な修辞 R1～R3 を適用して生成を行った結果である。表 11 は R3 の出力結果「学生が昼、都立高校で冷凍食品を食べる(2)。」を入力として、R4～R12 を適用して生成を行った結果である。なお、実際の出力形式は表 12 にあるようなひとつの事象概念と 4 つのフレームである。

表 10 標準的な修辞の出力例

<p>●R1</p> <p>商品の本来の製造方法の修辞</p>	<p>R1: 作業員(工場)が夜、下請け工場で冷凍食品を運搬する(1)。</p> <p>R1: 作業員(工場)が夜、町工場で冷凍食品を製造する(1)。</p> <p>R1: 成人が夜、町工場で冷凍食品を製造する(1)。</p> <p>R1: 成人が朝、下請け工場で冷凍食品を運搬する(1)。</p> <p>R1: 職人が朝、プラントで冷凍食品を造る(1)。</p>
<p>●R2</p> <p>商品の本来の購買方法の修辞</p>	<p>R2: 客が昼、デパートメントで冷凍食品を試食する(1)。</p> <p>R2: 祖母が昼、ステーションビルで冷凍食品を試食する(1)。</p> <p>R2: 客が朝、奉仕市で冷凍食品を購入する(1)。</p> <p>R2: 客が昼、デパートメントで冷凍食品を取る(40)。</p> <p>R2: 客が朝、闇市場で冷凍食品を買う(1)。</p> <p>R2: 客が昼、dept.で冷凍食品を試食する(1)。</p> <p>R2: 祖母が朝、デパートメントで冷凍食品を取る(40)。</p>
<p>●R3</p> <p>中核使用法の修辞</p>	<p>R3: 政治家が夜、料亭で冷凍食品を食べる(2)。</p> <p>R3: 役人(その他)が昼、リトルで冷凍食品を食べる(2)。</p> <p>R3: 店員が昼、スタジオで冷凍食品を食べる(2)。</p> <p>R3: 作家・詩人が夜、酒場で冷凍食品を食べる(2)。</p> <p>R3: 作業員(工場)が夜、茶店で冷凍食品を開ける(4)。</p> <p>R3: 老人(女)が朝、校庭で冷凍食品を食べる(2)。</p> <p>R3: 音楽家が朝、ステーションビルで冷凍食品を食べる(2)。</p> <p>R3: 政治家が朝、ロッカールームで冷凍食品を食べる(2)。</p> <p>R3: 教師・学生が昼、dept.で冷凍食品を熱する(1)。</p>

表 11 異化的修辞の出力例

●R4 異化的使用的修辞	R4: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を見詰める(1)。 R4: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を着る(1)。 R4: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を奪う(2)。 R4: 作業員(工場)が夜に町工場で冷凍食品を焼く(5)。 R4: 学生が昼に都立高校で冷凍食品をこなす(2)。
●R5 不使用の修辞	R5: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を専有する(1)。 R5: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を所持する(1)。 R5: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を携行する(1)。 R5: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を持つ(1)。 R5: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を携帯する(1)。
●R6 不使用の修辞	R6: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を推薦する(1)。 R6: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を物語る(2)。 R6: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を宣伝する(2)。 R6: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を披露する(3)。 R6: 学生が昼に都立高校で冷凍食品をPRする(1)。
●R7 登場人物の状態異化の修辞	R7: 働き蜂が昼に都立高校で冷凍食品を食べる(2)。 R7: ビーバーが昼に都立高校で冷凍食品を食べる(2)。 R7: 殖民蜂が昼に都立高校で冷凍食品を食べる(2)。 R7: 恋草が昼に都立高校で冷凍食品を食べる(2)。 R7: 山の神が昼に都立高校で冷凍食品を食べる(2)。
●R8 登場人物の行動異化の修辞	R8: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を食べながら突入する(2)。 R8: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を食べながら占領する(1)。 R8: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を食べながら駆ける(2)。 R8: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を食べながら隠れ抜け抜ける(1)。
●R9 商品の状態異化の修辞	R9: 学生が昼に都立高校で冷凍食品(外見 キャンドル)を食べる(2)。 R9: 学生が昼に都立高校で冷凍食品(外見 うなぎ)を食べる(2)。 R9: 学生が昼に都立高校で冷凍食品(外見 インゴット)を食べる(2)。 R9: 学生が昼に都立高校で冷凍食品(外見 つづら)を食べる(2)。 R9: 学生が昼に都立高校で冷凍食品(外見 クラッシュ)を食べる(2)。
●R10 商品と関連する物の状態異化の修辞	(外見優良品)のようなご飯【で】R10: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を食べる(2)。 (外見ガラス食)のようなご飯【で】R10: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を食べる(2)。 (外見夜光塗料)のようなご飯【で】R10: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を食べる(2)。 (外見五穀類)のようなご飯【で】R10: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を食べる(2)。 (外見御汁)のようなご飯【で】R10: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を食べる(2)。
●R11 商品主体化の修辞	R11: 学生が昼に都立高校で冷凍食品をある(9)。 R11: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を存する(1)。 R11: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を存する(2)。 R11: 学生が昼に都立高校で冷凍食品を存在する(1)。
●R12 背景の異化の修辞	R12: 学生が昼に王立図書館で冷凍食品を食べる(2)。 R12: 学生が昼に駆け抜けて冷凍食品を食べる(2)。 R12: 学生が昼に幹線で冷凍食品を食べる(2)。 R12: 学生が昼に迷路で冷凍食品を食べる(2)。 R12: 学生が昼に大宇宙で冷凍食品を食べる(2)。

表 12 出力される事象概念とフレームの形式

分類	内容
事象	(event "食べる"(?) (type action) (ID 1) (time (nil nil)) (agent age1) (counter-agent nil) (location loc1) (object obj1) (instrument nil) (from nil) (to nil))
物	(id obj1) (time time1) (location loc1) (名称 冷凍食品) (体力 nil) (is-a 食品) (position nil) (外見 nil) (用途 nil)
人物	(id age1) (time time1) (location loc1) [名前 "学生"] (短期 (所持) (体力 nil) (外的状態 (体勢 nil)) (服装 nil)) (思考 nil) (言葉 nil) (心理的特性 (知覚 nil) (態度 (人 nil) (物事 nil))) (长期 (是-a 学生) (性别 nil) (身体情报 nil) (住所 nil) (信念 nil)) (社会的特徴 (派生集团) (所属集团 nil) (分派集团 nil)) (表层の関係 nil) (裏面の関係 nil)) (個人的特性 (年齢 nil) (社会的位置 (職業 nil) (経済状況 nil))) (行動パターン nil) (性格 nil) (自己概念 nil)))
場所	(id loc1) (time time1) (名称 都立高校) (气温 nil) (天気 nil) (季節 nil) (is-a 学校) (height nil) (in-or-out nil) (has-a nil) (in nil))
時間	(id time1) (名称 星) (年月日 nil) (時間帯 nil) (back nil) (next nil))

今回は標準的な修辞及び異化的な修辞が定義通りに成功しているかをそれぞれ評価した。各修辞に対して单一事象を 100 個ずつ生成し、それぞれを表 13 に示す「○△×」の三段階の基準により評価した。表 14 はその結果であり、表 15 は標準的な修辞の失敗例である。各修辞の課題と単純な方法での改善案を表 16 に示す。

表 13 評価の段階と評価基準

標準的修辞	
段階	
○評価	日常的に起こりうる事象
△評価	日常的には起こりえないが物理的には可能な事象
×評価	不可能なまたは修辞の意味にあわない事象

異化的修辞	
段階	
○評価	異化的修辞の意味に適した事象
△評価	意味には適しているがあまり良くない結果の事象
×評価	異化的修辞の意味にあわない事象

表 14 評価結果

	R1	R2	R3	R4	R5	R6	R7	R8	R9	R10	R11	R12
O	73	77	34	29	90	88	70	20	11	12	100	17
△	10	9	16	27	0	12	17	10	10	10	0	35
×	17	14	50	47	10	0	13	70	79	78	0	48

表 15 標準的な修辞の生成失敗例

修辞	評価	現象		実例	
		商品に対する場所がやや不適切	商品に対する製造場所が不適切	商品に対する動詞概念が不適切	商品に対する動詞概念が不適切
R 1	△	商品に対する場所がやや不適切	商品に対する製造場所が不適切	商品に対する動詞概念が不適切	商品に対する動詞概念が不適切
	×	商品に対する場所がやや不適切	商品に対する製造場所が不適切	商品に対する動詞概念が不適切	商品に対する動詞概念が不適切
R 2	△	商品に対して購入場所がやや不適切	商品に対する販売場所が不適切	商品に対する動詞概念が不適切	商品に対する動詞概念が不適切
	×	商品に対して購入場所がやや不適切	商品に対する販売場所が不適切	商品に対する動詞概念が不適切	商品に対する動詞概念が不適切
R 3	△	商品以外の要素がお互いにそぐわない	商品に対して、動詞概念が不適切	商品に対して、場所がやや不適切	他の修辞と判断できる
	×	商品以外の要素がお互いにそぐわない	商品に対して、動詞概念が不適切	商品に対して、場所がやや不適切	他の修辞と判断できる
	×	商品に対して、動詞概念が不適切	商品に対して、場所がやや不適切	商品に対して、場所がやや不適切	他の修辞と判断できる

表 16 各修辞の問題及びその原因と改善方法

修辞	問題点	原因	改善方法
標準	人物、場所が不適切	商品の標準的な使用に関する知識が少ないため	物(商品)に関する知識ベースの導入
	動詞概念が不適切	動詞概念の制約条件の範囲が荒いため	動詞概念体系の修正
異化	評価が多い	異化の度合いを単一のパラメータ(逸脱度)のみで決定するので生成の方向性が一様でないため	動詞が変化する修辞は使用できない動詞概念を定義 名詞が変化する修辞は形状の類似など別の基準を定義
	O評価が多いが生成結果の多様性が高い	O評価が多いが生成結果の多様性が高いため	修辞ごとに定義した異化の範囲が狭いため 修辞ごとに定義した範囲の拡張

6. 今後の課題

現状では概念体系における参照範囲の変化を単純な方法で行っているが、面白さなどを考慮したヒューリスティックな検索方法の検討はひとつの課題である。

また、以上に述べた单一事象の操作機構は生成のミクロレベルであり、これを全体構造の生成すなわちマクロレベルの処理と結合し、広告風のストーリー全文を生成することが発展的な課題のひとつである。

更に、ここで扱われた修辞やその生成方法は必ずしも広告の物語に特有のものではなく、これより一般的な物語生成システム全体の技法として捉えることも可能である。このことは、様々なジャンルの物語の分析から得られた技法を生成の観点から総合して取り扱える可能性を示唆している。

参考文献

- 阿部 弘基・小方 孝・小野寺 康 (2009). 広告における商品導入の修辞の分析とシステムの構築. 2009 年度人工知能学会全国大会(第 23 回) 論文集. 1J1-OS2-4.
- 萱森 修・小方 孝 (2003). 物語—ブランド関係に注目した TVCF の分析と CF シナリオ生成—. 2003 年度人工知能学会全国大会(第 17 回) 論文集. 2G2-06.
- 川村 洋次 (2009). 広告映像の内容技法と編集技法の分析--広告映像制作支援情報システムの構築に向けて. 『広告科学』. 50. 16-32.
- 小方 孝・渡辺 光一・堀 浩一・大須賀 節雄 (1995a). マーケティング／広告統合支援のための物語生成システムの応用の基本的枠組み. 『経営情報学会誌』. 4(1). 19-42.
- 小方 孝・渡辺 光一・堀 浩一・大須賀 節雄 (1995b). 物語生成システムによる広告創作支援を目的としたテレビコマーシャルの構造分析. 『広告科学』. 第 30 集. 1-22.
- 大石 顕祐・小方 孝 (2011). 物語生成システムのための動詞概念格フレームと名詞概念体系の開発と利用. 2011 年度人工知能学会全国大会(第 25 回) 論文集. 1H2-OS1-10.