

氏 名 アデラブ オルワフェミ サミュエル

学位の種類 博士 (感性科学)

学位記番号 博甲第 7548 号

学位授与年月 平成 27年 8月 31日

学位授与の要件 学位規則第4条第1項該当

審査研究科 人間総合科学研究科

学位論文題目

An Investigation into the Cross-Cultural Differences of Aesthetic Value Cognition and Visio-Semantic Evaluation of Product Designs - Focus on Japan and Nigeria -

(製品デザインに対する感性価値認識と視覚解釈的評価の比較文化的相違に関する研究
-日本とナイジェリアを事例として-)

主 査 筑波大学教授 博士 (デザイン学) 五十嵐浩也

副 査 筑波大学准教授 博士 (デザイン学) 李 昇姫

副 査 筑波大学講師 博士 (医学) 尾崎 繁

副 査 アイントホーフエン工科大学助教 博士(感性科学)

レヴィ ピエール デニス

論文の内容の要旨

(目的)

本論文は、ナイジェリアと日本のプロダクトデザインを通じて、それぞれの国の人々が感じる美的価値と視覚的な意味を比較し、それぞれの文化の違いを模索するという目的を有する。

(対象と方法)

対象はナイジェリアの人々と、日本の人々である。まず、それぞれの人々が有している文化を基とする感性を探るために、主にプロダクト (製品) のデザインに注目した。そして、そのプロダクトを見た場合に人々が感じる美的な価値を同定し、日本とナイジェリア、それぞれのプロダクトを互いに評価しあう事によって生じる差異を基に、互いの文化の違いが視覚的な意味を通じて起こる美的価値の際に及ぼす影響を探るという方法を採用している。

本論文は、予備調査と本実験によって構成されている。予備調査はケース・サーベイと認知様式の調査によって構成されている。最初のケース・サーベイは、主にアフリカのプロフェッショナルなデザイナーに対してアフリカのプロダクトデザインの中にある美的な要素を抽出する目的で、オンラインのアンケート調査を行ったものである。結果は単純集計をもって分析され、言葉の頻度からアフリカのデザ

審査様式 2 - 1

イナーは、アフリカのプロダクトを職人的であり、その文化を感じていること、また、アフリカのプロダクトデザインにおける美的価値は、文化に合わせることや、見かけが良いことなどによることが示唆された。

予備調査の次の段階として、認知様式の調査が行われた。視覚を通じて行われる認知に対して、Chiu(1972)や Ji(2004)によって行われた認知実験をアフリカ人(8カ国, 35名)、日本人(35名)に対して行い、認知の差異を確認した。結果としてアフリカ人よりも日本人のほうが包括的な考え方をする傾向が強いという結果を得ている。

この2つの予備実験を基に2種類のプロダクト評価実験を行った。一つ目のプロダクト評価実験は、文化の相違による美的価値の差異を同じプロダクトを視覚的な刺激を通して把握するという目的を有している。刺激として用意したアフリカ産のプロダクトは伝統的、セミ・モダン、モダンに分類され、これらのプロダクト(製品)(15種類)をアジア人(日本, 韓国, 20名)とアフリカ人(14カ国, 20名)に対して、予備実験から選び出した評価軸を基にセマンティック・デフファレンシャル法を用いて評価を行った。結果はクラスター分析、並びに主成分分析、を用いて解釈された。結果、アフリカ人の評価構造はアジア人の評価構造に対してよりシンプルであり、特に、Cute, Beautiful という美的な価値においては伝統的な価値に関係することが示唆された。

2つ目の本実験として、日本人(52名)とナイジェリア人(99名)を対象とし、アフリカのプロダクト(16種類)と日本のプロダクト(17種類)を刺激としたセマンティック・デフファレンシャル法を用いた評価実験を行った。プロダクトは、アフリカ産、日本産ともに全実験と同様、伝統的、セミ・モダン、モダンに分類されている。この実験は、日本とナイジェリアの人々に焦点を当てた視覚刺激に対する美的価値の感じ方の相違を探るという目的を持ったものである。結果は主成分分析、因子分析、回帰分析を持って解析され、主成分分析からは、ナイジェリア人が Cute, Cool という項目に対して日本人よりも、よりポジティブな反応を示す傾向が示された。因子分析からは日本人の評価がアフリカ製、日本製の双方のプロダクトに対して、ナイジェリア人よりも複雑な構造を持っていることが示唆された。回帰分析からは、見た場合、使った場合、所有した場合という3つの嗜好段階に対して日本人は Cool, Cute という項目が評価項目として意味を有する傾向に対して、ナイジェリア人は Valuable という評価項目が思い意味を有している傾向が示された。

(結果)

予備実験の結果から、アフリカのプロダクトにおける美的価値が伝統的な、あるいは職人的な傾向があり、アフリカ人と日本人の認知様式には日本人のほうがより包括的、全体的な考え方をを行う相違があるという傾向が示された。これらの予備実験に基づく本実験としてアフリカ、及び日本製品に対するナイジェリア、日本人の評価を行い、結果として日本人の方が、日本、アフリカ双方産のプロダクトに対してより複雑な評価構造を有し、かつ Cute, Cool といった、より人間の感性に関する評価項目で美的な価値を判断している傾向があることに対して、ナイジェリア人はよりシンプルな評価構造を有し、Valuable に代表されるような、よりモノに対する美的価値をその評価基準として持っている傾向があることが示された。

(考察)

予備調査、本実験と通して、アフリカのプロダクトデザインはよりモノそのものが有しているクラフ

トマンシップや美的な表現形式、つまり形態によって評価されている傾向があり、日本のプロダクトデザインはより人間の感性的な評価項目によって評価される傾向が示された。本論文の目的であるナイジェリアと日本のプロダクトデザインを通じた相互評価による美的価値の相違、並びに文化的要素の影響は示された。

審査の結果の要旨

(批評)

プロダクトデザインに対して、感性を基盤とした上で美的価値に焦点を絞った研究として価値のある研究である。またナイジェリアと日本のプロダクトの比較研究として前例を見ないものであり、今後のアフリカ地域におけるデザインの普及、伸展に寄与する研究であると考えられる。今後感性の研究としての展開を期待したい。

平成 27 年 7 月 10 日、学位論文審査委員会において、審査委員全員出席のもと論文について説明を求め、関連事項について質疑応答を行い、最終試験を行った。その結果、審査委員全員が合格と判定した。

よって、著者は博士（感性科学）の学位を受けるのに十分な資格を有するものと認める。