

## 1. 序論

---

1. 1. 研究の背景

1. 2. 研究の目的

1. 3. 研究の内容及び方法

## 1. 序論

### 1. 1. 研究の背景

科学技術の進歩はさまざまな人間の生活環境に変化をもたらしている。人間と周囲の環境とのつながりに関するインタフェースの発展も、人間の生活環境の変化に起因された出来事の1つである。ところが、環境変化の複雑性によって発展してきた認知的操作インタフェースは、人間に環境適応のための新たな学習を要求しているのが現実である。我々は、ある情報機器に対して誤動作を行ったとき、自分が恥ずかしくなった経験や、その情報機器との異質感を感じた経験が1回くらいはあると思われる。

そのようなインタフェースにとって重要な観点は、単純な認知的操作インタフェースではなく感性指向的インタフェースの問題に接近することであると考ええる。つまり、製品と関連された周囲環境のオブジェクト指向よりも人間の感性的要素をインタフェースの対象に変化させる必要があると言える。実際の感性指向インタフェースとは、人間の感性的要求に対応できるインタフェース環境になることであると考ええる。そして、その感性的要求というのは、人間のインタフェース環境に対する直観的接近・操作であると考ええる。

われわれが日常生活で一般的に使う製品の発展と進化によって人間の意識も変化し発展する。初期に開発された製品は基本的な機能を遂行することだけでも消費者は満足することができる。このような段階の製品概念において企業は生産の効率性だけを考えればいい。しかし、競争製品の出現と機能の多様化によって消費者はより優秀な機能と効用を提供する製品を選び好みすることになる。

このような製品及び市場環境の変化によって消費者は製品に対する理解と知職の幅が広がって多様になる。そして、持続的な製品の発展による汎用化は製品相互間の明らかな差を見せることができなくなり、消費者もまた新しい欲求充足の為の製品に対する意識が強くなる。新しい欲求充足というのは感性的な側面で自身が望む新しい価値の実

現である。

しかし、消費者は新しい価値を実現する為の自分のニーズを明確に分ることができない。したがって、消費者が望んでいるが明確に分らないニーズ、つまり消費者の心に内在された新しいニーズを把握することは製品パラダイムの変化に最も効果的に対処方法の中で1つであると考ええる。

一般的に人間は自分の意志を行動で表現するとき論理的であることができない場合が多い。このような場合を主に主観的な行動または感性的な行動であると説明することになる。それは、そのような行為過程自体を明確に説明しにくいからである。例えば、ある製品に対する購買過程で、まずはいろいろなモデルの中に自分の気に入るいくつかのモデルを選んで、その中で一番選好されるモデルを最終的に購買することになる。もちろん最終的な購買段階では値段などの関連要素を勘案するが、自身が選好するモデルを選定するのにあたっていろいろな変数を一つ一つ論理的に分析しない。すなわち、直観的な思考と判断によって気に入る製品を選んで購買することになることである。しかし、そのような行為過程でも自分の経験によって蓄積されている記憶情報を利用して自分なりの基準は適用すると思われる。

このような側面は一般的な生活行動だけではなく、デザイン過程のような専門的な行為過程でも易しく観察される。デザイン分野において、複雑な問題要素の解決のために科学的分析法が使われている。しかし、このような科学的な分析手法を利用する際にもデザイナーのもつ直観的判断力は重要な役割をしている。つまり、その科学的な分析法は人間の直観的な判断の結果を構造化し、視覚的に表現することであり、分析法による問題解決の背後には直観という非視覚的な世界がある。このように、「直観」というのは人間の思考や行動のベースに存在しており、論理的・感性的な判断の根本的な役割をしていると考えられる。このような観点から、人間の持つ「直観」という非視覚的特徴に関しての考察は、感性指向研究の基礎的な研究課題の1つであると考ええる。

## 1. 2. 研究の目的

本研究の目的は、視覚的な認識の対象への認知及び思考過程で現れる特性を感性反応の観点で把握して分析することである。この目的を遂行する為に具体的には次の3つを研究目的とする。

- (1) 日常生活またはデザイン過程で特定の目的を遂行する為の複合的な視知覚対象への認知及び思考過程で現れる特性を把握して、感性反応という観点で分析して考察する。
- (2) 認知及び思考過程で現れる感性反応にとって事前経験による経験情報の関係性を共に考察する。
- (3) 認知及び思考過程の観察の為に直観的に判断して表現する方法を適用し、感性研究にとってその方法の有効性を考察する。

## 1. 3. 研究の内容及び方法

本論文は、文献調査による理論的背景把握と、実験による事例研究、そしてその実験結果に対する考察と結論で構成している。

それぞれの項目の概略的な内容と方法は次のとおりである（図 1-1）。

- 1) 先ず、‘感性’・‘感性情報’に関する概念やそのさまざまな特徴を論ずる。次に、感性を基にした感性情報処理に関する他の研究事例を述べる。最後に、その感性と人間のコミュニケーションとの関わりについて述べる（第2章 感性と感性情報）。
- 2) 人間の認知プロセスの一般的な構造や特徴に関して述べる。その認知プロセスの中で、視覚認識情報に対する視知覚のさまざまな特徴を述べる。特に、先行研究などを通して思考過程で現れる複合的な特性について詳細に論じる（第3章 視知覚対象への認知）。
- 3) 人間の経験に対する基本的な概念と過程に対する理解を通して経験対象への知覚と反応の連係性を理解する。また、経験の類型別特徴

を通して感性情報処理側面における認知類型との相関性を把握する。次に、人間の感性的特徴に基づいて情報を認知した後、その反応過程としての新たな表現方法の可能性について直観の概念を通して仮説的定義をする（第4章 経験と直観的思考）。

- 4) 上記の理論的な内容の理解を通して事例研究を行う。事例研究は大きく2つの観点で行う。一つは多様な情報を取り扱うデザインプロセスでのデザイナー側面で、視覚的な要素を利用するイメージ空間設定、要素の構造化、アイデア発想と関連した実験である。他の側面は、一般的な視知覚の刺激に対する選好度と関連した人間の感性情報処理に関する実験である。事例研究は、以下の6つの目的によって構成している（第5章 事例研究）。

- ①人が画像に対して直観的判断による感性的な情報処理を行う時に表われる特徴の分析を目的とする。
- ②デザイン問題要素の構造モデルを作成する方法として直観評価法を用い、その構造モデルの特徴を把握することを目的とする。
- ③デザインコンセプト作成に必要なさまざまな要素に対して直観的な判断を行い、視覚的なコンセプトを作成したとき、それがアイデア発想に及ぼす影響の特徴を分析することを目的とする。
- ④3つ目の事例研究でデザイン関連要素の直観的な判断で現れる類型の特性を分析することを目的とする。
- ⑤視知覚対象として特定な製品を選定し、その対象への一般的な認知反応の特性と、直観的な判断を通じた選好度決定で現れる特性を分析することを目的とする。
- ⑥選好する製品に対する脳の反応特性を把握することを基本的な目的とする。そして、直観的な判断を利用して選好度を評価したとき現れる特徴と比較する。

- 5) 最後に事例研究の結果に対する考察と結論、そして今後の研究課題について記述する（第6章 結論）。

次の図 1-1 は本論文の構成内容を図示したものである。

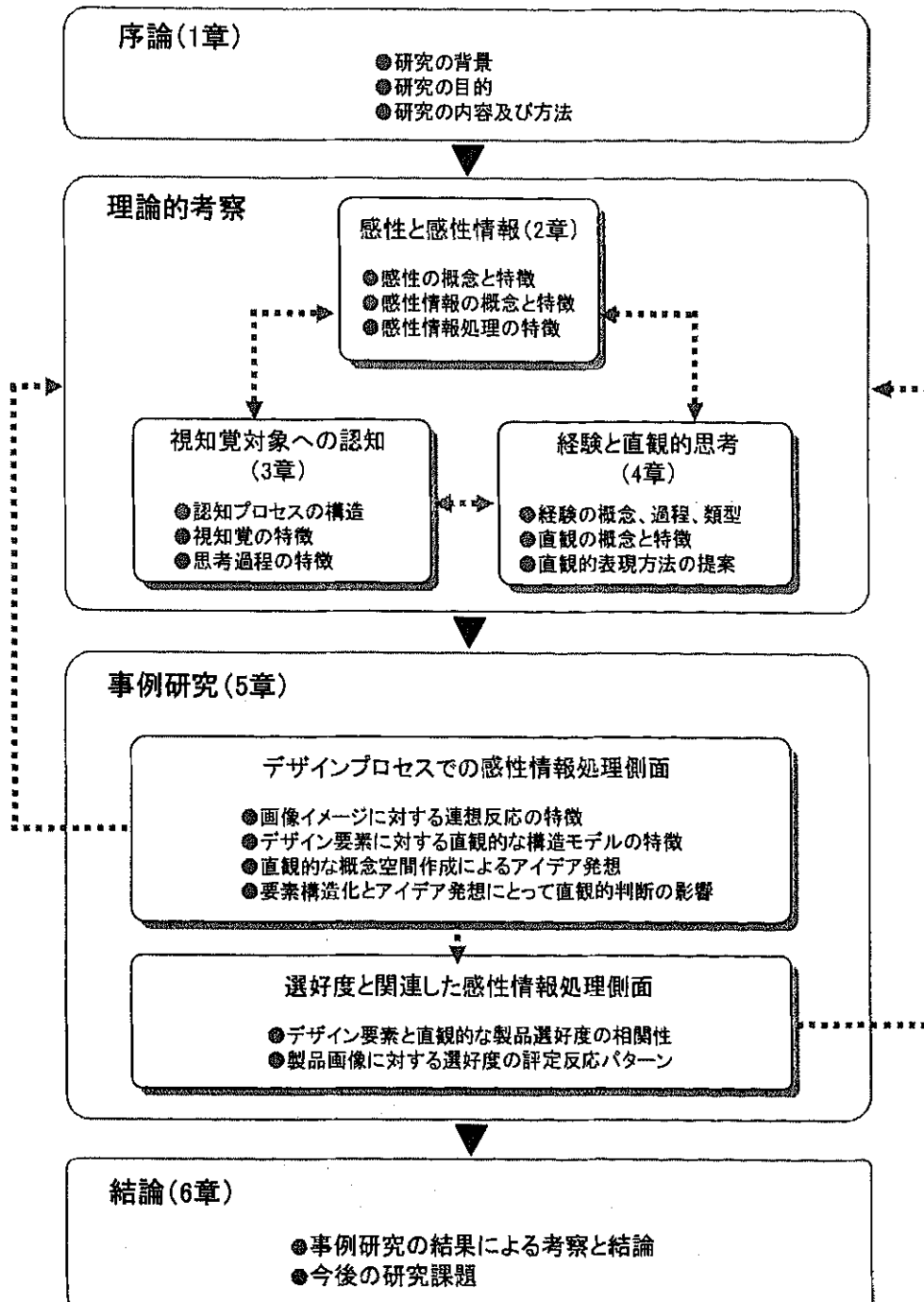


図 1-1 論文の構成内容