

IV-222

港情景のメディアイメージと 現地イメージの比較分析

京都大学工学部 正 員 佐佐木 綱
京都大学工学部 正 員 ○川崎 雅史

1. はじめに

近年、都市型港湾においては、施設機能の変化、また、背景となる都市と港湾との関係の変化に伴い、施設の再編成、港湾と人との一体的な結びつきをコンセプトに総合的な港湾環境の開発が望まれている。

そこで、本研究では、景観計画、デザイン計画を行うための基礎として、港の視覚的な情景イメージの分析を行った。対象とする港湾イメージを、メディアイメージと現地イメージの2つに定義した。

人々が日常接するメディアには、言語的なもの、視覚的なものがあるが、空間に対する意識の形成には、後者が強く影響するものと思われる。そこで、風景写真集・旅行誌・市勢要覧等の視覚的メディアによって、一般の人々が外部傍観者の立場から形成するより理想的なイメージをメディアイメージと定義し、また、一方、港をもつ都市の在住者が実際の空間体験、生活知識をもとに形成するイメージを現地イメージと定義した。以上の2つのイメージの両者の計測と両者の比較分析を試みた。

2. イメージの計測方法

メディア、現地イメージとも、計測するイメージ側面は、① 情緒的意味 ② 視覚的な情景シーンである。①は、連想語実験によって得られた25の形容詞対の5段階評価尺度によるSD (semantic Differential) 評定法、②は、自由連想法と簡単なスケッチによる記述によった。

(1) メディアイメージの計測実験

①調査対象港は都市型港湾を中心に11港（函館・佐世保・神戸・新潟・尾道・長崎・焼津・横浜・大阪・舞鶴・東京）選定した。

②心理実験の刺激となるスライドを上記の視覚的メディアから1港につき、まちの領域まで含め多角的に10枚選定した。

③実験では、対象港名を被験者につけた後、簡単な説明文と共に連続スライドの提示（1枚につき30秒）を行った。

④提示終了後、対象港全体に関する評価をSD評定し、その港にふさわしい情景シーンを1つ思い浮かべてもらい、構成エレメント（名詞）とシーン全体の簡単なスケッチを記入させた。

⑤被験者は、京都大学の学生37名とした。

(2) 現地イメージの計測

①調査対象港はメディアイメージの対象港の中から、類型結果をもとに長崎・神戸・横浜・大阪・舞鶴・焼津の6港とした。

②調査は刺激無しの質問紙（質問項目はメディアイメージと同じ）の郵送調査によった。

③被験者は、港湾空間に意識の高い各都市の自治体の都市計画科、港湾局の方々、約25名とした。

3. メディアイメージにおける港情景の 情緒的意味空間の抽出と類型化

SD評定によって得たデータに対する因子分析の結果、歴史的情緒性（寄与率65.9%）、都市的装飾性、（24.5%）、空間的整然性（5.1%）、異国の情緒性（4.5%）の4つの主要評価因子が得られた。そして、これら4因子の因子得点を用いたクラスター分析の結果、対象港が6つのクラスター（ウォード法）に分類された。第1-第2因子空間上に各類型を布置した結果を図1に示す。

4. メディアイメージと現地イメージの比較

両イメージ調査における6つの共通対象港に対して、情緒的意味の比較は、評価尺度の平均値の

差とプロフィール形により、また、情景シーンの比較は、シーンエレメントの頻度集計の意味内容によった。その結果、対象港全体に共通した両イメージのマクロな傾向として、①プロフィール形が類似であることから、両イメージの評価尺度の相対的な反応傾向の類似性が強い ②想起される情景シーンの領域は、現地イメージが臨海周辺部の狭い領域であるのに対し、メディアイメージは港が視体験できるまちを含んだ比較的広い領域である ③現地イメージが、生産・輸送施設の機能的な風景中心であるのに対して、メディアイメージは、生活、観光等の人と港の接点を捉えた風景が多く、情緒的評価が全体にわたってソフトな方向(因子分析の負荷量の正負がそうように形容詞対を並べ換えた結果、良好な意味としてまとまった語群)に偏る がわかった。また、各対象港に現れる両イメージのミクロな比較から、①情緒的意味と情景シーンの2側面ともほぼ一致する心象風景の安定している港として、舞鶴、焼津 ②情緒的評価に差異がみられ、それを情景シーンの差で説明ができる(生産、輸送風景が評価をハード面へ偏らせる) 神戸、横浜 ③両イメージの領域の差が最も大きい(情景シーンに重なりが見られず、情緒的評価の差も大きい) 港として、長崎(図2、表1参照) ④情景シーンがほぼ同じでも、評価に差のあった大阪が検証された。

5. おわりに

今後の課題として、①対象港を小規模な港をも含め、拡大する ②言語的なメディアの検討 ③心理学的アプローチから、意味論的アプローチへの検討 等がある。

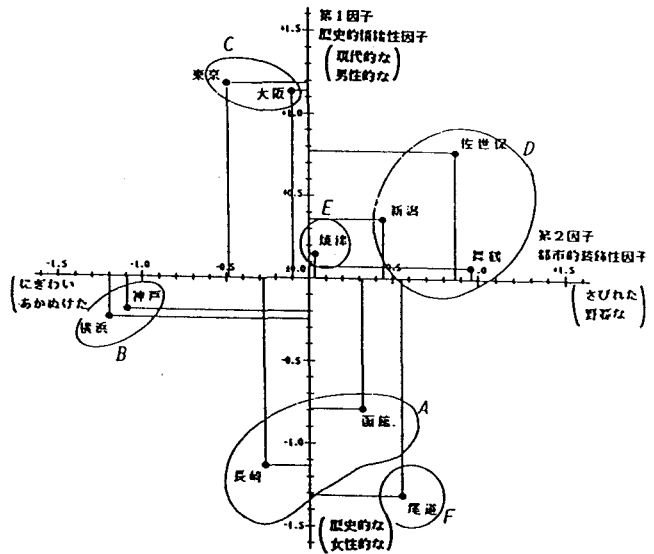


図1 第1-第2因子評価空間上の類型

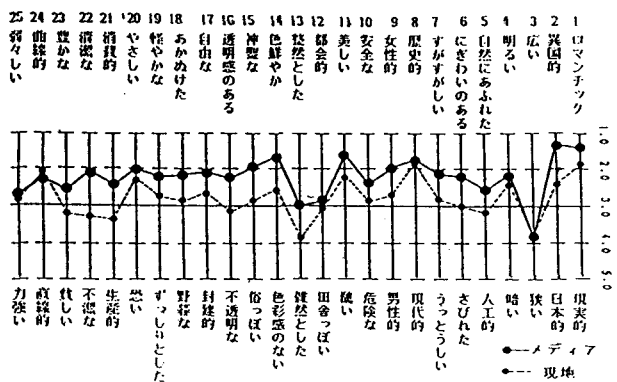


図2 メディアイメージと現地イメージの平均値プロフィール(長崎)

表1 港情景シーンの自由連想結果(長崎)

メディアイメージ			現地イメージ		
回答者 37名 平均想起数 5.270 個			回答者 25名 平均想起数 6.083 個		
頻度	想起確率	想起エレメント	頻度	想起確率	想起エレメント
21	0.102	「坂道」	20	0.137	「造船所」
17	0.087	「教会」	14	0.096	「漁船」
15	0.077	「異人館」	11	0.075	「タンカー」
11	0.056	「石畳」	9	0.062	「外国客船」
7	0.036	「石橋」	8	0.055	「山並」
5	0.026	「入江」	7	0.048	「倉庫」
			6	0.041	「魚市場」
			5	0.034	「夕陽」