

スライド実験と現地調査による 港情景のイメージ比較分析

京都大学工学部 正 員 佐佐木 綱
京都大学工学部 学生員 川崎雅史
京都大学工学部 学生員 〇真継卓馬

1. はじめに

港湾空間の景観計画、デザイン計画を行うための基礎研究として、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は、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メディアイメージ（本研究で定義した）と、港をもつ都市の在住者が空間体験、生活知識をもとに形成する現地イメージの2つである。

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の評定尺度によるSD（semantic Differential）評定法、②は、自由連想法によった。

（1）メディアイメージの計測

調査対象港を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、視覚的メディアから選定したスライド（1港につき10枚）を刺激とした心理実験による反応記述を行った。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

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港に調査対象を絞り、刺激無しの質問紙の郵送調査を行った。被験者は、港湾空

間に意識の高い各都市の都市計画科、港湾局の方々とした。

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、表1に示す4つの主要評価因子が得られた。そして、この4つの因子得点を用いた港情景のクラスター分析の結果、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に示した。

表 1 因子分析結果

	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子
固有値	9.81885	3.64683	0.76356	0.66724
寄与率 (%)	65.9	24.5	5.1	4.5
因子寄与率 (%)	65.9	90.4	95.5	100.0

第1因子		歴史的情緒性因子	
歴史的な感じ	—	現代的な感じ	0.79078
女性的な感じ	—	男性的な感じ	0.77508
ロマンチックな感じ	—	現実的な感じ	0.72472
曲線的な感じ	—	直線的な感じ	0.71861
美しい感じ	—	醜い感じ	0.69993
第2因子		都市的裝飾性因子	
にぎわいのある感じ	—	さびれた感じ	0.80841
明るい感じ	—	暗い感じ	0.73757
自由な感じ	—	封建的な感じ	0.72565
豊かな感じ	—	食しい感じ	0.70602
第3因子		空間的整然性因子	
整然とした感じ	—	雑然とした感じ	0.56427
清潔な感じ	—	不潔な感じ	0.50813
第4因子		異国的情緒性因子	
消費的な感じ	—	生産的な感じ	0.47972
異国的な感じ	—	日本的な感じ	0.46096

Tsuna SASAKI, Masashi KAWASAKI, Takuma MATSUGI

4. メディアイメージと現地 イメージの比較

評価尺度の平均値の差の検定、プロフィール形および自由連想による情景エレメントの内容の比較により、両イメージのマクロな傾向として、①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両イメージの情景シーンの領域の差（現地イメージが臨海周辺部、メディアイメージはまちの領域）が確認され、メディアイメージの評価がソフトな方向（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）に偏ることがわかった。また、各対象港に現れる両イメージの比較から、①両イメージの2側面とも一致する心象風景の安定している港として、舞鶴（図2参照）、焼津 ②評価に差異がみられ、それを情景シーンの差で説明できる神戸、横浜 ③両イメージの領域の差が最も大きい港として、長崎（図3参照） ④情景シーンは同じでも、評価に差のあった大阪が検証された。

5. おわりに

自由連想記述によるエレメントの検討結果は、講演当日申し上げる。

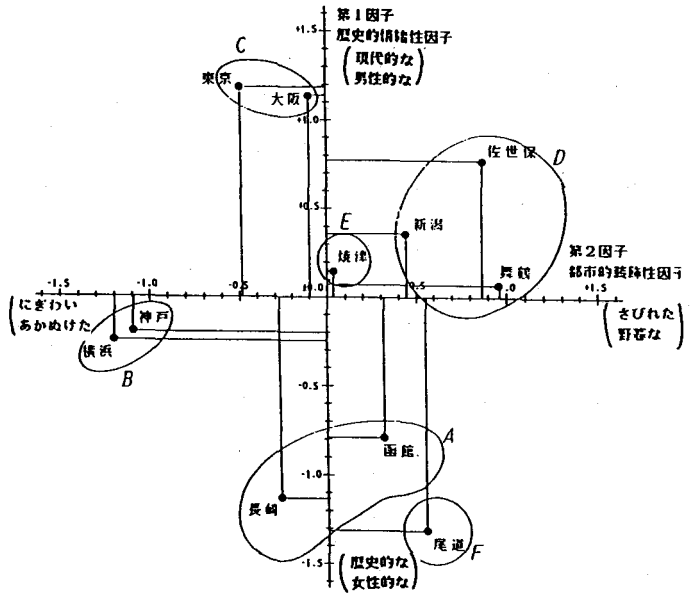


図1 第1-第2因子評価空間上の類型

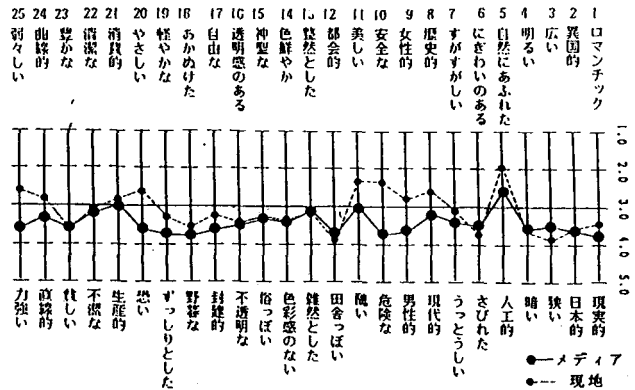


図2 メディアイメージと現地イメージの平均値プロフィール（舞鶴）

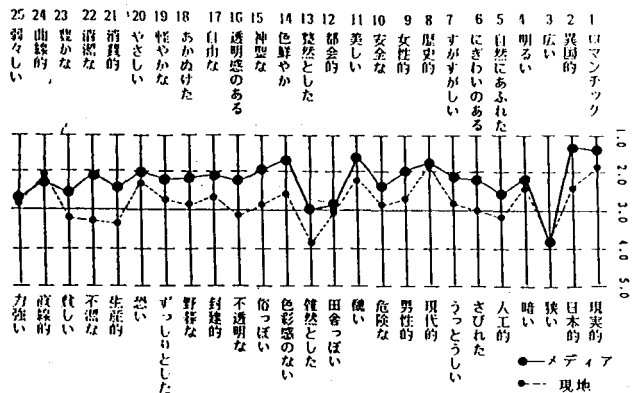


図3 メディアイメージと現地イメージの平均値プロフィール（長崎）