

論文内容の要旨

氏名	藤原 優貴	専攻名	土木工学 専攻	学籍番号	12TM316D
----	-------	-----	------------	------	----------

論文題目	フォトモンタージュ写真を用いた橋梁景観への影響調査
------	---------------------------

本研究は、心理量を測るために感性工学手法であるSD尺度を用いることで、架橋により風景に対する印象がどのように変化するかを調べ、橋単体が風景へと及ぼす影響をアンケート調査によって導き出すものである。加えて、アンケート調査の被験者の属性別（性別、アンケート調査中に提示された写真の橋梁を見たことがある人、ない人）に橋梁の写真に対する印象の違いを考察する。アンケート調査に用いた調査用紙は、2種類用意した。1つ目は、「橋を含む風景の写真」と「橋を含む風景の写真」に画像処理を行うことで作成した「橋のみを消した風景の写真」を組み合わせたアンケートである。2つ目は、こちらも「橋を含む風景の写真」に画像処理を行い、橋のみを取り出すことで作成した「橋のみの写真」のアンケートである。また、アンケート調査で用いる橋は「関門橋」と「東京ゲートブリッジ」と「能登島大橋」の3橋を取り挙げた。アンケート調査により得られた多変量データから、橋梁のイメージに関する傾向を知るために、主成分分析を行った。分析により、各橋梁の3種の写真において導き出された主成分の傾向は、主成分Ⅰは、「総合的評価」に関わるものであり、主成分Ⅱは、「アート性」や「利用のしやすさ(親和性)」であり、主成分Ⅲは、「力量」や「利用のしやすさ(信頼感)」であった。さらに、導かれた主成分から、男女別、既視感別に分析することで属性別の印象の違いも明らかにした。わかったことは、橋梁の無い風景に橋梁が加わることで、橋梁自体の形体や性質の印象だけでなく、橋梁がそこに存在しているという「存在感」が、風景に対する評価に影響を与えていること。架橋により、被験者の印象構造の中に、「利用のしやすさ」という印象が加わる。そして、その「利用のしやすさ」の中には、親しみやすさやとっつきやすい意味での「親和性」に対する利用のしやすさと、力強さやたのもしさなどの「信頼感」に対する利用のしやすさに分けられること。橋梁のある風景に対して、既視感を持つ人は、良い印象を持つ傾向がわかり、そして、その橋自体には、利用のしやすさ(親和感)が高いと言えた。また、既視感の無い人は、良い印象を持たない傾向にあり、橋に対し、見た目に関する認識が強く、親和性に関する利用のしやすさを感じないことがわかった。

以上