

物体の見た目の使いやすさと魅力の処理過程に関する研究

柴田 春香

我々はある物体を見ると、実際に使うことなく見た目だけでその使いやすさと魅力を評定・判断する機会が多い。例えば、ネットショッピングでは、実際に商品を手にとって見ることなく、商品の写真だけからその使いやすさと魅力を評価する。物体の見た目の使いやすさと魅力の関連については、これまで多くの研究が行われてきた。その中で、デザインが美しいものは美しくないものより使いやすいと感じることが示されている(e.g., Lidwell et al., 2004)。また、物体の見た目が魅力的である要件の1つに「よい向き」がある。物体の向きと魅力・好みに関する先行研究では、正面、斜め、真横という物体の水平方向の回転での視点の比較が主に検証されてきた(e.g., Nonose et al., 2016)。しかし、左右対称な物体について左向きと右向きで見えのよさを比較した研究はなかった。カタログの商品写真などは左向きで撮影されることが多いので、我々は左向きがよいと無意識に知覚しているのではないかと考えた。

以上を踏まえて、研究1では主に2つの仮説を立てた。仮説1「使いやすさの評定値が高い物体は魅力度の評定値も高い」と仮説2「左右対称物体の左向き画像の方が右向き画像よりも見えがよい」であった。これを検証するために、100物体の左向き・右向きで見えのよい方を選ぶ画像選択課題と、その画像を見て物体そのものの使いやすさ・魅力度・つかみやすさの3つを7段階で評定する評定課題で構成されたオンライン質問紙調査を40名の大学生を対象に行った。その結果、仮説1, 2とも支持された。また、つかみやすさが高いと評価された物体は、よく見える向きとして左向きが多く選択された。よって、使いやすさなどの操作性の要素の1つであるつかみやすさが、物体の見た目の魅力の要件である「よい向き」の評価に影響していることが示唆された。

一方で、操作性(使いやすさ, つかみやすさ)と魅力度(見た目のよさ)は、その処理過程は異なることが示唆されている。先行研究において、道具であるかを判断するときは、運動を心的にイメージ(運動イメージ)する際にも活性化する脳部位が使われることが示されている(e.g., Parsons et al. 1998)。そのため、操作性を判断するときには運動イメージが使われるのではないかと考えた。また、魅力度を判断するときには運動イメージは必要ではないと考えた。

研究2では、仮説「道具判断の際に運動イメージが使われる」を検証するため、二重課題を用いた実験を行った。予備調査によって選定した80物体の画像について、40名の大学生をランダムに2群に分け、使えるかどうかを判断する道具判断課題(n = 20)と魅力的であるかどうかを判断する魅力判断課題(n = 20)を実施した。2群とも、判断だけを単独で行う条件に加えて、運動イメージ抑制効果のある副次課題(Smyth & Waller, 1998)を行う二重課題条件も設けた。運動イメージを抑制すると、道具判断は困難になるが、魅力判断には影響しないと予想した。実験の結果、仮説は支持されず、どちらの判断でも二重課題時に判断時間が延長した。条件間で差が得られなかったのは、今回の課題では、物体の道具性を判断させたために、実際の運動イメージを使わずに、例えば楽器・家具といった意味カテゴリに基づいて回答できたためと示唆された。同じ意味カテゴリに属する物体間で使いやすさの高低を判断させる課題を用いれば、運動イメージを抑制することで判断時間が延長した可能性がある。

以上から、本研究では、物体の見た目の操作性(使いやすさ, つかみやすさ)と魅力には相関があることが確認された。また、物体の使いやすさを判断する過程は複数ある可能性が示唆された。(基礎心理学)