

呈示単語によって想起されるプロダクトイメージ に使用経験が及ぼす影響

Effect of Used Experience on Product Images Recalled by
Words Presentation

産業技術学部・教授

郭 龍旻

キーワード

Used Experience. Product Image. Words Presentation. Creativity

呈示単語、プロダクトイメージ、使用経験、創造性

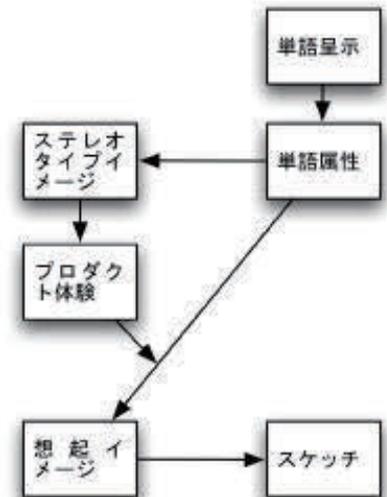
研究概要

本研究は、創造性の専門性を大事にする様々な分野の中、特にデザイン分野を未来の職業として学んでいる学生を対象にしている。

単語呈示から想起されたイメージ（スケッチでいただいたプロダクトイメージ）の使用経験の有無が創造性（新しいアイデアの発想能力）に及ぼす影響を明らかにするのを目的として想定している。

本研究でのステレオタイプイメージとは、特定のプロダクトに対し多くの人が共通に持っているイメージを言う。

被験者に提示する単語は、日常の生活で頻繁に使用する日用品の中で選ぶ。



研究の仮説

応用例・用途

本研究から得られた結果によりプロダクトデザイナーの創造性向上のための一つの方法として活用できればと思う。既存プロダクトのイメージから新しいアイデア展開に、多くの人々の使用経験データの適用方法を提案する。



国立大学法人 筑波技術大学 学術・研究委員会

【問い合わせ先】

〒305-8520 茨城県つくば市天久保4-3-15 大学戦略課 企画戦略係

TEL : 029-858-9339 FAX : 029-858-9312 E-MAIL : kenkyo@ad.tsukuba-tech.ac.jp