

デザイナーのための経済コラム(64)

共感覚または多次元感覚のトランスフォーム(変形)

50年ほど前に、創造手法、創造思考が話題になりました。川喜田二郎の「KJ法」、梅棹忠夫の「京大カード」、加藤秀俊の「整理学」等が思い出されています。これらの図書は「ノウハウ本」で読みやすい本でした。さらにその前の時代には西田幾多郎の「善の研究」、和辻哲郎の「風土」、九鬼周造の「いきの構造」がありました。後者の図書はやや難解な本で「哲学書」とも呼ばれています。どちらにも共通して言えるのは「体験」、「認識」、「ひらめき」、「思いつき」、「着想」、「言語化」だと思います。

KJ法で使われる
ポストイット



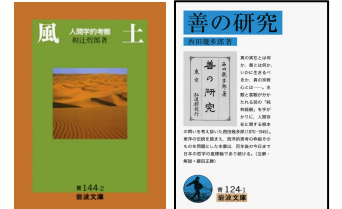
50年前にはまだ「コンピューター」という言葉は一般に使われていませんでした。最近のTV番組で知ったことは、第二次世界大戦中の1940年代にイギリスでドイツ軍の暗号・エグニマを解読するのに作った装置が「電子計算機・コンピューター」の始まりかと思えます。しかし、その装置は長い間、軍事秘密事項とされて、世間に知られず埋没してしまいました。

エグニマ暗号解読機



[https://ja.wikipedia.org/wiki/エニグマ_\(暗号機\)](https://ja.wikipedia.org/wiki/エニグマ_(暗号機))

別な見方をすれば、「演繹思考」、「帰納思考」といってもいいかと思えます。「帰納思考」とは、類似のデータ、関連のデータを沢山集めて、そこから共通なモノ、コトを要約して新しいアイデアを生み出そうとすること、と思えます。最近話題のAIがそれかと思えます。膨大なデータ(ビッグデータ)を集め、分析し、再構成するのがAIの機能かと思えます。



「風土」

「善の研究」

一方、「演繹思考」は「ひらめき」、「思いつき」が初めにあって、それが「本当か」「できる」を試すことです。AIには「ひらめき」や「思いつき」はないと思えます。

実際には、その両方が必要だと思えます。「よく売れている商品」の事例を多く集めて、そこに共通な新しいアイデア、特性が何かを言語で表現できれば(言語化・抽出できれば)、創造の活動の前半ができたようなものです。創造的思考の流れは図・1のように表現出来ると考えます。



比喩はレトリックの常用手段の一つです。どこか似たものが比喩に使われます。共通の感覚を使うことで比喩が成立します。甘い、辛い、酸っぱい、にがい、塩辛いは味覚の感覚を表現する言葉です。「甘い歌声」、など定量的表現とはいえない定性的な表現の視覚や聴覚など味覚とは別の感覚表現にも日常的に使われています。

感覚を比喩して別次元に変えた共感覚の表現の例

(寸法のバラツキが) 大きい	⇨	(寸法が) 甘い
心地いい (メロディーが)	⇨	甘い (メロディが)
大きい 損失	⇨	痛い 損失
怪しい 行動	⇨	くさい 行動
潔白・疑義・有罪	⇨	白・灰・黒
嫌な奴	⇨	犬・豚・屑・カス
有難い人	⇨	天使・神様・仏様
(新しく気付いた感覚)	⇨	〇〇 見たい

比喩を使って思考を発展させる方法はさらに拡張することが出来ると考えています。創造的な思考過程とはこのような次元を変える中で別の答えを見つけること、とも考えます。ここでは1次元の構造から想定しましたが、次元の数を選択して増減したり、次元要素を選択し、構造を作り直すことが出来ると考えます。それまで誰も気が付かなかった次元構造を想定することが出来ると考えます。