

絵画的画像情報の感性処理への考察

1 R-1

糸魚川幸宏

日本ユニシス(株)情報通信システム事業部

1. 研究の目的

コンピュータ機器により電筆画、デジタル・アートが作成されている。本論文では電筆画の感性処理に関して検証する。電筆画は油絵、水彩画、水墨画のようなタッチの絵を初心者でもかくことができる。線の太さはペンの筆圧次第で変えられる。画面上で色を組み合わせることで、原色以外にも必要な色を作ることができる。ソフトによっては1677万色出せる。デジタル・アートについては展覧会などからの反響を参考資料とした。

検証すべきことがらー①芸術性はあるか、②コミュニケーションのツールとして妥当か、③メッセージ、インフォメーションは伝わるか。

2. 検証の方法

2-1. プレインタビュー(予備調査)

絵画売買取引を商いとする画廊で、コンピュータ機器からアウトプットされている作品に関して質問してみた。(男3人、女3人に質問)。

インタビューの結果ー①芸術品として評価されない、②流通しない。

電筆画、デジタル・アートは作品として厳しい価値判断を受けた。

2-2. 実験への考察

画商の使う言葉に目垢という言葉がある。著名な作家の作品でも流通しなくなり、画商の間のみでいききすることで、芸術性も低い。電筆画の作品を購入し芸術性、流通性をみることにし、予備調査により全面否定された作品の価値を具体的に確認してみることにした。作品への感性処理を画商、SE(システムエンジニア)、男、女、専門家、素人といった群間の違いを分散分析を用いて見ようと考えた。それにより絵画的画像情報の質を把握しようとした。

2-3. 電筆画作品への評価

電筆画作品の媒体(フロッピーディスク)を購入し、所定の費用によりカラーで打ち出した。画廊で展示する場合、額にいれず打ち出したままの状態で見せた。

画廊での作品への反応(合計10人、男5人、女5人より意見を聞いた)

①作品が良いと答えたのは8人、80%(男3人、女5人)

②流通すると答えたのは7人、70%(男3人、女4人)

但し、特定の目的で使える、使い捨てで使える、高くは売れない、ポスターとは同じ扱いができないといった意見があった。絵画とは競合することはない、扱わない(1人)という意見もあった。

③打ち出しについて。色彩がきれい、ピカピカ光る(コピーと間違える)、打ち出しが気になる、といった意見があった。額については電筆画専用のいれものを使うという発言があり、売れば扱うという判断をする人間もいた(1人)。和紙へプリントすれば、作品の質は高められる。

この段階で流通性ありを確認した。芸術性に関しては質問項目への結果を数値により測定することは作品自体への評価を求めることであり取り止めた。美術商の意見では鑑定とは、真贋の見極めであり作品評価の数量的把握は無意味と判断した。

A STUDY of SENSITIVITY PROCESING about PICTORIAL IMAGE

Yukihiro Itoigawa

Nihon Unisys Ltd. Informatin Communication System Division

3. 絵画的画像情報の感性処理

3-1. 被調査者（男性、T）からの意見収集

コンピュータを日々、使用しているSEにマッキントッシュで絵画的画像情報（前記の電筆画作品）を見てもらった。被調査者として選定した理由はコンピュータ歴5年で情報数理工学を専門としており、ナイーブな観察ができると判断したからである。絵画的画像情報への意見①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿①アウトプットされたものに対して～サインが気になる、立体感がない。②画面に展示、マウスで操作～サインを修正、消しゴム使う。拡大、縮小、逆転（上下、左右）を操作して絵を見る。感想として、面白い、楽しめる（アミューズメント）という言葉が出た。絵の良さが分かった。

3-2. 作家の意図

電筆画により作品を生んでいる作家（女性、K）にインタビューした。Kさんは美術科を出ており、セミプロ。PC-9801、マッキントッシュを使い絵をかくている。ご意見として①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿①色彩が多い。美しい。画面がアピールしやすい。②評判は良い。③CGらしいCGは狙わない。技法面①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿①油絵の向上のために使っている。逆に油絵でかいたものをマッキントッシュにとりこんでかき足すと有効に活用できる。流通面①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿①注文がはいつてくる。（持ち運びに便利なので）掛け軸にしている。企業の展覧会への出展。額つきで販売した場合は一定の価格で売っている。対話性①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿①メッセージは意図的に出しているものではない。電筆画は対話性があり、ストレス解消や精神治療に良い影響があると確信している。

3-3. 絵画からのメッセージ（内観による考察）

感性処理の大きな要素に作品からのメッセージの受信があると思う。私はこの要素を重要視したい。1980年代、私は堺筋、北浜、淀屋橋に点在する画廊で絵画を見る日々を過ごした。無心、無意識に見る作品で振り返り見る、足をとめ見るものにはメッセージがあった。変哲もない子供がかいたような村の風景、木、水車、小径は長時間の鑑賞を生む。山際の空との境はプロの力を感じさせる。鈴木信太郎の作品であり、叙勲の噂で作品が増え、流通経路にのってくる。竹窓裸婦、ドンゲンの作品、記憶に残る作品にはメッセージがあり、インタラクティブな要素が強くなる。（調査に使った電筆画はONNAであり、メッセージ、創話を感じさせる）

3-4. 購入者の意見

電筆画を買った人間はより高く売りたい、市場を形成したいと思う。タレントの出現により電筆画も市場を確立すると考えられる。質的には、打ち出し技術の向上、精神的深みが出せる必要がある。

3-5. 美術品を鑑定すること

美術商（三代目、百年以上続いている店の店主）にインタビューすることにより、鑑定の中に美術品からのメッセージ受信を確認した。鑑定とは①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫⑬⑭⑮⑯⑰⑱⑲⑳㉑㉒㉓㉔㉕㉖㉗㉘㉙㉚㉛㉜㉝㉞㉟㊱㊲㊳㊴㊵㊶㊷㊸㊹㊺㊻㊼㊽㊾㊿①真贋の見極め、②第一印象でくるもの、③文化を継承していく使命（インタビューをして私はそう感じた。値段は鑑定、選別に手間がかかるから高くなる）

3-6. デジタル・アートの特徴

コンピュータ・グラフィックによるデジタル・アートにおいてもインタラクティブな要素が大きい。形容として「写真を超えるリアルさ」があるとされる。実用性からすれば充分、役割を果たしている。ハワード・ラインゴールドは、人間とコンピュータの対話における20年間の格闘を指摘し、コンピュータ・アートとは根本的に対話的なものとしている。名画との対話を経験すれば、CG作品は汚く見え目垢作品として在庫に眠ることになる。

4. 今後の課題

双方向コミュニケーションの発達にともなう画像の優越効果の再発見が予測されるが、思考の媒体として、画像情報と言語の調和を技術的に解決する場合、感性処理の問題はさらに研究される必要がある。

文献：VR（バーチャル・リアリティ）、ハワード・ラインゴールド著、沢田 博訳、ソフトバンク発行

「画像的思考と言語的思考」、山田尚典、画像電子学会 第22巻第3号（1993）p185-186