

個人の嗜好に基づく美術鑑賞支援システムの提案

羽藤 かをり[†] 植竹 朋文[†]

専修大学 経営学部[†]

【1. はじめに】

美術鑑賞は「リラックス効果」「経済効果」「教養が身につく」など様々なメリットがあるだけでなく、人間形成を促す上で重要な役割を担っている。しかし、多くの人には「難しそう」と言ったネガティブな印象をもつため美術鑑賞を敬遠する。また、近年中学の学習指導要領で美術など芸術教育の授業数が減り、芸術よりも学習を重視する傾向にあり、今後も美術鑑賞への興味の低下が懸念される。

【2. 目的】

本研究では、美術館にあまり行かない人を対象に、美術鑑賞を促し、支援することを目的として研究を進めた。

【3. 現状分析】

美術鑑賞の現状を把握し、美術鑑賞が活発に行われない原因の調査を行った。リサーチバンクが2013年11月に実施した美術館・美術展に関する調査を表1、2に示す。この結果から、美術館に訪れない理由は興味がなくからではなく、自分の嗜好を理解しておらず、どの美術館（展）に行けば良いのかわからないからではないかということが考察される。

表1 美術館に行かない理由

近くに美術館がない	きっかけがない	興味が無い
35.4%	35.1%	34.5%

(10代～60代の男女 1200名)

表2 美術館に行こうと思う理由

好きな作品の展示	好きなアーティストの作品の展示	リラックスしたいとき
41.0%	34.8%	38.3%

(10代～60代の男女 1200名)

また、パーソンズによると美術鑑賞経験が少ない人は、自律的な鑑賞が難しいということも明らかになった。また、個人の嗜好は、絵画に対する印象として捉えられることも明らかになった。

Proposal of an art appreciation support system based on personal preference

[†]Kawori Hato, Tomofumi Uetake, School of Business Administration, Senshu University

パーソンズによれば、美術の鑑賞能力は以下の5つの段階があり、段階が進むにつれ、より自律的に、質の高い鑑賞が可能になることが明らかになった。

◎パーソンズによる認知発達段階

- 第一段階:「お気に入り」
- 第二段階:「美とリアリズム」
- 第三段階:「表出力」
- 第四段階:「様式とフォルム」
- 第五段階:「自律性」

アンケート調査と先行研究から、美術鑑賞を支援するには次の2つの機能が必要だと考察できた。

- 印象を用いた美術館（展）推薦システム
- 鑑賞を支援するガイド機能

2つの機能を備えるシステムは実際にあるのか知るために、既存システムの分析を鑑賞経験が少なく、自分の嗜好が十分把握できていない人の視点から行った。

まずはじめに日本の代表的な美術館（展）を検索システムである以下の2つを分析した。

- ・アートスケープ(<http://artscape.jp>)
- ・美術展ナビ(<https://artexhibition.jp>)

次にガイド機能を分析するため、美術館で貸し出されている音声ガイド、アプリケーションによるガイドを分析した。アプリケーションは、アコースティックガイド社の音声ガイドを分析した。

分析の結果、既存のシステムは利用者の好みにあった美術館（展）を推薦したり、美術鑑賞の質を高めたりするためのガイド機能が不十分であることが明らかになった。また、美術鑑賞経験が少ない人には利用しづらいシステムであり、美術鑑賞を促すきっかけとなるシステムとは言い難いことが明らかになった。

〈現状分析のまとめ〉

- 美術鑑賞しない理由は、何を見に行けばいいのかわからないから
- 美術鑑賞を行うきっかけに「個人の嗜好」が大きく関わっている
- 美術鑑賞経験が少ない人にはガイド機能が必須である
- 既存のシステムは、鑑賞経験が少ない人の美術鑑賞を十分に支援できない

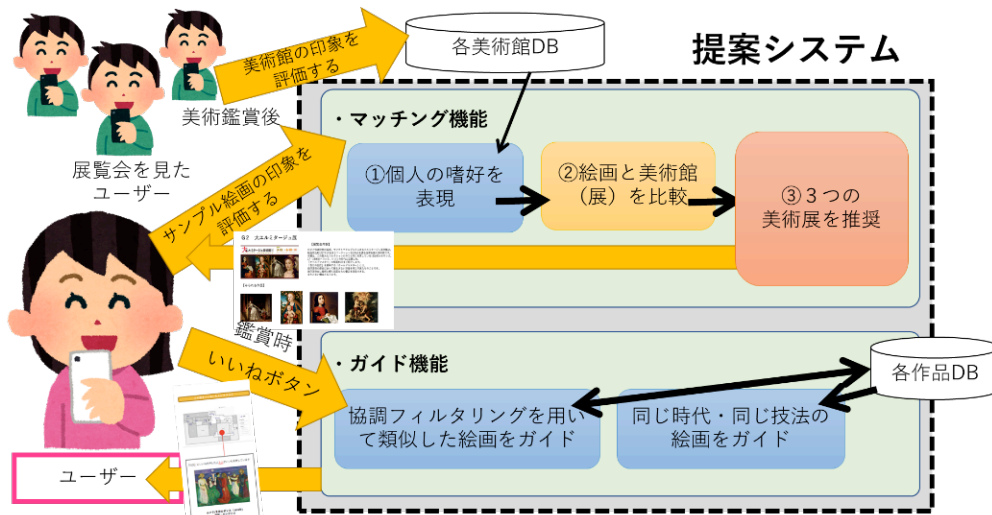


図1 システム概要図

【4. システム提案】

本研究では、美術鑑賞の質を高め美術鑑賞を促進するために、図1に示した2つの機能を持つ美術鑑賞支援システムを提案する。

● マッチング機能

- ① 個人の嗜好を、20点の絵画の印象*とその順位で表現
- ② 美術館(展)を見た人の印象*と個人の嗜好を利用してクラスター分析を用いてグループ化
*ここでは、印象はSd法を用いて表現した
- ③ 各グループに含まれる絵画の平均順位を用いて得点化し、最も得点の高いグループの中の最も高い順位の絵画から、距離に近い3つの美術館(展)を推奨する

・Sd法…対立する形容詞の対を用いて、対象物の与える感情的なイメージを、5段階あるいは7段階の尺度を用い、判定する方法。

・クラスター分析…異なるものが混ざりあっている集団の中から互いに似たものを集めて集落(クラスター)を作り、対象を分類するという方法

● ガイド機能

同時代の絵画や、同技法の推奨をガイドする。さらに、絵画ごとに「いいね」ボタンを設置し、協調フィルタリングを利用しガイドする。

【5. 効果検証】

システムの有効性を検証するため、マッチング機能は実際に美術館(展)の推奨を行い、ガイドシステム、本システム全体の機能はプロトタイプシステムを構築し利用してもらった。今回はマッチング機能が7名、ガイド機能が8名から評価を得た。

表3:効果検証の結果(5段階評価)

	評価の平均
マッチング機能の有効性 (全体の平均)	3.8 (3.5)
ガイド機能の有効性	4.3
本システム全体の有効性	4.1

効果検証の結果(表3)より本システムの有効性が検証されたと考えられる。しかし、今回は美術館の印象データが1種類だったため、利用者の嗜好と大きく異なると、うまく機能しないという問題も明らかになった。

【6. 結論】

本システムは美術鑑賞を促すのに最も効果的な「個人の嗜好を理解する」ことが可能となり、美術館に行かない人に美術鑑賞の楽しさを伝えることができる。そのため、美術鑑賞を身近に感じてもらうという目標達成が見込める。

【7. 今後の課題】

美術館印象データを増やし、様々な利用者に対応するシステムにしたい。また、「Google art& culture」との連携も模索していく予定である。

【8. 参考文献】

[1] 宮田 彰史 (2016), パーソンの「絵画の見方」における発達の概念とその美学的枠組みに関する考察, 大学美術教育学会「美術教育学研究」第48号, 337-384
 [2] 池永 真義 (2013), 中学の鑑賞学習における美的認知の発達課題-書記言語による概念的思考の促進-, 日本美術教育学会紙, No. 297
 [3] 岡田守弘、井上純(1991), 絵画鑑賞における芸術性評価要素に関する心理学的分析, 横浜国立大学教育紀要, 31, 45-66