

体験を重視した美術鑑賞支援ツールの開発

梅野 陽加里

九州大学

2DS17100P@s.kyusyu-u.ac.jp

金 大雄

九州大学

dwkim@design.kyusyu-u.ac.jp

石井 達郎

九州大学

tatsuro@design.kyushu-u.ac.jp

キーワード： 鑑賞支援, スマートフォンアプリケーション

1 研究背景

1-1 美術館の現状

文部科学省の平成 27 年度「社会教育調査」によると美術館 1 館あたりの入館者数は減少傾向にある。(図 1)

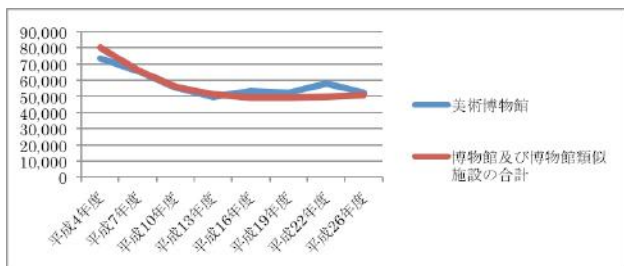


図 1 美術博物館及び博物館、博物館類似施設全体の 1 館あたりの入館者数 (人) [1]

また、リサーチバンクが 2013 年に行ったインターネット調査[2]によると、「絵画や美術品に興味がない」「楽しいと思わない」といった意見が 25~35%を占める一方、『好きな』または『有名な』作品が展示されているときに美術館に行きたくなくなるという意見が 28~41%を占めている。このことから、『好きな』または『有名な』作品が展示されていれば美術館に足を運ぶが、知らない作品の楽しみ方がわからない」という傾向を持つ利用者層が存在する。

一方で、国内美術館でのデジタルツールの利用は十分に普及していない状況だ。日本の博物館総合調査研究の平成 26 年度報告書[3]によると「ICT を利用した新しい展示方法が導入できていない」と考える博物館は 2258 館のうち 86.9%であった。これは、「博物館が抱える課題」の項目の中で最大の値であり、各博物館の関心が高い課題であるといえる。

以上のことから、「作品を事前知識なしに楽しむ鑑賞」においてデジタルツールを用いたコンテンツの有効性を検証することは美術鑑賞の発展に寄与する重要な研究となるのではないかと考えた。そこで、プロトタイプ「COLLART」の制作へと至った。

1-2 プロトタイプ「COLLART」の制作

現在、鑑賞支援として解説パネル・オーディオガイドなどの「知識型」の鑑賞が主流である。これに対して、アメリカ・アレナスの VTC(Visual Thinking Curriculum)[4]に代表される「対話型」の鑑賞が注目されている。作品の事前知識がなくとも鑑賞を楽しむことができる「対話型」の鑑賞は知らない作品への興味を持つきっかけになりう

ると考え、「対話型」と「知識型」を組み合わせたツールをプロトタイプとして制作した。



図 2 COLLART プレイ画面

それが、タブレット端末用アプリ「COLLART」である。(図 2) ターゲットとした作品は、2016 年 8 月 25 日~12 月 25 日に福岡アジア美術館アジアギャラリー内「タイム・トラベル~美術で知るフィリピン」展に展示されていた 3 作品だ。

本ツールは、①コラージュ機能②音声と文章によるガイド機能で構成されている。①で「対話型」の鑑賞の要素を取り入れ、作品を自分で変換する楽しさを与え作品への興味を引きつけた。また②で「知識型」の鑑賞の要素を取り入れ作品への理解を深めてもらい、事前知識がない作品に興味を持って鑑賞ができるようにした。

本コンテンツの有効性を検証するため、2016 年 12 月 15 日~20 日にかけて福岡アジア美術館でのアンケート調査による実証実験を行った。その結果、「1 作品への集中力が持たない」「導入へのコストがかかるため、美術館が導入に踏み切れない」「導入することでの美術館側へのメリットが必要」という 3 つの問題点が浮かび上がった。

2 研究目的

美術館の現状とプロトタイプの制作からわかった 3 つの問題点を解決するために、「美術館全体の体験を重視したコンテンツ」「低コストで導入できるコンテンツ」「リピーターを増やすという観点からの制作」という 3 つの指針を立てた。これらを達成するための具体的な改善策として、スマートフォンアプリケーションとしてのコンテンツの制作を行い、「作品を事前知識なしに楽しむ鑑賞」におけるデジタルツール、特にスマートフォンアプリケーションを用いたコンテンツの有効性を検証することをこの研究の目的とする。

3 コンテンツの選定

スマートフォンアプリケーションとして美術鑑賞支援コンテンツを制作する場合どのようなコンテンツが求められているのかを知るため、先行事例の調査を行った。対象としたのは、国内外の美術館ですでに使用されている約30種類のアプリケーションだ。これらの調査からわかったのは以下の3つのことである。

第一に、国内の事例が少ないということである。本稿の1-1で示したように、日本の博物館の86.9%が「ICTを利用した新しい展示方法が導入できていない」と考えている。スマートフォンアプリケーションの事例が少ないということからもこの現状がうかがえる。

第二に、音声ガイドの延長にあるアプリが多いということである。アプリの位置付けとして従来の貸し出し音声ガイドをアプリに置き換えたというものが多く、アプリの存在理由が利便性の向上にとどまっているものが多かった。

第三に、楽しんでもらう工夫がされているアプリは子供向けに多いということである。知識のない子供たちに作品を楽しんでもらう前提で作ってあるので興味を引きつけるための工夫がしてあり、参考にできるところが多く見られた。

以上の調査結果から今回制作するコンテンツに追加したい要素として、次のものが見えてきた。それが、お気に入り共有機能とクイズ・クイズ形式の展開だ。お気に入り共有機能とは、スマートフォンアプリケーションならではの機能であり、これまでの美術鑑賞とは違う楽しみをあたえてくれる。また、クイズ・クイズ形式のようにユーザに課題を与えることでやる気の向上につながるのではないかと考えた。これらの要素をまとめると今回制作するコンテンツの指針は、「ゲーム性の導入」であると言える。

4 対象とする美術館の選定

コンテンツの制作にあたり対象とする美術館を選定した。それが久留米市美術館である。久留米市美術館は2016年に石橋美術館から名称を変えリニューアルオープンをした。リニューアルを受け、「石橋文化センター全体のミュージアム化」をコンセプトに、イベントの開催など新たな試みがなされている。

このような美術館の現状から、リニューアルに合わせた新しい美術館の試みの一つとしてスマートフォンアプリケーションの制作を提案した。

久留米市美術館の現状を知るため、久留米市美術館の職員の方にヒアリングを行った。そこで次のような現状が浮かび上がった。まずコレクションの収集方針が久留米ゆかりの作家に限定されていることから美術初心者には馴染みの少ない作家の作品が多いということである。そのようなコレクション収集方針から著名な作家の巡回展に比べるとコレクション展が見劣りしてしまい、来館者の減少につながってしまう。

そこで、この研究を通してこうした馴染みのない作品への興味をスマートフォンアプリケーションを通して引き出すことで、作品を知らなかった人でも展覧会を楽しむことができるのではないかと考えた。

5 実験手法

コンテンツの制作および検証実験は2年間かけて行う。まず2017年度のコレクション展（平成30年2~3月）開催予定に向けて、プロトタイプとなるコンテンツの制作を行う。そこで得られた改善点等をもとに2018年度のコレクション展（スケジュール未定）で完成したコンテンツの検証を行う。

検証方法としては、スマートフォンアプリケーションのログデータによる解析とアンケート調査による主観評価を予定している。この結果から美術鑑賞支援におけるデジタルツール、特にスマートフォンアプリケーションの有効性が検証できることを期待する。

6 まとめ

本研究では、「作品を事前知識なしに楽しむ鑑賞」におけるデジタルツール、特にスマートフォンアプリケーションを用いたコンテンツの有効性を検証することを本研究の目的としている。現在、コンテンツの選定と美術館の選定が終了し、これから2年間をかけてコンテンツの制作および検証実験を行う予定である。日本の美術館におけるICT化は発展途上の分野であり、今後の普及に本研究が貢献できるよう努めていきたい。

参考文献

- [1] 文部科学省「社会教育調査」平成27年
- [2] リサーチバンク「美術館・美術展に関する調査」2013年
http://research.lifemedia.jp/2013/11/131113_art.html
- [3] 井上透「日本の博物館総合調査研究：平成26年度報告書第5部 博物館の市民協働 第1章 博物館ICTの現状」
- [4] アメリア・アレナス、福のりこ訳「なぜ、これがアートなの？」淡交社、1998