

# 大学生向けの美術館鑑賞支援システムの提案

## An Art Appreciation Support System for Undergraduates in Museums

松島彩夏 會田奈央美 阿部翔太 大塚淳大 落合 誠  
草野花寿実 小藺夏帆 小西亮佑 櫻井友基 渋谷沙織  
谷畑浩気 袴田真尚 日向祐介 味村 舞 結城菜摘 望月俊男  
Ayaka Matsushima Naomi Aita Shota Abe Akihiro Otsuka Makoto Ochiai  
Kazumi Kusano Kaho Kozono Ryosuke Konishi Tomoki Sakurai Saori Shibuta  
Hiroki Tanihata Masanao Hakamata Yusuke Hyuga Mai Mimura Natsumi Yuki Toshio Mochizuki

専修大学 ネットワーク情報学部  
School of Network & Information, Senshu Univ.

### 要旨

美術館は人が文化資材にふれあい、感性を豊かにする社会施設である。しかし、大学生世代の若者が美術館に行くことは少ない現状があり、その現状を調査したところ、美術館は堅苦しく、つまらないという印象を持っていることが分かった。そこで筆者らは、大学生に鑑賞の楽しみ方を知ってもらい美術館をより身近に感じてもらえるようなツールを提案する。具体的には来館者同士の感想を共有することで美術館に対しての興味や共感を高めてもらうような機能と、作品を鑑賞する際に作品のイメージに関連した音楽を聴くことによって、作品への理解をサポートするような機能を備えたモバイルツールである。

### 1. はじめに

美術館は人が文化資本にふれあい、感性を豊かにする社会教育施設である。また、美術館に行くことは、自由時間を家族や友人と楽しく過ごす余暇活動の一つとして挙げられる。マリリン・フッドは、余暇活動を選択する際に依拠する六つの主要な基準を以下のように挙げている[1]。

- ①人々と一緒にいられる、すなわち他人との交わりがある
- ②何かやりがいがあることをする
- ③自分の周囲が快適で落ちつける
- ④なにか新しいことをするという挑戦性がある
- ⑤なにかを学習する機会がある
- ⑥自分も参加できる活動がある

これらのうちいくつかの項目は美術館における鑑賞行動にも当てはまる。しかし、一般的に美術館では「交流」「参加」が期待されておらず、むしろその鑑賞行動は、美術作品に対してどれほどの興味があるかということが動機づけとなることが多い。

しかし、若者を取り巻くメディアが多様化し、また様々な余暇活動があるなかで、美術館で過ごすことを選択しない者は少なからず存在する。これは、若者が文化資本に触れあう機会を逸失していることを意味している。

そこで、我々は美術館での新しい楽しい見方の提供を目的に、美術館内で利用できる大学生向け作品鑑賞支援システムを提案する。

### 2. 予備調査の実施

このシステムの制作・仕様策定にあたり、①若者へのインタビュー、②美術館へのインタビューを予備調査として実施した。

## 2.1. 若者へのインタビュー

来館者側の目線で美術館のイメージを聞くことを目的に、10代から20代の男女27人に、以下のような内容に関して半構造化インタビューを行った。

- ①美術館に行くか行かないか
- ②行く、行かないに対する理由
- ③誰と行くのか
- ④美術館に対する印象
- ⑤行く場合は何度も同じ場所に行くか

## 2.2. 美術館へのインタビュー

美術館側の来館者の現状や取組を理解するために、専修大学に近接する〇美術館において職員を対象に半構造化インタビューを行った。副館長・学芸員・社会教育主事の3名がインフォーマントとして参加した。インタビュー内容は音声レコーダーに録音した。

- ①来館者情報（年齢層，地域，性別）
- ②美術館が行っている取組
- ③美術館にとって大切なこと
- ④美術館の広報についてなど
- ⑤よく来館者から質問されること

## 3. 予備調査の結果と考察

### 3.1. 若者へのインタビュー結果

来館者となる人々からインタビューした結果をまとめたものを表1に示す。一般的に美術館に行く人の傾向は、美術作品に対する純粋な興味であったり、美術館という場所を魅力的に感じていることが分かる。一方美術館にあまり行かないと回答した人々は、美術作品に対する強い興味があるわけではなく、美術に関する知識を持ち合わせていないという認識を持っていること、美術館が固い静かな雰囲気ですら苦手であるという意識を持っていることが分かる。

表1 若者へのインタビュー結果

	行く人	行かない人
人数	男:4 女:3	男:10 女:10
美術館に対する興味	美術作品に興味がある	興味がない
行く行かないの理由	・興味がある企画展だった	・ただ見ているだけでつまらない
	・美術が好き	・きっかけがない
	・美術館の雰囲気が好き	・美術館に行くよりほかのことをしたい
		・作品の良さが分からない
雰囲気		・美術作品に対する知識がない
	・落ち着ける	・固い
	・癒される	・ただ見ているだけ
一緒に行く人	・魅力の一つ	・静か
	・芸術に関して気の合う友人	・友人と行く
音声ガイド	・一人でも行く	・一人では行かない
	使う人もいれば使わない人もいる	存在すら知らない

### 3.2. 美術館へのインタビュー結果

インタビューの内容をコーディングしてまとめた結果、以下のような特徴・問題点が挙げられた。

- ・週末の来館者が多い。男女間に差がみられない

- ・ 来る人はリピータが多い
- ・ 30代以下、20代の来館者も多いが、大学の裏にあるにもかかわらず、大学生来館者は少ない
- ・ 来館のきっかけはクチコミが多い
- ・ 大学生は①普通に展示鑑賞するか、②授業の一環で来る
- ・ 大学生や若者向けの支援はない
- ・ 大学生は求めているものが多種多様で分からず特別な対応をできていない
- ・ ○美術館で展示されている作品の美術作者を求めてくる人が多い
- ・ 美術館としても美術作品に関する知識だけではなく、作者の生き方も知ってもらいたい
- ・ 来館者からは作品に対する質問を聞かれることがある
- ・ 地域密着型ではなく、比較的遠方からの来館者が多い
- ・ 作品に対して親しみを持たせるために設置した、記念撮影コーナーが人気である

### 3.3. 考察

これらの問題点に対して、ロジックツリーによる分析を行った結果、情報システムによる解決策として、以下のような鑑賞支援を行うことが必要ではないかと考えた。

- ・ 様々な人に対応できるように解説の多様化し、提供する
  - 美術館で展示されている作品は現代芸術に関するものであり、芸術的に作品を理解するためには相応の鑑賞力が求められる。しかし、美術鑑賞は本質的にその人がその時持つ鑑賞眼で感じ、解釈することが重要である。作品の解説は、○美術館でも音声ガイドで提供されているが、その内容を来館者のレベルに応じて提供することはできていない。
- ・ 鑑賞者にとって受動的な要素だけでなく、能動的な要素の両方を取り入れる
  - とくに美術館に親しみのない鑑賞者は、作品を「ただ見ているだけ」という感覚を持っている。美術館の音声ガイドも、受動的な情報提供となっている。そこで、鑑賞者が能動的に鑑賞するような要素を取り入れることで、美術鑑賞の新しい楽しみ方を知ってもらうことが重要であると考えた。
- ・ 親しみやすい雰囲気を提供する
  - とくに美術館に親しみのない若い鑑賞者は、美術館や美術鑑賞に対して「固い」「見ているだけ」という印象を持っていることが分かっている。
- ・ 新しい美術鑑賞の楽しみ方を知ってもらう
  - 携帯電話やゲームなど、多様なメディアに関心を払っている大学生たちにとっても新しく見える美術鑑賞の楽しみ方を知ってもらうことが大切だと考えた。

## 4. 大学生向け鑑賞支援システムとしての感想共有ツール

これまでの分析を基に、美術館内での新しい鑑賞の楽しみ方を提供する「感想共有ツール」を提案する。主な特徴となる機能は「感想を共有する」「音楽によるイメージの提供」の2つの機能である。ソフトウェアはAndroid 2.2のモバイル端末上で動作するように開発した。サーバはMac OS X 10.4, WebサーバにはApacheを、データベースにはMySQL 5.1.47を用いた。

### 4.1. 感想を共有する

来館者同士が作品に対する感想を交えることで他人との一体感を感じ、より美術館に対して興味や共感を高めることを狙いとしている。

来館者は気になった作品に対して、その感想を端末上で入力することができ、また他者の感想を読むことができる。

他者の作品に対する感想を読むことは、理解しにくい作品があつたとしても、解釈する上で参考になり、また別の解釈を生むことにつながるのではないかと考えられる。すなわち、来館者の人数だけ多様

な、作品の解釈を共有し、生み出すことが可能になる。これらの記事を来館者が書くことで、専門家が作成した解説よりもより身近な解説となり、記事が多様であればあるほど、共感したり、新しい発見を生み出したり、興味に引っかかる感想に触れることができるのではと考えた。

また、自分で感想を書き投稿することで、美術鑑賞の解釈を楽しむメンバーに貢献することができる。美術館における鑑賞行動をより能動的なものとし、「自分も参加できる活動がある」鑑賞行動にすることが大切であると考え、このように設計した。

## 4.2. 音楽によるイメージ提供

これは、作品を鑑賞する際に、作品のイメージに関連した音楽を聴けるようにすることで、作品のことやその作品に対する情熱、また作者自身のことも知ってもらおうとする機能である。

美術館にあまり赴かない若者は「ただ見ているだけでつまらない」と感じている。一方で、美術館側は作者の意図や人物を感じて欲しいという意欲を持っている。一方、ミュージアム・マーケティングの分野では鑑賞行動において“五感が大切である”と言っており、視覚だけでなく聴覚に訴える形で、美術館が伝えたいと考えている作者の意図や人物像を感じてもらおう経験を与えることを企図している。

美術館に対するインタビューでは、「大学生は求めているものが多種多様で分からない」としているが、学生は概ね音楽に親しみがあり、それを通じて五感で“楽しんでもらう経験”が提供できると考えた。

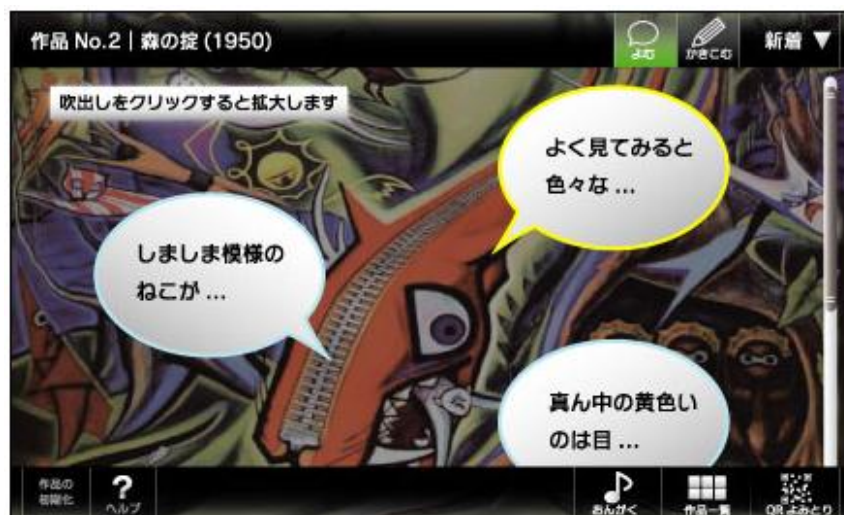


図1 感想共有ツールの画面（開発中）  
音楽は下の「おんがく」ボタンを押下することで再生される

## 4.3. 今後の展開

図1は開発中のツールの画面である。11月下旬から12月上旬に、このツールを〇美術館で実際に利用して評価する予定である。

## 謝辞

インタビュー等にご協力いただきました〇美術館の皆様に感謝申し上げます。

## 参考文献

- [1] ジョン・H. フォーク, リン・D. ディアーキング(著), 高橋 順一(訳), 博物館体験—学芸員のための視点, 雄山閣出版, 1996
- [2] フィリップ・コトラー, ニール・コトラー(著), 井関利明, 石田和晴(訳), ミュージアム・マーケティング, 第一法規, 2006