

工芸専攻修士論文題目一覧

陶領域

小松 葉月	作ること ただひたすらに
張 ビンナ	木のエネルギーを形に
森川 裕也	反射と屈折によって存在するガラス

ガラス領域

浅井 友里	吹きガラスによる色彩の膨らみと形体の調和
-------	----------------------

金属領域

菅田 奈那	自身の記憶から生まれる道具について
中山 典大	自分にとっての作品の在り方

デザイン専攻

グラフィックデザイン領域

プロダクトデザイン領域

テキスタイルデザイン領域

環境デザイン領域

情報デザイン領域

コミュニケーションデザイン領域

Design Course

Graphic Design

Product Design

Textile Design

Environmental Design

Information Design

Communication Design

李知仁

LEE, Jeein

誇張されたファッションイラストレーション

Exaggerated fashion illustration

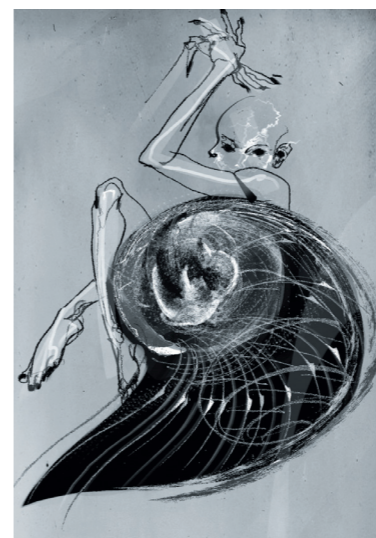
本研究では、多くのイラストレーションのジャンルの中でファッションイラストレーションを中心に取り上げる。ファッションイラストレーションを研究するきっかけは、ファッションというジャンル自体がもっているアートとの有機的な関係性と敏感なトレンド性、スタイリッシュさ、そして様々なイメージを組み立て、加えて新しいイメージを作り出すところにある。そこには自分が求めているイラストレーションと相通じる部分が多く興味を持ったからである。そして、ファッションを自分の解釈で再構成してイラストレーションで表現するようになった。スタイル画に限られたファッションイラストレーションではなく、ファッションを自分のアイデンティティ、個性、哲学で表現するイラストレーションを研究する。そのことで、ファッションイラストレーションが持っているジャンルの可能性を拡張、活用し、ファッションイラストレーションの新しい方向性を提案することを研究目的とする。そして、作品では、誇張された衣装のデザインと誇張の表現に関する多様な表現技法と特性、造形的な魅力を制作を通じて検証する。

作品のテーマは誇張されたファッションイラストレーションである。誇張されたファッションとは、ファッションデザイナーが形式や素材を自由に扱うために形を単純化したり、衣服の機能自体を取り除き、作品のイメージを極大化していることを表す。その結果、衣服の形が変形される。体と衣装のイメージがマッチングできず、誇張される現象が起きるのである。誇張されたファッションを見ることで、自分が持っていた服の固定観念から外れた大胆な形にインスピレーションを受けた。そこからはアバンギャルド、ウィット、グロテスク、幾何学的な美を感じた。これらから感じたことが表現しようとするイラストレーションの一部となり、追求する感性となった。誇張された衣装のデザインとその衣装を人体に着衣させることで示されるシナジー効果と造形的な魅力を表現し、意図的な誇張を通じた独創的な表現を目指す。

自分が考えている誇張されたファッションとは、意図的に形を拡大したり、膨らませたりすることで、通常の画像と変形された画像との間の差、連想を通じたイメージで視覚的遊戯、隠喩を通じてユニークな魅力を表現するものである。

ユニークな魅力は、変形により現われる。身近なものの不調和と見知らぬ構成と形状、コラージュ技法、非現実イメージなどを使用して対象を隠喩する。対象を変形、誇張することで、すでに慣れていることに新しさを加えて、視覚的な魅力を生み出すものである。

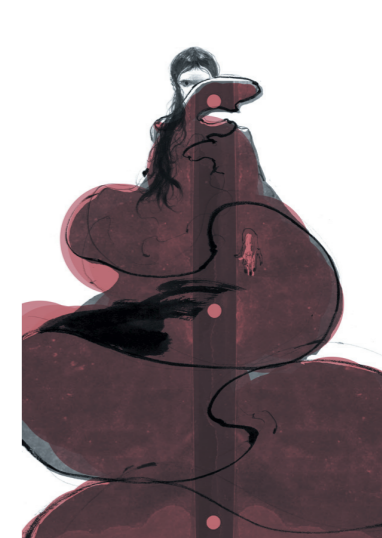
作品の中で見られる造形的特性と、これらが作品に色、線、面、空間などの観点からどのように反映されているかを分類した。第一は、反復である。反復とは、一定の間隔で繰り返すことを意味する。これは衣装上で同じ形やパターン、色などを均衡的に繰り返した時の幾何学的なリズムと統一感、安定感などを感じさせる。繰り返しの中でも変形を適用することができる。退屈な単純な繰り返しのバランスを崩してダイナミックさを結合させることができる。第二は、解体と結合である。解体とは、バランスと比例美の基準に対する一般的な概念、ルールと秩序の観念を無視することを意味する。既存の形を破壊して簡素化したり、ばらばらにしてまた、再結合することにより、意味と新しいイメージを与える。例えば関節の膝、肘、肩の部分などに割れ目を入れ、既存の衣装製作過程を徹底的に無視して、平面と立体を共存させたり、互いにかげ離れた部分の接続などがある。結合とは、二つ以上の異なるモチーフを組み合わせることで、新たな画像を作り出すことを意味する。第三は、変形である。変形とは、ターゲットの一部を意図的に大きく拡大したり、縮小させて物事を変形して表現する方式である。変形により実際の人体よりも目立つように拡大したり、全体的な衣装の形が新たに創造されることを意味する。これらの変形の特性をファッションイラストレーションに適用してみた。帽子を極端に大きくしたりし、人体のシルエットの見当がつかないように極端なシルエットで演出した。



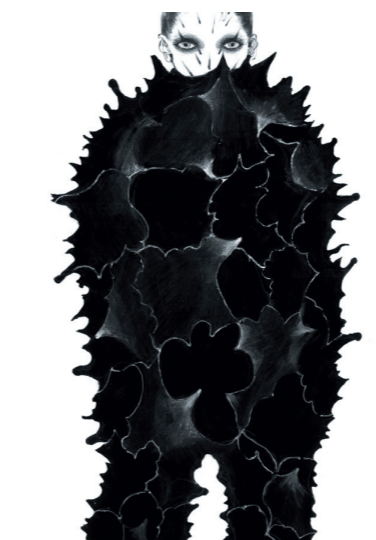
Spiral / 1030 × 728 mm



Africa / 1030 × 728 mm



Winding / 1030 × 728 mm



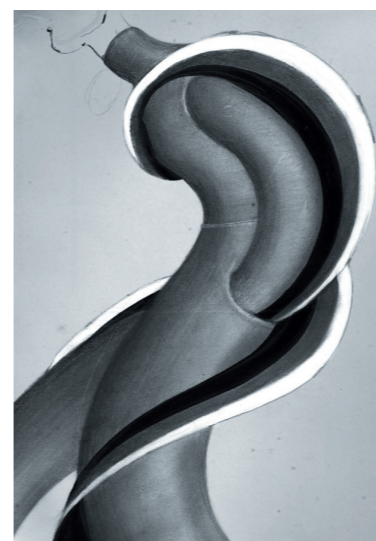
Scatter / 1030 × 728 mm



Repetition / 1030 × 728 mm



Infinite / 1030 × 728 mm



Curve / 1030 × 728 mm



Zigzag / 1030 × 728 mm



After Image / 1030 × 728 mm

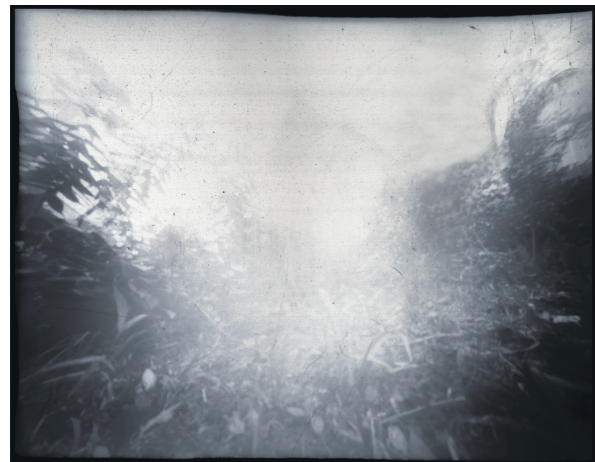
王華

WANG, Hua

写真—のせる容器

断片による記憶の表現研究

Photo — A container



この世界は写真という容器の中に収められる。真実、記憶、歴史……が一枚の小さいフィルムにあらわれる。写真技術が発明されてから、一枚一枚の小さなフィルムを通して、人類の世界を固定し、人間の目では捉えることのできない瞬間をのせてきた。そしてまた、定着された世界は写真という容器に入れて保存され、我々の目の前に提示されてきた。

本研究は「写真それ自体には意味がない。写真はただの容器である」ことの証明を試みるものである。人が見るのはその瞬間の被写体であって、写真そのものではない。本研究は写真を生み出した技術から写真の本質までを探り、写真と時



間の関係性を検討した上で、写真が観客になにがしかの記憶を呼び覚ませるものであることを示すことを目的とする。写真それ自体には意味がない。写真はただの記録道具ではなく、存在および意識への共鳴を引き起こす媒体であるということを変えたいと考える。

「box of dreams」は、ピンホールカメラを使用して制作した作品である。特別何ということのない風景ばかりだが、原風景がいまだ残る何気ない日常の生活や風景をカラーで写し出したいと考えた。写真が面白いのは、個人的な思いでシャッターを切り続けたとしても、そこには常に、それが身近なものであったとしても、被写体としての社会を切り取る点にもなる点である。ピンホールカメラを使って撮った写真の雰囲気は過去の時間を再現している。ピンホールカメラの写真は



過去の雰囲気、原風景をそのまま保存しているように見える。過去の存在世界が紙に定着され、光と像が結ばれる原始的な方法を選択したことで、うつすという行為自体に対する喜び、目の前の風景、像、過去の時間をうつすという衝動、最初の衝動を確認することができる。

写真は過去と現在の間を繋げるパイプとして、時間の割れ目をつくり、持続の感覚を伝える。写真が語るのは過去の時間であり、未来の時間である。過去の時間は今現在の観客に感覚を伝え、未来の観客にも同じく伝える。写真というパイプのなかで瞬間が生きられる。ピンホール写真表現を研究する意味は写真のそのような独特な力を導き出すことにある。筆者は制作した作品を通して、写真の技術や写真の本質を研究してきた。写真とはのせる容器である。写真は人間の記憶をのせる、写真は時間をのせることを実現する技術である。写真を通じて、人間は記憶を所有するように瞬間の時間を所有する。私たちは過去に撮った断片を写真の中に保存する。ベンヤミンの言及した「アウラ」は凋落していないと言ってもいいのではない。写真という「家」によって時間が永遠になる。時空を超越する。

「カメラは、前と後ろを同時に捉えることのできる眼だ」。写真は、観客になにがしかの記憶を呼び覚ませる大きな役割を果たしてきた。この時、写真はある時間の瞬間を切り取って定着したもの、という概念から離れる。シャッターを切ったその瞬間から時間は進み始める。本研究から得た認識は筆者のこれからの制作にとっても深刻な影響を与えるだろう。写真は容器であり、存在および意識への共鳴を引き起こす媒体である。写真は所有するものではなく、経験できる美観、体験できる精神を提供する。本研究で示した作品もまた、写真の本質的な力を利用することで、時間および人間の記憶に対する認識と理解を提供している。「写真機は、要するにものを見る時計だったのであり」、世の中のすべては時間の中で発生している。あらゆるものは時間の審判からにげられない。時間を凝固する写真という技術は、流れている時間を細々した欠片に切断し、保存する。保存するとはいえなくてもいいが、写真は、巧みに我々のところを揺さぶる。



Box of dreams

太田 麻衣子

OTA, Maiko

日常に存在する物語のイラストレーションについての試論

A study of ordinary affairs into illustration

1. 研究の目的・動機

本研究の目的は、イラストレーションの役割をふまえ、人間が日常において感じるものごとを表し、みる側が記憶や感情を想起するイラストレーション表現とはどのようなものかを思考し、答えを出すことである。日常的表現と隠喩、これら二つを柱とし、人間が日常において感じるものごと、ひいては「日常に存在する物語」を表すイラストレーション表現について考えて行く。

日常に興味があり、その関心の解明がこの研究の動機となっている。日常という言葉からは、特に何事もない変わらない日々を思い浮かべることができる。しかし実際の日常は、変わらないように見えて、自分の内側でも外側でもそれなりに色々な事があり、変化もし、すべては人によって様々である。変化に抗おうと、時間とともに、自分自身や人の日常も含めたすべての物事は、否応無く変化して行く。そのような日常の中で、それでも人の内側に残る個人的な断片のような何かや、残らず通り過ぎた普通だった嘗ての話、そこに宿る想いや、ふと想起される記憶に、私は惹かれているのである。

2. 研究の方法

本研究では、まず過去の芸術において、日常にある事物について表現がなされている作品をとりあげ、芸術表現としての日常の物語の表現とはどのようなものかを分類し述べる。また並行して、人間の内的な現象が表現された絵画作品を取り上げ、比喩、暗喩の用いられ方に焦点を当て、その特徴を探る。これらふたつの下地を元に、自身の作品制作の実験結果を交えながら、今度は感情を想起させるイラストレーションについて、探って行く。

3. 自身の制作

自身の制作では、普通の事であり、特別な事ではないものを描いている。私が描いているものは、自分の日常であった事や感じた事だ、ということが分かってきた。常々思ったり感じたりすることを、誰かにわかると思ってもらいたいような気が、昔からしていた。結局これまで、言葉でもって、そういった類のコミュニケーションを余りとらずにきた。言葉ではでき

ないから絵の形で表して、自分のように考えている他者がいることを、ビジュアルのコミュニケーションによる共感を通して知りたかったのかもしれない。

4. まとめ

風俗画は基本的に、その時代の具体的な生活を描写する絵画であるが、その生き生きとした表現は、その時代を生きた人々の内面までもを描写するに至る。筆者が言うところの日常の表現は、個人的な内面を描くものであるが、両者は違う面から同じものを描いた、ある意味で近いもののように思われる。風俗画の日常表現に宿る善や美は、そのまま、市井の、我々の心に宿るそれらである。

メタファーは元々修辞学の比喩技法のひとつであるが、絵においても内面を表すのに有用な技法の一つだと考える。絵による鑑賞者とのビジュアルコミュニケーションに、メタファーを挟み込む事で明快さと引き換えに少しの謎が加わり、それは両者の相互関係の結びつきをより強くする。絵の含蓄を増し、それによって絵自体が持つ内容を豊かにもする。ただメタファーは技法のひとつでしか無いため、どんな時でも適切に使用できるものだとも言えない。単純明快なコミュニケーション図像表現においては足かせにしか成らない。またメタファーは、特別なものではない。これまでも表現者は意図的無意識的問わずそれを使用してきたし、これからも使用するだろう。ただ、性質を理解して適切に用いる事が出来れば、絵によるビジュアルコミュニケーションを、また表現自体をも、より豊かにしてくれる物である事は疑いない。

最後に、絵画表現としてではないイラストレーションの役割をふまえ、人間が日常において感じるものごとを表し、みる側が記憶や感情を想起するイラストレーション表現とは何であるのかを述べる。それは、人間のありきたりの感情が描かれた絵によって、表現者と鑑賞者の、人と人の内面の、言葉ではないビジュアルコミュニケーションをはかるもの。表現者は自己なり他者なりの感情を描く事で、意図せずとも自己の内面を見つめ直す。描いた側ばかりではなく、鑑賞する側もまた同様に、自己の内側の日常に想いをやる。そのような図像表現であると考え。



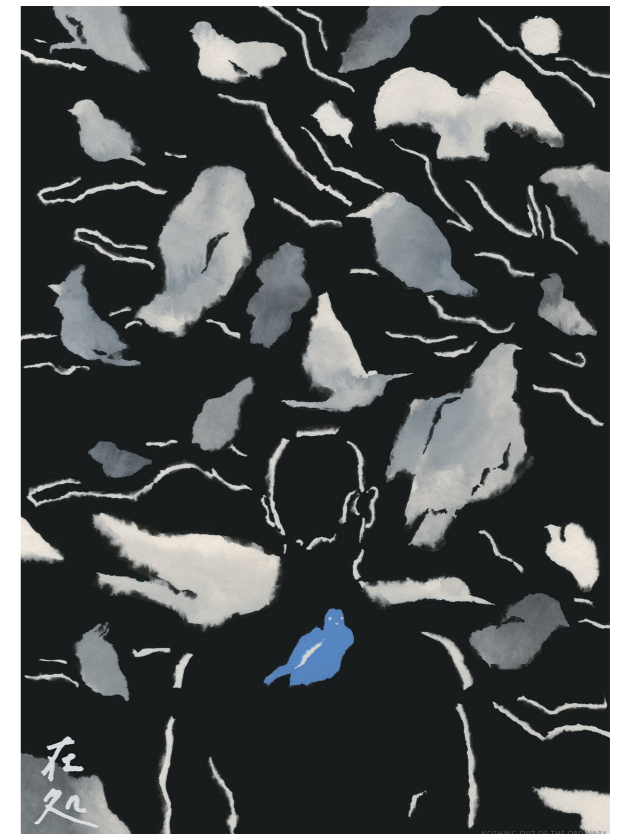
道に迷う / 728 × 1030mm



本を読む / 728 × 1030mm



心の声を聴く / 728 × 1030mm



幸せの住処 / 728 × 1030mm

金 甫根

KIM, Bogeun

お菓子のお土産のパッケージデザインと外国人観光客のコミュニケーション

Research on communication with foreign travelers through snack gift package design

日本における贈り物文化の考察

お土産は、一般に家族、親戚または近い人間関係の人に配ることを目的とし、旅行先などで買うその地域の特産物を指す。通常、相手に心理的な負担をかけない程度の値段の食品類を購入する機会が多い。お土産の分類として、正月やお盆のような伝統行事の際や冠婚葬祭で贈るものは「贈り物」、個人的なイベントの際贈るものは「プレゼント」とする場合もあるが、通常全てお土産の範疇に入る。このようなお土産文化は日本人の「礼儀」に対する考え方や「包む」文化との融合、発展を通じて日本独自の形になった。

日本語の「御礼」という単語を持つ一般的な意味は二つある。第一の意味は「相手に感謝の気持ちを示すことや行為」すなわち「礼儀」に当たるもので、第二の意味は「感謝の気持ちを示す贈り物」である。このような言語のあり方から見ると、日本人は礼儀と贈り物を同一線上の概念として認識していると考えられる。古くから日本には相手を気遣う文化があり、日本人は冠婚葬祭を基本とした儀式の際、心を示す形として物を贈りあった。永きにわたる贈答の文化は現代にて社会的な交流の性格も加えられ、ビジネスの中で御中元、お歳暮を贈る形で伝承された。そして、自宅訪問の際贈答物を用意するのを始め、引越越しの際に近所への挨拶の機能を担うようにもなった。また、誕生日、入学、結婚や出産などのプライベートな記念日のお祈り、またはお祝いとしても作用するなど、幅広く現代社会の人間関係のコミュニケーションの一つとして変化しつつ、繋がっている。

外国人観光客におけるお菓子のお土産の考察

本来、パッケージデザインは様々な機能を持っている。第一の機能は、商品を外部の強い衝撃や温度変化による破損や品質変化などを抑える、商品の「保存機能」である。第二の機能は、流通や積載の際効率化とコストの削減を可能にする、商品の「運搬機能」である。第三の機能は、商品をより魅力的に美しく見せる、商品の「審美機能」である。

しかし、空港で販売しているお土産のパッケージデザインには、これらの機能に加え、国の持つイメージやアイデンティティを簡略明瞭に紹介し、一つのメタファーとして伝達す

る機能がある。また、特に食品のお土産の場合、国の食文化も同時に伝達、紹介することができる。視覚的な情報だけではなく、味覚、嗅覚の情報も同時に作用させることができるという点は、外国人観光客が国に対するイメージを形成するのに与える影響が大きく、効果的だと判断される。その機能性を本論文ではお土産のパッケージデザインの「国のメタファー機能」及び「外交機能」も担っていると判断する。

現在、空港内の販売店では食品のお土産として、お菓子類・お弁当類・お酒類・お茶類・インスタント食品類・調味料類などが販売されている。その中で、お菓子のお土産は他の食品のお土産商品に比べ、外国人観光客にとって購入に繋がるメリットを持っている。

まず、お菓子のお土産は手頃な値段で気軽に食文化を体験することができる。他の食品に比べ、様々な国から訪問した外国人観光客の異なる好みや味のニーズに幅広く対応する。さらに、容量または数のバリエーションに対する値段設定の多様性があり、外国人観光客の費用の負担も少ない。

次に、商品の扱いが簡単な点もある。お菓子のお土産は他の商品に比べ、重さが軽く、帰国まで運搬が容易である。また調味料類のように追加の調理が不要で、自国で食文化が普及していない国からの外国人観光客も、気軽に購入ができる。

デザイン研究

デザイン提案は、日本の実例を活用し、韓国の実情に合ったお菓子のお土産のパッケージデザインを開発することを目的とした。研究を通し、韓国の国際空港の免税店などで販売する高麗人参、マッコリ、唐辛子、ハンラボンという韓国みかんの4種類のチョコレート商品のパッケージデザインを制作した。パッケージデザインのモチーフとしては、韓国の工芸品である「ポッチュモニ」を利用し、デザイン研究を行った。「ポッチュモニ」は日本語に直訳すると「福の巾着袋」という意味で、韓国の朝鮮時代に老若男女を問わず一般的に使われるようになり、巾着の形や刺繍の表現にも多様な展開を見せた伝統織物工芸品である。



韓国の空港販売用のお菓子のお土産のパッケージデザイン研究



韓国のアイデンティティを強調した商品広告研究



パッケージデザインの形や素材に集中した商品広告研究

呉 瑛

WU, Jun

イラストレーションにおける線の研究

Research of the line of illustration

私は日常に存在している線を探し、自分の視点から感じた様々な事を線描絵で表現する。線とは、非常に普遍的な存在だと思われるだろう。日常生活で観察してみると、例えば、人間の活動や運動の軌跡、様々な物の輪郭、風の動き、光の変化や方向、水の波紋、音楽のリズム感などを通じて、線を感じ、その動きの流れや変化などを見ることができる。それを表現することで、見る側に私の線への視点が作品から理解しやすいのではないかと考えている。

この研究では、古代から現代まで東洋や西洋の美術における線に関する作品と文献を収集、整理、分析する。制作では、自分が観察、感じた線の存在を表現する。例を挙げると、樹木の輪郭線は、どのような形か具象的に見え、触ると姿形が感じられる。一方、波紋のように動いている線は物の外形ではなく、瞬間の痕跡により形になるものなので、本研究では運動の線と呼ぶ。区別のために、樹木の姿のような線は静止の線とする。本研究は、線の事例を収集し、先行研究を参考にしながら、線の多様性を分析し、イラストレーションにおける効果や可能性を探ることを目的としている。

中国と日本は東洋の美術を代表する国である。両国は、古くから文化の交流があり、中国画の技術も日本に伝えられた。そして日本は、中国画の技術を進化させ、独特のスタイルを形成していった。日本の画風は、中国と似ていて、線描で表現する場合も多い。

白描画は古くからの描き方であり、中国の戦国時代に既に存在し、漢の時代の画家たちは巧みな線の運用による作品も数多く残している。唐の時代まで、白描画は「白画」や「線描」といい、線の滑らかな運用を強調し、線の変化から美しいリズム感を表現する。晋の時代の顧愷之の「女史箴図」や唐の時代の呉道玄の「八十七神仙図巻」などから、線の濃淡や太さと細さを重視し始め、衣類のしわや人物の髪などを鮮やかに表現できるようになった。

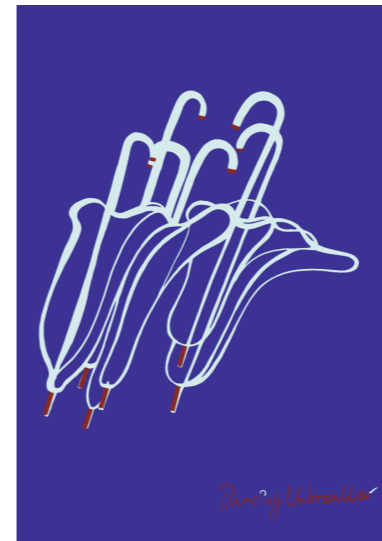
日本では、中国と絵画の技法が近く、同じ東洋画に属する。唐代の白描画の進歩の影響で、平安時代から、鎌倉、室町時代に入ると、一色の墨線だけで丁寧な絵を描くことが主流となり、「紙本白描源氏物語絵巻」、「白描枕草子絵巻」など

作品が生まれた。また、江戸時代は、元禄時代の経済の急成長により、社会の流れが活発になり、浮世絵が成立する。人物絵の浮世絵の色彩を全部取り除くと、服のしわや髪飾りや五官などまるで曲線の世界のように見える。毛髪は曲線と真っ黒な面を組み合わせることで画面の心地良いバランスにより安定感を与えている。

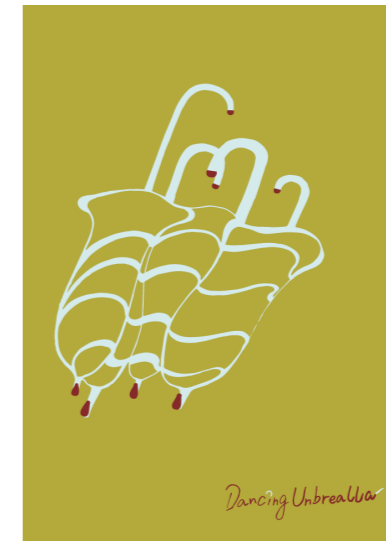
絵だけではなく、文字の形も線描の一部分であると考えられる。書道は一気に成し遂げるということを重んずる。筆を運んでいる時に、運動の芸術として見せられ、文字の美しさを表現するものと捉えられる。また、西洋の書体のデザインも線の豊かな変化の一種だと捉えている。書体の線の起伏は、欧文の典型的な書体から見る事ができる。

一方、動く線、一瞬の線はその時だけのものである。線と動くことの間には興味深い関係があり、日常の中の線の存在感に注目することができる。ジュン・ミリの作品では、線と人間活動、音楽、スポーツなどの関連性を抽象的に表現されていることが、とても魅力的だと考える。

本研究では様々な線について辿ってきた。日常生活の中で、線は主に自然物と人工物の輪郭と同じ意味で、あるいは一瞬しか見えない物の動きの軌跡として、普通に感じられるものである。一旦、芸術の世界に入ると、線は鮮明な役割を持つ。ダンスの動きにより現れた美しい軌跡が表現され、バイオリンで曲を弾いた時のリズムも感じられる。さらに美術の世界では、線は点から形成され、画面の不可欠な要素である。画面の筆触を通じて、線が見える。すなわち、線はこの世界でどこにも感じられ、芸術と日常生活両方の世界を繋げる媒介として存在すると考える。線描は事物の動きや変化の痕跡を表示することを通じて、リズム感が感じられて、芸術的な美感を出すことができることが確認できる。これら線の特性はイラストレーションにも大いに活用できることがわかった。本研究で辿り、見出した線の効果や可能性について、今後もさらに研究し続けたいと考えている。



Dancing umbrella



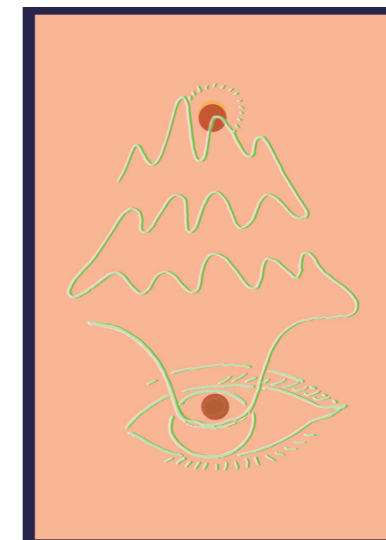
Dancing umbrella



夏 少女ともも



夏 目の前に幻想の山



夏 かき氷を通して見た太陽



夏 花と云霞



修了展ビジュアル



修了展ビジュアル



Rebuking 地震ポスター

高煜

GAO, Yu

五感に基づく聴覚・嗅覚と視覚伝達の関係

The relationship between hearing, smelling and visual transmission based on the five senses

論文概要

本研究は五感と視覚伝達の関係を探るものである。より具体的には主に聴覚と嗅覚を研究目標とする。聴覚の表現する研究目標は音楽芸術の表現方法と視覚伝達の関係である。嗅覚を表現する研究目標は、香りに関する製品広告がどのようにシズル感をつくるかという問題であり、五感に繋がる製品やその広告表現のニーズ、及び広告表現の手法である。

人は五感で世界を感じ、通常「シズル感」で五感の視覚表現を表し、情報視覚を伝え、それにより複数の感覚器官の「共感覚」効果を引き起こす。

音楽の視覚表現と匂いの視覚表現の具体的な例を分析し、五感と視覚伝達の関係を探る。音楽の視覚表現について、本研究はクラシック音楽——ヨゼフ・ビューラー＝ブロックマン、ジャズ音楽——ニクラウス・トロクスラー、ロック音楽——ステファン・サグマイスター及び様々な音楽に関する仕事にチャレンジした中島英樹の作品を分析し、それにより音楽ジャンルとその視覚伝達デザインの対照関係に関わる結論を出した。五感の視覚伝達芸術デザインにおいては、どんなに珍しく難しい目標が登場しても、芸術そのものを尊敬し、目標の芸術価値を反映することが常に目的にある。

匂いの視覚表現について私はシャネル、クリスチャン・ディオール、ニナ・リッチ、ブルガリの四つ違う商業香水広告の分析を通じ、商業香水の特徴を探索する。以上の分析によって出た結論は次のとおりである：香水ブランドの確立は、香水広告が運作的繰り返しを強化する必要がある。香水広告での人物は独特のイメージを確立すべきである。世界貿易の背景には、香水広告は違う文化に応じて調整する必要がある。このような五感に基づく視覚作品を作る時、「シズル」の表現は広告クリエイティブなどでは生命線となる。特に直接触れないと商品価値がわからない音楽や化粧品などに対して、視覚的表現で魅力を漂わせるとき、シズル感の有無は決定的作用を果たす。

情報時代の「美しさ」には基準がない。必要とされているのは「悟り」である。グラフィックデザインの重要な使命としてコミュニケーションが有るが、それは文化の影響を大

きく受け、その方法がまた新たな文化を作るとも言える。

作品概要

ポスト・ロック イメージ

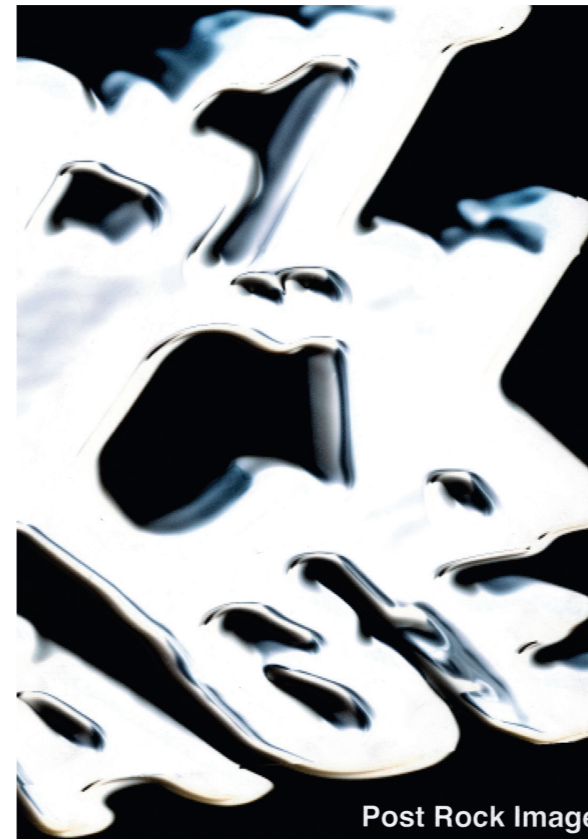
ポスト・ロックの魅力伝える本を制作した。この本を通して伝えたいものはポスト・ロックという音楽タイプの自由さ、個性的なバンドたちの相違点であり、大衆に向けてという目的で意識的にポップに仕上げた。

ポスト・ロックにおける40組のバンドを表現する際にとりわけ難しい部分は、表現対象が整理されていない音楽タイプだということである。長い歴史の中ではその存在について議論も多く、バンド同士の表現手法の違いも大きい。どのようにポスト・ロックの特徴を表現するかという問題について、かなり長考した。媒体には、情報量と厚みを持ち、このような少数派音楽概念を伝える時によりはつきりと内容を表現できるブックデザインを選んだ。内容の表現では、ポスト・ロックはロック音楽への反発であり、ある程度「ポストモダンデザイン」とは同工異曲の妙があるという点を意識した。そのため、内容の表現では、タイプグラフィでも、図像でも、できるだけ「ポストモダンデザイン」時代のデザイン特徴、すなわち大量のコンピュータ処理技術を利用し、文字の可読性を無視し、文字の表現性を重視するデザイン方法を参考にした。その結果、40組のバンドに自己の世界を混ぜ入れた、独特な世界が形成された。

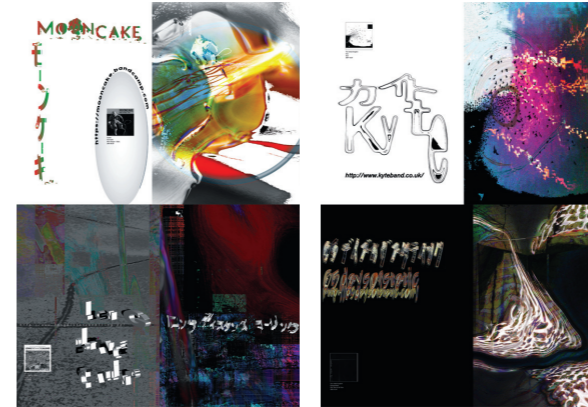
イソップ マラケッシュ インテンス 香水広告

ネオム ウェルビーング レンジ アロマキャンドル広告

五感の視覚化、嗅覚の視覚化という課題は非常に難しい。一つ目の作品には、ニッチな香水を表現する広告を選んだ。この香水は、一般的な大衆香水の目的とは違い、より個人的な香りを持ち、自己価値を深く追求するものである。そのため、私は重点をその香りに据えて、香りのインスピレーションがマラケッシュの人文地理風情に由来することを表現した。アロマキャンドルという表現対象を選び、主にアロマキャンドルの香りの持つ機能の特徴に従って表現した。この表現では、画面には商品そのものが現れず、他の事物から匂いの連想を起こさせる。これによって、表現における、嗅覚を視覚におこした際の違いを具現化した。

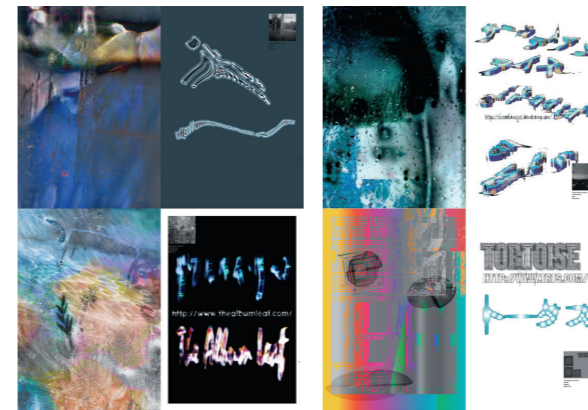


Post Rock Image-1



Post Rock Image-2/3

Post Rock Image-4/5



Post Rock Image-6/7

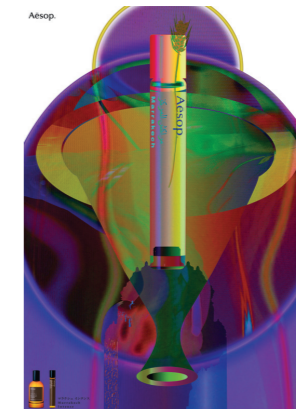
Post Rock Image-8/9



Aesop Marrakech Intense-1



Aesop Marrakech Intense-2



Aesop Marrakech Intense-3



Aesop Marrakech Intense-4



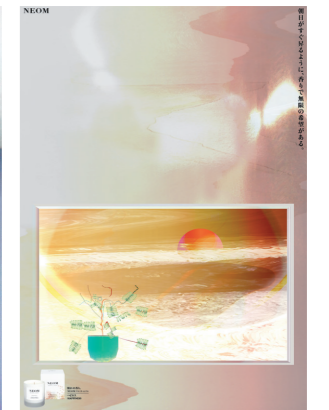
Neom Wellbeing Range-1



Neom Wellbeing Range-2



Neom Wellbeing Range-3



Neom Wellbeing Range-4

黄傑

HUANG, Jie

老舗のブランディングデザインに関する研究

杏花楼のリ・ブランディングデザイン

The Re-Branding of Xinghua Lou

創業1851年、上海の老舗月餅屋である杏花楼は、古来の味を守りながら伝統的なパターンをモチーフにしたパッケージを使い続けており、陳腐なイメージが拭き切れない。市場にはこのような定番化した中華風デザインが溢れている。デザインの視点から見ると、どの商品も似たり寄ったりで、ブランドの差別化はできなくなっている。では、杏花楼はどうやって老舗の魅力を人々に伝え、ブランド力を向上するのか。本研究で、老舗菓子屋のリ・ブランディングについて研究し中国の老舗ブランドの新たな魅力を人々に伝えたい。

老舗とは長年を渡って様々な商品を販売したり、改善しているものである。杏花楼の場合では、1932年、当時の経営者が市場強烈で、神話伝説及び観光地などを活用して「嫦娥奔月」、「三潭印月」、「西施醉月」などの月に関する月餅お礼を世に出して顧客に好まれた。そういったストーリーとパッケージデザインを結び、杏花楼のブランドイメージを立ち上げた。そのままでもパッケージを使い続けると、陳腐なイメージを払拭することはできないだろう。しかし、新たなストーリーを中心にして販売すると、従来の老舗イメージが壊れる可能性がある。そのため、定番商品である「嫦娥奔月（じょうがほんげつ）」のストーリーを分析した。「嫦娥奔月」は、元は仙女だった嫦娥氏が地上に下りて不死でなくなり、夫の西王母から貰った不死の薬をのみ、兎を連れて中秋節に月へ逃げていき、夫との后羿が嫦娥を想って月餅を作った、という話である。既存のパッケージでは嫦娥が月に飛ぶさまを描いているが、このパッケージではモチーフを月餅にしぼり、1年の移ろいと兎から物語の「絆」を表現しようと考えた。8個セットのパッケージデザインでは、夜空の半分の月と湖に映された月とが接続して一つの月になる円満のイメージで中国人の深い絆を表現している。2個セットのパッケージデザインの場合は、月を見れば相手の顔を思い出すという中国の言葉から、山を越えて相手に会いに行く兎をパッケージで表現した。こういった昔話や神話を生かしたデザインで、杏花楼の伝統と革新を融合させ、新たな老舗のイメージを立ち上げる。

また、老舗のもう一つの象徴に、招牌（チャオパイ）というものがある。昔の商店が人の目を引くために店名を筆書

きした木で作った看板である。その中に、その店の商品が良質で人々に信頼されるという意味を持つ「金字招牌」という言葉がある。現在の中国の老舗には、招牌で飾った店頭が多く見られる。しかし、今までの招牌のままでは、老舗の陳腐感を拭き切れない。招牌を受け継ぎ老舗のイメージを出しつつ、新たな杏花楼のイメージをどうやって伝えるのかはこのブランディングの課題の一つだ。そこで、新たな杏花楼では、木で作った巨大な招牌を通して老舗の魅力を伝えることを考え出した。巨大な看板を入り口として利用し、利用者が手で招牌を変化させていくことで、老舗の面白さと同時に、新たな感覚を感じさせる。伝統的な窓の透し彫りを参考にして、スライドドアをベーシックに招牌を改善した。従来の招牌と違って固定の招牌ではなく、7つのスライドドアの並びを通じて店の雰囲気を感じさせながら、動かすことを通じて微妙な月の変化を表している。さらにスライドドアを3層にし、杏花楼の漢字を一番前に構えて、後ろの線の並びを人の手で動かすことで多様な招牌を見せる。消費者は手で動かす面白さを増える一方で、老舗の新たな魅力を感じられるだろう。

消費者は手書きの杏花楼のロゴタイプに老舗ブランドの安心感を持つものであるが、手書きのロゴタイプを使うとブランドイメージが変わらず若い世代の注目を得られない。そのため、既存の杏花楼のロゴタイプを分析し、改良した。筆者は既存の朱汝珍氏が書いたロゴタイプの骨格を保ちながら、現代的な書体のデザインの様相で、新たなロゴタイプをデザインする方法をとった。その中で、太い手書き文字は伝統的なイメージが強く、細い手書き文字はモダンなイメージを持つという傾向に気づき、現代的なイメージである明朝体を参考にしながら、既存のロゴタイプの骨格に沿い、各太さの書体を試しながら斬新なロゴタイプを完成させた。

老舗のブランディングデザインの要は、まったく新たなブランドを構築するのではなく、歴史に残るデザイン資産を生かし、新たなデザインを生み出すことにあると考えている。例えば、月餅の老舗の杏花楼の場合では、今まで残ったデザイン資産である招牌（チャオパイ）と月に関するパッケージ

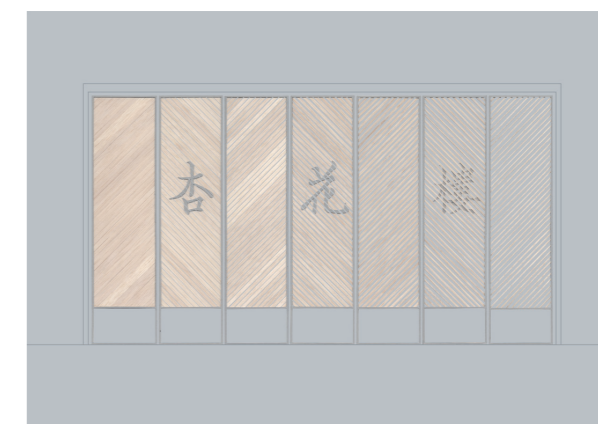
デザインがブランドの独特な資産である。しかし、どうやってデザイン資産を有効的に生かし、ブランドの個性をだして新たな魅力を見せることは老舗の最も重要な課題だと思う。

このリ・ブランディングデザインの研究の目的は、杏花楼のデザイン資産である招牌から、先人の筆書きの文字をそのままを運用することではなく、斬新なロゴタイプを作ることでもない。既存の招牌の「杏花楼」文字の骨格に従い、現代的に見えるように細くデザインしたロゴタイプによって、

昔の杏花楼と未来の杏花楼を結びつけることである。また、ビジュアルにおいては、「嫦娥奔月」「花好月圓」などの月に関するストーリーを分析して、商品内容を直接見せるのではなく、ストーリーを表現するモチーフを生かしてモダンなパッケージデザインを製作した。このようなデザインの方法によって、パッケージの中で昔のブランドの感覚を持ちながら、新しいブランドの魅力もまた伝えることができると考えている。



メインポスター



リ・デザインしたチャオパイ



新たな月に関するパッケージデザイン

周霽欣

ZHOU, Jixin

中国の伝統的な戯曲の美学をアニメーションに応用する

Study on applying the aesthetics of Chinese traditional opera in animation

序論

本研究のテーマは「中国の伝統的な戯曲の美学をアニメーションに応用する」ことである。この研究を通して、中国の戯曲芸術の伝統的な魅力とアニメーションの多様性の融合を試み、新しい創作の手段や技法を発見すると同時に、伝統的な芸術の独特な魅力を世界中の人達に紹介したいと考えている。

戯曲は原始的な歌や舞踊から発展した、長い歴史がある舞台芸術である。戯曲芸術の形式は宗の時代に確立した。中国の戯曲には300以上の種類がある。戯曲の外題は10000以上ある。もっとも有名な戯曲の種類は京劇、黄梅戲、越劇、昆曲などである。戯曲は伝統的な総合芸術で、文学、音楽、舞踊、美術、武術などの約360種類の芸術の形式を含む。戯曲の魅力は、民族的な特徴を反映した伝統性にある。

キャラクターデザイン

アニメーションには戯曲との共通点が多い。中国の伝統的な戯曲の演技は写実の演技ではなく、仮想という特徴に基づいている。仮想の手法で舞台の時空と現実の時空の関係を処理するのである。仮想が生まれる原因の一つは昔の粗末な舞台や技術が役者の演技を限定することである。そして、もっとも重要な原因は形式に拘泥せず、精神の表現に重きをおくという伝統的な美学に影響されたことである。例えば、くまどりは仮想の一部である。化粧の手段でキャラクターの個性を表現する。誇張の色や変幻をわめる線で役者の本来の面目を変えて、キャラクターの性格や身分や運命を象徴する。

仮想、ボディランゲージ、音楽

アニメーターは誇張、象徴、変形、仮想などの手段で非現実的なはかない世界を創造し、視覚、聴覚、精神的な楽しみを観客たちにもたらす。これは戯曲の写実の特徴と同じである。草々期の中国のアニメーションは、伝統的な神話や伝説から改編しているので、キャラクターデザインには伝統的な戯曲の元素がたくさん含まれている。中国のアニメーションのキャラクターデザインの鮮やかな色や伝統的な図案は戯曲のくまどりの特徴と同じである。色や形でキャラクター

の個性を表現しているのである。伝統的な戯曲は舞台や道具の限界があるので、誇張したボディランゲージを使って、キャラクターの心の気持ちを演じるのが普通で、結果としてとても強い表現力を実現している。アニメーションもこのような表現力がよく求められる。これはアニメーションの見せ場だと思っている。

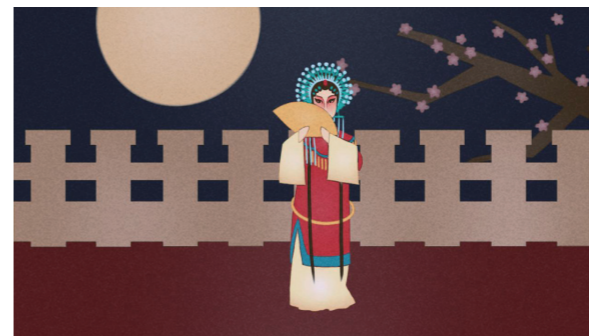
戯曲やアニメーションにとって、音楽は忘れてはいけない要素である。戯曲の音楽は京胡、柳笛、琵琶、箏など伝統的な楽器で演奏する。戯曲は音楽でストーリーやキャラクターの感情を表現することがある。リズム感が強い戯曲の音楽を背景に戯曲の節回して台詞を言い、キャラクターの強い個性や伝統的な雰囲気表現する。それ以外に、アニメーション全体の気分を強調したい時にも、戯曲の音楽が利用される。

作品『TAN-The dream of a young actor』について

「TAN」は「旦」のローマ字表記である。中国の伝統的な戯曲の役には生、浄、末、丑などがあり、旦もその一つである。「旦」の本意は日が昇るという意味だが、戯曲における旦は女性が演じる役を意味する。

アニメーションのストーリーは以下の通りである。戯曲を練習しているある男の子が、次第に戯曲の世界に夢中になっていく。色々な役を演じるうちに、ヒロインたちの感情に影響され、本当の自分を見失ってしまう。舞台の時空と現実の時空の境界線は曖昧で、溶け合っている。男の子は戯曲の世界の中で本当の自分を探していく。

『TAN-The dream of a young actor』は中国の伝統的な戯曲の魅力を観客に伝えること目的としている。したがって、その重点は戯曲のストーリーを述べるのではなく、戯曲に関する全体的な印象を観客に伝えることにある。そして、アニメーションを通して、戯曲の華やかさや、やわらかな美しさを表現することが重要である。戯曲の幻やロマンスを強調するため、パソコンで作画しつつ、透明感がある水彩のスタイルを模索した。キャラクターデザインは、戯曲の役の特徴にできるだけ沿っている。演技は戯曲の魂である。古典的な美しさがある舞踊と武術をスムーズに表現するため、ダンスのシーンでは有名な役者の演技を参考にした。



TAN-The dream of a young actor / アニメーション / 1分45秒

作品『JYOU』について

『JYOU』は中国の伝統的な戯曲のくまどりを主題としたアニメーション作品である。くまどりは男性のキャラクターの個性を表現する化粧の一つで、そのキャラクターがどんな性格なのかを表現するものである。観客に強い第一印象を与えるくまどりに、役者それぞれの独特な描き方がある。同じキャラクターでも、描き方はストーリーが発生する時間や場所によって違う。細かい点は違うものの、主な色は共通している。くまどりは青、赤、黄、白、黒の五種類の色で描かれることが最も代表的である。

中国の伝統的文化には独特な色観があり、くまどりの描き方にも深く影響を与えている。青、赤、黄、白、黒のもっとも重要な五色は「五方正色」と呼ばれている。「五方正色」は黄色を中心として、青、赤、白、黒の順番に循環しており、方位や五行、季節のそれぞれに対応している。これは中国の伝統的な色観や色崇拜の基礎であり、根源である。

「JYOU」は「浄」のローマ字表記で、戯曲の役の一つの種類である。「浄」は色とりどりのくまどりをを使って、キャラクターを演じるので、通称は「花臉」となる。「浄」は喜劇役者を意味する言葉として宋の時代に生まれたが、現在では意味が異なり、一般的に性格や外見に強い特徴を持つ男性のキャラクターを表す。九十代のお年寄り、十代の少年、身分が高い皇帝、身分が低い庶民、いい人、悪い人、いろいろなキャラクターが含まれている。

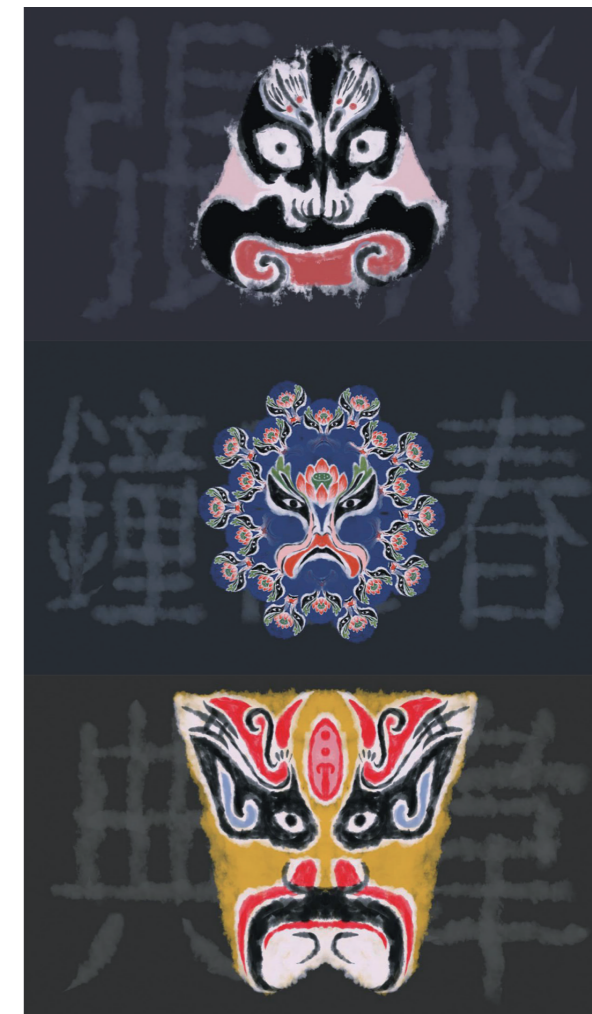
今回のアニメーション作品は全てパソコンで制作した。中国の伝統的かつ古典的なくまどりの美しさを表現するため、仕上げに和紙の効果を用いた。くまどりのデザインは実際に使われてきた様子を参考にしたが、その動きは伝統に沿った厳格な描き方に拘泥せず、自由な変形を描いた。くまどりの華やかな色と変形を浮き上がらせるため、アニメーションの背景には黒っぽい色を選んだ。背景の上に、漢字でそれぞれのキャラクターの名前を書いている。

結論

本研究のテーマは「中国の伝統的な戯曲の美学をアニメーションに応用する」ことである。研究の重点は戯曲のストーリーを述べるのではなく、戯曲に関する全体的な印象

を観客に伝えることである。今回の作品は世界中の全年齢の観客たちに向けたものである。くまどりのことを知らない観客でも、伝統的な戯曲の魅力を感じられることがこの作品の目標である。中国の伝統的な戯曲は大切な文化財産である。人類にとって素晴らしい文化財産がなくなるのは非常に残念なことである。私はこの2つのアニメーション作品で、人々の伝統文化に対する関心を呼び起こしたい。

社会の発展や科学の進歩に伴って、伝統文化は外来の文化に浸食されようとしている。戯曲は中国の大切な文化的財産だが、今の若い人はあまり理解していない。『中国戯曲誌』に収められた戯曲は394種類あるが、地方の戯曲の多くが消滅の危機に瀕している。戯曲とアニメーションの融合の形式は活気に溢れる芸術の形式である。私はこの形式を通して、人々に中国の伝統的な文化を紹介すると同時に、伝統的な文化を守ることの重要性を伝えながら、新しい創作の手段や技法を研究している。



Jyou / アニメーション / 3分22秒

徐思洋

XU, Siyang

イラストレーションにおける人間活動と空間の表現研究

A study on visual expression of the relationship between human activities and the space around them

私たちの生活環境は、人間活動と空間との相互作用によって生成されるものである。古い時代から人類は空間を意識して、絵画などの平面表現に取り入れた。たとえば、古代ギリシアでは、劇場の背景画が立体的に描かれていて観客の目を楽しませた。その当時は既に現実の見え方に基づいた描き方をしている。古代ローマ人は、これをさらに押し進め、写実的な風景画や建築画を生み出すようになる。

このような空間表現は、ルネサンスにおいて「遠近法」の表現技法として確立されることとなった。「遠近法」とは、英語ならば Perspective の訳であり、その語源はラテン語に遡ることができる。ルネサンス時代、イタリア及びフランドルにおいて確立された、絵画の画面に奥行の感覚を表出させる技術のことである。イタリア人の建築家が最初に鏡に映った像を写生する実験を行ない、消失点の原理を証明した。その後、遠近法描画に関する初の理論書「絵画論」も出版された。ヨーロッパで生まれた遠近法理論は全世界に伝わり、江戸時代にはオランダを介して日本にも伝わってくる。

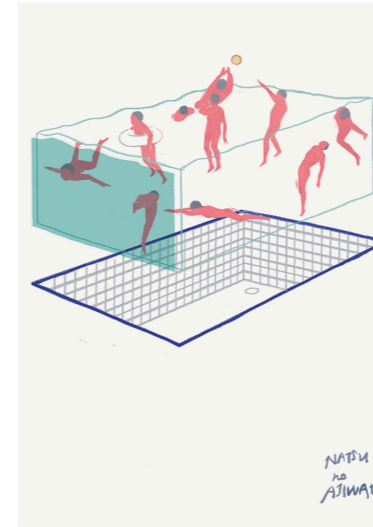
ルネサンス期を過ぎて、19世紀後半から20世紀の初頭まで、社会や時代の変化と共に、人々の物事に対する見方や考え方は次第に変化していく。神を中心とする伝統的世界観が、徐々に人間自身に注目することへ転換して行く。それによって、画家たちは、従来の空間表現を放棄し、描く対象の日常性、微妙な人物の心理と雰囲気表現に注目する。そして、ジャポニズムの影響により、平面構成による空間表現が自由になり、浮世絵のような鮮やかな色使いも試みられていた。その中で、マネの「笛吹く少年」では、背景に影をほとんどつけない平面的な塗り方により、鼓笛隊の少年が確かな存在感を持って、浮かび上がっている。印象派の画家達は、なるべく原色のままを用いて自然光に近づこうとした。しかし、その代わり画面は単純な二次元の平面に還元されざるを得なくなる。印象派以降の画家達が、絵画とは何かということを改めて考え直すようになった。三次元の立体物と二次元の平面をどのように結び付けるのか、また、絵画の平面性を持ちながら、物や空間をどう表現していくのが画家達の大きな課題であった。物の質感や固有色の再

現、遠近法などから離れ、色彩も線も形も画家が表したいように描く。

ヨーロッパの写実的な表現と対照的に、東洋の絵画では「余白」の表現をよく使用しており、これは東洋の得意とする概念である。物に対する忠実的な描写や、広がりをもつ空間の計算ではなく、自分の意思で手を動かし、モノクロで画面の空間を作り出す。主観的な手法で「想像的空間」を意識して空間表現を行うものである。

平面的な写実の表現は、水墨画に普遍的に見られる。その発展では、それぞれ時代背景や文化などによってその表現が変化していく。長い歴史の中で、神を中心とする精神生活から人間自身の目覚めへと変化することで、儒家、法家、道家など、各学派が主張したそれぞれの思想が、水墨画にも影響を与えて、写実的、装飾的な傾向を促す。

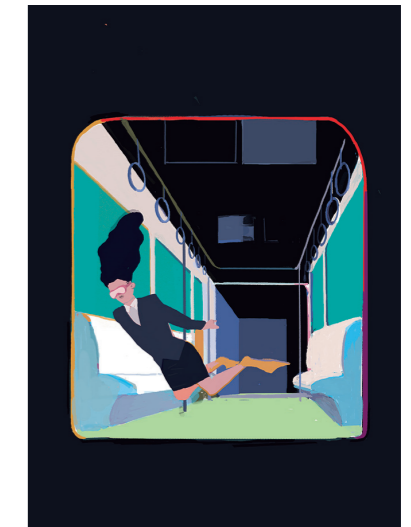
平面において空間表現を通して世界をどのように捉えるかという画家たちの眼差しは、時代によって変化してきた。画家たちの視点は、客観的なものから、徐々に主観的なものに移っていくという変化する過程がある。それによって、人間と空間との間に、機能から価値、意味まで、時と共に推移していく複雑な関係が見出される。その関係の魅力にひかれて、日常生活の展開、空間との共存関係の形成など、様々な切り口で行われる人間活動と空間の関係性を再構築を可能にする平面的表現を追求していきたい。そのために、美術史上の様々な空間の表現を辿り、歴史の変遷と社会背景、変化の理由を考察した。これらを踏まえてリアルな空間の再現ではなく、人間の心理を表現するための要素として、空間表現の可能性についてイラストレーション制作研究を続けたい。



Pool



Bath



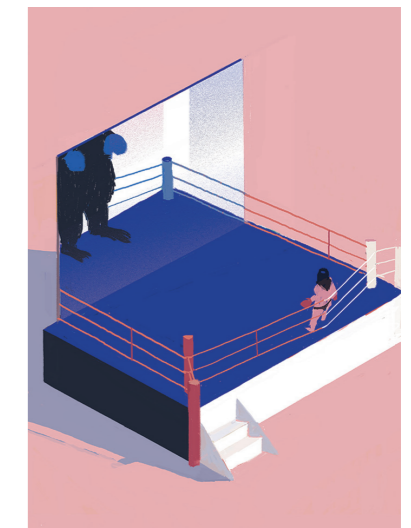
Dining



Elevator



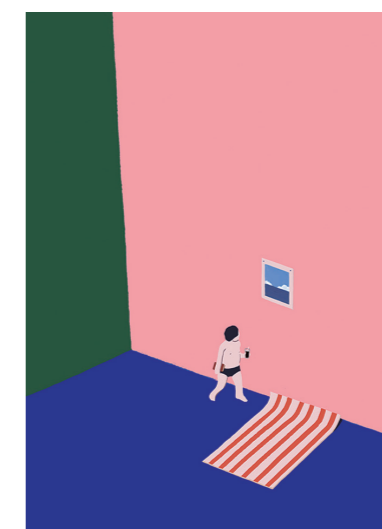
Skate



Boxing



Away



Vacation



Jungle

高岡 亜未

TAKAOKA, Ami

外見から受ける印象と集団性をデザインする

Designing impression from outward appearance and collectivity

1.人は見た目が9割

1-1.人は見た目が9割

人は外見じゃない、と言う人がいる。しかし本当にそうだろうか?外見で、その人物の性格や話し方、趣味までも勝手に想像し、決めつけてはいないだろうか。「この人とは話が合いそうだ」や「少々話しかけづらい」など、まずは見た目判断するしか方法がないと考えられないだろうか。

人相学や手相学は実のところ占いではない。統計学である。つまり「そうした顔の特徴を持っている人の大半がその性格を持っている」ということだ。もちろん、中にはそういった性格でないのにそう見られて困る、という人もいだろう。

自分の「そう見られたい」という願望を叶えるために「髭」や「サングラス」「眼鏡」等のアイテムはとても重要だ。そしてそれもまた、「そうした顔の特徴を持っている人の大半がその性格を持っている」と理解しているからだ。女性はそこにメイクが加わり、眉の形や唇の色・厚み、また目の大きさまで変えてしまうことができるのだから、女性の本質がなかなか見抜けないのは当然のことだろう。

1-2.ファッションから見る外見

“見た目”は決して“顔”に限ったことではない。それは髪型や服装にも表れている。ロングヘアは「女性らしさ」、ショートヘアは「活発さ」「爽やかさ」、茶髪は「軽さ」、黒髪は「誠実さ」など、“顔”以外から受け取る情報もまたノンバーバル・

コミュニケーション（言語以外の伝達）である。

「馬子にも衣装」ということわざがある通り、やはり人は外見からその人物を判断しているのだ。

外見はいわば1番外側の“中身”である。親しい友人関係にある人とは、往々にして服装のテイストが似ている者同士で成り立っている。ファッションセンス＝価値観と言っても過言ではないのではないだろうか。これは外見の美醜の話をしているわけではない。「外見にどう気を使うか」という“価値観”の話である。

時代によって服装の意味や印象は変化していく。ファッションやメイク、髪型など“外見”はつまり「その外見で人と面会する」ことを表す。その人の選択したファッション、髪型、メイク(するか否かも含めて)が人前に出ることのできる外見だ、と主張していることと同意である。

人は外見で人を判断する。私の中身は何一つ変わっていないにも関わらず。それはそうだろう。一瞬見ただけでその人物の内面までわかるはずがない。見かけで判断するしか方法がない。通説には「第一印象は3秒で決まる」ともある通り、たった3秒で「この人はこういう性格で、社会的地位はこういう人だろう」と決めつけられる。

逆に言えば、「どう見られたいか」は「外見がどうあるか」である程度コントロールすることができる。大人っぽく凛とした女性に見られたいのならば、前髪を上げて額を出し、ショートカットにするか、髪を後ろで一纏めにすべきである。耳

を出すことがポイントだ。メイクは女性らしさを残しながら男性的な“直線”を意識し、目と眉の間隔を狭くするとより良い。ふわふわとした“愛され女子”“モテ女子”に見られたければ、髪は少し明るい色でカールさせ、前髪も下ろす。眉は山なりで目との距離も若干遠くし、“曲線”を意識すべきだ。唇とチークをピンク色にするとより効果的である。サイドテール、ツイントテールは幼児性を高める。

2. 広告における見た目

次に、CMについて考察してみよう。たった15秒間を効果的に扱うにはノンバーバル・コミュニケーションが必要不可欠である。

日本のCMは海外のそれらと違い、タレント起用が多く見られる。タレント起用は日本のCMの特徴の一つだ。それは、日本人はことさら他人からの印象(イメージ)を気にする民族だからではないだろうか。

中学生の頃、数学の先生が好きではなかった。私に対していつも強く当たってくるからだ。しかし、通っていた学習塾の数学の先生はとても優しく、わからない公式を何度も教えてくれたりした。進学した高校の数学の先生も同様だった。高校数学の成績が伸びた。このように、「誰が言ったか」はとても重要だ。すなわち、“誰が商品を宣伝するか”は非常に重要なマーケティングの要素になってくる。

3. 外見から受ける印象と集団性をデザインする

学部卒業製作から大学院2年間を通して、私は一貫して同じテーマで一つの作品を作り続けた。

よく、「人は外見じゃない」と言う人がいる。まるで見た目で判断するのが悪いことのように、顔だけで好きになるのが悪いことのように吹聴する。果たして本当にそうだろうか?第一印象は出会って3秒で決まる、との通説がある。また、その第一印象のイメージが3年残る、という説もある。つまりはその3秒で、その人物がどんな人物なのか、明るそう、とっつきにくそう、可愛いな、怖いな、フランクに話せそう、話せなさそう、好印象だな、苦手だな、と即座に判断しているのである。けれどそこに嫌悪感はない。当然の話だからだ。

筆者はそこに深く興味を抱いた。修了作品「ひとりぼっち」は、テーマである「人は見た目で判断される」を使って、それぞれの人物、そしてグループの集団性をデザインした。総勢約29名の人物は「同じ学校」や「同じ趣味」「同じファッション」でカテゴライズされている。しかし全ての人物は1番右に配置される「私」1人だ。当然ながら中身は寸分たりとも変わらない「私」1人が髪型の違い、服装の違い、メイクの違い等でどのように第一印象が変わるのか、そこから作り出される集団性をデザインし、表現している。

常に自分をモチーフにしてきたのは「自分が男なのか女なのか」や「自分が何を思っているのか」「それを誤解なく伝えるには」など、“自分”が最も不可解で、向き合うことが苦しく、また最も興味深い対象だからだと言えよう。自身の中身は変わらない。しかし、他人は「私」を見た目で判断するのである。「私」の“外見”の変化によって他人が「私」をどう判断するのか。それは他人に自己を広告する上で重要なコミュニケーションツールである。



ひとりぼっち

張行

ZHANG, Hang

「童心」のビジュアル表現

Visual expression of children's psychology

1. 研究の目的

「童心」とは辞書で引くと「子供の心、また、子供のような純真な心」と説明されている。「童心」と言うとまず児童を連想する。しかし、本研究の「童心」は児童のそれを指すものではない。後ろには奥深い意味と魅力と表現技法がある。童心ということばがあいまいなのは、児童観と、創作の主体・方法とが混用されているからである。童心ということばは大正期童謡の基本的なことばであった。大正期は児童文学のいわば幼年時代である。幼年時代には多くの可能性の芽ばえがある。昭和初期の「童心主義」の時代から、ロマン派の影響を受けた時代は、「子ども時代」を求めた。社会に染まることのない純粋さを保持し続けている、多くの詩人、画家、理論家にとって「童心」は創造の源である。本研究では当時の「童心」のイラストレーションの特徴と魅力を見出したいと考える。そのために、童心に関する雑誌を取り上げ、出版物、テーマ、技法、作家の表現様式を研究した。

現代社会で人々は次々に「童心」を失っていき、童心のようなものはただ子供たちだけに注目して、表現形式も単調になっている。本研究の目的は作家たちの表現手法を研究し、「童心」のビジュアル表現をテーマとして、新しい表現形式を発掘したい。研究作家の思想を辿り、関連する理論や自身の考えと経験を結びつけて、イラストレーションにより多様で純粋な表現を追求したい。

2. 童心のビジュアル表現について

童心とは、客観的に存在しない、人間の感性で思考されることである。そのため、創作物は不思議さが感じられ独自の美を持っている。歴史を辿ると、童心の表現形式も様々である。束縛はないが、だんだん現代になると、表現形式が単一になって、技法も保守的になっていると捉えている。21世紀の伝承と革新は私たちの使命である。伝統的な物の上に新しい考えを組み合わせ、この時代の自分らしい造形の童心のビジュアル表現を創作した。研究作家の作品の表現手法と思想を研究して、新しい表現形式を試行した。作品の創作では、「内なる子」のキャラクターを創造の源として奇想に満ちた、童心への回帰を尊重することを考える。

私の数多い子供のイラストレーションの創作は、モデルを写生したものではない。私の画の子供は私の体の一部であり、精神世界で一番愛したい存在だ。忙しい生活を送っていたとしても、日常生活に少しでも童心の魔法を取り入れて、彩りのある暮らしを手に入れることができるかもしれない。そして、そのために自我を投影して、情緒や精神も表現できることを深く認識した。イラストレーションを描くことが人間としての理想的な生き方につながると信じ、多様で純粋な芸術表現を求めることを続けていきたい。



コドモノクニ I



コドモノクニ II

3. 童心のメタファー表現

メタファーとはある物や観念の特質を使って、より具体的なイメージが浮かぶように表現することである。詩、文章などによく使用する手法の一つである。例えば、母の心といえば広く深い、広く深いといえば海。それで、「母の心は海である」、もしくは、「母は海である」のようなメタファー表現をとるものだ。イラストレーションもメタファー表現により、さらに内面の世界を表現できると考える。文章は言葉でメタファー表現するが、絵は五官、動作、表情、特に身体部位により表現する。

研究した作家の作品を見ると、いくつか共通性が見出せる。例えば、奈良美智の絵は子供達の表情に一番魅力があり、見る人の心中に子供達の気持ちを伝える。作品には子供達の顔と向かい合う作品が多い。藤田嗣治の絵の中にはダンスしている子供達や、仕事で働いている子供の表情が見られる。個人の情緒的な状態や反応を示す表情や身振りに注目し、身体動作と表情の言葉を組み合わせるモチーフに創作すれば、イメージを強く魅力を伝えると考えられる。

創作方法と表現の可能性を切り口として、色調、表情の言葉、身体動作の言葉、メタファー表現を利用し、イラストレーションにより見る人たちに感情の共感を喚起することを試みたい。



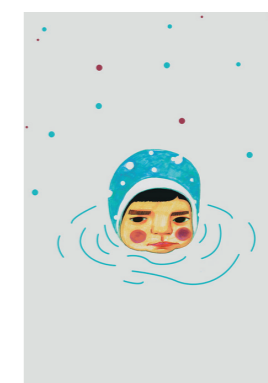
自画像



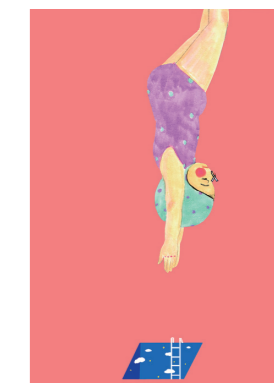
自画像 II



頬



水泳部 I



水泳部 II

陳希

CHEN, Xi

漢詩の詩情のアニメーション化について

Study on adaptation of Chinese poetry to animation

研究目的

中国の漢詩の詩情とアニメーションの共通性を分析し、漢詩という独特な文化的魅力を世界中に伝えるために、漢詩のアニメーションのアレンジという新しい表現手法を自らも試み、発見することである。

研究背景

漢詩とは、中国の伝統的な詩であり、韻文の一つである。漢詩に表されている伝統思想や独特な魅力は中国文学の歴史だけではなく、世界の人類文化発展の歴史の1ページとなっている。しかし、中国の小説・寓言・童話を題材として改編されたアニメーションは多いが、漢詩の内容を用いて、中国の特色や要素を取り入れて制作された作品は少ない。

詩情とアニメーションの関係

漢詩の詩情をアニメーションで表現するためには、まず、詩情とアニメーションの関係をはっきりさせる必要がある。アレキサンドル・ペトロフは詩とアニメーションが凝縮性、方向性、そして簡潔性という三つの点で、一種の共通性を持つと指摘した。私はそこに視覚性、象徴性という二つの点を加えたいと考えた。

漢詩の表現技法のアニメーション化

漢詩の多い格式技法の中においては、主に「対句」、「擬人法」、「比喩」、「倒置法」が重要な表現法である。たくさんの表現方法の使用を通し、作品の共感力と面白さを高めることができる。そして、観客に想像できるような画面も得られるほか、さらに意外な効果も得られるかもしれない。

漢詩とアニメーションの表現力

アニメーションは絵画と同じく表現の幅が広く、多様な表現手段を生み出してきた。リアルな3Dアニメーションスタイルの作品もあり、クレイアニメや水彩画タッチの作品もあり、線画のみの抽象的な作品もある。画面の中に言葉では言い表せない感情を描くものなどは「アニメーション」という技法の持つ表現力である。

作品『人面桃花』について

『人面桃花』は大学院生一年時に私が制作したアニメーション作品である。この作品には2本の筋があり、「彝族の愛情長詩」というテーマについて、おのおのの詩人の作品

を組み合わせ、新しいストーリーへとアレンジした。一つ目は中国雲南省の少数民族（イ族）の伝統愛情長詩「アシマ」に元になっている。「美しい娘アシマにはアヘイという恋人がいた。その美しさに横恋慕する地主の息子から強引に奪われたアシマを、アヘイが必死の思いで助け出すが、そこへ洪水が襲いかかる。アシマとアヘイは洪水に流されてしまい、アシマの姿をした石像がアヘイを救う」というストーリーである。二つ目は中国の四字熟語「人面桃花」の物語をアレンジしたもので、女性の目線から青春を花の咲く様子で表し、その短さや儂さを描いた。この作品では感情に訴えかける部分を重視し、ただ詩の内容を視覚的に置き換えたものでなく、漢詩の伝える内容について捉え方を広げながら、個人の解釈も通して表現している。

作品『羽が欲しい』について

『羽が欲しい』は大学院生二年時に制作したアニメーション作品である。この作品は中国の唐の時代の詩人、李白の長詩「夢到天姥に遊ぶ吟留別の詩」をモチーフにし、早く大人になりたい、大きくなりたいと願う子どもの気持ちを描いている。「主人公である羽のない緑の小鳥は、いつも拾ってきた他の鳥の羽を自分の腕につけている。夢の中で鳥の神様と出会った主人公を、羽を集めている不思議な鳥刺しが狙う。逃げ延びるために腕の羽を捨てた後、現実に戻る主人公。その腕には本物の羽が生えはじめ、本当の自由な日々が始まっていく」というストーリーである。

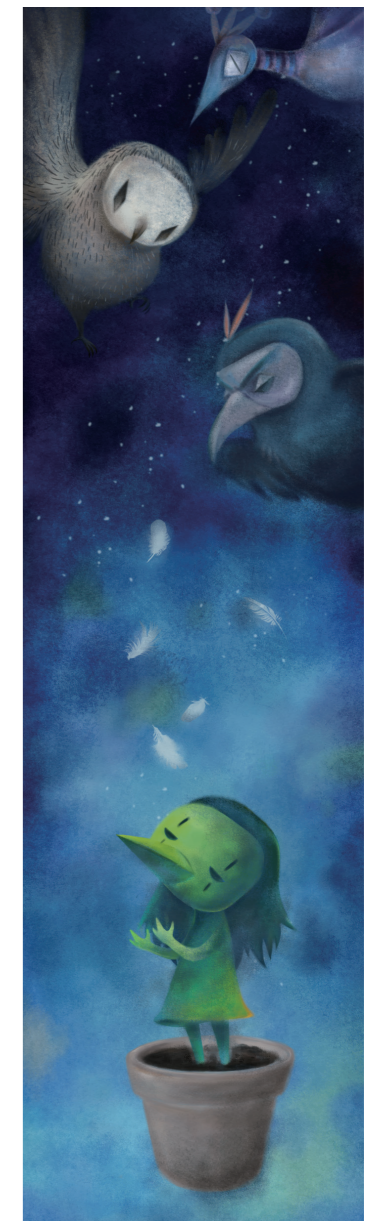
「夢到天姥に遊ぶ吟留別の詩」とは、詩人李白が仙界の夢を描写する題材を扱った長詩である。夢の中で、俗世の些事から超脱することができたことで、自分の内面の世界を探し、自分の胸臆を正直に語る様子を表し、現実のフィルムに映らない幻想的なシーンをアニメーションで伝える。普通の生活ではあまり身近に感じられないような風景や寓意に満ちた幻想的な神様の世界、不思議なストーリーを表現した。この詩の中で神様が住む天姥山が象徴しているのは、幸せの理想郷、ユートピアである。



人面桃花 / アニメーション / 3分6秒



羽が欲しい / アニメーション / 2分2秒



羽が欲しい / イラストレーション

陳 琳冰

CHEN, Linbing

記憶メディアとしての親世代の写真

タイムカプセルである家族写真に関する研究

Time storage — old family photos

記憶メディアである写真を通し、親世代に遡さかのぼることによって家全体の記憶を共有し、家族関係を柔軟に調整することを目的としている。ロランバルトは『明るい部屋—写真についての覚書』で「あなたは本当に自分の母さんを再認識しているのか」と指摘している。氏の写真論をきっかけに、筆者は拙作せっさく「母と私」(「Mom/I」)を振り返って、ふと立ち止まった。去年一年間母が作ってくれた料理を思い出して書き記すことや、日常で自分と母と関わるものを集めることや、家族のアルバムを整理し、母のくどい言葉を記録することで親子関係を築きなおそうとしてきた。

写真と時間

家庭写真を撮ったときは感じていなかったが、何年も経ってからその写真をもう一度見る時、当時の記憶がよみがえって強い感情の反応が生まれる。今私達はだれでも自分や両親や祖父母が子供だった頃の様子を写真で見ることが出来る。家庭写真の最も大きな役割は現在の時間において過去の時間をよみがえらせ、そのまま切り取って保存することだと思われる。重要なのは、その写真を撮りたいと思うような出来事や瞬間を共有し、家族が存在することにある。作品は自分の家族と家の写真を中心にし、家全体の記憶を共有し、家族関係を柔軟に調整することもできる。

私にとっての写真は、永遠的な視覚の画面の中に、過去存在した歴史があるのか、人間がいるのか、時代の変化があるのか、具体的な時間があるのか、全部一枚の中にまとめるものである。一枚の写真は作品のためものではなく、過去でも今でも、いつもカメラを手に持つことになっている。撮り続けている日々膨大な生活の断片を見つけるように存在している。写真は人間の生きる時間で真のリアリティーを見つけるための唯一の手段であると私は理解している。だから私は写真というメディアを選択した。

家庭写真の時間性と記憶性

昔はどこの家でも家族アルバムがあった。お父さんがカメラのシャッターを押し、カメラの店で現像してもらった写真をお母さんがアルバムに貼り付け、コメントを書いた。

そのプロセスで家族の関係を確認したり、子供が大き

くなってアルバムを見たとき、両親の愛を実感したりする。写真は家族全員で思い出を共有できるものと思われる。つまりカメラは、受容的な視覚であり得たのだ。写真でよく用いられる「ストレート」ということばは、受容器官としての視覚そのものに関係するのだろう。和田京子の言い方はすこし極端かもしれないが、家庭写真だけがリアルかもしれないと思った。家庭メンバーと記念日に限ってみんなが思うようなファミリーのアルバムで再現し、カメラマンが撮った家庭の群像を構成する。この写真を撮る行動自体も真実を写すことだと考えられる。

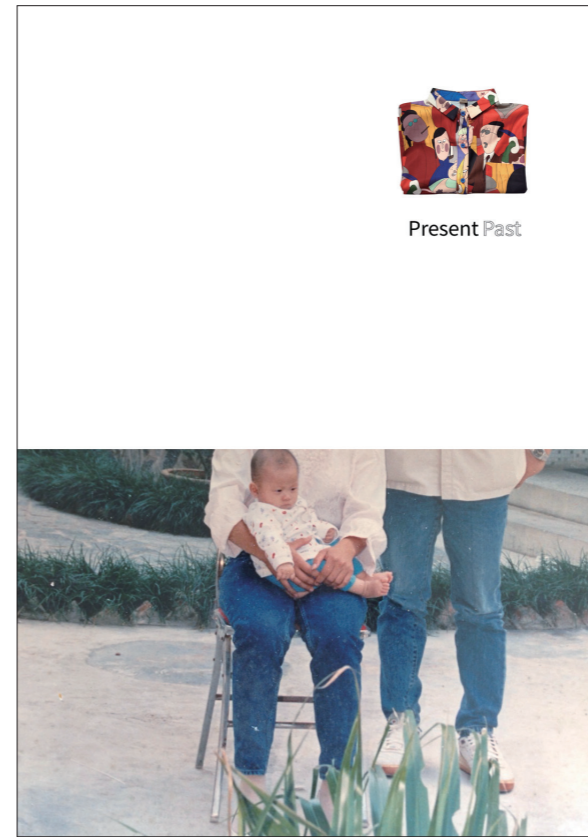
私小説としての家庭写真

家族の記憶を共有するために使えるものは写真しかない。写真は家族全員で思い出を共有できるものと思われる。自分の家族の写真を切り口にし、自分と家族の関係を述べるほか、その作品も当時の中国一般家庭にある時代特徴と隠れた日常生活を再現する。観衆と作品の時間、空間と関連性を持っているのであれば、観衆の記憶も浮かんでくるはずである。

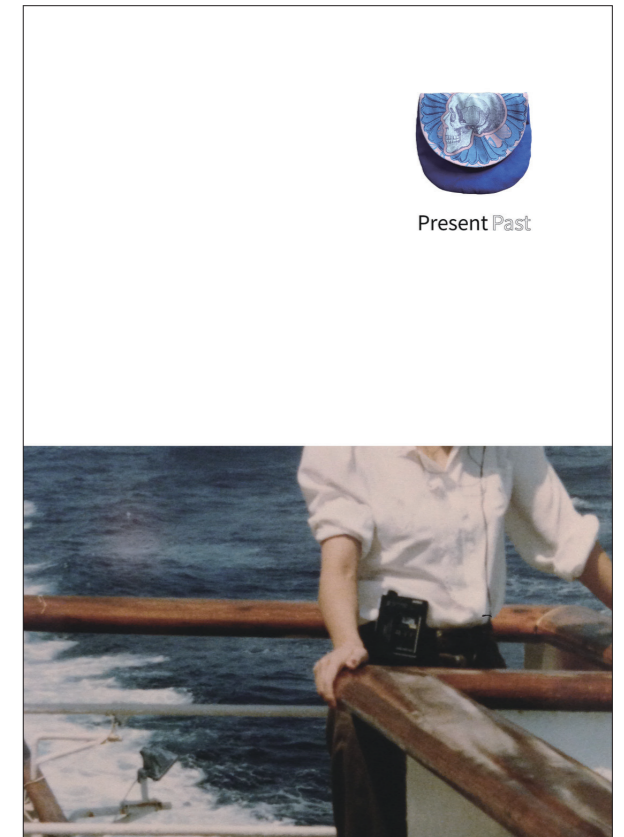
家庭写真に見られる技術や芸術性の欠如が、逆に個人的な経験を伝えるための表現手段として用いられることになる。昔から、家族の絆を感じたときや社会的な成功をおさめたときなど、生活の写真を撮る。それは感情的にも視覚にも、しっかりと記憶に残しておきたいと願う瞬間だ。家庭写真を見るとき、対象者と観衆が同じ時間や空間状態に置かれる場合にこそ思い出が表れる。観衆と写真に写された時間、空間と無関係の場合、写真は思い出を引き起す機能を失い、現実を記録し、情報を伝える機能へと切り替わる。

作品について

今まで作った作品は家族関係に着目し、家族の記憶を共有するために使えるものを集めてきた。家族と家の写真を中心に、家族みんなの記憶を共有することを通して、家族のつながりを強めていきたい。また、今までの作品は私自身の記憶素材でもであると認め、それに取り組み様々な家に関する本を編集することで、家族全員の記憶を共有する方法を確かめていきたいと考えている。



1: Present Past / 書籍 / 2015



2: Present Past / 書籍 / 2015



3: 1990-1996家庭標本 / 書籍 / 2016



4: 1996-2016家庭標本 / 書籍 / 2016

深沢 夏菜

FUKASAWA, Nana

現代社会における“体感”の重要性

The significance of bodily sensation in modern society

人はいま“体感”を求めている。ここでいう“体感”とは、視覚的、聴覚的など五感をそれぞれ細分化するのではなく、五感の複合によってからだ全体でそこから醸し出される空気、つまり雰囲気やなんとなく感じ取ることを示す。その“体感”によって得られる情報に、例えば視覚のみなどの、他のどんな媒体も勝つことはできない。なぜなら、“体感”によって得られた情報が最も人の中に浸透していくからだ。浸透するということは、その情報により人のスタイルが形成されていくことである。文字の誕生にはじまり、メディアという存在が意識されるようになってから現代に至るまで、情報の吸収をカテゴリー分けするのが当たり前になっていた。メディアという存在の誕生によって、人が吸収する“もの”を文字、声、音、動きなどあらゆるパーツに分解した上で吸収してきた。感覚的に吸収する“何か”でさえ、視覚的に、聴覚的に、触覚的に分解して吸収することに慣れている。たとえば、電話の登場では、“相手（相手のいる場、状況、心境などあらゆるものを総括したものとする）”を分解して“声”だけにし、それを吸収する。そして電話によって分解された“声”を吸収する人は、聴覚的によってのみ相手が発する“何か”を吸収しなければならないという状況に慣れている。しかし、これによって吸収した情報が間違っていたという経験をもつ人も少なくないだろう。“相手”から分解された“声”というパーツを聴覚的に得ただけでは、正しい情報（相手のいる場、状況、心境などあらゆるものを総括した相手）を吸収することはできない。なぜなら、相手の本当の感情や状況を“体感”することはできないからである。近年カテゴリー化して捉えられることが多いメディアというものに関して、そこにある情報を総括して捉える「雰囲気」という新しい媒体を認識し、“体感”をうまく活用することによって生まれる大きな効果を考察する。

1980年代から小さくなり続けた携帯電話であったが、近年では逆に大きくなっている傾向にある。現在、iPhoneやスマートフォンの本体や画面が以前と比べて徐々に大きくなるのは、相手の顔が見たい、思い出をより鮮明に残したい、あらゆることをリアルのまま体感したいという思いからである。Skypeというアプリケーションは、相手の顔を見ながら話したいという人の無意識の欲求から普及した。メールという機能の画面がただの文書形式から“ふきだし”形式になっ

たり、LINEやMessengerというアプリケーションが普及したのは、現実と同じテンポで（つまり目の前に相手がいて実際に会話しているようなテンポで）会話したいという人の無意識の欲求からである。LINEでは、“動くスタンプ”の登場によって自分の感情を今までよりもリアルに相手に届けることが可能になったり、相手が自分のメッセージを読むとその横に“既読”という言葉が表示され、リアルタイムに相手が読んだ瞬間を知ることができるようになった。また、iPhoneのショートメールやMessengerでは、相手が文章を書き込んでいる最中、「・・・」の・が流れるような動作が表示され、まるで相手がどんな返事を書こうかと考えているような様子を知ることができる。しかし通常これらの機能は、相手が目の前にいて会話していれば自然と吸収することができる情報である。つまり人は、メディアをパーツに分解した反面、それらの中にいかに“体感”を細部で表現するかを常に考えているのである。

近年民宿や民泊の人気上昇しつつある。それはそこに暮らしている人のような経験がしたい、その国・場所で行きたくないような体験がしたいというような理由もあるのではないかと。また、東京にも多くのラグジュアリーホテルが存在するが、大都会の高層ビルに混ざるような大きな建物、またはオフィスビルの上層部にある。それらのホテルのコンセプトとしてよく目にする言葉が「我が家に帰ったようなホテル」である。リアルな体感を求めている現代人に“上質な体感”を提供できるのは、どのようなものか。グローバル化が進む現代で、日本を訪れる観光客の「ホテルでの体験自体を目的とした価値」とは何なのだろうか。そこで今回は、東京での上質な体感を提供する最高級ホテルとして、「HOTEL UPPER TOKYO」を企画した。UPPERとは翻訳すると、「(場所・位置が) 上のほうの、高いほうの、上部の、(等級・地位・学校など) 上位の、上級の、高等の、上流の」という意味であるが、本稿でいう最高級とはラグジュアリーの意ではない。このホテルは東京の下町に昔から存在する、平凡で平和な体感を最高級のぜいたくとして提案する。



ホテル外観



ルームキー



朝食



コンシェルジュ



客室

方圓

FANG, Yuan

ドキュメンタリー撮影の真実性の研究

私写真—私の町

Subjective ideologies and objective reality in documentary photography

論文概要

ドキュメンタリー撮影の真実に魂や魅力がある。ドキュメンタリー撮影の真実は二種類の定義がある。一つは客観的な現実で、現実の世界に存在する物事である。もう一つは、撮影者から観客への官能上の主観的現実感である。科学技術の進歩とともに、現在の撮影は大衆的な行為となっている。様々な新興の撮影理念や撮り方は多々ある。例えば、私撮影、新ドキュメンタリー撮影などがある。これらの撮影理念は撮影者の主観的意図を強調している。客観的現実を追求している上に、より個人の気持ちを強調している。作品にビジュアルインパクトとドラマ性をつける。もう一方、強烈な主観的感情が入っているため、観客をミスリードし、客観的現実性に何か影響を与えるかどうか、どの程度の個人主観的意図及び技術はもっとも適切で、客観的現実性に影響しない同時に、観客によりよい鑑賞感を与えることができるのは研究目的である。ドキュメンタリー撮影中の主観的意図から客観的現実への影響に対する研究を通して、より深くドキュメンタリー撮影の真実を理解し、客観的現実と主観的現実感の間のバランスを探る。客観的現実に影響しないという前提で、もっとよく主観的意図を表す。写真にビジュアルインパクトを与えることができれば、よりよく伝播の役割を果たせる。

ドキュメンタリー撮影は現実存在する物事を撮っている、フィクションの現実ではなく、真実の客観という前提で、撮影者の主観的意図の表現する場面に対して、記録と撮影している。、撮影者自身の感情を入れる。感情は外在の物事に対する感情体験である。異なる感情体験は人々に異なる行為方式にさせる。各種の撮影作品はそれぞれある情緒を表しているといえるだろう。この情緒に撮影者の人生観、価値観や審美観などが入客観的現実とは高度に統一している。作品を一人の人間に例えるならば、主題は骨で、技術が筋肉で、感情が血液である。感情は撮影の中で、重要不可欠な精神的な要素である。画面に感情がなければ、作品が退屈で、味気なく、観客に共鳴をもたせられない。観客の感情を蘇らせない作品に、ドキュメンタリー撮影に必要な人文ケアや感情立場が不足している。現代芸術映像領域で、画面に出現している映像は、内心で屈折していた現実であ

る。現実の世界で、ドキュメンタリー撮影作品に絶対な客観、絶対な真実を要求していることは現実的ではない。真実は確かに、ドキュメンタリー撮影の本質的な要求であり、他の撮影芸術と区別する本質的な特徴である。しかし、ドキュメンタリー撮影は撮影者の感情、価値観、考えなどを表現する媒介でもある。ドキュメンタリー撮影は完全に客観的に現実を再現することができない。ドキュメンタリー撮影の真実とは、撮影者の自分自身の視角からの主観的現実である。

作品概要

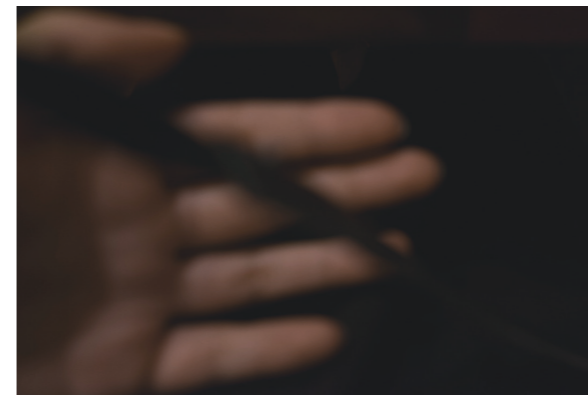
小さいときから、私はコンプレックスで内気な性格だった。自分の感情を表現することに慣れず、しかも自分と生活している環境がまったく相容れないと感じていた。どのように正しく自分の感情を表して、自分の気持ちを記録して、及びこの社会とは繋がりを構築することがわからず、時々孤独を感じる。日本に着いたばかりの時、言葉が通じなくて、生活環境をよく知らないで、より孤独を感じた。撮影で私自身のことを記録して、光の変化で自分の気持ちを描いた。これらの写真を整理して、新しい自分を見つけた。自分の生活を見直して、自分の位置を確認して、写真を媒介にして、自分の生活しているところとコミュニケーションをし始めて、自己と交流して、自分の住んでいるところとは関係を構築して、絶えず自己の認識を深めて、心に耳を傾けて、心の風景を発掘した。

私たちは生活や社会の付き合い活動では、生活のストレス、忙しい仕事なので、生活の中で簡単な感動と美しさの体得を忘れて、ますます周りの風景を注目しなくて、徐々にたくさんの生活の美しさを失って、再び生活では美しい物事に対する感動を取り返しにくい。そして、撮影の過程は自分の心を再認識して整理する過程である。絶えず自己を発掘して、生活を再認識して、心に再び生活では平凡な物事に対する感動を感じさせる。

私の撮った写真は、私自身の心の真実なありさまで、初めて日本に来た時の孤独、抑えた気持ちから、現在だんだんとよく知って好きになるまで、私の記憶での都市で、私の目での風景である。



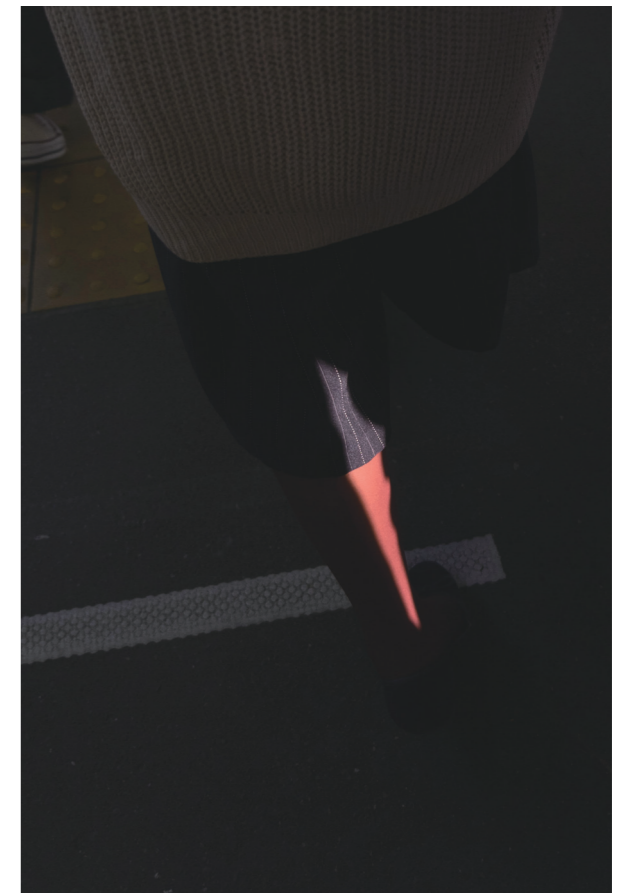
Afternoon sun



Hand



Untitled



Light & shadows

槇原 裕佳

MAKIHARA, Hiroka

日本の軍歌

Japanese military songs

1. はじめに

私は、大学院で軍歌の生い立ちとその役割について研究し、それらの時代背景や歌詞を踏まえた上でどのようなイラストレーションで表現するかという事について学んでいた。今日、軍歌と聞くと大抵の人は戦時中の軍隊のための政治的な音楽や、右翼の人が街頭で流している威圧的な音楽というイメージを抱くかもしれない。しかし、当時の日本国民にとって軍歌とはポップスであり、流行歌であり、時には映画主題歌だったように、単なる娯楽品の一つにすぎなかった。かつての日本には非常に多くの軍歌が作られており、当時の流行歌の多くは軍歌に分類され、多くの企業がビジネスとして制作し大勢の民衆がそれを楽しんで消費していた。しかし、それが軍部にとっては都合のよいプロパガンダの道具であったことも確かである。日本の軍歌を通して、エンターテインメントと当時の時代背景との繋がりを浮き彫りにし、それをイラストレーションで再構築することで私なりの解釈で今一度見つけ直すことができると考えている。

2. 研究のきっかけ

元々、学部生の時に日本の昭和をテーマに制作していたが、大学院進学にあたりその中で日本の軍歌というモチーフに絞っていくことに決めた。決してポジティブなイメージを持つモチーフではないが、研究を進めるにつれその一つ一つに物語や制作秘話があり、それが非常に興味深く面白いことに気がつく。軍歌といっても様々で、多くの人が想像つきそうな威圧的なメロディのものもあれば、哀愁漂うメロディ、時には盆踊りの時に使われていたような陽気なものまである。当時の国民がそれを意識しながら聞いていたかは定かではないが、音楽を通してその時代の民衆の様子や時代背景が見えてくるところに魅力を感じている。

3. 制作について

軍歌をイラストレーションで表現するにはどのような表現方法が適しているかを2年間悩んだ。結果的には当時の発行物やポスターを研究し、そこからイメージを生み出し、現代的な色使いや形で表現している。また、古いモチーフについては資料が少ないことが多く、表現することに苦労した。

4. おわりに

本研究において少しでも多くの人々が軍歌に興味をもつていただければと考えている。これらは決して消え去った過去の遺物ではなく、テレビ番組「ドリフの大爆笑」のオープニングメロディに替え歌として使用されたり、つい最近でも吉高由里子が出演するトリスのハイボールのCMにも替え歌のメロディとして使用されたりと、現代でもその痕跡を見つけることが出来る。このように、もしかしたら身近に溢れているよく聞く音楽も元ネタは軍歌であることがあるかもしれない。



陣中髭くらべ / 1030 × 728 mm



父よあなたは強かった / 1030 × 728 mm



若鷲の歌 / 1030 × 728 mm



英国東洋艦隊潰滅 / 1030 × 728 mm



軍艦行進曲 / 1030 × 728 mm

山田みのり

YAMADA, Minori

愛とアニメーションの共通性

両者の持つ【ゆらぎ】の分析

Analogy between love and animation-analysis of fluctuation



たべたいマイハニー / Yummy Hunny Bunny

作品とは、自分自身の考えを人に伝えるための媒体だ。そのテーマには何かしら必ず作家の意図が込められており鑑賞者に作品のテーマを伝えるには、作家が自分自身でテーマのかたちを認識している必要がある。

テーマとなる愛には【ゆらぎ】がある。これは作家個人の思想・個性の違いであり、この【ゆらぎ】を自分で認識して方向性を定め、テーマの核に近づけていくことが作品の強度を高めるのに重要だ。

そして、愛をテーマとして伝えるには、同じく【ゆらぎ】を持ったアニメーションという媒体が、互いに作品を強める力を与え合う表現に適した媒体であると言える。この【ゆらぎ】も、テーマの核に近い部分のものを選択するとより作品の強度へとつながる。

自分の作品のテーマは、「愛する相手とひとつの存在になる」ことだ。これを、現実世界に登場する妖精というファンタジーを用いて、「相手を食べてしまう」という行為で表現している。

このテーマと表現をより明確なものとして描くことこそが作品の強度につながると考えている。

1年次制作である《おちちをすいたい / GimmeMilk》は、大学院に入ったこともあり一度恋愛ではないテーマを扱おうと考え、親子の愛憎入り混じった愛を描き出した。

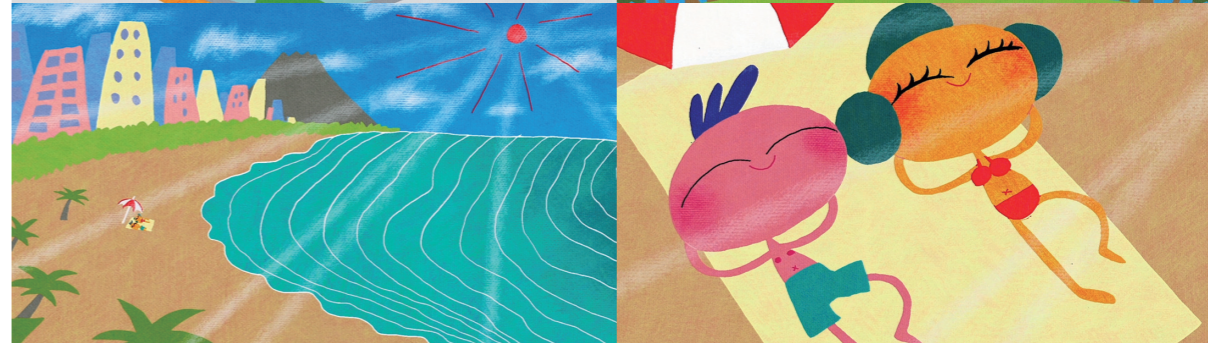
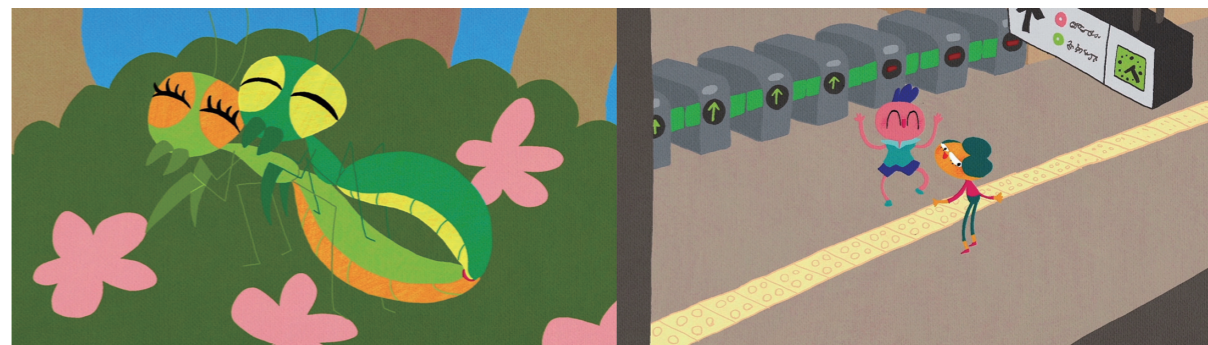
自分に姪ができて感じたことになぞらえ、妹の生まれたばかりのミツパチの女の子と母親をキャラクターとした。そして女の子が妹に嫉妬してしまう、でもやっぱり可愛がりたい愛憎入り混じった気持ちを、自分が子供になった気持ちで夢想のような世界観で表現した。

修了制作となる《たべたいマイハニー / Yummy Hunny Bunny》では、原点に立ち戻り、「愛する相手と一つの存在になる」「相手を食べてしまう」アニメーションを制作した。

デート中に偶然カマキリの交尾（カマキリは交尾の際相手を食べてしまうことがある）を目撃した主人公の脳裏にその光景が強く焼きつく。その光景の幻想は恋人やカマキリに姿を変え、至る所で現れては消える。そしてついに主人公は恋人をラブホテルへと連れて行き、優しく抱きしめて食べてしまう、というストーリーを、ぐらぐらとゆらぐような表現で描いた。



おちちをすいたい / Gimme Milk



たべたいマイハニー / Yummy Hunny Bunny

吉田 圭佑

YOSHIDA, Keisuke

モチーフ選択におけるグラフィックの言語化研究

「主義・思想」のヴィジュアルイズ

Research on graphic language-ization for motif selection

本制作は、デザインを描く時に選んでいるモチーフを取り上げ、デザインがもつイメージがどのような要素との相互関係により成立しているかということを示すものです。

わたしたちはあるデザインを見ると、優しいイメージだとか緊迫した画面であるというような、一定のイメージを感じるはずですが、それらを抱くイメージを「モチーフ」という観点とそれに影響を与える「色・配置・質感」という要素をもとに、自己作品を分析することによって研究しています。

研究動機

イメージを自在にコントロールできたなら、どれほど仕事がラクだろうかとよく考えます。デザイナーだけでなく、誰もが日常で触れているイメージ。イメージは生活する人の数だけ存在し、解き明かすのは困難だと思います。本研究は、そのイメージというものにあたらめて焦点を当てたものです。

そもそもイメージとは何なのでしょう?その探求にあたって、最初に目をつけたのが、パーソナル・イメージです。人はみな、自分らしいとされる印象を持っています。私であれば、こんな堅苦しい研究をしているため、お堅いイメージを抱かれているかもしれませんし、私のことをお堅いと考えている人は他者から感性で勝負するアーティスト的なイメージだと思われるかもしれません。それぞれがそれぞれのイメージで他者から認識されているはずですが、その「自分らしさ」とは何なのでしょう。その疑問を持って作り出したのが、ヒアリングをもとに個人の趣味や性格、将来像を浮き彫りにし、そこで捉えた人物像を一つのスクリーンに落とし込んでみるというかつてのデザイン制作でした。

しかしそこには問題がありました。たとえば、Aさんをヒアリングしたとします。私のヒアリングでは温厚な印象という印象結果にしたとしても、他者からの印象はまったく違うことが考えられます。私の採用したヒアリングは、対象者本人からの発言にほとんどの分析を要しており、客観性に乏しいものだったと言えます。そのために考え出したのは、本制作のイメージの言語化です。

本研究は、その反省から出発し、一般化とまではいかないまでも、あやふやな概念のイメージを捉えて論じてみることを命題としています。制作にあたって作品の目指すテーマを決める必要がありました。イメージという概念自体は抽象物でないため、新しく抽象物を想定するとし、「主義・思想」シリーズというものをあげています。(イメージをイラストにしろと言われてもどうしていいかわからなくなりますが、たとえば自由をテーマにイラストを作ってみると言われれば、頭の中にモチーフが浮かんでくるはずですが)

ゴールとしては、優しさのイメージを描くだけか、未来的なイメージを描くというものも考えられたと思います。しかし、人のパーソナル・イメージに関することの延長としたいと考え、人の印象とは本人の考え方によって定められることもあるのではないかとこの想定をもとに、その考え方「主義・思想」をヴィジュアル化し、イメージの探求に至りました。

研究内容

「主義・思想」をテーマとし、モチーフについての自身の考えを持ちながら制作する過程で、モチーフには3つの分類があることが分かりました。それは、「言語」「象徴化されないモチーフ」「象徴化されるモチーフ」という分類です。

「言語」は画面の中に入ってくるキャッチコピーのようなものです。「象徴化されないモチーフ」というのは、モノ・コトの基礎情報みたいなもので、たとえばボールは転がるものであり、食べられないものです。その程度の意味の範疇に入らないような情報自体を指します。「象徴化されるモチーフ」は、その基礎情報の上に、ある意味がタグ付けされているものを指します。黒と白のボールであれば、転がりますし、食べれないですが、私たちはそれと同時にサッカーに使うものであるというイメージを抱くはずですが、特に3つ目の「象徴化されるモチーフ」に対して深堀りを行っています。

3つ目の「象徴化されるモチーフ」に関しては、基礎情報の上に付加情報がタグ付けされており、あやふやな存在でもあるため、状況によって意味を変えることもあります。美

しい女性イメージを伝えるためにバイオリンの流線型を見せたりと、モチーフはメタファー表現などによっても器用にその役割を変化させます。そのため、「象徴化されないモチーフ」に関してはあるテーマを「指示するモチーフ」と「指示しないモチーフ」の2つに細分化しています。(たとえば美しい女性像を描くとしてヴァイオリンは適役ですが、トランペットは適役でない)

研究結果

3つのカテゴリを組み合わせながら、イメージの構造に関して独自の理論を組み入れつつ、制作を行いました。その過程でモチーフとモチーフの相互関係を解き明かそうとしましたが、モチーフに影響を与える「色・配置・質感」という存在が大きいことがわかりました。

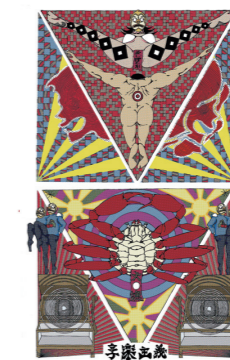
本制作では、モチーフの相互関係研究としては発見があったものの、「色・配置・質感」に関してはまだ進め切れていないため、今後の研究につなげたいと思っています。



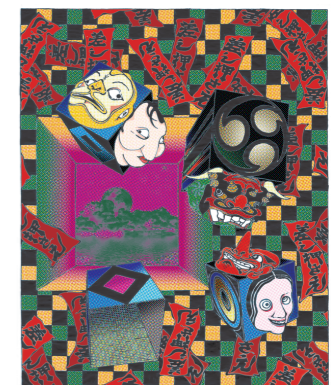
『禁欲主義』/ 1600 × 1200 mm / 黒布にシルクスクリーン印刷



『個人主義』/ 1600 × 1200 mm / サテン生地に昇華転写印刷



『享楽主義』/ 中央・右 / 800 × 1200 mm / マット紙へインクジェット印刷



鷺尾 恵一

WASHIO, Keiichi

文学作品のなかの女性像

The female image in literary works

聖書や文学などの「話」を描いた絵画のジャンルを「物語絵画」という。もとは文字が読めない人たちに聖書の内容を理解させて広めるためのコミュニケーションの手段として描かれ、教会のキリスト教絵画などに代表される。文章をビジュアルに起こす行為はイラストレーションであり、本の表紙や挿絵に通じるものがあるといえる。そのため私は、「物語絵画」をイラストレーションであると考えた。

本研究は、絵画のなかの女性像の魅力を研究することで、言葉にすることが難しい魅力、妖艶、神秘的といった、要素の根源を明らかにし、自身のイラストレーション制作に反映させることを目的とする。

私の研究動機は、絵画の中の女性の表現への憧れである。特に J・W・ウォーターハウス(John William Waterhouse)の描く女性像に妖艶で神秘的な魅力を感じている。ウォーターハウスは、ラファエル前派のグループに含まれる19世紀のイギリスで活躍した画家である。ラファエル前派の作品は、アニメーションやゲームにおけるファンタジーのビジュアル表現の元となったとも言われている。ウォーターハウスの作品に魅力を感じる理由は、アニメーションやゲームに登場するヒロイン像とウォーターハウスの描いた女性像との間に、何かしらの共通する要素があるためであると考えた。

本稿は、研究の契機となった画家、J・W・ウォーターハウスの描いた女性像の妖艶、神秘的といった言葉にすることが難しい魅力を、表現と作品の題材から分析している。

表現については、彼の作品の時代背景とともに、影響を受けたフランス人画家ジュール・バスティアンルパーージュ、ラファエル前派からはジョン・エヴァレット・ミレイとダンテ・ガブリエル・ロセッティの作品と表現の比較している。そしてウォーターハウスの表現の魅力は、人物の写実描写と印象派の表現技法を取り入れた大胆な筆跡によるマチエールが要素であると考察した。

作品の題材については、「題材となった物語が作られた時代背景」、「女性像が制作された時代背景」、「現代においての女性像の鑑賞者の捉え方」の3つの要素が関係していると考えられる。1つ目の「作品の題材となった物語が作られた時代背景」においては、「ロミオとジュリエット」をはじめと

するシェイクスピアの文学作品が挙げられる。娘は父親の所有物である、父親には逆らえないとの認識があった時代でありながら、女性の自由な恋愛をアピールする物語を生み出したことで、大衆の多くの支持を得ていたことが魅力の要素として考えられる。2つ目の「女性像が制作された時代背景」においては、ウォーターハウスがシェイクスピアをはじめとする物語を、禁欲的騎士道精神の否定などにみられる、ヴィクトリア朝の時代のイギリス人男性の解釈をもって女性像を描いたことが魅力の要素として考えられる。3つ目の「現代においての女性像の鑑賞者の捉え方」においては、そのウォーターハウスの女性像を、現代においての捉え方、美少女であると解釈出来るのが魅力の要素として考えられる。これが、漫画やアニメーション、ゲームなどに興味を持つ人にも、ウォーターハウスの描いた女性像を魅力的にとらえることが出来る要因ではないだろうか。そして、表現技法の魅力以外の3つの要素の捉え方の根底には、女性の立場をどう捉えたかというジェンダーが存在していると考えられる。

自作論では、J・W・ウォーターハウスが描いた女性像の研究で述べた、言葉にすることが難しい要素を〈ムード〉とし、それをまとった魅力的な女性像をイラストレーションとして展開するための2つの研究制作により試みる。

1つ目は、「タブローを用いた原画の制作」である。もとはコンピューターのソフトを用いて制作していたが、デジタル表現で〈ムード〉を出すことが困難であった。そこで、絵の具や筆、支持体といった要素から偶発するマチエールを活用する表現技法に変更することで、表現力が向上するのではないかと考察している。2つ目は、「題材」に日本文学の中から太宰治の作品を選択し、その中から更に女性視点で展開していく物語を、モデルの観察によって制作したことである。そして、物語の中に登場する女性の立場の捉え方や、モデルとの関わり方が〈ムード〉を出すことにおいて重要なのではないかと考察している。

本研究を通じて、今まで漠然としていた女性像の魅力を分析して制作に活かすきっかけを作る事が出来た。これらの研究は、作品に魅力的な〈ムード〉を纏わせるためのきっかけとなっているはずである。



葉桜と魔笛



千代女



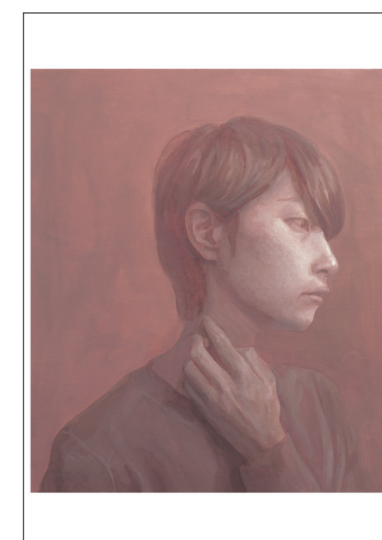
12月8日



待つ



女生徒



皮膚と心



恥



貨幣



おさん