「タイトル」と「解説文」が絵画の印象評価に与える影響
An Influence of “Title” and “Caption” on Estimation of Impression for Painting

後藤 靖宏
Yasuhiro Goto

北星学園大学文学部　心理・応用コミュニケーション学科
Faculty of Psychology and Applied Communication, School of Humanities, Hokusei Gakuen University
goto@hokusei.ac.jp

Abstract
絵画のタイトルと解説文が印象評価に与える影響を検討した. 美術未経験者に絵画を鑑賞させ, 美術作品評価のための 4 因子を用いて評価させた結果, 解説文の影響およびタイトルの内容差と解説文の相互的影響は観察されなかった．一方, 活動性及び明るさ因子にタイトルの影響が見られた. これはタイトルそのものの影響力が絵画の評価に対して大きな影響を持っているか, タイトルと解説文が絵画に与える影響は別物であると考えられる.

Keywords — “Title”, “Caption” Impression, Painting

1. はじめに

本研究の目的は, 絵画のタイトルと解説文が絵画の印象評価に影響を与えるのかを明らかにすることである.

絵画の評価には様々な条件が関係していると考えられる．たとえば，鑑賞する絵画についての解説文や表現技法に関しての説明, あるいは絵画のタイトルといった言語情報を含む外的な情報などはその条件の一つである. こうした外的な情報が絵画の評価に与える影響については, すでに広く調べられている(たとえば Franklin, Becklen & Doyle, 1993; 石坂・高橋, 2006; Seifert, 1992; 田中・松本, 2013 など).

絵画に関する外的な言語情報のうち, 絵画タイトルは作者の意図を明確に伝え, 作品を知らしめ受容させるために利用されてきた(野田，1998). すなわち, 美術作品が解釈されるものである以上, タイトルは解釈に必要な情報を鑑賞者に提供するものとして作品になくてはならないものであるということである(野田，1998)．Franklin ら(1993)は，絵画のタイトルによって鑑賞者が持つ絵画の印象が変化するかどうかを調べており, その結果, タイトルの内容によって絵画の印象が変わることがわかった．この結果は，絵画に描かれている内容や絵画のテーマについての情報が言語的に解説されなければ, 絵画のテーマは認識できない(Seifert, 1992)という知見とも一致する．言語情報と絵画のこうした関係性は作品を創作する際にも重要であり, 描こうとするイメージを言語に一旦置き換えることにより創作的発想が増進するとされている(有田, 2011).

美術作品の言語情報である解説文もまた, 作品の鑑賞を促進すると考えられている(Temme, 1992)．田中・松本(2013)は，解説文が絵画鑑賞にどのような影響を与えるかを調べる目的で, 鑑賞時の感想文を詳細に分析した．その結果，解説文で絵画鑑賞の仕方を学んだ場合に感想文の量と質が充実することが確認された．また，石坂・高橋(2006)は，絵画鑑賞時の教示の効果について調べ, 絵画が正確な遠近法では描かれていない旨の教示を呈示される群とされない群とで, 絵画の印象が異なることを報告している.

以上のような知見を踏まえ，後藤(2019)は，絵画の外的要因に焦点を当てて実験的に検討している．具体的には，絵画の外部情報であるタイトルと，絵画の鑑賞環境とが，絵画の評価行動に相互的に影響を与え合うのかに注目してそれぞれを操作した絵画鑑賞環境を作成し, 互いの関係性を調べた．その際，実験の生態学的妥当性(ecological validity)を高めるために, より現実の絵画鑑賞の状況に近づけた“模擬展示空間”を設営し実際の油彩画を使用するという手法を用いた. 後藤(2019)で用いられた“模擬展示空間”は，鑑賞に適している環境である適切環境と, ものが乱雑に設置されており絵画鑑賞には適していない不適切環境の 2 種類であった．これらの環境で, タイトルがある場合とない場合とに分けて絵画を設置した．そして，実験参加者にどちらか一方

の鑑賞環境の中で 5 分間自由に絵画鑑賞をさせた後，その絵画の印象評価を行わせた結果，絵画のタイトルが絵画の印象評価に強い影響を与えることがわかった．一方で，絵画の鑑賞環境はさほど絵画の印象評価に影響を与えず，絵画タイトルと鑑賞環境の交互作用もないことがわかった．この結果を踏まえ，後藤(2019)は，タイトルそのものが絵画の評価に対して非常に大きな影響を持っていたと結論づけた．

上述のように，この実験は生態学的妥当性(ecological validity)を重視した実験であった．後藤(2019)によれば，人間の絵画評価行動を可能な限り再現できたという大きな利点があった一方で，実験材料に限りがあることや，統制しきれない変数が含まれる恐れがあることなどが課題として残ったという．後藤(2019)は，この実験で得られた絵画タイトルの影響の大きさをより精緻に検証するためには，厳密に統制された実験室的実験を行い，絵画のタイトル自体を系統的に操作する必要があると主張している．

後藤(2019)のこうした主張を踏まえて，本研究では，絵画の評価に与える言語情報の影響を調べるために，絵画の「タイトル」と「解説文」の二つの要因に焦点を絞って実験的に検証することにした．具体的にはまず，一つの絵画に対し，明るい印象のタイトルと暗い印象のタイトルの二つを準備した．この理由は，絵画の印象の様々な次元の中で，明暗はもっとも顕著で基本的な一つの要素であると考えられるからである．次に，それぞれの絵画に対し，タイトルにふさわしい解説文を作成した．絵画は，実物の絵画を直接呈示するのではなく，PC に取り込んだ絵画をスライドショーで呈示した．このようにして準備した明暗 2 種類のタイトルと，それに見合った解説文とを組み合わせ，計 27 対の形容詞から構成される「活動性」，「明るさ」，「評価性」，および「柔らかさ」の四つの因子を使用してそれらを評価させた．以上の手法を用いることによって，絵画のタイトルと絵画の解説文が，絵画の評価に相互的に影響を与え合うのかを明らかにすることができると考えられる．

本研究の仮説は以下の通りである．絵画のタイトルと，絵画の解説文は，評価行動に相互に影響を及ぼし合うであろう．具体的には，タイトルが明るい印象で解説文がある場合には「活動性」，「明るさ」，および「柔らかさ」の得点が上がるであろう．その一方で，タイトルが暗い印象で解説文がある場合には「活動性」，「明るさ」，および「柔らかさ」の得点が下がるであろう．また，解説文がない場合においても，タイトルが明るい印象の場合は得点が上がり，タイトルが暗い印象の場合は得点が下がるであろう．ただし，解説文がある場合よりもその得点差は広がらないであろう．さらに，「評価性」については，解説文がある場合の方がない場合よりも評価が良いものになるであろう．このように考えられる理由は，すでにタイトルと解説文がそれぞれ絵画の印象評価に影響を与えることが明らかとなっており，これらの双方を組み合わせた場合でも，同様に絵画の印象評価に影響を与えると考えられるからである．

2. 方法

実験参加者　大学生 104 名(男性 36 名，女性 68 名，平均年齢 20.6 歳)が調査に参加した．特別な美術経験のない者 40 名(男性 9 名，女性 31 名，平均年齢 19.9 歳)が本実験に参加した．美術経験を考慮した理由は，特別な美術教育を受けたか否かによって，絵画鑑賞の仕方が変わってくる(O'Hara, 1976)ためである．具体的には，過去に美術展や美術大会の作品出展経験がなく，かつ美術鑑賞を目的として美術展に頻繁に行く習慣がない者を実験参加者とした．対象者は全員，後述する予備調査に参加していなかった．

実験デザイン　2 要因の混合計画とした．第 1 要因はタイトル要因であり，明印象タイトルと暗印象タイトルの 2 水準であった．第 2 要因は解説文要因であり，解説文ありと解説文なしの 2 水準であった．タイトル要因は実験参加者内要因とし，解説文要因は実験参加者間要因とした．

装置　絵画の呈示のためにノートパソコン(HP 製 HSTNN-154C)を用いた．

材料　練習試行で使用する絵画 1 点と本試行で使用する絵画 8 点，計 9 点の絵画を用いた．

絵画は全て具象画であり，女性が描かれている油彩画のうち，構図や色彩があまりに奇抜でなく，著名な画家が描いたものといった条件を満たす 9 点を準備した．絵画が材料として適するかを調べるために，本試行で使用する 8 点の絵画の知名度を調べた．このために，本実験に参加しない特

別な美術経験のない者 10 名に予備調査を行った．予備調査では，8 点の絵画を A4 用紙にカラーコピーしたものを 1 人ずつ呈示して，それぞれの絵画を知っているかどうかを尋ねた．予備調査の結果，8 点全ての絵画の知名度が低かった．そのため，8 点全ての絵画を本実験で使用することとした．

次に，絵画のタイトル選定を行った．一般的に，絵画のタイトルは，単語一語で表現されるものや複数の単語で構成されるもの，あるいは副題がつけられるものなど，様々なパターンがある．本研究では，原則として最も基本的な形である名詞一つで作成した．これらは明るい印象であると考えられる8個と暗い印象であると考えられる8個の計 16 個であった．予備調査では，1 人ずつにタイトルを呈示し，7 対の評価項目に回答させた．これらの評価項目は長・原口(2013)で用いられたものであり，美術作品の「明るさ」について評定するものであった．具体的には，「暗い―明るい」，「寂しい―楽しい」，「深みのある―表面的な」，「重い―軽い」，「複雑な―単純な」，「神経質な―神経質でない」，および「陰気な―陽気な」の 7 項目からそれぞれ構成されていた．予備調査の結果，実験者が意図した通りの印象と評価された 14 個のうち，一部を改訂して本実験でタイトルとして使用することとした．

最後に，絵画の解説文選定を行った．美術作品の展示解説文には，絵画に直接表現されている内容からなる「顕在的属性」，絵画から受ける感情やイメージからなる「潜在的属性」，および作者や作品あるいはその時代に関する内容からなる「背景情報」の三つの側面があるとされる(吉村，2012)．本研究では，このうち「潜在的属性」と「背景情報」の情報を含む解説文を，美術作品の解説として一般的な表現を模して実験者が作成した．解説文は予備調査で選定した単語の内容に沿った文章となっており，202―235 文字のほぼ同じ長さで構成した．今回作成した解説文の例を表 1 に示す．予備調査では，1 人ずつに文章を 16 個呈示し，タイトルの予備調査と同様の 7 対の評価項目に回答させた．予備調査の結果，全ての文章について実験者が意図した通りの印象が得られたため，全ての文章を解説文として本実験で使用することとした．

本実験では，予備調査と同様の「明るさ」に加え，長・原口(2013)の「活動性」，「評価性」，および「柔らかさ」を記した回答用紙を使用した(表 2)．その際，順番の効果を防ぐため項目の順序をランダマイズしたものを 3 種類準備した．また，鑑賞中に絵画のタイトルと解説文を記した絵画情報用紙も準備した．絵画情報用紙については，解説文を記したものと記していないものに分けた．

手続き 実験は個別に行った．まず，練習試行を行い，その後本試行を行った．

実験は騒音のない静かな部屋で行った．部屋には，あらかじめ回答用紙，絵画情報用紙，および絵画を呈示するためのノートパソコンを準備した．絵画が呈示される前と絵画の合間には黒色の画像を挿入した．実験参加者には回答用紙の表紙に年齢，性別，学科，および学年を記入させた後，“アンケート”として美術経験の有無を回答させ

表1. 予備調査および本調査で使用した解説文の例

絵画	絵画タイトル	解説文
	明るい印象のタイトル「談笑」	この絵画は少女たちが楽しそうに談笑をしているところを切り取って描いたものである。リボンをつけた少女が囁いているのはどうやら約束事のようだ。約束は次の遊びの約束だろうか、それとも秘密にして欲しい恋の話だろうか。帽子を被った少女は真剣な眼差しでその約束事に耳を傾ける。少女達はどの国、どの時代であってもこのように親友間で約束をすることで胸を躍らせていたのであろう。暖かな人間の日常を暖かな色彩で描くルノワールらしい一枚である。
	暗い印象のタイトル「仲違い」	この絵画は少女たちが争いごとになり冷ややかな空気が流れる場面を切り取って描いた絵画である。どちらも笑顔を見せず、冷ややかな目で佇むその雰囲気は、まさにタイトルの通り、「仲違い」の最中だ。思春期の少女達、まだまだ争いごとも絶えない年頃なのはどの国、どの時代であっても同じであるようだ。人間の醜さを取り上げることをしなかったルノワールがこのような陰湿とも言えるテーマを取り上げたのは極めて稀であるが、日常を描くことを目的とした印象派画家ならではの作品といえるのかもしれない。

表2.本実験で使用した形容詞対

活動性	(明るさの続き)
1 不安定な-安定した	15 深みのある-表面的な
2 鎮静的-興奮的	16 重い-軽い
3 静的-動的	17 複雑な-単純な
4 平凡な-個性的な	18 神経質な-神経質でない
5 ばらばらな-まとまった	19 陰気な-陽気な
6 女性的-男性的	20 冷たい-暖かい
7 理知的-感情的	評価性
8 弱い-強い	21 醜い-美しい
9 不健康な-健康な	22 つまらない-面白い
10 古い-新しい	23 嫌い-好き
11 子供っぽい-大人っぽい	24 悪い-良い
12 地味な-派手な	柔らかさ
明るさ	25 固い-柔らかな
13 暗い-明るい	26 緊張した-緩んだ
14 寂しい-楽しい	27 鋭い-鈍い

た．次に口頭で教示をし，解説文なし群の実験参加者は別紙にある絵画タイトルを，解説文あり群の実験参加者は絵画タイトルと解説文を，それぞれ確認しながら 2 分間じっくり絵画鑑賞することを指示した．2 分経過後，評価用紙への記入を教示した．この時，別紙に記したタイトル，またはタイトル，および解説文の情報を確認しながら回答するよう指示した．絵画教示が全て終わった後，まずは，手順の確認のため練習試行をさせた．この時，実験者が絵画の切り替えをし，経過時間を知らせながら鑑賞させた．実験参加者が評価用紙を回答し終えたら，練習試行を終了した．本試行も同様の手続きで行った．本試行は全部で 8 試行であり，実験は約 40 分程度であった．

3. 結果

実験参加者全てのデータを分析対象とした．はじめに，長・原口(2013)に基づいて，表 2 に示した 1 から 12 項目を「活動性因子」，13 から 20 項目を「明るさ因子」，21 から 24 項目を「評価性因子」，25 から 27 項目を「柔らかさ因子」として，因子ごとに得点の平均値を求めた．その上で，タイトル要因と解説文要因を独立変数，活動性因子得点，明るさ因子得点，評価性因子得点，および柔らかさ因子得点をそれぞれ従属変数として，分散分析を行った．その結果，活動性因子において，タイトル要因の主効果($F[1, 38] = 0.002$, $p < .05$)が見られた．しかし，解説文要因の主効果は見られず($F[1, 38] = 0.849$, *n.s.*)，タイトル要因と解説文要因の交互作用も確認されなかった($F[1, 38] = 0.635$, *n.s.*)．続いて，明るさ因子において，タイトル要因の主効果($F[1, 38] = 0.039$, $p < .05$)が見られた．しかし，解説文要因の主効果は見られず($F[1, 38] = 0.153$, *n.s.*)，タイトル要因と解説文要因の交互作用も確認されなかった($F[1, 38] = 0.90$, *n.s.*)．次に，評価性因子において，タイトル要因の主効果($F[1, 38] = 0.706$, *n.s.*)は見られず，解説文要因の主効果も見られなかった($F[1, 30] = 0.05$, *n.s.*)．また，タイトル要因と解説文要因の交互作用も確認されなかった($F[1, 30] = 0.082$, *n.s.*)．さらに，柔らかさ因子のタイトル要因の主効果($F[1, 38] = 0.127$, *n.s.*)は見られず，解説文要因の主効果も見られなかった($F[1, 30] = 0.589$, *n.s.*)．また，タイトル要因と解説文要因の交互作用も確認されなかった($F[1, 30] = 0.874$, *n.s.*)．各因子の平均得点を，図 1，図 2，図 3，および図 4 にそれぞれ示す．

4. 考察

本研究の目的は，絵画のタイトルと解説文が絵画の印象評価に影響を与えるのかを明らかにすることであった．

本研究の仮説は，絵画のタイトルと，絵画の解説文は，評価行動に相互に影響を及ぼし合うであろうというものであった．具体的には，タイトルが明印象で解説文がある場合には「活動性」，「明るさ」，および「柔らかさ」の得点が上がる一方で，タイトルが暗印象で解説文がある場合には「活動性」，「明るさ」，および「柔らかさ」の得点が下がるというものであった．また，解説文が

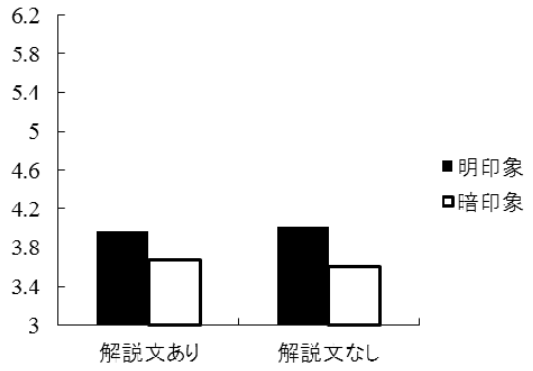

図1.活動性の平均得点

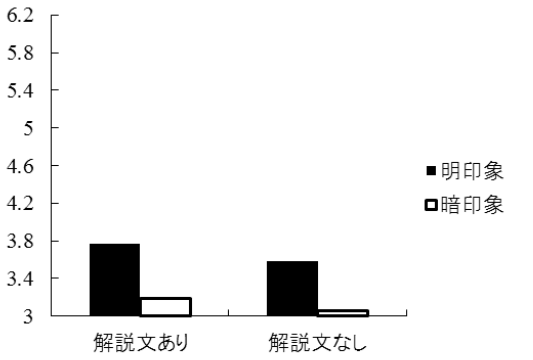

図2.明るさの平均得点

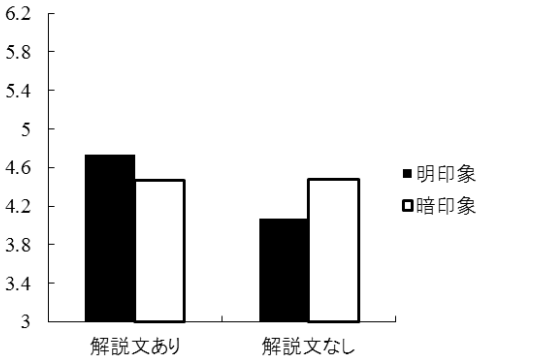

図3. 評価性の平均得点

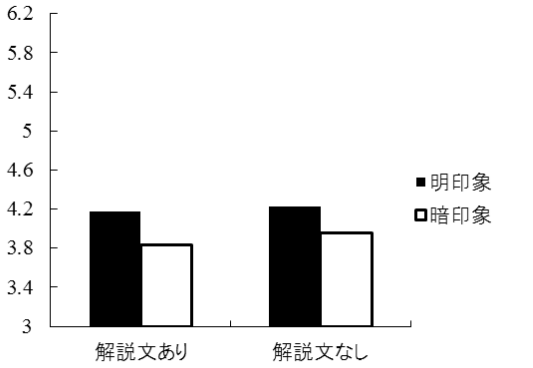

図4.柔らかさの平均得点

い場合においても，タイトルが明印象の場合は得点が上がり，タイトルが暗印象の場合は得点が下がるというものであり，ただし，解説文がある場合よりも得点差は広がらないというものであった．また，「評価性」については，解説文がある場合の方がない場合よりも評価が良いものになるであろうと予想した．

実験の結果，解説文とタイトルの相互的な影響は観察されなかった．これは仮説に反するものであった．しかし，タイトルは「活動性」と「明るさ」において影響を与えていることがわかった．一方で，解説文による影響は観察されなかった．

まず，タイトルと解説文は相互的な作用がなく，評価に影響を及ぼさなかったことについて考察する．今回のこの結果は，一見すると，絵画の言語情報である絵画タイトルと解説文は絵画評価に対して影響を与えるという先行研究(田中・松本, 2013 など)と合致しないように思える．しかし，言語情報の影響がタイトルのみ確認されていることから，タイトルと解説文は同じ言語情報であっても，両者の持つ絵画評価への影響は同等ではないと考えられる．換言すれば，タイトルそのものの影響力が絵画評価に対して非常に強いものであるか，タイトルと解説文が絵画に与える影響は同様のようで実際は別物であると考えられる．

絵画の評価において，解説文の有無の影響が観察されないという今回の結果は，田中・松本(2013)や石坂・高橋(2006)とは合致しない．田中・松本(2013)や石坂・高橋(2006)では，解説文の種類や有無によって絵画鑑賞に影響を与えるとしていた．しかし，本研究で絵画評価への解説文の影響が観察できなかったのは，解説文の属性の違いがあるからかもしれない．田中・松本(2013)や石坂・高橋(2006)が呈示した解説文あるいは教示文は「顕在的属性」(吉村，2012)であると考えられる．一方で，本研究の解説文は「潜在的属性」と「背景情報」からなるものであった．すなわち解説文の属性が違うと考えられるために，今回の実験では絵画の言語情報量がもたらす絵画評価への影響がなかったと考えられる．絵画評価に関して，幼児の時点ですでに絵の好みを説明することができる(寺川，1995)ということを踏まえると，絵画解説文ほどの情報量を絵画に付与しても，個人が絵画鑑賞をした際の絵画評価に影響を与えないかもしれない．あるいは遠藤(1983)の主張す

るように, 絵画鑑賞学習に絵画についての情報量の多さが特に有利になることはなく, 絵画の評価において, 解説文ほどの情報量を付与したとしても, 絵画評価に影響を与えるには至らないと考えられる．ただし，絵画タイトルは絵画評価に影響を与えていた結果を考えると, 絵画評価には絵画の情報が不必要であると結論づけるには慎重であるべきであろう．むしろ，絵画の評価を左右する情報量には適切な量があると考えられる. すなわち絵画鑑賞において情報量がタイトルほど適切ではないと考えられる,「潜在的属性」あるいは「背景情報」からなる解説文は絵画の印象評価に影響を与えるまでに至らず, 一般的な絵画タイトルのように簡潔な短い単語で表現されることによって絵画の印象に影響を与えるのかもしれない.

もう一方の要因であるタイトルの印象差は,「活動性」および「明るさ」に影響を及ぼしていた．この結果は，Flanklin ら(1993)や Seifert(1992)のタイトルが絵画の印象に影響を及ぼすことと合致するものとなった．その一方で,「評価性」と「柔らかさ」に影響を及ぼすことはなかった. このような結果となった理由は, タイトルの属性の違いが絵画評価に影響を与えたからかもしれない. 具体的には, タイトルにも解説文のような, 含まれた意味合いによって異なる属性(吉村, 2012)があると考えられる．実際に，タイトルには単語一語や複数の単語で構成されるものなど, 様々な形式があり, 絵画に描かれている対象自体をタイトルにしたり, 絵画に込められた背景情報をタイトルにしたりするなど, 様々なタイトルの付け方がある．そのため，吉村(2012)で示された解説文の属性のように, タイトルも属性に分けられると考えられる．また，タイトルの印象差については, 絵画鑑賞において美しさと醜さを感じとる神経活動は異なる領域で処理される(Ishizu and Zeki, 2011)という指摘も傾聴に値するかもしれない.

本実験では, タイトルの内容の違いと解説文が相互に影響を及ぼし合うのではなく, タイトル要因のみが一部影響を与えていた．この結果から, 絵画評価において, 言語的な情報は解説文という文章形態の情報よりもタイトルのような単語の方が評価に対して影響を与えると考えられる. すなわち, 解説文のように絵画の情報を多く与えるよりは，むしろタイトル程度の情報量の方が，絵画の評価にはより強力な影響を及ぼすということである．前述のように，使用した解説文は「潜在的属性」あるいは「背景情報」からなる実験者が作成したものであった. 先行研究と今回の実験を踏まえると, 絵画評価に影響を与える解説文は「顕在的属性」であると考えられるため，今後は「顕在的属性」の解説文が絵画評価に与える影響を詳細に検討する必要があろう.

5. 謝辞

本研究は伊藤綾音(2018年3月卒業)の協力を得て行った．記して謝意を示す.

引用文献

有田洋子 (2011). 総合絵画: 複数美術作品を言語で分析・総合させる絵画制作方法. *美術教育学：美術科教育学会誌*, **32**(0), pp. 25-39.

長潔容江・原口雅浩 (2013). 絵画印象の研究における形容詞対尺度構成の検討. *久留米大学心理学研究: 久留米大学文学部心理学科・大学院心理学研究科紀要*, (12), pp. 81-90.

遠藤健治 (1983). 絵画の概念学習における方略の能動的発見の効果. *教育心理学研究*, **3**, pp. 250-254.

Franklin, M. B., Becklen, R. C., & Doyle, C. L. (1993). The influence of titles on how paintings are seen, *Leonardo*, **26**, pp. 103-108.

後藤靖宏 (2019). 油彩画の印象評価に「タイトル」と鑑賞環境が与える影響―疑似展示空間を用いた実験的検討―. *日本教育心理学会第61回総会発表論文集*, 印刷中）.

石坂裕子・高橋晋也 (2006). 表現技法の教示が絵画の印象に与える影響―遠近法の歪みに着目して―. *心理学研究*, **77**(2), pp. 124-131.

Ishizu T, Zeki S (2011). Toward A Brain-Based Theory of Beauty, *PLoS ONE*, **6**(7), e21852. doi: 10.1371/ journal. pone. 0021852

野田由美意 (1998). パウル・クレーの絵画とタイトルの関係. *比較文学・文化論集*, (15), pp. 50-60.

O'Hara, D. (1976). Individual differences in perceived similarity and preference for visual art: A multidimentional scaling analysis. *Perception & Psychophysics*, **20**(6), pp. 445-452.

Seifert, L.S. (1992). Pictures as a means of conveying information. *Journal of General Psychology*, **119**, pp. 279-287.

嶌田久美・増山英太郎 (2001). デザイン活動における直観像の機能に関する基礎的研究・第 2 報 絵画評価における直観像素質の有無による影響. *人間工学*, (5), pp. 246-251.

田中吉史・松本彩季 (2013). 絵画鑑賞における認知的制約とその緩和. *認知科学*, **20**(1), pp. 130-151.

Temme, J. (1992). Amount and kind of infor mation in museums: Its effects on visitors satisfaccion and appreciation of art. *Visual art research*, **18**(2), pp. 28-36.

寺川志奈子 (1995). 絵画に対する幼児の評価. *日本教育心理学会総会発表論文集*, **37**, p. 359.

吉村浩一 (2012). 絵画に顕在するものを展示解説文に生かす意義. *展示学*, **50**, pp. 42-51.