

ファッションと芸術における、写真、絵画、イラストによる表現の特徴と意味について

丸山 喬平

服飾芸術科

1、はじめに

エンタテインメントやファッションのポスターや広告、インターネット上に用いられるあらゆるビジュアルの中でも、人の形の表現の変化は時代ごとに様々である。それぞれを断片的に見て鑑賞することも面白いが、古典から現代のファッション関連のイラストや周辺の芸術表現の特長と比較、その流れから見えてくる人間の造詣に対しての思考の傾向や、求める理想の形について考察したい。

2、フォトグラフィックとイラストの違い

ファッションイラストレーション（ロートレックやドガによる）が使用されていた時代はまだ写真表現がそこまで発展していない時代でもあり、需要がかなり高かったといえる。しかしその後カメラの撮影にかかる手間の削減、簡略化や仕上がりの技術などの飛躍的な進歩は、ファッションイラストレーションにかかわらず芸術、特に絵画の世界では、表現者は人間の手がなしうる絵画表現とは何かという問いを突き付けられることにつながっていた。（図1参照）



図 1

カメラの撮影技術の向上は芸術の世界においては印象派の出現やジャポニズムといった日本の芸術に西洋の芸術家の注目が集まったことによる新たな表現の誕生が大きな動向となっているが、VOGUEなどのファッション誌でもフォトグラフィックによる作品が積極的に使用されるようになった。

写真とイラストや絵画とで、具体的には人がそれを目にした時に受ける印象の違いや、それぞれの媒体の利点はどのようなところだろうか。まず、写真は客観的な記録媒体として優れており、表現性の面では撮影機材の性能をよりどころとする面も多い。その一方で、絵画やイラストは、制作に費やされる手間や作業の多さがあるが、一本の線やタッチからイメージを作り上げていく、描き手の動きや積極性を感じ取ることができる。線一本からどれほどの情報を読み取ることができるかというのも具体的な定義化をするのは非常に困難なことであるが、印刷物や写真よりも、人の手作業により生まれた絵画や彫刻、工芸作品に希少価値や品質価値が認められているケースなどを見ても、定義化は困難でも何かしらの価値を感じているのは確かであるといえる。写真でもその目的を達成できるのにも関わらず、求められるファッションイラストレーションというものは、その企画、ブランド等のイメージの中に、より人間が心からファッションを表現したいと思う心の楽しさを強めるためにあるのではないかとはいえるのではないかと。人が何かを表したいという積極性が感じられるべきであるのなら、画というものは一つの正解は決してなく、その価値観の持ち方はあくまで個々の意思が尊重されるべきであると考えられる。しかし、その絵の特徴を観察し、そしてそういった絵をどういった場面でよく目にするのかを分析することで、

その絵のもつ、状況ごとのある種の利便性を見ることができないのではないと思う。例えば、ルネサンスの油絵などは、非常に丁寧に筆致も目につかず、人の手による痕跡がその絵の中からは感じられない。教会内に飾られることが多かった絵画に関しては、祈りをささげる神聖な空間にふさわしい、非日常をリアリティをもって伝えることを重視していたと考えられ、聖書の持つテーマをいかにリアリティあふれる表現で再現するかが求められていた。(図2参照)



図2

印象派の絵画は非常に荒々しく、描かれた当時のほかの画家や批評家からは途中に見えるほどの、筆の動きが生々しく感じられる絵肌をしている。モチーフの観察自体は的確であり、ピントの合っている写真がピンボケし、詳細がわからず、その流派の名の通り、印象しかつかめていないという感じである。これは印象派は、人の手仕事の痕跡を残さず、丁寧に仕上げることを目的とせず、クオリティという支配から抜け出し、義務的でない、より自由な表現を求めた結果であるからである。しかし、自然の本質を求めモチーフに対する短期的な集中による観察を行っているため、荒々しさの中にも確かな空間と量感が表されている。(図3参照)



図3

3、批評とディフォルメの関係

ファッションイラストレーションに用いられているイラストは、筆致の強弱が読み取りやすいものが多いように感じられる。長い手足にあこがれて勢い良くひかれた線は、本来とどまるべき長さを超えて、流れていく。モチーフのリアリティに迫るために積み上げられる抑制されたタッチは流れの印象と異なり、鑑賞者にも集中力を強いる。生物観察などのスケッチでは、複数の強弱のある線は極力引かないようにすることが求められる。よって影や色の濃淡は点描という形で表現されることになるのだが、これは線を引く際現れる肉体の運動に、画家、観察者の感情が現れ、それにより形が対象に対し歪んで現れることを避けるためとも考えられる。

フィルムに移った像は、ある種の自然現象の応用から生まれたものであり、写真の撮影の際に重要なのは、構図とピントを合わせる技術力と構合力、シャッターチャンスを見逃さない瞬発力である。モチーフや状況を正確に記録するのにカメラと写真は非常に便利なものであり、記録するという精密さ、無機質な印象をまとう場合もある。ただ正確な服を記録したのであれば写真があればすべて足りるが絵がなくなるわけではない。

絵には、その瞬間その瞬間描き手が何に対し心が反応し、手を動かしたのか、その情報が生々しく込められている。ファッションは、ある時期の流行や時代に対する思考が現れており、それが人の思考から手をへてデザインが生まれているということを再認識させることにもつながっていると考えられる。

絵を描くことに慣れていない人間が絵を描こうと

すると、画面に対し小さく描いてしまったり、色が薄かったりと、画面の大きさに対しおとなしい印象を与える構図や形になる場合がある。

絵を描くことを好んで行う人間は、無意識下に、どんなに何気なく描き出したものであっても何かしらの主張を持たせていると考えることもできる。日常生活の中で何かの主張や意思の伝達を行う場合は、言葉や文字を用いることが多いが、そうではない形での意思の伝達を行うといっても、たいていの人は途方に暮れてしまうだろう。これは絵を描くのが好きな人間にも同様に言えることで、絵を描くということがコミュニケーションツールとしての役割を持っていることに気づかされる瞬間というのは、描いた本人が自らの作品に満足感を得た瞬間ではなく、描いた絵に対する他者からの反応があったときなのである。絵を描くことが好きな人間でも、訓練でもされていない限り「意思の伝達を目的に描け」といわれ、普段の動機とは異なる動機で絵を描くことになったら、多少なりとも困惑することが多い。

絵を描くことが好きな人間は、はじめは人に見せるために描くのではなく、自分の見ているものが何もない空間に表れていくことに対する好奇心や、紙と鉛筆などの支持体同士が触れ合うことにより生じる音や色、形の変化に対する心地よさや、好奇心によって意欲を掻き立てられているところが大きい。

写実性の高いイメージは、第三者との視覚的イメージと共有することができ、良い絵であると評価を受けることもある。ここで重要なのは、主体性を持っているのは絵を描いた人間ではなく、評価を行った人間だということである。評価を行った人間は、描き手がモチーフの魅力を描き出そうとするための、モチーフの観察を行っていないため、その評価における重点はあくまで評価を行った人間の持っている価値観、ファッションであれば装飾性や時代の流行などにどれだけ迎合しているかというところが強くなるかもしれない。

4、表現分野毎のプロポーションの意図について

人間の理想的なプロポーションとしてよく取り上げられるのは古代ギリシアヘレニズム期の傑作ミロのヴィーナスで、等身は8等身となっている。レオ

ナルド・ダ・ヴィンチのヴィトルヴィウスの人体においても、8等身の男性の姿が均衡の象徴として取り上げられており、これは黄金比などの自然界の秩序を踏まえたうえでの基準を基に踏まえられている。まず、このレベルのプロポーションをもった人間を探すことすら骨がおれるが、ファッションの世界ではそんなプロポーションを更に越える造形を求めている面がある。それはいったいなんだろうか。

デザインやファッションの中にも取り上げられるイラストなどの表現は、何か特定のモチーフのリアリティを表そうとしているのではなく、その絵がどこで使用されるものかが最重要視されていると考えられる。ファッションイラストレーションでは、人の形がモチーフとして用いられているが、等身の違いや構造のとらえ方に大きな違いがあることがわかる。ファッションショーなどで活躍するモデルの中には10頭身ほどの非常に頭の小さく高身長なモデルが登場するが、ロートレックなどのポスターに用いられたイラストは、シンプルにアレンジされていながらも自然なプロポーション、自然な動きの表情を豊かに汲み取っている。アニメ、漫画、マスコットのキャラクターは5〜2頭身程のデザインに落ち着いていることが多い。これは、キャラクターの表情の変化や感情表現を強調する目的のためにそうしていると考えられる。ファッションやデザインは、個人の一時的な意思表示ではなく、その時代や季節の流行を、色や形の響き合いといった抽象的な面から表そうとしている。そのため頭身の点からすると、アニメ、漫画、マスコットのキャラクターが、通常の人の頭身であるおよそ7頭身に対し頭部を大きくするディフォルメを行っているのとは逆に、ファッションイラスト等では頭の比率を小さくするディフォルメを行っている。(図4参照)

人間の体の部位の大きさにはひとつひとつ意味があり、それが崩れることに対する違和感を感じることもある。マネエリズム等も、ルネサンスを経た上での過剰な人体比率による表現をうみだしている。バロック芸術が装飾を過剰にした演出により権威の大きさを表そうとしたように、自然の秩序を超越しようとする姿勢を人の形で表そうとした時に現れた過剰な演出が、あのプロポーションとなっているの

ではないかと考える。

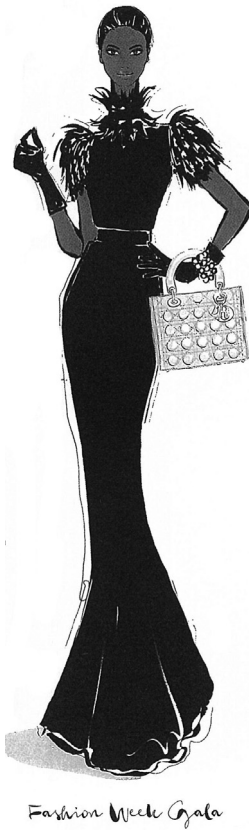


図4

人間の形の特長の1つに直立二足歩行がある。脳の発達により、四足歩行の動物のように脛椎と頭蓋が重力に対し水平方向に繋がっていると間接にかかる負荷が大きいため、垂直に、脛椎にのせるような形になり、その負荷から逃れようとしたのではないかとされている。脳の大きさや重さは人間の思考能力の高さを表しているが、思考力そのままに、出来れば頭の大きさ、重さから逃れたいという考えもあるのではないだろうか。というのは、スーパーコンピューターの大きさはいまだに巨大であっても、平均的コンピューターの大きさがここ数年で劇的に縮小し、情報というものに対する大きさの概念の変化が、既存の視覚情報に対する感覚とも大きく関係していると考えられるからである。視覚イメージから得られる効率性、収納性と、視点の運動や色彩に対する反応などの絵画的要素とが複雑にせめぎあっている中で、脳を、情報の集積庫や分析器のような

ものとして考えてみると、頭部の大きさに対する考え方や優れたプロポーションについての考え方の変わる可能性もある。ミニマリスト、ミニマリズムといった、作品、物、生活を最小限の要素のみで構成、成立させることに価値を置く思想もあり、そういった価値観も含まれていくと、人体比率についての価値観の展開もさらに広がっていくだろう。

5、まとめ

現代の傾向では、人間の体の大きさの概念が大きく変わることのない限り、この高さのなかで、いかにひとつひとつの部位をスタイリッシュに、細く、スリムにするかを競っているように見える。絵画、イラスト、写真表現の特徴の変化は、人間が美意識という価値観のなかに、利便性、効率性などのビジネス的要素がどれだけ影響を及ぼしているかという問題にもつながるのである。

参考文献

- Yuval Noah Harari 著／柴田裕之訳 (2018)『ホモ・デウス』(上／下巻) 河出書房新社
- Megan Hess (2017)『Paris Through a Fashion Eye』Hardie Grant
- E.H. Gombrich 著／天野衛ほか訳 (2007)『美術の物語』フェイドン
- 齋藤亜矢 (2014)『ヒトはなぜ絵を描くのか』岩波書店
- 榎木野衣 (2018)『感性は感動しない』世界思想社
- 高階秀爾 (2002)『カラー版 西洋美術史』美術出版社
- 西洋国立美術館学芸課編 (1988)『ジャポニズム展』読売新聞社
- 塚田有那編著 (2018)『ART SCIENCEIS アートサイエンスが導く世界の変容』ビーエヌエヌ新社
- 石鍋真澄監修 (2008)『ルネサンス美術館』小学館