

第2話「デジタル化する心」

●2006年は写真界に激震が続いたと言われる。

ニコンがフィルムカメラから撤退し、コニカミノルタはカメラ事業そのものから撤退した。デジタルがアナログを駆逐したことを象徴する事件だが、その背景に人の感性の変化がある。この現象を写真家藤原新也氏は、“人間の眼”そのものがここ30年の間に徐々にデジタル化したためと指摘した(朝日新聞2006年4月3日)。以下、藤原氏の論点を要約する形で話を進める。特に重要な指摘は『』内にそのまま引用する。

●藤原氏によれば人間の眼は段々派手好みになっている。

例えば昔のフィルムは、白から黒に至る変化がなだらかで、その分作品は見た目が地味に見えたが、今は白と黒の間を‘間引く’ため、白から黒への変化の幅が狭くなった結果、見た目が派手になった。‘間引き’は本来デジタルカメラの欠点と言われてきた。フィルムがデジタルと同じ欠点を持ち始めた理由は、過去30年ほどで派手な映像を求めるユーザーによる淘汰が進み、フィルム性能も見た目重視に変わったことを意味する。また、フィルムの彩度“色の派手さ加減”も白黒のコントラストと同じ事情である。かつては自然に近い地味な色彩だったが、いま主流のフィルムの彩度は極めて高く、人工的な色彩感覚だという。例えば、木の

葉の緑の色は、あたかも造花の葉のように派手な色である。『それはユーザー(プロを含め)の視覚も自然でない派手な色を記憶色として脳内に定着させ、それを「きれい」と感じるデジタル的感性になっていることを示す。』

●人間の眼が派手好みになった理由は3つある。

①都市化による自然色から人工色への激変、②都市色より更に派手なテレビモニターの隆盛、③その傾向が更に顕著なゲーム、パソコンの浸透。『こうした彩度やコントラストの刺激による人間の眼の感性の変化は10年の歳月を必要としない。おそるべきことに、わずか10秒間で人間の眼の感性は瞬間的に変化する。』2枚の風景写真を用意し、自然な写真を見せ、次に彩度を高めた写真を10秒見せ、その後、はじめの写真に戻ると、脳は自然な色に対し精彩を欠き物足りない色と錯覚する。『仮にそのような色価の刺激が10年続いたとするなら、その錯覚が生物学的な脳気質の変化をも生んでしまうであろうことは容易に想像がつく。アナログからデジタルへの移行は、そういった現代人の感性のデジタル化と同時進行の出来事のように思える。』

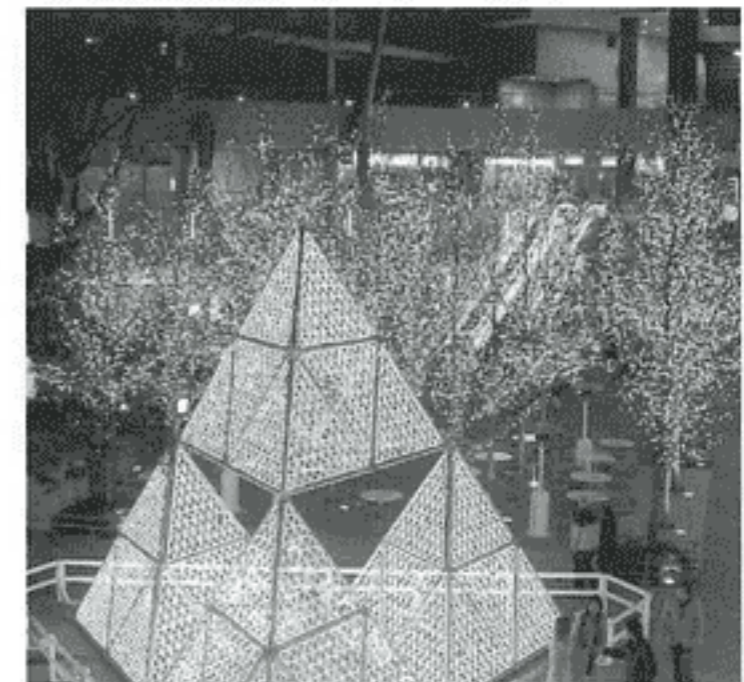
●高校の同窓会メールで友人が「茶道の話」を連載している。

何回目かに徳川家の茶道指南役小堀遠州が提唱した「綺麗さび」の紹介があった。「綺麗さび」は、誰にでもわかりやすく開放的な美

を象徴する概念であり、「心の内を綺麗にして人を思いやること」と言われる。分かりにくい“さび”を、分かりやすい“綺麗”と結び、茶の湯の精神世界を大衆に近付けることに成功した、いわば遠州による“茶の湯の科学コミュニケーション”である。フィルムを駆逐した人間の感性は、間引かれデジタル化した自然をこそ綺麗と感じる。もしも“綺麗”が他人を思いやる心であるなら、心がデジタル化するとは何を意味するのだろうか。昨年暮れの忘年会会場となった文京シビックセンター最上階スカイホールから見下ろす夜景は都会の光で溢れ、歩道はクリスマスシーズンのイルミネーションが輝いていた。いつにも増して“綺麗”な街を、そう感じる自分の眼に映して帰路に着いた。

〔参考・引用文献〕

- 1)「デジタル化する人間の“眼”」(藤原新也寄稿、朝日新聞2006年4月3日)



街はクリスマスツリーのイルミネーションで輝き、人の心も華やぐ。21世紀に顕著になった“光景”は、人の心を来べき情報社会に適合する舞台装置の役割を果たそうとしているのだろうか。

●編集後記

2006年イナバウアーを流行語にしたトリノ冬季オリンピックの金メダル、WBCではみんながにわか野球ファンになった。国家、個人の品格が問われ、広がるだけの格差社会。ちよいつおやじがもてはやされ、たらこたらこたらこ(♪)とお弁当を作り、年末に驚異的に流行ったノロウイルス、シンジラレナ〜! そして、2007年の幕開け、今年はどうなるだろう。一人一人が心に金メダルを獲得できる年にしたいですね。(あしだ)

●編集部からのお願い

NTSニュースでは読者の皆様からのお便りや投稿をお待ちしております。また、開催予定の勉強会・イベント等、掲載をご希望される方は下記宛までご連絡ください。

〒113-8755 東京都文京区湯島2-16-16 (株)エヌ・ティー・エス「NTSニュース」係
FAX: 03-3814-9152 E-mail: eigyo@nts-book.co.jp

NTSニュース

2007年1月号(通巻95号)
2007年1月10日発行