

| | |
|------------------|---|
| Title | Researching digital alternatives for graffiti デジタル上で表現するグラフィティの可能性とその研究 |
| Sub Title | Researching digital alternatives for graffiti: the possibility and research of digital graffiti |
| Author | 布施, 洋平(Fuse, Yōhei) Matthew, Waldman |
| Publisher | 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 |
| Publication year | 2019 |
| Jtitle | |
| JaLC DOI | |
| Abstract | |
| Notes | 修士学位論文. 2019年度メディアデザイン学 第729号 |
| Genre | Thesis or Dissertation |
| URL | https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002019-0729 |

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文 2019年度

Researching Digital Alternatives for Graffiti デジタル上で表現するグラフィティの可能性とその研究



慶應義塾大学大学院
メディアデザイン研究科

布施 洋平

本論文は慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科に
修士(メディアデザイン学)授与の要件として提出した修士論文である。

布施 洋平

研究指導コミッティ：

Matthew Waldman 教授 (主指導教員)

南澤 孝太教授 (副指導教員)

大川 恵子教授 (副指導教員)

論文審査委員会：

Matthew Waldman 教授 (主査)

南澤 孝太教授 (副査)

大川 恵子教授 (副査)

修士論文 2019年度

Researching Digital Alternatives for Graffiti デジタル上で 表現するグラフィティの可能性とその研究

カテゴリー：デザイン

論文要旨

デジタル上で表現するグラフィティの可能性とその研究

論文要旨本研究では、日本のみならず世界中で見ることができるストリートアート的一种であるグラフィティに対し、何か新たな可能性を見出すことができないかと考え始めたものである。グラフィティは器物破損の罪に問われる犯罪行為であるが、その一方でストリートアートの一種とされ、芸術という側面を併せ持つ。グラフィティに関しては、グラフィティを描くアーティストと自治体による作品の除去といういたちごっこになっているのが現状だ。しかし、作品を鑑賞したい人々は世界中に存在し、一定の需要もある。それに対しアーティストはInstagramなどのSNSを通し作品を公開することも少ないくない。筆者はこのような事柄に対し、ARもしくはVRを用いた新たなグラフィティの提案とそれを用いることによりこれらの問題点を解決できるのではないかと考えた。作品を作るアーティストとそれらを鑑賞する側と双方を内包する一つのプラットフォームと機能するだけでなく、また公共の壁を汚すこともない。グラフィティの持ち味である、反骨精神あるいはヴァンダリズム(破壊行為)の欲求を満たせるかという問題点はあるものの、壁に絵を描く、作品を残す、そして不特定多数に対し己が作品を公開するという行為に関してはARもしくはVRを用いることにより満たせるのではないかと考えた。本論文はこうしたデジタル化する芸術に対する一つの答えになることを期待する。

キーワード：

グラフィティ, AR, VR, 美術, 感情表現, スペキュラティブデザイン

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

布施 洋平

Abstract of Master's Thesis of Academic Year 2019

Researching Digital Alternatives for Graffiti: The
Possibility and Research of Digital Graffiti

Category: Design

Summary

The Possibility and Research of Digital Graffiti

abstract of thesis In this study, we started to think about the possibility of finding new possibilities for graffiti, a kind of street art that can be seen not only in Japan but also all over the world. Graffiti is a criminal act charged with damage to property, but on the other hand, it is considered a kind of street art and has an aspect of art as well. As for graffiti, it's a cat-and-mouse game between artists and local governments to get rid of their work. However, there are people around the world who want to see the works, and there is a certain demand. Artists, on the other hand, are less likely to publish their work through social networks like Instagram. To solve these problems, the author proposed a new graffiti system using AR or VR and considered that these problems could be solved by using it. Not only does it function as a platform that embraces both the artists who create and the viewers, but it also doesn't pollute the public walls. Although graffiti can satisfy the needs of rebellious spirit or vandalism (vandalism), I thought AR or VR could be used for drawing pictures on walls, leaving works, and publishing my works to the general public. We hope this paper will be an answer to this digitizing art.

Keywords:

Graffiti, AR, VR, Art, Expressing emotion, Speculative Design

Keio University Graduate School of Media Design

Yohei Fuse

目 次

| | |
|---------------------------------------|-----------|
| 第1章 序論 | 1 |
| 1.1. なぜ人は壁に絵を描くのか | 1 |
| 1.2. グラフィティの歴史、その始まり | 2 |
| 1.3. ストリートアートとは | 3 |
| 1.4. Kilroy was hereに見られる匿名性の広がり | 4 |
| 1.5. AR (Argumented Reality・拡張現実)の可能性 | 5 |
| 1.6. グラフィティの危険性 | 6 |
| 1.7. 新たなシステムの必要性 | 9 |
| 1.8. 研究目的 | 10 |
| 1.9. 本研究の仮説 | 10 |
| 1.10. 本研究の構成 | 10 |
| 注 | 11 |
| 第2章 先行研究 | 12 |
| 2.1. Banksy グラフィティ界における最重要人物 | 12 |
| 2.2. ネットミームによるグラフィティ | 14 |
| 2.3. グラフィティはヴァンダリズムかどうか | 14 |
| 2.4. Juat a line by Google LLC | 16 |
| 2.5. AR Graffiti Artist | 16 |
| 2.6. VRグラフィティの概要 | 17 |
| 2.7. スプレー缶によるグラフィティ | 18 |
| 2.8. VRを用いたグラフィティ | 18 |
| 2.9. Pokemon GOが巻き起こした旋風とその可能性 | 19 |

| | |
|---|-----------|
| 第3章 仮説と実験 | 21 |
| 3.1. 仮説 | 21 |
| 3.2. 予備実験 | 21 |
| 3.3. 実験目的 | 21 |
| 3.4. 実験方法 | 22 |
| 3.5. 第一実験の検証方法とその過程 | 23 |
| 3.6. 実験の仕様 | 24 |
| 3.7. 実験の結果 | 25 |
| 3.8. 実験参加後の被験者からのフィードバック | 26 |
| 3.9. 実験の分析 | 27 |
| 第4章 デザイン | 29 |
| 4.1. Digitalization Alternative Graffiti 通称 DAG の概要 | 29 |
| 4.2. DAG のコンセプトとスケッチ及びデザイン | 30 |
| 4.3. ターゲットとする利用者 | 34 |
| 4.4. プラットフォームの必要性とその構造 | 41 |
| 4.5. DAG のロゴデザインとブランディング | 45 |
| 4.6. DAG のネーミング | 46 |
| 4.6.1 オンライン調査の結果 | 46 |
| 4.6.2 アーティスト Shin Tanaka さんへのインタビュー | 50 |
| 4.7. 実験のデザインとその設計 | 51 |
| 第5章 実験 | 52 |
| 5.1. 実験 | 52 |
| 5.2. 従来のグラフィティにおけるポイントと問題点 | 52 |
| 5.3. 実験方法 | 53 |
| 5.4. プロトタイピングとユーザーテスト | 53 |
| 第6章 結論 | 57 |
| 6.1. 結論 | 57 |
| 6.2. 今後の研究課題 | 57 |

| | |
|------|----|
| 謝辞 | 59 |
| 参考文献 | 60 |
| 付録 | 62 |

目 次

| | | |
|------|--|----|
| 1.1 | 大小様々なグラフィティが見受けられる | 8 |
| 1.2 | 2014 年ごろまで渋谷歌川町見られた DFace の作品 | 8 |
| 2.1 | LUSHSUX Graffiti at Shibuya | 15 |
| 3.1 | Just a line を体験するマルセルさんとそのグラフィティ | 24 |
| 3.2 | Just Graffiti! を体験するマルセルさんとそのグラフィティ | 25 |
| 3.3 | VR 内の床に置かれたスプレー缶を掴もうとするマルセルさん | 28 |
| 4.1 | DAG APP の sketch | 31 |
| 4.2 | DAG APP の画面 1、サインアップ、ダッシュボード、新たな DAG を作る | 33 |
| 4.3 | DAG APP の画面 2、壁を選択する、どこに貼り付けるか、確認画面 | 33 |
| 4.4 | DAG APP の画面 3、他の SNS にシェアする、批評する、アーティ ストのプロフィール | 34 |
| 4.5 | DAG APP の画面 2、新たな DAG を探す | 35 |
| 4.6 | DAG APP スタート画面 | 36 |
| 4.7 | DAG APP ダッシュボード | 37 |
| 4.8 | DAG APP 新たな DAG を作る | 38 |
| 4.9 | DAG APP ロケーションの選択 | 39 |
| 4.10 | DAG APP 壁の選択 | 40 |
| 4.11 | DAG APP 確認画面 | 41 |
| 4.12 | DAG APP 他の SNS へシェア | 42 |
| 4.13 | DAG APP 近くの DAG を探す | 43 |

| | | |
|-------|-------------------------------------|----|
| 4.14 | DAG APP アーティストの詳細 | 44 |
| 4.15 | DAG のブランディング | 47 |
| 4.16 | Instagram のロゴの変移 | 47 |
| 4.17 | グラフィティは知名度 100 パーセント | 48 |
| 4.18 | 4 割の人はグラフィティに対し好印象 | 49 |
| 4.19 | ヴァンダリズムかどうか様々な意見が寄せられた | 49 |
| 4.20 | 何故グラフィティが好きか、という質問に対する回答 | 50 |
| 5.1 | Aman さんの作品を公開した様子 | 54 |
| 5.2 | Cendikia さんの作品を公開した様子 | 55 |
| 5.3 | 鑑賞者が集まってきた様子 | 56 |
| .0.1 | アマンさんによるグラフィティ1 | 63 |
| .0.2 | アマンさんによるグラフィティ2 | 63 |
| .0.3 | アマンさんによるグラフィティ3 | 64 |
| .0.4 | コーディーさんによるグラフィティ1 | 64 |
| .0.5 | コーディーさんによるグラフィティ2 | 65 |
| .0.6 | コーディーさんによるグラフィティ3 | 65 |
| .0.7 | コーディーさんによるグラフィティ3 | 66 |
| .0.8 | グラフィティを見たことがあるか | 66 |
| .0.9 | 誰が描いたか知っているか | 66 |
| .0.10 | 芸術作品を公開したことがあるか | 67 |
| .0.11 | どのように作品を公開したか | 67 |
| .0.12 | デジタルグラフィティを公開してどれくらい満足したか | 67 |
| .0.13 | 壁に作品を公開してどのように感じたか | 68 |
| .0.14 | 追加した方がいい点 | 68 |

表 目 次

第 1 章

序

論

1.1. なぜ人は壁に絵を描くのか

E.H. ゴンブリッチ氏は自身の著書である「美術の物語」の序章にこう記している。”これこそが美術だというものには存在しない。作る人たちが存在するだけだ。大昔には、洞窟の壁に、色土をもってバイソンの絵を描いた人がいた。現代では、絵の具を買ってきて、広告板に貼るポスターを描いたりもする。” (Gombrich, 衛 2011) 人類が壁に絵を描きはじめたのは、遙か昔に遡る。ラスコーの壁画に描かれた牛は、人類が狩猟をする事を覚え、それらを次の世代へ伝える為に描かれたとも言われている。何故壁に絵を描いたのか。それは何かを誰かに見せるという行為が既に行われていた事を示す。

誰かに何かを示すという行為は、こうして始まった。

Graffiti(グラフィティ)の元となる語源は諸説あり、一つはイタリア語の Graffio= 引っ掻かれたもの、引っ掻く、そしてギリシャ語の Graphein=書く、描く、引っ掻く、という言葉から来ている。実際に古代のグラフィティとしてトルコ西部にあるエフィソス遺跡には、足型やハート、十字架、女の頭、お札といったモチーフが描かれている。

2011年に発行された”Ancient Graffiti in Context”には以下のように記載されている”古代のギリシアやローマの世界の落書きも、しばしば現代の例と比較されてきた。このような印は、現代の壁にも古代の壁にも同様に、形式張らず即時性という点で、何か共通するものがあると考えられてきた。私たちの周りの都市環境で見られる落書きの一般的な概念は、過去の出来事の解釈に影響を与えている。さらに、考古学者や歴史学者のこうした著作に対する姿勢は、大衆の意識と同じ

ように、それぞれの学問分野に深く根付いている。古代社会では、古代の例が「教育のない」、破壊主義、あるいは「低俗な」の証拠として提示されることがあるが、この考えについてはあまり疑問視されていない。” (Baird and Taylor 2011) 現在見られる多くのグラフィティは自己満足や破壊行為といったものとして公共の場に描かれる。日本を含め多くの国では犯罪行為とされるこれらは今なお人々の手によって作り出されているのだ。「便所の落書き」とも揶揄されるこれらの行為は、その一方で評価を得ており、大手ファッションやブランドとのコラボレーション、また他のアーティストと手を組み作品を生み出すということもある。何故グラフィティは人々の興味関心を惹きつけるのだろうか。公共の場に絵を描くという行為は、まるで子供が家の壁に落書きをする行為に近い。してはいけないという背徳感から生まれるスリルを味わうためにグラフィティを描く人もいる。自己満足のために絵を描くものもいれば、その一方で純粋にアートとして壁に描く人もいる。これに関しては人により大きく意見が異なる。ここでは The Temple News に載った記事から一つ引用する。”人間が作ったものと同じように、落書きは否定的に使われることがある。そして、アーティストの意図が混乱を引き起こすことではないとしても、反対する人は必ずいる。しかし、アートワークの検閲は複雑で問題が多い。落書きを芸術家の裁量に任せることは、それを美しく、抑制のないものにする。” (Burach 2018) 人間は元来抑制されることを好まない生き物だ。芸術においては古典主義の時代がまさに抑制された時代だったと言える。均等の取れた美しさがあるものの、重く堅苦しい印象を与えかねない。古典主義から始まり、新古典主義などいわゆるリバイバルが絶頂期になったあとは必ずと言っていいほど、それとは打って変わる真逆のことが起きうるものだ。グラフィティはそうした社会の不満を溜め込んだ若者たちが、己が表現の場と自由を求め公共の場にスプレー缶を用いて描きなぐった、いわば感情の爆発である。

1.2. グラフィティの歴史、その始まり

現在見られる多くのグラフィティは自己満足や破壊行為といったものとして公共の場に描かれる。日本を含め多くの国では犯罪行為とされるこれらは今なお人々

の手によって作り出されているのだ。

「便所の落書き」とも揶揄されるこれらの行為は、その一方で評価を得ており、大手ファッションやブランドとのコラボレーション、また他のアーティストと手を組み作品を生み出すということもある。何故グラフィティは人々の興味関心を惹きつけるのだろうか。公共の場に絵を描くという行為は、まるで子供が家の壁に落書きをする行為に近い。してはいけないという背徳感から生まれるスリルを味わうためにグラフィティを描く人もいる。自己満足のために絵を描くものもいれば、その一方で純粋にアートとして壁に描く人もいる。それは破壊と創造という人類の根幹に関係している。私たち人類がこれまで歴史上繰り返してきたことであり、経済用語としても用いられている。

1.3. ストリートアートとは

都市空間や路上などの公共空間でゲリラ的に行なわれる表現の総称。1970-80年代のニューヨークで発展したグラフィティは、独特にデザインされた名前（タグネーム）を主にスプレー塗料やマーカーを用いて街中にかくというものだったが、ストリート・アートはグラフィティ文化を経由しながらも、より広い社会的・政治的メッセージ性、都市・建築などの空間に対する意識、現代美術のコンテクスト、さまざまな素材やテクニック、アイデアなどを取りこみながら実践される一連の文化的動向を指す。80-90年代には、グラフィティの発展形としてしばしば「ポスト・グラフィティ」という言葉も存在したが、局所的な現象に留まっていた。2000年代に入り、ストリート／ホワイト・キューブを問わず、時にはインターネットなどの情報環境も積極的に利用するような複雑で多様な表現手段が急増していくにつれ、より広い意味をこめて「ストリート・アート」という言葉が主流になっていく。他方で、グラフィティとストリート・アートの境界線が曖昧なことから、語の指示範囲が個々人の主観的な判断に委ねられることも多く、言葉としての安定性に欠けていることも否めない。そのため、古典的なグラフィティの形式性を重んじる立場からは亜流として敬遠されることもある。(エンリコイサム 2015)

以上のことから、ストリートアートとは、グラフィティより広義とされ、社会

的・政治的メッセージを含むもの、例えば Banksy の作品に見られる現代社会への批判や皮肉、など、そして都市・建築などの空間を取り組んだ作品をさす。こちらも Banksy の作品によく見られ、壁のヒビを利用したり、建物の時計を使った作品や、広告風なものまで多く存在する。これらは「作品」と呼ばれることから、芸術作品として人々に認識され、ストリートファッションとのコラボレーションや、企業からのオファーによる製品化などもある。特に KAWS は UNIQLO や Christian Dior などとのコラボレーションで知られている。

1.4. Kilroy was here に見られる匿名性の広がり

グラフィティアーティストと他のアーティストの大きな違いは匿名性だ。作品の特性上、犯罪行為を避けることができないグラフィティは、全ての人に受け入れられる芸術行為とは言い難い。2018 年にオーストラリアの少年二人が渋谷でグラフィティを描き逮捕されたというニュースは記憶に新しい。

しかし、それでもなお人は壁に絵を描き続ける。何故そこまでしてそのような行為にこだわるのだろうか。アーティストの Shin Tanaka さんにインタビューした際、彼は「グラフィティアーティストたちの最終目的って企業とのコラボレーションだ。」と仰られた。

グラフィティの匿名性で外せないのは、第二次大戦中に流行した「Kilroy was here」だ。塀の向こうからこちら側を鼻を突き出しこちらをのぞいている構図は有名であり、現在においてもよく見受けられる。Kilroy was here が広まったことには諸説あり、最も有力視されているのはアメリカの軍人が野営地などの壁に描いたことが始まりだとされているが未だによく分かってはいない。映画などでもその姿を確認することができ、「ショーシャンクの空に」や「バットマン(ティムバートン版)」などにも登場する。

匿名性と切っても切り離せないグラフィティだが、実際には「グラフィティは匿名性である」という一言では片付けられないのが現状である。匿名性と言われているのは、コミュニティの外側から見た場合である。アーティストの大山エンリコイサムさんは 2015 年に開催されたイベントにてこう語っている。「グラフィ

ティ文化は「匿名性」という言葉でラベリングされてしまう局面が多いんですね。コミュニティのアウトサイダーにとって、多くの場合、それは誰がかいているかわからないからです。しかし、それが何かを主張していることはわかる。そこでポリティカル・コレクトネス的に「この人たちは匿名の声なき声を発している。それに耳を傾けないといけない」といった思考回路が一元的に強くなる。」(大山エンリコイサム+寺井元一 2016) この発言から分かるのは、外部にいる人間は現状を理解するのが難しいということだ。また大山氏はこう語っている。「アウトサイダーによる「匿名性のラベリング」と、インサイダーによる「当事者性の特権化」という強い磁場によって、グラフィティ文化をめぐる批評的な議論がとても貧しくなっています。」(大山エンリコイサム+寺井元一 2016) つまり、当事者の特権化であるグラフィティは、コミュニティとそれに関わるものの内ものとの間に溝が生まれており、それらを理解するには自ら表現する必要があるとも言えるだろう。

1.5. AR (Argumented Reality · 拡張現実) の可能性

ARはSFに登場するような未来な技術だと思われるが、実際には1990年代より実験的に使われ始めた。この10年間で目紛しいまでの発展を遂げたARは、現在では私たちが使うスマートフォンで気軽に楽しむことができるようになった。2016年にNianticからリリースされたPokemon GOは瞬く間に世界中に広がり、今でも2100万人ものアクティブプレイヤーが存在する。ARはVR(Virtual Reality)とは違い、手軽に体験することが出来る。株式会社任天堂より2011年に発売されたニンテンドー3DSにはARゲームズというARを活用したミニゲームが予め収録されており、付属のカードを用いた簡単なゲームをする事が可能だ。現実空間の中にデジタルのオブジェを映し出す行為は、SF映画さながらな行為だ。そこに存在するはずの無いものが画面上に映し出され現実と虚栄の境界を越える。日本においてARが認知され始めたのは、2009年にリリースされたARアプリ「セカイカメラ」だ。本アプリはGPSを用いることで、道に言葉を残すエアタグ(空間上にタギングする行為を指す)をユーザーの間で共有するという流れだ。2008年に

サンフランシスコで開催された TechCrunch 50 で華々しく発表された本アプリは、それまで AR という言葉を聞いたことがない筆者の興味を引いた。残念ながら当時はスマートフォンを持っておらず、2014 年には惜しまれつつもサービスを終了してしまい、現在は使うことが出来なくなってしまった。自由に好きな場所に、好きな言葉をタギングするという行為はグラフィティのそれに近い行為でありながら、アプリをダウンロードし起動しなければ他の人からは見られないという秘匿性もある。好きな言葉を空間上に書きなぐる「エアタグ汚染」なるものも出たほど、本アプリが日本で広まったことを示す。TechCrunchJP によると、「ダウンロードされたアプリは 300 万、投稿されたエアタグは 150 万」¹とあるので、平均すると一人 2 回はエアタグを投稿したことになる。本アプリの評価すべき点は、AR という言葉がそれほど広まっていなかった当時、また日本において iPhone がリリースされ 1 年しかたっていなかったときにこのようなアプリを日本人が開発し、またそれを運用していた事実を驚きを隠せない。日本はソーシャルメディアを使うにあたり匿名または偽名でそれらを使用している。Facebook が日本であまり使用されていないのは、これらの国民性が関わっていることを伺える。特に日本における Twitter の利用率は 4500 万人と、ユーザーの 7 分の 1 を占める。セカイカメラは、そんな日本人の匿名性と合致したためか多くの人に愛された。2019 年現在では AR といえばポケモン GO ということで多くの人々が認識している。

1.6. グラフィティの危険性

グラフィティのもっとも問題視されるべき点は、公共の壁に描くという行為自体だ。日本では刑法 261 条で定められた器物損壊罪に問われる。実際 2018 年 2 月にオーストラリア国籍の少年二人が渋谷でグラフィティを描き警視庁により逮捕されるという事件が起きた。

以下が逮捕された二人の供述である。”「街に描かれている落書きを見て、渋谷は落書きしていいと思った」”²

この二人の供述によると、渋谷の街に溢れる落書きを見てやってもいいと思ったと述べていることから、こうした犯罪の助長になりえる行為だ。実際に渋谷の街

を歩くと、否が応でも様々なグラフィティが目飛び込んでくる。その数は計り知れないほどあり、特に小道に入ると必ずみることができる。渋谷警察署は注意事項を発している他、渋谷円山町では落書き消し及び清掃運動とし、町中のグラフィティを消し去ろうという運動をおこなっている。³

しかしその一方で、グラフィティはストリートアートに属し、芸術・美術と認められている。何故こうした破壊行為が芸術の一環として認められるのだろうか。単なる殴り書きのようなタギングではなく [図 1.1] 例えばイギリスの有名なグラフィティアーティスト D*Face 氏のような作品であれば大丈夫だという人も中にはいるかもしれない。この写真は実際に渋谷歌川町で撮られたものであり、D*Face 氏による大型のグラフィティだったのだが [図 1.2] 現在では残念ながら消されてしまった。人類が壁に絵を描くという行為を行ったのは紀元前に遡る。ラスコーの壁画とアルタミラの壁画は先史時代の美術作品である。人類は 20000 年前よりものを描くという行為をおこなってきたという決定的な証拠としてこれらは存在する。ものをその場に残すという行為自体は、私たちは常日頃よりおこなっている。日記をつける、写真をとる、ネットに画像・動画をアップロードすると行った行為はいわば人類の記録であり、形は違えど同じ行為をこうして今も繰り返している。しかし、グラフィティは別である。許可を得なければ、もしくは有名でなければただの落書きと認知され、人々から蔑まされ憎まれることさえある。やっちはいけない行為だからこそ、スリルを求めやる者や、自己主張がしたいがだけにする者もいる。これらの衝動を別の方法で満たすことは出来ないのだろうか。ストリートアートは、そうした社会への不満などの解消するために生まれた。公共の壁に社会への不満を書き殴るという行為は、確かに若者ならば一度はやってみたい行為かもしれない。

街中に溢れかえるグラフィティやタギングを見ていると次第に感覚が痺れてきて、いつしかこれは合法的な行為なのかもしれない、とオーストラリア国籍の少年のような考えが頭に浮かぶ可能性も無いとは言えない。今こそ新たは発散する場所、己がうちに秘めた思いを解放させる場所が必要なのだ。



図 1.1 大小様々なグラフィティが見受けられる

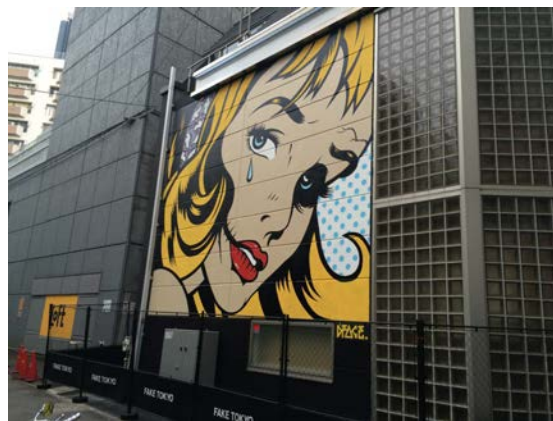


図 1.2 2014 年ごろまで渋谷歌川町見られた DFace の作品

1.7. 新たなシステムの必要性

グラフィティが違法行為である限り、新たなシステムの構築が必要不可欠である。別の媒体へと移行できるアーティストも中にはいるが、多くのアーティストは公共の場だからこそ自分の作品を多くの人に見てもらえると考えている。そこで私が提案するのは、ARもしくはVRを用いたグラフィティである。ARもしくはVRを用いることで、見たい人だけがその作品を目にすることが出来、また器物損壊の罪に問われることもない。アーティストは思うがままに好きに表現し、それら作品をソーシャルメディアを通じ発信する。はじめに本プロジェクトの最終目的は、アーティストとグラフィティファン双方を繋げることが出来るプラットフォームとすることを目的とする。現在では devianART や Pixiv のようなプラットフォームが存在せず、アーティスト自身もどこに向けて発信すべきか困っている人もいる。実際にグラフィティアーティスト(ライター)の中には Instagram や Twitter などを使い作品を発信している人もいるが、その数は多いとは言えない。Banksy や LUSHSUX など有名なアーティストの公式アカウントを見つけることはできるものの、全てのアーティストが揃うような専門のプラットフォームとして作られたものではない。また危険と常に隣り合わせのグラフィティは作品を公開するにもリスクを伴う。作品をネット上にアップロードすればIPアドレスが残り、そこからユーザーの個人情報を特定することも容易い。いかにアーティストが有名になりたいとしても、危険を伴う行為はしたくはないだろう。YouTube を始めとしたインターネットメディアにより自分を表現する場所は多くある。より安全に自分のスキルを表現できる場所があれば、それに勝るものはないはずだ。より自由に、より安全に、そしてより魅力的に作品を表現する、そんな場所をアーティストに提供したい。それが本研究を始めるに至った理由である。プラットフォームを作るには、その専門性など他のものには見られない魅力を持たせることが必要不可欠だ。文字だけを発信したいのであれば Twitter、写真や短い動画を発信するならば Instagram など多くのユーザーが使い分けている。しかし上記の理由から、わざわざ犯罪行為をネット上にアップロードするような人はいないだろう。またプラットフォームを作るにせよ、それらをアップロードするための何か安全でかつ皆が楽しめる媒体が必要だと筆者は感じた。

1.8. 研究目的

本研究の目的は、新たに登場したデジタルグラフィティという芸術表現を公開する場所としてのプラットフォームを作ることとする。グラフィティが他の芸術作品・芸術行為として大きく異なる点は作品を公開するという点である。公共の壁に絵を描くという行為は、作品を不特定多数に公開する行為であり、作品が持つメッセージであったり、作者の意図というものを直接私たちに届けられる。

しかし、グラフィティはその性質上犯罪行為という点から逃れるのは難しく、グラフィティアーティストやグラフィティを体験して見たい人たちにとっては大きな問題ともなっている。本研究ではそれらの問題点を解決し、また一般の方のグラフィティに対する姿勢を少しでも変えることを期待する。

(門倉紫麻 2010)

1.9. 本研究の仮説

本研究の仮説は、「グラフィティ作品が公共の場で公開されれば、グラフィティアーティストが求めているものと同じ満足感が得られる」、である。グラフィティは公開するというところに重きをおいた芸術作品及び芸術行為である。作品にもよるが、社会的なメッセージが込められたものが多く、それらは公開することにより初めて効果を発揮するものである。以上の理由から、本仮説をこの研究の仮説とする。

1.10. 本研究の構成

本稿の構成は以下の通りである。本性に続く、第二章においては、現在のグラフィティ界隈における最重要人物である Banksy について触れる。そして Instagram を始めインターネット上を賑わせる LUSHSUX についても同様に述べる。また予備実験として使用する AR のアプリケーションである”Just a line”と”AR Graffiti Artist”について述べたのち、VR グラフィティの概要とそれを用いた方法を述べ

させていただく。

また近年の AR 研究には欠かせないポケモン GO についてもここで触れさせていただく。

第 3 章では実際におこなった予備実験における仮説と実験の過程、そしてその結果と被験者からいただいたフィードバックについて述べる。

第 4 章では、予備実験からいただいたフィードバックを踏まえた新たなデザインとその利用者、またオンライン上でとった調査に関して述べる。

第 5 章では、第 4 章で述べたデザインを実際に実験に移しその過程と結果について述べる。

第 6 章では、本研究における結論を述べ全てを締めくくらせていただく。以上が本研究の構成である。

注

- 1 https://jp.techcrunch.com/2013/12/17/the_end_of_ekai/ 2019 年 6 月 15 日
- 2 <https://www.sankei.com/affairs/news/180207/afr1802070042-n1.html> 2019 年 6 月 2 日アクセス
- 3 <https://maruyamacho.net/tag/no-graffiti> 2019 年 6 月 20 日アクセス
- 4 <http://at-art.jp/japan/tokyo/shibuya-tokyo/shibuya/dface-no-title-based-on-the-roy-lichtenstein-painting-girl-with-a-hair-ribbon/>

第 2 章

先 行 研 究

2.1. Banksy グラフィティ界における最重要人物

現在のグラフィティを語る上でははずせない人物が3人いる、Blek Le Rat, Keith Haring, そして Banksy だ。Banksy は現在のグラフィティ及び現代アートにおける最も重要な人物だ。

彼の作品は 104 万 2000 ポンド (日本円にして 1 億 5500 万円) で落札され、その後額縁の中に仕込まれたシュレッダーによって裁断された。彼の作品はステンシルによるグラフィティが多数を占める中、初期の作品は額縁の中のキャンバスに描かれたものがあった。彼 (素性がわからないため便宜上彼とここでは使う) の作品は、社会的メッセージが込められたものが多数を占め、不特定多数に見せると言うグラフィティの特性を活かした作品が多くそのメッセージ性の強さ、社会を風刺した作品が多くの人々の心を掴んでいる。

ステンシルによって描かれた作品は、巧妙かつ計算尽くされて描かれていることや、年齢や国籍問わず多くの人々が直面する問題に対し大衆が口にすべきメッセージをアーティスト自らグラフィティによって語らせる手法は見事だと言わざるおえない。

しかしアーティストの中には、「なぜ Banksy の作品だけ合法であり、評価の対象となるのか」と疑問視する声も少なくない。それだけ影響力がある人物であることは確かだが、Banksy の作品となると違法性よりその作風や市場価値、また誰がこの作品の所有者なのかと権利を主張する声ばかり目立つ。

また Banksy は「Exit Through the Gift Shop」という映画も手がけた経験もある。ドキュメンタリー映画のような手法をとった本作はある意味で Banksy らしいと言

えばいいのか、奇妙な映画となっている。また公式ウェブサイトや Instagram のアカウントがあるなど、ファンに作品を公開しようとする姿勢は素晴らしい。本来でグラフィティアーティストならば己の情報を嬉々として他人に公開することは避けたいところだ。一步間違えればすぐに警察に逮捕される恐れがあるためだが、Banksy は有名であるが故にソーシャルメディアを使った活動も活発的であると言える。

未だ素性がわからない Banksy だが近年他のアーティストのコラボレーションやグラフィティ以外の作品を作ることに積極的だ。「世界で最も憂鬱な場所」をコンセプトにおこなった ”Dismaland” という某遊園地を風刺した展示会を 5 週間に渡りおこなった。「低所得者のための遊園地」と謳った本アート作品は、どこを見ても某夢の国とはかけ離れたものがそこに存在する。パパラッチによって事故を起こし恐らく中で亡くなったであろうシンデレラや、フィルムの掠れをそのまま表現したぼやけて見えるアリエル、やる気のないキャストなど、憂鬱になるにふさわしい場所だ。本展示において Banksy はイギリスガーディアン紙の独占インタビューの記事の一文をこちらに引用する。

” 「ディズマランド」はどのようなアートなのですか。

バンクシー 娯楽でもあり、アナキズムの “入門編” でもある。ディズマランドの大きなテーマは、「遊園地は、もっと大きなテーマを持つべき」ということ。ディズニーランドという巨大なフランチャイズがありながら、それを奪いにかかるような、カウンターカルチャー（対抗文化）を感じられる場所になったと思っている。(Unknown 2015)

2018 年 10 月に大きな事件が美術界を賑わせた。それは Banksy の作品がオークションに出品されるという話だった。ロンドンのサザビーズで競売にかけられた作品は Banksy はハート型の風船を手放した女の子の絵だ。ステンシルで描かれた本作は、Banksy の作品にしては珍しく額縁の中に飾られているもので、その額は日本円にして 1 億円を越すであろうと囁かれた。実際には 104 万ポンド (2018 年 10 月におけるレートでは約 1 億 5000 万円) となった。値段が決まった瞬間、大きな音と共に額縁の中の作品が突然下から飛び出し断裁されるという事件が発生した。実はこれら全ては作者である Banksy の思惑通りであった。公式 Instagram を更新

した。そこにはピカソの名言「”The urge to destroy is also a creative urge”(破壊する衝動は想像的衝動でもある)」(Banksy 2018)と共に一部始終を写した映像が投稿された。

¹しかし全てが思惑通りとは行かず、作品全てが断裁されるはずだったが、実際には半分までしかできなかった。本作は、アーティスト自ら自身の作品に手を加える介入芸術の一つとされ、オリジナルの題名であった「風船と少女」から「愛はゴミ箱の中へ」と題名までも変わってしまった。²

2.2. ネットミームによるグラフィティ

“@LUSHSUX”というアカウント名と共にインターネットミームが壁に描かれたグラフィティを見たことはないだろうか。このアーティストの名はLUSHといい、オーストラリアのメルボルンを中心に活動するアーティストだ。彼の作品は賛否両論であり、単にインターネット上の誰が作ったのか広めたのかすらわからないmeme(ミーム)である。ミームとは「文化の中で人から人へと繋がっていくアイデア・行動・スタイル・習慣」であるとMerriam-Webster辞典の中で説明されている。そのミームの特性である模倣性をそのまま作品に転じるということは、美術作品として評価すべきなのかは鑑賞者によって意見が分かれるが、影響力が大きいアーティストだということは疑いようがない。

グラフィティとミームという一見あまり関係がない二点をつなげ合わせた事や、その創作速度の速さは評価すべき点だ。2019年2月には中野にあるZIngaronにて「Okay, now THIS is epic.」という個展を開いたことも記憶に新しい。

現代アートを代表する村上隆を始め、多くのファンを抱えるLUSHの実力は本物だ。

2.3. グラフィティはヴァンダリズムかどうか

日本人のグラフィティアーティストのShin Tanakaさんとフランス人のグラフィティアーティストのMathieu Tremblinさんのインタビューによると、アーティスト



図 2.1 LUSHSUX Graffiti at Shibuya

トがグラフィティを描くにあたりヴァンダリズム (景観破壊) に関してどう感じているかという点、特に何も思っていないということが判明した。以下は Mathieu Tremblin さんのインタビューを引用したものだ。

”ところでマテューさんは、グラフィティって、ヴァンダリズム (景観破壊) と考えますか？

僕はそうは思わない。だってグラフィティは何も破壊しないから。

詳しくお願いします。

書かれた壁は、その後もちゃんと壁としての役目を果たすでしょう？ 結局、単に壁のレイヤーが1枚増えただけのことで、その見た目を個人的な好みでジャッジしてるだけに過ぎない。ヴァンダリズムの定義って、それぞれの国の文化から見る視点によって違うと思うんだ。実際、いくつかの国ではグラフィティは違法じゃないし、なんなら奨励されてるくらい。”³

上記のインタビューから読み取れることは、グラフィティアーティスト側としては自分の作品を不特定多数の目に晒すこと、自己満足などの欲求を満たすためであり、景観に関して思うことは少ない。しかし一般の通行人特にグラフィティに関して関心を持っていない人からすると汚らしいものでしかない。両者の不満を解決するにあたり、デジタル上にグラフィティを展開し、それを発展させて行く行為こそ解決手段ではないかと考えた。

2.4. Juat a line by Google LLC

先行研究として、Google LLCが2018年3月にAndroid向けにリリースし、6月にiOS向けにも登場した。このアプリは、手軽にARを楽しむことが出来るアプリとしてGoogle LLCがリリースしたものである。このアプリケーションは、タッチパネルを使用し空間に絵を描き、それを10秒間の動画撮影をし他者へと共有出来るというものだ。色は2019年6月現在白一色のみ使用でき、同アプリをインストールしている他のユーザーとNearbyを用いることにより画面を共有出来る。これによりコラボレーションを行うことも可能だ。

しかし、リリースから一年以上経過しているのにも関わらず白一色のみしか使用できないのはいささか物足りないように感じる。また一度動画撮影をし、その後アプリを終了させるとその場に描いたものは全て消えてしまう仕様となっている。また距離感を掴むのに工夫しなければならない。

2.5. AR Graffiti Artist

Essam HamdiによるAR Graffiti ArtistはARを用いたグラフィティを描くためのアプリケーションである。位置情報サービスを随時オンにする必要があり、室内で使うことを想定していない。色は2019年6月現在紫一色を使用出来る。本アプリはグラフィティや他のイラストソフトに置いて欠かせないブラシのサイズの変更を任意に行うことができず思うように絵を描くことができないという欠点がある。

二つのARアプリを使用しわかったことは、空間に絵を描くのは紙の上つまり二次元上に絵を描くことと全く持って違うということだ。特に距離を掴むことは大変難しく、また同じ線を繋げることも難しい。面ではなく、線のみで描かなければならないなどいくつかの弊害も持ち合わせている。空間上ではなく、壁を利用したより従来のグラフィティに近いものを作ることができればこの問題点を解決出来るだろう。

スプレー缶によるグラフィティスプレー缶を用いたグラフィティは1960年代より始まった。70年代に入り、グラフィティの中心地がフェラデルフィアからニュー

ヨークに移ったあとは多くのグラフィティアーティスト通称”ライター”が現れた。いかに多くのタグ(=自分の名前を書き入れる行為を指す)を残せるかが、ライターの間でブームのなり、競うようにして街中にタギングが溢れ出した。同時期に、地下鉄にタギングをする行為が流行し、ニューヨークはグラフィティに溢れかえった。当時のことをする貴重な資料として Martha Cooper 著の”Subway Art”という本がグラフィティのバイブルとして存在する。文字通り地下鉄内に溢れかえったグラフィティに行政は悩まされた。監視やセキュリティーを強化し、84年にはニューヨーク市都市交通局はグラフィティ撲滅運動を始めた。ライターたちにとって地獄とも言える時間が過ぎ、1989年には地下鉄内からグラフィティを完全に追いやることに成功した。

スプレー缶のグラフィティの問題点は、強い匂いがするがし、カラフルなグラフィティを描くには多くの缶を持ち歩く必要がある。またキャップを付け替えることにより、様々な模様を描くことが出来るのだが、それも持ち歩く必要があり、そして何より犯罪だということを忘れてはならない。よって人目がつく場所に描くことは難しく、強制的に夜に描くことが多くなる。

2.6. VR グラフィティの概要

VRChat は、VR を使った新たなコミュニティツールの一つとして登場した。コミュニティをプレイヤー自身が作り出すというこのツールはゲームのような側面を持ち合わせるが、本来の目的としては VR を使用し、別のプレイヤーと同じ空間を共有しコミュニケーションを楽しむというものだ。

自分たちが作り出したコミュニティに所属し、そこの住人となり年齢国籍を超え、人との距離を詰める。初期の MMORPG のようなロールに徹している人もいれば、自由奔放に振る舞う人もいる。VRChat のコミュニティの一つとして存在している Just Graffiti! というものがある。今回はこのソフトを使い、被験者にヴァーチャルグラフィティを体験してもらう。この実験を通して観察するものは、実際のスプレー缶を用いた従来のグラフィティとの比較だ。実際に公共の壁にグラフィティを描いたことがある被験者を用いることは、アーティストからの視点を直接知る

ことが出来る。

2.7. スプレー缶によるグラフィティ

多くのスプレー缶を用いる必要性以下はスプレー缶によるグラフィティの特徴を記載する。

- 完成させる絵によって多くの色が必要となるため、その都度スプレー缶を持ち帰る必要がある;
- スプレーキャップの交換の必要性
ブラシコントロールをするために、スプレー缶の指が触れる部分のキャップを入れ替えることで、自在に飛翔する液体をコントロールすることができる;
- 器物破損罪
当然だが公共の壁に絵を描くという行為は器物破損の罪であり、刑法によって処されるものだ;
- 不特定多数に自分の作品を公開することができる
公共の壁に描くということは不特定多数に自分の作品を見てもらえることができる;

2.8. VRを用いたグラフィティ

VRヘッドセットを用いる必要性以下はVRを用いたグラフィティの特徴を記載する。

- VRグラフィティを体験するには、まずVRを体験するためのヘッドマウントディスプレイとコントローラーが必要になる;
- 大きな部屋の必要性
VRを使うためにはセンサーが必要であり、最低でも1.5m × 1.5mの広さが必要となる;

- インターネット接続の必要性
インターネットに繋ぐことにより初めてソフトウェアを使うことができるため、必要不可欠となる;
- 簡単に自分の作品を公開できる
VR ヘッドセットとソフトウェアさえあれば、誰でも作品を公開することができる。また描いているところを動画にしアップロードすることも可能である;

2.9. Pokemon GO が巻き起こした旋風とその可能性

Pokemon GO は Niantic が開発運営している AR ゲームアプリである。本作品は 2016 年 7 月に配信開始した本作品は瞬く間に世界中へと広がり一挙ムーブメントを引き起こした。現実世界にポケモンがいてそれをスマートフォンでゲット (ポケモンを捕まえるの意。初代ゲームボーイのポケットモンスター赤・緑より使われている) するということは世界中のポケモントレーナー (ポケットモンスターをプレイするプレイヤーの意。ポケモン世界におけるポケモンを所有し育成する人々のことを指す) の夢であり、それが現実となったのであれば熱狂するのは当然のことだ。本作品は株式会社ポケモンがもつ魅力的なキャラクターたちであるポケモンと位置情報及び AR を用いた新たなゲームである。ポケットモンスターシリーズは 1996 年 2 月 27 日⁴にゲームボーイ専用ソフトとして発売され、2つのソフトを同時に発売、2つのソフトに別の個体が出現する、通信ケーブルを通し友達同士と持っていないポケモンを交換する、またはバトルする、など今尚新鮮に映る数々のコンテンツを初期にソフトより搭載した。その後ポケモンは、アニメ、漫画、映画と様々なメディアに取り扱われ、そしてついには 2019 年 5 月にハリウッド映画デビューも果たした。⁵そんなポケモンと位置情報ゲーム "INGRESS" を開発した Niantic とコラボレーションしたことをきっかけにそれまで家にこもりゲームをしていたゲーマーたちは転じて家から外に飛び出しポケモンを捕まえることに夢中となった。日本では本国アメリカに遅れをとる形でスタートしたものの、ポケモン発祥の地としてのプライドか、多くの人々がポケモントレーナーへと転

身した。AR のもつ、現実とデジタルの世界を融合させるという発想は架空の世界に生息するポケモンと予想以上に愛想が良く、代々木公園にミニリュウがいる、今まで行ったことがなかったあの洞窟へと行ってみよう、など現実世界における冒険を実際に繰り広げた。現在はそのブームは以前のような熱は帯びてないものの、一定数のポケモントレーナーは世界中に確実に存在し、今でも日夜ポケモンを捕まえることに励んでいる。

第 3 章

仮説と実験

3.1. 仮説

AR と VR による先行研究から、筆者は以下の予備実験用の仮説を打ち出した。グラフィティをデジタル上で表現するのは、可能である。グラフィティにおいて重要なポイントはそれらを公開することであり、それに対しデジタル上で描いたものはソーシャルメディアなどを通じ公開することが容易い。

また序章で述べた、グラフィティ作品が公共の場で公開されれば、グラフィティアーティストが求めているものと同じ満足感が得られる、という仮説についても本予備実験を通じ検証する。

以上の仮説を今回の予備実験を通し明らかにしていく。

3.2. 予備実験

前述において述べた仮説について先行研究を交え検証する。以下にその目的と方法を述べる。

3.3. 実験目的

本実験目的は、AR と VR を用いたグラフィティを描く際、二者においてどのような相違を感じるのか、また実際のグラフィティと比べ何が違うのか検証した。AR は現在私たちが使っているスマートフォンのアプリなどにも組み込まれているもので、先の先行研究でも述べたポケモン GO の登場によりその知名度は世界

中に知れ渡った。現実世界に新たなレイヤーを追加した蚊のような AR は、現実世界とデジタルを融合させる面白い試みと言える。

また VR に関しては技術の進歩により、ようやく今現在私たちが思うような形で製品化もされ、その繊細なイメージはまるで私たちが架空の世界へと誘うかのような新たな装置として各界隈から大きな賑わいを見せる。

双方のデバイスでグラフィティを描き、その可能性を垣間見るのが本予備実験の目的である。実際にデジタル上でどの程度までグラフィティが再現できるのか、実際のスプレー缶によるグラフィティとはどのような点が異なるのか、様々な角度から検証する。

3.4. 実験方法

被験者には実験前に Google フォームを用いたいくつかの質問に答えていただき、その後 Google LLC の「Just a line」を用いた AR グラフィティを体験していただく。その後 VRChat Inc. の「VRChat」内にある Just Graffiti! という nyakome さんというユーザーが作成された VRChat 内の World を用いて VR グラフィティを体験していただき、再度別の質問に答えていただくという流れを取る。

本実験を行うにあたり、被験者には筆者の所有物である Apple iPhone XS Max を AR の実験に、被験者の一人である Andi Ramadhani Akubar さんの Facebook technogeis Inc. Oculus Rift を使用する。双方のデバイスは共に実験に用いるアプリケーション及びプログラムを最適に行うことに満たす環境を用意した。よってタイムラグや機器に対する不安材料を取り除き、被験者には思うの限り楽しんで絵を描いていただく。

元グラフィティアーティストで現在はミニマリストティックなアートを表現しているグラフィックデザイナーのマルセル・バイトさんに本実験を手伝っていただくこととなった。本実験の目的は、以前グラフィティを描いていたバイトさんに VR と AR によるグラフィティを試していただくことにより、以前感じていた達成感や表現による欲求をを解決出来るかどうか試すものである。AR グラフィティと VR グラフィティを試していただき、それぞれどのように感じるのか、実験前と

実験後に渡りいくつかの質問に答えれいただいた。また、これまでグラフィティを試したことがない人も本予備実験の対象とする。

3.5. 第一実験の検証方法とその過程

まずはじめに行ったのは Google LLC のアプリ「Just a line」を使用した AR を使ったグラフィティの実験である。被験者には好きなようにアプリを使用してもらい空間に絵を描いて頂く。本アプリは最大 2 台のスマートフォンと同時に絵を描くことができるものとなっている。

本実験では、まず被験者であるバイトさんとその友人であるルットフィタさんに AR を用いて絵を描いて頂いた。Just a line を使って絵を描き始めた際、バイトさんは自身の右手人差し指を用いて画面上に絵を描き始めた。描き始めてすぐに「白色しかないの？」と尋ねられた。手軽に AR を用いて空間上に絵や線などを描くことを目的とした本アプリにおいてもっとも、顕著な点はバイトさんが指摘した通り白一色しか使えないという点他ならない。また「これどうやってアンドゥできるの？」とも聞かれた。筆者は、画面左上のボタンがアンドゥになると教えてところ「わかった」と短く答えすぐに作業に戻った。

Just a line による実験を終えてバイトさんは「シンプルすぎる、もうちょっと技術の発展を待つ必要があるようだ」とコメントされた。また同時に実験に参加されていたルットフィタさんも同様に「グラフィティを描いてるようには感じられない、スプレーカラーにしてはオプションが少なすぎる」とコメントされた。確かにツールが限定されれば、その分やれる幅も少なく飽きられるのも早い。

次に VRChat を用いた VR グラフィティを体験していただいた。VRChat はユーザーが作成した World(大きさ、オブジェクト、BGM などユーザーが自分たちで好きなように作り出すことができる。ユーザーが不快だと感じれば運営に通報することもできる。)を場所を選び、そこにアクセスすることによりその World に適した遊びをすることができる。Just Graffiti は nyakome さんというユーザーが作成した VR 上でグラフィティを体験できる。nyakome さんは「Just Graffiti!」の他にも「Cloud Sea」という world も作成しており、こちらは雲海を丸窓から眺めると

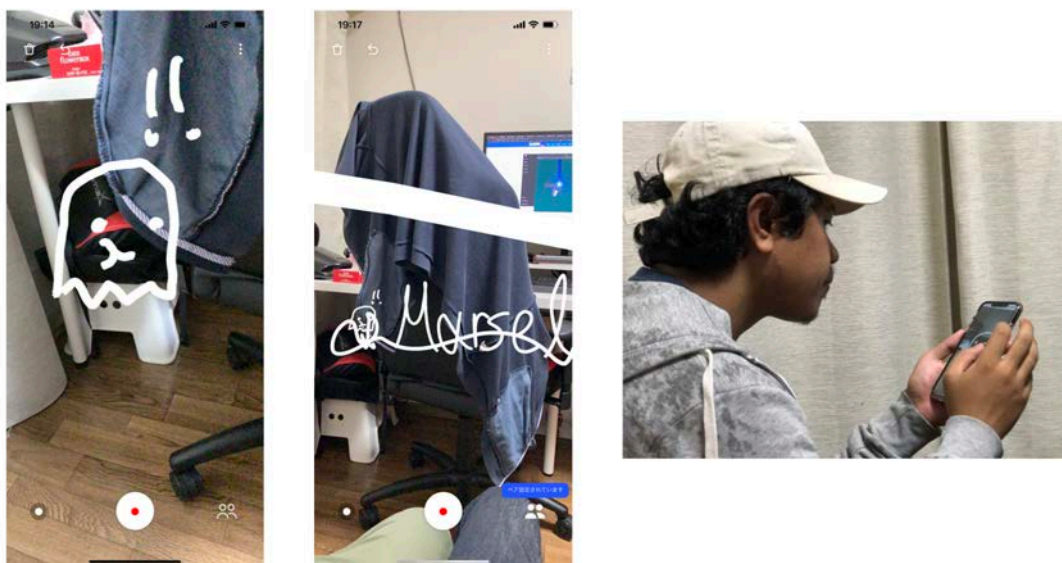


図 3.1 Just a line を体験するマルセルさんとそのグラフィティ

いう体験がVR上でできるものとなっている。実際にバイトさんに Just Graffiti! を体験していただいた。VRで何か絵を描いた経験はないというバイトさんだが、World内に表示されたスプレー缶を見るや否やすぐにそれを掴もうとした。人差し指の位置にあるボタンを押すと、ガスが噴出する「プシュー」という音と共に色が壁に付着した。スプレー缶を持ち変えることにより色を変え、また缶の距離により色を拡散させたり凝縮させたりと自在に操ることができる様はデジタル上で再現されたグラフィティと言えるだろう。

3.6. 実験の仕様

実験の前に Google フォームを使用したいくつかの質問に答えていただく。質問は以下の通りである。

- 名前;
- 年齢;

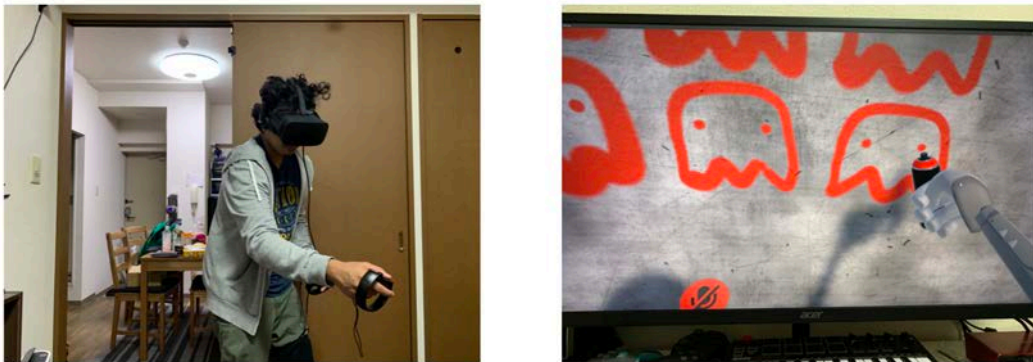


図 3.2 Just Graffiti!を体験するマルセルさんとそのグラフィティ

- グラフィティの経験の有無;
- VR グラフィティを聞いたことがあるか;
- AR グラフィティを聞いたことがあるか;
- AR グラフィティについてどのようなものを想像するか;
- VR グラフィティについてどのようなものを想像するか;
- あなたにとってグラフィティとは何か;

被験者の多くはグラフィティの経験を持ち合わせておらず、また AR グラフィティ、VR グラフィティについても聞いたことがない、という解答が多数を占めた。またグラフィティとは何かという質問については、様々な解答が得られた。その多くはグラフィティは自信を表現する媒体である、というものだ。

3.7. 実験の結果

実験を通して分かった点は、Google LLC の「Just a line」は、ただ空間に白い線を描くことができるもので、楽しいという感情は生まれるものの、グラフィティ

としてのアプリケーションかと言えばそうではなく、実験的なツールという側面が強い。しかし VRChat 内にある「Just Graffiti!」は、従来のグラフィティの楽しさを体験するには最適のツールだということが判明した。実際に描く際感じるスプレー缶から出る音や、色を変える為スプレー缶を持ち変える必要性、特に顕著なのは、一度描いたものを手軽にアンドゥできないという点だ。デジタルドローイングにおける大きなアドバンテージの一つであるアンドゥ(元に戻す、という意。Windows なら Control キー+Z キー、Mac なら command キー+Z キーを押すことにより直前の動作を消去することができるというもの)がないという、不便さはグラフィティそのものだ。

3.8. 実験参加後の被験者からのフィードバック

最も多く寄せられたフィードバックは、VR グラフィティの方が可能性として大きなポテンシャルを秘めているということだ。グラフィティ特有の不便さを再現した点は、うまくその魅力を再現しており、同時に満足感を得ることができる。問題となるのは機材の高さと、場所の確保だ。Oculus Rift の値段は 2019 年 6 月現在 49800 円であり、またそれを動かすための高価なパソコンが必要となる、またグラフィティ経験者であるバイトさんから「やはり従来のグラフィティの方がいいろんなことができる」という意見を頂いた。スプレー缶一つとっても多くのメーカーがあり、またその描き味も様々だ。天気と湿度にも左右されるので、なかなか思ったような仕上がりにならないことも多々ある。それらをデジタルで表現するのが今後の課題となる。

AR でのグラフィティは再現度が高くなく、また精度も高いとは言えない。実際に使える色が限られるという欠点を抱えた中の実験は、被験者に多少なりのストレスを感じさせてしまった。

3.9. 実験の分析

AR アプリ Google LLC の「Just a line」を起動させ、被験者に手渡した際最初に聞かれたことは、「どうやって描くの？」であった。このことから「Just a line」における UI の説明不足が伺える。起動した際に「指を押さえたまま、動かします」という説明が出るのだが、すぐに画面上から消えてしまうため、ヘルプ機能が必要だと感じた。またプロモーション動画において示唆されていた「指を画面に押さえつけ、腕を振るようして絵を描く」という行為に関してうまく機能していないかのように思われた。対して VR を使ったグラフィティに関しては、多くの被験者がすぐに対応することができた。特にボタンを押した際にスプレー缶特有の「シュー」という音がするのが、より現実味を帯させあたかもグラフィティを描いている気分させる。また一度ミスタッチをするとなかなか元に戻せないことが被験者から寄せられた。グラフィティ特有である、傾けた際の液体の飛び方やスプレーキャップの交換によるブラシのサイズ変更など、まだまだ改善の余地が伺えた。

また被験者の多くが、VR 内において距離を掴むことに苦労していたことに気がついた。デジタル上のスプレー缶を掴む際、青いガイド線が出るのが、動作がぎこちなく、掴みたい缶をうまく掴めず別のものを取ってしまったり、センサーの外に外れてしまったりしていた。[図 3.3]

実験が終わったあともっとも聞かれたことは、「今描いた作品はどうやって公開するの？」であった。時間をかけて仕上げた作品を誰にも見てもらわずに終わってしまうのは、芸術行為においてそれは悲しいことであり、誰かに見られてからこそ作品が完成するというグラフィティがもつ意味が無くなっているようにも感じた。



図 3.3 VR 内の床に置かれたスプレー缶を掴もうとするマルセルさん

第 4 章 デ ザ イ ン

Chapter 4

4.1. Digitalization Alternative Graffiti 通称 DAG の概要

予備実験を通し分かったことは、AR を使った Just a line は作品を公開するにあたり 10 秒間の動画を撮影するしか方法はなく、また VRChat 上の Just Graffiti! はハッシュタグを使い Twitter でしか作品を公開できないという点である。作品を公開することにより得られる満足感というものがこれでは全く得ることができないという結果になってしまった。

そこで私が提案するのは、これらを解決するための専用のプラットフォームである。Digitalization Alternative Graffiti 通称 DAG は、グラフィティアーティストとファンまた一般の方たちを繋げるプラットフォームである。

グラフィティを公開するという行為は必然的な行為であり、またそれらにおいてグラフィティおよびストリートアートと呼ぶことはできない。またアーティストは作品を作った以上誰かに見てもらいたいのであり、そこには当事者の抱える問題や、社会に対する不満など多くメッセージが込められていることも見受けられる。

DAG はデジタル上で描き上げたグラフィティを掲載するためのプラットフォームである。次の項目でより詳細にコンセプトについて語る。

4.2. DAG のコンセプトとスケッチ及びデザイン

この項では DAG の仕様のコンセプトとスケッチについて述べる。前述した通り、DAG はデジタルグラフィティのためのプラットフォームである。グラフィティ及びストリートアートは公開することにより初めて一つの作品として確立されるものである。しかし現状デジタルグラフィティを作成したところで、それらを発信するためのプラットフォームがないことに気がついた。このままではただ作品を描き、そのまま公開することなくただの自己満足として終わってしまう。

図 4.1

は筆者がスケッチとして描いた DAG APP の画面遷移である。以下にその説明を記載する。

DAG APP はスマートフォンアプリケーションである。起動した際に表示されるのは、現在ユーザーがフォローしているアーティストの最新のデジタルグラフィティである。画面左端にはポップアップが表示されると、そこには

- 新たな DAG を作る (Make new DAG)
- ダッシュボード (Dashboard)
- プロファイル (Profile)

と表示される。

新たな DAG を作る場合は、VR もしくは AR で作ったデジタルグラフィティを事前に保存し、そのデータをユーザーのスマートフォン送りつけ、そこからアップロードをする方法か、もしくはスマートフォンを使い直接描く方法から選ぶことができる。その際表示されるのはこのような選択肢だ

- New DAG
- Upload DAG
- Draw DAG

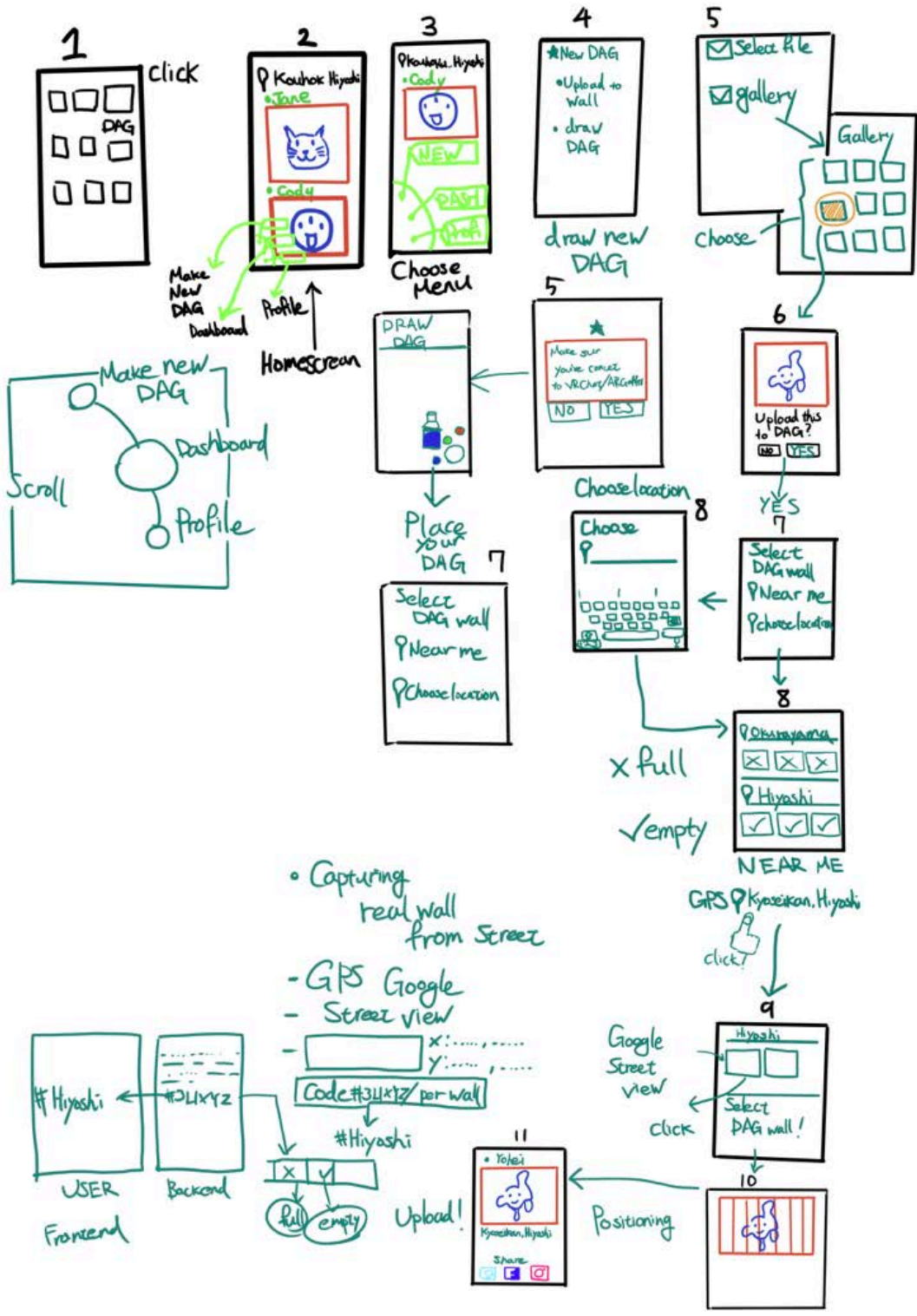


図 4.1 DAG APP の sketch

DAG を選択したあとは、どの場所に DAG を描き出すか選ぶことができる。その際、

- Near me
- Choose location

と表示され、Near me を選んだ際は近くの壁に向かいスマートフォンをかざし、画面上に表示されるデジタルグラフィティの位置や大きさなどを調整し、その後その場にアップロードされる。

Choose location を選んだ際には、キーボードに場所をタイプし、その後その壁のロケーションを Google ストリートビューのように壁を見ることができ、そこで Empty を表示されている壁に作品をアップロードすることができる。Full と表示されている場所にはアップすることはできない。

アップする壁を決めたら、作品を壁のどの位置や角度、大きさなどを指で調整してもらい、アップする。アップし終えた作品は、他のソーシャルメディアの自身のアカウントにシェアすることも可能だ。

スケッチを元に Adobe Illustrator を使用し作った DAG APP の詳細なデザインをここに載せる。使い方は、上記に記載したスケッチの通り行う。

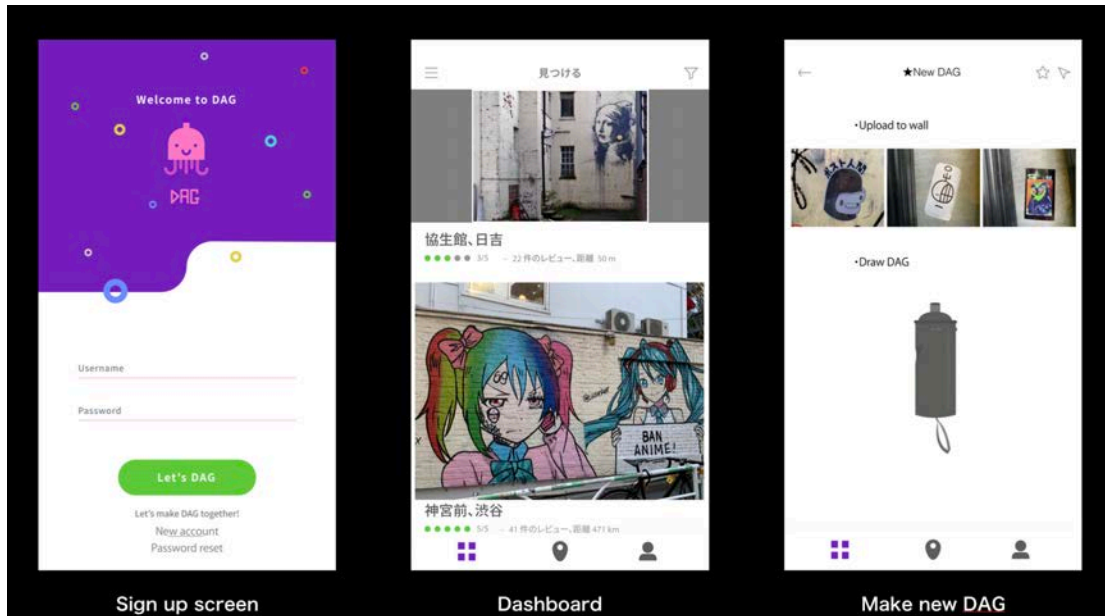


図 4.2 DAG APP の画面 1、サインアップ、ダッシュボード、新たな DAG を作る

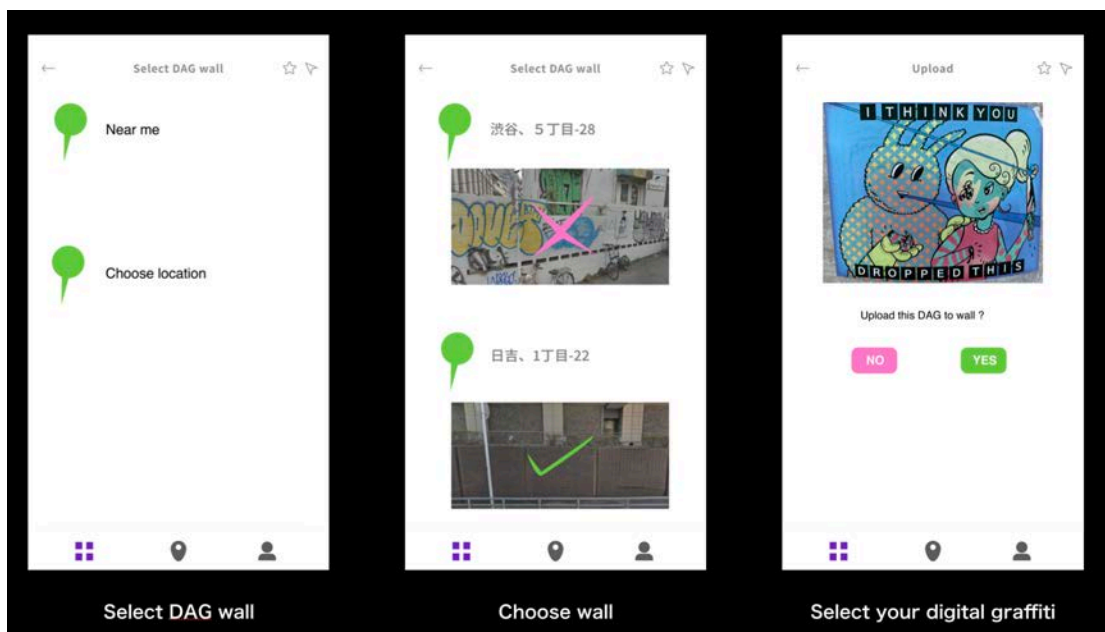


図 4.3 DAG APP の画面 2、壁を選択する、どこに貼り付けるか、確認画面

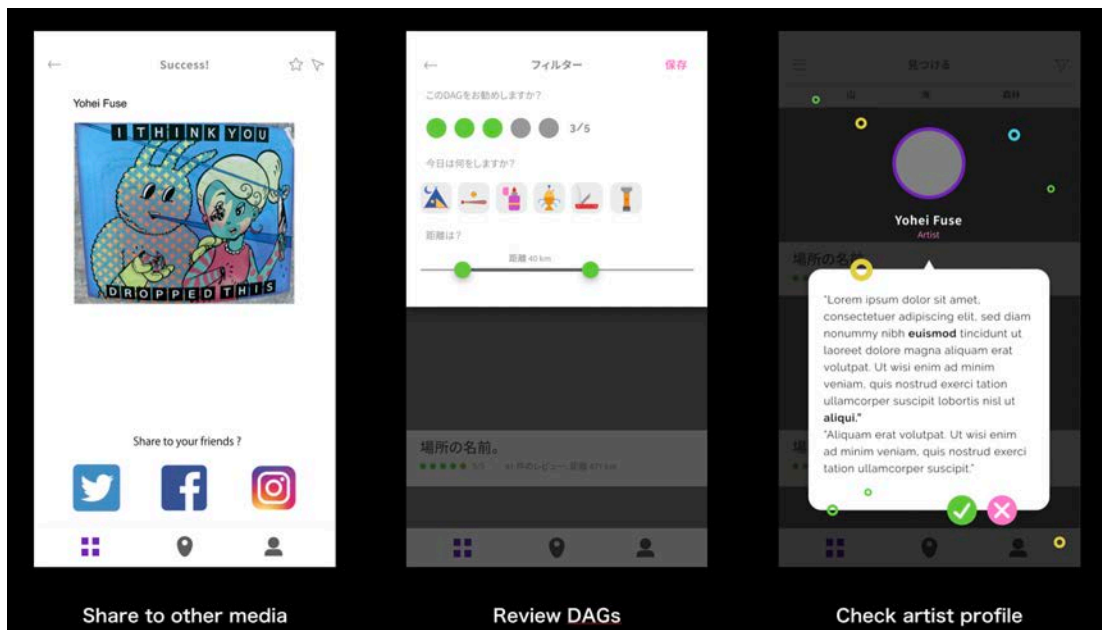


図 4.4 DAG APP の画面 3、他の SNS にシェアする、批評する、アーティストのプロフィール

4.3. ターゲットとする利用者

現在グラフィティと聞いてデジタルグラフィティを思い浮かべる人はいない。図は予備実験の際被験者に答えていただいた AR 及び VR グラフィティに関して今まで聞いたことはあるかというものだが、誰一人聞いたことはなかった。

新しい芸術表現であるデジタルグラフィティには作品を公開するための専用のプラットフォームが必要である。それはグラフィティを始め多くの芸術活動の基本でもある、作品を公開しそれを見てもらうということが全くできないからだ。アーティストが自身の作品を公開したいのは当然のことである、また作品とは鑑賞者がいるからこそ初めて成り立つものである。

デジタルグラフィティのプラットフォームとして必要なものは、

- 作品をアップロードする機能
- 製作者のプロファイル機能

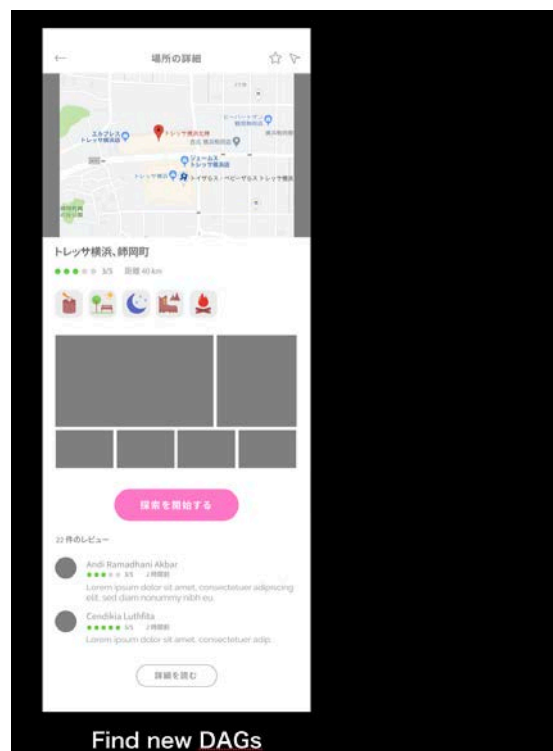


図 4.5 DAG APP の画面 2、新たな DAG を探す

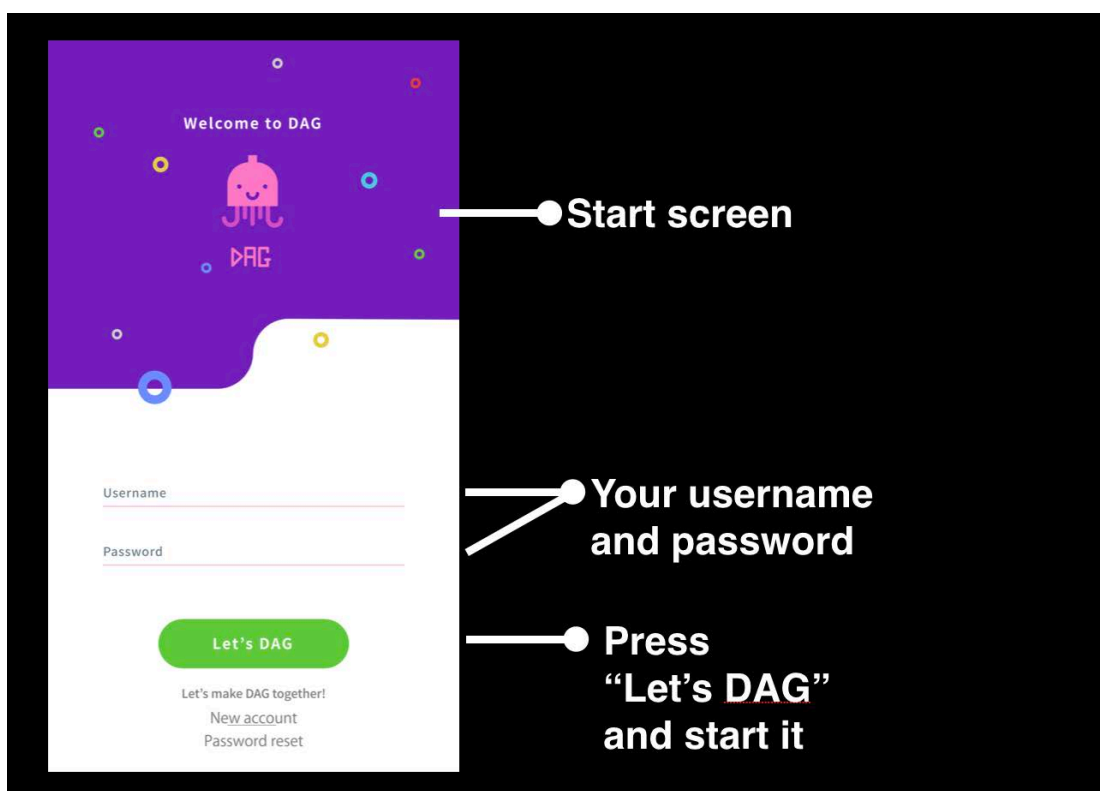


図 4.6 DAG APP スタート画面

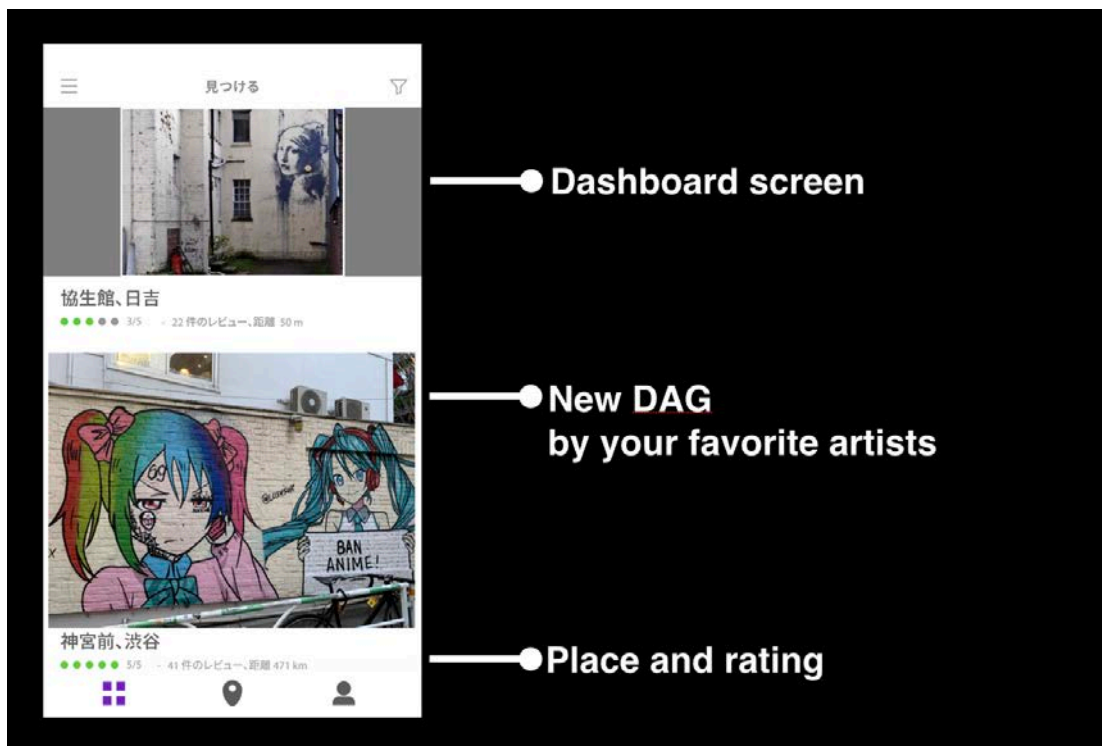


図 4.7 DAG APP ダッシュボード

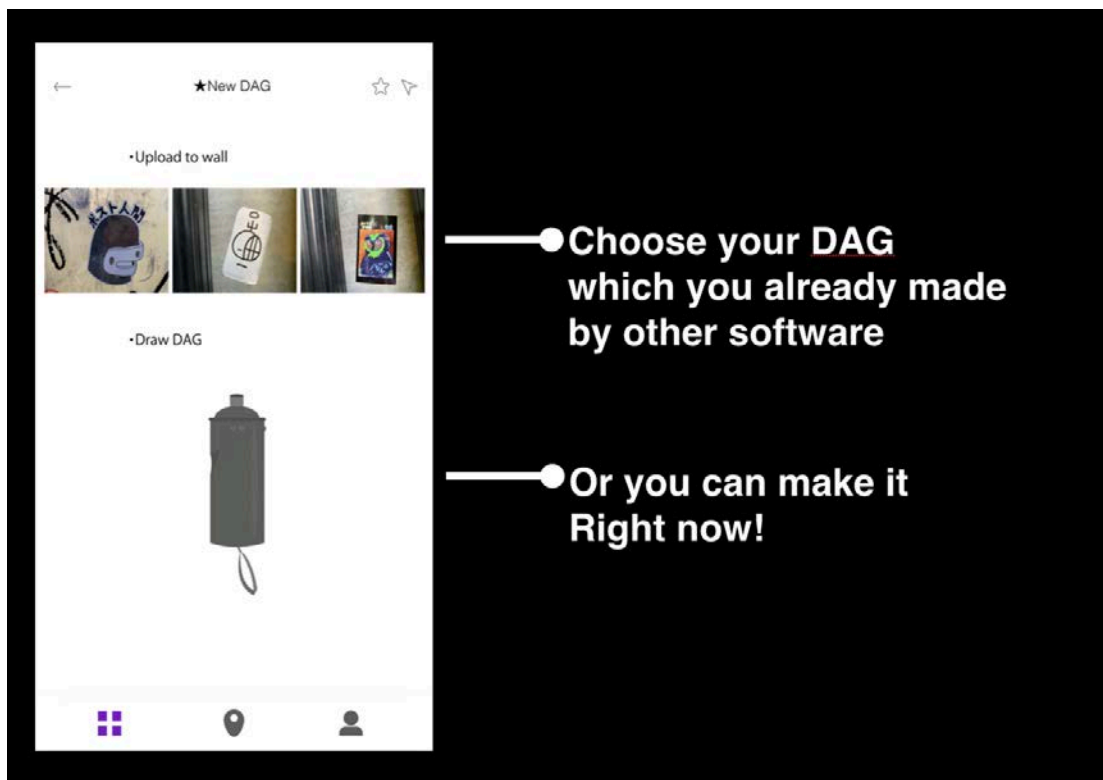


図 4.8 DAG APP 新たな DAG を作る

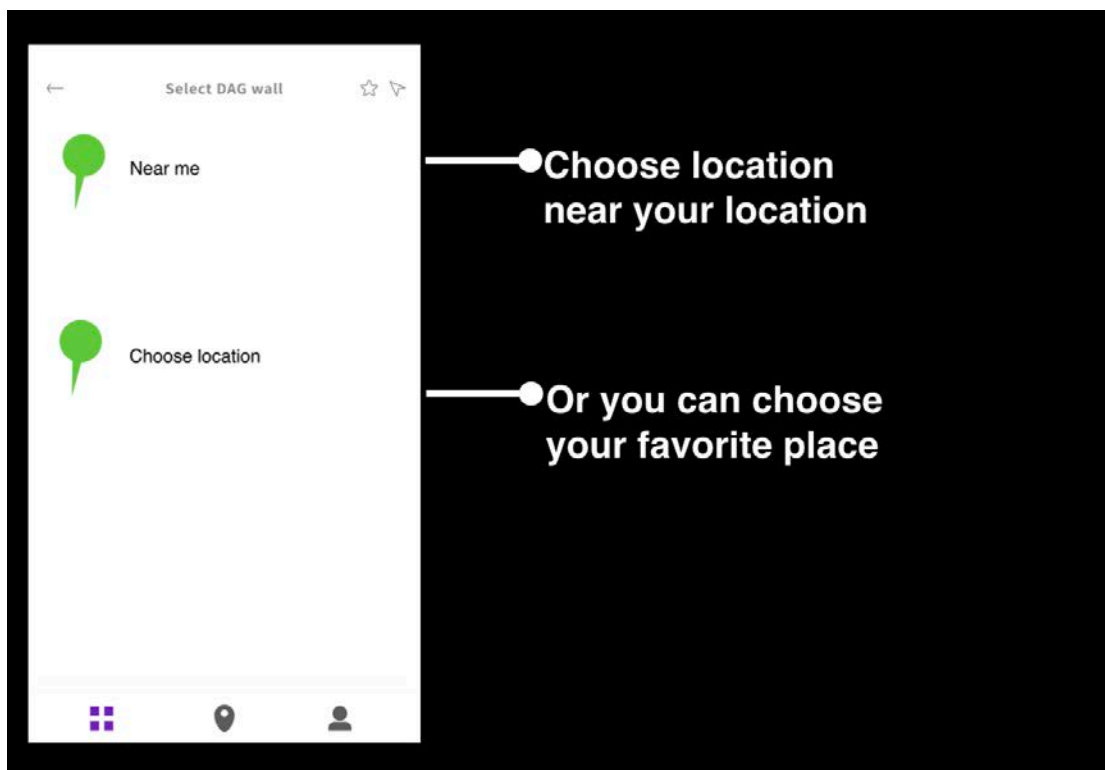


図 4.9 DAG APP ロケーションの選択

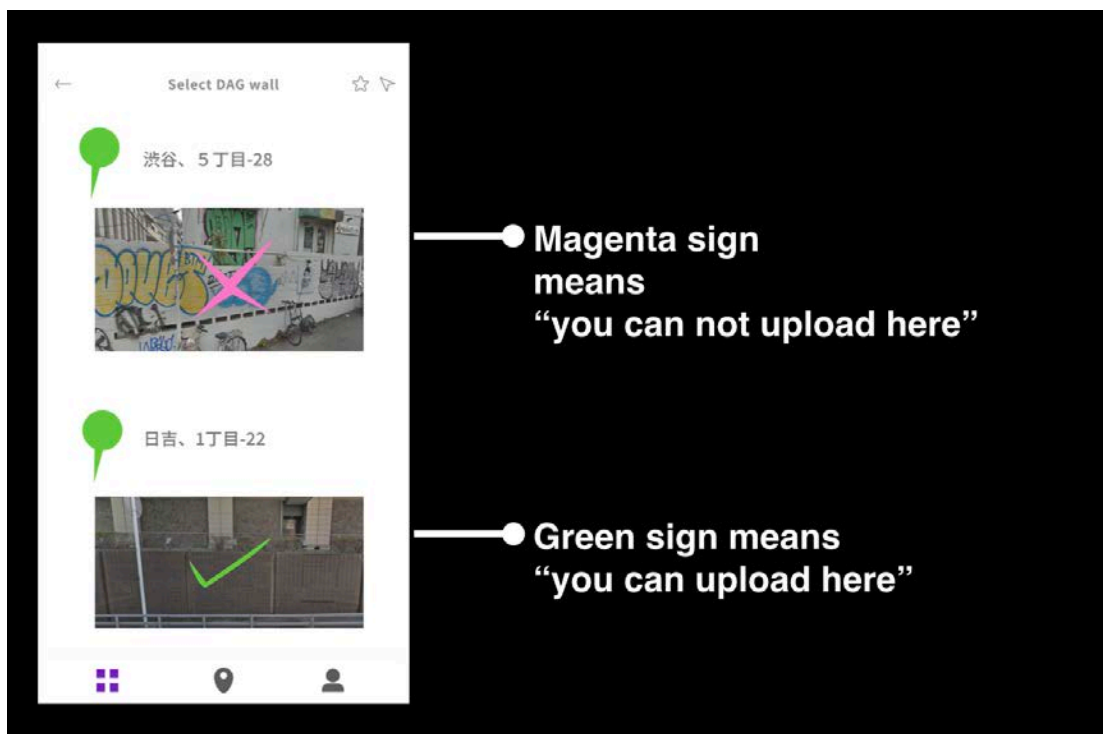


図 4.10 DAG APP 壁の選択

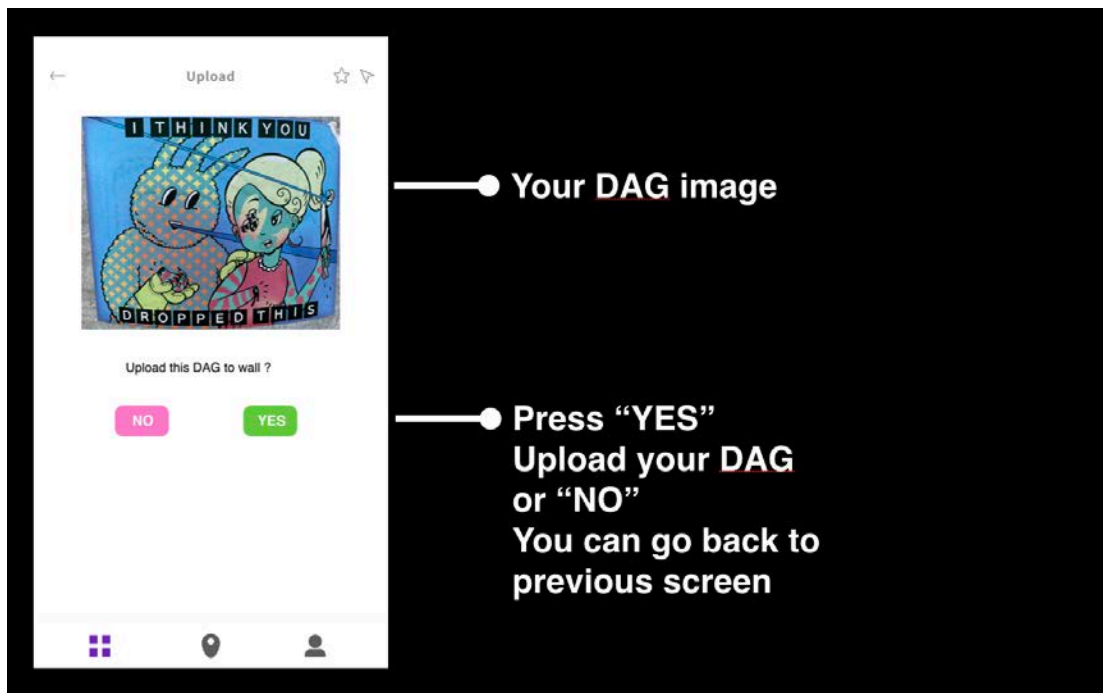


図 4.11 DAG APP 確認画面

- 作品を評価する機能

が必要だ。それは Facebook や Twitter、Instagram などのソーシャルメディアからも伺うことができる。

デジタルグラフィティの作品を公開するためのプラットフォームそれが DAG である。

4.4. プラットフォームの必要性とその構造

インターネットにおいて、人は情報を得るだけではなく、自ら情報を発信する力を身につけた。それがソーシャルメディアだ。日本ではしばしばソーシャルネットワークサービス(頭文字をとり SNS)と呼ばれている。

「マスメディアは、野球に例えると投球練習で、ソーシャルメディアはである」(世界を変えたソーシャルメディア革命の落とし穴 立入勝義)(2012) とソーシャ

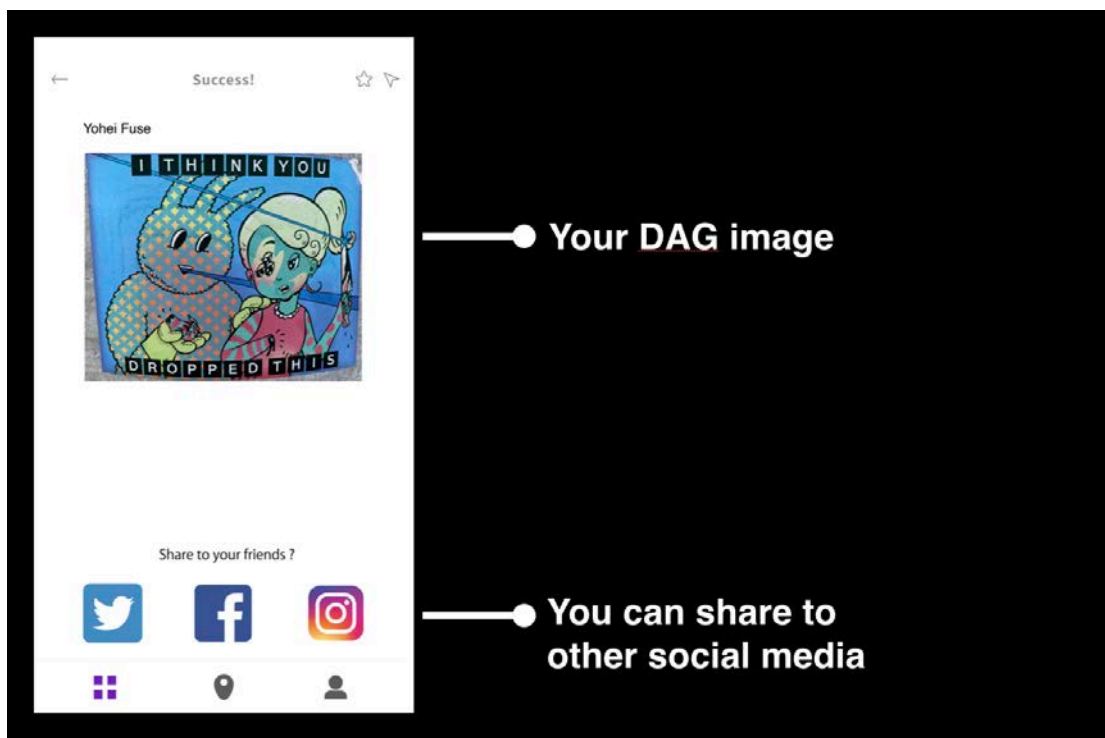


図 4.12 DAG APP 他の SNS へシェア

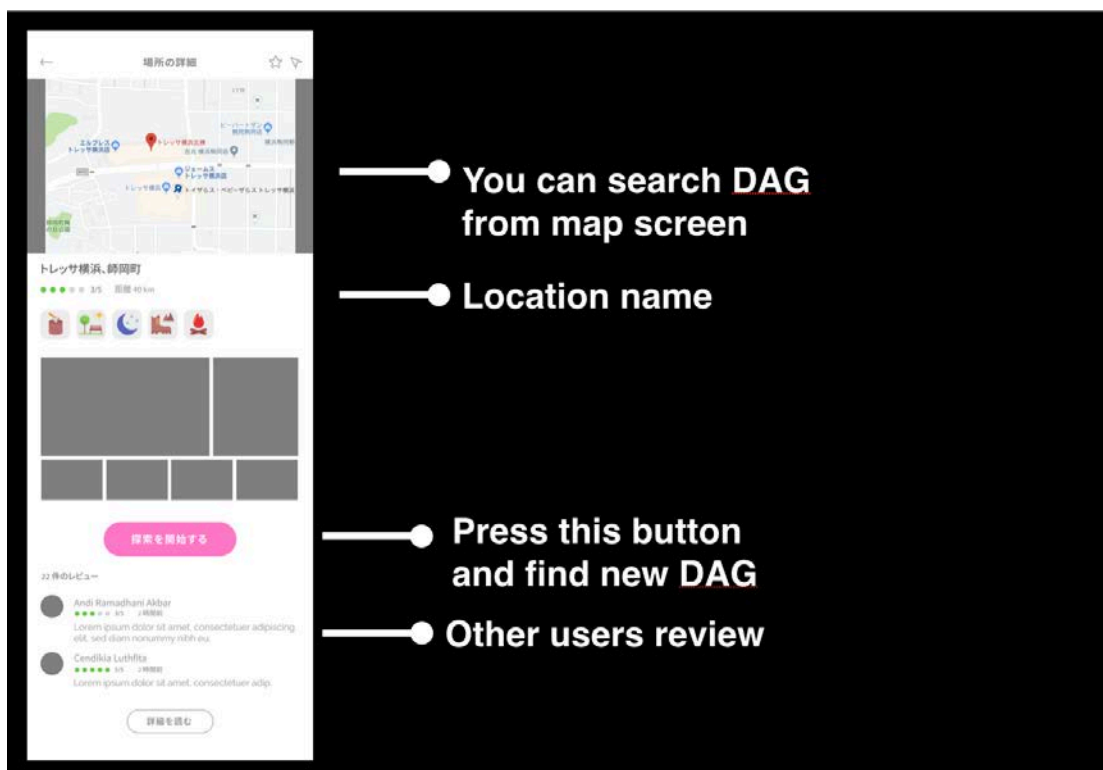


図 4.13 DAG APP 近くの DAG を探す

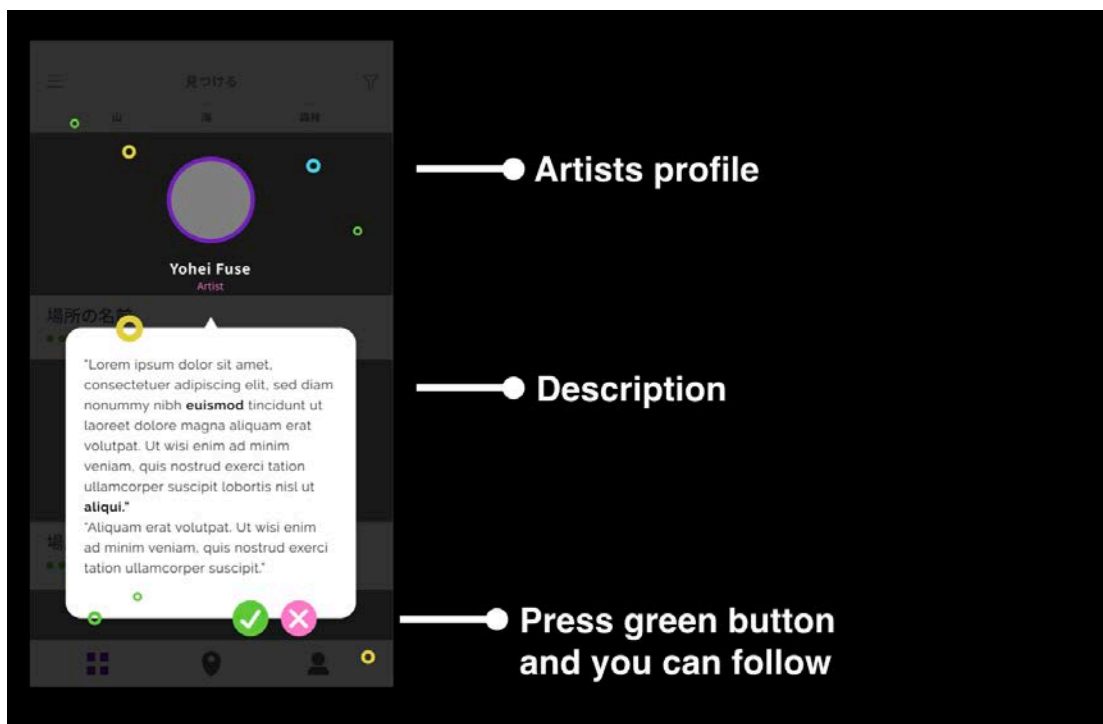


図 4.14 DAG APP アーティストの詳細

ルメディアプロデューサーの立入氏は語る。氏は、ソーシャルメディアは情報発信の主従がないという。情報を投げ合い、そして受け取り別の人へ発信するというやり方は、マスメディアに見られた方法とは異なる。誰もが情報を発信し、誰もがそれらを受取ることのできる時代が到来したのである。

ソーシャルメディアとはまさに現代社会において必要不可欠なものである。またコンテンツごとに異なるサービスが生まれ、その中でも Facebook, Twitter, Instagram, YouTube の存在は絶大だ。インフルエンサーと呼ばれる人々が登場する中、新たな職業が生まれている。

Microsoft Network Partner blog ではこのような発言があった。「ターゲットとする顧客層がそのソーシャルメディアを利用していることを確認し、そのプラットフォームに最も適したコンテンツを提供することが重要です。」(mpn japan 2016) 適したコンテンツとはプラットフォームごとに異なる。個人の職歴を記載し、仕事に関する情報を提供する LinkedIn と最新のニュースを限られた文字数で発信する Twitter とでは使い方が違うように、プラットフォームとは適したコンテンツを求め人々はそこへ集まる。

私が提案する DAG APP はデジタルグラフィティを発信するためのプラットフォームである。既存のグラフィティを発信する場所として Instagram があるが、専用のプラットフォームとは言えない。専用のプラットフォームを持つことでコミュニティを形成し、特定の情報のみを発信受信することができる。これが専用のプラットフォームを持つ意味である。

4.5. DAG のロゴデザインとブランディング

DAG のロゴは、スプレー缶のヘッド部分とタコを混ぜたものをデザインした。これはタコの触手のように全世界へとデジタルグラフィティが広がって欲しいという願いと、スプレー缶のヘッドの部分とキャップの形がタコの頭を連想させるため選択した。[図 4.6]

マゼンタパープルを選んだ理由としては、「高いレベルでの普遍的な愛、思いやり、親切、協力的、励まし」といった意味合いがある。(by color unknown) また、

グラデーションを用いたことにより、それらの調和を目指し、万人のためのものという意味を持たせている。

ジェンダーレスなマゼンタを使用するブランドはアメリカを中心に増えている。運送ネットワークで Uber と人気を二分している Lyft は車のライトの色をマゼンタにしたり、ロゴの色などから多くのジェンダーに対してアピールしている。また、写真共有サービスの Instagram もカメラをベースにしたデザインからマゼンタを基調としたデザインに変更している。[図 4.7]

4.6. DAG のネーミング

本研究の名称を DAG(ダグ)としたのは、まず始めに自分のアーティストネームをどこぞと構わず貼り付ける tagging(タギング、タグ付け)、から取った。tagging はグラフィティアーティストが誰もが一度はやったことのある行為であり、また名前をどこかに残すという行為はこの世界に住むものならば、誰しもやっている行為と言える。

それらの行為をデジタルの世界でも行い、広く世界へと公開する、という意味合いの元 DAG と名づけた。また正式名称である Digitalization Alternatives for Graffiti は、日本語訳をすれば、「新たなデジタルのグラフィティ」となることと同時に、それらの頭文字を取ったものである。長すぎる名称に対し省略するのは私たちが常日頃よりやっている行為であり、DAG はまたその響きから誰かの名前のようにも感じられる。

そんな呼びやすい、親しみやすい名前をつけた。

4.6.1 オンライン調査の結果

グラフィティの認知度は 100 パーセントであった。[図 4.1] どの国もどんな場所にも存在するので、必ずや一度は目にした経験がある。落書きレベルのものから、アーティストックなものまで幅広くあるのも魅力の一つだ。

オンライン調査に協力してくださった方の 4 割はグラフィティを好きだと答えた。[図 4.2] 中には「ものによる。文字だけのはあまり好きではない。」という

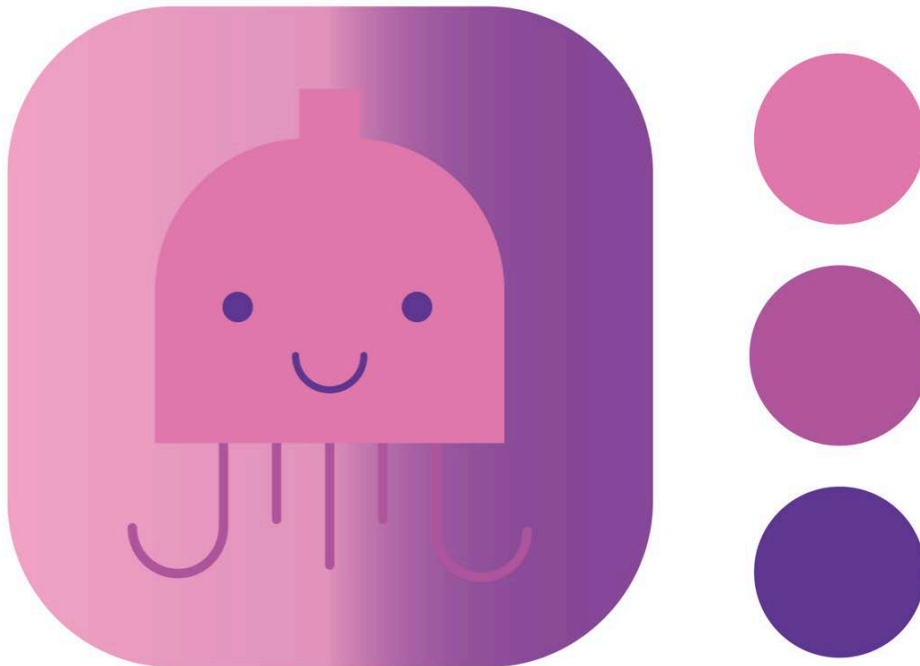


図 4.15 DAG のブランディング

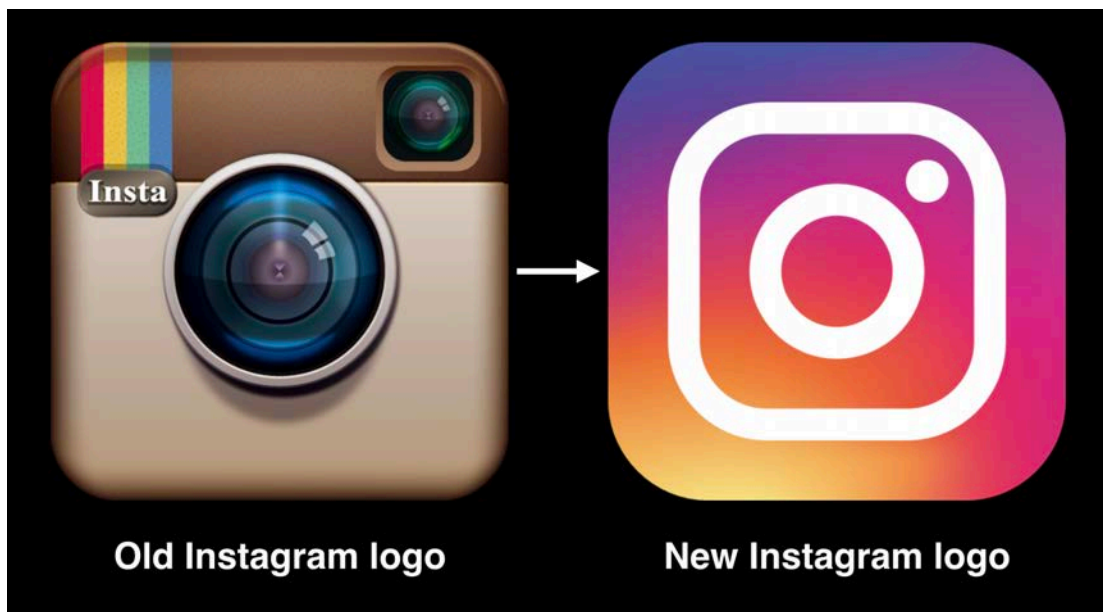


図 4.16 Instargam のロゴの変移

Do you know Graffiti

13 件の回答

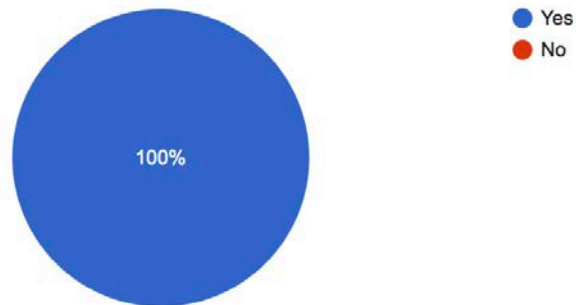


図 4.17 グラフィティは知名度 100 パーセント

意見もいただいた。確かに最も目につくには文字だけで描かれたグラフィティだ。単純でかつ最も簡単に描くことができるため、最初に試されるのも文字だけのタグと呼ばれるものが多い。

なぜグラフィティが好きか、という質問に対して様々な回答が返ってきた。「かっこいいから」という単純な理由から、「アートスタイルとして好きだから」など様々な理由がみられた。特に「それは非常に表現力に富んでいて、もしかしたら人生の片隅にいる人たちと交流できない人たちが、社会やニュースなどについて本当に考えていることを知ることができます。」という意見には感動した。

筆者が最も驚いたのは「グラフィティはヴァンダリズム (景観破壊) かどうか」という問いかけに対し様々な意見があったという事実だ。[図 4.3]「どこに描かれたものによる」「状況次第」という意見もあれば、「誰かの所有物に描かれたものであれば YES」という意見も寄せられた。

「許可された場所で芸術性の高い作品であるならばいい」「メッセージ性による」といった意見が寄せられた。

Do you like Graffiti ?

13 件の回答

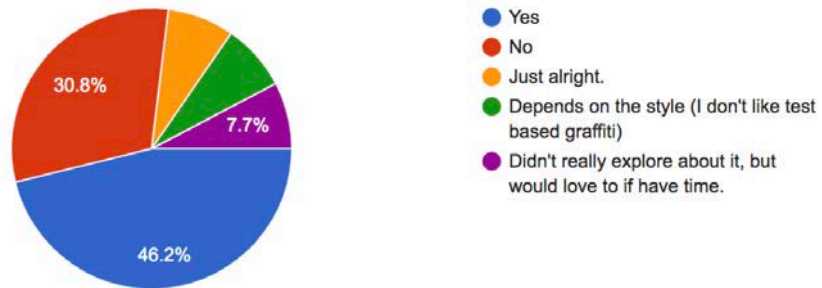


図 4.18 4 割の人はグラフィティに対し好印象

Do you think Graffiti is vandalism ?

13 件の回答

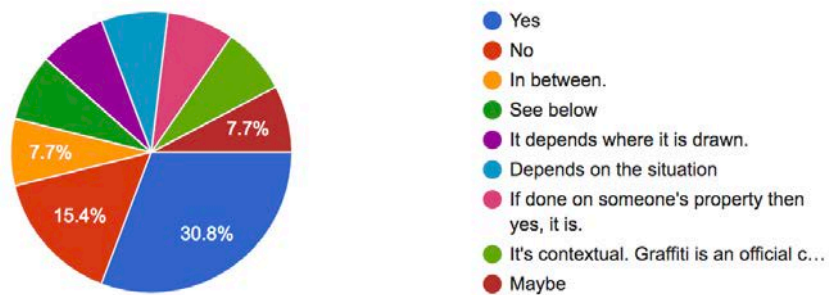


図 4.19 ヴァンダリズムかどうか様々な意見が寄せられた

Why do you like Graffiti ?

7件の回答

| |
|--|
| It looks nice |
| It's an art form |
| Every graffiti represents unique artists' style |
| Because of the way it is done, mainly the use of spray cans looks so cool. |
| I love different writing styles and the creative platforms its done |
| It's one of the ways disenfranchised communities get a voice and speak for themselves. Communities and peoples with no voice finding a way to communicate and making themselves heard, publicly, is beautiful. |
| It's very expressive, you can find out what people from maybe corners of life you don't get to interact with really think about society, news, etc. |

図 4.20 何故グラフィティが好きか、という質問に対する回答

4.6.2 アーティスト Shin Tanaka さんへのインタビュー

現役のアーティストとして活躍している Shin Tanaka さんにインタビューした際伺った質問と回答をこちらに掲載する。

- グラフィティを公開した際どのような感情を抱きましたか？
達成感。それなりの大きさのものを時間をかけて描くので、出来上がったときの達成感と、作品を見てもらえるという嬉しさ。また、作品に対する反応が得られたときの喜びがあります。
- その感情とはネガティブなものでしょうか、それともポジティブなものでしょうか？
ポジティブ。無許可の graffiti の場合は、罪悪感やリスクに対するエキサイティングな感情が湧いてくるのかもしれませんが。
- グラフィティを書く事に対して何かこだわりはありますか？
自分にしか描けないスタイル。オリジナリティ。graffiti のルールへの遵守。

graffiti だけではなく、HIPHOP の四大カルチャーへのリスペクト

- 他のアートと違う点とは何ですか？
キャンバスが、壁などの環境と一体である店。作品は、環境や場との一体感を持たせることができる(持たせないこともできるが。) 他のアートでは、野外でのインスタレーションにも近いかもしれない。また、作品自体に加えて、描いている時点もパフォーマンスアートと言えるかもしれない点。
- VR や AR を利用したデジタルグラフィティを書かれた経験はありますか？
ありません。今度、体験させてください。
- デジタルグラフィティは今後従来のグラフィティに取って代わる新たな媒体になるとおもいますか？
取って代わることは無いと思います。レコードがカセットになって、CD になって、データになって行く過程においてもそれぞれの媒体は、それぞれの個性を持ったまま存続しているように、graffiti にデジタル化の選択しが生まれたとしても、オリジナルの graffiti は残ると思います。それぞれが、それぞれのユニークな個性を持って、お互いに相乗効果を与え合いながら育ていけば、面白いと思いますし、既存の graffiti に新たな進化を促進する一手になるかもしれないと期待しています。

4.7. 実験のデザインとその設計

DAG の実験に必要なものは、VRChat 内の Just Graffiti! によって描かれたグラフィティを壁に投影することである。想定している DAG の機能は、実際の壁にデジタルグラフィティをアップロードすることであり、それらを鑑賞するにも DAG APP が必要となってくる。そこで簡易的にもデジタルグラフィティを壁に投影することで、被験者に擬似的にデジタルグラフィティアーティストとしてデビューしていただいた。

今回の多くの被験者はアーティストとしての活動はしておらず、また自身の作品を壁に公開するということも初めてということだ。そこで協生館の壁をゲリラ的に使用し、作品を公開するという手段をとった。次章は本実験に関して述べる。

第 5 章 実 験

Chapter 5

5.1. 実験

本章では、第三章でおこなった予備実験を通して被験者からいただいたフィードバックを含め、新たなに必要と感じた作品を「公開」することに重点をおき実験を行った。

本実験を通しグラフィティにおける重要な点である公開するという点を如何に再現できるか、またそれにより満足感などを得ることが出来るのかを、本章にて述べる。

5.2. 従来のグラフィティにおけるポイントと問題点

グラフィティは作品を無作為に公開できるという、他の芸術作品には見られない特徴を持つ。その中には反骨精神であったり、社会に対する不満などアーティストが持つ特性を生かした作品もあり、世界中で評価されるものもある。

しかし、そうした評価の対象になるアーティストあるいは芸術家と呼ばれる人間は一握りしからおらず、また彼ら(もしくは彼女ら)が有名になるには険しい道のりがある。

本来芸術作品というのは、画廊や批評会に提出し、そこで一定の評価を得ることにより、徐々に頭角を現し、最終的には芸術家といわれるようになるという、途方もない時間がかかる行為である。芸術家は貧乏とはよく言うがそれは絶対数を

みるからであり、評価されるようになれば、逆と途方もないお金が入ってくる行為でもある。

「グラフィティアーティストは有名企業とのコラボを夢見ている」とアーティストの Shin Tanaka さんはインタビューの際に仰っていたが、そこまでたどり着くのも一苦労という言葉では表せないほどの血と涙の努力が必要である。

グラフィティの問題点として挙げられるのは、再三述べたように犯罪行為にあたるからである。器物破損の罪は「三年以下の懲役又は三十万円以下の罰金若しくは科料に処する」と刑法 261 条に記載されている。よって見つかれば、逮捕され懲役または罰金、もしくは科料に処されるという常に危険との隣り合わせの行為だということを忘れてはならない。

5.3. 実験方法

今回の実験では、事前に VRChat の Just graffiti を使い、3 枚のグラフィティを描いてもらった。その後プロジェクターを使い、ゲリラ的に廊下で投影を行い、被験者並びに廊下を通る人に鑑賞してもらう形式をとった。

実際のグラフィティはゲリラ的に行う芸術行為であり、それ故鑑賞者に対し大きなインパクトを与えることができる。今回の実験にはそうした行為を模倣するものであり、限りなく実際のグラフィティと同じ方法を用いて作品を公開するという方法をとった。被験者の多くはオンライン上で写真などを公開した経験はあるものの、イラストや芸術作品を公開したことがない人たちに集まっていた。これは、壁に作品を公開するという行為を味わっていただくためである。

5.4. プロトタイピングとユーザーテスト

最初におこなったユーザーテストは、KMD 三階のディスカッションルーム 09 にておこなった。ここでは Aman Gupta さんに協力していただいた。Ricoh のプロジェクターを用いて事前に描いてもらったデジタルグラフィティを壁に投影し、それをアーティストとして鑑賞してもらう方法をとった。



図 5.1 Aman さんの作品を公開した様子

Aman さんは普段から絵を描いたりすることはなく、また展示会なので自分の作品を公開した経験も無いと仰っていた。自分の作品が壁に映し出されるのを見ると、気恥ずかしそうにしていた。

実験を終え、インタビューに答えていただいた際、Aman さんはこう述べていた。

「満足感と達成感を感じることができたよ。」と仰っていただいた。Aman さんは今まで絵画などの芸術作品を公開した経験がなかったが、今回の実験を通し、作品を公開する快感を味わったと言う。「正直最初は自分の作品が大きく映し出されて気恥ずかしかったんだけど、段々と誇らしい気分になったよ。」と仰っていた。

部屋で作品を公開する実験を終えたあと、今度は協生館3階の01-02ルームとディスカッションルームの間の廊下にプロジェクターとパソコンを移動し実験をおこなった。これには実際のグラフィティに伴う反骨精神の表現の一環としてゲリラ的におこなった。

始めに Cendikia Luthfita さんの作品を廊下にて公開した。今回は作品を「公開する」という事を実験するため、デジタルグラフィティではなく彼女が以前 Adobe Illustrator で描いた作品を公開してみた。初めて間もないうちに何人か人が通り、「何やってるの?」「これチェンディが描いたの?」など聞かれた。彼女も始めのうちは恥ずかしそうにしていたが、その内慣れてきたのか「自分の作品がこんな大きな壁に映し出されているなんて、とても誇らしい気持ちになる。」と仰っていた。



図 5.2 Cendikia さんの作品を公開した様子

普段から Instagram を使用し写真やショートビデオを投稿する事を趣味とする Cendikia さんだが、彼女もまた自分が描いた絵や作品を公開した経験はほとんどないと言う。筆者は「もしニューヨークのタイムズスクエアで作品を公開するとしたらどう思う？」と聞いたところ、「きっと最高の気分でしょうね、試してみたい！」と好印象な回答を得られた。

実際のグラフィティと違い、デジタルグラフィティを公開するという行為は違法行為に当たらず、また壁を汚す心配もない。それ故これまでにグラフィティやストリートアートに興味はあったものの罪を犯したくないという思いから踏み出せなかった人など多くのアーティストにアピールすることができる。

多くのフィードバックをいただいた本実験だが、特にいただいたのが「誇らしい気持ちになった」や「新たなアプローチになる」など好印象な意見だった。「汚らしい」や「落書き」とも言われていた従来のグラフィティが持つネガティブな気持ちを少しでも無くし、新たな場所として提供するという本研究の目的に一步近づいたと感じた瞬間であった。

実際に作品を描いたアーティストだけではなく、鑑賞者も集まり作品を鑑賞する様子を見た事で、より一層今回の研究を通じデジタルグラフィティの新たな可能性に対し大きな希望を見出す事に成功した。これを機に多くの方々にデジタルグラフィティの楽しさを知って頂ければ幸せである。



図 5.3 鑑賞者が集まってきた様子

第 6 章

結 論

6.1. 結論

結論として、デジタルグラフィティは従来のグラフィティに取って代わる新たなメディアとして、また新たな芸術表現の場として今後広まっていく。オンライン調査に始まり、度重なるユーザーテストとフィードバックより得られた結論としては、従来のグラフィティに取って代わるメディアとして、また VR や AR と言ったデジタルと現実空間の融合とそれらを公開するためのプラットフォームがあれば爆発的に広まっていく。アナログであろうが、デジタルであろうが、作品を公開するという行為を通しアーティストは自分の存在を世の中に広めることができ、また鑑賞者はそれらを鑑賞するためのプラットフォームを欲していることは明らかである。

従来のグラフィティを全て消し去ることは難しいが、しかし同じ快感を味わうことができるのであれば、アーティストは必ず新たな表現の場へと移っていくことだ。実際多くのアーティストがアナログからデジタル環境へと変え作品を発表している現状から、グラフィティも今後デジタルへと移り変わるのは時間の問題だろう。また近々登場するとされている AR グラスが登場すれば、より一層デジタルグラフィティは広まりを見せることだろう。近い将来デジタルとアナログの境界が無くなる事を期待する。

6.2. 今後の研究課題

今後の研究課題としてあげられる事をあげる。

- デジタルグラフィティの保存とそれらをアップロードするためのサーバーの設立;
- AR グラスによる新たなアプリケーションの確立;
- グラフィティアーティストによるテストドローイング;
- 公共の壁を利用した実験;
- デジタルグラフィティを利用した新たな広告、またビジネスモデルの検討;
- プロジェクションマッピングに変わる新たな表現の確立;
- アーティストとファンによるコミュニティの設立

デジタルグラフィティは生まれたばかりの芸術表現である。今後様々な流派が誕生したり、表現方法が確立されることは容易に予想できる。Apple watch をはじめとする多くのウェアラブルデバイスが登場したように、今後より現実とデジタルの境界線は混合していくことだ。そこではデジタルとアナログの表現はあまり大きな違いを生み出さなくなるであろう。既に Photoshop や Painter がアナログ素材を取り込み、デジタル上でもアナログのような書き味や表現をする事に成功している。

筆者は今後5年の間に様々なウェアラブルデバイスが台頭し大きな盛り上がりになるであろうと予想する。その上でデジタルグラフィティが大きな盛り上がりを見せるところに宣言し筆を置かせて頂く。

謝 辞

本研究の指導教員であり、幅広い知見と的確な指導そして暖かい励ましを繰り返しいただき、そして幾度となくご指摘をしていただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の Matthew Waldman 教授に心から感謝いたします。研究の方向性について様々な助言や指導をいただきました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の南澤孝太教授、大川恵子教授に心から感謝いたします。様々な知識に加え、最新の研究を惜しみもなく与えてくださいました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の古川享教授に心から感謝いたします。

今日まで長きに渡り大変な苦勞をかけ、またその度に無償の愛を与えていただいた両親にこの場をお借りして感謝を意を述べたいと思います。

入学初日より今日まで様々な場面でサポートしてくれた Andi Ramadhani Akbar さん、Crush corse のルームメイトから始まり今日まで様々な助言をくれた Marsel Alfred Bait さん、家が近いことをきっかけに一緒にジムに行ったり時には悩みを聞いてくれた Shum Kit Shing Cody さんそして良き友人である Yurike さん、Tania さん、Stacey さん、Gizem さん、Aman さん

先輩として慶應生として様々なアドバイスをしてくださり、卒業後も定期的に時間を割いてくださる中村佳正さん、Massimo さん、Youssef さん、Val さん、Ryan さん

私の人生に関わってくださった全ての皆様に感謝します。

そして今日まで精神的にサポートしてくださった Cendikia Luthfita さんに感謝します。

参 考 文 献

- Baird, J and Claire Taylor (2011) *Ancient Graffiti in Context*.
- (2012) 『世界を変えたソーシャルメディア革命の落とし穴: 「マス」を呑み込んだ「ソーシャルの波」は次にどこへ向かうのか』, 日本文芸社.
- Banksy (2018) “The urge to destroy is also a creative urge,” <https://www.instagram.com/p/BomXijJhArX/>.
- Burach, Rae (2018) “Graffiti is art, not vandalism,” <https://www.temple-news.com/graffiti-is-art-not-vandalism>.
- by color, Empowered (unknown) “The Color MagentaThe Color of Universal Harmony Emotional Balance,” <https://www.empower-yourself-with-color-psychology.com/color-magenta.html>.
- Gombrich, E. H. (Ernst Hans), 衛天野 (2011) 『美術の物語』, ファイドン, 第ポケット版版.
- mpn japan (2016) 「最適なソーシャル メディア プラットフォームを考える【12/18 更新】」,, <https://blogs.partner.microsoft.com/mpn-japan/2016/12/18/which-social-media-platform-is-right-for-your-business/>.
- Unknown (2015) 「バンクシーが語る、“夢の国”を風刺した「ディズマランド」」,, <https://courrier.jp/news/archives/3175/>.
- エンリコイサム大山 (2015) 『アゲインスト・リテラシー: グラフィティ文化論』, LIXIL 出版.

大山エンリコイサム+寺井元一 (2016) 「大山エンリコイサム+寺井元一：ストリート・アートと公共性—表現の自由論からコレクションによる歴史形成まで「グラフィティ文化は『匿名性』の一言で片付けられるものではない。」,, <http://dotplace.jp/archives/21824>.

門倉紫麻 (2010) 『週刊少年ジャンプ 40周年記念出版 マンガ脳の鍛えかた』, 集英社.

付 録



図 .0.1 アマンさんによるグラフィティ1



図 .0.2 アマンさんによるグラフィティ2



図 .0.3 アマンさんによるグラフィティ3

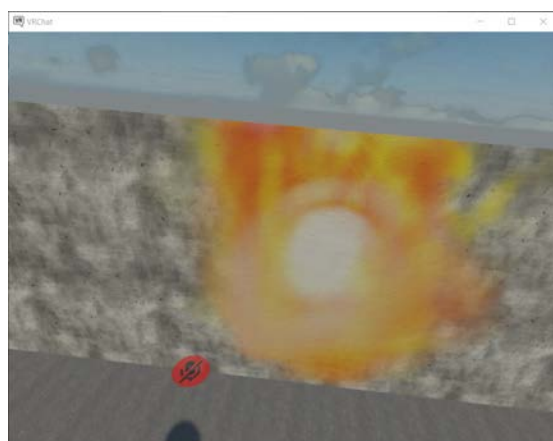


図 .0.4 コーディーさんによるグラフィティ1

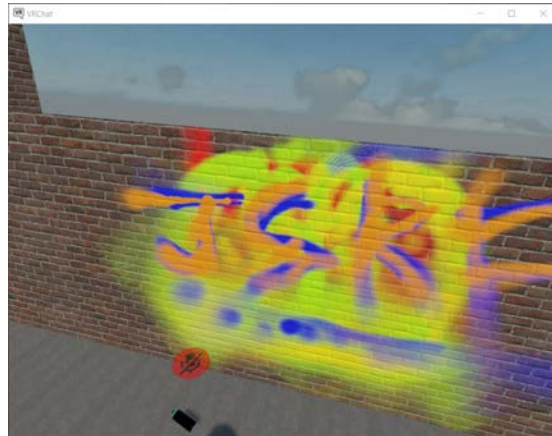


図 .0.5 コーディーさんによるグラフィティ2



図 .0.6 コーディーさんによるグラフィティ3



図 .0.7 コーディーさんによるグラフィティ3

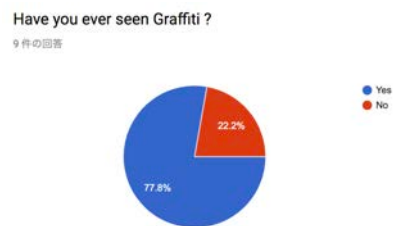


図 .0.8 グラフィティを見たことがあるか

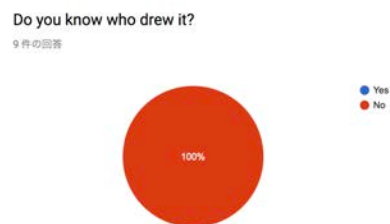


図 .0.9 誰が描いたか知っているか

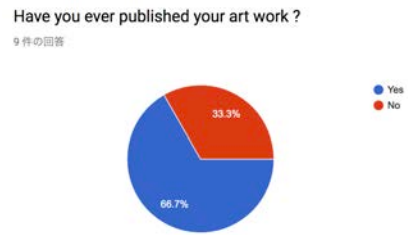


図 .0.10 芸術作品を公開したことがあるか

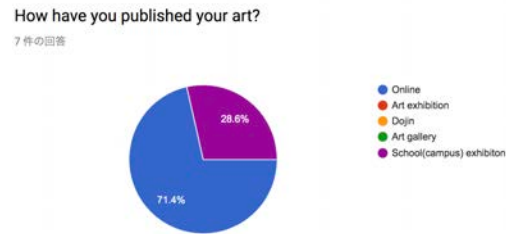


図 .0.11 どのように作品を公開したか

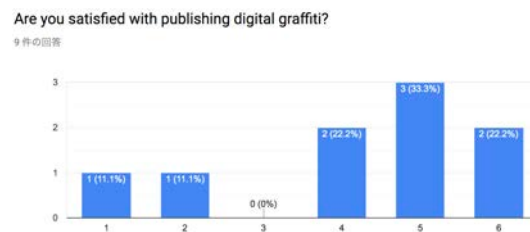


図 .0.12 デジタルグラフィティを公開してどれくらい満足したか

How do you feel published your digital graffiti on wall ?

9件の回答

I feel a sense of satisfaction and achievement

I feel more proud of myself because I can show my art to the people and to see their reactions. To get the response, expression, and feedback from people who see my artwork in public makes me feel happy. It inspires me to work harder to make a better artwork and let it shown. Would love to get my art shown in somewhere more public, more audience, and famous place.

Digital graffiti is an alternative way to show artwork in public, without breaking the rule and it does not give me the same feeling as I get when I upload picture on my Instagram. It is different sensation. This is the first time I got my art published in public and seen by lots of people. It's automatically give the feeling of proud, happy, and motivation to produce better arts.

I feel that since digital graffiti can have my name tagged on since it is not an illicit activity. I feel more satisfied with sharing my work, and more return for work, instead of feeling like a criminal.

I was very excited to see what the final results will look like with out destroying the wall with colors

It make me understand the effect of my graffiti in different places

Honorable

I would only publish if I have been a professional and doing this for some time

一般的な壁との違いやプロジェクションとの違いが欲しいと思った。また、プロジェクションマッピングが行われているが、それとの違いを含め価値を知りたい。

It feels surreal to actually see it projected, pulling digital world to real life

図 .0.13 壁に作品を公開してどのように感じたか

What do you think needs to be improved?

9件の回答

Maybe App interface can be multilingual.

Gives more variety in terms of who owns the wall, who can use the wall, what kind of drawing can be used, think about privacy policy and use policy, eg: a digital drawing that inappropriate to be shown in public can't be published in this platform.

The tools of graffiti drawing can be improved. Since it does not use actual spray cans, it is difficult to control the direction of the spray. Additional patterns may be implemented to have an advantage over conventional graffiti, and may provide incentive for people to use this type of graffiti method over conventional method.

Maybe if I can have a special App that could help me create my graffiti whenever I feel like it

change my graffiti size

No HMD

Incentive and opportunities for artists to present.

描いた、と感じる感覚。投影だけだと物足りないかも。

the feel is a little bit not as same as real pylox

図 .0.14 追加した方がいい点