

Title	ストリートパフォーマンスにおける映像メディアを活用した新しいパフォーマンススタイルの提案
Sub Title	New style street performance through the use of visual media
Author	尹, 智旻(Youn, Jimin) 太田, 直久(Ota, Naohisa)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2014
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2014年度メディアデザイン学 第360号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002014-0360

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 2014年度（平成26年度）

ストリートパフォーマンスにおける映像メディアを活用した
新しいパフォーマンススタイルの提案

慶應義塾大学大学院

メディアデザイン研究科

尹 智暎

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。

尹 智 岐

指導教員：

太田 直久 教授 (主指導教員)

植木 淳郎 特任講師 (副指導教員)

審査委員：

太田 直久 教授 (主査)

植木 淳郎 特任講師 (副査)

稲見 昌彦 教授 (副査)

修士論文 2014年度（平成26年度）

ストリートパフォーマンスにおける映像メディアを活用した 新しいパフォーマンススタイルの提案

カテゴリー：デザイン

論文要旨

本研究の目的は、ストリートパフォーマンスにおいて映像メディアを活用し、従来のストリートパフォーマンススタイルと違う目新しいパフォーマンススタイルを提案することである。現代は映像メディアを活用した芸術公演が多く行われている。その関連事例の分析を行い、ストリートパフォーマンスに簡単に適用することができるアプローチとしてポータブルスクリーン、ビジュアルコンテンツとしての映像、ライブパフォーマンス、この三つの要素を採用し、路上という特定空間で新たなスタイルのパフォーマンスを行うことができることを示した。さらに、2回の予備実験を通じ、映像メディアを活用した新しいストリートパフォーマンス方法を検討した結果、最終的には2回の予備実験に欠如していたエンタテインメント要素を新たなアプローチとして採用し、観客の参加を可能とするイベント空間をデザインした。路上で映像メディアを活用し、観客をパフォーマンスに参加させることで人々に新たな楽しい体験を提供した。イベントで最終システムを適用した結果、参加者達をより楽しませ、パフォーマンスの雰囲気をもっと向上させたことが検証できた。

キーワード：

ストリートパフォーマンス, 芸術公演, 映像メディア, デザイン提案, ユーザー経験

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

尹 智旻

Abstract of Master's Thesis Academic Year 2014

New Style Street Performance through The Use of Visual Media

Category: Design

Summary

The purpose of this research is to propose a new style street performance by using visual media on the street. Based on the related works, it has been clarified that performances and live concerts which uses various visual media are most effective ways to express artist's stages or their messages dramatically and dynamically. Based on two preliminary tests, the final system was designed to motivate participation of audiences in street performance to uplift the atmosphere of performance through the use of visual media for the final test. This system is capable to provide the audiences with various styles of street performances with the use of visual media. The results of the final test proved that the proposed new style street performance that used visual media was effective at providing better entertainment to audiences and enabled participants to have an new experience.

Keywords:

Street performance, Busking, Visual media, User experience, Social media, Visual contents, Design thinking

Graduate School of Media Design, Keio University

Jimin Youn

目 次

第1章 序論	1
1.1. 定義	1
1.1.1. 本論文における公演芸術の定義	1
1.1.2. 本論文におけるストリートパフォーマンスの定義	2
1.1.3. 本論文における映像メディアの定義	3
1.2. 研究背景と目的	4
1.2.1. 研究背景	4
1.2.2. 研究目的	8
第2章 関連研究	10
2.1. 公演芸術における映像メディア活用	10
2.2. 映像メディアを用いた音楽公演の事例	12
2.3. 関連事例の分析	21
第3章 仮説と研究方法	25
3.1. 仮説	25
3.2. 研究方法	26
3.2.1. 検証項目	27
3.2.2. 実験方法	27
3.2.3. システム構成	27
3.2.4. 実験結果分析・評価	28

第4章 システム設計と予備実験	29
4.1. 基本システム構成	29
4.2. 予備実験1	30
4.2.1. コンセプトと評価項目	30
4.2.2. 実験内容	32
4.2.3. システム構成	34
4.2.4. 実験結果	35
4.2.5. 結果分析・評価	41
4.3. 予備実験2	44
4.3.1. コンセプトと評価項目	44
4.3.2. 実験内容	46
4.3.3. システム構成	47
4.3.4. 実験結果	49
4.3.5. 結果分析・評価	55
第5章 最終システムの検証と評価	58
5.1. 最終仮説	58
5.2. コンセプトと検証項目	59
5.2.1. コンセプト	59
5.2.2. アプローチ	61
5.2.3. 検証項目	62
5.3. 実験内容	63
5.4. システム構成	64
5.5. 実験結果	67
5.5.1. アンケート概要	67

5.5.2.	選択式アンケート項目結果	68
5.5.3.	自由記述式アンケート結果	71
5.5.4.	アーティストのインタビュー結果	72
5.6.	結果分析・評価	73
5.6.1.	結果分析	73
5.6.2.	検証項目評価	75
5.6.3.	考察	76
第6章	結論と今後の展望	78
6.1.	結論	78
6.2.	今後の展望	79
	謝辞	80
	参考文献	81
	付録 A 予備実験2データ	83
	付録 B 最終実験データ	89

目 次

1.1	現代の芸術公演の例	4
1.2	ストリートパフォーマンスの例	5
2.1	映像メディアを活用している音楽公演	11
2.2	BIGBANG, ‘Blue’	13
2.3	Singin’ In The Rain	14
2.4	Tomita Isao×Hatsune Miku: Ihatov Concert	15
2.5	Beyoncé Knowles, ‘Run The World’	16
2.6	Jónsi World Tour	17
2.7	Salon Concert with Media Wall Synesthetes’ Promenade Debussy, Ravel & Cervantes	18
2.8	北海道のオトキタプロジェクト	19
2.9	CELLCOM Interactive Live	20
3.1	研究プロセス	27
4.1	基本システム構成	29
4.2	コンセプト (予備実験1)	30
4.3	実験様子写真 (予備実験1)	33
4.4	実験空間平面図 (予備実験1)	33
4.5	システム構成図 (予備実験1)	34
4.6	行動観察結果1 (予備実験1)	36
4.7	行動観察結果2 (予備実験1)	37
4.8	アンケート結果1 (予備実験1)	38
4.9	アンケート結果2 (予備実験1)	39
4.10	アンケート結果3 (予備実験1)	39
4.11	実験結果分析1 (予備実験1)	41
4.12	実験結果分析2 (予備実験1)	42
4.13	コンセプト (予備実験2)	44
4.14	システム構成 (予備実験2)	47
4.15	演奏シーン開始前に12秒間流れる映像の様子1	48
4.16	演奏シーン開始前に12秒間流れる映像の様子2	48
4.17	行動観察結果1 (予備実験2)	50
4.18	行動観察結果2 (予備実験2)	50
4.19	アンケート結果1 (予備実験2)	52
4.20	アンケート結果2 (予備実験2)	53

4.21	参加者42人の観覧時間結果（予備実験2）	56
5.1	コンセプト（最終実験）	59
5.2	実験風景写真（最終実験）	64
5.3	システム構成（最終実験）	64
5.4	観客のビジュアルコンテンツ共有プロセス（最終実験）	65
5.5	アンケート応答者基本情報（最終実験）	69
5.6	アンケート結果1（最終実験）	70
5.7	アンケート結果2（最終実験）	70

表 目 次

4.1	アプローチ (予備実験1)	31
4.2	機材リスト (予備実験1)	35
5.1	アプローチ (最終実験)	62
5.2	機材リスト (最終実験)	67
5.3	アンケート結果分析1 (最終実験)	73
5.4	アンケート結果分析2 (最終実験)	74
A.1	アンケート項目 (予備実験2)	83
A.2	インタビュー項目 (予備実験2)	83
A.3	アンケート結果A (予備実験2)	84
A.4	アンケート結果B (予備実験2)	86
A.5	インタビュー結果 (予備実験2)	88
B.1	アンケート項目 (最終実験)	90
B.2	アンケート結果A (最終実験)	91
B.3	アンケート結果B (最終実験)	93
B.4	アンケート結果C (最終実験)	95

第1章

序論

本章では、本論文における公演芸術とストリートパフォーマンスの定義、本研究の背景と目的について述べる。

1.1. 定義

本節では、本研究における公演芸術とストリートパフォーマンスの定義を示す。

1.1.1. 本論文における公演芸術の定義

公演芸術とは、「公演」と「芸術」という二つの単語の組合わせであり、観客の前の舞台上で公開的に行われるすべての芸術の形態を示す。日本では一般的に公演芸術が舞台芸術とも言われる。舞台芸術とは、演劇、コンサート、ミュージカルなど、舞台や空間上で行われる芸術の総称であり、音楽や美術、言語など、様々な要素が用いられる。しかし、本質的には表現者と観客が同じ時間と空間を共有しつつ、その場で作品の実体が生み出されていく形態の芸術を指す。このような公演芸術、舞台芸術というものは包括する領域がかなり広いため、研究者によって様々な定義と分類されているが、ピエール・ラトマ (Latoma, 1989) は公演芸術が「目の前で行われる実演芸術で、創造の側面と受容の側面、それからこの両面が結合された社会的関係の中で成り立つ芸術」と定義している。

公演芸術は、印刷して保存できる文学とは違って舞台上の公演者（パフォーマー）を通じ、公演が行われている間だけ存在し、公演の終了と同時に無くなってしまう一回性の芸術とも言える。すなわち、舞台という空間的な制約と公演時間という時間的な制約、そして制作における適切な表現技法が求められる芸術とも考えられ、一回性であり、消滅するなどの特性を持つ。公演芸術が他の芸術ジャンルと区別されるいくつかの特徴を取り上げてみると、第一に、一定の時間と一定した空間にて創造物が直接に観客に会うことによって創作が完成されるという現場性があり、第二に、保存とコピーと再生が不可能な消滅性の創作物という一回性、第三に、舞台の俳優、或はダンサー、歌手などの公演者が観客と直接会って疎通するジャンルとして観客に強烈な芸術体験を提供するという特性がある。

1.1.2. 本論文におけるストリートパフォーマンスの定義

一般的に公演芸術とストリートパフォーマンスは、少し概念的な相違点がある。一般的な公演芸術は舞台施設と演出、照明、劇場などの多様な空間的要素を持ち、その空間に限って実演される。だが、ストリートパフォーマンスは、人々が通行する路上で特定の観覧客を対象にせず、特定の空間を持たないというなどの相違点が存在する。

ストリートパフォーマンス（路上パフォーマンス）、イギリスの英語でBuskingとは、路上とパフォーマンスの組み合わせの言葉であり、路上で行われる公演を表す。ストリートパフォーマンスにおいて「道（道路）」は、芸術の重要な空間的背景となる。辞書の意味で「道路」とは、歩行者、自転車などが通行するために設けられた通路であると定義している。しかし、フランスの舞台美術家であるマーセル・フレイデポン（Marcel Freydefont）は、路上劇における道路とは、社会的な空間でありつつ、公共の空間（espace public）として、個々人が自分だけの領域から離れ、他人の存在を受け入れて歓迎する空間として機能すると語っている。このように文化芸術的な立場からみた現代的な道路の概念は、過去の通行の場所、生活の現場という意図から現在の芸術的な空間として使われたりもする。それから、社会的空間として公共的な道路空間を疎通の空間へと変化させ、日常から解放された自由を体験する場所へと変化

したとみられる。従って、ストリートパフォーマンスとは、社会的な空間としての道路で音楽、演劇、漫才やコント、ダンスパフォーマンス、アートパフォーマンスなどの公演を実演することで路上の不特定の観客と疎通することだと定義できる。

本論文においては、路上で行われるすべての芸術活動及び公演を「ストリートパフォーマンス」と自称し、辞書的な意味より広い概念として、路上で行われる公演及び展示を含める芸術活動として範囲を定義する。それから、ストリートパフォーマンスの一種である音楽公演を「ストリートライブ」と自称する。これは、本研究が集中的に調べようとする音楽公演とストリートという場所的な意味が含まれているストリートパフォーマンスという用語から着目したものである。

1.1.3. 本論文における映像メディアの定義

「映像」という用語に対する概念を整理すると、「映像」とは英語の「images」を日本語に訳したものであり、「images」とは本来、象、姿、形象、象徴、心象、表象など様々な意味を持っている。しかし、普段私たちは写真、映画、テレビの画面を映像と呼んでいる。映像という用語が一般化されたのは大体1960年頃以降であり、1950年代以前は光を投写し、スクリーンに映写する映画とスライド写真を「影像」と呼んでいたが、テレビが出現した後に新しいメディアの登場により、光学的、電氣的に投写・映写される影像が人間の文化を支配することになったことからこのような映像を総称する包括的な用語として「映像」を使うようになった。

映像メディア技術は、芸術で2・3次元空間の伝統的定義を拡張し、実際の展示空間を美術作品が陳列されるなど、一つの手動的な空間から観客の参加が必須的な能動的な空間へと変化させた。映像メディアはデジタルイメージ、音響、動画などの様々な情報を連携させる能力を持っているため、観客が持続的に情報に対して物理的、或は心理的に反応する能動的な環境を構築する。このような視・聴覚環境は伝統的な含める芸術範囲をみても、Media Art、New Media Art、Communication Art、Electronic Art、Digital Art、Interactive Art、Net Artなどがある。過去は相互作用を試すために芸術とテクノロジーが結合したといえ、現在は芸術とデザイン、テクノロジーなど多様なフィールド間の結合と相互疎通関係を通じ、自然とその境界を作っ

ている。このように映像メディアは、多様なカテゴリーの中に含まれていると見られ、映像メディアの相互作用を追求しようとする努力は、媒体がデジタルテクノロジー発展の流れに伴って変化しつつ、多様な方向で具現されてきたということが分かる。従って、本論文における映像メディアとはデジタルテクノロジーを基盤としたデジタルイメージ、動画、音響など相互作用が可能な映像を具現するすべての媒体を意味する。

1.2. 研究背景と目的

1.2.1. 研究背景

文化の時代と呼ばれている今日において文化芸術は現時代を率いる原動力であり、我々の日常生活と密接に関わっている。その結果、多様な文化芸術を身近なところで接することができるようになった。その中でも、公演芸術に対する需要も高くなったことにより文化芸術に対する享受が、過去のように上級社会の高級な趣向のものとは違って、現在は日常生活の中から簡単に接近することができるものとして位置づけをしている。特に、過去の特定の世代が享受する文化芸術の範囲が多様な世代たちへと拡張しつつある。



(a) 劇団四季のライオンキング

(b) オーケストラ

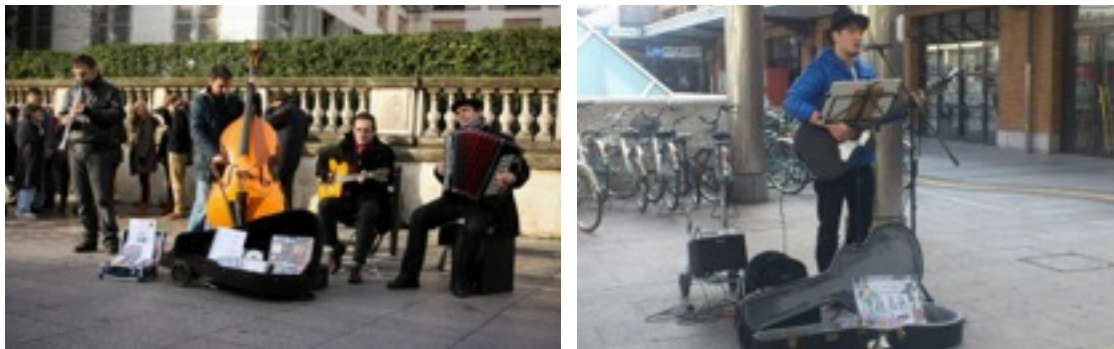
図1.1 現代の芸術公演の例¹

¹出典

(a): <http://www.shiki.jp/navi02/news/program/lionking/>

(b): http://www.naxos.com/person/Boston_Modern_Orchestra_Project/35433.htm

このような文化芸術公演に対する社会的な関心が増える中、ストリートパフォーマンス（Street performance; Busking）は、時間と空間、経費の有無にこだわらず、いつでもどこでも公演をすることで、大衆が持っている文化芸術公演に対する欲求を満たしてくれている。ストリートパフォーマンスは一般的に公共場所で公演を実行することであるため、誰でも路上で簡単に参加することができる文化公演芸術である。日本では、2回に渡ったストリートライブブームにより、様々なストリートアーティスト達が彼らの熱情を見せることで、ストリートパフォーマンスに対する関心と参加が増大した。以降、ストリート文化に拒否感のない若者たちを主とし、多様な公演及び文化芸術観覧などの余暇活動の活性化、積極的な芸術のために消費するようになってきた。これにより、公演市場の量的・質的成長及び一步進展した公演に対する消費欲求が続くと考えられ、公演市場に対する多様な視覚からの研究が必要だと考える。



(a)

(b)

図1.2 ストリートパフォーマンスの例²

ストリートパフォーマンスは大衆に日常生活の中から文化芸術公演の参加機会を拡大し、大衆化を強化するなど、社会的に重要な役割をしている。このような重要性を感じた団体らが主導し、日本でも多数の屋外公演が導入・運営されている。しかし、大体の国では各国ごとのストリートパフォーマンスに対する法律を規定しており、すべての場所でストリートパフォーマンスを許している訳ではない。特に、市民の通行を妨げたり、市民を危険な面に会わせる公演行為を禁じている。従って、ストリート

² 出典

(a): <http://www.jettingaround.com/2012/04/travel-experience-gypsy-jazz-in-paris/>

(b): <http://tomiyam.blog121.fc2.com/blog-entry-3449.html>

パフォーマンスは指定された場所で許可をもらってから行われ、またストリートパフォーマンスの維持及び発展のため、オーディションを通じて公演者を選抜しているという共通点を持つ。このように、多くの国でストリートパフォーマンス制度を運営しているが、ここではストリートパフォーマンスに対する国内・外の主要事例及び現状を説明する。

世界主要都市たちは、地域市民が気軽に芸術文化に触れる機会の提供及び地域の文化発展、活性化のためにストリートパフォーマンスを進行・管理している。ストリートパフォーマンスにおいて必須的な要素として道路の空間が必要であるが、市民たちの生活に支障と被害を防止するために場所が別途に指定される場合もある。

イギリスのロンドンの場合、ストリートパフォーマンス活動を違法としているが、「コヴェント・ガーデン」は例外の場所である。ライセンス発行を含め、オーディションなどを通じて選ばれた公演者たちでストリートパフォーマンスが運営されており、「コヴェント・ガーデンストリートパフォーマンスアソシエーション, The Covent Garden Street Performers Association (SPA)」という団体協会をおいてある。

アメリカのニューヨークのストリートパフォーマンスは、他国に比べて自由にでき、地下鉄、歩道、公演などの公共場所での公演も許されている。公園で行われる公演は、一般の路上での公演とは少し違う点があるが、公園内で演奏の音が付近地域に大きく聞こえたり、アンプを使用する場合は事前に管理部署からの許可が必要とされる。

カナダのカルガリーは、市有地などで公演ができる場所を指定し、ストリートパフォーマンス制度を運営しており、路上公演支援団体たちは公演活動の拡大のために努力を図っており、消音などで市民に被害をもたらしてしまうような公演は、事前に許可をもらうか禁止されている。

日本の東京の「ヘブンアーティスト」は、2002年東京都庁が都市に活力を与え、公演者と観客のコミュニケーションを円滑にし、公演芸術の発展を促すために始めた制度である。現在、都庁は公開オーディションを通じ、ライセンスを発行するなど、すべての運営を担当している。オーディションの資格は住所、年齢、国籍、ジャンル問わず、すべての市民に与えられるが、消音及び商売行為は違法である。

それから横浜においてのストリートパフォーマンスの歴史は、1986年春から始まった「野毛大道芸フェスティバル」からスタートした。第1回（1986春）の野毛大道芸フェスティバルに参加した公演者は20組、26人の芸人、観客は3000人であったが、その20年後、第30回目を迎えた2005年春には、13ヵ国96組、1日に300人の芸人が参加、観客は2日間約146万人を記録し、日本でも最大規模のストリートパフォーマンスの祭りとして定着した。横浜でのストリートパフォーマンスは、2006年横浜の文化的・経済的な活性化を図る同時に、世界の共通文化であるストリートパフォーマンスを通じ、国際交流を展開することなどを目的としている。横浜の象徴である山下公園、グランドモール公園、ジャックモール公園などでストリートパフォーマンスが行われている。

現在は類似した制度が全国的に拡散されており、こういう制度の増大は大衆たちに多様な芸術行為の経験を提供し、社会・文化的の柔軟性を持てるという点から肯定的に評価できると考えられる。

筆者もストリートパフォーマンスの観覧を趣味として楽しむ一人であり、時間の余裕があれば横浜と池袋駅辺りで行われているストリートライブを観に行く。または、ストリートで知り合ったアーティストのワンマンライブを観に行くこともある。筆者が知っている殆どのストリートアーティストたちは、趣味としてストリートパフォーマンスを行っているというより、自分たちの実力を観客に認めてもらい、メジャーデビューを目指して定期的にストリートパフォーマンスを行っている人が多かった。アーティストたちの目標と願望はそれぞれ違うが、やはりストリートパフォーマンスを行っている際には、観客がたくさん集まり、そのパフォーマンスの現場が盛り上がり欲しいと思うのはアーティスト皆同じであった。しかし、ストリートパフォーマンスを行うアーティストたちの公演を観ていると、かなり悪条件の環境で自分たちの作品を観客に披露していた。いくら実力のあるアーティストであっても、通行人が目もくれない場合が多く、無観客の状態で行うことが多かった。特に東京の場合はその程度がひどく、パフォーマンスができる場所が相当に限られている原因も含め、ストリートパフォーマンスの拠点を地方へと変えたり、ストリートアーティストとしての道を諦める人もいることからみるとストリートパフォーマンスの状況はかなり厳しいと考えられる。

現在は日本代表歌番組である紅白に参加している位、有名なメジャー歌手として活動しているコブクロもスタートは路上からであった。彼らは有名人になってからも初心を失わないために、たまに路上でゲリラライブを行ったりもするが、以前「女性自身」という雑誌のインタビューでストリートライブの状況を語ってくれた。

「ストリートライブは、昔、通っていた道場のようなイメージがあって。厳しいんですね。大成功した路上ライブはないとっていて。何回も試すことで、自分たちの帯を締め直す意味合いを含んでいます」

彼らがインタビューで言及したコメントから分かるように、日本でストリートパフォーマンス状況は厳しい環境であり、彼らが実力のあるアーティストなのにも関わらず、路上で大成功することは難しいと語っている。そこで筆者はストリートアーティストたちに、彼らが自分たちのパフォーマンスを観客によりアピールできるように従来のストリートパフォーマンスとは違う新鮮なパフォーマンススタイルを提案したいと考える。

1.2.2. 研究目的

本研究の目的は、厳しい環境におかれているストリートアーティストために映像メディアを用いた新しいストリートパフォーマンススタイルを提案し、パフォーマンスの雰囲気向上させる方法を実現することである。従来に行われている一般的なストリートパフォーマンスは、電池で駆動できるアンプとマイク、スピーカーなどの最小限の機材を利用してパフォーマンスを行うのが主流であった。パフォーマンス空間が公共場所の路上であるため、電気使用が難しい場合が多く、そして人々の通行を妨げない範囲内でパフォーマンスを行う必要がある。このように演奏における制限が多いストリートパフォーマンスに最小限の機材を利用し、今日のデジタル時代に相応しい新しいパフォーマンススタイルを追求する必要があると考える。

本研究では従来の公演芸術における映像メディアを活用した事例をストリートパフォーマンスの観点から分析し、最も効果の高いアプローチを採用することで新しいストリートパフォーマンススタイルを実現させる。誰でも参加できる路上で人々に新

鮮な体験を提供し、アーティストも新鮮なスタイルでパフォーマンスをよりアピールできるようにし、場の雰囲気をもっと向上させるストリートパフォーマンススタイルを提案する。

第2章

関 連 研 究

本章では、公演芸術における映像メディア活用に関する考察を述べ、本研究で主に扱う音楽公演において実際に映像メディアが使用された具体的な事例を紹介・分析する。ここで取り上げる関連研究と事例は広い範囲の公演芸術を取り上げているが、映像メディアを活用したという意味では同じである。関連事例の分析で、現在行われている公演芸術、特に音楽公演ではどのような映像メディアを活用しているかを考察し、ストリートパフォーマンスの観点で効果の高い構成要素を探り出す。

2.1. 公演芸術における映像メディア活用

公演芸術とは、舞台のように観客に公開されている空間にて演奏、上演、歌唱、それから他の方法として演出される音楽、舞踊、演劇などの芸術的・娯楽的な観覧物を表す。公演芸術は印刷できる文学とは相違するものであり、観客の前で公演する者を媒介にし、公演が行われている瞬間だけが存在し、公演の終了と共に消えてしまう一回性の芸術であると考えられる。再現が不可能な一回性公演という特性と、舞台という空間的な特性により、多様な表現方法に対する様々な挑戦と研究が世の中で行われてきた。公演の特性に合う適切な特集効果が必要とされ、これを追求しようとする努力があったからこそ、公演芸術における技術導入は以前から進行してきたのである。

公演芸術と映像メディアの出会いは、まず視覚的なイメージの重要性の認識、いわゆる「総合芸術」という概念が誕生した時から始まる。公演芸術において視覚的なイ

メージが浮上し、現在に至るまでは、20世紀初ヨーロッパ文化界の全般に渡ったイメージの不在の歴史に対する懐疑が提起されたことから芸術に対する既存の関心が覆されたことにより変化の契機を迎える。公演芸術の形式とジャンルが今日のように固定される前は、行為芸術やパフォーマンスアートにおいて媒体を活用した様々な試しが行われてきた。

今日の映像メディアは、記録するための手段を越え、日常の中でも様々な方法で使われている我々にとって身近な媒体となった。また、映像メディアを劇的な演出や感動を与えるための手段として公演で使われた際、観客たちに強い印象と感動を与えることができるため、パフォーマンス、演劇、オペラ、ミュージカル、ダンス、ファッションなど、様々な公演芸術分野でよく使われている。公演芸術における映像を用いた多様な実験的試しと挑戦は、映像メディアの発展に重要な指標となっている。特に、音楽公演は他の公演芸術に比べ、映像を通じ、舞台の空間を拡張させ、表現方法の範囲がより広く、映像メディアの活用頻度が多く、これからさらに多くなると見られる。



(a) Oasis

(b) Ryuichi Sakamoto

図2.1 映像メディアを活用している音楽公演³

ライブパフォーマンス公演に映像メディアのような技術を活用する理由は、多様な舞台効果を具現するためであり、制限的な公演舞台での技術の使用は観客の想像を拡張させるにおいて最も効果的な手段である。それに公演という一回性で再現が不可能

³ 出典

(a): http://www.asiaworld-expo.com/newsletter/200607/images/newsletter06jul_image_10_l.jpg

(b): <http://consequenceofsound.net/2010/11/a-spellbinding-night-for-ryuichi-sakamoto-in-vancouver-111/>

な芸術を劇的、躍動的に表現したいという人間の欲求によって必然的に融合されたとみられる。現在の公演は音楽のみならず、歌手のパフォーマンスをビジュアル的に極大化し、様々な体験を提供している。既存の演劇、ミュージカル、オペラなどのような公演が劇のクライマックスを極大化するために映像メディアを用いたとしたら、音楽公演の場合は音楽を中心とした歌手の歌、ダンス、パフォーマンスなどを極大化するために映像メディアを適用していると考えられる。また、曲によって喜び、怒り、叙情的など重要な感情的表現と劇的要素を表現するにあって効果的で容易な表現手段であり、観客と場の雰囲気を高調させる媒体だと考えられる。それから映像の表現力は、公演の完成度を高める大きな要素として位置づけをしているため、これからの公演と映像メディアはお互い欠かせない不可分の関係となったと考えられる。

2.2. 映像メディアを用いた音楽公演の事例

現在活発に行われている公演芸術における映像メディアの活用に対する考察では、公演芸術に映像メディアを用いることにより、作品の感情的、劇的要素を効果的に表現するための容易な手段であり、観客をより盛り上げることができると考えられる。本節では従来映像メディアを活用した音楽公演の事例を紹介し、その中からストリートアーティストたちが路上で簡単に応用できるようにストリートパフォーマンスにフォーカスを当て分析を行う。

BIGBANG 「BLUE」

図2.2は韓国の人気アイドルBIGBANGが「BLUE」という曲を音楽番組の一つであるSBS人気歌謡 (SBS 인기가요)の第664回目のライブ公演で披露している様子である。

このSBS人気歌謡ではアーティストたちの舞台をより魅力的に引き立たせるために様々な舞台構成、表現技術、照明などをよく活用し、新しい表現方式に挑戦している韓国の代表的な音楽番組、舞台である。この「BLUE」という曲の舞台をみると、舞台の真ん中に五角形のステージが置かれており、それぞれ大きさが違うスクリーン6つをステージの後ろに独特な構成で設置されている。そのスクリーンには曲「BLUE」に込

められている曲の雰囲気そのまま表現することで舞台をより劇的に見せている。それだけでなく、「BLUE」という曲の雰囲気に合うメンバー5人の顔をスクリーンに見せるなど、スクリーンに様々なシーンを演出することで舞台をより充実させている。この舞台は従来のスクリーンを観客の真正面に大型スクリーン一つを置いて活用することとは異なり、6つのスクリーンをそれぞれサイズが違うものを使用し、置き方も斜めに横にさせたものもあるため、観客席からみると全体的に立体感を感じることができ舞台構成である。



図2.2 2014年3月18日に放送されたSBS人気歌謡のBIGBANGの「BLUE」⁴

Singin' In The Rain

映像メディアを活用した音楽公演は、音楽のジャンルを問わず様々な公演で用いられている。この「Singin' In The Rain」は2013年3月9日、イギリスのローヤルアルバートホール（The Royal Albert Hall）で行われたニール・トムソン（Neil Thomson）指揮下のローヤルフィルハーモニックコンサートオーケストラ（Royal Philharmonic Concert Orchestra）公演である。ミュージカル映画である「Singin' In The Rain」に収録されている曲をライブオーケストラ演奏を観客に聞かせながら大型スクリーン

⁴出典: <http://www.youtube.com/watch?v=ameKWOKWpF4>

を舞台の上に設置し、本映画を同時上映することで映画の劇的要素をより効果的に伝えられ、まるでミュージカルを見ているような感覚を人々に与え、クラシックオーケストラ公演にてライブミュージカルシネマを体験させた公演である。映画館や家で普通に映画を見る感覚とはまた違う音楽公演と映画を一緒に楽しむ体験は、現在様々な公演で映像メディアが多く応用されているということを証明してくれている。

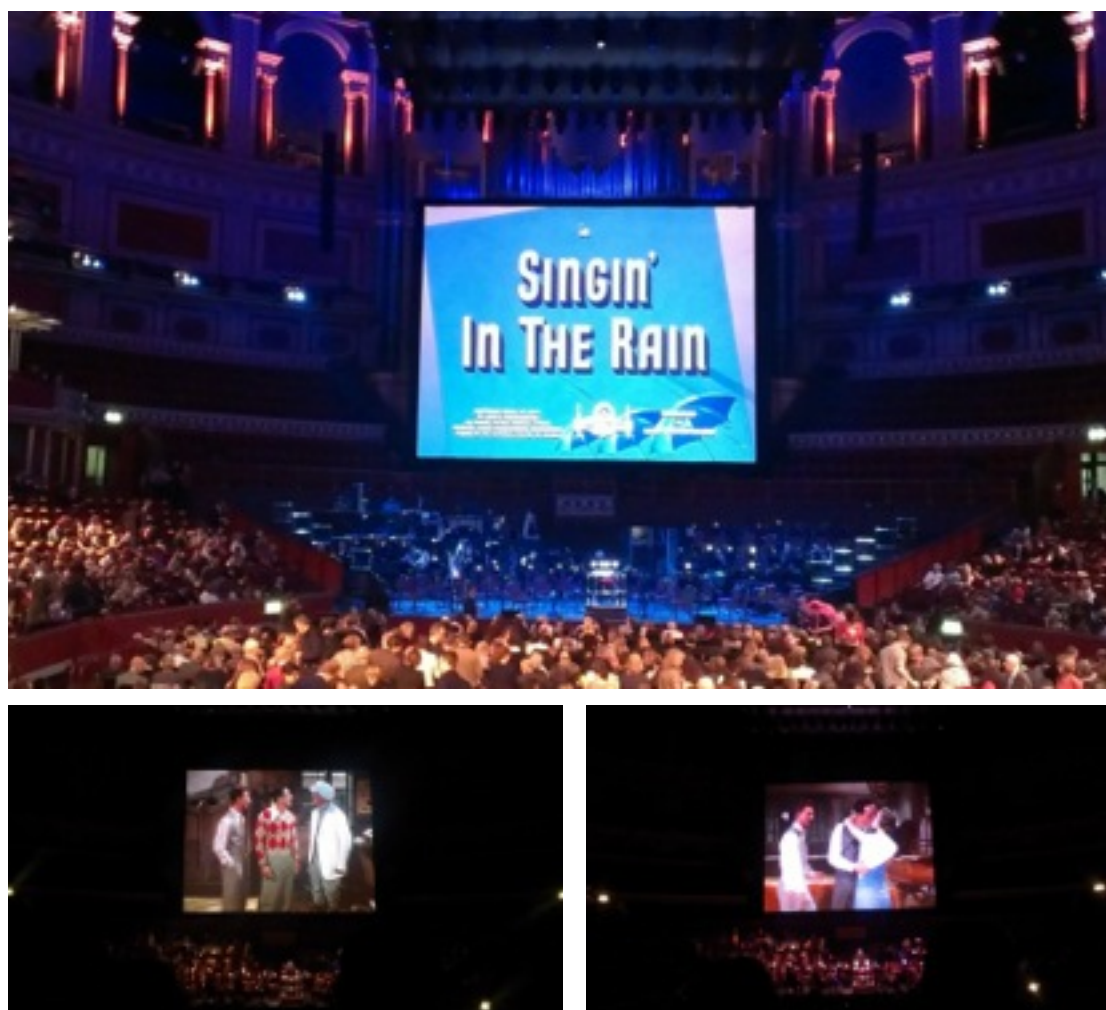


図2.3 「Singin' In The Rain」公演の様子⁵

Tomita Isao × Hatsune Miku : Ihatov Concert

日本を代表する作曲家の一人である富田勲が自身の集大成となる「イーハトーヴ交響曲」を作曲する。曲のテーマは富田勲が長年描きたいと思いつけてきた作家「宮沢賢

⁵ 出典: <http://www.thehollywoodnews.com/2013/03/09/singin-in-the-rain-live-in-concert-at-the-royal-albert-hall-review/>

治」の世界である。賢治の4次元・宇宙的な世界観をどのように音楽で表すか悩んだ末、思いついたのがインターネットの動画サイトで大人気のバーチャル・シンガー「初音ミク」の起用である。それでオーケストラと初音ミク、そして200人の合唱が奏でる前代未聞の壮大な交響曲が生まれた。壮大なオーケストラと合唱団の舞台の中央にはスクリーンが設置されており、そこにはバーチャルシンガー「初音ミク」が観客に向かって歌を歌っている。現実と仮想、生演奏とデジタル音と一緒に混在しながら、一つの曲を完成している点からとても斬新な映像メディアを活用した音楽公演だと考えられる。



図2.4 「Tomita Isao × Hatsune Miku : Ihatov Concert」の様子⁶

Beyoncé Knowles 「Run The World」

このビヨンセ・ノウルズ (Beyoncé Knowles) の「Run The World (Girls)」は、音楽公演にプロジェクションマッピングが用いられた代表的な公演である。この舞台は、2011年ビルボードミュージックアワード (2011 Billboard Millennium Awards) で

⁶出典: <http://columbia.jp/ihatov/concertreport.html>

行われたプロジェクションマッピングと結合した公演として大衆に広く知られた。この公演は既存の音楽公演に対し、映像と舞台現場を有機的に繋げ、舞台という認知を舞台の外まで拡張させようとする表現力を見せてくれた。また、映像メディアとアーティストがインタラクティブに成り立っているという点から既存の公演とは差別化された特徴を見せたと見られる。2次元の平面に立体的な空間の感じを見せることと同時に音楽と映像、パフォーマーの動きシンク (Sync) がグラフィックに応じて具現された点からデジタルテクノロジー時代の代表的な完成度の高い公演であると考えられる。

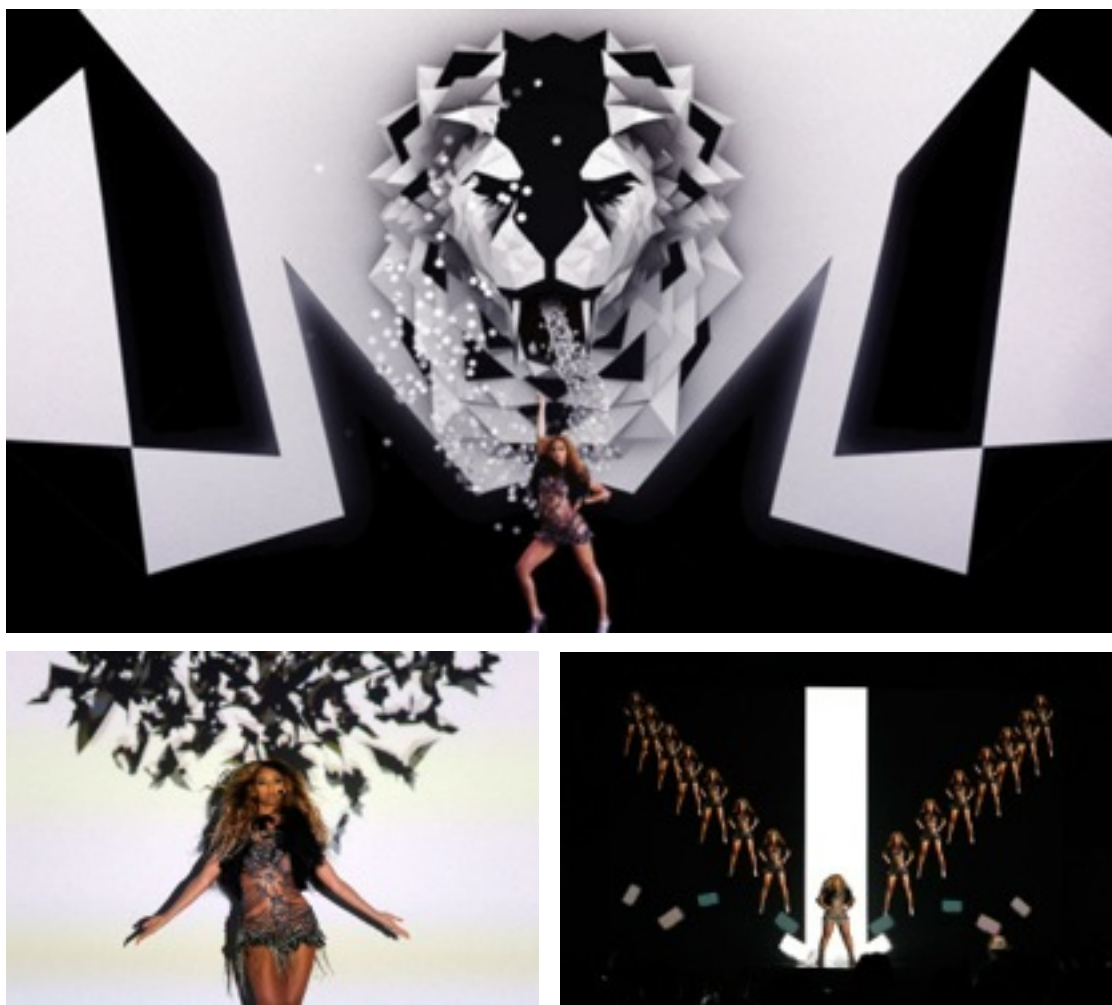


図2.5 Beyoncé Knowlesの「Run The World (Girls)」公演様子⁷

⁷ 出典: <http://popcrush.com/beyonce-comments-billboard-music-awards-performance/>,
<https://www.youtube.com/watch?v=NPP10z9nz8I>

Jónsi World Tour

アイスランドのポストロックバンドのシガー・ロス (Sigur Rós) のボーカルであるヨンシー (Jónsi) がソロ活動を始め、ワールドツアーを行った。彼はワールドツアーでミュージックビデオコンセプトをプロジェクションを利用し、公演舞台の全体を作り上げた。このワールドツアー舞台は公演演出界で有名な「59 Productions」が参加し、ヨンシーの公演を通じて映像メディアと音楽がコラボレーションされ、観客に如何に劇的な舞台を提供することができるかを見せてくれる。単純に舞台を補助する役割としての映像メディアの活用ではなく、アーティストのアルバム全体のコンセプトに合わせ、舞台上で映像が「演奏」される感覚を受けられるようにする。特にこの公演では、やや刺激的な映像を見せることで公演ホールの熱気を高める役割として使われている。このような映像メディアを活用したコンサートは、総合的な経験としての芸術の中でも最も観客を没頭させることができる。



図2.6 Jónsi World Tourの様子⁸

⁸ 出典: <http://www.coolhunting.com/culture/jnsi-theatrical.php>

2014 special Salon Concert with Media Wall Synesthetes' Promenade Debussy, Ravel & Cervantes

韓国のJW Marriott Dongdaemun Square Seoulでは、2014アート・アンド・カルチャー・プロジェクト (Art & Culture Project) ⁹の一つとして、この「サロンコンサート：共感覚者たちの散策」を2014年3月27日に行った。印象主義音楽を確率したクロード・ドビュッシー (Claud Debussy) の曲の中から4曲が選ばれ、印象主義画風を持っている画家ルノアールの作品を背景としたアートワークと共に演奏される。また、ドビュッシーと共に代表的な印象主義音楽家として選ばれるモーリス・ラヴェル (Maurice Ravel) の「Valses nobles et sentimentales(1911)」、「優雅で感傷的なワルツ」という曲が、「水の動きと旅行」をテーマにした多様なイメージと共に演奏されるなど、映像メディアを媒介とし、音楽と美術の融合を実現させた公演である。



図2.7 2014 special Salon Concert with Media Wall Synesthetes' Promenade
Debussy, Ravel & Cervantesの様子¹⁰

⁹韓国のJW Marriott Dongdaemun Square Seoulの所有会社が設立したクリエイティブパフォーマンスチームが韓国国内ホテルの最初としてグランドボールルームに設置されてある大型メディアウォールを通じて様々な視覚的演出と共に国内・外の有名なアーティストたちと一緒に公演・展示・フェスティバルなどを開催するプロジェクトである。

¹⁰出典: <http://www.cptcreative.com/?portfolio=attachment-slider>

北海道のオトキタプロジェクト

2007年から始まったオトキタプロジェクトは公式HP「オトキタ」を中心に、道内企業や音楽関係者の協力のもと、北海道にこだわって活動をする地元アーティストをもっと北海道のみならず全国に発信していくきっかけを作っていく事を目的としたインディーズ応援プロジェクトである。オトキタのプロジェクトの中で、「Sapporo*north2 LIVE LIVE」は札幌地下歩行空間の北2条地下広場（東側・西側）と同空間にある世界初の公共CGMサイネージを利用して、北海道で活動しているインディーズミュージシャンのライブを毎月第4火曜日の18:30から開催をしている。最近ではインディーズアーティストもPVを制作するなど、様々な広報手段を用いて注目を浴びているが、このオトキタプロジェクトがその代表的な事例である。普段、使用の用途の少ない駅に設置されているデジタルサイネージを巧く利用して実力あるミュージシャンの演奏とミュージックビデオを無料で堪能できる。



図2.8 オトキタプロジェクトの公演様子¹¹

¹¹出典: http://www.youtube.com/watch?v=L4KiTyAhazE&list=PLbwlrI_UCD4W9t1mpQeOmYD5bNaYGDgaS

CELLCOM Interactive Live



図2.9 CELLCOM 「Interactive Live」の様子¹²

イスラエルの最も大きい電話会社である「Cellcom」が開いたこのコンサートはインタラクティブフェイスブックコンサート(Interactive Facebook Concert)である。Cellcom社は、イスラエルで有名なバンドやパフォーマーを呼び、ウェブカメラを通

¹²出典: <http://www.digitalbuzzblog.com/cellcom-israel-live-interactive-facebook-concerts/>

じてFacebookのファンたちと質問やコメントなどを共有することでパフォーマーと観客間のリアルタイムインタラクティブ体験を提供する独特なイベントを設けた。ステージの後方には横長い大型スクリーンが設置されており、そこには何千人のFacebookファンたちの姿が画面を埋めている。パフォーマーは演奏と共に観客と質問に答え、リクエストの曲をもらうなど、ファンたちと疎通する時間を曲ごとに取る。このインタラクティブ公演は、また観客は自分たちのスマートフォンやパソコンを利用し、今まで経験することのできなかったライブインタラクティブ公演を体験することができる。アーティストのステージにファンが直接参加することでアーティストとファンの疎通がよりスムーズにでき、心理的な距離も近くなり、より親密感を感じることができる。

2.3. 関連事例の分析

上で述べた音楽公演の事例では、効果的な舞台演出のために映像メディアを適切に活用している。映像メディアを公演のスタイルに合わせて上手く活用することで劇的な表現ができ、それが観客の心理を利用し、より大きい感動を与えることができる。本研究の実験のために映像メディアを上手く活用した音楽公演6つの事例を考察する。本研究はストリートアーティストのための実験を行うため、基本的にストリートアーティストたちが公共場所の路上という場所で簡単に活用できるよう、スクリーンをツールとして使用している公演を中心に考察する。

BIGBANGの「BLUE」の公演が放送された韓国の代表的な音楽番組である「人気歌謡 (Inkigayo)」のような音楽公演番組は、公演現場に直接来て聴く観客より、電波で放映される放送を接する人々が圧倒的に多い。従って、歌手のパフォーマンスとカリスマ、歌唱力が強調される大きい場所での公演に比べ、映像をより完成度の高い構造として完成させ、放送した際に大きい効果を得られるシステムであると考えられる。規模の大きい公演空間では観覧客が多いため、一般的には大型スクリーンにアーティストの公演している姿をカメラで中継するケースが多かった。映像資料を分析した結果、放送で送出される音楽番組の映像活用とカメラウォーキングがより多様な角度から演出されており、完成度が高かった。ストリートパフォーマンスにおいては観客と

近接しているため、アーティストの公演姿を中継するというよりはスクリーンを活用して舞台を充実にさせるために完成度の高いビジュアルコンテンツを提供することにフォーカスをおくなど、ストリートパフォーマンスに相応しいスクリーン活用法が必要とされる。

「Singin' In The Rain」、「Tomita Isao × Hatsune Miku : Ihatov Concert」、
「Jónsi World Tour」、そして「2014 special Salon Concert with Media Wall Synesthetes' Promenade Debussy, Ravel & Cervantes」は音楽と技術、美術など、ジャンルを問わず、様々な音楽公演に映像メディアを活用しようとする試しが行われていることを証明してくれる。オーケストラ公演の中央にスクリーンを設置し、映画を上映し、またバーチャルシンガーを起用して荘厳な演奏を奏でる点はとても新しい試しであると考えられる。映画に収録されていた曲を生演奏で映画と共に観客に聞かせることにより、映画もBGMもより劇的に伝えることができる。それから、メインボーカルの歌手だけが歌手合成と3次元CGキャラクターで表現され、キャラクターである初音ミク意外のステージ上の楽器演奏者と観客は全員人間という特殊なコンサートであり、その様子を初めて観て観客は大きな衝撃を受ける。歌手の声と映像はコンサート前に静的に設置されているだけなのに観客が興味を持ち、大きな声援を送ることからこの映像メディア活用法にも注目すべきである。また、コンサート公演に映像メディアを活用し、アルバムの全体的な雰囲気を作成し、アーティストの音楽をビジュアル化させ、観客に音楽をより劇的に伝えることで公演現場を盛り上げる効果を出す。そして美術作品を音楽コンサートの背景として使用することで互いに表現しようとした思想、感傷などをより効果的に人々に伝達するなど、映像メディアを媒介とした音楽と美術の融合も実現しつつある。

最近の音楽公演では、Computer Graphics、Laser Art、Projection Mapping、Holographic Stage、Kinetic Typographyなど、様々な映像メディアを活用して劇的に舞台演出を行っている。このような舞台演出を具現するためにはそのシステムの費用が高額であるため、放送局、或は大型公演・芸能事務所などシステムを保有している所、もしくは予算確保が容易な所では積極的に活用している。Beyoncéの「Run The World」は、これを代表する音楽公演の事例である。2011年のビルボードミュージックアワードで行われた世界的なポップ歌手ビヨンセ・ノウルズの「Run The World

(Girls)」でプロジェクションマッピングと結合した公演であり、この公演により日本でも似たような公演を多数行っているが、舞台と映像に対する演出力がビヨンセの公演に比べて劣るのではないかという疑いと海外公演の華麗な側面だけを真似しようとする恐れがあり、ビヨンセの公演のような有名な公演をレファレンスにするよりは自らコンテンツを創造する必要があると考えられる。プロジェクションマッピングを用いたパフォーマンスはコンテンツを制作するにかなり時間がかかるため、路上で行われるストリートパフォーマンスでは活用度が低いと見られる。だが、今後新鮮な演出が可能となる点とこれから映像メディア技術の発展によりストリートパフォーマンスでの活用頻度も拡大されると考えられる。

北海道を拠点にしてインディーズアーティストをサポートしている「オトキタプロジェクト」は、映像メディアを用いた新しいストリートパフォーマンススタイルを具現する本研究と最もリンクされている。駅に設置されているサイネージをアーティストのライブパフォーマンスに活用することで別途にデジタル機器を容易しなくても新鮮なパフォーマンススタイルを観客に提供することができる。曲に合わせて制作した映像コンテンツを駅のサイネージを活用してパフォーマンスと同時に上映することで曲をより劇的に表現することができ、実際にアーティストと映像の中のアーティストが調和する即興的な舞台を簡単に演出することができる。

CELLCOMのインタラクティブライブは、従来の一方的伝達方式のライブ公演とは違ってファンたちが直接アーティストのライブに参加することができる。ファンたちはウェブカメラを通じ、アーティストと繋がる。公演現場で意見を共有し、曲のリクエストが可能であり、アーティストとファンがダイレクトに疎通することができるため、従来の音楽公演とは違う新鮮なスタイルの公演である。ステージの後方に設置された大きい画面には数千人のFacebookファンたちの様子が現れており、アーティストはその前にある舞台の上でパフォーマンスをする。本研究のテーマであるストリートパフォーマンスでは観客との密接な距離がストリートパフォーマンスの特徴であり、観客とのコミュニケーションがストリートアーティスト達の路上活動に大きい影響を与えるため、観客との円滑な疎通が最も肝心なところである。そのため、このCELLCOMのインタラクティブライブも新しいストリートパフォーマンススタイルとして応用できると考える。

ストリートパフォーマンスにおける映像メディア活用に対するストリートアーティストとそして彼らのパフォーマンスを観覧する観客たちの認識が変わる際、ストリートパフォーマンスの発展可能性をより期待できると考える。不特定多数の通行人の関心を引くためには高いレベルのテクノロジーを活用することも良いかもしれないが、そのコンテンツに対する企画が最も重要であり、技術に対する理解、良質なコンテンツの制作も重要である。誰でも参加できるストリートパフォーマンスにおいて映像メディアを活用、コンテンツの制作に関する研究と試しがこれから多くなればなるほど、関連事例で取り上げた大型公演のように高い技術を要する映像メディアの活用もストリートパフォーマンス演出に応用することができるようになることでストリートパフォーマンスの発展可能性も考えられる。

まとめ

映像メディア活用をした公演芸術に対する考察と関連事例のアプローチは様々であるが、基本的には公演空間に大型スクリーンを設置し、公演をより劇的に表現する手段として活用している。最近では、公演によってはホログラムショー、プロジェクションマッピングなどの高技術を必要とする映像メディアを活用したケースも多く見られる。また、公演をより盛り上げるために映像メディアを活用し、観客が直接公演に参加できるように誘導する参加型公演のケースもある。本研究では、このような関連事例の分析を踏まえ、その中からストリートアーティストたちが路上で簡単に応用できる「スクリーン活用」による新しいパフォーマンススタイルを提案する。

第3章

仮説と研究方法

本章では、関連事例の分析を踏まえた上で、本研究に対する全体的な仮説を立て、仮説をどのような方法で検証していくかを述べる。

3.1. 仮説

関連研究と事例の分析から考えると本研究において必須不可欠な要素としては、スクリーン、ビジュアルコンテンツ、実験空間としての路上、アーティストのパフォーマンスである。この4つの要素が相互的な関係を持ち、組み合わされている。従来のコンサート、演劇などのライブパフォーマンスでは、大人数の観客を受容することのできる大きい会場、それから会場内の充実された映像とサウンドの機材、システムや照明などの使用することでさらにパフォーマンスの劇的な表現が加わり、観客に一層深い感動を提供することができるが、そのようなライブパフォーマンスを行うためには高額のコストが必要となる。しかし、ストリートアーティストの場合は、公共場所である路上という空間にて低コストのライブを行うために最低限の機材を使用しているため、余儀なくライブパフォーマンスのスタイルが在り来たりな感じになってしまいがちである。そのため、実験空間やツール、ビジュアルコンテンツ上演のアプローチをうまく設計することで、観客に目新しいストリートパフォーマンススタイルを提供することが実現できる。

ストリートという実験空間においてスクリーンを活用した新しいパフォーマンススタイルを行うためには、実験場所と基本構成としてのスクリーン、プロジェクター、ビジュアルコンテンツを決める必要がある。本研究では、関連研究と事例の分析から最もよく使われているアプローチを選び、組み合わせることで新しいストリートパフォーマンススタイルを提案していく。従来の音楽ライブパフォーマンスで数多く使われているものとしては大型スクリーンがあり、そのスクリーンにはパフォーマンスと同時にアーティストの演奏姿やミュージックビデオ、事前に制作されたビジュアルコンテンツなどを上映することが多い。本研究では、従来のライブパフォーマンスで活用されているビジュアルの力をストリートパフォーマンスに持ち込ませ、新しいストリートパフォーマンススタイルを具現できるアプローチを取る。そこで、本研究では「ストリートパフォーマンスが行われる空間に、簡単に設置できるスクリーンとプロジェクターを利用し、ビジュアルコンテンツとして事前制作した映像をパフォーマンスと同時に上映することで観客に目新しいストリートパフォーマンススタイルの体験を提供することができる」という仮説を立て、実験を行い、検証する。

3.2. 研究方法

本研究の背景、関連研究に基にスクリーンを通じ、新しいライブスタイル提案において最も効果の高い提案をするためには実験の繰り返しが必要である。その実験の流れを図3.1.に示す。スクリーン、映像メディア、アーティストの曲設定、この三つを要素にするアプローチの詳細を変更しながら実験を3度繰り返すことにより、スクリーンと映像メディアを活用し、最も効果の高いストリートパフォーマンススタイルを提案する。各実験では小仮説があり、その小仮説は検証項目で具体化する。それぞれの検証項目に対し、どのような実験方法を使うかを決め、それに適した新しいパフォーマンススタイルを提案する。そのパフォーマンススタイルで実験を行い、最終的には検証項目を分析・評価する。検証項目の分析と評価によって明らかになった問題点を改善し、次の実験に進む。以下の図通りに実験を繰り返していくことで本研究の仮説を証明していく。

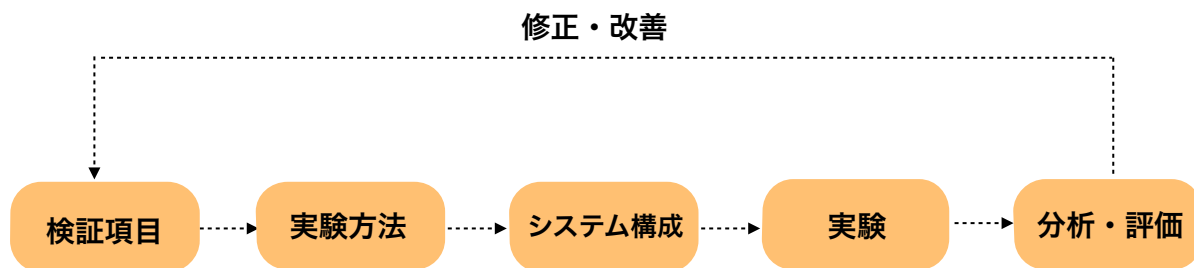


図3.1 研究プロセス

3.2.1. 検証項目

3回に渡る各実験では仮説の検証に向けてどのような事を明らかにしたいのかを決め、その判断の基準となる検証項目を挙げる。検証項目を決めると同時にその検証項目をどのように評価するか方法も決める。2回目の実験からは前段階の実験での問題点を踏まえた上で検証項目を改めて決め、ストリートパフォーマンスにおけるスクリーン活用スタイルを改善していくことを目標にして行っていく。

3.2.2. 実験方法

本研究は実験場所として、ストリート、即ち路上を前提としているため、各実験は公共場所である路上で行われる。場所の選択は、1回目の実験ではアーティストが現在ストリートアーティストとして活動している拠点の都市と路上を実験場所と決める。2回目の実験からは、前段階の実験から得た場所的な問題点の分析を踏まえて場所を変えていく方法を利用する。各段階の検証項目、評価方法、現実条件などに合わせて実験方法を決める。

3.2.3. システム構成

各実験では、本研究の基本コンセプトであるスクリーンを活用し、ヴィジュアルコンテンツを上映することは変えず、実験内容と方法によって実験場所とヴィジュアルコ

コンテンツの上映スタイルが変わる。変数としては、実験が行われる空間である屋外における悪天候や他のストリートアーティストのパフォーマンスと場所被り、参加人数がある。本段階では、スクリーンの活用に向けた映像メディアのスタイルの選定を目的としている。スクリーンの大きさやプロジェクター、ソフトウェアなどの選択や設置構成を決めるなど、構想図を実現化する。客観的な評価ができる範囲で観客の反応が最も良い映像メディアを用いたパフォーマンススタイルを提案し、実験を行う。

3.2.4. 実験結果分析・評価

本研究の各実験ではパフォーマンスの環境と実験方法により、アンケートやインタビュー、行動観察を適切に採用する。場合によっては2つ、または3つの方法を合わせて使う。各実験から得られた結果を検鏡項目を基に分析し、評価する。各実験からは次の実験に繋がる結論を出す。

第4章

システム構成と予備実験

ストリートパフォーマンスにおける新しいパフォーマンススタイルを提案するために3回の実験を行った。各実験では検証項目を取り上げ、実験の結果分析・評価から得られた問題点を改善しつつ、最終実験のイベントを設計して行く。本章では、この研究のコンセプトであるヴィジュアルコンテンツの活用における基本システムや各実験の詳細を記述する。

4.1. 基本システム構成

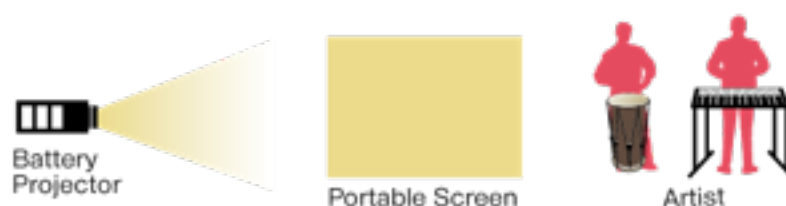


図4.1 基本システム構成

本研究では2回の実験と1回のイベント、合計3回の実験が行われ、全ての実験ではスクリーンとプロジェクターを同じ構成で使う。しかし、実験内容に映像メディアの活用の仕組みは変えていく。ここでは実験で共通的に利用した基本システム構成を述べる。基本システムの構成は、図4.1に示す。

4.2. 予備実験1

本節では、実験1の詳細な内容を述べる。検証項目から実験結果までの過程を詳細に紹介する。

4.2.1. コンセプトと検証項目

コンセプト

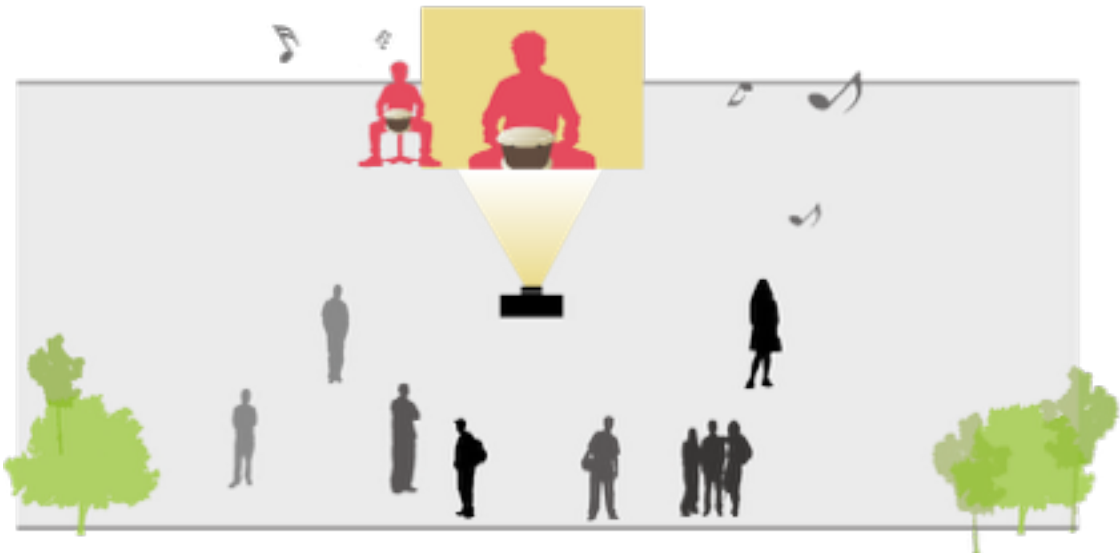


図4.2 コンセプト（予備実験1）

本実験は現在大阪と神戸でストリートアーティストとして活動している「Gennai Yamagata」という打楽器を演奏するアーティストと一緒にいった。彼は元々東京へブレイクアーティストに登録されているアーティストで東京で活動をしてきたが、この実験が行われる1年前に関西へと拠点を移していたため、本研究の1回目の実験は大阪駅の近くに位置している「グランフロント大阪」というショッピングモールの広場を実験空間として想定している。大阪駅とショッピングモールの間を往来する不特定の通行人をターゲットにし、パフォーマンスと同時に上映されているヴィジュアルコンテンツを観覧することで、人々は従来のありきたりな感じのストリートパフォーマンス

ではない、目新しいストリートパフォーマンススタイルを体験させることが本研究のコンセプトである。

アプローチ

図4.2で表したコンセプトを具現するための具体的なアプローチを表4.1に示す。ストリートアーティストが路上でパフォーマンスを行うためには、周りに被害を与えてしまうような大げさな装置が必要な機材と公共場所で行われるために扇情的なビジュアルコンテンツなどの使用は基本的に禁じ、実験を行うにおいて注意を払うべきである。本実験では、スクリーンはアーティストが一人でも持ち運べるサイズと重さを考え、ポータブル大型スクリーンを選択した。スクリーン設置にかかる時間はおよそ20秒程度の簡単に活用することのできるスクリーンである。そのスクリーンに映すビジュアルコンテンツとしての映像は、アーティストと2回に渡るミーティングを行い、基本的にアーティストの意見を重視してアーティストがパフォーマンスに合わせて上映したいと思う映像コンセプトを決め、撮影する。その映像コンテンツは、パフォーマンスと同時に上映される。実験が行われている空間の前を歩き来している不特定な通行人は、パフォーマンスと一緒にスクリーンに上映されている映像を発見し、足を止め、パフォーマンスと映像と一緒に楽しむことができ、また新しい体験ができると期待する。本実験ではまず、アーティストの曲の中から1曲だけを実験として使用し、その曲の演奏が行われている間だけのその効果を検証し、分析・評価する。

	Tool	Visual Content	Performance
実験1	ポータブル大型スクリーン (80 inch, 6.5kg) 電池駆動 プロジェクター	演奏前後5分間： アーティスト日常生活を基に撮影・編集したドキュメンタリー形式の映像。 演奏中： 珍しい楽器の特性をアピールするために楽器を演奏している手の動き、アーティスト本人の曲に対する感情を表した顔の表情など。	アーティストの新曲「Rock Ptarmigan」 (富山県の象徴の鳥である雷鳥のアラビア語で表したもの) テーマ：険しい環境でしか生きていけない雷鳥の運命を厳しい人間社会でしか生きていけないアーティストとしての自分の運命に再照明した曲。

表4.1 アプローチ (予備実験1)

検証項目

スクリーンと映像コンテンツを利用したアプローチで実験空間の前を行き来している人々の関心を引き、パフォーマンスと映像を一緒に楽しむことで従来にはなかったヴィジュアルコンテンツを用いたストリートパフォーマンスの体験ができると期待する。さらに、観客たちがストリートパフォーマンスと映像コンテンツを一緒に観覧することでパフォーマンスをより楽しめると期待する。このような2つの現象が起こると本実験での新しいストリートパフォーマンススタイルの提案は実現されたと判断する。検証項目は以下の通りである。

- (1) スクリーンを活用したストリートパフォーマンスは新しい体験であったか。
- (2) ストリートパフォーマンスと映像コンテンツを一緒に観覧することで、パフォーマンスをもっと楽しめたか。

4.2.2. 実験内容

実際にこの実験を行うために、「MUSIC BUSKER IN UMEKITA」というグランフロント大阪とFM802の共同プロジェクトの事務局から指定してもらった場所で検証を行った。この実験は2014年3月8日にグランフロント大阪の広場で行われた。ストリートパフォーマンスにおけるスクリーンの活用に対する観客の反応があるかどうか、それからその反応が良いか悪いかを比較・判断するために、パフォーマンスを1部と2部に分けた。まず1部では、アーティストが普段通りにスクリーンの設置をせず、ストリートパフォーマンスを行った。2部ではスクリーンを設置し、映像制作のために決めた曲のみを演奏してもらい、それに合わせて事前制作した映像を上映してみた。不特定の通行人を実験対象とし、本システムを1回に15分、総3回を行い、体験させた。実験対象は普通に道路を歩いていて、パフォーマンスと映像を発見し、その前に立って観覧するようにした。実験の様子を図4.3に示す。



図4.3 実験様子写真（予備実験1）

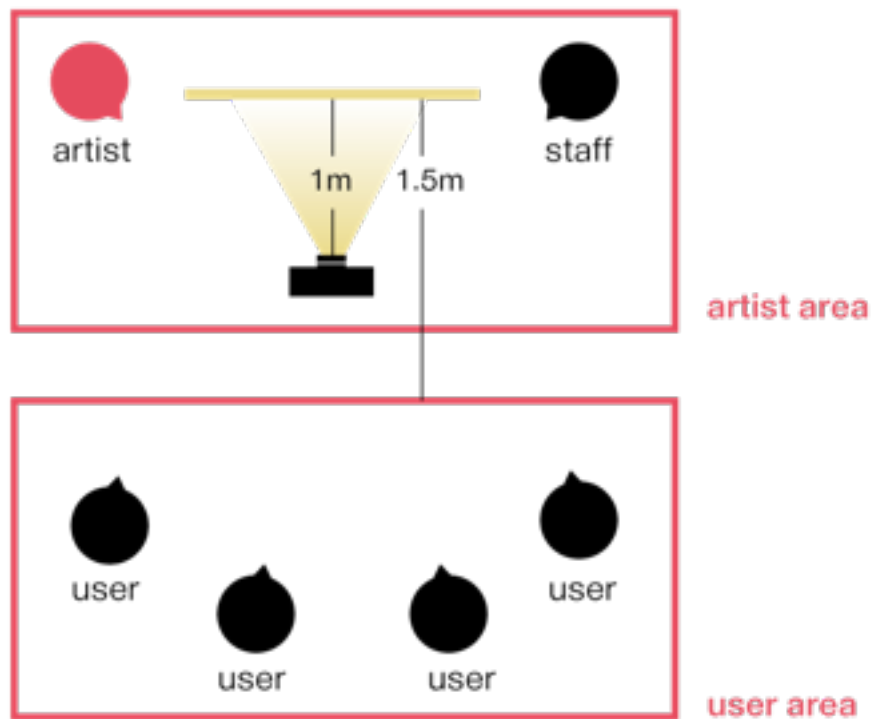


図4.4 実験空間平面図（予備実験1）

4.2.3. システム構成

本実験の全体システム構成を図4.5に表す。本実験では、1台のポータブル大型スクリーン（80 inch）の前方に電池駆動プロジェクターを設置する。プロジェクターを駆動させ、スクリーンに映像を投影させる。アーティストはその映像の上映と同時にパフォーマンスを開始する。それを発見した実験対象はその前に立ち、行動には制限なく、自由に行動を取ってもらう。これから各システムについて詳しく述べる。

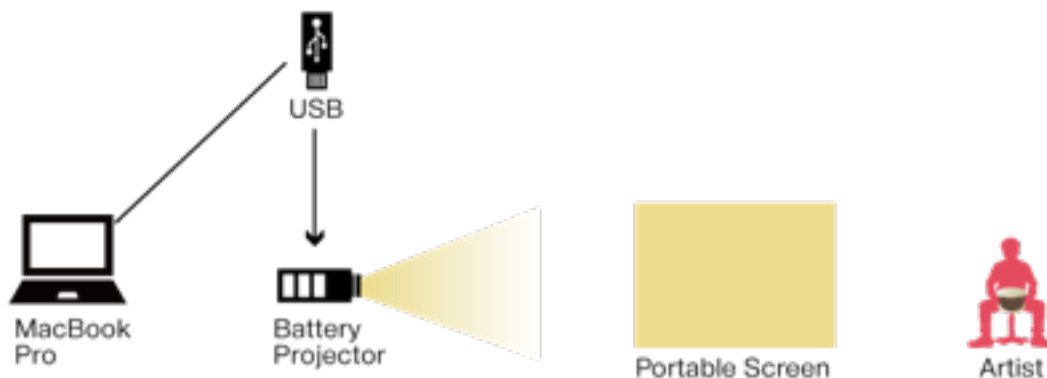


図4.5 システム構成図（予備実験1）

実験場所

本実験に協力してもらったアーティスト「Gennai Yamagata」は、大阪と神戸を拠点にし、活動しているストリートミュージシャンである。東京のヘブンアーティストにもアーティストとして所属していたが、現在は関西で活動を行っているため、本実験のための映像は神戸で撮影し、実験は大阪で行われた。実験場所は、本実験の協力アーティストである「Gennai Yamagata」が登録されているグランフロント大阪とFM802の共同プロジェクト「MUSIC BUSKER IN UMEKITA」の認定場所であるグランフロント大阪の広場で行った。実験場所の前方には広場が広がっていて、後ろには駅から移動のために人々が利用するエスカレーターがあった。実験開始時間は19時であったため、実験場所はエスカレーターから出てくる光以外は周辺を明るくするものではなく、スクリーンに上映される映像は暗い中、鮮明に映され、通行人の一目に入るように設置を行った。人通りは多く、家族とカップルなどの団体の通行人が特に多かった。

映像処理プロセス

本実験では演奏前後と演奏中に分けてそれぞれ違う映像を制作し、上映した。アーティストとのミーティングを行った際、今回の実験で使用される打楽器の叩き方や手の動き、この曲に対するアーティスト自身の感情を表したいという意見とアーティストのプロモーションにもなれるようにアーティストの日常生活を追うドキュメンタリー型の映像も欲しいという意見を踏まえて2つのパターンに分けて制作し、上映を行った。その映像がスクリーンに投影されるまでの映像処理プロセスを図4.7に示す。制作された2つパターンの映像はまとめて1つのファイルにし、USB端子に保存しておいた。当日は現場でそのUSB端子をプロジェクターに直接繋げ、スクリーンに映像を投影させる。

機材リスト

本実験で使用した機材の仕様を表4.2に示す。

	Model	Specification	Number
Camera	Canon 5d		1
Software	Final Cut Pro X		
Screen	GUP-80HDW	1680×1260, 10kg	1
Projector	LG PG65K	500, 0.67kg	1
USB			1
Computer	MacBookPro	2 GHz Intel Core i7 8GB 1600MHz DDR3	1

表4.2 機材リスト（予備実験1）

4.2.4. 実験結果

実験空間の前を通る不特定多数の通行人に向けてスクリーンを設置し、パフォーマンスと同時に予備実験1を行った。観客たちはそれぞれ違うタイミングでパフォーマンスに参加し、違う場所に立って観覧をした。そのため、本実験はスクリーンとアー

テストを拠点にし、半径3m以下のところに立って観覧する観客を実験対象と対象範囲を決めた。実験対象に体験をさせ、その様子をビデオを利用して行動を記録した。1回15分の実験を2回行い、その中から最も対象数が多かった2回目の実験を実験結果分析用として取り上げ、分析する。実験体験後には、27人中20人からアンケートを取り、3人にインタビューを行い、この実験で感じたことや問題点などを自由に述べてもらった。行動観察では、観客の行動を観察することで観客の興味度やシステムの把握時間などを把握する。それから、アンケートとインタビューでは本実験の検証項目が実現されたのかを把握し、本実験のシステムの問題点を探り出した。

行動観察結果

行動観察で本実験のシステムが実際に通行人の関心を引き、足を止めてパフォーマンスの観客になれるかどうかを確認した。実験空間の前を通る人々がどのくらいの時間内で本実験におけるパフォーマンスとスクリーン上映に気づくかを観察した。それから、本実験に気づいた後、どのくらいの間、興味を持ち、立ち止まってパフォーマンスとスクリーン上映を楽しむかを確認した。

<実験空間の周辺を通る際、すぐにこの実験が行われていることに気づいた>

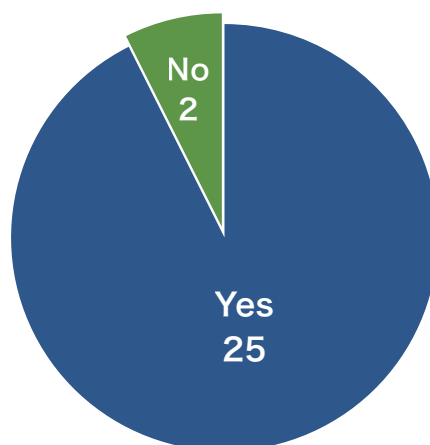


図4.6 行動観察結果1 (予備実験1)

＜実験空間の周辺を通る際、人々がこの実験に気づくまでの時間＞

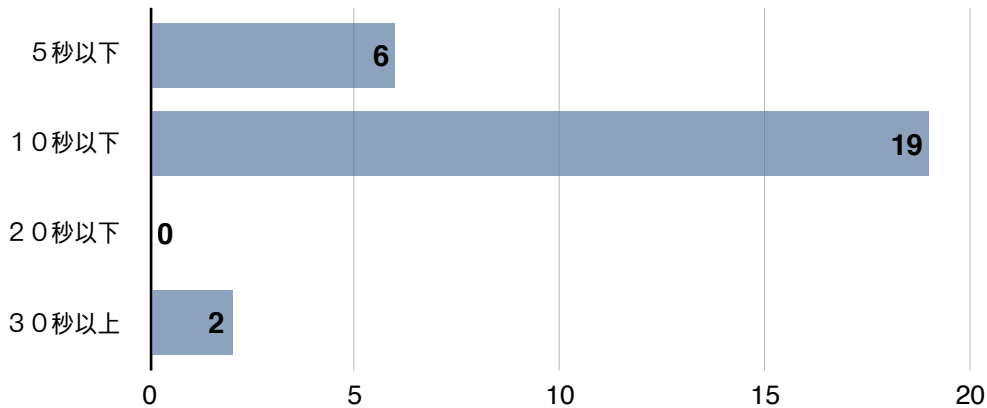


図4.7 行動観察結果2（予備実験1）

アンケートの結果

アンケートでは実験の対象となった観客の基本情報と本実験の理解度と必要性に関してどう考えるかを聞いた。

本実験は、従来のストリートパフォーマンスに映像メディアの活用による新しいストリートパフォーマンススタイルの提案を目的としているため、実験対象の基本情報として以前に映像メディアを活用したストリートパフォーマンスを見たことあるか、或は聞いたことがあるかを含めて聞いた。

実験の理解度を把握するために2つの要素をパラメーターとして使った。実験対象にはこの2つの要素を把握したかをアンケートで聞いた。理解度のパラメーター項目は以下の通りである。

(A) 過去にストリートアーティストの中で映像メディアを活用してパフォーマンスを行うアーティストを見たことがあるか

(B) ストリートパフォーマンスをより楽しむために映像メディアの活用が役に立つと思うか

「(A) 過去にストリートアーティストの中で映像メディアを活用してパフォーマンスを行うアーティストを見かけたことがあるか」の項目は、従来の普遍的なストリートパフォーマンススタイルとは違う目新しいストリートパフォーマンススタイルに挑戦したというこの実験の新規性を理解するために前提される項目だと判断し、本実験の理解度の尺度として採用した。

「(B) ストリートパフォーマンスをより楽しむために映像メディアの活用が役に立つと思うか」の項目は、この実験が新しいストリートパフォーマンススタイルということに気づいても、観客が楽しめず、映像メディアの活用に対して肯定的ではないと実験の必要性を感じることができないと考え、本実験の理解度の尺度として採用した。実験空間の周辺を通った通行人の中、この実験に気づき、足を止めて観覧した参加者数を図4.8に示す。本実験の理解度に関する質問 (A) の結果は図4.9に、質問 (B) の結果は図4.10に示す。

<通行人の中でこの実験に気づき、足を止めて観覧した参加者数>

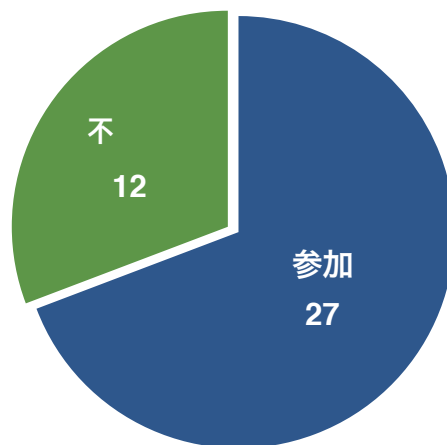


図4.8 アンケート結果1 (予備実験1)

＜パフォーマンスに映像メディアを活用するストリートアーティストを見たことある＞



図4.9 アンケート結果2（予備実験1）

＜ストリートパフォーマンスをより楽しむために映像メディアの活用が役に立つか＞

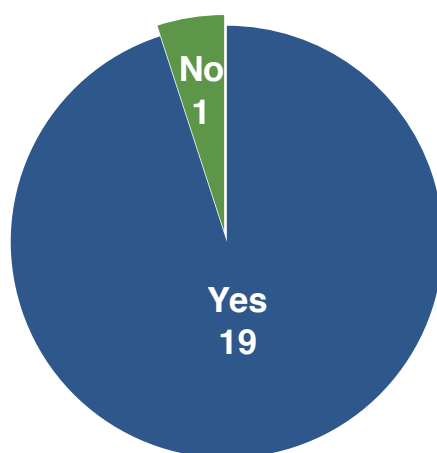


図4.10 アンケート結果3（予備実験1）

インタビュー内容

行動観察の後、インタビューに対応してくれた観客3人を対象にし、本実験を体験して感じたことや本システムの改善点に関して意見を聞いた。インタビューの内容は以下の通りである。

Aさん 26歳、男性、学生

買い物して家に帰ろうとしていたところにこのパフォーマンスを見て、なんか珍しいなと思ってつい足を止めた。音が遠くからは全然聞こえないけど、スクリーンの映像が気になって近くにきたら、楽器の音もとても良かった。初めてみる楽器だなと思っていたけど、さらに映像をみていたら楽器の叩き方がものすごい技のように見えて楽しかった。スクリーンを活用したストリートパフォーマンスは初経験で、すごい面白くてこれからもこういうパフォーマンスがたくさん見れたら良いなと思う。

Bさん 27歳、男性、音楽関係業者

ここにたまにくるといつも誰かがパフォーマンスをしていたけど、スクリーンを一緒に設置して映像を見せながらパフォーマンスする人は初めてで、何しているんだろうと気になって足を止めて観覧した。ウェブとかでストリートアーティストが最近PVを作ったり、ライブ映像をアップしたりすることはたくさんみたことあるけど、実際に路上でパフォーマンスとスクリーンをセットアップしてやるのは初めてみたからすごく面白かったです。人がいっぱい集まれば、アーティスト自身も盛り上がるし、キャッチなツールとしてすごく良いアイデアだと思う。けど、個人的にはこういうパフォーマンスも面白いし良いけど、アーティストたちがあまりデジタル使用に偏ってしまうと、それは良くないと思う。

Cさん 25歳、女性、学生

一番最初に流れていた映像の中で家族3人が横並びで海見ているシーンを見て、すごくハッピーな気分になれた。アーティストが特に歌詞のある歌を歌っているわけではなかったの、楽器の演奏だけだと理解できない曲のイメージ？メッセージが映像で表現しているのかなって映像を見て何となく曲と映像の繋がりを考えていた。スクリー

ンを活用するのってすごく良いアイデアだと思うし、観る人としても楽しめたので良いと思う。

4.2.5. 結果分析・評価

行動観察やアンケート、インタビューの中で本実験の検証項目に関連したコメントや行動などを抽出して分析を行う。この分析に基づいて検証項目を評価し、改善点について考察する。

(1) 映像メディアを活用したストリートパフォーマンスは新しい体験であったか。

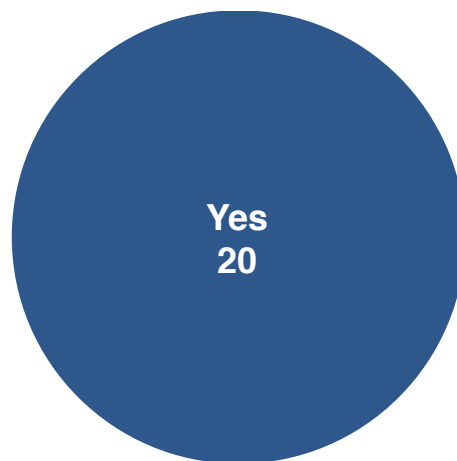


図4.11 実験結果分析1（予備実験1）

- ・ストリートアーティストがスクリーンを使ってやるのは初めて見た。
- ・他の大きい音楽ライブとかではスクリーンで何かを見せながら公演するのを見たことあるけど、ストリートライブでは初めて。
- ・今まで映像などを利用して路上で演奏していることは見たことない。
- ・路上にモバイルスクリーンが設置されてあるのを初めてみた。

上で取り上げた「映像メディアを活用したストリートパフォーマンスは新しい体験であったか」という質問に対する答えは、図4.11で示しているようにアンケートに対

応してくれた参加者20人中、全員が「YES」と回答した。それから、参加者からのコメントを踏まえて考えると従来の音楽公演には活発に使われている映像メディアの活用が、ストリートパフォーマンスにおいてはまだ行われていない状況であるということが分かる。今まで行われてきた普遍的なストリートパフォーマンススタイルから新しいパフォーマンススタイルへ一歩進む実験であったと判断できる。

(2) ストリートパフォーマンスとスクリーンに上映されるビジュアルコンテンツを一緒に観覧することでよりパフォーマンスを楽しめたか。

- ・映像でアーティストの違う一面が観れて楽しかった。
- ・アーティストの雰囲気などがより理解することができた。
- ・珍しいストリートパフォーマンスだったけど、映像の内容が分からなかった。
- ・私たちもストリートやりたいので、このスタイルのパフォーマンスにとっても興味が湧いてきた。
- ・演奏前の映像を見れなかったので映像の内容が理解できず、最後までみたいと思わなかった。

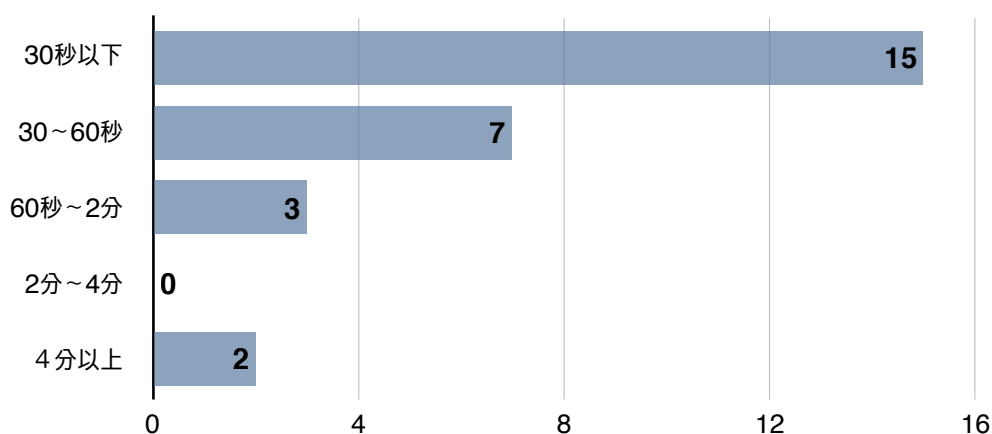


図4.12 実験結果分析2 (予備実験1)

本実験を行っている際に行った行動観察記録からはパフォーマンスと同時に上映されている映像を見ている参加者が、映像が曲の理解とアーティストとの共感に影響を与え、パフォーマンスをもっと楽しめたのかは知ることができなかった。実験後に行ったアンケートとインタビューのコメントから考えるとスクリーンを活用してパフォーマンスを行うこと自体は観客の関心を引き、足を止めることはできたが、図4.12に示しているように、行動観察記録からみると参加者たちの80%が30秒以下という短い観覧時間を記録した。さらに、「映像の内容が分からない」、「内容が理解できず、最後までみたいと思わなかった」などのコメントからも分かるように、この実験で観客をより楽しませることができたとは見られない。即ち、この実験は人々の関心を引き、足を止めて観覧させることはできたと考えられるが、観客をより楽しませ、パフォーマンスの雰囲気を高調させることはできなかったと判断される。

本実験でビジュアルコンテンツとして提供した映像に関わるコメントを分析し、次の予備実験2に使用する映像の制作における改善点を考察する。提供した映像に対するコメントは以下の通りである。

- ・映像が全体的に暗い感じだったから、少し鬱になった。
- ・繰り返しのシーンが多かったから、途中でつまらなくなった。
- ・演奏前後のドキュメンタリーみたいところはとても面白かった。
- ・演奏中の映像のできは良かったけど、ずっと繰り返したから飽きてしまうかも。
- ・楽器の音はとてもきれいなのに、映像をみるとアーティストが悩んでいるような深刻な顔ばかりしていて少し変な感じがした。

映像に対する参加者のコメントからみると、まず繰り返しの演奏シーンが多い点が観客に退屈さを与えてしまし、パフォーマンスを最後まで観覧したいと思えなかったという問題点があった。そして映像と演奏がお互い相似性を持っていなかった点が観客の曲に対する共感度を上げることができなかったという問題点もあった。

即ち、映像コンテンツに関わる問題点が参加者の80%が30秒以下という短い観覧時間を記録した原因の一つとして大きく影響を及ぼしたと考えられる。

4.3. 予備実験2

予備実験1の問題点を改善し、予備実験2を行った。本筋では、予備実験2の検証項目から評価までの詳細な内容を述べる。

4.3.1. コンセプトと検証項目

コンセプト

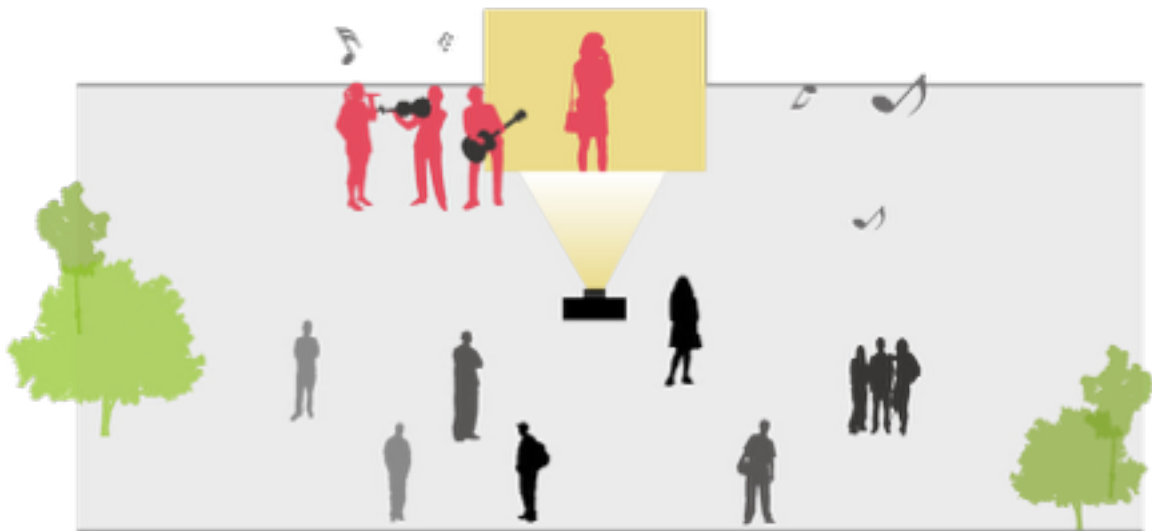


図4.13 コンセプト (予備実験2)

本実験は現在東京でストリートアーティストとして活動している「opuchi misin」という姉弟3人によるバンドと一緒にいった。実験1の結果分析から得られた改善点を踏まえ、映像の再撮影と場所の再設定を行い、多くの東京のストリートアーティストたちがパフォーマンスを行っているストリートパフォーマンス聖地の池袋駅の西口の前を本実験の実験空間として想定している。実験1のコンセプトと同様に路上にポータブル大型スクリーンを設置し、アーティストの曲「しあわせなうた」のプロモーション映像として制作したミュージックビデオの上映と同時にアーティストのストリート

パフォーマンスを行う。アーティストのライブ演奏と同時に制作したPVを一緒に路上で見せることで観客にパフォーマンスと曲、映像に込めたアーティストからのメッセージを伝え、「ストリートパフォーマンスにおいて演奏パフォーマンスによる聴覚的楽しさとスクリーンを活用したヴィジュアルパフォーマンスによる視覚的楽しさを観客に提供する」ことが本実験のコンセプトである。

アプローチ

本実験のコンセプトを実現するために本実験では表4.3に表したアプローチを採用する。池袋駅の西口から約50m離れている所にポータブル大型スクリーンを設置し、バッテリー駆動プロジェクターをスクリーンの前方にセットアップする。スクリーンの横側にアーティスト3人がマイクとアンプをセットアップして立って歌う。駅から出てくる人々に向けてスクリーンを設置することで、実験のシステムが一目に入るようにし、集客を期待する。そして人々の通行を妨げない範囲内にプロジェクターを設置し、投影させる。

前回の実験結果分析から得られた「観客の観覧時間がかなり短かった」という問題点の原因となった「演奏シーンに繰り返しが多くて暗すぎる雰囲気ヴィジュアルコンテンツが退屈さを与えてしまい、観客を長く引き止めることができなかった」という結論に対して、観客の観覧時間をより長くするアプローチが必要であった。それで本実験では1曲を選定し、繰り返しのない演奏シーンとストーリーのある映像、つまりナラティブ形式のミュージックビデオを制作することにした。アーティストが演奏と歌唱をするシーン、アーティスト以外の女優をキャスティングしてミュージックビデオストーリーの主人公として演技するシーン、アーティストのパフォーマンスを観覧している笑顔の人々のシーンなど、退屈さを感じさせないように、曲とアーティストのメッセージをストーリーで伝えるナラティブ映像を制作する必要があると判断した。

本実験では前回の実験では試していなかったアーティストからの実験開始のアナウンスを入れることも採用した。実験1では、アーティストはひたすら演奏するだけであったといえば、本実験ではアーティストがスクリーンに上映されるPVについて簡略に観客たちに紹介することでこの実験に対する理解がより簡単にできると考えられ、実験パフォーマンスの開始前にアーティストが観客にアナウンスを行うことにした。

検証項目

このようなアプローチで実験対象となる観客たちは、本研究の基本コンセプトであるスクリーン活用による目新しいストリートパフォーマンススタイルを味わえ、さらにヴィジュアルコンテンツの提供によってパフォーマンスを視覚的にもより楽しめると期待する。観客からこのようなことができた検証すると、本実験は実現されたと判断する。従って、検証項目は以下の通りである。

(1) 従来のストリートパフォーマンスとは違う新しいスタイルのパフォーマンスだと感じたか。

本研究の目的である「新しいストリートパフォーマンススタイルを提案する」に対する検証項目は各実験において再確認する必要があると考え、本実験の参加者たちにも今まで観たストリートパフォーマンスに対し、本実験が新しい体験であったかを確認することで本研究の新規性に対する検証を行う。

(2) ビジュアルコンテンツとして提供したPVがパフォーマンスとかみ合い、アーティストのパフォーマンスをより楽しめたと思うか。

本検証項目は実験1で提供した映像コンテンツが観客の関心を引く事はできたが、パフォーマンスを観覧する時間がとても短かったという問題点を解決するため、本実験で提供するビジュアルコンテンツをストーリーのある映像の制作を行い、観客が演奏パフォーマンスと一緒に映像の話に集中できるようにすることで観覧時間が長くなるのかを確認するための項目である。提供した映像スタイルの変更がパフォーマンスをより楽しませる要因となったかを確認することで本研究システムの有効性を確認する。

4.3.2. 実験内容

予備実験1の結果分析と評価を踏まえて考えられた改善点が有効であるかを確認するために本実験を行った。実験場所は東京の池袋駅西口の前の路上であり、昼に比べて夜に人通りが多い場所である。実験空間の平面図は図4.10に示す。実験は、2014年4

月12日19:00から19:30まで、30分間行った。実験対象は、池袋駅西口の前方付近を通る不特定多数の中、実験に気づき、実験を観覧するために足を止めた観客を実験対象とする。総42人が実験対象となり、アーティストのパフォーマンスと同時に路上に設置されたスクリーンを通じ、制作したミュージックビデオを上映させた。実験1では行わなかったアーティストからの実験アナウンスを本実験では試してみた。実験の開始の告知と実験に対する情報を簡略に紹介する時間をパフォーマンスが始まる1分前にいき、人々の関心度を上昇させるようにした。実験空間の構造は実験1と同じく、ポータブル大型スクリーンをアーティストの隣に設置し、電池駆動プロジェクターで投影させるというスクリーン活用方法で行った。本実験では、観客が実験に気づき、足を止めて観覧する実験空間における滞在時間が実験1と比べてどの位長くなったのかを確認する。観客には観覧に対する行動制限は置かず、自由に行動させ、その行動を観察した。本実験の評価はビデオ観察で行い、体験後に参加者34人からアンケートを取り、8人からインタビューを取った。

4.3.3. システム構成

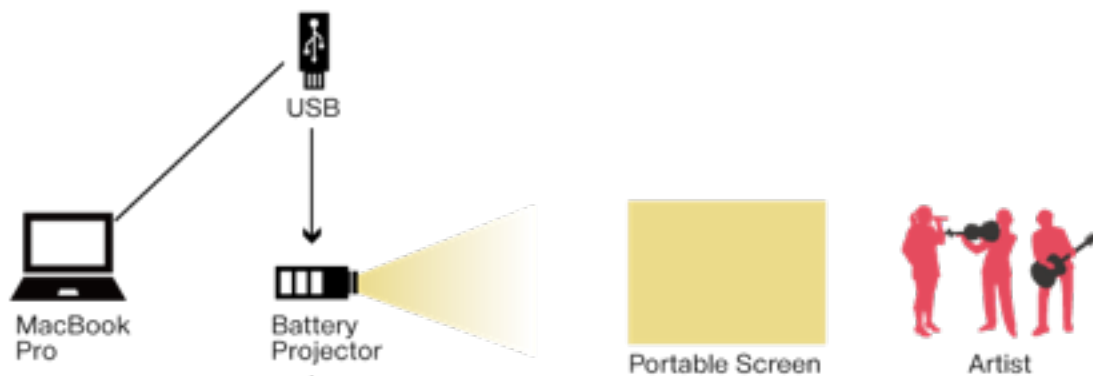


図4.14 システム構成（予備実験2）

本実験の全体システムを図4.14に示す。全体システム自体は予備実験1と同様であり、ポータブルスクリーンと電池駆動プロジェクターを使用し、事前に制作した映像をUSBに保存しておき、そのUSBをプロジェクターに繋げる。アーティストのパフォーマン

スと映像のシンクを上手くさせるために演奏シーンが始まる前にタイトルを紹介するシーンを12秒含め、編集を行った。その映像の様子は図4.15、図4.16に示す。



図4.15 演奏シーン開始前に12秒間流れる映像の様子1



図4.16 演奏シーン開始前に12秒間流れる映像の様子2

4.3.4. 実験結果

実験場所は東京のストリートパフォーマンス聖地である池袋駅周辺で、アーティストと事前制作したミュージックビデオをパフォーマンスと同時に上映させ、曲の表現をより豊富で、劇的に演出できるようにした。本実験では、実験に気づいて足を止めて観覧した総42人を実験対象とし、行動観察やアンケート、インタビューを行った。各実験対象にはパフォーマンス開始・終わりに関わらず、自由に行動を取ってもらい、アーティストのライブパフォーマンスと同時に長さ5分48秒の映像を上映させ、映像メディアを活用した新しいストリートパフォーマンススタイルを体験させた。その行動は全部ビデオ記録を行い、体験後には34人からアンケートを、8人からインタビューを取り、本実験を体験して感じたことや問題点、改善点などを自由に述べてもらった。行動観察では、実験対象の行動を観察することで人々の興味度や実験システム把握時間、観覧時間などを把握する。アンケートとインタビューでは本実験のシステムが従来のストリートパフォーマンスと違う新鮮なスタイルのパフォーマンスだと感じたかを把握すると同時に予備実験1の結果分析に基づいて制作した映像がアーティストのパフォーマンスをより楽しくさせたかを把握し、問題点を探り出した。

行動観察結果

行動観察で本実験のシステムが実際にストリートアーティストが映像メディアを活用してパフォーマンスを行う状況で有効なのかどうかを確かめた。実験空間の周辺を通る人々が道を歩いている状況の中でどの位の時間内で本実験に気づくかを観察した。そして、実験に気づいた後、足を止めてどの位の時間、システムに興味を持って滞在をしたかを確認した。

<実験空間の周辺を通る際、すぐにこの実験が行われていることに気づいた>

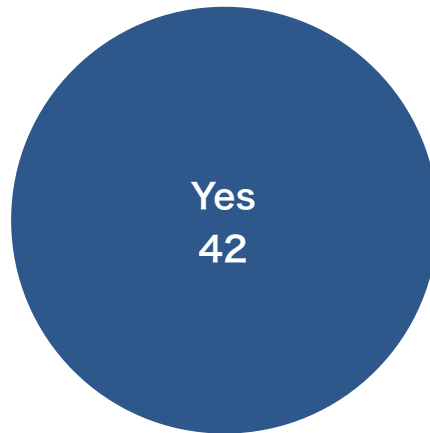


図4.17 行動観察結果1 (予備実験2)

<実験空間の周辺を通る際、人々がこの実験に気づくまでの時間>

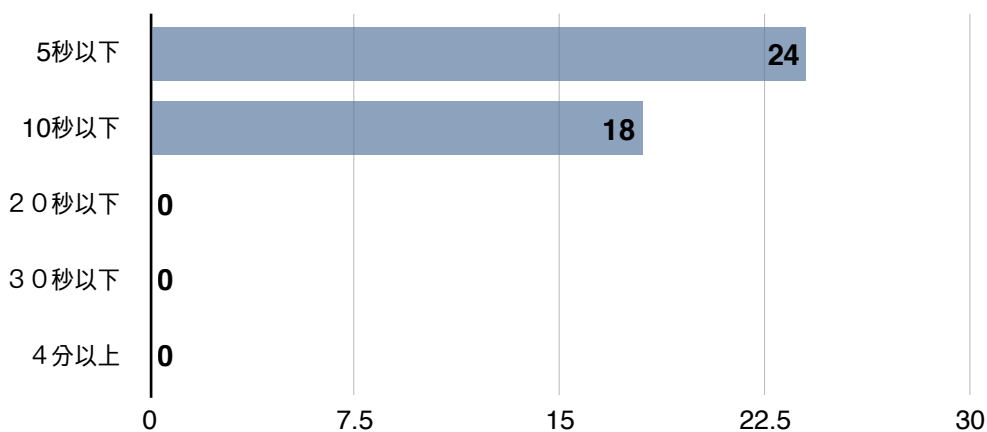


図4.18 行動観察結果2 (予備実験2)

図4.17は実験空間の周辺を通る不特定多数の中、実験に気づいて足を止めてパフォーマンスを観覧した参加者を対象とし、映像メディアを活用したパフォーマンスが行われていることにすぐ気づいた人とすぐは気づけなかった人の人数を示す。総5分48秒の実験時間内でこの実験にすぐ気づいた人は参加者42人中、5秒以下は24人、10秒以

下は18人で42人全員がすぐに気づいた。実験1では二人の参加者が実験に気づくのに少し時間がかかったことに比べ、予備実験2の方が気づきやすい構造であったと考えられる。この実験にすぐ気づいた42人の人が実験に気づくまでの時間をグラフに表したのが図4.18である。このグラフをみると42人の中で17人が5秒以内、25人が10秒以内にこの実験に気づいていることが分かる。本実験では、公共場所である路上が実験場所であるため、不特定多数に制限のない行動を自由に取ってもらうことが特徴である。パフォーマンスの開始時間と終了時間に関係せず、パフォーマンスの最初から参加する人、途中から参加する人、それから終わる直前から参加する人、それぞれ違うタイミングに観覧を始める。それぞれの参加者の行動をまとめてみると3つのパターンに分けられる。アーティストの歌声を聞いて実験に気づき、近づいてきてからスクリーンに流れる映像を発見して観覧するが、時間が立つと興味を無くして実験空間から離れるパターンが一つ目である。2つ目のパターンは、パフォーマンスの途中から入ってきて映像もアーティストの曲も終わるまで立ち止まって観覧する人で、このようなパターンは2人以上グループで多く見られる。最後のパターンは、実験に気づいて一旦足を止めるが、すぐ実験空間から離れてしまうパターンである。

参加者の行動の中で最も多く見られた行動は、映像とパフォーマンスを両方観覧しながらアーティストの広報用チラシをみる行動であった。次に多く見られた行動は、映像が流れているスクリーンとその前に設置されてある小さいプロジェクターを観察する行動であった。その他には映像にはあまり興味なく、アーティストの演奏様子をじっと観察する、または実験空間の全体を観察する行動などが見られた。

アンケート結果

アンケートでは本実験に参加した参加者の基本情報と本システムの理解のパラメーターになる要素を理解したかを聞いた。本実験は、実験1の結果分析に基づいて映像の再撮影を行い、今回提供した映像メディアとしてのミュージックビデオ上映がパフォーマンスをより盛り上げることができたのかを含めて聞いた。実験対象たちの実験システム理解度を把握するために2つの項目をパラメーターとして使った。この2つの項目

を参加者たちが把握できたかを34人にアンケートを通じて聞いた。理解度のパラメータは以下の通りである。

(A) アーティストのパフォーマンス曲と映像がシンクされていることに気づいたか

(B) 実験で使われたミュージックビデオがパフォーマンスをより楽しくしたとみられるか

「(A) アーティストのパフォーマンス曲と映像がシンクされていることに気づいたか」の項目は、実験1の際に曲とパフォーマンスの噛み合い具合が良くなかったという問題点から改善し、映像コンテンツとして提供したミュージックビデオとアーティストのパフォーマンスがシンクされていることを理解する必要があると判断し、システム理解度の尺度として採用した。

「(B) 実験で使われたミュージックビデオがパフォーマンスをより楽しくしたとみられるか」の項目は、アーティストのパフォーマンスと映像がシンクされていることに気づいたとしてもそのミュージックビデオがパフォーマンスを盛り上げることができないと実験の有効性はないと考え、システム理解度の尺度として採用した。基本システムの理解度の質問 (A) の結果は図4.19に、質問 (B) の結果は図4.20に示す。

<アーティストのパフォーマンスと映像がシンクされていることに気づいた>

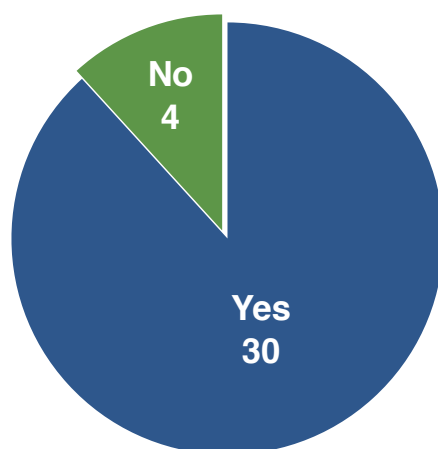


図4.19 アンケート結果1 (予備実験2)

＜提供したミュージックビデオがパフォーマンスをより楽しくしたか＞

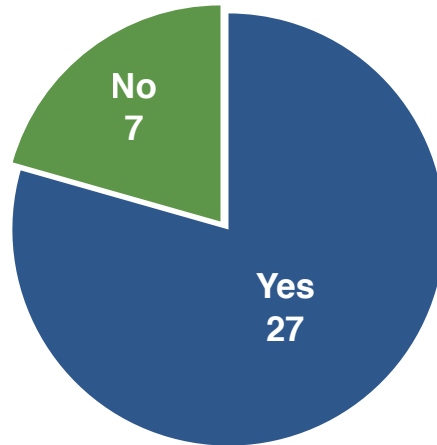


図4.20 アンケート結果2（予備実験2）

インタビュー結果

インタビューでは本実験を体験した後、どのような感想を持っているかを聞いた。まず本実験の「新しいパフォーマンススタイルの提案」はできたのかを確認するために「本実験の新規性」に関するコメントを本文で紹介する。

インタビューで本実験により「今まで体験したことのないストリートパフォーマンススタイルだった」とコメントした人は、インタビューに対応してくれた参加者8人全員であった。その中で、路上ではないけれど映像を制作しているストリートアーティストがいると聞いたことがあるとコメントしてくれた1人がいた。本実験の問題点として挙げられた意見の中で最も多かった意見は、「映像のできはすごく良いと思うが、映像を上映するだけでパフォーマンスを楽しませるには役不足ではないか」というコメントであった。その次に多かった意見としては「単なるアーティストのミュージックビデオではなく、観客自身が出てきたらもっと楽しそう」という意見を2人が言及した。行動観察からするとパフォーマンスとスクリーン上映が同時進行されることに対しては興味を持ってくれたが、映像とパフォーマンスの自体に興味を持っていない人やすぐ飽きてしまった人もいた。それから映像の問題点に関しては8人全員に聞いてみ

た。しかし、この実験自体に対しては8人全員、肯定的な反応を見せてくれた。また、インタビュー中、本実験の目的と意図を説明をすると本実験の目標とコンセプトは良くてこれから多くのストリートアーティストたちが応用していけたら良いという反応は多かった。本実験の参加者から得られたコメントを紹介する。

<本実験の新規性>

- ・路上でこういう風にパフォーマンスするのは初めて見た。
- ・とても良いアイデアだし、映像を使った路上ライブはすごく新鮮だと思う。
- ・路上でスクリーンを利用するという自体には違和感ないけど、こういうのは今まで見た事ないからすごく面白かった。

<実験の問題点>

- ・途中でアーティストと映像とシンクが合わなかったのが見えた。
- ・映像がミュージックビデオだということに気づけなかった。
- ・実験に対する説明を少ししてくれた方が良かったかも。
- ・他の雑音が多すぎて少し楽しみづらかった。
- ・実験の詳細を聞いていないから実験の意図が分かりづらい。
- ・映像は目に入るけど、特に興味は湧かなかった。

<本実験を体験しようとした理由>

- ・待ち合わせ中に見ていた。
- ・スクリーンが目に入ってきた。
- ・アーティストの歌が上手かったから。
- ・なんか独特なストリートパフォーマンスだと思って面白そうだったから。

<観覧を継続する動機が足りない理由>

- ・特に理由はないけど、途中で家に帰らないとって思った。
- ・盛り上がる要素があれば、最後まで楽しめると思う。

- ・曲が私のスタイルではなかった（早いテンポの曲が好き）。
- ・もう少し映像が面白かったらと思った。
- ・本実験にあまり興味が湧かない。

<映像の問題点>

- ・映像の色が明るいためか、映像が薄く見える。
- ・アーティストが演奏している姿が、現場にも映像にも出てくるから変な感じで、映像はアーティストの違う一面を見せたり、違うものにした方がいい。
- ・スクリーンが大きすぎて映像に集中しづらい。

4.3.5. 結果分析・評価

結果分析

42人の参加者の中、32人のアンケート、アンケートに協力してくれた34人の中から8人にインタビューを取った。このアンケートとインタビューの中で本実験で意図した「従来のストリートパフォーマンスとは違う新しいスタイルのパフォーマンスだと感じた」と言及した人は34人、全員であった。全員が新しいスタイルのパフォーマンスだと感じたと言及したことから本実験はストリートパフォーマンスにおいて目新しいスタイルのパフォーマンスを提供できたと考えられる。

アンケートとインタビューによると本実験の最も肝心な要素である「ビジュアルコンテンツとして提供したミュージックビデオがパフォーマンスとかみ合い、アーティストのパフォーマンスをより楽しめた」に34人中27人がパフォーマンスをもっと楽しめたと答えた。27人を除いた7人は、新しい試みであることは分かるが、楽しいとは思わなかったと答えた。

図4.21の参加者42人の実験空間に滞在した時間、つまり観覧時間を行動観察記録ビデオから観察してみると、30秒以下の人が8人、30～60秒の人が20人、60秒～2分の人が8人、2分～4分の人が4人、ほぼ最後まで見ていた人が2人であった。これによると観客60%が60秒を超えない観覧時間を記録している。観客の80%が30秒以下という

観覧時間を記録した予備実験1に比べれば観覧時間が少し増えたということがわかるが、それでも実験空間に滞在する時間が総5分48秒のパフォーマンス時間に比べ、短すぎるということが分かる。これに対する問題点と改善点をインタビューから得られたコメントに基づいて分析してみると、「盛り上がる要素があれば、最後まで楽しめると思う」、「もう少し映像が面白かったらと思った」、「本実験にあまり興味が湧かない」などでわかるように基本的にこの実験には観客を楽しくさせるエンタテインメント要素が欠如されている。デジタルサイネージを通じて様々な映像にすでに触れ合っている現代の人々に単に映像をパフォーマンスと同時に見せるだけでは途中で興味をなくしてしまう確率が高いことが分かった。

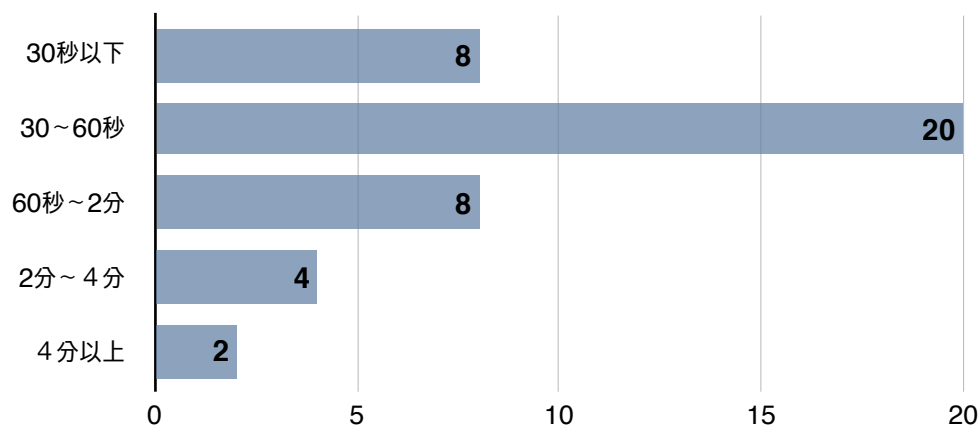


図4.21 参加者42人の観覧時間結果（予備実験2）

検証項目評価

（1）従来のストリートパフォーマンスとは違う新しいスタイルのパフォーマンスだと感じたか。

従来のストリートパフォーマンスとは違う新しいスタイルのパフォーマンスの体験ができたと答えてくれた人は34人中、34人全員が「YES」であった。普段、路上でよく見かける楽器演奏や歌唱などを行っているストリートパフォーマンスに映像メディアを活用して観客に新しいパフォーマンススタイルの体験を提供できたと考えられる。

(2) ビジュアルコンテンツとして提供したPVがパフォーマンスとかみ合い、アーティストのパフォーマンスをより楽しめたと思うか。

提供した映像がアーティストのパフォーマンスをより楽しくさせたと答えた人は32人の中、27人であり、その中で最も多かったコメントは「映像のできが良く、映像があったから曲をより理解しやすかった」である。楽器演奏や歌唱などのパフォーマンスを行う際、ビジュアルコンテンツを提供することでアーティスト自身が曲に込めたメッセージや観客に共感してもらうことが可能となると判断される。本実験で考えられる問題点については次の考察で述べる。

考察

本実験において最も重要視したことは、予備実験1で観客の80%が30秒以下という相当短い滞在時間に対する改善を映像コンテンツの再撮影を通じて解決しようとしたことである。アンケートとインタビューを通じ、この実験自体は目新しい試みであり、今まで経験したことのないストリートパフォーマンススタイルということは証明できたが、それが観客とアーティストを楽しませ、満足させたかという点はまだ微弱な所がある。まず、アーティストと筆者が制作した映像コンテンツを単純に上映する方式では観客がすぐ退屈さを感じ、飽きてしまうということが分かった。そこで「アーティストが演奏している姿が、現場と映像、両方に存在していることが変な感じであるため、映像の方は現場では見る事のできないアーティストの違う一面を見せるなど、演奏している姿とは違うものにした方がいい」という意見は本実験を改善するために考察すべきの重要な指摘である。アンケートやインタビュー、行動観察をまとめて考えてみると、本実験の最も大きい問題点はエンタテインメント要素の欠如である。人が何かを自ら経験し、楽しむためには実際に自分たちがその実験の一部になり、単純に立ち止まってみるだけではなく、実際にそのパフォーマンスに参加できるようにシステムを構成することで人々が映像メディアを活用したストリートパフォーマンスをより楽しめるのではないかと考えられる。

第5章

最終システムの検証と評価

本章では、2回の予備実験の結果に基づき、初期仮説を補修した最終仮説を改めて立てて検証を行う。最終仮説を検証するために行った最終実験の詳細とその評価を述べる。

5.1. 最終仮説

予備実験1と予備実験2の考察を通じ、本研究の初期仮説を修正する必要があった。第3章の「3.1.仮説」に書かれてある本研究の初期仮説は、「ストリートパフォーマンスにおいて、簡単に設置できるスクリーンとプロジェクターを利用し、ビジュアルコンテンツとして事前制作した映像をパフォーマンスと同時に上映することで観客に目新しいストリートパフォーマンススタイルの体験を提供することができる」である。しかし、初期仮説には書かれていなかったエンタテインメント要素としての観客の参加がパフォーマンスの雰囲気をもっと向上させる重要な条件として考えられ、より絞られた形の最終仮説を立てる。

本研究では「ストリートパフォーマンスにおいて、簡単に設置できるスクリーンとプロジェクターを利用し、路上で観客をパフォーマンスに直接参加させることにより、観客に目新しいストリートパフォーマンススタイルを体験させ、パフォーマンスの雰囲気をもっと向上させることができる」という最終仮説を立て、最終実験で検証を行う。

5.2. コンセプトと検証項目

5.2.1. コンセプト

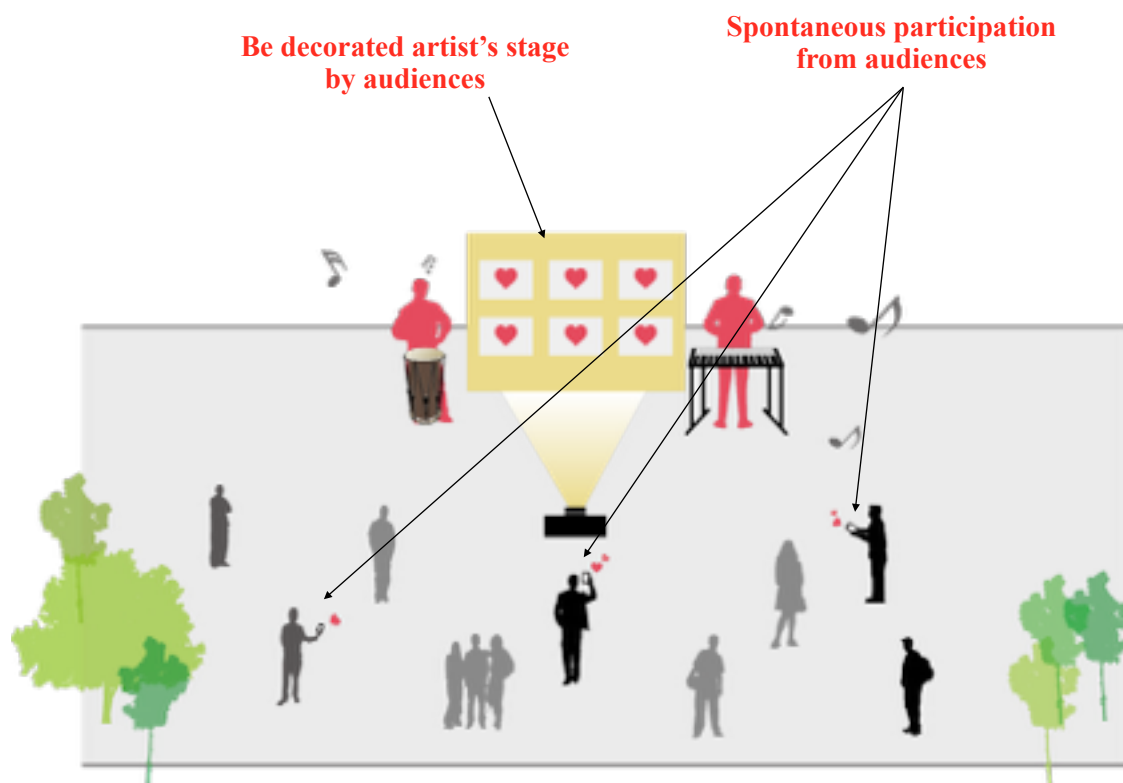


図5.1 コンセプト（最終実験）

不特定多数が通る路上という実験空間、それからストリートアーティストの移動性の便利さのためのポータブルスクリーンと電池駆動プロジェクターの使用というコンセプトは予備実験1、2と同様である。だが、最終実験では予備実験2の考察から得られた問題点を改善するために、ビジュアルコンテンツの活用方法を変えてみた。予備実験2の考察でデジタルサイネージに見慣れている現代の人々に単純に映像を見せることだけでは一瞬注目を浴びることはできるが、その興味度がすぐ無くなってしまいうことが問題点であると記述した。従って、最終実験のコンセプトは、エンタテインメント要素が欠如している点を改善することにフォーカスを置き、観客の関心度をより高め、パフォーマンスの雰囲気もより向上させるために、観客たちの参加を誘導す

るシステムを加え、観客たちが単純に立ち止まってパフォーマンスをみるだけではなく、実際にアーティストのパフォーマンス空間を自分たちのストーリーで作り出すことで観客がパフォーマンスの一部となる体験ができる空間を提案する。コンセプトを示した図5.1には、観客がパフォーマンスに自分のスマートフォン、パソコンなどで直接参加する様子を表した。まず、本研究の基本コンセプトである映像メディアを活用した新しいスタイルのストリートパフォーマンスを具現するために、ビジュアルコンテンツを提供するツールとしてスクリーンとプロジェクターを利用する。予備実験1と2ではアーティストと筆者が事前に制作したアーティストのドキュメンタリー型映像やミュージックビデオなどの映像コンテンツを提供したが、本実験のコンセプトではこのような基本コンセプトに加え、観客たちをより楽しくさせるエンタテインメント要素としてパフォーマンスに直接参加を誘導するシステムを追加する。このシステムにより、観客たちは自らアーティストのパフォーマンス空間を自分たちのストーリーで作り出すことになり、自分たちがパフォーマンスの一部となる体験ができる。さらに、アーティストはパフォーマンスを行いながら観客たちとコミュニケーションを行うことになる。本実験のコンセプトにより、アーティストと観客は円滑に疎通することができ、観客は新しい経験をすることは無論、実際に参加することでパフォーマンスをより楽しむことができるようになり、結果的には観客たちの参加を通じてパフォーマンスの雰囲気向上させる。

第2章で取り上げた「Cellcome Interactive Live」では、ウェブカメラを利用し、Facebookのファンたちと質問やコメントなどを共有することでパフォーマーと観客間のリアルタイムインタラクティブ体験を提供するシステムでライブの雰囲気の高調を図った。本実験ではこのようなパフォーマンススタイルが観客たちの能動的な参加を促し、普遍的なストリートパフォーマンススタイルより観客を楽しくさせる効果が高いと考え、採用した。しかし、本システムはCellcome Interactive Liveとはコンセプトが異なる。事例のCellcome Interactive Liveでは、ウェブカメラを利用して現場に存在しないFacebookにログインしている特定のファンたちとオンライン疎通を図ったといえ、本システムは不特定多数が通る路上で行うこと、それからビジュアルアプリケーションである「Instagram」を利用し、言葉を交わすのではなく、観客たちの写真や映像などのビジュアルコンテンツを現場でシェアする体験的なインタラクティブを追加することで、自分自身の行動がパフォーマンス環境に影響を与えるようにし、

パフォーマンス空間にいる人々がアーティストのパフォーマンスを新しい感覚で楽しむようになる。事例のCellcome Interactive Liveがオンライン上のファンたちのフィードバックを中心に設計されていることに反し、本実験のシステムは現場にいる観客たちの行動でパフォーマンス空間がデザインされていくものである。

5.2.2 アプローチ

本実験のコンセプトを実現させるため、最終実験では表5.1に示してあるアプローチを採用する。スクリーンを利用してパフォーマンスと同時に映像メディアを活用することでパフォーマンスをビジュアル的に極大化させるというアプローチは予備実験1と2と同様である。だが、最終実験ではエンタテインメント欠如の問題点を解決するため、観客をパフォーマンスに参加させるシステムとして二つの違う装置を行う。まず、予備実験1と2では事前に制作した映像をUSBに保存しておき、プロジェクターに直接USBを繋げ、映像ファイルを再生する方式であったが、最終実験では「HDMI」ケーブルをプロジェクターに繋げ、パソコンの画面がそのままスクリーンに映写される方式で実験を行った。二つ目は、パフォーマンスの雰囲気合う観客たちのビジュアルコンテンツを路上で簡単に共有するために、本実験ではビジュアルアプリケーションである「インスタグラム (Instagram)」をアプローチとして採用した。アーティストのユニット名である「ILU GRACE」とパフォーマンスのテーマである「Love」のキーワードを組み合わせ、「loveinilugrace」というハッシュタグ (#) 機能を利用する。参加者が簡単に自分のインスタグラムを利用し、本実験のパフォーマンステーマである愛に関連した写真か映像などを、ハッシュタグ「loveinilugrace」を付け、共有するとスクリーンにそのビジュアルコンテンツが共有され、実験空間にいる全員と自分のストーリーを共有することができ、観客自身がパフォーマンスに働きかけた行動に対し、フィードバックを受けられるようになる。

この二つの違う装置外にも、予備実験1と2の結果から得られた場所の問題点も解決するため、駅付近から公園へと再設定を試みた。公園の中でも、普段ストリートパフォーマンスがよく行われ、人々があまり広い範囲に散りばめない公園を採用しようとした。それからパフォーマンスの進行においても予備実験1、2とは違う方法を

採用してみた。予備実験1と2では、一曲に対する映像を制作し、曲が変わると映像も変えなければならないという手間がかかるところがあったが、最終実験では数曲をパフォーマンスしていてもパフォーマンスのテーマが「Love」ということは同じであるため、特にアーティストが一タスクリーン画面を変更しなくて済む。

	Tool	Visual Content	Performance
最終実験	ポータブル大型スクリーン (80 inch, 6.5kg) 電池駆動 プロジェクター	観客達が共有した写真と映像 Instagramのアカウントを持っている人に限るが、観客達が共有してくれた愛に関連した写真と映像がスクリーンに上映される	テーマ：Love アーティストが歌いたいラブソングを6つ連続に歌う 2曲を歌い終えたら、この実の紹介と共にInstagramを利用し、写真と映像の共有に対するコメントを観客にアナウンスする

表5.1 アプローチ（最終実験）

5.2.3 検証項目

本コンセプトで期待する効果とは、単純に立ち止まってパフォーマンスを観覧するだけではなく、観客たちが自分たちの写真や映像などをパフォーマンス空間にいる皆と共有することでパフォーマンスの一部になる体験をさせる。即ち、アーティストのパフォーマンスが観客たちの行動によって完成となり、アーティストと観客間のコミュニケーションがより密接な形で行われ、最終的には観客たちがよりパフォーマンスを楽しめることである。本実験の検証項目は観客側用とアーティスト側用に分けて検証する。それは以下の通りである。

（1）映像メディアを活用した参加型ストリートパフォーマンスを実際に体験し、従来のストリートパフォーマンスより楽しむことができたか。（観客側項目）

本検証項目は、観客たちが単純に立ち止まって観覧する従来のストリートパフォーマンスに比べ、自分たちが実際にパフォーマンスに参加することでパフォーマンスに

より共感し、楽しむことができたかを検証する。予備実験1と2を通じて得られたアーティスト側から観客へと一方的な伝達方式のパフォーマンスではなく、アーティストから観客へ、また観客からアーティストへというパフォーマンスを媒介にした双方向コミュニケーションが行われることで観客に新しい体験を与えられ、よりパフォーマンスを楽しませることができると期待する。実験に参加した観客たちのフィードバックを分析した上、本検証項目が満たされたかを判断する。

(2) 観客がパフォーマンスに直接参加できるようにすることでパフォーマンスの雰囲気はより向上されたか。(アーティスト側項目)

本検証項目は、この実験で取った観客の参加を誘導するアプローチが正しいかをアーティスト側のフィードバックに基づいて判断する項目である。今まで行ってきたパフォーマンスに比べ、映像メディアを活用した観客参加型パフォーマンスがパフォーマンスの雰囲気を向上させたかを確認し、本システムの有効性を確かめる。

5.3. 実験内容

最終実験は神奈川県横浜にある山下公園で行われたアーティストILU GRACEの「Love on the street」というイベントで実現した。本イベントは山下公園内のフェリー船着場近くの路上で2014年5月3日(19時~20時)に開催された。山下公園は、横浜のランドマークの一つとして多くの人々が訪れる公園であり、普段ストリートパフォーマンスが多々行われている公園である。本イベントは1部と2部に分かれ、各部は6曲ずつパフォーマンスを行った。恋愛に関する曲が多いアーティストのスタイルに合わせてテーマをLove(愛)とし、路上で愛を共有するパフォーマンスとして企画された。本システムは山下公園に訪れた不特定多数の中からこの実験に気づき、立ち止まって観覧した人々を検証対象とし、検証を行った。イベント参加人数は実験前を通った通行人72人中、52人であった。イベント空間の構造は予備実験1、2と同様であるが、システム構成には変更点がある。詳しいシステムに関しては次の章で紹介する。



図5.2 実験風景写真（最終実験）

5.4. システム構成



図5.3 システム構成（最終実験）

全体のシステム構成を図5.3に示す。予備実験1と2ではUSBを利用し、事前に制作した映像コンテンツをプロジェクターに繋げ、映像がスクリーンにプロジェクションされるというシステム構成で実験を行ったが、本実験では事前に制作した映像を単純に見せるのではなく、イベントの現場で観客が共有してくれるビジュアルコンテンツをスクリーンに出力しなければならないため、HDMIケーブルを利用し、パソコンとプ

プロジェクターを繋げ、パソコンのモニターに出力されている画面をスクリーンに同じくプロジェクションするシステム構成で行われた。アーティストの右側にパソコンのモニターに出力されている画面の大きさに合わせてスクリーンを設置し、スクリーンの前方1.5M以内に電池駆動プロジェクターを設置する。プロジェクターの左側にHDMIケーブルでプロジェクターと繋がっているパソコンを置く。観客のビジュアルコンテンツ共有プロセスやプロジェクションされるコンテンツなどに関するシステムの詳細は次の通りである。

観客のビジュアルコンテンツ共有プロセス

本実験で観客たちが各自の写真や映像などのビジュアルコンテンツを路上で共有する方法として採用したものはビジュアルアプリケーションである「インスタグラム (Instagram)」である。観客たちは自分のインスタグラムアカウントを利用し、本イベントのテーマである愛に関わる写真や映像などを「#loveinilugrace」というハッシュタグを付け、アップロードする。観客たちが#loveinilugraceを付けて共有したビジュアルコンテンツたちはパソコンと繋がっているスクリーンに4つのフレームに分けられ、ランダムにプロジェクションされる。写真や動画などのコンテンツ共有プロセスを図5.4で示す。



図5.4 観客のビジュアルコンテンツ共有プロセス (最終実験)

プロジェクションされるコンテンツ処理プロセス

観客たちがインスタグラムを利用し、共有したビジュアルコンテンツはアーティストの右側に設置されたスクリーンにプロジェクションされるが、インスタグラムで本イベントのハッシュタグ名であるloveinilugraceを検索した画面自体をスクリーンにプロジェクションすると、インスタグラム自体をスクリーンにそのまま映しているものにしかならないため、逆にパフォーマンスの雰囲気をつらわしくしてしまう可能性があると考え、本イベントではより劇的な表現をするため、インスタグラムのようなソーシャルメディアを利用して様々なイベントをより効果的にできるようにする「Eventgram」を使用した。「Eventgram」の使い方は、まずEventgramのアカウント登録後、四つのプランの中から自分のイベントに適切なものを選び、イベントを設定する。その後、イベント場に設置されているスクリーンやモニターなどにEventgramのウェブサイト上に表示される自分のイベントページをそのままプロジェクションするだけでセットアップは簡単にできる。次に、設定されているハッシュタグを観客に通知し、写真や動画などを個々人のインスタグラムアカウントを通じて共有してもらおうと彼らが共有したコンテンツが直ちに現われるようになっている仕組みである。本実験では、Eventgramのパーティー用のシルバープランを採用した。3つのアニメーションオプションから、スクリーンに4つのフレームがあり、動画含めたビジュアルコンテンツが5秒にフレーム一つずつ変わっていく仕組みのアニメーションを採用し、よりロマンチックな雰囲気が演出できるようにスライドの設定を行った。

スクリーンに出力されるコンテンツ

スクリーンに出力されるコンテンツは観客たちが共有してくれたビジュアルコンテンツであり、パフォーマンスのテーマであるLOVEに関するものを共有して欲しいとアーティストがパフォーマンスの間に観客に向けて告知はしたが、特にコンテンツに対する制限はなかった。観客が共有してくれた愛に関するビジュアルコンテンツがラブソングを歌っているアーティストのパフォーマンス空間をビジュアル的に極大化させ、パフォーマンスをよりロマンチックに感じれるように演出した。

機材リスト

本実験で使用した機材を表5.2に表す。

	Model	Specification	Number
Screen	GUP-80HDW	1680×1260, 6.5kg	1
Projector	LG PG65K	500, 0.67kg	1
HDMI Cable			1
Computer	MacBookPro	2 GHz Intel Core i7 8GB 1600MHz DDR3	1
System for projection	Eventgram	Silver version	1

表5.2 機材リスト（最終実験）

5.5. 実験結果

「Love on the street」イベントに参加した52人の中、28人がアンケートに協力してくれた。ここでは28人のアンケートの結果を記述する。

5.5.1 アンケート概要

アンケートは選択式項目と自由記述式項目で構成されている。選択式項目では、参加者たちの基本情報やシステムの有効性、実験に対する理解度を把握しようとした。本実験に対する有効性と理解度を把握するために二つの要素をパラメーターとする。この二つの要素を参加者が把握したかをアンケートで聞いた。二つのパラメーターは以下である。

(A) アーティストのパフォーマンスに自分が直接参加することでパフォーマンスをより楽しむことができたか

(B) スクリーンに共有されたビジュアルコンテンツがパフォーマンスの雰囲気をより向上させたと思うか

「(A) アーティストのパフォーマンスに自分が直接参加することでパフォーマンスをより楽しむことができたか」の項目は、この実験を検証するために必要な要件である観客をパフォーマンスに参加させたことがパフォーマンスをより楽しませる効果があったかというこの実験の有効性を確かめるために前提となる項目だと考え、システム理解度と有効性の尺度として採用した。

「(B) スクリーンに共有されたビジュアルコンテンツがパフォーマンスの雰囲気をより向上させたと思うか」の項目は、本実験の目的であった観客の参加を誘導した参加型ストリートパフォーマンススタイルの実現ができたかを確かめる項目である。映像メディアを活用し、観客をパフォーマンスに参加させることのより、従来のパフォーマンススタイルと一味違う体験を提供したことができ、パフォーマンスの雰囲気を高調させることができたかを検証するために採用した。

自由記述式項目では本実験に対する感想や改善点などを自由に記述してもらった。自由に記述した項目を通じ、本システムによるストリートパフォーマンスを観客たちがどのように感じ、考えたかを明らかにして仮説が実現できたかを判断すると同時に人々のニーズを探り出す。

選択式項目と自由記述式項目の結果を合わせ、本システムによる映像メディアを活用したストリートパフォーマンスがよりパフォーマンスの雰囲気を向上させることができたかを把握し、またどのような問題点があったのかを明らかにすることができる。

5.5.2 選択式アンケート項目結果

アンケートの応答者28人の基本情報を図5.5に示す。

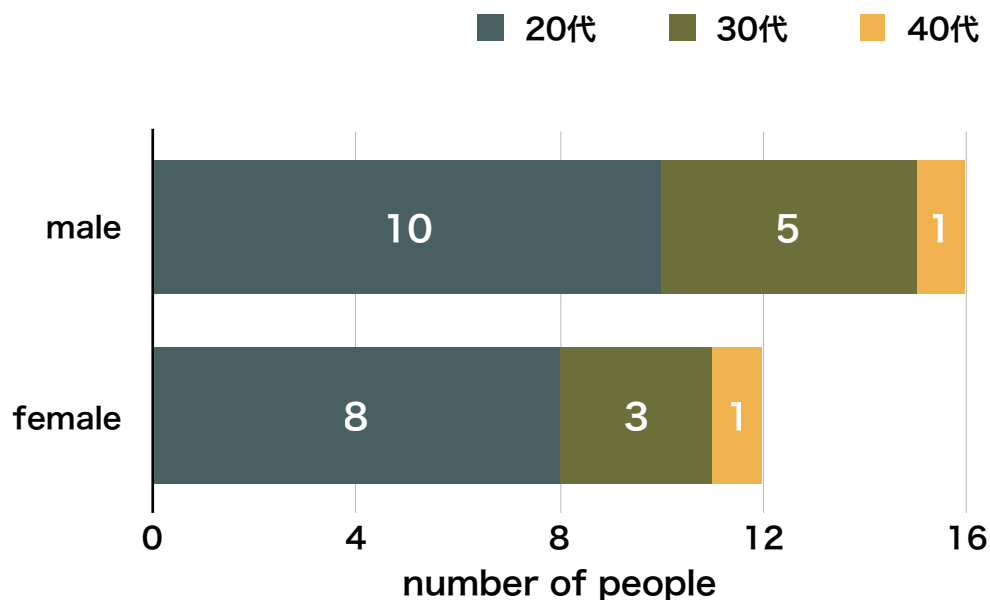


図5.5 アンケート応答者基本情報（最終実験）

本実験におけるシステムの有効性、実験に対する理解度を把握するために2つの要素をパラメーターとするとアンケート概要で述べた。この2つの要素をアンケートで聞いた。「(A) アーティストのパフォーマンスに自分が直接参加することでパフォーマンスをより楽しむことができたか」の項目結果を図5.6に示す。「(B) スクリーンに共有されたビジュアルコンテンツがパフォーマンスの雰囲気をより向上させたと思うか」の項目結果を図5.7に示す。

＜アーティストのパフォーマンスに自分が直接参加することで
パフォーマンスをより楽しむことができたか＞

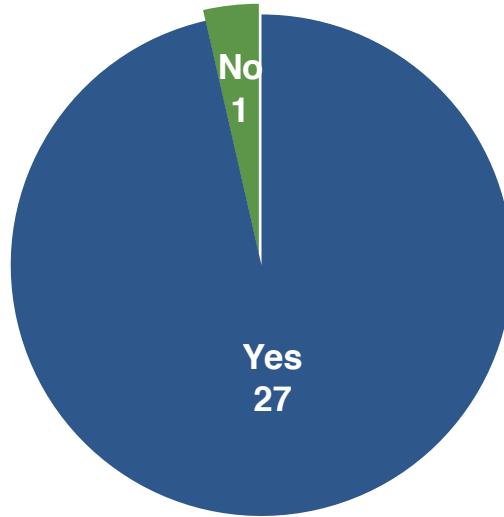


図5.6 アンケート結果1（最終実験）

＜スクリーンに共有されたビジュアルコンテンツがパフォーマンスの
雰囲気をもっと向上させたと思うか＞

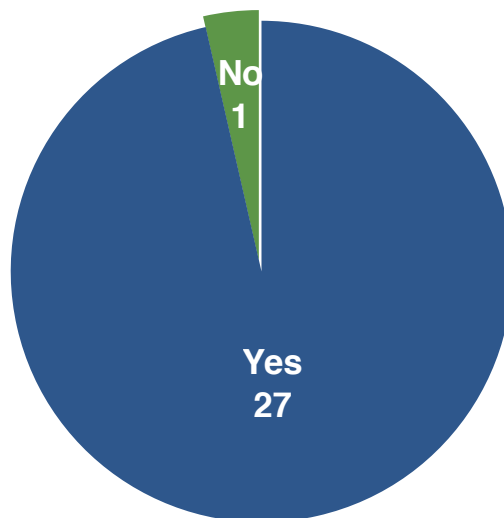


図5.7 アンケート結果2（最終実験）

5.5.3 自由記述式アンケート結果

ここでは本実験のアンケートで自由に記述してもらったコメントの中から、評価と直結するコメントを抽出して紹介する。自由記述欄に答えた人はアンケート応答者28人の中、26人である。この26人のコメントをそれぞれ本実験の検証におけるキーワードに分類し、紹介する。問題点に関するコメントは「ビジュアルコンテンツ共有における問題点」、「参加のきっかけと動機付与に関する問題点」で分け、紹介する。

<パフォーマンススタイル>

- ・スクリーンを活用したストリートパフォーマンスは初めてみた。
- ・歌にビジュアルの力を足した感じでとても素敵だった。
- ・きれいな写真たちがパフォーマンスをもっとラブな感じにしてくれた。
- ・今までみたことないストリートパフォーマンスで、とても新鮮で面白かった。
- ・小さいコンサートのような感じで、歌と映像がお互い交わってとてもロマンチックだった。
- ・普通に音楽演奏をしているのを見ているよりずっと面白かった。
- ・誰かのプロポーズイベントかなと思った位、素敵でロマンチックだった。

<観客の参加>

- ・自分の写真が出てきて恥ずかしかったけど、面白かった。
- ・自分の普通の写真がパフォーマンスによって思い出の写真となった。
- ・ストリートパフォーマンスにおいて“参加する”という意識がなかったけど、このイベントを体験して面白いと思った。
- ・彼氏と記念日のような夜を過ごせて嬉しかった。
- ・最近インスタグラムにハマっていて、イベントに参加して面白い体験ができた。
- ・ただ観覧するだけより自分が参加できるパフォーマンスがもっと面白いと思う。
- ・インスタグラムのアカウントがなかったため参加はできなかったけど、自分も参加できたらきっともっと楽しい経験になれたと思う。

<ビジュアルコンテンツ共有における問題点>

- ・インスタグラムのアカウントを持っていないため、参加ができなかった。
- ・ハッシュタグ名が長いし、読みにくかった。
- ・写真共有のやり方がちょっと複雑だった。
- ・インスタグラムのアカウントでしか参加できないことが少し残念。
- ・アーティストのアナウンスを聴く前まではただの写真スライドかと思った。

<参加のきっかけ、動機付与に関する問題点>

- ・アーティストが説明する前まではどんなイベントなのかよく分からなかった。
- ・やったことがなくて、アーティストの口頭説明だけではどのように写真を共有すれば良いのか分かりづらかった。
- ・写真共有のやり方がちょっと複雑だった。

5.5.4 アーティストのインタビュー結果

この研究の題名で示したように「ストリートパフォーマンスにおける映像メディアを活用した新しいパフォーマンススタイルの提案」を実現するためには、これからこの提案を受けて自分のパフォーマンスに適用していくかどうかを確認するため、アーティストからの意見が結果分析に肝心の要素となる。最終実験に協力してもらったアーティストであるILU GRACEのメンバーILUさんに本実験に対する感想と意見を其々自由に述べてもらった。アーティストのコメントは以下の通りである。

ILU：「今までストリートライブといえば、単純に演奏をしながら歌うだけだったけど、この実験を通じて自分の音楽をもっと効果的に観客に伝えることができたし、集客にもとても効果的なツールであることに気づき、パフォーマンススタイルに対する考え方が変わってきた。このパフォーマンスが観客たちにとって良い思い出になったら嬉しいというのもあったけど、自分たちにとってもすごく新鮮な挑戦だったし、今までやってきたストリートライブの中でこんなに観客のリアクションが直接感じれたことはなく、スクリーンに共有された写真たちが自分の歌をもっと劇的に表現してくれている感じでライブ中にパワーもたくさんもらえた。スクリーンとプロジェクターを

使ってここまでできるとは考えたことなかったけど、これからこういうパフォーマンススタイルを定期的に行いたいと思うくらい楽しかったです。」

5.6. 結果分析・評価

実験で得られた結果を分析し、その分析に基づいて検証項目の検証を行う。

5.6.1 結果分析

本実験をどのように感じたかに関する項目に対し、自由に記述した28人のアンケート応答者のコメントには新鮮、参加、スクリーン、写真の共有などのパフォーマンススタイルに対するキーワードが書かれてあった。この28人が本実験を体験した後、どのような感想と意見を持っているかを理解するために、コメントを整理する必要がある。まず、本システムの有効性と理解度を把握するために採用した2つのパラメーターに基づき、28人のアンケートの回答とコメントを分析する。

(A) アーティストのパフォーマンスに自分が直接参加することでパフォーマンスをより楽しむことができたか

(B) スクリーンに共有されたビジュアルコンテンツがパフォーマンスの雰囲気をより向上させたと思うか

表5.3 アンケート結果分析1（最終実験）

分類	(A)	(B)	人数
A	○	○	26
B	○	X	1
C	X	○	1
D	X	X	0
合計			28

パフォーマンススタイルの理解度と有効性に対する2つの要素を28人の人がそれぞれの項目に対し、どのように回答したかを表5.3にアンケートを分析した結果を示す。本

システムの効果と理解の尺度として採用した2つの要素を全て肯定した上でパフォーマンスを楽しんだ人が26人、(A)に肯定して(B)に否定した人が1人、(B)だけを肯定した人が1人、全ての要素を否定した人はいなかった。結果から見られるように本システムに満足してパフォーマンスを楽しんだ人々の中では2つの要素全てに対して肯定した人が多いが、(A)か(B)のどちらか一つの要素だけに肯定した状況でも全体的に本システムに対する意見は肯定的であることが可能だと考えられる。このパフォーマンススタイルに対する意見がそれぞれ異なるため、28人のコメントも其々違うものである。どのような要素を肯定した人がどのようなコメントをしたかを表5.4に示す。

表5.4 アンケート結果分析2（最終実験）

分類	コメント
A	<ul style="list-style-type: none"> - 小さいコンサートのような感じで、歌と映像がお互い交わってとてもロマンチックだった - 普通に音楽演奏をしているのを見ているよりずっと面白かった - ただ観覧するだけより自分が参加できるパフォーマンスがもっと面白いと思う - きれいな写真たちがパフォーマンスをもっとラブな感じにしてくれた
B	<ul style="list-style-type: none"> - 最近Instagramにハマっていて、イベントに参加した - ハッシュタグ名が長いし、読みにくかった
C	<ul style="list-style-type: none"> - Instagramのアカウントがなかったため参加はできなかったけど、自分も参加できたらきっともっと楽しい経験になれたと思う
D	なし

表5.4を見ると本システムの有効性と理解度のパラメーターである2つの要素全部を肯定したAグループが体験的な側面と視覚的な側面から総合的にこのパフォーマンススタイルに対して肯定的であることが分かる。しかし、2つの要素のどちらか一つだけに肯定したグループB、Cのコメントをみると自分が直接写真共有をしなくてもパフォーマンスを楽しむことができた人も、参加はしたもののこのシステムがパフォーマンスの雰囲気向上させたかということに対しては否定的な人もいる。アンケート応答者其々が違う意見を持っているが、28人の中で26人は総合的にこのパフォーマンススタイルに満足することができたと判断される。しかし、表5.3と表5.4から得られた分析結果は本システムのパラメーターとなる要素を確認するための結果であり、アンケー

ト応答者28人の全般的な反応とフィードバックを確かめ、問題点を探り出す必要がある。

自由記述式アンケート結果に書いてある「ビジュアルコンテンツ共有における問題点」と「参加のきっかけ、動機付与に関する問題点」のコメントからみると、本システムにおいて最も重要な要素であった観客参加を可能とするビジュアルコンテンツの共有において「インスタグラムのアカウントを持っていないため、参加ができなかった」、「インスタグラムのアカウントでしか参加できないことが少し残念」、「写真共有のやり方がちょっと複雑だった」などの参加者のインスタグラムの使用有無に関わる問題点が見えた。また、「アーティストのアナウンスを聴く前まではただの写真スライドかと思った」、「アーティストが説明する前まではどんなイベントなのかよく分からなかった」、「やったことがなくて、アーティストの口頭説明だけではどのように写真を共有すれば良いのか分かりづらかった」、「ハッシュタグ名が長いし、読みにくかった」など、最初にこの実験が目に入った際、この実験がどういうものなのかに気づいていない人が多く、アーティストの説明がなければ観客の能動的な参加誘導が難しいということが分かった。

5.6.2 検証項目評価

(A) アーティストのパフォーマンスに自分が直接参加することでパフォーマンスをより楽しむことができたか。

この検証項目に関しては直接に「このイベントを体験して面白いと思った」というコメントや「ただ観覧するだけより自分が参加できるパフォーマンスがもっと面白いと思う」、「自分の写真が出てきて恥ずかしかったけど、面白かった」などの多くの肯定的なコメントがあり、自分が直接アーティストのパフォーマンスに参加することでより楽しむことができたと判断される。総参加者52人、アンケート応答者28人中、実際にビジュアルコンテンツは32枚がパフォーマンス中に共有されたことと人々が自由に記述したコメントを勘案すると少なくない人が本システムに対して肯定的であると判断される。参加者たちのコメントから考えると人々は自分の行動がパフォーマンス

ス空間に影響を及ぼすということに関して敏感に反応し、予備実験1と2のような他人の行動によるパフォーマンス空間に比べ、「自分の参加」が重要な要素であると解釈できる。

(B) スクリーンに共有されたビジュアルコンテンツがパフォーマンスの雰囲気をより向上させたと思うか。

結果分析の表5.3で示したように、本システムのアンケートに回答してくれた28人のうちに26人が本システムの核心である2つの要素に肯定した上でパフォーマンスをより楽しみ、新しい体験ができたことが分かる。しかし、一人の人がこの項目に否定したが、その人のコメントである「インスタグラムのアカウントがなかったため参加はできなかったけど、自分も参加できたらきっともっと楽しい経験になれたと思う」からみると、インスタグラムのアカウントを持っていないため、参加ができなかったことからパフォーマンスの雰囲気が分かりづらかったという点があったにも関わらず、もし自分が参加できたらきっともっと楽しい経験になれたと言及をしたことからみると本システムに対して肯定的であると判断される。しかし、根本的な問題点として本システムに対する否定的なコメントも存在し、その問題点に関しては次の考察で詳しく述べる。

5.6.3 考察

本実験は映像メディアを活用して観客の参加がパフォーマンスの雰囲気をより向上させるということは検証できたが、能動的な参加が円滑にできていないところとビジュアルコンテンツの共有方法が少しややこしいところが根本的な問題として残っている。本システムを体験するためにはインスタグラムのアカウントの所持が前提とされ、参加者確保の範囲が狭くなってくる。そのため、人々がよりパフォーマンスに参加しやすい共有方法を工夫するなどの努力が必要である。否定的なコメントを確かめてみるとアーティストの実験案内に関するアナウンスが流れる前までは人々がどういうイベントなのか、スクリーンに映っているものは何なのかが分かりづらかったという点分かる。そのため、より効果的に観客の参加を誘導できるようにする努力が必要である。しかし、このような映像メディアを活用した参加型パフォーマンスは観客によ

り楽しい体験の提供ができ、アーティストは自分の音楽にビジュアル力を加え、よりインパクトのあるパフォーマンスを見せることができると判断されるため、体験的なパフォーマンススタイルを披露していくことで、観客たちに一層魅力的なストリートパフォーマンスが提供できると考えられる。

第6章

結論と今後の展望

本章では研究を通じて導かれた結論と今後の展望について述べる。

6.1. 結論

本研究の最終仮説は「ストリートパフォーマンスにおいて、簡単に設置できるスクリーンとプロジェクターを利用し、路上で観客をパフォーマンスに直接参加させることにより、観客に目新しいストリートパフォーマンススタイルを体験させ、パフォーマンスの雰囲気をもっと向上させることができる」である。最終実験による結果分析と評価でこの仮説が有効であることを検証できた。

芸術公演に映像メディアが活用されることにより、過去の単純な舞台構成から様々な試しが行われ、画期的な舞台が増えつつある。急速度で進歩しているテクノロジーとの融合により、すでに様々な大型公演ではホログラムショーやコンピューターグラフィックス、プロジェクションマッピングなどの高技術を活用してステージを充実させ、観客にビジュアル的により劇的な楽しさを提供している。映像メディアを活用した現代の芸術公演の事例を踏まえ、文化活動の一種であるストリートパフォーマンスにも適用することができるということを実験を通じて見せ、新しいパフォーマンススタイルをストリートアーティストに提案する。予備実験1と2の結果分析を通じ、本実験はストリートパフォーマンスにおける新しい試しであったことは検証できた。それからパフォーマンスと同時に提供した映像がパフォーマンスの雰囲気をより向上させることができたかという点に関しては様々な意見があったが、事前に制作した映像の上

映を通じてアーティストが曲に込めたメッセージ、観客に共感してもらいたいことに対する伝達性においてはかなり良い反応であった。しかし、観客の滞在時間が短かったということから映像自体がパフォーマンスの雰囲気向上させたとは見られず、体験後のインタビューから得られたコメントを踏まえるとエンタテインメント要素が欠如しているというが新たに明らかになった。観客が直接自分の行動を働きかけてパフォーマンスに影響を与えられるようになることで敏感に反応し、より楽しんでもらうためにパフォーマンスに参加させる「映像メディアを活用した参加型ストリートパフォーマンス」を最終実験として実現させた。しかし、観客がパフォーマンスに参加するまでのプロセスと参加方法に関する問題点は参加者のコメントから把握することができ、更なる工夫が必要である。

このように問題が残っているにも関わらず、本実験が観客に新しい体験を提供し、パフォーマンスの雰囲気をより高調させたということは明らかである。本研究で提案する映像メディアを活用した新しいストリートパフォーマンススタイルは、ストリートパフォーマンスを新たな発展可能性のある文化活動へと変換させ、より多くの人々がストリートパフォーマンスを楽しめるようにし、新しい体験を提供することができる。

6.2. 今後の展望

本研究で検証したストリートパフォーマンスにおける映像メディアを活用した新しいパフォーマンススタイルは、アーティストのドキュメンタリーやミュージックビデオの単なる映像提供、ソーシャルネットワークによる観客の参加誘導などに止まらず、様々な方法で映像メディアが活用できると期待される。さらにストリートパフォーマンスにおけるビジュアルディレクターという新しいポジションが生まれる可能性も考えられ、これから映像メディアを活用した画期的なストリートパフォーマンスが増えることにより、現在の人々が持っているストリートパフォーマンスに対する認識の変化も期待できる。プロとアマチュアの境界を緩め、これからは路上でも斬新なスタイルのパフォーマンススタイルが創造され、ライブパフォーマンス分野の更なる発展も期待できる。

謝 辞

本研究の指導教員であり、懇切なご指導を賜りました慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の太田直久教授に心より感謝を申し上げます。研究のご指導だけではなく、大きな愛情で精神的な支えになって頂き、充実した大学院生活を送ることができました。研究においてご指導、ご助言、励ましの言葉を頂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植木淳郎特任講師に心より感謝を申し上げます。研究活動や論文の執筆において多くのご助言、ご助力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稲見昌彦教授に心より感謝を申し上げます。2年の間、自分を成長させて頂きました、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科の先生方に心より感謝を申し上げます。

研究活動にあたり、実験のご協力や支援して頂いたアーティストGennai Yamagataさん、opuchi misinさん、ilu graceさんに心より感謝を申し上げます。数回の実験に渡り大変なご協力を頂いた慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科2012年9月入学同期の皆様心より感謝致します。論文の執筆において多くの部分にご助言、励ましの言葉で力になって頂いたジャンジーヨンさん、ホジュンヨンさんに心より感謝致します。

研究活動を心強くサポートして頂きました、慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 Power of Motion Picturesの皆様心より感謝致します。

2年間苦楽を共にした本研究の共同研究者であり、大変なご協力を頂いたチェチョルンさんに心より感謝致します。お陰様で研究活動を最後まで頑張り、やり遂げることができました。

最後に、長い研究活動、留学生生活を心身ともにご支援を頂きました、最愛の家族に心より感謝致します。皆様、ありがとうございました。

参 考 文 献

- [1] 青柳文信. 路上ライブを楽しむ本 なぜ駅前広場の人気を独占する事ができるのか. ス
タイトルノート, 2009.
- [2] 女性自身(コブクロインタビュー). <http://jisin.jp/news/2617/6734>
- [3] 現代の音楽公演. [http://oasisnewsroom.live4ever.us/
2008_03_01_archive.html#.U5q_bZS1Z5F](http://oasisnewsroom.live4ever.us/2008_03_01_archive.html#.U5q_bZS1Z5F)
- [4] 四季のライオンキング. <http://www.shiki.jp/navi02/news/program/lionking/>
- [5] オーケストラ. [http://www.naxos.com/person/Boston_Modern_Orchestra_Project/
35433.htm](http://www.naxos.com/person/Boston_Modern_Orchestra_Project/35433.htm)
- [6] BIGBANG. <http://www.youtube.com/watch?v=ameKWOKWpF4>
- [7] Singin' In The Rain. [http://www.thehollywoodnews.com/2013/03/09/singin-in-
the-rain-live-in-concert-at-the-royal-albert-hall-review/](http://www.thehollywoodnews.com/2013/03/09/singin-in-the-rain-live-in-concert-at-the-royal-albert-hall-review/)
- [8] Ihatov Concert. <http://columbia.jp/ihatov/concertreport.html>
- [9] Ihatov Concert. <http://www.nhk.or.jp/etv21c/file/2013/0203.html>
- [10] Beyoncé Knowles. [http://popcrush.com/beyonce-comments-billboard-music-
awards-performance/](http://popcrush.com/beyonce-comments-billboard-music-awards-performance/)
- [11] Beyoncé Knowles. <http://vimeo.com/24447208>
- [12] オトキタプロジェクト. [http://www.youtube.com/
watch?v=L4KiTyAhazE&list=PLbwlrl_UCD4W9t1mpQeOmYD5bNaYGDgaS](http://www.youtube.com/watch?v=L4KiTyAhazE&list=PLbwlrl_UCD4W9t1mpQeOmYD5bNaYGDgaS)
- [13] オトキタプロジェクト. <http://otokita.jp/pc/>
- [14] 心市街地でストリート・パフォーマンス (Art編)、都市研究センター

[15] Cellcom interactive live. <http://www.digitalbuzzblog.com/cellcom-israel-live-interactive-facebook-concerts/>

[16] Jónsi World Tour. <http://www.coolhunting.com/culture/jnsi-theatrical.php>

[17] 2014 special Salon Concert with Media Wall Synesthetes' Promenade Debussy, Ravel & Cervantes. <http://www.cptcreative.com/?portfolio=attachment-slider>

[18] 東京へブンアーティスト. <http://www.seikatubunka.metro.tokyo.jp/bunka/heavenartist/>

[19] Street performers, Covent Garden. <https://www.coventgardenlondonuk.com/culture/street-performers>

付録A

予備実験 2 データ

表A.1 アンケート項目（予備実験2）

	質問	選択肢
1	以前、映像メディアを活用して路上でパフォーマンスをするストリートミュージシャンを見たことがありますか？	Y/N
2	アーティストのパフォーマンスと映像がシンクされていることに気づいたか。	Y/N
3	提供したミュージックビデオがパフォーマンスをより楽しくしましたか？	Y/N
4	映像コンテンツに対する感想を自由にご記入ください。	自由記述式
5	この実験に対してご意見・感想がありましたら自由にご記入下さい。	自由記述式

表A.2 インタビュー項目（予備実験2）

	項目
6	インタビュー内容

表A.3 アンケート結果A（予備実験2）

user	性別	1	2	3	4
1	男	N	Y	Y	
2	女	N	Y	Y	かわいい映像でした。
3	男	N	Y	Y	面白い。
4	男	N	Y	Y	
5	男	N	Y	Y	
6	男	N	Y	N	最後のファン達が出てくるシーンが良かったです。
7	男	N	Y	Y	きれいでした。
8	女	N	Y	Y	音楽と似合う映像でした。
9	女	N	Y	Y	かわいい。
10	女	N	Y	Y	音楽とよく似合ってる。
11	男	N	Y	Y	良い感じでした。
12	女	N	Y	Y	楽しかった。
13	女	N	Y	N	スクリーンが大きすぎて映像に集中しづらかった。
14	女	N	Y	Y	
15	男	N	Y	Y	パフォーマンスとすごくいい感じに流れていました。
16	女	N	Y	Y	
17	女	N	Y	Y	ステキすぎて泣きました。
18	女	N	Y	Y	歌の最中も良かったけど、最後の3人の映像がすごく良かったです。
19	男	N	N	Y	映像の中の女子がとてもかわいかったです。
20	男	N	Y	N	明るすぎて映像が薄く見えた。
21	男	N	Y	Y	歌とお似合いでした。
22	女	N	Y	Y	面白かったです。
23	男	N	Y	Y	可愛らしい映像でした。
24	男	N	Y	Y	ミュージックビデオ格好よかったです。
25	男	N	Y	Y	
26	男	N	Y	N	映像がもう少し面白かったらと思いました。
27	女	N	N	N	
28	女	N	Y	N	

user	性別	1	2	3	4
29	男	N	Y	Y	面白い!
30	男	N	Y	N	歌の雰囲気とよく似合ってるが、面白くない。
31	女	N	Y	Y	映像がふわっとした感じがして可愛かった。
32	女	N	Y	Y	
33	男	N	N	Y	
34	女	N	N	Y	

表A.4 アンケート結果B（予備実験2）

	5
1	面白かったです。
2	映像とパフォーマンスがよく似合ってよかったです。
3	とても新鮮なアイデアだと思う。
4	
5	映像とパフォーマンス楽しかったです。
6	
7	ストリートライブと映像、面白いと思います！
8	面白いと思う。
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	このアイデアはすごく良いと思うので独占した方が良い。けど、ストリートアーティストがデジタルに頼りすぎないで欲しいし、これがメジャーへの階段だと思わないで欲しい。
16	
17	私たちがストリートをやっている、これすごく良いと思うし、興味あります！
18	映像のときはとても良かったです。映像メディアの活用はキャッチーなツールとしてあると良いと思います。
19	
20	
21	
22	
23	

	5
24	ミュージックビデオ制作お疲れさまでした。自分が映像に出てきた時、撮影の時のこと思い出したりしてとても面白かったし、良い経験でした！
25	
26	
27	歌がすごく上手！
28	バイオリン演奏がすごく良くて映像も面白かったです。
29	
30	ビデオを見せるのは良いけど、映像とパフォーマンスがバラバラ遊んでる感じ。
31	映像も演奏どちらもステキでした。
32	楽しかったし、映像もとてもきれいでした。
33	
34	

表A.5 インタビュー結果（予備実験2）

user	性別	6
1	男	すごく面白かった。ストリートパフォーマンスにスクリーンを使っているのを初めてみたし、良いアイデアだと思う。映像はアーティストが演奏している姿が現場にも映像にもどっちにも出てくるから変な感じで、逆にアーティストの違うシーンを見せるとか、違うものにした方がいいと思う。初めてこういうパフォーマンスをみたので、とても楽しかったです。
2	男	とても良いアイデアだし、映像を使った路上ライブはすごく新鮮だと思う。最初は映像がミュージックビデオなのかなって分かりづらかったけど、なんか独特なストリートパフォーマンスだなと思って面白そうだったのでみていた。特に理由というものはないけど、途中で家に帰らないとなって思って最後までは見たいと思わなかった。
3	女	待ち合わせ中に見ていた。面白いアイデアだと思う。けど、最後にファン達が出てくるシーンを見て思いついたのが、単純にアーティストのミュージックビデオを見ているよりは観客たちが出てくるのも面白くてもっと盛り上がりそうな気がした。
4	男	駅の出口を出たらスクリーンが目に入って、気になって近づいてきた。曲は私のスタイルじゃない（早いテンポの曲が好きです）。実験に対する説明を聞いてないので、ちょっとなんのことなのか分かりづらかった。けど、スクリーンなどを利用してパフォーマンスすることはキャッチツールとしてすごく良いと思う。映像を見るよりもなんか盛り上げる要素があれば最後までみんな楽しめると思う。
5	女	路上でこういう風にパフォーマンスするのは初めてみた。映像もとてもかわいくてただ演奏を聞いているより、映像が流れているから目も楽しかった。アーティストの演奏もすごく上手くて映像も楽しくて最高でした。こういう風に映像とか写真とか利用すると色々面白いパフォーマンスができそう。
6	女	途中でアーティストと映像とずれているのが見えた。他の雑音が聞こえてしまって少し楽しみづらかった。最初何のことなのか詳細を聞いていないからこの実験？の意図が分からなかった。でも、パフォーマンスに映像を活用するというアイデアはとても面白いと思う。
7	男	映像のできはすごく良いと思うけど、映像を上映することだけでパフォーマンスを盛り上げるとか楽しませるとか...というのは役不足ではないかな。せっかくこういうデジタルメディア？などを活用するのであれば、もっと面白いパフォーマンスができそう。デジタルとか技術とかとはあまり関係なさそうなストリートパフォーマンスに活用することはすごく良いアイデアだし、面白いと思う。
8	男	たまにストリートミュージシャンの中で映像を制作してYoutubeにアップしたりする人はみたことあるけど、路上でスクリーンを使ってやるパフォーマンスは初めて。映像を見せたりする自体は良いけど、特に面白いとは思わない。人の目には目立つと思うけど、今の人たちってミュージックビデオには慣れているから映像が長くなったりすると飽きてしまうかも。

付録B

最終実験データ

表B.1 アンケート項目（最終実験）

	質問	選択肢
1-1	性別	男/女
1-2	年齢	10代/20代/30代/ 40代/50代
2	以前、映像メディアを活用したストリートパフォーマンスを見たことがありますか？	Y/N
3	Instagramを利用して写真、或は動画などを共有しましたか？	Y/N
3-1	「YES」と答えた方にご質問です。具体的にどのように感じましたか？	自由記述式
3-2	「NO」と答えた方にご質問です。写真・動画などの共有はどのような理由で行わなかったですか？	自由記述式
4	パフォーマンスに自分が直接参加することでパフォーマンスをより楽しむことができましたか？	Y/N
5	スクリーンに共有されたビジュアルコンテンツがパフォーマンスの雰囲気をより向上させたと思いますか？	Y/N
5-1	なぜそう思いましたか？	自由記述式
6	映像メディアを活用した参加型ストリートパフォーマンスに対してご意見がありましたら自由にご記入ください。	自由記述式

表B.2 アンケート結果A（最終実験）

	性別	年齢	2	3	3-1
1	男	30代	N	N	
2	女	20代	N	N	
3	男	20代	N	Y	自分の写真が出てきて恥ずかしかったけど、面白かった。
4	女	20代	N	Y	自分の普通の写真がパフォーマンスによって思い出の写真となった。
5	男	20代	N	Y	
6	女	20代	N	Y	自分の写真をアップして楽しかったです。
7	男	40代	N	N	
8	男	40代	N	N	
9	男	30代	N	N	
10	女	20代	N	Y	ただ観覧するだけより面白いと思う。
11	女	20代	N	N	
12	女	20代	N	N	
13	男	20代	N	N	
14	女	20代	N	N	
15	男	50代	N	N	
16	男	20代	N	Y	最近インスタを始めていてイベントに参加してみた。
17	男	20代	N	N	
18	女	20代	N	Y	最近インスタグラムにハマっていてイベントに参加して面白い体験ができた。
19	男	30代	N	Y	
20	女	30代	N	Y	
21	男	30代	N	N	
22	男	20代	N	N	
23	女	20代	N	N	
24	女	30代	N	Y	皆と写真シェアできる路上ライブ、楽しいです！
25	女	30代	N	N	
26	女	20代	N	N	
27	女	20代	N	Y	面白かったです。

	性別	年齢	2	3	3-1
28	男	20代	N	Y	

表B.3 アンケート結果B（最終実験）

	3-2	4	5	5-1
1	インスタグラムやってません。	Y	Y	雰囲気良かった。
2	インスタグラム持っていない。	Y	Y	
3		Y	Y	人が多かったから。
4		Y	Y	楽しかったから！
5		Y	Y	みんな楽しそうだったから。
6		Y	Y	楽しかった。
7	やり方分からなくて。	Y	Y	
8	インスタグラムのアカウントでしか参加できないのが少し残念です。	Y	Y	人がすごい集まっていたから。
9	どう共有すればいいか分からなかった。	Y	Y	
10		Y	Y	良い思い出になりました♡
11	アカウント持っていない。	Y	Y	
12		Y	Y	
13		Y	Y	映像がもっとロマンチックにしたと思う。
14	やり方分からない。	Y	Y	
15		Y	Y	
16	ハッシュタグが長くて読みにくかった。	Y	N	このアーティストたちの普通のパフォーマンスを見てないからこっちが盛り上がってるかどうかは分からない。
17		Y	Y	
18		Y	Y	すごい盛り上がりました！
19		Y	Y	
20		Y	Y	
21		N	Y	
22		Y	Y	
23	インスタやってないです。	Y	Y	
24		Y	Y	
25	インスタグラム持っていない。	Y	Y	

	3-2	4	5	5-1
26	インスタグラム持っていません。	Y	Y	みんな幸せそうだったから
27		Y	Y	
28		Y	Y	

表B.4 アンケート結果C（最終実験）

6	
1	すごくよかったです。また見たいです！
2	小さいコンサートのような感じで歌と映像がお互い交わってとてもロマンチックでした。
3	
4	すごくロマンチックでした！
5	Instagramをやってなかったので投稿できませんでしたが、素敵な歌と映像を見せてもらえていい記念日になりました。ありがとうございました。^^
6	きれいな写真たちがパフォーマンスをもっとラブな感じにしてくれたと思う。
7	新鮮なパフォーマンスでした。
8	
9	HAPPY
10	素敵な音楽を聞きながら、素敵な夜景を見ながらデートできて楽しかったです。自分がアップした写真がスクリーンに写るとテンションもあがります♡
11	
12	継続出来ると良いと思います。
13	見たことないライブで新感覚！！もっと増えるとイイ！！
14	楽しかったです。ありがとうございました。
15	
16	自分が参加できてすごく楽しかったです。
17	
18	
19	路上ライブに参加するという意識がなかったけど、やってみたら楽しかったです。
20	
21	Instagramのアカウントがなくて参加できなかったけど、自分も参加できたらきっともっと楽しい経験になれたと思う。
22	女性の声がとても良かった。
23	声がとてもキレイでした！（特に裏声！）
24	普通に音楽演奏しているのをみているよりずっと面白かったです。
25	暗い。アーティストに照明をあててあげて！
26	特にありません。

	6
27	
28	I really like the idea using social media with music. Brilliant! It's nice because anybody can make the stage for them of any moment. Well done and good luck.