

演劇等の配信コミュニケーションでの参加型の場の作り方と 視聴者の認知や関係性の分析

常勤研究者の部



代表研究者 広田 すみれ

東京都市大学大学院
環境情報学研究科
教授



共同研究者 竹澤 (破田野) 智美

甲子園大学
心理学部
専任講師

1. 研究の背景と先行研究

従来劇場において対面・ライブ形式で実施されてきた演劇も、コロナ禍の影響で2020年からネット配信が行われるようになった。感染症の流行は今後も予想されることから、こういった配信には将来的に一定の需要があると推測される。しかし、特に演劇人は「劇場で見る演劇と配信とは全く別物」とすることが多い。このことは、ベンヤミン(1999、オリジナルは1935年)が写真に関して指摘した、芸術作品のアウラ(オーラ)の消失と重なるものの、科学的手法で「アウラ」が何であるかは今のところ明らかではない。劇場のようなライブ空間特有の心理は最近注目されてきており、視覚以外の温熱感・風圧などの知覚情報の存在、対人間距離の利用、さらに社会的相互作用として観客間での情動伝染(emotional contagion)(Hatfield, Cacioppo, & Rapson, 1993)、演者と観客、あるいは観客間の瞬きの同期(野村・岡田, 2014)のような身体協調が現象とし

て指摘されている（例えば野村, 2021）。実際、今回探索的に小さい劇場（大阪の時代劇専門の劇場）で許可を得て上演中の風圧を測定したところ、微風ではあるが劇場内では風圧が変化していた。これらの多くは本人にほとんど意識されないが、これらが劇場におけるライブ感覚に強く影響していると推測される。

1. 全体の目的と仮説

とはいえ今のところ劇場でのいわゆるライブ感の心理に関する研究は限られている。そこで本研究ではコロナ禍での演劇の配信を奇貨として、実際に配信を経験した送り手と受け手を対象にインタビューを行い、対面ライブと配信の違いの認知を1) 知覚面、2) 社会的相互作用面、3) その他の面、に分けて具体的要素を明らかにし、それを踏まえて配信を視聴した受け手に調査を行い、その一般性や、属性やタイプによる違い、ネットでの参加型行動の有無との関係を明らかにすることを目的とした。このことにより工学的な改善のヒントを得、また今後の演劇でのよりよい配信に資することも企図している。仮説は、1) 知覚面では視覚以外の聴覚や触覚、皮膚感覚、振動などが重要である、2) 受け手の反応が演劇の内容に影響するような大きな影響がある、3) 配信にあたって「参加型の場」としてのネットのチャット機能などが利用されたが、受け手側は書き込むことに依然抵抗がある。結果的にはこれらの予想と結果は大きくずれていた。

2. 研究1：送り手・受け手のライブと配信の違いに関する半構造化インタビューと評価グリッド法による分析

2.1 目的

送り手側については、演劇の配信の経験とその評価、ネット配信となることで受け手の参加をどう扱い運営したのかについて、また送り手・受け手の双方で、通常の対面ライブと配信の違いの認知を、評価グリッド法も用いて明らかにすることを目的とした。

2.2 方法

配信を行った送り手側として演劇関係者8名と、特に参加型の場の運営のポ

インタビューを明らかにする目的でウェブマガジン編集長1名に対し、半構造化インタビューと評価グリッド法を実施した（表1。いずれも実名公開について許諾済み）。尋ねた内容は、実施した配信の実態と経緯と評価、ライブと配信の違い、今後の配信実施意向である。動画の配信者にはそこでの双方向的なコミュニケーションの実態やコミュニケーションの注意点を尋ねた。評価グリッド法は階層的に構造化された評価を引き出す手法で、今回は対面と配信の違いを階層構造に分解した構造図を引き出すのに用いた。なお送り手の対象者はアマチュアではなくプロの劇団関係者とした。理由は、アマチュアの場合ビジネスとして実施するという観点に乏しく、観客も身内で一般性に欠ける可能性があるためである。

表1. 送り手インタビュー対象者の属性とインタビュー日時など

No.	名前(敬称略、公表について事前同意済み、()内は所属する劇団名、★は芸名)	性別	年代	主な活動地域	実施日	職業	実施形式
1	藤村忠寿	男	56	札幌	2021/4/26	北海道テレビ放送コンテンツ事業室兼編成局クリエイティブフロー、俳優	対面
2	佐和ぐり子(★) (オレンヂスタ)	女	36	名古屋	2021/5/28	劇団「オレンヂスタ」主宰、プロデューサー、制作、宣伝美術	オンライン
3	金原祐三子(avec beads)	女	57	名古屋	2021/6/12	劇団avec beads制作、俳優。会社員でもある。	オンライン
4	丸蟲御膳末吉(★) (右脳中島オーボワの本妻)	男	36	名古屋	2021/6/13	「右脳中島オーボワの本妻」作・演出。映像制作会社勤務の経験あり(10年)。本業はカメラマン。劇団は14年目。	オンライン
5	倉品淳子 (山の事事情社)	女	54	東京	2021/6/18	劇団「山の事事情社」俳優、演出	オンライン
6	上田誠 (ヨーロッパ企画)	男	41	京都	2021/7/30	劇団ヨーロッパ企画主宰・作・演出	対面
7	井神拓也 (ヨーロッパ企画)	男	47	京都	2021/7/31	劇団ヨーロッパ企画・制作。ヨーロッパ企画の仕事をするようになって17年	対面
8	林雄司 (ディリーポータルZ)	男	50	東京	2021/7/21	ウェブマガジン「ディリーポータルZ」編集長	対面

次に、受け手についてもインタビューを行った。具体的にはコロナ禍直前から昨年9月までの間に観劇経験のある一般人15名(男性5名女性10名)にグループインタビューを実施した。グループインタビューの対象者選定はMyvoice.comに委託し、スクリーニング調査に基づいて条件設定し、応募をかけてもらった。加えて、事例として同一の動画や配信劇の送り手—受け手の両面の認知を対応させる目的で、送り手インタビューの対象の一つ劇団ヨーロッパ企画のファンで、生配信劇及び同劇団のYouTubeチャンネルを見ていたファ

ン2名に半構造化インタビューを行い、対面ライブとの違いやチャットの利用実態や動機を尋ねた。時間は個人の場合約2時間。個人インタビューはいずれも事前にインタビューの内容を説明の上同意書にサインをもらい、終了後には大学所定の謝礼を支払った。グループインタビューに関してはMyVoice.com社から所定のポイントの支払いが行われた。

2.3 結果

(1) 送り手側

- 1) 事前予想とは異なり、対面ライブと配信との違いとして、知覚面で触感、風圧、温熱感、距離等は言及されたものの(図1)、インタビューで送り手が最も共通して述べたのは「舞台のどこも自由に見られる」という視点の自由度であった。カメラを意識して演じることの難しさやコスト面の難しさも複数指摘された。

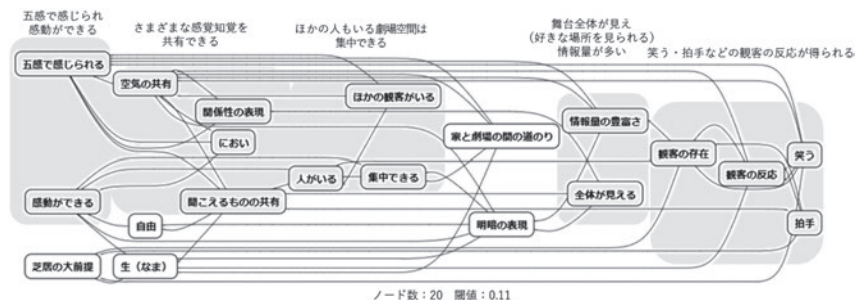


図1. 全体の「ライブ」の構造図(評価グリッド法の結果)

- 2) 対面ライブは劇場に来てもらうので観客について場所と時間を制約する。これによって観客の関与度が高くなることを複数人が述べた。
- 3) 社会的相互作用(特に配信における観客の不在)についても多数が言及し、配信は拍手がなく俳優は演じにくく、また制作側もどのくらい受けているかがわからずやりづらいという指摘も多かった。とはいえ、ライブチャット等で相互作用を補う試みをしたのは2劇団のみであった。なお、配信会社から「チャットは使わないですよ」と言われたとのこともあり、一般的には演劇の配信はチャットオフが多かったようである。
- 4) 生配信か録画配信かは分かれ、「受け手との時間の共有」を意識したとこ

ろ（ヨーロッパ企画）は生配信を実施、これは受け手にも支持された。また山の手事情社の倉品氏はライブ配信で観客からのコメントに応じて演じたという。それ以外は録画配信が多かった。

- 5) 配信は地理的制限がないため通常と異なり日本各地からの視聴があったこと、さらに通常劇場内でのアンケート程度でありあまり広がらない観劇の感想が twitter 等 SNS で拡散されたことはメリットとして送り手の対象者の大半が述べた。なお演劇関係者は批判的コメントも従来からは厭わずむしろ歓迎する傾向にあるようで、その点でも SNS でのコメントを多くが歓迎していた。
- 6) ライブチャットについて、生配信劇でヨーロッパ企画が利用可能にした理由は、従来の劇場でのファンの行動や YouTube チャンネルでの動画配信でのチャットの書き込み経験から、ファンに対する信頼が確立しており、炎上や変な書き込みがない、あるいはあっても「お客さんがなんとかしてくれる」という信頼があったことが大きかったという。その点、そのように受け手側による場の規範を作り維持する行為が「参加型の場」の運営に貢献したと言える。
- 7) 参加型の場については、YouTube チャンネルを運営しているヨーロッパ企画上田氏と 20 年間毎日ウェブマガジンを配信、動画も扱う DPZ 編集長林氏に受け手との付き合い方を詳しく尋ねた。特に興味深い点は、両者一致して、特定の人だけにコメントを返して関係を作ることを避け、むしろ後ろにいるコメントしない相手を意識していることである。

(2) 受け手側

受け手側グループインタビューでは「絶対に劇場」という者もおおり、送り手が挙げた舞台特有の知覚要素（匂いや音）や俳優に直接会える点も言及された。しかし、とはいえ一定の遠観もあり、むしろ配信で顔や細部が見られる点や配信になることで出向かなくても良い、あるいは時間的制約がないという長所を語る対象者も多かった。

観客間の相互作用についても、興味深いことにむしろ他者の存在で気兼ねして観劇や応援しにくいという負の事例も明らかになった。具体的には 2.5 次元の舞台（漫画やアニメ、ゲーム原作の舞台）のファンの男性は、対面ライブだと女性が多く、気兼ねして声を出して応援したりできないのでむしろ配信が好ましい、とした。

次に事例としてヨーロッパ企画の生配信劇を視聴したファン2名に行ったインタビューでは、「生」で配信することで送り手と時間共有する意義が言及された。劇場では時間と場所の両方を演者と観客が共有するが、配信で場所は無理でも時間だけでも共有することで、これから何が起きるのかのワクワク感を共有できたことが評価された。生配信をした劇団は少なかつたようだが、確かに少なくとも時間を共有することは対面ライブの一部の面白さを配信に生かすものと言える。

この2名は劇団のYouTube生配信でも熱心にチャットの書き込みをしているが、その理由や動機を尋ねたところ、劇団側がチャットの書き込みを望んでいること、また無料配信をしてくれていることへの感謝から場を盛り上げようと書き込みを始めたという。このことから見ると、ファンは無料配信に対し社会心理学でいう「返報性」、すなわちお返しとしてチャットや投げ銭（スーパーチャット）をしていると見られる。

2.4 考察

事前予測にも関わらず、対面ライブと配信の違いについては視覚以外の知覚要素も挙げられたものの、最も対面に特徴的とされたのは視点の自由度であった。これはむしろ映像配信で最も強く意識されたため、という可能性もある。しかし少なくとも現実には配信を行う上では最も気になったのはこの点だったようで、結果的に配信を肯定的に評価した者は撮影スキルのある者が劇団内にいるか、自分で撮影経験があり指示ができた場合であった。「撮影を前提にするなら、作品自体を変える必要がある」というコメントもあり、予想より視点の自由度は重要な要素といえる。社会的相互作用についても、事前には対面ライブの代表的長所と考えていたが、グループインタビューの結果からはむしろ他者の存在が観劇を阻害するケースも示された。以上から、対面ライブに存在する「アウラ」は確かに心理的には興味深いものの、ビジネスやコミュニケーションの観点では常に望ましいとは限らないことが示唆された。

なお、配信を契機としたネット上の参加型の場の利用については、事前に送り手が受け手に対し一定の信頼のあることがチャットのようなコミュニケーションチャンネルを利用可能にし、無料配信が受け手の返報性を引き出していた。さらに事前に存在する信頼できるコミュニティの規範がチャットの場にも引き継がれるケースが示された。

3. 研究2：ウェブ調査

3.1 目的

研究2では研究1の知見を用いて受け手へのウェブ調査を行い、知見の一般性の検討と、受け手属性による違い、またネット動画の視聴実態やチャット等での参加実態を知ることが目的とした。

3.2 方法

回答者はクロス・マーケティング社の全国のモニターから、対面での観劇経験、および演劇配信の視聴経験があり、さらに定期的にネット動画を見ている者とし、4年代（20/30/40/50代以上）の男女合計800名について22年2月に調査を実施した。

質問項目はフェイス項目（年齢、性別、居住都道府県、職業、業種）の後に、1) 趣味 (MA)、2) ファンクラブへの所属の有無や種類 (MA)、3) 定期的に見る動画の数、4) そのうち主要なもの1つの月当たりの価格、5) そのサイトを見始めた時期、6) サイトの種類（出演者）、7) サイトの種類（テーマ）、8) ライブ配信の有無、9) ライブ配信を見ている割合、10) ライブを見る理由、11) そのサイトを見続ける理由、12) 動画への参加行為の有無、13) オンラインサロンへの所属状況、14) 現場でライブを見ること（対面ライブとオンラインのどちらにより当てはまるか）、15) 演劇等を見る上で重要なもの及び最も重要なもの、16) 現場でライブを見ること（劇場空間の印象のSD法）、17) 配信（録画）を見ること（オンライン配信空間の印象のSD法）、18) コロナ後の配信の視聴意向、19) 配信視聴のWTP、20) 自由記述、である。10)と14)から17)は研究1の結果を参考に質問項目を作成した。なお、15)は36項目、16)と17)はそれぞれ21項目あることから、15)はランダムな順序で、16)17)は評価的項目とそれ以外をまとめて評価的項目は後半にし、各グループ内でランダム順に提示した。

3.3 結果

まず観劇のスタイルから回答者をタイプ分けする目的で「15) 観劇する際に何を重視するか (MA)」36項目を用い、対象者をクラスター分析 (ward法) で分類した。得られた5型について演劇を見る上で重要なものの特徴を検討した

ところ、ワクワク型／五感型／自由希求型／視聴機会型／欲張り型、と名付けられた（図2）。ワクワク型は、多くは重視しないが「ワクワクする」を重要としており、全体の69.5%であった。「五感型」は「五感で感じられる」や「ライブ感がある」を重要とし、回答者の10.5%を占める。自由希求型は「自由に好きな場所を見られる」、「何回も見られる」、「他人に気兼ねなく見られる」、「自由な時間に見られる」を重視し、自由を求める傾向が高い。視聴機会型は、「見る機会が増える」、「何回も見られる」を重要とし、見る機会自体を求める傾向が強い。「欲張り型」は、ほとんど全項目を重要としている。

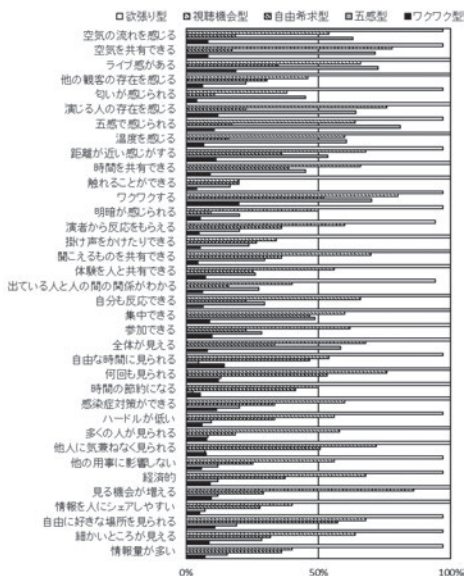


図2. 演劇を見るうえで重要なこと (クラスター分析によるタイプ別)

次にタイプ別にもっとも重要なことやライブとオンライン空間の印象、対面ライブと配信の特徴認知を比較した。その結果、送り手に劇場特有とされた特徴を明確に重視しているのは五感型（10.5%）に限られ、他の4つはワクワクすることを最重要とした（図3）。なお五感型は女性が有意に多い（ $p < .05$ ）。年齢層では20-29歳、30-39歳でワクワク型、50歳以上では自由希求型が有意に多く、20-29歳では自由希求型、50歳以上のワクワク型は有意に少なかった（ $p < .05$ ）。なお未婚・既婚、子どもの有無、居住地によるタイプに違いはなかった。



図3 演劇を見るうえでもっとも重要なこと (タイプ別)

また対面ライブ空間と配信空間のSD法によるイメージ評定を主因子法・プロマックス回転で因子分析した結果、前者では3因子（力量・活動性、評価性、軽やかさ）が、配信空間は2因子（力量・活動性と評価性）が抽出された。回答者の型別ではワクワク型はライブの力量性や活動性、評価性を他の型に比べ低く評価し、一方五感型と欲張り型はライブの評価性の得点が高かった（図4）。また欲張り型以外は対面ライブを重い・束縛された・暗いと評価する傾向があった。

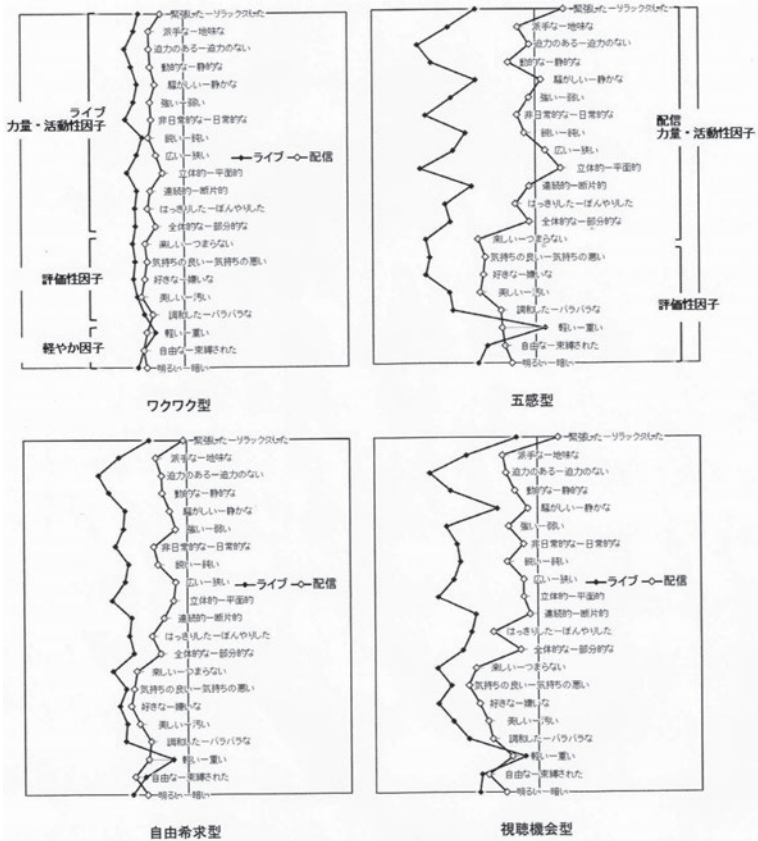


図4. タイプ別 ライブと配信の比較

なお動画視聴に関しては五感型、欲張り型で見ているチャンネルが多く、また見る理由もタイプで大きく異なっていた(図5)。配信視聴の支払意思額(図6)は全体では「無料でなければ見ない」が最も多かった(24.1%)が、ワクワク型でこれが有意に多く、一方五感型と視聴機会型では有意に少なく、前者は3000円以上、後者は2001-3000円が多かった($p < .05$)。以上から五感型や視聴機会型は他の型より高額でも視聴したいと考えていることが明らかになった。

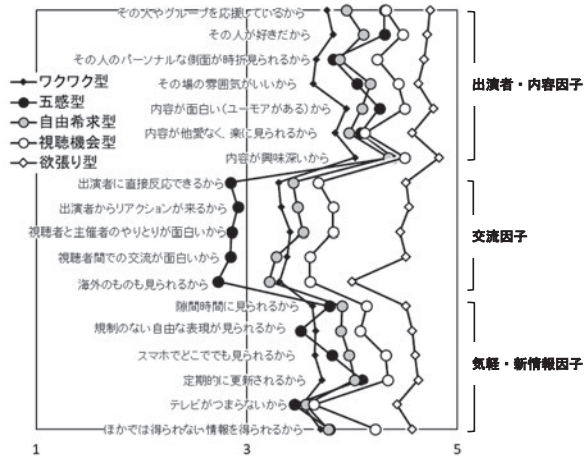


図 5. タイプ別 動画視聴理由

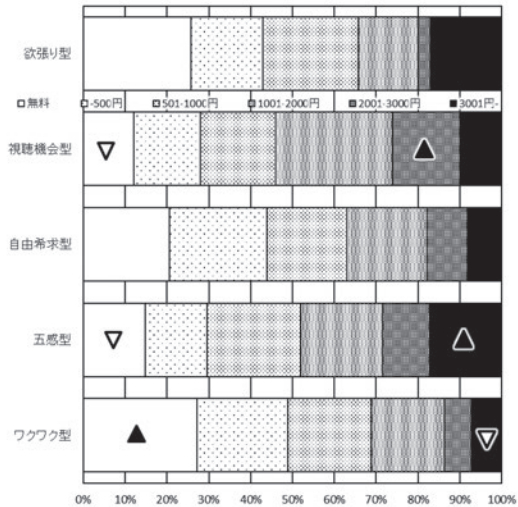


図 6. 配信視聴の支払意志額

3.4 考察

結果から、送り手側と同様に対面ライブ配信の違いを認知しているのは五感型のみで全体の1割程度で、大半の受け手はそれほど大きな違いを認知して

いないことが明らかになった。また受け手は自由希求型に代表されるように、地理的・時間的制約がない等の利点を対面と使い分けて享受している傾向が伺える。さらに、項目「自由に見られる」はライブ型の特徴と想定したものだったが、実際には配信に当てはまるものとしてこれを選んでいるケースも多く、おそらく配信では通常劇場では見えない顔や詳細部分が見える、という解釈で選ばれたと考えられる。以上の点から見ると、観劇を一定程度以上している受け手であっても、送り手側の考えているような知覚要素を必ず重視している訳ではなく、多くは「ワクワク感」程度が重要であること、ただし、これらの層は支払い意思額は低く、支払い意思額が有意に高いのは五感型や自由希求型で、回答者の中で分かれていることが明らかになった。

なお動画視聴に関してはコロナ前に比べ定期視聴が40代以上でも増加、チャットの書き込み等参加型利用も増えていた。以上から、配信に対しては受け手側の方が柔軟で許容的で、そこで投げ銭やチャットの書き込み等で場を盛り上げるといった従来とは異なる関与形態が生まれている実態が明らかになった。

4. 総合考察

事前予想とは異なり、送り手インタビューでは視覚の自由度が最も多く言及され、撮影方法が配信の満足度に強く影響していることも伺えた。一方、地理的制約なく視聴できることで観客によるSNSでの情報拡散が進むことは大きなメリットとして送り手に実感されていた。対して受け手側も知覚的差異から「劇場でしか見ない」とする者が一定割合おり、視覚の自由度、匂い、音、温熱といった知覚要素が劇場特有のものとして複数述べられた。だが、時間や場所制約から自由であることや、劇場では見えない顔などの詳細部が見られることを配信のメリットとして評価した言及も多い。これはウェブ調査でも裏付けられた。代表性のある無作為標本ではないものの、ライブと配信を明確に弁別し、配信視聴にも一定額程度の支払意思のある五感型が1割に対し、ワクワク型は全体の約7割で、この多数派層は「無料でなければ視聴しない」が最も多かった。これは演劇を熱心に劇場に通って見る層と、それ以外の一般的な商業演劇を好む層の違いである可能性もあるが、マーケティングの観点から見た場合この数の大きさは念頭に置くべきである。

以上から、心理学的な、主に知覚的または相互作用の差は存在しても、多く

にとって配信でも演劇を視聴可能なことには時間や場所的制約のないメリットがあると言える。また通常肯定的に語られる対面ライブにおける社会的相互作用についても、「劇場で他の人と見ることに抵抗がある」負の側面もあり、配信で見て密かに応援するというような新しい形での観劇の可能性もあることが明らかになった。この点は、負の面から語られがちなオンライン授業について、対人関係で問題がある学生にとってはむしろ利点があったことと重なる。

オンラインチャットの利用は今回少なかったが新しい可能性を示している。配信でチャットや投げ銭（スーパーチャット）が可能になり、観客の参加余地は増えた。炎上リスクはあるもののインタビューした送り手達は、一様にSNSでシニカルでもコメントしてもらえることを望ましいと考えていた。考えてみると、演劇の場合顔まで特定できなくても一定のファンコミュニティがある場合は多く、そのつながりを活性化させ、劇場にある紐帯とそこでの社会的相互作用をネット上の受け手側からのコミュニケーション、つまり参加型に進められる可能性は大きい。このことから見ると、制作側と観客の共犯関係とも言われる「演劇だからできること」の新しい形の可能性が示唆されたと言えよう。