

モバイル機器を活用した“まち歩き”のデザイン： 「遊歩者」のためのメディアをつくる

○加藤文俊 (慶應義塾大学)

Experiencing the City through Podwalk: A Medium for Flâneurs

Fumitoshi Kato, Keio University

キーワード：モバイル、フィールドワーク、ポッドキャスト、まちづくりゲーム、コミュニティ

1 はじめに

地域コミュニティの資源を評価・再評価することは、まちづくりやコミュニティ・マネジメントの問題のみならず、われわれが「生活者」として共有する社会的記憶やパブリック・ヒストリーの問題、さらには魅力のある“場(場所)”の要件 [9] を考える上で、きわめて重要である。また、S&G研究は、こうした問題を多面的に理解し、コミュニティの成員間で共有するための仕組みづくりや学習環境のデザインに貢献しうるのである。

筆者は、社会調査(とくにフィールド調査)のためのツールとして、カメラ付きケータイをはじめとするモバイル機器の利用可能性について、調査・研究をすすめている [5]。カメラ付きケータイは、手軽に日常生活を写し取ることができるため、多彩な「生活記録」を生成しながら、地域のイメージを共有するのに役立つと考えられる。また、他のメディア機器も、われわれの生活の諸側面の記録・再生の可能性を広げるはずである。たとえば、近年注目されているポッドキャストは、写真や動画をふくむファイルの送信・共有の仕組みとして活用することができる。本論文では、とくに“まち歩き”のコンテンツに着目し、あたらしい経験学習のための環境づくりについて論じてみたい。

2 あたらしいイメージ共有の様式

2.1 ポッドキャストの可能性

iPodをはじめとする携帯型MP3プレーヤーの受容・普及にともない、ネットワークを介したデータの送受信の方法として、ポッドキャストへの関心が高まっている。Pew Internet & American Life Projectによれば [10]、2005年2～3月の時点で、2,200万人以上のアメリカの成人が iPod あるいはMP3プレーヤーを所有しており、その29% (すなわち600万人以上の人々) がウェブからポッドキャストをダウンロードしている。Nielsen/NetRatingsが実施した、より最近の調査においては、アメリカ成人のオンライン人口 (およそ920万人の人々) の6.6%がオーディオ・ポッドキャストをダウンロードしていることが報告されている [8]。さらに、Diffusion Groupは、2010年までに、アメリカにおけるポッドキャストの聴取者は、5,600万人に達すると推定している [3]。当然のことながら、こうした推計は、ポッドキャストの聴取者をどのよう

に定義するかによって、変化しうる。しかしながら、過去数年にわたって、きわめて多くのユーザーが、ポッドキャストを利用するようになったことは間違いないだろう。

初期の段階では、iPodや携帯型MP3プレーヤーは、楽曲のダウンロード・サービスとともに、音楽を聴くためのメディアとして登場した。近年、写真やビデオを再生する機能が加わり、好きな音楽ばかりでなく、画像や動画をも持ち運ぶという、あたらしい実践を生み出しつつある。それは、もはやデータ保存のための小型ハードディスクではなく、他の人たちとの画像や動画の閲覧・共有を可能にする、メディア・プレーヤーとして位置づけることができる。また、「拡張 (enhanced) ポッドキャスト」を作成するオーサリング・ツールも身近になった。これによって、音声とともに、一連の写真をスライドショーのように表示するポッドキャストも、比較的容易に作成できる。

日本における iPod やMP3プレーヤーへの関心は、アメリカと比較するとまだ発展途上かもしれないが、ポッドキャストを活用したさまざまなビジネスが模索されはじめている。『インターネット白書』 [4] の最新版によれば、日本のオンライン人口の43.7%が「ポッドキャスト」という用語を認知してはいるが、実際に何らかのポッドキャストをダウンロードしているのは、日本のインターネット利用者の6%にすぎないという。

iPodやMP3プレーヤーへの人気と呼応するかたちで、同様の機能が携帯電話にも付加されている。たとえば au (KDDI) は、2006年1月に「LISMO (Listen Mobile)」と呼ばれる新しいサービスを開始した [2]。ユーザーは、PC経由で楽曲をダウンロードし、ケータイの端末で音楽を聴くことができる。フリーの専用ソフトを使えば、楽曲のプレイリストのみならず、写真や予定表などのケータイにあるファイルをPC上で取り扱うこともできる。さらに、2006年5月には、オンラインで楽曲を購入できる「LISMO ミュージック・ストア」のサービスもスタートしている。日常生活のなかで携帯する iPod、MP3プレーヤー、あるいはケータイで、音声ファイルを再生するというスタイルが浸透しつつある。

2.2 ポッドキャストによる“まち歩き”体験の共有

ポッドキャストでダウンロードできるのは、音楽にかぎられているわけではない。最近では、ニュース、大学の講義、語学レッスン、オーディオ・ブック、映画の予告編/レビュー、旅行ガイドなど、じつに多彩なポッドキャストが提供されている。また、コンテンツによっては、音声を聞きながら写真を見たり、ビデオで提供されたりするようになった。地域コミュニティの調査という文脈において、フィールド調査の結果をコミュニティのメンバーに還元する仕組みとして、ポッドキャストを活用することができる。これまで、調査結果の流通・共有のためにポストカードの利用を提案してきたが [6]、フィールド調査における個人的な体験は、ポッドキャストとしてまとめることもできる。

本論文と関連する興味ぶかいサービスは、すでに美術館等で提供されている。たとえば、サンフランシスコ現代美術館 (SFMOMA) では、2005 年 9 月から、ウェブを介して「アートキャスト (artcasts)」を配信している [12]。美術館を訪れる前に、「アートキャスト」を自分の iPod や MP3 プレイヤーにダウンロードしておき、音声ガイドを聞きながら自分で美術館を巡ることができる。この音声ガイドは、館内を歩いたり、あるいは立ち止まって作品を鑑賞したりという一連の動作を促す役割を果たす。さらに、「アートキャスト」を通じて写真や資料を配信することで、美術作品の鑑賞という体験そのものが拡張されることになる。

「アートキャスト」は、もっぱら屋内での使用を念頭にデザインされているが、同様に、“まち歩き”のためのコンテンツにも適用して考えることができる。実際、「ポッドウォーカー」あるいは「ポッドウォーク (ポッドウォーキング)」と呼ばれる実践や [11]、ビジネスの試みが動きはじめている。もっとも単純にはポッドウォーキングは、都市を歩き回るための音声ガイドで、1つの地点から特定の目的地までの道案内をする、音声の「アクセス・マップ」ともいべきものである。

日本でポッドウォークのコンテンツを先駆的に作成している川井は、「寄り道や道草を支援するエンターテイメント」としてポッドウォーカーを性格づけている [7]。川井らによって提案されているアイデアと呼応しつつ、われわれは、都市での体験を伝えるための方法としてポッドウォーキングの可能性を探究することにした。ポッドウォークのコンテンツを耳にしながらかくという体験は、われわれが埋め込まれたまちの「音の風景」を構成・再構成する、じつに興味ぶかい体験である。

3 事例：金沢市におけるフィールド調査

3.1 背景

現在、葛飾柴又 (東京都) で進行中の研究プロジェクト [5] と並行して、われわれは金沢市 (石川県) でもフィールド調査をすすめている。2006 年 5 月 20~21 日にかけて、われわれは金沢で 2 回目のフィールドワークを実施した。研究の第 2 のフェーズとして、個人的な“まち歩き”の体験を伝えるメディアとしてのポッドウォークの可能性を探究するため、金沢市内においてポッドウォークのコンテンツを作成した。今回は、9 名の学生 (学

部生および大学院生) が調査者として参加した。

3.2 “まち歩き”を記録する

5 月 21 日、調査者は、4 つのグループに分かれてポッドウォークの収録を行った。それぞれのグループは、デジタルボイスレコーダー (サンヨー ICR-S190M) およびハンディ GPS (GARMIN geko201) を携行した。また、写真の撮影については、各自が自らのカメラ付きケータイを活用した。

収録にあたっては、大まかに以下のようなガイドラインを提示した。(1) 収録に際してはリハーサルをせず、また脚本を用いない (われわれの経験から、「その場」での臨機応変な録音が可能で、もっとも自然な“まち歩き”の体験をとらえるため)、(2) 歩いている途中で沈黙しないこと (聞き手のことを考え、歩いている/停まっているといった状態をふくめ、つねに何かをしゃべりながら歩く)、(3) できるかぎりランドマークや目印となる建物等について言及しながら歩く、(4) 目安として、10 分程度の“まち歩き”を収録する、(5) 音声ガイドを録音しながら、少なくとも 5 枚の写真を撮る。

これらのガイドラインをふまえて収録することを前提に、調査者は、自由にルートを設定し、寄り道をしたり、他の歩行者に話しかけたりすることは自由であった。

3.3 ポッドウォークを作成する

フィールド調査ののち、われわれはポッドウォークのコンテンツを 10 種類作成した。今回利用したボイスレコーダーでは、音声ファイルは MP3 形式で保存されるため、そのままファイルをサーバーに移動するだけで、ウェブを介したダウンロードが可能となった。また、すべての音声ファイルは、ウェブ上でも試聴できるようにした。



図 1：ビジュアルな手がかり (写真)



図 2：ビジュアルな手がかり (ルート)

われわれは、聴取者のために、ビジュアル手がかりになりそうな一連の写真を音声とともに表示できるようにした (図 1 参照)。また、写真に加えて、おおまかなルートがわかるよう、ハンドヘルド GPS を使って調査者の軌跡を

取得し、同じようにビジュアルな手がかりとして提供することにした。図2では、★がポッドウォークの出発点を示し、目的地に向けた大まかなルートが記されている。この軌跡は、当日の、ひとつの調査グループの“まち歩き”を再現するものである。この例は、片町商店街から、老舗記念館までをおよそ 11 分間かけて歩くプログラムである [1]。グループのメンバーは、音声ガイドのために、歩いている道や目にする建物について説明を試みている。興味ぶかいのは、同時に、歩いている彼ら自身についても語っているという点である。横たわる犬がいたり、他の観光客が道を尋ねてきたり、あるいは、変わった看板やおしゃれなショーウィンドーの前を通ったりする様子が収録されている。このような、シナリオのない“まち歩き”の様子は、自然で、かつ臨場感のある内容を構成することになる。

さらに、MP3 ファイルは「拡張ポッドキャスト」として編集し、写真/ビデオ再生が可能なプレイヤー上では、音声とともに、写真がスライドショー表示されるようにした (図3参照)。このように、ポッドキャストを活用することによって、一連のイメージをひとつのストーリーとして提供することができる。写真とともに、われわれのフィールドでの体験は、鮮明に再構成されることになる。



図3：音声とともに写真を見る

4 考察

4.1 聞く写真

いまなお探求中ではあるが、ポッドウォークは、慣れ親しんだまちを、これまでとはちがったかたちで体験する機会を構成する。簡単な方法で、ある種の追体験を可能にし、他のひとの“まち歩き”の経験を、自分の足で体感することができるという点で、体験学習の場を提供するといえるだろう。

われわれが葛飾柴又で実施した調査では、ポストカードと音声ファイルのリンクを試みている [6]。カメラ付きケータイで読み取ることのできる QR コード (2次元バーコード) をポストカードに印刷し、ウェブサイトへのポインタ (URL) を埋め込んだ。QR コードを介してウェブにアクセスすることによって、店主が挨拶する声 (音声ファイル) を、ケータイで聞くことができるものである。技術的な制約から、このときは2秒ほどの音声ファイルしか再生することができなかったが、それでも、ポストカード上の写真を眺めるという体験は、音によって拡張された。われわれのイメージや経験を共有するための仕組みとして、

「聞く写真」というコンセプトで、さらにその可能性を探求するつもりである。

4.2 多様な都市の経験

われわれは、もともとは、ある出発点から目的地までの音声ナビゲーションとして、ポッドウォークの可能性について考えはじめた。しかしながら、いくつかのコンテンツの作成をつうじて、調査者どうしの即時即興的な会話こそが、臨場感にあふれる「音の風景」を構成・再構成することに気づいた。それは、さまざまな出来事に遭遇するたびに、自然発生的に生まれるコミュニケーションである。

つまり、ポッドウォークは、そのナビゲーション機能ばかりでなく、「物語り」のためのモードとして理解することができる。冒頭で触れたように、われわれは、カメラ付きケータイを、さまざまな「生活記録」を収集するためのツールとして位置づけている。地域コミュニティのイメージや風景を収集・蓄積し、その中から何枚かを選別し、音声とともにポッドウォークとして編集することで、地域イメージの共有や地域資源の発見・再発見のためのコンテンツとして提供することができるはずだ。

興味ぶかいのは、ポッドウォークの体験をつうじて、われわれは、他者の「もの見かた」が協調的に併存することに、あらためて気づくという点である。同じ出発点と目的地であっても、多様なバージョンのポッドウォークを作成することができる。たとえば、地元の歴史家、芸術家、店主などを招待し、共に歩きながらポッドウォークを収録することによって、同じルートでありながらも、ことなる“まち歩き”の体験が可能となる。さらに、地域の昔の写真を入れることで、かつての写真を見ながら、現在のまち並みを体験することもできるだろう。

4.3 「遊歩者」のためのメディア

コミュニティ・デベロップメントや都市のデザインという文脈においては、人々が地域にいだく愛着や親近感を理解することが、重要な課題のひとつである。たとえば、近所を歩くことが、予期せぬ発見や驚きに満ちているとき、ひとは場所にある種の親密さを感じ、結果として、その場所はより多くの人々を引き付ける「力」をもつにちがいない。さらに、次第に場所がある種の活力・求心力をもつようになることで、いわゆる「リピーター」をも育むはずである。そのためには、われわれが慣れ親しんだ「もの見かた」から、自らを切り離してみることが重要である。上述のとおり、ポッドウォークは、まちを理解するための、あたらしい経験を提供するものである。写真のスライドショーとともに、自分ではない「誰か」のスピードとリズムでまちを歩く体験を、比較的容易に実現する。また、当然のことながら、ポッドウォークのコンテンツは事前に収録されたものであるため、歩くときは、つねに過去のまちの音を聞くことになる。眼前には、まさに「その時」の風景が見えるが、耳からは以前の音が聞こえてくるという体験は、じつに興味ぶかいものである。

ポッドウォークによる“まち歩き”は、簡単にまちにとけ込むことができるという点も魅力的である。見かけ上は、片手にカメラ付きケータイを持って、iPod で音楽を聞いている、普通の歩行者である。しかしながら、彼/彼女は、観察者、「遊歩者 (flâneur)」となる。「遊歩者」は、状況

と関わりをもたない、少し距離を置いた、感受性の強い都市の観察者である。ポッドウォークは、これまでには体験してこなかったスピードとリズムでまちを歩く、「遊歩者」のためのメディアとして理解することができる。「遊歩者になる」ことは、地域コミュニティで共有されるべきイメージや風景について、あらためて考え、「気づき」を誘発する機会を創出するにちがいない。まちを学ぶためのコンテンツとして、ワークショップや「まちづくりゲーム」に組み込むことで、地域コミュニティにおける他者との関わりについて考えるきっかけにもなるだろう。

注

本稿は、Kato, F. (2006) Capture, Share, and Experience: “Podwalk” as a Medium for Flâneurs, Position paper for PICS (Pervasive Image Capture and Sharing) Workshop, UbiComp2006, Orange County, CA. をもとに、邦訳・加筆・修正をくわえたものである。

6 参考文献

- [1] 天笠邦一・飯島由希子 (2006) 「老舗記念館へ」ポッドウォーク (石川県金沢市) 2005年5月21日収録。詳細については、http://vanotica.net/archives/cat_podwalk.html を参照。
- [2] au (KDDI) (2006) Listen Mobile (LISMO) <http://www.kddi.com/lismo/>
- [3] Diffusion Group (2005) Cited in CNET, Gilbert, A. “Researcher sees huge growth in podcast audience.” July, 2005, http://news.com.com/2100-1025_3-5777201.html
- [4] インターネット協会 (2006) 『インターネット白書

2006』

- [5] Kato, F. (2006) Seeing the “seeing” of others: Environmental knowing through camera-phones. In Kristof Nyiri (ed). Mobile Understanding: The Epistemology of Ubiquitous Communication (pp. 183-195). Vienna: Passagen Verlag.
- [6] 加藤文俊 (2006) 「寅さんの見た風景を採集する：カメラ付きケータイをもちいたフィールドワークの試み」『現代風俗学研究』第12号 (pp. 37-45) 社団法人 現代風俗研究会
- [7] 川井拓也 (2005), <http://www.himanainu.jp/podwalker/AboutPodWalker.pdf>
- [8] Nielsen/Netratings (2006) http://www.nielsen-netratings.com/pr/pr_060712.pdf
- [9] Oldenburg, R. (1989) The great good place: Cafes, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community. New York: Marlowe & Company.
- [10] Pew Internet & American Life Project (2005) http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_podcasting.pdf
- [11] Podwalk / podwalker ; <http://www.voiceblog.jp/podwalker/> を参照。同じく <http://www.podwalk.net/>, <http://www.podwalk.com/>, <http://www.podwalker.jp/> も参照のこと。
- [12] サンフランシスコ現代美術館 (SFMOMA) http://www.sfmoma.org/education/edu_podcasts.html

連絡先

加藤文俊 fk@sfc.keio.ac.jp