

Instagramによる美術館の写真投稿に関する研究 - 金沢 21 世紀美術館に関する投稿写真を通して -

Study about picture contribution in an art museum by Instagram

-Through a contribution picture about 21st Century Museum of Contemporary Art, Kanazawa-

○黒田陽二郎¹, 佐藤慎也²

*Yojiro Kuroda¹, Shinya Satoh²

This research grasped the reality of Instagram which are social media and analyzed contribution 21st Century Museum of Contemporary Art, Kanazawa using the function of the hash tag. The feature of web2.0 which is also the feature of the social media and a hash tag of Instagram were investigated from a document. After that a contribution picture about 21st Century Museum of Contemporary Art, Kanazawa was classified into 5 and how to be taken a change in a contribution picture and permanent exhibition by a plan exhibition was investigated. There is necessity which investigates various art museums to find the mechanism which will be contributed from now on.

1. 序論

1-1. 研究背景

ソーシャルメディアとは、主に web 上で、ユーザー同士が情報を自由に発信し、様々な情報を共有することが可能なものである。世界でもソーシャルメディアのユーザー数は急速に増加しており、その中でも Facebook や Twitter が代表的なものである。そして近年、写真に特化した Instagram が注目を集めている。スマートフォンの普及が進み、本体のカメラ機能が高度になったことから、今やどこでも写真を手軽に撮ることが可能になった。そうした中で Instagram は、写真を用いた新たなコミュニケーションツールの 1 つになったと言えるだろう。

そこで、人々による Instagram への写真投稿を分析することで、美術館という「場」に関するイメージを抽出することができないかと考えた。人々が美術館に対してどのように考え、どのようなイメージを持っているのか、その潜在的なイメージを抽出することが、今後の美術館の在り方を考えていく上で重要であると考えた。

1-2. 研究目的と方法

写真を主とした Instagram がどのようなコミュニケーションツールとなっているのか、その仕組みを文献から探る。そして、美術館において撮影された投稿写真を分析することで、今後の美術館の在り方(企画、展示方法、広報など)を考える材料とすることを目的とする。

1-3. 既往研究と本研究の位置づけ

情報社会学者の濱野智史の『アーキテクチャの生態系』*¹は、ウェブアーキテクチャの研究として、日本において発達しているウェブを分析することによって、「場」の形成の新たな可能性を示唆した。

建築計画の分野では、ソーシャルメディアを用いた研究が近年非常に増え、奥津拓ら*²は、ソーシャルメディアに投稿された写真と位置情報を収集し、

観光客数と投稿数の比較を行い、必ずしもそれらが比例関係にないことを明らかにした。

今回の研究では、写真を主とした Instagram の仕組みを調査し、美術館に関する投稿写真を分析することに独自性がある。

2. Instagram について

2-1. 写真について

撮った写真を楽しむメディアは、スマートフォン自体となった。撮影し、写真を楽しむ一連の流れは、すべてスマートフォンで行われている。

2-2. ソーシャルメディアについて

ソーシャルメディアは、オライリーによって提唱された web2.0*³の概念を具現化したひとつの形として考えられるが、内野孝太らは、「web2.0 のサービスでは、利用者によって価値が付加されることにより全体の価値が高まり、そのサービスの成功に結びつくことが多く、利用者からの『貢献』が受けられることは重要なポイントである」*⁴と論じた。

2-3. ハッシュタグについて

ハッシュタグ*⁵は、利用者が写真投稿に意識的なタグを付けることによって、ソーシャルメディア上で自動的に分類分けされ、グループ化される。利用者の意識的につけたタグによって分類されたグループを調査することによって、利用者自身の潜在的意識を調査できると考える。

2-4. 小括

美術館と言えば、実際に自分で足を運んでアート鑑賞を行う「場」と多くの人々が考えているのではないだろうか。そんな中、写真によって美術館の雰囲気リアルタイムに掴むことができるようになった。写真というメディアがより高度になり、インターネット社会が浸透していく中で、美術館の在り方が変わりつつある。*⁶ハッシュタグはその利用者側の意識の集合体であり、利用者側の価値を調査できる有用な方法であると考えた。

1: 日大理工・院 (前)・建築 2: 日大理工・教員・建築

3. 金沢 21 世紀美術館の投稿分析について

3-1. 金沢 21 世紀美術館について

恒久（常設）展示作品があり、撮影可能エリアが明快に設定されており、ソーシャルメディアに投稿することが許可されている。企画展などの写真撮影は、展覧会によって可能な場合がある。

3-2. 投稿の分類

初期調査は、総投稿写真（2014.12.26 まで）を 5 つに分類して集計を行った。

①建築的要素：美術館の外観や内観の写真。

②作品：展示作品の写真。

③テキスト情報：展覧会のポスターやチケット、また美術館名の標識など、文字や展覧会などの情報がわかる写真。

④人：人をメインとした写真。

⑤その他

総投稿数は 5,191 件。また、②作品が最も多く撮られ投稿されている（図 1）。その中でもレアンドロ・エルリッヒ「スイミングプール」が最も多く投稿されている写真で 1,302 件であった。

3-3. 企画展による違い

企画展によって投稿内容が左右される可能性が高いと考えられるため、企画展ごとの 1 ヶ月の総投稿数と常設作品の投稿数を調査する（図 2）。期間は季節的なことも考慮し、2014 年 8 月と 2015 年 8 月、さらに季節をずらした 2015 年 4 月の計 3 つの期間を調査した。総投稿数に変化が見られるのは、単に夏休みと重なったことが原因と考えられる。企画展が変わっても常設作品の割合はあまり変化が見られなかった。

3-4. 作品 + 人の割合

ここでは、作品のみの写真と、作品と人が同時に撮られている写真の投稿数を比べる。2015.8 月の総投稿 804 件で、常設作品のみの写真と、常設作品 + 人の写真を集計する。その結果、常設作品のみは 195 件、常設 + 人 303 件となった。作品のみの写真よりも、人を入れた写真が多く撮られることがわかった。

3-5. 小括

金沢 21 世紀美術館で最も多く投稿されているのは、作品の写真である。その要因として、常設展示が、企画展に左右されずに大衆の人々の投稿数を獲得していることが考えられる。また常設展示は、人が映り込む投稿写真が多く、自身が作品に入ることによって楽しんでいると考えられる。常設展示の中でも「スイミングプール」だけで、総投稿数の 20% 以上の投稿数を獲得しているが、これは金沢 21 世紀美術館のイメージを、利用者によって相互的に肥大させたと考えられる。

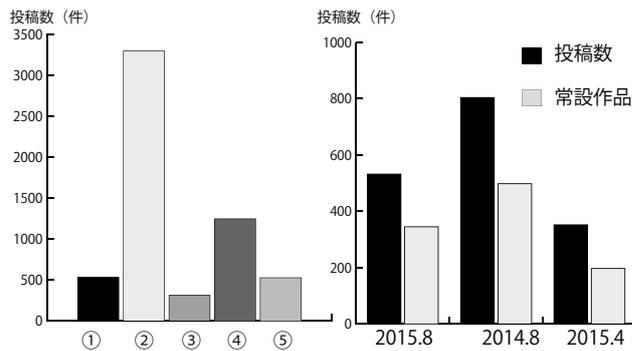


図 1. 分類別投稿数



図 3. 投稿写真の分類方法

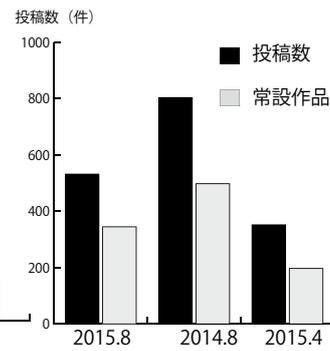


図 2. 企画展による投稿数変化



図 4. 最も多く投稿された作品

4. 結論と今後の展望

Instagram のハッシュタグによって、グループ化された投稿写真は、利用者の意識の集合体であり、有用な調査材料と言える。また、本研究では、金沢 21 世紀美術館を調査することで、どのような写真が投稿されているのかを分析することができた。しかし、投稿写真にどのような評価をするのか、そのメカニズムを発見することができなかった。今後は、様々な美術館を調査する必要がある。

【注釈】

- 1) 参考文献 [1]
- 2) 参考文献 [2]
- 3) ティム・オライリーによる概念。旧来は情報の送り手と受け手が固定され、一方的な流れであった状態が、流動化し誰もがウェブを通して情報を発信できるように変化した web の利用状態のこと。参考文献 [1]
- 4) 参考文献 [3]
- 5) 投稿する写真にタグをつける機能。例えば、「美術館」というキーワードでハッシュタグ検索をかけると、そのタグがついている写真を見ることができる。投稿者がタグをつけたことによって、その写真が「美術館」に関連する写真であることがわかる。
- 6) 参考文献 [4]
- 7) Instagram 投稿写真引用, @lelelele39, @oyasumi. 99
- 8) 写真引用, 参考文献 [5]

【参考文献】

- [1] 濱野智史：アーキテクチャの生態系, NTT 出版, 2008. 10
- [2] 奥津拓, 遠田敦, 菊地弘祐, 渡辺仁史：写真共有コミュニティサイトに投稿された写真にみる地域特性の抽出, 日本建築学会学術講演梗概集, pp. 1067-1068, 2010. 9
- [3] 内野孝太, 佐藤慎也：アートプロジェクトにおける場に関する研究 - ウェブアーキテクチャを通して -, 日大理工学部学術講演会論文集 H25
- [4] bitecho 創造力を社会に生かすアートニュースサイト, http://bitecho.me/2015/08/23_274.html, 2015 年 9 月 15 日アクセス
- [5] 金沢 21 世紀美術館ホームページ, <https://www.kanazawa21.jp/>, 2015 年 9 月 15 日アクセス