

博物館における Web 映像コンテンツの視聴スタイルに関する調査

寺坂 尚浩 †

静岡大学大学院情報学研究科 †

杉山 岳弘 ‡

静岡大学情報学部 ‡

1 はじめに

博物館は、展示品に関する専門性を持った知識を提供する場である。本研究グループでは、博物館の現場で様々な視聴スタイルで学習が行え博物館の知識を多面的に学ぶための Web 映像コンテンツを制作している [1]。

一般的に、博物館では、静粛にして展示品を鑑賞するのが慣習となっており、音声や映像などの音を伴うガイドでは、ヘッドホンを着用するのが一般的である。しかし、最近では、大型ディスプレイでの映像展示や個人での映像視聴に適する携帯端末などへのコンテンツの提供など、視聴スタイルについても徐々に変化してきている。そこで、本研究では作成した Web 映像コンテンツについて、実際の現場で様々な媒体で展示し、視聴スタイルについての意識調査を行う。

2 博物館における Web 映像コンテンツ

対象とした博物館は、縄文時代の貝塚を保存している遺跡公園に隣接しており、貝塚から発掘された貴重な出土品を展示している。展示品は 1,000 点、収蔵品は 12 万点である。現在の展示品解説は、パネルやリーフレットなどの文字媒体をメインとしている。また、現在、収蔵品情報のデータベース化が進んでおり、インターネット上で収蔵品検索が行える [2]。

本研究では、来館者へのサービスの向上と、館内における展示の見せ方や解説の向上と収蔵品情報のデータベースの活用を目指して、博物館の学芸員の協力を得て、映像コンテンツの制作に取り組んでいる (図 1)。

3 縄文時代コンテンツの構成

博物館の多数ある展示品の中から、特に来館者に注目して欲しい物を学芸員と選定し、縄文時代の展示品 4 点に関する映像コンテンツを作成した。それぞれ 1 点ごとに、2~3 個、計 11 個の解説を行う映像コンテンツである (図 2)。1 個の解説はそれぞれ 1 分~1 分半で行

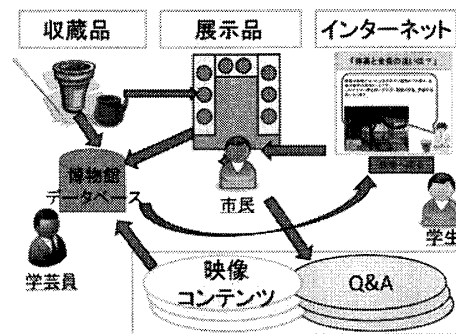


図 1: 博物館における Web 映像コンテンツ

われる。視聴の流れは、図 3 のように展示品と解説内容を来館者が選び、解説の映像が流れる。映像中、想定される質問へのリンクが表示される。これをクリックすると回答が表示される Q & A 機能も実装した。複雑なインタラクティブ性を持たせると、そちらの機能に意識を取られてしてしまう場合も考えられるので、画面遷移と映像の再生停止に操作を限定した [3]。

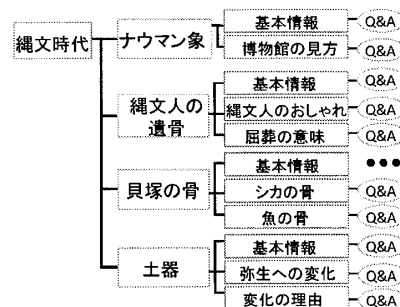


図 2: 縄文時代を対象とした Web 映像コンテンツ

4 アンケート調査とコンテンツの評価

博物館における来館者の視聴スタイルの意識を調査するために、開発した Web 映像コンテンツを使って、様々な視聴スタイルで展示し、それを実際に使ってもらった上でアンケート調査を行った。

4.1 調査概要

アンケート調査は、博物館の来館者および博物館関係者を対象とした。調査期間は 2008 年 12 月 20 日~23 日の 4 日間行った。アンケート回収数は 100 枚で、

A Study on Audience Styles of Web Video Contents on Museum
†Naohiro TERASAKA • Graduate School of Informatics, Shizuoka University
‡Takahiro SUGIYAMA • Faculty of Informatics, Shizuoka University

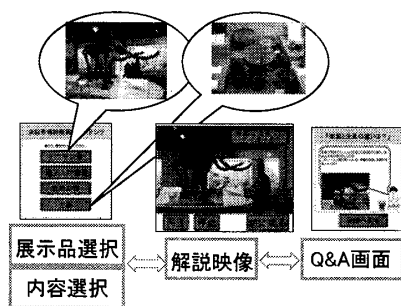


図 3: コンテンツの画面遷移

その内有効回答数は 98 枚であった。主な質問内容は、(1) 視聴時間について、(2) 音の出るコンテンツに対する意識について、(3) 複数人での視聴について、(4) 展示品への疑問が出たときの対処について等と、来館回数や年齢などの基本属性である。

4.2 調査方法

博物館の一角に、開発したコンテンツを、以下のような様々な媒体で視聴できる環境を作成した (図 4)。具体的には、据え置き型映像再生機器 2 種類 (字幕あり+音声なし、字幕なし+音声あり)、携帯型映像再生機器 2 種類 (ヘッドホンあり、なし)、携帯型音声再生機器、展示パネル、リーフレットの 7 種類である。

被験者には、これらを自由に視聴してもらった後に、媒体に関連する質問への回答と属性についてアンケートに記入してもらった。



図 4: 媒体の例

4.3 調査結果

収集したアンケートから、以下のようなことが分かってきた。

- (1) 視聴時間について：それぞれの媒体のガイドをどれくらいの時間を視聴できそうかという質問に対して、1 分間という回答がほとんどの媒体で 40 %前後である。
- (2) 音の出るコンテンツに対する意識：音の出るコンテンツや、携帯機器での視聴にあたって、騒がしい、周りが見えていなさそう等のマイナスイメージの回答はそれぞれ 20 %以下である。

(3) 複数人での視聴について：携帯機器を使ってコンテンツを視聴する場合、複数人で視聴したいとするよりも、視聴できれば良いとする考えの方が多い。

(4) 展示品への疑問が出たときの対処について：展示品への疑問が浮かんだ時、「学芸員に聞く」と答えた人が 50 %近くであった。また「インターネットで調べる、本で調べる」といった自分で学習する人が 40 %であった。特にリピータは学芸員に質問するが多い。それに対して、初めて博物館に来た人は質問をしないことや、その他の方法で調べることが多い。

考察：これらの結果をもとに、視聴スタイルとして、携帯機器による複数人でのコンテンツ視聴という新しい視聴スタイルが考えられる。複数人の視聴にあたっては、マイナスイメージを持つ来館者は比較的少ないことが分かったが、その人達への配慮を検討する必要がある。疑問の解消方法について、初めて博物館に来た人とリピータでは違いが大きい。コンテンツに Q & A を組み込む際には、この違いを考慮することで、より理解度が増すコンテンツを制作できるといえる。また、視聴時間に関しては 1 分間に収めることを目安とする。

5 まとめ

縄文時代について、博物館の現場で視聴する Web 映像コンテンツを実際に作成して、様々な視聴スタイルで提供して、リピータやスタイルによる違いや意識などについてアンケート調査を行った。この結果、博物館における Web 映像コンテンツの視聴スタイルについて示唆を得ることができた。

謝辞

コンテンツ制作とアンケート調査に協力していただいた浜松市博物館の学芸員の皆様、また本研究の一部を助成していただいた、(財) 上月スポーツ・教育財団に感謝の意を表します。

参考文献

- [1] 渡辺, 竹林, 杉山, “博物館の現場において多面的に楽器の知識を獲得できる知識映像コンテンツのデザイン”, 第 21 回人工知能学会全国大会, 3F5-1, 2007
- [2] 浜松市博物館サイト内収藏品検索システム「ある蔵」, <http://www7.city.hamamatsu.shizuoka.jp/>, (2009,1,16)
- [3] 楠, 矢谷, 石川, 石山, 山口, 杉本, “博物館における展示支援 Pibook”, 電子情報通信学会研究報告, Vol.103, No.166, pp.11-15, 2003