

ビデオテープ風映像の構成要素が動画の印象に与える効果

森 悠貴* 中桐 齊之*

兵庫県立大学環境人間学部*

1 はじめに

2016年の船井電機の撤退を最後に現在日本ではビデオデッキの生産が行われていない。また、2021年3月実施分の消費動向調査によると、二人以上の世帯における光ディスクプレーヤー・レコーダーの普及率は74.2%に達しており[1]、日本国内において映像の再生機器としてビデオデッキは主流とは呼べなくなっている。

しかし、近年、ビデオテープ風の動画が撮影できるスマートフォン用アプリが公開されてきている。さらに、Youtube等の動画投稿サイトにおいては、フルHDなどの高画質動画が投稿できるにもかかわらず、映像の質感をビデオテープ風に加工する、ビデオテープで撮影した映像をデジタル映像に変換する等を行った動画が投稿されており、それらの作品の感想には、懐かしさの他に温かみや安心感があるという肯定的な評価が寄せられている。

本研究では、なぜ、現在、ビデオテープ風の映像が評価されているのか、その映像を構成する要素がユーザの印象に与える効果を解析する。

2 関連研究

ビデオテープの映像とデジタル映像を比較した研究は存在しなかったが、写真においてはビデオテープ風映像の特徴と類似する効果についての研究が存在する。佐藤ら[2]はモノトーンや彩度の低い画像が過去の印象を強く喚起させること、暖色系の色が強く過去の印象を喚起させることなどを明らかにし、劣化なども含めた画質に関する記憶が時間印象に影響を与えると指摘している。大友ら[3]は手描きの線で描かれたパターンの嗜好性を調査し、「あたたかい」「自由な」「陽気な」という3つの肯定的な形容詞が高い評価を得たことを確認している。また、古谷ら[4]は若者が日常的に楽しむSNS投稿において、当時の流行を知らない「写ルンです」を使用することで新奇性が喚起され、体験価値を創出しやすいことを確認している。

3 ビデオテープ風映像の特徴

インターネット上で公開されているビデオテープ風映像には共通する要素が主に3つ挙げられる。アスペクト比が4:3であること、映像が不鮮明であること、画面全体にノイズがかかっていることが主に共通する特徴である。また、視聴者が動画サイトやSNSなどの最新の技術を通して作品を閲覧しているということも特徴として挙げられる。

以上の特徴から、視聴者がビデオテープ風映像に魅力を感じるためには、ビデオテープ風映像における特有の要素が影響していると考えられる。

4 ビデオテープ風映像の印象調査

本研究では視聴者がビデオテープ風映像のどの要素に最も影響を受けるのかについて実験を行った。

4.1 実験の概要

実験では「あおり映像ライブラリー」の2011年に撮影された東北新幹線の開業イベントの映像をもとに、動画編集ソフトAviutl 1.10を用いて640×480 30fpsの3つの動画を作成した。この映像を使用したのは、動画サイトなどに投稿されているビデオテープ風映像では撮影対象が現代のもの、もしくは現代のものが映り込んでいるものが多いためである。この映像ではアナウンスの音声で撮影対象が東北新幹線であることが分かりやすく、写っている新幹線車両も新型のE5系であり、現代の映像だと判断しやすいため適当だと判断した。また、再生時間は間峠ら[5]の研究で示された適当な映像提示時間より30秒とした。作成した動画のスナップショットを図1に示す。実験では、(a)動画の両側のトリミングのみを行ったもの、(b)(a)に加え輪郭を不鮮明にしたもの、(c)(a)に加え画面全体にノイズをかけたものの3種類の動画を使用した。

4.2 調査の手順

調査では動画をスマートフォン(SH-54B)で視聴してもらい、動画に魅力を感じたかと、被験者の属性として、ビデオテープ使用歴の有無やビデオテープ風映像を見る頻度などの項目についてアンケートを行った。その際に映像が2011年の東北新幹線を映したものであることの説明を行った。被験者は大学生とし、(a)(b)(c)の各動画を視聴する25名のグループ計75

Effect of the components in movie like the video tape on the impression of movie

*Yuki Mori and Nariyuki Nakagiri

*School of Human Science and Environment, University of Hvogo

名とした。

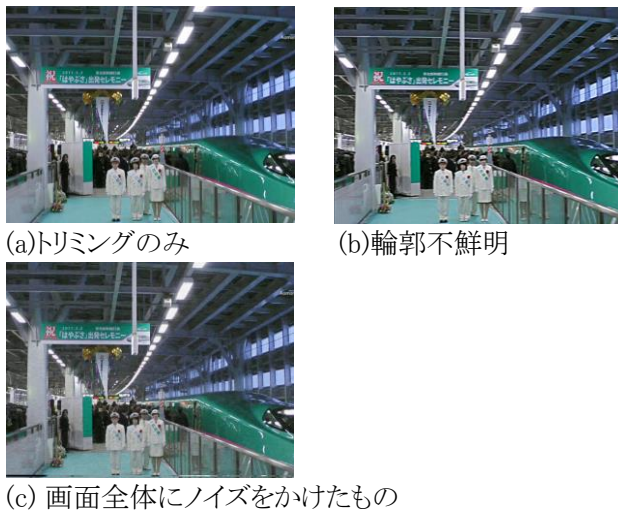


図1: 実験に使用した映像

4.3 調査結果

各動画において「魅力的に感じるか」を質問したアンケートの結果を図2に示す。図2より、いずれの映像も魅力を「感じる」「やや感じる」と回答した割合は4割以下であるが、輪郭が不鮮明の映像において魅力を「感じる」「やや感じる」と回答した割合が最も高くなる。ここで「どちらでもない」や魅力を「感じない」と回答したグループの、そう回答した理由には「新幹線に興味がないから」「映像に変化が少ない」「映像の意図が分からない」といった意見がそれぞれ複数存在している。

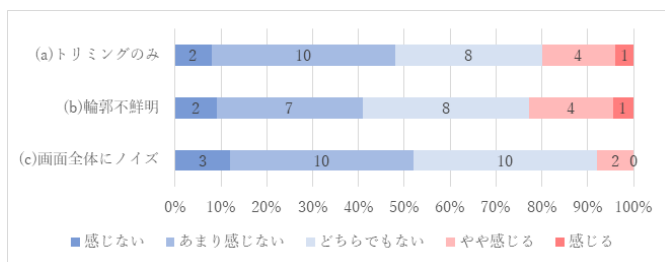


図2: 提示した動画に魅力を感じるか

また、ビデオテープ風映像を好みであると感じるかという質問に対し、好みであると回答したグループの回答の理由として、「趣がある」「ノスタルジーを感じる」「レトロな感じがして好き」といったレトロな雰囲気に注目したものや、「映像に味があり、新鮮に感じる」「今風のものととのミスマッチ感」など現代でよく見る映像との違いから生じる新奇性に注目したものが存在する。一方、どちらでもない、好みではないと回答したグループでは、「画質が悪いため」「普段見る機会がないため」といった意見が存在する。

5 考察

輪郭が不鮮明の映像において、魅力を感じた人の割合が最も多くなることがわかった。

これは、大友ら[3]の手描きの線で描かれたパターンが高い評定を得たと同様に、デジタル映像の鮮明な輪郭よりもアナログな不鮮明の映像が良い評価を得たためではないかと考えられる。

しかし、映像に魅力を感じたと答えた人の割合がどちらでもない・魅力を感じないと答えた人の割合に比べ低いという結果になった。魅力を感じないと答えたグループの自由記述欄に、映像に変化が少ない、映像の意図が分からないという記述があったことから、この結果は被験者の映像に対する興味が薄かったことに加え、映像コンテンツによって評価が変わる可能性があることを示唆していると考えられる。

また、ビデオテープ風映像が好みかどうかについての設問においてビデオテープ風映像を好みだと回答したグループでは、好みである理由について映像の新奇性を挙げる回答が寄せられたことに関しては、古谷ら[4]の研究と同様に、視聴者が動画サイトやSNSでビデオテープ風映像を見るという行為に新奇性を感じている可能性がある。よって、ビデオテープ風映像を提示する際には、現代的な映像の内容やその映像を動画サイトやSNSなどで見ることのギャップなどで新奇性を感じられる工夫をする必要があるのではないかと考えられる。

参考文献

- [1] 内閣府経済社会総合研究所景気統計部: 消費動向調査 <https://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/s houhi/honbun202103.pdf>(2022年1月5日取得)
- [2] 佐藤 慈, 児守 啓史, 清水 穂高, 青木 直和, 小林 裕幸: 画質が写真の時間印象に与える効果, 映像情報メディア学会誌, 62, pp.398-407 (2008).
- [3] 大友 邦子, 山中 敏正: 手描きによる線のゆらぎがストライプパターンの印象評価に与える影響, 日本デザイン学会研究発表大会概要集, 58, pp.88-88 (2011).
- [4] 古谷 奈菜, 田村 高志, 増田 光一郎, 田中 咲, 水師 裕: 若者のレトロ商品における利用動機に関する研究: 一使い捨てフィルムカメラを対象としたノスタルジアと新奇性からの検討一, プロモーション・マーケティング研究, 12, pp.7-21 (2019)
- [5] 間峠 慎吾, 佐藤 友美, 佐藤 美恵, 毛利 智博, 春日 正男: 新しい概念: 感性コンテンツのための提示環境と感性との関連性, 映像情報メディア学会技術報告 27(28), pp.1-4 (2003)