

# 大学院学事におけるナラティブのデザイン ーデジタルハリウッド大学大学院での実践を通じてー

Investigation of Narrative Design approach for Academic event  
- In the case of DHGS COLLECTION -

大島 志拓 Yukihiko Ohshima

デジタルハリウッド大学 大学院グループ

本研究ではデジタルハリウッド大学大学院（以下、DHGS）が開催するDHGS COLLECTION（以下、デジコレ）をフィールドとして、大学院を取り巻く多様なステークホルダーに対してナラティブ型の物語体験を促すための手法を検討する。デジコレは優秀成果発表会として毎年開催されており、多様なステークホルダーとの多面的な関係構築の機会となることが目されてきたが、従来は来場者数の増加やエンゲージメント構築に課題があった。そこで多くの人々を惹き付け、その心を動かす手法として「物語説得」に着目し、デジコレを構成するメディアを「物語性を想起させる断片」とすることでステークホルダーに対してナラティブ型の物語体験を通じた変化を促し、結果として来場者数の増加やDHGSとのエンゲージメントの構築を目指す。2017年以降に開催された2度のデジコレにおいて予備的な実装を行なったところ、空間的および時間的な広がりの中に「断片」を点在させることが、継続的な来場者数の増加やDHGSとのエンゲージメント構築などの獲得に繋がる可能性が示唆された。

キーワード：ナラティブ、メディアデザイン、物語説得、学校イベント、高等教育

## 1. 背景と目的

### 1.1. 修了課題制作と学事

デジタルハリウッド大学大学院は日本初の株式会社立専門職大学院として2004年に設立され、専門職学位である「デジタルコンテンツマネジメント修士」を多数の修了生に授与してきた。学位取得にあたっては所定の単位を修得することが義務付けられており、必須科目の一つとして「修了課題制作」が設けられている。「修了課題制作」は原則として2年次以上の学生が「ビジネスプラン・論文・共同研究報告書・作品」の4種から任意の形式を選択し、担当教員の指導に従って取り組む科目として設置されている。履修登録自体は2年次に行なうことになるが、そのプロセスは入学当初から始まっており、DHGSでは2年間に渡る学修のプロセスに修了課題制作のアウトプット向上を促す複数のマイルストーンを設けている。

本来「学事」とは学校運営に関わる事柄全般を指す語だが、DHGSではとりわけそれらのマイルストーンについて「学事」という呼称を用いており、一般公開型の学事として学修プロセスの集大成であるデジコレを毎年2月下旬に開催している。

### 1.2. DHGS COLLECTION「デジコレ」

デジコレは修了課題制作の成果に関する学生によるプレゼンテーションを中心とした学事であり、そのプログラムはDHGS駿河台キャンパス内ホール（以下、駿河台ホール）で開催されるメインイベントと別会場にて行われる懇親会（デモ展示およびポスター発表を兼ねる）によって構成されている。

図1：修了課題制作の流れ（デジタルハリウッド大学大学院，2018）

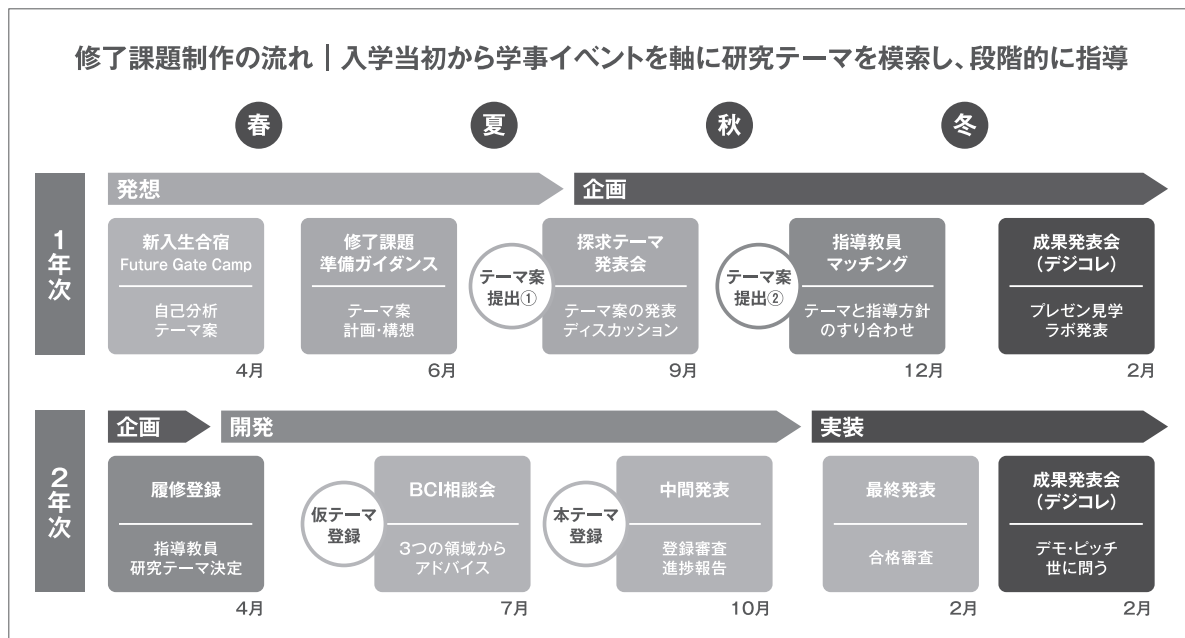


表 1：近年のデジコレにおけるプログラム構成例

1	開会の挨拶
2	修了課題プレゼンテーション(前半)
3	研究実践科目(ラボ)エキシビション
4	修了生エキシビション
5	修了課題プレゼンテーション(後半)
6	観客投票/休憩
7	スペシャルゲストエキシビション
8	MVPおよびGood Presentation Award表彰
9	学長総評
10	懇親会(デモ展示・ポスターセッション)

またデジコレは一般公開されるため、在学生を対象とした学事でありながら、様々なステークホルダーが一堂に会する場でもある。学生・教職員・修了生などの関係者に加えて、将来の入学検討者や産学連携プロジェクトへの出資者などが来場することも予想されるため、そうした人々とDHGSとのエンゲージメントを築くための広報イベントという役割も担っている。

しかし2015年2月に開催された「デジコレ5th」では計117名の来場者に対して広すぎる駿河台ホールに間仕切りを設置し、定員数を減らした状態で運営されるなど、来場者数やステークホルダーとのエンゲージメント構築には課題が残った。翌年以降のデジコレではより魅力的な場を用意するなど、この課題の改善を図る必要があった。

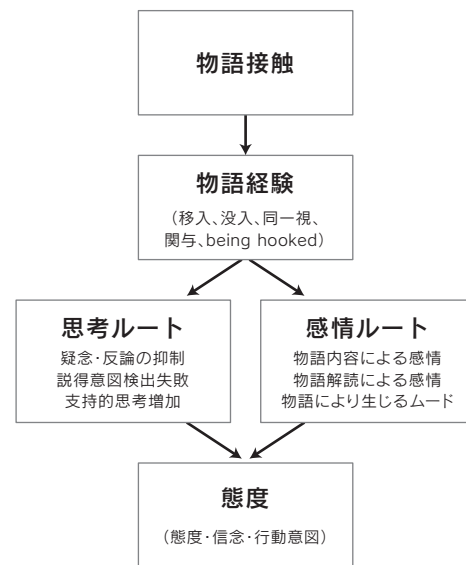
図 2：デジコレ 5th 会場風景



### 1.3. 物語による説得

多くの人々を惹き付け、その心を動かす手法として「物語説得による態度変化」がある。物語はテーマやメッセージを伝えるコミュニケーションの手法であり、物語の語り方や受け取り方の違いによって「ストーリー」「ストーリーテリング」「ナラティブ」などの類型がある。また小森(2016)はイソップ童話や宗教講話、戦時中のプロパガンダなどを挙げ「物語は単に娯楽の手段としてだけでなく、それに触れた人々の心に強い影響力をもつと考えられている」とし、物語への接触が思考あるいは感情の変化を通じて態度の変化へと繋がるプロセスについて論じている。

図 3：物語説得プロセスの統合モデル(小森, 2016)



デジコレは基本的なプログラムが予め定められているものの、映画や演劇のように作り込まれたコンテンツを終始静的に鑑賞するイベントではなく、DHGSをめぐるステークホルダーが様々な立場から集い、実空間を共有しつつ思考を巡らせながら進行する学事である。そこで物語の類型の一つであり、鑑賞者が自ら意味形成しながら物語を経験する特徴をもった「ナラティブ」に着目し、さらに実際にデジコレの企画制作に携わることで、その実装に関する検討を行なうこととした。

## 2. 関連研究および参与観察

### 2.1. ナラティブをめぐる検討

学術的な文脈において「ナラティブ」は主に看護学や心理学の分野における対象へのアプローチ手法として援用されてきた。しかし、近年では広告コミュニケーションやゲームデザインといった分野でも注目を集めており、国際的なゲーム開発者会議であるGame Developers Conference (GDC) などにおいてもテーマとして挙げられるなど、コミュニケーションやデザイン制作の手法としても注目が集まっている。そのような分野においてナラティブの定義は必ずしも厳密に定まっているわけではないが、例えば「ドラゴンクエスト」のようなロールプレイングゲーム(RPG)では、散在する様々な情報の「断片」をプレイヤー自身が結びつけながら世界を体験するようなデザインが古くから利用されている。今日ではこうした手法もナラティブの一種だと考えられており、「断片」の集積によってユーザーが自ら主体的な体験を重ねていく手法は、近年ではオンラインで稼働する大規模多人数同時参加型RPGなどにおいて、始点や終点を定めない継続的な物語世界の体験を提供するためにも活用されている。このような用法を踏まえて、本研究では「始点や終点が存在しない、参加者自身が情報の断片から意味形成することで継続的に体験する物語の手法」をナラティブ型の物語体験と定義する。

### 2.2. デジコレ6における参与観察

筆者は2016年2月27日(土)に開催された「デジコレ6」より主担当としてデジコレの企画制作に携わることになった。デジタルハリウッド株式会社内でDHGS事務局スタッフと広報物制作などを

担うクリエイティブ室のスタッフによる協力を得ながら、約7ヶ月間に渡って企画制作に取り組んだが、デジコレ6では従来とは異なり「クリエイティブテーマ」として関連する制作物全般に共通のテーマを与え、統合的なブランディングを試みた。DHGSの学生には様々な個性が認められることから、多様な色彩を意味する「COLORS」というテーマを用意し、デジコレを構成する様々な要素(メディア)を通じてそのテーマを表現した。

表 2：近年のデジコレにおけるメディア構成例

1	メインビジュアルポスター
2	メインビジュアル告知フライヤー
3	登壇者紹介スライド
4	メインビジュアルスライド
5	スタッフ証
6	出展者証
7	受賞者用プレート
8	登壇者用バッジ
9	オープニング用映像
10	スライドショー映像
11	当日配布用パンフレット
12	観客投票用ボード
13	表彰用プレート
14	会場用BGM
15	ラボ紹介用ポスター

デジコレ6では結果的に上記15種類のメディアを利用した。本稿では各々の制作プロセスに関する詳述は割愛するが、中心となるメインビジュアルポスターを制作した後、同様の色彩を各種のメディアに転用しながら制作を進めた。

図 4：デジコレ6 メインビジュアルポスター



図 5：デジコレ6 表彰用プレート



図 6：デジコレ6 観客投票用ボードおよびステッカー



図 7：デジコレ6 会場風景



デジコレでは開催当日へ向けて全ての要素を組み立てていくため、最終的な体験の全体像は実際に開催するまで明らかにはならないが、デジコレ6では15種のメディアを「COLORS」というテーマの下で統合的に制作したことでステークホルダーに対して一貫性を持った体験を提供するとともに、170名(前年比+53名)の来場者数を記録することができた。こうした結果を踏まえて、デジコレにおいてナラティブな物語体験を実装するには構成要素としてのメディアを活用できる可能性があること、またそのような実践が来場者数を向上させる可能性があることが分かった。

### 3. 仮説の設定

関連研究および参与観察を通じて得た知見を踏まえ、本研究ではデジコレを構成するメディアを「物語性を想起させる断片」として活用し、ステークホルダーに対してナラティブ型の物語体験を促す



ことで、結果として来場者数向上やエンゲージメント構築が得られるのではないかと仮説を設定した。研究全体の結論などを含む詳述は今後に委ね、本稿ではまず「物語性を想起させる断片」の実装要件について検討を進めるために、2017年以降に開催された「デジコレ7」および「デジコレ8」での実践を予備的な実装事例として報告する。

#### 4. 予備実験

##### 4.1. デジコレ7における予備の実装

2017年2月25日(土)に開催されたデジコレ7ではデジコレ6を構成したメディアから利用頻度の低かったスタッフ証を除き、新たに音響効果、空間装飾を加えた16種のメディアによって構成した。

表3：デジコレ7の構成メディア

1	メインビジュアルポスター(4種)
2	登壇者紹介スライド
3	メインビジュアルスライド
4	メインビジュアル告知フライヤー
5	登壇者証(ハンダナ)
6	受賞者用プレート
7	登壇者用バッジ
8	オープニング用映像
9	スライドショー映像
10	当日配布用パンフレット
11	観客投票用ボード
12	表彰用プレート
13	会場用BGM
14	ラボ紹介用ポスター
15	音響効果(波/風)
16	空間装飾(三角旗/マスキングテープ)

デジコレ6ではクリエイティブテーマを定めることで一貫性をもった体験を実現したが、より具体性・明晰性・非日常性を備え、具体的な情景に繋がる言葉をテーマとすることで物語性の想起を促すため「進水式」という場をテーマとして設定するとともに、4種類のキービジュアルを用意した。告知用ポスターやフライヤーに掲載した4種のキービジュアルはそれぞれ異なるイメージから「進水式」というテーマを表現しており、物語性を抽象化し、鑑賞者自身がそれぞれの意味を紡ぐことを目指す設計とした。

図8：デジコレ7 メインビジュアルポスター(4種)



また事前告知にあたって、メインビジュアルの表現を利用したWeb用バナー画像を作成した。登壇者である学生やゲストスピーカーの写真に4種のメインビジュアルに含まれる要素を引用し、ポスターなどと同様に多数のパターンを用意した。

図9：デジコレ7 Web 事前告知用バナー



さらに会場の音響として波・風の効果音を導入するとともに、海辺を表現する青いマスキングテープや三角旗によって空間を彩り、プレゼンテーション登壇者に対しては登壇者であることを示すハンダナの装着や特定のタイミングでの「敬礼のポーズ」を依頼した。

図 10：デジコレ7 会場風景



図 11：デジコレ7 登壇者紹介スライド（敬礼）



図 12：デジコレ7 登壇者章（ハンダナ）



これらはいずれもナラティブな物語体験を促すための「断片」として機能することを意図しており、全ての関係者が共有しやすい明瞭なモチーフでありながら、ステークホルダーがそれぞれの物語を想起できるようにした。結果的に来場者数は飛躍的に向上し、会場定員上限に到達する250名（前年比+80名）の来客があった。ここで記録された来場者数はデジコレ5thの倍以上に達しており、デジコレ6以降のアプローチが一定の成果を上げたと考えられる。

#### 4.2. デジコレ8における予備的実装

2018年2月24日（土）に開催されたデジコレ8では新たに照明効果や壁面へのプロジェクションを導入し、計18のメディアによって構成した。

表 4：デジコレ8の構成メディア

1	メインビジュアルポスター
2	登壇者紹介スライド
3	メインビジュアルスライド
4	メインビジュアル告知フライヤー
5	登壇者シンボル（花）
6	受賞者用プレート
7	登壇者用バッジ
8	オープニング用映像
9	スライドショー映像
10	当日配布用パンフレット
11	観客投票用ボード
12	表彰用プレート
13	会場用BGM
14	ラボ紹介用ポスター
15	音響効果（虫の音／風）
16	空間装飾（提灯／月の背景／草木）
17	照明効果
18	壁面プロジェクション

特筆すべきこととして2016年度入学者が中心となったデジコレ8では、当該世代に対して予めBatch Nameが設定されていたことが挙げられる。デジコレ7の成功を受け、DHGSでは2016年度以降の入学者に対して学年ごとの通称であるBatch Nameを命名する慣習が生まれた。この慣習によって2016年度入学者には「Monsters」という名称が付けられており、デジコレ8の企画にあたってはいわば「連歌」のように「Monsters」を与件とした企画提案を意識した。2017年6月までには具体性・明晰性・非日常性をもったモチーフとして「モンスターが変身する月夜」を設定し、キービジュアルを製作時に従来には無かった要素として「Monsters Moonlight Metamorphosis」というサブタイトルを加えることで物語性の想起を促した。

図 13：デジコレ8 メインビジュアルポスター



これらの試みによって、デジコレ8では一回性の空間だけでなく、特に在学生の学修プロセスを通じて時間的な広がりをもって形成されるナラティブの可能性が示唆されることになった。

また空間的には月夜を模した会場に照明効果を導入し、「提灯」や「草木」などの装飾や登壇者であることを示す花飾り、また投票用ステッカーや受賞者用プレートにも月のシンボル、壁面プロジェクションなどの取り組みによってデジコレ7を上回る没入感を得るに至った。

図 14：デジコレ8会場風景



図 15：デジコレ8登壇者シンボル（花）



図 16：デジコレ8 観客投票用ボードおよびステッカー



図 17：デジコレ8表彰用プレート



このようにデジコレ8では時間的・空間的な広がりをもったメディアの中に「断片」が散りばめられることになり、来場者数はデジコレ7と同じく250名に達するなど、継続的に定員上限を記録することができた。

## 5. 今後の課題

本稿では研究全体の構成を踏まえながら「ナラティブ型の物語体験を促すための断片」について、予備的な実装を試みた。引き続き2019年2月に開催予定の「デジコレ9」での実践を念頭に置きながら、ナラティブな物語体験を促すための手法について実践的に検討するとともに、物語体験と来場者数向上を明確に関連付けるための評価指標や物語体験そのものについても検討を進めていきたい。また本稿で触れたようにデジコレ8の与件にもなった Batch Name の存在は非常にユニークであり、学修プロセス全体に渡るナラティブへの可能性も垣間見えることから、本研究のフィールドをデジコレ以外にも広げる際には深く考察すべき要素といえるだろう。

## 謝辞

2015年度以降のデジコレ開催にあたってご尽力いただいた全ての皆様へ感謝と御礼を申し上げます。また本稿の執筆にあたってご配慮いただいた皆様へ心より御礼申し上げます。

## 【引用文献】

デジタルハリウッド大学大学院 (2018). 『3つのポリシー | 大学院概要 | 大学院紹介』 (<http://gs.dhw.ac.jp/profile/about/3policy/index.html#03>) (2018年8月21日アクセス)

小森めぐみ (2016). 「物語はいかにして心を動かすのか：物語説得研究の現状と態度変化プロセス」『心理学評論』Vol.59, No.2, 191-213.

4Gamer.net (2013). 『[CEDEC 2013]海外で盛り上がる「ナラティブ」とは何だ？ 明確に定義されてこなかった“ナラティブなゲーム”の正体を探るセッションをレポート』 (<https://www.4gamer.net/games/999/G999905/20130827028/>) (2018年8月21日アクセス)

Service Design Park (2016). 『Service Design Salon Vol.11 「デザインにおける“物語”」レポート』 (<http://sd-park.tumblr.com/post/145189673636/sd-salon-vol11>) (2018年8月21日アクセス)

大島志拓 (2017). 「デジタルハリウッド大学大学院 2016年度成果発表会 デジコレ7」『DHU JOURNAL Vol.04 2017』, 47-48.

## 【Notes】

### Investigation of Narrative Design approach for Academic event - In the case of DHGS COLLECTION -

Yukihiro Ohshima

(Graduate School Administration office, Digital Hollywood University)

This research will consider a method of Narrative Design Approach for various stakeholders surrounding Digital Hollywood University, Graduate School (DHGS). DHGS has various stakeholders that annually meet up at DHGS COLLECTION, held as an annual school event. Although it will be expected to have functions of built multifaceted relationship with stakeholders at DHGS COLLECTION, the method is not yet established and there were issues in improving the number of customers and building engagement with them.

This research focus on "fragments" reminiscent of stories, as components that make up stories of DHGS COLLECTION. Narrative experiences will be stimulates attitude of stakeholders, We aim to improve numbers and build engagements with them.

As a preliminary implementation, DHGS COLLECTION 7 and DHGS COLLECTION 8, held at DHGS in 2017-2018, was designed with "fragments" for narrative experience. It found that time and space is important element of consider for "fragments" concept for implementation of narrative experience.

Keywords: Narrative, Media Design, Narrative Persuasion, School Event, Higher education