

いけばな（華道）とマルチメディア・コラボレーションに関する考察

A Study on Ikebana (Kadō) and Multimedia Collaboration

加藤藍^{*1}, 永岡慶三^{*2}, 米谷雄介^{*3}, 卯木輝彦^{*4}, 林幹夫^{*5}, 谷田貝雅典^{*5}

Ai KATO^{*1}, Keizo NAGAOKA^{*2}, Yusuke KOMETANI^{*3},
Teruhiko UNOKI^{*4}, Mikio HAYASHI^{*5}, Masanori YATAGAI^{*5}

^{*1} 共立女子大学大学院文芸学研究科

^{*1} Graduate School of Arts and Letters, Kyoritsu Women's University

^{*2} 早稲田大学人間科学学術院

^{*2} Faculty of Human Sciences, Waseda University

^{*3} 香川大学創造工学部

^{*3} Faculty of Engineering and Design, Kagawa University

^{*4} (株)フォトロン 研究開発センター

^{*4} R&D Center, Photron Limited

^{*5} 共立女子大学文芸学部

^{*5} Faculty of Arts & Letters, Kyoritsu Women's University

Email: 19v003ak@kyoritsu-wu.ac.jp

あらまし: いけばな（華道）は、長い歴史の中で衰退期のたびに異分野との融合が試みられ存続してきた経緯がある。現在、華道は衰退期であるが、この歴史から「時代に沿った在り方の変化」が重要であると考えられる。よって、本研究では、華道と多様なメディアとのコラボに関し調査を行った。結果、新しいもの（プロジェクションマッピングなど）か、伝統的なもの（茶の湯など）かに関わらず他とコラボすることで文化として受け入れ難くなることが分かった。

キーワード: いけばな, 華道, 伝統文化, マルチメディア, 多変量解析

1. はじめに

明治時代の文明開化によって一時衰退の危機に陥ったいけばな（華道も含む）が復興をとげた要因は、今まで床の間に飾っていたものを洋風の建物の中でも飾れるようにいけばなの型を新たに考案し、いけばなの在り方を増やしたためである。文明開化による衰退以前にもいけばなの在り方は時代と共にふさわしい型を考案し変容することで、時代に応じた新しいいけばなの在り方を増やしている⁽¹⁾。

文化庁文化財部の平成 27 年度伝統的生活文化実態調査事業報告書⁽²⁾によると、伝統文化において茶道・華道人口の減少や若者の伝統文化離れ、高齢化などの問題が挙げられ、継承が困難になっている流派まである。その原因として調査報告書では伝統文化に触れる機会の減少が大きいとしている。以上より、いけばな人口が減り衰退傾向にある現在、伝統文化であるいけばなを衰退させずに残していくにはどういった活動をする必要があるのかを検討する必要がある。一方、近年のいけばなは、プロジェクションマッピングとのコラボレーション（以下、コラボ）や舞台上で音と光を交えて行う、いけばなのデモンストレーションなど新しい試みがなされている。その根底には、興味関心を引き、いけばなを身近なものにすることや、新たな挑戦という意図がある。以上より、現在のいけばなは新たな在り方を増やそうとしているのではないかと考えた。よって、本研究では、さまざまな分野とのコラボを行う、新しいいけばなの在り方が、受け入れられ、存続に寄与す

るものであるのかを明らかにするために、アンケート調査を行った。

2. アンケート調査

『いけばなとは何か』⁽³⁾ や池坊⁽⁴⁾、龍生派⁽⁵⁾の活動を参考に、本研究でいけばなの在り方に関する意識調査のアンケート（自由記述回答 5 項目、5 段階評定 51 項目）を作成し、172 名（女性:170 名、男性:2 名）に回答してもらった。いけばな経験の有無、およびいけばな知識の有無による比較をするために、豊島岡女子学園中学校・高等学校と共立女子中学高等学校の華道部の生徒らを中心にいけばな経験者として 96 名、他同校の非華道部の生徒らを中心に未経験者として 76 名に協力してもらった。

3. アンケート結果の因子分析結果

いけばなの在り方に関する意識調査のアンケート（56 項目 5 段階評定尺度）の自由記述項目 5 項目といけばなの写真画像による質問項目 6 項目を省いた、計 45 項目に対して最尤法プロマックス回転を用い、因子分析を行った。結果、因子抽出後の累積寄与率が 50.2%で、第 1 因子「伝統文化間コラボの古風さ」、第 2 因子「パフォーマンス否定感」、第 3 因子「伝統文化とのコラボ拒否感」、第 4 因子「コンクール・展覧会否定感」、第 5 因子「いけばなへの親近感」、第 6 因子「アニメ・ゲームとのコラボ拒否感」、第 7 因子「コラボ時のいけばな主役感」の 7 因子構造を得た。

4. 経験・知識別7因子間重回帰分析結果

アンケートのいけばな経験と知識を問う項目よりグループ分けを行う。いけばな経験年数より、一か月以上の経験者を「経験有」、一か月未満の経験者を「経験無」とした。「いけばなは何のために始まったと思いますか。記入してください。(わからなければ無記入)」という自由記述項目において正しい回答者は「知識有」、誤った回答者、および未回答者は「知識無」とした。ただし「経験有」で「知識無」と判断された回答者は、経験している分全く知識が無いわけではないため「知識低」とした。

因子分析で得られた結果から、各因子を構成する因子負荷量が0.5以上の項目を代表とし、これらの平均得点を因子代表値と定めた。得られた因子代表値をもとに、重要な因子である「伝統文化とのコラボ拒否感」と、「アニメ・ゲームとのコラボ拒否感」を従属変数と定め、その他の因子を独立変数に定め重回帰分析(強制投入法)を行った。分析結果を表1および表2に示す。

表1「伝統文化とのコラボ拒否感」の規定因

対象・条件別-強制投入法								
伝統文化とのコラボ拒否感								
	経験有・知識有		経験有・知識低		経験無・知識有		経験無・知識無	
	β	B	β	B	β	B	β	B
伝統文化間コラボの古風さ	.177	(.119)	.229	(.145)	.373*	(.215*)	.255+	(.277+)
パフォーマンス否定感	-.045	(-.033)	.267+	(.238+)	.389*	(.341*)	-.062	(-.090)
コンクール・展覧会否定感	.389**	(.415**)	.373*	(.378*)	.273	(.298)	.260+	(.321+)
いけばなへの親近感	-.288*	(-.197*)	-.021	(-.016)	-.228	(-.131)	-.284+	(-.326+)
コラボ時のいけばな主役感	-.116	(-.069)	.327*	(.224*)	.269	(.163)	.030	(.029)
自由度調整済みR ²	.253***		.332**		.312*		.155*	

有意確率 $p < 0.1$ * $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ *** $p < 0.001$
 β = 標準化係数 B = 非標準化係数

表2「アニメ・ゲームとのコラボ拒否感」の規定因

対象・条件別-強制投入法								
アニメ・ゲームとのコラボ拒否感								
	経験有・知識有		経験有・知識低		経験無・知識有		経験無・知識無	
	β	B	β	B	β	B	β	B
伝統文化間コラボの古風さ	.034	(.050)	-.093	(-.106)	-.093	(-.086)	.146	(.205)
パフォーマンス否定感	.348**	(.550**)	.509**	(.812**)	.526**	(.742**)	.282+	(.532+)
コンクール・展覧会否定感	.260*	(.595*)	-.078	(-.142)	-.082	(-.144)	.072	(.116)
いけばなへの親近感	-.143	(-.210)	-.072	(-.099)	.171	(.157)	.132	(.196)
コラボ時のいけばな主役感	-.140	(-.179)	-.056	(-.068)	.086	(.084)	-.109	(-.133)
自由度調整済みR ²	.201**		.179*		.195+		.017	

有意確率 $p < 0.1$ * $p < 0.05$ ** $p < 0.01$ *** $p < 0.001$
 β = 標準化係数 B = 非標準化係数

5. 分析結果の考察

表1「伝統文化とのコラボ拒否感」の規定因より、「伝統文化間コラボの古風さ」の規定力は経験無・知識有(B: 0.215, $p < 0.05$)と経験無・知識無(B: 0.277, $p < 0.1$)が同程度で高く有意であった。経験無・知識有では重回帰分析の標準偏回帰係数を比べると、「パフォーマンス否定感」(β : 0.389, $p < 0.05$), 「伝統文化間コラボの古風さ」(β : 0.373, $p < 0.05$)が有意で同程度に高かった。このことから、経験有・知識無において「パフォーマンス否定感」と「伝統文化間コラボの古風さ」が「伝統文化とのコラボ拒否感」を押し上げている要因であることが分かる。「コンクール・展覧会否定感」の規定力は、有意ではなかったが経験有・知識有(B: 0.415, $p > 0.1$)が最も高く、次いで経験有・知識低(B: 0.378, $p < 0.05$)が高く有意であった。経験有・知識有では重回帰分析の標準偏回帰係数を比べると、「コンクール・展覧会否定感」(β : 0.389, $p < 0.01$)が最も高く有意であり、次いで「いけばなへの親近感」(β : -0.288, $p < 0.05$)が高く負の値で有

意であった。このことから、経験有・知識有において「コンクール・展覧会否定感」が「伝統文化とのコラボ拒否感」を押し上げており、「いけばなへの親近感」が「伝統文化とのコラボ拒否感」を押し下げていることが分かる。

表2「アニメ・ゲームとのコラボ拒否感」の規定因より、「パフォーマンス否定感」の規定力は経験有・知識低(B: 0.812, $p < 0.01$)が最も高く有意であり、次いで経験無・知識有(B: 0.742, $p < 0.01$)が高く有意であった。経験有・知識低では重回帰分析の標準偏回帰係数を比べると、「パフォーマンス否定感」(β : 0.509, $p < 0.01$)が最も高く有意であった。このことから、経験有・知識低において「パフォーマンス否定感」が「アニメ・ゲームとのコラボ拒否感」を押し上げていることが分かる。

以上より、伝統文化は古風であるという認識があるために、いけばなと他分野とのコラボの試みに対して否定的になると考えられる。さらに「アニメ・ゲームとのコラボ拒否感」についてもパフォーマンス否定感が大きいことから、経験や知識の有無を問わず、全体的にいけばなの新しい試みに対して否定的であると考えられる。よって、新しいものか伝統的なものかは問わず、いけばなが他とコラボすることで、伝統文化であるいけばなの印象に偏りが生じ、コラボすることはいけばな文化として受け入れられなかったものと考えられる。

6. おわりに

本研究の結果より、伝統文化であるいけばなは、古風であるという認識があるために、他分野とのコラボに対して否定的となった。

今後の課題として、斬新な分野とのコラボを検討する際は、いけばな文化との印象バランスを十分考慮する必要がある。また、いけばなの存続を危惧するうえでも、これまでの歴史的な試みを再度十分検討し、いけばな文化を新しいステージに昇華できる新たな試みを検討する必要がある。

謝辞

調査にご協力いただいた豊島岡女子学園中学校・高等学校と共立女子中学高等学校の華道部の生徒の皆さん、池坊文和会支部近藤総光先生をはじめとする池坊の関係者の方々に深く感謝致します。

また、本研究は平成28年度科学研究費補助金基盤研究(C)(課題番号:16K01126)および、令和元年度科学研究費補助金基盤研究(C)(課題番号:19K03091)の補助によるものです。

参考文献

- (1) 北條明真『いけばなとは何か 北條明真著作集 1』1997, 至文堂, (文献初出1964, 角川新書)
- (2) 文化庁ホームページ, 統計・調査研究等, 伝統的生活実態調査「平成27年度伝統的生活文化実態調査事業報告書」<http://www.bunka.go.jp/index.html> 最終閲覧2019/6/17
- (3) (1)に同じ
- (4) 池坊 <http://www.ikenobo.jp/> 最終閲覧2019/6/11
- (5) 龍生派 <http://www.ryuseiha.net/> 最終閲覧2019/6/17