

第104話 スタジオ夜話

「サウンドドラマの制作技法」Ⅱ

☆ はじめに

新年あけましておめでとうございます。コロナ禍ではありますが気持ち良く新年を迎えることができました。読者皆様にとりまして今年が良い年であることをお祈りしております。今年もスタジオ夜話よろしくお祈りいたします。

さて今回のスタジオ夜話、昨年に引き続き「サウンドドラマの制作技法」のお話です。スタジオ夜話では今回だけではなく以前にも何度かこのテーマでお話をさせていただきました。なかなか詳細までお話ができなかったのですが、概ねご理解をいただけたと思っています。今回は今までの制作技法に加えて新しい可能性のあるテクノロジーの応用にも触れてみたいと思っています。お付き合いのほどお願いいたします。

☆ 新しい「サウンドコンテンツ」とは 映画館に見るサウンドの再生～

今、最もわかりやすいサウンドシステムとコンテンツは映画館（シアター）に見ることができます。ご存じのように「THX シアター」や「IMAX デジタルシアター」などが代表的な劇場です。それぞれ THX や IMAX などの音響技術提供会社（団体）などが劇場の音響設備に厳しい基準を設けて、音の質をチェックした劇場認定ということになっています。もちろんこの2つ以外にも老舗 Dolby CINEMA や DTS 社も新システムを導入しています。4K レーザーと 3D 音響と巨大スクリーンの BESTIA、イオンシネマのグランシアターも健闘しています。いずれのシアターも個々に特徴はありますが基本、音響システムは 3D や 4D による臨場感ある立体音響を提供できる劇場となっています。TOHO シネマズは Dolby

社の Atmos システムで前後左右はもちろん天井にもスピーカを配置しています。DTS 社は X システムを導入、イオンシネマは Christie 社提供の VIVE で没入感を売りにしています。音には直接関係ないのですが、相乗効果として座席が映像や音に対応して動くなど、所謂 4D 劇場も人気です。中には水や風などを使った 4D 効果の劇場もあります。

サウンドドラマ制作から少しお話がずれてしまいましたが、それぞれの劇場で音響システムは立体化しているという事実、そして、この効果は劇場で実体験もできます。

コロナ禍ではありますがまずは、ご体感してみてください。

☆ 新しい「サウンドコンテンツ」とは 立体音響とサウンドドラマ制作

例えば暗転している劇場のスクリーン、次第にあたりから音が聴こえてきます。立体音響です。臨場感のもとより音に対しての観客の没入感は今までのサウンドシステムでは期待できなかったワンシーンです。まさにサウンドドラマにとっても好都合な没入感ある瞬間です。元々サウンドドラマはながら試聴には向かないコンテンツです。それなりに集中しないとその面白味は味わえません。集中するにはこの没入感というのが非常に重要な要素となってきます。「Immersive feeling」です。

3D オーディオはイマーシブサウンドともいわれています。まさに没入感ある立体音響の世界は、サウンドドラマに好都合といえるでしょう。しかしここで問題が起こります。サウンドドラマの聴取環境です。劇場とは違い家庭にはそんな大掛かりなシステムを期待できるわけではありません。せいぜい 5.1ch サラウンドといったところ

でしょう。

そこで登場するのがエンコードという技術です。以前スタジオ夜話でもお話ししましたがフォロフォン社の 5.1ch サラウンド MINI マイクロフォンには簡易型の 2CH にエンコードしたヘッドフォン用のモニター出力がありました。（本誌 2015/06）簡易型ではありましたが、それなりにロケ先では重宝しました。現在では非常に優秀なエンコーダが入手可能です。このエンコーダは基本的に多 Ch で録音されたものを HPL プロセッシング技術でバイノーラル化したものです。

HPL（ヘッドフォンリスニング）すでに WOWOW などでは実用化しています。またネットなどにもサンプルサウンドがアップロードされています。現在この技術は映像コンテンツ制作に 3D オーディオとして開発が進められています。

日本の NTT、WOWOW、アコースティックフィールド社そして英国の MQA 社などによる共同開発です。

またこの HPL 技術ですが SONY 社の 360° オーディオも最近注目されています。この 360° エンコード技術は DAW ソフトへのプラグインで提供され現用システムに素早く対応できるもので、ユーザーインターフェイスが優れモノです。昨年開かれた Inter BEE2021 でもその概要についての講演がありました。こうした流れはサウンドドラマ制作の今後の在り方を示唆するものと筆者は考えています。

☆ 新しい「サウンドコンテンツ」とは 定位感がサウンドドラマの決め手

サウンドドラマには欠かせないものに定位感というものがあります。ドラマでのシェーション設定には、この定位感が登場

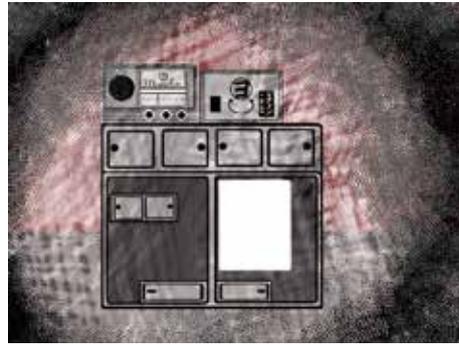
人物の位置関係やその環境設定を決定するからです。空間的に様々な用意された音たちが相対的關係のなかで表現されることによって、シュチエーション設定が成り立っているからです。映像が伴う映画などでは多少アバウトな定位感でも十分な臨場感が期待できます。観客は観ることによってその空間的シュチエーションを理解しているからです。むしろこのアバウトな感じがサウンドトラックの演出をより効果的に創り上げているともいえます。

一方サウンドドラマには空間的シュチエーション設定を表現するには映像は無く、音のみで創り上げなければなりません。もちろん演出的にアバウトな定位感で、音を配置することもあります。基本的にはしっかりとした定位感で音たちを配置して、その空間的シュチエーションを表現することが重要な要素となってきます。定位感が非常に重要なのです。

☆ **新しい「サウンドコンテンツ」とは
定位感で表現できる空間とは I**

ご存じのようにかつてのモノラル時代、音の定位位置はスピーカの配置位置にありました。決して正面位置ではありません。戦前、戦後まもなくのころ、家庭での情報収集、修養娯楽はラジオが中心でした。戦前の昭和10年ごろ映画館の料金が50銭、ラジオの聴取料も50銭という時代です。ラジオは家庭の居間にあり、若干茶箆筒の上など皆が聞こえる位置に置かれていました。大型の高級機は鎮座していたと思われ、つまり音の定位感などモノラルであることから問題視されていなかったのです。

しかし我々の先駆者は凄かった。ラジオ聴取の娯楽の一つ、ラジオドラマではONとOFFという空間表現が確立されていたの



ラジオは家庭の居間にあり、若干茶箆筒の上など皆が聞こえる位置に置かれていました。ラジオの隣には置き薬の箱が置かれていました。(mo)

です。定位感そのものとは違いますがスピーカ配置位置でのバーチャルな音の遠近を表現していたのです。

時代は進み1950代に入るとレコードなどがステレオ化されていたのにあわせて放送もステレオ化されます。AM2波による放送でした。(様々な問題がありましたがいずれお話しします。)

レコードの再生、ラジオ放送のステレオ化が初めて機器を聴取者の前方に配置して左右のある音の定位感を実感することになったのです。

音の表現にはヴァーチャルなONとOFF、加えてステレオ化による左右という正面に線の表現が可能となりました。もちろん左右のスピーカ間の定位はヴァーチャルなもので、センター定位の曖昧さと音像の大小は現在でもあります。

映画の世界ではセンタースピーカがありモノラル音源に対しては、きちっと定位感あるものとなっていました。レコードや放送とは音の再生方法で一線を画す立ち位置だったと思います。

☆ **新しい「サウンドコンテンツ」とは
定位感で表現できる空間とは II**

お話を少し急ぎます。映画(劇場)とレコード再生や放送と一線を画したのが、今尚現状といえるでしょう。しかし様々な技術開発によりBD、DVDなどの再生では家庭で

も5.1chサラウンドが可能になりました。

またヘッドホンリスニングを前提として全方位での立体音響の提供も行えるようになってきました。モノラル時代の点での定位、ステレオでの左右の定位、加えてヴァーチャルではありますが、左右の間での定位感、演出的なテクニックによるONとOFF、サラウンドによる後方での定位、センター定位、ヘッドホンによる全方位での定位感など、表現できる空間は非常に多くなってきたのが現状です。

サウンドドラマ制作においてはこうした状況に対応してコンテンツ制作をしなければその発展はありません。また没入感ある立体音響は極めてサウンドドラマ向きです。

こうした様々な可能性を含めて制作技法を進化させる必要があります。

☆ **次回は**

今回は今回に続きサウンドドラマの可能性を探る「サウンドドラマ制作技法」Ⅲを予定しています。今回お話しを急いだところなどを中心により具体的にまた制作の実証実験も含めてお話をします。今回は具体的な制作技法へのアプローチのためのイントロダクションとなりました。

まだまだ寒い冬はこれからという季節です。読者皆様のご健康、ご発展を願います。次回もよろしくお話しいたします。

— 森田 雅行 —