

Audience  
Management  
A Guide for Magical Entertainers  
GAY LJUNGBERG

オーディエンス・マネジメント  
観客と一緒にショーを盛り上げるための実践的演技論

ゲイ・ユンバーグ 著  
米津 健一 訳  
滝沢 敦 監修

# 目次

## 第一章 はじめに 9

著者について 9

タイトルについて 11

一体どういう目的でそのマジックを演じるのか

14

観客と直接コミュニケーションを図るために 18

本書の狙い 21

## 第二章 観客に焦点を合わせる 25

ミッション・ステートメント 25

観客の視点で考える 30

### 第三章 ホモ・ルーデンス 39

人は遊ぶ存在である 39

マジックに真剣に取り組もう 43

まるで子供が遊ぶ時のように考えてみよう 45

自由に滑るスラロームのように遊んでみよう 49

ゲーム要素を見つけよう 50

観客とのゲームを楽しもう 57

### 第四章 観客との約束——受け入れられるために 63

マジシャンとはどのような存在であるべきか 63

マジシャンに対する先入観や偏見について 70

良い観客と悪い観客 72

**第五章 存在感——演者が醸し出す雰囲気 77**

存在感と人間性の共有について 77

存在感こそ最も必要とされる素質である 80

パーソナリティの二面性 84

**第六章 ステージ恐怖症を克服する 89**

緊張するということ 89

好循環を作り出す 95

ステージ恐怖症を克服するための10の方法 98

**第七章 人と人との絆を作り出す 105**

褒めてもらうのではなく、共感してもらう 105

自分のことを気に入ってもらおう 105

自ら実践してみよう 107

ひそかに試してみよう 109

観客との関係を深める10の近道 110

## 第八章 ステージ・アシスタント 113

なぜ観客に手伝ってもらうのか 113

アシスタントの選び方 116

アシスタントを適切にコントロールする方法 128

## 第九章 クラウド・コントロール 135

ショーの安全を確保する 135

クラウド・コントロールを容易にする4つのポイント

音響と照明について 141

ノン・オーディエンス 142

座席の配置 144

第十章 ショーを成功させるために 149

ショーの組み立てを考える時

仕事の申し込みがあつた時

154 150

会場に入つた時

ショーの真つ最中

楽屋に戻つた時

演技はより良く出来る

158 157 156 155

第十一章 ゲームを通して身につけよう 163

謝辞 170

訳者あとがき 172







# 第一章 はじめに

## 著者について

この本の著者、ゲイ・ユンバークは、1952年、スウェーデンのハルムスタッド市に生まれた。1976年、彼はハルムスタッド大学の社会科学部を卒業した。専攻は心理学である。

大学卒業後に初めて就いた仕事は水泳のコーチだった。彼が教えた選手たちは全員が全国大会のファイナリストになっている。教え子の中には、国際大会やオリンピックにも出場を果たしたピーター・パターソンがいる。当時、ゲイ・ユンバークは数百人の水泳コーチを育成する事業の責任者の立場にあった。スポーツ心理学の権威であり、競泳選手のコーチングに関する著書もある。

その後ソーシャルワーカーに転身し、ハルムスタッド市と共同で、青少年の麻薬・アルコールの乱用防止プロジェクトに従事した。水泳コーチやソーシャルワーカーの仕事と並行して、1981年からはマジシャンとしての活動を開始した。徐々にマジックの仕事の比重が増えてきたため、ソーシャルワーカー時代の後半はパートタイム勤務に切り替え、3年間ほどマジシャンとの二足のわらじを履いた。

1986年、フルタイムのプロフェッショナル・エンターテイナーとなり、ファミリー向けのショーから企業イベントまで手がけるようになる。マジックだけではなくクラウン・アクトやイブニング・ショーの脚本執筆なども行う。スウェーデンの主要な国立公園でショーを行い、クルーズ船での仕事に12シーズン従事した（クルーズ船では一日に4回のショーを行った。キッズ・ショー、ナイトクラブ・ショー、キャバレー・ショー、テーブル・ホッピングである）。また、マンネ・

オブ・クリントバーグと共にスウェーデン国立劇場（リクストリオタン）のツアーに同行し、ステージ・クラウン・ショーを行いながら、3年間ほど全国各地を巡った。

彼はまた多くのバラエティ・ショーもプロデュースした。単にマジック・ショーだけではなく、それ以外のパフォーマンズ・ショーもいくつか監督している。マジックに関する本も著し、ヨーロッパ各国（イギリス、ウエルズ、アイルランド、ベルギー、オランダ、デンマーク、ノルウェイ、ロシア、スウェーデンなど）でレクチャーを行った。

1985年以降、国内外のマジック・コンテストで審査員を務めている。2006年にストックホルムで開催されたFISM世界大会<sup>1</sup>においてはイベント・マネージャーを務め、101組のステージ・コンテストやガラ・ショーの進行を統括した。また、2009年に北京で開催されたFISM世界大会においてもコンペティション・マネージャーを担当し、ステージ・コンテストの進行を指揮した。

現在、自身で小さなアミューズメントパークを所有・経営しており、これは今年<sup>2</sup>で開業から11年目となる。同じく経営するマジックショップは、ヨーロッパ最大級の規模を誇り、オリジナルのマジック・グッズやレクチャー・ビデオなどを数多くプロデュースしている。また、スカンジナビア半島で開催される主要なマジック・コンペションを主宰し、運営を手がけている。

ここまでまるで他人事のように書いてきたが、以上が私がまとめた私自身の経歴である。

ゲイ・ウンバーグ

1 マジック協会国際連合主催で世界最大のマジック・コンペション。三年に一度開かれる。

2 原著出版当時（2010年）。

## タイトルについて

### ○オーディエンス (Audience)

そもそもマジックとは、オーディエンス、つまり「観客」がいることで初めて完成する舞台芸術だと私は考えている。観客とは文字通り「観る人」のことを指すが、この観客 audience という単語は、ラテン語で「聞く」という意味の動詞 *audire* が語源である。このことから古代では、観客のことを「観る人」ではなく「聞く人」だと定義していたと推測される。しかし現代では観客とは前述の通り、「観る人」であり、決して「聞く人」のことを意味しない。劇場 *Theatre* という単語の語源は「見るための場所」であるし、観衆 *spectator* という単語は、このままラテン語で「見物人」を意味していた。おそらく時代とともに言葉の意味が変化し、パフォーマンスに対する観客の感じ方や解釈が変わってきたことの表れであると思われる。

さて、本書では「観客」という単語を使っているが、それは誰か特定の一人のことを指す場合もあれば、様々な文化的・政治的背景を持ち、それぞれ視点の異なる人の集団を指す場合もある。別々の人間の集まりも、はっと息をのみ、笑い、悲鳴をあげる体験と一緒にすれば、一瞬にして一体となる。観客とは決して傍観者の集まりではなく、全員が一つのアークトを構成するのに重要な役割を果たしているのだ。

ショーというものはステージで行われるものではないし、演

3 スポーツの観客などを指す。

## 者の手元で起こるものでもない。全ては観客の心の中で練り 広げられるのだ！

だから私はその場にいる人たちは全員が観客であると考えている。時には、受動的で消極的な観客に出会うこともある。私はそういったタイプの観客を「テレビ視聴者」と呼んでいるのだが、仮に自分のショーに「テレビ視聴者」が一部紛れ込んでいたとしても、私は演者として積極的に関わりを持ち、観客として主体的にショーに参加出来るよう刺激する。

ここで再度強調したいのは、観客とはその場にいる人間全員であるということだ。例えば学校でのショーであれば、生徒だけではなく先生たちも観客である。大人向けのショーであっても、会場には子供が何人かいるかもしれない。その子たちも観客である。スウエーデンでショーを行っていても、スウエーデン語を理解出来ない人が観ているかもしれない。その人たちも観客である。さらに、レストランでショーを行う場合、スタッフもある意味で観客の一部と言える。

重要なことは、そこにいる全ての人と最大限コミュニケーションを取るように努めることだ。例えばキッズ・ショーの場合、子供たちを笑わせると同時に、その背後に控えている親たちにも楽しんでもらうことが大事だ。異なる面白さを同時に提示することで、別々の客層が混じっていても、全員に同じタイミングで笑い、楽しむってもらうことは可能なのだ。マジック・ショーにおける観客とは、小道具、脚本、衣装、照明、音響などと同じくらい重要な要素である。だから観客に対しては十分に気を払わなければならない。

なお、本書はあくまでマジックでのショーを扱うが、書かれている内容は、観客と相互にやりとりする他のパフォーマンズ、講演などにも十分応用出来るだろう。

### ○マネジメント (Management)

マネジメントとは管理・監督・指揮をするという意味である。ショーにおいて観客をマネジメントすることは、大切な資産を管理することと同じくらい重要なことである。

- ・ 登場した瞬間から、その場にいる観客に気を配ること
- ・ いわゆる「テレビ視聴者」の気持ちを盛り上げること
- ・ 演者と観客を結びつけ、共感と絆を作り出すこと
- ・ 観客に存在を認めてもらい、自分を受け入れてもらうこと
- ・ 観客を恐れることを克服すること
- ・ 手伝ってくれる観客をリラックスさせ、ショーに貢献してもらえるよう導くこと
- ・ 柔軟に状況に対応する技術を身につけること
- ・ いつでも状況をコントロールする技術を身につけること

これらを達成するためには知識に裏打ちされた戦略と、失敗や経験から学ぶ柔軟な姿勢が欠かせない。ショーの最終的な目標は観客を楽しませることである。そのためにその場をコントロールする能力を高め、失敗するリスクを低減するスキルを磨いていかななくてはならない。

また、観客に手伝ってもらう場面にも様々な状況が存在する。客席からステージが上がってもらうこともあれば、テーブル・ホッピングなどで座ったままで手伝ってもらうこともある。どんな状況にも対処出来るように念入りに準備をし、計画を立てておかなければならない。