

映像制作によるメディアリテラシー教育の可能性

—— ドキュメンタリー制作を題材にした実践 ——

川瀬 基寛

Possibility of the media literacy education by picture production

—— Practice about the documentary production ——

KAWASE Motohiro

Abstract : In the Konan Women's University department of literature Creative Media Studies, the subject named "Seminar in Creative Media Studies (Basic) I / II" is set as part of the media practice. A lesson plan and a target mainly require the acquisition of the information expression technique and the improvement in fundamental literacy capability in various media. Practice report of picture production for media literacy and television literacy to improve by documentary production. At the same time, it searches for the possibility of the media literacy education by the image production training.

1. はじめに

甲南女子大学メディア表現学科ではメディアプラクティスの一環として「メディア表現発展演習Ⅰ／Ⅱ」という科目を設定している。授業方針と目標は、様々なメディアにおける情報表現手法の習得や基礎的なリテラシー能力の向上を主としている。

映像メディアを中心に、メディアリテラシー・テレビリテラシー向上を目的とした映像制作の取り組みを報告すると同時に映像制作によるメディアリテラシー教育の可能性を探っていく。

2. 授業実践と研究の背景

近年、テレビをはじめ携帯電話やインターネットまで様々な場面で映像を目にするようになってきた。パーソナルコンピュータ（以下PC）やデジタルビデオカメラなどの情報機器が普及し、誰でも手軽に映像制作が行われるようになってきた。また、その状況が様々な場面で映像制作をすることにもつながっていった。特に映像制作を専門としていなくとも職場やサークル

などで撮影や編集など映像制作にかかわることも少なくない。反面、自己満足ビデオやインターネットに多く流通する通称「MAD映像」とよばれる既存番組を再編集したものなどが多く、まったく相手（観客）を意識していない作品形態である。

また、インターネット環境の普及とブロードバンド化の推進により様々な形態の映像作品を簡単に閲覧できる状況にもなってきた。そのような状況もありメディア表現学科でも映像表現の基礎力を養うために1年次に行われる実習系授業「CG入門」で簡単な映像制作を行っている。しかし、映像作品の基盤となるプリプロダクションでもある企画や構成というコア部分よりも、まずはビデオカメラや三脚などの機器操作や映像編集用ソフトウェアの操作に慣れることが中心となる。そのため「自らの意見や感じていることを映像表現する」という基本的な行為までには到達していないと感じている。そこで、1年次に行われる実習系授業「CG入門」で簡単な映像制作を行うことを前提に、筆者が担当する2年次担当の「メディア表現発展演習Ⅰ」では映像に興味のある学生を中心に、テレビ制作現場の手法を基本とした映像制作を授業の中で行った。テレビという映像メディアが持つ特性や制作する側の

視点を感じ取ること、情報をいかに取捨選択する必要があるかを意識させ、プロ養成ではなく、メディアリテラシーを制作する側から学習していくことに主眼を置いている。本報告は映像制作の過程や受講生のコメントシートなどからテレビメディアを中心とした映像メディアに対する意識の変化、メディアリテラシー教育への有効性などを報告する。

3. 制作環境と授業概要

3-1. 制作実習環境

甲南女子大学ではメディアセンターに実習用 PC (Windows XP) と Apple (Mac OS 10) の2種類の環境が準備され、メディア表現学科にも学科専用 PC (Windows XP) が15台準備されている。メディア表現学科専用 PC とメディアセンターの PC ではソフトウェアのバージョンが若干異なる。1年次に行われる実習系授業「CG 入門」ではメディアセンター管轄の教室を利用するため映像編集ソフトは Premiere エレメンツとなり映像制作初心者には接しやすいインターフェースのソフトウェアである。今回の映像制作時実習に関してはより高度な処理を行いインタビューやナレーションの処理を行予定もあるため、より高度な処理が行える Premiere Pro と音声編集ソフト Audition をインストール済みのメディア表現学科専用 PC を使用した。

受講者数21名に対しメディア表現学科専用 PC は15台であるが、作品制作はグループワークとなるため特に問題としなかった。ただし、システム上、PC をシャットダウンすると作成データが消えてしまう仕組みのため200GB (ギガバイト) の外付けハードディスクを1チームに1台用意した。

なお、ナレーション録音はメディアセンター内の録音ブースを使用し、AIFF データで録音をし、その音声データを編集することにした。

撮影に関しては民生用デジタルビデオカメラ (SONY 製、パナソニック製)、三脚、マイク、ボイスレコーダーを使用した。特に業務用映像機材を準備しなかった。

3-2. 授業概要

「メディア表現発展演習 I / II」は2年次配当の授業として設定されている全15回の科目である。この授業は基礎ゼミの役割も持ちあわせ、前期と後期で教員が交代して、3年次の本ゼミを前に基本的な部分と専

門性を知ってもらうために設定していると理解している。

筆者の場合、全15回のうち第6回までを講義中心とし、後半9回分を実際の映像制作に当てた。全15回の授業は表1に示したとおりである。

対象学年は2年次以上、受講生は21名で、全員メディア表現学科生である。

受講生は、あらかじめ授業内容を確認し4名の教員の中から登録するが、人数が多い場合は抽選となる。そのため「テレビ、CG、映像制作」がキーワードになっているが、半数が制作にはそれほど関心がないように見受けられた。

4. 授業実践

4-1. 「メディアリテラシーとは何か」

授業では最初に「メディアリテラシーの定義」から始まり、「メディアリテラシーの基礎概念」を説明し、メディア研究モデルの確認を行った。メディア研究モデルはメディア・テキスト、テキストの生産・制作、オーディエンスである。メディア・テキストはテレビ番組、CM、新聞、雑誌、広告、映画などのメディアがつくりだす作品や一部を指す。つまり、メディアの種類により表現方法が異なるため、各メディア固有の言語を読み解くことが必要不可欠なのである。テキストの生産・制作はメディア作品の製作現場の仕組み、制作での基準、ガイドラインがどのように反映されているか、経営、流通、販売などがどうなっているかを学ぶことである。オーディエンスについては、オーディエンスにかかわるどのような背景が、特定の読みに結びついていくかを考察する必要がある。

そもそもメディアリテラシーとは何であろうか。メディアリテラシーの定義は様々だが、鈴木 (2004) は「メディア・リテラシーとは、市民がメディアを社会的文脈でクリティカルに分析し、評価し、メディアにアクセスし、多様な形態でコミュニケーションを創りだす能力を指す。また、そのような力の獲得を目指す取り組みもメディア・リテラシーという」と定義している。つまり、私たちを取り囲むメディアの仕組みや特性を知り、メディアを通してさまざまな情報を注意深く受け取ったり、積極的に表現するための素養や能力をメディアリテラシーと定義するのである。また、メディアリテラシーの基本概念はカナダ・オンタリオ州教育省が提唱する基本概念を基本としている。この基本概念はマスメディアを想定しているが、概ねメディ

表1・授業実践例

	日程	題 目	内 容
第1回	4月8日	メディアリテラシーとは何か～メディアを知る	・メディアリテラシーの基本 ・メディアとのかかわりについて
第2回	4月15日	メディアリテラシーとは何か①～私のメディア史	・私のメディア史の発表
第3回	4月22日	メディアリテラシーとは何か②～私のテレビ日誌	・私のテレビ日記の発表 ・テレビの世界と番組の分類 ・映像という言葉の説明と考え方
第4回	4月29日	番組制作の方法論とセオリー 企画書を書く～メディアゲーム	・番組の違い、ドキュメンタリーの説明 ・企画書を書くということとは何か？ ・企画書の書き方、テーマの説明 ・メディアゲームの説明と実践
第5回	5月13日	企画のプレゼン	・企画書の解説 ・企画のプレゼン（学生）
第6回	5月20日	企画のプレゼン（つづき） 番組・ドキュメンタリーの方法論とセオリー、リサーチについて	・企画のプレゼン（学生） ・ドキュメンタリーの説明 ・ロケハン、リサーチのとは何か？
第7回	5月27日	ドキュメンタリー制作①～企画の再検討、グループ分け、役割分担	・企画採択、グループ分け ・企画の再検討（グループで） ・役割分担（グループ内で）
第8回	6月3日	ドキュメンタリー制作②～ロケハンとリサーチ	・ロケハン、リサーチの重要性 ・プロダクションマネジメントとは何か？ ・スケジュールの重要性と作成
第9回	6月10日	ドキュメンタリー制作③～ロケーション撮影、インタビュー撮影	・リサーチ続き ・ロケーション撮影実習
第10回	6月17日	ドキュメンタリー制作④～取材（撮影）	・粗編集とは何か？ ・編集実習
第11回	6月24日	ドキュメンタリー制作⑤～粗編集	・編集実習
第12回	7月1日	ドキュメンタリー制作⑥～編集と追加撮影	・中間発表 ・ナレーションの効果
第13回	7月8日	ドキュメンタリー制作⑦～編集とナレーション録音	・編集実習の続き ・追加撮影
第14回	7月15日	ドキュメンタリー制作⑧～MA、テロップと仕上げ	・MA、テロップの付け方 ・仕上げ（完全パッケージ）とは何か？
第15回	7月22日	ドキュメンタリー制作⑨～完パケ作品発表、作品講評	・作品発表、視聴 ・意見交換

ア共通の特性であるといえる。以下、その概念を述べる。

1. メディアはすべて構成されている。
2. メディアは「現実」を構成する。
3. オーディエンスがメディアを解釈し、意味をつくりだす。
4. メディアは商業的な意味を持つ。
5. メディアはものの考え方（イデオロギー）や価値観を伝えている。
6. メディアは社会的・政治的な意味を持つ。
7. メディアは独自の様式、芸術性、技法、きまり／約束事をもつ。
8. クリティカルにメディアを読むことは、創造性

を高め、多様な形態でコミュニケーションをつくりだすことへとつながる。

この基本概念を中心に展開していくのだが、受講生は「メディアリテラシー」という言葉自体は他の講義などで聞いたことはあるが、その言葉が何を意味しているかまでは理解していないようであった。そのため自分自身にいかにもメディアに影響され影響を与えているのかを再確認することで、より深い理解をすることになった。しかしながら映像、とりわけテレビに対する意識は相変わらず盲目的で妄信的である。幼少時に夢中になったアニメーションやゲームキャラクターなどは、ほぼテレビからの情報を受けており、その時代のトレンドとなっている様々なメディアに飛びついて

いくことに関して何ら疑問を持たないのである。ニュース映像の法則やニュース番組の構造、ニュースソース(ネタ)の拾い方、視聴率の歴史とその測定方法など、筆者の経験から知りうることの概要だけでも驚きがあるようである。

4-2. 「メディア史」を作成する

幼少時に夢中になったアニメーションやゲームキャラクターなどは、ほぼテレビからの情報を受けていることは前述したが、確認するために鈴木(2004)が提唱する「メディア史」(資料1)を受講生自身に作成させることになった。この「メディア史」を作成することで自分が幼少の頃から様々なメディアに親しみ、そのメディアとの接点やどこから情報を得てきたのかを再確認する仕掛けである。

幼児期から始まり、小学校低学年、小学校高学年、中学校、高校と、年代別に自分自身が影響を受けた様々なメディアを洗い出しまとめ、その時の時代の流れや事件などを再確認して、自分がいかにメディアとともに成長をしてきたのかを省みることになる。そして、親しみのあるメディアといかに付き合い、いかに付随するものを購入してきたかを知ることは、メディアリテラシー概念でいう「3. オーディアンスがメディアを解釈し、意味をつくりだす」「4. メディアは商業的な意味を持つ」という二つの概念を意識するきっかけとなる。

4-3. 「テレビ日記」を付ける

メディア史作成によりテレビからの情報を受けていることは理解したので、実際の1週間のテレビ視聴に関する調査を行った。これは鈴木(2004)が提唱する「テレビ日記」(資料2)を使用した。この「テレビ日記」を付ける事で、受講生自身のテレビに接する時間、良く視聴する分野、テレビを見ていないときに接しているメディア、情報を取得するメディアとしてテレビが影響しているかどうかを知るきっかけとした。

この「テレビ日記」では、最近のインターネット環境やゲーム環境がテレビ離れに影響していることが伺える結果ともなった。受講生21名のデータを集計した結果は以下の通りである。

- 調査項目…「日付」「番組名」「放送局」「時間帯」「実際の視聴時間」
- 受講者…21名(うち1名欠席)
- 平均視聴時間…約9時間

- 最高視聴時間…28時間
- 最低視聴時間…0分
- 受講生平均以下は9名
- 一週間での視聴時間が3時間以下は6名
- 30分以下が3名、その中でまったく視聴していない(0時間0分)受講生が1名

平均視聴時間は約9時間であるが、あくまでも受講生の平均である。そこで、2008年6月9日(月)～6月15日(日)に行われた「平成20年6月全国個人視聴率調査」の結果を見ると、テレビ(週平均・1日あたり)の視聴時間は以下のようにになっている。なお、調査方法は配付回収法による24時間時刻目盛り日記式曜日開始時刻視聴率(個人単位)である。

- NHK 総計…59分(うち、NHK 衛星計は5分)
- 民放総計…2時間46分(うち、民放衛星は6分)
- テレビ総計…3時間45分

上記の結果は一日あたりなので、単純計算すると一週間のテレビ総計は26時間15分となる。調査対象は7歳以上から70歳代までの幅広いサンプルであり、20代女性に特化したサンプルではないため単純に比較することはできないが、概ねこの結果と見比べると、受講生平均9時間以下の学生は9名いたが、決して視聴時間が長いわけでもない。また、一週間でのテレビ視聴時間が30分以下の学生が3名おり、その中でまったく視聴していない学生も1名いた半面、一週間の最長視聴時間は28時間であり、15時間以上の学生も複数いた。つまり、テレビという映像メディアに対して二極化が進んでいるといえる。テレビからの情報を中心にしている受講生とそうでない受講生である。また、テレビに魅力を感じていないのか、もしくは大学生という立場である。授業が忙しくとも時間を自由に使える立場にあることからか、他のメディアに依存しているとも推測できる。そこで、一週間の視聴時間が1時間以下の学生9名に①情報の取得、②どのメディアと接していたかを質問した。(複数回答可)

- ①情報の取得。…インターネット(9名)
- ②テレビ以外の接したメディア…PSPなどのポータブルゲーム(7名)、ネットゲーム(2名)、YouTube・ニコニコ動画などのネット映像(9名)

上記の結果ように、テレビが絶対的メディアという

時代背景ではなく、最近のインターネット環境やゲーム環境が情報源であり身近な映像メディアと伺える。なお、YouTube やニコニコ動画で閲覧していた映像の種類としてはゲームのクリア画面や録画されたアニメーション、MAD 映像とよばれているアニメーションなどのオープニングを好きなように編集したものや主題歌のみ差し替えたものなどであった。

NHK 放送文化研究所が2006年に行った「国民生活時間調査」の各メディアの1日の行為者数・時間量(表2) および男女別・年代ごとのメディア利用行為者の比率(表3-1, 3-2)を見ると、テレビが圧倒的に多く、調査対象の約9割がテレビを見ていることになる。このように現実的にはテレビが他のメディアに比べ圧倒的に接している時間が多い状況であり、受講生にとっては絶対的メディアという背景ではないとしても、未だテレビの影響力は多大である。また、広告産業としてのテレビが未だ重要なメディアとして君臨しているのも事実である。それらのことからテレビはクリエイティブな面だけを見ても、その本質が分からない。メディアリテラシーの基本概念で「4. メディアは商業的な意味を持つ」と言われるとおり、産業としてのテレビを認識し、テレビは「創造の場」とあると同時に「利潤を生む場」でもあることを十分理解し、その上で番組制作が行われていることを理解する必要がある。そこで、広告とテレビの視聴率の関連、視聴率のシステム、番組制作費の流れを理解させた。これにより、あくまでもテレビ制作はビジネスの場だということ、つまり番組には広告主(スポンサー)の意向や制作者側の意図などが入り込む余地があることを再確認することになった。

4-4. 番組の方法論とセオリー

今回の映像制作の目的は3つあり、まず一つ目がプライベートビデオにありがちな情報羅列型の作品ではなく、構造化された物語を目指すことである。つまり「番組」を制作するのである。

二つ目は、この番組作りの作業を通して、映像メディアやテレビの特性を考えることである。

三つ目は、制作過程でメディアリテラシーの基本概念を実体験することである。

上記を達成するために映像制作を行うのであるが、映像制作には様々なジャンルや手法が存在する。その中で今回はテレビ番組制作の一連の流れが理解できるように心がけた。そこで企画立案からリサーチ・取材といった行程を伴ったドキュメンタリー制作を選択し

表2・各メディアの1日の行為者数・時間量

	行為者率 %	行為者平均時間 時間:分	全 員			「ながら」度
			平均時間 時間:分	専念時間 時間:分	ながら時間 時間:分	
テレビ	90	4:02	3:39	2:21	1:18	0.36
ラジオ	14	2:30	0:22	0:06	0:15	0.68
新聞	44	0:48	0:21	0:11	0:10	0.48
雑誌・マンガ・本	19	1:13	0:41	0:10	0:04	0.29
CD・MD・テープ	10	1:41	0:10	0:03	0:06	0.60
ビデオ	9	1:43	0:09	0:07	0:02	0.22
自由行動のインターネット	13	1:49	0:14	0:11	0:03	0.21

表3-1・年代ごとのメディア利用行為者の比率(女性)

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
テレビ	87	85	87	92	94	95	95
ラジオ	6	7	10	12	20	23	17
新聞	7	17	30	49	59	62	52
雑誌・マンガ・本	35	22	21	22	19	15	11
CD・MD・テープ	28	22	11	11	7	6	3
ビデオ	12	10	13	13	8	5	3
ネット(自由行動)	19	19	17	13	9	7	5

数字は%

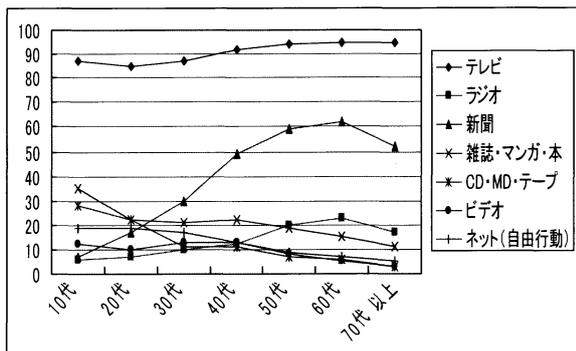


表3-2・年代ごとのメディア利用行為者の比率(女性)

た。

番組制作には様々なセオリーが確立されているがドキュメンタリー制作に関しても同様である。そのセオリーさえ押さえれば、ある程度の番組制作は可能である。大きな流れとして、プレ(プリ)プロダクション<企画>, プロダクション<取材(撮影)>, ポストプロダクション<編集, 仕上げ>となる。一般的な番組制作をもう少し細かく見ていくと以下の通りである。

1. 企画書の作成
2. 企画プレゼン
3. 構成表・絵コンテの作成
4. リサーチ・ロケハン
5. 取材・撮影 (インタビュー含む)
6. 編集
7. ナレーション録音
8. MA・テロップ
9. 仕上げ・完全パッケージ

この番組制作の流れは文章を書くときに似ている。図1の通り、企画書の作成は「テーマを探す」ことであり、構成表・絵コンテの作成は「段落構成」である。リサーチ・ロケハン「資料・文献収集」、編集やナレーション録音は「文章の構成・文法」に置き換えることが可能である。これは文章を書くこととそれほど変わらないことが分かる。受講生には文章を書くことに置き換えるだけ映像制作に対する敷居が低くなるようである。

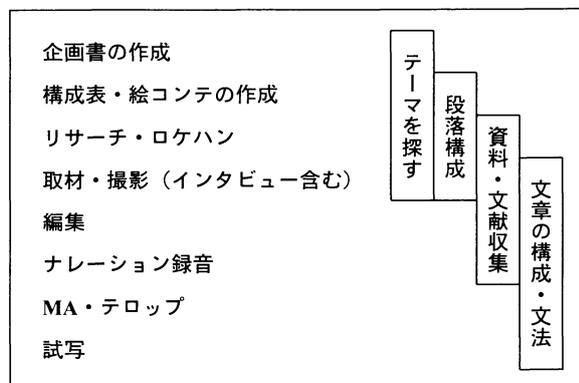


図1・制作の流れ

番組制作の流れ以外にも、構成表の書き方や意図、絵コンテの意義、リサーチの重要性と許可の取り方、撮影の基本と編集の基本、ナレーション原稿や文字数、音楽や効果音の使い方と著作権処理など、様々な場面で基本となるスタイルやセオリーが存在する。テレビ番組制作の現場にいるプロフェッショナルは、意識しなくとも様々な場面で様々な方法やパターンを駆使している。ただし、これらを体系的に表すことや理論的に教えることはしておらず、現場の経験則や経験値で補い制作している。その部分ではあまり社会に還元されているわけではないが、大学教育に取り入れるには、そうした経験値などで得た方法論や情報を学生にフィードバックさせる必要を感じる。

なお、今回は企画考案、企画プレゼン、構成、取材、

撮影、編集、ナレーション録音、MAといった行程を体験させることで、テレビ番組の制作手法の流れを理解することになった。

4-5. 企画

制作手法に関しては、テレビ制作の現場と同じ手法で行ったため企画を考えるとところからスタートとなった。企画は受講者全員でのコンペ形式とし、自分自身でネタを拾い、企画書を書き上げ、受講生全員の前で1名ずつプレゼンテーションをする。企画のプレゼンテーションは審査基準と審査表を基に全員で審査されることになる。この企画コンペを通過した学生がディレクターとなり、4~5人のグループ制作とした。なお、グループ分けに関しては友人同士ではなく、企画コンペを通過した各企画の賛同者が集まりグループとなる。

企画書作成に当たっては以下を条件とした。

- ①取材範囲は学内に限定。
- ②事実を対象にする。
- ③身近な普通の日常を発見する。
- ④他者（観客）を意識すること。

条件①の取材範囲を学内に限定したのは、リサーチや撮影を授業時間内で終わらせるためである。また、学外に取材範囲を広げるには取材協力や交渉などのコミュニケーション能力が足りないと思われることと、ビデオカメラなど機材の持ち出しや持ち帰りができないという関係もある。

②と③については、この授業におけるドキュメンタリーのスタンスによることが大きい。映像で取材し、映像で考え、映像で意見を述べ、メッセージを発信するという映像の純粹行為として捉えているので事実が対象である。また、何か大きな事件やイベントだけがネタではなく、身近なものに大事にすることで身の回りを再発見できる。これは番組制作には重要で、様々な事象を見つけ出す訓練にもなる。つまりドキュメンタリー制作に重要な「時代を読む力」をつけるために大いに役立つのである。

③の他者（観客）を意識することというのは、「見る側はどう感じ取るのか」ということと同義である。あくまでも外に向けて公開をする気持ちを持ち続け、観客の目を意識した企画を作成することが重要になる。

4-6. 企画書のテーマと意義

企画のテーマと条件は以下の通りとした。

- タイトルは「南女の※※」とする。(初期段階では「発見!南女の※※」であった)
- ※※にあたるものを考えて企画書にまとめる。
- 学内を中心に身近なものを発見する。
- 番組の長さ(尺)は5分程度

上記のテーマと条件にあわせ、受講生全員が企画書の作成を行った。企画書のフォーマットは筆者が放送局で使用したものを一部改良して配布し(図4)、そのフォーマットに従い記入することとした。フォーマットの内容は以下の通りであるが、一部分は記入させなかった。

1. 番組名…作品タイトル
2. 提案部局…企画者・制作者名※未記入
3. 放送希望日…放送日の設定※未記入
4. 内容時間…作品の長さ
5. ねらい…作品のねらいや伝えたいこと、制作者のメッセージ
6. 内容・構成・演出フォーマット…作品を構成する素材
7. 取材期間…取材と編集の期間
8. 完成予定日…おおよその完成予定

企画書を書く意義として、企画書は番組作りの基本設計図であるため、無くてはならないものである。そこには「ねらい」と「構成内容」が書かれているのが通常である。つまり、企画書を番組のマニフェストとして、制作者は取材(撮影)・編集をすることになる。そのことから、企画書がなければ番組制作も始まらないのである。企画者(採択の場合はディレクター)はネタをいかに描くかという「切り口」と、制作者として何が言いたいのか、何が伝えたいのかといった「メッセージ」を打ち出し、練り上げることで、番組を一番理解しており制作に携わるスタッフに指示を出せるのである。番組制作は個人的なプライベートビデオとは違い構造化された物語を作り上げるため、多くの事柄や行程を行うため分業制をとり一人でできる範囲が限定されている。つまりチームで制作するものであるため、コミュニケーションが不十分であると番組制作自体が進まない恐れがある。企画書を書く行為は番組の土台となるだけでなく、その後の制作過程で

円滑なコミュニケーションを行うための道具であり、グループワーク時には大いに役立つ。

4-7. 企画判定の基準

企画判定は受講生全員で行った。企画判定には以下の基準で行った。

- ①ネタの話題性
- ②実際に取材できる事柄か
- ③日程的・経済的に可能か

上記判定基準に加え、「情報は裏付けてあるか」、「物語が作れそうか」、「番組を通して何を言いたいか」という部分も企画者のプレゼンテーションと質疑応答を踏まえて確認した。つまり「情報としてウラが取れているのか」、「ストーリー性があるのか」、「メッセージは何なのか」という基本的な部分を重要視した。この基本的な部分はドキュメンタリーの本質であり、自分自身で判断することで実制作前に受容能力を向上させるトレーニングとなった。また、制作が始まって「見る側はどう感じ取るのか」という部分を意識することになった。これらを総合的に判断して20本(1名欠席)の企画の中から5本を採択した。企画判定に当たっては判定シート(資料4)を配布した。各項目5点満点で採点して気になった部分にはコメントを書き込んだ。プロデューサー役の筆者の審査と受講生の審査の結果、最終的に採択された企画は以下の5本である。

1. 「南女の制服」
2. 「南女の有名人」
3. 「南女の食生活」
4. 「南女のダイエット法」
5. 南女のパイプオルガン」

他には「ヒールの高さ」「(自分たちの)イメージ」「センス」など女性視点のものが多く見られたが、その中でも「制服」や「パイプオルガン」など甲南女子大学という自分たちが所属するコミュニティの中で身近に思えるものが採択された。

5. 観客を意識した制作の意義

観客を意識した映像制作の意義として、第一に考えられるのはプライベートビデオにありがちな情報羅列

型の作品ではなく、構造化された物語を持つ番組を目指す部分である。これはまさしく「1. メディアはすべて構成されている」ことにつながる。主題とする事象についてリサーチした情報や、撮影した多大な映像情報を精査し、その情報の一部分を構造化していく作業は、事実を構成しているに他ならない。受講者はリサーチした情報や撮影した映像情報の構成作業を通して「メディアはすべて構成されている」ことを実体験するのである。

第二に、番組作りの作業を通して、映像メディア・テレビの特性を考えることは、「4. メディアは商業的な意味を持つ」ことにつながる。番組制作における制作費やスポンサーとの兼ね合いを考えることに加え、ドキュメンタリーとてスポンサーの意向に左右されるかを知ることで、ビジネス部分として「メディアは商業的な意味を持つ」ことを深く知ることになる。同時に「5. メディアはものの考え方（イデオロギー）や価値観を伝えている」ことにつながる。情報番組やニュースだけがその時代の価値観と生活様式に関する事象を多く取り上げられると思われるが、身近なところから再発見するドキュメンタリーも同様である。そこには価値観と生活様式に関する広告があるといえる。採択されなかったが「ヒールの高さ」や「センス」などの企画には、現代の女子大生の価値観と生活様式が中心であることから分かる。

第三に、観客（他者）を意識すること、すなわち「見る側はどう感じ取るのか」を意識することがテレビ番組作品でありスタンスである。これは「3. オーディエンスがメディアを解釈し、意味をつくりだす」ことにつながっている。これはオーディエンス（観客）の性別、年齢、文化的背景、個人資質、過去の経験などによって番組の読み方は異なるということである。つまりメディアが送り出すメッセージをそのまま受け取るわけではないのである。受講生が制作するドキュメンタリーも、観客が解釈し、意味をつくりだすのである。そのため、明確に意味を受け取ってもらえなければ内容の半分も理解してもらえない事や、まったく別の意味で捉えられる危険性もある。リサーチした情報や撮影した多大な映像情報を構成していく作業を通して、受講生が観客（受け手）となったときには制作者（送り手）の意図するものやメッセージを汲み取る作業をより深く行う意識を持ったようである。

また、観客（他者）を意識することが著作権や肖像権を意識するきっかけにもなる。観客を意識するということは他者に向けて公開するという意味である。つ

まり個人的に楽しむのではなく、広く一般に開かれてくるのである。これには著作権や肖像権、個人のプライバシーといった権利問題も当然絡んでくる。テレビ番組制作の現場では権利に関してはシビアに対応しているが、受講生の制作も同様に捉える必要がある。これは「7. メディアは独自の様式、芸術性、技法、きまり／約束事をもつ」という部分にもつながっている。テレビ番組制作の現場では独自の様式、芸術性、技法というものは当然存在するが、それよりも日頃コピー&ペーストや画像のダウンロードなどに慣れた受講生は著作権に対する意識が薄いことも想定されたため、著作権や肖像権、個人のプライバシーなどの点で「きまり／約束事がある」ことを効果的に意識付けできた。今回の取材範囲は学内に限定したため、当然学内の人物などを対象にした企画も多くなるが、これらも著作権や肖像権を意識するきっかけにもなる。学内という身内意識があっても、外部に公開するとなればインタビューや撮影した人物には許可が必要である。写真資料や映像資料を使用する場合にも同様で、所有者や著作権者に確認をとり著作権侵害にならないように配慮することも重要になってくる。

このように観客を意識した映像制作はメディアリテラシーの基本概念に当てはめ意識させることが可能であり、メディアリテラシー教育に対して有効であるといえる。

6. 実際のドキュメンタリー制作の状況

実際に制作に入る前に、各チームで役割分担を行った。プロの制作は、ビデオジャーナリストのように1人で全てこなす場合を除きスタッフワークである。テレビ番組制作の現場では複数の人間が関わっており、詳細な役割分担がある。報道のニュース取材の場合でも記者・カメラマン・VE というように少人数チームで動くことが基本である。

ディレクターは原則企画が採択された受講生となる。それ以外にはカメラマン、音声、編集、リサーチ、ナレーションなど、1チーム4～5名の少人数のため、複数の役割を担当する受講生もあった。実際の制作の中で受講生が一番気にかけていたのがリサーチである。つまり「ウラを取る」ことに時間と労力をかけていた。しかし、インターネットや書籍でのリサーチには限界もあり、様々な人に取材をすることになった。それでも資料を収集し、各チームに取材ノートを渡し、そこに多くの情報が書き込まれていった。しかし、収集し

た資料を資料映像として使うにも著作権という壁に当たり、なかなか撮影に進まないことも多かった。

特に「南女の制服」チームはただの制服紹介にならないように注意するよう助言をした。日本の制服の歴史や甲南女子大学の制服の歴史なども踏まえることやキーマンを探し出し、その人物を追いながら物語を展開することで、伝えたいことを明確にできるはずであった。しかし、リサーチ項目や資料が膨大で、その精査に苦勞しているようであった。



作品「南女の制服」より

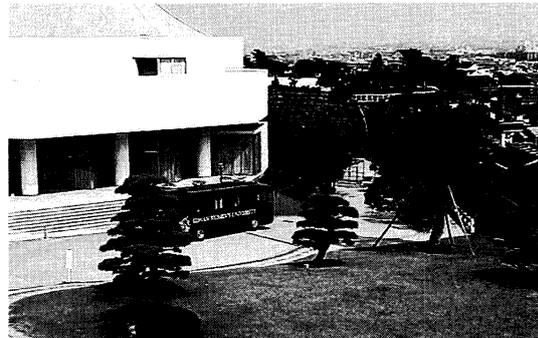
「南女のパイプオルガン」チームは歴史的背景から現状に迫ることを助言したため、多く資料を要した。特に震災時に倒壊した写真なども貴重な資料も入手するなどの努力も見られた。また、動きの無いモノ（パイプオルガン）なので、その周辺や背景、関わる人々について展開して物語を構築しないと伝えたいことが明確にならないと助言をした。また、プロのオルガニストの演奏を撮影しインタビューを試み、パイプオル



作品「南女のパイプオルガン」より

ガンの魅力に迫れたのではないか。

「南女のダイエット法」チームは、内容的にスクールバスと住民との関係、通学に関する状況などを掘り下げて問題点を挙げていくため、ただのダイエット・健康法紹介ではなく、対象事例の背景で「図らずもダイエットに貢献している」という展開にさせた。そのため多くのインタビューを要したが、拒否されることも多かった。撮影時のカメラ位置などにも工夫が見られ、既存のドキュメンタリー番組を研究したことが伺えた。



作品「南女のダイエット法」より

7. 受講生のコメント分析

受講生には毎時限後にコメントシートを記入させた。コメントシートの各コメントを集計し分類すると三分

類できることが分かる。まず、第一分類としてのコメントは以下の通りである。

- ・「テレビの見方は、少し変わりました」
(MS さん)
- ・「少しかもしれないが、色々な角度からテレビを見ることができてよかったです」(AN さん)
- ・「今はどうやって作っているのかとか、どんなふうにもまとめてあるのかなど、気にするようになりました」(MK さん)
- ・「今後の課題は、ただ何となくテレビを見るのではなく、構成などを考えながらテレビを見ることだと思っています」(EY さん)
- ・「自分たちで作ってみると番組の内容だけでなく、制作者側の意図も少し理解できるようになり、また別の意味で楽しめると思います」(NT さん)

次に第二分類のコメントである。

- ・「自分の中で考え、意見、意思をちゃんと持つべき」(KG さん)
- ・「沢山の人がかかわり、沢山の人をまとめる人が必要だと思った」(KG さん)
- ・「役割だけにこだわって協力・助言ができなかったらでき上がらなかった」(MK さん)
- ・「グループワークの難しさを感じた」(MK さん)
- ・「制作はチームプレーだし仲間の信頼とかものすごく大切なものと本当に感じました」(TO さん)
- ・「一番大事なことは意見交換だということ学びました」(MY さん)
- ・「自分は将来どういう道に進みたいのか、いろいろ考えさせられる場面が自分の中でありました」(MF さん)

最後に第三分類のコメントである。

- ・「情報の奥に隠された情報を汲み取れる眼をもってメディアに接しなくてはいけない」(TA さん)
- ・「テレビからの情報には少なからず作った人の考え方の偏りが生じるということがここでよくわかりました」(KG さん)
- ・「何が信用できて何が信用できないのかは、結局は自分で情報を取捨選択していかなければならない」(MS さん)

受講生の各コメントから読み取れものとしては、第

一分類のコメントはテレビリテラシー能力に関するものである。つまり、制作する側の視点と背景を意識し、論理的に考える能力が備わってきていることを示している。

第二分類はコミュニケーション能力に関するものである。これは取材やグループ内での自分の意見や振る舞いに対してのコメントであり、テレビ番組制作の手法に従って映像制作を行っていくうちに、自ら感じ取ることができたことを示している。

第三分類は情報選択や受容能力に関するコメントである。これは分析的でクリティカルな視点、つまり「ウラを取る」意識の表れである。「ウラを取る」ということは、メディアリテラシーの基本概念でいう「7. クリティカルにメディアを読むことは、創造性を高め、多様な形態でコミュニケーションをつくりだすことへとつながる」のである。このようにメディアリテラシーの基本概念に当てはめることもでき、同時にコミュニケーション能力の育成にも大きな影響を与えていることも伺える。

次に、メディアリテラシーの基本概念を「使用能力」「受容能力」「発信能力」と大きく三分類し、映像制作を当てはめた場合、図2のように映像制作の過程を分布できる。分布図を見ると映像制作の過程は「メディア使用能力」「メディア受容能力」「メディア発信能力」の全てに個々の過程が影響しあうことが確認できる。

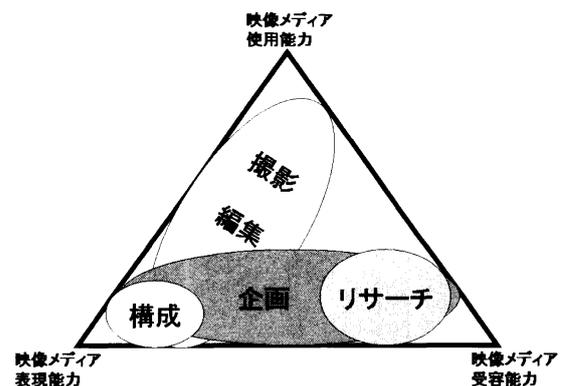


図2・映像制作過程の分布

映像制作は映像機器操作やアプリケーション操作、いわゆるプロダクションやポストプロダクションというテクニカルな部分に偏りがちである。もちろんテクニカルな部分も必要ではある。しかし、それだけでは本当のリテラシー能力の育成にはならない。映像制作のコアであるプレプロダクションを十分に理解させ制作に活かすことで、メディア使用能力やメディア表現能力に限定されることなく、メディア受容能力までカ

バーできる可能性を持つのである。

8. まとめと今後の課題

最初はゲームやCMのように「カッコイイ映像」に挑戦してみたいと考える受講生も多かった。当然カメラワークや編集の技術の習得も必要であるが、見栄えの良い作品を完成させるのが目的になりがちである。既存番組の真似で終わらせないために、表現する内容、取り上げるテーマに対する分析的でクリティカルな視点を忘れてはならない。元々、ドキュメンタリーをそれほど視聴しているわけでも無く、情報番組の延長のように捉えることもあったため、受講生の実制作については逐次観察して助言を行ったが、以下の点が気にかかった。

- 音楽を含め著作権や肖像権などに対する意識が低い。
- 取材交渉で難航していた。
- 「見る側はどう感じ取るのか」という部分を意識した構成に苦勞する姿が見られた。
- グループ内での意見交換がうまくいず作業が進まない場合もあった。
- 初めてチームを組むので、取材や編集作業を通しての意思統一が難しい。
- ディレクターに依存しすぎる傾向がある。

しかし、受講生のコメントに見られるように、ほとんどの部分で受講生自身が映像制作を通じて問題点を認識し理解していったと感じる。また個別にドキュメンタリー番組を視聴し研究するなど、映像制作に対する意識も変化していった。

今回の取り組みで、専門学校や映像専門課程のように大規模な施設や機材が無くとも、映像制作は概ね可能である。また、身近な題材で「見る側はどう感じ取るのか」という意識を持った映像制作であれば、メディアリテラシーおよびテレビリテラシー能力の向上、情報の取捨選択を意識させることは十分可能である。さらに映像制作の利点は、見ているだけでは分からない「制作する側の視点」を意識するためにも効果的である。

ただし問題点もある。まず、学内取材では現実よりも取材交渉に対し甘い認識になりがちである。特に古い資料や大学内の撮影、それに関する著作権やに関しては多くの受講生に戸惑いが見られた。教育における著作権の取り扱いが曖昧な部分も多く、その部分で取

材される側もする側も戸惑うことが多かったのではない。しかし、今回のように観客（他者）を意識するということは外部での公開を前提にしているため、原則全て許可を取るべきである。それぐらいの意識付けが無いと大学外を対象にした場合、甘い認識のままでの取材やリサーチになる危険性も含んでいる。今回の結果から、著作権に関する基礎的な知識や教育の必要性を感じた。

次に受講生が持つ既存番組のイメージが予想以上に強く、構成が筆者の想像よりもステレオタイプであったことである。研究熱心な受講生、特にディレクターの受講生ほどドキュメンタリー番組やニュース系番組を見て構成や演出を研究したようである。確かに構成やナレーション原稿など、一定の水準にあるのも事実であるが、既存番組のイメージをそのまま置き換えている部分もあった。これらの点を意識させ気付かせるための仕掛けが必要であり、今後の課題である。

また、映像制作は数多くこなしていくことで、クオリティもその都度アップしていく。そのためにも継続的に教育できる環境を構築することも重要課題である。

参考文献

- (1) カナダオンタリオ州教育省編集, FCT 翻訳 (1997) メディア・リテラシー—マスメディアを読み解く, リベルタ出版
- (2) 碓井広義 (2003) テレビの教科書—ビジネス構造から制作現場まで, PHP 新書
- (3) 鈴木みどり (2004) Study Guide メディアリテラシー【入門編】, リベルタ出版
- (4) 阿部勘一 (2004) 大学教育とメディアリテラシー, 国際経営・文化研究 9 (1), pp.1~19
- (5) 東京大学情報学環メルプロジェクト (2005) メディアリテラシーの道具箱—テレビを見る・つくる・読む, 東京大学出版
- (6) 山登義明 (2006) ドキュメンタリーを作る, 京都大学学術出版
- (7) 林晶子 (2006) 体験型メディアリテラシー教育としての映像制作演習—メディアビジネスの視点を取り入れた授業設計の事例研究, 広島経済大学研究論集29, pp.109~140
- (8) 平成18年国民生活時間調査 (2006), NHK 放送文化研究所
- (9) 平成20年6月全国個人視聴率調査 (2008), NHK 放送文化研究所
- (10) 大貫恵理子, 芝野友樹, 宮本節子 (2008) 創って学ぼう著作権—先生と生徒の体験学習・兵庫の記録—, 社団法人私的録画保証金管理協会
- (11) 川瀬基寛 (2008) 文系女子大学での映像制作実習とメディアリテラシー教育の実践, 第15回日本教育メディア学会発表論文集, pp.18~19

「私たちのメディア史」記入シート

記入者 _____

●各自が記入してきた「私のメディア史」から、メディアの具体的な種類や作品名を年代別にあげてみよう。

年代	どのメディア? (メディアの種類や作品名、夢中になったキャラクターグッズなどを具体的に)	どうつきあってきたか? (接触態度/家族や友人との関係/当時の流行や自分が受けた影響などを視野に入れて)	時代背景/メディアにかかわる事件・イベント
乳幼児期	「セーラームーン」 「おかあさんといっしょ」「にこにこぷん」 「となりのトトロ」 「3びきり」 「ときめきトゥナイト」	→ セーラームーンごっこをしていた。 セーラームーンの服を買ってもらったりおもちゃやカードを集めていた。 → 毎日見て歌っておどろいていた。 → 毎日見ていた。ぬいぐるみも持っていた。	→ セーラームーンゲーム
小学校低学年	「ママレードボーイ」 「VIEWERS」 「たまごっち」 「ロンバケ」等のトレンド(?)ドラマ NINTENDO64	→ おもちゃとか持っていた。 → " → SMAPを好きになった。 → スーパーマリオ64にハマった。	→ SMAPから森君が脱退した。
小学校高学年	「ポケモン」 SPEED ケータイ たねはんた	→ ポケモン交換大流行。 → ファンクラブとか入ってた。 → 自分のケータイを持った。(IDO)	→ ポリゴン事件 (ポケモンのアニメ見て倒れる人続出) → すぐ解散した。 2000年問題
中学校時代	「SEVENTEEN」 モー娘。・あやや CHEMISTRY	→ 服好きになった。 → アイドル好きになった → ライブに行きた	IDOがauになった。 USJができた。 サッカー ワールドカップが日本であった。
高校時代	ジャニーズ 下妻物語 どうぶつのおもてなし 源宮ハルヒの憂鬱	→ 小情報収集の為にPCをいじり倒れていた。 → 日音記が程見えた。 → DSで通信まくり。 → アニメ好きになった。	J-PHONEがvodafone → softbankになった。 mixiができた

「今週の私のテレビ日記」記入シート

記入者 _____

●「今週の私のテレビ日記」をまとめるなかで、テレビと私のつきあい方を見つめ直そう。

No	放送日・曜日・時間	放送局	番組名	ジャンル	時間量
1	4/5(水) 8:00~	読売テレビ	「スッキリ！」	小情報	1時間半
2	4/7(木) 10:00~	読売テレビ	「なるトモ！」	小情報	〃
3	19:00~	ABC	「いきなり！黄金伝説」	バラエティ	1時間
4	20:00~	テレビ大阪	「テレビチャンピオン」	バラエティ	〃
5	21:00~	関西テレビ	「とんねるずのみなさんのおかげでした」	バラエティ	〃
6	22:00~	〃	「ラスト・フレンズ」	ドラマ	〃
7	4/8(金) 8:00~	読売テレビ	「スッキリ！」	小情報	〃
8	19:00~	テレビ大阪	「ポチたま」	バラエティ	〃
9	20:00~	関西テレビ	「山村美沙サスペンス京都門司港殺人事件」	ドラマ	〃
10	21:00~	読売テレビ	「ファインディング・ニモ」	映画	2時間
11	23:15~	ABC	「探偵ナイトスクープ」	バラエティ	1時間
12	4/9(土) 20:00~	関西テレビ	「めっちゃめっちゃイケてる」	バラエティ	〃
13	21:00~	読売テレビ	「こくせん」	ドラマ	〃
14	24:00~	〃	「世界弾丸トラバラー」	バラエティ	30分
15	25:00~	毎日放送	「count down TV」	音楽	1時間
16	26:00~	〃	「アニメシャワー」	アニメ	1時間半
17	4/20(日) 9:30~	テレビ大阪	「おねがひマイクロイド」	アニメ	30分
18	20:00~	NHK	「篤姫」	ドラマ	1時間
19	4/21(月) 12:00~	関西テレビ	「笑っていいとも」	バラエティ	1時間
20	19:00~	読売テレビ	「名探偵コナン」	アニメ映画	〃
21	20:00~	関西テレビ	「HEY HEY HEY」	音楽	〃
22	21:00~	〃	「SMAP×SMAP」	〃	2時間
23	25:00~	〃	「フューチャー」	バラエティ	1時間
24	26:00~	〃	「超能力シックス」	ドラマ	30分
25	26:30~	〃	「自識」	バラエティ	30分
26	4/22(火) 9:00~	NHK	リハビリの番組	教育	1時間
27	ちびちび	NHK	NHKニュース	ニュース	ちびちび
28	4/19(土) 6:15~	NHK教育	週間子どもニュース	ニュース	45分

番組企画書		PD	CP	
番組名	放送希望	内容時間・本編		
発見! 南女の制服		5分 × 1		
(ねらい)				
<p>甲南女子大学にはフォーマル・ウェアとしてユニバーシティ・スーツがある。デザインは日本デザイナーの草分け的存在、田中千代氏。入学式の際、新入生・在校生が揃って着た制服にはどんな意味があるのか。制服を通じ、甲南女子大学の教育方針、身だしなみについて考える。</p>				
(内容・構成・フォーマット・出演者など)				
<ul style="list-style-type: none"> ・甲南女子大学にはいつから制服が? 85年の伝統を誇る甲南女子学園に女子大学が誕生した40年前に制定されたもの。 ※学校の風景(過去の写真など)を映す。 ※今の制服を着ている姿を映す。 ・どのような時に着ると定められているのか 式典、訪問(就職、インターシップ)実習、研修 ※式典の映像や、就職活動を行っている映像 ・デザイン性 デザインは日本デザイナーの草分け的存在、田中千代氏。 オックスフォードのカレッジ文化に触発されてデザインされた。 ※田中千代について ・まとめ このスーツは一切着崩さず、正しくきちんと着てはじめて最高の美しさが生まれるように作られている。 				
取材期間	1~2週間	完成予定		

学籍番号

氏名

番組企画書		PD	CP
番組名	放送希望	内容時間・本編	
発見！南女のダイエット法			
(ねらい)			
<p>最近、近隣住民の方々から苦情が来ている事を元に 駅から学校まで歩くように少しでも心がけている人は どのくらい居るのか。 歩く事が、どのくらいダイエット効果をもたらすのか 健康と環境を気遣え一石二鳥であることを勧める。</p>			
(内容・構成・フォーマット・出演者など)			
<p>歩いて学校に来る人に、前から歩いて通学していたが、 最近歩くようにし始めたか。又、どのような意図で 効果を目的に歩いているのかをインタビューする。 バスを使用している人に、何故歩かないかを軽く問い、 歩いて通学する人の歩行数とバス停までしか歩かない 人の歩行数を調べ、カロリー消費の差を紹介する。 (時間が許せば、歩いている様子を撮影し、前のインタビュー に時間を消費した場合はカロリー消費差結果だけ を紹介する。)</p>			
取材期間	完成予定		

学籍番号

氏名

