

メディアリテラシー教育の実践 ～学校紹介 CM 制作を通じて～ Practice of media literacy education

† 森棟隆一, † 尾澤 勇, ‡ 山崎謙介
† Ryuichi MORIMUNE † Isamu OZAWA ‡ Kensuke YAMAZAKI

† 東京学芸大学附属高等学校 ‡ 東京学芸大学
† Tokyo Gakugei University Senior High School ‡ Tokyo Gakugei University

[要約]

本校情報科では 2004 年度より学校紹介 CM 作成課題を通じてメディアリテラシーを学習している。その教育実践を紹介し、その意義と効果を示す。また教科情報と他教科との連携や学校紹介 CM 制作を通じて生徒がどう変わったか紹介する。

[Abstract]

In the subject of ICT education on senior high school curriculum we have been practicing to study the media literacy through making CM(Commercial Message);the theme of CM is school PR(Public Relations). This kind of ICT education requires other educational subjects to cooperate each other. We have also reported how students have learned integratedly and how they have grown.

[keywords] CM, メディアリテラシー, 教科「情報」, 教科横断的

1. はじめに

東京学芸大学附属高等学校(以下本校)では普通教科「情報 A」の教育を 2003 年度より 1 年次 2 単位で実施している。Communication and Collaboration を軸にあらゆる教科・科目での情報の活用が行なわれている。特にプレゼンテーション能力、自己表現能力はすべての教科・科目で必要とされており、本校でも必修化以前の 1999 年度よりプレゼンテーションソフトウェア(Aldus Persuasion や Microsoft PowerPoint など)を利用したプレゼンテーションの方法を学習し、個別に学習してきた知

識・技術を相互に関連させて総合課題としてきた。加えて 2004 年度からはマルチメディア作品の制作活動を通して、メディアの特質について学習し、情報の発信者として 15 秒 CM (Commercial Message) 作成を企画し、1 年間のまとめとしている。本稿では、CM 作成の実際、各単元とのかかわり、他教科との連携について述べる。

2. 「情報」における CM 課題の位置づけ・取り扱い

本校の「情報 A」では表 1 のような年間指導

計画に基づいて実施されている。1学期は情報機器・ネットワークを活用し、情報を収集・加工することを中心に授業が展開される。2学期は1学期に学習したことに加え、受け手の状況を踏まえて情報を発信することに重点が置かれる。2学期中に3回のプレゼンテーションを行なうが、「調べたものを単に発表する」レベルから「聴衆を意識した(=言葉の贈り物となるような)プレゼンテーション」のレベルへステップアップできることを目標に作品制作に取り組んでいる。3学期は1年間の総括として「メディアを活用した情報の表現」課題として15秒間の学校紹介CM制作に取り組んでいる。1つの作品を仕上げるにあたって、「企画・脚本・演出・撮影・音楽・言葉(コピー)・編集」等役割分担は多岐にわたる。メディアが持つ特性・技法に注目し、メディアへの理解を深め、主体的にメディアに関わろうとする態度の育成することを目標に本課題は設定されている。メディアを肯定的に、また否定的にとらえることによってメディアを読み解くこと、すなわちメディアリテラシー教育をCM作品の制作を通じて学んでいく。

3. CM制作の流れ

本課題では学校の一側面を捉え、学校の様子がわかるという条件のもと、作品の制作を行った。15秒間という限られた時間の中で、「附属高校らしさ」や「受験生がこの学校に入学したい」と思わせる内容に仕上げるため、全工程を大きく5つに分け作業を行った。3学期間6回12時間の授業により構成されている。(1単位時間は50分。通常2時間連続の授業となっている。)

(1) CM概論(ガイダンス)

(2) CMコンセプトの明確化

誰に何を伝えるCMかを検討

(3) CM構成要素の選択、作成

絵コンテ作成、キャッチコピー、サウンドロゴ、BGMの検討

(4) 撮影

(5) 編集

(1) ガイダンス

CM作品を制作するにあたりCMを考察するガイダンスの時間を設けた。このガイダンスは公民科教諭、美術科教諭とのコラボレーションにより生み出された。2004年度は公民科教諭により社会的側面、商業的側面から見るCMについて、美術科教諭により映像文化としてのCMについて講義が行なわれた。2005年度以降はこれらを融合させ、さらに過去の作品を例示しながら技術的側面(映像技術、情報伝達技術等)を加味しながら講義を行なっている。具体的な内容としては、

(ア) CM, PR, Propagandaの相違

(イ) TVCMの表現形式による分類

(ウ) CMを構成する要素

(エ) AIDMAの法則

(オ) コンセプトワークの方法

(カ) 笑いの種類を考える

(キ) CM制作上の倫理規定

(ク) 実際のTVCMの製作過程の紹介をガイダンスの内容として扱っている。

(ア) では、TVで流されるもの全てがCMではないことの認識して、公共広告(Public relations)や大衆の扇動(Propaganda)の目的でも利用されることを学習し、メディアを多様に捉えさせる。

(イ) ではTVCMの表現形式により、実証型、日常生活型、ドキュメンタリー型、イメージ型、ギャグ型、CMソング型、キャラクター型、タレント型、特殊映像型、比較広告型、公共広告型、CI(Corporate Identity)付加型な

どのように分類し、Web 上で公開されている具体例などを提示して説明を行う。

(ウ) では CM は「映像・言葉・音楽」の三位一体により構成されているものであり、これら一つでも欠けると伝わらない CM になることを過去の例を提示しながら説明を行う。

(エ) ではアメリカの経済学者ローランド・ホールが提唱した AIDMA の法則 (Attention : 注目させる, Interest : 興味を持たせる, Desire : 欲求を沸かせる, Memory : 記憶させる, Action : 行動させる) を説明し、この法則が CM 効果の測定に利用できることを示した。(ア) ~ (エ) ではメディアから情報を受け取る側として考察する。

しかし CM 制作側から見たとき、「CM は観られていない、CM のために新聞やテレビを観ない」ことを理解させる必要がある。そこで (オ) 以降の考察を行う。

(オ) では CM の 5W1H や切り口の見つけ方など説明する。誰に何をどのように想いを伝えるのか考察させる。

(カ) では笑わせたい対象について考えさせた。局所的な内輪だけの笑いを誘うローカルな笑い、不特定多数に笑いを与えるパブリックな笑いについて説明した。また海外 CM とも比較を行い国民性による笑いの違い、表現方法についても学習する。

(ク) ではビデオにより実際の TVCM 制作過程を知ることにより、広告会社、制作会社などの仕事について理解する。

このガイダンスを通じて、今まで意識することがない観点からコマーシャルに接する機会となり生徒たちの CM に対する印象、見方が変わり、制作意欲が上がった。

(2) CM コンセプトの明確化

学校 CM 制作の第二段階では、学校の「何

を、誰に、どのような方法で」伝え、CM を観た人がどうなって欲しいか、グループで検討を行った。5W1H で展開していく方法では具体的作業に取り掛かりにくい。そこで CM を構成する 3 要素から、見せたい映像があるのか、聞かせたい音楽があるのか、伝えたい言葉があるのかを考えさせ、CM の具体的なイメージを展開させる。

映像からの切り口としては「広大な敷地」、「クラブ活動」、「伝統感じる校舎」、「文武両道」、「青春」、「さまざまな先生たち」、「学校愛」を取り上げたものがある。音楽からの切り口としては「流行の楽曲と校歌をミックスしたもの」、「CM のパロディとして同じ楽曲を利用」、「替え歌による CM ソング作成」などがある。言葉からの切り口として、「下馬戦隊附高レンジャー隊員募集中」、「けじめ=success、これが僕らの方程式」、「芽を出す友情」、「逢いたい人がいる学校」、「飛んでけ 飛んでけ 僕の夢」、「宇宙人も来たくなる学校」などのキャッチコピーがあり、「本校にぜひ来て下さい」というメッセージが直接的ではなく表現されていたものが多くあった。

(3) CM 構成要素の選択, 作成

絵コンテ作成, キャッチコピー, サウンドロゴ, BGM の検討

第二段階では作品の切り口を見つけたが、第三段階ではその切り口から映像、音楽、言葉に関連性を持たせ、イメージを広げ、それを可視化する。二学期のプレゼンテーションの課題においても絵コンテの作成を行ったが、映像作品を作り上げる際にも絵コンテの作成は必須となる。絵コンテには撮影場所、カメラアングル、キャスト、セリフも加える。映像の撮り方には絵コンテに基づいて計画的に撮る方法と、気の向くままカメラを回し撮る方法に二分される

と考えられるが、授業という性質上、前者の方法により撮影を行った。絵コンテを作成し、具体化していく過程で、グループ内での役割分担が行われる。

CM で扱う音・音楽については

- (ア) GarageBand で作曲する
- (イ) 市販の音楽 CD からリッピングする
- (ウ) 録音ソフトを利用して録音する
- (エ) ビデオの生音を利用する

(ア)の作曲を行ってオリジナル曲を作成する場合には GarageBand を利用してループと呼ばれる音源をつなげたり、MIDI キーボードから直接鍵盤を叩いたりして録音する。この内容は 1 学期既習事項となっている。

(イ)の著作権の存在する音楽 CD からリッピングを行う場合には iTunes を用いてリッピングを行い、AAC または MP3 ファイルとして保存する。そのファイルを iMovie から参照することができる。著作権の処理については後述する。

チャイムなどの効果音を録音する場合には (ウ)の方法により音データとして保存を行う。Windows ではサウンドレコーダ、Macintosh では QTRex (フリーソフト) などがある。ナレーションやキャッチコピーの吹き込みも同様にして録音を行う。

サウンドロゴについては Microsoft Power Point や AppleWorks のペイントまたはドローを用いて作成する。作成したサウンドロゴは画像ファイルとして保存する。音楽同様これらも iMovie に読み込ませることができる。

絵コンテの作成と同時にタレントの選定、出演交渉、スケジュールの調整、撮影場所の選定、撮影許可の取得、小道具、衣装の準備を行い、企画書を作成する。出演交渉や撮影許可などはプレゼンテーションで養った交渉術が役立っている。また図 1 に示したような小道具 (附高

飲料) は美術科の教員にアドバイスをもらい作成している。OHP シートにインクジェットプリンタで印刷し、ペットボトルに巻きつけた。



図 1. 附高飲料

(4) 撮影

第三段階までに作成した絵コンテを企画書として作り上げ、広告主 (= 授業者) に提出し、広告主を説得することで、初めてデジタルビデオカメラ (DV カメラ) に触れることができる。DV カメラについては以下の内容を指導する。

- (ア) 撮影の仕方、再生の仕方
- (イ) 捨てカットの効用
- (ウ) ズームの功罪
- (エ) 三脚の利用

絵コンテ作成の段階では意識されないが、カメラのアングルや光の加減によりシーンの雰囲気が変わるため、何テイクも試行錯誤が行われた形跡が編集前のテープから見る事ができた。またクロマキー合成画像を作成するため、ブルースクリーンでの撮影を行ったグループもあった。動画を利用するメリットとして作品に「連続性・躍動感・空間の広がり」を表現しやすいことにあると考えられる。一方で DV カメラを用いずデジタルカメラを用いて静止画をベースにクリエイティブアニメーション作品制作に取り組んだグループもあった。

(5) 編集

第四段階までで撮りためた映像は iMovie を用いて取り込み、編集が行われる。ここで映像、音楽、サウンドロゴ、キャッチコピーが統合されひとつの作品に仕上がっていく。

iMovie とは Apple 社が発売する iLife に含まれる映像編集ソフトであり、以下の機能を有する。

- ・ 動画クリップの取り込み
- ・ iPhoto と連携して静止画の取り込み
- ・ iTunes と連携した音楽の挿入、録音
- ・ テキストの挿入とアニメーション効果
- ・ トランジションエフェクト
- ・ 動画クリップにフィルタをかける
- ・ DVD への書き出し
- ・ムービーファイルの作成

CM は時代を反映する映像文化の象徴だといえるが、生徒作品においても同様のことが言える。2004 年度生徒作品では「Priceless」というキーワードが多く用いられ、高校生活の貴重な時間がこのキーワードにオーバーラップしていることがわかる。また 2005 年度作品では「Love 定額」をモチーフに学校が楽しく、好きであることを表現した CM が多く見られた。

4. 他教科との関連

本課題は情報科単独では成立し得ない。他教科との連携および協力があってこそ成立する。CM 概論は公民科、美術科との連携があってこそ成立したものである。また小道具では書道科、美術科、家庭科の協力なしには作成できなかった。機材の貸し出し、撮影場所の提供、キャストとしての出演も各教科教員の協力体制が必須である。また校外での撮影の際、引率は本校教育工学委員会の教員がボランティアで行っている。これだけの協力体制が得られている背

景には、情報で学んだことが他教科にも活用されていることにあると考えられる。その意味でも現在、高等学校における教科「情報」の位置づけは独立した一つの科目というよりは、他教科と関連して「教育の情報化」を推進する役割を担っているのではないかと考えられる。生徒が「情報」を履修することにより、動画編集課題を扱うことによりどのように変わってきたかは次項で説明する。

5. 生徒がどのように変化するか

本課題に取り組み始めたことにより生徒の学校生活に変化が見られるようになった。教科「情報」における変化と学校生活全般における変化について述べる。

(1) 学校生活全般における変化

・新歓クラブ紹介で動画を用いたものが登場

新入生歓迎会では各部活動が新入生に向けて歓迎をかねてクラブ勧誘する場面がある。従来プレゼンテーションソフトを利用したり、口頭にて説明したりしていたが、動画を用いてクラブの様子を紹介した発表が年々増加している。

・授業のプレゼンテーションを動画で行う

保健の発表学習において、グループでオリジナルのショートストーリーを作成し、それを撮影・編集してプレゼンテーションする。

・学校説明会のビデオを生徒が編集する

学校説明会で日常の様子を紹介する際のビデオを生徒が編集し、ナレーションを吹き込んだ。教科の説明については教科からの原稿を読み上げたが、行事や部活についてはナレーションも含めて全て生徒が作成を行った。後日、中国語版も作成された。今後、英語版、タイ語版、韓国語版、スペイン語版を制作予定である。

(2) 教科「情報」における変化

今回の学校紹介 CM 制作では著作権の存在する音楽 CD からリッピングして利用することもオリジナル曲を作曲することも可能とした。CM 公開後生徒から学年全体の作品集が欲しいという声が多く聞かれた。配布するにはどうすればよいのか、JASRAC 等への問い合わせ、著作権使用料の支払いが必要となることへの理解が深まった。これまで著作物を使用する側として著作権は守るべきものであったが、今回の課題を通して著作物を生み出す側となり、著作権への意識が変わったものと考えられる。

6. まとめ

昨今、「情報」も高等学校での未履修問題が発覚し、受験のために必要ない科目はやらなくてもよいという風潮もある。しかしながらこれまで述べてきたように教科「情報」は他教科に関連して、教育の情報化に大いに役立っている。目先の利益にとらわれて、「受験の役に立たないものは切り捨ててしまえ」という考えには賛同できない。高等学校における教科「情報」の位置づけが一体何なのか見つめなおす必要があるのではないか。「情報」の未履修問題が発覚したときに生徒の発した言葉で印象に残った言葉があった。「情報が受けられないなんてかわいそう。」生徒自身が教科「情報」の価値や意義を感じ取っている。そのような生徒の態度や意欲を汲み取っていけるような教育を行っていく必要がある。

7. 参考・引用

- [1]文部省 高等学校学習指導要領解説 情報編 開隆堂出版 2000年
- [2]菅谷明子 メディア・リテラシー ―世界の現場から― 岩波新書 2000年
- [3]中川憲造 コンピュータデザイン 実教出版 2005年
- [4]藤沢英昭 瀧本孝雄 中村裕 西川潔 ビジュアルコミュニケーション ダヴィット社 1975年
- [5]波田浩之 図解でわかる広告入門 日本能率協会マネジメントセンター 2006年
- [6]阿部正吉 CM制作の基礎知識 プランニングからオンエアまで 宣伝会議 1996年
- [7]梶山皓 広告入門 日本経済新聞社 2002年
- [8]森棟隆一 「メディアを活用した情報の表現」課題の実践報告～iMovie を利用した学校紹介 CM制作～ 東京学芸大学附属高等学校研究紀要 Vol.42 2005年

(表1)

2006年度 情報科年間指導計画(情報A)

	内容	留意点
1 学期	第1回 ガイダンス:校内ネットワーク紹介、コンピュータ室 ヴァーチャルリアティールームの見学、昨年度授業作品の紹介 利用実態アンケート、MacOSXの基礎(ログイン、ファイル操作) ホームディレクトリの説明、ネットワークへの接続(ファイルサーバ)	コンピュータの基本的な使い方を理解し、自分の必要な情報にアクセス、取得できるようにする。昨年度の作品を見させて1年間でどのような成長が見込めるか確認する。
	第2回 E-mailの設定、E-mail利用上の注意、E-mailが送信される仕組み メッセージを受信する、担任からのメッセージ(添付ファイル) TO,CC,BCCの違い、メーリングリストの仕組み、E-mailにまつわるトラブル	ネットワークを利用する上でのネチケットを理解し、実践できるようにする。
	第3回 Firefoxを利用したWeb検索、サーチエンジンの種類と特性 インターネットの仕組み、図書館での書籍検索(図書館ガイダンス)	自分の必要な情報にアクセスできることに加えて、価値のある情報を見つけることができるようにする。
	第4回 デジタルカメラの使い方、デジタルカメラからデータの読み込み クライアント同士でのファイル共有	ネットワークの仕組みについて理解し、ファイル共有できるようにする。
	第5回 USBメモリの利用法、Gimpを利用した画像処理、レイヤーの概念 画像フォーマット(jpeg,gif,png・・・etc.)について	画像処理の方法を学び、効果的に情報を表現できるようにする。
	第6回 ペイント系ソフトと、ドロー系ソフトの違い ペイントとドローを利用した描画 ピクトグラムとは何だろう	ペイント系ソフトとドロー系ソフトの違いを理解し、場面に 応じて使い分けできるようにする。また課題では町中にあるピ クトグラムを参考に校内案内図を作る。その際その場所に ふさわしいピクトグラムとはどのようなものか考えさせデザ インさせる。なお美術科とのコラボレーションにより、実際の作 品作りに取り組みさせる。また7-8に行なわれる林間学校の際 利用する名札を作成させる。
	第7回 ペイントやドローの特性を生かした、 ピクトグラムによる校内案内板の作成	
	第8回 ペイントやドローの特性を生かした、 林間学校の名札作成	
	第9回 GarageBand2を利用した音楽の作曲その1	GarageBandを利用して自ら作曲を行うことで情報の発信者 として、知的所有権(特に著作権)に興味を持たせると同時 に音楽への理解を深める。発信者の権利としての著作権に ついて考える機会を持たせる。
	第10回 GarageBand2を利用した音楽の作曲その2 音楽ファイルフォーマットについて	
	第11回 音楽業界と著作権 CCCDはなぜ消えたか(著作者と利用者の共存を考える)	
2 学期	第1回 プレゼンテーションの理論と実際 プレゼンテーションソフトの使い方 本校の良いところ、悪いところを考えよう	プレゼンテーションが日常どのような場面でも出てくる身近 なものであり、情報化が進む今日ではコンピュータによるプ レゼンが必要不可欠な能力となっている。マルチメディアを 活かした効果的なプレゼンテーションを行えるようにする。
	第2回 本校の良いところ、悪いところをプレゼンする。	
	第3回 表計算ソフトを利用したデータ処理その1 表ソフトとしての側面から、グラフの作成、関数の挿入	表計算ソフトの使い方と利用すべき場面を理解させる。グラ フの表現の仕方により伝わる情報が異なることがあることを 理解させる。また用意された関数で得られるデータがどのよ うな意味を持つのか、統計学をふまえて説明する。またVSJ 課題ではプレゼンテーション課題の第2弾として「論理的な 発表により、いかに相手を説得させるか」を目標に取り組み させる。データの適切な処理、グラフの見せ方を工夫させる。
	第4回 表計算ソフトを利用したデータ処理その2 データの内挿・外挿、統計処理	
	第5回 表計算ソフトを利用したデータ処理その3 時系列データから未来を予測するVSJ課題	
	第6回 表計算ソフトを利用したデータ処理その4 VSJ課題発表	
	第7回 情報の授業を作ろう1 教科書が教えないネットワーク社会の光と陰 グループ分け、テーマ設定	情報社会における問題点や、ネチケットなど教科書を読む だけでは生徒の心に響きにくい題材についてグループによ る調べ学習を行う。プレゼンテーション教材の第3弾として 「人を魅了するような方法でプレゼンテーションを行うこと」と 提示を行い、単なる調べ学習にとどまらないよう指導する。 形式としてはストーリー性を持たせたり、実演形式で行った りなどの方法が考えられる。グループとして何かしらの主張 を含むものと課題の条件を付する。クラス、学年で選考会を 行い、上位1グループは東京私学など12校によるプレゼン テーション大会「プレゼンピック2006」へ参加する。
	第8回 情報の授業を作ろう2 教科書が教えないネットワーク社会の光と陰 役割分担、シナリオ作成、絵コンテ作成	
	第9回 情報の授業を作ろう3 教科書が教えないネットワーク社会の光と陰 情報検索、取材、アンケート調査	
	第10回 情報の授業を作ろう4 教科書が教えないネットワーク社会の光と陰 プレゼンテーションスライド作成	
	第11回 情報の授業を作ろう5 教科書が教えないネットワーク社会の光と陰 発表会	
3 学期	第1回 学校紹介CM作成その1 CMが伝えるもの	AIDMA(Attention,Interest,Desire,Memory,Action)の法則 を意識させ、誰にどのようなActionを起こさせるCMなのか、 グループで議論させる。情報の受け手がActionを起こすに はどのような工夫を加えるべきか十分議論させる。映像の 作り方、BGMの使い方、サウンドロゴ、キャッチコピーの工 夫により効果的なCMになることを説明し、取り組ませる。15 秒という限られた時間の中で情報をどのように表現するか 考えさせる。 またCM発表批評会ではパブリック(公的:他のクラスの作 品で笑えるもの)な笑いとローカル(私的:人間関係がよく見 えている同じクラス内の作品で笑えるもの)な笑いがあるこ とを説明し、情報の受け手によって情報の意味や価値が変 わることを理解させる。
	第2回 学校紹介CM作成その2 グループ分けとテーマ設定(誰に何を伝えるか)	
	第3回 学校紹介CM作成その3 絵コンテの作成、役割分担	
	第4回 学校紹介CM作成その4 キャッチコピー、サウンドロゴ、BGMの構成	
	第5回 学校紹介CM作成その5 デジタルビデオカメラによる撮影とコンピュータへの取り込み	
	第6回 学校紹介CM作成その6 iMovieを利用した動画編集	
	第7回 学校紹介CM作成その7 CM発表批評会	