

地域密着型情報発信教育の実践報告

鈴木直美^{†1} 細川康輝^{†1} 村井 礼^{†1} 林 敏浩^{†2}

観光分野において、様々な ICT の利活用が行われている。しかし、HP、SNS や動画公開サイトなどの情報は観光客に興味関心を誘引する一因にはなるが、それらの情報だけで楽しむことは少ない。そこで、本稿では地域に密着した効果的な情報発信に関する学習を望む学生を指導するとともに、楽しむことのできる学生による地域情報の発信のための実践教育の報告を行う。

Practical Report of Education for Community-based Disseminating Information

Naomi Suzuki^{†1} Yasuteru Hosokawa^{†1}
Hiroshi Murai^{†1} Toshihiro Hayashi^{†2}

In the field of sightseeing, various ICT is utilized. However, the information of HP, SNS or video distribution website is a trigger to induce interest to a tourist, but rarely enjoy it only in those information. In this paper, practical report of education for community-based disseminating information is proposed.

1. はじめに

学力・意欲・学習歴など多様な学生を受け入れるにあたり、近年、大学教育は根本的な視点の転換を迫られている。学生が主体的に参加する学習・教育手法が用いられ、学生のやる気と理解力を向上する方法について検討が行われている。また、学生たちが大学生活を通じて自立した人間として地域社会を担う人材として巣立つためには、正課教育と自主的な課外活動が必要であると考えられる。しかし、主体的な課外活動の停滞は一般的な傾向になっており、学生に興味を抱かせるための様々な取り組みがなされている。

また、社会の現状を鑑みると、ICT の普及に伴い、近年では多種多様なグローバルメディアが発達している。YouTube などの動画共有サイトや Ustream などのリアルタイム映像配信サイトの普及は、これまで映像を見る側にいた視聴者が情報を発信する側に回るといった転換を実現している。さらに、ネットメディアの普及、撮影機材および映像編集ソフトの低価格化・高性能化等が理由として挙げられる。今や誰でも映像で情報発信できる時代である。一方、メディアのグローバル化と共に、情報を受け止めるユーザ側の変化は顕著である。そのひとつが嗜好の多様化である。情報を発信するメディアが少ないほど、受け手側が受ける影響もある程度の幅に収まる。ところが、見るのが追いつかないほどのコンテンツが溢れている現在では、「自分の見たいもの、知りたい情報」を優先することになり、多様化が生まれるとともに、ユーザは「いつでも、どこでも、好

きなコンテンツ」を楽しめる時代になってきている。

既存の地上波を中心とする TV メディアは、視聴率の低下に歯止めがかからず、特に 10 代を中心とする若者層の TV 離れが進んでいる。コンテンツ配信をオンデマンドに対応すると共に、視聴率ではなく、ユーザの満足度を評価する他の基準を導入することが重要である。

本稿では、学生に興味を抱かせるための多様な取り組みとして、楽しみながら主体的に学習するために、四国大学経営情報学部メディア情報学科の学生を中心とした地域情報発信教育を行い、その実践報告を行う。学生達が自ら体験した映像をエンターテインメント性の高い電子教材やアプリとして編集・開発し、地域情報発信への応用を図るものである。また、学生達が実際に徳島県の面白スポットを楽しんでいる様子を映像に収録した電子教材の開発を行う。学生達の楽しむ姿は見る人の共感を得やすいと言え、地域の魅力を印象に残しやすくなる効果を期待できる。さらに、テーマごとに用意したクイズ問題により、ゲーム感覚で徳島県の魅力を伝えられる教材の開発とその開発においては、学生自身が学習意欲や技術の向上を図るための教材とする。体験型映像を利用することで映像のもつリアリティを活かすことができる。また、地域の特性を活かした地域特有の方言や歴史的建造物の CG アプリなどの開発に関する教育実践に関しても報告する。

2. グローバルコンテンツ

2.1 地域コンテンツの発信

近年ネットメディアの普及により、誰でも手軽に制作した映像を発信できるようになっている。映像コンテンツはインパクトやリアリティの点で、文字情報にはない訴求力

^{†1} 四国大学

Shikoku University

^{†2} 香川大学総合情報センター

Information Technology Center of Kagawa University

があると言われている。地域情報の発信に YouTube 等の動画共有サイトが使われる等、地域おこしに活用される事例が増える一方、四国大学のように地方に通う大学生達も自分達の住む地域の魅力を伝えるため、映像の活用に取り組み始めている。地方には、まだ知られていない魅力があるからである。

コンテンツを世界に向けて発信できるインフラが整ったことは、逆にユーザの多様化を後押しする結果となっている。今後のコンテンツ制作に重要なのは、グローバルなスペースの中でも他と区別される独創性を築くことである。多数のユーザに支持されなくとも、たとえ少数であっても何度も見てくれるコンテンツであれば、結果として同じである。

地域コンテンツは、対象となる地域特有の情報であり、独創的なコンテンツのひとつになり得る。対象地域に在住する人間にとっては珍しくない情報も、他の地域から見れば貴重な情報となるからである。観光情報を翻訳し、海外向けに情報配信した結果、海外からの観光客が増加し、村おこしに成功した事例もある。メディアがグローバル化している以上、逆にローカルなコンテンツが受け入れられるのである。これをコンテンツのグローバル化と呼ぶ。

2.2 地域情報の発信

自治体等の団体が地域情報を発信するために映像を活用する事例が増えてきている。映像を使う効果は、ネットでの検索にヒットしやすくなることや、文字だけでは読んでももらえない情報も映像にすれば見てもらいやすいこと等が挙げられる。文字よりも映像の方がより高いリアリティを期待でき、「実際に見に行ってみよう」と思わせるからである。コストをかけずに効果を期待できる点で有効である。

株式会社インプレス R&D の調査によると、2012 年 10 月におけるインターネットユーザのスマートフォン所有率は 39.8%であり、10 代から 30 代までの幅広い層で普及が拡大している。また、2012 年には iPad mini や Nexus7, Kindle Fire HD 等のタブレット端末が相次いで販売されたため、急速に利用者が増加している。したがって、若者をターゲットとしたタブレット端末用コンテンツを開発することで、地域情報の配信に活かすことができる。

本研究では徳島県内の道の駅を拠点にした撮影を行った。県外から訪れる観光客にとって、道の駅は道案内に有用だからである。図 1 に示される通り、徳島県内を 3 つの地域に分割し、各地域に存在する道の駅を中心とした観光スポットを案内する。

また、開発した電子教材の画面を図 2 に示す。収録された映像を埋め込み、データと共に地域情報の解説を行う。使用する映像の収録時間は 5 分前後、解説文章は 800 字以内をひと区切りとし、見る側を飽きさせないように工夫し

ている。



図 1 徳島の道の駅マップ

Figure1 Michi Station Map in Tokushima



図 2 電子教材の画面

Figure2 A image of web based teaching material

本研究で開発したコンテンツに使われた言語は全て日本語である。YouTube 等のネットメディアでは海外からのアクセスも多いため、今後は英語化を図っていく予定である。また、道順が分かりづらい場所には、車載動画による道案内を追加する等ユーザビリティの向上を図る。特に、徳島県の場合は公共交通機関が不十分であり、自家用車やバイク等による移動が不可欠である。車載動画を用いた観光案内コンテンツは未整備であるので、県外客向けには有用である。

2.3 地域情報の発信

本研究は、自分達の暮らす徳島の魅力を自分達の目線で見たいと、学生達の思いを受けて、メディア情報学科の若手教員が指導することとなった。当初は 2011 年度学内の学生 GP において開始され、2012 年 4 月には収録映像を用いたネット番組「ぐっとく！」の配信を行った。ここでは、四国大学を始点とする自転車リ

ポートや、道の駅「どなり」におけるたらいいうどん体験リポートなど、徳島の魅力を学生目線で伝えることに成功した。県外の視聴者から得られたコメントにより、道の駅を拠点とする観光情報の配信の有効性を実証できたこともあり、2012年度には、学生の参加者も9名に増加した。それぞれの個性豊かな体験リポートと共に、徳島県全域からの情報収集がなされた。成果はYouTubeやブログ等に公開し、いつでもどこからでも見られるように配慮している。

2.4 地域に密着した情報発信における学習効果

地域に密着した効果的な情報発信に関する学習を望む学生を指導するとともに、「宝の島とくしま」の魅力を映像で伝え、主に県外在住者に向けて発信するものである。ターゲットはスマートフォン等を活用して情報収集できる若者である。したがって、ゲーム性の高いコンテンツや、地域情報等のうんちくを盛り込んだコンテンツ作りが望まれる。中心となる映像コンテンツは、学生自身が実際に体験している様子などを収録したリアリティの高いものを制作した。さらに、トークの上手な教員と学生によるバラエティ風な「地域ネタ紹介コーナー」も交え、エンタテインメント性の高く、見る人に楽しんでもらえるコンテンツ制作を目指した。

構成員は、メディア情報学科の教員3名(上記Ustream番組出演者2名および撮影スタッフ1名)の他、メディア情報学科の学生9名(上記Ustream番組出演者1名およびスタッフ3名)から構成した。特に、Ustream番組等に出演するメンバーは配信における機材の習得や、カメラリハなど配信において必要となる技術を実際に経験・体得することができる。また、トークにおけるスキルも向上し、カメラ慣れにより現地でのリポートも担当できるようになった。

一方、メディア情報学科は、徳島県出身の学生が全体の90%以上を占めており、とくしまの魅力を映像に残したいと希望している学生も多い。各地のロケ先で実際に体験した感動を伝えたいと考えており、若者向けに共感を得やすいリポートとなると思われる。当然ながら、メディア情報学科の施設・機器の扱いに習熟しており、映像制作スキルに関しては実用レベルまで習熟度が向上した。

徳島県を県北部、県西部、および県南部の3地域に分割し、それぞれの地域ごとに道の駅を拠点とした周辺情報の収録を行った。図1に記載された番号は、徳島県内にある15カ所の道の駅を国土交通省の登録順に番号付したものである。国土交通省四国地方整備局が提供する四国の「道の駅」マップ¹⁾より引用している。本研究では、県北部にある13番「第九の里」、県西部にある1番「貞光ゆうゆう館」、および県南部にある12番「日和佐」を拠点に周辺の観光スポットの体験映像を収録した。本研究を通して、学生から、『故郷とくしまの魅力を再発見し、映像を通して伝える大切さを学ぶことができた。』という意見が得られた。

3. 地域アプリの配発および教育

本報告では、若年者として大学生の阿波弁に関するアンケートを実施し、その結果をもとに動画を用いた阿波弁電子教材の制作を行った。

3.1 阿波弁に関するアンケート調査の実施

(1) 調査対象者

若年者の阿波弁利用の状況を調査するため、2011年9月、四国大学メディア情報学科学生に対してアンケート調査用紙を用いた回答を求めたところ、県内出身者93名、県外出身者17名の回答を得た。

(2) 調査項目および結果

① 出身地の調査 阿波弁から30語を選出し、各語に関して使用の状況を調査した。

② 調査結果

調査を行った30語のうち、徳島県出身者の回答から使用度の高い上位3語と低い下位3語の結果を図3に示す。

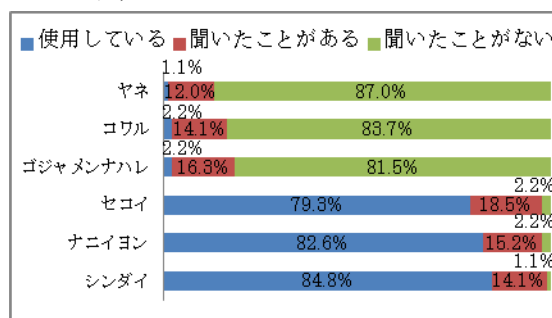


図3 アンケート結果 (一部)

Figure3 Questionnaire results

全国的に方言を話す若者は減少している。図3に示すように、徳島県内出身者であっても聞いたことがない方言が多数存在した。一方で方言に関してその地域を感じることができるかというアンケートに関しては、「感じる」という意見が9割を超えており、このことから、地域に愛着を感じるという意見であった。

3.2 学習教材としての方言アプリ制作および分析

本研究では、方言である阿波弁の各語句を説明するためのエンタテインメント性のある映像の制作およびアプリの開発を行った。本課題は2011年から開始したものであり、本稿の発表においては第3段の実践課題である。アプリの制作においては、6名の学生が実践的に企画を行い、映像の制作を行うという課題を課した。

図4に実際に制作した阿波弁映像を示す。若者の視点から見たそれぞれの言葉に関する解説は、図4に示すように各語句10秒程度の映像を用いた説明とした。短いストーリー性のある映像にすることで、楽しめる要素となる。



図4 阿波弁映像

Figure4 Movie of AWA-ben



図5 キャラクターを活用した問題画面

Figure5 Question image utilizing of a character

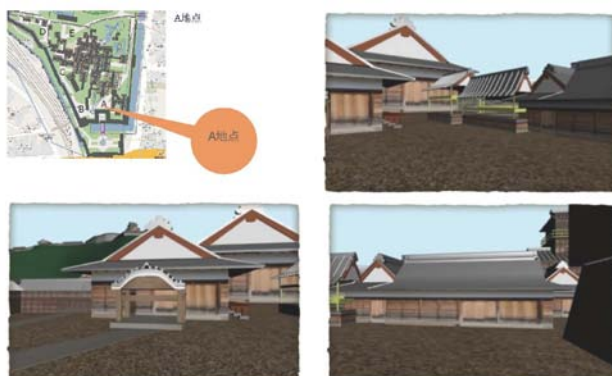


図6 徳島城 CG を利用した教材アプリ

Figure6 Education application of Tokushima-jo castle CG

図5にキャラクターを活用した問題画面を示す。各語に関する簡単な設問を設置し、視覚的に各語の意味を理解する。若年者は、県内出身者でも知らない言葉があり、阿波弁への理解を深めるためにも有効である。

図6に示す徳島城の立面図などから製作した徳島城CG画像を用いて、過去に存在した徳島城を阿波弁で解説する教材の製作を行った。各画像内で阿波弁を聴く機会を設け、阿波弁と過去の史跡である徳島城を視覚的に観ることができる。製作の結果、地域特有のことばを、近年着目されている電子教材としてコンテンツ化することによって、地域のことばを再認識するきっかけになるという意見を得た。また、映像を用いることで方言のアーカイブ化も可能であ

る。さらに映像化を進めることと、効果を上げる方法を検討する必要がある。

また、教材作成を行った学生たちへの教育効果に関する分析では、ゼミ活動の中で学生がどう生かし何を解決するのかを確認する。ゼミでは「魅力映像が撮れない」という例年の課題がある。授業当初に説明を行いつているが、撮影を始めると他の複数の学生が指摘した。その度この問題を学生間で考察をした結果、「自分が視聴者に一番見てもらいたとおもうところにスポットを当てて撮影するとよい映像がとれる」という記述がある。最も好感を得た映像を撮影した学生の活動状況としては、映像撮影回数増加、取材方法の工夫など、主体的な活動が観察されている。

4. おわりに

本稿においては、地域に密着した効果的な情報発信に関する学習を望む学生を指導するとともに、「宝の島とくしま」の魅力映像を伝え、主に県外在住者に向けて発信するという教材および、若者視点で方言を電子教材にすることについて述べた。身近にコンテンツを発信する力を持つ若者が、それぞれの視点から方言を発信することによって、製作者自身が地域の良さと方言を再認識する機会ともなった。

言葉、特に方言というのは生活に密接に関わりあい、生活の移り変わりと共に消えたり、根強く残ったりと様々な変化を見せる。伝承されなかったことばも、現在の高速通信網やICT技術の向上を活用し、映像や音声、アプリケーションとして、そのことばの意味や、現在または過去に使われていたイントネーションも含め、未来に伝えることも可能である。また、これらのコンテンツは、ユーザが楽しめる工夫が必要である以上に、製作する側の楽しみや興味を反映した主体的に学習することのできるコンテンツであることも必要であると考えられる。

今後、ローカルからグローバルに発信する効果的な方法について学習効果の向上を図りつつ、さらに検証する必要がある。

参考文献

- 1) 国土交通省四国地方整備局が提供する四国の「道の駅」マップ (<http://www.skr.mlit.go.jp/road/rstation/eki.html>)
- 2) 高田 豊輝：“徳島の方言”，1985.
- 3) 鈴木直美，村井礼：“若者の視点における地域のことば電子書籍化について”，エンタテインメントコンピューティング2012講演予稿集，P.407-410，2012.