

小学生と大学生との協働によるメディア発信プロジェクト

～南相馬の新たなチカラ～

早稲田大学政治経済学部教授 高橋恭子

2019/03/20

プロジェクトの目的

本プロジェクトは、早稲田大学政治経済学部メディア・ジャーナリズム演習（高橋ゼミ）と南相馬市立太田小学校の協働プロジェクトである。高橋ゼミは2014年から太田小学校の5、6年生を対象に、震災後の南相馬のポジティブな側面を映像のチカラを活用し表現できるよう支援している。140年の歴史ある同小だが、福島第一原発から21kmに位置していることから、震災後、多くの子どもが県外に避難し、児童数はわずか50名に減少した。

本プロジェクトでは、震災7年目の南相馬市において新たに芽生えたもの、新しく始まったこと、新たな生活を始めた人など、これまでの延長ではなく、南相馬に新たなチカラを注入しようとする動きを、子どもの視点で主体的に発見し、映像の力を通じて発信できるように支援する。完成した映像作品は南相馬市内で上映会を開催し、表現活動のインパクトについて考察を深める。

プロジェクトの特色

本プロジェクトは、「メディアを主体的に読み解き、コミュニケーションを創造する能力」を養うメディア・リテラシー教育のアプローチを活用する。

具体的には、1. 小学校の総合的な学習の時間を利用し、**南相馬の新たなチカラをテーマに南相馬のPR映像を作成する。**「広告から学ぶ映像言語」「企画の選定」、「構成」、「撮影1」、「撮影2」、「発表と評価」の6回のワークショップを実践する、

上記のアプローチから、子どもはメディアから受け取るメッセージをうのみにするのではなく、多種多様メディアから主体的に選択することを学ぶ。子どもを支援する大学生は協働を通じ、マスメディアから得られない福島の実態を理解する。プロジェクト終了後に、子ども、大学生、教師、父兄を対象に、上映会を開催し、地域に対する理解を深めることに加え、地域内の交流を推進する。

プロジェクトの内容

本プロジェクトは以下のように実践した。

今年度はPR映像「南相馬の新たなチカラ」を採用する。

■ Step 1(6月19日実施)：広告から学ぶ映像言語を学ぼう

広告の映像を見ながら、メッセージをどのように主張するかを学ぶ。撮影技法、音声、編集を通して、広告における映像言語について理解をする。

iPadを使った撮影実習。

■ Step 2(7月10日実施)：テーマについて考えてみよう。(テーマの選定、企画意図の確認)

南相馬で新たに始まったことは何か。新たなにオープンした店、新しいイベント、新たに生活を始めた人など、これまでの南相馬とは違うことを発見し、映像にまとめる。

iPad を使った撮影実習。

選定されたテーマ

- 1 班 6 年生 釣り具店 トビヌケ
- 2 班 6 年生 南相馬アグリパーク
- 3 班 6 年生 道の駅の公園
- 4 班 5 年生 小高区の全性寺
- 5 班 5 年生 ケーキ屋 Ton+bo

■ Step 3: (合宿) 1 日目(9 月 25 日) :

1 時間目 : 20 分間 広告研究会に所属するゼミ生による広告の役割とメッセージの打ち出し方の授業

25 分間 映像担当ゼミ生によるカメラと iPad による撮影の仕方

2 時間目 構成と撮影についての話し合い

■ Step 4: 2 日目(9 月 26 日) ロケーション撮影と翌日の準備

■ Step 5: 3 日目(9 月 27 日) ロケーション撮影、ナレーション録音、全体の構成の確認

11 月中にゼミ生が映像編集をした。

■ Step 6 (11 月 30 日)(父兄参観日に実施): 編集した作品の振り返りと評価

ゼミ生が編集した映像を評価リストを用いながら、子どもたちが点検し、その結果を発表する。同時に他の班の映像を評価する。

■ 2019 年 3 月 9 日に上映会「映像で伝える南相馬の新たなチカラ」を南相馬市立博物館シアターにて開催。

5 本の作品上映後に制作者である子どもと協力者であるゼミ生が感想を述べた。

子どもによる参考作品として、第 3 回日本子ども映画コンクールの受賞作品を上映。主催者に解説していただいた。