100周年記念映像制作：フィロソフィーと実践

大山佳彦† 星健太郎‡ 高橋敬隆†
†早稲田大学 商学部 ‡早稲田大学 大学院 国際情報通信研究科
E-mail yosihiko@fuji.waseda.jp

1 まえがき

近年，情報ネットワークの進展により，ホームページ（HP）上に学部を紹介している大学が多い．ネットワーク経由でダウンロードしながらデジタル動画データを順次再生する技術をストリーミングという．紹介映像をストリーミング配信している大学も出現して来ている．実際，Google 検索エンジンで調査するといくつかの 大学 HP がヒットする．映像は RealOne Player や Windows Media Player で閲覧可能である．

例えば，上智大学では，将来計画についてストリーミング配信している．他にキャンパスの四季や沿革といった計９つのトピック毎に 4，5 分で映像が短くまとめられている．視聴者は知りたい情報へ素早くアクセスすることができる［1］．

大阪経済法科大学では「夢への通過点」と題し，多数の教員が教育の特徴を述べている．他に，テレビ ＣＭ の動画も配信されており，受験生を対象としたメッセージ性が強い［2］．

青山学院大学では，ナレーションや声を使わない代わりに音楽を用いて，文字情報主体で映像を構成している．学生・教員の生の声はないが，大学の教育方針・教育内容・教育環境をテンポよく紹介している．キャンパスライフの動画では，大学校歌が流れる中，大学の一年間の行事を知ることができる［3］．

さて，2004年早稲田大学商学部は開設100周年を迎える．100周年を記念事業としてのビデオを制作することが学生の手に委ねられた．

学生のみによる学部紹介映像の制作は，日本の大学の中では珍しい試みである．制作にあたっては，予算や設備など様々な制約があるが，クオリティーの高い映像制作を目指している．

以下，2章では映像制作のフィロソフィーを，3章では映像制作の実践を報告する．

早稲田大学商学部　100 周年記念ロゴ

2 フィロソフィー（我々の制作映像と他大学との相違点）

将来，来るべき光ファイバーによる高速ネットワーク社会においてデジタルコンテンツの不足が危惧されている．だがもはや従来のような，限られた専門・技術者集団・業者だけに動画コンテンツ作成が独占される時代ではない．デジタル時代を迎え，映像に必要な情報機器・機材類は学生達でも手にする事が出来るようになった．それは動画コンテンツ作成のハードルが低くなり，個々人でも作れるようになったことを意味する．今回の学生の手による映像制作の実践例がそれを証明している．

動的コンテンツは人目をひきやすい．効果的に文字情報やナレーション・音楽・効果音などを組み込むことによって自分の伝えたいメッセージを，視聴者により直感的にわかりやすく伝

えることができる．

今後，個人が情報伝達の手段として容易にデジタル動画を作成し，それを世界に向け発信することが益々盛んになれば，将来懸念されているデジタルコンテンツ不足の解消につながるかもしれない．

しかし，誤解してはならないのは，デジタル技術はストリーミング配信やサーバにアップする際の，あくまでもツールに過ぎないのであって，プロジェクト推進上本当に大切なのは，オフラインの顔を合わせた議論やシナリオ構成，現場の撮影などアナログ的な側面であるということである．

もし顔を合わせたことのないメンバーがいると，メールや掲示板といった率直な議論の場で角が立ってしまうことがままある．しかも，プロジェクトのメンバー同士面識のないまま成果発表をすると，他者がどれだけ一生懸命作業しているかという作業中の「顔」が見えてこないため，役割分担の不公平感を訴える者が出てきてしまう．これはプロジェクト推進に必要な士気の低下につながる重大な問題である．さらに，技術を持つ者と持たない者のあいだにも不公平感はつきまとう．この問題は仕事の割り振りをあらかじめ厳密に計画し，技術を持たない者が少しずつでも技術を習得するのを待ってあげることで解決できる．これらの問題をあらかじめ防止するためにも，やはりプロジェクトの成果は一同顔を合わせ「オフライン」で確認しあう必要があるだろう．

映像プロジェクト推進にあたって，第一に忘れてはいけないことは，コンセプトの把握である．なぜその映像を作るのかという目的だけでなく，対象である視聴者が楽しんでくれるか，独りよがりでないかなどいう客観的視点が必要である．そして第二に，それを遂行するのに必要なコストや技術の制約を常に想定しておかなくてはならない．

我々の学部紹介映像は，学生が制作するので当然だが，学生の視点をふんだんに取りこんでいる点に他大学との違いがある．

他大学との共通点として，教授のインタビューがあり，沿革やキャンパスの雰囲気がわかる広報部分がある．しかしながら，他大学の紹介映像は，教員が中心となり大学の理念を述べ，カリキュラムなど大学組織の説明といった，どちらかといえば受験生を対象に据えたデジタル映像配信といえる部分が見受けられる．我々は受験生だけでなく一般の方が見ても楽しめるような映像制作を心がける．そこに学生の手による制作の独自色が表れる．

3　実践（具体的な映像制作プロジェクトの遂行）

2章で述べられたフィロソフィーをふまえ，映像制作プロジェクトは以下のように進める．

まず映像を見る対象を定め，視聴者が面白いと感じてくれるような映像を計画する．面白いと納得できる映像計画が出来たら，次に，それを実現するのに必要な技術とコストを検討する．最後に，実際の作業を個人のスキルレベルや得意分野に応じて割り振り実行する．

プロジェクトが動き出してから，忘れてはならないのが，実際顔を合わせ定期的に報告しあうことである．会って議論できない時間はネットワークを密に利用することで，細かな修正案を検討しあうことをしていく．

当然のことながら，時間が経つにつれ，様々な問題が表面化していく．だがむしろ，その初期の計画が齟齬をきたす時がチャンスである．なぜならば問題の表出が強いる新たな発想の転換がよりよいアイデアを生むからである．初めに決めた計画に必ずしも固執しすぎない柔軟な組織であるべきである．

次に具体的な，実践内容を報告する：

まず，組織の形態について述べる．様々な組織の編成方法があるだろうが，我々はプロジェクト推進にあたり，ディレクター星を組織のトップに置いた．その下には，ディレクターの指

示通り動く機能別に分けられた班を配置する．班の内訳は，映像撮影班，インタビュー班，音楽制作班，コンテンツ班，写真撮影班，動画編集班の計６班である．

次に，このプロジェクトに携わる人数について述べる．私たちは機動力ある組織を目指すべく，実際に班に所属し動く人数を８人とした．もちろん，われわれの上には総合プロデューサーである教職員がいる．教職員の方々にはプロジェクトの成果を定期的に報告し，評価をお願いする．このように，客観的視点を取り入れることで，常にバランスの取れた映像を目指すことができ，視野が狭くなってしまうデメリットを回避できる．

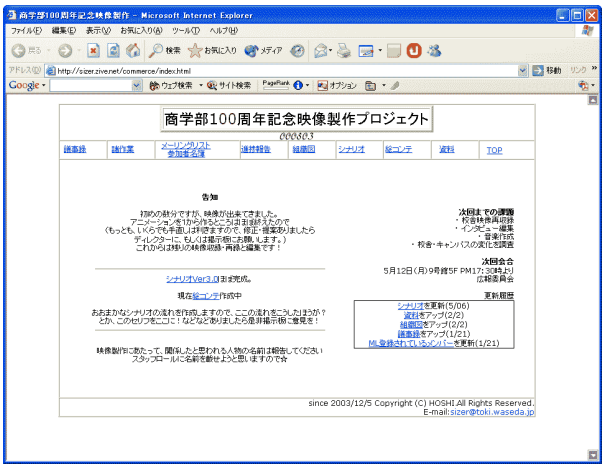
一方，少人数のメリットとして，ディレクターの指示が迅速にゆきわたる，機動力ある組織を編成できることが挙げられる．

ディレクターの指示の反映を迅速にし，各班の意思疎通を円滑にするために，ネットワークを活用する．商学部100周年記念映像制作プロジェクト用に Web サイト

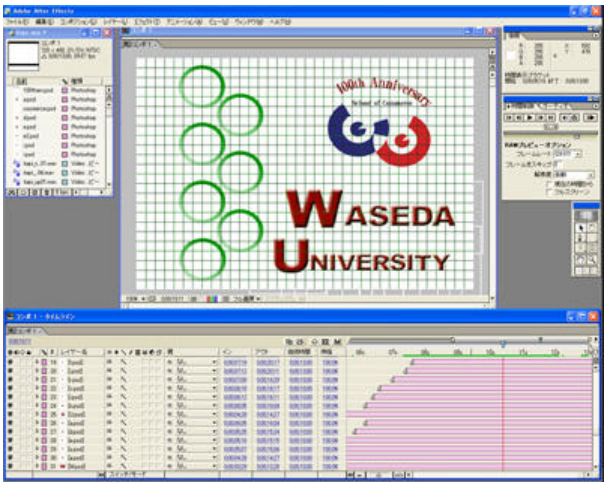
http://ns.sizer.cache.waseda.ac.jp/commerce/

を作成し，作業メンバーの相互共通理解を計る．プロジェクトの検討・議論・進歩報告に，掲示板やメーリングリストを使う．こうすることで作業環境を大学だけでなく在宅までに拡大でき，家にいながらにしてディレクターの指示を受け作業が進められる．無駄な打ち合わせ時間を省くことができ，情報交換効率を上げている．

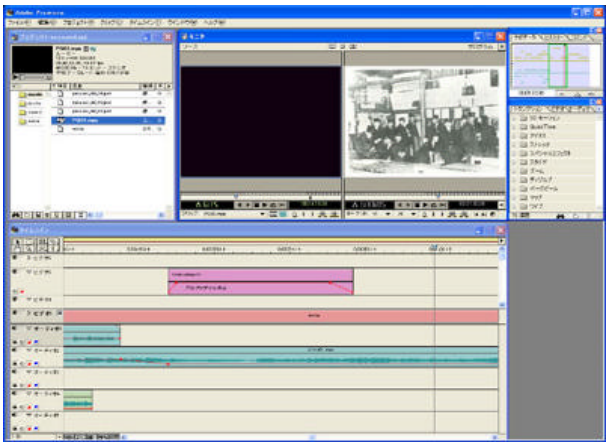
最後に，プロジェクトのコスト問題を解決するため，大学の情報環境を出来る限り活用する．編集作業は早稲田大学情報支援センターを利用する．必要なビデオ機材・編集ソフトは大学のソフト貸出事務所から借りる．アプリケーションは広く普及している Adobe社 After Effects と Premiere，インターネット社 Singer Song Writer をそれぞれ動画編集用，音楽作成・編集用に使用する．残りの必要なもの，アナログビデオカメラのテープ，ガンマイクや DVD－RAM 等のメディアは適宜必要に応じて購入する．



商学部 100 周年記念映像制作プロジェクトページ



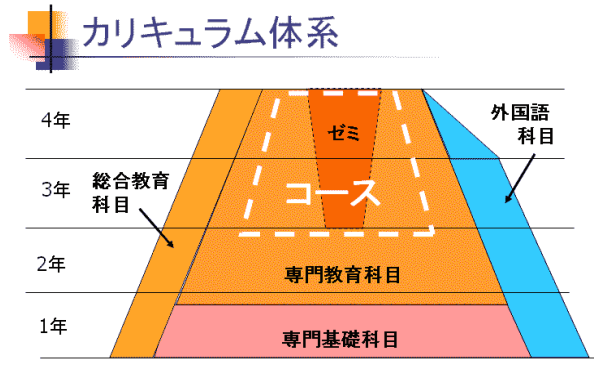
After Effects 作業画面



Premiere 作業画面

学部長演説

インタビュー部分



カリキュラム紹介

4　むすび

高速広帯域ネットワークへの環境は次第に整いつつあり，動画配信用コンテンツ制作も従来のように限られた専門・技術者集団だけに独占される時代ではなくなってきた．本報告では学生・院生が工夫をすればコスト的にリーズナブルでクオリティー的に高い記念映像コンテンツを制作できることが分かった．

100周年記念映像コンテンツは校友(商学部OB)，新入生や入学希望者，他一般の方々を対象にしており，早稲田大学商学部の沿革から未来へ向けての新たな挑戦を紹介している．この映像は商学部 HP にてストリーミング配信を予定しており，DVD でも配布予定である．

早稲田大学商学部の伝統とは，社会や時代の変化に応じて，教員と学生が対話し信頼しあい，共に商学部発展の原動力となることである．100周年記念ビデオ制作が業者にアウトソーシングするのではなく，商学部生自身の手に委ねられたのも商学部の伝統からであろう．

最後に，我々の映像制作に協力してくださった教職員はじめ関係者各位に感謝を申し上げたい．

参考URL

［1］上智大学紹介映像『Sophia on Video』
http://www.nikkeivi.co.jp/sophia/
［2］大阪経済法科大学紹介ビデオ・DVD
http://www.keiho-u.ac.jp/intro/video.html
［3］青山学院大学　大学紹介ビデオ
http://www.aoyama.ac.jp/admission/college/reference/