

# イメージを撮る，語る，共有する

——オルタナティブ表現のためのメディアリテラシー・ワークショップ——

土 屋 祐 子\*

## 1. 研究概要

### 1.1 研究の背景と射程

写真を撮るという行為がより身近になっている。デジタルカメラの軽量化・高機能化・低廉化のみならず，日本において契約台数が1億台を突破している携帯電話の多くの機種には写真撮影機能がつく<sup>1)</sup>。観光スポットのみならず，その日食べたランチ，飼っている犬や猫の様子，買い物した洋服やバック，一緒に過ごした友人のファッション，育てている鉢植え，そういった日々触れ合う物や事が被写体となる。気軽にシャッターを押し，撮影した写真を友人に送ったり自分のブログや SNS に掲載したりする。写真を撮るという行為は，身構えた特別な行為ではもはやなく，メモや日記のように日常的で気軽な記憶や自己表現の手段となっているということが言えるだろう。しかし，これだけ一般市民に写真を撮る文化が定着しているにも関わらず，単純な操作スキルの習得を超え，写真メディアを介した新しい表現活動の可能性を探っていくような教育・研究は必ずしも多くない。

1990年代後半から日本においては，文字の読み書き能力であるリテラシーという言葉をもとに，多様なメディアの読み書き能力を育む「メディア・リテラシー」の教育実践や研究の取組みが，教育者や研究者，放送局，ミュージアム，NPO スタッフなどの手により草の根的に試みられるようになった。そこでは単

純に既存のメディアを扱うだけでなく人とメディアとの新しい関わり方を検討する根源的で能動的な研究も行われてきた<sup>2)</sup>。そうした活動の中で，デジタルカメラに着目した試みも研究者や教育者によって行われてきた<sup>3)</sup>。例えば，愛知淑徳大学の小川明子は2002年，「イメージ通りの東京」，「イメージとは異なる東京」の撮影を行うワークショップ「東京パッチワーク」を開発，東京を訪れた愛知の大学生を対象に実施した<sup>4)</sup>。イメージ通りの東京の写真には都会的でハイテクなビルやおしゃれなショップが，一方予想外の東京の写真には小さな古びた家が建ち並ぶ様子やゴミ収集の看板などが写されていた。この試みは，地域イメージと現実のずれを顕在化し，自らの地域ステレオタイプを可視化，批判的に見つめ直す教育実践として位置づけられると同時に地域表象を捉え返す実践研究となった。また，水越伸，阿部純は2007年，大教室での講義にスペイン人学生をゲスト講師として招き，「ケータイ記者」となった受講生が携帯のカメラとメール機能を使って講師の話をレポートするという実験的なワークショップを行っている<sup>5)</sup>。学生たちは携帯電話を片手に講師の「ベストショット」を撮るため，受け身ではなく能動的な参加者として授業に関わる。一方通行のマス・コミュニケーション型の大学の教室を双方向の異質なコミュニティ空間に変質させたのである。こうした写真を撮るという行為によって地域表象やメディア・コミュニケーションのあり方自体を捉え返していくような試みが決して多くはないながらも営まれてきた。

\* 広島経済大学経済学部講師

筆者は2003年、デジタルカメラを使用した「魅力☆発見」ワークショップを開発、主に大学の授業に組み込む形で実施してきた。「魅力☆発見」は写真を撮るという“行為”を媒介にして、自らの「まなざし」を可視化、日常の風景を異化しつつ多様な視点、表現を探っていくワークショップである。身近で新しいデジタルガジェットを、(1)単純に既存の手法、産業的・制度的枠組み内で使用するのではなく、新しい表現活動を生み出していくため、特に人のヴィジュアルリテラシーを伸ばすために活用することと(2)東京中心のマスメディア表象が圧倒的な日本のメディア環境におけるオルタナティブ表現を模索することを目指してデザインした。本研究では、2008年度から2010年度の3年間に渡って広島経済大学の興動館授業「『私たちの広島』フォトカルタづくり」の中で実施した実践を事例にワークショップの成果とそこから見いだされた学びのモデルについて論じる。

## 1.2 「魅力☆発見」ワークショップの概要

最初に開発した「魅力☆発見」ワークショップの概要についてまとめる。「魅力☆発見」は、ロールプレイングゲームの要素を取り入れ、依頼を受けたカメラマンとして、誰から、何のために、誰に向けた写真かを意識して、身の回りのPR写真を撮影するワークショップである。次のような「お題」のテンプレートをを用いて行う。

あなたは「□□から△△に掲載するために○○に向けた」写真の撮影を頼まれました。あなたが“\_\_\_\_\_”の最も魅力になると考えたイメージ写真を撮影してきて下さい。

□□には依頼主、△△には媒体名、○○にはターゲットとするオーディエンスが入る。

“\_\_\_\_\_”は、撮影場所である。この「お題」には例えば、大学広報から、大学紹介パンフレット掲載のために、大学受験を考えている高校生に向けたキャンパスの写真を撮影してきて欲しい、という依頼を設定することもできるし、観光協会からホームページに掲載するための外国人ツーリストに向けた街の写真を撮影する依頼という設定もありうる。ワークショップの参加人数、参加者の属性、実施場所などの開催状況に応じて、自由に設定を変更し実施できるようになっている。基本的には参加者の中に異なる複数の設定を与え、それぞれ撮影した写真を皆で比較して気づきを促すが、どこに変化を出すかによってどのような学びをもたらすかのデザインが変わる。依頼主やオーディエンスを同じ設定として掲載媒体だけ変えた場合は、掲載媒体によりどのような写真をどう用いるのが良いのか検討する試みとなり、依頼主、オーディエンスを変えた場合はそれぞれが写真撮影にどう影響を与えるかを考えることになる。このようにして写真というメディア・コンテンツのメッセージにどのように送り手の意図が反映されるのか、撮影者の個人的な考えや感性のみならず、メディアが生まれる産業的、社会的文脈による要因についても考察の射程に入れる。

本ワークショップの学びの目的をまとめると次のようになる。(1)他者の視点や多様な物の見方を学ぶ(2)あたり前になってしまっている自己のまなざしを異化する(3)受け手を意識した表現を学ぶ(4)送り手に主観的・社会的意図があることに気付く(5)デジタル機器を用いた多様な表現のあり方を探る。写真というメディアを介して自らの表現をより豊かに広げていくと同時に、批判的に自己、他者表現を見つめ直す力を養うという、メディアの送り手・受け手の双方のメディア・リテラシーを伸ばしていくデザインとなっている。継続と幅広い取り組みを可能とするよう気軽に楽しく行うことも意

識して開発している。

本ワークショップは2003年から行っており、これまで2003年度・2007年度の武蔵野美術大学「メディアリテラシー論」、2005年度・2007年度の新潟大学「メディア表現行為論Ⅲ」、2004年度・2005年度・2006年度・2007年度の武蔵大学「メディア社会学基礎ゼミ」、国際学生シンポジウム、2004年度の山口情報芸術センター「メディア・リテラシー講座」、2008年度・2009年度・2010年度の広島経済大学「『私たちの広島』フォトカルタづくり」、2009年度の広島経済大学「メディアビジネス特講」において実施してきた。基本的に大学で担当している授業の中で、実施する学生にとって最も身近なキャンパスをフィールドに実施してきたが、2004年度の山口情報芸術センターで開催したワークショップでは、近郊に住む小学3年生～中学1年生までの9名の参加者を対象とした学外での実践を行った。子どもも参加可能なようにアレンジし、センターの近くの湯田温泉をPRする写真の撮影を行った。参加者はよく知っている街を再発見するというよりは、他者の新鮮な視点で、公園や路地に点在している足湯やマンホールに描かれた絵など、街の魅力を切り取っていった。

山口の応用的実践にも見られるように「魅力☆発見」ワークショップは、参加者や学びの焦点をどこに置くかに応じて、アレンジを加えながら発展的にアップデートしてきた。本研究で取り上げるのは、「オーディエンス」の違いに着目した広島経済大学においてこの3年に渡って実践してきた事例であり、ワークショップに参加した学生が何を撮影し、何を学んだかを検証していく。

## 2. 「フォトカルタづくり」と「魅力☆発見」ワークショップのり・デザイン

2008年度・2009年度・2010年度と「魅力☆発見」ワークショップを「『私たちの広島』フォ

トカルタづくり」の授業の中で実施した。この「『私たちの広島』フォトカルタづくり」は、実践を重視し「人間力」の向上を目指す興動館教育プログラムの中の「企画力」を伸ばす興動館科目として位置づけられており、「魅力☆発見」と同様、デジタル写真に着目し、様々な広島的情景をカメラで切り取り、絵札となる写真に読み札を加えて、広島魅力を再発見し伝えていくものである。制作プロセスにおいていかに広島魅力を引き出し、どう伝えていくのか、という企画力、発信力や実行力を磨いていくことを想定した授業である。受講生は定員30名で1年生から4年生まで履修可能となっており、経済学科、経営学科、国際地域経済学科、ビジネス情報学科、メディアビジネス学科の5学科混合で構成される。4～5名ずつのグループに別れ、それぞれ何をテーマにするのか、どう伝えるのかを企画し、フィールド撮影に赴き、47文字のカルタを完成させる。「魅力☆発見」ワークショップは、全体14回の中の2回目・3回目の時間に実施し、カルタ作りに入る前に、そもそも「写真を撮る」ということが魅力を引き出すこととどう関係するのかを学ぶために授業に取り入れている。授業では次のような「誰に向けて制作するか」というオーディエンス設定を意識した写真撮影を行うよう「お題」を出した。

あなたは「○○に向けた」写真の撮影を頼まれました。あなたが興動館（広島経済大学）の最も魅力になると考えたイメージ写真を撮影してきて下さい。

「○○に向けた」という箇所には次の5つのいずれかが入ることとした。(1) 大学進学を希望している高校生、(2) 受講生を抱える親、(3) 日本に留学を希望している外国人学生、(4) 友人、(5) 遠距離にいるボーイフレンド／ガールフレンドである。先に述べた通り、本授業にお

表1 「魅力☆発見」ワークショップ・プログラムの流れ

● 1 コマ目	
14:50~15:00 (10分)	導入：ワークショップの説明，各自オーディエンスを設定 (1) 大学進学を希望している高校生，(2) 受講生を抱える親，(3) 日本に留学を希望している外国人学生，(4) 友人，(5) 遠距離にいるボーイフレンド／ガールフレンド
15:00~15:40 (40分)	撮影：興動館（周辺）を撮影
15:40~16:15 (35分)	課題の完成，提出： ・写真選定 ・ワークシート完成（写真のタイトル，写真の説明，撮影した理由をまとめる） ・yk-tsuchi@hue.ac.jp に送る
● 2 コマ目	
14:50~15:40 (50分)	発表：撮影した写真を各自発表 共有：他の人の撮影した写真をオーディエンス毎に並べて一覧
15:40~16:15 (35分)	ふり返り：レスポンスシートを記入 ワークショップを通じて「発見」（初めて知ったこと）を書く (1) 作品づくり・撮影を通じて (2) 他の人の発表を聞いて (3) 写真の中の広経大（興動館）と日常接している広経大（興動館）を比較して (4) その他感想（自分のこれまでの経験と比較して，苦労したことなど）

いて「魅力☆発見」は、カルタ制作を始める前段階のデジタルカメラで地域の魅力を引き出す力を養うワークショップという位置付けであるため、社会的なメディアの役割を捉え返すことというよりは、あたり前になってしまっている自らのまなざしを異化し自分の物の見方を広げることが第一義の目的とし、依頼主や掲載媒体の設定はあえて省き、オーディエンスの変化という視点に基づく表現の多様性に焦点を絞ったデザインとした。受講生は(1)~(5)の中で2種類の異なるオーディエンスを選択し、各1枚計2枚の写真撮影し提出する。その際、「写真のタイトル」、「写真の説明」、「撮影した理由」をそれぞれ記入して送ってもらうことにした。基本的に自分の携帯のカメラ機能を使用して撮影し、メールに必要項目を記入した上で送信してもらった。

プログラムの流れは表1のようになる。翌週行った本ワークショップの2コマ目となる授業では、撮影した写真について、各自どうい

シーンかを説明、撮った理由を発表した。また、参加者全員の写真をオーディエンス毎に並べ替え、一覧できるようにした。他の学生がどのような写真をどういう理由で撮ったのか、自分との違いはどこか、オーディエンス毎に撮られた写真に特定の傾向はあるかなどを考察しつつ、自分の「まなざし」を相対化するために、ワークショップのふり返りを行った。また、(1) 作品づくり、撮影を通じて、(2) 他の人の発表を聞いて、(3) 写真の中の広経大（興動館）と日常接している広経大（興動館）を比較して、(4) その他感想、についてワークショップを通じて発見（初めて学んだこと）したことを、レスポンスシートに記入した。

### 3. ワークショップの成果

#### 3.1 5タイプのオーディエンスと撮影された写真

本節では実際に撮影された写真についての考察を行う。前節で述べたように受講生は一人2

種類の異なるオーディエンスを対象として、各1枚ずつ写真を撮影した。オーディエンスの選択は受講者に割り振るのではなく本人たちの関心に沿って行ったため、撮影された写真の枚数はオーディエンス毎に均一ではない。2008年度は「進学希望の高校生」に向けた写真は10枚、「受験生の親」2枚、「外国人学生」は7枚、「友人」が15枚、「遠距離にいるボーイフレンド／ガールフレンド」は6枚だった。2009年度は「進学希望の高校生」が20枚、「受験生の親」は5枚、「外国人学生」が6枚、「友人」8枚、「遠距離にいるボーイフレンド／ガールフレンド」6枚だった。2010年度は「進学希望の高校生」が16枚、「受験生の親」7枚、「外国人学生」8枚、「友人」13枚、「遠距離にいるボーイフレンド／ガールフレンド」が4枚。3年間の合計は「進学希望の高校生」が46枚、「受験生の親」14枚、「外国人学生」21枚、「友人」26枚、「遠距離にいるボーイフレンド／ガールフレンド」16枚だった。例年、「進学希望の高校生」を撮影するのが一番多く、次いで「友人」向けの写真が多かった。

「私たちの広島」フォトカルタ作りの授業は、興動館というメインキャンパスから歩いて15分位離れた建物で行われており、撮影は主に興動館とその周辺を対象に行われ、広島経済大学一般のPR写真というよりは、興動館の施設や活動を紹介する写真を中心に撮影することとなった。「進学希望の高校生」に向けた写真合計46枚の中で一番多かったのは、興動館の1階にあり、学生が運営しているカフェ「HUE CAFÉ TIME」の入り口付近を撮影したもので13枚あった。ガラス張りの入り口や店名の入った看板、カフェの運営コンセプトを紹介しているボードを撮影したものが複数見られた。撮影した理由に「興動館を代表するプロジェクトであるカフェを紹介したい」とコメントがあったように、学生が運営するカフェをユニークな興動館の活動の象

徴として捉え、高校生に伝えようとする考えが見られた。その次に多かったのが興動館の正面玄関付近の写真で12枚を数えた。入り口に刻まれている「広島経済大学興動館」という文字を入れようとするものが多かった。続いて、教室の中の様子を撮影した写真が8枚あった。通常の講義形式ではなく、口の字型に並んでいる椅子や机を写したものや実際の授業風景、授業を受けている様子を自分達で演じて再現しているものなどがあった。その他、興動館のスタッフ、廊下を歩く学生の姿、興動館で開催されるイベントポスターなどを撮影した写真も見られた。多くは入学したら学生が活用できるであろう興動館ならではの施設や設備を意識的に紹介したものだ。

「受験生の親」に向けた写真は、選ぶ学生が最も少なく14枚に留まった。授業風景や学生が運営するカフェという「高校生」など他のオーディエンス向けと同様の写真もあったが、撮影対象が重なることはほとんどなく、興動館周辺のショッピングモール、バス停、自転車置き場、マンション、木陰、広島経済大学の全景など多岐に渡った対象が撮影された。学生が使う施設そのものの紹介というよりは、日々の買い物に困らないか、治安の問題はないかなど、日々の生活を含めもう少し広い視点から学生生活を過ごす環境について伝える写真が多く見られた。特に撮影した理由として「安心」や「便利」というキーワードをあげるケースが多く、親の心配を解消する写真を撮ろうとする傾向が強かった。

「外国人学生」に向けた写真21枚は、他のオーディエンス向けの写真とは全く異なる独特の情景を切り取ったものが多く見られた。一番多かったのは興動館の4階の和室の畳に着目した写真で7枚あった。ふすまや障子に囲まれた和室は「外国人学生」向けの写真でのみ取り上げられており、他にも興動館の隣の神社や、

キャンパス内のもみじ、紅葉で赤く染まった木々など日本の伝統的な文化が顕著に表われている光景が切り取られ、「日本ならではの」「日本文化を学べる」とアピールするものが大半だった。ユニークなものでは自動販売機に置かれているフランス製のミネラルウォーターを撮影し、日本でも自国の製品が購入できるという食に対する安心感を持たせようとする作品もあった。

「友人」への写真は「高校生」に次いで多く26枚撮影された。最も多かった被写体はカフェ「HUE CAFÉ TIME」で13枚あった。その内の5枚はカフェそのものの紹介というよりは、カフェの前でくつろいだり楽しく会話したりする友人に焦点を当てた写真であり、同じカフェを取り上げていても「高校生」向けの写真とは異なる着眼点が見られた。入り口ばかりでなくソファなどカフェの内部の様子を撮影した写真もあった。それ以外の写真は様々ではあるが、庭のオブジェや消毒液、教室の窓から見える景色などふと目に入ったものや、バイクに載った自分の姿、階段にグループで腰掛けて談笑している姿、笑顔で友人とピースしている姿、駐車場で元気にジャンプをしている姿など人物を写したものが14枚と多く見られた。また、同じ被写体を撮影していても「高校生」向けとは異なる表現はカフェ以外の扱いでも見られた。「高校生」向けでは机と椅子は整然と並べられていたが、「友人」向けに取り上げた写真では机と椅子が雑然と置かれ、紙や筆記用具が散らばっている状況をあえて撮影し、「プロジェクトブース」の活気のある様子を伝えようとする意図の作品もあった。

「遠距離に住むボーイフレンド／ガールフレンド」の写真は16枚と多くはなかったが、一番バラエティに富んだ作品が提出された。友人と歩く後ろ姿、自分の全身のポートレート、行きつけの中華料理屋、誕生日の日付と同じ車のナンバープレート、バイクに乗ってポーズを決めた

自分の姿、カフェで見つけたお揃いのマグカップ、自分の住む街並み。「友人」に向けた写真と異なるのは、グループで楽しそうに和気あいあいとしているような描写ではなく、基本的に一人の姿や自分が日常的に見ているもの、個人的で内省的な思いが写し出されていることである。中には、屋上やエレベーターの隅にたたずんでボーイフレンドと離れている寂しさを演出した写真を撮ったものや、女の子をバイクの後ろに乗せ、新しい彼女とドライブを楽しむ自分の姿と称した写真を撮り、別れのメッセージとするという想像力に裏打ちされた物語性の高い作品もあった。

複数のオーディエンスを設定することにより、実に多様な視点の写真が撮影され、興動館の様々なイメージが掘り起こされたということが言えよう。一方で「外国人学生」に向けた「昼」の写真に顕著に見られるように、特定のオーディエンスにより規定され呈示されやすいイメージも浮き彫りになった。また、本ワークショップでは、タイトルを付け、写真の説明、撮影理由を書くことにしているが、同じ場所を写した写真でも言葉での解釈により様々なメッセージを持たせられることが明示化され、創作的なストーリーテリングを展開するものもあった。

### 3.2 ワークショップからの気付き

本ワークショップでは、写真を撮影した次の授業の枠で、一人一人が作品の発表を行い、お互いの写真を見比べた後で、レスポンスシートに自分の「発見」(初めて知ったこと)を次の4点について記述した。(1) 作品づくり・撮影を通じて、(2) 他の人の発表を聞いて、(3) 写真の中の広経大(興動館)と日常接している広経大(興動館)を比較して、(4) その他感想(自分のこれまでの経験と比較して、苦労したことなど)、である。本節ではレスポンスシートの記

述を追いながら、参加者が自覚的に何を学んだかを検討する。

「(1) 作品づくり・撮影を通じて発見したこと」についての記述からは、まず、写真を見せる／伝える相手を意識した撮影を経験できたことが伺えた。自分のメッセージを他者に伝えることの難しさや面白さ、そのための創意工夫について言及するコメントがあがった。「様々な写真をただ撮るだけでなく人にうまく伝えるにはどうしたら良いのか？と考えながら撮ることを知りました」。「今回写真を撮るにあたって、写真を見た人がおもしろいなーと思ってくれるような一枚を撮るようにしました。写真を撮るのは、面白いなと改めて思いました」。「オーディエンスを設定したのでその人に何を本当に伝えたいかを考えました……僕が『受験生』ならば、または『その親』なら今、一番何が知りたいのか、その人たちの気持ちになって周りを見渡すと、いつもの風景が変わって見えました。親や受験生たちの『心配』が少しでも『安心』に変わってくれるとありがたいなあと思いながら周りを見ると自然と撮影したいものが見えました」。目的意識を持ったことで撮影に集中してのぞんだ姿勢が伺える。

また、撮影場所を探すという行為により、撮影対象である興動館のことをよく知ることができたというコメントも複数見られた。「日頃目にしない大学の一面を見つけることができた」。「今まで気づかなかった物に気づいたり、注意深く見ることで新たな発見があった」。「経大の周りをよく知っているはずだが、意外にも普段気にしない場所でも良い場所があって、楽しかった」。一方、撮影場所に関しては、「なるべく他の人とかぶりたくなかったので、撮影スポットを探すのが大変だった」、「興動館自体の建物が少し狭い」、「場所が限られていたのもあると思うけれど、みんな同じような写真を撮っているなあと思った。次は人とかぶらないように、独

特な写真を撮りたい！」、と人と「かぶらず」オリジナリティを持って自分の意図する写真を撮るための場所を見つけることの困難さを主張するコメントも複数あがり、不満と背中合わせの独自の表現への意欲が伺えた。但し、限定された撮影場所に関しては、一方では、「限られた素材だからこそ、ナンバーとか、エレベーターとかのアイデアが出たと思う」と指摘する学生もおり、撮影対象が限られていたからこそ、想像力を働かせ、遠距離のボーイフレンドに向けた写真「誕生日と同じナンバープレート」や「寂しそうにエレベーターに乗っている姿」など物語性の強い撮影ができたとの表現の枠組みへの気付きと表現自体の深化に関するコメントもあがっていた。

その他、「太陽からの光の加減だけで印象がガラッと変わるので面白いと思った」。「この角度からがいいかな？こっちの方が写真の意味が伝わるかなとか考えながら撮ることができて面白かった」といったコメントがあり、どの場所でどういう被写体を撮るか、ということだけでなく、どのように撮るかという表現に対しての気付きも生じていた。

「(2) 他の人の発表を聞いて発見したこと」については、第一に自分とは異なる視点や発想への驚きと関心が非常に高かった。「自分では気が付かなかった場所や風景を撮影していて人がいて面白かった」。「ユニークな写真や幅広い考えを持っている人が多かったので面白かったです。ちゃんとした理由もあって納得できました」。「シャワールームなど自分もまだ知らない場所があるんだと発見することができた」。「人の数だけ見方や考え方があるんだなと思いました」。「人それぞれ感じ方が違うし、価値観も違う。写真は撮った人の想いが入っている気がするからすごく新鮮でした」。本ワークショップの目的の一つである「他者の視点や多様な物の見方を学ぶ」をしっかりと到達しているコメント

が多く見られた。

このように違いに驚きと関心を寄せるコメントが多く見られたが、違いよりも同じような写真が複数撮影された点に着目する声もあった。「テーマごとに同じ場所で写真を撮っていて面白かった」。「みんな考えることは同じなんだな、と思いました」。「やっぱりワンパターンかも、です」。カフェの説明の看板や畳など繰り返し写し出される画像は確かにあり、「かぶる」ことに批判的で、容易にステレオタイプが再生産されてしまうことに戸惑うコメントも寄せられ、あたり前になってしまっている自分たちのまなざしを客観的、批判的に捉え直すような気付きが生じていた。

一方で、「限られた素材で同じ所を撮っている人が多いけれど撮り方や説明はみんなバラバラな所に個性があるなと思った」という同じ場所で撮影されても工夫や解釈により違うメッセージをもたらしうること留意する意見もあった。「アングルが違うだけで全く違う写真になるんだなと思った」、「同じ場所の写真なのに全く違う様に見えるすごいと思いました」という表現の多様性への気付きや、「同じ撮影範囲、同じ場所を撮っている人がいたが説明内容はバラバラだなと思った」という言葉の力、「同じ物や場所でも、伝える人やどういう思いをこめて撮ったのかが違うので面白かった」という送り手の意図の違いに言及するコメントもあった。

また、「皆いい写真を撮っていたので僕ももっと頑張れば良かったです」という、自己を相対化して評価するコメントもあった。他の受講生の写真と見比べることで自己を反省する基準を持てるようになり、発表が主体的な学びへとシフトする端緒となりうる機会となっていた。

「(3) 写真の中の広経大(興動館)と日常接している広経大(興動館)を比較した発見」では、双方にずれを感じ、違いがあるというコメントが大半だった。そのずれについては、「写真で分

かる興動館はごく一部でしかないと思った」、「大学を全く知らない人が(写真を)見ると(実際よりも)いい印象を受けるのではないかと思った」、「写真だと素敵だった」、「なんとなく美化されている気がした」という写真イメージへの疑念やうさんくさを指摘するコメントもある一方で、「今まで自分の目で見てきた場所と写真で見るのとでは角度や見方によって全然違うものに見えたり写真ではいろいろな味があっていいと思った」、「新鮮な感じがしました」、「私が日常接したことのない広経大が写し出されていてリアリティが逆にありました」と、新しいイメージを呈示するものとして写真の描写を肯定的に受け止める意見もあった。他者の撮った写真を見ることにより「興動館の知らない部分を知ることができたと思います」、「知っているようでまだまだ知らない場所もあるのだと感じた」という知識が増えることへの指摘や、「普段何気なく歩いている興動館にたくさんの魅力があることに気づかされた」、「いつも見て過ごしている場所でも、案外知らないところがあったりして、いざ写真にしてみると興動館にも違う面があるんだなと思った」という新しい視点、目の付けどころをもたらしうるものであるという意見もあった。また、「普段使っている興動館を写真を撮ることによっていつもより価値があるものやきれいなものと感じた」、「自分たちがいつも学んでいる大学なのに写真にして説明を加えるとこんなに深い場所だったのかと思いました」という写真を撮影する行為により慣れ親しんだ場所の再評価、新しい価値を付与するものになるとのコメントもあった。

「(4) その他感想(自分のこれまでの経験と比較して、苦労したことなど)」では、「写真を撮ることに興味を持った」「自分の思い出を残すためなど自分のために写真を撮ってきたので、他の人にあてて写真を撮る面白さを今回の授業を通して感じる事ができた」という面白かった、

という感想がある一方で、「テーマを決めて撮ったことがないので大変だった」「誰かに向けて写真を撮ることは初めてで戸惑った」「旅行とかで自分の撮りたいものを好きなように撮ってきたが決められた時間、場所で撮るのは頭を使う」というオーディエンスやテーマを設定して撮影するという初めての経験に戸惑いや苦心があったことが伺われた。

他には携帯電話の画質の低さ、室内での撮影困難など写真を撮る技術に関する反省の声があった。また、写真説明の重要性、作品としての完成度の高さ、自分の思いを他者に伝える難しさ、視点や発想を共有する面白さなど写真撮影の自分なりのコツへの言及があり、「写真を何枚も撮り直したので本番でもバシッと決めたい」、「携帯で撮った写真でも説明など加わるとしっかりとした作品になるので作品を作るのが楽しくなってきました」などその後のフォトカルタづくりへの意欲を述べているものもあった。

#### 4. まとめ一学びの循環モデルと課題

広島経済大学興動館科目『私たちの広島』フォトカルタづくり」の中で本ワークショップを行い、学生によって撮影された写真、発表会・ふり返りを経て学生が言語化した気づきをまとめてきた。特定かつ複数のオーディエンス

に向けた写真を撮り、語り、共有するという行為を通じて、「(1) 他者の視点や多様な物の見方を学ぶ (2) あたり前になってしまっている自己のまなごしを異化する (3) 受け手を意識した表現を学ぶ (4) 送り手に主観的・社会的意図があることに気付く (5) デジタル機器を用いた多様な表現のあり方を探る」という本ワークショップを開発した際の目標に、学生たちはしっかり到達してくれたということが指摘できよう。また、ワークショップは協働と創発がキーワードになるが、本実践でも開発時には想定していなかったいくつかの興味深い結果が生じた。目的意識を明確にすることで写真撮影にやりがいや面白さを加味できたこと、そうした撮影の面白さや時には未達成感が次の活動への制作の強い動機付けとなったこと、撮影場所が限定されていたことなどによって単なる場所紹介ではなく想像的かつ創造的な物語性の高い作品が生まれたこと、である。

実践結果をふまえ、フォトカルタ作りの前段階に「魅力☆発見」ワークショップを導入することでもたらされた学びをモデル化すると図1のようになる。「撮る」という作業に加え、「語る」「共有する」という行為を経て前章で見たような「気づき」や「反省」「ひらめき」がもたらされたと言える。更に、それが新たな「撮る」

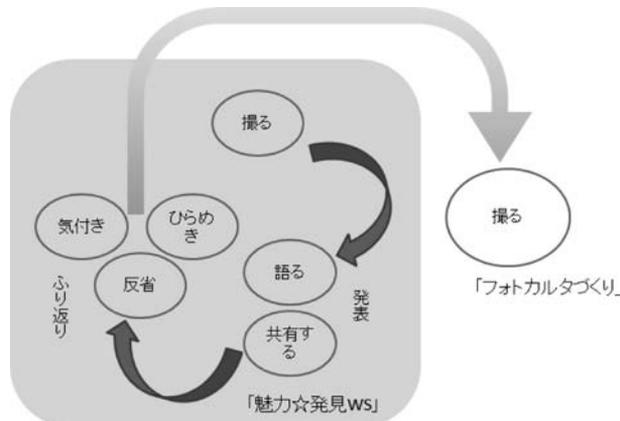


図1 「魅力☆発見」ワークショップがもたらす学びの循環モデル

という行為につながっていく循環型の学びへと展開している。

課題として残っているのは、「魅力☆発見」ワークショップで「気付き」「反省」「ひらめき」が「フォトカルタづくり」へと接続していくより詳細なデザインである。本ワークショップの成果を一言で言うならば、それはオルタナティブ表現を生み出す日常の脱構築の「脱」の部分を担当したということになろう。日常の写真撮影のあり方や大学への見方・関わり方を異化していくような「気付き」や「反省」は漠然と撮影していても身に付くことはない。それには、設計された教育プログラムが埋めこまれたワークショップが必要となる。更には次のステージとして、「脱」から「構築」が生まれることが肝要になる。今回の実践では「魅力☆発見」ワークショップでの発見が「フォトカルタづくり」の作品にしっかりと活かされることが必要となるが、本モデルでは具体的にどう活かすかが漠然としている面もあり、受講者の主体的な学びの機会を損なうことなく、わかりやすく丁寧な接続のデザインしていくことが必要だろう。また、この脱構築のワークショップを企業研修や地域活性化といったより幅広い社会実践の道具としていくことも検討していきたい。

## 注

- 1) 電通総研編 (2010) 『情報メディア白書 2010』ダイヤモンド社によれば、携帯電話契約数は2009年3月末で1億749万。
- 2) こうした試みについては下記文献が詳しい。  
水越 伸・吉見俊哉 (2003) 『メディア・ブラックティス—媒体を創って世界を変える』せりか書房  
水越 伸・東京大学情報学環メルプロジェクト編 (2009) 『メディアリテラシー・ワークショップ—情報社会を学ぶ・遊ぶ・表現する』東京大学出版会
- 3) 小・中学校の取り組み例としては D-project (デジタル表現研究会 [www.d-project.jp/](http://www.d-project.jp/)) の「伝えよう！学校のいいところ—デジタルカメラでスライドショーを作成する—」「みんなでつくろう!! ネットカルタ—全国各地の学校との共同学習ミニプロジェクト—」などがある。詳細は下記文献を参照。  
中川一史, 北川久一郎, 佐藤幸江, 前田康裕編著 (2008) 『メディアで創造する力を育む—確かな学力から豊かな学力へ—』ぎょうせい  
携帯写真を使用したもの下記研究がある。  
Kato, F. (2006) Seeing the “seeing” of others: Environmental knowing through camera-phones. In Kristof Nyiri (ed). *Mobile Understanding: The Epistemology of Ubiquitous Communication* (pp. 183-195) Vienna: Passagen Verlag.  
中村純子・斎藤俊則 (2010) 「モバイル・メディアを活用したメディア・リテラシーの学習方略—携帯写真ワークショップの知見から」第16巻第2号, 教育メディア研究
- 4) Tsuchiya, Yuko and Akiko Ogawa (2006) “Rediscover the World via Digital Cameras” The 15th Amic Annual Conference, Malaysia
- 5) 水越 伸, 阿部 純 (2008) 「武蔵大学ケータイ・ワークショップ: メディア・リテラシーの展望」『ICT教育のデザイン』水越敏行, 久保田賢一編, 日本文教出版

「進学希望の高校生」



「受験生の親」



「外国人学生」



「友人」



「遠距離にいるボーイ／ガールフレンド」

