

「番組制作女子が行く！！」

津田なおみ

(甲南女子大学日本語日本文化学科専任講師)

1 はじめに

NHKは、1960年から5年ごとに「国民生活時間調査」¹を実施している。1995年の1日のテレビ視聴時間のデータを見ると、10代女子では2時間11分、20代女子では2時間57分である。しかし、2020年の視聴時間は、10代女子では53分で、20代女子も1時間16分と大幅に減少している。若い人たちがテレビを見なくなっていることが顕著に数字に表れている。ところが、「コロナ禍前から増えた時間」についての調査結果では、「テレビ視聴」は3割増という結果が出ていた²。これは、在宅時間が増えたことが大きく関わっているからであろう。そのデータに、放送業界に携わる友人は大変喜んでいて、これも外出できない状況での選択結果であるので、一過性であることは否めない。

こうしたなかで、テレビなどの放送業界がいかにして生き残りをかけるかは、これまでも散々議論されてきているが、なかなか実現しないのが「女子の視点を増やすこと」である。放送局が新たな視点を持つ手段として、「女子の力」をもっと活用すれば良いと常々考えているが、放送業界で働く女子はなかなか増えないのが現状だ。

昨年6月にNHKが調査した、「テレビ出演者のジェンダーバランス」³では、国内の全チャンネル出演者の比率は、男性が61.6%で、女性が38.4%という結果だった。まだ、半分にも満たない。しかもアシスタント的な役割(特に情報番組など)での出演が多いのは否定できない。また、2021年5月に民放労連が発表した「民放テレビ局の女性割合調査」⁴では、在京女性社員の割合は21.3%、在阪では21.6%で、20%ほどしかない。驚くのは、全国の民放テレビ局127社の女性役員の割合は、なんと2.2%だった。インターネットなどに押されつつある放送局が、今後、新たな色合いを出していくには、放送の送り手として、もっと女性が活躍できる場を設けることではないか。

私は現在、甲南女子大学で、音声表現の科目を担当している。音声表現を学ぶことは、自分の考えを言語化する能力を鍛え、コミュニケーション能力の向上にも役立つ。この科目では、発声や発音、滑舌など、音声表現の基礎技術はもちろんだが、学生のうちから社会に関わることが重要だと考え、彼女たちに司会やリポーターの仕事の機会を設けている。すると、仕事に行った学生が、現場で様々なアイデアを出し、いい成果を出していることが多々ある。大学での様々な学びやアクティブラーニング体験が、社会との関わりの中で新しい視点として受け入れられ、変化を起こしているようなのだ。彼女たちの潜在的な能力の開発や、問題意識を持って世の中を見る視点の育成も視野に入れながら、音声表現科目の学びの集大成として、ケーブルテレビのスタッフと

¹ NHK 世論調査部 渡辺洋子・伊藤文他「新しい生活の兆しとテレビ視聴の今～国民生活時間調査2020の結果から～」。

https://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/pdf/20210801_8.pdf (最終アクセス2022年3月7日)

² NHK 世論調査部 穂高隆之・安曾田悦子「コロナ禍はテレビと動画の視聴者にどんな影響を与えたか～「コロナ時代のテレビの価値」調査の結果から～」。https://www.nhk.or.jp/bunken/research/domestic/pdf/20211001_8.pdf (最終アクセス2022年3月7日)

³ 大竹晶子・青木紀美子・小笠原晶子「放送研究レポート：テレビ出演者のジェンダーバランス」『放送研究と調査』71巻10号(2021年)75頁。

⁴ 民放労連「全国・在京・在阪 民放テレビ局の女性割合調査 結果報告」。<https://www.minpororen.jp/?p=1815> (最終アクセス2022年3月7日)

共に番組制作をするプロジェクトを行っている。企画から構成、台本作成、出演、演出と、学生主体で視聴覚番組を仕上げているのである。

そもそも、この視聴覚番組の制作は、元本学講師であった甲斐千代子氏が発案したものである。その後、担当教員により引き継がれ、現在も視聴覚コミュニケーション分野のプロジェクトとして実施している。毎年一回、産学連携の観点から J:COM⁵の技術スタッフに協力をいただきながら、在学生が高校生に向けて、本学の魅力をアピールするための5分間の放送番組を作り上げる。J:COMの技術スタッフは、学生が作成した台本を基に、学生たちの出演、演出に合わせて撮影を下さる。

撮影日までに、学生だけのディスカッションを活発に行うことで、社会で必要な議論する力を高め、鑑賞者に何をどのように映像で伝えるのかを思考する力を高めていく。誰かが書いた原稿を声に出して読む時には素通りしてしまっていたであろう、放送の送り手の意図や思いを、自分たちが制作することで初めて理解する。世の中にあふれるメディア情報の真偽を見極める眼、そして考える力を、制作実習を通じて養っていく。「メディア・リテラシー」を高めることは、社会で生きるための力にもなる。

私は2020年から、2年続けてこのプロジェクトの監修をした。大きな方針は毎年決まっているものの、女子大学ならではの学びの良さをいかにして伝えるか、女子高校生がどのようなことに興味を持っているかなど、世代が近い大学生だからこそ理解し、PRできるものがある。それには、自分が在籍している大学を俯瞰で見て、「売り」を探す作業が必要だ。こうしたことは今後、彼女たちが就職活動を始めた時に、面接などで、自分という人間の魅力を最大限に伝えることにも活かしていける。彼女たちが日頃、何気なく考えていることが、実は、新たな女子視点であるかもしれない。一本のVTRを制作する作業の中で、様々な気づきが得られることを期待しながら進めていく。

2021年も、女子学生ならではの発案で、創意工夫し、高校生たちに本学の魅力をアプローチする番組制作を行った。本稿では、本学の学生たちがどのように番組を企画立案し、制作までこぎつけたのかを取り上げる。

2 事前準備

(1) 視聴覚素材の活用

学生たちは番組制作への意欲はあるのだが、テレビをほとんど見ていないと言う。テレビ番組を、動画投稿サイトと同様だと考えている学生もいる。そこで、最初に、テレビ映像の構成要素について学びをすることにした。

実際に放送されていたCMを繰り返し視聴し、CMの構成要素を分析する。15秒のCMを取りあげ、「カット数」、「音声」、「出演者」、「テロップ」、「ナレーション」、「BGM」など、気づいたことを書き出す。題材にしたのは、お笑い女性タレントがダンスをしながらハムを宣伝しているものや、学生に人気のあるモデルが出演しているメイク用品のCMである。最初は漠然と見ていた学生も繰り返して見ていると、15秒の中に商品を宣伝するために様々な工夫が懲らしてあることに気づいていく。例えば、次のようなコメントが出された。「15秒しかないのに、10カットもあった」とか、途中で商品のアップが2回入っているのに気づいた学生は、「さらっと商品が映されているだけなのに覚えた」、「気づかないうちにカットが変わる」、「商品のアップが音楽の盛り上がる場所に挿入していて計算されている」、「全体にハムのCMは明るい色調で、メイク用品はキラキラ感がある」、「ナレーションが効果的に入る」など様々な意見がでるようになった。その上で、書き出したコメントを持ち寄り、さらに意見や感想などを話しあった。

ディスカッションをしながらCMを繰り返し見ていくと、面白いことに徐々に学生の意見や発言に変化が現れてきた。「このリップの色を宣伝したいなら、モデルの服の色はもっと淡い方がイマっぽくないか」とか、「お笑いタレントの後ろで踊っている人も、みんな女性でエプロンをしている。料理=女性という印象が強くな

⁵ ケーブルテレビのJCOM株式会社。

るので、男性もいたほうが良かった」など、ジェンダーも意識した自分なりの意見が出始めた。これは良い兆候である。映像制作だけではなく、表現には、客観性や社会性が大切だからだ。

幾つかのCMを皆で検証したことで、映像・音声技法がもたらす効果、CMが提示しているメッセージ、対象となるターゲット層など、15秒の中に様々な要素があることが理解できたようだった。また、映像を分析することで、CMに内包されている時代性や社会性も見えることに気づいたようである。メディア・リテラシーの向上にも繋がった。実際に自分たちが番組を制作する際には、こういった構成要素を考えながら進めていかなければならない。実践に移すに当たって、女子ならではの感性をうまく融合させ、表現することの喜びを感じたいと話す学生もいた。

(2) 企画、内容の決定。

次に学生たちは5分間でどのような番組を制作したいのか、企画・内容決定の段階へと入る。まず、概要や必要なリソースをまとめ、その後にストーリーや内容を考えていく。2020年の参加人数は5名で、その内訳は4年生が2名、3年生が2名、2年生が1名であった。2021年の参加人数は、3年生ばかりの6名となったが、番組制作チームとして役割を振り分ける場合、ディレクター2名、記録係1名、出演者2~3名となるので、ちょうど良い感じの人数である。

企画にあたり、どのように手をつけたらいいか戸惑う学生たちに、「5W1H」を考えてみよう と提案した。

- ①「What: 何について」
- ②「Why: 何のために」
- ③「Who: 誰」
- ④「When: いつ」
- ⑤「Where: どこで」
- ⑥「How: どのような」

「5W1H」は、ニュース記事の最初の段落である、リード⁶を書くときの慣行である。一番重要なことを先頭にもってくることで、伝えたい情報の主旨が明確になり、かつ過不足なく伝えることができる。今回の企画を考える段階でもこれを応用した。冒頭で「W」で始まる意図や目的などを決めると、一番重要な、どのような番組内容にするかの「H」が決めやすくなる。5つの「W」については、例年、大まかな方針があり、意図や目的は決まっている。そこで、それを再度明確にし、まず番組制作の意義を明らかにした。

- ①「What: 何について」、②「Why: 何のために」

私が監修を担当する前から行っている本プロジェクトは、毎年、後期の秋頃から準備に入り、3月のオープンキャンパスに多数の高校生に会場してもらうために、制作・放送する意図があった。3月のオープンキャンパスでは、会場する高校生の数が秋に比べて少なくなる。少しでも来場者を増やすとともに、本学に入学したいという高校生が増えるように、日本語日本文化学科の魅力を伝える5分間番組という設定である。

本稿の「はじめに」でも述べたように、高校生と世代が近い大学生だからこそPRできるものがある。そのために、自分は大学の魅力をどのように感じているかを言語化する必要がある。女子大学だからこそその女子の視点で、高校生に訴求力ある番組制作のための土台となるのが、この「W」である。

- ③「Who: 誰」

⁶ リード (lead) とは、「先導する」という意味であるが、ニュースの場合は原稿の内容を要約した文章のことをいう。

在学生が、高校生に本学の魅力を伝えるということ。

④ 「When: いつ」

放送時期を3月のオープンキャンパスに合わせるため、撮影は2月上旬の終日。

⑤ 「Where : どこで」

2020年の学生は、アイデアが豊富で、大学のOGや地域にお住まいの方、大学のスクールバスのドライバーの方、さらには、学長にもインタビューをして、自分たちより外部の方の意見などを取り込みながら、客観的な目線で番組制作をしたいと盛り上がった。よって、大学外でのロケを希望した。しかし、新型コロナウイルスの感染拡大が続いている中であつたので、会議での皆の意見は二転三転した。最終的には感染防止を一番に考え、外部の方へのインタビューは取りやめとなり、学内で全ての撮影を行うことになった。2021年のメンバーも同様に、新型コロナウイルスの感染が収まらない中であつたので、全て学内で撮影することになった。

学生たちは、授業で音声表現を学び、その時は満足する表現ができたとしても、普段の会話になると、日頃、似たもの同士で集まっていることが多いので、また元に戻ってしまう。その点、インタビューは、挨拶や敬語など社会的なマナーと共に、聞き取りやすい発声や滑舌で会話を成立させ、さらに相手に興味を持たないと、話もうまく引き出せない。「聞く」ではなく、「聞き出す」のである。相手とのコミュニケーション能力が重要になる。地域の方にインタビューすることができれば、地域への関心度や親和性も上昇するのではないか。感染症が収束したら、外部の方へのインタビューを集めて、番組制作するのもきっと面白いものが出来上がるだろう。学生たちにチャレンジしてもらいたい項目の一つである。

上記の「W」で始まる項目について確認したうえで、次に番組内容をどうするか「How」に踏み込んでいった。より、高校生に訴求力のある番組にするためには、競い合って決めようということになり、プレゼン大会を行うことになった。チームに分かれ、それぞれに、5分間の番組内容、ストーリーを考えて発表する。

2021年は、6人のメンバーだったので、2つのチームに分かれてプレゼン発表をすることになった。当日は、どちらもホワイトボードにストーリーを書きながらのプレゼンになった。一つ目のチームは「クイズ形式で学科のプロジェクトを楽しく紹介する」といった内容。別チームは「夢の中で、大学に行って大学生活を経験する」というものだった。決定方法は投票の予定であつたが、一人の学生から「両方を融合させたい。高校生が授業中に寝てしまい、夢の中で甲南女子大学についてのクイズ大会に出る。そして目が覚めて、本学に興味を持ってオープンキャンパスに行く」というような内容にしたいと意見が出た。これなら、どちらのチームのプレゼンも生きる。他の学生もそれに大いに賛同し、2つのプレゼンを合わせたストーリーに決まった。



ミーティングの様子。

(3) 台本作成で学んだ連帯感

次に台本作成である。2021 年はクイズ大会が主になるので、5 分間に収まるようにいくつかクイズを出題するか、どのような問題にするか、回答者は何人必要か、夢の中に入っていく場面をどのように映像で表現するか、学内のどの場所で行うかなど、授業の後期時間の 5 回分を使い、皆でミーティングを重ねて、台本に落とし込んだ。時間の制約があるなかで、セリフや動きをどうするか、ロングショットでみせるかアップで見せるか等、決めることは大量にあったが、迷いが出た時は必ず「5W1H」に立ち返ることを意識させた。そうすることで、番組制作の意図や目的がぶれずに、新たな観点を得て前に進めることができるからである。2021 年は、特別出演として学科の先生 5 名にも出演してもらうことにもなり、特にクイズ番組の回答者は学生が演じる主人公に加え、女性の先生 2 人をお願いし、司会・回答者など、全員が女性によるクイズ大会とした。

しかし、ミーティングを重ねる中で、少しずつ生じる場面が出るようになった。日頃からリーダーシップがあり、多く発言する学生の意見が採用されることが増えてきた。一度も発言しない学生との温度差ができていく。そこでよく発言する学生 A さんに、もっとうまくリーダーシップを発揮してもらおうと、発言しづらそうにしている他の仲間にも振って聞いてみようか、とアドバイスをした。すると、A さんは、発言しない学生の代わりに自分が頑張らないといけないと思って、必死で喋っていたと言う。他の学生に振っていいのだとわかったら、安心したらしく、次回からそれを実行してくれた。このことをきっかけに、A さん自身、一つのことを皆で作りに上げていく際に、「チーム」として機能することが大事なのだと理解できたようだった。人一倍、積極的な学生であるので、これまでなんでも一人でやっていたようだが、後日「これは長所でもある反面、自分の短所にもなっていたかもしれない」と話してくれた。あまり意見を発信できなかった学生 B さんも、A さんが「〇〇さんはどう？」と聞いてくれることが嬉しかったらしく、少しずつ話すようになった。おとなしいが、こちらから意見を求めると、しっかりと自分なりの考えを表現する。本来は、積極的に自分から進んで発言して欲しいところであるが、グループの中に A さんのような明朗で目立つ学生がいると、積極的に発言できない B さんのような学生は、劣等感を感じて黙ってしまう。どうすれば、皆がリラックスして意見を出し合えるのか。「ここでは何を話しても大丈夫」という安心な場所にするために、少し時間をとって、皆と「発言すること」についての意見交換をした。ルールは一つ、「誰が何を話しても否定しない。どの意見も正解としよう。」である。

それぞれの話を聞いていると面白いことが浮上した。A さんは、人に相談したりお願いして、「嫌だ」と言われると寂しくなるので、誰かに頼る前に、何でも一人でやっちゃったり、その場を盛り上げようとして話しすぎたりしてしまうらしい。おとなしい B さんタイプの学生は、自分ではできないという劣等感から、自分の意見を言う馬鹿にされるのでは無いかと思いつけなかったと言う。結局のところ、誰もが、「他人の目が気になり、他人の言動によって傷つくのが怖いからやっちゃっている」ということがわかった。そんな話があったことで、チームは急激に親しくなった。

学生への事後アンケートでのコメントを紹介しておこう。「様々なアイデアを考えたり、まとめたりするのは大変でしたが、皆がアイデアを出すことによって、それぞれの個性が見えたり、自分にはない発想があり楽しかったです。」とか、別の学生は、「楽しかったのはみんなで演出を考える時間でした。ディレクターが主となってはいましたが、詰まった時にみんながアドバイスや意見を出してくれて、みんなの番組になっていると感じてとても楽しかったです。」と答えている。

大学内で顔見知りであっても、女子同士はよほど仲良くなければ、遠慮し合って打ち解けるまでに時間がかかる。しかし、何度も話し合いをし、集団で作業を進めるなかで、お互い心を許して話せるようになった。副産物として自分の短所や長所に気づき、自己を客観的に見る効果があった。自己主張の方法や他者理解の方法を学び、協調性を習得するチャンスともなった。ここから、ミーティングの進み具合が早くなった。誰がどの役割をするかを決める際も、A さんがリーダーシップを発揮し、それぞれ立候補形式にしながら、ディレクター 3 名、記録係 1 名(ディレクター兼)、出演者 3 名(1 名ディレクター兼) ナレーション担当 1 名がスムーズに決まった。

3 撮影開始

(1) 撮影の朝

撮影当日、ケーブルテレビのJ:COMから男性スタッフが参加して下さった。カメラ担当、音声・照明担当、初ディレクター(演出)の学生をサポートしてくれるディレクター、そして営業担当の4名の方である。プロフェッショナルのスタッフを前にして、緊張しているかと思いきや、彼女たちは「番組制作に対する楽しみの方が勝っていて」緊張もしなかったと言っていた。なかなか肝が据わっている。全員が揃ったところで、日頃から練習している自己紹介で自分のことをきちんと伝え(ここは、少々緊張気味だったが)、打ち合わせに進む。

数日前に絵が得意な学生が、絵コンテを担当し書いていた。台本と絵コンテを基に、スタッフと学生たちでシーンの共有をしていく。スタッフは「特にこだわりたいことは何か?」、「どこから撮影を始めるか?」など、細かいところまで確認して下さる。学生たちは、決め切れていないところまで聞かれるので、その都度、皆で相談となった。それでも、学生たちは何度もミーティングをしたおかげで、カメラ担当の方に、その場で考えながらも自分たちのイメージをうまく伝えていた



顔合わせ 自己紹介から。



学生が作成した絵コンテ。

ように思う。撮影に入るまでの準備段階で、伝えたいことをどれだけイメージできているかが、改めて大切だと思った。しっかり両者のイメージが共有できてから実際の撮影現場へと移動する。

(2) 撮影開始

撮影が始まったら、重要なことは以下の3点である。

① イメージ通りの映像を撮るにはどうするのか。

カメラの角度や主人公の表情など、学生たちが考えたイメージ通りに再現できているか。特にカメラワークは大切な要素である。カメラワーク一つで伝えたいメッセージが変わる場合がある。例えば、被写体を、背景全て含めたフルショットにするのか、人物の胸から上を収めるバストショットにするのか。また、被写体との角度(カメラアングル)をどうするかでも、視聴者の受け取るメッセージは変わってくる。構図の取り方次第で、見え方は大きく変わる。それ故、スタッフは現場でも、非常に細かくどう演出したいのか聞いてくれ、撮影技術のことも指導してくれながら、彼女たちの描いているイメージに合うように撮影を進めてくれた。例えば、彼女たちにすればワンカットだけ撮れば十分だと思うシーンでも、プロはサイズやアングルを変えて何カットも撮る。これは、「アップの表情と全身を両方撮っておけば、もし、編集の際に、映像が足りないとかイメージを変えたい時に入れ替えられるし、付け加えられる」というリスクマネジメントである。他にも、「窓際の撮影で太陽光の入り方が変われば、すぐに撮影を止めて、照明をやり直す」や「主人公が右にかばんを持っていたら、次のシーンでも右に持っていないとおかしい」など、映像のつながりが不自然にならないように撮影することを学生に伝えてくれていた。こうしたリスクマネジメントなどは、放送業界だけの話ではないだろう。

様々なリスクを前もって予測し予防方法を考えることや、完成したものをイメージして行動するといったことは、社会で仕事をするにあたって求められる能力である。

スタッフの動きを近くでみていた学生は、「撮影日当日、スタッフの皆さんがテキパキと無駄のない動きをしていて、技術や思考力、判断力などがすごくて、とても勉強になりました」と感想を述べていた。

② コミュニケーションができているか。

二つ目に重要なことは、手際のいいプロの仕事を間近で見ながら、学生たちが自分たちの撮りたいシーンを言語化し、物怖じせずに伝えられるかである。放送業界のプロで、さらに大人の男性スタッフに「自分たちはこうしたい」と言える強さがあるか。自分たちの意見や考えを伝えるためには、まずはしっかりコミュニケーションをとることが必至である。チームの中心であるディレクターは、最初のうち、遠慮していたのか小さな声で話していたが、途中でスタッフから「周りにも聞こえるように大きな声で指示を出すようにしてあげて」と指導された。それで開眼したようで、そこから何か吹っ切れたようにスタッフに敬意を払いながらも、なぜ、それがやりたいかをきちんと伝えられるようになっていた。カメラ担当の男性スタッフが、彼女たちの思っていることとは逆の角度で撮ろうとした時に、「一度止めて欲しい」と言い、自分たちの意見を述べていた。出演者も、指示されたらすぐに理解し、セリフの言い回しなども変更できていた。当日の現場でも、良い映像が撮れるように、改良に改良を重ねるプロの仕事を見ながら、「また後で」は、できない仕事なのだと痛感したようで、彼女たちの態度に、途中から真剣さが加わった。



③ 決断力があるか。

撮影は、日が落ちないうちに終わるという時間の制約がある。それ故、無駄なく手際よく撮影をすすめなければならない。従って、どう撮影するか迷う場面が出たときに、すぐに決断することが求められる。学生にとって、自分が決断したことが映像になって、テレビで流れると思うと、安易に決めるのは怖いだろうし、緊張もするだろう。しかし、「どうしようか」と迷っている間、撮影スタッフを待たせていることになる。それでも、迷う時には原点に立ち返ろうと何度もミーティングで話していたせいか、「誰に向けて、何のためにこの映像を撮っているのか」を再度確認しながら、そこから決断することができていたように思う。やはり、準備段階で何をすることが大事だと、ここでも実感した。



おわりに

「日本語や日本文化を学びながら、イベントとして「着物」、「ブライダル」、「番組出演」が経験できる。3つとも女子が喜ぶものばかり。これを高校生にしっかり伝えられたら、魅力ある学科だとわかるのにな〜。」最初のミーティングで出たこの言葉を軸に、2021年の番組制作は始まった。彼女たちが力を注いだのは、学科のプロジェクトをとにかく魅力的に見せることであった。着付けを習い着物を着て京都に出かける「なでしこ講座」、華やかな模擬結婚式を行う「ブライダルプロジェクト」、そして、実際にテレビでオンエアする「番組制作」である。日本語日本文化学科において、まったく雰囲気の違う学びのプロジェクトがあるのは大きな強みだと言い、在校生である彼女たちが、自分たちの在籍している学科の良さを述べていた。

番組制作終了後の学生のコメントを紹介する。

「実際の撮影現場では、自分の考えている事を多くの人に共有する難しさを学びました。自分1人が納得していても、良い作品は生まれないので、制作スタッフとの連携や、出演しているキャストとのコミュニケーションが凄く重要でした。実際にディレクションをしてみて、コミュニケーション能力が重要であると身に染みて感じました。」

「絵コンテを描いても、実際に現場でそれを再現できるかどうか難しく、実際の現場のことを考え、どのように撮影でき、どのように撮影するのか、細かいところまで考えなければならぬところに驚きました。」

「プロの世界は時間との勝負なのかなと思いました。時間があればあるほどいい物が作れることに間違いは無いですが、実際は、締切りがあるし、季節や天気によっても変わるし、事件の取材なら、より時間に迫られるので手際の良さは大事だと思います。」

「同じシーンを何度も繰り返し撮り、もっともいい部分を繋げていく、という撮影方法に驚きました。自分のこととしては、演技をすることがとにかく楽しいと感じたので、演劇に興味を持ちました。」

「個人的に、もう少し全体を見る力があれば、と思いました。役割が終わってしまった仲間をどう動かすか、番組のことばかり考えがちになっていたのも、あまり上手く誘導出来なかったように思います。統率力が必要だと感じました。」

などのコメントがあった。

視聴覚番組の制作は、一つのチームとして機能し、集団作業を円滑に進める能力が必要である。グループで企画やアイデアをだし、問題発生時に解決していくことで、困難に直面した時でも打開する能力が養われる。また、カメラワークや演出方法を理解することで、昨今問題になっているやらせなども判別できる「創作者の視点の獲得」から「メディア・リテラシーの向上」もはかれるだろう。さらにストーリーを考え、構成力を養うことで感性が向上する。プロと仕事をする中で、仕事の厳しさも体感したことであろう。何を伝えるのかと言う基本を堅持しなければ、結果的に何のために制作したのかわからない映像だけが残ることになる。番組制作には、責任と覚悟も必要であると理解したはずだ。加えて、撮影までに数ヶ月かけて準備することもあって、終わった後、やり抜いたと言う自己効力感が増す。

2020年、当時3年生でこのプロジェクトに参加したある学生が、2022年4月から放送業界に進むことが決定した。彼女は、元々アナウンサー志望だったが、この番組制作でディレクターと出演者を経験し、制作の面白さを知ったことで方向転換をして、東京の大手番組制作会社に就職が決まったのである。彼女は、「これまではアナウンサーで自分を表現したいと思っていたが、ディレクターになった方が表現できることが無限大だと気づいた」と話していた。こうした番組制作の経験が彼女に別の視点をもたらし、思ってもいない結果が生まれることになった。今年度、参加した学生たちのなかから、今回の制作経験を通して、放送で表現する面白さや、喜び、奥深さを感じて、放送業界に進みたいという学生がでることを期待したい。

1990年、NHKで初めて女性放送局長が誕生⁷してから今年で32年になる。2020年には同じNHKの聾者である女性ディレクターの長島愛さん⁸が、難聴者の視点を生かしたドキュメンタリーを制作し、「WOMAN OF YEAR」⁹に選ばれた。彼女は難聴であることを隠さず、やりたい仕事のために文字通訳をつけて取材を重ねて番組制作をしたという。

本稿の「はじめに」で、放送業界にも「女性の視点」が増えることが望ましいと述べたが、そうは言っても、女性のライフスタイルは多様化し、既婚か独身か、専業主婦か子育てしながら働く女性か、仕事に就いているか学生かなどで大きく考え方は違う。「女子の視点」はもちろん重要であるが、「男性視点より女性視点」というような考え方ではなく、「女子」だからこそ、他の人にはない自分だけの視点や、これまで検討されてこなかったような新たな視点が見えるはずである。それを意識するだけでも、放送業界で新たな「女子力」が発揮できる場を作れるのではないだろうか。また、一人で頑張らずに、できないことは助けを求め、違いを強みにする生き方は、これからの時代に活躍する女子のロールモデルの一つであろう。

実は、今回の番組制作プロジェクトでも、「私たちの視点でラストシーンを作った。本学の女子なら気づくはず」と、彼女たちの新たな視点がラストシーンに盛り込まれた。本学のポスターに登場していたイラストの女子をリンクさせる形で、主人公を演出したのである。また、オープンキャンパスのキャッチコピーである、「未来の私と話をしよう」というナレーション部分にも彼女たちの思いが入っている。通常なら、「しよう」の部分は声を張って元気よく読むのが定石である。しかし、彼女たちは、声を張らず、わざと文末に向かって声を下げていく読み方をした。10年前なら「声に元気がない」とか、「やる気があるように聞こえない」などと判断され、この読み方は却下されただろう。ところが、彼女たちは「これが大学生の大人感」と語っていた。私にとっては非常に新鮮だった。これこそ、彼女たちならではの女子視点である。こういった女子がもっと増えて、女性特有の身体のことや、育児・介護、セクハラやパワハラへの問題意識、さらにメイクやファッションまで、幅広く自分なりの視点を持って放送業界を目指す女子が増えて欲しい。そうなることで、放送業界はまだ活性化できる

⁷ 1990年6月に浦和放送局長として永井多恵子氏が就任。アナウンサーとして仙台放送局を経て東京アナウンス室に。女性で初めてニュースを読んだことでも知られている。現在は世田谷文化財団顧問などを務める。

⁸ 2018年放送の「静かでにぎやかな世界～手話で生きる子どもたち～」(NHK)で数々の章を受賞。

⁹ 女性誌「日経WOMAN」が主催する各界でめざましい活躍を遂げた女性に送られる賞である。

余地が残されているように思う。自由な女子の発想で、不特定多数の視聴者を対象に社会貢献できる“番組制作女子”が増えることを期待している。

