

2017 年度
第 8 回
コロキウム講演録

研究者のための映像制作入門
ソーシャルメディア時代の研究アウトリーチ戦略

講演者：松山 洋一
(カーネギーメロン大学
Language Technologies
Institute 研究員)

講演日 2018/01/10

招聘者 林 良彦

2017 年度第 8 回 早稲田大学実体情報学博士プログラムのコロキウムでは、「研究者のための映像制作入門 ソーシャルメディア時代の研究アウトリーチ戦略」というテーマで 松山 洋一 さんからお話を頂きました。



松山 洋一 氏 略歴

カーネギーメロン大学 Language Technologies Institute および Human-Computer Interaction Institute 研究員。2015 年早稲田大学 基幹理工学研究科 情報理工学専攻 博士 (工学)。映画監督に憧れる少年時代。文学部時代に映画サークルで仲間と映画作りに明け暮れ、傍ら認知心理学やメディア論、都市社会学を学ぶも、大学 3 年生のときに突如、社会的知能ロボット開発への道に啓示を受け、早稲田理工学部の知覚情報システム研究室 (小林哲則研究室) の門を叩いて、会話ロボットの研究の道へ。カーネギーメロン大学に移った後は、ワールドクラスの研究者達と共に多くの会話エージェントプロジェクトに参画して現在に至る。高齢者支援ロボットから多人数会話ファシリテーションロボット SCHEMA (シェーマ)、スマートフォン向けパーソナルアシスタント InMind、ダボス会議バーチャルアシスタント SARA (Socially Aware Robot Assistant) まで、一連の会話エンターテインメント技術開発稼業。深層学習、自然言語処理、ロボット制御、ありとあらゆる洗練された理論と技術は研究され投入される必要はあるが、命をかけるべきはユーザ体験。メディアの発明において科学と芸術の融合はデフォルト。人生のミッションは、都市・身体・言語の情報の結節する会話ロボットメディアの表現方法を確立して、21 世紀の物語体験を提供していくこと。

■ 第 1 部 講演

ご自身の研究内容や最近のアクティビティを含む自己紹介のあと、

「自分の研究を家族や友人に「魅力的に」語れるか？」

という問いかけから講演が始まりました。まず、戦略的ツールとしての映像という概念が提示され、

- プロモーションツールとしての映像
- コミュニティ形成ツールとしての映像
- 観察・表現ツールとしての映像

という項目に沿って、映像の持つ役割について説明されました。

日頃、研究の中身ばかりに注力しがちですが、研究内容を的確に発信することの重要性、そのなかでの映像コンテンツの役割が改めて強調されました。

しかしながら、経験がないと、なかなか映像コンテンツを作ることは難しく、ましてやセンスが良い、アピール力の高いコンテンツを作ることも容易にできるとは思えません。そんな我々にも分かりやすいように、以下の項目に沿って具体的な作例なども交えながら分かりやすく解説が行われました。

- 映像のテーマと視聴対象を定める
- カメラ設定の基本
- レンズ、構図の基本
- ライティングの基本
- 音声収録の基本
- 編集の基本

より具体的な内容については、当日のスライドを下記のサイトにアップロードしてくださっているので、そちらをご参照ください。

<https://drive.google.com/file/d/1HRjI6zCq9Zm1MGwA6HnnWuFIbeA95fF6/view>



■ 参考（ご本人の Web サイトにおける概要）

<http://www.yoichimatsuyama.com/video-production-for-researchers/>

本講義では、研究を世界に向けて効果的に伝えるためのアウトリーチ戦略、特に映像の制作の基本についてワークショップ形式で皆さんと一緒に考えていきたいと思います。個人が発信する情報が即時に世界に伝播するソーシャルメディアの時代、研究者自身の情報発信能力もまた改めて問われています。研究成果を研究論文として発表することは当然のこと、それを多くの人に語ることもまた研究者に求められる能力です。かつて大科学者マイケル・ファラデーは、彼自身優れた科学者であると同時に優れた科学コミュニケーター、広告塔でもありました。ファラデーがクリスマスに一般聴衆に対して、目の前でロウソクが燃える様子を見せて科学の深淵を語った「ロウソクの科学」は、文学的甘美さも称え、後代の科学者たちに与えた影響は絶大なものがありました。現在、ウェブサイトやソーシャルメディアを通して語られた研究成果はあっという間に世界中に共有され、事実それによって研究費獲得やコラボレーションのチャンスもまた大きく広がっています。システムのデモ映像や研究プロジェクトの紹介映像はストーリーを伝えるための強力なツールです。研究者のための映像制作とは、つまり自分自身の世界の見方を他者にどう語るかについて考えるプロセスそのものとも言えるでしょう。とりたてて派手である必要はないですが、達意である必要はあります。その出来が実際に研究者生命にも関わっているとしたらどうでしょうか？本講義では研究者が自ら「メディア」となる意義、そしてその効果的な方法としての映像制作の基本についておさらいします。

■ 第 2 部 Q&A

Q&A のセッションでは、以下のようなトピックに関する質疑・議論が行われました。

- 映像コンテンツを作成する上でのプライバシーへの配慮
- 対象とするオーディエンスの想定の仕事
- 映像コンテンツ作成における落とし穴（失敗例）
- 映像コンテンツに合わせた音・音楽の選び方
- 映像コンテンツと論文の構造的な共通性と違い
- 情報量とわかりやすさのトレードオフ
- 締め切りへ向けたブラッシュアップのやり方・時間制約

本報告の執筆者には、映像コンテンツにおける音声の重要性（映像コンテンツのクオリティはある程度、音で決まる）、「ドラフト」からブラッシュアップしていく過程の重要性といった内容が印象に残りました。

(以上)



実体情報学博士プログラム

<http://www.leading-sn.waseda.ac.jp/>

早稲田大学実体情報学博士プログラム総合窓口

〒169-8555

東京都新宿区大久保 3-4-1

早稲田大学西早稲田キャンパス 51 号館 1 階 08A 室

MAIL: leading-sn-info@list.waseda.jp

TEL: 03-5286-2836

FAX: 03-5286-2847

実体情報学博士プログラム「工房」

〒169-0072

東京都新宿区大久保 2-4-12 新宿ラムダックスビル 3F