

## 令和4年度東京都広報コンクール 写真部門 総評

### 鳥原委員

ここ数年のなかで、全体にレベルアップしたように感じられました。もちろん、それは人流の制限が解除され、イベントなどがにぎわいを取り戻してきたことと関係があるはずで、ただ、それ以上に、見せ方を意識されるようになったのではないのでしょうか。撮影やレイアウトに、さまざまな工夫が見て取れます。

例えばマンガのコマ割りを取り入れて親しみやすい紙面を作っている地域や、スローシャッターを使った演出方法で意図を伝えることに成功しているところもあり、かなり印象に残りました。とくに若い世代から支持されると思います。紙のメディアは、いまあまり読まれなくなっています。彼らは必要な情報を検索し、答えを求めます。しかし、一覧性の高い新聞という形にはそれにはないメリットがあります。私も、広報誌を眺めていて、自分に役立つ情報に気づくということが何度もありました。

ですから問題は、それをまず手に取ってもらうことであり、写真は最も有効なそのためのツールだとお考えください。現在の若い世代は、言葉よりも写真や映像に対する感度が高く、それを起点にさまざまなことに関心を持ちます。年配の世代は広報誌を隅々まで読んでくれるかもしれませんが、若者たちはまず「写真ありき」なのです。

訴求力の高い写真を撮るためには、現場に行く前にしっかり撮影計画を立てることが大切です。前年と同じイベントを撮る場合は、過去の写真を見て状況を予測し、必要な機材と撮り方を考える。そして、おおざっぱで良いので、レイアウトを構想してみましょう。そうすることで画像補正やレイアウトなどの処理がやりやすくなります。

さて、今回撮影技術で気になったのは、印刷するとどう見えるのかという点に、意外と無頓着な紙面があったことです。印刷すると元の写真の情報は2~3割程度は失われますし、コントラストも高くなります。そこからどのように撮影すれば良いかを想像してみてください。

全般的にレベルは高いと思いますが、撮影計画に力を入れていただければ、まだまだ質的に向上していくはずで、

## 箭内委員

「令和4年度東京都広報コンクール・写真部門」。本年度は15区14市2町、計31区市町の皆様から多数の力作をご応募いただきました。昨年度は25区市町でしたので、参加自治体が6つ増えたこととなります。皆様方にはお忙しい中、広報活動の発展と向上にご協力を賜り、誠にありがとうございました。

さて、長引くコロナ禍のご時世、一昨年度はウィズコロナ、昨年度は閉塞感からの脱却や前向きなメッセージといった特徴が多くの作品に見られたわけですが、本年度は更に変化し、「日常に近い状況が戻ってきた」ことを感じさせる紙面が多い印象を受けました。

これには概して2種類ありまして、1つは、まるでコロナ前のごく自然な形で日常の生活情報を伝えている紙面。もう1つは、今まで中止になっていた恒例行事やイベントが「復活した」ことを明確に伝える紙面。特に2022年は全国的に行事復活の傾向が見られた一年でした。地域行事は暮らしに潤いや希望を与えるもの。イベントの復活は待ちに待ったテーマだったようです。

「日常に近い状況が戻ってきた」ことを感じさせる紙面の中でも、特に印象的な作品には共通の表現がありました。それは「素顔」です。人が多数集まる場所は別ですが、例えばロケ撮影等において、臨機応変にモデル人物の顔が見える状況を作り、素顔がはっきりと見える写真表現に努めた作品が、昨年度よりも多く見受けられました。

ワクチンも普及し、アフターコロナも視野に入ってきた今、地域性の強い「広報紙」という媒体での人物の「素顔」は、それが演出であれ、実際の現場状況であれ、自分の暮らす周辺世界が着々と「日常」に戻りつつあることを感じさせる有効な表現手段となり得ます。更にそこに豊かな表情が加われば、読者の目を惹きつける訴求力にも繋がります。

本年度の人物を被写体とした作品の中でも、その「素顔」の表現効果をうまく活かした紙面には、やはりプラスαのメッセージ性を感じ、目を惹かれました。

次に、撮影技術面に触れてみたいと思います。

昨年度に引き続き、スマホによる撮影がほぼ見られなくなりました。ご担当者の皆様は一眼レフカメラやミラーレスカメラを駆使して、精力的に取材にあたられているようで、写真部門の審査員としては好ましく感じております。唯一、羽村市の作品にシベリアオオヤマネコをドUPで写した迫力満点のスマホ写真がありましたが、これは動物園飼育員の方だからこそ写し得た1枚といえます。この羽村市の事例は、ごく限られた時・場所や災害時などは、咄嗟に撮影できるスマホが有効な記録手段となり得ることを示す好例であったといえるでしょう。

「調査票」のデータ詳細記載が増えているのも、たいへん好ましく感じております。当コンクールはカメラ技術ばかりを競うものではありませんが、撮影技術向上は紙面表現の可能性を大いに広げてくれますので、ぜひ今後も、時と場所に相応な根拠のある露出の選択や、

ブレないシャッタースピード、被写体を明るく照らすストロボワークなどのスキルアップにチャレンジして頂けたらと願っております。

その「調査票」ですが、当主催側の「様式」にも、改善の余地があるように感じました。現在、「⑥撮影データ」項目には「F 値、ISO など」という曖昧な表記しかありません。応募者の中には、どうやらこれに沿って F 値と ISO 感度だけを記入された方が多くいらっしゃいました。そこで次年度からは、

<ISO 感度・シャッタースピード・F 値・焦点距離（分かる範囲で）・フラッシュ有無>などと内容を固定するのは如何でしょうか。すると応募者も記入しやすくなり、審査の上でも、よりの確な評価・アドバイスが可能になるものと考えます。

最後にレイアウト・キャプション、特に「文字」について触れてみたいと思います。

広報紙は、地域に密着した情報を「写真と文字で伝える」媒体であり、だからこそ可能な、広報紙ならではの表現方法があると思います。改めて高得点を得た紙面を振り返ってみますと、やはりそこには優れた写真とリンクした印象的な言葉選び、効果的な文字情報がありました。特に高得点でなくとも、言葉が写真の足りない情報量を補って救われている、という紙面もありました。やはり、テーマに沿った言葉選び、フォント、文字色などへの細かな配慮が感じられる紙面は読者に好印象を与えるもの。今回、改めて「写真と文字で伝える」広報紙の魅力・チカラを考えさせられました。

以上、本年度もご応募頂いた作品と 1 点 1 点真摯に向き合い、客観的に審査をさせて頂きました。たくさんの素敵な作品をご応募頂き、誠にありがとうございました。

ぜひ、これからも地域の皆様のために、素敵な広報紙をご制作ください。