

# GAZETTE

ガゼットは  
テレビと市民  
のデータバンクです

1991. 8

vol. 11

Number. 42

複写(コピー)は  
ご遠慮下さい。

編集・発行/FCT (子どものテレビの会・市民のテレビの会) 編集委員会 責任者・鈴木みどり

発行所・神奈川県葉山町長柄1601-27 購読料/年間(4回発行) ¥2000 (送料共) 一部 ¥500 (送料別)

第一勧業銀行逗子支店(普通預金1425785) 郵便振替 東京9-84097

## ■特集1

# テレビが映しだす「外国」と 日本の国際化



—第7回テレビ診断分析調査にあたって—

「テレビでコマーシャルが見られる日まで」  
(新聞でござらん下さい、M・C・ハマー篇)、  
6月10日付けの朝刊各紙に掲載されたペプシコー  
ラの全面広告を印象深く見た人は少なくないと思う。  
「かわいた心にユーモア、かわいたノドにペプシ  
コーラ」と下段に小さくコピーが入り、あの比較  
広告と言われたテレビCMの画面を8つ紹介して  
あった。コカコーラの横ヤリが入り、テレビ各局  
がボイコットしたペプシのCMを、新聞紙面に登  
場させようと考えた仕掛人は日本人だろうか、ア  
メリカ人だろうか。以前ペプシコーラの広告戦略  
を書いた実に面白い本を読んだことがある。有名

タレントを起用したり、政治家までも登場させる  
独得の広告戦略で度々コカコーラに一矢を報いて  
来たという経緯の延長線上で、今回の「鋭い一撃」  
が成り立ったのだろう。それにしても「かわいた  
心にユーモア」のコピーは痛烈な皮肉を含んでい  
た。テレビと新聞のこういう成り立ちを目にする  
ことは今迄あまりなかったが、これは一つの方法  
論の発見と言えるのだろうか。

昨年の6月にテレビ診断週間を実施して以来、  
1年間にわたって「テレビが描く外国」について  
CMと番組の両面でこまかい分析作業を行って来  
た私たちの目に、ペプシコーラの全面広告は非常

## ■CONTENTS■

### ☆特集1

テレビが映しだす「外国」と日本の国際化 …… 1

### ☆特集2

湾岸戦争報道を見つめた市民の目 …… 5

・不条理を異化する装置 …… 5

・戦争監視をしたテレビ …… 6

・吾が Citizen's Action …… 7

・情報操作は今も変わらない …… 8

・行動力を喚起する報道を …… 9

☆KBS京都の市民のための委員会と交流 …… 11

☆FCTデータバンク

海外篇 …… 12

国内篇 …… 13

イラスト 市川雅美

に印象深いものであった。日本のテレビ及び広告業界の対応、そして日本人の国際感覚について「かわいた心」と言われたと受けとれなくもない。

### 国際化とはどういうことか

「テレビと子どもの人権」「テレビが描く家族」「テレビはどう商業化されているか」といったテーマでこれまで6回テレビの内容を分析し、報告書にまとめるという作業を続けて来たFCTでは、昨年6月11日から1週間の調査のテーマをテレビが描く「外国」と決めた。外国という呼び方には抵抗があり様々に考えめぐねても適当なものが見つからない。

外国、外国人、海外、他国……どう言ってみても、日本を中心にした発想が強く含まれていて釈然としないが、よりわかりやすい、使いやすいという意味で「外国」「外国人」とカッコつきの呼称をとるしかなかった。

テレビが描き出すこうした「外国」をこまかくチェックすることから、何が描かれ、何が描かれていないか、結果としてどう描かれてほしいのかをまとめてみたいと意図した。テレビを見ればその国がわかるとさへ言われている状況の中で、では日本のテレビは、国際社会の一員として、グローバルな視野をもっているのかどうか、もし欠けているものがあるとするれば、それは何なのだろうか、を提示してみたいとも意図した。

「国際化ってどういうこと?」「どう描かれていれば国際化していると言える?」……言葉だけが先走って、手垢がつくほどにあふれかえっている国際化という言葉にほとんど途方にくれるところから作業ははじまった。(以下外国という言葉は「」つきのこだわりを持ちつつ使用した)

- ・外国語を使える人間、度々外国に行く人、外国に住んだことがある人をすぐ国際人と呼称する。
- ・西洋ふうの家に住み、洋風の食生活をするを国際化とってしまう。
- ・ブランド製品を多く身につけていると国際的。
- ・外国で仕事をして認められると国際人。

「国際派女優をめざして英語の勉強をはじめた

タレント」といった使われ方がほとんどで、多くはモノとお金が介在するところで、または企業からみで、安易に現象としての“国際化”という言葉が使われがちだ。

テレビで言えばアメリカの三大ネットワーク、ABCとNHK、フジTV、NBCと日本TV、CBSとTBS、そしてCATVのCNNとTV朝日、という提携関係が出来上ったことを、情報の国際化として印象づけようとしているが……実情は、アメリカの情報が多く、しかもアメリカの視点で提供されるだけのことではないのか。

国際化という言葉の検証を進めれば進める程、大切なことが視野に入っていない、というもどかしさを感じるようになった。

人権という意識の部分がすっぱりと脱けおちている、という事実である。

### CMに多い人種差別

例えばつい先日「まねまね天国」というテレビ東京で放映された番組（'91年6月10日夜7時）の中で、3週続けてチャンピオンになり100万円の賞金を貰ったのは3人の黒人の格好をした出演者だった。

体を黒くぬり、顔には色もようをつけて、腰みの姿、ドライアイスを食べて見せたりする、まさに土人のイメージの黒人を面白おかしく演じて見せた3人組が爆笑をさそってチャンピオンをとったもので、そういう内容についての疑問は出演者の誰からも出なかった。以前、アフリカ人が日本の野天風呂に沈んでいるのを「見わけがつかない!」と騒いで、本人も司会者も大笑いしている、というお笑い番組も見たことがある。日本のテレビに出演している、アジア人、オセアニア人、黒人たちがいかに差別的な扱いを受けているか、怒ったことがある人は少なくないはずだ。

テレビが描き出す外国人について、基本的な人権が侵害されている、と認めざるを得ない場面がなんと多いことだろう。テレビという公共の電波を使った、影響力の大きなメディアで、こんなに意識が欠除しているという事実をどう掘りおこ

せばよいのか。

一方、CMに多く登場する白人は、日本人のコンプレックスを裏返したように、美しく、優雅に高級な商品のイメージアップに使われている。

民放5局で午後7時から9時までに放映された全CM 2,219本の中から、外国及び外国人が登場するCM 636本をぬきだして、登場人物の描き方、「外国」文化の描き方、宣伝技法など、こまかい分析を試みた。その結果「外国」文化といえば、伝統文化のヨーロッパ、現代文化のアメリカという思いこみが強く、「外国人」と言えばまず「白人」という固定的なきめつけが根強くあること、一方アジア、オセアニアといった地域には美しい景色、自然があり、こうした風景を切りとって商品のイメージアップを計る、という手法が使われていた。

「CMは外国で撮影する方がお金をかけやすいし、作りやすいから、単純に外国が多くなってしまふ仕組み」と裏事情もあるのかもしれないが、そこに描かれているのは作り手の思い込みが強いものが多くあったことも確かである。

### 「外国」取材ニュースの仕組み

番組で言えば、いわゆるミニ番組と言われる2、3分のステーションブレイクのCMとサンドイッチになったものに、外国取材のものが多い。この場合はほとんどがアメリカ、ヨーロッパの白人社会に於いて、白人が登場する、という作りになっている。また、クイズ番組には外国で取材した珍しいもの、変わったものがクイズの出題のために提供されている、というケースが多い。いずれも日本語で面白おかしいナレーションがつけられてほとんど“商品化”された外国が切りとられて紹介されている。

ニュース番組のストレートニュースやニュースワイドといった番組では多くの外国種のニュースが扱われているのは事実だが……例えばニュースの出典を究明してみると、外国通信社が提供したVTRをそのまま使用している場合も少なくない。

何よりも、ニュースの出典が明らかにされていない、焦点の不明瞭なものが多い。

また、強力な現地特派員がおり、在京のデスクとのコミュニケーションがうまくいっている地域からのニュースが多くなる、という成り立ちも見えて来た。NHKニュースにおけるアメリカ、TV朝日のソ連寄りテーマが多いことも、この事実と無縁ではないだろう。

こうしてみると、テレビが描き出す外国には、様々な成り立ち、仕組み、が存在することがうかがわれる。

### たとえ15秒のCMでも

国際社会の中で、日本はどう受けとめられているのだろうか……厳しく問うてみるならば、ほとんどお金を介在させてしか仲間に入れて貰えないつきあって貰えない存在として日本を考えざるを得ないことも事実である。

人権について、自由について、人間の尊厳について大切に考える、という気持を国家も国民も持っているという認識。国際社会で国と国が信用しあうのに最も大切にされているのはこの認識の有無にかかっている。その視点に立つなら、お金だけを持っている国、お金でしかつきあえない国、と思われているこの国について、私たちはあまりにも無邪気、言うなれば認識不足ということはないだろうか。

国家間に信用がない間柄の国々と、どう国際化することが可能なのだろう。

「中味が空っぽのアニマル」と思われている国がどうして国際的な信用など得ることが出来よう。

- 思いこみではなくて、自然な存在としての人種的な違いをしっかりと認めて描くこと。
- 個人的な差異について、伝統、習慣の差異について、先入感をもたずに、事実として伝える。
- すべてが日本中心という認識ではなくて、世界を全体として見渡し、認識できること。世界の中の日本という視野をもてること。

こうした要素がテレビCM及び番組の中でしっかりと配慮されていることが大切なのだ、と私たちは思い至った。たった15秒のCMであっても、こうした認識があって作られるのと、まったくな

くて作られるのとは違ったものになるだろう。

クイズ番組に多く登場する外国取材の場面の中で、人種や国籍の違い、生活習慣の違いが興味本意に面白おかしいナレーションで紹介されることもないはずである。

テレビという強いメディアによってくり返し展開される配慮に欠けた情報のたれ流しが、私たちの日常にどんなに大きな影響を及ぼしているのか、意識の中に浸みこんでしまっているか……中曽根元首相の黒人系アメリカ人に対する差別発言をはじめとして政治家たちの枚挙にいとまがないほどの失言、は、失言などと言うものではなくて疑いもなく差別意識に根差した思い込みなのである。

### 違いを認めることから

すべての差や違いを自然のありようで認める、という言うは易く、実行するのはなかなか困難な命題に向って、それでも少しずつ、出来ることから実践していかなくてはならない、という強い意志を、私たちすべてが自らに課さなくてはいけない……一年間テレビを分析し続けながら、切実に思うようになった。

例えば美しい水着姿の白人女性が登場して、身をくねらせながら商品の宣伝をする、というよくあるパターンの宣伝方法について、人権とか差別という大

なたを持ち出して「問題だ!」と言い切るのは難しい。しかしその女性の映像を切りきざんで、ことさらにセクシャルな部分のズーム映像が使われたなら、それは商品の宣伝ではなく、アイキャッチャーとしての性の商品化が行われている、と思ひ至る。

男たちの視線を引くことを意識して、男の制作者たちが思いこみのもとに作るこうした場面について、こういう描き方をしないでほしいと表現すること、見過してしまわない意識をもつことも大切だ。男性の中にもこういう意識をもった人たちが育って来ている。「CMの中の男女役割を問い直す会」の活動を関西で展開しているのは、FCT会員の男性を中心とする人たちである。

例えば外国や外国人が登場しなくても、日常的にくり返されている人権侵害に私たちはもっと敏感になることが必要だろう。その延長線上で、人権と自由と人間の生命の尊厳を大切にすることを、市民意識として育てていくことが大切なのだ。

国際化という言葉ばかりが軽薄に使われ、上滑りしている社会で、テレビを分析してことから、私たちは真の国際化の意味に思ひ至るようになった。ここに書いたのは分析調査から解ったごく一部の報告である。実証的なデータを作り、そのことから多くの問題提起をしている報告書の刊行(8月)にぜひ御期待下さい。(竹内希衣子)

#### ■テレビが描く「外国」と日本の国際化

FCT 第7回テレビ診断分析調査報告書概要  
8月末刊行予定、B5版約90頁、予価 1,800円  
(送料250円)、主な目次内容は以下の通り。

第1部テレビ広告(CM)に見る「外国」

- 午後7時～9時のCM数量的実態
- 「外国」CMの数量的実態(「外国」CMの定義、業種別種類本数、業種別時間量、CMの長さ、CMの広告主)
- 人種、国籍はどう伝えられているか(登場人物の性別、年齢別種類、本数、人種、国籍、職業、役割)
- 「外国」女性はどう描かれているか(日本人女性の描き方と比較、CMの中の性差別)
- 「外国」文化はどう商業化

されているか(CMに描かれる国、地域)・「外国」CMで使われる宣伝技法。まとめと考察  
第2部テレビ番組にみる「外国」

- 午後7時～12時の番組の数量的実態
- 番組の種類別、局別本数、時間量
- 「外国」を扱う番組(「外国」番組の定義、本数、時間量、番組一覧表)
- 「外国」を扱う番組の内容の傾向(クイズ番組、生活ミニ番組、教育番組)
- 三大ニュースワイド番組にみる「外国」(「外国」を扱うニュース項目、ジャンル別、地域別本数、三大ニュースワイド番組の構成、ペルーフジモリ大統領当選ニュースの描き方比較、キャスターのコメントにみる「外国」意識)、まとめ考察。

## ■ 特集 2

## 湾岸戦争報道を見つめた市民の目

6月10日、アメリカ・ニューヨークでは湾岸からの帰還兵とその家族が戦車やパトリオット・ミサイルと共に誇らし気に行進する大祝勝パレードが行われ、マンハッタンの高層ビル街は数百万人の市民と星条旗、黄色いリボン、紙吹雪で埋めつくされた。その様子を日本のテレビ各局はまたもや一斉に私たちのお茶の間の画面に映し出した。そんな映像をみていると、私たちは実に複雑な気分を襲われる。戦争は終り、アメリカが勝ったというが、その結果、一体、何が解決したというのか。イラクでは今でもサダム・フセインが政権を握っているし、火のついた油田は燃え続け、地球環境の破壊は深刻になる一方だ。クウェートや他のアラブ諸国に民主的な政権が誕生したという話も聞かない。

この特集では、テレビの湾岸戦争報道を見つめた市民の思いを読者からの投稿と編集部への依頼による寄稿で前号の続編としてまとめた。

テレビの情報とは何なのか。このメディアの機能と限界を問い続けていきたいと考えて。

## 不条理を異化する装置

坂岡庸子

FCT会員でありながら、ほとんどテレビを見ない生活をしている私も、開戦後2、3日は、テレビを見続けた。NHKばかりであったが、報道規制のしかれた内容にあきかきて、やめてしまった。戦争の背景にある民族の対立の解説も、現在の戦局からみた作戦上必要な力関係と対立・親和関係の分析だけで、民族の文化や歴史に触れてはなかった。この点では、偶然見た5月12日の新世界紀行「危機のモザイク・パレスチナ」は、納

得のいく内容であった。

そうこうしているうちに、株暴落、戦争の長期化にともなう石油備蓄等、日本経済のゆくえや、派兵や支援をめぐる政治問題が主要問題となり、こうすれば、日本は国際世界（主としてアメリカの意向）からこう評価される、されないという類の、実に日本的なマスコミ論調となり、戦争は、元来石油以外ほとんど関心のない国の出来事として遠くに追いやられてしまった感じがした。

この頃、漫画や雑誌で、湾岸戦争報道に出演している評論家や同時通訳者が取り上げられ、その容姿まで話題となった。思えば、仕掛けたわけでも、仕掛けられたわけでもない戦争につき合わされる不条理を異化する装置として、彼らの身体性がおおいに利用されたと思う。テレビの果たした機能は、否応無しに巻き込まれた戦争のリアリティを国民に認識させる一方で、兵器のデモンストレーションを見ているようで戦争の割には残虐性を感じさせず、それでもじっくりしない気持ちのもやもやを、今回かぎりの新出演者を見ることで晴らせたことにあると言えるのではないか。

それにしても、新聞報道で、水俣病の川本さんが、自転車に戦争反対ののぼりをくくりつけて、一人でデモをされていることを知った時、その一貫した姿勢に心打たれた。「戦争は、最大の環境破壊です」と、石油汚染による、湾岸の生物や生態系の破壊が報道される前の話である。また、母の世代前後の空襲を経験した方々の、「他人事ではない。あれだけのミサイル射撃を受けて大丈夫か」と気遣うたくさんの投書を読んで、自分の想像力のなさにあきつつも、戦争体験者に今こそ発言して欲しいと思った。

マス・メディアが何をどう伝えようと、それを咀嚼できる経験のある人の情報理解が、いかに正確で、かつ先見性に満ちたものであるか、思い知

らされた一幕であった。G A Z E T T E 41号「テレビの戦争報道に対する市民の声」を読み、この思いを新たにした。(熊本市 大学教員)

## 戦争監視をしたテレビ

久田 恵

めらめらと油田が燃え上がり、すさまじい黒煙が空を覆う。その下を黙々と人々が歩いていく。国を追われたクルド難民の母親が死にかけた赤ん坊を抱いて砂漠の中にただずんでいる。この国に多くのものを与えてきたのに、なぜ？ とクエート領内で迫害を受けるパレスチナ人がおびえた表情で問い掛ける……。

戦争が終わってようやく、戦争に巻き込まれた無力な人々、庶民にとっての戦争の実態がテレビの画面に映し出されて来た。

そして、その淡々とした画面を見る度に、あの時のテレビ湾岸報道の異常なフィーバーぶりが思い出されてくる。

「イラクがイスラエルにミサイルを撃ち込んだ模様です」と高揚した声で告げた後、思わずにっこりしてしまった女性キャスターの顔、「いやあ、やっぱり開戦はありましたねえ、あなたの勝ちです」と画面の中で開戦派の男に言った評論家の悔しそうな表情などなど。みんな戦争を楽しんでいたっけ。

とは言っても、視聴者のこちらも偉そうなことは言えない。不快だ、不快だ、と言いながらもテレビの画面に深夜まで張り付いて寝不足の毎日だったのだから。

それでも、と翻って思う。テレビとは本質的にああいふメディアなのだろうと。悲惨な戦争を戦争ゲームという娯楽にしてしまう強靱さ、そういう回路を持ったメディアであるのだと。そしてそれがある意味で「戦争」の暴力に歯止めをかける重要な機能を結果的に果たし得た、とも言えるのではないか。

つまり、あの戦争は世界中の人々が、お茶を飲みながら観戦したスポーツであったからこそ、本来非倫理的な戦争に倫理、つまりは「反則なしでフェアにやれよな」という奇妙な枠をはめた。さすがにイラクはみんなの見ての前では毒ガスや生物兵器を使えなかった。アメリカはミルク工場や市民の防空壕を爆撃したと非難され、弁明にこれ務めた。イラクはそれを「アメリカは人道無視の戦争をやっているぞ」と西側報道陣に公開しテレビを通じて世界中にアピールした。イスラエルは国際世論を意識して反撃ができなかった。

むろん、報道規制された映像ではあったが、あれは世界中の人がほぼリアルタイムで「観戦」という「戦争監視」をしているまっただ中で行なわれた初めての戦争だったのだ。

もし、ベトナム戦争の時、現場にテレビカメラが持ち込まれていて、枯れ葉剤が森林や畑を荒野にかえるさまやナパーム弾が野を焼き尽くすさまが世界中の人々の目にきちんと映っていたら、アメリカはあんなにも長い間、アンフェアな戦争を続けることは、許されなかったのではないかな。そんな気がしてならない。

テレビの中の戦争は、戦争のリアリティーを伝えられないという批評も多かった。それでも、捕虜や爆撃直後の米兵たちの表情から戦争の生々しさは伝わってきたし、イラク上空を美しい花火のように彩った爆撃の様子に、その下に住む人々の恐怖を思い、止めて欲しいと念じた人は多かったろう。

戦争に巻き込まれた民衆の姿は確かに映らなかったが、映像の向こうに見るべきものを見るか、見ないか、それは見る側の方も問われるべき問題である。おそらく、これからの戦争はテレビを利用した情報操作がいつそう戦略として活用されることになる。そのためにもテレビメディアを過小評価も過大評価もせずその効用と限界を醒めた目で常に論じ合う姿勢がさらに必要だし、フィーバーでもなんでもよいから、テレビメディアを受け手である私たち庶民がしっかり握っていなければ恐ろしいことになる、そんな痛切な思いがする。

(神奈川県 フリーライター)

## 吾が Citizen's Action — CNN 報道に触発されて—

川平朝清

昨年の8月2日、イラクのクウェート侵略以来、我が家のテレビはケーブルテレビのCNNとNHK衛星放送の占める時間が多くなった。家内がアメリカ人ということもあり、CNNのトークショー「ラリー・キング・ライブ」や「ABC20/20」や「PBS・マクニール/レーラー・ニュースアロー」などは欠かさず見るように努めた。

1月11日のことであったが、その「ラリー・キング・ライブ」にロス・ペローというコンピューターで財をなし、その事業を通して築いた人脈・金脈を利用して、かつてイランの米国人人質の一部解放のためテヘランに乗り込み成功したという人が出ていた。WHO'S WHO IN AMERICAにも出ていたが、アナポリス海軍兵学校出身とはいえ、開戦反対経済封鎖の継続を主張していた。“大体、これまで10年にわたり武器弾薬を提供し、イランに対抗してイラクの軍事力を強化して来たのは外ならぬ、アメリカであり、フランスであり、イギリスではないか、それらの弾薬で我が国の若者の血を流させる程馬鹿げたことはない”というのである。そこへ電話をかけてきたのが商務長官自身、閣僚の一員としてペロー氏の意見に異議を申し立てた。すかさずペロー氏は、“その経済封鎖政策にしても一貫性がないではないか、国連決議の出た8月にはブラジル経由でコンピューターをイラクに売却した事実をどう見るのか”と迫る場面もあった。当然のことながらこれらのやりとりはイラクのフセイン大統領にも伝わっていたであろう。

考えてみればCNNのCはケーブルの頭文字であり、アメリカではマイナーなメディアでしかなかった。それが人工衛星利用によってたちまちグローバル化し、COSMIC（宇宙）のCを意味してもおかしくない世界ネットワークになっていたの

である。今や120か国で視聴出来るようになったというし、商務長官がわざわざ電話をかけて来る程の有力メディアとなってしまったのだ。

その「ラリー・キング・ライブ」でロス・ペロー氏が経済封鎖継続を主張したのは、折からアメリカ議会で、1月15日になってもイラク軍がクウェートから撤退しない場合ブッシュ大統領に戦争を開始する権限を与えるかどうかをめぐって、はげしい討論が行われていたことと関係があったのだが、CNNはこの国会状況も刻一刻報道していた。

1月11日の夜には、野党の民主党からも戦争権限法案に賛成演説をするのが出て来るようになると、家内はいたたまれないように大統領とカンサス州選出の“マイ・セネター” 共和党院内総務ポップ・ドール上院議員に、戦争権限法反対、経済封鎖継続支持の電報を打ちたいと言い出したのである。幸いシカゴに住んでいる二男に電報を打ってもらったので12日の採決前には届いたようであった。

私は私で、“私の国会議員” である、同じ区内に住む社会党政策審議会議長伊藤茂衆議院議員に手紙を出すことにした。どうも社会党が国会でやっていることは自民党の出した湾岸避難民救援のための自衛隊機派遣に反対するだけである。せめて湾岸諸国の民間機チャーターを積極的にすゝめるなどの具体的対案を出して欲しいと書いた。伊藤議員には申し訳ないこととなったのだが、市民からの電報や手紙に対する日本と米国の国会議員の対応如何を比較してみたいという意図があったことも事実である。

残念ながら大統領戦争権限法案は、両院の多数派民主党からも、共和党提出の決議案への賛成者が出たため上下両院とも賛成多数で採決された。そして、イラクのクウェート撤退期限が切れて二日目の17日、ブッシュ大統領は戦闘開始を命令することとなる。バグダッドからのCNNバーナード・ショウとピーター・アーネット両記者からの生々しい報道は、NHK「おはようジャーナル」で見たのだが、時を同じくしてシカゴの二男から

は、CNNを見るようにと電話が入っていた。CNN報道の日米同時性を証明する一瞬でもあった。

ところで、電報や手紙の反応の方であるが返事はブッシュ大統領のシャーリー・グリーン補佐官からのものが最初に来た。

「国家緊急のこの時期に国の内外から大統領に寄せられた書簡は膨大なものとなりました。個々の内容についてご返事することは不可能なことでありますが、大統領には概要報告してあります。我々はあらゆる外交手段、アラブ連合、国連、EC等の機関も通じて平和的解決のための努力を傾注したにもかかわらず、サダム・フセインはこれに応じませんでした。

合衆国は有史以来、自由と人権の基本的原則を擁護するために行動して来ました。イラク軍が、クエートより徹退するまで、我々はこの原則を貫く覚悟です。今やアメリカ国民にとってこの困難な時期にあたり、大統領は勇敢なる将兵のために祈ることを求めています」とあった。

そして翌日にはドール上院議員からの2枚の長文に及ぶ返事が届いた。内容は共和党院内総務にふさわしく、ブッシュ大統領の決断に理解と支持を示して欲しいというもので、かつてのナチス・ドイツが小国を武力で併合したように、サダム・フセインの行為は国際法を無視した侵略であり許されるものではない。今や共和党も民主党もなく国民一致して「砂漠の嵐」作戦を支持し、サダム・フセインに侵略の代償は少ないものでないことを知らしめ、平和回復のために行動し祈ることこそ大事であると結んであった。

そして、待つことしばらくして二月ははじめになって、伊藤議員からの返事が着いた。

「通常国会の再開、党の全国大会とあわたり日々がつづいて、ほとんど東京の議員宿舎に泊って帰宅出来ない状況でお返事がおくれ恐縮しております。湾岸戦争、そして原油流出・環境破壊を含めた深刻な事態の中で社会党として難民救済・輸送の具体策を提唱しております。軍用機でなく、陸海路で、現地ではヨルダン航空のチャーターを含め、カイロからアジアへは民間航空で、と

いう内容を国会でも強く主張してまいります。赤信号だけでなく、青信号も鮮明にする党になるよう力を尽してまいります。」

かくして、日本・アメリカの国会議員とも市民のさゝやかな意見に対して応答してくれたことは幸いであった。今回のことは、CNNの「ラリー・キング・ライブ」に出ていたロス・ペロー氏の発言とアメリカ国会の討議の中継を見て行動を起こしたアメリカ人の家内に触発されることが大きかったと言わざるを得ない。私などは、今まで国会議員に会った際意見や主張めいたことを直接に言ったことはあるが、大抵は立ち話のようなもので記録に残るように手紙での行動に及んだのははじめてのことである。

停戦になったのが2月28日。そのあと3月17日から25日まで、国際シンポジウム出席のためインドのニューデリーに滞在していたのだが、こゝでは湾岸戦争がいろんな面で色濃く影響を与えているのを感じた。政治的には多国籍軍に給油基地を提供するかしないかで、冷戦解消後効力のなくなった筈の非同盟政策を持ち出してホットな論争があったというし、経済面では湾岸諸国から出稼ぎに行っていた人達が避難民となって帰国したため失業率が増大し、インフレの増進と輸出の低迷に加えて、シェカール内閣が政権を投げ出して総選挙前という混とんとした状態であった。したがって、豊かな湾岸諸国や米英仏などの大国の戦争に130億ドルもの金を出す日本はアジアの国々が目に入らないのか、という声が出るのも当然な気がしたものである。皮肉なことにニューデリーのホテルに滞在している間、私達夫婦にとって毎日のニュースソースは地元の英字紙と、外ならぬCNNであった。

湾岸戦争後遺症報道はもっともっとアジアに目を向けなければならぬと思った。(東京放送文化基金)

情報操作は今も変わらない

山口明男



1月17日朝のテレビは臨時ニュースでイラク戦争の始まりをCNNのアネット記者の電話レポートでの空中戦の様を伝えてきた。私は午前中テレビを見続けた。

私の戦争体験（東京大空襲）は3歳のときである。家財道具を荷車に積みその上のちょっとした空間に乗せられ避難した。私の生まれた強固な聖路加病院も燃え空は真赤になり爆音の響くなかで見た光景は、「ただ恐しかった」という記憶が今も残っている。しかし、今回の戦争報道で見る空爆の映像は似ているような気がするが「テレビ」だとなぜか冷静に見られる。

テレビで見る戦争は「ニンテンドウ・ウォー」と呼ばれあたかもテレビゲームを操るかのような映像が多かった。しかも、リアルタイムに現実を映し出す映像は隠された部分や背後にある力を捨棄した映像であるがあたかも客観的に事実を伝えるかのように見えるのは不思議である。

戦時下の危機的な状況では記者が直接取材して自分の思いを込めて生の情報を送り届けるというシステムはない。情報は検閲や規制という制約された情報をもとに一瞬を競って「ニュース」や「番組」を作るわけであるからどちらか一方に偏るのである。ガンサーは「内幕」ものなかで「戦争は宣伝戦であり、戦時報道の演出者は将軍である。」というウォルター・リップマンの言葉を引用しているから、昔から戦争には必ず情報操作があったということだろう。

多国籍軍（アメリカ側）司令官はハイテク兵器の映像を用いて空中戦での正確性を示し、おおきな成果をあげたと報道した。いつも作戦は予定通りに進んでいると記者発表してより一層世界に戦争の正当性を訴えた。標的を外れた市街や誤爆した民生用施設などあったはずだがほとんど伝えなかった。湾岸戦争の特徴は戦争の持つ悲惨さや死傷者の映像はあまり映像にはなく、いわゆる「きれいな戦争」というイメージで報道されていたのではないと思う。それは当然攻めるアメリカ側の好む報道になっていた。

ジャーナリズムの原点は現場にありという視点

でCNNのアネット記者は戦争記者経験に物を言わせて、通信機材を持ち込み「ニュース」を追い伝える覚悟が出来ていた。安全な場所で提供される情報だけでなく、自分の目と足で行けるとこまで行くというスタンスで取材していたのだろう。そして検閲済みのコメントを出しながらも爆撃のシーンで“オヤー”と思う「映像」や「ニュース」を送りつづけていた。

戦争が終りテレビ各局が湾岸戦争の特集を組み取材の限界や情報の持つ意味や規則や検閲に関して送り手として制約上出来なかったことへの反省や映像から視聴者に何を訴えようとしていたかなどを検証したことは評価できるのではないと思う。

特に「戦争報道」は取材した情報や映像のなかから必要なものを選びだして送り手の意思を込めて制作するのだから見る側が目利きになる必要がある。それには各自が問題意識を持って映像や情報の欠落部分を埋めてテレビをクリティカルに見ることが重要である。それにしても情報操作は今も昔も変わらないということなのだろうか。

（東京 FCT 会員）

## 行動力を喚起する報道を

小林洋一郎

<忌まわしい思い出>

小学校3年生のある放課後、校庭の肋木の天辺で掲揚台の日の丸を眺めながら「僕はアメリカやイギリスの子どもでなく、日本の子どもであって本当に良かった」としみじみ思っていました。

訳も分からず「鬼畜米英」のイメージを叩き込まれ、四六時中戦勝ニュースを聞かされていた子どもが、日本に生まれた巡り合わせをしみじみ噛みしめても何の不思議もありませんでした。

<市民を陥れた湾岸戦争>

イラクの市民も恐らく私の幼い頃の体験と同じ体験を強いられているでしょうが、国連の決議を

鷄呑みにしている日本政府も日本人を同じトリックに陥れています。

クウェート進攻以来、日本から一体誰が現地へ行ったのでしょうか。複雑な中東情勢の中でそれぞれの国民なり指導者が取っているぎりぎりの行動が交錯する状態の中で起こったことです。

戦争を放棄して平和憲法を保持する日本としてそのような状態の中から平和への道を模索する為にあらゆる分野の人達が世界中で行動すべきだったのですが、何の試みもなく、単純にフセイン悪者で片付け、日本人の平和使節国意識を削ぎ、太鼓持ち国に成り下がってしまいました。

#### ＜不快極まる湾岸報道＞

湾岸戦争が口火を切ったからの報道は不快極まりないものでした。

まず第一に、報道される内容によって日本人として次の考えや行動が取れる内容のもでなかったこと。戦況の変化によって日本人の生活に変化を呼ぶことはあり得ますが、その為にテレビにしがみ付き、刻一刻の変化を必要とする程切迫したものではありません。しかも、それがどのように変化しようとも、戦争そのものに日本人が直接介入できる訳でもないのに眠気眼で出勤する人がどれだけ多かったことか。

もっと日本人として考え、行動できる報道、例えば、戦火を逃れて困窮している難民に対して何が出来るか、泥足で踏み込まれた中近東諸国の市民に日本として何を訴えれば良いか、或いは、子ども達を戦争の毒牙から守るには何をすべきか等に参考になる報道は皆無に等しいと云えます。

それに、日本にそのような職業があるとは思いません。しなかった「軍事評論家」なる人達が訳も分からない分析をしています。軍事的な詳細なデータが入手出来ないのですから、戦況の行方については不透明であり、不確定であることは素人の私と同列です。何が悲しくてそのような人がしたり顔で得々と喋るのに付き合わなければならないのかと思いました。

#### ＜平和を訴える報道を＞

報道は平和を実現する力を盛り立てることに寄与することを常に念頭におくべきだと思います。

ところが、先日の問題の掃海艇の派遣の報道では、平和の為と云うのであれば、昔の刀の封印のように絶対に砲機は使用しないことを表現すべきですが、堂々と砲機を搭載し手入れをして出航したことに何の問題提起もありません。

報道の影響力が大きいのは、その時の社会意識に合致した報道はその意識を更に高揚させる力を持つだけであり、報道単独で社会意識を別な方向に持っていく力は非常に弱く、余程報道関係が結束して社会に芽生えた平和への意識を積極的に育てなければならぬと思います。

この度でも、一部の市民のボランティアによる難民輸送機の実現は、わずかな報道に多くの市民が反応した結果ですが、それが政府の意識を変える力にまで成長しなかったのは残念です。

とにかく、「何を知るか」ではなく「何をしているか」「何をすべきか」に応える報道を！

(神戸市 FCT 会員)

\* \* \*

新聞を手がかりにテレビの湾岸戦争報道を問い直す前号の特集には、多くの反応が寄せられた。特に朝日新聞夕刊コラム「深海流・編集委員の目」で「テレビについて多くのことを考えさせる調査」と、FCTの電話番号つきで紹介されたこともあって(5・11)、全国から問い合わせや「ガゼット」新規購読の申込みが相次いだ。市民が発信する情報への潜在的ニーズは私たちが考える以上に大きい。

新聞を媒介にこうした情報のやりとりを経験するにつけても、テレビと私たち市民の距離の大きさを痛感させられる。視聴者を抜きにしてテレビは存在し得ないはずなのに、その視聴者がテレビから送り出される情報をどう受けとめ、何を考えているかを知る術が、当事者であるテレビ人たちにはない。この構造的欠陥をどう是正し、テレビを市民のメディアにしていけるのか。テレビ各局は湾岸戦争報道の経験をもっと時間をかけて根源的に問い直してほしい。テレビが一方的な情報の大量送出装置と化す時の恐さを私たちは今回も身をもって学んだのではなかったか。この教訓を将来に生かす勇気がいま求められている。

## KBS京都の市民のための委員会と交流

於 KBS 京都  
1991年6月1日

日本新聞学会が京都で開催され、FCTの分析調査の研究報告を行ったのを機会に、FCTスタッフ4名と関西会員7名の交流会を兼ねて、KBS京都（近畿放送）を訪問し「市民のためのKBSをめざす実行委員会」の方がたと話し合いを持った。

KBS京都は経営者の中にイトマン事件に関与した人物がいて放送局と放送機材をまるごと借金の担保に取られるといった前代未聞の異常事態にあるUHF局である。しかし、この小さなローカル局で働く人たちは地域に支持される放送局、京都に豊かな放送文化を創ろうと、広く京都の市民や大学研究者に呼びかけ、1985年に上記の実行委員会を結成。経営者がどうであれ、市民と共に活発な活動を続けている。（会の結成、その理念についてはガゼットNo.33を参照）。

1988年には“ひとり一秒1,000円で見えるテレビ”をキャッチフレーズに募金で1,085万円を集め、週一回8回シリーズの「ポーポロ京都」という30分番組を放映した。これは消費税、教育、平和、医療、地場産業といった問題を取り上げ、市民が企画し放映するアクセス番組だった。また国鉄解体反対CM、京都交響楽団の演奏会の放映なども行っている。他に報道をめぐる市民集会やシンポジウムを開催したり、NHK京都との共催で「放送フォーラムイン京都」を88年から4回開いている。これも他県では見られない活動である。

## 市民アクセスについて話し合い

**実行委A** 1千万円のお金を集めるのはとても大変だった。企画から放映、宣伝の3つの仕事が短期間に事務局の特定メンバーに集中し、きりきり舞いをしてしまった。KBSの所有している映像が借用できないこともあって市民の思いが十分に伝えきれなかった。夜11時に放送という時間帯についても、様々な意見が出た。放送内容について会社側の介入といった困難な問題もあった。

**実行委B** たくさんの団体が組織したものの、ひとりひとりがお金を出しあって電波を買うという新しい運動を理解するには準備不足もあって、すべてが個人の拠金でまかなえず、組織団体からの拠出金に負うところもあった。

**会員A** 昨年4月ジェリー・マンダー氏が京都で開かれた環境会議出席のため再来日された折、FCT紹介でこのKBSに立ち寄られた。東京で会った折、彼はKBSの市民運動を評価し、アメリカにはこんな放送局はないと驚いていた。

**実行委C** マンダー氏には大変誉めていただいた。私たちが放送にはお金がかかるし、放映時間帯の問題もあるので、マンダー氏のPMC（パブリック・メディア・センター）にならって今後は印刷メディアの活用も考えている。

**会員B** 「ポーポロ京都」を見た感想だが、市民参加による番組提供というユニークさに比べ、番組の構成や司会者・解説者の役割など伝統的で、その点でもっと工夫がほしかった。

**会員C** ちなみに社員の中の女性の比率は？

**実行委D** ほぼ270名中35名、13%というところ。今年は新入社員11名中6名が女性である。

**会員D** 市民のアクセスでどんな工夫を？

**実行委B** 運動の初期には生協の活動に学ぶことが多かった。生協組合の番組づくりに専門の人をつけてカメラとマイクを貸したこともある。「ポーポロ京都」の時はビデオ講習会をやった。

**会員A** メディア教育を是非進めてほしい。市民がテレビを使いこなせなくてはアクセスも難しい。

**実行委E** 最近は番組審議委員会に市民の代表を送りこむこともしている。会社側も私たちの実行委員会の推せんを受け入れ、今年も推せんした女性が一人そのまま審審委員になった。また、市民が放送免許について話しあう再免許委員会を作る運動も始めている。今後、FCTとも交流を深めていきたい。

(まとめ 永田 順子)

# FCT

## データ・バンク

— 海外編 —

### ●特集 子どもとテレビ Children and Television ; Growing Up In a Media World, Media & Values, Winter 1991.

Media & Value 誌はアメリカの市民団体発行の季刊誌。メディア教育を主眼としている。1991年冬号で子どもとテレビを特集している。我が任天堂のゲームソフトに子どもの心を奪われそうになった母親の応戦記などの投稿もあって興味深い。ここでは the Center for Media & Values 研究員 J.F. Pavis 氏が8才と6才の子どもを育てている体験から得た Five Important Ideas to Teach your Kids about TV を紹介する。「親は子どもと一緒にテレビを見て、その内容について子どもと話し合うべきだ」というこの金科玉条を具体的にはどの様に、という方法論を示した実践編。筆者はここでメディア教育のための原則5つを示し、悩める親たちに「好き嫌い」というような価値観以外の「何か」をテレビ批判の手がかりとして使うようにすすめている。

その1：テレビよりもあなたの方が利口なのだ。 私たちがテレビから何を影響されるか、何を受け取るか、の選択権（フィルター）を握っているのだ、ということを実感する。例えばコスビーショーに登場した見ずばらしい女性から、その場面とは全く無関係なホームレスの人々についての話題を引き出し、子どもたちに新しい刺激を与えることも出来る。子どもがテレビの画面の中から独自に現実生活の断面を連想したり、現実の諸側面とテレビの番組とを考え合わせたり出来る様なフィルターを身につけさせてやること。それが子どもの好きな番組を邪魔することも

なく、テレビメッセージを子どもに有益なものに変えてゆくための最も簡単な方法である。子どもがテレビ画面から他の色々な事柄とを考え合わせるフィルターを発達させておくと、彼等がマクドナルドのコマーシャルやベッドルームのキスシーンを見て単純で直接的に影響されてしまうということは少なくなる。

その2：テレビの写し出す世界は現実ではない、ということ。テレビは決して現実生活そのままではないのを忘れないこと。子どもとテレビを見ながら（最初は見とれているフリをした方が効果的）突然「アレ、このミルクは本物じゃないみたい。きっときっと白い糊だわ。だからコンフレックがグシャグシャにならないダ」等々、事実を指摘してやること。ただし、この種のコメントはパッと短発的に差し込むがそれ以上のお説教になってはならない。子どもにテレビの映像の真実性に対する懐疑心を芽生えさせれば十分と心得ること。

その3：テレビの中では誰かが誰かより秀れている、ということがある。テレビは概ね白人の男性の視点を代表している、ということ。それ以外の人間は皆、より重要性が低く、殺され役だ。それを念頭に置いて、特に子どもと一緒に見ている時には、声に出してテレビに反論してみることは、大人自身と子どもに、テレビの映し出すまやかしの現実性を思い起こさせる最良の方法である。これはニュースについてだけではない。例えばコマーシャルに出てくる女性の姿についても「モデルだから素適なのよネ。私がやってもあんなにきれいにはゆかないワ」とつぶやいておくことだ。

その4：テレビは同じことを何度も繰り返してやっているものである。テレビでは絶えず目新しいことにお目にかかれる。変化に乏しく飽き飽きするということがないように見える。しかし、そう見せているのが、

テレビ制作上のテクニックであることを知っておくべきだ。テレビのコミックショーが笑い声録音の繰り返しで効果を上げたり、バックミュージックで雰囲気盛り上げているテクニックを子どもと数え上げてみるのもよい。テレビのきれいな事のベールを取り去って見る事を覚えれば、子どももテレビの前でカウチポテト族を決め込むことはなくなるだろう。

その5：いつも誰かがテレビを使って金儲けを目論んでいる。おそらくこれが最も重要なことだ。テレビはお金を持っている人間を魅きつけること、とお金を持っていない人間をお金ほしいという気持ちにさせることを第一目標として作られているという事実を、子どもに明らかにすることをまず考えるべきである。スポーツ番組の中でスポーツ用品のコマーシャルが流れれば、「私はこのコマーシャルが大好きだけど、何故これがあのメロドラマの中に出てこないのかな」と問いを発する。最初は理由のわからなかった子どもも、何回か説明していれば次第に納得するものだ。特定の番組について、どんなコマーシャルが出てくるかを当ててみる手もある。これは幼児にとっては、コマーシャルと番組との区別を把握するという、年少の視聴者にとって必須である技術を身につけさせることにもなる。ネットワークもテレビ局も、コマーシャルをスポンサーに売ることでお金を得ているのだ、ということも子どもに教えておこう。「君がこの番組を好きかどうかはテレビ局には全く関心のないことで、彼等にとって大切なのは出来るだけ多くの人にコマーシャルを見てもらうことなんだよ」と。番組の場面に特定の商標が明らかにわかる商品が出てきたら「××の会社はあれを出してもらうのにどれ位お金を払ったのかな」と一言差しはさむのも忘れないこと。Production placement は今やハリウッドの貴重な財源なのだから。

（レビュー 宮下浩子）

# FCT データ・バンク

## — 国内編 —

●特集・テレビは湾岸戦争をどう伝えたか、「月刊民放」1991年5月号。

①テレビが描いた湾岸戦争の特質・藤竹晁、②湾岸戦争の歴史的背景と報道・インタビュー・小山茂樹、③孤立した“報道小国日本”に猛省を・竹下疆一、④各局の取材・報道体制を振り返って・竹内淳、⑤在京5局報道現場からの報告——日本テレビ、東京放送、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京、の以上9論文から成る。

竹下論文によれば、今回の湾岸戦争によって露呈した日本政府の無策無定見、そして外交政策の常に受け身にまわる情けなさは言うまでもないことだが、そういう批判をくり返しているマスコミ自体、とくにテレビ報道も、常に外国報道の受け売りに終始していたことについての反省は出て来ていない。国際的な分野で見れば、日本は政治小国であり、外交小国であり、同時に報道小国でもある。例えばアメリカの報道規制にあおうとも、テレビ報道の基本である現地主義に一步でも近づく姿勢は必要であったし、今後は日本の主張をもっと世界に向けて発信していく、そのことによって世界の理解を得ることを考えていく必要がある、としている。

在京5局の報道現場からの報告では、素材の大半を外国に依存したことから、独自取材の重要性をあらためて再認識した。それにしても外報の人手不足による徹夜続きの体制も限界であったとするNHK。

戦況を伝えるだけでは戦争を伝えることにはならない、敗者の視点、負けた側からの目をもたない限り戦争の悲惨さや残酷性を伝えることは出来ない、と自省したTBS、映像

と情報の出所を明きらかにして伝えることの必要を感じたフジテレビ、戦争報道に自由があり得ないとすれば、検閲下の厳しい取材でこそ記者個人の表現力、感覚、経験、そして能力が出てくることを痛感したテレビ朝日、戦争の記録をきちんと残し歴史的に検証し分析しておくことが必要とするテレビ東京、など、それぞれに現実感のある内容の報告と提言になっている。(T)

●特集世界のテレビは「湾岸戦争」をどう伝えたか、「放送文化」1991年No.22号。日本放送出版協会

アメリカCNNなぜ戦争ナマ中継は成功したのか・三浦規成、イギリスBBCフォークランド戦争の教訓が生きていた・亀谷精一、イラク国営放送「官製報道」には真実が隠されていた・柳沢秀夫、ドイツARD報道の最前線にたつことができなかった・亀谷精一、4000本のビデオが語ること・正野元也等、真実は報道されたのか、ジャーナリストの葛藤と今後への教訓・平野次郎、資料湾岸戦争における英米の報道規制、世界の主な放送局の「湾岸戦争」関連番組一覧、他に米ジャーナリズムは湾岸戦争で後退したのか・大蔵雄之助、など、20頁に及ぶ大特集を組んでいる。多くの情報の中で興味深かったのは、世界の主要放送局の湾岸戦争関連番組一覧である。すべてをのせているわけではないが、それにしても、日本と他国の違いが判然と出ている。例えばアメリカのABCでは、「子どもたちの疑問に答える」という1時間番組で、人気キャスターのピーター・ジェニングスが、司会をし全米の子どもたちの戦争に関する疑問に、記者や政府、軍事関係者が答えている。「決断の苦悩」という番組ではCNNをイラク寄りとし非難、「ノーと言おう」では兵役拒否、拒否者保護運動のネットワークのレポート、他に湾岸戦争は石油確保のためと皮肉ったパロディドキュメン

タリーなど、ユニークな番組も放映された。

ドイツでは、戦争に出兵しなかった国として周辺諸国の非難を受けたが、「サダム・フセインの協力者」はドイツのイラクに対する軍事的協力の実態をレポートしたものの。CNNの報道姿勢について強力に皮肉な調子でレポートしたものなど、ドイツ自身の立場の苦悩を反映したものが多かった。さて日本は、NHKのおもにスペシャル枠で放映されたものが多かったが、ドキュメント「開戦から10日」徹底討論「日本は何をなすべきか」「今後の中東と世界」「難民キャンプの記録」「アメリカ兵捕虜の記録」「テレビは戦争をどう伝えたか」など本数と時間量は多いのだが、世界の国々との関連において今度の戦争を考え、日本のありようを考えると、子どもへの配慮といった視点がぬけおちていたことが、この資料からも知ることが出来る。(K)

●テレビ湾岸戦争報道の内側—覆面座談会、「放送レポート」No.110、1991年5/6月号。

新聞、テレビの湾岸戦争報道に関わった現場記者たちの、覆面であるだけに卒直な話しあいによる報告のかたちになっている。天皇報道の折と違い、入って来たニュースについて短い時間で的確な判断を下し対応しなければならなかったこと、ほとんど泊りこみの徹夜続きで四六時中戦争報道に関わり続けた疲労度が、報道のありように影響することもあったと思う、とも語られている。

リアルタイムで送られる映像は量と速さで競われ、内容を吟味することが疎かになりがちで、速さを支えたアメリカのネットワークとの提携にも問題は残った。アメリカのテレビ取材の映像があたかも日本のスタッフの取材のように報じられたこともあり、例えば油まみれになった水鳥の映像にしても、おかしいなど思いつつとびついてしまった、という

自戒などもこめて、卒直な検証が行われている。こういう検証をテレビの画面でも見たいと思うのは難題というものだろうか。(K)

●戦争メディア世論、門奈直樹、「放送批評」1991年6月号。

戦争報道を検討することは、平和の方向性を見定めるとともに、自分たちの既成観念や暮らし向きのスタイルを変える契機にも連なる、とした上で、戦争報道のもつ2つの側面について述べている。

1つは戦況報道で、ここからは戦争に対する考え方、報道のありようについての疑問はおこらない。むしろかっこよい戦争の一面が強調され、今回の湾岸戦争でアメリカが流した情報はほとんどこの部分に限られていた。こうした報道からは人々の興奮、熱狂が作り出す、人間の感覚をもマヒさせてしまう戦争ショーの側面が強調される。アメリカによって強調された正義の戦争にふりまわされ、もう1つの戦争の本質について解釈を加えた報道の側面が見失われがちであったことについて、例えば世界各地で行われた反戦集会、ジャーナリストによるイギリスの反戦など、民衆ジャーナリズム的発想の展開が少なかったこと、例えあっても報道されなかったことに、戦争と平和についての討論のあり方の再検討を提案している。(T)

●テレビ・危険なメディア—湾岸戦争報道を検証する、鈴木みどり、「公明」No.354、1991年7月号。

テレビの湾岸戦争報道を検証する中で、映像メディアとしてのテレビの危険な特性を解き明す。特に、画面に映すものを常に選別しているテレビの特性から、湾岸戦争について何が伝えられなかったかという問を発して、市民の思想がどのように締め出されていたかを追求している。

戦争に反対し、平和のために行動した人、活動に参加した人は国内外

にたくさんいたが、「テレビはそのような市民たちを個々の多様な人間としてみるのではなく、単なる数としてしか見ていなかった。そのため、一部の反戦デモを取材し、その断片的映像に『運動は盛り上がりなかった』とコメントをつけて流したりした」と述べている。

またテレビによる「戦争」のイメージ(映像)シャワーとハイテク兵器による砲弾の雨には符号する点が多いと述べ、いずれも最新鋭の電子テクノロジーによって可能になったし、砲弾であれ電波であれ、それを握っていたのは米国を中心とする経済大国、ターゲットとされたのは経済的に貧しい第三世界であったことを指摘して、「この図式をどう変えていけるのか。私たち市民の知恵とグローバルな連帯がいま求められている」と結んでいる。(F)

●特集/湾岸戦争・子ども・授業、

「授業づくりネットワーク」、1991年7月号、No.40、学事出版。

①湾岸戦争をどうとらえるか・田村愛理、②湾岸戦争を見つめる子どもたちの目・古谷信一、③「問題づくり」で学ぶ湾岸戦争・松崎次男、生物化学兵器の歴史と湾岸戦争・梅津徹郎、湾岸戦争後の平和教育・江間史明。教科書の中で教わる戦争ではなく、テレビを通してリアルタイムで伝わって来る戦争について、アメリカでは授業時間の中で戦争について教え、考えるカリキュラムが多く実践された。日本でもゆとりの時間を使って戦争を考える授業を行った学校が多かったが、例えば福岡県では教室で行われた平和教育について教育委員会との間で軋轢が生じたことなども報告されている。

福岡県で小学校4年生の社会科の授業に湾岸戦争をとりあげた江間論文の実践報告では、イラクによるクウェート侵攻、原油の流出による油井火災のもたらした地球環境の破壊などいくつかのテーマにわけて子ど

もたちにテレビや新聞の情報を集めて整理する作業を行わせた。そして話し合いを重ねるうちに「ブッシュフセイン両大統領に戦争をやめよと手紙を書こう」「石油を海へ流さないようにフセインに訴えよう」などの子どもたちの声も出てくるようになり、平和と民主主義を守る教育を進めていくことの大切さをあらためて重要と認識したと報告している。(J)

●座談会「アメリカはメディアという戦場で勝利した」平山健太郎、筑紫哲也、田英夫、「放送批評」1991年5月号。

日本の湾岸戦争報道がいかににわか評論家や軍事評論家を動員して、映像を補う役を果たしたか、特異な成り立ちであった報道のありように反省をこめつつ語りあっている。

他に「アメリカTVの43時間」隅井孝雄、「戦争とジャーナリズム」桂敬一、同志。

●湾岸報道体験記—第一線テレビジャーナリストが語る、川村晃司、「放送批評」6月号。

●総特集「湾岸」報道の嵐、「メディアの湾岸戦争、テレビ戦争報道の虚実、池本春樹他。「ジャーナリズム研究」1991年春季号。

●湾岸戦争とジャーナリズム、「映像情報は文字情報に勝ったのか」久保田健次、「湾岸戦争テレビは何を報じたか」竹内希衣子他。「マスコミ市民」3月号。

●「バグダット・ピーター・アーネットは国賊か」青木富貴子、「戦勝団アメリカよ驕るなかれ」松原久子、「文藝春秋」5月号。

●「ピーター・アーネット特別インタビュー」青木富貴子、「マルコポーロ」6月号。

●CNNショック日本のテレビは何を学ぶべきか」諏訪澄。「中央公論」6月号。

●情報通信業界、小田原敏著、教育社新書、1991年5月。

産業界シリーズのNo.652である。

情報通信産業界を「通信系サービス」、  
「放送系サービス」、「その他の情報  
通信サービス」に分類し、関連する  
制度および最近の議論の動向、業界  
の概況等を豊富な事実資料と共に判  
りやすく解説している。

本来は実態をコンパクトに紹介す  
る資料なのだが、本書にはそれらの  
実態に向かい合う著者の基本的な姿  
勢が現れている。

「通信、放送の多様なメディアが  
あられ、さまざまな電子的コミュ  
ニケーション手段が、身近な存在と  
して具体化しつつある。こうしたな  
かでは、常に、これらを推進するう  
えでの哲学が求められる。これまで  
の産業政策にみられるような、情報  
化が、普及が、そして高度化が、あ  
るいは、競争、自由化がよいといっ  
た単純な図式では、なぜそれがよい  
ことなのかは全くわからないのであ  
る」というのが著者の基本問題意識  
であり、各章のデータの取扱いにそ  
の考え方が反映されている。(I)

### ●教育情報・プライバシーと知る権 利、今橋盛勝、「法学セミナー」

1991年7月。

内申書、指導要録開示をめぐり、  
文部省が5月に教育情報の公開の検  
討姿勢を示したことから、議論はさ  
らに活発になっている。

現行の教育評価は3種類ある。第  
一は生徒に渡される「通知表」であ  
る。これとは別に、各教科の記録・  
行動と性格の記録・特別活動の記録  
などからなる「指導要録」があり、  
これら両者の内容は相当に違ってい  
る。さらに第二の評価として、受験  
に際して重要な地位を占めている、  
「内申書」というものがあるが、こ  
の内容も必ずしも「指導要録」とは  
一致しない。これらの情報を学校側  
が非公開にしていることに対し、問  
題提起がなされている。

開示請求の根拠は、公文書に記載  
されている自己に関わる個人情報  
をわれわれは知る権利があるとす

る方である。

アメリカでは教育情報へのアクセ  
ス権とプライバシーの保護が保障さ  
れている。統一前の西ドイツでは、  
進学先に送るのは教科の成績部分だ  
けで、性格や行動の記録は送っては  
ならないことになっていたという。  
イギリスでは最近指導要録の閲覧が  
可能になった。教育情報の非公開が  
教育統制につながっていると批判さ  
れている日本で、問題が今後どのよ  
うに展開するかを注目する必要がある。  
(I)

### ●女性のデータブック、井上輝子・ 江原由美子編、有斐閣、1991年4月刊。

女性の戦後史(1945～1990)を  
データと解説でたどる便利なハンド  
ブックが刊行された。女性史・女性  
学に関心を持つ人、勉強する人に役  
立つ。データは官庁統計からミニコ  
ミまで10人の共同執筆者によって選  
ばれ、次のような7領域に分けて並  
べられている。①結婚・家族はどう  
変わったか、②性・ところ・からだ、  
③労働力として質・量ともに向上、  
④広がる教育機会、⑤社会的活動の  
場で、⑥変わる男女役割、⑦マスメ  
ディアのなかの女性。

さらに第2部として、女性戦後史  
略年表(1945～1990)、参考文献も  
ついている。

「メディアのなかの女性」の章で  
集められているデータは次の通りで、  
FCT分析調査報告書からのデータ  
も収録している：

①テレビは主婦型メディア、新聞嫌  
いの若年層—メディア接触、②ニュ  
ースとホームドラマ、サスペンスド  
ラマが人気—テレビ番組接触、③新  
聞記事接触、④本の接触、⑤雑誌接  
触、⑥発行部数にみる女性雑誌の地  
殻変動、⑦テレビニュースの内容、  
⑧テレビドラマの描く女性像、⑨テ  
レビコマーシャルの中の女性像、⑩  
活字メディア上での女性の表現、⑪  
新聞投書者と投書内容、⑫女性雑誌  
の内容、⑬雑誌広告量、⑭雑誌広告

の中の女性、⑮コミックの中の女性  
像、⑯マスコミの中で働く女性たち。

他の各章にもほぼ同じ量の項目が  
並び、図表、数表も多く、利用に便  
利である。(M)

### ●異文化の中のニッポン、川竹和夫 編著、二期出版、1991年4月刊。

副題に「アジアのメディアは日本  
をどう反映しているのか」とあるよ  
うに、編著者を中心に1983年から海  
外各国と日本のマスメディアの中  
にあらわれる相互イメージについて続  
けてきた共同研究の成果を中心にま  
とめた本。アメリカ、ヨーロッパの  
メディアの中の日本像に関する報告  
も入っている。

同研究グループは「日本を中心と  
するテレビ番組の輸出入」について  
の調査研究をまとめ、『テレビのな  
かの外国文化』(日本放送出版協会  
1983)を既に出版している。本書は  
これに続く二冊目の報告書である。

目次を記すと、①情報は国境を越  
える、②歴史的な背景を伴った日韓  
イメージ、③情報流通のアンバラン  
スによるステレオタイプ(タイのマ  
スメディア事情と相互イメージ)、④  
衛星放送による情報圏の拡大へ(台  
湾・香港のマスメディア事情と相互  
イメージ)、⑤ビジネスオンリー、顔  
の見えない日本・日本人(フィリ  
ピンのマスメディア事情と相互イメ  
ージ)、⑥全体像浮かび上がらぬ怪物イ  
メージ(アメリカ)、⑦親近感と反感、  
大きい日英イメージギャップ、⑧ワ  
ット・ドウ・ユー・シンク・アバウ  
ト・ジャパン(ヨーロッパ人のい  
だく日本像)、⑨情報発信への転換を求  
めて(新国際情報秩序への動き)、⑩  
国際社会でのマスコミの影響。

国境を越えるテレビ電波のアジア  
地域で果たす役割は増々大きくなる  
ことを考えると、国際共同研究の意  
味は大きい。研究はまだ継続中であ  
り、若手研究者が多く参加している  
こともあって、今後の研究成果にも  
期待される。(M)

●子どもの人権「国連・子どもの権利条約」を読む、「子育てブックレット」No.7、乳幼児発達研究所、1991年3月。

「子どもの権利条約」(1989年11月に国連で採択)を幼い子どもたちのかかわりの視点で読むという試み。前文とⅠ～Ⅲ部全54条のうち、ここでは前文とⅠ部の条項(第40条まで)をとりあげている。「子どもの味方」志願は要注意、条約の精神のちの権利、参加の権利、親・家庭と子ども、障害児の権利、発育の権利、保護の権利という章立てで条文を数項目ずつに分け、子ども調査研究所の齊藤次郎、弁護士の大野町子、養父知美、永嶋里枝他6名が解説している。また各章ごとに関係の深い現場からの問題提起がある。そこでは保育所の保母、在日韓国人、障害児の親、その分野の専門家が書いている。

この条約が子どもの人権の立場から画期的といわれているのは子どもを権利の享受・行使の主体として把握し、その権利を保障している点にある。参加の権利(意見表明権、表現の自由……)、と障害者の権利(障害を理由にした差別の禁止、人間らしい生活を享受する権利の保障)に端的に表われている。保護という名のもとに侵害され続けてきた子どもの権利について生活のすみずみにまで問い直しが必要ということを見せてくれる。少しでも子どもとかかわりのある人すべてに必携のハンドブックといえるもの。(Y)

●ヨーロッパの子ども向けテレビの動向、小平さち子、「NHK放送研

究と調査」1991年5月号。

1月スペインのバレンシアで開かれた国際会議「青少年及び幼児とオーディオ・ビジュアル・コミュニケーション」に招かれた海外9カ国のゲストの一人として参加した筆者の報告。同会議にはスペイン各地の研究者、教育関係者等500名が集まったという。

スペインにおける“子どもとテレビ”の現況、ヨーロッパにおける子ども番組の動向の2部構成。

スペインでは1990年に商業放送が始まり、放送の変革期にある。歴史の長いスペイン国営テレビ局(TVE)では2チャンネルを使って一週間に計40時間を子ども向け番組の放送にあてており、幼児向けマガジン番組、少年少女向けスタジオ参加番組、ゲーム番組、青少年向け音楽番組、家族向け長編ドラマを制作・放送している。日本製アニメ番組も現在「聖闘士星矢」を放送。アメリカ製アニメも放送している。始まったばかりの商業局の子ども番組で多いのはアニメ。平日朝8時、夕方6時台を中心に、また週末も多数のアニメ番組を放送している。アニメはアメリカ製と日本製の輸入で、日本製アニメの人気は高い。特に「キャンプテン翼」(サッカーアニメ)は月～金の毎日夜8時半～9時に放送され、再放送がすでに決まっているほどの人気である。

このような状況に対する教育者や親の批判は多く聞かれる。特にアメリカ製及び日本製アニメは共に暴力的で、ストーリーもワンパターンだという批判が絶えず、良質の番組の制作を求める声が強いの。

欧州の他の国々でも日本及びアメリカからの輸入アニメの放送が増えてい

る。しかし内容への批判も強く、各国では独自のアニメ番組制作の必要を痛感し、プロジェクト化を進めつつある。(M)

●コマーシャルの中の男女役割を問い直す会・会報No.6、同会、1991年夏。

同会のテレビコマーシャルコンテスト第11回(89年後期)、第12回(90年前期)の2回分の結果報告を中心に、小特集・企業の言い分、CMパターン分類、テレビ番組コンテスト(新企画)、全国から寄せられた読者の便り・メッセージ等で構成する。なお同会は1991年5月日本民間放送連盟、全日本広告連盟等のCM制作及び放送に関わる関連18団体に対して「コマーシャルの中の女と男の対等な描き方を実現するための申し入れ書」を提出している。この申し入れ書も収録している。

第12回の「なかなか好感コマーシャル・ベストテン」をあげると、得点数の多い順に①安田生命、②タイガーじゅうじゅう(ホットプレート)、③ニッカ・オールモルト、④雪印スライスチーズ、④東京ガス・乾太君(乾燥洗たく機)、④日生・ナイスデイ、⑦旭松・なまみそずい、⑧永谷園・おとなのふりかけ、⑧カネボウ・葛根湯(カゼ薬)⑧大幸薬品・正露丸糖衣A、⑧日立・静御前(全自動洗たく機)

「そろそろやめてコマーシャル・ワーストテン」は①キューピー・コーワゴールド(医薬品)、①コココーラライト、③ファーストママ(玩具、ツクダ)、④パンピタンD、④マズプロアンテナ、⑥サントリーNCAA(飲料)、⑥プチダノン(食品、味の素)、⑧森永ハイチュー(菓子)、⑧ハウス・スープスパゲッティ、⑩ワーナーランバート・パブリシャスガム。報告書問い合わせは同会(657 神戸市灘区上野通7-1-4、吉田清彦)、一部800円(送料210円)。(M)

FCT(子どものテレビの会・市民のテレビの会)はテレビの作り手、視聴者、研究者が立場を超えて集い、より良いテレビの実現をめざして実証的研究と実践活動を積み重ねていくためのひろば=フォーラムとして1977年10月に創設されました。その運営は創設以来、事務局スタッフ及び会員のボランティア、全国の会員からの会費とカンパ、定例のFCTフォーラム(公開の研究会)参加費、および調査研究報告書や季刊情報誌fct GAZETTE(ガゼット)等のオリジナル出版物販布からの収入によって行われています。

「ガゼット」の年間購読のお申し込み、バックナンバーのお問い合わせ、FCT出版物や入会などについてのお問い合わせは事務局へハガキまたは電話(03・3721・8694)でどうぞ。