

f c t

# GAZETTE

ガゼットは  
テレビと市民  
のデータバンクです

1993. 2

vol. 12

Number. 48

複写(コピー)は  
ご遠慮下さい。

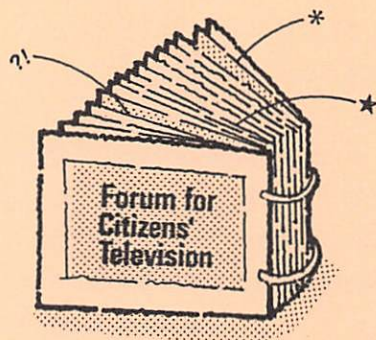
編集・発行/FCT市民のテレビの会(Forum for Citizens' Television) 編集委員会 責任者・鈴木みどり  
発行所・神奈川県葉山町長柄1601-27 購読料/年間(4回発行)¥2000(送料共)一部¥650(特別価格)  
第一勧業銀行返子支店(普通預金1425785) 郵便振替 東京9-84097

## ■全記録 FCT15周年記念国際フォーラム

### テレビ視聴者の権利とメディア教育

1992年11月7日(土)

於：上智大学キャンパス



11月初旬にしては空気の冷たい雨上がりの7日、FCTは創設15周年を記念する国際フォーラムを上智大学キャンパス(東京・四ッ谷)で開催した。

この私たちにとって特別な意味をもつフォーラムは、カナダ・トロントから基調報告者として招いたジョン・ブンジャンテ氏、各分科会の討論者、後援をいただいた上智大学テレビセンターおよび視聴覚科学技術センター、会場の設営から運営にいたる細々とした仕事でFCT事務局スタッフに協力したボランティア、会員・非会員からのカンパ、そして予想を上回る150余名の参加者というさまざまな形での“力と英知の結集”があって可

能になった。

参加者はFCT創設の理念を反映してテレビや他のメディア関係者、ジャーナリスト、研究者、女性問題や教育問題、その他のさまざまな社会問題にコミットする市民活動家、教師、父母、学生などあらゆる領域にわたっている。首都圏のみならず広島、大阪、神戸、京都、仙台、富山、さらに香港、ドイツなどからの参加者もあった。

本誌では、PM1:00-8:00と長時間にわたった15周年記念フォーラムを、できるだけ忠実に記録することを心掛けて増ページとし、特集号として編集した。

## ■CONTENTS■

- 全記録・FCT15周年記念国際フォーラム  
テレビ視聴者の権利とメディア教育……………1
- 基調講演  
カナダのメディア教育と視聴者の権利……………3
- 第1分科会  
子どもにクリティカルなメディア教育を……………7
- 第2分科会  
CATVを市民のメディアに……………12

- 第3分科会  
女性のコミュニケーションする権利とメディア・  
リテラシー……………16
- 様々な反響にぎやかに……………21
- FCTデータバンク  
国内編……………22

イラスト 市川雅美



フォーラムはFCTの竹内希衣子の総合司会で午後1時10分に始まった。まず後援者を代表してホセ・デ・ベラ（上智大）と高桑康雄（視聴覚科学技術センター、上智大）の両氏が挨拶。

デ・ベラ「長くFCTの活動に関心を持ち、見守ってきた。担当している講座・人間行動とマスメディアで毎年、FCTを取り上げ講義する。今年は先週話したばかり。この度は、学生がFCTの方に指導を受けたりしていることもあり、恩返しの意味で会場提供などで協力した」

続いてFCTの鈴木みどりが「テレビ視聴者の権利憲章」を発表し、その作成の経緯と各条項にこめた意味と願い、決意をのべた。「権利憲章」は本誌前号で掲げたので、ここでは省略する。



次に川平朝清氏よりお祝いと励ましをいただく。「FCT会員の一人である私がお祝いと励ましを述べるのもややおかしいと思うが、15年という長い時間の中で、私の仕事（NHK放送文化基金等）とオーバーラップすることもあるので、代表して話したい。私はかねてからFCTはメディア操作、話題作りが上手だと感心し、どんなグループなのかと気になっていた。その秘密が最新号の『ガゼット』でFCTの七不思議を読んで分かった。FCTのフリーな立場、柔軟な対応が社会的に有意義な活動の源になっている。

さてFCTは15周年を機にForum for Citizens' Televisionとなったからには、もう一度“市民”とは何かを見直してほしい。日本の市民ほど“おかみ”とコミュニケーションしない市民はいないのではないか。FCTはメディアにとっとうるさいか、嫌な存在であるが、一方では傾聴すべき何かがあるという点で、侮られてはいない。

FCTは、今後の行動として、勧告、抗議、陳情などもあるが、もっと身軽に政治家、テレビ局、企業に対して行動を起こしてほしい。その時には、FCTのようなルーズで広がりのあるグループは大きな力になれると期待している。

また『ガゼット』でTalkのT, ActのA, ParticipateのP, つまりTAPを謳い、この情報誌を

テレビに提言していく場としても拓いてほしい。そうすれば、この活動はもっと市民のなかに広がりを見るようになると思う。『敵のなかに友をつくり、友のなかに敵を見極める』という言葉があるが、テレビや他のメディアのなかに多くの友がいることが大切ではないか。私も会員でい続けることでこれからも協力していきたい。



午後2時、高桑康雄氏によるジョン・ブンジャンテ氏の紹介に続いて、基調講演が始まった。

高桑「私はFCTが発足した時からの会員だが、その15周年という節目の年に、カナダのメディア教育推進で大きな役割を果たしてこられたジョン・ブンジャンテ氏をお招きでき、大変嬉しい。私は氏と1985年以来交流があるが、直接お目にかかったのは1990年フランスでの世界会議。その時は鈴木みどりさんもご一緒だった。去年はトロントで再会し、最近ではオーストラリアのメディア教育について勉強する機会を与えられ、私にとっては大先輩とっていい。今日はそのお仕事の一部をみせていただくよい機会。大いに学び、私たちの仕事に生かしていきたい。」

基調講演後は以下のプログラムの通りに進行し、午後8時、三つの分科会からの報告を得て、全体会を終了。充実した、長い一日が終わった。

#### 〈プログラム〉

- |                      |              |
|----------------------|--------------|
| ・受付                  | PM 0:30-1:00 |
| ・後援者あいさつ             | 1:00-2:00    |
| ・発表・テレビ視聴者の権利憲章      |              |
| ・お祝いと励ましの言葉 川平朝清     |              |
| ・基調講演 ジョン・ブンジャンテ     | 2:00-3:30    |
| カナダのメディア教育と視聴者の権利    |              |
| (通訳・猪股富美子)           |              |
| ・分科会                 | 3:45-7:00    |
| 1)子どもにクリティカルなメディア教育を |              |
| 2)CATVを市民のメディアに      |              |
| 3)女性のコミュニケーションする権利と  |              |
| メディア・リテラシー           |              |
| ・全体会                 | 7:00-8:00    |
| ・ささやかな打ち上げパーティ       | 8:00 10:00   |



## カナダのメディア教育と視聴者の権利

ジョン・ブンジャンテ

(カナダ・オンタリオ州メディア・リテラシー協会AML)

### 1. メディア教育の歴史

1960年代後半から1970年代半ばにかけて、アメリカ人は中・高生向けメディア教育プロジェクトを開発、展開してきたが、その多くはさまざまな理由で空中分解してしまった。現在は、アメリカのごく一部でしか活発な活動は行われていない。

これとは対照的に、カナダでは1960年代後半に中・高生向け映画コースが発達し、この「映画教育」の旗の下に最初のメディア教育熱が高まってきた。しかし、政府の予算削減や保守派の反対などで、1970年代前半にいったん姿を消し、変わって1980、90年代と新しくパワフルなメディア教育が、オンタリオ州を中心に発展してきた。(ビデオ参照・ピーター・ジェニングスのABC Evening News)

### 2. メディア・リテラシーとは？

メディア・リテラシーの定義は次の2点に示される。

- ① マス・メディアの本質と、  
使用されるテクニック、  
そのインパクトについて

幅広い知識を身につけ、クリティカルな見かたを養うこと。

- ② メディア・プロダクトを創造する能力を養うこと。

メディア教育が教育システムのなかで重要な役割を果たしている国には、カナダの他にイングランド、スコットランド、オーストラリア、ヨーロッパの一部、フィリピンなどがある。また、授業に活発にとり入れている国には北欧諸国、メディア教育が始動しつつある国にはアメリカ、インド、ニュージーランド、日本などがある。

### 3. カナダのメディア教育の歴史と現状

ソ連の崩壊で、カナダは事実上世界一広い国と

なった。人口はたった2600万人にすぎず、これはカリフォルニア州の人口にすら満たない。カナダの10の州と2つの準州は、各々独自の教育システムを持ち、メディア教育に対してもさまざまな対応をしている。

①ブリティッシュ・コロンビア州～正式なメディア・コースがなく、選択科目としてシニア向けジャーナリズム表現法があるだけ。しかし1992年春、中高教師、大学教授、NFBカナダ、メディアウォッチ、メディア関係者が集まり、カナダ社会におけるマス・メディアの影響力への理解を深められるような教育戦略を開発、実践するため、CAMEを発足された。

②アルバータ州～これといった教師用訓練コースや補助教材もなく、メディアについて実際に教えている教師も少ない。しかし、1982年以来授業に「テレビの見かた」を取り入れている学校も多く、特に公立学校やカトリック系学校は、メディア教育に強い関心を持っている。ブリティッシュ・コロンビアと同様、メディア教育活動の芽が出たばかりで、今後の展開が楽しみな州。

③サスカチュワン州～メディア教育に興味を持つ教師に対し協力的で、さまざまなサポートがある。

1988年1月には、MLS (Media Literacy Saskatoon)が発足。メディア・リテラシーの発展と教師間のコミュニケーション・ネットワークに大いに寄与している。

④マニトバ州～州の正式なメディア教育政策があり、具体的な履修コースも設定されている。メディア教育を政策上重要視しているが、教師用訓練コースなど実際の支援・補助がないのが現状。しかし1990年10月、MAMLが発足。講演会やワークショップの支援、教師用訓練コースの設置、ニュースレターの発行など、メディア・リテラシーの実質的向上のため精力的な活動を行なっている。

⑤ケベック州～主にフランス語が使われているの



で、英語・フランス語両方でメディア・リテラシー教育が行われている。1990年9月のAMEQ発足で、メディア教育活動に拍車がかかる。モントリオールに本部を置くリテラシー・センターにはメディア・リテラシー関連のあらゆる資料が集められ、ワークショップなどの活動も盛んに行われている。

⑥オンタリオ州～カナダの人口の1/3以上が住み、メディア教育が最も盛んな州。1987年、州政府・教育省が公布した新ガイドラインでは、次の3点を柱にしてメディア・リテラシーを国語科のカリキュラムの一部に位置付けている。

- a) 中・高の国語科の少なくとも1/3の時間はメディア・スタディに使う。
- b) 中学1年から2年までは、全授業時間の10%をメディア・スタディと何らかの関連性をもたせて教える。
- c) 高校では国語科の選択科目の1つとしてメディア・スタディを設ける。

州政府・教育省がこのような方針を打ち出すことになった背景には、80年代に入って影響力を強める一方のテレビとそれに連動する各種の若者メディアに対して人々が危機感を強め、さまざまな活動を展開してきたことが指摘される。オンタリオ州の親たちはPTAなどの組織にあってこの問題と積極的に取り組み、学校側に対してメディア・リテラシーの教育を行くように要望してきた。このような世論の高まりの中で1985年教育省が行なった教師対象アンケートによると、メディア・リテラシーの授業を実際行っている教師は少数しかいなかったが、回答者の80%以上が適切な教材や研修の機会があれば、将来ぜひメディア・リテラシーの教育に取り組みたいと望んでいることが明らかになった。そこで、教育省と教師連合は、1986年、教師用教材の開発をメディア教育の推進母体として発足したAML (Association for Media Literacy)の主要メンバーに要請し、1989年『メディア・リテラシー・リソースガイド』(FCT訳で1992年11月リベルタ出版より刊行)を出版した。このガイドはカナダ国内はもとより多くの外

国でも使われており、メディア教育のグローバルな発展に大いに貢献している。オンタリオ州政府はこの本のなかで、メディア教育を次のように位置づけている。「メディア教育の学習成果が真に問われるのは生徒の卒業後である。生徒は必要な知識と技能を学び、問題意識を深めるなら、メディアとの関係をみずからコントロールできるようになるだろう。…メディア・リテラシーの最終目標は、メディアとの関係で子どものクリティカルな主体性を確立することにある」

#### 4. AMLの活動とその意義

AMLは、1978年、カナダのメディア教育の研究、実践、人材育成の場として設立された。発足当時は70名ほどの会員しかいなかったが、現在では1000名以上に会員が膨らみ、あらゆる方面で顕著な成果をあげている。各種テキストの執筆、ニューズレターの発行、会議・講演・ワークショップの企画と開催など、市民側の要望と批判に基づくメディア教育の発展に貢献している。

特に、AMLの主要メンバーによって作成され、1989年オンタリオ州政府から刊行された『メディア・リテラシー・リソースガイド』は、メディア教育の授業用テキストとして内外から高い評価を受けている。この本では、メディア教育の基本理論や学習目標だけでなく、具体的なティーチング戦略やティーチング・モデルが各ジャンルごとに細かく紹介されている(テレビ、映画、ラジオ、ポピュラー音楽とビデオ・クリップ、写真、プリント・メディア、クロスメディア研究・広告、セクシュアリティ、暴力、カナダ人のアイデンティティ、ニュース報道など)。この外にもAMLでは数々のテキストを執筆、発行している。代表的なテキストには次のようなものがある。

- Barry Duncan “MASS MEDIA AND POPULAR CULTURE”
- Donna Carpenter, “MEDIA: IMAGES AND ISSUES”
- Neil Anderson, “MEDIA WORKS”
- Roy Ingram, “MEDIA FOCUS”



●Rick Honc and Liz Flynn, "VIDEO IN FOCUS: A GUIDE TO VIEWING AND PRODUCING VIDEO"

また1990年1月には、カナダ向けに改訂された『ミート・ザ・メディア』も発行され、現在カナダ中の学校でテキストとして使われている。

AMLではテキストの他に各種の資料も発行している。メディア教育関連の参考文献を始め、オンタリオ州の教師たちの優れた授業案を集めた"THE AML ANTHOLOGY 1990"と"THE AML ANTHOLOGY SUPPLEMENT 1992"、湾岸戦争がメディアでどう描かれているかをまとめた"MEDIA AND THE GULF WAR: A CASE STUDY"などは実践的な資料として非常に有益である。また、年に3回定期ニュースレターとして"MEDIACY"も発行している。新刊本の紹介やイベントの案内など、教師間の情報交換の場として、ネットワークの輪を広げている。

AMLの活動は単なる情報の収集や発信にとどまらない。メディア関連の教師や専門家を集めた会議や講演会、ワークショップなどは、いずれも顕著な成果をあげている。1987年以来、AMLはトロント大学教育学部と協力して、メディア教育の教師用訓練コースを毎年夏に設けている。講師は全員AMLの主要メンバーで占められ、次のようなテーマで講義が行なわれる。(1991年夏の例)。

- メディア・リテラシーのキーコンセプト
- 理論から実践へ：実践的教育戦略
- マスメディアとポピュラー・カルチャーの解説
- メディア・リテラシー・コースの編成とカリキュラム作成
- テキスト、AV資料、オンタリオ州リソースガイドなどの統合的活用法
- メディア問題を考える（セクシュアリティ、暴力問題など）
- ビデオ器材の使用方法和編集技術
- クリティカルな分析とクリエイティブな製作活動との調和
- 業界と教育の現場から優れたゲスト・スピーカーを招く

●セミナー、ディスカッション、ビデオ制作

1989年5月には、オンタリオ州におけるメディア教育の将来をテーマにしたシンクタンク会議を開催した。(The Trent Think Tank)。教育関係者やメディア専門家によるこの2日間の会議の成果は、後にAMLから発行され、リテラシー運動の士気を一層高めた。また、1990年5月には、第1回北米メディア教育会議をゲルフ大学(オンタリオ州)にて開催した。"THE NEW LITERACY"と題したこの会議にはカナダ(10州中8州)やアメリカ(9州)はもとより外国(3ヶ国)からも参加者が集まり、会議は大成功に終わった。この時の基調講演は、イングランドのノッティンガム大学講師で『ティチング・ザ・メディア』の著者でもあるレン・マスターマン、エディ・ディック(スコティッシュフィルム・カウンシルのメディア教育部長)、バリ・マクマホン(西オーストラリア教育省シニア・カリキュラム担当局長)、ロビン・クイン(西オーストラリア高等教育大学講師:メディア研究)によって行なわれた。この会議の成功に続き、2回目の北米メディア会議が1992年5月に同じ場所で開催された。"CONSTRUCTING CULTURE"と題したこの会議の基調講演は、バリー・ダンカン(AML会長)、スーザン・コール(カナダの雑誌『ナウ』の編集者兼作家)、バリー・マクマホンとロビン・クイン(上記参照)によって行なわれた。カナダ(8州)、アメリカ(15州)をはじめ14の外国から集まった500名以上もの参加者は、70以上のワークショップやパネルで熱い討論を交わした。こうした精力的な活動の結果、今年5月新たにCAMEO(the Canadian Association of Media Education Organizations)が発足した。

カナダのメディア教育活動の推進母体としては、AML、CAMEOの他に、プンジャンテ氏率いるJCP(The Jesuit Communication Project)があげられる。カナダのメディア教育の推進を目指して1984年に設立され、資料の収集・提供からワークショップ・講演会の開催まで、その活動は多岐にわたり意欲的である。年に2回発行される『クリッ



ブボード』は世界35カ国で愛読され、メディア教育の国際的な広がりにも大いに貢献している。

以上のような団体の努力とともに、メディア教育の推進に欠かせないのが、教材や資料の整備である。イギリスやオーストラリアのレベルにこそ達していないが、カナダではさまざまなかたちでメディア関連資料を利用することができる。NFB (the National Film Board of Canada) や CBC (The Canadian Broadcasting Corporation) のビデオ資料パッケージ、トロントの書店「シアターボックス」のメールオーダーなど、いつでもどこでも簡単に必要な資料を入手できるようになっている。メディア教育を容易に学べる環境を整えることが、活動の広がりを可能にするのである。

## 5. メディア・リテラシーの推進条件

教育の現場におけるメディア・リテラシーの推進には次のような条件が必要と思われる。

- ① メディア・リテラシー・プログラムを持ちたいという意欲を育てる。メディア教育とは草の根の運動である。教師たちが指揮をとって内外に働きかけるべきである。
- ② メディア教育の法律化やガイドラインの設置、教材作成には、専門的な教育機関からの支援が必要である。
- ③ 教育学部にメディア・リテラシーのコースがある。メディア・リテラシーの教師を訓練・育成できる専門スタッフを置き、第三者的立場からの学問的サポートを得る。
- ④ 学区レベルの教師用研修コースを毎年行なう。
- ⑤ 各学区の教育委員会に経験豊富なメディア教育の専門家をコンサルタントとして置く。教師間のコミュニケーション・ネットワークを樹立するうえでも必要。
- ⑥ 全国/地域レベルの優れたテキストとAV教材が必要である。
- ⑦ ワークショップや会議の開催、ニュースレターの普及、カリキュラム単位の促進などをバックアップしてくれる支援団体が必要である。メディア教

育に関心を持つ人々の交流を促すよう、地域を越え活動することが、大切である。(日本ではFCTがこの役割を果たしている。)

⑧ 活動の成果を評価するためのフォーラムを開く。

⑨ 両親・研究者・メディア専門家と協力し合う。メディア教育は、さまざまな技術や専門知識を必要とするからである。

オーストラリア、スコットランド、イングランドなどはこれらの条件が揃っており、世界のメディア教育をリードしている。オーストラリアやイギリスほどメディア教育の歴史は古くないが、オンタリオ州もこれらの条件を徐々にかなえつつある。

特にこの2～3年の間に、オンタリオ州はカナダ国内はもとより世界のメディア教育界において、リーダー的存在になったと言っても過言ではない。

## 6. FCT15周年によせて～

### 日本のメディア教育の発展に向けて

最近の統計によると、日本の家庭の99.3%がカラーテレビを持ち、日本人の平均テレビ視聴時間は1日3時間57分だそうである。一方カナダ人は1日に3時間20分、アメリカ人は約4時間テレビを見ている。視聴時間の多さに加え、最近では日本でも外国の番組や映像が急激に増えつつあるようだ。テレビが私たちの生活に与える影響は益々大きくなるのに対し、私たちはテレビに対し全く無防備な状況にある。しかし、FCTの15年に及ぶ地道な活動によって、メディア教育の芽はここ日本で大切に育まれてきた。今回のリソースガイドの訳出が日本の本格的なメディア教育始動へのステップになれば幸いである。メディア・リテラシーの最終目標は、メディアとの関係でクリティカルな主体性を確立することにある。メディア教育の技能や知識を学び問題意識を深めるうえで、FCTの活動とその役割は、日本において非常に意義深く、実りあるものであると言えよう。

(まとめ 猪股富美子)



## 子どもにクリティカルなメディア教育を

——ジョン・ブンジャンテ氏によるモデル授業と討論——

ジョン・ブンジャンテ氏による基調講演「カナダのメディア教育と視聴者の権利」を受けて、この内容を具体化し、さらに日本ではどう展開していけるのか、分科会の参加者とともに話し合いたい、という意図のもとに第1分科会は企画された。

進行は、ジョン・ブンジャンテ氏がカナダから持参されたテレビCMのビデオを使ってのモデル授業、これを受けて各パネラーの発言、参加者との話し合い、という順序ですすめられた。

報告者 ジョン・ブンジャンテ

討論者 村野井均 福井大学

中澤賢一 玉川大学

仲野暢子 中学教員

永田順子 F C T・小学校教員

コーディネーター 竹内希衣子 F C T

第一分科会の参加者は、教育、メディア関係を中心に50名だった。(男性22,女性28名)

### 広告が作り出すワナを知ること

「テレビCMの研究は、メディア・リテラシーの概念を発展させるのにとくに有効な学習である」と、ちょうどこのフォーラム開催日に合わせて発売された『メディア・リテラシー』日本語版の「テレビCMの解説」冒頭に書かれている。ブンジャンテ氏はそのことを意識したのか第1分科会のために、カナダで放映されているテレビCM3点を用意し、それを視聴させることを通して、カナダでのメディア教育の一場面を公開する計画を立てていたようだ。

氏はモデル授業に先立って、広告の解説についての氏の基本的な考えを述べた。先づ『メディア・リテラシー』の「広告」の中に「広告の解説」の項目が含まれていることを紹介。

広告は、それを見るものに感情的なインパクト

を与えるべく制作されていることを、何はさておいても認識しておかねばならない。つまり、CMを見た瞬間からCMによる感情操作が始まり、CMが作り出す連想・不安・欲求・夢・罪悪感等を我々に経験させるように仕組まれているのだ。そして、映像・音・文字その他あらゆる素材を駆使して我々の心に働きかけ、広告が人工的に創造した心の領域に我々を入り込ませてしまう。広告が生み出すこのようなワナのあることを、子どもたちに強調し知らせることが、メディア教育の重要な役割だと云える。

私の授業では、子どもたちにいろいろな広告を集めさせ、それらがどんな意図の下に作られたものなのか考えさせる。さらに、そのCMの内容が我々にどのような感情を引き起こしたかによって分類させる。それを検討する過程で、実際に必要のないものまで必要と思いきまされたり、欲しいと切望し、しかもそのニーズは必ず満たされると錯覚させられている現実気付かせていく。

最後に、人間のもっている共通の価値観と照合する作業をさせる。例えば、自分らしさを失ったら存在価値がなくなる・自然の美しさは誰にとっても美しい・新製品は古いものより魅力的・古きよき時代というものは理屈抜きに心をなごませる……といった価値観について話し合い、それに合った表現があったかどうかを調べさせる。

このようにブンジャンテ氏は、広告というメディアを氏自身がどのようにとらえ、それを授業の中で子どもたちに伝え理解させていくためにどのような手順をとっているか等について説明をした。それに引き続き、ご持参のテレビCM視聴となった。

先づ、「スワンソン・フローズン・ディナー」のCMがTV画面に映し出された。父親ができたてのディナーを運び、子どもたちと食べている。そこへ



母親が帰ってきて席につく。最後のシーンとなりフローズン・ディナーのパッケージのアップ。画面下に「本当の暮らしに本当の食事を」とスーパー。

このCMを作ったスポンサーの意図としては、当然このディナーを売りたいのであり、そのためこの製品は素早く手軽に準備できるし栄養も満点。その上おいしいので子どもも喜んで野菜を食べるということ表現しようとしている。それだけでなく、男も料理をすることで、家庭内の男女平等、責任分担もやれるのだというもう一つのメッセージも送っている。さらにいうならば、家族のために家事をする男性のイメージを表現することに

よって、商品の買い手である家庭婦人に迫っている。

ブンジャンテ氏は以上のような受けとめ方を、「一般的解釈」と呼び、その一方で画面の表面には出されていないけれども、あえて云うならばもう一つの解釈としてこんな事も考えられるという意味で「対立するオルターナティブな解釈」を挙げ、これを重視している。

スワンソン・フローズン・ディナーのテレビCMでは、男性という存在について、料理ができないし、できてもせいぜいフローズン・ディナーを暖めるぐらいがやっとなという無力な存在だときめ

## ＜CM例1＞スワンソン・フローズン・ディナー (SWANSON FROZEN DINNER)

### ◇行動◇

### ◇会話◇

お父さんができてホヤホヤのディナーをテーブルに運ぶ。2人の幼い娘がお父さんと一緒に部屋に入ってくる。	「少し前までは、お父さんが外に働きにでかけ、お母さんが家で育児に専念していたものです。」
お父さんがミルクをとりに席を離れ、娘たちは笑いながらお父さんの作った野菜料理を食べる。	「でも今は違います。お父さんがお母さんに、お母さんがお父さんになることだってあるんです。」
皆がディナーを食べているところにお母さんが帰ってくる。	「皆が揃って食事できるなんて素晴らしいことだと思いますか?」
お母さんは自分のブリーフ・ケースを置き、夫の背中を軽くたたいて、席に座る。	「家族の誰ひとり欠けてはならないのです。」
スワンソン・フローズン・ディナーのパッケージのクローズアップ。画面下にタイトル文字。「本当の暮らしに本当の食事を」	「スワンソン。あなたの本当の暮らしのために、本当の食事をお届けします。」
<p style="text-align: center;"><b>一般的解釈</b></p> <p>1. 当製品を買って下さい。 ……素早く、手軽に準備でき、 ……栄養も満点。 (CMでデモンストレーション)</p> <p style="text-align: center;">【テキスト】</p> <p>2. とてもおいしく楽しく食べられるので、子どもも喜んで野菜を食べる。(子どもの行動で示唆)。</p> <p style="text-align: center;">【テキスト】</p> <p>3. 男も女も平等である。家庭における責任も同様である。男女間の新しい関係を支持する当社の製品を買って下さい。</p> <p style="text-align: center;">【サブテキスト】</p> <p>4. このCMは、ターゲットの女性オーディエンスを引きつける「家族のために家事をする」男性のイメージを表現している。</p>	<p style="text-align: center;"><b>対立するオルターナティブな解釈</b></p> <p>1. 男性はまったく料理できない。 (従来の男女のステレオタイプ/性役割固定にすぎない。)</p> <p>2. 本当の家庭料理とは、今でもなお女性によって作られるべきものである。 (従来の男女のステレオタイプにすぎない。)</p> <p>3. 男性はあまり賢くない。せいぜいフローズン・ディナーを暖めるくらいならできる。</p>



つけている。また、本当の家庭料理は、今でも女性によって調理されるべきだという古い性別役割やステレオタイプの男女の姿をCMの底にひそめている。このようなオルターナティブな解釈を子どもたち自身ができることが、広告の解釈上欠かせない重要なポイントである。

ブンジャンテ氏の説明は一気に以上のようになされたが、オルターナティブな解釈という用語になじみのない参加者にとっては、軽い戸惑いがあったのではなかったか。会場のあちらこちらに、それが何を意味しているのかを知ろうとする人々の気配が漂っていたように感じられた。

### 模範的解釈はあり得ない

二番目の「ミスター・ビッグ・キャンディーバー」のCMは、少年のシャツからキャンディーバーがのぞいているシーンから始まった。そこへセクシーな女性が歩いて来て近寄り、背の低いもう一人の少年を残して二人で立ち去る。ラストにキャンディーバーと物指しが並んだカットとなり、「君がこのくらい大きくなったらみんな君のことを一人前の男（ミスターという商品名にひっかけて）とみてくれるだろう」とナレーション。最初のシーンで「ティーン・エージャーの身長は18センチ伸びる」という意味のナレーションが流れていたのが、フィナーレで意味をもってくることになる。

このCMについての二つの解釈に関して、ブンジャンテ氏は一つ目と同様に説明。そのあとフロアーからの意見を求めた。そのやりとりの中での氏の発言で興味深いものを挙げてみると：

広告の解釈といっても模範回答・決定的回答というものはない。にもかかわらず、子どもたちに広告の二通りの解釈をさせ、それについて議論させるのは子どもたちの意識・考えをひき出してやるためである。模範的解釈を出させるためではない。

また、メディア教育を行う目的は、広告をクリティカルに見る力を育てることにあり、日本の教育者もそのことをしっかり学んでほしい。

CMもその国の文化的風土の下に制作されているため、異文化圏の人には理解しがたいこともありうる。カンヌのフェスティバルでもしばしば経験したが、これはやむをえないことで、互いに相手の文化を尊重するしかない。

さてここまでは、第1分科会の参加者たちは、ブンジャンテ氏の講義を聴講するための参加者にすぎなかった。が次の三番目のテレビCMリーバイスのジーンズの視聴では、生徒となって授業をうけることになった。

### 参加者が生徒になって

このCMには二人の男性があらわれる。一人はスーツをキチンと着た男性。もう一人はジーンズ姿の男性。そこに女性が一人出演。あげくにジーンズの男性と意気投合。

前例に従って人生経験の豊かな生徒たちが二人の男性と一人の女性の印象や役割、存在意味などについて分析し、意見を出し合った。が残念ながら残された時間は完全な授業を全うするにはいささか少なくなっていた。一通りの一般的解釈とオルターナティブな解釈をしたところで、モデル授業を切り上げねばならなかった。そしてややあわただしく次のプログラム、四人の発題者による日本のメディア教育の現状報告に移った。

永田順子氏は、伊藤ハムのチキン・ランドのテレビCMを用意していた。ブンジャンテ式に二通りの解釈をして、参加者全員に資料として配布。これに対してブンジャンテ氏は、これは日本的な特色が出ていて文化的な差を感じる、もしアメリカでこれを見せたら女性の地位が逆にみてとられ反発をかうだろう。それはそれとして二通りの解釈は適切である、と評価した。

次に福井大学の村野井均氏が、現在とりくんでいる研究について述べた。テレビの映像を子どもは本当にわかって視聴できているのかどうか、という命題をテーマとしている。テレビの映像にはメイクアップした人物が出てきたり吹きかえはあるし、回想シーンではしばしばホワイト・フレ



ムの手法が使われるなど、子どもにとっては予想もつかない技術や道具などで映像が作られている。大学生を対象としたアンケートでも、自分が幼児であった頃は、よくわからないままでテレビを見ていたという回答が多かった。

0才児からも調査をしているが、実際には言葉がはっきりしてくる3才児から上の年令児を対象にしてデータを集めている。

このレポートに対してポンジャンテ氏は次のようにコメントした。

幼児へのメディア教育はイギリスやオーストラリアなどでも進められており、とくにイギリスのBFIからはその研究成果を本にまとめ出版されている。大切な研究課題である。村野井氏の研究に大いに期待したい。

ひきつづいて中学教員の仲野暢子氏が、「中学生とたばこ」の問題にのめりこんでいる事情について発表した。

### 企業のCMへの抗議活動レポート

CMは、売ろうとする物の良さや、それを用いることで幸せ・リッチになれるのだというイメージを起こさせ、結果的には買い手の欲望をかきたててしまう。売り手の価値観の押しつけは、気がついてみるとCMだけでなく一般のドラマなどの作品の中でもなされている。メディアの怖さを感じる。

中学生たちの喫煙・飲酒等のひろがりや、このようなCMやドラマが平然と横行している社会環境の下では当然の成りゆきである。この問題を可急的速やかにくい止めねばならない。

そこで必要となってくるのは、たばこやアルコールの弊害等に関する知識を含め、客観的知識を豊富にもたせること、消費者教育・健康教育等の積極的な実施である。

ここで、せっかくの機会なので、最もフレッシュな出来事をお知らせしたい。昨日のことである。オンワード樫山がレイブまがいのCM等を出していたので抗議に行ってきた。最初は一握りの方々

の意見にすぎない、と軽視していた。そのうちに多くの人々の反対意見が実在していることがわかり、レイブを表現する意図がなかったこと、結果としてそのような印象を与えてしまったこと等に対して、陳謝の意を表し、何等かの形で社会に謝罪することを約束した。商品の販売を目的としたCMに、その目的以外の要素を織り込ませていることに、我々はもっと注意力を働かさねばならない。

大層熱のこもったレポートに最新のニュースがもう一枚加わったことで、会場には活気がみなぎった。

### 教える側がまず学ぶ必要

最後の発題者玉川大学の中沢賢一氏のレポートへ移った。

中沢氏は、赤ちゃん同伴の通訳猪股富美子さんが、赤ちゃんの世話のため席を離れたのを機会に、途中から通訳の役目を引き受けておられた。この気さくな先生のレポートは次のような内容であった。

社会科の授業を担当し、その中でメディア教育を実践してきている。クリエイティブな工夫を試みており、そのことについてはFCTの「ガゼット」32号で報告した。クリティカルな見かた、読みとりかたができるようにしたいと苦勞している。カナダのようには進行せず、力不足を感じている。また、資料不足や、日本のカリキュラムの固さ、行政の融通のきかない姿勢等が大きな壁となっていると思う。

当面はコース・オヴ・スタディをどう作っていくかが課題である。そして教える側が先づより広くより深く学ばねばならないと痛感している。オンタリオ州やオーストラリアから大いに学びとってゆきたいと願っている。

以上で四人のレポートが終わり、フロアーとの討論となった。が残された時間は充分でなかった。しかし、例えば成城学園小学部では、実際に映像を子どもたちの手で制作する教科をもっていると



の紹介があったり、川崎市では学校だけでなく公共の施設や一般の地域でも、メディア教育の成果を上げているとの事実も知らされた。さらに、メディア教育といっても消費者教育をねらったものもあれば、自分の中の思いや意見・主張を表現するための素材としてのメディアについて学ぶメディア教育もある。それら以外のものにねらいをつけたメディア教育もあるだろう。それらをどう関連づけていくのかも今後の課題だと意見も出された。

かと思うと、メディアを善くないもの、不要なものときめつけたり、単純に攻撃のターゲットにしてしまうのではなく、むしろメディアとどう共存していくかという意識を大切にしつつ、メディアのもっている現代的な面白い側面をどう生活の中で活かすかを考えていくべきであるという柔軟な意見も出された。そして、FCTと視聴覚科学技術センターとで開発し、希望者のために実践してきているテレビの見方、CMの解説の仕方等のワークショップについての紹介も行われるなど、短時間の中で様々な情報交換が行われた。

## カナダでのとりくみかた

ブンジャンテ氏は、以上のやりとりのあと、次のような興味深い話しをした。メディア先進国カナダとは云え、メディア教育のための教材は今現在さほど十分ではない。それでも幼稚園・小学校の段階から本格的なメディア教育をスタートしているケースもないわけではない。大部分は中学・高校で実施している。

幼稚園の例では、子ども同士で写真を撮りあい、アングルによって違っている印象を感じさせるとか、マンガの一駒一駒をバラバラにしておき、それを子どもが自分なりに組み合わせてストーリーを作らせるというカリキュラムもある。

湾岸戦争はメディア教育の教材としては大変有効なもので、その実践例については「ガゼット」の43号に寄稿してあるので参考にしてほしい。

先程見たCMにもあったが、リーバイス・ジ

ンズの会社に勤めている父親をもつ子どもが教室にいて、授業が一瞬立往生した経験がある。そのときにはその子の父親に来てもらい、子どもたちとの対話に加わってもらった。CMのスポンサーである企業に生徒と出かけ、直接学生に企業側の制作意図等を説明させたこともある。これは企業にも生徒にもプラスになった。

カナダでの大変示唆に富むエピソードを次々に披露してくれたブンジャンテ氏は、次のような言葉で第1分科会をしめくくった。

学校の教師はなぜメディア教育を行うのであろうか。その理由は極めて単純である。メディア教育が大切であるし、おもしろいからである。

大切であること、おもしろいことだとわかってくれさえすれば、メディア教育はもっとひろがるだろうし深められもしよう。

もう一つ強調しておきたいことは、メディア教育は、メディアによって表現されているものをクリティカルに解説させるとか、メディアとは何かを理解させることにとどまらず、その周辺にあるさまざまな問題について考え、分析し、理解し学びとらせることになる。これも重要な教育成果であることをぜひ知っておいてもらいたい。

日本のメディア教育も、この第1分科会で学びあった事にもとづいた新しい観点から見直され、次への展開と飛躍がなされるよう期待する、と。

ブンジャンテ氏を独占した第1分科会は、このようにして終了した。今回のフォーラムは、いかにもFCT主催らしいもので、第1分科会も全くご多聞にもれずであった。司会者も受付係も、発題者も通訳も、記録係もすべてボランティアによって構成され、よその時間と金をかけて運営されている国際会議や国際フォーラムとは、善くも悪くも一味も二味も違ったものとなっていた。ブンジャンテ氏や参加者たちはその辺りのことをどの様に受けとめられたことだろうか。

少なくとも第1分科会では、いねむりをしている人が見当たらなかったようだ。ほどよいテンション状態のまままで終始できたからかもしれない。

(まとめ 池田祥太郎・FCT会員)



## C A T V を市民のメディアに

湯口隆司 CATV（ケーブルテレビ）は今、アジア、特に日本で非常に発展しています。しかし、まだCATVは市民にとってアクセスしにくいメディアなのではないか。今日、FCTがテレビ視聴者の権利憲章を発表しましたが、テレビ憲章の基本に流れている思想は、市民のメディアに対するアクセス権をどうやって市民の手に取り戻すかです。その点、地域密着型のメディアとしてスタートしたCATVは、私たちにとってアクセスしやすいのではないかと思います。

今まで、市民のアクセスという立場からCATVに取り組んだフォーラムは、ほとんどないと思います。今日は、素晴らしいパネリストをお招きして、パブリックアクセスという視点から、CATVへの取組み方を話し合いたいと思います。

### ●CATV—韓国の現状と日本のゆくえ

川竹和夫 先週、韓国で行われたCATVに関する国際シンポジウムに出席しましたので、その様子をお話します。

韓国では、1991年12月に総合有線放送法ができて、1992年6月から施行されました。

総合有線放送法は、多チャンネル型の自主放送を含むCATVを認めるものです。韓国には従来からCATVがあったのですが、それは主として難視聴解消と地域の行政機関の広報媒体としての存在でした。日本のように早くCATVネットを作ったほうが良いということになったのです。

韓国も日本と同様、政府主導型で、政府任命の総合有線放送委員会という行政委員会を作りました。従来の地上波テレビは放送委員会と言うところが管理監督しているわけですが、それとは別にここでCATVに対する認可をします。CATVは残しておいて、その他に商業主義に基づくCATVを作ろうという考えです。

もうひとつは、地域メディアとしての特性を持

たせることを義務づけること。それとネットワークテレビ。従来の地上波（空中波）テレビとの差別化で、同じ番組をやるなどということです。

それから、CATVが始まるとアメリカの映画番組がどっと入ってくるだろうから、それに対して韓国文化の主体性を保つ努力をすること。

さらに、プログラムが映画娯楽番組だけに偏らずに、文化番組、教養番組などに広く行き渡るようにという指針を出しています。

そして、いきなり24時間多チャンネル型のCATVができて、採算がとれるかどうかの問題になりました。現に、韓国のテレビは昼間放送を休んでいる時間帯があって、夜中もやっていません。韓国の通信開発研究所の予測では、多分2000年でも採算性に達しないだろうということです。

韓国では、役所側がCATVをどう指導してゆくか、その事業者はどういう見通しで運営できるかが中心的課題で、市民参加型のメディアという視点は、私が参加した国際シンポジウムでは報告されませんでした。

シンポジウムで強調したのは、韓国ではアメリカやヨーロッパのような多チャンネルの都市型CATVは参考にならず、日本と同じように地域に根ざさないと難しいだろうということです。現に、日本のCATVの契約者は743万所帯で普及率は22%くらいですが、5チャンネル以上の都市型CATVは2%ちょっとしかありません。

### ●多チャンネル時代のCATV

日本ではCS放送が今年から始まりました。番組を供給するサプライヤーが10社くらいありますが、マーケットが狭いため採算がとれるまでに、かなり時間がかかりそうです。

かつ、今後はチャンネル間の競り合いが起きてくる。NHKのテレビ視聴時間調査によると、6歳以上の国民で1日平均3時間20分です。モアチャ



ンネルになっても、テレビを見る時間は増えないだろう。日本のCATVが都市・多チャンネル型に移るのは、東京以外では難しかろうと思います。

もうひとつの要因は、チャンネルサービスに費用がかかることです。安い配信料では良質のソフトが供給できない。現に、アメリカでさえもCATVの大量解約の問題が起きています。

これからのBS、CS、多チャンネル時代のCATVは、日本でも韓国でも、地域の情報を中心にしたものになる。地域情報だけで採算をとるのは商業的には難しい点があるでしょうが、だからといって映画チャンネルで採算がとれるわけでもない。可能性の選択という点では、地域からスタートすべきでありましょう。

## ●メディア・アーティストの世界

湯口 ビデオ・アーティストとはいわず、メディア・アーティストというそうですが、出光真子さんが制作してくださった『キヨコのシチュエーション』のビデオがありますので、それをまず皆さんに御覧いただきたいと思います。その後、出光さん、田旗さんに、仕事でビデオを作っておられる方の視点から発表していただきます。

出光真子 以前から個人的に16ミリ映画を作ってきて、12年ぐらい前からまったくの自己資金でビデオを作るようになりました。私の作品は、アメリカ東部のCATVで上映されることが多かったのです。日本では、ある方が7年ぐらい前に、もう1人の方が3年前に私の作品をNHKに持って行って下さったのですが、2回とも、こういう作品を放映する時間帯がない、内容があまりにも直接的すぎるといった理由で、放映を断られました。

今年、NHK第2（3チャンネル）の“映像美術”という番組に私の16ミリの古い作品の1つが入りましたが、それは私の作品の中でも最も害のない、可愛らしい作品だったのが印象的でした。

私の作品の制作は、最初のうちは友人に集まってもらって、それぞれの役を受け持ってもらい、セリフはアドリブで、カメラはカメラマンの力を

借りて、協力者にはお弁当を払うぐらいのものでした。いま見ていただいた『キヨコのシチュエーション』は、字幕に40万円くらい、照明はプロの方にやっていただいて、後はスタジオ、カメラのレンタル料で、字幕を除いて全体で110万円くらい、撮影日数は3日、編集は1日でした。

湯口 次に同じくメディア・アーティストの田旗さんに。

田旗浩一 日本には、出光さんを含めて何十人かのビデオ・アーティストがいると思います。基本的にはビデオ・アーティストとはビデオを使った作品を作る人で、ビデオ・アーティストのためのギャラリーも、いくつか存在しています。最近、ビデオ以外にもコンピュータなどのメディアを使ってマルチメディアの作品を作っていますが、それをメディア・アーティストと呼んでいます。

ビデオ・アーティストは、60年代後半ぐらいから始まったんですが、それまでのテレビを否定したアンチテレビ的性格が強い。発表の場は、美術館やスクーリング、その他の日本の場所で、60年代70年代を進んできたと思います。僕も最初のうちは美術館や東京ビデオフェスティバル、全日本ビデオフェスティバルで見せるのが主体でした。

そのうちに、スペースシャワーという、日本のMTVのようなロックを中心に若者向けに放送しているチャンネルがあって、そこに僕たちの作品を放映したら面白いのではないかと考えました。そこで、出光さんと僕の作品を含めて10作家の作品をそれぞれ5本ずつ『ドクターノイズマシジョン』というタイトルで企画書を作りました。

1時間番組の余った5分、10分の時間を放送用語でフィラといいます。そのフィラに不定期にメディア・アーティストの作品を紛れ込ませようというのが、私の企画でした。

現在のテレビは、非常に制度的な存在です。特に民放の場合は、スポンサーあるいは視聴率という大きな制度がある。NHKの場合は、その上に郵政省とか国家という大きな制度があります。それとは違うものとして、オルターナティブ・チャンネルのような形ができないかと思っています。それ



を使って、従来のテレビ局ではやらないような AIDS の問題とか、環境問題とか、飢餓の問題、宗教の問題、政治の問題をかなり現実的・本質的レベルでやったら面白いと思うのです。

## ●アメリカのパブリック・アクセス

湯口 ありがとうございます。次に、粉川さんにアメリカのパブリック・アクセスの姿を、お話ししていただきます。

粉川哲夫 先程、川竹さんが話された韓国の場合は、これからCATVをどう作っていくかということで、日本の場合は民間市場で企業がCATVをどう進めていくかということだと思います。

それに対してアメリカのCATVは、80年代以前のアーティストの活動が基本にあったのではないかと思うんです。

アメリカでは、市民に開かれたメディアのひとつにパブリック・ブロードキャスティングがあります。これは日本のNHKのそれとは意味が違います。つまり“公共放送”ではなく、パブリック＝市民ですね。市民のメディアとしての放送という意味があるわけです。

パブリック・アクセスというのは、1972年にアメリカのFCC連邦通信委員会が法制化した制度です。この法律によって、アメリカの大部分のCATVは、最低1チャンネル、市民が自由に使用できるチャンネルを設けなくてはならないことになりました。これは、すでに60年代から難視聴対策で使われていたCATVに、アーティストがいろいろな映像を流したり、ベトナム戦争のときには反戦デモの映像を流したりといったビデオ・テレビ放送の活動があって、そういう基礎的な活動が連邦通信委員会を動かしたのです。

72年以後、いくつかの美術館が主体になって始めたCATVのパブリック・アクセス・チャンネルがあります。その中に「ベイパータイガーテレビジョン」があります。1981年にニューヨークのマンハッタンの半分ぐらいのエリアを中心に始められた局です。テレビ局といっても、水曜日の8時から8時半までの30分間の放送時間を持ってい

るだけです。しかし、湾岸戦争のとき、この局はたいへんインパクトのある映像を放映しました。

もうひとつ注目すべきことは、1986年にこの局が中心になって全米約300局のパブリック・アクセス局を衛星を使ってネットしようという提案をしたことです。つまり、ケーブルメディアとは基本的に中心を持たないメディアなんですね。その中心を持たないという非常に民主的な性格を、よりラジカルに推進するという意味で、衛星を使うことが効果的だったのです。

この年に、労働問題とか教育問題、女性問題、都市問題、人権問題といったテーマを決めて、全米の小さなパブリックアクセスCATV局に5分以内の映像を作ってもらい、ベイパータイガーが編集し、サテライトを通じて全米に放映しました。これが後にディーブディッシュ・テレビという名前で非常に有力なネットワークのひとつになります。これによって、サテライトとケーブルのリンクが可能になったのです。

こうしてみると、今アメリカで起きているパブリック・アクセス・テレビの現状は羨ましいかぎりです。日本の場合は、当面は無理なんじゃないかという気がします。私も東急ケーブルテレビジョンに加入していますが、ロック番組などでは面白いものがありますが、地域情報は区役所・市役所の広報レベルのひどいものです。アメリカのように、市民や個人が若干の使用料でスタジオを使って放映できるといったことが全くないわけです。アメリカのパブリック・アクセス・チャンネルは、基本的にコマーシャルはなく、地域選挙で候補者が使うことが許されていたり、地域のリサイクル情報を流したり、CBSやNBCのニュースや、タイム、ニューズウィーク、ニューヨークタイムズの記事に対して非常に批判的なアンチ・コメントを加えたりしています。

さて、パブリック・アクセス・チャンネルのCATVの使用料は、サンフランシスコの例で、スタジオ使用料が1時間200ドル。技術指導のワークショップが30分から1時間で15ドル。たった15ドルでビデオ編集やカメラの使い方のトレーニング



グを受けて自分で番組を作れるのです。

さらに、衛星にもパブリック・アクセスが適用されていますから、それを使って全米に放映できます。衛星の使用料が1時間 500ドルから 900ドルですが、ディスカウントで 500ドル。スタジオ使用料が 200ドルですから、合わせて10万円以下で1時間番組が作れてしまうわけです。

その番組は、上手下手を含めて個性的です。ところが日本では、テレビ映像はきれいでなければだめだという、へんに貧しい文化が出来上がってしまっている。その点、アメリカのほうが見る側のトレーニングができていられるのかも知れません。

最後に、日本では都市型CATVは、なかなか進展しないのではないかと考えています。日本はこの40年間に地域性というものを破壊してきてしまった。私は、CATVを考える場合に、地域性の復活よりも地域性が失われてしまったところから考えた方がいいのではないかと思います。

アメリカでは、例えばニューヨークでも非常に地域性が強く、あるエリアで仕事から生活まですべて済んでしまう。その点がアメリカの地域メディアの例が日本にそのまま適用できない理由だと思えるのです。

## ●中海テレビの「パブリック・アクセス・チャンネル」の試み

湯口 ありがとうございます。アメリカにおけるパブリック・アクセスの話は非常に参考になったと思います。では次に、「パブリック・アクセス・チャンネル」という、名前もその通りの番組をお始めになった中海テレビの西林さんに、その実際をお話いただきたいと思います。

西林延峰 中海テレビでは11月1日（1992年）から「パブリック・アクセス・チャンネル」という名前で、市民の方に1チャンネルを開放する放送を始めました。中海テレビは鳥取県米子市にあります。鳥取県の人口約60万人、米子市は13万人。鳥取県の中では2番目に大きい市です。そこに3年前の平成元年11月1日に開局しました。

中海テレビは、特に大きなスポンサーがあったわけではなく、株主は地域の企業・個人を含めた170で、開局当初の資本金は1億7000万円、1人100万円です。地域に役立つCATVをということで、多チャンネル、自主制作番組の充実、相互放送機能の3つを大きな柱にしています。

地域の活性化のためのいい方法はないかと考え始めたのが1991年の2月頃で、アメリカに「パブリック・アクセス・チャンネル」という一般に開放されているチャンネルがあることを知って、そのネーミングをいただいたわけです。

1991年11月にアンケート調査をしました。米子市には、文化サークルとか趣味、町おこしの団体や市民運動がたくさんありますので、150団体にアンケートを出したところ、回収率80%で、自分たちの活動をテレビを通じてもっとPRしたいという意見が多く、自信を得ました。それから「ネット情報サミット」という名前をつけて25団体に集まっていたいただいてCATVの使い方を質問したり、その模様を生放送で流したりしました。

そのような経緯でパブリック・アクセス・チャンネルを始めてまだ1週間しか経っていませんので、本格的な作品は上がってきていません。現在集まっている作品は、ホームビデオで撮った行事のようなものがほとんどです。

開局3年目の現在の資本金は5億4000万円、加入所帯4000件ですが、ランニング・コストの維持には約1万件が必要といわれています。

収入は、今のところ加入者からいただく利用料だけです。開設時の加入金が6万円で、月々2400円。2400円というのは都市型CATVの中では、多分一番安い金額だと思います。なお、今までの3年間は自主制作番組にCMを入れなかったのですが、11月から入れることになりました。

パブリック・アクセス・チャンネルは、始めて日が浅いので、将来どうなっていくかは正直なところ、まだ分かりません。でも技術的にも内容的にも、だんだん慣れていっていただけるだろうと思っています。

（記録・佐々木はるひ、まとめ・須藤忠臣）



## 女性のコミュニケーションする権利と メディア・リテラシー

討論者：小川眞知子（CMの中の男女役割を考える会、1984年結成）川平朝清（昭和女子大）斎藤正美（メディアの中の性差別を考える会、89年）塩谷千恵子（メディア・ウォッチ、91年）中嶋里美（行動する女たちの会、75年）西村寿子（月刊「ヒューマンライツ」）早川与志子（放送を創る女性の会、89年）松井美紀（民放労連婦人協議会）村松泰子（学芸大）。他に風邪で欠席の井上輝子（和光大、女性雑誌研究会83年）がアンケートで参加。コーディネーターは鈴木みどり（FCT）。

参加者は女性43、男性 8の計51名と多く、かなり大きいはずの会議室にあふれ、熱気に満ちた3時間となった。なお、この分科会では事前にアンケートを行い、その結果を資料として配布して討論者の限られた発言時間を補った（表、参照）。

### みんなの力をどう結集するか

鈴木みどり アンケート結果をふまえ、今日はメディアと女性の問題をめぐる日本の動きを整理し、変革への具体的な行動計画立案へ向けた討論を展開したい。その柱となる二つのキーワードがコミュニケーションする権利とメディア・リテラシーである。前者はFCTで今日発表した「テレビ視聴者の権利憲章」で述べている通りだが、特に女性の表現の自由、反論する権利、知る権利などの積極的・能動的な面について考えたい。後者は女性のあいだで批判的思考を身につけ、メディア問題の重要性を意識化していく方法とかかわる。その具体的なカリキュラム開発が急がれる。

小川眞知子 CMについて授業の中で取り組んでいる。行動する女たちの会の人たちと性差別広告で抗議行動をした。テレビCMを止めても、その続きを新聞広告やポスターでやっている。それに抗議すると広告部長は申し訳ない、軽率だったと謝罪。最終的責任は広告主にあるが、代理店の問

題も大きい。アンケート調査してわかったが、新聞などでは性差別に関する具体的な基準を持っていない。それをきちんと作らせる必要があるが、そのためにみんなの力をどう結集するかが課題。斎藤正美 メディアの中の性差別について調査結果をまとめ、報道責任者たちに会った。分かったのは、現場の人のあいだに性差別に対する認識がまるでないこと。また、個人の誠意なり関心から話を聞いてくれても、結局、システムとしての新聞社や放送局はなんの対応もせず無視だということ。「一部の人はそう思うかもしれないが大多数はそうではない」といわれる。メディアは批判されると「警察に引っ張られているようだ」という。女性はメディアにアクセスすることはできてもコミュニケーションする権利をもたない、と強く感じた。だから影響力を強くするにはどうすればよいか。多くの団体、グループがネットワークし力を合わせないとシステムを変えることはできない。メディアが自主基準に性差別禁止の項目を入れ、守って行くように働きかけることが大切。

塩谷千恵子 昨年グループを結成したばかりで横浜女性フォーラムの市民研究に応募し、離婚をテーマにテレビドラマの分析をした。今年のテーマは職業。今までメディアに関心がなかった人が多いのでドラマの分析から始め、FCTの協力でメディア・ワークショップを開くなどして学習活動を続け、グループとして出来ることを考えていく。

中嶋里美 1975年頃から性差別広告中止、NHKへの23項目要求など数限りない抗議行動をしてきた。最近では、朝日にでた宮沢りえの一面広告が問題。週刊誌でも「裸をみせたがる女の特集」「女のための女のヌード」等があった。メディアは男による、男のためのものになっている。その中に女性が入っていき、その感覚で創ることをしないと本当にひどいものができてしまう。クォー



ター制がいられている今、女性の数を増やし、根本的に時代を変えていかなければ。そのために連帯が必要。

川平朝清 9月にカナダ・モントリオールで開かれたIIC(International Institute of Communications)年次総会の前に参加者の中のメディアで働く女性50人(17カ国)が集まり2日間の会議を持った。それにオブザーバー参加したので報告する。

ここで示された二つのキーワードはEOUITY(公平、公正)とGENDER PARITY(性の平等)。女性の生活はかなり進歩したがまだ不満だ。特にメディアの中で決定権を持つ地位に女性ももっと就くべきだ。財政的に女性のプロダクション等に割振りをすべきではないか。そのためには国際機関がメディアにおける女性の問題にもっと目を向けるべきだ。一方、メディアにおける女性イメージの改善では女性たち自身の意識がまだ低いのが問題。同時に市場における女性、特に少数民族、障害のある人たちと女性がどう連帯出来るか。公平であること(EQUITY)はビジネス面でも非常に良い。以上から、紀元2000年までにメディアにおける、とくにテレビにおける放送時間の半分、映画作品の半分、そこで働く人の半分は女性でなければならない、と要求する、という決議をしている。

2000年までに後8年しかない。日本でこのよう

な要求を実現しようと思えば革命しかない。したがって、女性が革命を起こすくらいの力をつけることの方が大事。クォーター制は一見良いように見えるが逆差別を生む事にもなりかねない。出来ることからやる。また、企業が女性に門を開き、育てようとしないうり駄目だから、上の方にも働きかけないといけない。

西村寿子 「ヒューマンライツ」の編集をしているが、内容は部落問題だけでなく、女性問題をふくめ国内外の人権問題を扱っている。差別意識をなくすためにはメディアが重要な働きをする。

いま問題を感じているのは、行政による広報出版物に性別役割分業意識がみられること(月刊誌の表紙やポスターで女性がにっこり等)。行政の相談窓口でも相談を受けるのは男性、するのは女性。こういう差別的な情報をなくすには市民研修が必要で、それをする組織を作っていくことが大切。また行政が率先して積極的なイメージを追加していく必要もある。関西では、最近、部落問題を中心にして各行政が年1-2本の映画を作っている。そういう活動の中から積極的なイメージが増えていく可能性がある。

早川与志子 いままで視聴者とジョイントしたことがなかった。先程から話に出ているように放送局で働く女性は非常に少ない。特に現場で少ない

表. 討論者へのアンケート: 「メディアと女性」  
問題をめぐる取り組み(FCTを含む)

#### A. 質問項目

Q1 この問題にどう取り組んできたか/Q2 活動を始めたのは何時?/Q3 いま感じている問題、活動の難しさなど/Q4 未来へ向けた期待、提案/Q5 あなたのグループ活動について: グループ名と連絡先、運営方法(組織形態、財源など)、おもな活動、刊行物など。

#### B. アンケートまとめ

Q1 全員がこの問題に積極的に取り組んできた。  
Q2 活動開始時期は1970年代初期-1991年と20年の幅がある。

Q3 活動の目的は一致しているがその内容は次のようにさまざま:

\*内容分析調査とそれに基づいて社会的に発言

(コミュニケーション)する一報告書刊行/集会/執筆/メディア関係者と話し合い・申し入れ

\*国内外の変革の動き紹介-集会・執筆などによる交流/情報提供

\*批判的研究・議論-集会・執筆など

\*Case-by-Caseの抗議行動、異議申し立て

\*メディアではたらく女性の実態調査、メディアの中の女性の交流・意識化(C-R)

\*メディア・リテラシー・ワークショップ、社会教育講座などによるC-R

\*アジア女性ネットワーク活動

Q4 全員がこの機会にネットワーク活動への展開を強く希望している(その具体的提案を中心に分科会の討論を行った)。



から女性の視点での番組が出来るはずがない。と  
 いうて女性が増えれば良い番組が出来るかという  
 と、これは別問題。良いものをつくるには男女を  
 問わず資質が問題になる。数だけ増えれば良いと  
 考えていくと、どこかで罅にはまってしまう。

私たちの会は、中高年のキャリアのある女性た  
 ちが物を言える地位にいない、そこで仕事をどう  
 考えるか、ということで集まり、発足した。しか  
 しテレビというメディアに関しては、年長の者だ  
 けでなく若い人に話さなければ何も伝わらない、  
 と気がついた。ところが若い人は「私たちは平等」  
 と思っていて、集まりに出てこない。

佐川問題でメディアの影響力の大きさ、世論を  
 作る上での重要性が確認できた。女性が中心にな  
 り、男性を巻き込んで、視聴者と一緒にメディア  
 を作っていききたい。

松井美紀 メディア（民間放送）で働く女性の問  
 題とは何かを話したい。1)数が少ない。労働組合  
 としてもメディアで働く者の半分を女性にと提案  
 しているが、種々議論がある。過酷な労働実態な  
 ので、このままでは女性がかわいそう、という男  
 性。しかし視聴者の半数は女性なのだから、作る  
 側半数も女性にし、それでなにが問題かを究明し、  
 クリアしていこう、量によって質を変えていく可  
 能性もあるのでは、と論議中。

2)差別が罷り通っている。女性はアルバイト、  
 嘱託、契約、派遣など正規でない形で雇用され、  
 昇進の差別もある。ベテランになると女性もいろ  
 いろな役割を担わされているが決定権を持たない。  
 副のポジションにはつくが部長にはつけない。

3)不規則、長時間労働。残業だけで月100時間も  
 働く女性がいる。これでは職場に企業戦士が増え、  
 それが女性というだけだ。職業と家庭の両立とい  
 うことでは、むしろ後退している。

以上の問題は、労働組合のレベルだけでは解決  
 できない。こんな労働実態から生み出される放送  
 は国民にとっても良いものであるはずがない。し  
 たがって、放送をどうしていくか、放送局のあり  
 かたをどうしていくかを視聴者と一緒に運動して  
 いかないと、中にいる私たちの状況も変わらない

のではないか。

## フェミニズムからの理論的整備を

村松泰子 今は教員養成大学にいるが2年前まで  
 はメディアの内部（研究サイド）の人間だったと  
 いう立場で。メディアの研究を20年ほどやってき  
 ているが、どう変わってきたかを簡単にいうなら、  
 初期にはメディアのメッセージ内容の個別の表現  
 の問題を指摘してその解決策として女性の数を増  
 やさなければということやってきた。ところが  
 それだけでは解決しないことがわかってきた。や  
 はり、個人の問題ではなく、そうさせてしまうシ  
 ステムの問題にしていかなければならない。

マスコミの理論そのものにも、これまでジェン  
 ダーの視点が欠けていた。例えば、人間を沈黙さ  
 せてしまうシステムの問題に関する理論があるが、  
 それは男の世界だけの話で、女はもともと沈黙さ  
 せられてきた。その視点を入れた理論の開発が必  
 要で、それが研究者のこれからの課題。今日は欠  
 席の井上輝子さんが「主に男性たちによる古典的  
 な『表現の自由』論や『性の商品化』肯定論から  
 の攻撃に対して、フェミニズムの側からの反撃の  
 ための理論的整備が充分でない」ことを問題点と  
 して挙げているが（配布資料）、私も同感。

番組基準に女性の視点を入れるようにはたらき  
 かけるのは必要だが、その際、モデルを示してそ  
 れを採用してもらうだけでは形だけで終わってし  
 まう。また、自主規制という言葉は日本では非常  
 にネガティブに使われているので、メディアが自  
 主規制という時は危険な側面を含んでいる。表現  
 の自由と絡んで、私たちがその言葉の意味を創っ  
 ていかななくてはならない。それには、メディアの  
 中で研修システムを作っていくことが大切。

個別の表現は社会の仕組みの中では孤立させら  
 れてしまう。このことを踏まえて行動したほうが  
 いい。一つ指摘すると、それだけが問題なのかと思  
 われてしまう。個々に問題にすることも必要だが、  
 メディア環境全体が非常に偏ったものになってい  
 ることを指摘していく必要があり、私たちがそれ  
 を理論づけていかなければならないと思っている。



## 参加者を交え議論、続く

鈴木 それでは、ここからは参加者の方々も一緒に、将来に向けてどのような形での連帯が可能か、女性とコミュニケーションの問題で女性の力を強くしていくにはどうするか、という問題にしぼって議論を進めて行きたい。一人でも多くの方が発言できるように一人3分以内で。

中嶋 朝日新聞に行って「貴社の女性社員はどう思っているのか」と聞くと、「みな同じ考えです」という感じで、女性たちを絡めとって行く構造がある。内部でも問題を提起していかななくては。

斎藤 作り手の人にききたい。私たちの話し合ったことがどうすれば効果的にメディアにとどくのか。

早川 それが分かっていたら私達も悩まないが。少なくとも、私達が見て不愉快だったことをどう伝えるかそのノウハウも知られていないので、一つの研究テーマになる。視聴者はあまりにも知らないで、有効な手が打てない。電話一本かけて有効な時とそうでない時がある。それがどういう時かは、おこがましいが私達が指導教室のようなものを作らないと分からないと思う。別の機会にやりたいので、その時は呼びかけたい。

小川 西村さんが先程、豊田市のことを言われたが、これは非常に有効。日本では行政主導型なので行政が変わるとそれにつれて種々変わっていく。大阪府では要望が強く「望ましい女性の描き方」というのをイラスト入りで作っている。このやり方を他の地域でもやるといい。

西山千恵子（女性学会会員）横浜市でも行政の広報を男女平等イメージに変えていこうという資料が出ている。しかし「こうすればよい」という押し付けがましいところがあり、一方ではミスコンテストを別の課でやるなど行政には限界がある。喜花美鈴（広島）広島では県の企画する女性大学（日曜講座）がある。行政がその気になっているところで、女性の問題を子どもにも関係する問題にすれば男性も関心を持つと思ったので、メディアをとりあげる提案をした。

西村 豊田市でなぜできたかという、市長をトップに女性問題委員会があり、その下に実務担当者が出て様々にやっている。問題は組織が機能しているかどうか。枚方市では枚方女性会議という民間組織をつくり市にはたらきかけている。

企業の場合も、問題に対してどういう基本姿勢をもち、どんなスタッフをもっているかで決まる。村松 カナダの公共放送には女性問題担当者がある。そのようなことを日本でもNHKに要求していけるのではないか。

女性 各放送局には番組審議会（番審）があるが、それがどう機能しているのかが市民にはわからないという不満がある。番審にしろ、放送基準にしろ、私達で実態を調べ、発表していかななくては。太田喜晟（放送レポート・編集）数年前の放送法改正で、各放送局はその基本的問題については番組審議会にはかり、審議内容を公開しなければならないことになった。ところが局側は何もいわれたくないから番審をなんとか力のない機関にしようとする。民放連が1990年に「2000年ビジョン」を出しているが、そこで視聴者の利益を最大限に追及するといいつながら、視聴者イメージはまったく受け身のものでしかない。それが経営者の姿勢で、いかに安く、安定したものを供給できるかが視聴者の利益だと思っている。

さきほど放送局で働く女性が少ないということが出ていたが、それとテレビ内容は決して無関係ではない。女性の数が三分の一になれば少しは変わると思う。その時に説得力を持つのは、今ある番組がどのような視点で何を描いているか、多様性が本当にあるのかをきちんと分析していくことだと思ふ。分析し、その結果を発表し、現状を議論のベースとして使う。そういう意味で、視聴者と作り手が協力していける。

## 変化をつくりだすために

鈴木 メディアの中の女性と外の女性が協力することで必要としながらなかなか手に入らないデータも得られ、それによってきめ細かな変革のプログラムも立てられるようになる。例えば民放で働



く女性は18%といわれているが、私たちにいま必要なのは、実際に、どのポジションにどのよう女性がいて、どんな状態で、どんな仕事をしているのか、といったデータだ。そこで、このような協力体制も含めて、変化を作り出すために私たちにできることを、もうすこし具体的に提案してほしい。

中嶋 「視聴者の権利憲章」を持って作り手側のトップの人たちと会い、変えていくことをやった方がいい。NHKや民放をまわるなど体を動かさない限り変わってこない。

女性 このような場所に集まれるのは都会に住み、お金も時間も余裕のある人たち。過疎の村で老人介護で日常を過ごしている人たちでも目にするのは、美容院などにおいてある女性週刊誌。だから女性週刊誌に載せてもらうというのはどうか。

女性 (メディア・ウォッチ) 市民の目でテレビを分析し、報告書を一冊作ったことで新聞に載り、こういうことをすれば新聞社は動くのかと意外に思った。

吉田清彦 (CMの男女役割を問い直す会) ものごとは力関係だから、正論より圧力団体であることが大事。来年の再会を期して、互いに連絡を取り合い、組織を作り、一年後には圧力団体になる。

(笑い) 笑いごとではない。これだけやりながらメディアや行政に届かないのは圧力団体でないから。だからグループの運動体連合、女性とメディア全国連合協議会のようなものを作ってはどうか。

加藤春恵子 (東女大) ネットワークそのものは大切にしなければならないが、正式な団体を作るといって肩がはって気が重くなってしまふ。今日のような形で、送り手の人も集まってネットワークする女性たちの (女性だけでない方がいい) 緩やかな連合体がよい。集い会い、お互いを認め合いながらやっていく。私は、言論の自由を「権利」として位置づけていかななくてはならない、と思っている。それぞれの持ち場があり、そこでの局面に立って活動している。それを認め合い、互いにカバーし合っていくというのがいい。女性の中でコンセンサスを得ていける問題とそうでない問題があるのに、誰かが何かを言いたすとそれが正解

で、それについていかなければならないというのは困る。

女性 (編集者) 京都の小さい出版社にいるが、私たちのところでも研修プログラムはない。実際に本をつくるような立場にいる女性は多くないのだから、せっかくのチャンスを生かすために今はおじさんたちに不快感を与えないでいかに長くいられるかを考えている。

磯谷康晴 (高校教師) 『メディア・リテラシー』の翻訳に関わったことから、やはり、メディアを読み解くというような視点を持つことは大切だと思った。しかし学校の現場でこういうのをやると (生徒たちに) 強制的だと受け取られて嫌われる。学校教育の現状では、むしろテレビのなかでメディア・リテラシーをやるほうが選択的で、効果的なのではないか。

堀江節子 (富山・メディアの性差別を考える会) 新聞などの性差別表現について、行政から指摘しても変わらない。むしろ表現の自由を侵されるということで問題になる。私たちにとって何が必要かと言えば、メディアをウォッチし、それを発表する場を作ること。市民の側からメディアに対して警告を発するような体制を作れるといい。

川平 女性に不足しているのは瞬発力と持続力。それを養っていかなくてはならない。FCTの「ガゼット」(GAZETTE)にテレビに向かって声を出す時のガイドを載せてはどうか。番組審議会委員の名前、電話番号などの一覧表があれば、この番組はおかしいと思った時にそれを気軽にハガキに書いてだせる。(記録まとめ 松山恭子)



参加者の誰もが語りた、語らなければという熱い思いを持ちながら、3時間ではあまりに短すぎた。緩やかなネットワーク活動を始めることでコンセンサスはできたものの、それをどう作っていくか、どんな活動をするか等、私たちの創造性が真に問われるのはこれからである。次回の集まりでは、冒頭に掲げた二つのキーワードをめぐる本格的な議論をぜひ期待したい。(鈴木みどり)



## ● 様々な反響にぎやかに……

今回の国際フォーラムは、多面体の企画であったために、各新聞で様々な切り口からとりあげられかたをした。どこを切りとるかは、取材者の問題意識のありように関わっていたようだ。

●市民の参加は可能か— C A T V変革へフォーラム開催。11/10毎日新聞メディア欄。鳥取県米子市のC A T V局「中海テレビ」が今月から開設した「パブリック・アクセス・チャンネル」をめぐり、5人のパネリストと参加者が活発に意見を交換した。ひとりひとりが情報提供者になるという意識をもち、既存の局に対しても市民から意見をだすことが大切、という意見がまとめられた、と報告。

●NHK会長選出を市民参加で— 視聴者権利憲章を発表。11/12赤旗。

15周年記念フォーラムの席上で発表されたものとして権利憲章の全文を紹介している。

●ネットワーク作り、メディア改革を。11/12毎日新聞。

7日のフォーラムでは、メディアと女性を考えるグループのネットワーク作りが提案された。

それぞれの会の活動の悩みや今後の抱負が語られ、視聴者と作り手が相互に話し合うシステムがなければ市民の声が届かず運動も広がらない。ネットワークを作り、メディアの改革に取り組むことで一致した、と結んである。

●創造力と批判力、メディア教育まだまだ手さぐり。11/13朝日新聞Gページ。

メディア教育に焦点をしぼり、ジョン・ブンジャンテ氏の講演要旨とともに、日本で映像教育に熱心に取り組んでいる成城学園の教育内容を紹介している。メディア教育が注目されつつあるとはいえ、情報教育に関する行政のとりくみはまだ不十分、これからようやくスタートする、と紹介。

●視聴者の洞察力を養うメディア教育上陸。

11/19赤旗。

世界一テレビ電波の密度が濃い日本で、メディ

ア教育を推進する目標は、メディアの無批判な受容も全面否定も退けて「洞察力ある」見方を出来るようになること、メディアが伝える価値観を熟慮し、吟味できるようになること、と紹介し、F C Tが翻訳した『メディア・リテラシー』を紹介。

●視聴者の望む番組を— 多チャンネル時代定着のために。11/19毎日新聞記者の目。西尾英之。

F C Tのフォーラムで第2分科会を取材した筆者が、パネラーの一人川竹和夫さんのコメントを得て、日本におけるニューメディア、多チャンネル時代の放送を成功させる方策を考察している。

●メディア教育の普及、“草の根運動”で推進を。民間放送。11/13

メディア教育の推進には草の根運動が必要。両親、研究者、メディア専門家の協力が不可欠だ、と力説したジョン・ブンジャンテ氏の講演を紹介し、あわせて7日のフォーラム全体の流れも紹介している。

『メディア・リテラシー：マスメディアを読み解く』（カナダ・オンタリオ州教育省編）、F C T訳でリベルタ出版より1992年11月7日に刊行！（B5変型判・232頁、定価3440円、F C T扱いでは3200円）

メディア教育（メディア・リテラシー）とは何か、その目標、基本的概念、地域や家庭での学習活動と連携する授業の組み立て方、子どもの主体性を育てる数々の学習活動の提案など、内容が具体的で、創造性に富んでいる。

テレビのほか映画、ラジオ、ポップミュージック、写真、プリント・メディア（新聞・雑誌など）を扱っており、クロス・メディア研究の章もある。その目次を一部、記すと一序章：原理・目標・基本的概念・授業方法とモデル・各教科カリキュラムの中でのメディア。テレビ：概観・テレビのリアリティ構成・テレビ解説・番組の種類・テレビの商業的背景。クロス・メディア研究：概観、広告、メディアのなかのセクシュアリティ、暴力とメディア、カナダ人のアイデンティティとメディア所有、ニュース報道。

学校、社会教育、市民集会などでメディア教育を試みるのに最適のリソースガイドである。



# FCT データバンク

## 一 国内篇 一

●言語としてのニュー・ジャーナリズム、玉木明、学藝書林、1992年2月刊。

無署名性言語に対して一度も自覚的、対自的になったことがない日本のジャーナリズムの貧しさはどこに起因しているのか、ニュージャーナリズムという切り口から解明を試みようとしているのが本書である。

コミュニケーション理論を媒介した社会学的ジャーナリズム論と、ジャーナリストの経験的ジャーナリズム論とに大きく分けられるとはいえ、両者ともにジャーナリズム自体を俯瞰する視点を欠いている、として、ベトナム戦争から湾岸戦争までの間に何が変わったか、30年間にジャーナリストたちが語ろうとした世界について考察を深めている。メディア自体から自ら固有のメッセージを作り出すという、メディアが主体として立ち現れた事態、その主客転倒の意味しているところを読み取る必要がある、と説いている。他に「武器としての3人称」「物語の解体と物語の過剰」「私』の機能化」など。(T)

●特集・地方局国際化へ向けて、「月刊民放」1992年12月号。

1)高まる地方局国際化への期待、岡村黎明・立命館大、2)「北方圏ネットワーク」の構想に向けて努力、菊池寛・北海道TV、3)姉妹局提携をベースに地方都市間の連携めざす、大類啓・山形放送、4)電波を通じて地域社会と世界を結ぶ、河出一哉・東海TV、5)放送が直面する“国際化”の意味を考える、岩崎広平・毎日放送、6)地域民放の視点で実りある国際化を、新井美史・朝日放送、7)「カラモジア交流」で草の根国際交流を展開、太田幹雄・南日本放送、

8)広島地区TV4局で活発な取り組みー中国放送、広島テレビ、テレビ新広島、広島ホームテレビ、で成る現状報告を中心とする特集。

テレビ局をめぐる国際化の動きが活発になっている。東京・キー局主導の全国レベルだけでなく、ローカル局による独自の活動が目立っている。と岡村(1)。海外のTV局と姉妹関係を結ぶ、独自の海外支局をローカル局で分担する、地方局が民間外交の担い手になってきた、など様々な動きが見られる。このような変化は技術革新によって可能になった、と岡村はいう。それでは、国境を越えて市民と市民が連帯する上で、テレビはどんな機能を果たせるのか。市民主導のテレビ変革を考えつつ、この特集を読むのもいい。(M)

●郵政省失政録(上)、坂本衛、「放送批評」No.282,1993年1月号。

「郵政のあり方を議論しないことには、メディアやチャンネル電波のあり方を議論したことになる」という認識から、過去の事例に共通する郵政省の問題を「失政録」として綴る。

テレビ放送のVHFからUHFへの全面移行を打ち出した「Uターン騒動」(1968年)、現在のテレビ東京の全身、東京12チャンネルの免許にかんする行政訴訟と最高裁敗訴(1962年)、普及予測がはずれた新システムのキャプテン(1984年)と文字多重(1985年)ビジョン欠く場あたり行政の被害者・CATV(1968年)と、郵政省の恣意的な行政の問題点を短く事例によってまとめている。

郵政省の顔色を伺って何もいわない新聞・テレビなどの巨大マスコミや新規参入を目指すグループ、という指摘はあるが、それらの大企業側の問題は述べられていない。次号に続編が載るといことだから、期待したい。なお、同誌には「緊急提言BS-4はいらない」(赤尾晃一)も載っている。(M)

●特集・あなたはテレビを信じますか?、「ナム」1993年1月号。

仏教系の月刊誌「ナム」(南無)は、宗教を超えて現代の新しい問題に取り組むという編集方針から、1月号でテレビを特集。

(1)テレビ時代の暴力と死、芹沢俊介。(2)テレビがあれば、宗教はいらない?、柴山哲也。(3)アメリカのテレビ伝道師はなぜ衰退したか、武田道生。(4)テレビを読み解く、鈴木みどり。

(1)で芹沢は『性・暴力・メディア』(アイゼンク他)を引用し、「テレビの暴力場面を視聴することが、攻撃性を高めるか否かという問題では、すでに答えが出ている。すなわちイエスである」と述べている。さらに暴力的映像は単純かつ明快なファンタジーをもたらすので、性的行動の映像より模倣されやすい、また暴力と性のいずれの映像も感覚の剝奪につながっていると述べ、この状態が見る者に死さえも無感動なものにしている、と指摘している。

柴山(2)は宗教団体やドラッグ体験に似た「トリップ」を演出すると紹介し、他方、最近の新興宗教のハイテク化を指摘して、「本来の宗教とは人類的規模の救済であるはず」なのに、現代の日本には生々すぎる宗教ばかりが目立ち、「やはり、テレビを持った現代の日本人に宗教はいらない」と述べている。

武田(3)はレーガン・ブッシュの両政権による保守化の波に乗って繁栄し、いまクリントンの登場で衰退の方向にあるアメリカのテレビ伝導の経緯を解説。鈴木(4)はテレビを単純に否定するのではなく、クリティカルに読み解く「メディア・リテラシー」の必要性を語り、カナダの実践を紹介している。(F)

●文学再入門 大江健三郎、NHK人間大学講座テキスト、日本放送出版協会、1992年10月刊。



NHK教育テレビでの10月～12月にかけての講座のために大江健三郎氏が書いたテキストだが、小説を通して文学、芸術の本質を探究しようとしており、読みものとしても興味深い。

「私の作品には女が書けていないという批評が有力でした。小説における女性は最初から厄介な課題で若かった私は反発していたと思います」と語り、しかし次第に本質的な問題として「小説の中に書かれている女性を見ることでその作者の本質的な新しさ、いつまでも古びない問題性が見えてくる」として漱石の小説における女性像に言及している。(T)

●テレビ視聴者の権利憲章を問う、鈴木みどり、「放送レポート」No.120 1993年 1/2月号。

FCTの「テレビ視聴者の権利憲章」について、それを15周年を機に掲げることにした意味、作成の経緯を述べ、7条を順次紹介しながら、視聴者の権利と責任を確認する。

FCT活動の15年を支えてきた創設の理念を「権利憲章」で再確認することで、市民の側からの変革の提案をより具体的に記すことが可能になった。この「権利憲章」を共有する視聴者が一人でも多くなっていくようにとのFCTの願いをこめて、執筆されている。(S)

●PKOの表と裏—マスメディアが伝えない真実に迫る、「あごら」178号、1992年10月。

「PKOの背後にあるもの」という特集の一部。許すなカンボジア派兵！9.27集会で降旗節雄（帝京大）の講演「PKO—それは大企業の先兵」、李白（在日中国人留学生）の「日本はアジアの信頼を失わないでほしい」、金平成（在日韓国人）による「日本の過去を、私たちは『恨』として忘れない」を収録。

また、「10.4 山川暁夫・鈴木裕子を囲んで—女たちのかんかん

ガクガク討論集会」の記録も収録されている。いずれも、マスメディアではほとんど伝えられていない貴重な情報である。(M)

●オーストラリアにおけるメディア教育の動向に関するメモ、高桑康雄「上智大学教育学論集」25号、1990年度、1991年3月。

カナダのジョン・ブンジャンテ氏発行の情報誌 CLIPBOARDからの情報とフランスで1990年7月に開かれた国際会議「メディア教育の新しい方向」でのG. クレス（シドニー工業大学教授）の講演内容よって、オーストラリアで行われているメディア教育を紹介する。

クレスは講演のなかで、メディア教育の新しい方向をめぐる論議、計画、運動、政治的活動の中心にすべき条件として、次の4つの問題点を挙げている、という。

1)多文化状況と文化の違いを超越するメディアの働き、2)隠喩として、あるいは文化技術としてのメディア・リテラシー、3)社会的・技術的革新と新しいリテラシーの必要性、4)文化的価値と学校カリキュラムの政治性。

1)では、メディアを「現実の反映」とか「文化とその表現」といった考えを根本的にくつがえし、メディアは文化および経済のあり方や仕組みの一部でしかないと見る必要がある、という。2)および3)では、ある文化や社会で歴史的にみて支配的なリテラーとは何かをみきわめた上で、社会・技術の変化にともなってリテラーも新しい方向をめざさなければならぬ、と説く。

4)で、クレスは「メディアと教育はいずれも、文化の生産と再生産を司るものであるから、たがいに競い合う立場にある」と分析し、しかし、この両者を対立関係でとらえることは生産的ではない、メディア教育のカリキュラムは否定的な批判ではなく、建設的な批判を試みること

を大切にすべきだ、と述べているという。

なお、クレスの講演をはじめフランスで行われたこの国際会議の全記録が2年後の92年12月に、やっと主催者によってまとめられ、発行された。有料でだれでも入手できる。報告書名は：New Directions:Media Education Worldwide, edited by C. Bazalgette, et, al, BFI, £14.20. 問い合わせ：Ms. Cary Bazalgette, British Film Institute, 21 Stephen St., London W1P 1P L, England. (M)

●情報化社会と若者、秋山隆志郎、「青少年」No. 256、1992年11月号。

「テレビが、子どもに影響を与えているのは、科学的な視聴実験をとうしていても、実態観察によっても、また母親や教師らの体験に照らしてみても、否定できない事実である」と言い切っている。続いて民放各局の無責任な制作姿勢、視聴率競争の問題にふれた後、「私たちに何ができるか」と問いかけて、メディア教育の必要性を説いている。筆者は大学の講義でもビデオを見せながらテレビの作り方と見方について話しているが、学年の終りになると「講義を聞いてからテレビの見方が変わった」という学生が少なくないという。

また、CATVが増えつつある今はテレビを市民の手に取り戻す絶好の機会だと述べている。(S)

●だからたけしは嫌われる、MEDI A CLID編、人間の科学社、1992年。

テレビに出てくるタレントの顔ぶれは大体いつも同じ。中でも、ビートたけしは番組、CMの別なく全局の画面に頻りに顔を出し、腹立たしいほど我が物顔で振るまっている。

お笑いタレントとして複数のバラエティ番組を取り仕切り、「老人は汚い」「女が政治に口を出すとろくなことはない」など偏見と差別に満ちた発言を繰り返してきた。それを、



テレビや活字の世界では、ホンネの漫才と歓迎する風潮がこの10年ほど続いてきた。

そんな背景があって、今やたけしはバラエティ番組だけでなくトークショー、情報がかったクイズ番組、娯楽志向の強い時事番組と、あらゆる種類の番組にレギュラー出演して言いたい放題。お笑いを隠れ蓑にきわめて政治的な発言をする「TV文化人」になっている。

お笑いなら許せるが「警世・憂国の評論家」になってしまったビートたけしは危険極まりない、というのが本書を執筆した動機。いわゆる“たけし病”にかかっている世代に近い男性8名が、受けを狙ったたけしの発言の数々を取り上げ、どれほど矛盾しているか、弱者切り捨ての奢りに満ちているか、権威に弱く体制に迎合しているか、と“徹底糾弾”（副題）している。

たけしのレトリックを読み解くことは、このタレントに対してある程度の距離を置いて見ている人なら、それほど難しくはない。だが、本書を読むと、相当多くの「たけし病」患者が存在するらしいから、そういう人々にとっては、読むに値する本と言えるだろう。なお、ビートたけしがテレビや活字の世界で何故、これほど大きい顔をしていられるのか、その問題がもっとも重要と考えるが、その答えは本書からは得られない。たけしに擦り寄る文化人、たけしを使ってある種の政治的なムードをつくりだそうとしているメディアの仕組み等、真に解明を必要とする問題は数多い。(M)

●マスメディアは劣等財になった、藤竹暁、「経済広報」No.157,1992年10月号。

事実の断片がニュースになり、その社会的意味を問う議論が忘れられている。世間話に事欠かないニュースは、朝はスポーツ紙、夜は家に帰ってテレビのニュースショー、そして週間誌に目を通してあげば、(週刊誌の新聞広告と車内吊り広告を見ていれば)十分。他方、テレビや週刊誌の劣等財化傾向に背を向ける人々も議論の共通の土俵を求めめるのでなく、自分の趣味や専門領域に浸って満足している。

ニュースの感覚化、マスメディアの日常化により、社会的にモデルとなる人物は消費のヒーロー、つまりマスメディアがつくる有名人・タレントとなり、彼らが影響力を発揮する。コメンテーターとキャスターの一言と捨てぜりふで議論が構成されるようになった。このように、マスメディアが作り上げている言論の土俵は大きく変化してしまった。いまや、言論の衰退はさげがたい、と示唆しているようだ。(F)

●特集・TVワイドショーの研究、「創」1992年11月号。

1)芸能ジャーナリズムのメディアリンクージ、篠田博之、2)プロデューサー座談会・たかが、されど・ワイドショーの可能性、3)朝ワイド「視聴率戦争」最前線を見る、小池正春、4)「何で俺が芸能を」という差別意識、宇都木員夫、5)激戦区が拡大する午後のワイドショー、丸山昇、6)曲がり角?芸能リポー

ターの体験的私論、石川敏男、7)原則無用のワイドショーは最もテレビ的だ、小中陽太郎・鳥井守幸、の7本。

60ページもの誌面を使っている割には「研究」といえるほどの内容はない。むしろワイドショーを作り、送り出している人たちが何を考えているかを知るのによい資料になりそうだ。(M)

●WOWOW経営危機の死角について— ニュースの考古学、猪瀬直樹、「週刊文春」1992年12月24,31日号。

WOWOW(日本衛星放送、略称JSB)の危機説が流されている。

テレビ開局40年を迎え、テレビは新しい衛星波の時代に入ったが、本来なら自由競争を前提にしているはずの放送事業が、日本では郵政省所管の免許事業にされているために、JSBをめぐる暗闘は、行政指導という余計なお世話が介入し、ことをめんどろにしてしまっている。

JSBの救済に乗り出した日本テレビとセゾングループは、'97年度に打ち上げ予定の放送衛星BS-4のチャンネルへの利権をねらっているというのが実情。

いまや民放各局はサブテレビとしての衛星波チャンネル獲得にしのぎを削っている、そのことを視野に入れたJSBへのテコ入れ、という読み方もあるようだ。セントギガ(衛星デジタル音楽放送)の赤字解消問題も含めて、場あたりの電波行政でお茶をにごしている郵政省にせまっている。(T)

FCT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。