

34

東京財団 論点 シリーズ

メディア・リテラシーと
市民社会

IT革命に欠けている視点

菅谷明子

(ジャーナリスト)

THE TOKYO FOUNDATION

2000年11月

まえがき

この議事録は、本財団がシンクタンク事業の一環として実施している「アフタヌーン・セミナー」の第 33 回会合「メディア・リテラシーと市民社会 ― IT 革命に欠けている視点」の速記録である。

今回の会合では、講師を務めるジャーナリスト菅谷 明子氏より、上記のテーマについての報告が行われ、その後、報告内容に基づき活発な議論が行われた。

本セミナーは、多彩な参加者が、国内外の様々なテーマについて、オープンな形で議論することを目的として開催するものである。

この議事録は、本セミナーの成果を関係各位に報告するとともに、より多くの方々にもその内容を共有していただけるよう日本財団の補助を受けて作成されたものである。

2000 年 11 月

すがや あきこ
菅谷 明子 氏 略歴
(Akiko Sugaya)

1963 年 生まれ。

米ニュース雑誌「ニューズウィーク」の日本版スタッフを経て、ニューヨークのコロンビア大学で大学院にて国際関係論とメディア・ジャーナリズムを研究し修士過程修了。その後、米国を拠点にメディア、ジャーナリズム、シビルソサエティーなどをテーマに、取材・執筆活動を行う。

現在は市民の知のインフラ、企業・ビジネス支援、電子政府の窓口としてアメリカの公共図書館について取材中。

また、東京大学情報学環の「MELL」（メディア表現、学びとリテラシー）プロジェクトにて日本におけるメディア・リテラシーの実践について研究を行っている。

著書に、アメリカ、イギリス、カナダのメディア・リテラシーの現状をレポートした「メディア・リテラシー—世界の現場から—」（岩波新書、2000 年 8 月）などがある。

2001 年 3 月までワシントン DC 在住。

目 次

第 1 部 發言內容

1. 報告要約…………… 1
2. 講師報告…………… 2
3. 質疑応答…………… 26

第 2 部 卷末資料…………… 36

1. 報告要約 (Summary)

「メディア・リテラシーと市民社会 ― IT 革命に欠けている視点」

情報社会が加速するなか、メディアの情報と主体的に付き合うためのメディア・リテラシーが世界的に注目を集めている。各国の実践を具体的に紹介する。

“Media Literacy and Civil Society--A View Missing in IT Revolution Dialogue”

Amidst the accelerating development of a global information society, widespread attention is being paid to the fostering of media literacy in an effort to more subjectively deal with the role of media-generated information in forming knowledge, value systems, and ideologies. An introduction is given of the media literacy initiatives being pursued in each country.

司会 これから第 33 回アフタヌーンセミナーを始めさせていただきたいと思います。本日はお寒い中お越しいただきましてまことにありがとうございます。きょうは、現在アメリカにお住まいのジャーナリスト菅谷明子さんをお迎えいたしまして、「メディア・リテラシーと市民社会——IT 革命に欠けている視点」ということでお話をいただくことになっております。

皆さんもお目になさったことがあるかもしれませんが、岩波新書から「メディア・リテラシー」という本を最近出されまして、非常にお忙しいということを伺っております。今回も 3 週間の日本滞在ということなのですが、その間 35 カ所でお話をされているということなので、多忙をきわめていらっしゃるそうです。きょうはビデオ等もご用意して、いろいろとディスカッションをしていただきたいというふうに思っておりますので、よろしくお願いいたします。

それでは、菅谷さんお願いいたします。

2. 講師報告

菅谷 皆さん初めまして。菅谷と申します。こんにちは。

きょうは「メディア・リテラシーと市民社会」ということでお話をさせていただきたいと思います。副題として IT とありますが、日本に帰ってきて電車に乗っていると、IT という文字を一日に何回見ているのかなというくらい IT 革命という言葉が氾濫しているように思うのですが、実はそこに欠けている視点もあるのではないかというふうに思います。

それは、今例えば情報教育とか、ビジネスマンの方ですとコンピューターを使ったコンピューターリテラシーを身につけようみたいな、いかに仕事を効率化させるかとか、あるいは産業政策としての情報教育みたいな部分はあると思うのです。

その IT というのがわれわれのメディア社会にとってどんなものなのか、あるいは IT を通して流れてくる情報というものはどういうものなのか、それをわれわれはどのように見ていけばいいのかというような視点というのは、実はあまり出てきていないのかなというふうに思うのです。

これはまた後で説明させていただきますが、私は「メディア・リテラシー」ということについて過去 5 年ほど取材をしてきました。それが今の IT 時代と言われる日本の状

況の中に新しい視点を提供してくれるのではないかなと思ひまして、きょうはそういった角度からメディア・リテラシーについてお話をしていきたいというふうに思ひます。

まず自己紹介を兼ねまして、私がなぜメディア・リテラシーに興味を持つようになったかということをお話ししたいと思ひます。

私は現在フリーランスのジャーナリストでして、あと、今年の4月にスタートした東京大学大学院の情報学環という新しい大学院で、メディア・リテラシーを日本で展開していくための共同研究も行なっております。

以前はアメリカのニューズウィークというニュース雑誌の日本版に勤めておりました。そのとき、その編集部でたたき込まれたのは、ニューズウィークはアメリカの媒体であるから、日本で起きていることもアメリカ的な視点、あるいは外から見た視点で日本をとらえていくようにということでした。

そうすると、日本でも産経新聞と朝日新聞と日経新聞はもちろんそれぞれ論調が違ひかもしれないのですが、アメリカと日本となるとさらに幅のようなものが出てくるのです。例えば日米の貿易摩擦や日米の外交みたいなもの、起こっている事柄自体は同じですが、それが記事になって出てきたとき、日本とアメリカのメディアを比べるとかなり違ひているものになっている。

ニュースというものが事実を伝えるものであるとすれば、なぜその事実の見え方が違ひのかということに非常にこだわひまして、メディアが映すリアリティーというのは一体どんなものなのかということを考えるようになっていたのです。

その後、ニューヨークにあるコロンビア大学の大学院に留学しまして、そこで受けた授業ですとか出会った出来事が、今研究しているメディア・リテラシーにつながっていました。

私が今メディアを考える上で役に立ったのではないかと思ひのが、大学院で最初にとった授業で、テレビとか、それから新聞、雑誌の報道の内容を分析するものです。さまざまなトピックを扱うのですが、同じトピックを例えば10の各国の媒体がどのようにニュースとして報道しているかということと比較していくのです。

そこでおもしろかったのは、アメリカの中国に対する最恵国待遇という、貿易の交渉についての問題を比較したものです。例えば、アメリカ国内でもリベラルな媒体ですと人権擁護の視点から中国との関係をとらえていきますから、中国との貿易には反対する

論調です。それから、シアトルはボーイングという飛行機会社の拠点ですが、その地元の新聞というのは貿易を推進するような論調です。

あと、例えば香港とか中国とか日本とかイギリスとかいろんなものを比べていくと、同じ出来事を扱っていても、そこでずれが出てくるということがわかります。

それを、どんな情報源を使っているのか、どんな視点を切り口にしているのか、あるいはその媒体の持つイデオロギー的なものはどんなものなのか、あるいは読者層はどうなっているのかというように、体系的にリサーチしていくと、ニュースというのは事実を切り取って鏡のように反射させたものではなくて、さまざまな取捨選択、あるいは編集といったようなプロセスを経て出来上がっているものだという当たり前のことに気がつきます。

コロンビアのジャーナリズムスクールでは、実際に自分が企画した雑誌をつくるという授業もありました。リーダーズ・ダイジェストという雑誌の編集長が講師としてやってきて、非常に実践的な授業を行うのです。

まず最初に、雑誌というのは誌面の広告スペースを売るものですから、特定の読者層にターゲットを絞ります。それから、コンテンツを決めていこうということで雑誌づくりを始めていくのです。私は雑誌の仕事をしていましたが、アカデミックと実践的な面から雑誌を考えていくと、非常に今までと違った雑誌というもののメディアとしての特性を見ることができました。

あと、テレビのニュース番組に関する勉強もしました。ABC テレビというネットワークのプロデューサーが2人担当していました。

まず、夕方と夜のニュースを構成していこうということで、100 くらいのニュースのリストを渡されました。その 100 のニュースにはそれぞれ予算がついています。放送する時間は私たちが決めてもいいのですが、ターゲットを考える。夕方のニュースは比較的主婦の方ですとか高齢者、子供が多い、あるいは夜のニュースですとビジネスマンみたいな人が多いですね。

その中でどういうニュースを出していくのかということを考える。しかも、最後まで見ていただかなくてはいけないので、順番は、最初はおいしいものを出して少し保留にしてまた次のものを出していくみたいに、非常に計算をしていかななくてはならないのです。ニュースというのはさまざまな要素から成り立っているということです。

授業という非常に限られた中で体験していくうちに、私がかねてから思っていた、ニュースあるいはメディアが映すリアリティーというものは何かということがだんだんクリアになってきました。そうするうちに、これは一般的に知られていることなのか、そうでなければその重要性を伝えていく必要があるのではないか、と考えるようになりました。

たまたまフランス人の友達がアメリカ人のクラスメートとメディアに関して言い争いをしていることがあったのですが、その友達は、アメリカ人というのはメディアについて何もわかっていないのではないか、アメリカのメディアを世界で一番フェアでよいものだというふうに単純に思っているが、本当にそうなのかみたいなことで話が盛り上がっていました。

話のなかで彼がふと、フランスではメディアについて小学校から学んでいるので、少なくともメディアの影響力とかメディアというものがどんなものかというのはよくわかっているというようなことを言ったのです。そのときにメディア・リテラシーということを初めて知りまして、それに私は非常に興味を持ちました。

これは 95 年のことだったのですが、日本でも非常に重要なものではないかと思いついて、取材を始めました。その結果が、冒頭にご紹介していただいた岩波新書から 8 月に出版された「メディア・リテラシー」です。

今日本でも〇〇・リテラシーというのが非常にはやっています。例えばリーガル・リテラシーとかグローバル・リテラシーとか情報リテラシーとかコンピューター・リテラシーとか、さまざまなリテラシーがあります。私もこのタイトルをつけるのに非常に悩んだのですが、日本では若干、メディア・リテラシーという言葉がこの方面に興味のある方々に知られていましたので、とりあえずメディア・リテラシーという言葉を使ったのです。

メディアというのは基本的にはマスメディアと考えていただいてもいいと思います。リテラシーというのは皆さんご存じのように読み書きする力です。

きょうの講演を最後まで聞いていただければメディア・リテラシーがどんなものなのかということがわかりいただけるかもしれませんが、とりあえず、今の段階ではメディアというものの性質とか社会的な機能みたいなものを理解して、メディアと積極的に向き合っていくような力というふうに、仮に考えていただきたいと思います。

では、どうしてメディア・リテラシーが必要なのかというふうに考えてみると、まず接触時間の長さです。95 年の NHK の国民生活調査によると、日本人は 1 日平均 3 時間 28 分テレビを見ているそうです。それを仮に 75 年間続けると、75 年間のうちの丸 10 年以上はテレビだけを見て過ごすことになるそうです。ここには睡眠時間は入っていないので、そうすると 10 年以上ということになります。

あと、私たちはテレビ以外にも新聞、雑誌を読んだり映画を見たり、あるいは中づり広告をぼんやり眺めたりとか、屋外広告が目飛び込んでくるとか、さまざまな形でメディアと接触しています。

そう考えると、われわれが仕事をしているとか学校に行っているとか、そういったメインの活動を除いた余暇の時間のかなりの部分をメディアから情報を収集したり、あるいはメディアが送り出すエンターテインメントを楽しむのに費やしていると言えます。

これはアメリカのデータなのですが、1 日に 3 時間テレビを見ると、75 年間で 200 万本のコマーシャルを見るそうです。日本の代理店の方にお話を伺ったら、アメリカより日本の CM の方が長さが短いそうなので、本数でいくと 200 万本以上見ることになるのではないかとこのふうにおっしゃっていました。

これもアメリカのデータですが、テレビを毎日約 3 時間くらい見ると、子どもが高校を卒業するまでにテレビを見る時間の合計は、学校で受ける授業の 2 倍以上になるそうです。テレビは、ある意味では「教育機関」として学校よりも説得力や影響力があるかもしれないとの考え方もあるようです。

それから、私たちが今知っていることをどのように知ったのかというふうに考えてみると、メディアの影響力を知ることができるのではないかと思います。例えば、われわれは今日本に住んでいますが、ロシアのことも知っていますし、アフリカのことも知っています。それから、ニューヨークというのはどんなところなのか、あるいは歴史上の人物で織田信長というのはどんな人なのか、あるいは宇宙はどんなところなのか、火星人というのはどういうものなのかというのを何となくいろんなことを知っています。

われわれは直接的に体験したこと以外、あるいは人から聞いたこと以外のほとんどのことを、いわゆるマスメディアから情報を得ていると言ってもいいのではないのでしょうか。

そこで大切なのは、マスメディアがどういうものをわれわれに伝えているのかという

ことです。私は今ワシントン DC に住んでいますが、日本の方がアメリカにいらしたときにお立ち寄りくださることも多いのですが、例えば日本の方が持っているアメリカ観みたいなものが、アメリカの現実とはかなり違っているのではないかと思うことがあります。

それはなぜかと考えると、例えば、日本にいてアメリカのことを知るのは、繰り返しくなりませんがマスメディアを通じた情報ということになります。ここにメディア関係の方が何名かいらっしやると思うのでおわかりだと思いますが、特に報道で伝えることというのは、普通の人が普通のことをしていることはほとんどニュースにはなりませんから、非常に極端な例が取り上げられがちです。

例えば、マンハッタンで活躍する女性たちみたいなのがよく女性週刊誌の特集記事になったりしますが、マンハッタンでビジネスに失敗した女性特集みたいなのはなかなかありません。

それから、また女性の話になってしまいますが、シングルマザーというとアメリカでは貧困層で、大変な問題を抱えている層だと認識されている点もあると思います。しかし、日本で上げられるアメリカのシングルマザーというのは、華やかでかっこよく、キャリアウーマンみたいな視点から上げられる例が多いような気がするのです。それを反映してか、日本の方のシングルマザー観は、ちょっと違ったイメージがあるのかなという気がします。

それから、アフリカというといつも暗いニュースが多くて、例えば農業で成功したとか、社会に貢献した人とか、そういう例もあると思うのですが、そういうポジティブなことはなかなか伝わってこないと思うのです。

そういった報道の特性みたいなものがありながらも、受けている側というのは報道されたものが社会を映し出していると考えてしまうのではないかと思うのです。そのギャップについてもっと真剣に考えていく必要がありますし、そこでメディア・リテラシーというのがこうした状況を打破する可能性を持っているのではないかと思います。

これはよく学校で使うのですが、フレームがありまして、例えば就職活動をされる方ですとか、あるいは大学生でもいいのですが、テレビとか新聞の報道を一生懸命チェックして社会のことを知りましょうというふうに言われることが多いと思います。もちろん、新聞とかテレビのニュースで報道されていることを知ることは非常に大切です。た

だ、そこに世の中のすべてがフィットするわけではないのです。

ゲートキーパーになっている人たちがわれわれの手となり耳となり、われわれにかわって社会で起こっているさまざまなものを選び取ってきて、ある視点からまとめたものがわれわれに提供されているのです。しかし、世界で起こっているほとんどのことは、実は報道されていないのです。ですから、枠の外にあるものに注目して見るということもメディア・リテラシーの重要なことの1つだというふうに思います。

メディアの枠の外に注目してみるということを今申し上げましたが、仮に今アメリカ大陸が沈没していても、メディアを通して伝えられなければわれわれは知らないこともあり得ます。ですから、何が報道されているかというよりも何が報道されていないかについて注目して見ることによって、実は社会全体の動きというのがよりわかりやすくなるのではないかと思います。

というのは、私たちがいろんなものを考えたり、あるいは知識を得たり価値観をつくっていく上で素材になるのは、メディアで伝えられた情報だと思うのです。そういった意味で、メディアは必ずしも鏡のように世の中を写したものではないということは当たり前のことですが、そういうところに注目して見るということは、繰り返しになります。メディア・リテラシーのポイントでもあります。

ここでメディア・リテラシーの概念みたいなものを簡単に紹介したいのですが、メディア・リテラシーというのは基本的には学校教育の枠内で行なわれているものです。私は一応本にする関係でイギリスとカナダとアメリカの事例に特化していますが、実は世界各国でさまざまな試みが行われています。

例えば、メディア・リテラシーはロシアとか東欧、ヨーロッパ、スカンジナビア、あるいは南アフリカ、それから北米、オーストラリア、あと南米のチリですとかブラジルですとか、アジアですとフィリピン、韓国、台湾など、さまざまなところで行われているものです。

しかし、必ずしも学校のカリキュラムに入っているとは限らず、支援団体によって実践されていたり、あるいは市民活動の中に取り入れられていたりする例もあります。

基本的な考え方ですが、これはカナダの教科書を引用したのですが、メディアはすべて構成されているもの、ということが基本になります。これは先ほど申し上げたもので、現実を鏡のように反映させたものではなくてさまざまな形でつくったものであると。

それから、メディアは現実を構成するというのは逆ですが、メディアで伝えられていることの方が真実味があるというような、そういう影響力があるということです。

それから、オーディエンスという言葉を使っています。これは視聴者とか読者とか、メディアを受け取る側というふうに考えてもいいと思いますが、それぞれがメディアから意味を読み取る。

これは、メディアの情報が一方的にわれわれに影響するのではなくて、私たちがメディアと接触したときに、自分の興味ですとか知識といったものによってさまざまに意味を受け取る。例えば、ここにいらっしゃる皆さんと一緒にある映画を見たとしても、そのメッセージの受け取り方というのはそれぞれ異なってきますよね。そういう意味です。

それから、メディアというのは商業的な意味を持つ。これは、公共放送みたいなものは除いてもいいと思うのですが、ほとんどのメディアは利益を上げることを目的にし、また企業広告を母体に成り立っているということです。

それから、メディアは物の考え方、イデオロギーとか価値観を伝えているということです。それから、メディアは社会的、政治的な意味を持つ。メディアの様式と内容は密接に関係している。それから、メディアはそれぞれ独自の芸術表現を持っている。こういう基本的な考え方があります。

ここから各国のメディア・リテラシーについてご説明していきたいと思うのですが、その前に、まずビデオでメディア・リテラシーの授業がどのように行なわれているのかということをご紹介した方がわかりやすいと思いますので、ここで皆さんにビデオを見ていただきたいと思います。

これからお見せするのは、実は神奈川県音楽の授業です。メディア・リテラシーというのはメディアについて学習するものなのですが、映像について学習していくということも重要なことの1つです。

例えば、日本の国語の時間というのを考えていただくと、大体文字の読み書きと文学の読解というのが中心になります。しかし、今私たちは、文字だけではなくてビジュアルとか映像、それからテレビとか映画で考えると、映像プラス音楽というコミュニケーションでさまざまなメッセージを受け取っています。その映像と音楽のコンビネーションについて学習している例が今からお見せするものです。

(ビデオ)

ナレーション 小学校では音楽の時間にテレビや映画で使われている曲を取り上げています。音楽専任の池田ヤスコさんはメディア・リテラシーの考え方を授業で取り入れています。

この日の4年生の授業は映像につける音楽の効果がテーマです。これはテレビで放送された動物番組の映像です。音声を消した画面に3種類の違った曲をつけて映像の印象を比べてみます。1曲目は静かな感じの曲でした。これは2曲目。少し悲しい雰囲気です。

池田さんは画面の中の猿の気持ちを子供たちにセリフで表現させました。

池田 とりあえず書けた人、起立。

生徒 泣きたいくらい苦しい。もう死んでしまう。わあ。

生徒 こんなに寒いのに松ぼっくりしか食べられないなんて。バナナ食いてえ。

生徒 ああ寒い、ああ寒い。もう死んじゃうよ。助けて。

池田 映像は同じだね。でも、曲を変えただけでこんなに話が変わっちゃった。じゃあ3曲目。

ナレーション 今度は明るい雰囲気の曲。映像は前と同じものです。

テレビや映画などでは演出のために音楽が効果的に使われています。それに気づくことがこの授業のねらいです。

池田 書いた人全員起立。当ててない人を中心にやっていきますから。

生徒 もう一度頑張ろう。もうすぐ雪がやむかもしれない。木の実でも食べて元気づけよう。

生徒 やっと食べ物にありつけた。僕って幸せ者かも。

生徒 きょうはクリスマスだ。木の実も松ぼっくりもごちそうだ。

池田 なるほどね。いいね。というふうに、映像は同じなんだけど用いる曲で全部お話が変わってきました。これでみんなのきょうの勉強になったと思います。

ナレーション 子供たちの印象の変化がはっきりと表れました。

池田 音楽1つで映像でも違って見えるということを体験しましたから、すぐにというわけにはいけないと思うのですが、テレビ画面を見ていまして、これも音楽でうまくやっているなどか、これはそんな大げさなことではないのではないかとか、そこまで

気がつくといいなと思います。

菅谷 今のは川崎の授業でしたが、このように、映像と音楽という私たちが日常的に触れているものですが、改めて音声というものを変えると、映像は全く同じでも意味が変わってくるというのを、私たちはほとんど意識せずに接することが多いのではないかと思います。

日本ではメディア・リテラシーというのはまだ学校教育に取り入れられていることは少ないので、これは非常にまれな例なのですが、こういったことも行われています。

メディア・リテラシーの授業でどんなことをやっているのかということを簡単にご紹介したいというふうに思います。

メディア・リテラシーは、日本でいうと国語の授業に取り入れられている例が多いです。日本語が国語というふうに言われていることに対しては、イデオロギー的にもさまざまな意味があるというふうに言われていますが、ここでは触れません。

例えば、英語圏ですと English 英語とか Language arts という言語という言い方をしますが、こうした授業で行なわれていまして、授業の内容は文字の読み書きや小説の読解ということもありますが、それに加えて、映像について学習するとか、今のような映像と音のコンビネーションについて学習するということが含まれています。

あるいは、文章で書かれたものを自分の中でイメージしてみて、どうやって自分が文字を映像化しているのかという、文字と映像の表現の違いを考える。例えば、小説の一部を映画化したようなものがあれば、監督が表現の方法としてどのように映像化しているのかということを見ていったりする。

それから、チャートとかグラフというのは教科書だけでなくわれわれが一般的に読むものに非常に多く使われていると思うのですが、それが文字で表現されたものとどう印象が違うのか。あるいは、文字に加えてチャートやグラフであらわすと、コミュニケーションとしてどういうふうに意味が変わってくるのか。

あるいは、写真みたいなものは必ずキャプションという写真の説明書きがあると思いますが、キャプションがないものに自分でキャプションをつけてみて、実際に雑誌とか新聞でつけられているキャプションと比べて、説明書きによって写真のイメージがどんな印象になるのかということを考える。

あるいは、メディアの経済基盤。例えば、テレビというのはコマーシャルを流す時間枠を企業に売ることによって成り立っているようなものですが、そういったものについて考えてみる。そういうさまざまなことが行われています。

これから 2 つ、どちらもテレビなのですが、アメリカのメディア・リテラシーの授業についてご覧いただきたいと思います。まず最初のは、ドキュメンタリーについて考えるという授業です。

(ビデオ)

ナレーション ここはアメリカ。ニューヨーク州のロセスクール。高校 1 年生の生徒にメディア・リテラシーが正規の授業として教えられています。

～英語～

薮谷 今ご覧いただいたのは、ニューヨークのロングアイランドにある学校です。教材に使っていたのは、ディスカバリーというドキュメンタリーの専門チャンネルがあるのですが、そこが教材をつくってしまして、そのビデオから取ったものです。もともとの素材は BBC がエイプリルフールにつくった映像です。

これは、ドキュメンタリーを見たときに、自分がそこで取り上げられていることについて知らなければ、それをどう考えていけばいいのかというのを極端な例で示しているものです。

例えば、先ほど英国調のナレーターをつければ信憑性が増すのではないかみたいなことを言っていましたが、生徒がふだん何気なく見ているようなテレビ番組も、なぜ自分がそれを受けとめていくのかとか、どういう情報源があればそれを自分が信じていくのかみたいに、テレビ番組について自覚的に考えていくというのがこの授業のねらいになっています。

この教材にはほかのバージョンもありまして、もう 1 つおもしろいのは、実は地球は平らだったということをハーバード大学〇〇教授とかいろんな人が出てきまして、チャートとかいろんな写真を用いながら説得力豊かにいかに地球が平らなのかみたいなことを訴えていくようなものもあります。

ディスカバリーというのは世界百数十カ国にドキュメンタリーの番組を提供している

まだ新しい局で、メディア・リテラシーに非常に力を入れています。拠点はメリーランド州という、ワシントン DC のすぐ隣にある州なのですが、州の教育省とプロジェクトを立てています。

例えばこうした取り組みを放送局の方たちにお話すると、彼らは抵抗があるとおっしゃっていますが、むしろディスカバリーはドキュメンタリーというのは制作者の物の解釈の仕方の 1 つでしかないということを全面的に打ち出しています。積極的に子供たちにドキュメンタリーの裏舞台を見せていくことによって、ドキュメンタリーに対する理解を深めてもらうことが、実はよい番組づくりにもつながっていくというような発想が背景にあります。

ことは、確か延べ 3000 人のディスカバリーの社員が州内の学校を回って、ドキュメンタリーについていろいろ語るというプロジェクトを立てていたり、あるいはインターネット上に素材を提供したり、あるいは教材を考えたりとか、積極的にメディア・リテラシーを支援しているような局です。先ほどの女性は、実は元ディスカバリーの社員なのです。現在は局をおやめになって、この学校でメディア・リテラシーを教えています。

それから、次にお見せするビデオもメリーランドなのですが、高校の授業で、テレビのコマーシャルと番組内容の関係について考えてみるというものです。ここに登場される先生は、テレビ局でキャリアを積まれてきた方ですが、最終的にはネットワークの ABC テレビワシントン支局の記者をおやりになっていた方です。

(ビデオ)

～英語～

ナレーション きょうの授業は視聴率ゲーム。生徒をテレビ局とスポンサーに分けて CM の値段を決める駆け引きをゲームをします。どの時間帯にどんな広告を流せば一番効果があるのか。どんな企画を用意すればスポンサーは喜んでくれるのか。テレビ番組の企画から放送までの流れについて突っ込んだ話がされていきます。

ロイド先生はこの学校で働く前、テレビ局でニュースをつくっていました。

～英語～

菅谷 最後のインタビューに登場した高校生も話していましたが、テレビというのは非常にくだらないもので考えるにも値しないみたいな世間の風潮というのは、別に日本だけではなくて、テレビを見るのだったら本を読みなさいというのはどこの国も一緒なのです。冒頭に申し上げたように、テレビの視聴時間や影響力というのが非常に大きくなっている中で、テレビというのはどんなものなのかということを考えていくことの重要性が認識され、それがメディア・リテラシーの動きにつながっています。ただ、もちろんテレビだけがメディアとして重要なわけではないですから、新聞とか雑誌とか広告とか、さまざまなものについても教えられています。それでは、これからランダムにどんな授業例や教材があるのかということを簡単にご紹介したいと思います。

例えば、イギリスの場合は、小学校から高校までのレベルでメディアについての学習が行われています。先ほど申し上げたように国語の中に入っているものと選択科目というのがありまして、選択科目は高校の入学資格試験の選択科目にもなっていて、割とアカデミックに認められているようなところがあります。

選択科目でどんなことをやるかということ、ニュースが制作される過程を学習する。例えば、ニュースバリューというのはどんなものなのかとか、ドキュメンタリーとは何か。それから、広告とマーケティング、メディアがどんなふうに物事を取り上げていくか、ジャンルについて、映画と放送のフィクション、ラジオ。

これはイギリスなので、イギリスの新聞、ケーブルとサテライトテレビ、メディアと開発、オルタナティブとかインディペンデントメディア、それから、ポピュラーミュージック、メディアオーディエンス。

特に中学生ですとか高校生というのはポピュラーミュージックとの接触時間が非常に長いですが、音楽というのは若者にいろいろな価値観を提示していく極めて影響力のあるメディアということで真剣にとらえられています。

例えば、今お見せしたモンゴメリ・ブレア高校では MTV という音楽の専門チャンネルを授業で見て、そこから好きなビデオクリップを選んで、それを制作した監督のテクニクを分析します。今度は生徒たちが実際にカメラを使って、そのテクニクを真似て、市販の CD に映像を乗せてみるというようなことで、映像のメッセージというもの

はどういうふうにつくられているのかということを体験学習したりします。

それから、映画宣伝用の 30 秒くらいのクリップというの也有ります。こうしたものは短時間に作品をいかにおもしろく見せて来場者を増やすことが目的でつくられているものです。授業は実際に映画の素材を使って、どこの部分をどんな順番で切り取ればいいのかみたいなことを制作するということも行っています。

あと、話がずれますが、先ほどの高校ではスタジオに教育関係者とかさまざまなゲストを呼んできてトーク番組みたいなのをつくって、それを地元のケーブルテレビを通して流しています。このように、授業だけで閉じずに社会と接触していくような、発信みたいなことについてもメディア・リテラシーの授業で行っています。

それから、この表はイギリスでよく使っているのですが、カメラアングルについて学習するものでして、同じ被写体でもどこに焦点をあてて撮るのか、アップにするのか、あるいは引いて撮るのかということは、例えば文学でいうところの形容詞みたいな役割があるということを知るものです。こうした教材を使って、ショットタイプについて学習したりしています。

あるいは、コマーシャルを読んでみようということで、これは 25 のショットから成っている 30 秒のコカ・コーラのコマーシャルです。大体コマーシャルというのはストーリーがあります。そのストーリーをワンショットずつ、どんなシーンで、それはどういう目的で、どんな色使いをしていて、何が映っていて、どんなセッティングになっているかみたいなことを細かく見ていきます。

もちろんコカ・コーラをいかに買ってもらうかを目的にした広告ですが、それがどのようにつくられていて、われわれの行動にどういうふうに影響しているのかというようなことを、コカ・コーラのコマーシャルをテキストとして使って学習したりもしています。

それから、これは映像について考えてみるというチャートなのですが、文章もそうですが、映像というのは大体編集がされています。それから、映像の場合はライティングとか色みたいなものがあるって、さっきのお猿さんの例にもありましたが音もあります。あと、カメラをどういうふうに使っているのかとか、どんなセッティングがあるかみたいなことを学習したりします。

何と、国語の時間ではチラシも文学と同じように読んでいく。例えば、こういうチラ

シがあるとすると、なぜこういうセッティングになっているのかとか、どうしてこういう字体にしているのかと。日本でいうと、明朝とイタリックでは何となく文字のニュアンスが違って見えたりすると思います。あと、色によってもかなり印象が違うと思います。こういったビジュアルコミュニケーションみたいなものについても学習します。

それから、広告もしょっちゅう使われるテキストですが、これはたまたま私が見つけたティファニーの広告です。例えばこういうものがあると、セッティングはなぜこんなふうにしてあるのかとか、あるいは、このモデルさんは清楚できれいな方ですが、なぜこういったモデルを使っているのか。この人はなぜカーリー・ヘアではないのか。あるいは、なぜここにティファニーのロゴをもってきているのかとか、ふだんほとんど何も考えないようなビジュアルでもやはり意味があるわけですから、その意味を考えてみるというようなことも学習の対象になります。

あるいは、これはイギリスで使われているニュースです。例えば、夜のニュースで同じトピックを BBC とほかの局が扱った場合に、その映像の順番ですとかインタビューされた人のタイプとか、それから、同じ人がインタビューされていればどんなコメントがそれぞれ使われているのかということを比較したりですとか、そういった作業もメディア・リテラシーの授業内で行われています。

それから、これはカナダの高校のメディア・リテラシーの教科書です。メディアとポップカルチャーをテーマにしていますので、今映像ですとかいろいろなお話をしてきましたが、そのなかでも大衆文化とメディアの関係に焦点を当てたものです。

例えば白雪姫のディズニー映画の例ですが、白雪姫というのは王子さまの手によって幸せになるのはちょっと古いのではないかと、みたいなことを子供たちと話し合ったり、あるいは、日本でもおなじみになってきた GAP とかカルバン・クラインのイメージが広告によってどうつくられているのかをみていくものもあります。

あるいは、これは雑誌のモデルさんなのですが、皆さんご存じのように、この人の手をもっと長くするとかピアスの穴をなくしてくださいとか目をもっとブルーにしてくださいみたいなことは、今は簡単にコンピュータ上で処理できます。子供たちはこういうのを見ると、モデルというのはそのものだと思っているのです。実は色を変えたりとかさまざまなことをしていますが、なかなか私たちはわからないので、こういったことを学習してみる。

これは車の広告ですが、それから、GUESS とか BENETTON みたいなファッションなど、これはポップカルチャーを扱っているのでもうしても広告が多いのですが。

あと、テレビドラマも教材として使われます。日本に帰ってきていろんな話を聞くと、例えば、日本でも「ER」という病院を舞台にしたドラマや「ピバリーヒルズ青春白書」というピバリーヒルズの高校を舞台にしたアメリカドラマの人気の結構高いようなのですが、どうも、それがアメリカの病院とか高校そのものと混同しているような印象がありますが、こうした番組もよく授業で使われています。

ドラマであれば、どういうセッティングで、どんな理由でそういうふうにつくられていて、主人公たちのそれぞれのストーリーとか性格というのはどんな意味を持っているのかというようなことをまじめに考えてみる。

あるいはメディア戦略についても考えてみる。例えば、環境団体のグリーンピースはメディアを使うのが非常に上手だというふうに言われていますが、メディアの使い方とわれわれに伝えられるメッセージというのはどんな関係があるのか。

それから、これはオードリー・ヘップバーンがユニセフの大使でアフリカに入ったときの写真なのですが、なぜオードリー・ヘップバーンを使っているのか。もしオードリー・ヘップバーンではなかったら同じことでもニュースにならないのか。幅広いのかえってわかりにくいかもしれませんが、とにかく、さまざまなテーマから大衆文化とメディアを考えていくということがメディア・リテラシーの学習でさまざまに行われています。

簡単に各国の状況について、それぞれ特色がありますのでご説明させていただきます。時間の関係もありますので、イギリスとカナダとアメリカの例でお話をします。

今のメディア・リテラシーにつながる動きは、1930 年代のイギリスにさかのぼるといわれています。当時は大衆社会の到来で、その頃の新テクノロジーであるところの印刷技術が大衆化し、イエロージャーナリズムとか大衆小説みたいなものがどんどん社会に出てきた時期にも重なっていました。

こうした事態に、文芸評論家たちは低俗な大衆文化から子供たちを守るためにどうすればいいかということを考えたのです。それで、子どもたちが大衆文化に対して批判的な見方ができるようになれば、大衆文化のくだらなさがあり、それによって古典のような高級文化を守ることができるというふうを考えました。そこで大衆小説とか広告、

チラシみたいなのを国語の授業の中に取り入れるようになったのが、メディア・リテラシーの発端とされています。

このようにメディア教育はメディアから子どもを守るようなところから始まっているのですが、60年代に入ると、今度はカルチュラル・スタディーズという思潮が登場してきます。日本でも最近本がベストセラーに入っているということで、カルチュラル・スタディーズにおなじみのある方もいらっしゃるかもしれません。

簡単に説明させていただくと、大衆文化というのは単に低俗でくだらないものではなくて、われわれの文化の中心であるから、それを積極的に理解していこうというものです。こうした考え方の登場で、メディア教育が大衆文化批判というよりは少し広がりのある中教えていこうというような動きが出てきます。

その後、だんだんテレビが浸透するようになってきて、教師の方々のメディア観も変化するようになって、メディアは悪いものではなくて非常に重要なものだと考えられるようになってきて、積極的に授業の中に映画とかテレビを取り入れるようになっていきます。

80年代の後半に入ると、イギリスではナショナルカリキュラムが作られますが、そのときに、英国映画協会という、映画の鑑賞能力を高めたり、あるいは映画に対する理解を深めることで、イギリスの映像文化を高めることを目的とした半官半民の団体が中心になって、メディア教育を授業の中に取り入れるためにロビー活動を展開します。

その成果が今のメディア教育につながっています。基本的に、イギリスの場合はどちらかというとメディア文化を高めていくという目的でメディア教育が行われていくのです。

一方、カナダの例はちょっとそれと異なります。皆さんご存じだと思うのですが、カナダはアメリカと国境を接していて、カナダにいとアメリカのケーブルとかネットワークテレビをほとんど見る事ができるのです。カナダ統計局の調査によると、今カナダ人が見ているテレビ番組の約6割はアメリカ製のものだそうできて、昔よりもその比率は減っているそうですが、依然として半分以上はアメリカの番組を見ているような状況です。

カナダでメディア・リテラシーが盛んになったのは、自分たちが日常的に接しているアメリカのメディアというのは、実は自分たちの文化とはちょっと異なるものであると

いう特異な環境にあります。そういうメディアとの距離感みたいなものが強い中で、メディアが構成されたものだということに気がつきやすい土壌があったのではないかと言われています。

それから、自国の文化を守っていく上で、アメリカ文化というものに距離を置くようにすることで、カナダ文化について考えるきっかけを与えるというようなことも背景にあると言われています。

それから、カナダではカナダ出身のメディア学者マーシャル・マクルーハンがメディア研究に大きな影響力を持っていますが、彼の教えを受けた高校の国語の先生が、カナダのメディア・リテラシーのリーダーシップをとっています。

カナダも 80 年代に今の日本のようにメディア環境の激変がありまして、ケーブルテレビがかなり浸透するようになってくるのです。それと、カナダでは 87 年にカリキュラムの改定があったのですが、マクルーハンに教えを受けたオンタリオ州の先生が中心となりまして教師による草の根団体を創設して、州政府にメディア・リテラシーを授業で取り入れるようにロビー活動を行い、それが受け入れられたという経緯があります。

アメリカの場合はメディア・リテラシーがかなり遅れていまして、90 年代半ば近くになってから盛んになりました。そして、94 年に初めてニューメキシコ州にメディア・リテラシーが取り入れられています。アメリカの場合は州によって教育システムが違っていますが、現在は 50 ある州のうちの 48 州が国語の時間にマスメディアの学習をしていこうということがカリキュラムの中に明示されています。

ただ、アメリカの場合は比較的メディアを悪いものだと考えているアプローチが主流になっているようです。イギリスやカナダに比べると、アメリカのメディアというのは商業主義でビジネス中心ということもあるようで、そうしたメディアに対抗する動きでもあるのでしょうか。

駆け足でしたが、ここからは日本の状況について簡単にご説明させていただきたいと思います。日本でメディア・リテラシーが語られるようになったのは比較的最近のことで、特に注目されるようになったのは 90 年代半ばくらいからです。市民活動として長年取り組んできた団体も存在しますが、広く関心がもたれるようになったのはここ数年です。

こうしたきっかけになったのは、神戸の小学生殺傷事件、あるいはバタフライナイフ

という、ドラマで使ったナイフを真似した少年による事件の発生など、テレビの青少年に対する悪影響や、低俗な番組の増加、やらせの問題とか、誤報などをはじめジャーナリズムの倫理が低下してきた中で、国民のメディアに対する信頼がなくなってきたことが挙げられると思います。

青少年の問題に関しては、V チップという、いわゆる暴力とか性表現とかを遮断するような電子デバイスがカナダで開発されまして、それを日本で導入するかどうかを検討しているときにメディア・リテラシーが出てきたのです。

結果的には、機械で自動的に遮断することはよくないが、そのかわりにメディア・リテラシーを教えることによって、子供たちが自分自身で番組を判断していく力を養った方がいいのではないかと結論づけられます。これはある意味では規制を解除するためのトリックとの見方もありますが、いずれにしても、日本ではこうしたことから取り組みが始まっています。メディア文化を理解していくとかメディアの性質を知っていくとか、そういうこととは違った入り方をしているのが日本の状況だと思います。

ですから、放送業界の方はメディア・リテラシーというのは自分たちに敵対するものだというふうに思われているところがあるようです。この辺については最後に申し上げたいと思いますが、私自身は、こういう考え方では解釈が狭すぎるのかなというふうに思います。

ともかく、メディア・リテラシーは 90 年代半ばからいろんなところで語られるようになります。例えば、先ほどお見せしたアメリカの授業は東海テレビという名古屋にあるテレビ局が制作したもので、99 年に放送されたものです。東海テレビの開局 40 周年記念番組で、民放で初めてメディア・リテラシーを扱った番組で、民放連の賞も受賞しました。

私もお手伝いさせていただいたのですが、東海テレビはこの番組が非常に好評だったので、夕方のニュースの枠内でニュースがどのようにつくられているのかを紹介するための「テレビを知ろう」というコーナーを設けています。自分たちのニュースの素材を使いながら情報公開というか、つくられているプロセスを積極的に公開している、世界でも非常に珍しい例です。

高校生による取り組みもあります。長野県の松本美須々ヶ丘高校は、松本サリン事件で報道被害にあわれた河野さんのお宅から徒歩 10 分くらいのところにある学校なので

すが、ここの放送部が、どうもこれは誤報に違いないというふうを考えて取材を始めています。

生徒たちは、長期間にわたってさらに取材を続けて、なぜ誤報が起きたのかということを検証するために、長野の放送担当記者に複数にわたってインタビューを行っています。それを 15 分のビデオにまとめたものが日本ビデオ大賞を受賞しています。そのほかにもさまざまな賞を受賞していますが、それが今映画化されているようです。

その高校生たちが語ったことが非常におもしろかったのです。番組をつくる最初のころは、なぜ誤報が起きたのか、メディアを批判しようということで制作を始めたのです。しかし、実際に放送記者の方々にお話を聞いてみると、皆さんいろいろ迷いながら、葛藤しながら、この情報はまだ不確かかもしれない、でも時間がないみたいな、さまざまな制約の中で一生懸命やっている。

放送部員は、それまでテレビ番組というのは普通の人間がつくっているというふうには思わなかったというのがおもしろいと思うのですが、一連のインタビューを終えてみて、テレビは生きた人間がつくっているのだなということがわかったということをしていました。視聴者にとって制作者ははるか遠くにいる特別の人で、顔が見えないようなところがありますが、それはそのままつくり手と受け手のギャップの大きさを物語っているのではないかと思います。

それから、先ほどお猿さんの映像がありましたが、非常に限られた例ではありますが、現在、授業の中で取り入れているという先生もいらっしゃるのです。

日本では 2002 年から学校カリキュラムが大幅に変わりまして、総合的な学習の時間という、情報、環境、福祉といったような柱で自由に学習できる時間枠ができます。その枠内にメディア・リテラシーを取り入れていこうという動きもあります。

さて、ここまではテレビが中心だったのですが、日本では今後 IT 教育あるいは情報教育が盛んになっていくと思うのですが、今度はメディア・リテラシーの考え方を使って情報教育を見ていきたいと思います。

まず、私自身非常に考えこんでしまうのは、現在の情報教育は操作中心で、いかにコンピューターを使いこなすかというところで止まっているということです。コンピューターというのがメディア社会においてどんなものなのか、メディアテクノロジーというものについて、もっと建設的かつ積極的に考えていくことが大切ではないかというふう

に思います。

例えば、今学校で調べ学習をしていこうという動きがあります。つまり、インターネットを使って情報収集して、それをまとめていく自主的な学習です。しかし、インターネットで集めた情報をそのまま受け入れて、性質を吟味してみることがなければ、あまり調べ学習の意味がないのではないかという気がするのです。

例えば、検索エンジンにはさまざまなタイプがありますが、一番使われているヤフーについて考えてみると、ヤフーというのは広告収入で成り立っている企業です。ヤフーに検索するキーワードを入れた場合に、最初に出てくる情報というのはどんな情報なのか、それがビジネスとどうかかわっているのかについて考えてみる必要もあると思います。

また、先ほどテレビがコマーシャルの時間枠を企業に売ることによって成り立っていることを考えたのと同じように、ウェブサイトを見たときに、それはどういう経済構造があって、なぜ私たちが無料で使えるのかということも考えながら情報に接していく必要があるのではないかと思います。

それから、現在私たちが親しんでいる情報テクノロジーというのは、最初から既定されているものではなくて、実は社会的につくられていくものです。ラジオを例にしますが、ラジオというのはもともと非常にインタラクティブなメディアだったのが、年月を経て最終的に現在のように受信のみのメディアに変わっていくわけです。逆に言えば、私たちは、コンピューター、あるいはインターネットというテクノロジーをどう使っていくのかを、既存の枠組みにとらわれずに主体的にデザインしていくことが実はできるのです。そうした可能性を考えると、現在の IT 教育のように、既存のルールに適応する受け身な教育をしていくことが果たして有効なのかどうか。

むしろメディア・リテラシーのように建設的な批評能力を使って、情報テクノロジー、あるいはマイクロソフトのソフトウェアはなぜ3年ごとにアップグレードしなければならないのだろうといったことまで考えていく必要がありますし、コンピューターというテクノロジーをどう私たちに役立つようにデザインできるのかなど、もっと創造的にアプローチすることが必要ではないでしょうか。

先日、松本の高校で教育実習をする機会があったのですが、そのときにコンピューターの広告を使って授業をしてみました。今市場に出回っているノートパソコンの機能はほ

とんど変わらないと言ってもいいと思うのですが、どのように売られているのかというのを考えてみるのもおもしろいかなと思ひまして、2つの広告を用意したのです。

松本だったので、設定は田中知事が長野のIT化で、生徒の皆さんに20万円プレゼントしてくれる。ただし、それはノートパソコンを買うのに使わなければいけない。通信販売なので、広告だけ見てどっちが欲しいかというのを判断してくださいと。

1つはNECのノートパソコンで、「私は私しかない、だから私だけのパソコン」というコピーですが、これと、キムタクさんが写っている富士通のコンピューターです。これをまず見ていただいて5つのポイントを考えてもらいました。例えば、これはどんなイメージなのかとか、この広告はコンピューターの機能以外に何を語っているのか、あなたはなぜこれを欲しくなるのかといったことです。

結果的にはこっち(富士通)のコンピューターが欲しいという人たちが圧倒的に多かったのです。その理由は簡単です。まず、このコンピューターには機能の説明が非常に多い。それから、キムタクという、みんなが知っていてカッコいい人が出ています。

おもしろいのは、このモデルがキムタクではなくて田中康夫知事だったらどうするかというと、みんなはこっち(NEC)にいくかもしれない。ということは、同じコンピューターであってもここに出てくるモデルというのは実は非常に重要で、だれが売っているのかというのは選択に大きくかわるというようなことを高校生たちは初めて知ったと言っていました。

いろいろおもしろいことがあったのですが、授業の感想を作文にしてもらいました。公開授業だったので大体100人の生徒が参加して下さったのですが、多かったのが今まで広告について考えたこともなかったという意見です。もちろん、いつも雑誌を読んだり広告を見ているわけですが、それについていろんな点から考えることはない。

それから、授業のときに、広告の制作費とスペースを買うのにどれくらいお金がかかっているのかということをたずねたところ、驚くことに、広告というのはただで載せているものだというふうに思っている生徒が多かったのです。この広告のスペースを買うために例えば富士通は雑誌社に数百万円払っているとは生徒は全く考えていなかったもので、私は逆にびっくりしました。

これは極端な例かもしれませんが、このように、同じコンピューターテクノロジーというものがあっても、その広告がどのように私たちの商品の選択に影響してくるのかと

いうことを考えてみることも大事なかと。私は、ソニーの VAIO というのは考えてみるのに非常におもしろいものの1つでもあるかなというふうに思います。

ちょっと話が蛇行しましたが、メディア・リテラシーについてかなり多面的に話をしてきたので混乱された方もいらっしゃると思いますが、最終的にメディア・リテラシーというのは何を指すのかというふうに考えると、冒頭に申し上げたように、メディアというのはわれわれにとって非常に重要で、私たちの生活を豊かにしてくれるものだというふうに思います。

ところが、ここにメディア制作者の方もいらっしゃると思うのですが、現在は少数の制作者たちが「これがいいのではないか」と考えて作ったものを投げてきて、視聴者がそのままキャッチしているような状況です。もちろん視聴者の嗜好は、視聴率や販売数などに間接的に示されていると思いますが、それ以外のかかわり方もあると思うのです。

メディアがこれだけ大切なものにもかかわらず、実は私たちが積極的にメディアにかかわっていないのではないかと。実は私たちがメディアにこんなふうにしてほしいというふうに言うこともできるのではないかと。もっとわれわれ自身が制作者と一緒にメメディア社会をデザインしていくことができるのではないかと。そのためにメディアを理解していくことが必要なのではないかとというふうに思います。

それから、すべてではないですが、先ほどの、メディアというのは商業的な意味を持つというメディア・リテラシーの考え方の中で、企業の影響力というのは非常に大きいと申しました。では、インターネットでもいいですし、あるいはテレビでもいいのですが、ビジネスモデルというのはどういうものなのだろうか。広告がもしコンテンツに何らかの形で影響しているとすれば、ほかにビジネスモデルがあってもいいのではないかと。

例えば、NHK は受信料という言い方をしていますが、実は会員制で、私たちが見たいような番組をわれわれになりかわってつくってくれるような、私たちがもう少し積極的になれるようなモデルがあってもいいのではないかと。

皆さんご存じかどうか分かりませんが、今インターネット上では投げ銭システムというのがあります。基本的にインターネットのコンテンツというのはほとんど無料で見られますが、それによる制約というのが実はさまざまな形であると思うのです。投げ銭システムというのは、大道芸人にお金を上げるように、よいと思ったウェブサイトにお金を寄付していくようなシステムです。

コンテンツをつくるには非常にお金がかかるわけですから、ビジネスモデルをきちんとしていかないと、なかなかコンテンツを豊かにすることはできないのです。これは 1 つの例ですが、そのように、メディアが必ずしも今のような固定された状況ではなくて、私たちがつくっていくということをもっと積極的に考えていく上でも、メディア・リテラシーというのは大切ではないかなというふうに思います。

3. 質疑応答

司会 どうもありがとうございました。1 時間よりもちょっと時間が過ぎてしまいましたが、ビデオあり、いろんな教材の見本あり、最後にはかつこいい木村拓哉さんの写真までありということで、私は個人的に非常にうれしかったのですが、質問等いっぱいあると思います。どうぞお手をお挙げになって、ご所属とお名前をおっしゃっていただければと思います。よろしくお願いいたします。

A フォーリン・プレスセンターというものを皆さんご存じかどうか。これは外国のメディアに日本のことを的確に十分に報道してもらうためにいろいろ仕事をしている団体です。私はこの春まで 30 年以上日本経済新聞にいました。メディアが報じることが世界のすべてではない、メディアは世界を報じている鏡ではないということは非常によくわかるのですが、それが今のメディアの矛盾だと思います。

一般の人たちは、何が起きているかというのは、これまでは結局メディアを通じてしか知ることができなかったのですが、インターネットがこれをかなり解決してくれる可能性が出てきたなという気がしています。それでも、やはり新聞を見たりテレビを見たりして世の中で起きていることを知ると。

では、それ以外のことは、一般の人はい体どうやって知ることができるのか。それはメディア・リテラシーとどういうふうに関連しているか。それについてはどういうふうにお考えですか。

菅谷 まさにおっしゃるように、極端に言うともメディアを通してしか私たちは物事を知ることにはできないわけです。それ以外のことというのは正直わからないわけです。ただ、メディアが伝えるものというのは非常に限られたもので、ある視点から切り取られたものだということがわかることによって、もう少し距離を置いてメディアが提示する情報を相対的に見るということができると思うのです。

例えば、朝日新聞を読んでこういう記事があったときに、それが起こっていて、そういう見方が提示されているということはそのまま受容してもいいと思います。では、この記事が扱っていない視点はどんなものなのか。あるいは逆に、これがなぜニュースになっているのか。あるいは、ほかにニュースになっていないものもあるのではないかと想像力を働かせて見ることによって、世界をもう少し広く見られると。

それがある意味では限界かもしれません。ただ、それをするのとしなないとでは世界

観の持ち方というのはかなり変わってくると思うので、やはりそこがメディア・リテラシーの重要なところかなというふうに思います。

司会 ほかに何かございませんでしょうか。

B 2点ほど。ここに（配布された資料）NIE のことが書いてあるのですが、これはメディア・リテラシーの文ですか。

菅谷 念のためご説明させていただくと、NIE というのはニューズペーパー・イン・エデュケーションという、教育に新聞を使っていこうという動きです。これはアメリカで新聞の販売を促進させるために考えられた教育プログラムで日本でも取り入れられています。ただ、基本的にはメディア・リテラシーとは少し違うのではないかと思います。

視聴覚教育というのを考えていただくとわかりやすいと思います。例えば、テレビ番組を使って地理の授業をします。それは視聴覚教育です。ある事柄に対する理解を促進するためにメディアを使うということです。例えば、アフリカのことを紹介した番組を見せるというと視聴覚教育です。その番組がどういうふうにつくられているかという中身を見ていくというのがメディア・リテラシーだと思うのです。

そうなると、新聞の記事を使って例えばアメリカのことを知るというのは、視聴覚教育と同じ意味で NIE ということができると思うのです。ただ、最近 NIE の中でも新聞の中身自体を問うということが行なわれるようになってきています。

例えば、アメリカでも若者の活字離れが非常に進んでいる中で、NIE よりもさらにメディア・リテラシーというのがアメリカの教育の中で支持されるようになってきたときに、授業で教材に使ってもらうということが重要視されてきているからだと思います。

シアトルタイムズみたいな新聞社は自分たちの記事を見せて、あるいはほかの新聞社が書いた同じテーマと比較して、この中身はどうかということを問うようなメディア・リテラシー的な教材もつくっています。ただ、全体的に見るとまだそういった動きは少ないので、この記事で使っている NIE はメディア・リテラシーとは少し違うのではないかと率直なところ思います。

ただ、メディア・リテラシーというどうしてもテレビ番組になりがちなので、新聞に対してももっと積極的な読みをすることは重要だと思いますので、今後に期待したいと思います。

B それともう 1 点。僕はきょう八ヶ岳の方からやってきました。先ほどのカナダの

メディア・リテラシーのことが日本の状況を考える部分になっている。カナダはアメリカからの放送が6割を占めている。実は日本においても、地方にいながら東京、あるいは首都の情報がどんどん入ってきている。つまり、地元のことを知っている以上になぜか芸能界のことをよく知っている人がいる。そういう状況が起きているのではないかなと思うのです。

そういうときに、カナダはアメリカからの文化に対して自国の文化を守ろうとしたみたいに、日本も地方の文化を守るためのアクションというのが必要なかなと思っているのですが。

菅谷 おもしろいのは、先ほど東海テレビの例を申し上げましたが、東海テレビはメディア・リテラシーの関係者の間では、日本の中のカナダというふうに言われています。それはなぜかという、名古屋というのは東京と大阪のちょうど真ん中にありまして、アイデンティティが弱いことがあります。名古屋というのはメディア・リテラシーとかメディア活動が非常に盛んなのです。

それを考えていくと、今Bさんがおっしゃったように、メディアに自分が登場してこないような人たちというのはメディア・リテラシーに非常に敏感になります。

例えば、アメリカなどではマイノリティー、例えば黒人とかヒスパニックとか、人口としてはかなりの割合を占めているにもかかわらず、あいかわらずメディアに出てくるときは悪者役みたいな人たちというのは、メディア・リテラシーみたいなものに対して非常に敏感になるというのはあると思います。ですから、今おっしゃったような地方の例も同じ文脈でとらえられると思います。

日本でも最近メディア・リテラシーが盛んです。もちろん首都圏でも非常に盛んなのですが、確かに地方でもいろんな取り組みがあります。それはやはり、自分たちがいつも見ているテレビはなぜか東京の話ばかりで地元の話がほとんどないというのは、まさにおっしゃるとおりカナダ的な状況であります。

先ほどイギリスの例を出しましたが、実はイギリスでも、特に映画界というのはハリウッド映画に対抗しなければいけないという危機感みたいなものがあります。もちろん、それだけがメディア・リテラシーを推進させたわけではないですが、そういった要素も関係してきます。

あと、台湾とか韓国でもメディア・リテラシーが結構盛んですが、それは、日本のド

ラマとか音楽とかが入ってくる中でいかに自国文化を守るかということも、また無関係ではないという要素もあるわけです。

C 東京財団のCと申します。きょうは貴重なお話をありがとうございました。メディア・リテラシーということを意図的に考えたことがなかったので、私自身以前テレビ局に勤めていたのですが、大変刺激になりました。

そこで1点伺いたいのですが、本日は「メディア・リテラシーと市民社会」ということで、市民社会側のことなのですが、メディアに対してクリティカルな視点というものを身につけた市民は、果たしてどういった形でメディアというものを活用し得るのか。そうすると、市民がメディアの弱点もしくはメディアの限界部分まで理解した上で、いかにメディアというものを道具として活用していけるのかということに興味を持っています。その点について。

菅谷 大事な市民社会というところがちょっと抜けてしまいましたが、ここで補足させていただきたいと思います。

基本的にメディア・リテラシーというのは、先ほど申し上げたように学校教育の中で行なわれている例が多いのです。ただ、アメリカでは特にメディアの市民活動というのが非常に盛んです。

何をやるかという、大まかに分けると、メディアの報道をウォッチしていくという、ウォッチドッグみたいな、モニタリングしていくようなことがあります。それは報道だけに限らずドラマとかさまざまなものです。日本もそうだと思うのですが、アメリカの場合だと事件とか事故の報道というのが非常に多いのです。

それは果たして世の中で起こっていることを反映しているのかどうかということをチェックしたり、あるいは、コメンテーターとして登場してくるような人は、実は権威筋の人が非常に多くて、市民側の視点に立っているという人がほとんど出てこないのはおかしいのではないかと、さまざまなデータを取って報道をチェックしていくということを1つ行っています。

それから、それと逆です。今度はそういったメディアに登場してくる人、話題。それから、メディアの特性。これは、今お話してきたようなさまざまなメディアの特性を学習して、ではどうすれば自分たちの声をメディアに反映できるのかということを実際に考えています。

例えば、私はワシントンにいますが、NPO を立ち上げるための講座が頻繁に開かれています、そのなかでも重要視されているのがメディア戦略です。というのは、メディアを通していかに自分たちの活動をわかってもらうかということが、寄付金とか活動に対する理解に非常に密接につながってくるからです。そうした中で一番多いのは、いかにニュースにしてもらうかということです。

いろんなテクニックがあって、例えばデータを取るというのは、〇〇団体によると最近こんなことがありますというのを私たちもよく新聞で読むと思います。そういうデータを取ってみるとか派手なイベントをやってみるとか、そういった形でさまざまな試みが行われています。

このメディア・リテラシーの本の中で紹介していますが、サンフランシスコに NPO のための NPO の広告代理店というのがあります。そこは市民団体のために意見広告をつくって、ニューヨークタイムズとかワシントンポストのような影響力のある媒体に広告を出すお手伝いをしています。ここは市民団体のメディア戦略についてのコンサルティングみたいなことも行っています。

それから、今の話とちょっとずれてしまうのですが、パブリックリレーションズというのがアメリカで非常に盛んに行われています。例えば、今アメリカで大統領選挙でにぎわっていますが、大統領のディベートみたいなものにはすべてメディアコンサルタントがいます。どんなことをどんなふうに話して、どんな洋服を着てどんな身振り手振りでどんな声のトーンで話せばいいか、このときに足を一步前に出して右手を出すとか、本当にそこまでメディアコンサルタントは教えているわけです。

さっきと同じですが、簡単に言うと、パブリックリレーションズというのはいかに新聞に企業のことをよく書いてもらうかということで一生懸命活動しているのです。結局新聞の記事になって出てきたものというのは、私たちが簡単に考えると、ジャーナリストが考えてニュースバリューがあるので書いていますよね。

それ自体は間違いではないと思うのですが、パブリックリレーションズの会社はいかにニュースに書かせるかということのコツを心得ていまから、われわれが新聞で読むことというのは、PR 会社を雇うことができる財政基盤があるところのニュースが多く出てくるような構造になりがちです。

ですから、例えば PR ウォッチという、PR 会社がどんな活動をしているのかという

のをモニタリングしていくという NPO の団体があって、例えば湾岸戦争のときに議会の前でデモをしたのは、実は PR 会社に雇われた人たちだったと訴えたりして市民に PR について理解を深めるための情報提供を行っています。

アメリカでは遺伝子組み換え食品は最近まであまり話題になっていなかったのですが、私も不思議に思っていたのですが、実は、これは非常に大きいロビー団体が PR 会社を雇っていて、記者の人たちに遺伝子組み換え食品は影響ないということを言う科学者にお金を払って、そういう危険性を外に出さないようにしていたという話もあります。

最近は特にインターネットを活用して、いかに自分たちがやっていることを外に向けていくかというようなことも行われています。やはり市民としては、メディアというものを読み解いていく力をもつことと同時に、そのテクニックを使っていかに自分たちの思っていることをいかに効果的に発信していくのかという、両方が問われているのかなというふうに思います。

D 私は専門ではないので単なる印象論だけですが、先ほどのスパゲッティーの木がありましたよね。言いたいのは、最近日本のテレビを見ていてもスパゲッティーの木みたいな手の番組ばかりです。

要は、こういうことが成り立つ前提にはメディア、少なくとも【??シアレスビジネス??】という前提があって、その示している画面の取り方とかアングルだとか使い方とか、あるいはそこで表現されているものをそれなりのシアレスなビジネスがあって、そこに制作者の意図がちゃんとあるのだという前提で成り立っているような話のように聞こえたのです。

しかし、現状はむしろそこがだんだん崩れてきて、ある種の【??ワタシナリズム??】みたいなものがなくなってきているのです。しかも、インターネットの時代になるとますますそういう傾向、われわれのレベルに逆にメディアの方が降りてくるという感じなのです。当方の関心に合わせた番組しかつくらなくなってきているのです。逆に、社会を誘導していくようなファンクションというのはだんだんなくなってきていると。

したがって、リテラシーというのは、逆に彼らはこっちの方に合わせてきているというような印象が幾つかあるのです。そういう状況を少なくともアメリカと比べて一体どうなのか。日本だけの特色なのか。アメリカでもやはりそういう傾向があるのではないかと思うのですが、そこにもし日本とアメリカで違いがあるのであれば。

菅谷 制作者が視聴者のレベルにすり寄ってきているということですか。

D 逆につくり方 1 つにしましても、非常に容易なつくり方をしているような感じがします。テレビなんか最近ほとんど見なくなっているのですが、そういうメディアのあり方みたいなもの自体は、アメリカと日本では違うのか変わらないのかというのが質問の趣旨です。

菅谷 一言で言うと非常に難しいものがあります。最近日本で、アメリカテレビ横断何とかという、アメリカの“くだらない番組”を集めた本が出版されたと思います。それはともかく、アメリカでもひどい番組はあります。

例えば、日本でもあると思うのですが、一度離婚したようなカップルを会場に呼んできて、いかに相手がひどいのかみたいなことを言わせてわざとけんかさせて乱闘するみたいなものもあったりとか。

少し話がそれますが、アメリカの問題は今メディアのコングロマリット化というか、1 つの企業が横断的に多様なメディアを支配してことにあると思います。例えば放送、ラジオ、出版、映画、それからレンタルビデオ、インターネットのプロバイダーとか、すべてのメディア企業が横断的になっています。何か制作すると、映画になったものがあるとすればそれを本にする、それからテレビで宣伝するとか、コンテンツをリサイクルができて非常に効率がいいのです。

ですから、メディアのコングロマリット化というのが進んでいると、例えばテレビ番組を見ていると自社の宣伝をしているのか何なのかよくわからないような番組というのが非常に多いのです。また、CNN のサイトにいくと、グループの企業ですからタイムという雑誌の宣伝みたいなものもたくさんあります。外から見ると全く違ったような会社なのですが、実は中身は一緒なのです。

そうすると、自社の利害にかかわることが増えてくるわけですから、そうしたことが社会に出にくい構造が起きてきます。それは日本とはまた違った問題で、やはり多様性が昔ほどなくなっているのではないか。つまり、ケーブルで 100 チャンネルみたいなものがあったとしても、実はオーナーというのは非常に限られているようなところがあります。そういう多様性というのがなくなっているのがアメリカの問題の 1 つと思うのです。

ただ、報道に関しては、私は日本に帰ってきてちょっと驚きました。昔に比べるとバックグラウンドミュージックみたいなのが非常に派手で、あとコメントなどにも要約した

ものをスーパーで出しているの、わかりやすいことも確かですが、そのままのニュアンスが伝わらない弊害もあると思います。ストレートなニュースというよりも非常に演出されたようなものが多くなったかなという気がするのです。

アメリカの場合だと、イシューに対して何かインタビューをすると、コメントを寄せるのは1人ということではなくてさまざまな意見がもう少し出てくるのかなという気がするのです。ある意見があるとそれに対抗するような人が出てくるとか、複数の情報源があって、そのイシューを多面的に見られるように、少なくとも報道は日本よりは多角的であるのかなという気がします。

ただ、放送関係の方にもお目にかかってそういう話をすると、そういうのをやると視聴率が上がるということになると、先ほどお話しされたように、やはり視聴者にテレビ局がすり寄っていく。メディア社会というのはマーケットエコノミーで動いているとすると、あるいは日本のテレビというのはこれからデジタル化になって非常にお金が必要になってくると、やはり視聴率が取れるものに動いていく。

逆にいうと、「低俗」なものが非常に視聴率を取るということは、そういうものを見たい人がたくさんいるわけです。ですから、そのことをもうちょっと真剣に考えてもいいのかなと。要するに、われわれは、テレビ局がくだらない番組をやっていると他人事のように思いがちですが、なぜそうした番組が放送されるのか、もしそうした番組が良くないと思えば、もっとよい番組が放送されるようにするためにはどうしたらよいかということもあわせて考えていく必要があると思います。

人権侵害も問題になっています。では、われわれはその人権を侵害したりしてまでそういう番組を見たいのかどうかというのは、なかなか考えもしないし話し合ったりもしないと思うのです。そういうことを視聴者と作り手が長期的な視野にたって、定期的にフォーラムを開いて語り合ってみるといった地道な作業が必要ではないかというような気がします。たしかにテレビ局は巨大なパワーで一視聴者の声が届かないということもあると思いますので、こうしたことが可能になるには放送局ももっと開かれたものにならなければいけないでしょう。話がそれてしまったのですが。

司会 それでは、すみませんがお時間なので最後の質問にさせていただいてよろしいでしょうか。残りの時間は向こうで個別に聞いてください。

E 先ほどの方のくだらない番組がふえてきたということに私も同感です。極端かも

しませんが、意図的にある勢力がはぐらかしたいなことをやっているのではないかと私は思うのです。

2点質問があります。まず1点は、メディア・リテラシーというのを日本で進めていく上で一番の障害となるものは何かということです。あともう1つ、先生は今回岩波から本を出されたということで、今のような感じで分析させていただきます。

私も本を書いたことがあるのですが、例えば、1つの原稿を持っていくときに、それを出してくれるところを見つけるというのはとても難しいのです。岩波さんでこれを出したというのは、先生の本が世に出てくる背景にひょっとしたら権力闘争があるのかどうか。もしそんな背景のことについて何か教えていただければと思ひまして。

菅谷 まず、日本でメディア・リテラシーを展開していく上での障害ということですが、メディア・リテラシーというのはプロセスを学習していくということなので、基本的に答えがないのです。答えがないことを教えるというのは非常に難しいです、特に日本の場合は。答えがあって、先生が答えを解説して、それを生徒が覚える。それをいかに覚えたかということで評価するという流れの中で、プロセスを評価していくこと自体に抵抗がおりの方もあり、それが実際にできるのかどうかという疑問もあります。

私は各国の国語の授業はコミュニケーションの学習だと考えてもいいのかなというふうに思うのです。例えば、映像を学校で学習するというのは先生たちの中で非常に抵抗が多いのです。やはり国語というのは活字の学習で、活字というのは非常に高級なもので、映像というのは低俗なものだというふうに思っている先生たちも少なくないように思いました。

それから、メディアを教えるというのは非常にテクニックがいることなのです。数学みたいに答えがあると、虎の巻みたいなものがあれば教えられると思うのですが、メディアを教えるということは、まず今の日本に教材がほとんどないですし、ノウハウもないのです。ですから、教員トレーニングが必要だと思います。

しかし、その資金をどう獲得するのかなど、さまざまな問題があります。それから、政府がメディア・リテラシーのカリキュラムをつくったら、メディア・リテラシーの中心はクリティカルシンキングスキルという、物事を批評的に見ていくクリエイティブな力を養うようなことを果たして認めてくれるのだろうかとか、さまざまな疑問があるの

です。

その中で私が個人的に考えているのは、教育の中心というのは必ずしも学校が独占しなくてもいいのではないかな。今各地にいろんな教育センターみたいなものがあるって、社会教育というのが盛んに行なわれていると思います。私は基本的にメディア・リテラシーというのは子供の学習ではなくて大人も含めて必要だと思います。

ですから、例えば地域ごとにメディア関係者と教育者と、あるいは保護者の方でもいいですし、そういうネットワークをつくって行って、毎週土曜日に講座をやるとか夏休みにやるとか、そういったことを通して学習することも十分可能なのかなというふうに思います。日本ではむしろ学校外での活動としてやっていくことも可能性としてはあるのかなというふうに考えています。

それから、岩波書店から本が出たことに関しては、本当に残念ながら、私の編集者はほとんど何もおっしゃらない方で、私が書いたものがそのまま本になりました。

それから、企画に関しては重役会議まであってなかなか厳しいところではありました。私はこれを自分の企画で持っていったのですが、最初からこのトピックはいけますね、みたいなことで、特に何の問題もなくすんなり決まって、ほとんど自分の書きたいように書けました。ただ分量がちょっと短いので書きたくてもスペースが足りなくて書けないことはたくさんありますが、出版に関しては何の問題もありませんでした。私も驚いたのですが。

司会 長時間本当にどうもありがとうございました。

それでは、先ほど申しましたが、向こうにコーヒーが用意してありますので、菅谷さんを囲んでお話を続けていただければと思います。本当にどうもありがとうございました。

[文責事務局]

第 2 部 卷末資料

巻末添付資料

- ・菅谷明子「進化するニューヨーク公共図書館」（「中央公論」1999年8月）
- ・菅谷明子「『情報』と主体的に付き合おう」（「東京新聞」2000年9月7日）
- ・菅谷明子「子どものメディアリテラシー育成」（「日本経済新聞」2000年9月9日）
- ・久保田正子「読み解く能力を高めよう」（「産経新聞」2000年11月25日）

その他ご参考資料

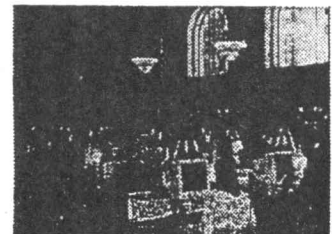
- ・菅谷明子「メディア・リテラシー」（岩波新書 2000年8月）
- ・菅谷明子「メディアの性質と限界を」（「総合ジャーナリズム」2001年春号）
- ・菅谷明子「情報を読み解くIT教育を」（「朝日新聞」2001年2月2日）
- ・菅谷明子「情報を活用する主体性を」（「朝日新聞」2001年2月23日）

進化するニューヨーク公共図書館

(ルポ)

菅谷明子

世界有数の蔵書、映像、テープ資料を擁しながら数居の低さは世界一。インターネットや情報端末も無料。市民や起業家、情報弱者を強力に支援してきた見返りは相次ぐ大口寄付だ。好景気に助けられ活況を呈する市民の「知的インフラ」を探る。



ニューヨーク公共図書館「ローズ読書室」のハイテク化されたコーナー

●コピー機や航空会社も生んだ

世界に知られるゼロックスのコピー機やボラロイドカメラ。世界最大発行部数を誇る『リーダーズ・ダイジェスト』誌。フェミニズム運動のバイブル『新しい女性の創造』——これらはすべて図書館を舞台に世に送り出されたものだ。

ニューヨーク公共図書館は、単に本を借りるための場所ではない。名もない市民が夢を実現するための「孵卵器」としての役割をはたしつつってきた。この図

書館からは、アメリカを代表するビジネス、文化・芸術が数多く巣立っている。オフィスに一大革命を起こすことになったゼロックスのコピー機もそのひとつだ。特許関連の弁護士でアマチュア発明家だったチェスター・カールソンは、仕事

ながら膨大な数の特許を複写しなければならなかった。書き写すたびに間違いがないかを確認するのは、単純ながらも手間がかかる。「資料を複写する機械さえあれば」と考えたカールソンは、以来、毎晩ニューヨーク公共図書館に通い、開

欄をあさる男たちを尻目に彼は未来を描いていた。鉄道、船舶などの資料を図書館で集め、速度から運送事情まで徹底的に調べ上げるうち、空こそ次世代を担うと確信。外国郵便の輸送を請け負う航空会社を買収した。世界初の太平洋線開設のきっかけは、ある日、図書館の地図部門でハワイとグアムの間に小さな島があるのを発見したことにあつた。そこを給油基地にすればグアムまで飛行機を飛ばせるとトリッベは考えたのだ。

ニューヨーク公共図書館は、社会科学や文学などの分野でも多くの人材を育ててきた。若き日の歴史家アーサー・シュレジンジャーは、一九四〇年に初めて足を踏み入れて以来、その魅力の虜になった。著名な文芸評論家アルフレッド・カ

ジンは、ここの読書室で処女作を書き上げた。作家サマセット・モームも好んで利用した。ノーベル賞作家トニ・モリソン、ノーマン・メイラー、トム・ウルフも古くからの常連だ。図書館とは、本を借りたり調べものをするための場所だと思ってきた私だが、それ以上に重要な役割があることをニューヨーク公共図書館に教わった。過去の人類の偉業を大切に受け継ぎ、市民が新しい価値を生み出すための素材を提供する。やる気とアイデアと好奇心あふれる市民を豊潤なコレクションに浸らせ、個人の能力を最大限に引き出すために惜しみない援助を与える。それが、やがて社会を活性化させると信じて——。

市民の活動基盤を形成する基礎的な施設のことをインフラと呼ぶならば、図書館こそ今の日本に最も必要なインフラで

館ぎりぎりまで文献を読みあさった。あの晩、物理学者の論文に「ある種のものに光を当てれば電気の伝導性を増加させる」というくだりがあるのを見つけた。これをヒントに日夜、光伝導のテストに取り組み、一九四〇年、静止写真画像(ゼログラフィー)の特許を取得。ここに世界初の電子複写機が誕生する。

航空会社のパイオニアであるパンアメリカン航空の創設者ジュリアン・トリッベは、もともとは単なる飛行機好きでしかなかった。時あたかも大恐慌時代。求人

●「数居の低さ」は世界一

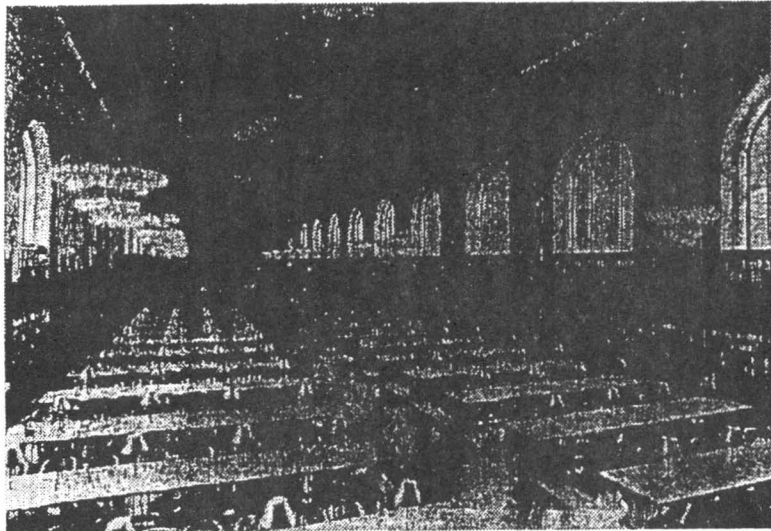
マンハッタン。五番街が四二丁目とクロスする交差点。ここに二頭のライオン像に守られた荘厳な建物が建っている。十九世紀初頭のボザール様式の傑作といわれ、一九一一年の建設当時には米国最大の総大理石建築として話題をさらったニューヨーク公共図書館だ。

五番街にそびえる本館は人類学センターと呼ばれる。グーテンベルクの聖書やトーマス・ジェファソン自筆の「独立宣言」の草稿、コロンブスの手紙など、書籍以外にも膨大な数の写真、版画、地図などが納められている。図書館全体のコレクションは、五十世紀分、三〇〇〇言語による五〇〇〇万点以上。書棚をすべてつなげれば全長一八五キロにもおよぶという。稀有なものが多いため、日本軍の真珠湾攻撃が始まった時には書籍な

菅谷明子氏



ジャーナリスト。1963年生まれ。「ニューズウィーク」(日本版)勤務を経て、米国コロンビア大学大学院へ留学。国際関係論とジャーナリズムを専攻する。96年に修士号取得。その後フリーに。アメリカのジャーナリズムをとりまく新しい動きに注目し、現在、米国滞在中。本誌には昨年「メディアを監視する草の根団体」(1月号)のアドレスは QYE07234@nifty.ne.jp



史上最高の1500万ドルの個人寄付金によって大型改築・修復工事が行われ、昨年11月、リニューアル・オープンした「ローズ読書室」の全景。©James Rudnick

00

い時代に図書館に通っては夢を育んだという鉄鋼王のアンドリュー・カーネギーが、コミュニティに密着した地域図書館をつくるようにと、五二〇万ドルを寄贈した。

歴史的に篤志家や市民が、寄付金やボランティアを通じて図書館に深くかかわってきた。研究図書館の年間予算の六五パーセントは、約四万人の個人と企業からの寄付金でまかなわれ、ボランティアも二五〇〇人を数える。

運営を政府に依存しないので思想的にも独立したスタンス

を取りやすく、四〇年代にマッカードゥムが吹き荒れた頃には、政府や一部の愛国主義者からの猛反対にもかかわらず左翼と右翼の両方から情報を集めた。九五年には、開館百周年記念の展覧会「自由の代償」で天安門の学生蜂起を取りあげ中国の怒りを買ったこともある。おかげで図書館の一室で行われる予定だったクリントン大統領と江沢民国家主席の会談も、中国側の要請で場所を変えざるをえなかった。ゲイやレズビアンといった微妙なテーマも展覧会で正面から取り上げる。

しかし、それだけに資金調達は図書館の重要な仕事だ。最も一般的なフレンドリー・オブ・ライブラリー制度は、年間四〇ドルから一万ドルまで寄付金額に応じて講演会への招待などの特典を設けている。図書館主催の趣向を凝らしたイベントや優雅な晩餐会も、社交界を相手に寄付金をつくる格好の場だ。とりわけ現図書館長ポール・ルックは、遊び心あふれる社交家でネットワークづくりにも余念がない。

どの一部がニューヨーク郊外へ運びだされたという逸話もある。

この図書館がユニークなのは、世界有数のコレクションを誇りながらも、「敷居の低さ」でも世界一という点だ。使用目的はもとより、社会的地位も国籍もいっさい問わず誰でも無料でアクセスできる。数世紀前の貴重な文献を手に入れるのに「教授の推薦状」も必要ない。世界でもっとも開かれたこの図書館は「万人の大学」と呼ばれ、ここでもしか手に入らない資料を求めて、海外からも多くの研究者や学生が訪れる。

図書館開館一〇分前の九時五〇分。入口にはどこからともなく人々が集まってくる。老若男女、人種もさまざまな一五〇人ほどがいた。開館から一五分。すでに読書室の五分の一の席は埋まっていた。

ニューヨークの大学で歴史を教えるルース・ベンハートは、ナチズムについて調べていた。この図書館にしかないオリジナルの写真を見るために足を運んだ。「平和のためには、過去の過ちをできる

だけ詳しく知ることが大事です」。

ドイツの博士課程の学生イルカ・ステイナーは、調べもののためにわざわざニューヨークまでやってきた。「私みたいな外国人でも豊富な文献をすぐに調べられます」という。

コンピュータ画面に釘付けで打ち込み作業に熱中していたのは、黒人の人権問題を全米各地の新聞に寄稿するジャーナリスト。生活は苦しく自宅にコンピュータはない。「毎日通っています。ここは私のオフィスです」とロイ・パリッシュはいう。「ここにくれば、リサーチから原稿書きまで全部できます」。図書館のコンピュータで書き上げた原稿は、無料の電子メールを通じて編集者に送る。「私が頑張らなければこうした内容は紙面に登場しません。それだけに自分の仕事をとても誇りに思っています」。

●好景気て相次ぐ大口寄付

ニューヨーク公共図書館は四つの研究図書館と八五の地域図書館からなる複合体だ。九七年には一二〇〇万人が訪れ

た。年間予算は二億ドル(約二四〇億円)、三五〇〇人のスタッフを抱える。しかし、州政府や市が運営するいわゆる公立ではない。非営利の民間団体が寄付を集めて運営する公共図書館なのである。

図書館の設立は十九世紀半ばにさかのぼる。当時ニューヨークは、人口でパリを抜きロンドンに迫る勢いで急成長中だったが、州知事をつとめたサミュエル・ティルディンは、ニューヨークが世界文化の中心を担うには、図書館の充実が不可欠だと考えていた。彼は一八八六年、「ニューヨーク市に無料図書館と読書室の建設」という遺書と個人資産二四〇万ドルを遺して逝った。

その頃ニューヨークには二つの個人図書館があったが、どちらも財政危機に見まわっていた。それを知ったある弁護士が、ティルディンの遺産と二つの図書館を合併して、市民のために新しい図書館を作ること提案、三者はこれに合意して一八九五年、「ニューヨーク公共図書館」アスター・レノックス・ティルディン財団が産声をあげた。その後、貧し

株式急騰を受けて億万長者が続出するなか、税金対策も手伝って大口の寄付金が相次いでいる。九六年だけでも一〇〇万ドル以上の寄贈が二九件、九五年には史上最高額の二五〇〇万ドルを寄付した匿名の篤志家もあらわれた。初めは匿名が条件だったが、二年後に沈黙を破って名乗りを上げたのは、マンハッタンで有数の建設会社を営むフレデリック・ロー・ブ夫妻だった。「私たちが名乗り出ることで、他の篤志家の意欲を駆りたてられるかもしれないと思ったからです」とロー・ブ夫人は説明している。

●無名の人の夢をかなえる

図書館へのゲートウェイは三階にあるカタログルームだ。オードリー・ヘップバーン主演の『ティファニーで朝食を』でヒロインに想いを寄せる作家が、自分の著書名が記された蔵書カタログカードを引き出しからとり出して彼女に見せるシーンがあるが、今ではインターネットに接続できれば世界中どこからでも蔵書目録をチェックできる。カタログルーム

には現在、引き出しに代わって約四〇台の検索用コンピュータがずらりと並ぶ。その奥には、高い天井とシャンデリア、木の調度と真鍮のスタンドが優雅で落ち着いた雰囲気を感じさせる読書室がある。仕切りのない部屋としてはニューヨーク最大の広さを誇り、作家ヘンリー・ミラーが、「ダンスを踊ってスケートまでできる」と形容した細長い大机が整然と並ぶ。机にもハイテク化が進み、ラップトップコンピュータが持ち込めるように電源と電話のソケットも内蔵された。アーチ型の窓からはすっきりとしたマンハッタンの上空がのぞき、天井にはオレンジ色の雲の絵が美しく描かれ、手のこんだ彫刻がそれを上品に縁取っている。読書室は、先のローズ夫妻の一五〇〇万ドルの寄付金をもとに、建設以来初の一年半にわたる大型改装・修復工事を終えて昨年十一月に「ローズ読書室」として甦ったばかりだ。ローズ夫人も、読書室によく通った。結婚のために大学進学をあきらめた夫人は、子育てが一段落したのを機に大学入学を果たし、その後大

学院に進学した。在学中はこの読書室で調べ物に熱中した。寄付金はそのお返しにすぎないという。

図書館の多くの部屋には、ここを利用して夢を実現した人々の名前がつけられている。ディウィット・ウォーレス定期刊行物室は、発行部数三二〇〇万部の世界最大の雑誌「リーダーズ・ダイジェスト」の発行人にちなんで名付けられた。今世紀初頭、雑誌創刊が夢だった貧しい青年は、刊行物室に通って新聞・雑誌を読みあさった。一九二二年、彼は弱冠三十三歳で待望の雑誌創刊にこぎつける。ポケットサイズの月刊誌には、一流雑誌から選りすぐった記事や読み物がみごとに圧縮されていた。まるで、図書館の刊行物室をそのままコンパクトにしたように――。その後、成功を収めたウォーレスはアイディアの元になったこの部屋に多大な寄付金で恩返しをした。

フレデリック・ルイス・アレン記念室は、図書館に毎日通ってベストセラーをものにした作家の死後、執筆専用室を作るようにと彼の仲間が提供した資金をも

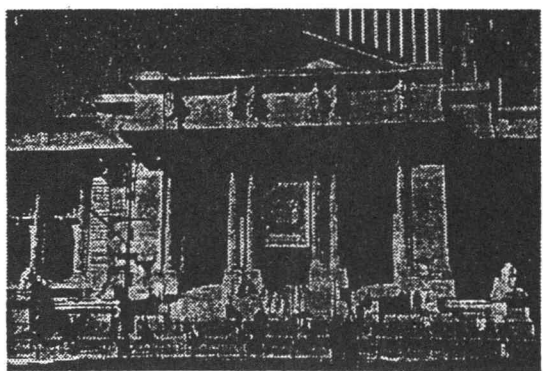
とに作られた。この部屋は、使用が認められれば鍵を渡され私物も持ち込める。通常はその日のうちに返却しなければならぬ文獻も、ここならそのまま置いておける。

この部屋をひんばんに利用したフェミニズム運動の創始者とされるベティ・フリーダンは一九五〇年代ニューヨーク郊外に住む名もない主婦だった。当時マスコミは、「主婦は立派な職業」と書きたて、主婦の家庭回帰を賛美していた。しかし彼女自身は多くの女性が自分と同じように家庭に閉じこめられ、精神的に空虚な毎日を送っているのではないかと考えた。ギャップに疑問をもったフリーダンは図書館の豊富な資料と格闘した。

六三年、「女性も家庭の外に自らの生き甲斐を見いだすべきだ」と説いた『新しい女性の創造』を出版。著書はベストセラーをのぼりつめ、世界各国で大きな反響を呼んだ。その後、彼女は全米女性連盟を設立し、フェミニズム運動の中心的役割を果たしてきた。

著書のはしがきにフリーダンはこう記

している。「ニューヨーク公共図書館の静かなフレデリック・ルイス・アレン室で、参考文献を手近において仕事をすることができなかつたら、三人の子どもの母親である私は、この本を書き上げることをできなかつたであろう」



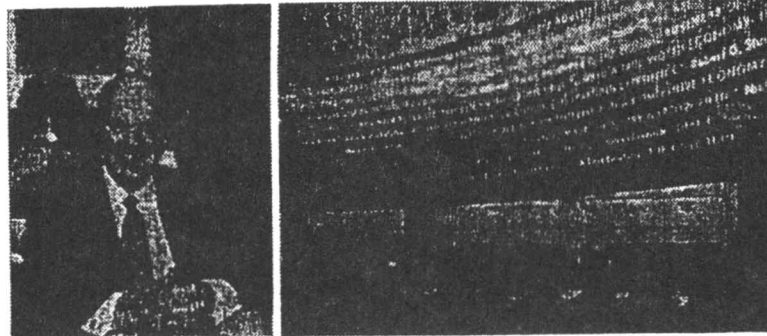
五番街と四二丁目にあるニューヨーク公共図書館の本館にあたる人類学センター

●芸術家の育成にも熱意

図書館はニューヨークの芸術家をも支えている。演劇・音楽・舞踏などの檯舞台となる劇場が集まるリンカーンセンターには、研究図書館のひとつ舞台芸術図書館がある。コレクションの数は八〇〇万点。舞台芸術の図書館としては世界最大の規模だ。ベートーベンやバッハ、モーツァルトの自筆の楽譜も所蔵する。書籍はもとより、レコード、ビデオ、カセットテープ、映画・舞台などのシナリオ、楽譜、舞台セットのモデル、衣装、書簡などあらゆるコレクションが取りそろえてある。ジャンルも、音楽、舞踏、演劇、映画、テレビ、ラジオ、ミュージカルとさまざまなだ。

こうした幅広くかつ実践的な資料は、学者や学生はもとより現役のプロの俳優、作曲家、指揮者、ダンサー、歌手、衣装・舞台セットデザイナー、振り付け師、評論家などに活用され年間三十五万人が訪れる。

一九三三年、図書館がオープンしたさ



「アメリカ人の一番の仕事はビジネスです」(第30代大統領テューリッジ) など偉人の格言が並ぶ科学・産業・ビジネス図書館SIBLの入口(右)と同館代表のW・ウォーカー氏

雰囲気を書き換える。総費用一億ドルの約半分は寄付金でまかなわれ、館内いたるところに寄贈者の名前が彫り込まれてある。ビジネスと科学に特化したコレクションは世界一を誇り、五〇〇を数える高速ワークステーションと高価なデータベースを惜しげもなく無料で一般公開するなど、公共図書館史上初の画期的な試みで世界の最先端を行く。

副代表のアン・ソロントンは「シブルの狙いの一つは、スモールビジネスを支援しその競争力を強化することです」と語った。ソロントンによれば現在商業用のデータベースが多数出回り情報収集がビジネスのカギになっているのに、値段が張るため中小企業や個人には手が出せないという。ニューヨークの経済基盤を現実的に支えているのはスモールビジネスであり、それだけに誰にも手に入れやすくすることで情報のハンディをなくすのが図書館の役割だというのだ。

「シブルはニューヨーク経済の最も力強いエンジンになっているのです」

シブルのコレクションは、マーケティ

ング、広告、企業年鑑や各国の貿易統計、法規制に関する資料、商標登録、特許などにビジネス応用科学やテクノロジーに関するものが多く、きわめて実践的だ。ファッションビジネスの起業家ガーマント・ジョーもよく利用する。「図書館で競合企業の売上高などの情報を集めます。こんな情報が調べられるところはニューヨーク中探してもありません」

地下一階には、七〇台のコンピュータが並ぶ電子情報センターがある。インターネットが無料で使えることもあって、一日に六〇〇〇人の予約が入るほどの人気だ。金融のプロにはお馴染みのブルンバークの情報端末も三台置かれ、個人投資家や投資顧問会社を経営する人たちが群がっていた。

高度なコレクションを誇るだけに、第一線のビジネスで活躍する面々も訪れる。大手コンサルタント会社に勤めるリサ・ベンソンは、コンピュータ画面とにらめっこしていた。「会社のデータベースにはこれほどの種類はありません。記事検索やトレンドリサーチに会社の同僚

いに一番乗りしたのは、当時の新人女優リリアン・ギッシュだ。ブロードウェイで演じる役作りを研究するためだった。ニューヨーク在住の映画監督ウディ・アレックスも頻りに訪れる。元大統領夫人ジャクリン・ケネディやグレース王妃のお氣に入りの場所でもあった。

とりわけユニークなのは録音テープ部門だ。ここにはマリヤ・カラスの公演からケネディ大統領のスピーチまで、夥しいテープが集められ、なかには一九〇一年に行われたメトロポリタンオペラ公演の記録もある。

ロサンゼルス交響楽団などをバックに唄うオペラ歌手レジャー・パレックと図書館で会った。「一九三〇年代のオペラ歌手がどんな歌い方をしていたのか知りたくてテープを探してきました」。

公共図書館は、各分野の過去の遺産を収集・保管するというアーカイブ機能も大きい。対象は何も活字に限らない。舞台芸術図書館では、全米各地で行われるライブパフォーマンスの様子をこれまでに二〇〇〇以上、図書館自らが撮影して

ビデオテープに収めている。

研究図書館のショーンバーク黒人文化研究センターでは、歴史的・文化的に重要なだと考えられる人物を図書館がインタビューし、それらをビデオテープに収録して次世代に受けつぐようとしている。これまで記録されたテープは合計五〇〇〇時間分にもなる。

また、地域図書館のドネルセンターは、マスメディアに限らず、あらゆる視点を大切にするというコンセプトで、インディペンデントのドキュメンタリー作品を中心にコレクションが構成されている。図書館は市民の舞台芸術に対する理解を深め、また未来のアーティストを育てることに力を注いでいる。芸術活動を支援する財団の紹介やコンサルティングをはじめ、併設のホールでの発表の機会も提供している。年間二〇〇ものコンサートや映画の上映会も行われる。

美術関連の財団で働くという女性は、アメリカの芸術の検閲の歴史について調べていた。

「テレビ番組や映画などは比較的手し

やすいけれど、入手困難な独立系の作品を図書館が収集しているのは賢明だと思います」

● 起業家を支援する ハイテク図書館

ニューヨーク公共図書館は、二十一世紀を目前にますます進化を遂げている。九六年には、情報テクノロジーを一般市民にも享受してもらい、ビジネス・起業家への支援を全面的に打ち出した科学・産業・ビジネス図書館(SIBL)をオープンさせた。

開館準備を進めてきた研究図書館代表ウィリアム・ウォーカーは、「シブルはマーケティングの賜物です」と説明する。市民を対象にした大がかりな調査から明らかになったのは、市民の側はビジネスに役立つ資料を求めているのに、図書館がそれに対応していないということだった。

エンバーク・ステートビルにほど近いマジソン街に面したシブルは、ステンレスをふんだんに使った内装で近未来的な

もしよっちゅうやってきます」。しかし、莫大な情報を無料で提供しているだけに、予想外のことも起こるらしい。経費削減のために、この図書館をサテライト・オフィス代わりに使っている企業もあるというのだ。

実際、競馬情報サービスを行うラリー・トゥミネロのように、ここを拠点にビジネスを行う者もいる。トゥミネロは図書館で情報を収集・分析し、八〇人の顧客に無料の電子メールを通じて情報提供する。「週に三〜四回来ています。おかげで経費はほとんどゼロです。私のような貧しい者には図書館はじつにありがたい存在です」。

電子トレーニングセンターでは連日、コンピュータの無料教室が開かれ、インターネットを使った初歩的なリサーチの方法から商標や特許情報の探し方、求人情報の集め方などを教えている。コンピュータを買う余裕のない人や最新情報を得るのがむずかしい人にとって、シブルは新たな可能性の扉を開く。

椅子でどこでもまわることができる。館内の全コンピュータには、目の不自由な人のためにインターネット上の文字を音で読んでくれたり、文字やバックの色を自在に変えられるソフトウェアが搭載されている。「障害がある人でも情報にアクセスできる体制作りは、図書館の基本的な役目です」とキャサリン・ローウアン館長はいう。

この図書館では、点字や朗読されたテープによる本など五〇万点を所蔵する。本の文字を拡大したり、バックの色を調整できる装置をはじめ、特殊な蛍光灯や点字のタイプライターも置かれてあった。本やテープなどは電話やインターネットでリクエストでき、工場と見まがうようなベルトコンベアーのある発送作業室から、毎日トラック一台分がニューヨーク市内の家庭に送られる。

館内には、本をカセットテープに録音する「聞く本」用のスタジオもある。朗読は俳優志願などのボランティアによって賄われ、館内での朗読サービスや、コンピュータの修理など、多くのボランティア

る。最近の講座だけでも、「事業計画の練り方」、「スモールビジネスのための会計」、「会社の売り込み方」などさまざまな。さっそく「インターネットをビジネスにどう活かすか」という講座に参加してみた。講師は現役のビジネスコンサルタント。約二〇人の参加者のうち半分は上はビジネスマン、残り半分は起業を考えている三十代が多かった。

熱心に聞き入っていた男性に後で聞いてみると、現在コンピュータ会社に在籍しているが、インターネットを使ったビジネスで起業しようと考えているという。

「時間さえあればここにきています。情報収集も十分にしましたし、起業家講座にもぜひよう参加しました。準備は万端です」。

●盲人・身体障害者用の図書館もサービスの分野でも、二十一世紀の図書館のモデルになるのがシブルの目標だ。「図書館はとかく動きが鈍いというイメージがありますが、カスタマーに必

ィアが図書館の活動を支える。

●「研究者・作家センター」の新設

未来型図書館の構築に向けてニューヨーク公共図書館は挑戦を続けている。本館の人類学センターでは、研究機関である「研究者・作家センター」を新たに開設した。今年四月には公募でつった第一期の研究員一五人が発表されたばかりだ。研究員は一年間にわたって生活費と研究費を保障され、九月からそれぞれのテーマで研究に取り組む。歴史家、建築評論家、作家、ジャーナリストなどメンバーはさまざまで、イギリス、オーストラリアやイタリアなど外国人も選ばれた。

研究センターの目的は、市民とトップレベルの研究者を仲介する「知性の窓口」になることだ。研究者は図書館の豊かなコレクションに浸りながら研究を深める。そのかわり、講演会やパネルディスカッションを通して市民や学術サークルとの交流をはかり、研究の成果を分かち合ってほしいというのが、一〇〇〇万ドルを寄付したルイス・カルマン夫妻の

要な情報を迅速に提供できるようつねに努力しています」とシブル代表のクリスティーナ・マックドナーは言った。利用者をカスタマー（顧客）と表現するのがシブルらしい。

それだけにサービスの種類はバラエティに富む。国際貿易部門は、国際市場で勝ち抜くためのデータを探してくる。ベンチャービジネスの窓口ではマーケティング、ブランディング、資金調達方法などのアドバイスをする。個人や企業の依頼に応じて専門的な調査を行ったり資料の配達を請け負う有料サービスもある。

館内のカウンターにはつねに数人のスタッフが待機して、電子情報へのアクセスの方法からコンピュータの使い方まで相談にのっている。二十一世紀の図書館司書は、膨大な情報のナビゲーターであり、電子メディアにも明るい専門家が求められている。

情報へのアクセスの平等という思想は、身体に障害を持つ人に対しても同じだ。地域分館の一つアンドリュース・ヘイスケル盲人・身体障害者用図書館は、車

希望だ。

新たなニーズに対応するためにやるべきこともまだまだ山積みだ。テクノロジへの対応、新しい書庫の確保、資料を良好な状態で保存するための空調調整システム作り、図書館員のトレーニング、地域図書館の改築工事などである。現在は、これまで着手していなかった一九九一年から一九九七年までの八〇〇冊分二三〇万件が収められた研究図書館の目録を電子化し、オンライン上で検索できるよう作業が進んでいる。

プロジェクトには莫大な資金が必要のため、一九九七年には二〇〇一年までに五億ドルの寄付金を集めるという大規模なキャンペーンを開始した。前理事長のエリザベス・ロハティンは資金集めの達人で、二年間で三億五〇〇〇万ドルを集めるという業績を残した。おかげで目標額をもうすぐ達成しそうな勢いである。

「景気の力は、図書館にとってははものすごい助けになっています」と研究図書館代表のウォーカーは言う。「好景気の力がなかったら、デジタル化などへの対応

ははるかに困難をきわめたと思います」。

現在、舞台芸術図書館も寄付金のもとに、新たなコンピュータネットワークの構築やギャラリーの新設など三〇〇〇万ドルをかけて改装工事中である。

しかし、寄付金への依存の高さは財政の不安定さにもつながる。実際、七〇年代の不況時には資金繰りに困難をきわめた苦い経験がある。「それを教訓に、資金の出所を複数に分散してリスクを抑えています」とウォーカー。五億ドルの寄付金集めのキャンペーンでは、財政の安定化と独立化のため基本財産を一億二〇〇〇万ドルに増やすことも目標にしている。また、資金源が特定の富裕層に偏ることからサービスが個人的な好みに左右されやすいという危惧もあるが、寄付金の使い道は篤志家と時間をかけて慎重に話し合って決めているという。

電子情報化時代を迎え、図書館は「情報弱者」のアクセス基地としての役割もはたしている。現代の「読み書き」となったコンピュータを使いこなす能力は、就職から教育まで市民に不可欠になって

きた。こうした状況のもと、図書館はコンピュータが無料で利用できる数少ない場である。コミュニティに根ざす地域図書館にもコンピュータが設置され、無料講習会も頻繁に開かれている。家庭にコンピュータがない子どもたちは、宿題を片づけるためにやってくる。ここではじめてキーボードに触れる市民や高齢者も少なくない。

電子情報が情報源の主流になりつつある今、誰もがその恩恵を受け必要な情報を簡単に利用できるような環境整備をすることも図書館の重要な任務だ。インターネットに接続できれば自宅からでも蔵書目録を検索できるし、一四〇〇種類以上の新聞・雑誌データベースで全文記事が引き出せるのははじめ、ビジネス、金融、医学、公共政策などの膨大な量のデータベースに無料でアクセスできる。

インターネットによって図書館の壁が取り払われ地球規模のネットワーク化が進むなか、海外の図書館や研究機関との連携も積極的に行っていくという。デジタル時代の進捗とともに、市民への情報

アクセスを保証する図書館の役割は進化するばかりである。

●個人のパワーを引き出す

ある日の午前。ローズ読書室では娘の高校中退をきっかけに高校教師になる決意をし、大学に入り直した女性が論文に取り組んでいた。ヒップホップ風のファッションで決めた十九歳と二十四歳の二人組は「ニューヨークでスマートにビジネスをはじめよう」という本を神妙な顔で読んでいた。

午後。ショーンバーク黒人文化センターのマイクログリッドの閲覧室。シンとした室内では、一九五〇年代の黒人のゲイやレズビアンを題材に、ブロードウェイの脚本家が雑誌「エポニー」の五二年のバックナンバーに見入っている。その隣の黒人女性は、仕事の合間に自らのルーツをたどって五年になるという。奴隷解放後に政府が元奴隷のために作った会社の銀行口座の記録を、マイクログリッドで追っていた。調査の結果は本にま

た。舞台芸術図書館では、オレゴン州の大学を中退してニューヨークの演劇学校にやってきた二十六歳の俳優志願の女学生が、次に演じる役柄を研究するために資料を捜していた。

そして夜。シブルでは、仕事が終わってから毎日やってくるというエリオット・ジョーダンが、州の法務長官を務めた祖母の伝記を書いていた。それを発信するホームページも図書館で作った。「彼女が遺した業績を多くの人に知ってもらいたい」と閉館間近までキーボードを叩いていた。

ニューヨーク公共図書館の取材を通して実感したのは、アメリカの強さの秘密は無数の才能を芽吹かせるシステムの充実にある、ということだ。

シブルのオープンニングセレモニーで、ランドルフ・ジュリアーニ市長はこう挨拶している。「科学・産業・ビジネスの分野でニューヨークは世界の中心的役割を果たしています。図書館建設には莫大な資金がかかっていますが、我々が得られるものに比べれば些細なものです」。

こうした言葉の裏には、個人が力をつけることがやがては社会全体を潤すことにつながる、と明確に意識されているのだ。無名の市民の潜在能力に賭け、惜しみない援助を与える前向きな姿勢と懐の広さは、米国の繁栄を支える大きな柱である。その見返りが「投資」に対して余りあることはニューヨーク公共図書館の歴史が証明している。

ひるがえってわが国はどうか。日本でも世の中を変えようという意志を持ち、アイデア溢れる人材は決して少なくない。しかし、組織に属さず資本もない未知の才能をバックアップするシステムはまだまだ足りないのではないだろうか。優れた才能も、それを伸ばすには適切な環境が不可欠だ。

情報に対する認識も、少し変えてみる必要がある。これまで図書館はマスメディア情報への依存が強すぎたし、印刷物以外の収集には決して熱心でなかった。過去の情報を大切に蓄積し、効率よく検索できるためのシステム作りも新たな課題だ。市民の側でも、情報を駆使して

新しいものを生み出そうという姿勢をもっと身につける必要がある。

年功序列の崩壊、息詰まる学校教育、高齢者の増加など、組織に属さないまま、情報収集をはじめさまざまなサポートを必要とする市民は、今後さらに増えそう。こうした環境変化のなか、図書館の充実には、(1)非常民民間団体(NPO)や組織の後ろ盾をもたない市民の調査研究能力を高める(2)新規事業の誕生を促し経済活動を活性化させる(3)文化・芸術関連の新しい才能を育てる(4)主流と異なるさまざまな視点を生み出す機会を提供する(5)コンピュータを使いこなす能力をはじめ市民の情報武装を強化する、といった効果をもたらすであろう。

二十一世紀を間近に控え、社会の急速な変化に対応するには、個人がパワーをつけることが今後ますます重要になると言われている。そのためにも、眠れる人材を支援し、それを社会に還元するためのシステム——「知的インフラ」としての図書館——を今こそ見直すべきではないだろうか。



菅谷 明子

情報社会の進展に伴い、メディアの情報に対する理解力を高める必要性が高まってきた。欧米諸国を中心に、子供にこうした「メディアリテラシー」を教える試みが広がっている。米ワシントンD.C在住のジャーナリストで、このたび「メディア・リテラシー 世界の現場から」(岩波新書)をまとめた菅谷明子氏に各国の状況を報告してもらった。

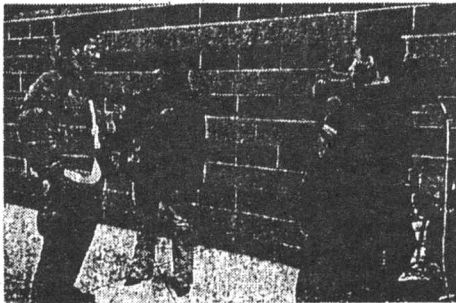
CMの意味考える

「コンピュータゲームのCMに、男の子しか出てこないのはおかしい」「CMに出てくる家族は、決まって優しいお父さんとお母さんに、かわいい男の子と女の子ばかり」

英国ロンドン。小学四年生の英語(国語)の時間で、子供たちはテレビCMと現実との違いを話し合っている。商品を宣伝する目的で作られたCMによって「女の子らしさ」「両親がそろった幸せな家庭」といったイメージが、子供たちのまわりにあふれている。授業では、CMの性質を理解した上で、そこに描かれたものが必ずしも「典型的」で「正しい」とは限らないことを考えていた。

このように情報を分析し

欧米の実践に見る



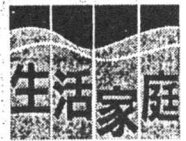
米教育ビデオセンターのドキュメンタリー制作で街頭インタビューする高校生たち

一部で教えられる例が一般で、実際に制作してみることで、英国では大学入試の選択科目にもなっている。授業時間の制約や教材不足などから、学校での実践は難しい面がある。そこで一役かっているのがNPOユラムに導入したことで知られている。国境を接する米国から大量のメディアが流れ込み、特に若者の間で人気が高い。それだけにメディアを理解することは、カナダ文化を守ることもつながると見られている。また、米国では英語以外

情報にふり回されず

子供のメディアリテラシー育成

ていく方法は、メディアリテラシーと呼ばれる教育のみ、影響力が強まるにつれ、一例だ。リテラシーとは読み書きする能力のこと。米国などでは子供が高校を卒業するまでにテレビを見る時間だけでも授業の二倍近く、三十五万本のCMを見る。代社会に空気のように存在するメディアの多様化が進む中、メディアを、自覚的にとらえようとする試みに興味を持ち、過去五年間にわたり、英、米、カナダの教育現場、非営利組織(NPO)、放送界などによる取り組みを取材してきた。各国の状況を見ると、メディアリテラシーは国語の



にも保健や消費者教育の枠内でも教えられている。アルコルやたばこの広告から距離を置くことや、雑誌に登場するモデルの体形が標準ではないことを示すことで、ダイエットによる摂食障害を防ぐなど、青少年の健康を保つ目的がある。

生徒自ら番組制作

注目されるのは教育機関任せでなく、NPOが積極的に参画していること。メディアを理解するために、一方の分析だけでなく、

について身をもって学んでいく。

とりわけ、インタビューしたコメントの取捨選択や、編集作業は、焦点の当て方の違いでいかに異なった作品ができるのかを経験するための格好の機会になる。

このころはテレビや映画を見た視聴者を育てれば、ビジネスにもプラスになるから、という。また米国には、ケープルテレビ事業者団体が、教師のほか親を対象とした教材の開発やワークショップを開催している例もある。

ホームページも対象の普及に対応して、ホームページの情報分析することも重視されてきた。カナダのNPOであるMネットは、インターネットにの薄い親や教員に役立つように、インターネットの仕組みについての解説や、実践的な教材をホームページを通して提供し始めた。

NPOが積極的に参加

最近ではインターネットの普及に対応して、ホームページの情報分析することも重視されてきた。カナダのNPOであるMネットは、インターネットにの薄い親や教員に役立つように、インターネットの仕組みについての解説や、実践的な教材をホームページを通して提供し始めた。

メディアが媒介する情報が、世の中の動きを理解し、価値観を形成する上で大きな影響力を持つことを考えれば、日本でも必要な取り組みと言える。影響を受けやすいと見られる子供はもとより、大人にとっ

て学習ガイドを制作し、無料配布するほか、教員に対する研修を主催したり、関連NPOに資金提供も行っている。

放送局として社会的な責任を果たすとともに、テレビを深く理解し、洗練された視聴者を育てれば、ビジネスにもプラスになるから、という。また米国には、ケープルテレビ事業者団体が、教師のほか親を対象とした教材の開発やワークショップを開催している例もある。

ホームページも対象の普及に対応して、ホームページの情報分析することも重視されてきた。カナダのNPOであるMネットは、インターネットにの薄い親や教員に役立つように、インターネットの仕組みについての解説や、実践的な教材をホームページを通して提供し始めた。

メディアが媒介する情報が、世の中の動きを理解し、価値観を形成する上で大きな影響力を持つことを考えれば、日本でも必要な取り組みと言える。影響を受けやすいと見られる子供はもとより、大人にとっ



を世界百力国以上に配給する革新的なテレビ局だ。こうした番組を授業で活用するのはないだろうか。

「今、あなたが知っていることと、わかって居たのが違って居たのか？」

米ボストン郊外の大学で、メリア・リネラシーの夏期講座を修了した時のこと。担当教授が極端の冒険で語ったことには、たれもが大きくうなずいていた。

NHKの国民生活調査によれば、日本人が一日にテレビを見る時間は平均三時間二十八分。仮に七十五年間のこのペースで過ごせば、人生の要る十年以上をテレビに見るに過ぎず計算になる。その間に見るに足らなくても、一百万本以上のデータもある。それに、新聞、雑誌、映画、ラジオやインタ

「ネットのホームページをチェックする時間があれば、私たちは人生の大半をチャットにも遊びに過ごすことも面白い過激な生活だ。」

[illegible]

「メディア・リテラシー」▶

すがや・あきこ 1963年生
まれ。「ニュースウィーク」
日本版スタッフを経て、96年
コロンビア大学大学院修士課
程修了。現在東京大学大学院
情報学環のメディア・リテラ
シープロジェクトのディレク
ター、ワシントン在住。

目録を
お読み

●『情報』と主体的に付き合おう

[illegible][illegible]

「読み解く能力」を高めよう

メディア・リテラシー



菅谷明子さん

■メディア・リテラシー(ML) メディアの性質や社会的な意味を理解するとともに、メディアを使って表現し、情報社会と積極的にかかわっていく能力。郵政省も「MLはメディア社会へ参画するためのパスポート」と位置づけている。

■「国語」の授業で
「政治家はメディアをどう利用しているのか」
「企業の広告キャンペーンはテレビでどう展開されているのか」
「ニュースは『現実』をどう伝えているのか」

「メディア・リテラシー」世界の現場から」によれば、英米とカナダの学校では現在、こうしたテーマを学校教育で取り上げ、メディアを批判的かつ分析的に読み解こうとする授業を展開している。

その教育の基本は、「メディアの情報すべて、現実を再構成して作られたもの」という考え方。「メディア教育」発祥の地である英国では、小学校の国語(英語)の授業で活字の読み書きと同様に、テレビ番組など映像の読解を学ぶ。

菅谷さんの著書で注目集める

「メディアが送り出す情報は、送り手の主観にすぎません。『ニュースは客観報道』という建前と現実のギャップがメディアの現実を複雑にしています」と菅谷さん。「人生の大半をメディアとともに過ごす

現代では、メディアの果たす利点と限界を冷静に把握するためのMLが、基本的な読み書き能力の一つになってくるでしょう」MLの教育がNIE(新聞を教育に)活動などを除いて大半の学校に導入されていない日本と、欧米とでは、その能力の格差が拡大。郵政省は「放送分野における青少年とメディア・リテラシーに関する調査研究会」を開き、報告書をホームページ上(www.mpi.go.jp/pressrelease/housou/000831102.htm)で公開するなど、積極的な取り組みを始めている。

教育現場へ導入に拍車

米国を拠点に取材活動を行っているジャーナリスト、菅谷明子さんがまとめた「メディア・リテラシー—世界の現場から」(岩波新書)が、いま、学校、放送関係者らの注目を集めている。情報を読み解く能力MLメディア・リテラシー(ML)を高める教育への取り組みは、日本と欧米に大きな格差があり、この本をきっかけにMLの関連イベントも始動、教育現場への導入に拍車がかかりそう。

(久保田正子)

■総合の科目に

またカナダでは、英国より一年早い一九八七年にメディア教育が制度化。小学校から高校までの全学年で義務づけられているという。児童が街頭インタビューをし、児童の視点でニュースを配信するなど、各地で広がっている実践を菅谷さんは五年かけて取材し、本にまとめた。



今夏、横浜市で開かれたNIE全国大会。日本でのメディア・リテラシー教育は緒についたばかりだ

また、教科の枠を超えて自ら学び考える力を育成する目的で平成十四年からスタートする「総合的な学習の時間」でも、メディア教育を取り入れようとする動きも出てきた。

■1月にシンポジウム
こうした政府の取り組みとは別に、昨年四月、東大大学院「情報学環」に、メディア表現、学びとリテラシーの研究を目的とした「MELL(メル)プロジェクト」(MELL: Media Education Learning Laboratory)が発足した。「デジタル化とグローバル化が同時進行し、混ざるとした情報社会の中で、人々がいかにしてMLを身につけていくか現実的に対応していきたい」と、東大助教教授の水越伸さんを中心に、教育関係者など専門の異なる五人が集結。菅谷さんもメンバーのひとつだ。

「小さな輪っかのひとつから始めないと、MLはうまくいかない。MLのカリキュラムを作って、どんなウェブなどで外に出していきたい」(水越さん)

メルプロジェクトとしては今後、MLの教材開発に取り組み方針。また来年一月には、東大でMLに関する初のシンポジウムを行う予定という。

東京財団 研究事業部

TEL: (03)3502-9438 FAX: (03)3502-9439 URL: <http://www.tkfd.or.jp>
〒105-0003東京都港区西新橋1-2-9 日比谷セントラルビル10階