

## 放送局におけるメディア・リテラシーの広がり

——「民放連プロジェクト」とその周辺

砂川浩慶（社・日本民間放送連盟）

### 1. 民放連プロジェクトの概要

（社）日本民間放送連盟（以下、民放連）は、日本の地上民放テレビ 127 社、AM・FM・短波民放ラジオ 99 社、BS 民放 6 社の計 202 社（2005 年 3 月末現在、AM・テレビ兼営社があるため、媒体別の単純集計と社数は異なる）で構成する社団法人であり、放送倫理の向上などを主要テーマとして活動を行っている。

メルプロジェクトにおいては、設立当初から連携した活動を検討してきた。その結果、平成 13 年度から「日本民間放送連盟メディアリテラシー・プロジェクト」（以下、民放連プロジェクト）をメルプロジェクトが受託し、活動を行っている。民放連プロジェクトは、民放連に加盟する地方放送局と、地域の学校（中学校、高等学校など）を結び、協働して作品づくりを行なうことによって送り手である放送局の社員と受け手である生徒、教師らがたがいに学びあう、新しいタイプのメディア・リテラシーの実践を基軸としている。そしてその成果をもとにメディア・リテラシー活動のモデル化を図り、さらには一般展開を図ることが目的である。

これまでのメディア・リテラシー活動は、テレビをはじめとするマスメディアを批判的に読み解く術を子供たちに与えることに重点を置いていた。マスメディアの批判的読解の重要性は言うまでもないことであるが、そのような活動をより充実したものとし、さらに新たなデジタル情報技術を活用することまでを射程に入れた場合、これまで情報の受け手であった生徒や教師らがメディアで表現をして送り手になると同時に、送り手であった放送局の実務家が教師役を担うという「立場の逆転」を効果的にプログラム化することで、より深い学びを生み出し、メディアにおける批判的受容と能動的表現の循環を引き起こすことができるのではないか。このような構想を水越伸（東京大学大学院情報学環）を中心とするメルプロジェクトが企画し、民放連は、民放連加盟局がデジタル放送時代にも引き続き地域的放送機能を担うためにも必要と考えて理解を示し、研究

プロジェクト化したものである。

## 2. 「民放連プロジェクト」の意義

### 2-1. メディアの学びの場をつくる

宮城県南方町役場商工観光課職員、仙台市にある映像教育施設の学芸員、東京大学助教授、長野県塩尻市立中学の先生、愛知県の私立春日丘中学・高校の先生、福岡の市民団体「子どもとメディア研究会」のメンバー、台湾の国立政治大学伝播学院副教授、同大学付属小学校の先生。これらは平成17年3月7日に開かれた「民放連メディアリテラシー・プロジェクト報告会」で、活動成果を報告してくれた人たちである。ほかに、宮城と福岡で実践を行った子どもたち（高校生、中学生、小学生）も参加してくれた。もちろん実践活動を行った東日本放送（宮城）、テレビ信州（長野）、東海テレビ（愛知）、RKB 毎日放送（福岡）からも制作担当者や報道記者などが集まり、報告を行っている。

通常の社会関係のなかでは接点のなかった人たちが出会い、協力して、子どもたちにメディアの作り方・作られ方・あり方についての学びの場を提供する。前述のように、これが「民放連メディアリテラシー・プロジェクト」である。

このプロジェクトは、子どもたちに番組作りとその番組の放送を体験してもらうことで、テレビというメディアの特性を理解してもらうことを目的としている。そのために、子どもたちの周りにはいる大人たち（学校の先生、市民団体のリーダー、町役場の職員など）が活動の場を設定し、地域放送局の民放局員（記者やカメラマンなど）が番組作りを教える、というのが基本的な枠組みである。メルプロジェクトは、その一連の活動をコーディネートし、教育効果をもつように支援する。民放連は、加盟社である各局に協力をお願いするとともに、研究委託費を拠出して実践活動をサポートした。2004年度の報告会は、2年間にわたって行った活動の成果を報告するために民放連とメルプロジェクトが共催し、民放関係者約60人、教育関係者・研究者170人の計約230人が参加した。

### 2-2. 子どもたちの学び

さて、2年間の実践活動で何が明らかになり、どんな成果があったのか。まず述べるべきは、このプロジェクトのそもそものねらいであった「子どもたちの学び」についてである。

参加した子どもたちの言葉をいくつか引用する。「何時間ものテープがどんどん短くなって行ってさびしい気もしたけど、編集が進むにつれだんだんかっこよくなっていくのが楽しかった」「カメラワークなど、テレビをみていると気になるようになった」

「生徒インタビューの映像は何を入れるか話し合った。そこで、どの意見を入れたら視聴者を引きつけられるかが大切なことだった」（「2002 年度民放連メディアリテラシー・プロジェクト報告書」から）

この感想でもわかるように、子どもたちは、番組の制作に携わったことでテレビ表現の特性を理解し、テレビが映し出している現実が人間によって構成されていることに気づきはじめている。番組制作の体験を通じて、メディア・リテラシーへの気づきがあったとすることができるだろう。

二つ目の成果は、「送り手のメディア・リテラシー」である。報告会では、このプロジェクトに参加した多くの民放局員が「とても楽しかった。テレビの仕事を始めたときの気持ちを思い出した」といった感想を語っていたが、他者、それも子どもたちにテレビ番組の作り方を教えるにあたっては、テレビの特性や、社会における仕事の意味を再確認することが迫られる。また、日ごろ文字の原稿を書いている記者が映像の編集を教える、といった日常の分業を超えた営みのなかでは、仕事の流れの捉え直しも行われる。ここには、送り手のメディア・リテラシーを高める効果があった。

三つ目に、これは副次的なことではあるが、放送局員が地域社会の中に出かけていき、放送の仕事を教えることで、局のイメージが地域に根付くという効果も生まれた。これは単に親しみをもってもらったということではない。たとえば長野における実践では、テレビ信州が県内十校に出前授業に出かけ、子どもたちが学校紹介番組を作ったことによって、普段取材に行かないエリアからの情報の通路をつくることができたという。地域の情報を掘り起こし、電波に乗せるという作業から生まれた効果である。ここには、地域内の情報を市民が発信することを放送局がサポートするという、“パブリック・アクセス”への道筋があると言えるだろう。

### 3. 広がる民放のメディア・リテラシー活動

1998 年の米国における番組格付け制度と V チップの導入を受けて、日本にも同様の仕組みをつくるべきだとの意見が強く出された。民放連、NHK、郵政省の三者は共同で「青少年と放送に関する専門家会合」（座長＝濱田純一・東京大学社会情報研究所教授（当時））を開催して、放送番組の子どもへの影響と放送界が講ずるべき方策を検討した。その結果、六つの提言が出され、その一つとして「メディア・リテラシーの向上」が盛り込まれた。そこには「権利の主体としての青少年の自立的な判断能力を高めるためには、メディアを選択し、主体的に読み解き、自己発信する能力、すなわちメディア・リテラシーが必要である。」と書かれている。同時に「メディア・リテラシーは一般の人々にあまり知られていない」とも指摘していた。

以来 4 年経ったが、この間に日本におけるメディア・リテラシー活動は相当の広が

りを見せた。メルプロジェクト以外にも、小中高の現場の先生たちを中心としたメディア・リテラシー教育の研究会や、NPO 団体、市民団体などが活発な活動を行っており、静岡県のように教育委員会のレベルでメディア・リテラシーに本格的に取り組む動きも出てきている。

そのようななかで、「民放連プロジェクト」を所管する民放連の担当委員会である放送基準審議会は、民放各社がメディア・リテラシー活動をどのように展開しているかを明らかにするために、民放連加盟 202 社（ラジオ・テレビ）を対象としたアンケート調査を実施した（2004 年度）。この調査によれば、5 社に 1 社が積極的な取り組みを行っている。その他の局でも小中学生の局舎見学への協力などの活動をしている。また、現在実施していない社でも、条件が整備されればメディア・リテラシー活動を実施したいとする局がほとんどであり、今後の広がりが予想される。

調査結果の詳細については、報告書を作成して民放連会員各社の参考に供する予定だが、本稿でその概要を紹介する。なお、回答社数は 194 社（回答率 96.0%）。調査設計にあたっては水越の監修を受けた。

### 3-1. 放送局における取り組み態勢の現状

#### (1) 局舎見学の受け入れ

小学校学習指導要領には、5 年生の「社会」で学ぶ内容のなかで、「放送、新聞、電信電話などの産業と国民生活とのかかわり」を「見学したり資料を活用したりして調べ、これらの産業は国民の生活に大きな影響を及ぼしていることや情報の有効な活用が大切であることを考えるようにする」と書かれている。放送局の見学が政府によって推奨されていると言える。

今回の調査で、局舎見学の受け入れ状況をみると、約 7 割の局が「要望があれば原則として受け入れる」としていることがわかった。「その都度判断して受け入れている」

局も含めると、9 割以上が局舎の見学を受け入れる態勢をとっている

（図 1 参照）。受け入れると回答した 187 社のうち、局舎見学用のコースや施設を用意している局は 83 局（44.4%）であった。

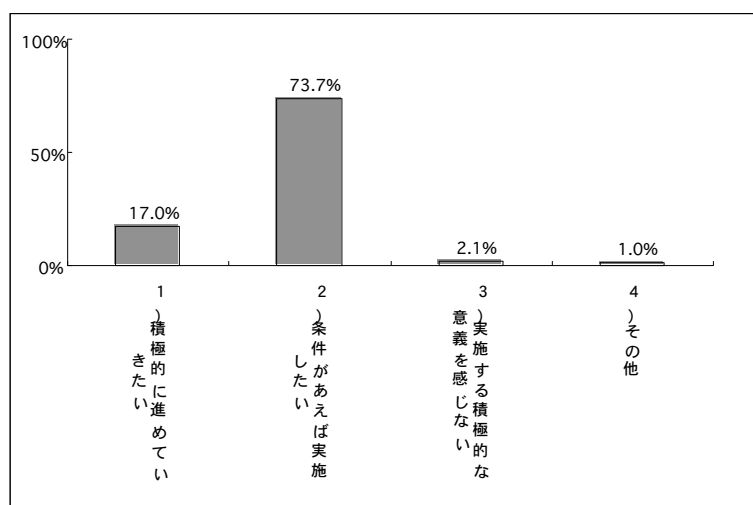


図1 メディアリテラシー関連の番組・事業への取り組み意向

受け入れた際の対応については、スタジオや編集室、主調整室、副調整室（サブ）などの社内設備を案内するとともに、受付担当者や総務部員が放送局全般の業務内容を説明することが一般的である。

放送局の種類別に見ると、東名阪のテレビ局（兼営局含む）の場合、「原則として受け入れている」という回答が 40.0%であり、その他のローカル局に比べるとやや消極的なようだ。広域圏局でキー・準キー局である東名阪局と、地域に密着した存在であるローカル局との違いが反映していると思われる。

また、放送のあり方や番組制作の仕組みを説明するために、放送局員が学校や社会教育の現場に招かれることは多い。こうした依頼があった場合、56.2%の局が「会社として受け入れ、適切な社員を派遣する」としている。「依頼を受けた部署や社員の判断に任せる」とした 23.2%の社をあわせると、ほとんどの社が前向きに受け入れていることがわかる。

## （2）社員による講義・授業の実施

2001 年からの 3 年間に実際に社員が講義・授業等を行ったどうかについて、今回のアンケートでは座学形式（放送のしくみなどを講義）と実習形式（実際に映像・音声作品の制作を指導）の 2 つに分けて聞いた。まず、座学形式の講義・授業等を実施したことのある社は 100 社、実習形式の講義・授業等を実施したことのある社は 75 社だった。

講義・授業等を実施した場所・機関は、大学・高校・中学校・小学校などの学校が多く、それ以外では放送局見学の時や社会教育現場（生涯学習センター、ロータリークラブなど）も目立つ。ユニークなものでは、小中高校などの学校の先生を対象に講義をした事例（秋田テレビ、北日本放送、エフエム中九州など）や司法修習生に講義をした事例（北陸朝日放送、サンテレビ）がある。講義・授業等を実施した契機は、学校などからの要請がほとんどだが、読売テレビやテレビ信州のように放送局から積極的に募った事例や、住民ディレクターの養成を行っている熊本朝日放送のように放送局側のイニシアチブが強いものもある。

## （3）市民に向けた資料の作成

一般の人や子どもたちに放送の仕組みを番組制作のあり方を説明する資料などを独自に作成している局は 194 社中 81 社（42.0%）だった。作成している資料の内訳を複数回答で聞いたところ、「印刷物」が 60 社（74.1%）、「自社のホームページに掲載」が 11 社（13.9%）、「その他」21 社（25.9%）だった。「その他」と回答したものの内容は、局舎見学の際に上映するための「ニュースができるまで」といったテーマのビデオが多い。

ほとんどの資料が、放送局見学者向けに放送局の業務の概要や会社の概要を説明したものだが、子ども向けにメディア・リテラシーを学ばせることを明確に意識して作られ

たものもある。例えば、福島中央テレビのホームページ『ズームイン FCT』は、子ども向けにテレビの仕事をわかりやすく解説している。画面数で67ページもあり、すべての漢字にルビを振るなど、教育的な配慮が行き届いている。また、読売テレビは、ハンドブック『チャレンジ！ テレビ番組づくり』（B5判、111ページ）を作成して教育関係者に配布している。「映像の特性」「構成」「撮影」「レポート」「編集」の5章から構成されており、中高校生が家庭用ビデオカメラを使用して実際の番組作りを行う際の優れた手引書になっている。

### 3-2. メディア・リテラシー活動の実施

#### (1) およそ5社に1社が活動を実施

本調査では、メディア・リテラシーに関する企画について社内で話し合ったことがあるかどうかを尋ねている。その結果、話し合ったことがある社は全体の約3分の1にあたる64社（33.0%）だった（図2参照）。

このうち、実際にメディア・リテラシー活動の実施にまでこぎつけたのは54.7%にあたる35局（全体の18.0%）だった。民放局のおよそ5社に1社がメディア・リテラシー活動を実施していることになる。

各社が実施しているメディア・リテラシー活動を類型化すると、概ね次の3つに整理できる。これらを組み合わせた事例も多い。

1) 子どもや一般の人を放送局に招き、フォーラムを開催してテレビのあり方を議論する（札幌テレビ、福島テレビ、日本テレビ、テレビ信州、中京テレビ、読売テレビ、日本海テレビなど）。

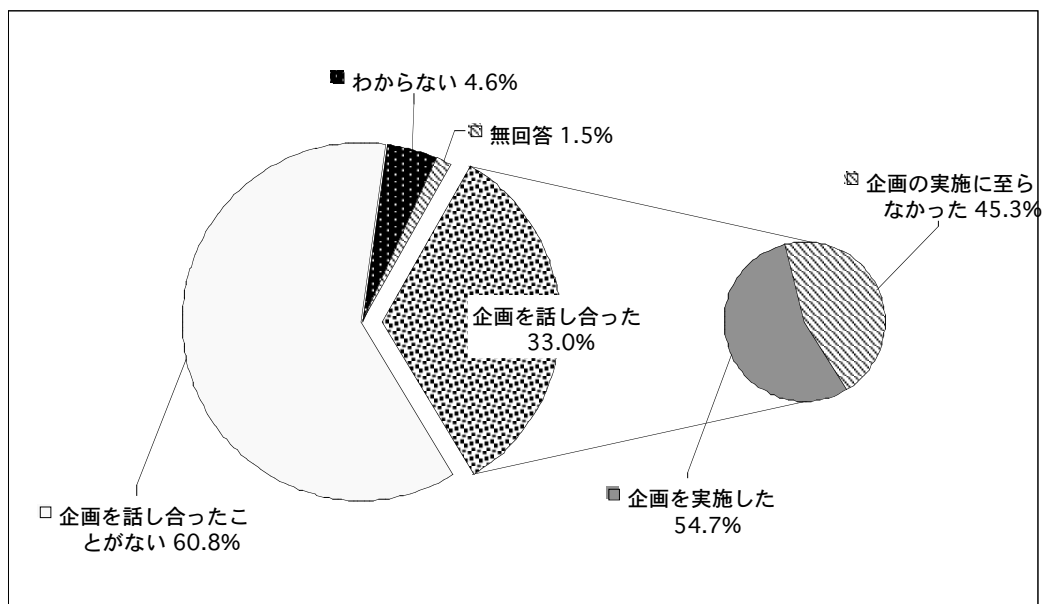


図2 メディア・リテラシーに関する企画を社内で話し合ったことがあるか

2) 子どもや一般の人に向けて、放送のしくみや番組ができるまでを解説する番組を制作・放送する（北海道文化放送『英理子のメディアリテラシー』、フジテレビ『週刊フジテレビ批評』、テレビ朝日『はい！テレビ朝日です』、テレビ東京『メディアの嵐』、長崎放送『テレビのウソ・ホント』など）。

3) 子どもや一般の人に番組の制作方法を教えて実際に制作してもらい、オンエアする（エフエム仙台『とび出せ高校生諸君』、テレビ信州『出前授業』、長野朝日放送『子どもテレビ局』、北日本放送『KNB子ども記者』、福井放送「ちびっこ記者」、テレビせとうち「こどもニュースキャスター」、テレビ山口「職場体験」、福岡放送「めんたいキッズ放送局」、熊本朝日放送「ふるさと情報局」、南日本放送「MBCこどもアナウンサー」など）。

## (2) 活動に対する局の意識

メディア・リテラシー活動を実施していない社に対してその理由を複数回答で尋ねたところ、最も多かったのが「ノウハウの不足」で 86 社（72.9%）であった。ついで「スタッフが確保できなかった」（44.1%）、「企画を実施するメリットが不明確」（42.4%）、「実施する予算が確保できなかった」（41.5%）の順となっている（表1参照）。

さらに、子どもとメディアのかかわり方を考えるような番組や事業を実施することについての考え方を聞いたところでは、「積極的に進めていきたい」としたのが 33 局（17.1%）、「条件が合えば実施したい」が 142 局（76.7%）だった。この両者を合わせると、90%以上の社がメディア・リテラシー活動を実施する意義を感じていることになる。

	回答数	比率
メディア・リテラシー関連企画を実施するノウハウがなかった	86	72.9%
企画を実施するスタッフが確保できなかった	52	44.1%
企画を実施するメリットが明確にならなかった	50	42.4%
企画を実施する予算が確保できなかった	49	41.5%
提供してくれるスポンサーが確保できなかった	20	16.9%
メディア・リテラシーに詳しい専門家の協力が得られなかった	9	7.6%
地元で協力してくれる学校や社会教育機関がみつからなかった	2	1.7%
その他	32	27.1%

表1 メディア・リテラシー活動を実施していない理由

「積極的に進めていきたい」の回答率を放送局の種類別などでみると、東名阪局のテレビ局（兼営局含む）では40.0%、1988年までの開局社では21.6%、89年以降開局社（平成以降の開局社）では5.0%で、ラジオ社では9.4%。新規開局の社やラジオ社の場合、社員数も少なく、条件次第という判断になっている。

また、自由記入方式で、メディア・リテラシーの向上に取り組むことについての考え方を尋ねたところ、回答してくれた124社のうち、約7割が肯定的な意見であった。

一方で、その意義を評価している社でも、「実際は日常の業務を少人数でこなしているため、これ以上余裕はないのが現状である」「地域密着を目指すうえでも取り組みは必要であるが、デジタル化による業務効率化、人員の適正配置など、環境的には厳しい状況がある」などと条件面の厳しさを指摘する社も2割程度あった。

### 3. まとめ

前述したように、民放連プロジェクトは民放連加盟放送局においてメディア・リテラシーの論議を盛んにするとともに、実践した各社において送り手・受け手双方にとって好循環をもたらしている。しかし先のアンケートも示しているように、民放局におけるメディア・リテラシーへの取り組みは、各社それぞれがさまざまな条件、現状を抱えていることもあり、一朝一夕で成し遂げられるものではないことも事実である。

最後に、先のアンケートに見られたメディア・リテラシー活動に積極的に取り組むべきとする意見から、代表的なものを一つ紹介する。

「以前は、メディア・リテラシー向上のための活動に対して『作り手側の手の内をさらすことはないではないか』『送り手は、画面の中での表現がすべて。読み解くのは受け手側の責任』と、冷ややかな見方が社内でも支配的でした。しかし、取り組みが継続的に進むにつれて、『生（なま）の視聴者と向き合う事で意識が変化した』『良質の視聴者が増えることで番組の質も上がっていくのではないか』といった声が、現場から上がってくるようになりました。

テレビ局にとってのメリットを列挙すると、1) 視聴者、特に青少年に向けてテレビ局の側から歩み寄る姿勢をアピールできる、2) 青少年、学校現場との連携が密になり、地域への浸透の橋頭堡となりうる、3) 制作者が直接視聴者と触れ合うことで、ニーズや批判などを自然に感じ取り、番組制作に生かすことが可能になる、4) 番組内容に対して、適正な判断ができる視聴者が増えることでの確な批判や推奨が寄せられ、番組内容の充実が期待できる——などが挙げられると思います」

こうしたメリットについての認識が他の局にも広まれば、メディア・リテラシー活動のさらなる拡がり期待できるだろう。そのためにも、民放連プロジェクトのような試みをゆっくりと、着実に続けていきたいと考えている。