

メディアが送り出す情報の 「真実」を見る目が重要

菅谷 明子 *Interview with Sugaya Akiko*

「真実」とは何かを
問う力の必要性

日本でも最近「メディア・リテラシー」という言葉を目にする機会が増えたのではないかと思います。しかしその内容について詳しく知っている人は、まだまだ少ないのが現状ではないでしょうか。

私が講演会などでメディア・リテラシーについて説明する際には、「メディア・リテラシーとは、メディアの性質や社会的な意味を理解し、メディアが送り出す情報を主体的に読み解くとともに、メディアを使ってコミュニケーションを創り出すなど、メディア社会と積極的に付き合う力をさします」と説明しています。「リテラシー」とは読み書きをする力の意味ですから、メディア・リテラシーはメディア時代の「読み書き能力」と言い換えてもよいと思います。

言いかえるなら、メディア・リテラシーとは、メディアの特性や社会的な意味を理解し、メディアが送り出す情報は「送り手の選別を受けたもの」「構成されたもの」であると捉え、建設的に「批判」し、また、自らの考えなどを、メディアを使って表現し、社会と効果的に「コミュニケーションをはかる能力のこと」と言えます。

その原点には、「メディアが送り出す情報は現実そのものではなく、送り手の観点か

ら捉えられたものである」ということがあり、私たちが知り得る「事実」のほとんどは、事実を調べた誰かの選択をおした結果のもの、つまり多くの情報の中から選び取ったものが提出されているというわけです。事実を切り取るためには主観が必要であり、「何かを伝える」ということは、何かを伝えたい」ということでもあるということとを理解した上で、メディアの情報を受け入れる必要があるのです。

メディアが伝える情報は、現実を取捨選択し再構成したものであり、制作者の思惑や価値判断が入り込まざるを得ないのです。そのため、それが「現実」に「起ったこと」であっても、伝える媒体によっては、その報道の内容や論調がまるで違ったものにもなっています。それをきちんと理解した上で、「真実とは何か」という疑問を常に持つことが必要だということです。

そして、メディアがもたらす利点と限界を冷静に把握し、世の中にはメディアが存在する以外のことや異なるものの方が存在するということも理解することが重要なのです。

ところで、今回の原稿(インタビュー)「依頼に当たっては、本誌の編集部から、現在の日本社会では格差が広がっていると思いませんか」という問いかけがありました。しかし、私は現在ボストンに住んでおり、すでに日本を離れて二年以上もたっていますので、今の日本の状況を語るのには知識が少なすぎるというのが実情です。それこそメディアをおし

ての情報しか得ていないため、あくまでも感想しか述べることはできません。

ただ、たまに日本に帰国した際に見聞きした感覚では、社会的な格差は、以前に比べて開いてきているようにも思います。しかし、格差社会という意味では、日本とは比較にならないほど厳しいアメリカで暮らしている。日本の格差と比べても、まだ、それほどものではないとも感じられます。むしろ、そうした傾向が、これから先の日本の社会に、どのような影を落としていくのか、人々の間には漠然とした不安感が広がっているようにも思えます。

私は、努力し、それなりの結果をもたらした人が多くの報酬を、正当な利益をもらえ、社会というのは、必ずしも悪い社会だとは思いません。あるいは、能力のある人に多くの富が分配されることも、全く否定されるべきことではないと思います。ただし、そのためには、そうした恩恵に浴することができなかつた人たちに対して、社会的なサポートのシステムが存在することも同時に必要です。

日本では、格差社会は良いことではない、というイメージが広がっていると聞きます。メディア・リテラシーにも関係します。その場合、一部のオピニオンリーダーたちが言っていることなのか、実際に国民全体ではどう考えられているのか、それを証明するような統計などがきちんとあるのか、あった場合はそのデータの使われ方は正しいのかなど、情報を受動的に受け取るだけでなく、様々な角度か

ら自分なりに検証してみることも必要だと思えます。そしてそれをもとに、世間の風潮とは異なつたとしても、自分なりの考え方をしっかりと持つことが大事だと思います。もちろん、格差社会は良いことだ」という見方に対しても同様です。

メディアから分かる国の成熟度

メディア・リテラシーの本質は、例えば、テレビや新聞で流されることが、中立なのか、正しいのか、偏っていないのかといった情報の送り手側の事情も考え合わせることで、『この情報はこうした環境の下で発信されたものである』というところを読み解いていく点にあります。

かつて私は『メディア・リテラシー』（岩波新書）という本の中で、アメリカ、イギリス、カナダにおけるメディア・リテラシー教育の現場を取材し、紹介しました。いわゆる報道レポートという形をとりながら、各国の教員たちの意気込みや抱える悩みを取り上げました。

その取材をつづいて、メディアをどう捉え、それをどう子どもたちに伝えていくかによって、その国の市民社会と政治の成熟度があがる程度分かるのではないかと感じました。日本ではいまだ現実的なカリキュラムとしての地位を得ていないメディア・リテラシー教育で

すが、イギリス、カナダ、アメリカなどにおいても、まだその教育は始められたばかりです。

ただし、そうした現状でも、これらの国では、例えば、『政府の提唱することは真実なのか』といった微妙なテーマも授業で扱われることがあります。その背景には、バランスのとれた視点を持つ子どもたちは、市民社会にとってプラスになるといつ思考があるからです。

『メディア・リテラシー』でも書いていますが、メディア・リテラシー教育を実践している国々でも、二丁三年といった短い期間で、従来の内容に対して、『これでいいのだろうか』と自問自答しながら、教える学校側はもちろんな国や地域の政策も常に変わっているというのが現状です。つまりそれだけメディア・リテラシーという分野はまだ確立されたものではないということです。

しかし、そうは言っても、世界全体で見れば、メディア・リテラシー教育をさらに進めようという動きは進展しています。

それらの国で共通しているのは、生徒たちがビデオ作品などの製作を実際にやってみることが重要視されてきている点です。生徒が自分たちで相談しあつて、まずテーマを選び、企画を立て、取材を申し込んで撮影し、その後、編集などを行うというメディアの作成が授業の課程として取り入れられているのです。

決められた時間内で、どのように伝えたいことを取り上げるのか。その過程において、

絵になる「風景」だけを取り出すグループもあれば、番組の結論に近いコメントだけを取り出すグループなど、まさにプロの制作者と同じように、作り手の都合によって取材した中の情報から必要なものだけをピックアップすることを、生徒たちも経験するわけです。

こうした経験をとおして、これまで漠然と見ていたテレビ番組の送り手である放送局などの役割を実感として理解することができるようになります。つまり、メディアを見る目が客観的になることが期待できます。ただし、こうした「天才制作実習」のためには、教える側のトレーニングがもちろん不可欠になります。

私が感心したのは、イギリスではこうした授業に対して、半官半民の団体である英国映画協会が支援しているという点でした。つまり、イギリスでは、権力側にとってはメディア入になるかもしれないメディア・リテラシー教育を英国政府自身が支援しているのです。こうした事情の背景には、例えば、アメリカのリウッド映画一辺倒になりがちなイギリスの映画産業の現状などがあります。教育や文化の政策担当者や産業界や教育界が、何とかしなければと立ち上がったのです。メディア・リテラシー教育を進めることで、子どもたちの中に自分で考えながらメディアに接する能力を養おうとしているわけです。

カナダは、イギリス以上にメディア・リテラシー教育先進国であり、「読む」「書く」「聞く」と頭と映像による「コミュニケーション」を二本柱

として教育を行っています。カナダでメディア・リテラシー教育が盛んに行われるようになった理由は、隣国のアメリカの影響が大きいことがあげられます。カナダでは、全人口の約九割が米国との国境から三〇〇キロメートル以内に住んでいるため、アメリカメディアが大きな影響力を持っています。こうした状況のなか、いかにカナダのアイデンティティを守るのかということが、メディア・リテラシー教育の推進に大きく影響を及ぼしてきました。

メディア社会の中に住む私たち

話が少し横道にそれましたが、かつて私がボストン郊外の大学でメディア・リテラシーの講座を受講していた時に、「今あなたが知っていることを、どうやって知ったのか考えてみてください。そうすれば、メディアがどれほど私たちにインパクトをもたらしているかがよく分かりますよ」と担当教授が話された言葉を今でも鮮明に覚えています。

NHKが行った国民生活調査などを見ると、日本人のテレビ視聴時間の平均は一日約三時間半となっています。男女で差がありますが、日本人の平均年齢を約八〇年と考えると、そのうちの七五時間がテレビを見ている期間と考えると、なんと、十年以上がテレビだけを見て過ごしている時間になります。さ

らに、新聞や雑誌、本、映画、ラジオ、そしてインターネットに接する時間を加えて考えると、私たちは人生の大半をメディアから情報を得て過ごしていると言ってもさしつかえないと思います。つまり私たちは、意識しないうちに、物事の考え方から価値観の形成、行動やものを選択する上で、非常にメディアの影響を受けているわけです。そして情報社会が、ますます加速していく中で、自らが実際に体験したことよりも、メディアに媒介された情報をもとにして物事を理解しているようになってしまっているのです。

ところが、これだけ私たちの生活に影響を与えているメディアですが、それが伝える情報がどのような性質を持っていて、どんなプロセスを経て送り出されているのかといった基本的なことさえ、私たちはほとんど知らない状況です。まさに、「現代社会に空気のように漂うメディア」状態になっているのですが、それだけにメディアに意見を左右させられてしまう可能性がある状況に気づき、自覚的に捉える必要性を痛感した時に、先ほど言った「メディア・リテラシー」という試みに出会ったのです。

アメリカでは、あるニュースに対して誰かがコメントしている場合、そのコメントした人間が、どういう思想を持つのか、共和党が民主党かまたどついついビジネスの背景を持っているのかなど、その発言をした人のバックボーンが分かる形で報道しています。しかし日本では「コメントを出した人がどんな人なのか肩

書程度しか紹介しないため、その発言がどう
いう傾向のものなのかを理解することなし
に、情報を受け入れてしまいがちになること
も少なくありません。

海外での

メディア・リテラシー教育

例えば、私がニューヨークで高校の授業を
訪ねた時には、生徒たちはテレビニュースの街
頭インタビューを分析し、番組で紹介された
人の意見が世の中の典型的な例なのかを問
い、また使われなかったものがあれば、それ
はどんなもので、その理由は何かなどをみん
なで考えていました。さらに、生徒たちはイ
ンタビューを受けた人や専門家のコメントを
分析し、作り手がどんな「意見」を選ぶかで
世の中の「事実」も変わって見えるというこ
とについて話し合っていました。

アメリカの別の高校では、生徒たちがメデ
ィアの経済的な側面について検討を加えてい
ました。民間放送局はCMの収入で成り立っ
ている会社であり、企業がターゲットにする
消費者に向けて効果的にCMを流せるよう
な番組を作る必要が出てくるのが授業の
中で知らされます。そして企業広告がメデ
ィアを有する企業の収入源であることを考
えれば、広告主をなかなか批判できないとい
うことも理解できます。それに加えて、視聴

率を高くするためにどうしてもセンセ
ーショナルでインパクトのあるものの方を
選び、伝える構造になっているということ
にも思いが及ぶようになります。

その他、ドクメンタの世界と現実の世界を比
較してみることで、ストーリー展開が現実
を映し出してはいないのだということをも
確認したり、ティーンに人気のナイキやマ
クドナルドといった企業の広告がどんな
テクニクを使って商品をアピールしている
のかを分析したりするなど、各国では様々
な取り組みがなされています。

さらに、このようにメディアを分析する
ことだけでなく、実際に自分たちのメッセ
ージを送り出すこともメディア・リテラシ
ーの重要なポイントであるということも、
ここで付け加えておきます。

私が取材した例では、ニューヨークのあ
るNPOでは、高校生に身近なテーマでド
キュメンタリー作品を制作させる活動を
行っていました。生徒たちはテーマの設定
はもちろん、取材先の選択から質問のタ
イプ、構成、カメラアングル、音声効果など
を工夫しつつ映像作品の制作過程を実践
していくことで、メディアとはどのような
ものであるのかを、身をもって学んでいく
ことができるのです。どのインタビューを
選ぶのか、どういった編集をするのか、同じ
題材を取り扱いながら、それらが違つと、
全く異なった作品ができるということをも
経験することで、メディアのあり方を知る

格好の機会になっていました。また、実際に作
ってみることで、子どもたちの視点を世の中
に送り出すチャンスにもなるのです。

メディア社会をデザインする

ひるがえって日本ではどうかというと、冒
頭でも言いましたように、二〇〇〇年以降
になり、メディア・リテラシーという言葉が社
会で使われるようになり、関心も高まってい
るようになってきました。

しかし、生徒の自由な発想を大切にするメ
ディア・リテラシーが、日本の学校教育の枠内
でどれだけ実現できるのかについては疑問も
残されています。また、メディアとの協力関係
も不可欠です。メディア・リテラシーが広がっ
ていくためには、メディアの情報が作られる過程
がもっとオープンになる必要がありますし、
視聴者や読者がその舞台裏を知る機会を増
やしていく必要があると思います。それを実
現するためには、メディアに携わる人たちが
教育現場や市民講座に出向いて話をしたり、
その逆にメディアの現場に生徒や市民を招待
したりするインタラクティブが、もっとあつても
いいでしょう。

また、大人を対象とした生涯学習やNPO
の活動に、メディア・リテラシーを取り入れ
る動きも活発になっていることを考えると、

図書館や社会教育施設などで講座を催したり、必要な機材を揃えたりするなどして支援活動を行うことも必要となるでしょう。さらに、パブリックアクセス・チャンネルのような、市民が自由に番組を放送できる新たなインフラの存在も不可欠だと思います。また、すでに様々な試みが行われていますが、インターネットを使った表現活動にも大きな可能性があるでしょう。

ただし誤解していただくと困るのですが、メディア・リテラシーは、決してメディアを非難するための概念ではありません。意図しているのは、「既存のメディアのあり方にとられずに、新しい表現方法やメディアそのものを創造していくこと」にあります。問題なのは、現在、インターネットなどを通じて様々な表現の機会が出てきているものの、いまだに社会に影響力のあるメディアの送り手は極めて少数のプロに限られているという点にあります。ところが、メディア社会に生きる私たちは、多様なもの見方が反映されるように、様々な「コミュニケーションの

機会を生み出しながら、新しい情報社会を積極的にデザインしていく必要があるのです。これは例えば、政治を政治家だけに任せるのではなく、市民の積極的な参加がより民主的な政治を作っていくというのと同じことで、メディアはメディアの「専門家」だけが作るべきものではないという事です。

そういった意味でも、メディアを理解し、多様な豊かなメディアのあり方をデザインできる、前向きでクリエイティブなメディア・リテラシーを身に付けた市民の存在が増えることは、これからのメディア社会を築いていく上で重要であり、また大きな可能性を秘めていると言えるでしょう。そのまず第一歩として、メディアが流している情報の背景にあるものを意識して「ユースなどを見るようにして欲しい」と思います。格差社会の進展という問題に対しても、ただ与えられた情報を鵜呑みにするだけではなく、それを一度「批判的に捉え、その背景までを見通して」

と努めることが、自分なりの考え方と対処の仕方を見出し、いくことにつながるのだと思います。

（この記事は、CEL編集部が菅谷氏にインタビューを行い原稿としたものです）

□菅谷 明子（すがや・あきこ）

在米ジャーナリスト。一九六三年生まれ。コロンビア大学大学院修士課程修了。米ニュース雑誌、ニューズウィーク 日本版、勤務。在米ジャーナリスト、経済産業研究所（RIEET）研究員を経て現職。また、東京大学情報学環「MELL（メディア表現、学びとリテラシー）」プロジェクトリーダー、東京大学・早稲田大学にて非常勤講師なども歴任。市民社会をエンパワーメントするための新しいメディアのあり方についての研究プロジェクトを実践。メディア・リテラシーやデジタル時代の図書館のあり方などをテーマに講演・ワークショップなども行う。主著に、『メディア・リテラシー』（岩波新書）、『未来をつくる図書館』（岩波新書）など。