

## 第4回 地域メディアコンテンツ研究会

平成15年6月6日(金)  
14:00~16:13  
総務省1101会議室

【小林座長】 それでは、定刻となりましたので、「地域メディアコンテンツ研究会」の第4回会合を開催したいと思います。

本日はご多忙のところをご参集いただきまして、ありがとうございました。

まず初めに、本日の配布資料につきまして確認したいと思います。事務局、よろしく願いいたします。

【稲原課長補佐】 本日の資料はお手元にございます1枚紙の議事次第のほかに、資料1、2、3と三つございます。

資料1につきましては、「『住民ディレクター』の取組を通じた地域メディアコンテンツの現状と課題」ということで、岸本様からいただいている資料でございます。

資料2については、「地域社会における『メディア・ピオトープ』のデザイン」ということで、水越先生からいただいているものでございます。

最後に横の資料で、「アンケート自由記述内容」となっております。

以上でございます。もし不足がございましたら、お申しつけくださいませ。

【小林座長】 よろしゅうございましょうか。

それでは、早速、本日の議題に入りたいと思います。

本日は有限会社プリズムの代表取締役でいらっしゃる岸本さんと、東京大学大学院情報学環の助教授でおられます水越さんの2人にお越しいただいておりますので、まず、お2人からプレゼンテーションをいただきたいと思います。続きまして、事務局より、先刻行いましたアンケートの自由記述部分の結果について集約したものをご報告いただきます。最後に、これらすべてを材料として一括質疑応答を行いたいと思います。議論の時間は、1時間弱を予定しております。

では、早速ですが、プレゼンテーションに移らせていただきます。前回は、ご記憶のように、地上ローカル放送における課題や先進的な取組について、鈴木祐司構成員と二瓶構成員からお話いただきました。

今回は地域メディアコンテンツの成功のカギの一つとなる住民参加の観点から、どのような可能性が求められるかという話を、お二方からいただくことになっております。本日のお二方ですが、以前よりお互いに様々なコラボレーションをやっていらっしゃいますし、構成員の方々の中にも、以前より、お二方とお仕事なりプロジェクトなりを進めておられる方もいらっしゃいますので、できるだけざっくばらんなプレゼンテーションと議論が進んでいくことを期待しております。

それでは、最初に、岸本さんより「『住民ディレクター』の取組を通じた地域メディアコンテンツの現状と課題」という題でお話をいただきます。岸本さんが現在活動していらっしゃいます「住民ディレクター」による番組作成については、私自身は不案内でありましたが、その実践を通じてお感じになられている地域メディアコンテンツの実態、可能性、課題について、ビデオを交えながらお話を伺えるようであります。よろしく願いいたします。

【岸本氏】 プリズムの岸本と申します。よろしく願いします。

実は、「住民ディレクター」という発想は私がしました。簡単に言いますと、まちづくりとか、ひいては国創りを担っていく人材を養成していくというのでしょうか、そういう人材をイメージして最初に考えました。

私はテレビ局に14年いましたが、番組制作を少し経験するだけで企画力、構成力、物事を編集する力がすぐつきます。しかも情報発信、広報の力がつくということで、この力が実際にまちづくりや国創りにすごく役に立つことを体験しました。自分がテレビ局の中で主にやっていた

仕事がまちづくりを応援する番組ということで、熊本県内のお百姓さんとか猟師さんとか、一般のサラリーマンの方もそうですが、そういう方々と一緒に山を走り、川を泳ぎ、そういう中で番組づくりをしてきた経験から生まれてきた発想です。

今回はコンテンツということですので、ある程度そこに絞ってお話をさせていただきたいと思っておりますが、基本的なコンテンツのもとはそのうちまちづくりや国創りをやっていく上で結果的に出てきたものと、今のところは捉えています。もちろん、これからはそういうものを積極的に目指していくことも、いろいろな展開の中では考えております。まちづくりをした結果としてこういうコンテンツ、番組がいろいろ出てきたという視点で、今日はお話をしたいと思っております。

資料が非常に少なく申しわけありませんけれども、ビデオを見てもらうように考えております。まず、番組制作の実態と取組です。番組としては熊本のケーブルテレビの一つ、これは熊本ケーブルネットワークという熊本市内の約5万世帯を対象にしたケーブルテレビです。ここで「使えるテレビ」というものを、平成8年からずっとやっております。当初は2時間番組でしたが、今は30分に縮めています。再放送を毎週5～6回やっております。

それから、熊本朝日放送というテレ朝系の民放ですが、今現在は週に1回、毎週金曜日の夕方、小宮悦子さんの「Jチャンネル」のローカル枠ですが、5分の枠をこの「住民ディレクター」で作ることをやっています。ちょっと前までは丸々別枠で単体の15分番組をやっていましたが、昨年からニュースの中に入れてくれということで、ニュース番組としてやっております。このニュースのすぐ後に、1分半ほどですが、同じく熊本朝日放送の「スマイル」が子供たちの元気な姿を捉えるということで、「住民ディレクター」の方々が交代で放送しています。

そして、最近、この6月1日から始めましたが、CS放送のスカパー2ですけれども、CS九州というチャンネルの中で「プリズムプレゼンツ」という番組を持っております。これは基本的にプリズムが考える「住民ディレクター」ということだけではなくて、基本的には国創りやまちづくりをやっていく<sup>ひとよし</sup>あらゆる人の情報発信の場になるようなことを考えてスタートしました。その第1段として、人吉球磨<sup>ひとよし</sup>の「住民ディレクター」の方々が発信する場として、15分の「南の國から」というタイトルで6月1日から始めました。

月に1回の制作で、これも毎週5回の再放送ですので、月に約20回放送するというところでやっております。時間帯はかなり面白くて、早朝があったり、ゴールデンタイムがあったり、昼間があったり、日曜日の深夜があったりします。始まったところですので、これからどういう反応があるのかなと考えております。

番組に関してはこういうケーブル、民放、衛星、それからインターネットテレビを使って放送しています。今現在、熊本で「赤牛」というブランドがあるのですが、ここの畜産連合会を母体にして、インターネットテレビをモデル実験的に実践しています。以上、今、番組という形ではその五つをメインにやっています。

もともと「住民ディレクター」というまちづくりのリーダーですが、3枚ほどめくっていただきますと、「住民ディレクターについて」というページがあります。真ん中の下に「住民ディレクター養成講座開講」ということで、「情報化時代のひとづくりとネットワーク事業」とあります。

実は、<sup>ひとよし</sup>人吉球磨広域行政組合という広域連携の組織が、平成8年から私の「住民ディレクター」という発想を受け入れてくれました。ボランティアではなくて有料ですが、一つのひとづくり事業ということで、(今年合併して10市町村になりましたが)当時の14市町村の企画関係、広報関係、教育委員会とか、特に企画に関係する方に集まっていたいて講座を始めたのがスタートです。

くまもと未来国体で、是非こういう人材を使って生活者の視点から発信したいという県の要請もあって、120人の「住民ディレクター」を2年後には養成するとか、いろいろなことがありました。数を表現するのは非常に難しいのですが、今現在、単純に数だけでいうと200人ぐらいにはなっています。実質どれだけ活動しているかということで、年に1回や2回という方も含めて動いている人という、50人ぐらいにはなったかなという気がしております。

人材養成・育成という部分ですと、今のような行政の事業とか、あとはほとんど実践です。番組の中に次々と人をほうり込んでとにかくやってみなさいということで、いきなりやってしまう

というのが実際のところですよ。研修といっても、「カメラでこう撮りましょう、ああ撮りましょう」というのは一切なしで、「スイッチを押して写りますか、では行ってらっしゃい」ということで、海に放り込むようなものです。そうしたらばたばた泳ぎ出して、泳げるじゃないのという感じで、200人ぐらいが勝手に育ちました。

実は昨日も、奥様方がある町の魅力化事業ということでずっと記録をして、それを番組形態でビデオ報告書を作ることになりまして、15分の番組収録をしました。私は一応NPOの理事長もやっています、それはNPOで取り組んだので責任もあってついていきましたが、本当に見事でした。

奥様方が4人ぐらいのチームで、あと地元のおじいちゃんやおばあちゃんも上手にスタッフに取り込みながら、全部で17~18人で15分の番組を見事に収録していました。私はほとんど何もすることがありませんでした。

国体の前の年、1998年からでしたから、4年ほどでここまでできて、その内容も非常に濃く、しかも住民ならではの視点ということで、ほとんど感心をしていました。夜は夜で人吉に入って、ここはここで先ほどの「使えるテレビ」の収録があって、深夜の12時ぐらいまでやっていました。4000人の村に15人ほどの「住民ディレクター」がいて、あれよあれよと1時間もしないうちに15分番組が終わって、もう終わったのという感じでした。そういう意味では、今日お話しするのにいいタイミングで、皆さん方の成長ぶりというとおこがましいのですが、本当に誰でもこれだけできるのだなということをつくづく感じた次第です。

今は行政が応援してくれたり、メディアということで熊本朝日放送とかいろいろなところがやっています。大きな意味で言うと、その力をどう使うかというのは、再三言いましたがまちづくりですので、この後、水越先生がお話しされる中にきっと出てくると思いますが、人のネットワークを基盤にし、結果的にメディアがつながっていく形を基本的には考えています。

実はこの前お聞きしたら、フジテレビさんでやはり「南の国から」を放送するそうです。でも、うちが先に放送してしまいましたから、知りませんよということです。水越先生にも出ていただいていますけれども、時間に限りがありますので、前半を見ていただきたいと思います。

(ビデオ上映)

もっとお見せしたいのですが、時間もあまりありませんので1度切ります。「住民ディレクター」さんがこんな感じで活動しています。今のはCSでやっています「南の国から」で、ちょうど5分ぐらいでした。

コンテンツとして住民の人たちが何をやっているのかというと、実にいろいろなものがあります。例えば男女共同参画社会とかいう難しい言葉があって、今、いろいろやっています。県でもこういう会合ですごく難しい議論をされています。

先ほど司会をされていた山田恵さんという方がすぐ近くの農家の奥さんを取材していたら、私はもう50歳だけれども、定時制に行って看護婦になるのだという話がありました。それをずっと撮っているうちに、実はお父さんになかなか言い切れないということで、「言ってみたら?」「いやあ」とか言っていたのですが、言ってみたらお父さんが「それはよかね。行ってらっしゃい」ということで、がくんときたという話がありました。お父さんをインタビューしてみたら、「とにかくこいつはすごいからな」ということでした。

山田さんがその話を1年ぐらいかけて追っかけて、最終的に7~8分の番組にしたときに、これはまさに男女共同参画社会だなという感じでした。男は男でありながら、女は女でありながら、本当にいいパートナーシップで家庭を作っているというか、それがまさに見えてくるような一つのドキュメンタリーだと思います。例えばそんなことがあったりします。

それから、天草は熊本ですけれども、ミカンがいっぱいあります。天草に入部(イリベ)さんというちょっと変わった奥さんがいますが、しょっちゅういろいろなものに目を向けます。例えば温州ミカンと、アマナツと、それからデコポンという非常によく売れているミカンがあります。それぞれ形が全然違うので、彼女が一生懸命ミカンを追いかけているうちに、ある時期にミカンの花を撮りに行きました。どのミカンの花も全く一緒だったので「あれ?間違ったばい」とミカン農家に聞きに行ったら、「そんなあほなことを聞くな。花のときはみんな一緒だ」と言われて、「えっ?」という話になります。もちろん我々も知りませんでしたし、熊本朝日放送の部長さんも「えっ?」という話になり、それがニュースになったりすることもありました。実はこの8年

ほどで、そういうことが山ほど集まっております。

今日も新聞を見ていたら、最近、エゾシカが山里から人里におりてきて、田畑の被害があるそうです。熊本では水上村に猟師のリウウちゃんという非常に有名な男がいますが、彼は「山に登るとこんなに荒れていて、イノシシがどんどん減って、シカがふえておりてきて、どうだこうだ」と一生懸命言っていました。1回鉄砲を持っていくときについていって、いろいろ歩いていると、なるほどなど。

さっきのヤマメ釣りの役場職人さんは片手に釣り竿、片手にカメラでしたけれども、リウウちゃんは片手に鉄砲、片手にカメラという感じです。ただ、やはり猟師さんなので、獲物が来たらすぐカメラをほったらかしてズドンといくものですから、なかなか瞬間を撮れません。やはり、我々がついていかないと撮れないのかということもありますけれども。

それぞれの生活者がまさに買い物かごであったり、釣り竿であったり、そういうものをカメラと一緒に持つてということで、いろいろな形で見えてきている新しい熊本、それが「新発見伝くまもと」のタイトル名でもあります。今日はお見せできませんが、そういうことが実は山ほどあります。

先日、筑紫哲也さんの「NEWS 23」で取材をしていただいた山江村ですが、この方も主婦で朝4時から新聞配達をして、8時から高速のパーキングエリアで仕事をして、帰ってきてから「住民ディレクター」の番組づくりという、非常にファイトある女性です。この方もいっぱい撮っていますけれども、こんなものがあったということです。

(ビデオ上映)

今のは本山民子さん、民ちゃんといえますけれども、非常に象徴的で出会いを撮っていきます。皆さんのコンテンツは何かというと、共通するのは人です。その人がやっていること、その人が作っているもの、その人が関わっている人がまたそのまま情報になっていきます。

続けて、もう1本見ていただきます。解説しますと、昨年、大林宣彦さんがやっていらっしゃるビクターのビデオフェスティバルで最優秀賞をとられた佐藤さんという、川辺川をずっと撮り続けた方です。実は反対とか賛成ではなくて、源流の水を竹筒に詰めて、カヌーに乗ったり、自転車に乗ったり、歩いたり、走ったりして、沿岸に住んでいる人でずっとリレーをしていきます。そういうことで、川のことを知ってもらうことを始めた人です。それを彼はずっと撮り続けて、こういう映像をつくりました。

(ビデオ上映)

彼の場合は「住民ディレクター」というより、もともと自分でやっていた。たまたま我々がやっているところで出会って、一緒にやろうということで、奥さん方にいろいろ教えてもらったりしてだんだん交流が始まりました。

彼はビクターの最優秀賞をとるのですが、今から8年ぐらい前に、彼が45分ぐらいでこれを作っているのを見てすごいなと思いました。県内の私が元いたテレビ局とか、いろいろなディレクターやプロデューサーに話をしましたが、なかなかぴんと来ないのか、結局、放送という日の目を見なかったのです。

そのときは、もう既に「使えるテレビ」というケーブルテレビ放送をやっていました。2時間枠を持っていましたから、45分をノーカットで行こうということで、彼のインタビューも入れて1時間ぐらい、1日3回の再放送を毎日やっていましたから、1カ月間で120時間ぐらい流し続けました。そういう意味では、彼の存在を初めていろいろな方に知ってもらえました。

一つ大事なことだと思うのは、メディアとの関係とか、私自身がメディアの中にいたのでよくわかるのですが、プロがこういう方々をお伝えすることがなかなかできなくなっています。なぜできないかという理由はいろいろありますけれども、一つは歩いていないというか、歩けないことだと思います。そういう意味で、「住民ディレクター」さんは改めて歩くのではなくて、自分の地域を日ごろ歩いている範囲でやっているの、その人たちが手を組めば、結局、県内全部を歩いていることになります。プロの方は、どうしても1人で全部歩こうとか欲張るものですから、そこに無理が生じるのではないかと思います。

今、我々がやっているのは、1人の範囲は小さくてもいいから、みんなが手をつないでネットワークを組んでいくことであり、それにより、熊本なら熊本の全域をもっと小まめにいろいろな人が生きていることをお伝えできるのではないかというのが、この「住民ディレクター」の基本

的なコンテンツの元になっていると思います。

そんなことをやりながら行政の事業に取り組むという形でこういう活動を、それからメディアでいうと、テレビやケーブルさんにとってはデジタル時代はどうなるのだという危機感を持っていらっしゃるところがまだまだいっぱいあると思いますが、まさにこういう「住民ディレクター」さんと一緒に歩いてもらえれば問題ないというか、むしろ本当に豊かなメディアになっていくのではないかと思います。

正直に言って、熊本朝日放送でも非常によく理解し合いつつありますけれども、まだまだ難しいところはいっぱいありまして、本当の意味での応援がまだできていないと思っております。

今後、インフラの必要性ということですが、「住民ディレクター」さんを発想したときに、頭からインターネットテレビだなど。これは松本委員に教えてもらったのですが、インターネットとセットだなどということ、ある時期から始めています。

ただ、インターネットがすぐに道具として使えるか、という懸念もありました。民放とか衛星とか、とにかく基本はまちづくりをやっていくことですので、全部のメディアと仲よくしてきちり伝えていきたいわけですね。そのためにはまず独自のメディアをしっかりと持つことで、それが一つはインターネットテレビだと思っています。

そこで自分たちの伝えたいことをしっかり100%出し切って、その上で例えばこの新聞ならこういう切り口なのでこういうものはどうですかという提案をしたり、このテレビはこういきたいということであればドラマならこうだとか、自分のところの揺るがない基本的なコンテンツ、メディアを持ちながら、まさにマルチメディアとの連携をしていくことを考えてはいますが、今後は進めていきたいと思っております。

そのためには、是非インフラとして町や村のケーブルなのか、インターネットテレビでいうと光ファイバーなのか、やはりそこがないと独自のメディアということではまだまだインフラが、特に田舎では整備ができていません。地域づくりや国創りを考えたときに、そういうことは物すごく大事なことがあると思っております。

ちょっとオーバーしましたけれども、一応ここで終わらせていただきます。ありがとうございました。

【小林座長】 ありがとうございました。

引き続きまして、水越さんから、ご案内のように「地域社会における『メディア・ピオトープ』のデザイン～民放連メディアリテラシー・プロジェクトの概要～」という題でお話をいただきます。

この「メディア・ピオトープ」というのはあまり聞きなれないコンセプトかと思いますが、私はかつて同僚でありました水越さんからこのコンセプトを聞いたときに、非常にスリリングだと思いました。

その一方で、メルプロジェクトというメディアリテラシー絡みの活動を民放の方々と一緒にやっていらっしゃると思いますので、そこら辺も含めてお話ししたいと思っております。恐らく、今、お話しいただいた岸本さんの話に直結していく話だろうと思っております。

それでは、よろしく願いいたします。

【水越氏】 ただいまご紹介にあずかりました、東京大学の水越と申します。どうかよろしくお願いいたします。

まず、この会にお呼びいただきありがとうございました。今日お話しすることを皆さんに上手く活用していただいたり、あるいは皆さんからいろいろなご意見をいただいて改善すべきところを改善していけたりできれば、と思っております。どうぞよろしくお願い申し上げます。

今日は、小林先生からお話がありました「メルプロジェクト」について、これは市民のメディア表現とかメディアリテラシーについての実践的なプロジェクトなんですけれども、その仕組みなどをお話しします。その後で、いまご紹介にあずかった、メルプロジェクトの一部として実践した「民放連メディアリテラシー・プロジェクト」の内容を少しお話ししたいと思います。

今、僕は仲間と一緒に、メディアリテラシーというテーマを中心に実践的なことを進めています。皆さんはもうご存じの場合が多いかと思いますが、最初にメディアリテラシーとは何だろうということ、これを少し整理しておきたいと思っております。

「リテラシー」は日本語で言うと読み書き能力、識字力と翻訳され、普通は言葉や書き文字に

ついていいです。この言葉や書き文字を「メディア」に置きかえて、「メディアリテラシー」という一種の喩え話を、70年代にカナダの現場の高校の先生たちが考えました。イギリスでは、これをメディア・エデュケーションと言っていました。

一方、僕らの活動仲間である台湾の人たちは、最近、この語を「媒体教育」あるいは「媒体素養」と訳しています。「媒体教育」というと非常にかたい感じがしますし、やはり、リテラシーとはただ学校で教えればよいようなものではなく、もう少し幅広い意味での教養とか素養という意味合いを含んでいるのではないかということで、彼らは「媒体素養」という言葉を使い始めています。

メディアリテラシーについて、僕自身は、基本的にはメディアの技術的な使用能力、情報を読み取る受容能力、そしてメディアを使って表現をしていく能力と、これらが三位一体となっているものだろうと考えています。このうちのどれか1つだけを特化させて考えるのは、ちょっとまずいのではないかと思います。つまり、コンピューターの使い方だけを教えてメディアリテラシーだと言っている大学の教養課程があちこちにありますが、それは違うのではないかと。また、テレビを批判的に読み解く、テレビのウソを見破る、ということだけをメディアリテラシーというのもちょっと違うのではないかと考えています。そうではなくて、岸本さんたちのような活動も含めて、コミュニケーションに関わるメディアの使用・受容・表現をいわば全体として獲得すること、そしてそれを活性化させるような営みがメディアリテラシーではないかと思っているわけです。

喩え話で最近よく言うのですが、もしメディアを衣服や編み物に例えて言えば、僕らは量販店に行き行って服を買って、着て、すり切れたり綻びたりしたら、流行遅れになったとかで普通は捨てたりします。今、繕いものやかかけはぎはしません。

僕の母親は65歳になりましたけれども、僕が小さいころ、昭和40年代の前半ぐらいだと、家庭雑誌の後ろの型紙などでよそ行きの服を作ってくれたりしました。少なくとも70年代の前半ぐらいまでは、家庭の主婦は自分で子供のよそ行きの服を縫うという一種の能力があったわけです。最近でもセーターを編んだりする人は男女を問わずいらっしゃいますが、あまりやらなくなっています。普通は服を買ってきて、着て、いらなくなったら捨てることが多いわけです。

もしメディアを編み物に例えるとするならば、メディアリテラシーは編み物をただ商品として買ってきて消費するだけではなくて、自分で編んだり、編み目がどんなふうになっているかを考えてみたり、場合によっては買ってきたものを編み直してみたり、そういうことがやれるような能力、あるいはそういう営みではないかと思っています。

編み物に関しては、うちの母親も今でもできるかもしれませんが、けれども、メディアに関しては、少なくとも日本でいえば、年をとっていらっしゃる方が編み物をするように取り組めるかという、そういうことはない。メディアについては、やはり新聞なりテレビなりの現場で専門的にやってきた人しかできない状況が続いていて、作る人は作るだけ、テレビや新聞を読んだり見る人は見るだけ、というふうに分断されてきました。その回路をもう一遍つないでいく活動、つまりコミュニケーションの全体性を回復するような能力がメディアリテラシーだと捉える必要があるのではないかと考えています。例えば青少年保護やIT教育も、その一部と捉えるべきでしょう。

ちょっと飛ばして話をしますけれども、最近、メディアリテラシーをあちこちの大学で教えたり、僕自身も実践したりしています。ただどうも具体が悪いのは、座学だけで教えてもろくなことはありません。ちょっと気のきいた学生だと、床屋談義のテレビ批判・新聞批判みたいなものになり、これをメディアリテラシーというのは違うのではないかと僕は思っています。それだったら今までの放送論でも新聞論でもやっていることであり、むしろ体で理解するとか、自分で手や足を動かしながら本当に腑に落ちることが大事ではないかと考えています。そのためにも、メディアリテラシーは実践的な活動をともなわなければいけないだろうと思います。

メディアリテラシーをあまり厳密にとらえて、正しいテレビとか正しい新聞のあり方と考えると、下手をするとプロパガンダや規制につながる話になります。プロパガンダとリテラシーは表裏一体ですから、やはりそのところでは皮肉や風刺、ユーモア、パロディーといった精神を持ち、メディアで遊ぶといいですか、そういう姿勢でメディアに取り組む必要があるのだと思います。商品としてのメディアをもう一遍自分で組み直すためには、実践とか遊びのなかでメ

ディアリテラシーを考えていく必要があるだろうと考えています。

では、メルプロジェクトについてお話ししたいと思います。今、僕は東京大学の情報学環というところに所属しており、メルプロジェクトはここを活動拠点にしています。情報学環は2000年4月に東京大学が全学的な見地からゲリラ的に作った大学院で、「文理越境」を掲げています。今の学環長が原島博氏で、前は濱田純一氏でした。CGの河口洋一郎氏、西垣通氏、トロン  
の坂村建氏、科学技術論の佐倉統氏等が集まっています。小じんまりとした流動的な組織であり、社会に向けて学の環っか(わか)作っていくことを特徴にしています。例えば僕が指導している院生が18名いますが、平均年齢は34~35歳です。一番上は62歳のビクターの元重役さんで、今年の新入生だけをとっても、44歳のテレビのプロデューサーや29歳のメディアアクティビストがいます。情報学環では、彼らと一緒に社会との環っかを作っていくということを、アート、工学系、文系などいろいろなフィールドでやっているわけです。

僕はこの情報学環という環っかの中で、メルプロジェクトを仲間と立ち上げました。「メディア表現、学びとリテラシー(Media Expression, Learning and Literacy)」という言葉の頭文字をとってMELL(メル)としたものです。現在、中心メンバーが約30人、全体のメンバーが約90人のほか、メーリングリストに登録してくれている人が450名ぐらいいます。テレビ局のプロデューサー、研究者、市民運動家、学校教師、学芸員、図書館司書など、いろいろな人たちが参加しており、僕が仲間とやっている大学院の「メディア表現論」「情報リテラシー論」などの授業と連動して、さまざまな実践をおこなっています。たとえば、民放連とNHKがメディアリテラシーの番組制作に取り組んでいますが、最近テレビ朝日  
が作った番組のプロデューサーは僕の指導修士学生の1年生です。昨年NHKが作った番組は、やはり情報学環の院生たちが作った「湯けむり事件の謎」という非常に面白い実践プランを取り上げたものでした。

メルプロジェクトは、メディアリテラシーに関して、既存のマスメディア論から、学校教育、教育学、市民社会の問題までをカバーして、活動を続けています。メディア論、ジャーナリズム論、教育の現場の人たちにもかかわってもらっています。

資料にありますように、メルプロジェクトはさまざまなプロジェクトとつながっています。今からご説明する「民放連メディアリテラシー・プロジェクト」のほか、長野県の中学・高校の先生の研究会があったり、本づくりからメディアリテラシーを考えようという編集者たちのプロジェクト、送り手のメディアリテラシーを考えるプロジェクト、粘土アニメーションでメディアリテラシーを学ぼうというものなど、幾つかあります。また、例えば熊本の岸本さんたち、台湾政治大学の人たち、愛知県の「あくせす」という市民のパブリックアクセスのグループなど、メディアリテラシーに取り組むさまざまな人たちと組んで活動をおこなっており、緩やかなネットワーク型の連携関係を持っています。

その中の1つのプロジェクトとして、「民放連メディアリテラシー・プロジェクト」があります。基本的には民放連が僕らに対して研究委託をしてくださって進めるという形で、2001年度、2002年度にかけておこないました。今年度、それについての本を出すつもりでいます。

「民放連メディアリテラシー・プロジェクト」は、地元の民間放送局と、地域の学校や社会教育施設などを結び、地域の子供たちやお母さん、先生に対してテレビ番組の作り方を教えて番組を作るというプロジェクトです。2001年には長野県と愛知県でパイロット研究をおこない、それぞれテレビ信州と県内の中学校・高校、東海テレビと県内の市立の中学校・高校を結んで実践しました。2002年度にはこれを四地区にふやし、長野と愛知は継続して、さらに福岡県と宮城県でおこないました。福岡ではRKB毎日放送と地元のNPO、台湾の人たちを、宮城では東日本放送と、地元の複合型メディアセンターであるせんだいメディアテーク、仙台市から車で2時間ぐらいかかる南方町の子供たちを結んで実践をやりました。4カ所の放送局の規模や系列も全然違うし、地理的な状況も違います。あるところでは学校と一緒にやり、あるところではNPOと、あるところでは社会教育施設とつなぐなど、それぞれの実践はまったく異なるものでした。

このうち、今日は福岡のことについてお話をしたいと思います。ここでは台湾と福岡市の子供たちを人たちを結び、子供たちにそれぞれ相手の都市のイメージコラージュを作ってもらいました。福岡の子供たちは台北という町のイメージをコラージュにして壁紙みたいなものを作り、

巻いて郵送して、台北の子に見てもらいます。福岡の子には、台北からイメージコラージュが届きます。お互いに、大きな驚きがありました。

福岡の子供に「何が来ると思う？」と聞くと、「福岡タワーと明太子」と言いましたが、そんなものはどこにもありません。台湾の子どもたちが作ったイメージコラージュにはキティちゃんとドラえもん、原宿、それから刀と芸者と侍と寿司と天ぷらがあって、みんなびっくりしたんです。原宿は福岡ではなく東京だし、キティちゃんも福岡の産物ではない。これはおかしい、と子どもたちは文句を言いました。

でも、「みんなよく考えてみて。台湾には何を送ったの？」と子どもたちに聞くと、台北に送ったものの中にはブルース・リーが出ていました。僕たちは言わなかったのですが、ブルース・リーは台湾ではなくて香港の人です。小籠包のイメージもあったけれど、台北の子は毎日小籠包を食べているのかな、みんなが毎日刺身を食べるわけではないのと同じかもしれないよ、と。故宮博物館のことを送ったけれども、台北の子は多分毎日故宮博物館には行っていないと思うよ、と。

「みんなはなぜこんなイメージを持っているのだろう。みんなの中で台北に行ったことのある子はいる？」と聞くと、1人もいないわけです。台北の子どもたちも、福岡に行ったことがある子は1人もいません。それぞれのイメージはメディアが介在してできたもので、やはりメディアには旅とグルメの話が多いからということがわかってきました。

この実践はさらに、子どもたちが自分で作った福岡自慢のビデオ番組と台北自慢のビデオ番組を交換して、それぞれ台湾公共テレビ台とRKB毎日放送で流してもらおうという方向で進めていきました。今からそのビデオを少しだけ見てもらいたいと思います。お見せするビデオはRKB毎日が1月に放送したもので、RKB毎日はTBS系列なのですが、*「ニュースの森」*のローカル枠で10分くらい流されたものの冒頭部分です。

(ビデオ上映)

時間もございませんので、こちら辺で終わりにしておきます。

福岡側の子供たちは小学校4年生から高1までで、「子ども文化コミュニティ」の中のメディアキッズ明太子という子供たちです。メディアキッズ明太子は、今回のこのプロジェクトに会わせて「子ども文化コミュニティ」内部に作られたチームのようなモノでした。向こう側は台湾政治大学付属小学校というエリート校の子供たちで、結構雰囲気違って、これはなかなか面白かったです。こうして番組を作ってオンエアしたり、いろいろな交流をおこなってきました。

この実践では、こういうプロセスを通じて、地元の外の人たちが自分たちを見るときには必ずメディアが介在しており、自分たちのものとは違う他者の眼差しがあるのだということを身をもって経験していきます。ドラえもんとかキティちゃんでは、日本と福岡の区別はつかないわけです。「逆にみんなはどうなの？」と言うと、台湾と台北と香港と広東の区別もあまりつかない。それを身をもって考えます。その間にメディアが介在している、あるいはそれが僕らの現実を構成している、ということに気がつきます。また、自分たちでメディアを使って表現してみようとビデオ番組を作ったわけですが、やってみると子供たちはマスコミの真似をしたりして、なかなか上手くいきません。がっかりして、もう一遍違うものを作ってみようとして一生懸命やっていました。表現側に立つことによって初めて、それまでとは違う視点でメディアに接することができるのではないかと思います。

僕らはこういうことをあと3地域でやりました。福岡以外の実践を簡単にご紹介しておきます。

まず宮城県では、南方町という田舎の町でおこないました。ここは本当に何も無い小さな町で、NHKや民放が取材に来ると、田んぼや畑の間におばあちゃんがいて、今年の稲はよかったとか、そういう話題しか出ないようなところですが、でもそこに暮らす高校生は、私たち女子校生もいるしコンビニもある、「シャコ短」も走っているスケータイもある、と言います。私たちがここにいたんだ、ということをお伝えしたいということで、高校生による地元のボランティア・サークルが町役場の人たちと組み、テレビ朝日系列の東日本放送の「夕方ワイド あなたにCue!」という夕方のワイド番組の中で約40分間子供たちが生中継をやる、ということをやりました。生中継ですから、もう局側としては放送事故を覚悟です。カメラも構成も演出もナレーションも子供たちが全部やって、その町のPRをやりました。東日本放送のほか、日本ではじめてできた公共の複合型メディア施設であるせんだいメディアテークというの映像担当の人も手伝うなど、地域



携帯型のやり方をとりました。

長野県では、学校を拠点とした実践をおこないました。テレビ信州の局員が学校に出向いて出前授業をおこない、テレビ番組の作り方を子どもたちに教え、制作するというものです。テレビ信州では昨年度から社全体でメディアリテラシーに取り組むという方針がとられており、編集局長を中心に10人ぐらいのプロジェクトが組まれています。テレビ信州は正社員が70名ぐらいしかいませんので、かなりの人がこの取り組みに関わっていることになります。

愛知県では一種のボトムアップ型で、子供たちの番組企画をコンペ形式で選抜し、学校の話題についての番組を作っていくということをやりました。

この民放連メディアリテラシー・プロジェクトがどういう射程をもっていたかということ、まず第1に僕らは、自分たちで表現することからメディアリテラシーに入るということを考えていました。たとえばテレビについて、これはヤラセであるとか、ジェンダーはこういうふうにドラマに現れているとか、テレビは人種をこういうふうにステレオタイプで捉えているとか、こういうことを教えるのは正直に言って簡単なことです。小学生に教えるのはなかなか難しいですけども、中高生ぐらいだったら結構教えられます。けれども、そういうことを頭では理解できても、実は本当のことはわかりません。自分たちも、たとえば男女の役割について、テレビで描かれるのと同じようにやっていたりするわけです。僕たちはいい番組を子供に作らせたいわけではなくて、表現を通して初めてああそうか、こういうことなのだ、という気づきをもたらすことを考えていました。3分の番組を作るのに3時間もビデオを回すことや、それを編集するのがどんなに大変かといった技術的なことのほか、ある事柄を描くのにどんなステレオタイプの表現がどう現れてくるか、番組をつくる過程で子どもたちは気づいていきます。いわば自己批判しながらやるという意味で、表現と受容をらせん状に考えて、らせんをだんだん上昇させていくことを考えました。それはある程度できたと思います。

第2は、送り手側のメディアリテラシーを考える、というものです。民放連メディアリテラシー・プロジェクトの実践は、基本的にはプロの人たちが子供たちに番組の作り方を教えるのですが、いざやってみると、送り手の人たちが子供たちからものすごく学んだということがありました。例えば某テレビ局の報道部長さんが高校生の前で話をするとすると、なかなか上手く話せないのです。報道の現場の人たちには「おまえ、ちゃんとやれ」と頭をこづきながら仕事を進めればいいのですけれども、子供の頭をこづくわけにもいきません。現場での自分の仕事を、きちんと順序立てて言葉で説明しなければいけないわけです。

ところが、テレビでも新聞でも、今の日本の現場ではちゃんとした研修が行なわれておらず、きちんと言葉で順序立てて誰かに教えることを報道部長さんでもやったことがありません。学校の教壇に立つとしどろもどろになって、高校生や中学生にむちゃくちゃ突っ込まれるわけです。「それっていかにもテレビみたい」と言われても、「だって、テレビだからしょうがないだろう」と答えながらやっていくしかない。

そういうところで、送り手の人たちはすごく学んでいくわけです。言葉にして初めて自分たちの生業を意識することができる。テレビとは何か、初めてわかりましたというような、ある意味では情けないのですが、ある意味ではすごくいい機会を得ることができます。なおかつ、地域の人々を常に視聴率という数字でしか考えなかったのが、子供だけではなくて、お母さんや先生を介して、テレビの受け手の意識や視聴者像がわかっていくということが起こりました。

つまり、メディアリテラシーは受け手だけの問題ではないのです。さっきの編み物の喩え話で言えば、編み物を作る人は編むだけでなく、編んだり、着たり、両方やる必要がある。テレビに関しても、表現することと受け取ることの両方をやる必要があるのだらうと思います。テレビ局では、アナウンサーの方やカメラマンの方、編集担当の方にしても、地方局の多くの場合はこれをプロダクションに任せていますが、実際に現場でよく作っている人、視聴者に会っている人たちは一発でこのことがわかります。けれども、中心にいる人はなかなかわかりにくいところがある。送り手と受け手が互いに学び合うための共同体を地域社会の中に埋め込んでいくことが、このプロジェクトのもう一つの眼目です。これは上手くいった場合もあるし、上手くいかなかった場合もありました。

こういうことを日本社会で広げていくための土壌工作の一環として、パブリックアクセスと言

われる住民参加型番組を作っていくことがあげられると思います。岸本さんがパブリックアクセスという言葉に出会われたのは、今、立命館大学の先生をなさっている津田さんからお話を聞いたとうかがいました。岸本さんはべつにパブリックアクセスという欧米の活動を日本でやろうしたわけではなくて、地元でおやりになっていたのがパブリックアクセスと呼ばれるものでした。パブリックアクセスはこれから非常に重要になると思いますが、洋モノを日本に持ってくるだけではだめで、やはり日本の中で土地を耕していかなければいけません。僕らは、例えばこういうやり方ができるのではないかとことを思って民放連プロジェクトをやっていたわけです。

さらに踏み込んで言うと、これからの地方局のあり方について、たとえばテレビがデジタル化したときに地方局はどうするのか。合併するとかいろいろ話が出ていますけれども、地域に置局され地域的機能を果たすという一般放送事業者の理念の回復にあたって、地元の人たちと一緒に地元で番組を作っていく、というビジネスモデルが考えられます。そのときの1つの方針として、こういうメディアリテラシーオリエンテッドな番組作りがあってもいいのではないのでしょうか。そんなふうに僕は思っていました。

最後ですけれども、僕たちはこういう活動を通して、先ほども申しあげました表現と受容の循環性を作っていく、あるいは送り手と受け手の循環性を地域社会の中で回復していく、ということを考えています。今、特にテレビやマスメディアに対して風当たりが厳しく、テレビと視聴者や市民との分断化が進んでいます。あちらは敵だ、関係ないと言っていたほうがお互い楽かもしれませんけれども、何とかその間に回路を作っていく必要があるのではないのでしょうか。それは地域社会の中に、ある種のメディア共同体を作っていくことではないかと僕は考えています。

今日はお話しできませんでしたが、僕はいま「メディア・ピオトープ」ということを考えています。ご存じのように、「ピオトープ」は小さな生物の住める生態系を作る運動とか営みをいいます。今、総合的な学習の中で、例えば松戸でトンボ池を作るとか、長野県でホテルが来る川を復興するというをやったり、あるいは行政が河川の改修のときに同じようなことをやっています。僕は、自分たちがやっている活動はメディアのピオトープづくりのようなものだと思います。

ピオトープは国土開発みたいな話ではなくて、地域の小川をどうするか、境内をどうするかなど、1つ1つの活動は非常に小さなものです。僕たちの活動も、放送の国家的な制度の仕組みをどうしていくとか、県域単位での放送産業をどうしていくとかではなく、そういう小さなメディアの物語をあちこちで作っていく試みなのです。これらの小さな物語は、ネットワークでつながることによって意外と強い力を発揮できるかもしれません。例えば僕は学校や公民館でいろいろなことをやっていたわけですが、図書館でやってもいいし、博物館でやってもいいし、いろいろな活動ができるわけです。地域のあちこちで小さなメディアのピオトープができてゆけば、やがて新しいメディア表現が生まれ、メディア活動が活性化していくでしょう。マスメディアと切り離れてあるわけではなく、マスメディアと連動しながら緩く階層性をなして、メディアの新しい生態系を作ることにつながるのではないのでしょうか。こうした活動がメディアリテラシーとかパブリックアクセスの基本ではないかと思うのです。

僕らにとって大事なのは、それが一過性のもので終わるのではなくて、ある仕組みとしてちゃんと定着するような、ある種のプログラムやキットといったものを作っていくことではないかと考えています。僕たちは、岸本さんやほかの皆さんと協力しながら、こういう活動を全国的に展開していきます。今日のお話しでは触れませんが、本や雑誌などの活字メディアや、インターネットでの展開も射程に入れています。

時間がちょっと延びましたが、これで終わりにします。

【小林座長】 ありがとうございます。

お二方のプレゼンテーションを聞きながら、最近、韓国に「オーマイニュース」というインターネット新聞があり、結構、既存の新聞と互角な地位を得ているという話を思い出しました。韓国の1万6,000人の住民というか市民が、すべてこの新聞の記者に登録するそうです。韓国の市民1万6,000人を記者にして、毎日の紙面作りをしているということで、具体的にどういふものか興味がありますけれども、そんなこととも通じるのかなと思います。プロとアマとの断絶というか、差異がある部分で崩れて相互交差するような動きが新しいメディア技術を背景



にして起こってきているのかなと感じました。

間もなくお二方のプレゼンテーションを土台にしてすぐ議論に入りたいのですが、その前に先ほど申し上げましたように、先般行われましたアンケート調査のうちの定量的な部分についての報告は既にさせていただいておりますが、自由記述の部分についての集約をほぼ終えたようです。今のお二人の話にも関係してくることがかなりあるように思われますので、資料3について簡単に事務局から説明していただきたいと思います。よろしくをお願いします。

【事務局】 では、早速、ご説明に入らせていただきます。資料3をご覧くださいと思います。

まず1ページをあけていただきまして、取り上げた項目について簡単にご説明いたします。今回の調査では、メディア事業者と自治体に分けて実施しております。この間は定量的な部分をピックアップしてご紹介いたしました。今日は自由記述の項目について、ここにありますように事業者については地域コンテンツの発展・促進に効果のあった具体的事例を、生の声のような形で書いていただいたものがございます。二つ目として、今後の地域コンテンツの発展に向けて、行政に対して期待する役割や要望を、事業者の視点から書いていただいたものを取り上げております。

自治体のほうは三つありまして、一つは自治体自身が本格的なブロードバンド時代を踏まえて、今後、自分たちの情報発信で何に力を入れて取り組んでいきたいかという項目です。二つ目に、自治体が情報発信をするに当たって、いろいろなメディア、インターネットや紙などを使っているわけですが、そういったメディアをどういう視点からどういうふうに使っているかという具体的な部分について語っていただきました。三つ目に、事業者と同じようなスタンスで、自治体から国に対して、地域のコンテンツを発展させていくためにどんな期待や要望があるかというところを取り上げております。

2ページ目と3ページ目の説明で、今回は代えさせていただきたいと思います。まず、事業者の地域コンテンツの発展・促進に効果のあった具体的事例につきましては、制作・流通に関わるものと、特に効果のあった内容に関するものと、大きく2つに分かれます。

制作・流通に関わるものにつきましては、「連携」が全体的にキーワードだったかなという状況になっております。まず一番上の共同制作ですが、メディア事業者間の共同制作になります。地上のテレビ局同士とかそういう同業者同士だけではなくて、異業種の連携、例えば地上テレビ放送とケーブルテレビの連携といったような、かなりいろいろなパターンの連携が見られるようです。

行政との連携につきましては、一つは行政情報の提供を受けて、それによってメディアが提供する地域番組が充実されます。特に、インターネットで広域的な地域ポータルを構築する状況において、行政とメディア事業者との連携が見られるという意見がございました。

次に住民参加でございますが、前回発表させていただいた定量結果をそのままなぞらえた形で、ケーブルテレビとかコミュニティ放送において特に顕著な取組の成果が見られるようです。

四つ目に、地元との連携でございます。これも定量結果をある程度踏まえている結果になっております。地域に密着した制作・流通を重視している立場としまして、地域密着型の取材で制作流通していくことと、その背景として地域活動と連携してテーマを取り上げていくといった地元との連携が見られます。

メディアミックスでございますが、注目されるのはやはりインターネットでございます。従来は主として放送メディアですが、その放送メディアとインターネットを上手く使い分けたり併用している状況が見られました。

地域密着型の販促活動ですが、事業として上手く伸びるかどうかという話になります。やはり地域内で、住民を目の前にして活動しているわけですので、地域内での販促が上手くいくかが成功要因につながっていきます。地域内での定期刊行物による販促活動とか、地域店舗と協力したPRみたいなもの、その中で紙媒体とかお店を通じてのPRとか、そういった販促についても地元との連携になるかと思えます。

次のイベント企画でございますが、地域のイベントを題材として取り上げることによって、地域住民にその番組の周知を高めることもありますし、番組とかコンテンツ配信によって、イベントそのものに地域住民の参加を促すという、相乗効果のような取組が見られました。内容に関しましては、地域のイベントという話と防災関連の二つが突出して見られました。地域のイベントに

つきましては、上のイベント企画は主として地域内をイメージした動きですが、効果という意味ですと域内により広く、特に全国に発信していくことによってより効果が高いという意見が多数見られました。

防災関連につきましては、行政との連携が深くかかわってきますけれども、災害時の実況中継とか緊急事態の対応が非常に重要であるという意見が多く見られました。行政に対する役割や要望につきましては、自治体の積極的な制作への関与ということで、先ほどの行政情報の提供を受けて、その委託の発注をより強化してほしいと希望する声が高く見られました。行政からの積極的な情報提供は、結局それにつながってくることです。内容的に言えば、市政情報と防災情報のあたりに焦点があります。

インフラ整備の支援ということでは、具体的に言えば何度も話題に上がっていると思われませんが、地上波のデジタル化に伴う事業者としての設備投資に対する支援であるとか、コミュニティFMさんがメインになりますけれども、エリア拡大や出力アップに関する規制緩和といった、事業者さんにとってはかなり現実的な問題に対する支援が要望されております。

3ページ目に進みまして、今度は自治体になります。まず、ブロードバンド時代に向けて特に力を入れたい取組としましては、行政サービスの充実、特に電子自治体が当面行政としての一番大きな目標であるということで、これに関する記述がたくさんありました。

その一環で、次の情報公開が出ております。開かれた行政を推進していく立場上、議会情報、災害情報、統計データとか、住民にとって必要な情報をもっと広く出していききたいという抱負が語られております。

その一方で、一方的に出すだけではなくて、双方向で住民とやりとりをしていく必要があります。行政に対して、メディアを介して、住民にもっと参加してもらえよう取組にしていきたいということです。このあたりにインターネットの双方向機能を活用して、またその機能に期待しているという意見が見られました。

次のブロードバンド対応ですが、例えば情報公開にしても行政サービスにしても、今までのテキストであるとか、せいぜい静止画程度の情報提供に加えて、動画を活用することによってよりわかりやすく、情報量が豊富だということで伝達効果が高まり、理解が深まり、サービスのレベルアップにつながることを期待しています。

それから、地域ポータルへの発展ということですが、地域に親しまれ活用されるということで、市民との双方向性とか参加型という形として、市民と近いものにしていくことが一つです。もう一つは、地域外への広いポータルを作ることによって、地域内の人にも非常に魅力のあるサイトにしていききたいということです。内も充実、外も充実ということでボーダレス化して、誰向けというよりも広域に対応していきたいという意向だと解釈されるかと思えます。

その一環として、地域内の住民向け情報の強化が挙げられております。自由回答を見る限り、今まではどちらかといえばインターネットサイトは地域外の観光情報が中心でしたが、今後は上にありますような電子自治体絡みの行政サービスを拡充していく必要があるので、むしろ住民向けのサービスとして使っていきたいと言っております。

アクセシビリティの向上ということで、ブロードバンドは進むけれども、メディアリテラシー教育とか、デジタルデバイドの解消、公平な情報環境を作っていきたいという意向が見られました。

各種メディアの使い分けにつきましては、焦点としては紙媒体とインターネットの使い分け、それから放送とインターネットということで、やはりインターネットに注目がありますが、そのインターネットを紙媒体や放送とどういうふうによく使い分けて効果を高めていくかということに焦点がありました。

最後に国に対する期待や要望につきましては、インフラ整備と人材育成という二つの項目に集中しておりました。以上です。

【小林座長】 ありがとうございます。

それでは、若干時間が押しておりますが、4時に向けて本日のプレゼンテーションを踏まえた上でのご質問やご意見をお出しただいて、議論を進めてまいりたいと思います。どうぞどなたからでも結構ですので、ご発言をお願いいたします。

【天野構成員】 非常に勉強になるお話をありがとうございました。

岸本さんに質問を二つと、感想みたいなものを一つお伺いしたいと思います。実は、私の大学に岸本さんのところをかなり詳しく調べた先生がいて、いろいろ勉強させていただきました。一つは、先ほどの山江村でしたでしょうか、ああいう村の中でさえも地域の中の住民同士の情報交換がだんだんメディアに媒介されたものに依存してきていて、メディアに引き上げられるとコミュニティそのものが崩壊してしまうというような話を聞きます。

そういう中で「住民ディレクター」を使ってやられているということですが、地域にとってのメディアの意味ですね。以前、そういうコミュニティがあったときと、今みたいにメディアが浸透して、かなりメディアに依存してコミュニティができ上がっているときでは、やはり地域にとってもメディアの意味は全然違ってきているのかどうか。そのあたりに関する感触をお伺いしたいというのが一つです。

それから、民放CATV、CSとの連携で番組を流していらっしゃるということでした。前回、NHKの方と二瓶さんからいろいろお話を伺ったときに、結局、現行のいろいろな制度といいますが、組織を上手く使って地域の放送を流していらっしゃる事例かなと思いました。そういうものを現状の地域のメディアで流していくときの、それが実現していくプロセスといいますが、どういう形で既存の制度を使って「住民ディレクター」が作ったものを流してもらうことが実現したのでしょうか。

もう一つ、多分、現状の感想といいますが、現状で使い物になるかならないかぐらいの程度だと思いますが、先ほどインターネットテレビについて視野に入れていらっしゃるということでしたけれども、現状でどのぐらい使い物になるかというあたりを教えていただければと思います。

以上の3点をお願いします。

【岸本氏】 最初のメディアの、特に小さな共同体の中でどうなっているかという意味ですが、そもそも私がテレビをずっとやっているときに、テレビはちょうど今年で50年ですが、私の独断と偏見でいうと、この50年間、やはり東京を中心とした都市部の情報を、もしくはバラエティーとか何とかの、ある種大方の生活にとってはどうでもいいような情報を流し続けることで、本当に田舎の隅々まで頭の中がそういう情報にすっかりとらわれています。

それと同時に、いろいろな地域文化が失われていきました。祭りもなくなり、「何とか地蔵」にお参りすることもなくなり、全部が悪いと言っているわけではなくて6対4だと思います。6がいいことで4が悪いことだったのかわかりませんが、とにかく6対4だと思います。それを逆転していけばいいのではないかと、いつも思います。6対4だったら、逆に6を焼酎にして4をお湯にすることだと思います。そうやって田舎の隅々まで、東京を中心とした都市部の情報で頭が埋められていくにつれて、自分たちのつながりも失っていきました。

たまたま平成5年にテレビ局にいたときに、今の前身になりますが、住民による手づくりドラマをやったことがあります。その前に地域づくりを応援する番組をやりましたが、手づくりドラマはまさに住民が自分たちで企画をして、出演から何から全部やってしまうということで、1年かけてやりました。

そのときに私が思ったのは、ドラマを作ったわけですが、ドラマづくりがまさにお祭りだったのです。この辺の熊襲の人たちですが、熊襲の地域のことを自分たちでテレビ番組をつくりながら見直そうというドラマです。そうすると、そのときの衣装はどうだったか、何を食べていたかとか、みんなで調べ始めました。衣装を作ってみようということで、村の縫製工場からもらってきたボロギレで作ったりしました。さっきの話と共通していますが、それをしているうちに一つの新しいテレビを逆に上手に使ったお祭りになり、その1年間の住民のつながりは御輿をかつぐようなもので、ハレとケの問題もあります。1年じゅうハレのような感じで盛り上がっています。

ただ、メディアの問題は、終わったときにぼっと切れてしまうことです。それをどう続けていくかが、非常に大きなテーマだと思っています。そこにこの「住民ディレクター」で、日常の中にそういう要素をずっと延長していくような発想だと思いました。

メディアは今までそうやって変なことがずっとありましたが、逆にいいことをやっていくためにもうしばらくはメディアと上手におつき合いをしていって、そのうちメディアがなくても、今はスローライフと言われてはいますが、もう1回メディアを逆利用して見直していくことで、新しいIT時代の中にこそ本当に必要な人間のぬくもりのある情報地域社会みたいなことがつく

られていくのかなと思います。今、山江村で、10年ぐらいあの人たちと一緒に学んでいく中で感じています。それが一つ、「住民ディレクター」活動の延長線上のビジョンとしてはあります。

テレビや既存のものをどうやっているのかというご質問も、よくあります。これは自分が中にいたから比較的よくできていると思いますが、こちらはまさにコンテンツを提供するということです。例えばここに「住民ディレクター」がいて、あまりお金をかけずにこんなことをやっていくよと。極端な話、こちらはギャラはいらないからその分1時間いただけないでしょうか、自由にやらせていただけないでしょうかということ、それでチャラにさせていただきたいと、一番最初にケーブルテレビでその話が成立しました。いまだに1円ももらっていないのですが、一言も文句を言われていません。それを8年続けていますが、そこに一つの信頼関係ができています。

熊本朝日放送も同じ発想です。もちろんここには「お金はいりません」とは言っていませんけれども、10万でも20万でもいただけないでしょうかという話はしています。それは最低限の必要経費なので、それだけは保証していただけないでしょうかということです。私自身もそうだし、参加している「住民ディレクター」の人たちは皆さん必要経費だけは確実にペイしてもらっています。交通費とかお弁当代ですが、報酬はありません。そのかわり、彼らも彼女らも自分が本当に伝えたいことだけをすればいいという環境を守ってあげています。

テレビ局はすぐに、こんなものをやってとか、水俣でこんなことがあるので撮ってきてとか言いますけれども、あの奥さん方は「嫌。私はそれをしない」と言ったら終わりです。それでオーケーということでこの4年間環境を作ることで、メディア側とも一つの信頼関係を作ってきました。

ただ、特にケーブルさんと民放を比べたときに、熊本朝日放送はどうしても視聴率ということが出てきますので、あまり低空飛行であると社内では相当なものが出てきます。

私は当初から思っていました、ついこの前ですが、この「住民ディレクター」が熊本朝日放送でもとっていなかった13.4%という最高を出すわけです。部長さんの話では、13.4%というのはNHKの「プロジェクトX」も含めて全国の教養何とか番組でベスト10という話です。とうとうそこまで行ったということで、逆に言うと、例えば一つの地域の中では確実に視聴率がとれるのだということが証明できたと思います。

なぜかという、1人の奥さんが出ることで家族だ、近所だ、知り合いだということで、よほど変なことをしない限り地域の中で確実に広がっていきます。そういう意味でいうと、5年やるとそれがネズミ講式に広がっていくわけで、視聴率がとれるはずですが、気が早いから1年とか、大体途中でみんな止めてしまいます。最初から少なくとも3年なり5年は絶対にやるぞということでやっていくと、どこでやっても同じ法則があると思います。

そういう部分でいうと、ケーブルでもCSでもそうですが、その辺のたましが上手だと言われますけれども、絶対に大丈夫と言い切ってしまう。そうするとしょうがないから任せようかということで、今までやってきたのは全部それで来ています。もちろんお金は動いています。

それから、インターネットテレビに関しては、今でもまだもうちょっと先だろうとは思いますが、ただ、インターネットテレビの中で一番大事なことは、とにかく今は光ファイバーが増えて、ほうっておいてもインフラの整備は確実に進むでしょう。住民といわなくても、多くの人たちが表現の場があるときに自分でやれる力をつけておくことだと思います。

平成8年から始めたのは、いずれブロードバンドというか、そういう言葉も知りませんでした。テレビと同じような状態が誰でもできるようになったときに、何がいるのかということ、それができる人がいっぱいいればいいよねということでしたので、それが結局「住民ディレクター」でした。だから、今でもそうですけれども、かなり近づいてきている、足音がそこまで聞こえている、光ファイバーはそこまで来ている感じはあります。だからといってあわてて引くというよりは、もっとそれを使える人間を今のうちにどんどんふやそうということです。

特に山江村は「住民ディレクター」さんが村長になったので、一気に村の政策になり、ここは圧倒的に増えていくわけです。そういう地域がどんどん増えていくと、いかなる環境であっても、とにかくその人が確実に発信していくようになっていくのかなと思います。お答えになっているでしょうか。

【小林座長】 今の岸本さんのお話を伺っていて、最近のメディアの動向を見ていると両極分解する傾向がみてとれるようで、一方では規制緩和のもとで徹底的にプロフィットを迫るメデ

アと、その対極であっけらかんとまさにノンプロフィットベースで知的活動をやり、充実したコンテンツを生み出し、広めていこうという動きがうごめいているような気がします。

前回と今回のご報告に共通するのは、20世紀後半までは魅力ある情報形成はプロが金をかけなければダメみたいな風潮があった中で、そうした動きを解毒させ、それに疑問を投げかける動きがあちこちで出てきているのかなと思います。

コンピューターのソフトもそうでしょうし、いわゆるコモンズの発想、みんなで作り上げてみんなで共有していこう、そこで金の問題はチャラというか関係ないのにしようではないかという、そういう動きが一方にあるような気がします。今のお話を伺いながらも、そんなことを感じました。

さらに、ご発言とご質問を求めます。どうぞ。

【石川構成員】 高知県から参りました石川でございます。今日のお話を伺ってしまして、大変面白く参考になりました。

高知県では、今年4月に「高知情報化戦略2005」というのを作りました。これに基づいて、2005年度末を目標に、戦略を立ててやっていこうということになっています。その一番に掲げているのが情報化文化の育成です。当県の知事が情報を上手く活用できる文化を育てたいという考え方を、本県の戦略のトップに位置付けて推進しようとしています。

そのときにITの人材を養成しようということになりますが、ITの人材といっても、レベルも分野もいろいろな面で様々でありまして、何のためにどういうことを目標にしてということについて、それぞれ人によって思っていることがかなり違うところがあります。

その中で知事が日ごろから言っているのは、県民みんなが情報をうまく使えるようにしようということです。特定の人たちだけではなくて、県民のみんなが、まさに今日ご説明のあった情報の発信力とか自分で何かを伝えていく力をつけていくことがすごく重要だと思っています。

しかし、具体的にどういうふうにしていくのかとなった瞬間に、実はプロセスというか、決まった作法みたいなものがその分野では見あたりません。特に行政の側で一体どこまでできるのか、ということを見ると、はっきりした道筋が見えず悩んでいます。

今日のお話を伺っていると、先ほどの追加のご説明の中で、情報化の先にある地域社会みたいなものを、新しい地域の形として作っていこうということがビジョンであり、メディアはそのきっかけにすぎないというお話をされました。なるほどそういう考えなのかと、皆さんの活動の意味がようやくわかりました。そこでご質問ですが、今お話しいただいたようなことをやっていくためのきっかけづくりをどこから始められたのでしょうか。

それから、行政はこれに対してどういうふうに関与していくべきとお考えでしょうか。行政は関与するべきではないという意見もありますし、逆にある一定程度、最初のきっかけづくりのところでは関与したほうがいいというご意見もあります。そのあたりの行政の関与の仕方と、具体的なきっかけ作りみたいなものを、今までのご経験の中でお話をいただくとありがたいと思います。

【小林座長】 お二方のプレゼンテーションに関係してくると思いますので、順番に一言ずつコメントをいただきたいと思います。

【岸本氏】 うれしいですね。実は高知県さんの情報ハイウェイでしたでしょうか、橋本さんが行かれて間がないころ、私は「住民ディレクター」のプレゼンテーションに行きました。当時はすぐに結び付きが出てきそうに無かったんですけども、でも、おかげで熊本でいろいろ実践ができました。

一つ、熊本でいうと、一番大きな舞台としては国体がありました。今、国体はいろいろ批判もあるけれども、一つの新しい地域づくりをやっていきたいということがありました。そのときの県の行政の中の準備をしている人たちが、熊本の生活者の視点から見た情報を流せないかということで、実際にその話がありました。ただ、これは物すごく大変でした。

12月に入ってそんな話があって、予算をひっくり返して組み直しました。多分、行政の方はわかると思いますけれども、それほどまでにやりましたのは、一つは行政マンの方の気迫でした。国体だけではなくて、国体が終わった後にこれは絶対に必要であることを物すごく理解していただきました。それから、その方がいろいろな意味で現場のチーフとして防波堤になってくれて、任せてと言ったら任せてくれるし、こちらもちろん任せてよという話です。

私は総合プロデューサーをやらせてもらいましたが、テレビ局を経験したということではなくて、生活の中で皆さんのリーダーみたいな人がいて、その人と行政がしっかり話し合いをしました。任せるところは任せるといことで、熊本で成功したのは、お金を出してくれたけれども口は本当に出さなかったからだと思います。

そのかわり、我々120人は県下のいろいろな人が集まっていたから、問題はありました。何かあったら大変だと行政が一番怖がっていたわけですが、こちら側はみんなで12班の実組織を作って、問題があったらまさに住民自治をしました。その結果として答えを出して、行政マンのプロデューサーの方にこうしましたよと報告して、そこまで全部自分たちでやりました。そういう基本があって、今につながってきていると思います。同じくこれは山江村もそうですし、<sup>ひとよしぐま</sup>人吉球磨広域行政組合もそうですけれども、やはり最初に信頼ありきで、そこからスタートして企画を考えていったところがあると思います。

まずテレビ局が一番心配するのは、さっきの津田さんが言うように、マイクを住民に渡せるのかということで、それがずっとあの人のテーマでした。渡してやったら結構いけます。それと信頼関係です。

あとはどうしてもお金の部分で、みんな必要以上に欲しいとは思っていませんけれども、やはり動くための最低の必要経費をちゃんと行政なりメディアの側がバックアップしてくれることがわかれば、どんどん動けます。その辺がポイントかなと思います。

いずれにしろ、そういう意味での住民のリーダーをまずはきちんと探し出すところから始まるのかなと思います。

【水越氏】 ほとんど同じことですが、僕は行政の方がやるべきことは大いにあると思います。行政のやるべきことはあるのかとおっしゃいましたが、地域にとって行政は非常に重要な役割を持っているわけですから、行政がやるならやるべきだと思います。

そこで大事なものは人間で、やってみようと思っている人をどう束ねられるか、これがとても大切だと思います。僕が情報学環について少しお話ししたのも、人々の環っかを広げるためには、組織ではなくて、個人の環っかが大事となるからです。ですから、始まりは行政ではないかもしれませんが、地元で貢献されている元学校の校長先生とか、地域ですごく頑張っている大学の先生とか、あるいは非常に熱心な公民館の指導主事の方かもしれない。そういう人たちが環っかを作るときに、今、岸本さんがおっしゃったように、行政の方はいろいろな意味でサポートができるのではないかと思います。

もう一つ、メディア論の立場から言うと、これからの地域社会でメディアがなくなることはあり得ないと思います。ハイテクがどんどん入ってくるからなくなるといってはいけません。実は手紙も回覧板も井戸端会議も、みんなコミュニケーションのためのメディアです。ですから、メディアのない地域社会はないのです。ただしメディアについて、作品を作るとか、機械を使えるということだけで考えるとまずいというのが、岸本さんがおっしゃっていることではないかと思います。

行政の方には整体師のような役割を持つてもみほぐしたり、詰まっているところをマッサージしたりしてもらえればいいのではないかと思います。

【小林座長】 ありがとうございます。

今のお話を伺っていて思い出したのが、以前、私も出演したスカパーのあるチャンネルの番組で知ったのですが、静岡市で毎年やっている大道芸フェスティバルです。そのフェスティバルの組織論のパターンが今のお話にあったように、まず、行政の側で、市民の中から信頼できるリーダーと市民集団を見出してきます。その後、さっき防波堤という言葉をお使いになりましたけれども、行政の人は選り出してきた市民を信頼して、その人たちが活動しやすいような環境作りをします。

例えば大道芸の場合は道路交通問題とかそういう部分がありますが、警察からがみがみ言ってくる行政マンが吸収してしまう。そういうこと言うと、今ほどお話があった防波堤役は並大抵のことではないかもしれませんが、事を起こしていくときの行政側がとるべきスタンスはそんなところにあるのかなという気がいたしました。

どうぞ、ほかにご発言ください。

【天野構成員】 水越先生にお伺いしたいのですが、今のお話とかなり関係しますけれども、資料の



最後の「民放連プロジェクトの射程」のところでは、表現と受容の循環性、送り手と受け手の循環性がありまして、このあたりはものすごく重要な話だと思います。

機械を回すことだけにこだわることはないというお話を少しされていまして、コミュニティーの研究をやっておりますと、まったくそのとおりだと思います。

山江村のお話も、放送で流れると住民の人の受け取り方が違うとか、途中で何か入らないと情報の信頼性がないみたいなのところとか、そういうものが出てきているのではないかと思います。

そのことについての感触といいますか、それが一つです。

それから、この民放連プロジェクトで循環性を作ったときに、今まで放送とか機械に奪われていた媒介性を、コミュニティーそのものが取り戻していく実感を持たかどうかをお伺いしたいのですが。

【水越氏】 メディアの働きについて考える場合、一般的に、AとBの間を媒介する、まさにコミュニケーションの間の媒介装置としてのメディアという捉え方があります。こうして通信としてコミュニケーションを考えたときのメディアは、日本語でいえば伝達装置のことです。そうすると伝達装置の画素指数を上げ、線を太くして、とやってみればいい、ということになります。

ですが、メディア論的に見ると、実はメディアは伝達装置であるだけではなくて、共同体を維持したり、それを展開したり、発展させたりしていく役割も持っています。例えば村の時計台であるとか、お祭りのやぐらであるとか、民俗学的あるいは人類学的な意味での村の象徴みたいなものの意味合いを、地域社会における電波塔やケーブルテレビは色濃く持っているわけです。こちらの場合のメディアのイメージは、共同体のための装置として働くというものです。例えばカリフォルニアやベルギー、台湾におけるケーブルテレビのあり方や、あるいは先ほど「オーマイニュース」の話が出ましたが、韓国におけるインターネット放送のあり方は極めて市民的なものであるわけです。僕が先ほど申しました機械ではないというのは、このことを言っています。

どちらからがいいとか悪いということではないけれども、メディアを伝達装置としてだけ捉えていくと、結局は先生がおっしゃるような形で、共同体を崩壊させる方向に行ってしまう。全国的なメディアの発達、ある意味でそういう方向に向いていたわけです。

今、僕が比重を置いているのは、共同体の維持装置としての一種のシンパシーを広げるためのメディアです。そのメディアがたとえアナログであろうと、デジタルであろうと、お御輿であろうと、ケーブルであろうと、極端に言えば同じ役割を果たします。祭りが地域の準拠集団みたいなものを再活性化したり、僕たちはここに来ているのだという意識をもう一遍蘇らせてくれたり、メディアで自分たちが思ったことを表現することは、本質的には同じようなことだと思います。

非常に大事なことは、プロの人が一般の人に教えてあげて、それで終わり、とやるのではなくて、その表現を実際に公開することです。壁新聞でも何でもいいから、そこまで持つていくことが循環性を回復する上で必要だと思います。先ほど岸本さんが120人いて変な人がいなくなると言われたように、僕らの活動でも同じことを感じたのですが、本当に表現をするとすると、素人であろうが社会的な責任が出てきて、みんなにわかりやすくとかバランスがとれたようにと一生懸命考えます。そうすると、党派的な話であるとかセクト化したような動きは、おのずとバランスがとられていくところがあります。

ですから、行政の方もメディアの方も、市民参加という特定の団体が出てきて大変なことになるかもしれないと思うことが多く、その危険性はいつでもあるのですが、表現をさせるとそこに自ずと社会からの目が入って、かなり解毒される部分があるのではないかと思います。

【小林座長】 よろしゅうございますか。他にいかがでしょうか。もう1人か2人ぐらいの時間はあるように思いますが、どうぞお出してください。

【天野構成員】 今日のお話は私にとって非常に刺激的なものですので、いろいろ質問させていただきたく。岸本さんにお伺いしたいのですが、先ほどのメディアが入ってきたときの娯楽情報とか、まちづくり情報とか、「住民ディレクター」の地域の中の情報を見ていくときに、情報の流れが3種類ぐらいあるのかなと思います。この間の研究会でも感じましたが、今の話を借りれば地域の中に循環させる情報と、地域の外から中に入ってくる情報と、内部から地域に出していく情報です。つまり、情報によってどういう流れの中で意味を持つてくるかということがかなり違うと思います。

例えば熊本から東京に出てきている人がいるとします。そうすると、熊本の人が熊本で何をやっているかという情報は、東京にいる人は欲しいだろうと思います。そういう方は結構いると思います。都市の中に情報が流れてくるという意味では、マーケットは成立すると思います。こちらの情報を向こうに流すとしても、地域に都市から行く場合に、コアな情報といいますが、そういうものは需要が少ないと思います。例えば先ほどの視聴率の話ではないですが、結局、どの部分の情報の流れが地域のメディアの経営基盤になり、どの情報がその裏で支えられて地域の中で豊かにするかという部分があるかと思います。

熊本の中では、地域の中で流れている情報、環境とか経営を守っていく上で他のものに支えられている部分はあるのでしょうか。

【岸本氏】 水越先生もそうですし、松本委員もそうですし、江戸川大学の鈴木先生もそうですけれども、山江村を例にすると、我々が同時にやってきているのは外からの人もどんどん来てもらうということです。地域づくりを最初は中だけでやっている、あるところで一定の話で止まって、その先は全然クリエイティブな話が出てこなくて、焼酎を飲んで終わりということ、しばらく繰り返すわけです。

それを打開するのは、まさに外の血です。これはよく風土、土の人と風の人という言葉で言われますけれども、水越先生が言ったように、外から来た人が1回がちゃがちゃと混ぜるだけで、またすごくいろいろな活性化が起こります。その中にはもちろん山江村にはいない部分もありますし、その人には関心のないこともあって、それがごちゃごちゃまざっています。

今、ずっと交流大学という方法でやっているのは、外からいろいろな人に来てもらって、一時は一緒に合宿生活をしてもらって、そこで生活をともにすることで山江村の人たちも自分たちのことを鏡に映すように見るし、外の人たちが来て自然の中で生きる力にすごく圧倒されて学んでいきます。そういう関係をいろいろなところで作り続けて、これもまたどんどん発信していきます。ある種の情報を循環していくというか、それをずっとしていけないと、きっと今までの町の中を見ていると、何か終わったときにやはりどこかでとまります。それが終わらずに常に in g で、人は即興で生きているわけです。

そういう部分で言うと、今の分けるというのはどうも頭の中で仕切れませんので、さっき水越先生がおっしゃったように、全部同時に起こってらせん状だと思います。これがどうということではなくて、地域内だけの情報のようだったけれども、何か外から……。

例えばこういうことがありました。SFCの学生が来て、「住民ディレクター」が作った炭焼きのものを30分ぐらいごちゃごちゃ話しながら、すごく面白いとずっと見ていました。普通ならこれを5分ぐらいにまとめないと、外から来た人は面白くないだろうなと思いますけれども、30分延々と面白かったと見て、「おれらもこれをやる」と言って実際に市民メディアを立ち上げてやっています。

そういうようにわからないのです。どんどん動いて、人と人が出会って、何が必要とされていて、自分は何を必要としているか、それを探すまさに一つの道具としてどうもメディアがありそうで、そのメディアがテレビだったり、ラジオだったり、インターネットだったり、紙だったり、さっきの太鼓だったり、祭りかもわかりません。

そういう部分でいうと、分類したり分析するとだめです。山江の人たちは、いつもど真ん中にいて動いています。動いていると、いろいろなものがはっきり見えてきます。多分、その辺の捉え方が基本的にいるのかなと思います。水越先生のお話の中でもやはり実践だというのは、実践だけをすればいいということではなくて、それをまとめていくということです。

我々からすると、外からメディアの人や大学の先生方に来ていただくのはものすごくありがたいのです。こちらはいつも走り回っているから整理する暇がなくて、そこを助けていただきます。そのかわり、来ていただいた人には猪撃ちでも何でもしっかり体験してもらって、雑木林のハチがすごくおいしくて、クマンバチの空揚げをがりがり食べているのは野蛮といいながらもすごくおいしいし、そんなことからいろいろなものがミキシングされて力が出てきます。

ちょっと外れているかもわかりませんが、分けるということ自体がどうもだめかなという気がします。

【小林座長】 ありがとうございます。ほかにいかがでしょうか。

【鈴木（稔）構成員】 水越先生に短くお尋ねします。民放連プロジェクトのメディアリテラシーを

やられて、例えば欧米、特に水越先生が留学されていたアメリカでいいのですけれども、アメリカのメディアリテラシープロジェクトと日本におけるメディアリテラシープロジェクトで、日本に際立って特徴的なことがあれば教えていただければと思います。

【水越氏】 まず、民放連プロジェクトはとりあえず2年間は終わりましたが、今年度も同じようなことを続けていきます。こういう活動には照る日もあれば曇る日もありますから、ゆっくりと、じっくりとやっていかなければいけないと思って続けています。

日本と欧米の違いとまでは言えませんが、少なくとも僕らがメルプロジェクトで取り組んでいるメディアリテラシーについては、カナダのメディアリテラシー協会を立ち上げたバリー・ダンカンさんを昨年お招きして話をしていたときに、大きな違いがあると思いました。

カナダのメディアリテラシー協会は95%が学校の先生によって構成されています。アメリカのポピュラー文化がカナダに流入してくることを、批判的に見ていく視点が非常に強いのです。これに対して、さっきも申しあげたように、僕らはよくいえば多様な人の集まりで、悪くいえば有象無象の集まりです。テレビ局の人から反メディアの市民運動の人までいます。僕らは循環性とかメディア表現を考えていまして、いくぶん啓蒙主義的な色合いを減らすようにしています。むしろ実践をやりながら、自分で自分を批判していくような活動をやっていくということです。

僕は自分がメディアリテラシーをやっているというよりは、メディア論の実践をやっているつもりです。そういう意味では、一種のキリスト教的思想に裏打ちされている欧米の、特に北米のメディアリテラシーと必ずしも同じであるとは言えないかな、と思います。もちろん、これからは彼らとは連絡をとって、いろいろなことをやっていこうと思っています。

いずれにしても、僕らはきれいな水の中で生きていけるわけではないし、かつても生きていなかったわけです。その中でどう生息していくかを考えていくとするならば、方向が少し違うかもしれないと感じています。

【鈴木(稔)構成員】 ありがとうございます。

【小林座長】 最後にどうぞ。

【米川構成員】 今日のお話は極めて個人のマインドですとか、ボランティア的な要素もあったり、NPOであったり、純粋なコミュニティーのお話のような気もします。実際に活動している中には必ず企業があって、片一方で企業のコマーシャルイズムであったり、一方でファンドをどうするかであったりします。あまりにピュアなボランティア的なものと、企業の色を一切排除することになります。けれども、実際には企業市民というか、要するに地域のコミュニティーの構成要素としての企業があります。

逆に企業の中では決済に回そうと思っても、NPOであるとかボランティアチックなことに対しての決済が一切回らないという事情があります。会社として何かしたいことがあっても、なかなかできません。だから、会社のない土・日にボランティアでやって、会社の上司には黙っています。この話に限らず、今、はしりのNPO活動と個人が属する企業活動の狭間の話があります。

企業からそういう活動のリーダーになった岸本さん、メディアを論とせずと展開されている水越さんのお2人からコメントをいただければありがたいのですが。

【岸本氏】 私は、まさに前はそうだったわけです。テレビ局にいと、番組を作らないと好きなことはできません。番組を企画すると、こんなものは売れないという話になり、自分で売ってくるぞと売ります。年間3,000万ぐらい自分で営業して、それで好きな地域づくりを応援する番組をつくりました。それ以外はスポンサーがつかないという話になり、動けないのです。そうすると、8時とか9時以降にマイカーで走り回っていました。こういうことは生産的ではないので、まさにおっしゃるようにそれから抜け出して、24時間自分にとって必要なことをお金になるような形にするにはということで、8年前からそれをやろうということでやっています。

多分、まだ皆さんは隠していると思いますが、「岸本さん、面白かったけれども、何で稼いでいるの?」という話がいつも必ず出ます。この8年間こういうことで、何とか前のテレビ局と同じぐらいの給料が稼げます。

それと同じく、村でも町でも確かにきれいごとだけではいけないけれども、本当に人々が必要としていることがお金になるようなことをまさに作り出していく起業家が求められていると思うし、そうじゃないとこれからの日本国も含めてやばいのではないかというところまで来ています。「岸本さんはいつもにこにこして、楽しそうでいいね」と言われますけれども、「夜中の2時、

3時までやってこれだよ」といつも言います。

やはり、今まさにそれを感じていらっしゃる方が何か一つ始めるしかないかなと思います。これも抽象的だと言われたらパンザイですけれども、やれてしまうよというか、そういう意味でのモデルとして山江村なり人吉球磨があるのかなと思います。是非紹介して皆さんにどんどん体験してもらおうと、津田さんが「これでパブリックアクセスがやれる」とおっしゃっていましたが、津田さんの中でも欧米を見てきてどうも難しいと思っていたら、これでいいのだということになったと思います。そういう目からウロコのごとは、実はそこらへんにあると思います。

だから、是非今日からやり始めていただきたいというのが私の答えです。

【水越氏】 岸本さんもそうですが、僕も全然ピュアなことはやっていません。岸本さんのところはNPOがあり、有限会社があります。僕らもメルプロジェクトがあり、僕らのメンバーは別途有限会社を持っているなど、一筋縄では行かないようにしています。純粋な市民、といった形ではなくて、別の顔を持ち、複数の手を使っているんです。一筋ではぶちっと切られたらそれで終わりですから、必ずいろいろなことをやるようにしています。ですから僕たちは、学芸員もいれば図書館員もいればマスメディアの人もいるという、多様な仲間を集めていて、細かい線けれどもWeb状になった形を作らないとだめだと思います。

それから、おっしゃったように、企業の方は地域の中ではそれぞれお父さん、お母さんの顔を持っています。ある人はこの企業の、ある人は別の企業の企業人であるわけですから、企業が地域社会の中で別の部分にあるとは全く言えないわけです。先ほど行政の方は非常に重要だと言いましたけれども、企業の方も非常に大事です。そのあたりを企業対市民という構図で考えるのは、多分違うのだらうと思います。

ただ、実際問題としてやっていくと、必ずそういう対立が起こります。それは肉弾戦でやるしかありません。と言っても戦うのではなくて、一緒にやってゆくために、格闘技ではなくて合気道をやるようなことをやらなくてははいけません。一緒にコラボレーションできるように、肉弾戦をやらざるを得ないと思います。

一つ例を挙げると、さっき言った民放連プロジェクトでは、テレビ局という企業の人たちが活性化しました。例えばRKBでは、九州の福岡でブロックでこういうことをやってみようというように考えられていますし、テレビ信州はそれで経営をやっていくと言っています。例えばテレビ信州がそうした動きを起せば、信濃毎日新聞も何かを始める、といったことは十分考えられます。そういう意味で言うと、企業が特別に外にあるのではなくて、ほかの公共的なセクターと同じような役割を果たす部分はあると思います。

一時言われた企業による文化的な貢献をもう一遍よみがえらせることは、十分できると思います。それを特別なことと考えるべきではないし、これはピュアな世界ではなくて濁った世界で、それが僕らのリアリティーですから、そこを進んでいくしかないだらうと思います。

【小林座長】 ありがとうございます。若干時間が経過いたしました。かなり実りあるディスカッションになったのではないかと思います。

締めの言葉にはなりませんが、過去50年ぐらいのメディアの世界はプロフィットを中心に、言いかえればプロの世界で動いてきたけれども、ノンプロフィットな部分あるいはアマの世界でのうごめきがいろいろあるということであったかと思えます。ある意味で、これは表現の主体の問題です。

先ほど岸本さんからお話がありましたように、SFCの学生がある意味でだらだらと続く30分のビデオを飽きもせず見ていたという話を伺いますと、表現の手法についてもここ50年ぐらいで一方の方向に偏っていたのではないのでしょうか。時間内に縮めるとか、面白いところだけを浮かび上がらせるとか、そういう手法がドミナントになっていきました。

そういう中で、さっきのノンプロフィットでアマでという部分が出てくると、ある種の異化効果で、これは何だという感情とともに見入らざるを得ないという可能性もあるのではないかと思います。

そうすると、若干優等生風ですけれども、ここ数十年強まってきた動向と、忘れ去られていたけれども目を向けざるを得ないような眠っていた動向を、これからの21世紀の中で交差させ、均衡を取り戻すような努力とか方向性があるのではないかという気がちょっといたしました。

まだ、議論を進めていけば続くのかもしれませんが、時間でございます。議論はひとまず以上

といたしまして、次回の会合日程等につきまして事務局よりご連絡いただきたいと思います。

【稲原課長補佐】 承知しました。

詳細につきましては、また改めて構成員の方々にご連絡差し上げますけれども、次回は6月25日(水)の午前中の10時~12時まで、最終になります第5回を予定しております。研究会としての報告書の案を提示させていただきたいと思います。また別途調整させていただきますので、よろしくお願いいたします。以上でございます。

【小林座長】 最後に、前回皆様方をお願いしておりましたいわゆる小論文につきまして、本日を一応ご提出期限とさせていただいております。既にご提出いただいている構成員におかれましては、ありがとうございました。まだご提出ではない方につきましては、できるだけ早目にお出しいただくようお願いいたします。

次回の第5回で、その中から抜粋して何人かの方にご発表いただくことも考えておりますが、いかがでございましょうか。よろしゅうございますか。

講師のお二方にはお忙しいところを来ていただきまして、大変スリリングなプレゼンテーションをいただきましてありがとうございました。(拍手)

それでは、本日の会合はこれで閉会させていただきます。次回もよろしくお願いいたします。

- - 了 - -