「マスメディア」についての考察

２０１３．９．５　　吉村金一郎

１．メディアとは何か？

　・　　メディアは日本語で「媒体」と訳されるように、字義的には、あるところからあるところへ情報を伝える導管のことである。メディアはそのなかを情報が通過する過程でノイズが入ったり、自らの能力や質という物理的な制約によって情報の流れに制約を与えることはあっても、それ自体は本来情報そのものではなく、文字どうり情報を「媒介する」ものである。

　　　しかし、あらゆる情報はこのメディアによって運ばれるから、情報の発信者と受信者を結ぶ関係をつくるものがメディアだと考えると、メディアの分析はその特性とともに情報の内容とその特徴に密接に関連する。この視座からメディアを中心に情報の流れの総過程を情報の個別的意味とその社会的位置づけ、およびその物的・精神的全体構造について研究する学問、つまりメッセージの①発信システム、②送信システム、③受信システム、およびそれらの相互間に派生するあらゆる局面と問題に注目し、情報内容とその流れをふくめ、多角的に研究する学問が今日、メディア学、あるいはメディア研究と呼ばれているものである。

　　　フィスクはメディアを、第一、発信者自身がそのメディアの所有者である、声、表情、身ぶり、などによる「直接表現メディア」（presentational media）、第二、もとの発信者とは離れながらメディア自体がコミュニケーション活動を行う、書籍、絵画、写真、といった文化的・美術的手段による「代行表現メディア」（representational media）、第三、直接表現メディアと代行表現メディアを時空間を超えて媒介する、電話、ラジオ、テレビ、映画、といった「機械表現メディア」（mechanical media）の三つに分類する。

 ・　　用語としてのメディア：　「メディア、マスメディア、コミュニケーション、マス・コミュニケーション」という四つの言葉がときとしてその意味内容を区別して使われたり、重複して使われたりしてきた。

　　　現在では、「メディア」と「マスメディア」、「コミュニケーション」と「マス・コミュニケーション（マスコミ）」という四つの語は類似の意味をもち、それは通常、「大規模な公衆（会員制をふくむ）に対し公開のメッセージを送るシステム」のことであると理解されることになる。またこの文脈では、個別媒体として「印刷、映像、記録テープ、写真、

　ＣＤ－ＲＯＭ，やコンピュータ、など」を、手段としては、「直接的な人間の音声や身ぶりから衛星通信や放送電波、マルチ・メディア、あるいはインターネット・電子メール」にいたるまでのすべてを個別、または複合したかたちで想定する。この場合、マルチ・メディア社会・情報社会という脈絡で使われる電気コミュニケーションは一対一のコミュニケーションから一対多（もしくはその逆）の双方向性コミュニケーションを可能にするが、その原理はやはり電話からテレビまでのメディア論で提出されてきたものと根幹としては同じである。

　※　参考文献：　「改訂版　メディア学の現在」岡満男・山口功二編、世界思想社、１９９７年

２．マスメディアの成立

　・　　人間は社会の中でしか生きていけない「社会的動物」である。人間の社会はコミュニケーションがあってはじめて成立する。

　　　もっとも原初的なコミュニケーションのメディアとしては、嗅覚や味覚、続いて顔色を読んだりする視覚的コミュニケーション、音による聴覚的コミュニケーションと進んできたであろう。

　　　さて、人類最初の言語メディアは危険や食べ物の在りかなどを知らせたりする表情やある種の叫びからはじまり、口頭コミュニケーションの原初形態においては簡単な感情表現や仲間同士の連絡などが行われるだけであった。が、地面や洞窟の壁に絵をかくことなどがはじまると、人間のコミュニケーションは記録性をもつようになり、象形文字から現在の記号文字の発生・発明へといたる。その間に今日の人類がもつような、表音文字、表意文字による複雑な組み合わせによって自分の思っていることまでかなり正確に表現できるものに言語は世界各地で並行的に発達してきたのである。

　　　こうして人間社会はそのコミュニケーション手段として音声や絵、文字を高度なレベルで並列的に使うようになってきたのだが、それが可能になったのはわずか数千年前のことである。

　　文字による記録は、粘土板・竹・パピルス・羊皮紙などを用いて行われたが手書き、材料の値段の高さなどがあり、一部の人びとの使用にとどまっていた。

　　　活版印刷技術の発明と実用化は一大画期をもたらし、本・新聞・雑誌の大量印刷・販売を可能とし、ここに人類は一般大衆レベルまでが活字にふれるマスメディア時代が到来した。

　　　そしてこれが、宗教改革・産業革命・政治（民主主義）革命の原動力となっていった。

　　　電話・ラジオ・テレビの発明とその普及は次の画期を生み出す。このメディアの登場により、ほぼ全民衆が毎日の生活のなかになくてはならないものとしてメディアと触れ合うようになり、メディアの影響力は飛躍的に増大した。

　　　１９９０年以降の、パソコンの普及によるインターネットの登場、携帯電話・携帯（タブレット）端末の登場とその高性能化は、全ての情報を電子化して双方向でのコミュニケーションを可能にするマルチ・メディア社会を招来し、国境を越えた全世界を結ぶネットワークを創出して、時空を超えてメディアが遍在するそれ以前とは異次元の情報社会を実現しつつある。

　　※　参考文献：　「改訂版　メディア学の現在」世界思想社、１９９７年

３．社会に対するメディアの目的・役割

　・　　社会に対するメディアの目的については、色々な人が色々な立場から論じている。ここでは、そのなかで比較的にバランスのとれたマクウエールのまとめた五つの基本的な考え方を紹介する。

　①　情報

　　（１）　社会や世界で起こっている事件や状態についての情報を提供する。

　　（２）　権力関係を指し示す。

　　（３）　革新、適応、進歩を促す。

　②　相互の関係づけ

　　（１）　出来事や情報のもつ意味を説明、解釈、解説する。

　　（２）　既存の権威や規範に対して支持を与える。

　　（３）　社会化の役割を果たす。

　　（４）　別々の活動を調整する。

　　（５）　合意を形成する。

　　（６）　優先順位を設定し、重要度の相対的な位置づけを表示する。

　③　継続性

　　（１）　支配的な文化を表示するとともに、下位文化や新しい文化の発展を認識させる。

　　（２）　共通の価値観を作り出し、維持する。

　④　娯楽

　　（１）　娯楽、気晴らし、息抜きの手段を提供する。

　　（２）　社会的緊張を低減させる。

　⑤　動員

　　（１）　政治、戦争、経済成長、労働、そして、ときには宗教の領域で、社会の到達目標を宣伝する。

　・　　社会におけるメディアの役割：

　　　社会におけるメディアの役割（メディアがどのような働きをすべきか、あるいはすることを期待されているか）については、国情・イデオロギー・価値観などの相違により様々な見解が提示されているが、以下その中で代表的なものの要約を紹介する

　　①　権威主義理論

　　　（１）　メディアは既存の権威を脅かしてはならない。

　　　（２）　メディアは、つねに（また究極的には）既存の権威に服従しなければならない。

　　　（３）　メディアは、多数者や、支配的な道徳的・政治的価値に対する攻撃をさし控えなければならない。

　　　（４）　以上の原理を実現するために、検閲は正当化される。

　　　（５）　権威に対する承服しがたい攻撃、公式の政策からの逸脱や倫理規定に対する攻撃は、犯罪的な行為とみなされる。

　　②　自由主義理論

　　　（１）　出版は第三者によるいかなる事前検閲からも自由でなければならない。

　　　（２）　出版や販売の行為は、許認可を受けることなく個人や集団に対して開かれていなければならない。

　　　（３）　政府、官吏または政党に対する攻撃（プライベートな個人への攻撃や安全を脅かすような背信行為や侵犯は除く）は、たとえ事後的であっても決して罰してはならない。

　　　（４）　どのようなものを出版することも強制してはならない。

　　　（５）　意見や信念に関わる事柄において、「誤謬」を公表することは、真実と同様に保証される。

　　　（６）　合法的手段を用いて公表のために情報を収集することに対して、いかなる制限も課してはならない。

　　　（７）　国境を越えて、「メッセージ」を輸出入したり送受することに対して、いかなる制限もあってはならない。

　　③　社会的責任論

　　　（１）　メディアは、社会に対する一定の義務を受け入れ、かつ実行しなければならない。

　　　（２）　このような義務は、主として、情報提供、真実性、正確さ、客観性、および公平性に関する、高度の、あるいは専門的な基準に合致するものでなければならない。

　　　（３）　これらの義務を受け入れ、適用する場合、メディアは法律と既存の制度的枠組みの範囲内で自主規制しなければならない。

　　　（４）　メディアは、犯罪や暴動を先導したり、あるいは、人種上、宗教上の少数者集団を攻撃するようなことは絶対に避けねばならない。

　　　（５）　メディは、全体として多元主義でなければならず、また、社会の多様性を反映して、様々な見解や反論権に対して、アクセスの機会を提供しなければならない。

　　　（６）　社会と公衆は、最初にあげた原理に従い、高水準の活動を期待する権利を持っており、公共の福祉を確保するためには、介入も正当化される。

　④　ソビエトのメディア論

　　　（１）　メディアは、労働者階級の利益に奉仕し、労働者階級によってコントロールされなければならない。

　　　（２）　メディアは、私的に所有されてはならない。

　　　（３）　メディアは、望ましい規範への社会化、教育、情報提供、動機づけ、動員を通じて、社会に対して積極的な機能を果たさねばならない。

　　　（４）　社会に対する役割全体の中で、メディアは、受け手の要望やニーズに答えなければならない。

　　　（５）　反社会的な出版を妨害したり、事後的に処罰するために、社会は、検閲その他の法的措置を講じる権利を有する。

　　　（６）　メディアはマルクス・レーニン主義の原理に基づいた、社会と世界についての全体的かつ客観的な見方を提示しなければならない。

　　　（７）　メディアは、国内や国外での進歩的な運動を支援しなければならない。

　⑤　発展途上国のメディア理論

　　　（１）　メディアは、国家によって確立された政策と軌を一にして、国家発展という任務を受け入れ、かつ遂行しなければならない。

　　　（２）　メディアの自由は、(a)経済の優先性と(b)社会発展へのニーズ、に基づいて制限を受けなければならない。

　　　（３）　メディアは、その内容面で、自国の文化や言語を優先させねばならない。

　　　（４）　メディアは、ニュースや情報の面で、地理的、文化的、政治的に近接した他の発展途上国との連携を優先させなければならない。

　　　（５）　ジャーナリストその他のメディア労働者は、情報収集と伝達の仕事において、自由をもつと同時に責任を負っている。

　　　（６）　発展途上国の目的という利害に関して、国家はメディアの活動に介入し、制限を加える権限をもっており、検閲や助成や直接統制などのコントロール手段を用いることは正当なこととみなされる。

　⑥　民主的参加のメディア理論

　　　（１）　個々の市民や少数者集団は、メディアへのアクセスの権利（コミュニケートする）と、それぞれのニーズに応じてメディアのサービスを受ける権利を持っている。

　　　（２）　メディアの組織とコミュニケーションの内容は、中央集権的な政治的ないし国家的統制を受けるべきではない。

　　　（３）　メディアは、主として受け手のために存在すべき物であり、メディア組織や、職業的送り手、メディアの依頼主のためにあるのではない。

　　　（４）　集団、組織、地域社会はそれぞれ独自のメディアをもつべきである。

　　　（５）　小規模で、双方向的で参加的なメディア形態は、大規模で一方向的で専門的なメディアより望ましい。

　　　（６）　マスメディアと関連のある特定の社会的ニーズは、個々の消費者の需要を通じても、あるいは国家やその主要な制度を通じても、適切な形では表現されない。

　　※　参考文献：　「マス・コミュニケーションの理論」マクウエール、新曜社、１９７５年

４．「メディア神話」の虚実

　・　　メディアは「常に、真実を伝え、公正（客観的）・平等である」という神話がメディアの情報送出側から積極的に流されているし、一般大衆も広くこの神話を信じている。

　　　しかし、メディアの誤報道や情報操作（やらせなど）が暴露されたり、自分に関わりのあることが報道されたりすると、この神話が疑わしく見えてくる。

　・　　菅谷明子は自分の記者としての経験から、次のように言う。「ニュースは「現実」を伝えるもの。長い間、私はそう信じてきた。テレビニュースに映し出される出来事や、新聞・雑誌に書かれてあることが、そのまま世の中の動きを映し出したものだと思ってきた。ところが、自分で記事を書くようになると、それはとんでもない間違いだということに気がついた。取材先をどこにするか、コメントのどの部分をどう使うかを変えるだけでも、「現実」を変えることは簡単にできる。パラグラフの順番を変えるだけでも、記事のトーンが激変することも少なくない。締切やスペースの制約から、取材しても書けないことの方がはるかに多い。――　今から１０年ほど前、アメリカのニュース雑誌「ニューズウィーク：の日本版編集部に勤務していた頃、日課のひとつとして、内外多数の新聞・雑誌を読み比べていたが、同じ出来事を「現実」に起こったとして伝えても、媒体によって報道の内容や論調がまるで違うことを実感した。ニュースというものは、その媒体が持つ特性、メディア企業のイデオロギー（リベラル・保守など）、地域性、読者層、商業的な判断、記者の興味、国情など様々な要素によって形作られているもので、決して一つの「真実」が存在するわけではないことがわかるようになった。――　メディアが送り出す情報は、現実そのものではなく、送り手の観点からとらえたものの見方のひとつにしかすぎない。事実を切り取るためにはつねに主観が必要であり、また、何かを伝えるということは、裏返せば何かを伝えないということでもある。メディアが伝える情報は、取捨選択の連続によって現実を再構成した恣意的な物であり、特別な意図がなくても、製作者の思惑や価値判断が入り込まざるを得ないのだ」と。

　　　世の中は、メディアを通しては語り切れないほどの矛盾を抱え、限りなく混沌とし、真実はとらえどころがないほど複雑である。「メディアはウソをつく」とひと言で片づけるのはたやすいが、メディア社会を生きる私たちは、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伝える以外のことや、異なるものの見方が存在することを理解し、社会に多様な世界観が反映されるよう、メディアと主体的に関わっていく責任があるのではないだろうか。そうした意味で、「メディアは現実を構成したものである」ことを出発点に、メディアを理解していくメディア・リテラシーは、情報社会に生きる私たちにとっての「基本的な読み書き能力」になるに違いない。

　・　「価値観」とは何か？：　菅谷が指摘するように、メディアの「現実」の捉え方の違いを生み出す主要な要因の一つが「価値観」である。それでは価値観とは何か？

　　　社会学者のＭ・Ｌ・デフル―によると、価値観とは「一定の行動の仕方と事物の存在の仕方を、個人的にも社会的にもより望ましいと思い込んでいる持続的な信念」である。

　　　人それぞれの「立場」よりも、「価値観」の方がより持続的かつ恒常的だ。この場合、立場とは、ある状況についてその人が持つ一連の意見という意味である。それはその人に内在する信条や価値意識から生まれる。事物やその象徴について、われわれはそれぞれ意見を持っているが、それよりも価値観の方が不変なのだ。それでも価値観も変化をまぬがれない。

　　　ロキーチによれば、「価値観」には三つの種類があるという。

　　①　「目標的」：　目標的な価値観とは、自由、平等、幸福など、人間が達成したいと望む理想化された諸目的にかかわるものである。

　　②　「手段的」：　手段的価値観は、これらの目的達成のために望ましい行動パターン、たとえば正直、潔白、責任感などを規定するものである。

　　③　「相対的」：　相対的価値観は、相対性に基づいて判断される価値体系である。知性、想像力、清潔、快適などは、相対的に判断される。人間の想像力には差があり、求める快適さもさまざまだ。そこには判断と比較がかかわってくる。

　　※　参考文献：　「メディア・リテラシー」菅谷明子、岩波新書、２０００年

　　　　　　　　　　　　「メディアの時代」ゲーリー・ガンバート、新潮選書、１９９０年

５．マスメディアの影響と効果

　・　　マスメディアの影響・効果については活発に行われており、議論百出の状態である。そこで、その代表的な議論を紹介したい

　・　　マス・コミュニケーションについての七つの主要な質問：

　　①　マス・コミュニケーションははたして影響力を持っているのだろうか。

　　②　マス・コミュニケーションはどのようにわれわれに影響をおよぼすのだろうか。

　　③　マスメディアがおよぼす最も重要で、意義ある効果とは何であろうか。

　　④　マス・コミュニケーションのどのような効果がわれわれ個人や社会にとって、プラスで有益な働きをするのだろうか。

　　⑤　マス・コミュニケーションのどのような効果が、われわれ個人や社会にとって、マイナスで有害な働きをするのだろうか。

　　⑥どのようにすれば個人にとってマス・コミュニケーションのプラスの効果を高め、マイナスの効果を抑えることができるのだろうか。またどうすれば個人として、マス・コミュニケーションをいままで以上に有効に利用することができるのだろうか。

　　⑦　どのようにすれば社会に対するマス・コミュニケーションのプラスの効果を高め、マイナスの効果を抑えることができるのだろうか。またどうすればわれわれの社会は、マス・コミュニケーションをいままで以上に有効に利用することができるのだろうか。

　・　第一問への回答：

　　＜実務家の見解＞　マス・コミュニケーションは、政治や社会への影響がある程度あるにしても、一般的にはほとんどない。マスメディアは、ただ、一人ひとりの人間にとって多少なりとも役に立つ役割をはたしているだけである。このように影響力が欠けているとする根本的な理由は、マスメディアがメッセージを伝える上で影響力の強い手段ではないから。対面的な会話の方が、人々の考えや行動を変えさせる説得手段としてはるかに影響力が大きい。

　　＜学者・専門家の見解＞　マスメディアは直接的な強い力を持っていて、すべての人々の生活に強い影響を与える。並の人々はマスメディアを深く信用し頼りにしている。人々はマスメディアの報道する事件を真実だとたやすく受け取ってしまう。人々は、マスメディアが提供するつまらないほとんど無意味な内容によって気晴らしをするために、多くの時間を費やしている。こうしたマスコミの影響は生活のすべてにおよび、この世を住みにくい場にしている。

　　＜経験主義者の見解＞　マスメディアは、ある条件の下である種の人間にある種の効果を引き起こす。社会や個人はそれ自体、メディアの影響力の可能性を増すような条件をつくり出す。このようにメディアは、それ自体では、効果の原因にはなり得ない。

　　＜著者の見解＞　われわれに伝えられるあらゆるかたちのコミュニケーションが、自分自身についてどう考え、どう行動し、どう日常生活を営むかということに影響を与えるといってよいだろう。この影響には、プラスのものもあればマイナスのものもある。つまり、われわれがコントロールすることができるものもあれば、コントロールの効かないものもあるわけである。

　　　　　われわれがマスメディアをどのように利用したらよいかを理解し制御するのに役立つような、マス・コミュニケーションの影響力についてのはっきりした認識を打ち立てることが必要である。

　　　　　マス・コミュニケーションは、現代社会で最も有力なコミュニケーション形態の一つになっている。

　　　　　私たちがマスメディアをどのように用いていくかによって、コミュニケーションの他の用い方もたぶん変わっていく。そして、コミュニケーションの方法を変えていくうちに、たいへん現実的で、重要な諸点で自分たち自身を変えてしまうことになるのである。

　　・　第七問への回答：

　　　＜実務家の見解＞　現代の商業的なマスメディア産業は、自動調整や自動修正をほどこすことができる。自由市場システムによって管理されているメディアは、ふつう最大多数の人々が役立つと認めるかたちの内容を伝達するものである。

　　　　新しいメディアの経営者が、今まで以上によい作品を提供すれば、多くの受け手はその作品の方になびき、工夫しない競争者は負けてしまうだろう。

　　　　結局どのような構造のメディア産業や官僚体制が生まれるかは、一人ひとりの選択にゆだねられている。多くの人々の必要と願望にこたえることもなく、当然社会全体の要求や欲求に応じることもない官僚的な構造は、もはや存続しえないであろう。

　　＜学者・評論家の見解＞　マスメディアを有益で良質な内容を伝えるようにする社会的機関に、マスメディア統制の権限を与えるべきである。多くの社会の組織体から指導者たちで成り立っている大学や公共機関が、それに適しているかもしれない。

　　　　公共テレビの場合と同じように、いかなる場合でも利潤追求という目的は取り払わねばならない。利潤の追求によって、通俗文化の質は最も悪くなってしまう。制作内容の費用を一般の人々が直接負担するなら、マスメディアから広告を全部取り去ることによって、広告マンの有害な影響を除くことができる。広告は、マスメディアの伝える内容のなかで、最も堕落した無益なものである。

　　＜経験主義者の見解＞　われわれは、自分のための場合と同じように社会のためにも、マス・コミュニケーションのプラスの効果を増し、マイナスの効果を減じることができる。人びとは、集団が自分たちのニーズに合わせて、より効果的にメディアを利用するよう教育しなければならない。

　　　　もし集団がその成員をより効果的にメディアを使うよう社会教育することができれば、すべての社会層がいままで以上によく機能し、全体として社会システムは最高の効果を発揮するだろう。責任のある集団のリーダーたちは、現状を維持するのがふさわしいときには現状を維持し、変化が有益思われるときは変化を促進するよう、メディアを効果的に使用することができる。

　　＜著者の見解＞　実務家も学者・評論家も経験主義者も、社会のためにどのようにマス・コミュニケーションが調整され使われるべきかを決める有効な論拠を提示してはいない。われわれは、いかにしてメディア産業や情報内容について幅広く理性的に討論を始め、組み立てていくことができるかという代案を示さなければならない。

　　　　このような議論は、社会におけるマス・コミュニケーションの役割について、倫理的な合意を得る手段を示してくれるであろう。現在行われている効果についての議論では、このような合意は生まれそうにない。そのかわり数十年の間そうしてきたように、広範囲にわたる重要な影響が無視され続ける一方、個々のケースの効果に拘泥する論争がいつまでも続けられそうな気配がするのである。

　　　　われわれは、効果についての既存の見解がこのような重要な質問に答えるためのよりどころとしている論拠が、果たしてそうなのかどうかに疑問を持ち、批判すべきときにきていると考える。このように批判的な評価をすることによって、既存の見解に内在している臆説や偏見を避けつつ理解を深めることができるはずである。

　・　管理的調査研究と批判的調査研究の比較：

　　　　次に著者は、この批判を行うにあたって、二つの調査研究があることを示し、自身は批判的調査研究を選ぶという。

　　　　この二つのアプローチは、一般的にも通用する方法であり、通常、管理的調査研究は改善型アプローチ、批判的調査研究は革新型アプローチと呼ばれている。

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 管理的（改善型）調査研究 | 批判的（革新型）調査研究 |
| 主要目的 | 物事をなすさいの既存の方法の効率を増すことによって現状を改善すること。 | 物事をなすとき既存の方法を評価し、代わりの方策を発展させることによって有益な変化をもたらすこと。 |
| 現状についての仮説 | 現状は基本的には適切なものであり、最悪の問題をできるだけ減らすような小さな変化をもたらすことによって、徐々に改善できる。 | 現状は基本的に適切でない。もし人間のもっている可能性を現実に生かそうとするならば、ラディカルな変化を起こさねばならない。 |
| 未来についての仮説 | もし現在のような発展が続くのなら、将来は現在より改善されるだろう。 | もし現在のような発展が続くのなら、将来は現在より悪くなるだろう。 |
| マスメディア」についての仮説 | メディアは単にメッセージを伝える導管にすぎない。新しい技術は低価格でより良いサービスを提供することによって、メッセージ運搬の能率を増す。 | メディアはコミュニケーション環境を作り出す。ニュー・テクノロジーはこの環境を根本的に変えるものである。 |
| マスメディア調査の主要目的 | 現在のニーズをもっと充足し、有害な影響を最小にするために、ある種のメディア利用を検討し、その短期的な効果を評価すること。 | 個人や社会に役立つように、マスメディアを根本的に変えることを目的に、個人の生活や社会におけるマスメディアの役割を評価すること。 |
| マスメディア理論の目的 | 利益を増したりサービスを改善するのに役立つよう、経験を一般化ししつ、現状を詳述し正確に描くこと。 | マスメディアの利用を批判的に評価し、新しい利用の仕方を工夫するために、毎日のマスメディア利用の自覚と洞察を生み出すこと。 |
| メディア効果調査今後の政策の目的 | この調査は、容易にコントロールできるような短期の効果を研究し、実務的意図にかなう小さな変化を計画するために行う。今後の政策は、急速な技術変化の時代の中で、現状維持を図っていくべきである。現代のメディア内容が今後も反応敏感に効率的に供給し続けられるよう、開かれた競争市場が維持されなければならない。 | この調査は、観察され難く、コントロールし難い長期の効果を研究し、制度を通じて人びとのためになるような社会的変化をもたらすために行う。今後の政策は、マスメディアの構造や利用の改善を目指すことにおかれねばならない。ニュー・テクノロジーの発展は、現代社会におけるマス・コミュニケーションの役割を有効なものに変えるための基本的な改善の必要性を増大させる。 |

　※　参考文献：　「マス・コミュニケーションの空間」Ｄ・Ｋ・デビス、Ｓ・Ｊ・バラン、松籟社、１９９４年

６．メディアのあるべき姿を目指して

　１）　メディアの問題点

　　（a） メディア一般に共通する問題：

　　　①　商業主義・視聴率主義：　報道機関としてのメディアも、今日の資本主義のなかでは一つの企業として存在しているため、そのことがさまざまな弊害をもたらし、現代ではそれが極限にまで肥大してしまっている。

　　　　それは新聞（販売収入は５割以下）やテレビ（一般の民放はその全部）広告収入に依存しなければいけないということで、そのことは社会の情報環境を作るメディア企業が一般企業と同じく商業主義・利益第一主義＞の論理によって動かざるをえなくなっているということを示している。この商業主義は、番組やスポット広告の販売価値をより高めるため、激烈な視聴率競争の原因になっている。そのことが、本来のメディアの目的である、視聴者に正しい情報を正確に伝達し、まともな市民生活を可能にするための基礎的な情報を提供する、ということから逸脱させる主たる原因になっている。

　　 ②　センセーショナリズム③　利益至上主義：　そうした商業主義によって、より多くの視聴者をとらえるため、Ｏ・Ｊ・シンプソン事件、ダイアナ妃離婚問題、オウム真理教事件などに見られるように、全メディアにわたる各社横並びの異常な報道といった現象がつくりだされているわけである。このことは、本来報道されるべき社会問題をふくむより重要なことが、時間的にも報道されにくくなるという、社会的に深刻な事態をひきおこしている。

　　（b）　放送メディアの問題：

　　　①　放送の免許制と許認可：　日本の放送（テレビとラジオ）事業は、電波法と放送法に規定された条件にしたがって、郵政大臣から免許を与えられた者だけがその事業を展開できる。そして、免許所得後も５年ごとに免許の更新を受けるという制度になっている。現行のこの制度が放送局に対し、その番組内容についての政府のコントロールを容易にしている。また、この仕組みが各放送（関連）事業に対する郵政省高級官僚の天下りをさせることにつながり、業界と政府との癒着をつくりだしている。

　　　②　放送番組基準：　放送法にしたがって、放送事業者は番組基準（ＮＨＫでは「放送番組基準」、民放連では「放送基準」という）をつくり、それによって番組がつくられ、放映されている。それらの基準にも多くの問題点が指摘できるが、最大のものは日本の放送が政府の決定と権威をそこなうような内容をもつ番組を提供してはいけないとしているところにある。（民放連「放送基準」第六項ならびに第七項）。また、郵政省放送行政局長通達などのさまざまな行政指導や国会審議、業界への天下りなどによって、政府は放送を意のままにコントロールしようとしている。

　　　③　娯楽番組：　その結果として、放送事業者は、フジテレビ系列の政治番組にもっとも顕著なように、野党批判に重点をおくか、政治問題そのものや公害問題などの社会的トラブルふれること自体を避けることになりやすい。そのため、日本のテレビ番組は徹底した娯楽志向になり、民放連の統計でもその放映番組の４２％もが娯楽に分類されているという現状がある。しかし、実際にはそれ以上で、放送法にいう「教育・教養・報道・娯楽」といった４区分法を厳密に適用すれば、日本の民放番組の６０％以上が娯楽番組になってしまうだろう。　　　　それはもちろん、民法事業者たちが、娯楽番組以外に視聴率をとれる番組はないと考えている結果でもある。また、視聴者の多くもそうしたセンセーショナルでプライバシーを平気で侵害するような娯楽番組を好むということにもその原因がある。だが、視聴者へのそのような安易な番組提供は、本当に社会のことを考える人たちに徹底したテレビ軽視とテレビ離れを起こさせている。

　　　④　企業ロジックの専横： 日本の民間放送は、基本的にはスポンサーによって支えられている。スポンサーは、通常、番組制作代金と放映電波料を出す「番組提供」とスポット広告という二つの方法で放送局の顧客となる。だが、この番組提供とスポット広告には莫大な費用（たとえば、１５秒１回のコマーシャルが２０％以上の高視聴率番組にはさみこまれる場合、１回２００万円以上）がかかる。その結果、実質的に大企業しかプライムタイムのスポンサーになれないことから、それらの企業の生産品である車・酒・洗剤・化粧品、などに批判的番組は、多くの人がテレビを見る時間帯には放映されにくいという構造が出来上がっている。

　　　⑤　映像の真実性：　テレビにはテレビのメディア特性がある。その第一は、映像がなければ基本的にストーリーが成立しにくいということである。そのため映像になりにくい、あるいは説明に時間がかかるような題材は番組化されにくいということが起こってくる。また、映像さえあれば、放映された事象が真実であるという錯覚も視聴者の中に生まれやすい。

　　　　つまり、テレビを無批判に見るだけでは、デジタル機器やＣＧで合成された映像を見破ることはできない。また、たとえ事実の一断面をうつした映像であっても、社会の現実がテレビ画面に収まるほど単純、かつ小さくはないということが、ともすれば忘れられがちになってしまう。

　　（c）新聞メディアの問題

　　　①　広告：　新聞についても、その収入の約半分が広告依存である。そして全国紙の場合、１ページ大の広告収入が曜日や場所によっては３０００万円以上になり、スポンサーは限られてくる。だから、記事によって大企業の批判をすることが難しいことはテレビと同じ構造である。

　　　②　記者クラブ：　日本の自治体や中央官庁、あるいは経団連のような団体にはたいてい「記者クラブ」というものがある。これは、本来、メディア関係者の懇談の場だが、現実には関係官庁などからの情報取得と記者会見などの取り決めを行う取材上の窓口団体として機能している。そのため、官公庁側がこの記者クラブに所属していない個人はもちろん、他の情報機関・メディアにさえ、情報や資料を提供しないということがすでに起こっている。

　　　　　また、この記者クラブは官公庁側にとって都合のよい情報のみの一方的なたれ流しの場として利用されており、そのことが日本のメディアによる政・財・官の癒着構造に対する批判を困難にしている。

　　　③　巨大発行部数の問題：　１９９６年２月現在、日刊全国紙の場合、朝刊発行部数は、読売１０１１万部、朝日８３８万部、毎日３９９万部、日経２９１万部、産経１９３万部と世界一の新聞発行部数を誇る。だが、それらの巨大な部数と読者層を維持するために多くの弊害が出てきている。

　　　　　たとえば、それらの新聞はそれだけの読者に読まれ続け、また記事内容において読者全体の一部にでも不利益にならないようにするために、個々の具体的な社会的問題点の摘出よりも皆に当り障りのない記事を中心に編集するという配慮がなされている。

　　　　その結果、現在の日本の全国大手紙が、水俣病やＨＩＶ感染者の救済のためのキャンペーンを主体的、積極的に行うことはまずない。また、たとえば交通事故の遺児を助けるキャンペーンは行っても、みずから車の安全性や運輸・通産行政に警鐘を鳴らすことはない。つまり、市民運動が一定の成果を出す前に、日本の巨大メディアが率先して、行政や大企業の批判をすることは考えられないのである。

　　　④　地方紙の問題：　各地方紙は、北海道新聞、中日新聞、山陽新聞といったように、当該地域において全国紙を凌駕する地域占有率をもっている。そのため、各地域において強力な地方紙は全国紙と同様の特徴と問題点をもつことになる。

　２）　メディアのあるべき姿を目指して

　　（a） 市民アクセスの確立と「日本マスメディア委員会」の設立

　　　・　　日本の放送は、テレビ・ラジオともに国家の直接管理下にあるといってよい。また、新聞の場合も、日本のすべての全国紙が東京のテレビ・キー局との人事・資本の提携関係をもち、放送を管理できる政府からそのあり方を間接的に管理されているという状態にある。

　　　　　一方、市民に対してはその反対で、情報のエンドユーザーである一般市民に対し、情報政策への参画の回路を用意していない。

　　　　　こうして、政府の管理下にあるメディア事業者は、政府に不利になる情報をほとんど流さない。それは、自己保身のために営業第一という商業主義をとり、視聴者・読者にまともな社会的判断をするための基礎資料を提供するという、ジャーナリズム本来の存在理由としてもっとも大切なことを、ともすれば「意図的に」忘れるということだ。加えて、視聴率競争に代表される人権無視のセンセーショナリズムにはしる傾向が顕著になっている。

　　　　　メディアの国家管理と商業主義双方の失敗は、かってのファシズムや社会主義諸国のメディア管理、現在の日米英などのメディア状況から明らかである。それをどうしたらよいかについては、現行法の改善、メディア教育の整備、などが考えられるが、要はメディアの利用者である市民が、どれほど日本の情報政策とメディアの現場の企画立案に参画できるかということでもある。

　　・　　「日本マスメディア委員会」の設立：　市民によるメディア・アクセスは、視聴者・専門家を中心とし、メディアと政府関係者および専門技術者等をオブザーバーとする「日本マスメディア委員会」を設立しそこにおいてマスメディアの統一倫理綱領を制定、現在のＮＨＫは「日本公共放送網（ＮＫＨ）」とし、委員会の付属施設として、市民がいつでも後から番組を検証できる「日本映像資料館」の設立をする、ということである。

　　　　　これら二つの組織は、市民のためのメディア・システムの構築と、いいかげんな番組をたれ流さないための最低保障制度だといえよう。

　　（b）　「積極的公正中立主義」の提唱

　　　・　さて、これまでの世界のジャーナリズム研究におけるマスメディアの中立と公平の概念は、次の五つに分類できるといってよい。

　　　①　左右の両極端を排し、その他の異なった意見をできるだけ多く並列的に列挙する、いわゆるＮＨＫ的公平

　　　②　さまざまな意見の真ん中を取ることを中立と考える、いわゆる中道

　　　③　権力を悪と考え、忌憚にない権力批判をジャーナリズムの使命とするウオッチドッグ機能

　　　④　少数意見の尊重と、できるだけ多くの多様な意見の価値評価を加えることのない紹介

　　　⑤　世論の大勢とその動向を重視し、視聴者・読者のニーズへの対応をすること

　　　・　しかし、これらの五つの考え方は、それぞれに利点があるにせよ、具体的な例によって分析していくとその非合理性がたちまち判明する。

　　　　たとえば、①では、意見や立場であれば何でも取りあげねばならないという悪弊を招いたり、左右のいずれかに正答がある場合には重大な誤りを犯す。②では、泥棒を刑事が追いかけている図式であれば、第三者がその両者の中間の考え方で泥棒と刑事の言い分を平等に紹介するという珍妙なことになる。③では、たとえば南米コロンビアの麻薬王は国家に対決し、暴力団山口組は本部の建築確認のことで神戸市役所と対立してきたが、麻薬王や山口組が善になってしまうという矛盾がおこり得る。④では、少数意見は実際には人の数だけあるから、すべての人に満足のいく意見紹介など不可能である。⑤であれば、現代のテレビに象徴的なように視聴者が求めるということで視聴率だけが唯一の指標になり、何でもおもしろオカシクということで、本当に重要な題材がないがしろにされ、まじめな議論がしにくくなる、という危険性が現実に生起している。つまり、これら五つの「公平・公正・中立」論では、地球的規模の市民中心社会へ向かう私たちの社会の今日的状況に対応できない。

　　・　「積極的公正中立主義」の提唱：　現代社会におけるマスメディア、とりわけ放送の重大な責任を考えると、私は市民主権によるあるべき地球社会の論理を踏まえ、そうした社会創造への連携と方向性をもった情報の取捨選択と送出の立場を、げんだいの放送は積極的に確立すべきだと考える。この「積極的公正中立主義」では、きたるべき地球規模の市民社会の創造という立場からの普遍的諸価値に放送番組の制作・編集基準をおくのである。

　　・　「積極的公正中立主義」の基準：　メディアはどのような基準で情報を選択・取材・編集し、社会的共有物として創出すべきか。三つの角度から説明したい。

　　　①　取材・編集と情報送出の姿勢：　メディアの送出情報は、単なる商品ではなく公衆の共有財産である。メディアは、その情報送出行為において、公衆・市民の利益への奉仕の精神をもち、地球規模における市民の主権と生活の向上を目指してその活動を行う。

　　　　　つまり、メディアによって送出される情報は、方向性としては少なくとも社会改革に賛同する形で編集され、基本的人権としての知る権利、報道の自由等の言論関連の権利に依拠して送出されるとともに、地球規模の健全な市民主権社会の実現のための、コミュニケーションの権利を展望したものになる。

　　　②　情報内容の選択基準：

　　　　（a）　個人的レベル

　　　　　＜基本的人権と男女平等原理の尊重・プライバシー保護の積極的展開・男女の共生を基本とする社会構造の擁護＞

　　　　　＜短期的視点での事実の報道と長期的視点での社会教育機能＞

　　　　　　　メディアは、市民がその帰属する社会の健全な維持に必要な判断材料を提供する。狭義の政治報道はその一部にすぎない。この視点では、マスメディアの企業経営上の問題もふくめ、社会の権力機構の裏構造までその真実が明らかにされなければならない。

　　　　（b）　社会的レベル

　　　　　＜社会的諸問題の論評と解説＞

　　　　　　　メディアの報道する対象はそれ自体として一般にわかりにくかったり、その関連事項との比較がなければ誤解が生じかねない等の場合には、歴史の進歩という方向性をもった論評や解説が必要になる。

　　　　　＜メディアの場における市民の討論と意見交換＞

　　　　　　　「泥棒は悪い」式の、いまでは誰にもわかっているような倫理基準がまだできていない社会問題や、結論に至る道筋が複数ある問題等については、市民による自由な討論の場が、社会的に保障されなければならない。そのプラザ（場）を提供することもまた、メディアの今日的機能の一つである。

　　　　　＜娯楽提供の規範＞

　　　　　　　原理としては、いかなる娯楽も他者に迷惑をかけない限り個人的には許容される。だが、メディアの場合は、不特定多数の市民によるアクセスを想定する必要があり、その内容は市民一般が楽しめ、かつ人間社会の健全な発達に貢献するものでなければならない。

　　　　＜遠近法理論による報道の題材の選択＞

　　　　　　　メディアによる報道トピックスが、受け手からの関係の遠近によって選択されること。

　　　　＜記述における文化相対主義・文化多元主義＞

　　　　　　　世界のあらゆる文化（人間集団のライフスタイル）には違いはあってもその内容に優劣の差はないという認識を文化相対主義（文化多元主義）というが、この態度は他の文化への寛容という消極的な立場からだけではなく、文化の相互尊重の精神で交流を図るという積極的立場をとることになる。

　　　　＜世界的問題群の取り扱い＞

　　　　　　　酸性雨、地球温暖化、熱帯雨林破壊、オゾン層破壊などその解決に地球的規模の超国家的取り組みが要請される問題を世界的問題群というが、国境を越えてそれらを積極的に取り上げ、地球社会の保全という立場からその解決法をさぐる。

　　　（c） 報道における「公正と中立」をまもる社会保障

　　　　＜健全なジャーナリズムの必要性の社会的合意、公権力・社会的強者による干渉の排除システムの確立、広告主との関係の正常化＞

　　　　＜公衆のメディア参加＞

　　　　　　　これには、①　市民が希望する事項を放送局に伝える方法、②　放送番組時間枠を買取り、スポンサーになる方法、③　自分の制作した番組を放送する方法が考えられる。

　　　　＜ジャーナリスト教育・メディア教育＞

　　　　　　　ジャーナリストが職能としてしての技術教育を超えたものであるとの認識による学校教育と研究再編、ジャーナリストになるための教育の見直しと確立、また将来的にはジャーナリストになるための最低条件として、大学院レベルでの６か月ほどの、「言論の自由と社会」といった研修コース受講の義務付けや、現役ジャーナリストによる５年おきの同講座の受講、メディア・トレーニングといわれる巨大メディアへの対処の仕方の訓練、といったことも提案しておきたい。

　　　　＜日本マスメディア委員会（仮称）の設立の必要性＞

　　　　＜日本映像資料館の設立＞

　　　　＜政治的公平と「公正と中立」の研究、およびその具体的提示＞

　　　　　これまでの政治的公平・公正論は、狭義の政治的事象（たとえば、選挙や政党政治にかかわること）の「数値的均衡」とその角度からの番組の「質」評価に限られていた。政治とは、市民生活のすべての局面にかかわるものであり、主催者である市民がまともな価値判断ができるように、社会のあらゆるレベルの必要事項を積極的公正・中立の立場から報道、解説・論評することが重要である。この実現の基礎作業として、あらゆる社会的立場からの理論的実証的研究とその社会的合意を求めたうえで、日本マスメディア委員会によってその基準を提示する。

　　　　　※　参考文献：　「メディア・リテラシー」渡辺武達、ダイヤモンド、１９９７年

７．メディア・リテラシー教育の充実・強化

 1) 何故「メディア・リテラシー教育」が重要なのか？

　　・　　現在のメディアは、過去のそれとは異次元の発達レベルに達し、私たち一人ひとりの生活ならびに社会に

圧倒的な影響力をもち、その影響力は加速しさらに大きなものになって行きつつある。

　一方、メディアは、数多くの問題をもち、「真実を公平・公正・中立の立場で伝える」ものではないということ

は既に指摘したとうりである。

　メディアを「あるべき姿」にするために、われわれはあらゆる機会・手段をとらえ働きかけをしていかねばな

らないが、メディアは本質的にそうした問題を持っている面もあるため、メディアの受け手が、その問題を自

分で分析・把握できる自律的判断能力を身につけることが決定的に重要である。

　　・　　メディア・リテラシーとは、ひと言で言えば、メディアが形作る「現実」を批判的（クリティカル）に読み取るとともに、メディアを使って表現していく能力のことである。最近は、コンピュータを使いこなす意味での「コンピュータ・リテラシー」や「情報リテラシー」と混同される場合もあるが、ここで言うメディア・リテラシーとは機器の操作能力に限らず、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を「構成されたもの」として建設的に「批判」するとともに、自らの考えなどをメディアを使って表現し、社会に向けて効果的にコミュニケーションをはかることでメディア社会と積極的に付き合うための総合的な能力を指す。

　２）　「メディア・リテラシー教育」

　　・　　「メディアを教える（Ｔｅａｃｈｉｎｇ　ｔｈｅ　Ｍｅｄｉａ）」レン・マスターマン、１９７５年

　　　　　現在世界中でメディア教育、メディア・リテラシー教育の様々な取り組みが行われているが、これらの多くの理論や実践の基礎を創ったのがレン・マスターマンの「メディアを教える」であり、ここではそこに述べられている「メディア・リテラシー教育」理論を中心に紹介したい。

　　・　　マスターマンは、この本が目指すのは、「メディア・リテラシーの実践における具体的な教授法を提案する以上のこと、すなわちメディア・リテラシー教育の一般原則を導き出すことによって、教える人が既成の教材や資料に頼ることなく、メディア・リテラシー教育のプロセスと原則を理解し、自分自身のメディア・リテラシー教育を確信をもって実践できるようになること、また、生徒・学生がメディアに流されることなく独立した自分自身の判断を下すように導くことである」と述べている。

　　・　　「メディア・リテラシー教育」の重要性と緊急性：　その理由は以下の通りである。

　　　①　大量のメディア消費と現代社会におけるメディアの遍在性

　　　②　メディアのイデオロギー的重要性と意識産業として及ぼす影響

　　　③　情報管理と情報生産の拡大とメディアによるその普及

　　　④　民主主義プロセスの中心へのメディアの侵入

　　　⑤　あらゆる分野への視覚的コミュニケーションと視覚情報の重要性の拡大

　　　⑥　未来の要請に応え得る生徒・学生の育成の必要性

　　　⑦　情報の私有化への国内的、国際的圧力の拡大

　　　　上記の各々の傾向に対する批判的意識の拡大と自律性を促進する教育プログラムの開発が必要とされている。

　　・　メディアの影響：　日常生活のあらゆる場面にメディアが遍在する現代社会においては、単にメディアとの接触時間だけが問題なのではない。メディアは私たちの認識と思考を形成する。メディアは世界に関する情報を提供する意識産業であるだけでなく、世界をどのように認識し、どう理解すべきかを私たちに提示している。

　　　　メディアを意識産業として捉えることは、メディアの主たる機能がニュース、情報、娯楽をオーデイアンスに提供することであるという常識に疑問をもたらす。また、メディアが製品を宣伝し売るために存在しているという見方をも超えている。

　　・　メディア・リテラシー教育と民主主義：　メディア・リテラシー教育は緊急の課題である。というのはメディアが民主主義的プロセスの中心にまで浸透しているからである。普通選挙はメディアが報道する「外で起こっている」イベントであることをやめて、メディア・イベントそのものになってしまっている。選挙用の討論会、視察はメディアの都合を優先して計画され、特に浮動票の決定にはテレビが重要な役割を果たしている。

政策よりイメージが重要になり、合理的議論よりスローガンが重視され、メディアが提示する証拠に基づいて重要な民主主義的決定を下す世界においては、メディア・リテラシー教育は、私たちの民主主義的権利を行使するためにも、政治目的の過度のメディア操作に対する安全弁としても、最も重要なものである。

　　・　情報の私有化：　公的教育制度の価値観は情報について次のように教える。

　　　①　必要な人および使うことができる人が、自由に手に入れることができるものである。（情報に対して支払う

ことのできる人だけのものではない。）

　　　②　すべてに人が利用可能である。（厳しくコントロールされない。）

　　　③　パブリック・サービスとして一般に入手可能である（情報を生産したり購入したりする巨大な組織の裁量に

よって限定されない。）

　　　④　パブリックに対して責任を持つ教育機関を通して流布される（市場に対して責任を負う機関を通して流布

されるのではない。）

　　・　情報の私有化に対抗する公的教育の重要性：　ハーバート・シラーが指摘したように情報が商品になった時「情報の役割と性格自体」が大きく変化し始める。

　　　　「これが起こると、支払える人たちが優先的に情報を入手できるだけでなく、そのうちに、そして究極的に、

　支払う能力のある人たちが、どんな情報を生産し、どんな情報を入手可能にするかを決定するようになるとい

うことである。」

　　今起こっているのは、経済的、政治的支配だけでなく、文化的コントロールと独占の途方もない拡張である。

ここで私たちが問題にしているのは、情報操作に基づいた新しいグローバルな権威システムの構築への試み

　　　である。これは今まで想像だにしなかった秩序である。これまでニュース、テレビ番組、映画、本、雑誌といっ

た親しみのあるメディアの流れの実質的影響とされていたものが、情報全体の流れに、特に企業データの流

れに組み込まれ、拡張されていくのである。

　教師は、コンピュータ化された教育が現在のコストのほんの一部でやってしまうような情報の伝達より、自分たちがもっと重要なことに関わっているのだということを確信をもって主張できなければならない。多国籍のコンピュータ企業が決して生産しないのは、情報とコミュニケーション技術の拡大に見合うだけのクリティカルな意識の拡大である。この意識は、充分に自立的な公共的教育システムだけが拡大できるのである。もし公共的教育システムがこの挑戦に応えることができないのなら、それは破綻するしかないであろう。

　　・　メディア・リテラシー教育の理論的枠組み：　メディア・リテラシー教育の第一の原則は、“メディアはシンボリックな記号システムであり、それは能動的に読み解く必要があるもので、外在する現実に対する問題のない自明の反映などではない”ということであり、ここから全てが始まる。言葉を変えれば、テレビ、新聞、映画、ラジオ、広告、雑誌は製造されているということである。メディアは単に現実を伝達したり反映しているのではなく、”現実“を構築し、再提示する・コード化するプロセスに積極的に関わっているということである。

　　　　各メディアによる多様な意味付与の実践を、私たちが理解し結びつけることを可能にしているのはこの基礎となる仮説である。メディア・リテラシー教育という概念そのものがこの原則から生まれたとも言える。もしリプレゼンテーション（記号化され構成された表現）と現実とのあいだに区別がないならば、もしメディアが本当に「世界の窓」であるならば、メディア学は意味を持たない。そう考えてしまうならば、私たちができるのはメディアがカバーするスポーツ、演劇、映画、ニュース、時事問題などの様々な経験を検証することだけで、メディア自体を検証することはできない。メディア・リテラシー教育においては、これらの経験は必然的にメディア機関、メディア技術、メディア専門家などによってそれと認識できる特徴的な様式に、再構成され、再提示され、パッケージ化され、形作られていると仮定している。

　　　　さらに、メディアのイデオロギー的な力は、見かけの”自然さ“におよそのところ比例していると言える。このメディアのイデオロギー効果は、主としてそこで操作し、働くものの力により生まれる。特定の利害とイデオロギーとディスコース（言説、）理解の方法を刻み込んだ、選択された価値観を含む構成物を、現実で真実で普遍で必要なものとして差し出すのである。

　　　　もしメディアが提示するものが構成されたものであるなら、少なくとも次の四つの一般的な領域に関しては、ある程度、論理的な検討が行われる必要がある。

　　　　①　メディア構築のための資料、情報源、決定要因：

　　　　　　メディア・テキストを決定するのは、、相反する利益や圧力の複雑な絡み合いの結果であることを理解する必要がある。

　　　　②　メディアのリプレゼンテーションが真実だと確信させるために用いられる主要な技法と記号

　　　　③　メディアが構成する”現実“の性格；メディア表現が暗示する価値観

　　　　④　メディア構成物がオーデイアンスにどのように読まれ、受け取られているのか

　　　　これに、次の二つを付け加えたい。

　　　　①　メディア・テクストとこのようなテクストの概念化は、常に動きのある、変化するプロセスとして、弁証法的に理解することが必要である。

　　　　②　前述の四つの要素は分かちがたく結びついていることを理解しなければならない。オーデイアンスの問題は直線的コミュニケーションプロセスの最後に来るものとして限定されていない。オーデイアンスは最初からテクストを決定する要因として存在し、その生産とコミュニケーションの循環の全ての部分に影響している。同様に、イデオロギーの問題もメディア・テクストの内容分析に限定することはできない。メディア所有者、メディアの専門家、広告主、オーデイアンスそしてメディア様式や決まりなど、全てがテクストに対するイデオロギー操作を行っているのである。イデオロギーの問題は概念モデルの全ての分野に関わっている。

　　　　・　メディア・リテラシー教育の主要概念

　　　　　　　これらの概念が広範囲にわたるメディア・テクストやメディア問題に継続性と論理性を与える。

　　　　　　　　　　イデオロギー　　　　　　　　　　　　　非言語的コミュニケーション

　　　　　　　　　　ジャンル　　　　　　　　　　　　　　　　アンカレッジ（固定）

　　　　　　　　　　レトリック　　　　　　　　　　　　　　　　優先的意味

　　　　　　　　　　リアリズム　　　　　　　　　　　　　　　明示と暗示

　　　　　　　　　　ナチユラリズム　　　　　　　　　　　　ディスコース

　　　　　　　　　　構築　　　　　　　　　　　　　　　　　　　脱構築

　　　　　　　　　　選択　　　　　　　　　　　　　　　　　　　オーデイアンスのポジショニング

　　　　　　　　　　神話　　　　　　　　　　　　　　　　　　　オーデイアンスのセグメント化

　　　　　　　　　　流通　　　　　　　　　　　　　　　　　　　ナレテイブ構造

　　　　　　　　　　媒体　　　　　　　　　　　　　　　　　　　快楽

　　　　　　　　　　リプレゼンテーション　　　　　　　　　符号（sign）・語義（signification）

　　　　　　　　　　主観性　　　　　　　　　　　　　　　　　　情報源

　　　　　　　　　　コード・エンコーデイング・　　　　　　　参加・アクセス・コントロール

　　　　　　　　　　ディコーデイング

　　　　・　メディア・リテラシー教育の適切な探求方法：

　　　　　　　「何に対して適切なのか」に対する答えなしには、メディア・リテラシー教育における適切な探求方法を定義することはできない。私たちはメディア・リテラシー教育で生徒・学生に確実に何を獲得させたいのか。メディア・リテラシー教育の主たる目的は教師が与えた概念やクリティカルな吟味や情報などを、従順に再生産する能力を獲得させることではない。また、重要なことではあるが、クラスの中だけでクリティカルな吟味を奨励することでもない。最も重要で難しい課題は、生徒・学生に、将来出会うメディア・テクストに対し、クリティカルな判断ができる自信と自律性を獲得させることである。メディア・リテラシー教育の試金石は、生徒・学生が教師の存在がないところで、自分のメディア利用と理解に関してどれほどクリティカルであり得るかということである。主たる目的は単なるクリティカルな自覚と理解ではなく、クリティカルな自律性なのである。

　　　　　　　メディア・リテラシー教育で重要なことは次の３点である。

　　　　　　　①　メディアに関する意味のない詳細な、事実、概念、情報の詰め込みに陥らない。

　　　　　　　②　非人間的な時間つぶしのための課題をやらせない。

　　　　　　　③　学生に教師の思考の再生産を強制するものであってはならない。

　　　　　　メディア・リテラシー教育においては、シラバス（講義計画・概要）の内容は本質的な部分ではない。学生はカバーしなければならない内容の耐えがたい負担から解放される。シラバスは、むしろ、生徒・学生が自分たちのクリティカルな２本足でできるだけ早く立てるようになるためのプロセスと原則を模索すべきである。コースの内容、教授法、評価のための設問はこの優先順位で考える必要がある。特にコースの内容は目的ではなく、クリティカルな自律性を育てる手段である。

　　　　　　　メディア・リテラシー教育におけるクリティカルな行為においては、次の三つの点に留意する。まず、特定のテクストや問題に注視することである。メディア・リテラシー教育では一般化できるクリティカルな能力と原則の理解を育てようとするが、その基本は「ローカルな分析」に常に根ざしていなければならない。第２に、クリティカルな意識の発達は、テクスト以外から関連する情報を供給することに依存する。このような情報へのアクセスとそれを見つける能力はメディア・リテラシー教育の中に組み込まれなければならない。どんな情報を供給するかは常にクリティカルな能力の発達の度合いで判断する。第３に、批判という行為は特定のテクストや問題を越えて、類似のテクストや問題にも妥当性を持つような一般的原則に向かわなければならない。新しい状況に対してもクリティカルな視点の移行ができなければならない。これがクリティカルな自律性が構築される土台である。メディア・リテラシー教育においてはクリティカルな読みの目的は、評価にあるのではなく探求にあるのである。

　　　　・　実践

　　　　　　　メディア・リテラシー教育では多様な形態で実践を行うことが重要である。学生がメディアがどのように構成されているかを理解するには自分で構成した経験を持つことが役に立つ。教師もそのレベルに応じたこのような経験が必要である。

　　　　　　　しかし、実践する際には注意が必要である。実践だけではメディア・リテラシー教育にならない。特に、学生は実践を通して自動的にクリティカルな能力を獲得し、メディアを脱神話化できるという一般的思い込みは疑ってみる必要がある。むしろ、教師により意識的に実践と分析活動が結びつけられなければならない。教師の役割として重要なことは、実践の主たる目的の一つが専門家のメディア実践を模倣させることではなく、クリティカルに吟味させることであることを明確にすることである。

　　　　・　メディア・リテラシー教育学

　　　　　　　メディア・リテラシー教育の導入が教授法の変革を伴っていない場合は、メディア・リテラシー教育をきっかけに生徒がこれまでの経験の重要な部分がどのように自分に影響を与えてきたかを知るようになる可能性は、すぐに消えてしまう。というのはメディア・リテラシー教育は、科目に変化をもたらすだけではなく、新しい実践の方法を提示しているからである。

　　　　　　（１）　上から下への知識の伝達でない教育

　　　　　　　①　メディア・リテラシー教育の主たる目的がクリティカルな自律性の発達ならば、学生を教師に依存させるような教育は非生産的である。学生がグループによる対話を通して自信を持ち、自己判断を下せるようになり、その判断に対する分析能力を獲得し、できるだけ早く自分の学習や思考に責任を持つようになるようなアプローチを展開しなければならない。

　　　　　　　　　　学生に必要なのはオリジナルな情報源から自分で情報を見つける技術、参照する技術である。

　　　　　　　②　メディア教師と学生の主たる主題は、グループの認識と洞察に充分触れ合うことである。というのは、グループはどんな教師にも勝る、より広い認識や経験や文化的志向を有しているからである。したがって、グループのメンバーはお互いを協力者として、より多様な意味や反応を分かち合うことができるし、様々な分析のレベルで、広い観点からテクストの意味を問題にすることができる。

　　　　　　　③　メディア自体の性格が、上から下への知識の伝達ではない教育様式を奨励する。それは知識を水平に行き渡らせるだけでなく、オーデイアンスに対して上から下へではなく横に語りかける。階級、人種、ジェンダーに関係なく、全ての人に同じように語りかける。これを上下関係にしてしまうと、学生たちは強制的に自分たちの文化様式と楽しみ（特に音楽や娯楽における）が取り上げられたとみなすだろう。

　　　　　　　④　最近のメディア・オーデイアンスの研究では、テクストが意味付与するのではなく、テクストとオーデイアンスの相互作用により意味が生成されるとしている。これはテレビのテクスト分析だけでなく、教室での教育実践にも重要な意味を持つ。

　　　　　　　⑤　メディア・テクストを脱自然化し、それがだれの利益のために、どんなプロセスで、最終的にどう作られたかを問うような教育は、学校のカリキュラム関する問題やそれがどう実践されているのかという問題に結びついていくが、これは避けることができない。特に学校のカリキュラムや教育の方法が、経験を概念化する方法としてではなく、リアリズムの形式として成り立っている時はそうである。

　　　　　（２）　対話―吟味―行動

　　　　　　　　メディア・リテラシー教育がもたらす関係の変容は、「急進的」方法がもたらす変容よりずっと大きい。方法論というものは、伝統的であろうと急進的であろうとが、教師のもつ基本的仮説と態度に影響される。

　　　　　　　　　対話―吟味―行動は、全て弁証法的に理解される必要がある。対話は吟味と行動の基盤をなし、また、継続して生み出していくために戻ってくる場所でもある。メディア・リテラシー教育で要請される対話のアプローチはデイスカッションとは区別される。

　　　　　　　　　対話は、純粋に対話の外で何らかの力関係が存在していたとしても、力の共有を意味する。対話においては、操作を一掃するために、参加者は思考と行動において自己批判的態度を保つ必要がある。対話では、充分に話を聞くことと、述べたことに対して直接反応することが求められる。それは純粋にグループ・プロセスであり、メンバーはそこで共同学習、グループ行動、吟味を通じて生み出される力を認識し、その効果を最大にするためにグループで取り組むのだという意思が必要である。

　　　　・　メディア決定要因

　　　　　　　メディアに影響を与える要因として、①　メディア所有者と支配的企業、②　メディア制度、③　国家と法

律、④　メディアによる自主規制、⑤　経済的決定要因、⑥　広告主、⑦　オーデイアンス、⑧　製作者などが考えられる。

　　まず、所有者や支配する企業の影響を確定することは、それが隠されており、影響が間接的、構造的、長期的傾向を持つがゆえに困難である。明らかなのは、メディアは、社会を報道やコメントによって公平に観察したり反映したりする独立した現象ではなく、企業レベルで広範囲のサービスと消費産業に完全に統合されているということである。この事実は、様々なメディアを全体として捉えることの重要性を示すと同時に、メディアが資本主義の生産プロセスにおいて重要な経済的、イデオロギー的役割を果たすことを意味する。したがって、メディア・テクストの価値観や仮説が資本主義システムと矛盾しないのは当然である。

　　さらに、メディア制度や情報に関する様々な法律、メディアの自主規制等がメディアの表現の自由に及ぼしている影響についても、具体的な法律や自主規制の事例に言及しながら分析し、話し合っていく必要がある。

　　広告については、メディア教師は、広告とテレビ番組・新聞記事に分けて考えるという伝統的立場を越えて、メディア内容と広告を一緒に見ていくことが重要であり、その関係性を分析していく必要がある。「消費者の統治」といわれ、消費者である読者やオーデイアンスが重要視されているように見えるが、実際にプレスの特性を決定するのは、広告主の意志である。

　　　　・　レトリック

　　　　　　　メディア制作の過程はほとんど一般の目には触れない。メディアのプロたちは自分たちは世界をあるがままに反映していると主張する。写実的な技法を用いることでこの主張にはより真実性が与えられる。メディアのテクストを読むときに、送り出されるメッセージの内容だけでなく、それがどのように構成され、どのような効果を生み出しているかに注意を向けることによって、テクストに流されず、自己の読みを開かれたものにしていくことが可能である。

　　　　　　　メディアをクリティカルに理解するということは、メディアがさまざまな資料の中からいくつかを選択し編集して、磨かれた継ぎ目のない流れへと完成させていくプロセスを逆に追っていくということを意味する。それはテクストの脱構築化であり、テクストの表面を打ち破り、意味を作り出しているレトリカルな技法を顕在させることでもある。

 しかし、どんなに映画や演劇にのめりこんでいたとしても、私たちは最後にはリプレゼンテーションを見ていたのだ、現実ではなく筋書きがあり、リハーサルの後演じられたパフォーマンスを見ていたということを意識する。テレビや新聞の場合は、かなり鋭い批評家でも、常に見たり聞いたりすることの外見上の信憑性に対してはよほど警戒しなければならない。したがって、テレビや新聞分析における脱構築の必要性は、演劇や映画の場合よりずっと高いのである。

　　　　　　　次のようなレトリカルな技法は、メディアがどう意味を作り出しているかを批判的に意識化する際に、あらゆる年齢の生徒・学生の役に立ち、各教科でのメディア・リテラシー教育の基本とすることができる。

　　　　　　　１．選択　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　６．映像編集と音声編集

　　　　　　　２．映像のレトリック　　　　　　　　　　　　　　　　７．解釈の枠組み

　　　　　　　３．映像とテクスト　　　　　　　　　　　　　　　　　８．視覚記号化

　　　　　　　４．カメラとクルーの影響　　　　　　　　　　　　　９．ナレテイブ（物語）

　　　　　　　５．設定

　　　　　・　選択

　　　　　　　全てのメディア・テクストはおびただしい選択の結果であるが、あまりにも自然に作られているので、制作者でさえもそれが能動的な選択であるとは認識できないこともある。

　　　　　　　メディア・リテラシーへの入り口となる最も重要なことは、選択するという行為自体が評価であるという事実を見抜くことである。メディアは単に報道するという事実だけで、特定の人や出来事が他のものより重要であることを示す。

　　　　　　　「選択」はメディア・リテラシー教育における中心的な概念である。クロード・コックバーンは「全てのニュース・ストーリーは反対から書き始められる。ニュースは事実から始まるのではなく、ジャーナリストの視点や概念から始まり、そして事実が組み立てられていく」と指摘している。

　　　　　　　メディア・テクストが必然的に選択的であると認識することは、メディアが主張する「起こった出来事を全くその通りに見せる」という擬似的主張を壊してしまうことでもある。エンゼンスバーガーが何年も前に指摘したように、「操作の全くない書物、映画、放送は存在しない」。もしメディアの専門家がこのことを公的に認め、人々がそれを理解し、それに対して働きかけることができれば、民主主義はもっと健全になるのではないだろうか。

　　　　・　映像のレトリック

　　　　　　　おそらく多くの人は、テレビが最も信頼のおける情報源だと思っている。私たちは暗黙の了解としてメディアが提示する視覚的証拠を信じている。

　　　　　　　視覚映像の信憑性については重視する価値はあるが、これまで議論してきたように選択制の問題はより重要である。全ての視覚映像は必ず物理的、イデオロギー的ないくつかの視点を含んでいる。

　　　　　　　視覚的証拠を考察する際の最も重要な活動と分析はおそらく映像編集にある。映像編集者は自分の優先的な意味を付与するためにイメージを拡大したり、選んだり、捨てたり、歪めたり、併置したりしているからである。

　　　　　　　テレビ番組や報道写真を吟味してもそれが選択されているということは簡単に見えてこない。結果としては、現実の一つのバージョンしか提供していないからである。このような場合、シミレーションで実際に映像を編集してみることによって選択されていることを理解することができる。

　　　　・　ナレテイブ（物語）

　　　　　　　メディア・テクストは常にナレテイブ（物語）として捉える必要がある。ナレテイブの手法や問題は私たちにとってなじみ深く、これを多くの他のメディアのジャンル、たとえば文学やニュー・メディアのテクストにも応用することができる。また、メディア様式の違いは、ほとんどナレテイブ構造の違いから説明することができるので、主たるメディアの様式を基本的に区別するためには、それぞれのナレテイブの問題と取り組む必要がある。そして、最も重要なことはナレテイブ研究は自然にメディア・リテラシー教育の中心的関心である「構成されている」という問題につながるということである。常にナレテイブに注意を向けることにより、誰が物語っているのか（あるいは何が物語を決定するのか）、物語るためにどんな技法が使われているか、誰に向かって物語っているのかといった問いかけを重視することになるのである。

　　　　　　　もし、ナレテイブがオーデイアンスを受動的な消費者に変えてしまう恐れがあるとしたら、ナレテイブを分析することは、逆に分析する者を能動的なテクストの読み手に変容させることを可能にする。

　　　　　　※　参考文献：　「メディア・リテラシー現在と未来」鈴木みどり編、世界思想社、２００１年

 3)　世界の「メディア・リテラシー教育」の展開状況

　　　　　　　展開状況とその特徴を一覧表にまとめた。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 国名 | メディア教育の政策等 | メディア・リテラシーの認知度 | メディア・リテラシー教育の取組 | 特色ある実践事例 |
| 学校教育 | 社会教育 |
| 韓国 | 「情報化促進計画」（１９９６～）「サイバー・コリア２１」（１９９９～２００２） | ＩＴ活用能力としての「情報素養」の普及が目指されている | 「情報通信倫理教育方針」（２００２）によるネチケット教育の推進 | 情報マインド形成のための青少年情報教育・情報活動プログラム主婦、低所得層の子供を対象とする情報教育 | 高校生を対象とする「情報素養認証制度」の導入 |
| タイ | 全国情報技術マスタープラン（１９９５～）新国家教育法（１９９９）により情報リテラシーの教育を振興 | 情報技術活用能力としてのメディア・リテラシーの育成に力が入れられているインターネットの情報技術による弊害に対処するための規制法案を検討 | スクールネットプロジェクト、ゴールデン・ジュビリー・ネットワークプロジェクト等による中等教育学校のインターネット接続事業を全国展開科学技術教授振興研修所によるカリキュラム開発、教員研修 | メディアを駆使した遠隔地教育が盛んノンフォーマル教育センターにおけるメディアを用いた地域学習 | 「ライトハウス・プロジェクト」：　青少年・成人がノンフォーマル教育センターで、地域の自然環境、伝統文化、保健・健康問題などに関する学習成果をもとにホームページや、ビデオ番組を作成し発表する |
| カナダ | メディア・リテラシー教育はメディアの普及を背景とする草の根運動から発展 | １９６０年代からオンタリオ州を中心にメディア情報の分析力と創造力を育むことを目的とするメディア・リテラシー教育が始まった | 全ての州でメディア教育が英語の教育課程の一部として必修になっているメディア・リテラシー協会等による教員研修も行われている | イエズス会、メディア・リテラシー協会をはじめとするＮＰＯ／ＮＧＯによるメディア・リテラシー教育活動が盛ん | カナダ・メディア教育機構、メディア・アウェアネス・ネットワークを通じた教育機関、団体のネットワーキング |
| アメリカ | 全米の全ての教室と図書館をインターネットに接続デジタル・ディバイドの克服を目標とする連邦補助事業が導入されている | 「メディア・リテラシー」は「メディア教育」、「情報コンピテンシー」と同義に用いられることが多いインターネットの活用方法に関する保護者向けパンフレットを連邦教育省が発行 | テキサス州をはじめ、州レベルでメディア・リテラシーをカリキュラムのなかに明確に位置づけている州がある | ＮＰＯ，テレビ局等による父母のためのメディア・リテラシー教育が行われている | 「教室のなかのケーブル」「メディア教育センター」「ニュージアム」等のＮＰＯによるメディア・リテラシー教材開発、研修 |
| メキシコ | 「１９９５－２０００年度教育発展計画」において電子メディアを教育の発展に役立てることを目標の一つに掲げている | ９０年代後半から「マスメディアのための教育」としてマスメディアに対する理解力と批判的見方を養うための教育が試行されている | テレビ中学校（テレセクンダリア）等、メディアを用いた遠隔地教育を実施メキシコシティではメディア・リテラシー教育の教員研修を行っている |  | 小学５・６年生徒向け指導書「メディア・リテラシー教育：批判的見方の育成」（全４巻） |
| イギリス | スーパーハイウェイ構想e政府構想（１９９５～） | 「メディア研究」「メディア教育」として広い視点からのメディア教育が実践されている | ナショナル・カリキュラムの「情報技術」「英語」のなかでメディア・テクストを学ぶ機会があるアートにおけるメディアの活用 | 「ブリティッシュ・フィルム・インスティチュ―ト」（ＢＦＩ）による「シネ・リテラシー」教育等 | １９４０年代に生まれた「メディア研究（学）」 |
| スロベニア | 全国コンピュータ・リテラシープログラム（ＲＯ）（１９９４～） | 質の高い情報を選別し責任を持ってメディアを用いたコミュニケーションができる、自立し、社会性のあるアクティブな市民の育成を目指す「メディア教育」の中で「メディア・リテラシー」の習得が目標とされている | メディア教育は、初等教育学校（９年制）のスロベニア語の学習のなかで必修となっている。また７・８学年の公民・倫理の一部ともなっている。また７～９学年向けの選択科目として「メディア教育」が設けられ、教員の研修も行われている | 学校や地域との連携で実施される「父母学校」でメディア暴力、過度のメディア消費問題等が議論されているＮＧＯ［青少年の友協会］、スロベニアＵＮＩＣＥＦ委員会などが、子どものためのメディア教育を行っている | 「青少年の友協会」による「子ども議会」におけるメディア問題の討論「学校バスケットリーグ」による競技を子どもが取材し、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌等へ報道するメディアを使った生涯学習情報の提供「知識交換所」 |
| ハンガリー | メディア法の成立（１９９６年）による技術面、組織面の規制（内容については規制せず） | 「メディア・リテラシー」はニュー・メディアを使いこなす技能と見なされる場合が多い | 初等中等教育のナショナル・カリキュラムに「情報テクノロジー」と「コミュニケーション」の科目がある。また学校裁量の時間を利用してテレビ、映画、アニメなどの動画を通した人間の行動を分析する「メディア研究」を導入している学校もある。大学ではほとんどすべての学生がＩＴを習得する | 独立ビデオ・映画制作者連盟による成人のためのビデオ編集コースなど。地方テレビ局が増えたことから職業訓練としてのニーズも高いインターネットによるヨーロッパ・コンピュータ・ドライビング・ライセンス（ＥＣＤＬ）取得コース | 「テル・コッテージ運動」：　情報の民主化を目指し、コンピュータを通じたコミュニケーションについて学ぶ。ＮＧＯが組織 |

　　※　参考文献：　「メディア・リテラシーへの招待」国立教育政策研究所編、東洋館出版、２００４年

８．「マスメディア分析」を深化させるための「パラダイム分析」の提唱

　１）　「メディア・リテラシー教育」の効果とその限界

　　・　メディアが送出する情報は、「真実を、公正・公平・中立の立場で伝える」ものではない。それは、メディの

特定の視点（価値観・イデオロギー・関心など）によって集められた情報を取捨選択し、編集・再構成した、ある

テーマに関する一つの物の見方を提示したものである。

　　「メディア・リテラシー教育」は、送出された情報を逆回転させて分析することにより、情報加工の内容とプロ

セスを解明し、そこで使われたシナリオをあるレベルで再現することを可能にする。これにより、情報の受け手

がメディアに一方的に影響されることはなくなり、受け取った情報を自律的・批判的に判断することを可能とす

る。

　　メディア分析により、（メディアの提示した）価値観やイデオロギーを感知した時、情報の受け手によって問題

となるのは、その妥当性をどうやって判断するかということである。ある種のテーマでは、その判断は「好き嫌

い」に基づいて下せばよいが、ある種のテーマは、そうはいかず、「論理的に」判断を下すことが求められる。

　「メディア・リテラシー教育」の教えるメディア分析では、メッセージに直接含まれたコンテントの論理的整合性

は検証できるが、そのレベルで整合性があれば、それは論理的に正しい見解となる。したがって、あるテーマに

ついての異なる二つの見解（ＡとＢ）がありそのコンテント・レベルでの論理破綻がなければ、Ａを取るべきかＢを

取るべきかの判断を下すことはできない。

・　「パラダイム分析」は、ある価値観やイデオロギー等のもとになっている考え方や前提条件を検証することに

より、その論理的妥当性を分析しようとするものである。

　２）　「パラダイム」とは何か？

　　・　「パラダイム」とは、科学史家トーマス・クーンによって提唱された科学史上の概念である。

　　　　クーンが定義した「パラダイム」とは、「“専門家たちの集団”としての科学者集団において、意思疎通を容易

ならしめ、専門的判断を安定せしめる共通の基礎がある、それを「パラダイム」（後に「専門図式」）」と呼んだ。この「専門図式」には、四つの重要な要素があり、クーンは、①　記号的一般化、②　特定のモデルに関する確信、③　価値、④　見本例とよんだが、とりわけ重要視したのが最後の見本例である。

　　・　一般用語としてのパラダイムは、「規範」や「範例」を意味する単語であるが、クーンの科学革命で提唱したパラダイム概念が、その意図からは誤解となるほどに拡大解釈されて一般化されて用いられ始めた「パラダイム」は「認識の仕方」や「考え方」、「常識」、「支配的な解釈」、「旧態依然とした考え方」などの意味合いで使われている。

 ・　「パラダイム」の定義：　「パラダイム」の定義はクーンの狭義のものから一般化された広義のものまで幅広いので、以下このレポートで使用する「パラダイム」の定義は、「ある価値観・イデオロギー・見解などの主要な基礎・前提条件となっている考え方・ものの見方」を指す。

　３）　「環境問題」を事例とした「パラダイム分析」

　　・　「環境問題」は、自由市場民主主義国でも社会主義国でも共に発生し、大きな問題となっている。しかし、環境問題が何故発生するのかについて、自由市場民主主義も社会主義も、「その内在的な論理によって必然的に発生する」とは、ひと言も述べていない。しかし、事実として、環境問題は発生した。両者の表明する論理だけに注目していては、何故環境問題が発生したかは、解明できない。

　　・　そこで登場するのが、「パラダイム分析」である。

　　　　自由主義民主主義と社会主義は、一般的には、１８０度異なる逆の立場に立つと思われている。しかし、「パラダイム分析」をすると、両者には驚くほどの共通性があり、“双子の兄弟”であることが、見えてくる。

　　　　両者の基礎となっているのは、要素還元主義（機械論）・心身二元論であり、それをベースとして「人間観」「自然観」が組み立てられている。すなわち、「自然に優越する人間」「人間に奉仕すべき自然」である。この「パラダイム」が、必然的に環境問題を引き起こす。

　　・　では、環境問題を発生させないためにはどうすればいいのか？パラダイムを「環境問題を発生させないパラダイム」に転換させることである。

　　　　具体的には、要素還元主義をホリスティック（全体は部分の合計以上のもの）に、心身一元論をベースとした「人間観」「自然観」に転換すること。すなわち、「自然の一部としての人間」「自然と人間との調和（共生）」という生態系を重視したパラダイムへのシフトである。そこからありたき社会の姿としてとして見えてくるのは、定常型共生経済民主主義社会であろう。

環境パラダイム

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 西洋の支配的世界観 | 人間特例主義パラダイム | エコロジカルな新しいパラダイム |
| １．人間存在の本性についての仮定 | 人間は地球上の他の全ての生物と根本的に異なっており、それら他の生物に対する支配権を持っている | 人間は遺伝的継承に加え（そしてそれと全く別の）文化的遺産を持つ。そしてそれゆえ、他の全ての動物種と全く異なる | 人間は（文化、技術など）例外的特徴を持っているけれども、相互に依存しつつ全地球的エコシステムに包括されている多くの種のうちの一つであることに変わりはない |
| ２．社会的因果関係についての仮定 | 人間は自分の運命の支配者である。人間は自分の目標を選択し、そしてその目標を達成するために必要なことは何でもできようになる | 社会的・文化的要因（技術を含む）が人間に関わる事柄の主な決定因である | 人間に関わる事柄は単に社会的・文化的要因によってのみ影響を受けるのではなく、自然の網の中の原因、結果、そしてフィード・バックの複雑な結びつきによっても影響を受ける。それゆえ、人間の意図的活動は意図せざる結果を生む |
| ３．人間社会のコンテクストについての仮定 | 世界は広大であり、したがって人間のために無限の機会を提供する | 社会的・文化的な環境が人間に係わる事柄の決定的コンテクストであり、生物物理的環境は大部分関係ない | 人間は有限な生物物理的な環境のなかで生活し、それに依存していて、その環境が人間に係わる事柄に対して物理的、生物的な強い制限を課する |
| ４．人間社会に対する制約についての仮定 | 人間の歴史は進歩の歴史であるー―　あらゆる問題に対して解決が存在し、したがって進歩が止む必要はない | 文化は蓄積的である――したがって技術的・社会的進歩は無限に続きうる。そしてあらゆる社会問題を究極的には、解決するのであろう | 人間の発明の才とそこから生まれる力は（自然の）収容力の限界をしばらくは広げるように見えるが、生態学的法則を無効にすることはできない |

　　　参考文献：　「ウィキぺディア」

　　　　　　　　　　　「ラディカル・エコロジー」キャサリン・マーチャント、産業図書、１９９４年