

# マスコミ教育覚書

## 荒牧 富美江

昭和五一年度の文芸科入学試験では、「推薦入学希望者」で書類選考にパスした人たちと、「筆記試験の一次合格者」全員に面接をした。そのとき、文芸科に入学できたら、文芸科にある三つのコースのうちどのコースに進みたいかをたずねたところ、九五・六%の人たちは、すでに志望コースを決めていた。そのうち「マスコミ」と答えた人たちについてみると、十二月中旬に行われた第一回の面接では、五三・三%、四回の「推薦入学希望者」の面接では平均四〇・九%、三月の「筆記試験一次合格者」も含めて面接試験を受けた人全員では三七・五%が、マスコミ・コースを志望していた。こうした傾向——マスコミ志望者は、割合はつきりとコースを決め、早い時期に応募してくることは、例年予想されていたことではあったが「推薦」「筆記」

とも一次合格者全員に面接できた今年をはじめ、数字で捉えることができたのである。さて、こうしたマスコミ志望の多数の人たちの面接を毎年繰り返しながら、私はいつもとまどいと困惑を感じ続けてきた。それはなぜマスコミ・コースを志望するのか、明確に答えてくれる受験生が、極く少数の例外を除いては、ほとんどいなかったからである。一時は「マスコミ関係への就職に有利ではないか」と答えるものが多かったが、最近はその方面への女性の進出が、きわめてむづかしいことが高校生間にも徹底してきたようで、これを口にするものは非常に少なくなった。そうなると大方の答えは漠然とし、ただ彼女たちの「あこがれ」をうかがわせているだけなのである。

もうずいぶん前のことになるが、私が放送局に勤務していたころ、特にアナウンサーであることを知った人は、明らかにそれまでと異った反応を示したが、それもやはり「あこがれ」といった類のものだったような気がする。羨望というほどの強いものではないにしても、どこか別の世界の人に対してのような、すこしまぶしいような顔をされたものだ。長年マスコミの「送り手」の側にかかわりをもってきたものにとって、「受け手」側のそうした反応にいつのまにか慣れてしまっていた。しかしその後マスコミを学ぼうとする若い人びとと接するようになって、その受け手側の「あこがれ」と、送り手側の「あこがれられる」ものとの格差が、あまりに大きいところに問題があるのではないかと思うようになったのである。

今年度はカリキュラムの変更で、たまたま一、二年生に同じマスコミの講義をすることになったのを機会に、まず両学年に同じ設問のアンケート調査を行ってみた。マスコミに對する漠とした「あこがれ」や「軽蔑」からでも出発して、学問的知識を得、現実を調査し、未来を考えることによって、意識がどれだけ変化するか、今後追跡調査をしてみたい

と思つたからである。

アンケートは、マスコミへの関心を中心とした選択式、一部記述式のもので、実施は五年同五二名、計一〇〇名の調査である。選択部分の回答には両学年の差はほとんどみられなかったが、その主なものを、少しあげてみたい。

まず興味をひかれたのは、最初の設問「あなたの性格について」であった。マスコミに関心をもつ人たちの性格に、何か共通するものがあるかと考えたのだが、(1)自分の性格を「外向的」とするもの六一%、「内向的」とするものは三九%、(2)どちらかといえば「情的」が七一%、「知的」二九%であった。

「外向的」が「内向的」を上まわっているのは、マスコミを志向する学生の傾向、または自己願望を示すものと考えていいかもしれない。しかし、外向的にせよ、内向的にせよ自分を「情的」と分析するものが、「知的」と考えるものの二倍半近くにもものぼるこの数字は、いかにも日本的であるように私には思われた。「知的」という言葉は「情のない」ことを感じさせ、日本人の心に冷たいひびきを与える。とくに女性にとつて「情のない」

「情に欠ける」ということは、いい形容とはいえない、と現代の女性もどこかで思いこんでいるのかもしれない。しかし欧米人には、

「知的」(Intellectual)と「情的」(emotional)とは、日本人とまったく逆の印象を与えるのではないだろうか。もし欧米人に同じ質問をしたら、恐らく大部分の人は、自己を「知的」と分析するであろう。欧米人からみれば、非常に「Intellectual」であることを要求されると思われているマス・コミュニケーションを志向する日本の学生たちが、自己を「情的」と分析していることは奇異にも感じられるだろう。これは「日本のマスコミ」の特徴といえるのかもしれない。

次に「マスコミ・コースを志望した理由」をみると、面接の時には口にしなかった「将来マスコミ関係の仕事につきたいから」という答えが圧倒的で、一年生では七二・九(二年、四六・二)%、「マスコミに興味があるので勉強したいから」は、わずかに二二・九(三〇・八)%である。就職先としては、六五・七(四六・二)%が出版社関係を考え、二八・五(一九・二)%が放送関係を望んでいる。すでに「マスコミ・コースに学ぶことが就職に有利」とは考えていないようだが、

できればそうした関係に就職した場合に役にたつ技術の修得を望んでいるのであろう。

彼女たちのマス・メディアに対する興味は一年生では、一位に雑誌、二位テレビ、三位に映画があげられ、二年生では、テレビ、新聞・雑誌、ラジオの順である。「よく読む雑誌」は「ノンノ」「アンアン」。両誌あわせると、一年は九三・七%、二年では七三・一%が読んでいる。その他、一年は映画雑誌、漫画雑誌、二年はスポーツ誌、服飾、音楽雑誌が目立つ。「主婦の友」「婦人公論」「文芸春秋」をあげたのは一年に計四人(八%)であった。新聞では、五二%が「朝日」を、つづいて「読売」、重複回答で三位の「毎日」は三五・五%、二年では「朝日」と「読売」の順序がいかかわっている。「マスコミの報道は真実を伝えていると思うか」の問いには「かなり真実を伝えていると思う」がトップで五六%、「あまり真実を伝えていない」と思う「が三四%、「ほとんど事実だと思う」と「わからない」がともに五%づつであった。一方、記述をもとめる回答では、「マスコミ」や「現代社会」についての意識に、両学年の差が少々あらわれて、二年生の「ものの見方、考え方」に一年間の成長の跡がうかが

える。とすれば、彼女たちのこれからの変化が楽しみになる。

しかし一〇〇枚の回答を通して見たとき、学生たちのなかに、はっきりとしたマスコミ像なるものはない。理由はどうあれ、マスコミについて学びたいとマスコミ・コースを志望しながら、マスコミとは何かを考えたいことがなく、世間一般の漠然とした印象から抜けてたところはなかった。この人たちには、まず、人びとが現在のマスコミに対してもつ理由のない「あこがれ」はまったくの幻想であり、誤ったイメージであること、マスコミが

そうした誤ったイメージを人びとに与えることが社会の大きな問題であることを、知ってもらわなければならないのである。このことは、「この一年間の「マスコミ研究」の講義に何を望むか」の間に、「芸能界の裏話をききたい」とか「番組のできるまでを知りたい」とか期待しているむきがあったことによっても一層はっきりする。そんなことは、週刊誌のルポや小中学校の社会科にまかせたい。現在新聞社やテレビ局を見学し、新聞や番組を試作するのは、送り手側の論理を追求し、マスコミの虚像を知るためといつてよい。送られてくる番組も、出演者もすべてを

含めて「作られた」「演出された」ものであることを忘れてはならない。そうしたものを、そのまま素直に受け入れる姿勢が、一方にはマスコミの大衆操作を生み、一方では、マスコミが大衆の意向にふりまわされるといふ結果になっているのではないか。受け手側の「あこがれ」、送り手側の「あこがれられる」ものは、実体のないものであることを、まず学んで欲しい。

そもそも学生たちは、高校教育の中で、マスコミについて、どれだけのことを学んでくるとのだろうか。分厚い高校の教科書を開けてみても、マスコミに関しては、国語や倫理社会のごく一部で触れられているにすぎないことがよくわかる。前記のアンケートのなかでも、マスコミに関する設問に「倫社で習いましたが、忘れしました」という回答があった。

将来、マスコミを専攻しようと思う学生ですらそうなのだから、他の学生には、習ったかどうかとも忘れてしまう程度の扱いかされていらないのである。日本で日刊紙が発行されるようになってすでに百年を超え、ラジオが放送を始めてから五十余年、テレビも二〇年を過ぎた。社会では、これだけマスコミの功罪

が論じられ、あらゆる分野でその影響に関する議論が盛んである。にもかかわらず、高校を卒業した学生たちは、マスコミに関して何を教えられたかさえも思い出すことができない程度にしか教育を受けていないのが現状なのである。

それに比べて、アメリカの高校教育におけるジャーナリズム研究は、日本とまったく違った比重をもっているようである。朝日新聞の論壇(51・10・21朝刊)に掲載された、

都立商高の先生の、アメリカ各地の高校新聞の実態視察記がそれを伝えている。それによれば、アメリカ全国の高校の五割は、カリキュラムのなかに、英語の授業のなかの一コースとして、「ジャーナリズム講座」を置き、ニュースの書き方、記事の作り方、見出しのつけ方など技術的なことから、一般新聞の比較研究、ラジオ・テレビと新聞の役割などの理論までを学習させるといふ。この投稿者が出席した「全米学校新聞大会」は、三千八百人の生徒に加えて、高校の先生はもとより大学教授や本職のジャーナリストも加わって、二百余の分科会でレクチャー、討論、実技指導などが行われる盛況であり、大会参加の高校生の声として、新聞にたずさわって、「憲

法(宗教・出版・言論・集会の自由)の精神を学んだ』『事実と虚構を見分ける目が養われた』などの声が聞かれたと伝えている。

アメリカと日本では、教育にかける国や公共企業体の予算にしても、高校のカリキュラムの組み方にしても、大学の受験体制にしても、まったく違っている。アメリカの教育方法をそのまま日本に持込むことはできないであろう。すべての生徒が新聞作りを経験することは無理かもしれない。しかし、今の日本の高校生は、マスコミに対してあまりにも無防備であるように思われる。現代社会に対応する高校教育のために、何らかの改善が必要であろう。

高校生がマスコミに対して無防備なのは、詰込んだ知識が、単なる知識でしかなく、それを実際に生かして「考える」訓練がなされていないためではないか。現在の学校教育では、学生は大学に入ってはじめて、知識を知的労働に活用する訓練を受けるようだ。毎年文芸科に入学してくる学生も、そうした学生たちであるわけだ。

文芸科には、国文・文芸・マスコミの三つのコースがある。三つのコースに共通する主題は、「ことば」の研究である。この基礎の上

に、国文・文芸の二つのコースは、古今東西の文学作品の研究を一層深めることによって、それぞれの時代を、人間の生き方を追求し、マスコミ・コースも、同じ基礎の上に、ことば(伝達)の世界を通して「ものの見方、考え方」を学ぶべく用意されていると、私は理解している。一見異質のように見えるこの構成も、それぞれのコースが古典の時代から現代・未来までの世界を包含するよう作られている。マスコミのコースは、そのなかの「現代から未来」の部門に重点をおいて、学生たちが、これから将来の知的活動の方法論を学ぶコースといえよう。

従来、マス・コミュニケーションは、社会学のなかの問題として取りあげられてきた。新聞・ラジオ・テレビなど種々のマスメディアを通じてのコミュニケーションとして、その送り手と受け手の問題、社会的機能、その功罪などが論じられてきた。しかし今日のようになり、マス・コミュニケーションの規模が大きくなり、人びとのなかに深く根づいてしまると、社会学のなかの一部門というよりも、マスコミの現状から出発するマスコミ学が生まれてくるのは当然といえよう。

マス・コミュニケーションの歴史は、グー

テンベルクの活版印刷術の發明から、産業革命を経て現代のエレクトロニクス時代まで、その時代の動向をぬきにして語ることはできない。それぞれの時代の背景となった社会や人間を、人類の歴史の上の的確にとらえることは、人間の歴史を、マス・コミュニケーションの視点からながめなおすことである。現代のマスコミを考えることは、現代社会の人類史における位置を考え、その仕組を考え、そのなかにおけるマスコミを考えることである。そのためには、日本の、そして世界のマスコミ界の動きを知り、現状を分析し、批判し、将来を予測する。

マスコミの未来は人間社会の未来でもある。人間の望ましい未来とは何かを、個々が考え、現代の社会や、現代のマスコミについて知り得たことをもとに、自分がそのために何をなし得るかを考えねばならない。それが、短大に学ぶ二年間を通じて、学生たちが出さなければならぬ答えにほかならないと、私は思うのである。