

1999年産業社会学部主催シンポジウム

市民のメディア参加

－ パブリック・アクセスを考える －

パネリスト：津田 正夫^{*}

柳澤 伸司^{**}

吉富志津代^{***}

コーディネーター：鈴木みどり^{****}

産業社会学部研究委員会では、1999年度の研究活動の活発化を図るひとつのてがかりとして学部主催のシンポジウムを開催することになり、その第1回目として7月9日（金）に「市民のメディア参加～パブリック・アクセスを考える～」を企画した（於・アカデメイア立命）。このシンポジウムの開催にあたっては、情報・メディア・コースに所属する教員を中心に院生、学部生の有志を加えた実行委員会が組織され、全体の構想、外部から招くパネリストへの依頼、学内外への広報活動、当日の運営などの諸作業を行った。

当日は、メディアと市民、パブリック・アクセス、というメディア研究の領域ではきわめて今日的で、関心の高いテーマを取り上げたシンポジウムであったこともあり、学内外から研究者、諸市民活動（NPO）関係者、テレビや新聞などのメディア関係者、そして学部生や院生と、90名を超える参加者があり、活発な討論が行われた。このような実り多い研究活動を可能にくださったパネリストの方々、とくに学外からこの日のためにご参加くださった津田正夫氏、吉富志津代氏に、この場を借りて心からお礼を申しあげる。以下は、パネリストの発言を中心にまとめたシンポジウムの記録である。（文責：鈴木みどり）

パブリック・アクセスの可能性を探る

鈴木 今日のシンポジウムのテーマは、市民とメディアの関係、特に、市民のメディアへの参加をパブリック・アクセスという観点から考えようというものです。パネリストとしては、いま注目されつつあるパブリック・アクセスの領

域で、研究と実践の両面でご活躍されている3人の方をお迎えしました。それぞれの方に問題を提起していただいた後で、参加者の方々とともに活発な討論をしていきたいと考えています。

振り返ってみますと、アメリカの市民がテレビのパブリック・アクセス・チャンネルを使って自分たちがつくった番組を自由に、無料で放送しているという情報が日本に入ってきたのは1980年後半だったと思います。私の記憶では、そういう情報を日本に最初に伝えられたの

* 東邦学園短期大学教授 / 元NHKプロデューサー

** 立命館大学産業社会学部助教授

*** FMわいわい / 多文化共生センター・神戸

**** 立命館大学産業社会学部教授

は粉川哲夫さんというメディア・クリティークの研究者(現・東京経済大学教授)でした。粉川さんは、当時、ニューヨークにあって、この問題にもっとも早くから取り組んできた「ペーパータイガー・テレビ」(Paper Tiger Television)というラディカルなグループの人たちと交流されていました。

私は、粉川さんのご紹介で、1993年1月にペーパータイガーの創始者であり、パブリック・アクセス活動の“ゴッドマザー”と呼ばれるディーディー・ハレック(DeeDee Halleck)さんを日本にお招きして、東京で国際フォーラムを主催しました。今から6年前のことになります(その詳細は『メディア・リテラシーを学ぶ人のために』第3部1章に収録されています)。

この国際フォーラムで、「ペーパータイガー・テレビ」と、このグループを中心とする全国的な組織として「ディープデッシュ・テレビ」(DeepDish Television)があり、草の根の市民たちがパブリック・アクセス・チャンネルを使って定期的に番組をオンエアしていることを知りました。その時、市民が作ったテレビということで、数多くのビデオを見せていただいたのですが、そのなかに湾岸戦争報道を扱うビデオがありました。それは「ペーパータイガー」を中心とするビデオ・アクティビストたちによる「ディープデッシュ」の活動を全米に広めるきっかけとなったものです。

ご存知のとおり、湾岸戦争危機は1990年8月にイラクのクウェート侵攻で始まりましたが、それから1991年1月17日の開戦に至るまでのほぼ半年の期間に、「ディープデッシュ」、「ペーパータイガー」に関わる市民たちは戦争を起こさないための「湾岸危機プロジェクト」

を立ち上げ、寝食を忘れてパブリック・アクセス活動に取り組んだのでした。ビデオは30分のシリーズで10本からなっています。

ビデオの画面にみる湾岸戦争は、私たちが“お茶の間の戦争”といわれ、日本のテレビの画面を通して体験したあの湾岸戦争とはまるで違うものでした。当時、同じ戦争をそのように異なる視座から捉え、問題の所在を示し、批判を展開するテレビが市民の手で制作され、パブリック・アクセス・チャンネルから放送されていたのです。それは、全米で放送されたとはいえ、メインストリーム・テレビに比較しようもなく小さなテレビで、アメリカでみた人の数は限られていたと思います。それでも、当時、実際に放送されていたのです。この事実を知ったときに、私はパブリック・アクセスという理念の重要性とその可能性の大きさを教えられました。そういう記憶がございます。

あの国際フォーラムから6年を経て、今日では、日本でもパブリック・アクセスへの関心が高まり、さまざまな活動が展開し始めています。今日のパネリストとしてお招きしました吉富さんのように市民の手で「FMわいわい」を立ち上げ、テレビ局ではなくラジオ局ですが、すでに実践を始めている人たちもできています。このシンポジウムでは、そうした日本での展開を整理し、21世紀へ向けた市民のメディア参加、パブリック・アクセスの可能性を展望してみたいと考えます。

それでは、3人のパネリストをご紹介します。津田正夫さんです。東邦学園短大教授で、元NHKプロデューサーです。大学ではメディア論を教えておられますが、自称「メディア・アクティビスト」でもあります。

柳澤伸司さん。本学部で情報産業論を担当し

ておいでです。京都にはローカルテレビ放送のKBS京都がありますが、この局はさまざまな経済危機を乗り越えています市民と共に再生しつつあります。それを支える市民たちの手で昨年「アクセスクラブ」が誕生しましたが、柳澤さんはその呼びかけ人の一人です。

吉富志津代さん。阪神大震災を契機に神戸の長田区を中心に始めました市民のラジオ放送局「FMわいわい」を立ち上げられた市民の一人です。ご経験や今、何をなさっているかを語っていただけだと思います。それでは、まず津田さんからお話を伺いたいと思います。

アメリカのパブリック・アクセスに学ぶこと

津田 1995年までNHKで報道番組を作っていました。東京では「モーニングワイド」(現在の「おはようっぼん」)のデスク、衛星放送第一テレビのデスクとして番組をまとめる仕事をしていました。私はNHKに1966年に入りましたが、その頃は素朴な感じで、取材先と取材者がそんなに離れていなかったのですが、だんだんメディアが巨大化して、仕組みも複雑になり、郵政省の監督を背景にして市民に向かって開かれていない状況になりつつありました。それに対して疑問を感じて、在職中から市民の思いがどうしたらうまく表現できるか試行錯誤してきました。

最後は名古屋局にありましたので、市民がボタンを押したら1分間ビデオが回って、市民が伝えたいニュースやメッセージを伝える「メッセージ60」という番組をローカルの時間帯に放送する仕組みを作りました。そうしているうちに、機会があり大学に行ったわけです。

私の最大の関心は、市民とメディアがどのよ

うに大人の関係を作っていけるかということにありまして、メディアを告発しようと思ったり、かといって擁護しようと思っているわけではありません。1997年に数人のグループでアメリカ合衆国のパブリック・アクセス・チャンネル(以下、PAC)の実態を見て回って、市民がテレビカメラやスタジオをあやつり、自在に個性的なテレビ番組を作っている様子を目のあたりにしてきました。(詳細は津田正夫・平塚千尋編『パブリック・アクセス—市民が作るメディア』リベルタ出版、1998)

簡単にPACの仕組みの輪郭だけ申し上げたいと思います。

アメリカでのケーブルテレビのメジャー化を背景にして、PACが普及してきました。ケーブルテレビは、日本と同じようにビル陰、山陰、僻地における難視聴の改善のために地下ケーブルを敷いています。同時に容量が大きいので30~130チャンネルくらいとれるようになりました。ケーブル事業者は公道、側溝、道、電車などの側、つまり市民の財産を使って利益を得るわけです。なおかつケーブルは、水道や電気のように各地域に一つの業者があればいい。そこで、地方自治体はフランチャイズ権をケーブル事業者に対して与える見返りとして、チャンネルの一部の開放とそのために必要な資金として売り上げの5%までをコミュニティに納めることを要求できます。

通常、コミュニティに対してパブリック、教育、自治体という3つの種類のチャンネルが開放されており、それらのうち、市民が自由に番組を放送できるチャンネルをPACといいます。PACは、市民が制作したものを市民が編集権を持って、ノーチェックで放送しているチャンネルのことです。また、市民がアクセスできるよ

うにトレーニングや機材や設備、カメラ、スタジオ等を提供するのがアクセス・センターです。その多くはケーブル事業者やNPO（非営利活動組織）によって運営されています。

公共のスペースで市民が発言できるというのは、アメリカ建国以来の伝統です。公共の電波を使って得た利益の還元をケーブル事業者に求め、公共のスペースを電波の中にも実現するため、いろんな法律ができたり改正されたりする中で、84年にケーブル・テレビの10～12%をアクセス・チャンネルに使うこと、その中に3種類のものを作ることが義務化されていったわけです。若干の手直しはありますが、基本的にはその仕組みの中で各地にPACが増えていったという状況です。

実際にどんなふうになっているのか。「百聞は一見にしかず」で、ビデオを撮ってきましたので冒頭の部分を見ていただきたいと思います。

映っている「マンハッタン・ネバーフッド」はコミュニティに9チャンネル、今年10チャンネルで来年11チャンネルを開設します。9チャンネルのうち市民が持っているのは、4チャンネルあります。ここで制作しているのは市民です。仕事を終えた後でボランティアでやっています。シンプルな機材でやっています。日本の女性会館とかセンターの機材は、形ばかりすぎて初心者には使えないようになってるのは問題だと思います。

アクセス・チャンネルについて、見て、聞いて、歩きましたが、知っている人も、知らない人もいて、「つまらないね、見たくないよ」と言う人もいます。視聴率は測ったこともないし、測れない。作った人だけは見ている。「じゃ、やめたらいいんじゃない？」と言うと、「それ

は絶対やめられない。大事な仕組みなんだ」と言います。アメリカの民主主義ではどんな意見でも保障される。見ないけれども誰でもものを見ることが出来る仕組みを作っている。例えば、少年の殺人事件があった時、教育の問題があった時、地域特有の問題があった時に威力を発揮して、大きな討論が起こったりしていくことがあります。アメリカ民主主義はこんなものかなと羨ましく感じました。

鈴木 パブリック・アクセスとはどんなものかを、ビデオである程度のイメージは掴めたと思います。それでは次に、柳澤さん、お願いします。

地域放送局と市民がつながる

柳澤 私が今かかっている地域放送局と市民をつなぐ試みについてお話したいと思います。私がかかっているのは、KBS京都という既存の民放局で、市民が番組に参画していく仕組みを作るという試みです。このような試みが出てくる背景には、ご承知のように、世界的なデジタル化の展開があり、日本でも郵政省と放送事業者の間で議論が進められ、デジタル化による多チャンネル化が目前に来ているという状況があります。

デジタル化することで今の放送スタイルが変わっていかざるをえない状況が考えられるのではないのでしょうか。特に、大きく変わっていきと考えられるのは、第1に民間放送局の経営のあり方として、広告で成り立っているスタイルを変えざるをえなくなるという点です。つまり、デジタル化によって、広告会社がターゲットをデジタル情報、インターネットをはじめとして、そちらにシフトしつつある動きも出てき

ているからです。民放はキー局、準キー局までは何とかその事態に対応できたとしても、ローカル局は深刻な影響を受けると予想されています。

第2に民放の運営形態から考えますと、放送内容にショービジネス的な側面が強くなるのではないかということです。報道の娯楽化は否めないでしょう。現在でも、報道なのか娯楽なのか疑問に感じるスタイルが往々にして見られます。例えば、事件が起こりますと、そこに集中的な形で取材に押しかける。そういうことが重なって、視聴者の側に放送に対する不信感が増殖していく環境が生まれてくるような気がします。

もちろんデジタル化のメリット、デメリットがあるわけで、多チャンネル化による専門チャンネル化、さらにセグメント化されていく状況は肯定的にとらえられますが、その一方で情報が細分化されていくのではないかという懸念もあります。

デジタル化、多チャンネル化という大きな変化の中で市民を巻き込んだ放送文化、放送経営の可能性がどういう形で考えられるか、という問題をたてることができます。

放送の経営基盤、とりわけローカル局が厳しい状況に追い込まれた時、広告会社を經由して番組を作ってきた民間放送のあり方に変化が訪れるだろうと考えられます。そこに市民が参画する可能性が生まれてくるのではないのでしょうか。もちろん、市民の側も潤沢にお金があるわけではありませんが、番組に何らかの形でかわっていく方向性が大事だと考えられます。

そのような試みの一つとして、KBS京都と市民がつながるという動きが1988年に生まれました。日本放送労働組合(NHK)京都分会とK

B S京都の労組(現在、京都放送労働組合)と一緒に、「放送フォーラム in 京都」を88年から毎年開催しています。市民が放送に携わっている人と一緒に番組を見たり聞いたりする集まりです。

こういうフォーラムは全国でほとんど行われていません。京都の場合、放送労働者の側が積極的に市民を呼び込む形で一緒に放送のあり方を考えていくスタイル、NHKと民放と一緒にやっている点が特徴的です。残念ながら、これについて広く知られているわけではありません。

KBS京都は、経営的に厳しい状況に追い込まれた時期があり、今でもその状況は続いています。バブルの時期に会社が丸ごと抵当に入ってしまったという事件の結果、郵政省から期間限定付きの1年毎の更新で免許を与えられるという異常事態も続いています。その中で、地元のメディアを消すなどということで、KBS京都の労組は市民から署名を集めたわけです。40万人の署名を集めてKBS京都の電波を現在も流し続けている経緯があります。

今後、民間放送を維持していくために新たな経営内容、放送のあり方が考えられないだろうかということで、KBS京都が一つの実験を試みています。

1995年から「京都大好きラジオ」というラジオ番組ができました。「京都大好きラジオ」のレポーターをやっている人が中心になり、サポーター会議で市民を集めて一緒に企画を進めていく。ディレクターが責任をとるわけですが、市民からアイデアをもらって、場合によっては発言した人が自らラジオの時間帯にコメンテーターとして出る。そのようにして番組の企画に参加していくケースが続いています。

1998年には、「KBS京都アクセスクラブ」が誕生しました。「KBS京都アクセスクラブ」は会員一口12,000円、個人会費は月1,000円で番組に参加するという仕組みです。集められた費用で98年10～11月に「京の暮らしとまちづくり」を「京都大好きクラブ」の10分間のコーナーで企画し、番組として放送しました。費用の面からいって、このくらいのもしかできていませんが、市民が番組づくりに参加する可能性として考えられるのではないかと思います。

本来、公共放送であるNHKは、そういうことを提案していくべきだと考えています。NHKに対して受信料としてお金を払っていますが、その分、どれだけNHKが市民に対して情報を伝えているのかということは心もとない状況です。

具体的に、「市民アクセスクラブ」は年間12,000円払いこんでどれだけのことのできるのかというと、まだまだ始まったばかりです。ラジオの10分間でいいのか。ドラマを作りたいという人もいます。しかし、ドラマを作るにしても費用をどうするのか。スポンサーをどう見つけてくるのかについては、これから議論していかなければならないわけですが、しかし、市民が放送に参加していくスタイルを一緒に育てていく方法を模索しているところです。

阪神・淡路大震災から生まれたラジオ局

鈴木 次に吉富さん、実際にコミュニティ・ラジオを立ち上げられたところからお話し下さい。

吉富 「FMわいわい」のエリアは神戸市長田区の区単位で10wの出力です。テレビに比べるとラジオの規制は緩く、市民が発信しやすいの

ですが、「FMわいわい」は素人の市民が必要に迫られて立ち上げた放送局です。インターネット放送で世界にリアルタイムで発信しているので、世界からメールの反応もあります。地域に特化しながら世界に発信しているラジオ局です。このラジオ局が生まれた背景、経緯、具体的な課題、現在やっている地域で、どう利用しているかについて話ができればと思っています。

そもそも神戸市の長田区はケミカル産業が盛んなところで、家賃も安い地域です。従来から韓国・朝鮮人の方もたくさん住んでいたところに最近ではベトナム人、南米人など外国人の多住地域でした。人口の1割を外国人が占めています。そういうところに阪神・淡路大震災が起きました。被害が大きかったのは皆さんご存じだと思います。私はその頃、南米のある国の領事館職員として、日系人が日本に出稼ぎに来て起こるいろんな問題に対応する仕事をしていました。

阪神・淡路大震災が発生した時、スペイン語の情報が流れないで困ったという声が、普段からかわりのあるところに直接たくさん来ました。これは、南米の人だけではなく、日本語を理解できない人たちに起こった同じ問題だと思います。

長田区に多い外国人は韓国・朝鮮の人だったんですが、彼らの場合は、もう少し切実な心配がありました。関東大震災が起こった時、朝鮮人虐殺があったという歴史的事実です。そこで、大阪市内でミニラジオ局をやっていた同胞の人たちが情報を正しく流そうと、バイクで機材を運んでとにかく電波を流し始めたのが長田区でのラジオ放送の始まりです。震災後2週間くらい経った時でした。韓国・朝鮮語と日本語

で、情報とその国の音楽を流しながら、昼と夜の2回にわけて放送が始まりました。それがミニFM局「FMヨボセヨ」です。

同時期に、いろいろな国のさまざまな情報をネットワークして、この危機を乗り越えようと集まった「外国人救援ネット」という支援団体も立ち上がりました。そのネットワークの中に、ベトナム人のための救援組織、「被災ベトナム人救援連絡会」が長田区の鷹取教会の鷹取救援基地で発足して、どういふふうに情報を提供しようかと話しあっていた。その時「FMヨボセヨ」が、ベトナムの人も情報が伝わらないだろうから、こういう方法があると紹介してくれました。

ベトナム語による情報は流れておらず、義援金はどうしたらもらえるか、どこに行ったら救援物資があるかといった細かい情報を広報で流したり、ボランティアの人たちが被災ベトナム人のためにいろんなことをしていた時期です。翻訳して紙に書いてプリントして配ることより電波で流す方が早いという状況の中で、「FMユーメン」が立ち上がりました。英語、タガログ語、スペイン語、日本語、ベトナム語の5か国語で始まりました。必要なだからと放送については素人の支援グループが中心になって立ち上げた放送局です。「FMユーメン」の立ち上げのビデオを見て、どんな混沌の中から立ち上がったかをご覧くださいと思います。

「FMユーメン」のスタジオはボランティアの人の手作りです。日本の新聞を読みながらベトナム語に訳す。外国人のコミュニティの人とかかわりができて、普段は隣人でありながら接する機会がなかったけれども、この時、一緒にやる意識が生まれたと思います。ベトナムの人からの反応で、いつも忘れてはいけないと思っ

たのは、「ベトナムの歌が公共の電波から流れてくる時、日本の社会で自分たちが初めて認められたと思った」という言葉です。

大震災が発生した時、行政機能がストップしました。これまでの社会の意識は、何かあったらお上が何とかしてくれる、という上から下りてくるような意識です。これは民主主義とはいえなかったと思います。しかし、行政機能がストップした時に、自分で何かやらないといけないという意識が芽生えた。互いに隣に住む人が大丈夫だろうか、地域の人を気づかう気持ち。たまたま隣にベトナムの人が住んでいたらベトナムの人は大丈夫だろうかという助けあう気持ちがベースにあったと思います。

「FMヨボセヨ」「FMユーメン」が始まった時の基本コンセプトは、「少数者の尊重」と「多様性の重視」だと思っています。そして、その二つの放送局が同じ区内で放送しているのだから、いつも一緒に発信すべきだという議論が生まれてきました。

郵政省はその頃、私たちが無許可で放送していたことを知っていたのですが、私たちは放送するに当たってマスコミを通じて社会的な認知を先にしてもらっていました。また、エリアが狭いとはいえ、日本で多言語で放送することはまだ行われていませんでした。そのような背景もあって郵政省から「この機会に協力しますので認可をとって下さい」と言われて、それぞれの人が得意分野で力を発揮して文書を作り、認可へと動き出したのです。

地震があって、ニーズがそこにあって、市民としての意識が芽生えてできたラジオ局だと思っています。それが地域社会に根付いていくためにはいろんな課題があるわけで、今、皆さんの手元にタイムテーブルがあると思います

が、毎日、それだけの番組を放送しているわけですから経費もかかります。人もいます。今は150人のボランティアと3人の専従で放送しています。カトリック教会の敷地をお借りして家賃がいらぬという恵まれた状況でやっていますが、維持していくには大変な思いをしています。認可のためには、株式会社の形をとらざるをえなかったのですが、資本金はかき集めて設立し、そのあとで専従職員の給料をわずかですが出し始めました。

維持していくためには、たくさんの課題があります。番組の内容ですが、既存のメディアが、放送権を獲得して作ったのとは逆の形でまわっていますから、思いはあるが、技術はない。放送するための勉強をしなければいけないし、内容についても洗練されたものにならないといけない。3年たって大分よくなりましたが、コンセプトである「多様性」「少数者の尊重」に絞って番組を制作していくためにはどういうことをしなければならぬかを考えると、課題は山積みです。

現在、放送中の番組のなかから三つ紹介します。「我ら学校放送部」という地域の中学校、高校の放送部の人たちが入れ代わり立ち代わり来ている番組。地域の声を流す番組。市場の活性化のために市場にサテライト・スタジオを設けて買い物に来る人も巻き込んだ放送形態で、市場のパーゲン情報を折り込んだ小さな情報を届ける番組。多文化共生センター神戸がやっている「多文化子どもワールド」でベトナムの女の子とブラジルの女の子、中学生と高校生ですが、自分たちの思いを語りながら自分たちのアイデンティティを確立していく番組で、地域の人に何げない学校生活を語ることで日本社会の教育の問題を考えるきっかけになればと考えて

います。

鈴木 1995年、阪神・淡路大震災が起こった年の暮れ、「FMユーメン」に吉富さんをお訪ねしました。教会の中に建っていて、小さなところで放送しておられました。そこにお訪ねして、コミュニティ・ラジオ運動の世界的な広がりについて、いろいろお話をしたことを思い出しました。市民グループとしてカナダのモントリオールに本部をおくAMARCという組織があり、インターネットを使ってグローバルな活動を展開していること、また、ニューズレターも出しておりますので、そんな活動のことをご存じでしょうか、というようなことを話しました。

率直に言って、あの時点では、吉富さんたちが始められたラジオ局が将来的にどう位置付けていくかを予想するのは難しいことでした。けれども、いまお話をうかがい、人びとのニーズの中から立ち上げ、郵政省から認可をとってくれと言われるような展開があったことを知り、感慨深いものがあります。

それでは、ここで、日本におけるパブリック・アクセスの可能性ということで、さらに具体的にどんな展開が考えられるかを、もう一度、パネリストの方々にお話しいただきましょう。

パブリック・アクセス：日本での可能性

津田 日本でアメリカのパブリックアクセスに近いことができるのか、するべきなのか、その条件は何か、ということについて個人の考えを述べてみたいと思います。地上波、映画、ビデオジャーナリスト、ケーブル、CSを比較した場合、地上波は制作費も高くして制度もハードにできています。市民がとりかかりやすいのは、

C Sとケーブルテレビです。全国で自主放送を編成しているケーブル局が1,000 くらいあります。その中で、自分のところで職員がいて自主制作しているのは300 くらいです。その中で中海ケーブルテレビ(米子のケーブル局)が信念を持って開局して、市民に自由に参加してもらうアクセス・チャンネルを作っています。頑固に週1日、アクセス・チャンネルの日を作って、青年会議所、学校などビデオ好きの人がやっています。維持していくのは大変なようですが。

私の住んでいる岐阜でも大なり小なりあります。ケーブルに入っている人は14%くらいです。名古屋の隣、常滑市に「明日の常滑を考えるネットワーク」というまちづくりのグループがあります。「あすとこネット」と略称して、常滑のまちづくりをビデオに撮り、ケーブルで放送しているのですが、C Sでも流して全国放送をしています。

4月から300のうち165局を結んで「Cチャンネル」という物産、観光、スポーツ大会、イベントなど地域情報だけを流す専門チャンネル(1日8時間放送)が始まりました。これは、岩手ケーブルが代表で全国を結んでいます。これまで福島の人たちが中心になって「ディナックTV」をC Sでやってきたのですが、もう少し大きくして165局のチャンネルで、C Sではなくケーブルでやっているわけです。

C Sでの市民制作番組は、ざっと分けたらN P Oがやっているもの、自治体がやっているもの、株式会社の形でプロダクションがやっているものがあります。完全に非営利団体としてやっているものとしては、J B S日本福祉放送が音声と映像で24時間放送を始めています。日本青年会議所も「J Cトーク」を月1回、公

共的なテーマ、環境問題、福祉の問題をテーマにやっています。自治体でやり始めたのは高知、三重、岐阜、宮城、岩手など、6県の知事が地域から日本を考える会議を作り、「地域から日本が変わる」という番組を「国会チャンネル」の中で毎週やっています。三重県が事務局です。

株式会社の形を取りながら一生懸命やっているのが大阪の「ピープルズチャンネル」で、今年4月から月1で新しいものを出し、リピートしながら番組枠を持っています。この10月から「ヘルスネット」という健康、福祉専門のチャンネルが始まります。苦勞して、いろんなことをやり始めています。N P O法もできて、市民活動が法人化され始めているわけですから、こうしたものを何とか実現していった方がいいと思います。

地上波のデジタル化が目前に迫っています。デジタル化すれば、一つのチャンネルが数倍に増えるわけです。今まで1坪の面積だったものが5坪に増えるのに、1坪で営業していた時に既得権を持っていた人、既存の放送事業者に優先的に電波が割り当てられているようです。また、放送事業を始めるためには、福祉法人といえども株式会社の形にしないとはいけません。回線料とか事業税、優遇措置は一切ありません。福祉法人でもポルノチャンネルと同じ競争条件のもとで、同じ回線料と所得税を払わされて競争させられるのです。情報化社会と言われているのに、これでいいのかと思わざるを得ません。

仮に制度ができたとして、市民に「どうぞ」と言ってもすぐに市民が番組を作れません。カメラを操作したり、編集したり、送出ししたり。技術の問題、人権の問題、わいせつの問題、著

作権の問題があるわけです。そういうことをトレーニングしていくような仕組みを行政とメディアと市民が一緒になって作っていかないと実現できないのではないかと思います。私たちは名古屋を中心にいろんな講座を開いたりして取り組みを始めています。

放送に求められる内容

柳澤 「KBS京都アクセスクラブ」は、クラブ員になると番組企画会議をはじめアクセスクラブ各種会議に自由に出席していただきます。放送局のスタッフとの交流やマスコミの講演会、アナウンサー講座、ビデオ撮影会の催しを企画します。こういうスタイルで始まっています。会員はまだ100人ほどしかいません。1,000人、1万人になると規模が大きくなってきます。

本質的に大事なことは、放送業界の人たちがきちんと市民に伝えるべき情報を伝えてさえいればいいのです。しかし、今は少なくとも伝えていないのではないかと。伝える努力をどれだけしているのか。同時に市民の方も放送を身近に感じる機会を掴みたい。自分たちが表現するだけに止まらず、放送をもっと知って、放送番組について意見を述べることで放送局とのかかわりはあると思います。しかし、そういう機会がなかなかなかったような気がします。

新聞なら投書で発言して掲載される。ある種、編集作業が伴いますが、表現をメディアを通じて伝えられる。しかし、放送はどれだけ市民の声を伝えているか。日本の場合は、現実的に厳しい。ニュース番組などで市民のコメントをもらっていますが、市民がどれだけ責任あるコメントをしているのか。見ている側にも送り

手がどれだけ責任を持って市民の声を伝えているかは疑問が残るわけです。

昨年1年間、スウェーデンに留学しました。スウェーデンは人口870万人で、国土面積は日本の1.2倍です。そこで放送されている番組は朝から晩までずっとというわけではなく、公共放送であっても放送していない時間が昼間でもあるわけです。なぜ、1日のべつまくなしに放送しなければいけないのか。緊急災害の放送のあり方はありますが、放送そのもののあり方を市民の間で議論する必要があるのではないかと。的確な放送内容を伝えているのか。もっと市民の間で議論すべきだし、争点を放送側が提示すべきではないかと考えています。

スウェーデンの公共放送で興味深い番組がありました。日本の『暮らしの手帖』という雑誌でやっている商品のチェック、そういう番組を流しています。市民がこういうことをやったら困った、ジャケットを洗濯したら縮んだ。SASでカバンを送ったら壊れたという話。番組でなにが原因かを追求します。スウェーデンでは、書籍の値段は自由価格です。それぞれの値段がついている。どこではどんな値段で売られているかを紹介する。それをやっているのが公共放送です。公共放送の役割は市民にとって何が大事な情報なのかを伝えること。そういう役割を日本の放送局がどれだけなしえているのかを考えることは、重要なことではないかと思えます。

どう地域に根づくか

鈴木 吉富さんに、コミュニティ・チャンネルを立ち上げる時、最も支えになったことは何か、パブリック・アクセスにとって何が必要

か、いま、何が一番不足しているか、こういうことがもっとあれば多くの可能性がある、というようなことをまとめていただければと思います。

吉富 思いとニーズで始まった放送局ですから、後から議論し、頭を打ちながら考えてやっているわけです。まず、ボランティアで維持することがどんなに大変かと感じています。維持するための経費は、どこかの援助もありませんし、番組の内容もやりながらよりよいものになってきたんです。

いくらマイノリティの人たちが発信する場を手に入れたとしても、3年も5年も聴かれない状態、反応がそんなに返ってこない小さな放送局でやる場合、モチベーションをどう高めるかという問題があります。いかに地域で役に立っているかが見えないと、CMがついてこない問題もあります。私たちが考えているコンセプト、「多様性の重視」「少数者の尊重」に特化した場合、発信すべきものを持った人が発信できるための環境づくりをやっていかないといけないということもあります。NPO団体とリンクして、地域の自治会の会報のような役割を果たすとか、内容を聴かれるためにはどんな発信をしたらいいかという技術を学ばなければならないと話合っています。

先月アメリカに行って見てきたんですが、アメリカのようにNPOがメディアとして発信をする一方で、技術を提供するNPO、それをサポートするNPOがあるという、さまざまなNPOが支えているという仕組みがまだ日本にはない。そういう中で少しでもできることから絞っていくと、養成講座をして、ミキサーの使い方とか、表現するにはどうするのが効果的かなど、具体的なものが必要ではないか。NPO

団体に呼びかけて地域にできたメディアをもっと利用してほしいと呼びかけるべきではないかと思っています。

もともと被災時に始まったラジオ局なので、その原点を忘れずに利用されないといけません。そのために区役所の区報にタイムテーブルを載せてもらい、長田区役所の中に「FMわいわい」に災害時の割り込み放送のシステムを作ったり。今、着手していることとしては、一つの情報が一斉に多言語で流れるシステムです。人が一つの情報を投げた時にいろんな言語にするネットワークを作って、そこをリンクして、しっかりしたシステムを作っておかないといけません。今、「FMわいわい」だけでなく周囲のNPO団体とリンクしながら話を具体的にしているところです。

放送する権利はある。それを生かしてどう地域に根づかせるかが課題で、地域の商店、企業が支えることのできる、役に立っているということが見えるような放送局にしていけないといけません。株式会社にしたので、助成金などNPOが申請するところには出せないのです。そのために「FMわいわい」友の会を作り、NPO支援団体が申請して支えてもらうことを始めています。

地域に特化して、地域から世界に発信すると先進的なことを言っているラジオ局ですから、インターネットでも反応はあります。しかし、荣誉ある賞「ギャラクシー賞」を去年いただいた時に、「東京に来て下さい」と言われて旅費の心配をしました。そういうレベルで心配しているのですが、せっかく手に入れた市民が発信する機会をどのように地域で役立たせるか、日々、他のNPO団体と一緒に考えている状態です。

鈴木 どうもありがとうございました。会場の参加者のなかには、パブリック・アクセスの研究を専門にしている方とかメディアの方、また、メディアや情報について学んでいる学生の人たちもいます。そこで、確認させていただきたいことがあります。吉富さんのところの運営費について。「FMわいわい」の運営は広告費によっているのですか？

吉富 基本的にはそうです。友の会の支援もあります。

鈴木 広告をとって、その収入で運営して、友の会を作られている。NPOの登録は？

吉富 していません。会費とか財団に助成金を申請しています。

鈴木 日本では昨年12月にやっとNPO法が施行されましたが、いろいろ不備な点が多いですね。アメリカでは市民活動組織の大半はNPOとして税制でも多くの優遇措置を受け、基金の申請もしやすい。さらに基金が豊富で、5,000ドル規模の小さいものから大きいものまで多種多様にあります。

吉富 たとえば、外国人の子どもたちの番組をするNPOとしてひとつの放送グループが財団に申請するようなことはあります。イベントを請け負う収入もあります。

鈴木 地方自治体の助成は？

吉富 地方自治体や財団にも申請しています。

鈴木 KBS京都のアクセスクラブの会費を使って番組を作るということについて、もう少し説明してください。

柳澤 ラジオの番組1本はまず不可能ですので、番組の中のワンコーナーを10分間、8回ほどやりました。人数を増やして時間を長くしようと広げてきています。残念ながら12,000円の会費で100人ほどなので、費用に限界があり

ます。市民アクセスクラブ提供のワンコーナーとしてトークの時間を確保しています。直接自分たちがスポンサーになって番組を作っていくことも考えています。市民からお金を集めて市民が番組を提供したこともKBS京都ではありません。自分たちが放送局の人たちとかかわっていくサポーター的要素は友の会と似ているようです。広告だけではなく市民がサポートすることで、ある時間帯を市民が買い取ることが可能になってくるべきだと思うし、そういう可能性をどうやって展開できるか。地上波でできればいいなと思っています。ケーブルテレビが普及していけば変わるかもしれませんが、今の法律や規制の中で情報を手に入れるのは容易ではない。できることからやっていけばと、身近な放送局としてKBS京都でやり始めています。

鈴木 中海テレビ、ケーブルテレビ局が開局以来、パブリック・アクセスに取り組んできているということですが、経営のやり方、経済的にはどうなっていますか？

津田 中海の場合は特別な才能の持ち主というか、高橋さんという戦略家がいる、秋から全国250局を結んだ1日18時間の地域チャンネルを出そうと。10億円を集めて、山陰・山陽・中国地方の170社から100万円ずつ、通産、郵政の補助金制度で10億円を集めてデジタルのビデオ蓄積センターを作っています。

地域情報ばかり集めて全国ネットを作ろうと。それに関して、観光協会にはたらきかけ、全国ネットで流せるとスポンサーを募っている。だけど集まらない。知恵袋のNという大商社の人がいる、その人がボランティアで応援してくれるんです。営業上得た知恵をつぎ込んでくれる。郵政の中にも理解のある若い官僚がいたりして。名古屋や岩手が始めたCチャンネル

の場合は、日本宗教衛星の空き時間をただで貸してもらっています。ビデオを出す側と放送する側は金の委託なしです。全国のケーブル局会員が1,000万円を出しています。

鈴木 会員登録をして空いている時間をただで借りる？

津田 個々にいろんな工夫があります。

鈴木 工夫をしながらやれないことはないという見通しですか？

津田 秋から立ち上がる福祉専門のヘルスネットワークは、維持していくのは大変だろうと思います。

鈴木 一人ひとりの市民には発言する権利、コミュニケーションの権利がある。アメリカ、ヨーロッパ、スウェーデンでもパブリック・アクセスが根づいています。それらの国では、基本として市民のコミュニケーションの権利が主張されています。このような理念を理解しているのはすべての市民ではなく、やはり少数者ですが、その権利をきちんと主張できる社会的なシステムを作り上げることで無料でパブリック・アクセス活動をすることができるのです。そのあたりが日本ではまだ十分に議論されることがないままになっています。それはこれからの課題といえるでしょうか。

それでは、ここで会場からのご発言、ご質問をお願いしましょう。

発言A 吉富さんにお尋ねしたいのですが、ベトナムの人が「日本社会は、自分たちがいるのに、いないかのように振る舞う社会だ」と言われたと。そこに「FMわいわい」のような放送局があることの意義があると思います。「少数者の尊重」「多様性の重視」ということで、運営に150人のボランティアがかかわっているそ

うですが、どういうところをキーポイントにしておられるのか？

吉富 放送局にいるんな国の人が入れ代わり立ち代わり来る。外国人だけでなく障害を持った方も来ます。目の不自由な方も番組を持っています。車椅子の方もいらっしゃる。その人たちと挨拶を交わすだけでも、スタッフの人たちには多様性を目に見える形で理解できるようになります。放送の内容についても、そういう人たちが発信していること自体が多様性になると。エリアの人に聴いてもらえる内容を充実することで、社会にはいろんな人が住んでいて、いろんな思いがあって、少数者の意見があることが伝わることをめざしています。ラジオ局自体が地域に根づくことが市民の意識を変えていくことになると思っています。

鈴木 手応えはどうか？

吉富 緊急時は重宝がられたんですが、普段は、今の日本社会ではラジオがメディアのメインではないですね。そのへんが難しいところです。顔が見える範囲では、「昨日こんなことを言っていたね」と声をかけられることはある、商店に行って。音楽番組などにFAXを送ってくるとか、そういう反応はないですね。確かに聴かれてはいるけれども、反応がどんどん返ってくるまでには行ってない。インターネットで世界からのメールはありますが。番組中にメールが入るということもあります。

鈴木 メールとつながっているのですね。

吉富 リアルタイムで。反応は番組によって差があります。

発言B アメリカのパブリック・アクセスではメディア・リテラシーの活動はあるんですか？

津田 メディアを読み解くとか、映像を分析するという形では、アクセスセンターで行われて

いると思えません。そこに機材とスタジオがあるので、使おうと思って来ているわけですから。著作権、人権侵害、商業放送に関することは講座として教えられます。プロデューサーの資格を持たないと番組を持ち込めないわけで、実践的メディア・リテラシーです。放送で何を出していいのかわからないのか、人を傷つけないために何をすればいいか、日々実践的になるのだと思います。作りながらこうしたらいいかとわかっていくわけです。そういうのをメディア・リテラシーというのでしょうか。

鈴木 パブリック・アクセス活動にかかわる人は、一連の実践講座を受けた上で電波を使って自分の作品を放送していく。その際、なぜそんなことが必要か、なぜそうしようとしているのかを考えざるを得ない。その過程で、自分自身が持っている表現する権利や社会的責任について、また自ら発信することの意味について学んでいくのです。

パブリック・アクセス・チャンネルで重要なのは、単なるメイン・ストリーム・メディアの真似ではないということです。真似だったら意味がないのです。大事なのは、自分が何を発信したいかです。ですから、なぜ、パブリック・アクセスか、という問いかけが大事なところです。そのなかで地域で発信することの意味を理解する。それこそがメディア・リテラシーの実践的な教育だと思います。吉富さんが養成講座の必要性を指摘されていましたが、重要ですね。そういうことを伝えていく場を地域で作っていくのが、活動を理解する人の輪を広げていくこととつながっているからです。

吉富 サンフランシスコに行った時、メディア・リテラシーの活動を見せていただきました。子どもはビデオで撮ることを学ぶ際に、見

た人がどう思うかを連想することを教えられ、そのなかでメディア・リテラシーを学んでいました。

津田 2か月ほど前、「ニュース23」で、カナダのメディア・リテラシーをレポートしてこられた下村さんがこの会場においでなので、メディア・リテラシーとアクセスの接点について、お話いただいてはどうですか。

鈴木 つい最近までTBSの報道記者をされていた下村健一さんですね。今日は、ニューヨークから一時帰国されているということで、参加されています。

発言C(下村) 子どもたちが自分で作る。こういうことをすればこうなるということを相手に伝えながら実践的にやると、その日から、テレビを見る目が自然に変わってくる。みな、そう言うんですね。パブリック・アクセスは自分の手で発信するというので、そのことは自動的にメディア・リテラシーの体験学習そのものだと思います。

アメリカに暮らして思うのですが、日本から視察で来られると、熱心なところを見てまわることになるから、アメリカはすごいなとなります。しかし、暮らしていると、「パブリック・アクセスって何？」という感じがある。テレビで面白いと思う場面で、それがパブリック・アクセスであることは、まずない。つまらないわけですよ。アメリカの友人たちも「尊重すれども愛用せず」。そういう実態があるわけです。アメリカでは資金を提供しようという申し込みがありますから成り立っていますが、日本では土台となる財団が少ない中で、これからどうやって実際に活動していくのか。それが大きな問題で、広告をとっていくと、広告主の意向を無視できなくなってくるかもしれないし、

そこが最大のネックになると思います。どうやって資金を集めていくかということが難しいと思います。

吉富 CMと別に、なぜNPOと組むのか、という問題です。NPO自体が注目を集めていて、特に、兵庫県には復興活動のための資金があります。それらの活動とリンクさせることで、NPOのメディアが存在する意味が生まれる。NPOがラジオを活用することを呼びかければ、その活動の中に入れて電波料を支払うということも意味のあることで、そういう理解を広げていこうと。アナウンサー講座などの提供も料金をとるということで広げていくのはどうかかなと思っています。地域で放送することが役に立つということになればいいなと。貴重な活動資金を「FMわいわい」が使うことで、それが価値のあるものにしなければならぬし、世界にも発信されるというような価値のあることだということを訴えていくと、企業にも利用してもらえるのではないかと思います。サンフランシスコの地域テレビ公社でも、市民チャンネルは全然聴かれていない。ではどういう戦略に変えようとしているか。NPOをターゲットにするということでした。私たちの考えもあながち外れていないのかなと思いました。

鈴木 NPOの数はアメリカでは大変なものです。大きな経済力まで握っていますから。NPOがそこまでいけば、共生できる可能性がある。

津田 アメリカの場合、NPOも市場原理の中に入っています。税制優遇措置のある公益団体です。しかし、聴かれず財団からの補助金も下りない。市民からの寄付もない。消えていくNPOもたくさんある。新たに参入し、消えていく。市場原理の下にある。地上波を含めて

ケーブルのパブリック・アクセスは優遇されている。無条件に与えられているので市場原理にさらされていない。だからつまらないと思うのです、事実関係として。

地上波でもアクセス・チャンネルは一杯あって、パブリック・アクセスでできた優秀な番組を集めてPBSで放送している。地上波で放送しているドキュメンタリーのなかには、出来がよくて、プロが作ったものに勝るとも劣らないものがある。

パブリック・メディア・センターという市民のための広告会社が制作しているあるNPOのための広告では、広告を出す時にクーポンを4つつけている。「この広告に賛成してくれたら貯金から1ドル引きます。さらに他のクーポンの一つは上院議長へ、一つはホワイトハウスへ、一つは大統領へ送って下さい」と、資金集めをしながら政策決定にも参加する。このように、アメリカのNPOは大統領にも議会にも影響を与えるという高度の戦術を取りながら資金集めをしている。多角的で戦略的です。

パブリック・アクセスはルーズでやりたい放題で、もっと市場原理にさらされてもいいなという面と、日本のJBSのような福祉チャンネルが、ポルノチャンネルと同じ放送をさせられていいのか、という面がある。福祉チャンネルはボランティアの主婦の方たちが朝から晩まで新聞を読んで、その無償労働によって支えている。市場原理に合わないから消えていいのかというのは、また別の問題で、ケースバイケースかなと思います。

鈴木 そういう問題についてもっと議論を深める必要がある、というのが日本の現状ですね。

津田 日本の絶対的な官僚制と巨大なメディア資本へのカウンターパンチとして言っているの

で、市民の側にもう少し力が出てきたら、市民が電波を持つようになったら、また違うレベルの展開が考えられますよね。甘えていいのか、ということも含めて。

柳澤 結論から言うと、いいアイデアはありません。状況は見ればみるほど深刻です。どれだけの可能性があるのかというとシビアだと思います。少なくとも「アクセスクラブ」を通じてメディア労働者と市民を結ぶという場をどれだけ持ち得るかということが大事ではないか。メディア労働者は忙しい。仕事で手一杯で、番組を評価してもらう時間をとれない。そのような状況は市民の側にもマイナスだし、送り手にもマイナスであるにもかかわらず、日常の仕事に追いこまれて、いい関係性を持ちえないで来た。日放労、民放労連をはじめ放送現場の人、市民を交えて意見交換をする場を広げていく。

市民がメディアに触れているかということ、視聴時間は3時間半を越えますが、番組ごとにどれだけ見ているのかを考えればシビアだということがわかる。必要な情報をどう求め、送り手の側がどう伝えるかという関係性を作っていくためには、現場と市民のコミュニケーションがなければ成り立たないと思う。それを積極的にどう展開できるか。その中で放送の経営がどのように成り立っているのかを市民の側にもっとオープンにしていく。市民がそれをどう支えるのか。制度的にどう変えたらいいのかも勉強すべきだし、市民もそれを知り、放送局の側も真摯に学びつつ、教えつつという関係性を広げていく。一気に経済的な安定を図っていくための工夫がいるでしょうが、現状では市民の意識のすそ野が広がっていない方が問題で、放送局の側にいる人たちが場を設けて、人々と交流を広げながら各地で展開を図って行く中でしか、展

望がないという気がします。

発言D(吉田) ここ2、3年、放送のシンポジウムを企画して、うまくいっている話を聞きます。生駒で近鉄資本でやっているケーブルテレビで市民が企画できる番組を作りませんかと呼びかけたところ100人くらい応募してきて、月1本のペースで流していた。それが近畿ケーブル開局以来一番いい視聴率をとった。そういう例もあるんです。共同通信に勤めている人の生き残り策の提案が通ったとも。

もう一つはラジオ沖縄です。女性運動と連動して女性を巻き込んで百万円ほど出してもらって、那覇市が百万円出して毎年1回、8時間放送する。放送局が降りて終わったのですが、一人の女性プロデューサーがいて、月1本で、15本番組を作りませんかということで、20人くらい応募してきて、視聴者がお金を持ち寄って自分たちの番組を作る。彼女が事業者や運動体からお金を集め、年間100万円で15分番組ができると。そういうことが可能だと。

KBS京都の試みでは、放送する人がいて、市民が下から支えるという上下関係を逆転させないとだめだと思います。市民が放送局をサポートする仕組みが必要ということですが、そうではなく、放送局が市民を支える。新しい知識の中で何を発信するか。市民の中のそういう人たちを支える仕組みを作っていく。成功事例は全国各地にある。意識のある、放送を作りたい人たちと連動することで、いろんな試みをしていると思います。

鈴木 よく耳にする議論で、日本は制度的に無理だから新しいことはやれない、アメリカみたいな制度にまず変えないとなにもできない、という消極論がありますが、このところ行政の方も柔軟になってきていて、制度がどうであれ、

やっしまえばいいと、伝統的な「日本人」の枠からはみでた日本人がたくさん出てきています。アイデアで勝負というやり方が少しづつですが機能し始めている。まず行動があって、それにつれてシステムの方を変えないといけなくなってくる。「実をとる」という方法があるんなどころで起こりつつある。パブリック・アクセスもそういう領域ではないかと思えます。

さらに、行動するからには、その内容を創造性豊かなものにして、既存のテレビ局が「面白そうなことをやっている」と興味をもち、あちらから近づいてくるような動きが地域で起こってくるのが大事なと。そのひとつの可能性が「FMわいわい」におけるインターネットとのリンクですね。インターネットの可能性は大きいと思います。そういう新しいメディアをどう使っていくか。パブリック・アクセスも新しい時代に入りつつある。私たちも試されているということではないでしょうか。

津田 関西でも動きがあると思いますが、東海地方と首都圏のアクセス運動の交流会が7月20日、中野商工会館であります。「民衆のメディア連絡会」の主催です。地上波の人たち、ケーブルの人たち、インターネットの人たちが集まって作っていきこうと。既成事実を作りながら地域メディアで町を作ろうとシンポジウムを

やります。参議院の通信委員会でもパブリック・アクセスをやれという質問に答えたりしている。しかしこちらの準備が整わないうちにできてしまうと困るということもあります。デジタル化の中で郵政も何とかしないといけないと思いは始めている。

鈴木 「デジタル化」は時代を語る大きなキーワードとなりつつありますね。これについて市民の側で積極的に学んでいかないと、取り残されていくでしょう。新しいテクノロジーがアツという間に開発される。しかも、それについてもっとも良く知っているのはいつでも企業、産業界です。市民の側には、それほど必死になる動機がないのです。今後、メディアのデジタル化、社会のデジタル化をどう市民のものにするか。インターネットは一つの手がかりですが、これからの私たちの知恵が問われているということでしょうか。

まだ語り尽くせないことはたくさんありますが、時間がすでに過ぎておりますので、またの機会に譲りたいと思います。今日は三人のパネリストのみなさま、会場においでいただいた多くの方々の熱心なご参加を得て、実り多いシンポジウムができました。心からお礼を申し上げます。どうもありがとうございました。