

現場の声に学ぶマスメディア入門

金井 啓子

(1) はじめに

筆者は、近畿大学文芸学部英語多文化コミュニケーション学科で、「Introduction to Journalism」と題する講義を担当している。二〇〇八年初めに近畿大学で教鞭を取るようになるまで、十八年にわたり通信社のライター（現在はトムソンのライター）で記者を務めた筆者が、英語を集中的に学習するこの学科で、英語力を生かしつつ記者になろうとする学生を育成することを目的のひとつとした講義だ。

この講義の名称を日本語に訳せば、「ジャーナリズム入門」となる。しかし、この名称をやや拡大解釈して「マスメディア入門」と言えるような講義とすることにした。なぜなら、この講義を二〇一〇年度前期に開講するまでの二年間、筆者は近畿大学で学生たちとさまざまな形で関わってきたが、報道、ジャーナリズムに対する関心を強く持つ学生や、その分野で働きたいと願う学生にあまり出会わなかったことが大きい。その一方で、マスメディア全般に関

心を持つ学生は少なくなく、たとえば、広告代理店や音楽、映画配給の会社、テレビ局でバラエティ番組を制作する部門、情報系雑誌の編集などの仕事に就くことには興味を持っている。

そこで、この講義では、マスメディアの各分野で働いた経験を持つ人たち、または今も働く現役の人たちを教室に招き、仕事の内容やその仕事ならではの独特な経験などを語っていただくことにした。ただし、聞きっぱなしでは学生たちの頭の中での整理が行われず、せっかくの講義内容が浸透しないと考え、各ゲストの話を聴くたびに要旨と感想を提出させた。

本稿では、この講義の内容や学生たちの反応を紹介した上で、この講義が今後目指すべき姿を考え、マスメディア、ひいてはジャーナリズムについて教える際のヒントを多少なりとも導き出すことを目的としたい。また、マスメディアの中でジャーナリズムに対する学生の関心が低い要因に

ついても若干触れたい。

(2) 授業の概要と学生たちの反応

「Introduction to Journalism」には、マスメディアの仕事に携わってきた（または今も携わっている）人たちを合計で七名、ゲストとして迎えた。広告代理店、新聞社、映画配給会社、通信社から各一名、メーカーで広報や投資家広報を担当した人が一名、そしてテレビ局から二名である。

講義では、マスメディアの各業種でどんな業務が行われているかといったことも、もちろん話が出た。しかし、こうした点はすでに他の書物などで明らかにされており、本稿ではその点は割愛するかごく簡潔に触れるのみとし、むしろ学生たちの反応に焦点を当てたい。

2-1 広告

広告代理店の電通に勤務していた田中実氏は、近畿大学に二〇一〇年四月に創設された総合社会学部の教授として就任した。広告代理店の業務内容や、広告と消費者のつながり、広告を含むマスメディアの歴史的な変遷に触れた上で、実際に放映されたテレビコマーシャルのビデオや新聞広告を見せながらの講義となった。

広告の歴史をたどる話の中で、企業から消費者に広告を一方的に発信する時代から、消費者の発信も可能な「双方向」の時代になってきた状況が紹介された。インターネットを日常生活の中で使いこなし、ミクシィを始めとする交流サイトを愛用している学生が多いせいか、実際の感触が分かりやすかったようで、「交流サイトの多様化により消費者の立場が重要視されていることがわかり、消費者の行動パターンがそれを裏付けているかのような内容だったので、とても興味を持った。確かに自分が使用して良かったものは、他人にも広めたくないので交流サイトや個人ブログの存在は大きい。企業からの一方的な情報発信ではわからない情報を消費者の発信で補い、両方の情報を自分なりに分析し、より良いものを手に入れようとするのが現在の消費者の在り方だと思う」という感想が寄せられた。

学生の身近なものを例に引いたのは交流サイトだけではなく、広告そのものもそうだった。住宅会社各社の新聞広告を教室の壁に貼って見せると、よく見かけるもののせいか、多くの学生は「ああ、見たことがある」とでもいうような、親しみを感じている表情を見せた。ただし、田中氏が「この広告の対象は誰だと思うか」と問いかけると、急に困ったような表情に変わった。同じ住宅会社が住宅を素材にした広告を

出しているも、会社によって、女性、高齢者、環境問題に敏感な消費者などと対象が千差万別だということを、普段の生活の中で意識する場面がほとんどなかったらしい。

「住宅会社の広告のうち、私は二枚を見たことがあった。ただおもしろいと思って読んでいたが、それはどのような人を対象に作られたか、だからこのようなデザインなのか、など考えていなかった」と受け止めた学生は、「広告を見る私の目が変わるだろう」と、今後の意識の変化を予測した。このほかにも、「今まで何気なく見ていた広告も、この講義を聞いてから、何をどのように伝えたいかということを考えながら見るようになった」との声もあがった。

田中氏が長く担当していた「ポッキー」のコマーシャルのビデオを、時代を追いながら順番に見せた際の学生たちの反応は興味深い。広告に時代の流れが読み取れることを実感したようだ。「徐々に女性の（ポッキーを食べる）しぐさが変わっていく。これは女性の社会進出が影響しているのだろう。広告というものを見ていくと、その時代背景、企業の理念なども見えてとても興味深い」という感想を述べる学生がいた。別の学生が指摘したように、「当時のCMを見るだけで、当時人気だった人やファッション等を読み取ることもできる」ことは、筆者自身も感じていたが、初期の「ポッ

キー」から徐々に女性のしぐさの変化してきたことには、田中氏が指摘するまで目がいかなかった。

受講者には広告代理店への就職を望む学生が数名いるが、それ以外にも今回の田中氏の講義を聞いて、「今まであまりマスコミ系統の仕事を考えなかったことがなかったが、自分の知らないことばかりでも興味深かったので、就職活動のときには広告などの職種も考えの一つとして考えてみようと思った」三年生がいたようだ。ただ、すでに就職活動が始まっている四年生からは「就職活動をする前にこの話を聞きたかった」という声があがった。

2-2 広報

パナソニック電工で資金・株式グループアドバイザーを務める角富雄氏は、コーポレート・コミュニケーションの両輪である広報と投資家向け広報の業務に長年携わってきた。

講義は『PR・IRについて』と題したものだだったが、「IRについては名前すら知らなかった」というのが、大半の学生たちの反応だった。いわゆるマスメディア企業に入社せず一般の事業会社に入っても、広報活動を通じて多くの人々にコミュニケーションをとる仕事に携われること、その対象は一般の人々だけでなく、投資家のみという仕事もある

ことを知ったことにより、マスメディアで働くという「狭き門」が少しでも広く感じられればいいと考えている。

PRとIRの業務内容の違いだけでも新鮮だったはずだが、それに加えて、IRでは企業にとってネガティブな情報も発信しなければならぬことは、かなり大きな驚きを感じる違いだったようだ。

学生からは、「故障したストーブの修理・交換のCMを流したときは、対応が早いと良い評価がついたのに、社内でボヤが起きたとき自衛消防隊が動いていたにも関わらず、先に付近住民に（消防署に）通報されてしまったために、対応が遅いと批判を浴びたというエピソードがあったが、メディアを通じてでは背景がわからないし大変だっただろう」という感想が出た。このように出来事の「裏側」を、具体例を豊富に取り入れながら説明してもらい、学生の理解もより深まったように思われる。

さらに、広報の仕事についてここで得た知識を、在学中や社会人となってからの生活に生かそうと考える声もあった。ある学生は、「広報の仕事は、いかに自分の企業に興味を抱いてもらうかという仕事である。それゆえに、工夫をなさねばならない。『工夫する』ということは、社会人になったときはもちろん、私たちが学校でレポートなどを提出するとき

にも必要とされる。自分の立場ばかりを考えるのではなく、その情報を受け取る側のほうを特に重視して考えなければいけない」と感じたそうだ。

角氏は英語を非常に流暢に使いこなすが、日本に住みながら、学生時代にさまざまな工夫を重ねて上達を果たしたそうだ。その実体験を聞いた今回の学生たちは英語を中心に学んでおり、将来もその英語能力を生かした職に就きたいと考える学生が多い。角氏が携わった業務について聞き、「英語が本当に重要になるのだと思った。情報発信・受信が日本だけならば重要にならないが、発信・受信が海外になれば世界共通の英語が必要になる」という感想を持った学生もあれば、「今と違い英語を学ぶ機会があまりないので、ホテルで外国人客を待ち伏せて一緒に観光したり、映画館で同じ映画を何度も見たりしたという（角氏の）勉強法にとっても驚いた。今はたくさん教材もあるし、英会話教室なども沢山あって手段は昔より遥かに多いのに、それを無駄にしてはいけないと思った」などと話す学生もあり、英語上達の面でも刺激を受けたようだ。

英語を学ぶ学生たちの多くは、「将来は英語を生かす仕事ができる」と話すが、具体的な職業のイメージを描けている学生は少ない。今回のように、実際に英語を生かして業務を

遂行している人の話を、在学中により多く聞くことが大切であらうと考えられる。

2-3 映画配給

映画配給会社である東宝東和に三十二年間勤め、二〇〇〇年に退職したという経歴を持つ阿部良行氏は、『映画配給ってなに?』と題して講義を行った。

映画に関する仕事に就きたいという希望を持つ学生はかなりの多い。ただ、映画に関わると一口に言っても、「制作」「配給」「興行」とわかれており、業務も多岐にわたるといふ知識はなかったようで、新鮮な驚きをもって話を聞いたことが、「一つの映画を上映するのに、こんなにもたくさんの人やお金が動いているとは知らなかった」という学生の言葉に感じられる。

カンヌ映画祭などはテレビの情報番組などでよく報じられるせいも、華やかな授賞式のイメージを強く持つ学生が多かったようだ。しかし、あの場が実際には映画の売り込みや買い付けなど商談の場でもあることを知って驚いたらしい。

普段はこの講義を履修していないが、阿部氏の話だけは聞きたいとやってきた学生は、「映画に関係した仕事に就ければと考えたこともあったが、映画の世界は狭き門だと聞かさ

れ、夢のまた夢だとすっかり諦めていた。しかし阿部さんの話を聞いて、『やっぱり映画が好き!映画の世界で働きたい!叶わない夢だとしても挑戦してみたい!』と思った」そうだ。「不況の影響で早まる就職活動に、日々不安と焦りだけが募り、自分のしたいこと・好きなこと・夢を追う勇気がなくなっていた。夢は叶うとは限らないけれど、最初から諦めず挑戦するだけしてみたいという思いが生まれ、就職活動に対するマイナスな気持ち少しマシになった」とも語った。ひとつひとつの仕事の具体的な魅力に触れないまま、「とにかく内定を取る」ことに振り回されて就職活動を行っている学生が多いとすれば、やむを得ないとは言えないことだろう。

一方で、今回の話を聞いて、映画配給会社に対する「提案」を用意した学生もあった。この学生は、映画を見るのは好きだが、映画館のチケットは学生には高価であるし、古い映画を見たい、同じ映画を何度も見たいという希望を持っているため、映画館ではなくDVDで鑑賞しているという。「まず、過去の作品を映画館で上映する劇場を作る。シネコンなどの多くのスクリーンを持つ劇場の一スクリーンでもいいから過去の作品を上映する。その料金はとて安く、一回五百円未満にする。(新作)映画の料金はもつと安く、たと

えば一律一回千円にする。映画の収入が減るといふ声が上がると思うが、それは過去の映画の上映でまかなう。もつと映画館を利用してもらえると、映画を見るときは飲食代や、シネコンなら買い物をもつてもらえるなどたくさんさんのメリットがあり得る。映画好きには、もつと簡単にそして経済的に映画の臨場感が味わえて「一石二鳥だ」というのが、この学生の提案である。

また、映画を見る人にとって映画がどんな存在であるのが、今と昔ではかなり違うことを、阿部氏の話から実感した学生もいた。「オリンピックの記録映画の話の時、正直、私は、そんなものを見たがるのかと疑問に思ったが、当時はそれしかオリンピックを見る方法が無かったということだったので、納得した」という。どのような情報も映像も、テレビやインターネット、携帯電話で瞬時に受け取れる時代に生きる彼らにとって、まだ「歴史」と呼ぶほど遠い過去ではない時代に、想像もできないような生活があったと知ったのは貴重な経験だろう。

2-4 テレビ局

テレビ局からは二名招いた。

一人目は、朝日放送で『おはよう朝日です』のディレク

ターを務める木戸崇之氏で、『ムーブ!』の疑問的テレビディレクターの疑問の「とらえ方」と題する講義を行った。一連の講義の中でただ一人、「学生に事前の課題を出してください」という依頼があった人物である。

以前放送されていた情報番組『ムーブ!』も担当していた木戸氏は、番組内のコーナー『ムーブの疑問』にならって、学生たちに「あなたがいま疑問に感じていることで、それをテレビ番組で見せながら説明すれば面白いだろうと思うことを挙げなさい。説明する自分だけでなく、視聴者が見ても面白いと感じそうなものを優秀とします」という課題を出した。大学の他の講義で出る課題とは随分毛色が違うと感じたのか、答えは工夫をこらしたものが多かった。

「なぜ、ゴキブリは人めがけて飛んでくるのか」

「なぜ、エレベーター内では、皆黙って階数表示を眺めるのか」

「なぜ人間の体には毛が生えているところと、生えていないところがあるのか。たとえば、脇は毛が生えているのに首は毛が生えていない」

「父親が娘に嫌われ始めるのは娘が平均何歳からか」

「ボクシング選手はSかMか」

「大阪の名物を使っているわけではないたこ焼きがなぜ大

「阪名物なのか」

「男の子供は、母親に似るといわれているのはなぜか」

「水嶋ヒロはかっこいい、北川景子はかわいいと大概の人は思うが、私たちはどこで判断しているのか」

等々、ユニークな「疑問」が寄せられた。紙面の都合で全て紹介できないのが残念だ。

こうした疑問を用意して臨んだせいもあってか、楽しみにしつつ講義の日を迎えたようだ。

「授業をする前の課題で『身近な疑問はなにか?』と考えたが、『物事はこうだ!』と決めつけて考えてはいけなと言われ、確かに世の中の噂・常識を鵜呑みにするのではなく、そこに疑問を持つと自分の世界はより広がると思っただ。疑問を持つと推測する力も探究心も大きくなる。また、解決するまで努力をして、知識を得て、解決するとそれが自信につながる」という感想を持った学生がいた。

また、疑問を解明する時に持っていることが望ましい能力のひとつとして、木戸氏は「バカの壁を壊すこと」を挙げた。つまり、自分が興味を感じることを集中して見るのをやめて広い視点を持つ、ということだ。しばらく前に流行った言葉でもあり、すでに浸透しているような言葉だが、学生には新鮮だったらしく、感想の中にこの言葉について述べ

る学生がかなりいた。

自分の経験と結びつけて、「私は接客のバイトをしていて、会話に困ることがしょっちゅうあった。そこで、幅広い知識を身につけようと、今まで見なかった分野の記事やニュースも見るようにした。すると、自分が今まで興味がなかったことの知識がふえたことよって、会話の幅が広がった。この『バカの壁を壊すこと』が、アイデアを出すことにも役立つことを知った」と書いた学生がいた。他にも、「私は普段電車に乗っているときなどは音楽を聴いていて、窓の外の景色や周りの人の会話などを聞こうともしないが、木戸さんの話を聞いて、これからは少し周りを気にしてみようと思っただ」といった声もあった。

一方、テレビ局に対する不信感と、今回の講義で学んだことを織り交ぜて書いた学生もいた。「なぜ(テレビ局は)嘘をついてまで番組を作るのか私は不思議だった。しかし、木戸さんの話を聞いて、彼らもおもしろい番組を作りたいと思うからこそ良心と演出との間で心が揺れてしまうのだろうと思うようになった。番組をもっとおもしろくしたい、もっと楽しくしたいと思う気持ちは良心を追いやり、やらせや過大演出に彼らを走らせてしまうのだろう。普段何気なく見ている番組もそういった制作者の立場や努力を考えてみると、

『たった三十分の番組』と想っていた番組も三十分以上の価値があるように思えて」きたのだという。

身近にあるテレビでも、こうして裏側や制作者の意図を知ると、違った側面が見えてくるのだろう。

さて、テレビ業界からの二人目は出野徹之氏である。関西テレビでスポーツアナウンサーとして活躍した後に、報道部に異動し、シンガポール支局長を経て帰国後は国際部長、さらに大阪府文化振興財団に出向して大阪センチュリー交響楽団の事務局長を務めて退任、という多彩な経歴を持つ人物だ。

『人事異動で広がった世界』と題して、アナウンサーから記者へ、国内からシンガポールへ、放送局からオーケストラへ：等々、これまで多くあったターニングポイントについて語った。人生の大きな分岐点に臨んだ時の心境は決して穏やかではなかったはずだが、出野氏は「とりあえずやってみよう」と積極的にとらえ、決して断ることはしなかったという。

学生たちは、出野氏のこうした態度に自分にはないものを見たようだ。「普通の人では経験できないような人生の岐路に立って、これを人生のターニングポイントだと前向きに決

断できることがすばらしい。特に、シンガポールでの勤務を自ら希望して行ったということに驚いた。高校、大学への入学、新しいバイトを始めること、何でも、新しい環境になることに関して恐怖を感じる。誰でも、自分の慣れた場所に居続けたいと思うのが普通だ。しかし、新しい一步を踏み出さなければ、何も始まらないし、いろいろな経験をした人にか分からないことがたくさんあるということはこの講義を通して知った」と語る学生がいた。また、別の学生は、「何かを決める時、私は安全策をとる事が多い。しかし、出野さんの話を聞いて今度からはどちらが安全かではなく、どちらが本当に自分がやりたい事なのかを考えて決めようと思った。正しい選択なんてこの世にはない。しかし、自分にとって後悔が少ない方をこれからも選んでいこうと思えた」と述べている。

さらに、「私は、一つのこと、一つの場所に依存してしまっていて、それが最も自分にとって安全であり、安心できると思っていた。しかし、出野さんの話を伺って、それは自分を変えるチャンスを自分で減らしているのだということに気付いた」との声も出た。

シンガポール支局を中心にマレーシア、カンボジア、インドネシアを取材した出野氏は、外国を訪問、あるいはその国

で生活する場合、「その国の人を好きになることを大切にする」のだという。

この言葉に対して、この夏に初めての海外旅行としてインドへの一人旅を予定していた学生は「正直に言うと、初めての海外は怖い。ましてや一人で行くのはもつと心細い。しかしその土地には住んでいる人がいて、生活をしているのだ。その土地の人たちと会話もしたことがないのに恐怖心を抱いているのは失礼な気もしてきた」と語った。実際に夏の旅を終えたその学生に会うと、体調を崩すなど辛い思いもしたらしいが、実り多い旅だったようで、次は中東方面に行きたいと言っていた。

2-5 新聞社

毎日新聞社の大阪本社編集局社会部で副部長を務める伊地知克介氏は、『新聞記者の仕事』急速な変化と不変のもの』と題して語ってくれた。

技術面の变化としては、原稿を書く手段が鉛筆からパソコンへ変化し、通信手段が伝書鳩、無線、ポケットベルから携帯電話へ変化し、デジタルカメラの登場によって写真現像の作業が消滅し、インターネットの発達によって情報が高速化したことなどが挙げられた。また、新聞の内容としては、調

査報道の重視、署名記事の増加による記者の個性の発揮、解説・分析記事の多用などが目立ってきたという。

一方で、変わっていないものとしては、臨場感のある記事・写真が大切であるという「現場の持つ力」、「権力と対峙する姿勢」、ライバルとの「競争と切磋琢磨」、どれが一番大切なニュースかを決める「価値判断の重要性」、世の中には面白いことがたくさんあると伝えて「読者の関心に応えること」などがあると、伊地知氏は語った。

伊地知氏の講義の前週にNHKのテレビドラマ「クライマーズハイ」前編を見せたのだが、その際には理解できなかった新聞社の内情が、講義内容を聞くうちにわかるようになってきたようだ。「新聞といえば、やはり記者の仕事の方が目立ち、デスクの仕事はあまり目立たないので、今回の話を聞くまではデスクという仕事についてほとんど知らなかった。今回の話を聞き、デスクという仕事は記者と整理部門の仲介役であり、とても重要な仕事なのだ」と理解した学生がいた。

学生たちにとって、新聞記者をテレビに映る記者会見などで目にすることはあっても、実際に話を聞くことはめつたにないだけに、いろいろな話が新鮮だったようだ。

「叫びあっている新聞社の風景や、現場に行きたがるよう

なやる気は不変のものであり、現場にいち早く辿り着く力のある奴、競争に生き残れる奴が今も昔も求められている人材だ、と話してくださった伊地知さんの言葉には、とても熱がこもっていて、話に聞き入ってしまった」という声があった。

ただ、自分が記者になってみたいかとなると、話は違ってくる。「クライマーズハイ」を見たとき、新聞社は時間や規則に縛られている上に、上司が部下に厳しいので、何が楽しいのか私にはよく分からなかった。実際に伊地知さんも夜は三時まで仕事をすると言っていたので、私には出来ない仕事だと思った」という感想が出てきた。

ところで、伝書鳩やフィルム現像という、実際に長く使われてきた方法について、「面白半分の冗談」や「ドラマの中だけで、実際はそんな事をしていない」と思っていた学生が少なからずいたことは驚きである。自分が生きている時代に目の前で起きていることしか知らない、興味を持たないという性質の人が増えているのだろうか。これをその証左と決め付けるのはまだ早い気がするが、少々危惧も感じる。

また、ある学生は、記者の仕事についての自分の考え方で、講義を経て変化した意見をあわせて表現した。「私は記者に対し正直良い印象を持っていなかった。真実を伝えると

いう事に命を懸けている方もいらつしゃると同時に、記事をおもしろおかしく書くことでお金を手にしたり誰かを傷つけたりしている方もいると思う。後者の記者のイメージがまさに頭にがある。そういう方がいるのも事実だとは思いますが、今回の講義で、記者の方が一つの記事を書くのにたくさん時間と労力を費やしているのを知った」という。

この学生が持つようなネガティブなイメージが、記者にはつきまとうのが現実だが、記者自身ができるだけ情報発信をして誤解を解く努力も必要だろう。実際に、この学生も今回の経験を経て、少しではあるが考えが変わった点もあったのだから。

2-6 通信社

「ロイター通信」の愛称で知られるトムソン・ロイター・マーケッツで経済記者として働く志田義寧氏は、『通信社記者の仕事』と題する講義を行った。同氏は筆者の元同僚でもある。

金融・経済情報を主に扱うロイターの仕事について聞き、学生たちは、業務のスピードがあまりに速いことや、社会部と経済部の記者の仕事がかなり違っていることに、驚いたようだ。

ある学生は、「すべての消費者に一秒でも早く情報を提供する。他社と比べ情報の発信がほんの十秒でも遅れると無価値になってしまう。たったの十秒で記者の評価、通信社への評価となってしまうことに驚いた。どこよりも速く情報を発する、しかし正確でなければならぬ。たとえ誤報であつても、自分の発した情報が、時として世界の市場を大きく変えてしまうかもしれない。自分の発する情報によって、何十億もの大金が動いてしまう。とてつもなく大きな責任を負う業種なのだと感じた」という感想をもらした。

志田氏が、それぞれ通信会社が異なる三台の携帯電話を取り出して見せると、スピードに対するシビアな戦いが明らかになり、驚きの声があがった。電波状況によって使い分けるだけでなく、相手につながる速さによっても違う携帯電話を使うのだという。

それを聞いて、ある学生からは「他社よりも先にスクープや速報を伝えなければならぬのは、本当に集中力と体力をかなり使うのだろう。夜遅くまで意見を聞きたい人の自宅や会社を張り込んで待つなどの仕事は本当に大変そうだ。(ライターの新ユースの見出しをスクリーンに) 映したものを見ているが、一分経過しただけで画面が満タンになるくらいの出発事が世界中で起こっていると考えたら、誰かが伝えなけ

れば人は知ることができないのだが、それが当たり前になりすぎていて気がつかないことが多いことが分かった。今や報道がない世界は考えることはできない」という意見が出された。

経済記者の役割を端的に示す例として、志田氏が「ベルリンの壁崩壊のスクープを流すのは、壁の崩壊を知らないことによって、間違つた方向にお金を使つてしまう人を無くすため」と語つた際には、「私が思つていた記者は、どちらかと言えば、社会部のように半ば責め立てるように取材をする人たちのイメージだったが、志田さんたち経済部の仕事は、お金を正しく使つてもらつたために取材をすること、情報を知っている人と知らない人の差を埋めることだと聞き、とても新鮮な感じがした。今までニュースをその様な角度から考えた事が無かつたのでとても驚いた」という声があがった。経済部の記者が報道するニュースが実際にどのような変化をもたらすのか、という実例が示されて、遠い存在だった経済記者が少しはつきりと像を結んだのかも知れない。

記者が守るべき基本姿勢のひとつとして、志田氏は「事実を連打することによってしか真実に近づくことはできない」という考えを語つた。この言葉は印象的だったようで、「真実を見抜くのは情報の受け手に預けて、記者は事実を伝え続

ける。そこに記者の仕事の魅力を感じた」という言葉が出た。ただし、経済記者にスピードを求める圧力の大きさに、「自分にはとてもつとまらない」という声が多い中では、少数意見ではあつた。

また、記者の仕事の利点として、「多くの人が生涯会うことができないような様々な会社の社長と会い、貴重な話を聞けること」を挙げた学生もいた。「私がおしとヨタの社長と会いたいのので会社を訪問したとしても、門前払いを受けるだろう。しかし、記者は社長に直接会うことができ、経済面だけでなく、様々な話を伺うことができる。そして、社長の話から、社会の見方や自分の考えが変わり、自分にとって大きなプラスになるだろう。記者という仕事は、様々な苦難を伴うが、自分にとって大きなものを得ることができる」と考えたのだという。

(3) 講義をふりかえって

「Introduction to Journalism」について、学生たちに、各ゲストの講義の後に感想を提出させただけでなく、学期末にも講義全体に関する感想を尋ねた。

学生たちの感想を見た限りでは、リレー方式で現場の人々を招いて話を聞くというやり方は、高く評価されたようだ。

「視野が広がった」「マスメディアで働く人の話を聞く機会は今までなかった」「今までに経験したことのない授業形式」などの声が目立つ。また、意図したことではなかったが、受講者が十五名程度と少なかったため、いわゆる講演会のような形で遠くで聞くのではなく、ゼミのような雰囲気話を聞けたことも、好印象につながったらしい。

学生の感想の中からひとつ紹介すると、「マスメディアというと、新聞記者やテレビ業界の仕事をイメージしていた。さまざまな業種の人から話を聞くことにより、今まで知らなかった業種について知ったり、仕事内容やその人の生活スタイル、業界の裏側など、普通に生活していたら絶対聞けないような話がたくさん聞けてよかった。また、今まで特に関心のなかった業種にも興味を持つよい機会になった」という内容だった。

「七名のゲストの講義のうち最も印象に残ったのは」という問いに対しては票が割れたが、最も多くの票を集めたのは広告業界から大学に転じた田中実氏だった。学生たちからは、「将来の選択肢のひとつに広告業界というものが増えた」「身近なおもしろさを取り入れていた。よく目にするもの、新たな一面を見られた」「常に新しいことを求めている、時代のニーズを見極めていたり、創造性にあふれた仕事だと

思った」などの声が出た。

また、講師陣はマスメディア業界の人々ばかりであったが、就職活動の真っ只中にあるいはこれから始める学生たちにとっては、いずれ働く場所がどんな業界であれ、「働く」ことの現実を現場にいる人たちから聞く機会を持ったことは有益であったようだ。そのことは、「働く」ということは単に『稼ぐ』ことだけではないと知った。『働く』ことは自分の成長にもつながるのである」という学生の言葉に象徴されているだろう。

一方で、この講義の修正すべき点についても、学生の意見を求めた。

「ゲストを呼ぶ前の週に学生たちに『〇〇の職業はどんな仕事だと思うか』というテーマで意見交換させ、その職業への興味・関心を高めてから次の週にゲストの話の聞くと、もつと感じ方が違ったり、質問をしやすくなる」

「せっかくの貴重な話なので、宿題で次週話してください。人の職種の基本的なことを調べるなどして、質問を考えてくれるほうがよい」

『クライマーズハイ』を見て、新聞記者がどのようなものか、ある程度知った上で聞いた伊地知さんの話は、とてもわ

かりやすかったし、話に入り込みやすかった。だから、どの講義の前にも、その職種を主題としたドラマや映画を見たり、簡単に説明したプリントを配るなどする」

「学生にどんな業界の人の話を聞きたいか聞いてから、来てもらう人を考える」

「雑誌記者・編集者の話も聞けると、もつとマスメディアに興味を持つ人が増えるのではないか。特にファッション雑誌は若い人たちからは切り離せない」

「現場に入れる機会があれば、行きたいという人はきつと多いと思う」

重複する部分もなくはないが、貴重な提言なのであえてできるだけ多く掲載した。今後の「Introduction to Journalism」ではこういった提言に基づき、実施可能なものについてはできるだけ修正していきたい。

特に、事前に予備知識を身に付けさせるといふ点は、教員として耳が痛い指摘であるし、すぐにでも改善を図りたい。

一方で、バラエティに富んだ講師陣を用意することは、解決が図りづらい困難な課題だ。他の業界と同様、マスメディアも東京への一極集中が進み、限られた予算では近畿大学がある大阪へ招くのが難しいのである。それでも、マスメディアの仕事に携わる人々が関西圏に全くいないわけではない

め、今後も筆者としては講義内容の充実を目指して、ゲスト講師候補のネットワークの開拓に努めたいと考えている。

(4) 記者に対する学生の関心

冒頭にも書いたように、受講者には、マスメディアそのものに関心を持つ学生は少なくないが、広告代理店や音楽、映画配給の会社、テレビ局でバラエティ番組を制作する部門、情報系雑誌の編集などには興味を持っていても、報道、ジャーナリズム系にいききたいという声をほとんど聞かない。これは、受講者に限らず、他の学生たちとの接触でも全般的に受けている印象である。

筆者が所属する文芸学部の英語多文化コミュニケーション学科に限った特徴ではなく、二〇一〇年度に近畿大学に開設された総合社会学部の社会・マスメディア系専攻の学生たちに聞いても、似たような反応が返ってきた。

記者という仕事への関心の低さは、私が接した学生がたまたまそうだという局地的な現象であれば、それほど問題視する必要はないかも知れない。しかし、あまねく広がった現象であると仮定すれば、ジャーナリズムの将来を脅かす大きな課題となりうる。まずは情報を得て現状を把握すべく、「Introduction to Journalism」の受講者に「記者になってみ

たいと考えたことがあるか。その理由は」というアンケートを実施した。

回答者十三人と規模の小さい調査だったが、「イエス」と答えたのはやはり四人だけだった。その四人からは、「海外の様子を自分の目で見てみたい。常に新しい発見をもたらしてくれそうな職業だと思う」「自分には無縁だと思っていた職種の人とたくさん出会えるのは、記者ではないかと気づいた。人が話したことに感銘を受け、書く。だから、また別の人の心を動かす。機械には出来ないことだから、記者に魅力を感じた」「たくさんの人に伝えられる力がある仕事だと思った。今まで自分が経験して嫌だったこと、悩んだことを伝えることによつて、同じような悩みを持つ人が一人でも共感し、その人の人生が少しでも明るくなるといいと思った」「小学六年生の頃、『世界がもし100人の村だったら』という本を先生に紹介されたとき、なぜか泣いてしまった。当時の私には信じられない世界を教えられたからだと思う。貧しい人と裕福な人、安全な所にいる人といない人、文字が読める人と読めない人など、世界の格差をもっと知りたいと思つた。この時の私の夢は世界に出て行って、さまざまな人と出会うこと、要するにジャーナリストに近いものになりたかつた。しかし、私一人が行動しても、世界はあまり変わらない

かもしれないと思い、多くの子ども達に世界の現状を伝えようと感じて、教師になりたいと思った。しかし、この夢の根源はジャーナリストになりたいという気持ちからだ」とという声が寄せられた。

「ノー」と答えた九人の答えを以下に紹介する。

「私は文章を書くことが苦手なので、おそらく記者は目指さない」

「人の話を聞きながらノートに書くのが苦手というのもあるが、私が記者になって仕事をしていることを想像できなかったからだ。人に何かを伝えることが自分にできるのか考えたとき、私には自信がないと思った」

「文章を書くのが上手ではないし、好きでもない。記者という仕事にまったく魅かれたいわけではないが、文章を書くということに対して自信がないし、普段から文章を書くことを面倒くさく感じてしまうことが多いので、記者になりたいとは思わない」

「文章を書くことが苦手だから。昔からあまり本を読まないし、作文というものが大キライだった。だから、私は記者に不向きだ」

「プライベートの時間と仕事の時間が混合しているように感じる。私は、社会人になっても、仕事一筋で生きていこう

とは思わない。家庭を作り、その家庭と友人との時間も大切にしたい。もし記者になれば、大きな事件が起きるとすぐに仕事をしなければならぬ。すると、家庭をあまり大切にすることができない。私は家庭と仕事を両立させたいので、記者にはなりたくない」

「働く時間や休みがイレギュラー過ぎるということと、一分一秒を競い合う世界は、想像するだけで頭が爆発してしまうのではないかと思われるほどストレスを感じるからだ。最近では、ネット配信などもあり、昔よりも一分一秒を縮めることが重要になっているので、精神的に辛そうだからだ」

「記者というと、たくさんの人にインタビューをして、記事作成をしなければならぬという、少し厳しい世界でどんな職業だという印象がある。また、ジャーナリストと聞くと、世界各地に飛んで取材をし、命の危険と隣り合わせであるという、怖い印象がある」

「真実を知りたいという気持ちはもちろんあるが、ニュースを見たり、話を聞いたりする中で、ジャーナリストに対して、やりすぎではないかと思うことが多くある。私の性格上、真実を知るためにそこまでやることは難しい」

「傷が癒えていない遺族に話を聞いたりして、よけい傷をえぐるという記者のイメージが私にはある」

こういった「ノー」の理由は大変興味深い。筆者は自身自身が元記者であり、記者という職業があまりに身近であったために、まわりの人たちが記者に対してどのようなイメージを持っているのか、そしてそのイメージによってどれぐらい影響を受けているのか、ということが十分に把握できていなかった。

時間が不規則、危険でしんどい、記者は取材対象に対してしつこすぎる、といった指摘は当たっている部分がないとはい。しかし、文章が苦手だから記者は目指すべきではないというのはやや誤解されている部分がある。その誤解を解いていくと同時に、記者の仕事の魅力をもっと伝えなければならぬのではないかと考えた。

(5) 最後に

初めて行う内容の講義をひとまず滞りなく終え、そして、その講義に対する学生たちの声をこのようにまとめる作業も終えることができた。これは、各ゲストおよび受講者の協力がなくては不可能だった。ここに、謝意を示したい。

しかし、これで終わりではない。

「Introduction to Journalism」の講義は、二〇一一年度も続く。

講義の運営にあたっては、より多くのマスメディア関係者の協力を、「ゲストとして講義を行う」「講義の方法に関して提言をいただく」という形で得る一方で、学生たちの声も可能な限り取り入れつつ、進めていくつもりだ。

今回の調査はサンプルが少ないため、これだけで学生の考えをすべてつかめたと考えるのは、もちろん危険なことである。だから、これからマスメディア全体や、その中のジャーナリズムに対する学生の考えを把握する作業は続けていきたい。

柔軟な姿勢で修正に修正を重ねた「Introduction to Journalism」が、学生たちにとって、マスメディア業界全体に対する知識や関心を高め、ジャーナリズムに対する誤解を解いて魅力を感じる段階に至るための助けとなるよう、願っている。