



人間の幸福に貢献するメディアとは？ — 311の原発事故の報道を中心に — (What Kind of Media Contributes to Human Happiness? - From the News Report on the 311 nuclear plant accidents -)

いとう たけひこ
(Takehiko ITO)

和光大学 心理教育学科 (日本、東京)

要旨：2011年の3月11日の東日本大震災では、地震、津波、という天災に加え、福島第一原子力発電所事故という人災も加わった。しかしその後の日本の首相は各国に原発をセールスして回っている。戦争や原発は人間の幸福を著しく損なうにもかかわらず、メディアが権力者に不都合な事実を隠したり加担したりしている。このような問題点に気づき、我々人間の課題をはっきりとさせるため、とくにマクロレベルでのメディアリテラシーが必要である。

キーワード：災害、情報、メディア、リテラシー、世論、操作、風評

はじめに：ある報道番組内容への圧力

以下の文章は原発事故から1年後の2012年3月11日の報道番組『報道ステーション』での古舘伊知郎キャスターの番組終了直前の発言である。

『報道 STATION』ではスペシャル番組として、去年の12月28日の夜、原発の検証の番組をお送りしました。津波で原発が壊れたのではなく、それ以前の地震によって一部、(福島)第1原発のどこかが損壊していたのではないかという、その追求をしました。今回、このスペシャル番組で、その追求をすることはできませんでした。“原子カムラ”というムラが存在します。都会はこことは違って目映いばかりの光にあふれています。そして、もう一つ考えることは、地域で、主な産業では、なかなか暮らすのが難しいというときに、その地域を分断してまでも、積極的に原発を誘致した、そういう部分があったとも考えています。

その根本を、徹底的に議論しなくてはいけないのではないのでしょうか。私はそれを、強く感じます。そうしないと、今、生活の場を根こそぎ奪われてしまった福島の方々に申し訳が立ちません。私は日々の『報道 STATION』の中でそれを追求していきます。もし圧力がかかって、番組を切られても、私は、それはそれで本望です。

2. 消されたビデオ

この発言は、現在でも以上の2つのウェブサイトで見ることができる。宮武(2012)によれば、震災で不通となった三陸鉄道南リアス線三陸駅のホームに立った古舘氏は、「この番組に関して後悔することがあります」と語りだしたという

宮武の記事にはこの放送の動画映像が埋め込まれていたようだが、現在では、消去されてしまっている。(次ページの写真参照)。



"古舘伊知郎 報道ステーション..."
 この動画は、TV-Asahi Corp. から著作権侵害の申し立てがあったため削除されました。

3. 圧力の背景

2011年3月11日以来、我々は地震と津波に加え、福島第1原発の事故による放射性物質の漏出という3つの衝撃を共有してきた。この事故は、地震により主電源が落ち、そのセーフティネットとしての補助電源が津波によって失われ、注水によりかろうじて大爆発を防ぐことができたものの、放射性物質が空気、土地、海に散らばり、あちこちのホットスポットの危険性も含め、現在に至るまで、多くの人々、とりわけ子どもの健康を案じる親たちを心配させ、苦しめている。にもかかわらず、その後の日本の首相は各国に原発をセールスして回っている。戦争や原発は人間の幸福を著しく損なうにもかかわらず、メディアが権力者に不都合な事実を隠したり、隠蔽に加担したりしている。このような問題点に気づき、我々人間の課題をはっきりとさせるため、とくに社会構造に注目して、マクロレベルでのメディアリテラシーが必要であると最近考えている。

4. メディアの中での対立

マスコミの中でも、現地に入り、良心的な報道をしようとする人たちと、広告料や政治的な圧力などに屈してしまっている上層部の人たちとの対立がある。このような対立をお互いが納得するように転換していくにはどうしたらよいだろうか？私は、この2つの対立した当事者の中で、正義という観点か

ら見て分が悪い方、すなわち、経営者側の言い分を聞くことが大事だと思っている。しかし、こういう立場では、真の理由を語ることは難しいことも予測できる。しからば、その理由を（具体的証拠が無くても）仮説生成的に推測することが重要である。

5. 広告業界とメディアの関係

推論のための一つの手がかりは広告業界とメディアとの関係である。

たとえば本間（2012, p25）によれば、東京電力（以下東電）の2010年度の単独広告宣伝費は269億円で、ローカル企業にもかかわらず全国第10位の金額を投じていた。また各電力会社が加盟する電気事業連合会の2010年度の前発推進対策費も何百億円に上っている。これらの潤沢な資金（もともと国民の電気料金）を使って有名タレントやアーティストをPRなどに起用している（佐高, 2011）。日立・東芝・三菱重工の前発企業御三家をはじめとして、関連業界からの広告料も膨大である。そもそも、東電の広告の目的は、商品売ることではない。広告主になることによって新聞や民放などのメディアに前発のマイナスイメージを与える報道をさせないためである。この広告料はそのまま、利用者の電気料金から出ている。メディアの大半は経営基盤を広告収入に頼っているためこれらの効果は大きい。本間は、その例として、俳優の山本太郎が前発反対を言ったために番組から降ろされた例のほか、忌野清志郎ひきいるRCサクセッションのCD

『COVERS』に「サマータイム・ブルース」

<https://www.youtube.com/watch?v=A9vnBJ7pLHE>

や「Love Me Tender/ (なに言ってんだ〜)」

<https://www.youtube.com/watch?v=kLyEg-eXf1g>

という反前発の歌詞の曲が収録されていたため、原子炉メーカーである東芝を親会社に持っている東芝EMIが発売中止にした事件をあげている。また、反前発の立場に立つ京大の小出裕章氏や作家の広瀬隆氏などもTVなどのマスメディアには出演が避けられている。

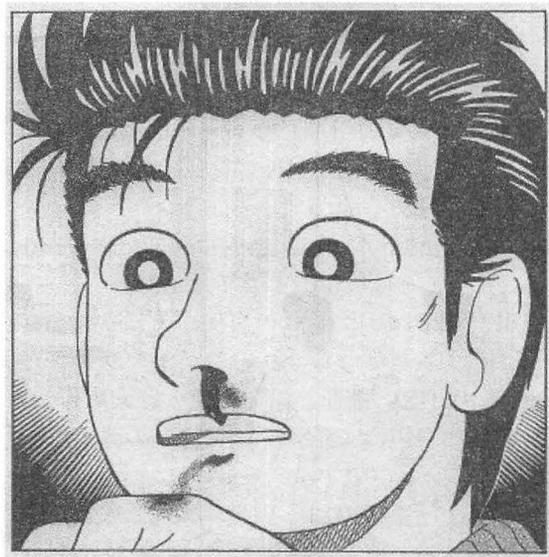
このような、電力会社や前発関連企業からの広告料の見返りに、前発推進に有利な報道を行っているマスコミの体質を改善することが必要であろう。

6. 学者と原子力産業の関係

学者と原発産業との関係も問題である。日本原子力文化振興財団による「原子力 PA 方策委員会報告書」(1991)によれば、原発賛成派を増やすための広報とメディア対策を「不美人でも長所をほめ続ければ、美人になる。原子力はもともと美人なのだから、その美しさ、よさを嫌みなく引き立てる努力がいる」と記述している。このメンバーには著名な社会心理学者が参加している。また、放射性物質の内部被曝の評価を巡っても、学者というアクターの存在は重要である。

7. 「美味しんぼ」の鼻血描写の報道

2014年5月の話題として原発事故と福島再生と鼻血に現れた健康被害の関係を扱った、雁屋哲の「美味しんぼ」(『ビッグコミックスピリッツ』連載)が、福島県など原発関連自治体や原発推進の立場の政治家などから抗議を受けている。これら自治体や政治家もやはり重要なアクターである。内部被曝問題では、ほとんど問題にしない学者から、外部被曝よりも危険であると主張する専門家まで、様々な言説が飛び交っている。ある種の見解に固執するのではなく、様々な立場からの対立した意見を検討して、一人一人が判断することが必要だ。



雁屋哲 2014 「美味しんぼ」 第604話 福島の実態 22

しかし、そのためには、上に述べたようなバイアスが現在のマスメディアにあることを我々が知る必要がある。そのうえで、対立する事実や意見を自分から探す能力もメディアリテラシーの重要な側面だと思っている。メディアリテラシーはとすれば、メディアによって与えられた情報を批判的に読み解く力ととらえられているかもしれない。しかし、真のメディアリテラシーは、何が報道されていないのかも含めた内容のリテラシーが必要であると思う。

8. メディアリテラシーの考え方

メディアの基本概念として、鈴木(2004)は、以下の8つに整理している。

(1) メディアはすべて構成されている。

ドキュメンタリーやニュースも含め、報道されているものはすべてある意図のもとに加工され創作されている作品である。映像や活字は現実そのものを表してはいない。TV局や制作会社や新聞社や新聞記者の作品あるいは人工物として理解する必要がある。元テレビアナウンサーの長谷川(2014)は「ヤラセ報道」「虚偽報道」「過剰報道」の実態を多くの例を上げて暴露している。

(2) メディアは「現実」を構成する。

ところがそういう作品を人々が視聴することにより、それが仮に虚偽や憶測に基づく内容であっても、社会的な「現実」となっていく。たとえば、マイケル・ジャクソンが尋常性白斑という皮膚病を患っているために皮膚の色が白く変化し、そのことに苦しんでいたことを公表した事実があったにもかかわらず、黒人のマイケルは白人になりたくて肌を漂白した、などゴシップ記事やワイドショーなどで報道されることにより、いつの間にかそれが人々の共有知識となり共通の記憶として残っていく(西寺, 2010)。「大本営発表」により戦勝という虚偽のニュースを繰り返された結果、戦争に勝っている共同幻想的な「現実」を信じ続けた民族があったことを忘れてはならない。

(3) オーディエンスがメディアを解釈し、意味を作り出す。

とはいえ、作品がストレートに視聴者・読者に影響を与えるのではない。報道の信ぴょう性も含めた解



釈や意味をつくるのは、視聴者・読者である。報道の受け手が誤って事実誤認をしてしまっても、それはその受け手にとっての「現実」ということになる。「大本営発表」を信用しない視聴者・読者もいた。しかし、それは少数であり、見つかると迫害・圧迫されたので、共同幻想の「現実」はなかなか変わらなかった。

(4) メディアは商業的意味を持つ。

新聞や放送局は民営企業である。またNHKは「営利を目的とせず、国家の統制からも自立して、公共の福祉のために行う」公共放送であるとされているが、最近では外部の制作会社も入れており、Eテレのアニメ「はなかつぱ」は民間企業も入った制作委員会方式で出版社や映画会社の援助を受け一方で、映画、絵本、などアニメの権利や著作権料収入など、利害関係を持っている(デヴ, 2014)。公共放送と言いつつ民間企業との利益相反がある。民放TVの場合、お客様は視聴者でなく「スポンサー様」である(長谷川, 2014)。

(5) メディアはものの考え方(イデオロギー)や価値観を伝えている。

政治的・経済的に権力を持つものは、ともすれば自分たちの体制維持のために都合の良いイデオロギーや価値観を人々に押し付けようとする。メディアによる世論操作や情報管理をおこないたいという強い動機を持っている。自由な情報の流れを妨げ、ある方向に導き、それが成功すると「支配的なイデオロギーは支配者のイデオロギーである」という状態になってしまう。その仲立ちとなるのがマス・メディアである。したがってマス・メディアは政治権力に支配されやすいという性質を持つ。

(6) メディアは社会的・政治的意味をもつ。

マス・メディアが体制維持の手段として、情報統制、世論操作の役割を担っているという一方の現実がある。政治的な内容の世論調査結果の数値が新聞社の政治的立場によって異なることもここから説明できる。しかし、その一方で、自由民権、戦争反対、人権擁護などで、メディアが積極的な役割を果たしてきた歴史もある。メディアは政治に影響をうける一方で、政治を変革する媒体ともなるのである。

(7) メディアは独自の様式、芸術性、技法、きまり/約束事をもつ。

「メディアはメッセージである」とマクルーハンと言った。そのメッセージの伝え方は、新聞、テレビ、

ラジオ、インターネットなど、メディアの種類によって異なっている。また報道を重視するか娯楽を重視するかによっても表現方法が異なっている。メディアの文法を知ることが必要であり、これはマクロレベルでのメディアリテラシーの課題だといえよう。

(8) クリティカルにメディアを読むことは、創造性を高め、多様な形態でコミュニケーションをつくりだすことへとつながる。

報道番組やドキュメンタリーといっても真実をそのまま報道しているわけではなく、作成者側が構成する「作品」であり、それが視聴者の解釈を経て現実社会での社会現象を構成していくのである。重要な情報を報道されていないのかもしれないという危機感を持ち、故意に隠された重要な事実や意見を自ら調べていくことがわれわれ一人一人に求められている。これは、いとう・大高(2011)のいう、マクロレベルでのメディアリテラシーの課題であるといえる。

謝辞

論文の点検をしていただいた龍野久美子さんに感謝いたします。

参考文献

- 1) デヴ (2014年4月3日) 事実上「商業放送」になってしまっているNHKの、強制的な受信料徴収に正当性はあるのか?
<http://www.ne.jp/asahi/shin/ya/desk/devu/140403.html> (2014年7月2日)
- 2) 長谷川豊 (2014). テレビの裏側がとにかく分かる「メディアリテラシー」の教科書 サイゾー
- 3) 本間 龍 (2012). 電通と原発報道: 巨大広告主と大手広告代理店によるメディア支配のしくみ 亜紀書房
- 4) いとうたけひこ (2013). 東日本大震災後の子どもの津波体験と原発体験の特徴: 小中高校生の作文のテキストマイニングより 日本パーソナリティ心理学会第22回大会論文集, 64.
- 5) いとうたけひこ (2014). 津波と原発の子もた