

平成 20 (2008) 年度「NGO 長期スタディ・プログラム」最終報告

提出日：2009 年 3 月 16 日 (月)

氏名：森田 夕紀

所属団体：特定非営利活動法人 WE21 ジャパン

受入先機関名 (所在国) : MEDIACT (韓国)

研修期間 (全体) : 2008 年 10 月 27 日 ~ 2009 年 3 月 13 日

研修テーマ：市民へのメディアリテラシー教育及び映像メディア発信のための人材育成方法と情報発信戦略を学ぶ。

全体研修目標：WE ショップで活動する中高年女性が WE ショップを拠点として映像メディアを発信できるよう、人材育成マニュアル案 (具体的には講座企画立案) 作成のための知識、情報、スキルを得る。

具体的な研修内容：

地域での人材育成方法を学ぶ (動機付け、企画立案、人材育成戦略、フォローアップ)

初心者的一般市民参加者に対する教授方法を学ぶ。

メディア・リテラシー教育、映像メディア・コンテンツ制作の知識を増やす

メディア運動の全体像を把握する。(市民メディア運動、NPO と市民メディア、一般市民のメディア意識)

研修の成果：

地域での人材育成方法を学ぶ (動機付け、企画立案、人材育成戦略、フォローアップ)

メディア教育は、参加対象者を取り巻くあらゆる条件や特徴を考慮して企画、実行され、評価を行う。文化的 (習慣、コミュニケーション方法、メディア環境など)、社会的 (性別、年齢、学歴など)、経済的 (所得、機材所有の有無など)、物理的 (教育機関までの移動距離など) 条件を丹念に調査し、教育実施の間は臨機応変に対応しながら運営する。

動機については、企画者側の意図や目的に合った枠に対象者を当てはめるといよりも、参加者が関心を持つ分野 (文化、芸術、生涯教育、運動など) の要素を取り入れて企画する。

メディア教育で最も重要なのは、制作した作品を参加者以外の人々と共有する機会を持つこと、教育終了後も継続的にメディアやメディア活動に触れる機会を提供し持続的な活動を促すことだ。

メディアクトでは通常、1 期が週 1 回 3 時間で全 12 回 (3 ヶ月間) の教育が行われているが、WE21 ジャパンではそれほど多くの時間を費やすことはできないため、最長 12 時間程度で可能なプログラムで、

メディアに触れて楽しさを知ること目標に置き、少数精鋭ではなく、より多くのWEショップのメンバーがメディアに触れる機会を提供できるプログラムを企画、実施したいと思う。

初心者の一般市民参加者に対する教授方法を学ぶ。

メディア教育実施の際に、講座後も家で復習したり、分からなくなったところを確認することができるよう講座内容を分かりやすく記したプリント教材を用意する。また、パソコンやカメラを使ったり、撮ったりすることに慣れていない参加者に対しては、例えを使って説明し、復習を繰り返す。

メディア・リテラシー教育、映像メディア・コンテンツ制作の知識を増やす

静止画、動画の映像言語、編集ソフト使用方法、撮影方法、映像メディア制作に必要な要素（照明、音声）についての基本的な理解を得た。

メディア運動の全体像を把握する。

市民メディア運動

韓国においては1980年代の民主化という政治的背景から、一般市民も自らの考えを表現する権利を有するとし、電波も電気や水道のように公共のものだから市民もアクセスする権利があるというパブリックアクセスの概念が導入され、それが市民メディア運動の根幹をなしている。パブリックアクセスは2000年に施行された新放送法に反映され、公共放送KBSは、市民が制作した番組を月100分以上放送しなければならないと定めているほか、ケーブル放送や衛星放送においても、市民制作番組の放送が義務付けられている。また、放送だけではなく、市民が番組の制作能力を身につけるための教育機関としてメディアセンターが設置され、現在、全国20箇所でメディアセンターが運営されている。そして衛星放送局の委託により、市民放送局RTVが唯一の視聴者参加専門チャンネルとして選定され、市民制作番組の制作支援と放送が行われている。

韓国の市民メディアの特徴は、既存の商業メディアや政府メディアを批判して市民だけのもう一つのメディアを作ることだけではなく、政府メディアの領域の中に、図書館のように市民が誰でもアクセスして自己表現ができるメディアの公共領域を確保し、拡大していこうとしている点である。

このようなメディア運動を展開している組織母体は、全国のメディア運動団体で組織される全国メディア活動家ネットワークである。言論、映像、インターネット分野の団体100団体以上が参加し、ネットワークの中には、さらにパブリックアクセスネットワーク、障害者メディアネットワーク、メディア教育ネットワークがある。また課題ごとにワーキンググループを設置し、メディア政策と草の根の運動を複合的に展開している。民主化を主導した現在40代となった活動家と、その後続く20、30代の活動家が中心となり活動している。

NPOと市民メディア

市民メディアを活用しているNPOは、自分の団体の広報宣伝に利用したり、特定の課題を当事者以外の市民に知らせるために、自分たちの活動の写真や映像を撮ってニュースや話を作り、またラジオの場合は活動内容や進行状況を知らせる放送プログラムを企画して、単なる資金調達のための広報宣伝としてではなく、周りの人々に知らせ認識や行動に変化をもたらそうとする社会的な媒体として活用している。

一般市民のメディア意識

2008年6月にあったキャンドルデモに続き、2009年1月に起こった開発地域住民強制立ち退き事件後、現在まで続いているデモにおいても、多様な属性（高校生、カップル、家族など）の市民が参加している。また現在国会で民間テレビ放送局の株式を30%まで他業種の企業も取得できるよう改正しようと言論法が審議されているが、これに反対してデモを行っている放送局社員が全員黒のスーツを着てニュース番組に出演したりするなど、マスメディアの側で働く市民もまた行動を起こしている。解雇される恐れがあるにもかかわらずそのように自分の意見を表現できるのは、周りに精神的、経済的に支えてくれる人がいるからで、そういった文化があることが大きな影響を与えているのだと思う。

本研修成果の自団体の組織強化や活動の発展への活用方針、方法：

メディアの役割

メディアの目的や役割をどのように捉えるかは、国や地域の歴史的、社会的、文化的諸条件によって異なる。韓国においては民主化という政治的背景から一般市民のコミュニケーションの権利を行使する手段としてパブリックアクセスの概念が導入され、それに基づいたメディア教育が実施されている。

日本においては、パブリックアクセスそのものに対する意識や理解、必要性の有無が十分議論されている段階ではなく、メディアを何の目的で活性化させる必要があるのかについて、明確な方向性と定義が固まっていない。日本における映像分野の市民メディア、韓国で言う独立メディアは、多くの場合、経済が衰退した地方における、経済資源の発掘と住民同士のコミュニケーションの活性化による地域振興がその存在意義であることが多い。

また国際協力を主要活動とするNGOとしては、市民メディア、自分たちのメディアをつくり、活用する意味は団体の活動に賛同してくれる人を増やす広報宣伝として利用されているが、NGOがめざす社会変化をもたらすにはどうしたらよいかという視点でメディアを活用していく必要があると思う。

WE21 ジャパンの市民メディア

WE21 ジャパンはリサイクルショップの収益を国際協力活動に活用し、情報を市民に発信する活動を行っているが、現在考えているWE21 ジャパンにおけるメディアの役割と方法は以下の通りである。

メディアの役割

- ・ 同じ立場にある市民であるWE21 ジャパンが、支援先の人々の生活が自分たちの生活様式と関連があり、悪影響を与えているという情報をWEショップにアクセスしてくる市民に提供する。情報を共有することで、支援先の当事者が置かれている状況を知り、当事者でない自分の中に新しい認識を生み出し、主体的に考える市民を増やす。またWE21 ジャパンが助成を行っている日本、海外のNGOと市民をつなぐ媒体として、情報の交流を活性化させる。

メディアの活用方法

情報発信拠点であるWEショップで活動する市民が、活動を通じて得た情報や写真、映像等を使って上記内容を自ら表現し、視覚化した広報物を制作する。そして制作した広報物をWEショップ店内、店外イベントとオンライン（HPやブログ）で共有する。その制作過程において、メディア教育（講座）を

実施する。

メディア教育

メディアを活用できる人材を育成するため、2009年度事業としてメディア教育を実施する。メディア教育企画案は別紙資料参照。その他、講座だけではなく、スタディーツアーで支援先を訪問したり、また支援先の人々がWE21 ジャパンを訪問する際、メンバーに対して広報物として利用できる写真や映像の撮影方法を教えたり、それらの素材を使ってどうやって伝えるかなどの情報やノウハウを伝える機会を随時持つ。

期待される効果

活動するメンバー本人のエンパワーメント

- ・ メディアの特徴や社会的影響力に対する理解が高まる。(メディアリテラシー)
- ・ PC、写真・映像撮影の技術が高まる。

団体の情報発信能力の強化

- ・ 伝えたいことを表現する能力が高まる。

社会の変化

- ・ 世界の問題、環境の問題などに関心を持ち、新しい認識を持った市民が増える。

以上