

つなぐ環境



つなぐ環境パートナーシップ

地球環境パートナーシッププラザ (GEIC=Global Environment Information Centre)

環境パートナーシップオフィス (EPO=Environmental Partnership Office)

私たちは、持続可能な社会を構築するために、行政・NPO・企業など多様な主体のパートナーシップによる取り組みを促進します。

web「つなぐ」はこちら <http://www.geic.or.jp/geic/info/tsuna/>

第9号

ネットラジオ「横浜カーフリーデー・サポーターズ」(<http://car-free.cocolog-nifty.com/>)の番組を、市民メディアサミットにて公開収録中。ポッドキャスト対応ネットラジオ局の「ポートサイドステーション」(<http://portside-station.net/portside>)から配信している(2ページ参照)

特集



変化を生み出す 市民メディアの可能性



企業はもちろん、多くの市民活動団体やNGO/NPOにとって、ホームページやメールマガジンでの情報発信は、ステークホルダーとのコミュニケーションに今や欠かせない存在だ。それに加えて、インターネットの普及も手伝ってか、これまでメディアの担い手ではなかった新たな層が、さまざまな方法で情報発信する機会が増えてきている。こうした流れが、市民社会をつなぎ、変化を生み出すきっかけとなるため、今何が求められているのだろうか。

CONTENTS

対談

□「市民発のメディアが社会を変えるエンジンに」..... 2

□市民自身の表現や

コミュニケーションを取り戻す「アクセス権」..... 6

■市民から市民への伝言—
たくさんの少数者の主張としてのミニコミ..... 8

■メディアを生かした地域づくり..... 10

■日中韓3カ国環境情報共有プロジェクトの役割..... 12

■社会を変える「人がメディア」のハーモニー..... 13

■当事者ジャーナリズムとしての市民メディアの歴史..... 14

■小さな「点」を大きなうねりにつなげる
オーマイニュースの挑戦..... 15

■メディアの社会的責任を考える..... 16

■本の紹介..... 18

■パートナーシップ・トーク..... 19

■お悩み相談室から・掲示板..... 20

特集

対談

市民発のメディアが社会を変える

原聡一郎:横浜市民メディア連絡会事務局長

松浦さと子:龍谷大学経済学部教員

9月8～10日までの3日間、「市民メディア全国交流集会@よこはま06（市民メディアサミット06）」^{*1}が横浜で開催された。第4回目となる今年は「市民メディアは社会をつなぐ」をテーマとし、メディアへの市民参加に取り組む全国の人々が一堂に会し、事例の紹介や情報交換など、にぎやかな交流の場となった。

実行委員会事務局として奔走し、市民メディアサミットを成功に導いた原聡一郎さんと、市民メディアにかかわり大学教育に生かしている松浦さと子さんに、市民メディアに今求められていること、また今後の可能性を伺った。

<構成:小島和子(EPO)>

発信の中身が問われる時代に

—市民メディアサミットおつかれさまでした。すいぶん盛況だったようですね。

原 今回は第4回でしたが、これまで以上に多様な方々が参加してくれました。初参加の方が企画したセッションがいくつもあり、広がりもつくれたと思います。正規セッションが42セッション開催されたほかに、映像交流コーナーや交流会の場でもさまざまな意見交換や交流が繰り返されました。参加者総数は、延べで1,000人を超えました。

松浦 市民メディアという活動そのものも多様になったと感じました。関心を持って楽しみを広げようという拡大路線から、今後の課題が明らかになり、放送通信政策への市民参加が見えてきました。

—例えば、どのような課題が見えてきたとお感じになりましたか。

原 パブリック・アクセスが一番の課題だった時期がありましたが、今では、インターネットを使えば誰でも安価に情報発信ができるようになりました。だから、アクセスする権利を得ることに一生懸命になる必要がなくなったということがあります。これから問われるのは、「メディアを使うことはどういうことなのか」「何を発信しているのか」「何を言いたいのか」、ということではないでしょうか。

松浦 既に放送へのアクセス権が確立されている国々では、社会的弱者や少数者が自身の発信を多くの人に届けることができる権利を保障する段階に入っていて、今、メディアリテラシーの水準を高める政策を進めています。受信料を基礎に放送行政の分権が進んだドイツでは、メディア研修が地方レベルで推進され、韓国ではソウルに続き、市民の要請でプサンに総合的なメディア教育施設ができました。誰でもネットにアクセスが可能になったことだけでは、真のアクセスの権利を得たとはまだ言えないと考えています。

原 メディアを「どう読み解くか」から「どう使いこなすか」に焦点が

移ってきていますね。使い方を間違えると逆に問題が起き、危険であることも含めて、どこかでちゃんと教えなきゃいけないし、教わる権利があると思います。

2年ほど前、小学生がネット上でのやりとりのトラブルから殺人を犯す事件が起きましたが、メールでのコミュニケーションの取り方がわからなかったことが原因のひとつにあったとも言われています。例えば、外を歩くと危ないからといって子どもを家から一切出さないというのは、なんら解決にはなりません。外に出るときの注意を子どもに教え、身につけさせることが本来すべきことでしょう。同じことがメディアにも言えます。そのためには、公的資金も使っていくべきだし、その仕組みも必要です。

市民メディアを支える仕組み

—中部地区のボランタリーネイバーズ^{*2}や東京ではOurPlanet-TV^{*3}など、メディアに関する中間支援的な組織がありますが、そうしたところに期待できるのはどんなことでしょうか？

松浦 いくつかのケーブルテレビ局やコミュニティ放送や、多文化の子どもたちの映像作品を指導する神戸のRe:C^{*4}など、発信への関心を広げることに大変貢献しています。「市民メディアなんてとても無理」と思いこんでいた人が、ビデオカメラやマイクに触れるきっかけになるアクセス・センターがコミュニティにあるのは重要なことですね。

原 公的機関に教育してもらうのではなく、交流集会のような場合も含めて、市民メディア活動を行うグループが中心になって、それぞれの地域でお互いに研修することを基本にすべきだと思います。公的機関は、そういうメディアリテラシー活動を支援する施設の提供をするべきです。仙台市の「せんだいメディアテーク」^{*5}や、今年7月に川口市にオープンした「メディアセブン」^{*6}のようなメディア制作環境が整った施設を使って、お互いに教え合う環境や場をつくるのが理想だと思います。

松浦 そうしたノウハウを交換するためにも、今回設立された、全国ネットワークの協議会は注目できますね。

*1:<http://alternative-media.jp/>*2:<http://www.vns.npo-jp.net/>*3:<http://www.ourplanet-tv.org/>*4:<http://www.tcc117.org/rec/>*5:<http://www.smt.city.sendai.jp/>*6:<http://www.mediaseven.jp/>

エンジンに



原 「市民メディア全国交流協議会」が設立されました。今回のサミットに合わせて参加の呼びかけを行い、既に数十人が参加しています。これまで4回開催してきた市民メディア全国交流集会は、その都度、手を上げたところが実行委員会をつくり、テーマや企画を決めて開催するという形でしたが、それを全国的に調整する機関はありませんでした。この協議会が、交流集会の開催候補地を決めたり、次の開催テーマを決めたりする、ゆるやかなネットワークの場になると思います。

—市民メディアがネットワークを組む、具体的なねらいはどこにあるのでしょうか？

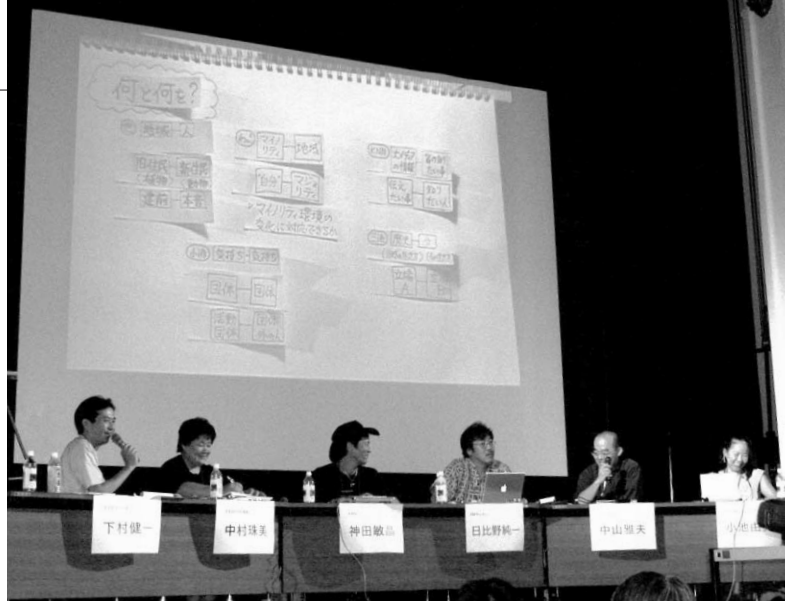
原 市民メディアをやっている方々は、それぞれの地域でとても素晴らしい活動をされていますが、課題も抱えています。交流して別の地域での成果や課題を聞くことで、自分たちの活動に生かせる発見があるのです。市民メディア全国交流集会の原点はそれなんだと思います。

僕がかかわっている「横浜市民メディア連絡会」^{*7}も、横浜の各地で活動している人たちが横でつながろうということでスタートしました。あるテーマや規模で継続的につないでいくことは大切で、やはり定期的に顔を合わせて話し合うことは必要です。メールだとどうしても格好つけてしまうのですが、顔を合わせて話し合うと本音が出て、実は同じような悩みがあることがわかったりするし、新たな発見もあります。

松浦 年に一度でも会える機会は貴重です。今回の「大学と市民メディア」のセッションを例にあげれば、学生と市民メディアを結びつける際に、実践者と教員がどんな苦労と工夫をしているのかについての情報交換が有意義でした。ただ単に市民メディアに学生を送り込むのではなく、そこで学生が何を学び、そこに何をもたらすことができるか、その到達点をどう考えるか、地域と学生の間で大学と市民メディアがどう触媒として機能するか、というような話が充実していて、学生たち自身からもしっかりした視点で報告していただい、まさに体験交換の場となりました。

原 大学生に限らず、メディアを使って情報を発信する経験をするとは大きく変わります。いいかげんなことを伝えようと問題を広げることがあることも実感します。情報を編集・発信することで情報に対する責任感も育ちます。何を発信するべきかを考え、まとめ、伝える、といったノウハウも身につくと思います。

松浦 そこに注目したドイツのいくつかの都市では、職のない若者を対象に、市民に開かれたケーブルテレビ放送「オープン・チャンネル」



市民メディアサミットのシンポジウムでは、多くの論点・課題が挙げられた

での活動の門戸を広げ、充実感を覚えてもらって就労意欲を高め、その習得技術に公的資格を認めて雇用機会につないでいます。市民メディアには人を育てる機能があり、それは公的に支援する価値があると思います。

ローカルな価値をどう表現するか

—かつての名古屋市の藤前干潟を守る取り組みや、愛知万博の会場選びをめぐる市民活動でメディアが果たした役割をウォッチしていたお立場から、当時の経緯を振り返って、今の状況をどうご覧になりますか。

松浦 当時はインターネットアクセスが今ほど一般的でなく、状況はかなり違うと思いますが、「藤前干潟を守る会」^{*8}の当時の発信は、現場の活動実践と調査・研究のデータに裏付けられた、信頼を得るにふさわしい科学的かつ論理的な主張で、現場の情景や参加者の心情も紹介し、さらに発信者の実名を備えたものでした。何か社会に働きかけるとき、これらの態度が基本であるというのは今も変わらないと思います。

—当時は東京の大手メディアはなかなか核心を報道しませんでした。地域格差についてどう思いますか。

松浦 既存メディアの状況は地方に行くほど深刻です。これまでニュースの中心は東京で、ネット時代になって分権が進むかと思いきや、経済や人口の集積がない地方の報道の発信力が心配されています。が、その一方でこれからはJanJan^{*9}やOhmyNews^{*10}などの市民記者も頼ります。

原 実は東京周辺にもローカルはあるんです。例えば、観光地としての横浜の情報は山ほど手に入りますが、生活者にとってのローカルな横浜の情報は、ほとんどメディアには出ません。もっとローカルな情報を、というのが市民メディアへの期待としてありますね。

マスメディアはマスの情報しか流さなくて、ものすごく偏っています。実は、昔は回覧板や町内会など口コミ的な伝達手段が地域には沢山あったのですが、特に都心ではそれらが消滅してしまって、自分が住む街で何が起きているか、ほとんど伝わってきません。近所で

*7: <http://www.y-cmc.com/>

*8: <http://www.fujimae.org/>

*9: <http://www.janjan.jp/>

*10: <http://www.ohmynews.co.jp/> (15ページ参照)



事件や事故があっても、マスメディアに取り上げられているのを見て初めて知るというのは異常でしょう。そうした意味でも、地域のコミュニティに情報発信をする場があって、コミュニティをつなぐ市民メディアが必要なのだと思います。

松浦 今回のサミットで提言されたのは、ローカルな価値をどう表現、発信、共有するかということでした。ローカルに目を向ける人々がどう育つかというのは、市民メディアの大きな課題の1つかもしれません。

原 マスメディアには限界があります。たとえば、1) 当事者からの情報発信、2) 全国的な話題にならないローカルな話題やニュースを伝える、3) マイノリティや弱者の意見や声を拾う、4) 小さな問題を定点観測的に取り上げる、といったことはマスメディアではなかなかできません。こうした情報を発信したり、地域に必要な情報を提供する活動として市民メディアはこれからもっと注目されてくるはずです。そして、市民メディアを担う側にも、もっとリテラシーをつけ、情報発信についての意識を高めることが求められてくると思います。

—ローカルの発信を進めるのに、今もっとも不足している資源はどのあたりでしょうか。

松浦 中海ケーブルテレビ^{*11}や上越ケーブルビジョン^{*12}など熱心なケーブル局では、パブリック・アクセスの理念が定着していますが、スタッフは通常の取材、報道に加え、市民の見学の対応、番組制作指導、市民活動との連携など、みんな3人分は働いています。市民メディアは、そんな意欲のあるスタッフの頑張りに支えられています。ケーブルテレビが地域でこうした公共的な役割を充実させるために、制度的な支援や財源は必要です。加入契約を増やして支援しない限り、TVショッピングで財源確保するしかなくなり、市民参加が一層困難になるという悪循環に陥ってしまいます。

—NHK以外にもローカルな放送局を公共放送と認め、受信料の一部をまわせるようなガイドラインをつくってはどうかという議論がありましたか。

松浦 ラジオも同様です。コミュニティFMは196局^{*13}ありますが、その中の6局がNPOです。産業的なバックアップがあまり期待できない地方では、会費で支えようとNPOにしていることが多いのですが、そのようなところはまさに公共放送といえるでしょう。例えばNHKの地方局の財源を活用するとか、機材やスタジオを提供するなど、いろんな方法があり得ると思います。多くの市民メディアに携わる方々が、今回のように「協議会」の場を使って、望まれるアクセス制度の目標のようなものを検討して提言してはどうでしょうか。

原 現状では、協議会自体が提言をしていこうという動きになっているわけではありません。政策提案や提言を目的とした団体にす

べきではないという意見もありますし、そのあたりの議論は慌てずじっくりしていくべきでしょう。協議会には、市民メディア実践者だけではなく、研究者や民間企業ばかりか行政やマスメディアなどさまざまな立場の方が入っています。それが1つの提言をまとめるのは難しいかもしれません。しかし、少なくともそうした議論もできる場として、協議会ができたことは大きな意味があると思います。

松浦 具体的な制度の議論や意見交換を協議会でできたらいいのでしょうね。地方の問題は急務ですから。地方分権が徹底しているドイツの例だと、受信料の2%程度を地方のメディア機関に配分して、そこから市民のチャンネルに配分し、州ごとにアクセス方法を選択しています。ケルンは商業放送局の枠の中に非営利枠を確保しているなど、多様な方法を地方ごとに決められる。韓国の場合は、公共の電波を用いる広告費用の一部を基金として積み立てています。いずれにせよ、日本でも既存のメディアの資源を市民に配分する方法を市民自身が検討していく必要がありますね。

当事者による発信で社会を変える

—ケーブルテレビの一部を市民が担う場合、どこまで自発性を発揮できるのか、下請けにならないかという懸念があるように思うのですが。

松浦 そつなく枠を埋めようとせず、これまでのいわゆる「業界のプロ」とは異なる視点で、生活感を失わずにコミュニティの問題を発信する。現場に生きる市民が発信する意義を踏まえ、「マスメディアのように」ならないことが一層大切になってきました。

—さまざまな市民メディアが増えてはいますが、魂の抜けたものも増えてきた、という発言がシンポジウム会場からありました。

松浦 当事者しか表現できない中身と方法が求められてきています。私でなければできない伝え方って何だろう、と考える機会ができるのも市民メディアの良いところだと思います。もっともらしいスーパーやナレーションを付けて「なりゆきが見守られます」的な終わり方ではなく、「私にはこう見える。私はこう考える。じゃあ、あなたは?」という、当事者自身の問いかけが必要なのだと思います。

原 そこがマスメディアにはできないところです。メディア企業の記者は、当事者になってはいけなく、中立性を保つべしという、メディア企業としての掟があると思う。ところが市民メディアは当事者ジャーナリズムというのを追求できる。マスメディアができないからこそ、そこを重要視して追求していけば、マスメディアのジャーナリズムを超えることができます。かっこ良く奇麗に見せるのは、お金をかけられるプロの方がうまくできるに決まっていますし、そこで互角に戦う必要はありませんから。

*11: <http://gozura101.chukai.ne.jp/> *12: <http://www.jcv.co.jp/> *13: 免許交付状況は日々変化するので、この数字は2006年9月時点のもの。

プロフィール

原 聡一郎 (はら そういちろう) さん

学生時代、タウン誌に海外放浪記を連載したことがきっかけで市民メディアのおもしろさを知る。留守番電話で番組を流す「パラメディア」の開局などを経て、1987年に情報誌「ばど」の創刊に参加。2002年に横浜市民メディア連絡会を立ち上げ、事務局長に就任。このほか現在、横浜市市民活動支援センター運営委員、NPO法人横浜コミュニティデザイン・ラボ理事、関東ICT推進NPO連絡協議会幹事、情報誌「ばど」監査役を務める。



松浦 さと子 (まつうら さとこ) さん

中京テレビ放送報道勤務を経てメディア研究へ。名古屋大学大学院生時代、カリフォルニアのNPOによる市民メディア活用状況を調査した際、日本でも同様の活動が必要であると実感。藤前干潟保全活動における、環境NGO/NPOのネットを駆使した情報戦略に目を開かれる。市民社会構築のインフラとなりうる市民メディアのあり方、特にマイノリティによる発信の充実や、その制度構築や財源について関心を持っている。龍谷大学経済学部教員、OurPlanet-TV副代表理事、日本NPO学会常務理事。



松浦 当事者性の点でいえば、市民メディアは女性が頑張っている期待が持てます。というのも、日本の放送・新聞メディアで正社員として働く女性の数が2割に届かず、男性に比して圧倒的に少ないのです^{*14}。韓国の公共放送KBSで、市民制作の映像で構成される「開かれたチャンネル」^{*15}という番組が2001年から始まりました。第1回目の放送が女性団体によるもので、女性に不平等な戸主制度を廃止せよ、という番組だったのですが、全国放送の影響は大きく、去年法律が改まったのです。女性がメディアを通じて自分たちの主張を発信することで、社会を変えていくことができるというお手本を見せてくれました。市民の発信や表現を見て反応し、議論し、一緒に行動できる市民がいてこそ市民メディアの意義があるの shouldn't でしょうね。

—FMわいわい^{*16}の日比野さんが、本当に誰もが発信できる状況をつくるまでには、まだまだやらなければならないことは沢山あるということをおっしゃっていました。

松浦 FMわいわいは、在住外国人の方々が非常に多い地域で、阪神淡路大震災の被災地生活情報を共有するために生まれた多言語放送局です。この多文化コミュニティの中でも、社会状況や国際情勢によっては、特定の国や地域の出身者、政治や思想を背景に発言に抑圧を受ける人々が出てくる。どんなに少数でもそういった人々の生活に根ざした発言を保障する装置を、コミュニティFMは確保しなくてはいいけないという責任感を日比野さんは代表としてお持ちだと感じます。

原 それもマスメディアではできないことですね。新聞各紙やテレビ各チャンネルでは、本当に一部のメジャーな意見しか出ていなくて、封殺されている意見がたくさんある。マスメディアがいらないとかその代わりになるというのではなく、マスメディアに欠けているものを見ていく。そうすると、発信するほうも受けるほうも、情報の偏りに気づいていく。それ自体がメディアリテラシーだし、そういう意味でも市民メディアの役割は大きいと思います。

—「藤前干潟を守る会」代表の辻淳夫さんが、もし住民投票で負けたら運動をやめるのかと問われて、「物の道理が私にある限り、少数派でも発言し続ける」とおっしゃったとご著書^{*17}で紹介されていますね。それが、市民メディアの原点なのかなと思

いました。

松浦 まさにその通りで、たった一人になっても発言する意味があるということ、市民自身が自覚できること、それが可能な装置をコミュニティに用意するというのが市民メディアの理念だと思います。いろんなことが多数派のみによって進んでいくことの限界や欠点は必ずあるはずで、そのときにたった一人になった意見まで拾い上げて検討できるのかということが、社会の幅や奥行きをつくっていくのだと思います。

コミュニケーションの公開を

原 今回「メディアとしての食(地産地消と地域メディア)」のセッションでパネリストをされた北鎌倉湧水ネットワーク^{*18}の野口稔さんたちの活動はまさにそうです。野口さんたちは、北鎌倉でのナショナルトラスト(環境保全活動)にかかわり、ホームページで北鎌倉地域の環境を定点観測的に伝える活動を続けてこられました。土地開発やマンション建設などがあるとそれを取材し、開発状況を刻々とインターネットに公開することで、行政も乱開発でないかをチェックし、その調査結果を回答しています。さらに、デベロッパーに開発計画への質問状を出して、その回答をホームページにアップするなど、メディアを駆使してナショナルトラスト活動をサポートしています。野口さんたちは少数のグループですが、正論であればきちっとした回答が得られるということを実証しています。これは市民メディアがメディアをうまく活用している良い例だと思います。

松浦 藤前干潟のときはドイツ語と英語のホームページをつくっていて、海外からも埋め立て反対意見が事業者である自治体に届いたこともありました。市民メディアがこれだけ普及し、特にせつかくネットを使うなら、多言語での発信を試みると、連帯できる可能性のある運動が世界中にあります。今回も、ドイツと韓国から「是非この映像を日本の市民メディアにかかわる人に見せてほしい」といったメッセージをもらってきていました。地域を見つめる内向きの目と、国際的なネットワークをつくる可能性も両方見ていくといいなと思います。来年、再来年には、海外からの参加者が増えるといいですね。

原 いつかは、市民メディア全国交流集会の枠を広げて世界大会にしたいですね。

*14:メディアで働く女性の比率に関しては、「総合ジャーナリズム研究」の毎年春号で、データが公表されている。 *15:最近の状況は『新版 パブリック・アクセスを学ぶ人のために』(津田正夫・平塚千尋編、世界思想社)で金京煥が詳述している。(6ページ参照) *16:<http://www.tcc117.org/fmyy/> *17:『そして、干潟に残ったインターネットとNPO』(松浦さと子編、リベラ出版) *18:<http://www.kitakama-yusui.net/>

市民自身の表現や コミュニケーションを取り戻す 「アクセス権」

市民がケーブルテレビ番組の制作にかかわり、地域の情報を流すコミュニティFMが増えるなど、かつては「プロ」に任されていたメディアを舞台に市民参加が広がっている。

こうした新たな機会が市民に開かれる意味はどこにあるのだろうか。

津田正夫（立命館大学産業社会学部教員）

メディアの公共性とは

どんな社会集団も、自分たちを取りまく環境変化などの情報を伝え、互いのコミュニケーションをはかるシステムを持つことで、たえず内部変革・自己組織化を進め、環境変化に適応していける。その社会集団が適切な判断を下すためには、メディアは基本的なルールを備えていなくてはならない。それがメディアの公共性と呼ばれるもので、経営面では「権力からの独立性」「非営利性」「公開・参加性」があげられ、他方、情報の内容については、「事実を正確に伝える」「多くの人の関心に応える」「公正で多様な視点を持つ」「内容に責任を持つ」「誰もが参加できる」などが重要な要件とされてきた。

アクセス権を求める国内外の動き

しかし近年、政治やビジネスに専有されてきた現代のマスメディアに対して、市民・住民の中からさまざまな批判や実践が起きてきた。人種対立やベトナム戦争で荒れていたアメリカでは、1960年代末から70年代へかけて、人種的・社会的な少数派（マイノリティ）が公民権運動を起こしてゆく。人種差別や性差別的な番組をやめさせ、自分たちの文化を取り戻すために、放送・通信を監理する連邦通信委員会の「公正原則」を活用して多様な運動が起こされ「市民が放送へアクセスする権利」が劇的に勝ち取られていった。現在はケーブル事業者の負担で、パブリック・アクセス・チャンネル（市民制作放送）や、市民制作を支援するアクセスセンターの設置が市民・住民の権利として認められており、教育用チャンネルを含め、コミュニティのテレビは全米で2000局以上になる。

ヨーロッパでも基本的な事情は同様だ。冷戦の終結など社会的枠組みや旧体制の変動の中で、多様な市民が無許可の海賊放送で言論・表現活動を進めた。80年代の半ば、各国の電波監理当局はケーブルや衛星の商用化と抱き合わせで、海賊放送を「市民放送」として認め、市民に電波を与えた。さらに多文化主義国家であるカナダやオーストラリアでは、多様なコミュニティや先住民

に電波を開放する制度を整えてきた。台湾・韓国でも、急速な民主化の過程で市民制作番組の放送が義務化されてきた。民主主義と自治の推進には、情報やメディアへのアクセスが不可欠であり、従来の公共放送の改革とともに、市民・住民の放送参加（パブリック・アクセス）を認めざるをえなくなったのである。

日本でもケーブルテレビやコミュニティFMなど、コミュニティメディアの発展の中で多くの試行錯誤があったが、1995年の阪神淡路大震災が放送へのアクセス運動の大きな転機となった。生命と安全に関する情報さえ得られなかった人たちは、やむにやまれず「目で聴くテレビ」（聴覚障害者テレビ）^{*1}や「FMわいわい」（神戸・長田区の在日外国人向け地域FMラジオ）^{*2}などの自主放送を立ち上げた。また東京一極集中のマスメディアだけでは、防災・経済・教育・生活などには不十分な多くの地域で、ケーブルテレビやFMラジオへの市民・住民・NPOの参加が急速に進んできた。2003年には、日本でも「京都コミュニティ放送」^{*3}がNPOとして初めて放送免許を獲得、この8月に開局した鹿児島の「FMかのや」「FMきもつき」^{*4}とあわせ、NPOのFM局は7局に広がっている。

相互理解と共生のフォーラムに

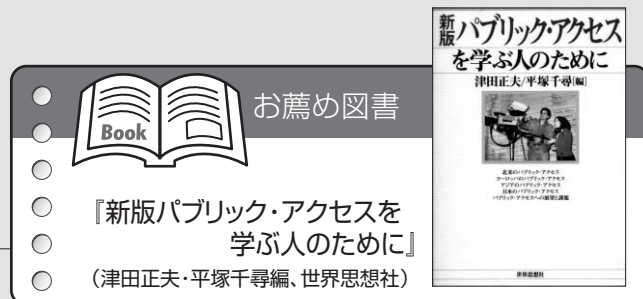
パブリック・アクセスというのは、単に市民がメディアに参加させてもらうとか、チャンネルの一部をあけてもらうということにあるのではない。放送という広場をさまざまな市民やコミュニティ、次の世代や未来に開いてゆくことである。市民の自己表現・社会的表現の力、コミュニケーションの力を取り戻し、メディアを相互理解と共生のフォーラムに再生させる総合的・社会的な働きかけなのである。

*1: <http://www.medekiku.jp/>
*3: <http://radiocafe.jp/>

*2: <http://www.tcc117.org/fmyy/>
*4: <http://www.g-maga.com/fm/>

津田 正夫（つだ まさお）

1943年金沢市生まれ。1966～95年、NHKで主に報道番組の制作・開発などに携わる。その後東邦学園短大を経て、2002年から立命館大学産業社会学部教員。「パブリック・アクセス論」など担当。市民のメディア参加に関する研究・実践にかかわる。主な編著書に、『新版パブリック・アクセスを学ぶ人のために』（世界思想社、2006）、「テレビジャーナリズムの現在」（現代書館、1991）、「メディア・アクセスとNPO」（リベラ出版、2001）など。



実践事例

地上デジタル放送や携帯機器向け放送サービスが始まり、ケーブルテレビの世帯普及率が5割を超えるなど、テレビの視聴形態は多様化する一方だ。そうした中、自分たちのメディアとしてテレビを活用している実践例を見てみたい。

<取材:小島和子(EPO)>



司会は落語家の笑福亭里光さん(左)。せたがや教育フォーラムの豊田キヨ子さんをゲストに、和やかな雰囲気の中、教育問題をテーマに収録中(世田谷テレビ上町放送局)

ケーブルテレビと地域NPOの協働による挑戦 ～むさしのみたか市民テレビ

武蔵野三鷹ケーブルテレビ(株)(通称パークシティ)に、ほぼ毎日放映される「月刊わがまちジャーナル」という番組がある。月ごとに更新されるこの30分番組では、自転車放置問題や、毎年駅前で行われる阿波踊りといったまちの話題、意外に知られていない地域の文化財、近隣でかつて使われていた方言など、生活に身近な話題を取り上げている。

番組を制作しているのは(特活)むさしのみたか市民テレビ局(MMCTV)だ。1998年、パークシティから「放送枠の一部を市民に開放したい」という呼びかけに応じた市民が集まり、2000年の夏から始まったこの取り組みは、今年で7年目を迎える。

特徴的なのは、パークシティと市民側で当初から「パートナーシップ協定」を結んでいることだ。「市民が主体的に地域の放送・通信メディアを使ってまちづくりを創造する」という協定書の目標はどこまで達成されたのだろうか。MMCTV副代表理事・事務局長を務める小谷野芳文さんは、まちづくりにはまずは人のつながりが大切だと言う。「局員同士はもちろん、取材先とのおつ

きあいからじわじわと人の輪が広がってきた実感があります」。

「住民がメディアを持つことが、地域の問題解決に役立つはず」と語るのは、協働の仕掛け人でもあるパークシティ取締役の島野浩二さんだ。「何のために番組をつくるのか、どのようなメッセージを届けたいのかを考えることが、コミュニケーションの活性化にもつながるのではないだろうか」

マスメディアでは、さまざまな意見・視点をバランスよく提供するよう気を配るが、市民制作の番組では全てを盛り込もうとしても難しい。「多少の偏りがあっても、もっと自分たちの意見や色を出してもいいと思います。違った意見は、また次の番組で紹介すればいいんですから」と島野さん。格好良くまとめようとすると、「いい子の番組」になってしまい面白みがない、という実感が小谷野さんにもある。こうした点を踏まえつつ、番組数をもっと増やしていきたいというのが、当面の目標だ。

1人ひとりがハッシンする世田谷テレビ

世田谷区を縦断し、住宅街を縫うようにゆっくり走る東急世田谷線。この沿線に3カ所の放送局を持つのが「世田谷テレビ」だ。テレビといっても通常の放映ではなく、ギャラリー、福祉NPOのサロンなどをスタジオに、録画したものをインターネットで動画配信する仕組みだ。

もっとも古くに開局した若林放送局では、毎週木曜日の夜、ボックスギャラリー「世田谷233」で生放送の収録が行われている。テーマは「自己表現」。週替わりの司会者が、地域で出会った刺激的な人々、自己表現アーティストなどを紹介しているトーク番組だ。

会場のオーナーである中根大輔さんは、「コンテンツの内容も重要ですが、それよりも誰でも発信者になれることが大切」という。まずは情報の送り手になってみることで、どのように情報がつくれ発信されているのかを考えることが、メディアリテラシーにもつながるはずだ、という思いがある。

生放送にこだわるのもこうした理由だ。人前で歌い慣れているはずのストリートミュージシャンでさえ、カメラの前ではひどく緊張するらしい。それだけ、テレビというメディアの敷居が高く感じる人が多いのだろう。だからこそ、作る側と見る側の壁を越えてみることに意味があると中根さんはいう。

上町放送局は去年の9月から始まり、毎月1回の収録・放送を続けている。局長の生尾尚子さんは、地域でさまざまな活動があるのに、どうしてつながっていないのだろうと不思議に思い、ほんとうに地域に求められている情報を伝える必要を感じたのだという。「私たちの心にある見えない壁のようなものを取り外せるきっかけになればいいなと思って」と、「バリアフリー」をテーマに掲げた。

地域福祉を担う(特活)たつなみ会が会場を提供する。事務局長の石田恭子さんの強力なネットワークや、登場してくれたゲストからの紹介などで、地域福祉にかかわる方、商店街振興会の方、近所の学習塾の経営者、郷土史愛好家など、地域に根付いた多彩な顔ぶれをゲストに迎え、多くの出会いが予想外の展開を生みそうな予感があるという。

...

こうした取り組みは、必ずしも「アクセス権」を意識した活動ではないかもしれないが、各地でもっと多くのさまざまな実験が増えていくことで、パブリック・アクセスの議論が生まれ、新しい市民メディアの可能性が見えてくるのかもしれない。

市民から市民への伝言—たくさんの少数者

埼玉大学共生社会研究センターは、かつての住民図書館の25年にわたる遺産を引き継ぎ、

ミニコミを市民の所産、草の根の歴史資料として収集、保存、公開している。

さまざまな課題に向き合う当事者からの小さなメディアは、人から人へと手渡され、マスコミにはできない効果をもたらし、さらに未来の市民活動への伝言として、生き続け、新たな活動へのつなぎ役にもなっている。

藤林泰(埼玉大学共生社会研究センター)

被災者のための手づくり情報

1995年1月17日、阪神・淡路大震災発生直後、電気もなく電話も使えないという緊急事態の中で、被災者自身による手書きの掲示新聞やチラシから人びとの情報伝達は始まった。避難所や食料などの情報を伝える、たった1枚のB4の紙がかけがえのない情報源となった。1976年から2001年までの25年間、ミニコミを集めて一般公開してきた住民図書館*の館長であった丸山尚さんは、その著書『ローカルネットワークの時代—ミニコミと地域と市民運動』(日外アソシエーツ、1997年)の中で、紙媒体がどのように被災者への伝達手段として有効であったかを詳細に伝えている。

数日後、印刷が可能となった地域では、「本二避難所便り」、「避難所新聞」、「よろず新聞」など手作りのミニコミが配布されるようになった。さらに、トラックにリソグラフ(印刷機)を積んで24日に東京から神戸入りしたピースボートのメンバーは、翌日から「デイリーニーズ」(当初2000部)の発行を開始した。被災者を訪ねて必要な情報を集め、どこで炊き出しがあるか、風呂に入れるか、営業している薬局・食堂はどこか、どこで洗濯ができるかなど、生活情報を日々掲載したという。

被災者自身による手書きの情報から印刷された情報紙、そして、ボランティアによる大部数の定期発行紙。阪神・淡路大震災直後、自主的に始められた情報伝達の経緯は、そのままミニコミの成立・発展過程を物語っている。



膨大なミニコミが整然と並ぶ共生社会研究センター内部の書庫(提供:同センター)

ミニコミとは何か

「ミニコミ」という言葉が登場したのは、1960年前後。「声なき声の会」「ベ平連」などで知られる市民運動がようやく広がり始めたころだ。「マスコミ」に対する「ミニコミ」。その造語には、発行部数を競うあまり、大衆迎合にならざるを得ないマスコミへの批判が込められている。

ミニコミとは何か。丸山さんは先の著書でその基本的な性格を次のようにあげている。

1. 意見や情報を持っているふつうの人(市民)が、自由にそれを伝えたり交換し合うためのメディア
2. 自主的に発行され、購読料や広告料を得るのは当然であるが、それによって利益を追求しないメディア
3. 発行部数や発行回数の多さなどより、その形、中身とも個性や独自性、あるいは多様性にあふれているメディア
4. 読者など人とのかわり合いにおいては、閉ざされた関係ではなく、つねに開かれた人間関係を保障しているメディア
5. 市民のメディアとしての特性を大事にし、権力や資本におもねらず、少数者(マイノリティー)の立場から言論・表現活動を重視するメディア
6. マスコミの裏側に立つという認識を重視し、異常性の追求ではなく日常の暮らしの中から、社会的課題に取り組むメディア

少数の主張・多様な主張

ミニコミの「ミニ」は、少数者の主張を大切にすると意思表示でもある。同時に、多様性も重視する。多様な社会的課題に囲まれている私たちの生活では、その主張も多様となり、ミニコミもまた多種多様となる。つまり、小さなメディアであるミニコミは、多種少数数による「たくさんの少数者の主張・たくさんのミニ」を訴えながら、総体として社会的課題に取り組んでいるといえる。

例えば、原発事故、年金問題、弱者切り捨ての福祉政策、児童虐待、道路建設や再開発における住民無視、里山の荒廃など、私たちは暮らしを不安定にするさまざまな出来事に囲まれて毎日を過ごしている。ところが、不安定の正体と対処法を知りたいと願うとき、その役割を担うべきマスコミは、行政や企業の発表を無批判に右から左へと流すだけで、どのメディアも似たり寄ったりの金太郎飴報道が少なくない。だからといって、そこで「マスコミはけしからん!」と叫んだところで問題が片づくわけではない。いつの時代にも、マ

*住民図書館は2001年に閉館したが、その所蔵資料はすべて埼玉大学共生社会研究センターに寄贈され、一般公開されている。

の主張としてのミニコミ

スコミはそこそこ役に立ち、そこそこ頼りにならない存在なのだ。だからこそ、私たちは私たちのメディアを必要とする。マスコミに過剰な期待を抱き過ぎるよりも、私たち自身の手で小さなメディアを作り出せばいいのだ。それも、いろいろな立場から多様な主張を持つ「私たち」の手で。そう考え、実行する人びと（市民）は、40年前も10年前も現在もいるし、これからなくならないだろう。

ミニコミがつなぐ市民社会

そもそも、私たちの社会の主たる担い手が私たち市民であるのなら、政策の立案実施を行政に任せ、言論をマスコミに委ねるだけでは、社会の主役としての責任放棄となる。そうではなくて、必要とあれば、自ら調べ、考え、発言し、行動を起こす。その積み重ねから、

市民による社会形成の第一歩が始まる。25年間にわたって「住民図書館」が収集を続けてきたおびただしい数の「ミニコミ」群は、そうした市民意識を自覚した人びとによって生み出されてきたものだ。「環境」「教育」「人権」「暮らし」「家族」、その他分類困難な多様な関心が生活や仕事の間から発信されている。

ミニコミの多くは、地域に根ざした地域の社会的課題について主張する。だが、その主張の多くは、他の地域の課題に響き合い、地域と地域をつなぐ。また、30年前の環境問題への取り組みが、本質的に現在の環境問題と重なることも少なくない。世代と世代もつなぐのだ。こうして、ミニコミは世代や地域を越えて受け渡される多様な「市民から市民への伝言」として、21世紀の市民社会形成にたくさんのヒントを与え続けるに違いない。

新しい「カタチ」で広がる紙メディア

最近若者を主なターゲットとし、カフェ、オーガニックショップ、ライブハウス、イベント会場などを配布・販売拠点とした、小さなサイズでデザイン性に優れた紙メディアが静かなブームとなっている。無料で広範囲、スピーディーに行き渡るデジタルメディアにどっぷりつかっている若者向けに、あえて紙にこだわって続々発行されるのはなぜだろうか？

A SEED JAPANでは、会員だけを対象としていた会報「種まき」を、オーガニックショップやミニコミ書店でも配布・販売し、新たな読者層の開拓に乗り出した。今後は図書館での配布も検討しているという。「恥ずかしがらずに電車で読んでもらえる冊子」を目指し、デザインにも力を入れている。何気なく手に取った若者が、環境問題について自分なりの接点を見いだすことを期待しているそうだ。「事実や情報を元にじっくりと考えるには、紙媒体が向いている」と語る編集長の白岩健さんは、「単純な活動の報告はウェブで、紙ではもう少し原理的な部分を取り上げるようにしています。環境問題を単なる現象面であらえるのではなく、その背景にある政治・経済の動きをきちんと絡めて記事を書くように努力しています」

みなと環境にやさしい事業者会議の「エコプラ」は、広げるとタブロイド版になるというユニークな形態だ。「けっこう使い勝手がよく、コストも抑えられるし、この形は広がっていくのでは？」というのは編集長の池田正昭さん。「ネット検索社会になっても、書店・図書館のような場での偶然の出会いが必要。紙は、ふと手に取ったときに思わぬ変化を起こす“不意打ち”のメディアではないでしょうか。『エコプラ』が単なる情報発信媒体となるだけでなく、偶然の化学変化を起

<取材:須藤美智子(GEIC)>

こして、活動そのものを活性化する触媒となることを目指しています。また、私たち作り手にとっても、紙媒体にはモノをつくっている実感がある。一度手を離れたら簡単には修正できないという責任と緊張感、作り手自身の変化を促す触媒となるかもしれません」

ミニコミは、時代に即応した形で進化し、藤林氏のいう「多様な主張を持ち、実行する人びと（市民）」から発信され続けている。



(左から)「ALWAYS」
(東京みずユースALWAYS編集部、<http://www.al-ways.net>)
「GREENSTYLE BOOK」
(ソニー・ミュージックコミュニケーションズ、<http://www.greenstyle.jp>)
「エコプラ」
(「みなと環境にやさしい事業者会議」事務局、<http://www.eco-plaza.net/mecc/>)
「口座を変えれば社会が変わる」「種まき」
(A SEED JAPAN、<http://www.aseed.org/>)

メディアを生かした地域づくり

地域や国境を軽々と越えてしまうメディア、インターネットが脚光を浴びて10年になる。インターネットが地域での情報共有や合意形成にも有効であることに着目して、さまざまな取り組みが全国で展開された。その中でも特徴的な2つの事例として、神奈川県藤沢市の市民電子会議室と群馬県桐生市の桐生地域情報ネットワークを紹介する。

「藤沢発」eコミュニティによるまちづくり

金子隆（藤沢市市民電子会議室市民エリア会議室開設者）

- 市民参加から市民自治へ
- 一電縁コミュニティを革新のツールとして

湘南海岸などリゾート地を抱える藤沢市では、昔から市民参加が活発に行われ、10年ほど前から市民電子会議室（以下、会議室）によるまちづくりが市民と行政の協働で実践されている。

会議室は、市民が地域や市政の課題について時間をかけて話し合い、より望ましい解決の方向を導き出す市民提案システムとして、平成9年に誕生した。この会議室は、従来の市民参加制度では参加しにくかった世代や層を対象に、電子ネットワーク上のコミュニティ形成をねらいの1つとしている。最初は、それぞれが言いたいことを主張するだけの発言もあったが、次第にほかの参加者に関心を持ち、コミュニケーションできるようになった。互いが納得できる合意形成のために、ときには対立し、ときには相手を理解するよう努め、段々と自分たちの役割を理解し、ルールを築いていく。このような関係づくりを促進したのが「運営委員会」である。運営委員会は公募による市民で構成され、会議室を単なる市民参加の場から市民自治へと導く指揮者の役割を担う。

会議室は気づきの場であり、地域変革のツールでもある。また、電縁によるコミュニティはそれを加速度的に進めるエンジンの役割を持つのである。

- 問題解決力を高める力

重度の障害を持つお子さんのお母さんが、なかなか外出できない悩みを会議室に書き込んだところ、ほかの参加者たちが、お子さんを車椅子に乗せてお母さんと一緒に連れ出した。そして、段差の多い道や使いにくいエレベーター、放置自転車など、車椅子にとっての障害の多さに気づいた。その結果、建築家など専門家も加わり、市民によるバリアフリーマップが生まれた。ときには行政を巻き込んで現地での意見交換会を開くこともあった。市の担当職員も、バリアフリーへ認識を深め、徐々にではあるが政策、計画づくりや設計へと活かされ、市民にとって住みやすいまちへと変わるきっかけになった。



オフラインミーティングで顔の見える関係を築く（提供：藤沢市）

- 場をつなぐ縁（コミュニティ）の下の力持ち

一方、電子コミュニティにはトラブルもつきまとう。医院や保育園の善し悪しなど、悪意のない口コミ情報ではあっても、ネットに書き込まれると誹謗と考える当事者もある。市と会議室開設者とが連携して発言者に書き込みを訂正してもらい解決した。いたずらの書き込みは、発言権停止や登録抹消などのルールに沿った対応を行う。議論が白熱して、中傷合戦が起こったときは、進行役が間に入る。市が委託した専門のファシリテーターが介入しても収まらないケースもあったが、参加者から「この場を大切にしたい」という強い願いを込めた発言が続き、収束に向けた動きが盛り上がった。コミュニティ形成がトラブル回避のキーであると確信する。

- 行政職員の参加

行政の中には、書き込みが記録に残ることや、一度発言したらどんどん質問がくるのではないかなど、理由で発言を恐れる職員もいる。藤沢市では、職員の研究会の意見を反映したマニュアル整備や職員研修により、参加や発言の大切さ、情報提供のノウハウや技術を学んだ結果、多くの職員が会議室の市役所エリアを日常的にワッチし、積極的な情報提供ができるようになった。職員にとって、市民の生の声を感じ取り、学ぶ場となっている。

会議室を支えてきたのは人である。その人をこれからも探し続け、発掘し、また育てていかなければならない。市民同士、市民と行政職員が互いに育ち合う関係を大切にし、電縁によるコミュニティをさらに深めた電縁都市ふじざわの実現を目指していきたい。

金子 隆（かねこ たかし）

1983年に藤沢市役所に入職。1990年に総務部情報統計課（情報システム担当）、1995年に同部職員課（研修担当）を経て、2000年に市民自治部市民自治推進課。市民電子会議室を「共生的自治」のツールとして名実ともに本格稼働するため、「e-すたーと “実験から実践へ”」を庁内のスローガンに、市職員の意識改革と会議室への積極的な参加（発言・情報提供）を推進した。担当を離れた現在も、電子会議室に積極的にかわり続けている。



地域NPOの七転八倒

塩崎泰雄（特定非営利活動法人 桐生地域情報ネットワーク理事長）

●●● 地域を元気に！ ●●● 桐生地域情報ネットワークの誕生

東京から北へ90キロ、関東平野が日光の山々に届く辺りに桐生市がある。三方を山に囲まれ2本の川が町を流れる山紫水明の地は、1300年前から織物の町として栄えてきたが、繊維産業の慢性的な不況に加え、人口減少、少子高齢化など多くの課題を抱えている。

1987年にパソコン通信「渡良瀬ネット」が始まり、2001年5月にNPO法人桐生地域情報ネットワーク（KAIN）へと至る。メンバーが30名に届かない団体だが「情報化を通して・まちづくり・人づくりのお手伝い」をモットーに、他団体と協働の中、多くの事業を展開してきた。

NPO設立直前に『住民が考える“桐生地域情報化マスタープラン”』を公開。反響は大きく「蓄積と発信」「普及と教育」「提言と実践」を3本柱とする活動が始まる。

●●● 手作りの市民活動支援センター

提言から生まれた最初の実践は、桐生市が採用した「町中情報サロン」だ。中央商店街の空き店舗に「まちなか情報サロン・ファイバーカフェ」を開設し、「新しい隣組」の「場」を提供する。一風変わったインターネットカフェでは、高齢者や店主が集まり、IT講習会や、タウン誌「織人（おりじん）」が生まれ、三味線ライブや若者のイベント会場としても利用された。全国で多くの自治体が「市民活動支援センター」を設置しているが、住民の力で生まれた桐生市のサロンは手作りの「メディアセンター」や「市民活動支援センター」である。

●●● 歴史的撚糸機が蘇り、新需要が生まれる

店には多くの情報が集まり、桐生市老人クラブ連合会編集の『あすへの遺産』を知ることになる。平成元年に作られたこの本には、水車を動力に使うところに特徴のある「八丁撚糸機」の記述が多数ある。江戸後期より、町を走る掘割には500以上の水車が稼動し、これを動力とした八丁撚糸機の横糸で高級絹縮緬「桐生御召し」が生まれ、桐生繁栄の礎となったが、現在は、掘割さえ残っていない。「なんとかしないと」―焦燥に似た感情が沸き起る。



復元した八丁撚糸機に興味津々。藤井さんの話に耳を傾ける子どもたち（提供：KAIN）

KAINの呼びかけで、桐生市老人クラブ連合会と群馬大学工学部学生の3者が取り組む『新・あすへの遺産』の事業はこうして始まる。1年目は撚糸用水車と八丁撚糸機、2年目は、御召し職人にスポットをあて、2冊の本を出版。3年目には職人が語る連続講演会として11回のシリーズを完結、これらすべては書籍、DVDとウェブに貴重な記録を残した。

この事業を発端に、「桐生八丁撚糸機保存会」では朽ち果てた撚糸機を再生し動態保存を完了し、修理の立役者である藤井義雄氏（83歳）を頼りに、本年7月「八丁ヤーン株式会社」を設立した。通常の10倍以上の撚りを入れた強撚糸が欲しいという織物工場からの依頼が殺到したからである。現在、学生や若者への技術継承を行いながら商いが始まっている。得意なITを駆使して、さらに売り先は日本や世界と広がる勢いだ。

●●● コミュニティFMの立ち上げへ

カフェの運用で培ったノウハウや人的ネットワークが放送につながった。桐生ガス・塚越紀隆社長よりコミュニティFMの話が舞い込む。市民団体に運営を任せるといふ、ありがたいがとてつもない企画である。一番の苦勞が、設備提供会社と番組制作者の切り分けだ。（株）FM桐生局は放送設備とウェブシステムを、KAINが代表する組織に貸し付け、KAINは番組の企画制作、管理、販売を行うことで活動の原資を得て、団体としての事業につなげようとしている。

困ったときには必ず救世主が現れる。10年来の友人で、FM群馬の立上げで活躍した野口健二氏の協力により予算の圧縮ができそうだ。「放送と通信の融合」、「地域遺産アーカイブ」、「市民が運営する市民メディア」、「産民学官の協働」、など多くのコンセプトを盛り込んだ（株）FM桐生局は、来年の開局を目指して活動を開始している。困難の連続だが、未来の子どもたちの笑顔を思えば「苦しくて、楽しい」仕事になりつつある。

日中韓3カ国 環境情報共有プロジェクトの役割

廣瀬 稔也（東アジア環境情報発信所）

CHINA

SOUTH
KOREA

JAPAN

地球環境問題の深刻化を受け、地域間、特に近隣諸国との環境協力の重要性が高まっている。ところが、海外との情報共有は英語を介したものが大半で、英語圏以外では草の根レベルの市民活動が伝わりにくいのが実情ではないだろうか。東アジアの持続可能な発展のため、日中韓の3言語で環境情報を共有する取り組みを紹介する。

先行する試行錯誤を共有する

東アジア環境情報発信所では、中国と韓国の環境NGOと共に、2001年より日中韓環境情報共有プロジェクトをスタートさせ、日中韓環境情報3言語サイト"ENVIROASIA"を共同で運営している。このENVIROASIAでは、毎週各国からの1~2本の環境情報を翻訳して3言語で発信している。運営にあたって、中国は、環境教育や自然保護に取り組む主要な環境NGOのメンバーが、韓国は国内最大の環境NGO、韓国環境運動連合がそれぞれの国の情報発信を担当しており、日本のわれわれ発信所が最も規模の小さな団体である。

日本では、1990年代に「リサイクル=環境にいい」という意識が広く市民に定着し、リサイクル関連法の整備が進んだ。しかし、3Rの最後のリサイクル（再生利用）に重きを置いたため、大量生産・大量消費・大量廃棄に、大量リサイクルという工程が追加されただけで、ごみや環境負荷が低減したとはいえない。経済発展が先行したがゆえに、日本や韓国が先に経験することとなったこうした環境問題への試行錯誤を、今後、深刻化する環境問題に立ち向かわざるを得ない中国の市民と共有することが、東アジアという地域の環境問題にとって重要だろうということで、プロジェクトがスタートすることとなった。

最初は英語での情報発信で事足りるのではという意見もあったが、ごく普通の市民に情報を伝えるには、その国で一番広く使われている言葉を使用すべきだということで、3言語での情報発信となった。

市民・NGOからの批判も貴重な情報源

日本が欧州の環境法制を参考にするように、中国や韓国は日本の環境法制も参考にしていることから、日本からの情報発信では、特に法制度の制定や改正における市民・NGOからの批判を努めて紹介するようにしている。こうした批判は、その制度の重要な点を指摘しているが、そうした外国の情報は、自国の言葉やマスコミを通じてはなかなか知ることができないからだ。

このENVIROASIAの情報がきっかけとなった動きもいくつかある。日本のFoE Japanが、スターバックスコーヒージャパンに対して使い捨て容器の使用をやめるよう働きかけた記事があった。使い捨て容器対策では日本より進んでいる韓国のNGO「ごみ問

題解決のための市民運動協議会」はそれを見て、スターバックスコーヒージャパンの社長宛に韓国の事例紹介と使い捨て容器の削減を訴える申し入れを行った。また、日本の生協が取り組む独自の環境家計簿の記事を見た、中国のNGOからの問い合わせなどもある。あるいは、日本では過去の話となった感もあるが、韓国で最近問題となっているゴルフ場開発問題での日本の経験を知りたい、といった個別情報のリクエストもしばしばある。

国境を越えた協力の第一ステップとして

サイト開設からまもなく4年目を迎えるが、3カ国の環境問題への取り組みには、時間軸に応じたそれぞれの個性があることがわかってきた。中国ではようやく表に出始めた環境問題や、環境意識の啓発に伴うNGOの活動が多いし、民主化闘争の系譜を引く韓国のNGOからは、政府の大規模開発や企業への反対運動が中心だ。日本では、すでに発生した環境問題の解決をどう制度化していくのかという点に焦点があるように感じる。

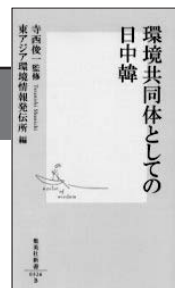
われわれ3カ国のメンバーは、ENVIROASIAを通じた情報の共有が、3カ国の環境協力を進めるための第一ステップだと位置づけてきた。今後は、これまでの情報共有と個々の差異を認識した上での具体的な協力活動を進めていきたいと考えている。



日中韓各国のホットな話題を反映する
ENVIROASIAのウェブサイト
<http://www.enviroasia.info/>

お薦め図書

『環境共同体としての日中韓』
(寺西俊一監修・東アジア環境情報
発信所編、集英社)



社会を変える「人がメディア」のハーモニー

とにかく「メディア」というと、テレビや雑誌にしても、インターネットにしても、媒体自体に気をとられ、送り手である「人」を介して情報や思いが伝わっていくことが忘れられがちではないだろうか。すべては「伝えたい」という思いから始まることを、もう一度考えてみたい。

吉田理映子(特定非営利活動法人 市民活動情報センター・ハンスオン!埼玉 副代表理事)

マスメディアが伝えなかった「あの日」

「初めて心から電気を消しました」

わが家に届いた127通のファックスのほとんどにそう書いてあった。これはマスのメディアの仕事に携わっていた私にとって、「人がメディア」の底デカラを実感した1つの「事件」だった。

1999年9月30日。東海村で臨界事故があった。その1カ月後、東海村であの日屋内退避したお母さんたちに偶然出会い、私は絶句した。こんなにメディアからの発信があるのに、私は知らなかった。事故現場に隣接する小学校の子どもたちが、あの日雨に濡れて帰ってきたことを。お母さんが、玄関で濡れた子どもの服を必死で脱がせながら、「守ってあげられなくてごめんね」と叫んだ思いを。そしてお母さんたちは、自分の暮らしを他人任せにしていた自分を責めた、というつぶやきを。

私は彼女たちの「あの日」を、原発から遠い暮らしをしていた私と同じようなお母さんたちに「伝えたい」と思った。子どものいのちを思う同じ母親として。しかし彼女たちは言った。「メールや新聞、テレビは怖いです」「多くの人の前で話しすることも苦手です」と。見えない相手に伝えていくことへの不安をお母さんたちは持っていた。

静かに響き合う「私」の思い

ではどうやって伝えたらいいのか？ それから、私はさながら修行僧のように、お母さんという人に会えば話して聴いた。「ねえ、東海村でこういうことがあったんだって」と。その中で応援してくれるつながりが生まれ、やがて「あの日、東海村で子どもたちは…」という回覧板方式のファイルが生まれた。そこには、あの日のごことが、彼女たちの言葉とその子どもたちの絵でつづられている。

ファイルの制作で、表紙の紙を折り続けてくれた人、イラストを描いてくれた人、回覧板を回してくれる人、心に留まったページをコピーして回してくれる人。ファイルは、さまざまなお母さんたちの思いで日本を静かに回った。そして1カ月後、127通のファックスとなって「私」というメディアに戻ってきたのである。

このファイルを創り、手渡されていく過程にさまざまな言葉やため息、涙や励ましが行き交ったことと思う。「子どものいのち」を思う「お母さんというメディア」を通した気持ちの響き合い—それが「何度『節電』と叫ばれるよりも、ファイルを読んで初めて心から電気を

を消したいと思いました」という思いにつながっていったのだと思う。「電気を消そう」ではなく、「消したい」「消し続けたい」という気持ちは、原発を頭で理解することを超え、気持ちで感じ合えたからだと思う。

開かれた「立ち会い出産式」へ

「人がメディア」となるからこそ、人に「知りたい」「したい」という欲求が生まれてくるのではないだろうか。すてきなチラシではなくても、たった一言のつぶやきが、人を変える。先端的なイベントではなくても、たった一滴の涙が、人に気付かせる。人というメディアは、人に語りかけ、人に問いかけ、人を考える当事者と変わっていく。ファイル制作から5年。今日もどこかのお母さんの手から手へ回っていることから、そう思わずにはいられない。

その実感を抱えて私は今、市民活動の広報に携わっている。私はそこで、社会を変えるコミュニケーションのポイントを「立ち会い出産式広報」と呼んでいる。これは、情報発信までのプロセスに、できるだけ人と人が聴き合い、かかわり合うチャンスを生むことが、伝わり方を豊かにする、と実感して命名した方法だ。

競争原理で動く企業と協働原理で動く市民活動では、それぞれ伝え方の強みが違う。市民活動は、伝えるプロセスを企業秘密として閉じるのではなく、それを開いていくことができる。これからもさらに多彩な人と人が感じ合う「人がメディア」を期待したい。



今も人びとの手から手へ受け渡される「私」発の思い
(提供:吉田理映子)



お薦め図書

- 『NPO広報カルテ』(せんだい・みやぎNPOセンター)
- 『天野祐吉のことばの原っぱ』(天野祐吉著、まどか出版)
- 『日本のスイッチ』(慶応義塾大学佐藤雅彦研究室編、毎日新聞社)
- 『NPOのメディア戦略』(金山智子著、学文社)



当事者ジャーナリズムとしての市民メディアの歴史

活字メディアへの市民参加は、紆余曲折あるものの1世紀以上の歴史を持つ。一方、音声・映像メディアではマスメディアの独占状況が続いていたが、1990年代以降のインターネットの登場により、活字と音声・映像メディアが融合しながら発達を遂げてきた。ジャーナリズムへの市民参加の視点から、市民メディアの歴史と可能性を追う。

松本恭幸（武蔵大学社会学部メディア社会学科助教授）

NPOによるコミュニティFM局の誕生

パブリックアクセス、すなわち市民によるパブリックな言論空間を放送の中で実現する試みが、多くの欧米諸国のように制度化されていない日本では、1980年代までミニコミを発行するか、映像祭で作品を上映するか、ミニFMやパソコン通信を通して限られた人たちに情報を発信する以外、市民によるメディアアクセスの手段がなかった。

こうした状況に変化が生じたのが、90年代以降の多メディア時代である。全国各地にコミュニティFM局が誕生し、かなりの局では主に経営面の理由で、放送開始にあたって市民ボランティアの力を借りており、開局後もそのまま市民制作番組枠が残ったところが少なくない。ただその多くは、局が提供する特定のコンセプトの番組枠内で、市民参加が行われている状況である。

けれどもコミュニティFM局は、2000万円程の資金で開局可能ことから、市民が運営主体となる局も現れた。その先駆けとなったのが、阪神淡路大震災をきっかけに神戸市長田区で在日外国人のための多言語放送局として開局し、その後、新潟県中越地震の際の多言語による支援活動など、メディアアクティビズムと一体となった放送を展開したFMわいわいである。こうしたFMわいわいの活動に触発され、2000年以降、NPOが運営にかかわるコミュニティFM局が、各地に誕生した。

テレビ放送への市民参加

一方で90年代後半から、ケーブルテレビ（CATV）と衛星放送の多チャンネル放送の競争が始まり、一部のCATV局ではコミュニティ・チャンネルを市民に開放し、地域密着を図ろうとした。ただしこれはパブリックアクセス・チャンネル（PAC）^{*1}のように、市民がジャーナリスティックな視点で社会問題について取り上げた番組を自由に配信するメディアアクセス権を、コミュニティ・チャンネルの中で保障するものではない。

鳥取県米子市の中海テレビ放送のPACなどを例外として、多くの場合、局側で編成権、編集権を留保し、主に地域活性化を目的とした番組枠を市民グループに提供した。こうした試みは、地域づくりの担い手となる市民プロデューサー、市民ディレクターを育てる役割を果たしたが、市民参加型ジャーナリズムの場としては有効

に機能していない。

さらに中海テレビ放送では、地元の環境問題に取り組むNPO/NGOと地方行政を仲介して、コンソーシアム方式で番組制作を行っている。こうした市民と地方行政との間にコミュニケーションの回路を構築し、対話を通じた合意形成を育むことも、市民参加型ジャーナリズムの機能の1つだが、放送の領域ではほかにほとんど実現しておらず、むしろ今日、インターネットの領域で横浜市民メディア連絡会のようなNPO/NGOの中間支援組織が、こうした役割を担っている。

インターネットに期待されること

市民による当事者ジャーナリズムの場としての市民メディアは、90年代以降、これまで見てきた放送ではなく、インターネットが中心となっている。市民コンピュータコミュニケーション研究会（JCAFE）^{*2}をはじめとする、NPO/NGOのインターネット活用支援組織の活躍もあり、多くのNPO/NGOが市民運動関連のさまざまな情報を自らのサイトで発信できるようになった。

そして2000年以降、2ちゃんねるに代表される匿名掲示板の隆盛を経て、ブログ、あるいはJanJan^{*3}やオーマイニュース^{*4}のようなインターネット新聞が登場し、個々の市民による情報発信活動が活発化した。だがこうした市民メディアが担う言論空間の拡大が、社会変革を目指す市民参加型ジャーナリズムの普及に、そのままつながるかどうかは未知数である。

今日、アルファブロガー^{*5}の多くは、実社会での著名人やメディア業界関係者である。大半のブログは個人の日記サイトに近く、さらにそうした市民の情報発信ニーズが、今後、よりクローズドなmixi^{*6}などのSNS^{*7}を志向する傾向も見られる。また市民ジャーナリズム機関を目指すインターネット新聞は、プロの編集者が介在して全国の市民記者の記事を編集して配信しているが、市民記者を市民ジャーナリストとして育てるための教育プログラムの提供は困難であり、継続して地域に根差したニュースを記事にしている市民記者は、決して多くない。

そんな中、今後は、学校教育の現場でのメディアリテラシー教育の普及により、社会の不特定多数の人達を相手に、パブリックな言論空間でコミュニケーションすることに関心を持つ若い世代の登場に期待したい。

*1:テレビ放送のチャンネルを市民に開放し、市民が自由に番組を放送できるようにするもの（6ページ参照）

*3:<http://www.janjan.jp/>

*5:多くの読者を持ち、影響を与えているブログ発信者

*7:ソーシャル・ネットワーキング・サービス。社会的ネットワークをインターネット上で構築するサービス。

*2:<http://www.jcafe.net/>

*4:<http://www.ohmynews.co.jp/>（15ページ参照）

*6:SNSの1つ。参加者が互いに友人を紹介しあって、新たな友人関係を広げることを目的としたコミュニティ型のウェブサイト。

小さな「点」を大きなうねりにつなげる オーマイニュースの挑戦

去る8月28日、市民参加型オンラインメディア「オーマイニュース」が創刊された。2000年に韓国で開設され、大統領選にも影響を及ぼしたとされるインターネット新聞の日本版だ。登録制の市民記者による記事を発信し、「ニュースを通じた市民参加型メディアの確立、インターネットの長所を最大限に活かした新しいオンラインメディアの展開、健全な世論形成への貢献」を理念に掲げている。創刊直前の多忙な合間を縫って、編集次長の平野日出木さんにオーマイニュースが何を目指しているのかを伺った。



7月にソウルで開かれた「世界市民記者フォーラム」。
英語版 (<http://english.ohmynews.com/>) に記事を寄せる、
およそ100名もの市民記者が21カ国から集まり親交を深めた

オンラインメディアの 現状をどうご覧になりますか？

少し前までは、市民が自分の体験を発信する道具が物理的に限られていましたが、今はインターネットなど環境が整ってきて、制約がなくなっています。特に近ごろは、ブログという便利な発信手段もあります。ただし、多くの人に影響のあるアルファブロガーと呼ばれるような人たちは、ごく一部のいわばエリートです。ほとんどの人は道具を手につくも、実質的には広範に発信できていないのではないかと思います。

今まで読者だった方たちの声を、より多く、すこしでも広く、遠くに届けるためのメディアになれば、それがオーマイニュースのありべき姿だと思います。表現力などというのは、多少足りなかったとしても補うことが可能です。既存のニュース報道にとらわれず、自分なりに「これは面白い」とファクトを発掘してほしい。消費者として受動的に情報を消費するだけでなく、だれでも十分に発信の主体となれるはずです。私自身は新聞記者時代、フリーランス時代と長らく紙媒体とつきあってきましたが、みんなが発信して、それを上手に編集して、みんなで楽しむオンライン型のメディアこそ、21世紀型だと思います。

「市民参加型」とは、 具体的にどういうことですか？

人々の興味がとても広がってきて、必要とされる情報も多岐に渡るようになってきました。一部のメディア企業に勤務する人だけでは、そうしたニーズをカバーしきれなくなっているのが現状です。そこで、今まで読者の立場にいた方が、「これはニュースだ」と感じたことを発信できるプラットフォームが必要になります。

プロ記者（会社員記者、フリーランス記者）は、仕事から当然ですが、対象を観察し、それを表現する力には長けているでしょう。けれども、ニュースに取り上げるような体験を実際にしているわけではありません。それに対して市民は、仕事やボランティア活動での実体験を持っているという強みがあります。プロはそうした話を間接的に聞いて書いているに過ぎません。

市民記者から寄せられた記事の内容については、規制する仕

オーマイニュース・インターナショナル株式会社
<http://www.ohmynews.co.jp/>
オーマイニュース日本版編集次長 平野日出木

組みは設けません。いわゆる公序良俗に反しないものならすべて載せる方針です。反対意見があれば、建設的に闊達な議論を起こしていただければいい。記事の編集についても、編集部では事実確認は重視しますが、文体などは極力生かし、できるだけ書き手の個性を大切にしたいと考えています。

個性を生かした記事に公共性を 求められますか？

身近な話題を取り上げる場合も、幅広い人に届くコンテンツにしたいと思っています。編集長は「喜怒哀楽驚恐」を大切にしようと言っていますが、これは、やみくもに感情をぶつけてほしいという意味ではありません。そうした感情を引き起こした事実注目して、自分なりに分析していただく。感情自体は個々人のものでも、原因を探ってみると、幅広く社会に共通するものが浮かび上がってくるに違いないと考えています。そうすれば、それはもはや個人的な出来事ではなく公共性のあるニュースになります。

以前、主に経済情報を扱う新聞社で記者をし始めたころ、経済ニュースは霞ヶ関や大手銀行の動きだと大きくなり、民間企業の話はあまり大きくならないという、「官尊民卑」ともいえる雰囲気がありました。しかし、やがて民間企業が主役になり、それも大企業だけでなく、中小・ベンチャー企業が、どんどん大きなニュースになっていく流れが生まれました。かつては広告・宣伝など見なされていた民間企業の話が立派なビジネスニュースになったわけですね。現在、既存の新聞やテレビが取り上げない話題の中に、ニュースになるものは確実に存在します。

韓国のオーマイニュースにも興味深い例があると聞きました。ある若者が兵役除隊の際に、末期がんを患っていることがわかり、軍は健康管理を怠っていたのではないかと、という記事が載りました。すると、あちこちから似たような記事やコメントが寄せられ、やがて大手メディアも取り上げ、最終的には国が謝罪しました。

このように、1つひとつは小さな点にしか過ぎなかった身近な話題が、実は社会性のある問題だと気づく。そうしたプロセスに貢献することが、オーマイニュースの1つの理想形かもしれません。

メディアの 社会的責任を考える

市民によるメディアが活発になっているとはいえ、社会に流通する情報の多くは今もマスコミといわれるメディア企業によるものだ。多くの企業が本業での社会貢献やCSRに取り組む中、そうしたメディア産業の社会的責任と環境問題との接点を考えてみたい。

足立直樹(株式会社レスポンスアビリティ代表取締役)

「環境にやさしい」とは?

例えば先般、ある大手メーカーが植物油由来の洗剤が「環境にやさしい」とする広告を行っていることについて、環境NGOなどから批判の声が上がった。このメーカーは、植物原料を使った洗剤は石油から作った洗剤よりもCO₂の発生が削減できることから「環境にやさしい」とうたっているのだが、植物原料の生産現場では、野生生物のすみかである熱帯林が破壊され、農薬や化学肥料による土壌と河川の汚染、さらには苛酷な労働条件や人権侵害など、問題が噴出している。こうした影響を評価せずに「環境にやさしい」と言い切ってしまうことは、結果的には問題の存在を覆い隠すことになり、このような広告を行う企業は、自社に都合が良い部分だけを取り上げる無責任な企業と思われかねない。

しかし、これは一企業の評判にかかわる問題に留まらない。影響力の大きな広告を通じて誤った、ないしは偏った情報が流れることで、多くの関係者がこれまで営々と積み重ねてきた努力を水泡に帰す恐れさえあり、社会に与える負の影響は計り知れない。このような場面において、広告代理店は、メディアは、スポンサーの望むCMを流すだけで、本当に社会的責任を果たしていると言えるのであろうか。自らの影響力の大きさを十分に噛みしめ、伝える内容をしっかりと吟味することが必要なのではないだろうか。

間接的な影響こそ重要

環境保全や持続可能な社会の構築のためには、正確な知識を得ること、伝えることが非常に重要であることは論を待たない。このことを考えれば、広告も含めて、メディアの責任はきわめて重大であると言わざるを得ない。にもかかわらず、これまでメディアの社会的責任は日本ではあまり議論されることがなかったようであるが、これはなぜであろうか。

1つには、例えば環境に対する影響を考えればわかるように、日本では直接の影響のみが大きくクローズアップされ、間接的な影響はあまり注目されなかったからであろう。しかし、この数年、風向きは急速に変わってきた。例えば金融機関について言えば、自らが直接使う紙やエネルギー、排出するゴミが問題なのではなく、どこに投資・融資するのか、そのことによって生じる間接的な影響の方がはるかに重要であり、投融資の基準づくりと事前審査や事後評価により注力するべきであると意識が変化してきた。

メディアもまさに同様であり、事業自体の直接的な環境負荷や社会影響を軽減する必要があることはもちろんだが、それ以上に、番組や広告が社会に与える影響を真摯に考える必要がある。スポンサーの意向や視聴率といったものだけを注視しているようでは、真の社会的責任は果たせないであろう。

持続可能なビジネスを広めるために

実はこうしたことはこれまでも何度か議論されており、公正取引委員会は既に2001年に「環境保全に配慮している商品の広告表示に関する5つの留意事項」を発表し、また2002年のヨハネスブルグ・サミットでは、世界広告主連盟(WFA)とヨーロッパ広告業協会(EACA)が、広告業は持続可能な社会の構築のために重要な役割を担っており、そのために何をどのようにすべきか報告書^{*}を発表している。

例えば本特集の中でも和田社長が寄稿されている亀和商店では、MSCという環境に配慮した認証の水産物を取り扱っている。しかし、せっかくこうした仕組みや商品ができて、それが世の中に広く知られないことには、状況は変わらない。旧来の持続不可能なビジネスではなく、持続可能な新しいビジネスを世の中に知らしめて推進することこそ、EACAなどが広告業の役割として提案していることである。広告業界だけでなく報道メディアにおいても、何をどのように伝えるべきか、中味を選ぶところから今一度考えてみる必要があるのではないだろうか。

^{*}<http://www.aacc.fr/documents/advertising2002.pdf>

足立 直樹(あだち なおき)

1965年生まれ。東京大学理学部、同大学院修了。理学博士。国立環境研究所で熱帯林の研究に従事し、マレーシア森林研究所勤務の後、環境経営とCSRのコンサルタントとして独立。2006年に株式会社レスポンスアビリティを設立し、現在代表取締役。(財)地球・人間環境フォーラムなどの客員研究員も兼務。個人ブログ「サステナ・ラボ」(<http://suslab.seesaa.net/>)はほぼ毎日更新中。



読者・視聴者の参加を

社会的責任は、ステークホルダーとの健全な緊張関係のもとで発達する。まずは多くの人を巻き込んでメディアの社会的責任とは何かを十分に議論し、メディア自身が自らの責任が何であり、それをどのように果たすつもりなのかを宣言することが必要だろう。しかし現実には、連日のようにCSR (企業の社会的責任) という言葉を使いながら、自らのCSRについてきちんと報告しているメディアは非常に限られている。全国ネットのテレビ局や全国紙の中で、CSR報告書や社会・環境報告書を毎年発行しているところが一体何社あるだろうか。その数は驚くほど少ない。このような状況では、自らの社会的責任を組織内部できちんと議論していない、理解していないと批判されても、説得力のある反論はできないだろう。

そしてその次の段階としては、宣言したことがきちんと実行されているかどうかをさまざまなステークホルダーが常に監視すること

が必要である。もちろん、十分に責任を果たしていると認められるメディアについては、外部のステークホルダーがそれを積極的に評価することも重要である。つまり、メディアがより社会的責任を果たすようにするためには、単にメディアにそれを求めるだけでなく、読者、視聴者を含めた一般の人々が、その過程に積極的に参加し、発言していくことも必要なのだ。

今後、メディアの社会的責任が広く社会の関心を集め、多くの議論が行われ、さまざまなステークホルダーを巻き込んだ健全な緊張関係の中で、メディアがより明確な社会的責任を果たすようになることを期待したい。

持続可能な消費に向けた、メディアへの期待

和田一彦 (株式会社亀和商店 代表取締役社長)

環境に対する取り組みを、いかに「わかりやすく」メディアを通して消費者に伝えるか—MSC認証製品を販売する弊社にとっても必須の課題です。

弊社は昭和13年 (1938年) に創業した、築地市場の水産仲卸です。水産仲卸とは、卸売市場においてセリで魚を購入して、業務向けに販売する小規模な問屋です。

近年は市場外流通の発達に伴い、市場へ入荷した魚だけでは、他社との差別化が難しくなっています。弊社では10年ほど前から、直接産地を訪れて良い魚を探し求めてきました。そして1998年よりアラスカで最高品質のサーモンを獲るブルース・ゴア氏から天然サーモン、ボタンエビ、銀ダラ、岩あいなめなどの輸入を始めました。その中で、アラスカ州が持続可能な漁業と良い仕事をする漁師との、理想的な関係を数十年にわたって築いて来たことを、実感することができました。漁師が良い仕事をするためには、環境に配慮した持続可能な漁場が絶対条件なのです。密漁が可能で、手取り早くお金になる漁場には、良い仕事をする漁師はいないのです。

この点を得意先、消費者に効果的に訴求することに思いを巡らせたとき、私はMSC認証制度に出会いました。弊社が持続可能な漁業を商品販売目的で宣伝するよりも、第三者機関

のお墨付きとして「MSC認証エコラベル」を表示する方が、はるかに説得力があります。

消費者に「MSC認証エコラベル」を広めるために、9月よりMSC認証キングサーモンを使って製作した米菓「鱈之介おかき」 (写真) を、まずFM放送局J-WAVE*で販売開始しました。

環境問題を消費者の意識に刻み行動を促すことを、私はメディアに期待します。8月にテレビCMとして放映された「八月の虹」^{※2} は、この課題に応えたすばらしい作品だと思います。また、海洋環境の保護については『飽食の海—世界からSUSHIが消える日』 (岩波書店) など良書が出ています。こうしたメディアが人々の環境意識に少しでもつながればと思います。



*1: <http://www.j-wave.co.jp/ec/>

*2: <http://www.greenfilm.jp/>

BOOK 本の紹介

『市民メディア活動—現場からの報告』

松野良一編著 定価2,310円(税込)
中央大学出版部発行(2005年) ☎0426-74-2351 ISBN4-8057-6157-1

デジタル技術の発達により、市民は視聴者から情報の発信者へとなることが容易になり、今各地で市民メディアが誕生している。本書は、各地で活動する市民メディアの当事者が、発生のメカニズムや活動内容、魅力と問題点などをレポートしている。現場からの報告のため、自らが情報を発信することの苦労や喜びがリアルに伝わってくる。



『ワークブック「市民のチカラ水」』

(特活) せんだい・みやぎNPOセンター発行(2004年) 定価315円(税込)
☎022-264-1281

社会に生きていく限り必要なコミュニケーション能力。何かが行動を起こすとき、ほかの人の協力が必要となき、「なかなか相手に伝わらない」と悩んでいる方、「もっと多くの人の理解を得たい」と考えている方にお薦めの一冊。小さなワークブックで、自分を知る、考える、選ぶ、伝える、という4つの「チカラ水」をつけてみよう。



『「谷根千」の冒険』

森まゆみ著 定価756円(税込)
筑摩書房発行(2002年) ☎048-651-0053 ISBN 4-480-03723-3

谷中・根津・千駄木に住む主婦が、この町で何かやってみたくて立ち上げた「地域雑誌」をめぐる奮闘記。子育て・家事を抱えながらも生活の現場でパワフルに仕事を創り出していくさまは、「働く」ことの多様な形を見せてくれる。歴史の古い町並みが残る地域の粋な生活・文化に触れられ、肩の凝らない読み物としてもお薦め。



『広報力が地域を変える! —地域経営時代のソーシャル・コミュニケーション』

電通プロジェクト・プロデュース局ソーシャルプロジェクト室編 定価2,310円(税込)
日本地域社会研究所発行(2005年) ☎03-5397-1231 ISBN 4-89022-838-1

企業広報のスペシャリストが自治体向けに説いたハウツー本。「広報」を情報公開や市民とのビジョン共有を含めた広義の「コミュニケーション」としてとらえ、企業のマーケティングやブランド構築手法に倣った情報戦略のあり方を示している。一読すれば、従来の広報の枠を超えて実行すべき足りない面が見えてくるはず。



『ローカル・ネットワークの時代 —ミニコミと地域と市民運動』

丸山尚著 定価1,890円(税込)
日外アソシエーツ発行(1997年) ☎03-3763-5241 ISBN4-8169-1422-6

ミニコミは市民が自らの関心事や問題意識を社会に発信するメディアである。著者は25年間にわたり約4,000種類、10万点を越えるミニコミを収集した。本書は、膨大な資料を丹念に読み込み、そこから見える市民社会の変遷と現状、構想を描いている。インターネットにも1章を割き、可能性と課題を的確に指摘している。



『多言語生活情報の提供・流通』 『多言語生活情報の提供・流通 その2』

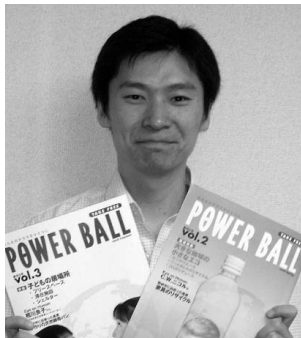
(財) 神奈川県国際交流協会発行(2005 / 2006年) 頒価800円(会員は500円)
☎045-896-2964 (国際協力課、担当:キム)

「自治体が発行する多言語生活情報はたくさん出されているが、外国人当事者にはあまり届いていない」という状況を踏まえ、図書館などの公共施設へのアンケート調査と、外国籍住民へのヒアリング調査結果をまとめた報告書。情報の流通を阻害する要因を分析し、多言語情報を円滑に届ける具体的な方策をまとめている。



パートナーシップ・トーク

特集と関連して、フリーマガジンというメディアを通じ、社会貢献活動を身近に感じてもらおうと現場取材を続ける金さんと、長年の保育の経験を生かして環境都市を目指したネットワークを推進する御所窪さんのメッセージをお届けします。



金 昌祐(きむ ちゃん)さん

有限会社パワーボール代表

企業でのマーケティング業務や国際協力NGOでのファンドレイジング、人道支援活動を経て、2005年6月に(有)パワーボールを設立。個人・企業・NPOの社会貢献活動を通じて、国内外の社会問題を伝えるフリーマガジン「POWER BALL」の発行を開始する。これまでに、「スマトラ島沖地震」「アフガニスタンの地雷」「環境問題(3R活動)」「子どもの居場所」をテーマに計4回発行。
<http://www.power-ball.co.jp/>

フリーマガジンで広げる社会貢献活動の輪

個人・企業・NPOの社会貢献活動を紹介するフリーマガジン「POWER BALL」。国際紛争、環境、子どもの権利など国内外の社会問題をテーマに設定し、徹底した現場取材を通じて問題に取り組む人々の活動(ドラマ)を伝えています。

日本にはボランティアや寄付などの社会貢献活動に消極的な人が少なくないのですが、その背景には、活動の受け皿となるNPOのことをよく知らなかったり、誤解していることがあります。以前、国際協力NGOで有給スタッフとして働いていましたが、「えっ、給料もらってるの!」と驚かれたり、「NPOっていろいろヤバイことやってるんでしょ?」と怪しまれたりすることもありました。

そこで、NPOの活動や基礎知識について、日ごろ接点がない人にも関心を持ってもらえるように、個人や企業の社会貢献活動も盛り込んだフリーマガジンという形式にしました。

フリーマガジンは読者が購読料を払うわけではなく、いかに多くの広告を集められるかが重要になります。広告内容も環境に配慮された商品や企業とNPOのコラボレーションの紹介など、社会貢献活動にこだわっていますが、まだ立ち上がったばかりの雑誌なので、スポンサーに理解してもらい、協力を得るのは簡単ではありません。

それでも、読者から「とても内容が充実していて読みごたえがある」「こんなフリーマガジンが日本に登場するのを待っていた」など、励ましのお手紙をいただくたびに、またがんばろうと勇気や元気が沸いてきます。

社会貢献活動に特化したフリーマガジンは、今まで日本になかったと思います。POWER BALLを通じて、大手メディアでは取り上げられることの少ない問題に、多くの人が関心を持ち、気軽に社会貢献活動に参加してもらえるように、これからも情報発信を続けていきたいと思っています。



御所窪 和子(ごしょくぼ かずこ)さん

新宿区立環境学習情報センター
センター長

東京新宿生まれ。主任児童委員。東京都環境学習リーダー4期生。新宿環境情報ネットワークを設立した発起人の一人。現在は新宿区立環境学習情報センターおよび区民ギャラリーの指定管理者として管理運営を代行している。東京凡人座と新宿エコレンジャーを立ち上げ、寸劇を通じた啓発活動を実施中。
<http://www.shinjuku-ecocenter.jp/>

区民・事業者・NPO・行政の協働で、文化の薫り高い環境都市新宿の実現を

NPO法人新宿環境活動ネットの前身である新宿環境情報ネットワークにかかわるきっかけとなったのは、1998年12月、新宿区環境部(現・環境土木部)主催の「環境シンポジウム」でした。そこで出会った人々が、「区内の環境活動情報を横につなげば、それぞれがもっと元気に活動できるのでは」と呼びかけあい、1999年2月の設立総会を経て、新宿環境情報ネットワークを立ち上げたのでした。

新宿環境情報ネットワークはその名称が表すように「新宿の(を中心とした)環境活動にかかわっている個人、団体、事業者、行政の横のネットワーク」です。その立場や分野を越えての顔の見える信頼をつなぎ、環境活動情報を交換、共有することで、それぞれが元気な活動をしてほしいと願い活動してきました。2003年8月にNPO法人として認証を受け、2004年4月から新宿区立環境学習情報センターの指定管理者としてプロポーザルを経て、管理運営を代行しています。協働で切り開く環境都市新宿の実現を目指しています。

さて、環境分野と直接関係のない主婦の私が、なぜこのような活動にのめり込んでいるのでしょうか。

私は、都庁のある新宿副都心(当時)のお膝元淀橋(現西新宿)に生まれ育ち、区内保育園に保育士として十数年かかわらせていただきました。初めて勤めた保育園は、園庭の狭い十二社保育園(現西新宿保育園)でしたが、隣家が引越すということで職員と保護者・地域住民の方々と協力して「買い上げ」を新宿区にお願いしたところ、区は隣地を買って上げてくださり、土の庭が確保されました。そこには実のなる木が多くあったり、小さな畑でしたが野菜を作ったりしました。20数年前のことですが、「自分たちのまちは自分たちで創りたい」ということと、「未来の新宿を支える子どもたちに今必要な環境は何か」を、このときの体験から学びました。この保育経験が今の私の活動の根底にあります。

未来の子どもたちの笑顔のために…。

どうしよう!? パートナリング お悩み相談室から

官設の「支援センター」は市民活動を 支援できているでしょうか?

行政が設置する市民活動支援センターが増えていきます。会議室や印刷機の貸し出しなどのハード事業、チラシや冊子・図書・インターネットによる情報事業、相談窓口の設置やマネジメント講座などソフト事業が主な事業です。利用者からは喜ばれ、民設の支援組織と比べて資金や場所など基盤となる資源確保の面で苦勞が少ないので、支援業務に多くの資源を投入できているはずですが「私たちの仕事がほんとうに市民活動に役立っているのでしょうか?」との悩みを聞くことが少なくありません。

このような悩みが生まれる背景はさまざまです。例えば、支援をしてもNPOが強化されないのではないかと、という疑問があります。会議室の貸し出しは代表的な事業ですが、無料(あるいは安い金額)で借りられる会議室がある限り、NPOはセミナーの「売れ行き」を心配する必要がありません。会議室の貸し出しに限らず、印刷機貸し出しや情報発信支援メニューでも同じような問題が起こる可能性があります。NPOの世界が完全に市場原理で動くべきだとは思いませんが「自らの力で市民の支持を広げ、資金力を強化する」インセンティブが働かなくなるのであれば問題です。事業を行う前後に、その支援事業がNPOの強化に役立っているかどうかを考えるべきです。

また、マネジメント講座などを企画するには、市民活動について知

識を持つスタッフが必要です。相談対応には、さらに専門的な知識と技能が不可欠です。ところが、市民活動は非常に多様であるため、資金から組織運営、活動分野の内容に立ち入った相談に対応できる人材は限られます。また、1時間や2時間の講座や相談で解決する問題は少なく、現場を訪れ、長い期間をかけなければ改善に結びつかないことも多いのです。高度な専門能力を持つ人が多大な時間を費やしても、支援の効果が上がる事例は少ないのがソフト事業の悩みです。パートナーシップのマッチングでも同じような悩みにつきあたります。

市民活動支援は市民活動の多様性を受け入れ、伸ばすことが大事ですが、単独のセンターでは無理です。それぞれの支援センターが、専門性を持ち、多くの支援センターが連携することによって総合的な支援が実現できる仕組みづくりがこれからの市民活動支援組織に求められます。行政設置の支援センターでも、支援対象や方法を明確に打ち出すことが必要です。そして、支援機関の間にパートナーシップを築くことができるかが、今後の支援センターにとって重要な鍵です。それは私たち、環境パートナーシップオフィス/地球環境パートナーシッププラザの課題でもあります。



NPO、企業、行政の開催するセミナーやイベント、ボランティア募集、書籍紹介などの情報が満載のホームページです。テーマや地域など要件を設定して検索することができ、毎月おおすすめの情報もあります。情報の発信を行うには、ホームページから団体登録をしてください。 <<http://plaza.geic.or.jp/>>

メールマガジン [Partnership INFONET]

EPO/GEICでの行事のお知らせを中心に、「環境らしんばん」からのイベントピックアップ、新着書籍のお知らせなど、耳寄りな情報を集めてお送りしています。毎月第3木曜日に定期発行、必要に応じて臨時号も発行し、タイムリーな情報を配信。お申し込みは、下記のホームページよりどうぞ。
<<http://www.geic.or.jp/geic/info/merumaga/>>

ライブラリー

GEICでは、「やってみよう!環境ボランティア2006-2007」を発行しました。環境NPOから聞いた環境ボランティアの魅力や特徴、団体へのアプローチの仕方、森林・水辺・野生生物・災害など12分野の活動紹介、自宅でもできる活動や持続可能な暮らし方、情報の探し方一覧など。ボランティアを紹介するコーディネーターの方にも活用いただけます。B5判、表紙カラー、本文1色、20頁、無料。 <<http://www.geic.or.jp/geic/2006/support/vol/kanvol.html>>

【つな環】第9号

2006年10月発行

編集・発行:

地球環境パートナーシッププラザ (GEIC)

〒150-0001
東京都渋谷区神宮前5-53-70 国連大学1F
Tel.03-3407-8107 Fax.03-3407-8164
<http://www.geic.or.jp/geic>

●開館時間:午前10時~午後7時30分(火~金曜)
午前10時~午後5時(土曜)

●休館日:日曜・月曜・祝日・年末年始・第4金曜日

環境パートナーシップオフィス (EPO)

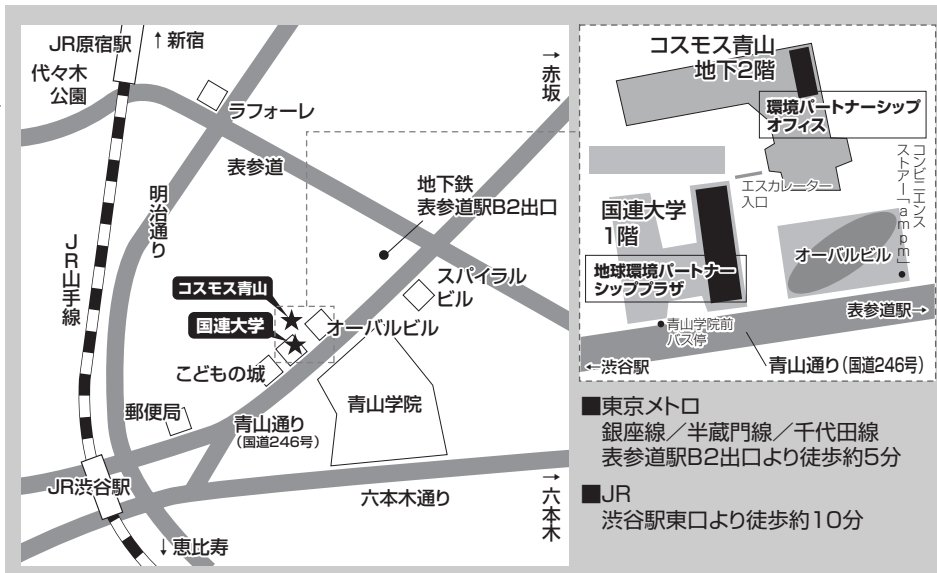
〒150-0001
東京都渋谷区神宮前5-53-67 コスモス青山2F
Tel.03-3406-5180 Fax.03-3406-5064

●利用時間:午前10時~午後9時(火~金曜)
午前10時~午後5時(土曜)

●業務時間:午前9時30分~午後6時

●休業日:日曜・月曜・祝日・年末年始

レイアウト・デザイン:株式会社メディアハウス



印刷サービスのグリーン購入に取り組んでいます。

●用紙:OKプリンス上質エコホワイト100(古紙配合率100%、白色度71%) ●インキ:大豆油インキを使用