

# マスコミと文化と協同と

佐藤 一晴（日本ジャーナリスト会議運営委員）

## マスコミと民衆

マスコミにおける文化の可能性などと語りだすと、たちまち轟々たる非難の声が聞こえるような気がします。テレビのワイドショーや週刊誌の記事はいうまでもなく、広範な人々の論難的になってしまいます。

もちろん、極めて質の高い番組や記事も結構たくさんあります。しかし、そういうものだけを選んで見ている人たちも、日本のマスコミにもなかなか高度な文化的部分はあるが、それにしても余りにも低俗なものが多すぎる。自分はそんなものは見ないけれども、多くの人々、特に子供に与える悪影響が問題だと言うでしょう。日本のマスコミは、なぜこんなことになっているのでしょうか。

## 企業主義と画一主義

日本のマスコミの特徴は、企業経営者の支配の度合の強さ、したがって記事を書き、番組をつくる人たちの企業への従属のはなはだしさにあると思います。しかも番組や記事は、必ずしもマスコミ大企業に勤めている人々だけが作っているわけではありません。特に低俗だと攻撃を受ける番組や、週刊誌、スポーツ紙の記事は、ほとんどを下請けプロダクションが作っています。ここでは、企業とそれに所属するジャーナリストの直接の関係ではなく、仕事を発注し、したがってお金を払うマスコミ大企業と、下請けプロダクションと

いう企業間の力関係が内容を規定します。

そして、企業の論理は、部数の拡大や高視聴率の獲得をマスコミの最高、最大、究極の目的にしてしまうのです。それがより多くの広告収入をもたらすからです。広告と直接関係のないNHKも、国民の支持が必要ということで、どうしても視聴率競争に巻き込まれる面がでてきてしまいます。

このように目標が同一だから、内容も画一化してしまうのです。そして同じ視点からする特ダネの追求は、無意味な競争を激化させ、いっそう低俗と権力---政府や大企業---への従属の傾向を深めてしまいます。このままでは、日本のマスコミはどうなってしまうのか、希望はあるのか、と言えば、しかし、私はあると思います。

## 希望は民衆の批判に

巨大なマスコミ情報産業といえども、結局は民衆の支持、社会の共感がなければ、その力も維持できず、存続すらも危うくなります。そんなことはわかっているが、何百万、何千万という読者、視聴者、つまり国民の圧倒的多数を変え、起き上らせることなど出来はしないという声が聞こえます。その通りとしか言えません。しかし、巨大マスコミも、民衆をただ数だけが問題の砂のような群れと見ているわけではありません。批判的な人、積極的に発言する人には極めて敏感です。放送局に直接もの言う人、新聞社に投書する人は、

わずか数十人でも、数百万人を代表する力をもつのです。ですから、読者、視聴者である民衆が、様々な地域のつながりの中で、マスコミに働きかける経験をし、その成果をひろげるならば、必ず大きな成果をあげ、具体的にマスコミの姿勢を変えることは、実際に可能なのです。

### 希望は—マスコミで働く人々

マスコミの仕事をしている人々にも、決して今のあり方に満足せず、毎日やりきれない気持ちの人が沢山います。なぜ企業への従属が他の先進国で例をみないほどひどいかといえば、それは職能のユニオンが日本にはないからです。企業単位の労組とちがってユニオンは、働く人々の企業からの自立をたすけます。また今までの労組では不可能だった、上級職のジャーナリスト、フリーのジャーナリスト、また下請けプロダクションで働く人々も組織することが出来ます。

そして、最近心あるジャーナリスト、制作者たちの中で、職能的ユニオンが必要だという声が沸き上がってきています。ここにも私たちは希望を託すことができると思います。

### 希望—IT革命と協同

IT情報技術の発達は、マスコミ企業の世界的統合、異業種との統合、従属化をもたらすという危惧が語られています。同時にまたデジタル化とインターネットは、創造力ある個人が、大資本をもつ企業を通さずに、直接民衆に働きかける可能性も開きつつあります。もし、私たちが、マスコミに働く人々、文化の創造に生きる人々と、心ある民衆の協同をつくりあげることが出来れば、巨大マスコミを変え、或いは民衆の協同によるマスコミとその文化を生み出すことが出来るのです。お隣の韓国では、新聞や放送ですでにそういう芽が生まれています。日本でも絶対出来ると私は確信しています。