

新聞の役割 大学のNIE (Newspaper In Education) を考える

的地 修¹⁾

Study of NIE (Newspaper in Education) in the Japanese University

Osamu Matoji

Abstract

In the 1960s when Japan was in the middle of change toward the high level of the economic growth, newspaper was the most useful media for information. Everyone reads newspaper no matter how old he/she was in order to survive in the highly advanced society that valued one's academic background. However, due to the spread of television, internet and cellular phone, the methods of the information gathering has dramatically changed. Especially, the young generations greatly influenced by the TV media became to read less newspaper and mainly depend on the internet and cellular phone for information gathering and communication because of the convenience. Interestingly, the communication using pictorial symbol that used to be the communication method of ancients has revived in the modern society as smiley and crying face used to be the communication used in emails through cellular phone. Although it is difficult to conclude whether the unique culture for youngsters is progression or retrogression, there is no gainsaying that the trends has negatively affect the literacy level of Japanese children. Our current society became the multi-media society including newspaper, TV, the internet and cellular phone, information is always overflowing everywhere. However, it is necessary to acquire the thinking skill in order to select and effectively utilize the information. Newspaper can be the best media to improve ability to think such as thinking and judging. The trends that young people especially college students who are going out into the world do not read newspaper could result in the decline of the society' competence such as reading, writing listening thinking and telling. As the reflection of this concern, recently more universities use newspaper as class material. In this paper, the role of newspaper in the college education was discussed and suggestions for future media education were provided.

Key words : NIE, University Education, Communication

1) 競技スポーツ学科

I はじめに

日本が高度経済社会へと変貌していく1960年代は、激動の時代といわれ、政治的にも経済的にもさまざまな問題が起こっていた。学生を中心に若者世代は、社会不安の矛先を安保闘争や大学紛争に向けてエネルギーを大爆発させた。激動の60年代を生きた団塊の世代にとって、当時、社会の動きを知る手段は、毎日、茶の間に届く新聞が頼りだった。多くの人が年代を問わずに高学歴・高度工業社会を生き抜いていくために必要な情報や社会ニュースを新聞から入手した。

しかし、20世紀の情報媒体の中樞だった新聞の世界がここ数年深刻な問題を抱えるようになった。新聞を読まない若い人たち、とくに社会の入り口にいる大学生の活字離れが進んで、情報やニュースを得るのに、手軽で便利な携帯電話やパソコンがもてはやされる新時代に入った。

若い人が新聞を読まなくなっていくということは、日本の社会、あるいは若い人自身にとってどんな意味を持つのだろうか。昨春から初めて大学で講義を持ち、新聞を読まない学生を目の当たりにすると本当にそれでいいのか、と大きな疑問を抱くようになった。新聞は単純に面白い、情報があふれている。そして考える素材にも満ちている。社会についての情報やニュースを得るだけでなく、どこかでその社会に自分もかかわり、担っていかう、担っていきたいという力や意思といった「社会力」を磨くうえで、最良の手段でもある。

インターネットが急速に普及した90年代半ばから新聞の新しい方向性としてNIE（新聞を教育に生かす）の取り組みが始まったが、小中高校だけでなく最近は大学にもNIEが広がっている。

II 「新聞なんていない？」

若い世代に新聞を読まない「無読者層」が

広がっているという現実を物語るデータがある（表1）。朝日新聞社が2005年9月、東京多摩地区の国公立、短大の42の大学で構成される産学官連携組織の「ネットワーク多摩」と協力して開いた「記者たちの講義」のなかで、参加13大学、330人の受講生に「今朝、新聞を読みましたか」の問いに回答した166人のうち「読んだ」が50人、「読まなかった」が116人いた。定期的な購読の設問では、回答150人のうち「読まない」が14人、「ときどき」が65人、「ほぼ毎日」が40人、「毎日」が31人だった。「読まない」と「ときどき」のいわゆる無読者層と購読者層の比率がほぼ半分だった。

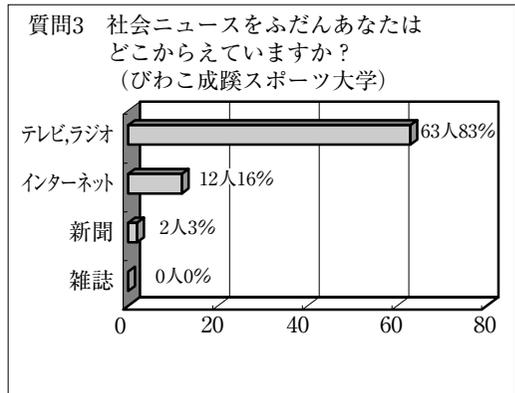
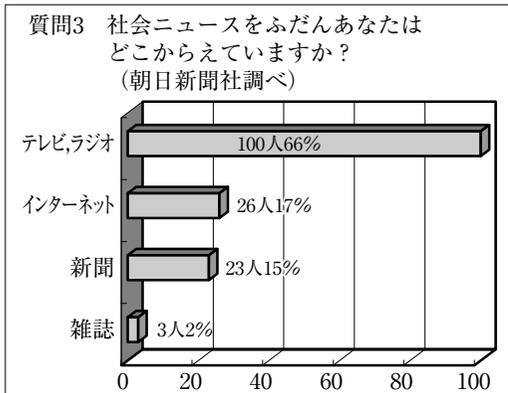
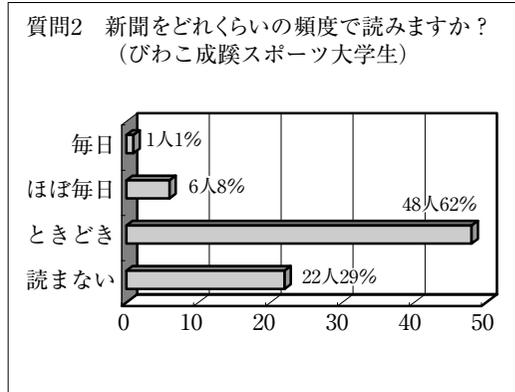
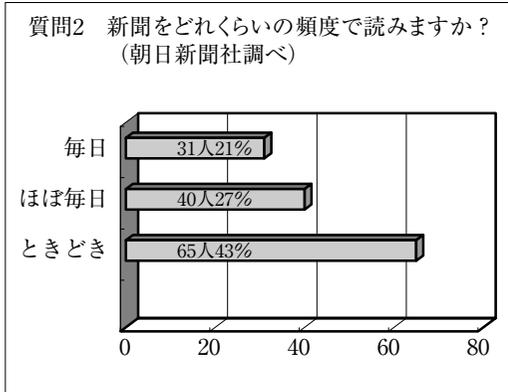
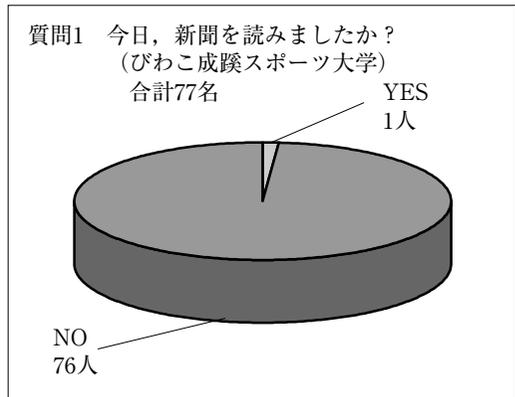
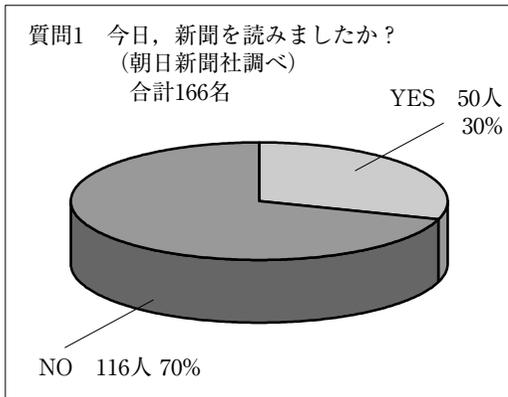
同じアンケートを2007年10月、びわこ成蹊スポーツ大学の「情報発信と倫理」の講義でも実施したが、本学の結果は、多摩地域よりも新聞への関心はさらに低かった。受講生77人のうち、「今朝新聞を読みましたか」には読んだがわずか1人、読まなかったが76人。定期的な購読の質問でも、読まない22人、ときどき読むが48人で、ほぼ毎日が6人、毎日が1人という結果だった。では、新聞を読まない若い人たちは、どんな手段で社会ニュースを得ているのだろうか。アンケート調査では多摩地域の学生はテレビ、ラジオが100人、インターネット26人、新聞23人、雑誌3人。本大学でもテレビ、ラジオが圧倒的に多く63人、インターネット12人、新聞2人だった。多摩地域でも本学の学生にも、共通して言えるのは新聞への依存はかなり低い。

新聞が若い人になぜ、敬遠されるのか？という疑問は、もうずいぶん前から起きている。TVの普及で新聞に限らず雑誌も含めて数十年前から子供たちの活字離れが進んで、新聞のような細かい活字、さらに難しい言葉、表現は嫌われるようになった。日本の児童の国語力の低下にも起因するが、「情報発信と倫理」の受講生も例外でない。新聞を読まない理由を聞くと「難しい漢字や表現は苦手」「細かい活字を見ると、頭が痛くなる」「下宿

生活で新聞を買うゆとりはない」など理由はさまざまだが、新聞は、現代社会を生きていくうえで本当に無用のモノなのだろうか。テレビは娯楽性にあふれ、報道番組でもスポーツニュースでもコメディアンやアイドルが登場してお茶の間の人気をさらっている。事件や事故の報道もすばやく伝わってくる。スピードならインターネットはさらに速い。新聞

は速報性で劣っても、批判性や記録性のほか、何よりも読者に「思考」させる利点がある。多メディア時代を迎えて我々の周りには、テレビから、新聞から、インターネットから、さらに口コミも加えて情報は洪水のようにあふれている。しかし、その情報も、例えば、高度でビジネス的な機密情報は、お金儲けのためにごく限られた層だけに独占的に利用さ

表1 学生の新聞意識調査



れ、富める者とそうでない者の格差がどんどん広がっている。所得の二分化現象と同じように、情報が平等に取得され、利用されているわけではない。

情報化時代といっても、こうした二分化の流れがあることを認識したうえで、情報を選択する判断力や眼力が必要になってくる。複雑で煩雑になった社会を生きていくのに、私たち自身の責任でたくさんの情報の中から最終判断をしなくてはならない。国家の安全をどう守るか、市民としての権利を制限する動きにどう対処するかといった身の回りの問題や世界で起きている変化、戦争やテロをどう考えるかなど「社会力」をしっかり磨くことが大事になっている。テレビやインターネットが伝える情報だけでなく、新聞や雑誌にも目を通して事柄の背景にあるもの、映像には映らないものなど左右縦横すべての実相をつかんだうえで、自分の進むべき針路を探し当てなければならない。映像のテレビ、考えさせる新聞、スピードのインターネットといったメディアには、それぞれの特性、得意な分野と不得手な分野があり、それぞれの利点をうまく使いこなすことが、人生を豊かにもする。多メディア時代を生きる若い世代の人たちが新聞を読まなくなっているというのは、情報を取捨選択するのに不可欠な「考える」を否定してしまうことにもなり、情報を上手に利用しているとは決していえない。

Ⅲ NIEの普及

「読まない、書かない、知ろうとしない、考えない、話せない」。活字離れに起因した若者に顕著に見られる傾向は、教育学者の間では「五ない症候群」といわれる。OECD（経済協力開発機構）の調査によると、日本の中学生のテレビやビデオをみる時間は1日2.7時間で国際平均1.9時間を上回って、世界でも飛び抜けてテレビ志向が強い。パソコンから、携帯からでもTV放映が楽しめ、ゲームにも熱中する。

さらに、メールという便利な伝達手段はものすごい勢いで普及した。とくに携帯メールは、情報伝達には不可欠な手段になった。コミュニケーションも文字の代わりにマークや絵文字を使って相手に自分の意思や情報を伝える。何千年も前、文字がなかった時代に古代人は、絵文字を使って表現したが、それが現代の多メディア時代に形を変えて復活している。にっこり笑った顔、涙をこぼしている顔などこんな絵文字のやり取りで約束事も愛情など感情表現もこと足りてしまう。平安の昔、和歌を送って表現した愛もかつては情熱を込めて書き上げたラブレターもいまでは、ハートやスマイルのマークでお互いの思いが通じ合ってしまう。古い世代には、こうした若者特有の文化が進歩なのか、後退なのか、頭を抱えて考え込んでしまうことも多い。

「五ない症候群」を危惧する教育者たちは、知力や学力、さらに体力の低下を嘆き、「五ない症候群」に歯止めをかけるさまざまな取り組みを始めた。活字文化を見直すのに、新聞を教材にしたNIEもそのひとつだ。教育の現場にいる教員と販売部数の低下に危機感を募らせる新聞社が提携し、先進の米国を見習ったNIEを小中学校の教育現場に導入した。米国のNIEは、1950年代に始まったが、当初、NIC（Newspaper In the Classroom）と呼ばれた。アイオワ州で実施された「中学生の文字との接触調査」で5500人の生徒のうち、教室外で文字を読んでいない男子生徒が40%、女子は33%とい結果から地元紙とアイオワ教育委員会の提携で活字文化の見直しが始まった。40年近く遅れてスタートした日本のNIEは、新聞の切り抜き（社会、時事ニュース）を補助教材として使われたが、いまでは1面から最終面までまるごとが生きた教材として応用するケースが多い。小学校低学年では「新聞から知っている漢字を探す」が高学年になると「面白い記事や写真を探して自分の意見、感想を書く」に発展し、中高校では「政治、経済、社会、スポーツといった各面

から関心の高いテーマを見つけて論述する」や商業高校では「経済専門紙を教材にマーケット論を展開」といった具合で、2005年度のNIE実施は全国で500校近くを数える。

Ⅳ NIEの活用

小中高校のNIEの成果に数年前から大学関係者も注目し始めている。岡山大教育学部を例にあげると、総合演習科目のひとつとして2007年度前期に「NIEを学ぶ」講義をスタートさせ、10人の学生が参加した。受講生が教員になった時、新聞を教材に授業をどう進めるかに的を絞った。「参院選」や「人権」をテーマに受講生がそれぞれにスクラップを作り、関連記事を切り抜く。スクラップ作りは記事を読む力を養い、さらに、切り抜いた記事には学生自身の意見を書き加えて教材としての使い方をレポートにまとめる。切り抜いた記事をどの教科でどう使うか、また、記事が教材として適しているか、児童生徒の発達段階に合っているかなど学生自身が考えることで感性や見識を育成している。本学の場合、「現代ジャーナリズム」や「情報発信・倫理」の講義では、テーマを決めずに時事折々のニュースのほか天声人語や社説といったコラムを通じて受講生には、記事を真似て書くことに取り組んだ。文章力を身につけると同時に、ニュースにも敏感になる狙いからだ。

昨年9月、終戦直前の沖縄戦の「集団自決」を巡る教科書問題で、教科書検定から「日本軍に強いられた」の表現が削除され、沖縄県民が一斉にその撤回を求める抗議集会を開いた。朝日新聞の社説や天声人語で取り上げられたこの記事を「情報発信・倫理」の講義に活用した。受講生には、まず天声人語をそのままリライトさせ、そのうえで「歴史」や「平和」、「教育」をテーマに意見を書き加えてもらった。太平洋戦争の歴史認識が薄れる時代に生きる若い世代には、集団自決の存在すら知らなかった学生が大半いた。歴史を伝えることの大切さを知るのと同時に、教科書

から史実を削除してしまう乱暴な文科省の教科書調査の姿勢からは、日本の政治、行政に疑問を持つテーマにもなった。

受講生のレポートに「イラクやパレスチナで起きているテロや内紛の問題を身近に感じた」や「観光地で有名な沖縄には、表と裏の複雑な歴史背景があり、さらに米軍の基地問題も含めて沖縄問題を考えるきっかけになった」「高校生ら若い人たちが、自分たちの故郷で起きた悲劇を後世に伝えるために立ち上がっている。同じ若者として社会の動きにもっと関心を持たないといけないと思った」など多くの受講生が沖縄の集団自決を巡る問題に興味を抱いた。新聞を活用した講義の取り組みは、大学によっても様々だが、本大学では最も基本である記事の読解力と文章力の向上を目指し、学生には社会の動きにアンテナを張ることを講義の狙いとしている。

また、ビジネスマネジメントの立場から新聞はニュースだけでなく、最近では新聞広告も教材に活用されている。京都教育大が中学校と連携して実施しているNIE授業「ハロー・ニュースペーパー」では、新聞広告をテーマに中学生が自分の学校の良さを訴えるキャッチコピーを考え、参加者が自ら広告を作るという「生きた授業」を試みている。

朝日新聞社の広告局によると、現代の広告を見る視点は「ジャーナリズムの目」「プロの目」「批評する目」の三つがある。ジャーナリズムの目は新聞広告から時代を読み取り、プロの目は企業など広告主や広告会社のクリエイター、コピーライターがどうやって商品をPRしようかと考えている送り手側の意図を読み取る視点、批判する目は、広告の真偽や広告そのものの根拠を懐疑的に見ることが新聞広告を理解するうえで役に立つ。例えば、緑内障という目の病気に気づいてもらう新聞広告には、製薬会社のコマーシャルは一切なく、普段、眼科で使われている視野テストの用紙が紙面に掲載された。この広告を見た読者が、実際、紙面から視野テストを行

い、気づいた人が医者に行き、チェックしてもらった結果、緑内障だとわかったときには、緑内障の薬を処方してもらおう。その薬が広告主の製薬会社のものという仕組みである。

医薬品広告には、規制もあるが、この広告は、新聞という媒体を通して間接的な形で医者に行くことを促し、結果として薬が売れ、病気の早期や治癒につながるという医薬品広告の新しい形として注目された。世の中の動きを先取りする発想は、何も社会ニュースからだけでなく、広告からでもヒントを得られる。ジャーナリズムの講義やNIE授業の根底にあるのは、新聞を読み解き、使い勝手のいい道具としてとらえることでもある。

V 結び

一昔前、新聞社では駆け出し記者は「トロッコ」と呼ばれた。汽車（記者）になれずに、一人前の記事を書くためには、先輩に教わり、引っ張ってもらわなくてはならないからだ。新聞記者は新人のころ、警察まわりからスタートする。世の中の動きをしっかりと把握するには、社会と最も密接につながっている警察が最適の修練の場になる。記事を書く前に、人を知る。犯罪の加害者と被害者、支配する側とされる側、権力を持つ者と持たない者、富裕層と貧困層など世の中には、矛盾がいっぱいある。記者でなくとも、社会に目を向けて考えることは大事なことである。新聞、雑誌、本の活字媒体は、脳トレーニング（思考）の最良の手段でもある。

15年前、英国・バーミンガムで開かれた国際オリンピック委員会（IOC）の冬季五輪の開催地決定を取材した。長野とソルトレークシティーの一騎打ちだったが、IOCや国際スキー連盟（FIS）関係者から集めた情報で、事前に「長野有力」を聞き出した。正式な決定前だから、日本へ送った記事はあくまで予測だったが、その記事に興味を持ったある読者が、いち早く地元の建設会社の株を買い、長野決定後にその株がストップ高になって大

儲けしたという話を聞いた。新聞が伝える情報が打ち出の小槌になったのだが、情報を読み解く力がなければただの小槌になってしまう。最近では健康飲料のメーカーがハイテク産業で躍進しているインドに進出する経済ニュースがあった。富裕層が増えたインドでは、健康志向が高まり、庶民的で安いチャイ（紅茶にミルクを入れた飲み物）よりも高くても健康によい乳酸飲料への志向が強まるといふ企業の狙いからだ。乳酸飲料の話題に限らず、経済発展した国々がどんな方向に進んでいるのか、21世紀を生きる若い世代の人たちには、世界に幅広く目を向けるのが当たり前時代になってくる。新聞、雑誌に限らず、テレビ、インターネットからあふれ出てくる情報をどう読み解くか。時代を先取りし、社会を生きる「センス」と情報を判断する「眼力」を養う。大学で教養や専門知識を身につけると同じように社会をたくましく生きる力を磨くうえで、新聞活用のNIEは、今後もその必要性が高まっていく。

謝辞

長い間、新聞記者をやって記事を書くのは、少しも苦にならないが、論文となるとやはり勝手が違った。新聞記事は、子どもからお年寄りまで誰もが読んでわかりやすい文章が望ましいといわれてきたが、表現、文体やテーマ選びにもずいぶんと頭を痛めた。あれも書かなくては、これも必要なのでは、と参考文献をひっくり返し、保存していた新聞スクラップも引っ張りだした。昨春、大学という未知の世界に飛び込んで、初めて取り組んだ論文は、難産の末にやっと書き終えることができた。同じビジネスコースの松岡宏高氏、小笠原悦子さんや林綾子さんらたくさんの仲間からアドバイス・協力をいただいた。新聞記事は「へえー」「なるほど」と読者の心を揺さぶるのがいい文章なのだが、この論文から少しでも「へえー」「なるほど」と感じてもらえれば、幸いである。

参考文献

- ・新聞なんていない？ 記者たちの大学講義，朝日新聞社（2005）
- ・NIE実践報告書（2005年度）大阪NIE推進協議会．
- ・読売新聞社調査研究本部編（2002）実践ジャーナリズム読本，中央公論新社
- ・朝日新聞（2007）NIE教育に新聞のページ，2007年11月6日（朝刊）