

3-1 メディア教育が国の政策となる時

ロクサナ・モルドチョウィッツ博士

「学校とメディア」プログラム 理事

教育省 ブエノスアイレス (アルゼンチン)

要約

ラテンアメリカにおいてメディア教育が直面している固有の課題は、生活水準による格差を狭めて、貧困家庭出身の若者たちが文化的技術的商品を、より公平に利用できるようにすることである。障害は少なくとも難題は無視できないが、最初の段階としては、公共政策、国の政策として、メディア教育を導入することである。幸い、メディアを用いて学習者に分析、解釈、創造的な活用を指導してきた教師たちがもともと存在する。メディア教育が公共政策の一部となると、この考えは個人のとりくみを越え、私的な努力から国家の責任に変わった。国の政策となることで、大きな障害を克服し、21世紀のメディア教育が示す主要な努力目標を具体化するための唯一の方法である。

キーワード: 参画、民主主義、参加、公共政策、マルチメディア世代、若者のアイデンティティ、学校、民俗文化、社会参加

1. 民主主義への参画

1982年の、アルゼンチンと英国間のマルビーナス戦争（フォークランド紛争）では、ブエノスアイレス市のメディア、厳密に言えば軍事政府によって統制されたメディアは、意気揚々とした勝利の感情を扇動した。「アルゼンチンに勝利を」は、戦中すべてのテレビでの主要なスローガンであった。このスローガンは、以前の「アルゼンチン国民は権利があり、心やさしい」というスローガンと違ってかわった。こちらのスローガンは、海外に広がる何千もの人々の失踪の噂を打ち消すために、同じ独裁主義の主導で1976年以来映画のスクリーン上で派手に扱われていた。

マルビーナス戦争の間、メディアのキャンペーンは、勝利の確信、イギリスのものすべての排除、国家主義的心情といった3つの主要なテーマで決められていた。戦争の間、テレビは英国軍の死者のみを放送で伝え、一方学校からシェークスピア、レコードショップからビートルズを除くことが求められた。激しい戦闘の60日後、同じメディアがアルゼンチンの敗北を報じた。

ブエノスアイレス市から何千キロか先で、英国メディアはマルビーナス戦争も報道していた。当時の問題としては、2、3週間前にはじめて聞いただけの少数の島々の将来に対して、命を捧げる（もしくは他の人も命を捧げる）価値があることを多くの人に説得しなければならなかった。膨大なイデオロギー操作が、世論形成や、政府の主張の公正さを説得するために必要とされた(Masterman, 1993)。

マルビーナス戦争の経験は、民主主義国家、独裁国家ともに、メディアのクリティカルな理解を育てることを小学校から確実に始める必要があることを確認した。

メディアは、公的な領域を構成し、拡張し、縮小する。メディアは、社会が議論するアジェンダに影響を与える。メディアは、ある話題を加えることもあれば、避けることも無視することもある。けれども、たとえ新しい問題が社会のアジェンダとなっても、公的空間が広がるわけではない。情報の流通も、社会の反政治化、政治の反社会化に寄与しうる(Landi, 1994)。

情報のための情報は、実際十分ではない。われわれは、制限することあるいは市場にまかせることなく、公的舞臺への参画と拡張を伝える政治的文化（情報に意味のある場）に入り込む情報の価値を評価する。人々が公的舞臺の何らかの縮小を避けるために備えるメディア教育について、論じていく。

参画の可能性とは、だれもがメディア・メッセージを用いることができるという立場にある。なぜなら、人は情報を分析し説明し評価することができ、その基盤の上に戦略のたて方や決定のし方を知るからである。メディア教育は、生徒が公共性を認識する教育に寄与しなければならない。そして子どもたちは、社会参加への何らかの侵害を避けること、日常生活に影響する問題の意思決定に加わるあらゆる可能な手段を用いることを学ぶのである。

マルビーナス戦争当時のメディアについて教えることは（もちろん、当時のアルゼンチンの独裁制については問題外）、計画的なメディア操作を明らかにすることだろう。このメディア操作で 60 日後社会全体が悲嘆にくれることとなった。

メディア教育は、とりわけラテンアメリカのような生まれたての民主主義において、また長年にわたる民主主義の伝統がある国でも、シティズンシップの教育である。そして、それはまさになぜ独裁主義政権のもとでは生き残らないか、ということである。だからこそ、メディア教育は、民主主義からも離れることができない。メディアがいかに現実を表し、起きていることを伝えているか理解することは、人々を、参加し、活動し、決定するためのよりよい立場に置くことができる。

メディア教育は、世界及び世界の描写を含み、メディアが意味を構成し言説を正当化する方法を必要とする。メディア教育は、オーディエンスがこれらを再提示する方法を分析する。メディア教育は、わたしたちが世界を意味づける方法、あるいはメディアがわたしたちのために意味づけをする方法について、絶えず疑問を投げかける

(Ferguson, 1994)。メディアが意味を生み出す方法について、わたしたち自身が問うことによるのみ、現実の認識に影響を及ぼす方法やそれを変える方法が理解できるようになる。

民主主義への参画と公的舞臺の拡張の場では、独裁政権下の戦時においても、いかなる社会の民主的生活においても、メディア教育は正当化される。

2. マルチメディア世代

世界中でメディア教育を行う必要性の背後には別の理由がある。それは、子どもたち、若者たちが暮らす新しい文化的技術的宇宙の存在であり、ダイナミックなコミュニケーション環境を確かに知るために教える必要があるということである。

18 歳以下の子ども・若者は、極めて多様化したメディア宇宙、たとえばラジオ (AM と FM)、TV チャンネル (全国放送とケーブル)、ビデオゲーム、DVD、MP3、携帯電話、iPad、インターネット・・・に生まれたときから囲まれている最初の世代である。

新しいメディアと伝統的なメディアのいかなる区別も、今日の若者にとっては意味がない。テクノロジーの変化、学ぶべき新しい学課、引き受けなければならないメディアの新しい社会的な使い方気づくのは、大人の方である。

対照的に、若者は TV のリモコン、CD プレイヤー、PC を同時に使うことを学んでいる。友だちとの会話は、FM 放送局の音楽から、TV の連続シリーズやインターネットからダウンロードした新しいソフトウェアへと変わってきている (Morduchowicz, 2008)。

実際ラテンアメリカや世界中で、貧しい社会環境出身の若者と中流階級の若者の間では、いまだに大きなメディア格差が存在する。貧困家庭出身の十代は、富裕な友達に比べて、文化的技術的商品に触れる機会が制限されている。とにかく、文化的消費は、すべての若者のアイデンティティの本質の部分である。メディアと情報テクノロジー

一は、今日の若者にとって彼らについて語り、彼らに話しかけるひとつの場——しばしば唯一の場——となっている。

若者は、仕事、勉強、結婚によって、解放されたものだった。今や、多くがつながりを持つことと消費することを通して、自由になることを望んでいる。このような新しい一人立ちの方法は、旧式の方法とぴったり合って、手招きし、思春期から（12歳以上）父母たちとかけ離れた地平へと向かわせる(García, 2006)。

テレビを見、ウォークマンやインターネット・ラジオで音楽を聴く今日の子どもたちと十代は、ビデオゲームで遊び、サイバー空間をネットサーフィンし、何時間も友だちとチャットをして、断片的ダイナミックな宇宙、瞬時同時の絶え間ない刺激のモザイク世界に舞い上がっている(Ferrés, 2000)。

思春期は、「マルチメディア世代」とも呼ばれる世代に属している。メディアを自由に取り合わせるからだけではなく、全く同時に使うからである(Morduchowicz, 2008)。

十代の子どもは、テレビを視ながら、音楽を聴き、ウェブをサーフィンし、電話で話し、宿題をする。十代の子どもは、ひとつのメディアに集中しない。教育省による11歳から17歳までのアルゼンチンの若者を対象とした2006年の調査では、一度に一つのメディアだけを使用しているのは20%のみだった。決して一つだけでなく、複数のメディアに時間を配分しているのが、この世代の特徴である。

グーテンベルグにより、15世紀、社会は口承から筆記の文化に移行したといわれる。20世紀には、言葉の文化からイメージの文化へと大きな一歩を踏み出した。今21世紀、直線的な読みから同時に知覚することへと、次の一歩を踏み出している。

今日の青少年は、知覚する、感じる、聴く、視るという新しい方法で、年長者とは異なる文化的な経験を生きている。このような側面を、メディア教育が見逃してはならない。

3. 学校教育の役割

新しい文化的現実と直面するとき、警戒したり防衛的に反応するのは効果がない。社会、特に学校がしなければならないのは、若者文化（もしくは、そうではない文化）に近づく方法を検討することである。

若者も教室外に、しかもそれが比較的自律的な環境であるとしても、文化資本をつくることをわたしたちが認めるとしたら、学校は、既に確立した象徴的なものを伝える唯一正統な場所と見なされなくなるだろう(García, 2006)。

けれども、学校は常にこのことを理解しているとは思えない。なぜなら、結果として学校文化は若者文化に接しないままであるからだ。若者は、学校文化によって正当化されたのとは異なる要因によって支配される世界で動き回っている。

その始まりから、学校は印刷機とともに生まれ、常にぴったりと印刷文化と結びついている。学校は、書物の論理、直線的で連続する秩序に支配された世界にあった。

学校は、以前から現在に至るまで、書くこと、言葉、教科書の道に沿って続いている。そして学校は、教室の外から現れ存在しはじめた文化、すなわち映画、テレビ、新しい技術をしばしば無視してきた。この学校の伝統的な概念は、児童生徒からの文化と、教師が授業で与える文化との間の格差を広げてきた。一般的に、制度としての学校は、若者のアイデンティティを形成する社会的なプロセスからはずれており、「若者」を教科書に記述される理想の若い人、一步一步前に進み、確かなふるまいを学ばねばならない存在とみなしている(Martin, 2002)。

学校は、視聴覚文化と直面するのを避けている。道徳的影響との理由で価値を低めたり、あるメディア、特にテレビとビデオゲームが子どもの自由時間を奪う、子どもの純心さと理想主義を操る、子どもに浅薄さと自己満足に満ちたものを浴びせて、真面目な課題に取りかかることを阻む、そう

したやり方を嘆くばかりである。メディアの有害な力にとりつかれ、教育者は結局、若者の世界の複雑さを見る見方を失っている(Martin, 2003)。

もし若者のアイデンティティが、彼らが読む本によってのみ定義されるのではなく、視聴するテレビ番組やサーフするマルチメディアのテキスト、流している歌、選ぶ映画、好むマンガで定義されるのであれば、そのとき学校はこうした消費する商品に近づき、若者が異なる言葉を使い、異なる方法で書くことを認めなければならない。

大衆文化は、若者に自分たちのものと思わせ、自分たちに話しかけてくれる、自分たちについて語っていると感じさせるわずかな空間のひとつである。ポップ・カルチャーは、自分たちが誰であり、自分たちが働いて生活している社会はどのようなものか、自分たちが社会的にどう存在かを理解するのに役立つ。

今日の学校の課題は、知識は広がり、新しい方法で流通していることを理解することである。二つの変化、「脱中心化」と「脱時間化」が、このプロセスの手がかりである(Martin, 2003)。

・「脱中心化」は、知識はもはや書物と学校の独占領域ではなく、メディアのような他の分野を通じて流通し始めているものであることを意味する。

・「脱時間化」は、知識はまた分配や獲得を社会的に正当化する時間枠から自由に逃れることを意味する。学びのための時間は、いまだに年齢の範囲で制限されている。今、学齢はなくなっていないが、その存在は変わりつつある。学校で学ぶことは、年齢による境界のない学習、今進行中のもののような与えられた場からでない学習にも適合しなければならない。この学びは、教室を越え、どの時点においても存在し、生涯続く。

今日の教育制度の大きな課題は、子どもや若者に、書くこと考えることの多様な方法に近づき、使うよう訓練することである。この方法は、仕事や家庭、政治や経済の場で彼らに影響を与える決定を導く。

多文化社会で生きるとは、異なる人種の集団や伝統を意味するだけでなく、異なる言語の共存、

口頭であったり、紙に書かれていたり、視聴覚、電子テキストの文化が同時に存在していることを意味する(Martin, 2002)。学校は、こうした文化がともにあり、それらを知り、分析し、探究し、創造的に使うセンターとならなければならない。

4. なぜメディア教育を導入するのか。

学校にこの指導を取り入れるには、かなり多くの理由がある。次にあげるのは、その最も重要な理由である。

・子どもたちが学校外で受け取る情報の大洪水、その多くはメディアからである。学校は、児童生徒にとって時に矛盾したり、しばしば混乱させることがあっても、この情報すべてが一緒にある場でなければならない。

・メディアと技術は、見逃されがちな文脈や現実にはアクセスすることを可能にする。メディアとより最近のインターネットは、新しい時間と空間の概念を提案する。学校はその概念を子どもたちに教えなければならない。

・メディアと技術は、わたしたちそれぞれが自身で構築する基盤の上に、世界像を構成する。学校で、児童生徒にメディアが現実を表現する方法を批判的に検討することを教えることは、重要である。そして、児童生徒は各自のイメージ、表現、意見を形づくる準備をよりよく行うことができる。

・多くの子どもたち、若者にとって、ポップ・カルチャーは彼らのアイデンティティ確立に意味を持つ。若者は、他者との関連で自身について話すことを学ぶ。もし学校が、学校と若者文化のギャップを埋めるためにポップ・カルチャーにもっと近づくなら、それと融合しなければならない。ポップ・カルチャーはアイデンティティ確立にそれほどの重みがある。

・ラテンアメリカ社会では、メディアと技術へのアクセスがかなり不平等であり、デジタル・デバイドはとても深刻である。学校は、とりわけほとんどアクセスできない人々に情報と知識

のよりよい配分を、行うことができる（しなければならない）。

・情報のための情報は十分ではない。学校だけが情報を知識に変えることができる。メディアから放たれるメッセージを読むこと、解釈すること、分析すること、評価することを教えるのは、多くの児童生徒にとって教育システムだけが扱うことができる仕事である。

・われわれはさまざまな言語、文化と接して生きており、多文化社会に暮らしている。若者は、ハードコピーのテキスト（書籍、新聞、雑誌）を読むだけでなく、社会に流通する多様な言語、視覚、視聴覚、ハイパーテキストの言語を使うことも学ばなければならない。

・最後に、メディア教育は児童生徒の社会的及び市民的教育を強化する。児童生徒に学校でメディアと技術のよみ方（広い意味で「よむこと」）を教えること、及びクリティカルに熟考することは、情報を持った児童生徒を教育するために役立つ。情報を持った児童生徒は、社会的問題に敏感で、受け取る情報とメッセージにクリティカルであり、どんな方法で参加するかを決める自信を持っている。

5. 国の政策、多様な利害関係者とともに

このような原則と基本の考え方とともに、アルゼンチン教育省は公共政策としてこの領域を導入することを決定し、「学校とメディア」プログラムを作成した。このプログラムは、当初ブエノスアイレス市（市に管轄権があった）のために教育省で1984年に作成された。この決定は、正確には1983年に民主主義が回復したことからのなされ、硬直した軍事独裁制下で全ての生活をおくった子どもたちに、言論の自由、出版の自由、情報の権利の意味を教えなければならないとされた。

2000年には、「学校とメディア」プログラムはブエノスアイレス市の学校にしっかり導入され、全国で開始された。民主主義の回復からほぼ20年、もちろん忘れられることなく、強化された民

主主義がわれわれすべてのとりくみのための枠組に残るという明確な目標を設定することができた。次に続く目標が、アルゼンチン教育省により「学校とメディア」プログラムのために提案された。

- ・全国の小中学校での、全国的なメディア教育の促進
- ・文化資本の強化、特に経済的弱者の家庭の文化資本
- ・子どもたち、若者がメディアで表現する方法の改善
- ・児童生徒の姿を、彼ら自身の声を聞けるよう支援しながら、さまざまな方法で可視化すること
- ・父母にメディア教育の話題に関心を持たせ、メディアとの関連に子どもたちの目を向けるツールを提供すること

これらの目標に対して、プログラムは国家的にさらに国内のそれぞれ24の州でまとめられた。「学校とメディア」の構成には、ほかの二つの基本的な利害関係団体がある。

一つ目の利害関係団体は、国内のテレビ局、新聞、映画館、雑誌の団体など複数のメディア協会から成っている。メディアなくして、メディア教育を促進するのは困難だと確信する。メディアなくして、若者がメディアのなかで表現する方法を変えるのは不可能である。メディアなくして、新しいイメージを若者に伝えるのは難しい。まさにこの理由から、アルゼンチン教育省は、学校とコミュニティ全体のためにすべてのメディア協会とともに、異なる提案、活動を、共同で組織的に行っている。

このプログラムの二つ目の主要な利害関係団体は民間会社である。異なるイニシアティブを伴う会社のいくつかは、メディアと通信業界（テレコム、マイクロソフト）に属している。ほかの会社は、これらとは無関係な領域（コカコーラ、アディダスなど）に属している。けれども、

それらの会社は、すべて単一の特色を共有している。その特色とは、メディアで広告をし、そのためコンテンツの質の改善だけでなく、新しい世代のクリティカルな視聴者や読者を育てることに関心がある。

このプログラムに会社を組み入れるのには、二つの理由がある。一つは、促進のための多くの提案と活動に特別な、時として高額の予算を必要とする。会社を巻き込むことで、テレビ番組、短編映画、ラジオショー、父母向けワークブック、児童生徒向けの雑誌をつくるのが可能になる。そして、それらには政府も費用がかからないし、コミュニティも支払いの必要がない。しかし、予算がこの決定の唯一の理由ではない。

このプログラムに民間会社を組み入れることは、メディア教育に企業を含め、企業に託す必要を伴う。このような会社の多くは、先に述べたように、テレビ、ラジオ、雑誌、映画、新聞で広告をする。会社は、しばしば子どもたちや青年をターゲットにして、製品を宣伝販売する広告キャンペーンを行う。そして、国の教育省との共同プロジェクトに会社を含めることと若者がメディアでどう表現されるかについて対話を続けることは、会社をこうしたプロジェクトに従事する利害関係者にし、それ自体が重要である。会社自体は、意義深いメディアの可視性を伴うこうした提案のスポンサーになる用意がある。

この方法の最近の報告では、教育省はメディア協会や民間会社に連絡をとり協力を求めている。当然この活動の「パートナー」に最もなりそうなメディア協会にまず、「学校とメディア」プログラムは連絡をとっている。メディア教育が、こうした問題についての組織的な議論にメディア自身を引き込まなければならないことは確かである。

いったん協会が加わることになると、「学校とメディア」プログラムの管理者が、すすめよう

としているさまざまな提案のどれかに参加するよう、各会社に一社ずつ連絡を取る。2008年には、15のトップ企業（国内かつ多国籍の）が、メディア・プロジェクトのスポンサーになった。最後に、会社とメディア協会が、提案の目標、内容、計画に干渉しないことを強調することが重要である。この提案はもっぱら教育省の責任のもとに用意される。

6. とりくみ：感覚から行動へ

「学校とメディア」プログラムによってすすめられた計画は、求める目標によって分けられる。

- ・教員研修：各地のワークショップと教材作成トレーニング（ハードコピーとオンラインの）
- ・学校での特別なとりくみ：メディアの分析と活用を促進する行事、コンテスト、フェスティバル
- ・児童生徒への特別な活動：児童生徒向けの提案とそれへの参加
- ・コミュニティを活発にするプロジェクト：家族が子どもとメディアの関係を理解するための支援活動
- ・「学校、カメラ……活動」フェスティバル。2000年から毎年、中学校の生徒（13～15才）がある話題についての物語を書くように求められる。そして、有名な脚本家や映画プロデューサーの審査員が、短編映画にするために3作品を選ぶ。一流のアルゼンチンの映画監督が短編映画を撮影し、青年たちは映画制作に参加する。3本の短編映画が、アルゼンチンのすべての映画館で本来上映する映画の前に、3週間上映される。このようにして何千人もの映画観客が、公立学校の生徒が考え、書いた短編映画を観ることができる。このとりくみは、若者が自分自身の声、自分自身の意見を持ち、自分自身の物語を語ることを可能にした。フェスティバルは、アルゼンチン映画協

会と映画製作者連盟がスポンサーである。民間会社が、映画制作の資金を出す。

- ・「一日ジャーナリスト」コンテスト。毎年——ブエノスアイレス市で 1997 年から、全国規模で 2000 年から——高校を終えようとしている生徒（16 才と 17 才）が、自分たちの選んだ話題についての報道調査記事を書きあげる。全国から集まった新聞編集者が、掲載したい記事を選ぶ。11 月の日曜に、アルゼンチンのすべての新聞が、生徒の調査記事に 1、2 ページを充てる。生徒たちが書いた通りに、同じ情報源で、変えることなく印刷される。こうして国中の何百万の新聞読者が、公立学校の生徒が考え、書いた調査記事を読むことになる。このことは、多様なものの見方を若者に与えるもう一つの方法であり、とりわけ新聞が通常報道する若者の描写にチャレンジすることである。大人が十代の妊娠について書くのと、若者自身が書くときは全く別である。「一日ジャーナリスト」は、新聞協会がスポンサーである。
- ・「ファースト・ハイスクール・マガジン」。2008 年から、「学校とメディア」が『RE』を出版、多くの十代がアイデアを強調するとき、re cool、re good のように使う接頭辞を雑誌名に使っている。『REvista REsumen』（概要マガジン）の最初の音節も同じで、これは重要な意見、メディアの要約のことである。『RE』は、卒業間近の高校生に無料配布された最初の雑誌である。この月刊誌は、前の月にアルゼンチンの新聞や雑誌に掲載されたニュースや記事、インタビューを集めている。雑誌と新聞の協会がスポンサーとなり、それぞれの記事は最初に掲載された情報源、記者、ウェブサイトを用いし、一字一句再現されている。これは読むことを促すだけでなく、国中の十代がこれまでに知らなかった新聞や雑誌を発見することでもある。毎月 24 ページのカラー雑誌は、さまざまな民間会社がスポンサー

となり、4 万人以上の生徒に無料で配布される。

- ・『家族のテレビ』。これは保護者向けのワークブックで、保護者は子どもたちの TV 視聴を正しくし向けることができる。ワークブックには、子どもとテレビの関係についておとなの共通の関心事を示す 20 の問いがある。回答にも、助言とおすすめが含まれている。ワークブックは——2006 年に出版、再び 2007 年に『家族のテレビ 2』として出版——ブエノスアイレス市のもっとも多い販売部数の新聞社により、無料の日曜版付録として配布された。ワークブックは、「子どもが見るものを選びます。一緒に見ることもできます」というスローガンで TV の公共サービスにより推進されている。ワークブックは新聞社がスポンサーとなっており、付録を無料にすることも含んでいる。多くの民間会社が資金援助を行っている。
- ・『家族のインターネット』。これは保護者向けのワークブックで、保護者は子どもたちのネットサーフィンを正しくし向けることができる。ワークブックは、インターネットの安全で保護された使用のための助言とおすすめを集めたものである。2008 年に一度出版され、ブエノスアイレスである日曜日、新聞とともに無料で配布された。ワークブックは、テレビの「子どもがネットサーフィンするとき、あなたこそ一番の道案内です。」というスローガンで TV の公共サービスにより支援された。ワークブックは、無料の付録を含め新聞がスポンサーとなった。多くの民間会社が資金援助を行っている。
- ・「高校生シネマ・ウィーク」。このとりくみは、貧困家庭出身の若者に影響がある主要な文化断絶を埋めようとするものである。こうした若者は映画に行く余裕がない。文化からの排除は、低所得の青年に影響する文化排除のまた別の表れである。そのため、アルゼンチン

映画館会議がスポンサーとなり、「高校生シネマ・ウィーク」を開始した。公立高校に通う貧しい家庭の生徒たちが、一週間無料で映画に行くことができる。映画館は無料で若者のために開館する。映画制作者から情報提供を受けて「学校とメディア」プログラムにより特に映画は選択され、3万人以上の若者が、通常は見ない映画（アルゼンチン、ラテンアメリカ、ヨーロッパ、北アメリカ）を、大スクリーンで観ることができる。このとりくみは、映画館がスポンサーになっている。それから私企業が、視聴する映画コンテンツと教室での活動、学校での使用に1万以上のプログラムを提供している。

7. 研究：青年期の文化的アイデンティティ

研究は、国のメディア教育プログラムの重要な側面である。たとえばプログラムは、十代の文化的消費に関する最初の全国調査を実施した。目的は、若者のメディアと技術の消費、使用、実際、価値、意味について概観することだった。この研究は、公共政策における新しい活動の発展と新しい優先事項を伝える基本的なものである。この研究は、「学校とメディア」プログラムにより準備された。質問紙の案は、イギリスとフランスの同様の調査を参考にした。それぞれソニア・リビングストンとドミニク・パスキアによる。「学校とメディア」プログラムは、質問紙を回収して報告を用意する2人の研究者とともに、念入りな活動をおこなった。研究の内容は、プログラムのウェブサイトからも入手できる。
www.me.gov.ar/escuelaymedios.

この研究は、この分野の公共政策案を伝えるために基本的なものである。たとえば、研究の最も顕著な結論のひとつは、若者の10人のうち4人が、主に経済的理由により前の年（2005年から2006年）一度も映画館に行かなかったことである。そのため、「学校とメディア」プログラムは、次の年「高校生シネマ・ウィーク」の行動を起こした。

このことは、研究によって明確に表れたように、アルゼンチン人口の広い階層に影響する文化不足にとりくむことと適合する。

同様に、アルゼンチン青年の低い読解力は、この研究によって発見され、高校生読者のための無料雑誌『RE』のもとになった。研究は、教育省によるあらたなとりくみの立案のポイントである。

8. 障害、課題

繰り返すが、学校教育はグーテンベルグとともに始まった。そのため学校教育は常に映像より印刷文化により近い。絵や視覚文化は、一般に軽視されてきた。

そこで、メディア教育の組織的導入の主な障害の一つが、映画に対する多くの教師の否定的な団体から現れるだろうということは驚きではない。課題は、いまだに若者文化と学校文化を分けているギャップを埋めるために、他の言語、他の書く方法、他のテキストを組み入れることにある。

けれども、これが確かに唯一の問題という訳ではない。公共政策として、メディア教育を最初の教員養成に入れる必要がある。それは教師が教室で教え始めるとき、ある程度の準備をそこで得るからだ。メディア教育での教員の基礎養成は、実際世界中で未検討のままである。

ラテンアメリカにも、別の深刻な問題がある。すなわち、ラテンアメリカの社会は、高度に断片化し、不平等かつ不公平である。文化的商品へのアクセスは、全く一様ではない。少数の人だけがすべての情報源、メディアと技術へアクセスができるのに対し、多くは、TV、ラジオの放送とおそらく新聞だけしかアクセスできない。DVDプレーヤーを持っていないし、映画にも行かない、決して演劇も見ないし、家庭でのインターネット接続もない。ラテンアメリカにおける格差は、デジタルメディアについてだけでなく、文化的にも、そして伝統的メディアも含む。

このようなギャップは無視できない。なぜなら、若者の文化資本の構築を妨げるからである。映画

からの排除は社会的排除を強化し、青年の文化資本を小さくし、その結果教育、仕事、社会参加の機会を狭めている(Morduchowicz, 2004)。

ラテンアメリカのメディア教育が直面する特定の課題の一つは、こうしたギャップを埋め、貧困家庭の若者に、より平等で公平な文化的技術的商品へのアクセスを促進することである。

障害はかなり多く課題は決して無視できないが、この問題に直面する第一段階は、公共政策、国の政策としてメディア教育を導入することである。幸い、我々にはメディアを使い、分析、解釈、創造的な活用を教えてきた教師たちがいる。メディア教育が公共政策の一部になるときという考えは、個人的なとりくみを越え、私的な努力を国家の義務に変えていった。

これが、巨大な障害を克服し、21世紀のメディア教育が直面する主要な課題を具体化する唯一の方法なのである。

参考文献

Ferguson, R. (1994). Debates About Media Education and Media Studies in the UK. *Critical Arts Journal*, 8. South Africa: University of Natal.

Ferrés, J. (2000). *Educar en una cultura del espectáculo*. Barcelona: Paidós.

García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Gedisa.

García Canclini, N. (2006). *La modernidad en duda*. Inédito.

Giroux, H. (1997). *Cruzando límites*. Barcelona: Paidós.

Landi, O. (1984). *Cultura y política en la transición a la democracia*. Caracas: Sociedad.

Livingstone, S. (2003). *Young People and New Media*. London: Sage.

Martín Barbero, J. (2002). *Oficio de cartógrafo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Martín Barbero, J. (2003). *Comunicación, medios y educación: un debate para la democracia*. Barcelona: Octaedro.

Masterman, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: De la Torre.

Morduchowicz, R. (2004). *El capital cultural de los jóvenes*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Morduchowicz, R. (2008). *La generación multimedia*. Buenos Aires: Paidós.

(訳：神田真理子)