

ジャーナリストの視点 一何を見て、聞いて、どう読者に伝えるか

2009年度 第6回 2010年1月26日(火)

講師:野中 章弘 アジアプレス・インターナショナル 代表

【学習目標】

ジャーナリストの情報収集と伝達の方法を学び、NGOの広報能力の向上に役立てる。

NGOの広報のパターン

NGOにとっては、支援先の問題をいかに日本の一般の人に自分の問題として認知してもらうかが大切。NGOの広報には2つのパターンがある。(1)悲惨な写真で訴える(2)ボランティアと現地子どもたちが輪になって交流しているようなもの。あとは(1)と(2)の中間。悲惨な子どもの写真を繰り返し見せると、逆に感受性を失ってしまう。

国際NGOは約30年、活動を積み重ねてきたにもかかわらず、日本社会に根付いていない。NGOが財政基盤を公的なものに頼ってしまうと、日本政府の意向を受けざるを得ず、“仕分け事業”のように、いつバツサリとやられるか分からない。

NGOにおける広報の役割は、活動内容を紹介することと、支援を受けられるようにすること。ジャーナリストも模索してきたことだが、自分たちの活動や支援先で起きていることをどのように

伝えていくかが鍵となる。だが日本の場合、発表の場所が意外に少ない。新聞もテレビも雑誌も、“商業ジャーナリズム”だから、読者の関心が低いテーマには場所を提供しないし、テレビは1人でも多くの視聴者を獲得することしか考えない。ただこれはマスメディアの本能で、メディアとはそういうものだという認識をして対応していかなければいけない。

日本人の外に向かう意識はどんどん萎縮している。多くの人たちが外国に出ているからといって、NGOを支える人たちは増えていない。NGOの広報において、本当に必要な情報が発信されているだろうか、ということ問いかけたい。広報についての基礎的な経験や知識がないことがNGOの課題の一つだと思う。広報が機能しなければ、一般の市民を土台にしたサポートは難しいと考える。

情報の取捨選択を

今、ネット上には多くの情報がある。10数年前、新聞・テレビはネットに脅かされるといわれたが、現実にはまだネット・ジャーナリズムは従来のメディアを凌駕できていない。

僕に10分間あったら、新聞を読む。その信頼性の根拠は、新聞は伝えるべき情報の取捨選択をしているから。朝日新聞であれば、朝日新聞というフィルターを通して情報の価値判断をしてきているということへの信頼がある。ネットは場所を提供しているだけで、ニュースも優劣なく順番に出てくる。朝日新聞のようなニュースの価値づけや取捨選択の機能はない。

同様に、NGOも情報を出しているだけではダメで、伝えるべきは、人間の心。情報を増やすだけでは意味がない。今のNGOが出している情報はどれも横並びで、ほとんど差別化でき

NGOとジャーナリストの連携

これからのNGOの広報のやり方として、**ジャーナリストとの連携**が挙げられる。NGOの職員が取材などの専門能力を身に付けるのは大変だが、若手のジャーナリストは取材、発表の場所を求めているので、こうしたプロと連携するとよい。若手ジャーナリストが取材した映像や写真などの成果物を発表するたびに、自動的にNGOは活動を広報することもできる。

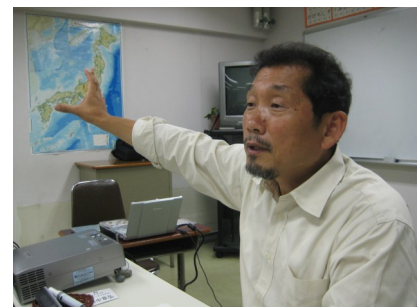
ていない。

「情報を伝える」よりも、「人間の生き方、価値観について考え、問題提起を行う」という意識の方が、読み手が自分に引き寄せて考えてくれる。

取材、インタビューの要点は以下の通り。

1. **自分が何を知りたいかを知ること**
2. **自分が知りたいことを、誰が知っているかを知ること**

講師紹介



野中 章弘 (のなか・あきひろ)
アジアプレス・インターナショナル代表