放送人養成と放送経営教育（3）

米国のジャーナリズム改善を支える社会制度

～事例としてのスクリップス・ハワード財団と大学院教育を中心に～

（日本大学）別府三奈子

この報告について

メディア研究部　横山　滋

この稿は，放送文化研究所が法政大学・藤田真文教授，日本大学・別府三奈子准教授と2007年度に行った新研究領域創成のための共同研究，「大学・研究機関における放送経営関連教育の実態調査」についての連載報告の最終回である。第1回は藤田教授による「日米の大学学部課程における放送関連教育～米オハイオ大学スクリップス・ジャーナリズム・スクールでの実地調査を通じて～」として8月号に，第2回は横山担当の「グレッグ・ダイクのBBC改革とコッター経営学」として9月号に掲載されている。今回は大学院でのジャーナリスト教育の実態，大学と財団の関係，アメリカのジャーナリズム文化を支える仕組みなどを中心に報告する。

本調査の狙いは，ジャーナリズム力と経営力の双方を兼ね備えた人材の養成をめぐる諸相を，グローバルなフィールドから拾うことにあった。

筆者は，米国ジャーナリズム規範史を専門としている。米国では言論の自由との兼ね合いから，ジャーナリズムの質を保つために行使される法的規制を最小限に抑えている。法的な強制力の代わりに，内なる自浄力に期待する。単に期待するだけではなく，その自己規範力を引き出して強めるために，同じ志を共有する人間の輪が幾重にも重なってシンクロするような専門職能構造を，一世紀以上かけて創造してきている。

輪のひとつは，多種多様な専門職能団体の形成と，それらのネットワーク化による横のつながりである。もうひとつの輪は，職能養成の高等教育を通じて，トップクラスのベテランが新人を養成していく縦のつながりである。この横のつながりと縦のつながりは，大学が磁場となって深く交わっている。ジャーナリストは職能団体を介して大学教育の内容・構成の検討に参画し，実務教育科目を実際に担当する。その結果，職能倫理と教育内容には同じ血が通い，現実社会に即して変化する鮮度がある。教育の質を向上させるための資金援助体制や，大学教育内容を水準化させる教育認定制度も，産学の密接な連携によって支えられている。

こうしたダイナミズムによって，ジャーナリズムは「就社」や「従業」するものではなく，言論の自由を守るために「奉職」するものである，という文化を育んでいる。ジャーナリストは，人びとの知る権利を守るために，不正義や不条理，不公平や権力の暴走と戦う。新聞の名称によく使われるトリビューン（tribune/護民官）という単語は，米国のジャーナリスト像をストレートに表現している。

利潤を追求するビジネスとしてではなく，真実

を追究するための責任を貫こうとすれば，ジャーナリストには常に強力な外圧が，さまざまな角度からのしかかる。その外圧に屈しないためには，精神的・経済的な自主独立が必要不可欠なことから，米国のジャーナリズムは，緩やかだが強靭な人間の連帯が厚みを増すようなしくみを重層的に構えてきている。

歴史的な視座に立てば，米国のジャーナリスト養成教育は，このジャーナリズム規範力を培うために，人為的に創出された社会制度の主要な一翼であることが分かる。今回は，こういった米国特有の社会背景を踏まえ，オハイオ大学スクリップス・カレッジ・オブ・コミュニケーションを調査対象とした。同校は，スクリップス・ハワード財団から年間1億5,000万円にのぼる教育・研究助成金を受けて充実したジャーナリズム教育を提供している。ユニークなビジュアル・コミュニケーション教育のプログラム開発でも実績がある。

調査内容のうち，学部の具体的なジャーナリズム教育については，本誌8月号での藤田真文氏の論稿に詳しい。そこで本稿では，同カレッジの中にあるスクール・オブ・ジャーナリズムと，スクール・オブ・ビジュアル・コミュニケーションについて，大学院教育の内容と，教育を支えているスクリップス・ハワード財団の資金運用について概要を述べる。ジャーナリスト教育を支えている下部構造にも言及することで，「教育」の場の意味を，より深く捉えたい。

1. 経営（者）教育とジャーナリスト教育

米国のジャーナリスト教育は，公共への奉仕（パブリックサービス）の理念を最優先することから，企業経営論を積極的に導入してこなかった。利潤追求や企業防衛策といった企業経営の専門知識や技能は，経営学科や経営大学院でより総合的に提供されており，棲み分けがなされている。その一方で，ジャーナリズム活動の独立性を確保するためには，ジャーナリスト個人の経済的自立が不可欠なことから，そのための知識やハウツーについては，中・上級向けの養成教育の一部で提供されており，オハイオ大の場合も同様である。

企業経営とは異なるが，マネージメントという考え方はジャーナリスト養成教育の中にもある。編集局内で，レポーター，フォトグラファ，エディター，デザイナー間のコミュニケーションを円滑にする人事管理能力や，複数で取材する大掛かりな調査報道を牽引する力は，中堅ジャーナリストたちにとっても必須である。そのためにミッドキャリア教育の場では，リーダーシップの取り方や，人事管理の手法などを扱うプログラムなども充実している。これらは，ポインター・インスティテュートや，アメリカン・プレス・インスティテュートといった専門研究所が提供しているプログラムに定評がある。ここでいわれているマネージメントは，日本語の企業経営とは意味が違うことに留意が必要である。

しかし昨今，さらなる変化も散見される。急激な技術の変化に伴い，メディアの融合と産業構造の変化が経営基盤を揺るがしている。その現状を踏まえ，例えば，2008年度のジャーナリズム＆マス・コミュニケーション教育学会では，メディア経営・経済部会において，主要メディアがマルチプラットフォームへ舵を取るためのビジネス戦略モデルについてワークショップを予定しており，これまでにあまりない試みとなっている。

2. Viscomの教授法

以下ではまず，現地調査に基づきビジュアル関係の専門教育内容について述べる。

オハイオ大学スクール・オブ・ビジュアル・コミュニケーション（以下，Viscom）は，ビジュア

ル系の人材輩出で評価が高い。学部生は約300人，大学院生は約40人が在籍している。中心者であるディレクターのテリー・アイラー（Terry Eiler）教授が推進する独自のカリキュラムに特徴がある。米国ジャーナリズム教育協議会（ACEJMC，後述）によって認定されるプログラムは，スクール・オブ・ジャーナリズムで提供されており，そことも連動して効果を上げている。

ビジュアル・コミュニケーションの実務教育で定評がある全米大学トップ5は，同校の他に，ミズーリ大学，ロチェスター工科大学，ウエスタンケンタッキー大学，シラキュース大学である（シラキュース大学には，主な新聞グループのひとつであるニューハウスの寄付を得て設立されたパブリック・コミュニケーション学部の中に，放送ジャーナリズムの専門学科がある）。

Viscomでは，以下の4つの領域が用意されている。

・Informational Graphics/Publication Design（グラフィック・デザイン）
・Interactive Multimedia Design（双方向マルチメディア・デザイン）
・Photojournalism（フォト・ジャーナリズム）
・Commercial Photography（コマーシャル・フォトグラフィ）

日本の大学で提供されるこの種のカリキュラムは芸術系にしかないが，広く文科系大学にこの分野を根付かせている可能性が見て取れるようだった。

米国の大学は，主に研究志向と実務志向に分類される。Viscomは明確に後者を標榜しており，卒業生の7割以上がなにかしらの専門職へ就業している。2008年度ピュリツァー賞の公共奉仕―伝記部門を受賞したドミニカ出身のミッチェル・シリーも卒業生である。ミズーリ大学が主催する優秀学生写真家賞に出展される作品の3割は，この学部からのもので占められている。

アイラー氏によると，Viscomの年間予算は教員人件費を除いて約100万ドル，この他に教員人件費が20万ドルほどになる（専任教員は12名）。教員はすべて業界の第一線で働いた経験があり，さらに教育者として熱心であることが条件になるという。

教室に設置されているコンピューターはすべてアップル社製で，100台を設置している。3年ごとのリースで，新しいコンピューターに入れ替えており，年間使用料が2万6,000ドルかかる。そこで，3年後に交換するときは古い機種を他の学部に売却することで，アップル社から比較的安い値段でリースしているという。アップル社にとっては，将来有望なユーザーとなる学生たちに，新しいモデルを使用してもらうことによって，プロモーションにもなる。ビジュアル・コミュニケーション教育の場合，設備投資が膨大になり，資金繰りは常に厳しいことから，企業との提携は欠かせない。

カメラ機材の種類はニコン（カメラ40台），キヤノン（カメラ14台，ビデオカメラ6台），マミヤ（カメラ10台），ソニー（カメラ10台）があり，付属の機材（レンズ等）も用意されている。所定の手続きで借り出し，24時間以内に返却することになっている。Viscomでは2003年から，すべての機材をデジタル化している。

昨今，アメリカでは新聞の発行数が約25%，雑誌の発行数は約15%下がっている。しかし，メディアの融合が浸透しており，新たなニーズも生まれている，とアイラー氏はいう。例えば，同氏が所属していたナショナル・ジオグラフィック誌の発行部数は激減したものの，ナショナル・ジオグラフィックのテレビチャンネルは視聴者が4倍，オンラインも成功しており，3つのメディアの共存によって成功しているという。

本誌8月号の藤田論文でも指摘したとおり，

米国の専門高等教育の環境や質は，ディレクターの力量に左右される。アイラー氏は「ドキュメンタリー・フォト」や「ニュースピクチャー・ストーリー」などのクラスも担当しつつ，企業からの機材借り入れ交渉などのディレクター職も兼任している。ナショナル・ジオグラフィック誌の仕事や，ビジュアル・リサーチの専門家としての実績があり，2006年度には，ロバート・ガーランド教育者賞を全米新聞写真家協会から授与されている。

Viscomの授業で，写真家の税金対策や会社をやめた後の雇用保険の扱い方といった具体的な仕事のマネージメント方法についての講義をしていたのは，ラリー・ハーメル−ランバート講師が担当している「コマーシャル・フォトグラフィ」のクラスである。受講生は15人くらいで，同講師はこの他に，「写真編集」や「フォト・ジャーナリズム」の授業も受け持つ。同大学院の卒業生でもある同氏は，地元の新聞社やＡＰ通信でニュース写真の撮影や編集に携わり，フリーランスの経験もある。

大学院生専用の「フォト・ジャーナリズム」のクラスでは，10人くらいの院生がグループディスカッションを続けていた。同大学院は入学条件として，実務経験3年以上で，職場からの推薦状3通，外国籍であればTOEFL600点以上，大学院での研究テーマについての500ワード作文などが課せられている。授業では，フォトグラファとしての経験を通して，作品に関して深く話し合われていた。大学院で学ばない場合と比べ，ここの卒業生は5年くらい早くキャリアアップできる，といわれており，典型的なミッドキャリア育成プログラムのひとつと察せられた。

ディスカッションの内容は実践的である。ドキュメンタリーの撮影時は，撮影のために被写体の動きを止めてはいけない。フォト・ジャーナリズムでは編集者がカメラマンのつけてきたキャプションに手を入れてはいけない。クローズアップを安易に使わない。こういった原則の例外について，撮影に到る手順や機材のことなども含めて，意見交換が続く。

担当教員のスタン・アロースト助教授は，新聞社，通信社の専属やフリーランスも含めて20年以上の実務経験があり，全米のさまざまな研究者ネットワークに所属しており，財団の審査員なども歴任している。同講義のほかに，「写真編集」や「表紙デザイン」などのクラスも担当している。

「インフォーメイショナル･グラフィック」のクラスは，Viscomの中でデザインを専攻している生徒が受けており，雑誌の表紙を作成していた。受講生は主に4年生と，大学院生が数名で，上級者向けの科目である。生徒の制作した雑誌デザインについて，雑誌や新聞の編集者が授業に来て評価する。学生にとっては，技術レベルの向上とともに，卒業後のコネを増やすチャンスなどが提供される授業構成になっている。デザイン専攻の卒業生は，新聞社や雑誌社のデザイナーやアートディレクターなどが売り手市場なことから，就職率が高い。担当のテレンス・オリバー講師は，ほかにレイアウトのクラスなども担当している。マイアミ・ヘラルドとアクロン・ビーコン・ジャーナルで，プロジェクトのスタッフとしてピュリツァー賞を2度受賞している。

3. 大学院教育と教員養成

次に，スクール・オブ・ジャーナリズムの大学院授業を見てみよう。

修士課程は学部教育の延長上にあるジャーナリスト養成が主だが，博士課程は研究者の養成と，実務家が大学教育へと専門を変更する場合の橋渡しの場となっている。実務家が専任教員として採用される場合，博士号の取得が条件となることが多い。専任教員は，論文指

導や調査・研究・分析に関する理論などを幅広く知っている必要があることから，このようなシステムになっている。

例えば「歴史研究」のクラスは，博士課程の少人数セミナーで，受講生は数人だった。この日は一冊の歴史専門書について，生徒一人一人が意見を発表した。引用の使い方やレポートの書き方などについて，批判的な意見を教授が示し，検討していた。担当教員のパトリック・ウォッシュバーン教授は，マス・コミュニケーションの博士号を持っており，言論の自由関係の著作が多い。原爆報道の言論統制に関する論稿などもある。

この他，大学院博士課程の授業の中には，大学での教育方法（やるべきことと，やってはいけないこと等）を研究するティーチング・セミナーなどもある。

大学院博士課程のディレクター，ジョゼフ・バーント（Joseph Bernt）教授によると，修士課程には，他の職業からジャーナリズムへ転職したい人たちが，トレーニングを求めて入学してくることが多いという。一方，博士課程の履修生は，ほぼ全員がジャーナリストとして長い経験を積んでいる人たちで，メディア業界で働くことに飽きたり，メディアのコマーシャル化に嫌気がさして，大学での研究職を希望している人が多いという。修士課程から博士課程へは，20人中2人くらいが進学してくるが，他の人たちはほぼ全員ジャーナリズムの仕事に進むとのことだった。

4. 財団は改善の潤滑油

ここからは，上述の教育環境を支えている財団の資金が，どのように使われているのかについて，大学と財団のパイプ役となっているディレクターのトム・ハドソン（Tom Hodson）氏へのインタビューをもとに記す。

同財団は，1962年に大手新聞チェーンであるE.W.スクリップス社社主チャールズ・E.スクリップスの発案で開設された。財団の理念は，「米国のジャーナリズムに貢献する人びとや制度に対して，その価値を認め，奨励，改善，開発，刺激することで支援」し，「健全な社会と，生活の質の改善」に寄与することにある。具体的には，ジャーナリスト養成，技術開発，修正第一条擁護，ミッドキャリアの向上，コミュニティー・サービス，受け手のリテラシー教育などに助成をしている。

本稿の冒頭でも指摘したように，米国のジャーナリズム教育は今日，さまざまなメディア企業系財団や，新聞社主からの寄付による資金援助によって，質的向上が支えられている。寄付の文化は米国社会に根付いている。

草創期では，1912年にニューヨーク・ワールド社社主のジョゼフ・ピュリツァーがコロンビア大学ジャーナリズムスクールとピュリツァー賞創設のために行った200万ドルの寄付が著名である。この他にも，ミネアポリス・トリビューン紙のウィリアム・マーフィーからミネソタ大学，シカゴ・トリビューン紙からノースウエスタン大学，ミルウォーキー・ジャーナル紙からハーバード大学等，多数の大学ジャーナリズム教育が，大型寄付によって場を得てきた。

メディア企業系の財団の中でもっとも著名なのは，フリーダムフォーラム財団（元ガネット財団）であろう。同財団は，コロンビア大学メディアセンターや，ヴァンダービルト大学修正第一条研究センター，アーリントンの新聞博物館に対する支援のほか，さまざま研究・調査プロジェクトの支援を行っている。他にも，全米トップ21の大学ジャーナリズム教育に奨学制度を提供しているナイト財団，シビック・ジャーナリズムの支援を続

けているピュー財団など，支援の額や方法もさまざまにある。

オハイオ大学の場合，ハドソン氏によれば，ジャーナリズム学部に提供されている年間150万ドルの寄付金は10年間の継続を予定されている。その使い道は，以下の5種類に限定されている。①技術支援，②研究支援（研究費や研究旅費など），③現役ジャーナリストを講師として招く経費（1年から2年契約），④毎年夏に，高校生や中学生を招いて行うワークショップの準備，⑤毎年3名のインターンシップ学生に送られる奨学金（各自1,000ドルずつ）。寄付金は建物の建築や改装に使用することはできず，すべてソフト面での教育向上に投資される。ジャーナリズム学部への寄付金の中で，もっともお金を費やしているのは教員研究費で，次に多いのが訪問講師の人件費だそうである。

この助成金があることで，大学の予算では雇用できない教員への謝金などもまかなわれている。オハイオ大学ジャーナリズムスクールの場合，教員には4種類ある。①専任：6年間教えた後，大学側が承認して永久雇用契約を交わす，博士号所持者で教育歴が5年以上の教員，②1年契約の教員，③学期ごとの契約（10週間契約）：1学期間だけ現役ジャーナリストに依頼する非常勤講師等，④客員永久講師：大学の人件費ではなく，財団によってまかなわれている。

ディレクター経験の豊富なハドソン氏は，教育の質を向上させる鍵は，良い教員を見つけて雇うことだと断言する。良い教員を採用するために検討委員会がある。人事については，申請書すべてに目を通し，最終的にはレベルが高いと思われる数人に対し，電話インタビューでバックグラウンド（教職歴，職歴，研究テーマ）を確認する。さらに，学会などを通して人づてに人柄などを聞くなどの下調べをした後，キャンパスに招き，2日間にわたって採用試験を行う。模擬授業を委員会が評価し，研究のプレゼンテーションは教員たちの前で行う。他の空いている時間にも，さまざまなミーティングを行う。候補者にとっても，大学，学部を見るいい機会になることから，特に他大学でも需要の高いような専門領域の人材については，逆に大学側がこの大学の良さの売り込みをすることもあるという。

ハドソン氏自身は，法学の博士号を持っており，情報自由法関係の訴訟などで，数多くの裁判に関わってきている。新聞記者経験もあり，インタビュー翌日は，ポインター・インスティテュートでの，調査報道コンテストの審査員としてフロリダへ行くとのことだった。このコンテストは，スクリップス・ハワード財団が支援しており，国内の50人前後のジャーナリストやジャーナリズム教育者が毎年集って審査しているという。最優秀賞受賞者には，財団から2万5,000ドルの賞金が贈られている。

アメリカのジャーナリズムは今，環境問題や社会問題，大量破壊兵器の情報などを政府が操作して隠そうとしており，政府と対立しているという。政府側は，一度メディアに漏れた情報はもみ消すことができないと分かっているので，秘匿しようとの働きが強硬になっている。その点で，ブログはジャーナリズムとしての新たな可能性があり，人材養成に力を入れているという。

5. 倫理規範を実現する認定基準制度

本稿冒頭では，大学が磁場となって，専門職能団体の示す倫理が，教育の場にも共有されていると指摘した。その磁力となっているのが，アメリカ・ジャーナリズム教育協議会（The American Council on Education of Journalism and Mass

Communication＝ACEJMC）による，ジャーナリズム教育の認定制度である。

協議会は1939年から始まっており，当初はジャーナリズム教育の内容について検討する大学人と主だった5つの新聞団体の合議の場だった。1940年の終わりころから，教育環境の総合評価を行っている。最初は40の学部や学科が承認されていたが，その数は1990年には90校を超えた。

2008年度7月現在，認定審査中の大学が121校，認定済みの大学が21校となっている。ニューメキシコ大学とアラバマ州立大学ジャクソンビル校が新たに認定され，ウィストン・セーラム州立大学コミュニケーション学科の認定申請が否認されている[1)]。

認定は，カリキュラム内容だけではなく，教育環境を測定する9項目に対して行われ，査察団が大学内で聞き取りなどを行って評価する。政府や行政による評価組織ではない。また，大学側の自己申告制なので，あくまでもひとつの目安に過ぎない。しかし，良い教員や生徒を集めるための吸引力があり，就職の際にも教育内容が評価されることから，主だった総合大学は認定申請をしている。

評価項目は長らく12項目あったが，2003年に再検討され，今は以下の9項目で再評価が進んでいる。すなわち，使命や運営方法，教育カリキュラム，多様性，教員構成，教員の研究活動の奨励体制，学生教育サポート体制，教育環境，コミュニティーとの関わりとパブリック・サービス，教育評価と改善，の9項目である。それぞれに，点検項目があり，大学側は資料を揃えて査察団の訪問のために準備する。このうち，教育カリキュラムとは卒業単位の配分規定のことで，リベラルアーツ系の科目を3分の2，専門知識と専門技能で3分の1としており，いわゆるOJT系の科目は少ない。評価基準の詳細は，ACEJMCのホームページを参照のこと（www2.ku.edu）。

6. 改善を促す人的交流

最後に，専門職能団体の具体例と，職能団体のネットワーク化による横のつながりが必要になった背景について，簡単にふれておく。

理念先行でジャーナリズムを実践しようとすれば，編集局の構成員と経営者は必然的に利害対立の構図になる。経営者と対立した場合，構造上，編集者や個々のジャーナリストは立場が弱い。ジャーナリズムの質の向上を，ジャーナリスト個人の良心的努力だけに期待し，依存していては，ジャーナリズムは守れない。そういったことを，過剰な販売競争や第一次世界大戦を経て，米国のジャーナリズム業界は体感した。その前後から米国には，たくさんの専門職能団体や研究機関が創出されてきた。

その主だったところをざっと俯瞰してみよう。まずは，企業経営者による，商売上の利益を相互に保つための業界団体が形成される。経営者の利益団体である新聞経営者協会（ANPA/ANN，1887年）の設立は19世紀後半と，かなり早い。放送メディアにおける同様の組織としては，放送事業者協会（NAB，1923年）がある。広告の取り合いからくる弊害を調整する必要性から出発し，技術の開発などに主だった役割を果たしてきた。

これに対し，ジャーナリズムの質の向上を目的として，経営者や国家と距離を置くために創設された専門職能団体や研究・教育組織が多数ある。いずれも名称が多少変わったりしながら，今日に至る。

プロフェッショナル・ジャーナリスト協会（SDX/SPJ，1909年），ジャーナリズム教育者学会（AATJ/AEJ/AEJMC，1912年），ジャーナリズ

ム学部学科連合（AASDJ，1917年），ホワイトハウス写真家協会（WHNPA，1921年），新聞編集者協会（ASNE，1922年），AP通信編集局長会議（APME，1931年），新聞労働組合（GUILD，1933年），メディア写真家協会（ASMP，1944年），新聞写真家協会（NPPA，1946年），ラジオ・テレビニュース・ディレクター連合（RTNDA，1946年），新聞論説委員会議（NCEW，1947年）等々。この他にも，マイノリティや人種別，地域別などで，実にさまざまな職能団体が存在し，それぞれに検証や啓蒙，問題提起を行っている[2]。

これらの諸団体の設立時期の多くが，第一次世界大戦後と第二次世界大戦後に集中している点が興味深い。ジャーナリズムの質的向上を促進する具体的な改善策の必要性が，業界内外に認識されていることが窺える。

こういった場ができるとそれぞれに，団体行動規約や倫理綱領などが明文化され，諸活動が始まり，活動報告のための機関誌が発行される。研究組織，民間有志団体，送り手の職能団体などから，たくさんの専門評論雑誌が発行されている。1990年代初頭には，ニューヨークタイムズ専門の批評誌まであり，ジャーナリズム向上のためのジャーナリズムも，多種多様である。商業ベースに乗りにくいこの種の雑誌制作には，各種の財団からの助成金や，各種職能団体の会費などが充当されている。

湾岸戦争前後の数年間，私はロサンゼルスとニューヨークで編集記者の仕事に就いていた。そのとき以来，米国におけるビジュアル・ジャーナリズムの存在感が，日本のそれに比べて圧倒的に大きいという感触を持ち続けている。

日本では特に個人情報保護法の施行以来，取材最前線でカメラを向けにくい，というムードが急速に広がっている。日本のビジュアル・ジャーナリズム力が萎縮してしまうことを，私は大変懸念している[3]。私たちの知る権利が形骸化し，社会的視野が狭くなり，知らないうちに「いつかきた道」にすでに立っているとの警鐘が，あちらこちらで鳴らされている。現状把握に努め，改善の手を打たねば後退の一途になってしまう。こういった研究動機の上に，本稿は位置している。

今日，全米でジャーナリズムの学位を修得する学生は毎年5万人前後，修士号が4,400人前後，博士号が200人前後にのぼる。新人ジャーナリストの約7割から8割が，オハイオ大学で提供されている教育と同質の示唆を，大学ジャーナリズム教育で受けている[4]。

ちょうど100年前，ミズーリ大学に米国で初めて大学内に独立組織体としてのジャーナリズム学科が創設された。日本では今年度初めて早稲田大学に職能養成型のスクール・オブ・ジャーナリズムが開校され，試行錯誤が続いている。

日本に欠けているのは，ジャーナリズムを生み出している人たち同士の，個人としてのつながりのように思う。日本のジャーナリズム風土は，米国のそれとは違う。日本にもっとも適したものを，自分たちの手で，人のつながりによって創出したい。実践の場と大学をつなぐ日本型の試みを幾重にも重ね，ジャーナリズムの最前線に立つ人びとに追い風を送る社会にしたいと願っている。　（べっぷ みなこ）

注：

1）*AEJMC NEWS*. AEJMC, July 2008
2）Michael Emery, Edwin Emery and Nancy L. Roberts,ed., *Press and America*, 2000 他参照
3）拙稿「日本の『表現の自由』は大丈夫か―映像ジャーナリズム・プロフェッション論再考」『朝日総研リポート（217）』朝日新聞社，2008年6月号
4）*Journalism and Mass Communication Educator, Summer 2007*, 62/2,AEJMC

＊オハイオ大学現地調査については，倉澤美那子さんのご助力をいただいたことを謝して記す。