

I. 2019 年度秋季研究発表会のご案内

1. 2019 年度秋季研究発表会のご案内

日本マス・コミュニケーション学会 2019 年度秋季研究発表会を別記の通り開催いたしますので、ご参集のほどお願い申し上げます。

2019 年 9 月 20 日

日本マス・コミュニケーション学会会長	吉見	俊哉
同 企画委員長	福間	良明
同 企画副委員長	高井	昌吏
同 企画副委員長	音	好宏

2. 2019 年度秋季研究発表会プログラム

期 日：2019 年 10 月 26 日（土）

会 場：江戸川大学（〒270-0198 千葉県流山市駒木 474）

04-7152-9819（神田洋研究室）

個人・共同発表、ワークショップ、受付（E棟 1 階ロビー）

会員控室（E棟 2 階 211 講義室）、大会本部（E棟 2 階 201 演習室）

理事会（E棟 2 階 222 講義室）

大会事務局（連絡先）：神田洋研究室（A棟 5 階 512）

Tel: 080-5400-0161

E-mail: kanda@edogawa-u.ac.jp

●研究発表論文集（発表予稿集）のオンライン公開について

個人・共同研究発表の研究発表論文集（予稿集）の公開サイトは、以下の URL です。

<http://mass-ronbun.seesaa.net/>

日本マス・コミュニケーション学会のホームページ <http://www.jmscom.org/> からリンクが貼られています。2019 年度秋季研究発表会の研究発表論文は 10 月 4 日（金）から上記サイトで公開の予定です。

10月26日(土)

9:00 受付開始 E棟1階ロビー

10:00 開会

<午前の部>

10:00～12:00 個人・共同研究発表

A会場(311)

司会者：山腰修三(慶應義塾大学)

10:00～10:30 テレビ・ドキュメンタリーにおける市民アジェンダ構築過程
ー南カリフォルニア大学「Media Impact Project」を事例にー

浅野麻由(立教大学大学院 院生)

10:30～11:00 米国のNPOニュースメディア組織Texas Tribuneによる報道の分析
ーテキサスでの大型台風被害をめぐる2016年の「Hell and High Water」報道を事例としてー

川瀬学(早稲田大学大学院 院生)

11:00～11:30 米朝首脳会談にみるメディア議題
ー朝日と読売の社説の分析を事例にー

金善映(筑波大学)

11:30～12:00 「誠実の文化」からジャーナリストのアイデンティティは成り立つか
ー日本の報道及び教育従事者へのインタビューからの考察ー

アルン・プラカシュ・デソーザ(上智大学大学院 院生)

B会場(212)

司会者：浜田幸絵(島根大学)

10:00～10:30 昭和初年代の社会運動と手紙というコミュニケーション
ー運動と雑誌の挫折の後にー

新藤雄介(福島大学)

10:30～11:00 「記憶」とプロパガンダ
ー第二次世界大戦時における英国の対独プロパガンダー

津田正太郎(法政大学)

- 11:00～11:30 改革開放期中国におけるメディアの人事に対するコントロール
－地方のメディアグループのトップ人事を事例に－
于海春（早稲田大学大学院 院生）
- 11:30～12:00 湾岸諸国と放送メディア
－産業構造および近年の動向に着目して－
千葉悠志（公立小松大学）

C 会場（312）

司会者：佐藤彰宣（東亜大学）

- 10:00～10:30 ソーシャルメディアにおける政治的自己呈示の忌避感
－78名へのインタビュー調査を手掛かりとした考察－
田中瑛（東京大学大学院 院生）
- 10:30～11:00 女性を沈黙させる「ネット空間」のネガティブ性
－SNSと政治的発言に関するインタビュー調査からの考察－
清水麻子（東京大学大学院 院生）
- 11:00～11:30 性年代別のソーシャルメディアコミュニケーションについて
吉武希（上智大学大学院 院生）

D 会場（323）

司会者：松井広志（愛知淑徳大学）

- 10:00～10:30 1980年代における雑誌『BIG tomorrow』の機能
－サラリーマン文化としての「処世術」に着目して－
谷原吏（慶應義塾大学大学院 院生）
- 10:30～11:00 芸能人ファンのロイヤリティ形成要因の考察
濱田俊也（京都大学大学院 院生）
- 11:00～11:30 電子調査結果に基づく WeChat 上のポップカルチャー伝播現状に関する一考察
孫景釗（筑波大学大学院 院生）

<昼の部>

12:10～12:40 会長・開催校挨拶（E棟1階100＝映像ホール）

12:40～13:45 理事会（E棟2階222講義室／昼食を用意します）

○ワークショップ打ち合わせ（各ワークショップ会場）

○昼食について

- ・学生食堂は営業しません。昼食は来校前に購入することをお勧めします。
- ・キャンパス周辺には商店がなく、D棟1階のコンビニ（8:00～15:00、ヤマザキYショップ）の品数は限られております。

<午後の部>

13:50～15:20 将来構想セッション（E棟1階100＝映像ホール）

メディア研究をめぐる組織と時間

－学会将来構想はいかにして可能か－

司会者：水越伸（東京大学）

問題提起者：飯田豊（立命館大学）

問題提起者：大澤聡（近畿大学）

討論者：江渡浩一郎

（産業技術総合研究所／メディア・アーティスト）

（企画：将来構想ワーキンググループ・次世代委員会）

15:30～17:30 ワークショップ

ワークショップ1（203）

超高齢社会とメディア・リテラシー

－情報メディアに、どう対応すべきか－

司会者：市川昌（江戸川大学）

問題提起者：宇治橋祐之（NHK放送文化研究所）

問題提起者：隈本邦彦（江戸川大学）

討論者：林香織（江戸川大学）

（企画：市川昌会員）

ワークショップ2（202）

平成から令和へ、その時、テレビは何を伝えたのか

－新元号発表日・退位の日・即位の日の報道特集番組の内容分析から－

司 会 者：有馬明恵（東京女子大学）

問題提起者：山下玲子（東京経済大学）

討 論 者：谷岡理香（東海大学）

（企画：山下玲子会員）

ワークショップ3（213）

メディア利用の分散化により進む社会の情報格差について考える

－「メディア・フォロー」行動と時事問題の認知率の調査より－

司 会 者：李光鎬（慶應義塾大学）

問題提起者：坂井直樹（日経広告研究所）

（企画：坂井直樹会員）

ワークショップ4（302）

医療ドラマにみる男女共同参画

－ジェンダーとメディア研究の視点から－

司 会 者：俣野裕美（同志社大学）

問題提起者：佐伯順子（同志社大学）

討 論 者：黄馨儀（中國文化大学）

（企画：メディア文化部会）

ワークショップ5（224）

放送におけるローカリティを通時的に問う

司 会 者：土屋礼子（早稲田大学）

問題提起者：樋口喜昭（早稲田大学）

討 論 者：太田美奈子（新潟大学）

（企画：メディア史研究部会）

ワークショップ6（212）

「参議院選挙2019」有権者の関心度を測れなかった放送メディア

－民放の選挙報道、選挙特番は必要か？－

司 会 者：片野利彦（日本民間放送連盟）

問題提起者：桶田敦（大妻女子大学）

討 論 者：逢坂巖（駒澤大学）

（企画：放送研究部会）

ワークショップ7 (303)

国際学会のすすめ

司会者：日高勝之（立命館大学）

問題提起者：川端美樹（目白大学）

問題提起者：渋谷明子（創価大学）

問題提起者：李津娥（慶應義塾大学）

問題提起者：脇田泰子（椋山女学園大学）

（企画：国際委員会）

ワークショップ8 (301)

マスメディアやジャーナリストへのサイバー攻撃

司会者：佐藤友紀（日本民間放送連盟）

問題提起者：洞田慎一（JPCERT コーディネーション
センター）

（企画：ネットワーク社会研究部会）

ワークショップ9 (313)

「日本マス・コミュニケーション学会」は現実の問題に向き合っているか？

－研究者の責任を問い直す－

司会者：小泉恭子（大妻女子大学）

問題提起者：下山進（上智大学）

問題提起者：長井展光（毎日放送）

討論者：渡辺武達（同志社大学）

（企画：メディア倫理・法制研究部会）

ワークショップ10 (223)

大学の「映像制作」教育は何を教えているのか？

－ジャーナリズム実践教育の試みの現状－

司会者：奥村信幸（武蔵大学）

問題提起者：水島宏明（上智大学）

討論者：松野良一（中央大学）

討論者：上智大学および中央大学の学生数人

（企画：ジャーナリズム研究・教育部会）

ワークショップ 11 (321)

メディア研究の領域横断性と学会組織のあり方

— 人的ネットワークの活性化と「新たな知の創造」をめぐって—

司 会 者：福間良明（立命館大学）

問題提起者：石田佐恵子（大阪市立大学）

問題提起者：山口仁（帝京大学）

（企画：将来構想ワーキンググループ）

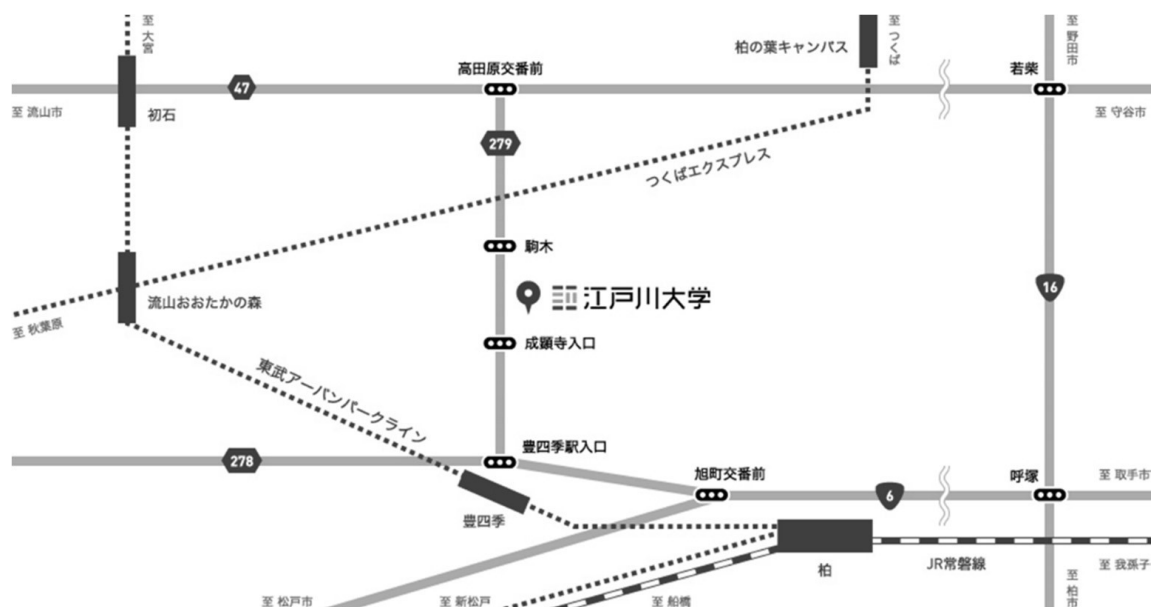
17:45～19:15 懇親会（A棟8階 第1会議室）

一般会員 3,000 円（当日 4,000 円） 学生会員 1,000 円（当日 2,000 円）

3. 会場案内

◎アクセス

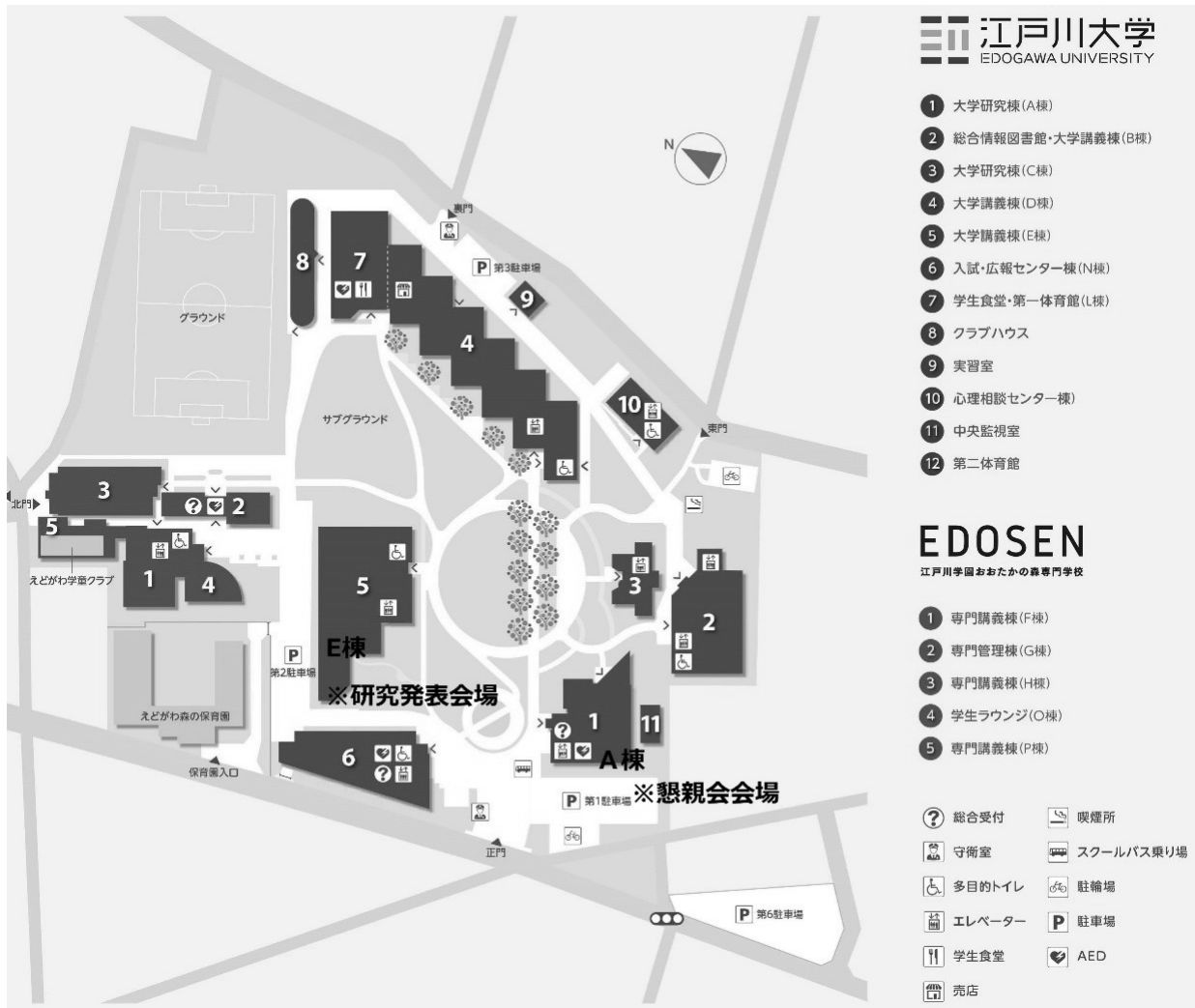
- ・つくばエクスプレス・東武アーバンパークライン『流山おおたかの森駅』からスクールバス 5 分
- ・東武アーバンパークライン『豊四季駅』から徒歩 12 分
- ・JR『柏駅』から西口より東武バス（2 番のりば）に乗車、『梅林バス停』で下車（約 5 分）



◎スクールバス運行表

10/26(土) 流山おおたかの森駅発				時	10/26(土) 江戸川大学発			
05		25	45	8		15	35	55
05		25	45	9		15	35	55
05		25		10		15	35	
				11				
		30	50	12		20	40	
	10	30	50	13	00	20	40	
	10	30		14	00	20		
		30	50	15		20	40	
				16	00			
		20	40	17		10	30	50
00		20	40	18		10	30	50
00		20		19		10	30	50
				20				

◎キャンパスマップ

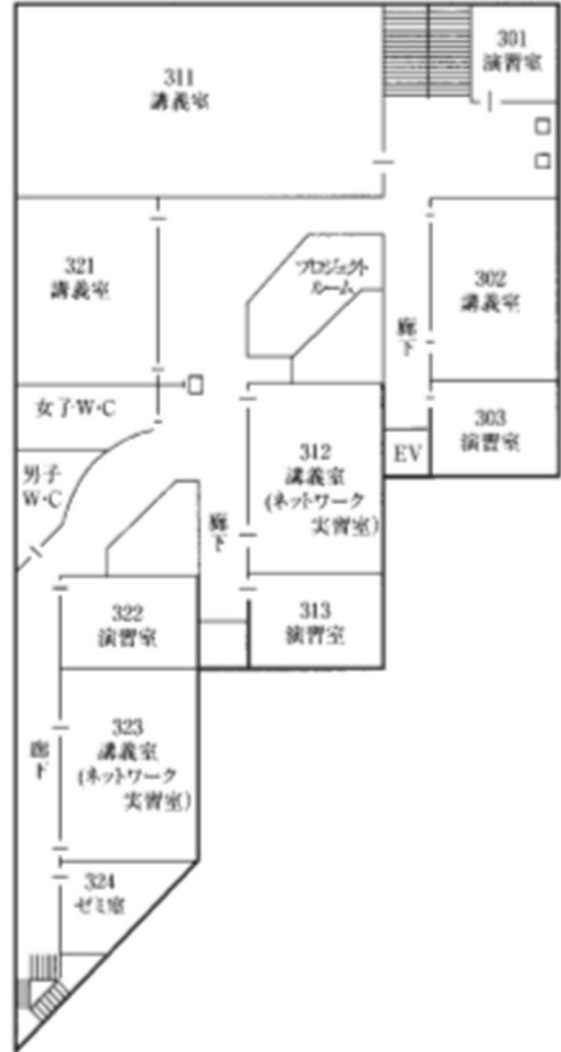


4. 会場配置図

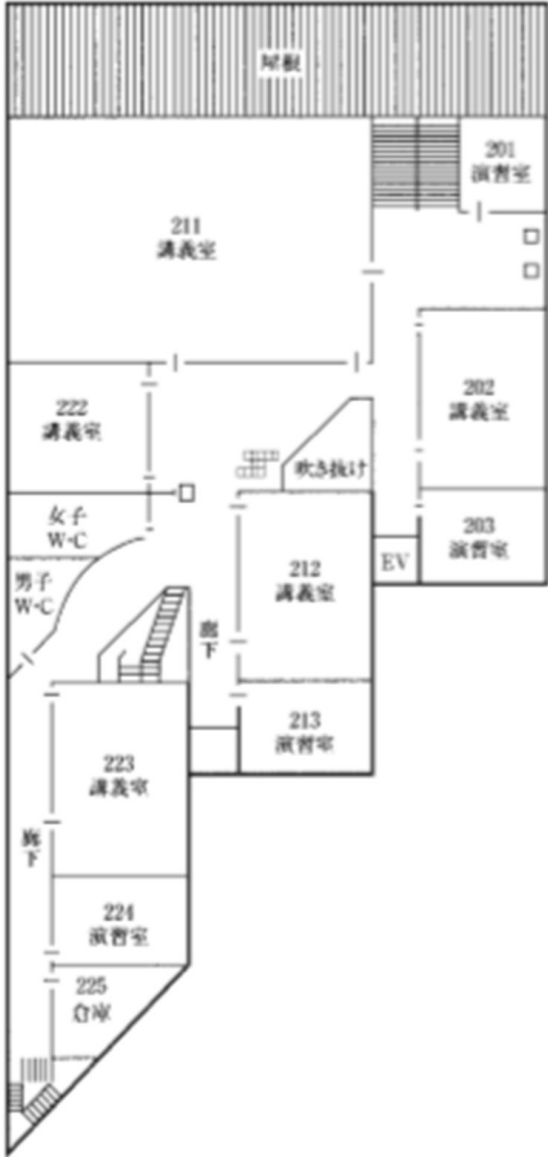
E棟 1F



E棟 3F



E棟 2F



5. 2019年度秋季研究発表会：個人・共同研究発表要旨、ワークショップ・テーマの要旨

要旨の本文は、個人・共同研究発表者、ワークショップ・テーマ企画者からいただいた原文をそのまま掲載しています。

企画委員会委員長 福間 良明

個人・共同研究発表要旨

<A 会場>

テレビ・ドキュメンタリーにおける市民アジェンダ構築過程
－南カリフォルニア大学「Media Impact Project」を事例に－

浅野麻由（立教大学大学院 院生）

【キーワード】 テレビ・ドキュメンタリー、キャンペーン、社会デザイン、社会教育

【研究の背景・目的】

昨秋のマス・コミュニケーション学会（駒沢大学）では、「テレビ・ドキュメンタリーが社会にもたらす影響」とし、マクロ的な視点で研究発表を行った。そこでは、1980年に放送したTBS『ベビーホテル』を事例にして、テレビ・ドキュメンタリーのメディア・アジェンダが政策アジェンダへ転移していく過程の分析と要因を明らかにした。そこで明らかになったのは、メディア・アジェンダが「市民アジェンダ」の過程を経ずに、政策アジェンダに転移していたことである。しかし、社会課題は、公共政策だけでは解消しない。近年、特に社会福祉分野においては、公助から共助、互助、自助へとその比重は高まり、市民の理解、意識・行動変容が求められている。では、市民の意識・行動変容につなげるために、テレビ・ドキュメンタリーはどのような役割を果たせるのかという問いを設定する。

【研究の方法】

本研究では先行事例研究として、南カリフォルニア大学の附属研究機関「ノーマン・リア・センター(Norman Lear Center)」が2016年から2018年に実施した「Media Impact Project(以下MIP)」を取り上げる。

ノーマン・リア・センターとは、テレビなどの娯楽が社会的・政治的・経済的・文化的な

影響を研究する公共政策センターである。また娯楽産業と学界、市民の間の橋渡しを行う機関である。ノーマン・リア・センターの一つのプロジェクトとして MIP が立ち上げられた。

MIP は「America Divided (アメリカの分断)」というメディア・アジェンダを設定したテレビ・ドキュメンタリーを CATV 局と制作し、「An Innovative Engagement Campaign (革新的エンゲージドキャンペーン)」を展開した。これは、マス・メディアと視聴者をより強固につなげるためのキャンペーンの意味を持つ。

この MIP のキャンペーンが、テレビ・ドキュメンタリー(マス・メディア)と視聴者(市民)にどのようにして影響を及ぼしたのか分析を行う。研究の方法は、文献研究とノーマン・リア・センターの研究者への半構造化インタビューを行う。(インタビュー実施は今夏予定)。

【得られた知見】

①研究機関が介在したキャンペーン

テレビ・ドキュメンタリー「America Divided(アメリカの分断)」は、アメリカの CATV 局と南カリフォルニア大学付属研究機関「ノーマン・リア・センター」でメディア・アジェンダが設定され制作されていた。また、放送するだけにとどまらず、ホームページを特設し、「Take Action」というリンクがあり、ドキュメンタリーをダウンロードすることができるようになっている。また SNS で拡散し、地域コミュニティ(小学校から大学までの教育機関、宗教施設、地域施設での上映会)でドキュメンタリーを使用し議論の場とするイベントを開いていた。「革新的エンゲージドキャンペーン」は、放送機関だけでなく、研究機関と協同で行われていた。

②オピニオン・リーダー論の有効性

地域コミュニティでのドキュメンタリーの活用は、ラザーズフェルドとカツ(1955)のパーソナル・インフルエンス研究の「コミュニケーション 2 段の流れ」モデルと合致していた。MIP によると、SNS の拡散によって、4700 万人以上がポストし、1 億 6300 万人に影響を与えたとするが、最も効果があったのは、教育機関での活用と報告している。つまり、テレビ・ドキュメンタリーと学生(市民)を介在する「教員」がオピニオン・リーダーとなり、論点が明確化になったのである。一連のキャンペーンによって、投票への参加、政治活動への参加、請願活動へとつながったとしている。また、発表者自身も過去の研究で、学校教育や地域コミュニティでテレビ・ドキュメンタリーを用いた教育活動を実施したが、MIP と同じく、学校教育の効果の方が高かった。これらの活動は「継続性」が重要であり、それが学校教育の方でこそ実施しやすかったものと考えられるのである。

③テレビ・ドキュメンタリー(マス・メディア)の新たな機能

テレビ・ドキュメンタリーのメディア・アジェンダを市民アジェンダに転移させるには、放送だけで終わらせずに、そのドキュメンタリーを活用することが重要であった。地域コ

コミュニティの中で、ドキュメンタリーを用いてどう議論を設定し、意識・行動変容につながるかは、シティズンシップ教育などの領域の役割である。テレビ・ドキュメンタリー(マス・メディア)の新しい機能は、地域コミュニティにドキュメンタリーを提供してつなげる機能、つまり「接続機能」である。

米国の NPO ニュースメディア組織 Texas Tribune による報道の分析 ーテキサスでの大型台風被害をめぐる 2016 年の「Hell and High Water」報道を事例としてー

川瀬学 (早稲田大学大学院 院生)

【キーワード】 NPO ニュースメディア組織、持続可能なニュースメディア組織運営、データジャーナリズム、調査報道、公的な利益

【研究の目的】

本研究は、米国の NPO ニュースメディア組織 Texas Tribune (以下、TT と略記) に着目し、その動態や報道にはどのような特徴があり、どのような点で従来とは異なる新たな取り組みとして捉えられるのかを明らかにすることを目的とする。米国において、ニュースメディア産業のうちとりわけ新聞産業を取り巻く厳しい市場環境のもと、持続可能なニュースメディア組織運営と質の高い報道の供給への取り組みがみられる。TT はテキサス州オースティンに所在し、2009 年 11 月に設立された。個人や財団からの寄付、理念や活動に賛同する企業や団体からの賛助費、開催催事への協賛費を主たる財源として運営され、無党派で特定の立場に拠らない報道姿勢を掲げて優れた報道を行っている。しかしながら、TT の取り組みに関していわば「成功事例」としてその組織名を挙げる研究がある一方で、組織の動態や報道の実践を詳しく分析した研究はほとんど見当たらない。そこで、本研究は TT の取り組みのなかでも特に報道をめぐる組織の動態、成果物に注目し、分析を行う。

【研究の方法】

組織の動態については『TT』サイトや年次報告書、財務諸表といった公開資料を参照し、報道の成果物は「Hell and High Water」と題された巨大台風の甚大な被害に関する調査報道に注目し、その内容を分析する。この報道は NPO ニュースメディア組織 ProPublica と協働のうえ行われた。いわゆる「データビジュアライゼーション」を行って可視化に優れたデザインを実装した特設報道サイトを分析対象として、サイトの機能的側面と報道内容の双方について分析を行う。前者に関しては、発表時に実際の画面に則しながら説明を行う。

【得られた知見】

分析の結果から、TT のニュースメディア組織としての特徴に次の三点が挙げられる。

第一に、2017年度の活動資金は個人および財団寄付の約263万ドルを含む約751万ドルとなり、そのうち約643万ドルを編集費に充当した点である。総収入の85.7%にあたる。こうした点を活かし、TTは積極的な取材活動、データベース構築などによる充実したデータジャーナリズム、調査報道の実践を行っている。第二に、紙の新聞を発行しておらず、SNSや『Podcast』など様々なインターネットメディアを通じて、テキサスにおける政治や教育などに関するハードニュースを発信し、公共性の高い出来事の記録が目指されている点である。第三に、そうしたデジタルメディア成果物は「ユーザビリティ」の高いデザインを実装のうえメディア供給され、質の高い報道内容を「見やすく分かりやすく」伝えることで、人びとや財団・企業・団体からの支持を獲得する要因になっている点である。

「Hell and High Water」報道の特徴は、次の三点である。第一に、記事の中心的なテーマとして言及され、サイトで動画によって示された実際よりも大きな被害が見込まれる「想定台風モデル」は、台風の複雑なメカニズムを解析し、シミュレーションデータを算出した科学者や専門研究機関への取材に拠るもので、そうしたデータを読者へ提示するための取材・編集・制作にこそTTの報道機関としての専門性が発揮されている点である。第二に、専門家に対してのみならず、州内の政治家や地方官僚などへのインタビューを実施し、台風に関する科学的なシミュレーションデータの政治的、社会的な次元からみた評価、査定に記事を照準している点である。テキサス州のヒューストン湾内の運河には、多くの石油精錬工場や化学工場が面している。この報道は、テキサスにおける都市住民、工場就労者の生命や生活あるいは石油や化学品などの工業生産を行う経済活動にとって「想定台風モデル」がどのような意味合いをもつのかを示している。また、迅速でなかった台風対策に関する行政決定を促す問題提起を行った側面が指摘される。第三に、取材した内容を「ストーリー」として記事提示し、洗練されたサイトデザインによって優れた可視化に成功している点である。

以上の検討より、TTの取り組みはソフトニュースの供給は行わず、広告に依拠しない寄付や賛助による運営を可能にするビジネスモデルを構築し、従来のマスメディア産業組織とは異なる組織運営の形態として捉えられる。また、NPOニュースメディア組織によるデータジャーナリズム、調査報道の実践が、ニュースの供給を通じて公的な利益に寄与する可能性を展望しているとも考えられる。本研究は、データジャーナリズムを展開するための基盤となる記事制作能力や組織運営施策に関して重要な示唆が与えられる。さらに、米国におけるNPOニュースメディア組織の位置づけや様々なデータジャーナリズム、調査報道の取り組み事例との比較を検討していく必要がある。

米朝首脳会談にみるメディア議題 —朝日と読売の社説の分析を事例に—

金善映（筑波大学）

【キーワード】 議題設定、米朝首脳会談、テキストマイニング、KH Coder

【研究の目的】

マス・メディアは、世の中がその時々において話題にするもの、考えるものを提示するという点において議題設定の機能をもつ。とりわけ新聞は、議題設定の側面において大きな役割を果たしている。なかでも社説は、新聞の議題設定機能において、最たるものであろう。通常の社説は1日に2つのテーマで書かれており、各新聞社が社説で取り上げるテーマや争点は、受け手が社会的に何が重要な問題であるかを判断する時に大きな影響力を持ち得る。

そこで本研究では、近年起こった具体的な事例を取り上げて新聞社説の分析を行い、社説が果たしている議題設定の実態を明らかにしたい。本研究の主要な目的は、以下の2点である。第一に、2018年6月12日にシンガポールで開かれた「第1回米朝首脳会談」と2019年2月27、28両日、ベトナムの首都・ハノイで開かれた「第2回米朝首脳会談」の際、新聞社説において米朝首脳会談（以下、米朝会談）問題がどのように取り上げられたか、またどのような争点として伝えられたかを明らかにする。第二に、各新聞社が社説を通じて、米朝会談をどのように評価したのかを明らかにする。

【研究の方法】

本研究では、発行部数の観点から、朝日新聞（以下、朝日）と読売新聞（以下、読売）の社説を分析対象とした。分析期間は米朝会談を境に第1期と第2期に区切った。第1期は、1回目の米朝会談の日程が発表された2018年5月10日から、首脳が実現し、1ヶ月後の7月12日までの期間に設定した。第2期は、2回目の米朝会談の日程が発表された2019年1月19日から、米朝会談が実現し、1ヶ月後の3月28日までの期間に設定した。分析方法としては、テキスト型データを統計的に分析できる「KH Coder」を利用した。また、集めたデータに対して量的分析と質的分析の2つの方法を用い、量から質の順で分析するミックス法を採用した。

【得られた知見】

まず、米朝会談に関する両紙の主な議題は、概ね次の三つに整理される。第一に、共起ネットワーク分析によって、米朝会談に関する朝日の議題は「朝鮮半島の非核化」や「朝鮮半島の平和と安定」であることが分かった。その一方で読売では、「北朝鮮の非核化」が最大の議題となっていた。また読売は「完全な非核化」だけではなく「完全かつ検証可能で不可逆的な非核化」、いわゆるCVIDが主な議題として取り上げられている点が特徴的であった。

第二に、両紙とも米朝会談における拉致問題の議論が重要な議題として位置づけられていたが、拉致問題解決に向けた日本政府の対応問題をめぐっては、両紙の間においてスタンスの違いが際立っていた。朝日は拉致問題をめぐる米国頼みの政府姿勢を強く批判していたのに対し、読売は政府寄りのスタンスに立った論調が顕著であったという特徴が見出された。第三に、陸上型イージスの導入問題をめぐっても、両紙の間でスタンスが明確に分かれた。朝日は「限られた予算の中で、費用対効果や近隣外交への影響、国民の理解も得ながら実効性を高めていく必要がある」（2018年6月27日付）と、陸上イージスの導入を再考すべきであるという立場であった。それに対して、読売は「東アジア各国はミサイル開発を進めており、その防衛は優先課題」（2018年6月23日付）であるとして、政府の陸上イージスの導入に賛成する立場であった。

次に、米朝会談に関する両紙の評価は、概ね次の二つに整理される。第一に、米朝会談をめぐっての朝日と読売のトーンには多少の温度差があったものの、両紙とも共同声明の文言とりわけ非核化に向けた具体的な中身やそのプロセスが明示されなかったことを理由に、米朝会談の成果について懐疑的、批判的に見る傾向は共通していた。第二に、両紙とも、今回の米朝会談をより多角的な視点から論じるよりも、共同声明文の不備及び限界や北朝鮮に対する不信に基づいて米朝会談を捉える傾向が顕著であった。

総じて、今回の米朝会談に関する両紙の議題は「非核化」「拉致問題」が大きな軸を形成しており、その軸を中心として自国問題と密接に結びついた「陸上イージス配備問題」「対北朝鮮問題」が議論されていた。両紙は米朝会談の成果に対しては批判的な論調で一貫していた反面、「陸上イージス配備問題」「対北朝鮮問題」に関する政府の政策や対応に対しては比較的鮮明な論調であった。今回の研究結果から注目すべきは、スタンスの差異が比較的明確だと知られている両紙が一貫して米朝会談問題を論説したという点である。その背景として、2002年9月の日朝会談で、北朝鮮が日本人の拉致を公式に認めて以来、差別的な北朝鮮像が主要メディアによって広がっていることが挙げられる。このような風潮が両紙の議題設定や論調に一定程度影響を及ぼしていたと考えられる。

「誠実の文化」からジャーナリストのアイデンティティーは成り立つか ー日本の報道及び教育従事者へのインタビューからの考察ー

アルン・プラカシュ・デソーザ（上智大学大学院 院生）

【キーワード】 ジャーナリストのアイデンティティー、ジャーナリズム教育、ジャーナリスト養成、メディア倫理、現場判断

【研究の目的】

本研究は、メディア教育と養成の実情を理解するため、欧米のメディア教育モデルを解

説しながら、人格的存在としての人間に求められる正義、尊厳、倫理、そして真理の具体的なあり方の探求がどのようになされているのかを考え、日本人及び日本社会に適した新たなメディア教育・ジャーナリストの養成の新しいモデルの構築に向けた取組の一環として位置付ける。

今回は報道現場の声から、報道従事者が「ジャーナリスト」として、どのような心持ちで仕事を遂行しているのか、本来人として持っているだろうとする「良心」が、その仕事に発揮されているのか、職務中の判断においてその良心が生かされ、「ジャーナリストのアイデンティティ」として成立しているのかについて考察する。そのために、外国から評される「日本の良心」が報道活動にどのように結びつくのか、または結びつかないのかという現状を明らかにし、ジャーナリストのアイデンティティと組織ジャーナリズムとの関係性を照らしあわせる。また、それらは「公共への奉仕」に影響を与えているかを確認する。

【研究の方法】

① 文献研究：本テーマについて既に記述されている論文や文献を探求し、考察分析する。メディア従事者が理解している報道の意義と現状を把握するため、「良心」と「誠実の文化」に関して言及されているジャーナリストのアイデンティティと職業についてまとめ、考察する。

② インタビュー：主題と副題に含まれている立場に基づいて、「誠実の文化」から成り立つジャーナリストのアイデンティティを育てるために何が必要か現役、又は元ジャーナリストを対象とした報道現場と教育現場に携わる 20 名にインタビューし、その回答をまとめ、考察する。

【得られた知見】

① メディアには社会に影響力を持ち、時には社会秩序を崩壊させる力があるとされる。例えば、インドは多様な宗教的背景を持つ社会の中で宗教とマス・メディアは相互の理解を保ちつつ、しばし信仰上や宗教の相違のために対立が起こり、噂の拡散や暴動など、社会的に不安定な状態に陥ることがある。そのような時こそ、報道活動は人々を結びつけ、相互に理解させる力となるべきだろう。また、そのような役割が期待されている。それゆえ、メディアは、正確な事実の伝達と社会を繋ぐための公共的な空間の担保が求められており、そのためには、良心的、誠実さに導かれた情報を発信するメディアの従事者が不可欠であることは今回の研究を通して再確認できた。

② 時間と空間に制限されている中でもジャーナリストは「公共への奉仕」に従事する態度を重視する使命感を持つ人が少なからずいることが分かった。その人々が行ってきた仕事は結果的に声なき人に声を与えている事実があることも確認できた。しかしその一方で、それは全体ではなく一部であり、組織の中では発揮されにくいことも分かった。そのよう

な現状から、「浄化された意向」(purified intention)が公共の奉仕の前提にあることなどの仮説が浮かび上がった。日本において、このことは「誠実さ」と呼ばれ、孔子の思想の根源の「仁」にあり、曾子は、「忠恕」と言い換える。つまり、「忠」とは、自分に対する誠実さ(自身のまごころ)であり、「恕」とは、他人に対する誠実さ(そのまごころから出る他人への思いやり)と考えることもできた。

③ インタビュー対象者の一人は、「高い倫理観や哲学的思考は他者をケアするためのプロセスとなる。プロフェッショナルなジャーナリズムとは、高い倫理観とともにあるべきだと考えるのは自明のことだが、それは他者と生きるための社会をよりよくするための基礎であることも自覚するべきだと考える」と話し、良心という高い倫理観に重きを置く姿勢を示した。これらの意見は、個人的な見解であることから、個々の「ジャーナリスト」としての立場は良心を基本にしているが、日本のジャーナリズムが組織に支配されている状況の中で、その良心が確実に発揮されているかは、疑問である。

④ 現場には、「弱者の声」に対して「人権を侵害された側に密着し、その声を代弁する」に心掛けている人々がいることが明らかになった。誠実の文化から導かれ、公共への奉仕に繋がる。しかし、個々の良心と組織の論理の間で、日本のジャーナリズムは苦悩しているようにも見える。これが現在の日本のジャーナリズムの課題であることが改めて浮かび上がった。

⑤ 西洋社会において組織化された信仰・宗教は深く影響しているが、組織宗教の色が薄い日本においても欧米ジャーナリズムが強調してきた正義、尊厳、倫理、そして真理の原理は重要視されていることが分かった。メディアの諸活動は、情報伝達を通して、社会におけるメディアの技術の進歩や情報交換は、「共通善」(common good)へ大きな力になり、社会に欠かせない「真」と「信」を保護する役割を果たす認識も日本の現場にあると指摘された。

<B 会場>

昭和初年代の社会運動と手紙というコミュニケーション —運動と雑誌の挫折の後に—

新藤雄介 (福島大学)

【キーワード】 社会運動、手紙、渋谷定輔、『農民闘争』、『農民自治』

【研究の目的】

大正期以降、労働運動や農民運動が徐々に広がり、争議が行われるようになっていった。こうした社会運動は、その活動を支える雑誌の出版とともに行われた。とはいえ、労働運動や農民運動に対しては厳しい取り締まりが行われ、またしばしば組織内部での立場の違

いなどによって、分裂や終焉を繰り返した。よく知られたところでは、『文芸戦線』と『戦旗』の対立であり、講座派と労農派（『マルクス主義』と『労農』）の対立などがあつた。

そうした中で、運動の挫折から新たな運動への移行という点には、必ずしも十分な関心が払われてこなかった。特に、運動の挫折は、運動者にとってそれまでの運動のあり方自体を対象化して見直す機会となり、新たな知識の獲得や考え方の変化を促すことになる。こうした変化を経て、新たな運動と雑誌の創刊へと動き出す過程は、資料の空白もあり捉えることが容易ではなかった。そこで本研究では、農民自治会の分裂と『農民自治』の終焉という挫折を経て、そこから新たに『農民闘争』という雑誌が出来るまでを、渋谷定輔という個人に定位することで追うこととしたい。

【研究の方法】

渋谷定輔に焦点を当てた研究としては、思想史の視点から分析した安田常雄の『出会いの思想史＝渋谷定輔論』や農民運動史に思想史を加えた視点から分析した坂本昇の『近代農村社会運動の群像』がある。これらの研究では、渋谷定輔個人の思想や、渋谷が関わった社会運動の動きが明らかとなっている。その一方で、渋谷が雑誌『農民自治』での挫折を経て、後に小説家となる埴谷雄高や写真家となる土門拳らが参加した、雑誌『農民闘争』の発行へと至る過程は、明らかにされてこなかった。

そこで本研究では渋谷定輔がこの期間、手紙というコミュニケーションを通して、どのように運動や社会への認識を変化させたという点に着目する。なぜならば、手紙によるやりとりとは、単に個人の考えを紙に書きつけるということだけではなく、書くという行為によって自己への内省を促すとともに、相手からの返信による考えの相違や一致を経て、自己の考えの深化や修正や変更を迫られる相互行為だからである。

資料としては、富士見市立中央図書館に所蔵されている渋谷定輔文庫を主として取り扱う。特に、渋谷定輔と池田黎子（むめ）の間で昭和3年2月から昭和4年9月にかけて取り交わされた90通ほどの往復書簡（手紙）を使用する。

【得られた知見】

『農民自治』終刊から、『農民闘争』創刊へと至る間に渋谷と池田の間で交わされた手紙から、次の4点が明らかとなった。

①福本和夫と山川均への評価

渋谷定輔は、社会運動における理論の必要性を認識していた。しかし、当時マルクス主義の理論家として影響力を持っていた福本和夫に対しては否定的な評価をしていたが、同じく理論家として名をはせていた山川均に対しては肯定的な評価をしていた。両者への評価の違いは、理論と実践の関係に乖離がないかや、労働者や農民を念頭においた言論活動となっているかどうか、という点であった。

②理論と実践の関係

渋谷定輔は自身が農民であり小作争議などに関わってきた経験から、社会運動における理論と実際の活動との関係について、常々気に掛けていた。渋谷は理論と実践の一致の必要性を感じていたため、理論と実践の一致を説いたウラジーミル・レーニンの著作を読み、その思想に共感を寄せるようになっていった。

③池田の逡巡

地主の娘としてその境遇に対して違和を抱いていた池田は、渋谷に対して家を出て東京で職業婦人として働くことを希望していると伝えるものの、それを実行に移すことができなかった。そのため、渋谷は池田を「小ブルジョア」と指摘しつつ、「プロレタリア」として生きることを説いた。これは池田に対する理論と実践の一致の要求であると同時に、渋谷が理論と実践の一致に自覚を迫られることでもあった。

④自己対象化の極北

渋谷は貧農であったが、思想的にはマルクス主義に依拠するようになっていた。理論と実践の一致を推し進める渋谷は、農民は作物を収穫するために生産者である（生産手段を所有する）として理解するなど、自身の「小ブルジョア」的要素を過剰なまでに対象化し、その克服に努めるようになっていった。

以上のように、渋谷は池田との手紙によるコミュニケーションを通して、運動には理論と実践の一致が必要だと認識し、このことを池田に説きつつ求めた。このことは翻って渋谷自身の理論と実践の一致を過剰に要請した。こうしたことが、数多くの発禁を受けることになる雑誌『農民闘争』の創刊と活動へとつながっていったと考えられる。

「記憶」とプロパガンダ

－第二次世界大戦時における英国の対独プロパガンダ－

津田正太郎（法政大学）

【キーワード】 プロパガンダ、記憶、BBC

【研究の目的】

本研究の目的は、第二次世界大戦時において英国政府がいかなる方針のもとで対独プロパガンダを展開していたのかを明らかにすることにある。戦争プロパガンダについては、心理操作の技法やメディアの統制方法といった観点から論じられることが多い。しかし、プロパガンダにたいする理解をより深めるためには、プロパガンダの発信側にも目を向ける必要がある。本研究では、第二次世界大戦時の英国の対独プロパガンダ政策がどのような文脈のもとに置かれ、そこでいかなる対立が生じていたのかを分析することで、プロパガンダ研究一般に対して寄与することを目指す。

【研究の方法】

当時の英国のメディア状況やプロパガンダについては学術的な著作からノンフィクション作品に至るまで、多くの文献や論文が存在している。また、当時の放送やプロパガンダに関わった人物の手記や伝記も豊富に存在する。さらに、機密保持期間を過ぎたために公開、出版された内部文書もあり、当時のプロパガンダ政策について多角的に検討するための資料は充実している。本研究では、それらの文献および英国で入手したBBCの内部文書や政府文書を整理、検討することでプロパガンダをめぐる対立が生じた文脈を明らかにする。

【得られた知見】

1939年9月に第二次世界大戦が勃発した直後、英国政府は先の大戦の末期に設立され、対独プロパガンダの実行を担った敵国プロパガンダ部を復活させた。そのうえで、ナチス政権と一般のドイツ人とを区別し、後者に政権の転覆を呼びかけるという方策を採用した。こうした動きの背景には、第一次世界大戦において英国はプロパガンダによってドイツに勝利したという「記憶」があった。また、当時すでに普及していたラジオではなく、爆撃機によるビラの投下が重視されたことにも、そうした前大戦の「記憶」の働きがあったと言える。

だが、1940年5月に始まるドイツの大攻勢によって英国のそうしたプロパガンダ政策は挫折を余儀なくされる。新たに誕生したチャーチル政権では「プロパガンダでは戦争に勝てない」という認識のもと、ナチスとドイツ人とを区別する方針を取りやめ、両者を一体のものとして攻撃するという方針（ヴァンシタート主義）が採用された。

ただしその後も、英国による対独プロパガンダには様々な紆余曲折が生じることになった。その大きな要因となったのが、部門間での権限争いであった。同国でプロパガンダを担当する部門としては、敵国プロパガンダ部のほか、情報省や外務省政治インテリジェンス部、BBCヨーロッパ・サービスなども存在し、「敵に向けられるべきプロパガンダのエネルギーが、概して部門間の悪巧みや闘争によって散逸してしまった」と評されるほどの対立を生んだ。

そうした部門間の対立を単なる縄張り争いとして片付けることはできない。その背後には、プロパガンダをめぐる思想面での対立が存在したからである。

まず、プロパガンダの信頼性をどのように考えるべきかで見解の相違が存在した。虚偽の流布を含むいかなる手段を使っても戦争の早期終結を目指すべきだとの立場と、プロパガンダであっても可能な限り正確さを重視し、聴取者の信頼を獲得することが長期的には英国の利益につながると考える立場との対立である。後者の見解の背後には、「虚偽のプロパガンダによって破れた」という第一次世界大戦と同様の「記憶」をドイツに与えまいとする配慮があったとも指摘できる。

さらに、戦争末期においてプロパガンダ担当者を苦悩させることになったのが、先に述

べたヴァンシタート主義、そしてそれと親和的な無条件降伏の要求であった。連合国による無条件降伏要求の背後には、ドイツの軍国的な風土こそがナチスを生んだという理解のもと、戦争終結後にはドイツ人の徹底的な再教育が必要だという思想が流れていた。仮に戦争終結前にナチス政権が崩壊したとしても、そこで戦争をやめてしまえば第一次世界大戦と同じ過ちを繰り返すことになるという「記憶」が作用していたのである。

しかし、こうした無条件降伏要求は、連合国軍への恐怖をドイツ人に植えつけるうえでナチス政権に格好の材料を提供しただけではなかった。ナチス政権と一般のドイツ人との分断を図るという開戦当初の手法の効果が期待される局面になったにもかかわらず、連合国側のプロパガンダ担当者がそれを使用できないことを意味していた。ドイツ人に何らの約束もできないという制約下でプロパガンダを展開することを強いられたのである。

以上のように、本報告では第二次世界大戦時における英国のプロパガンダ政策の検討を通じて、プロパガンダの理解にはそれがいかなる「記憶」の文脈および対立軸のもとに置かれていたのかを解明することが重要であると論じたい。

改革開放期中国におけるメディアの人事に対するコントロール —地方のメディアグループのトップ人事を事例に—

于海春（早稲田大学大学院 院生）

【キーワード】中国、メディアコントロール、メディアグループ、人事

【研究の目的】

本研究の目的は、メディア人事のコントロールにおける時間的変化と地域的差異を実証することである。これによって、中国共産党・政府の人事を通じた地方メディアに対するコントロールの実態を解明することが見込まれる。

1990年代以降、メディアの本格的な商業化にもかかわらず、中国共産党・政府はメディアに対する有効なコントロールを継続できた。その原因は「事業単位、企業化管理」（公共事業体という属性を持ちながらも、経営上企業と同じ管理運営の体制を容認する）の二元管理体制にある。とりわけ、メディアはトップ人事の決定が党・政府に完全にコントロールされている点は重要である。

先行研究は、中国共産党が一貫してメディアの幹部を管理していることを指摘した。しかし、先行研究に対して次の二点で批判が挙げられる。一つ目は、人事コントロールにおける共産党の関与を指摘するのみで、時間的変化が生じる可能性への考慮が不十分な点である。メディアコントロールの程度における時間的変化は人事コントロールにも反映しているのかは解明されていない。二つ目は、地方レベルのメディア人事に焦点を当てる研究は見当たらない点である。地方のメディアは地方の党委員会・政府に直接的に管理されて

いる。さらに、地方メディアの人事は地方権力が自由裁量権を持ち、地方権力によって決定される。中国において、政治社会環境、経済発展や人口の社会属性の構成などには顕著な地域的差異が存在している。それぞれの地域において、地方における党・政府の人事を通じたメディアコントロールは一律なものなのかは不明である。以上二点の批判をふまえ、中国におけるメディアコントロールの実態を解明するために、メディアの人事決定における時間的変化と地域的差異の有無を検証する必要がある。

本研究は先行研究の補足として、時間的視点を取り入れ、地方のメディア組織の人事決定に焦点をあてて分析する。以上の観点から、次の三つの問いを提示する。第一に、メディアグループの最高責任者の共通した特徴は何なのか。第二に、中国全体では、メディア人事に対するコントロールにおいて時間的変化が見られるのか。第三に、地域によって、メディアのトップ人事の決め方における差異があるのか。

【研究の方法】

本研究は、地方のメディアグループの主要責任者の決め方に着目して分析を行う。

【分析対象】分析では2000年から2017年までの分析期間中、20の直轄市・省レベルの報業グループから、最高責任者76人のデータを収集できた。

【分析方法】メディアグループ最高責任者の決め方を大まかに、①「社内昇進」（記者が組織内部から昇進するケース）、②「パラシュート人事」（共産党の幹部などが外部からの派遣されるケース）の二つに分類した。さらに、メディアの最高責任者と権力との距離の視点から、二つの分類をそれぞれ細分化した。最高責任者の決め方のパターンを作って、差異と変化を抽出する。

【得られた知見】

分析の結果、次の三つの知見を導き出した。

①地方メディアグループの最高責任者の全体像

地方メディアグループの最高責任者は、全体的なイメージは次のように描くことができる。第一に、最高責任者は大卒以上の学歴を持つ男性が圧倒的に多い。第二に、最高責任者決め方はパラシュート人事が内部昇進より圧倒的に優位を占める。第三に、パラシュート人事で決めた最高責任者はまた党・政府機関の上位ランクのポストに就任する傾向にある。

②時系列にみる人事決定の分類の変化傾向

最高責任者の決め方の変化から、人事コントロールにおける時間的な変化がみられる。全体的にパラシュート人事が全体に占める割合は一貫して圧倒的に大きいことがみられる。一方で、分析期間において、パラシュート人事の全体に占める割合の値の変化から二つの上昇期が顕著にみられた。この二つの上昇期はメディアに対するコントロール強化だと読み取れる。

③地域的差異

地域別にみる場合、最高責任者の決め方は地方によって、大きく異なる。一貫してパラシュート人事で決める地域と社内昇進のケースが多い地域がそれぞれ見られた。そのうち、上海は、安定した人事コントロールを行われた地域の代表である。対照的に、広東には、2012年以降メディアのトップ人事決定における大きな変動がみられた。そして、その大きな変動を引き起こした原因は、中央権力の南方報業伝媒グループへのコントロール強化であることもわかった。

以上、分析を通じて、地方メディア人事に対するコントロールは時期によって異なるものだとわかった。また、地域によって、その度合が異なることもわかった。ここから中国において長期にわたり、メディアコントロールにおけるある程度の地域的差異が許容されてきたと推定できる。

湾岸諸国と放送メディア —産業構造および近年の動向に着目して—

千葉悠志（公立小松大学）

【キーワード】 中東、湾岸諸国、放送、産業、政治

【研究の目的】

1970年代以降、中東のなかでもサウディアラビア、クウェート、UAE、カタールといった湾岸諸国は、豊富な天然資源をもとに急速な経済成長を遂げた。その過程で多くの国々がメディアへの積極的な投資をおこなった結果、「湾岸メディア」と呼びうる、湾岸諸国と強い結びつきを有する民間の出版社・新聞社・放送局が、湾岸のみならず、湾岸以外の国々（エジプト、ヨルダン、さらにはイギリスやイタリアなどの中東以外の国々）でも多数立ち上げられた。湾岸メディアは湾岸諸国と湾岸諸国以外の国々が結びつく結節点であり、その存在は今日の脱国境的なメディア・ネットワークの存在を考察するうえで重要である。報告者は、湾岸メディアの形成プロセスと構造、そしてその政治的機能を解明すべく研究を進めてきた。本報告では、(1) 湾岸諸国の放送メディアに焦点をあてて、その歴史的な発展のプロセスと特徴を明らかにしたうえで、(2) 近年の同地域における国家間の緊張関係が放送メディアのあり方に与える影響を明らかにする。

【研究の方法】

本報告では、中東の政治、経済、メディアに関する文献や、現地の政府や放送局、統計機関が出している報告書、さらに報道機関によるメディア関連の記事などを複合的に用いな

がら、湾岸諸国のメディアの発達と今日的展開を論じる。また文字化された資料のみならず、現地でのフィールドワークの際に行った放送関係者からの聞き取り調査から得られた知見も活用する。分析枠組みに関しては、従来のメディア研究が個々の国々のメディアを対象とする「方法論的ナショナリズム」に基づく傾向があったことを意識したうえで、そうした方法論に基づく叙述を相対化する一つの試みとして、複数か国のメディアの発達の結びつきや、それらのつながりを意識する地域研究的・地域メディア史的なアプローチを用いる（報告時間に余裕がある場合には、そうした地域研究的・地域メディア史的なアプローチの限界・問題点についても言及したい）。

【得られた知見】

本研究で得られた知見は、大きく3点に集約することができる。第1に、湾岸諸国のメディアの発達は、各国の国内事情にも増して、当時の湾岸諸国を含めた中東政治の動態に大きく影響を受けていたことが明らかになった。具体的に、1950年代から60年代にかけての共和制と君主制の国々の対立構造が、湾岸諸国のメディアの発達へと及ぼした影響を、中長期的観点に立って分析した。また、そこで形成されたメディアのあり方が、1970年代から80年代にかけての同地域のメディアのあり方を考察するうえでも重要になることが分かった。こうした歴史的側面から得られた域内政治とメディアとの切り離しがたい関係は、近年の同地域におけるイランとサウディアラビアによる「新たな中東の冷戦」時代のメディアのあり方を考えるうえでも示唆に富むものと考えられる。

第2に、1990年代以降の中東では衛星放送が発達するが、そのなかで湾岸諸国のメディアが果たしている役割や、また2000年代以降の湾岸諸国の政府のメディア政策が明らかとなった。とくに、湾岸諸国におけるインターネットやスマートフォンの普及率は世界的にみても高い。本報告では、急速に進展する情報時代に対して、各放送局や湾岸諸国の政府がどのような対応を取ろうとしているのかを巨視的な観点から論じる。

第3に、とくに2010年末以来の中東地域で生じた大規模な政治変動が生じて以降、中東の国々のパワーバランスの揺らぎが生じ、それとともに国家間の対抗が各種メディアのなかにも見られるようになっていくことが明らかとなった。本報告ではいくつかの具体的な事例——例えば、カタルのスポーツ放送局であるBeINと、その海賊放送であるBeoutQの関係や、両者を取り巻く政治の問題など——を取り上げながらこの問題を考察することで、国際政治と放送メディアとの関係の今日的なあり方を考察する。

<C 会場>

ソーシャルメディアにおける政治的自己呈示の忌避感 —78名へのインタビュー調査を手掛かりとした考察—

田中瑛（東京大学大学院 院生）

【キーワード】 政治的会話、自己呈示、ソーシャルメディア、サードスペース、「不審者」

【研究の目的】

本研究では、ソーシャルメディアにおける市民の政治的な「自己呈示」(Goffman 1959)を制約する構造的要因を、インタビュー調査の質的分析から論証する。Twitter や Facebook といったソーシャルメディアは自分自身の意見を他者へと伝達する上で有用なプラットフォームであり、従来のマスメディアとは異なる双方向性を取り入れている。しかし、こうしたオンライン空間については、海外では、様々な政治的立場を持つ主体が相互に批判を展開することなく声を上げる「フィルターバブル」現象なども指摘されており、その弊害が問題視されてきた。

ところが、調査をしてみると、日本の場合、政治的意見を表明しないと言う人々が圧倒的に多数派であった。欧米の分極化議論が、積極的に自分自身の意見を供給する主体を前提に構成されているのに対し、日本社会では無党派層の増大や政治的有効感覚の低迷を示す調査結果も多数見られる。特に、ソーシャルメディアに関する先行研究では、情報の閲覧に徹し、意見の発信や共有を避ける傾向が確認された。これは、山本圭が「不審者」と定義する熟議や闘技の枠組みから排除された人々が多数の位置を占めていることを示唆している(山本 2016)。他方で、「サードスペース」論のように「非政治的空間における政治的会話」を提供する居場所の一つとしてソーシャルメディアの機能を指摘する研究もある。この議論を提起したスコット・ライトは、オンライン空間の政治社会学的分析が、政治的空間としての機能にしか注目をしてこなかったと批判しており、日常的なありふれた社会行動の中にこれを位置づける必要がある(Wright 2012)。

そして、このような非政治的空間が相互行為を通じて独特の社会的秩序を構成していると考えれば、政治的な出来事や争点についての意見を他者に示さないという振る舞いが、どのような秩序に基づき構成されているのかを明らかにする必要がある。そのために、これを「政治的自己呈示」と定義し、他者との相互行為を通じて自分自身の振る舞いが規定されると仮定する「シンボリック相互作用論」の視座を主に取り入れ、ソーシャルメディア上の社会的秩序が政治的自己呈示にどのような制約を加えているのかを示す。

【研究の方法】

本研究では半構造化インタビューの質的分析を実施した。報告者の所属する東京大学大

学院情報学環・学際情報学府林香里研究室では、2017年6月～2018年7月にかけて、首都圏在住者を中心に18歳以上の男女78名にインタビュー調査を実施した。そして、全ての調査が終了した後、その質的データを質的言説分析用ソフトウェア「MAXQDA」で定性的に分析した。この調査はニュースの偶発的接触に関するものであるが、ソーシャルメディアを用いて政治的な情報や意見を他者と共有するかを尋ねており、関連する発言を「政治的表現」(Political expression)としてコーディングしている。そして、主にソーシャルメディアにおける政治的自己呈示に対する自己言及的な発言を抜粋し、その意味付けを分析することで、政治的自己呈示の忌避感を規定している要因を具体的に論証する。

【得られた知見】

以上の分析から得られた知見は2つある。第一に、政治的自己呈示を妨げる構造的要因は、話者間のイデオロギー的対立だけでなく、相互行為を通じて形成される社会的秩序に基づき構成されている。すなわち、政治的自己呈示は他者からの役割期待を前提に、日常生活における自己イメージとの整合性を示すには不適切な題材であると考えられている。もっとも、自らの卓越性を顕示するための「賭け金」として政治的知識を道具的に利用する者もいるにはいるが、大多数はそうした価値連関の中に身を置くことを避ける。いずれの場合にも、現実世界での対人関係がソーシャルメディア上の対人関係と重なり合うがために、政治的会話は回避される。

第二に、ソーシャルメディアにおける自己呈示の適切さの評価尺度は、情報の客観性や正確性というよりは、自分自身の日常生活と関連づけ得るかどうかといった証言の真正性に依拠し、情報発信に際してはそれに基づいて自己検閲を行う傾向が見られる。すなわち、積極的な政治的自己呈示の事実性や妥当性の検証を経由する以前に、それを自らが発話した場合、現実的なものとして他者に受容されるかどうかという評価尺度を内面化している。

したがって、ソーシャルメディアにおいてたびたび表象される政治への冷笑的・消極的態度は、対立性や異質性に対する絶対的な拒否ではなく、むしろ相互行為を通じて「居心地の良い空間」を構成しようと試み、それに対他的な自己イメージを適応させようと試みる結果として構成されたものであることが明らかになった。なお、日常的ポジションからの政治的発言をすることが、かかるごとく「居心地の悪さ」として意識される社会状況は、日本において特徴的なのかどうかは、プロジェクトの国際比較研究部門へと接続して引き続き検討する予定である

女性を沈黙させる「ネット空間」のネガティブ性 —SNS と政治的発言に関するインタビュー調査からの考察—

清水麻子（東京大学大学院 院生）

【キーワード】 女性、ジェンダー、政治、SNS、インターネット

【研究の目的】

近年、世界において、女性たちが性暴力や女性への差別的な性的役割などに怒り、SNS などを通じて社会を変えようと行動する「デジタル フェミニスト アクティビズム」(digital feminist activism) の勢いが著しい。Puente ら複数の研究によれば、それらは主に SNS を通じて草の根的に発生し、政治や社会を変えるほどのムーブメントとなることもある。ニューズウィークなどの報道によれば、韓国では #MeToo により性暴力への告発が相次ぎ、小・中・高校でのフェミニズム教育の義務化などの方針が発表された。また Thorsen & Sreedharan らの研究によれば、女性の地位が低いサウジアラビアでは、匿名性を生かしたツイッターで #EndMaleGuardianship 運動が起き、女性の男性庇護からの独立を目指す大きな動きに発展した。

一方、AP 通信などの複数の報道によれば、日本では、世界的潮流になった #MeToo 運動ですらも、あまり定着しなかったとされる。声を上げた当事者の女性が孤立したり、運動が継続しないで終わっていくケースも目立っている。日本では世界の国々に比べると「女性と政治の距離」が、非常に遠いように思われる。

その傾向は、各種データでも証明されている。女性の政治参加の指標である「ジェンダー・ギャップ指数」(2018) は 149 カ国中 110 位であり、なかでも女性国会議員の比率が 193 カ国中 165 位で G20 の中で最下位 (2018 年版列国議会同盟調査) であった。世界の中でも日本女性の政治の下位性が目立っている。

こうした結果をもって、「そもそも女性は政治に関心がない」とも解釈されることもある。しかし、果たしてそう言い切れるのであろうか。女性の政治への関心は、受けてきた教育、日常への違和感、負っている性的役割分業、職業など様々な社会的背景が影響し合って発生する。そこで本研究では、日本で「女性と政治の距離」が縮まらない社会的背景の一端を、SNS などを含めたメディア消費との関係から明らかにした。

【研究方法】

本調査は、「科研費 (B) 国際比較研究」のために得た東京近郊在住を中心とした男女 89 人 (20~70 代) のインタビューデータを、質的分析ツール (MAXQDA) を使用し、複数のコーダーによる作業によって「政治的発言」に関する部分を抽出し、コーディングを行った。その後、データ中に占める女性 (44 人) を主な分析対象とし、質的研究として分析・考察を行った。

【得られた知見】

分析からは、女性たちは政治に興味がないわけではない、という点が浮き彫りになった。家族などの「私的領域」では、主にテレビニュースをきっかけに、政治が「日常への違和感」として前向きに語られていたのである。一方で、不特定多数の人が集まるネットや SNS、学校や会社などの「公的領域」に入ったとたん、「日常への違和感」としての政治は語られなくなっているという興味深い結果を得た。特に 50 代以降の女性でその傾向は顕著であった。その理由を分析・考察した結果、特に政治問題を扱う SNS などのネット空間が、「闘争性あふれる男性的空間」として女性たちに認識され、敬遠されていることが浮き彫りになった。

「闘争性あふれる男性的空間」には、対立や批判、非難、ヘイトスピーチなどのネガティブ性があふれている。「フェイスブックには自分とちょっと意見が違う人を受け入れるキャパがない人達がいっぱいいる」(R.S さん、55 歳)、「立場の違う方が意見ぶつけ合っても結論も何もないです」(N.N さん、57 歳)などと、女性たちは、ネット空間のネガティブ性を敬遠し、「沈黙」を選択していた。

一方で、金らの研究(2018)によれば、SNS によって政治を変えたいという革新的意見を持つ若い女性が増えている。本調査でも「(都議選のニュースもメールで拡散したり Facebook でシェアしたりしていました」(N.O さん、30 歳)などとニュースを積極的にシェアするという声があった。しかし自らの意見を書き込むケースは希であった。「考え方もいろいろあるのだし、それをあえて SNS に言わなくていい」(K.E さん、25 歳)などと、発信自体を萎縮しているケースもあった。

このようにして女性たちが日常生活の中で発生した「ささやかな政治への関心」は、SNS などのネガティブな「闘争性あふれる男性的空間」を媒介することによって「沈黙」という行為に変化し、私的領域である家庭やごく少数に限定された友人の内部に封じ込められたまま放置されている構造が浮き彫りになった。しかし、女性の声が公的領域に開かれない限り、日の目を見ることはない。また沈黙の下に、民主主義は動かない。本稿は、女性が政治的意見を言いやすい建設的なオンライン公共圏の創設の可能性についても考察を加えたい。

性年代別のソーシャルメディアコミュニケーションについて

吉武希(上智大学大学院 院生)

【キーワード】 コミュニケーション論、インターネット、メディア・リテラシー、情報モラル
【研究の目的】

スマートフォンの普及により、幅広い年代の人々がインターネットを利用するようになった結果、様々なインターネットを要因としたトラブルが生じている。その中でも、コミ

コミュニケーションを取ることや情報を収集、閲覧を目的としたソーシャルメディア上では、トラブルの発展から誹謗中傷を受け、訴訟が起こるケースもある。それは、年代によってコミュニケーションの考え方等の捉え方が異なっていること、もしくは、ソーシャルメディア上では現実とは異なり、モラルやマナーを意識せずにコミュニケーションを取っている世代があるのではないか、ということが理由として考えられるからである。

性年代別にインターネット上、特にソーシャルメディア上のコミュニケーションの考え方や使い方にギャップやリテラシーの問題が生じているかを調査、検証したものを発表する。そして、ソーシャルメディア上のコミュニケーションにおいて、何が社会的な課題の要因となっているかを考察する。

【研究の方法】

①デプスインタビュー調査

仮説の設定とインターネット上での調査の質問項目を設定するため、インターネット調査のプレアンケートの実施と、ソーシャルメディア上のコミュニケーション、特にモラルやマナーについて7名にデプスインタビューをした。

②インターネット調査

デプスインタビューでの調査と考察を基に立てた仮説と質問項目の設定から、10代から60代の男女各約150名で調査を実施した。

【得られた知見】

インターネット調査の質問項目を設定するために、プレアンケートとその回答を基に、ソーシャルメディアの利用方法とモラル等について、20代から50代の男女7名にデプスインタビューを実施した。プレアンケートは、総務省「青少年のインターネット・リテラシー指標等」及び、安心ネットづくり促進協議会「青少年と保護者におけるインターネット・リテラシー調査」を参考にし、作成した。デプスインタビュー調査では、「インターネット上のコミュニケーション方法が年代によって異なり、また、モラルやマナーについて意識せずに発信している年代があるのではないか」という結論となった。

デプスインタビューでの調査を基に質問項目を設定し、10代から60代の男女各約150名にインターネット調査を実施した。内容は、情報通信機器とソーシャルメディアの利用状況から、ソーシャルメディアの利用方法や考え方について質問をした。

本調査からは以下の3点について分かった。

- ①10代男女は著作権など知的財産権に関する「違法コンテンツ理解」が低い。
- ②60代女性はインターネットを利用する上で必要なリテラシーが足りないのではないか。
- ③10代・20代と60代のソーシャルメディアの利用方法や考え方を比べると大きくギャップが生じていることが分かった。

10代は、芸能人などの著作権や肖像権といった知的財産権に関する認識が低いことが分かった。特に女性は「問題があると思っているが発信してしまう」との回答が約2割となっている。男性も「問題がないと思う」との回答は、約3割となっている。

60代の女性は、「ソーシャルメディアの公開設定」や「ソーシャルメディア上の友人はいるか？」について、「質問の意図がわからない」といった「不認識率」が約2割となった。これは、インターネットを利用する上での必要なリテラシーがないと考えられる。

また60代は、「匿名での発信」については約7割が、コミュニケーションの対応を状況によって変えることについては、約5割が「問題があると思う」回答した。反対に10代と20代は、「匿名での発信」については約4割が、コミュニケーションの対応を状況によって変えることについては、約3割が「問題があると思う」回答した。このように利用方法や考え方が大きく異なることが分かった。

ソーシャルメディアは、不特定多数の人に公開された情報が目に入るということになり、性別や年代、地域性を超え、全く異なったコミュニティや背景を持った人間とコミュニケーションを取っていることが特徴である。こういった環境の中で、ソーシャルメディア上のコミュニケーションやモラル・マナーについての考え方が異なると、ギャップが生じ、また文字や画像として残るため問題と思われる事象が顕在化するのではないだろうか。

インターネットは現実との延長線上にあるものであり、見えない画面の先には必ず自分と同じ人間がいる、ということを忘れてはならない。そしてその人間は自分と同じ価値判断を持っているわけではないという認識を持つことが必要だと考える。

<D 会場>

1980年代における雑誌『BIG tomorrow』の機能 ーサラリーマン文化としての「処世術」に着目してー

谷原吏（慶応義塾大学大学院 院生）

【キーワード】『BIG tomorrow』、処世術、サラリーマン文化、1980年代

【研究の目的】

本発表は、1980年代において若手サラリーマンに広く読まれた雑誌『BIG tomorrow』（青春出版社）の機能を探究することによって、80年代当時におけるサラリーマン文化台頭の力学を明らかにすることを目的とする。

竹内（2003）によると、1970年代から1980年代にかけて教養主義が衰退した背景にはサラリーマン文化の台頭があったという。大卒がマス化してサラリーマン予備軍になることにより、教養知は無用となったのである。時期を同じくして、職場の対人関係に関する処

世術がサラリーマン向け雑誌で広く語られるようになる。このことは注目に値する。そこで本発表が着目するのが、サラリーマン雑誌が表象した「職場での処世術に齷齪するサラリーマン像」である。ここにサラリーマン文化を見出すことで、既存の80年代文化研究に再考を迫ることができるのではないかと考える。

従来の80年代文化研究は、オタク文化や東京ディズニーランドといった「虚構」(大澤2008)、あるいは雑誌『POPEYE』に象徴されるファンション・コンシャスな消費文化(原2006)に80年代を象徴させている。いずれにせよ、80年代は「虚構の時代」であるという大澤の時代診断が共有されているものと思われる。しかし従来の80年代文化研究は、当時の経済や文化を、消費ではなく生産活動の面から支えたであろう少なからぬ中流サラリーマン層の文化を扱ってこなかった。それに対して本発表は、サラリーマンの日常に焦点を当てた雑誌『BIG tomorrow』の分析を行うことにより、既存研究とは異なる80年代像を提示しようとするものである。

【研究の方法】

1988年には公称73万部に達した若手サラリーマン向け雑誌『BIG tomorrow』の分析を研究の中心に据える。同誌は、高度成長期に隆盛したモノに関する情報を中心とした雑誌に対するアンチテーゼとして、「人間情報誌」を掲げて、人付き合い、仕事術、金儲け、女性の口説き方等に関する実用的な観点から、若者の一日の体験を情報化するというコンセプトにした雑誌である。当時、職場の処世術を中心的に扱っていた代表的な雑誌であった。具体的な研究アプローチは以下の通りである。

第1に、同誌の発行所である青春出版社の来歴を調べることにより、同誌がいかなる経緯で発行され、いかなる精神を背景に持っていたのかを探る。第2に、既存研究や統計資料を参照することにより、同誌の読者層であったサラリーマンを取り巻く競争環境を概観し、同誌が求められた社会構造を明らかにする。第3に、1980年代を通じての同誌の記事内容を調査する。当時の紙面構成は「処世術」と「性風俗」に関する記事が中心であったが、本発表では、サラリーマン文化を象徴していると考えられる「処世術」に関する記事に焦点を当てる。

【得られた知見】

研究の結果、『BIG tomorrow』において、サラリーマン文化を象徴する「処世術」に関する情報が語られるようになった力学は次のように考えられる。

第1に、学歴エリートへの対抗という精神の存在である。これは、「人生雑誌」をルーツに持つ青春出版社の来歴や、『BIG tomorrow』の記事で見られる典型的な語りから明らかになった。第2に、「(学校歴に関係なく)自分も出世できるかもしれない」という期待が維持される「諦めさせない」企業内競争構造(竹内1995)が存在したことである。これに加

えて、高学歴者の増加と低成長経済により大卒の就職市況が悪化し、社内ポストは不足するという事態が、歴史的に見ても対人関係に関する処世術が求められやすい構造であった (Kinmonth 1981=1995)。そして第3に、功利主義的に人間関係を捉えて出世していこうとする、米国由来の心理学的知見という語彙のリソースが存在したことである。このことは、80年代半ばに、米国の学者や理論をタイトルに掲げた記事が増加したことから明らかになった。

以上のような力学で、『BIG tomorrow』が、企業社会で勝ち残るための処世術を提供する大衆メディアとして機能していたと考えられる。そして注目すべきは、そうした機能を有していた雑誌が70万部以上を発行したという社会的事実である。社内での人間関係に日々気を遣い、処世術に齷齪しながら競争社会を生きるサラリーマンの姿が大衆化されようとしていたのである。これは、オタク的な没入や東京ディズニーランド、ファッション・コンシャスな消費等に象徴される「虚構」としての80年代像には吸収されない時代像ではないだろうか。

芸能人ファンのロイヤリティ形成要因の考察

濱田俊也 (京都大学大学院 院生)

【キーワード】 エンタテインメント、ファン心理、ロイヤリティ、実証研究

【研究の目的】

本研究の目的は、芸能人ファンのロイヤリティがどのような要因によって形成されるのか、検討することである。

エンタテインメントはメディアにとって主要なコンテンツの一つであり、昨今さらに重要性が増してきている。中でもエンタテインメントの根幹であり、成否を握る特に重要な要因はタレントであろう。そして、タレントを支えるファンについてもメディアや学術領域で様々に論じられている。

ビジネス面からファンを捉えると、矢野経済研究所 (2017) が、熱狂的なファンを意味すると捉えられる「オタク」一人当たりの年間平均消費金額について、アイドルカテゴリーでは7万4225円、鉄道模型カテゴリーでは4万9721円などと高額であることを報告しておりファンは高い売上をもたらす顧客でもあることがうかがえる。

学術研究でいえば、主に心理学分野で研究の進捗がみられるが、実証研究は多くないことが指摘されている (臺純子・幸田麻里子・崔錦珍(2016)「日本におけるファン文化・ファン行動研究の動向」)。

そこで、本研究では消費者行動論及びマーケティング論の視点からファンについて注目し、特にファン心理について、先行研究のレビューと分析を行い、定量的手法により調査と分析を行う。

【研究の方法】

調査対象は、2018年に開催された大型音楽ライブイベントに来場、もしくは来場を予定していたファンとした。このイベントは開催期間の出演者が約1000名、来場者は約2万5000名だった。ファンのファン対象はこのイベントに必ず出演しており、本研究では開催前から当日までネットで回答できるアンケートフォームを用意して、来場者の一部に心理等の確認を行うこととした。

調査方法は、アンケート調査である。

質問では、まず、属性やファン期間、ファン活動にかけた金額などを確認した。そして、先行研究をふまえた項目に加えて、ファンのかけたコスト（金銭、時間、手間）に関する項目や運営（マネジメント）との関係に関する項目を本研究で新たに備えた、ファン心理尺度を作成した。さらに、ロイヤリティを測る尺度を用意した。

得られた結果は、t検定と重回帰分析などを用いて解析し考察した。

【得られた知見】

本研究で用いたファン心理尺度からは、「ファン対象の魅力」や「運営、ファン、対象との関係性の評価」、「ファン活動で得た価値」といった因子があらわれた。中でも運営についての関係性については先行研究では取り上げられることが少なく特徴的である。いずれの因子も信頼性に問題はなかった。

さらに、これらのファン心理因子がロイヤリティに及ぼす影響を、ファン期間の長短と、ファン活動にかけた費用の多少とで検討した結果、主に5つの知見が得られた。

第一に、ファン期間の長短に関わらず、ロイヤリティに対して、3つの因子の中で「ファン対象の魅力」の影響が最も強かったが、「運営、ファン、対象との関係性の評価」と「ファン活動で得た価値」の影響との差はファン期間が長いほうが小さく、ファン期間が短いほうが大きかった。

第二に、ファン期間の長短に関わらず、ロイヤリティに対して、3つの因子の中で「運営、ファン、対象との関係性の評価」の影響が最も弱かった。

第三に、「運営、ファン、対象との関係性の評価」は、かけた費用が少ないと高く、かけた費用が多いと低かった。

第四に、かけた費用が多いとロイヤリティに対して「ファン対象の魅力」の影響が最も強く、かけた費用が少なくても「ファン対象の魅力」の影響は最も強いものの「運営、ファン、対象との関係性の評価」と「ファン活動で得た価値」の影響との差がかけた費用が多い時より小さくなった。

第五に、かけた費用が多いとロイヤリティに対して「ファン活動で得た価値」の影響が最も弱く、かけた費用が少ないと「運営、ファン、対象との関係性の評価」の影響が最も弱かった。

本研究からは、ファン心理である「ファン対象の魅力」と「運営、ファン、対象との関係性の評価」、「ファン活動で得た価値」とロイヤリティの因果関係が明らかになった。ファン期間の長短とファン活動にかけた費用の多少に関わらず、「ファン対象の魅力」の影響が最も強いのは当然といえるが、ファン期間についてはより長いほうが影響はより大きく、かけた費用についてはより少ないほうが影響がより大きいなど興味深い結果となっている。またファン活動にかけた費用が多いときにだけロイヤリティへの影響が「運営、ファン、対象との関係性の評価」が「ファン活動で得た価値」より強いことなど、ロイヤリティに対するファン心理について、かけた費用やファン期間によって生じる差異があることが明らかになった。

今後は、本研究で得られた知見が芸能人ファン以外にもあてはまるかでも適用できうるか検討を進めるなど、ファン研究をさらに深化させていきたい。

電子調査結果に基づく WeChat 上のポップカルチャー伝播現状に関する一考察

孫景釗（筑波大学大学院 院生）

【キーワード】 WeChat、インフィード広告、ポップカルチャー

【研究の目的】

本研究の目的は、中国ソーシャルメディアにおけるマスコミュニケーション機能が果たす異文化受容、特にポップカルチャー受容への影響を検討することにある。

中国のマスコミ関連機構は政府機関の性質が強く、事前規制・事前審査・事後審査の三段報道内容審査制度が厳守されていた。一方、ネット情報に対しては GFW システム、キーワードブロック、実名登録制等による事前規制があるものの、事前審査と事後審査にかかりにくいメリットを持つため、より情報伝播に適した環境であることで注目をさせている。

しかし、CNKI に収録されているネット文化伝播関連研究は依然として青少年教育、イデオロギー、文化産業等を主題としている。これはマクロの視点での社会研究が主流となっている中国学界の習慣、政府による言論誘導、OTT 産業の急速台頭等が背景となっている他、ソーシャルメディアを主にマスコミュニケーションよりもパーソナルコミュニケーションの場として捉える従来の研究視点にも深く関連している。その為、ネットメディアの文化面の影響力を探るには、ネットコミュニティにおけるマスコミュニケーションの内容を考察し、ユーザー行動と照らし合わせながらその現状を検討するという新たな課題を加える必要がある。

本研究では中国の IM アプリ WeChat を研究対象に取り上げた。WeChat には公式アカウントによるマスコミュニケーション機能を備えており、更に 2015 年 1 月にモーメンツ機能内にインフィード広告を投入している。今回はその中で観測される広告内容の種類を分別

し、その現象に至らせた要因をまとめ、WeChat を通じた文化伝播のメカニズムに関する分析結果について述べたい。なお、文化をポップカルチャーに限定したのは、ネットを通じた伝播に先天的な優勢を持っているため。

【研究の方法】

調査結果に基づく量的アプローチ。WeChat ユーザーを対象とした社会調査を行い、調査は電子調査の形で行う。具体的には「個人情報」「WeChat 使用頻度」「ユーザー行動」「インフィード広告」の四つの面に分かれた全 20 問のアンケートの形で行うものとする。有効回答を保証する為、回答の有効性を判断する規則を定める（最終的に定めた規則数は単題規則 5 条、双題規則 4 条で計 9 条）。

電子調査を実施するにあたり、中国ネット調査会社「問卷星(WJX)」のプラットフォームを利用。調査は二三段階に分けて行われ、第一段階は N>200 の有効回答を回収。調査対象者個人情報に関するデータの数値に人口統計学上異常と思われる偏りが観測された場合、それを埋めるために調査対象に前提条件を設定した上で第二段階の調査を行い、再度 N=50~100 の有効回答を回収。もし偏りが依然激しい場合、更に第三段階の調査を実施。（データの異常性を判断する根拠は CNNIC が公表した第 43 次『中国ネット発展状況統計報告』のデータを参考基準とする）

調査結果を基に、四つの面に分かれたデータを以て相関分析を行い、関連性を検討し、最終的に結論をまとめ上げる。

【得られた知見】

調査結果からは、インフィード広告に対するユーザーからのポジティブなフィードバックが観測された。日常でのインフィード広告の観測率は高く、その上八割近いユーザーが広告内容をチェックする行動をとっている。また、広告の効果に関しても情報配信がポップカルチャーに関する印象を深めているというポジティブな回答を出した者が大多数であった。一方、外国文化関連の内容は比較的になく、国別で最も多く観測されたのがアメリカ、日本、韓国三国のポップカルチャーで、文化製品の種類に分けた場合、日本が「クールジャパン」戦略の一環として重視しているアニメ・マンガに関する広告の観測数は少なかった。

データ分析の結果、同じくマスコミュニケーション機能である公式アカウントにおけるユーザーのポジティブなフィードバック行為(フォロー、シェア、ブックマーク、コメント、「いいね!」等)とモーメンツ機能内におけるインフィード広告の出現数からは正の相関関係が検証された。一方、異文化受容に関する態度は、個人の人口統計学上の指標とはほぼ関係無く、「友人」の人数、公式アカウント登録数、WeChat 使用頻度といった社会的な属性、または行動パターンと関係していることが判明した。

WeChat におけるマスコミュニケーション機能は確かにユーザーへのポップカルチャー

情報提供の役割を果たしているが、異文化受容において未だにポジティブな伝播が確認できないのが現在の段階的な結論となっている。今後はユーザー行動に関する変数を更に精細化し、インフィールド広告よりも公式アカウントに焦点を当てた調査研究を進めていきたい。

将来構想セッション

メディア研究をめぐる組織と時間 —学会将来構想はいかにして可能か—

司会者：水越伸（東京大学）

問題提起者：飯田豊（立命館大学）

問題提起者：大澤聡（近畿大学）

討論者：江渡浩一郎（産業技術総合研究所／メディア・アーティスト）

（企画：将来構想ワーキンググループ・次世代委員会）

このセッションは、2019年に新設された「将来構想ワーキンググループ」と「次世代委員会」の共催企画である。学会の「将来構想」なり「次世代」の研究者なりを再帰的に検討するにあたって、ともすればメタ的で業界話的な空中戦に終始しそうなところをたえず折り返し、あたらかぎり個別具体の歴史的事例へと議論のレイヤーを引きおろす態度が要求される。

そこで本セッションでは、まず飯田豊会員が、メディア研究をめぐる組織と時間の関係を補助線として、戦後の日本新聞学会および日本マス・コミュニケーション学会の歩みを簡潔に捉え直したうえで、これまでの将来構想議論の到達点と今後の課題を整理する。

そして大澤聡会員が、(1) 現在取り組んでいる戦前・戦時期日本、なかんずくジャーナリズムで活躍を見せた三木清の周囲に構築された大小各種のグループや集団に関する知見をいくつか紹介する。おのずとそれは、メディアと集団との連動性やコミュニケーションに関する分析をともなった内容になるだろう。(2) 同時に、私たち自身（＝本学会）の現在地と将来、つまり組織運営やポリシー構築のあり方をめぐって対話するうえで必要な素材提供へと(1)を変奏させてみたい。

本セッションのコメンテータとして、メディア・アーティストの江渡浩一郎氏（産業技術総合研究所）をお招きしたい。5年限定のプロジェクトとして、江渡氏を中心に運営された「ニコニコ学会β」（2011～16年）から得られた知見と今後の展望について紹介していただく。研究コミュニティの今後のあり方について、本学会の歩みとは異なる視点を踏まえた議論をおこないたい。

以上、きわめて限られた時間ではあるが、本学会の将来構想に資することを目指す。

ワークショップ

ワークショップ 1

超高齢社会とメディア・リテラシー —情報メディアに、どう対応すべきか—

司 会 者：市川昌（江戸川大学）

問題提起者：宇治橋祐之（NHK放送文化研究所）

隈本邦彦（江戸川大学）

討 論 者：林香織（江戸川大学）

（企画：市川昌会員）

【キーワード】 超高齢社会、メディア・リテラシー、生涯学習番組、災害報道、地域コミュニティ

この主題をワークショップとして提案する動機は、情報社会に直面する現代の日本社会の人口動態が、内閣府の統計によると 65 歳以上の高齢者比率が平成 29 年には、総人口の 27.7%に増大し、総計 3515 万人におよぶ。超高齢社会の到来であり、高齢住民のサバイバルの条件として情報メディアにアクセスできる操作能力と、大量の情報から必要な情報を選び批判的に読解視聴できる情報選択力の育成が重要課題となっている。

メディア・リテラシーの定義は多様であるが、基本は生涯発達段階に応じてメディアが提供する多様な情報にアクセス、分析、評価、創造できる能力の育成である。超高齢社会の進行によって、大量に放出される情報に高齢者層の一部が振り回されて批判的に情報受容ができずに情報犯罪に巻き込まれたり、災害などの緊急事態に対応できるメディア情報にアクセス不能であったり、メディアに主体的に、批判的に対応するための市民活動から縁遠くなり、孤立化する状況が報告されている。

NHK 世論調査によると 60 歳以上の高齢層が、毎日接触するメディアはテレビが 75%と最も高く、ついでラジオであり、インターネット、スマホなどは 21%に留まっていて、オールド・メディアといわれながらも、これまでのテレビ、ラジオの役割を再考する必要がある。高齢者にあまり難しいニューメディアなどの操作研修や、抽象的な概念研修は、年齢的なハンディキャップもあり多くの成果は期待できない。「楽しくわかりやすい」学習情報提供に有効なのは、遊びとして学ぶことを指摘したホモ・ルーデンス論の歴史学者 J. ハイデガのいう「学習を高度の遊びとすれば、高齢者へのメディア・リテラシーは変わる」という Edu-Entertainment 理論である。また社会学者 A. ブラウンの「批判的視聴を可能にする話し合い技法」“Critical Viewing Skills”などが注目される。

提案者で司会を担当する市川昌（江戸川大学名誉教授）は、キャリアとしてのNHK教

育テレビ・ディレクター経験 20 年と江戸川大学における高齢学習者を対象とする公開講座講師 10 年の経験から、マスコミ視聴者の批判的視聴態度（Critical Viewing Abilities）育成に努めてきた。2016、2019 年度のメディア・リテラシーのための公開講座では Edu-Entertainment による高齢者の批判的視聴態度育成の実践例として「映画史でさぐる歴史の謎」という全 10 回の討論型講義を行った。これは歴史的素材に富む古典的な映画 DVD の視聴を楽しみながら、記号論的方法として映像表現の虚像と、意味内容としての歴史的事実の実像を比較的に検討する高齢者のマスコミ教育を報告して討論の資料としたい。

問題提起者の宇治橋祐之（NHK 放送文化研究所主任研究員）は、70 年代以降の高齢者のメディア接触状況の変化のなかで、生涯学習番組の量的、質的な改善状況などを報告して、メディア側と、高齢視聴者の変化とメディア・リテラシーの課題を取り上げる。

討論者の隈本邦彦（江戸川大学教授）は、多くの高齢者がテレビを主な情報源としているなか、災害時や緊急事態の情報提供や避難呼びかけが成功しない原因と対策について、いくつかの実例をもとに討論の資料を提供する。

討論者の林香織（江戸川大学専任講師）は、地域コミュニティにおけるメディア・リテラシーの向上のため、コミュニティ・ペーパーや地方誌の動向を踏まえて、地域社会における高齢者の支えなどの問題を提示する。共同で研究している主題であり、これらの情報提供をもとにワークショップの会員討論に期待したい。

ワークショップ 2

平成から令和へ、その時、テレビは何を伝えたのか —新元号発表日・退位の日・即位の日の報道特集番組の内容分析から—

司 会 者：有馬明恵（東京女子大学）

問題提起者：山下玲子（東京経済大学）

討 論 者：谷岡理香（東海大学）

（企画：山下玲子会員）

【キーワード】メディアイベント、退位・即位関連報道、内容分析、日本人アイデンティティ

2019 年の前半は、新元号の発表および天皇の生前退位をめぐり、日本全国が独特の雰囲気にも包まれた。2016 年 7 月に前天皇（現上皇）の「生前退位の意向」が発表されてから、その実現に向けての法的な問題、退位の具体的な時期、新元号の発表と退位のタイミングなど、さまざまな課題が議論されてきた。2018 年 12 月の皇室会議から閣議を経て、退位の日が 2019 年 4 月 30 日、新天皇の即位の日が 5 月 1 日に決まる中、新元号発表の時期は、未決定のまま後ろ倒しとなっていった。当初は、「退位より半年前」と考えられていたが、

前天皇の在位 30 年記念式典が予定される 2019 年 2 月 24 日より後、退位の日よりおよそ 1 ヶ月前、場合によっては 4 月中旬、さらには、即位後の発表が望ましい、という説すら聞かれるようになった。一刻も早い正式な発表が望まれる中、新元号の発表日は 2019 年 4 月 1 日と安部総理大臣が表明したのは、2019 年 1 月 4 日であった。総理の表明会見は、改元に伴う国民生活への影響を最小限にしたいという政府の思惑と、「新天皇の即位前に発表するのは、前例がない」という伝統を重んじる議員たちから出ていた反対意見との間で、折り合いがついた時期がここであった、ということがうかがわれる内容であった。

昭和から平成への改元の時、昭和天皇の崩御とそれに引き続いての発表という重苦しい空気の中、短時間で手続きが進められた。それに対し、平成から令和への改元は、天皇が存命のまま進められるという明治以来、初めての例であり、新元号の発表および退位／即位の日は、猶予を持って喜ばしく迎えられるものとして多くの国民に受け止められた。その祝賀ムードを反映するように、テレビでは、新元号発表および退位／即位の日に向けて、「平成を振り返る～」「平成最後の～」といったタイトルを冠した特別番組が多数放送され、また、皇室や現上皇皇后のこれまでの歩みについても、さまざまな番組で多数とりあげられた。そして、新元号発表および退位の日／即位の日には、在京の地上波テレビ局は、全ての局が、その瞬間をとらえるべく報道特別番組、またはワイドショーを編成し、その雰囲気や余すことなく伝えるよう様々な工夫をこらしていた。これらの番組により、新元号発表や退位／即位の儀式は、一大メディアイベントとして、多くの国民が目にする事となったと考えられる。

本ワークショップは、この特別な 3 日間である 2019 年 4 月 1 日、4 月 30 日、5 月 1 日のテレビ放送に焦点を当て、在京地上波テレビ局 6 局で放送された報道特集番組の内容を比較・分析し、それぞれの局が、改元・皇位継承という一大イベントをどのように伝えたのか、共通点と相違点を明らかにする。また、そこから見えてくる、皇室をめぐる課題、皇室と政治との関連性、日本という国の在り方、日本人アイデンティティがどのように反映されているのか、などを議論していきたい。

司会の有馬、問題提起者の山下は、ともに 2018 年に「テレビと日本人意識研究会」を立ち上げ、テレビに描かれている「日本人らしさ」の実態を明らかにし、その描写が日本人アイデンティティや愛国心、ナショナリズムやコスモポリタニズム等にどのように影響を与えているかについて、研究を進めている。このワークショップは、この研究会の一連の成果の 1 つとして位置づけるものである。

当日は、司会者の有馬から、これまでの研究の経緯と本ワークショップの意義、今回の分析対象番組についての概要の説明を行う。引き続き、山下から、今回対象とした番組についての分析結果を報告する。指定討論者の谷岡氏からは、放送の現場と教育現場の双方を知る立場から、今回の放送内容や分析結果について、それらが持つ社会的・心理的な意義をジェンダーの視点も加えつつ検討していただく。これらを踏まえ、フロアの皆様か

らの忌憚のないご意見を頂戴したいと考えている。

また、当日は実際の映像をフロアの皆様にも視聴していただくことも予定しており、「その日、何が流されたのか」を追体験していただくことで、さらに議論が活発化することを期待している。

ワークショップ3

メディア利用の分散化により進む社会の情報格差について考える ー「メディア・フォロー」行動と時事問題の認知率の調査よりー

司 会 者：李光鎬（慶應義塾大学）

問題提起者：坂井直樹（日経広告研究所）

（企画：坂井直樹会員）

【キーワード】情報格差、知識格差、メディアの選択的接触、情報価値志向、メディア・フォロー

インターネットの普及によって、多メディア化が進むにつれて、利用者はメディアの個人の興味、関心に合わせて、自由にメディアを選択できるようになっている。これまでマス・メディアを通じて、多くの人が同じ情報を共有する状況から、人々が興味や関心に合わせて、さまざまなメディアを利用するようになり、日々異なる情報を得るようになっている。このため、マス・メディアで共有されてきた時事問題について、知識の量に格差が生まれるようになっている。

そこで、「メディア・フォロー」の視点から、社会にどのような情報格差が生まれているかについての調査を実施した。メディア・フォローとは、特定のメディアを視聴・閲覧する行動を意味する。SNSに限らず、マス・メディアや情報提供サイト、個人や企業もメディアとして、メディア・フォロー行動を尋ねる調査を実施している。ソーシャルメディアの発達で人や企業が不特定多数の人々に容易に情報を発信することができるようになり、人々に新しい情報を提供する「メディア」しての役割も果たすようになったからだ。

過去2回の調査では、メディア・フォローと情報に対する価値意識の違いやライフスタイルの違いを明らかにしている。2019年3月に行った3回目の調査では、6つのジャンル（政治、経済、企業、通信、EU、流行、芸能）から時事問題に関する文章題を出題し、空欄に埋める言葉を選択肢から選ぶ問題を調査対象者に出題、その正答率とメディア・フォロー行動との関係を分析した。調査は、アンケートの調査に委託、同社のモニターを対象にインターネット調査で実施し、2463サンプルを得た。

フォローするメディアは、過去2回の調査から22のメディア群に対するフォローを尋ね

た。22に分類したメディア群の正答率を比較すると、フォローするほど正答率が高くなるメディアと反対にフォローするほど、正答率が低くなるメディアに分かれた。たとえば、「新聞」（紙）をフォローする人は、そのメディアをフォローする人ほど、時事問題の正答率が高くなった。これに対して、「SNSのニュース」はそのメディアをフォローしている人ほど、時事問題の正答率が低くなり、全く利用しない人が最も正答率が高くなった。同じニュースを扱うメディアでも、フォローするメディアの違いによって、正答率が全く異なる結果となった。

分析では、フォローするメディアの組み合わせの違いも分析し、マス・メディアをフォローしていない人は、正答率が大きく下がることもわかった。

また調査は、個々のメディアに対する期待や「これがないと困る」などのメディアに対する関与の度合いも尋ねている。メディアへの期待の違いや関与度の違いによって、正答率が異なることもわかった。

ワークショップでは、これらの結果から、各メディアフォロワーの特徴を時事問題の正答率の視点から明らかにするとともに、特にインターネットメディアを中心に、利用者が好ましいと思う情報ばかりが選択的に提示されることにより、社会で共有されるべき時事の問題について情報の格差が進んでいる現状について討議する。

ワークショップ4

医療ドラマにみる男女共同参画 —ジェンダーとメディア研究の視点から—

司 会 者：俣野裕美（同志社大学）

問題提起者：佐伯順子（同志社大学）

討 論 者：黄馨儀（中國文化大学）

（企画：メディア文化部会）

【キーワード】 テレビドラマ、医療、ジェンダー、男女共同参画

本ワークショップでは、医療ドラマにおけるジェンダーの問題を、日本のテレビドラマが描く女性医師、看護師、その周辺の女性・男性の表象を通じて考察する。OECD による日本のジェンダー・ギャップ指数は近年 100 位台を推移しており、2018 年には日本の大学医学部入試における女性差別も社会問題化したことから、テレビドラマが女性医療従事者、ならびにその周辺の人物をどのように描いているのかを考察することは、メディアが医療業界への男女共同参画を促すメッセージになりえているのかを検証し、現実社会における男女共同参画の状況とメディアの表象との関係性を考え、ジェンダー平等な社会の実現へ

の寄与という、メディアとジェンダー研究の社会的責務を果たすためにも重要なテーマのひとつといえる。

具体的な問題提起方法としては、日本の医療ドラマにおける女性医師、男性医師、看護師およびその周辺の家族を含む登場人物と人間関係の質的分析を行い、それらが伝えるメッセージが、医療業界における男女共同参画についてプラスに機能しているのかマイナスに機能しているのかを、医療業界における男女共同参画の現状とてらしあわせて考察する。

女性学、ジェンダー論の観点からの日本のテレビドラマ研究としては、村松泰子(1979)『テレビドラマの女性学』(創拓社)、村松泰子・ヒラリア・ゴスマン編(1998)『メディアがつくるジェンダー 日独の男女・家族像を読みとく』(新曜社)等、女性研究者を中心に成果が出され、ジェンダーとメディア研究としては、諸橋泰樹(2002)『ジェンダーの語られ方、メディアのつくられ方』(現代書館)、国広陽子・東京女子大学女性学研究所(編)(2012)『メディアとジェンダー』(勁草書房)等の蓄積があり、英語圏のテレビ研究においても、女性学、ジェンダー論の観点からの先行研究がある。

これらの蓄積をふまえ、問題提起者・佐伯順子は、男性医師中心であった医療ドラマ『白い巨塔』への近年のリメイク(2018、EX)における女性医師の登場、『東京ラブストーリー』(1991、CX)、『振り返れば奴がいる』(1993、CX)にみる脇役としての女性医師の描かれ方、『外科医有森冴子』(1990、AX)、『ドクターX 外科医大門美知子』(2012～、EX)における主役としての女性医師の人物像の比較を通じて、医療ドラマにおける男女共同参画のあり方の変化とその表象の問題点を指摘する。

討論者・黄馨儀は、NHK朝の連続テレビ小説をはじめとするテレビドラマの女性表象の研究実績を背景に、日本のテレビドラマとジェンダーについて、東アジアにおけるテレビドラマ受容の観点も含めてコメントする。

司会者・俣野裕美は、アメリカのテレビドラマにみるアジア人女性の表象研究を行っている背景から、アメリカのドラマ研究の知見も含めて司会者をつとめる。

本ワークショップを通じてメディアとジェンダー研究の活性化に寄与するとともに、メディア文化研究の一分野としてのテレビドラマ研究の社会的意義を明らかにし、医療業界、ひいては日本社会におけるジェンダー平等の実現にむけて、メディアは何ができるのか、課題解決の可能性を探る契機のひとつとしたい。

ワークショップ5

放送におけるローカリティを通時的に問う

司 会 者：土屋礼子（早稲田大学）

問題提起者：樋口喜昭（早稲田大学）

討 論 者：太田美奈子（新潟大学）

（企画：メディア史研究部会）

【キーワード】放送史、地域性、ローカル局、ローカル番組

近年、ローカル・メディアの在り方が盛んに議論されている。これは、今まで地域情報の中心的な担い手であった新聞や放送といった伝統メディアが、新たな情報通信サービスの普及による利用者数の低下や、経営環境の変化によって廃業に追い込まれるケースが先進諸国で増えたこともある。「放送におけるローカリティ」というテーマは、特に 1960 年代から 70 年代にかけて、放送研究の分野で頻繁に上げられたものであるが、これまでも放送局の業務上の要請からなされた受け手の嗜好調査だけでなく、地域社会学や地域メディア論などさまざまな領域で関心が持たれ、研究・分析がなされてきた。それは、放送というメディアがこれまで地域と密接に関わり合いながら発展してきたことを物語っている。こうした放送のローカリティ研究に関して、これまで、放送のローカリティそのものを対象とし、また、放送のローカリティの歴史的な成り立ちとその経緯を含めて通時的に論じた研究はない。

そこで、本ワークショップでは、放送のローカリティ研究を通時的に見ることで、これまで個別に語られてきた放送のローカリティを位置付け直すとともに、ローカル放送がその時代において社会が抱えた問題とどのように向き合ってきたのか、また、ローカル放送局に何が求められてきたのか、そして、ローカリティ研究がメディアの現場でどのように活かされてきたのか、活かされてこなかったのかを、メディア史、メディア論、地域ジャーナリズム論、地域メディア論などさまざまな観点から議論する場としたい。

このワークショップでは、まず、樋口喜昭氏が、戦前・戦中期の番組研究、戦後 1970 年代までの放送のローカリティ研究を紹介し、問題提起を行う。本人の研究から、これまでの研究では、戦前・戦中期、ラジオ放送の初期は、地域の嗜好に合わせた娯楽番組が提供されていたことや地域によって嗜好に差異が見られていたことが史料からも明らかにされ、それが地域向け番組の制作に活かされていたことを説明する。その後は、その嗜好の差異が徐々に薄まる傾向にあり、その結果、番組も同質化の方向に進んでいったことを紹介する。一方で、徐々に指導的なローカリティと呼べるような上からの求めに応じたローカル番組が制作されていったこと、戦後においても、民主化を進める方針の下で、その求めに応じてローカル番組が企画され制作されてきたこと、そして、戦後各地で誕生した民間放

送の根幹に、放送のローカリティが理念として据えられ、組織の内外から放送局やローカル番組に対して地域的な取り組みの充実が求められてきたことを紹介する。このように戦前・戦中期、戦後において通時的に見た場合、放送制度は大きく異なっているものの、ローカル番組やその方針において共通点が存在することを指摘する。

これに対して、討論者の太田美奈子氏は、初期テレビ受容の研究に基づき、放送の受け手、オーディエンス研究の視点から、日本における放送のローカリズムに対して検討を加える。この両者の対話が開く議論により、放送のローカリティをメディア史の観点から通時的に描き直し、ローカル・メディアが果たす役割に関して新たな研究の地平を見いだすヒントが得られることを期待している。

ワークショップ6

「参議院選挙 2019」有権者の関心度を測れなかった放送メディア —民放の選挙報道、選挙特番は必要か？—

司 会 者：片野利彦（日本民間放送連盟）

問題提起者：桶田敦（大妻女子大学）

討 論 者：逢坂巖（駒澤大学）

（企画：放送研究部会）

【キーワード】参議院選挙、選挙報道、選挙特番、放送法、諸派

選挙報道には、投票日前に有権者に争点提示や投票すべき政党や候補者について選択肢を提供する事前報道と、投開票日当日のいわゆる「選挙特番」がある。近年の国政選挙では、政権政党からの圧力や、放送法を建前とする様々な制約があることや、有権者の関心の低さも相まって、各放送局の事前報道は低調となり、扱う時間も減少の一途をたどっている。つまり、有権者視聴者に十分な争点や候補者を選ぶ基準を提示できていないとも言え、それは、7月の参議院選挙でも顕著であった。

新聞やテレビは立候補政党や立候補者に対して旧来の政党区分、いわゆる政党法や政治資金規正法に基づいて候補者を選別して伝えた。そのため、諸派に分類された「れいわ新選組」や「NHK から国民を守る党」を扱うことはほとんどなかった。

山本太郎氏率いる「れいわ新撰組」は、比例の特定枠に障害者2人を擁立した上、選挙資金はクラウドファンディングを用いた一般からの寄付金4億円を集めるなどして、有権者の関心を引いた。選挙戦に突入して以降、街頭演説には30代40代の多くの一般有権者が集まりムーブメントを起こしていたが、放送メディアが扱うことはなかった。元NHK職員立花孝志氏が代表を務める「N国」は、選挙区に37人の候補者を擁立して、政見放送と

ネットメディアを使う戦略を徹底させた。彼らの主張はどのメディアにも批判的に取り上げられることなくネット上で拡散し、多くの有権者が投票所に足を運んだ。

こうした「諸派」である彼らの選挙運動の結果、新聞各社の事前の選挙情勢調査では、議席を取る可能性があることが現実味を帯びていくことが見えてきた。だが、一度、選挙報道の枠組みを決めてしまった放送メディアは、選挙期間中にその枠組みを変えることができなかった。

当日の出口調査でも「れいわ新撰組」が2議席ないし3議席とることが、「N国」が議席を取る可能性があることが明らかになり、結果も「れいわ新撰組」が2議席、「N国」が1議席をそれぞれ比例区で獲得した。更に、得票数も2%を超えて、いわゆる政党要件を満たすことになった。

選挙後のTBS系報道番組「news23」で、小川彩佳キャスターは、「れいわ新撰組」の選挙活動を振り返った特集の中で、「選挙戦の現場を目の当たりにした身としては、当時は政党要件を満たしていなかったとはいえ、あれだけのムーブメント、これはニュースでしたからなんらかの形でお伝えすることができなかつたかと、今でも思う」とコメントした。

一方で、開票日当日の「選挙特番」はその制約がとれることもあり、自由な番組作り＝バラエティー化しているとの指摘がある。また、近年では過度な当確早撃ち競争が進んでいる。番組冒頭での出口調査などを基にした議席予測、冒頭で議席のおよそ8割の当確うちが進み、あとは消化試合のような番組構成になっている。

莫大な金と膨大な労力をかけて行う選挙報道や選挙特番のあり方はこれで良いのであろうか？国政選挙における選挙報道は見直す時期に来ているのではないだろうか？本ワークショップでは、90年代初頭から長年選挙報道に携わってきた問題提起者が、これまでの選挙報道、選挙特番と今回の参議院選挙報道を振り返り、現在の選挙報道の問題点を整理することを試みる。次いで政治コミュニケーションが専門の討論者が論点や問題点について討論を行い、その上で、今日あるべき選挙報道、選挙特番とは何かを会場の参加者とともに考えていきたい。

ワークショップ7

国際学会のすすめ

司 会 者：日高勝之（立命館大学）

問題提起者：川端美樹（目白大学）

渋谷明子（創価大学）

李津娥（慶應義塾大学）

脇田泰子（椛山女学園大学）

（企画：国際委員会）

【キーワード】国際学会の事情、国際学会の動向、研究の国際発信

本ワークショップは、今年開催された国際学会に参加し、研究発表を行った会員を問題提起者として迎え、最新の国際学会の動向や活動内容、雰囲気、そして今後国際学会への参加を考えている会員へのアドバイスなどを語ってもらい、会員の国際学会に対する理解を高めるとともに、今後のさらなる参加を促進していくことを目的として企画された。

問題提起者としては、今年の5月24日から28日までアメリカのワシントンDCで開かれたICA(International Communication Association)に参加した渋谷明子会員、7月8日から11日までスペインのマドリードで開かれたIAMCR(International Association for Mass Communication Research)に参加した川端美樹会員と李津娥会員、そして5月24日パリのINALCO (Institut national des langues et civilisations orientales フランス国立東洋言語文化研究学院・大学) が主催した「1964年東京・記憶のオリンピック」と題した国際ワークショップに参加した脇田泰子会員を予定している。

本ワークショップではまず4名の問題提起者に、それぞれの学会で発表した研究内容を簡単に紹介してもらい、参加者との間で質疑応答を行うことを予定している。4名の問題提起者が紹介してくれる研究発表のタイトルは、以下のとおりである。

- 1.川端美樹 Japanese View of Nature and Environmental Communication
- 2.渋谷明子 Preferences and Perception of Young Female Game Players in Japan
- 3.李津娥 Personifying Corporation: How Japanese Consumers Engage with Corporate Twitter Account?
- 4.脇田泰子 La diffusion de la culture japonaise à travers les Jeux olympiques de 1964

問題提起者にはさらに、それぞれの国際学会がカバーしている研究分野や強調しているパースペクティブ、アプローチの方法など、学会ごとの特徴について紹介してもらおうとともに、大会のプログラム構成や運営の面で本学会が学ぶべき点などについても提案してもらおうと考えている。

国際委員会としては、このようなワークショップを定期的で開催し、国際学会の最新動

向に関する情報を提供するとともに、国際的な場における本学会会員の活動状況を伝えていきたいと考えている。

ワークショップ8

マスメディアやジャーナリストへのサイバー攻撃

司 会 者：佐藤友紀（日本民間放送連盟）

問題提起者：洞田慎一（JPCERT コーディネーションセンター）

（企画：ネットワーク社会研究部会）

【キーワード】サイバー攻撃、情報セキュリティ、脆弱性、マスメディア、ジャーナリスト

本ワークショップは、マスメディアやジャーナリストに対するサイバー攻撃などの脅威に関する議論を通じて、脆弱性の観点からネットワーク社会を考察することを目的とする。

現在、サイバー攻撃などの脅威はネットワーク社会の負の側面として認知されており、その原点をコンピュータの黎明期に探れば、バグと呼ばれるプログラムの脆弱性に遡る。1990年以降のパソコンとインターネットの普及に伴い、その脆弱性を突いたコンピュータウイルスがデータ破壊を引き起こすなど、現実的な脅威として知られるようになった。そして、インターネットが社会インフラとなった今日では、コンピュータネットワークに関わるさまざまな脆弱性を突いて、不正送金などのサイバー犯罪をはじめ、大規模停電を引き起こすサイバーテロといった深刻な事態まで発生している。今後、IoTの普及などによりネットワークへの依存度が高まると想定すると、サイバー攻撃などの脅威はネットワーク社会の問題として広範に議論していく必要がある。

また、このようなサイバー攻撃などの脅威の対策は、現状では主に技術面から情報セキュリティ対策として情報の機密性、完全性、可用性の維持を目指して進められている。しかし、コンピュータネットワークが複雑なシステムであることやインターネットがオープンなネットワークであることから、完全な防御はできないと考えられている。このため、ネットワーク社会では将来にわたり攻撃や脆弱性をコントロールしていかなければならない。言い換えれば、テクノロジーの結晶であるインターネット上のサイバー攻撃などの脅威は技術的に統制できないので、ネットワーク社会の問題として、そこに関わる様々な分野で検討し抑制していく必要がある。

今回のワークショップではサイバーセキュリティの専門家である JPCERT/CC の洞田慎一氏を問題提起者に迎える。JPCERT/CC はインターネットを介して発生するコンピュータセキュリティインシデントの発生状況の把握や手口の分析などを技術的な立場から行なう機関で、早期警戒グループの洞田氏は放送を含む重要インフラ向けに早期警戒情報を提供

するなど、放送事業者への攻撃やその対策に詳しい。

洞田氏からは技術面に特化することなく、マスメディアに対するいくつかの攻撃事例を説明してもらおう。まず、放送局や新聞社に対する代表的な攻撃として、①同時多発的にシステムが停止したことでアナウンス原稿を紙で運用するなどの対応を迫られた2013年3月の韓国の放送局などに対する攻撃、②放送中止に追い込まれた2015年4月のフランスのテレビ局 TV5MONDE に対する攻撃、③放送用の STL 回線が乗っ取られて異なる番組が放送された2016年4月のアメリカのラジオ局 KIFT への攻撃、④新聞の印刷や配送作業に影響が出た2018年12月のロサンゼルス・タイムズなどに対する攻撃を解説してもらおう。

次に、マスメディアに対する攻撃の特徴を考えるうえで、2016年12月のBBCのウェブサイトへの分散型サービス妨害（DDoS）攻撃を紹介してもらおう。同攻撃では New World Hacking と名乗るグループが自らの能力をテストするために攻撃を仕掛けた旨の犯行声明を出している。また、放送局がターゲットリストに挙げられるアノニマスによる反捕鯨運動のオペレーションなどもこれに関連して説明してもらおう。

さらに、ジャーナリストへの攻撃を考えるために、ロイターが2018年のFIFAワールドカップの際に採った対策などを解説してもらおう。

国内のマスメディアへのサイバー攻撃も発生しており、これらの説明を問題提起として、報道などをきっかけにマスメディアが攻撃される可能性や、サイバー攻撃や脆弱性情報の報道での扱い方など、多角的に議論をしたいと考えている。

ワークショップ9

「日本マス・コミュニケーション学会」は現実の問題に向き合っているか？

－研究者の責任を問い直す－

司 会 者：小泉恭子（大妻女子大学）

問題提起者：下山進（上智大学）

長井展光（毎日放送）

討 論 者：渡辺武達（同志社大学）

（企画：メディア倫理・法制研究部会）

【キーワード】 問題解決型研究、研究者のアウトリーチ活動、メディア企業・プラットフォームの責任、情報倫理法制と自主規制、メディア情報受容者の利益

「日本マス・コミュニケーション学会」のケースは情報・コミュニケーション関連諸学会のなかでとりわけ顕著であるとはいえ、学会加入者数の減少は社会科学系だけではなく、自然科学系でも起きている。これについては従来型学会とその活動およびそれらの相対価

値評価が主として若手学者／研究者の間では高くなく関心を引かなくなってきた、その逆に実際の研究発表の多くが「実績を残したい」大学院生によるため評価の高い研究者が参加なくなっていることなど、多様な側面からの考察が必要であろう。しかしその原因の一つが、当該学会が時代と社会の要請に真正面から取り組めていないことにもあるのではないかという考え方と反省も私たちには必要ではないだろうか。

今春の立命館アジア太平洋大学における研究発表会でもそうした現況を危惧したシンポジウムが企画され、研究活動におけるアカデミズムと実学の二重基準問題やメディア／情報伝達手段の多様化現象における特定メディアの衰退傾向とそれらの問題への対応の仕方等も話題となった。また紙媒体新聞や伝統型放送の衰退とともに社会的コミュニケーション過程におけるジャーナリズム性の希薄化への危惧も各所で指摘されている。

問題提起者の下山は大手出版社の元編集者であり、新聞が経験しているこの10年で1000万部という「破壊的縮小」について、2018年4月から慶應義塾大学SFCで、その原因と今後生き残るメディアの条件を探る調査型講座「2050年のメディア」を立ち上げた。これまで大学のマスコミュニケーション学と相補関係にあった紙媒体業界の縮小現象の中で、それに対応できる「現実的処方箋」を提出していくことは、客観的な立場からのアカデミズム以外にないとの考えがその背後にある。その成果は講座名と同タイトルの書籍（文藝春秋刊）として、本年10月に刊行される。

また改正された放送法によって、放送のネット同時配信が一気に進み、これまで民放を支えてきたビジネスモデルが大きく崩れつつある。それとともに公共性・中立性等をうたう放送法第四条（1.公安及び善良な風俗を害しないこと。2.政治的に公平であること。3.報道は事実をまげないですること。4.意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること）の撤廃も議論され、民放では「改憲CM問題」等に関連し、対価さえ払えば実質的にCMは野放しになるのではないかという危惧さえ現実化しつつある。長井は、毎日放送の経営戦略室／メディアホールディングズでそれらの問題についての現実的対策を考えてきており、放送局の現場から見た学界における研究アプローチおよびそれとの相補可能性について語る。

討論者の渡辺はメディアの倫理と社会的責任を研究対象とするとともに家庭向けTV教育番組コーディネーターとして40年の経験をもつ。本WSではメディアとコミュニケーション、そのジャーナリズム活動およびそれらの研究と成果がメディア事業者と受容者双方にとってプラス、社会的利益の増大に繋がるには何が必要なのかを問うという立場から2人の問題提起についてコメントする。参加者の皆さんとの活発な意見交換を通し、メディア事業従事者と学者／研究者が切り結ぶ、メディアと社会の現在的課題とこれからのあるべき方向性とは何かについて問いかける場となれば幸いである。

大学の「映像制作」教育は何を教えているのか？

－ジャーナリズム実践教育の試みの現状－

司 会 者：奥村信幸（武蔵大学）

問題提起者：水島宏明（上智大学）

討 論 者：松野良一（中央大学）

上智大学および中央大学の学生数人

（企画：ジャーナリズム研究・教育部会）

【キーワード】映像制作、テレビ制作、ドキュメンタリー、取材倫理、実践教育

本学会においては「ジャーナリズム」をめぐる研究に関して、近年は現状を問い直す問題提起が目についている。従来、ジャーナリズムの実務経験者から見た「ジャーナリズム論」が目につき、必ずしも理論的な成果を踏まえた「ジャーナリズム研究」とは言えなかったのではないかという問題意識が背景にある。このことは「教育」についても言えるのではないだろうか。「映像制作」に関しては、米国流ジャーナリズムスクールを意識し、スタジオやカメラ等の機器を駆使して「テレビ番組を制作する」実践授業を行う大学は少なくない。ところが、その方法論や効果に関しては、実務経験のある一部教員の経験的なノウハウに委ねられ、必ずしも理論的な方法論や効果測定などが蓄積されていないのが現状といえる。そこで、そうした実践を行う大学の事例を提示し、教員だけでなく履修する学生、あるいは卒業後にジャーナリズムの実践者になった経験者の「生の声」を披露し合いながら、「ジャーナリズム」の実践教育がもたらす「学び」とは何か、教育の「効果」を考える機会を持ちたい。

「映像制作」は、具体的な被写体を必要とする実践である。これを「ジャーナリズム」という枠組みに落とし込む際には、その実践は、社会に生きる個々の人間たちという“ミクロ”の被写体らによる「社会のリアル」を撮影しつつ、最終的には“マクロ”な社会構造や社会的な背景を浮かび上がらせる番組や映像作品を作り上げていく、というのが一般的な指導例といえる。

そこで「映像制作」教育については、以下のような論点があるように思う。

- (1) 「映像制作」を大学等の授業で伝える意義は？ 学生は何を「学ぶ」のか
- (2) 「映像制作」を通じて「ジャーナリズム」の何を学ぶことができるのか
- (3) よく言われる「現場でしか学べないもの」はあるのか？ それは何か
- (4) 学生による「取材」「番組制作」では教員は何を指導するのか？ 指導が功を奏した事例にはどんなものがあるのか
- (5) 学生時代のこうした学びの経験はメディア企業への就職後に役立っているのか

(6) 学生時代のこうした学びの経験はメディア企業以外にも役立っているのか

上智大学(新聞学科)においては、1年次から「テレビ番組制作」を必修授業としている。さらに2年次以降には「情報番組」「ニュース番組」「ドキュメンタリー番組」などを制作する選択授業がある他、2016年以降はドキュメンタリー制作を実践するゼミも存在している。この現状を問題提起者が説明する。

中央大学においては、学部ごとのゼミに加えてFLPという学部横断型のゼミが行われているが、その中で松野良一ゼミは15年以上にわたって学生に映像取材をさせて、番組を制作、それを地域のケーブルテレビで放送する活動を続けている。番組の中核はドキュメンタリーである。

それぞれ授業を受けた学生からはテレビ局や新聞社、出版社などメディア企業に進む人間も少なくない。その大半はテレビ記者、テレビディレクター、新聞記者などのジャーナリズムに携わっている。先駆者としてこうした教育実践に取り組んできた討論者には現状を報告してほしい。

全国の大学の中でも「映像制作」に比較的熱心に取り組む2つの大学での教育実践を報告してもらいながら、高等教育機関における「映像制作」という教育をめぐる現状の可能性や課題、限界などを探っていきたい。

もちろん「映像制作」に限らず、ジャーナリズム実践の「方法論」は、放送局や新聞社などの報道現場でも「先輩」や「名人」の経験や倫理をいかに伝えるかについては、先輩の「背中を見る」や先輩の技を「真似して盗む」という精神論的なものを筆頭に現場ごとにそれぞれに「論」があり、これという「教科書」が存在しないのと同様、学生への指導も教員間で同じではない。そうした課題があることは承知の上で、継承と持続が可能な「映像制作」の学びとは何かを、実例をもとに考えていくことは、なかなか言語化しにくい映像制作の実践教育のあるべき姿を探る上で重要な試みだと考える。

この教育を経て、ジャーナリズムの現場に飛び込んでいく若者たちが少なくない実態がある中、この試みを通じて現代日本のジャーナリズムにつながる課題も見えてくるのではないか。それを明るみに出すことがこの企画に隠されたさらなる目的でもある。ワークショップにはこうした教育を受けた学生たちにも討論者として参加してもらい、実践的な学びについて、当事者として活発な発言や議論を期待したい。

メディア研究の領域横断性と学会組織のあり方
—人的ネットワークの活性化と「新たな知の創造」をめぐる—

司 会 者：福間良明（立命館大学）

問題提起者：石田佐恵子（大阪市立大学）

山口仁（帝京大学）

（企画：将来構想ワーキンググループ）

【キーワード】領域横断性、若手研究者のコミットメント、研究者のネットワーク形成、学会組織のあり方

日本マス・コミュニケーション学会（旧日本新聞学会）の創設以降、70年近くが経過しようとしている。その間、ジャーナリズム研究、マス・コミュニケーション研究、メディア研究に関する多くの知見が積み重ねられてきた。新聞、放送から出版、広告までさまざまなメディアの研究を包含してきたのが、本学会であった。しかし近年では、「研究面で刺激し合う人的ネットワーク」として十全に機能しているのかどうか、問われるべき状況も生じている。

ひとつには、研究領域の拡大に十分に対応できているのか、という点が挙げられる。インターネットやソーシャル・メディアの普及は、既存のメディアのあり方も変えつつある。また、ミュージアムや博覧会、サークル誌など、いわゆる「マス・メディア」にとどまらない領域への問題関心も広がっている。学会の研究発表会や研究会、機関誌を通して、これらの研究の活性化にどれだけ寄与できているのかどうか。こうした分野の研究は往々にして、情報技術や社会心理、文学史・社会運動史等の学会・研究会に専門分化されているのではないだろうか。そのこと自体は憂うべきことではないかもしれないが、他方で、個々のメディアや研究手法を横断的に議論し、現代（あるいは近現代）の「メディア社会」「メディア文化」を問うことにも意義があるはずである。本学会の活動には、もともとこうした志向があったはずだが、現状は必ずしもそうした討議を促進する場として機能しきれていないのではないのか。

二点目としては、学会活動に対する若い会員の積極的なコミットメントを促進できているか、という問題があげられる。新たな研究関心や研究領域を持続的に生み出し、メディア研究のさらなる充実をはかるためには、若い会員が積極的に研究発表し、建設的な討議や新たな人的ネットワーク形成が生み出されることが求められる。だが、現状では本学会がそうなり得ているとは言い難い。専門分化した研究組織とは異なる本学会の特徴を生かしながら、新たに領域横断的な議論をどう紡いでいくのか。また、院生・若手研究者の所属を越えた人的ネットワークを生み出すハブとして、学会が機能できているかどうか。こう

した点をいま一度、問い直してみる必要もあるだろう。

昨期には若手ワーキング・グループ（現次世代員会）や将来構想ワーキンググループが発足し、いくつかの場で上記の問題も議論されてきた。また、現 37 期会長就任あいさつのなかでも、「若手の参加拡大を困難にしているあらゆる障壁の撤去」「本学会がカバーすべき研究領域全体の未来を見据えた仕方での学会名称変更の問題」に言及されている。さらに今回の研究発表会では、「将来構想セッション」として「メディア研究をめぐる組織と時間——学会将来構想はいかにして可能か」も開催される。これらも念頭に置きつつ、本ワークショップでは「メディア研究の領域横断性と学会組織のあり方」について議論を行う。

具体的には、石田佐恵子会員（大阪市立大学大学院文学研究科教授）に、ご自身と学会（および周辺の研究組織）とのこれまでの関わりをふまえつつ、現状の本学会の問題点や課題をあげてもらおう。続いて、構築主義的社会問題研究の観点からジャーナリズムの社会的機能について研究を進めている山口仁会員（帝京大学文学部准教授）に、36 期事務局を務めた経験もふまえながら、学会組織のあり方や理論研究・ジャーナリズム研究を充実させる方途について論じてもらおう。そのうえで、参加する会員の間で自由で多角的な意見交換を行いたい。

Ⅱ. 2019 年度秋季研究発表会 参加申し込みのご案内

1. 研究発表会参加申し込みのご案内

参加予定の会員各位におかれましては、同封の郵便「払込取扱票」を使って、事前に参加費などを払い込んでいただきますようお願いいたします。また、研究発表会で発表者、問題提起者、討論者、司会者を担当される会員も必ず事前に参加費などを払い込んでいただき、受付を済まされるようお願いいたします。

参加費・懇親会費は、**10月11日(金)までに**払い込んでいただきますようお願いいたします。当日申し込みの場合や非会員の方は、参加費が次のようになりますので、ご承知おきください。

会 員（事前申込）：3,000 円

会 員（当日申込）：4,000 円

非会員 ：4,000 円

※ 同封の「払込取扱票」の参加費の欄に印をつけた上、参加費を払い込んでください。

2. 昼食のご案内

- ・ 学生食堂は営業いたしません。
- ・ キャンパス周辺には商店がなく、D棟1階のコンビニ（8:00～15:00、ヤマザキYショップ）の品数は限られております。昼食は来校前に用意されることをお勧めします。

3. 懇親会のご案内

多くの会員がさらに親睦を深める場として、懇親会を開催いたします。

* 懇親会参加者は必ず事前にお申し込みください。

日 時：2019年10月26日（土）17:45～19:15

場 所：A棟8階第1会議室

会 費：一般会員 3,000 円（当日 4,000 円）

 学生会員 1,000 円（当日 2,000 円）

※同封の「払込取扱票」の懇親会の欄に印をつけた上、懇親会費を払い込んでください。

4. 託児ルーム開設のご案内

子どもの託児ルームを開設します。メール予約の後にお送りする「託児利用規約」「一時保育の利用のしおり」を参照し、ご理解・ご同意の上のうえ、お申込みください。

対象日時：2019年10月26日（土） 9：30-19：30

最低催行人数：1名

対象年齢：0歳（生後3ヵ月）～小学校6年生まで

場所：江戸川大学構内 ※セキュリティ確保のため、お申込者のみにご案内します。

委託先：ピジョンハーツ株式会社 (<http://www.pigeonhearts.co.jp/biz/service/event.html>)
公益社団法人 全国保育サービス協会（ACSA）正会員

料金：2,000円 ※オムツ、昼食などの用意はありません。

メールで予約の上、「託児申込書及び同意書」を提出（送信）した後に、同封の郵便「払込取扱票」を使って、10月18日（金）までに払い込んでください。

※下記の方法で申込をしないまま料金だけ振り込まれた場合の、当日の託児は受付できません。

申込方法：①企画委員会 (mscom37kikaku@gmail.com) までメールにてお申し込みください。その際に、託児希望人数と年齢をお知らせください。

②企画委員会でメールを受信した後、「利用規約」「託児申込書及び同意書」「一時保育の利用のしおり」をお送りします。「利用規約」と「一時保育の利用のしおり」をご確認いただき、「託児申込書及び同意書」へご記入・捺印の上、PDFファイルにて保存の上、メールに添付して企画委員会までご返信ください。もし1週間経過してもメールが届かない場合には、再送してください。

※「託児申込書」の原本は、当日託児ルームまでお持ちください。

予約締切日：メールでの予約締切日は2019年10月7日（月）です。

保険：不測の事故に対応するために、ピジョンハーツが保険に加入しており、保険適用範囲で補償いたします。日本マス・コミュニケーション学会および大会事務局、企画委員会、大会開催校は事故の責任は負わないことを申し添えます。

■ 参加費、懇親会費、託児ルーム利用費に関する注意事項

- 払い込んでいただいた費用は、原則として払い戻しをいたしません。
- 確認する必要がある場合がありますので、払い込みの際に郵便局から渡される「払込票兼受領書」を会場にご持参ください。（学会事務局で払い込みの事実が確認できない場合、費用を改めてお支払いいただくこともあります。）