

地域メディア論を再考する

—— 〈地域と文化〉のメディア社会学のために：その3 ——

加 藤 晴 明

『中京大学現代社会学部紀要』 第9巻 第1号 抜 刷

2015年9月 PP. 67~114

地域メディア論を再考する

—— 〈地域と文化〉のメディア社会学のために：その3 ——

加 藤 晴 明

はじめに：地域メディアの思考の型

- 「格差是正の物語」としての地域メディア論

1 節 地域メディア論の登場

- ① 「非マスコミ」の発見：『地域メディア』（1983）
- ② コミュニケーション・ひろばの思想
- ③ 地域コミュニティのメディア
- ④ ニューメディアとの重なり合い
- ⑤ 地域メディアと文化変容（文化的平準化対文化創造）の視点

2 節 地域メディア論の展開

- 地域メディアの類型論：『【新版】地域メディア論』（1989）
- 地域メディアの機能論
- コミュニティ FM への着目：『現代地域メディア論』（2007）
- 最近の地域メディア論

3 節 地域情報化論の登場と展開

- 地域情報化論の始まり
- ネット時代の地域情報化論の展開
- 地域アイデンティティとメディアとの関係

4 節 地域メディア論から〈地域と文化〉のメディア社会学へ

- 地域メディア論は、“地域”を研究してきたのだろうか？
- 地域メディア論から〈地域と文化〉のメディア社会研究へ
- 3つの方向での研究領域の拡張

はじめに：地域メディア論の思考の型

●「格差是正の物語」としての地域メディア論

東日本大震災は、地域とメディアへの関心を再び強く呼び起こした。被災地で停電からの回復を待っていたかのように一斉に30局以上の臨時災害コミュニティFMがたちあがったり、印刷機能を奪われた新聞が壁新聞を発行したりと、被災現場での地域のメディアの活躍が報じられたのである。阪神淡路大震災の後にも、関西地域でコミュニティFMが次々に立ち上がっている。鹿児島島の離島、奄美大島でも豪雨災害の際に不眠不休で活躍した地元コミュニティラジオが注目された。

このように最近では「防災」という視点からいつも脚光を浴びる地域のメディアなのだが、地域メディアがマス・メディア学に起源を發する学の一翼として登場したのは「防災」という文脈でだけではない。

社会学者の厚東洋輔が指摘したように社会認識も「物語的構成」をもつ(厚東洋輔、1997)。ここでは「思考の型」と言い換えて使用する。

こうした物語論的構成＝思考の型の観点から地域メディア論の言説群の特徴をみると、そこからはマス・メディア中心のメディアの生産・流通の構造、つまり情報力格差の構造に対する「格差是正の物語」という思考の型が浮かび上がる。“情報力格差是正”という主題設定が、強い意志をもって非マス・メディアの可能性を模索するという思考の型を生んできたのである。¹⁾

その情報力格差についての思考の型の内実をみると、さらに3つの格差

の構造を問題視する思考の型が含まれていることがわかる。

- (a) メディア間格差：大規模＝マスのメディア中心でなりなっている日本のメディア構造への批判
- (b) 地域間格差：東京あるいは大阪などの大都市中心にメディア構造に対する批判
- (c) 表現力格差：専門家によって担われているメディア構造への批判

メディア間格差、地域間格差、表現力格差は、表裏一体となって日本のメディア構造をかたちづけている。この3つを〈メディア格差の三位一体構造〉と呼んでおこう（図1）。

そしてこの格差批判と、格差是正の希求が、いくつかの新しいメディア論の思考の型、つまり「格差是正の物語」を生んできた。地域メディア論、市民メディア論、コミュニティメディア論、パブリックアクセス論、メディアリテラシー論、批判的メディア実践論、カルチュラルスタディーズなどである。

図1. 〈メディア格差の三位一体構造〉批判の思考の型

	格差	物語論的構成	格差是正の方向
a	メディア間格差	マス・メディア対小規模メディアの格差の物語	コミュニティメディア
b	地域間格差	大都市対地方都市の格差の物語	地域メディア、地域情報化
c	表現能力格差	専門家対素人の格差の物語	市民・市井の人の情報発信力

思考の型として興味深いのは、インターネット系のメディア研究や地域情報化論を起点にする地域メディア論は、最初から、個人や地域の情報発信の意義に焦点を当てた議論を展開しているのに対して、地域メディア論は、過度にといえるくらいにマス・メディアに対する対抗的な言説を展開していることだ。

少し見方を変えれば、そこからは市民メディア論者や批判的メディア実践論者の少なくない論者たちがマス・メディア産業出身者であり、自らの出自としてのマス・メディアの情報力を強く意識し、大規模・東京・専門家が三位一体となっているメディア構造を批判するという情報力格差批判の構図が浮かんでくる。研究者に焦点を当てた研究は少ないが、マス・メディア産業から大学アカデミズムへというキャリアアップのコースがあり、それが学問的ミッション（使命感）としてのマス・メディア批判となり、「格差是正の物語」という思考の型を生んできたという側面もある。こうした事実は、たんなる出自という私的な問題ではなく、日本のメディア研究そのものの一つの思考の型としてもっと注目されてよいことだ。マス・メディアの弊害を知るからこそ、非マスコミや非専門家の重要性が指摘されてきた。これは、地域メディア論などの社会思想史的コンテクストとしてもっと意識されてよいことのように思われる。

つまり、マス・メディアの出身者としての反省的経験が、日本のメディア研究のなかでジャーナリズム研究と地域メディア・市民メディア論系の研究への関心を強くひきおこし、それがメディア研究の領域を多方面へと拡大し成果を生んできた。マス・メディア批判、NPO 礼賛、メディア主体、市民メディア、メディア実践。これらはどれも、「非マスコミ」「脱マス・メディア」「脱専門家」という〈メディア格差の三位一体構造〉批判の関心から希求されたものである。その希求は、時には、NPO メディア、市民メディア、住民メディア、地域メディア、発信力の弱い人々のメディアへの過剰な期待と美しい事例探し、さらには研究者自らによるメディアワークショップ実践とそこから発せられる自作自演・自画自讃の言説さえも生んできている。²⁾

そうした〈メディア格差の三位一体構造〉批判の文脈を意識しつつ、もう少し丁寧に日本の地域メディア論の流れを追い、そこで成し遂げられたこと、そして成し遂げられてこなかったこと、地域メディア論の更なる拡張の方向性を「〈地域と文化〉のメディア社会学」として論じるのが本論

文の課題である。

1 節 地域メディア論の登場

●①「非マスコミ」の発見：『地域メディア』（1983）

日本で地域メディアを最も精力的に研究し、地域メディア論という学問の領野自体を開拓してきた代表的な先駆者は田村紀雄である。彼の膨大な地域メディア研究のなかから、代表的な3冊の著作をとりあげ、地域メディアをめぐる理論的發展を追いかけてみよう。とりあげる代表作は、『地域メディア～ニューメディアのインパクト～』（1983）、『【新版】地域メディア』（1989）、『現代地域メディア論』（2007）である。

1983年にまとめられた『地域メディア』は、その後の日本の地域メディア研究の方向を決定づけた本であり、今日読み直しても多様な内容を含む示唆に富む本である。そこには高度情報社会の到来が叫ばれていた1985年前後の日本の社会状況を踏まえながら、それまでの研究や視点からの転換が幾つか盛りこまれ、その転換の先に新しい「地域メディア像」が描き出されている。

『地域メディア』は、今日から見ても示唆に富む5点の特徴をもっている。

- ①「非マスコミ」の発見
- ②コミュニケーション・ひろばの思想
- ③地域コミュニティのメディア（県域をこえない規模）
- ④ニューメディア論との重なり合い
- ⑤地域メディアと文化変容の視点

それぞれの論点を詳細に整理してみよう。

①「非マスコミ」の発見＝専門家批判

田村紀雄のあとがきによれば、執筆者全員が「北米日系新聞の発達史研

究」という研究プロジェクトのメンバーであり、また、さまざまな地域メディア、地域コミュニケーション、地域文化などの調査・研究に携わっていたメンバーであるという。そうしたメンバーによるマス・メディア研究の転換を宣言する書が1983年に発行された『地域メディア』であったとあってよい。田村は、こうした地域メディアに向けた研究の転換が、1960年代半ばからだ指摘している。この本には、ジャンル分けされた詳細な参考文献リストがついているが、リストは1967年から始まっている(1967~1981)。

『地域メディア』での田村の議論は、当然のことながら図1で指摘した〈メディア格差の三位一体構造〉への批判にもとづいている。つまり、大規模、東京、専門家中心のマス・メディアの日本的構造への批判である。田村の思索は、メディアの歴史を振り返りながら、地域メディアの定義、地域メディアの範囲確定、地域メディアの類型の確立に力が注がれている。そして、この「地域メディアの類型」から考えることは、その後の地域メディア研究のひとつの定番スタイルとなってきた。

田村は、「非マスコミ」を強調し思想を表出する知識人のミニコミのようなものから、大衆的読者や「無思想の思想」への視点の転換、つまりジャーナリズムを掲げるマス・メディアからこぼれ落ちる、商業的な大衆迎合的なメディアをも含んで考えていくという視点の転換を主張する。田村によれば、マメ新聞、ローカル新聞という、「非マスコミ」は(田村らによって)「発見」されたのだという。

この視点は、その語の地域メディア論のなかでは必ずしも十分に吟味された定義とはいえない。この「非マス」といった含意には、専門知識人、ジャーナリスト、思想のレベルに対する、大衆的、娯乐的、(思想に対する意味での)メディア的という含意が含まれている。

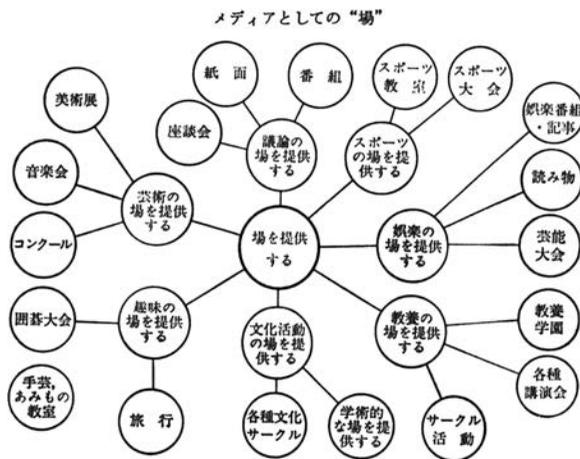
●②コミュニケーション・ひろばの思想

田村は、地域メディア研究は地域コミュニケーション研究と総称できる

としている。これも、専門家批判の文脈で主張されている論点である。送り手と受け手が分化し、送り手が専門家によって独占されているマス・コミュニケーションとは異なり、人びとが自由に交差する場を地域メディアのコミュニケーション構造に組み入れるという狙いが読み取れる。地域メディアは、「省資源・反公害の時代のコミュニケーション思想がコミュニティ・メディアだ」（11頁）と語り、ジャーナリズムや知識人の思想の主張型ではない、（自著の『ひろばの思想』と同じ考え方である）生活に根ざした人々のコミュニケーション回路や装置や場として考えていることがうかがえる（「図：メディアとしての場」を参照）。

この図では、メディアがつくりだすコミュニケーションの範囲をかなり広げている。生活に根ざしたコミュニケーションが成立する場が、コミュニティであり、かつメディアとして捉えられている。このコミュニケーションの回路や装置や「場」を取り入れたことで、初期の地域メディア論は、情報メディアだけでない広がりをもっていた。こうした点も、初期地域メディア論がもっていた射程のひろさといえる。

図 2. 田村紀男による「メディアとしての“場”」の概念図(田村紀雄『地域メディア』)



出所：電気通信総合研究所『情報セクターの地域社会形成機能に関する実態調査』1978年。

●③地域コミュニティのメディア

地域メディアが台頭した時代は、コミュニティや地域が焦点化された時代でもあった。1960年代後半は、日本の社会学や政策学のなかで、地域・コミュニティ・自治が盛んに論じられ始める時代であり、コミュニティ論、都市政策論、自治体論が登場した時期である。日本の都市政策、自治体政策の理論的な旗手であった松下圭一が、国家や体制に焦点を当てる学ではなく市区町村といった基礎自治体における都市政策の重要性を宣言した『都市政策を考える』を出版したのが1971年である。また「地域主義」のようなエコロジー思想に根ざした地域の概念が登場したのもこの時期である。地域主義の代表的な著作ともいえる玉野井芳郎の『地域主義の思想』は、1979年に刊行されている。

1983年に出版された『地域メディア』も、こうした背景を強く意識している。コミュニティの定義については、いろいろと書かれているが、田村が想定している地域は、基本的には県域以下、あるいは数百個戸程度などいろいろな範疇を想定している。それは日本のコミュニティ論が、団地自治会、町内会から、小学校区や中学校区、さらには定住県域としての郡域（複数自治体）などを想定し、コミュニティ・デベロップメントや地域形成・まちづくりを論じてきたこととも重なる。

松原治郎の『コミュニティの社会学』は1978年刊行である。また、かつてコミュニティ行政として注目された東京都中野区地域センター・住区協議会構想は、1975年に施策が打ち出されている。1970年代は、高度成長に伴う都市化に対応した新しい地域の集合的主体づくり、新しい家郷創出が、理論的実践的に模索され始めた時期であったといえる。

『地域メディア』では、こうしたコミュニティ論の概念フレームである、共同性の醸成、コミュニティ形成機能、議題設定などをマス・メディア研究に取り入れている構図となっている。

前述したように田村の場合には、「地域」メディアの地域として、近隣からはじまり自治体単位くらいの規模で「地域社会」を想定し、「県域社

会」と区別しながら、コミュニティのメディアを論じている。ただ、その含意は、マス・メディアが対象とする範囲より小さい範囲程度の「中間」という意味である。パーソナルなコミュニケーション以上で、最大で県域範囲ということである。田村によって「中間媒体」とし想定される地域メディアは、ローカル紙、行政広報、(地域にある企業なども含めて)PR誌、フリープレス、タウン誌、有線音楽放送、CATV、CCTV、ジュークボックスの類、ビデオ、アングラ新聞、住民運動の機関誌、歩行者天国の都市公園、劇場や映画館、盛り場やターミナルなどである。情報メディア媒体とコミュニケーションの場としての空間媒体とが範囲として例示されている。³⁾

こうした多様なメディアの範囲を想定するのは、ジャーナリズムを担うものだけがメディアではなく、ローカルな生活圏域の場で（性風俗ではなく）生活風俗的な情報をも担うものもふくめてメディアとして考えたいという発想を読み取ることができる。

●④ニューメディアとの重なり合い

地域メディア論が〈メディア格差の三位一体構造〉を批判するなかで期待したのが、当時さかんに論じられ始めたニューメディアである。初期の地域メディア研究では、とりわけ新しいメディアとして、ケーブルテレビ（以下CATV）への期待が高かった。またこの時期にはコミュニティラジオは、制度的にその姿を現していない。ビデオテックスやCATVに典型的に現れた新しいメディア事業への期待は、その後、「地域情報化」政策やブログ・SNSなどのネット系の新しいサービスへの期待に至るまで続いている。

CATVの起源は、1940年代末にアメリカのペンシルバニアの山岳地帯の小さな集落で、難視聴対策として共同アンテナを設置したことから始まっている。難視聴対策の共同アンテナであるCommon Antenna Televisionから始まり、「おらが町の放送局」としてのCommunity

Antenna Television へ、そして多チャンネル・双方向機能を備えた Cable Television への転生してきた。全国ネットワークや地域の放送が、broadcasting であるのに対して、より狭いエリア（対象者）を絞った放送という意味で narrow-casting などが定義として使われてきた。

『地域メディア』では、何よりも CATV に大きな期待が与えられ、当時の最先端の成功事例としてアメリカオハイオ州の州都コロンバスの事例が紹介されている。そこでは、地域用のチャンネル、そして端末からの双方向的な応答が、「双方向」「参加型」として評価されている。この時代のキーワードが「有線都市」Wired City であるが、すでに三鷹市での INS 実験を踏まえて、光ファイバー都市の事例などもあり、この後に続く「高度情報化」社会論・都市論の先触れとなっている。

●⑤地域メディアと文化変容（文化的平準化対文化創造）の視点

『地域メディア』のなかでメディアと文化変容の関係が既に指摘されていることは注目に値する。白水繁彦が執筆した「地域メディアと文化変動」論である。コミュニティ論は、その台頭の当初から、地域の範域（リージョナリティ）に加えて共同性（コミュニティ意識やローカルアイデンティティ）に注目してきたが、白水は地域メディアの（その地域独自の）文化創造的な側面に期待している。早くから宮古島や沖縄などの離島をフィールド研究の対象としていた白水は、すでにこの段階からローカルとナショナルの対抗図式の視点をもってメディアと文化に注目している。地域メディアが一方で「文化的平準化」をもたらし、地域に暮らす人びとの「準拠枠」をより大きな枠である県な国へと拡張していく。と同時に、他方で、地域文化の創造やコミュニティ意識を醸成する装置ともなる可能性もつ。沖縄、そしてさらにその離島はそうしたメディアと文化の相克を考察する格好の対象として紹介されている。⁴⁾

※ ※ ※

田村の『地域メディア』を整理してみると、すでに高度成長もオイル

ショックも体験し、地方自治論や地方の時代の潮流と重なりあっているとはいえ、30年前のこの段階で地域メディアの大きなフレームはほぼ出揃っている。注目しておかなければならないのは、初期の地域メディア論が、ひろばの思想・コミュニティの思想・生活風俗文化・文化変容といったかなり幅広い視野をもっていたことである。図2をみても、その範囲は田村が「無思想の思想」と言うように無制限のひろがりをもっている。専門家批判の文脈のなかで、普通の人びとによって担われる娯楽活動も含んだ、文化活動・娯楽文化消費の全領域とでもいえる。⁵⁾

ただこのように初期の地域メディア論は、射程は広いが実際の事例となると、情報メディアとりわけニューメディアの可能性に収束してしまっている。副題「ニュースメディアのインパクト」もしかしだが、この時期は、ネット社会が到来した今日とは比べにならない社会的想像力(夢)をもってメディアが期待されていた時期でもある。さまざまな社会の格差是正を情報技術で克服するという思考の型は、この時期の地域メディア論だけではなく、地域情報化論や未来社会論の系譜に共通のものであったのである。

2 節 地域メディア論の展開

●地域メディアの類型論：『【新版】地域メディア論』（1989）

日本の地域メディア論を牽引してきた田村紀男は、6年後の1989年に、マス・メディア研究のなかでも効果研究の代表的な研究者である竹内郁郎と共同編著で『【新版】地域メディア』を出版する。この本でも、新しいメディアとして注目されたのはCATVなのだが、それ以外に、自治体の地域情報化政策の展開を受けて、情報メディアの他に、情報制度、広報広聴、地域情報化などにも大きなページが割かれている。

この本の冒頭で、田村紀男は地域メディアを「一定の地域社会をカバーレージとするコミュニケーション・メディア」（3頁）と定義している。

さらに、「地域」と「メディア」がもつ2つの含意の組み合わせで4象元図式（マトリックス図）をつくり、地域メディアの4類型を整理してみせた。その図式がその後の日本の地域メディア学の基本図式となってきた。

「メディア」の含意には、一般的な定義である「メッセージの伝達媒体としてのコミュニティ・メディア」に加えて、「各種のコミュニケーション現象が生起する場としてのスペース・メディア」が加えられて分類軸のひとつが設定された。スペース・メディアの具体的なイメージとして、公会堂、会議場などの建造物、ひろばや公園など、人びとのあいだで情報の交換がおこなわれ、ものごとの決定がなされ、イベントが開催されるコミュニケーションの媒介物などが含まれる。

「地域」には、「地理的空間を占める社会的単位」と「成員の間の共通性や共同性を指標とする社会的単位」の含意が設定されている。これは、いわゆるコミュニティ論と同型の二分法である。コミュニティ論の多くが、地域（コミュニティ）を、エリア的な領域性を現す地域性（リージョナリティ）と共同性意識（コミュニティ意識、帰属意識、共属感情、アイデンティティなど）との2層構造の概念を使ってコミュニティを理解してきた。趣味や関心にもとづく人びとのつながりは、関心のコミュニティ、テーマコミュニティ、機能的コミュニティなどとして範疇化されてきた。田村もこうしたコミュニティ論と同様に、「地理的範域」と「機能的共同性」の語彙を使ってもうひとつの分類軸を設定する。

「スペース・メディア」というカテゴリーを設定したことが田村の大きな特色である。これも、「一定の地理的空間に生活する人びとを対象にしたスペース・メディア」と「活動や志向の共通性・共同性を自覚する人びとを対象にしたスペース・メディア」に分けられている。ニューメディアの事例として挙げられているのはCATVとキャプテン（ブラウザ表示の原型のようなもの。電子紙芝居と揶揄された。）である。

田村は、「メディアの市民運動」の項目で、地域メディア研究史について次のように総括している。この総括は研究の先駆者である田村自身の研

究史でもあるが、地域メディア研究の拡張過程がよくわかる語りでもある。

わが国でもコミュニティ・メディアという用語が使われはじめた1970年頃より、各種の地域メディア調査がおこなわれてきた。…わが国においては、ローカル新聞（週刊が主勢の地域小新聞）や住民運動のミニコミの研究からスタートした地域メディア研究は、オープンスペース、CATV、その他テレコム手段へと広がり、そしてそれらを包摂してきた。（田村紀男他、1989、35頁）

こうした地域メディアの模索は、〈メディア格差の三位一体構造〉を批判し、そうでないものとしての「非マスコミ」を求めて戦線を拡張しつけてきた歴史ともいえよう。地域メディアの実践例も増え。CATVのあとは、インターネットやコミュニティFMが主戦場となってきた。これに対応するかのように、地域メディア研究は、まず類型を精緻化するという成果をあげたのである。

田村の4元図式は、強力な説明力をもつ図式なのだが、他方で「なぜ、コミュニケーション・メディアとスペース・メディアなのか？」については十分に説明されているとはいえない。スペース・メディアへの着目、田村の「ひろばの思想」に由来していることは理解できる。それは、そうしたスペースで、人びとが交流し、メッセージが交換され、情報が伝達交流されることから、コミュニケーション・メディアとしての情報メディアと等置されている。しかし、公民館や図書館や公会堂や公演が、いわんや原っぱが、シンボル交換のメディアなのではない。そこで営まれるイベントであったり、事業であったり、張り出される掲示であったりする。そうした可能性をもつ場としてスペース・メディアがあることは確かだが、重要なのは、人の営みというメディア事業（メディアーション）であって、

物理的スペースは環境に過ぎない。

これ対して、コミュニケーション・メディアは、情報の容れ物であるだけでなく、メディア活動自体を含む概念である。ラジオというメディアは、ラジオ放送であり、ラジオ放送局での人びとの活動自体を含んでいる。少なくとも、ある目的をもって情報を伝達する発行・放送・発信活動がなされている活動自体を含む概念である。つまりコミュニケーション・メディアがある目的をもった活動して理解しやすいのに対して、スペース・メディアはあまりに無定義的な概念であることになる。こうしたあいまいさから考えても、コミュニケーション・メディアとスペース・メディアという二分法が絶対的なものなのだろうかという疑問は残る。

別な言い方をすれば、田村の図式のなかでは、紙媒体のメディアが大きな位置を占めていて、それがメディア・イメージの起点にあることがわかる。メディアをあまりに発刊されたモノや放送されたモノとして捉えすぎているのかもしれない。もちろん、田村自身は、新聞を発行する人びとの活躍に焦点をあてた研究もしている。田村自身の研究のなかでは、当然のようにメディアを人や事業として捉える視点を十分にもっている。田村の4元図式という強力な説明力を補完し、深化させるような新しい視点の可能性が求められてもよいように思われる。

図3. 田村紀男による地域メディアの諸類型（『新版 地域メディア』7頁）

		「メディア」の類型	
		コミュニケーション・メディア	スペース・メディア
「地域」の類型	地理的範囲をともなった社会的単位	自治体広報・地域ミニコミ紙 タウン誌・地域キャプテン CATV・県紙・県域放送	公民館・図書館 公会堂・公園 ひろば
	機能的共通性にもとづく社会的単位	サークル誌 ボランティアグループ会報 各種運動体機関紙 パソコン・ネットワーク	クラブ施設 同窓会館 研修所

●地域メディアの機能論

地域メディアが地域のなかでどのような機能を果たすと考えられていたのだろうか。『【新版】地域メディア論』の2章「地域メディアの機能と展開」のなかで、清原慶子は地域メディアの機能を、情報伝達メディアとしての機能とコミュニティ形成機能の二つに分けて論じている。

○情報伝達メディアとしての機能

情報伝達機能は、マス・メディアの基本的機能であり、その地域版ということになる。①伝達機能、②討論・世論形成機能、③教育機能、④娯楽機能、⑤自己表現・発信機能などが挙げられている。そこでは、地域情報の伝達、さらに争点情報の提供による討論・世論形成機能、さらには自主放送による住民の自己表現や自己発信などである。

○コミュニティ形成機能

コミュニティ形成機能は、「地域性を基盤にした共同性の醸成に果たす機能」である。こうしたコミュニティ意識の醸成という視点は、いわゆるコミュニティ論と同型の議論である。また、田村も指摘するように、アメリカでの都市コミュニティを研究したシカゴ学が、コミュニティのメディアに、「自己のコミュニティ帰属」や一種の郷土愛」を発現する手段として考えていたことと重なり合う。

田村のひろば（コミュニケーションの場）の思想や清原の多機能論は、今日読み直しても含意に富んでおりその後の地域メディア論の基本フレームとなりつづけてきた。田村の類型論が、メディア種類の拡張であったとすれば、清原の機能論は、メディアで何ができるかの正に機能論の拡張である。

地域メディアの2つの機能論は、おそらく今後も地域メディアの機能の基本形であり続けるだろう。ただ、今日の視点から付け加えるとすれば、地域があってメディアがあるということではない。地域のリアリティは、メディアも含めた語りのなかで生成されつづけるという構築の視点である。（われわれのフィールドとして奄美を例にとれば、地域メディアの情

報伝達機能といわれるもののなかには、島語りの多様な位相がある。直接的な島語りから間接的な島語りまでも含めて総体としての地域＝島語りのなかで、奄美という地域自体が情報リアリティとして形成される。) ⁶⁾

『【新版】地域メディア』の中で、大石裕は「地域コミュニケーション論」を展開している。それは、マス・メディアユニケーションとパーソナル・コミュニケーションの中間に位置し、「一定地域における情報の伝達、およびそれによって成立する社会関係」と定義している。大石は、理論の歴史的経緯を、4つの流れのなかで位置づけている。①有線都市論、②地域主義論、③CATV自主放送論、④地域情報化論である。この4つはこの時期の地域メディア論の置かれている位置そのものといえる。大石は、地域情報化政策論は開発志向が強いことを批判しつつ、参加型コミュニティや地域コミュニケーションによる環境監視機能を強調する。

このような流れをみてみると、『地域メディア』も『【新版】地域メディア』も基本的には〈メディア格差の三位一体構造〉批判の図式を求めて地域メディアの類型、機能を精緻化してきた流れとして理解することができる。

田村に嚮導された地域メディア論は、その後他の議論、例えば市民メディア論やパブリックアクセス論などとも共振しながら、「地域密着型のメディア」、「市民参画型のメディア」、「市民発信型のメディア」の実践モデル探しを続けてきた。それは、東京・大都市を中心とするマス・メディアの構造を超えるモデルの発見を通じて、「地域」と「メディア」をめぐる思潮（実践と言説）を形成してきた。非マスコミ型の市民メディア論は、その後、パソコン通信やインターネットの電子縁論に分岐し、ネットから立ち上がる地域情報化論やネット公共圏論・電子民主主義論の系譜と重なり合っていく。

●コミュニティFMへの注目：『現代地域メディア論』（2007）

田村紀男は、18年後の2007年に『現代地域メディア論』をとりまとめ

ている。ケーブルテレビやインターネットが常時接続化され、ケータイメディアがほぼ普及した段階、つまりニューメディアが未来ではなく現実となった段階で、再びコミュニティのメディアを事例と理論の両面から提起したのである。『【新版】地域メディア』から20年余を経た2007年の地域メディア論で脚光を浴びているのはコミュニティFM、コミュニティ放送とインターネットの力（新聞やコミュニティ）である。

図4：現在の地域メディアの諸類型（田村紀男『現代地域メディア論』
（※網掛けイタリックが、2007年版で田村が追加したもの。）

		「メディア」の類型	
		コミュニケーション・メディア	スペース・メディア
「地域」の類型	地理的範囲をと もなった 社会的単位	自治体広報・地域ミニコミ紙 タウン誌・地域キャプテン CATV・県紙・県域放送 コミュニティFM フリーペーパー 地域ポータルサイト 携帯電話での情報サービス	公民館・図書館 公会堂・公園 ひろば 情報センター パソコン教室 研修施設
	機能的共通性にもとづく社会的 単位	サークル誌 ボランティアグループ会報 各種運動体機関紙 NPO・諸団体のホームページ 特定地域の電子会議室 ブログ・SNS	クラブ施設 同窓会館 研修所

1990年代にはいり、地域メディアの代表的な姿が変わったこともある。1992年旧郵政省は、「コミュニティ放送制度」を策定し、狭域エリアでの弱小放送電波事業を認める。日本第1号のコミュニティFMである函館の「FM いるか」を始め、日本の主要な地方都市では続々とコミュニティFMが開局された。その間、CATVは、すでに多チャンネル化に加えてインターネット・プロバイダとして収益をあげ地域メディアよりも、その

存立基盤を情報インフラビジネスに求めていく。

この間、阪神・淡路大震災(1995)という未曾有の災害が、コミュニティFMを強力に後押しすることになった。コミュニティ放送は、それまでの「市民の放送局」に加えて、は災害メディアや防災という視点から脚光をあびたのである。東日本大震災(2011)では、一斉に災害臨時放送局がたちあがり、防災メディアへの期待の傾向は一層強まっている。

田村が、2007年の著作で強調したのは、「市民本位」や「市民の立場にたった」から、「市民所有の」への転換である。田村は、コミュニティFMやコミュニティ・プレスが、“市民の所有する”メディアであり、経営の失敗によるリスクをはらみつつ、自ら企画をたて、取材しニュースにして発信することができることを強調している。

『現代地域メディア論』のなかで、理論的な論考を担っているのが浅岡隆裕の「地域メディアの新しいかたち」(2章)である。浅岡が、地域メディアの新しい形として注目するのは、個人レベルでの情報の編集・加工・発信・投稿が容易にやってきたメディア社会の趨勢をうけて、地域のなかでのメディア活動によって自生的に生み出されるメディアである。

浅岡のメディア活動概念は、「地域での情報を収集・加工・編集し、それらを何らかの媒体を通じて、流通・伝達していく一連の集団的または個人的な活動」と定義している(浅岡隆裕、2008、25頁)。浅岡の議論で評価されねばならないのは、媒体(マス・メディア型のメディア産業や行政の情報事業といってもよい)から入るのではなく、情報の流れという視点から分け入っていることである。浅岡は、行政やメディア産業による地域メディア事業と、住民の自生的なメディア活動を「地域情報生成の二重構造」として捉えている。田村の初期の議論は、そもそもこの二重構造も含めて包括的な範囲をもった概念、地域コミュニケーションの全域として地域メディアを捉えていたので、地域メディア論の原点復帰の議論に立ち返っているともいえる。

浅岡の強調点は、CATVやコミュニティFMが制度的に誕生し地域メ

ディアが（営利・非営利）事業として形を表している一方で、地域メディアを理念的に意識しないでより日常的なメディア実践として展開されるメディア活動が台頭してきていること。地域のなかで展開される、ホームページ、ブログ、動画投稿、SNSといったメディア活動などの範囲を包摂する視点の必要性の提起であったといえよう。こうした浅岡の議論も、ネット社会に対応しているが、基本的には2層のメディア事業に対応している。

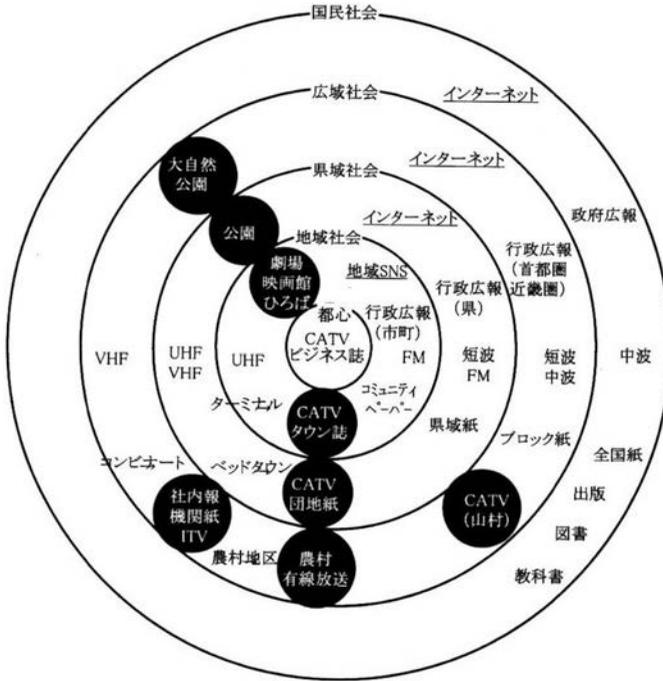
ただ、これだけ実践例が増えてきたにもかかわらず、『現代地域メディア論』でも、結局、地域メディアの意義を越えた議論や、先駆的として選ばれた個別の事例の紹介にとどまっている。地域メディアの“現場”を実態に即して総括的に捉える構造的なアプローチが弱いのが特徴ともいえる。地域メディアの抱える現場での葛藤を扱った加藤晴明の論考「コミュニティ放送の事業とディレンマ」が例外的に掲載されているのみである。

●最近の地域メディア論

地域メディアの最近の研究に、田村紀男の学問的な系譜に位置づけられる牛山佳葉代の研究がある（『地域・エコロジー論』2013）。エコロジーという語彙が意味しているのは、基本枠組は、田村が描いた住区から国民社会までのコミュニティの広がりとはそれに対応したメディアの広がりとの同心円図である。

牛山は、地域メディア論の3つの隣接領域として「市民メディア論・市民社会メディア論」「パブリック・アクセス論」「エスニック・メディア論」を説明しつつ、地域メディアの今日的な変容を丹念に紹介している。方法論的な新しさはないが、地域メディアを研究する技法として、複合的な視野やメディアエコロジー多元的に分析するという意図、そして、「担い手」に注目する手法などは地域メディア研究を一步進めた研究として評価されるべきである。

図5：コミュニケーションとメディアの連続性(牛山佳菜子『地域・エコロジー論』)



ただ、精緻な牛山の地域メディア論に対しては2点の視点（理論）そのものに関わる不十分さを指摘しておきたい。

1. 最初に理想のあるべき地域メディアを理想的に求めすぎる。

結局、CATV、コミュニティFM、ペーパーメディア、インターネット、地域情報化政策というメディアの種類（ジャンル）から入って、先行事例さがしに終始している。熊本の住民ディレクター、あまみエフエムの災害報道、エフエムわいわいなど、語られる事例は、地域メディア論、市民メディア論などで定番として紹介される。確かに、これらの事例は地域メディア研究が発見してきた優れた事例でもある。しかし、こうした定番の事例以外に、評価されるべき事例はないのだろうか。⁷⁾

2. メディア種類別の研究（業界研究）であり、地域に準拠したメディア研究になっていない。

ある地域内のメディアは地域限定メディアではなく、そのコミュニケーションネットワークの中に外部との開放的なヒューマンネットワークや情報流ネットワークを抱えている。また地域内には、全国メディアの特派員もいる。これからの地域メディア論は、地域メディアを地域に限定するのではない、地域内と外とのオープンネットワークの構造を視野に入れる必要がある。⁸⁾

3 節 地域情報化論の登場と展開

●地域情報化論の始まり

地域とメディアの関係は、マス・コミュニケーション研究の流れを組む地域メディア論の系譜だけではなく、情報メディアによる地域の活性化をめざした「地域情報化」という、ある意味ではより広範囲なひろがりをもつ研究分野においても論じられてきた。具体的には、地域間格差をメディアによって乗り越える処方箋の学・実践として、情報政策の地域的な展開である地域情報政策、自治体情報政策、地域活性化論などの流れのなかで論じられてきたのである。それは理論であり、政策であり、実践である。

もちろん、田村自身も地域情報化にかかわるコンセプトは提起している。『【新版】地域メディア』の「情報化時代の地域メディア」の項目のなかで、田村は、1970年代中頃からの双方向型ニューメディアをつかった社会実験のなかで「情報化地域社会」の概念が登場したことを指摘している。田村の指摘にもあるように、日本では、1970年代に「情報化社会論」、そして1980年代に「高度情報化社会論」や「地域情報政策論」が展開されてきた。アメリカでは未来学者のアルビン・トフラーの『第3の波』（1980=1980）が出版され、日本でも大きな議論を呼び起こした。これら

は議論は、1970年代半ば以降の脱工業化社会論の系譜であり、その日本版が情報化社会論であった。

情報化社会に向けた政策的な実践として、ニューメディアやコンピュータ技術をつかって、地域の発展や活性化を図る政策である「地域情報化」政策が展開された。典型例は、東京・多摩ニュータウンでや奈良・東生駒での双方向メディアの社会実験や三鷹市とその周辺で実験されたINS実験などは国策として実施された。こうした地域を対象にした高度情報化政策は、中央省庁による指定都市、指定地域の政策として各省庁一斉に積極的に展開された。景観としては、1980年代半ばから90年代初頭のバブル景気にかけてが、ひとつの盛り上がりの時期となり「地域情報化」政策という領域ができあがった。テレトピア、ニューメディアコミュニティなどを代表例として、政策の乱立の様相を呈した。

第二次世界大戦後の日本の国土計画は、国土総合開発法（1950~2005）にもとづく全国総合開発計画（第1次は1962年、）というグランドデザインによって導かれてきた。その基調「地域間の均衡ある発展」（「国土の均衡ある発展」「地域間格差の是正」）であり、東京や大都市への集中の是正であった。高度情報化政策は、情報通信技術をつかって、東京・大都市に対する地方のキャッチアップを図る政策として大いに期待され、それが自治体の情報政策の一翼を形成したのであった。この意味では「地域情報化」は、「非マスコミ」という文脈での「格差是正の物語」ではないが、大都市と地方の「地域間格差の物語」の文脈のなかで焦点化されてきたといえる。

大石裕の『地域情報化』（1992）は、こうした社会論や実践を総括した代表作であり、同時に日本の状況がよみ読み取れる。大石は、各領域の情報政策を批判的に総括して、「情報社会論」が、「情報産業主義」に依拠する「情報産業社会論」であることを批判し、幾つかの成功例があるにしても、議論と実践の本質が産業社会論である限り、日本社会の格差是正には結びつかないという厳しい評価を下している。

産業化や都市化は、まさに情報の中央集中化と表裏一体となって同時進行してきたのである。したがって近代化・産業化の過程で強固に根づいてきた中央志向意識が、情報化の進展によって解消に向かうとは到底思えず、この意識が厳然としてある以上、地域間格差の是正に関する情報開発の有効性についても疑問視せざるをえないのである。（大石裕、1992、219頁）

70年代、80年代の高度情報社会論の特色は、情報通信ネットワークのイメージに関して、データベース型のイメージにたっていたこともひとつの特徴である。これに対して、パソコン・コミュニケーションに注目したネットワーク社会に期待する会津泉（1986）・公文俊平（1988）らは、それまでの情報社会イメージがデータ情報中心の発想で、人によるメディア媒介コミュニケーションの視点が欠落している点を指摘し、パソコン通信の可能性を強調した。1980年代後半から1990年代、アメリカや日本で草の根BBSとよばれる市民主導・ユーザー主導のメディア事業が数千の規模でたちあがった。それは、インターネット前夜の情報社会の景観である。

その後の日本社会の道筋は、大石や会津の予言のように地域格差を実現したバラ色の情報社会の実現とはならなかった。また、80年代後半以降に姿をみせ始めていたパソコン・ネットワークに対する初期の期待に反して、美しいメディア・コミュニティ型の社会を形成してきたわけではなかった。インターネット・コミュニティは、そもそもネット空間では、コミュニティが可能なのかをめぐって論争や試行錯誤の実践を繰り返しながら、今日のSNS時代を迎えたのである。

また地域間格差といっても、東京・大都市と地方の格差が主な対象であった。その当時、韓国経済や中国経済の台頭やグローバル化を視野に入れた地方都市・地方産業の衰退の議論は十分に展開されていたわけではない。産業の国際競争の激化の波や、ファストフード、ファストリ

テイリング、フランチャイズ、量販店などによる流通革命が全国を被い、日本の地方にある産業の衰退とその産業に依拠する地方都市の疲弊をもたらしてきている。高齢化・高齢者人口そのものの減少は、地方の衰退以上に地方都市の消滅という言葉さえも生み出している。極点への人口の集中と地方の衰退は、全国総合開発が盛んに議論された70年代・80年代とは比べものにならない。他方で、インターネットのコミュニケーションも、対話よりも、感覚的な発言の発露と集会的行動の動員という、美しいコミュニティとは相容れない姿を呈している。

● ネット時代の地域情報化論の展開

バブル景気の崩壊の1990年代以降、国際競争の激しさにより地方の疲弊・人口減少がより深刻化するなかで、高度情報社会論が描いた社会的想像力は、インターネット社会として具体化されてきた。インターネットとケータイ端末の普及は、二次元的なスクリーンの窓を通じて、「高度情報社会」を実現させたのである。そうしたネットの普及は、中央政府主導の情報化政策に留まらない多様な地域での自主的なメディア実践をも生み出したのも事実である。最近の地域情報化は、そうした成功例からの一般化が試みられることが多い。

ネット社会が本格的に成熟しはじめた2000年代にはいり、高速・常時接続のネット環境が整い始めるにつれて、地域活性化論、とりわけ社会デザイン＝アーキテクチャー論の水脈から新しい地域メディア論が登場してきた。そこには、社会工学的アプローチを基盤にしつつ、それを越えた新しい発想も含まれている。河合孝仁や丸太一らに代表される地域力、地域メディア力の議論である。

たとえば、河合は、「地域活性化」を「地域の多様なステークホルダーが、連携を基礎に活動しつづけること」として定義し、それを支援する情報技術を「地域情報アーキテクチャー」、活性化に火をつけその実践を担う人を「地域職人」、その発火する能力を「地域情報リテラシー」と名付

ける（河合考仁、2009、21-24頁）。河合は、「地域職人」に求められる地域情報リテラシーとして、①発信力、②受信力、③編集力、④誘発力（ヴァルネラビリティ）、⑤周辺と中心の間で位置をずらす力をあげている。河合らの視点が評価できるのは、地域メディアの業種としてではなく、こうした総合的な地域情報の力や、地域社会においてコミュニティ活動をサポートするために人々のコミュニケーションを連鎖させる仕組みに注目していることである。

こうした新しい地域メディア論では、Web2.0時代を意識して、IT（インフォメーション・テクノロジー）に代えてICTという語が用いられる。つまりコミュニケーションが強調され、地域SNSやモバイルICTなども射程に入ってきている。そのうえで、担い手である「人」に着目し、人と人のつながりとその触媒や道具としての地域メディアが強調されるのが共通の語りのフレームである。「地域メディア自体が地域の様々な課題を解決するのではなく、地域の社会的なリソースの蓄積と人々のつながりが地域メディアを触媒として課題解決の力を生み出し続けるのである。」（276頁）

繰り返すが、21世紀で展開されている新しい地域メディア論は、ネット社会の現実を踏まえつつ、指定モデル政策ではなく、地域活性化の個々の成功現場でのメカニズムをモデル化する方向で理論構築を目指している点に特徴がある。ただ、こうした地域メディア論も、全国的に知られた成功事例のトピックの列挙であることには変わりはない。

同じような社会設計という視点から、丸太一は、『地域情報化 認識と設計』（2006）、『ウェブが創る新しい郷土』（2007）で地域メディア論を展開している。「近年、地域情報化に注目が集まっている。情報技術を活用して地域振興や地域課題を解決する自発的な活動が、全国各地に誕生し、展開されつつある。」（丸太一、2006、iii頁）

丸太は、「地域メディアは、住民に地域アイデンティティを、地域には歴史を再生する機会を提供するのである。」と定義したうえで、以下のよ

うな地域メディアの分類を試みている。

無線系：地方テレビ局、コミュニティ FM

輸送系：地方新聞社、ミニコミ誌

空間系：公民館、公会堂

人間系：人間がメディアになる。「佐渡、お笑い島計画」

そして、地域コンテンツの発信装置として、インターネット放送、ブログ、ホームページ、メールマガジン、CATV、フリーペーパー、出版などを例示する。

『地域情報化 認識と設計』（2006）のなかで新たな地域メディアの理論的な示唆を提起しているのは、浅岡隆裕である。浅岡は地域メディアの新しい変容として、以下のような点を指摘する。①地域メディアが、地域外の受け手を意識した情報発信をおこなうケースが出てきている。②広義の地域メディアとして、分類マトリックスの横軸を、「映像・画像系」、「音声系」、「文字系」に分ける（縦軸は、田村と同じ、コミュニケーションとスペース）。④住民自ら自生的にメディアをつくり発信する「情報主体（communication actor）」の理論的重要性。⑤メディアがつくり出すフィクションやヴァーチャルな地域イメージが、経験を共有することで実体化し、地域アイデンティティを形成することがある。

図6：浅岡隆裕の地域メディアのマトリックス図（『地域情報化 認識と設計』2006）

タイプ		映像・画像系	音声系	文字系
コミュニケーション・メディア	無線系	県域テレビ放送	携帯電話、県域ラジオ放送、コミュニティFM、ミニFM、防災無線	
	有線系	インターネット各種のツール（ストリーミング放送、ホームページ）	電話、有線放送（親子ラジオ放送）	インターネット各種（ホームページ、メール、リスト、掲示板、blog）、FAX
	輸送系			県紙、地方紙、地域紙、フリーペーパー、地域雑誌、ミニコミ誌、折り込チラシ、自治体広報、ニュースレター
スペース・メディア	図書館、公民館、公共空間、後援会、社会教育・講座・イベント、ポスター・看板			

●地域アイデンティティとメディアとの関係

地域とメディアの関係を考える研究は、これまで論じてきた類型論だけではなく、必ずといってよいほどより本質的な問いに直面する。地域の範囲、実態、表象とは何かという根本的な問いである。それは、①地域アイデンティティの範囲とメディアとの関係の問題でもある。また、②情報メディア以外のものをどのように加味して広義のメディア概念に拡張するか。さらに、③マス・メディア型産業以外の、自生的な情報発信の営みや地域活性化の実践をどのように地域メディア論に接合するかという問いで

もある。浅岡もまた、そうした共通の問いに対して以下のような視点を提起することで答えようとしているといえよう。

- ①局地的地域論→開放的・ネットワーク型地域概念（ネット時代）へ
- ②マス・メディア型メディア種類→広義のメディア概念（スペース論）へ
- ③専門職型→住民の自生（メディア主体論）へ
- ④イメージ表象の実体化論（情動的現実としての地域論）へ

浅岡の地域メディア論考は、個人個人が、エリアを超えた情報発信を可能にしたネット時代と対話したといえよう。それは、地域メディアの分類学を起点にするのではなく、地域の情報化という視点のゆえに出てきた発想ともいえる。

『地域情報化 認識と設計』の編者の1人である丸太一は、『ウェブが創る新しい郷土』（2007）で、パトリ（郷土意識）を指摘しているのは興味深い。丸太は、流通と消費からみれば国土が均質化していき、地域という実態が希薄化し、国民がみな郷土喪失者と化していくなかで、人々の自己の準拠点としての郷土（パトリ）の重要性と、そのパトリを形成するために地域の歴史や文化を語る装置としての地域メディアの重要性を指摘する。

地域には本来、自分たちが生まれ、いずれは死んでいくパトリ（郷土）としての重要な役割が備わっており、アイデンティティの唯一の拠り所になるはずである。…地域メディアを失ってしまうと、住民は、地域の歴史や他の多くの人々の生活に思いをめぐらす機能を失い、目前に拡がる空間的な広がりだけを地域と認識するようになる。（丸田一、2007、69頁）

地域を物理的な空間ではなく、人々の自分のアイデンティティの拠点としての郷土（パトリ）であること。そして、ウェブをつかった新しい地域

メディアが、「地域プラットフォーム」となって、そうしたパトリ醸成に寄与することが強調されている。

こうした地域メディアと地域アイデンティティの関係は、地域メディア論の最初から主張されてきたことでもある。そこにあるのは、基本的に農村型社会から都市型社会への移行にともなう故郷（ふるさと）の喪失と新しい共同性（共同意識）の創生をどこに求めるかという「地域再生の物語」である。コミュニティ論、そして地域メディア論（コミュニティメディア論）もそうした「地域再生の物語」のための学問として構想されてきた。こうした「地域再生の物語」を、なにを根拠に描くのかということでもある。コミュニティ論は、地域の新しい共同の関係性に求めてきた、また市民自治論は市民の参加と合意システムづくりにそれを求め、地域メディアは、メディアの種類を紙媒体からネット媒体にひろげるなかでそれを求めてきた。

そうしたなかで、丸太らの議論が新しいのは、自己のアイデンティティ論と連環させて地域アイデンティティや地域メディアを論じていることであろう。現代社会では、自己がどこに礎をおろして自己のアイデンティティを確認していくのが難しくなっている。それぞれの帰属がネットとの二世界化によって多元化し、さらにいろいろな選択的關係が可能になったという意味で多様化している。丸太のパトリ論は、地域、家庭、職場が、そのまま生涯の自己の持続的な準拠点になりにくくなり、結局自己の準拠点が自己でしかないという「個人化」が進んでいる。そうしたなかで、改めて、比較的安定した自己のアイデンティティの拠点として、地域のもつ「パトリ（郷土）」としての可能性を強調している。

こうした丸太のパトリ論は、現代的な自己論と地域論とを繋いでいく視点として示唆に富んでいる。それは、「個人化」が進む現代社会のリアリティの問題を考えるうえでも示唆に富んでいる。丸太のパトリ論は、ネット空間の深化を受けてのことである。いくらでも情報を発信し、自己を表現できる時代に、改めてメディアとリアリティと自己を主題化していると

いう意味で、われわれがこれまで指摘してきた〈自己コンテクスト性〉を起点にして地域のリアリティを描く視点と重なる視点である。

4 節 地域メディア論から〈地域と文化〉のメディア社会学へ

●地域メディア論は、“地域”を研究してきたのだろうか？

地域メディアの研究は、すでに40年以上の歴史がある。それは、〈メディア格差の三位一体構造〉を批判する隣接の学問領域と重なりあいつつ、着々と研究を展開させてきた。そうした展開を評価しつつも、これまでの節でみてきたように、そこにはある思考の型にとらわれすぎる傾向があった。

1節から3節を通じて、マス・メディア論の系譜としての地域メディア論、そして情報社会論の系譜としての地域情報化論を整理してきたが、それらは次のような思考の型をもつ議論であった。

- ①過度の反マスコミ批判：地域メディア論は、〈格差是正の物語〉として、そして地域情報化は〈地域再生の物語〉という物語論的構成＝思考の型をもっていることを指摘した。とりわけ「非マスコミ」型のメディアを希求するなかで、地域密着メディアであり、非専門家メディアであるという二重の対抗モデルを希求してきた。
- ②類型主義・先進事例主義：それと同時に、従来の地域メディア論が、情報メディアとスペースメディアのクロス表のなかでの類型学として発展してきたこと。逆にいえば、類型学に終始してきたに過ぎないこと。類型同士相互連環や、それ以外の視点からの相関などを深く考察してこなかった。

具体的な事例として、地域メディア研究は、CATVやコミュニティFM、一部ネットに特化して論じられ過ぎてこなかったであろうか。市民・住民による映像番組づくり、映像コンテンツづくり、ボランティアパーソナリティへの着目は、確かに新しいメディアの担い手の可能性を発見し位

置づけを与えるという成果をあげてきたことは、メディア研究の大きな拡張であった。ただ、どれも、メディアとして、テレビ、ラジオという「ひながた」があり、その上での展開ではなかっただろうか。地域メディア研究は、それだけでよいのだろうか。非マスコミを意識するあまり、メディア主体論においても、あまりにその範囲を狭く考えてこなかったであろうか。従来の地域メディア論の最大の特徴であり、臨界は、地域メディアの類型論に終始してきたことではないだろうか。⁷⁾

③自己論の欠落：地域の情報化は、コミュニティ意識の醸成、ローカルアイデンティティと結びついて議論されてきた。他方で、共同性を前提とするあまり、個人を起点にした論理、われわれの視点での自己と地域とメディアとの連環を十分に発展させてこなかったこと。

地域メディア論の研究の蓄積は、コミュニティFMやネットの登場のなかで、基本は①から③の特徴が重なり合うなかで進展してきた。

こうした地域メディア研究の傾向は、地域に注目しつつ、結局、“地域”との連携するメディア社会の研究を十分に展開させないできたといえるだろう。つまり、特定の地域を対象に、その地域の歴史社会文化的なコンテクストに準拠に、地域の担い手に準拠した研究が十分に展開されてきたとはいえない。

隣接領域の研究も含めて地域メディア研究は、先進事例の紹介を急ぐあまり、個別の事例紹介という美しい物語の提示に終始することが多かった。極端な言い方をすれば、メディアの、しかもメディアの種類とその実践に焦点をあてた研究は成果をあげてきたが、その背景やフィールドの現場からたちあがる考察とモデル化が十分とはいえないことである。

ある地域のなかで、誰が、どのようにメディアを実践しているのか。もしひとつの地域を想定して、そこからメディアの種類やメディアの担い手を、より広く探索し、可能ならばそれらがどのような配置のなかで作動しているのか、そうしたメディアの実態、メディアの生態学が少ないことである。メディアエコロジーという語彙は、これまでもしばしば使われてき

た。だが、それは本当に現場のメディアの生態を描いてきたのだろうか。

あるエリアとそこに住む人びとの中には、いったいどのようなメディアが存在しているのだろうか。あるいは、メディアが受容されているのだろうか。あるエリアを上から俯瞰したとき、そこにはいかなるメディアが多層に重なり合っているのだろうか。そのメディア群はどのような人びとによって、どのような考えで運営されているのだろうか。そうしたメディアの生態系が、丁寧に研究されることは少なかった。

情報の受容という視点でみれば、マス・メディアからの情報も住民に受容されている。テレビがもっともよい例であろう。支局を通じて取材されたローカルなエリア内の情報が、外に向けて発信され・報道されることで住民にフィードバックされる。その意味では、“地域のメディア”は、従来の研究で言われてきた狭域エリアとしての“地域”のメディアだけではない。地域のメディアとより広域のメディアとの公的・私的なネットワークの構造は、地域メディア論ではほとんど論じられたことがない。

●地域メディア論から〈地域と文化〉のメディア社会研究へ

このように地域のメディアをいわゆる「地域メディア」だけに限定して考える傾向もまた、地域メディア論が〈格差是正の物語〉に過度に縛られてきたことの結果である。地域の情報力、情報発信力、物語り力は、地域内の情報メディア事業によってだけ担われるだけではない。多層なメディア間のネットワークや人のネットワークの視点もまた必要なのである。

さらに、メディアを使って何を発信するのだろうかという問いにたてば、メディア化されるソースとしての文化的苗床に関心が向くはずである。地域の情報力は、地域の固有の資源を情報発信する力であり、物語る力である。地域のなかに積層化されている〈文化的苗床〉(文化資源)を、メディアを使って現代的に継承し発信し、また新しく創生し続けているような広い意味でのメディア事業、つまり物語装置でもある。

そうした地域の物語を共有することで、地域に暮らす人びと、あるいは

その地域に関心をもつ人びとがその地域に〈自己コンテクスト性〉をもつ。それが、地域が地域としての共通のリアリティ、つまり〈情報リアリティ〉として形成されていく。

地域メディア論は、こうした地域に根ざすことで見えてくる地域の情報力の裾野のひろがり、その人びとの営みを描き出すことに真剣に向かい合ってきたといえるだろうか。極論すれば、地域メディア研究は、地域を研究する視点がないまま、「格差是正の物語」の描写に都合のよいメディア事業の事例を、舞台を代えながら求め紹介を繰り返してきたと言えないであろうか。

こうした反省からわれわれが提起してきたのが、〈地域と文化〉のメディア社会学の視点である。そこには、2つの方向で地域メディア研究をより発展させる問題提起が含まれている。1つは特定の“地域”へのこだわり、もうひとつは“文化”との連環である。

○方向①：特定の地域の文脈のなかでメディアの営みを研究する。

確かに、地域メディアの類型論は必要であり、そこからメディアエコロジー図式も描くことは可能であろう。だが、具体的な地域メディアが営まれている社会空間のなかで、それぞれのメディアがどのような位置を占め、相互にどのように関連しているのであろうか。あるいは、もっと素朴に、メディアの類型を主語に設定するのではなく、“ある地域”を主語にした場合に、当該地域には、どのような地域メディアが、誰によって、そして何のために事業として営まれているのだろうか。さらに、そうしたメディア事業はエリア内とエリア外とのどのようなコミュニケーション空間のなかで営まれているのだろうか。

ローカリティの高いひとつの地域に準拠することは、そのエリア内でのすべてのメディアを探求し、それが置かれている生態（エコロジー）を描く試みにつながる。メディアの生態とは、メディアを、人の営みとして捉えることによって描かれる景観だからである。ひとつの地域との対話を通じて、地域メディア論がこれまでこだわってきた地域メディア類型学を超

える、広い視野での地域のメディアの社会学的な研究がひろがるのである。

方向②：地域のなかで蓄積されてきた〈文化的苗床〉とメディアとの連環を研究する。

かつての民俗文化は、すでにレコード化やステージ化をつうしてメディア媒介的な転換をとげつつある。文化の伝承の形が変容してきたからである。そうしたメディア的転換を担う文化実践も含めて、広義のメディア事業（文化メディア事業）の営みを研究するということである。

このように文化に着目するのはメディアが何を発信するのかという内容にかかわる議論を、最初から地域のメディア研究に組み入れるためであり、メディアの議論を真空状態における議論にしないためである。

地域のなかには、実に多様な文化領域がある。古くからある〈文化的苗床〉としての民俗文化が、共同体（集落・シマ）から離れ、レコード化やステージ化といった文化産業（文化装置）と結びつき、また公民館講座のような文化事業（文化装置）結びついて変容している。さらに、地域の文化は、メディア的に転換された“伝統”文化だけではなく、近代化以降に都市から伝播し、時にはローカライズされた形成された大衆文化、そしてグローバル文化と結びついたポピュラー文化である。しかも、地域のポピュラー文化は、一方でローカライズされたポピュラー文化でありつつ、ときにはメジャーと結びついてローカルのメジャー化のような形（例：「奄美民謡をルーツにもつ奄美出身の歌姫」のようなフレーズで）で拡散されたりもする。このように地域の文化は、いまや地域のメディアと不可分に連環して変容しつづけている。地域のメディア研究は、そうした文化のメディア的展開に踏み込んだ射程をもつ必要がある。

これまでの論考「自己メディア論から地域の自己メディア論へ」（〈地域と文化〉のメディア社会学：その1）や「奄美・自己語りに満ちた島」（〈地域と文化〉のメディア社会学：その2）で問題提起してきたのは、地域に配置されている全情報メディアの過程とその相関図を明らかにすること、

そして、文化との結びつきのなかでメディアを考えることの重要性の指摘であった。そのため、われわれは地域メディアという類型学と一体となった概念を極力使わずに、地域のメディアという言い方にこだわってきた。「〈地域と文化〉のメディア社会学」という表現にこだわったのも、既存の類型学的な地域メディア論や、先進事例列挙主義から距離をおくためである。

こうした「〈地域と文化〉のメディア社会学」は、地域メディア論や地域情報化論の狭隘さを超えるための方向性の提示でもある。そして、そうした新しい方向での地域とメディアの研究を抽象化しないために、選ばれたのが、奄美群島という地域であった。

方向①では、ある地域に準拠した“地域のメディア社会学”では、メディアの諸類型を活かして、その地域の中でのメディア事業の総過程を考える方向に加えて、地域の文化を媒介する装置としてメディアを位置づけていく視点が求められることを提起した。メディアは、ある瞬間輪切りのな静止画ではなく、人びとの営みとしてのメディアエーション（媒介過程）である。メディアエーションは、情報発信や情報伝達、として島語りという語彙と同義でもある。

方向②では、ある地域に準拠した“文化のメディア社会学”として、メディアエーションされるものとしての広義の文化の実践にも着目する必要を提示した。つまりメディアエーションは、島語りの装置であり、「文化媒介」のエージェントでもある。逆にいえば、それは、文化媒介する装置という視点から、地域のメディアの範囲の拡張でもある。地域のメディアを、島語りの文化装置・物語装置＝文化を媒介する（メディアエーション）装置であると定義しなおし、地域・文化・メディアを連環的なものとして捉え、文化が伝承されたり創生されたりするダイナミックな過程が盛りこまれるような研究拡張の方向ということである。

●3つの方向での研究領域の拡張

〈地域と文化〉のメディア社会学の構想をもう少し整理しておこう。そもそも地域メディア論を超えた〈地域と文化〉のメディア社会学の構想は、以下の問いから始まっている。

- ・メディアという視点を基軸にしつつ、しかし、メディアそのものを主語にしない、地域のなかでの人びとの営みに焦点を当てた物語をいかに描きうるか。
- ・事例紹介においても、ある事例を瞬間的に輪切りした「美しい絵」のピックアップ集のようなアプローチをいかに避けることができるか。
- ・「美しい物語」に流されないフィールドとの対話をどのように記述するのか。成功事例の記述は、ありきたりなドミナントストーリー（語り尽くされた定番の物語）にとどまりがちになる。そうした事例紹介型の研究をどう乗り越えたら「研究」の水準に達することができるのか。

こうした問いを起点にして、新しい研究の方向性の必要条件を以下のよう

- に描いてきた。
- ①人とその営み、その背景の思想（ミッション）に留意する。
 - ②苗床としてある文化と、その文化を発信しようとするメディアの関係に留意する。
 - ③ジャーナリズム、市民教養だけでなく、民俗文化や大衆風俗文化も視野に入れる。
 - ④メディア事業の経過＝時間幅を踏まえ理解に留意する。
 - ⑤メディアを通じた自己語り（自己物語論）の延長に地域メディア論を構想する。

このような「問い」と「方向性」を大まかに設定してうえで、地域メディア論を以下の3つの軸での拡張していくことを提起しておこう。これらは、体系的な理論というよりも、奄美という特定の地域を焦点して発見してきた、地域メディアの拡張の具体的な軸であり、これまでの地域メディア論で抜け落ちてきたと思われる研究軸である。

- (1) 構造軸上の拡張：地域メディアの総過程論の展開
- (2) 機能軸上の拡張：地域メディアの文化変容（伝承・創生）機能の展開
- (3) 時間軸上の拡張：地域メディアの事業過程論の展開

図 7：3つの方向での地域メディア論の拡張

	拡張の軸	可視化される射程
〈地域と文化〉の メディア社会学	構造軸の拡張	地域コミュニケーションの総過程論、表出の螺旋の構造と過程
	機能軸の拡張	文化の継承と創生の過程、文化媒介者、文化のメディア的展開
	時間軸の拡張	事業過程論、メディア事業のライフストーリー（生成・発展・変容・消滅・転換）

（1）構造軸上の拡張：地域メディアの総過程論の展開

ひとつの地域では、どのようなメディアが存在し、その地域を語っているのだろうか。あるいは、その地域の人びとは、どのようなメディア（と情報）に接して暮らしているのだろうか。いわば、「地域メディアの総過程」、 「地域コミュニケーション（地域情報流）の総過程」という視点をもって、地域の語り部を総ざらいしてみるような地域メディア研究があるのではないだろうか。総過程は、メディア事業の配置の総構造、地域語りの実践の総俯瞰図という意味である。行動配置に着目する意味で、構造軸の拡張として位置づけた。

結果として出てくる構図は、田村以降に精緻化されてきた地域メディアの類型図に収まるのかもしれないが、そうした総ざらいの実証研究がこれまでおこなわれてきていないように思われる。地域メディアへのアプローチが、どうしてもCATVの先進事例、コミュニティFMの先進事例の賞賛に終始するからである。

〈地域メディアの総過程〉、あるいは地域コミュニケーションの総過程への関心は、他方で、地域メディアを地域に限定されたものではなく、も

う少し柔軟なものとして捉えることを求めるかもしれない。

地域メディアは、地域コミュニケーション（地域情報流）のメディアといわれるが、それは、地域の人びとだけを対象にして存在しているわけではない。また、地域メディアは、非マスコミではなく、その一翼は地域のマスコミそのものである。

また、地域内の人びとは、全国型メディア（情報）も消費している。また、全国型メディアも地域情報を発信している。地域の中には、マス・メディアの地元記者もいる。地域メディアのなかには、地域内の人を対象にするものもあれば、そうでないものもある。基本は、地域情報の地産地消でありつつ、単純な図を超えた情報流のひろがりをもっている。従来のコミュニティ社会学が描いた同心円モデル配置をベースにしつつも、よりフレキシブルでメディアが積層されている構図やネットワークの構図に注目していく必要があるのである。

(2) 機能軸上の拡張：地域メディアの文化変容（伝承・創生）機能の展開

地域のメディアが地域の文化と不可分に結びついていることは既に指摘した。今日、地域の伝統文化の伝承・創生は、メディア化されている。音楽産業によるレコード化、イベント事業によるステージ化はその典型である。また、大衆文化やポピュラー文化も地域のなかでメディアと関わって生成している。また、ある意味出は地域を語りすることは、地域の固有の文化を語ることでもある。

そうした文化とメディアとの連環に焦点をあてて地域のメディア研究を拡張する方向が、機能軸上の拡張である。メディアの文化媒介的な機能ということである。そうすることで、情報メディアの種類ではなく、地域の文化を主語に据えたときに、文化がメディアによって伝承・創生される、つまり文化変容されるメディア的展開のプロセスの姿が見えてくる。それによって、情報メディアに特定されない、文化媒介活動の全域が、地域メディアの範囲にはいつてくることになる。

繰り返して整理すれば、地域のメディアの機能は、文化と関わらせることで拡張することができる。（この場合、文化を、システム論的な抽象概念としてではなく、またコンテンツという狭い意味でもなく、文化を継承・生成・創生・変容させていく動態的な営みとして捉える。）文化の伝承・創生という視点を地域メディアの機能に入れると、逆に、情報メディアだけでない領域が、メディアに入ってくることにもなる。文化を媒介する事業の領域は広い。情報メディアは直接的な地域語りのメディアであるが、あらゆる文化領域（例えば、うた・食・クラフトなど）が含まれる間接話法的な語りも対象にいれることが可能となる。

（3）時間軸上の拡張：地域メディアの事業過程論の展開

地域メディアの先進事例紹介は、いわば瞬間輪切りされたあるメディアの活躍シーンの紹介である。しかし、地域のメディアには、それが生まれ、継続され、時に消滅していく生成史がある。こうしたメディア事業のプロセスへの着目されることは少なかった。誰が、どのような資源を使って、どのようにメディア事業をたちあげ、そして、その事業遂行のなかで、どのような試練に直面し、転機を迎え、事業を再考していくのか。地域のメディア研究を、時間軸として拡張するならば、いわばメディアのライフストーリーとでもいえるプロセスがみえてくる。確かに、メディア事業の時間的経緯を追うことは難しい。ただ、1つのメディア事業、メディア実践も、すぐに5年、10年、20年、50年と経過する。そうした経過のなかで、登場して時には脚光を浴びたメディアも、古いメディアとして忘れ去られていくこともある。生成・発展・変容・消滅・転換などひとつのメディア事業史のような時間的視点がメディアを捉えていくことも必要であろう。

※ ※ ※

以上、〈地域と文化〉のメディア社会学の方向性を論じてきた。こうした研究が一気に展開することは容易なことではない。しかし、地域メディア論が、ある先進事例の瞬間輪切りのような取材を繰り返すかぎり、類型

論を超えることはできない。〈地域と文化〉のメディア社会学は、そうした問題意識から投げられた問いなのである。

■注

- 1) 何の格差なのかを分かりやすくするために、本書では「情報力」という言葉も使った。情報概念をめぐっては、今井賢一の有名な「情報A(形式的情報)」と「情報B(意味の情報=意味ある記号の系列)」という2分法がある(今井賢一(1984)『情報ネットワーク社会』)。前者は、後に「静的情報」と「動的情報」として再定義されている(今井賢一・金子郁容(1988)『情報ネットワーク社会』)。前者は、いわば数値データ、マニュアルのような固定された情報である。動的情報は、意味情報であり、また人々のインタラクションのなかでつねに生成される情報を含意している。

逆に、ベンヤミンのように「情報」概念を批判して「物語」を主張する言説もある(ヴァルター・ベンヤミン(1936)「物語作者」、『ベンヤミンコレクション II エッセイの思想』収録)。しかしベンヤミンの主張はナチスの台頭を意識しつつ、マス・メディアによる情報の氾濫と間接的経験への批判という意図から、口頭伝承による経験の豊穡さを主張しているにすぎない。

本論では、今井のように、静的な情報と動的な情報を含んだ情報概念のほうが広義の概念であり使い勝手が良いと考えている。つまり、「物語」を「情報」を対立的な概念としては捉えるのではなく、情報はより包括的な概念として、その中で文字から図像、音声までの記号・表象といった情報群の総体がさまざまなレベルで秩序づけられて多層なメディア空間=〈情報リアリティ〉が形成されると考えている。物語概念は、その一部である。

例えば、奄美の「鳥語り」といった場合には、情報発信、情報表現、出版、放送、講座、講義、イベントなどの多様な形態での情報(表現したいこと=文化)をパブリックな空間に表出していく営みすべてを含むことになる。データ情報から意味情報までを含む島からの情報の発信の営みである「鳥語り」の

力は、島の「情報力」でもある。そうした「島語り」、「情報力」、個々の記号的なデータを散漫に発信する次元から、高度な物語性をもった出版本や映像コンテンツ（ドキュメンタリー、紹介作品など）までを含んだ島を表現する力のことである。島の生活のなかでは「情報発信」という言い方がもっともリアリティがあるだろう。それは、島の情報活動が、とりわけ「外部」を意識し、外部にむけた自己の輪郭を可視化する強い使命感を伴うからである。そうした島のコンテクストを意識しながら、「情報発信の総力」を「情報力」という語彙のなかに込めて使っている。もちろん、奄美は一例であり、地域語りや情報力はどこの地域でも当てはまる語彙である。

- 2) これにたいして、「(メディアの内発的な) 誕生の物語」に焦点を当てる研究もある。新しいメディアの誕生に大きな期待や焦点を当てる研究言説である。こうした研究は、マス・メディア批判に焦点を当てるのではなく、原始マス・メディアユニケーション的メディアやマス・メディア未満のメディアへの関心でもある。いかなる出版・放送メディアも、基本はマス・メディア型である以上、ミニメディアや地方メディアもマス・メディアではある。しかし、制度として確立されないメディア生成の揺籃期のもつ試行錯誤の面白さが「誕生の物語」研究を産み出してきた。水越伸の『メディアの生成－アメリカ・ラジオの動態史』（1993）、坂田謙司の『「声」の有線メディア史－共同聴取から有線放送電話を巡る“メディアの生涯”』（2005）などは、そうしたメディア揺籃期のもつダイナミックスに焦点を当てた優れた研究といえよう
- 3) 田村は、オルタナティブ・メディアを地域メディアに組み込んでいる。それとは別に、サブカルチャー系のメディアやカウンターカルチャー（対抗文化・既存の体制文化への批判文化）系のメディアを地域メディアとは分けて位置づけている。
- 4) 白水の文化変容論の研究は、その後も、ハワイにおけるオキナワンコミュニ

ティとその文化変容の研究へと続いていく。一連の研究は、エスニック・メディアの研究として知られている。白水が、メディアとローカル・エスニック・コミュニティと文化変容を連環して捉えていることは先駆的な視座である。さらに付け加えねばならないのは、情報メディアが文化変容をもたらすということだけではなく、文化自体が、メディアと不可避に結びついて伝承・創生されていく、そうした文化変容のダイナミックなプロセスの重要性である。文化はメディア的展開を通じて変容し続ける。その媒介過程（メディアエーション）自体が、メディアの動的な姿そのものであり、それが、われわれが「文化媒介者」と名づけた、人や人の実践するプロジェクトによって担われているからである。

- 5) 田村の初期の地域メディア論は、拡張性に富む豊かな視点を内包していたと評価したい。それにもかかわらず、日本の地域メディア研究は、必ずしも、地域に根ざしたメディアの研究とはならず、「マス・メディアの呪縛」の枠内で、そしてマス・メディア的評価フレームの枠内で描かれてきた。「非」「反」マス・メディア論は、逆説的な意味で、「マス・メディアの呪縛」がそれだけ強かったことを物語っている。最初に、日本の地域メディア論は、「格差（是正）の物語」という物語論的構造をもっていることを指摘した。それは、既存マス・メディアのもつ、(a) 専門人・知識人・ジャーナリズム・（それは基本的に東京人ネットワークの構図でもある）、(b) ナショナル規模メディア、東京・大都市中心メディアへの過剰な批判の上に成立していたことと結びつく。つまり、マス・メディアを過剰に意識することによって成立していた側面は否定しえないのである。そして、その後の市民メディア論や批判的メディア実践論者たちの多くが、マス・メディア出身者であったことが、その「呪縛」を一層強固なものにしてきた。それが、ある意味では過剰なほどの「美しい物語」を求める先進事例探しという学問の形をもつてきた。無批判的なボランティア礼賛論やNPO礼賛論、市民・住民番組づくり礼賛論などである。

地域メディア事業のおかれた社会的文脈や、そこでのドラマティックな構造的軌轢など、そしてメディア実践者たちの語りに沿うことで理論を立ち上げる研究は遅れてきた。地域メディア研究は、地域に根ざした地域メディア研究を掘り下げてこなかったからである。地域の現場で、非マス・メディア出身者によって担われる、マス・メディア的言語を伴わない、自らの固有の事業語りがある。そうした事業語りは、どれだけ聞き書きされてきただろうか。

CATV、コミュニティFMと舞台を移動しながら、これまで先進事例詣として例示されてきた理想の地域メディアの物語は、多くの場合自らの美しい物語を自ら言語化できる、知識人や専門家やジャーナリストなどによって、つまり「非マスコミ」ではない、マス・メディア人によって語られた物語であった。その理想のモデルは、元マス・メディア出身者や研究者の求める「マス・メディアの呪縛」から反面的に生み出される理想像というスケールによって理想とされてきたにすぎない。自作自演のメディア事業やワークショップを先進事例として自ら関与し創出し、それを過度に美化する正当化の物語も、理想の先進事例探しと同様である。

確かに先進事例探しの舞台は、CATVからコミュニティFMに移った。東日本大震災で一斉に立ち上がった臨時災害エフエム局も「美しい物語」として紹介されがちである。地域メディア研究は、なぜ、このような通り一遍の「美しい事例」の紹介に終わるのだろうか。「マス・メディアの呪縛」と「格差の物語」に過度にとらわれている限り、地域と隔離したかたちでメディアをとりあげ、ある特定のメディア事業に過剰な期待をかける構図はこれからも変わらない。それは日本の地域メディア研究の大きな構造的欠陥である。

- 6) ただ、地域コミュニティ論も、素朴な実態的な地域論展開していたわけではない。確かに、1970年代～1980年代の地域コミュニティだけではなく、社会科学自体が、構築主義の洗礼を受けていない段階では、語彙として「構築」は使われていない。しかし、地域形成という語彙からもわかるように、ある種

の構築主義的な視点は含まれていたとむしろ評価的に考えるべきであろう。今日の課題は、地域の集合的自己語りによる情動的リアリティの構築という視点を明確にしつつ、それが誰によって、どのように作動しているのかをより実証的に検証するなかで、地域メディア論の射程を深めていくことであろう。それは類型論をこえた、人の営み、人のドラマとしての地域メディア論（地域メディアの社会学）に結びつく。

- 7) コミュニティ FM は、非マスコミかという問題について補足しておく。『現代地域メディア論』でもそうだが、最近の地域メディアをめぐる研究のなかではコミュニティ FM が例示されることが多い。阪神淡路大震災、新潟県中越地震、奄美豪雨災害、東日本大震災と、災害のたびにコミュニティ FM の活躍が報じられる。防災に最も役立つ機動力あるメディアとしての位置を確保したといってよい。

ただ、コミュニティ FM は、他方で日常の情報伝達・娯楽の放送を行い、またしばしばイベント放送の主役でもある。こうした放送は、日常、有事、祭事の3モードに分けてとらえることができよう。

こうしたコミュニティ FM は、地域密着の放送局であるとともに、「非マスコミ」の実践が注目されてきた。非マスコミ出身者（異業種からの参入）による起業、ボランティア・パーソナリティの登用、非営利事業放送局などがそうした「非マスコミ」の具体例である。こうした住民参加・参画の事業スタイルなどは、従来のマス・メディア産業には発想としてもなかったものであった（残念ながら、現在においても、県域放送局からみるコミュニティ FM への蔑視・軽視はあまり変わっていない。）事業規模が小さいコミュニティ FM には、田村が希求した「地域コミュニティ」に根ざした、専門人に依存しないという意味での「非マスコミ＝非専門家」のメディア事業の典型があるといえよう。

そうした新しいメディア起業の担い手は、田村が指摘した1960年代までに顕著になったといわれる地域新聞の起業と似ている。コミュニティ FM の起

業家やそのスタッフ、さらにはパーソナリティには、いわゆる県域以上のマスコミ経験者は少ない。たまたま人生の転機として、そうした（有給・ボランティアを問わず）業務に出会った方が多い。

図8：コミュニティFMの番組構造

	3つの放送モード	放送内容
コミュニティFMの放送	日常放送	大きくは、帯番組とよばれる、①総合編成の情報番組の放送と②テーマ番組の放送に別れる。テーマ番組の中は、主に音楽番組として音楽番組や映画番組などがある。局によっては、地域そのものをテーマにした番組などの取り組みもある。
	有事放送	災害時の臨時放送、通常放送のなかでの災害情報の放送 地震もあるが、南の島々では頻繁に襲撃する台風情報が重要となる。
	祭事放送	①イベント会場にブースを設けての中継放送、②イベント自体がラジオ放送の形式でなされる中継放送、③イベント会場との回線つなぎ放送など。イベント自体の請負から、中継請負、さらに、祭りやスポーツ中継など。

加藤晴明は、こうしたコミュニティFMのパーソナリティを、ボランティアという基準ではなく、独自の「コミュニティパーソナリティ」として概念化した（2010）。語りの立ち位置における「市井感覚」や、プライベートな事項をパブリックに転換する語りの技法などに着目して、県域局パーソナリティとは異なる固有のパーソナリティ像として位置づけたのである。

このようにコミュニティFMは、「非マスコミ」としての独特の位置を占めてきた。それは、インターネットのような個人の自由でしかし歯止めのない表現装置でもなく、またマスコミでもない、中領域の、聴いている人びとの生活の文脈に近い語りの世界である。ただ、そうしたコミュニティFMも、

他方では地域の局地的なマス・メディアでもある。とりわけ県庁所在地から遠い地方都市におけるコミュニティFMは、その地域のなかでの唯一の放送局＝マス・メディアとして特別な位置を与えられ、またそうした眼差しを向けられている。コミュニティパーソナリティも、局所的なマスコミ人であり、有名人なのである。

ただ、それでも、コミュニティFMが、マス・メディアと異なるのは、既存のマス・メディアの固定観念に染まらない、地域の現場の中から発想された自由でのびのびした事業展開にある。コミュニティFMの現場のなかでも生き生きと元気な放送局の中にあるのは、「非マスコミ」という思想があるというよりも、一種のアマチュアリズムのもつ自由さ、延び延びさがある。つまり放送メディアを道具として、地域そのものをアクティブにしていく姿がある。そこでは、「非マスコミ」が大事なのではなく、「地域と向かい合う立ち位置」と社会の中に自分のメディア行為を位置づけていく使命感である。

コミュニティFMのなかには、大義名分とは別に、私益主義の放送局もあれば、非マスコミ・イデオロギーが強い局もある。コミュニティFMは「物語性が強い」メディアである（加藤晴明、2005）。とりわけ「非マスコミ」の物語は強いが、他方で地域メディアは地域のマス・メディアである。地元の読者、視聴者やリスナーにとっては、（おらが町・村の）新聞そのもの、テレビそのもの、ラジオそのものである。

つまり非マスコミの指向性は、多様な地域メディア研究（最近はコミュニティ・メディア研究という言葉もよく使われる）という新しい研究領域を切り拓いた。だが逆に、過度の非マスコミ指向は、地域メディアの現場を直視する眼差しを曇らせることにもなる。過度の非マスコミの指向性が、あまりに「非」を意識するあまりに、逆にマス・メディアの呪縛のような思考の型となつてはならないのである。

- 8) 全国型のマス・メディアが、全部ナショナルなトピックだけを記事や放送してきたのかというとそうではない。地方局の地域ニュースや新聞の地域面は、

ナショナルなトピックとは別の地域のトピックスをニュースとして掘り起こし、視聴者や購読者に一定の満足度を与えてきたのである。地方面のトピックスは、地域のコミュニティ的な絆や地域意識の醸成に役立ってきたという研究もある。その意味では、日本のナショナルやメディア産業は、「地域」のメディアの役割も担ってきた側面もあるといえる。

■1章の主な参考文献

- 会津 泉（1986）『パソコンネットワーク革命』日本経済新聞社
- 船津 衛（1994）『地域情報と地域メディア』恒星社厚生閣
- 林 茂樹・浅岡隆裕編著（2009）『ネットワーク化・地域情報化とローカルメディア』ハーベスト社
- 林 茂樹編著（2001）『日本の地方CATV』中央大学出版部
- 金山智子（2007）『コミュニティ・メディア』慶應義塾大学出版会
- 小林修一・加藤晴明（1994）『《情報》の社会学』福村出版
- 加藤晴明（2010）「ラジオパーソナリティ論のための予備的考察」『中京大学現代社会学部紀要』第4巻第1号
- 公文俊平（1988）『ネットワーク社会』中央公論社
- 河合孝仁・遊橋裕泰（2009）『地域メディアが地域を変える』日本経済評論社
- 前納弘武編（2000）『離島とメディアの研究』学文社
- 丸田一・國領二郎・公文俊平（2006）『地域情報化 認識と設計』NTT出版
- 丸田 一（2007）『ウェブが創る新しい郷土』講談社
- 松浦さと子・川島 隆編著（2010）『コミュニティメディアの未来』晃洋書房
- 大石裕（1992）『地域情報化』世界思想社
- 坂田謙司（2005）『「声」の有線メディア史』世界思想社
- 菅谷 実編著（2014）『地域メディア力』中央経済社
- 田畑暁生（2011）『離島の地域情報化政策』北樹出版
- 竹内郁郎・田村紀雄編著（1989）『【新版】地域メディア論』日本評論社
- 玉野井芳朗（1979）『地域主義の思想』農山漁村文化協会

田村紀雄 (1966) 『ひろばの思想』 文和書房

田村紀雄 (1989) 『町おこしと等身大のメディア』 お茶の水書房

田村紀雄編著 (1983) 『地域メディア論』 日本評論社

田村紀雄編 (2007) 『現代地域メディア論』 日本評論社

田村紀雄編 (2003) 『地域メディアを学ぶ人のために』 世界思想社

牛山佳菜代 (2013) 『地域メディア・エコロジー論』 芙蓉書房出版