

変容する情報環境と地域メディアの役割

吉 岡 至

地域社会と情報環境研究班主幹
関西大学社会学部教授

はじめに

今年 2013 年は、地上波テレビ放送が開始されて 60 周年を迎えた。この間、テレビ放送自体も大きな変化をとげているが、私たちが生活の中で利用する各種のメディアも大きく様変わりをしてきている。

社会的な情報を得る手段としての、その中心的なメディアの変化を、世代論に繋げて言えば、活字世代、テレビ世代、ネット世代と大きく区切ることもできる。新聞紙を手にとって記事を読むことから、テレビ画面からニュース報道や情報番組などを視聴することへ、さらにはパーソナルコンピュータ（パソコン）やスマートフォン（スマホ）などのディスプレイ上で多種多様な情報にアクセスすることへ、情報通信技術（Information and Communication Technology: ICT）の革新と各種の情報メディアの普及とともに、私たちの情報行動にも大きな変化が生じている。

本稿では、こうした情報環境の変容を視野に入れて、地域のコミュニケーション・メディアの位置づけとその役割について再検討をしてみたい。

1 情報環境の変容とメディア・エコロジー

「情報環境」という用語は、室井尚（2002）の説明によれば、必ずしも定着しているわけではないが、「人がさまざまなメディアを通して、いかにして快適に情報にアクセスできる環境を作るか」といった意味で使われることが多いようである。また、「誰もが情報にアクセスできる環境をつくるということ以外に、いつでもどこでもあらゆる情報を手にすることができる、無数の情報の飛び交う空間が、人間にとっての新しい環境世界になりつつあることを意味している」という。つまり、「コンピュータやインターネット、あるいは携帯電話や携帯端末などの普及によって、人間にとっての環境世界が大きく変化しつつある現状を考えると、従来の自然環

境や都市環境といったとらえ方に加えて、情報（の）環境という概念がますます重要性を高めている」のである¹⁾。こうした新しい環境が、私たちの日常生活や社会関係にも大きくかかわってくることになる。

たしかに、現在、わたしたちはさまざまな情報メディアに囲まれて暮らしている。テレビ、ラジオ、ケーブルテレビ、ホームビデオ、新聞、雑誌、（電子）書籍、映画、ビデオゲーム、CD・DVDプレーヤー、ビデオカメラ、デジタルカメラ、（携帯）電話、メール、パソコン、スマホ、インターネット、カーナビゲーションなど、情報を処理するメディアは実に多種多様である。各種のメディアが提供する情報によって構成される空間は、私たちが日常生活を送るうえで必要とされる一つの環境（情報環境）になっている。

電通総研編集の『情報メディア白書 2013』では、1970年と2010年のメディア環境²⁾の比較がなされているが、1970年の段階で自宅内のデバイス普及として挙げられている主な情報メディアは、カラーテレビ、ラジオ、新聞、書籍・雑誌、ラジカセ、ステレオ、カメラ、固定電話などに限られている。それに対して、2010年のそれは、先に挙げた情報メディアの多くが取り上げられている。この情報メディアの対比からだけでも、メディアの種類や情報のサービスが多様化・重層化していることがうかがえるが、同書では、今日のメディア環境の変容を特徴づけるものとして、つぎのような点を指摘している。

- ① 1 デバイス 1 コンテンツであった時代が、1 デバイス多コンテンツになり、ネットワークがあらゆるコンテンツの伝送路、流通経路として機能すると、自宅内、自宅外問わず、どこでも、どんなデバイスでも、ビジネスの障壁がなければ消費者³⁾が享受できる時代になっている。
- ② ネットワーク社会では、コンテンツは一つのデータでしかなく、物体として存在しない。よって当然ながら表示されるデバイスにはとらわれない性質を持っている。
- ③ 2010年ではさまざまなデバイスで多種多様なコンテンツを享受できる複雑な環境になっている。このことは各媒体のエコシステムがすでに転換点に来ていることを意味している。

1) かつて平野秀秋と中野取（1975）は、「情報空間自体が生活条件すなわち環境になっている側面」（情報の環境化）と「ものの世界それ自体が情報つまり記号の性質を帯びはじめる側面」（環境の情報化）の二つを合わせて「情報環境」と呼んでいた。これは、情報という次元に独自性を与え、情報を軸に私たちを取り囲む環境そのものの変化をとらえようとしたものだった。

2) ここでの「メディア環境」は、情報環境との関連で言えば、情報へアクセスするツールやデバイスと、それに対して提供されるサービスを含むものとして把握されている。この意味で、「メディア利用環境」としてとらえることもできる。

3) メディア環境を産業・ビジネスの面からとらえているので、メディアの利用者を消費者と位置づけている。

①と②について非常に卑近で単純な例を挙げるなら、新聞社のニュース報道を考えればよいだろう。1970年の段階では、新聞のニュースは新聞紙の記事として提供されていたが、紙面や記事自体がデジタル化・ネットワーク化されると、新聞紙を手にとって記事を読む形態だったものが、インターネットを通じてパソコンやスマホの画面で新聞紙をめくるように記事を利用できるようになってきているし、新聞紙面の記事とは別に、新聞社が提携しているニュース検索サイトや、新聞社自らが運営するウェブサイトを通してニュースを受け取ることができるようになっている。

そうなってくると、③に示される複雑なメディア環境に私たちは身を置きはじめていることになる。要するに、1970年のメディア環境では、各メディアはそれぞれ棲み分けをしていた側面があったのだが、2010年のメディア環境では、そうした棲み分けが見えにくくなってきたり、なくなっている、すなわちメディアのエコシステム——メディアの融合なしはメディアの生態系——が転換点を迎えているといえる。

このエコシステムの視点を地域——たとえば、各情報メディアのサービス・エリア——と関連づけて、メディアの棲み分けに注目したものが、「メディア・エコロジー・モデル⁴⁾」(図1)とされているものである。

このモデルの特徴は、その中心にもっとも身近な地域社会を置いて、そこから同心円的に県域社会、広域社会、国民社会、さらに一番外に国際社会というかたちで社会の空間的な広がりを描き、そうした重層化された社会構造のなかで、それぞれの社会空間に対応するメディアを位置づけ、その空間の内と外でのメディアの棲み分け(メディアの分類)を示している点である。

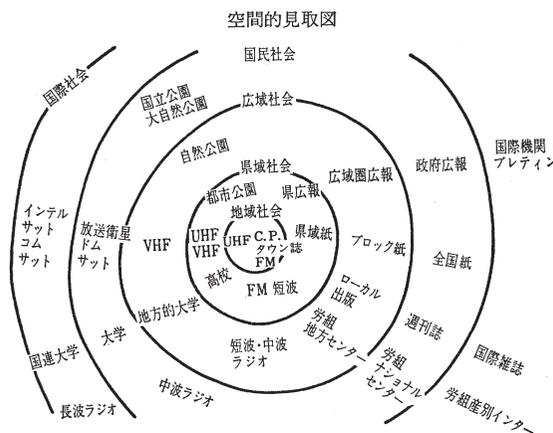


図1 メディア・エコロジー・モデル
出所：田村紀雄（1983）p. 8

4) この基本となるモデルは1970年代の初めごろに提出されている。たとえば、田村紀雄（1972）を参照。

たとえば、地域社会のなかに、コミュニティ・ペーパー（C.P.）、タウン誌、ラジオのFM、テレビのUHFなどが、その外の県域社会に、県域紙、ラジオのFM短波、テレビのVHF・UHFなどが、位置づけられている。つまり、個々のメディアやメディアの働きを持つもの——団体、施設、機関、空間など——が、それぞれの機能に応じて配置され、棲み分けされている。ただし、それぞれのメディアは、その同一空間のなかで個々ばらばらに作用しているのではなく、互いに反発したり、結びついたり、刺激し合ったりして働いているとみなされる。要するにそれぞれに対応した空間のなかで、新聞、雑誌とか、テレビ、ラジオとか、行政広報だとかが、個々ばらばらに作用しているわけではなく、ときには競い合ったり、ときには補い合ったりして、地域社会のなかでメディアが相互に活動しているという見方である。

しかしながら、上述③の「エコシステムの転換点」という指摘にみられるように、今日の情報環境の変化を視野に入れると、こうしたメディアの同心円モデルに基づく棲み分けが意味をなさなくなっている状況が一部ですでに現れている。そうした状況のなかで、地域メディアをどう捉えたらよいか、あるいは地域メディアをどう位置づけたらよいか、これらをあらためて考えてみる必要があるだろう。

2 「地域メディア」の位置づけとその活動

1978年発行の『通信白書 昭和53年版』には、メディア・エコロジー・モデルとは異なる視点から、「情報メディア・エリアマップ」（図2）が提示されている。この図は、「受け手の人数」（その多寡）と「情報の受け手への到達の時間」（その長短）の二つの尺度を軸にして、その当時のおもな情報メディアがどのように位置づけられるかを示したものである。

この図の特徴は、私たちが日々利用する電話のようなパーソナルメディアと新聞やラジオ・テレビのようなマスメディアとの間に位置づけられるミドル／中間メディアが、「空白地帯」として示されている点である。この空白地帯が地域社会において日々の利用に役立つメディアに相当する部分であるならば、日常的に、集団的に、コミュニケーション——曖昧な表現であるが「中間コミュニケーション」——をとるための地域メディアが不足していることを意味している。同白書では、今後、個別の情報ニーズに応える新しい情報メディア／コミュニケーション・メディアがこうした空白地帯を埋めていくものとして期待されていた⁵⁾。

では、ミドル／中間メディアとしての「地域メディア」とはどのようなものなのか、またどのように変化してきたのか。図3は、竹内郁郎（1989）が図式化した「地域メディアの諸類型」をもとに、浅岡隆裕（2007）が1990年代以降に登場した新たなメディア——点線の囲みで示

5) こうした空白地帯を埋める取り組みは、たとえば1980年代には各種のニューメディア政策として、1990年代には地方自治体を中心とする地域情報化政策として展開されていった。

変容する情報環境と地域メディアの役割

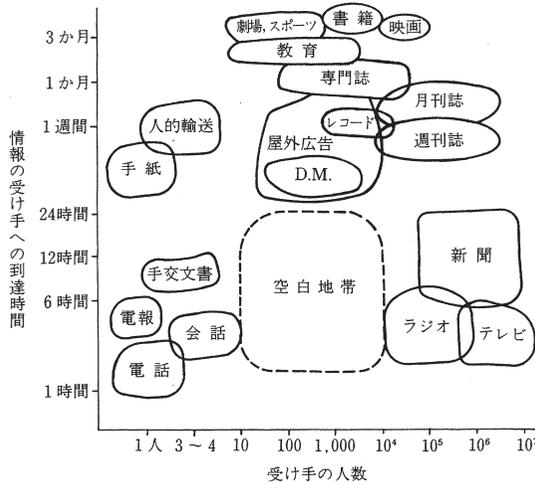


図2 情報メディア・エリアマップ
出所：『通信白書 昭和53年版』p. 46

		「メディア」の種類	
		コミュニケーション・メディア	スペース・メディア
「地域」の種類	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、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、広場 情報センター、パソコン教室・研修施設
	機能的共通性に基づく社会的単位	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

図3 地域メディアの諸類型
出所：浅岡隆裕 (2007) p. 19

された部分——を書き加えて再分類したものである。この図は、「地域」と「メディア」の種類にしたがって、「地域メディア」を4つのタイプに整理している(竹内 1989, p.7)。先にみた「メディア・エコロジー・モデル」は地理的範囲をともなった社会的単位におけるコミュニケーション・メディアとスペース・メディアを同心円的に配置したものとみなすことができる。

ここで、とくに空白地帯のミドル／中間メディアと関連づけて、「一定の地理的な空間に生活する人びとを対象にしたコミュニケーション・メディア」——図に例示された自治体広報、地域ミニコミ紙、タウン誌、フリーペーパー、コミュニティFM、CATV(ケーブルテレビ)、県紙、県域放送、地域ポータルサイト、携帯電話での情報サービスなど——に注目してみたい。

以下では、第一節で触れた「エコシステムの転換点」とも関連する具体的な事例として、つぎの3つのコミュニケーション・メディアの活動を簡単に紹介しておく。

- ①地域ポータルサイト（インターネット）：沖縄市観光ポータルサイト（沖縄県沖縄市）
- ②コミュニティFM（ラジオ放送局）：FMよみたん（沖縄県読谷村）
- ③CATV（ケーブルテレビ局）：中海テレビ（鳥取県米子市）

①の沖縄市観光ポータルサイト「コザ ウェブ」(“KOZA WEB OKINAWA CITY”)は、2013年4月からサービスを開始した地域ポータルサイトであり、沖縄市文化観光課が管理・運営している⁶⁾。このポータルサイトは、沖縄市の地域資源を活かすことをねらいとしており、スマートフォンでのWi-Fiサービスやアプリの構築とも連動させて、エイサーや音楽、伝統芸能、食などの観光情報を一元的に発信するものであり、地域の文化・スポーツなどのイベント情報も提供している。このウェブサイトには、「コザTV」というチャンネルが設定されており、インターネットを通じて沖縄市独自の地域情報を受け取ることができる。そのなかの〈コザの裏側〉というチャンネルでは「ディープなコザ」を紹介する番組を配信している（毎週金曜日更新）。この番組は2013年12月から沖縄の民放ローカル局（RBC琉球放送）で放送されている。また、〈コザライブ中継チャンネル〉〈沖縄市情報チャンネル〉〈otoichiba. TV〉〈コザ・ミュージックTV〉など、地域に密着した番組を発信するほか、〈FMオキラジ〉〈FMコザ〉とった地域のラジオ局の番組を配信している。こうしたICTを活用したポータルサイトが地域の活性化につながることを期待されている。

②の「FMよみたん」は、4万人余りの人口を抱える読谷村に2008年11月に開局したコミュニティFM局である。このFM局は地域の人が集まる読谷村文化センターの一角にあり、そのスタジオは常時公開されている⁷⁾。「FMよみたん」は、地域のラジオ局として週単位の番組表にしたがって地域に密着した独自の番組を放送している。また、ラジオ放送以外にも、インターネットを通じてさまざまな地域情報を発信している。たとえば、USTREAMによるラジオ番組のネット配信によって、「読谷村行政情報」や「防災情報番組」の提供、「読谷村議会」の中継、沖縄県内や読谷村の「観光情報番組」など、さまざまな映像情報も発信している⁸⁾。加えて、「YOU TV」という独自の映像配信専門チャンネルを設けて、自主制作番組の発信や、沖縄県

6) 筆者は2013年11月14日に沖縄市経済文化部観光課にて担当者の与那嶺良一氏から「コザ ウェブ」についての聞き取り調査を行なった。

7) 筆者は2013年3月4日に「FMよみたん」を訪問し、代表取締役社長の仲宗根朝治氏から放送局の活動について話を聞く機会を得た。

8) コミュニティFM局のラジオ放送は、たとえば「サイマルラジオ (Simul Radio)」や「リスラジ (Listen Radio)」などに登録された放送局であれば、インターネットを通じて地域の電波エリアを超えて、それぞれの地域で放送されている番組が聴取できる環境になっている。

内のお祭り・クラシック演奏会・映画祭など、さまざまなイベントの紹介を行っている。「FMよみたん」の取り組みは、地域における複合的なコミュニケーション・メディアの活動とみなすことができる。

③の「中海テレビ」は、1989年11月に鳥取県米子市を主要なサービス・エリアとする地域密着型のケーブルテレビ局である。中海テレビは地域資本によって事業が運営されているケーブルテレビで、地域の自主放送番組を提供するコミュニティチャンネルが非常に充実している。そのコミュニティチャンネルには、地域のニュースや多様なジャンルの番組を放送するチャンネル、市町村ごとに議会や行政の情報などを放送する地域専門チャンネル、県議会の中継などを行う県民チャンネル、市民が提供した番組を放送するパブリック・アクセス・チャンネルなど、地域に根差したチャンネルが豊富に用意されている。とくに、地域ニュースのチャンネルでは、月曜から金曜まで毎日、朝に「モーニングスタジオ」(7:00～8:30)、夕方に「コムコムスタジオ」(18:00～18:30)というニュース番組が放送されている。放送エリアを中心とした「地域のニュース」の一部は、インターネットを通じて動画と記事として配信されている。また、地域情報誌『コムコムマガジン』(地域をより深く知り、おでかけしたくなる、ライフエンジョイ情報誌)の発行も行い、その誌面はホームページ上で読むことができる。こうした放送番組や情報提供を通して、地域でしか作り出されないニュースや地域で起こっている出来事を多面的に伝えるコミュニケーション・メディアとして、「中海テレビ」を位置づけることができる。

3 「地域」のコミュニケーション・メディアが担う役割

前節では、「一定の地理的な空間に生活する人びとを対象にしたコミュニケーション・メディア」を「地域メディア」の一類型としてとらえ、地域ポータルサイト、コミュニティFM、ケーブルテレビの3つの事例を簡単に紹介したが、ここでは、それらの事例とも関連づけながら、あらためて地域メディアの役割を考えてみたい。

まず、先に示した「地域メディアの諸類型」とも関係するが、地域メディアの「地域」をどう位置づけるのかという問題がある。寄藤昂(2003)によれば、日本では一般的に「地域」は市町村と同程度あるいはやや広い範囲までを指すようで、市町村より狭いと「地区」、県より広いと「地方」といった漠然とした使い分けがなされているようである。他方、地理学では「地域」という言葉には大きさの規定は含まれておらず、基本的には「何らかの意味のある空間的な広がり」およびその集合を「地域」と呼ぶのだという。ケーブルテレビのようにメディア事業が対象とするサービスエリアからその「地域」を設定することは可能だとしても、一定の地理的範囲から「地域メディア」を位置づけることは容易ではない。したがって、地域メディアの「地域」は「地理空間」としてよりも、むしろ「地域社会」とそれを構成する人間集団が重

要になってくる⁹⁾。

第一節で示した同心円モデルの「地域社会」は、単に「地理的広がり」を意味するだけでなく、その広がり是一个のコミュニティとしての「社会空間」を示すものであった。「コミュニティ」という言葉もさまざまな意味で用いられるが、「人間の共同生活を前提とする地域社会」（地域コミュニティ）を示すものとしてとらえることができる。つまり、「コミュニティ」と言うにせよ、「地域社会」と言うにせよ、ともに「生活の場を共有する人びとの集まり」「人びとがつながりをもって生活する空間」といった意味がその根底にあるといえよう¹⁰⁾。

「地域」をこうした立場からみると、「地域メディア」とはわかりにくい概念であり、さまざまな条件が考えられる。寄藤は、下記の3つの条件を例示し検討を加えているが、情報通信技術が発達・普及し、衛星放送やインターネットのように地上の物理的距離が意味をもたないメディアが登場すると、その概念も再吟味が必要になる、と指摘している（寄藤 2003, p. 57）。

- ①特定の地域空間のみを（物理的に）サービス対象とするメディア
- ②きわめて「地域社会限定的な」内容を発信するメディア
- ③（全国区でない）地域資本によって経営されるメディア

たとえば、先に挙げた事例で言えば、沖縄市観光ポータルサイト「コザ ウェブ」は②と③は当てはまるにしても、元から①には該当しない。おそらく、コミュニティFM局「FMよみたん」とケーブルテレビ局「中海テレビ」は、地域の放送局としてみると3条件すべてに該当するメディアではあるが、必ずしも①や②の条件にとどまるものではない。また、「中海テレビ」は③の条件を満たしているが、ケーブルテレビ事業者すべてがこの条件に合致しているわけではない。

たしかに、新しい情報環境が作り出されていることをふまえると、この3条件に基づいて地域のコミュニケーション・メディアを把握することは困難であると言わざるをえない。しかしながら、3つの事例に共通している条件に注目すれば、②の条件を抜きにしては地域メディアの役割を語ることはできないはずである。そうであるなら、ひとまず「きわめて「地域社会限定的な」内容を発信するメディア」という条件を、地域メディアの重要な条件としてとらえ、そのメディアの働きを検討してみたい。その際、「地域社会限定的な」内容を「地域情報」に置き換えて、その情報にかかわる地域メディアの役割を考えていくことにする。

9) 寄藤（2003）は、「地域」を「何らかの社会的共通性をもつ市町村程度の連続した広がり」と定義している（p. 58）。

10) 日本では1990年代以降、地方の過疎化の現象と関連して、「限界集落」という言い方がされるようになってきているが、その意味は、地域社会のなかでつながりや集まりがなくなったということではなく、共同生活を前提とすることが困難になった、できなくなった地域社会を示すものである。

では、「地域情報」とはどのような性格をもつものなのか。船津衛は、地域情報化を円滑に進めるためには、地域情報についての明確なイメージとその的確な現状把握が必要であるとして、地域情報のいくつかの特徴をつぎのように説明している（船津 1994, p. 194-5）。

- ①「地域情報」とは地域に関連した情報であり、地域に依存した情報である。それは地域の観点から意味付けし、解釈し、また新たに創造した情報である。
- ②「地域情報」の内容は地域社会に密着し、そこから生み出されるものでなければならない。
- ③「地域情報」は、本来、地域の観点を重視し、地域の独自性や個性を表現する情報なのである。
- ④「地域情報」は、地域社会の問題を明確に把握し、また人びとのニーズに応える情報を表す。

とくに①と④の特徴に関連づけて言えば、たとえば全国ニュースで「日米安保」の問題が取り上げられているとすれば、沖縄県という地域、あるいはそこで地域情報を考えた場合には、県内には米軍基地があるわけだから、地域にとってはそのニュース・問題は重要であり、人びとの情報欲求も強く、当然、基地問題の観点から情報が意味づけされたり、解釈されたり、新たに創造されたりする。沖縄県のなかでも、さらに基地のある市町村にとっては、基地問題に絡めて、自ずと日常生活のなかでの安全や安心の問題とかかわってくることになる。騒音であるとか、事故であるとか、そうした日常生活の安全・安心の問題から、地域のニュースが意味づけされたり、解釈されたりしていく側面がある。

②について言えば、「地域社会」に関する情報は、ある意味で、人々が集まって暮らしている日常生活に根差したものにならざるをえない。「FMよみたん」や「中海テレビ」の放送番組とそこで情報は、その地域の人がその地域で起こったことを語り伝えるということが基本であろう。

さらに③については、たとえば、地域文化にかかわりのあるものが地域情報として重要だということにもなるだろう。先の沖縄市観光ポータルサイトでは、エイサーやコザ・ミュージックなど、地域の文化資源を情報として発信している。それぞれの地域固有の伝統や文化がそのまま地域情報として意味を有しているのである。

こうした性格をもつ地域情報は、具体的には地域の産業、政治・行政、生産と消費の活動、気象や災害、環境、教育・文化、医療・福祉、行事やイベント、娯楽、事件・事故、広告などさまざまな情報があり、広くとらえれば、地域社会にかかわるあらゆる情報が地域情報に含まれることになる（船津 1994, p. 1）。

では、こうした地域情報を提供するメディアはどのような働きをしているのだろうか。第一

に、ふだんから地域住民にたいして地域のさまざまな情報や知識を伝達するメディアの役割がある。第二に、地域のなかでどんなことが起こっているのか、何が問題なのかといった環境を監視する働きもある。第三に、非常時・災害時の避難・誘導や、地域でのボランティア活動や文化活動への参加など、人びとの行動を方向づける指令や呼びかけを行うこともメディアの役割といえる。第四に、こうした地域メディアの活動が人びとの連帯感や帰属意識を高めたり、地域アイデンティティの確立や地域のイメージ形成に寄与したりする可能性もあるだろう。

すでに一部例示したように、コミュニティFM局やケーブルテレビ局などの特定のメディア事業者がこれらの機能を総合的に担う場合もあれば、地域ポータルサイトの情報発信のように一部に特化した働きをする場合もある。また、地域情報の受発信は地域内の単一のメディアによって単独でなされるのではなく、フェイスブックやツイッターなどの「ソーシャルメディア」の活用にもみられるように、利用可能な情報メディアを駆使することによって多種多様に展開されている側面もある。情報環境の変容にともなって、さまざまなメディアが複合的に地域メディアとして機能しているとみるならば、「地域メディア」は、より一層、集合的な概念として把握することが必要になっているといえよう。

まとめにかえて

「情報環境」が変容するなかで「地域メディア」自体がとらえにくくなっている状況を説明し、そのうえで「地域情報」を軸に地域社会におけるコミュニケーション・メディアの役割を考えてきた。前節のおわりに、地域メディアの役割として「地域アイデンティティの確立」を示したが、これまでに地域メディアの役割期待として「コミュニティ意識の醸成」がつけに言及されてきた。たとえば、地域メディアのコミュニティ形成機能との関連で、つぎのような指摘を確認することができる。

都市では、定住化しつつある住民のなかに、共同性を新たに醸成することが課題であり、過疎地域では弱まっている地域性を強め共同性の再編成が課題になっている。コミュニティ形成にとって重要なのは、地域性を基盤にした共同性の醸成だといえよう。生活の個人化が進展するなかで、少数の住民に自覚されている共同性・連帯性を不可欠とするコミュニティ意識を、いかにして広範な人びとに共通のものとしてゆくかが現実の課題なのである。コミュニティ形成とは、住民の関心を地域社会に向けるだけでなく、成員間の合意による連帯、すなわち共同性の醸成によって自治が達成されていく過程だといえる（清原慶子 1989, p. 52-53）。

ここでの「コミュニティ形成機能」とは「地域性を基盤とした共同性の醸成に果たす機能」

を意味しているが、今日においてもなお、コミュニティ意識の希薄化や自治の機能低下が問題となっているとするならば、こうした役割期待に地域メディアがこれまでどう応えてきたのか、そのこと自体をあらためて問う必要があるだろう。他方で、東日本大震災後には、危機に瀕しているコミュニティの再生・復活ということが再び注目を浴びている。情報環境が大きく変化しているなかであっても、地域メディアに課せられたコミュニティ形成（地域づくり）への役割期待はけっしてその意味を失ってはいないだろう。そうであるなら、その期待に地域メディアが今後どう応えていくのか、その可能性についても検討していかねばならない。これらは筆者にとっての今後の研究課題である。

付記

本稿は、2013年10月16日開催の第202回産業セミナーにおける講演原稿を加筆・修正したものである。また、平成23～25年度科学研究費基盤研究（C）「地域社会の主体形成と活性化にかかわる情報環境整備」（研究代表者・吉岡至、課題番号23530710）の研究成果の一部である。

【引用文献・参考文献】

- 浅岡隆裕（2007）「地域メディアの新しいかたち」（田村紀雄・白水繁彦 編著『現代地域メディア論』日本評論社）
- 清原慶子（1989）「地域メディアの機能と展開」（竹内郁郎・田村紀雄 編著『新版・地域メディア』日本評論社）
- 竹内郁郎（1989）「地域メディアの社会理論」（竹内郁郎・田村紀雄 編著『新版・地域メディア』日本評論社）
- 田村紀雄（1972）『コミュニティ・メディア論——《地域》の復権と自立に』現代ジャーナリズム出版会
- 田村紀雄（1983）「なぜ地域のメディアか」（田村紀雄 編著『地域メディア——ニューメディアのインパクト』日本評論社）
- 電通総研 編（2013）『情報メディア白書 2013』ダイヤモンド社
- 平野秀秋・中野 取（1975）『コピー体験の文化——孤独な群衆の後裔』時事通信社
- 広井良典（2009）『コミュニティを問いなおす——つながり・都市・日本社会の未来』ちくま新書
- 船津 衛（1994）『地域情報と地域メディア』恒星社厚生閣
- 室井 尚（2002）「情報環境」（北川高嗣・須藤 修・西垣 通・浜田純一・吉見俊哉・米本昌平 編集委員『情報学事典』弘文堂）
- 郵政省（現・総務省）編（1978）『通信白書 昭和53年版』
- 吉岡 至（2009）「メディアによる地域おこしの方向性」（フジテレビ編成制作局『aura（アウラ）』196号）
- 寄藤 昂（2003）「「地域メディアと地域調査——地理学の視点から」（田村紀雄 編『地域メディアを学ぶ人のために』世界思想社）