

本論文の要約

本論文はテレビ番組から発信される情報がどのように信ぴょう性を確立しているのかを研究・考察したものである。

それにあたり、先行研究としてテレビの歴史、視聴者の見方の変化を文献の購読を研究方法とし、研究した。その後、エスノメソドロジーを用いた映像資料の考察、インタビュー調査を行った。

その結果、視聴者の見方には年齢や社会的地位、環境、時代などさまざまな要因が関連して変化が見られたが、視聴者の経験や価値観、知識、一般常識とその情報が一致しているかどうか情報が信頼する上で最も重要な判断基準なことはあらゆる人に該当することだと結論づけた。また、経験や知識が乏しい分野においては発言者の社会的背景やグラフの表示なども信ぴょう性を高める効果がある。

しかし研究を進めるうちに、テレビ、特にバラエティ番組との複合型の情報番組は信頼度があまり高くはない現実も見えてきた。

そこで、テレビそのものの信ぴょう性を高める為にどうすれば良いかも含めた、今後のテレビの在り方について考察した。テレビは今後、ジャンルごとに各局番組を配信する専門チャンネル化し有料配信とすることで、信頼度を向上させるだけでなく、衰退することなく日常メディアとしてあり続けられるだろうと結論付け、本論文のまとめとした。

要約

社会学部メディア社会学科4年A組

09de0131 王

50年以上続く歴史を持つテレビに、まだ歴史の浅いインターネットがすでに並んだことを2012年の広告費から見受けられる。この勢いは止まらず、数年後、かなり近い未来にはテレビの需要はなくなり、将来的にインターネットはテレビを越し、テレビは衰退の一途をたどるということが定説になりつつある。その中で、どちらも主な収入源としている広告に重点を置いて論じること、両者の将来的な可能性を考え、共存の方法を提案したい。その内容に、デバイス自体の成長から今後の両者の新しいシステムと、その中で生きる広告の方法を挙げている。そのため、広告自身の変化と、その新しい役割が何なのかを見極め、今広告をテレビ・インターネットに出す目的は何かを説明している。テレビとインターネットは決して油と水の関係ではなく、将来融合した両者の形があることを述べて、この定説に挑戦したい。

「恋愛」の「閉塞感」-人びとの営みを通して-

09DE019P 尾崎 明

本論文は、人びとの「恋愛」の理解がいかになされているのか、その際に恋愛が人びとにとってどのような「閉塞感」となるのか、というテーマに、メディア言説の分析から迫るものである。まず先行研究から、どのように「恋愛」が語られてきたのか、その歴史的な文脈を示し、その結果、恋愛に関する社会学研究において、「ロマンティック・ラブ・イデオロギーの衰退」説がまことしやかに流れていることを明らかにした。そしてその説がどの程度人びとの実践に確認できるかを、雑誌・漫画などの恋愛言説から探った。分析の結果として、「ロマンティック・ラブ」の志向する「情熱的な恋愛」「結婚に結びつく恋愛」は、人びとにとって目指すべき「恋愛」の理想系としての価値だと描かれていること、他の恋愛形態（「不倫」「同性愛」などの結婚に至らない恋愛）と比べ、優位に描かれていることを導きだした。

「ロマンティック・ラブ・イデオロギーの衰退」は、様々な恋愛形態がメディアに描かれるようになったために、たったひとつの「恋愛」のかたちとしての言説はなくなったということだろう。しかし、様々な恋愛言説の氾濫する現代においても、その価値は有効であるどころか依然として優遇されており、「恋愛」の語りの多さ・語りの要請は、優位でない「恋愛」を志向するものにとって「閉塞感」をもたらしている。そのような語りにとらわれないコミュニケーションへの言及を、本論の残された課題として提示しておいた。

本論文は、現在の在日コリアンを理解することを目的として調査した。特に在日コリアンと韓流を関連付け、現在の在日コリアンと韓流に対する多様な認識を明らかにした。まず在日コリアンの歴史をはじめ、アイデンティティを先行研究で調査し、在日コリアン2世2人と3世7人総計9人の在日コリアンとインタビュー調査を行った。調査対象者は、「共生志向型」、「同胞志向型」、「帰化志向型」と、3つのアイデンティティに分類することができた。このアイデンティティをもとで在日コリアンが考えている韓流・韓国・日本などに対する認識を調査した。調査結果はアイデンティティに関わらず、韓流に対し肯定的に考えていることが分かり、特に在日コリアン3世の場合は生活の面でも大きな変化を感じていることが分かった。しかし、一方では在日コリアンに対する親近感は、在日コリアンと韓国人を区別できない日本人が増えたからだという認識もあった。そして日本人の歴史を知らない人と話し合う機会が増え、傷つけられることもその分多くなったというケースもあった。また韓流が消え去ると在日コリアンに対する態度も昔のように戻るのではないかという懸念の声もあった。以上本研究で、在日コリアンの韓流に対する多様な認識と在日コリアンの現在を理解することができた。

『電車男』のヒット以来、“オタク”という言葉は世間一般に広く知られオタクブームなるものが起きたが、あくまでオタクは男であるという認識が強く、女のオタクなど居ないもののように扱われていた。しかし、女オタクは男オタクと同じ位、むしろそれよりも多く存在していると言われており、その女オタクの中の一ジャンルとして「腐女子」というものがある。「腐女子」は狭義の意味で「男性同士の同性愛を好む女性」とされているが、その腐女子に対する定義や見解は定まったものが無いという現状がある。そして現在、腐女子の市場はいたるところに存在し、日本のコンテンツや産業の活性化は腐女子にかかっていると言っても過言ではない。そこで、腐女子や同人文化などに関する先行研究と腐女子と自認する方へのインタビュー調査を通して腐女子の定義づけとともに、今後の日本における様々なコンテンツや産業の成長を促す糸口を見つけていくことを目的として本論を展開していった。インタビュー調査の中で、腐女子は先行研究で言われている男性同士の「関係性」を欲望しているだけではなく、男性オタクの欲望である「見る（所有する）」という欲望も持ち合わせていることや、現実をしっかりと理解し、理想と現実の区別がはっきりしているということが明らかになったため、結論において腐女子を「男性的欲望も持った、現実主義の、男性同性愛を好む女性」と定義づけた。また、先行研究とインタビュー調査によって腐女子の消費行動に一定の共通性を見出し、腐女子を通じたコンテンツ・産業の活性化のためには「収集 (collection)」、「創造 (creativity)」、「コミュニティ (community)」の「3C」を意識したマーケティングが重要なポイントであるとした。

「日本人のペット観の変化による犬の家族化の真偽」

09DE171R 小嶋 千尋

本論文では、「犬は家族か」という問いに対して、現代の家族とペットの実情の両面を考察し、現代におけるペットの家族内での存在位置について明らかにした。現代の家族は個人化が進み、人々は家庭内ですら孤独を感じている。そんな中で、家族の代替として愛情を注げる存在として、ペットが選ばれたのだ。その中でも、犬は相互コミュニケーションが可能で、長年人類と連れ添った歴史を持つ動物であることなどから、数あるペットの中でも高い人気を誇っている。

こうしてペットが代替家族として家族内に入り込んだ結果、家族とペットの境界線は曖昧になっている。しかし、個人の価値観によってその位置づけは異なるため、一概にペットは家族であるとはいえない。しかし、ペットの存在自体が、単なる愛玩動物という役割を超え、人々に大きな影響を与える存在となっているのは間違いない。犬は、そうしたペットの代表として、新たなペットの形をつくっているのだ。

本論文は、市民自信の手で情報を発信する「市民ジャーナリズム」の可能性を説いたものである。現在、どこからでも誰でも簡単に情報を送受信できる環境が整ってきた。それは同時に、市民も情報を創造できるようになったことを意味している。東日本大震災では多くの市民のカメラマンの映像が世界に衝撃を与えたように、市民ジャーナリズムの萌芽は既にある。市民ジャーナリズムは既存のメディアとは違う「縛られない」メディアとして期待できる。しかし、市民ジャーナリズムは今日明日にすぐ定着するわけではない。だからこそ我々若者世代が中心となって、もう一度メディアについて考え直し、メディアリテラシーを身に付け、ジャーナリズムのルールを知った上で報道に参加していくべきだと考えた。