

〈要約〉

毎年、自殺者の数は3万人近く達している。電車の中で人身事故のアナウンスを何事もないように聞いている人々。自殺はこのように今の社会の中に溢れている。しかし、このような自殺を現代人は自分とは何の関係のないことだと思いながら、真剣に自殺に対して向き合おうとしない人々が絶対的に多数である。人間は未来を見て生きるものでありながら、自分の死や病気等暗いものには目を向けようとしない。自殺もその中の一つである。自殺は自分の選択なのかそれとも逃げることでできない必然的なものであるのか。もちろん、その両方が存在するものではあるが、ここで考えておくべきことは自殺が今生きている人々から自分とは関係のない遠い出来事では決してなくいつ自分に、もしくは自分の周りに起きるか知れないことであるということである。

自殺は20代、30代の中で死因の1位に位置している。このことからみるとどれだけ多くの人が自ら死を選んでいるのかがわかる。

それでは、このような自殺が、今の現代人の生活に密接に関わっているメディアではどのように扱われているのだろうか。私は自分の専攻であるメディアコミュニケーションの考えに立脚して卒業論文の調査を進めて行きたいと思った。

卒業論文の内容を簡略に紹介すると以下のようなものになる。

第1章では、このテーマを書く目的と理由に関して述べる。

第2章では、自殺の現状とデータから見る自殺に関して述べる。デュルケームの名著「自殺論」から見た自殺という言葉の定義と、過去から現在の日本における自殺に関する実際の数値を用いて述べる。

第3章では、自殺報道の現状と背景に関して述べる。特にこの章ではWHOの自殺報道のガイドラインから見る報道の在り方と、153名を対象として実施した「自殺報道に関する意識調査」を用いて話を進める。

第4章は、今までの章で述べてきた資料、主張等を踏まえた上で、自殺報道に関して自分なりに考察した内容について整理したものである。

普段から興味を持っていたテーマであったからこそ、自分の考えと社会の認識(アンケートの結果)との相違点に焦りを感じ、客観的に事実を述べ、情報を集めて、その中で共通する現象や特徴を言葉に表す作業に困惑した。

自殺は単なる個人的な問題ではなく、社会的な問題であるとの認識が広がっている。このことは、私たちは社会の中で生きていると示唆する。技術の発展によりメディアはより大きい力(人々への影響力)を手に入れることができた。その分、メディアが社会に対して持つ責任は重くなってきている。だからこそ、メディアは社会にどのようなメッセージを伝えるべきか慎重に考察するべきであることがわかった。

テレビ離れ
—メディアとしてのテレビの限界—

宮脇啓輔

若者のテレビ離れが言われて十数年が経ち、今日のテレビ業界は視聴率の低下に苦しんでいる。そして「テレビは面白くなくなった」と言われ、ネットがあればテレビがなくても十分という人がいるぐらいテレビの相対的影響力は低下している。その一方で、高視聴率を記録する番組も存在している。そこで私は、一般的に言われている「テレビ離れ」とは「テレビを見なくなったのではなく、テレビを見る方法が変わっただけなのではないか」と考えた。若者のテレビ視聴時間は低下傾向にあるものの、テレビを全く見なくなったという人はほんの一握りだった。しかし、一家複数台テレビ所有や家族単位の縮小化によりパーソナルな視聴が増えつつある現在では、時間に縛られるリアルタイム視聴よりは、自由なネット動画視聴や録画視聴が好まれている。面白い番組ほど録画されたり、ネットで繰り返し視聴される現在において、CMを見せることで成り立っているテレビはメディアとして限界を迎えている。テレビはこの先何十年生き残るには視聴率調査の見直し、コンテンツを売る「コンテンツとしてのテレビ」と姿を変えなければならないだろう。

選択の自由が人々にもたらすもの—『婚活』を通して考える—

選択の多様化は良いことだと世間では評されているが、むしろ不自由さや困難性をともなうのではないかと仮定して「結婚活動」という社会現象を通じて考えた。2章において、経済学の観点から大きな枠組みの中で選択行動、心理学的側面から個人の選択行動について考えた。3章は婚活の概要について説明し、4章では具体的な婚活の事例について、体験者自身が選択に満足しているか否かに注目して分析した。

その結果、選択の満足度は、①選択する領域でマキシマイザーかサティスファイサーになるか、②自分の意志で選択できる状況にあるかの二つの理由で決まると分かった。上記の条件に該当する人は決断に満足していたが、選択肢の多さゆえに自らが必要とする条件が分からないため選択に苦勞するという人も少なからずいた。そのため、選択の多様化が与える影響というのは、一概に自由か不自由になるとは言えず、個人の意思の有無や強さといった姿勢に左右される。

なぜ手紙はなくならないのか
—現代社会における手紙の意義—

10de030y 池田真生

本論文で明らかにさせたいテーマは【現代社会における手紙の意義】である。
はじめにで述べたようにソーシャルメディアなどのコミュニケーションツールが発達している時代において、まだ活躍している手紙の意義、なぜなくならないのかについて考察する。このテーマを明らかにするために以下の流れで論文を進めていく。

第1章では手紙の定義を明確にするとともに、発達してきた歴史や経緯をまとめながら郵便制度についても触れていく。第2章では他のメディアと比較し、郵便で送る手紙だけではなく、少女による授業中の手紙や、手紙を題材にした小説から、いろんな形の手紙についてまとめていく。第3章では、手紙に関する行事・イベント・取り組みから、現代でなぜそのような取り組みがなされるのかという点から手紙の意義を見出していく。第4章ではインタビューをもとに人々の手紙の価値を見出す。

建前の環境問題意識と社会的ジレンマ

本論では、人々の環境問題に対する関心と実際の行動や解決策の選好との間のネガティブなギャップがあることを指摘することからはじまり、社会的ジレンマの諸理論から環境問題に対峙した人々の行動や解決策選択を規定する心理的要因を考察し、ひいては、社会的ジレンマとしての環境問題の解決の糸口を見つけようとしてきた。

世論調査で9割以上の人々が環境問題に関心があると答えるなかで、実際の行動や環境税の賛否では大きくポイントをさげており、人々の環境問題に対する関心と実際の行動や解決策の選好との間のネガティブなギャップがあるといえる。

では、そのようなギャップはなぜ生まれるか。多くの人々が利己的な行動をすることにより社会全体として人間にとって望ましくないことが起きてしまうことを社会的ジレンマという。今日の環境問題はこのひな形にまさしく当てはまっており、社会的ジレンマ研究の諸理論から環境問題に対峙した人々の行動選択の心理的要因を考えることができる。

世論調査を社会的ジレンマのアプローチから見ると、もっとも人々の行動を規定している心理的要因は、個人の私益の損得に関するものであることが分かる。環境問題に対して真剣に皆で取り組もうという社会のムードが感じられると思われる中、人は個人の利益の最大化に動くという、経済理論の大前提で語れるものにすぎなかった。

しかし、ジレンマ状況を解消し人々に受け入れられ効果を上げた環境問題対策の事例として藤沢市ごみ有料化政策がある。そこで、もっとも影響を与えているのは公平感であったが、政策の効果の説明の徹底と世論を反映した制度の導入によりごみ有料化は受け入れられた。社会問題対策において社会的ジレンマのアプローチから考察することの有用性がここからみることができるだろう。

<卒業論文要約原稿>

キャラクターがコミュニケーションで果たす役割

キャラクターは増殖し続けるのか

10DE076F 紫安藍里

日々の生活の中には、人や団体、モノから地域までイメージを発信するためのデザインやイラスト、ぬいぐるみといった「キャラクター」があふれている。なぜキャラクターは作られ、そしてなぜ消費者はキャラクターを消費するのか。なぜキャラクターを介することで企業の理念を伝えたり、商品の理解を促す等のコミュニケーションが成立しうるのか。本論文ではキャラクターの歴史、消費者の心理的な側面からキャラクターを介したコミュニケーションのあり方について分析し、【コミュニケーションに果たすキャラクターの役割】を考察した。

誕生した当初、区別のロゴとして使われていたキャラクターは、やがて商品やサービスを消費者に強く訴求するためのセールスマンとなっていった。さらにキャラクターは企業の商品やサービス、また活動が自分に関係があることだと気づきかせ、「自分ごと化」を促す役割を担っていくようになった。キャラクターは企業と消費者をつなぐソーシャルコミュニケーターとしての役割を担うようになったのである。

そして今後のキャラクターは、サービスや商品の認識や理解を助ける役割だけでなく、個人間のコミュニケーションの中で独立して働く方向に進む可能性があると考えられる。

ソーシャルコミュニケーターとしてのキャラクターは何かを指し示すことよりも、キャラクターそのものの存在がさまざまな意を含む情報を伝達する。つまりキャラクターは非言語コミュニケーション（ノンバーバル）として、コミュニケーションを手助けしてくれる存在となっていくと考えられる。キャラクターはまさに、私たちのコミュニケーションを円滑にしてくれる非言語コミュニケーションのひとつの要素となっていくのである。私たちは自己表現のコミュニケーションツールとしてこのキャラクターを積極的に活用すべきではないだろうか。

非日常空間としての「渋谷」
～若者とメディアの関わりを中心に～

日本が世界に誇る大繁華街「渋谷」。数年前までは「若者の街」としての側面が強かったが、近年は「大人の街」や「非日常的空間」へと変化している。本論文の目的は、①「若者」「メディア」「集団」をキーワードに、「渋谷」の発展と変化の過程を探ること②渋谷という都市の今後の展望を予測することの2点である。

都市とメディアは互いに相互し合い、集団そして流行を生み出していたこと、またメディアの変化によって街の人々も、それに伴って都市も移り変わっていくことが明確になった。また、人々が渋谷に集まるのは、渋谷には「遊び場としての魅力」「ビジネスに挑戦する場としての魅力」「プロモーションの有効性」の3つの魅力に加え、「人との出会いをプロデュースする場」があるためである。インターネットの時代に「生」で出会うことの価値が高まっている今、渋谷はますます混沌とした街になるという結論に至った。

ジェンダーの規範は社会レベルで固定的に根付いてしまっている。われわれは社会化を通して規範を学ぶが、とりわけメディアはわれわれにとって密接な社会化の担い手である。その一例としての漫画は、身近であるがゆえに大きな影響力を持つと考えられる。

男女平等の風潮が高まるにつれて、漫画に描かれるジェンダー規範は弱まったのではないかと私は考えた。社会でのジェンダー観の変化と、漫画における性の変化との関連性を分析し、漫画がジェンダー規範という面において社会に与えた影響を考察する。

年代ごとの代表作をピックアップし、それぞれのジェンダー規範を分析した結果、漫画作品におけるジェンダー規範は、現在に近づくほど弱まっていることがわかった。これは現代においてジェンダー平等性の高い作品が好まれるようになったことを意味する。現実構築の機能を持つメディアとしての漫画は、われわれのニーズを受けだけでなく、そこからまた新たな規範を創出する。そういった点で、漫画はジェンダー規範を変える機能を備えていると考えることができる。

若者はインターネット依存であるという意識とインターネットとの今後の関わり方

立教大学社会学部メディア社会学科 10DE130A

土屋摩祐

現在、インターネットは日常生活に欠かすことの出来ないツールの 1 つとなっている。街中、電車の中、大学でも、携帯電話やスマートフォン、パソコンによって常にインターネットにアクセスする若者は多い。そしてそのような若者に対し、社会は「若者はインターネット依存」という問題を騒いでいくようになった。しかし、若者達は本当にインターネット依存なのだろうか。メディアの悪影響論、若者のカテゴリー化から、「若者はインターネット依存」というものは社会が作り上げた“意識”であるということについて論じる。そして実際現役大学生 5 名にインタビュー調査を行い、若者達はインターネット、更には「若者はインターネット依存」という問題についてどのように捉えているかを調べ、若者も社会と同様の意識を持っている反面、問題視する考えは薄いという事が分かった。そこから、若者達、更に社会は、今後インターネットとどのように関わっていくべきかを考えていく。

日本の選挙におけるメディア利用
—日本とアメリカの特徴を比較して—

2013年7月に行われた日本で初めてとなるネット選挙は、鳴り物入りのような状態で始まった。しかし、いざ終わってみると期待されていた若者の投票率の向上、お金のかからない選挙の実現。候補者・有権者間の双方向の政策理論等々といったネット選挙への期待は、すべて残念な結果となってしまった。しかし、ネット選挙解禁によっての見られた効果もある。各候補者は積極的に情報を発信していった。また、候補者ではネット選挙が可能となった事で出馬を決意した候補も出てきた。更には、有権者のネット選挙や政治への関心を惹き起こそうとする団体も発足した。他にも、2008年のアメリカ大統領選挙のような衝撃的な影響ではないが、ネット選挙による効果はあったのである。その効果を更に大きくしていくために2008年、2012年のアメリカ大統領選挙の事例を見ていく事で、政党・候補者・有権者の立場から今後の日本におけるネット選挙について考えた。

2013 年度 卒業論文要約

若者の自尊感情と SNS 利用の関係性

社会学部メディア社会学科

10DE155D 染野航平

本論文では、若者の自尊感情と SNS 利用の関係性を明らかにすることを目的とした。

現代の若者は、社会の変化によって多元化した自らのアイデンティティを確認しようとするあまり、他者からの評価に対して非常に敏感になる傾向がある。他者からの評価が自尊感情に大きな影響を与えるということは、過去の先行研究から示した。そして本論文を執筆するにあたって、実施した調査によって「自尊感情が低い若者は、他者への承認不安に陥る傾向がある」、「承認不安が強い若者ほど、SNS 上において他者からの反応を求める傾向がある」ということが示された。したがって、彼らの自己呈示はもはやリアルの世界だけに留まるものではなく、SNS 上のヴァーチャルな世界においても、他者の存在を意識しながら行われているのではないかとすることを結論として示した。なお、SNS 利用が若者の自尊感情に直接影響を与えているかどうかは今回の調査では示すことができなかった。

科学技術分野においてなぜ女性研究者を話題にしなければならないのかは、女性研究者の割合は、国際的に低い水準にとどまり（平成 24 年、12.5 万人であり、研究者全体の 14%を占める）、女性の正規雇用数が全体として 4 割程伸びている会社等に比べて、大学・研究機関での取り組みの遅れが認められるからである。

そこで、科学技術分野における女性を対象とし、女性研究者の歴史を探り、これまでの男性中心の科学で女性はどう考えられていて、今日、女性にとって、「理系を選択する」、「科学的なことをやる意味」とはどういうことなのかを考察していった。

結論としては、歴史的に、彼女たちの苦悩や葛藤というものがあった。また、今日、科学的なことをする女性のドラマの会話や表現から、科学に貼り付いている男性性が見受けられたし、データからも今日でも厳しい立場のままであるということがわかった。また、過去の事実、数的なこと、可能性など考慮すると、女性が科学的なことをやる意味は、過去未来に様々なものをもたらさうということであり、その多様性のためであると考えられる。

《要約》

なぜ書道人口は減り、なぜ書道ブームは起きたのか。そして、今後の書道の未来は——。

私は、18年間書道に打ち込み大学生最後の年に「師範」の免許と雅号「西山徑風(ケイフウ)」を取得した。私にとっては、もちろん書道は身近であって、誰もが小さいときに経験して人々にとっても親しみやすい日本文化の一つだと思っていた。しかし近年、書道人口が減少傾向にあったり、書道ブームが起きたりと変動がある。人々にとって書道とは？ということを探りたく、まず第1章では、歴史的背景や“書くこと”についての基本的なことを調べ、第2章は私の恩師の方や人々にインタビューを行い、書道に携わる人の想いや人々にとって書道とは何かを調査した。最後の第3章では、書道人口が低迷している現在、「新しい書道のカタチ」を展開する書道家の方々が書道市場を盛り上げる取り組みをまとめ、その取り組みによってどのように人々に浸透し、楽しんでもらえているかを調べ、書道の未来がどのように発展していくのか検証した。書道家の方々が広める現代の「書道」は、適度に新しい書の空気を取り入れつつ、時代に呼応したものとなっている。この「書道」を通して日本文化として少しでも書道の魅力を日本の人にも海外の人にも伝わっていくことを願い、私も書道に携わる一員として世に伝えていくことに挑戦したいと考えている。

「〇〇系という分類社会—男女社会におけるコミュニケーションの変化—」

本論文は、ステレオタイプで人をカテゴリー化してしまう「分類社会」で用いられる「〇〇系」という言葉の使われ方に注目し、男女のコミュニケーションの変化を考察した。近年、男女の恋愛・結婚観の変化と共に、草食系から始まる男性の「女性化」した行動・思考がメディアによって大々的に社会に広まった。元々は〇〇族というファッションの系統を表す言葉が主流であったが、徐々に〇〇系に移り変わり、あいまいな表現をする言葉として使われるようになった。〇〇系は人の特徴を表す際に多くみられるようになり、さらにはコミュニケーションの中でキャラを演じる際にも〇〇系を用いて、自分や相手をカテゴリー化する分類社会となっている。分類することで共通点を持った者同士を見つけやすく、便利なコミュニケーションツールを上手く利用するための策として浸透していった。希薄化したコミュニケーションのようにみえて、高度なツールが増えたことで現在のコミュニケーションは複雑になっている。その中で〇〇系という言葉は今や必須となっているのだ。今後もこうした〇〇系というあいまいな表現を使った分類社会は存在し、コミュニケーションを円滑にしていこう。

この論文は、若者たちの間にある「仲間」に対する意識を、現代の流行でもあるアイドルのファンたちという、現実空間だけでなくインターネット空間をもきっかけに交流する者たちの中にも見出し、その心理について調査し、考察したものである。社会学研究に基づく若者文化だけでなく、実際にアイドルを応援しているファンたちへのインタビューも用いながら、若者たちのコミュニケーションの現状や問題点、今後の展望などを示している。価値観の多様化、個性の尊重、SNS の流行に見られるインターネット上のコミュニケーションの普及という現代の背景の中、同じ価値の享受という目的だけに留まらず、アイデンティティの源泉となりながら社会に適応し上手く生き抜くためのツールとしても機能している、現代の若者たちの「仲間意識」についてまとめている。

公営競技の社会的位置づけ
—落ちる売り上げの理由—

10de240d 米山雄基

平成3年にピークに達していた公営競技の売り上げが、近年では右肩下がりになっていることの原因と公営競技の社会的位置づけを「人々の公営競技に対して抱くイメージが流行、スポーツとしての一面、メディアといった点から、昔より魅力的ではなくなり、社会的位置づけもギャンブルとしてのイメージが強くなってしまった結果、売り上げに響いてのではないだろうか」という仮説をもとに実証していく。過去のデータをもとに研究した結果、本論文の仮説の一つであるスポーツとしての一面に分類される「アイドルの存在」という部分が、公営競技のギャンブルイメージを払拭するという点からも売り上げ（人気）に影響を与えているのではないかという結論に至った。仮説で挙げた他の二点は、それら自体から自発的に影響を与えているということは本論文では実証できなかった。また、アイドルの存在の部分から、公営競技の社会的位置づけは売り上げに比例しているといえるのではないだろうか。