

研究ノート

コミュニティ FM の「コミュニティ」とは何か

～「共同性」を中心とした「コミュニティ」におけるコミュニティ FM の機能～

坂田 謙 司

要 旨

超短波(FM 波)ラジオであるコミュニティ FM は、市町村という最も小さなエリアを対象としている。放送とメディアの形が大きく変化しつつある現在、「コミュニティ」の要件から「地域性」が消えつつある。このような状況にあって、コミュニティ FM は地域に密着した地域情報を提供するというコンテンツと機能のみが注目され、そのコミュニティが何を指し、変化しつつあるコミュニティにおいてどのように機能するのかの議論は行われていない。そこで、1999年7月から9月にかけて行った近畿圏のコミュニティ FM への聞き取り調査の資料を元に、コミュニティ FM 自身がコミュニティをどのように捉えているかを明らかにした。その結果、調査対象のコミュニティ FM 全てが「地域性」をコミュニティの基本要件と考えているが、民間コミュニティ FM 局の一部には「地域性」を必要としない「共同性」を中心としたコミュニティにおいて、コミュニケーション・メディアとして機能する可能性を持つことが明らかとなった。

キーワード コミュニティ、コミュニティ FM、共同性、インターネット、ラジオ

I はじめに

「コミュニティ FM」という、市町村を対象とした小さな FM 放送局がある¹⁾。1992(平成4)年に従来の県域を対象とした FM 局よりも小さい放送局として制度化され、同年12月24日に北海道函館市の観光名所である函館山山頂にスタジオを持つ「FM いるか」が第1号として開局した。以来、2000年9月末現在で全国に130を越えるコミュニティ FM 局が開局している。近畿圏には18局のコミュニティ FM 局があり、京都府下には「京都市エフエム(京都市)」「FM うじ(宇治市)」

「FM いかる(綾部市)」の3局がある。コミュニティ FM は市町村を対象としているのだが、その広さや人口規模、商業地と観光地、都市部と地方の違いなど、その「地域性」はさまざまである。また、ラジオという「音・声」を使った電波媒体であるコミュニティ FM は、番組やパーソナリティを通じて伝達されるメッセージや音楽などに対する「共感」や「仲間意識」といった、「共同性」を中心とした「コミュニティ」を内包している。このように、一口にいっても、その対象とする「コミュニ

1)放送法による正式名称は「コミュニティ放送」であるが、FM 波を使用しているために「コミュニティ FM」と一般的には呼ばれている。本論でも、この一般的な呼び方を表記に使用する

ティ」は多種多様であり重層的でもある。

このコミュニティ FM は、一定範囲の「地域社会」と「コミュニティ」をカバーし対象とする地域メディアの1つとして位置づけられている²⁾。しかし、「地域社会」や「コミュニティ」が何を指し、どのような「地域社会」や「コミュニティ」を対象としているのか、あるいはこれからしようとしているのかに関する議論はこれまであまり行われていない。また、コミュニティ FM 側も自らが捉える「地域社会」や「コミュニティ」に関して、「地元」「地域密着」「市民」といった言葉のみで表し、その実体は明確にしてきていない。同様に、これまでのコミュニティ FM に対する研究視点は、主に災害情報の伝達メディアや地域情報の伝達メディアとしての機能と役割、あるいは在住外国人のためのエスニック・メディアが中心であり、情報化やネットワーク化が進む現在において変容を続ける「地域社会」や「コミュニティ」との関係は、まだ手つかずの状態である³⁾。

さらに、電話はもとより、パソコン通信やインターネットなどの新しい通信技術が登場しつつある現代において、メディアによって結びつく「メディア・コミュニティ」やさまざまな「情報」を縁とする「情報コミュニティ」、パソコン通信やインターネットといったネットワーク上に存在する「ネットワーク・コミュニティ」のような「地域性」を持たないコミュニティの存在が指摘されている⁴⁾。それは、後述するように、「コミュニティ」を構成する基本的な要件である「地域性」と「共同性」のうち、「共同性」のみを持つ「コミュニティ」

の存在を意味している。

このような現在の状況において、コミュニティ FM が対象とする「コミュニティ」が何を指し、どのような特徴を持ち、その「コミュニティ」においてどのような機能を発揮できるのかを再確認する必要があると思われる。従来のように、「地域性」に重きを置いた「コミュニティ」だけを対象とするのではなく、「共同性」に重点を置いた、あるいは「共同性」だけの「コミュニティ」もその対象とする必要があるのではないだろうか。なぜなら、出力上限のアップという形で明確に対象エリアは拡大されつつあり、民間コミュニティ FM 局では企業イメージによって作られた「コミュニティ」を対象とした情報発信の手段として使われている例も存在するからである。また、ケーブルテレビや有線放送、衛星デジタルラジオを使った隣接地域や全国への再送信という「地域性」を超えた放送も行われつつあり、インターネットという「地域性」を持たないネットワークを使った「インターネット放送」という新しい放送形態も徐々に利用されつつあるからである。

そして、何よりもこれまでのコミュニティ FM に関する研究の視点そのものが、「一定地域をカバーしとするコミュニケーション・メディア」という「地域性」を重視した「地域メディア」としての観点を中心として行われてきたものであり、また、「地域密着情報」あるいは「地元密着情報」の伝達という「地域性」に基づいた役割と、「災害時の情報伝達メディア」という特定の機能についてのみ注目されてきたという経緯がある。

2) 地域メディアの定義に関しては、竹内郁郎:1989、p 3を参照

3) コミュニティ FM を対象とした先行研究としては、国際通信経済研究所編「放送多チャンネル化とエスニック放送メディアの可能性」国際通信経済研究所 1998 や船津衛「地域メディアとしてのコミュニティ FM 放送の形成」船津衛編著「地域情報と社会心理」北樹出版 1999、森谷健、財団法人ハイライフ研究所平成10年度研究報告書「コミュニティ放送の現状と地域コミュニケーションの可能性」、1999、<http://www.hilife.or.jp/9800c/9800c.htm> などがある

4) メディア・コミュニティやネットワーク・コミュニティ、情報縁についての詳細は、第III章を参照

そこで、コミュニティ FM の「コミュニティ」をもう一度捉え直し、考察することによって、現在の「コミュニティ」におけるメディアの機能だけでなく、本格的なデジタル化を迎える21世紀以降の社会における新しいコミュニティ・メディアの姿を考える上での一助としたい。

このような問題関心の元に、これまでの「コミュニティ」の定義に関する議論と共に、「地域性」を持たない「コミュニティ」に関する議論の再整理

II 「コミュニティ」が持つ「地域性」と「共同性」

「コミュニティ」の「地域性」と「共同性」を考える上で、「地域社会」との関係抜きにして議論を進めることはできないであろう。なぜなら、以下で確認するように、われわれの生活は「地域社会」とさまざまな種類の「コミュニティ」との関わり合いの上で成り立っているからである。まず、「地域社会」と「コミュニティ」の関係から整理してゆくことにする。

「地域社会」や「コミュニティ」に関する概念は、これまでの数々の研究において明らかなように、多義的で曖昧なものとして扱われている。例えば、「地域社会」の捉え方については「地域社会にどのような視点から接近していくかによって異なってくるし(松野:1997)、「生活スタイルの異なる年齢の相違ない世代間で、いささか異なったイメージを持って捉えられる」(村上:1999)ものもある。

「コミュニティ」についても、「一定のメカニズムを備えた独立の〈生活システム〉として存在している。だが、決してそれは、単一のシステムとしてみなすことのできるものではなく、人びとの生活行動が展開するにつれて、他のさまざまな集団・組織・階層を含むいろいろなコミュニティへ

を行う。次に、1999年夏に行った近畿圏コミュニティ FM 18局への聞き取り調査の資料を中心に、コミュニティ FM 局が実際に「コミュニティ」をどのように捉え、意識しているのか明らかにする。そして、その結果に基づいて、コミュニティ FM が「共同性」を中心とした「コミュニティ」においてコミュニケーション・メディアとして機能する可能性を考察する。

拡大することもできる」ものであり(河村:1982)、「現実に存在する実体として捉えるか、ある種の理念として捉えるかの相違」によっても概念が変わってくるのである(倉沢:1998)。では、過去の研究において、「地域社会」と「コミュニティ」に対してどのような概念定義がこれまで行われ、その関係が議論されてきたのであろうか。

社会学における「地域社会」や「コミュニティ」を巡る古典的議論としては、周知のようにマッキーヴァー(R. M. MacIver)が有名である。マッキーヴァーの著書「コミュニティ」の中で展開される概念の特徴は、「社会的存在つまり人間が、何らかの共通の関心事を達成するために作る組織」という派生的社会としての「アソシエーション」と、永続的な、あるいは一時的なアソシエーションを噴出させる基礎的社会としての「コミュニティ」を区別し、対比していることである(倉沢:1998)。

マッキーヴァーは「コミュニティ」を「村とか町、あるいは地方や国とかもっと広い範囲の共同生活のいずれかの領域を指すのに用いようと思う。ある領域がコミュニティの名に値するには、それより広い領域からそれが何程か区別されなければならない、共同生活はその領域の境界が何らかの意味

をもついくつかの独自の特徴をもっている」と記している。そして、「アソシエーション」は「社会的存在がある共同の関心(利害)または諸関心を追求するための組織(体あるいは組織される)社会的存在の一团)である。それは、共同目的にもとづいてつくられる確定した社会的統一体である」としている(MacIver: 訳1975)。つまり、生活の基盤としての一定の範囲があり、その中で人々が共に生活していることがまず必要であり、そのような「共同生活の一定の地域」(倉田:1985)を「コミュニティ」と定義しているのである。

また、この一定の広がりを持ち人々が共同生活を営んでいる「コミュニティ」の上に「特定の利害関心を追求するために作られる組織体」として「経済的関心であれ、宗教的関心であれ、それらの関心を充足するために組織された『企業体』なり『教会』」がアソシエーションとなるのである。(倉田:1985)。その「アソシエーション」は、「社会的存在がもつどの可能な関心にも、すべて対応するアソシエーションがあるといってよいであろう」と、人間のあらゆる場面においてさまざまな利害に基づいて存在するとしている。

このように、マッキーヴァーの定義する「コミュニティ」には明確に「地域性」が重要な要件として提示されている。また、マッキーバーは後に1950年の著書「Society」において、「地域性」と共に「コミュニティ感情」を要件として提示している⁵⁾。つまり、「地域性」と共に「共同性」が「コミュニティ」の要件とされたのである。

また、「地域社会」と「コミュニティ」の関係について、竹内郁郎は「一定のひろがりをもった地理的空間を占める社会的単位と、むしろ成員のあいだの共通性や共同性を指標とする社会的単位とに

大別される」として、「地域(社会)」を「地理的領域を伴った社会的空間」と「機能的共通性にもとづく社会的単位」に分けている。そして、後者には「コミュニティを広義に解釈した場合に当てはまるような社会的単位が含まれる」と、「地域(社会)」の1つの類型としてコミュニティを捉えている(竹内:1989)。

林茂樹は「地域社会」と「コミュニティ」を明確に区別せず、「今日的な意味における地域(社会)」には、空間的、構造的、機能的な意味での地域の受けとめかたがあり、その内容はつぎの枠組みによって時には個別に、あるいは総合的に解釈されている」として、「日常生活を行う社会圏」「日常的経済活動を行う経済圏」「日常的な政治・行政活動を行う政治圏」「日常的文化活動を行う文化圏」に類別している(林:1999)。

松野弘は「地域社会概念は産業化・都市化という社会変動的要素によって多様化・拡大化している」としたうえで、「われわれが日常の生活世界の観点から、地域社会を捉えていく場合には、町内会・自治会等の相対的に小規模なコミュニティとされている近隣社会(neighbourhood society)や地域社会の基礎的単位とされている市町村が地域社会として認識されていると考えるのが一般的である」と、より実態的な捉え方をしている(松野:1997)。

このように、章の冒頭で記したような「地域社会」あるいは「コミュニティ」という言葉が相対的であり、きわめて抽象的な概念であることが裏付けられる。その理由を蓮見音彦は、局地的な単位としての地域社会に、資本制社会の展開につれてさまざまな広がりのもものが含まれるようになるという地域的領域の「多様性」と、近隣、町内、村落、

5)「Society」における「コミュニティ感情」に関しては、倉田:1985、p 53を参照

学校区、市町村、都道府県などの「さまざまな広がり」の地域社会が併存するという「重層性」、そして、地域社会そのものが現代社会においては曖昧な存在になりつつあるということに求めている(蓮見:1991)。

つまり、近代以前の自給自足を原則とする村落共同体のように、ひとつの地理的空間の領域が独立して存在し、その構成員1人1人の活動範囲もその領域で完結してしまっているような社会が本

来の「地域社会」として捉えられていたが、近代以降の社会変化(政治的、経済的、文化的)にともなう共同体の地理的空間の広がりや構成員個々の活動範囲の拡大によって、地域そのものが相対化され、抽象化されていったのである。それと同時に物理的空間を基礎としない社会的連帯を構築する目標や理念が生み出され、そのみを強調した「共同体」としての性格をもつ「コミュニティ」も発展してきたのである。

Ⅲ メディアやネットワークが作り出す「コミュニティ」の「共同性」

前述のように、これまでの「コミュニティ」に関する定義において「地域性」と「共同性」が基本要件となっているが、資本制を基礎とする近代社会における物的、人的交流の発展に伴って、その「地域性」に関しては曖昧さも指摘されるようになっている。また、明確な「地域性」をその要件としない議論も登場している。

吉岡至はコミュニティを「一定の空間的な広がりをもった地理的な概念における〈地域〉を基盤とした閉じた共同体としてではなく、一定の社会的な交流をもった関係的な概念における〈連結〉を基盤とした開かれた共同体」と捉え、前者を日常生活の場と結びつけた「地域的コミュニティ」、後者を日常生活の場に限定されない「機能的コミュニティ」と便宜的に呼び分けている。地域的コミュニティは、「住民を集団や組織の一員に位置づけ、町内会・自治会、学校区・町内会・自治会、市町村域、県域などの行政単位とも結びつけた階層的

な構造をもつ」もの。機能的コミュニティは、「個人をネットワークの結節点に位置づけ、集団や組織の境界が明確でなく、地域的な階層構造をもたない」とされている⁵⁾(吉岡:1996)。

吉岡の「機能的コミュニティ」には「地域性」は必ずしも要件とされておらず、むしろ「個人間のネットワーク」という「共同性」に基づく結びつきが重要視されている。このような「地域性」を必ずしも必要としない「コミュニティ」が登場する背景としては、従来から指摘されているように交通手段や産業の発展によって物的、人的交流が盛んになることと共に、情報通信技術とメディアの発達によるネットワーク構成メンバー間のコミュニケーションや空間意識(場所感覚)の変容。そして、生活や地域の「情報化」⁶⁾があげられる。

ガンパートは電話やエレクトロニクス・メディアの登場によって、対面で共通の関心事について話し合うコミュニケーションの基盤から「同じ場

6)伊藤守、花田達郎によれば、「情報化」は「情報テクノロジーの社会的浸透」という技術的側面だけでなく、その技術がわれわれの日常や地域社会を豊にするという「文明論・技術論的言説」、国家政策や産業と結びつけた「政策論的言説」、それに対抗するイデオロギーとしての「社会論的言説」、「情報社会」の最先端で影響や将来を語る「文化論的言説」という、「言説」の社会的浸透という2つの側面を持つ(伊藤、花田:1999)。このような「情報化」も、「地域性」のない「コミュニティ」の登場と容認に果たす役割は大きい。その他の「情報化」に関する議論としては、梅棹忠夫:1988、三上俊治:1991、小林・加藤:1994、吉井:1997、Manuel Castells:1996; Steven G.:1998などを参照

所にいる」という条件が不要になったとして、「コミュニケーションはもはや場所に制約されない。コミュニケーション・メディアがコミュニティの意味を変えたということである」と述べ、それを「地図にないコミュニティ」と表現している。さらに、言語とエレクトロニクスのメディアを介して結ばれた「メディア・コミュニティ」が形成されることも指摘している。例えばテレビやラジオ、あるいは趣味の雑誌などを通じて共通の情報に接触していることで、われわれはそのコミュニティのメンバーになれるという(Gumpert: 訳1990)。つまり、「情報」を縁とした「コミュニティ」である。

同様に、阿部潔は「コミュニティは地域社会・共同社会のことであり、この2つは本来不可分のものである。しかし、コンピュータとネットワークを中心とした情報化が進む現代社会では、必ずしも地域性を必要としない情報コミュニティやネットワークコミュニティが登場している」とした上で、特にコンピュータ・ネットワーク上の「情報」によって作り出される人間関係を「情報縁」と

して捉えている⁷⁾。「情報縁」は「その縁が地縁や血縁のように運命的で非選択的なものではなく、諸個人の自由な選択の対象である点に特徴がある」もので、「情報縁に端を発する自己目的的なコミュニケーションの活性化とそこで形成される新たな『共同性』の中から、さまざまな情報コミュニティが生まれつつある」と「情報」という「共同性」を中心とした新しい「コミュニティ」の存在を明らかにしている(阿部:1999)。

このように、メディアの発達と社会的要請、社会的認知が導く1つの結果として、「コミュニティ」の「地域性」は必要ではなくなった。そして、メディアが取り結ぶコミュニケーションや共通の情報という結節点を持つ「コミュニティ」において、「共同性」の重要性が際だってきているのである。

では、本論で使う「ラジオ」というメディアは、「コミュニティ」とどのような関係にあり、どのような「コミュニティ」を生み出すのであろうか。

IV 「ラジオ」と「コミュニティ」の関係

現在のラジオの形は、1920年にアメリカ・ペンシルベニア州の民間放送局 KDKA から始まったとされている。しかし、ラジオが登場した当初、放送されるコンテンツやブロードキャストの面よりも、遠距離との交信という距離を限りなく縮めるものとして人々に受け入れられていた。例えば、Susan J. Douglas は、アメリカにおいてイメージされた初期のラジオの姿として、火星人とのコミュニケーションにラジオ電波を使おうとした話を紹介している(Douglas:1991)。また、水越伸

は、ラジオの起源が電話のような「テレ・コミュニケーション」の道具として登場したことを指摘している(水越:1993)。つまり、同時に大量の人々に向けて放送をするという「マス・メディア」の道具としてではなく、遠距離の人々と時を同じくして「音・声」を使ったコミュニケーションをするための道具としてラジオは登場したのである。

人間の声やさまざまな音を遠離れた場所に伝達するメディアは、1876年にグラハム・ベルが発明した電話に始まる。電話は、それまでの交換手

7)「情報縁」に関しては、池田:1997や NTT ネットワークコミュニティ研究会:1997を参照。また、ネットワーク上のコミュニティやコミュニケーションに関しては、Rheingold:1993(訳1995)や Turkle:1995(訳1998)を参照

によってアルファベットを単純に長短2種類の電気信号に変換し、コード化して送信する電信と違い、直接人間の声や周りの音そのものを電気信号に変換して送信し、相手に伝えることができた。しかし、当時の社会は電信によるコミュニケーションが中心であり、直接「音・声」を伝える電話に対する認識は冷淡であったという。初期の電話に求められた機能は、情報の迅速な伝達であり、距離を超えた人間同士のテレ・コミュニケーションではなかった(吉見:1995)。このような中で登場したラジオは、従来の「コミュニティ」を中心としたコミュニケーションから、「距離」という「地域性」をなくすものと期待されていたのである。

一方、日本におけるラジオは、1925(大正14)年3月14日に行われた東京放送局からの仮放送が、その最初であるとされている。当日放送された東京放送局総裁後藤新平の開局挨拶のなかでラジオの効果を4つの側面から考察し、「文化の機会均等」として「然るに我がラジオは都会と老若男女と各階級相互との障壁区別を徹して、恰も空気と光線との如く、あらゆる物に向かってその電波の恩を均等に且つ普遍的に提供する物であります。」と、ラジオは都会と地方という「物理的」距離や階級という「思想的」距離、年齢や性別という「社会的」距離がなくなることを強調している⁸⁾。また、当時の新聞記事や雑誌記事には、当時のニューメディアであったラジオに対するさまざまなイメージが提示されている。例えば、「かうなってくると最早どんな山間の僻地にいても、都会人と少しも変らぬ生活ができるので、田舎に住まっているから時勢に遅れるなどいふ言葉は意味をなさないことになります」⁹⁾と、距離による情報格差の解消が期待されていた。

このように、初期のラジオは「音・声」を使ったテレ・コミュニケーションの道具であり、物理的な距離をなくす機能が期待されていたのである。しかし、やがて大衆社会と大量消費社会の登場、大衆宣伝機能への注目などによって「マス」を対象としたブロードキャストが中心となり、「音・声」を使ったテレ・コミュニケーションの機能は封印されてしまった。そして、一方向の情報伝達メディアとしての機能のみが注目されるようになったのである。戦後の新しい放送行政においてもこの視点は変わらず、NHKは全国放送と地域ごとのローカル放送を行い、民間局は原則都道府県を単位(一部は広域圏を単位)として放送局の配置と電波の割り当てが行われたのである(田村:1993)。

やがてテレビの登場により情報伝達を行うマス・メディアとしてのラジオの機能は薄れ、封印されていた「音・声」を使ったテレ・コミュニケーションのためのメディアとしての機能に加えて、居間で家族と見るテレビと対照的に部屋や車というパーソナルな空間で聴くメディアとして再認識されたのである。そして、この「音・声」こそがラジオというメディアによる「地域性」を持たない「コミュニティ」を作り、その「共同性」の源となるのである。藤久ミネはラジオが伝える「声」によって「大衆生活のなかに位置を占めて、生活交流の『場』を作り出す」として、「ラジオはここでは生活交流を媒介していくメディアであり、人々は他の『肉声』に共感し、あるいは触発されて、従来外界として区別してきた世界を、しだいに自身の日常世界のひろがりのなかにとらえ直してゆく。〈中略〉遠いものが身近に感じられ、異質なもの同士の交流がうまれ」と「音・声」が生み出す「共同性」に注目している(藤久:1983)。

8) そのほかに、「家庭生活の革新」、「教育の社会化」「経済機能の敏活」をあげている

9) 「主婦之友」1922(大正11)年9月号「子供にも出来る無線電話機」

ラジオは「コミュニティ」との関係において、2つの効果をもたらしている。1つ目は、ラジオが本来持っていた機能の1つである「音・声」と「テレ・コミュニケーション」によって、「共同性」を中心とした新しい「コミュニティ」を作ると同時に、「コミュニティ」から「地域性」を消し去って

る。2つ目は、その「コミュニティ」におけるコミュニケーションの道具として、機能していることである。では、実際に「コミュニティ」を対象としているコミュニティ FMの実態はどのようなのであろうか。

V コミュニティ FMの「コミュニティ」意識

1999年7月から9月にかけて、近畿圏(2府4県)に開局済みのコミュニティ FM に対して、聞き取り調査を実施した(表1参照)。聞き取りは対

面形式で行い、局を代表する役職にある人物を対象としている。主な調査項目は、「設立の動機・目的」「設立の主体」「地域情報の捉え方」「地域外情

表1: コミュニティ FM 局一覧

会社名	放送対象地域	ステーション名(局名)	会社形態	開局日
株式会社エフエムもりぐち	大阪府守口市・門真市	FM-HANAKO	第3セクター	1993年7月20日
エフエム宇治放送株式会社	京都府宇治市	FM うじ	第3セクター	1995年9月1日
みのおコミュニティ放送株式会社	大阪府箕面市	TACKEY816	第3セクター	1995年10月1日
株式会社京都シティエフエム	京都府京都市	FM845	民間	1995年1月1日
株式会社エフエムわいわい	兵庫県神戸市長田区	FM わいわい	民間	1996年1月17日
株式会社エフエムあまがさき	兵庫県尼崎市	FM aiai	第3セクター	1996年10月26日
株式会社エフエムちゅうおう	大阪府大阪市中央区	YES-FM (イエスエフエム)	民間 (主要母胎は吉本興業)	1996年11月3日
株式会社エフエム三木	兵庫県三木市	エフエムみっきい	第3セクター	1996年12月1日
伊丹コミュニティ放送株式会社	兵庫県伊丹市	ハッピーエフエムいたみ	第3セクター	1996年12月21日
株式会社エフエムひらかた	大阪府枚方市	きく FM	第3セクター	1997年1月15日
株式会社エフエム・キタ	大阪府大阪市北区	Be Happy!789	民間	1997年3月3日
株式会社エフエムムーブ	兵庫県神戸市中央区	FM MOOV Kobe	民間	1997年6月1日
西宮コミュニティ放送株式会社	兵庫県西宮市	さくら FM	第3セクター	1998年3月26日
株式会社エフエムあやべ	京都府綾部市	エフエムいかる	第3セクター	1998年4月17日
やおコミュニティ放送株式会社	大阪府八尾市	FM ちゃお	第3セクター	1998年4月29日
株式会社エフエムたじま	兵庫県豊岡市	エフエム Jungle (ジャングル)	第3セクター	1998年6月1日
南紀白浜コミュニティ放送株式会社	和歌山県西牟婁郡白浜町	FM ビーチステーション	第3セクター	1998年10月15日
エフエム西大和株式会社	奈良県北葛城郡王寺町	FM ハイホー	民間	1999年7月24日

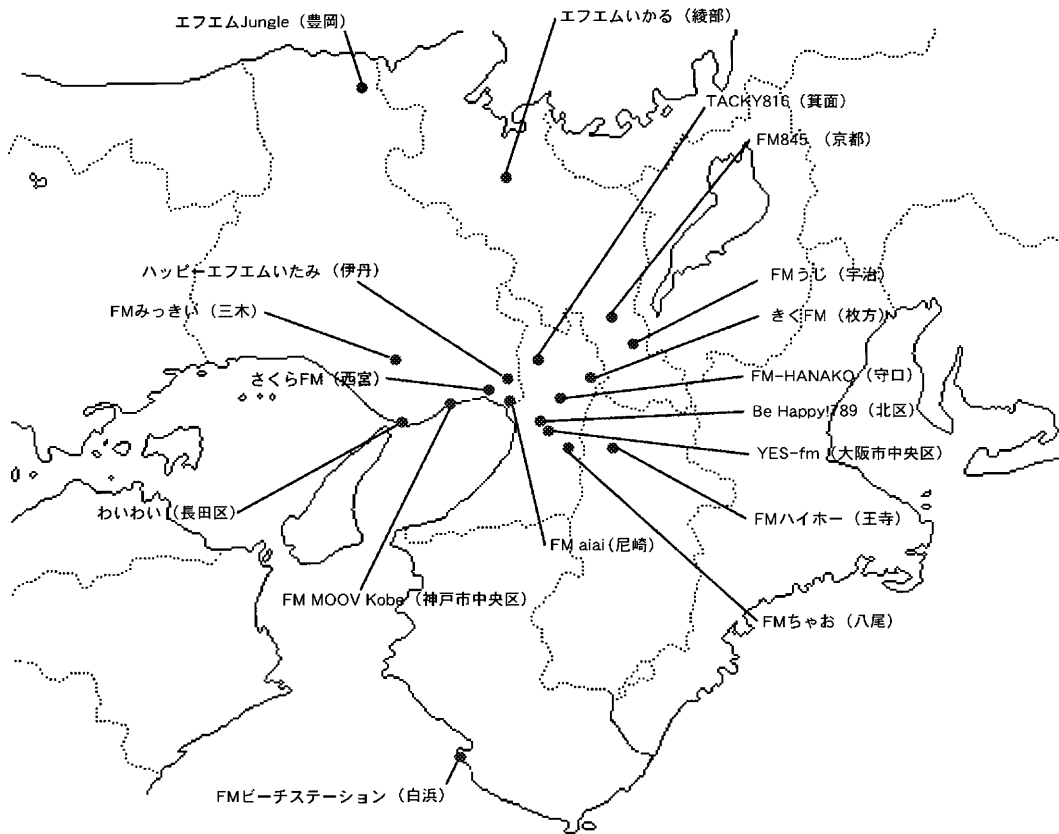


図1 開局分布図

報発信の可能性」であり、各項目に関して意見を聞いている。ただし、局によって対応が異なり、前記の質問事項に対する回答が得られない場合もあった。府県別の内訳は、大阪4、京都3、兵庫7、奈良1、和歌山1であり、唯一滋賀県にはまだコミュニティFMはない。地理的な分布では、京都府綾部市、兵庫県豊岡市、和歌山県白浜町が地方都市にあたり、その他は大阪、三宮、京都などへの商業・通勤圏内にある(図1参照)。特に、大阪市と兵庫県南東部を含む周辺にはコミュニティFMが集中しており、利用できる電波の周波数の逼迫が起こっている。そのため、この地域では新たなコミュニティFMの開局が難しい状況となっている。

また、日本全国の地域別コミュニティFM開局状況と比較すると、近畿圏の18は、関東の27について2番目に多い。近畿圏の18局を事業形態で分けると、行政が出資する第3セクター方式が12、民間が6となる。出力はどれも10W。1999年3月にコミュニティFMの出力上限が20Wに引き上げられたが、調査時点において増力を行っている局ははまだない¹⁰⁾。

1. 設立の動機・目的

コミュニティFM開局の動機・経緯に関しては、1995年1月17日未明に発生した阪神淡路大震災の影響が少なからず認められる¹¹⁾。震災以前に開局したのは1993年7月20日開局の「FM-

10)調査後の2000年3月に、近畿圏では初めて「エフエムみっきい(三木)」が20Wへの増力を行っている

11)この設立動機に関する震災の影響は、他地域のコミュニティFMにも共通して当てはまる傾向である

表 2：設立動機

局名	主な動機
「FM-HANAKO(守口)」	災害情報伝達、行政情報伝達
「FM うじ(宇治)」	災害情報伝達、行政情報伝達
「TACKEY816(箕面)」	不明
「FM845(京都)」	地域に根ざした生活情報提供手段
「わいわい(長田区)」	長田の住民と定住外国人向けの情報提供
「FM aiai(尼崎)」	災害情報伝達、行政情報伝達
「YES-FM(大阪市中央区)」	ミナミの地場産業である吉本興業からの情報発信
「エフエムみっきい(三木)」	行政情報伝達、新旧住民の交流
「ハッピーエフエムいたみ(伊丹)」	災害情報伝達、行政情報伝達
「きく FM(枚方)」	災害情報伝達、行政情報伝達
「Be Happy!789(北区)」	梅田の新しい情報発信基地
「FM MOOV Kobe(神戸市中央区)」	神戸・三宮の人たちが気軽に楽しめる場の提供
「さくら FM(西宮)」	災害情報伝達、行政情報伝達
「エフエムいかる(綾部)」	災害情報伝達、行政情報伝達(新しいメディアへの置換)
「FM ちゃお(八尾)」	災害情報伝達、行政情報伝達(市民の発案に市が同調)
「エフエム Jungle(豊岡)」	活気のない町の活性化
「FM ビーチステーション(白浜)」	災害情報伝達、行政情報伝達
「FM ハイホー(王寺)」	「まちおこし」の手段

HANAKO(守口)のみであるが、その設立動機にも災害時に迅速な情報を伝達する手段としてのコミュニティ FM への期待が見える(表 2 参照)。

震災ともっとも関係が深いのは「FM わいわい(長田)」であり、震災時に被災した外国人向けに微弱電波で情報発信を行った 2 つのミニ FM 局から出発している。また、「FM aiai(尼崎)」、「ハッピーエフエムいたみ(伊丹)」、「さくら FM(西宮)」も実際に被災した経験から電波媒体としてのコミュニティ FM に注目したと答えている¹²⁾。

その他のコミュニティ FM も震災との関連が何らかの形で見える。例えば「FM MOOV Kobe(神戸市中央区)」の場合は、「震災後に活気なくなった三宮の商店街を元気づける」ことが設立動

機の一部と答えている。ただ、設立の動機・目的において阪神淡路大震災の影響が大きいことは近畿圏以外のコミュニティ FM にも当てはまる傾向なので、近畿圏独自の特徴としては直接的な被害と影響からその必要性和有効性を認識したことがあげられる。

開局の動機として注目されるのは、いわゆる「まちおこし」の手段としてコミュニティ FM を活用しようというものである。「エフエムみっきい(三木)」「エフエム Jungle(豊岡)」「FM ハイホー(王寺)」では、コミュニティ FM 局主催のイベントの開催や、番組からの情報あるいは番組への参加を通じた住民同士の交流などを町の活性化へつなげてゆくことを設立の動機の 1 つにあげている。

12) 西宮市には震災当時、ボランティアが運営するミニ FM 局「ラルース」が存在したが、現在の「さくら FM(西宮)」とは直接的なつながりはない

表3：設立主体・会社形態

局名	設立主体	会社形態
「FM-HANAKO(守口)」	行政	第3セクター
「FM うじ(宇治)」	行政	第3セクター
「TACKEY816(箕面)」	(行政)	第3セクター
「FM845(京都)」	民間	民間
「わいわい(長田区)」	民間	民間
「FM aiai(尼崎)」	行政	第3セクター
「YES-FM(大阪市中央区)」	民間	民間(主要母胎は吉本興業)
「エフエムみっきい(三木)」	行政	第3セクター
「ハッピーエフエムいたみ(伊丹)」	行政	第3セクター
「きく FM(枚方)」	行政	第3セクター
「Be Happy!789(北区)」	民間	民間
「FM MOOV Kobe(神戸市中央区)」	民間	民間
「さくら FM(西宮)」	行政	第3セクター
「エフエムいかる(綾部)」	行政	第3セクター
「FM ちゃお(八尾)」	民間	第3セクター
「エフエム Jungle(豊岡)」	民間	第3セクター
「FM ビーチステーション(白浜)」	行政	第3セクター
「FM ハイホー(王寺)」	民間	民間

そのほかの理由としては、既存の行政情報伝達メディアの置き換えや補完がある。「FM aiai(尼崎)」「エフエムいかる(綾部)」「FM ビーチステーション(白浜)」では、既存の防災無線設備の更新時に情報通信技術の流れと地域性を考慮したり、紙媒体の広報紙やケーブルテレビなどでカバーできない部分を補完する手段を設立動機としてあげている。

阪神電鉄グループが母胎である「Be Happy!789(北区)」と吉本興業が母胎である「YES-FM(大阪市中央区)」の場合は、民間のコミュニティFMということもあって他のコミュニティFMとは設立の動機に違いが見える。「Be Happy!789(北区)」の場合は、阪神グループによる西梅田再開発から生まれた新しい都市梅田からの情報発信機能を持つことが動機である。また、「YES-FM(大阪市中央区)」の場合は、大阪の地場産業とし

てのお笑いを生みだしたミナミからの情報発信を動機としている。

2. 設立の主体

では、設立の主体にはどのような違いがあるのだろうか。言い換えれば、誰が主導的な立場となってコミュニティFMを開設させたかということによって、設立の動機はもちろん、その後の局の方針や編成、そして「コミュニティ」に対する意識にも影響を及ぼしているはずである。(表3参照)

行政が主体となって開局した局は、「FM-HANAKO(守口)」、「FM うじ(宇治)」、「TACKEY816(箕面)」、「FM aiai(尼崎)」「エフエムみっきい(三木)」、「ハッピーエフエムいたみ(伊丹)」、「きく FM(枚方)」、「エフエムいかる(綾部)」、「FM ビーチステーション(白浜)」である。いずれも

表 4 : 地域情報の捉え方

コミュニティの捉え方	地域情報内容	主な局名
行政を中心とした地理的なエリア(送り手の視点)	行政情報、 地区別ゴミ収集の分類	「FM うじ(宇治)」、「FM aiai(尼崎)」、「ハッピーエフエムいたみ(伊丹)」、「エフエムいかる(綾部)」、「FM ちゃお(八尾)」
地理的な放送対象エリアを越えた部分と情報の内容	交通情報、売れ筋情報、 役立ち情報	「TACKEY816(箕面)」、「わいわい(長田区)」、「YES-FM(大阪市中央区)」、「エフエムみっきい(三木)」、「きく FM(枚方)」、「FM ビーチステーション(白浜)」、「FM ハイホー(王寺)」
地理的なエリアよりもリスナーが発信したかどうか	リスナーが持っている情報、 自ら発信する情報	「FM845(京都)」、「FM MOOV Kobe(神戸市中央区)」、「エフエム Jungle(豊岡)」
地理的なエリアは重要ではなく、リスナーを中心とした「コミュニティ」	リスナーが自ら価値判断 する情報	「FM-HANAKO(守口)」

事業形態は第 3 セクターであり、行政とのつながりが強い局である。

また、民間が主体となって開局した局は、「FM わいわい(長田区)」、「YES-FM(大阪市中央区)」、「Be Happy!789(北区)」、「FM845(京都)」、「FM MOOV Kobe(神戸市中央区)」、「FM ちゃお(八尾)」、「エフエム Jungle(豊岡)」、「FM ハイホー(王寺)」である。この中で、「FM MOOV Kobe(神戸市中央区)」は地元有志 8 人が中心となり、地元の人気軽に参加できる場所と手段の提供を求めて設立。「FM ちゃお(八尾)」はまず複数の市民グループからミニ FM 活用の動きがあり、その後震災の影響などがあって行政がその動きと同調して設立に至った経緯がある。「エフエム Jungle(豊岡)」も同様に、まず市民グループによるコミュニティ FM 開設の動きがあり、開局後に市が資本参加した。このように設立の主体で分けをすると、半数は民間が主導となってコミュニティ FM を開設したことがわかる。

3. 地域情報の捉え方

コミュニティ FM が発信する情報の大部分は一般に「地域情報」と呼ばれるが、この「地域情報」とは具体的にどのような内容を指すのであろうか。この結果から、「コミュニティ」の捉え方が推測できる。聞き取り調査の結果からは、以下のよう大きく 4 つに大別できる。(表 4 参照)

1) 市・県・国の行政情報、防災情報、地区別ゴミ収集の内容告知などの行政区域を中心とした情報を主な地域情報としている局の場合、放送の対象はあくまでも放送法で定めるコミュニティ FM の定義¹³⁾に沿った放送対象地域内の「住民」であり、その住民にのみ利用価値のある情報を地域情報と捉えている。

2) 交通情報、天気予報、CD の売り上げ情報、デパートでの売れ筋や町中で見つけたお得な買い物情報など、リスナーが必要としている、あるいは役に立つ情報を地域情報としている局の場合、放送対象区域以外の情報であっても、ニーズや役に立つ情報であれば地域情報と捉えている。例えば、在住者よりも在勤者の多い地域のコミュニテ

13) 1991年に改正された放送法施行規則によれば、「一の市町村(特別区を含み、地方自治法第252条の19に規定する指定都市にあっては区とする。以下同じ。)の一部区域(当該区域が他の市町村の一部の区域に隣接する場合は、その区域を併せた区域を含む。)における需要にこたえるための放送」と定義されている

ィ FM の場合、帰宅時の天気予報は放送対象区域ではなく、むしろ自宅のある地域の天気予報が必要であると捉えている。

3) 情報の主体はリスナーであり、リスナーが自ら発信する情報1つ1つが地域情報と捉えられている局の場合、情報のカテゴリーによる捉え方はせず、リスナーである放送対象地域の在住、在勤者が持っている情報そのものを地域情報として捉えている。

4) 地域にある出来事すべてが情報であり、リスナーが一人ひとりの価値判断によって地域情報として自ら捉えられる。したがって、放送局が地域情報の判断を下すべきではないとしている局の場合、放送局は一定の基準によって情報の取捨はするが地域情報かどうかの選択はしない。つまり、地域情報かどうか、リスナーの価値付けによって決定されるのである

もちろん、各コミュニティ FM がこれらの類型に完全に分類されるのではなく、いくつかの類型に重複した捉え方をしているのが実状である。

4. 地域外情報発信の可能性

複数のコミュニティ FM 間で番組の配信や共同製作を行うネットワークと、地域情報発信メディアとしてコミュニティ FM が機能する可能性を尋ねた(表5参照)。

ネットワークに関しては、すでに一部で実現されている。兵庫県内のコミュニティ FM 8局と「AM 神戸」は、「ラジネット兵庫」というネットワーク番組を制作している。「ラジネット兵庫」は週に1回放送される15分番組で、共同製作ではなく各局が持ち回りで制作したものを放送している。放送曜日や時間は各局ばらばらで、制作内容も各局の自由に任されている。これ以外に、「わいわい(長田区)」では「SHIBUYA-FM “VOICE”

(東京コミュニケーション放送」と提携して、「SHIBUYA-FM」のスタッフが「わいわい」のスタジオで番組を制作した神戸の現状を同時放送している。また、「FM MOOV Kobe(神戸市中央区)」でも、他局の番組を放送している時間帯がある。この2局以外は、現在ネットワークは行われていない。ただし、ネットワークではないが、「YES-FM(大阪市中央区)」の番組枠を近畿圏以外のコミュニティ FM 局が購入して、放送している形態は存在する。

ネットワークに関する考え方は、肯定と否定の2通りある。否定の主な理由は「地域密着の放送局であるから、他局(すなわち他地域)の番組を放送する必要がない」、「地域に情報を発信するメディアなので、役割が違う」、「自局のカラーと合わない放送局や番組はむずかしい」、「県域放送と変わらなくなる」というものである。肯定の主な理由は「スポンサーサイドへのメリット」、「番組制作のコストダウン」、「1局ではできないことも、ネットワーク化されれば可能性が生まれる」というものである。しかし、肯定する局でも「地元での足場固めが先決」あるいは「コミュニティ FM としてのポリシーを確立するのが先決」、「ネットワークは+αの部分である」との理由から現在は行なわれていないのが実状である。

同様に、地域外への情報発信メディアとしてのコミュニティ FM の可能性に対しても、肯定と否定に2分された。その理由もネットワークに関するものとほぼ同じである。ただし、インターネットの利用に関しては、なんらかの形で関心を示している。インターネットの主な利用方法としてはホームページ開設がもっとも多く、近畿圏18局のなかで公式あるいは公認のホームページをもつものは11局(調査時点)である。それ以外の局でも一部ではメールによるリクエスト受付やメールマ

表5：地域外への情報発信メディアとしての可能性

局名	電波以外の放送手段	インターネット 利用実体
「FM-HANAKO(守口)」	文字多重放送を推進	公式ホームページ。 リクエスト受付
「FM うじ(宇治)」	インターネットとの連携の必要性は感じている。	なし
「FM845(京都)」	不明	なし
「TACKEY816(箕面)」	重要ではあるが、今はまだ時期ではない。	公式ホームページ。 リクエスト受付
「わいわい(長田区)」	わいわいは、通常のラジオ受信以外に、ケーブルテレビ神戸(77.2MHz)と大阪有線(I-5)でも聴取可能。電波法による視聴エリアの壁(出力10Wによるエリア限定)は、前記の方法である程度解消。	公式ホームページ。 リクエスト受付。 インターネット放送
「FM aiai(尼崎)」	インターネットは今後導入するが、番組を流すことはしない。スタッフの紹介、番組の紹介などを中心とした情報発信。可能な限り活用はしたい。文字放送を活用したい。	なし
「YES-FM (大阪府中央区)」	有線放送で全国に配信。インターネットは興味があるが、著作権の問題がクリアになっていない。	公式ホームページ。 リクエスト受付
「エフエムみっきい (三木)」	有線を使った放送を行っていたが、有線の合理化策により休止中。CSの利用は考えていない。	公式ホームページ。 リクエスト受付
「ハッピーエフエム いたみ(伊丹)」	伊丹CATVで放送している。地域のラジオの役割がある。	公式ホームページ。 リクエスト受付
「きく FM(枚方)」	将来的には考えているが、今は手が回らない。	なし
「Be Happy!789(北区)」	ホームページは持っているが、インターネット放送は今のところ考えていない。	公式ホームページ。 リクエスト受付
「FM MOOV Kobe (神戸府中央区)」	放送エリアを拡大するために、CANシステム(B-23ch)と大阪有線(I-3)で聴取可能。インターネットラジオも予定あり。	公式ホームページ。 リクエスト受付
「さくら FM(西宮)」	CATVや有線での放送はない	なし
「エフエムいかる (綾部)」	有線放送組合を通じて、電波の届かない山間部へも送信	公式ホームページ。 リクエスト受付
「FM ちゃお(八尾)」	インターネットの利用計画はあるが、手が回らない。ホームページも作れない。ミュージックバードのコミュニティチャンネルの利用は考えたい。	なし
「エフエム Jungle (豊岡)」	インターネットは実験的に活用	公式ホームページ。 リクエスト受付。 インターネット放送
「FM ビーチステーション (白浜)」	インターネットは手が回らない。大阪有線(田辺地区限定)	なし
「FM ハイホー(王寺)」	他局とインターネットを通じた情報交換を呼びかけている。パーソナリティーが個人でホームページを持っている。メールマガジンの形で情報を発信し、リクエストの募集やイベントへの参加を呼びかけている。	なし

ガジンの配信¹⁴⁾を既に行っていたり、将来的なインターネットの利用に関心があると答えている。また、現在ホームページによる情報発信を行っていない理由としては、スタッフ体制の問題がもつ

14)「FM ハイホー(王寺)」で行っていたが、オフィシャルなものではなくパーソナリティー個人の責任で行われていた。2000年3月末で休止

とも大きい。

ホームページでは、局の概要やタイムテーブル、番組紹介などの情報が主に発信されている。「TACKEY816(箕面)」、「わいわい(長田区)」、「エフエム Jungle(豊岡)」ではリアルオーディオを使った番組配信(「TACKEY816(箕面)」は番組のサンプル)も行われている¹⁵⁾。このようなインターネットでの番組配信はまだ少数派で、著作権料の問題がクリアされたとしても導入に踏み込む意思のある局はすくないと思われる。

しかし、積極的ではないが、CS 再送信や有線放送による番組の配信の形でネットワークや地域外発信は行われているのである。コアの放送時間帯以外(一部、日中の時間帯も)に行われているCS 再送信では、「ミュージックバード」が使われることが多い。このミュージックバードには全国のコミュニティ FM の番組を配信するチャンネル「Community3」があり、その番組を再送信することで実際には一部他局の番組を放送するネットワーク化が行われているのである¹⁶⁾。

また、有線放送の場合はコミュニティ FM 側の金銭的、人的負担はなく、有線放送側のチャン

ネルサービスとして再送信が行われている。有線放送による再送信地域は元々コミュニティ FM がカバーするエリアとその周辺地域に限られているが¹⁷⁾、「YES-FM(大阪府中央区)」だけは吉本興業という知名度から全国に配信されているのが特徴的である¹⁸⁾。

そのほか、あまり知られていないがケーブルテレビのラジオ再送信にコミュニティ FM が組み込まれることも多く、放送対象エリアの周辺地域でもクリアな受信が可能である。例えば、「Be Happy!789(北区)」は大阪市西部9区及び隣接地域をカバーする「シティウェーブおおさか」、尼崎市のほぼ全域をカバーする「チャンネルウェーブあまがさき」、西宮市全域をカバーする「ケーブルテレビジョン西宮」で再送信されている(「Be Happy!789(北区)」談¹⁹⁾)。ラジオ再送信は屋外アンテナが使えなくなるためのいわばサービスとして行われているので、ホームターミナルは必要がない。したがって、ラジオ受信機に室内のテレビ端子を直接接続すれば雑音のないクリアな音質で受信できるのである。

VI コミュニティ FM の「コミュニティ」とはなにか？

以上のような調査結果と前半における「コミュニティ」に関する議論を元に、本論の基本的なテー

15)現在はインターネットを使った国内の著作権使用料の規定が未整備なので、インターネットの配信は海外にサーバーを持つなどの配慮がされている。また、全国では沖縄市、函館市などのコミュニティ FM でリアルタイムの送信が行われている

16)ミュージックバードは「TokyoFM」系列のCS デジタル音声放送で、1999年12月末現在での同社ホームページ(<http://www.tFM.co.jp/MB/>)によれば、コミュニティ FM の約7割がミュージックバードの再送信を行っているという。「Community3」とコミュニティ FM の関係に関しては、山家:1998を参照

17)例えば「FM ビーチステーション(白浜)」の場合、(株)有線ブロードネットワークス(当時の大阪有線)であっても白浜、田辺地域に限定されている。理由は、内容的に地域性が高いという営業的な判断であると思われる

18)したがって、吉本興業は有料ではあるが(株)有線ブロードネットワークスという全国ネットを手に入れたことになる

19)これらのケーブルテレビ局のうち、「チャンネルウェーブあまがさき」と「ケーブルビジョン西宮」は、伊丹市をエリアに持つ「ケーブルビジョンアイ」と2000年4月に合併して1つの広域ケーブルテレビ局になっている

表 6 : 行政支出額比較

局名	自治体広報費
「エフエム Jungle(豊岡)」	240万
「YES-FM(大阪市中央区)」	240万
「TACKEY816(箕面)」	6 千万
「ハッピーエフエムいたみ(伊丹)」	約 4 千 3 百万
「エフエムいかる(綾部)」	2 千 5 百万

注 1 : 日本コミュニティ放送協議会ホームページ
(<http://www.jcba.or.jp>)より

注 2 : 金額は特定の年度ではなく、協議会への回答時点での実績である

マである「コミュニティ FM のコミュニティとは何か?」と「共同性を中心としたコミュニティにおいてコミュニケーション・メディアとして機能する可能性」を考えてみることにしたい。

まず、コミュニティ FM の「設立動機」においては、既に多くの指摘がなされているように災害情報の伝達手段としての期待が見える。全国のコミュニティ FM の設立動機に震災が何らかの影響を与えているのに対して、近畿圏のコミュニティ FM の場合は直接の、あるいは他の地域に比べてより強い影響を受けているのが特徴的である。また、「まちおこし」や地域活性化、新旧住民の交流などの期待も設立の動機として見られる。これらの動機に際して意識され、前提とされている「コミュニティ」は、行政区域や区域内住民(在勤者や在在外国人なども含む)、町内会や商店街、旧来からある「〇〇地方」と呼ばれるようなさまざまな広がりを持つ地理的なエリアであると考えられる。

その一方で、企業戦略や文化イメージが前面に出た動機も存在する。阪神電鉄グループ本拠地としての梅田から情報を発信する基地として期待する場合、意識している「コミュニティ」はキタとい

う地理的なエリアに加えて「キタ(梅田周辺)のオフィスで働く人々」があり、その人々にとって有益な情報を発信することを目的としている。また、「お笑い」産業の中心的存在である吉本興業の場合、独自のメディア戦略とミナミの文化・情報の発信メディアの 1 つとしてコミュニティ FM へ期待する姿がある。この場合の「コミュニティ」は、ミナミ(心斎橋、難波、アメ村周辺)という文化や歴史、経済に根ざした地理的なエリアであり、そこに集う「今現在居る人々」や「吉本の芸人や情報に触れたい」と感じる人々も大きなウェイトを占めていると考えられる。

「設立主体」は、行政と民間がほぼ同数であった。行政が中心となって設立した場合、その後の運営に対して行政が大きな影響力を持っていることが指摘できる²⁰⁾。行政が広報費や放送委託料などの名目で行っている支出は、コミュニティ FM の大きな収入源となっている(表 6 参照)。言い換えれば行政は大口のスポンサーであり、行政の意向がコミュニティ FM の方針や発信する情報に何らかの影響があると思われる。行政がスポンサーとなる番組で意識される「コミュニティ」は行政区域という「地域性」が重要となるであろうし、「住

20) これは、経営形態が第 3 セクターであることとは関係がない。「エフエム Jungle(豊岡)」は第 3 セクターであるが、民間が設立主体であり、行政からの支出は少ない

民票」を持つ人々が行政サービスの対象者となることは容易に想像できる。内容においても、行政からのお知らせが占める割合が多くなることが考えられる。また、行政への批判は言いにくく、広告料金のダンピングにより業界全体の収益を圧迫しているなどの声も聞こえている。

民間が主体の場合は、行政が運営に参加しない民間経営と行政が出資する第3セクター経営に分かれる。いずれにしる、行政の支出はかなり少なく、「コミュニティ」の捉え方に対する行政の影響力は少ないと思われる。民間主体局では、その母胎となる企業や主要な構成メンバーが求める「コミュニティ」がそこに作られる。民間主体の場合は、それが企業であれ個人であれ、局が発信する「情報」という「共同性」に共感し、賛同する企業や個人が集まって「コミュニティ」が作られる。そして、その「コミュニティ」からの情報発信装置として、コミュニティ FM は存在している。この構図は行政主体の局でも同じであるが、決定的に違うのは、行政主体の場合は「情報」の「発信者」と「受信者」として想定されているのが、市町村という「ある一定の地理的範囲内の人々」にほぼ限定されることである。

「地域情報の捉え方」としては、1)「行政からの情報を意識している局」と、2)「リスナーが必要としている、あるいは役に立つ情報意識している局」、3)「情報の内容やリスナーが発信する情報かどうか意識している局」、あるいは4)「情報を受信したリスナーがどう判断するか意識している局」とに大別できる。いずれにも強弱の差はあれ何らかの「地域性」が含まれ、2)と3)には発信される「情報」を中心とした「共同性」の可能性が確認できる。

そして、最後に「地域外情報発信への可能性」では、大部分の局でインターネットへの関心を何ら

かの形で示している。しかし、それはタイムテーブルや局の内容を公開するための付帯的な道具としてであり、地理的なエリアを越える情報発信手段として捉えている局は少ない。インターネット・ラジオとして放送を公開しているのは2局に過ぎず、常時放送しているのは1局だけである。また、有線放送で番組が配信されている局が多く、有料ではあるが隣接するエリアや極端な例では有線放送のネットワークによって全国で聴くことが可能な局も存在する。有線放送の場合は有線放送会社が自局のコンテンツの1つとして地元ラジオ局用のチャンネルにコミュニティ FM を加えているために、コミュニティ FM 側が積極的に働きかけているわけではない。結果的には地理的なエリアを越えた情報発信が一部で行われているが、意識としてはあくまでも地理的なエリアを「コミュニティ」としているのが現状である。

以上のような知見から、送り手であるコミュニティ FM 側が捉える「コミュニティ」とは、地域メディアの一般的な定義と同様に「一定地域をカバレッジとする」という「地域性」を持った「コミュニティ」が前提となっていることが確認できた。特に、行政を主体とするコミュニティ FM の場合は大部分にその傾向が当てはまり、それは広報のような情報の一方的な発信者として自局を捉えていることと、情報によって結びつく「コミュニティ」を想定していないことに起因すると思われる。前半の「コミュニティ」を巡る議論でも確認したように、行政の捉える「コミュニティ」は行政区画という「地域性」とそこで人々が共に生活しているという「共同性」を持つものである。その「コミュニティ」を対象とするコミュニティ FM では、「地域性」が重要な要件となっていることは十分理解できる。つまり、行政においては、「地域性」と「共同性」は不可分なのである。

その一方で、民間の一部の局の場合は、発信される情報によって結びつく「共同性」と、インターネットや有線放送を利用することで「地域性」のない「コミュニティ」を対象とする可能性を示唆している。この場合の「共同性」の中心となるのは、その局のコンセプト(運営概念)や発信される情報内容、経営の母体となる企業に対し「関心」あるいは「共感」である。そして、行政を主体とする局に比べて「地域性」の厳密さを求める必要はなく、「共同性」を中心とした「コミュニティ」を対象としたコミュニケーション・メディアとなる可能性を持っている。

その可能性を支えるのが「リスナー」の存在であり、「音・声」というメディアが持つ特性である。情報の内容によって結びついた「リスナー」は元より、コミュニティ FM の特徴である自ら情報を発信する「リスナー」の存在が「コミュニティ」の「共同性」を支えている。また、ラジオが元々持っていた「音・声」という特性は、「リスナー」同士のコミュニケーションの道具と「共同性」を生み出す源泉として機能しているだけでなく、なにより話しかけるだけという簡便さがそれを支えているのである。

現在のコミュニティ FM は制度としても理念としても「地域性」を完全に抜き去った「コミュニティ」を対象とすることはできないが、企業や個人が発信する情報という「共同性」にウェイトをおいた「コミュニティ」において、情報を受発信するコミュニケーション・メディアとして機能する可能性はある。その際に重要となるのが、「地域性」の制限を越える道具としてのインターネットである。インターネットとコミュニティ FM の結びつきが「コミュニティ」や「コミュニティ・メディア」を今後どのように変化させてゆくのかに注目してゆきたい。

謝辞

コミュニティ FM の聞き取り調査にあたって、貴重な時間を割いて協力して下さったコミュニティ FM の方々。また、地図データの作成に協力していただいた京都女子大学文学部史学科 3 回生 山川涼子さんには、改めて心から御礼を申し上げます。

引用・参考文献

<和書>

- 阿部潔(1999)『情報コミュニティの可能性』(船津衛編『地域情報と社会心理』北樹出版, pp 119-141.
- 池田謙一(1997)『ネットワーク・コミュニティ』東京大学出版会.
- 伊藤守, 花田達郎(1999)『社会の情報化』の構造と論理(児島和人編『講座社会学 8 社会情報』東京大学出版会, pp 193-237.
- 梅棹忠夫(1988)『情報産業論』(『情報の文明学』)中央公論社.
- NTT ネットワークコミュニティ研究会(1997)『電縁交響主義』NTT 出版会.
- 奥田通大ほか(1982)『コミュニティの社会設計』有斐閣.
- 勝村茂編著(1973)『地域社会』学陽社(現代日本の共同体 3).
- 金子勇(1982)『コミュニティの社会理論』アカデミア出版会.
- 河村雷雨(1982)『都市コミュニティ論』世界思想社, p 2.
- Gumpert, Gary (1987) *Talking tombstones and other tales of the media age*, New York: Oxford University Press (石丸正訳『メディアの時代』新潮社, 1990, pp 232-265).
- 北村日出夫(1999)「ラジオ、二〇世紀のメディア意味空間の『原点』」『マス・コミュニケーション研究』55, pp 29-43.
- 倉沢進(1998)『コミュニティ論』放送大学教育振興会, p 20, p 25.
- 倉田和四生(1985)『都市コミュニティ論』法律文化社, pp 52-53.
- 小林修一, 加藤晴明(1994)『<情報>の社会学』福村出版, pp 134-209.
- 園田恭一(1978)『現代コミュニティ論』東京大学出版会.

- Turkle, Sherry (1995) *Life on the screen, identity in the age of the Internet* (日暮れ雅通訳『接続された心』早川書房, 1998).
- 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, p 6-7
- 田村穰生(1993)『放送メディア』(香内三郎ほか著『メディアの現在形』)新曜社, p 101.
- 蓮見音彦(1991)『現代地域社会論』(青木和夫監修『地域社会学』)サイエンス社, p 7-17.
- 林茂樹(1999)『地域情報の特質』(船津衛編著『地域情報と社会心理』北樹出版), p 30-31
- 藤久ミネ(1983)『ことば文化としてのラジオ』(津金澤聰廣, 田宮武編著『放送文化論』)ミネルヴァ書房, pp 25-27.
- 船津衛(1999)『地域情報と社会心理』北樹出版, 1999.
- MacIver, Robert M. (1924) *Community: A sociological study*, 4thed. (中久郎, 松本通晴監訳『コミュニティ』ミネルヴァ書房, 1975, p 46).
- 松野弘(1997)『現代地域社会論の展開』ぎょうせい, p 13, pp 16-17.
- 三上俊治(1991)『情報環境とニューメディア 改訂版』学文社, pp 178-217.
- 水越伸(1993)『メディアの生成』同文館出版, p 33.
- 村上則夫(1999)『地域社会システムと情報メディア』税務経理協会, p 38.
- 山家誠一(1998)「順調? コミュニティ FM」『放送文化』1998年9月号, p 35.
- 吉井博明(1997)『情報化と現代社会 改訂版』北樹出版, pp 17-18.
- 吉岡至(1996)『情報ネットワークと地域社会』(大石裕ほか著『情報化と地域社会』)福村出版, p 62.
- 吉見俊哉(1995)『『声』の資本主義』講談社, p 105.
- Rheingold, Howard (1993) *The virtual community* (会津泉訳『バーチャルコミュニティ』)三田出版会, 1995).
- <洋書>
- Castells, Manuel (1996), *The rise of the network society* (The information age: economy, society and culture vol. 1), Massachusetts, Blackwell Publishers.
- Douglas, Susan J. (1991) *Broadcasting begins* (Ed. By David Crowley & Paul Heyer Communication in history), Longman, pp232-234.
- Jones, Steven G. Ed. 1998), *Cybersociety 2.0: Revisiting computer-mediated communication and community*. California, SAGE.