

市民メディアと公共性

Publicness from the Perspective of Civic Media

向井嘉之

Mukai Yoshiyuki

要 約

メディアの現状は、テクノロジーの発達と各国政府のメディア政策が、従来の情報の発信構造を大きく変えつつある。特徴的なのは、これまで情報の受信者であった市民が自らメディアの発信者になるという、いわゆる市民参加型メディアの登場である。本稿では、市民参加型メディアの調査結果から、主にその役割と市民社会への貢献を検証し、市民参加型メディアの公共性について論じた。

Key Words : 市民参加型メディア, 公共性, アクセス権, 市民社会, インターローカリズム

はじめに

地域メディアと市民メディアについて

わが国におけるメディア状況は、従来の全国紙、県域紙といったペーパージャーナリズムに加えて地上波テレビや衛星放送など、まさにメディアの重層構造を成している。また県域のみならず各地域にあっては、地域の市民新聞的なローカルジャーナリズムが脈々と継承されている地域もある。地域メディアはローカルジャーナリズムという言い方もあれば、コミュニティ・メディアと呼ぶこともある。ただし、本稿では、主に市民参加型のメディアを市民メディアと規定する。

昨今のニューメディア、いわゆる新しいメディアは、従来、情報の受け手であった市民が情報の発信者になるという、メディアの利用において双方向

性を可能にした。市民参加型メディアの誕生である。

わが国における市民参加型メディアをあえて分類すれば次のようになる。

- ① 政府の電波政策により、地域をエリアとして成立したケーブルテレビ局，FM コミュニティ放送局
- ② インターネットの登場により可能となったインターネット新聞やインターネット放送局
- ③ 広告の発展型として生活に密着した地域情報を発信するフリーペーパー

もちろんこの中に含まれない個人ブログ的な双方向性をもった情報の交換もあるが、今回は主に上記の市民参加型メディア、特に①、②について調査を行った。

調 査

市民参加型メディアの現状

FMコミュニティ放送

コミュニティ放送の定義は、1992年に制度化された超短波放送用周波数(FM)を使用する放送局で、空中線電力が20W以下で必要なエリアをカバーできる必要最小限の出力のものとなっており、総務大臣の免許を受けて運用される民間の放送局をさす。総務省の資料によれば、2007年11月1日現在、全国各地域(市町村)に、214局、開設されている。

市町村などの地域に特化した「コミュニティ放送」は1995年の阪神淡路大震災時に、既存メディアの情報整理が被害地に届かない状況下で、被害状況や救援情報などの的確な支援情報を発信し、高い評価を得たことがきっかけになり、最新のニュースを地域住民の協力を得ながら発信するメディアとして、全国に広まった。本稿ではこうした災害情報で特筆される神戸市の「FM わいわい」や中越地震で住民の耳となった「FM ながおか」「FM ゆきぐに」の現地調査を行った。

FMわいわい

「FM わいわい」の放送基地は1995年の阪神淡路大震災の際にボランティア活動の拠点となった神戸市長田区のカトリック鷹取教会が前身の「たかとりコミュニティセンター」にある。大地震から復興を遂げた神戸市長田区は人口のおよそ10%が外国人である。大地震発生2週間後に、近くにあった韓国学園の一室から、被災した在日同胞にむけての、韓国・朝鮮語および日本語による震災情報を放送するミニFM局が開局、「FMヨボセヨ」としてボランティアによる情報提供が始まり、さらにベトナム語やタガログ語、スペイン語など広く住民に向けた多言語放送を開始したのである。震災1年後の1996年1月、正式にコミュニティFM局となり全国で初めての多言語放送局が実現した。

「たかとりコミュニティセンター」を訪問しての驚きは単に「FMわいわい」の拠点のみならず、さまざまな外国人コミュニティ活動の拠点になっており、NPO、NGO活動がネットワーク化されていることであった。「FMわいわい」はその中であって「多文化・多民族共生のまちづくり」を放送局コンセプトに掲げ、2006年6月からは「在住外国人が発信主体と成る番組」・「マイノリティが発信主体となる番組」・「外国語およびやさしい日本語による情報提供番組」・「人権擁護を目的にした番組」・「文化の多様性を伝えていく番組」・「日頃から活発に協働しているNPO/NGOが発信主体となる番組」・「地域コミュニティづくりに資する番組」など14項目からなる「FMわいわい新サービス基準」を導入した。またコミュニティ放送とは別に、インターネット放送により、「長田」から「世界」へ発信し、言葉・文化・国境のバリアフリーに取り組んでいる。

FMながおか

2004年10月23日、新潟県中越地方に最大震度7という巨大地震が襲った。この時、地元のコミュニティ放送「FMながおか」の脇屋雄介取締役専務は、長岡市民に時刻を繰り返し伝え、避難所の情報、ライフラインの状況、火

災情報などを放送し続けた。被災3日後に「FMながおか」は臨時災害FM局となり、20Wの通常出力から50Wに増力、3ヶ月間、他県コミュニティFM局のスタッフ応援をもらいながら、災害情報を市民との情報相互交換のもとに地域に発信した。脇屋専務は筆者に対し、この臨時災害FM局の経験を踏まえ、災害の支援システムを情報面から組み直す必要性を、強調した。

「FMながおか」は2007年7月16日に発生した中越沖地震に際して、特に被害の大きかった新潟県柏崎市のコミュニティFM「FMピッカラ」に災害支援のラジオを送り、3年前の中越地震の経験を生かし、コミュニティFM間の連携を発揮した。

FM ゆきぐに

新潟県南魚沼郡六日町にある「FM ゆきぐに」はエリア世帯が4万世帯、出力10Wの、文字どおり六日町のコミュニティ放送局であるが、山本安幸取締役放送局長の「地域ラジオは生活応援歌」という熱い思いが市民を巻き込んでいる。もちろん中越地震の時も災害情報に全力をあげ、リスナーからの情報をたよりに放送を続けたが、純民間局である「FM ゆきぐに」の場合、緊急放送に専念できる最低限の保障制度が必要であると述べている。「FMながおか」・「FM ゆきぐに」両局に共通していえるのは、コミュニティ放送の役割をしっかりと押さえ、日頃から市民との間でコミュニティ情報の交換に務めてきたことが、緊急時における両局への大きな信頼につながったことだろう。「FMながおか」の脇屋専務、「FM ゆきぐに」の山本取締役はFMコミュニティ局間の情報交換を今も日常的に維持している。

京都三条ラジオカフェ

運営母体は「特定非営利法人（NPO）京都コミュニティ放送」であり、2003年3月に京都市中京区において開局した、日本初NPO放送局である。NPO 京都コミュニティ放送の主な活動・事業はまず、このFM局「京都三条

ラジオカフェ」の運営、放送関連教育事業、NPO 紹介・支援組織の運営などとなっている。筆者は国宝・彦根城築城400年祭のPRを目的に本学学生とともに、「京都三条ラジオカフェ」を訪問・出演したが、小さな街角の喫茶店という雰囲気のアットホームなスタジオで、実際に喫茶店の2Fにスタジオを設置している。「NPO 京都コミュニティ放送」の資料を要約すると、この局のコンセプトは「市民による市民のための放送局」であり、ヨーロッパの街で見かけるカフェのように、人々の憩いの場、情報交換の場、さまざまな人が集う公共空間として、都市のにぎわいの発信点としてのコミュニケーションラジオをめざすとなっている。注目すべきはこの説明にあるように、都市における新しい公共空間として、市民、事業者、行政、NPO などのネットワークにより、情報発信を進めているところである。

最大の課題である財政基盤も市民がさまざまな形で「会員」となっているほか、この市民が「番組会員」として担当の放送番組の時間枠に合わせて「放送利用料」を負担しながら局を支えていることである。筆者と学生も放送時間3分の利用でワンコイン500円を利用料として支払った。「市民による番組づくり」というコンセプトは確かに機能しており、近辺の大学や公共機関との連携で、番組制作に関する知識や技術を学ぶ講座も開かれている。

ケーブルテレビ

ケーブルテレビの歴史は50年以上前にさかのぼる。1955年6月、群馬県伊香保で地上波テレビの難視聴対策メディアとして共同受信施設が設置され、同時再送信メディアとして広まり、一部大都市圏エリアでは区域外再送信も認められた。

ケーブルテレビは地上波テレビやBS・CS放送のように無線で電波を出すものではなく、有線で行っている。地上波の難視聴メディアとしてスタートしたケーブルテレビはその後、1963年の岐阜県郡上八幡テレビでの自主放送開始、1984年からのBS衛星放送の開始などにより、大規模化、多チャンネル化を進め、1996年にはケーブルインターネットや1997年からのケーブル

電話サービスなどにより、多機能媒体として、この50年で大きく進化・変遷を遂げた。総務省資料によれば、2005年末で事業者数は547、ケーブルテレビ加入世帯数は1,788万世帯、普及率は35.4%になっている。

しかし、昨今は、ブロードバンドサービスの普及や多チャンネル化の中で、競争も激化しており、地域メディアとしての自主放送のあり方も問われている。加えて平成の大合併や経営上のケーブルテレビ業者間の統合・合併も進んでおり、事業者数そのものは若干減る傾向が見えてきている。こうした動きの中で、行政主導型経営の近江八幡ケーブルテレビ「HOT! TV」、市町村合併の余波を受けた淡路五色ケーブルテレビ、活発な地域情報を確保している中海テレビなどの調査を行った。

近江八幡ケーブルネットワーク (HOT! TV)

滋賀県湖東の近江八幡市に本拠のある近江八幡ケーブルネットワークは規模や成立過程などからみて、ケーブルテレビとしては、最も平均的なケーブルテレビ局といえる。1997年開局、2007年が開局から10周年にあたるが、エリアは滋賀県近江八幡市全体の2万4000世帯と2005年にエリアとして加わった安土町4,000世帯の合わせて2万8000世帯である。加入率は46%で、このうち2,000世帯が地上波の難視聴区域として加入している。

自主制作のいわばコミュニティチャンネルは、「HOTチャンネル」のネーミングで、1チャンネルを持っており、毎日午後7時から10分間放送のデイリーニュースは近江八幡市、安土町の出来事を伝え、コミュニティチャンネルの目玉番組である。このほか毎週30分間、エリア内のこども達の話や街角情報、史跡・文化財の話で構成する「このまちのどこかで」も人気番組にひとつだということである。また、「HOT! TV」からのお知らせを中心とする番組ガイドチャンネルもあるが、このチャンネルは地震など災害関係の緊急放送チャンネルでもある。近江八幡ケーブルテレビでは、この2つのチャンネル以外に安土町だけの情報を伝える「安土情報チャンネル」を持っており、安土町の行事予定や出来事を放送しているが、社員数25人、

このうち制作スタッフ10人では、安土情報チャンネルが相当な負担になっているという。

近江八幡ケーブルテレビの出資は近江八幡市が38%と自治体出資が大きく、このため社長は近江八幡市長である。その他の出資は地元企業や農協であり、コミュニティチャンネルも自治体へ顔が向かざるを得ないが、番組制作編成課の七里善隆氏によると、社としての基本方針はあくまで「市民が主役」であり、1年間で全市民をなんらかの形で画面に登場してもらうことに努力しているとのことである。

全国のケーブルテレビが合併・吸収の波を被る中で、近江八幡ケーブルテレビはあらたな展開を模索している。三重県の「鈴鹿CATV」や「伊賀上野CATV」などとの共同制作や景観日本一の近江八幡の特徴を生かすべく、岡山県の「倉敷CATV」など景観都市との「継ぐプロジェクト」というユニークなプロジェクトをスタートさせており、ソフトの広域化、ネットワークの構築を急いでいる。

自治体出資比率の大きいケーブルテレビでは広告など営業に比重をおくとエリアの加入者から時には、批判が出ることもあり、経営面ではなかなか舵取りが難しいのが現状であるが、前述の七里氏は「デジタル化などの課題を抱えているが、コミュニティチャンネルをなくしての合併や広域化は本末転倒であり、第2民放のようなネットワークにしてはならない」と力説している。

淡路五色ケーブルテレビ

兵庫県洲本市五色町にある淡路五色ケーブルテレビは淡路島初のケーブルテレビである。というより、今では、あった、としたほうが正確であろう。沿革を辿れば、1973年に地区の鮎原農業協同組合の有線テレビ放送を受けて、1994年3月、淡路五色ケーブルテレビが開局、2006年2月、五色町と洲本市の合併に伴い、淡路五色ケーブルテレビ制作の番組が終了し、地元情報は洲本市全域をカバーする淡路島テレビジョンの制作となった。筆者が訪問した2007年1月には、淡路五色ケーブルテレビの局舎は存在していたが、番

組制作はなく、事務員3人が残務整理に追われるような雰囲気であった。

筆者がこのケーブルテレビ局を調査の対象にしたのは、人口1万1千人規模ながら、地元密着の住民ニュースを精力的に放送し、96%の加入を得て、住民に支持されるメディアであったこと、そしてこのケーブルテレビを活用した在宅保健医療福祉支援システム及び緊急通報システムは、高齢化率25%の過疎の町を支える安心のシステムとして機能していたことなどからである。もちろん1995年の阪神淡路大震災では、被災者の状況や臨時町議会、復興へ向けての動きなどを放送し、その後、災害情報ネットワークの構築にあたり、何をすべきか町全体の意識改革の先頭にも立った。こうした地域の情報インフラが市町村合併（平成の大合併）に追い立てられ、あっという間にその機能を失う、というのは一体どういうことであろうか。

淡路島テレビジョンに統合されたあとは、旧五色町の情報は従来の自主放送番組もなくなり、コミュニティの崩壊に手を貸すことにもなりかねない状況である。平成の大合併とは、情報社会にあって自ら情報過疎社会の選択を余儀なくされる合併でもあった。そこにはこれまで築いてきた市民参加型メディアの崩壊がみられる。

中海テレビ

鳥取県米子市に所在する中海テレビ放送は1989年にサービスを開始したケーブルテレビである。エリアは米子市・境港市を中心とする2市4町1村で鳥取県西部のおよそ9万世帯をカバーしており、2007年11月現在の加入率は46%となっている。中海テレビはケーブルテレビの放送以外にインターネットサービスやIP電話サービスなどの事業も行っているが、ケーブルテレビ業界にあって特筆すべきは自主制作番組の豊富さと6つの自主放送チャンネルを運用していることである。

コミュニティチャンネルとして放送している6チャンネルとは、まず地域の経済・文化・イベントなどさまざまな地元情報を提供する「中海4チャンネル」、毎日30分・1日平均8項目のニュースを放送するニュース専門チャ

ンネル「コムコムスタジオ」、中海テレビの目玉チャンネルともいえる市民参加・市民開放・市民制作チャンネル「パブリック・アクセス・チャンネル」、文字情報でのお知らせや災害情報などを放送している「生活情報チャンネル」、2市4町1村各地域のきめ細かい情報を主体とする「各地域専門チャンネル」、そして鳥取県議会の生中継や鳥取県内ケーブルテレビの制作番組を放送する「県民チャンネル」と極めて多岐にわたっている。中海テレビ報道制作統括マネージャー、松本毅氏にスタッフ数を聞くと、社員数は60人、このうち報道・制作・営業・企画調査にあたる現場スタッフは23人とのことである。もちろんこれだけで6チャンネルの放送をカバーするのは困難でSVS（山陰ビデオシステム）というプロダクションと提携し、コンテンツ制作にあたっているとのことである。

6チャンネルそのものも驚異的であるが、筆者が最も関心をもったのは「パブリック・アクセス・チャンネル」である。理念は「メディアを市民の手に」となっており、地域の文化・経済・スポーツ団体・学校あるいは個人がそれぞれの活動を自由に発表する場となっている。筆者が訪問した日は地元の野球チームの試合を放送していた。このビデオも実は市民が制作したものであるとのことだったが、市民が作る番組がようやく定着し、2007年11月現在で37団体が年間140本の番組を制作している。このチャンネルの運営は「中海テレビ放送P・A・C番組運営協議会」によってなされており、番組について放送法上の問題がないかだけを事務局として中海テレビがタッチしている。そもそも中海テレビ放送は基本理念として「地域・住民と協働による番組づくり」を掲げており、文字通りこの理念を実践している。このため地域との連携には全社あげて取り組んでおり、例えば海水と淡水が混じりあう汽水湖である「中海」を身近な環境問題としてとらえる中海再生プロジェクトなども市民との連携で行っている。NHK放送文化研究所と中海テレビ放送共同調査（2007年2月）による「テレビ視聴やインターネット利用に関するアンケート」の数字から、中海テレビの地域での信頼性の高さが読み取れる。（表1参照）営業状況も制作費9,300万円のほとんどを広告費

で賄っている。自治体や一部の企業の系列ではなく、自由に市民との連携が可能であるのは、会社設立にあたって出資が170の個人や企業から構成されているからであろう。松本マネージャーは出資を募る際に「当分、配当はできませんが、その代わりに文化を地域に配ります」との言葉で勧誘したという。中海テレビはその名言に向かって努力を重ねている。

表1 中海テレビの地域での存在感（泰野 2007:42）

Q. 米子市のニュース・出来事についてあなたは何かから情報を得ることが最も多いですか。

中海テレビ	NHK	民放	全国新聞	地方新聞
41.3%	3.5%	1.9%	2.4%	17.4%

Q. 米子市周辺で災害が起きた場合の情報収集は、何が最も役に立つと思いますか。

	中海テレビ	NHK	民放
家族や知人の安否	21.7%	20.4%	8.9%

インターネット新聞「オーマイニュース」

オーマイニュース・ソウル

インターネット新聞「オーマイニュース」は2000年2月、韓国・ソウルを拠点として生まれた世界初の市民記者によるインターネット新聞である。筆者は「オーマイニュース」の現状調査を2007年2月に行い、「オーマイニュース」の Lee, Byung-Sun 副編集長にインタビュー、「オーマイニュース」の基本コンセプトを把握した。

「オーマイニュース」創刊コンセプトは「すべての市民は記者だ」を具現することで、「ニュースゲリラのニュース連帯」(News Guerrilla Organization) 運動を展開するという、まさにこれまでのマスコミに対抗す

る新しい挑戦であった。

設立当時は常勤記者4人、市民記者727人で始めた「オーマイニュース」は、2007年2月現在で記者数が4万1252人になり、韓国のペーパー全国紙に分け入り、現在、第4位の影響力を持つとLee副編集長は述べた。おりしも筆者がソウルの「オーマイニュース」を訪問した日が「創立7周年」記念日にあたり、500人を超える市民記者が創立7周年記念パーティに招かれていた。市民記者は大学生、会社員、大学教授、家庭の主婦、定年退職した人達など、あらゆる人達が参加しており、中には小学生も参加していたのには驚かされた。

IT大国となった韓国で市民参加型メディアの成功例ともいえる「オーマイニュース」を支える市民記者をLee副編集長に分析してもらい、筆者がグラフ化した。

性別では、79%対21%と男性が圧倒的に多い。年代別では、20代が35.7%、次いで30代が30.2%、40代が22.7%と20代から40代で市民記者の90%近くになることは激しく進化するIT社会を象徴しているように思える（図1参照）。ちなみに10代が8.7%、50代2.2%、60代0.7%という結果である。職業別では会社員が18%、次いで大学生が17%、自営業9%、フリーランス（フリーのジャーナリストも含む）12%であとは教員と公務員がそれぞれ5%となっている。中には軍人も数は少ないが含まれるとのことである（図2参照）。これらの市民記者が毎日200本近く原稿を寄せる。同時に100人の専門記者も在籍し、国際ニュースもカバーする。Lee副編集長も北京での六カ国協議の取材から帰国されたばかりであった。とはいっても編集方針は市民の生の声を伝えることが重視されており、市民記者による暮らしや旅行などの記事がトップを飾ることもあるという。

ところで「オーマイニュース」の収入モデルはどうなっているのだろうか。実情を聞くと6割がインターネット広告で、コンテンツ販売がおおよそ1割、あとは事業収入とのことだが、台所は、そう安定した状況ではないとの感触を得た。

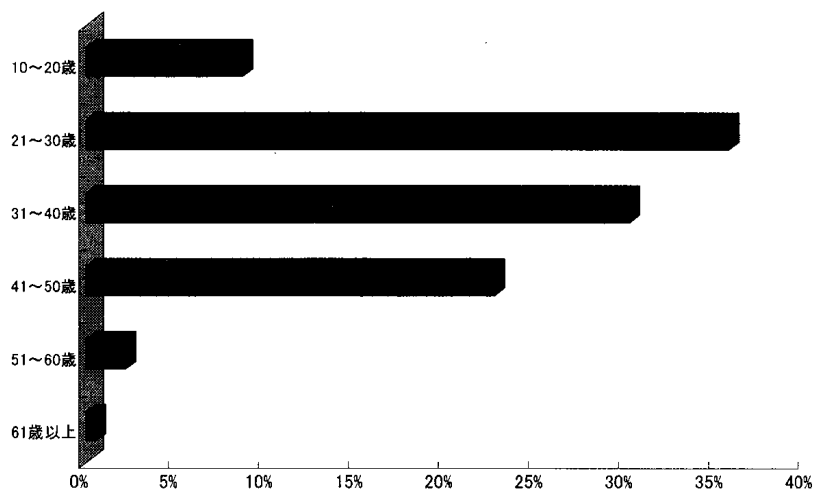


図1 「オーマイニュース・ソウル」市民記者の登録状況 年代別

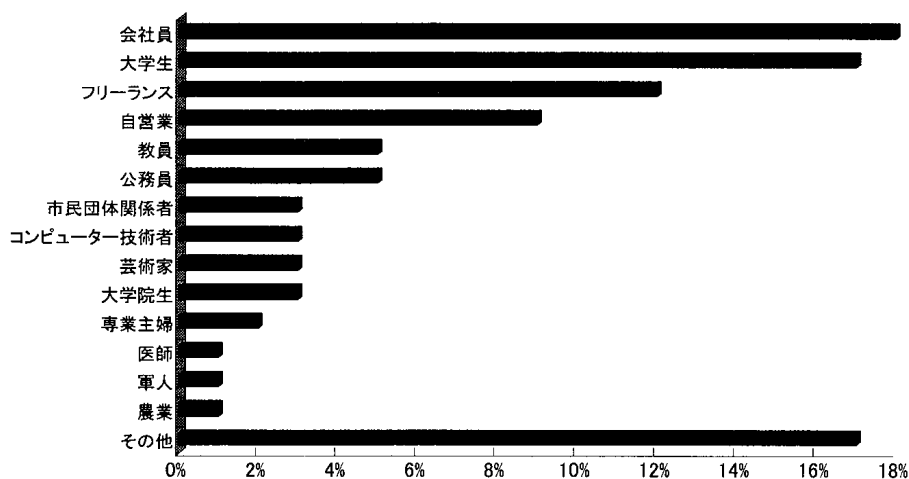


図2 「オーマイニュース・ソウル」市民記者の登録状況 職業別

日本法人「オーマイニュースジャパン」

韓国でのインターネット新聞の成功を受け「オーマイニュース」ソウル代表のオ・ヨンホ氏は、2006年2月、ソフトバンクと資本・業務提携を結び、「オーマイニュース・ジャパン」を東京で創刊した。筆者は2006年10月、2006年12月の2回に渡って「オーマイニュース・ジャパン」を調査した。「オーマイニュース・ジャパン」から提供された資料によると2006年12月の市民記者登録数は2,797人、内訳は男性が82%、女性が18%、年代別では、31歳から40歳が31%で最も多く、次いで21歳から30歳が24%、そして41歳から50歳が20%となっている（図3参照）。市民記者の主力は韓国と同じ

く、20代から40代といえる。

職業別では、会社員が28%と圧倒的に多く、次いで学生が13%、自営業が11%、フリーランスが7%の順であった（図4参照）。「オーマイニュース・ジャパン」の平野日出木次長によれば、これらの記者から一日およそ30本の原稿が寄せられている。記事の内容はいまのところ、各記者の周辺でおきた身近な話題や政治課題、教育問題などに関する記事であるが、取材記事というより、オピニオンが多い。このあたりはメディアとしての影響力を発揮している韓国の「オーマイニュース」からみるとまだまだ試行錯誤の段階とみえる。

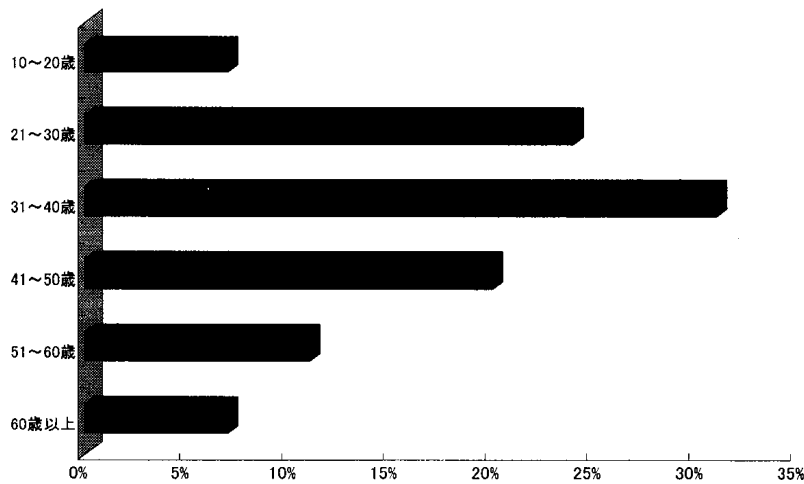


図3 「オーマイニュース・ジャパン」市民記者の登録状況 年代別

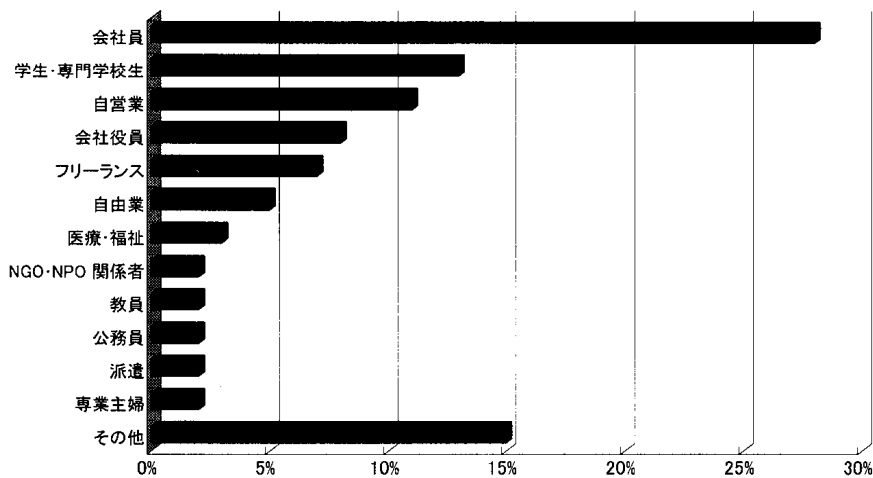


図4 「オーマイニュース・ジャパン」市民記者の登録状況 職業別

インターネット放送局

インターネットの普及はさまざまな個人サイト・ブログやSNS（ソーシャル・ネットワークング・サービス）などの形で情報流通を加速させている。インターネットラジオやインターネットテレビなどインターネットによる放送局もあちこちで立ち上がり、どこまでが個人サイトでどこまでがメディアと呼んでいいのか、境界すら見分けがつきにくい。筆者は本学学生とともに、東京でインターネットによる映像配信を行っている「東京視点」の可越（コークエ）代表を取材した。可代表は中国・長春市出身で、1994年吉林大学日本語学科を卒業して来日、埼玉大学、東京大学の両大学院でメディア論を研究した経歴を持つ。

「東京視点」は、映像を通じ、『身近な日本を中国へ』・『身近な中国を日本へ』というコンセプトで始まったインターネット放送局で、在日中国人の視点および日本市民の視点で捉えた映像を日本語版と中国語版の配信によって、一層充実した国際交流の増進に寄与する市民メディアを目指している。2001年に活動を始めているが、中国と日本双方に市民の生活を伝えたいという熱い気持ちで取り組んでおり、資金的には極めて厳しいが、日本と中国で合わせて100人以上の応援者に支えられ、自らビデオカメラを回し、奮闘している。可代表の映像は日本国内でも高く評価され「日本の祖母」を描いて、プロ・アマの世界のビデオ作品が集う市民映像コンテスト「東京ビデオフェスティバル」でも優秀賞を受賞したりしている。今、こうしたインターネットによる映像交流や市民テレビ局、インターネットラジオが次々と誕生している。

これに加えて、こうしたインターネットテレビ局開局に力を尽くしている人がいる。当初は熊本を拠点に活動していた岸本晃氏はインターネットテレビ局「プリズムテレビ」を開局、全国各地で住民ディレクターを育成しようと飛び回っている。筆者も滋賀県草津市で岸本氏の講演を聞いたが、岸本氏によれば、暮らしの中で自ら情報発信するテレビをめざして全国各地の住民・市民がビデオカメラを持ち編集し、地域における課題解決型、地域活性化型のインターネットテレビ局を開設しているとのことである。

実 践

市民参加型ラジオ番組の制作

コミュニティ FM を使った市民参加型メディアとはどのようなものになるのか、実際に学生・市民の協力を得て、番組制作にあたった。本稿では、地元根差したコミュニティ放送局「BIWA WAVE」（略称「B-WAVE」）との産学連携による市民参加型ラジオ番組の制作について述べる。

- ◆ 放送日：2006年11月23日（木）午後3時00分～午後4時00分
- ◆ 番組タイトル：「B-WAVE スペシャル え・え・こ・と しましょ エコしましょ♪」
- ◆ 番組コンセプト：琵琶湖をもつ滋賀県にあって学生と市民が一体となった環境を考える市民ラジオ番組の制作
- ◆ 番組制作形式：企画・構成・演出 聖泉大学学生
- ◆ 出演：日本よし笛の会
市民チンドングループ「チندانバンド」
聖泉大学学生
- ◆ 技術・統括：「B-WAVE」スタッフ

産学連携で当日、1時間の放送枠を編成した「B-WAVE」は滋賀県近江八幡市に本社スタジオ、滋賀県彦根市に彦根営業本部を持つコミュニティ FM のラジオ局で、聴取対象エリアは滋賀県近江八幡市・安土町である。

- ◆ 放送にあたっての担当配置：
 1. 近江八幡本社スタジオ（ショッピングセンター・マイカル近江八幡内）：学生3名（パーソナリティ他）市民チンドングループ3名、「B-WAVE」スタッフ2名
 2. 近江八幡中継ポイント（琵琶湖近辺水郷のよし群生地帯）：学生4名、市民団体・日本よし笛の会5名、「B-WAVE」スタッフ1名
 3. 新海浜中継ポイント（JR 稲枝駅より7キロ）：学生14名、「B-WAVE」スタッフ1名

市民参加型ラジオを目標に放送したこの試みでは、技術的な統括を行った

「B - WAVE」のスタッフ以外は基本的に学生・市民が制作を行うという市民主導型の番組になった。

この制作にあたっては、学生のメディア参加という社会体験、市民グループ2団体にとっての日頃の活動の発表という恰好の時間・空間となり、極めてスムーズに市民参加型メディアを実践できた。特に事前に学生が中心となり、環境問題に関するアンケート調査を行い、近江八幡本社スタジオで学生自身がその結果を発表したこと、またそれに対するメールでの感想が数は多くはないが、リアクションがあったこと、新海浜という琵琶湖の遊泳場でもある浜の清掃も同時に行ったことなど市民メディアとしての機能を発揮できたと考える。この企画の中で、学生たちも新海浜の清掃にあたっての地元自治会との打ち合わせ、清掃後の後始末について彦根市清掃局との打ち合わせなどの経験も積んだ。

そして何よりもこの市民参加型ラジオの実現にあたって全員がボランティア精神で参加し、制作費は一部の雑費を除き、ほとんど発生していないことに注目しておきたい。

◆ 放送を終えての課題

1. この番組の聴取率、リスナーリアクションの把握ができなかったこと
2. 市民参加型ラジオについて、コミュニティラジオ局として、経費負担がないが、財政基盤となるスポンサー（広告主）不在であったこと。これは今後、局の方針として広告主を積極的に開拓しないのか、この種の番組は営業に結びつかないのか、市民メディアの存続、活性化にとって極めて重要な検討課題になるのではないか

考 察

市民メディアと公共性について

前述したように、現代は新聞や地上波テレビ、AMラジオなど既存のオールドメディアともいえる従来のメディアに加えて、BS・CSをはじめ、CATV、

コミュニティ FM, そしてインターネットの発達による個人ブログまで, メディアの森ともいえる重層的なメディア構造にある。市民メディアの定義を, 本稿であえて市民参加型メディアとしたのは, メディアの公共性とは何かを議題とするためである。

最近のメディア, 特に NHK や地上波民放において, 例えば NHK の受信料や関西テレビでの虚偽放送などが問題になった際も, 放送の公共性, メディアの公共性の名において論じられた。そもそも公共性とは何を指すのか, インターネットやコミュニティ FM など最近のメディアと公共性との関わりはどのようになるのであろうか。

実はこの問題提起に対し, 林は「『公共性』から『連帯』へ」と題して極めて示唆的な考察を行っている。

林の論考を引用すれば「『連帯』とは現代社会の共約可能な基底をなすために, 『公共性』という概念と多くの接点を持ちながらも, 公共性や公共圏がもつ近代的規範のパッケージ性とは異なって, 公正な社会を実現するための制度編成のあり方の特化した, 行動につながる規範を指し示す概念ではないだろうか」(林 [2007 :60]) とし「メディアの人間が社会的連帯に無関心を決め込む姿勢は, 他方でさまざまな弊害をもたらしてきたことは周知のとおりである。センセーショナルリズム, スキャンダルリズムなどはその例示的現象である。いまや多くの人々は『えらそうなメディア』や『ずうずうしいメディア』に愛想をつかしている。社会とメディアとの連帯のビジョンは崩れる一方である」(林 [2007 :61]) と述べている。

ところで, 公共性とは一般的には, 私 (private) や個 (individual) に対置される概念であり, マスメディアは社会の公器として極めて公的 (public) な存在として考えられてきた。しかし現代日本において, この「公共性」が公的機関の立場やメディアサイドの立場などで恣意的に使用されたり, あいまいな錦の御旗になっているのが現状である。言い換えれば, 政府や自治体といった公的機関からみる「公共性」, 既存メディアが主張する「公共性」, 市民団体や NPO など市民サイドからみる「公共性」など, さまざまな「公共性」

があふれ、「公共性」もケースによって都合よく使用される。

「公共性」は識者、論者によってさまざまな分類・整理がされているが、メディアを離れて、齋藤は、公共性を official, common, open の3つの意味に分ける。

- ◆ Official：国家に関係する公的な (official) ものという意味。この意味での『公共性』は、国家が法や政策などを通じて国民に対して行う活動を指す。たとえば、公共事業、公共投資、公的資金、公教育、公安などの言葉はこのカテゴリーにふくまれる
- ◆ Common：特定の誰かにではなく、すべての人々に関係する共通のもの (common) という意味。この意味での『公共性』は、共通の利益・財産、共通に妥当すべき規範、共通の関心事などを指す。公共の福祉、公益、公共の秩序、公共心などがこのカテゴリーに含まれる
- ◆ Open：誰に対しても開かれている (open) という意味。この意味での『公共性』は誰もがアクセスすることを拒まれない空間や情報などを指す。公然、情報公開、公園などの言葉はこのカテゴリーに含まれるだろう

(齋藤 [2007 : viii - ix])

この齋藤の分類をメディアにあてはめてみれば、やや強引であるが、全国紙にあたる新聞や地上波テレビなどは、common を倫理綱領や放送基準におき、open を看板にはしている。しかし実質は、新聞の読者コーナーやオンブズマン制度の導入、地上波テレビの視聴者番組などがあるだけで、open とは言い難い。前述した林も指摘したようにますます社会とマスメディアとの連帯のビジョンは小さくなってきている。マスメディアへの現代日本のストレスは common を標榜しながら一方的で閉鎖的な位置にとどまるマスメディア批判につながっていく。民放テレビは朝から夕方まで芸能ネタを中心とするワイドショーにあけくれ、夜はその芸能タレント達によるバラエティ番組の繰り返しである。そこには common すら危うくなるようなジャーナリズム不在のマスメディア状況が見えてくるのである。

では本稿で取り上げた市民メディアはどのカテゴリーとして位置付けるかということだが、筆者としては第3の open におきたい。というより、open にこそ市民メディアとしての存在意義がある。その存在意義の担保としては十分なるアクセス権の確保しかないと考える。市民誰に対しても開かれたアクセス権を保障してこそ、市民参加の市民メディアとして、open の意味をもつのではないだろうか。市民メディアは open によってはじめて具体的な common の「公共性」を本質的に持ちえるのである。

全国紙や地上波テレビ、従来の AM・FM ラジオは、市民からの投稿やリスナーからのメール紹介などでお茶を濁し、市民のアクセス権とは程遠い。というより、現在のマス・メディアと市民との間には、アクセス権なるものの存在すら、意識されなくなっているのではないだろうか。筆者はローカル放送局で、長年にわたり、ニュース報道や番組制作に携わってきたが、1970年代後半から1990年代前半頃まで、このアクセス権という言葉が放送の現場で極めて重要なキーワードとして意識してきた。

リスナーや視聴者との対話、チャンネルづくりは、ローカル放送にとっても、いやローカル放送ゆえにどう実現していくか腐心してきた。メディアを運営する側にとっては努力してきたつもりだが、メディアの受信者からすれば、そこには見えない強固な壁があり、視聴者が能動的にアクセス権を発揮できる場は、せいぜい視聴者参加番組といった形での参加やアクセスにとどまっていたのであろう。アクセス権について、1990年代、筆者が参考にしたのは、フランシス・J・ベリガン編『アクセス論—その歴史的発生の背景—』である。この文献の中にも「放送局には、視聴者との相互作用を促進する適切なフィードバックシステムが欠けており、しかも、放送局は、この『一方的』コミュニケーションを容認し、さらには助長してさえいるように思われるからである」(Berrigan [1977 =2007 :5]) との指摘があり、さらに「アクセスに対する欲求は、マス・メディアに対する長年の不満から発している」(Berrigan [1977 =2007 :6]) と述べられている。

本稿で筆者が強調した「公共性」を視点に、あらためて前述したコミュニ

テイ FM やケーブルテレビ、インターネット新聞などを分析してみると、市民参加型メディアのいわば存在意義となるものがみえてくる。端的にいつてしまえば、それぞれのメディアがどのような open を実現しているかが重要である。その結果として、市民参加型メディアそれぞれの「公共性」が担保されているか、財政基盤が確立されているかの課題と向き合うことができる。「公共性」の例として、例えばコミュニティ FM では「FM わいわい」は、NGO「ベトナム in KOBE」や「関西ブラジル人コミュニティ」・「多言語センター」などの NGO・NPO、市民団体と強い連携と協力関係にあり、「FM わいわい」を支える会員制度によって財政基盤の安定を図っている。また、「京都三条ラジオカフェ」は NPO による経営であり、市民が活用するメディアとして定着、NPO や市民団体、大学や行政機関との共同運用の形でさまざまな情報発信をしている。これらの例をみると、市民参加型メディアにとって重要なキーワードのひとつは、「連携」であるといえる。言い方を変えれば、ネットワーク化であり、パートナーシップということになる。そもそも新しい市民社会への申し子の存在である NPO（特定非営利活動法人）の理念も行政や企業という従来の社会システムではまかないきれない地域・社会問題の解決と新しい社会システムの構築にある。NPO の生命線であるアドボカシー（市民提言活動）は、市民参加型メディアの得意技であるはずである。「新しい地域連携」創造のために、今こそ市民参加型メディアは大きくウイングを広げなければならない。

NPO 活動の調査で筆者が訪問した新潟県上越市の例をあげたい。上越市には「上越タイムス」といういわば地域の情報を長年発信しているローカル新聞がある。「上越タイムス」は数年前から、紙面の一部を地域の「くびき野 NPO サポートセンター」に無料で提供し、このページの編集権も「くびき野サポートセンター」にある。既存メディアであるローカルジャーナリズムの「上越タイムス」はこうした open によって購読者数の維持と地域貢献を果たしている。

一方、ケーブルテレビ業界では前述した「中海テレビ」のような存在は極

めて異例と言わざるを得ない。現状は淡路五色ケーブルテレビのように市町村合併（平成の大合併）により、地域コミュニティの手段が変容させられたり、経営上の問題で大資本に吸収されていく局も少なくなく、ケーブルテレビの位置はまだまだ揺れ動いている。特にブロードバンドの高度化・多様化はケーブルテレビにとって強敵の出現となっている。

まだまだ課題の多いケーブルテレビであるが、ここにきて資本関係がなくても「連携」や「ネットワーク」を積極的に取り入れるケーブルテレビが急増している。長野県飯山市のiネット飯山を中心に、北信州のケーブルテレビ局5局（「iネット飯山」・「テレビ菜の花」・「テレビ北信ケーブルビジョン」・「中野市豊田情報センター」・「ふう太ネット木島平」）と隣接する新潟県のケーブルテレビ3局（「上越ケーブルビジョン」・「佐渡テレビジョン」・「能生ケーブルネット」）の8局が各地域の話題やお得意情報などを届ける体験型情報番組を共同制作しはじめた。また富山県では、富山市のケーブルテレビ富山をはじめ県内11局のケーブルテレビが光ファイバーで結び、地域番組の交流や共同制作をすでに始めている。

では、時間と空間を越えるメディアとなった「インターネット新聞」や「インターネット放送局」という市民参加型メディアの「公共性」はどうか。

openという視点からみれば、韓国・ソウルの「オーマイニュース」は市民発信者数、メディアとしての影響度からみて世界に先駆けたメディアの大地震に匹敵する。

韓国のインターネット新聞の現状については、金の「多極化の岐路に立つ韓国のオルタナティブ・ジャーナリズム」で詳説されているが、金は、「既存の社会秩序に存在した閉じた議論の構造を開かれた討議の場へと拡張するコミュニケーション行為」（金 [2004 :219]）をオルタナティブ・ジャーナリズムと意味づける。韓国では「オーマイニュース」のようなオンライン・ジャーナリズムが2000年頃から活発化しているが、金はこの背景として政府の積極的な情報化促進政策などによるインターネット環境の爆発的な高ま

り、政治状況報道でのニュースメディア間の対立構図の中であって、インターネットという新しい政治コミュニケーションツールが大きくなってきたことを指摘している。その点、日本においては政治的イシューの対立にインターネットメディアがからむようなことはいまのところ考えられない。

金の論考は注目すべきものがあるが、金はオルタナティブ・ジャーナリズムが将来、ジャーナリズム世界全体を再構成する可能性も示唆している。

インターネットによる市民参加は「オーマイニュースジャパン」の行末とは別に、ジャーナリズムという観点から日本においても最近にわかに活発な論議が始まっている。確かにインターネットへの参加は文字通り、openは担保されているが、メディアという点では既存メディアと比べ、ジャーナリズムとしてどういう位置になるのかという問題である。

デジタルジャーナリズム研究会の橋場・佐々木・藤代は『メディア・イノベーションの衝撃』において、ジャーナリズムの担い手の問題、発信の時間軸の問題などメディアとは何かを根底から揺さぶることになりかねない新しい市民参加の発信について論議を深めている。

インターネットによる市民参加型メディアの規定は極めて困難である。個々人のブログは果たしてメディアと呼べるのか、ニュースとはだれが価値判断をするのか、ネット文化は今や世界のメディアに衝撃を与えようとしている。中日新聞ニューヨーク支局の池尾はアメリカにおける政治系の有力ブログと大統領選の関係について伝えている。そこには筆者がコミュニティFMの考察でも指摘した「連携」つまり市民と市民の連携、市民とメディアの連携が見えてくる。ただ、宅配制度に支えられた新聞業界、免許制度に守られた放送業界という日本では、韓国やアメリカのような論議は相当、先のことになるかと予測せざるを得ない。

本稿の主題である「市民メディアと公共性」はopenという筆者が主張する「公共性」の理念とともにテクノロジーの発達によって、メディアの大再編を予測させる瀬戸際にきている。これをメディアの漂流ととるか、新メディアの誕生ととるかはこれからの課題である。しかしネットメディアが広告費

の増大により財政基盤を確立しつつある現状をみると市民にとってクローズドに近い状況にある既存メディアと open の市民参加型メディアの未来は、もはや一元的にとらえることはできない新しいメディア状況に入っているといえる。これからの情報化社会は、「系列」に象徴される既存メディアではなく、「連携」のウィングをさまざまな市民団体や異種の組織に広げる市民参加型メディアがメディアの「公共性」を担う時代になるのではないだろうか。

おわりに

市民メディアと公共性の考察は、点的な調査を行った段階で、いまだプロセスにあるが、インターネットというあらたなコミュニケーションツールの獲得により、個人発信の情報量が飛躍的に増えている現状にあって多くの可能性と課題を与えてくれた。それは市民参加型メディアが地域の自立に貢献するばかりでなく、「連携」というキーワードによって、さまざまな未来に挑戦できることである。筆者はそこに「インターローカリズム」という概念のリアルな姿を見つつある。「インターローカリズム」は、コスモポリタンの作家、堀田善衛が最初に発した言葉である。地域の固有性に固執するのではなく、地域と地域の連携、それも市民による地域構築が進むなかでの連携によって、世界に開かれた具体的な個人と地域の自立が可能になるということである。本稿で述べたコミュニティFM「FMわいわい」は、世界コミュニティラジオ連盟の会員として積極的な活動を展開しているし、「中海テレビ」もラムサール条約登録の中海を国際的な視点でとらえ、国境を越えた市民をつなぐプログラムを組んでいる。市民参加型メディアは市民社会の成熟に欠かせない存在であり、地域の議題設定機能を有し、地域間の課題を普遍的に見つめていくメディアであるといえる。しかし課題も多い。市民メディアのありようによっては情報格差が生まれ、地域格差ともなり得る。またインターネットメディアがどのような形でメディアとして自立していくのか未知である。今後の研究課題としたい。

調査協力

FM わいわい (神戸市)

FM ながおか (新潟県長岡市)

FM ゆきぐに (新潟県南魚沼市)

NPO 京都コミュニティ放送 (京都市)

BIWA WAVE (滋賀県近江八幡市)

近江八幡ケーブルテレビ (滋賀県近江八幡市)

淡路五色ケーブルテレビ (兵庫県洲本市五色町)

中海テレビ放送 (鳥取県米子市)

オーマイニュース (韓国・ソウル市)

日本法人オーマイニュース・インターナショナル (東京都)

岸本 晃 (プリズム TV)

日中映像交流団体「東京視点」

引用文献

1. Berrigan, Frances (ed.) 1977 Access : Some Western Models of Community Media, Paris, UNESCO. =1991 鶴木 眞 (監訳), 『アクセス論—その歴史的発生の背景—』, 慶応通信。
2. 林 香里 2007 「『公共性』から『連帯』へ—労働としての『メディア』と『ジャーナリズム』を考える—」, 『世界』(767):54-65。
3. 金 相集 2004 「多極化の岐路に立つ韓国のオルタナティブ・ジャーナリズム」, 遠藤 薫 (ed.) 『インターネットと<世論>形成—間メディア的言説の連鎖と抗争—』:218-230, 東京電機大学出版局。
4. 斎藤 純一 2000 『公共性』(思考のフロンティア), 岩波書店。
5. 総務省. (2007.9.5). 報道資料 「地方の活性化とユビキタスネット社会に関する懇談会」 秦野 一憲 発表資料 「ケーブルテレビは コミュニティー・ソリューション」. (http://www.soumu.go.jp/s-news/2007/pdf/070905_5_sk3-12.pdf) . 2007.12.7取得。

参考文献

1. デジタルジャーナリズム研究会 (ed.) 2007『メディア・イノベーションの衝撃—爆発するパーソナル・コンテンツと溶解する新聞型ビジネス—』, 日本評論社。
2. 林 茂樹 (ed.) 2006『地域メディアの新展開—CATVを中心として—』(中央大学社会科学研究所研究叢書 17), 中央大学出版部。
3. 池尾 伸一 2007「市民メディアの台頭と新聞社の対応」, 『新聞研究』(676):14-17。
4. 石井 彰・山本 安幸・脇屋 雄介・音 好宏 2005「シンポジウム 災害とコミュニティ放送」, 『放送レポート』(194):28-39。
5. 金山 智子 (ed.) 2007『コミュニティ・メディア—コミュニティ FM が地域をつなぐ—』, 慶應義塾大学出版会。
6. 松野 良一 2005『市民メディア論—デジタル時代のパラダイムシフト—』, ナカニシヤ出版。
7. 佐野 匡男 2005『ケーブルテレビ・未来の記憶—放送と通信を駆ける—』, サテマガ・ビー・アイ。
8. 佐々木 俊尚 2007『フラット革命』, 講談社。
9. 菅中 雄一郎・原 由美子 2007「多チャンネル化の中の地域情報サービス—鳥取県米子市の事例研究から—」(「日本人とメディア」総合調査研究報告④), 『放送研究と調査』57-7 (674):22-31。
10. 田村 紀雄 (ed.) 2003『地域メディアを学ぶ人のために』, 世界思想社。
11. 山岸 秀雄 2003「「違い」を超え, 新しい協力関係つくる」(特集 地域を耕す), 『月刊民放』33-1 (379):4-7。

参考資料

1. エフエム雪国 2003『地域ラジオは生活応援歌—FM ゆきぐに 5年の軌跡—』, エフエム雪国。
2. エフエム雪国・FM ながおか2004『ドキュメント「FM ゆきぐに」・

「FMながおか」は新潟県中越地震をどう伝えたか』, JCBA 日本コミュニティ放送協会。

3. NPO 京都コミュニティ放送 2007『FM 79.7 MHz 京都三条 ラジオカフェ NPO 京都コミュニティ放送』, 説明資料。

付 記

本研究は、平成18年度私立大学等経常費補助金（私立大学教育研究高度化推進特別補助）学術研究高度化推進経費共同研究経費の助成による研究成果の一部である。