

地域メディアの意義と役割

—「つながり」と「当事者性」の観点から

Significance and Roles of Community Media:
From the Perspectives of Bringing Communities Together and Immediacy

深澤弘樹

Hiroki Fukasawa

1. はじめに

日本の各地域はいま、様々な問題を抱えている。各地では、過疎化や高齢化に伴う人口減少、地場産業をはじめとする各種産業の衰退とそれによる都市と地方の格差拡大、地方自治体の財政的窮状のほか、医療・福祉・教育など社会的・人的ネットワークの機能不全といった「地域の疲弊」が進行しつつある（米倉，2010：59）。地方の時代といわれて久しいが、その言葉とは裏腹に地域を取り巻く現状は非常に厳しいといわざるを得ない。

こうした現状のなか、地域の再生に重要な役割を担うと期待されるのが地域メディアである。地域メディアとは全国規模ではなく地域を対象に情報発信しているメディアであり、地方の新聞、放送局といった県域単位のものから、市町村やそれ以下のコミュニティを対象とした地域紙、コミュニティFMに至るまで幅広い。本稿では、地域メディア全般について述べたうえで、特に都道府県を対象とする新聞社や放送局（ローカル局）に焦点を当て、地域メディアによる人々のつながりとアイデンティティを創発する役割と、それを生むための当事者ジャーナリズムの必要性を強調する。

この問題意識の背景にあるのは、全国メディアでは手の届かない、地域ならではの問題解決に地域メディアの貢献が問われていることにある。地域メディアにおいては、「地域社会におけるさまざまな問題を取り上げ、都市と地方の

世論を媒介するジャーナリズム機能」と同時に、「地域の伝統や文化等を記録し伝えることを通じて、地域の社会的アイデンティティの生成・維持」する機能も重要視されている（米倉，2010：59）。全国メディアがカバーできない地域の問題に分け入り、地域住民とともに問題解決への方途を探るのが地方メディアの役割であり、ここでは、地域主義（ローカリズム）が重要な基本原則の一つとなる。地域主義（ローカリズム）とは、内山節の言葉を借りると、「自分たちの生きている地域の関係を大事にし、つまり、そこに生きる人間たちとの関係を大事にし、その自然との関係を大事にしながら、グローバル化する市場経済に振り回されない生き方をする」（内山，2012：106）ことを指す。

地域主義を徹底する意味合いにおいて、昨今、地域メディアを社会関係資本と結びつけた議論も活発になっている（藤田，2012 参照）。社会関係資本とは、人々が他人に抱く「信頼」や「互酬性の規範」、人や組織の間のネットワーク（絆）のことであり、社会関係資本によって、集団としての協調性など市場では評価しにくい価値が生み出されることになる（稲葉，2011：1）。

こうした考え方は、メディアの本来の意味である「つなぐもの」、媒介物としての役割を新聞社や放送局に求めるものであり、客観性、中立・公平公正を規範とする従来のメディアの役割だけではとらえきれないジャーナリズム観が要請される。たとえば、林香里は、より視聴者の近くに寄り添い、「ケア」の観点からジャーナリズムを捉えなおす必要性を訴える（林，2011）。このジャーナリズムでは、視聴者との「親密さ」「共感」の構築に重きが置かれ、受け手に寄り添う送り手側の姿勢が求められている。東日本大震災では、地方紙、地域紙、コミュニティ FM などの地域メディアが評価されたのも、視聴者とともに問題を解決しようとする報道姿勢があったためといえるであろう。

地域報道ではこうした視聴者の視点、目線と一体化した「当事者ジャーナリズム」が要請されるのであり、客観報道主義と比して視聴者、読者側に一步踏み込んだ、あえて主観的なジャーナリズムを本稿では評価したいと考える。

以上のような問題意識のもと、本稿では地域メディアの意義について概観したうえで、地域ジャーナリズムを担う地域メディアの役割について考える。地域には、その土地ならではの資源がある。地域メディアはその資源を生かしな

がら、地域内の凝集性を高めると同時に住民との循環的な関係の構築が求められる。そのために、地域メディアは何ができるのか、何をすべきなのかを述べてみたい。

2. 地域メディアの意義と展開

(1) 地域とは何か

まずは、「地域メディア」といった時の「地域」とはいかなる区分、範囲を示すのかを押さえておきたい。「地域」のもつ意味は多義的であるが、単純化すれば空間的範囲として考えることが可能である。空間的範囲とは地理的な広がりを示すもので、町内という狭い範囲から市町村、都道府県に至るまで伸び縮みする空間を内包する言葉として用いられている。人びとにとって「地域」とは「居住地を中心として拡がる一定の範囲の空間および社会を指示する言葉として受け止められている」（森岡，2008：6）といえよう。

また、「地域社会」とは、地理的な範囲を前提としながらも、「そこに生活する人びとの共通性、共同性、連帯性といった特性を含んだ実体」でもある。地域社会の英訳であるコミュニティ（community）という言葉には共有、共通、共同などの意味が含まれていることを考えれば、人びとの共通性・共同性に注目することも可能であろう（竹内，1989：4）。人びとの意識の共有、共通性という観点からすれば、地域は地理的な範囲にとどまらない。ある価値観を共有したり、目的や志向を同じくした人びとの集まりにおいても、広義の意味合いでは「地域」としてとらえることができる。

また、地域および地域社会について、空間的、機能的な意味合いで規定しているのは林茂樹である（林，2003：29-30）。林は以下の通りに類型化を試みる。

- ① 日常生活活動を行う生活者の社会圏（主として衣食住などの生活必需行動と普段の人間関係など）
- ② 生活者の日常的な生産・消費・流通を行う経済圏
- ③ 生活者の身近な政治・行政活動を行う政治・行政圏

④ 生活者の身近な文化活動を行う文化圏（習俗・慣行・言語・行事など）

以上の枠組みが統合され、時には個別的に、ある時には相互連関的に機能することによって地域が成り立っているのだと林はいう。

つまり、地域とはフレキシブルな概念であり、空間論から考えた場合の居住地を中心とした地理的な場所性をもつものにとどまらず、広義に解釈すれば人々にとって主観的な面でのまとまりも「地域」と考えることも可能である。前者は「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」であり、都道府県、市町村などの行政的地域が代表的なものとなる。一方、後者は、コミュニティという言葉を広義に解釈した場合には「機能的共通性にもとづく社会的単位」との言い方もできる（竹内，1989：4-7）。趣味のサークルやクラブなどがこれに含まれるが、昨今のインターネットによるコミュニケーションメディアの発達を考えると、地理的な範囲を超えた「地域」は広がりを見せているといえよう。

（2）地域情報と地域メディア

地域情報とは地域に流通する情報である。地域に関わる情報は非常に幅広く、地域の産業や経済、政治・行政、気象、行事や娯楽、事件・事故など多岐に渡っている。以上のようなさまざまな情報を住民に提供するのが地域メディアである。地域メディアとは簡単にいうと、「一定の地域社会をカバレッジとするコミュニケーション・メディア」（竹内，1989：3）を指す。一般的には地方紙やローカル局を思い浮かべるであろうが、前述のとおり、インターネットが発達し誰もが情報発信が可能になった現代においては「地域」の範囲は広がりつつあり、それにとまって地域メディアがカバーする範囲も幅広いものとなる。地域メディアが対象とする領域は、最小の単位でいえば町内、地区、区市町村であり、さらに群や地方・地域、県のレベルにまで空間的広がりを見せる。それぞれの地域メディアは訴求対象として地域の範囲を決めたうえで情報発信を行っている。一方で、インターネット社会における空間とは地理的空間とは同一でないため、その範囲は拡大縮小する性格を帯びる。その際、訴求対象につ

いては地域メディア自身がエリアサイズを決定することになる（浅岡，2007：22）。

では、地域に必要な情報とはどのようなものなのだろうか。北海道テレビ放送の樋泉実社長が指摘するように、「地方」という概念は東京から見た位置づけに過ぎない（樋泉，2012：17）。東京から見た一元的な価値観に左右されていては、地方独自の視点、地域に住む人が肌で感じる視点は出てこない。地域とメディアとの関係は、地域ごとに課題も違うことから一般的な形で述べることは難しい。

都市社会学者の若林幹夫は、「地方」「地域」の固有性やその地域に暮らす人々の土地に対する感覚の違いを強調する。具体的にいうと、地域や地方によって一体感や帰属意識、歴史意識、郷土意識のほか、就業構造や階層構造などの社会構造が異なり、さらには生活様式、文化、直面する社会的課題や問題なども異なる。そして、それらの地域、地方が抱える諸条件の違いは、人びとの暮らす地理的な領域に対して抱くリアリティをも異なるものにしてしまう。若林はその感覚を「地域・地方意識」あるいは「地域・地方感覚」と呼ぶ。メディアはこうした地域、地方の違いや意識の違いに敏感でなくてはならず、その現実を伝え、関わっていくことが求められる（若林，2010：29-30）。

「地域・地方感覚」に根ざした情報は地域や地域住民の意識にさまざまな影響を及ぼす。地域に情報をもたらす「地域情報化」について、丸田一は「情報化による地域づくり」（丸田，2007：44）であると指摘する。では、具体的に地域に情報をもたらすことによって地域はどのように変化していくのだろうか。以下では地域メディアの機能についてみていく。

（3）地域メディアの社会的機能

地域メディアは地域社会に対して様々な働きを有しており、政治的、経済的、社会的、文化的な側面において、地域社会と地域住民の意識に大きな影響力を与える。竹内郁郎によると、地域メディアには「地域関連情報の提供」と「地域社会の統合性の推進」の機能があるとされている（竹内，1989：8-14）。

「地域関連情報の提供」については、地域住民に地域社会の状況を伝えるこ

とで住民の快適な暮らしを支援することを目的とする。ラスウェルはマス・コミュニケーションの機能として「環境の監視」を掲げているが、この機能は地域においても重要なものとなる。ただし、グローバル化が進行する現在においては、地域メディアは地域の情報にとどまることなく、国内外の情報を網羅しながら伝え当該地域との関連にも触れながら幅広い情報を提供することが求められる。

続く「地域社会の統合性の推進」については、「地域社会がまとまりをもった社会的単位として存続・発展していくことへの寄与」としてとらえられる。現在の地域社会は都市化の進展とともに地域の固有性が失われ、地域としての存在基盤をどこに求めるのかが問われている。住民の土地への帰属意識が薄らいでいるなかで、住民間の利害関係を調整して対立を緩和したり、生活拠点としての魅力を高めて住民の愛着を確保し、新しい連帯をつくり出して住民参加を動機付ける必要性に迫られている（竹内，1989：13）。

メディアによる地域の統合という観点は、ナショナリズムと出版資本主義との関係を論じたアンダーソンの「想像の共同体」の考え方を援用することが可能である。アンダーソンは共同体とは想像の産物であって、18世紀に登場した近代小説や新聞が共同体をまとめ上げる役割を果たしたことを指摘している（Anderson, [1983]1991 = 1997）。いわばマス・メディアの存在が共同体意識やアイデンティティを醸成することに寄与し、国民国家形成の重要な役割を果たしたのである。また、ガンパートの「地図にないコミュニティ」の考え方もメディアによる地域の統合化に焦点を当てる。ガンパートは電話コミュニケーションやマス・メディアを通じた共通体験により、伝統的なコミュニティに匹敵する「地図にないコミュニティ」が形成されるのだと指摘する（Gumpert, 1987 = 1990）。

アンダーソンにしてもガンパートにしても、メディアによって新たなコミュニティが形成され人々の意識を統合する機能に着目している点は同様であり、地域のアイデンティティ獲得においても地域メディアが大きな役割を果たしているといえる。

丸田は、地域メディアによる「想像の共同体」としての地域の再生プロセス

を以下のように説明する。最初の段階は地域が「地域メディア」を持つことから始まる。ここでの地域メディアとはテレビ、ラジオ、新聞といった伝統的メディアだけでなく、フリーペーパーなどの紙媒体や劇場などの空間媒体、場合によっては人間が媒体になることもあり、昨今のSNSも含まれる。続いては、参加者間の日常的なコミュニケーションを通じた地域情報の交換の段階である。ここでは地域の評価が繰り返されることによる地域イメージが立ち上がり、共同体再生の契機となる（丸田，2007：66-67）。

しかし、有名な観光地がそうであるように形作られた地域イメージと実態との乖離が生じることもある。そこでは、ズレを確認しつつも地域イメージに合わせた地域の個性が変革され、地域は新たな個性を獲得していくことになる。こうした作業を丸田は「重ね合わせ作業」（丸田，2007：68）と呼んでいる。丸田の重要な指摘は、住民同士による地域の評価と外部の地域イメージとのズレが生じるという点である。

鈴木謙介は地域アイデンティティ形成においては、地域に対するコミュニケーションが地域の実態を確定していくのだという。「システム内部における反省」と「システム外部からの評価」という二つのコミュニケーションがあり、こうした地域をめぐる不断のコミュニケーションのプロセスによって地域アイデンティティが創成されていくのだと述べる（鈴木，2006：101-106）。

丸田、鈴木ともに、地域住民内部のコミュニケーションと地域外部のコミュニケーションのベクトルの異なるコミュニケーションを想定し、両者のズレをはらみながら行われるコミュニケーションに地域アイデンティティ構築のダイナミックな過程をみている。地域情報はこのコミュニケーションを促し人々を動員する資源となり、地域メディアは両者を媒介する役目を負うことになる。

したがって、地域メディアは住民への情報伝達や環境監視機能によって人びとの行動を方向づける指令や動員の機能をもつと同時に、以上のコミュニケーションのプロセスを活性化することによって、地域アイデンティティ確立による地域の個性を生み出す働きも併せもっているといえる。

3. 地域メディアによる社会関係資本構築と「当事者ジャーナリズム」の必要性

(1) 社会関係資本とケアのジャーナリズム

ここからは、地域の紐帯を強め人々の「つながり」を構築するという意味合いで、地域メディアと社会関係資本との関連を論じ、地域ジャーナリズムのあるべき姿について「当事者性」をキーワードに探っていく。

1) 社会関係資本とは何か

まず、社会関係資本とはいかなる定義なのかをまとめておきたい。パットナムは社会関係資本について、「調整された諸活動を活発にすることによって社会の効率性を改善できる、信頼、規範、ネットワークといった社会組織の特徴」なのだという。また、互酬性の規範や市民の積極参加といった形態での社会関係資本を蓄積してきた共同体では自発的な協力が得られやすいとも述べている(Putnam, 1993 = 2001 : 206-207)。このように、社会関係資本とは、他者との「かかわり」や「つながり」といった人間関係のネットワークを資源とする考え方である。

社会関係資本に関する議論は新たな「市民社会論」としての性格も有している。地域社会やコミュニティにおいて、政治や社会的争点にコミットする「市民性」をどう生み出し、活性化していけるかが問われているからだ。ただし、社会関係資本論は、19～20世紀の「近代市民社会」を理想化しているわけではなく、地縁・血縁によって結びつけられた伝統的共同体への回帰を志向しているわけでもない。伝統的な地縁・血縁や中間集団から切り離され、あるいは、相対的に自立した個人の存在を前提としながら、社会的な統合や集合性をどう生み出すかが問われているのが特徴である(米倉, 2010 : 68)。

2) 社会関係資本を構築する地域メディア

では、地域メディアと社会関係資本とはどのような関係があるのだろうか。地域メディアの役割は社会関係資本の構築にあると述べるのは藤田真文である。藤田は東日本大震災の報道を例に出しながら、「地域に根ざしたメディア」の必要性を訴える。東日本大震災の報道では、地元メディアの記者たちは地域の住民と正面から向き合い、住民とともに悩み苦しみながら日々の報道活動に

従事し、人的ネットワークを構築する役割を果たした。それはまさに社会関係資本を作り出す働きであったと藤田はいう（藤田，2012）。

ここで支持されているのは、地域住民に徹底的に寄り添い、弱者の側に一方的に肩入れた報道姿勢である。この報道のあり方は中立・公平公正を是とする日本の従来のジャーナリズムの規範からすれば「偏向」と受け取られかねず、客観報道とは相いれないものかもしれない。しかし、被災地のメディアでは記者や制作者自身も被害を受けた当事者であった。彼らは地域住民と悲しみを共有しながら「何を報道すべきか」を自問自答しながら報道にあたった。彼らは客観報道では語り得ない圧倒的な現実を身をもって体験し、だからこそ発せられた言葉が高い評価を得ることにつながったともいえるだろう。

3) ケアのジャーナリズム

林香里はこうしたジャーナリズムを「ケアのジャーナリズム」と呼び、従来のジャーナリズムとは異なるジャーナリズムの考え方を提示している（林，2011）。ケアのジャーナリズムでは、①マス・メディアは市民との相互作用とネットワークの中で、実行可能な正義を発見することを求められる、②絶対的弱者に優先的に言葉を与えるような手立て（ケア）を積極的に行う責任を負っている、③絶対的弱者たちへの優先的な配慮をし、記事や番組を製作する職業者が評価される、という以上の3点が重視される（林，2011：34-35；藤田，2012：13）。

このように、ケアのジャーナリズムにおいては、「身の回りにあるニーズに敏感になり、そこに積極的に責任感をもつこと」が必要で、「社会的な困難にある人に対して『親密さ』や『助け合い』を他者との間に創出するきっかけづくり」が期待されている（藤田，2012：13）。

ケアのジャーナリズムにおいて重視されるのは「ケアの倫理」である。ケアの倫理とは、川本隆史によると、親密圏における道德義務やモラルという初期の含意を越えた広い意味での社会倫理であり、医療実践や法律、政治、社会組織、紛争などの分野において「正義の倫理」と並んで重要な道德的示唆を与える倫理体系を意味する。ここでの「ケア」とは介護や育児など「世話」ではなく、社会的弱者を救うために手を差し伸べ、その責任を指し示す抽象的概念で

ある。正義の倫理では、「何が正義にかなうのか」が問われるのに対し、ケアの倫理では「他者のニーズにどのように応答すべきか」が求められる価値となる（川本，2005：1-2）。

林は、従来の不偏不党、中立性、客観性を求めるジャーナリズムを「オトコのジャーナリズム」とし、その対極に「オンナ、コドモのジャーナリズム」（ケアのジャーナリズム）を位置づける。その考え方は、「視聴（聴取）率にはこだわらず、ジャーナリズムを当事者の日常生活のなかに発見し、社会の改善に役立たせていこうという視点」（林，2010：17）を大切に、絶対的弱者に優先的な配慮をし、記事や番組を文脈依存的に製作する職業者を評価する新しい職業倫理である。

留意すべきは「オンナ、コドモのジャーナリズム」は「オトコのジャーナリズム」の代替物ではなく、両者は相互併存するものである点である。これまでも地方、全国を問わずこうした報道姿勢は報道機関、取材者がもちあわせていたもので、これまで正当な評価が与えられていなかった試みに光を当て、マスメディア批判が高まるなかで、新たなジャーナリズムの可能性を探る提案であるといえよう。

本稿においても、このケアのジャーナリズム（オンナ、コドモのジャーナリズム）を支持し、地域住民に寄り添って報道活動にあたる地域メディアは、このジャーナリズムの実現を目指すべきであり、地域をつくる上で人々とのつながりを構築する営みこそが地域メディアの本義であることを強調しておきたい。

（2）つながりをもたらす地域メディアの役割と当事者性

1）つながりを構築する地域メディア

ケアのジャーナリズムは徹底的に弱者に寄り添う。その活動は住民同士、住民と送り手との間のつながりを生み出すことにもつながっていく。ただし、地方紙や地方局などの地域メディアにおいて、こうした取り組みがこれまでなかったわけではない。

『河北新報』の寺島英弥は、つながりをつくる仕事が地域メディアの役割だとして、現場で報道に携わる立場から積極的に問題提起している新聞人である。

『河北新報』といえば、被災地・宮城の県紙として精力的に震災報道に携わったことが知られているが、その陣頭指揮を執ったのが寺島であった。寺島は震災前から、林が提起したケアのジャーナリズムを体現する優れた仕事を残し、地域報道の取材理念やあるべき姿を積極的に発信してきた。

寺島が考える地域のメディアとは「さまざまな問題を抱える人やコミュニティに発言と議論の『場』を提供し、当事者たちによる改善や解決を助ける」もので、「記者はそのための『つながりをつくる』(Connection making) のが仕事」と指摘し、「つながるジャーナリズム」を志向している(寺島, 2010: 115)。寺島の信念で重要なキーワードは「ヴァルネラビリティ: Vulnerability (弱さ、傷つきやすさ)」である。ヴァルネラビリティとはIT用語としては「セキュリティ上の脆弱」、社会学などでは「他者からの攻撃を誘発しやすい性質、脆弱さ」の意味で用いられる(寺島, 2009: 166)。寺島は、「Vulnerability」を持つ者、つまりは「社会的に不利益を受けやすい弱者たち」の声を聞きながら、当事者があるのままを発信することが社会を変革する力をもつのだと考える。

2) 当事者中心主義の必要性

寺島の問題的提起はまさに「ケアのジャーナリズム」が求める方向性であり、いわば、「当事者中心主義」ともいえる地域メディアのあるべき姿を示している。その実現のためには取材者の想像力が必要となる。日々の報道では、「記者のつくる Story でなく、当事者が物語るもの、その Vulnerability (弱さ、傷つきやすさ) をいかに共有するかが生命」なのだとして寺島は述べる(寺島, 2010: 116)。こうした報道姿勢は「シビックジャーナリズム¹⁾」の動きとも連動するものであり、従来の客観報道主義とは異なる新たなジャーナリズムの模索は地域メディア、地域報道を起点として広がる可能性を示唆している。

寺島は当事者に語らせることを重視する。従来の客観報道主義では記者は当事者としてよりも、むしろ「傍観者」として外側からあくまで客観的に物事を見、私情をはさみず報道することが日本のジャーナリズムにおいては「よし」とされてきた。「当事者」重視の報道とは、記者の報道姿勢そのものを問うことであり、自らが「当事者」として、あるいは、当事者に寄り添って伝える役目を引き受けることでもある。

以上を踏まえ、続いては、当事者ジャーナリズムの意義について、客観報道主義が陥る他者性と関連づけて述べていきたい。

(3) 当事者性と客観報道主義の陥穽

1) 当事者ジャーナリズムと東日本大震災

報道における「当事者」性を重んずる議論は東日本大震災が一つの契機となっている。TBSで数多くの番組制作に携わり、地域メディア研究会のメンバーとして民放各局の調査をしてきた田原茂行は、東日本大震災は「当事者の立場に立つ報道の可能性を教えた」という。それはつまり、「地域放送局そのものが、地域社会と運命を共にする当事者であるという意識だ」と指摘し、「当事者としての倫理」「当事者ジャーナリズム」が必要なのだと訴える。田原は当事者ジャーナリズムとは、既存マスメディアの表面的な権力批判より深いレベルで社会の歪みに対峙するものと位置づける（田原，2012：32-33）。

これまで日本のジャーナリズムにおいては、客観報道主義が貫かれ、中立、公平・公正、不偏不党が最重視されてきた。ただし、中立であろうとするがために政府や東京電力の言い分をそのまま報道し、結果的に「大本営発表」を繰り返したのだとすれば、それは日本のジャーナリズムの弱さの露呈である。日本のジャーナリズムが様々な批判にさらされている現在、より自律した意識産業としてのジャーナリズムのあり方が求められているといえよう。これはまさに田原がいうような「市民とともに問題をわがこととして捉え、解決策を自ら考える」ものであり、メディア自らが当事者として問題解決への道筋を示すことにほかならない。

2) 客観報道主義と当事者性

ここで改めて客観報道主義が意味するところを押さえておく。客観報道を字義通りとらえると事実を客観的に記述する報道ということになるが、藤田真文は以下の3点を特徴として挙げる（藤田，2000：184）。

- ① 報道する事実を曲げずに描写・叙述すること（事実性原則）
- ② 記事に報道する者の意見を含まないこと（没評論原則）

- ③ 意見が分かれている出来事については、一方の意見に偏らずに報道すること（不偏不党原則）

これらの原則は新聞倫理綱領²や放送倫理基本綱領³、放送の基本法規である放送法⁴で定められている。つまり、報道機関にとっては客観報道の原則はジャーナリストが遵守すべき規範となっているだけでなく、電波メディアにおける報道においては法律として拘束性をもつものとなっている。しかしながら、何をもって「客観」かを示す基準は一樣ではなく、報道現場で合意が得られているとは思えない⁵。実際の報道では、新聞での両論併記やテレビニュースにおいて賛成反対を取り上げる秒数を均等にするなど、賛否のバランスを取ることで表向きの客観を擬装することになる。

ジャーナリストのプロフェッショナリズムである客観報道主義はニューステキストを「誰」が書いたのか不明な顔のないのっぺらぼうの存在としてしまう。玉木明はこれがかつて「無署名性言語」として批判した。無署名性のテキストでは、書いている主体が消され、「誰」が「何」を「どう」感じたかという実感は記事上では表現されない。報道主体である「私」が空洞化してしまうのである（玉木、1996）。

客観的に物事を見ようとする取材者は「他者」として現れ出る。決して当事者としてではない。報道の現場では「私」の感情を表に出すことは慎むべきこととして教育を受ける。それは、時間という制約があるなかでいかに効率よく情報を集められるか、事実の正確さを担保するものとして現場には求められているからである（寺島、2010:116）。前述の寺島は、こうした「当事者と他者」との壁をどう乗り越えていけるのか、と問う。このことは「どうすれば、つながれるか」の問いでもあるという。その問いはこれまでの圧倒的な情報を握り影響力を及ぼす「情報強者」と情報を単に受け取るだけの「情報弱者」との非対称な関係が横たわり、いわば「つながれない状況」をいかに打破するかという問題でもある（寺島、2010:117）。

3) 当事者性と「マイノリティ憑依」

元毎日新聞記者の佐々木俊尚も同様に「当事者性」重視を訴える。佐々木は、

日本の記者たちが内面化している「市民感覚」そのものを問題にする。この感覚は記者が叩き込まれる弱者目線、常に少数者の立場に置き換えて報道する姿勢そのものである。佐々木はマス・メディアは本来存在しない幻想の「市民」、純朴な穢れなきピュアな市民を市民運動に仮託して描いてきたのだといい、それを「マイノリティ憑依」と表現する（佐々木, 2012）。

報道にたずさわる記者からすれば、なぜこれが問題なのかと思うだろう。佐々木がいたいのは当時者としての意識を取材者が持ち得ないところにある。「少数派」「弱者」を無視してよいと述べているのではない。メディア側が味方する「少数者」や「弱者」が「マイノリティ憑依」されて乗っ取られた幻想であることを指摘しているのである。佐々木のいう「マイノリティ憑依」が進行することにより、弱者は見世物化していく。弱者を取り上げた報道はエンターテインメントとしては成り立つが、単に遠くから見る見世物となってしまうのである。「この乗っ取りから、リアルが存在である少数派や弱者を救い出さなければならぬのだ」（佐々木, 2012: 428）と佐々木は述べる。それが当事者としての立ち位置を取り戻すことなのだという。

東日本大震災において、地域メディアの被災者に「寄り添う」姿勢が評価された。一方で全国メディアの無神経さには批判が集まった。その根底には地域メディアしか感じることのできない「当事者性」の存在があったからである。この点について、佐々木は被災地の新聞である『河北新報』（仙台）や『東海新報』（大船渡）、『石巻日日新聞』を例として挙げ、高く評価する（佐々木, 2012: 451）。これらの新聞の報道では「記者たちは<マイノリティ憑依>するのではなく、被災者と同じ視点、同じ立ち位置から無数の物語を背負い、その物語をおたがいに共有」（佐々木, 2012: 454）していたからこそ力をもったのだ。

もちろん、望んで当事者になることは不可能である。しかし地域メディアに属する者たちは一生活者として地域で暮らし、地域の空気、雰囲気を感じながら過ごしている。そうした皮膚感覚を報道に生かすことによって傍観者としての「取材者」の立ち位置から一歩でも踏み出すことになるであろう。

ここでもう一度、寺島の言葉を紹介する。寺島がいう「つながる」とは送り

手と受け手とが対等でインタラクティブな関係性を築くことだ。「出会い、向き合い、語りを聴き、言葉にならぬ思いのピース（断片）を一つひとつ引き出して形にする過程で、互いにわからなかった関係にも変化が生まれ」（寺島，2010：117）ていく。「そうした対話や議論、協働や検証の作業の過程」で「マス」から解放されたつながりが生まれると寺島は強調する（寺島，2010：118）。このような言葉に象徴されるように、送り手側の意識変革もまた要請されている。

ここまで、現在のジャーナリズムにおいて「当事者性」概念を導入し、正当に評価する必要性を指摘してきた。ここでいう当事者とは、実際に困難に直面している人たちそのものを指すのと同時に、取材者、制作者が絶対的な他者として物事を客観的に眺めるのではなく、みずからも困難を引き受け、我が身として報道する、あるいは、徹底的に当事者に寄り添う姿勢を指す。この当事者性の発揮をもっとも求められている存在が地域メディアであることはいうまでもない。

4. 地域メディアの現状と課題：地方局を例に

（1）地方局が直面している問題

本稿では、地域メディアの意義と役割について、「つながり」と「当事者性」を切り口に論じてきた。最後に、地域メディアのなかで地方局が抱えている問題点を指摘し、今後、地域メディアに何が求められるのかを探る。

日本の長期不況の波は当然のことながらテレビ局にも及んでいる。基礎体力の弱い地方局にとってはなおさらであり、経営環境の悪化は制作現場にも暗い影を落としている。市村元は地方民放が抱えている問題を「地方民放の三重苦」と表現する（市村，2010：96-98）。一つ目は、「多メディア化の中で相対的にテレビの媒体価値を保てなくなってきたこと」である。ネットの台頭などにより、広告媒体としてのテレビの存在感が薄れてきたことがまず挙げられている。

二つ目は、デジタル化への投資である。日本では東日本大震災の被災地を除く地域では2011年7月24日に地上デジタル化が完了したが、地方局は莫大な

投資を迫られた。地方の大きな局で 100 億円程度、小さな局でも 40 億円の投資を余儀なくされた。放送局は内部留保を抱えているが、それも限界にきていると市村はいう。

そして三つ目はリーマンショック後の広告不況である。市村の指摘は 2010 年時点であるが、東日本大震災をはさんで広告が大幅に好転したという話は聞かれない。電通が発表する日本の広告費によると、テレビの 2011 年の広告費は約 1 兆 7237 億円であり前年比 99.5% と微減であるが、最盛期には 2 兆円を超えていたことを考えれば依然として厳しい状況が続いていると言わざるを得ない（電通「2011 年（平成 23 年）日本の広告費」、

http://www.dentsu.co.jp/books/ad_cost/2011/media2.html, 2012 年 12 月 25 日アクセス）。

（2）番組制作能力への懸念

こうした窮状のなか、経営環境の悪化により地方局では十分な地域情報が流れなくなってしまうことが危惧される。『放送メディア研究』第 7 号における「地域放送の未来像を展望する」と題した座談会において、中海テレビの高橋孝之は、地方局が独立の免許をもっていながら東京キー局のサテライト局に過ぎなくなっていると指摘する。こうした報道は、東京の文化を地域にもたらず、あるいは経済的に成り立つという意味では役に立っているが、地域の活力、活性化に寄与しているかは疑問とし、地域情報化を担うべき地方局の衰退に警鐘を鳴らす（高橋・山懸・杉山・桜井，2010：253）。

また、米倉律は地域の情報番組について、全国放送との類似のフォーマットなどを批判し、「最小限のコストで最大限の利潤を得ようとする商品経済の論理」（米倉，2010：86）が貫かれていると指摘する。そこでの地方局の姿勢は、都市型の消費文化とライフスタイルの拡散の先兵の役割を担っているようにさえみえるとしており、米倉は地域にとっての有効な情報が流通せず東京一局集中に固執する地方局の現状を批判する。

このほか、地方局では人的資源の不足も危ぶまれている。田原茂行によると、民放全体の従業員数は 1993 年の 3 万人から 2009 年には 2 万 5000 人以下となり、

1局平均の従業員数は減少している。かつて社員400人もいた局が220人というケースもあり、報道部門が社員20人以下という体制のところも出てきそうである。営業重視の人事により報道部門が削られ、ベテラン記者の退社などもあって制作ノウハウが失われてしまう危険性が指摘されている（田原，2012：33）。

地方局がデジタル化や景気低迷によって苦境に立たされていることは間違いない。しかし、だからといって地域メディアとしての責任を放棄し自己保身に走ればキー局の番組をただ流すだけになり、地域情報は先細りしてしまう。地方局にとっては今が正念場である。地方独自の番組手法、東京中心の価値観にとらわれない番組づくりが求められる。

（3）地域メディアの新たな展開：公共性の観点から

こうした苦しい状況のなか、地域メディアはいかなる役割を果たすべきなのであろうか。いまや報道機関はインターネット時代を迎えて産業的にも影響力にしても相対的な低下は否めない。しかしながら、これまで新聞や放送といった伝統的メディアが多大な影響力を及ぼし、地域メディアが地域に貢献してきたことを考えると、今後も「公共的」な存在として果たすべき役割は限りなくあるように思える。

森治郎は、「公共性」の観点からメディアにとって地域に貢献するのは責務であると述べ、以下の4つの活動に分類して、メディア自身が自社の活動をチェックすることを提案している（森，2010：27）。

- ① 主として自社スタッフによる紙面報道・番組放送を通じての貢献
- ② NPO・住民・読者などとの協働による紙面報道・番組放送やフォーラム形成などを通じての貢献
- ③ 自社主導による事業や活動を通じての貢献
- ④ 普通の企業としての活動、地域全体あるいは複数組織との協働を通じての貢献

以上のうち、日々の報道である①が中心となるのは当然である。②については、本稿で紹介した寺島英弥の考え方に象徴されるもので、当事者に発言の「場」を与えることによって、読者、視聴者と記者、制作者が一緒になって問題解決を図ろうとする取り組みである。③は、自社の宣伝色が強いもので、利益獲得の活動も含まれる。こうした活動を排除するのではなく、宣伝であっても地域貢献という意味合いで評価すべきだと森はいう。そして、最後の④は地域の企業として行政や複数の企業、NPOなどと協働する場合である。メディアがもっている情報を共有し、連帯感をもとにしながら共に地域をつくっていく姿勢が必要とされる。

地域メディアの可能性は幅広い。市民主導の情報発信が活発化するなか、市民メディアの動きと地方紙や地方局の報道活動は対立するものではない。地域メディア主導の地域 SNS もその一つであろうし、これまで放送局が消極的だった地域映像のアーカイブ化とその公開も有効であろう。社会関係資本との関係でいえば、地域社会のさまざまなコミュニティと連携することにより、多様な人々や集団を相互に結びつける「橋渡し型社会関係資本」の構築も地域メディアの役割となろう。

5. おわりに

本稿では、地域の姿、メディア環境が変化するなかで地域メディアのあり方について論じてきた。指摘したことは、社会関係資本を築く地域メディアの「つながり」をもたらす役割であり、従来の客観主義とは異なる価値観を導入した「当事者ジャーナリズム」の必要性である。

県域単位の新聞社や放送局に求められるのは地域に根差した報道であり、中央の視点に回収されない地方目線でのコンテンツづくりの重要性である。地方局にいる人間は、キー局に対する引け目を感じながら仕事に向かうこともある（放送局勤務時代の筆者がそうであった）。そこでは、キー局が上、その下にローカル局という戦後テレビ局が発展していくなかで構築されたネットワーク体制のもとでのキー局とローカル局とのいわば主従関係が横たわっている。

しかしながら、全国規模のメディアの手が届かない地域の問題点について、

地域に根をおろし腰を据えて報道できるのが地域メディアであり、それがまさに求められているといえよう。

「当事者ジャーナリズム」は視聴者や読者を動かす力をもつ。山梨放送時代の筆者が携わった例でいえば、山梨放送のラジオによる骨髄ドナー登録を呼びかけるキャンペーンと番組展開がある。この発端となったのは2001年4月、私の先輩であるアナウンサーの急死であった。前の日まで一緒に仕事をしていた先輩が突然倒れ、この世を去ってしまった。その時の驚き、喪失感は今も鮮明な記憶として残っている。この死をきっかけに、山梨放送では、血液難病や骨髄移植の現状を取材し、番組化することになった。この番組「ラストバスをくださいー血液難病治療の現場からー」はシリーズ化され高い評価を得ることになり、2002年度の日本民間放送連盟賞のラジオ報道部門で最優秀賞を受賞した。また、番組に合わせ、山梨県内数か所で骨髄ドナー登録会を開き、このキャンペーンはラジオの放送活動部門で入選を果たしている。

この例は地域独自の争点を扱ったものではない。しかし、全国的なトピックであってもその地域なりの問題点があり、全国メディアでは発掘できない表面化しない現状が横たわっている。それを掘り起し争点化していくことが地域ジャーナリズムの働きである。

取材者が「私」を消し、客観性を重視する報道のあり方がいま変わろうとしている。『山梨日日新聞』では、血液のがんに侵された記者本人の経験をもとにした連載記事「P・Sがんでした」を2012年の7月から11月までの週1回計20回を掲載し大きな反響を得た（『山梨日日新聞』、2012年12月31日朝刊1面）。自らをさらけだし、読者、視聴者と一緒になって考える報道のあり方は従来の客観報道主義では表に出なかったジャーナリズムといえる。

情報とは人々にとってライフラインである。このライフラインを守ることが地域メディアの果たすべき役割であり存在意義である。従来の送り手と受け手との関係性に変化が訪れている昨今、ローカル局は「マス」への一方的な情報発信ではなく、地域の「人づくり」をも射程に入れ、人々のアクティビズム（能動性）を推進することも必要だ。地域情報化の担い手として地域メディアには多くのすべきことが残されている。丸田一は地域情報化の意義について、「人

間の一生よりもはるかに長い時間をかけて、多くの住民や小集団が相互作用を繰り返しながら、地域を共働型社会に変えていくこと」(丸田, 2007: 60)だと述べている。その一翼を担うことができるかが地域メディアには問われている。

注

- 1 シビックジャーナリズムとは、寺島英弥によると、地域のコミュニティとつながるメディアを目指して1990年代からアメリカの地方紙に広まったジャーナリズムである。新聞には、様々な問題を抱える人々に発言と議論の「場」を提供して解決を助ける役割があり、記者もコミュニティの一員とする考え方である(寺島, 2009: 175-176)。
- 2 日本新聞協会の新聞倫理綱領(2000年制定)では、「正確と公正」の項において、「新聞は歴史の記録者であり、記者の任務は真実の追究である。報道は正確かつ公正でなければならず、記者個人の立場や信条に左右されてはならない。論評は世におもねらず、所信を貫くべきである」とうたっている。
- 3 日本民間放送連盟の放送倫理基本綱領(1996年制定)では、「放送は意見、意見の分かれている問題については、できる限り多くの角度から論点を明らかにし、公正を保持しなければならない」「報道は、事実を客観的かつ正確、公平に伝え、真実に迫るために最善の努力を傾けなくてはならない」と示している。
- 4 放送法においては、「公共の福祉」実現のための規律が存在する。番組編集準則として放送法第4条には以下が定められている。
 - ① 公安及び善良な風俗を害しないこと
 - ② 政治的に公平であること
 - ③ 報道は事実をまげないですること
 - ④ 意見が対立している問題については、できるだけ多くの角度から論点を明らかにすること
- 5 伊藤高史は、本来は客観報道は日々のニュースの報道についての原則であり、前提として「ニュース」と「オピニオン」は区別できるものであるはずが、論評についての原則として理解されることになったと述べる。それにより、客観報道についての議

論が、客観報道そのものではなく、報道・論評双方で適用される日本型の「客観報道主義」についての議論に、ひいては、メディアが政治的な主張をもつべきかという議論にすり替わってしまったと指摘している（伊藤，1999：37-45）。

参考文献

- Anderson, B., [原著 初版 1983]1991=1997, *Imagined Communities: Reflections on the Origin And Spread of Nationalism*, Verso, 白石さや・白石隆訳『増補 想像の共同体：ナショナリズムの起源と流行』NTT出版.
- 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：17-34.
- 藤田真文, 2000, 「ニュースのテキスト」大石裕・岩田温・藤田真文『現代ニュース論』有斐閣：177-198.
- , 2012, 「ローカル局による地域創りに向けて」『GALAC』通巻514号：12-15.
- 船津衛編著, 1999, 『地域情報と社会心理』北樹出版.
- 古川重樹, 2012, 「児童も地域社会も高められたのは『人間力』」『GALAC』通巻514号：26-27.
- Gumpert, G., 1987 = 1990, *Talking Tombstones and Other Tales of the Media Age*, Oxford University Press, 石丸正訳『メディアの時代』新潮社.
- 林香里, 2011, 『<オンナ・コドモ>のジャーナリズム：ケアの倫理とともに』岩波書店.
- 林茂樹, 2003, 「地域メディア小史：新しい視座転換に向けて」田村紀雄編『地域メディアを学ぶ人のために』世界思想社：29-54.
- 市村元, 2010, 「地域放送の隘路：経営、制度、ジャーナリズム」『放送メディア研究』第7号：91-108.
- 稲葉陽二, 2011, 『ソーシャル・キャピタル入門』中公新書.
- 伊藤高史, 1999, 「日本のジャーナリズムと客観報道：客観報道を巡る議論のレビューと客観報道主義の再評価について」鶴木真編著『客観報道：もうひとつのジャーナリズム論』成文堂：32-66.
- 川本隆史, 2005, 「<ケアの社会倫理学>への招待」川本隆史編『ケアの社会倫理学』有

斐閣：1-46.

丸太一, 2007, 『ウェブが創る新しい郷土：地域情報化のすすめ』講談社現代新書.

森治郎, 2010, 「『新たな公共性』の自覚が進める地域貢献：メディアにとってなぜ『責務』なのか」早稲田大学メディア文化研究所編『メディアの地域貢献：「公共性」実現に向けて』一藝社：13-30.

森岡清志, 2008, 「<地域>へのアプローチ」森岡清志編『地域の社会学』有斐閣：3-20.

Putnam,R.D.,1993 = 2001, *Making Democracy Work*, Princeton University Press, 河田潤一訳『哲学する民主主義』NTT 出版.

佐々木俊尚, 2012, 『「当事者」の時代』光文社新書.

鈴木謙介, 2006, 「<情報>が地域をつくる：メディアが拓くコミュニティの可能性」丸田一・國領二郎・公文俊平編著『地域情報化 認識と設計』NTT 出版：88-108.

田原茂行, 2012, 「“当事者”の志を拓く力・閉ざす力」『GALAC』通巻 514 号：30-33.

高橋孝之・山懸由美子・杉山幹夫・桜井均, 2010, 「座談会 地域放送の未来像を展望する」『放送メディア研究』第7号：244-270.

竹内郁郎, 1989, 「地域メディアの社会学論」竹内郁郎・田村紀雄編著『[新版]地域メディア』日本評論社：3-16.

玉木明, 1996, 『ニュース報道の言語論』洋泉社.

田村紀雄, 2003, 「地域メディアの俯瞰」田村紀雄編『地域メディアを学ぶ人のために』世界思想社：1-28.

———・白水繁彦編著, 2007, 『現代地域メディア論』日本評論社.

寺島英弥, 2005, 『シビック・ジャーナリズムの挑戦：コミュニティとつながる米国の地方紙』日本評論社.

———, 2009, 「ヴァルネラビリティと新聞の新たな可能性：当事者の発信を編集支援する『場』へ」河井孝仁・遊端裕奏編著『地域メディアが地域を変える』日本経済評論社：163-204.

———, 2010, 「地域で生きるジャーナリスト像とは：当事者の発言を助け、つながる『個』のメディアへ」『放送メディア研究』第7号：109-139.

———, 2012, 『悲から生をつむぐ：「河北新報」編集委員の震災記録 300 日』講談社.

樋泉実, 2012, 「地域を背負っている意識と地域の価値を高める使命感と」『GALAC』通

卷 514 号：16-19.

内山節, 2012, 『内山節のローカリズム原論：新しい共同体をデザインする』農文協.

若林幹夫, 2010, 「郊外・地域・メディア」『放送メディア研究』第7号：27-56.

米倉律, 2010, 「社会関係資本と放送メディア：変貌する地域・コミュニティと『孤独なテレビ視聴』」『放送メディア研究』第7号：57-90.

寄藤昂, 2003, 「地域メディアと地域調査」田村紀雄編『地域メディアを学ぶ人のために』世界思想社：55-77.