

学位論文審査報告

沈成恩

「自由貿易時代の文化産業政策に関する研究
～放送と映画の国際化政策を中心に」

[論文の要旨]

放送や映画などの映像系メディアは、近年のデジタル化に象徴される技術革新の影響を受けながら、絶えず変貌を遂げている。この新しい技術がメディア生産物の国際化を容易にするだけでなく、避けられない現実に行っているとの認識が大勢を占めつつある。

ただし、グローバリゼーションを巡る議論にも通じるこうした認識は、変化の背後にある本質を見落とす原因にもなっており、それを今一度見極めることに本研究の狙いがある。言い換えれば、今日の映像メディアの国際化を規定する最大の要因は、技術革新にも勝るそれに対する政策決定者の認識の変化であり、昨今のマス・メディアの貿易自由化を正当化する「知識基盤型社会におけるメディア生産物の経済的価値」がその根底にあるといえる。具体的な現象として、80年代から多くの先進国では、いわゆるサービス産業の成長による経済構造のシフトが叫ばれ、メディアとの関連ではコンテンツ産業という分野が次世代の国家経済を担う主役として注目され始めた。特に、世界一のコンテンツ輸出国である米国は、メディアを含めたサービス経済の自由貿易体制を唱えており、それがターゲットとなる外国政府との間で数々の摩擦を引き起こしている。

本論文では、文化産業政策をこのような時代が生み出したメディア政策の一環として捉え、80年代を境にこの新しい政策的アプローチを取り入れてきたカナダ、フランス、イギリス、韓国の事例を考察している。具体的には、文化産業政策の中心に位置付けられる放送と映画という二大映像メディアに及ぼす同政策の影響を、さまざまな角度から探るとともに、政策対象とするこれらメディアと政府の関係に見られる一連の変化についても検討を試みる。

沈 成 恩

上述の内容を変化という角度から検証するために、本論ではまず文化産業政策の台頭を直接的に促してきたアメリカ政府の外交および経済・通商政策を通じた映像メディアの国際化戦略の歴史を振り返り、上記4カ国が文化産業政策以前にはアメリカ主導のこうした動きに如何に取り組んできたのかを併せて考察している。さらに、行政的に見ると文化産業政策は文化政策の延長線上に位置付けられるため、4カ国に関しては戦後から80・90年代に至るまでの文化政策の流れを踏まえた分析を行っている。

《論文の構成》

序章

- 第1節 問題の所在
- 第2節 先行研究の検討
- 第3節 研究主題と仮説の設定
- 第4節 本論の構成と研究範囲および方法

第1章 アメリカ政府とマス・メディアをめぐる自由貿易政策

- 第1節 マス・メディアの国際化を促す要因
- 第2節 歴史や経済による間接的要因
- 第3節 政府主導の要因～業界団体と政府の協力関係
- 第4節 政府主導の要因～マス・メディアをめぐる自由貿易政策

第2章 カナダ

- 第1節 文化産業政策以前の時代
- 第2節 文化産業政策
- 第3節 政策的特徴

第3章 フランス

- 第1節 文化産業政策以前の時代
- 第2節 文化産業政策
- 第3節 政策的特徴

第4章 イギリス

- 第1節 クリエイティブ産業政策以前の時代
- 第2節 クリエイティブ産業政策
- 第3節 政策的特徴

第5章 韓国

- 第1節 文化産業政策以前の時代
- 第2節 文化産業政策
- 第3節 政策的特徴
- 結論 自由貿易時代の文化産業政策としてのメディア政策
 - 第1節 仮説の検証

まず、序章では、先に述べた本論文が書かれるに至った問題の所在と、その今日的背景について述べるとともに、先行研究と本研究との関係性について整理する。その上で、国際—国内（横軸）、文化—経済（縦軸）の2つの軸によって分けられた4つの政策タイプに関し、仮説を提示する。仮説は、①基本的などの政策タイプ（Ⅰ～Ⅳ）にも、国内と国際、文化と経済という両立し難い目標が混在しているが、反対側に位置する政策目標に関しては、片方の比重の上昇はもう片方の比重の相対的低下につながる可能性が高い。②文化—経済軸を基準に、政策における国際性が重視されるほど、メディア事業と国の関係性は深まり、メディアに対する政府の関与の度合いも高くなる。③どの政策タイプ（Ⅰ～Ⅳ）でも、国内—国際軸の上下への移動、すなわち文化と経済志向の逆転は基本的に難しい、という3つである。それに続いて、本論文の構成と研究範囲、及び方法論について言及する。

第1章では、文化産業政策の台頭に多大な影響を及ぼしたアメリカ主導の国際化の歴史について検証する。アメリカの場合、戦前から業界団体を軸とする映画産業の周到な努力により国際化の基盤が作られた点は否めない。しかし、アメリカ製映画の海外進出が目立ち始めた1920年代には既に欧州を中心に映画の輸入・上映規制が導入され、これに有効に対処するための政府レベルの支援が不可欠となったことから、業界と政府の協力体制が早期に構築されたことが注目できる。

アメリカ製映画に始まり、のちにテレビ放送の他、あらゆるメディア事業の国際化に欠かせなくなったこの協力体制が、80年代以降の冷戦の終焉と国内産業構造の変化が引き金となって進んだ外交・通商政策の再構築により、強化と拡大を続けていることを分析。なかでもこの頃から顕著になった同国の自由貿易を前面に掲げた外交政策の展開が、メディアと知的財産を含めたWTO体制の発足に並行して、二国間および多国間貿易協定（米加FTA・NAFTA）の締結を促しており、結果として両者の協力関係に政府がより積

極的な役割を果たすきっかけとなっていたことを明らかにする。

第2章では、カナダの事例を検証する。まず、カナダでは、メディア（特に放送）政策と文化政策は不可分の関係にあること、そして、その政策目標はカナダのアイデンティティを確立させる「放送のカナダ化」であり、文化（放送）の役割を外交政策や国防との関係で論じてきたことを明らかにする。その上で、アメリカ映画の上映を規制するスクリーン・クォータの導入に失敗したカナダが、60年代後半からカナダ映画への融資事業や映画制作に対する優遇税制を中心とする制作費支援制度を導入する一方で、放送においては、「カナダ人によるカナダの放送」という意味のカナディアン・コンテンツを定義。80年代以降の技術革新によるチャンネルの増加や商業放送の発達に伴い、市場・民間セクターの重要性を喚起しながらも、カナディアン・コンテンツの制作・放送を促す政策をとり続けていることを考察する。

第3章では、フランスの事例を検証する。戦後からCNCを中心に映画産業の復興を図り、文化省の管轄下で芸術映画の助成制度も開始していたフランスでは、映画の競争相手として放送を規制し、両者の間に映画中心の協力体制を導入。魅力的なコンテンツである仏映画の保護とハリウッド映画から国民と産業を守ることが主な政策目標とされた。80年代以降は、文化の再定義と文化の政治争点化がなされ、視聴覚メディア等の文化産業を中心に据えた政策へのシフトが進む。文化に対する「投資」を経済発展と結びつけての正当化がなされ、映画に関しては、国庫による直接支援とともに、投資促進政策や優遇税制も充実する。また、放送局は自らの収入で仏コンテンツ助成制度を財政的に支え、放送クォータを通じて一定量の独立制作番組を中心とするEU・国産コンテンツを放送していった状況を考察する。

第4章では、イギリスの事例を検証する。イギリスでは、文化と政府の間は一定の距離を置くものとされ、芸術評議会やBBC等の特殊法人と教育省の連携で文化政策を遂行してきた歴史がある。国産映画の上映・流通枠を確保するクォータ制度は、1927年に導入されてはいたが、欧州諸国に比べ映画振興には消極的だった。第二次大戦後は、英政府も映画に対する融資事業をはじめ、助成制度を整備したものの、サッチャー政権で優遇税制以外の政府支援・クォータ規制を撤廃。テレビ局が映画制作に取り組みようになる。このような歴史的な展開過程を踏まえた上で、近年の放送・映画支援策を分析した。放送に関しては、イギリス製番組の輸出を如何に促進するかが政策課題

で、産業基盤が比較的安定している放送には規制緩和を通じた間接支援がなされている。他方、大幅な支援強化が図られた映画の分野では2000年新設のフィルム・カウンシルが映画の文化的、産業的価値に着目した政策を統括、各種助成プログラムを通じて宝くじ収入を国産映画制作に割り当てることなどを考察する。

第5章では、韓国の事例を検証する。韓国では、放送・映画は、文化的アイデンティティおよび伝統文化の保護・育成が基本的な政策課題であった。90年に文化部が単独省庁に昇格したことで、文化の管理・規制の他、振興・支援にも目を向ける政策へと転じ、文化産業を含めた幅広い文化に対する関心が90年代半ばから高まっていく。

そのようななかで、独立プロダクションを含む国産番組クォータなどの各種規制が明文化され、産業としての競争力向上を図る政策議論が進んでいく。他方、文化の経済的、産業的価値が注目され、国庫支援や政府介入が正当化されていった。さらには、映像産業の基盤構築、国産番組の質向上による固有文化の継承・発展、競争力強化と海外進出が主要目標として掲げられるようになっていく。このような一連の動きを歴史的に考察する。

結論では、上記の5カ国の分析を、仮説に基づいて比較検証する。

まず、文化産業政策を推進する4カ国の政策を比較分析した結果、政策上の国際志向の上昇が必ずしも国内志向の低下に結び付くという確証を得るには至らなかった。しかし、国際志向の上昇は従来の政策と摩擦を起こしつつある。新しい政策の推進による国際化路線への傾斜は、もう片方の軸を構成する文化－経済のバランス関係にも影響を及ぼしている可能性があると言える。

文化産業政策ではメディア政策における国際性の比重が高まり、文化よりも経済重視の姿勢が顕著になりつつあることから、結果的にアメリカの政策（国際＋経済）に益々近づいている現状が浮かび上がってくる。しかし、文化産業政策をアメリカ型の政策と区別するキーワードは「文化」であり、これが自由貿易とマス・メディアを巡る国家間の対立において、両陣営の違いを象徴する言葉となっていることは周知の事実でもある。

次いで、自国メディアの海外進出または、自国市場の国際化を見据えた政策における文化的要素とした場合、ここでの「文化」は何を意味するのかという問題を検証する。文化産業政策における「文化」と、アメリカの政策が

意味する「公共の利益」や「安全保障」の概念が、いずれも恣意的なものであり、文化的（あるいは政治的）リスクと経済的リスクの両方を意識したものであるとすれば、過去の文化政策とは比較にならない膨大な領域をカバーするようになった新しい政策が、文化という言葉に固執する理由はどこにあるのかを探る。90年代の韓国やイギリスに顕著なように、知識経済と称される新しい産業構造への移行が叫ばれる中、あらゆる意味で文化に関わる分野の経済効果の大きさが注目され、それを最大限に引き出す政策への転換が進められた。このような発想は、社会が豊かになればなるほど文化的要素が一般商品の消費にも影響を及ぼすという前提に立っている。したがって、これがサービス貿易や知的財産の価値をいち早く唱えたアメリカのスタンス、いわゆる知識基盤型社会の到来を強く意識した政策であることは容易に想像できる。

また、国際化と政府の役割という点において、近年のグローバリゼーションと呼ばれる現象がかつての国の役割を益々縮小させているという認識には、大きな限界または盲点があることを指摘する。

かつての映画産業が今では各種メディア事業を含めた巨大コングロマリットとなったアメリカの場合、近年この民間企業と政府の輸出目的は市場の拡大と利益の回収という点で概ね一致を見ており、それに向かつての両者の関係は相互依存の度合いを深めている。残りの4カ国とこうしたアメリカの事例の決定的な違いは、第1章で述べた様々な同国産業の国際競争力となる要因が、メディアの海外進出において産業側が主導的な立場で政府政策の立案に関わり、影響を与えられる関係性を築き上げたという点にある。

しかし、その4カ国でもメディア産業を含めた文化産業政策が始まったことにより、個々の産業と政府の力関係は再構築される様相を呈している。文化産業政策の導入を機に産業に対する政府の強硬姿勢が顕在化していること、そして規制が高度化または強化されている現状の背景には、これらの分野が次世代の国家経済を担うであろうという期待と、それを見込んで投じている巨額の政府支援が深く関係している。これを簡略にまとめれば、文化産業の投資者でもあり保護監督者でもある政府にとっての文化産業の価値とリスクが著しく高まっていることが、近年の政府と産業の関係に重要な変化をもたらしているといえることができる。

近年文化産業政策を通して国際化の問題に取り組んでいるカナダ、フラン

ス・イギリス・韓国の政策を横断的に比較分析すると、いずれの国でも古くから文化政策を含めたあらゆる政府主導の試みにより外国製メディアの規制と自国メディアの育成を図ってきた実態が浮かび上がってくる。4カ国のなかでハリウッド映画をはじめとするアメリカ製メディア生産物の影響から完全に自由な国はなく、それに対処するための輸入・上映・放送規制が文化政策という枠組みから行われた事例も珍しくない。こうした実態を踏まえた上で、自由貿易時代のメディア政策、とりわけ文化産業政策としてのメディア政策の必然性という問題についても目を配らなければならない。

本研究で取り上げた4カ国の文化産業政策は、国によって多少の思惑の違いがあるものの、メディアを巡る国際情勢またはグローバルスタンダードの影響下に常に置かれている。今日のメディア流通を規定する大枠が自由貿易またはオープンエコノミーであるという点は否めない。これはマス・メディアを巡る自由貿易を正当化しているのではなく、ほかの分野での貿易自由化や、政治・文化などの経済以外の分野での相互依存の深まりまでもが、メディアの国際的取引を巡る問題に影響を与えてしまう現実があることを意味する。

国際情勢のなかで国がどのような対策をとるのが重要な鍵を握っていることはいうまでもないが、極端に言えば積極的に現在の国際ルールに則って国内メディア環境を整備していくのか、またはそのような大勢から孤立して自国メディアのあり方を独自の判断で決めていくのか、という究極の選択肢があるように思われる。後者の選択肢が現実的ではないとの非難を浴びるなか、一部の国がその可能性を模索しているという現実があり、一方の本研究で取り上げた文化産業政策は、明らかに前者の部類に入る。このふたつだけが現時点で残された唯一の道ではないかもしれないが、国際コミュニケーションを規定する技術的問題や国際政治などの要因を考えただけでも、他に多くの選択肢が残されているとはいえない。

したがって、今後は政策そのもののあり方も然ることながら、当然のように受け止められている自由貿易やオープンエコノミー、さらにはそれらを正当化する知識基盤型社会の到来について、考え直す作業が求められるといえる。なぜならば、本研究で検討してきた内容だけでも、知識基盤型社会の到来という信念の少なくない部分が、アメリカ側の思惑と周到的な準備、そしてそれに同意した周辺国の協力によって現実のものになりつつあるという現状

沈 成 恩

を見ることができたと結論づけられるからである。

[論文の評価]

本論文は、1980年代以降急速に進展したとされる映画・放送メディアにおけるコンテンツのグローバル化が、デジタル化に象徴される電気通信技術の進展によってその流通環境が整備されたこともさることながら、各国の政策を規定する経済的価値の相克のなかで展開していることに着目し、綿密な資料収集・文献研究によって考察を試みたものである。

具体的には、第二次世界大戦後間もなく始まったアメリカの自由貿易政策と、他国のそれが文化産業政策として側面からの貿易産業として対抗している点、いわば国際化政策における国家の位相の違いが見られるのではないかとという点に焦点をあて、今日の映像メディアの国際化を規定する最大の要因が、「技術革新」にも勝るとも言うべき、それに対する政策決定者の認識の変化であるとの観点から、昨今のマス・メディアの貿易自由化を正当化する「知識基盤型社会におけるメディア生産物の経済的価値」がその根底にあることを解明しようとしたものである。

このような研究動機と目標の解明のために、本論文では、80年代以前のアメリカの自由貿易政策（第1章）と他の4か国（カナダ・フランス・英国・韓国、2章～5章）の文化産業政策の展開過程を細部にわたり検証している。その上で、各国の政策の比較検証から、メディア政策の現代的特質の検証に取り組んでいる。

本論文は、以下のように評価できる。

第1に、本論文が事例として取り上げた、カナダ・フランス・英国・韓国のメディア支援・規制を含む文化産業政策に関して、いずれも関係資料・関連文献の丁寧な渉猟を行い、各国の文化産業政策に関する詳細な検証を纏め上げている。その上での各対象国の文化産業政策の分析は極めて高い水準にある。

第2に、「文化産業政策」という定義があいまいな政策領域に対し、国際市場のダイナミズムを視野に据えて問題を照射し、各国の政策に含まれた意図を綿密に分析しようとした試みは、これまでのメディア研究においても斬新であり、高く評価できよう。

第3に筆者は、その上で各国の文化産業政策に通底する時代認識・政策価

値体系の本質に迫ることで、自由貿易時代の文化産業政策としてのメディア政策の特質を浮き立たせる。このような未開拓の研究領域に真摯に向き合う筆者の意気込みも、十分に評価に値するものである。

ただし、本論文では、アメリカをはじめとする各国の動向が、並列的あるいは縦割りに論じられ、また、歴史的な視覚が希薄であるため、アメリカをいわば「台風の目」としつつ展開されてきた映画・放送メディアにおけるコンテンツのグローバル化のダイナミックなプロセスが伝えきれていないきらいがある。アメリカを軸に他の国々の動向を比較論的に、かつ、時代の流れとともに世界の市場に生じた変化と政策の変化をダイナミックに捉えるという観点からは、若干の弱点を内包することとなったのではないか。

また、産業政策や文化政策のレベルは「国益」に属するという自明の理について、論述することを避けることはできないのではないか。適切な箇所で論じる必要があるのではないか。また、国家の政策とは何なのか、国際化政策とは何かという命題についても、最小限以上の紙幅をさいてでも、論述する必要があったであろう。同様に、アメリカ以外に抽出した4か国について、言及対象とした理由をより綿密に明確に説明しておく必要があるだろう。

以上いくつかの課題と細部については不十分な点も見受けられるにしても、映画・放送番組等のコンテンツの国際流通が、衛星放送、ケーブルテレビといった新たなメディアの台頭、グローバル化する経済体制のもとで拡大するなかで、個別国家内においてどのような文化政策および文化産業上の対応がなされたかについて、設定した仮説に基づき、また、各国の関連文献を丹念に渉猟しつつ解明しており、その水準は高い。

以上のことから、本研究の意義を高く評価し、博士（新聞学）の学位を授与するにふさわしいものと判断する。

[結 論]

審査・試験委員会は討議の結果、申請者は上智大学学位規程第5条（課程博士）により、博士（新聞学）の学位を受けるにふさわしいものと認め、合格と判断した。

上智大学学位規程第16条第1項により、以上の通り報告する。

沈 成 恩

2006年7月19日

学位審査・試験委員会

主査・委員長	石川	旺	(上智大学大学院文学研究科・教授)
副 査	鈴木	雄雅	(上智大学大学院文学研究科・教授)
副 査	音	好宏	(上智大学大学院文学研究科・助教授)
副 査	小林	宏一	(早稲田大学大学院政治学研究科・客員教授)

学位論文審査報告

鄭 寿泳

「放送メディアの社会的責任とアカウントビリティに関する研究—公共放送を取り巻く現状と新たな規範論の展開—」

[論文の要旨]

デジタル化による通信と放送の融合および規制緩和の潮流によって、多メディア・多チャンネル間の競争がより激しくなると予想されており、メディアに関する議論は、「市場主義」や「商業主義」、「技術中心主義」を中心として展開していく傾向が強いと考えられる。しかし、G.マードック（Graham Murdock）は、デジタル革命とも言われているマス・コミュニケーション変化において「新しさ（new）に対する過大評価」と「メディア中心主義」の傾向を避けるべきであると指摘しており、W. シュラム（Wilber Schramm）は、マス・コミュニケーションの重要な転換期には新たな基準と責任が提起され、それによってマス・コミュニケーションの新しい原理とその限界が定められると述べていた。

本稿は、そのような考え方を土台としている。そして、メディア・アカウントビリティ論を新たなメディア規範論として提示することによって、デジタル時代における公共放送の社会的地位を再構築するための糸口を見出すことを研究目的としている。研究課題としては、①メディアの社会的責任とアカウントビリティに関する議論を批判的に検討し、メディア規範論としてのメディア・アカウントビリティの本質とその特徴を明らかにする、②公共放送における社会的責任およびメディア・アカウントビリティの内容的・形式的な明瞭化とともにその可能性および限界を明らかにする、③公共放送におけるアカウントビリティの制度的枠組みの設計を試みる、といった三つを設定した。

第Ⅱ章ではメディアの社会的責任に関する議論の展開を考察した。まず、メディアの責任に関する先駆的な研究成果とされているアメリカの「プレス自由委員会報告書」（1947）、イギリスの「王立プレス委員会報告書」（1949）

の内容と特徴を検討した後、それらの報告書が公刊された後、メディアの社会的責任論がいかなる内容と形式を持って議論されてきたのかについて、「メディア規範論」及び「メディア機能論」を中心として探ってみた。

1940年代に公表された両報告書では、社会各層からの批判にさらされていた当時のメディア状況の打開策として、メディアが公衆に対するアカウントビリティを履行することによって公衆との信頼関係を構築していくよう勧告していた。しかし、その両報告書を土台としている「社会的責任理論」には、両報告書の趣旨は組込まれておらず、メディアの自主規制などを中心とした内部的規範として展開してきていた。その上、法的・道徳的義務として提示されていたメディアの責任が個々人の倫理やメディア機能として議論されるなど、責任の次元における変化も見えてきた。その結果、1940年代後半から既に指摘・批判されてきたメディアに関する問題が未だに解決されたり軽減されることはなく、むしろその深刻さや複雑さを増しつつ今日まで引き続いているのではないかと考えられる。

それらの示唆点をもとに、今後の課題として、①メディアに求められる社会的責任とアカウントビリティを道徳と義務、権利といった概念の上で明確に位置付けること、②メディア・アカウントビリティの概念と内容、実践としての取組みを明確にすることによって、「社会的責任理論の限界」と「公共圏の欠陥」などを補完しつつ、より進化したメディア規範理論として定着させること、③それぞれのメディアに相応しい責任とアカウントビリティの内容と範囲、取組みを明確にすること、といった三つを提示した。

第Ⅲ章では、前章で明らかになったメディア責任論の展開から見られる限界を克服し、メディア・アカウントビリティの本質を明確にすることを目指した。そのため、アカウントビリティの思想的起原とされる古代アテネの民主政の検討を始めとし、アカウントビリティに関する理論的・制度的議論がメディア分野より先立って進められてきた他の社会専門領域、とりわけ、「政策評価」、「社会契約」の側面からのアカウントビリティの普遍的な属性を提示した。その普遍的な属性の上に、メディアとしての特殊性を考慮しつつ、メディア・アカウントビリティの本質を明確にするため、「①誰が、②誰に
対し、③なぜ、④何について、⑤いかなる方法やプロセスを持って」、アカウントビリティを果たすべきなのかについて考察した。その際、イギリスの公式報告書としてアカウントビリティを始めて登場させたとされる「アナン

委員会報告書」(1977)の内容も考慮に入れつつ、なおかつ、社会的責任とメディア・アカウンタビリティの関係付けを通して、メディア・アカウンタビリティというのは、市民社会との相互コミュニケーションといった関係性の上で成り立つ道徳的義務として位置付けられた。メディア・アカウンタビリティを構成する核心としては、次のように集約することが出来る。

「メディア政策や活動、社会的責任に関する具体的な内容とともに、それに関する目標と基準をメディア自らが広く表明する。そして、それらがいかに実行されているのか、なおかつ、実行されるようにいかに自己管理しているのかなどについて、メディア自らが評価・検証し、市民と社会に対し広く公表する。市民はその評価・検証のプロセスおよび結果について、自分の意思や意向を示しつつ、メディアに関する政策や社会規制へ参加していく」。

第IV章では、公共放送の社会的責任及びアカウンタビリティの内容と形式を明確にすることを試みた。まず、公共放送の社会的位置付けを明確にするための理論的背景として、「基幹的メディア論」、J.カラン (J. Curran) による「中核メディア」、L.ボリンジャー (L.C. Bollinger) の「部分的規制」などを中心とした多元的メディア・システムに関する議論、「公共の利益」、「あまねくサービス」を中心とした公共放送の社会的責任に関する議論について概観した。そのような理論的背景を基に、海外の公共放送で設けられたメディア・アカウンタビリティ・システムに関する幾つかの事例を取りあげ、①内部監督の主体、②マニフェストと評価を中心とした内容、③視聴者との回路といった三つの枠を持って、イギリスのBBC、ドイツのARD、カナダのCBC、アメリカのPBS、韓国のKBS、フランスのF2とF5のそれぞれに該当する取組みについて検討した。

外国の公共放送におけるアカウンタビリティに関する取組みの特徴や示唆点としては、①視聴者市民の代表、あるいは受託者としてアカウンタビリティを果たすべき主体、例えば、経営委員会 (BBCなど)、放送委員会 (ARD)、視聴者委員会 (KBS)、オンブズマン (CBC/PBS) などは、アカウンタビリティの主体としての位置付けが公式的な形として明確にされており、その代表性や専門性を保てるための工夫がなされていた。②自らの放送政策や放送活動に対する評価およびその公開に当たっては、年次報告書や視聴者との約束などを中心とした評価が行われていた。なお、それらの評価は、事前に設定された公共放送としての目的やポリシーなどを基準として行われてい

る。しかし、ジャーナリズムや文化制度としての活動に関する質的評価というのは、放送分量や番組編成などでは評価しにくい属性を持っているため、質的評価のための基準や手法の工夫が求められると考えられる。③視聴者との回路に関しては、まず、視聴者とのコミュニケーションを通して自らの番組内容やジャーナリズム性を評価しようという目的から、KBS、F2とF5、BBCで放送している「自己検証番組」を検討した。それぞれの番組には、視聴者の立場と声を取り入れようとする工夫が見られた。次に、視聴者との相互コミュニケーションの可能性が期待されつつあるインターネット・ホームページがいかなる目的と内容を持って活用されているのかについて、BBCとKBSのホームページを中心に考察したが、視聴者との相互コミュニケーションを図るための掲示板機能などが意義深いと考えられる。

以上のような外国の公共放送におけるアカウントビリティに関する検討から見られる特徴および示唆点を踏まえて、日本の公共放送であるNHKを取り巻く現状に対する批判的検討、社会的責任とメディア・アカウントビリティに関する取組みについて考察した。アカウントビリティの主体であり、内部監督機関である「経営委員会」、マニフェストと評価については、「NHK約束と評価委員会」、視聴者との回路としては、「情報公開制度」、「放送番組」、「インターネット・オンライン」などに対し、NHKみずからがいかなる方向性と内容を持って取り組んでいるのかを検討してみた結果、自己防衛的な態度、取組み自体に根本的な限界が内在されていることが明らかになった。それらの限界を克服するためには、「視聴者のためのNHK」から、「視聴者による公共放送」への認識転換が求められると考えられる。

第V章は結論である。第二章から第四章までで得られた研究結果から浮かび上がる四つの争点、すなわち、「編集権の独立」、「プロフェッショナルリズム」、「市民参加」、「メディア・リテラシー」の四つを取り上げ、それぞれの概念に関する再考察を行った上、第四章で考察した公共放送における社会的責任およびメディア・アカウントビリティを充実していくための今後の課題としての議論を深めようとした。健全で豊かな放送文化、民主主義の維持と発展を目指した中核的メディアとしての公共放送の社会的地位を再構築していくためには、公共放送のNHK自らによる改革と刷新の努力が求められるものの、社会を構成する他の制度や他のメディア、視聴者市民などが放送環境を成り立たせる主体としての共同の責任を負うべきであるという結論に達

した。そのような放送環境を構築するため、それぞれの主体に課せられている法的・道徳的責任を明確にしつつ、それらに関する理念と規範をシステムとして具現していかねばならず、それらに関する議論は今後の課題としても浮かび上がった。本稿は、以下のような目次を持って構成されている。

《論文の構成》

第I章 序論

- 第1節 問題の所在
- 第2節 先行研究および研究目的
- 第3節 研究方法および論文の構成

第II章 メディアの社会的責任 (Social Responsibility)

- 第1節 メディアの責任に関する報告書
- 第2節 メディアの社会的責任理論とその後の展開
- 第3節 メディア責任論の変遷と示唆点

第III章 メディア・アカウンタビリティ (Media Accountability)

- 第1節 アカウンタビリティの本質
- 第2節 メディア・アカウンタビリティの理解

第IV章 公共放送の社会的責任とメディア・アカウンタビリティ

- 第1節 理論的背景：公共放送の社会的位置付け
- 第2節 外国の公共放送からみるアカウンタビリティの現状
- 第3節 NHKの社会的責任とアカウンタビリティの現状

第V章 結論

- 第1節 メディア・アカウンタビリティにおける争点の考察
- 第2節 公共放送におけるアカウンタビリティの制度的枠組み

[論文の評価]

放送の制度に関する社会学的な議論には「規制論」と「規範論」の二つの流れがある。本論文は放送をめぐる今日の問題状況に対し、規範論の再構築による問題解決の可能性を提示するものである。

論文の主眼はアカウンタビリティという概念の詳細な検討である。アカウンタビリティという概念は先行研究や政策文書においても多義的でさまざまな解釈の下で用いられてきた。また日本における議論においては特に「説明

責任」という訳語の不適切さから生じる混乱と誤解に見舞われてきた。概念の用法はある場合には恣意的であったとすら言える。

本論文は規範論を構成する媒介項として社会的責任とアカウントビリティという類縁する二つの概念に焦点を当て、両者の対比と詳細な弁別を通じてアカウントビリティ概念の明確化とその重要性の指摘を行った。

手法としてはメディア制度、規範に関する重要資料である米国の「プレス自由委員会」、英国の「王立プレス委員会」および「アナン委員会」の報告書の詳細な分析を出発点とし、さらに先行研究の検討を通じて、アカウントビリティ概念の枠組みを明らかにした。論文の目配り、先行研究の検討、論理の構築、それぞれに手法として極めて手堅く、論文としての重厚さを備えている。また、それぞれの規範に関する議論について、筆者は明確な倫理、価値観を示しており、そのことが論文全体を通じ、学問的に濁りの無い清冽な学風を示している。ともすれば現実に絡めとられがちな制度論においてこれらは貴重な学問的姿勢と言うべきである。

ただ議論の構成上の不満も無いとは言えない。本論がアカウントビリティ概念を規範概念として定立しようとするのであれば、それは規制論に無自覚的に支配されている今日の放送制度論に対してどのようなインパクトを生じうるのだろうか。アカウントビリティ概念は規制論が暗黙に承認している諸前提を顕在化させる。その意味で、制度論における規制論の限界を明らかにし、規範論によって制度論を組み換える可能性も有するものではなからうか。この点に関する議論を自制したため、本論文はアカウントビリティ概念を手がかりとする放送政策批判にとどまっている。本論文の提示し得たさらなる論点に関して課題を残していると言える。

さらに、全体枠のなかで、「公共放送」のみならずマス・メディアの「公共性」について十分に検証することが必要との指摘もなされた。それがないと、マス・メディアの普遍的な役割としてのメディア・アカウントビリティ論に接近し得ないのではないか。公共放送のみに対してメディア・アカウントビリティという規範があるのではなく、マス・メディアはそもそもそうした規範が強く求められる社会的産物であることは自明である。

またアカウントビリティという概念を手がかりとして特に公共放送についての制度論を検討する際、日本の状況における公共放送と制度論との関係のとらえ方が静態的に過ぎるのではないかという指摘もあった。

しかしそのようないくつかの不满は本論文の達成度に関する評価を下げるものではない。本論文は多義的なアカウンタビリティ概念を正面から研究対象とし、その意味を解明し、その重要性を提示するとともに、「説明責任」という誤った用語からの決別によって日本での議論の修正とアカウンタビリティ概念の妥当な適用を求めるものであり、学問的に大きな独自性を持ち、高く評価されるべきものである。本論文は学会に対し、重要でかつ時宜にかなった貢献をするものであり、筆者の研究者としての豊かな可能性を示しているものである。

[結論]

審査・試験委員会は討議の結果、申請者は上智大学学位規程第5条（課程博士）により、博士（新聞学）の学位を受けるにふさわしいものと認め、合格と判定した。

上智大学学位規程第16条第1項により、以上のとおり報告する。

2006年12月23日

学位論文審査・試験委員会

主査・委員長 石川 旺（上智大学大学院文学研究科・教授）
副査・委員 鈴木 雄雅（上智大学大学院文学研究科・教授）
音 好宏（上智大学大学院文学研究科・助教授）
花田 達朗（早稲田大学教授）

学位論文審査報告

小寺 敦之

「携帯電話利用の社会的・心理的背景に関する研究

——質的アプローチによる「利用と満足研究」の試み——」

〔論文の要旨〕

複雑化・多様化する情報環境の中で生きる人間のコミュニケーションを的確に捉え続けていくことは、メディア研究が担う重要な社会科学的使命とも言える。特に、人々のメディア利用行動を理解することは、情報環境のあり方やメディアのあり方を人間のコミュニケーション行動と照らし合わせて考察する上で大きな意義がある。1990年代半ばから驚異的なスピードで広がり、人々に受け入れられていった携帯電話は驚くべきスピードで社会に受け入れられ、人々の生活と密接に関連するメディアとして位置付けられ今日に至っている。人間が携帯電話とどのような関係性を持って生活していくかを考えることは、変容を続ける現代の情報環境理解することにもつながるのである。

今日の携帯電話を取り巻く状況をみれば、携帯電話を、現代日本の情報環境において重要な立場にあるメディアと捉えるべきで、社会科学的な研究対象として見ていく必要があるとの点に行き着く。また、携帯電話利用行動を研究することによって、メディア研究の理論的・方法論的発展が生み出される可能性もある。ウィリアムズら (Williams et al.,1988) は、新しく登場してくるメディアの特性として「インタラクティビティ (interactivity)」「脱・マス化 (de-massification)」「非同期性 (asynchronicity)」を挙げているが、携帯電話はこれらの条件を満たす部分が多く、携帯電話の研究を進めることでデジタルメディアの諸相が見えてくることも充分に考えられるのである。

第1章では、先に示したような研究テーマを取り巻く状況について言及した後、論文の目的と意義を示している。本論文が携帯電話の現在の展開に注目しており、具体的な研究課題として人々が携帯電話をどのように利用しているのか、携帯電話利用が人間のコミュニケーション行動とどのように関

わっているかという点をあげ、メディア研究の立場から解き明かそうとする姿勢を示している。

第2章では、本論文を根底で支える理論的な枠組みについての検討を行っている。携帯電話に限らず、新たなメディアについての研究は「メディアは人々にどのような影響を与えているか」という社会的影響論の文脈で語られる傾向がある。確かにメディアが人間に対して及ぼす影響の視点を用いると、メディアが人々の生活や行動に及ぼす変化について一定の理解を得ることができるかもしれないが、人々自身がメディアをどのように意味付けしているかという点が見えにくくなる。つまり、人間がメディアに対してどのような働きかけを行なうのかについての知識がほとんど得られなくなるのである。人々が携帯電話をどのように利用しており、それは人間のコミュニケーション行動とどのように関わっているかという本論文の研究課題を考えるため、利用者に視点を置く理論的な研究のアプローチが必要であることが示されている。

先に示したメディアを利用する人々やメッセージを受ける人々に注目するメディア研究の枠組みは「受け手研究（オーディエンス研究）」と呼ばれ、これまでいくつかのアプローチが採られてきた。「受け手研究」には、アメリカのマス・コミュニケーション研究の流れを汲む「実証的受け手研究」や、イギリスのカルチュラル・スタディーズの流れを汲む「批判的受け手研究」、日本で提起された「情報行動論」などがあり、それぞれ異なった角度から受け手の理解に迫っている。本論文では、受け手の視点から利用行動を理解していくということが先述した問題意識と合致しているという理由から、「実証的受け手研究」に属する「利用と満足研究（uses and gratifications studies）」に理論的立脚点を置いている。

「利用と満足研究」は、既に一般的に普及しているメディアの利用実態や関連要因を広く読み解く枠組みとして有効なアプローチであると思われる。本論文の目的に最も相応しい理論的枠組みを提示していると考えられる。すなわち、携帯電話を対象とした場合でも、その利用に関わる背景や影響をプロセスとして捉える枠組みを提供してくれるのである。

「利用と満足研究」の展開と現況を詳しく追ってみると、メディア利用の社会的・心理的背景の分析視角の欠如という課題が見出される。「利用と満足研究」は、コミュニケーションプロセスとして人間のメディア利用を理解

しようとする理論的枠組みを提示してきたにもかかわらず、これまでメディア利用の社会的・心理的背景についての研究には十分踏み込んでいなかったとも言える。メディア利用に関わる社会的・心理的背景は、メディアの利用スタイルや影響を規定する重要なものであり、最も注目する必要がある側面のひとつであると指摘がなされ、その理由として、この側面への理解が疎かになるとメディア利用を誤った要因として帰属させたり、恣意的な解釈に結び付けてしまったりする点があげられた。

第3章では、研究の拠り所となる理論的枠組みを基に、研究方法論について検討が行われている。まず、「利用と満足研究」で広く用いられている変数分析法は、設定された変数同士の比較分析を可能にするという長所を持つ一方で、調査者が設定する項目の範囲を超えて分析することができないという側面があることが指摘された。多くの潜在的な要因を前提とするメディア利用の社会的・心理的背景について踏み込んで調べる方法として、変数分析法は必ずしも有効ではないという立場である。結果として、メディア利用の社会的・心理的背景に対するアプローチについて考える際、従来の演繹型の方法論ではなく、より広い視点からデータを収集する方法論が求められており、帰納的・問題発見型の調査・分析手法を方法論的枠組みとして設けることが表明された。つまり、既存の理論体系をトップダウン的にメディア利用行動研究の枠組みに当てはめるのではなく、メディア利用行動の具体的データをボトムアップ的に理論的体系に構築していく、帰納的な研究ロジックと調査・分析手法を受け入れることが求められるというものである。以上のような点から、本論文の調査方法論は質的アプローチにベースを置くこととなった。

第4章、および第5章では、①携帯電話の機能的側面と②携帯電話による「情緒的コミュニケーション」についての調査結果報告と考察がなされている。人々がどのように携帯電話を利用しているのかについて調査を行い、その上でそこにはどのような社会的・心理的背景が存在しているのかを深く掘り下げていくという段階的・連続的な2ステップの調査の流れが仕組まれている。

連続的な研究課題に取り組むために二つのリサーチクエッション (RQ) が設定された。

- ① 人々は携帯電話をどのように利用しているか (RQ1)

② その利用スタイルの社会的・心理的背景には何があるか (RQ2)

データ収集は、被験者に携帯電話の非所有を一時的に課す「剥奪実験」環境の中で行われた。携帯電話を持たない生活の中で経験した不便やトラブル、印象的な出来事についての被験者の語りが、携帯電話利用に関する基礎データとして収集され、分析された。データ分析の手続きに関しては、被験者の報告データを質問紙調査に再構成するという従来の「利用と満足研究」の手法は用いず、意味関連で概念化していくという手法が用いられている。

①人々は携帯電話をどのように利用しているかについての調査からは「道具的コミュニケーション機能」「情緒的コミュニケーション機能」「情報検索機能」「情報閲覧機能」「備品的機能」「娯乐的機能」の6カテゴリーから成る「携帯電話利用のタイポロジー」が抽出された。また、各タイポロジーの特性や他メディアとの関連性などを詳しく見ていく中で、携帯電話のメディア特性が新たなコミュニケーションの風景を生み出していることが明らかにされている。

②携帯電話利用スタイルの社会的・心理的背景には何があるかについては、6カテゴリーのうちの「情緒的コミュニケーション機能」に関する携帯電話の利用スタイルには検討すべき課題が多く見出されたことから、「情緒的コミュニケーション」に関連する要因や構造を明らかにし、人々を「情緒的コミュニケーション」に向かわせる動因を総合的に探っている。「情緒的コミュニケーション」としての携帯電話利用を取り巻く対人関係はどのようなものかという問いを出発点として、その関係性の質的な側面、ライフスタイルやライフヒストリーとの関連性など、「情緒的コミュニケーション」に関する被験者のあらゆる経験を詳細なインタビューによって問い、それらの意味や関係性を探っている。

調査データには、被験者の現在の対人関係や生活はもちろん、過去の経験や被験者自身の意見などが含まれている。「KJ法」を援用してインタビューデータを整理・図解化すると、携帯電話の「情緒的コミュニケーション」の構造や関連する要因が浮かびあがらせている。

「情緒的コミュニケーション」は、研究対象とされた被験者間においては、対人関係や恋愛関係と直接的に結び付いたコミュニケーション行動とみられるとの指摘がなされた。携帯電話の「情緒的コミュニケーション」をめぐる対人関係は、「情緒的コミュニケーション」を重視する間柄である「中心的

対人関係」と、それを求めない「周辺の対人関係」に大別でき、「周辺の」から「中心的」への対人関係の発展プロセスにおいて、携帯電話の利用スタイルは「敷居の低いコミュニケーション」から「密着度アップのコミュニケーション」へと変容していく傾向がみられた。対人関係と携帯電話による「情緒的コミュニケーション」は、並行して成熟していく関係にあると考えられると指摘されている。

また、対人関係・恋愛関係に影響を及ぼす社会的背景が存在することも指摘されている。これは、人々の携帯電話利用を取り巻く「文化的要因」であり、「ライフスタイルの変化」や「所属集団の変更」といったライフステージの変わり目から生じる要因でもある。これらの社会的背景は、対人関係・恋愛関係という心理的背景と結び付いて、携帯電話の「情緒的コミュニケーション」を促すと考えることができるとしている。

結論として、携帯電話によってコミュニケーションの風景は驚くほど変化した。しかし、基本的な人間のコミュニケーションの在り方には普遍性を認めることができ点が強調されている。「中心的対人関係」を築いていくことのできる相手を見付け、対人関係や恋愛関係を親密化させていくという姿は、携帯電話社会においても同じだということである。

一方、本論文の限界性や今後の研究の拡大についても言及されている。本論文中で提示された議論や指摘は、携帯電話利用に関するひとつの事例に基づくものに過ぎず、試論的な要素を多分に含んでいる点、そして本論文では携帯電話を研究題材に用いたが、同様の視点は他のメディアにも向けられるべきとの点である。

最後に、質的アプローチをメディア利用行動研究に適用していくために必要な課題として、より多くの調査事例を積み重ねていくことの必要性が強調され、その過程では、多様な質的調査・分析手法が検討され、試みられることが必要であるとされる。量的アプローチでは捉えきれないメディア利用の側面を、質的アプローチによって描き出せたことには意義があったと結ばれている。

《論文の構成》

序文

第1章 問題提起——本論文の目的と意義

1. 1 論文の目的
1. 2 論文の枠組みと構成

第2章 理論的考察——「利用と満足研究」の現況と可能性

2. 1 受け手へのアプローチ
2. 2 「利用と満足研究」の理論的・方法論的展開
2. 3 「利用と満足研究」の可能性と課題

第3章 方法論的考察——質的アプローチの可能性

3. 1 先駆的調査の再評価
3. 2 質的アプローチの検討

第4章 調査1——携帯電話の機能的側面

4. 1 調査目的
4. 2 調査概要
4. 3 分析
4. 4 考察

第5章 調査2——携帯電話による「情緒的コミュニケーション」の背景分析

5. 1 調査目的
5. 2 調査概要
5. 3 分析
5. 4 考察

おわりに メディア利用行動研究の拡大に向けて

付録 携帯電話を取り巻く社会の現況

参考文献・論文

[論文の評価]

提出論文は、第1章において問題の所在を提示し、第2章で先行研究及び研究目的を述べ、第3章では研究方法を検討している。以後本論文の中心的な研究課題について検証するための調査1（第4章）の分析を踏まえた上で、調査2（第5章）を実施し、現代のコミュニケーションツールとしての携帯電話利用にみられる「情緒的コミュニケーション」の背景分析にポイントを

において研究の知見を見出している。論文の構成は、本文180余頁、付録・参考文献40余頁からなる。

本論文では、携帯電話が人間のコミュニケーションを発生させるための手段になっているとの立場から、「人々は携帯電話をどのように利用しているか」、そして「その利用スタイルの社会的・心理的背景には何があるか」という問いについて答えようとしている。申請者は、初期段階の携帯電話利用関連研究にみられる理論的な下支えの欠如による研究結果の導出と知見の提示への危険性を十分に理解しており、これは論文の基礎となる先行研究が、完全にはないが、必要・十分にレビューされた結果とみられる。

また、人間行動とマス・メディアや行動科学に関わる研究分野において、研究枠組みや研究方法などにおいても限界性が指摘されていた、1960年代後半からのテレビ媒体関連研究領域を、インターネット時代のメディア、携帯電話に援用できるかどうかの再検討を行い、その上で利用者行動（情報行動）の研究を実施しようとした。携帯電話という新しい媒体に関する社会的な状況等も整理され、多くの有用な示唆を含んでおり、また「利用と満足研究」のアプローチに携帯電話の剥奪状況を実験的に設けることにより、新たな方法論の中で実施したこと、また分析にあたって質的研究を企図した取り組みを行っており、既存の研究アプローチを乗り越えようとした点は高く評価できるとの指摘がなされた。

本論文では、携帯電話利用スタイルの社会的・心理的背景について、携帯電話が機能として持ち合わせている「情緒的コミュニケーション」の視点を軸として研究の知見を得ている。誰と、どのようにコミュニケーションを行なうかという点に着目して考察を行った結果、携帯電話が対人関係の成熟とコミュニケーションの広がりにも貢献できる可能性を示唆している。

しかしながら、社会的・心理的背景についての考察は、まだ十分とは言えない。実験調査から得られた結果を起点とし、そこから精緻で、深みのある論理展開が積み上げられているかどうかという点については、今後さらに分析力をつけてゆくことが期待される。また既存研究と申請者自身が研究から得た知見のオリジナリティーとの研究価値判断力向上も望まれる。自己が得た研究結果がどれくらい一般化できるレベルに達しているかを判断する際に必要な研究者の素養となってくるからである。

質的研究により導き出された本研究の知見は読ませる筆力が必要となって

小寺教之

くる。確かに記述内容は巧みで、説得力を持っており、一見そつなくまとめているようにみえるが、逆にそれが要領よくまとめられてしまっていると感じさせる点は、今後、より高いレベルの学術論文の作成に向けて克服すべき課題である。

最後に指摘された点は、申請者がこれから、より高いレベルで研究を実施し、基礎理論を基にした新たな理論展開に向けて望まれる点である。課程博士において、所定年限内に、新しい研究課題に基づき野心的に取り込んだ意気込みとそこから得られた研究結果を損なうものではなく、申請者は、将来研究者としての道を歩むに値すると判断できる。

[結論]

審査・試験委員会は討議の結果、申請者は上智大学学位規程第5条（課程博士）により、博士（新聞学）の学位を受けるにふさわしいものと認め、合格と判定した。

上智大学学位規程第16条第1項により、以上のとおり報告する。

2007年1月13日

学位論文審査・試験委員会

主査・委員長 鈴木 雄雅（上智大学大学院文学研究科・教授）

副査・委員 石川 旺（上智大学大学院文学研究科・教授）

金山 勉（上智大学大学院文学研究科・助教授）

荻野 美佐子（上智大学大学院総合人間科学研究科・教授）