

## 論文

# ケーブルテレビを“舞台”とした住民のメディア活動の現状と展望 —局側の視点から—

松本憲始\*1

キーワード：市民メディア、パブリック・アクセス、地域活性化、地域メディア

### 1. はじめに

1990年代後半あたりから、一般の地域住民によるテレビ番組の制作活動が、ケーブルテレビでの活動がメディア研究者らを中心に注目されるようになった<sup>註1</sup>。日本におけるそれらの活動は、飛び地的ではあったが、2000年代にはいり徐々にではあるが広がりを見せるのであった。その要因のひとつに、当該分野の研究者による啓蒙活動が考えられる。

また、1992年1月に放送法の一部改正を行って制度化されたコミュニティFMがある。当初コミュニティFMは、空中線電力が1W以下という超微弱電波での開局を余儀なくされた。しかし、1999年3月30日に空中線電力が20W以下となった<sup>1)</sup>。そのようなメディア環境の変化や、ケーブルテレビという枠を超えた先述の研究者の啓蒙活動も手伝ってか、コミュニティFMにおいても地域住民による情報発信活動が活発化した。

さらに、インターネット回線のブロードバンド化により、2000年代半ば以降一般市民が音声付の動画による不特定多数に向けた情報発信が可能となったわけである。

これらの活動は、「パブリック・アクセス」や「市民メディア（論）」として、日本における諸動向のみならず、諸外国についても多くの事例が報告されるようになった。また、それらの取り組みの交流の場として、2004年以降「市民メディア全国交流集会」として、毎年開催されるようになった<sup>註3</sup>。『アクセス論』を上梓しているフランシス・J・ベリガンは、地域住民へのメ

ディアへのアクセスについては、必ずしも積極的に取り組もうとしていない問題があると指摘している。そして、そのような問題を解決するには、地域住民の参加を促すような社会づくりが要求されるという<sup>2)</sup>。

そのような指摘に呼応するかのように、先に触れたような活動の啓蒙という部分を含んだなかでの実践的な部分が先行している分野であり、理論面での研究や一般化した知見の抽出はそれほど進んでいない<sup>3) 4)</sup>。また、市民メディア論については、松野良一は「まさに誕生したばかりの混沌の極にある市民メディアの caos」<sup>5)</sup>と述べている。そこで筆者は、動向の一般化・抽象化、および、caos状態の解消を行おうと考えたのである。

伝統的なマス・コミュニケーション研究では、いわゆる情報の「送り手」であるマス・メディアと、情報の「受け手」である一般大衆に分けて研究が行われてきた。しかし、現在の社会におけるメディア環境のなかでは、その構図がそのまま当てはまらない部分が出て現している。つまり、受け手とされていた一般大衆が送り手となれる可能性がある状況、上述のように現れてきたということである<sup>註3</sup>。

しかしながら、日本では学校をはじめ、メディアを使って情報発信をするという教育はそれほど行われているとは考えにくい。つまり、多くの日本人はそのような知識を持ち合わせているとは言いがたいわけである。そのような人たちが活動の主役でなければならない取り組みである。よって、それらの人たちに例えば「テレビの番組制作とは何か」、あるいは「そのようなこと

\*1 山口福祉文化大学 ライフデザイン学部

を行うことの効果は何か」など、噛み砕いて解説する必要が考えられる。そのような中で、調査研究が整っていないのは致命的である。そこで、現代のメディア社会を受け手とされていた人びとが、情報の発信者として“メディアを使いこなす”ための一助となる調査研究にしたいと考えている。

## 2. これまでの研究と本稿の目的

### 2-1 使用する用語について

本研究は、ケーブルテレビ等で行われている一般の市民が番組を制作する過程の全部、あるいは一部に参加する取り組みを対象としている。例えば、先に触れたとおり「市民メディア全国交流集会」が催されており、本研究が対象としている取り組みを含んだかたちで「市民メディア」と呼称されている動きがある。しかし、「市民」という言葉を社会科学の視点から見ると、「市民とは、近代の文脈に転用されるなかで、都市社会に生活する一定の経済的・政治的・社会的な資格をもった行為主体、人間類型を意味している」という。また、「住民とは、一地域に居住する人びとの呼称であり、職場所在地をそれぞれ異にしていながらも、居住は同一地域におく人たちの総称」といった意味である<sup>6</sup>。このことから、概念的な検討があまり行われていないなかで「市民」という言葉を使用することについては、少々問題があると考えられる。そこで、現状では概念的にも広い視点で一般大衆を捉えることができる「住民」という言葉を使用して論を進めていきたい<sup>4</sup>。つまり、「住民のメディア活動」や「住民制作番組」、「住民参加型番組」となることを最初に申しておきたい。

### 2-2 これまでの調査研究の概要

まず、先行研究にあたり調査研究動向を精査した。前項で触れたとおり、海外を含む事例研究・報告が中心である。初期（1900年代）の研究動向では、メディアとしてケーブルテレビに特化したものが中心であった。しかし、継続して行われている番組制作や、単発

で制作・放送された番組が混在したなかで事例研究・報告が行われていた。また、別の角度から見ると、ドラマ制作、ドキュメント番組制作、告知番組なども、同様に混在されていた。

2000年代に入ると、コミュニティFMやインターネットのホームページによる取り組み事例も扱われるようになった。これらも、多くの場合各メディアが混在するなかで調査研究・報告が行われていた。

例えば、番組に情報を告知するためだけに地域住民が登場する番組と、企画から撮影、編集まで全ての番組制作過程に地域住民が参加する番組を同列に混在して事例研究を行っていることに違和感があった。また、さまざまなメディアを混在していることも同様である。そのことから、メディアとしてはケーブルテレビに特化した調査研究を行おうと考えたのである<sup>5</sup>。

そのような方向性のもと、日本全国に散在するケーブルテレビの番組制作に地域住民が参加している動向を抽出し、なるべく多くの取り組みから聞き取り調査を中心に行っていった<sup>6</sup>。その結果、いくつかの知見が抽出された。そのことについて次節で触れていきたい。

### 2-3 聞き取り調査から抽出された実態

ケーブルテレビにおける住民のメディア活動について考えられる調査対象は、①メディアとしてのケーブルテレビ局、②活動主体としての参加住民、③視聴者、である。そのうち、②については、地域住民がNPO法人等をはじめ、組織として集合的实践として活動している場合は、調査対象としてアプローチが可能であることが多い<sup>7</sup>。しかし、個人的実践の場合、個人情報との関係で接触することが非常に難しい。また、③については、視聴率が計れないケーブルテレビではあるが、住民のメディア活動による番組が放送されている各局の「コミュニティ・チャンネル」は、多くの局でそれほど視聴されているとは考えにくい状況である。よって、まずケーブルテレビ局に対して調査を行うこ

とが妥当であり、そこから実態を少しでもあぶり出そうと考えたのである。そして、見えてきた一部（本稿に關係する部分を中心に）は次のとおりである<sup>註8</sup>。

#### (1) 局側の企画としての取り組み

まず、日本のケーブルテレビにおける住民制作番組は、局側の企画として開始される場合が多い。例えば、地域住民が企画を持ちかけても、局側がその企画を了承しなければ実現しないのである。つまり、地域住民が活動の主役ではあるが、それを行う決定権はケーブルテレビ局側にあるということである。これにはいくつかの理由が考えられるわけだが、日本の放送法の下では地域住民が制作した番組でも、放送法等の制度に抵触する問題が生じた場合には、その責任は局側を負わなければならないということがおおきく影響している。

#### (2) 取り組み開始の背景とは

ケーブルテレビの場合、経営母体や規模、地域性等により運営形態が異なるため、非常に多様な事業展開が行われている。そのことは、地域住民に番組を制作させるという企画にも影響している。

住民に番組制作を行わせるということは、非常に手間がかかる取り組みであるという。例えば、地域住民が撮影した映像は、局側で相当修正を加えないと放送できない作品が多いという。そして、特に民間型のケーブルテレビは、経営状況が芳しく局も多い。つまり、人件費という視点から地域住民の番組制作に関わる余裕が無い場合、そのような取り組みは行わないという局も散見された。

そのような中、取り組みを開始する局もあるわけだが、その開始の背景も一様ではない。そのような中、経営状況が良好な局が企画をして取り組みを開始するという動きが多い。また、最初の項の註1で触れたように、1998年に2冊の関連する書籍が上梓されたこと、あるいは、市民メディアの交流会が催されるようにな

ったことを紹介したが、その影響で他のケーブルテレビ局の動向を知り取り組みを企画・開始したという局がいくつか見られるようになった。

さらに、局側の上層部である社長などの役員クラスが着想して、企画、取り組み開始という局が非常に多く見られた。

#### (3) 住民が番組制作過程に参加する現状

ケーブルテレビの番組制作過程に地域住民が参加するといっても、様々な形態があることは研究開始から認識できた。それは、先述したように様々な形態の取り組みが混在してではあったが、事例研究・報告が行われていたからである。そして、それらをなんらかの視点でカテゴライズすることにより、さらに詳細な事例分析などが行えるのではないかと考えた。次の表-1は、18の取り組み（調査視点）に対する聞き取り調査の結果をもとに作成した。そのため、日本全国の状況を一般化したとはいえない。しかし、他の形態は考えにくいということを付言しておく。

表-1は、ご覧のとおり活動の主体である「担い手」と「放送枠」をもとに分類し、それぞれの特徴などの概略を示した。そして、さらに次のような分類も考えた。

①、②、③と④-1については、広義の「住民制作番組」、④-2は「住民参加型番組」、④-3は「住民撮影番組」としたい。そして、番組制作の企画から撮影、編集までの全ての過程に住民が参加できるのが、広義の「住民制作番組」である。

その他はその一部のみ参加となる。

#### (4) 住民に番組制作をさせることの問題点・課題

番組制作を経験したことがない地域住民が活動するため、多くの問題点が散見することは容易に想像できる。そして、調査の結果次の3つの問題点・課題が抽出された。

①番組の質・内容、②局側担当者の労務的負担、③

表－1 ケーブルテレビにおける住民参加番組の形態<sup>註9</sup>

担い手	放送枠	特徴など
①局のボランティア組織	定期的な番組枠	局の内部に取り込まれており、局側の活動への関与度が高い。
②局と協定などを締結した住民団体やNPO	定期的な番組枠	局側からの独立度は高いが、そのぶん資金面に問題点が考えられる。
③「市民ディレクター」などの呼称で住民を登録させる	定期的な番組枠	参加登録には事前の撮影等の講習受講が必要。個人でも組織でも登録は可能。
④一般の個人、住民団体、NPO など	定期的な番組枠	以下に分けて考えたい。
	定期的な番組内の1コーナー	④-1:担い手が企画・撮影・編集の全てに関わる。 ④-2:主に、番組で情報を告知などに参加するのみで、企画や編集には参加しない。
	不定期的な番組枠	
	不定期的な番組内の1コーナー	④-3:局側の人材不足から、イベント等の撮影を住民が依頼され、撮影された素材を放送する。

番組の確保、である。①については、技術的な問題としての映像の質の問題があり、見るに堪えない作品もあるという。また、内容面でも名誉棄損、公序良俗に関することや、政治的公平性の欠如や著作権・肖像権処理等にある。②については、局側の担当者が自身の番組制作と兼務で住民の番組制作に関わる場合が多いことによる負担である。これは、精神的負担も大きいようで「大変である」「手間がかかる」などの率直な意見が聴取された。③については、定期的に番組を供給される保証がないため、番組編成に“穴”があく可能性があるということである。そのような状況を回避する意味で、前節の表－1の「①②③」のような定期的に番組供給が行われる仕組みづくりを行っている局があることを申し添えておこう。

#### (5) 住民を番組制作に参加させることの意図

地域住民に番組制作を行わせることは、日本では規則的に強制される取り組みではない。さらに、ここまでの調査結果を見る限り多くの問題点・課題が考えられる。そのような状況ではあるが、いくつかのケーブ

ルテレビ局で取り組みが行われているということは、それなりの意図があるのではないかと考えた。

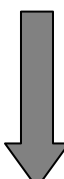
実際に調査すると、大きく2つの視点からの、取り組みに対する局側の意図が垣間見られた。1つは地域メディアということを意識した視点、もう1つは経営的な視点である。前者は、地域メディアとして地域情報の活性化という意図が見られる。例えば、地域住民だからこそ入り込める取材対象や局側職員では知りえない情報を掘り起こすことへの期待である。後者は、地域住民に番組制作させることによる番組制作費の削減である。

ここであげた2つのことは、主に局側の番組制作を行う“現場サイド”ではなく、社長などの役員クラスが考える意図という視点が強く表れている。

#### 2-4メディアを分けて調査研究する必要性

先述したように、様々なメディアが混在されたなかでおおくの事例研究・報告が行われており、その状況に異論を呈したわけである。そして、メディア別に調査研究を行うことを提言したわけであるが、その理由

表-2 地域情報産出量とメディア特性からみた地域メディアの位置づけ<sup>註10</sup>

メディア特性 情報産出量	映像系	音声系	文字系
情報産出量が相対的に大きい  情報産出量が相対的に小さい	大規模ケーブルテレビ、県域テレビ	県域ラジオ	書籍、新聞、雑誌
	中規模ケーブルテレビ	コミュニティFM	広報、コミュニティペーパー
	小規模ケーブルテレビ	農業放送	ミニコミ誌、パンフレット

づけをここで行いたい。

メディア・コミュニケーション研究においては、コミュニケーションのツールとなるメディアについて、それぞれを多角的な視点からメディア特性を考察することが行われている。次の表-2では、メディア特性について、3つの視点から、さらに、情報産出量の大小により9つにカテゴライズした。

メディア特性の視点では、映像系では例えば音声系ではあまり考えられない肖像権の問題への抵触が考えられる。そのことは考えられる一例であるが、少々広い観点から見れば、放送前の映像のチェックは必須である。また、別の角度から見ると、視覚で捉えられる映像系メディアと聴覚のみの音声系メディアでは、放送の効果が異なることが考えられる。そして、効果が大きいと考えられる映像メディアで流す情報を制作する場合には、音声系のメディアのそれより細心の注意が考えられる。このような視点は、情報の産出量の違いからも考えられる。

上述のようなことが考えられるなかでは、当然同じ地域住民による番組制作活動でも、ケーブルテレビとコミュニティFMでは、手間や放送効果等さまざまな点で異なる面が存在すること考えられる。そして、その大前提を示さずにメディア研究や番組制作に精通していない地域住民に、さまざまな地域メディアによる活動事例の調査研究を提示することが問題であり、メディア別に調査研究を行う、あるいは、その特性を事

前に提示した上で各メディアの事例研究等を示す必要があると考える。

### 3. 実態のさらなる明確化に向けて

#### 3-1 調査目的と調査概要

ここまで、聞き取り調査で明らかにしてきたことについて論じたことを中心として、日本のケーブルテレビにおける住民のメディア活動の実態の概要について触れてきた。

そこで、さらにその実態を明らかにし取り組みの一般化に向け、コミュニティ・チャンネルをもつケーブルテレビ局に対して「ケーブルテレビにおける住民制作番組に関するアンケート調査」を実施した。調査目的は、コミュニティ・チャンネルをもつケーブルテレビ局における、住人のメディア活動の実態、考え、将来的な可能性をあぶり出すことである。質問紙票調査をおこなうに際しては、相当数のケーブルテレビ局や活動主体としての住民の方々などに聞き取り調査をおこなってきた中から見えてきた実態をもとに、問題意識を構成して質問内容に反映させた。なお、調査概要は以下のとおりである。

①調査対象；「サテマガ・ビー・アイ」発行の『ケーブル年鑑 2010』に掲載されている局のうち、「コミチャンネル（コミュニティ・チャンネル）・その他」にチャンネル数の記載がある局。記載が無い場合は、当該局のホ

ホームページを調査の上判断した（2010.2月現在）。J:COM各局<sup>註11</sup>については傘下のセンター局を対象とした。合計338局。

②調査方法；郵送調査法

③調査期間；2010年2月16日から2010年3月2日

④有効回収数（率）；156サンプル（46.2%）

⑤調査項目；住民制作番組等の実施状況全般、問題点・課題、参加住民の形態、過去の動向、今後の実施可能性、効果。

表-3 設置形態別配布数・回収数

	配布数	回収数	割合
行政型	80	45	28.8%
民間型	231	100	64.1%
MSO型	27	11	7.1%
合計	338	156	100.0%

### 3-2 調査に際しての用語の統一

すでに、ケーブルテレビにおける住民のメディア活動に関連する用語については、整理をおこなった。しかし、調査に際して調査票内で「申し合わせ事項として……使用用語の説明」という項目を設けたため、それらの内容をここで提示しておこう。

（以下、調査票からの抜粋）

◎申し合わせ事項として……使用用語の説明

番組への住民参加は、各局さまざまな形態で行われているかと存じます。それらを、本調査では次のようにカテゴライズ（分類）して使い分けて考えていきますので、ご留意願います。

「住民制作番組」……番組制作の企画から撮影、編集まで、すべての作業行程に住民が参加する。さらに、①局の外部組織である NPO 法人等、②局が内部に組織したボランティア、③「市民ディレクター」等として、局が募集する、④ビデオサークルや愛好家が作品を供給する、などの番組制作住民の担い手としての形

態がみられる。

「住民投稿番組」……局がインターネットのホームページや番組ガイドなどの媒体で、地域住民にビデオ作品やドキュメント等を募集して放送する。

「住民参加型番組」……地域住民などが局のスタジオに出向き、告知などを住民自らがおこなう「一言言わせて」という類の番組。番組の企画や撮影、編集には住民は関与しない。

※上記の3つには、さらに、放送が定期か不定期かによって、分けて考える必要性も感じている。

「住民撮影番組」……地域イベント（お祭りや運動会）の撮影を、局側は住民に依頼して放送をおこなう。

「住民のメディア活動」……広義では、上記にあげた4つの形態すべてがそれにあたる。狭義では、参加住民の主体性や継続性などの視点から、検討する必要があると考えている。本アンケート調査では、「住民メディア活動」という用語は、“広義”の意味で使用する。

なお、先に広義の「住民制作番組」について触れた。この調査でいう「住民制作番組」は、狭義の意味で捉えている。つまり、広義の住民制作番組を狭義の「住民制作番組」と「住民投稿番組」に分類したわけである。

## 4. 住民のメディア活動の現況

ここからは、前項で触れた調査の結果から、ケーブルテレビにおける住民のメディア活動の現況を見ていく。

### 4-1 住民のメディア活動の実施状況

ケーブルテレビにおいて、住民のメディア活動が行われている現況に関するデータを見ていくことにしよう。最初に、住民のメディア活動の実施状況について、過去の動向も含めて聞いた（表-4）。行政型については、過去の動向も含めて行ったことがあるが80%とな

っている。また、民間型に至っては、同様の視点では約90%となっており、両型とも相当の局が何らかのかたちで住民のメディア活動を実施している。なお、MSO型についてはサンプル数が少ないため、参考程度にとどめたい。

表-4 住民のメディア活動の実施状況<sup>註12</sup>

	現在行われている	過去に行っていた	行ったことがない	合計
行政型	26	9	10	45
	57.8%	20.0%	22.2%	100.0%
民間型	82	11	13	106
	77.4%	10.4%	12.3%	100.0%
MSO型	2	1	2	5
	40.0%	20.0%	40.0%	100.0%

次に、表-3で「現在行われている」と回答した局に対して、どのような番組形態で行われているのかについて聞いた(表-5)。その結果、「住民参加型番組」が57%と最も多かった。これは、番組制作の素人である地域住民を番組制作過程に参加させる上では、一番手軽に行うことができる結果が反映している傾向であろう。しかしながら、住民が全ての番組制作過程に参加できる可能性が高い「住民制作番組」(37%)と「住民投稿番組」(47%)も、決して低い数値ではない。

表-5 現在行っている番組形態  
(複数回答。以下「MA」と記す)

	局数	%
住民制作番組	41	37.3%
住民投稿番組	52	47.3%
住民参加型番組	63	57.3%
住民撮影番組	41	37.3%
総計(回答局数)	110	100.0%

表-6 住民制作番組の放送形態

	局数	%
定期枠の番組	22	53.7%
不定期枠の番組	5	12.2%
チャンネルを開放	3	7.3%
番組内のコーナー	4	9.8%
単発で放送	6	14.6%
その他	1	2.4%
合計	41	100.0%

表-7 住民投稿番組の放送形態

	局数	%
定期枠の番組	5	10.4%
不定期枠の番組	17	35.4%
番組内のコーナー(定期的)	7	14.6%
番組内のコーナー(不定期)	18	37.5%
その他	1	2.1%
合計	48	100.0%

表-8 住民投稿番組(不定期)の放送頻度

	局数	%
年に1本程度	4	11.4%
年に2~3本程度	12	34.3%
年に4~6本程度	13	37.1%
月に1本以上	6	17.1%
合計	35	100.0%

さらに、表-5で住民制作番組と住民投稿番組を行っている局に対して、放送形態について聞いた(表-6および表-7)。住民制作番組については、「定期枠の番組」が圧倒的に多く、54%となっている。これは、聞き取り調査の結果と併せて考えると、番組枠と番組制作の担い手である住民が、既に存在するなかで行われている取り組みが多い結果の反映ではないか。また、興味深い結果として、「チャンネルを開放」について、

3 局あることが確認できた。これは、現在の日本の状況下では、局側としては大胆な決断の結果と捉えられ、今後、このような動向が広がることが望ましいからである。

住民投稿番組については、「不定期枠の番組」「番組内のコーナー（不定期）」の結果を合わせると 73%となる。この結果は、投稿者がいつ番組投稿をしてくるのか、局側としては予測がつかないことが考えられることが主な要因であろう。また、その状況をさらに掘り下げ、不定期で行われている住民投稿番組の年間の放送頻度を聞いた（表-8）。

その結果、「月に 1 本以上」放送されるという局は 17%に留まり、その他の 83%は年に 1 本程度から多くても 6 本程度である。つまり、「不定期ですが住民投稿番組を行っていますよ」という局の 8 割以上が、上記の程度の放送頻度でも行っていると回答しているわけである。このことから、相当細部まで取り組み内容を調査する必要性が考えられる。つまり、例えば活動を啓蒙したい人びとにとっては、住民のメディア活動を行っている局の存在は「全国でこんなにたくさんの局が行っていますよ」という点をクローズアップしたいであろう。しかし、「年に 1 本程度」という局も、地域住民に回路を開いているという点では貴重ではあるが、現状に正確に把握して細かなアナウンスが必要であると考ええる。

#### 4-2 局側の企画と活動関与の状況

ここからは、局が住民のメディア活動を企画する際の着想と、活動への局側の関与状況について見ていきたい。まず、企画の着想については、住民制作番組と住民投稿番組（以下、「住民制作番組等」と呼称する場合もある）を行っている局に対して、その開始のきっかけについて聞いた（表-9）。

聞き取り調査の結果では、「役員クラスの発案」が多く見られた。しかし、本調査の結果では「役員クラス以下の企画」と「住民（個人・組織）からの依頼」が多かった。聞き取り調査を行った局のうち現在取り組みを行っている局については、言うなれば大がかりな仕掛けによる住民制作番組に取り組んでいる局がほとんどであった。そのような状況が、聞き取り調査の結果に反映したものと考える。つまり、それほど大がかりな仕掛けでない場合は、局の番組制作部門の職員や地域住民からの依頼により企画がスタートすることが多いということである。また、行政型については、「行政からの発案」が民間型よりは着想しやすいという結果がでている。

次に、活動に局側がどの程度関与しているかについて見ていこう。住民制作番組等について、局側担当者の配置状況について聞いた（表-10）。局側の担当者が自らの番組制作業務と併任で行っている局が、90%以上という結果である。そのうち、複数名で担当している局は労務的負担も軽減されるかもしれないが、「1人

表-9 設置形態別住民制作番組等開始のきっかけ

	役員クラス以下の企画	役員クラスの発案	行政からの提案	住民（個人・組織）からの依頼	学校からの依頼	その他	合計
行政型	10	0	6	4	0	0	20
民間型	24	7	3	17	1	3	55
MSO 型	0	0	0	1	0	0	1
合計	34	7	9	22	1	3	76



で併任して担当」という41%の局のなかには定期枠で行っている取り組みがあることも考えられ、相当な業務負担のなかで行われていることが想像できる。また、「局員に専任の職員の担当者がいる」は4%にとどまっている現状についても留意したい。

表-10 住民制作番組等の局側担当者の現況

	局数	%
局員に専任の担当者がいる	3	3.8%
局員1人が自身の担当番組等を抱えながら併任で担当	32	41.0%
局員2人以上が自身の担当番組等を抱えながら併任で担当	39	50.0%
その他	4	5.1%
合計	78	100.0%

そのような局側の担当配置ではあるが、その担当職員が住民制作番組等にどのような形態で関与しているのかについて聞いた(表-11)。すると、「放送前の番組チェック」が48%、「放送の可否決定」が37%という高い結果であった。番組制作過程については、企画、撮影、編集が考えられるが、その過程以降の放送前に作品のチェックを行うというハードルを設けるという考えが反映した結果ではないか。

そして、表-11の結果の中から、さらに住民投稿番組に関する回答のみを抽出してみた(表-12)。その結果、「放送前の番組チェック」、および「放送の可否決定」は住民投稿番組において双方60%台であり、前者については70%に近い結果であった。また、住民投稿番組については、番組制作過程における関与(「番組制作全般をサポート」や講習会等の指導)があまりないという結果になった。このことは、番組制作過程における局側からの独立性が強いという半面、撮影スキルの無い者は参加しにくい状況が考えられる。

表-11 住民制作番組等制作に対する局側関与の現況(MA)

	実数	%
番組制作全般をサポート	17	13.6%
撮影講習会を開催	14	11.2%
(講習会以外の)個別指導	10	8.0%
金銭的なサポート	9	7.2%
機材の貸し出し	34	27.2%
放送前の番組チェック	60	48.0%
放送の可否決定	46	36.8%
その他	13	10.4%
総計(回答局数)	125	100.0%

表-12 住民投稿番組に対する局側関与の現況(MA)

	実数	%
番組制作全般をサポート	2	5.3%
撮影講習会を開催	4	10.5%
(講習会以外の)個別指導	3	7.9%
金銭的なサポート	0	0.0%
機材の貸し出し	15	39.5%
放送前の番組チェック	26	68.4%
放送の可否決定	24	63.2%
その他	7	18.4%
総計(回答局数)	38	100.0%

#### 4-3 住民制作番組等の問題点・課題

聞き取り調査においては、局によって様々な問題点や課題が抽出されたため、それらについて聞いた(表-13)。「問題点・課題はとくにない」と回答した局は、1局のみであり、やはり、大なり小なり問題点・課題を抱えながらの取り組み実施ということであった。他は軒並み20から30%台の回答である。そのなかで、「放送法への抵触の危惧」と「著作権・肖像権などの抵触

の危惧」については、広い視点で規則等への抵触という質問項目であった。しかし、それらの回答には差がでた。これは、放送法については、局側が精通している法であるため、その対応への危惧もあまりないことが考えられるからではないか。それに比べると、著作権・肖像権などへの抵触は、その限りではないということであろう。また、「担い手住民の固定化」が38%であり、番組制作の担い手としての住民について、なかなか広がりを見せないという状況が垣間見られる。これは、「番組（投稿）や担い手住民が集まらない」が36%となっている結果も同様の視点で考えることができる。

表－13 住民制作番組等の問題点・課題  
(MA, 上位の考え3つまで)

	実数	%
問題点・課題はとくにない	1	1.4%
番組の質（内容・技術的）	27	37.5%
自己満足的な内容	18	25.0%
放送法への抵触の危惧	5	6.9%
著作権・肖像権などの抵触の危惧	23	31.9%
担い手住民の高齢化	12	16.7%
担い手住民の固定化	27	37.5%
番組（投稿）や担い手住民が集まらない	26	36.1%
継続性	16	22.2%
その他	2	2.8%
総計（回答局数）	72	100.0%

#### 4-4 住民制作番組等の意図、効果

様々な問題点・課題を抱えながらも住民制作番組等を行っている局が存在する。つまり、何らかの意図や効果があるから行うのではないかという疑問をもち、聞き取り調査でも質問項目としていた。そのことについて、本調査でも聞いたわけである（表－14）。結果としては「地域情報の掘り起こし」66%と「住民のテレ

ビメディアへの関心増大」58%が多く、次いで、「コミュニティ・チャンネルの知名度アップ」39%となっている。

「地域情報の掘り起こし」ということでは、例えば、局側の職員ではたどり着けない情報などが存在し、それらを掘り起こしてケーブルテレビによる地域情報の活性化という意図・効果を考えてのことであろう。「住民のテレビメディアの関心増大」は、インターネット等の新たなメディアが登場するなかで、テレビというメディアへの新たな接触の形態を提供し、その結果テレビメディアへ今まで以上の関心を持って視聴してもらいたいということが考えられる。また、「コミュニティ・チャンネルの知名度アップ」には、テレビメディアへの関心増大と同様の意図・効果に加え、元来認知度が低いコミュニティ・チャンネルを、地域住民が創り手として関わるなかでの認知度アップへの期待が考えられる。

結局、聞き取り調査での知見を支持するような結果がでたと見えよう。

表－14 局側が考える住民制作番組等の効果（MA）

	実数	%
地域情報の掘り起こし	103	66.0%
番組制作のマンパワー増強	29	18.6%
番組制作費の軽減	10	6.4%
加入促進の効果	26	16.7%
局のイメージアップ	14	9.0%
住民のテレビメディアへの関心増大	91	58.3%
他メディアとの差別化	35	22.4%
コミュニティ・チャンネルの認知度アップ	61	39.1%
補助金の期待	0	0.0%
局の番組制作に対する刺激	6	3.8%
その他	8	5.1%
総計（回答局数）	156	100.0%

### 5. 住民制作番組等実施に関する今後の展望

現在、住民制作番組等を実施していない局に対して、今後それらを実施する可能性について聞いた（図-1～4、N=71）。

図-1、図-3が“定期枠”で住民制作番組等を行う可能性であるが、「あまり可能性はない」と「可能性はない」を合わせると、「住民制作番組」67%、「住民投稿番組」72%と、双方70%前後という結果となった。これは、やはり定期枠で行うことにより考えられる、ここまで触れてきたようなマイナス面がある結果と考えられる。

一方、“不定期枠”については、住民制作番組、住民投稿番組ともに「可能性はある」と「やや可能性はある」を合わせると、50%台後半となる。このことから、現在住民制作番組等を実施していない局についての将来展望としては、不定期枠で取り組みを開始する可能性は残されているという状況である。

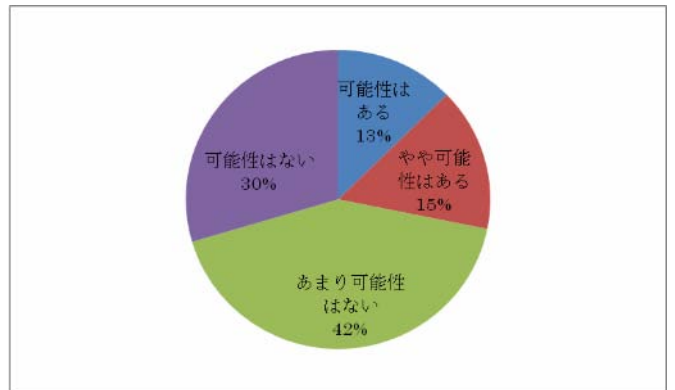


図-3 定期枠の「住民投稿番組」の可能性

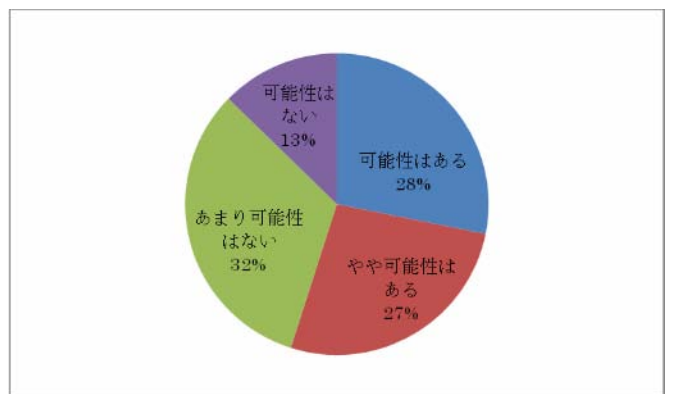


図-4 不定期枠の「住民投稿番組」の可能性

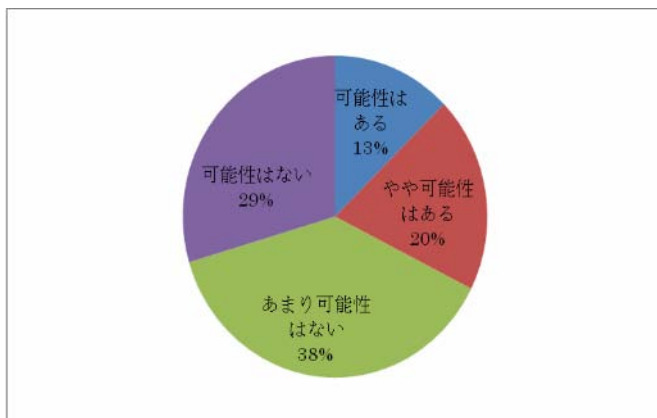


図-1 定期枠の「住民制作番組」の可能性

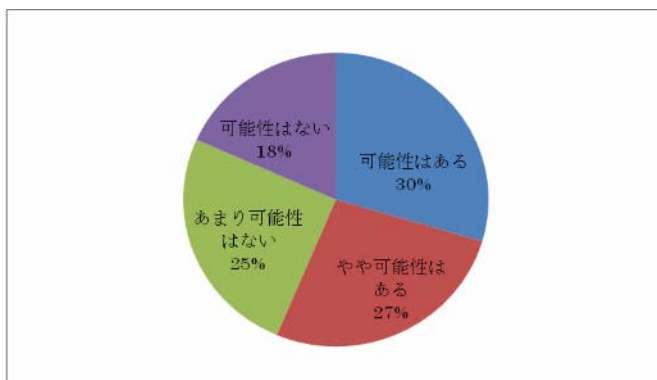


図-2 不定期枠の「住民制作番組」の可能性

### 6. まとめ

調査結果の考察については各結果を提示した際に行ったため、ここでは簡単に今後の研究動向を含めた全体的なまとめを行いたい。

今回の調査は、先行して行った聞き取り調査から得た知見を中心に質問項目を作成したわけである。聞き取り調査は、全国的にも目立った取り組みを中心に行ってきた。つまり、それなりに大がかりな仕掛けを行っている局に対してであった。

ケーブルテレビというメディアは、それを開局する際に莫大な先行投資を要する。民間型の場合は、赤字からのスタート、行政型の場合は、その維持に毎年莫大な予算編成をしなければならない。例えば民間型は累積赤字が解消するまでは、いわゆる「余計な仕事」や「金にならない事業」はやりたくないわけである。その仕事・事業が住民に番組制作を行わせることである。その他の理由も加わり、住民に番組制作を行わせ

ることを好まなかったり（行わない）、行ったとしても大がかりな仕掛けでは行わなかったりという局がほとんどなのである。先述したそれなりに大がかりな仕掛けを行っている局は、全国的には一部の局であり、今回の調査ではその他の大部分の局の現状や考えが抽出できたことが大きな成果を考える。

しかしながら、地域メディアを舞台として行う取り組みであるため、地域性の相当細かい部分まで活動に影響を及ぼしている。これは、第2節の2-3では聞き取り調査結果の局側の視点を中心に紹介したためそのことには触れていないが、抽出された知見の一つである。このことを、質問紙調査で細部まで明らかにすることは難しい。そのようなことから、今後の研究課題としては一般化の方向性に向けた調査と併せて、個別事例研究の必要性を感じている。つまり、取り組みの細部まで掘り下げて調査研究を行うことに、個別事例ではあるが活動のダイナミズムを描き出すことができるからである。

最後に、冒頭において本研究の大きな目的としては、「現代のメディア社会を受け手とされていた人びとが、情報の発信者として“メディアを使いこなす”ための一助となる調査研究にしたい」と述べた。本稿は、その活動の舞台となるメディアとしてのケーブルテレビの現況や展望を見てきたわけである。つまり、メディア側がどのような考えを持っているのかを知ることにより、活動のさらなる活性化をもたらせればと考えている。また、メディア側のケーブルテレビも、住民のメディア活動についての他局の考えを知る機会があまりないという声も散見される。よって、局側の活動に対する理解等につながり活動のさらなる活性化に寄与すれば幸いとも考えている。

[註]

註1 諸外国や日本において、ケーブルテレビによる一般の市民・住民による番組制作活動に関する調査研究報告として次の2つがある。児島和人他編著、『表現する市民たち—地域からの情報発信』、日本放送出版協会、1998、および、津田正夫他編著、『パブリック・アクセス—市民が作るメディア』、リベルタ出版、1998、である。ご覧のとおり、双方とも1998年に上梓されている。そして、それ以降その動向が注目されるようになった。

註2 第1回は2004年1月に名古屋で行われた。それ以降、2004年10月に鳥取県米子市（第2回）、2005年9月に熊本県山江村（第3回）、2006年9月に横浜市（第4回、筆者参加）、2007年9月に札幌市（第5回）、2008年9月に京都市（第6回）、2009年9月に東京都（第7回）、2010年9月に東京都三鷹市・武蔵野市（第8回）で、それぞれ開催された。

註3 メディア・コミュニケーション論では、マス・コミュニケーション研究を発展的に継承している部分があるなかで、あらたな対抗的磁場が多層的、多元的に展開されている。そのひとつに、オーディエンス（受け手）を（情報の）創り手へと逆転する「パブリック・アクセス」があるとしている<sup>5)</sup>。

註4 引用の場合は、「市民」の記述もそのまま表現する。

註5 児島和人他編著、『表現する市民たち—地域からの情報発信』、日本放送出版協会、1998、において、全国のケーブルテレビの番組制作担当者に対して行われた定量調査の結果が報告されている。また、小川明子、「可能態としてのCATVそしてパブリック・アクセス—送り手調査をもとに—」、日本社会情報学会編、『社会情報学研究』9巻1号、2005、pp.13-26.では、東海3

県のケーブルテレビを対象とした定量・定性調査が行われた。つまり、相当な数が行われている事例研究において、混在化の傾向が見られる。

註6 当該調査は、平成16～18年度、文科省科研費「地域情報の制作・流通の事業傾向とその受容に関する実証研究」（研究代表；林茂樹中央大学教授）より研究助成を受けて進められたことを付記しておく。なお、調査地点については、松本憲始、「地域住民によるメディア活動の現状と方向性」、林茂樹、浅岡隆裕編著、『ネットワーク化・地域情報化とローカルメディアケーブルテレビの今後を見る』、ハーベスト社、2009、pp.123.を参照されたい。

註7 担い手である住民組織を対象とした調査研究の成果として、松本憲始・内田康人、「CATV市民・住民制作番組における担い手の主体性について」、第11回日本社会情報学会大会、2006（於；学習院大学）で報告を行った。

註8 以下、松本憲始、「地域住民によるメディア活動の現状と方向性」、林茂樹、浅岡隆裕編著、『ネットワーク化・地域情報化とローカルメディアケーブルテレビの今後を見る』、ハーベスト社、2009、pp.109-115.を参考に触れる。

註9 松本憲始、「地域住民によるメディア活動の現状と方向性」、林茂樹、浅岡隆裕編著、『ネットワーク化・地域情報化とローカルメディアケーブルテレビの今後を見る』、ハーベスト社、2009、pp.109-110.を再構成して作成。

註10 表は、浅岡隆裕、「地域住民による〈メディア活動〉をどのように捉えるのか」、林茂樹編著、『地域

メディアの新展開』、中央大学出版部、2006、pp.81、および、三上俊治、『メディア・コミュニケーション学への招待』、学芸社、2004、pp.29.を参考に、筆者が作成。なお、インターネットについては、全てのカテゴリーに入る可能性をもつメディアであることを付言しておく。

註11 MSO型というケーブルテレビ局がある。MSO（Multiple System Operator）とはCATVを統括し、運営する会社のことを指す。MSOはCATV各社に出資し、支配する形態が殆どである。そして、日本では大手MSOの1つにJ:COM（ジュピターテレコム）がある。

註12 過去におこなっていた取り組みをやめた後に期間において再度取り組みを開始して現在に至る場合は「現在おこなわれている」を選択させた。

[引用・参考文献]

- 1) JCBA10年史編纂委員；日本コミュニティ放送協会10年史，2004，pp.82，86
- 2) フランシス・J・ベリガン，鶴木眞監訳；アクセス論，慶應通信，1991，pp.18
- 3) 松野良一；市民メディア論，ナカニシヤ出版，2005，pp.229
- 4) 浅岡隆裕；地域住民による〈メディア活動〉をどのように捉えるのか，地域メディアの新展開，中央大学出版部，2006，pp.79
- 5) 松野良一；市民メディア論，ナカニシヤ出版，2005，pp.229
- 6) 新社会学辞典，有斐閣，1993
- 7) 児島和人；メディア・コミュニケーション論の生成—再考，新版メディア・コミュニケーション論I，北樹出版，pp.24

## **The Present Activity State and the Prospects of Television Programme Production by Community Residents on the CATV — From the Point of View of the CATV —**

Kenji MATSUMOTO

This article is a part of research about community residents who take part in programme production on the CATV. The main subject of the study is as follows: the survey was carried out on all the CATV broadcasting stations throughout Japan concerning the conduction state of the programme production by community [local] residents. Then the research result has clarified the present state of the activity and the future prospects.

Previous to the principal research, oral surveys were carried out at more than twenty CATV broadcasting stations. Those researches will also be shown in this article. Furthermore, categories for questionnaires were chosen based on the investigation results which have been extracted from the above-stated researches. As a result, the present activity state is reviewed in abstract compared to the former surveying and researches.

The researches have led me to consider that we could not expect the dramatic extension of the activity in Japan. However, the result still has not been a disappointing one depending on further activity of community residents. For that reason it could be worth keeping eyes out for future trends of the activity continuously.