

マス・コミュニケーション論Ⅱ

第13回



社会生活とマス・メディア

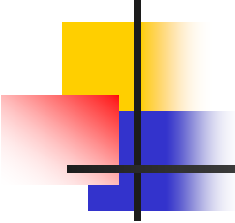
Media Culture, and Society



第5章 社会生活とマス・メディア

- テレビと子どもをめぐる問題(1節)
- ジェンダーとマス・メディア(2節)
- グローバリゼーションとメディア(3節)

マス・メディアと現代社会 第6章



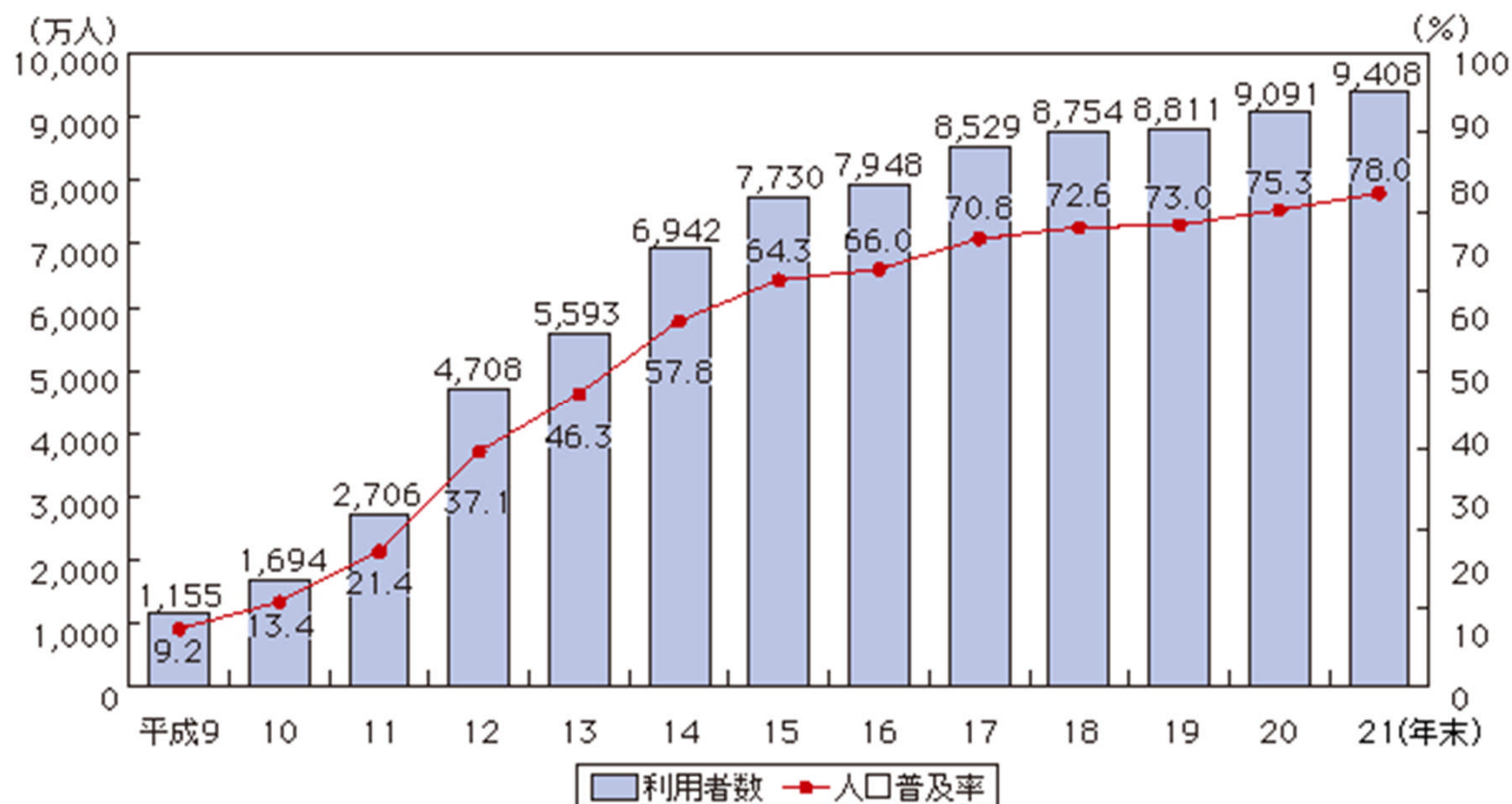
情報化社会のなかでの情報格差とは

- メディア・リテラシー(media literacy)
- コンピュータ・リテラシー
- インフォメーション・リッチ(information rich/poor)
- デジタルディバイド(digital divide)
 - マスコミ大国だが、インターネットの普及は進んでいるが、
 - 5,593万人(2001末)/6割の世帯に97%の企業
 - 利用者数は世界3位、人口普及率は世界の19位(2010)
 - 北米、欧州、アジアで95% 【情報通信白書】



総務省、「通信利用動向調査」結果、ネット利用者数は9408万人で普及率78.0%（2010）

- インターネットの利用者数は、前年から317万人増えて9408万人になり、人口普及率は前年比2.7ポイント増の78.0%に達した。
- ネットの個人利用では、世代別で**60歳以上の世代**の伸びが著しく、特に65～69歳では同20.4ポイント増の58.0%と大きく増加した。
- 世帯年収別にみると、**低所得者ほど利用率が低かった**。
- 自宅のパソコンからの接続にブロードバンドを使っている世帯は76.8%(同3.4ポイント増)で、うち光回線が41.1%(同2.1ポイント増)を占めた。個人が使うネット端末として「ゲーム機・テレビなど」からが739万人(同30.3%増)と大きく増加した。



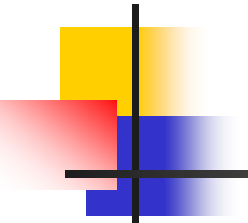
※①平成9～12年末までの数値は「通信白書（現情報通信白書）」から抜粋

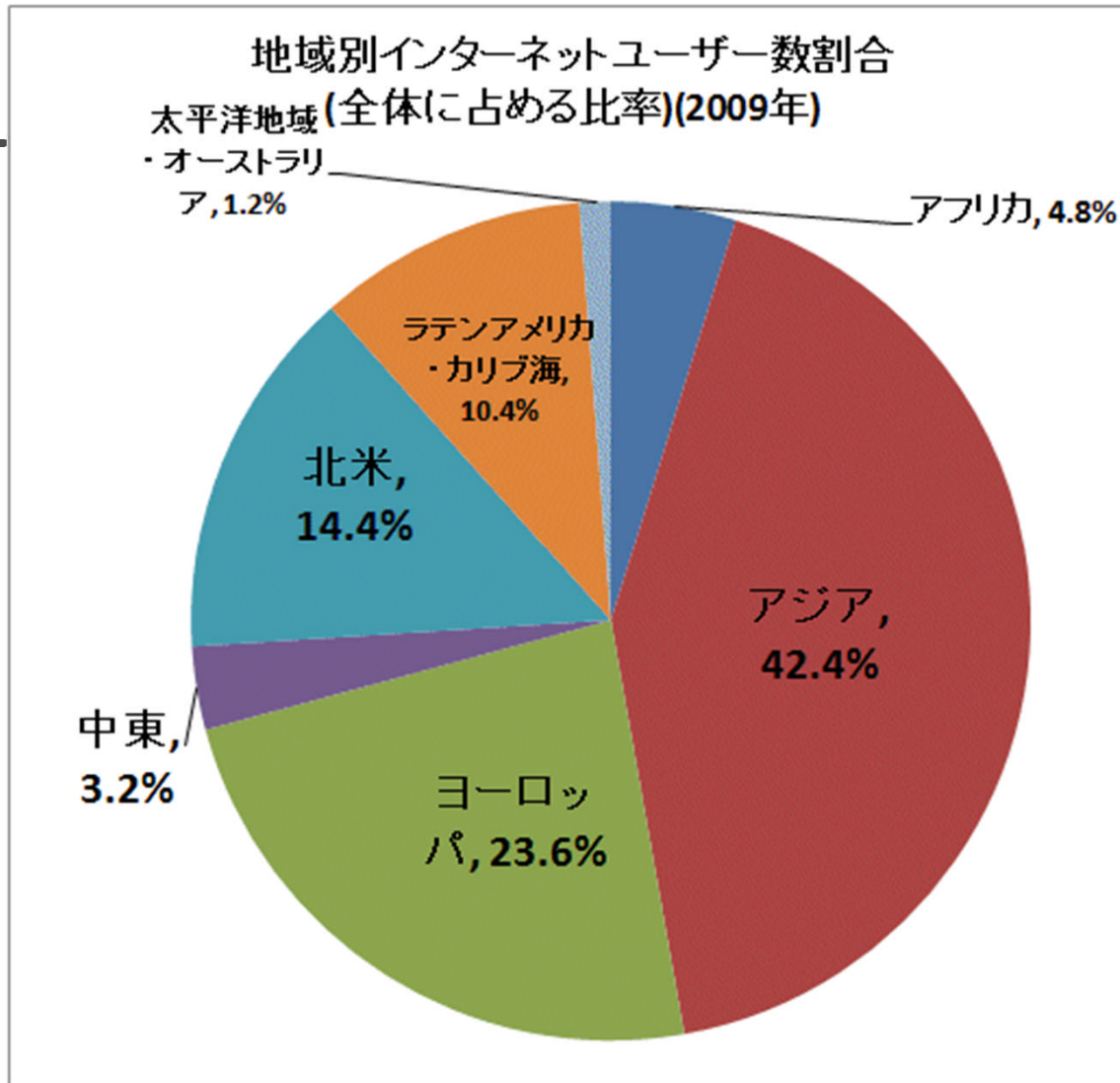
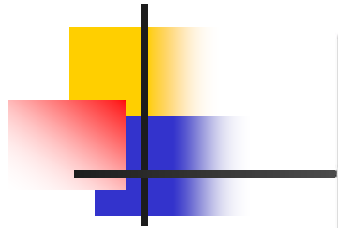
②インターネット利用者数（推計）は、6歳以上で、過去1年間に、インターネットを利用したことがある者を対象として行った通信利用動向調査の結果からの推計値。インターネット接続機器については、パソコン、携帯電話・PHS、携帯情報端末（PDA）、ゲーム機等あらゆるものを含み（当該機器を所有しているか否かは問わない。）、利用目的等についても、個人的な利用、仕事上の利用、学校での利用等あらゆるものを含む

③平成13年末以降のインターネット利用者数は、各年における6歳以上の推計人口（国勢調査結果及び生命表等を用いて推計）に通信利用動向調査で得られた6歳以上のインターネット利用率を乗じて算出

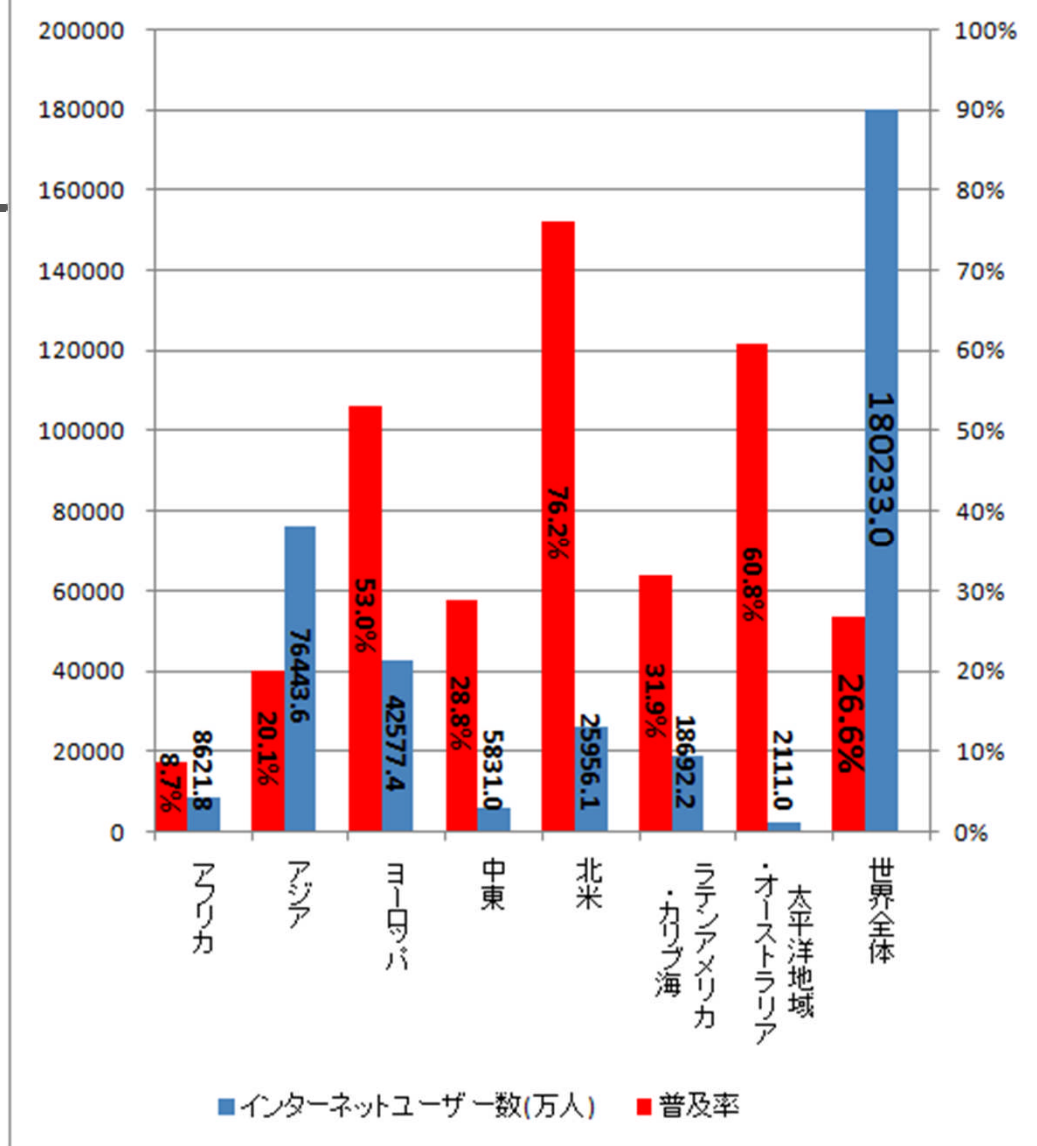
④平成13年末以降の人口普及率（推計）は、③により推計したインターネット利用人口を国勢調査及び生命表を用いて推計した各年の6歳以上人口で除したもの

⑤調査対象年齢については、平成11年末まで15～69歳、平成12年末は15～79歳、平成13年末以降は6歳以上

- 
- 世界に広がるインターネット
インターネットの国別普及率
インターネットの国別普及率表（地域別・五十音順）
インターネットの国別普及率表（普及率順）
インターネットの国別利用者数
インターネットの国別利用者数表（利用者数順）
インターネット普及率の推移



地域別インターネットユーザー数と普及率(2009年末)





テレビと子ども

- ✓ 暴力番組の問題
 - Pokemon
 - ナイフ事件
- ✓ テレビの社会化(socialization)
- ✓ 子供の発達とテレビ



テレビと暴力をめぐる研究

- ① カタルシス作用-浄化
- ② 脱感作-暴力への無反応:麻酔的逆機能
- ③ カルティベーション(培養)効果:社会的規範の強制

※テキスト p.10 参照:Lazarsfeld/Merton
Social status conferral function,
Enforcement of the social norms,
Narcotizing dysfunction



問題の所在

1. 規制か「表現の自由」か
2. Vチップ; 格付け は果たして効果的か
 1. 誰が格付けをするのか
 2. 暴力とは何か
 3. 見落としているものは何か
3. 社会的背景をどこまで考えるか



ジェンダーとマス・メディア

- ✓ ジェンダーとフェミニズム
- ✓ ジェンダーで読み解くマス・メディア
- ✓ 送り手のなかの女性：CM
 - ✓ 女性＝家庭＝内
 - ✓ 男性に仕える女性
 - ✓ カジュアル服装の女性
 - ✓ 美しく華やかな女性；「見せる」女性
 - ✓ 男性に従属する脇役の女性
 - ✓ 「消費者」としての女性
- ✓ ジェンダー・フリーをめざして

メディア、文化、社会を考える(2)



社会生活とマス・メディア 第5章

グローバル化とメディア(4節)

マス・メディアと現代社会 第6章



1. グローバリゼーションとメディア

- Globalization ボーダレス社会
- M.マクルーハン: global village
- 「国際コミュニケーション論の再考と展望」(1)～(3)
- 「マス・メディア企業の国際支配を考える」
- 「R. マードックのメディア戦略——”ダーティ・ディッカー”から世界のメディア王へ」



3. 越境する情報と大衆文化

- 情報の流入と政府
 - 冷戦崩壊とメディアの影響：1980年代後半～
- 日本発の大衆文化
 - ロジャーズ：革新者(innovator)
 - 革新者(2.5%)、初期採用者(13.5%)、前期追随者(34%)、後期追随者(34%)、遅滞者(16%)
- メディア帝国主義：文化帝国主義
- Ethnic media and multiculturalization



グローバル化時代の情報格差

- グローバル化時代の到来
 - 新しい情報環境
 - 情報格差は何故生まれるのか
 - ニュースは作られる
 - パックスブリタニカからパックスアメリカーナ
 - 拡大するメガ・メディア
 - グローバルメディアが生み出す矛盾
- 【グローバル社会とメディア】



マス・メディアと現代社会

- 報道
- 言論機能
- 通信手段とメディアの発展
- 20世紀の新しいメディア
- マス・メディア研究



総括

1. あなたは「マス・メディア」とはどのようなものだと考えますか。
2. あなたの考えるマス・メディアと社会の問題で現代において、最も重要なもの、その解決の糸口はどこにあると考えますか。
3. グローバル時代の情報格差とは何なのか。
4. あなたは、この授業から何を学びましたか。