

地域格差とインターネットによる情報発信の可能性に関する研究 ～メディアとパトリの島・奄美を事例に～

代表研究者 加藤 晴明 中京大学現代社会学部教授
共同研究者 寺岡 伸吾 奈良女子大学文学部准教授

1 調査企画と研究視点

この研究調査において、われわれが掲げた目的は2点ある。

- (1) 直接の効果研究：インターネットがいかにか地域格差是正に貢献しているのか。
- (2) 背景の文化研究：インターネットによって発信される地域情報の背景にある文化的苗床は何か。

インターネットと地域活性化の研究は、しばしば(1)の議論に終始することが多い。それは、事例の紹介、つまり成功事例をトピックとして紹介するか、あるいは実証実験を可能性として語るような「直接的な効果」に限定した研究が殆どである。

われわれが調査対象として「奄美」の場合にも、インターネットによる情報発信の成功事例は、「やっちゃん通信」を始めとして幾つも存在する。しかし、他方で、莫大な補助金をつかってサイトを組み立てても“動かない”サイトもある。

他方、われわれは、(2)背景の文化研究にも着目してきた。具体的には、実際のインタビュー中心のフィールドワークのなかで、(1)を包摂する、奄美の全ての情報発信エージェント（個人事業～団体事業～私的事業～公的事業）を発見・踏破する調査を試みた。こうした試みは、人口10万人未満（奄美大島・加計呂麻島・喜界島で約8万人）の地理的に孤立した離島域だからこそ可能である。

直接的なネット時代の情報発信は、確かに、一方では、奄美の他の社会文化的な苗床と別に展開している面がある。奄美を「美ら海」という記号で表象するかぎり、それは沖縄と何ら差のないカテゴリー化とその記号発信となる。しかし、ネット的発信（サイトやブログ）は、それ単体で存在するのではなく、奄美を語る様々なメディアの全域と相互作用しながら発信されている。つまりさまざまなメディアは相乗化しながら発信される。発信するものの個人的経験と同時に、発信者は自分を取りまくさまざまな文化・情報環境との相互作用のなかで表象世界を形成しているからである。

こうしたネット的発信の土壌をなす全メディアという情報空間的背景とともに、社会文化的背景、さらには、風土・歴史的背景がある。われわれは、そうした背景を「文化的苗床」と名付けた。それは情報メディア事業というよりも、島唄教室世界であったり、その始原としての生活のなかの唄あそびの世界であったりする。たとえば、今日奄美から続々と音楽アーティストが出現している。その出現には、島唄を継承しようとする教室の存在があり、発表舞台としての数々の島唄大会があり、日常的発表の場としての結婚式などのセレモニーがあり、どこかしこで踊られ、歌われる生活のなかの島唄世界がある。また、島唄を形として記録し商品化してきたセントラル楽器のような地元レーベルがあり、また新しい形での音楽発信を試みるライブハウスとレーベルがある。そして、島唄をメディア事業のなかで放送として流すことで音環境を形成してきた親子ラジオの存在があり、島唄大会を通じて島唄文化を発信しつづけてきた地元新聞社の存在がある。

さらには、方言として総称されてきた地域固有の言葉の世界（地言葉）があり、地域固有の唄文化の世界（地唄）、食文化（地食）の世界がある。それは地域に根ざす生活文化であり、地域固有文化の世界である。もちろんその一方で、グローバリズムとファスト風土化（大型店・フランチャイズ店・郊外型開発・道路開発による地方都市の同質化・無機質化・24時間化）が進む。自然村の限界集落化、中心市街地の空洞化（いわゆるシャッター通り）の危機という点では、奄美も日本の他の地域との構造的な共通性を抱えてもいる。地域固有の文化が濃厚である分、地域固有文化と標準化文化とが相克するさまはより激しいといえよう。

奄美の場合、ヤマトとしての日本と異なる固有の「琉球・奄美言語」があり、その言語自体がシマごとの差異をもっていた。食も生活全域がシマによる微妙な差異をもつ。かつての日本全域がそうであったように、地とは、自然村としてのシマという場であった。

そうした地場の文化は、記録・記憶として、現在に引きつがれる。風土的文化は、それが言葉や写真・映像というかたちで記号的に表象・公開されることで、今日的な視点で、今日的な形で再帰的に現在の苗床を形成していく。

こうした文化的苗床はさらに、ⅠとⅡに2つに分けて考えることができる。

(2-a) 文化的苗床Ⅰ：現在のメディア環境的苗床

(2-b) 文化的苗床Ⅱ：風土的・歴史的苗床＝社会的苗床、文化的苗床、さらに文化の背景的苗床

「地域からの情報発信」を表層的な事例紹介に終始させないためには、(奄美)固有の風土とその現代的展開をトータルに「社会(史的・文化(史的)な苗床」とみなし、(1)ネット的発信の土壌としての(2)を連環させていく観察者・研究者の視点が不可欠である。確かに、これらは、別のものとして描ききることも可能であろう。しかし、われわれは、これからの奄美の(そして地域一般の)持続的な情報発信を考えると、両者を連携させていく視点が不可欠であると考えている。それは、地域からの情報発信を考える研究の視点として重要であるとともに、社会的実体としてその両者を連携させていくようなメディア的試みの存在が重要だという両義的な意味においてである。逆にいえば、(1)「ネット的展開」がある厚みと持続性をもって展開するためには、(2)という背景＝文化的苗床があってこそ可能だともいえる。

今日の奄美でも(2-b)は変質著しい。工業化・都市化・グローバル化は、日本のもっとも辺境のもっとも小さな独立文化圏であった奄美をも完全に飲み込んでしまっている。しかしそれにもかかわらず、奄美には、そのファスト風土化する表層の文化変容の背後に、古層のように蓄積する奄美の風土・歴史的背景があり、その古層＝苗床から、文化・情報発信の胎動が起こってくる。失われつつあるからこそ、強固な再反撃・再影響力の作動(これを再帰性と表現してもいいだろう)を発揮する。それは、蓄積されてきた地域固有文化の古層＝郷土文化＝パトリ文化を現代につなぎ、転換させる運動でもある。転換の運動は過去を未来につなぐ媒介的運動でもある。今日では、そうした「現代的転換のための文化的胎動」が求められているといえよう。ネットによる情報発信も、そうした文化的胎動運動のひとつの現れとして理解できよう。

2 奄美の研究的意味

2-1 奄美から考えることの意味

われわれは奄美を特殊な事例として孤立させて考えているわけではない。ある地域の全情報環境や、社会文化的苗床などは、汎用性のある分析装置として位置づけたい。ただ、その研究対象として奄美を選んだのは、奄美の研究面での戦略的な有効性であり、奄美の魅力である。

- ①. 紬産業の衰退と文化・観光への否が応でもの転換を余儀なくされている点
- ②. 観光地としての未開発性ゆえの漸進的な転換が観察を容易にしている点
- ③. 島唄という濃厚な歌＝文化の存在とその今日的な「転換的継承」
- ④. 県庁所在地からの遠さと歴史的固有性からくる特異な既存メディアの存在
- ⑤. 小さな群島にも関わらず、「奄美学」という特異な学が存在
- ⑥. ユタからカトリック、新興宗教、そして、精神世界までの、宗教的媒体＝メディアの存在
- ⑦. 離島からくるネット利用の必須性
- ⑧. 「奄美」への「思い」の強さ。

⑧の、故郷やある地域への思いは、奄美にだけあるわけではない。ただ、郷土愛の強さという点では沖縄とともに、特筆すべき強さがある。郷土への「奄美への思い」、「かけがえなさ」感覚がとりわけ強い。それは、郷友会の存在であり、時にそれはシマ(集落)ごとに成立している。奄美という「物語」を共有して島外の世界に暮らすあるコミュニティは、かつては独自の発信媒体ももっており奄美をめぐる情報の発信・伝播のひとつの媒介項目としての力も作動させてきた。今日では、高齢化にともないそうしたコミュニティの直接的な力は弱体化しているが、それに変わってインターネットが記号的・心情的「奄美」世界を代弁し、また、奄美・島唄出身のアーティストが、象徴的絆を代替している。

上記した①から⑧は、「奄美」において、メディア(情報発信・情報の担い手)が、きわめてある必然性を帯びて重層的に蓄積されざるを得なかったことを物語る。「苗床」は、どこにもある。しかし、「奄美」の構図は共通性(共有性)をもつとともに、固有でもある。固有であるとともに、共通性でもある。

2-2 奄美からの情報発信の奄美とは?…そもそも「地域」からの「地域」とは?

「奄美」からの情報発信とは、誰が誰に向かって、どの「奄美」を情報発信するのか?を問うことでもある。地域からの情報発信は、ある「地域」を前提とする。しかし、その「地域」自体が、ア・プリアリに所

与のものとしてあるわけでない。「地域」を多元的で多層的なものとして捉えれば、「奄美島における“奄美”の情報発信」という根本的な問いが成立してしまう。また、「情報発信の担い手」という時にも、奄美にかかわるどの多元的多層的な面のどこに準拠する奄美的アイデンティティであり、そのアイデンティティにもとづく情報発信であるのかを焦点化せざるをえない。

そもそも、奄美のような家郷意識の強い土地柄では、奄美と島外という二元論的な情報流の構図がなりたない。奄美があり、島外の奄美コミュニティ（郷友会）があり、その奄美コミュニティと接して奄美に親近感を抱く二次的島外者があり、また、新たに島唄ブーム以降に奄美に接するファンの島外者がいる。

奄美という言葉がリアリティ＝コンテクストをもつ範域を奄美とするなら、奄美は幾重にも存在する。また、奄美は、時に、「あまみ」とひらがなで意識的に表記されることもある。「あまみエフエム」や各種のインターネットサイトなどでしばしば使われる。われわれの調査では、こうした奄美の多層性を意識して表記する場合には、徳之島以南の沖永良部島、与論島を入れた奄美の範域を意識して「奄美群島」を使う場合が多い。それは制度的に名称でも使われる。「奄美群島観光連盟」などが典型である。奄美群島は、沖縄と異なり、「奄美大島」は「大島」であって、“本島”としてあるわけではない。行政組織として県の「大島支庁」という名称も、そうした奄美の配置力学をよく物語っている。また航路の時代には奄美大島が鹿児島や大阪からの入り口の港であったが、航空機が整備されて以降は、各島は鹿児島、東京などと直行便で結ばれている。こうした意味でも、奄美群島の各島は横繋がりという意味でのネットワーク的な関係にあるといえる。さらに、それぞれの島の住民の日常感覚でも、群島内で生活している場合に「奄美」と使った場合には、奄美大島を意味することが多い。隣接する喜界島でさえも、「大島」と自島とを使い分けている。結論として、つまり現在の奄美群島内で「奄美」「あまみ」と言った場合には、奄美大島・加計呂麻島、請島、与路島の範域をさすとみなしてよい。

その一方で、鹿児島、大阪、東京などの群島外では、奄美群島は「奄美」として一括されて表記され、また意識される。奄美出身者の家郷意識（パトリオティズム＝愛郷心）としてみれば、出身地のシマ（集落）がもっともリアリティの強い「奄美」であろう。それゆえに8月踊りは出身シマ毎に踊ったりする。

このように「奄美」というカテゴリーは3層に分かれているが、島外という要素もいれて整理すれば、さらに多層な奄美が浮かびあがる。5層に分けて整理しておこう。

〈群島内での奄美カテゴリー〉

①シマとしての奄美

②奄美大島とその分岐的な島々としての奄美

③奄美群島としての奄美…奄美群島には、○の島と○の自治体がある。それを統括する行政が奄美大島の奄美市（旧名瀬市）にある大島支庁である。

そして、もうひとつ忘れてならないのは、島外の「奄美」の存在である。

〈島外での奄美カテゴリー〉

④郷友会のなかの奄美

⑤ファンのなかの奄美

④や⑤意外にも、島外の眼差しのなかでカテゴリー化される奄美がある。全国メディアに登場する際の奄美などがその典型となる。奄美からの情報発信は、こうした多層な「奄美」カテゴリーとそのカテゴリーがもつ制度的、感覚的リアリティと絡まりながら展開されている。

2-3 文化的背景：島唄という文化的苗床

いま、奄美は、大島紬という基幹産業が衰退するなか、文化産業としての観光・物産・島唄などが地域外貨獲得の手段となりつつある。島唄は、奄美の独自性と魅力を発信する大きな柱でもある。しかしその奄美の島唄・唄文化は、「シマ唄から、島唄へ」と文化的苗床の質が変容しつつある。かつての〈生活に根ざした楽しみとしての文化〉＝「シマ（集落）の歌あそび（座遊び）」としての文化から、〈継承される対象としての文化〉＝「大会・教室」に支えられる唄文化へと転換してきているのである。

奄美の唄文化は、島唄だけではない。はやり唄と混在して楽しまれてきた。奄美では、伝統的な島唄の他に、新民謡という歌世界がある。三沢あけみが歌った「島のブルース」は、1963年の日本レコード大賞新人賞を獲得して一躍日本中に奄美の名が知れ渡った。セントラル楽器の指宿社長によれば、新民謡・新歌謡は、今日も、新しい作曲が続いており、島唄大会よりも、新民謡・新歌謡大会の方が地元観客が集まるという。われわれが取材した、瀬戸歌ケーブルテレビが主宰した加計呂麻島の夏祭りでも、たくさんの新民謡・新歌謡歌手が登場して喝采を浴びているシーンが続いていた。このような現象をみれば、奄美は、歌遊びという生活に密着した歌世界を文化的苗床として、歌の種類や歌う場所を転換しつつ発展してきた。そこには、島

外の島コミュニティでの島唄保存という流れだけではなく、集落のシマ唄から名瀬市という都市に人が収集するなかで、都市のなかでの歌制作と消費への転換がある。それは大島紬の隆盛期・好況期とも重なっていた。新民謡は、こうした転換の象徴でもある。そうした転換も含めて、奄美を歌文化が盛んな地域として理解していく必要があるだろう。そして、新民謡も世代が限られているとすれば、若い世代は、さらに別の唄文化を楽しんでいる。だから今日の島には、ASHIBI や SABANI のようなライブハウスが必要だったのである。

大島紬の島である「大島」が、「奄美＝あまみ」として脚光を浴びたのは、2002年に元ちとせがデビューしたことから始まる。元ちとせのデビューとヒットは、島内において、島唄への関心を高め、若者たちの島唄勉強が盛んにした。そうした中で2005年に中孝介が続く。また、鹿児島島に移住したといっても、鹿児島島の奄美コミュニティの中から城南海が2009年にデビューする。

だが、奄美出身アーティストは、この3人に限らない。ポピュラー音楽という範囲でいえば、YanagiyaX や RIKKI は1993年に、我那覇美奈は1998年にメジャーデビューしている。2000年代に入ってインディーズも含めて増加してきたとはいえ、12万人の人口しかない奄美群島から、20名以上のメジャー・インディーズアーティストが次々に誕生していることは、文化的苗床の存在とその厚みを物語っている。

こうした一連の文化発信は、今日では少しずつ“奄美＝音楽の島”というイメージを定着させてきている。奄美の濃厚な音楽文化を背景にして出てきた音楽が、メジャー音楽産業によって発見・発掘されることで、“奄美＝音楽の島”イメージ＝奄美の情動的リアリティを作り上げてきたといえる。

ただ、留意しておかねばならないのは、注目されるメジャーアーティストの出現は、極めて今日的な展開だということでもある。いまの奄美には郷土料理や島唄を聴かせる居酒屋が出来き、また音楽ライブができる店も何軒も並ぶ。だが、「島唄」に比して、新民謡や島唄教室などの唄文化の伝承・転換は、あまり注目されない。われわれは、こうした奄美の情報発信の背景にある「島唄文化の島」という今日的イメージを、文化的苗床と今日に至る文化の展開を幅と深度をもって考察する必要がある。

その意味でも、本調査では、文化的苗床の理解も含めて、〈地域・音楽（文化）・インターネット〉という単純な関係の背後にある、地域の文化の担い手としての情報メディアの立体的な構造や、情報流の構造を総合的に捉える視点のなかから、インターネットも含めた地域と情報発信のあり方を考察することを狙いとした。

2-4 調査の概要とインタビュー時の関心図

2008年度、2009年度を通じて、予備調査も含めて、われわれは6回の現地調査を行った。

○対象地：奄美大島、喜界島、加計呂麻島、(請島、与路島、徳之島、沖永良部島、与論島は未着手)

○われわれのインタビューの関心構図

われわれは、メディア事業の担い手に焦点をおくインタビューを続けてきた。それは、そのメディア事業が誰によって、どのような意図で開始・持続され、何をどのように発信し、そしてどこへ向かおうとしているのかを、「担い手」の簡単なライフストーリーも含めて理解しようとしたからである。

図：あるメディア事業と担い手をめぐる関心図

大項目：単位としての事業	中項目：事業への4視点	小項目：4視点の詳細
地域メディアプロジェクト ある人物（組織）が、 事業を開始し持続する	(ア) 動機・目的・ミッション（使命）	a. 背景
		b. 転機
	(イ) 資源の動員	a. 地域内部からの動員
		b. 地域外からの動員
	(ウ) 成果の蓄積	a. 内部蓄積
		b. 外部蓄積・・・流出
	(エ) 持続の課題	a. ディレンマとの遭遇
		b. ディレンマの克服

○調査日程：合計6回35泊41日

予備回調査：2008年3月02日（日）～06日（火）4泊5日

第1回調査：2008年9月07日（日）～12日（金）5泊6日

第2回調査：2009年3月03日（火）～11日（水）8泊9日

補足的調査：2009年4月11日（土）～13日（月）2泊3日

第3回調査：2009年8月10日（月）～20日（木）10泊11日

第4回調査：2010年3月24日（水）～30日（月）6泊7日

1回のインタビューは、約2時間程度であるが、それぞれのインタビューがこの構図を全て網羅できたわ

けではない。ただ、(ア) から (エ) までの項目と、それぞれ項目が含んでいる a と b 項目の多くは聞き出すことができた。今回の報告書で、それを網羅的に記述することしない。むしろ、それぞれのインタビューを通して浮かんできた地域からの情報発信と、地域での情報発信の構図を明らかにしていく。

3 直接的効果研究：インターネットによる情報発信

3-1 インターネットが可能にする情報流／ネットがUターン、Iターンを可能にした。

1995年に始まるインターネットブームを経て、ブロードバンド・常時接続が定着しつつある2010年前夜の景観は、従来注目されることの多かったコミュニケーションに加えて、情報提供や物販が大きな力を発揮してきている。1990年代後半から急速に実現化してきた電子商取引や、検索エンジンの充実、デジカメと連動した画像の挿入（画像が可能な SNS・ブログ）・動画発信の容易化（動画サイト）、ライブ型配信・反応メディアの登場（ツイッター）など、10年前とは比べられないマルチメディア対応型で、スピード感・ライブ感のある、しかもインターフェイスが容易なメディアが定着した。

こうした恩恵は、離島・奄美にもさまざまなソリューションをもたらしている。かつて地域情報化は上からの行政による地域情報産業開発であり、ソフトパークなどの情報産業誘致や、地域へのニューメディアの導入が多かった。今日でも、それが、より内発的な形で多様な新しい職場の開発として実現しつつある。われわれはそうした、インターネット（物産・観光・交流）関係のサイトを発見し、その担い手へのインタビューを繰り返してきた。

〈2008年度、2009年度のインフォマント〉

- ・あまみ便り（観光ネットワーク奄美） 水間忠秀（2008年度）
- ・インターネットラジオ「ラジオ喜界島」 村山裕嗣（2008年度）
- ・やっちゃば通信 奄美 ICT 株式会社 前田進（2009年度）
- ・あまみんちゅドットコム 小森啓志（2009年度）
- ・カケロマドットコム 寺本薫子（2009年度）
- ・地域ポータルサイト「しーま」 深田剛（2009年度）
- ・奄美生活 奄美市産業振興部産業情報政策課 豊勇樹、竹田勇人（2009年度）

上記のサイトのうち、行政直営の「奄美生活」を除けば、それぞれが「担い手」として開業している個人的事業といえる。彼ら「担い手」があって始めて成り立っているといって過言ではない。

インタビューを通じてのわれわれの発見は、以下のような情報発信事業をめぐる6種類の発見にある。情報発信事業とは、サイトの運営やメーリング事業、受発注（トランザクション）事業などであり、それを基点に発生してくる販売や観光案内などである。誰が、誰に向けて情報を発信し、情報交換しているのかを、「情報流」という語彙を使いなが整理したのが6種類である。

図：情報発信サイトの6種類

→システムの 違い ↓目的・ミッションの違い	ホームページ・システム	ブログ・システム
〈テーマ＝地域〉型情報発信	地域サイト指向ホームページ	地域サイト指向ブログ
〈テーマ〉型情報発信	個人サイト指向ホームページ	個人サイト指向ブログ
〈テーマ＝私〉型情報発信	私人サイト指向ホームページ	私人サイト指向ブログ

3-2 地域情報サイトと地域情報流の2類型

地域情報サイト＝情報発信“事業”にも、〈ホームページ型〉と〈個人ブログ型〉がある。〈ホームページ型〉が基本的に〈直接的な域外向け情報発信事業〉や〈情報提供・データベース型情報発信事業〉であるのに対して、〈個人ブログ型〉の多くは、まずは個人の表出欲望を満たす場であり、日々のよもやまな出来事の公開日記であり、つぶやきであり、コメントを通じてのコミュニケーションの場づくりでもある。しかし、その日々の綴りが結果として島外読者に読まれ、〈域外向けの情報発信事業〉を形成する。（後に触れるが、それが完全にホームページ型の代替になり得ない構造的な課題を抱えてもいる）。ともかく、前者は、情報発信をミッションとして持ち、それを強く意識しているである。もちろん、個人ブログ型の中にも、ホームページの代替として、いわば簡易ホームページとして利用しているものもある。その意味では〈個人ブログ型〉にも、島外者に「読まれる」ことを主眼としている意味では〈直接的な域外向け発信事業〉と第一義的には〈個人の表出〉を楽しむ型とがあることになる。つまり、このふたつが2分法的に峻別されるものではなく、

前者のなかにも後者があり、後者の中にも前者がある。インターネット時代には、後者の「場」自体が、サイトやブログという形でネットにあがることで、対外的な情報発信になっている。そこには、直接・間接という言い方さえもなりたないような、多様なモードによる多重な「情報発信流」が成立している。

この2種類は、「地域情報サイトの推移」という形で時系列的に理解することができる。つまり、〈ホームページ型サイト〉から〈個人ブログ・ブログポータルサイト〉の推移＝2層化である。インターネットによる地域情報サイトの初期の形は、自らHP作成方法（HTML言語）を学び、自らが集めた地域情報をアップロードするという場合が多かった。今日では、さまざまな簡易作成ソフトが開発されHTML言語自体を知らなくても複雑なサイトを編集することはできるが、それでもホームページ＝サイト自体を自ら作成していることには変わりはない。発想自体からいえば、出版・放送が、ネットに舞台を変えただけで、マスコミ型（マスコミ）ともいえる。編集・出版（新聞の上流工程）だけでなく、発行システム（新聞の下流工程）までを一貫して抱えていることになる。また、編集・出版方針も、とかく個人が顔を出さない無機質な情報を前提にしがちになる傾向がある。後に述べるように「奄美生活」などはその典型である。

3-3 発信者の郷土思いの強度

〈域外向け情報発信〉を強く意識したサイトやブログでは、発信者の地域・地元への強い愛着や関心が必要となる。観光、島唄、トロピカルフルーツ、アウトドア、など、それぞれ奄美の郷土色（パトリ色）あるメッセージが、サイトの「強度」と「魅力」を形成している。それは、そのサイト開設の目的やいきさつの差が反映している。「強度」、は、伝える情報を担い手がほんとうにいいと思っているかどうかにかたよる。あまみんちゅドットコムの前田は、「地元の人でなくてもニュースソースは大丈夫なものか？というわれわれの問いに、「出身じゃない。…ほんとにいいと思っているかどうかだと思えます。地元の人ほど愛情は深くないけど、面白いとは感じます。」と語る。

またカケロマドットコムの寺本は、Iターンであるが、地元の誰もが、カケロマ島を一番詳しく勉強している人として太鼓判を押す。寺本は、そもそも、奄美大島ではなく、ある切っ掛けでマグロの養殖施設を訪れて以来カケロマ島に魅せられ、カケロマの男性と結婚して定着した女性である。「地元の人の方が新しいことをやらない。」という。カケロマへの思いの強さが、寺本自身とそのブログの魅力となって情報が発信されている。

その意味では〈ホームページ型〉〈個人ブログ型〉という区別よりも、それぞれの発信者のミッションがサイトの魅力・発進力に反映されてくるといえよう。更新されない、ライブ感のない、個人の香りのしない“死んだホームページ”と、私的な日々の出来事や感情のつぶやきに終始する個人ブログは、奄美からの情報発信という視点からみれば、同列に強度に欠ける地域情報サイトといえる。

3-4 2類型の補完的な関係

〈ホームページ型〉〈個人ブログ型〉というふたつの類型の関係は、ネットサイトの発展という意味では時系列的であり、実際のネット空間のなかでは共存2層化している。しかし、その関係は、どちらか一方だけで成立するのではない。両者は補完的でもあり、また「記録」という意味では、別の特性ともかかわっている。

①情報発信事業といっても、その中に、お客や読み手の間にコミュニケーションが含まれている。つまり〈送り手と受け手との「信頼」関係〉が成り立っている。やっちゃ場の前田は、台風による被害があつて特産のたんかんが発注者に送れなかった時に、「自殺しようかと思った。今まで僕を信じてくれた人に送れなんですよ。」と語る。前田が通販で相手にしているのは、ある意味では奄美のファンである。「宅配便で4日かかる。雨が降ったりすれば収穫できない。一番長い時で、注文を頂いて二ヶ月待たせたことがある。…システム化された楽天市場は…僕らはなじまない。」とも語る。「奄美に興味があつたり、奄美のくだものが好きだったり、トロピカルフルーツが好きだったり…」そうした人相手の仕事は、自販機とは違うことを強調する。こうした関係では、前田書くブログを媒介に送り手と受け手の「信頼」が成立している。

③表出場・コミュニケーション場の場合にも、その場を通じての情報発信が含まれている。地域ブログの「しーま」は、その典型例である。

④サイトには、記録として意味がある。「喜界島ラジオ」、「あまみ便り」、「あまみんちゅドットコム」、「カケロマドットコム」、それぞれが、「今」というだけではなく、情報の蓄積自体が、地域のデータベースとしての意味をもっている。

⑤インターネット利用にも、島内者どうしの情報交流の場づくりという事業が可能である。〈島内情報流の形成事業〉をベースにした、島内に島外島内出身者を加えた「島人情報流＝島人の故郷への関心情報流」)

の形成である。

3-5 〈ホームページ型〉＝「直接的な域外向け情報発信事業」の事例

- ・〈奄美大島観光インフォメーション〉
- ・奄美大島観光ガイド社が制作・運営する、その名も〈奄美大島観光ガイド〉
- ・〈奄美探検の道しるべ〉

このようにネット普及当初の地域情報サイトは、地元の生活者がネット空間上における「地域（奄美）の不在」を補いたいという動機から立ち上がることが少なくない。こうした点は、近年多数立ち上がっているブログが、個人の日常（個人空間）を記すことが中心で、地域情報としての偏りなどは考慮されないことと対照的である。このような差は、地域情報サイトが公共施設や交通機関などの情報を必須項目とし、サイトの構成がYahooのようにカテゴリ別に演繹的に構成されているのに対し、後者は、必須項目は存在せず、日々書かれた記事が帰納的にカテゴリに分類されるという違いにも現れている。

- ・〈ラジオ喜界島〉

やがてパソコンやネット環境などのハード条件が向上し、HP作成も容易になってくると、上記の地域情報サイトに有料広告を掲載していた店舗などのなかから自らHPを立ち上げるところが出てくる。またブログが登場することによって、htmlなどHP作成知識が不要でも店舗情報などを時々刻々と挙げられるようになる。その結果、初期の地域情報サイトの中で、運営者に特定の動機やコンテンツの独自性もないが、情報の地域内バランスや公共性を重視することでスタンダードをめざしただけのサイトは不活性になっていく。上記のサイトのなかにも、現在バナー広告に空きがみられものがでてきている。バナー広告の部分はずせば、自治体が作成する地域情報サイトもまったく同様の事情で不活性となっていく。

一方、プロの写真家による映像が特徴の〈奄美探検の道しるべ〉や島唄アーカイブを誇る〈ラジオ喜界島〉、運営者の強い主張が常に更新され掲載されるものなど、オリジナリティの高いコンテンツやもつサイトは、一つの奄美を表象する力をもつためであろうか、生き残っていく。客観的にみればそうしたサイトは、美的魅力＝鑑賞機能、音声記録のアーカイブ機能など、結果的に新たな機能を得て生き残っていく（つまり地域ポータルサイトではなくなっていくようにも見える）。

- ・南奄美のプロ制作の秀逸サイト〈奄美人.com〉
- ・産直サイト「やっちゃば」＝eコマースの成功例
- ・観光サイトとツアー企画／「あまみドットコム」
- ・行政が制作した総合サイト「奄美生活」

3-6 個人ブログの氾濫とブログポータルの誕生

2002年頃からブログは国内で急速に広まった。簡単に自分のサイトを作成でき、日記のように日々の出来事を綴っていく方式は更新も簡単である。奄美でもたくさんの個人・店舗・企業がブログを作った。これが、作成や更新の難しい（つまり「ニュース」が劣化しやすい）それまでのホームページ型地域ポータルサイトの衰退を引き起こしていった。

こうしたなかには、島唄の唄者（「島唄ばかのよーりよーり、奄美から」、地域の雑誌編集者（「奄美ホライゾン日誌」）、写真家（「奄美大島☆撮影日記」）などが立ち上げるものがあり、それぞれの目線から地域の詳しい情報を得ることもできる。

- ・観光ガイドのブログ〈KAKEROMA.com〉

加計呂麻島には、20程度のブログが存在する。そうした中で、観光ガイドの寺本が運営する〈KAKEROMA.com〉では、島の一般的な観光情報の他に、ガイド氏の仕事ぶりを記すブログが併設されている。島をガイドするという活動が綴られたブログは、運営者の個人語りであると同時に、来訪者の視線も含んだ地域の貴重な情報となっている。

3-7 ホームページの弱点とブログポータルサイトの登場

- ・ブログ結集型サイト：〈しーま〉

「しーま」は、最近立ち上がった地域ブログポータルである。ここ2009年からわずかの期間に多数のブロガーを参加させることに成功した。カテゴリと地域を細かく分けることによって、「奄美」に情報アクセスする多様な人をできるだけ網羅的に掴もうとしている。ホームページ型サイトがフォローしきれなかった情報の網羅性を、多数のブロガーの個人語りを集積することで、徹底的に追及する仕組みであり、「情報サイト」としての優越性は揺るがないだろう。

しかしここに2つの問いが浮上する。一つは、個人語りの集積が果たして「奄美」を主語とした「地域語り」の代替物となり得るのか。社会学では、個人個人が集まって集団を形成する際、その集団に創発特性が発揮され、結局構成する個人に還元しきれない集合的知識が生まれるとされる。はたしてブログポータルにおいてどうなのか、興味深い点である。

また、初期のホームページ型の地域情報サイトと比較した場合、こうしたブログポータルは、運営者のリアルな地域ネットワークへ依存度が小さいことが特徴である。地域社会でのリアルな人間関係は、相互拘束性の強い関係である。もし、ブロガーにとって有利なブログポータルが新たに生まれた場合、簡単にそちらに乗り換えられる懸念はつきまとうのではないか。もちろん「しーま」の運営者はそのことを十分理解しており、自ら奄美群島各地に足を運び、ブログ開設講座を行っている。こうした実践は、対面的な人間関係を生み出すこととなり、ブログポータルの安定運営に貢献すると思われる。

会社自身は、ブログの普及教室を開催したり、編集長ブログなどの簡単な書き込みだけを行う。あとは、ブロガー自身が書き込みして、その書き込みが刻々とサイト上を賑わしていく仕組みになっている。

社長の深田は、奄美の情報発信力の低さ、沖縄との差を意識しながら、「奄美の人が集まる」場所をつくること、そして「集まれば力になる」「集まれば強くなる」ことを強調する。

ブログという個人的・私的な・自分のこと、自分のための書き込みが、結果として奄美のライブな情報発信になるようなマイクロ・マクロリンクを目指している。従来の奄美からの情報発信サイトが、最初から島外者向けのサイトであるのに対して、このサイトを構成しているブロガーのほとんどは現在のところ島内者である。島内者のリアルな書き込みが島外の島関係者や島に関心のある人を巻き込むかたちで情報流・情報渦を形成していく。私信発信型の情報発信は、そうした多層的・螺旋的な流れを通して奄美からの情報発信に組しているといえる。

3-8 その他、

奄美のサイトやブログを巡っては、沖縄に比べてその貧弱さを指摘する声がある一方で、小さな島の割にその充実を評価する者もいる。群島8島を合わせて12万人規模を考慮するなら、決して貧弱ではない。ただ、絶対的なパワーという点では沖縄との発進力の差は否めないが、県としての制度と規模をもつ沖縄と比べること自体が意味のある比較ではない。

・既存メディアのウェブサイト：貧弱さが目立つ

新聞・ケーブルテレビともに極端ともいえるほどに貧弱である。固定客を中心とした島内メディアは、「島外」に向けた発信の必要がないからであろう。最もアーカイブスの資源の宝庫である島のマスメディアにとって、活字や日々の映像が、飯の種なのであり、それ意外に事業を展開する発想やミッションが広がらないということなのであろう。奄美からの情報発信という視点からみても、そこに大きな断絶があることは否めない。

3-9 残された課題

ホームページ型サイトからブログ、そしてブログポータルまで、地域情報サイトの変化を追いかけてきた。これ以外にも、地域SNS、twitterなどが奄美でも利用されているが、今回の考察は及んでいない。これから奄美のネットによる情報発信が、より多数の人々が利用しやすいシステム、自分語り容易なシステムへとシフトしていくのか、あるいは、そうして生み出される情報が結局のところ「奄美」を主語として語る「地域情報」とはなりえず推移していくのかは重要な問題であろう。「地域を表象するとはどういうことか」という問いとともに調査を継続していきたい。

4 メディアの全域：島アイデンティティを形成するメディアの多層性／メディア産業

要約では省略し、われわれが分類した2つの図式だけを紹介しておく。

われわれはこうした地域内に住んでいること（地理的領域）と、関心があること（機能的）を単純に乖離して捉えないために、地域の内外（物理的リアリティ）と、帰属感・関心（意味的リアリティ）をクロスして4種類の図式を造形した。意味的リアリティとは、ある地域に関心・愛着をもち、情報を探索し、情報を受容するということである。そこで、愛着・関心にもとづく情報受容ことをという視点から、4種類図式を考え出した。このようにすると、地域に関するメディアは、誰に向かって発信し、誰によって受容されているかが俯瞰できることになる。

奄美の場合、郷土愛（パトリオティズム）が強いことから、奄美外での奄美コミュニティが制度的にもき

つちりと存在する。また、島唄文化や絃文化、そして南の島観光対象としての魅力も高いことから、奄美ファン・奄美関心者も多い。I ターン者やI ターン希望者も多い。奄美情報は、島内者だけではなく、こうした人々によっても受容・消費される。

その一方で、赴任者の島でもある。島外・鹿児島から来た人は、鹿児島の新聞やテレビに関心をもって情報受容する。鹿児島県紙であり南日本新聞、朝日新聞などの全国紙が島内で細々と受容されているのもそのためである。こうした人々の存在を前提にしてメディアを配置したのが、〈情報受容の4類型〉〈情報受容からみた地域メディアの4類型〉である。

図：情報受容の4類型（※地域メディアが誰を対象に発信しているか。誰に情報が受容されているか。）

	帰属地：地域内（出身者）	帰属地：地域外（無縁者）
現在地：地域内	A 地元の人	B 赴任者・I ターン
現在地：地域外	C 郷友会・出身者たち	D 観光客・奄美ファン

図：情報受容者からみた地域メディアの4類型（※誰に向けたメディアか。）

	帰属地：地域内（出身者）	帰属地：地域外（無縁者）
現在地：地域内	a 地元民指向メディア	b よそ者指向メディア
現在地：地域外	c 出身者指向メディア	d 関心者指向メディア

このaからbが、奄美の全情報の発信＝生産と消費＝受容の流れである。一口に情報発信といっても、その情報の流れは、別々の渦として流れている。その渦流（下流）の総体として奄美の情報発信がある。

5 文化的苗床としての島唄－島唄・唄者の変容と転換

5-1 3つの島唄

奄美の島唄は変遷の過程にあるといってもよい。現在島唄は、3つの島唄があるといってもよい。

- ①生活の中のシマウタ
- ②唄者の島唄
- ③メジャーデビュー・アーティストのなかの島唄

今日奄美の島唄への島外からの注目（つまり情報発信）は、③を経て②や①に至っているといえる。

5-2 島唄の情報伝播・文化伝播・継承

本来、唄遊び・座遊びとして行われていた島唄は、現在伝承の対象となりつつある。教室や大会といった制度的な伝承の仕組みのなかで転換的な伝播・伝承が続いている。

- ・従来の島唄伝承：シマ唄（シマ＝自然村的集落の生活のなかのシマ唄の継承）
- ・島外での島唄伝承：シマ唄→郷友会（名瀬・鹿児島・関西と関東）でのシマ唄継承
- ・制度的伝承①：シマ唄→子供による継承→島唄大会→唄者・アーティスト（地元レーベルやメジャーによるレコーディング）
- ・制度的伝承②：唄者・アーティスト→シマ唄学習・教室（学びと継承の対象としてのシマ唄）→島唄大会→唄者・アーティスト

制度的伝承が隆盛になるのは、元ちとせが島内の島唄大会で大会優勝以来ともいわれている。子供達の学習と大会参加が増加するようになった。近年注目を浴びている中学生の唄者平田まりなは、「おじのピンポンズの島唄を聴いて、島唄を習い始めた。」と語る。「元ちとせ」から「平田まりな」への転換は、憧れの対象となるシマ唄が、シマ（集落）の生活のなかのシマの唄から、島唄となって以降の島唄、しかも、場合によっては、ポップス風にアレンジされた島唄への転換を物語る。

奄美の島唄という音楽的発信と受容は、島唄自体を変容させつつ4つの島唄に分けられる。

〈4つの島唄〉

- ①生活風島唄（ネイティブ島唄＝シマ唄）＝原島唄
- ②大会風島唄（民謡風島唄）＝ステージ島唄
- ③ポピュラー風島唄（渋谷ライブハウス風・メジャー風島唄）…都会の音楽消費者向け（加工伝承）
- ④ビート系島唄＝島の若い世代の島唄

いまや島唄は、生活のなかの歌掛け遊びの直接的な文化的苗床から離れ、ひとつの音楽的イディオムとなりつつある。この点は、島唄をインディーズで出しつつあるジャバラレコードの森田などが危惧すると

ころである。確かに、島唄イディオムを使えば、奄美に関係のない者にも奄美風島唄を歌うことが可能となる。だが、その一方で、奄美の文化的苗床のなかで、自然に接触し身につけてきた島唄を、世代的にアレンジする歌もある。メジャーデビューのアーティストの島唄イディオムによる島唄とは異なる現代的にアレンジされたもうひとつの島唄がある。④がそれである。ピンポンズや島のミュージシャンによる島唄は、ポピュラー音楽世代が自分たちなりに歌う島唄なので、ビートのきいたポピュラー音楽風の島唄になる（自然伝承）。ハシケンワイド節は、③と④の中間の要素があるが、どちらかといえば③に近い。

①②④は、島コミュニティのなかで受容される。③は都会の島外者に受容される。最近のアーティスト達は、②の民謡風シマ唄にもどりつつある。RIKKI、里アンナの島唄が③で、元ちとせ、中孝介、中村瑞希が②だった。従来、①から②への変容は指摘されてきた。（小川→酒井図式）だが、今日では、④の存在や③から④への回帰現象に注目して島唄の伝播を把握する必要があるだろう。

【参考文献】

- 「奄美学」刊行委員会編(2005)『奄美学 その地平と彼方』南方新社
 神谷祐司(1997)『奄美、もっと知りたい』南方新社
 九学会連合奄美調査委員会編(1982)『奄美 自然・文化・社会』弘文堂
 松原治郎他(1981)『奄美農村の構造と変動』お茶の水書房
 松本泰丈・田畑千秋編(2004)『現代のエスプリ別冊 奄美 復帰50年ーヤマトとナハのはざままでー』至文堂
 南日本新聞社(2003)『島唄の風景』南日本新聞社
 南海日日新聞社編(2001)『それぞれの奄美論・50』南方新社
 南海日日新聞社(1997)『南海日日新聞社社史』南海日日新聞社
 昇曙夢(2009)『復刻大奄美史』南方新社
 小川学夫(1999)『奄美シマウタへの招待』春苑堂出版
 小川学夫(2005)『奄美民謡史』法政大学出版局
 酒井正子(2005)『哭きうたの民族史』小学館
 佐藤正典他(1995)『滅びゆく鹿児島』南方新社
 島尾敏雄(1976)『奄美の文化』法政大学出版局
 喜山荘一(2009)『奄美自立論』南方新社

〈発表資料〉

題名	掲載誌・学会名等	発表年月
メディアとパトリの島・奄美	中京大学現代社会学部紀要	2010年11月(予定)
メディアの島・奄美	単著(南方新社)	2012年3月(予定)