

奄美・島語りメディアに満ちた島

—— 〈地域と文化〉のメディア社会学：その2 ——

加 藤 晴 明

『中京大学現代社会学部紀要』 第9巻 第1号 抜 刷

2015年9月 PP. 33-66

奄美・島語りメディアに満ちた島

—— 〈地域と文化〉のメディア社会学：その2 ——

加 藤 晴 明

1 節 奄美を物語るメディア：物語装置を必要とする島

- 島を語るとはどういうことか
- 情報発信を通じた島語りと文化活動を通じた島語り
- 奄美は島を語るメディア＝物語装置に溢れている
- 神秘主義・原郷論・南島イデオロギーを超えて

2 節 奄美をめぐる歴史意識とキー概念

- 都市化する奄美とリアルの変容
- 概念整理：地域・場所・〈自己コンテクスト性〉と〈情報的リアリティ〉
- 〈苗床文化〉はあるのか？

結び

1 節 奄美を物語るメディア：物語装置を必要とする島

●島を語るとはどういうことか

「〈地域と文化〉のメディア社会学：その1 自己メディア論から地域の自己メディア論へ」では、自己メディアの社会学の知を起点にして、地域の自己メディア論として展開させる可能性を論じた。それは特定の場所

に焦点をあてて、〈地域と文化〉のメディア社会学を展開しようとする宣言でもあった。われわれは、すでに2008年から奄美に焦点をあて、そうした地域の自己メディア論の各論での調査と思索に挑んできた。

今日の奄美では、多層・多様な情報発信の総体、つまり島語りの総体によって島のリアリティが厚みをもって多層・多様に構築されている。さらにそれらの語りが互いに参照しあいながら、再帰的に島の輪郭を作り出すプロセスが生まれているからである。奄美は自己語りのメディアという文化装置・物語装置に満ちた島である。

図1：奄美群島の地図



(出所：遠藤英樹他『空間とメディア』102頁)

この自己メディア論という個人の自己語りを島の自己語りに適用する際には、媒介概念が必要となる。それが、〈自己コンテクスト性〉と〈情報的リアリティ〉の概念である。〈自己コンテクスト性〉は、自己との意味連関があるということである。単なる空間としての地域というエリアが、人々にとって意味をもつ場所になるのは、〈自己コンテクスト性〉があるからである。自己にとっての意味連関が形成されるということである。それがアイデンティティの内実となる。

そして、そうした〈自己コンテクスト性〉が成立するには、さまざまな語りによる意味づけと文脈の形成が必要となる。地域イメージという語彙を使う場合もあるが、物語といったほうがわかりやすい。〈自己コンテクスト性〉をもつのは、古くからの住民もあれば、Iターンもあれば、移動する旅人であっても構わない。〈自己コンテクスト性〉の成立は、島に生きる人びと、島にかかわる人びと、島に関心をもつ人びとに開かれている。

島（地域）は、〈素朴実体的リアリティ〉としてあるのではなく、島のかでの多層・多様な自己語りの総体によって島としての輪郭をつくりつけている。このような語られることによってリアリティが生成するというロジックは、自己メディア論と同一である。〈情報的リアリティ〉とはこうした語りによって生成されるリアリティのことである。

こうした奄美の〈情報的リアリティ〉を構成するのは、情報概念に加えて、シンボル、記号、テキスト、言説、表象、象徴など、表現に関わる類似した語彙群である。情報発信や語りに関する語彙を奄美と関わる必要な限りで整理しておこう。¹⁾

○語り (telling, express, presence) : インタビューという相互行為によって浮かび上がるようマイクロな相互行為上のナラティブというよりも、マス・メディア的事業(ネット内の個人の情報発信も、一種のマス・メディアの個人版である)での、受け手を想定した、送り手の情報発信(発行・出版・放送・Web上の発信)を想定する。それゆえに、文化装置・

物語装置なのである。それは、かなり意図的な〈自己コンテクスト性〉づくりであるという意味では、単なる生活世界の情緒的で感覚的なナラティブとは異なる。それゆえに、われわれは意図してナラティブという語彙を意図的に使わずに、語りという語彙を使っている

メディア媒介的な表現行為とその産物である情報コンテンツ(情報内容)でもある。つまり(講義・指導・放送・取材など場で)の話し言葉、文章(新聞・冊子・Web)、画像・映像・サウンド(テレビ・ネット配信・冊子・Web)などのモードを問わず表現されたものである。

○**島語り**：「あまみ」という島についての、さまざまな次元で、人々の奄美そのものを巡る語りや情報発信の総体。それは、奄美を定義する語りの総体でもある。人びとの奄美についての口承の語りでもあるが、第一義的には、情報メディアを通じてなされる島語りであり、また、あるフォーマルな意図的に奄美について論じ語りの場での島語りである。そのうえで、最広義には、人々の生活世界での「あまみではね…」などのような、自然な会話の中での島語りも含まれてくると考える。

奄美のマス・メディアの場合を例にとれば、2014年末で休刊した「ホライズン」という奄美の情報発信雑誌などは、直接的に奄美の島語りメディアである。これに対して、新聞やケーブルテレビの場合には、奄美についての出来事の報道という間接的な島語りもあれば、「奄美の○○とは」「奄美の今…」と奄美の定義自体についての論説・特集のような島語りもある。とりわけ、奄美をめぐる論説などの場合には、直接的な奄美語りとなる。こうした直接話法的な奄美語りと、間接話法的な奄美語りについては後述する。

こうした「島語り」に着目する必要があるのは、モノとしてのメディアではなく、島の情報を発信する人びと＝島語り人という「担い手」の語りの実践プロセスや媒介のプロセスが重要であるからである。誰が、何のために、どこに向かって、何を語っているのか。ある使命感(ミッション)

をもって島を物語る事業・実践を地域のメディアの範疇として包摂し、その事業者の構造や機能をあきらかにしていくという地域のメディア事業をめぐる社会的な視野を確保したいからである。

島語りは、島の文化形成の実践でもある。繰り返すが、島を語るというメディア事業は、島についての物語＝〈情報的リアリティ〉を形成する。それは、ひとつではなく、多層で多様な語りの総体としてあり、ある意味では複数の物語、複数のリアリティを可能にする。島語りは、個々の島語りの総体として展開される。その総体としての情報発信によって島の〈情報的リアリティ〉、つまり共有された島イメージと島アイデンティティが形成される。そうした語りの中からは、個々の語りがさらに秩序づけられ、昇華されて完成度の高い「物語」の形式（たとえば「奄美学」や「奄美大島物語」といった）をとる場合もある。

留意しておかねばならないのは、〈自己コンテクスト性〉や〈情報的リアリティ〉も、物語と同様に複数の可能性をもつものとしてあることである。また、こうした島語りは、「島の文化的アイデンティティ」そのものにかかわる語りもあれば、素材として提供されるような、あるいは、言語以外、言語とモノの複合として提供されるような間接話法的な語りもある。つまり、意味の凝縮度によってグラデーション（段階差）があるということである。

●情報発信を通じた島語りと文化活動を通じた島語り

○直接話法的島語り：情報発信を通じた島語り

島語りにも大きく二つのモードがある。ひとつは、情報メディア（つまり情報産業や情報コンテンツ）によって、言葉や図像・映像などの視覚表象を駆使した情報発信を通じた島語りである。このモードは、情報メディアという物語装置により、まさに文字通り、直接の島語りである。具体的には奄美関係の出版物の内容、ラジオを通じた奄美について放送内容、テレビを通じた奄美についての放送内容である。従来、地域情報とカテゴリー

化されてきた情報内容である。この場合にも、「島」とは何かを直接的なストーリーとして語る場合もあれば、生活の世界の日日の出来事＝エピソードを語るような遠回しの島語りであったり、あるいは素材（例えば、島の固有名詞）を通じて島を語る場合もある。つまり、直接的な島語りにも以下のような位相がある。

- ①. ストーリー次元
- ②. エピソード次元
- ③. 象徴（シンボル）次元
- ④. 素材次元

図2：島語りの情報位相

語りの位相	内容	記事・番組例
ストーリー次元	奄美学といわれる奄美に関する著作 奄美そのものをテーマにした番組	『奄美学』『奄美大島物語』 「放送ディ！学」（ラジオ）
エピソード次元	生活のよもやま記事、イベントの報道、お店の取材	新聞の日々の記事 生活ワイド番組の情報 「ナキャワキャ島自慢」（ラジオ） 「やんご OH!OH!」（テレビ）
象徴（シンボル）次元	奄美を象徴するようなシンボル（言葉・図像）	拝み山・平瀬マンカイ、シヨチガマ・奄美民謡大賞、佐仁八月踊り・屋仁川
素材次元	新聞記事、放送内容のなかに出てくる奄美に関する一般的なデータ	地名、店名、特産物、イベント案内、ニュース、お悔やみのご案内 空の便、海の便

※もちろん、各次元の境界は、かなり流動的である。例えば、素材次元としての地名や店名・商品名も、やはりそれぞれ象徴的な記号なのであり、両者の区分はかなり曖昧で流動的である。

○間接話法的な島語り①：文化活動を通じた島語り

〈地域と文化〉のメディア社会学の視点からは、島語りは情報メディアに限定されない。文化活動、つまり文化実践やモノの生産（そこには、コピーとパッケージデザインなども含まれる）などを通じた島語りもある。間接話法的な島語りといってよい。情報メディアに限定した情報発信≒島語りは、マス・メディアの知に呪縛されすぎており、あまり狭隘である。物語装置の領域を情報メディアから、人びとの島語りの広範域な表現活動に拡げて考える必要があるということである。

芸能や文化表現の活動は、その情報内容からみて島を語っている。そしてそれを継承・創生していく活動も、間接的な島語りである。たとえば、島唄は、それ自体が音とフレーズが統合したかたちではあるが、その歌詞世界をみれば、島についての時々のニュースを「物語の形式」で伝えている。その意味では、島唄もまたそれ自体ひとつの物語装置であったといえよう。

奄美民謡大賞受賞曲で1番唄われてきた「嘉徳なべ加那」ならば、「嘉徳のなべかな（女性名・愛称）は、如何なる尊い日に生まれたのか。親に水を汲ませ、自分はいながら水浴びするということぞ」という歌詞だが、親に水を汲ませる親不幸な娘の物語が唄われている（あるいは、神高い女性という解釈もある）。また、別の歌詞では「嘉徳なべかながお亡くなりになったという声をきけば、三日間はお神酒を作って奉納し、七日間はお祝い遊びをしよう。」という唄もある。

また代表的な悲恋物語である「かんつめ節」の場合なら、「こんなにも悲しい、玉のような大切な縁を私たちは結んだけれども、周囲に反対され一緒になれないときは、鳥も行かない島に行って二人でくらしましょう。」という歌詞である。

「かんつめ節」は、最後には主人の嫉妬のすえに自殺する奴隷女性の悲恋の物語だが、時事的な内容の歌詞もある。「黒だんど節」の場合、もともとは雨乞いの唄だった歌詞の代わりに、黒船が来航したニュースが歌詞

にのせられて唄われるようになっていく。「軍艦が停泊した。芦検（宇検村の地名）の沖から、田検（地名）の前まで、海いっぱい軍艦が碇泊した。今里、志戸勘、名音、戸円（いずれも地名）方面の人びとは、一斉にそれを見に来たよ。」といった時事ニュースとあってよい歌詞内容である。

こうした鳥唄自体が物語（情報内容）なのであるが、それを伝承する教室で講師がその鳥唄の説明をする語り自体は、鳥唄に仮託しているという意味で間接的な次元での鳥語りである。

奄美には、鳥唄だけではなく、主に戦後作られた新民謡、そして平成になっても作られつづけている奄美歌謡という大衆歌謡の世界がある。

「赤い蘇鉄の実も熟れる頃 加那も年頃 加那も年頃 大島育ち」という歌詞で全国的にヒットした有名な「島育ち」（作詞自体は昭和14年）の歌詞のなかにも、蘇鉄、加那、大島育ち、島紬、立神、片瀬波、エサの音などの奄美的なシンボル（象徴的記号）がちりばめられて、それがひとつの物語的な世界（この歌の場合にはほとんど島娘のイメージとあってよい）を構成している。その後の奄美の歌謡曲も、奄美の地名や自然、そして文化の記号がちりばめられている。

さらには平成にはいり島のポピュラー音楽といわれる、島を舞台にしたさまざまな歌と歌い手が台頭してきている。何人かのアーティストたちは、インディーズからメジャーへのデビューも果たすようになってきた。そうした島のポピュラー音楽の場合にも、島をイメージさせる歌詞が綴られている場合が多い。つまり奄美固有の地名や島の生活世界やそれへの望郷を綴った歌詞である。

このように、奄美の鳥唄からポピュラー音楽までが、簡単な物語の形式や、島イメージを喚起させる記号の構造を備えている。歌謡は、間接的な意味での鳥語りであり、広い意味での物語装置である。そして、それらの歌を継承していく教室は、まさしく文化の伝承と・創生にかかわっている広い意味での地域のメディアなのである。

○間接話法的島語り②：モノに生産・流通を通じた島語り

歌詞は、言語を通して島を語るが、島語りは、言語による語りだけとは限らない。それは、島の文化の担い手の幅を考えればわかる。例えば、奄美固有の食（しまじゅうり）・飲み物、クラフトに意味づけをしていく文字や図像・デザインによる島語りもある。島の物産の多くは、コピーや写真・イラストなどと結びついて記号としても表現されている。これらも間接的な意味での島語りである。産物は、言語的コピー、パッケージ写真、デザインなどを通じて、記号≒情報的な要素と結びついて商品となっている。「南国特産」「奄美特産」といった簡単なコピーであっても、そうしたモノと記号による島語りは、島イメージの発信であり、広い意味での地域のメディアと考えてよい。

●奄美は島を語るメディア＝物語装置に溢れている

奄美を起点にした島語りについて述べてきた。ではなぜ“奄美”を対象にした〈地域と文化〉のメディア社会学の研究なのかについても述べておく。理由は簡単である。地域のメディアはもともと日々の地域情報として発信される元にある“地域の文化”を伝え・編集・表現する文化装置である。つまり地域を地域として物語る文化装置・物語装置である。こうした地域と文化とメディアが濃密に連環する代表のような島が奄美だからである。

奄美は、最近では観光という意味では沖縄化が進みつつあるが、それでも沖縄のように内地の大資本による観光開発が賑わいをみせる島とは異なる。一見もの静かな、そして南の島に似合わない、少し影のある（島の中でもこうした形容をされることがある）南の島である。しかし、大島紬で栄えた華々しい地場産業の歴史や、沖縄返還前は日本の最南端の島々として南国観光として人気を博した歴史もある。最大の繁華街である奄美市名瀬地区(旧名瀬市)には、都市的な集積もなされていて、小綺麗なアーケード街もある。東京、大阪直行便があるせいか、都市的なセンスの洋装店も

ある。また、日刊紙に加えて、テレビ（ケーブル）もラジオもある。さらに音楽産業があり島の音楽が創作され続けている。かつてはレコード、現在ではCDとして発信されつづけられている。もちろん、大会の場も多い。つまり島のアイデンティティを語る、自文化を語る文化装置・物語装置としてのメディアをたくさん抱えている島なのである。島語りメディアの宝庫のような島といってよい。

このように奄美は、島唄・八月踊りに代表される民俗芸能が伝承されている島でありつつ、多様な現代的なメディアが共存している島でもある。つまり、人口が少ないにもかかわらず、地域の固有性（歴史・文化）が強く、いろいろな種類の島語りメディアが蓄積された文化度の高い島だといふことが奄美の魅力である。²⁾

繰り返すが、もともと日本のメディア研究は、特定のメディアに焦点を当てることはあっても、特定の地域に密着するという研究蓄積が少ない。地域研究とメディア研究は切断されているからだ。地域情報化の研究が盛んになった時にも、コミュニティ研究者は、そうした地域の情報化や地域のメディアに関心を持つことはほとんどなかった。情報社会やメディア研究者も地域のコミュニティ活動そのものを研究することはなかったのである。

奄美では、しばしば「センセイがいっばいて」という言葉と出会う。それくらい、島自身を語る人びと、島を研究する人びとが多いということでもある。「奄美学」という言葉が使われるほどに、沢山の研究があり、また出版物も多い。琉球・沖縄研究に比べれば、その何分の1かではある。しかし、最大時に人口20数万、現在11万ほどの群島に、これほどの研究の蓄積があることは驚愕に値する。ただ、その多くは歴史研究や民俗文化研究であり、また考古学や言語学からの関心である。また、鹿児島大学を中心に、島の社会経済構造や島嶼振興政策に関わる研究も蓄積されている。かつて九学会連合によって奄美を対象にして集中調査が二度行われ、その成果とともに、地元で郷土研究の刺激を与えたことも指摘されてい

る。そうしたこともあり、奄美には在野の研究者も少なくない。奄美は島語り人に満ちあふれた島なのである。

沖縄同様、一般の島民も、「あまみは・・・」と自らの島の語り人である。島は自らを語る素材に満ちているというよりも、島は語らなければ固有の地域として存在し得ないからである。強力な磁力をもつ鹿児島島の文化と全くかけ離れ、琉球文化圏の北端に位置する奄美は、薩摩≒鹿児島そしてヤマトの文化とは異なる世界をもってきた。

種子島・屋久島が薩摩藩の正規の範疇として武士階級が存在していたのに対して、奄美には島役人はいても、薩摩藩士と同格の武士は存在しなかったし、そもそも「ヤマト」めいたことを禁じられた島であった。1609年の薩摩侵略（慶長戦争）以来、奄美は薩摩の被支配地であり、植民地だったからである。琉球の被支配が王国という形を残したままの清と薩摩の二重支配だったのに対して、奄美は、歴史上一度も統一王国を形成したことはない。王国とも藩ともなることなく、古代以来の大和の歴史と向き合ってきたのが奄美である。

また琉球列島の北端に位置するといっても、琉球文化と同一ではない。奄美は、琉球と薩摩・ヤマトの間にある島々なのである。独自の統一した国（領国）を形成しえなかったことが、今日まで、島々の独自性を残すことにもなった。

●神秘主義・原郷論・南島イデオロギーを超えて

こうした独特の歴史と文化をもった島々に対して、単に独特さや固有さ強調する言説は、しばしば奄美神秘論を生み出す。「神秘の島」奄美、地上の楽園奄美。人々の生命、身体、性愛、欲望、言霊の本源的な姿、太古の姿を留める島。「神秘の島」を語る言説は、しばしば、宇宙論（コスモロジー）・原郷論・南島論（ヤポネシア論）への過度の傾斜や独特の物語創作に結びつく（清真人、2013）。

柳田国男の南島論に始まり、今日のポピュラー文化としての純愛映画に

至るまで、そうした南島にある種の近代日本・現代日本が失った原郷をもとめる「物語の形式」は、南島イデオロギーやオリエンタリズムと名づけられてきた。

映画を例にとれば、南方の離島への描き方は、今村昌平の『神々の深き欲望』(1968)がひとつの典型かもしれない。作品のDVDパッケージには、「日本と日本人の根源」「南海の孤島を舞台に、人間の荒ぶる魂を描き出す」と説明が入る。

日本の理想の庶民像を描き続けてきた山田洋次の『男はつらいよ』の最終作「寅次郎紅の花」(1995)は、奄美(加計呂麻島)が舞台である。寅次郎はヒロインのリリーと島で暮らしていて、島の記号として象徴的に描かれたのは、庭に吊るされているバナナを採って食べるシーンや浜辺での島唄遊びのシーンである。

最近になって公開された『余命』(2008)も、加計呂麻島が舞台となっている。「命をかけて、伝えたい思いがある」とパッケージに記されたコピーのように、乳がんに冒された女性が、故郷の島で命をかけて子供を出産するという作品である。この映画では、奄美の民俗文化でもある相撲が島らしさを演出している。

最も新しい話題作は、カンヌ映画祭で三度の受賞歴に輝く映画監督河瀬直美が描いた『2つ目の窓』(2014)である。映画のチラシのコピーには、「そして、命は繋がっていく」、「神の島・奄美大島を舞台に、二人の少年少女の初恋と成長を通して描く、繋がっていく命の奇跡」とある。奄美の記号として、台風の荒波、珊瑚の海、八月踊り、島唄、ユタ神様などのシーンがふんだんに使われ、地元の唄者やユタ神が実際に登場し「神秘の島」を演出している。

河瀬は奄美3世であるが、それを意識するようになったのは最近であり、それが奄美を舞台に映画を描く切っ掛けにもなったという。河瀬に限らず、そして奄美の血を引く者に限らず、奄美は、南島宇宙(コスモロジー)の島・神秘の島として、映画監督から、研究者、そして旅人、Iターン者

を惹きつけてやまない。

ただ、社会学は、こうした神秘論的な視点、あるいは歴史的な固有性を強調する民俗学的な視点とも一線を画す知である。神秘的に見える現象自体が、社会的現象として相対化されるからである。そうした視点からは、奄美の文化も、現代社会では、人々の営みのなかで意図的に継承・創生されていく。文化は神秘ではなく、人びとの形ある営みとして、可視化されながら伝承・創生されていく。そうした文化伝承のメディア媒介的なプロセスは、文化の〈メディア的展開〉の姿なのである。（加藤晴明・寺岡伸悟、2012）。

2 節 奄美をめぐる歴史意識とキー概念

●都市化する奄美とリアルの変容

文化は今日では、〈メディア的展開〉をしていると述べた。そうした転換を理解するためにも、奄美の地域社会の変容についても整理しておく必要がある。まず思考の出発点におかなければならないのは、地域が〈素朴実感的リアリティ〉を伴わなくなってきたという都市型社会の深化にかかわる歴史認識である。シマ（集落）の暮らしとその暮らしが抱えていた生活世界に根ざした〈素朴実感的リアリティ〉は、すでに今の奄美には昔のままのような形では存在しない。都市化に伴う〈素朴実感的リアリティ〉の喪失と空間の均質化・消費文化の標準化は、奄美に限らず日本中で進展しつつある。

いまや大都市に限らず、地方都市においても、そして農村型社会の生活基盤であった集落（奄美・沖縄におけるシマ）においても、家郷としての「場所」の意味は大きく変容しつつある。

人類学者のマルク・オジェの「場所論」（1994）によれば、場所とは「アイデンティティ付与的・関係的・歴史的なもの」として定義された。

場所とは、アイデンティティ付与的・关系的・歴史的なものとして定義される。…したがって、象徴というものが二つの存在者なり二つの現象なりの間に相互補完性の関係を打ち立てるものであるとするならば、その限りにおいて、場所は三重の意味で象徴的である。第一に場所は、そのそ場所を占めている者たちの一人ひとりが自分自身に対して有する関係を象徴する。第二に場所は、やはり一人ひとりが同じ場所を占めている他の人びとに対して有する関係を象徴する。第三に場所は、一人ひとりすが自分たちに共通の歴史に対して有する関係を象徴するのである。(M. Aug'e, 1994=2002, 243-244 頁)

- ①アイデンティティ：一定数の諸個人がその場所において自己確認をし、その場所を通して自己規定することができる。
- ②关系的：一定数の諸個人が自分たちを相互に結び合わせている関係をその場所に取り戻ることができる。
- ③その場所に占めている者たちが、同時に人が移住・定着した際の諸々の痕跡をその場所に認め、ある出自の表象をそこに認めることができる
そして、イベントや事件が次々に生起するような「出来事が過剰」、メディアによる視覚的な「イメージの過剰」、そして自己の肥大による「個の過剰」が、かつての集落が担っていたような象徴的な世界（集合的なコスモロジーの世界）を喪失させていく。オジェは、こうした「アイデンティティも、他者との関係も、歴史も象徴化されていない場所を「非-場所」と名付けた。それは交通の空間（高速道路・航空路）、消費の空間（スーパーマーケット）、コミュニケーションの空間（電話、テレビ、ネット）などを指して使われている。³⁾

ただ、オジェの論議はあまりに大げさであり、彼の指摘する「非-場所」が必ずしも、アイデンティティ付与的、关系的、歴史的で「ない」とは言えない。どんな「非-場所」であれ、人びとは、どこかの「場所」に自

らの生きる場所として意味付与をおこなう。それが、レイ・オルデンバーグが指摘した「コミュニティの核になるとびきり居心地よい場所」という意味での「サードプレイス」の指摘だ（Ordenburg, 1989）。今日では、場所への意味付与（これが〈自己コンテクスト性〉である）は、個人的で、恣意的で、偶発的だということが、かつての共同体（集落）に根ざしたコスモロジーに支えられた世界との大きな差となっている。人びとの準拠点となった生まれた場所としての集落はもう昔のようには存在しない。自己の準拠点をもとめる彷徨は現代人の宿命となったのである。

三浦展は、都市の郊外の道路沿いに広がる大型ショッピングセンターや、ファミレスやフレンチイズ店、ディーラーが立ち並ぶような“どこにでもある”景観を、「ファスト風土」という言葉で表した（三浦展, 2004）。また近森、工藤らはこのどこにでもある日常空間を、「無印都市」と名付けている（近森高明・工藤保則, 2013）。それは、コンビニ、ショッピングモール、パーキングエリア、マンガ喫茶、TSUTAYA やブックオフに象徴されるような日常の景観である。

非一場所、ファスト風土、無印都市は、当然のことながら奄美にも当てはまるどころか、ますますロードサイドの景観はひろがりつつある。また、南の島のリゾートを「イマージュ」させる景観、つまり南の島の“どこにでもある”植樹やカフェも増加している。観光開発のなかでは、南の島をイメージさせる道路づくりも提案される。

奄美に限らず、南島の島々の魅力は個々のシマ（共同体・集落）の文化的な固有さにあるといわれている。こうした、「シマ・コスモロジー（シマがそれぞれに差異のある固有のことば・踊り・唄・料理などの民俗文化をもっている）」の強調は、シマをめぐるドミナントストーリー（支配的に語られている物語）でもある。それはまた、出身者にとってはなつかしい“家郷”（それゆえ出身者の親睦団体である郷友会がシマ単位でも存在する）として、自己のアイデンティティの準拠点となるような、固有の意味ある象徴としての場所でもあった。

しかし、その奄美でさえも、シマ（集落）の衰退は著しい。すでに伝統行事を維持できなくなったシマも多い。そして奄美の都市部では、ロードサイドの景観がひろがる。奄美群島最大の都市エリアである奄美市名瀬町を訪れる旅人は、高層化・高密度化・再開発化している都市の姿に、そして、国道58号線沿いに展開するスーパー、ディーラー、飲食店、コンビニ、そしてますます増えつつあるファミリーレストランといったロードサイドの景観に現代的な変容を感じるだろう。また観光客は、空港から都市部である名瀬に通じる海岸線に増えつつあるリゾート地らしい植物やカフェに、南の島のイメージを感じ取るだろう。

もともと旧名瀬市の名瀬地区も、南奄美の都市地域である瀬戸内町古仁屋地区も、いわば“合衆国（地元の人びとはしばしばこの合衆国という語で表現する）”であるといわれるほどに、シマ（集落）からの移住者によって都市としての集積が進んだ街である。その意味では、明治以降着々と、奄美の島々の中にすでに名瀬、古仁屋・亀津といったリトル・トーキョーが形成されてきたのである。

また、都市化は、単なる景観の変容ではない。かつてシマ（集落）のなかで自給自足していた社会基盤は、すでに制度・政策のネットワークによってサポートされている。電気・ガス・水道・そして通信しかりである。都市政策学の創始者でもある政治学者の松下圭一は、都市型社会におけるそうした基礎自治体（市町村）を最も重要な基盤とする社会的な統治システムを「制度・政策のネットワーク」と呼んだ（松下圭一、1991）。つまり、地域はいまや自然と有機的な循環を余儀なくされていたシマ（集落）ではなく、また単なる景観でもなく、「制度・政策のネットワーク」によって存立が維持されている。「制度・政策のネットワーク」もまた地域のリアリティの一つの位相である。

シマ（集落）しかなかった時代に比べれば、近代的な政府による統治システムの確立と「制度・政策のネットワーク」は、そもそも人為的な構築物としての「普遍擬制性」（松下圭一）の上に存在する。近代国家も自治

体もある意味では人工的な構築物である。つまり、シンボルの体系・文化の体系ではあるが、他方で極めてモノ・資金・権力という物質や実質・資源を伴った世界であり、単純には記号的な構築物に還元できない。地域は、物質的なエリアとしてのリアリティがあると同時に、制度的なりアリティとして存立するからである。

そして、現代の日本の地域は、広い意味での情報化が進んでいる。風土に根ざした自然村を準拠にした生活世界は、近代日本がつくりあげてきた社会システム（制度・政策のネットワーク）に組み込まれてしまったといつてよい。そして人口減少・高齢化にともなう限界集落化は、奄美においてもシマという自然村のかすかな残り香にとどめをさそうとしている。

●概念整理：地域・場所・〈自己コンテクスト性〉と〈情報的リアリティ〉

都市化に伴うリアルの変容は、シマという生活世界という〈素朴実感的リアリティ〉“だけに”依拠するかたちで、地域が存立しえないことを意味する。地域は、複数のリアリティによって構成されるが、そうした中で、とりわけメディア環境の変化により情報次元で成立する要素が大きくなる。地域や地域の文化は、意図的な、あるいは結果として、メディアによつた表現され、物語られることで、地域のリアリティをつくりだしつづける。すでに述べたように、地域があつて語られるのではなく、語るることによつて地域が地域としてのリアリティ、つまり〈情報的リアリティ〉を確保していく。

地域が単なる物理的な空間的としてのエリアではなく、意味ある場所であるとはどういうことだろうか。

エドワード・ホールは、有名な『かくれた次元』（1960=1970）のなかで、人間は自分の体の延長物を作り出し、その新しい次元の世界を創りだし、そこをテリトリー（棲み場）とする生き物であると指摘している。その新しい次元は同時に新しい感覚世界、新しい文化の世界でもあるという。

人間は一つの新しい次元、すなわち文化という次元を創りだしたの
 である。…人間と文化的次元との関係は、人間とその環境とが互いに
 型どりあうようにかかわっている関係である。人間は今や、彼が生活
 している世界、エソロジストたがビオトープ（棲み場）とよびもの全
 体を、現実に創りだしていく立場にあるのである。(E. Holl, 1960=1970)

このホールのこのテリトリー（「棲み場」）論を援用するかたちで、「居
 場所論」を展開したのが藤竹暁である。藤竹は『現代人の居場所』（2000）
 のなかで、単なる物理的な空間としてのスペースと、人間が生きていくた
 めに必要な場所としてのプレイスに分けて考える必要を説いている。そし
 て自分のアイデンティティを確かめる場所が居場所であるという。その居
 場所にも、「他人によって自分が必要とされている場所」としての「社会
 的居場所」と、「自分を取り戻すことのできる場所」としての個人的な居
 場所である「人間的居場所」とを分けている。この両者が重なりあうこと
 で、人は「自分が自分であることを確かめる」ことができるという。

最近の居場所論も、ほぼ藤竹の論議に近い。加藤晴明は、藤竹の居場所
 論を適用して、テリトリー（居場所）を、自己確認、自己承認が得られる
 場所としてとらえ、メディア風俗の空間やネット空間が、ある一面で顔や
 立場から解放され、“ほんとうの”（と本人が語りたがるような）自分とい
 うメディアバージョンの自己を創る場所、つまり「自己物語を構築する場
 所」として再定義した（加藤晴明、2003、109頁）。

地域は、物理的空間であるだけではなく、社会関係的であるだけではな
 く、すぐれて意味付与的な場所であり、その限りで象徴的であり、情緒的
 であり、感覚的でもあり、イメージ的である。

また、前述のマルク・オジェは、「場所」の内実を表す語彙として、親
 密さや、帰属意識、愛着、居心地、シンボリズム、詩的な魅力、人を誘惑
 する力、自己同一化へといざなう力、などの語をつかっている。

地域への“帰属意識”や愛着の強調は、いわゆるコミュニティ論といわれる言説に共通の思考の型でもある。コミュニティ社会学は、多くの場合、地域性（locality）と共同性を組み合わせることでコミュニティの内実を説明してきた。この共同性の内容は、R・M・マッキーバーが20世紀初頭に提示した「コミュニティ感情（community sentiment）を援用して説明されることが多い。日本のコミュニティ社会学の草分けでもあった松原治郎は、このマッキーバーのコミュニティ感情について、三つの要素を整理している。「われわれ意識」（we-feeling）、「役割意識」（role-feeling）、「依存意識」（dependency-feeling）である。

松原は地域社会とコミュニティの意義について次のように述べている。

コミュニティとは、地域社会という場において、市民としての自主性と主体性と主体性を自覚した住民によって、共通の地域への帰属意識と、人間的共感と、共通利害をもって、具体的な共通目標にむかって、それぞれ役割を担いながら、共通の行動をとろうとする、その態度のうちに見出されるものである。（松原治郎、1978、59頁）

コミュニティ論の視点は、共同意識や愛着への着目という点で興味深く、共同性の概念は〈自己コンテクスト性〉へと親和的である。しかし、しかし、コミュニティ論は、地域を実質的なもの、担い手としての規範的市民像、制度的システムとして捉えている点では、地域をあまりに政策空間とその規範的な担い手に限定しすぎているように思われる。コミュニティが、「コミュニティづくり」という形で、自治体の政策課題になりやすかったのも、そもそもそうしたコミュニティ概念が制度・政策概念として移入されたからである。そこでは、小学校区エリアでのづくり、中学校区エリアでのコミュニティづくり、あるいは自治体全域の政策課題を考える市民委員会方式など、制度とコミュニティ組織とコンテクスト性が、厳格

に重なり過ぎている。コミュニティとして描かれる地域は、制度・政策のネットワークの次元のうちにある。

コミュニティ概念に比べて、メディアという文化装置がつくりだす地域の〈情報的なリアリティ〉の指示対象は、曖昧であり、多層的で、多様である。われわれが、コミュニティやコミュニティ・メディア、さらに市民という語彙を意識して使わないのも、そうした狭隘さを避けるためである。地域の担い手や文化の担い手、コミュニティづくりを目指しているわけではなく、もっと多様な地域の語り部として活動している。

コミュニティ概念のような狭隘さ・実体性にとらわれずに、地域の場所性を表現する語彙、地域が意味連関をもつことを表す一般的な概念であり、また媒介的な概念として選ばれたのが〈自己コンテクスト性〉である。その概念を使うことで、地域と人とメディアとの緩い関わり方を、ある種の汎用性をもって描くことができると考えるからでもある。

〈自己コンテクスト性〉とは、人びとに共通の意味的な世界が共有されている状態である。地域が〈自己コンテクスト性〉としてのリアリティをもつということは、その地域が「ある地域」としてイメージ共有され人びと (imagend community) のなかでリアリティを保持されていることを意味する。

エドワード・レルフは、『場所の現象学』で、イメージとリアリティの関係について次のように述べる。

イメージとは単に客観的現実を選択的に抽象化したものにすぎないのではなく、それが何であるかと信じられるのかについての意図的な解釈なのである。場所のイメージは、人や集団の経験と彼らの場所に対する意図的に結びついたすべての要素からなっている。…当のイメージを抱く者にとっては、それらは完全でその場所のリアリティを構成するものである。(E. Relch, 1976=1999.144 頁)

地域は、当該の地域について語られ、そしてその語りを通じて地域についてのイメージがいだかれ、それを共有することで、人びとの間に〈情報的リアリティ〉として存在する。そうしたシンボル媒介的、メディア媒介的に生成されつづけるイメージが醸し出す地域のリアリティが、地域の〈自己コンテクスト性〉である。

地域とリアリティについて、われわれは、思考の出発点において、地域はシンボル（言語や記号）によって構築されるという一般には構築主義と言われる立場をとっている。繰り返すが、地域があって〈情報的コンテクスト〉が成立するのではなく、〈自己コンテクスト性〉が成立することがある地域をある“地域というカテゴリー（範疇）”として成立させる。地域のリアリティは、生成的なプロセスとしてありつづける。

他方で、全てが言語に還元されるという極端な構築主義やナラティブ主義の立場もまた無理がある視点である。特定の地域へのフィールドワークを繰り返せず、そうした極端な構築主義の立場はとれないといったほうがよいだろう。地域には、ある実質や実体（エッセンス）がある。

● 〈苗床文化〉はあるのか？

地域は、それ自体として完全なフィクション（構築物・擬制）ではなく、準拠する実体に支えられている。その実体には、固有の土・風・水・空気などモノ性の次元が含まれる。また、長い時間幅をかけて蓄積・伝承されてきた文化（つまり①比較的安定した行為パターンとしての生活様式と②コンテンツとしての表現物との包括体）を伴う。それらは、民俗文化と呼ばれてきた実態でもあるだろうし、「風土」といった語彙もそれに近いのかもしれない。

地域語りの元資源ともいえるそうした素材・資源・文化は、語りの素材としての“（文化的）苗床”のようなものである。伝承されてきた文化、口頭伝承によって語られてきた文化、島語りにおける伝統の素材のような文化を、ここでは〈苗床文化（Seed-Bed Culture）〉と名づけておこう。

民俗文化は、〈苗床文化〉として、二次的に構築された〈メディア化された文化〉とともに、それぞれの人びとの〈自己コンテクスト性〉形成する。

加藤晴明・寺岡伸悟は、奄美の地域メディアと風土の関係、そして近年の奄美語りの隆盛について次のように論じた。

奄美にはそのファスト風土の下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よいだろう)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、転換させるムーブメントである。(加藤晴明・寺岡伸悟、2010、86頁)

奄美の〈苗床文化〉を考えた場合には、世界遺産の候補となるほどの自然もその一つであるが、同時に、その自然は、人が生活に利用してきた文化的営みを通じて保全されてきた文化遺産でもある。〈苗床文化〉での文化的営み(生活様式)は、シマ(集落)単位で営まれてきた生活世界の持続活動そのものでもある。と同時に、その文化はシマの民俗文化という文化内容(情報内容＝コンテンツ自体)でもある。文化とは文化内容という産物(コンテンツ)であるとともに、その文化内容を生成し変容する行為実践そのものでもある。

〈自己コンテクスト性〉も〈情報のリアリティ〉も、〈苗床文化〉が中心である社会にも原理的にはあてはまる。ただ、それらは無意識に沈殿化していて、人びとの慣習的な生活様式のなかで眠っていて、強く作動することは少ない。そうした概念が必要されるのは、やはり、地域が近代的な変容をとげつつある都市型社会においてなのである。〈苗床文化〉の社会と〈メディア化された文化〉の社会の間には、連続性と断絶性がある。

地域と〈自己コンテクスト性〉と〈情動的リアリティ〉の関係については、以下のように整理できる。

- ①地域は、シンボル（言語や記号）の表出（情報発信）によって構築される。
- ②地域は、シンボルを秩序づけて配列することによって〈自己コンテクスト性〉をもった〈情動的リアリティ〉が生まれる。
- ③地域の〈情動的リアリティ〉のなかでも結晶化された秩序が、地域の自己物語であり、地域は時にそうした物語の形式で記述される。
- ④地域は、既存の物語の「語り直し」によって別様の〈情動的リアリティ〉（物語）として生成されつづける。

ある地域を、「○○は…」として語り、そうした自己語りによって当該の地域イメージを増幅させ、共有させる文化装置・物語装置が、地域のメディアである。最近のメディア研究は、メディアを単なる情報の容れ物（媒体）としてではなく、メディエーション（媒介過程）として捉えることで、メディアが文化を形成しつづけるプロセスを捉えようとしている。

それは、言い方を換えれば、地域という主語による自己語りの過程である。そうした語りによって、地域は、人びとにとっての意味ある場所として〈自己コンテクスト性〉が形成され〈情動的リアリティ〉が増大していく。地域のリアリティは、そうした地域語りの実践というメディエーションのプロセスのなかで生成されていく。⁴⁾

結び

以上、奄美を自己語りのメディアに満ちた島、自己語りの文化装置・物語装置に満ちた島として定義してきた。具体的な奄美のメディアの配置の総過程は、加藤晴明・寺岡伸悟（2010）「メディアとパトリの島・奄美～地域からの情報発信とその文化的苗床との連関を焦点にして～」(『中京大

学現代社会学部紀要』第4巻第1号)で紹介してきた。また、今後の論考で、それ以降の精緻化を企図している。そうした地域にある情報メディアの総過程は、地域のメディア社会学に相当する部分である。

奄美では、従来の新聞に加えて、ケーブルテレビがたちあがり、そして21世紀には次々にコミュニティFMがたちあがっている。ホームページやブログ、ミニコミ誌も多い。奄美島内には、奄美音楽(島唄から歌謡曲・ポピュラー音楽まで)のレーベルがあり、奄美関係の出版社もある。

群島を合わせて10万人あまりの島に、なぜこれほどの文化産業(物語産業・文化装置)があり、それらが島を語るのだろうか。

それは、語る必要があるからだ。実存的なレベルで語る必要があり、逆に語る文化資源(苗床文化)がしっかりあるからだということになる。それが奄美を訪れる研究者や旅人を魅了してやまない理由でもあるだろう。

そして奄美のメディアもまた、「奄美とは」「奄美らしさとは」を、直接・間接に問い続けている。物語装置は、狭義の情報メディア産業だけではなく、島とは何か、奄美とは何かを考える沢山の人びとの総称にすぎない。そうした奄美語りの総体の豊かさが奄美の魅力である。

奄美語りの総過程についていえば、メディアに媒介されて継承・発展する奄美の文化、とりわけ唄文化の構図やその担い手に関する研究は、「パトりの島」以降の論考で調査・考察してきた(全て加藤晴明・寺岡伸悟共著『中京大学現代社会学部紀要』)。

そして文化の苗床とその今日的な展開を、われわれは〈メディア的展開〉と名づけたが、そうしたメディアと結びついた文化の展開は、それ以降の論考で考察してきた。

「奄美における地域メディア研究のための予備考察」(2012)

「奄美のうた文化と文化変容論・序説」(2012)

「奄美群島・喜界島と文化メディエーター～文化メディア学の視点から～」(2013)

「奄美大島の唄文化と文化メディエーター」（2014）

地域・文化・メディアをそれぞれ切り離れされたものとしてではなく、ある連環のもとにとらえる。また、地域メディアと名づけられながら、実際には個々のメディア事業にのみ焦点をあてる狭い地域メディア論ではなく、物語装置の全域を視野にいれる広い地域と文化のメディア論の必要もあると主張し、その認識の準拠点として選ばれたのが奄美であった。奄美は、〈地域と文化〉のメディア社会学を実証的に展開するうえで欠くことのできない物語装置に満ちた島だからである。

■ 〈注〉

- 1) 浅岡隆裕も、こうした類義語を意識し、語り、テキスト、表象、言説、について次のように定義している。

語り：文章、話し言葉、映像といったモードを問わず表現されたもの

テキスト：媒体特性に応じて構成されたもの

表象：テキストの表れ方の形態

言説：それらの要素を包み込むような認識活動のセット

メディアテキスト：メディアによって生成される、あるいはメディア上で表象されるテキスト、メディア上での語り

イメージ：浅岡は、「物語」や「語り」は、イメージというファクターに近いもの、ある事実に関して解釈づけられたテキストとして捉えて、イメージとして一括している。

情報や記号などの語彙について、それぞれの専門領域によって定義は多様であるだろうが、便宜的に以下のような意味で語彙を使用する。

- ①情報：記号（言語と図像の総体）と同義である。
- ②記号：言語・図像・音声などメディア的要素のモノ的側面
- ③シンボル（象徴）：意味を担った記号（類似概念としてアイコンがあるが：シンボルと同義）

- ④テキスト：解釈の対象となる構成された情報・記号のまとまり
- ⑤表象：シンボル（有意味的な記号）として表現された言語・図像
- ⑥イメージ：想像のなかで感覚的に想起・再現される表象
- ⑦言説：文章化された表現
- ⑧メディア：情報を媒介するもの。媒介作用。意味を媒介するもの、文化を媒介するものの意味。汎メディア。それは、人であり、事業、モノなど、意味媒介的機能を担うもの全てを含む
- ⑨情報メディア：情報表現そのものを担うメディア

こうした語彙の①～⑦は、あまりに時間や秩序の構造をもたない。そこで、こうした語彙に、時間と秩序を組み入れると、物語の定義に結びつくことになる。

- ⑩物語：配列され組織化され秩序づけられた言語・記号の鳥瞰図＝〈情報コンテキスト〉

井上俊は、物語を「物語とは現実のあるいは架空の出来事を時間的順序および因果関係に従って一定のまとまりをもって叙述したもの」として定義する（井上、1996、21）また、厚東洋輔は、「『言説』あるいは『テキスト』を、世界を一つの切り取りとして「絵画」に相当するものとみなせば、『鳥瞰図』にあたるものが『物語』であるといえよう」と定義している。（厚東洋輔、1991、258）本稿では、この組織化や秩序機能に着目した定義を採用した。

- 2) 留意しておきたいのは、奄美は多様であり、ある意味でひとつの奄美はない。「奄美」は総称であり、抽象概念でもある。カテゴリーと割り切って括弧付きで「奄美」と使った方がよいかもしれない。（この“括弧付き”という発想は、瀬戸内町の学芸員である町健次郎氏からいただいた。）与論島・沖永良部島が琉球文化の色合いを強くのこしているのに対して、奄美大島・徳之島・喜界島（琉球の文化の残り香があるといわれるが）は同じ奄美でも独特である。奄美と一言で括った場合には、そうした島々の独自性を含んだ総称に過ぎないことになる。奄美は、そうした多様な島々を前提にすれば、括弧付きの「奄

美（あまみ）」であり、人為的な名称でもある。「奄美」は奄美群島の総称であることになる。行政的には、鹿児島県大島郡であり、北琉球、北部南西諸島と言われたりする。平成 年（注）に名瀬市・笠利町・住用村が合併するまでは奄美市もなかった。奄美大島と奄美群島があるだけである。奄美市は、奄美・あまみとは同義ではない。やはり、「奄美」というカテゴリー自体が、極端な言い方をすれば、表象として、そして象徴として存在するにすぎない。

奄美群島の出身者でつくる郷友会は、関東奄美会、関西奄美会、中部奄美会と「奄美会」を名乗る。もちろん、それぞれより範囲の狭い、出身市町村や集落ごとの郷友会もあり、関東や関西などはその連合体といった趣もある。つまり、「奄美」というカテゴリーは、外からの目線のなかで、奄美群島の境界を表す概念として成立していることになる。

- 3) 都市型社会の成熟は、20世紀末から21世紀にかけて、大都市においても場所の意味を大きく変容させつつある。大都市の盛り場においても時代のシンボルともいえた「浅草」「銀座」「新宿」「渋谷」「六本木」といった盛り場はすでに象徴性や神話性を失いつつある。大都市の「盛り場」は、かつてとりわけ地方が出てきた人びとにとって特異なシンボル性をもっていた。そこは、異郷から多様な人びとが流入し、その都市的混沌のなかから、ジャズをはじめとする新しいモダン文化や価値観が湧き出してくるような空間であった。1980年代は、そうした都市の象徴性が文化記号論的言語をまもって賞賛された時代でもあった。は、そうした今日の日本の盛り場、そうした特権的なシンボルとしては機能していない。北田暁大は、「都市にしながら都市を見ない人びとのリアリティ」や「都市に意味を見出さない平板な感覚」支配的になりつつある事態を「広告＝都市の死」と位置付けた（北田暁大、2002）。北田もうマス・メディアで喧伝される新しい「話題のスポット」は、盛り場や街との連環（コンテクスト）を欠いた「自己完結的な商業施設」にすぎない（近森高明、2014）。

- 4) 構築主義的な立場からは、場所への〈自己コンテクスト性〉は、いかなる場所においても可能であることになる。生まれた土地だけではなく、自分がそこに第2の家郷を感じる場所が発見されるなら、それはその人にとっての〈自己コンテクスト性〉をもつことになる。家郷もまた強い〈自己コンテクスト性〉をもっている。沖縄や奄美は、この家郷意識、郷土意識（パトリ）の強い島々である。郷友会の存在、そして、沖縄2世、奄美2世、3世といった言い方がそれを物語る。〈自己コンテクスト性〉は、何に基づいて形成されるのか。郷土のもつリアリティの強さはどこにあるのか。それは、二次的に構築された〈自己コンテクスト性〉、たとえばIターンやある空間へのリピーター者とどこが違うのだろうか。テレビ番組に「アナザースカイ」という番組がある。アナザースカイとは、海外（異郷）に第2の故郷をもつことを意味している。上記の問いは、郷土とアナザースカイの連続性と断絶性の問題でもあるだろう。この問題は、これ以上ここでは立ち入らない。未決の問いとして残しておきたい。

補足1:

本稿では、何か所か「われわれ」という表記をつけている。筆者の論考の特徴でもあるのだが、単に私の私的な感性・感傷の表現ではなく、方法論的な立ち位置の選択をする意味で「われわれ」表記をとっている。本稿の立ち位置は、個人主義的・主観的な還元主義という批判を浴びるであろう。その批判を想定しつつ、なぜ、このような立ち位置をとるのかを述べてきたつもりである。くりかえすが、研究者としての方法的な立ち位置を包括する語彙として「われわれ」がある。

補足2:

本文でも書いたが、筆者は共同研究者（寺岡伸悟氏・奈良女子大学）とともに、2008年から2015年にいたるまる7年間これまでの成果はその都度の試作的論考をまとめてきた。それらは、すべて『中京大学現代社会学部紀要』に共著で発表され

ている。

「メディアとパトリの島・奄美」（2010）

「奄美における地域メディア研究のための予備的考察」（2012）

「奄美のうた文化と文化変容論」（2012）

「奄美群島・喜界島と文化メディエーター」（2013）

「奄美大島の唄文化と文化メディエーター」（2014）

「地域メディア研究方法論の再考」（2015）

奄美のフィールドとの対話のなかで、またこうした論考をまとめを通じて、“発見”された事柄は、以下のような点である。

◎発見1〈メディアの島〉ではなく、〈メディアとパトリの島〉である。

奄美には、小さな島にもかかわらず奄美には多様なメディアがあり、島の今だけでなく、蓄積された文化、重ねられた歴史を語り続けている。奄美の島語りメディアの厚さをみると、島という集合的自己は、物語られねばならないのだという強い意思を垣間見ることができる。なぜなら、島ほど、自らの自己＝島の語り部を必要としているからだ。島は語ることで島としての存在を主張する強い物語り願望を抱えている。

島に日刊紙やケーブルテレビ、そしてコミュニティFMなどの多様なメディアがあるのは、石垣島や宮古島も同様であるが、沖縄では沖縄本島の文化的吸引力が強く、地域での文化産業力が育ちにくいのにに対して、奄美は県庁所在地の鹿児島市と文化的な異質性が強かったが故に、独立した文化域として自前に文化産業を育成し続けることができたともいえる。事業規模が小さいが故に、メディア事業は、兼業文化産業でもある。唄者もアーティストも、音楽産業も多くは多様な事業を複合的に営む。この兼業構造が、文化の変容をより可能にし、また持続可能にしてきた要因ともいえる。

こうしたローカリティの強さは、「郷土」意識の強さでもある。単に、メディアがあるというだけでなく、奄美のメディアであることの自意識の強さを、丸田一の用語を援用して「パトリ（郷土）」という語で理解してみた。

島の全情報メディア事業の担い手の調査を試みた。直接的な島の語り部もいれば、情報インフラとして島の語り部を支える存在もある。

島の語り部事業＝情報や文化を発信している事業・プロジェクトの全域を明らかにすること。地域メディアや地域情報化と言われるが、文化産業からインフラ産業まで、どれくらいの事業がひろがっているのか。地域メディアのコミュニケーションの総過程＝島語り産業の全域の研究でもある（筆者らの研究ステージ1）。

地域メディアの総過程、地域コミュニケーションの総過程を研究する対象に奄美を選んだのには理由がある。

1つめの理由は、奄美は地域メディアの総過程を研究するのに適した島である。あるローカル文化の強度をもった地域として最適のエリア。あるエリアのなかで、濃厚な独自文化があり、それが固有の文化的な地場を形成している。これは、メディアによる文化の発信（島語り）が事業として成立しやすい条件となっている。

2つめの理由として、確かに日本の中でも何か所か、そうした研究に向いている地域がある。沖縄も対象として興味深いだろう。しかし沖縄は県という広がりがあり、メディアや文化の全域を相手にするには大がかりな研究が必要となる。また、アメリカ文化や日本との関係（日琉文化論争）など複雑な要素が入り交じり過ぎる。その意味でも、行政区的には「郡」レベルが研究しやすい。離島や大きな谷のような場所が向いている。となると、八重山、宮古、佐渡、五島、対馬、伊那谷、高山、会津、米沢、帯広、函館などが、そうした対象になってくる。本稿と同じ研究は可能なのだと思われるが、そうした中から、もっとも固有性が高い地域として奄美を選んだのである。

3つめの理由には、既存のマス・メディア媒体以外に、多様なメディアがあること。さらにネット系メディアが活躍していること。奄美には、日刊新聞紙2紙、ケーブルテレビ2局（大島）、親子ラジオ（2011年に廃業）、コミュニティFM(4局)、出版（奄美関係の出版社がある）、タウン雑誌、音楽産業（レーベルが複数存在する）、ライブハウス（離島初ともいえる）、ネット（ネット市場で活躍している市場がある）がある。その意味でもメディアの教科書のような島でもある。

発見1の成果は、「メディアとパトリの島・奄美」（2010）としてまとめられた。

◎発見2〈うたとメディアが密接に結びついた島〉であり〈三層のうた文化〉がある。

①多様なメディアが、とりわけうた文化と強く交叉している。

「うた」という言い方をしたのは②のことと関係している。かつては、紬産業が奄美の地域表象でもあったが、今日では、それが前面に出ているわけではないが、文化としての「島うた」の比重が以前より表に出ている。「あまみ語」の価値と重なり合った、「島唄」の文化的評価が上がっているということであろう。

②ポピュラー音楽と島唄、だけではなく、奄美歌謡の世界もある。

奄美は、多様なうた文化の島であり、それがそれぞれにメディアと多様に交叉しているが、その「うた」は、島うただけではなく、新民謡があり、平成に入ってから奄美歌謡という言い方をされる世界があり、さらに、ポピュラー音楽の世界がある。地域メディアは、地域の文化と深くかかわっているが、奄美の場合、うたに焦点をあててメディアとの交叉を考える格好の研究フィールドとなっている。すでに指摘したように、うたにかかわるメディア事業は、音楽産業だけではなく、それらを継承する教室や講座も対象に入れているべきだという視点にたっている。それらも、間接話法的な島語りの文化装置なのであり、地域メディアの範囲に加えられべきだと考えている。（筆者らのステージ2）。

発見2の成果は、「奄美における地域メディア研究のための予備的考察」（2012）、「奄美のうた文化と文化変容論」（2012）としてまとめられた。

◎発見3〈文化のメディア的展開〉と〈文化変容＝文化のメディアーション（媒介過程）〉

奄美から見えてくるのは、ある固有の文化があって、メディアがそれを発信する、地域の文化として語るのではなく、ある意味では逆である。うた文化とメディアの交叉というのは本質的な仕組みであり、実は島唄（民俗芸能文化）をも規定してきている。つまり、島唄という唄文化が、メディアとともに成長してきている。図式化すれば、それはネイティブな生活世界に根ざした“もと島唄”文化（苗床・資源としてのもと島唄）→メディア化の回路→“いま”島唄自体を創生する再帰的

過程＝メディア化するという回路になる。結局、極端な言い方をすれば、今日では、民俗文化はメディア的展開をとげざるをえない。つまり今日では、ある意味では民俗文化もメディア文化化している。と同時に、メディアは単なる情報の媒介物ではなく、文化変容の媒介プロセス自体である。メディアとは、メディアーション（媒介過程・媒介実践）そのものなのである。

◎発見4〈広義の地域メディア論〉が可能になる。広義の地域メディア＝〈文化媒介者〉である。

地域メディア論を既存のマスコミの種類に合わせた縦割り型の類型学から解放し、文化メディアーションという動的な視点にたつと、地域メディアの範囲が変わる。文化のメディア的展開に焦点をあて、文化メディアーションという視点から見ると、実に多様な事業（人としての文化メディアーターとその実践）が、地域語りの文化装置としての地域メディアに括られる。これをあえて従来の地域メディア論と区別し、〈広義の地域メディア論〉と名付けてみた。

◎発見5〈文化メディア学の必要性〉

さらに文化とメディアの交叉を扱うには、文化社会学的な領域にあるメディア文化という視点と重なりあいつつ、新しい学問が必要となる。それが〈文化メディア学的視点〉である。メディア文化論が、どちらかといえば、出来上がったポピュラーカルチャーを扱ってきた。とりわけ、コンテンツの内容分析であったり、せいぜいファンカルチャーのような担い手研究に留まってきた。

これまでのメディア文化研究は、地域に沿った研究ではなく、特定のジャンル研究に終始してきたことが、こうした制約を生み出してきたといえる。これに対して、「文化はメディア化される」、「メディア化された文化」という視点にたてば、文化メディア学的視点は、伝統民俗文化にも当てはまる。ポピュラーカルチャーだけではない。それは、文化社会学の射程が広がるということでもある。文化メディア学的視点とは、〈文化のメディア的展開〉のアプローチでもある。

発見3-5の成果が、「奄美群島・喜界島と文化メディアーター」(2013)、「奄美

大島の唄文化と文化メディエーター」(2014)である。

■参考文献

- 足立重和（2010）『郡上八幡 伝統を生きる 地域社会の語りとリアリティ』新曜社
- 浅岡隆裕（2011）『メディア表象の文化社会学』ハーベスト社
- Marc Augé (1994). *Pour Une Anthropolgie Des Mondes Contemporains*. (2002) 三 (2002) 森山工訳『同時代世界の人類学』藤原書店
- 近森高明（2014）「消費文化としての現代文化」井上俊編『全訂新版 現代文化を学人のために』世界思想社
- 藤竹暁（2000）『現代人の居場所』現代のエスプリ別冊
- Edward T.Holl(1960) : The Hidden Dimention. Doubleday & Company. = (1970) 日高敏高・佐藤信行共訳『かくれた次元』みすず書房
- 加藤清明（1997）「情報の現実としての“地域”」『社会と情報』第2号、東信堂
- 加藤清明（1994）『《情報》の社会学』福村出版
- 加藤清明（1993）『メディア文化の社会学』福村出版
- 加藤清明（2003）「電話風俗とテリトリー」『現代風俗2003 テリトリーマシーン』河出書房新社
- 加藤清明・寺岡伸悟（2010）「メディアとパトリの島・奄美～地域からの情報発信とその文化的苗床との連関を焦点にして～」『中京大学現代社会学部紀要』第4巻第1号
- 加藤清明（2012）『自己メディアの社会学』リベルタ出版
- 北田暁大（2002）『広告都市・東京』廣済堂出版
- 清 真人・富島甫（2013）『奄美八月踊り唄の宇宙』海風社
- 近藤高明・工藤保則編（2013）『無印都市の社会学』法律文化社
- 丸田一（2007）『ウェブが創る新しい郷土』講談社
- 松原治郎（1978）『コミュニティの社会学』東京大学出版会

- 松下圭一 (1991) 『政策型思考と政治』 東京大学出版会
- 村井紀 (1992) 『南島イデオロギーの発生 柳田国男と植民地主義』 岩波書店
- 三浦展 (2004) 『ファスト風土化する日本』 洋泉社
- Ray Oldenburg(1989), *The Great Good Place, Da Capo Press.* = (2013) 忠平
美幸訳『サード・プレイス』 みすず書房
- Edward Relch(1976), *Place and Placelessness*, Pion = 高野他訳 (1999) 『場所の
現象学』 筑摩書房
- 多田治 (2004) 『沖縄イメージの誕生』 東洋経済新報社
- 多田治 (2008) 『沖縄イメージを旅する』 中央公論社
- 寺岡伸悟 (2003) 『地域表象過程と人間』 行路社

※本稿は、科学研究費（基盤研究研究C）、研究課題名「奄美における文化伝承・
創生のメディアの展開とアイデンティティ形成に関する研究」、研究代表者：加
藤晴明、共同研究者：寺岡伸悟（奈良女子大学）・久万田晋（沖縄県立芸術大
学）、研究年：平成25年度～27年度、に基づいた研究の成果の一部である。