

「International Association for Media and Communication Research (IAMCR)」参加報告

高橋 利枝

早稲田大学 文学学術院 教授

2015年7月12日から16日の間、モントリオールにおいて、IAMCR (国際メディア・コミュニケーション学会) が開催された。「コミュニケーションの力」をテーマに、情報メディアのさまざまな問題について活発な議論が行われた。

◆IAMCRモントリオール大会の概要

国際メディア・コミュニケーション学会 (International Association for Media and Communication Research: IAMCR) は、1957年12月にパリのユネスコで設立された、情報メディアに関して世界で最も由緒ある国際学会です。設立当初は15カ国を代表する情報メディアの専門家で構成されていましたが、現在では世界100カ国以上の学会会員で構成されています。情報メディアに関する社会的、政治的、技術的、政策的、文化的問題など多岐にわたってアプローチすることにより、メディア・コミュニケーション研究をグローバルに発展させていくことを目的としています。

2015年モントリオール学会大会は、“Hegemony or Resistance? On the Ambiguous Power of Communication”というタイトルで、「コミュニケーションの力」をテーマに開催されました。世界各国から1,300人以上が参加し、数百に及ぶパネルセッションが組織され、活発な議論が行われました。

オープニングの基調講演は、ユネスコの知識社会部門のディレクターである Indrajit Banerjee 氏が行いました【写真1】。Banerjee氏は“Connecting the dots: UNESCO’s comprehensive study on Internet-related issues”というタイトルで、4つのキー概念——アクセス、表現の自由、プライバシー、倫理——に関して、

現在ユネスコが行っているプロジェクトについて講演されました。

同講演の中で紹介された理論物理学者のSteven Hawking博士からのビデオは、特にインパクトのあるものでした。博士は、このビデオの中で、3日間機械の不具合でコミュニケーションを行うことができなかつたときに、いかに自分が無力に感じたかということをお話されました。現代社会において、「コミュニケーションの力」がいかに大きなものか、再認識させられました。

◆若者とソーシャルメディアのかかわりにおける課題

私は、IAMCRのオーディエンス研究部門の副部門長として、2010年に選出されて以来、学会運営に携わってきました。今回の学会大会でも、理事会【写真2】やビジネスミーティングに出席し、今後の学会運営について話し合いました。また、オーディエンス研究部門では、4つのセッションの司会を務めたり、研究論文の発表を行いました。

私が司会を務めた“Young people as audiences”というセッションでは、インターネットによるコミュニケーション・ランドスケープの変化について、ブラジル、ノルウェー、スイス、スペインの研究者たちが研



【写真1】
Banerjee氏による基調講演



【写真2】
理事会の様子。中央がJanet Wasko会長



【写真3】
セッションで発表を行った研究者たち

究発表を行いました【写真3】。先進国、後進国を問わず、若者がスマートフォンやソーシャルメディアにアクセスすることは、もはや珍しいことではなく、文化の差異を超えて多くの類似性を見いだすことができます。このセッションでは、特にスマートフォンやソーシャルメディアへの過度の依存から、ライフスタイルが変化し、睡眠や健康に与える問題など、リスク対処に向けた議論がなされました。

また、“TV and its audiences: changing configurations”というセッションでは、2スクリーン、3スクリーンなど、テレビ視聴時のソーシャルメディアの同時利用などについて、ドイツ、ベルギー、デンマークの研究者たちが発表しました。ベルギーからは、スポーツ番組視聴中にスマートフォンでスポーツ・アプリやTwitterとマルチタスクしている様子が報告されました。一方、ドイツからはテレビ番組に視聴者のソーシャルメディア上でのコメントがどのように挿入されているかなど、興味深い発表がなされました。

個人発表では、“Audience engagement and self-creation: young people and mobile social media in Japan, UK and US”というタイトルで論文発表を行いました。これまで私は日本、アメリカ、イギリスにおいてインタビュー調査を行い、若者とメディアとの多様なエンゲージメント（かかわり）から創発する、新たな機会とリスクについて明らかにしてきました。今回の発表では、「なぜ若者たちはソーシャルメディアに投稿したり、YouTubeにビデオをアップするのか?」、ソーシャルメディアによる印象管理や自己表現について、自己承認欲求と自己証明欲求から説明をしました。そして、このような自己にかかわるエンゲージメントから、グローバル時代、デジタル時代における「自己創造」について考察しました。発表後も、セッションに参加していたイギリスやスペイン、アメリカなどの研究者たちと、日本と西欧の違いなど刺激的な

議論が続きました。

◆コラボレーションの計画

今回の学会大会参加には、もう一つ重要な任務がありました。日本マスコミュニケーション学会がIAMCRとのコラボレーションを希望していることから、Janet Wasko会長や他の理事たちと、両学会のコラボレーションの可能性に関して打ち合わせをしました。そして来年、英国レスター大学で開催される学会大会では、日本マスコミュニケーション学会のスペシャル・セッションが企画されることになりました。

このように今回の学会大会への参加は、私個人の研究活動にとどまらず、IAMCR学会大会運営、ならびに日本マスコミュニケーション学会とのコラボレーションの企画など、大変実り多いものとなりました。今後も微力ながらも日本の情報メディア研究の国際化と文化理解に尽力していきたいと思えます。学会大会への参加にあたり、公益財団法人KDDI財団より貴重なご支援（海外学会等参加助成）をいただきましたこと、心より深く感謝いたします。



Toshie Takahashi
高橋 利枝

東京大学大学院人文社会系研究科博士課程単位取得満期退学。英国ロンドン・スクール・オブ・エコノミクス大学院博士課程修了Ph.D.取得。2010年オックスフォード大学客員リサーチ・フェロー。2010-2011年ハーバード大学ファカルティ・フェロー。現在、早稲田大学文学学術院教授。IAMCR（国際メディア・コミュニケーション学会）オーディエンス研究部門副部門長。米学術雑誌“Television and New Media”（Sage）編集委員。日本マスコミ学会・IAMCR担当委員。情報通信学会編集委員。主な著書は“Audience Studies”（Routledge, 2009）ほか多数。