

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 17 日現在

機関番号：32414

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2012～2014

課題番号：24730435

研究課題名(和文) 地域活性化に資する「地域紙」の思想と機能の変容に関する実証的研究

研究課題名(英文) Research on Change of Thought and Function of "Community Paper"

研究代表者

牛山 佳菜代 (USHIYAMA, Kanayo)

目白大学・社会学部・准教授

研究者番号：20507751

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,700,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、地域において身近な媒体として根づいてきた「地域紙」を研究対象とした。地域社会における地域情報の意味、位置付け、地域情報提供・流通の在り方について考察することを目的に、資料調査、経営者調査、質問紙調査等を実施した。調査より、以下の示唆が得られた。第一に、地域環境との高い相関関係を有すること。第二に、紙面における地域性と双方向性の強化を図っていること。第三に、新聞社として果たす役割のみならず、多様な事業展開を図っていること。以上から、地域紙は、地域ジャーナリズムの主要媒体として果たす役割のみならず、今日では、地域振興の主要な担い手としても成立していることが明らかになった。

研究成果の概要(英文)：The objective of this study is to investigate changing of the role of community paper (local newspaper). Community paper is a kind of traditional community media and has long history from Meiji Era. And some community papers have a share of more than 60% in local area.

In this study, the interview survey and questionnaire survey were conducted. The results were as follows:1) Strong relationship with the local environment 2) Strengthening of regional characteristics and interactivity in the paper 3) A variety of business development of the newspaper other than

研究分野：地域メディア論

キーワード：地域メディア 地域紙 地域ジャーナリズム 地域活性化 メディア・エコロジー

1. 研究開始当初の背景

東日本大震災以降、「地域情報」の重要性が改めて論じられている。今日、「地域情報」の訴求対象が「特定地域住民」から「その地域に関心を持っている他地域の住民(1)」に広がっていることから、地域の高齢化とデジタル化の狭間で、「地域情報」を必要な人どのように届けるか、ということが現在問われている。

また、「地域情報」の伝達媒体に目を向けてみれば、従来の地域メディアとして位置づけられる地域紙、CATV、コミュニティFM等の他、近年ではインターネットも活用されている。ともすれば、「地域情報」に関して、ソーシャルメディアに代表されるインターネットに焦点が当たりがちであるが、「多数のメディアは、それぞれ独自の役割をもち、棲み分け、領域をもって共存しあっている(2)」のであり、メディア・エコロジーの観点から見れば、地域に様々なメディアが存在し、連携や競争を繰り返すことにより、地域に多様な情報が届けられ、ひいては地域活性化につながるものと推察される。

そこで、本研究では、地域においてもっとも古い歴史を有する「地域紙」に着目した。「地域紙」に着目した理由は、地域住民のニーズに応えながら、成長し、他メディアと共存し、内容を変化させながら、今日まで生き残って来た唯一の地域メディアであるからである。地域紙の中には、明治期に端を発し、現在でも形を変えながら発行を続けている社、全国でもいち早くデジタル化に踏み切った社なども見られ、地域メディアは当該地域に関心を持つ人々のニーズに応えてきたのか、応えていないとすればその要因はどこに求められるのか、地域情報を生み出し共有するためのコミュニケーションツールもしくは可動体として機能していたのか、していないのであればその要因はどこに求められるのか、といった地域メディアの機能を分析するのに最も適した媒体であると言える。

2. 研究の目的

以上の背景を踏まえ、地域においてもっとも古い歴史を有する「地域紙」に着目し、「地域紙」研究を通じて、地域社会における地域情報の意味、位置付け、災害時及び被災地以外での地域情報提供・流通の在り方について考察し、地域メディアの役割と今後に向けた在り方について提言を行うことを目的として、本研究を実施した。

3. 研究の方法

本研究は、1.基礎資料収集・分析(先行研究の整理・分析/調査対象事例の抽出にかかる資料収集)、2.分析枠組みの構築(訪問調査を含む)、3.地域紙経営者への聞き取り調査、4.事例調査(内容分析)を実施し、5.調査結果のとりまとめを行った。

4. 研究成果

「地域紙」が研究対象として注目されるようになったのは、1950年代、シカゴの市域内で発行されたコミュニティ・プレスの研究が端緒であるとされる(3)。一方、日本においては、1980年代に実施された東京大学社会情報学研究所により地域メディアの実態に着目したもの(4)や、1996年までに4回に渡って実施された田村紀雄の「ローカル新聞全国悉皆調査(5)」等が代表的である。しかしながら、近年、地域紙自体に着目した研究は数少なく、これまでの発達経緯を踏まえた「地域紙」の体系的な研究はあまり見られない。以上を踏まえて、本研究で得られた主な成果を述べることにしたい。

(1)地域紙の再定義の必要性

我が国の新聞は、一般紙、スポーツ紙・夕刊紙、専門紙、機関紙等に区分される(6)。内、一般紙は、発行エリアから見ると、全国を対象とする全国紙、一部の地域を対象とする地方紙及び地域紙に分類される。地方紙、地域紙に関しては、複数の府県に跨って発行されているブロック紙、同一県内で発行される「県紙」、さらに県域よりも狭いエリアで発行されている「地域紙」に分類される。

本研究の対象とするのは、上記の「地域紙」であるが、これまでの研究や論評を見ると、「小地方紙」「豆新聞」「コミュニティ・ペーパー」「ローカル新聞」「地域ミニコミ紙」「郷土新聞」などその呼称は実に様々であり、ここからも「地域紙」が実に多様性を持っているということが読み取れる。さらに、その呼称は固定的に用いられているわけではないため、その再定義が必要であることが判明した。

さて、わが国で最初に「地域紙」の分類を試みたとされる森によれば、「小地方紙」「豆新聞」という呼称を用いて、「日本新聞協会に加盟していない小規模な新聞-日刊紙であっても経営規模が小さく、その配布範囲やニュース・ソースが比較的狭い地域に限られている地方紙-一般的に豆新聞と呼ばれている新聞(7)」と定義づけられている。この段階では、「地域紙」の存在が焦点化される一方で、「日本新聞協会に加盟していない」「豆新聞」と明記されるように、所謂一般の新聞とは異なる小さな存在として捉えられていたことが伺える。

その後、「地方の時代」を迎える中で、田村により、「地域紙」の重要性が提起されるようになった。田村は、フリーペーパーや非日刊紙も含めて「ローカル新聞」と総称し、「地域社会のマス・メディア(8)」と位置づけた。ここでマス・メディアと同列に論じられる素地が構築されたと考えられる。近年では、多数のメディアを扱っている『情報メディア白書2015』や『メディア用語基本事典』を見ても、概ね「県域よりも狭いエリア」かつ「日刊一般紙」を対象としていることから、

都道府県域よりも狭いエリアで発行されている日刊紙というのが共通理解としてあると考えられる。

しかしながら、必ずしも日刊ではない場合、また購読料を取らない所謂フリーペーパーが地域紙に含まれる場合もあり、その境界は極めて曖昧である。

以上の状況を踏まえて、本研究においては、「県域レベルよりも小さく、有料で定期的（日刊、週刊、旬刊）に刊行されている新聞」を地域紙として、フリーペーパーは外すこととした。

（２）地域紙の発達経緯と現状

我が国の地域紙のルーツをたどれば、明治時代にまで遡ることが可能であり、多数の新聞が発行されていた。その後、言論統制、一県一紙政策等の政策の影響を受けて、多くの新聞が休刊、廃刊に至るが、第二次世界大戦後、再び多様な形態の地域紙が創刊されるようになった。その理由は様々であったが、多くの地域紙は、創刊者達の思いに支えられて発刊もしくは再発刊に至っている。この当時、地域紙に掲載される記事内容は、市政、地域開発、地域経済等、全国紙や県紙が扱いきれない地域社会特有の問題が主となっていた。田村は、編集方針から、1968年当時の地域紙の機能を報道機能補完、論調機能、娯楽・実用機能、一般日刊紙の役割代替、腐敗墮落の5つに分類したが、この当時、大部分の地域紙は「報道機能補完型」であり、「地域社会での諸局面で機能し、マスコミを補充したり批判したりして、マス・コミュニケーションを補完している」状況にあった(9)。当時の地域紙は、中央で取り上げられにくい地域の「争点情報」を中心に伝える地域ジャーナリズム媒体としての役割を果たしていたと考えられる。

その後、地域紙は個人経営が中心であったが、業務拡大、社会的信用の確保等のために、次第に株式会社化が進んでいく。

また、地域紙の中には、記者クラブにおける活動や地域における信用性を確保するために、社団法人日本新聞協会に加入した社もある。1999年には、全国各地の地域新聞による協働組織である日本地域紙協議会が発足し、横の連携も見られるようになった。なお、日本新聞協会及び協議会の両方に加盟している社は7社である。さらに、2000年代に入ると、「技術革新」のみならず、インターネットやコミュニティ FM 等との連携を積極的に図る社も見られるようになり、地域紙を取り巻く環境のみならずその様相自体が大きく変貌してきている。

今日の地域紙数について明確な数値データはないが、日本地域新聞協議会が発行している日本地域新聞ガイド(2012-2013年版)に掲載されている数で見れば、全国で213紙が発行されている。

近年では、古くから発行されていた地域紙

の廃刊休刊また統合が相次いでいるものの、殆どの都道府県に地域紙が今なお存在しており、長野県や北海道では20紙以上が発行されている。一方、地域紙は、全国紙と異なり、朝刊単独、夕刊単独、また、日刊だけでなく週刊、旬刊等、多様な発行形態を有する点に特徴が見られる。また、版型についても、タブロイド版、ブランケット版など多種多様な形態がある。さらに、配布方法に関しても、販売店経由の戸別配達その他、地元の高齢者による配達等、様々な工夫が行われている。

（３）経営層ヒアリング結果から見る地域紙の様相

地域紙の経営層を対象とした訪問調査を実施し、地域紙の思想的観点から、地域社会における地域情報の意味、位置付け、災害時及び被災地以外での地域情報提供・流通の在り方について考察を行った。調査対象は、地域で一定シェアを有しており、且つ長期間に渡り新聞発行を継続していることを踏まえて、5社を選択した。

2012年～2013年にかけて筆者が実際に各社を訪問し、経営者もしくは経営層に近い社員への半構造化インタビューを実施した。主な調査項目は、企業概要(設立経緯、社史、現在の運営状況等)、経営者のプロフィール(業務に関わることになった経緯等)、発信しているコンテンツの特徴・内容、インターネットの活用状況、地域における他のメディアとの連携状況、社内における担い手育成の現状、課題、今後の展開に関する考えの7つである。なお、各社の編集局長、担当部署等へのヒアリングも実施し、調査内容の補完に努めた。

以下、各ヒアリングの概要を述べる。

A社

1948年(昭和23年)、当時小学校教員をしていたS氏により創業。終戦後、当時の住民が強く求めていた配給情報を地域に広く伝えることを目的として創刊し、次第に日々の情報伝達を行うようになった。周辺市町村から自分の住む地域の情報を知りたいという要望が出てきたため、各市町村に関連する情報を一部入れ替えつつ、生活情報を中心に報道を行っていくこととなった。1956年には株式会社化、1965年には全国に先駆けてオフセット印刷機を導入している。さらに、1983年には大きなニュースに関してはカラー報道を開始しており、災害時には、詳細についてカラーで報道している。さらに、1996年にはデジタル化した印刷システムを取り入れるなど、常に技術革新を行い続けている。資本構成に関して、「外部からお金を借りることのない経営の新聞社でないと、報道機関として自由に発言できない」という観点から、「株主(資本金)を社外に求めない」ことを明言している点でも特徴的である。

現在では、7つの日刊紙を7市町村で発行しており、7紙のうち4紙の配布地域におけ

る普及率はほぼ8割に達している。

創刊当時から「地域密着」という編集方針を掲げており、全国のみならず県庁関連の記事もほとんど掲載していない。地域に最も近い新聞だからこそ、地域で対立が生じる問題に関してどこまで踏み込むことが可能かという問題は常に生じているとのことで、暗黙知的にはあるが徐々に記事内容は緩やかになってきているとのことであった。

なお、当社の紙面の大きな特徴の一つに「お悔やみ情報3点」が挙げられる。3点セットとは、葬儀公告、お悔やみ記事、年賀欠礼を指している。これは、初代社長の発案によるもので、本紙では、全国紙や県紙には見られない詳細な内容（家族構成、本人の略歴等）の情報まで記事として掲載している。その結果、現在では、市内の町会回覧板代わりとしての機能も担うようになってきているとのことである。地域に完全特化した情報の継続的提供こそが当社の圧倒的な地域シェアを生み出す要因となっていることが推察された。

B社

1971年（昭和46年）に創刊され、同社の発行エリアは、17市町村に及ぶ。

本紙は、県外紙の折込チラシの広告代理店を運営していたT氏により創刊された。販売店から、「本紙だけでなく地域情報紙の販売と組み合わせることで売上げが期待できるのではないか」との声が出てきたことを踏まえて、本紙の立ち上げに至った。しかしながら、本紙は、他紙と比べると発刊が遅かったことから、地域に認知されるまでには10年程かかっている。本紙が地元で根付くようになった契機は大きく3つあったという。第一に、徹底して政治的中立を貫き、他紙との差別化に成功したこと。今日では、住民からの信頼も厚い。第二に、販売店との強いネットワークを形成できたこと。これにより、地域紙の弱点である配達網の構築が可能になっている。第三に、お悔やみ情報の充実である。お悔やみ情報を無料で掲載したことにより、その有用性から部数増につながったという。これは、地元住民の生活圏と発行エリアが一致する地域紙の最大の強みとなっているとのことである。とはいえ、記者がお悔やみ情報を記事として認識するまでが大変だったとのことだが、今日では社内でもその有用性は認識されており、地域コミュニティ内の口コミの代替手段として本紙が機能しているとのことである。

今日では、ラテ欄、天気以外はすべて地域の情報であり、毎日地域に関する120本～130本の記事が掲載されている。

また、新聞本紙以外の取組みとして、地域の文化振興にも力を注いでいる。本社及び支局内に市民が使用できる多目的ホールを設けることで、新聞社そのものを文化の拠点と位置付け、地域の期待に応えている。また、

各種展覧会や講演会を実施している他、スポーツ大会の主催も行っている。

すでに住民の中に根付いている本紙であるが、紙面の充実並びに多角的な事業展開を絶え間なく進めていることが本紙の信頼性をより高めている要因であると推察された。

C社

1919年（大正8年）に創刊され、メディア関連及び観光関連企業をグループ保有する、地域の一大企業である。創業者は、当該地域ですでに発行されていた地域紙で理事等を経験した後、本紙を設立した。創刊当時から地域振興に対する思いを強く持っており、地域の産業・文化・スポーツ振興のみならず、観光開発にも力を注いだ。現在は5代目社長が、「地域と共に」の社是に沿った様々な改革・革新を進めている。

「行動する編集局」を目指しているとのことで、記事は書いて終わりではないという考え方を持っている。ひとつひとつの情報を掘り下げて、問題提起から解決に至るまでの一連の流れに密着した報道を行っているとのことである。

また、当社は、多メディア展開を積極的に進めている。CATV局、コミュニティFM局等を活用し、地域情報を多様な形で住民に届けている。また、電子版やモバイルサイトに関してもかなり早期から取り組んでいる。これらは新聞購読層以外の人々に地域情報を届けるための一つの手段という認識の元行っているもので、基本的には情報の無料化は行わず、有償で情報提供している。なお、他の地域紙でも行っているお悔やみ情報に関しては、当社の場合本紙のみならず、電子版等も活用し、その速報性を高めている。

なお、社長が率先し、他地域の新聞社との連携を進めている。地域紙の場合、他地域の新聞社とは競合することがなく、また住民は他地域の情報も必要としているため、連携によるメリットが大きいという考え方に基づく。本紙に関しては、全国の地域紙に先駆けた取組みを多数実施しているが、社長の改革精神がそれを牽引しているものと推察される。

D社

1950年（昭和25年）に設立された。港建設と工業開発が進む中、地元経済界からの要請を受ける形で創刊された。1957年には自社印刷を本格化させ、1964年には日本新聞協会に加盟。1972年からCTS化を進め、1989年には全国に先駆けて通信回路で編集・製作に送り込む集配信システムを導入している。

現在の社長は、4代目。先代の後を次ぐ形で社長に就任した。編集局は、政治経済部、社会部、スポーツ部、文化・生活情報部、整理部に分かれており、政治・行政、産業、文化、教育等地域の情報を漏らさず伝えることを心がけている。今日では購読者の高齢化や

地域環境の変化もあり、総合的視野から紙面構成を行うようになってきている。また、読者のニーズを聞き取るために、販売店を活用しており、定例会議の他、販売店によるイベント等を随時開催している。実際に、読者の声を拾い上げて、テレビ欄のフォントを見やすく変更した例もあったという。

本紙以外の取組みとしては、地元根付くフリーペーパーの発行の他、「メディア局」を立ち上げ、インターネットデータベースの構築等を行っている。

また、今後の方向性としては、地域紙は、「地域に足をつける」ことが最も重要であると認識しており、住民と同じ視点で地域の問題や話題を拾い上げていきたいとのことである。地域住民のニーズを拾い上げつつ地域紙の使命を貫いているところに本紙の生き残りの要因があると推察される。

E 社

「郷土の歴史と伝統を尊重し、県民の利益と幸福増進に邁進する」ことを社是として、1963年（昭和38年）に創刊された。創刊当時の当該地区は「夕刊激戦区」とも言われ、夕刊4社がしのぎを削っていた。本紙は他の既存紙よりも後発組であったが故に危機感が強く、「読者と共に歩む新聞」を旗印として、他社と内容の差別化を図ってきたという。1972年には初のオフセット輪転機を導入し、印刷の高速化が進められた。また、初代編集長の連載記事は1,128回に渡って掲載され、高速道路の開設に向けた一大キャンペーンを盛り上げることとなった。また、全国紙と本紙の併読層が減少してきたことを受けて、1987年には時事通信社と契約し、地域情報以外の国内外のニュースも掲載するようになった。2009年には、日本新聞協会にも加盟している。

かつては県紙との併読層が多かったということだが、最近では時事通信社からの配信を受けて地域以外の情報を掲載していることもあり、本紙のみの購読層も出て来ている。50歳以上が主要購読層となっていることから、子どもの作文の紹介などを取り入れつつ、若い購読者層の開拓を図っている。

また、本紙以外の取組みでは、地域貢献の一環として、財団法人を設立し、地域で貢献した人や団体に対して表彰を行っている。

また、当社では、多メディア展開を積極的に行っている。2012年コミュニティFM局を開局した。当社が過半数の株式を保有しており、本社・スタジオは同社内に置かれている。FM局開局により、営業活動についても本紙と一体化して行うことが可能になっている。

(4) 社員アンケートに見る地域紙の様相

記者、営業職等を対象としたアンケートにより、地域新聞に関わることになった経緯や今後に関する考えを把握することで、地域新聞が置かれている現状や課題を複合的に明

らかにしていきたいと考え、協力を得られた5社の社員を対象とした質問紙調査を実施した。科学的に検証できるデータ量ではないものの、普段目にするのでできない実際の担い手の現状把握に有効なデータが得られた。主な質問項目は、仕事内容、勤続年数、選んだ理由等、地域紙の担い手に必要な要素、(記者職)読者から見た地域紙の意義、今後の地域紙等である。

地域紙の担い手にとって必要な要素は何か自由記述で求めたところ、コミュニケーション力、地域愛、郷土愛が最も多く、地域との強固な関わりが地域紙の原動力となっていることが推察された。

また、地域紙における報道の意義・報告性など、日頃思っていることについても同様に自由記述で回答を求めたところ、以下になった。「地域特性を活かし、それらに即した情報、視点」「インターネット、中央紙、地方紙との差別化」等が挙げられた。

全体の結果を要約すると、地域において中央紙や地方紙とは違う一定の地位を獲得していると自覚している社員が多数であるものの、人口減少や高齢化など、社会構造変化に対応するための戦略を立てていく必要性を実感していた。なお、業務への従事状況に関しては、複数業務を兼務することもあり、勤続年数については10年以上の経験豊富な者が多かった。インターンシップや専門教育を受けている人はごくわずかであったが、地域紙での仕事を選んだ動機は「社会への興味」と「地元で働きたい」が多く、現場での業務を通して経験を積んでいることがうかがえる結果となった。

(5) まとめ

今回の調査を通じて、現在の地域紙に関していくつかの興味深い知見が得られた。以下、今回の調査において得られた知見を整理していく。

地域環境との高い相関関係

創刊経緯、地域性も各々異なるが、いずれにせよ、地域情報が必要不可欠であったという共通点が浮かび上がってきた。地域に情報を求めるニーズが自立的に発生し、それに応じる形で地域紙が具現化されることで、地域に根付いたメディアとして成立・発展することが可能になったのではないかと考察される。

紙面における地域性と双方向性の強化

地域紙の根幹は新聞本紙であることはいまでもない。その役割については、戦後の地域紙の大部分は「報道機能補完」であった。では、この役割は変化してきたのだろうか。今回の調査対象はいずれも編集方針に「地域密着」を掲げているが、その様相が変化してきていることが推察される。元々、「政治・行政」が中心であった場合でも、今日では、

生活情報を中心に扱っている場合が多い。その理由としては、やはり住民のニーズの変化に corres pond することに重点が置かれているからであろう。また、全国紙や県紙との併読層が多い地域では日刊かつ地域に完全特化した情報に限定しており、一方で、単独で当該紙を購読する層が多い地域では、時事通信からの配信情報を一部入れ込むなどして、読者のニーズを踏まえた紙面構成を行っている点でも地域紙の特徴が見られる。また、各社ともに報道機能の補完にとどまらない地域紙独自の取組みが進められていた。すなわち、「市民・住民の思惑を必要な範囲で詳しく知らせることができる機能を保持」「かれらが何を表現したいか、何を解決したいか、何を共有したいかをかれらの目線で報道し、問いかける」といった地域メディアの基本となる機能が、地域紙においては「双方向性」を有した形で達成できていることで、現在でも住民に求められる媒体として成立しているのではないかと考えられる。

新聞本紙以外における多様な事業展開

今回の調査対象の中には、多メディア展開を積極的に進めている社が見られた。また、地域文化振興への寄与、地域観光振興への取組み等、メディア事業以外にも様々な事業が実施されている。

地域紙並びに各地域の状況が大きく異なるため、その方向性は異なることは当然であるが、今回の調査を通じて、地域紙は新聞社として果たす役割のみならず、地域振興そのものに対して大きな役割を果たしていることが判明した。

本調査により、伝統的な地域メディアのひとつである地域紙の役割の変容の一端が明らかになったと考えられる。ジャーナリズムの大きな役割は、日々発生する出来事や時事的な問題を報道、解説、論評することにあると考えられるが、地域紙は地域ジャーナリズムの主体であると同時に、地域振興の主要な担い手として成立するようになっている。地域住民のニーズによって地域紙というメディア文化が創り出されているのだが、一方で、地域紙というメディアによって地域文化の発展に結びつくのだと考えられる。

近年、新聞産業の落ち込みが言われて久しいが、今日生き残っている地域紙の役割並びに可能性を検討することは、今後の地域情報の在り方を考えるのみならず、新聞産業の今後の方向性を検討することにも繋がるのではないだろうか。

(謝辞)

末筆になるが、業務多忙の折、地域紙関係者の方々にはアンケート・インタビュー調査を通じてご協力いただき、有益な示唆を得ることができた。以上、ここに記して、深く御礼申し上げます。

引用文献

- (1) 浅岡隆裕「地域情報の制作・流通に関わる要因の整理」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』ハーベスト社、2009年。
- (2) 吉井博明編著『メディア・エコロジーと社会』北樹出版、2007年。
- (3) 小玉美意子「地域メディアの比較論」竹内郁郎・田村紀雄編著『[新版]地域メディア』日本評論社、1989年。
- (4) 東京大学新聞研究所編『地域的情報メディアの実態』東京大学出版会、1981年。
- (5) 田村紀雄「地域とメディアの30年間 第4次ローカル新聞全国悉皆調査」東京経済大学『人文自然科学論集』第104号、1997年。
- (6) 早川善治郎『新版 概説マス・コミュニケーション』学文社、2010年。
- (7) 森可昭「小地方紙の現状と問題点」『新聞学評論』第11号、1961年。
- (8) 田村紀雄、『地域メディア時代 コミュニティ情報をどうとらえるか』、ダイヤモンド社、1977年。
- (9) 田村紀雄、「地域メディア論の系譜」、竹内郁郎、田村紀雄編著『[新版]地域メディア』、1982年。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計1件)

牛山佳菜代「伝統的地域メディアの果たす役割の変容-地域紙経営層インタビュー調査を手がかりとして」目白大学総合科学研究、査読有、2014年、pp.73-84。

〔図書〕(計1件)

牛山佳菜代『地域メディア・エコロジー論』芙蓉書房出版、2013年、全254頁。

〔その他〕

牛山佳菜代『平成24-26年度科学研究費補助金(若手(B))研究成果報告書 地域活性化に資する「地域紙」の思想と機能の変容に関する実証的研究』、2015年。

6. 研究組織

(1) 研究代表者

牛山佳菜代 (USHIYAMA Kanayo)

目白大学・社会学部・准教授

研究者番号：20507751