

Title	特集2：クリティカル・オーディエンス：メディア批判の社会心理学 (2)
Sub Title	
Author	李, 津娥(Lee, Jinah)
Publisher	慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所
Publication year	2022
Jtitle	メディア・コミュニケーション：慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要 (Keio media and communications research : annals of the Institute for Journalism, Media & Communication Studies). No.72 (2022. 3)
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	特集2：クリティカル・オーディエンス：メディア批判の社会心理学 (2)
Genre	Article
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA1121824X-20220300-0050">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA1121824X-20220300-0050</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

## 特集 2：クリティカル・オーディエンス —メディア批判の社会心理学 (2)

慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所  
教授 李 津娥

今回の特集論文は、本研究プロジェクトの2回目の中間報告である。研究プロジェクトでは、オーディエンスのメディア批判にはどのような社会的、心理的要因が関わっているか、メディア批判はメディアと社会にどのような影響をもたらすか、という問いを探求するために、報道、エンターテインメント、広告など、多様なメディア・コンテンツに対する批判の様相と、その先行要因と結果に関して実証的検討を行っている。

李光鎬・李津娥・杜妍論文は、ディアスポラとメディアに関する知見を踏まえ、在日中国人に対する調査をもとに、ホスト社会の日本メディアに対する認識と利用、非利用について分析、検討している。

大坪論文は、マス・メディアへの批判の中から、特に政治報道に対する批判に注目し、批判を行うオーディエンス側の要因について、オーディエンスの認知と規範意識を中心に分析、考察している。

渋谷・大倉・祥雲・麻生論文は、若いプレイヤーへのインタビュー調査をもとに、ゲームキャラクターへの多様な読みについて検討を行ったもので、ゲームのような比較的新しいメディア領域の研究の重要性と意義についても、具体的に示している。

鈴木論文は、オーディエンスが、先端的な科学技術に関する情報を得たり、理解を深めるために、メディアが果たす役割に注目し、先端科学技術情報に関するメディア利用とメディアに対する批判的態度の影響を分析、考察している。

山本論文は、真偽の疑わしい情報とメディア・リテラシーとの関係について、それほど多くの研究が蓄積されているとはいえない状況を踏まえ、メディア・リテラシーと真偽不明の情報の確認および誤った情報の拡散との関連性について論じている。

新型コロナウイルス感染が拡大した時期にスタートした本研究プロジェクトは2年目を迎え、引き続き、オンラインによる調査やインタビューの実施、オンライン研究会での報告などを通して研究を重ねてきた。次年度は、今回の特集で報告した知見をさらに深め、報道や広告、ゲームなどに加え、メディア・エンターテインメントに関するさらなる研究成果について報告する予定である。本特集を通じて得られた知見を踏まえ、コロナ禍で益々注目されているオーディエンスのメディア利用とメディアの役割に関する研究をより深め、メディアの社会心理学的研究の成果を積極的に発信していきたい。