

Title	ソーシャルメディアと市民運動
Sub Title	SocialMedia and citizen's campaign
Author	根岸, 義晴(Negishi, Yoshiharu) 岸, 博幸(Kishi, Hiroyuki)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2010
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	<p>本論文は、ソーシャルメディア上で起きた市民運動に関して、国内外の市民運動がどのような性質の元に行われているのかを社会学的な視点から論じたものである。本論文では、ソーシャルメディアにおける市民運動の現象を説明するにあたって、ハーバーマスらによる公共圏研究と阿部謹也らによる世間論とを接続し、ソーシャルメディアにおける市民運動の性質の解明を目指した。</p> <p>海外のソーシャルメディアを活用した市民運動事例としてはイランの大統領選挙結果に対する市民運動を、国内のソーシャルメディアを活用した市民運動事例としては東京都青少年健全育成条例改正案に対する市民運動を具体的事例として取り上げた。</p> <p>ハーバーマスは「公共性の構造転換」で、近代における公衆の討議の場である公共圏が、近代市民社会における政治秩序の組織原理として働いていたことを明らかにした。その後の研究で概念的拡張が行われ、重層的で自律的な討議の場としての公共圏を捉え直している。一方、阿部は著書「世間とは何か」で、近代化と共に解体されるはずだった世間が日本に色濃く残っていることを論じた。</p> <p>本論文ではこれらの研究を援用し、ソーシャルメディアにおける空間的広がりであるハッシュタグを主にとりあげ、それらの空間的広がりがどのような性質を持っているのかを具体的事例をもとに検討した。イランの場合、ハーバーマスらによる研究で公共圏として定義付けられたような、重層的かつ自律的な討議の空間としてハッシュタグが使われていたのに対し、日本の事例ではハッシュタグによる空間的広がりには世間論で研究されたような空間的性質を数多く持っていることが分かった。</p> <p>また、以上の結果を元に、ソーシャルメディアにおける市民運動を今後いかにして盛り上げていくべきかを論じた。</p>
Notes	修士学位論文. 2010年度メディアデザイン学 第65号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002010-0065

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.

修士論文 2010年度 (平成22年度)

ソーシャルメディアと市民運動

慶應義塾大学メディアデザイン研究科
根岸義晴

ソーシャルメディアと市民運動

論文要旨

本論文は、ソーシャルメディア上で起きた市民運動に関して、国内外の市民運動がどのような性質の元に行われているのかを社会的な視点から論じたものである。本論文では、ソーシャルメディアにおける市民運動の現象を説明するにあたって、ハーバーマスらによる公共圏研究と阿部謹也らによる世間論とを接続し、ソーシャルメディアにおける市民運動の性質の解明を目指した。

海外のソーシャルメディアを活用した市民運動事例としてはイランの大統領選挙結果に対する市民運動を、国内のソーシャルメディアを活用した市民運動事例としては東京都青少年健全育成条例改正案に対する市民運動を具体的事例として取り上げた。

ハーバーマスは「公共性の構造転換」で、近代における公衆の討議の場である公共圏が、近代市民社会における政治秩序の組織原理として働いていたことを明らかにした。その後の研究で概念的拡張が行われ、重層的で自律的な討議の場としての公共圏を捉え直している。一方、阿部は著書「世間とは何か」で、近代化と共に解体されるはずだった世間が日本に色濃く残っていることを論じた。

本論文ではこれらの研究を援用し、ソーシャルメディアにおける空間的広がりであるハッシュタグを主にとりあげ、それらの空間的広がりがどのような性質を持っているのかを具体的事例をもとに検討した。イランの場合、ハーバーマスらによる研究で公共圏として定義付けられたような、重層的かつ自律的な討議の空間としてハッシュタグが使われていたのに対し、日本の事例ではハッシュタグによる空間的広がりには世間論で研究されたような空間的性質を数多く持っていることが分かった。

また、以上の結果を元に、ソーシャルメディアにおける市民運動を今後いかにして盛り上げていくべきかを論じた。

キーワード：ソーシャルメディア、市民運動、世間、公共圏、インターネット民主主義

慶應義塾大学メディアデザイン研究科
根岸義晴

SocialMedia and Citizen's Campaign

Summary

This research discussed the disposition about the citizen's campaign at the social media.

I would like to examine about the citizen's campaign, using the investigation of Öffentlichkeit by Habermas, and Seken's research by Kinya Abe.

I treat the Japan's case the measure of Seishonen Kenzen Ikusei Jorei, and International Case the citizen's protest from Iran.

Habermas investigation about the Öffentlichkeit, by Strukturwandel der Öffentlichkeit at 1966, He insistence that Öffentlichkeit is the debatable and autonomy. Kinya Abe discussed Seken is the Japanese notion of the space.

This research discussed by using their research, and examine about the notion of the social media.

At the case of the Citizen's protest from Iran, the notion of the social media has the disposition of the Öffentlichkeit. And the case of the measure of Seishonen Kenzen Ikusei Jorei, their notion of the social media has the disposition of the Seken.

From this gather, I discussed How enlargement and empowerment the citizen's campaign up.

Key Word

Socialmedia, Citizen's Protest, Seken, Öffentlichkeit, Internet Republic

Keio University Graduate School of Media Design
Yoshiharu Negishi