

2021 年度 博士論文

災害放送におけるラジオの役割に関する研究

兵庫県立大学大学院

減災復興政策研究科 博士後期課程

DD19D001 大牟田 智佐子

(指導教員：室崎 益輝)

論文要旨

本研究は、災害放送と減災コミュニケーションにおけるラジオの役割と重要性を明らかにしようとするものである。まず第1章で研究の目的と背景を述べる。社会的背景は(1)メディアの多様化、(2)災害の時代、(3)災害の態様の変容に合わせた災害放送の必要性の3点である。これらを背景に、現代にふさわしいラジオの役割を明らかにすることを目的とする。また、先行研究では、放送事業者は報道機関であるとともに防災機関としての役割を果たす義務があるとされ、災害放送には「防災放送」「被害報道」「安否放送」「生活情報」の四つのパターンがあるとされている。このうち被災地に向けた「生活情報」を担うことで阪神・淡路大震災（1995）ではラジオメディアが評価された。その後インターネットが普及するなか、災害時にはラジオが最も役に立ったとする調査結果もある。しかし、ラジオは緊急時の情報源としてのみ機能するのだろうか。本研究では従来の災害放送4パターン以外にも、人々の心理面に作用する特有のパターンをラジオが持つのではないかと仮説を立て、事例分析を行う。ラジオが持つ日常の親密性についての研究は多数あり、コミュニティ放送や臨時災害放送局などがもつ災害時の親近性についての研究も多い。しかし聴取人口や影響力が大きい民放ラジオについて、親密性に着目し災害放送を詳細に分析した研究はまだみられない。このことから本研究では民放ラジオを研究対象とする。

続いて第2章でラジオのメディア史と災害放送の歴史を概観し、ラジオのメディア特性と、過去の災害で果たした役割を確認した。そしてラジオの今日的役割を(1)双方向性、(2)継続性・サイクル性、(3)地域性、(4)同時性の4点とした。ただしいずれも、インターネットメディアと比較した場合「緩やかな」点がラジオの特性であり、役割であると結論づけた。次に、現在のラジオの災害放送の実態を調べるため第3章から第5章で三つの事例分析を行った。事例分析の一つめは民放ラジオ全社に対し行ったアンケート調査で、ラジオの送り手すなわち制作者らが重視する災害放送の内容について質問した。その結果、ラジオの制作者らはリスナーへの「共感性」を重視して災害放送を行っていることがわかった。それはAM局ではリスナーの声を生かし被災者のニーズに応えようとする放送、FM局では音楽で安心を届けようとする放送を行うことであった。電波の特性から、日常においてAMはリスナーの声を生かす双方向のトーク番組、FMでは高音質の音楽番組をコンテンツの中心としており、災害放送が日常の放送と深く関連していることもわかった。放送の送り手がリスナーの気持ちに近づこうとするこのような放送を本研究では「共感放送」と名付け、災害放送の第5のパターンとして位置づけることを提唱した。

事例分析の二つめでは、熊本地震（2016）で地元民放AM局に寄せられたリスナーからのメールの分析を行った。地震当時の特別番組に寄せられ、局に保管されていた全メールを分析し、文章に含まれる要素を分類した。それらは、A「個人の感情」、B「被災者への連帯」、C「被害の報告」、D「ラジオへの親しみ」、E「支援の要請」、F「支援の申し出」、G「音楽」、H「その他」の8要素に区別された。A「個人の感情」では親しい相手にしか

吐き出せないような感情がラジオに向かい、B「被災者への連帯」では被災者の感情に同調する心の動きがみられた。また、被災地内のリスナーに向けたはずの放送が radiko という再送信技術により、遠く離れた被災地外のリスナーにも聴かれ、被災地の外から支援や励ましを送られるという新たな放送の流れが生まれていることもわかった。またC「被害の報告」のなかにも、他のリスナーに向け二次被害防止を目的とする呼びかけがみられた。D「ラジオへの親しみ」はパーソナリティーの声に安心感をおぼえるとするメールのほか、同じ被災者としてのパーソナリティーの心の動きに共感したものなどがあつた。またE「支援の要請」で助けを求めるメールが発信される一方で、別のリスナーが支援行動を起こしたことがF「支援の申し出」で送られていた。G「音楽」については、アンパンマンのマーチをリクエストするリスナーのメールに応じて音楽がかけられた。その際、被災したレコード室からCDを探し出したというエピソードに共感するメールが寄せられていた。H「その他」では「はじめまして」という書き出しで、それまでメールを送っていなかったリスナーが他のリスナーに共感することで反応し始めた可能性を指摘した。番組制作者側だけでなく、リスナーの側にも「共感放送」が存在する可能性が確かめられた。

事例分析の三つめでは、長期継続する災害番組の放送内容の変遷を分析した。初回放送（1995年4月）から放送記録がリスト化されている2019年4月まで24年間の放送テーマに使用された頻出語を分析した結果、放送内容がFEMAの災害対応サイクルに則した変遷を辿っていたことが確かめられた。また番組がRecoveryからMitigationへとサイクルを進めるためには、台湾や新潟など他の地域で起きた災害を「自分ごと」と捉える共感性が重要であったこともわかった。これにより、阪神・淡路大震災の被災地が描く災害対応サイクルとは位相の異なる他地域の災害対応サイクルを「自分ごと」として受容でき、結果として災害放送を長期継続させる可能性があることが導き出された。

本章ではこれらの事例から、ラジオの「共感性」について考察をすすめた。第3章から第5章で確認されたラジオの「共感放送」は、被災者の立場に立ち何が必要かを考え心を寄せるものであつた。このことから、ラジオの「共感性」は、被災地にいる人を「かわいそうな人」ととらえ「自分は安全なところにいてよかった」と安心する sympathy ではなく、被災体験の有無を問わず「自分が被災者だったら」と考え、必要な支援や励ましを被災地に送ろうとする empathy であると結論付けた。この「共感性」が生まれる背景には、パーソナリティーが介在する「双方向性」と、音楽やおしゃべりが入る余地のある「余白性」を生かした番組づくりや、ラジオ局側の思いを付け加え、受け手が情報を受け取りやすいよう整理する「編集」機能があると考えられる。災害時にこれらが拡大されることで、災害放送の第5のパターンともいえる「共感放送」が可能になることがわかった。

以上のことから第7章では、ラジオの災害放送では今後も「共感性」を重視するとともに、被災地の「内」と「外」を包括した形の災害放送を発展させることが重要であると結論付けた。ラジオが担う「共感放送」を発展させるためにも、ラジオは今後も、災害時に必要とされる情報とリスナーに寄り添う共感を届けるよう努力することが重要である。

Abstract

This paper examines the role and importance of radio in disaster broadcasting, hypothesizing that radio may have a new pattern of disaster broadcasting. In Chapter 1, previous studies were shown that there are four patterns of disaster broadcasting: "disaster mitigation," "damage reporting," "safety information," and "lifestyle information." These are patterns that focus on the information, but does radio function only as an information source during emergencies? Some surveys show that listeners said radio helped them psychologically when a disaster occurred. Therefore, to verify whether there is the fifth pattern of disaster broadcasting that acts on the psychological side, this study looks back at the history of disaster broadcasting and analyzes three cases.

Chapter 2 is an overview of the history of radio and the history of disaster broadcasting. From them, this study has derived four roles for radio: "interactivity," "continuity and cyclicity," "regionalism," and "simultaneity." However, this paper concludes that radio is characterized by the fact that these four points are "loose" compared to Internet media.

In Chapters 3 through 5, this study analyzed three case studies. First, a questionnaire survey of all commercial radio stations in Japan was conducted. It was found that radio producers emphasized "empathy" for listeners in disaster broadcasting. Based on this, this study proposes that broadcasting that tries to be close to listeners' feelings be named "empathetic broadcasting" and positioned as the fifth pattern of disaster broadcasting. Next, this paper analyzed emails from listeners to a local commercial AM station after the Kumamoto earthquake (2016) and derived eight elements in the texts. Empathy was found in all the elements, confirming the possibility that empathetic broadcasting exists not only on the part of broadcasters but also on the part of listeners. Finally, an analysis of disaster programs that have been running for more than 24 years since the Great Hanshin-Awaji Earthquake revealed that empathy in viewing disasters in other regions as "one's own" may lead to long-term continuity of disaster broadcasting. It was also found that the content of the broadcasts became more in line with FEMA's disaster management cycle due to long-term continuity.

Chapter 6 is a discussion of empathy in radio based on these cases. It turns out that "empathetic broadcasting" in radio is not sympathy for the people in the disaster area as "poor people," but empathy for how they would feel if they were the victims. This "empathy" is created by the "interactivity" between radio personalities and listeners, the "marginality" of music and chatter, and the "editing" function where radio stations can add their thoughts. When these functions are expanded in times of disaster, "empathetic broadcasting" becomes possible.

In Chapter 7, the following conclusions were reached. It became clear that there is a fifth type of "empathetic broadcasting" in addition to the four conventional patterns in radio disaster broadcasting. In times of disaster, it is important for radio to continue to emphasize "empathy" and build disaster broadcasting that encompasses both the "inside" and "outside" of the disaster area.

目次

目次.....	I
1 はじめに	1
1-1 研究の目的と背景.....	1
1-1-1 社会的背景.....	2
1-1-2 先行研究.....	3
1-1-3 なぜ民放ラジオなのか.....	7
1-1-4 災害報道と災害放送	7
1-1-5 「ラジオ」が意味するもの.....	8
1-2 論文の構成	8
2 ラジオの歴史.....	10
2-1 ラジオの誕生.....	10
2-2 ラジオの災害史	11
2-2-1 ラジオ開局を後押しした関東大震災（1923）	11
2-2-2 津波警報整備のきっかけ—昭和三陸津波（1933）	14
2-2-3 発電設備の必要性—室戸台風（1934）	14
2-2-4 戦時下の放送—扇動に利用されたラジオ	14
2-2-5 戦争の影響—鳥取（1943）・東南海（1944）・三河地震（1945）	15
2-2-6 占領と放送.....	16
2-2-7 戦後の災害—枕崎台風（1945）・南海地震（1946）・福井地震（1948）	17
2-2-8 民放の誕生.....	17
2-2-9 ローカルに徹したラジオ—西日本豪雨（1953）	18
2-2-10 被害防止に役立つ台風情報—洞爺丸台風（1954）	18
2-2-11 トランジスタラジオの発売（1955）	19
2-2-12 初めての防災放送—伊勢湾台風（1959）	19
2-2-13 災害対策基本法と指定公共機関（1961）	20
2-2-14 テレビとラジオの役割分担—新潟地震（1964）	21
2-2-15 切迫する地震に向けた防災放送—東海地震説（1976）	22
2-2-16 「100年に一度の大災害」—鹿児島県 8.6 水害（1993）	23
2-2-17 災害報道再考とラジオの生活情報—阪神・淡路大震災（1995）	24
2-2-18 津波避難の呼びかけと臨時災害放送局—東日本大震災（2011）	26
2-2-19 ソーシャルメディア普及後の震災—熊本地震（2016）	27

2-3 日本におけるラジオのメディア史	27
2-3-1 テレビの台頭によるラジオの模索	27
2-3-2 オーディエンス・セグメンテーション（聴取者細分化）	28
2-3-3 生ワイド・パーソナリティー・聴取者参加	28
2-3-4 『ラジオ白書』の分析—マス・パーソナル・コミュニケーション	29
2-4 まとめ—ラジオの今日的役割	30
3 ラジオにおける災害放送と日常の放送との関連性	35
3-1 調査の前提	35
3-2 民放ラジオ局を対象とした悉皆調査	36
3-2-1 調査目的と調査概要	36
3-2-2 集計結果	40
3-2-2-1 回答者の属性と番組制作の実情	40
3-2-2-2 日常の放送で大切にしている点	40
3-2-2-3 自然災害に関する報道経験と取材の有無	41
3-2-2-4 災害時の情報ソースと重視した内容	42
3-2-2-5 ラジオ特有の災害放送	43
3-2-2-6 災害放送と日常の放送との関連性	48
3-2-2-7 報道部署の有無と重視する情報	50
3-2-2-8 災害への備え・態勢と不足を補うもの	50
3-2-2-9 誤報への対応	52
3-2-2-10 COVID-19 感染拡大と放送の関係	53
3-3 まとめと考察	55
4 リスナーのメールにみられる災害放送の共感性	57
4-1 第3章との比較	57
4-2 研究の方法と対象	57
4-3 全体の傾向	59
4-4 使用言語に見る共感性	62
4-5 メールの文章に表現される共感性	64
4-5-1 A「個人の感情」に関するメール	67
4-5-2 B「被災者への連帯」に関するメール	69
4-5-3 C「被害の報告」に関するメール	70
4-5-4 D「ラジオへの親しみ」に関するメール	71
4-5-5 E「支援の要請」及びF「支援の申し出」に関連するメール	73
4-5-6 G「音楽」に関するメール	75

4-5-7 H「その他」に関するメール.....	77
4-6 時間変化に見る共感性.....	78
4-7 地震ひと月後のリスナーの反応.....	81
4-8 ソーシャルメディアとの比較.....	82
4-9 結果と考察.....	83
5 災害放送の長期継続と災害対応サイクル.....	85
5-1 放送における災害対応サイクルの必要性.....	85
5-2 先行研究.....	86
5-3 研究方法.....	87
5-4 災害番組「ネットワーク1・17」の経緯.....	89
5-5 テーマに使用された頻出語.....	90
5-6 放送内容の変遷.....	93
5-6-1 時期の設定.....	93
5-6-2 第1期の特徴.....	93
5-6-3 第2期の特徴.....	94
5-6-4 第3期の特徴.....	97
5-6-5 ゲスト出演者.....	99
5-7 まとめと考察.....	101
6 ラジオにおける共感性と被災地の「内」に向けた放送に関する考察.....	104
6-1 ラジオにおける共感の定義と重要性.....	104
6-2 災害放送における被災地の「内」と「外」.....	106
6-3 ラジオの「共感性」はどこから生まれるのか.....	108
7 おわりに.....	112
7-1 論文の目的と得られた結果.....	112
7-2 結論.....	112
あとがきと謝辞.....	115
参考文献.....	119

図一覧

図 1	論文の構成.....	9
図 2	東京放送局確定番組表（1946 年 5 月 2 日）	13
図 3	日常の放送で大切にしている点	41
図 4	災害時の情報ソース.....	42
図 5	メール文面の共起ネットワーク図.....	61
図 6	メールを構成する要素別の出現件数	66
図 7	メール受信件数（1 時間ごと）	79
図 8	メールを構成する 8 要素の時間的变化（1 時間ごと）	80
図 9	全期間の「テーマ」共起ネットワーク図	92
図 10	第 1 期の「テーマ」共起ネットワーク図	94
図 11	第 2 期の「テーマ」共起ネットワーク図	95
図 12	「台湾」と「新潟」以降の頻出語.....	97
図 13	第 3 期の「テーマ」共起ネットワーク図	99
図 14	第 1～3 期のゲスト出演者	100
図 15	見えないリスナーを引き上げる共感の力	105

表一覧

表 1	調査対象の概要.....	37
表 2	アンケート設問（全 31 問）	39
表 3	災害時どこに向けてのどんな情報を重視したか.....	43
表 4	災害放送で心がけたこと	45
表 5	被害の状況以外に力を入れるべき情報.....	46
表 6	災害放送で心がけたことと重視した情報の関連性	48
表 7	災害放送と日常の放送の関連性	49
表 8	制作人数と災害時の情報ソース	51
表 9	メール文面に頻出した上位 150 語.....	60
表 10	メール集計一覧表の例	66
表 11	「放送記録」の一例.....	87
表 12	「テーマ」に使用された頻出語（上位 150 語）	91
表 13	「台湾」以前の頻出語	96
表 14	被災地の「内」と「外」に向けた災害放送.....	106
表 15	被災地の「内」と「外」に向けた放送（本研究との比較）	107

写真一覧

写真 1	震災当時も使用された MBS ラジオの電話リクエスト室（現在）	90
------	---------------------------------------	----

1 はじめに

1-1 研究の目的と背景

本研究は、災害放送と減災コミュニケーションにおけるラジオの役割を明らかにしようとするものである。最初に「減災」という用語について整理しておきたい。河田[1, pp. 129-131]によれば防災は「被害を出さない工夫」であり、それに対し減災は「被害の出るの避けられないができるだけ被害を少なくしようという試み」である。本研究で扱うラジオの災害放送は防災・減災のどちらか一方を排除することはないため、災害が起きる前に被害を未然に防ぐ、あるいは被害を少しでも減らそうとする取り組みを指す言葉として「防災・減災」という表現を用いることにする。次に「減災コミュニケーション」という用語は、先行研究ではたとえば岡田[2]によって用いられている。岡田は有珠山噴火（2000）の際、地元在住の研究者として噴火予測や住民避難に関する災害情報の発信にかかわったが、気象庁が出す火山情報に「従い行動すれば減災が達成できるはずということになる。しかし実態はそれほど単純でないことは、噴火を経験した首長さんたちをはじめ、多くの地元行政や住民たちが語り続けてきたこと」であると指摘し、災害情報をそのまま行政や住民に伝えるだけでなく、情報が理解されるためのコミュニケーションが必要であるとする「減災コミュニケーション」の考え方を示している。岡田のこの考え方は、専門家・防災関連機関・報道機関が連携し市民に情報を伝える「減災のテトラヘドロン（正四面体構造）」[3, p. 113]のモデルによっても示されてきた。また渥美ら[4]は「専門家と一般市民、利害関心の異なる人々をつなぐコミュニケーション・ネットワークの構想・設計」であるコミュニケーション・デザインを論じるなかで、減災コミュニケーションにおいて「減災」を「防災」に代わる事前の準備としてのみとらえることの危険性について触れ、減災はむしろ、救急救命から復興、そして防災にいたるまでの災害サイクルの全般について、その現状の打開と改善を目指して取り入れるべき考え方であるとしている。さらに室崎[5]は「減災コミュニケーション」をリスクコミュニケーションとロードマップコミュニケーションの二つをあわせもったものだと位置づけている。そしてその理由を「リスクコミュニケーション」によってリスクを強調し危険性を煽るだけでは「狼少年」あるいは「マッチポンプ」にしかならず、減災を目的とするならば、被害の軽減をはかる道筋を示すロードマップコミュニケーションがあるべきだからだとしている。これらの先行研究をふまえ、本研究では「減災コミュニケーション」について、専門家や行政機関などが一般市民に対し災害のリスクや危険性を一方通行で伝達するだけでなく、それを回避・軽減するための行動指針や希望につながる情報などを互いに理解を深めながらやりとりし、防災・減災につなげていくことと定義する。そしてこの減災コミュニケーションにおいてラジオが果たす役割や重要性を明らかにすることを研究の目的とする。

1-1-1 社会的背景

ラジオを取り巻く環境は大きく変化している。減災コミュニケーションにおいても、この変化をとらえることが重要である。本研究ではこの変化として、(1)メディアの多様化、(2)災害の時代、(3)阪神・淡路大震災（地震名・兵庫県南部地震, 1995）以降、変化するラジオの災害放送の3点を挙げることにする。

はじめにメディアの多様化であるが、アメリカで世界最初のラジオの放送が行われたのは1920年、日本でラジオが開局したのは1925年である[6]。その後テレビが普及し、災害時にはラジオとテレビが災害を同時進行で伝えるメディアとして影響力を持つようになった。中でも音声だけのメディアであるラジオは受信機と電池があればどこでも聴くことができ、災害時、電話のように輻輳せず、インフラやライフラインに被害が生じた場合でも情報を入手できるため、誕生から100年を経た現在でも「災害に強いメディア」とされている。内閣府が行った調査でも、災害に備えて45.1%が「携帯ラジオ・懐中電灯・医薬品などを常備している」と答えており[7]、「非常時にはラジオ」という意識は現在も一般に浸透しているものと考えられる。しかし現在、従来のマスコミ4媒体（新聞、雑誌、ラジオ、テレビ）だけでなくインターネットをプラットフォームとしたソーシャルメディアなどが広く普及し、利用されている。ソーシャルメディアには、登録された利用者同士が交流できる会員制サービスであるソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下、SNS）—Facebook、Twitter、Instagram、LINEなど—やYouTubeなどが含まれる。SNSは日本でも、2011年の東日本大震災などを契機として“メディア”としての役割が注目されるようになった[8, p. i]。ラジオはこれらのメディアとの比較で、時代遅れの「オールドメディア」と揶揄されることも多い。また民放ラジオの広告費はAMが1991年の2,040億円、FMが2000年の974億円をピークに年々減少し[9, p. 21]、2020年にはラジオ全体で1,066億円と日本の広告費のわずか1.7%を占めるに過ぎない[10]。受信機を触ったこともなくラジオをどのように受信するのか知らない若者も増えている。こうした多様なメディアが利用されるようになったことが、第一の背景である。

二つめに、日本は災害の時代を迎えている。ラジオを含むメディアの災害情報伝達が近年、大きく問われたのは阪神・淡路大震災（1995）であった。これが契機となり「防災・減災に役立つ災害情報や、その伝達・受容のあり方などを調査・研究し、その成果を社会に提言することを目的に」日本災害情報学会が設立（1999）された[11]ことなどをみても、災害情報を見つめ直すひとつの転換点となったといえる。実際に、日本で5,000人以上の死者・行方不明者を出す災害は伊勢湾台風（1959）以来であった[12]。しかしその後も新潟県中越地震（2004）や岩手・宮城内陸地震（2008）、そして死者・行方不明者2万人以上となる東日本大震災（地震名・東北地方太平洋沖地震, 2011）、さらに熊本地震（2016）、北海道胆振東部地震（2018）など立て続けに地震災害が起きており[13]、そのたびに被害の様相は異なり、情報をめぐる課題などが新たに見出されている。さらに災害の激甚化・

局地化も指摘されている。例えば 2019 年の水害被害額は全国で約 2 兆 1,800 億円となり、1 年間の津波以外の水害被害額が統計開始以来、最大となった。近年だけでも平成 30 年 7 月豪雨（2018, 死者・行方不明者 271 人）、令和元年東日本台風（2019, 死者・行方不明者 108 人）、令和 2 年 7 月豪雨（2020, 死者・行方不明者 86 人）など立て続けに豪雨災害が発生している[14]。また近い将来、南海トラフ巨大地震や首都直下地震などの発生も予測され、かつてとは異なる災害対応や情報伝達が求められている。このような災害の頻発化、局地化、激甚化などが背景の二つめにある。

三つめに、阪神・淡路大震災以降の災害放送も変化していることが挙げられる。なかでも災害の激甚化にともない、被災者の生活再建や災害関連死の問題など、直ちに解決しない課題を長期に取り上げる必要性が出てきている。また障がい者や高齢者が抱える日常からの生活上の困難が災害で顕在化する問題（たとえば[15]）や、生活再建の過程で露呈する復興格差（たとえば[16]）も指摘されている。このため長期にわたって丹念な災害放送を続ける必要性が生まれている。このように、変化する災害の形態にあわせたラジオの災害放送のあり方を見出したいということが背景の三つめにある。

1-1-2 先行研究

では、ラジオの災害放送は先行研究でどのように論じられてきたのだろうか。

廣井は、国民の財産である電波を使う公共機関として放送事業者が防災機関としての役割を果たすことは義務であり、同時に災害時にもジャーナリズムとしての機能をもたなければならないとし、災害放送には「防災放送」「被害報道」「安否放送」「生活情報」の 4 パターンがあると定義づけている[17, pp. 133–152]。

廣井によれば、防災放送とは「火を消してください」とか「車を左側に寄せてエンジンを切ってキーをつけたまま避難してください」といった、災害の被害をできる限り小さくし、二次被害を防止するために行う放送のことである。次に被害報道は、言うまでもなく被害の実情を正確に伝える放送である。廣井はセンセーショナルな被害報道に走ることをしてはならないとする一方で、阪神・淡路大震災では情報収集のプロである報道機関でも災害情報の収集が困難であったことから、日頃からの情報収集の仕組みづくりの重要性を説いている。また安否放送は災害時に放送が一般市民の安否情報を伝えるもので、廣井はこれが新潟地震（1964）で始まったとし、災害によって電話が通じなくなり家族の安否を知りたい人が放送局に電話し、家族が放送を聞いていたら連絡してくれ、と伝える日本の放送局の独自のパターンだとしている。四つめの生活情報は、避難所にいる被災者や、ライフラインが途絶えた場所で生活する市民に向かって出す情報で、電気、ガス、水道、交通、通信といったライフライン情報を収集し、復旧状況を知らせるものである。廣井は、この四つはいずれも、放送局が扱う重要な災害放送の要素であるとした。

また廣井[18]は、新潟地震の際、当時の NHK 新潟放送局や BSN 新潟放送では、被災地域に向けてはラジオに重点を置き、当時普及し始めていたテレビは被災地の外に対して地

震の惨状を伝える方針がとられたことを挙げ「ラジオは被災地向け、テレビは被災地外へ」というこの方針は、その後の災害放送を一貫して貫く基本的立場になった」[18, p. 13]とした。その後、阪神・淡路大震災の際、ラジオはこのうち被災地に向けた生活情報をきめ細かく伝えることで、その機能が高く評価された[19, pp. 108-111]。

しかし、ラジオの機能が評価されてきたのは主に災害直後の情報入手手段としての役割である。近年では東日本大震災（2011）で、震災時に利用したメディアとして AM ラジオの評価が 60.1%と最も高く、FM ラジオがこれに続いていた。「震災当初はラジオが唯一の情報入手手段であった」など、ラジオの評価が高かったという調査結果が出ている[20]。ただ同時に、東日本大震災はインフラが壊滅状態となり、被災地で電話回線を経由するやり取りが困難となった。また大手メディアには流れない情報の伝達・意思疎通の場としてソーシャルメディアが注目されるきっかけとなった。ソーシャルメディアのひとつである SNS による当時の投稿を分析し、その有効性と限界について述べた先行研究もある（たとえば[21]-[23]）。しかし、その 7 年後に発生した北海道胆振東部地震（2018）では、再びラジオが情報入手手段として注目された。北海道全体がブラックアウト（電力供給停止）となり、インターネットを経由するメディアはほぼ使用不可能となったためである。北海道では「避難時にラジオの情報が役に立った」とする人が 62.3%、地震関連の情報を得るために当日ラジオを使用した人が 62.2%に上った。また「安心感を得るうえで役に立ったメディア」として 68.1%がラジオを挙げていた[24, pp. 14-17]。インターネットを経由したソーシャルメディアの存在感が増すなかでも、インフラが壊滅した場合など、被災者が必要な情報を入手する手段としてのラジオの役割が消滅していないことを示す結果だといえる。

しかしながら、情報を得ることができたからラジオは評価されたのだろうか。たとえば阪神・淡路大震災のとき「いつものパーソナリティー¹の声が聞こえてほっとした」というリスナーの声が多くラジオ局に寄せられた[25]。東日本大震災でも被災 3 県を対象としたメディア調査でラジオが高く評価され、被災者から「ラジオに物心両面で救われた」「ラジオがなければ精神的にどうなっていたか考えると怖くなる」といった回答が多くみられ、ラジオが持つ心理的な効用が災害時には特に顕在化するという考察がされている[26]。これらのリスナーはラジオから有用な情報を得ようとしたのではなく、むしろ災害前の日常を思い出させてくれる放送内容や、緊張を煽ることのないパーソナリティーの声をただ求めたのだと思われる。それは災害放送の四つのパターンのなかに必ずしも見出すことはできない。4 パターンとは異なる、別の災害放送のパターンをラジオは持っているのはいか。これが、災害放送と減災コミュニケーションにおけるラジオの役割を明らかにするうえでの、本研究の仮説である。それがなんであるかは第 2 章以降で明らかにしていくこ

¹ 「パーソナリティ」とする表記もあるが、本研究では音声と表記を一致させ「パーソナリティー」とする。

とする。

筆者は民間放送局に勤務する、いわば「メディアの中の人」である。阪神・淡路大震災ではテレビの報道記者として取材に携わり、その後 1998 年からは、ラジオの報道記者であると同時に第 5 章で扱う災害番組²のプロデューサーも務めた。ラジオの災害放送に 4 パターン以外の別パターンが存在するのではないかという仮説は、筆者がラジオ番組の制作やラジオの災害放送に携わった経験からくる当事者としての感覚かもしれない。ただ[25]や[26]に挙げた被災者の声は、単なる「当事者の勘」だけではないことを裏付けているのではないかと考えられる。

ラジオという音声メディアが持つ特性については、マクルーハンが「ラジオは大多数の人びとに親密な一对一の関係をもたらし、著者＝話し手と聞き手との間に暗黙の意思疎通の世界をつくり出す」[27, p. 311]と述べている。またこうした「ラジオの直接的な側面」とともに、人々の内面に及ぼす影響を「ラジオが識閥下の深層に働きかけるとき、そこには部族の角笛や古代の太鼓が反響し合う世界が生み出される」[27, p. 311]と述べて「人の心と社会とをまったく一つの共鳴室に変えてしまう」[27, p. 311]というラジオ・メディアの本質を指摘した。

浜は「マクルーハンがメディアの変遷を大きく、声（話し言葉）・文字・電気の三つの段階に区分する」とし「人類の最初のメディアである話し言葉は、人間の五感すべてを外化したものであり、感覚と感覚の間の相互作用を生み出し、五感すべてを同時に働かせた全体的な経験を作り出す。また話し言葉は、同じ空間にいるすべての人々によって同時に聞かれるため、それを聞く人々の間に親密な相互依存関係を作り出す」とマクルーハンの主張を解説している[28, p. 4]。一方でマクルーハンは「印刷は、まず第一に人間を非部族化し、非集団化するアルファベット文化の最終段階である」とし、「印刷技術とは個人主義の技術なのだ」[29, p. 242]として、各々が好きな時に好きな場所で好きな本を読むことを可能にした印刷技術が、人間を親密な関係から切り離したとしている。しかし同時に、マクルーハンは「われわれの電気文化はわれわれにふたたび部族社会的な基盤をあたえつつある」[29, p. 52]として、電子メディアの登場によって人々が声の時代に持っていた原始的な感覚を取り戻し「ラジオが人類をふたたび部族化させる」[27, p. 316]と主張した。

オングも「エレクトロニクスの技術は、電話、ラジオ、テレビ、さまざまな録音テープによって、われわれを『二次的な声の文化』の時代に引きずりこんだ」[30, p. 279]とし、ラジオなどの電子メディアは、言語が出現する以前の音声によるコミュニケーションの時代の感覚に我々を回帰させると主張している。オングは視覚と聴覚の違いを次のように述べている。「視覚は、一どきに一方向からしか人間にやって来ない。つまり、部屋を見たり風景を見たりするためには、眼をあちこちに動かさなければならない。ところが、聞くときには、同時にそして瞬時に、あらゆる方向から音が集まってくる。つまり、わたしは、

² 本研究では、扱う話題を災害に限定した番組のことを「災害番組」とする。

自分の聴覚の世界の中心にいる。その世界はわたしを取りかこみ、わたしは、感覚と存在の一種の核の位置にいる」[30, p. 153]。このようにオングは「音は聴く者を世界の中心に置く」とする。

「ラジオは、みなさんではなく、あなたに語りかけるメディア」[31, p. 171]と言われるのも、こうした音の作用によるところが大きいだろう。人の声には感情がこもるため、文字だけを追うよりも話し手の意図が伝わりやすい。また、完成された音と映像のパッケージであるテレビと比較すると、音だけのラジオは想像する余地を与え、聴く者をその世界に浸らせるという特徴をもっているといえるだろう。

こうしたラジオの「聴く者との距離の近さ」についての先行研究も多い。リスナーがラジオから流れることばや音に共振・共鳴する、ラジオの特性についての考察[32]や、ラジオの声（話者）にリスナーが求めるものに着目した研究[33]などがある。これらは主に平時におけるラジオの親密性について述べた研究であるといえる。

一方で災害時の親密性については、コミュニティ放送（以下、コミュニティ FM）や臨時災害放送局（以下、臨災局）に関する先行研究も多い。コミュニティ FM は NHK や民放と同じく地上基幹放送局であるが、最大出力を 20W とし、市町村やそれ以下の単位のコミュニティを放送エリアとする日常の地域メディアである。これに対し、臨災局は災害発生後に、被災した地域への災害関連情報や復旧・復興に関する情報を提供する目的で開設されるもので、放送エリアを「災害対策に必要な地域の範囲内」とされている。先行研究では、被災者に寄り添い、きめ細かな災害・復興情報を発信できるコミュニティ FM の利点や課題に言及したもの（たとえば[34]–[36]）や、豪雨災害などで避難勧告などの情報を通知する手段としてのコミュニティ FM の可能性に言及したもの（たとえば[37]）などがある。また臨災局の現状と課題について聞き取り調査から明らかにした研究（たとえば[38]）や、避難情報伝達システムとしての臨災局の重要性（たとえば[39]）、被災者の視点に立つことや災害文化の継承に貢献するといった臨災局の特性について論じた研究（たとえば[40]）などがある。これらは狭い地域に特化した情報発信や、全国規模のニュースに左右されない情報伝達、被災者と共に復旧・復興を見守るといった、地域密着型のラジオとしての役割を指摘している。

しかし、それに比べ聴取人口や影響力が大きく、報道機関でもあるマスメディアのラジオについてはどうだろうか。災害時に重視される情報伝達メディアとしての機能に着目した研究も多い（たとえば[41]）。またラジオの放送内容を分析し災害直後に必要な情報を提供できたのか、検証する研究も多い（たとえば[42]–[44]）。しかし、[25]や[26]に挙げたリスナーの声のように、リスナーの心理面に作用し、従来の災害放送の 4 パターンからはみ出すようなラジオの役割について、親密性に着目し詳細に掘り下げた研究はまだ少ないといえる。このため、本研究では日本民間放送連盟に加盟する民放ラジオを研究対象に、災害直後の情報伝達手段にとどまらないラジオの役割について、可能な限り客観的なデータを用いて明らかにする。

1-1-3 なぜ民放ラジオなのか

本研究の研究対象を民放ラジオとする理由は、災害時における役割が規定されていることと、地域に根差した放送が可能なこと、そして災害放送を担える規模と歴史が存するからである。

放送法第108条によって放送メディアは災害時の放送が義務付けられている（たとえば[45]）。また気象業務法第13条では、気象の予警報が発表された場合、気象庁から直ちに報道機関に通知され、報道機関はこれを公衆に周知させるように努めなければならないとされている[46]。さらに災害対策基本法の中でNHKは指定公共機関、民間放送局は指定地方公共機関として位置づけられ、業務を通じて防災に貢献しなければならない。ただ受信料を主な財源とする公共放送であるNHKは、営利企業である民放とは放送法上でも異なる扱いとなっている。また全国統一組織であるNHKに対し、民放は地域放送を基軸として設置されてきた歴史があり[47]、原則、都道府県を単位として放送免許を交付されてきたため、地域に根差した放送が可能である。また民放連に加盟するラジオ局は、日本で民放が誕生した1951年当時から存在する局もあり、災害放送の経験がそれなりに蓄積されている。

一方で地域密着型のコミュニティ FM は局に蓄積される災害経験や人員が必ずしも十分とは言えず、災害時には被災の全体像を把握するための取材や情報が不足する可能性もある。また放送法・電波法上、一部の項目については放送の条件が緩和されており、たとえば毎日の放送は努力義務となっている。また経営が不安定な局も多く、阪神・淡路大震災の被災地で多言語放送を続けてきた FM わいわいも経営危機などを理由に 2016 年に放送免許を返上しインターネット放送局に移行するなど、1992 年の制度化以降、21 局が廃止されている（2016 年当時）[48, p. 6]。

また災害発生後に開設される臨災局については、コミュニティ FM の設備を使用するなど既存のコミュニティ FM が協力することも多い。ただ臨災局は災害前には存在しないため、災害前の予防報道から復興までの長期にわたる分析をすることができない。これらをふまえ、地域性と災害放送の経験があり、日常と災害時の継続的な放送を担う民放ラジオを研究対象とした。

1-1-4 災害報道と災害放送

本研究では「災害放送」という用語を意識的に用いている。通常、災害に関するマスメディアのニュース報道・情報伝達は「災害報道」と呼ばれ、報道記者が取材している。しかし民放ラジオの多くは新聞やテレビと異なり「報道」と名の付く部署を持たない。第3章で述べる民放ラジオ全社アンケートでは、報道と名の付く部署があるのは AM48 局（当時）中 8 局、FM52 局中 2 局であった。しかしたとえ報道部署がなくてもラジオは災害時、放送法で定める被害軽減や防止に努めなければならない。過去の災害では、ジャーナリスティックな災害報道ができなかったとしても「被災者が困っていることを次々に紹介した」「少しでも日常を感じられるよう音楽をかけた」といった内容で放送を続け、リスナーに

支持された例もある。筆者はラジオ担当者として民放連の研修を受けた際「ラジオは災害報道ができないと卑屈になる必要はない。音楽や励ましの言葉を紡ぐ災害放送をすればよいのではないか」といった議論に参加したことがある。災害時、ラジオが行っているのは狭義の報道だけではなく、被災者を励ます広義の「災害放送」である。このことから本研究ではラジオが担うのは「災害放送」だという前提で考察を進める。

1-1-5 「ラジオ」が意味するもの

本研究で扱う「ラジオ」は、ラジオというメディア（媒体）だけではなくラジオに携わる制作者やパーソナリティーなど出演者、ラジオが発信するコンテンツなど人や放送内容、放送局という組織を含む幅広い概念でとらえている。メディアは本来、コミュニケーションを媒（なかだち）する事物のことであり[49, p. 26]、それ自体はいわば無色透明の存在であると考えられてきた。しかしマクルーハンが「メディアはメッセージである」[27, p. 7]と主張したように、メディアはそれ自体に作り手の主張や思いがのったものであると、その存在意義が変化してきた。水越も「メディア論は、『媒体』だけの研究ではなく、それが広く人間や社会にもたらす『媒介』という作用の研究を含んでいる点が肝要」と指摘している[49, pp. 26-27]。そして媒体（メディア）の働きである「媒介（メディエーション）」は情報の「伝達」と、感情や思想の「共有（交感）」という二つに分けてとらえることができ、メディアの働きはこれらの二者択一ではなく、それらが複合して成り立っているととらえるべきだとしている[49, p. 27]。この考え方にに基づき、本研究では「ラジオ」という概念を幅広くとらえ、第2章でメディアとしてのラジオ、第3章で放送局・制作者としてのラジオ、第4章で制作者やパーソナリティーとしてのラジオ、第5章でラジオの番組コンテンツや制作者、出演者としてのラジオを扱うことにする。

1-2 論文の構成

本論文の構成は以下の図の通りである。

第1章で研究の背景と目的を述べ、第2章でラジオのメディアとしての歴史及び日本における災害放送の歴史を述べる。第3章から第5章は事例研究である。第3章ではラジオの制作者側が災害放送に対してどのような意識を持っているのか、日常の放送との関係は何かについてアンケート調査を基に分析する。第4章ではリスナー側が災害放送においてどのようなコミュニケーションを行おうとしているのか、メールを基に分析する。さらに第5章では災害放送が長期に継続した場合のサイクル性などについても考察する。これら三つの事例から導き出されたラジオの特性について第6章で考察する。そして第7章で結論を述べ、今後のラジオの災害放送に関する提言を行う。

1.はじめに（研究の背景・目的等）



2.ラジオの歴史



3.ラジオにおける災害放送と日常の放送との関連性

4.リスナーからのメールにみる共感性

5.災害放送の長期継続と災害対応サイクル



6.ラジオにおける内向けの放送と共感性



7.おわりに（全体のまとめと提言）

図 1 論文の構成

2 ラジオの歴史

本章ではラジオというメディアが誕生し、現在のような災害放送を行うようになるまでの歴史を『20 世紀放送史』[6]などをもとに振り返るとともに、声によるメディアというラジオの特性について述べることにする。

2-1 ラジオの誕生

ラジオの由来は 1837 年、モールスが発明した電信機にまでさかのぼる。それはケーブル敷設を必要とし、モールス符号によって通信を行うものだった。その後 1876 年、モールス符号ではなく人の声や音楽をそのまま電線を介した電気信号で伝える電話をグラハム・ベルが発明すると、1880 年代にアメリカとヨーロッパの都市で急速に普及した。初期の電話は、放送に似た使われ方をしたといわれる。電話の加入者に牧師の説教やコンサートなどを送信していたのである。なかでも 1893 年からハンガリーのブダペストにあるテレフォン・ヒルモンド社が開始したサービスは最も注目された。これは、毎日、朝から夜までほとんど休止時間を置かず、大体 30 分刻みで番組を編成して、電話加入者に向けて送信し、加入者はイヤホンで聴取するというサービスであった[6]。

吉見[50, pp. 113-116]はテレフォン・ヒルモンドについて、政治や経済、スポーツのニュース、講演、演劇、音楽会、朗読といった番組をマジャー語で加入世帯に提供しつづけた特筆すべき存在だとする一方、草創期の電話を考える上で「見過ごすことのできないのは電話交換手たちの役割である」[50, p. 120]と指摘し、以下のように述べている。交換手のほとんど女性であったが、たとえば、電話普及の初期にあたっては、一部の交換手たちは回線網がすべて正常につながっていることを確かめるために、毎朝、各々の家に電話をかけて朝の挨拶をしなければならなかった。当然、契約者たちはこうした際に不満や尋ねごとを伝え、二言三言の世間話もしたと思われる。その結果、交換手のところには住民一人ひとりからの情報が集約されていくことになった。交換手たちはまた大火の際には交換局に最後までとどまり近隣住民に避難を呼びかけることもし、災害の状況や火事が起きている場所、道路の積雪状況などを伝える情報も加入者に提供していた。当時、女性交換手たちは、自分が地域の情報網の結節点として重要な責任を担っているのだという自覚を持っていた[50, pp. 120-126]。現在もラジオは、特に災害時に重要な情報の結節点となり、情報の多くはリスナーから集まる。こうした現在のラジオの特性は、その原型である電話の歴史をみれば理解できるといえる。

一方、線を必要としない電波の無線送信は 1895 年、イタリアのマルコーニによって成功をおさめ、船会社や新聞通信社、さらには軍隊が、無線電信を利用することになった。次に人々は人の声や音楽などを無線電信によって送ることを考え始める。1904 年にイギリスで 2 極真空管が、3 年後の 1907 年にはアメリカで 3 極真空管が発明されたことで、電

波で人の声や音楽、あらゆる種類の音を運ぶ条件が整った[6]。

1914 年、第 1 次世界大戦が始まると、無線通信機は有力な武器となった。アメリカではゼネラルエレクトリック（GE）とウェスティングハウスの二大電気機器製造会社が、連合国と米国政府の発注をほとんど一手に引き受けて大きな利益を上げる。しかし 1918 年に大戦が終結すると両社は大きな市場を失った。水越によると、第一次世界大戦終了後に設立された国策企業・ラジオ・コーポレーション・オブ・アメリカ（RCA）がアメリカにおけるラジオ無線産業を掌握し、1919 年、GE との相互特許協定を締結した。協定への参画に立ち遅れたライバル会社のウェスティングハウスは苦しい立場に立たされた[51, pp. 42-56]。しかしこれが「無線機」としてのラジオではなく「放送」を提供するラジオへの発想につながった。ウェスティングハウスにいた F.コンラッドが始めた実験放送をアマチュア無線家たちが熱心に聴取するようになり、1920 年、定時放送をする世界で最初のラジオ局が誕生した。それがアメリカ・ピッツバーグの KDKA 局である[51, pp. 62-73]。

一方でラジオは植民地との直接的コンタクトを望んだ旧宗主国にも利用され、1920 年代からオランダ、ドイツ、フランスに続きイギリスの BBC が短波による国際放送を始めたほか、アメリカでは第二次世界大戦期に国際放送の重要性が見いだされ、国営放送としてヴォイス・オブ・アメリカ（VOA）が創設された[52]。また、ナチス・ドイツがその理念を国民に浸透させるため管轄下におくなどラジオは思想教育にも利用された（たとえば[53]）。他方、冷戦期の東欧に「客観的なニュース」を伝えようとラジオ・フリー・ヨーロッパ（RFE）やラジオ・リバティ（RL）がともにミュンヘンに拠点を置き、国営放送が伝えない情報を伝え、ビロード革命で大きな役割を果たしたとされている[52]。

2-2 ラジオの災害史

日本でラジオが開局したのは 1925 年である。普通選挙が実現する一方、治安維持法が成立した年でもある。戦争へと突き進む中で、瞬時にあまねく同一の情報を伝達するラジオの機能が利用され、ときには虚構を含んだ大本営発表を行き渡らせることにもなった。その反省から出発した戦後のラジオは多様な番組を提供し、市井の人々にもマイクを渡す変革を行った。一方でラジオが直面した数々の災害は、同時性、速報性といったラジオの特性が最も発揮される局面でもあった。今日の災害放送は、災害のたび試行錯誤を積み重ねた結果である。ここからは、日本で起きた災害を軸にラジオの歴史を振り返ることとする。

2-2-1 ラジオ開局を後押しした関東大震災（1923）

日本でのラジオ誕生は災害と深く結びついている。関東大震災（1923）で人の口を介したデマが広がったことが、ラジオへの期待を人々に抱かせ、開局を早めた。竹山[54, p. 12]によれば、世界ではアメリカ（1920）に次いでイギリス、ドイツ、ソビエト、フランスな

ど 15 か国がすでにラジオの電波を発信していた。こうした情報は日本にも伝わり、人々は「線がないのに遠くのが聞こえる文明の利器」に大きな関心を寄せ始めていた。

『20 世紀放送史』[6]によれば、東京、横浜の両都市を壊滅させた関東大震災当時、新聞社は東京に 16 社、横浜に 3 社あったが、激震で社屋が倒壊したり焼失したりする被害を受け、新聞の発行は不能になった。被災地での情報収集と伝達の機能が完全に失われてしまったことで、地震の直後から東京や横浜の被災地では「もっと大きな地震が起こる」というような流言が広がっていた。それはやがて「朝鮮人が徒党を組み爆弾を持って襲撃してくる」とか「井戸に毒薬を投げ込んで回っている」といったものに変わった。これらの流言は被災者の不安を一挙に増幅し、町々に自警団が結成され、自警団の暴走で大勢の朝鮮人が殺された。新聞が機能しないままに混乱と被害が拡大しただけに「放送があれば」の思いが人々の間に広がった。

竹山[54, p. 13]によれば、日本政府は 1922 年ごろからラジオ放送について具体的な検討を始めていたが、なかでも新聞企業はラジオの持つ速報性・同時性に注目し、ラジオを掌握することによって新聞事業を発展させたいという意欲を持った。このため主要各新聞社は一種のイベント・キャンペーンとして無線電話の実況公開などを行っていた。竹山は当時の新聞記事から、放送開始前にすでにラジオ関連の記事のなかに「ラヂオ・ファン」「ラヂオ気分」という新しい造語がたびたび登場し「満都のラヂオ・ファンは」「大いにラヂオ気分をそそられた」というように使われていたと指摘する[54, p. 33]。これは、まだ見も聞きもしていない新文明・ラジオに心を奪われる人びとがすでに多数存在していたことを示している。竹山は「文明の利器によって、天来の声が居ながらにして聞こえるとはなんて不思議」というのが一般のラジオ・ファンのラジオ気分であったとし、ラジオ熱の高まりは、第一次世界大戦後の大正デモクラシーの時流のなかで大衆社会が求めたモダニズムの雰囲気と、まことによくマッチしていたと分析している[54, p. 40]。

1925 年 3 月 22 日、日本のラジオ第一声が電波に乗った。東京放送局の総裁となった後藤新平はラジオ事業に対する抱負を述べた。それは「無線電話」に四つの機能があるとするものだった。第一は都市と地方、年齢性別などの壁を撤廃し文化の機会均等を提供するというもの、第二はそれまで家庭の外に求めていた娯楽がラジオを囲む一家団らんへと変わり、家庭生活の革新をもたらすこと、第三は耳から日々各種の学術知識を注入することによる従来の教育機関に一大進歩を与える教育の社会化、第四は海外の経済事情や株式、生糸、米穀などの取引市況が速やかに関係者に報道されることで商取引が活発になるとの期待であった[6]。

竹山[54, p. 26]は、津金澤[55, p. 125]の「後藤新平のラジオ文明論の文脈には、ジャーナリズムとしてのラジオの社会的機能の視角は欠落している」とする指摘を引用するとともに、その理由について「電波メディアの同時性、速報性というジャーナリズムとしてのすぐれた特性への言及がみられないのは、背景に新聞各社への配慮があったからだ」としている[54, p. 28]。しかしラジオの持つ同時性、速報性は本研究の 2-2-2 以降に述べる

一方でラジオの開局を後押ししたともいえる関東大震災について、ラジオはその後も長期にわたり、伝えていたことも記録からわかっている。図 2 は NHK 放送博物館に保存されている東京放送局の確定番組表（放送が行われた通りの番組表）である。1946 年 5 月 2 日午前 7 時 30 分から「近頃の関東地震について(1)」と題した 15 分間の講演を行っている理学博士・今村明恒は、関東大震災の前、大地震の危険性を警告していた地震学者である。

[illegible]

午前 7 時 30 分から地震学者・今村明恒の講演が放送されている (NHK 放送博物館蔵)

13

2-2-2 津波警報整備のきっかけ—昭和三陸津波（1933）

ラジオ開局の7年後、昭和三陸地震津波（1933）が東北の三陸沿岸を襲った。明治三陸地震（1896）により約2万2,000人が犠牲となった場所であったが教訓が生かしきれず、1,522人が犠牲となった。福和[56]は、ラジオを通して津波被害が報じられたのは地震発生から4時間後だったとしている。それでも新聞よりははるかに速いメディアであったが、津波の前に避難を呼びかけることはできなかった。組織的な津波警報や避難の情報を出す体制がまだ実現していなかったためである。気象業務側ではこの時の反省をもとに東北の気象官署が検討を重ね、1941年に三陸沿岸を対象にした津波警報組織が発足、その後1949年に全国的な津波警報組織ができた。

2-2-3 発電設備の必要性—室戸台風（1934）

昭和三陸地震津波の翌年、室戸台風（1934）が上陸する。この台風は九州から東北にかけての広い範囲に被害をもたらし、死者・行方不明者は3,036人に及んだ。なかでも台風が直撃した近畿地方、特に大阪府では、台風の接近と児童・生徒の登校時間が重なったため暴風により小学校の校舎が倒壊、1,888人が犠牲となった。このうち694人が児童・生徒と教職員であった。事前に中央气象台と地方測候所がそれぞれ暴風警報を出していたが、当時は台風の位置決定に1時間以上を要した。また通信が途絶して室戸岬測候所のデータを大阪測候所に送ることができなかったことなども重なり、大阪を直撃する朝、午前7時のラジオは数時間も前の観測情報しか伝えられなかった。このため人々はいつものように通勤・通学したが台風の接近で状況は一変し、登校したばかりの児童は古い木造校舎の下敷きとなって死亡した。

もう一つの大きな教訓が、放送側と聴取者双方の停電対策である。大阪測候所は午前7時10分に台風の急な接近を知り、大阪中央放送局（BK）に連絡、BKは早速この情報を伝えたが7時42分に電力会社の送電が停止してしまった。当時は放送局に非常用発電設備がなく、必要最小限度の情報をできるだけ簡略化し1時間ごとに放送、蓄電池を節約しながら30時間43分にわたる放送を続けた。ところが聴取者の多くはこれらの情報を聞くことができなかった。当時のラジオ受信機の大部分は電灯線から電源を取るエリミネーター式受信機だったからである。台風襲来のさなかにラジオが情報伝達の機能を果たせなかったことは世間の厳しい批判を受けることになり、1937年度末までに全放送局への非常用発電装置の設置が完了した。

2-2-4 戦時下の放送—扇動に利用されたラジオ

約100年に及ぶ日本のラジオ放送史の中で深い反省とともに刻まれるのは、戦争におけるラジオ放送である。盧溝橋事件（1937）を発端とする日中戦争から太平洋戦争終了（1945）まで、日本は長く続く戦争の時代に入る。ラジオは優れた同時性、速報性を持つがゆえに、戦時下においては人々を扇動する道具としても用いられることとなった。

非常時のラジオの役割の重要性を知らしめたのは「2・26 事件」(1936) である。青年将校が陸軍部隊を率い、首相官邸、陸軍省など議事堂周辺を占拠した。戒厳令も布告されたが、3 日後、抵抗すれば勅命に反する逆賊になってしまうとラジオを通じて呼びかけた「兵に告ぐ」の放送などで続々投降、反乱軍は鎮圧された。その後 1940 年、情報報道を統制し国民へ国策を徹底させる情報局が政府に発足し、戦時の放送を強大な権限で指導していった[57, pp. 32-33]。

戦局を知りたいと人々はラジオの大本営発表に神経を集中した。やがて空襲が激しくなると、警報を伝えるラジオが命綱となる。1941 年、日本軍が真珠湾を攻撃したことにより、太平洋戦争が始まると、戦時下のラジオは「挙って（こぞって）国防 揃ってラヂオ」の標語や、戦意高揚に加担する「放送報国」の掛け声のもと、政府の施策を国民に徹底し、日本の主張を海外に宣伝することに全力を尽くした。また戦争末期においては敗戦の色が濃くなっていたにもかかわらず、事実と異なる大本営発表を伝え続けた。ラジオの聴取者の数は戦時色が日増しに濃くなる中で増え続けていた。日本軍が優勢であったのは最初のわずか半年ほどであった。やがて太平洋の各地で日本軍の玉砕が続き、本土は空襲にさらされ、沖縄では多くの県民が地上戦に巻き込まれることになる。広島と長崎に B29 が原爆を投下し、ついに 1945 年 8 月 15 日、戦争は終結する。長い戦いの終わりを告げたのは、ラジオから流れる「玉音放送」であった。

2-2-5 戦争の影響―鳥取（1943）・東南海（1944）・三河地震（1945）

太平洋戦争半ばごろから終戦直後にかけて、日本列島は毎年のように大災害に見舞われた。鳥取地震（1943）東南海地震（1944）三河地震（1945）の三つの大地震である。しかし軍による報道統制が徹底し、当局の発表は地震があったという事実にとどまり、ラジオ放送においても詳しい被害状況の報道は許されなかったとされる。

ただそのなかにあっても、鳥取地震では関東大震災の教訓を生かそうとする努力が行われた。『日本歴史災害事典』[58]によれば、被害を受けたラジオが復旧した 9 月 14 日の午後 0 時 10 分から、鳥取放送局で知事が人心安定・復興意欲の高揚を目的とした放送を行った。また県庁内や集団避難所・その他要所に非常時受信機を設置し、ラジオ自動車（ラジオを搭載した自動車）を運行し、連日にわたり復旧の進捗状況・物資の配給・復興精神の作興・周知事項などの放送を行った。震災の翌年 1944 年に発行された『鳥取県震災小誌』においても「震災といえはすぐにもわれわれの脳裏に浮かんでくるのは関東大震災の民心の動揺とそこから醸し出された幾多の不幸な出来事への連想である」と記載されており、関東大震災でおきた流言飛語を防ごうとしたことを窺うことができる[58, p. 498]。この先行研究からは、デマを防ぎ被災地の「内」に向けた生活情報を放送しようとする努力を知ることができる。

2-2-6 占領と放送

1945年9月、降伏文書の調印式が行われ、日本はGHQ-SCAP（連合国軍最高司令官総司令部、以下GHQ）のもと、非軍事化と民主化の道を歩み始める。それとともに、ラジオも言論の自由、民主主義を目標に変わることが求められた。GHQによる占領政策の一環としてラジオもGHQの民間情報教育局（CIE）ラジオ課の細部にわたる指導と監督の下におかれ、国民の声を積極的に取り入れた新しい番組企画が次々登場した。そこにはラジオを通じ民主化教育を行おうとするアメリカの意図があった。

放送における戦後改革を象徴する言葉が「マイクの開放」である。それまで放送する側だけが主導権を握っていたマイクに向かって、聴取者が自分の意見を述べる番組が始まった。事前検閲を伴う制限付きの言論・報道の自由であったが、こうした中から新しい時代の新しい番組が生まれた。たとえば「街頭録音」は銀座・資生堂前の歩道に台を置いてステージ代わりにし、テーマを決めて人々の意見を聞く番組であった。深刻な食糧難にあった1946年6月3日の初回放送では「貴方はどうして食べていますか」がテーマであった。この頃の人々にとって、人前で改まって意見を述べるのは容易なことではなかったが、放送を重ねるにつれて毎週金曜日の収録に大勢の人が集まるようになった。「街頭録音」は直接民衆にマイクを開放する形で、戦後民主主義の定着に寄与したとされる。

また、1946年7月に始まった新番組「尋ね人」も、のちの安否放送への流れをくむ重要な放送である。終戦時、海外には660万人を超す日本人の軍人・軍属・民間人がいたが、こうした特定の個人の消息を尋ねる番組であった。聴取者からの手紙を読み上げて消息を知る人に情報の提供を呼びかけた結果、肉親や知人の消息を知りたい、あるいは留守家族に消息を伝えたいという切実な思いを込めた手紙が続々と寄せられた。放送開始から3年間にとりあげた放送依頼は1万9,515件で、このうち、ほぼ3分の1にあたる6,797件について消息が判明した。

一方で大衆に受け入れられなかった番組もある。1945年12月9日から始まった「真相はかうだ（こうだ）」である。企画、脚本、演出すべてをCIEが手がけ「南京大虐殺」「バターン半島死の行進」など日本軍による残虐行為を再現して聞かせるものであった。反響は大きく、投書が殺到したが、その内容のほとんどは番組を非難攻撃するものであった。日本軍の悪逆非道を誇張し事実を歪曲した部分も少なくなかったため、聴取者の反感を買ったという。結局、表現手法が刺激的すぎたため、後発番組も1946年11月に終了した。

その一方で日本の民主化、非軍事化が進む中で労働運動が激しくなり、1946年10月には放送ストライキが21日間続き、この間、放送の国家管理が実施された。翌1947年2月には大規模なゼネストがGHQの命令で中止に追い込まれ、ラジオを通じて労働運動の指導者が涙ながらにストの断念を伝えた。

1947年の新憲法施行後は野球中継や水泳などスポーツ放送が次第に盛んになり、放送が自前で取材し報道するための「放送記者」も誕生した。

2-2-7 戦後の災害—枕崎台風（1945）・南海地震（1946）・福井地震（1948）

太平洋戦争終結直後、枕崎台風（1945 年 9 月）が上陸した。室戸台風・伊勢湾台風と並び、昭和の三大台風に数えられる台風である。被害の中心は広島であった。台風が接近していた広島地方気象台は原爆から 1 か月余、まだ広島県地方の天気予報を出す体制に戻っておらず、このときも台風接近の情報を県庁や市役所、放送局などに伝えただけであった。当時の台風情報は精度も低く、台風の進路に当たる地方は次々に停電し、ラジオを聞くこともできなかった。情報空白地帯となった広島市に超大型台風が直撃した。予防のための強い呼びかけもできず、停電により人々は情報を聞くこともできなかった。気象観測と情報伝達体制両方の復興・整備が強く望まれた災害であった。

戦後の南海地震（1946）でも、放送は防災の機能を果たすことはできなかった。住民を避難させる津波警報自体が出されなかったためである。ラジオも伝えるべき情報を持たず、地震に続く津波の不意打ちが、被害をより大きくした。

そしてようやく戦災から復興しつつあった福井市を福井地震（1948）が襲った。GHQ によって被害が詳しく調査された[58, p. 536]。またこの 8 か月前の 1947 年 10 月に施行された災害救助法が適用された最初の大規模災害であった[58, p. 541]。

地震で NHK 福井放送局の放送は停止し、福井市内では「福井がこんなにやられたのだから、東京や大阪、名古屋はもっとひどいのではないか」という流言が広がった。しかし福井放送局は手持ちの受信機で NHK 大阪や名古屋の放送を傍受し、地震の被害が福井県に限られていることを知る。そして早速このことを手書きのビラにして駅や県庁に貼って回った。また借り上げたトラックにスピーカーを据え付け、アナウンサーが乗り込んで各地からの救援の動きや県・市からの配給だより、お知らせを伝えて回ることもした。

また福井には大阪から 2 人の放送記者が取材の応援で派遣されたが、このとき日本で初めて「記者リポート」が放送された。電話中継所に設けられた臨時スタジオから、取材した被災地の様子をまとめた原稿を口頭で伝えるものであった。

2-2-8 民放の誕生

1950 年に始まった朝鮮戦争による特需で日本経済は復興の軌道に乗る。しかし米ソ冷戦により占領政策が転換し「レッド・パージ」で新聞・放送や民間産業・官庁の共産黨員などが一斉に罷免・解雇された。民主化・非軍事化を目的に進められていた政策は、警察予備隊(のちの自衛隊)設置や公職を追放された人々を復帰させるなど逆行する動きをみせ、いわゆる「逆コース」が始まった。日本政府や民間企業が、共産黨員またはその同調者と見なされた者を一方的に解雇した。1950 年 7 月から年末にかけて解雇された人数は、官庁で 1,177 人、民間企業では 1 万 1,893 人に及んだ。NHK では占領軍の政策に沿って NHK が自主的に解雇を行うとし、全国で 119 人の職員を解雇した。

こうした中 1950 年 6 月、電波 3 法が施行され、日本の放送は生まれ変わる。社団法人日本放送協会は放送法による特殊法人 NHK になり、新しい受信料制度の下で公共放送と

して再出発した。コマーシャルを入れた民間放送も認められ民放が誕生、NHK と民放の併存体制が始まった。1951 年を皮切りに誕生した民放ラジオでは、自由な放送を掲げて地方ごとの特色を出すローカル放送が行われるようになった。県域（都道府県）単位を基本とし放送免許が交付されることとなり、民放は従来の放送の在り方を厳しく批判し新しい自由な放送をうたって登場した。そして、型破りの企画や新聞社と一体となった報道活動で NHK に対抗した。

占領軍の支配は 1951 年、対日平和条約調印により終わりを告げた。

2-2-9 ローカルに徹したラジオ—西日本豪雨（1953）

民放の放送開始 2 年後の 1953 年、西日本一帯を梅雨前線による豪雨が襲った。「昭和 28 年西日本大水害」とも呼ばれる。福岡県で筑後川や遠賀川が決壊するなど、山口・福岡・佐賀・長崎・熊本・大分の 6 県を中心に 689 人が死亡した[58, pp. 556-557]。

この災害で、1951 年 12 月に開局していた福岡の民間放送・ラジオ九州（のちの RKB 毎日放送）は、NHK にはできないローカルに徹した放送を実施し、高い評価を受けた。ラジオ九州は福岡県の対策本部に「いつでも電波を提供する」と申し入れて、雨量や筑後川の水位、満干潮の時間や濁流のもようなどを刻々と伝え、さらには堤防の決壊や物資の買い占めなどのデマを打ち消す情報を終夜放送で流し続けた。当時の NHK はまだ全国放送を中断して機動的にローカル編成を組む態勢ができていなかった。

1953 年に発行された冊子「九州水害と民間放送」[59]には、新聞が数日配達不能となり、ラジオが特性を発揮し喜ばれたことが記録されている。暴風がなく電線が切れなかったことが幸いしたのだが「NHK より RKB のほうがより自由に思う存分公共の福祉のため聴取者のため働くことができた」と記録されている。RKB によって書かれた記録誌であるため、多少の誇張は考慮すべきだろうが、次のような書きぶりである。「NHK は『何はおいても公共放送たる NHK』という態度を貫いたのに対し、RKB は娯楽放送をぶち切って 1 日 70 本のニュース。气象台、鉄道、災害対策本部発表を刻々と告知。小倉の貯水池決壊のデマを粉碎。救援隊出動のニュースを出して孤立地を激励。NHK 以上の公共放送であった」。また、一般の人の手記として「NHK だと放送時間を変えられないでしょう」「誠意ある放送。气象台と放送局との直接電話をそのまま報じてくださった」との言葉も紹介されている。

民放の参入を迎えたことにより、ラジオはより柔軟な放送を可能にしたといえる。被災者向けに特化した情報は現在もラジオの災害放送において重要である。その原型を西日本大水害のラジオ九州に見ることができる。

2-2-10 被害防止に役立つ台風情報へ—洞爺丸台風（1954）

1953 年、日本でテレビが開局する。まず NHK、半年後に日本テレビがそれぞれ放送を開始した。テレビ開局後、最初の災害が 1954 年の「洞爺丸台風」である。台風 15 号によ

り国鉄の青函連絡船「洞爺丸」が函館港外で沈没し、乗客・船員のうち 8 割にあたる 1,155 人が死亡する日本海難史上最悪の事故が起きた。9 月 26 日の NHK ラジオは、午後 7 時のニュースで洞爺丸が 4 時間遅れて出港したことを伝えたが、青函鉄道管理局もその後の状況を把握できないまま時間が経過した。そこに洞爺丸座礁の第一報が飛び込んできた。暴風雨が吹き荒れ、停電と電話の途絶で取材もままならず、洞爺丸の遭難が確認されたのは翌 27 日の午前 0 時過ぎであった。NHK は北海道向けに終夜放送で台風と海難のニュースを伝えたが、洞爺丸事故の全容が判明するのは 27 日の朝になってからであった。民放である北海道放送やラジオ青森（後の青森放送）は、協力関係にあった地元新聞からの情報を基に、終夜放送でこの事故を伝えた。

洞爺丸事故では、台風情報が適切だったかどうか、的確に伝えられたかが国会や海難審判の論議で焦点になった。この事故の 2 年前、1952 年に気象業務法が制定された。気象庁は気象や津波などに関する予報や警報を出したときには、放送や報道機関を通して一般に知らせなければならず、NHK は警報の通知を受けたら直ちに放送しなければならないと規定された。海難審判は「洞爺丸船長の過失が直接の原因」と裁決し、台風情報の発表や伝達に過失はないという結論を出した。放送が責任を問われることはなかったが、洞爺丸事故は放送が果たす役割の大きさを認識させた。同時に、発表された情報を速報するだけでなく、被害防止に役立つ「防災報道」が重要であることを関係者に痛感させた。

なお洞爺丸台風の被害を受け、中央气象台は業務の抜本的な見直しを迫られた。そして 1956 年に運輸省の外局となり気象庁が誕生した[58, p. 564]。

2-2-1 1 トランジスタラジオの発売（1955）

ラジオ受信機は当初、レシーバー付きの鉱石ラジオが多かった。1928 年頃から電灯線から電源をとる「エリミネーター式」と呼ばれる真空管ラジオが普及し始め、家族でラジオを楽しむことができるようになったが、停電になると役に立たないものであった。電池でも聞けるトランジスタラジオは、1955 年に発売された。そして 1960 年代にかけて普及し、茶の間だけでなく個室や車中、屋外で、しかも「ひとりで何かしながら」ラジオを聴くことを可能にしていた[60]。

2-2-1 2 初めての防災放送—伊勢湾台風（1959）

1959 年 9 月 26 日の夕刻、紀伊半島潮岬付近に上陸した台風 15 号は観測史上最悪の台風災害をもたらした。のちに「伊勢湾台風」と名付けられた。災害対策基本法が制定されるきっかけともなる、日本の災害史に残る台風災害である。

この台風の進路予想と危険予測はきわめて正確であり、NHK は気象庁にテレビカメラを持ち込み、予報官が直接テレビに出て情報を伝える本格的な気象庁中継を初めて行った。名古屋でも、NHK と中部日本放送（以下、CBC）が气象台にマイクを入れて毎時間、台風の現在位置と勢力、進路予想、注意事項などを伝えた。

またこの伊勢湾台風は、廣井が示している災害放送の4パターン[17]のうち「防災放送」が初めて行われた、災害放送の転換点ともいえる災害である。伊勢湾台風以前に災害の予防的な報道は皆無ではなかったが、報道の重点は、被害が判明してから被災地に取材班を送り込み、現地の様子を伝える「被害報道」に置かれてきた。伊勢湾台風ではそれが大きく変わり、被害報道の前に、台風への備えを呼びかける「防災放送」が行われた。NHK名古屋放送局やCBCは、停電や断水への備え、食料や医薬品の準備、老人・子どもの避難場所の確認、家屋の補強などをきめ細かく呼びかけた。

しかしタイムリーな台風情報の発表や防災の呼びかけが行われたにもかかわらず、空前の大被害を出す結果となった。その理由は三つある。ひとつは、東海地方が広範囲に停電し、肝心のときに台風情報が住民に伝わらなかったことである。当時の名古屋市内で停電時でも聞ける電池式ポータブルラジオの普及率は21%にとどまっていた。第二に、伊勢湾沿岸や名古屋市南部では、臨海工業地帯の開発や農地の干拓造成が進み、0メートル地帯に多数の人々が住んでいたが、住民には台風や高潮に対する危機感が乏しく、気象台の警告が徹底しなかった。第三に、大半の行政の対応が鈍く、万全の災害対策が講じられなかった。名古屋市の場合、立ち退き指示の時期や方法、避難誘導責任者や避難経路など具体的な計画がなく、実際に避難の指示もなかった。

廣井[18, p. 12]は、記録誌[61]を引用する形で「放送が必ずしも被害の防止に直結しなかったという反省から、その後、放送局では、気象台からの台風情報や大雨洪水警報をただ単に伝えるだけでなく、それぞれの地域がおかれている状況や、住民がどう行動したらいいかという行動指示まで放送すべきではないか、という機運が高まったという」と述べ「このように、わが国の災害放送のあり方を放送づける契機となったのは伊勢湾台風であった」としている。

2-2-13 災害対策基本法と指定公共機関（1961）

伊勢湾台風が契機となり1961年、災害対策基本法が制定された。法律では、国と地方公共団体に防災会議の設置や防災計画の策定を義務づけ、関係機関は計画に従って災害予防や応急対策、災害復旧などの防災活動を実施することを規定している。このときNHKも「指定公共機関」として総理大臣の指定を受けた。その結果、次のような責務を負うこととなった。

1. 防災業務計画を作成、実施し、国・都道府県・市町村の防災計画の作成、実施に協力する
2. 災害の予測や予報、情報の迅速な伝達のために必要な組織を整備し改善に努める
防災訓練を行う
3. 災害に関する情報の収集・伝達に努める
4. 知事・市町村長は災害に関する緊急の通知や要請、伝達（例えば避難命令など）

を行うために必要な時には NHK に放送を求めることができる

また民放各局も都道府県単位の指定地方公共機関となった。大きな災害が相次ぐ中、災害時の放送の機能や役割が広く理解され、法律や制度のうえでも責務が明確にされることによって、ラジオやテレビにおける災害報道の比重はいよいよ大きくなっていった。

2-2-14 テレビとラジオの役割分担—新潟地震（1964）

1964 年に起きた新潟地震は、テレビは被災地の外に向けて被害映像を、ラジオは安否不明の人を探す地元の人たちに向けた情報を、というテレビとラジオの役割分担が明確になった地震である[18]。テレビは 1959 年 4 月の「ご成婚パレード」をきっかけに爆発的に普及し、1960 年にはカラーテレビが放送を開始していた。「新潟地震と放送」[62]には当時の放送内容が詳しく書かれている。地震が起きた日は、新潟県で第 19 回国体を成功のうちに終えた直後で、全県あげてはなやかなムードにつつまれていた。このため新潟県民の精神的な衝撃もまた、はかり知れないものがあったとしている。普及し始めていたテレビでは、水びたしになった街並みや信濃川に崩落した昭和大桥、傾いた高層建築などを全国民の前に映し出すと同時に、石油タンクの何度目かの爆発で空いっぱいに広がった黒煙と、不気味な火焰をはっきりととらえたという。

しかし新潟全市は地震で停電した。このため新潟市民はテレビの映像を見ることはできなかった。NHK 新潟ではテレビ・ラジオともに電波が中断したが、電力再開まで自家発電機で 60 時間連続運転した。停電でテレビが見られないため、ローカル放送ではラジオに全力をつくすこととなった。ラジオは県の災害対策本部や街頭を多元中継でむすび、被害の実情と救援の進み具合、被災地の人達を安全な避難場所に導くための放送をした。そして「たかまる不安に対して市民をはげますメッセージ、静かな音楽を流して市民の気持ちのたかぶりをしずめるようにつとめた」としている[62, pp. 6-7]。

ラジオの放送で特に反響が大きかったのが、尋ね人の放送、つまり現在の「安否放送」である。新潟唯一の民間放送であった BSN ラジオ（現在の新潟放送）は停電し、本社スタジオからの放送が不可能となったため、送信所を特設スタジオにして放送を続けた。

当時のアナウンサー・對間英洋は新潟県警本部からの中継を担当していた[63]。「福島県会津若松から新潟に修学旅行に来ていた小学校の教頭先生が、県警本部にいる自分たちのところに来て『自分たちが全員、無事でいるということを放送してくれ』と言ってきたのがきっかけです」と「安否放送」の始まりについて答えている。また「1964 年当時の放送法では、個人情報流すことは禁止されていたんですよ。（中略）でも報道部長が私に『お縄ちょうだいを覚悟してやろう』ときっぱりと言い、私も覚悟が決まりました。この尋ね人放送がきっかけになって、情報がどんどん集まるようになりました」と話している[63, p. 21]。この放送を聴いた「行方不明の肉親を捜す」被災者が、県庁の対策本部前に続々と列を作り、BSN ラジオは災害情報と合わせ「安否情報」を放送し続けた。地震発生からの

特別放送は翌々日の未明まで 37 時間、尋ね人（安否情報）の数は 5,000 人にも及んだという。

一方 NHK 新潟放送局では、小・中学校の生徒や外出していた人約 3,000 件の消息を「〇〇町の△△さんは無事で〇〇避難所にいます」などとラジオで伝え続けた。

NHK 新潟放送局編「新潟地震と放送」[64]に記録された取材デスクのメモによると、発生後 2 時間ほどたったころ「修学旅行の女子高校生の一行が無事避難しているので伝えてほしい」という要望がまず入ってきた。これについては当初ためらいもあったが「非常の際、まず一番知りたいのは肉親、知人の消息である。この尋ね人放送は異常な程反響があった」[64, pp. 52-53]としている。その後、新潟放送会館玄関に放送受付を特設、人々が殺到し、三千数百件の受付が行われた[62, p. 8]。NHK 放送博物館に残る当時の手書きメモを筆者が調べたところ、ありあわせの紙であったことがわかるような様々な種類のメモが残され、カーボンを敷いて複写したもの、鉛筆で書かれたものなどがあり「〇〇さん、××さんは△△さん宅で無事にしていますから御安心下さい。」などと書かれていた。

また記録には、ラジオから安心感を得ようとする市民の姿が残されている。「浸水してしまった自動車からカーラジオを真先にはずして聞いている市民も、あちこちで見られた」[62, p. 19]や、小学校教師の手記として「(揺れの瞬間、動揺して) ももをつねったときトランジスタラジオにふれた。『そうだ、ラジオだ。“みんな手をつないで足を踏ん張れ、ラジオがなにか教えてくれる”』」[62, p. 18]と呼びかけ安心させたエピソードが記されている。NHK 広報室は「テレビの圧倒的な普及のかげに、とかく存在のうすれていたラジオの、ほんとうの価値が、そのまま親密に被災者とむすばれたということは、こんどの＜新潟地震＞放送で立証された特質のひとつであった」[62, p. 8]としている。

新潟地震は、ラジオが被災地の内に向けた災害放送を担うべきメディアであることを痛感させる災害であったといえる。

2-2-15 切迫する地震に向けた防災放送—東海地震説（1976）

日本の災害報道において特異な位置を占めるのが東海地震の報道である。1976 年、当時東京大学の助手だった石橋克彦が公表した学説をきっかけに、大きな社会現象となった。まだ起こりもしていない地震に名称がついたのはこの「東海地震」が初めてである。

東海地震は、駿河湾から静岡県付近を震源に発生が予測されている大規模地震である。四国沖から遠州灘にかけての南海トラフでは百数十年ごとにマグニチュード 8 程度の大規模な地震が起きてきた。未破壊として残った遠州灘に地震の可能性があると言われていたが 1976 年、安政東海地震（1854）の新たな史料分析などを根拠に古文書が見つかり、駿河湾に歪みが蓄積しているとの見解が示されたのが、石橋による東海地震説である（ただし最近では、駿河湾内までを震源域とする大地震は南海トラフ巨大地震の中でもきわめて発生頻度が低い可能性も指摘されている[58, p. 87]）。日本では新潟地震後、河角広の「69 年周期説」（南関東地域における大地震の可能性が 69 年±13 年周期というもの）がメディアを

通じて話題となり、地震防災対策がにわかにクローズアップされていた[58, p. 53]。こうしたことも、地震防災に関心を向かわせる背景となっていた。また中国では 1975 年に起きた海城地震 (M7.3) の直前予知が成功し、予知に対する期待が高まっていた[65, pp. 112–146]。

東海地震説を受けて静岡県には翌 1977 年に全国で初めて「地震対策課」が発足し、1978 年には地震予知を前提とする「大規模地震対策特別措置法」(大震法) が制定された。そして専門家らによる「判定会」が招集され、「警戒宣言」が出されると経済活動が止まるという法的な仕組みが整備された。

放送メディアも積極的に地震の防災放送を行った。静岡の民放である静岡放送 (以下、SBS) のキャスター兼地震専門記者を務めていた川端信正は、筆者のヒアリング調査 (2021 年 7 月 19 日) に対し「一般の人々にとっても放送局にとっても非常に切迫感があった」と当時を振り返っている。SBS ではテレビ・ラジオともに東海地震に備えるために「何をすればいいか」を積極的に放送した。ラジオでは、毎日 1~2 分「家具の固定が大事です」などの「防災ワンポイントメモ」を 1 日 5 回から 10 回、「どんどんやった」という。テレビも週に一度は必ず「東海地震に備える」コーナーを放送した。川端は「切迫した状況だから、流すほうも受けるほうもできたんでしょうね。きょうかもしれない、あしたかもしれない。そんな空気だった」と話している。

同じく静岡県の地元紙である静岡新聞社でも、自分たちが近い将来、確実に震災に見舞われるという明確なイメージを持って徹底的に報道し、減災を目指した。またその報道を「震災前報道」と呼んでいた。現在では南海トラフ地震を視野に入れた特集などがその趣旨を引き継いでいるという[66]。

新聞との違いは、ラジオはリスナーの知りたいことに応える放送を意識していたことだった。川端は「学説を解説することよりもリスナーの疑問や行動の指針になることを優先して放送した。日常からリスナーとの関係性を構築していたからだ」という。東海地震説にまつわる防災放送にはラジオにおける減災コミュニケーションの原型を見ることができる。

2-2-16 「100 年に一度の大災害」—鹿児島県 8.6 水害 (1993)

1993 年 8 月 6 日、集中豪雨で鹿児島市の大部分が浸水し「100 年に一度の大災害」と言われるほどの爪痕を残した。いわゆる「8.6 水害」である。この災害で特に機能したのがラジオだといわれる。地元の民放である南日本放送 (以下、MBC) は午後 5 時前、すぐ横を流れる甲突川の水位がみるみる上昇し、あふれた濁流が社屋に流れ込みそうになった。社員が総出で土嚢を積んで浸水を防ぐ一方、ラジオは特別番組に切り替えて大雨情報を集中的に伝え始めた。NHK のテレビとラジオは細川護熙首相指名の国会中継を放送していた。ローカルの災害放送に切り替えた時には甲突川など市内の三つの河川が同時に氾濫し、広い範囲が浸水していた。県内が広範囲にわたって停電し、夕方の帰宅途中の車に閉じ込め

られた人々も多かった。人々は情報を求めてラジオに聞き入った。

MBC ラジオでは「情報スタッフ」と呼ばれる人たちが的確に被害の様子を伝えた。身近な情報を提供してもらおうと、県内各地に住む人たちに委嘱している制度で、例えば国道筋に住む人には、朝のラッシュの道路の混み具合を電話で報告してもらい、そのまま放送に出す仕組みである。竜ヶ水の近くに住む情報スタッフも「ほとんど周りは土砂崩れ、列車は止まったまま。車が海に押し流された。巡視船がこちらに向かっているのが見える」（午後 8 時 25 分）などと、スタジオからの呼びかけに対し、被災地の模様を見たままに伝えた。

一方で鹿児島市の中心部も浸水し、勤め人や買い物途中の人、旅行客ら大勢の人が安全なビルに避難した。だが、電話が集中してかかりにくく自宅との連絡がつかない。NHK と MBC はラジオでそうした人たちのための安否情報放送に踏み切った。NHK 鹿児島局では「市内鍛冶屋町の東京海上ビルに、無事避難していらっしゃる 174 人の皆さんのお名前です。ラジオを聞いているご家族の方々は、ご安心ください」と全員の名前を読み上げた。この放送がきっかけとなって中央郵便局、スポーツセンター、百貨店、スーパーなどに避難していた人の名簿が次々と送られてきて、名前が放送に乗った。

ところでラジオは 1969 年から FM 放送が次々に開局を迎えていた。この水害の半年ほど前（1992）に開局したばかりのエフエム鹿児島は、第 3 章で行った筆者のアンケート調査（2020 年 6 月）に対し、身動きが取れなくなったドライバーへの呼びかけをラジオ放送で行ったと回答した。深夜に桜島の対岸に位置する国道 10 号線が土砂崩れで通行不能になり、多くの車が立ち往生していた。そのドライバー向けに「鹿児島市から救助のフェリーが向かうので車を乗り捨てて乗船するように」という呼びかけの要請を鹿児島市から受け、割り込み放送で対応したという。翌日には雨が止んだが、各地で断水したため、給水車のスケジュールを放送で案内した。個別の被災者に向けた呼びかけや安否放送など、ラジオのローカル性が機能した災害だったと言える。

2-2-17 災害報道再考とラジオの生活情報—阪神・淡路大震災（1995）

戦後 50 年にあたる 1995 年 1 月、阪神・淡路大震災が起きた。近代都市が初めて震度 7 の激震に襲われた直下型地震で、災害時の報道だけでなく日常からの災害の伝え方についても大きな課題をつきつけた。

まず、専門家と一般の人々の認識の乖離が歴然とした。専門家は近畿地方でも歴史的に直下型地震が頻発していたことを認識しており、神戸市には活断層による地震の危険性を指摘する報告書も提出されていた。ところが一般の人々の間には「関西は地震が起きない安全な地域」であるとか「（漠然と）地震予知は可能」といった思い込みが広まっていた。これには事前のメディアの報道も一因であるとされ、日常からの継続的な防災放送の必要性が痛感された。

また、地震は放送局や行政機関が最も手薄な夜明け前の発生であったため、当初は被害

の把握すら困難であった。被災地への通信や交通が途絶して取材が困難になったこと、行政職員自身も被災者となったことなどが重なり、被害の軽微な周辺の情報はわかるのに中心部の被害がなかなかつかめない「災害情報のドーナツ化現象」が起きた[19, pp. 112-113]。また落下した阪神高速道路の高架橋付近や大規模避難所など、テレビ中継が特定の場所に集中したことによる過熱報道や、取材の偏り・集中が起きたことも指摘されている[19, pp. 115-116]。

そのなかにあって、ラジオは「被災地に向けた放送」に徹したことが評価された。神戸市に本社を置くラジオ関西は社屋が被災し、直後に 13 分 5 秒もの間、放送の音声が流れない困難に見舞われたが「被災地の被災した人たちに向けた救命・救援放送であること」などのコンセプトを掲げて放送を出し続けた。また記者が被災地を歩き、長田区の火災現場の近くで息子を亡くした被災者にインタビューするなど、被災地の現状を生々しく伝えた[67]。一方で本社ではリスナーからのリクエストを受け付ける電話回線を生かし、被災市民からの情報を受け付け、放送で流した。そこで寄せられた「水が欲しい」「透析のできる病院を教えて」といった切実な内容の電話について、個人の情報ではあるが大勢の被災者に共通した関心事、と考えたラジオ関西ではそのほとんどを放送で流した。放送されると直ちに、水を汲める場所や透析を実施している病院を教える電話がかかってきた[68, p. 205,250,252,254,258]。

また、大阪に本社を置く毎日放送（以下、MBS）では、放送のためスタジオに向かおうとしていたパーソナリティーが、他のメディアに先駆けて阪神高速道路倒壊の事実を電話リポートで伝えた。また地震直後から「被災者を支援したい」とする電話が鳴り響き、ラジオ関西同様、被災者の生活に必要な水や食料、銭湯、交通などに関するきめ細かい情報をリスナーの電話や取材に基づき流し続けた[69]。

新潟地震では「被災地の外に対して地震の惨状を伝える」テレビと「被災地向け」のラジオの役割が明確になったとされる[18]が、その役割がより明確化し、ラジオの評価が高まったのが阪神・淡路大震災であった。

一方で、震災によって、日本に住む外国人への情報提供が必要だという趣旨から、大阪の FM COCOLO や名古屋の RADIO-i など外国語 FM 放送局に一斉に免許が交付された。ただしその後、経営難により RADIO-i は放送を終了した[70]。さらには民放ラジオよりもきめ細かな情報を伝えるコミュニティ FM の重要性が認識され、被災地の FM わいわいなど多数のコミュニティ FM が注目されたが、FM わいわいも経営難によりインターネット放送局へと移行している[71]。

また災害が長期化・深刻化したことにより、被災地や被災者のその後を追う長期復興報道が開始された。危機管理や救援・救助の問題だけでなく、被災者の生活再建、こころの問題、まちづくり、経済復興など様々な問題についての報道が長期にわたって行われた。その一例が MBS ラジオの災害番組「ネットワーク 1・17」である。1995 年 4 月に開始したこの番組は、阪神・淡路大震災以来、唯一続く災害番組として 2022 年 1 月現在も放送し

ている[72]。

2-2-18 津波避難の呼びかけと臨時災害放送局—東日本大震災（2011）

阪神・淡路大震災後、最大の災害が東日本大震災（2011）である。気象庁の津波警報は出ていたが、実際にはそれを上回る高さの巨大津波が三陸沿岸などを襲い、死者1万9,747人、行方不明者2,556人、その90%が津波による溺死という大惨事を招いた（2021年3月9日現在）[73, p. 2]。民放連の調査では、被災3県の地上波テレビ・ラジオは、津波からの避難時には放送の停波がほとんどなく、大津波警報や余震情報をリアルタイムで放送したことがわかっている[26]。地震発生は3月11日午後2時46分であったが、岩手県大船渡市に8m以上の津波が到達したとされるのは午後3時18分である。それ以降、釜石市、宮古市、宮城県石巻市、福島県いわき市、相馬市など次々に沿岸を大津波が襲った[74, p. 1]。つまり逃げるための時間は少なくとも30分あった。放送で呼びかけていたはずの避難が、人々に届かなかったという反省から、NHKや民放各局ではいわゆる「津波呼びかけコメント」のあり方が真剣に検討され、呼びかけの口調や文言、画面構成を全面的に見直すことになった（たとえば[75]）。

また福島県では原子力発電所の事故が起きた。藤田[76]は「これまでに日本のマス・メディアが経験していない状況下での報道活動継続を余儀なくされた」とし、岩手、宮城、福島の民放とNHKローカルテレビ局に対する聞き取り調査の結果、放射性物質に関する放送局側の専門的知識の不足や、風評被害にもかかわる、事実を伝えかつ不安をあおらない報道、そして全国報道との温度差などに困難や課題があったとされると述べている。

そのなかにあってラジオは、広範囲の停電がかなりの期間続いたこともあり存在感を示した。1-1-2で述べた通り、民放連研究所による調査で「ラジオに物心両面で救われた」「ラジオがなければ精神的にどうなっていたか考えると怖くなる」といった回答が多くみられたが、木村は「ラジオが持つリスナーとの距離の近さやリスナーに直接語りかけるような臨場感、密着感、放送を通じたコミュニティの形成機能などが、高い信頼度を生み出した背景になっていることは充分考えられる」としている[26]。

東日本大震災後はまた、臨災局が数多く開設された。臨災局は阪神・淡路大震災をきっかけに制度化されたもので、マスメディアがカバーしきれない身近な地域の情報を担うこととなった。東日本大震災では、広範囲に及ぶ被災地のなかでもそれぞれの地域特性を生かし、コミュニティの親密性を担保しながら復興への道のりを共に歩むというコミュニティ単位の放送の重要性が認識された（たとえば[40]）。ただし臨災局は、免許主体も放送に関しては「素人」の自治体である。このため臨時・短期のものと想定され、閉局後はコミュニティFMに移行する局もあるがそのまま活動を止める局もある。東日本大震災の臨災局は2018年3月31日ですべて閉局した[77]。

一方で、2000年代にはネットワークを介して写真の共有を可能にするソーシャルメディアが次々と生まれた。たとえばFacebook（2004）、Flickr（2004）、Twitter（2006）、

Instagram (2010)、LINE (2011) などである。これによって新しいかたちのコミュニケーションが生成した[78, pp. 36-37]。ソーシャルメディアは既存のメディアがカバーしきれない範囲の情報を担い、東日本大震災を契機として「メディア」としての役割も注目されるようになった。

2-2-19 ソーシャルメディア普及後の震災—熊本地震（2016）

ソーシャルメディア普及後の災害である熊本地震（2016）では、観測史上初めて約 28 時間の間に最大震度 7 の揺れが 2 度襲った[79, p. 2]。また臨災局が立ち上げられ、コミュニティ単位の情報を重視する放送が行われた（現在はすべて閉局[80]）。またソーシャルメディアの浸透を背景に、熊本市長自らが Twitter によって被災状況を伝え、救援や市民への協力を呼びかけた（たとえば[81], [82]）。ただ同時に Twitter 上では「ライオンが逃げた」などのデマも広まり、デマを拡散させたとして発信者が逮捕される事件³も起きた（たとえば[83]）。

地震の際、県域 AM 局である熊本放送ラジオ（以下、RKK ラジオ）では 3 日間の地震特別番組を編成し、リスナーから 400 通以上のメールが寄せられた。そのほとんどを紹介しながら被災者のニーズに寄り添った放送を展開したことがわかっている。RKK ラジオのリスナーからのメールについては、4 章で詳しく述べることとする。

2-3 日本におけるラジオのメディア史

1-1-2 で述べたように、ラジオは元来、語る者と聴く者を親密な関係にすることが先行研究からわかっている。しかしもうひとつ重要なのは、リスナーが放送に参加するというコミュニケーションスタイルである。今日のラジオが災害時、情報伝達だけでなく被災者に寄り添うメディアとしての側面があるのは、日常のラジオ番組においてリスナーが放送に関与できる「参加型コミュニケーション」が培われてきたことが根底にある。参加型コミュニケーションが確立した背景には、テレビの台頭によるラジオの新たな戦略があった。なおメディア史に関しても、歴史的な事実関係については『20 世紀放送史』[6]に基づいている。

2-3-1 テレビの台頭によるラジオの模索

1953 年に NHK と日本テレビによってテレビ放送が開始されると街頭テレビに人気が集まるようになった。家庭にテレビが爆発的に普及したきっかけは 1959 年 4 月の「皇太子ご成婚」である。パレードをテレビで見たいとする人々がテレビを購入するようになり、白黒テレビの受信契約数は「ご成婚」1 週間前には、約 1 年前に比べて 2 倍の 200 万件（普

³ その後、熊本地検は逮捕された A さんを不起訴処分（起訴猶予）としている（2017 年 3 月 22 日）。

及率 11%) を突破した。家庭の娯楽の中心はラジオからテレビに変わっていった。一家でラジオに耳を傾ける時代は去り、個人聴取へと変化した。またラジオの広告費収入が減少し、番組制作費が削減される。1950 年代後半から 1960 年代にかけてラジオは衰退の一途を辿るかに見えた。しかしそこで本来のあり方を再考し、起死回生を試みた結果、生まれたのが「オーディエンス・セグメンテーション」「番組の生ワイド化」、そして番組と聴取者をつなぐ「パーソナリティー」であった。

2-3-2 オーディエンス・セグメンテーション（聴取者細分化）

ニッポン放送によって 1964 年 3 月から導入されたのが「オーディエンス・セグメンテーション」である[60, p. 15]。オーディエンス・セグメンテーションとは聴取者の細分化を意味し、聴取者を時間帯別の特性に応じて分類し、それぞれの聴取対象にふさわしい番組を集中的に編成し、目標とする聴取者群に浸透していこうというものである。東山は『『聴かれるためには』という点では、不特定多数ではなく、特定層に向けて対象に則した番組を編成することで、随伴的な『ながら聴取』に陥ることを避け、なおかつ特定層だけに専門化することで、経営が縮小することを回避するために、時間帯ごとの聴取者構成にあわせて専門化するという、パーソナルな層を時間帯ごとに積み上げてマスに近づけるという戦略であったと捉えられる』としている[60, pp. 15-16]。ニッポン放送は 24 時間を五つの時間帯に区切り、男性向け、女性向け、ドライバー向け、若者向けなどとターゲットを明確にした番組作りを打ち出した。性別、年齢別、職業別のほかに、生活意識や生活行動なども加味した。この結果、ニッポン放送の 1965 年 9 月末の決算は、ほかの在京ラジオ 2 社が減収だったのに対し、前期比で 7,100 万円の増収という業績を上げた。

ニッポン放送に続き、文化放送や TBS ラジオをはじめとした他のラジオ局も各地の実情に即したセグメンテーション編成を取り入れ、こうした編成は次第に全国に普及した。この編成によってラジオは「ながら聴取」のみに陥るメディアではなく、積極的に「聴かれる」メディアとしての生き残りに成功した。

2-3-3 生ワイド・パーソナリティー・聴取者参加

オーディエンス・セグメンテーションから生まれた最大の産物は「生ワイド番組」と「パーソナリティー」そして「聴取者参加」である。

録音番組に比べ生放送の利点は、リアルタイムで進行するためにビビットな情報を提供しやすいこと、人件費・スタジオ費などの制作コストが安上がりなこと、電話などを使って、聴取者との即時交流が可能なことなどが挙げられる。生放送は少なくとも 60 分程度の時間枠が必要で、従来のニュースなどの短時間の生番組と区別するために「生ワイド番組」あるいは「総合ワイド番組」と呼ばれた。

1958 年から 1960 年にかけて各地の民放に一斉に生ワイド番組が登場する。1959 年 10 月 10 日、ニッポン放送がオールナイト放送を実験的に開始した。主として深夜に働く人々

を対象に、歌謡曲や軽音楽、セミクラシックを中心にしたものであった。1960年代中ごろにはほかの局も深夜放送を拡充し、ラジオの24時間放送が本格化する。聴取者の反応は良好であった。

次にニッポン放送は1967年10月、深夜番組「オールナイトニッポン」をスタートさせる。ここで最初に「パーソナリティー」という呼び名が使われた。アナウンサーでもディスクジョッキー（ディスク＝レコードを乗り回す人の意味。DJ）でもない、トークの達人を表す言葉であったが、アメリカではパーソナリティーという呼び名は使われておらず、全くの造語であった。パーソナリティー番組は爆発的な人気を得るようになり、深夜放送をはじめとするワイド番組でパーソナリティーが要求されるようになってきた。

一方で、パーソナリティーが増えるについて批判も出るようになる。1970年、放送番組向上委員会⁴は深夜ラジオと聴取者の接触状況について審議し、見解をまとめ各放送局に協力を要請した。そのなかで、深夜放送のほとんどが受験生を対象とし、高校生から小中学生にまで広がっていく傾向があることを指摘し「健康な姿ではなく『放送公害的』な性格を強めている」としたほか「パーソナリティーの一部もヤング層にあまりに迎合的である」としている。若者の間にパーソナリティーが浸透していたことを示すエピソードである。当時の深夜放送の「ビッグ3」とされたのはTBSラジオ「バック・イン・ミュージック」、ニッポン放送「オールナイトニッポン」文化放送「セイ！ヤング」の3番組で、それぞれ独特の語り口を持つ名物パーソナリティーが誕生した。

これらのパーソナリティーは、リスナー参加型のスタイルを展開する。熱心な「ヘビリスナー」の中から毎回、ハガキが放送で取り上げられる「ハガキ職人」が生まれ、それらのハガキから番組のコーナー企画が誕生し、イベントが生まれていった（たとえば[85]）。

2-3-4 『ラジオ白書』の分析—マス・パーソナル・コミュニケーション

ラジオの転換期ともいえるこの時代に、日本民間放送連盟研究所は『ラジオ白書』[86]でラジオの特性と役割を再考している。テレビ時代を迎え、ラジオは変貌せざるを得なかった。このためラジオに携わる人々のあいだには「ラジオ本来のあり方を見出しそれに徹して積極的に生きてゆこうとする機運がかもしたされた」が、白書は「その前にラジオの変貌の過程を冷静に反省しなければならないのではなかろうか」と疑問を投げかけた[86, p. 3]。白書ではテレビとラジオの「聴視行動」を東海ラジオ放送専務・南正義の言葉から次のように紹介している。

「テレビ番組はえびの天ぷらであり、中国料理であり、ビフテキである。わたした

⁴ テレビの普及に伴いテレビの「悪影響」に対する社会的批判が高まったことを受け、1969年NHKと民放連が発足させた第三者機関「放送番組向上協議会」（現在のBPO「放送倫理・番組向上機構」の前身）の中に設置された組織[84]。

ちは（中略）いざ食わんかなと身構えるところがある。これに対し、ラジオの番組は、いわば一碗のお茶であり、辛くも甘くもない米のご飯であり、呼吸動作を意識することなく吸いこんでいる空気である。別にありがたいとか、とくにうまいとか感ずることなく、（中略）力んで身構えることがすくない。（中略）テレビの登場・普及とともに、ラジオ番組は食事の主食、食後のお茶、そして空気のようなものにかわった。（中略）だからいったん事あったとき、人々はラジオのありがたさをしみじみと感ずる。」[86, p. 12]

つまり、ラジオは空気のようなもので、インパクトがないのでどのような影響を受けたのかはわかりにくい。ただ心の中にはじわじわと浸透していて、災害が起こったときなどに初めてそのありがたみがわかるというわけである。

白書にはさらに「今日のラジオの特性について、とくにクローズ・アップできるのは、『マス・パーソナル・コミュニケーション』とよんでもよい性質である。つまり、マス・コミュニケーションでありながら、パーソナル・コミュニケーションの色合いが深くにじんでいるという性質である」[86, p. 32]という重要な指摘が含まれている。白書は、テレビは肉声も音声も伴う人間的（パーソナル）なメディアであるかもしれないが、家族という集団に向けて放送されるものが支配的であり、その意味では個人的（パーソナル）ではなく、ラジオのほうがより『パーソナル』であるとしている。そのうえで、『『あなたがた』から『あなた』へ、『不特定マス』から『限定マス』へ、そして『全国カバレッジ』から『地域カバレッジ』へと、対象の個別化へとかわりつつある今日のラジオは、さしあたり、マス・コミュニケーションのなかで、もっともパーソナル・コミュニケーションの性質をそなえていくことになるといってよいだろう」[86, p. 33]と述べている。そしてラジオ聴取の「個人化」がひとつの大きな鍵であると指摘し[86, p. 33]、受け手の顔を捉えることの重要性を指摘している。

これは災害放送にも当てはまる重要な指摘である。災害史を見ても、災害時に被災者のニーズに絞った放送を行うことにより、ラジオは信頼性を高めてきたといえる。

2-4 まとめ—ラジオの今日的役割

本章ではまず、無線電話の発展形として誕生したラジオが現在のような放送を提供するメディアとなるまでの歴史をメディア史と災害史の視点から振り返った。ラジオは約 100 年前、夢のニューメディアとして迎えられ、娯楽や教養を提供してきたが、戦争においては時に一方的な広報宣伝に利用され、その反省から戦後、自由なメディアとしての再起をはかり、民放も誕生した。一方、日本においてはラジオの誕生は関東大震災（1923）の流言飛語に対する反省と深く関係しており、当初から災害時のデマを防ぐ役割を期待されていた。その後の災害においてラジオは同時性を生かした放送を提供し、はじめは被害報道、

やがて伊勢湾台風(1959)から予防報道に力を入れるようになり、阪神・淡路大震災(1995)ではテレビよりもきめ細かな生活情報を提供するとともに、長期間の復興プロセスを追う復興報道を定着させた。これらはすべて経験と反省、試行錯誤のうえに積み重ねられたラジオの歴史である。一方でメディアとして持つ特性―語る者と聴く者を親密な一対一の関係に置くことやマス・パーソナル・コミュニケーションを可能にするメディアである点―も、ラジオの災害放送を考える上では欠かせない要素である。これらのことから今日のラジオの役割を確認することができる。それは主に次の4点と考えられる。

(1) リスナーとラジオをつなぐ双方向性

まず挙げられるのは、リスナーの声を即座に放送で生かし、それに対して番組の送り手やほかのリスナーが交流するといったラジオの双方向性である。これが定着するきっかけはテレビの台頭であった。テレビの放送開始によって「お茶の間」の主役を奪われたラジオは再構成の必要に迫られた。その結果、生み出されたのが、特定時間帯に限られた聴取層に向けた内容を届ける「オーディエンス・セグメンテーション」戦略であり、番組費節約のための生ワイド化であり、生ワイド番組においてリスナーと番組とをつなげる強烈な個性の「パーソナリティー」であった。パーソナリティーは1960年代後半「オーディエンス・セグメンテーション」により若者層にターゲットを絞った深夜放送に登場し、熱狂的なブームを呼んだ。そしてリスナーのハガキを紹介し、親しく関係を築いていく参加型の双方向コミュニケーションスタイルを確立し、今日のラジオにも定着した。また日常の番組でこうした双方向性を築くことにより、災害時にも被災者の声を取り上げ、ニーズに寄り添うことで被災地に特化したローカル放送を行い、パーソナリティーのおなじみの声による励ましの放送をすることが可能になっているといえる。

(2) 震災前報道に代表される継続性・サイクル性

ラジオでは、災害が起きた後の被害報道だけでなく予防報道を日常生活に溶け込ませる形で継続して行うことが可能である。その一例が「東海地震説」を契機に静岡で始まった震災前報道である。SBS ラジオでは学説が発表された当時、すぐできる地震対策などについて一日何回も短い防災メモを発信し、リスナーが今何をすべきかについて情報を提供した。また阪神・淡路大震災の後、MBS ラジオの「ネットワーク 1・17」が、被災者に寄り添う放送から次の災害に向けた予防報道まで幅広い内容の放送を日常的に行っている。これらは災害時特別番組としてではなく通常番組の一部として、日常生活の中で予防報道に触れることができるように編成されている。この点において、ラジオの特性が発揮されていると考えることができる。

（３）民放ラジオに代表される地域性

長らく NHK 一局が全国放送を行ってきたラジオだが 1951 年、1 県 1 局を原則として民放ラジオが誕生すると、地域性・ローカル性を前面に打ち出す番組が作られるようになった。この特性は災害時にも生かされ、西日本大水害（1953）では開局間もないラジオ九州が被災者に寄り添ったローカル放送で高く評価された。その後、新潟地震（1964）ではラジオが「尋ね人」のニーズをくみ取り、安否を知りたい・知らせたいという被災者の要望に応じて個人情報を流す安否放送をしている。この姿勢は阪神・淡路大震災でもラジオ関西が被災者の視点に立って生活情報を流し続けるなど、地元から高く評価されたことにもつながる。被災者のきめ細かなニーズにも耳を傾け、寄り添うというラジオの地域性は大きな特徴のひとつである。

（４）同時性

ラジオには情報を同時に一斉に、あまねく伝達する機能がある。ラジオがなかった時代の関東大震災（1923）で「ラジオさえあればデマを防げたのではないか」という期待を背負ってラジオが誕生したように、この同時性は、今起きていることを正しく伝える機能として災害時の被害報道などにも発揮されてきた。しかし歴史をみると、この特性は諸刃の剣ともなっていた。戦時中、事実と異なる情報である大本営発表を瞬時にあまねく放送し、戦意高揚の道具として利用されたことがその一例である。この反省からも戦後、ラジオはマイクを開放し、一方的な伝達手段ではなく人々の声を取り入れる放送や、NHK 一局によらない、民放各社による多様な放送を開始し、現在もラジオの災害放送に生かされている。

ところで以上の４点は、あくまでも「歴史上、新聞やテレビと比較して」導き出された役割である。ところがソーシャルメディアを中心とするインターネットメディアと比較した場合、これらの役割は違った意味を帯びてくる。ネットメディアと比較した場合、どれもがインターネットの世界のほう突き抜けていると言っていることができるのだ。(1)の双方向性は、Facebook などの SNS で一対一の個人間における双方向性がさらに際立っている。(2)の継続性・サイクル性については、インターネット上の投稿は事実上、削除することができないという一種の「継続性」を挙げることができる。(3)の地域性は、SNS のグループなどでやりとりされる災害時の情報などは、ラジオが扱うよりもはるかに狭い範囲の地域情報となっている。(4)の同時性においても、個人がそれぞれ発信者となるネットの世界では、地震の揺れをただちに投稿する、自宅の被害を撮影し投稿する、目撃情報をただちにツイートする、などの究極の同時性が実現している。ラジオはもはや、これら四つの役割の「最先端」ではなくなっているといえる。

しかしむしろ、そこにラジオの今日的役割があるとみることもできる。ソーシャルメディア、特に SNS では「エコーチェンバー (Echo Chamber)」や「フィルターバブル (Filter

Bubble)」といった問題が指摘されている。「エコーチェンバー」とは、ソーシャルメディアを利用する際、自分と似た興味関心をもつユーザーをたくさんフォローし、結果的に、同じようなニュースや情報ばかりが流通する閉じた情報環境になり、意見を SNS で発信すると、自分とそっくりな意見ばかりが返ってくる状況のことで、閉じた小部屋で音が反響する物理現象にたとえている[87]。笹原[88]は「エコーチェンバーの中にいると、何度も同じ情報を見聞きするため、単純接触効果によって真偽不明の情報であっても信じやすくなったり、その情報を共有しやすくなったりしてしまうほか、自分とは違う考え方や価値観の違う人たちと交流する機会を失ってしまうため、自分とは異なる視点からの意見やデマを訂正するような情報も入ってこなくなる」としている。また「フィルターバブル」についても、ユーザーの個人情報を学習したアルゴリズムによって、その人にとって興味関心がありそうな情報ばかりがやってくるような情報環境のことで、情報をろ過する膜の中にユーザーが閉じ込められ、みんなが孤立していくイメージの比喻に基づいているとし、フィルターはユーザーに合ったカスタマイズをする「パーソナライゼーション」の技術によってつくられるため、みんなが共通の現実をもちづらい状況が生じてしまうと指摘する。そして、この「エコーチェンバー」や「フィルターバブル」が「偽ニュース（筆者注・フェイクニュースともいう）」が拡散しやすくなる要因だと述べている。水越[49, p. 98]も、ソーシャルメディアは、文化や価値観の異なる不特定多数の人々からなるパブリック、あるいは大衆とは異なり、参加人数やフォロワー、コミュニティがいかに大規模なものになろうとも、あくまでも「特定多数」であると指摘している。このため社会全般を俯瞰的にとらえ反映する、ソーシャルメディアとは異なるメディアが不可欠だとしている[49, p. 203]。

SNS を含むソーシャルメディアなどでは、(1)の双方向性に関連し、脊髓反射的な反応によって投稿が大勢のバッシングを受ける「炎上」といった現象もしばしば起きている。(2)の継続性は、死蔵されている情報がある日突然、掘り起こされ、脚光を浴びたり、反対に批判にさらされたりする現象をも引き起こしている。(3)の地域性では、エコーチェンバーやフィルターバブルに閉じ込められた世界のための情報がすべてだとしてしまう危うさを持ち合わせている。また(4)の同時性についてだが、宇野[89]がインターネットの「速度」について問題を投げかけている。宇野は、かつてもっとも自由な発信の場として期待されていたインターネットがいまとなつてはもっとも不自由な場となり人々を抑圧していると指摘し、利用者ひとりひとりの同調圧力によって息苦しさを増す場となっているとして、いま必要なのはもっと「遅い」インターネットだと主張している[89, p. 184]。宇野はインターネットが人間を「考えさせない」ための道具になっている[89, p. 184]としていて、この行き詰まりの原因はその「速さ」にあるとする[89, p. 186]。

これに対して、ラジオはどうだろうか。(1)の双方向性は、公共の電波という公開の場で行われるリスナーとパーソナリティーとのやりとりであり、第三者がいつでも輪に加わることのできる緩やかな双方向性である。(2)の継続性・サイクル性においては、電波に流れ

る音声は原則、一度きりのもので自然と記憶の彼方に消えていく。radiko（インターネットによるラジオの同時配信サービス[90]）ではリアルタイムの放送のほか、原則1週間以内の放送を繰り返し聴取することができるが、期間を過ぎれば当該番組にはアクセスすることができない。このため過去の一言一句をあげつらう反応が起きにくいといえる。(3)の地域性においては「関東圏」「関西圏」あるいは都道府県といった範囲での地域性であり、多様な声や情報を受け入れる余地があるといえる。(4)の同時性においても、ラジオに入った情報はSNSのタイムラインのように垂れ流しにされることはない。一度ラジオ局側で情報の確認が行われ、編集され、パーソナリティーやアナウンサーなどの声によって伝えられることになる。瞬時の速報ではないが、そのことが「思考を入れず脊髄反射的に情報を流す」ことを防いでいるともいえる。

以上をまとめると、ラジオの役割は「速すぎる」インターネットに比べれば「緩やかな」双方向性、継続性とサイクル性、地域性、同時性にある。むしろ、究極ではなくなっていることでラジオの特性や良さを引き出しているのだと考えることもできる。

そこで次章以降、これらの役割を具体例に基づき、論じていくこととする。

3 ラジオにおける災害放送と日常の放送との関連性

災害放送と減災コミュニケーションにおけるラジオの役割を明らかにするためには、ラジオの制作者側（送り手）とリスナー側（受け手）双方についての調査が必要である。本章ではこのうち「送り手」である民放ラジオを対象に実施したアンケート調査を用いて、ラジオの災害放送における特異性を明らかにする。その際、着目するのは日常の放送との関連性である。またこの結果をもとに、第1章で述べた災害放送の4パターン[17]以外にもラジオが担うべき災害放送のパターンがあるのか検討する。

3-1 調査の前提

1-1-2の[25]や[26]で述べたように、災害時にラジオに対して「いつものパーソナリティーの声が聞こえてほっとした」「物心両面で救われた」といったリスナーの声が寄せられるのは、ラジオが単なる情報を得る手段ではないことを示している可能性がある。

宮本[91]は災害復興における「めざす」かかわりと「すごす」かかわりについて論じている。それによれば、未来の復興のために現在があると考え「めざす」かかわりは、変化を目的とする時点で現在を否定することにもつながる。一方で「すごす」かかわりは相手の存在のかけがえのなさに重きが置かれ、ただそばにいる、寄り添うといったかかわりをさす。宮本は「すごす」かかわりについて、かけがえのない自分たちにとっての豊かさとは何かに気づいていく端緒となるかかわりであり、現代の復興支援に必要不可欠なものであると述べている。ラジオのリスナーが求めるものは、この「すごす」かかわりにも似たはたらきである可能性がある。宮本はまた、真木[92]から、存在の意味を基礎づける時間感覚として「インストゥルメンタル(instrumental)」と「コンサマトリー(consummatory)」という二つの語をあげている。インストゥルメンタルな時間感覚とは「最終結果のみに意味がある」ような感覚であり、現在の存在が、その未来に照らしあわされて意味付けられる。一方で、コンサマトリーな時間感覚とは「その時自体のうちに完結して充足する感覚」を指している。この指摘に照らし合わせると、先行研究にある災害放送の4パターン（防災放送、被害報道、安否放送、生活情報）はすべて、何らかの目的のために役立つ「インストゥルメンタル」な放送であるということもできる。しかしリスナーからの「精神的な支えになった」という反響は、被災者のつらさに対して共感し寄り添い、ともに「すごす」という「コンサマトリー」な災害放送のパターンがあることを示している可能性がある。

このような「コンサマトリー」な災害放送は、日常と深くかかわっていると考えられる。ひとつは、ラジオの日常の放送との関連性である。小川[93]はラジオが災害時に評価される理由について「参加型コミュニケーションを日常から実践しているからである」と述べている。それによれば、参加型コミュニケーションの原型は、1960年代に始まった深夜ラジオで番組が出したテーマにちなんだ体験談をリスナーが寄せる形態にあった。これは、

2-3-3で述べた内容とも共通する。小川は、阪神・淡路大震災で神戸や大阪のラジオ局がすぐに被災者の立場に立った放送を始めることができたのは、ラジオが日頃からハガキ、電話、ファクシミリなどを通して視聴者をつなげる回路があったからだとしている。この参加型コミュニケーションは災害を想定したものではなく、ラジオの中で自然発生的に生まれてきたものだが、災害時にこのコミュニケーションが生きたということである。これは矢守[94]が提唱する「生活防災」の考え方にも通じる。「生活防災」は防災・減災に関する活動を日々の生活習慣の中に組み込むという基本原則である。たとえば何気ない挨拶が日常の近隣関係を豊かにし、空き巣・不審者対策や災害時の「共助」の基盤となることなどを挙げ「阪神・淡路大震災は、防災・減災の土台は（中略）日頃の生活であること、また、ふだんの社会のありようであることを教えてくれた」[94, p. 10]としている。

もうひとつの日常とのかかわりは、災害時にも「日常」を届けるという意味である。「いつものパーソナリティーの声が聞こえてほっとした」[25]というリスナーの声は、災害時においても精神のよりどころとなる「日常」をラジオが提供したということを指していると考えられる。そこで本章ではラジオの災害放送と日常の放送の関連性を調べることによって、先行研究にある災害放送の4パターン（防災放送、被害報道、安否放送、生活情報）以外にもラジオが担う災害放送があるのか探るため、民放ラジオ局を対象にアンケート調査を実施した。

3-2 民放ラジオ局を対象とした悉皆調査

3-2-1 調査目的と調査概要

調査の目的は、近年のラジオ局の災害放送に関する実態を知ることと、災害時の放送内容と日常で行っている放送との間に関連性があるのかを明らかにすることによって、ラジオに災害放送の第5のパターンが存在するのか、また多メディア時代のラジオの位置づけと今後のラジオによる災害放送のあり方を考察することである。

調査では災害時を「非常時」とし「日常」と対比させる。「つねひごろ、ふだん」を示す「日常」の反対は「ふだんの生活とまったく異なること」つまり「非日常」であるが、観光や芸術、建築などの分野においてはしばしば、日常から解き放たれた時空間や行事など「ハレ」の場を意味することも多い。本章ではそうした「非日常」ではなく「災害時」を日常と対比させる目的で調査を行った。「災害時」を「非常時」と表現するのは「非常食」が「災害時の食料」を意味することなどに準じている。また「非常時」には「国家的または国際的に重大な危機に面した時」という意味があり[95]、本章ではまさに進行形で世界が対峙しているCOVID-19感染拡大も「非常時」と捉え、COVID-19感染拡大とその対策である外出自粛時にラジオがどのような放送をしたのかも調査した。外出自粛呼びかけによってradikoでの2020年4月のラジオの聴取率は20%上がった。特に午前9時から午後6時の日中は40%の伸びを記録した[96]。

調査対象は民放連に加盟する全ラジオ 100 社（2020 年 6 月現在）である⁵。調査は 2020 年 6 月 4 日に開始し、質問紙を郵送配布する形で行った。締め切りは 6 月末で郵送による回収とした。回答は 1 社 1 通とした。回答の一部は締め切りを過ぎ 7 月に入って返送されている。また質問紙を紛失したなどの社には同じ内容をメール添付で再送付し、メールによる回答を得た。回答内容で不明の項目はメールや電話による追加調査を行った。回答は 54 通で回収率は 54.0%である。なお調査対象のうち 2 社は調査期間中の 6 月末で閉局に至ったが、回答には閉局した 1 社も含んでいる。

回答は AM 局がわずかに FM 局より多いものの、ほぼ同じ割合であった（表 1）。またラジオに「報道」と名の付く部署のある・なしについても、直接問い合わせるなどして調べた。実際は制作の部署に報道担当が存在するなど、必ずしも実態と一致していないラジオ局もあるが、報道部署が設置されている局はごくわずかしかない。またラジオ単営局とラジオ・テレビ兼営局についても各局の HP などをもとに調べた。ラジオ単営局には、兼営局からラジオが分社するなどして、関連会社としてテレビが存在する局も含むが、ほとんどは自社テレビからの情報が期待できない。放送エリアについてはほとんどの局が県域（都道府県内）放送で、地域に根差した放送を行っていることが推測できる。

なお、開局した年代[97]については、民放AM局が開始した1951年を含め、回答したうちの46.3%が民放の創成期である1954年までに開局している。FMの開局は2-2-16で述べたように1969年からである。

表 1 調査対象の概要
(N=100、カッコ内は回答した局 n=54)

	民放連 加盟	報道 あり	ラジオ 単営	ラテ 兼営	県域	広域
AM	48(29)	8(8)	15(8)	33(21)	39(25)	9(4)
FM	52(25)	2(2)	52(25)	0(0)	49(24)	3(1)

同じラジオでもAM局とFM局では制作するコンテンツに違いがある。AM（振幅変調 Amplitude Modulation）とFM（周波数変調 Frequency Modulation）は変調方式の違いによるもので、中波であるAMはFMに比べ、広範囲に電波が届くがノイズの影響を受けやすく音質は劣る。一方で超短波であるFMは、放送域はAMより狭いがノイズの影響を受けにくく高音質であるという特徴がある[98]。このことからトークや情報、スポーツ中継などが中心のAMに比べ、FMでは音楽番組などの割合が高い。本章ではこうしたAMとFMの違い

⁵ 調査当時ラジオ社は 100 社、ラジオ局の数は 101 であった。FM802 が、FM802 と FMCOCOLO の 2 波を運営しているためだが、災害放送においてこの 2 波でそれぞれ異なった対応をするとは考えにくい。FM802（1 社）への調査とした。

が非常時にも有意な差となって表れるのかについても検証する。

アンケートの設問は 31 問（表 2）で、制作人数や日常の放送で心がけていること、災害放送の経験の有無、災害情報のソースや災害時においてどこに向けてどんな放送をしようとしたかなどを選択方式（単一回答のほか、複数回答や 5 段階のレベルを選択する方式を含む）及び自由記述で回答してもらっている。また COVID-19 に関連する放送についても回答を求めた。

なお、民放連加盟ラジオ社の多くは「報道」と名の付く部署を持たない（表 1）ため、自局エリアの災害についての特別な放送について、アンケートでは「災害放送」という用語を用いた。アンケートの前置きにも『災害報道』はラジオの場合、ニュース取材だけではなく『被災者への励まし』など幅広い内容を含むため、設問では『災害放送』という表現も使用しています」と説明を加え、報道部署のない局が自局の放送を「報道部署がないから災害報道ではない」と除外することのないよう配慮した。

また民放連加盟のラジオ社の中には、ラジオ・テレビ兼営局のため、厳密にはラジオが独立した会社組織ではない社も存在する。このためラジオ単営放送局とラジオ・テレビ兼営放送局のどちらをも意味する「ラジオ局」という表現を使用する。

表 2 アンケート設問（全 31 問）

テーマ	設問	回答
回答者の属性	問1 貴局名	名称を記述
	問2 主として担当している分野（回答は1つ）	1.編成2.制作（プロデューサーやディレクター）3.営業4.出演者（パーソナリティ、アナウンサーなど）5.その他（具体的に記述）
	問3 年齢	□20代 □30代 □40代 □50代 □60代もしくはそれ以上（チェックボックスにチェック）
	問4 現在の職種での経験（トータル）	□5年未満 □5年以上10年未満 □10年以上20年未満 □20年以上（チェックボックスにチェック）
	問5 主にかかわっている番組の種類（回答は1つ）	1.報道・情報系2.スポーツ系3.エンターテインメント系4.その他（具体的に記述）
ラジオ局の態勢	問6 貴局でラジオ番組の制作に携わっているのはおおむね何人ですか（営業や技術を除く）。	人数を記述
	問7 ラジオ番組の制作にかかわる人のうち、貴局正社員の割合はおおむねどのくらいですか。	□2割未満 □2～4割 □5割程度 □6～8割 □8割以上（チェックボックスにチェック）
	問8 日常の番組制作でどのような点を大切にしていますか。あえて順位をつけて3つお選びください。	1.上質なコンテンツ2.面白い、または興味深いコンテンツ3.リスナーとの距離感4.地域密着性5.番組の収益性6.聴取率（重要度1位から3位を記入）
災害放送の実態	問9 貴局では放送エリア内で起きた自然災害について報道した経験がありますか。災害が複数ある場合は最も記憶に残る災害について1つだけお選びください。（回答は1つ）	1.自分自身が関わる番組で災害についての報道をした（具体的な名称を記述）2.自分自身はかかわっていないが、自局が過去に災害について報道したことがあると聞いている（具体的な名称を記述）3.自分自身も、局としても災害や災害について報道した経験はない
	問10 その災害において、ラジオとして取材活動をするのはできましたか。	1.取材活動をした（直接向いた・電話取材のみから選択）2.取材活動をすることはできなかった3.その他（具体的に記述）
	問11 災害情報のソースは主にどのようなものでしたか。（最も中心的なものを3つまで選択）	1.ラジオ独自の取材2.自社テレビの取材や自社テレビからの情報3.外部からの情報（協力関係にある通信社・新聞社など）4.行政機関などからの情報5.ボランティア団体やNPOなどからの情報6.リスナーからの情報や声（メール電話FAXなど）7.その他（具体的に記述）
	問12 災害に際して、主どのように番組を編成しましたか。（当てはまるものをすべて選択）	1.特別番組を編成した2.ニュース枠を拡大した3.通常番組の枠を維持し、番組内で災害情報を伝えた4.災害に関する特別な報道はしていない5.その他（具体的に記述）
	問13 情報を発信する際、どこに向けてのどんな放送を重視しましたか。（最も重視したものを1つ選択）	1.被災地の被害状況や被災者の声を全国へ発信しようとした2.被災地の外から被災者への激励、元気づけるメッセージを被災地に届けようとした3.被災者相互のコミュニケーションの手助け、相互の励ましとなる情報を届けようとした
	問14 ラジオ特有の災害放送ができたと感じた点がありましたか。	1.あった（具体的に記述）2.なかった
	問15 問14で1と答えた方、そのとき放送で心がけたことはなんですか。（最も中心的なものを3つまで選択）	1.被災地でデマや不正確な情報が広がるのを防いだ2.被災者に役立つ地域のきめ細かな支援情報やライフラインの情報を流した3.被災者の不安や困っていることを丁寧にくみ上げ一人ひとりのニーズに応えようとした4.被災者やその関係者（知人・家族など）が被災地の状況を把握できるような放送を心がけた5.被災者どうしの励ましや共感が得られるようなメッセージをできる限り放送した6.日常の放送に近い形態で被災者が突っ当たりやすい放送をした7.被災地外から被災者への応援メッセージを伝えようとした8.被災地外でも被害の状況を共有できるような情報を流した9.被災地外からの応援に役立つ道路などの被害情報や復旧情報を流した10.被災地に向けた支援を仰げるよう、被災者の声を全国に発信しようとした11.その他（具体的に記述）
	問16 日常の放送でおこなっていたことで、災害放送に生かされた点がありましたか。	1.あった2.なかった
	問17 問16で1と答えた方、それはどのような点でしたか。（当てはまるものをすべて選択）	1.双方の放送に力を入れていたことでリスナーから情報が数多く寄せられた2.専門家とコミュニケーションをとっていたことで正確な情報を流すことができた3.災害マニュアルの整備、もしくは災害訓練の実施でスタッフが適切に動くことができた4.災害時を想定した技術を構築していたことで支障なく放送が継続できた3.その他（具体的に記述）
	問18 ラジオの災害放送に関して書ききれなかったエピソードや反省点、実際のリスナーからの反響などがあれば自由にお書きください。	自由記述
	問19 すべての方にお聞きします。自然災害において、被害の状況以外にラジオが特に力を入れて発信すべき情報とはどのようなものだと思いますか。（力を入れるべき度合い「特に力を入れるべき」「全く力を入れなくてよい」まで5段階の数字に○をつける）	1.国レベルの支援情報や政府の動き2.都道府県レベルの支援策や行政の情報3.市町村ごとの支援情報や避難所情報、ライフラインなどの情報4.町丁目単位のライフラインや交通の復旧情報5.リスナーから寄せられる支援情報や復旧情報6.デマに惑わされない正確な情報7.災害以外の落ち着いたり安心できたりする話題や音楽
	問20 問19の回答で書き足りなかったことがあれば自由にお書きください。	自由記述
災害放送への備え	問21 貴局ラジオでは、深夜や早朝の突然の災害などにどのように対応しますか。（1つのみ回答）	1.宿泊勤務や遅出・早出などの勤務者に対応2.宿泊や遅出・早出の勤務はなく近隣に住んでいるスタッフが駆けつけ対応3.ほとんど対応できない4.その他（具体的に記述）
	問22 貴局では災害時の放送について、十分対応できていると考えていますか。（1つのみ回答）	1.人材や技術を活用してなんとか災害放送ができると思う。2.十分な災害放送には不安がある3.その他（具体的に記述）
	問23 問22で「不安がある」と答えた方、それはどんな部分に不安があるからですか。（当てはまるものをすべて選択）	1.設備などの技術面2.人員の不足3.災害対応の経験不足、または準備ができていない4.その他（具体的に記述）
	問24 不安の内容について、さしつかえなければ具体的にお願いします。	自由記述
	問25 災害時のラジオはどんな放送をころがるべきだと思いますか。そのためには日頃からどんな準備や放送をしていければいいでしょうか。	自由記述
COVID-19に関する放送	問26 新型コロナウイルス感染拡大に伴う状況についてすべての方にお聞きします。感染拡大によって番組にどのような影響がありましたか。（当てはまるものをすべて選択）	1.パーソナリティやゲストがスタジオに出演できなくなった2.在宅勤務などによって番組制作にかかわる人的リソースが不足した3.取材やロケに出られないことなどで番組コンテンツが不足した4.取材やロケに出られないことなどで番組内容の変更・休止を迫られた5.番組提供が打ち切られたことなどで番組内容の変更・休止を迫られた6.その他（具体的に記述）
	問27 新型コロナウイルスに関する話題をどのような形で取り上げていますか。（当てはまるものをすべて選択）	1.コロナウイルスに関する「コーナー」を設けている2.リスナーの声や悩みを随所で紹介している3.新型コロナウイルスに関する取材をしている4.専門家や識者の話を紹介している5.新型コロナウイルスについて特に取り上げていない6.その他（具体的に記述）
	問28 新型コロナウイルスに関しての放送でどのような点を心がけていますか。（当てはまるものをすべて選択）	1.感染の広がりや感染者などの動向をできるだけ丁寧に伝える2.国や行政機関の発表、会見を詳しく伝える3.感染予防のノウハウをパーソナリティなどがわかりやすく伝える4.リスナーからの声を拾い上げ、地域や一人ひとりの状況を把握して具体的に伝える5.リクエストなどに応じて気持ちや和らぐような音楽や娯楽の要素がある内容を放送する6.その他（具体的に記述）
	問29 新型コロナウイルスに関連して番組制作上困っていることはありますか。（当てはまるものをすべて選択）	1.感染がいつおさまるのか先が見えないため、いつまでどの程度「新型コロナ」について取り上げればいいのか、通常の番組に戻せばいいのかなど計画が立てられない2.どの専門家の主張を取り上げてよいのか判断に迷う3.影響を受けるのは感染者だけでなく休業要請や休校、外出自粛の対象者など範囲が広く、困っている人の声をすべて拾い上げることができない4.新型コロナ以外の話題を気軽に取り上げられない5.自然災害と異なる経験のない事態であるため、放送内容や局内の感染対策について判断ができないことが多い6.その他（具体的に記述）
	問30 新型コロナウイルス関連の放送にまつわることで、気づいたことがあれば自由にお書きください。	自由記述
	問31 災害などに限らず、これらのラジオのあり方についてあなたが考えていることを自由にお書きください。	自由記述

3-2-2 集計結果

3-2-2-1 回答者の属性と番組制作の実情

問1は局名を問うものであったためここには記述しない。回答者の職種（問2）についてはAMでは「制作」（48.3%）「編成」（24.1%）の順に多く、FMでは逆に「編成」（44.0%）「制作」（24.0%）の順であった。年齢（問3）はAMが「50代」86.2%、「40代」13.8%で回答者にそれ以外の年代がなかったのに対し、FMでは「50代」（68.0%）が最も多く「20代」（12.0%）がその次に多かった。また現在の職種での経験（問4）はともに「20年以上」が最も多く、AM34.5%、FM44.0%であった。担当する番組（問5）ではAMが「報道・情報系」が最も多かった（72.4%）のに対し、FMでは「エンターテインメント系」が最も多く（52.0%）、「報道・情報系」は28.0%にとどまった。

また問6として番組制作にかかわる人数を「営業や技術を除く」という条件を付けて質問したところ、AM・FMで大きな差はみられなかった。ともに最も多いのは「10人以下」（AM41.4%、FM44.0%）で、次に多い「11～20人」と合わせると、AMの72.4%、FMの64.0%が20人以下で番組制作を行っている。最少は4人（FMのみ2社）、最多は「250～300人」（AMのみ1社）であった。次に問7として、番組制作にかかわる局の正社員の割合を尋ねた。ラジオの番組制作に関わる業務は、リスナーのメールやハガキの仕分けなどの仕事から、選曲や番組構成に関わる仕事など多岐にわたり、これらを正社員だけでなくアルバイトや制作会社への業務委託、個別契約といった様々な雇用形態の外部スタッフが受け持つのが一般的である。このため「正社員」の割合を聞くことでそれ以外の外部スタッフとの構成比を明らかにしようとした。その結果、正社員の割合は「2～4割」が最も多く、AMで34.5%、FMで40.0%で、「2割未満」と合わせるとAMで62.1%、FMで72.0%が正社員4割以下で番組を制作していた。異なる労働条件のスタッフが入り混じる状態は、災害放送が長期に及ぶ際、一丸となって取り組むことが困難になる可能性もある。問6と問7の項目からは「マスメディア」と位置付けられるラジオ局の大半が、実際は極めて少ない人数で、しかも多くは正社員以外のスタッフの手により番組制作を行っている実態がわかった。

3-2-2-2 日常の放送で大切にしている点

一方、「問8」として、日常の番組制作でどのような点を大切にしているか、六つの選択肢の中から順位をつけて三つ選んでもらった（図3）。1位として最も多く挙げられた点はAM・FMとも「地域密着性」であった。ただAMでは51.7%と半数以上を占め、全体の8割近くの局が1位にこの「地域密着性」か「面白いコンテンツ（以下、面白さ）」（27.6%）を選んでいった。これに対し、FMでは「地域密着性」は最も多いものの28.0%にとどまり、「面白さ」を1位とした局も同じく28.0%あった。FMでは「上質なコンテンツ」を1位

とした局も 24.0%あり、「地域密着性」「面白さ」「上質なコンテンツ」がほぼ同じ割合で並んだ。このことから「地域密着性」を最も重視する点においては AM の割合が高く、FM では「上質なコンテンツ」を重視する割合が AM より高い点において違いがみられた。一方で日常で大切にしている点 3 位では、AM では「リスナーとの距離感」と「収益性」（ともに 27.6%）が最も多く、FM でも「リスナーとの距離感」（28.0%）「収益性」（24.0%）の順に多かったことから、ともに収益性も無視できないと考えていることもわかった。

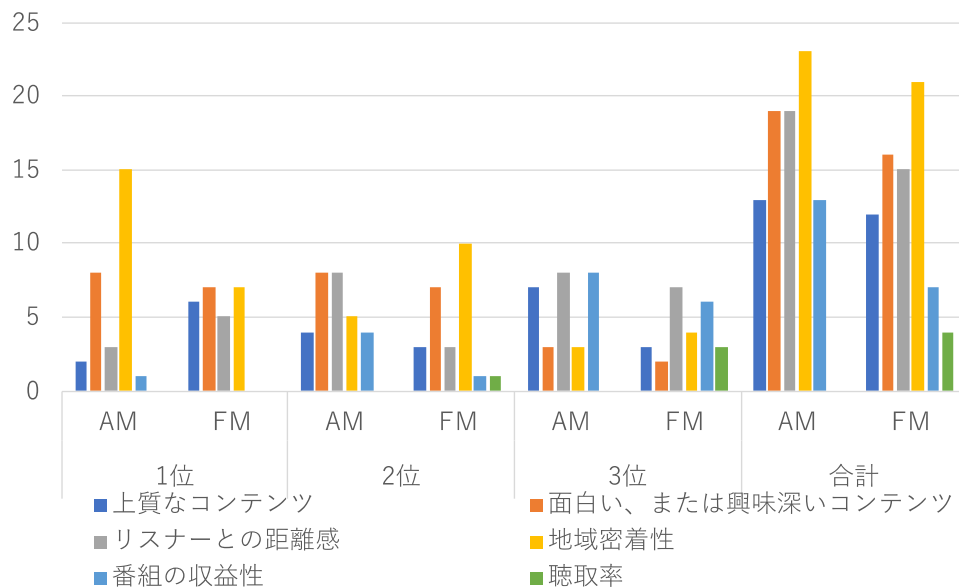


図 3 日常の放送で大切にしている点
(n=54、AM=29、FM=25、1 位から 3 位)

3-2-2-3 自然災害に関する報道経験と取材の有無

次に「問 9」として次のような質問を行った。「貴局では放送エリア内で起きた自然災害について報道した経験がありますか（『自然災害』とは放送エリアが被災し、住宅やライフラインに被害が出るような災害を想定しています。またこの場合の『報道』は、一般的なニュースなどの扱いを超えて、その災害の話題を特別に取り上げたという広い意味でお考えください）。災害が複数ある場合は、最も記憶に残る災害について一つだけお選びください」。これについての回答では「自分自身が関わる番組で災害についての報道をした」が AM・FM とともに最も多く、AM で 86.2%、FM で 68.0%に上った。また「自分自身はかわっていないが、自局が過去に災害について報道したことがあると聞いている」は AM で 13.8%、FM で 16.0%あり、これらを合わせると AM ではすべての局、FM でも 8 割以上の局が放送エリアの災害についての災害放送をした経験があった。近年、毎年のように自然災害が起きているため、災害放送の経験が各地で蓄積されていることがうかがえるが「自分自身も、局としても災害や災害について報道した経験はない」という回答が FM のみ

12.0%あった。具体的な災害については東日本大震災が最も多く、阪神・淡路大震災や新潟県中越地震、熊本地震といった地震災害のほか、西日本豪雨など各地の豪雨災害、また近年の台風災害などが挙げられた。その際に「その災害において、ラジオとして取材をすることはできましたか」(問 10)については AM と FM で有意な差がみられた ($p<0.05$)。ともに「取材活動をした・直接出向いた」が最も多かったが、AM では 65.5%と半数以上だったのに対し、FM では 28.0%にとどまった。「取材活動をした・電話取材のみ」は AM で 17.2%、FM で 20.0%で、AM では合わせて 82.7%が直接あるいは電話による取材を行っていた。一方「取材活動をすることはできなかった」は AM ではゼロであったが、FM では 24.0%と「電話のみ」よりも多かった。

3-2-2-4 災害時の情報ソースと重視した内容

問 11 として災害時の情報ソース（三つまで選択）について質問したところ、AM では「リスナーからの情報」（72.0%）とラジオ独自の取材（68.0%）が多かった（図 4）。これに対し、FM では「外部からの情報（通信社・新聞社など）」と「行政機関などからの情報」がともに 77.8%で最も多かった。FM では情報の多くを行政機関や契約している通信社に頼る現状がわかった。

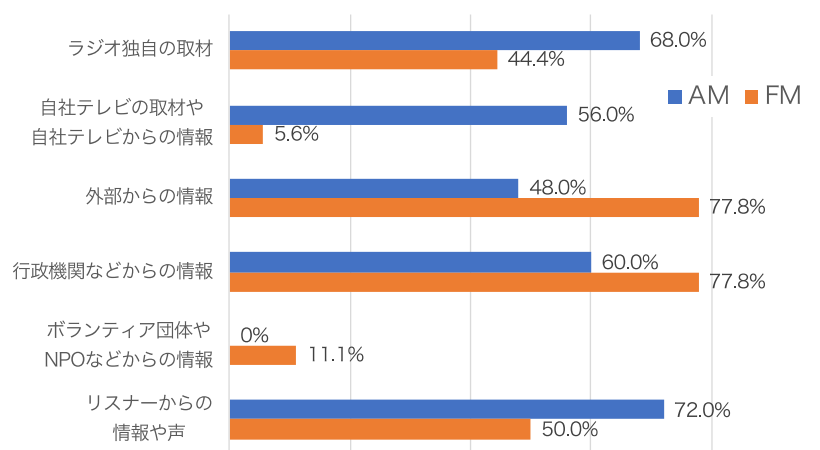


図 4 災害時の情報ソース
(n=43、AM=25、FM=18、複数回答)

また問 12 として災害時どのように番組を編成したか質問した（複数回答）。すると AM では「特別番組を編成した」（92.0%）「通常番組の枠を維持し、番組内で災害情報を伝えた」（64.0%）「ニュース枠を拡大した」（44.0%）の順だったのに対し、FM では「通常番組の枠を維持」が 77.8%で最も多く「ニュース枠拡大」（66.7%）「特別番組」（55.6%）の順であった。特別番組の編成には相応の情報量が必要であり、その点リスナー情報や独自取材を多く活用する傾向にある AM にとっては編成しやすかったと考えられる。

次に問 13 として「災害情報を発信する際、どこに向けてのどんな情報を重視したか」を調べた（表 3）。その結果、AM・FM ともに「被災者相互のコミュニケーションの手助け、励ましとなる情報を重視した」という、被災地の内に向けての情報発信を意味する回答が最も多かった。ただし AM では 58.3%と 6 割近くだったのに対し、FM では半数以下の 44.4%にとどまった。2 番目に多かったのは AM では「被災地の被害状況や被災者の声を全国へ発信しようとした」（25.0%）で被災地の内から外への発信であったが、FM では「被災地の外から被災者への激励、元気づけるメッセージを被災地に届けようとした」（38.9%）で被災地の外から内に向かう情報だった。これらを総合すると、ラジオ全体では被災地の内に向けての発信を最も重視しながらも、AM は全国へ被災地の声を発信することを、FM では被災地の内に向けて外からの応援メッセージを伝えることを、それぞれ意識していたことがわかる。

表 3 災害時どこに向けてのどんな情報を重視したか
(n=42、AM=24、FM=18)

	被災地の被害状況や被災者の声を全国へ発信しようとした	被災地の外から被災地への激励、元気づけるメッセージを被災地に届けようとした	被災者相互のコミュニケーションの手助け、相互の励ましとなる情報を届けようとした	回答数
AM	6 25.0%	4 16.7%	14 58.3%	24
FM	3 16.7%	7 38.9%	8 44.4%	18
合計	9	11	22	42

3-2-2-5 ラジオ特有の災害放送

さらに、問 14 で「ラジオ特有の災害放送ができたと感じた点があったか」と尋ねると、災害放送の経験があるすべての局が「あった」と答えた。これに関連して具体例を挙げた 31 局の回答を分析すると、最も多かった例（12 局）は被災者のニーズに応えるきめ細かい情報に関するもので「地域の情報、ライフラインの情報、被災者の声（困っていることなど）、安否情報を放送できた」（AM）「避難所で不足しているものなど被災各所の生の声を伝えることができた」（AM）などであった。情報提供はリスナーからも行われ「台風で停電に関する情報がリスナーから多く届いた。電力会社の発表が停止したときなどはリスナーからの地域ごとの停電情報を提供し掲示板的な役割を担った」（AM）という回答もあった。次に多かったのは、リスナーとの双方向コミュニケーションやリスナー同士のやり取りに関する内容（5 局）で「声によるメッセージ、電話つなぎなど」（FM）「ラジオへの投稿が被災者どうしお互いに励まし協力しあうツールとして利用され、まるで伝言板のような役割を果たした」（AM）などの回答があった。ほかには迅速性を示す内容（3 局）もあり、中には「押し寄せる洪水で屋根に避難したリスナーがラジオ局に助けを求めてきた

声が電波に乗って救出の一助になった」(AM)という回答もあった。一方で日常と変わらない放送や音楽に関する内容(2局)もあり「アンパンマンマーチ(原文ママ)などアニメソングを放送したことで子どもが喜んだというメッセージが届いた」(FM)や「ある程度日が経過したときに音楽や日常で接しているDJの声が聞こえることで少しでも不安な気持ちを和らげることができたのではないか」(FM)といった回答があった。日常の安心については、問18(災害放送に関する自由記述)でも「いつも聞いているDJの声がラジオから流れてくると安心する、ほっとするというメッセージが多かった」(FM)「いつもの時間にいつもの人という、非日常の中の日常を提供できた」(AM)という回答や、音楽については「アニメの主題歌のリクエストが多く寄せられ、子どもの笑顔がみんなを明るくしてくれるという反響が印象に残っている」(FM)との回答や「勇気100%」のリクエストに応じたという回答(FM)があった⁶。その一方で問20(災害時力を入れるべきことに関する自由記述)では「落ち着いたり安心できたりする話題や音楽はいわばラジオの真骨頂。いったん落ち着きをとりもどしつつある時の“癒し”の力を発揮できるのはラジオの強みである。時系列では少しあとではないか」(AM)という回答もあり、被災者の状況を見極めながら時期を選んで発信すべきだと考えていることもわかった。

次に「ラジオ特有の災害放送があった」とする局(結果的には災害放送経験がある局すべて)を対象に「そのとき災害放送で心がけたこと」(問15、三つまで選択)を尋ねた(表4)。

その結果「被災者に役立つ地域のきめ細かな支援情報やライフラインなどの情報を流した」が最も多く、AMの91.7%、FMの66.7%を占めた。これは災害放送の4パターンの「生活情報」にあたる。次に多かった回答はAMとFMで分かれ、AMは「被災地でデマや不正確な情報が広がるのを防いだ」(50.0%)、FMでは「日常の放送に近い笑ったりほっとしたりできる放送をした」(44.4%)であった。逆に少なかったのは、AMでは「被災地外から被災者への応援メッセージを伝えようとした」がゼロ、FMでは「被災地に向けた支援を上げるよう被災地の声を全国に発信しようとした」がゼロであった。

⁶ 「勇気100%」はテレビアニメ「忍たま乱太郎」の主題歌(作詞:松井五郎、作曲:馬飼野康二、歌:光GENJI)、「アンパンマンのマーチ」はテレビアニメ「それいけ!アンパンマン」の主題歌(作詞:やなせたかし、作曲:三木たかし、歌:ドリーミング)である。これについて電話による追加調査を行ったところ、あるFM局でリスナーのメールを機に大々的にリクエストをかける番組構成に切り替えた。床一面にリスナーからのメールの印刷とリクエストのCDをセットにしたものを敷き詰め、スタッフが次々にそのセットをスタジオに運んでは曲をかけた。この局では普段はかけない演歌まで流したという。

表 4 災害放送で心がけたこと
(n=42、AM=24、FM=18、三つまで選択)

	全体	AM	FM
被災地でデマや不正確な 情報が広がるのを防いだ	16 38.1%	12 50.0%	4 22.2%
被災者に役立つ地域のきめ細やかな 支援情報やライフラインの情報を流した	35 83.3%	22 91.7%	12 66.7%
被災者の不安や困っていることを 丁寧にくみ上げ一人ひとりのニーズに応えようとした	10 23.8%	7 29.2%	3 16.7%
被災者やその関係者が 被災地の状況を把握できるような放送を心がけた	11 26.2%	7 29.2%	4 22.2%
被災者どうしの励ましや 共感が得られるようなメッセージをできる限り放送した	15 35.7%	8 33.3%	7 38.9%
日常の放送に近い形態で 被災者が笑ったりほっとできる放送をした	15 35.7%	6 25.0%	8 44.4%
被災地外から被災者への 応援メッセージを伝えようとした	5 11.9%	0 0.0%	5 27.8%
被災地外でも被害の状況を 共有できるような情報を流した	7 16.7%	4 16.7%	3 16.7%
被災地外からの応援に役立つ 道路などの被害情報や復旧情報を流した	7 16.7%	3 12.5%	4 22.2%
被災地に向けた支援を上げるよう、 被災地の声を全国に発信しようとした	4 9.5%	3 12.5%	0 0.0%
その他	2 4.8%	0 0.0%	2 11.1%
回答数	42	24	18

1964年新潟地震以降、テレビは被災地の外向けに被害の映像を、ラジオは被災地の内向けに地域の情報を放送する形態が確立した[18]が、調査結果からAM・FMともに「ラジオ特有の放送」として実施した内容に「生活情報」を最も多く挙げ、ラジオは被災地の中にいる被災者に向けて情報を届けることを強く意識していることがわかった。ただしその次に意識する点はAMとFMで違いがみられ、AMはデマを防ぐこと、FMは日常の放送に近い笑ったりほっとしたりできる放送であった。

表 5 被害の状況以外に力を入れるべき情報
(n=54、AM=29、FM=25)

		あまり力を 入れなくて よい	どちらとも いえない	やや力を入 れるべき	特に力を入 れるべき
国レベルの支援情報 や政府の動き	AM	9	15	5	
		31.0%	51.7%	17.2%	
	FM	2	8	11	4
		8.0%	32.0%	44.0%	16.0%
	小計	2	17	26	9
		3.7%	31.5%	48.1%	16.7%
都道府県レベルの 支援策や行政の情報	AM			11	17
				37.9%	58.6%
	FM			14	11
				56.0%	44.0%
	小計			25	28
				46.3%	51.9%
市町村ごとの 支援情報や 避難所情報、 ライフラインなどの 情報	AM	1	2	26	
		3.4%	6.9%	89.7%	
	FM			4	21
				16.0%	84.0%
	小計	1	6	47	
		1.9%	11.1%	87.0%	
町丁目単位のライフ ラインや交通の 復旧情報	AM	5	10	14	
		17.2%	34.5%	48.3%	
	FM	5	13	7	
		20.0%	52.0%	28.0%	
	小計	10	23	21	
		18.5%	42.6%	38.9%	
リスナーから寄せら れる支援情報や 復旧情報	AM	6	10	12	
		20.7%	34.5%	41.4%	
	FM	1	5	10	9
		4.0%	20.0%	40.0%	36.0%
	小計	1	11	20	21
		1.9%	20.4%	37.0%	38.9%
デマに惑わされない 正確な情報	AM	1	1	27	
		3.4%	3.4%	93.1%	
	FM			4	21
				16.0%	84.0%
	小計	1	5	48	
		1.9%	9.3%	88.9%	
災害以外の、 落ち着いたり 安心できたりする 話題や音楽	AM	11	10	8	
		37.9%	34.5%	27.6%	
	FM	1	2	9	13
		4.0%	8.0%	36.0%	52.0%
	小計	1	13	19	21
		1.9%	24.1%	35.2%	38.9%

なお全局に対し、問 19 として「災害時の放送で被害の状況以外に特に力を入れて発信すべき情報」を尋ねたところ（表 5）、AM と FM で最も差が開いたのが「災害以外の落ち着く話題や音楽」であった。「特に力を入れるべき」と「やや力を入れるべき」を合わせ FM の 88.0% が「力を入れるべき」と答えたのに対し AM では 62.1% にとどまり、災害を経験

していない局を含めても、FM は「日常の安心や音楽」に力を入れる傾向が高いことがわかった。その他の項目で多かったのは「市町村ごとの情報」(AM96.6%、FM100%)「デマに惑わされない正確な情報」「都道府県レベルの情報」(ともに AM96.5%、FM100%)で、ここでも「デマ」を強く意識するとともに「国レベルの情報」よりも民放の放送エリアに根差した情報を重視する傾向がみられた。

続いて、災害放送の経験がある局を対象に、災害時に発信する情報の向きと、実際にどのような放送を行ったかとの関連性を調べるため、「災害時どこに向けてのどんな情報を重視したか」(問 13)と「災害放送で心がけたこと」(問 15)とのクロス集計を行った(表 6)。

問13で被災地の内向け、すなわち「被災者相互のコミュニケーションの手助け、相互の励ましとなる情報を届けようとした」と答えた局では、AM・FMとも、問15で②「被災者に役立つ地域のきめ細かな支援情報やライフラインの情報を流した」を選ぶ割合が最も高かった(AM54.2%、FM33.3%)。しかし続く回答では違いがみられ、AMでは①「被災地でデマや不正確な情報が広がるのを防いだ」(29.2%)、③「被災者の不安や困っていることを丁寧にくみ上げ一人一人のニーズに応えようとした」(25.0%)であった。これに対しFMでは⑤「被災者どうしの励ましや共感が得られるようなメッセージ」(22.2%) ⑥「日常の放送に近い形態で被災者が笑ったりほっとできる放送」(16.7%)が多かった。

次に問13で、被災地の外から内に向けて「被災地の外から被災地への激励、元気づけるメッセージを被災地に届けようとした」と答えた局でも、問15で②「ライフラインの情報を流した」とする割合がAM・FMともに最も高かった(AM16.7%、FM27.8%)。AMで次に多かったのは⑥「日常の放送に近い形態」(12.5%)、①「デマを防いだ」(8.3%)だったが、FMでは⑥「日常の放送に近い形態」と⑦「被災地外から被災者への応援メッセージを伝えようとした」がともに16.7%だった。

また問13で、被災地から外に向けて「被災地の被害状況や被災者の声を全国へ発信しようとした」と答えた局では、AMでは問15で②「ライフライン情報」を流した局が最も多かった(20.8%)のに対し、FMでは⑥「日常の放送に近い形態」が最も多かった(16.7%)。続いて多かったのはAM・FMとも⑧「被災地外でも被害の状況を共有」(AM12.5%、FM11.1%)だったが、AMでは①「デマを防いだ」も同じ12.5%に上っていた。

表 6 災害放送で心がけたことと重視した情報の関連性
(n=42、AM=24、FM=18)

		被災地の被害状況や被災者の声を全国へ発信しようとした		被災地の外から被災地への激励、元気づけるメッセージを被災地に届けようとした		被災者相互のコミュニケーションの手助け、相互の励ましとなる情報を届けようとした		回答数	
		AM	FM	AM	FM	AM	FM	AM	FM
災害時の放送で心がけた点	①	3	1	2	1	7	2	12	4
		12.5%	5.6%	8.3%	5.6%	29.2%	11.1%	50.0%	22.2%
	②	5	1	4	5	13	6	22	12
		20.8%	5.6%	16.7%	27.8%	54.2%	33.3%	91.7%	66.7%
	③	1	1	0	2	6	0	7	3
		4.2%	5.6%	0.0%	11.1%	25.0%	0.0%	29.2%	16.7%
	④	2	1	0	1	5	2	7	4
		8.3%	5.6%	0.0%	5.6%	20.8%	11.1%	29.2%	22.2%
	⑤	2	0	1	3	5	4	8	7
		8.3%	0.0%	4.2%	16.7%	20.8%	22.2%	33.3%	38.9%
	⑥	0	3	3	2	3	3	6	8
		0.0%	16.7%	12.5%	11.1%	12.5%	16.7%	25.0%	44.4%
	⑦	0	1	0	3	0	1	0	5
		0.0%	5.6%	0.0%	16.7%	0.0%	5.6%	0.0%	27.8%
	⑧	3	2	0	0	1	1	4	3
		12.5%	11.1%	0.0%	0.0%	4.2%	5.6%	16.7%	16.7%
	⑨	1	1	2	2	0	1	3	4
		4.2%	5.6%	8.3%	11.1%	0.0%	5.6%	12.5%	22.2%
⑩	1	0	0	0	2	0	3	0	
	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	12.5%	0.0%	
⑪	0	1	0	1	0	0	0	2	
	0.0%	5.6%	0.0%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	
回答数		6	3	4	7	14	8	24	18
		25.0%	16.7%	16.7%	38.9%	58.3%	44.4%	100%	100%

①被災地でデマや不正確な情報が広がるのを防いだ ②被災者に役立つ地域のきめ細やかな支援情報やライフラインの情報を流した ③被災者の不安や困っていることを丁寧にくみ上げ一人ひとりのニーズに応えようとした ④被災者やその関係者が被災地の状況を把握できるような放送を心がけた ⑤被災者どうしの励ましや共感が得られるようなメッセージをできる限り放送した ⑥日常の放送に近い形態で被災者が笑ったりほっとできる放送をした ⑦被災地外から被災者への応援メッセージを伝えようとした ⑧被災地外でも被害の状況を共有できるような情報を流した ⑨被災地外からの応援に役立つ道路などの被害情報や復旧情報を流した ⑩被災地に向けた支援を上げるよう、被災地の声を全国に発信しようとした ⑪その他

3-2-2-6 災害放送と日常の放送との関連性

次に、災害放送と日常の放送の関連性について整理する。問 16 として「日常の放送で行っていたことで災害放送に生かされた点があったか」を尋ねると、「あった」と回答した局が大半であった（AM92.0%、FM83.3%）。「なかった」とした AM2 局と FM3 局の中には「県と連携して情報がもらえることになっていたが実際に災害が起きるともらえなかったりした」（FM）という回答があった。一方「日常の放送で生かされた点があった」と回答した局に、問 17 として「具体的な点（複数回答）」を尋ねた。最も多かったのが「双方向

の放送に力を入れていたことでリスナーから情報が数多く寄せられた」(AM82.6%、FM66.7%)であった。次に多かったのは「専門家とコミュニケーションをとっていたことで正確な情報を流すことができた」(AM43.5%、FM53.3%)「災害マニュアルの整備もしくは災害訓練の実施でスタッフが適切に動くことができた」(AM34.8%、FM46.7%)で、逆に少なかったのは「災害時を想定した技術を構築していたことで支障なく放送が継続できた」で、AM13.0%、FM13.3%にとどまった。

表 7 災害放送と日常の放送の関連性
(n=38、複数回答)

	上質な コンテンツ	面白い、また は興味深い コンテンツ	リスナーとの 距離感	地域密着性	番組の収益性	回答数
双方向の放送に力を入れていた ことでリスナーから情報が 数多く寄せられた	16 55.2%	15 51.7%	21 72.4%	22 75.9%	11 37.9%	29
専門家とコミュニケーションを とっていたことで 正確な情報を流すことができた	9 50.0%	10 55.6%	14 77.8%	14 77.8%	6 33.3%	18
災害マニュアルの整備、もしくは は災害訓練の実施でスタッフが 適切に動くことができた	6 40.0%	8 53.3%	10 66.7%	13 86.7%	7 46.7%	15
災害時を想定した技術を 構築していたことで 支障なく放送が継続できた	3 60.0%	2 40.0%	5 100.0%	4 80.0%	1 20.0%	5
その他	2 40.0%	4 80.0%	4 80.0%	3 60.0%	1 20.0%	5
回答数	20	21	28	29	12	38

この問 17（災害時に日常の放送で生かされた点）について、日常の放送で大切にしている点（問 8、1 位から 3 位までを回答）との関連性を AM・FM を総合して調べると（表 7）、上記に挙げた問 17 のすべての項目において、日常に「リスナーとの距離感」と「地域密着性」を大切にしている局が、それ以外の点（上質なコンテンツ、面白さ、収益性）を大切にしている局よりも災害時に生かされたとする割合が高かった。災害放送継続のためには災害マニュアルの整備や訓練、技術の構築だけでなく、普段からリスナーとの距離感や地域密着性を大切にすることで、災害時に被災者が求めるニーズにこたえ情報を発信するという目的が生まれることが重要であると考えられる。

3-2-2-7 報道部署の有無と重視する情報

次にAM、FM別ではなく、報道部署の有無から放送内容を検討した。3-2-1で述べた通り、組織名に「報道」がなくても事実上、報道担当が存在する可能性もあるが、ここでは組織としてラジオに「報道」と名の付く部署が存在するラジオ局を「報道部署あり」（54局中10局）として分析した。

日常で大切にしている点（問8）では、報道部署の有無にかかわらず、1位に挙げる要素は「地域密着性」（「報道あり」局の60.0%「報道なし」局の36.4%）、「面白さ」（「報道あり」の30.0%「報道なし」の27.3%）の順であった。しかし2位に挙げる要素では違いがみられ、「報道なし」局が「地域密着性」（31.8%）「面白さ」（27.3%）としたのに対し、「報道あり」局では「面白さ」（30.0%）「距離感」「収益性」（ともに20.0%）が上位を占め、「地域密着性」は10.0%にとどまった。

また、放送エリアでの災害放送を行った際ラジオとしての取材ができたか（問10）については、「報道あり」局で「直接取材した」が87.5%に上り、「電話取材のみ」がゼロだったのに対し、「報道なし」局では「直接取材」は55.9%にとどまり「電話取材のみ」が29.4%あった。ただし「取材活動はできなかった」が「報道あり」で12.5%、「報道なし」は14.7%でともに一定程度存在した。

災害時の主な情報ソース（問11）では、「ラジオ独自の取材」が「報道あり」局で87.5%と大半に上り、「報道なし」局の51.4%と比較して36.1ポイントの差がみられた。また「自社テレビの取材や自社テレビからの情報」を主要なソースとした局は「報道あり」局ではゼロだったが「報道なし」局では42.9%あった。「リスナーからの情報や声」と回答したのは「報道なし」局の65.7%に上ったが、「報道あり」局では50.0%にとどまった。

さらに「災害時、情報を発信する際どこに向けてのどんな放送を重視したか」（問13）では「報道なし」局の52.9%が「被災者相互のコミュニケーションの手助け、相互の励ましとなる情報」と回答し、次いで多かったのが「被災地の外から被災地への激励、元気づけるメッセージ」（32.4%）であった。これに対し「報道あり」局では「被災地の外から被災地への激励」と回答した局はゼロで、「被災者相互のコミュニケーションの手助け」と「被災地の被害状況や被災者の声を全国へ発信しようとした」がともに50.0%であった。これらの結果から、報道部署があるラジオ局では災害時の直接取材やラジオ独自の取材が可能であることがわかった。また被災地の内に向けて被災者に必要な情報を発信するだけでなく、同等の割合で外に向けて被害状況を発信しようとする傾向があることもわかった。

3-2-2-8 災害への備え・態勢と不足を補うもの

最後に、災害に備えた態勢について調べた。問22「災害時の放送について十分対応できると考えていますか」に対して「十分な災害放送には不安がある」と答えた局はAM65.5%、FM62.5%とともに6割以上であった。不安の内容（複数回答）は「人員の不足」（AM94.7%、FM80.0%）が大半で、次に「災害対応の経験不足」（AM73.7%、FM60.0%）の順であった。

3-2-2-1 で述べたように、AMの72.4%、FMの64.0%が20人以下の少人数で番組制作にあたっており、ラジオに報道と名の付く部署が存在しない局が大半であることから、予想された結果ともいえる。そこでAM・FMに関係なく制作人数（問6）と「災害時の情報ソース」（問11）の関連性を調べた（表 8）。規模が10人以下の局では「行政情報」と「リスナーからの情報」を災害時のソースとする局が多く、30人以下の局では「独自取材」と「リスナーからの情報」が多かった。

表 8 制作人数と災害時の情報ソース
(n=43、複数回答)

	ラジオ独自の取材	自社テレビの取材や自社テレビからの情報	外部からの情報	行政機関などからの情報	ボランティア団体やNPOなどからの情報	リスナーからの情報や声	回答数
制作人数段階別	~10人	9 42.9%	8 38.1%	11 52.4%	18 85.7%	2 9.5%	13 61.9%
	~20人	8 88.9%	4 44.4%	5 55.6%	5 55.6%	0 0.0%	6 66.7%
	~30人	5 83.3%	1 16.7%	4 66.7%	3 50.0%	0 0.0%	5 83.3%
	~50人	1 100%	0 0%	1 100%	1 100%	0 0%	0 0%
	~100人	1 20.0%	1 20.0%	4 80.0%	2 40.0%	0 0.0%	3 60.0%
	201人~	1 100%	1 100%	1 100%	0 0%	0 0%	0 0%
	回答数	25	15	26	29	2	27
							43

制作人数10人以下のラジオ局からは、問18（災害放送に関する自由記述）として「避難に関する呼びかけが十分だったのか、足りなかったのではないか、情報量、放送時間が足りなかったと反省している」（AM、台風に関して）「常にラジオは即時的な情報が求められることで初動が遅いとリスナーから苦情が出る」（AM、水害に関して）というものもあった。

一方で、少ない人数でも情報の不足を補う手段があることを示す回答もあった。同じく制作人数10人以下のラジオ局からの回答では「日ごろから自治体との顔の見える関係づくりを進めたことで災害時もスムーズに情報を引き出せた」（AM）とするものがあったほか、「2007年能登半島地震の際、欲しい情報がなかなか入ってこない中で日常の放送でリポートをしていた一般の人たちが被害情報をラジオ局に伝えてきたことに助けられた」（AM）というものもあった。日頃から、ラジオのお天気リポーターとして出演していた民宿経営者や商店主など延べ10人が現地の状況をレポートしたという。中でも石川県輪島市の旅館経営者が数十メートルに及ぶ道路の陥没に遭遇したというレポートによって、被害が大きかったにもかかわらずまだ報道されていなかった輪島に中継車を向かわせる判断ができ、

最も被害が大きかった輪島市門前町からの中継につながったという。それ以外の局の自由記述（問25、災害時の心がけについて）でも「日常的に出演してもらえる人を各地でいかに捕まえておくかが重要」（AM）「エリア内の各界各層と日ごろから顔の見える関係とつくることで取材源を整える」（AM）など、4局から日常のネットワーク構築の必要性が指摘されていた。

小田は大規模災害に共通した災害放送の問題点として「災害情報のドーナツ化現象」を挙げ、「被害が少ない地域の情報は入手しやすい。それに対し激甚被災地では、行政や防災機関の対応が遅れ被害状況がなかなか把握できない」とし「ドーナツのように被災地の中心の情報は、とくに災害初期にあっては、ぽっかり空白になる」と述べている[99, p. 43]。アンケート結果からは、この「ドーナツの穴」を埋めるひとつの手段が信頼できる地域のネットワークであることが示された。

3-2-2-9 誤報への対応

一般の人々から寄せられる情報を災害時に活用する際、懸念されることとしてデマや誤った情報がある。表 5 でも示したように問 19「自然災害において被害の状況以外にラジオが特に力を入れて発信すべき情報」に対して「デマに惑わされない正確な情報」に「特に力を入れるべき」とした局は AM の 93.1%、FM の 84.0% に上った。しかしその一方で実際の経験として「リスナーからの情報提供を受けたが裏どりをしたら事実ではないことがわかった」（FM）という回答もあった。情報が混乱する災害直後は、善意の情報提供に誤報が含まれる可能性も皆無ではない。反対に「ラジオの防災報道は正確な情報を送り出すのは当然だが、途中経過でも構わず放送を送り出す勇気が必要で、避難に関する情報ならばラジオはオオカミ少年でもかまわない。すぐに訂正を出せばよい」（AM）という回答もあった。これらを考え合わせると、災害時には誤報をすぐに訂正する柔軟性が求められるとともに、誤報のリスクをできるだけ下げる努力も必要である。たとえば廣井[17]が例に挙げている「防災情報モニター」など、民放のスポンサーのほか、タクシー運転手や理髪店といった地域に精通し信頼できる人たちのネットワークをあらかじめつくっておく方法もあるだろう。ただこうしたネットワークを日常的に維持していくのは制作者らにとって新たな負担となるため、日常の番組コンテンツとして活用する工夫が求められる。

一方でアンケートには「大震災の特番内で放送もツイートもしない情報があった。給油に関するものでパニックとデマが横行していたため」（AM）とする回答もあった。リスナーからの情報にラジオ側の判断という「編集」を加える点は、ラジオが信頼されるための重要な要素だといえる。

ただ災害時の判断には経験や日ごろの訓練、マニュアルの整備も必要である。3-2-2-8 でも述べたように災害時の放送についての不安（問23、複数回答）では AM の 73.7%、FM の 60.0% が「経験不足」を挙げていた。自由記述では「災害のたびに想定外のことが多々発生することを実感している。日々のマニュアル整備とともにとっさの判断の必要性も感

じている」(FM、問18、災害放送に関して)「普段の訓練が重要」(FM、問25、災害時の心がけに関して)「常に備えよの心構えが大切」(FM、問25、災害時の心がけ)「報道経験者0人でできることを開拓する必要がある」(AM、問31、ラジオのあり方に関して)といった回答が寄せられた。

3-2-2-10 COVID-19感染拡大と放送の関係

調査では、COVID-19 感染拡大を災害と同様「非常時」と捉え、COVID-19 の影響についても尋ねた。COVID-19 についての話題をどのように取り上げているか(問 27、複数回答)については「リスナーの声や悩みを随所で紹介している」が最も多く、内訳は AM が 79.3%、FM56.0%で AM のほうが 23 ポイント以上高かった。具体的に心がけている点(問 28)についても「リスナーからの声を拾い上げ、地域や一人ひとりの状況を把握して具体的に伝える」という回答が AM で 51.7%、FM で 36.0%あり、COVID-19 においても AM はリスナーの声を重視していることがわかった。中には「卒業式ができない学校があり、担任教諭に電話出演してもらいラジオ卒業式を放送した」(AM、問 30、COVID-19 に関する自由記述)という回答もあった。一方で「リクエストに応じて気持ちが安らぐような音楽や娯楽の要素がある内容を放送する」と回答した局は AM37.9%、FM76.0%と FM のほうが 38 ポイント以上高く、FM では COVID-19 においても「日常の安心や安らぎを届けること」が役割だと認識していることがわかった。自由記述には「あらゆるメディアでこの話題ばかりになり、それに疲れたり不安な方々も多く、あえて音楽のみで普段通りの放送を実行した」(FM、問 27「その他」の回答)「テレビが新型コロナウイルス報道ばかりなので、ラジオはポジティブな曲、情報を心がけた方がよい」(FM、問 30、COVID-19 の自由記述)「今回のコロナ禍に限らず、災害が発生するたびにリスナーから『テレビはニュースばかりで、気が休まらない。ラジオのトークと音楽が落ち着く』という投稿が多く寄せられる。必要最低限の情報と、飾らないトークと音楽をバランスよく届けていくことが大事ではないか」(FM、問 31、ラジオのあり方)といった回答があった。こうした構図は、自然災害発生時と類似している。COVID-19 感染拡大においても、テレビが感染者の数や病床の映像などを中心に報道していたのに対しラジオは、主に AM では一人ひとりの悩みに寄り添い、主に FM では日常の安心を届けようとしていたことが、回答からわかった。

アンケートで特徴的だったのは、感染による差別やバッシングを広げないような配慮である。自由記述には「感染者ならびに濃厚接触者、居住地、会社、学校などへのバッシングが特に SNS でみられた。公共の電波では誹謗中傷などのメールなどには特に気をつけている」(FM、問 30、COVID-19 の自由記述)「偏見・誤解を持たないこと、医療従事者・エッセンシャルワーカーへの感謝をスポットで呼びかけている」(FM、問 28、COVID-19 で心がけている点「その他」)「世代間、地域間での対立を生まない表現への配慮をしている」(FM、問 30、COVID-19 の自由記述)といった回答があった。

3-2-1 で述べたように外出自粛期間中の 2020 年 4 月、radiko での聴取率が増加した

が、リスナーに寄り添い日常の安心を届け、対立を生まないよう配慮するラジオの姿勢が受け入れられたとも考えられる。自由記述では「リスナーが増えた実感」を書いた局が 7 局あった。ラジオ受信機での聴取率調査は地域によって回数や時期が異なり、COVID-19 影響下での聴取率については統一したデータがないが「外出自粛期間、明らかにリスナーが増加したと感じた」(FM、問 30、COVID-19 の自由記述)「4 月、5 月の radiko 接続回数が 1.3 倍から 1.5 倍に増えた」(AM、問 30、COVID-19 の自由記述)「今回のコロナ禍でラジオの重要性や役割、ニーズが再確認されたと思う」(AM、問 31、ラジオのあり方)という実感が記されていた。一方、「一過性ではなくラジオを新しい生活様式の中に取り入れてもらうには今が肝心」(FM、問 31、ラジオのあり方)といった回答も見られ、新規リスナー定着化のため、一層の努力が必要だとする記述も目立った。

ただ調査では、すべての局が COVID-19 感染拡大によって何らかの影響を受けていたこともわかった(問 26、複数回答)。中でも多かったのは「パーソナリティーなどがスタジオ出演できなくなった」(AM89.7%、FM83.3%)、「取材やロケに出られないことで番組の変更・休止を迫られた」(AM69.0%、FM70.8%)であった。さらに「番組提供が打ち切られたことで番組の変更・休止を迫られた」は FM で 62.5%に上り(AM では 24.1%)、COVID-19 がもたらす経済的影響が、FM のスポンサーを直撃したことが推測された。自由記述では「民放という立場で思うように収益を上げられない。特にコロナでは国全体の経済活動のダウンを余儀なくされ、その影響は大きい」(FM、問 31、ラジオのあり方)という回答が寄せられ、経済的影響を直接受けている実態も明らかになった。

COVID-19 という新たなリスクに対しての戸惑いも見られた。「番組制作上困っていること」(問 29、複数回答)では「自然災害と異なり経験のない事態であるため、放送内容や局内の感染対策について判断できないことが多い」(AM44.8%、FM50.0%)「感染がいつおさまるのか、先が見えないためいつまでどの程度取り上げればよいのかなど計画が立てられない」(AM44.8%、FM33.3%)という回答が多く、経験のないリスクに判断や見通しが立たない状況がわかった。自由記述では「何が正しく、間違いなのか、いまだにわからない」(AM、問 30、COVID-19 に関して)という回答もあり、状況が刻々と変化する中で放送に苦悩する姿も見られた。また感染に対する意識の差を指摘する回答も多く「感染者が非常に少ない地域なので感染者の多い地域との温度差を感じながら放送した」(AM、問 30、COVID-19 に関して)「地震などの災害と違い、番組スタッフ・リスナーそれぞれの恐怖心、受け止め方がまちまち。どこに合わせて喋ったらいいかとても難しい」(AM、問 30、COVID-19 に関して)「パーソナリティーの意識の差で注意喚起のトーンに差があった」

(AM、問 30、COVID-19 に関して)というものがあつた。目に見えて被災状況がわかる自然災害とは異なり、被害の実態が目に見えない感染症のリスクを放送しなければならない難しさを示している。

3-3 まとめと考察

本章ではラジオが非常時に果たす機能と日常の放送との関連性について、民放全ラジオ100社（2020年6月現在）にアンケート調査を実施した。その結果、以下のことがわかった。

1. ラジオ特有の災害放送を行った具体的内容として、地域のきめ細かな支援情報やライフラインの情報を挙げた局がAMの92.0%、FMの70.6%を占め、先行研究にある通り、大半のラジオ局が被災地の内向けに被災者に求められる情報を発信しようとしていた。ただしライフライン情報の次に多かった内容は、AMがデマ防止、FMが日常に近い安心できる放送で、それぞれの特徴が表れた。

2. 災害時の放送は日常の放送とも関連していた。「地域密着性」をより重視し、日常のトーク番組などで双方向を取り入れることが多いAMでは、災害時に日常の放送が生かされた点として「双方向の放送に力を入れていたことでリスナーから情報が数多く寄せられた」とする局が82.6%に上った。それに対して日常の放送で「上質なコンテンツ」を重視する傾向が高く音楽番組が多いFMでは、災害時に力を入れるべき情報について「災害以外の、落ち着いたり安心できたりする話題や音楽」に力を入れるべきとする局が87.5%に上り、日常性が災害放送に生かされた点においてもそれぞれの特徴が表れた。

3. 災害時と同じく「非常時」であるCOVID-19の感染拡大についての伝え方も、日常の放送との関連性がみられた。AMは「リスナーの声や悩みを随所で紹介している」という局が79.3%あり、一方でFMは「日常の安心や安らぎを届けるため音楽などを放送している」という局が76.0%に上った。COVID-19に関してもAMはリスナーの声、FMは日常の安心や音楽を重視する傾向が高いことがわかった。

次に、これらの結果を踏まえて考察すると、ラジオの持つ特性は地域やリスナーに密着し交流する点にあり、これが災害放送にも役立っていると考えられる。またその特性の表れ方はAMとFMで違いがみられ、AMではリスナーの声を拾い上げ交流し、FMでは音楽や日常の話題などで安心を提供することにより、それぞれがリスナーに近づこうとしていた。災害放送では従来から4パターン（防災放送、被害報道、安否放送、生活情報）が存在することが知られている[17]が、ラジオの特性にあるこの密着性や交流性はこの4パターンに必ずしも当てはめることができない。従来の4パターンが被災地の外や内に向けて何らかの有用性がある情報なのに対し、ここで述べた密着性や交流性を示す放送は必ずしも何かの役に立つことを目指しているわけではない。そこでこのようなラジオの放送を仮に「共感放送」と呼ぶことにする。リスナーの置かれた状況に寄り添い、共感すること

でラジオが励ましや音楽などを提供することを「共感放送」とし、災害放送の第5のパターンとして位置付けたい。今後の災害においても、この「共感放送」を含め AM、FM それぞれの特徴を生かした災害放送をすることが重要だと考えられる。ただしこのような「共感放送」がリスナーに受け入れられるためには、ラジオ局が非常時だけでなく日常の放送において減災コミュニケーションを促進し、リスナーや地域との関係構築を進めることが重要である。従来の災害放送を提供する公共的な役割を果たしたうえで、「共感放送」は今後もラジオであるからこそ担える重要な役割となる可能性がある。

おしまいに、このように公共的な役割を担うラジオであるが、民間放送としての経営を成り立たせながら災害放送を担う苦勞について、調査では多くのラジオ局が言及していた。リスナーや被災者に寄り添うラジオの役割を今後も果たすためにも、ラジオの経営や媒体としてのあり方についての考慮は必要である。

4 リスナーのメールにみられる災害放送の共感性

4-1 第3章との比較

第3章で確認した「共感放送」はリスナーの置かれた状況に寄り添い、共感することでラジオが励ましや音楽などを提供することであり、日常の放送が根底にあることがわかった。共感放送はラジオの減災コミュニケーションのひとつのかたちということができ、従来の災害放送の4パターン（防災放送、被害報道、安否放送、生活情報）のように「役に立つこと」を目的に発信される「情報」ではないため、従来の4パターンとは別に、災害放送の第5のパターンとして「共感放送」を位置づけることを提唱した。ただし、ラジオの制作者側が意図した災害放送が「共感放送」であったことが示されたのみで、放送の受け手であるリスナーの立場からの分析とはなっていない。そこで本章では、リスナーにとっても「共感放送」が行われていたといえるのかを検証することにする。

4-2 研究の方法と対象

災害時のリスナーの声は、阪神・淡路大震災当時のラジオ放送の詳細な記録（たとえば[68], [69]）によって、どのように生かされていたのかを知ることができる。また豪雨災害においてリスナーがラジオにどのような声を寄せ、パーソナリティーが向き合ったかについては、ラジオ制作者による振り返りなどがある（たとえば[100]）。しかし第3章で確かめられたように、特にAMではリスナーからの声を取り上げることを中心に災害放送が展開されているにもかかわらず、リスナーの声に着目し詳細な分析を行った研究はまだみられない。そこで本章では、災害放送の重要な構成要素でもあるリスナーの声について、メールを手がかりに分析することとした。

調査対象は、熊本地震（2016）発生時、RKKラジオに寄せられたリスナーからのメールである。熊本放送（以下、RKK）は民放連に加盟するラジオ・テレビ兼営局で、RKKラジオは熊本県域を放送エリアとするAM局である。担当者のH氏によれば日常のリスナーは農家が多く、農業用ハウスの中でラジオを聴きながら作業をするリスナーもいるとのことである。本章では、地震特別番組を放送した2016年4月15日から17日までの3日間にリスナーから寄せられたメールのうち、RKKラジオに保管されていた434通を調査対象とする。また補助資料として同期間に寄せられたFAX、電話の受付メモも参照する。これらの資料はRKKラジオの担当者から学術目的で利用すること、差出人の個人情報が特定されないことを条件に提供された。メールは1件ずつA4用紙に印刷された状態で手提げ袋1袋にまとめられていた。またFAXのコピーや手書きメモもすべて紙の状態で同じ袋にまとめられていた。それらはほぼ日付順に並べられていたが、当時の混乱によって紛失した

ものもあるかもしれないとのことであり、FAX やメモは日時不明のものもあった。また同じメールが複数コピーされているものもあったが、受信日時及びスタッフが加筆した情報とその筆跡が一致する同一人物からのメールは「重複」と判断した。一方で、同一人物が同じ内容を時間を空けて複数送っているものもあったが、それらは意図して何度も送られたと判断し、別々に数えることにした。なお、本文中に示すメールは個人に配慮して全文を引用することを避け、差出人の住所が表記されている場合も都道府県までの記載にとどめた。メール本文に記載された避難所などの地名も可能な限り伏せている。

さらに、メールが実際の放送でどのように活用されたかを知る補助材料として、担当者から学術目的で利用することを条件に提供された特別番組の放送音声も用いることにする。地震特別番組は、いわゆる「前震」(4月14日午後9時26分 M6.5)のあと、日付が変わって15日午前6時40分から午前9時、午前9時から正午にそれぞれ別のパーソナリティーによって放送された。また「本震」(4月16日午前1時25分 M7.3)のあとは16日と17日の午前6時から午後6時まで、3時間ずつ4枠を異なるパーソナリティーが担当し、放送された。提供された音声は15日早朝の番組から20分間と16日午後の番組から約2時間、それぞれ抽出されたものである。この音声によって、番組内でメールが次々に紹介され特番の主要な柱となっていたことがわかった。担当者のH氏も、調査に対し「リスナーからのメールはほとんどが現場リポート的な内容でしたから、それぞれが大変貴重な情報でした。番組スタッフの気持ちとしては『貴重な情報だから出来るだけ紹介しよう』と考えたと思います」と回答している。特番以外の時間帯は「前震」発生時がプロ野球中継であったほか、東京からのネット受け番組や、テレビの音声をラジオに流すサイマル放送も行われた(ただし「本震」のあとはテレビが停波したためラジオ独自の放送を行った)。またRKKラジオには報道部がないため、ニュースについては熊本日日新聞社が提供する「熊日ニュース」(3~4分)を1日5回程度放送し、熊日が作成する原稿や共同通信の原稿をもとに被害情報や政府・行政機関の動きなどを伝えた。このほか情報入手先としては、RKKラジオが独自に契約を結んでいた「災害通信ボランティア」がいた。大雨などの際に身の回りの状況や被害をラジオに報告してもらうというもので個人と法人合わせて約160名がいたが、これまであまり活用される場はなかったとのことである。地震後、このうち約120名に電話がつながり、自宅周辺の揺れや被害を聞き取ったものを情報として放送したということだった。ただし災害通信ボランティアは本章の調査対象からは除外している。

分析方法はまずメール全体の傾向を知るため、樋口[101]によるKHCoderを用いて頻出語を抽出するとともに共起ネットワーク図を描く。そして、頻繁に用いられる語の特徴とそれらがどのような語とともに使用されたかを把握する。次に「共感性」に着目し、共感に関連すると考えられる語を取り出し、メールにおいてどのような文脈で使われていたかを検証する。続いて、メール全文の質的分析を試みる。はじめにメールを句点(文章の終わりの「。」)もしくは改行、あるいはスペース(空白)が打たれ文章が完結しているところで切り離し、Excelの一覧表にする。メールでは必ずしも句読点が打たれないためであ

る。次に一文ずつの意味を考え、簡潔な単語で表す「概念」に置き換えるコーディングを行い、A から H の八つに分類する。そのうえでこれらの分類の中に「共感性」を表現しているものがあるのか、検討する。さらに、切り離れたメールの一文一文をコーディングの塊ごとに統合し、一人の人物のメールに含まれる概念が何種類あるかを抽出する。つまり、メールが A→C→B→A など複数の概念を行ったり来たりしている場合、含まれる概念は「A、C、B」の三つと数えることにする。そしてこれらの時間的变化を検証する。

おしまいにこれらの分析から、メールを通してラジオに「共感性」を持つコミュニケーションが生まれていたのか、そしてリスナーの側からみても災害時に「共感放送」が行われていたといえるのかについて考察する。

4-3 全体の傾向

まずメールの全体像を把握するため、メール全文から頻出語 150 語を KHCoder[101]による分析で調べた。KHCoder はテキスト型データを統計的に分析するためのフリーソフトウェアで、文章形式のデータに含まれている語を自動的に切り出すほか、元のテキストでどのような文脈で使用されているかを確認することができる。本章では、抽出語からメールの誤字脱字などをそのまま記載したことを示すため筆者が加筆した「原文ママ」という語を除外する処理を行ったほか、最初の抽出で認識されなかった語のうち「声」「初」「はじめて」と地名である「南阿蘇」「宇城」、パーソナリティーの名前である「江越」を強制抽出する単語に設定し、分析を行った。結果は表 9 のようになった。

メール文面に使用された語では「避難」(203 回) が最も多く、次いで「地震」(197 回) が多く用いられた。熊本地震は最大震度 7 を観測する地震が約 28 時間の間に 2 回起きたほか、2 日間で震度 6 弱以上の強い余震が 5 回発生した。また「本震」の発生以降、熊本県熊本地方のみならず熊本県阿蘇地方や大分県中部等にかけての広い範囲で地震活動が活発となった[102]。このため地震発生後の 2 か月間に「車中避難」「車中泊」という言葉を含む新聞記事の件数が阪神・淡路大震災、新潟県中越地震、東日本大震災と比して突出していたことが指摘されている[103]。メールの頻出語でも「車」(77 回) や「余震」(55 回) 「揺れ」(53 回) 「駐車」(27 回) が上位に現れ、余震を避けて車中泊をしたという内容が多かったことを示している。またライフラインでは「水」(174 回) や「トイレ」(42 回) 「給水」(38 回) 「断水」(37 回) 「水道」(31 回) と、「電気」(62 回) 「停電」(46 回) が頻出語の 42 位までに現れ、断水や停電による苦勞についての記述が多かったことを示している。

表 9 メール文面に頻出した上位 150 語

順	抽出語	出現回数	順	抽出語	出現回数	順	抽出語	出現回数	順	抽出語	出現回数	順	抽出語	出現回数	順	抽出語	出現回数
1	避難	203	24	お願い	53	35	声	38	43	気	30	48	初	25	53	東日本	20
2	地震	197	24	揺れ	53	35	早い	38	43	今朝	30	48	寝る	25	54	大津	19
3	思う	181	25	来る	52	36	雨	37	43	前	30	48	多い	25	54	朝	19
4	水	174	26	我が家	48	36	皆様	37	43	大丈夫	30	48	不安	25	54	発生	19
5	熊本	170	27	頑張る	47	36	断水	37	43	必要	30	48	復旧	25	54	眠れる	19
6	今	111	27	少し	47	37	メール	36	44	江越	29	49	ありがとう	24	55	リスナー	18
7	ラジオ	108	28	言う	46	37	怖い	36	44	支援	29	49	昨夜	24	55	考える	18
8	情報	105	28	停電	46	37	落ちる	36	44	食料	29	50	ガソリン	23	55	車両	18
9	家	86	29	揺れる	45	38	申し上げる	35	45	自宅	28	50	仕事	23	55	助かる	18
10	皆さん	82	30	RKK	44	38	無事	35	45	倒れる	28	50	市内	23	55	消防	18
11	車	77	30	小学校	44	39	スタッフ	34	45	連絡	28	50	方面	23	55	中学校	18
12	行く	76	30	放送	44	39	時間	34	46	気持ち	27	51	たくさん	22	55	南阿蘇	18
13	出る	75	31	住む	43	39	生活	34	46	使える	27	51	テレビ	22	55	北	18
14	被害	66	31	人	43	39	東京	34	46	駐車	27	51	過ごす	22	55	流れる	18
15	大変	64	32	トイレ	42	40	元気	33	47	radiko	26	52	ガソリンスタンド	21	55	力	18
16	電気	62	33	家族	41	40	災害	33	47	おはよう	26	52	宇城	21	56	折る	17
17	昨日	61	33	本当に	41	40	状況	33	47	こんにちは	26	52	益城	21	56	協力	17
18	方々	59	34	今日	39	40	入る	33	47	安心	26	52	感じる	21	56	降る	17
19	聴く	58	34	続く	39	41	帰る	32	47	瓦	26	52	近所	21	56	食べる	17
20	近く	57	34	物資	39	41	見舞い	32	47	強い	26	52	現在	21	56	震災	17
21	聞く	56	35	給水	38	41	自分	32	47	使う	26	52	電話	21	56	送る	17
22	余震	55	35	見る	38	41	渋滞	32	47	状態	26	52	娘	21	56	大震災	17
23	心配	54	35	持つ	38	42	心	31	47	先ほど	26	53	屋根	20	56	店	17
23	被災	54	35	出来る	38	42	水道	31	47	道路	26	53	外	20	56	届く	17
23	夜	54	35	場所	38	43	阿蘇	30	47	入れる	26	53	倒壊	20	56	疲れ	17

またラジオの放送に関連する語も多くみられた。まず「ラジオ」(108 回)、「情報」(105 回)がそれぞれ 7 位と 8 位に現れたほか、「声」(38 回)、ラジオ制作に携わる人々をさす「スタッフ」(34 回)、パーソナリティーの名前である「江越」(29 回)が 44 位までに現れている。

続いて語と語の共起関係を調べるため、頻出語による共起ネットワーク図を描いた。共起ネットワーク図は関連の強い語どうしを線で結んだもので、図に示された円の大きさが語の出現回数の多さに比例する。作図の条件は最小出現数を 30 とし、関連性の強さを示す共起関係の算出には Jaccard 係数を用いて上位 60 位までの共起関係を表示させ、共起関係の強さを Jaccard 係数の数値で示した。結果は図 5 のとおりである。

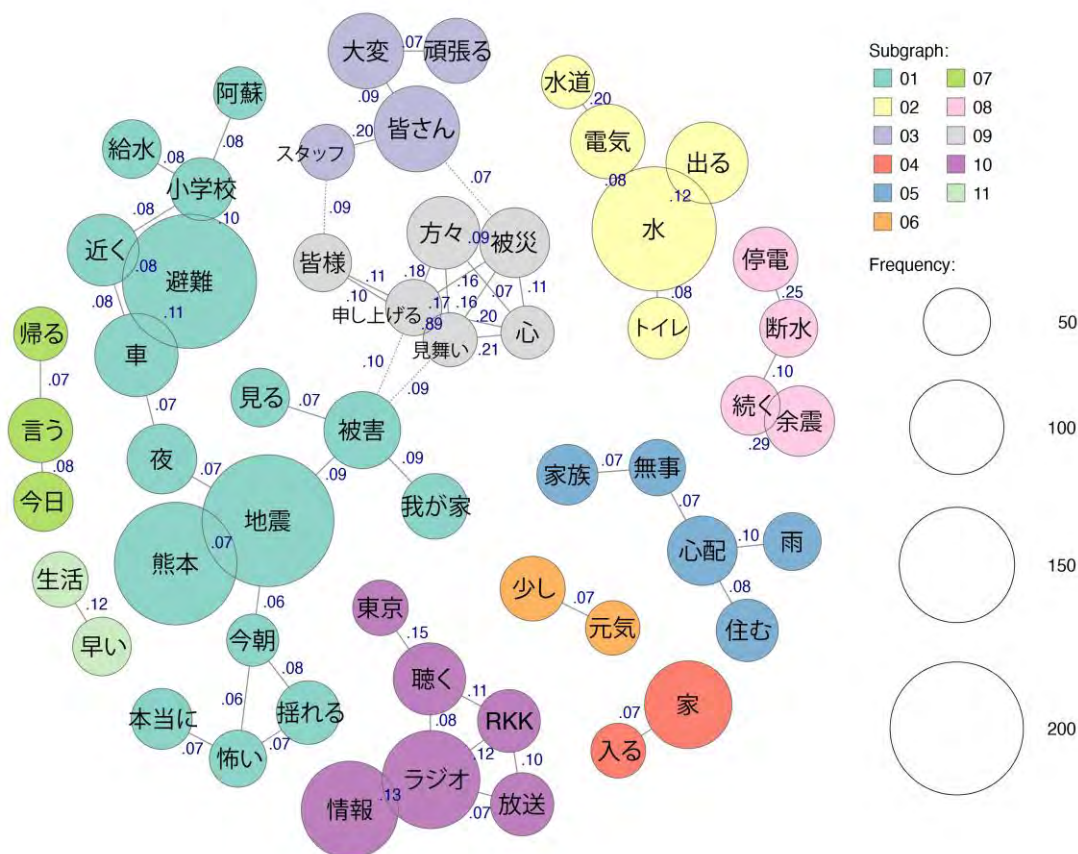


図 5 メール文面の共起ネットワーク図

共起ネットワーク図では 11 のグループが検出された。まず、熊本地震の特徴を表していると考えられるグループが三つ存在している。第 1 のグループは最も出現頻度が高い「避難」と「地震」「熊本」を含むグループで、「避難」は「小学校」や「車」などと、また「地震」「熊本」は「夜」「被害」や「今朝」「怖い」といった語と共起していた。二度の地震が夜や未明に起きたことや、続く余震を恐れて車中避難をしたというメールが多かったことを示している。また第 2 グループで「水」が「トイレ」「電気」などと共起しているほか、第 8 グループで「断水」が「停電」「続く」「余震」と共起し、この二つのグループもライフラインに関する被害の特徴を表していた。一方でラジオの放送に関するグループも存在し、第 10 グループが「ラジオ」と「情報」や「放送」「聴く」などで構成され、ラジオから情報を得ようと聴いていた人々のメールが多かったことが示されている。ただ、ここで注目するのは、他者への「共感性」を示すと思われるグループが存在していることである。まず、第 3 グループで「皆さん」が「大変」「頑張る」とともに「スタッフ」と共起している。実際には「大田黒さん、まやさん、スタッフの皆さんも大変な状況で放送されているのだと思います」という熊本県民の声に（原文ママ）励まされているはず。（4/17 9:53）などとして使われていた。また第 9 グループで「被災」「方々」「見舞い」「申し上げ

る」などが共起し、実際には「熊本地震で被害に遭われた皆様に心からお見舞いを申し上げます。」(4/16 13:50) などとして使われていた。また小グループではあるが、「少し」と「元気」が共起して第6グループを形成し、実際には「こういう精神的にまいっている時に聞くと、『あれ？こんなに元気になれる曲だったっけ？』と、少し家族と明るくなれました！」(4/16 14:58)「RKK様避難生活されている方々を少しでも元気を与えてあげて下さいね(原文ママ)。」(4/17 13:24)のように用いられ、ラジオが「少し」元気を与える存在であることを示すメールが送られていた。

これらの全体像から、メールの文面には少なからず共感性を表す内容が含まれている可能性があると考えられた。このため、次の章では「共感性」に着目してメール全文を詳しく分析することとする。

4-4 使用言語に見る共感性

この章では共感性を示すと思われる語に着目し、それらがメールの中でどのように用いられていたかを分析する。目的は4-2で述べた「共感放送」が熊本地震でも行われていたのかどうか、リスナーの視点に立って検証しようとするものである。

では「共感」とはどのような心の動きだろうか。Hoffman[104]は「共感とは、自分の状況よりも他人の状況に適した感情的反応と定義される」と述べている。また、澤田[105, p. 4]は「共感とは、他者の感情の理解を含めて、他者の感情を共有すること」であるとし、春木[106, p. 3]は英語訳を empathy だとしている。また、梅田[107, pp. 4-5]は、共感とは「共感情」であり、他者の感情状態に対する同期的な反応であるとしたうえで、(1) 他者の感情状態を理解するという機能と、(2) その状態を共有する、あるいはその状態に同期するという機能に分けられると述べている。そのうえで、前者の「認知的共感」はオンオフの切り替えがある程度可能で、たとえば倫理的に不適切な行為をしたような他者が罰を受けているようなシーンに対しては、罰を受けるのは当然であると考え共感のスイッチを意図的にオフにすることもできるとしている。これに対し後者の「情動的共感」はスイッチをオフにすることが困難で、その場の状況に接した時点で自動的に身体が反応してしまい、同時に他者の心の状態を考え、その結果として共感が認識されるという。一方で災害時の「共感」について、渥美[108]は、過去の災害の被災者が次の被災地にボランティアとして救援に向かう「被災地のリレー」が行われる際、災害体験が異なるにもかかわらずまるで旧知の仲のように被災者同士がともに涙を流し、その出合いを再会のように喜ぶ姿から、そこにどのような「共感」があるのかを考察している。そして「お互いの具体的な悲しみはわかり合えない(共感不可能性)けれど、それが多くの人に理解されがたい悲しみであることだけは共通に知っている(<共感>)という共感不可能性に関する共感=<共感>が、人と人とを強力に、深く結びつけるということである」[108, p. 60]とする。

これらの先行研究を踏まえ本研究では、被災者の状況に無条件に感情移入してしまう心

の動きや、自らの被災体験に照らし合わせ、被災者の苦しい思いを自分に置き換え感じ取ろうとする心情を「共感」とする。平易な言葉で言いかえるならば「わかります、その気持ち」「あるある、そういうこと」や「自分もそうでした」ということになるだろうか。被災者に自分を同化させたり、被災者の苦しみに共通項を見出し（経験した災害は異なったとしても）、近づこうとするような態度のことである。そこでこのような態度で発信されたメッセージに使われるであろう語として、表 9 の頻出語から「皆さん」（82 回出現）と「皆様」（37 回出現）に着目した。「皆さん」は図 5 の共起ネットワーク図で「大変」「頑張る」などと共起し、また弱い共起関係ながら「被災」ともつながっている。「皆さん」はある集団に向かって「皆さん……」と呼びかけたり、「〇〇町の皆さんが……」のように「人々」と言う代わりに親しみを込めて表現したりするときに用いられる。このため、この語を発信する人物が「皆さん」である集団に親しみや共感を持っているものと考えた。また「皆さん」よりも改まった表現である「皆様」も同様に用いられると考えた。

メールで「皆さん」の用いられ方を分析すると「皆さん」の対象は、①ラジオ②被災者の二つに分かれた。このうち①のラジオは以下のように、放送には出ない番組制作スタッフにも呼びかける文脈で使用されていた（下線は筆者による）。

江越さん泉田隊長スタッフの皆さんこんにちは地震、色々近況 メッセージしたいけど……電話出来ますか？電話して下さい。（4/16 12:39 熊本県）

小松さん、まこさんスタッフの皆さん、おはようございます。大変ななかでの放送、お疲れさまです。（4/17 7:01 神奈川県）

メールには RKK ラジオの放送エリア外からのものが他にもあった。文面を読むと、これらのリスナーはパソコンやスマートフォンに地上波ラジオ放送を同時配信するサイマルサービス「radiko」[90]を利用していた。有料サービスである radiko プレミアム⁷を利用すれば全国のラジオを生放送で聴くことができるため、電波が届かない地域からもメールが送られていたのである。また②の被災者に「皆さん」と呼びかけるメールでも以下のように被災地外から送られたものがあり、このような技術によって被災地の外から被災者を支えようとする構図がラジオに生まれていることがわかった（下線は筆者）。

熊本の皆さん、全国から支援の手が差し伸べられます。熊本を、何らかの形で、支えていますから……（4/16 11:00 福岡県）

東京からラジコプレミアムで聴いています。被害に遭われた皆さん心からお見舞い申

⁷ radiko は 2010 年にサービスを開始したが radiko プレミアムサービスが提供され始めたのは 2014 年である。東日本大震災（2011）で一時的な措置として関東と関西のラジオのエリア制限が解除された経緯がある。

し上げます (4/16 15:24)

一方で②被災者への呼びかけには、当然のように放送エリア内である被災地の内から内へ「皆さん」と呼びかけるメールがある。しかしその中には、被災しているリスナーから他の被災者への呼びかけもみられた（下線は筆者）。

停電、断水、大変です 皆さんも、大変でしょうが、頑張りましょう (4/17 7:21)

二泊の車中生活、たぶん今夜もと思います。疲れも出てますが、皆さんこの危機乗り越えましょう。 (4/17 7:40)

家は、壁が落ち天井がはがれ、瓦が百枚位落ちたと思います。(中略) 当たり前の日々は幸せです。県民皆でがまだしましょうね。 (4/17 10:17)

被害に遭いながらも「皆さん」や「皆で」と励まし合おうとしていることがわかる。また「がまだす」とは熊本の方言で「精を出す」「頑張る」といった意味で、地元の言葉を用いることでいっそうの親近感、連帯感を表現していた。また「皆さん」よりも改まった表現の「皆様」でも同様に、被災地の外と内、両方からのメールが送られていた（下線は筆者）。

東京のリスナーですが、何が出来るか？何が出来ないか？熊本を見つめながら、今日を過ごしていきます どうか、皆様、ご無事でありますように。 (4/16 12:24)

江越さん、イズミダさん、お疲れ様です。そして、熊本地震で被害に遭われた皆様に心からお見舞いを申し上げます。東京から聴いています。 (4/16 13:50)

今一番苦労しているのは、風呂やトイレです。(中略) 私も屋根に登り瓦の修繕しています。熊本の皆様協力して頑張りましょう。 (4/17 9:58)

以上のように「皆さん」や「皆様」は、熊本地震で被災したリスナーが同じ体験をしている被災者に感情移入するとともに、被災者ではない県外のリスナーが被災者に共鳴していたことを示す語であった。「皆さん」「皆様」は頻出語として計 119 回出現しており、共感性を表現するメールが多数発信されていたことがわかった。

4-5 メールの文章に表現される共感性

続いて、メール全文に対して質的分析を加えた。はじめにメールを句点もしくは改行、スペースなど文章が完結しているところで切り離し、それらの文を Excel の一覧表にした。次にそれぞれの意味を考え、短い概念に置き換えるコーディングを行うと、以下の 8 要素に分類された。A「個人の感情」（自分の心情を述べているもの）、B「被災者への連帯」（被

災者へのお見舞いや連帯の気持ちを表すもの)、C「被害の報告」(被害に関する情報も含む)、D「ラジオへの親しみ」(パーソナリティーやラジオに対する感謝や親しみを表現したもの)、E「支援の要請」(支援を求めたり窮状を訴えたりするもの)、F「支援の申し出」(具体的な支援を申し出たり支援につながる具体的情報を提供するもの)、G「音楽」(音楽のリクエストや音楽の力に関する感想)、H「その他」である。A「個人の感情」とB「被災者への連帯」を分けた理由は「怖かった」「眠れない」など自分の内面に向く感情と「被災した皆さん、ともに頑張りましょう」など他者へ向く感情は別々の心の動きとして集計すべきと考えたことによる。またG「音楽」は数は少ないものの、東日本大震災の際にラジオから流れる歌(アンパンマンのマーチなど)に大きな反響があったことが先行研究[109]で明らかになっていることから、ラジオ特有の役割の一つと考え抽出することにした。H「その他」は時候の挨拶や「〇〇に住んでいます」「2日めになりましたね」など、メールの書き出しによく使用される言葉や、A～Gに当てはまらないものを分類した。ただし時候の挨拶で「〇〇さん(パーソナリティーの名前)、おはようございます」「被災された皆さん」など対象を記したものは、D「ラジオへの親しみ」やB「被災者への連帯」にそれぞれ分類した。

次に、同じ記号を付与した文の連続を一つの意味の塊に統合し、1件のメールの中に含まれるコードの数を集計した。集計表にはメールの通し番号と、メールに記入された差出人の住所・ラジオネーム・件名のほか「本名と詳細な住所を記入」などメールの特徴をメモした。また個人情報に配慮する形でメールアドレスの一部を記入し、同一人物を識別する手掛かりとした。集計の一例を表10に示す。

表 10 メール集計一覧表の例

No.	日時	分類	メール文面	住所	差出人	件名・メモ	アドレス	要素件数
352	4/17 10:54	H	おはようございます					H
		A	地震本当に怖かったです					A
		C	昨日未明の地震で我が家は倒壊まであり					C
		C	ませんでした壁などに亀裂がはいり今にも崩れてきそうです					
		C	近所の方は、倒壊した家屋の下敷きになり亡くなられました	××町	××娘	住所・本名表記あり	please××@×	
		C	我が家は家族全員ぶじで今は近所のかたと近くのグラウンドに避難しています					
		C	お互い声を掛け合い助け合ってます					
		A	今後以前のような生活に戻れるのか不安だらけです					
353	4/17 10:55	C	今日9時頃バイパスを、合志方面から、神水方面へ向かっていました。					C
		C	保田窪一丁目の歩道橋の50メートル手前で、左側のビルが倒壊し、三車線の走行車線が、一車線になっており少し混雑し		3人分	件名：交通情報です	ishu××@×	
		B	気を付けて通って下さい。					B
354	4/17 10:55	E	お願いします					E
		E	娘夫婦が天草から米、水、持って来てますが道路状況はでかんでしょうか？（原	熊本市×区	本名	件名：負けんばへい	kuro××@× (計2回)	

この一覧表をもとに A から H のそれぞれの件数を集計し、図 6 に示した。

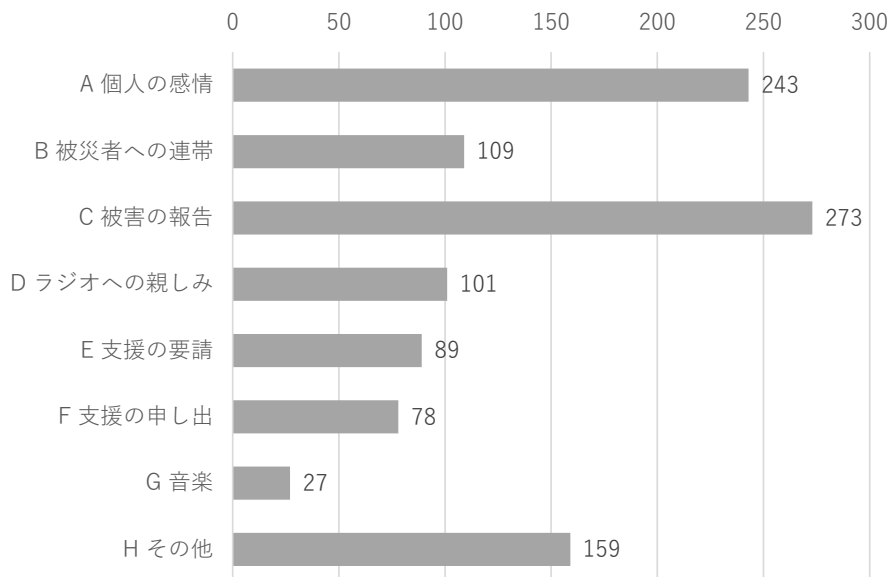


図 6 メールを構成する要素別の出現件数
(計 1,079 件)

最も多かった要素は C「被害の報告」で、A「個人の感情」がそれに続き、ともに 200 件以上あった。また B「被災者への連帯」と D「ラジオへの親しみ」はともに 100 件以上で、

E「支援の要請」とF「支援の申し出」はそれより少ない89件と78件、G「音楽」は最も少なく27件であった。「被害の報告」は廣井[17]の災害放送の4パターンでは「被害報道」にあたる。ただし過去の災害では電力会社からの停電情報が滞った際、ラジオ局に寄せられたリスナーからの被害情報（自宅の停電を知らせるもの）がそれに代わる掲示板のような役割を果たし、停電している地域を把握する生活情報ともなりえたことが、ラジオ局へのアンケートによって明らかになっている[109]。このことからこれら8要素すべてについてメールを詳細に検討し、文脈に「共感性」が含まれるのかを検討することとした。

4-5-1 A「個人の感情」に関するメール

個人の感情を表す語は、表9の頻出語で「心配」(54回)「怖い」(36回)「安心」(26回)「不安」(25回)が検出されているが、ここでは「怖い」と「不安」について共感性を検討する。「心配」は①予測されていた雨の影響や余震を心配するものと②熊本に住む家族などを心配するものに大別され、このうち共感性に関連する②は、AではなくB「被災者への連帯」に分類された。また「安心」は③無事を心配していた家族などに「何とか連絡がつき安心しました。」とするものや、④ラジオを聴くことによって「ほんとに、ほんとに安心します。」とするものがあり、それぞれBもしくはD「ラジオへの親しみ」に分類された。このため、残る「怖い」と「不安」のうち「怖い」について、言い換えである「恐怖」や「怖さ」「怖かった」「こわかった」「恐ろしい」を含めて分析すると、次のように使用されていたことがわかった（下線は筆者）。

夜中の激しく、長い時間の揺れには恐怖を感じました。(4/16 6:14)

まあ一怖かった(i_i) 初回の地震と違って昨夜の地震はかつてない揺れでしたね。(中略) ラジオをききながら眠れない夜を過ごしました。(4/16 9:33)

避難してから一睡もしていないのに揺れが怖くて眠れません。時間が経つのが遅く感じますが、夜になるのは怖いです。でもみなさんと頑張ります！(4/16 15:11)

怖かったです！もう寝不足で！(4/17 9:35)

「まあ一怖かった」「怖かったです！」など感情をそのまま出したメールは、親しい人に向かって気持ちを吐き出すような「親近性」や「信頼感」がみられる。

続いて「不安」は、地震後最初に受信されたメールの中で次のように使用されていた（下線は筆者）。

周りの被害は夜中なので、分かりません。しかし、余震が起きるので、不安です。メールをしている間も余震を感じました。今、不安な中でRKKラジオを聴いています。(4/15 3:42)

真っ暗な中で突然起きた地震と続く余震、周囲の状況やこれからの見通しがわからないことに対する不安をメールに込めている。不安を訴えることができるラジオへの「信頼感」も現れている。また「本震」の後も、不安をつづった以下のようなメールが送られていた（下線は筆者）。

今は外が明るく多少余震があってもわずかな不安がやわらぎます。が、これから天気も下り坂、辺りが暗くなると怖さが倍増します。いつになったらおさまるのでしょうかね……（4/16 13:12）

お昼ごはんとして長崎の自衛隊の方々が、ご用意下さってる「おにぎり」の配給に並んで2時間40分、戴きましたが……まだ貰えていない方が長蛇の列です。夕飯にはありつけるのか？不安な車中泊2泊3日目です。（4/16 15:35）

介護の仕事をしていて、（中略）昨夜の地震の時も夜勤で被災にあいました。1人で夜勤していたので、とても怖かったです。（中略）不安がいっぱいで、涙が止まりません。（4/17 12:15）

「不安がいっぱいで、涙が止まりません」も、親しい人や信頼する人にしか打ち明けられない内容であろう。これらは必ずしも解決を求めているわけではなく、ラジオがそれを受け止め、自分の気持ちに共感してくれるとの期待があって送られたと考えられる。

ところでこうした「親近性」「信頼感」が際立ったメールが1通あった。「前震」の後の4月15日午前7時に、工務店を営んでいると思われるリスナーが、店の在庫のガラスがすべて破損したとする被害報告のメールを送っていた。ところがこの同じリスナーは「本震」のあと、せっかく片付けた店内が再び被害を受け、それだけではなくさらに衝撃を受ける体験をした。そのつらい気持ちをラジオに送っていた（下線は筆者）。

金曜日夕方『雨戸が動かなくなかったので調整して欲しい』と〇〇町の方から依頼があり「明朝（16日のこと）お伺いします」とお返事しました。今朝、行ってみたら……未明の地震でお宅は半壊、家主さんは避難されたようです。全ては災害のせいだと解ってます、解ってますが……「夕方の時点で行ってたら何かが変わったんじゃないか？」自分を責める気持ちが後から後から止まりません（T_T）（4/16 12:27）

メールの内容は以下のようなことである。前震のあと、雨戸の修理を頼まれたが駆け付けることができず、翌日に訪問する約束をした。ところがその前に「本震」が起きてしまい、行ってみると依頼主の自宅は半壊していた。自分が駆けつけていれば被害は免れたのではないか……。このように自分を責める気持ちをそのままメールにしたものである。二度も地震が起きることは予測不可能であった。メールを送ったリスナーも被災し、すぐには仕事の依頼を受けられなかった。自分でも理解してはいるが、無理をしてでも依頼主の

家を修理していれば半壊することはなかったのかもしれない。家が半壊したのは地震のせいだが、自分がその被害を食い止めることができていたのかもしれない……と混乱した気持ちがある。そのまがつづられている。「自分の落ち度かもしれない」という話を他人にするのはつらいことである。他人に話した結果「それはあなたが悪い」とさらに自分を落ち込ませる反応が返ってくることもあるだろう。それでもメールを出さずにいられなかったのは、パーソナリティーはきっと自分を否定しないだろう、ひょっとすると「あなたのせいではない」と言ってくれるのではないか、あるいは放送を聞いたリスナーが応援してくれるかもしれない、という期待感があったかもしれない。日常からラジオに対して親近性や信頼感を感じ、ラジオの共感性を信じているからこそ、このようなメールが送られていたと考えてよいだろう。

4-5-2 B「被災者への連帯」に関するメール

B に分類したメールは「被災者への連帯」を表現していることから共感性を持つと考えられる。また 4-4「使用言語に見る共感性」で述べた「皆さん」を含むメールと共通するものが多かった。文脈を詳細に検討すると、他者の感情の状態に同期しようとする積極的な心の動きがみられた。被災地外のリスナーが送ってきたメールを例に挙げる（下線は筆者）。

木曜日夜の地震、そして早朝の地震で被災された皆さまに、まず心からお見舞い申し上げます。（中略）何が足りないのか、情報を共有していきたいですね。東日本の私たちも支えていきたいと思います。（4/16 8:49 神奈川県）

今は気持ちが張っていると思うので踏ん張りが出ると思います。でも時間が経つと、踏ん張り切れなくなるでしょう！私も東日本大震災の時はそうでした。そんな時は、自分の感情を出しましょう！きっと周りの人に分かってもらえると嬉しいです。頑張るとは言いません、一緒に乗り越えましょうね。私たちも微力ですが、ついていきますよ。みんな応援団です！（4/16 10:24 宮城県）

物資はどんな物が必要ですか？どこに送ったら良いですか？個人でできる範囲で微力かもしれませんが、何か力になりたいです。（4/16 10:47 東京都）

これらは被災者に心を寄せ、さらに踏み込んで被災者を支え力になりたいと表明していた。一方で、被災地の中において被災者から被災者に向かって発信されたメールにも、他者を思いやる次のようなものがある（下線は筆者）。

家の中はひっちゃかめっちゃか（原文ママ）、壁ははがされ夜中から駐車場の車の中にいます。近所の方々も一緒です。今は耐えるのみです。みなさん気を強く持って頑張りましょう（4/16 9:32）

今私と父とで瓦の片づけをしています。余震も続いているので、気を付けて作業しています。みなさんも余震に気を付け行動してくださいね。(4/16 10:40)

他者を思いやる心の余裕は、自分の苦しみを受け入れてもらうことで初めて生まれるものだろう。A「個人の感情」をラジオが受け止めることで、B「被災者への連帯」を生む感情が生まれ、放送が共感性を持つことにつながると考えられる。

4-5-3 C「被害の報告」に関するメール

被害報道は災害放送の4パターンのひとつとされているが、図6に示したように熊本地震においてもメールの内容に含まれる数が最も多かった。以下のような例がある（下線は筆者）。

夜半の本震の後、〇〇の屋上駐車場に避難していました。(中略)夜が明けアパートに戻ったものの断水、停電が続いていました。(中略)これからも余震が続くと考えられるので着替えなど必要な物を持って避難所に行ってきます。これを書いているときも余震が続いています。(4/16 6:37)

私たちは〇〇の〇〇会館に避難しています。今は30人位は居ます。今、揺れてます。(4/16 9:22)

これらにみられる特徴は「何かをしながら」や、「思いついたら即時に」メールを送っている点である。避難生活では水の確保や避難所運営など日常にはないことが重なり、じっと座って情報収集をすることもままならない。これらのリスナーはそのわずかな隙間を利用してメールを送っていた。このC「被害の報告」に分類したメールを分析すると、①個人の被害報告、②他のリスナーへの情報の二つに大別された。①と②の違いは、②には「〇〇(地名)と〇〇(地名)の間の車両の通行はできない」など具体的地名が記され「ご注意ください」と他のリスナーへの呼びかけが書かれている点である。このため被害情報を他者へ伝える意図で送られたと判断した。まず①の例では、次のようなメールがある（下線は筆者）。

また今朝の地震怖かったですね！(中略)せっかく、とりあえず歩けるようになった家の中もまためちゃくちゃ、(中略)近くの橋も段差ができたり、ずれたりしているんですよ、通行止めになっている所もあります。(中略)地震が起き逃げるときに足をこねて腫れたので昨日病院に行ったら、靱帯が伸びていてギプスをしています。(4/16 11:31)

このメールでは地震だけがをしたことが個人的体験として書かれ、ずれているという橋

を特定できる情報はなかった。なおこのリスナーは計3回、同じような内容のメールを送っていた。「自分の話を聞いてラジオに共感してほしい」という気持ちを込めたものと考えられた。一方で②の例は次のようなものである（下線は筆者）。

熊本県上天草市〇〇町では信号が機能していません。運転される方はとにかくご注意ください。（4/16 12:08）

〇〇町から〇〇市まで戻って来ましたので報告します。3号線は下りがU交差点を過ぎてしばらく行った所から先は多分Yまで繋がっていると思います。上りはKバイパス入口からUまで繋がっていると思います。Hバイパスは、〇〇超えて〇〇付近からO方面に渋滞してます。〇〇も若干渋滞している様です。参考になればと思いメールしました。（4/16 16:39）

②に分類したこれらのメールは「運転される方は」「参考になれば」といった他のリスナーを意識した語が含まれ、被害情報を共有しようとしていることがわかる。自分が知っていた情報を他者のために使ってほしいとメールを送る行為は、困っている他者の状況に共感した行動ととらえることができる。

4-5-4 D「ラジオへの親しみ」に関するメール

D「ラジオへの親しみ」には、パーソナリティーの名前や愛称を親しげに呼びかける挨拶や「ラジオの声に励まされた」「ラジオがあってよかった」などの内容を分類した。「こんにちには」といった単なる挨拶はこのDには含めず「マサヤン、理佳ちゃんこんにちには」などパーソナリティーの愛称が含まれていればDとした。まず、馴染みのパーソナリティーの名前を親しげに呼びかけるメールに次のようなものがあつた（下線は筆者）。

おはようございます 小松さんとすみママの声が聞こえてホッとしました
（4/15 6:51）

江越さん、隊長ありがとうございます。声を聴けるだけで心が落ち着きます
（4/16 17:17）

次に、ラジオの役割を自分なりに分析するメールがみられた。それらのメールは地域外のリスナーから送られたものが多かった。被災地のリスナーが「ホッとする」などとラジオの役割を直感的にとらえているのに対し、被災していないリスナーはかつての自分の被災体験を振り返るなどしてラジオの役割について考えているメールが目立った（下線は筆者）。

平成16年に中越地震、平成19年に中越（沖・筆者加筆）地震を経験しました。地震

の時のラジオの声は本当に助かります。お二人（筆者注・パーソナリティーのこと）
の声は必ずみなさんの力になるはずです！こんな時こそ、やはり日本全体で向き合っ
ていきましょう！（4/16 13:38 新潟県）

私は 21 年前の阪神・淡路大震災の被災者で避難生活も経験しました あの時、ラジ
オが唯一の情報源でラジオから流れてくる、お馴染のパーソナリティーの声で落ち着
き、元気をもらいました。RKK ラジオの各番組のパーソナリティーの皆さん、何かと
大変でしょうが、熊本の人たちが元気になれるような放送をお願いします（4/16
13:49 兵庫県）

さらに被害報道が中心の東京発のテレビなどとの違いを述べ、ラジオが人々の声を伝え、
恐怖を煽らないことについて述べたメールもあった（下線は筆者）。

東京発のニュースではわからない生の声を聞いて、居てもたってもいられずメールし
ました。（4/16 13:51 静岡県）

テレビでは同じ情報ばかり流れたりするので思いつき RKK ラジオを聴いています。
熊本にする（原文ママ）人々の声やリアルな情報をきくことができ、非常に助かって
いますし、少しずつ気持ちも落ちついていきます。（4/16 15:21 東京都）

テレビでは予測や、地震のメカニズムや都市に直下型地震が来たらとかの分析をして
いて……恐怖を煽られる事も多いです。なので RKK さんの放送が淡々と明るくて、
泣ける程励まされます。（4/16 17:38 愛知県）

地震の情報を得るのであれば東京発のニュースでも十分であると考えてよい。しかしこ
れらのリスナーは情報ではなく、被災者の生の声を聴き被災者と同じようにラジオから励
まされることを求めている。一方で被災したリスナーから、パーソナリティーに共感する
下のようなメールも送られていた（下線は筆者）。

江越さんも涙ながらにメッセージを読まれていて、こちらも張り詰めていた気持ちが
ほぐれました。（4/17 8:14）

これは、ラジオのパーソナリティーの声の変化に気づいたメールである。RKK ラジオで
はパーソナリティーやスタッフも被災し、同じ「被災者」として放送を出している事実
に共感したリスナーも多かったと推測される。テレビでは大災害時、東京キー局がスタジオ
を開き、被災者ではないニュースキャスターが特別番組を放送する。そのような画面から
被災者が受ける印象と、被災者の痛みをわかるラジオパーソナリティーから受ける印象に
は、大きな違いがあるだろう。またこのようなリスナーのメールを放送で紹介し、他のリ
スナーが共感することによって、ラジオが共感の連鎖を仲介する可能性もある。以上のよ

うに、D「ラジオへの親しみ」を表現したメールからは、日常と変わらないラジオの声に抱く安心感や、同じ被災者としてのパーソナリティーに抱く親近感、ラジオが伝える被災者の声に対する共感がみられた。

4-5-5 E「支援の要請」及びF「支援の申し出」に関連するメール

ここでは、支援を「求める」側と「提供する」側のメールを合わせて分析する。まず E「支援の要請」には C「被害の報告」と類似するメールがあった。そこで E には「〇〇避難所にいるが水が足りない」「〇〇の駐車場に避難しているが何も食べていない」など困難な状況と居場所が具体的に書かれているものを分類した。「メールが読まれ、支援してくれるのでは」という期待感が込められていると判断したことによる。これに対し、F の「支援の申し出」には、給水が行われている公園名、日用品を販売しているスーパーの名前、食料を無料配布している店や施設の名前など、具体的な入手方法がわかる情報や、自分自身が支援を提供するというメールを分類した。「熊本地震のために募金をした」「保健師が熊本に派遣される」など、被災地への具体的な支援のアクションについて記載されたものも F に含めた。メールの文面から E と F との関係を抽出していくと、支援を求める被災者のメールに応え、助けたいと考える別のリスナーが支援に乗り出す構図がみられた。まず E ではニーズが多かった水、道路情報、ガソリンを求める次のようなメールが送られていた（下線は筆者）。

断水で困っております。〇区〇〇の住民ですが、給水ポイントをお願いします。（4/16 9:32）

〇〇の親から瓦が落ちたとの連絡を受け熊本市内から向かっていますが 3 号線が大渋滞。S 橋に迂回してきましたか、こちらも全く車が進まない。（中略）どこならすいているのか、どこを避ければいいのか、情報をください お願いします。（4/16 11:27）
江越さん、今車で待機しているのですが、ガソリンを入れたいのですがどこで入れれるか（原文ママ）教えてください。〇区です。よろしくお願い致します！（4/16 12:11）

このように支援を求めるメールが届く一方で、F「支援の申し出」では地域の商店や企業による下のような支援のメールが寄せられていた（下線は筆者）。

只今より店頭にて飲料とインストラメン（ママ）など一部商品の販売を始めます。
（中略）それと水道水が出ます。容れ物はありませんが無料でくめます。（4/17 8:46）
弊社井戸水ご利用いただけます。ご自由にどうぞ（4/17 12:34）

さらに個人からも、個人情報喜んで提供する形で給水を申し出るメールが送られている。下の例はラジオ局に、それぞれ詳しい住所や本名を知らせていた（下線は筆者）。

当家は、湧水を利用しています。どうしても、U インター近くで「水」が必要な方がおられましたら、RKK 様に問い合わせ、僕のメールアドレスにご連絡頂ければ、提供させていただきます。(4/16 16:35)

水の提供です。〇〇に住んでます。地下水な為、必要な方わ（原文ママ）汲みに来て下さい (4/17 13:16)

また道路情報については、被災地外から情報を収集し、メールを送っているリスナーがいた。「情報ボランティア」のような意識で被災者のために動きたいという気持ちが表れている（下線は筆者）。

(トヨタが) 通れた道マップというのを提供しています（筆者注・URL 表記あり）。
(4/16 12:31 東京都)

産交バスのホームページによると、7 時 30 分より T-K 経由-K 間 T-U-K 間が運行されているようです。熊本市内と外部を結ぶ公共交通としては、最初の復旧ではないでしょうか 念のため、放送前にご確認してください 産交バス 運行状況（筆者注・URL 表記あり）(4/17 8:39 静岡県)

またガソリンについても給油をしたリスナーから情報が寄せられていた（下線は筆者）。

〇〇市〇〇信号近くの小さなガソリンスタンドで給油できます。(4/16 12:31)
いつもの近くのガソリンスタンドに行って、入れて来ましたが、待つことなく、スムーズに入れられましたが（中略）現金で 2,000 円までと決まっていたよ。〇〇（筆者注・地名）においでください (4/16 12:42)

しかしながら RKK ラジオの担当者が、ヒアリング調査に対し「ラジオらしい放送だった」と振り返るのは以下のメールのやりとりである。支援の要請と申し出がラジオを通して連携した典型的な例となった。「本震」が起きた 16 日、午後になって、指定避難所ではない小学校に避難しているリスナーから切実なメールが寄せられた（下線は筆者）。

お願いします!! 〇〇市です。(中略)ここは、指定避難場所になっていないらしいので、支援物資が届きません。他の避難場所に移動するのも困難な状況です。200 名ほどいます！場所は〇〇市〇〇の O 小学校グラウンドです。助けてください。水や食料がないので、困っています。(4/16 13:52)

そして、このメールに対して複数のリスナーが支援のための行動を起こした。その中で、

市役所へ電話するという行動を起こしたリスナーがいた（下線は筆者）。

〇〇市役所へ連絡したところ、避難者がいることは把握している。ただ、迂回している
ので物資が届くのにかかるといふことです（4/16 14:46）

同じリスナーは、約 30 分後にも以下のメールを送っており、支援が遅いと行政を責めるのではなく、行政も最大限の努力をしていることに理解を求めている（下線は筆者）。

東京から〇〇市役所へ電話した甲斐がありました。ただ、通れる道路は刻々と変わ
るので、物資が届かない場合もあります。市役所はできる限りの最大限のことをしてい
ますので、物資が届かない場合でも市役所を責めないで上げて下さい。（4/16 15:13）

災害対応に忙殺される役所に直接電話することについての賛否はあるだろうが、200 人の命にかかわる問題でもある。このリスナーは市役所に直接電話をしたため職員の生の声を聞き、その苦労を感じ取ったのだろう。被災者への共感と行政職員への共感も込められたメールとなっていた。この例のように、当時のラジオでは被災者の発信をきっかけにそれを解決するため別のリスナーが動くという、共感と助け合いによる双方向のコミュニケーションが生まれていた。担当者の H 氏は、調査に対し「困っているリスナーを別のリスナーが助けるための『掲示板』のような役割をラジオが果たした」と話している。

4-5-6 G「音楽」に関するメール

ここでは、RKK ラジオから提供された特番の音声も参照しながら「音楽」をめぐる共感性を検証する。音楽は災害時の「情報」とはいえず、廣井[17]の言う災害放送の 4 パターンにも入っていない。さらには図 6 に示したように、メールに含まれる A~H の 8 要素 1,079 件中、最も少ない 27 件しかなかった。しかしメールの文面を分析すると、ラジオで音楽が流れたことをきっかけに被災者の気持ちが明るくなり、それについての反響が次々に寄せられラジオの共感性を象徴していたことがわかった。先行研究[109]においても民放ラジオ局へのアンケートで、過去の災害において音楽が被災者を励ましたことがわかっている。この時のラジオ局からの回答には「アンパンマンマーチ（原文ママ）などアニメソングを放送したことで子どもが喜んだというメッセージが届いた」というものがあったほか、あるラジオ局ではリスナーのメールを機に大々的にリクエストをかける番組構成に切り替え、床一面にリスナーからのメールの印刷とリクエストの CD をセットにしたものを敷き詰めて、スタッフが次々にそれをスタジオに運んでは曲をかけたとしていた。今回 RKK ラジオの担当者 H 氏は、ヒアリングに対し「地震の後、初めてかけた“音楽”がアンパンマンのマーチだった」と答えている。歌詞のある曲を求める声は 16 日の午前から寄せられ始めていた。それは鳥取県西部地震や東日本大震災など過去の災害の被災者で、自分は

音楽に勇気づけられたので被災者のためにかけてはどうかとするものであった。その中で言及されていたのは「アンパンマンのマーチ」である。そのあと 16日午後 1 時 58 分ごろ、パーソナリティー（江越哲也氏）が阪神・淡路大震災を経験したリスナーからのメールを読み上げ「元気の出る曲をかけよう」と放送で提案したことが、音楽が流れるきっかけとなった。放送音声の一部を以下に示す。

（筆者注・メールを読み終わる）……どうもありがとうございます。神戸からいただきました。私もあのときね、大阪の FM でずっとレギュラー番組 8 年間やって、やってましたんで、ほんとにわかるんですよ。あのときも言われました。でね、あのときは FM 局でしたんで音楽が中心ですけど静かな曲でいこうってなったんですが、後から聞いたら元気をつけるロックをかけてほしかったとかね、東日本の時もやっぱり子どもたちが落ち込んでるからっていうんでね、FM 東京にね、アンパンマンをかけてってリクエストで、かけたら子どもたちの笑顔が戻ったんでね、みんなアンパンマンをかけだしたらわーっと東北が元気になったって話を聞いてね、音楽はやっぱ大事だなと思いますね。ちょっと 2 時過ぎから少し元気の出る曲かけようか。なんかね、ちょっと考えていきますね、皆さん。情報も大事ですけどよろしくお願いします。

そして地震速報や被災地の中継などをはさみ、再びパーソナリティーのトークに戻る。この中で、CD などの音源を保管している「レコード室」が被害を受けたことが明かされる。頑丈な棚が倒れ CD などが散乱しているがスタッフは放送を優先し片付けもできていない、といった話が紹介され、いよいよ曲がかけられる。

先ほどアンパンマンの話、ちょっとしましたね。アンパンマンをかけようかなっていうんでスタッフ探してくれてるんですけど、わからないんですよ。結局。レコード室で探す時にはパソコンでその曲名なりアーティスト名なり、何か色々棚の番号がパッと出てきてそこに行行って探せるってシステムになってるんですが、それすらなかなかうまくいかないし、また足の踏み場もなかったんで探せないんですよ。……あった?! 偉いね! いつもすごいんですよ、この RKK ラジオの……ディレクターさん。嗅覚がすごいんでしょうね、きっとね。もうね、もうもうめげません。いろんなものを掘り出してきたっていう感じがしましたね、今。すばらしい。かけようよー、ちょっとー。気分も変わるよ。アンパンマンのマーチで元気よく行きましょう。

そして午後 2 時 24 分頃「生きる喜び」を明るく歌う「アンパンマンのマーチ」が放送されると、それに対して「歌に勇気づけられた」というメールが次々に寄せられた。

先程アンパンマンの曲を流していただき、少し涙が溢れました。いつもなら、幼稚園

通いの姪っ子たちと大きな声で歌っていたのに、こういう精神的にまいっている時に聞くと、「あれ？こんなに元気になれる曲だったっけ？」と、少し家族と明るくなれました！（4/16 14:58）

ゆらゆらと二、三日前から頭も心もゆれ続けて何だが、気分が悪いのかなと思うくらいで不安定です。そんな中「アンパンマン」の歌が、少しでも聞けると、ふっと……安心したような感じでした。ありがとう♡歌はいい♡（4/16 15:08）

この2通のメールは放送で読まれている。RKK ラジオでは困難な状況の中でスタッフがCDを探し出して音楽をかけた。このストーリー性がいっそうリスナーに感動をもたらしたと思われる。そのことをつづった地域外のリスナーからのメールもあった。

聴いていて涙が出ます。きっとものすごい混乱の中、自分たちのことは二の次、三の次で、番組を届けてくださってるんですね。散乱したレコード室の中からアンパンマンのマーチを探して、情報も少しでも役に立つものをと調べられて、そんな電波に救われている方々が、本当にたくさんいらっしゃると思います。（4/16 15:28）

音楽はそれ自体に癒しや緊張を解く効果があるが、音楽にまつわるストーリーによっても「共感」を呼んでいたことがわかる。災害放送において、被災者が生きていくために必要不可欠な情報は数多くある。しかしながら日常が失われ、ただでさえ平常心ではいられない被災者は情報の渦に巻き込まれることによって疲労感を募らせる。音楽はそのような情報の隙間に入り、人々の心を打ったのだろう。また担当者のH氏は避難所にいた支援者から聞いた話として「被災者は硬い体育館の床や廊下に紙だけ敷いて座り、疲れきっていた。テレビをつけて目を開けていることも辛く、目を閉じたまま聴けるラジオの方がいいと言われていた」とヒアリングに対し、答えている。ラジオには情報だけでなく隙間や余白性が求められており、余白性が「共感」を生む余裕を生じさせていたともいえる。

4-5-7 H「その他」に関するメール

A から G で述べた七つの要素に当てはめることのできない内容を H「その他」に分類した。「その他」には「ラジオに対する提言」「熊本地震ではない自分の被災体験」（東日本大震災など）のほか「おはようございます」「夜が明けましたね」などの挨拶や「〇〇町に住んでいます」などの自分の紹介などが分類された。H では、この中で挨拶に使われている「初めて」という語に着目した。表 9 の頻出語で「初」は 25 回出現している。その中で「はじめまして」は 2 件、「初めてのメール」は 6 件、「熊本地震が初めての経験」「初めての大きな地震」だとするメールが 7 件、最初の地震つまり「前震」のことを書いたメールが 6 件、その他（「二度目の地震で最初と同じ状態に……」「はじめは〇〇に避難していたが」など）が 4 件あった。その中で「初めてメールを出す」と書かれたものを以下に示す

(下線は筆者)。

初めてメールさせていただきます。(中略)九州電力の佐賀ナンバー作業車が十数台隊列を組んで3号線を南下されていきました。大変な作業とは思いますが、何とか早期復旧をお願い致します。(4/16 11:07)

初メールします、(中略)ずっと避難所に居ますが、徐々に利用者さんの場所の陣取り合戦もイライラが出ているようです。(4/16 15:07)

江越さん、泉田さん、スタッフの皆さん、はじめまして。大変ななかでの放送、お疲れ様です。(中略)昨日より受付開始された日本赤十字社の募金でささやかではございますがいくらかを寄付させていただきました。(4/16 17:35)

はじめまして。(中略)以前は大分に住んでおり、頻繁に阿蘇に行っておりましたので今回の地震被害のことを知って悲しんでおります。(4/17 10:11)

初めまして。熊本ファイト！頑張ってください。明けない朝はない！一日も早く復旧復興する事を遠い名古屋から願っています。(4/17 13:24)

「初めまして」という挨拶は人と人が最初に出会ったときに使われる。これらのリスナーはメールを送る相手は無機質な「メディア」ではなく、パーソナリティーや番組スタッフら「人」と想定して送っているものと思われた。実際に新規のリスナーからのメールが多かったのかについて、担当者H氏に確認したところ「常連リスナーよりも新規リスナーの方が少し多かったかもしれません。新規リスナーというよりサイレントリスナーの方々もメールを書いてくれた……ということかもしれません」との回答を得た。「サイレントリスナー」とは、活発にメールなどで反応をラジオに送ってこない、沈黙のリスナーのことを指している。沈黙しているが普段からラジオは聴いている。とすれば、サイレントリスナーにこの日メールを送るというアクションを起こさせたものはなんだろうか。それを知る手がかりが前掲の「初めまして」に続くメールの内容にある。一言で表現すれば「送らずにはいられない気持ち」である。電力復旧のための作業車に早期復旧を祈る思い、避難所での被災者のいら立ちを心配する思い、熊本のためにできることはないかと考え、募金したことを知らせようとする思い、かつて親しんだ地域の被害に胸を痛める思い、そして被災者とラジオへエールを送りたいという思いである。この思いに共通するものは、被災者の状況に感情移入し同じ立場になって考える「共感性」であり、共感によって平常時は姿が見えなかった潜在的なリスナーが災害時にアクションを起こし、姿を現したといえる。

4-6 時間変化に見る共感性

ここでは、メールの受信件数の時間変化からその特徴を分析する。1時間ごとの変化を図7に示した。



図 7 メール受信件数 (1 時間ごと)

メールは 14 日午後 9 時 26 分に「前震」が起きたあと、日付が変わって 15 日の午前 3 時 42 分に 1 通目が受信された。午前 6 時台の 4 通がピークで数は極めて少ない。ヒアリング調査で当時の担当者は、1 回目の地震のあと「もうこれで終わり」という空気が局に漂っていたと答えている。被災者にとっても「あとは片づけるだけ」のような気持ちだっただろう。しかしさらに大きな規模の「本震」が 16 日午前 1 時 25 分に起き、その後メールが再び寄せられるようになった。数は時間を追うごとに増え、16 日午前 9 時台から午後 4 時台にかけてピークを迎える。特に午前 9 時台と午後 3 時台、午後 4 時台に多く寄せられている。また 17 日の午前 7 時台から午後 2 時台にもそれより小さいピークがみられた。保管されていた最後の受信は 17 日午後 3 時 51 分であった。

ところで、メールが存在しない時間帯がある。特に 16 日午後 6 時台から 17 日午前 5 時台は、それまで盛んに送られていたメールがぴたりと止まったように見える。はじめはこの時間帯のメールが紛失されたのではないかと考えた。あるいは夜を迎えるにあたって、夕食の配給など避難生活が忙しくなり、リスナーがラジオにメールを送るのをやめたのではないかと仮定した。そこで担当者に直接確認したところ、メールの件数が放送内容と連動していた可能性が明らかになった。担当者の H 氏は「16 日午後 6 時から 17 日早朝はちょうど (特番の) 谷間の時間になります。特番にメールを送っていた方々は番組が終わったのでメールを送るのを止めたのだと思います」と回答した。自社制作の特番は 4-2 で述べたように 15 日午前 6 時 40 分から正午と、16 日と 17 日の両日、午前 6 時から午後 6 時まで放送された。特番の放送がなかった 16 日午後 6 時から 17 日午前 6 時までは、地震についての放送は随時地震速報を入れるのみだった。しかしメールの機能を考えてみれば、電話受付などとは異なり、たとえ放送がなくても一方的に送っておくことができるはずである。ただパーソナリティーや他のリスナーの話に即座に反応してメールを送り、生放送

で読み上げられる瞬間を期待するなら、放送中にその都度メールを送る方が一体感を感じられるだろう。4-5-5と4-5-6では支援の要請と申し出をめぐる双方向性、そして音楽をめぐる共感性を検証したが、そこでのメールは読み上げられることでリアルタイムのコミュニケーションツールとなっていた。このため、リアルタイムの双方向性を期待するリスナーは、メールが読み上げられる特番の時間帯以外にはメールを送らなかったのだと推測される。

さらに、この時間変化を A から H の 8 コードに分けて図 8 に示した。

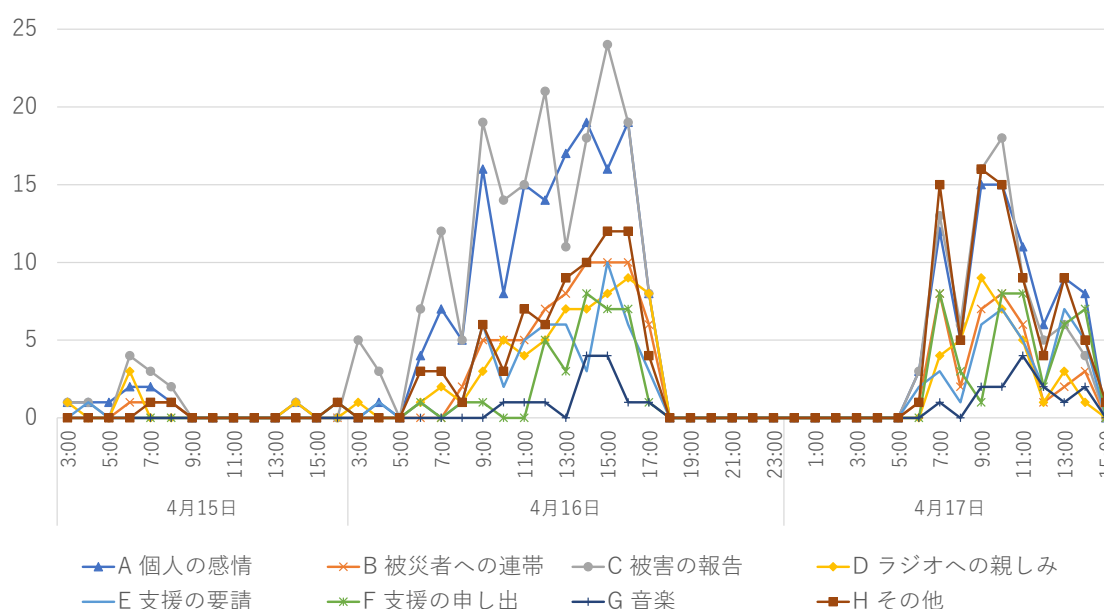


図 8 メールを構成する 8 要素の時間的変化 (1 時間ごと)

被害情報などが少ない 14 日の「前震」直後は A「個人の感情」や C「被害の報告」D「ラジオへの親しみ」のみで、具体的な支援要請などはまだない。しかし 16 日の「本震」以降、C「被害の報告」と A「個人の感情」が増加するとともに E「支援の要請」が 16 日午前 9 時台から午後 1 時台にかけて増えていく。一方 F「支援の申し出」が増え始める最初のピークはそれより遅く 16 日午前 11 時台から午後 0 時台にかけてである。件数でみればこのときはまだ E「支援の要請」より F「支援の申し出」が少ないが、午後 1 時台から 2 時台にかけて「申し出」が「要請」を上回る。そのあと再び午後 3 時台には「要請」が「申し出」を上回り、午後 6 時台にかけて双方とも収束していく。B「被災者への連帯」と D「ラジオへの親しみ」は 16 日午後 2 時台や午後 4 時台にかけて増加し、そのあと午後 6 時台に向かって収束する。17 日も A「個人の感情」と C「被害の報告」は件数として最も多いが E「支援の要請」と F「支援の申し出」を見ると、午前 7 時台には「申し出」が「要請」を大きく上回っている。午前 9 時台には再び逆転して「要請」が増えるが午前 10 時台には「要請」に応えるように再び「申し出」が増えている。一方、G「音楽」は 16 日の午後 1

時台から 3 時台にかけて一つのピークがある。これは放送でアンパンマンのマーチが放送でかけられた午後 2 時台と一致しており、音楽に対する反響が反映されている。

ところで、図 6 に示したようにメール全体で多かったのは C「被害の報告」と A「個人の感情」であるが、メールが最も活発に送られていた時間帯（16 日午前 7 時台から午後 3 時台にかけて）においても、C「被害の報告」に次いで A「個人の感情」が多いことは特徴的である。もしリスナーが「生活情報」を重視するのであれば、E「支援の要請」や F「支援の申し出」が多くなっても不思議はないが、ピークの時間帯においても有用性のある情報より心情を打ち明けるような要素が多かった。このことからリスナーが親近性や共感性をおぼえてメールを送っていたことが推測された。

おしまい、放送を聴くリスナーの心情に時間変化はなかったかを検証した。次のようなメールが特番放送最終日の 17 日に送られている（下線は筆者）。

そろそろ困ってくるのが飲み水、それから風呂にはいりたいですね。（中略）皆さんもう少しの辛抱です。周りの人達と支えあって心を強く持って頑張りましょう。悪い事はいつまでも続かない、必ずや以前のような生活に戻ります。もう少しの辛抱です
(4/17 6:50)

水は出ますが泥水です。飲めません、さすがに泣きそうになりましたけど皆さんの声が聞けて、感激して笑いも出てきました。気力、体力を回復させてがまだしまーす。
(4/17 10:17)

これらのメールには、被災後の疲れ、絶望感などから自分を奮い立たせ、他のリスナーに語りかける心の動きが現れている。この背中を押したのは「皆さん」（ラジオであり同じ被災者であり県外からの支援者）であることが表現されており、ここにもラジオの共感性を見ることができる。

4-7 地震ひと月後のリスナーの反応

ここまで、熊本地震発生から 3 日間に寄せられたリスナーのメールを分析したが、地震 1 か月後においても、ラジオへの共感を示すメールが送られていた。以下は FM 補完局（通称ワイド FM）の開局を記念する特別番組（2016 年 5 月 1 日・2 日放送）などに寄せられたメールである[110]。民放 AM 局では災害対策や難聴取区域の解消のため 2011 年から順次、ワイド FM による放送が進められ、RKK ラジオでも熊本地震時、5 月 1 日の本放送に向けワイド FM の試験放送中であつた（現在は全民放 AM がワイド FM 化を完了）。ワイド FM は被害が大きかった西原村、南阿蘇村の一部、御船町、熊本市でも聴取できる状態であり、避難所など通常の AM 電波が届きにくい場所でもよく聞こえたという。以下にそのメールを示す。

地震後1ヶ月。今避難所にいますが、避難所でもクリアに聞こえます。震災直後に自分の投稿を聞いた叔母が、私が無事だと知り安心したとの報告がありました。ラジオの良さを感じました。(住所不明)

余震続きの毎日におびえるばかりでした。そんな中、心の支えになったのが RKK ラジオです。特に、絢香の「みんなの空の下」の歌詞「ひとりじゃないよみんな空の下」にとっても励まされ、涙が出ました。FM で聞くと、尚いい曲だと思います。(荒尾市) スマホでラジオを聞いていましたが、すぐにバッテリーも減ってきたため避難所で、FM 対応ラジオに切り替えました。はっきりと聞きやすく良かったです。スマホは使わずずっとワイド FM を聞いていました。(住所不明)

避難所暮らしも長くなり、最初は情報収集の為に使っていましたが今では、聴き方が変わってきたように感じます。貼紙など(行政からの情報)は、手に入るのも、情報というより、人の声・暖かさを求めて(ワイド FM)ラジオを聴いている感じがします。実際に、ラジオにはとても癒されます。(住所不明)

これらのメールから読み取れるのは、長引く避難生活の中でリスナーがラジオで流れる音楽や人の声から力を得ていた点である。放送技術向上の重要性はもちろんだが、復興過程においてもラジオの災害放送には共感性が必要とされているといえる。

4-8 ソーシャルメディアとの比較

おしまいに、ソーシャルメディアで扱われた情報との比較を述べる。RKK では熊本地震発生時、テレビ、ラジオによる放送のほか、RKK の公式アカウントによる Twitter でも災害情報を発信した。そして当時の Twitter 担当者 T 氏へのヒアリング(2020 年 3 月 26 日)により、ラジオとの違いが明らかになった。T 氏は、Twitter に出す情報は公式発表や公的機関が出す情報に絞っていたと答えた。編集を加えた場合でも、情報をまとめ「RKK 調べ」として出すにとどめたとのことである。Twitter がラジオと異なる点について、T 氏は次のように話している。

ラジオに入ってくるリスナーさんからの情報ですね、これはもう非常にやっぱりホットな情報で、どこかで炊き出し始まってますよ、みたいなのが入ってくるんですけど、これはもう本当にラジオではですね、とても良い情報として扱えるわけなんですけども、やはりここも SNS で扱うにあたっては裏取りが必要ですので。最初は RKK リスナー情報ということでですね、出そうかと思ったんですけど、これちょっと手に負えないかなというところで、わりと最初の方からもう無視し始めました。逆にこっちに入ってきた情報がもしあればラジオの方に流すだったりとか、何かのきっかけで

入ってきちゃった情報なんていうのは、ラジオに渡すっていう意識は持ってましたね。

Twitter が一般リスナーからの情報をそのまま流すことには、いわゆる「炎上」といった大きなリスクが伴うという判断である。むしろラジオの放送の中心は Twitter が扱わないリスナーからの情報や、情報とはいえない共感の交流であったことが、このヒアリングで鮮明になった。

4-9 結果と考察

本章では熊本地震（2016）の際に、熊本県域を放送エリアとする民放の RKK ラジオに寄せられたリスナーからのメールを「共感性」に着目して分析した。まず KHCoder[101] による頻出語から全体の傾向を分析すると、メールの文面には被害や避難生活を示す語のほか、ラジオに関する語が頻出していた。また共起ネットワーク図によって語と語の共起関係を調べると、それら以外に被災者を見舞うなど共感性を示すグループが存在していた。次に「皆さん」「皆様」という語に着目し分析すると、ラジオへの呼びかけだけでなく、被災地の外から被災者への呼びかけと、被災者から他の被災者への呼びかけが行われていたことがわかり、共感性を見出すことができた。続いてメール本文に対してコーディングを行い、八つの要素（A「個人の感情」、B「被災者への連帯」、C「被害の報告」、D「ラジオへの親しみ」、E「支援の要請」、F「支援の申し出」、G「音楽」、H「その他」）を抽出した。それぞれの要素が使用された文面を検証すると、いずれにも共感性を示すメールが含まれていた。特に E「支援の要請」と F「支援の申し出」との間には双方向性がみられ、助けを求めるリスナーに別のリスナーが手を差し伸べるための「掲示板」の役割をラジオが果たしていたことがわかった。また G「音楽」ではリクエストに応え「アンパンマンのマーチ」を放送したことによって「気持ち明るくなった」との反響が次々に寄せられていた。これらのことから①親近性や②双方向性だけでなく③余白性がラジオにとって重要な要素であることがわかった。ラジオが一方的に情報を提供するのではなく余白の時間を多くとることによって、参加したリスナーがラジオと協働して余白を埋める作業をしていたといえる。次にメールの時間的変化を分析すると、リスナーは地震特番の時間帯以外にはメールを送っておらず、双方向のリアルタイムコミュニケーションを求めていることがわかった。廣井[17]は災害放送のパターンを「防災放送」「被害報道」「安否放送」「生活情報」の四つとしているが、そのほかにもリスナーの置かれた状況に寄り添い、共感することでラジオが励ましや音楽などを提供する「共感放送」の機能があることが、ラジオ局へのアンケート調査でわかっている[109]。本章ではこの「共感放送」がリスナーの側からも存在していたことが新たにわかった。

ラジオは従来から弱い立場の人々に寄り添うことも求められてきた。メールでは災害時に要支援者となる視覚障がい者や高齢者の立場からの発信もあった。たとえば高齢の母親

と重度障がい者の世帯だというリスナーは、被害を受け「どうしたら良いか分かりません。先程、110 番に『助けて下さい』と電話をしたら怒られました」(4/17 10:34)と途方に暮れてメールを送っていた。また被災地の老人ホームのスタッフからの FAX には、ライフラインがすべて停止したホームの中で 80 代、90 代の高齢者らが身を寄せ合いながら何とか命をつないでいることが書かれていた。「職員が、携帯で九電や市役所に電話をかけますが、テープの自動返答のみです。つまり、だれにも、助けを伝えられない状態なのです。RKK で電波で、老人ホームの声を届けてください。」(日付不明)という叫びは、ホームの FAX が通じずスタッフが自宅から送ったものである。このような状況で頼れるのはラジオだけだったのかもしれない。これらの声が放送されることによって他のリスナーや公的機関が助けに乗り出すという次のアクションの可能性をラジオが引き出すことも、ラジオの重要な役割である。ただそこまでの要請に至らない「共感」を受け止めることもラジオならではの役割であることをリスナーからのメールは示している。たとえば消防団の助けを借りながら真夜中に 4 時間かけて歩き避難所へ入った視覚障がい者のリスナーは「視覚障がい者の方明るいうちに避難場所に避難してください」(4/16 14:42)との助言を送り、東日本大震災で被災した視覚障がい者のリスナーは「みなさんの周囲に、障害のある方がいたら、どうか、手をかして差し上げてください」(4/17 11:45)と呼びかけていた。災害直後だけでなく復興過程では被災者の声を聴くことが何よりも重要であり、被災者のニーズに答えることで復興のエネルギーを引き出し、被災者の背中を押すことができる。災害時のラジオは被災者に有用な情報を提供するだけでなく、被災者に共感し小さなつぶやきも汲みとる余白を持つことで、他のメディアにない役割を果たす可能性がある。災害直後から復興に至るまで、ラジオは日常で培われた親近性を基盤とした「共感放送」を災害放送の第 5 のパターンとして位置づけていくことが求められる。

5 災害放送の長期継続と災害対応サイクル

第3章と第4章では、ラジオの災害放送に「共感放送」と呼べるパターンがあることが、送り手と受け手双方の視点から明らかになった。しかし減災コミュニケーションにとって重要なのは、災害放送を災害直後で終わらせないことである。特に大災害においては復興の過程をつぶさに検証し、長期的な被災者のニーズにこたえる災害放送が必要とされる。それが認識されたのは阪神・淡路大震災（1995）であった。本章では、阪神・淡路大震災を契機に始まったラジオの長期災害放送の内容を検証し、共感性とともにサイクル性について分析する。災害対応では発生から応急対応、復旧・復興を経て被害抑止・軽減に至るサイクルを循環させることが望ましいとされる。防災機関としての放送においてもこのサイクルに則した報道を行い、被害抑止・軽減に貢献することが求められる。そこで、災害対応サイクルに則した報道のあるべき姿や課題を明らかにするため、阪神・淡路大震災以来現在も継続するラジオの災害番組を対象に、放送内容の特徴とその変化を分析した。

5-1 放送における災害対応サイクルの必要性

廣井[18, p. 7]は災害時における放送の役割について、「自然災害が多発するわが国では、放送局は、被害状況を報道するという報道機関本来の役割のほか、地域住民の生命と財産を保護する『防災機関』としての役割も期待されている」と述べている。

放送法第108条では「災害の場合の放送」を次のように規定している。「基幹放送事業者は、国内基幹放送等を行うに当たり、（中略）災害が発生し、又は発生するおそれがある場合には、その発生を予防し、又はその被害を軽減するために役立つ放送をするようにしなければならない」（たとえば[45]）。ただ放送期間に関する特段の定めはなく、目前に迫った災害に対する防災・減災のための放送を定めた法律とも解釈可能である。しかしながら近年頻発する災害を見ると、直前の啓発放送のみが求められているわけではない。

災害時の放送に求められるものが被害報道のみでも直前の啓発のみでもないとするれば、何が求められるだろうか。米国緊急事態管理庁（以下、FEMA）は災害対応を Preparedness（被害軽減）、Response（対応）、Recovery（復旧）、Mitigation（被害抑止）の四つのフェーズに分け、訓練を実施している（たとえば[111, pp. Page4-2], [112, pp. Page5-3-Page5-5]）。この考え方は広く取り入れられており、ラジオもこれに則した形で災害直後の緊急時から復旧・復興、そして防災・減災に至るまで災害放送を続けることにより、フェーズに応じた適切な内容を提供し、災害の予防と被害軽減に貢献できる可能性がある。そこで本章では一つの災害に着目して、長期の災害放送が災害対応サイクルに則したものとなるのかについて、これまでの放送履歴を元に検証する。その結果をふまえ、災害対応サイクルに則した放送とするために必要な要素についても検討する。

5-2 先行研究

廣井[113, pp. 236-240]は災害情報の伝達において、災害直後に二次災害の防止を呼びかける「防災放送」と視聴者の安否連絡の媒体として機能する「安否放送」がとりわけ重要であるとしている。これらが放送されるのは災害対応サイクルにおける Response の時期にあたるが、その点について川端ら[114]が阪神・淡路大震災の災害発生から 2 時間に限り、時系列に沿って各ラジオ局の放送内容を分析し、被災地の状況把握や住民への安全行動の指針となる有益な情報を提供することの重要性について述べている。また「安否放送」については三上[115]が、被災した神戸市の地元局・ラジオ関西などが行った安否放送を分析し、評価すべき点と反省点を指摘している。

一方、阪神・淡路大震災後はより詳細なコミュニティの情報を伝えるメディアとしてコミュニティ FM の役割が評価されるようになり、研究者や当事者による研究が行われている。2004 年に起きた新潟・福島豪雨におけるコミュニティ FM「燕三条エフエム」[116]や 2004 年台風 23 号における「FM ジャングル」[117]の研究では、緊急時に地域密着メディアが果たした役割と課題について、放送記録と関係者へのヒアリングから明らかにしている。さらに当事者自身の検証として、2007 年新潟県中越沖地震の被災地にある「FM ピッカラ」の発生から 3 日間の放送内容を分析した研究があり、地域の被害を軽減し早期復旧を促す「リスクガバナンス」を担うメディアとしての評価と課題を考察している[118]。ただし、いずれも災害対応サイクル全体を俯瞰した長期分析とはなっていない。また 1995 年 2 月には臨災局が制度化され、新潟県中越地震や東日本大震災、熊本地震などで設立されている。それらの放送内容を分析し、機能を考察した研究の中には、東日本大震災後に開局した宮城県亘理郡山元町の「りんごラジオ」を対象とした研究[40], [119]があり、臨災局が担う特徴的な機能を整理し、地域コミュニティの復興過程における役割について考察している。これらは Recovery の時期を対象にした研究といえるが、臨災局は災害時のみに設置され、2-2-18 と 2-2-19 で述べたように東日本大震災と熊本地震の臨災局は全て閉局していることから、やはり災害対応サイクル全体にわたる放送の検証とはなりえていない。

災害対応サイクルが何年で循環するのかについては一概に言えないが、被害軽減のための事前準備から、災害発生、復興・復旧を経て次の災害の被害抑止に至るまで、長期に及ぶことは想像できる。したがってこのサイクルに則した放送も長期継続を求められることになる。そこで本章では、一つの災害を長期間、定期的・継続的に報道し続けるラジオの災害番組に着目する。1995 年阪神・淡路大震災発生後、被災地を中心に、被災者の声や防災・減災に関する話題のみを扱うラジオの災害番組が誕生したが、神戸市のラジオ関西では現在同種の災害番組はなく、東日本大震災後、新たに災害番組ではない情報番組の一部として災害コーナーを開始した（月 2 回程度）。また NHK と民放の共同制作で放送されてきた災害番組「関西発いのちのラジオ」（年 1 回）も特別番組の同時放送という形態を終了

している。唯一、大阪に本社を置く MBS のラジオ番組「ネットワーク 1・17」が 1995 年から週 1 回放送されている（現在は日曜午前 5:30～6:00）。阪神・淡路大震災の被災地域で放送されたラジオの災害番組のうち、現在も継続しているのはこの番組のみとなっていることから、本章の研究対象とすることにする。

5-3 研究方法

MBS ラジオ「ネットワーク 1・17」の放送記録に基づき「放送内容」と「ゲスト出演者」を中心に分析を試みる。放送記録とは、放送進行表（別名 Q シート。メインテーマ・出演者名・トークの項目・中継などの放送形態・使用楽曲などを記載）をもとに作成されたリストを指し、放送日・メインテーマ（以下、テーマと記載）・ゲスト名が一覧表になっている。放送記録の一例を表 11 に示す。

表 11 「放送記録」の一例

放送回	メインテーマ	放送日	ゲスト肩書	ゲスト
99	『仮設ネットワークの1年』	1997.03.22	神戸仮設住宅ネットワーク代表世話人	安田 秋成
100	『番組開始から2年、被災地の現状は』	1997.03.29	なし	
101	『文通で被災地発の国際交流を』	1997.04.05	ボランティアグループ 神戸地球村 代表	赤松 敦子
102	『加古川、姫路、高砂の仮設住宅団地は今』	1997.04.12	加古川YMCAメンバー	永戸昌和
103	『神戸港、復旧完了。しかし…』	1997.04.19	関西大学教授	安部 誠治
104	『ユーラシアを越えて～世界の被災地は』	1997.04.26	「FMわいわい」DJ兼プロデューサー	日比野純一 ・吉富志津代
105	『公的援助の実現をめぐる』	1997.05.03	弁護士	伊賀 興一
106	『水族館、災害時の対応と役割』	1997.05.10	神戸市立須磨海浜水族園	房安 昌志
107	『日本初の災害救助犬訓練場から』	1997.05.17	日本レスキュー協会本部長	大山 直高
108	『コレクティブ・ハウジングを考える』	1997.05.24	まちづくりプランナー	石東 直子
109	『被災地の定住外国人は今』	1997.05.31	神戸定住外国人支援センター	金 宣吉
110	『実現するか、被災者への公的支援』	1997.06.07	弁護士	伊賀 興一
111	『被災地のお年寄りに手紙を』	1997.06.14	ボランティア協会 代表代理	山田 裕子
112	『共同再建を考える』	1997.06.21	まちづくりプランナー	野崎 隆一
113	『被災地に緑を』	1997.06.28	ボランティア復興支援会議	中瀬 勲
114	『県外避難者とボランティアの声』	1997.07.05	県外避難者支援全国ボランティアネットワーク	中西 光子
115	『公的支援を兵庫県知事に聞く』	1997.07.12	兵庫県知事／弁護士	貝原俊民 ・伊賀興一

本章では分析対象となる「放送内容」を表すものとしてテーマを用いることとする。テーマはその日の放送内容を短い言葉で表したもので、新聞の見出しのような役割をする。テーマを決めるのはその日の放送を担当するディレクターである。前週には放送や HP、Twitter 上などで予告するほか、放送当日には番組の冒頭で「きょうのテーマは避難所の感染予防対策です」などと読み上げる。「ネットワーク 1・17」は対話によって話を深めるトーク番組であり、詳細な「台本」は存在しないため、音声記録を除いてはテーマが唯一の放送内容の手掛かりとなる。ただし番組開始当時は必ずしもテーマを読み上げてはいない。

このため文字数は短いもので「観光」の2文字、長いもので「震災10年ネットワーク1・17スペシャル～未来へ伝えたいこと、繰り返したくはないこと」の42文字となる。

放送記録は、現時点でリスト化が完了している初回放送（1995年4月15日）から2019年4月28日時点までのものを用いた。対象期間の放送は1,246回であるが、番組編成上の理由で休止となった回もあり、分析対象は1,183回となる。

過去記事の閲覧が印刷物によって可能な新聞と違い、ラジオの放送は多くが一度きりで、閲覧可能なデータが蓄積されることは少ない。ただこの番組では、2002年5月4日以降についてはHP上で放送日・テーマ・ゲスト名と放送内容の抜粋が公開されており、それ以前についても「放送によってすでに公開された」との認識に基づき、問い合わせがあれば情報公開を行っている。

「テーマ」が分析対象になりえるかについては、先行研究を参考にした。災害報道の新聞記事を分析した研究として中林ら[120]が阪神・淡路大震災発生後半年間の被災地と非被災地の記事の推移を分析したものがあり、震災に関する関心の温度差や震災報道の風化の実態を考察している。こうした研究では新聞記事の属性（掲載日、規模、紙面の種類、記事の種類、写真や図表の有無、ページ、字数）などにより記事の分類が行われることが多い。しかし解析結果が分析者や評価者の経験や能力に大小の影響を受けることも指摘されている。一方で、テキストマイニングは機械的な処理によって行われるため再現性が高い手法だとされている[121, p. 305]。テキストマイニングを用いたものとして、学会誌の論文タイトルから研究領域における情報の動向を分析した研究があり「論文の構造化されたデータのなかで最も端的に論文の内容を顕しているのが論文タイトルである」とされている[122, p. 316]。ラジオ番組に当てはめると、テーマは番組データの中で最も端的にその日の放送内容を表しているといえることをふまえ、テーマをもとに放送内容を推定する手法を採用することにした。

一方、分析対象にゲストを含めた理由は、ラジオは映像を伴わないこともあり、番組が主にパーソナリティーとゲストとの対話によって構成されているため、ゲストがその日の放送内容の特徴を表しうると考えたからである。

なお筆者は番組発足3年後の1998年から2010年までの12年間、この番組のプロデューサー⁸を務めたが、今回提供された放送記録はその後スタッフの手によってまとめられたもので、学術目的として提供を受けている。放送内容やゲストは、被災地のニーズを反映した災害対応サイクルに則してというよりは歴代プロデューサーの意図したとおりに変遷

⁸ ラジオ番組のプロデューサーの役割は番組の方向性を打ち出し放送内容に対する責任を負うことである。パーソナリティーの人はプロデューサーが行うがラジオ局内（編成部やラジオ局長など）の承認が必要で、パーソナリティー交代をラジオ局内から命じられることもある。各回の放送内容・テーマの決定、出演交渉、打ち合わせは担当ディレクターが行い、プロデューサーが監督・承認する。ただし「ネットワーク1・17」の場合、通常はディレクターとプロデューサーが各1名で、専属ディレクターがいない時期もあった。このためプロデューサーも「ディレクター」として少なからず番組制作に関わっている。また放送番組は原則、毎年2回の改編時期に編成によって継続・終了の判断を受け、プロデューサーに番組継続の決定権はない。

した可能性は否定できないが、番組開始当初は長期にわたり継続する保証はなく、短期的な番組制作の意図の積み重ねがどのような変遷を生んだのか、というプロセスの再整理を当事者の一人が客観的な分析結果から行うことに意味があると考ええる。なお、本章では当事者しか知り得ない情報をもとに番組制作の経緯を記述している部分があるが、同時に客観的データを可能な限り多く用いて分析を加えている。

本章ではまず 5-4 で当事者の立場から番組の経緯を説明する。続いて 5-5 で計量テキスト分析ソフト KH Coder[101]を用い、各回のテーマに用いられた語の傾向を分析する。また 5-6 では番組の時期を三つに区分し、放送内容とゲストの変遷を分析する。そしてこれらの結果から 5-7 で災害対応サイクルに沿ったラジオの災害放送のあり方を考察する。

5-4 災害番組「ネットワーク 1・17」の経緯

「ネットワーク 1・17」は 1995 年 1 月 17 日の阪神・淡路大震災で生まれたつながり（＝ネットワーク）を大切にするというコンセプトのもと「被災者に向けた、被災者のための、被災者の支えとなる番組」として[72]同年 4 月 15 日、放送を開始した。番組発足については阪神・淡路大震災の災害放送を抜きに語ることはできない。地震直後、MBS ラジオは即座に三つの方針を決定した。「被災地に向けた放送に徹すること」「行政に対しては批判よりも提言を重視すること」「可能な限り震災報道を続けること」である[123, p. 238]。当時のラジオ局長によって示されたものであったが、当時のラジオ編成部長も同様の思いでラジオ局長に「局長、これはとことんやりましょうな」と話したことが記録に残っている[69, p. 238]。この方針のもと 249 時間 40 分、12 日間に及ぶ特別編成を続け、救援物資や給水、銭湯、ライフライン情報などの生活情報をきめ細かく伝えた。このうち最初の 48 時間は CM なしの放送であった[69, p. 106]。とはいえ、平時からテレビ並みの報道体制があるわけでもなく社員・スタッフも被災していたラジオでは、放送の中心はリスナーからの情報だった。被災地で何が起きているのか、どの道が通れるのか、どの商店が営業しどこで必要な物資を手に入れることができるのか、さらには自宅の井戸水を使ってほしいといった支援の情報が寄せられた。MBS ラジオでは日常からリスナーの意見を募り、直接電話もつなぐ双方向の番組作りをしていたため、各番組共通の受付電話番号を記憶しているリスナーが多かったと考えられる。受話器を置けばすぐに次の電話が鳴るといった状態で電リク室⁹に並んだ電話が鳴り続けた。それを聞き取りメモにしてスタジオに入れた当時の電話オペレーターらは、筆者のヒアリング調査（2020 年 1 月 20 日）に対し、震災直後、主に①個人からの情報提供（〇〇店が営業している、〇〇線は運行している、など）②問い合わ

⁹ 電話リクエスト室の略称。音楽リクエストや意見を共通の電話番号で受け付けるための複数の電話機が並んだスペースを電リク室と呼ぶ。オペレーターらが電話機の前に座り電話を受けてメモを取った内容が放送に生かされるしくみ。現在のようにメールが主流となるまでは、電リク室にかかってくるリスナーからの電話はラジオの双方向番組を構成する重要な要素であった。

せ（自分の町の銭湯の営業情報など）③安否確認（家族・知人の安否が知りたい）の3種類の電話を受けたと話している。このようなリスナーの声はその後も寄せられたため、MBS ラジオはレギュラー番組が復活した1月29日以降も震災の放送を続け、1月30日から3月30日まで「がんばれ！被災地の皆さん」（月～木曜、午後7～10時）を編成しリスナーの声を紹介した[123, pp. 349–352]。4月の番組改編に伴いこの番組が終了、これを引き継ぐ形で「ネットワーク 1・17」が誕生した（土曜、午後5時10分～5時45分）。初代パーソナリティーは安部誠治（関西大学教授）と魚住由紀（フリーアナウンサー）で、制作者も含め全員が被災者であった。



写真 1 震災当時も使用された MBS ラジオの電話リクエスト室（現在）
写真の3人は震災当時も担当した電話オペレーター

番組立ち上げのコンセプトについて、初代プロデューサーは「仮設住宅が解消されるまではこの番組はやり続ける、伊勢湾台風の経験から、数十年は続ける覚悟で会社を説得した」と話している[124, p. 41]。その後、パーソナリティーや制作者の交代、放送枠の変更を経て継続している。聴取率は最大で2.4%、平均0.9%で、放送エリア人口2,170万人に当てはめると最大52万人、平均19万5,000人が聴取してきたことになる。

5-5 テーマに使用された頻出語

ここでは放送が実施された1,183回について、テーマに使用された頻出語を KH Coder[101]によって解析するとともに共起ネットワーク図を描き、語の連関を調べる。まず自動的に切り出された頻出語の上位150語は表12のようになる。

災害時における放送の役割は、廣井[18, p. 7]によって「被害状況を報道する役割」「地域住民の生命と財産を保護する役割」とされている。これに照らし合わせ、頻出語では「災害」「支援」「被災地」に関連する語に着目した。

頻出語の1位が「地震」、3位から6位までが「震災」「防災」「大震災」「災害」で、災

害に関する語が上位を占めている。また 2 位の「被災」をはじめ、「避難」「復興」「住宅」「支援」「ボランティア」「仮設」「活動」「守る」といった、支援に関連する語が 30 回以上出現している。さらに「東日本」「阪神」「淡路」「神戸」など被災地の地名が同じく 30 回以上出現している。30 回以上の頻出語 28 語のうち 20 語はこれら「災害」「支援」「被災地」に関する語で、それ以外の 8 語は「休止」「中継」「番組」「野球」「シリーズ」「レポート」「今」「考える」であった。このうち、「考える」は実際のテーマでは「被災者の心と体の健康を考える」などその日の議題を表す言葉とともに用いられていた。その他の 7 語については、図 9 に示す共起ネットワーク図で使われ方を見ることとする。

表 12 「テーマ」に使用された頻出語（上位 150 語）

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
地震	232	ネットワーク	28	中越	15	声	10	調査	8
被災	170	人々	28	ナイター	14	大学生	10	日	8
震災	137	南海	27	見る	14	地域	10	日本	8
防災	125	大阪	26	交流	14	特別	10	半年	8
大震災	122	現状	25	障害	14	聞く	10	備え	8
災害	94	豪雨	24	台風	14	スタート	9	亡くす	8
東日本	72	報告	24	被害	14	トラフ	9	未来	8
避難	71	学ぶ	23	近畿	13	ラジオ	9	和歌山	8
休止	70	備える	22	公的	13	家	9	NPO	7
阪神	60	命	20	体験	13	記憶	9	たより	7
中継	60	取り組み	19	知る	13	宮城	9	火災	7
復興	59	問題	19	いま	12	強い	9	関西	7
住宅	53	教訓	18	紹介	12	高校生	9	起きる	7
津波	53	新潟	18	長田	12	人	9	救う	7
番組	51	年	18	都市	12	台湾	9	巨大	7
野球	50	放送	18	福島	12	変わる	9	研究	7
シリーズ	46	スペシャル	17	デーゲーム	11	北部	9	困難	7
淡路	43	生活	17	遺児	11	キャンプ	8	四川	7
支援	41	沖	16	河本	11	ケー	8	女性	7
ボランティア	40	県外	16	語り継ぐ	11	マップ	8	消防	7
神戸	38	原発	16	取材	11	マンション	8	障る	7
レポート	36	語る	16	住民	11	遺族	8	振り返る	7
仮設	36	事故	16	相談	11	岩手	8	世界	7
今	34	熊本	15	土砂	11	教育	8	断層	7
考える	32	訓練	15	噴火	11	迎える	8	役立つ	7
活動	31	現地	15	夏休み	10	見える	8	予知	7
守る	30	思い	15	外国	10	最新	8	コミュニティ	6
対策	30	情報	15	緊急	10	生かす	8	ハイチ	6
子ども	29	心	15	支える	10	生まれる	8	医療	6
伝える	29	水害	15	生放送	10	町	8	課題	6

続いてこれらの頻出語による共起ネットワーク図を図 9 に示す。ここでは、抽出語から動詞を取り除いたうえで、関連性の強さを示す共起関係の算出には Jaccard 係数を使用し、係数 0.1 以上となった 35 語を用いて図を描く。語の関連性が強いほど円をつなぐ線が太くなるように設定している。

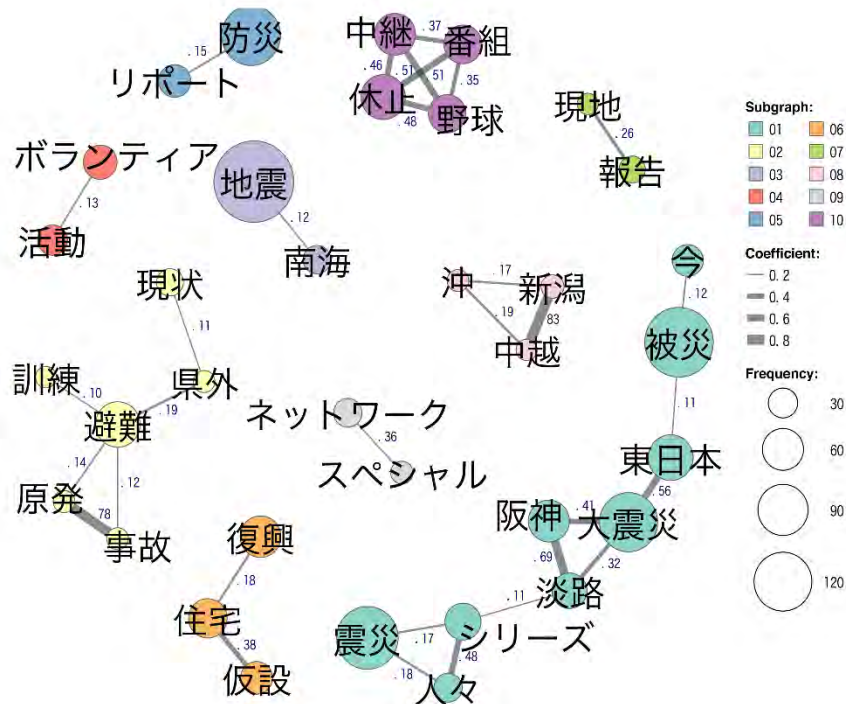


図 9 全期間の「テーマ」共起ネットワーク図

図には互いに結びつきが強い 10 のサブグループが検出された。最も出現の頻度が高い「地震」は「南海」と共起しグループを形成していた。次に頻度が高い「被災」を含むグループは、頻出語の 30 位以内にあった「今」とも共起し、実際のテーマでは「2 年経った被災地で、今」などとして用いられていた。また「被災」は「東日本」「大震災」「阪神」「淡路」と共起関係で結ばれ、「地震」とは区別され使用されていることがわかった。同じグループには頻出語の 30 位以内にあった「シリーズ」と「人々」「震災」があるが、実際のテーマでは当事者が体験を語る「シリーズ人々の震災」として用いられている。また「県外」「避難」「訓練」「原発」「事故」から構成されるグループも形成された。このうち「県外避難」は他県で避難生活を余儀なくされた被災者の問題を指す言葉である。その他に「防災」と「リポート」から成るグループ、「ボランティア」「活動」から成るグループ、「仮設」「住宅」「復興」から成るグループ、「現地」「報告」から成るグループがある。「ネットワーク」「スペシャル」から構成されるグループも形成されているが、実際のテーマでは「ネットワーク 1・17 スペシャル 阪神・淡路大震災 22 年ここから始める」などとして用いられていた。他のグループとして「休止」「野球」「中継」「番組」から構成されたものがあるが、実際のテーマでは「野球中継のため番組休止」など放送がなかったことを示す語として用いられていた。

5-6 放送内容の変遷

次に、放送内容の変遷を分析する。まず扱うテーマやパーソナリティーの変化などから、放送時期を三つに区分する。そしてそれぞれの時期の特徴を整理したうえで、テーマに使用された語をもとに共起ネットワーク図を描き語の連関を比較する。最後に、三つの時期におけるゲスト出演者の属性を比較する。なお図 10、図 11、図 13 に示す共起ネットワーク図はすべて作図に使用する語から動詞を取り除き、関連性の強さを示す共起関係の算出には Jaccard 係数を使用、係数 0.1 以上となった語のみを示し、関連性が強いほど円をつなぐ線が太くなるように設定している。

5-6-1 時期の設定

まず、扱うテーマの特徴をもとに 24 年間を振り返り、三つの時期に区分する。1995 年の番組開始から 1998 年までの担当者は被災者の問題を伝えることに注力し、筆者が引き継いだ 1998 年から「防災」¹⁰のテーマを積極的に取り入れた。これらをふまえ、1998 年までのこの時期を第 1 期とする。阪神・淡路大震災の被災者に向けた番組が「防災」に舵を切ったのは大きな出来事であったと考えるためである¹¹。具体的に第 1 期は 1995 年 4 月 15 日から 1998 年 3 月 28 日とする。番組の区切りは 4 月と 10 月の番組改編期に合わせる事が制作上、一般的であるため、年末年始を区切りとはしていない。

第 2 期と第 3 期の区切りは 2008 年、12 年間務めたメインパーソナリティーの交代¹²が行われた時期とした。パーソナリティーの個性が強く表れるラジオ番組において、長期にわたり出演したメインパーソナリティーが変われば番組のカラーを大きく変えることになる。このことから第 2 期は 1998 年 4 月 4 日から 2008 年 3 月 31 日、第 3 期は 2008 年 4 月 7 日から 2019 年 4 月 28 日までとした。

5-6-2 第 1 期の特徴

番組開始の 1995 年から 3 年間は、被災者が直面する問題、例えば住宅問題、被災自治体の問題、高齢者・障害者を含む被災者の健康問題などについて取り上げた時期である。

第 1 期のテーマについて Jaccard 係数が 0.1 以上となった 61 語を用い、抽出語が出現する頻度と抽出語どうしのつながりを共起ネットワーク図として図 10 に示す。

¹⁰ 阪神・淡路大震災直後は「減災」という言葉はまだ一般的ではなく、放送では「防災」という言葉が使用された。

¹¹ 仮設住宅の生活が続く被災地に向けて「防災」を取り上げることには、パーソナリティーらからも抵抗があった。当時のパーソナリティーの一人は 2019 年 6 月 24 日の筆者のヒアリング調査に対し

「『被災した人たちの経験を無にしないためにも』を当事者が発する分にはよいが、他者が言う『悲しい思いを踏み台にしている』ような感じを覚えた」と述べている。

¹² メインパーソナリティーの交代はラジオ局上層部が決定し、プロデューサーがその方針に従った。

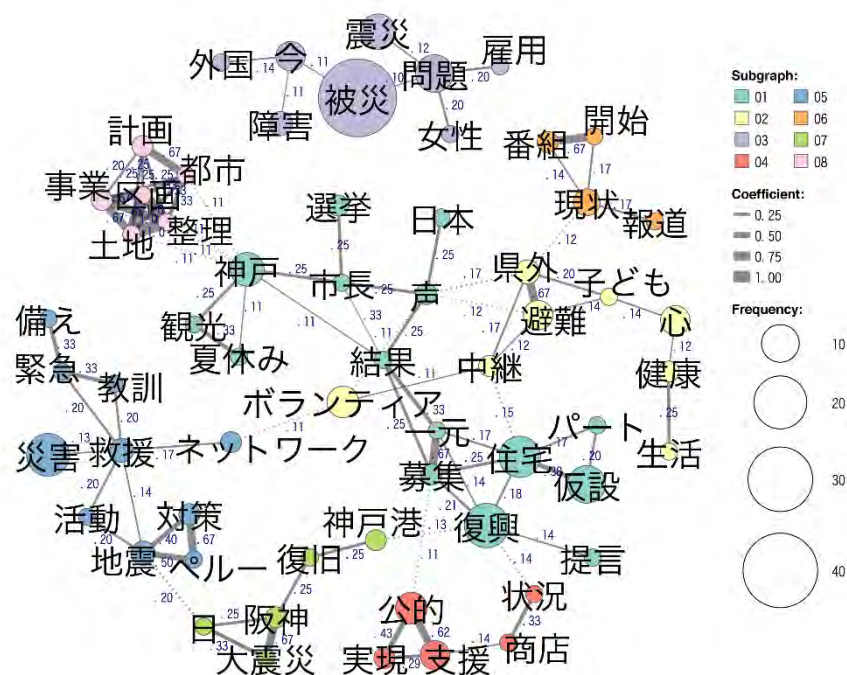


図 10 第 1 期の「テーマ」共起ネットワーク図

結果としてサブグループが八つ検出された。出現頻度が高い「被災」を含むグループは「今」「外国」「障害」や「問題」「雇用」「女性」「震災」と共起関係で結ばれた。また次に頻度が高い「復興」を含むグループでは「提言」のほか「住宅」「仮設」「一元」「募集」「結果」や「市長」「神戸」「選挙」「声」「日本」、「観光」「夏休み」と共起関係があった。他に「公的」「支援」「実現」「商店」「状況」から成るグループが形成されている。一方「災害」を含むグループは「救援」「活動」「ネットワーク」や「教訓」「緊急」「備え」、「地震」「対策」「ペルー」が共起関係で結ばれていた。他には「県外」「避難」が一つのグループを構成している。このグループではほかに「ボランティア」「中継」や「子ども」「心」「健康」「生活」の語が共起している。また「大震災」を含むグループでは「阪神」「復旧」「神戸港」などが共起関係で結ばれた。他には「土地」「区画」「整理」「事業」「都市」「計画」から成るグループが出現した。第 1 期では「被災」や「県外避難」「公的支援」など災害対応サイクルの Response に関する語と「仮設住宅」「復興住宅」や「区画整理事業」「都市計画」など Recovery に関する語が多く出現していた。

5-6-3 第 2 期の特徴

第 2 期は番組が予防報道を開始した時期である。南海地震に向かって地震が増えていく「活動期」に入ったと研究者が言い始めていた（たとえば[125, pp. 75-83]）ことに制作者らが着目したことが背景にある。その一方で、震災 5 年を過ぎた 2000 年頃から「いつまでも震災にこだわらなくてもよいのではないか」という声がラジオ局内で上がり、番組の

存在意義が問われ始めた。しかしこの時期に台湾集集地震(1999)、新潟県中越地震(2004)などの大地震が起き、関係者や聴取者らに番組の存在意義を再認識させる契機となっている。

第2期のテーマについて、Jaccard 係数が 0.1 以上となった 61 語を用い、第1期同様、共起ネットワーク図として図 11 に示す。14 のサブグループが示されたが、このうち、出現頻度が大きい「地震」を含むグループは「南海」「新潟」「中越」「沖」と「現状」から構成される。実際のテーマでは「南海地震にどう備えるのか」「新潟県中越地震取材報告」などとして用いられ、阪神・淡路大震災以外の災害がテーマとして扱われていた。同じく出現頻度が大きい「震災」のグループは「シリーズ」「人々」と共起し、「シリーズ人々の震災」がこの時期に放送されたことが反映されている。「被災」は「今」「公的」「支援」「成立」とともにグループを形成している。他には「阪神」「大震災」「教訓」や「台湾」「現地」「取材」「報告」「電話」「リポート」、**「県外」「避難」「生活」「調査」「取り組み」「記憶」**から構成される 1 グループがある。「復興」は「住宅」「仮設」「生放送」とともに一つのグループ、「ボランティア」は「活動」とともに一つのグループを形成していた。第2期で初めて共起ネットワーク図に現れた語の一つである「防災」は「対策」とともに一つのグループを形成した。なお「休止」「野球」「中継」など、編成上の理由で放送が休止となったことを示すグループも現れている。第2期は第1期で出現した「県外避難」「公的支援」など Response を表す語や「仮設住宅」「復興住宅」など Recovery を表す語が引き続き出現する一方、番組が防災に舵を切ったことを反映し第1期にはなかった「防災対策」など Mitigation を示す語が現れている。

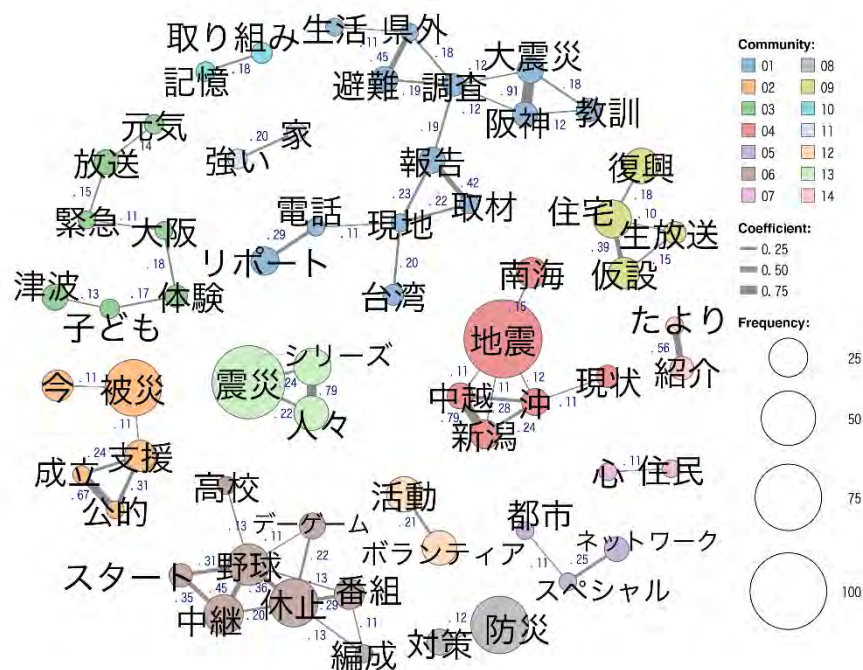


図 11 第2期の「テーマ」共起ネットワーク図

ここでは、阪神・淡路大震災以降に発生し、災害番組の意義を再認識させるきっかけになった大地震「台湾」と「新潟」に注目し、さらに分析を行う。それは阪神・淡路大震災の教訓が引き継がれた災害は台湾集集地震（1999）と新潟県中越地震（2004）だとされることにある¹³。共起ネットワーク図では「台湾」「現地」「取材」「報告」と「新潟」「中越」「沖」「地震」が互いに結びついている。「台湾」が最初にテーマに出たのは地震発生4日後の1999年9月25日で（「台湾大地震」）、その翌週には記者レポート、その後は研究者による解説や、神戸市から送られた中古の仮設住宅の話を伝えている。地震から10年の節目となる日には、現地を訪れていた研究者に電話をつなぎ放送した。

一方「新潟」については被災者の現状や住民参加型の復興まちづくり、現地で活動する神戸のボランティア、震災遺構に関してのテーマが設定され（「新潟の冬を越す被災者たち」ほか）、新潟県中越沖地震とともに継続的に放送された。

さらに、これら二つの災害の後でテーマにおける頻出語が変化したのかどうかを分析した。まず「台湾」以前の頻出語を表13に示す。

表 13 「台湾」以前の頻出語

抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数	抽出語	出現回数
被災	52	神戸	10	大震災	6	障害	4
住宅	24	問題	10	外国	5	情報	4
復興	21	公的	9	学ぶ	5	生活	4
震災	20	避難	9	見る	5	報告	4
仮設	19	今	8	現状	5	NPO	3
災害	16	県外	7	声	5	教訓	3
支援	13	阪神	7	中継	5	計画	3
地震	12	心	7	救援	4	結果	3
ボランティア	11	防災	7	市外	4	健康	3
考える	11	活動	6	実現	4	備え	3

時期区分は台湾集集地震（1999年9月21日）前の「台湾以前」、それ以降、新潟県中越地震（2004年10月23日）までを「台湾～新潟」、中越地震発生以降を「新潟以降」としている。なお、番組の第2期以降に起きた東日本大震災の影響を省くため、「新潟以降」は東日本大震災が起きるまでの間とした。

表13の抽出語を図12にある「台湾」と「新潟」以降の頻出語と比較する。まず表13で「台湾」以前にテーマに使われた回数が11位（10回）だった「神戸」は、図12の「台

¹³ 理由は神戸市長田区にあったペーパードームがそのまま台湾の被災地に移設されエコ・ツーリズムの拠点として活用されていることや、神戸で使用された仮設住宅が台湾で再利用されたことにある。また新潟では阪神・淡路大震災のLSA（生活援助員）の発展形として「地域復興支援員」が活動し、人を中心とした復興に寄与した。

湾」以降「新潟」以前で 4 位（18 回）に上がった。また「防災」も「台湾」の前後で 7 回から 15 回に増えた。他地域の災害が起きたことにより「神戸」や「防災」を意識したことがわかる。

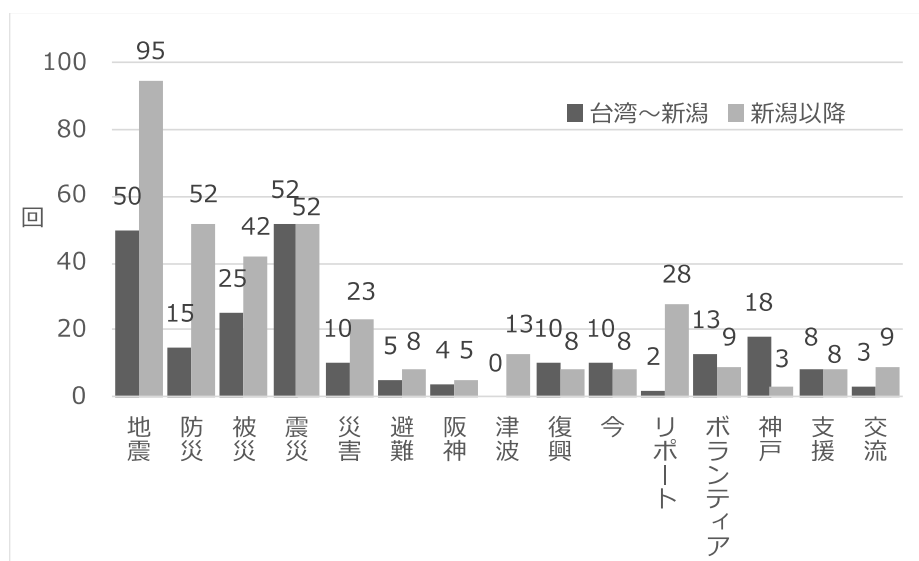


図 12 「台湾」と「新潟」以降の頻出語

次に図 12 の「新潟以降」を見ると「神戸」は 3 回に減ったが「防災」は 52 回と大幅に増え、頻出語の 2 位に上がった。同じく 52 回で 2 位だったのは「震災」で、台湾以前は 20 回だったが台湾以降新潟以前では 52 回に増えていた。また 3 位の「被災」は台湾以前は 52 回で 1 位だったが、台湾以降 25 回と減少し、再び台湾以降新潟以前で 42 回に増加している。「被災」という Response の時期を示す語は阪神・淡路大震災の被災地で復興が進めば出現回数は少なくなっていくと考えられるが、他地域の災害を取り上げることで再び増加し、阪神・淡路大震災の災害対応サイクルに別の災害のサイクルが併存するような形となる。5-6-3 の冒頭では台湾や新潟で大地震が起きたことが番組の存在意義を再認識させる契機となったと述べた。筆者らが感じたこの実感は、災害番組の意義を問われていた Recovery の停滞期に、他地域で災害が起きることで阪神・淡路大震災の被災地が「自分ごと」として被災者に共感し、災害を振り返るきっかけを与えられたことによるものであったと考えられる。このように位相の異なる災害のサイクルが一時的に併存し、阪神・淡路大震災の被災地がそれを受容したことで、結果的にサイクルを Mitigation へと進ませる後押しとなったと考えられる。

5-6-4 第 3 期の特徴

第 3 期は 2008 年、メインパーソナリティーが交代し、局の若手アナウンサーが起用された時期から現在までである。被災地でも「震災の風化」が課題となった時期で、このアナウンサーが震災を学んでいくことは次世代への語り継ぎの象徴ともなった。国の内外で

はさらに災害が相次ぎ、四川大地震、岩手・宮城内陸地震などのテーマが繰り返し現れるが、最も影響した災害は 2011 年の東日本大震災である。MBS ラジオでは期間限定で「ネットワーク 3・11」という別番組を放送し、それまでの経験から被災生活に必要な知恵などを「ネットワーク 1・17」のパーソナリティーが東北に向けて伝えている。

第 3 期のテーマについて、Jaccard 係数が 0.1 以上となった 36 語を用い、第 1 期・第 2 期同様、共起ネットワーク図として図 13 に示す。ここでは八つのサブグループが示された。出現頻度の高い「大震災」が含まれるグループは「東日本」「阪神」「淡路」などと共起し、同じく頻度の高い「地震」が「南海」「熊本」「今」と結ばれ、「被災」「現状」とともに一つのグループを形成していた。別のグループでは「避難」「原発」「事故」「福島」「子ども」そして「訓練」「生活」「津波」が一つのグループを構成していた。「災害」と「土砂」、「台風」と「被害」もそれぞれグループを形成していた。また「仮設」「住宅」「復興」から成るグループ、「防災」「リポート」「河本」（当時のパーソナリティーの名）から成るグループが出現した。ここでも「休止」「野球」など番組休止を示すグループと「ネットワーク」「スペシャル」から成り特別番組を示すグループが形成されている。第 3 期では、阪神・淡路大震災だけでなく東日本大震災（2011）、熊本地震（2016）など他の地域の地震災害を取り上げたことが示された。また原発事故による避難、土砂災害など地震以外のハザードも取り上げたことが明らかとなった。そして「仮設」「復興」「住宅」などで Recovery を扱いつつも「防災」「リポート」「南海」「地震」など Mitigation に関する語や、初めて「訓練」など Preparedness に関連する語が出現していた。

以上のことから、第 1 期から第 3 期にかけて放送内容が Response から Recovery、Mitigation、そして Preparedness へと災害対応に則して重なり合いながらもゆるやかに変化していることがわかった。なお、兵庫県の震災記録誌[126, pp. 246-247]では、1995 年 1 月から 8 月が「緊急・応急対応期」、9 月から 1998 年 3 月が「復旧期」と規定されており、合わせると番組の第 1 期と対応している。また第 2 期と第 3 期の節目に当たる 2008 年 3 月末だが、兵庫県はこの日付をもって「復興局」を廃止することを決めた[127]。背景には「復興が一区切りした」との判断があったと考えられ、本章で決めた番組の時期区分が行政の災害対応サイクルとも対応していたことがわかった。

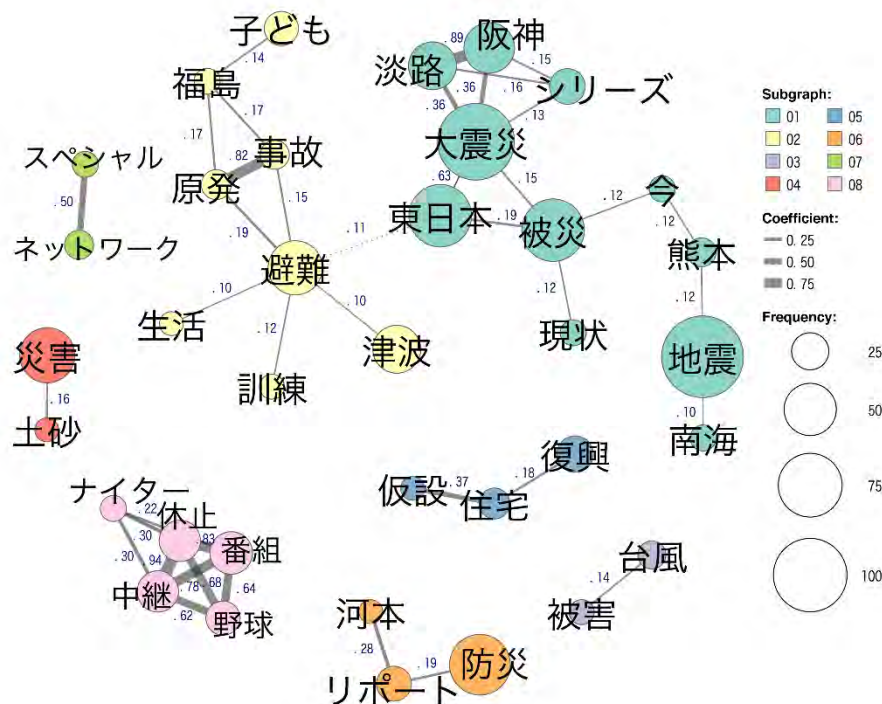


図 13 第3期の「テーマ」共起ネットワーク図

5-6-5 ゲスト出演者

次に、出演したゲストの属性から三つの時期の特徴を分析する。5-3の冒頭でも述べたように、パーソナリティーとゲストとの対話が放送の柱となる「ネットワーク 1・17」においてゲストは放送内容の特徴を表しうると考えるためである。属性は「学識経験者（ハード系）」（＝建築、まちづくり、自然科学、経済政策、交通インフラなど）、「学識経験者（ソフト系）」（＝被災者支援、被災地復興、医療、福祉、情報伝達、教育など）のほか、ボランティアなどの「支援者」、制作スタッフやパーソナリティー、他メディア関係者を表す「記者など」、被災者、遺族などの「当事者」、行政などの「その他」の六つに分類した。「学識経験者」は大学などに所属する研究者とともに、国や自治体の「専門委員会」などに「有識者」として招かれる水準の専門知識を持ち合わせている人も含めた。ハード系の例はまちづくりプランナーの野崎隆一など、ソフト系の例は大規模仮設住宅で 24 時間見守りボランティアを続けた阪神高齢者・障害者ネットワークの黒田裕子（故人・看護師）のほか、被災地 NGO 協働センターの村井雅清、県外避難者を支援した街づくり支援協会の中西光子、危機管理対策アドバイザーの国崎信江らである。税理士でも「被災中小企業の復興」を解説する人はハード系、「家庭の財産管理」を解説する人はソフト系とした。そのうえで「被災した支援者」「ボランティアをしている学識経験者」など属性の重複を許し、各時期のゲストののべ人数に占める割合を比較した。その結果を図 14 に示す。

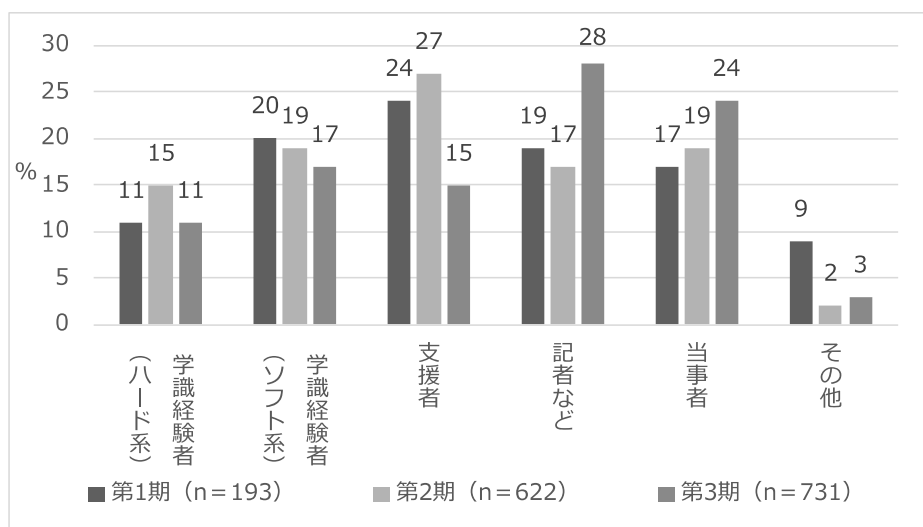


図 14 第 1～3 期のゲスト出演者
(属性重複あり)

ゲストに占める割合が最も多かったのは第 1 期と第 2 期では「支援者」で、それぞれ 24% と 27% であった。理由のひとつは、余裕のない当事者に代わり、支援者らが声を上げたからだ と推測される。被災当事者は番組開始当初、番組に声を寄せることも少なかった。当時のパーソナリティーの一人は「リスナーの反応があまりに少ないので被災地を走るタクシーに切手不要の葉書を載せて走ってもらったが、ほとんど送られてこなかった。しかし番組自体は聴かれているという実感はあった」と話している。当事者が体験を自分の言葉で語るには時間が必要だったことが推測される。第 3 期になると「支援者」は 15% にまで減り、代わって「記者など」が 28% と最も多くなった。これは、東日本大震災や各地の豪雨災害など新たな災害が起こりはじめ、支援者や学識経験者らが被災地に入るよりも早く、記者らが被災地を取材することが増えたことが反映されている。記者らの出演は「東日本大震災」や「原発事故」のテーマだけでも 21 回に上っていた。

一方で、学識経験者については、全体を通して「ハード系」よりも「ソフト系」が多い傾向がみられる。ただし「ハード系」は第 2 期で 15% と微増しており、これは番組が「防災」に舵を切り始めた時期と重なる。ハード系の中で多かったのは「地震」(のべ 56 人)、「建築」(のべ 16 人) であったが、これら二つの分野の学識経験者は第 1 期ではゼロであった。また第 3 期では「地震」(のべ 39 人)、「土木・河川」(のべ 20 人) に加え、第 1 期で 2 人、第 2 期でゼロだった「気象」がのべ 12 人に上った。これは台風や豪雨災害が頻繁に起きたことが反映されている。一方、ソフト系では第 1 期が「被災者支援」(のべ 13 人)、「医療」(のべ 8 人) の順に多かったが、第 2 期では「備え・防災」(のべ 25 人) が「被災者支援」(のべ 21 人) を上回っていた。また、第 3 期で初めて「震災の伝承」「文化財や文化」を専門にする学識経験者が出演した。

また「当事者」の占める割合は第 1 期から第 3 期にかけて増える傾向にある。「当事者」

は当初、被災者と震災遺族であったが、第2期からは「災害をまだ経験していない当事者」が出演するようになった。地域で防災や防災啓発に取り組む人たちである。ボランティアのように「支援」を目的とするのではなく、災害をわがこととしてとらえ、備えようとしていることから「当事者」に分類した。被災者や遺族といった「災害を経験した当事者」と合わせ、こうした「第3の当事者」が語り始めていることが明らかとなった。

一方、ゲストの中には繰り返し出演し「おなじみ」と呼ばれた人々も少なからず存在する。これは、出演回数が3回目程度になると、パーソナリティーが「きょうのゲストはもうおなじみと言ってもいいでしょう、〇〇さんです」などと放送で紹介し始めたことによる。それらの中には専門知識を持ちながら被災者に深く寄り添い、早くから問題を指摘する「学識経験者」と呼ぶべき人々も多かった。こうした人々が「おなじみ」となったのは、かれらが取り組む問題が解決されない限り出演が続いたためである。そして「おなじみ」が継続出演することによって前回との違いを伝えたり、聴取者の反響に応えたりすることが可能となり、放送内容や聴取者の信頼感を深めることにつながった。例えば「県外避難者」は5-6-5の冒頭で触れた中西光子（第1期・第2期で各6回、第3期で1回）によって、また「公的支援」は弁護士の伊賀興一（第1期・第2期各5回）らによってそれぞれ提起された問題であり、ともに第1期・第2期の共起ネットワーク図に出現している。また第2期の共起ネットワーク図で出現回数が多かった「地震」は、地震学者の梅田康弘（第2期21回、第3期4回）の出演が反映されている。「おなじみ」を出演回数3回以上と仮定すれば30人以上に上るが、中でも出演回数が多いのは、5-6-5の冒頭で触れた黒田裕子（22回）や、民間の防災研究者・木村拓郎（18回）、建築・防災などの研究者・室崎益輝（11回）、震災障害者問題などに取り組むボランティア・牧秀一（9回）などである。いずれも被災者の声を直接聞く立場や最新の研究を知る立場にあり、時期に応じて番組にテーマを提起してきた。しかし、そもそも「おなじみ」は放送回数が多くなければ存在しえない。番組が長期継続することによって「おなじみ」を生み出し、その「おなじみ」が取り上げるべきテーマを提起することで放送内容を深めることにもつながるといった相互作用が働いたと考えられる。「おなじみ」の存在は災害対応サイクルに則した放送や長期継続のため、重要な役割を果たしたといえる。

5-7 まとめと考察

本章では、ラジオの災害放送もFEMAの災害対応サイクルのように発生から復旧・復興を経て被害抑止・軽減に至るサイクルを循環させることで、その都度適切な放送内容を提供でき、次の災害の被害抑止・軽減にもつながるという減災コミュニケーションに根差した考えのもと、阪神・淡路大震災の被災地域で24年以上継続する災害番組「ネットワーク1・17」の放送内容の変遷を三つの時期に分けて分析した。放送の経緯については筆者が当事者の一人として知り得た事実をもとに記述し、放送内容については見出しである「テー

マ」の頻出語と共起ネットワーク図をもとに考察し、さらに、番組がパーソナリティーとゲストとの対話で構成され、ゲストがその日の放送内容の特徴を表しうると考えられることから、ゲストについても分析した。

まず頻出語と共起ネットワーク図の分析結果から、第1期（1995年～1998年）では阪神・淡路大震災の被災者の問題や復興事業、県外避難者問題などを示すグループが出現し災害対応サイクルの Response や Recovery にあたる内容が頻繁に扱われていたことがわかった。これに対して第2期（1998年～2008年）は台湾や新潟など他地域の地震や、第1期の共起ネットワーク図には現れなかった防災、震災体験の語り継ぎなどを示すグループが出現し Mitigation の要素が初めて現れていた。第3期（2008年以降）では阪神・淡路大震災だけでなく東日本大震災、熊本地震など他の地域の地震災害を示す語や原発事故による避難、土砂災害など地震以外のハザードを示すグループが出現し災害対応サイクルの Recovery や Mitigation が引き続き扱われたほか、「訓練」など次の災害への Preparedness を表す内容も現れていた。また第2期で番組のサイクルが Recovery から Mitigation へと進んだのは、台湾など他の地域の災害を神戸に当てはめ「自分ごと」ととらえる共感性を示すことで、神戸のサイクルとは位相の異なる他の災害のサイクルが併存したことが後押しとなった可能性があることがわかった。番組は歴代プロデューサーの意図したとおりに変遷した可能性は否定できないが、災害のみをテーマに扱う災害番組で被災地のニーズを無視した番組制作の可能性は低く、被災地の状況やニーズに応じて放送は災害対応サイクルに則した変化をみせたのではないかと考えられる。

一方ゲストについては、第1期では声を上げられない当事者に代わり、被災者に寄り添う支援者や学識経験者が問題を語った。そして繰り返し出演する「おなじみ」となり、長期的に重要な役割を果たした。続く第2期では予防報道を開始し、「おなじみ」の科学者をつくった。第3期は記者らが災害を直接取材したほか、わがこととして防災に取り組む「第3の当事者」が増えていた。「おなじみ」ゲストの存在は、ある問題を取り巻く被災地の変化を伝え内容を深めることや、聴取者の信頼を得ること、また状況に応じたテーマを提起し番組の長期継続を支え、長期継続がまた次の「おなじみ」を生むといった役割があると考えられる。「おなじみ」は制作者らがゲストとともにテーマの検討を行い、内容を吟味する日頃の努力の積み重ねの結果であり、防災・減災が一過性の取り組みでは実現しないことを示しているともいえる。

これらの結果をもとに考察すると、ラジオの災害放送において、災害対応モデルに対応した時期の変化をとらえ番組内容を変化させることや、「おなじみ」となったゲストが拾い上げる課題や視点を大切にする番組編成を行い、それが長期的な番組として継続すれば、結果的に FEMA の災害対応サイクルにも則した災害放送のサイクルが描かれる可能性がある。

なお本章は「ネットワーク 1・17」という一つの番組を通して阪神・淡路大震災の災害対応サイクルに着目するものであり、複数の災害や複数の番組を対象にしたものではない。

また、聴取者の反応については、個人情報保護の観点からメールなどの定期的な廃棄が放送局に義務付けられており、客観的な資料が存在しなかった。今後、放送が聴取者にどのように受け止められたかについては、ヒアリング調査などにより検討していく必要があると考える。

6 ラジオにおける共感性と被災地の「内」に向けた放送に関する考察

第3章から第5章では、災害直後だけでなく長期の災害放送においてもラジオが「共感性」を帯びたコミュニケーションの場となることが確かめられた。このコミュニケーションはラジオ（パーソナリティ）とリスナー、そしてリスナー同士の上に日常から存在し、災害時に拡大するものである。一方で、災害時のラジオは被災地の「内」に向けた放送によって本来の役割を果たすことができるとされてきた。では「共感性」と被災地の「内」に向けた放送はどのように関連付けられるのだろうか。本章ではラジオにおける「共感性」について整理し、新潟地震以来、ラジオの基本的立場となった被災地の「内」に向けた放送との関連について考察する。

6-1 ラジオにおける共感の定義と重要性

日本語で「共感」と訳されるのは英語の sympathy と empathy の2語である。また類似の単語に compassion（同情、あわれみ[128]、あわれみ、同情、憫察[129]）も存在する。compassion の語源は com（ともに、一緒に）と pati（to suffer: 苦しむ）を組み合わせた compati（=to feel pity）という意味のラテン語である[130]。また英英辞典では“a strong feeling of sympathy for people who are suffering”[131]とされ、苦しむ人々に対して抱く強い sympathy の感情であることがわかる。このため本章では、ギリシャ語の「感情」を意味する -pathos を語源とする[132]「-pathy」で表される2語を比較する。

sympathy は「同情、哀れみ: 支持, 賛成, 共感.」[128]や「1.同情, 思いやり, あわれみ; (中略) 2.a 同感, 共鳴, 賛成, 好感, 承認; 共感: (中略) 3.調和, 融和, 一致.」[129]などとされ、まず「同情やあわれみ」といった感情を意味することがわかる。これに対し empathy は「共感, 感情移入」[128]「感情移入, 共感」[129]などとされ、共感と感情移入以外の訳語があてはめられていない。また、empathy という用語は「心理学者のエドワード・ティッチナーが1909年に感情移入という意味で用いられるドイツ語の Einfühlung に対応させたのが始まりとされる」[107, p. 7]。

災害時、被災地にいる人を「かわいそうな人」ととらえ「自分は安全なところにいてよかった」と安心するのは sympathy に近い。阪神・淡路大震災の際、被災地の被害映像を見ながら東京のスタジオで「これがもし東京で起きていたらこの程度の被害では済まなかったでしょう」という切り口で被害が扱われたのも sympathy に近い。また被災体験のない人々のなかには sympathy すら抱けない人もいだろう。一方、empathy は被災体験の有無を問わず「自分が被災者だったら」と他者の気持ちになり、必要な支援や励ましを被災地に送ろうとする心の動きで「あわれみをかける者とかけられる者」といった上下関係はなく、互いに水平の関係である。第3章から第5章で述べたラジオの「共感放送」は、被災者の立場に立ち、何が必要かを考え心を寄せるものであった。このことから、ラジオの

災害放送にみられる「共感」は empathy であると考えられる。

ラジオの災害放送における共感のひろがりを図 15 に表した。日常の放送では熱心にメールを送る活発なリスナーが水面上に現れる冰山のように顔を出しているが、災害時には empathy 的共感という引力によって冰山が浮かび上がり、存在が見えていなかったサイレントリスナーやエリア外リスナーが顔を出すというものである。



図 15 見えないリスナーを引き上げる共感の力

災害時にはまず被災当事者であるリスナーの声がラジオに寄せられ、紹介される。リスナーは、日常から親しい関係にある（と感じている）パーソナリティーに対して「きっと聞ってくれる」「わかってくれる」と期待感を抱き「自分の話を聞いてほしい」とメッセージを寄せる。メッセージが読まれたリスナーは自分の苦しみ共有化され、パーソナリテ

ィーとの距離が一層縮まる。一方で、普段は聴いているだけだったサイレントリスナーもこのメッセージに empathy を感じ、励ましや反応を寄せることでリスナー同士の距離が縮まる。日常で構築されていたパーソナリティーを中心とする緩やかな連帯が可視化され、「初めまして」という挨拶で始まるメールも寄せられるようになる。やりとりはさらに活発になり、被災地の「外」から radiko を通じてラジオを聴く人々、普段はラジオを聴かない人々も参加する……という現象が、共感の引力によってもたらされると考えられる。

6-2 災害放送における被災地の「内」と「外」

次に、災害放送における「共感」が被災地の「内」と「外」に向けた放送とどのように関連付けられるのかを考察する。先行研究[18]では、新潟地震（1964）以来、災害放送におけるラジオとテレビの基本的立場が、それぞれ被災地の「内」と「外」に向けた放送として明確になったとされてきた。それらを表 14 に示す。

表 14 被災地の「内」と「外」に向けた災害放送

これまで	発信者		受信者	内容	放送形態
	内	⇒	内	励まし・支援 情報・体験の共有	ローカル放送
	内	⇒	外	被害情報	全国放送
	外	⇒	外	被害情報 国・公的機関の対応 ボランティア・義援金	被災地以外の放送

被災地の「内」に向けた放送の代表は、きめ細かい「生活情報」である。「生活情報」は給水や支援物資、鉄道・道路の運行状況、役所で必要な手続きといった、被災者が生きるために必要な情報である。公共財としてのラジオは、日常では特定の個人の利益につながる情報は伝えない。しかし災害時には個別具体的な情報が被災者にとっての命綱となるため、安否情報や個別商店の情報なども伝え、その団体に属しているメンバーのため利益をもたらす「クラブ財」のようなはたらきをする。先行研究では、こうした被災地の「内」に向けた放送を担う点にラジオの重要性があるとされてきた。

これに対し「外向き」の放送は、被災地の惨状を伝えるテレビの「被害報道」に代表される。「内」から「外」に向かう放送は、被災地の局が全国放送に向けて被害の惨状を伝えるものである。国や公的機関の初期の災害対応や後の検証において重要であり、ボランティアや義援金を集める力ともなる。しかし「外向き」放送の伝え手は全国放送のキャスターであることが多く、伝える相手は全国の視聴者であるため、被害状況が「消費」されるのも事実である。

また「外」から「外」に向けた放送は、被災エリア以外の局が「ニュース」として災害

を扱う放送であり、客観報道である。ここには被災者との直接のかかわりはみられない。

最後に「外」から「内」、つまり被災地外の放送局から被災地に向けた放送であるが、極めてまれである。これは「外」から「外」の放送のようにニュースとして災害情報を扱うのではなく、被災地域を放送エリアとしない局が被災地向けの情報に特化した災害放送を行うということである。テレビではこうした放送はほとんどみられず、ラジオの場合も地域性を大切にすることから、表からは除外している。

しかし、第3章から第5章までの事例から、ラジオの災害放送は従来の「内」と「外」という構図にとらわれないことが見いだされた。それが表15である。

表15 被災地の「内」と「外」に向けた放送（本研究との比較）

	発信者		受信者	内容	放送形態
これまで	内	⇒	内	励まし・支援 情報・体験の共有	ローカル放送
	内	⇒	外	被害情報	全国放送
	外	⇒	外	被害情報 国・公的機関の対応 ボランティア・義援金	被災地以外の放送
本研究	内	⇒	外 ⇒ 内	被害情報・報告 救援要請・SOS ⇒ 支援	radiko（再送信）
	内 外 内	⇒ ⇒ ⇒	内… 内… 外…	救援（直後） 他の災害＝自分ごと（台湾・新潟など） 被災地の知恵（「ネットワーク3.11」）	ネットワーク1・17 （長期災害放送）

まず「内」から「内」に向けたはずの放送が実は「外」にも聴かれ、さらには「外」に出たままで終わらず「内」に向けて返されることが、熊本地震の事例からわかった。これは radiko という聴取形態が新たに生まれたことにより可能になったものである。被災地の「内」に向けた「生活情報」は、被災地外のリスナーにとって被災者の現状を想像しうる貴重な情報となっていた。「外」のリスナーは被災者の置かれた状況の深刻さを理解して empathy を感じ「内」に向けて励ましや支援を送っていた。阪神・淡路大震災（1995）の際は電波を通じ、被災エリアのごく周辺にいるリスナー（広い意味での被災地の「内」）が同様に支援の電話をかけてきた。しかし技術の発展により、完全に「外」だったリスナーも「内」に関与することができるようになったといえる。

次に、被災地の「内」から「内」、「内」から「外」、さらに極めてまれである「外」から「内」の災害放送が、第5章で述べた「ネットワーク1・17」の事例で確かめられた。ここでは災害後の時間経過によって「内」や「外」に向く放送が変化していた。まず災害から間もない時期は「内」から「内」への放送が行われ、被災地の問題を当事者の立場で考える内容が扱われた。被災した立場を理解する共感性が強く表れた時期だといえる。しかし台湾集集大地震（1999）や新潟県中越地震（2004）などが起き始めると「外」から「内」

への放送が行われるようになった。阪神・淡路大震災の被災地は「外」の被災者に共感を寄せるとともに、「自分ごと」として「外」の災害をとらえることによって阪神・淡路大震災を改めて振り返り、次への備えを見直すものであった。ここにも empathy 的共感がみられる。さらに東日本大震災（2011）のあとは「内」から「外」への災害放送として、東北に向け「ネットワーク 3・11」が放送され、阪神・大震災で得られた経験や知恵を発信した。これも東北の被災地に共感を寄せた結果だといえる。

これらの事例は、ラジオの災害放送が従来の「内向き」「外向き」といった区別だけでは語れず、むしろ「内」と「外」を包括する災害放送を行うことを示している。

6-3 ラジオの「共感性」はどこから生まれるのか

ラジオが empathy 的共感を生む場となっている背景に「編集」が加えられる点がある。ここでいう「編集」は、テレビのドキュメンタリー番組などで不要なシーンをカットし、つなぎ合わせるのとは異なる意味で用いている。「検閲」でもなければ、都合の悪い部分を削除するという意味でもない。ラジオ局側の思いを加え、受け手が情報を受け取りやすいよう整理するといった意味である。

災害時、人々の声や細かな地域情報が集積することから、最近はソーシャルメディアも幅広く利用されている。しかし情報処理においてラジオとは大きな違いがある。たとえば Twitter では膨大な量のツイートから「#（ハッシュタグ）」によって自分の知りたい情報を絞り込むスキルがユーザーに求められる。発信者も不特定多数で、少なからずデマが含まれている可能性もある。これに対して、ラジオは主として「普段からラジオを聴いている人」から情報が集まり、ラジオ制作者が情報の「裏どり」や「判断」を行う「編集」を加え、パーソナリティーが自らの声で発信し、信頼性を担保しようとする。

たとえば、熊本地震時、RKK ラジオでは「〇〇では無料で水を配っています」というリスナーのメールを印刷した紙に、スタッフの手書きで「〇時現在も配っています」や「〇時で終了しました」といったメモが添えられていた。パーソナリティーがこのメモも合わせて読むことにより、ラジオは「情報の裏どり」や「パーソナリティーのメッセージ性」という「編集」を加えた放送を行った。その一方で裏どりが困難な情報については、当時の責任者の判断で「一刻を争う状況でもあり、信頼性が高いと判断し裏どりをせず放送に出したこともあった」という。これも「責任者の判断」という「編集」だといえる。

「編集」によって、誹謗中傷などのメールはそのまま放送に出ることが食い止められるだろう¹⁴。このように、災害時のラジオはリスナー情報をただ垂れ流しにするのではなく「編集」機能を働かせることで共感性が生まれやすい土壌をつくっていたといえる。

¹⁴ ただし熊本地震で RKK ラジオに寄せられたメールを筆者が確認したところ、保管されているメールで誹謗中傷にあたるものは存在しなかった。

一方で、ソーシャルメディアにも「共感」はあるという主張も成り立つだろう。他人の投稿に対して押される「いいね！」である。「いいね！」は「その通り」「自分もそう思う」「いい写真だね」など様々な意味を込めて押される。ただ、感覚を同じくする人によって即時反動的に押されることが多く、sympathyに近い共感であると考えられる。自分がどう感じ、どのような理由で「いいね！」を押したかという説明は必要とされない。2-4で述べたように、インターネットの速さが原因で、ネットが人間を「考えさせない」ための道具にしているという指摘もある[89]。これに対しラジオのリスナーが寄せる empathy は、思考を再編成し言語化するといった作業を経るもので、反射的な「共感」とは区別されるべきだろう。

empathy 的な共感 は災害復興においても重要である。被災者を「かわいそうな人」とみなし、一方的に支援を与えるのは sympathy 的な共感である。しかし長い目で見れば、被災者が自立し生きがいを持つためには、被災者自身の力を引き出し「後押し」をする復興支援が必要である。一方的な支援者と受援者の関係ではなく、どん底から立ち上がる力を持つための「伴走者」の態度が empathy であるともいえる。さらには災害予防のためにも empathy は欠かせない。「他人事」が次の瞬間には「自分ごと」になってしまうのが災害であり、防災・減災は被災を「わがこと・自分ごと」として想像することから出発するからである。

また、ラジオに共感性が生まれる背景のひとつに、ソーシャルメディアほど先鋭化していないオーディエンス・セグメンテーションがある。「オーディエンス・セグメンテーション」とは2-3-2で述べたように、生活時間帯によって聴取者層が異なることを意識した番組編成のことである。1960年代、テレビによって勢いを失っていたラジオの起死回生の戦略であり、若者に熱狂的に支持される深夜ラジオが誕生するきっかけともなった。災害放送では、対象を被災者に特化することが「オーディエンス・セグメンテーション」だといえる。阪神・淡路大震災（1995）では被災地にあるラジオ関西のみならず、大阪に本社を置く広域放送局でも「被災者向けの放送に徹する」[69, p. 5]などとし、被災者に特化した放送を行った。ただそれは、被災していないリスナーにも開かれた公共の電波である点が緩やかなセグメンテーションとなっている。

日常では、緩やかなオーディエンス・セグメンテーションにより類似の趣向を持つリスナーがコミュニケーションしやすい場が生まれる。またラジオではリスナーの声を生かす「双方向」の番組作りが行われているため、ラジオネームが知られるなどパーソナリティーを軸にした「サークル」のような空気も生まれる。ラジオはマスメディアであり、国民の財産である電波を割り当てられ、法律によって防災機関としての役割を規定されている「公共財」であるが、個々の番組をみればむしろサークル的な「クラブ財」としての性格を持つといえよう。パーソナリティーを中心に集まるリスナーは、そこにメンバーシップやある種のソサエティーを感じている。ゆえに災害が起きると、会ったこともないリスナー同士が安否を気遣い、互いを思いやる empathy を発揮する。ラジオの特徴は、この「ク

ラブ財」的なコミュニティが災害時に突然生まれるのではなく、平時からつくられていること、そして公共の電波を通し広く公開されているという点だといえる。

以上のことから、ラジオにおける「共感性」は(1)対象を絞り込む（ソーシャルメディアよりは緩やかな）「オーディエンス・セグメンテーション」によって日常から「クラブ財」的性格を帯びていること、そして(2)情報の整理・確認、パーソナリティーの声を通すといった「編集」、この2点を背景に生まれていると考えられる。またこの「共感」は対象との水平的な関係のなかから育まれるものであり「共感」を生むためには日常の放送で親密かつ信頼できる関係を構築することが不可欠である。そのための要素として、(3)思いが交流できる双方向性と余白性を挙げたい。

ラジオでは2-4でも述べた通り、リスナーからの声を受け止め放送に生かす（ソーシャルメディアよりは緩やかな）「双方向性」が日常的に存在する。これはラジオがリスナーの意見を紹介し対話をするような番組作りを行っているからである。このため災害時には「つぶやき」のような被災者の声を紹介し、音楽をかけることもできる。これは情報を詰め込み一方的に流すのではなく「すきま」を許す「余白性」ともいえる。「双方向性」と「余白性」は「共感性」が発揮されるために欠かせない要素である。

実はラジオの「余白性」は放送に出ない場面でも生かされている。第5章で述べたように阪神・淡路大震災（1995）では、MBS ラジオにおいてリスナーからの電話をオペレーターらが続けた。筆者による当時のオペレーターらへのヒアリング調査（2020年1月20日）で、次のようなことがわかった。リスナーからの情報提供や問い合わせ以外に、放送に出ない「つぶやき」のような電話を受け取った担当者が複数いたのだ。オペレーターAさんは「私は今、死体安置所（ママ）にいます」という若い女性の電話を取った。遺体安置所にいる、その事実を話せる人はいなかったのだろうか、亡くなったのは両親だろうか……一瞬のうちに様々な思いを巡らせ、Aさんは声をかけ続けた。やがて女性は「ありがとう」と言って電話を切った。また深夜の勤務をしていた学生アルバイトのB君は、決まって午前2時前後にかかってくる高齢女性の電話にずっとつきあった。見知らぬ人ばかりがすし詰めになっている避難所では眠れない、というつぶやきだった。電話のことを聞いたディレクターはB君に「自分の彼女やと思ってつきあってあげて」と指示を出し、B君は電話がかかるたび、丁寧に向き合ったという。日常のラジオ番組でも自殺予告の電話がかかってくることはあり、オペレーターたちは決して途中で電話を切らないことを鉄則にしていた。その役目が災害時に拡張的に求められたともいえる。

一方で、阪神・淡路大震災直後にMBSの視聴者センターに寄せられた、テレビへの「主な視聴者の意見」として記録に残されているのは次のようなものである¹⁵。

¹⁵ 視聴者センターは放送局への意見を受け付ける窓口であり、寄せられた主な意見を社内情報として共有している。本研究では責任者の許可を得て当時の「主な意見」とされているものを引用した。

- ・ヘリは取材よりも救援に協力してほしい。たくさんのヘリが低空を飛んでうるさいうえに、崩れかけている瓦が落ちて危険だから低空を飛ばさないでほしい。
- ・救援物資が足りないと言っているのに、リポーターがおにぎりをもらって食べたといった。けしからん。取材にくるときは、カンパンでもパンでももってきてほしい。
- ・神戸市以外に芦屋市や宝塚市、西宮市も大きな被害を受けているのに、神戸市だけが被災地のような報道をするのはよくない。幅広い報道をお願いしたい。
- ・現地のレポートで、芸能人を使ったり、派手なイヤリングなどはやめてほしい。
- ・被災地は大変なのに「〇〇（テレビ番組名）」で、おいしそうな温かいものばかり食べている映像は被災地の人に配慮が足りない。いましばらくは「料理番組や温泉の旅番組」はやめてほしい。

同一放送局だが、ラジオに寄せられたリスナーの声と視聴者センターに寄せられたテレビ視聴者の意見が異なっていることがわかる。

熊本地震（2016）ではラジオの意見募集はメールが主流となっていた。電話からメールへと情報伝達手段は変化したが、4-5-1で述べたように地震で寄せられた「まあ一怖かった」「眠れない」といったリスナーのメールは、1995年当時の電話とよく似たものがある。

電話であれメールであれ「つぶやき」のようなリスナーの声を受け止めるラジオの働きは、被災地で行われる「足湯ボランティア」を連想させる。阪神・淡路大震災で誕生し、東日本大震災などでも広く行われた「足湯ボランティア」は、東洋医学的な疲労回復や癒しだけが目的ではない。緊張がほぐれた被災者が問わず語りに本音を話し始めるといふ思わぬ効果が見いだされ、これを傾聴し、被災地のニーズや不足している支援をくみ取る貴重な場となった。こうした unmet needs（まだ満たされていない潜在的なニーズ）は、ずかずかと被災地に入ってくる外部の人間には簡単に拾うことができない。同様に「つぶやき」を受け入れる「余白性」があるラジオは、被災者の unmet needs を拾うことのできるメディアであり、完成度の高い映像のパッケージとして情報を伝えるテレビとは異なる機能があると考えられる必要がある。

以上のことから、ラジオの災害放送における大きな特徴である「共感性」が生まれる背景には、ラジオの緩やかなオーディエンス・セグメンテーションや編集機能、そして双方向性や余白性があることがわかった。これらを大切にすることによってラジオの災害放送に共感性が生まれ、被災地の「内」と「外」を包括する放送も可能になるといえる。

7 おわりに

7-1 論文の目的と得られた結果

本研究は、インターネットの普及などによりメディアが多様化し、災害が頻発、局地化、激甚化するなかでの災害放送と減災コミュニケーションにおけるラジオの役割を明らかにしようとするものである。本研究において「減災コミュニケーション」は、専門家や行政機関などが一般市民に対し災害のリスクや危険性を一方通行で指摘するだけでなく、それを回避・軽減するための行動指針や希望につながる情報などを互いに理解を深めながらやりとりし、防災・減災につなげていくことと定義した。このため、第2章でラジオのメディア史と災害史を概観し、第3章から第5章で、災害放送をそれぞれ「送り手（ラジオ制作者）から」「受け手（リスナー）から」「長期継続した場合」の三つの事例によって分析した。その結果、7-2に挙げるようなラジオの特性が明らかになり、減災コミュニケーションの手段として重要な役割を果たす可能性があることがわかった。

7-2 結論

1. ラジオの今日的役割が明らかになった。

本研究では、歴史的経緯を振り返ることによってラジオの役割を4点見出した。(1)双方向性、(2)継続性・サイクル性、(3)地域性、(4)同時性である。しかもこれらの役割が、インターネットメディアと比較するとどれも「緩やかな」ものであることが重要な点であることがわかった。(1)個人対個人の衝突を生むほどの双方向性ではなく、(2)原則、生放送でありradikoでの繰り返し聴取も1週間以内にとどまり、(3)狭い地域性ではなく、県域（都道府県内）や同一文化圏単位の比較的広域の地域性、(4)一度ラジオ局が編集を加えたうえで発信する「緩やかな」同時性、これら4点がラジオの特性であり、互いに理解を深める減災コミュニケーションが行われる土壌を育んでいるといえる。

2. 災害放送には従来の4パターン以外にも「共感放送」があることが明らかになった。

本研究では災害情報が問われる契機となった阪神・淡路大震災以降の事例に注目し、分析を行った。その結果、先行研究で示されている災害放送の4パターン（「防災放送」「被害報道」「安否放送」「生活情報」）以外にも、共感性に根差した特有のパターンがラジオにあることがわかった。本研究ではそれを「共感放送」と名付けた。「共感放送」はラジオの「送り手（制作者）」側からみると「リスナーの置かれた状況に寄り添い、共感することでラジオが励ましや音楽などを提供すること」である。またラジオの「受け手（リスナー）」

側からは「親しい人だけに打ち明ける個人の感情」「被災者への連帯」「被害の報告の中に込められた他者への気遣い」「ラジオへの親しみ」「支援の要請とそれに応える支援の申し出のやりとり」「音楽」「他者の置かれた状況に共感し、それまで見えなかったリスナーが存在を現すこと」といったパターンが共感放送として浮かび上がった。また長期の災害放送においては、他の地域の災害を「自分ごと」としてとらえる共感によって、災害対応サイクルの減災や予防の段階となる Mitigation や Preparedness へとフェーズを進ませる可能性があることもわかった。

3. ラジオでは、共感性に基づき被災地の「内」と「外」を包括する災害放送が重要であることが明らかになった。

「共感放送」を支えるのはラジオ特有の empathy 的共感である。この共感性は対象者を憐れむのではなく相手の立場に立って考える、水平の関係から生まれるものであり、被災地の「外」を拒絶することなく被災地の「内」と「外」にいるリスナーが同一化し、ともに被災地に心を寄せるものである。このことから、これまでラジオの役割とされてきた被災地の「内」に向けた災害放送は、実は「内」「外」といった単純な区別では語れない、「内」「外」を包括するような放送であることがわかった。さらにラジオに共感性が生まれる背景には、パーソナリティーが介在する「双方向性」や「余白性」を生かした番組づくりや、ラジオが行う「編集」機能があることもわかった。災害時の命綱となるラジオはこれからもラジオ特有の共感性に基づき、被災地の「内」と「外」を包括した形の災害放送を発展させることが重要であることがわかった。

以上の3点を踏まえた災害放送を行っていくことで、ラジオは今後も減災コミュニケーションの手段として機能する可能性を持っていることが明らかになった。

これらを踏まえたうえで、今後の提言を行う。

■提言 1.

共感性に支えられるラジオ独自の災害放送を行うためには、被災地の温度を皮膚感覚で伝えることが重要である。被災者とスタジオとの温度差をできる限りなくすためにも、パーソナリティーに代表されるラジオの出演者は被災地に積極的に入り、多様な人々の小さなつぶやきに可能な限り耳を傾けることが求められる。

■提言 2.

ラジオの市場規模は年々縮小しラジオに携わる人員は減少している。ラジオに求められる災害放送を出し続け、ラジオの聴取層を広げるためにはいっそうの創意工夫が求められる。公的機関や他のラジオ局との連携、情報提供の一翼を担う地域の人々との信頼関係構

築、省力化のための技術開発などにより、被災者のニーズに応えることが求められる。その一方で、現在も行われている Twitter などソーシャルメディアとの連動、radiko やポッドキャスト、YouTube、音声アプリなどによる配信のほか、コンテンツの一部文字化など従来の電波一辺倒だけでない発信力が求められる。

■提言 3.

災害直後だけでなく日常的な災害放送を行う努力が求められる。民放ラジオは防災機関としての役割を法律で規定されている。防災は一朝一夕には実現しない。日常から防災に関する知識や経験から得た知恵、被災者の思いなどを伝え、情報のストックをリスナーと共有していくことが重要である。そしてそのストックが生かされる災害時には刻々と変わる被災地のニーズに応え、リアルタイムの放送によって「この瞬間、ともにいる」という連帯感をリスナーと分かち合うことが求められる。そのために日頃から誠実で正確な放送を心がけ「ラジオはフェイクを語らない」「ラジオは裏切らない」との信頼感を得ることがなによりも重要である。

わずかな人数で支えられている民放ラジオが、これらを実現するのは簡単ではない。社会の側にも、高い公共性を担うラジオを育てる環境づくりが求められるだろう。「金は出すが口は出さない」といった支援のあり方も強く望まれる。

「オールドメディア」といわれるラジオには「オールド」なりの積み重ねてきた 100 年の歴史がある。多様なメディアが出現するなか、民放ラジオはそれらのメディアと張り合うのではなく、連携しながら自らの災害放送を確立していけばよいのではない。テレビにはないきめ細かな情報と「双方向性」や「余白性」に支えられた共感性、コミュニティ単位のラジオにはない被災地の「内」と「外」を包括する一体性、ソーシャルメディアにはない「編集」と日常からの親密性と信頼性、これらをもう一度見つめなおし、今後の災害放送に生かしていくことが重要である。災害時のラジオは情報入手手段として「役に立つ」から残すべきだというのではない。「役に立たない」かもしれない余白、「ラジオ的なもの」があるからこそ災害時に必要となるのである。ラジオというメディアは減災コミュニケーションの重要な手段として今後もなくてはならないものである。存続させることが強く望まれる。

あとがきと謝辞

食卓の近くにラジオがあり、いつも鳴っているような家で育った。ラジオの深夜放送を聴かなければクラス的话题に入れない中学時代を過ごした。投稿が読まれた同級生はその日一日、皆の尊敬を集めた。パーソナリティーに差し入れをする同級生と一緒に、学校の近くにある放送局の楽屋口にできた長い列に並んだ。

就職したのは放送局だった。最初の配属がラジオだった。伝説の番組を担当するディレクターたちがキューを振る後ろ姿は、揃いも揃って格好よかった。「ラジオはウソがつけない。声は人格をも映す」と教えられた。会社の受付に毎日決まってやってくるヘビーリスナーがいた。パーソナリティーに会いたいと言うが会わせるわけにはいかない。「あ、また●●さんね」とディレクターが下りて行ったら笑顔で対応した。なんなんだ、この世界はと思った。

佐藤多佳子の小説『明るい夜に出かけて』（新潮文庫, 2019）に、ラジオで社会とのつながりを取り戻していく孤独な若者たちが登場する。「イヤホンから耳に落ちてくる」ラジオパーソナリティーの声の「近さ」について、主人公はこう独白する。「同じ部屋にいるんじゃないかってくらい近い。この謎の距離感こそが、ラジオの生放送だ。テレビじゃ絶対ない」（p226）。こう感じるリスナーが多いのは明らかで、パーソナリティーやスタッフのことを「お友達」だと思っているようだった。

テレビに異動し5年間報道記者をしたのち、再びラジオに戻った。テレビでは1994年、突如「地震記者」を命じられ、本当に地震が起きてしまったので災害担当記者になった。ラジオでも最初は肩に力が入り「わかりやすく防災を解説しよう」とか「最新の知識を伝えよう」としていた。しかしどうも反応が鈍い。そのうち、伝えたいことを一方的に伝えるのではなく、リスナーの反応を聞くようになった。徐々に反響が寄せられるようになった。残業後の深夜帰宅でタクシーを呼び止め、行先を告げると「田中記者（筆者の旧姓）ですね、前にも乗せましたわ」と運転手さんに言われた。筆者がプロデューサーを務めていた災害番組のリスナーで、名乗らずとも声でわかったという。ラジオでどんな話が聴きたいですかと防災の話で盛り上がった。なんなんだこの世界は、とまた思った。

同僚が担当していた時事川柳番組で、リスナーを集めた小さな集いを局で開いた。手伝いに駆り出された。リスナーたちは本名で受付を済ませた後「実は私…●●（ラジオネーム）です」と名乗った。途端に場の空気が一変し「えっ、あの●●さんですか！私△△です」「△△さん！この前の川柳、秀逸やったねえ」と初対面のはずが同窓会のようなになった。

一方で災害番組には、古い新聞記事の切り抜きが送られてきたことがあった。「阪神大震災で大学生の息子さんを亡くしたこのお母さんのことが気になり記事を捨てられません」という手紙が添えられていた。その「お母さん」は広島にいた。切り抜きを同封し手紙を送ると、驚きながらも喜んで出演してくださった。打ち合わせではパーソナリティーたちと、筆者らスタッフが、話を聞きながら代わる代わる泣いた。このお母さんだけではない。

それまでメディアに登場したこともなかった一般の人たちがゲスト出演し「ラジオだと不思議と話せる」と言った。なんなんだこの世界は、とここでも思った。

少し違う場面でラジオの「世界」を感じたのは、まちづくりの取材でのことだ。震災復興まちづくりが行われた神戸の長田区と東灘区に通い詰めた。なかでも長田の野田北部地区は、町内の一部だけが区画整理事業の区域に指定されるという困難の中、最も早くまちづくりが進んでいた。住民とお役所との間に入ったまちづくり協議会の役割が大きかったように思う。野田北部では侃侃諤諤、とことん行政とやりあい、条件を引き出したまちの「お兄ちゃんたち」（住民であるまち協メンバー）が、おっちゃん・おばちゃんにわかる言葉でまちづくりを説明していた。中心メンバーだった「せっちゃん」こと故・河合節二さんは、どんな人も「まあ座れや」「まあ飲めや」と受け入れ、ケンカしても仲直りできる関係を築いていった。まち協は情報の結節点であり、多様な意見を取り込んで住民全体、いや行政職員をもファミリーにしてしまった。反対に、東灘区で取材した町内は最もまちづくりが遅れていた。まち協を含めた住民が行政と対立し、話し合いが前に進まなかったのだ。野田北部との違いがどこにあったかを大学院のゼミで話したとき、澤田雅浩先生と「せっちゃんは『ラジオ』なんや！」と盛り上がった。力及ばず、論文でこの考察は深められなかったが「ラジオ的なもの」は、実はそんなところに存在しているのかもしれない。

知っている人には「言わずもがな」の世界。その世界が災害直後からも必要とされることを、極力客観的なデータで示そうとチャレンジしたのが本研究である。ラジオから再び「テレビの人」に戻って 10 年、いまだにラジオを愛するがゆえの最良目はお許しいただきたい。そんなラジオが生息できる社会であってほしいという願望かもしれない。ともかくこうした体験が、長い長い時間を経て今回の論文につながったように思う。

ここからようやく謝辞となる。

まずこの研究に関わってくださったすべての方に感謝申し上げます。第 2 章「ラジオの歴史」でヒアリングを受けてくださった元 SBS 静岡放送の生き字引・川端信正さん。刺激的なお話の一部しか生かせなかったことをお詫びします。第 3 章「ラジオ 100 社アンケート」では知り得る限りの民放の方々と、東北や地元・関西で「災害担当仲間」として交流のあった記者、ディレクター、アナウンサーの皆さんに多大なるご協力をいただきました。アンケートの自由記述にはリスナーとの絆、ラジオの苦悩など担当者の思いが溢れ、読みながら何度も胸を熱くしました。また面識のない新潟県民エフエム放送「FM PORT」からも回答がありました。回答期限の 2020 年 6 月末で閉局となり、報告書の送付をあきらめかけた矢先、BSN 新潟放送の担当者に尋ねると、なんと一部の番組、出演者、そしてスタッフは BSN ラジオに移ったとのこと。地元局の温かい助け合いのおかげで無事お送りすることができました。アンケート発送と集計は大学院の修士・博士の仲間たちが手伝ってくれました。人海戦術がなければあの短期間で調査を終えることはできませんでした。

第4章「熊本地震時リスナーメール」も人に助けられました。熊本放送の方々、なかでも畑中雄治氏には全面的なご信頼を頂いたことに感謝します。コロナ禍を押しての対面調査に始まり、その後も何度も問い合わせに応じてくださいました。メールは Excel に書き写しながら読み返し、文面を読めばラジオネームが自然と浮かぶまでになりました。

第5章「ネットワーク 1・17」の分析は、筆者がかつて担当した番組ではありましたが歴代・現在の番組関係者、そして MBS ラジオの方々に大変お世話になりました。番組の記録や資料、記憶を出してくれた彼らの助けなしには成立しなかったでしょう。またこの番組の原点は阪神・淡路大震災でした。当時テレビの記者だったため現場を知らない私に、震災発生の日からリスナーの電話を受け続けた番組オペレーター・ディレクター諸氏が記憶をたどり、話してくださいました。私がラジオで働いていた当時、仕事でかかわったオペレーターさんたちが、それから 20 年以上たっても働き続けておられたことに助けられました。ご提供いただいた資料の一部しか生かせなかったことをここでお詫びします。

減災復興政策研究科では、なにより辛抱強くご指導くださった研究科長の室崎益輝先生にお礼申し上げます。阪神・淡路大震災当時、20 代の生意気な記者だった頃から私の性格を熟知しておられ「決して頑張りすぎない」「無駄な作業をしてはいけない」「電車に乗っている間も常に研究のことを考え続ける」「しかし一杯のコーヒーを飲む時間も大切にする」…等々、持続可能な研生活のための適切なご助言をいただきました。入学当時、学位取得者のとある先輩から「論文提出間際になると指導教官が鬼に見える」と聞いたのですが、先生は最後まで仏でした。また折に触れ「廣井さん（災害情報研究の第一人者、故・廣井脩先生）が生きていたら喜んだでしょう」と励ましてくださいました。廣井先生とは、先生を囲むメディアの研究会交流があり、阪神・淡路大震災後のシンポジウムで一緒にしたとき、パネリストとしての私の話を「智佐子は、よくなった！」と褒めていただきました。室崎先生の励ましを聞くと、この思い出が蘇りました。

また副指導の澤田雅浩先生、修士も出ていない私の無謀な挑戦を最後まで支えてくださりありがとうございました。新潟県中越地震当時、取材でお会いしたときにはこの展開は想像もしていませんでした。最初の論文に細かく手を入れ、スケジュールの隙を縫って考察を膨らませ、わずかな時間も指導に費やしてください、揺れるバスの中での図表のレイアウト修正など、常に笑顔で引き受けてくださいました。もはや足を向けては寝られません。同じく副指導の紅谷昇平先生も、客観的で温かいご助言を適切な時期に下さいました。紅谷先生にはかつて神戸大学都市安全研究センターで開かれていた室崎先生の「ゼミ」に通った頃から、常に温かい励ましをいただきました。

外部副査の矢守先生には、ご多忙の中ご指導を賜り、深く感謝します。先生とも阪神・淡路大震災当時からの付き合いですが、入学当初から温かいお言葉をかけていただき、励ましていただきました。査読論文で行き詰まったときも、思いがけない方向から考察を導いていただきました。「ご近所さん」のよしみでつい喫茶店にお呼びたてし、コーヒー一杯で貴重なご指導を仰いだ厚かましさをお許しください。

そして「集団主義」「現場主義」「総合主義」を掲げる研究科の先生方全員に感謝申し上げます。加藤恵正先生は経済学の分野になぞらえて私の「共感放送」の意味合いを解き明かしてくださいました。先生が深夜まで考えてくださったモデル図は私の能力不足で生かすことができませんでしたが、個別にお願いした講義での熱意溢れる、そして心から研究を楽しむ姿は、見習うべき研究者像として今も脳裏に焼き付いています。富永良喜先生には「質的分析」を学ぶ機会があれば声をかけていただき、必要な時に適切なお助言をいただきました。また行政職員時代から親しくしていただいた青田良介先生も、査読論文の出来をいつも気にかけてくださいました。先生がきっぱりと「目的は学位を取ることです」とおっしゃったことで「フィールドワークなどの学びに参加するのか論文に集中するのか」、この迷いに答えが出ました。そしてこれもまた旧知の宮本匠先生には、膨大な読書量からくる様々な考察の面白さを教えていただきました。文章にもならない私のつまらない思いつきも面白がってください、次への勇気となりました。また研究科の先生方、全員が「大牟田は本当に大丈夫なのか」と気をもんでくださったことにお詫びと感謝を申し上げます。同様に、刺激を与えてくれ助けてくれた大学院の仲間たち、事務手続きから図書貸出、心理カウンセラー派遣等々、裏で支えて下さった職員の方々にも心から感謝します。

勤務先の毎日放送も「前例がない」と言いながら、平日の勤務の合間を縫って大学院に通うことを許してくれました。研究に時間を割いた分だけ、取り戻さなければならない勤務時間が増えるというジレンマの中、二足の草鞋を履き続けることができたのはサポートしてくれた職場のおかげです。データ入力や発表スライドのデザインで助けてくれたスタッフもありました。めまいが起きるたび社内の診療所に駆け込み、ぎっくり腰寸前の身体を会社近くの整体院で昼休みの間に治してもらっていたのも、今となっては笑い話です。ここにお名前をあげることでできなかった大勢の方々、本当にありがとうございました。

最後に、支えてくれた家族に。一切の家事を放棄する私を尻目に淡々と機嫌よく、自分で自分のことをしてくれていた夫よ、ありがとう。コロナ禍で不安に陥り、査読が取れないと言っては落ち込む私を励まし、元報道の先輩として拙い原稿を何度もチェックしてくれました。

50歳を過ぎてまた学生生活を送ることになるとは思いもしませんでした。しかも阪神・淡路大震災の取材で通い詰めたこの神戸で。ここで得た学びをこれからも続けることを決意し、感謝のうちに筆を置くことにします。

2022年1月
大牟田 智佐子

参考文献

- [1] 河田恵昭, 「巨大な自然災害と防災工学」, リスク学事典 増補改訂版,
日本リスク研究学会編, 阪急コミュニケーションズ, 2006.
- [2] 岡田弘, 「2000 年有珠山噴火における火山情報と減災コミュニケーション」,
日本火山学会講演予稿集, vol. 2004(0), pp. 39-40, 2004.
- [3] 岡田弘・宇井忠英, 「噴火予知と防災・減災」, 火山噴火と災害, 宇井忠英編,
東京大学出版会, 1997, p. 113.
- [4] 渥美公秀・菅磨志保, 「減災コミュニケーションツールのデザインに向けて-CSCD
減災コミュニケーションデザイン・プロジェクトの概要」,
大阪大学大学院人間科学研究科紀要, vol. 32, pp. 195-209, 2006.
- [5] 室崎益輝, 「減災コミュニケーション、その必要性と方向性」, 都市住宅学, vol. 2011,
no. 72, pp. 50-54, 2011.
- [6] 日本放送協会編, 20 世紀放送史. 日本放送協会, 2001.
- [7] 内閣府防災担当, 「日常生活における防災に関する意識や活動についての調査結果
《概要》」. http://www.bousai.go.jp/kohou/oshirase/pdf/20160531_02kisyu.pdf
(参照 2021-10-23).
- [8] 日本民間放送連盟研究所編, ソーシャル化と放送メディア. 学文社, 2016.
- [9] 日本民間放送連盟, 「ラジオの意義と課題」, 総務省・放送を巡る諸課題に関する
検討会「放送事業の基盤強化に関する検討分科会」説明資料.
https://www.soumu.go.jp/main_content/000610221.pdf (参照 2021-12-18).
- [10] 電通, 「2020 年 日本の広告費 媒体別広告費」.
https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2020/media.html (参照 2021-12-18).
- [11] 「日本災害情報学会 学会概要」, 日本災害情報学会.
<http://www.jasdis.gr.jp/09annnai/index.html> (参照 2021-12-18).
- [12] 内閣府, 「附属資料 7 自然災害における死者・行方不明者数：防災情報のページ」,
令和 2 年版 防災白書.
http://www.bousai.go.jp/kaigirep/hakusho/r02/honbun/3b_6s_07_00.html
(参照 2021-12-12).
- [13] 内閣府, 「附属資料 5 我が国の主な地震被害（明治以降）：防災情報のページ」,
令和 2 年版 防災白書.
http://www.bousai.go.jp/kaigirep/hakusho/r02/honbun/3b_6s_05_00.html
(参照 2021-12-12).
- [14] 国土交通省, 「2 災害の激甚化・頻発化」, 国土交通白書 2021.
<https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/r02/hakusho/r03/html/n1112000.html>
(参照 2021-12-12).

- [15] 佐藤恵, 「被災障害者の困難とボランティア／NPO による支援」, 現代社会学理論研究, vol. 11, pp. 23-28, 2017.
- [16] 大塚毅彦・松本滋, 「阪神・淡路大震災における仮設転居層の住宅・生活復興に関する研究」, 住宅総合研究財団研究年報, vol. 29, pp. 313-323, 2003.
- [17] 廣井脩・中村信郎・関谷直也, 「集中講座報告: 災害放送担当者のための集中講座」, 東京大学社会情報研究所紀要, no. 65, pp. 129-261, 2003.
- [18] 廣井脩, 「災害放送の歴史的展開」, 放送学研究, no. 46, pp. 7-32, 1996.
- [19] 小田貞夫, 「災害とマス・メディア」, 廣井脩編著, 災害情報と社会心理, 北樹出版, 2004, pp. 102-122.
- [20] 総務省, 「震災時に利用したメディアの評価」.
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h24/html/nc1311110.html>
(参照 2021-10-23)
- [21] 佐藤翔輔, 「災害対応における SNS の有効性と限界: 東日本大震災の発生から 7 年をふりかえる」, 災害情報, vol. 16, no. 2, pp. 143-148, 2018.
- [22] 鳥海不二夫, 「ソーシャルメディアにおける災害情報」, 災害情報, vol. 16, no. 2, pp. 139-142, 2018.
- [23] 藤代裕之・松下光範・小笠原盛浩, 「大規模災害時におけるソーシャルメディアの活用—情報トリアージの適用可能性」, 社会情報学, vol. 6, no. 2, pp. 49-63, 2018.
- [24] 民放経営四季報, vol. 122. 日本民間放送連盟研究所, 2018.
- [25] 朝日新聞大阪夕刊, 「『日常』鍛え『いざ』に備える 豊島美雪(回り舞台・放送)」, 1996 年 9 月 12 日.
- [26] 木村幹夫, 「東日本大震災時にメディアが果たした役割 (<特集> 災害と情報)」, 情報の科学と技術, vol. 62, no. 9, pp. 378-384, 2012.
- [27] McLuhan M., メディア論: 人間の拡張の諸相. 栗原裕・河本仲聖訳, みすず書房, 1987.
- [28] 浜日出夫, 「メディアはメッセージ M.マクルーハン『グーテンベルクの銀河系』『メディア論』」, メディア・情報・消費社会, 井上俊・伊藤公雄編, 世界思想社, 2009.
- [29] M. McLuhan, グーテンベルクの銀河系: 活字人間の形成. 森常治訳, みすず書房, 1986.
- [30] Ong W. J., 声の文化と文字の文化. 桜井直文・林正寛・糟谷啓介訳, 藤原書店, 1991.
- [31] 石井彰, 「ラジオと地域情報メディアの今後に関する研究会 報告書 - 総務省」.
https://www.soumu.go.jp/main_content/000073526.pdf (参照 2021-10-23).
- [32] 藤竹暁, 「ラジオは人間の鼓動を伝える」, マス・コミュニケーション研究, vol. 74, no. 0, pp. 65-74, 2009.

- [33] 北出真紀恵, 「ラジオ・コミュニケーション再考」:, マス・コミュニケーション研究, vol. 74, no. 0, pp. 45-64, 2009.
- [34] 兼古勝史, 「熊本地震におけるコミュニティラジオ局の対応― 校歌のリクエスト放送の事例に見る音響共同体の位相 ―」, 共栄大学教育学部研究紀要, no. 1, pp. 61-72, 2017.
- [35] 鈴木敏子, 「コミュニティ FM 局を活用した防災に強いまちづくりに関する研究 ―静岡県中部地域を例に―」, 情報(電算)シンポ, no. 39, pp. 181-184, 2016.
- [36] 臼田裕一郎・長坂俊成・安倍祥・小田淳一, 「コミュニティ FM による災害放送の実態と今後の課題」, 主要災害調査, no. 42, pp. 69-103, 2009.
- [37] 石尾広武・福田正己・堤行彦・澤田結基, 「効果的な災害情報伝達方法の検討」, 都市経営: 福山市立大学都市経営学部紀要, no. 8, pp. 97-104, 2015.
- [38] 市村元, 「東日本大震災後 27 局誕生した『臨時災害放送局』の現状と課題」, 日本の地域社会とメディア, pp. 115-146, 2012.
- [39] 村上圭子, 「東日本大震災から 1 年 ポスト東日本大震災の市町村における災害情報伝達システムを展望する: 臨時災害放送局の長期化と避難情報伝達手段の多様化を踏まえて(再録 東日本大震災とメディア)」, 放送研究と調査, vol. 57, pp. 236-263, 2013.
- [40] 大内斎之, 「臨時災害放送局における災害報道の機能に関する考察: 宮城・山元町臨時災害放送局を事例として」, 現代社会文化研究, no. 62, pp. 91-108, 2016.
- [41] 島崎哲彦・山下信, 「災害情報とラジオの機能」, 東洋大学大学院紀要, vol. 48, pp. 19-36, 2011.
- [42] 広谷徹, 「阪神大震災と放送・通信」, 安全工学, vol. 35, no. 1, pp. 57-67, 1996.
- [43] 渡辺実, 「日米災害報道の比較研究: 阪神淡路大震災とノースリッジ地震における災害放送」, 地域安全学会論文報告集, no. 6, pp. 319-326, 1996.
- [44] 奥田良胤, 「メディア・フォーカス 東日本大震災の災害報道 発災後 2 週間のテレビとラジオ」, 放送研究と調査, vol. 61, no. 5, NHK 出版, pp. 78-81, 2011.
- [45] 日本民間放送連盟, 「よりよい放送のために」.
<https://j-ba.or.jp/category/references/jba101959> (参照 2021-05-23).
- [46] 総務省, 「気象業務法 e-Gov 法令検索」.
<https://elaws.e-gov.go.jp/document?lawid=327AC00000000165> (参照 2022-01-05).
- [47] 村上聖一, 「放送史への新たなアプローチ(1)放送の『地域性』の形成過程: ラジオ時代の地域放送の分析」, 放送研究と調査, vol. 67, no. 1, pp. 28-47, 2017.
- [48] 総務省東北総合通信局, 「コミュニティ放送の現状」.
https://www.soumu.go.jp/main_content/000401159.pdf (参照 2020-12-19).
- [49] 水越伸, 21 世紀メディア論, 改訂版. 放送大学教育振興会, 2014.
- [50] 吉見俊哉, 「声」の資本主義: 電話・ラジオ・蓄音機の社会史. 講談社, 1995.

- [51] 水越伸, メディアの生成: アメリカ・ラジオの動態史. 同文館出版, 1993.
- [52] 清水真, 「短波国際放送『ラジオ・フリー・ヨーロッパ』の方針転換に関する考察—宣伝放送から国際放送への性格変容—」, 応用社会学研究, no. 49, pp. 73-84, 2007.
- [53] 金杉高雄, 「政治言語論: 国家社会主義ドイツ労働者党 1925-1934 (1)」, 太成学院大学紀要, vol. 19, no. 0, pp. 31-40, 2017.
- [54] 竹山昭子, ラジオの時代: ラジオは茶の間の主役だった. 世界思想社, 2002.
- [55] 津金澤聰廣, 現代日本メディア史の研究. ミネルヴァ書房, 1998.
- [56] 福和伸夫, 「84 年前のひな祭りの日に襲った大津波、東日本大震災から 6 年を前に思い出しておきたい」, Yahoo!ニュース.
<https://news.yahoo.co.jp/byline/fukuwanobuo/20170303-00068313>
(参照 2021-10-23).
- [57] NHK サービスセンター編, 放送 80 年: それはラジオからはじまった. NHK サービスセンター, 2005.
- [58] 北原糸子・松浦律子・木村玲欧編, 日本歴史災害事典. 吉川弘文館, 2012.
- [59] ラジオ九州報道課編, 九州水害と民間放送—発揮したその公共性—. NHK 放送博物館蔵, 1953.
- [60] 東山一郎, 「テレビが登場した時代のラジオ」, 放送研究と調査, vol. 65, no. 4, pp. 2-19, 2015.
- [61] NHK 報道の記録刊行委員会編, NHK 報道の 50 年: 激動の昭和とともに. 近藤書店, 1988.
- [62] NHK 広報室, 新潟地震と放送. NHK 放送博物館蔵, 1964.
- [63] 對間英洋, 「インタビュー 1964 年新潟地震を実況 災害報道は新潟地震から始まった」, 調査情報, vol. 2020 5-6, no. 554, 2020.
- [64] NHK 新潟放送局編, 新潟地震と放送. NHK 放送博物館蔵, 1965.
- [65] 尾池和夫, 中国の地震・日本の地震. 東方書店, 1979.
- [66] 鈴木誠之, 「長期的視点で『震災前報道』追求: 社の枠を超えた連携が必要 (記者読本 2018)—(記者となる君へ)」, 新聞研究, no. 800, pp. 28-31, 2018.
- [67] 三条杜夫, いのち結んで: その時、被災放送局 AM 神戸は. 神戸新聞総合出版センター, 1996.
- [68] ラジオ関西震災報道記録班, Radio: AM 神戸 69 時間震災報道の記録. 長征社, 2002.
- [69] 毎日放送, 阪神大震災の被災者にラジオ放送は何ができたか. 同朋舎出版, 1995.
- [70] 入江たのし, 「混沌の連続だったラジオと行政の歴史 (特集 岐路に立つラジオの未来を描く)」, ギャラク, no. 536, pp. 12-17, 2014.
- [71] FM わいわい, 「ヒストリー 神戸長田の多文化・多言語コミュニティ放送局」.
<https://tcc117.jp/fmyy/history/> (参照 2022-01-09).

- [72] MBS ラジオ, 「ネットワーク 1・17」.
<https://www.mbs1179.com/117/> (参照 2022-01-03).
- [73] 消防庁災害対策本部, 「平成 23 年 (2011 年) 東北地方太平洋沖地震 (東日本大震災) について (第 161 報)」.
<https://www.fdma.go.jp/disaster/higashinihon/items/161.pdf> (参照 2021-12-26).
- [74] 警察庁, 「焦点第 281 号—東日本大震災と警察—」.
<https://www.npa.go.jp/archive/keibi/syouten/syouten281/pdf/p02.pdf>
(参照 2021-10-27).
- [75] 横尾泰輔・矢守克也, 「東日本大震災の初動報道に関する当事者分析: キャスター自身による分析・調査と実践的考察」, 災害情報, vol. 15, no. 2, pp. 149-159, 2017.
- [76] 藤田真文, 「ローカルテレビと東日本大震災—全 15 局の聞き取り調査から」, メディアが震えた: テレビ・ラジオと東日本大震災, 丹羽美之・藤田真文編, 東京大学出版会, 2013, pp. 35-72.
- [77] 総務省東北総合通信局, 「東日本大震災に際し開設された臨時災害放送局 (FM 放送) の状況」, 総務省.
<https://www.soumu.go.jp/soutsu/tohoku/rinziFM.html> (参照 2021-10-27).
- [78] 飯田豊編著, メディア技術史: デジタル社会の系譜と行方, 改訂版. 北樹出版, 2017.
- [79] 熊本県編, 平成 28 年熊本地震: 熊本県はいかに動いたか 初動・応急対応編. ぎょうせい, 2018.
- [80] 熊本日日新聞朝刊, 「益城再建へ、伝え続けた『さいがイエフエム』閉局 放送 1070 回、住民を後押し 平成 28 年熊本地震」, 2019 年 3 月 27 日.
- [81] 熊本日日新聞朝刊, 「善意つなぐネットの力 物資足りぬ 給水ここで漏水教えて SNS、新たなライフラインに」, 2016 年 4 月 19 日.
- [82] 熊本日日新聞朝刊, 「熊本市長、ツイッターで支援募る 700 人集合、断る事態にうまかな・よかなスタジアム 平成 28 年熊本地震」, 2016 年 4 月 20 日.
- [83] 朝日新聞朝刊, 「ツイッターに『ライオン放たれた』 地震デマ投稿容疑で逮捕 熊本県警」, 2016 年 7 月 21 日.
- [84] 佐藤研, 「民放連放送基準の改訂の歴史をたどる」, マス・コミュニケーション研究, vol. 95, pp. 107-124, 2019.
- [85] 伊藤友治・TBS ラジオ編著, パック・イン・ミュージック: 昭和が生んだラジオ深夜放送革命. DU BOOKS, 2015.
- [86] 日本民間放送連盟放送研究所編, ラジオ白書. 岩崎放送出版社, 1964.
- [87] 笹原和俊, フェイクニュースを科学する: 拡散するデマ、陰謀論、プロパガンダのしくみ. 化学同人, 2021.
- [88] 笹原和俊, 「ウェブの功罪」, 情報の科学と技術, vol. 70, no. 6, pp. 309-314, 2020.

- [89] 宇野常寛, 遅いインターネット. 幻冬舎, 2020.
- [90] radiko, 「ラジコとは?」. https://radiko.jp/rg/about_radiko/ (参照 2021-10-23).
- [91] 宮本匠, 「災害復興における“めざす”かかわりと“すごす”かかわり」, 質的心理学研究, vol. 14, no. 1, pp. 6-18, 2015.
- [92] 真木悠介, 時間の比較社会学. 岩波書店, 2012.
- [93] 小川博司, 「ラジオは衰退していくメディアなのか: 複数のラジオの時代の『参加型コミュニケーション』をめぐって」, マス・コミュニケーション研究, vol. 74, pp. 31-44, 2009.
- [94] 矢守克也, “生活防災”のすすめ—東日本大震災と日本社会, 増補版. ナカニシヤ出版, 2011.
- [95] 新村出編, 広辞苑, 第7版. 岩波書店, 2018.
- [96] 共同通信, 「ラジコリスナー, コロナ禍で2割増4月, 在宅勤務影響か」. <https://www.47news.jp/4899859.html> (参照 2020-08-17).
- [97] 日本民間放送連盟, 「民放ラジオ開局一覧」. <https://j-ba.or.jp/category/data/jba101189> (参照 2020-08-17).
- [98] radiko, 「あなたはAM派? FM派? おすすめのラジオ番組 - radiko news」. <https://news.radiko.jp/article/edit/3205> (参照 2021-10-23).
- [99] 小田貞夫, 「災害情報の伝達と放送メディアの役割」, 放送学研究, no. 46, pp. 33-55, 1996.
- [100] 金尾雅彦, 「RCC 中国放送 ラジオが伝えた7月豪雨災害 非常時の『最後の砦』になるために (特集 災害は伝わったか)」, Journalism, no. 342, pp. 13-18, 2018.
- [101] 樋口耕一, 「テキスト型データの計量的分析: —2つのアプローチの峻別と統合—」, 理論と方法, vol. 19, no. 1, pp. 101-115, 2004.
- [102] 気象庁, 「気象庁技術報告 平成28年(2016年)熊本地震の概要」. <https://www.jma.go.jp/jma/kishou/books/gizyutu/135/ABSTJ.pdf> (参照 2022-01-10).
- [103] 稲月正, 「熊本地震における車中避難の選択理由と生活上の困難」, 西日本社会学会年報, vol. 16, no. 0, pp. 5-22, 2018.
- [104] M. L. Hoffman, *Empathy and Moral Development: Implications for Caring and Justice*. Cambridge University Press, 2001.
- [105] 澤田瑞也, カウンセリングと共感, 世界思想社, 1998.
- [106] 春木豊・岩下豊彦編著, 共感の心理学: 人間関係の基礎. 川島書店, 1975.
- [107] 梅田聡, 「共感の科学 認知神経科学からのアプローチ」, 共感, 梅田聡編, 岩波書店, 2014, pp. 1-30.
- [108] 渥美公秀, 「阪神・淡路大震災の『記憶』を伝える」, 災禍をめぐる「記憶」と「語り」, 標葉隆馬編, ナカニシヤ出版, 2021.

- [109] 大牟田智佐子・澤田雅浩・室崎益輝, 「非常時にラジオが果たす役割と日常の放送との関連性についての研究」, 地域安全学会論文集, no. 38, pp. 109–119, 2021.
- [110] 株式会社熊本放送, 「地域における情報流通の確保等に関する分科会への報告」.
https://www.soumu.go.jp/main_content/000454482.pdf (参照 2021-10-23)
- [111] FEMA, 「Emergency Management in the United States - FEMA Training」.
https://training.fema.gov/emiweb/downloads/is111_unit%204.pdf
(参照 2021-10-23).
- [112] FEMA, 「Independent Study Program(IS)IS-111.A:Livestock in Disasters,Livestock in Disasters」. <https://training.fema.gov/is/courseoverview.aspx?code=is-111.a>
(参照 2021-10-23).
- [113] 廣井脩, 災害報道と社会心理. 中央経済社, 1987.
- [114] 川端信正・廣井脩, 「阪神・淡路大震災とラジオ放送」, 東京大学社会情報研究所調査研究紀要, vol. 7, pp. 83–95, 1996.
- [115] 三上俊治, 「阪神・淡路大震災における安否放送の分析」, 東洋大学社会学部紀要, vol. 39, no. 1, pp. 119–133, 2002.
- [116] 中村功, 「新潟・福島水害におけるコミュニティーエフエムの役割：
—燕三条エフエムの例—」, 災害情報, vol. 3, pp. 5–6, 2005.
- [117] 中森広道, 「平成 16 (2004) 年台風 23 号とコミュニティー FM 放送：
—『FM ジャングル』の対応と課題—」, 災害情報, vol. 3, pp. 7–11, 2005.
- [118] 船崎幸子・長坂俊哉・臼田裕一郎・高橋明子・安倍祥・天野竹之,
「リスクガバナンスからみた柏崎市 FM ピッカラ災害放送の検証—発生後 3 日間を中心として—」, 日本災害情報学会第 10 回研究発表大会予稿集, 2008, pp. 359–364.
- [119] 松本早野香, 「臨時災害放送局に求められるコンテンツと地域メディアとしての
役割：—『りんごラジオ』放送記録分析から—」, 人間生活文化研究, vol. 2019,
no. 29, pp. 682–694, 2019.
- [120] 中林一樹・村上大和, 「阪神・淡路大震災に関する新聞報道の比較分析：阪神版と
東京版の情報の相違について」, 地域安全学会論文報告集, no. 8, pp. 226–231, 1998.
- [121] 佐藤翔輔・今村文彦・林春男, 「東日本大震災について報じられたウェブニュース
コーパスの基礎的解析」, 地域安全学会論文集, vol. 15, pp. 303–311, 2011.
- [122] 佐久嶋研・佐々木秀直・田代邦雄, 「テキストマイニングを用いた学会誌論文
タイトルの時系列分析 —日本神経学会誌『臨床神経学』の分析—」,
医療情報学, vol. 32, no. 6, pp. 315–321, 2012.
- [123] 毎日放送報道局, 阪神大震災 MBS 報道の記録 (私家版) . 1995.
- [124] 渡辺実, 「阪神・淡路大震災から 5 年 ラジオが築いた被災者との絆」, ギャらく,
no. 368, pp. 40–43, 2000.
- [125] 尾池和夫, 活動期に入った地震列島. 岩波書店, 1995.

- [126] 阪神・淡路大震災復興フォローアップ委員会監修，兵庫県編，伝える 改訂版.
ぎょうせい, 2016.
- [127] 神戸新聞 NEXT, 「阪神・淡路大震災特集 年表でたどる阪神・淡路大震災」.
<https://www.kobe-np.co.jp/rentoku/sinsai/chronicle/> (参照 2020-06-21).
- [128] 市川繁治郎編集代表，新編英和活用大辞典．研究社, 1995.
- [129] 松田徳一郎・岡村裕輔，リーダーズ英和辞典，机上版．研究社, 1984.
- [130] 小島義郎・岸曉・増田秀夫・高野嘉明編，英語語義語源辞典．三省堂, 2004.
- [131] A. S. Hornby, M. Deuter, J. Bradbery, J. Turnbull, オックスフォード現代英英辞典
Oxford advanced learner's dictionary, 第 9 版. Oxford: 旺文社, Oxford University
Press, 2015.
- [132] 松田徳一郎監修，岡村裕輔ほか，リーダーズ英和辞典．研究社, 1984.