

科目担当者氏名		科目担当者連絡先（メールアドレス）	
加藤 宏			
連絡責任者氏名		科目設置機関名	
浅川 達人		明治学院大学 社会学部 社会学科	
授業科目名	科目認定番号	受講者数	
社会調査実習	MJGa-130802-0	4人	

I. 調査実習に関するコメント

学生が果たした役割や実習全般に対する感想など：

学生は調査企画・設計、文献・資料の収集・検討し、その後、アンケート調査、聞き取り調査、資料の内容分析を実施し、報告書の作成、原稿編集を担当した。実習の一連のプロセスは問題なく進行し、新しい発見なども含む報告書が完成した。調査全般として多くの問題はなかったが、時間の不足を感じた。具体的なデータ収集を充実させるための2次調査ができなかったことが残念であった。

II. 調査の企画・設計（デザイン）

1. 調査のテーマ／領域：

「沖縄イメージ」研究/文化社会学、地域研究

2. 調査の内容／概要：

1972年の本土復帰以降、沖縄は観光産業の振興と基地問題の発生から本土の視線を強く集め、独特のイメージを形成してきた。本調査ではそれを「沖縄イメージ」と呼び、その形成過程、認識の拡がりメディア資料分析やアンケート調査から接近している。また、そうした「沖縄イメージ」と格闘している沖縄で映像制作をしている人々へのインタビューを試みた。それらを通して本土と沖縄の関係性を考えてみることを調査の目的である。

3. 調査の範囲／対象（量的調査の場合は母集団と標本数及びサンプリングの方法を、質的調査の場合は対象者選定の理由を必ず記入）：

明治学院大学の学生を対象に211名の有効票を得た。授業時の実施のためサンプリングは行っていない。インタビュー対象者は、沖縄において沖縄発の独自の映画、テレビドラマ、CM等を制作している関係者であった。「沖縄イメージ」は主として観光を背景として、広告や映像メディアを通して本土から発信され形成されてきた。その文脈を考えると、対象者から「沖縄イメージ」に対する反発などの貴重な意見が聞けると考えた。

4. 主な調査項目：

明治学院大学生の抱く「沖縄イメージ」。資料から見える「沖縄イメージ」：1972年の返還後の沖縄に関する旅行雑誌や機内誌、女性誌、航空会社のポスター、新聞広告、テレビCMなどにあらわれる映像イメージやキャッチコピーを歴史資料として収集。沖縄映像制作関係者の考える「沖縄イメージ」：沖縄発の映像制作者の抱く「沖縄イメージ」への考えや思い。

III. データ収集の方法と結果

5. データ収集（現地調査）の方法：

アンケート調査、沖縄観光資料の内容分析、聞き取り調査

6. 調査の実施時期・調査地・調査員の数：

2013年9月、沖縄での聞き取り調査を実施した（調査員4名）。また10月明治学院大学、授業時にアンケート調査を実施（調査員4名）。

7. 収集したデータの量と質への評価（量的調査の場合は有効回収票及び回収率を必ず記入）：

アンケート調査では211の有効票を得た。回収率99.5%。一定の傾向を導き出せたが、サンプリングの問題があると考えられる。質的データからも貴重な意見を引き出している。

IV. データ分析の方法と結果

8. データ分析／解釈の方法：

アンケート調査、資料の内容分析、聞き取り調査の内容分析

9. 調査の成果（調査から得られた主な知見など）：

アンケート調査では「沖縄イメージ」は観光の強い影響がみられ、同時並行的に「社会問題の多発する沖縄」としてもイメージしていることがわかった。内容分析では、「海」を舞台とする観光地として認知される段階、抽象的な「南国の海」としての若者がはじけられる空間の段階、沖縄の日常や伝統を利用しながら癒される場所、面白い場所へと変容する段階、癒しと非日常性が多様化して経験できる空間の段階へと「沖縄イメージ」は復讐後歴史的に変化してきていることがわかった。また、インタビューからは「沖縄イメージ」（青い海の沖縄、基地の沖縄）は沖縄で何かを表現する上で抑圧的に働き、閉塞感をもたらすものと感じていることがわかった。

10. 報告書刊行の予定と概要：

2013年度 社会調査実習報告書Vol.30 明治学院大学社会学部社会学科 2014年3月発行。