

立教大学社会学部
メディア社会学科



木村ゼミの紹介
メディア・コミュニケーション研究
インターネット
社会研究

木村 忠正

<http://www2.rikkyo.ac.jp/web/tdms/hp.j.html>

<https://tdmskmr.hatenablog.com/>

<https://twitter.com/RikkyoKimuraLab>

<https://instagram.com/rikkyokimuralab>

自己紹介

- ニューヨーク州立大学バッファロー校、東京大学大学院総合文化研究科にて文化人類学を専攻。Ph.D.(人類学)
- 大学教員歴：都立科学技術大学(1998~2001)早稲田大学理工学術院(2001~2006)、東京大学大学院総合文化研究科(2006~2015)、2015年から現職
- 公職等：内閣府国民生活審議会臨時委員、総務省「通信・放送の総合的な法体系に関する検討委員会」構成員、科学技術振興機構(JST)領域アドバイザー、Yale大学客員研究員、CS朝日ニュースター「ニュースの深層」キャスターなど



主要研究関心・プロジェクト

- 1990年代から、インターネットを中心としたデジタルネットワークの社会的普及に伴う社会文化の変容を複合的に探究
- デジタルネイティブ研究、「日本人の情報行動」調査
- LDASU(Log Data Analysis of Smartphone Use、スマートフォンログデータに基づく情報行動調査)
- World Internet Project(南カリフォルニア大学、オックスフォード大学等、<https://www.worldinternetproject.com>)
- ネット世論研究
 - 文化心理学、社会心理学、行動経済論にもとづく、ネット行動・態度と政治的意識・志向性・行動の研究

主要著作など



オンラインインタビュー記事

- 『広報会議』2019年9月号「メディア研究室訪問」
 - 「デジタルネイティブな学生たち 情報を知に変えるメディア教育」
 - <https://mag.sendenkaigi.com/kouhou/201909/media-laboratory-visit/016964.php>
- 立教大学HP "Featured Researchers"
 - 「デジタル社会を主体的に生きる」
 - <https://www.rikkyo.ac.jp/research/story/mknpps000000uy9a.html>
- Synodos
 - デジタルネイティブを取り巻くコミュニケーションの姿とは？——ネット時代の文化人類学
 - <https://synodos.jp/intro/6299>

木村ゼミで取り組む研究領域

- メディア・コミュニケーション研究
 - マスコミュニケーションではなく、SNSなどのオンライン・コミュニケーション、ネットコミュニケーション研究が中心
 - マスコミュニケーションは、ネットとの関連(例えば、コネクテッドTV、ソーシャルビューイング等)で取り扱う
 - デジタルネイティブ研究(1980年前後生以降)・ソーシャルネイティブ(2000年前後生以降)の情報メディア環境、情報行動研究、スマホログ分析、社会関係の変容、アイデンティティの変化など)
 - ビジネス・広告コミュニケーション、ロコミなどとSNS等デジタルメディア
 - ネット世論研究(世論、炎上、フェイクなど)
 - ネット社会研究(AI社会、Society 5.0、ネットと民主主義、公共性、社会的分断、イノベーションと監視など)

皆さんへの質問です

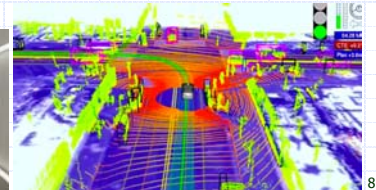
- 以下のGoogle Formにアクセスし、回答してみてください
- <https://forms.gle/DM39yvbLMCMKRJL8>



7

Be a Social Data Scientist!

- 木村ゼミの目標=Be a Social Data Scientist! (ソーシャルデータサイエンティストになろう!)
- 21世紀前半の社会=デジタル・モバイル・ネット技術革新を伴う社会の大きな変動期
- 情報ネットワーク技術分野における革新により、A.I.やドローンなどのロボットが社会に普及し、ヒトと協調・競合



8

Be a Social Data Scientist!

- ネットワークにすべてが埋め込まれる強いベクトル=ヒト、社会、モノなどあらゆるものが高度にネットワーク化され (IoT=Internet of Things, IoE=Internet of Everything)、産業化、資本化しようとする動きも強まる
- そうした社会において、ゼミ生の皆さんには、「データ」に振り回されず、データとうまく付き合い、社会学の観点を活かして、自分にとっての「知」に変換していく力を身につけ、社会で活動できる基盤を作ってもらいたい



@TayandYou₉

11

モノ・環境まで進むネットワーク化

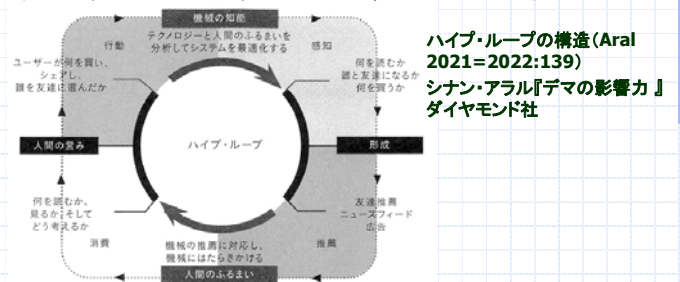
- サイバー戦争
 - <https://threatmap.checkpoint.com/>
- リアルタイム航空機・船舶位置情報
 - <http://www.flightradar24.com/>
 - <https://www.marinetraffic.com/jp/ais/home/>
- デジタルアーカイブ「ウクライナ衛星画像マップ」
 - <https://cesium.com/ion/stories/viewer/?id=8be6f99c-0d4c-46ce-91a3-313e3cac62fe>
 - <https://twitter.com/hwtvntv>
 - <https://labo.wtnv.jp/>
- Deepfake
 - <https://www.youtube.com/watch?v=uyjSTAOY7yI>
 - <https://www.youtube.com/watch?v=t52Bi-ZUZjA>

10

AI・Digital Intelligence

- AI robots, Deep learning, LLM (大規模言語モデル), Digital Intelligence
 - <https://www.youtube.com/watch?v=0b03ibtVYhw>
 - <https://www.youtube.com/watch?v=xD7hAbBJst8>
 - <https://youtu.be/iHCeAotHZa4> (Geoffrey Hinton)
 - Google Chrome, Apple Safariブラウザ機能拡張"YouTube Summary with ChatGPT & Claude"
 - Animate Anyone: <https://humanaigc.github.io/animate-anyone/>
- MIT Technology Review「すごすぎる人型ロボット動画、騙されないためのチェックポイント」(2024/9/3)
 - <https://www.technologyreview.jp/s/344549/a-skeptics-guide-to-humanoid-robot-videos/>

デジタル+ネットワーク+モバイル+AI



- ハイブ・ループというアーキテクチャ(仕組み・仕掛け)が機能する上で鍵となるのが、文化心理・社会心理
- 認知バイアス、ナッジ(nudge)が重要で、皆さんには、ナッジに使われるのではなく、ナッジをデザインできるようになってほしい

12

スマホに何故惹かれる？

- 「習慣化技術(Habit-forming tech)」としてのスマホ
- スマホの画面をタッチやスクロールすることで、情動的報酬が生じることが、「チェックする習慣(checking habit)」を形成し、スマホ利用の習慣化で重要な役割を果たしている
- 「習慣」≠単純なく刺激⇒反応の組み合わせ
- 「習慣」=＜手掛かりー予期・期待ー行動ー報酬＞⇒ドーパミンニューロン活性化
- 縦スクロール、社会的刺激などの「可変報酬」が重要
- Instagramでは、フィード(タイムライン)をリフレッシュする際に若干遅延が生じたり、投稿写真への「いいね」を、時折、すぐに表示せずに滞留させ、まとめて表示⇒こうしたアルゴリズムは、報酬遅延により期待を高め、ドーパミンの活性化を促すデザインと説明される
- しかし、ドーパミンは、「愉しさ」ではなく、「渴望」に関連している

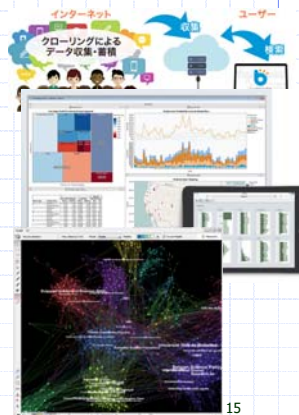
ゼミ活動の目的

- ゼミ活動は、4つの力を涵養することを目的
 - 文献・資料収集・読解力
 - リサーチデザイン・データ分析・解釈・レポート作成力
 - ディスカッション力
 - コラボレーション力
- これらの力を鍛錬しながら、最終的に優れた卒業論文完成を目指します
- 難しくてもできなくても、積極的な関心・向学心が重要！！
- 「明るく・楽しく・元気よく」「よく遊び・よく学ぶ」をゼミ生たちは実践していると思います

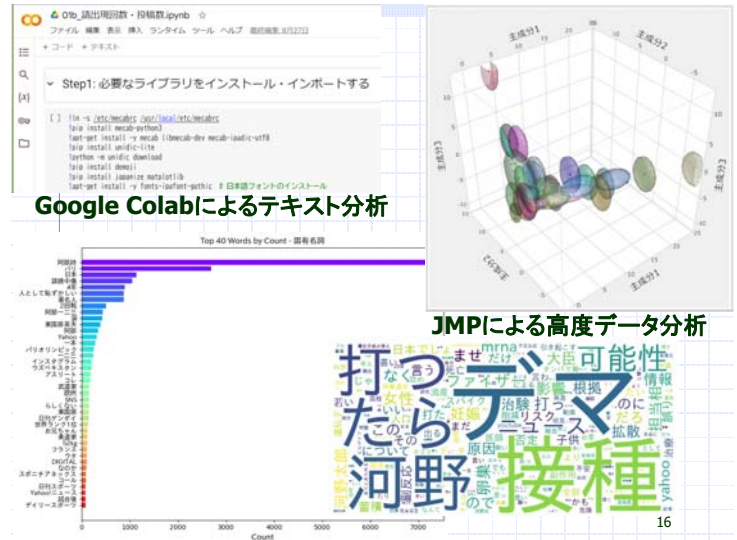
14

先進的なデータ・ソフト・分析手法

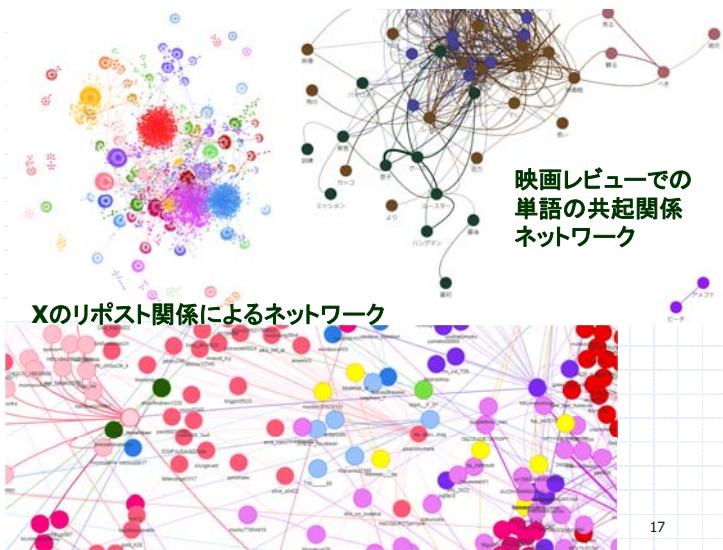
- 先進的なソーシャルデータ分析・テキスト分析の一端に触れることができます
- JMP: ビッグデータ分析、データサイエンス分析
- Google Colaboratory + Python: テキスト分析に強いプログラミング言語とクラウドコンピューティング



15



16



17

3年次ゼミ活動

- 文献読解・ディスカッション
 - メディア・コミュニケーション研究、インターネット社会研究に関する基礎力養成
 - 研究計画・卒論計画立案支援
- 春学期レポート作成プロジェクト
 - リサーチデザイン立案⇒実施⇒分析・解釈⇒レポート作成・プレゼン
- 社会調査実施プロジェクト
 - 春学期～春宿～秋学期準備⇒秋学期実施⇒グループプレゼン・各自レポート作成

18

3年次ゼミ活動

卒論準備プロジェクト

- 春学期、秋学期と卒論のテーマ、内容を検討し、秋学期には卒論研究計画書と1万2千字以上(本文)の卒論の土台となるレポートを作成

ゼミ合宿

- 例年9月に首都圏で
- 2017・18年度3年・4年合同、19年度3年静岡、4年鬼怒川、23年度3・4年で富士五湖、24年度3年湯河原・4年館山
- 春学期レポート作成PJ、卒論準備PJ、社会調査実施PJ



4年次ゼミ活動

春学期：3年次ゼミ活動報告書作成

- 3年次の卒論準備PJ、社会調査実施PJ成果に基づく
 - グループプレゼン、個別分析レポート、単純集計表
- 2015～23年度各報告書が、「木村研究室」紹介HPからアクセスできます
- <https://www2.rikkyo.ac.jp/web/tdms/kimuraken/index.html>



4年次ゼミ活動

「卒業論文」

- 3万2千字以上
- 春学期は先行研究もしっかりまとめ、本文1万5千字以上のレポート作成
- 秋合宿までに2万字、秋学期はラストスパート



21

卒論に向けたゼミ生の関心

- ゼミ生たちの関心は多種多様ですが、大きくは次のような領域に多くが分かります
- SNS(メディア)利用の社会心理的次元
 - 承認欲求、アイデンティティ、印象形成、自己呈示、自己開示など
- 情報メディア行動
 - スポーツ観戦、ネットとテレビ、写真、ロボット・AIなど
- 消費行動・ロコミ・影響力・流行・マーケティング
- エンゲージメント・プロモーション
- オンラインコミュニティ
- ネット世論・ネット炎上・ネット公共圏・監視社会・ネットと民主主義・公共性

22

卒業生の進路

IT系・ウェブ系・出版系

- NTTドコモ、KDDI、ソフトバンク、リクルート、楽天、アカツキ、カカコム、トレンドマイクロ、オービック、TIS、マクニカ、サトーホールディングス、大日本印刷、凸版印刷、富士フィルム、SCSK

広告・マーケティング

- 博報堂、JR東日本企画、朝日広告社、アイレップ、読売広告社

アミューズメント

- オリエンタルランド、東京ドーム、HIS、富士急行

消費財

- 味の素、江崎グリコ、明星食品、ニトリ

金融・コンサル

- みずほ銀行、りそな銀行、アフラック、アクセンチュア

教育

- 東京大学(事務職)、日立アカデミー

23

Social Data Scientist
になろう！という人
求めています！

(c) Tadamasa KIMURA

24