

~78)をはじめ総合雑誌が活況を呈したが、当時の総合雑誌は左派系といわれる「世界」(1945~)を残すのみとなった。それに対し「諸君！」(1969~2009)、「正論」(1973~)といった右派系の「オビニオン誌」が台頭し、現在は「文藝春秋」、読売新聞系となった「中央公論」とともに、保守的な論陣を張る総合雑誌が目立っている。しかしそれ以上に、知的基盤やジャーナリズムの基盤が変容・衰退しており、総合雑誌の時代は終焉したといっていだろう。

【参考文献】 水島治男『改造社の時代 戦前編』(1976・5 図書出版社)、水島治男『改造社の時代 戦中編』(1976・6 図書出版社)、毎日新聞社編『岩波書店と文藝春秋』(1996・8 毎日新聞社)、上丸洋一『「諸君！」「正論」の研究—保守言論はどう変容してきたか』(2011・6 岩波書店)、根津朝彦『戦後「中央公論」と「風流夢譚」事件—「論壇」編集者の思想史』(2013・2 日本経済評論社) [諸橋泰樹]

▶ 装丁 (そうてい)

書物を綴じ、表紙やカバーで本を汚れや破損から守るといった実用的な役割に加え、デザインを駆使し立体としての本の魅力を読者に訴えるという効果をもたらす。先端的なデザイナーの作品から出版社の社内装丁まで種々あるが、本の内容を忠実に再現するデザインからアート作品となる華麗な装丁まで、ブックデザインは出版文化の中で重要な位置を占めてきた。著名な装丁家としては、戦前から活躍した恩地孝四郎、戦後のブックデザインを牽引した杉浦康平、菊地信義、文芸書に独自の境地を拓いた司修らがいる。近年の電子書籍の普及によって本来の意味を失いつつあり、カバーデザインとして残っている。

【参考文献】 菊地信義『新・装幀談義』(2008・3 白水社)、司修『本の魔法』(2011・6 白水社)、杉浦康平『多様体としてのブックデザイン』『EDITORSHIP』vol.2 (2013・5月号 日本編集学会)、坂口順『装丁雑記』(2013・11 展望社) [川上隆志]

▶ ソーシャルメディア (そーしゃるめでいあ)

【語義】 インターネットを用いて映像、音声、文字情報コンテンツを相互に伝え合うメ

ディア技術。マスメディアのように特定少数の専門家が発信者になるのではなく、不特定多数のユーザーが情報の発信者と受信者を兼ね、日々刻々とコンテンツを更新してゆくことから、ティム・オライリーによって提唱されたWeb2.0の概念を具現化した1つのかたちとされる。UGC(ユーザー生成コンテンツ; user-generated content) やCGM(消費者生成メディア; consumer-generated media) と呼ばれることもある。2ちゃんねるのような電子掲示板、ブログ、ユーチューブやユーストリームに代表される動画共有サイト、ウィキペディアのようなナレッジコミュニティ、内部告発を集めたり、機密情報を暴露するウィキリークスやアマゾンなどのカスタマーレビュー、SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス) と呼ばれるミクシィやツイッター、フェイスブックなどがソーシャルメディアの例とされる。

【特色】 ソーシャルメディアは発信の易さから、シビックジャーナリズム、パブリックジャーナリズムの受け皿となった。韓国のおーマイニュースの成功に刺激されて日本でも開設された「インターネット新聞」サイト、例えばJanJanや、ライブドアのPJニュースなどが短命に終わったのは、寄稿する市民記者の記事が読者の期待するレベルに達しなかったことなども要因となったが、特別なサイトを經由せずともソーシャルメディア經由の発信が広く可能になった事情が大きかった。

またソーシャルメディアは、動員のメディアとしても機能した。2011年1月14日にチュニジアで起こった反政府デモ隊と治安部隊との衝突では、フェイスブックや、ツイッターが反政府側の情報発信や示威行動への動員に貢献したことから「ツイッター革命」といった呼び方もされている。日本でも3.11後の脱原発デモの折もソーシャルメディアを通じて参加者が広がった。

ソーシャルメディアの普及によって市民の多くが発信者になれるようになったにもかかわらず、発信の際に守るべきマナーなどを含めたメディアリテラシーが市民社会に広く共有されているとはいいいにくく、ソーシャルメディアを通じて誹謗中傷やデマが拡散してし

まうなどの問題点も指摘されている。

〔参考文献〕 濱野智史『アーキテクチャーの生態系—情報環境はいかに設計されてきたか』（2008・10 NTT出版）、武田隆『ソーシャルメディア進化論』（2011・7 ダイヤモンド社） [武田徹]

〔参考文献〕 佃克彦『名誉毀損の法律実務〔第2版〕』（2008・10 弘文堂） [佃克彦]

▶ 損害賠償（そんがいばいしょう）

〔語義〕 債務不履行または不法行為があった場合に、債務者（加害者）が債権者（被害者）に対し、それによって生じた損害の填補（てんぽ）をすること。損害賠償は原則として金銭によってなされる（民法417条・722条1項）。ジャーナリズムが関わる領域においては、名誉毀損・プライバシー侵害の不法行為に基づく損害賠償が典型的な場面である。

〔実例〕 賠償されるべき「損害」は精神的損害と財産的損害に分けられ、前者を填補するものは特に「慰謝料」といわれる。法人の名誉が毀損された場合、精神的苦痛がないので精神的損害は発生しないが、「無形損害」があるものとしてそれに対する賠償を肯定するのが通説である。

名誉毀損・プライバシー侵害の場合の慰謝料については、長らく裁判所の認容額が数十万円台と低廉であることが問題とされてきたが、2000年頃から急速に認容額が上がり、現在は百万円から数百万円の賠償が認容される例が多くなってきている。原告や記事が複数の事案では、合計して千万単位の認容額となるケースもある。このように認容額が高額化されたことについては、被害者保護の観点から肯定的に評価する見解もある一方、報道の自由に対する脅威であるとしてこれに否定的な見解もある。また、自ら名誉を回復する方法や力のある著名人の方が、それのない市井の人よりも高額（こうごう）の認容（にんよう）をされる傾向があるとして、高額化を評価しつつもこの傾向に対し疑問を呈する見解もある。

財産的損害としては、賠償請求訴訟のために要した弁護士費用が請求される事例が圧倒的に多い。これ以外に、名誉回復のために各所を奔走した際の費用や心痛を負ったことに対する治療費などが請求されることがあるが、認容された例は少ない。