

個人・共同研究発表

15 日(土)午前

「結論ありき」からの脱皮 ～占領期末期のラジオドキュメンタリーの形式変化～

宮田章
(NHK 放送文化研究所)

キーワード: ラジオドキュメンタリー、『社会の窓』、占領期、放送法

発表要旨

(1) 研究の目的

占領期の 48 年 4 月にスタートし、50 年 6 月の放送法施行、52 年 4 月の占領解除をはさんで 54 年 10 月まで放送された録音構成番組『社会の窓』は、テレビドキュメンタリーを含むその後の NHK ドキュメンタリーに大きな影響を与えた番組である。本研究の目的は、この『社会の窓』がどのような形式的特徴（作り方、作られ方の特徴）を持っていたかということ明らかにすることである。

『社会の窓』は、そもそも GHQ のメディア統制機関 CIE が指定する「インフォメーション」をリスナーに周知することを趣旨とする「インフォメーション番組」であったが、その形式としては録音構成を採用したところに特徴があった。どんな声が飛び出すか予想できない録音と、あらかじめ政治権力によって指定された結論（インフォメーション）はどう折り合ったのだろうか。

(2) 先行研究との差異

占領期のラジオドキュメンタリー研究は、宮田章（宮田 2014、2016、2017、2022）、丸山友美（丸山 2019）、松本章伸（松本 2020）、太田奈名子（太田 2022）の各研究が主なものである。いずれも NHK アナウンサー藤倉修一を中心的な作り手とする『街頭録音』『社会探訪』について厚く論じている。しかしながら、藤倉が携わった録音構成番組は、『社会探訪』が終了した 51 年 12 月をもって絶えている。『街頭録音』『社会探訪』の系譜は、NHK のラジオドキュメンタリー史の中で先駆的ではあるが孤立的なのであり、NHK のラジオドキュメンタリーの主流は、占領期から 50 年代末に至るまで、NHK 内で「社会課」と呼ばれた部署によって一貫して担われてきた。その社会課制作の録音構成番組の起点が 48 年 4 月に始まった『社会の窓』である。本研究は先行研究がこれまで十分な注意を払ってこなかった『社会の窓』を主な解明対象とする。

（３）研究の方法

NHK アーカイブスに保管されている『社会の窓』の音源と、『NHK 年鑑』『放送文化』などこれまで公刊されてきた NHK の出版物、また NHK に残る番組の放送記録が主な資料である。アーカイブに現存する完成版の音源は『冬を迎えた引揚者』（48.12.9）と『家出娘のたどる道』（52.4.24）の 2 本だけである。しかしこの 2 本は、録音とインフォメーションの関係性という視点から見ると対照的な特徴を示している。また文献資料からは、50 年 6 月の放送法施行を契機にして、番組制作におけるインフォメーションの取り扱い方が大きく変化したこと、また冤罪事件の真相を追求した『二股殺人事件』（51.5.29、6.5）の技法が称賛されていることがわかる。

（４）得られた知見

占領期末期の 51～52 年において、『社会の窓』では、インフォメーション（結論）と録音（取材）の主従関係が逆転しているという知見が得られた。

『社会の窓』はもともと CIE が指定する「インフォメーション」をリスナーに周知することを趣旨とする番組であったから、主従関係で言えば、録音取材に先立って決定されるインフォメーションが主人であり、録音はこれを支える従者でなければならなかった。しかし多様かつ個別的な現実根差す録音は、一元的に机上で決定されたインフォメーションには簡単に従属しない性質を持っていた。

48 年 12 月の『冬を迎えた引揚者』では、それぞれに苦境を訴える引揚者たちの録音が生々しい迫力を示している。しかし、結論部は「引揚援護・愛の運動」と名付けられたインフォメーションが、大仰な背景音楽を従えて何度もナレーションで連呼される構成になっており、リスナーには「木に竹を接いだ」感が否めない。

しかし 50 年 6 月に放送の自主自律をうたう放送法が施行された。その 1 月前から CIE はインフォメーションの選定を NHK にまかすようになった。インフォメーションは CIE から降ってくるのではなく、NHK が自分で決められるものになったのである。殺人事件の真相を、関係者一人一人の録音から追求した『二股殺人事件』では、容疑者の無実を示唆する録音を積み重ねて、人権擁護というインフォメーションを帰納的に構築する技法が出現している。また、地方から都会に憧れてやってきた若い女性が男に騙されて乱暴されたり花街に売り飛ばされたりした事件の詳細をトレースした『家出娘のたどる道』では、当事者たちの録音が示すあまりの迫力に、インフォメーションはほとんど付け足しのような存在になっている。インフォメーションと録音の主従関係が逆転している。

結論が先に立って、取材を制約するのではなく、取材が先に立って結論を構築する番組制作は、現代では当然のようにも思われるが、NHK のラジオドキュメンタリーにおいてこの技法が明確な形で成立したのは占領期末期の『社会の窓』においてであったと思われる。

日本女性の声のメディア史
—TBS ポッドキャスト『OVER THE SUN』が生み育む「互助」を聴く—

太田奈名子
(東京大学)

キーワード: メディア史 ポッドキャスト 談話分析 女性 OVER THE SUN

発表要旨

(1) 研究の目的

コロナ禍を経た現在、来年本放送開始 100 周年を迎えるラジオの復権が取り沙汰されている。ラジオと同様に、約 20 年の歴史を持つポッドキャストも再び脚光を浴びている。なかでも、リスナーから届くメールをもとに、2 人の中年女性パーソナリティーが多様なトークを繰り広げる TBS ポッドキャスト番組『ジェーン・スーと堀井美香の「OVER THE SUN」』（2020 年 10 月 2 日開始、毎週金曜日 17 時配信、以下『OVER THE SUN』）は、開始数ヶ月後に「JAPAN PODCAST AWARDS 2020」で「ベストパーソナリティー賞」に選出されたり、「互助会員」と呼ばれるリスナーに向けた書籍・グッズ販売や対面・非対面イベント展開がされたりするなど、独特かつ異例の人気を誇っている。

本報告では、発表者のこれまでの占領期ラジオ放送研究を発展させ、「日本女性の声のメディア史」を描く試みの第一歩として、現代ポッドキャスト番組を扱う。女性の地位向上は占領期放送の主眼であったが、終戦から約 80 年を経た今日、どのような女性の声が『OVER THE SUN』で紹介されているのだろうか。そして、その声は、パーソナリティー 2 人（以下スーミカ）とリスナーたちのいかなる共同体を構築しているのだろうか。こうした問題意識のもと、本報告は、日本女性の声を掬い上げるという占領期から続く音声メディア実践の一環として『OVER THE SUN』を捉え、とりわけ同番組で強調される「互助」の意味と意義の考察を目的とする。

(2) 先行研究との差異

国内では、ポッドキャストは主に言語教育に有用な手段として取り上げられてきたが（例えば、佐藤慎司・熊谷由理編『社会参加をめざす日本語教育』2011 年、ひつじ書房）、その体系的なメディア研究や、番組の個別研究などはほとんど行われていない。海外では、ラジオとポッドキャストを別個にではなく包括的かつ学際的に探究する論文集（Lindgren, M. & Loviglio, J. (Eds.). (2022). *The Routledge Companion to Radio and Podcast Studies*. Taylor & Francis.）が出版されているが、日本に焦点を当てた研究は含まれていない。

本報告は、『OVER THE SUN』の個別事例研究により、ポッドキャストを日本の学術的俎上に載せる。占領期ラジオの延長線上に現代ポッドキャストを位置付けながら、ポッドキ

キャストにしか達成しえない声の包摂のあり方を考察し、その声の受信・発信の取り組みにいかにより今日の日本女性の、あるいは日本社会の需要が認められるのかを明らかにする。

(3)研究の方法

資料については、まず、拙書『占領期ラジオ放送と「マイクの開放」』（2022年、慶應義塾大学出版会）で十分に扱うことのできなかった、女性向け民主化教育ラジオ番組『婦人の時間』（1945～1963年放送）の調査を行った。次に、『OVER THE SUN』パーソナリティーであるコラムニストのジェーン・スーにより、「互助」という言葉が初めて用いられる第2回放送回（2020年10月9日配信「Ep.1 “離婚”にまつわるメッセージを中心にご紹介して이었습니다。」）を書き起こし、公式ファンブック『OVER THE SUN 公式互助会本』（2022年、左右社）に収録された書き起こしと比較した。分析については、ある社会においてメディアが支配力および抵抗力を（再）生産するプロセスを、言語を切り口に浮き彫りにする批判的談話研究（Critical Discourse Studies）というアプローチに依拠した。

(4)得られた知見

考察の結果、以下3点の知見を得た。①占領期ラジオ番組『婦人の時間』は、1947年7月から「婦人が幸福を見つけるお手伝いをする」身の上相談コーナーを開始した。この試みは日本放送史上初めて、女性向け番組で女性の悩みを投書で受け付け、応答するものであった。②ラジオと比較して時間的・内容的制約が少ないポッドキャストというメディアの特質が、『OVER THE SUN』が取り込むリスナーの声の尺を伸ばすかつ幅を広げる（「家庭内暴力による離婚を経た現在の恋愛」や、「離婚理由を告白した際の子供の意外な反応」など）とともに、スーミカの自己開示をも交えた応答を可能にしている。③リスナーの声に肯定的応答がなされるにとどまらず、「突然の入院」ならぬ「突然の離婚」に備える「おばさん共済」など、ファンブックでは省略されているスーミカのやりとりが重ねられていくなかで、既存の「共助（保険）」でも「公助（行政）」でもない、新たな人間関係構築法としての「互助」が誕生し、スーミカ自身とリスナーに対して提案されている。

社会教育方法論としての「テレビ集会」：
農村におけるテレビ集団聴視実験調査(1956-57 年)の再検討に向けて

杉山昂平

(東京大学)

執行治平

(東京大学大学院・院生)

キーワード: メディア史 教育メディア 集団聴視 公民館

発表要旨

(1) 研究の目的

本研究は 1956-57 年にユネスコ、文部省、NHK によって実施された「農村におけるテレビ集団聴視実験調査」(以下、集団聴視実験)の関係者たちが、公民館などで開催した「テレビ集会」について、社会教育方法としていかなる意義づけを行っていたのかを明らかにする。それによって、既存の研究では十分論じられてこなかった集団聴視実験の「社会教育事業」としての側面を示し、普及期のテレビに対して学校教育とは異なる社会教育の文脈でどのような期待が寄せられていたのかを考察する。

(2) 先行研究との差異

集団聴視実験では 64 の実験調査地において、17 インチ型テレビの購入助成や、公民館主事などの現地指導者によるテレビ集会の組織、NHK による特別番組『伸びゆく農村』の制作と放送、社会学者や心理学者による実験効果の調査などが行われた。

これまでのところ集団聴視実験を主たる対象にした先行研究はないが、いくつかの研究において言及がなされている。例えば、船戸ほか(2022)は、農業・農村のメディア表象の系譜に『伸びゆく農村』を位置づけている。また、太田(2018)は地方におけるテレビ受容例として、自身が調査した青森県下北郡佐井村と集団聴視実験を対比させている。これらの研究はメディア史の観点から集団聴視実験を参照しており興味深い一方で、集団聴視実験本来の「社会教育事業」としての側面は検討していないと言える。

その中で注目されるのが、佐藤(2008: 228)の指摘である。佐藤は学校教育におけるテレビの系譜を論じる中で、教室のテレビから娯楽性を取り除こうとした学校教員の語りを、「公民館テレビ」の「開放的な気楽さ」を重視した論者と対比させている。佐藤はそれ以上の分析を行っているわけではないが、教育メディア史に集団聴視実験を位置づけるための手がかりを与えている。

普及期のテレビが教育メディアとして期待されたことはよく知られているが、そこで寄せられた期待には学校教育と社会教育の文脈で異なる部分もあったと考えられる。本研究が集団聴視実験における「テレビ集会」とその社会教育方法としての意義づけに注目するこ

とで、当時のテレビやテレビ視聴に対して持たれた社会教育的な期待の一端が示されるだろう。その作業は佐藤（2008）の指摘した「開放的な気楽さ」がなぜ重要視されたのかも明らかにすると考えられる。

（3）研究の方法

本研究では集団聴視実験の関係者（文部省官僚、公民館主事、社会学者など）が当時執筆した資料のドキュメント分析を行った。分析対象は、『放送教育』『視聴覚教育』『社会教育』『教育社会学研究』の各雑誌に掲載された集団聴視実験に関する記事のうち、テレビ集会の方法とその意義づけを論じた 11 本、および日本放送教育協会編『視聴覚教育の社会学』、文部省社会教育局『社会教育の現状 1957』、文部省社会教育局視聴覚教育課編『テレビと社会教育：農村におけるテレビ集団聴視実験調査報告書』である。

これらの資料に対して、社会教育方法としてのテレビ集会のどの側面が取り上げられ、それにどのような価値が付与され、当時の他の社会教育実践との関係性がいかに論じられていたのかをコーディングし、テレビ集会の意義づけとしてどのような主題が見られるのかを分析した。

（4）得られた知見

分析の結果、関係者は大別して 2 つの観点からテレビ集会を意義づけていたことが明らかになった。すなわち、テレビ集会に「生活改善につながる討論」と「楽しい集まり」が同居する点が、社会教育方法としての強みと論じられていた。佐藤（2008）の指摘した「開放的な気楽さ」は、多くの関係者もテレビ集会の意義と考えていたのである。

テレビ集会は公民館においてテレビ番組を集団で視聴し、番組内容について討論することを基本的な形式とする。それは 16 ミリ映画会と比べると、テレビ放送に間に合わせるために集会の開始時間が厳守されやすくなり、また毎週定期的に新しい番組が放送されそれを視聴・議論するために、農村の近代化に向けた教育効果も上がりやすいとされた。こうした意義づけは、当時の新生活運動にも関連づけられている。

他方で、テレビ集会では性急に討論による教育効果を期待せず、まず人々が集まる場をつくることも重視された。当時の公民館には青年学級や婦人学級など、若者・女性による活動の場という側面があった。それに対してテレビは老若男女を問わず人気のある新奇な娯楽媒体であったため、テレビを楽しむに日常的に多世代の人々が集まることにも意義が見いだされた。実態として視聴番組も『伸びゆく農村』に限らず、様々な番組が自由視聴されていた。もともと公民館は寺中作雄によって「村の茶の間」として構想された社会教育施設であり、テレビ集会はその体現としても意義づけられたのである。

陰謀論の認識論

—マスメディアからデジタルメディアへの変容の観点から—

小川凜

(明治大学大学院・院生)

キーワード: 陰謀論、マスメディア、デジタルメディア

発表要旨

(1) 研究の目的

本報告の目的は、マスメディア時代からデジタルメディア時代へのパラダイムシフトに伴い、陰謀論への認識がどのように変化してきたのかを明らかにすることである。

陰謀論は、長い歴史の中でオーソドックス、つまり公式に認められた正当な知識 (influential orthodox knowledge) として捉えられてきたが、それが第二次世界大戦の後、主流から周縁さらには異端へと追いやられ、ヘテロドックス、つまり汚名化された知識 (stigmatized heterodox knowledge) として扱われるようになったことが知識社会学の学術的貢献でわかっている。しかし、現在、陰謀論の人気は復活しつつある。ここ数年、陰謀論の議論は、研究者だけでなく一般市民をも巻き込んで、社会問題となっている。特に最近では、メディアと陰謀論の関係性に注目が集まっている。本報告では、なぜ現在陰謀論が再び人気になっているのかをメディアの観点から明らかにしたい。

(2) 先行研究との差異

メディアの観点からの陰謀論の学術研究は、主に、マスメディア(文学、映画、ラジオ、テレビなど)における陰謀論の発現に焦点を当ててきたが、デジタルメディアにおける陰謀論を分析したものはわずかであり、ミクロ的な限定的な結果を示している。つまり、マクロ的にメディアの特徴に言及しながら陰謀論との関係性を示す研究はほとんどないと言える。

(3) 研究の方法

本報告では、マスメディアとデジタルメディアの特徴を比較することで、陰謀論がどのように変容しているのかを考察する。まず、マスメディアとデジタルメディアの効果や影響を整理する。そして、それぞれの陰謀論の認識を事例とともに明らかにしていく。

(4) 得られた知見

以上の分析を通して明らかになったことは、第一に、マスメディア時代の陰謀論とデジタルメディア時代の陰謀論の認識の違いである。まず、マスメディア時代の陰謀論は、「周縁化した知識(fringe knowledge)」や「汚名化した知識(stigmatized knowledge)」とみなされてきた。主要な主流メディアを含んだ認識論的権威(epistemic authorities)によって「主流」

と「周縁」との間に明確な境界線が構築されていたマスメディア時代では、陰謀論に対する2つの異なる立場が存在していた。まず「周縁化した知識」としての陰謀論は、娯楽的なサブカルチャーとして受容され、メディアに無視される周縁的なものと捉えられてきた。例えば、フラットアース(地球平面説)、アポロ計画陰謀論、未確認飛行物体(UFO)をめぐる陰謀論などは、現代科学には否定されているものの、一部の集団を魅了していたのである。次に、「汚名化した知識」としての陰謀論は、公式とは異なる反権力的な見解であり、ジョン・F・ケネディ大統領暗殺事件やアメリカ同時多発テロ事件をめぐる陰謀論が例として挙げられる。ここでの陰謀論は、事実ではない虚実としてメディアに取り上げられ、「誤情報」と捉えられてきた。

一方で、デジタルメディア時代の陰謀論は、「サイバーカスケード化された知識(cyber-cascaded knowledge)」として認知される。伝統的な認識論的権威に依拠せずに、情報発信が可能になった時代では、ゲートキーパーの役割が正常に機能せず、集団極性化が起きている。新しいメディア環境は「影の国家」が世界を支配すると主張する極右陰謀論(Qアノン)や、「COVID-19のワクチンは政府が国民をマイクロチップ化するためのもの」と主張する陰謀論などを生み出し、ソーシャルメディアを通して拡散され、民主主義へ重大な影響を与えている。ここでの陰謀論は、多元的な事実に対する一つの解釈であり、実は極端に偏った意見にも関わらずそれが主流派の意見だと錯覚されている。

以上の両者を比較すると、マスメディア時代の陰謀論は、認識論的権威の管理下で、そもそも目にすることがなかったり、たとえ目にしてもそれは否定する形で提示されたりしてきたが、デジタル時代の陰謀論は、認識論的権威の権力範囲外で「陰謀論」というラベルが付与されない形で肯定的に発信され、多くの人の関心を惹きつけることがわかった。

第二に、本報告を通して副次的に明らかにしたのは、陰謀論への対処についてである。マスメディア時代では陰謀論を信じることは、パラノイアや統合失調症などと捉えられ、学術的に、陰謀論を信じる原因とその治療法を探る研究が多くなされてきた。しかしながら、現在、陰謀論は再主流化の傾向があり、認識論的権威が陰謀論的言説を否定したとしても解決には至らない。デジタル時代の陰謀論の対処法としては、権力に頼らない市民教育やメディアリテラシーの重要性、特に寛容(tolerance)が重要となる。

X(旧 Twitter)における政治的な話題の拡散プロセスとその情動的な構造 ——「STOP！インボイス」の投稿から——

浦野智佳

(立命館大学大学院・院生)

キーワード：SNS、Twitter、X、質的分析、情動

【発表要旨】

(1) 研究の目的

本研究の目的は、X（旧 Twitter）における政治的な話題の拡散プロセスとそれに関わるユーザー層の構成を明らかにし、SNS における政治的議論の情動的な構造を提示することである。これに伴って、X の投稿を質的に分析し記述する手法を構築すると共に、Twitter が X としてサービス内容やプラットフォームの設計を変更してからの状況を明示する。

(2) 先行研究との差異

X をはじめとする SNS での情報の伝播に関する研究は既に多くあるが、その大半が統計処理やテキストマイニングなどを用いた量的分析を行うものである。膨大なユーザー数を抱える SNS の投稿を数多く分析するには、ビッグデータを用いた量的分析が有効なのは確かである。しかしそれだけでは、SNS 特有の、ユーザーコミュニティごとに共有される文脈性に大きく依存して省略された言葉遣いの意味や、話題ごとのユーザー層の性質の違いといった情報をとりこぼしかねない。

本研究では、各投稿の具体的な記述や、投稿の拡散に関わる各ユーザーのプロフィール情報などを読み込む質的分析を行うことで、SNS における政治的な議論の拡大についてより具体的かつ情動的な構造を捉える。考察に情動という視点を加えることで、複雑な様相を呈する人々の動態を実際的に記述することが可能となる。

また、Twitter 社と X 社の合併に伴うサービス内容の変更が行われてからの状況を記述するという点で、本研究には既存の研究にはない新規性があると言えるだろう。本研究は、Twitter が X へと移行する際にサービス内容やプラットフォームの設計を変更したことによって変化するとされるユーザー層の規模や、情報が伝播する仕組みについて確認するものでもある。

(3) 研究の方法

本研究では、「STOP！インボイス」という団体の、X における公式アカウントによる投稿を対象として分析を行う。通称「STOP！インボイス」は、「インボイス制度を考えるフリーランスの会」を正式名称として、2021 年 12 月 1 日から現在に至るまで活動を継続している。活動の内容は、日本政府が複数税率に対応した仕入税額控除の方式として導入したインボイス制度に対する抗議・反対活動である。同団体の活動には、X、YouTube、Instagram、

TikTok、note といった複数の SNS およびプラットフォームが利用されている。団体はこれらのサービスを利用して、活動の周知やインボイス制度に関する啓蒙を行っている。

「STOP！インボイス」の X における公式アカウントによる投稿のうち、特に多くのリポスト（リツイート）を得ている投稿をとりあげ、これをリポストするアカウントのプロフィール情報や付されるコメントの内容、タイミングについて収集し、質的な分析を行う。また、とりあげた「STOP！インボイス」公式アカウントによる投稿をコメント付きでシェアする投稿についても同様に分析を行うことで、ひとつの投稿がどのように拡散されていくのかを観察する。

(4) 得られた知見

「STOP！インボイス」の X における公式アカウントによる、2022 年 12 月 5 日午後 9 時 45 分の投稿と 2023 年 9 月 19 日午後 10 時 12 分の投稿を対象に分析を行った。2022 年 12 月 5 日午後 9 時 45 分の投稿にコメントを付して拡散する投稿に関しては、漫画家やイラストレーターといったクリエイター層が「STOP！インボイス」の活動への賛同を求める内容のコメントや、そうした呼びかけに応じて賛同を表明するものが多く見られた。

2023 年 9 月 19 日午後 10 時 12 分の投稿にコメントを付して拡散する投稿に関しては、より幅広いユーザー層によってさらなる署名を呼びかける内容がコメントされている。

前者はインボイス制度によって不利益を被る当事者としての意見が比較的長めの文章で述べられているものが多いのに対し、後者は短文で署名の数を増やすことのみを訴えるものが多く見られた。

この比較からは、話題が拡散するにつれて活動を支える論点が置き去りにされ、議論を抜きにして活動への同調を求める情動ばかりが高まっていく様子が観察できる。

政治的な話題が X 上で伝播していくプロセスには、複雑な議論がより単純に情動的な形へと移行していく様子が見てとれた。こうした話題の単純化は、フォロー外のアカウントの投稿を各ユーザーのホーム画面に多く表示する「おすすめ」機能の実装による、文脈を切断した上での拡散も大きく関わっていると推測できる。

匿名掲示板 LIHKG が反送中以降の香港の社会運動へ与えた影響

石井大智

((株)Japan Nexus Intelligence)

キーワード:匿名掲示板、社会運動、香港、アイデンティティ

発表要旨

(1)研究の目的

2019年6月以降の香港の社会運動は「リーダーなきデモ」として知られている。このようなデモにおいては政治的リーダーが賛同者に政治的メッセージを拡散するという単一方向的モデルは成立せず、双方向的・多方向コミュニケーションの中で社会運動の方向性が決まっていくので、様々なメディアで人々が何を語り、何を受け取るのかがデモの方向性を決める上で非常に重要なものとなる。各メディアはその特性に合わせて異なった使われ方をするわけだが、今回は香港で主に利用されてきた匿名掲示板である LIHKG が社会運動によってどのように利用されてきたのか、それが他のメディア・プラットフォームとどのように違うのかを明らかにする。

(2)先行研究との差異

ソーシャルメディアと社会運動の関係性についての先行研究が多くあるが、近年の匿名掲示板について取り上げたものは多くない。匿名掲示板は Facebook や X (旧 Twitter) とは全く異なる投稿方法や表示方法を有しており、さらに運営体制 (特にコンプライアンス意識) も異なる。匿名掲示板についての分析を提示することで、プラットフォームの仕組みの変化がどのように社会運動に関わる人々の利用方法に影響をもたらすかより幅広く提示することができる。

(3)研究の方法

発表者がデモ当時に記録した LIHKG 上の投稿についての記録を参照し、それらを整理し、どのような言説があったのか質的に分析した。

(4)得られた知見

A. 建設的議論の難しいプラットフォームとして

LIHKG ではタイムラインの順番はそれぞれのユーザーに対してカスタマイズされることはなく、ただどれだけスレッドへの返信があるかで決まる。一つのスレッドの「賞味期限」は非常に短く、新しいスレッドが生まれそこに返信が集まるようになったらすぐにタイムラインの下の方に移動してしまう。したがって、各スレッドは多くのユーザーの関心を引こうとアテンション競争することになるわけだが、そうなれば注目を集めようと過激なスレ

ッドが増加するようになり、デモの方向性などについて落ち着いた議論をするのは難しい。

LIHKG ではスレッドをクリックすると常に最初のスレッドが表示され、スレッドの最初の投稿のみが注目される傾向が強い。その後の返信にはあまり注目が集まらないので、連続した議論にはなりにくい。また、スレッドの返信が多いほどタイムラインで上に行く仕組みになっているので、スレッドの返信は単にタイムライン上でのそのスレッドの位置を上げるために使われることも少なくない。それもよりスレッドの返信の重要性を低下させている。

このような LIHKG の話題が目まぐるしい変化し続けていたことは LIHKG 上のオピニオンリーダーの不安定化にもつながっている。LIHKG 上で目立つユーザーが目まぐるしく変わる傾向にあり「誰かの発言が影響力を持つ」という状況を作り出しにくくしている。これは香港デモが「中央集権型」ではない「分散型」デモであることを裏付けているとも言えるが、オピニオンリーダーの欠如も建設的議論をより困難にしたと言えるだろう。

B. アイデンティティを寄せる場所として

しかし、LIHKG は実際のデモに対する影響力とは別に、若年層をはじめとした一部のデモ支持者のアイデンティティを寄せる場所になっていた。

LIHKG はデモ中に使われていた主要なオンラインプラットフォームの中で、数少ない主に香港のユーザーのみを対象にしたものである。香港人でも中高年が見るとわからないような若者言葉・ネット用語が数多く使われていたが、このような香港独自のハイコンテクストな文化が共有できる場所は香港が（中国語圏と英語圏に開かれている場所だからこそ）そう多くはない。香港独自の文化やアイデンティティを強調する「香港本土主義」的人々が増えていた中で、LIHKG に対して Instagram や Twitter とは全く違う感情を持っていたのである。

LIHKG ユーザーが自らのことを「連登仔」（LIHKG っ子）と呼ぶことがあるが、この言葉からは LIHKG への所属意識が感じられる。この言葉は LIHKG 外でも使用されており、2019 年 7 月 21 日のデモにおいては「撐起年青人、撐起連登仔」（若者を支えよう、LIHKG っ子を支えよう）と掲げた十字架を持って歩く老人もいた。さらに、LIHKG は「連登猪」のようなキャラクターも生み出し、オンライン上だけではなくレノウォールや街頭でもよく使われており、LIHKG ユーザー以外にとっても LIHKG が広くデモのシンボルの一つになっていたと言える。

このように、香港では「2ちゃんねる」に類似した匿名掲示板が、デモについての情報共有・議論に向いていないアーキテクチャーなのにも関わらず、一部のデモ参加者のアイデンティティの拠り所となり、デモの中心プラットフォームのように反体制派・体制派に扱われていた。この事例は議論の場としての匿名掲示板の限界と「コンセンサスを取る場所にはならないがシンボルにはなり得る」匿名掲示板の特殊性を提示している。

田原総一郎の「ジャーナリスト」への転身について

Jeremy Woolsey
(ハーバード大学大学院・院生)

キーワード: 田原総一郎、ジャーナリズム、メディア批判

発表要旨

(1) 研究の目的

『朝まで生テレビ!』や『サンデープロジェクト』という討論番組を通して、政治のワイドショー化に大いに貢献したと言われる田原総一郎。そもそも学生運動家やフーテン族など、日本社会の周辺にいる人々を対象にテレビドキュメンタリーを制作していた田原が、なぜ日本の政治、言い換えれば「権力の中核」に関心を持ったのだろうか。

本研究では、立花隆の「田中角栄研究」(1974年)がもたらした「ニュージャーナリズム」と呼ばれるフリージャーナリズムの流行を、メディア文化の観点から捉えた上で、「アメリカの虎の尾を踏んだ田中角栄」(1976年)、「田中角栄独占インタビュー」(1981年)などの田原の代表的と思われる初期の記事を、この「ニュージャーナリズム」として位置付けることを試みる。そして田原が日本の議会政治や権力構造に関心を持つことになった契機を探るために、また政治家の「本音」を生放送で引き出そうとしたその後のインタビューの形式を論じるために、彼がジャーナリストに転身した当時のメディア環境を理解する必要があることを強調したい。

(2) 先行研究との差異

田原総一郎を取り上げる先行研究は少なく、代表的なものとして丹羽美之の「ドキュメンタリー青春時代の終焉」(2007年)が挙げられる。この論文は田原のドキュメンタリーのスタイルを鋭く分析しており、田原のドキュメンタリーは、製作者と出演者を激しく対立させる、「介入型」「挑発型」の方法に基づいていると述べている。一方、田原を、ドキュメンタリーの製作者としてではなく、「ジャーナリスト」として論じる研究は管見ではまだ見当たらない。

また、「ニュージャーナリズム」についても、このアメリカ発の、ジャーナリズムと文学を融合させたスタイルが日本に輸入された過程を分析する研究(武田、2017年)はあるものの、日本のマスコミの構造(新聞を中心とするメディア系列、55年体制下で制度化された番記者など)に対抗しようと生まれた、このメディア文化の独自の文脈は見過ごされているように思える。本稿では「ニュージャーナリズムを確立した」として、1983年に菊池寛賞を受賞した立花隆に注目し、立花隆の取材・情報処理が日本のフリージャーナリズムにどのような影響を与えたのかを明確にした上で、それを田原の場合と比較することを試みる。

（３）研究の方法

本研究は言説分析を用いるものである。当時、月刊誌発行部数のトップを誇っていた『文藝春秋』から『現代の眼』や『創』などのマイナー系の雑誌に至るまで、1970～1980年代の「ニュージャーナリズム」を支えていた雑誌文化、言論空間とそれに関わるジャーナリストたちの言説、論争などを浮かび上がらせながら田原のジャーナリストへの転身の過程を辿っていく。

（４）得られた知見

田原総一郎のジャーナリズムへの転身を理解するためには、「ニュージャーナリズム」というメディア文化を理解することが欠かせないことを確認した。これはアメリカと同様に、学生運動とベトナムの反戦運動を背景に客観報道に対する不満から生まれたものであるが、同時にいくつかの特徴が挙げられる：

1. 立花隆の「田中角栄研究」は55年体制下に制度化された新聞の在り方を批判していた。つまり番記者が持つ（とされていた）「エリート意識」に対して、ある種の「アマチュアリズム」を理想としていたのである。
2. 「田中角栄研究」が掲載された『文藝春秋』1974年11月号の編集後記には、その記事の動機は「正義感」からではなく、「好奇心」に基づいたものだと書かれている。これは当時の日本のニュージャーナリズムはあらゆるイデオロギーに批判的で、またそれは、1970年代以降、55年体制のイデオロギー対立自体が形骸化していたという事実の反映でもある。
3. 「事実」は「外」の世界に存在し、記者が一人でそれに直接アクセスすることができるという、経験主義的な世界観に基づいている。これを背景に日本の権力構造を、理論に頼らずに帰納的に捉えようとする試みも生まれた。
4. 立花と田原の他には、柳田邦男や本多靖春などのフリージャーナリズムの代表作家にはいわゆる「脱サラ」が多い。組織から「解放」されることで、「個人」として活動するという、男性的ロマン主義の要素も含まれていた。

筆者は日本の「ニュージャーナリズム」を以上のように整理した上で、立花隆がもたらしたフリージャーナリズムのブームに影響を受けながら、田原が、最初から政治の「エンタメ化」を目指した点を強調した。もともとテレビ出身の田原は、立花より戦略的にメディアに関わり、「メディアはプロセスを伝えるもの」という再帰的なドキュメンタリーのスタイルを活字でも再現していた。またはジャーナリズムの活動の中で得られた人脈はその後の『朝まで生』や『サンデープロジェクト』を支えていたことにも注目に値する。

日中テレビ CM の比較～スポンサー企業の業種についての調査

吉松 孝
(九州共立大学)

キーワード:中国、CM、テレビ、CCTV、業種

発表要旨

(1)研究の目的

本研究の目的は、中国テレビ局で、CM スポンサーとして出現する企業名を調査し、出現企業の傾向や背景の分析を試みるものである。中国テレビ業界のスポンサー構成企業を把握することで、主要企業が国内テレビメディアをどのように活用しているかの把握、台頭する企業の情勢、メディア展開を把握でき、一般市民（視聴者）をターゲットにビジネスを展開する中国企業の状況が分かる。テレビ CM は、メディアとビジネスが交差する表層の一つとして考えられ、放送という公共性の高い媒体ゆえに可視化されている。調査結果は業界関係者の番組制作や、番組内容の編成に活用でき、今後のメディアビジネスの発展や広告戦略の最適化に役立つ。また、新たに日本のテレビ CM を調査対象に加えることで、日本と中国の市場を比較的な分析、中国市場研究やアジア市場研究の一助となり得る。

(2)先行研究との差異

中国テレビメディアに関する研究は、王昊青（2004）、郭彦彤（2022）、王治国（2008）、金翼、范杏春（2001）、周梦（2023）などが行っている。これら一連の既存の先行研究では、テレビメディアの隆盛や今後の統合の可能性について述べた内容が中心である。しかし、こういった業界が中国テレビ業界で主要なスポンサーになっているかといった分析は見られない。また、業界の属性と中国テレビの主要スポンサーとの関連性など、スポンサー企業の業界構成に焦点を当てた分析が見られないため、筆者の研究を進めることで、実践的なビジネス側面を含めた知見を得ることができる。

中国では、地方衛星テレビ局は衛星放送技術を使用して番組を配信しており、中国国内全土に広がる衛星受信設備を利用することで、地方衛星テレビ局の番組が中国全土で視聴できるようになっている。地方では、湖南、東方（上海）、北京、浙江、江苏などの衛星テレビ局が全国的に注目を集める番組コンテンツを放送している。

筆者の研究は、中国テレビチャンネルで放送される CM コンテンツの業種についての分析や内容分析を通じて、日本から見た他国（本研究では中華圏）のメディア市場を探るという試みである。成果として、中国テレビ市場におけるビジネスや政策決定のための洞察の取得や、市場の性質に関する知識の深化が期待される。

(3)研究の方法

本研究では、調査対象を、中国国営 CCTV-1 (チャンネル 1) と日本のキー局 (日本テレビ、テレビ朝日、TBS、フジテレビ) とし、局の主要時間帯や番組から無作為に時間帯を設定し、CM 企業名・ブランド名・製品名を抽出する。中国の企業名の出現は、CCTV-1 のストリーミング放送を視聴し、期間を限定して時間帯、番組名、製品名 (ブランド名)、企業名を記録 (2023 年 5 月～2024 年 1 月) する、日本の企業名は、日本 (東京地区、福岡地区) でキー局の番組を視聴することにより記録 (2024 年 1 月～2024 年 2 月) する (中国 N=212、日本 N=212)。なお、連続して同一内容の CM が出現した場合は 1 回としてカウントする。業種の分類項目は筆者が作成する。集計結果から、両国において、どのような業種が上位を占めるのかについて共通点と差異 (カイ 2 乗検定: 有意水準 0.05) を見出し、背景を探る。

(4)得られた知見

調査の結果、中国 (CCTV-1) での抽出企業名 (N=212) のうち、「青花郎」「君品习酒」「红星二锅头」など酒のブランド名 (企業名) 出現割合は 22.2%、「广东」「山东」「贵州」などの地方 PR が 22.2%、「胡姬花」「鲁花」「福临门」といった食用油が 7.1%で、酒類業界と地方 PR がそれぞれ 2 割以上を占めた。また、酒類、食用油や調味料といった体内摂取品の業種が 46.7%と約半分を占めていることが分かった。一方、日本での抽出企業名 (N=212) のうち、ウェブサービスの出現割合が 13.2%と最も高く、次いで、食品が 9.9%、車が 9.4%と、中国の CM スポンサーの業種構成とは大幅に異なる結果となった。日本では、外食を含む体内摂取品の割合は 25.5%と、中国と比べて低い結果となった。また、日本のテレビ CM では、外食 (7.5%)、住宅 (5.7%)、人材サービス (0.9%) など、中国テレビ CM の調査 (本研究の調査時点) では出現しない業種が存在することが分かった。

これらの結果は、今後の両国の市場構造や産業構造、社会構造、生活習慣の差異についての理解に繋がるものと考えられる。また、日本の代理店や旅行、地方自治体などコンテンツ制作に携わる関連業界も、両国の市場の差異を理解したうえで、中国のテレビ市場の現状分析の理解とコンテンツ戦略の策定が可能になる。

「ハッピーダイバーシティ:しあわせな未来！」
ーテレビ CM の記号論的分析による「ダイバーシティ」イメージの考察

柳志旼
(東京大学大学院・院生)

キーワード: 広告、テレビ CM、ダイバーシティ、記号論的分析

発表要旨

(1) 研究の目的

本研究は、2020 年前後の日本のテレビ CM において、「ダイバーシティ」がどのように表象されているのか明らかにすることを目的とする。

2015 年、国連サミットで「持続可能な開発目標（以下、SDGs）」が採択されて以来、日本では SDGs やダイバーシティ（&インクルージョン）が社会のキーワードとして急浮上してきた。特に東京 2020 オリンピック・パラリンピックを控え、政府のみならず、民間もこれらを積極的に推進してきた経緯がある。そのなか、日本国内の有数の広告賞のひとつである「広告電通賞」に「SDGs 特別賞」部門が新設されたり、UN Women の主導でメディアと広告による有害なステレオタイプを撤廃するための世界的取り組みである「Unstereotype Alliance」の日本支部が設立されるなど、広告業界においても SDGs やダイバーシティ推進への関心が年々高まってきている。

本研究は、このような背景を鑑み、昨今ダイバーシティを積極的に謳う CM が増えていることに着目する。テレビ CM を対象に「ダイバーシティ」そのもののイメージがどのように表れているのか記号論的分析を通じて明らかにし、その問題点を指摘する。なお、分析結果を踏まえ、ダイバーシティを「感じの良いもの (good/happy)」として語ることで、その背景にある権力／特権などの問題が隠されているという観点から批判的な考察を試みる。

(2) 先行研究との差異

本研究と密接な関係にある研究テーマとして「広告におけるダイバーシティ表象」と「メディアから読み解くダイバーシティ」の二つを挙げることができる。

第一に、「広告におけるダイバーシティ表象」に関しては、これまでに多くの研究がなされてきた。とくに、広告のなかのダイバーシティの欠如を指摘する研究は長年にわたって積み重ねてきており、従来の広告のジェンダー表象、人種表象などを分析した研究のほとんどがこれに当てはまる。しかし、ジェンダーや異文化（人種／外国人など）、年齢などの特定のテーマで取り組んだ研究は多いものの、「ダイバーシティ」という括りで、ダイバーシティそのもののイメージに焦点を当てた研究は非常に少ない。本研究は、従来の先行研究とは異なって、ダイバーシティそのものへの考察を試みるのが特徴的である。

第二に、「メディアから読み解くダイバーシティ」に関しては、わずかな研究しか行われ

てきていない。なお、その非常に少ない先行研究も、実例を挙げた研究のほとんどが新聞記事や報道を対象としており、広告を対象にした研究は管見の限り皆無である。企業の意思表示の手段でもある広告を分析することで企業側が、そしてそれがメディアを通じてどのようにつくり出されているのかを分析することは、ダイバーシティ研究においても新たな分析視座を提示することができると思う。

(3) 研究の方法

2020 年前後に放映したテレビ CM を対象に記号論的分析を行う。具体的には、清水建設「インクルーシブな社会づくり」(2019)、カネボウ「I HOPE」(2020)、Panasonic「幸せの、チカラに。」(2022) など、広告主の企業がダイバーシティ推進を積極的に表明している大手企業を中心に 7 本の CM を選定した。CM データには CM アーカイブや各企業の公式アカウント (SNS、YouTube チャンネル等) をつかってアクセスした。

記号論的分析は広告のビジュアルやサウンドも「コトバ」として考察できるという点で広告分析との親和性が高い (中野 2018)。本研究では、言語テキスト (セリフ・ナレーション・テロップ等) を分析材料とする言語学的アプローチより、視覚的要素も分析材料として扱う広告記号論のアプローチを踏まえる。

(4) 得られた知見

記号論的分析を行った結果、以下の 4 つの特徴が明らかになった。第一に、虹色などのカラフルな色相は「ダイバーシティ」を表す最も共通的な記号である。画面のトーンもほとんどの CM が明るいトーンで、淡い色相よりは色鮮やかな原色を多く使っている傾向にある。第二に、軽快な音楽を挿入することで全体的に明るくて希望に満ちた雰囲気を聴覚的にもつくり出している。第三に、登場人物は常に笑顔である。差別や偏見などに直面しているひとの苦しみや悩みなどはほとんど表現されず、幸せや希望を感じさせる笑顔が目立つ。第四に、セリフやテロップなどの言語テキストをみると、共通として「幸せ」、「未来」、「輝く」、「みんなと」といった希望を表す単語が繰り返し登場する。ダイバーシティ推進が「差別に立ち向かう」としての言説よりは、「幸せ／明るい未来」として置換されている。

これらを総合すると、テレビ CM に表象されているのは、社会が取り組むべき課題としてではなく、批判的な言説が抜け落ちた「感じの良いもの (good/happy)」、つまり「ハッピーダイバーシティ」であることがわかる。

メディアディスコースにおける「専門家」の認識可能性：
『Jリーグジャッジ「リプレイ」』を題材に

酒井信一郎
(立教大学)

キーワード: メディアスポーツ、エスノメソドロジー、専門知、専門家、スポーツ放送

発表要旨

(1) 研究の目的

本報告はメディアディスコースにおける「専門家」の認識可能性がどのようにして成立するのか、その成立を構成する実践の記述を目的とする。本報告の問題意識はメディア研究のエスノメソドロジーに導かれてのものである（上谷 1996; 是永 2017; 酒井 2010; 海老田・杉本 2020; Fele and Campagnolo 2021; Akiya 2024）。エスノメソドロジーでは認識可能性は相互行為を通じた実践によって成立する間主観的な達成物と捉えられる。ある人物が「専門家」であると誰にとっても（視聴者にも、研究者にも、制作者にも）認識できる・理解できる・描写できるのであれば、それはどのような方法によって可能となっているのだろうか。

(2) 先行研究との差異

メディアディスコースの外で専門家としての資格を持つこととメディアディスコースのなかで「専門家」となることは必ずしも直結しないとの報告がメディアに登場する専門家を対象とした研究によって示されている。「メディアスター」は必ずしも業績的に優れた人物ではなく、メディアのニーズに応じられる能力によるところが大きい(Neresini et al. 2023)。本人の資格や経歴とは直接関係のない話題で「専門家」としての知名度がメディアを通じて上がることがある（Ross Arguedas 2021）。「素人専門家」は語義矛盾ではなく現にメディア上に存在する（Conrad 1999）。誰が「専門家」となるのかという問題がメディアの設けるアジェンダ次第であることは、かねてから指摘されている（Lloyd & Norris 1999）。いずれも日本の事例ではないが、メディア上の「専門家」がどのようにしてつくられるのかとの問い自体は普遍的なものであろう。

本報告は先行研究と問題関心を共有しながらも、先行研究においてリサーチギャップとなっている「専門家」の認識可能性を追求する。認識可能性は決してトリヴィアルな問題ではない。「専門家」と認識できるからこそ数えたりモデルに適合させたりすることができるのであるから、認識可能性の問いは研究を基礎づけるうえでも問われる必要がある。また「専門家」と認識可能な存在をつくることはメディアの制作者が取り組む実践的関心事でもあるから、認識可能性への問いはメディアによってつくられる「専門家」という現象の理解に資することができる。

(3) 研究の方法

本報告では 2023 年度に放送された『J リーグジャッジ「リプレイ」』（以下、『リプレイ』）をデータとした事例研究を行う。『リプレイ』は 2018 年から続く J リーグの公式番組である。『リプレイ』はファンがレフェリーによる判定に疑問を持った直近の試合を SNS で募集し、該当する場面のリプレイを見ながら判定の妥当性を議論する番組である。2023 年度の出演者構成は司会者と元国際審判員の家本政明が毎回出演し、現役もしくは元選手の 2 名が毎回交代するゲストとして出演するかたちを基本的にとっている。

報告者は 2023 年度に配信された『リプレイ』全 33 回のうち 32 回分（第 30 回のみ未公開となっている）を YouTube で視聴し、独自のデータベースと分析データとなる 1260 分のトークの文字起こしを作成した。

（4）得られた知見

「専門家」の認識可能性に結びつく活動として分析的に特定された実践のなかから、本報告では二点報告する。第一に、競技規則に関する権威になることが挙げられる。これは司会者やゲストによる競技規則の理解を家本が評価したり、不完全な知識を完全な知識によって補ったりする相互行為を通じて実現される。家本は出演者のなかで最も競技規則を把握している者として期待される位置づけを受け、家本もそれに応える。たとえば司会者はゲストに対して競技規則についての知識テストを行うが、正誤の判定は家本に任される。第二に、知覚の組織化が挙げられる。家本は現場のフェレリーが議論を呼んだ判定の場面で何を見てどのような判断材料を用いて判定を下したと考えられるのかという「他者の知覚の知覚」（秋谷 2023）を観察可能にする。家本はリプレイ映像を参照しながら議論の対象となったプレーを競技規則という体系のなかに分類したり選手の細かな体の動きを際立たせたりすることによって「プロの見方」（Goodwin 1994）を実践してみせる。これにともない出演者や視聴者は知覚の変化を経験する。家本から「プロの見方」を教わる前と後では、同じ映像が違って見えてくるのである。こうした実践はまた、映像担当スタッフによる再生、拡大、画面分割といった操作や編集と家本のトークの相互行為からなるメディアディスコース上でなされる協働作業でもあることが確認された。

16 日(日)午前

外国にルーツをもつ若者のメディア利用とエスノ人種的境界
——インタビューデータの探索的分析から

有賀ゆうアニス
(大阪公立大学)

キーワード: 移民 2.5 世, 「ハーフ」, インタビュー, メディア利用, ソーシャルメディア

発表要旨

【研究の目的】

本報告の目的は, 「ハーフ」「ミックス」などの呼称で知られる移民 2.5 世, すなわち日本人と外国人の両親のもと日本で生育してきた人々を対象として, マスメディア視聴やソーシャルメディア利用が, どのようにかれらのエスノ人種的境界・アイデンティティの構築に結びついているのかを明らかにすることである。

【先行研究との差異】

エスニックマイノリティのメディア利用・受容に関する研究はこれまでメディア研究や隣接領域で蓄積されてきた (Bleich et al. 2015; Dhoest et al. 2012). 書籍・映画・テレビなどにおけるエスニシティ表象に対してマイノリティとしてのオーディエンスがどのように意味を付与しているのか (Bobo 1995; Liebes and Katz 1993; Shively 1992), またかれらのアイデンティティ・境界の構築にどのようにメディアが利用されているのか (藤田 2008; Jhally 1992; Stamps 2022), といった論点が論じられてきた。

以上の研究動向に, 本報告は 2 つの角度から貢献を図る。第 1 に, 日本の移民 2.5 世に焦点を当てることである。上記の研究動向は主に西洋圏に集中しており, その他の地域についての検討は不足している。また日本でも在日外国人のメディア利用については一定の研究の進展がある一方 (林 2023), その他のエスニックマイノリティ, 特に本稿で扱う移民 2.5 世のようなホスト社会により強く同化しているエスニック集団についての知見が不足している。

第二に, 一般的なオーディエンスの日常的な利用に焦点を当てることである。日本の移民 2.5 世に関する研究ではマスメディアにおけるステレオタイプや不可視化の力学 (岩淵編 2014; 下地 2018) やソーシャルメディアをつうじた自らの表象の構築 (有賀 2023; ケイン 2017; 2019) などが検討されてきた。しかしこうした研究は生産者やインフルエンサーなどに注意を集中させており, 一般的なオーディエンスのメディア利用 (e.g. Stamps 2022), 特に主流メディアを当事者がいかに受容しているのかという点を十分に上げていない。

以上の空隙を埋めることにより, 本報告は, メディア受容とエスニシティ, メディア受容とアイデンティティ, 移民の文化的統合とメディアといった研究論題の発展に貢献する。

【研究の方法】

報告者は 2022 年から 2024 年にかけて共同研究者とともに移民 2.5 世の若者を対象としたインタビュー調査を実施してきた。本報告では、このうち、報告者が単独で実施したインタビューのデータを用いる (n=12)。インタビューでは本人の生活史、対人関係、人種・エスニック意識、メディア利用を含む文化的活動・趣味などを尋ねている。協力者の許可を得て録音し文字起こしした会話を、「フレキシブル・コーディング」(Deterding and Waters 2021) の手法を用いてコード化した。メディア利用の様式、エスノ人種的アイデンティティなどの内容のパターンを検出し、当人の性別や人種といった変数とそれらがどう関連するかを考察した。

【得られた知見】

現時点で得られた暫定的知見は次のようである。

第一に、主流マスメディアの表象の受容ないしそれにもとづく他人との相互行為をつうじて、移民 2.5 世はエスノ人種的な包摂・排除を経験している。一方で、白人性に偏向した「ハーフ」表象や人種的に均質なメディア文化は、自らのエスニック集団への否定的評価を含意するものとして受容され、その排除を促すことがある。他方で、ステレオタイプの「黒人」像を戦略的に取り入れることで同輩集団内における地位達成に役立てるというように、逆にマジョリティとの社会関係を構築する事例もみられた。

第二に、ソーシャルメディアが代替的な表象の供給源として利用されることがある。国内の主流マスメディアにおいてメディア表象における人種的不平等・排除を感じていたとしても、人種的マイノリティのインフルエンサーをフォローすることで、肯定的な人種アイデンティティを保持するという事例が見られた。

第三に、ナショナルなメディア（文化）とトランスナショナルなメディア（文化）の相違や往来が移民 2.5 世のナショナル・エスニックアイデンティティや社会的ネットワークの構造に影響していた。一部の調査協力者はその背景ゆえに持続的にトランスナショナルなメディア（文化）とナショナルなメディア（文化）のもとで社会化されていた。かれらはそうしたメディア文化を使い分けることで広範囲な友人関係を構築したり、逆にそうした使い分けが十分にできないがゆえに特定の社会的ネットワークからの排除を受けていた。

癒しとしての「男同士の絆」

——1990年代メンズリブグループの機関誌を通じた参加者および読者共同体——

小埜功貴

(東京工業大学大学院・院生)

キーワード: メンズリブ, 癒し, フェミニズム, 男同士の絆, 読者共同体

発表要旨

(1) 研究の目的

本研究の目的は、メンズリブという1970年代のラディカル・フェミニズムの主張を男性側が引き取り、それと共振する形で男性の抑圧／被抑圧性からの解放を目指した市民運動を取り上げ、この運動が目指した男性解放の思想を探究する。その事例として、当時の運動のハブ的存在であった「メンズリブ研究会」に注目し、このグループの参加者を中心に発行していた機関誌『メンズネットワーク』の記述を分析する。本研究は、学問分野としての男性学が成立する一つの重要な契機となるメンズリブ運動の解放思想を明らかにすることで、メンズリブ運動および日本の男性学が規範的な男性性からの解放を目指すと同時に、どこへの解放を志向していたのかについて明らかにする。

(2) 先行研究との差異

これまでの日本の男性学研究においてメンズリブグループについて取り上げた報告は一定数存在する。その多くはメンズリブ運動の盛況期にあたる1990年代から2000年代に活動していた「メンズリブ研究会」を率いていた研究者たちによって記述されたメンズリブ運動の系譜や内実についての報告であるといえる。

しかしながら、メンズリブについて論じられる際に、「～からの解放」は多く言及されてきたが、オルタナティブな「～への解放」という視点でメンズリブが目指してきた解放思想について明瞭に論じられることは数少ない。男性学の泰斗である伊藤公雄は男性学を「男性の視点から、この男性社会を批判的に解剖することを通じて、男性にとってより“人間らしい”生活を構想するための（それは、女性にとっても望ましいことだろう）“実践的な学”」と定義づけており、「～への解放」の点を「“人間らしい”」と形容している。また、メンズリブ運動が掲げてきた「男らしさ」から「自分らしさ」という理念においては「～への解放」の点を「自分らしさ」と形容している。けれども、この二点が掲げている「人間らしい」や「自分らしさ」は、アイデンティティの不安定性や社会の流動化が進みゆくポストモダニズムの思想潮流においては不確立な頼りない概念としてしか成り得ない。

そこで本研究においては、日本におけるメンズリブ運動の主要な位置付けを占めている「メンズリブ研究会」が目指してきた活動の内実について、参加者が中心となって発行されてきた『メンズネットワーク』に記載された記述を元手に、このグループが目指してきた解放思想——特に、「～への解放」という観点——に注目する。これによって、当時のメンズ

リブ運動がどこへの解放を目指し、そして男性学がそこから何を引き取って学問分野として成立してきたのかについての重要な一端を見出すことができる。

（３）研究の方法

本研究では、「メンズリブ研究会」が1991年から2010年まで発行してきた『メンズネットワーク』（全91号）を取り上げる。主な分析の方法としては内容分析を採用している。この方法論を提唱するクリッペンドルフは「データをもとにそこから（それが組込まれた）文脈に関して再現可能で（replicable）かつ妥当な（valid）推論を行うための一つの調査手法」と定義づけており、本研究ではこの定義を内容分析のそれとして採用している。また、『メンズネットワーク』は参加者による実際の会を通じた心境の変化や会への感想が綴られることが多いのだが、それと同時に機関誌のなかでの交流もみられる。たとえば、前号に掲載された特定の記事の記述を対象にした応答文章および記事がある。このような交流に関する記述をみていく上ではダイアロジカルネットワーク分析という言説分析の一手法を用いる。ここでのダイアロジカルネットワーク分析は、鯉淵拓也がロイダー＆ネクバピルによる定義を引用した上で紹介する「メディアにおける会話のテキスト内特性を強調」した「1対1から、時間的に継続して新たに異なる1対1へと接続し展開する（中略）対話的コミュニケーション」として本研究では採用することとする。

（４）得られた知見

メンズリブ研究会がラディカル・フェミニズムの採用していたCR（コンシャスネス・レイジング）を採用することで男性限定の話し合いの場の催しや機関誌への寄稿、そして参加者および読者共同体が形成される。本研究が明らかにしたのは、彼らの間には癒しへ解放された「男同士の絆」が構築された結果とその過程である。この「男同士の絆」というのはセジウィックが提唱するようなミソジニーやホモフォビアといった差別感情に自身の被抑圧を昇華させた男性権利運動や弱者男性的な思想ではない。『メンズネットワーク』上に記述された男性同士による解放は、自身の男性としての弱さを弱さとして認め、そして相互に承認し合う男性ジェンダーについての対話が行われることによって癒し癒される「男同士の絆」である。

政治活動における「かわいい」記号の共有
ー2024 年台湾総統選選挙グッズを事例として

陳怡禎(日本大学)

キーワード: サブカルチャー、台湾選挙、政治運動

発表要旨

(1) 研究目的

本研究は、2024 年に行われた台湾の総統選挙を事例研究とし、選挙の勝敗を左右するとされる若者票を獲得すべく、各政党が取り組んだ戦略を考察する。中でも、本研究はとりわけ「選挙グッズ」に注目し、それらの選挙グッズを通して、若年層支持者はどのようなコミュニケーションを行っていたのか、さらにどのようなアイデンティティを構築しているのかを明らかにする。

(2) 先行研究との差異

多くの研究者は、台湾で行われる政治活動に、「祝祭性」や「日常性」の2つの特質があると指摘している(港 2014; 陳 2019 など)。その一方、多くの日本メディアは、台湾の選挙を「祭り」「フェス」と形容していたように、台湾の政治活動の「祝祭性」は鮮明に観察されていると考えられる。

このような台湾選挙には、政治的民主化を成し遂げた 1990 年以降に、ある「メディア」の出現が注目されている。それは、各政党や所属候補者は、支持者からの寄付金を募るために出したさまざまな「選挙グッズ」である。それらの選挙グッズには各政党の政策傾向や政党色に反映されている一方で、支持者もそれらの選挙グッズを日常的に身につけることを通して自らのアイデンティティを構築している。実際、政治家キャラクター及び選挙グッズが登場し、社会現象になったほどの人気を博したのは、1990 年代だった。台湾の政治活動における「かわいい」文化について長年研究してきた莊(2014)によれば、当時の若者を中心としたの野党支持者は、政治家キャラクターなどの選挙グッズへの購買行動を通して、「野党」「台湾人」「政府への反抗意識」「民主的価値」という四重のアイデンティティを構築していた。

莊が指摘したように、「かわいい」文化は、1990 年代以降の台湾政治場面に強く根付いているが、当時の野党は、2024 年総統選当時に権力を握る与党になっていた。すなわち、先行研究では、「かわいい」記号が用いられた選挙グッズに込められた「反抗」の意味は変わっていたと考えられる。本研究は、若者は「かわいい」記号としての選挙グッズを通して、またどのようなアイデンティティを構築しているかを考察していきたい。

(3)研究の方法

2024 年 1 月に行われた台湾の総統選挙を研究事例とする本研究では、以下のように研究を進めた。

筆者は、2023 年 12 月 21 日から 25 日に、台湾総統選に出馬する「民進党」（当時・与党）、「国民党」や「民衆党」の 3 つの政党の事務所（競選総部）やそれぞれの選挙イベントに訪れ、フィールドワークを実施し、選挙グッズを資料収集した。

(4)得られた知見

本研究はフィールドワークを通して、以下の 2 つの知見を得られた。

まず、前項において紹介した先行研究のように、本研究が注目した台湾総統選にも、政治家のかわいいキャラクター（ゆるキャラ）が創出されていた。政治活動に熱中している若年層支持者は、政治家の“分身”であるキャラクターを愛でることを通して、政党支持者としてのアイデンティティを強化していった。さらに、支持者は日常的に選挙グッズを身につけることを通して、支持者の間でのコミュニケーションを達成しながら、情動の共有や広がりを促したとみられる。

さらに、2024 年台湾総統選において、3 つの政党のうちの 2 政党は、特に「野球」記号が用いられるグッズを全面に展開させていた。「野球」は台湾において最もポピュラーな運動であるが、なぜ政治活動において「野球」記号が用いられていたか。本研究は、「野球」が象徴する文化・政治的意味を考察し、以下の知見を示したい：戦前や戦後の台湾社会では、「野球」記号は、「日本」記号とは緊密的に連結するものだと捉えられている。そのため、「親中」「親日／親米」が大きな焦点となっていた 2024 年の総統選挙において、「野球」記号は実是一種の政治的暗示となっていると考えられる。

関東大震災と美談：大川常吉署長の逸話はいかに継承されたか

韓光勲

(大阪公立大学)

キーワード：関東大震災、朝鮮人虐殺、大川常吉、美談、継承

発表要旨

(1) 研究の目的

本報告の目的は、神奈川県鶴見警察署長・大川常吉が関東大震災時に朝鮮人・中国人を保護して助けたという美談がなぜ現在に語りつがれているのかを明らかにすることである。関東大震災から 100 年が経過した 2023 年は旺盛なメディア報道がなされ、震災時に起きた朝鮮人・中国人虐殺に触れた報道も多かった。関東大震災では「朝鮮人が井戸に毒を投げた」や「朝鮮人が日本人を襲う」というデマが広がり、多くの朝鮮人が日本の軍隊、警察、民衆によって殺された。

関東大震災時に朝鮮人・中国人を救った大川署長の美談（大川美談）は現在、広く知られた逸話である。大川美談は新聞やテレビなどのメディアでも広く扱われてきた。全国紙：朝日新聞 DB「朝日新聞クロスサーチ」、読売新聞 DB「ヨミダス歴史館」、毎日新聞 DB「毎索」、産経新聞 DB「産経電子版」、日経新聞 DB「日系テレコン」で検索すると、1992 年から 2021 年にかけて合計 32 件の記事が見つかる（2023 年 3 月時点）。「ジー・サーチ・データベースサービス」で検索すると、1992 年から 2023 年にかけて 31 件の記事が見つかった（テレビ放送情報 2 件を含む。朝日、読売、毎日、産経各紙を除く。2023 年 7 月時点）。

大川美談はなぜ新聞やテレビを通して広く知られる逸話となったのか。本発表では 6 つのメルクマールとなる時期を設定し、それぞれの時期にいかに関大川美談が記憶されてきたのかを問う。

(2) 先行研究との差異

関連する主だった先行研究としては、朝鮮人虐殺の記憶に焦点をあてた研究があげられる。山田昭次は戦前・戦後に建立された追悼碑や墓碑、追悼運動や追悼会について分析している（山田 2003、山田 2011）。田中正敬・専修大学関東大震災史研究会編は千葉県における朝鮮人虐殺の解明と記憶の継承について分析した（田中正敬・専修大学関東大震災史研究会編 2012）。関東大震災 90 周年記念行事実行委員会は「記憶の継承」をテーマにした本を編み、各著者は震災記念堂、震災遭難児童弔魂像、追悼行事、追悼碑、ドキュメンタリー映画などについて論じている（関東大震災 90 周年記念行事実行委員会 2014）。これらは主に朝鮮人虐殺という「悲劇」に着目してきたが、本研究では大川常吉署長が朝鮮人・中国人を救ったという「美談」に着目する。

(3) 研究の方法

本研究では、文献調査とインタビュー調査を実施する。1923 年以降、大川美談が記録された文献を収集し、分析を行う。インタビュー対象者として横浜市の元小学校教員、元中学

校教員を選び、2022 年 11 月から 2024 年 2 月にかけて、それぞれのインタビューを実施した。

(4) 得られた知見

文献調査の結果、次のような結果が得られた。

1924 年、中島司は『震災美談』を出版し、大川美談を紹介した。中島司は朝鮮総督府の機関紙である京城日報で働いていた人物である。『震災美談』では、大川署長は民衆に対して「況んや朝鮮人は日本の国民である 陛下の赤子である、根拠なき流言浮説に迷はされて、非道の事があつては、お互の恥辱だ」と説得したといい、「鮮人に手を下すなら下して見よ」「此の大川から先きに片付けた上にしろ、われわれ署員の腕の続く限りは、一人だつて君達の手に渡さないぞ」と喝破したとされる。

1926 年に出版された西坂勝人『神奈川県下の大震災火災と警察』（警友社）でも大川美談が紹介されているが、これは中島司『震災美談』の再録である。

1953 年、民戦によって、「故大川常吉氏之碑が建立」が横浜市鶴見区の東漸寺に建てられた。

1970 年、神奈川県警察史編さん委員会編『神奈川県警察史』で大川美談と大川碑が紹介された。これは西坂勝人『神奈川県下の大震災火災と警察』からの引用であり、中島司『震災美談』からの孫引きである。

1980 年に出版された門司亮『わが人生』で大川美談が紹介された。1980 年代、横浜市の小学校教員であった山本すみ子の授業で、大川美談が掘り起こされた。下野小の児童が門司亮宅を訪れ、大川美談を聞いたのである。さらに、山本すみ子からこの逸話を伝え聞いた牧師の李仁夏が、全国同和協議会での講演で大川美談を紹介した。

1992 年、大川美談を紹介した朴慶南『ポッカリ月が出ましたら』が出版された。朴慶南は李仁夏、門司亮を取材している。この年以降、新聞・雑誌等のメディアで大川美談が紹介されるようになる。1996 年、藤岡信勝『教科書が教えない歴史』で大川美談が紹介された。

2000 年代に入ると、郷土史家である林正己や中学教諭であった後藤周が中心となり、大川美談を継承する活動が始まった。後藤周は大川美談に関心を持ち、過去の記録を調査する活動を行なっている。

女性誌における身体表象の歴史的変遷—人種概念の観点から—

ペツリカノ・エリーザ

(北海道大学)

キーワード: ジェンダー研究、女性誌、マイノリティ研究、マジョリティー、人種

発表要旨

(1) 研究の目的

本報告の目的は、日本の広告媒体及び女性誌における身体表象を分析することである。特に「憧れ」と「親近感」という2つの要素に注目し、人種概念と表象過程の関係性を明らかにすることを目的とする。

日本のメディアにおける視覚的特徴により「外国人」とみなされる身体（とりわけ、白人の身体）の出現する率が、日本在住の「外国人」と対比してかなり高いということがしばしば研究で指摘されている（李 2012）。「外国人」に見える人々の表象は概ね好意的な表象であり（萩原 2004）、観客に「憧れ」を抱かせる立場で登場することが多いとされている（李 2012、小坂井 1996）。

しかし、「異文化受容パラドックス」を提案した小坂井(1996)が指摘するように、広告における「外国人」は、「日本人」のアイデンティティを脅かさない立場で登場することが殆どである。「憧れ」という概念を英語で説明する際に Kelsky(2006)は、ラカンの定義する欲望を引用する。つまり、自分にないものを求める気持ちとして「憧れ」を解釈している。これらの先行研究から、他者である「外国人」がしばしば登場する「憧れ」の立場は、「日本人」の視聴者から一定の精神的距離に置かれていることが提案できる。かわりに、精神的な距離が近い「親近感」の立場でよく現れるのは、「日本人」とみなされる身体だとされている（小坂井 1996）。

表象における人種と精神的な距離のからみ合いは、国民の認識形成における「自己」と「他者」の認識に影響を与える可能性があると考えられる。さらに、精神的な距離が遠ければ遠いほど、表象過程における「モノ化」(Nussbaum 1995)をもたらす可能性が高くなると考えられる。

本研究では、

- ① 「憧れ」と「親近感」と人種概念のからみ合いの有無を歴史的に検証する
 - ② 「憧れ」と「親近感」と人種概念のからみ合いを分析し、「自己」と「他者」という概念の構築過程とその歴史的な変動を明らかにする
- ということを目的とする。

(2) 先行研究との差異

広告媒体、及び女性誌における身体表象と人種概念の観点が取り上げられている先行

研究が様々ある。テレビ広告における「外国」や「外国人」のイメージを分析するために、「外国人」の出現する率を分析した研究は 90 年代から 2000 年代を中心に発表されたが（萩原 2004、小坂井 1996）、これらの研究は、本研究と異なる量的分析法を使用している。

また、ジェンダーという観点からメディア媒体を分析し、人種とのからみ合いを取り上げている研究もいくつか発表されている。

井上輝子編(1989)は、日・米・メキシコの三国の女性誌をジェンダー論の視点から分析した。とりわけ広告に焦点を与える諸橋論文と、「かわいさ志向とセクシー志向」を中心に論点を発展する飯野・伊左治・竹内論文は、本研究のテーマに近い。しかし、上記の論文の方法論は本研究と異なる。日本で出版された媒体を歴史的に分析するのではなく、同期的な資料を用いて国際比較を行っています。

李（2012）の研究でも、本研究と共通して人種についての分析があります。しかし、李の研究もやはり量的、かつ同期的な研究である。

戦後の女性誌における女性の身体の表象をテーマにする落合（1990）の研究においても人種と身体の絡み合いについての分析が窺えられる。質的分析法を用いているところと、1950 年代から 1990 年代までの幅広い歴史的期間を分析対象とした設定は、本研究との共通点である。しかし、落合の論文では人種概念と身体表象の関係性は二次的な観点としてしか扱われない。また、分析された資料の選別方法も本研究と異なる。

(3) 研究の方法

本研究では、1960 年代から 1980 年代までの資料を分析する。資料としては、日本で作成された広告と女性誌を中心に扱う。女性誌に関しては、各年代でもっとも発行部数が多かった女性誌（女性自身、non-no、JJ）と、時代を代表した雑誌として考えられる媒体（装苑、ドレスメーカー、an-an、CanCam）を資料として選別した。広告は上記の女性誌で登場したものをはじめ、広告媒体に焦点を当てた二次資料を用いて幅広く収集した。

本研究では、質的分析法を用いる。主な研究法としては、マルチモーダル言説分析（MDA）を用いる（Kress and Van Leeuwen 1996; 2001, Macin and Mayr 2012）。言語学の強い影響を受けた MDA は、文章のみならず画像、音楽、動画などの各媒体の構成を精密に分析し、社会的に構築された意味合いを明らかにすることを可能にする。しかし本研究では歴史的な資料が扱われているため、正確な MDA を行うために当時の社会的文脈を深く理解する必要があると考えられる。そのため、幅広い文章の収集を元に行われるフーコー派の言説分析（Rose 2001; Tonkiss 1998）を用いて、MDA で分析したデータを補った。

(4) 得られた知見

網羅的に歴史的な資料を分析することにより、日本における人種概念と身体の表象の関係性の歴史的変遷を描くことを試みた。歴史的な移り変わりを分析することによって、先行研究で取り上げた量的且つ同期的な研究で得られた知見の起源のみならず、先行研究の結

果で顕在化されたパターンに対して例外的といえる事例で示される、表象過程の複雑性も明らかにできたと思われる。

日刊『アサヒグラフ』(1923)における漫画的表現の展開
：風刺画と「ストーリーマンガ」のあいだ

陰山涼

(東京大学大学院・院生)

キーワード：漫画、アサヒグラフ、岡本一平、正チャンの冒険、親爺教育

発表要旨

(1)研究の目的

日刊『アサヒグラフ』は、1923年1月25日の創刊号から同年9月1日の第220号まで発行された日本初の日刊写真新聞である。関東大震災の影響で休刊を余儀なくされたが、同年11月24日からは週刊誌として再出発し、2000年まで継続して刊行された。

マンガ史研究において、同紙は「正チャンの冒険」と「親爺教育」という2つの「ストーリーマンガ」的表現が連載された媒体として知られている。これらはコマ割りやフキダシなど現代のマンガと共通する形式を備えており、しばしば日本の出版メディアにおけるマンガ的表現の源流ともみなされてきた。本発表では、日刊『アサヒグラフ』に掲載されたマンガ的な絵画表現を総合的に分析したうえで、当時の紙面における2作品の位置付けを検討する。1920年代初頭の日本の出版メディアにおいて、複数のコマを使って物語を描く「ストーリーマンガ」的な表現の連載という試みがいかに実現したのかを明らかにすることが、その目的である。

(2)先行研究との差異

『アサヒグラフ』に関する先行研究の多くは写真史・ジャーナリズム史的な関心に基づくもので、その写真新聞・グラフ誌としての性格に注目してきた。これらの研究では、視覚性を重視した画面構成の一環としてマンガ的表現の存在が指摘されることはあっても、具体的な分析は行われていない（金子1999、添野2003）。

一方、マンガ史研究においては「正チャンの冒険」と「親爺教育」という2つの連載作品が注目されてきた。2作品は、日刊『アサヒグラフ』休刊後にも朝日新聞本紙や週刊『アサヒグラフ』で連載が続き、単行本が刊行されてそのキャラクターが人気を博すなど、一定の社会的影響力を持ったとされる。ただし、先行研究は作品自体に注目する傾向が強く、日刊『アサヒグラフ』紙面におけるその位置付けは十分に検討されていない（竹内1995、宮本2003、Exner2021）。また、同紙には2作品以外にもコマ割りされたマンガ的表現や、当時一般的に「漫画」と呼ばれていた風刺画的な表現が多数見られたが、これらについてもほとんど研究がなされていない。

そこで本発表では、日刊『アサヒグラフ』に掲載された漫画／マンガ的な表現を包括的に検討したうえで、当時の紙面全体のなかでの「正チャンの冒険」と「親爺教育」の位置付けを考察する。結果として、マンガ史において日刊『アサヒグラフ』が果たした役割を明らか

にすることが見込まれる。

(3)研究の方法

朝日新聞社のデータベース「朝日新聞クロスサーチ」および国立国会図書館所蔵の資料を用い、日刊『アサヒグラフ』全 220 号を調査した（1923/1/25-9/1）。全体的な紙面構成を把握したうえで、掲載されている漫画／マンガ的表現を抽出、その内容や掲載面等の変遷を整理し、基本的な資料とした。これに朝日新聞社社史や当時の編集者の回想など二次的資料を加え、これらの表現の掲載や連載に関する編集部の方針や紙面構成が果たした役割について考察を行った。

(4)得られた知見

日刊『アサヒグラフ』は1月25日の創刊当初から、紙面の各所に漫画／マンガ的表現を取り入れていた。創刊号から連載された「正チャンの冒険」のほか、岡本一平による4コマ形式の漫画漫文、樺島勝一による風刺画など多様な表現が見られる。さらに4月1日からは、米国の人気新聞コミックス Bringing Up Father の翻訳版である「親爺教育」の連載が始まった。「正チャンの冒険」もイギリスの新聞コミックスから着想を得ていたように、連続コママンガの連載企画には欧米の出版文化からの影響が強く見られた。

「親爺教育」は同紙におけるマンガ的表現の形式に大きな変化をもたらしたと考えられる。これ以降、説明文を付さずフキダシを使う「親爺教育」と同様の形式の作品が増えていった。Exner（2021）も指摘するように、この時期からコマとフキダシでストーリーを描く現代的な形式のマンガが日本の出版文化において存在感を示すようになったことを考えれば、本作の影響は重要である。

一方、当時の『アサヒグラフ』編集部は、「親爺教育」をこれまでに類の無い全く新しい表現として提示したのではなかった。本作はあくまで米国における「漫画」の一種として紹介されており、当時の人々にとっても、岡本一平の作品と同じ「漫画」カテゴリの表現として理解可能なものだったはずだ。一枚絵の風刺画や漫画漫文、広告漫画、子供向けの「正チャンの冒険」など様々なスタイルの漫画／マンガ的表現が混淆していた『アサヒグラフ』の紙面においてこそ、「親爺教育」もまたそれらのバリエーションの1つとして受容されえたと考えられる。

昭和戦前期における新聞倫理に関する一考察―「新聞道」に着目して―

矢内真理子
(同志社大学)

キーワード:新聞道、新聞倫理綱領、原田棟一郎、ジャーナリズムの原則、メディア倫理

発表要旨

(1)研究の目的

本研究の目的は、昭和戦前期における新聞倫理について「新聞道」という言葉を手掛かりに検討することである。これまで筆者は福島第一原発事故をめぐる新聞報道に関する研究を実施してきた。先行研究の中には、「新聞記者は現場に行かなければならない」という規範と照らし合わせて、現場に行かなかったことが原発事故をめぐる報道でいわゆる「大本営発表」に陥った原因と評価するものがあった。それに対して矢内（2023、『朝日新聞』の署名記事からみる福島第一原発事故報道、第27回災害情報学会大会）などでは、その原則を適用できない特異性が原発事故であり、その報道も大きな制約を受けざるを得なかったと結論付けた。

一方で、先行研究が度々引き合いに出しているジャーナリズムの原則や新聞倫理そのものに焦点を当てることはなかった。しかし研究を進める中で、「新聞（記者）はかくあるべし」という言説が、日本ではいつ頃より登場し始め、それがどのように広まっていったのかに関心を持ち始めた。そこで注目したのが「新聞倫理綱領」である。これは1946年に制定された（1955年補訂）。その後、2000年に大幅な改定が実施された。しかし、倫理綱領以前に、新聞倫理が全く語られていなかったのではない。例えば「新聞道徳」という言葉は戦前にも使用されている。ただし、本研究では別の言葉に注目する。それが「新聞道」である。この言葉を取り上げるのは、1946年の綱領で用いられていたからである。今日、「新聞道」が使われる場面はほとんどないが、特に昭和戦前期には、新聞社及び記者の倫理に言及される際にこの言葉がよく用いられた。だが、同時期には「新聞道徳」や「ジャーナリズム」も使用されている。論者によっては「ジャーナリズム」の訳語として「新聞道」を用いる場合もある。とはいえ「新聞道」の意味はそれだけにとどまらないのも事実である。それでは、この言葉はどのような意味で使われてきたのか。本研究では「新聞道」の使用頻度が多い昭和戦前期を分析対象の時期に設定して、その用法を調査し、類型化を試みたい。

(2)先行研究との差異

原発事故をめぐる新聞報道に関する先行研究及び新聞倫理や新聞倫理綱領に関する先行研究は数多い。しかし、前者では自明のものとして新聞倫理が引き合いに出されており、それ自体を批判的に検証しているものはない。一方、後者では、綱領の中で用いられている「新聞道」に注目するものが極めて少なく、その用法を網羅的に調査し、その類型化を試みた研

究については皆無である。

(3)研究の方法

次の2つの方法により、昭和戦前期における「新聞道」の用法を明らかにする。第一に、新聞社、国立国会図書館などの提供するデータベースを用いる。第二に、非デジタル化資料、具体的には、データベースに収録されていない新聞、雑誌、関連書籍、一次資料を調査する。

(4)得られた知見

本研究では、昭和戦前期における新聞倫理について、「新聞道」を手掛かりに検討した。明らかとなったのは、第一に、新聞社の「売らん哉」主義や新聞記者の道徳、倫理に対する批判に見られるように、この時期に新聞倫理への関心が決して低くなかったことである。

第二に、論者によって「新聞道」の理解に幅があることである。だが、以下の2つの潮流に整理できる。第一に、商業主義や営利主義への批判や警鐘の意味で用いるものである。徳富蘇峰は、国民新聞社を退社する理由について、「新聞道の爲に、言論自由を擁護せんが爲めである」（『国民新聞』1929年1月5日）と述べている。ここでの「新聞道」は、根津嘉一郎による同社への出資を契機とする商業主義の方針を批判する意図で用いられている。戦時中は、商業主義や営利主義への批判・警鐘が前面に押し出され、「なぜ廣告二頁を廢止したか 讀者への責務を果す これ新聞道の本義 正力本社長の獅子吼」（『讀賣新聞』廣告）のように新聞社及び記者は国策に従うことが「新聞道」とであるとされた。第二に、「Journalism」の翻訳として用いるものである。大阪朝日新聞社の原田棟一郎は『新聞道』（1927、大阪出版社）で「ヂヤナリズムを單に新聞主義と云ふは餘に物足りない。則ち自分勝手に之を『新聞道』と意譯して見たのである」（p.3）と述べる。評論家の伊藤正徳（1933『新聞生活二十年』中央公論社 p.8）もジャーナリズムとは「新聞道」のことであり、「『言論の武士道』と稱しても差支ない」と述べる。昭和戦前期における「新聞道」の用法を見る限り、上記の2つの意味が存在していた。そして、戦後の新聞倫理綱領には、これらの意味を含む形で「新聞道」が用いられた。けれども、このことは「新聞道」が曖昧さを含む言葉であったことを意味する。2000年の改定時に削除されたのも、単に古いというだけでなく、この曖昧さも原因だったと推測される。

付記：本研究は、科研費（若手研究、19K13928）の助成を受けている。

16 日(日)午後

「三角の表現規制」とマスメディアの影響力の減退

谷川幹

(国際教養大学大学院)

キーワード: 表現の自由、三角の表現規制、マスメディア、デジタルメディア

発表要旨

1) 研究の目的 過去数十年の間に目覚ましい発展を遂げたデジタルメディアの出現によって伝統的なマスメディアはその機能や影響力を大きく低下させており、「ジャーナリズムの危機」を叫ぶ研究上または時事論上の契機となってきた。

だが、衰退の原因としてデジタル機器への利用シフトや SNS 等のデジタルサービスの利用拡大に伴い、新聞やテレビなど伝統メディアが収益モデル上その優位性を維持することができなくなった為との理解が一般的である。これは疑いない経済的、社会的な事実である。政治や社会における情報伝達の流れが技術の変化によって劇的に変貌を遂げる中で、表現の自由を担保する制度上の枠組みに構造変化が生じているとの指摘が米国の法学者の中から有力に主張されている。それが「三角の表現規制」である。その理論的な概要は以下の通りである。

ネット時代において主たる情報収集と伝達の間がデジタル空間に移行し、SNS 等のプラットフォーム（以下 PF と略する）とその他のテクノロジーインフラを経由して情報の送受信や共有がなされるようになった。PF を運営しているのは私企業であり、利用者は PF の利用者規約に従って表現活動をするようになるが、利用者の表現の自由を事実上私企業が握っていることになる。ヘイトスピーチ等に拘わるルール違反をすると、例えば一般的、法的には許される表現行為も PF 内では取り締まられることになる。

一方で社会的な要請から、政府による規制や立法行為によって PF 企業による利用者の投稿監視行為に規制が及んでいる。Intermediary law/rule と呼ばれる法律群又は行政指導等であり、EU におけるヘイトスピーチ規制法等が代表例である。その結果デジタル時代における表現規制は政府とテクノロジーインフラ企業、そしてユーザーの三者の相互作用・関わり合いによって実質的に決定づけられるとするのが「三角の表現規制」の理論である。（三者が関わるので triadic と呼ばれる）これは即ち、法と司法判断に基づいて表現規制が行われていた従来の表現の自由法制（政府と表現者の二者のみが関わるので dyadic と呼ばれる）と対比される。当研究では、この三角の規制理論を援用し、マスメディアが新時代の表現規制の枠組みに取り込まれることによって、（法）制度的に弱体化が進んでいることを明らかにすることを目的として研究を進めることにした。

2) 先行研究との差異 上記の三角理論 (Balkin, 2014) は関連する他の先行研究を含めてマスメディアの影響力が制度的な制約を受けているとの説明に使われているものではない。

その意味で、当研究の（新しい）視点に意義が存在すると考えている。

3) 研究の方法 上記の通りマスメディアの影響力の減退を Balkin の三角理論に当て嵌めて検証する。

4) 得られた知見 マスメディアは三角の表現規制の枠組みに巻き込まれる中でネット以前の時代にはなかった（制度的な）制約を受けている事例が欧米その他の諸国で増えており、表現の自由が脅かされている。今後も同構造の中で更に締め付けを受けていくことが予想される。

伝統メディアは新聞を配達したり、テレビ等の放送網を通じて情報を伝達してきたが、伝達手段はほぼ独自に制御可能であった。ところが、上で言及したように、表現行為がデジタル空間に移行すると、情報伝達を可能にする PF 等のデジタルインフラの直接の担い手は独自の技術的諸相を有する民間企業となった。SNS に大きく依存しているメディア（特に中小の媒体）は、利用者規約に基づいて不本意にニュースが削除されたり、アカウント使用停止を余儀なくさるという事態が生じるようになった。これは事実上の事前抑制に該当するもので、dyadic の時代には（政府によって）極めて限定的にしか実施されなかったものである。

PF 企業は一方で政府の規制を受ける。立法や行政指導によって（特にヘイトスピーチやテロリスト規制等）時には SNS の行動を大きく制御する事例が EU を中心に多発しており、マスメディアは間接的に表現規制を受ける事態が発生している。例えばヘイトスピーチに対する法規制は、結果的に法令違反を畏れるが故に SNS が必要以上に表現削除や検閲を実施し、報道が制約を受ける事態（EU 諸国等で）が報告されている。その他、伝統的に記者の取材源の秘匿が法的に守られてきた事実がある中で、情報・通信手段がデジタル化すると、政府はテクノロジー企業に協力を求めることでいとも簡単に秘密の情報源にアクセス（情報提供者の特定）が可能となる場合があり、記者の情報源の秘匿行為を有名事実化する事例がアメリカ、カナダ、欧州で多発している。その他政府とテクノロジー企業が協力的又は一体なった規制をすることで、不透明な形でメディアの報道活動が制約を受ける事例があり発表時に詳説したい。

世界 193 カ国の概観から見る報道ビザの両義性
ーグローバル時代における国民国家とジャーナリズムのせめぎ合いー

張予思
(東京大学大学院・院生)

キーワード: 報道ビザ、グローバルジャーナリズム、国民国家、移動の自由、報道の自由

発表要旨

(1) 研究の目的

近代で発展したジャーナリズムはリベラリズムを基に、自由でコスモポリタンな理念を掲げ、国境を越えるグローバルジャーナリズムも成長してきた。一方、ジャーナリストが国民国家によって報道ビザの取得などで制約をもたられ、報道の自由の一部とも言うべき国境を移動する自由を実現できていない。

本研究は先行文献のほとんどない報道ビザにまつわる実態を解明する。そのうえで、報道ビザを通してジャーナリズムと国民国家の関係を分析し、ジャーナリズムの新たな分類を提示する。

(2) 先行研究との差異

グローバルジャーナリズムが隆盛な時代にもかかわらず、報道ビザに関する問題はジャーナリズムの現場に留まり、研究では注目されていない。本研究は報道ビザの実態を調査し明らかにすることでその空白を埋めることができる。

ビザと深く関連するパスポートについて、Torpey は国民国家が国民を掌握して合法的な移動手段を独占するシステムだとして、国民国家のあり方への決定的な関わりを指摘する (Torpey 2000=2008)。Torpey の概念に基づき、本研究は報道ビザを国民国家がジャーナリストを掌握するシステムであり、ジャーナリズムと情報の流れに対する権力行使の集大成だと論じる。

ジャーナリズムの分類について、古典的な『マス・コミの自由に関する四理論』(Siebert et al. 1956=1959) や、Hallin と Mancini が 18 の西欧と北米の国を分析して提起するメディアと政治の 3 つのモデル (Hallin and Mancini 2004) などがある。時代が変化し、国境を移動して報道活動するジャーナリストが増加する中、本研究は国を限定せずに世界の状況をくまなく調査しまとめたうえで、グローバル時代において特に顕著になるビザ問題を通してジャーナリズムの分類を提起する。政府や政党の形態に基づく従来のモデルから脱却した分類をもって、ジャーナリズムと国民国家の関係について新たな視点を提供し、グローバルジャーナリズムの制約の解明を試みる。

(3) 研究の方法

本研究は国連に加盟している 193 カ国を対象に、それぞれの法令や外務省の報道ビザに関する規定などの資料調査を行い、報道ビザの制度を解明する。

さらに、ニュース記事やジャーナリストの手記などにある事例の調査に加え、国際報道に携わるジャーナリストへの半構造化インタビュー調査を実施し、報道ビザの運用や制度との齟齬、ジャーナリズム活動で直面する報道ビザの問題を明らかにする。

そのうえで、Freedom House が評価する世界各国の自由度を用いて、報道ビザの有無と国民国家の政治体制（民主主義か権威主義）の二つの軸を通して、ジャーナリズムと国民国家の関係を四象限で示し、ジャーナリズムの新たな分類を提示する。

(4)得られた知見

以上の資料調査とインタビュー調査を通して、本研究は 193 の国連加盟国の中に、33 カ国が報道ビザの制度を設けていることを明らかにした。

地域別で見ると、アジアではもっとも多い 55%の国々が、中東でも 40%の国々が報道ビザの取得を求めている。一方、ヨーロッパは 52 カ国と数が多い中、報道ビザを必要とするのは 3 カ国だけである。報道ビザの有無はその地域におけるジャーナリズムと国民国家の成り立つ過程、また権威主義と関連があることを示唆する。

ジャーナリズムと大きく関わる民主主義と権威主義の分類では、33 カ国の半分以上は権威主義国で、民主主義国は 5 カ国に留まる。また、国境なき記者団が発表している「報道の自由度ランキング」でも、33 カ国の中に上位にランクインした国はなく、報道ビザと報道の自由の強い相関性を示し、国内に向ける統制は対外的なコントロールと連動していることも示唆している。

193 カ国の報道ビザの概観を踏まえたうえで、報道ビザの有無と国民国家の政治体制を軸に新たな分類を提起する。民主主義国の中にも、アメリカなど報道ビザを設けて厳しく運用する国と、EU 加盟国のようにジャーナリストを特別視しない国がある。この分類からは、国民国家が報道ビザを利用してジャーナリストの移動の自由を管理し、グローバルジャーナリズムに制約を与えている一方、ジャーナリストの安全確保や取材の便宜供与などジャーナリズム活動に寄与する面もあることが明らかになる。本研究はこのようなグローバルジャーナリズムにおける報道ビザの両義性を指摘し、国民国家の権力の文脈におけるグローバルジャーナリズムおよび報道の自由の複雑性について、新たな視点を提示する。

NY タイムズ v Open AI・マイクロソフト訴訟の行方 ーロイター判決を手がかりにー

城所岩生
(国際大学)

キーワード: NY タイムズ、Open AI、マイクロソフト、生成 AI、著作権侵害

発表要旨

(1) 研究の目的

2022 年 11 月の登場以来、ChatGPT に対する著作権侵害訴訟が頻発している。2023 年末には NY タイムズが ChatGPT を開発した Open AI と同社に出資するマイクロソフトを訴えた。米国では生成 AI に対する著作権侵害訴訟が多発し、日本でも新聞協会などが著作権法改正を要望していることから、日本法改正の参考にするため、この訴訟を題材として米国の生成 AI に対する著作権侵害訴訟の行方について検討する。

(2) 先行研究との差異

①ジェーン ギンズバーグ「AI 学習とフェアユース」『年報知的財産法 2023-2024』日本評論社、②潮海久雄「フェアユースと生成 AI をめぐる著作権法制度の検討」『ビジネス法務, 2024 年 4 月号』、①は生成 AI に対する著作権侵害の仮判決が出る前の論考である。②は日本法とフェアユースを比較しているが、米国でどういう判決が出るかまでは検討していない。本研究ではこうした点も踏まえて検討を加えた。

(3) 研究の方法

2023.6.10 第 1 回 US-Asia 国際著作権シンポジウム【人工知能と著作権法】での米国の動向説明、2023.9.10-11 WIPO Conversation-Generative AI and IP での米国の動向説明 などを参考にし、米国の法律情報検索サービスで最新の動向をフォローする。

(4) 得られた知見

I. フェアユース規定

日本の著作権法 30 条 4 のような機械学習のための権利制限規定のない米国では、生成 AI による著作権侵害についても権利制限の一般規定であるフェアユースで判定する。「利用の目的および性質」などの 4 要素を考慮して公正な利用であれば著作権者の許諾なしに著作物を利用できる規定だが、パロディにフェアユースを認めた 1994 年の最高裁判決以来、著作物をそのまま利用するのではなく、別の目的（パロディのように別の作品をつくる目的）で利用する変容的利用にはフェアユースが認められてきた。

II. ロイター事件判決

生成 AI に対する著作権侵害訴訟が多発している米国で、2023 年 9 月に出た最初の判決が出た。法律情報サービス Westlaw を所有するロイターが AI スタートアップ企業を訴えた事件で、原告は被告が Westlaw の表現を生成物に複製するように AI を訓練したと主張。被告は AI が判決の要約 (headnotes) を学習したのは表現を複製するためではなく、言語パターンを分析するためだったと反論した。

デラウェア州連邦地裁はまず、互換機開発や互換性のあるゲームプラットフォーム開発のために先行企業のプログラムを中間的複製することにフェアユースを認めた第 9 控訴裁判所の二つの判決を紹介した。その上で被告の AI が言語パターンを分析するためだけに学習したのであれば、変容的な中間的複製にあたるが、Westlaw の編集者による創造的なドラフティングを AI に複製させるために判決の要約文を利用したのであれば、変容的な中間的複製にあたらないとした。どちらに該当するかは事実認定が必要であるとして、陪審による事実審理に結論を委ねたが、機械学習に中間的複製の理論を適用したこの判決は、大規模言語モデル (LLM) や生成 AI モデルの著作権侵害訴訟の先例となる可能性がある。多くの LLM がそうしているように創造的な表現を複製する目的ではなく、言語パターンを学習する目的で著作権のある作品を摂取し、それらを AI の訓練用に使用することは変容的利用であると判示したからである。

III. 日本法への示唆

著作権法 30 条の 4 は 2018 年の著作権法改正で新設された。当時、個別権利制限規定の最後に「以上の他、やむを得ないと認める場合は許諾なしの利用を認める」という受け皿規定を置く、日本版フェアユースも検討された。結局、「情報解析のための著作物に表現された思想または感情の享受を目的としない利用を認める」現在の条文に落ち着いたが、文化庁は目的が非享受利用でも享受目的が少しでもあるような利用行為には 30 条の 4 は適用されないとしている。つまり、米国は享受目的があっても変容的利用であれば、利用を認めるのに対し、日本は非享受目的でも享受目的が併存する場合は利用を認めないわけである。もし、米国でフェアユースが認められると、資金面、技術面で米国勢や中国勢に太刀打ちできない日本の AI 開発者・提供者は、法制度面でも競争上不利な立場に追いやられかねない。

フェアユースを導入済みだったシンガポールも 30 条の 4 同様、機械学習のための商用利用を認める個別権利制限規定も導入した。以上から日本版フェアユース導入を提言したい。

「風評被害を助長する」責任
— 雑誌における「美味しんぼ」騒動の報道を事例に

余偉

(法政大学大学院・院生)

キーワード(3～5 個): 原発事故、美味しんぼ、風評被害、責任

発表要旨

(1) 研究の目的

本報告の目的は、2014 年 5 月の「美味しんぼ」騒動をめぐる雑誌報道の分析を通じて、「風評被害の助長」に関する責任の構築過程を明らかにすることにある。

原発事故による放射性物質の漏洩の責任を論じる場合、国や東京電力の責任が取り上げられるのが一般的である。しかし、風評被害の発生については、放射能汚染を「大騒ぎ」した一部のメディアが非難されてきた。風評被害という概念を経由することで、原発事故の影響を強調したメディアは、福島県民の利益を毀損した責任主体とされたのである。

それでは、風評被害の責任はどのような過程を経て構築されるに至ったのか。この問題を考察するため、本報告では「美味しんぼ」騒動と呼ばれる一連の報道を研究対象とする。

漫画「美味しんぼ」では、主人公が福島第一原発を訪れ、その後に鼻血を流す。この描写が複数の自治体や政治家から批判され、大きな波紋を呼んだ。そのことが、放射能物質の影響と風評被害とが結びつくうえで一定の役割を果たしたのである。

(2) 先行研究との差異

「風評被害」としての放射能汚染については、先行する研究や議論の方向性にいくつかの違いがみられる。まず挙げられるのは、風評被害の実態を検証するものである。たとえば、福島県産のコメについて、政府が安全基準を設定したことが風評被害を招いたとする研究などがそれにあたる。学術研究以外では、政治家やメディアによって報道や表現者が「風評被害」の加害者とされることが多い。

風評被害という概念を緻密に検討した関谷直也によれば、風評被害とは「ある事件・事故・環境汚染・災害が大々的に報道されることによって、本来『安全』とされる食品・商品・土地を人々が危険視し、消費や観光をやめることによって引き起こされる経済的被害」を指す(関谷 2003:87)。そのうえで、風評被害は確かに報道を契機として発生するものの、より重要な要因は流通業者や消費者の心理であると関谷は指摘している。

他方、三浦耕吉郎は、「美味しんぼ」騒動における風評被害の語りが、結果的に放射能汚染による健康被害の過小評価のみならず、原発事故の責任の転嫁につながったと論じる(三浦 2014:59)。風評被害という概念を使うためには『『汚染の影響がなかった』と共同

主観的に判断可能な状況」を前提とする必要があり、そうでなければこの概念を使用することはできない体という（三浦 2014:63）。

本報告では、以上の概念的検討を実証的に検証するべく、「美味しんぼ」をめぐる論争の報道分析と通じて、風評被害の発生にまつわる加害責任の構築過程を明らかにすることにしたい。

（3）研究の方法

本報告の研究対象は、大宅壮一文庫の検索結果より抽出された関連記事である。研究方法としては、主にジョエル・ベストや、ピーター・イバラおよびジョン・キツセラが用いたレトリック分析を応用する。具体的には「前提-論拠-結論」に従って記事を分析し、それぞれの論理の構築過程を明らかにする。さらに、それらの文脈で用いられているレトリックの慣用語を特定する。

（4）得られた知見

「美味しんぼ」を非難する側は、鼻血描写が事実ではないと考える。鼻血と放射能を結びつける証言には信ぴょう性がないからだ。鼻血という「悪質なデマ」の拡散が、福島県民の復興への努力や気持ちを傷つけ、福島の風評被害を助長すると判断し、その加害者として作者を糾弾した。

非難側の記事では、自治体職員や専門家の証言を引用し、鼻血が出た経験はないと述べている。仮に鼻血が出たとしても、事故によって放出された放射線が原因ではなく、その両者の間に因果関係はないとされる。

また、作中で引用されている証言を行った前双葉町町長については、政治的意図を持った、妄想的で信用できない人物として描く。鼻血と低線量被曝との関連は「珍説」として棄却し、福島原発事故の放射線量で鼻血は出ないことが学界の常識であると述べる。それに対し、擁護側は作者自身の取材経験を尊重し、鼻血が事実であると認識している。放射能汚染に対する問題提起として、作者の意図を評価する。それを出発点として、批判されるべき対象としての政治家の問題などを取り上げている。

擁護側の記事では、鼻血に関するいくつかの証言を引用している。たとえば、チェルノブイリ原発事故と福島原発事故に関する健康調査の結果が紹介し、同様の事故でも鼻血が出ていることが補足している。さらには野党時代の自民党議員が行った鼻血に関する国会質問も取り上げ、政権復帰後に行った「根拠のない風評」という非難を風刺している。さらに、政治家が漫画の内容に圧力をかけるのは「表現の自由」の侵害であり、その背後には原発の維持や促進という自民党の思惑があったとも主張している。鼻血などの放射性物質による身体への被害については、事故の責任は政府にあるとして、さらなる健康調査を求めている。

メディア研究における指標概念の再検討
——ヤコブソンのシフターと接触をめぐる議論を通して——

谷島貫太
(二松学舎大学)

キーワード: 指標、接触、ダイクシス、シフター、流通

発表要旨

(1) 研究の目的

メディア研究において指標の概念は、写真や映画といった特定のメディアの個別性に関わるものとして主に扱われてきた。対象との連続性や因果性によって、リアルな痕跡が残されたものとしての指標の概念だ。しかしこのような捉え方は、指標という概念がもつ可能性のごく一部をなすに過ぎない。本発表は、指標概念の再検討を通して、この概念がメディア研究において持つ可能性に光を当てることを試みる。

(2) 先行研究との差異

メディア研究における指標概念をめぐる議論は、ロザリンド・クラウスの「指標論」(1977)を皮切りに、とくに写真や映画をめぐる表象とリアルの結びつきという観点から展開されてきた。他方、クラウス論文の前年には、言語人類学者のマイケル・シルヴァスティンが、言語人類学や社会言語学において指標概念を最重要概念の一つとして登録することとなった論文「転換子、言語範疇、そして文化記述」(1976)を発表している。この論文においてシルヴァスティンは、特定のメディアがもつ物理的な特徴を超えて、発話行為が特定のコンテキストに投錨されるという出来事を捉える概念として指標に着目している。クラウスの指標概念がメディアの物質性と結びついているのに対し、シルヴァスティンの指標概念は発話行為の文脈への投錨と結びついている。

メディア研究における指標概念と言語人類学における指標概念は、これまで別々の文脈で展開されてきたが、近年になって Nakassis(2018)や Ball et al(2020)など、統合的な指標概念を検討する動きが出てきている。しかしメディア研究の文脈という点では、指標概念は主に写真や映画など、ドキュメンタリー的表象を分析するツールとして位置付けられるに留まっている(Koutras, 2023)。本研究では、メディア研究においてより広範に活用可能なツールとして指標概念を検討していく。

(3) 研究の方法

クラウスとシルヴァスティンの指標性をめぐる論文は、どちらもローマン・ヤコブソンの「シフター (転換子)」をめぐる議論から出発している。本研究ではまず、ヤコブソンのシフター論を、ヤコブソンに先行してダイクシス論を展開したカール・ビューラーの言語理論、とりわけそこでのオリゴをめぐる議論に着目することで

再検討する。そのうえで、ヤコブソンがシフターに見出した指標的象徴という性質における指標性の内実が、時空間的な共在（co-presence）と密接に結びついていることを確認していく。

次に、ヤコブソンのコミュニケーションモデル、六機能図式とそこにおける「接触 contact」の概念に着目する。ヤコブソンにおける接触概念は、パースの指標概念と密接に結びついたものであるにもかかわらず、クラウドもシルヴァスティンも前掲論文でまったく言及していない。本研究ではヤコブソンのシフター論の検討を踏まえたうえで、六機能図式と接触概念がもつ可能性を検討していく。とくに、ヤコブソンにおいては電話をモデルとした同時的コミュニケーションを想定して組み立てられた六機能図式を、時間差をともなったメディアをモデルとして位置付け直していくという作業を行う。

（４）得られた知見

ヤコブソンによるシフターをめぐる議論の検討の結果、指標性は、記号そのものがもつ性質ではなく、記号が指示する対象と受け手との、現実の時空間における連続性に関わるものとして扱われていることが明らかになった。指標性のこのような位置づけは、メディアウムの個別性や物質性から切り離して指標性を扱うことを可能とする。たとえば新聞記事は、特定の時間と場所に起こった出来事を伝える。記事を構成する文字は、パースの記号分類に従えば象徴だが、記事が言及する対象と記事を読む受け手との現実世界内での時空間的連続性という点において、新聞記事は指標的であるとも位置付けることができる。そして指標性のこのような理解は、六機能図式における接触概念と結びつくことで、より大きな説明可能性を手に入れることができる。いつどこで新聞紙（メディア）と接触するかによって、記事が言及する出来事との指標的関係の内実は変わってしまうからだ。

以上のように再整理された指標概念は、新聞だけでなく、テレビや生配信、チャットアプリでのやりとりなど、いつ接触するかによって意味や価値が大きく変わってしまうメディアについて記述するためのツールとして機能すると考えられる。さらに、いつ接触するかが受容において大きな意味を持つメディアにおいて、接触が具体的にどのように組織され、どのように可能となっているかに関わる流通構造をめぐる問いが関連する問いとして浮上することとなった。

広告のモノ性と微小知覚——『広告の誕生』の情動論的再読の試み——

皆川勇太

(早稲田大学大学院・院生)

キーワード: 広告のモノ性、微小知覚、情動理論、情動論的広告研究

発表要旨

(1) 研究の目的

本報告の目的は日本における広告研究の蓄積の情動論的再評価である。具体的には北田暁大の『広告の誕生』(2000=2008年、岩波書店)の再読を通して、従来の広告研究のなかに情動理論と共通する問題意識と理論的枠組みの萌芽が存在していたことを示す。すなわち、北田が用いる広告のモノ性と目覚めの概念を情動理論における微小知覚の一類型として位置づけ、北田の議論が実質的に広告の情動性を扱っていたことを明らかにする。また実際の広告の事例分析を行うことで、記号論的広告研究では見過ごされていた広告の情動的要素にアプローチするうえで広告のモノ性の概念が有用であることも示す。

(2) 先行研究との差異

情動論的広告研究の先駆的業績としては Andrew McStay の "Creativity and Advertising: Affect, Events and Process" (2013年、Routledge) や Emily West による "Affect Theory and Advertising: A New Look at IMC, Spreadability, and Engagement" (2016年、"Explorations in Critical Studies of Advertising"所収、Routledge) があり、広告がその役割を果たすにあたって記号だけでなく情動的な要素も重要な役割を担っていることが指摘されている。こういった研究はバルトやボードリヤールが展開したような記号論に依拠した広告研究の乗り越えを目指す、情動論的広告研究の試みとして位置づけることができる。

その一方、日本国内においては情動理論に依拠した広告研究は管見の限り見当たらず、先に挙げた McStay と West の研究も欧米の先行研究と事例を主に取り上げている。そのため、日本における広告研究の蓄積の情動論的再評価という作業も未着手の状況である。

(3) 研究の方法

本報告は①理論的整理と、②概念間の比較検討、そして③事例分析という3段階で構成される。①と②では『広告の誕生』とブライアン・マッスミの情動理論を中心とした先行研究の再構成、そしてそこで論じられている概念の比較検討を通して、本報告の理論的枠組みを示す。

③では②で得られた微小知覚的契機としての広告のモノ性という視点から、近年の広告の事例分析を行う。取り上げるのはリゼクリニックが2018年に東京メトロ車内に掲出した『どんな美人も、3日で生える。』という広告である。広告専門誌『ブレーン』に掲載され

た制作担当者の解説記事（2019 年）と、この広告を観察した写真研究者の小林美香の記述（『ジェンダー目線の広告観察』 2023 年、現代書館）という送り手と受け手の双方の資料を利用することによって、この広告がどのようなことを意図してどのような技術によって作られ、具体的にどのような効果を受け手にもたらしたのかを確認する。

(4)得られた知見

本報告の①理論的整理の部分では『広告の誕生』とマッサミの情動理論の双方の理論的枠組みの整理から、次のことを確認する。北田が論じた広告のモノ性（広告が受け手に投げつける「剥き出しのモノの世界」のことを本報告では「広告のモノ性」と呼ぶ）はヴァルター・ベンヤミンのいうところの集団の夢を見ている遊歩者を目覚めさせる契機として位置づけられていた。一方、ライプニッツが提起しドゥルーズが精緻化した微小知覚の概念は、意識的でマクロな知覚に対置される非意識的・身体的でミクロな知覚を指すものであり、マッサミは情動が生起するきっかけとしてそれを位置づけた。

本報告の②概念間の比較検討の部分で指摘するのは、広告のモノ性と微小知覚の両概念が身体性、非意味性、「中断」という特徴の3点を共有していることである。広告の受け手は非意味的な広告のモノ性を身体によって受け止めることによって知覚を中断され、目覚めさせられるのだが、微小知覚もまた意味以前の身体的な知覚であり、ある種の中断として位置づけられている。それを踏まえると、広告のモノ性は広告の受容の場面において生起する微小知覚的契機なのだと理解できる。

③事例分析では、広告のモノ性を微小知覚的契機として分析するという本報告の理論的枠組みが実際の事例分析においても有効であることが示される。『どんな美人も、3日で生える。』という広告は嫌悪感（という情動）を煽ることで人々を脱毛に駆り立てることを意図していたが、この嫌悪感は記号的要素だけでなく毛を模した突起物の黒さ、尖り具合というモノ性によっても喚起されていた。この事例分析からわかるように、広告のモノ性という視点は広告の情動的触発の作用を分析するうえで不可欠である。

障がい者の生涯教育におけるメディア教育の実践
「誰も取り残さない」アプローチの効果と普遍性の模索

引地達也

(フェリス女学院大学)

アルン・プラカシュ・デゾーサ・

(上智大学)

キーワード: メディア教育、障害者、発達障害、重度障害、オンライン

発表要旨

(1) 研究の目的

2014年の障害者権利条約の批准により障がい者への教育の権利保障として文部科学省は生涯学習の枠組みで障がい者への学習機会の提供を模索している。日本では障害者が福祉サービス受給者として厚生労働省の政策の中で位置づけられたことから、文部科学省が18歳以降の障がい者へのアプローチも簡単ではない。さらにメディア・デバイスの発展で障害者もスマートフォンなどで活発なコミュニケーションをする中で、状況に応じたメディア教育も不十分で、結果として「情報弱者」を作り出している現実がある。発表者は障がい者の生涯教育を運営や講師とし実践し、その内容分析を続けている立場であり、2024年度には文科省の障害者生涯学習支援アドバイザーを務め、「メディア」の観点を踏まえ障害者の生涯教育の取組を全国的に研究してきた。本発表では発表者が実践してきた「みんなの大学校」での活動や講義、調査を通じて教育行政と福祉行政の狭間の中で、社会が標榜するダイバーシティ・インクルージョンの概念の中で、「誰も取り残さない」（総務省）コミュニケーションに向けての課題を当事者の視点に近い感覚で考察する。さらに一部講義を担当し共同して内容を分析してきたアルンからの評価を踏まえて、メディア教育における障害者の社会課題を詳らかにする。

(2) 先行研究との差異

障害者の18歳以降の青年教育や生涯教育については、全国の公民館で実施される「青年学級」や障害者総合支援法に則った公的な福祉サービスを利用した「福祉事業型専攻科」、私立の特別支援学校高等部卒業後の「専攻科」等が実践として挙げられる。また重度障がい者に対する教育は、地域のNPO法人等が行う訪問学習の実践が挙げられるが、全国で約10か所を確認するのみである。本研究はみんなの大学校が推進する障がい者向けの「高等」教育としての学びの実践をベースにするもので、メディア教育を焦点化し「重度障がい者向けのオンライン講義」「知的障がい者向けのメディア教育」としては先駆的な実践として位置づけられている。

(3) 研究の方法

本研究では、障害者権利条約批准後の 18 歳以降の障がい者の生涯教育を概観した上で、重度障がい者や知的障がい者へのメディア教育に焦点を当てた研究実践を内容分析していく。これまでの講義は、各講師との最適化に向けた方法論を整理し、精神障がい、知的障がい、発達障がい、重症心身障がい、難病患者向けに実践してきている。この実践で得た知見をベースにし、「メディア教育」が必要と考える知的障がいと発達障がい、重症心身障がい者を対象とした 2020 年度-2023 年度の講義「メディア論」「音楽でつながろう」の全 180 講座の内容と受講者の反応やレポート、インタビュー、支援者や関係者へのインタビュー、反応や発言等を整理し、その言葉の傾向や理解の仕方等の角度から内容分析し、整理・検討した。

(4) 得られた知見

障がい者が 18 歳以降も学べる環境整備に向けては、障害者総合支援法が施行され、福祉サービスの自己決定を原則としたことと、障害者権利条約の批准と障がい者の生涯学習の推進の常軌を一致させていく中で「福祉」と「教育」で微妙なずれを生じさせている現状がある。本研究の関係者のインタビューでも、このずれへのストレスが随所に見られた。

知的障がい者のレポートや発言からは、「高等」教育を意識してのメディア教育に対し、1つの新しい言葉（例：パートナーシップ、メディア、インプット等）が分からないことでの戸惑いや、簡単に説明しようとする説明が分からないとの言葉が見受けられ、日常で活発にメディア利用している現実と、その説明とが受講者側で結びついていない実態を浮かび上がらせた。

重度障がい者については、メディア・デバイスの発展で、身体の動作に極めて制限があってもパソコンやスマートフォン、テレビの各種操作が、介助者がいなくても可能な環境が増え、メディアから直接情報を収集し発信する機会は拡充している状況下、介助者の有無によって学びの質も変化している。特に当事者のレポートでは、言葉の選択がポジティブであることに加え、メディアとのつながりは当事者の「生きる」一部となっている現実を強調するものもあった。

重度障がい者向けの「音楽でつながろう」は、講義の「仕組み」を使って感情をつなぐ試みに、受講者は初めてつながる実感を経て、あらためてメディアを意識するきっかけとなったようだ。本研究の内容分析により、コミュニケーションの双方向性を確保して「学び」を有効化すること、コミュニケーションの双方化で講師や関係者らが「楽しめる」内容にすること、「メディア」という概念を平易に伝えること、これらの重要性があらためて問われていることを確認した。学びの質の向上へは、講義実践と感想レポートの検証を繰り返して、より学びの定着と拡充に向かうようさらなる研究を進めたい。