

安全保障の転換期(1991-2003)における
リベラル紙『南ドイツ新聞』Süddeutsche Zeitung の論調変化
高野 弦（上智大学大学院 院生）

キーワード：社説、内容分析、ドイツ、安全保障、比較ジャーナリズム

発表要旨

（１）研究の目的

ドイツの安全保障の転換期（1991 年の湾岸戦争～2003 年のイラク戦争）において、リベラル左派新聞『南ドイツ新聞』Süddeutsche Zeitung の社説にどのような論調の変化あったのかを検証し、その理由を分析する。湾岸戦争では、苦悩を重ねながらもイデオロギー的な平和主義から決別し、基本法（憲法）の改正による NATO 域外への連邦軍の派遣を訴え、その後のドイツの外交政策の転換に影響を与えた。日本でも、湾岸戦争を機に自衛隊の海外派遣をめぐる新聞各社の論調が差異化していくが、ドイツの場合、政府の外交方針の変化や裁判所の判断に先がけてその背中を押したのがリベラル左派新聞であったところに特徴がある。日本をめぐる安全保障環境が大きな変化を迎える中で、戦争責任問題を含め比較されることの多いドイツの新聞社説の変遷とその背景を研究することは、今後のリベラル新聞のレゾナントルを考えるうえでも意味があると考ええる。

（２）先行研究との差異

本研究で対象にする湾岸戦争、ユーゴ内戦、アフガン戦争、イラク戦争における独紙の論調を、米国や英国、仏紙と比較した先行研究は、英独語圏のメディア研究を中心に散見される。ただ、日本の視座から検討したものや、「軍の派遣の是非」といった敗戦国に共通のフレームを設けて検証した先行研究は見当たらない。

（３）研究の方法

ドイツの安全保障の転換期を以下の 5 つの時期に分け、それぞれについて『南ドイツ新聞』のすべての社説に目を通し、内容を分析する。

- ①イラクのクウェート侵攻から、湾岸戦争の開戦、終結を経て基本法の改正議論が始めるまで(1990 年 8 月～91 年 6 月)
- ②ボスニアの独立紛争に際し、連邦軍を派遣したことに対し、違憲訴訟が提起され、判決が出るまで (92 年 7 月～94 年 7 月)
- ③コソボ自治州のセルビア共和国からの独立紛争にあたり、連邦軍を含む NATO が主権国家に対する初の空爆に乗り出し、和平が成立するまで(99 年 3 月～6 月)

④米英軍のアフガニスタン侵攻が始まり、連邦軍は後方支援部隊として参加。最初の犠牲者が出るまで（2001年9月～02年6月）

⑤ブッシュ大統領が「イラクの政治体制の変更」を打ち出し、フセイン政権を崩壊させるまで（02年8月～03年5月）

この期間の関連社説（約300本）をおもに質的分析によって分析し、その変遷を検証する。戦争の意味をどう捉えたのか、国内の世論とどう向かったのか、ドイツの責任をどう論じたのか、暴力と平和をどう論じたのか、ナチ時代の歴史とどう向き合ったのか、といった視座から分析する。

背景の考察にあたっては、ドイツの政治、歴史を分析した文献を通して仮説を立てたうえで、『南ドイツ新聞』の政治部長、東京特派員経験者ら4人へのインタビューを通じて、その当否を検証する。

（4）得られた知見

『南ドイツ新聞』は湾岸戦争にあたって改憲を訴えた後、人道的介入の見地からユーゴ内戦への自国軍の参加を支持した。イラク戦争では米国による国際法違反を指摘して戦争そのものの反対にまわった。

ドイツと日本のリベラル新聞の論調の違いは、それぞれの国の政治空間で、安全保障が政治的イデオロギーとして論じられてきたかどうかによって由来するところが多い。京都大学名誉教授の大嶽秀夫は1980年代、再軍備と復古主義がセットで論じられてきた日本と、ナショナリズムの否定のうえに現実への対応の必要性から安全保障を論じてきたドイツを比較している。左右両陣営ともにイデオロギーに固執し、現実感覚を欠いてきた日本の言論状況は、それから半世紀近くが経過した今日における社説の違いの前提ではないか。

民意に対する日独リベラル紙の向き合い方の相違もこうした論調の違いの背景にある。ナチ・ドイツは民意に支えられて台頭したという歴史の教訓は、今日のジャーナリストたちにも刻み込まれていた。理性的な輿論は、感情に流されがちな大衆世論を指導すべきである、という指導者民主主義の考え方は、時として反戦の世論に抗ってまで、「ドイツの責任」を主張する社説につながっていた。あいまいな民意に絶対的信頼を置き、「国民とともに立たん」として戦後をスタートした日本のリベラル新聞とは出発点が異なるのである。

こうした考察はいずれも、政治部長らへのインタビューによっても裏付けられた。

一方、読者の政治参加意識の高さゆえに、新聞がイデオロギー的な空論を発することは許されない、とするドイツ人ジャーナリストの指摘は著者にとって想定外であった。また、部数の少なさ（『南ドイツ新聞』はドイツ最大の日刊紙だが、発行部数は約30万部・2021年現在）が世論批判の正論を主張しやすくしている、という仮説を立てたが、これを実証するためにはさらに紙面の全体分析が必要となる。それは今後の課題として残されている。

キーワード：メディア化、メディアの論理、ページビュー、ニュースバリュー

発表要旨

（1）研究の目的

メディア環境が変化するなかで、報道現場の記者は何を考え、どのように行動しているのだろうか。本研究の目的は、全国紙や地方紙の記者、およびデジタル部門担当者へのインタビュー調査を通じて、彼ら、彼女らがいかなる判断のもとで取材を行い、記事の執筆や配信を行っているのかを探究することにある。対象地域を違える新聞社や異なる部署に勤務する記者に対して横断的な聞き取りを行うことで、多様な記者像を抽出することが本研究の狙いである。

本研究を実施するにあたり、理論枠組みとしてメディア化理論を採用する。「メディアの論理」が社会制度や組織のあり方に与える変化に注目するメディア化理論は、報道機関を分析するためにも援用されてきた。本研究ではそれら先行研究に加えて、これまで蓄積されてきた送り手研究を参照しながら、現代日本の新聞記者像を提示したい。

時間の制約から、今回の報告ではページビュー数（PV）や会員登録数（CV）が記者の仕事やニュースバリューの判断にいかなる影響を及ぼしているのかに焦点を当てる。

（2）先行研究との差異

前述のようにメディア化の観点から報道機関を分析する複数の研究が存在する。それ以外でも、とりわけPVの可視化がニュースバリューの判断にいかなる影響を与えているのかについて多くの研究が蓄積されている。ただし、いずれも海外の報道機関を対象としており、日本の報道機関に関する実証的な研究はわずかし行われていない。また、海外では国際的な比較研究が多く、全国紙と地方紙のように一国内で購読エリアが異なる報道機関を対象としたものは見当たらない。本研究は、部分的にはあれ、これらの空白を埋めることを企図している。

（3）研究の方法

2025年3月～9月初旬にかけて、全国紙4紙、ブロック紙3紙、県紙1紙、通信社1社に勤務する記者およびデジタル部門担当者に対して半構造化面接（全て対面）を実施した。調査対象者は1紙につき1名から3名で、合計で18名。公表にあたっては社名を伏せ、匿名にすることを条件に調査に協力していただいた。この規模の聞き取り調査では新聞社に関する一般的な知見の導出は不可能であり、今回の報告の内容はあくまで今後の調査研究のための暫定的な知見の提示に留まる。

（４）得られた知見

日本の報道機関に関する著作では、PV および PV の増加をもたらすヤフトピックス（ヤフトピ）への掲載が報道機関によるニュースバリューの判断を歪ませるとして批判的に論じられることがある。他方、海外の先行研究では、国内の市場環境や記者の職階に応じて PV に関する意識が異なることが指摘されている。

今回の調査で判明したのは、所属する会社、部署、記者個人の経歴により PV やヤフトピへの意識が大きく異なるということである。まず、全国紙のなかでも、記者が自らが執筆した記事の PV を知ることのできない社がある一方で、PV のみならず CV や記事の完読率などの細かなデータを記者に開示している社がある。

デジタル化に注力する全国紙と地方紙のあいだにも違いがみられる。全国から読者を集めることに関心をもつ全国紙と特定地域に読者が集中する地方紙という性格の違いが PV に対する意識の違いを生んでいると思われる。地方紙の記者やデジタル担当者が PV やヤフトピを意識していないということではなく、全国紙とは異なる意味づけをそれらにしていることが推測される。

所属部署については、個人差はあるものの、報道する対象が固定化しがちな政治部のような部署に所属する記者よりも、人びとの関心を集める話題を広範に扱うことの多い社会部の記者が PV をより意識する傾向にあるように思われる。また、これも個人差はあるものの、デジタル部門の担当者、もしくは過去に同部門に所属していた記者には PV や CV に対する関心が強く、業務としてそれらの数字を目にすることの影響が大きいことが示唆された。

ただし、自らの記事が PV を稼いだり、ヤフトピに採用されることに喜びを示す記者であっても、「PV 至上主義」に陥ることへの警戒を異口同音に語った。記者としての経験や周囲とのやりとりから導き出される「伝えるべき記事」と PV が稼げる記事とのギャップがしばしば言及され、報道が PV に左右されてはならないと語られた。しかし、従来の新聞記事は「あまりにも作り手の発想」に基づいて書かれていたとして、「数字と向き合っていく」必要性を語る記者もあり、一人の記者のなかにも相矛盾する意識が存在していることもうかがわせた。

本研究の知見からもたらされるメディア化理論への示唆としては、「メディアの論理」は最初から自明であるわけではなく、試行錯誤のなかで探求されるものであること、組織の性格や個人の経歴によってその影響に大きな違いがありうること、そしてメディア化は不可逆な過程なのではなく逆行も生じうることが挙げられる。

記者クラブ構造の歴史分析：
二重の権力統制による記者気質のサラリーマン化

松村 菜摘子（立命館大学）

キーワード：記者クラブ、新聞記者、サラリーマン化、ジャーナリズム

発表要旨

(1)研究の目的

行政機関に常設され、報道機関の記者が所属する記者クラブは、情報伝達の円滑化や効率化に寄与してきた一方で、行政機関からの発表情報に依存することによる報道の同質化やその閉鎖性も指摘され、日本のジャーナリズムにおける課題として長く議論の対象となってきた。本研究は、日本の「記者クラブ」システムについて、新聞社組織の権力と政府権力による二重の統制と記者たちの自律の歴史を具体的に検証し、その構造的帰結として「記者のサラリーマン化」が進行したことを示す。具体的には、①戦前の記者クラブ体制と戦後の変化、②1950年代から1960年代にかけての制度化・組織化の過程、③1960年代から1980年代にかけての制度の定着と変容の三つの観点から歴史的展開を分析する。こうした検討を通じて、記者クラブの制度化・慣習化がどのように展開したのかを明らかにする。

(2)先行研究との差異

記者クラブに関する研究は、1980年代後半以降に本格化し、樋口（1993）や塚本（1998）は、記者クラブの問題点を概説的に整理し、フリーマン（2011）は、日本の新聞記者へのインタビュー調査と資料分析を通じて、情報独占や報道の画一化、閉鎖性といった制度的弊害を明確化した。また、地方行政における役割やニュースソース依存の検証など事例的研究も見られる（小黑,2009;小黑・田中,2012）。しかし、これらの成果は記者クラブの問題を提示するには有効であるものの、制度が多く課題を抱えつつもなぜ報道の現場で維持され続けるのかという点を十分に説明し得ていない。さらに、「記者クラブ」はジャーナリズム研究において、日本ジャーナリズムの特徴や問題の象徴として言及されてきた。『マス・コミュニケーション研究』に掲載された論文では、記者クラブが日本のジャーナリズムの課題としてしばしば言及されるが、序論や結論部分で自明の課題として短く触れるにとどまり、詳細な分析や新たな視点の展開は見られない。本研究は、既存の研究の課題を踏まえ、記者クラブが、どのように形成され、制度化し、ルールや慣習化として根付いていったのかを、歴史的に検証することで明らかにする。

(2)先行研究との差異

本研究では、記者クラブの形成と制度化の過程を明らかにするために、主に新聞記者が執筆した記事や書籍を資料として扱う。具体的には以下の資料を、分析対象として主に参照する。①新聞社に所属する記者の言説（日本新聞協会編『新聞研究』等の業界誌の記事、新聞社から出版された、または新聞記者が執筆した書籍）、②新聞社を辞めた記者、

または記者クラブに入れない雑誌・フリー記者の言説（主に記者個人の著書や一般雑誌等の記事）、③その他、新聞記者の取材体制や性質変化に関わる資料として、新聞社の組織体制、記者クラブの体制、労働組合の活動、ニュースソース側である公官庁や警察などの体制変化に関わる資料を参照する。

（4）得られた知見

分析の結果、以下の点が明らかになった。

記者クラブについては、戦前・戦後直後にあった自律的な運営が、1960年代から70年代を契機に徐々に後退し、新聞社の会社組織にとっても、政治権力にとっても、統制が効きやすい状況が醸成され、制度や慣習として確立した。

一つ目は、新聞社組織に対する記者クラブの自律性の減退と統制の強化である。戦前、そして戦後1960年代頃までは、記者クラブには、一定の「自律性」が見られたが、組織化が進むにつれて記者クラブの運営方針が「制度化」され、新聞社組織からの「統制」が強まった。

二つ目は、政治権力が記者クラブに対する統制を強めたことである。戦後すぐは、記者クラブが政治権力への抵抗の場として機能していた事例が見られるが、1960年代以降、徐々に事前のすり合わせや予定調和の記者会見が慣例化し、自律性を失っていった。

三つ目は、行政機関による広報活動の強化である。1960年代以降、公官庁は記者クラブを通じて積極的に情報を発信する傾向を強めた。公官庁は膨大な情報量の提供に加え、記事作成を支援する各種のサービスを行うことで、行政側にとって望ましい報道内容となるよう誘導を試みた。

上記のように、段階的に強化された記者クラブの制度化は、新聞社組織の権力と政治権力による二重の統制を促し、段階的に新聞記者の「サラリーマン化」は強まった。また、新聞記者がサラリーマン化したという指摘は度々なされてきたが、本研究では、その具体的な様態は時代の変化に応じて異なることも明らかにした。記者クラブが自律から統制へと歴史的に展開する過程で、新聞記者のサラリーマン化は一層強化されたといえる。

日本におけるニュース・メディアの透明性の現状 ——オンライン上での情報公開から

永井 健太郎（東京通信大学）

瀬川 至朗（東京大学）

千葉 涼（早稲田大学）

キーワード：メディア、インターネット、透明性、情報公開

発表要旨

(1)研究の目的

本研究の目的は、日本のニュース市場におけるニュース・メディアの透明性を評価することで、ニュース・メディアの情報公開の進展度および課題を探ることである。

(2)先行研究との差異

「透明性」とは、経営情報、ニュース制作過程、報道倫理綱領などの情報の公開、および、ユーザー参加可能性からなるニュース・メディアの規範のひとつである。

Kovach and Rosenstiel が『The Elements of Journalism』（初版：2001 年発行）にて早くから「透明性」という項を設け、客観性を支える概念として提示していた。その後、2004 年 9 月 CBS の“Rathergate”と呼ばれるブッシュ大統領(当時)の兵役逃れ疑惑の誤報以降、メディア不信が広がった(林, 2017: 91)。その対抗策として、「透明性」という概念が語られるようになった。ジャーナリストや研究者を中心に議論が進み、2014 年に全米職業記者協会 (SPJ) が、2015 年に全米放送・デジタルニュース協会 (RTDNA) も倫理規定を改定し、「透明性」を倫理規範のひとつとして加え、「透明性」は新しい規範として正統性を持つこととなった。

しかし、「透明性」という規範は導入されたものの、その範囲は拡張を続けた。当初は、ニュースの情報源や出典に対するトレーサビリティとして語られていたが

(Phillips, 2010)、その後、より広い範囲にわたる情報公開として意味合いを持つようになる。ニュース・メディアの信頼性を回復させる活動を行う The Trust Project や NewsGuard は、ニュース生産過程の開示を求める。そこから、「ニュースと意見の分離」や「訂正」の明示、「読者とのコミュニケーション／報道過程への参加」などを透明性として位置づけている。さらに、ニュース・メディア組織の「透明性」へと広がる。取材綱領・組織運営・経営者の開示、さらには、職業訓練や雇用条件、報道編集体制への外部監査の有無などにまで及ぶ。

このような指標を用い Global Disinformation Index が世界各国の研究者と協働で、各地の偽情報リスク評価に繋げている。日本では、永井ら (2023) が日本のメディア組織の 33 サイトを対象に評価を行っている。しかし、内容は主要メディアに偏っており、また、各項目の詳細や評価方法については公開されていない。そのため、本研究は、

JournalismTrustInitiative(JTI)の指標を参考に独自に評価項目を策定し、日本メディアの透明性の現状を明らかにする。

(3)研究の方法

この目的のために、本調査では、JournalismTrustInitiative(JTI)が公開している評価項目を参考に評価指標を作成し、インターネット上でニュース・コンテンツを配信するサイトを評価する。この評価指標は、2つのセクションからなる。セクション A は経営情報の開示を評価する。「オーナーシップ情報」「マネジメント情報」「資金」「個人情報の取扱」である。セクション B は、ニュースを配信する際の専門性と責任へのコミットメントを開示しているかどうかを評価する。「報道・編集方針の有無」「報道・編集方針項目の開示」「正確性」「独立性」「公平性」「説明責任」「情報源への責任」「立場の表明」「倫理的配慮」「ニュースとオピニオンの分離」「ユーザー・ジェネレーション・コンテンツ」「外部監査機関の利用」「雇用・研修の公開」の項目からなる。ニュースサイトおよびそのサイトを運営する企業のサイト上において、上記の項目に関連する情報が公開されているかを判定する。

対象となるサイトは 93 サイトである。主に新聞社（全国紙・地方紙の一部）、テレビ放送局（キー局・地方局の一部）、通信社、雑誌、公共放送（NHK）、機関紙、オンラインネットメディアを含む。

(4)得られた知見

セクション A では、調査対象 93 サイトが運営者を明示し、多くが営利企業であるが、上場企業は 1 社のみである。理事会や取締役会の情報公開は約半数にとどまった。対象サイト上での資金源の開示はわずか 2 サイトに過ぎなかった。親会社や外部サイトにおいて公開されているサイトは 22 あったが、ユーザー目線から見ると透明性に課題が残ると言える。一方で、個人情報保護方針は法的要請もあり大多数が公開していた。

セクション B では、何かしらの報道・編集方針を公開しているサイトは 57 サイトであったが、その遵守を明言したサイトは 36 に限られる。正確性には多くが言及する一方、独立性・公平性・説明責任への記載は少なく、訂正方針や情報源への責任、倫理的配慮、ニュースとオピニオンの区別、外部監査機関の利用、雇用情報の開示も限定的であった。これらの結果から、日本のニュースメディアにおける経営・報道・編集に関する「透明性」はまだ十分に確立されていないことが明らかとなった。

ハリウッドスター、早川雪洲の日本における受容
―戦後の雑誌記事に注目して―

俣野 裕美（同志社大学）

キーワード：早川雪洲、ハリウッドスター、戦後の日本、雑誌記事

発表要旨

(1)研究の目的

早川雪洲は出生地の千葉からアメリカに渡り、草創期のハリウッドで活躍した映画俳優である。『チート』(1915)では一躍有名となったものの、白人女性を襲う悪役であったことから日本では国辱俳優との悪評が立ったが、アメリカで自身の映画会社を設立してからは英雄視されるなど、その後も映画界の変遷と共に様々な評価がなされてきた(Miyao2007)。

第二次世界大戦後に帰国してからの早川は、映画界での活動だけでなく、その豊かな国際経験から様々な種類の雑誌に取り上げられ、インタビューを受けたり、寄稿記事を寄せたりしていた。本研究は、早川が映画とは異なる場においてどのように受容されていたのかを明らかにするものである。

(2)先行研究との差異

Miyao(2007)は日本での早川の受容について、映画業界との関連の観点から研究を行っている。1910年代から20年代に起こった純映画劇運動では、外国の技術を取り入れて日本映画を刷新し、世界に発信することが希求された。その中で、アメリカで名声を得て現地で映画会社まで設立した早川は、演じた役のステレオタイプ性を非難されつつも、日本映画が将来的にアメリカ化して国際市場に打って出られることを示す好例となった。アメリカ化や西洋化の象徴でもある一方、日本を代表する俳優とみなされた彼は、ナショナリズムに絡めとられる存在であった。戦後、日本映画の国際化を画策した映画界は、外国のイメージが強い早川を利用しようと1949年にヨーロッパから帰国させた。占領政府にとっても彼の国際的な名声は都合がよく、同年の数本の出演作では軍国主義の脱却と民主主義の象徴を演じた。しかしエキゾチックな日本らしさを描いた日本映画が世界的な評価を得てからは、彼の持つ西洋や外国のイメージと齟齬をきたし、その地位は長くは続かなかったという。

本研究では映画以外の場における早川に焦点を当てた。1949年に帰国した彼は、映画雑誌だけでなく、様々な雑誌で取り上げられていた。婦人向け雑誌や、週刊誌、服飾雑誌、芸術雑誌、英会話雑誌、旅行雑誌、法律専門誌、宗教や放送関連の雑誌など、その分野は

多岐に渡っている。アメリカやフランスを始めとする国々を渡り歩いた早川は、世界各地の社会、文化事情や戦後日本の現在と今後の方向性等についての考えを詳細に語っている。映画界においては、日本映画が目指す方向性と外国性が強い彼のイメージをうまくすり合わせるができなくなっていたことが指摘されているが、俳優業以外に積極的に行っていた雑誌上での活動では、彼はどのように受容されていたのだろうか。本研究はこの点を明らかにするものである。

(3)研究の方法

早川についての記載がある雑誌記事を収集した。期間は早川が帰国した 1949 年から 1950 年代前半である。早川についての論評、インタビュー、対談、彼自身が書いた寄稿記事などが見つかった。早川という人物の位置付け、そして世界や敗戦後の日本について何を語っているのかを分析した。

(4)得られた知見

早川は映画界でも外国のイメージが強かったが、雑誌上においてもその傾向がみられた。彼を表現する言葉として「国際人」や「世界的」が使われていた。また、早川がアメリカやフランスをはじめ世界各国を旅行し、そこで生活する中で獲得した社会や文化について深い知識と洞察が綴られている。さらに現地の人々と交流して対等な関係を築いている、もしくは一流の応対を受けている様子が見られた。世界を自由に飛び回って見聞を広げ、そこで引けを取らない振る舞いをし、地位を築いた国際的な人間として位置づけられていた。

また彼は、今後の日本社会が国際化を果たすために是正すべき点についても述べている。マナーや立ち居振る舞い、ファッション、英語の習得、色彩感覚、歩き方、男女関係、法律や放送のあり方など、日本人が欧米に比べて劣っているとみなされる側面を指摘し、改善を訴えた。その一部は日本人の西洋に対するコンプレックスと結びつきながらも、早川は日本の国際化を促進する役割を担っていた。

当時の日本は日米講和条約締結により国際社会への復帰を目指していた。国際的な人物として位置付けられた早川は、その旗振り役として受容されていたのである。映画界で形成された早川の外国や西洋のイメージは、彼が世界を渡り歩いて得た経験や知識、そして戦後日本の国際化の志向と連結し、誌面上における彼の役割へとつながった。

企業広告とインフルエンサー広告によるユーザーの行動意図比較

— 『DARK MOON』 商品広告を事例として —

権 永慶（北海道大学大学院 院生）

キーワード：KPOP、トランスメディアコンテンツ、インフルエンサー、SNS 広告、行動意図

発表要旨

(1)研究の目的

近年、韓流の一種類としての KPOP に対する関心がグローバルに高まるなか、KPOP アイドルグループをモチーフとしたトランスメディアストーリーテリングを取り入れたコンテンツ制作が盛んに行われている(Choi&Ko,2021)。こうした KPOP トランスメディアコンテンツは、ウェブトゥーンや SNS 漫画といったオンライン媒体にとどまらず、キャラクターグッズの展開やアニメーション化など、多角的なコンテンツへと拡張されることでユーザーの共感や関心を幅広く引き出している(株式会社 HYBEJAPAN,2024a)。その結果、企業はこれらのコンテンツを活用し他企業とのコラボレーションや展示イベントを通じてブランド価値の向上を図っている(Yahoo!JAPAN,2024)。

『DARKMOON-黒の月：月の祭壇-』（以下、『DARKMOON』）は、SNS や LINE 漫画を通じて連載されたウェブ漫画であり、KPOP アイドル ENHYPEN をモチーフに作られた KPOP トランスメディアコンテンツである。本コンテンツのインスタグラム公式アカウントは 120 万のフォロワーを超え、グローバル的人気を示している。特に日本市場においては、韓国よりも積極的に多様なグッズ展開や関連イベントが行われており(株式会社 HYBEJAPAN,2024b)、コンテンツを楽しむユーザー層の多様性が確認できる。また、そこで制作されたグッズは、SNS の公式アカウントや個人ユーザーにより拡散され、多くのユーザーの関心を惹きつけている。

デジタルコンテンツ消費の拡大に伴い、SNS 広告はユーザーとの双方向的なコミュニケーションを可能にする手段として重要性を増している (Kang&Park,2016)。近頃、企業は自社発信の広告に加えてインフルエンサー広告を活用するようになったが、両者の効果は同一ではない可能性がある(Panetal.,2025)。なお、ユーザーは SNS を通じて両方の広告に接触するため、それぞれの広告がどのような影響を及ぼすかを明らかにすることは重要である。そこで本研究は、トランスメディアコンテンツのグッズを対象に、企業広告とインフルエンサー広告に対する日本人ユーザーの認知された価値および行動意図に及ぼす影響を実証的に検討することを目的とする。

(2)先行研究との差異

これまでの SNS 広告に関する先行研究は、情報性、娯楽性、信頼性といった特性がユーザーの態度や行動意図に及ぼす影響が多く検討されてきた。Chu&Kim(2011)は、情報性、娯楽性、信頼性がユーザーの態度や口コミ意図に有意な影響を及ぼす要因であると明らか

にした。また、Lou&Yuan(2019)は、インフルエンサーマーケティングにおいて情報性、娯楽性、認知された関連性、信頼性がユーザーの信頼や行動意図に直接な影響を及ぼすと確認した。しかし、KPOP トランスメディアコンテンツのグッズのような特定のデジタルコンテンツを対象に、SNS 広告特性を多角的に検討した実証研究は十分に存在していない。そこで本研究は、日本人ユーザーを対象に SNS 広告が KPOP トランスメディアコンテンツグッズに対する行動意図へ与える影響を明らかにし、韓流コンテンツおよび SNS 広告研究に新たな知見を提示する。

(3)研究の方法

本研究の研究モデルは、独立変数として SNS 広告の特徴である 4 つの因子(情報性、娯楽性、認知された関連性、相互作用性)を設定し、従属変数として認知された価値、購買意図、口コミ意図の 3 つの因子を組み合わせた 7 つの因子で構成した。また、アイドルブランド認知度を調整変数として導入した。研究対象は、『DARKMOON』のグッズを紹介する企業広告およびインフルエンサーの SNS 広告であり、各広告に対するユーザーの行動意図の比較分析を行った。調査対象は、本コンテンツの利用経験を有する 10 代-40 代の日本人男女ユーザーであり、各広告に対して約 150 人を対象にアンケート調査を実施した。本研究の分析ツールとしては SmartPLS を用いて、構造方程式モデリングによる仮説と研究モデルの検証を行った。

(4)得られた知見

上述の分析の結果から、以下の 4 つの知見が得られた。第一に、構造方程式モデリングの結果、SNS 広告の特性のうち、認知された関連性と相互作用性が認知された価値に正の影響を与えることが明らかになった。第二に、認知された価値は購買意図および口コミ意図に正の影響を与え、さらに購買意図も口コミ意図に対して正の影響を及ぼすことが確認された。第三に、調整効果に関する仮説はいずれも有意な影響を示さなかった。最後に、多グループ分析の結果、情報性が知覚された価値に与える影響に関して、アイドル認知度の調整効果が企業広告とインフルエンサー広告の間で有意な差を示した。すなわち、インフルエンサー広告においては、アイドル認知度が情報性から認知された価値への影響をより強く調整することが確認できた。

1990 年代の日本における初期インターネット音楽シーンの形成と発展

菊池 虎太郎（大阪大学大学院 院生）

キーワード：メディア史、ポピュラー音楽、インターネット

発表要旨

(1)研究の目的

本研究は 1990 年代の日本におけるインターネット上の音楽実践に焦点を当て、その発生とシーンの成立過程を明らかにするものである。

ポピュラー音楽におけるシーンとは、多様な参加者による音楽実践が相互に作用して生じる文化的空間であり、シーンの拡散と受容の過程において、その参加者たちを語義通り媒介するメディアの役割は極めて重大である。

発表者はこれまでの研究において、「バンドブーム」以降の日本のロック音楽シーンの再編を試みた新興の邦楽ロック専門雑誌や、質量ともに他誌を凌駕する新譜情報の掲載を可能にした外資系の大型 CD 小売店発行のフリーペーパーといった、1990 年代、J-POP と呼ばれるポピュラー音楽ジャンルが日本の音楽産業を構造的に変容させた時期に相次いで顕在化した、既存のイデオロギーに依拠しない音楽雑誌メディアのオルタナティブな在り方を分析してきた。

本研究ではそれらを踏まえ、J-POP の主流化と時期の重なる家庭用 PC とインターネットの普及に焦点を当てる。

インターネット上の音楽シーンは 2000 年代以降急速に拡大し、現代日本のポピュラー音楽において無視できない影響力を保持している。

ファン文化研究、出版研究の理論的枠組みを用いながら、その黎明期において音楽メディアがいかに整備され、言説、配信、聴取の場が構築されていったのかを検証し、雑誌文化との連続性を示しながら、メディア史の文脈に組み込むことを本研究の目的とする。

(2)先行研究との差異

インターネット上の音楽実践に関するこれまでの研究は、十分な歴史化を試みることなく、インターネットの登場が音楽市場に与えた経済的な影響、あるいは音楽のデジタル化によって生じた著作権問題の分析に焦点を当ててきた。

より広く、日本を対象としたインターネット上の大衆文化研究について概観しても、その多くは一般家庭にまでインターネットが普及した画期とされるオペレーティングシステム、ウィンドウズ 95 日本語版の登場以降の分析が多く、それ以前の草の根的・局所的な文化実践を射程に収めた分析はいまだ十分であるとはいえない。

これらを踏まえ本研究では、1970 年代末後半のマイコンブームと呼称される個人向けコンピュータ自作ブームの時代から継続的に実践されてきた音楽プログラミングや音声圧縮・配信の技術的発展、あるいは 1985 年の日本電信電話公社の民営化による通信の自由

化に伴って活発化したパソコン通信や、同時期から実験的に開始され 1990 年代初頭に商用化が実現した黎明期のインターネットの歴史的経緯に十分留意したうえで分析を行う。

(3)研究の方法

発表者は、2025 年初頭より継続して国内の DTM 専門雑誌上の記述を主な対象とした質的調査を実施した。

具体的には、パソコンを使用した音楽制作を示す DTM の語が一般化し、家庭用 PC の普及率も高まっていった 1990 年代初頭以降に相次いで創刊された DTM 専門雑誌

『ComputerMusicMagazine』『DTM マガジン』『PCmusic』の 3 誌を中心的に扱う。

また、補助的に同時期のパソコン雑誌およびポピュラー音楽雑誌とその周辺のカルチャー雑誌、サブカルチャー関連ムック等における DTM やインターネットの特集記事も取り上げる。

発表者が雑誌記事に注目するのは、当時の DTM 専門雑誌が音源データの送付企画や読者投稿欄といった編集者と読者、あるいは読者間のコミュニケーションを前提・目的とした記事をもれなく連載しており、投稿文化を通じてファンコミュニティが形成され、のちのインターネット上のコミュニティへと接続していったと考えられるためである。

(4)得られた知見

調査の結果、日本における初期のインターネット上の音楽文化は、DTM 雑誌上の投稿欄やミニコミ誌に影響を受け主に大学内のサーバに設立された個人サイトを中心に言説ベースのメディアとして発展し、パソコン通信文化の移入に伴って徐々にコミュニケーションの場として拡充されていったことが確認できた。

その後、通信技術の進歩とユーザの増加により自身のウェブサイト上で音源の発表、聴取が可能となり、その試みはのちにオンライン上で自作音楽を制作・流通させる非営利のレーベルとしての「ネットレーベル」として発展していったことが明らかとなった。

これは同時期に主流化した J-POP が年間 100 万枚を超えるセールスを常態化させる状況下に対するオルタナティブな試みとして捉えることができる一方で、2000 年代以降はインターネット文化のメインストリームへの移入も並行しており、今後の継続的な調査が必要となる対象であると言える。

意味理解の曖昧な言葉を使用したコミュニケーションに見られる、情動との距離感
——「メロい」を事例として——

浦野 智佳（立命館大学大学院 院生）

キーワード：SNS 情動 感情 コミュニケーション メロい

発表要旨

(1)研究の目的

浦野（2023）では、SNS 空間におけるコミュニケーションと情動の問題について、「エモい」という言葉から検討した。この中で、「エモい」のもつ機能を、以下の2つとして提示した。

- ① 緊密な相互理解を必要としない「ゆるい共感」。
- ② 現在的な情動を非現在的なものとして捉え直し、情動を受けとめやすくする、「情動から距離をとる」こと。

上記の機能はいずれも、「エモい」がはっきりとした辞書的な意味を共有されずに広まったことによって成立していると考えられる。意味理解の曖昧さが、その言葉を共有するコミュニティへの参入障壁を下げ、またその言葉を発するに至った契機となる情動の実感を薄めるのである。

こうした構造は「エモい」以外の流行語にも同様に見られるのではないだろうか。また、このような意味の曖昧さに頼った言葉遣いは、現在の SNS 上に蔓延する「まちがい」を恐れる気分にも関係しているのではないだろうか。

本報告では、「エモい」の研究から得られた知見をさらに深めつつ、意味理解が曖昧な言葉を使用してコミュニケーションを行うことと、SNS におけるリスク回避志向の関係について明らかにする。

(2)先行研究との差異

SNS をはじめとするデジタルメディア空間における情動の重要性は伊藤(2017)の時点で指摘されているが、具体的な事例を対象とした実証的な研究はいまだ多くはない。また、既存の研究は人々がいかに情動に駆動されているかを述べるものばかりである。本報告では、あらゆるコンテンツにより日々情動を掻き立てられ続けている人々が、それに疲弊し抗おうと試みているのではないかという視点を提示する。本報告は、SNS を利用する人々の中にある「情動にふりまわされたくないという情動的事実」について指摘する。

(3)研究の方法

本報告では、近年 SNS 上で盛んに使用される「メロい」という新たなスラングを調査対象とする。「メロい」の意味は一般に「メロメロになるほど〇〇」の省略として理解されている。「〇〇」の部分にはカッコいい、かわいい、魅力的などのニュアンスが含まれるとされるが、この部分が省略されることで具体的な意味は曖昧なものとなる。「メロい」という言葉は「エモい」をはじめとする多くの形容詞と同様に、対象の性質よりもそれをまなざす主体がいずれかの感想を抱いたことを表明する言葉であると考えられる。

「メロい」の使用実態を明らかにするべく、X(旧 Twitter)の検索機能を用いて実際に「メロい」を使用している言説を収集し、分析を行う。

GoogleTrend によると、「メロい」という語は 2010 年 1 月の時点でわずかに検索実績があるものの、注目度が急激に上昇したのは 2024 年からである。そのため、2024 年 1 月から 2025 年 8 月までの期間で、各月末日に投稿されたポストのうち 100 いいね以上のインプレッションがあり画像や URL が添付されていないものを収集する。画像や URL を省くのは、これらが含まれる投稿はテキストが簡素であったり、既存作品のファンアートなど読み取りに特殊な知識を要するものが多いためである。

(4)得られた知見

「メロい」の使用実態からは、性的なニュアンスを（実際に含んでいてもいなくても）マスキングしてカジュアルに対象への思いを発信する動きが見てとれる。そこには、性的なまなざし、あるいは広義の欲望を他者へ向けること、もしくはそれをおおっぴらに表明することがタブー視されている現状を前提に、語義の曖昧さにそうしたニュアンスをぼかして扱う手つきがあるのではないだろうか。

「メロい」に関する意味理解の曖昧さが、この語を使用したコミュニケーションへの参入障壁を下げ、また発話者の欲望に対する実感や発露を妨げる。これは「エモい」に見た「ゆるい共感」「情動から距離をとる」の構造である。

こうした語の需要は、情動を直接的に表現することによる種々のリスクを回避することが求められているからではないだろうか。

バレーボール解説者は「選手の発話」をどのように解説に組み込むか：

スローモーションリプレイの技術的特性のかかわりに注目して

秋谷 直矩（山口大学）

キーワード：スポーツ解説者 スローモーションリプレイ バレーボール エスノメソドロジー

発表要旨

（１）研究の目的

本報告では、スポーツ中継において、放送技術との関連のもとスポーツ解説者がどのように自身の専門的知識・スキルを発揮しているのかを検討する。注目する放送技術は、スローモーションリプレイである。この技術は、再生時に「元の音声を喪失する」という固有の特性をもつ。一方で、報告者の観察では、元の音声を喪失したスローモーションリプレイの挿入において、スポーツ解説者はしばしばそこに記録されていない「選手の発話」を、自身の詳細な分析時の証拠として言及することがある。本報告ではこれに注目し、スローモーションリプレイにスポーツ解説者が「選手の発話」を組み込みながら現象を説明する技法を明らかにすることを目的とする。

（２）先行研究との差異

スローモーションリプレイと解説者の専門性とのかかわりに関しては、スポーツメディア論と科学技術社会論の両領域においてそれぞれ議論されている。スポーツメディア論においては、同技術の導入によって身体の動きの分析可能性が向上したことにより、スポーツ解説者の説明が従前より専門的・分析的・科学的になったことが指摘されている（Morse1983;Gamache2023 など）。また、科学技術社会論では、同技術を通してテレビの視聴者やスポーツ解説者がファールや得点についてしばしば審判よりも正確に判断できるようになったことから、現象の理解可能性に関する審判・選手・スポーツ解説者・現地観戦者・遠隔視聴者間のバランスに変化が起きていることが指摘されている

（Collins2010;Collinsetal2016 など）。

これらの先行研究に共通するのは、スローモーションリプレイの技術的特性の探求を「視覚的証拠にもとづいた判定」場面に限定していることである。したがって、この条件「のみ」の観点から、先行研究は知見を導出していることになる。しかし、スローモーションリプレイの技術的特性は、これだけに切り詰められるものではない。本報告では、先行研究においてあまり注目されてこなかった技術的特性である「元の音の喪失」に注目する。それにより、これまで議論されてこなかった技術的特性との関連のもとで、スポーツ解説者の専門性を明らかにする。

（３）研究の方法

本研究では、TBS の公式 YouTube アカウントにアップロードされたバレーボールの国際大会の競技動画を分析対象とする。データセットには、2022 年ワールドカップ、2022

年ネーションズリーグ、2023年ネーションズリーグの計67試合が含まれる。動画にはTBS専属のアナウンサーとスポーツ解説者による日本語の実況解説音声があるまま収録されている。解説陣は元日本代表選手で、一部は代表チームスタッフとしての経験も持つ者たちである。なお、大半の試合はオフチューブ方式で放送された。

分析にあたって、スポーツ解説者および実況アナウンサーが選手の発話に言及した事例をコレクションし、すべてのやり取りを書き起こした。そして、エスノメソドロジーの考え方のもと、特にスローモーションリプレイとの関連において選手の発話に言及する事例を分析した。

（4）得られた知見

分析により得られた知見は、以下の二点である。第一に、スポーツ解説者は、「選手の発話」がライブ中継において聞こえない場合ですら、その存在を推論し、スローモーションリプレイ挿入時に出来事を合理的に説明するための証拠として組み込むことができる能力を有している。第二に、スローモーションリプレイが挿入される以前のライブ中継時に、スポーツ解説者は分析を終えている場合がある、ということである。

従来の研究は、スローモーションリプレイによる「視覚能力の拡張」の側面に焦点化して議論を展開してきた。そこでは、スポーツ解説者は、スローモーションリプレイを分析する専門家という像が前提とされていたと言える。しかし、本報告で明らかにしたように、特にバレーボールの解説者は、スローモーションリプレイ挿入の前にすでに分析を終えていることがある。あるいは、スローモーションリプレイからは調達できない証拠（＝「選手の発話」）を取り上げることがある。以上の知見は、スポーツメディア研究や科学技術社会論研究におけるスローモーションリプレイの技術的特性を問い直すものでもある。すなわち、スローモーションリプレイは、それ自体が詳細な分析の対象になりうるだけでなく、すでに終えた分析を詳細に説明する機会という側面もあるということである。

韓国ジャーナリズムにおける「伝統と脱境界」の拮抗の動態に関する研究:

ジャーナリスト・金於俊（キム・オジュン）をめぐるディスコースと

金於俊・ジャーナリズムを事例として

朴 健植（立教大学大学院 院生）

キーワード：批判的ディスコース研究、メディア表象、金於俊（キム・オジュン）、ライン
事態

発表要旨

研究目的

本研究は、伝統的なジャーナリズムとデジタル・ジャーナリズムの境界で新しいジャーナリズム実践を先導してきた金於俊をめぐる主要なメディアによるディスコースと金於俊・ジャーナリズムを分析するものである。それを通し、金於俊に対するメディアの支配的認識と金於俊・ジャーナリズムの持つ意味の間に注目した。

先行研究との差異

金於俊をめぐるディスコースとそのジャーナリズムの特徴を分析した研究は少ない。例えば、金於俊が手掛けてきた報道番組を対象とし、受容者（Song2012 など）、公共圏（Won&Yoon2012 など）などに注目した研究があるが、金於俊をめぐる主流メディアの認識と金於俊・ジャーナリズムの特徴を分析したものはあまり見られておらず、本研究はその研究の欠落を埋めるものである。

研究方法

研究方法として、批判的ディスコース研究の社会認知的アプローチを用いた。それは、ニュースの生産における認知的処理に注目するものである（VanDijk2001）。具体的に、メディアが「金於俊」、「LINE 事態」をどのように「命名」し、「構図化」したか。それはどのような根拠に基づき「論証」され、どのような「イデオロギー」に基づいたものかについて分析を行った。金於俊・ジャーナリズムを分析する際には、ディスコース分析に加え、レトリックにも注目した。

研究対象は、まず第1に、韓国言論振興財団のデータベースである「BIGKinds」を通し集めた、全国紙（10社）、テレビ（4社）、雑誌（3社）などによる金於俊関連報道である。「金於俊」を検索語として、新しいジャーナリズム実践の変曲点、具体的に、初のインターネット新聞である『タンジ日報』の創刊期（1998.7.1~2000.7.31、86件）、ポットキャスト・ジャーナリズムを先導した『ナヌン・コムスダ』の時期（2011.4.1~2013.12.31、1,386件）、ユーチューブ・ジャーナリズムを先導した『金於俊の謙遜はつらい・ニュース工場』の時期（2016.9.1~2025.6.30、17,974件）の記事を集め、上記の4要素を中心に分析を行った。第2に、韓国メディアの対日認識と金於俊・ジャーナリズムの特徴が顕在化

した「LINE 事態」をめぐる主要なメディアと『金於俊の謙遜はつらい・ニュース工場』による関連報道である。「LINE」を検索語として、関連記事（2024.5.1~2024.7.31,3,452件）を集め、『金於俊の謙遜はつらい・ニュース工場』のデータベースを用い、関連報道をデータ化し、4要素を中心に比較した。

得られた知見

第1に、金於俊をめぐるディスコースは、『タンジ日報』の創刊期には、反権威主義をもとに、既存のメディア秩序に亀裂を入れたものとして表象された。『ナヌン・コムスタ』の時期には、対抗的メディアの主役として表象された一方で、「代案」対「陰謀論」という構図が形成された。『金於俊の謙遜はつらい・ニュース工場』の時期には、ゼネラルリストとして表象された一方で、ファンダム政治の主役として批判された。主要なメディアは、金於俊・ジャーナリズムを伝統的なジャーナリズムの原則に準拠しない逸脱したものとして周辺化してきた。

第2に、「ライン事態」関連報道から明らかになった金於俊・ジャーナリズムの特徴は、積極的な推論による「実態的事実」の究明に重点を置くものであった。主要なメディアと金於俊は、国益保護主義に基づいた報道を通し、「ライン事態」を情報覇権を握ろうとする姿勢を露わにした日本政府により、韓国製のプラットフォームが強奪された出来事として表象した。金於俊は、韓国政府の対日姿勢をこの事態を招いた要因と見做し、政治責任を追及するなど鮮明な態度を示した。

第3に、レトリックの分析から明らかになった金於俊・ジャーナリズムの特徴は、日常語を用い、ニュースの本質を表す「ワンセンテンス・ジャーナリズム」、ニュースの脈略を重視する「脈略のジャーナリズム」、公表された党派性に基づいた「アクティビズム」であった。一方で、不透明な事実確認はその評価を低下させる要素であった。金於俊は、伝統的なジャーナリズムとデジタル・ジャーナリズムの領域を横断しながら存在感を高め、独自の観点のニュースを生産し、支配的なメディア秩序に抵抗してきた。主要なメディアは、金於俊を異端者として捉え、「我々のジャーナリズム」対「ジャーナリズムではないもの」の構図を作ってきた。金於俊は論争的な事案であることは間違いない。しかし、重要なのは、新しい変化を先導するジャーナリストと伝統的なジャーナリズムの境界を乗り越えるジャーナリズム実践は、デジタル・ジャーナリズムを活性化させる要素として作用している点であり、それは日本においても示唆に富むものである。

「予期」させるトークと、「同期」させるリプレイ：

飛込競技中継におけるテクノロジーとの相互作用

酒井 信一郎（立教大学）

キーワード：スポーツ中継、リプレイ、エスノメソドロジー、放送トーク研究、モノとの相互作用

発表要旨

(1)研究の目的

本報告はテレビスポーツ中継番組で多用されるリプレイに着目し、解説者のトークとテクノロジーが構成する相互作用がどのように展開されるのか、これを飛込競技中継番組を事例に明らかにするものである。

スポーツ中継を支える革新的テクノロジーのなかでも、リプレイはスポーツ中継研究において特段重要視されてきた。テレビスポーツ史家のガマシェはリプレイの登場をスポーツ中継史上「最も重要な技術革新」(Gamache2010:105)と評価しているが、こうした主張はテレビスポーツ研究が活発になった1980年代初頭より継続してなされてきた。ところがリプレイを主題とした経験的研究はほとんど行われていなかったのが実情である

(CumminsandHahn2013)。クラインとマーティンはかつて、スポーツ中継研究はテクノロジーがいかに中継の在り方に反映されるのかという形でしか両者の関係を捉えていないと指摘した(KreinandMartin2006)。この指摘はまさしくリプレイ研究史に当てはまるものだった。反映論の限界はリプレイが持つ技術的特性から導き出される以上の知見を得難い点にある。

本報告はこうしたリサーチギャップを埋めるべく、スポーツ中継がリアルタイムで産出される過程でリプレイがどのように用いられているのか、この実態を解説者によるトークとリプレイの相互作用に着目して記述する。テクノロジーとの相互作用という着眼点は道具、環境、技術、思考といった人間外の存在(ノンヒューマン)であるモノをいかにして社会の記述に組み込むのかという近年のメディア研究で関心の高まりを見せている研究課題に連なるものである(SpöhrerandOchsner2017;『マス・コミュニケーション研究』87巻)。スポーツ中継とテクノロジーの関係を反映論から産出論へと展開することが、本報告の狙いである。

(2)先行研究との差異

前述のクラインとマーティンによる問題提起以降、リプレイ研究を反映論から産出論へと展開させた先行研究にアイスホッケー中継のコントロールルームを対象とした一連の研究群がある(Engströmetal.2010;Perryetal.2009,2014,2019)。本報告はこれらと関心を強く共有するが、先行研究が視聴者からは見えない場所を対象とする番組制作研究であるのに対し、本報告は視聴者の面前で出演者同士が交わす会話による制作の側面、すなわち放送

トークの研究 (Clayman and Heritage 2002; Hutchby 2006) に位置づけられる。また、アクターネットワーク理論によるスポーツ中継研究 (Kerr 2016) とも近い出発点を持つが、状況に埋め込まれた行為の記述を志向する点において方向性を異とする。

(3) 研究の方法

飛込競技の中継にはひとつひとつの演技終了後に解説者がリプレイを用いて評価を行うという定型的な流れがある。トークとテクノロジーの相互作用を分析するためのデータ収集に適した題材である。本ほうこくではテレビ朝日の公式 YouTube チャンネルで公開されている 2021 年 FINA 飛込ワールドカップ中継での女子 3m 準決勝および決勝から、演技 119 本分のリプレイを分析対象として抽出した。抽出したデータに対し会話分析で一般的なジェファークソン式トランスクリプトを採用した詳細な書き起こしを行なった。そのうえでメディアディスコースを「見ること・聞くことのデザイン」(是永 2017) と捉えるエスノメソドロロジーの観点から、質的分析を実施した。

(4) 得られた知見

分析の結果、119 本のリプレイのうち 117 本においてある共通した慣習的な実践が観察された (残りの 2 本はリプレイとは無関係なトークであった)。それは、発話の時点では受け手にとって曖昧な「展望的指標」の指示対象が後続するリプレイのなかに特定されていくという、順次的な構造を持つ「見ることのインストラクション」の構成である

(Goodwin 1996; 酒井 2024)。解説者はリプレイが始まる前の段階で演技に対する見どころを述べ、視聴者がその詳細をリプレイのなかから発見できるよう、物事の見方を導く発話のデザインを行なう。このようにしてリプレイは解説者の発話によって意味づけられる。それと同時に、リプレイ自体が発話のデザインを可能とする側面も存在する。たとえば演技の具体的な動作を評価するとき、解説者はリプレイの進行に自身の発話を同期させて「ここです!」と瞬間を指標化する。結論として、予期 (展望的指標) と同期 (指標化) という二つの次元においてトークとテクノロジーが相互に支え合い、スポーツ中継の生放送ディスコースがリアルタイムに産出される様相が確認された。

テレビ放送における沈黙の視聴者と BPO 規制の関係

森 陽兵（千葉工業大学大学院 院生）

キーワード：放送倫理、表現の自由、BPO（放送倫理・番組向上機構）、沈黙の視聴者、行動に出ない違和感

発表要旨

(1)研究の目的

近年、テレビ放送における表現は、視聴者からのクレームや苦情対応を重視するあまり、制作現場で過剰に自粛される傾向が強まっていると考えられる。BPO（放送倫理・番組向上機構）に寄せられた意見が審議の材料となり、その判断が制作者に強く影響を及ぼすが、その過程で「寄せられた声＝視聴者全体の意識」とみなされやすいという問題がある。実際には、少数の強い批判的意見が結果的に大きな影響力を持ち、制作者が本来の表現を抑制する方向に導かれることが少なくない。こうした状況は、放送倫理を守るという BPO の意義を否定するものではないが、同時に表現の自由を不必要に狭めるリスクをはらんでいる。

一方で、視聴者側の実態に目を向けると、不快感を覚えても「面倒だから」「言っても意味がないから」といった理由で意見を表明しない人々が多数存在する可能性がある。つまり、BPO に届く声は視聴者の一部にすぎず、実際には「行動に出ない違和感」を抱く層が相当数いると考えられる。

本研究の目的は、この「行動に出ない違和感」を可視化することである。過激な表現に対して、内心では面白いと感じている人と、不快感や嫌悪感を抱いている「沈黙の視聴者」の存在を明らかにする。

(2)先行研究との差異

テレビ番組の表現に関する研究はこれまで数多く行われてきた。その多くは、過激なコンテンツが社会や視聴者に与える影響を分析するもの、あるいは視聴者のメディアリテラシーや批判意識に注目するものが中心である。これらの研究は、視聴者の反応を理解する上で重要な知見を提供してきたが、共通しているのは「実際に表明された意見」や「行動に結びついた反応」を研究対象にしている点である。

しかし、これまでの研究は「声を上げた人」に限定された分析が多く、「声を上げなかった人」を意図的に捉えようとする試みは乏しい。本研究は、この空白を埋めることを目指すものである。具体的には、テレビを視聴していても「何もしない層」がどのように存在しているのかを可視化する点に新規性がある。

また、従来の研究は、視聴者の「不快感の境界線」を探る試みはあっても、その先にある「行動に出ない違和感」という領域には踏み込んでいない。こうした点から、従来の研究とは異なる角度で放送倫理を問い直す点に、本研究の学術的および実務的意義がある。

(3)研究の方法

本研究では、アンケート調査を用いて視聴者の「行動に出ない違和感」の程度を明らかにすることを目的とする。調査対象は500人程度を想定し、過激なシーンに対する視聴者の反応を測定する。具体的には、現代のテレビ番組やネット上で話題となった過激なコンテンツを用いることで、意見が大きく分かれやすく、違和感の顕在化が期待できる。対象シーンとしては、『水曜日のダウンタウン』より「説教中でもやっぱり身の安全が第一説」の、ふんどしにつけた炎がターゲットに接触しそうになる場面を提示する。

このシーンを見たうえで、「何もしない」と回答した人を抽出し、その割合を算出する。このシーンはネットニュース化され批判が多かったことから、BPOが意見を示す可能性も高いと考えられる。そのため、行動に出ない視聴者がどれだけ存在するか、その人たちがどのような感情を抱いているのか、さらにBPOによる判断の妥当性を明らかにし、視聴者の心理と放送倫理の関係性を分析する。

(4)得られた知見

調査を通じて、過激なシーンに対し「何もしない」と回答した視聴者層に着目した。その結果、全体の58%が視聴に際して具体的な行動を伴わないことが明らかとなった。さらに、この非行動層における感情傾向を分析したところ、当該シーンを肯定的に受容する者（「面白い」「少し気になる」）が55%、否定的に受容する者（「モヤモヤする」「かなり不快」「許容できない」）が45%を占めていた。すなわち、行動に移さない視聴者であっても、その内的感情は必ずしも均質ではなく、肯定と否定の両側面を含む多様な意識が存在することが示された。

加えて、BPO規制に関する意識については、「規制を緩和すべき」と「規制を強化すべき」がそれぞれ約4割、さらに「中立・無関心」が約2割を占めており、意見は拮抗していた。これらの結果から、行動に出ない視聴者の中にも否定的な感情を抱く者が一定数存在することが確認され、BPOが一部の強い批判的意見のみに依拠しているわけではない現状が示唆された。したがって、番組規制の議論においては、発言しない視聴者の多様な意識や感情を考慮した柔軟な対応が求められると同時に、現行の規制が視聴者全体の感情分布を一定程度反映している可能性が示唆される。

<権威主義>体制国家の大統領選挙プレ期における放送ディスコース分析

～カメルーン共和国・国営放送 CRTV を事例に

小野 洋文（東北大学大学院 院生）

キーワード：メディア言説 ディスコース分析 権威主義国家 選挙とメディア グローバル・サウス

発表要旨

(1) 研究の目的

本研究は、中部アフリカのカメルーン共和国を事例に、国家が放送メディアを通じて情報をどのように構造化し国民を統治しようとしているのか、暗黙のイデオロギーを明らかにすることを目的とする。カメルーンは、サブ・サハラの典型的なポストコロニアル状況の<権威主義>体制である。複数政党制で選挙も実施し、民主主義的な特徴があるものの、実態は選挙操作や野党弾圧、報道規制が存在し（カメルーン人権報告 2020）、民主主義の調査組織フリーダムハウスからも「自由でない（15/100）」と低評点である（2025）。本年 2025 年 10 月には、7 年に一度の大統領選挙が予定されており、43 年間政権を握るビヤ大統領は世界最高齢指導者で 7 月に再出馬を表明した。

研究はメディアの中から国営放送（テレビ）に焦点をあてる。テレビは映像を用い大統領選にもっとも大きな影響をもつとされる（Frédéric2020）。テレビは 2011 年時点の放送エリア内で半数に普及しており（Bolvine2017）、一部研究では農村地域でもテレビがラジオより優位との報告もある（Ndemdouetal2022）。一方インターネット使用率は 42%（ITU/世銀 2023）だが、普及の歴史が浅く情報交換の社会的プロトコルは萌芽的である。

国営放送は、その目的に「国家の統一・統合の強化」が求められており、現職有利に言説が構成されることが予想される。局内でも平時より編集方針が明示化されず、職員は推測（忖度）しながら仕事をしているという（Minlo2013）。一方で「民主主義プロセスへの参加」も謳われており、選挙前 15 日間の政見放送は各候補者に均等な放送時間が割り当てられる公平な面もあり、一見矛盾する価値観が併存しているようである。そこで本研究は、国営放送 CRTV が夜のニュースゾーンにおいて大統領選挙に関する話題を伝える際どのように言説を構築しているか、批判的言説分析の手法で質的に分析し、それが国民にどのような認知の作用をおよぼしうるか議論する。

(2) 先行研究との差異

本研究が先行研究と異なる点は下記 2 点である。i) 分析対象の期間を「選挙キャンペーン期」ではなく、その前の期間に設定する点。ii) テレビ放送を「フロー」概念で捉え、分析対象を当該ニュース番組とその隣接内容も視野に入れる点。

i) に関して、サブ・サハラ地域での選挙期のメディア言説分析は、実務的な監視団体の調査により多くなされてきた。2022 年のケニア大統領選では EU の選挙監視ミッションにより各政治家の時間配分や 3 区分トーン（肯定・中立・否定）が計測され、露出に関し

て各メディアの均衡感が判定された (EU/EOM2022)。2021 年のウガンダ大統領選でも報道監視団体により上記の実測が用いられ (ACME2021)、量的な均衡をウォッチする枠組みは定着していると言える。カメルーンでは前回 2018 年選挙でメディア全体 (TV、ラジオ、新聞) で現職を 3 倍の分量で報道したことが報告された (AU2018)。このように「選挙キャンペーン期」の調査研究では公平感が焦点化されがちである。また選挙実施の当該国としても、監視団体や国際的な視線に注意深くなり露骨なトーンを控えるのは当然であるから、調査対象をキャンペーン前に設定することで、持続的な放送言説のトーンが観察できると考える。

ii) に関しては、テレビの特性を踏まえ、R.ウィリアムズ (1974) が提唱したフローの概念を補助線として用いることとした。連続する視聴経験により、隣接するジャンルと意味が連合して捉えられる可能性の視点を導入したことに特徴がある。

(3) 研究の方法

国営放送 CRTV で放送された夜のニュース枠とその隣接箇所を対象とし、ビヤ大統領が出馬を表明した翌週から 1 か月間の期間にデータを収集して分析 (公式 WEB サイトの配信を録画、不良もありすべてではない)。

分析の枠組みは、批判的ディスコース分析 (CDA) から、フェアクラフ (2003=2012) の<ディスコース群>の概念と、<社会的行為者>の枠組みとする。ディスコース群は社会的な事象を表象する複数の言語的実践の集合で、同一の対象でも異なる立場や意味づけが併存するという考えのことである。社会的行為者では、表象される人の役割やどのような作用を及ぼす存在として描かれるのかに着目する。なお、放送は映像と音声との複合的な要素があるため、適宜 MCDA から<人の描写>の分析概念 (Ledin&Machin2020) も補助に用いる。

(4) 得られた知見

ニュースの前後では、選挙告知のミニ番組が配置され、民主主義の推進と共に逸脱者の排除がディスコースとして語られ、ニュース本編との同調が見られることが分かった。また開発に関連する広告が配置され、開発への期待においてニュース本編と同調が見られた。また現職大統領が、開発や平和と近接して語られている傾向にあった。

これらの結果から、フーコーの統治性の理論を下敷きにアフリカの国家が「開発」を統治に利用したと論じる J.ファーガソンの議論を引きながら、国営放送の言説戦略を考察したい。

ネット社会におけるニュースキャスターの存在意義：
感情労働と共感の視点から

深澤 弘樹（駒澤大学）

キーワード：ニュースキャスター、コメント、感情労働、共感、親密性

発表要旨

(1)研究の目的

本研究は、テレビ画面を通じて視聴者に語りかけるニュースキャスターの役割や存在意義について、キャスター自身がキャスターの理想像をどのように内面化し、番組において実践しているのかをインタビュー調査を通じて明らかにするものである。

特に注目するのは、ニュース後にキャスターが語る行為である。キャスターの「語り」は、視聴者のニュース理解や意見形成において準拠枠組みとなることが指摘されており（村松 2005）、キャスターは単なる読み手ではなく、ニュースに対する解釈や価値観を提示し、視聴者と送り手との価値の共有化をもたらす（山腰 2006）。語りの実践は、画面を通じた疑似的な社会的相互作用の中で行われ、キャスターの営みは「感情労働」と位置づけられる。

キャスターは、世論の動向やキャスターの理想像を感情規則として捉え、自身の言動や意識を調整しながら視聴者との関係性を築いている。しかし近年では、ネット社会における発言の切り取りや炎上リスクの高まりにより、意見を述べる「モノ申す」型のキャスターから、親しみやすく視聴者の視点を重視した「共感型」のキャスター像への変化が見られる。

本研究では、こうした変化を踏まえ、キャスター自身の中立性・客観性・反権力への認識、共感のあり方、インターネット時代のキャスターの存在意義を検討する。

(2)先行研究との差異

東日本大震災以降、視聴者に寄り添う報道姿勢が注目され、従来の規範である中立・客観・反権力に加え、地域課題の解決への送り手の積極的関与が評価されてきた（林 2011；畑仲 2014 など）。また、ジャーナリズムと感情の関係性に関する研究も進展し、ウォール＝ヨルゲンセン（2019＝2020）はジャーナリストが感情労働を行っており、報道に戦略的に感情を組み込む手法の存在を指摘した。

本研究はこれらの知見を基盤とし、ニュースキャスターと感情の関係に焦点を当てる。従来のキャスターの語りの分析は、藤田（2006）に代表されるように、談話・会話分析が中心で、テキスト分析の蓄積はあるものの、キャスターが内面化する意識は解明されていない。そこで、本研究では、語りの背景にある意識を明らかにすることで、キャスター研究に新たな視座を提供し、ネット時代のテレビニュースのあり方に示唆を与えることを目指す。

(3)研究の方法

本研究では、全国12局の放送局に勤務するキャスターおよびフリーキャスター計20名を対象に、半構造化インタビューを実施した。基本的に対面で行い、一部はオンラインやメールで対応した。調査期間は2023年7月～2024年11月で、一人1～2時間の聞き取り調査を行った。質問項目は、①求められるキャスターの姿勢と存在意義、②コメントの意義と注意点、③ネット・SNS時代の変化、④今後の展望、である。得られたデータは質的研究支援ソフト NVivo で文字起こし・コーディングを行い、キャスターの役割や意識を分析した。

(4)得られた知見

分析の結果、キャスターは、基本的なアナウンス技術や正確な情報伝達に加え、視聴者に安心感や信頼感を与える存在と認識していることがわかった。番組内での情報提示や発言（コメント）については、視聴者との間をつなぐ「橋渡し役」としての意識が強く、中立性や客観性を内面化しつつ、選択肢や「気づき」を与える役割を重視していた。

「共感」や「寄り添う姿勢」に関しては、キャスターが取材対象者に寄り添い、その思いの代弁に重きを置いていた。また、スタジオ出演者が増えるなかで、意見を引き出し調整する役割も担うようになり、キャスターの機能が多様化していることが確認された。加えて、視聴者と同じ目線で語る存在としての意識が強まり、人間性の表出が信頼構築につながると認識されていた。この傾向は視聴者との距離が近い地方局で特に顕著であった。

一方で、意見を述べることの重要性を認識しつつも、ネット社会における発言の切り取りや炎上リスクを懸念し、慎重な姿勢を取るキャスターも多かった。インターネットやAIの時代においては、人間味のある体温を感じさせる言葉で語りかけることの意義が再認識され、個人のパーソナリティを表出することで視聴者との関係性を深める姿勢が見られた。

以上から、キャスターが共感や人間性、親しみやすさを重視する傾向が示唆された。

2025 年参院選における YouTube 動画の計量分析
—動画特性・タイトル表現・生成 AI 感情分析を中心に—

細貝 亮（日本システムリサーチ）

キーワード：参議院選挙、YouTube、動画特性、計量分析、生成 AI

発表要旨

(1)研究の目的

本研究の目的は、2025 年参院選の選挙運動期間中に YouTube に投稿された政治・選挙関連動画の実態を、計量的手法を用いて探索的に明らかにすることである。具体的には、①再生数の分布、②動画の長さや投稿形式の特徴、③投稿主体（候補者・政党・第三者等）の構成、④動画タイトルに表れる表現パターンと感情表現の特徴、の 4 点に注目する。2024 年以降「SNS 選挙」が本格化し、YouTube が政治情報の重要な流通経路となるなか、本研究ではこのプラットフォームで実際にどのような政治動画が流通し、視聴されているのか、その基本的な実態を解明する。

(2)先行研究との差異

本研究の独自性は以下の三点に集約できる。第一に、日本の選挙期間中の YouTube 動画を網羅的に収集・分析する点である。海外では選挙時の YouTube 研究が蓄積されているが、日本の選挙を対象とした大規模データ分析は限定的である。

第二に、動画タイトルの修辭的特徴を大規模データに基づいて体系的に分析した点である。先行研究の多くが英語圏を対象とし、タイトルの長さやクリックベイト的表現などを焦点としてきたのに対し、本研究は【】（隅付き括弧）という日本語特有の強調記号や、ハッシュタグの使用実態に注目し、これらを定量的に把握する試みを行った。これにより、日本語環境における選挙動画タイトルの強調や注意喚起の手法を明らかにした。

第三に、先行研究でよく用いられてきた感情辞書や人手によるコーディングに代えて、本研究では生成 AI を動画タイトルの感情分類に活用した。これにより全件を対象とした感情分類を実施し、文脈を踏まえた判定や新語対応への有効性についても検討した。

(3)研究の方法

2025 年 7 月 3 日から 19 日の参院選運動期間中に投稿された政治・選挙関連動画を対象とした。YouTubeDataAPIv3 を用いて「参院選」「候補者名」「政党名」「街頭演説」等のキーワード検索を実施し、約 5 万件の動画を収集した。収集項目は、タイトル、再生回数、動画時間、チャンネル名、公開日時等であり、これらのデータを計量的に分析した。投稿主体は候補者・政党公式と第三者に分類した。タイトルの感情分類には生成 AI（ChatGPT）を用い、収集した全件をポジティブ／ネガティブ／中立に分類した。

(4)得られた知見

分析の結果、以下の知見が得られた。第一に、収集動画の総再生数は約 16 億であり、上位 5%の動画が全体の約 8 割を占めるなど、典型的なパレート型分布を示した。

第二に、動画の長さでは3分以内のショート系が約6割を占める一方、10分以上の中長尺も2割弱存在した。後者には街頭演説や集会での発言収録が多く、選挙特有の構成が確認された。再生数を比較すると、ショート系と15分以上の長尺動画の平均再生数が相対的に多く、3-10分程度の動画の再生数はやや低い。これは視聴傾向の二極化を示唆するものである。さらに、タイトルの感情分析ではショートにネガティブ表現が多く、長尺にポジティブが多い傾向が見られた。

第三に、投稿主体では第三者による動画が大多数を占め、公式チャンネルを大きく上回った。公式動画は期待や動員を訴えるポジティブな内容が多いのに対し、第三者動画は怒りや揶揄などネガティブ表現が優勢であった。第四に、タイトル分析では【】（隅付き括弧）による強調やハッシュタグ利用が広く定着していることが確認された。ネットスラングの使用も散見されたが、全体としては事実記述型、穏健なタイトルが主流であった。

なお、YouTube アルゴリズムの変更や API 仕様の不安定性、生成 AI 利用に伴う信頼性と妥当性などは方法論的課題として残る。本研究により、再生数の偏在、動画の長さと感情表現の関係性、第三者投稿の優位性など、日本の選挙運動期間における YouTube の基本的な特徴が明らかになった。

反ワクチン言説の展開過程

ー セクシズム・レイシズムとの結合とエコロジー思想

中森 聖奈（成蹊大学）

キーワード：陰謀論 排外主義 セクシズム 反ワクチン

発表要旨

研究の背景

コロナ禍以降、陰謀論の拡散は世界的に顕著な現象となり、民主主義や社会的信頼を脅かす社会問題として広く議論されている。SNS を介した虚偽情報の大規模な拡散は、生活や社会秩序に深刻な影響を与える可能性があることが指摘され、米国では「Q アノン」を信奉する人々が連邦議会議事堂を襲撃する事件にまで発展した。特に、陰謀論がレイシズムやセクシズムなどの差別的言説と結合することで、排外主義や社会的分断を強化する点が大きな懸念となっている。

日本においても、参政党をはじめとする政党が反ワクチンや自然派食品を出発点として支持を拡大し、その後「日本人ファースト」を掲げるなど、排外主義的な立場を強めてきた。こうした動きは、反ワクチン言説が単なる科学的不信や健康不安ではなく、社会運動としての展開過程で差別的イデオロギーと接続することを示している。本研究は、このメカニズムを明らかにすることを目的とする。

研究の目的

本研究は、日本における最大規模の反ワクチン団体であり、陰謀論運動の先駆的存在である「神真都 Q」を事例に、反ワクチン言説が運動の過程でセクシズムやレイシズムと結びつき拡張していった構造を分析することを目的とする。特に、「自然」「本来性」を強調するエコロジー思想がどのように媒介的な役割を果たし、排除的態度を正当化していったのかを明らかにする。

研究の方法

まず、「#神真都 Q」をめぐるオンライン上の言説空間の概要を把握するために、共起ネットワーク分析を行った。具体的には、Excel に手作業で抽出したポストの投稿内容・投稿日時・ハッシュタグを含むデータを KHCoder に読み込み、前処理を施した上でテキストから抽出語を整理しデータベース化した。その後、共起ネットワーク分析を行い、投稿内で語られる語がどのようにつながっているのかを図式化した。分析手順としては、語の最小出現数を 15 に設定し、上位 70 語までをネットワーク図に描画した。さらに「サブグ

ラフ検出 (modularity による検出)」を用い、特に関係性の強い語同士を線で結ぶことで、神真都 Q の言説空間における主要なトピック群を可視化した。

次に、X (旧 Twitter) のポストにおいてレイシズム・セクシズム的表現がどのように利用されていたのかを分析した。具体的には、「# 神真都 Q」が含まれる投稿を対象に、その内容がどのような話題を扱っているのかを分類し、反ワクチン・レイシズム・セクシズムの三領域との関連性を検討した。

さらに、それらの投稿数の変遷を社会的な出来事やニュース記事数の動向と比較することで、神真都 Q の言説が社会的な話題とどのように連動していたのかを明らかにした。

得られた知見

分析の結果、以下の点が明らかとなった。

第 1 に、反ワクチン・レイシズム・セクシズムに親和性が存在しており、神真都 Q は社会的な話題に合わせてそれらの言説を取り入れていったことが指摘できる。このような動きは、潜在的な人員獲得見込みと思想的な繋がりによって支えられていた。

第 2 に、その思想的な媒介として「エコロジー思想」が重要な役割を果たしていた。神真都 Q は「エデン」と呼ばれる共同体を形成し、農作物を育て、無農薬での食物栽培や発酵食品の製造を強調しながら、生活実践を通じて主張を広めていた。これらの活動は、自然派食品やスピリチュアルな価値観に関心を持つ層と強く結びつき、とりわけ 40～50 代の女性層の支持を得やすい土壌となっていた。

第 3 に、エコロジー思想では「人間も自然の一部であり、本来の自然なあり方を重視すべき」という前提が強調される。このため、ワクチンのような科学的・人工的介入は「自然の摂理に反するもの」とみなされやすく、自然免疫やデトックスを重視する姿勢と結びついた。実際に、神真都 Q のコミュニティでは「デトックス」という語が頻繁に用いられていた。

第 4 に、エコロジー思想とレイシズムの接続が確認された。ナチス・ドイツが「土壌・植物・動物・人間の生物学的共生」というスローガンを掲げ、「血」と「土」を結びつけて人種政策を正当化したように、自然の純粋性や調和を理想化する思考は排外主義へと転化しやすい。神真都 Q においても、異質な存在を「不自然」とみなし、移民や他民族を環境破壊の元凶として扱う論理が確認された。

第五に、セクシズムとの関係も明らかとなった。「健全な社会」という言葉は「自然の秩序」に従った性役割と結びつけられ、トランスジェンダーの存在を「自然の摂理をゆがめるもの」とする排除の論理が展開された。アメリカの環境団体 DGR の事例と同様に、「女性＝母性＝自然」という本質主義的観念がトランス女性を排除し、ホルモン療法などの医療的介入を「自然破壊」とみなす構造が見られた。

Instagram における女性の自己呈示実践
ー首都圏「映えスポット」における身体表現の考察ー

シドレンコ・アナスタシア（東北大学大学院 院生）

キーワード：Instagram ジェンダー 自己呈示 身体表現 表象

発表要旨

(1) 研究の目的

Instagram は視覚的コンテンツに特化したプラットフォームである。その特性上、女性は日常的に写真や動画を投稿し、多様なオーディエンスに対して自身の生活を可視化している。とりわけ、写真の撮影や選択、さらには視線・表情・ポーズ・ジェスチャーの操作を通じて、自己像を意図的に構築する行為が促されている。こうした身体表現は、個人の選択であると同時に、社会的期待やジェンダー規範と密接に結びついて形成されているため、その分析にはジェンダーの視点が不可欠である。

本研究の目的は、首都圏の人気「インスタ映えスポット」において撮影された日本の女性ユーザーの投稿を対象に、ポーズ、視線、表情、ジェスチャー、セルフタッチなどの主要な身体的表現の出現傾向を記述し、そこに現れるパターンを明らかにすることである。さらに、これらのパターンが先行研究において指摘されてきた「女性的」ステレオタイプを再生産しているのか、それとも新たな傾向を示しているのかを、ジェンダーの視点から検討する。

(2) 先行研究との差異

女性の身体配置や仕草に関する表象研究は、広告や雑誌といったマスメディアを中心に蓄積されてきた。Erving Goffman は、広告・雑誌における女性像が、微細な身振り・姿勢・視線配置の反復によって受動性や脆弱性が強調され、視覚的に弱位へと配置される様式が制度的に再生産されていることを示した (Goffman 1979)。Mee-Eun Kang はこの枠組みを雑誌広告に適用し、視覚的パターンの持続性を確認するとともに、1979 年と 1991 年の比較から、一部ではステレオタイプ化が強まっていたと指摘した (Kang 1997)。

こうした知見を踏まえ、SNS の普及に伴い、研究の焦点はユーザー自身による写真投稿にも広がっていった。SNS においては、日常的な写真投稿の中で観察される身体表現がさらに多様化している。先行研究では、頭部の傾き、自己接触の仕草、誇張された笑顔や唇の表現、さらには性的魅力を強調するポーズなどが繰り返し確認されてきた

(Döring et al. 2016, Baker and Walsh 2018, Butkowskiet al. 2019, Hu 2018)。しかしながら、これらの研究の多くは英語圏のハッシュタグに依拠しており、日本の文脈に適用するには限界がある。さらに、人気投稿を対象とする研究も多く、その結果、一般ユーザーの実践よりも、閲覧数の多い著名人やインフルエンサーの表現に焦点が偏りがちである。

本研究は日本の事例を加えることで先行研究を補完し、日本の文脈において身振り・姿

勢・視線配置などの細部の身体表現にどのような反復的・定型的パターンが見られるかを検討する。対象は首都圏の「映えスポット」に投稿された写真であり、著名人やインフルエンサーのみならず、フォロワー数の少ない一般ユーザーの投稿も含めて、プラットフォーム上の可視性の仕組みによる偏りを相対的に抑えつつ日常的な自己呈示を視野に収める。

(3) 研究の方法

本研究では、Instagram を利用する日本人女性ユーザーの視覚的自己呈示の実践を対象とした。データ収集は 2024 年 8 月から 2025 年 1 月までの 6 か月間にわたり、公開アカウントから合計 300 枚の写真を抽出した。収集対象は、「江ノ島海岸」「山下公園」「国営昭和記念公園」「麻布台ヒルズ」「ディズニースー」 という首都圏の人気「映えスポット」5 か所に位置情報を付して投稿された写真である。これらのスポットは、いずれも投稿件数が多く、継続的に写真が投稿されている場所である。

分析手法としては視覚的内容分析を用い、身体のポーズ、仕草、ジェスチャー、表情、空間における身体の位置などに注目した。カテゴリー設定にあたっては、先行研究で用いられてきた指標を参照するとともに、本研究の目的に即して一部を新たに設けた。数量的な頻度分布を把握したうえで質的にその意味を解釈することで、一般ユーザーの投稿に見られる身体表現の傾向を把握する。

(4) 得られた知見

本研究で分析対象とした投稿には、視線の方向や頭部の傾き、手の配置やセルフタッチといった特徴的な身体表現が確認された。これらは、Goffman (1979) のいう「ジェンダー・ディスプレイ」と関連する傾向が見られ、日常的な自己呈示の場面においても再生産されていることが示唆される。一方で、従来のディスプレイの枠に収まらない表現も一部に確認され、身体表現の多様化が進んでいることがうかがえた。以上の知見は、数量的な頻度分布と質的解釈を組み合わせ、日本の Instagram における女性表現のあり方を考察するための重要な手がかりとなる。

ハーフ／ミックスの人々への社会的関心とエスニシティの非対称性：

著名人の記事の閲覧データの分析から

有賀 ゆうアニース（大阪公立大学）

キーワード：Wikipedia, エスニシティ, ハーフ／ミックス, 受容

発表要旨

(1)研究の目的

グローバル化に伴い、「ハーフ」「ミックス」「ダブル」等と呼ばれる日本人と外国人の両親のもとに生まれた人々（以下、学術的にも公共的にも広く普及している語彙としてミックスと呼称）の存在感が日本社会においてますます顕著になっている。ミックス研究における議題のなかでとくに注目を浴びてきたのがミックスとメディアの関係である。とくにマスメディアによってどのように人種・ジェンダー・階級にもとづくステレオタイプ化や不可視化が働いてきたのかについて知見が蓄積されてきた。

本研究は、ミックスの人々の表象が主として流通し受容されるメディアとしてインターネットに注目する。そしてネット上においてミックスの著名人の記事が閲覧されている頻度をそのエスニシティ・地域的出自の観点から分析することで、ミックスに対する社会的関心が当事者たちの属性とどのように関連しているかを明らかにすることを目的とする。

(2)先行研究との差異

本研究は、メディア上の外国（人）やエスニシティのイメージに関する研究動向のなかに位置づけられる（有賀 2024;渋谷 2021）。既存研究では、マスメディアの内容分析を行うじて、テレビ CM やテレビ番組において登場する外国人において白人ないし欧米諸国出身者の割合が不釣り合いに高いなど、欧米偏重の傾向が繰り返し報告されてきた（小坂井 1996;日吉 2009）。またミックスのメディア表象に関する研究でも、マスメディアやソーシャルメディアにおいてヨーロッパ系やアフリカ系といった身体的人種的に顕著な集団が注目を受けやすい傾向（量的バイアス）、かれらのなかでも身体的容貌や言語能力に秀でているとされる「ヘゲモニックなハーフ」像に合致する人々に関心が集中する傾向が指摘されている（ケイン 2017;下地 2018）。

本研究はつぎの点で、上記既存研究の限界を越えようとするものである。分析が表象の内容に集中しており、受け入れ社会のマジョリティがどのような関心を寄せているのかという受容の側面をあまり考慮していない。これに対して本研究では、現代の代表的なメディアであるインターネット利用者が幅広く利用している Wikipedia における閲覧データを用い、さまざまなミックスの著名人の記事の閲覧の傾向がそのエスニシティによってどのように異なるのかを検証する。

(3)研究の方法

本研究では、日本におけるミックスに対する一般的関心の動向を系統的に把握するため、データソースとして日本版 Wikipedia を利用した。Wikipedia は各分野で影響力をも

つ人々の活動や属性に関する情報を広く集約しており、カテゴリーによって各ページが系統的に分類されていることから、広義の著名人のデータソースとして使うことができる (Laouenanetal.2022)。また Wikipedia は API によって各記事の閲覧頻度を取得することができ、現代ではネットユーザーが特定の人物や話題を調べる際にもっとも多用されるウェブサイトであることから、当該社会におけるさまざまな著名人への社会手的関心の指標としてその閲覧数を活用できる (Yoshidaetal.2015)。

サンプリングは以下の手順で行った。まず、MediaWikiAPI のサービスを用いて、カテゴリーページである「Category:民族別日本人」（ミックスの人々や帰化者のように、広義の外国ルーツの日本国籍者一般の記事を網羅している）の配下にある全記事を取得・選別し、題名、各記事の所属するカテゴリー、記事内容、閲覧数などを収集した。その上で、各記事が所属するカテゴリー（「パキスタン系日本人」「ロシア系日本人」など）を参考に、各自のエスニシティ・地域的出自を「東アジア」「その他アジア」「北米」「欧州」などの地域（region）単位にコード化した。この結果を集計し、関心度の指標として各記事の閲覧数を地域別に比較した。

(4)得られた知見

まず、どのエスニシティ・地域的出自をもつかによって閲覧頻度が異なるかを検証するため、記事の閲覧数を対数変換したうえで分散分析と多重比較をおこなった。全体として地域間に閲覧数における有意差が見られ、特に「欧州」は他の多くの地域に対して有意に高い頻度で閲覧されていた。次に閲覧数の合計に占める各地域の閲覧数の比率をみると、人口上は圧倒的に少数である「北米」「欧州」が閲覧数の半分以上を占めている一方、人口上は圧倒的に多数である「東アジア」や「その他アジア」が閲覧数に占める比率が圧倒的に小さかった。

以上の結果は、先行研究がメディア表現の特徴として指摘してきた欧米偏重やアジア軽視の傾向がミックスの著名人に対する社会的関心にも通底している可能性を示唆している。

二次創作の BL におけるキャラクターの改変と同一性の保持

―「女体化」作品分析を通じた理論的枠組みの検討―

長谷川 陽（奈良女子大学大学院 院生）

キーワード：二次創作、女体化、キャラクターの同一性、真正性

発表要旨

(1)研究の目的

本報告の目的は、二次創作におけるキャラクターの「改変」と「同一性の保持」の実践を、社会的・文化社会的視点から理論的に検討することである。二次創作の BL においては、既存の男性キャラクターを女性に変えて描く「女体化」と呼ばれる創作が一定の広がりを見せている。「女体化」では、原作キャラクターの外見的・生物学的性が大きく改変される一方で、創作者や読者はそれを「同一のキャラクター」として認識する傾向がある。本研究は、このような性別改変の手法に着目し、特に SNS 上で流通する二次創作において、どのようにキャラクターの同一性が共有されるのか、またそのうえで改変がどのように成立し、意味づけられるのかを理解するための理論的枠組みを提示することを目指す。

(2)先行研究との差異

BL 研究や二次創作研究においては、男性同士の関係性の描写（永久保 2005、溝口 2015）や、女性ファンによる原作キャラクター間の関係性の読み替え操作（東 2015）、読者女性の読み（守 2010）、あるいは二次創作コミュニティのあり方（大戸・伊藤 2019）などが分析されてきた。また石川（2007、2020）は、二次創作の BL における原作に対する「操作」の一環としてキャラクター個体に対する操作も分析したが、このようなキャラクターそのものの「改変」と「同一性の保持」に焦点を当てた研究は少ない。特に「女体化」という創作に関しては西村（2002）の研究にとどまり、二次創作の BL の文脈における性別改変の意義や機能は十分に論じられていない。

一方、社会学の領域では、「真正性」や「模倣」といった概念を通じて、オリジナルとコピー、本物らしさといったテーマが議論されてきた。本研究はこうした理論を参照しつつ、二次創作におけるキャラクターの同一性を「原作に忠実であること」よりも、「改変を通じて保持されるもの」として捉える点に独自性がある。また、SNS を中心とするメディア環境が「同一性」の維持に果たす役割に着目する視座を提示する。

(3)研究の方法

本研究では、研究データとして、これまでに収集・分析を進めてきた pixiv 上の「女体化」作品を用いる。画像作品ならびに小説作品において、キャラクターがどのように女性に変えて描かれ、どのような要素によって原作キャラクターとの同一性が見出されるかを

検討する。分析の観点としては、キャラクターの外見的特徴や、言動・口調、他キャラクターとの関係性の描写を抽出する。そのうえで、社会学における真正性の概念や文化的アイデンティティの議論を用いて、キャラクターの改変と同一性の保持の仕組みを理論的に整理する。

(4)得られた知見

分析の結果、二次創作の BL において行われる「女体化」という改変は、キャラクターの身体的要素（外見、体格）において原作からの大きな逸脱を含む一方で、一部の外見的特徴（髪型や表情）、口調や言動、他キャラクターとの関係性といった要素を保持することによって同一性が保たれていることが明らかになった。これらの同一性の要素は、原作に忠実であることによって描かれているというよりも、二次創作を介してファンの間で「キャラクターらしさ」の表現が繰り返し評価され、「原作キャラクターらしさ」としての真正性が交渉される過程において形づくられるものである。このことは、「キャラクターの同一性」を、原作への忠実性やキャラクターの固有名の不変性、また図像的な外見的要素の保持に見出す見方とは異なり、コミュニティ内での「承認」や SNS 上での「交渉実践」によって生成されるものとして捉え直す視点を提示する。今後はインタビュー調査を通じて、創作者自身の創作・改変実践や語りと結びつけることで、キャラクターの改変と同一性の理論的な理解をさらに深化させたい。

NHK 朝ドラ『あまちゃん』(2013)における重層的時空間

ーアイロニーの力学

楊 雨琦 (東京大学大学院 院生)

キーワード:『あまちゃん』 アイロニー 批判的言説分析

発表要旨

(1) 研究の目的

本研究は目的は二つある。一つ目は『あまちゃん』中、中央―地方関係がどのように物語化されるのか、描かれた表象を明らかにすることである。二つ目は、それらの表象を社会的文脈に位置付けた上で、いかなるメッセージ性を持つのかを明らかにすることである。

(2) 先行研究との差異

『あまちゃん』に関する先行研究では作品の構造から視聴者に支持される要因を探求するもの(碓井広義 2014)、NHK 放送文化研究所による受容調査(齋藤建作ほか 2014)、作品とロケ地の関係性(田島悠来 2014)とロケ地での受容調査(田島悠来 2016)、2013 年の紅白への登場を取り上げ物語の虚構と現実の交錯への考察(斎藤隆彦 2024)などが存在するが、しかし、震災を題材としながら中央―地方関係をいかに描いたかを分析する研究は乏しい。この点を抜きにして作品の評価は理解できないはずである。岡室美奈子

(2013)は『あまちゃん』を逆回転の物語として捉え、その東京と北三陸を再統合する機能に注目するが、分析の焦点はヒロイン・アキであり、東京と北三陸関係の布置そのものの検討は不十分であった。

また、震災を描くフィクション作品に関する研究として、米倉律(2022)はテレビドラマが「ハッピーエンド」であることや「原発事故を正面から扱わない」ことをメディア特性とした上で、批判的に検討する必要性を説く。『あまちゃん』もこれに該当しつつも、高い評価を得た点で、社会的批評性を持つ作品といえる。したがって震災とフィクションの関係からも、中央―地方関係の描写を再検討する意義がある。

(3) 研究の方法

本研究は批判的言説分析の立場を採用する。ただし、特定の分析手順に依拠するのではなく、作品を社会的・政治的文脈の構造と関連づけて読むスタンスを重視する。分析資料としては、①『あまちゃん』映像作品および脚本、②脚本家など製作者側のインタビュー記事、③作品に関する雑誌記事、論評など補助資料がある。これらの資料を用いて、登場人物の台詞やナレーションにおける東京・北三陸の位置づけ、時代設定(1980 年代・2000 年代)の切り替えによる意味づけに着目し分析を行う。

(4) 得られた知見

分析から三つの知見が得られた。

第一に、北三陸の＜社会的地形＞（若林 2022）は、東京という＜他の空間＞や「地方の時代」という＜他の空間＞との対照によって定位されるが、理想化された東京も、「地方の時代」も最終的には不在である。

それを逐一的にみてみると、1980 年代の東京は理想化されつつも、都市風景は欠如し、閉ざされた喫茶店などの内部空間に還元されて描かれる（上野は経過点にすぎない）。2000 年代になると、一方で北三陸出身のユイの上京は 3 回にわたって失敗に終わり、他方で東京出身のアキが「上京」した後に体験する東京は、依然として都市ではなく、まちーしーしかも「下町」の記号と強く結ばれる上野のまちである。これらの設定から＜他の空間＞としての東京の不在がわかる。「地方の時代」について、1980 年代に、大吉を代表とする北三陸の人はそれを強く信じているが、2000 年代にとうとう到来しておらず、北三陸は停滞感溢れる。そして、2000 年代、元々一部の人しか信じなかった「地方の時代」は「みんな」の共同幻想として語られる。①「地方の時代」そのもの、②「地方の時代」がともに信じられるという共同幻想、二重な喪失が語られ、「地方の時代」は不在である。

第二に、これらの不在は、1980 年代の「地方の時代」スローガンから、竹内内閣のふるさと創生事業を経て、2011 年の東日本大震災に至る社会的文脈と重ねられている。1980 年代の政策が唱えた「地方の時代」は結局、中央システムに従属したまま終わり、震災を経て中央と地方のねじれた構造や共犯的關係は再び議論される。『あまちゃん』が描く＜他の空間＞としての東京や＜他の時間＞としての「地方の時代」としての不在は、この歴史的経緯を反映した言説的構造だと理解できる。すなわち作品は、中央と地方、両方の脆弱さや依存関係を浮き彫りにしている。

この歴史的な文脈をふまえ第三に、『あまちゃん』は中央—地方関係をアイロニカルに描き出していることもわかる。作品中の「地方の時代」への執念と現実のギャップはアイロニーを作り出し、地方から中央への批判や怒りが読み取れる。しかし他方で、地域復興のために道徳的な強制を行う姿を通して、地方自身もアイロニカルに映る。したがって、本作品では中央—地方の關係、あるいは両者の共犯關係はアイロニーの対象である。

以上の分析により、『あまちゃん』は単なる震災復興ドラマではなく、中央—地方關係を問い直す言説的装置として機能していることが明らかになったが、アイロニー自体は潜在的な転覆性を持つ危険性が潜んでいる（リンダ・ハッチオン 2003）ので、『あまちゃん』は中央—地方の關係をアイロニカルに描きながらも、果たしてどのように統合させるのか、という課題は別稿に譲りたい。

社会運動におけるメディア情動に関する考察
ーソーシャルメディアが「雨傘運動」に果たした役割を例としてー

崔 育誠（神戸市外国語大学大学院 院生）

キーワード：メディア情動、ソーシャルメディア、社会運動

発表要旨

研究の目的

本報告では、2014年の香港における「雨傘運動」にかかわるソーシャルメディア上の言説を調査し、「獅子山精神」と呼ばれる文化的・歴史的表象が果たした役割を明らかにする。

「獅子山精神」とは、1972年に香港電台が放送を開始したテレビドラマ『獅子山下』に由来し、1970年代の香港市民の勤勉・忍耐・家族責任・向上志向といった価値観を象徴する重要な概念として定着したものである。

2014年の「雨傘運動」では、「獅子山精神」がソーシャルメディアを通じて拡散され、市民を運動へと動員する精神的象徴として再注目された。「雨傘運動」は、香港返還以降最大規模の自発的抗議行動であり、「真の普通選挙」の実現を直接的な目標として展開されたが、その過程において「獅子山精神」はしばしば象徴的言説として取り上げられたのである。とりわけ、「我要真普選（真の普通選挙を求める）」と記された大型の垂れ幕が獅子山に掲げられた出来事は、ソーシャルメディアを通じて急速に拡散され、運動参加者にとって精神的な支柱となっただけでなく、「獅子山精神」とは何か――すなわち香港の精神とは何かという問いを公共空間において再び提起する契機ともなった。

以上を踏まえ、本報告では、「雨傘運動」においてソーシャルメディアが「獅子山精神」という象徴的言説をいかに活用し、それがどのように拡散され、市民の感情や運動参加を喚起・促進する情動的効果をもたらしたのかについて考察する。

先行研究との差異

先行研究においては、ソーシャルメディアが社会運動の展開に果たす役割として、ネットワーク型社会運動の特徴である自発性と即時性に着目し、社会全体の価値観の変容が論じられてきた。また、ソーシャルメディアを通じて運動参加者が都市空間とネット空間を横断的に活用し、国際社会に向けて運動の可視化や正当性の訴求を行うことで、情動的共感の拡散を促進した点も指摘されている。しかし、ソーシャルメディアにおける文化的記号の役割の検証や構造的把握は不十分であり、その象徴的側面と社会運動との関連性を検討する試みは、これまで十分に展開されてきたとは言いがたい。他方、「獅子山精神」について、その理念的内容や文化的変遷に注目した研究はあるが、メディアと社会運動との関係性を重視する議論は不足している。

研究の方法

本報告では、2014年7月から2015年7月にかけての「雨傘運動」期間中に、Facebook

上に投稿された主要な政治・メディア関連ページおよび一部の公開グループを分析対象とする。

その中から、「獅子山精神」「真の普選」「雨傘運動」などの象徴的語句を含む投稿を抽出し、それぞれが用いられた文脈とそこに表れる感情を読み解く。特に、運動の各段階（前期：2014年7月～9月・中期：2014年9月～11月・後期：2014年12月～2015年7月）において、「非暴力」「希望」「怒り」「屈辱」などの情動語と共に出現する文脈に着目し、「獅子山精神」そのものの意味変化や、その情動的効果について考察を行う。

得られた知見

Facebookの投稿内容に基づき、「雨傘運動」の進展に伴って、メディアによる情動の喚起作用は運動の各段階において形を変えながらも一貫して存在していたことが確認された。

運動前期においては、ソーシャルメディアにおける情動的役割はまだ萌芽的であり、投稿内容も冷静な記述にとどまっていた。特に、「非暴力」や「香港政府との対話」、「制度改革への期待」といった訴求としては対話志向の傾向が強かった。しかし、10月23日の以降、「獅子山精神」は急速に拡散し、Facebook上で多様な形態に再生産されるようになった。

中期に入ると、情動、特に「不満」や「怒り」が顕著に表出し始める。警察の暴力行使や催涙弾の使用、当時の行政長官梁振英の強硬姿勢などが引き金となり、これらに関連する投稿内容がFacebook上で急速に拡散された。これにより、それまで運動に対して無関心であった層にも「共感」や「憤り」が広がり、顕著な動員効果をもたらした。特に、10月23日に市民が獅子山に登り、「我要真普選」と書かれた垂れ幕を掲げた出来事は、怒りの情動が頂点に達した象徴的な事例として記憶されている。

運動後には、運動の成果が得られなかったことへの反省と、それにもかかわらず残り続ける不満が並存する「情動の両極化」が顕著となる。一部の市民には、「誰も香港社会の代表にはなれない」という「失望」や「無力感」が広がり、運動は次第に勢いを失った。一方で、現状への強い反発から、より過激な主張や変革を訴える表現も散見されるようになり、香港独自の文化や価値観を再確認・再主張する動きが見られるようになる。この過程で、人びとは1970年代の獅子山精神に「連帯を支える情動的資源」という価値を見出し、運動を鼓舞する積極的象徴であると同時に、過度に政治化された動員としての側面も併せ持つ、多義的な意味を重ねて再解釈したのである。

圏論によるメディア論について
ーポスト構造主義的メディアモデルー

大山 智徳（放送大学 全科履修生）

キーワード：圏論、ポスト構造主義、構文論と意味論

発表要旨

(1)研究の目的

本報告の目的はポスト構造主義的なメディアモデルを構築することで圏論によるメディア論の可能性を問うことにある。本報告でのポスト構造主義とは単に構造主義以後のフランス現代思想とみなすのではなく、また、単にパッケージ化された知の商品としてでもなく、「ポスト構造主義とは圏論を構文論とする哲学的意味論である。」という極めてシンプルな定義からスタートする。

(2)先行研究との差異

圏論を日本の社会学に応用した先行研究をみておく。圏論という語が現れたのは西田春彦の『社会学評論』112(1978:11)であり、圏の定義がなされたのは大澤真幸の『行為の代数学』(1988→1999:252)である。圏論を本格的に援用した論文としては落合仁司(2015,2016)、および大山智徳(2018,2021,2022,2023,2024)がある。そのうえで、これまでの自然言語によるポスト構造主義の理解に対し、構文論を圏論の随伴と定義した上で、自覚的にポスト構造主義的なメディアモデルを提示した点が本研究と先行研究の差異である。これは数学の随伴定理を構文論とし、その社会的なメディアモデルを意味論として考えるという点で先行研究との差異は大きく、数理社会的なメディア論への接近法である。

(3)研究の方法

本研究は圏論の随伴をベースとする。なお、圏論は1945年ごろに作られた新しい数学で、大雑把に言えば集合論が要素と構造から数学を構成するのに対し、圏論は対象と射（矢印）から構成される数学である。圏の定義を自然言語で表現すれば、対象と射があり、射は合成可能で対象には恒等射があり、結合律と単位律をみたすと言える。この圏の定義はいわば種である。圏論は予期せぬ関係性の発見に役立つ。なお、射から描かれる可換図式は圏論の本質の一つである。この共通理解の上に、メディア圏、社会圏、身体圏の三つの圏を考える。これは三つの花である。次に、これら三つの圏の二つの圏による組み合わせを考え、これらを随伴圏とみなす。すると社会圏と身体圏、メディア圏と社会圏、メディア圏と身体圏という随伴を構文論とする三つの社会的意味論が構築される。これは交配である。これら三つの随伴モデルは構文論が圏論の随伴なのでデリダ的脱構築によるポスト構造主義的社会的メディア論である。さらにこの三つの圏の水平合成を考えていく。この結果は圏の合成を構文論とする社会的メディア意味論モデルとなっている。厳密にはDG的リゾームによる社会的メディア論である。これは共生＝群生である。

(4)得られた知見

得られた知見は次の通りである。三つの圏を順列とみなすと 3P2 なので六つの構文論的なメディア論が生成する。その一つとして、メディアが行為を変え、社会変動をもたらすというモデルが誕生する。ところが、これらは随伴圏の水平合成なので一義的な原因-結果という図式ではなく、循環を表現している。つまり、始点をどこに設定するかの違いによる可換図式の表現の違いがあるだけである。社会変動とメディア変容と行為は関手と射で結ばれており、相互作用していることを表現しているのである。メディア圏、社会圏、身体圏を水平合成したメディアモデルはその合成過程における射と関手こそがまさにリゾームであり、その社会学的意味論が DG 的ポスト構造主義的メディア構文論モデルなのである。さて、こうしてできあがった構文論モデルに社会学的意味論を与えるため様々な対象と射に具象的な概念を代入していこう。これは脱構築(交配)による花がさらに群生=共生した状態である。メディア圏の対象であるメディウム 1 の恒等射として局所性、メディウム 2 の恒等射は全域性とする。射はメディウム変容である。身体 1 の恒等射は求心性、身体 2 の恒等射は遠心性としよう。射は行為である。社会構造 1 の恒等射は社会規範であり、その性質はレトラクト性、社会構造 2 の恒等射はリゾーム性とする。射は社会変動である。さらにこれら三圏を社会編成関手、身体編成関手、メディア編成関手で合成する。これが DG 的ポスト構造主義的メディア論の意味論である。たとえば、鏡の前の私の変容をこのモデルで意味論化してみよう。鏡というメディウムは局所的であり、SNS というメディウムは全域的である。これをそれぞれのメディウムの恒等射と解釈する。そして、前者から後者への変容をメディア変容とする。身体の恒等射はプライバシー重視の求心性から自己開示-承認重視の遠心性へと行為規範が変容したと解釈する。社会構造の恒等射は求心化作用の強いレトラクト性から遠心化作用の強いリゾーム性へと変動する。さらに三つの関手により、鏡の前という局所的で求心的でレトラクト的な私は全域的で遠心的でリゾーム的な私へと重層的に拡張される。こうして、ポスト構造主義的なメディアモデルを構築することで圏論によるメディア論の可能性を問うことという本報告の目的は達成される。