

個人・共同研究発表
6月27日（土）午前

放送局女性上位管理職の昇進過程における組織経験

—「名誉男性」概念を手がかりとした質的分析

伊藤真保（名古屋大学大学院・院生）

山本竜大（名古屋大学）

キーワード

放送局、女性管理職、キャリア形成、ジェンダー、組織

発表要旨

昨今、女性管理職比率は緩やかに上昇しているが、放送業界では依然として低い水準にとどまり、意思決定層に身を置く女性は少ない。制度面や数値目標を中心とした議論は積み重ねられてきたが、女性管理職自身がどのような組織経験を経て意思決定層に昇進したのかは、明らかにされてきたとは言い難い。

これまで、社会全般として女性管理職は後続世代の女性にとってロールモデルとなり、昇進意欲を高めると考えられてきた。しかし、新聞社および放送局の女性記者を対象にした調査(日本女性記者協会, 2025)では、身近な女性管理職の働き方に対して「同じようにはできない」とする回答が一定数確認されており、女性管理職の存在が必ずしも肯定的に受け取られていない実態が示されている。

こうした状況を受けて、本研究は、放送局の女性上位管理職の行動様式が、どのような組織経験を通じて形成されてきたのかに着目する。とりわけ、男性中心に構築されてきた組織環境のもとで彼女たちが選択してきた、あるいは選択せざるを得なかった働き方や振る舞いに着目する。その上で、女性上位管理職の行動様式を個人の問題として切り離すのではなく、組織のあり方と結びついた結果として捉え直すことが可能かどうかを検討する。

先行研究との差異

女性管理職やロールモデルに関する先行研究では、同性の先輩や管理職の存在が、後続世代の女性のキャリア意識や昇進志向に肯定的な影響を及ぼすとされてきた (Ibarra, 1999; Ragins & Cotton, 1991; Ely et al., 2011; 渡辺, 2009)。一方で、女性管理職の存在が常にロールモデルとして機能するとは限らない可能性も示唆されている (砂口, 2020)。データ分析により、女性管理職が男性管理職と価値観や行動様式において類似しやすい可能性も見出されている (伊藤・他, 2024)。これは女性管理職の男性中心の組織文化への適応、後輩女性からロールモデルとして認識されにくい状況を説明すると考えられる。しかし、こうした近似が、どのような組織経験に基づき形成されてきたかは、十分に明らかにされていない。

そこで、本研究はこの近似過程を「名誉男性」という語を手がかりに、男性規範が強く残る放送局で働く女性管理職へのインタビュー調査から検討する。そこから、その近似が起きる組織構造・労働慣行を明らかにできれば、「女性管理職を増やせばロールモデル問題は解

消される」とする単線的な理解に新たな視点を加えられるかもしれない。

研究の方法

本研究は、放送局で局長職を経験した女性 7 名に、組織内の経験を多面的に問う半構造化インタビューを実施した。収集した逐語データは、既存理論および先行研究に基づき、発話単位ごとに、男性的組織規範に対する関わり方として①内面化②抵抗③戦略的適応④自己流という 4 コードに分類した。

次に、コード付与結果を被調査者ごとに集計し、差分指数、ノンパラメトリック検定、標準化スコアを用いてコード分布の傾向を把握した。さらに、「女性上位管理職の行動様式はどのような組織経験によって形成されたのか」を検討するため、逐語データを精読し、質的特徴の抽出を行った。具体的には、語りの中に反復して現れる行為や認識のパターンに着目し、「名誉男性」と理解されうる行動様式の形成に関わる組織構造や労働慣行を、整理・検討した。

得られた知見

分析の結果、対象者のうち 6 名は、「内面化」および「戦略的適応」に該当する発話が有意に多く、男性的な行動様式が標準とされる職場環境において、「受け入れ」または「調整」してきた経験を有していることが確認された。これらの事例は、本研究において用いる分析概念である「名誉男性」に該当すると位置づけられる。1 名の対象者は、「自己流」や「抵抗」に該当する発話が有意に多く、男性的規範への近似が分析上見られなかった。このことから、一定の組織的条件のもとでは、女性上位管理職の行動様式に共通した傾向がみられるものの、必ずしも一様ではないことが示された。

さらに、逐語データの質的分析から、男性的規範への近似が見られた 6 名には共通する組織経験が反復して語られていた。その特徴的なパターンは、①構造的な不平等を自覚する経験、②男性的規範から逸脱した場合に不利益を予期する経験、③男性的職場文化に合わせざるを得なかった経験である。

以上より、放送局女性上位管理職に見られる、いわゆる「名誉男性」と評され得る行動様式は、個人の問題ではなく、放送局特有の組織構造や労働慣行のもとで形成されてきた可能性が示唆される。この知見に立てば、女性管理職すなわちロールモデルを増やせば昇進欲求を高められるという理解や政策に対し、組織のあり方を併せて検討する必要性を示すものと考えられる。

批判的コミュニケーション論におけるバトラー理論の再検討—「呼びかけ」と「文化翻訳」を中心に—

白上羽衣（慶應義塾大学大学院・院生）

キーワード

批判的コミュニケーション論、呼びかけ（interpellation）、文化翻訳、連帯、対立

発表要旨

本報告の目的は、ジュディス・バトラーの理論に内在するコミュニケーション的要素に注目し、批判的コミュニケーション論における新たな視座として再構成することである。

批判的コミュニケーション論は、分極化や断片化の進む現代社会に対して、理論的にも分析的にも十分に有効な視座を提供できていない。その背景には、差異や敵対性に関心を集中させてきた理論的傾向があると考えられる。こうした課題を踏まえ、本報告は、理論的枠組みの刷新に向けた一つの手がかりとして、バトラーのコミュニケーション論を取り上げる。とりわけ、「呼びかけ」と「文化翻訳」に焦点を当てることで、差異の発見や敵対性の構築を重視してきた既存の批判的コミュニケーション論とは異なる方向性が開かれることを明らかにする。

先行研究との差異

既存の批判的コミュニケーション論では、差異や対立の分析が中心を占め、民主主義における連帯を担う政治的主体の構想を困難にしてきた。本報告は、この限界を乗り越える手がかりとして、バトラーの理論を提示する。

よく知られているように、メディア研究においてバトラーの理論は、主にジェンダー・アイデンティティやフェミニズム、暴力をめぐる議論として参照されてきた。ジェンダーやフェミニズムの観点からは、メディア表象、メディア・テキストの分析に加え、メディア組織、ジャーナリズム実践に関する研究が蓄積されており、その多くにおいてパフォーマンス・アイティ概念が主要な分析概念として用いられてきた（田中 2003; Lazar 2006 など）。また、戦争や紛争の表象をめぐるのは、暴力をめぐる議論や哀悼可能性の概念を用いた事例分析が行われてきた。発話可能性や不可視化をめぐる問題を、メディア表象の観点から考察する政治コミュニケーション研究やジャーナリズム研究も見られる（Morse 2017; Holling 2019 など）。

このように、既存のメディア研究におけるバトラー受容は、特定の文脈の中で展開されてきた。そのため、呼びかけや文化翻訳といった概念は、コミュニケーション過程そのものを理論化する観点からは、必ずしも十分に検討されてこなかった。また、多くの研究は、バトラーの理論を分析の補助線として用いるにとどまり、コミュニケーション論として再構成する段階には至っていない。

研究の方法

本報告では、文献および先行研究のレビューに基づく理論的整理を主とする。①バトラーの呼びかけをめぐる議論（Butler 1993; 1997 など）を整理し、コミュニケーション的行為として再検討する。②文化翻訳（Butler 1999）を、意味や規範が、異なる文脈を横断しながら再編成される過程として検討する。③呼びかけと文化翻訳のコミュニケーション論的解釈を通じて、バトラーの理論を、意味作用や意味の共有を扱うコミュニケーション論として位置づける。

得られた知見

①バトラーの呼びかけ概念は、一方的な名指しではなく、応答や誤認を含む相互行為のなかで主体が立ち上がる過程を捉える議論である。主体は完全に構成されることはなく、コミュニケーションの連鎖のなかで暫定的に形成され、常にイデオロギーや社会制度、他者とのかかわりにおいて呼びかけられ、構成し直されるものである。

②文化翻訳は、意味や規範がそのまま受容される過程ではなく、「ずれ」や失敗を伴いながら再構成されていく、コミュニケーション的な実践として位置づけられる。ここでは、翻訳の不完全性や失敗は例外的な事態ではなく、コミュニケーション過程に内在する要素である。そしてこうした不完全性や失敗が、新たな意味や規範的配置を生み出す契機となる。

③呼びかけと文化翻訳をこのように捉えることで、バトラーの理論における主体形成と意味作用は、個々の相互行為にとどまらず、それらが反復されることによって公的な文脈へと拡張されていく、一連のコミュニケーション過程として理解することができる。ここで捉えられているのは、主体や意味が呼びかけや文化翻訳といった実践を通じて、段階的に立ち上がり、再配置される過程である。

バトラーの理論を批判的コミュニケーション論として読むことは、主体や意味をあらかじめ与えられた前提として扱うのではなく、それらが呼びかけや文化翻訳といった実践を通じて、相互行為と意味作用のなかでどのように成立し、変化していくのかを捉える理論的枠組みを提示する。主体や意味がこのように関係的かつ過程的に捉えられるとき、主体は固定的な同一性としてではなく、他者との関係のなかで編成される存在として理解されることになる。この理解の延長線上に、バトラー独自の連帯論が位置づけられる。バトラーのコミュニケーション論と連帯論を結び付けることで、連帯や政治的主体の生成と変容を把握するための新たな理論的視座を提供することができる。

「弱くて異常な男」からの脱出

——YouTubeにおける性的節制と男性性イデオロギーのマルチモーダル批判的言説分析

藤本篤二郎（東京大学大学院・院生）

キーワード

YouTube Short、マルチモーダル批判的言説分析、男性性

発表要旨

本研究の目的は、現代日本のオンライン空間において広がりを見せている性的節制（いわゆる「オナ禁」）に関連する言説に着目し、YouTube、とりわけショートという形式の動画の分析を通じて、どのような男性性のイデオロギーが構築・自然化されているのかを明らかにすることである。性的節制は、自己改善、健康管理、依存症克服といった語彙によって、個人の選択や努力の問題として語られることが多い。しかし、こうした実践が共有され、可視化される過程では、特定の価値観や規範が「常識」や「望ましい生き方」として提示され、男性性のあり方を方向づけている可能性がある。

本研究は、性的節制をめぐる言説を、個人の心理や行動変容の問題としてではなく、身体の自己管理を通じて男性性を再定義・正当化する社会的・文化的過程として捉え直す。そのうえで、動画プラットフォーム上で用いられる言語的・視覚的・音響的表現が、どのように男性性の規範を構築し、視聴者にとって自明なものとして受容されているのかを検討することを目的とする。

先行研究との差異

性的節制（NoFap／オナ禁）をめぐる先行研究では、英語圏を中心に、極右的政治イデオロギーや自己啓発言説との関連が指摘されてきた。しかし、多くの研究はブログや掲示板、動画の発話内容など、主として言語的資源の分析に依拠しており、映像編集や字幕配置、BGM・効果音といった非言語的資源が果たす役割については十分に検討されてこなかった。また、日本のオナ禁を対象とした研究においても、清潔規範やジェンダー化された美の規範との結びつきは指摘されているものの、動画プラットフォーム特有の表現形式、とりわけ短尺動画を通じて、いかなる男性性のイデオロギーが反復的に提示・共有されているのかについては分析が不足している。

本研究は、YouTube Shorts という短尺・高密度・高エンゲージメント型の動画形式に注目し、マルチモーダル批判的言説分析（MCDA）を用いて、言語・視覚・音響の相互作用を精査する点に特徴がある。これにより、従来の言語中心的分析では捉えきれなかった、イデオロギーの自然化の具体的過程を明らかにする。

研究の方法

本研究では、量的分析と質的分析を段階的に接続する混合アプローチを採用した。まず、YouTube Data API を用いて、「オナ禁」および「禁欲」というキーワードを含む日本語動画 10,801 件と、それらに付随する 212,234 件のコメントを収集した。次に、動画ごとにコメントを統合した文書を単位としてトピックモデル (LDA) を適用し、コメント空間における主題構造を探索的に把握した。このトピック分析の結果をもとに、再生時間、視聴回数、トピック確率といった定量的指標を参照しながら、短尺で完結し、視覚的・音響的操作が明確な動画を選定した。最終的に選定した 4 本の動画に対して、発話内容、字幕の配置や強調、映像の切り取り方、身体表象、BGM や効果音の使用といった複数の記号資源を統合的に分析するマルチモーダル批判的言説分析 (MCDA) を実施した。

この方法により、動画が単に情報を伝達するだけでなく、特定の価値観や規範をどのように前景化し、視聴者の受容を方向づけているのかを詳細に検討した。

得られた知見

分析の結果、主として二つの男性性のイデオロギーが確認された。第一に、闘争・敗北・従属の経験を経ることを男性としての成熟や強さの条件とみなし、強制力をもった上下関係への組み込みを正当化する男性性である。このイデオロギーは、語りの反復、身体動作の強調、感情的トーンを調整する BGM の使用などを通じて、疑問視されにくい形で提示されていた。

第二に、ポルノ依存を「異常」と位置づけ、禁欲を通じて「健常者」へと移行することを目標とする健常主義的な男性性が見いだされた。オナ禁の継続日数、外見や内面の変化が、視覚的に強調された字幕や効果音とともに示されることで、禁欲は自己改善の物語として構成されていた。

これらの男性性のイデオロギーは、ショート形式の YouTube 動画に特有の、短時間で強い印象を与える編集や音響演出によって反復的に提示され、視聴者が同じ実践を共有する参加者として位置づけられることで、自然なものとして受容されていることが示された。

Rule-Making as Hybrid Governance in Online Communities: Evidence from Celebrity Fan Groups on Weibo Supertopics

Yu Yanlin (筑波大学大学院・院生)

キーワード

Rule-Making, Online Governance, Fan Communities, Platform Studies, Weibo Supertopics

発表要旨

This study aims to examine how rule-making functions as a core governance process in large-scale online communities. While platform governance research has highlighted the role of moderation systems and algorithms, less attention has been paid to how communities themselves construct, interpret, and implement rules in everyday participation. Focusing on celebrity fan groups within Weibo Supertopics, this study investigates how community rule systems are structured, how users perceive and value these rules, and how rule-related attitudes are associated with actual implementation practices. By doing so, the study seeks to clarify the role of rule-making in sustaining participatory order under conditions of scale, high activity, and emotional intensity.

先行研究との差異

Existing scholarship has produced rich insights into platform governance, online moderation, and informal norm formation. However, community rules are often treated as background context or managerial tools rather than as structured governance systems in their own right. Moreover, prior studies tend to examine rule design, user attitudes, or behavioral outcomes in isolation, leaving the interaction among these dimensions underexplored. This study addresses these gaps by treating community rule systems as institutional infrastructures and by analyzing the relationships among rule structures, user interpretations, and implementation patterns. By doing so, it contributes to hybrid governance research and advances understanding of how governance operates through both institutional design and interpretive practice within online communities.

研究の方法

The study adopts a sequential mixed-methods design combining content analysis, platform data, behavioral observation, and a user survey. First, a corpus of pinned rule announcements from 34 celebrity fan communities on Weibo Supertopics was collected and coded to analyze rule scope, structure, and thematic clustering. Second, community-level metadata, including group size and activity levels, were used to contextualize variation in rule systems. Third, a

sample of 500 public posts from selected communities was analyzed to examine how rules relate to observed participation patterns and harmful behavior. Finally, an online survey of 566 fan participants measured rule awareness, perceived importance, and self-reported implementation. This integrated design allows for systematic analysis across textual, behavioral, and attitudinal dimensions of rule-making.

得られた知見

The findings show that rule systems tend to expand and become more structured as communities grow more active, though this relationship is not strictly determined by size alone. Rules cluster into recurring governance domains, indicating shared coordination needs across communities. Survey results reveal high overall awareness and valuation of rules, alongside more variable implementation, suggesting that users interpret and apply rules selectively rather than mechanically. The association between rule importance and implementation is stronger at the individual level than at the rule level, highlighting the role of interpretive judgment. Communities with denser rule systems exhibit lower levels of harmful behavior while maintaining expressive participation. Overall, the study demonstrates that governance stability in fan communities is sustained less by strict enforcement than by the alignment produced through rule-making among institutional design, user beliefs, and everyday practices.

FPS ゲーム内におけるジェンダーステレオタイプ – アバターの声を与える影響に着目して – **【発表辞退】**

LIZIDIE (立命館大学大学院・院生)

キーワード

音声アバター, ジェンダーステレオタイプ, FPS ゲーム, ボイスチェンジャー, オンラインコミュニケーション

発表要旨

本研究の目的は、競争的で男性中心的とされる FPS (ファーストパーソン・シューティング) ゲーム環境において、ボイスチェンジャーを用いて操作する「音声アバター」の性別 (男声/女声) が、プレイヤー自身の心理 (ステレオタイプ認知、自信感、不快感) およびチーム内の社会的相互作用 (チームメイトからの指揮・支援等の認知) に及ぼす即時的影響を実証的に検証することである。特に、プレイヤーの生理的性別と使用する声音の性別が一致しない状況 (男性が女声を使用、女性が男声を使用) に焦点を当て、音声を介したジェンダーステレオタイプの動的プロセスを明らかにする。

先行研究との差異

従来の研究は、①主に欧米のプレイヤーを対象としておりアジア地域の文脈を欠く、②視覚的アバター (キャラクターの外見) に焦点が偏り非視覚的要素である「声」への体系的検討が不足する、③実験室環境での検証が多く実際のオンラインゲーム環境 (フィールド) に根差した研究が少ない、という限界があった。本研究は、これらのギャップを埋めるため、①中国のプレイヤーを対象にアジア的視点を取り入れ、②コミュニケーションの重要な媒体であり強い性別情報を伝達する「声」に特化し、③人気 FPS ゲーム『VALORANT』の実際のオンラインランク戦を舞台として実験を実施した点に独自性がある。

研究の方法

中国在住の『VALORANT』経験者 31 名 (男性 15 名、女性 16 名) を対象に、参加者内計画による実験を実施した。各参加者は、自身の自然声とボイスチェンジャーによって変換した異性の声を用いて、合計 4 試合のランク戦をプレイした。試合では参加者に積極的な指揮・要求行動を求め、各試合終了直後に、ステレオタイプ認知、プレイヤーの行動、チームメイトからの行動認知 (指揮・要求、支援、賞賛の頻度)、自身の感情 (自信感、不快感)、ゲーム体験評価などを測定するための独自開発の 5 件法リッカート尺度質問紙へ回答させた。データ分析には線形混合モデルを用いた。

得られた知見

(1) 声音の主効果：女声を使用した条件では、男声条件と比べ、プレイヤーのステレオタイプ認知と不快感が有意に高く、自信感が有意に低かった。

(2) プレイヤー性別による交互作用：声音切り替えの影響はプレイヤーの性別によって異なった。男性が女声を使用した場合、ステレオタイプ認知の上昇、自信感の低下、不快感の上昇といった心理的負担が生じた。一方、女性が男声を使用した場合、チームメイトからの指揮・要求や支援行動の認知が有意に減少し、ゲーム体験評価が向上する傾向が見られた。

(3) 以上の結果は、女性プレイヤーにとって音声による「性別偽装」が、チームメイトからの過剰な関与（一見支援的だが潜在的には差別的な行動）を減らし、対等なプレイヤーとしての体験を促進する可能性を示している。逆に、男性プレイヤーが女性声を使用することは、ハイパーマスキュリンな環境における規範逸脱として、ステレオタイプ脅威を誘発することが示された。

『東京ラブストーリー』の文化的増幅 —女性誌を媒介とした1990年代日本の女性表象—

Minerva TERRADES (Universitat Autònoma de Barcelona・院生)

キーワード

女性雑誌、増幅メディア、トレンドドラマ、身体技法、バブル経済

発表要旨

本研究の目的は、1990年代初頭の日本におけるトレンドドラマの代表作『東京ラブストーリー』(1991年、フジテレビ)と女性雑誌との間に見られる「インターテクスチュアリティ(間テキスト性)」を分析し、雑誌がいかに関与するドラマの表象を「増幅(amplify)」させ、新たな女性像や恋愛観を社会的に定着させたかを明らかにすることである。バブル経済末期の日本において、女性は依然として「控えめで従順」という伝統的規範に縛られていたが、本作のヒロイン・赤名リカは、自律的かつ自身の欲望に忠実な「新しい女性像」を提示し、大きな衝撃を与えた。本研究では、雑誌を単なる情報の二次的媒介者としてではなく、ドラマが提示した抽象的な感情やイメージを、読者が実行可能な「身体技法(techniques of the body)」や具体的なライフスタイルへと翻訳・コード化する「増幅メディア」として定義し、その文化装置としての役割を考察する。

先行研究との差異

従来の雑誌研究やジェンダー研究の多くは、誌面上のテキストや視覚的表象がいかに関与する特定のジェンダー規範を反映・再生産したかという「点」の分析に終始する傾向があった。しかし、テレビと雑誌という異なるメディアが相互に作用し合い、言説を循環させる「メディア・エコロジー」の動態に着目した研究は極めて少ない。本研究は、ガブリエラ・ルカーチが提唱した、視聴者がテレビ画面を通じてタレントに親密さを抱く「親密なテレビ受容(intimate televisuality)」の概念を、複数のメディアを横断して構築される「親密なメディアアルティ(intimate mediality)」へと拡張する点に独創性がある。単一のメディア分析に留まらず、メディア間の境界(インターフェース)において、いかに新しい「女性主観性」が形成され、それが消費主義と結びついて生活空間に浸透したかを探求する点が、本研究の大きな理論的貢献である。

研究の方法

本研究では、メディア人類学、文化研究、およびジェンダー論の枠組みを用い、以下の三つの手法を組み合わせる多角的な調査を実施した。第一に、1990年代の『anan』、『non-no』、『JJ』、『CanCam』といった主要女性誌から、芸能情報誌、男性向け雑誌に至るまで、数十冊におよぶアーカイブ調査を行った。ここでは、ドラマ放映時期と連動した特集記事の構成や、広告との親和性、およびドラマの物語がいかに関与する「読み物」として再構成されたかを

分析した。第二に、質的調査として、当時ドラマをリアルタイムで視聴した層（主に 1990 年代に青年期を過ごした女性）を対象に、27 件の記述式アンケートを実施した。これにより、視聴者が雑誌を通じてどのようにリカの振る舞いを解釈し、自身のアイデンティティや恋愛実践に投影したかという「受容のナラティブ」を抽出した。第三に、視覚的な記号論分析を行い、誌面におけるファッションのスタイリング、ポージング、コピーが、ドラマの物語的価値をいかに「商品価値」へと置換していたかを検証した。

得られた知見

分析の結果、雑誌はドラマの表象を以下の三つの次元において「増幅」させていたことが明らかになった。第一に、「身体技法への翻訳と定着」である。ドラマにおけるリカの奔放な言動は、雑誌において「告白の作法」「性の自己決定」「特定の海外ブランドの身に着け方」といった具体的な「恋愛マニュアル」へと細分化された。これにより、テレビの中のファンタジーであった「新しい女」は、読者が自身の身体を用いて再現可能な、日常的なハビトウスへと組み込まれた。第二に、「新自由主義的な女性主観性の構築」である。雑誌はリカの自律性を、伝統的家族観からの解放として描く一方で、それを「消費を通じた自己実現」として再解釈した。海外旅行やブランド品の所有を「自立した現代女性」の証として称揚することで、家父長制からの脱却を、新自由主義的な消費主義へと巧妙に結びつける言説を定着させた。第三に、「メディア・エコシステムの機能」である。テレビと雑誌が言説を相互参照し、増幅し合うことで、視聴者とキャラクターの間の親密さが持続的に維持され、それが強力な経済的効果（トレンドドラマ型消費）を生み出す回路が機能していた。結論として、1990 年代の雑誌は、テレビが提示した抽象的な「自由」のイメージを、消費文化に根ざした具体的かつ魅力的なライフスタイルへと変容・増幅させる「文化的触媒」として不可欠な役割を果たしていたと総括できる。

化粧品企業による「正しい」男性美容の構築—資生堂広報誌『花椿』の分析から—

渚夏葉（筑波大学大学院・院生）

キーワード

男性美容、男性性、女性のまなざし、化粧品企業

発表要旨

本研究の目的は、美容の提供者である化粧品企業が、男性をいかにとらえ、男性美容をどのように表象してきたのかを明らかにすることである。また、それらの表象が、美容という領域におけるジェンダー関係の構築といかに関わり、男性性に影響を与えたのかについても論じる。

先行研究との差異

本研究に関連する先行研究には、まず、日本の男性美容に関するものがあり、次の二つの傾向が主流である。一つは、日本の男女両方の美容の長期的変化を扱うものである。美容全体の変遷や近代以前の男性美容の歴史を扱う点で意義深いのが、男性美容の歴史的な連続性をとらえるのが難しい。もう一つは、男性の具体的な美容実践や美容との関係性を扱う研究である。アンケートやインタビュー調査を行う場合も多く、男性の実際の実践やジェンダー観等が明らかにされるが、調査の性質上、分析対象と期間が限定される。以上の傾向を踏まえ、本研究では、1970年代以降の男性美容のみに対象を絞ることで男性美容の変化を連続的にとらえる。また、長期間発行されてきた雑誌を分析対象とし、実証性を保ちつつ、対象や時期の限定を避ける。

また、メディアでの男性表象に関する先行研究は、広告での男性身体や男性誌、女性誌に登場する男性など、様々な表象を扱ってきた。しかし、対象となるメディアは、広告と雑誌が大半を占める。本研究では、化粧品企業の消費者向け広報誌を用いて、美容という特定の領域におけるジェンダー関係に着目するとともに、男性美容産業の発展との繋がりをとらえる。

研究の方法

本研究では、分析対象として資生堂の消費者向け広報誌『花椿』（1937-1940, 1950-）を選択した。その中でも、資生堂が男性化粧品ブランドを複数展開して広い男性層を対象とし始めた直後の1970年から、編集方針の変化により美容関連記事が激減する1992年までの号を対象とし、男性美容に関する記事を収集した。そして、それらの記事を描写の特徴により三つに区分し、各区分の特徴と変化を考察した。具体的な区分は、女性が男性美容の指導者となる記事、男性の「理想的」な美容実践を描く記事、美容実践を共有・評価する記事である。

得られた知見

以上の分析から得た知見には、主に次の二点がある。

一つ目は、『花椿』で男性は、常に「美容に対する初心者」としてとらえられていたことである。特に、1970年代に多く掲載された女性が男性美容の指導者となる記事では、男性は、女性からの支援を必要とする存在として描かれた。1980年代に入ると、男性の美容意識の高まりとともに、ブランド選択や化粧品の購買が一般化したととらえられた。これは、性別役割分業的な生活下で女性の領域にあった衛生や身だしなみの管理を、男性自らが担うことを示し、強固な男性性の維持構造を一部変化させるものである。しかし、同時期の美容特集等で男性に向けて提供される情報は、ケアの手法と用いる製品の両方で基礎的なものに限られていた。この点からは、男性は、直接ブランドを売り込む対象となるまでには至っていたが、実際の美容実践の面では未熟であると判断されていたことが分かる。このように、『花椿』において、男性の美容意識の高まりは認識されていたものの、男性は常に女性からの支援や基礎的な情報を必要とする存在として描かれた。

二つ目は、資生堂が、男性美容に対する女性の役割を、先行研究と比べて早期から、より広範な影響力を持つものとして想定していたことである。女性が男性美容に果たす直接的な役割は1970年代には既に認識されており、記事内では、女性読者に対して周囲の男性に化粧品を贈ったり美容指南を担ったりすることが推奨されていた。また、『花椿』では、男性に向けられる女性のまなざしに、男性の美容実践を促進するだけでなく、それらを抑制する役割が与えられていた点が大きな特徴である。この「抑制」の役割は、特に読者投稿欄での男性のメイキャップ実践に対する女性からの懐疑的な意見の掲載によってなされた。このように、女性のまなざしを通して男性の「正しい」美容実践の範囲を限定することは、男性性の構成要素に取り込まれる美容実践の範囲を定めることでもある。

以上からは、男性美容の領域で、局所的に女性優位のジェンダー関係が構築されていることが分かる。ジェンダーと美容に関する研究では、フェミニズムの観点から、美が女性を抑圧する男性権力と結びついているという主張が中心となってきたが、『花椿』で描かれた男性美容においては、その関係が逆転しているといえる。男性向けの記事広告等での男性の「理想像」の描写は、男性消費者の購買意欲を喚起しつつ、女性優位の関係性によって男性性に変化する構造を隠すものでもあったと考えられる。

雑誌文化のなかのマルチメディア—『FMステーション』における受容の様式に注目して

菊池 虎太郎（大阪大学大学院・院生）

キーワード

FM 雑誌 マルチメディア 雑誌文化

発表要旨

本研究は、1980年代から1990年代にかけて日本で出版されていたダイヤモンド社発行のFM情報誌『FMステーション』を主な対象として、インターネットやCD-ROMを中心概念として当時高い社会的関心を獲得していたマルチメディアの言説が、既存の雑誌文化のなかでいかに位置づけられ、読者に提示されていたのかを明らかにすることを目的とする。

FM情報誌は、放送番組表の提供を基盤としながら、オーディオ・新譜情報、アーティストへのインタビュー記事など多様な記事を掲載し、ポピュラー音楽界の総合情報誌的な役割を担っていた。

とりわけ『FMステーション』は、読者投稿欄や特集記事を通じて、単なる情報媒体にとどまらない若者中心の文化空間を成立させていたメディアであった。また、発行部数が低下した1990年代中盤以降は、インターネットをはじめとするあらたな通信技術やメディアを積極的に紹介し、読者に啓蒙する立場をとった点で特徴的である。

発表者はこれまで、戦後日本におけるポピュラー音楽雑誌を対象に、通信技術の発展やメディア環境の更新に伴う音楽制作や情報流通、ファン文化の在り方の変容を分析し、雑誌メディアがそれらをどのように編成・媒介したのかを検討してきた。

本研究ではその問題意識を継承しつつ、FM雑誌の衰退と時期を同じくして進行したインターネットの普及に焦点を当て、斜陽化しつつあったFM情報誌がマルチメディアの言説をいかに誌面上で紹介していたのかを検証する。これにより、新メディア受容の初期段階において雑誌文化が果たした役割を、歴史的に位置づけることを目指す。

先行研究との差異

日本におけるインターネットを対象とした先行研究は、社会学・制度論の観点から、普及の過程や利用者行動の分析を中心に蓄積されてきた。また、ポピュラー音楽との関係においても、デジタル配信や著作権問題など、2000年代以降の事象を対象とした研究が主流である。

一方、一般家庭へのインターネット普及が進行する初期の段階において、それがどのように理解され、どのような語彙や形式で紹介されていたのかについては、十分な検討はなされていない。とりわけ、音楽ファンを主要な読者層とするFM情報誌が、新メディアをどのように位置づけたのかについては、毎号の連載で少なくともページ数が割かれていたにも関わらず、体系的な研究はいまだ存在しない。

本研究は、インターネット普及の初期段階における FM 情報誌の言説と編集実践に注目し、既存メディアの内部から新メディア受容の過程を捉える点に独自性を有する。

研究の方法

本発表では、1981年に創刊され1998年に休刊した『FMステーション』を主たる分析対象とし、とくに1995年から1997年にかけて掲載されたインターネット関連記事の質的分析を行う。とりわけ、1995年の誌面改定後に連載が開始されたウェブサイトの紹介記事「インターネット・サウンドウォッチング」とその後継連載である「インターネット・ギャラリー」、ならびに同時期に断続的に掲載されたパソコン利用を解説する特集記事を重点的に取り上げる。

分析にあたっては、記事内容に加え、誌面構成、レイアウト、既存の音楽記事との形式の連続性に注目する。また、同時期の読者投稿欄も参照し、想定される読者像とインターネット利用状況との関係を検討する。

得られた知見

分析の結果、1990年代半ばの FM 情報誌においてマルチメディアの言説は、革新的な技術として断絶的に提示されるのではなく、既存の音楽雑誌文化の延長線上で理解可能な対象として位置づけられていたことが確認された。

『FMステーション』のインターネット関連記事では、ウェブサイトがアーティスト情報や音楽作品の新たな参照先として紹介され、その誌面構成はポピュラー音楽のアルバムレビュー等と形式的な類似性を示していた。

また、CD-ROM や MD の利用方法を解説する啓蒙的な記事が繰り返し掲載されており、新技術の活用を前提とした音楽実践を、既存の音楽雑誌の語彙と形式を用いて段階的に学習させる役割を果たしていたということがわかった。

『FMステーション』は、斜陽化する紙媒体という制約のなかで、新メディアを積極的に主要な読者層であった中・高校生に紹介する役割を担い、雑誌文化のフォーマットを通じてマルチメディアの言説を可視化していたと結論づけられるだろう。

これを、既存の雑誌フォーマットを通じた新メディアの受容の様式として捉えることで、新旧メディアの関係を断絶ではなく連続的な受容過程として再定位する視座を提示する。

台湾における活動写真弁士の起源—高松豊次郎に見る特徴的要素—

原口直希（東京大学大学院・院生）

キーワード

弁士、スクリーン・プラクティス、映画、台湾、植民地

発表要旨

本報告の目的は、日本統治期の台湾における活動写真弁士（以下、弁士）の起源を探ること、今後の台湾における弁士の研究の基盤を整えつつ、植民地という環境がメディアにもたらす影響をメディア史的に探究することである。

先行研究との差異

現地住民の民族資本による映画の産業化がなされなかった日本統治期の台湾映画史を考える上で、弁士は最大のトピックであり続けている。言論の自由が保障されていなかった1980年代の戒厳令下において陳国富により弁士経験者に対するインタビューが行われたのを皮切りに（『片面之言』、1985年）、民主化が進展した90年代以降は国立映画資料館による聞き取り調査や各種資料の発掘が進み（たとえば黄建業・黄仁編『世紀回顧：図説華語電影』、2000年）、2000年代に入ると日本語母語話者として広範な一次史料を用いた三澤真美恵『殖民主地的「銀幕」』（2002年）などにより、研究は飛躍的に進展してきた。なかでも注目を集めているのが、抵抗運動団体である台湾文化協会の巡回上映における弁士であり、たとえば三澤が弁士の説明に関して「臨場的土着化」という特殊な効果の存在を指摘するほか（『「帝国」と「祖国」のはざま』2010年）、Laura Jo-Han Wenは文化協会の弁士が総督府による幻灯教育から連続するものであることを指摘し（“Masic Lantern Shows and Screen Modernity in Colonial Taiwan”2018）、さらにShu-mei Linは文化協会とは距離を置いた弁士も含めて台湾人弁士たちは統治者と異なる土着言語により対抗的な公共圏を形成したと主張している（“Borders in the film viewing space”2022）。

確かにこれらの研究は、帝国主義統治下における被統治者の主体性を探究するものとして興味深い。しかし他方で、台湾人が記載したものや台湾において発行されたものに資料が偏り、その結果として宗主国や統治者側との繋がりや影響関係は等閑視され、植民地における複雑さを取りこぼしているように思われる。限られた資料から被統治者の主体性を見出そうとする方向性は、心情的には理解できるものの、実証的な探究としては不足が感じられる。

こうした中で本報告では、先行研究において希薄であった宗主国・統治者側からの影響という点で台湾における弁士の嚆矢となった高松豊次郎をメディア史的に捉え返していく。

研究の方法

本報告では、マルチアーカイブ方式により日本と台湾の各地に散在する広範な一次史料を収集することで、既存の研究における不足を補い、弁士を多角的に捉え返していく。台湾映画史研究の大家である李道明は、日本統治期台湾映画史に関する既存の研究に対して、「大多数の研究が先行研究の成果に依存して再整理するだけで、自ら一次資料を収集して分析や検討を行う者は極めて稀であり、多くの論考に新奇性が乏しいのみならず、往々にして誤りが伝播し、それが真実として定着している」（「從東亞早期電影歷史的研究近況談日殖時期」2019）と辛辣に批判している。もちろん必ずしもすべての研究が李の指摘に当てはまるわけではなく、その指摘はやや拙速に過ぎる面がある。だが確かに残存資料は限られ、かつ日本と台湾の各地に散在し、しかも言語的にも日本語、中国語、漢文、台湾語と複数言語に跨っており、その収集と活用が困難な状況にあるのは事実である。こうしたなかで日台双方の事情に精通する報告者がマルチアーカイブ方式により資料を収集する本報告は、新たな貢献が期待されるものとなっている。

得られた知見

映画史研究において弁士は、チャールズ・マッサーの提起したスクリーン・プラクティスや（*The Emergence of Cinema*, 1994）、浄瑠璃など演劇的芸能の系譜に属するものと理解される傾向があった（四方田犬彦『日本映画 100 年史』2000 年）。だが 1909 年創刊の日本初の映画専門誌『活動写真界』など、草創期の映画雑誌における弁士に関する記述は多様であり、少なくとも大正年間に純映画劇運動が起こる以前の弁士は、映画に即した説明に徹するスタイルを確立するというよりも、幻灯や写し絵、広目屋、弁論術など江戸期以来の文化的要素が雑多に混淆するメディアウムであった。高松豊次郎はこうした多要素混淆期の弁士であり、そこには自由民権運動以来の弁論術および新聞講談などの、政治的宣伝の要素が色濃く見られる。そして植民地という環境では政治的宣伝の要素こそが必要とされ、その活動は宣伝要素が前景化したものだった。だが、台湾語などの土着言語を話すことの無い高松による政治宣伝の効果は限定的であったはずであり、弁士としての高松の影響が及んだのは内地から流入した日本語母語話者に限られていたと考えられる。

日本映画社による Effects of the Atomic Bomb on Hiroshima and Nagasaki (1946) とラッシュフィルムと比較を通じた製作姿勢の考察

森田のり子（東京大学大学院・院生）

キーワード

記録映画 ノンフィクション映像 ドキュメンタリー 原爆占領期

発表要旨

本報告は、戦時期のノンフィクション映像分野の主軸を担ってきた日本映画社の作り手らが敗戦直後に自主的に企画し、撮影中に GHQ の管理下に移されて完成したという経緯を持つ広島・長崎の原爆被害を記録した映画 Effects of the Atomic Bomb on Hiroshima and Nagasaki (1946 年、邦題『広島・長崎における原子爆弾の影響（効果）』、以下『広島・長崎』と略す) の製作姿勢と映像表現の特徴について、同作品から派生したラッシュフィルムとの比較を通して明らかにするものである。

先行研究との差異

これまで『広島・長崎』については関係者の手記が数多く発表され、その特異な製作経緯や製作後の顛末をめぐって研究が蓄積されてきた。法学者の古川 (1992) は当時のスタッフの証言録と GHQ の公的文書の分析から、同作品が日本映画社の自主企画から GHQ による委託作品へと変容した事実や、完成後に複数の要因から全面公開までに長い時間を要したことを指摘している。Nornes (1996=1999) は映画研究の立場から、作り手らの置かれた状況、GHQ による介入とフィルムの没収、そして後年の作品映像の流用といった問題をまとめた上で、同作品の表象上の特徴について「爆心地の観点」(Nornes 1996=1999: 136) による冷徹さというユニークな論点を提示している。

本報告は映像製作実践の研究という立場から、主に Nornes の議論を踏まえつつ、同作品の完成時に国内で秘匿されたラッシュフィルムの映像という一次資料を用いることで、これまで十分に言及されてこなかった作り手らの製作姿勢と映像表現の関係性に着目する。

研究の方法

『広島・長崎』は完成と同時に全撮影素材を GHQ に没収されているが、その際に数名の作り手らが未編集のフィルムを国内に秘匿したことで知られている。このラッシュ素材は 1993 年に当時の日本映画新社で発見され、現在は RCC 中国放送への譲渡を経て国立映画アーカイブに原版が保管されているが、発表者は日本映画新社の後身である日映映像が所蔵する複製データを研究利用として視聴する機会を得た。これらの映像には、完成作品 (DVD で視聴可能) には含まれていないショットが多数確認できる。

今回の研究ではラッシュ映像と『広島・長崎』の映像を比較し、具体的に前者のどのよう

なショットが後者では使われていないのかを確かめた上で、その比較を通して、同作品のポストプロダクションの段階で作り手らがどのような製作姿勢をとったのかという点について考察する。

そのための補助資料として、加納竜一・水野肇の『幻のフィルム原爆記録映画製作者の証言』（1967年）、井上（伊東）寿恵男の『映画への思い出』（1994年）といった作り手らによる手記も活用する。

得られた知見

今回視聴することのできたラッシュ映像は合計約 189 分で、撮影素材をランダムにつないだ無音声のものである。これに対して完成作品の『広島・長崎』は 164 分であるが、地図やグラフなどが豊富に入り、実写映像の部分はより少ない。

ラッシュ映像に存在しているものの完成作品には使われなかったショットを確認したところ、特徴的な例として被災した市民のスナップショットがあった。これらは広島で撮影された分に含まれており、街路を歩く子どもや若者、荷車に乗せられた女性といった人々を捉えている。注目すべきことに、カメラに視線を向けている場合も少なからずあり、作り手側の存在をはっきりと意識させる。

しかしながら、このようなショットは『広島・長崎』にはほとんど登場しない。同作品はあくまでも文部省による原子爆弾災害調査研究特別委員会の科学者らの現地調査に同行する形をとっており、その設定から外れるスナップ映像は限定的な扱いにとどまっている。

こうした比較を通して、当初は自主企画として原爆被害を記録しようとした日本映画社の作り手らが GHQ の管理下で編集・音入れなどのポストプロダクションを実施せざるを得なくなったことでいかなる映像表現を採用したのか、ひいてはいかなる製作姿勢をとったのかという点を考察できる。

たとえば完成作品の広島編は、前述した被災市民のスナップ映像を用いないことによって現場で撮影に臨んでいた作り手らの存在感が薄れており、もっぱら画面に登場する科学者らの視点で進行していく。その淡々とした映像表現は Nornes も指摘する通り（Nornes 1996=1999: 127）、被害を訴えるようなトーンにはなっていない。撮影段階では科学者らに同行しながらも自発的に記録していたスナップが編集段階でほとんど削られ、さらにナレーションも徹底して第三者的に語られることなどを踏まえると、作り手らが撮影からポストプロへと至る過程で自らの立ち位置を決めかねていた様子が浮き彫りになる。日本映画社の作り手らにとって、政治状況が急変する中で原爆被害の実相と向き合うスタンスを定めることは困難であり、その製作姿勢の揺らぎが完成作品の映像に表出しているのである。

「非政治的」平和運動の政治性——『長崎新聞』を用いた長崎の平和運動の社会史

渡壁晃（京都大学・日本学術振興会）

キーワード

原爆の記憶、平和運動、長崎新聞、メディア史

発表要旨

本研究の目的は、戦後の社会状況の変化のなかで、長崎において原爆忌前後に行われる原爆関連行事の内容がどのように変化してきたかを明らかにすることである。それを通して、戦後の長崎における平和運動の変容をとらえたい。ここでの行事とは、①原爆の記憶を想起し、公的に何らかの主張を発信しようとする、②より多くの人の参加を想定するという性質をもつものである。本報告では、従来平和運動の担い手として想定されてきた被爆者や指導者としての知識人といった層の人以外の実践をとらえることで、公的言論空間の外も含めた社会において生じた現象をとらえたい。それにより、原爆や平和に関する市民の意識が明らかにできると考える。

先行研究との差異

英語圏の戦争関連の社会学的研究は記憶論や、トラウマ研究、社会意識論、社会心理学、国際関係論などにまたがる学際的な領域として展開されてきた。そこでは、社会において戦争という現象や記憶のもたらすポリティクスが注目され、それらが国際政治の場などでコンフリクトを生むことが示された。日本語圏の戦争社会学においても政治性を検討するという問題関心は共有されている。そこでは、平和・人類といった普遍主義的修辞や人道主義といった政治的対立を生まないようなものや、行政権力などの非政治的とされるものの政治性が問題化されてきた。本報告では、英語圏、日本語圏のそれぞれの研究潮流を受け継ぎ、政治的主張を明示的に行うにもかかわらず、「コンフリクトを生まない政治」の系譜を明らかにした。1950年代に原水爆禁止運動が一大ムーブメントとなったことを例にとるまでもなく、反戦反核などの政治的主張を行う社会運動は、被爆地の社会で対立を生まずに支持を集めることを目指してきたと考えられる。こうした実践は、核兵器禁止条約や日本被団協のノーベル平和賞受賞などといった核兵器廃絶に向かうための社会的な合意形成を可能にしてきたと考えられる点で重要である。本報告では、対立を生まずに政治的発言ができたのは誰かということや、その主張内容を自己呈示する方法の通時的変化を検討した。

研究の方法

本報告ではメディア史の方法を採用した。具体的には、1946年から2025年までの各年の原爆忌前後（8月1日～8月15日）に発行された『長崎新聞』（前身の『長崎日日新聞』を含む）に掲載された原爆関連行事に関する記事の内容を検討した。本報告では、当事者や関

係者らへのインタビューなどの方法は採用せず、新聞や主催団体の年史等の活字になっている資料に分析対象を絞った。なぜなら、平和運動の自己呈示をとらえるには、インタビューなどを通して平和運動の実態をとらえるのではなく、新聞等の不特定多数に向けて発信される平和運動に関する情報をとらえることが有効だと考えたからである。

得られた知見

1960年代までは労働組合や原水禁運動の組織といった革新勢力が平和運動を担っていた。そこでは、個々の政策判断に対する姿勢を示す「反戦」や「反核」が主張された。1970年代から1990年代にかけては、「世界平和祈念旬間」をはじめとする行政がかかわった平和運動が目立つようになった。そこでは、原水禁運動の分裂などを背景に、超党派でまとまることを目指され、「非核」が主張された。「非核」とは国際社会で行われる核実験などに対して政治的プロテストを通して反対する一方で、国内の政治問題には踏み込まない姿勢を示すものであった。2000年代ごろからは、「高校生平和大使」や「高校生一万人署名活動」といった「若者」による平和運動が目立つようになった。これらの活動は高校生が単独で行っていたのではなく、既存の長崎の市民運動と人的連続性を持ち、地元メディアなどからの支援を受けられる存在であった。ここでは、グローバルな問題としての「核兵器廃絶」が主張された。この主張は核兵器をなくすことを求めるという政治的主張を行いつつも、個々の政策判断には踏み込まない姿勢を示すものであった。これらの長崎における平和運動の変化をまとめると、戦後初期には具体的な政策提言をもって政治的な立場を先鋭化させるという自己呈示を行ったのに対して、時間がたつにつれて、個々の政策提言を避け、普遍的問題としての「核兵器廃絶」を提示することでグローバルな価値を前景化させていったことが明らかになった。被爆者運動は戦後一貫して、政府の戦争責任を指摘し、国家補償を求めてきた。長崎の平和運動の流れは、長崎の平和運動が主張したことと、被爆者らの主張とが徐々に食い違うようになってきた過程を示している。このことが、戦后被爆者運動が求めてきた被爆者への国家補償の論点を後景化させたのであり、被爆者に対する社会からの無理解・無関心につながったのではないかと考えた。

「星の流れに」題名変更をめぐる逸話の再検討 ―占領期の流行歌とGHQによる検閲―

吉野梢恵（早稲田大学大学院・院生）

キーワード

占領期、流行歌、GHQ、検閲、「星の流れに」

発表要旨

本研究の目的は、占領期における流行歌とGHQによる検閲の関係を明らかにし、その関係のもとでの流行歌流通のありようを具体的に描き出すことにある。そのために、「星の流れに」（清水みのる作詞、利根一郎作曲、菊池章子歌、テイチク：1947）の題名変更をめぐる逸話を、占領期の日本側及びGHQ側の史資料に基づき再検討し、GHQによる流行歌検閲の実態と同曲流行の実像を明らかにする。

同曲には、〈作詞時点の題名は「こんな女に誰がした」であったが、GHQが「反米感情を煽る恐れがある」として変更を指示した〉という逸話がある。この逸話をそのまま信じるならば、「こんな女に誰がした」という一節が歌詞に残され、広く流布し、1948年に流行語にまでなった事実は、GHQの「検閲の失態」と言い得る。しかし、占領期には日本のあらゆるメディアがGHQの統制下に置かれていたはずである。徹底していたとされるメディア統制のもとで、このような「失態」は果たして生じたのか。本研究はこの問いを、占領期の流行歌検閲の実態と流行歌流通のありようをめぐる、より大きな議論の端緒と位置づける。

先行研究との差異

先行研究では、レコード検閲を通じた軍歌や浪曲の禁止が定型的に言及されてきた一方で、検閲の強度について見解が分かれている。菊池（2008）や古茂田（1995）がその厳しさを強調するのに対し、毛利（2023）やNagahara（2017）、輪島（2010）は緩やかであったとする。こうした見解の相違の一因として、先行研究の多くが作詞家の手記など日本側の史資料のみに依拠してGHQの検閲を評価していることが挙げられる。さらに、GHQの史料を用いた一部の研究においても、検閲の運用の実態は十分に検討されていない。

この研究状況のもと、「星の流れに」の題名変更の逸話は検閲の厳しさを示すものとして、関係者の戦後の回想に依拠したまま、その真偽が問われずに自明視されてきた。本稿は、同時代の史資料に基づいて逸話を再検証し、さらに、GHQの史料を用いて実際の運用を含む検閲の実態に迫る点に独自性がある。

研究の方法

本研究では、占領期の一次史料を中心に調査・収集し、それらの分析を行った。日本側の

史資料は、国会図書館デジタルコレクションを用い、1947年から占領終結までの言説を中心に、占領終結後の言説や後年の回想も補助的に収集した。GHQ側の史料は、国立国会図書館所蔵のGHQ/SCAP文書を用いた。特に、メディア検閲の実務を担っていた民間検閲局（Civil Censorship Detachment, CCD）のプレス・映画・放送部門（Press, Pictorial and Broadcast Division, PPB）に関する史料を中心に収集した。管見の限り、「星の流れに」に関する直接的な記録は見出せなかったが、流行歌検閲の実態を検討することを通じて同曲に対する題名変更が行われたかを検証する。

史資料の分析では、口ずさみや替え歌といった人びとの身体的実践による流行歌の流通に注目する。「星の流れに」は、同曲を挿入歌とした映画『肉体の門』のヒットや、ヤミ市での手巻き蓄音機による放送、パンパンたちの口ずさみが流行のきっかけとなったとされる。身体的実践は、レコード産業が著しく停滞していた占領下の日本で流行歌流通を支える重要な回路となっており、流行歌流通のありようを検討するうえで無視できない要素と言える。

得られた知見

分析の結果、次の3点が明らかとなった。第一に、「星の流れに」の題名変更は、テイチク内部の自発的な変更であったとするのが妥当である。題名変更の逸話は、当時の関係者がGHQの検閲に対して抱いた戸惑いや失望が、後に「厳しい」検閲という記憶へと再構成された語りであったと評価できる。第二に、GHQの流行歌検閲は、一見「緩やか」に見える様相を呈していたが、それは意図されたものではなく、複数メディアを横断する流行歌に対応し得ない分業体制や統一基準の欠如、さらに流行歌を「取るに足らない」娯楽と見なす認識といった、複層的な要因の結果であった。とりわけ、身体的実践を通じた流行歌の流通については、そもそもGHQの統制の枠組みに適合していなかった。検閲の実態は、「厳しい／緩やか」という二分法では把握できず、検閲の構想と対象との齟齬が生み出した脆弱性を内包したものであった。第三に、「星の流れに」の流行は、楽曲全体の受容とともに、「こんな女に誰がした」という一節の受容でもあった。この一節は歌から切り出され、決まり文句や替え歌として多様な文脈で自在に持ち出されていた。そこでは、歌詞の意味内容や作詞の経緯、楽曲の音楽性は問われなかった。こうした流通のありようは、GHQの検閲が管理可能な対象の枠組みから構造的に外れていた。

以上の3点からは、占領期の流行歌が検閲の想定を逸脱するメディアとして広範に流通していた可能性を読み取ることができる。同時に、GHQによる統制を占領期の流行歌を検討する際の一つの条件として捉える重要性を示す。

個人・共同研究発表

6月28日（日）午前

満洲国モンゴル語新聞における複合的言説構造 - 『フフ・トグ』読者寄稿欄を事例に -
包明珠（北海道大学大学院・院生）

キーワード

満洲国、『フフ・トグ』、読者寄稿、グレーゾーン言説

発表要旨

本研究の目的は、満洲国期モンゴル語新聞『フフ・トグ（青旗）』の読者寄稿欄を対象に、支配側の「宣伝」とモンゴル人読者の「民族意識」がいかに交錯していたのかを解明することにある。『フフ・トグ』は1941年1月から1945年7月まで新京（現長春）で発行されてモンゴル語新聞である。同紙は日本や満洲国政府の政治的主張を伝達する宣伝媒体としての役割を担いつつも、モンゴル人知識人の民族意識が表出する重層的な言説空間としての性格を備えていた。特に読者寄稿欄では、「友邦日本国の恩恵」といった体制肯定的な語りと、「チンギス・ハーンの称揚」や「モンゴル復興」という民族主義的な語り、しばしば同一の投稿内に共存していた。本研究は、この言説空間において読者が当局の宣伝用語を戦略的に借用しながら、その枠組みの内部でいかに民族的アイデンティティを再構築・表現しようとしたのか、その多層的な言説構造を明らかにする。

先行研究との差異

従来、植民地的状況下における被支配者の言説は「協力」か「抵抗」かという二項対立で捉えられがちであった。しかし、本研究では高綱らが提示した「グレーゾーン」の概念を援用し、協力でも抵抗でもない第三の言説領域に注目する。

『フフ・トグ』に関する先行研究が主に政治史・社会史的アプローチから満洲国のモンゴル統治政策や歴史を分析してきたのに対し、本研究はメディア言説分析の視角から、新聞という公的メディア空間における読者の言説実践そのものを対象とする。特に読者寄稿欄という双方向的コミュニケーション空間に焦点を当て、投稿者が複数のアイデンティティを状況に応じて使い分け、交渉していた過程を、談話歴史的アプローチ（DHA）の手法を用いて分析を行った点に独自性がある。

研究の方法

本研究は、量的分析と質的分析を組み合わせた混合研究法を採用した。第一に、1941年から1945年までの全178号における読者寄稿を対象に内容分析を実施し、寄稿の主題・投稿者属性・時期的変化を量的に把握した。これにより、1941-1942年の「拡大期」と1943-1945年の「縮小期」に区分し、前者では文学・民族復興・教育関連の寄稿が多く、後者では政治宣伝・軍事・生活改善関連の寄稿が増加することを確認した。

第二に、代表的な寄稿テキストに対して批判的言説分析、特にウォダックらの談話歴史的

アプローチ(DHA)を適用した。DHAは五つの言説的ストラテジー（指名・叙述・論証・観
点化・強化/緩和）という体系的な分析枠組みを提供しており、本研究ではこれらを用いて
読者寄稿の言説を分析した。具体的には、協力言説・ナショナリズム言説・グレーゾーン言
説という三つの類型を設定し、各類型における言説の特徴と相互関係を詳細に分析した。

得られた知見

分析の結果、以下の知見が得られた。第一に、協力言説は拡大期の友好・協力の語りから
縮小期の義務・動員へと段階的に転換した。第二に、ナショナリズム言説は、歴史・文化・
教育という三つの領域を通して、民族の誇り・言語保持・教育啓蒙といった主題が民族的覚
醒の手段として位置づけられ、モンゴル人が自らの文化的主体性を再定義しようとする過
程を示した。第三に、グレーゾーン言説は、「モンゴル復興」を主題とする寄稿を通じて、
協力とナショナリズムが同一テキスト内で交錯し、体制順応的な語りの表層に民族的自立
の意志が潜在する構造を明らかにした。

さらに、これら三つの言説類型は相互排他的ではなく、複合的な言説空間において補完的
に共存していたことが判明した。協力言説が外的統制のもとでの語りの枠組みを提供し、ナ
ショナリズム言説がその枠内で主体的な意味を再構築し、グレーゾーン言説が「支配と自律
のあいだ」で民族的主体性の表出を可能にした。投稿者たちは「満洲国国民」「モンゴル民
族の一員」「大東亜共栄圏の一員」「チンギス・ハーンの子孫」という複数のアイデンティテ
ィを状況に応じて使い分け、交渉していた。これらは一見矛盾するが、投稿者にとってはす
べて真実であり、制約の中で最大限の自律性を確保する「言葉による生存戦略」であった。

このように、グレーゾーンという視角は、「曖昧」や「どっちつかず」といった否定的評
価ではなく、植民地状況下における生存と抵抗の一形態として捉えられる。重層的支配構造
の下では、明確な抵抗言説が公的メディア空間に現れることは構造的に困難であり、投稿者
たちは服従でも武装抵抗でもない、「制約された主体性」の実践を選択していた。本研究は、
被支配者の言説実践を協力／抵抗の二項対立を超えて理解する視座を提示し、制約の中で人
間の尊厳を維持しようとした営みの重要性を示す。

ニュース報道における「若者」カテゴリーとその運用

——2000年代初頭における「フリーター」の社会問題化を事例として——

山内竜（慶應義塾大学大学院・院生）

キーワード

社会問題、ニュース・メディア、構築主義、若者、フリーター

発表要旨

本報告は、社会問題に関して、ニュース報道によるカテゴリーと事例の相互反映的な構築とその動的な過程を社会問題の構築主義に依拠しながら検証することを目的とする。ニュース・メディアは、政府省庁による政策形成や研究機関による調査報告とともに、特定の個人を事例として日常的に報道することで、社会問題の定義を担う。本研究は、社会問題とされる事態と事例が如何に立ち現れるのかという点に注目し、20世紀末から21世紀初頭にかけて顕在化した「フリーター」の増加をめぐる「若者」カテゴリーを分析することで、一連の構築過程を解明する。

先行研究との差異

本研究は、「フリーター」の社会問題化をめぐる「若者」カテゴリーの運用とその過程に注目する点で既存の研究と異なる。社会問題としての「フリーター」の増加に関しては、実態調査とともに、ニュース報道や政策の分析がなされてきた。一連の研究によれば、バブル経済の崩壊後、企業が新卒正規雇用を抑制するとともに、非正規雇用の拡充を進めたという背景がある一方で、卒業後にアルバイトやパートで生計を立てる「フリーター」の増加は、就職に対する「若者」の意識変化と定義され、正社員就職という「自立」を促進するために意欲や能力を涵養する就労支援が展開された。要するに、「フリーター」をめぐる言説は実態に基づかず、「若者バッシング」の様相を呈したわけだが、その一方で、政府省庁やニュース・メディアをはじめとする諸アクターによって、実態と乖離した「若者」言説が編制された政治社会的な過程を検証した研究は、管見の限りでは見受けられない。

一方、カテゴリーとしての「若者」に関しては、その戦略性が指摘されている。実際、「若者バッシング」をめぐるのは、少数の個人を論評主体が「若者」とカテゴリー化することで、事例が示す事態をステレオタイプ化する営為が批判されてきた。また、社会学者の浅野智彦によれば、「若者」に新しい特徴が見出され続けるものの、その内容は変化に乏しいうえに、たびたび実態から空転する。こうした点を踏まえれば、「若者」をめぐる語りの焦点は、実態の把握よりも、記述に基づいた行為にある。換言すれば、「若者」とは、年長世代には無いと想定される特徴や傾向を論拠として、何かを達成するうえで戦略的に運用されるカテゴリーとしての側面を有している。

以上を鑑みて、本研究は、社会問題としての「若者」カテゴリーと事例を通じて人々が何

を行ったのかという問いから、社会問題としての「フリーター」の構築を解明する。

研究の方法

本研究は、社会問題の構築主義に依拠しつつ、「フリーター」の増加が社会問題化する 1998 年から本格的な政策形成が始動する 2003 年にかけての期間を中心として、全国紙である日本経済新聞の記事、および同紙が言及・参照した行政文書や調査研究、一般書を分析する。記事については、「日経テレコン 21」に登録された「フリーター」という単語を含むものを対象とする。社会問題の構築主義は、特定の事態や状況を社会問題として定義し、その改善を要請する「クレーム申し立て活動」の社会的構築物として、社会問題が顕在化する動態的な過程を分析するアプローチを指す。社会問題とはいわば、人々の言語行為から構成されるが、ニュース・メディアは、出来事を選択や編集によって他アクターによる活動を「翻訳」とともに、当事者への取材を通じて社会問題のイメージを形成する。この点から、本研究は、ニュース報道に分析の焦点を置いている。

得られた知見

分析の結果、社会問題としての「フリーター」をめぐって、3種類の「若者」が構築された。すなわち、(1)「自立」を忌避して「フリーター」になった「若者」、(2)正社員や起業家として「自立」して活躍する「若者」、(3)「自立」を妨げられて「フリーター」にならざるを得なかった「若者」である。それぞれの「若者」は、学校や企業、専門家やシンクタンク、政府省庁への言及・参照に加え、日本経済新聞によっても編制され、同紙は、とりわけ努力して正社員就職を果たした、または起業した諸個人を事例として取り上げることで、「フリーター」を「若者」個人の問題と定義した。そのうえで、対比や批判を通じていずれの「若者」も相互補完的に「キャリア教育」や「職業訓練」の拡充、さらには社会問題化以前より奨励されていた「雇用流動化」の促進を正当化し、意欲や能力の向上を後押ししつつ、「自立」として本人の努力による解決を要請した。総じて、「フリーター」の増加に関して、日本経済新聞では、他アクターによる活動の翻訳とともに、異なる事例に基づいて異なるイメージが構築されつつも、特定の定義に収斂される「若者」カテゴリーが構築されたのであった。

新聞販売網再編の構造流通機能からのアプローチ

小嶋真由香（立教大学大学院・院生）

キーワード

戸別配達制度、流通機能、インフラストラクチャー、新聞販売店、再編

発表要旨

新聞社による情報の生産・流通・消費の一連の流れは相互に影響し合う関係にあり、近年は購読者数減少を理由とした新聞の休刊・廃刊や配達体制の変更が相次ぐなど新聞販売網の再編が進行している。

本研究の目的は、新聞販売網の形成および再編を流通機能の視点から捉え直すことにより、新聞社と新聞販売店（以下、販売店）の相互関係を構造的に明らかにすることにある。さらに、販売網再編の構造把握を通じて、このような流通の変化が情報インフラとしての新聞の位置づけにどのような影響を及ぼしているのかを考察する。

先行研究との差異

戸別配達という流通システムは、安定的な新聞宅配と新聞社の売上確保という面で、社会の公器としての新聞の普及と地位確立に貢献してきた。これらの機能と役割は既存の新聞研究において公共性、社会制度、メディア文化といった観点から論じられてきた。

新聞の事業運営に安定した経営基盤が必要であるという考えは、本山彦一の新聞商品論や小野秀雄の新聞経営論に代表されるように繰り返し指摘されている。新聞が人々の知る権利に応え、民主主義の土台を支えるためには、「社会の木鐸」としての理念だけでなく、事業を存続させることが不可欠であるという認識が、新聞人の中で共有されてきたためである。しかし紙中心のビジネスモデルからの転換が迫られる中、こうした議論は業界内部から発せられるものが多く、編集優位の組織体制では販売の実態に即した議論が十分に行われなかったり、部署ごとの高い専門性と閉鎖性から情報共有がなされにくく抽象的な議論にとどまりやすい側面があった。

本研究では、文献調査および新聞社員、販売店店主への聞き取りをもとに販売店の統廃合プロセスを検証し、販売網の再編がもたらす販売店の業態変容の実態と、統廃合に向き合う店主の姿勢に焦点を当てた。これにより、公器的な情報インフラとして評価されてきた戸別配達制度と新聞（紙）を流通のアプローチから位置づけ直し、新たな視座の提供と知見の獲得を目指す。

研究の方法

本研究では2025年5月から2026年1月にかけて文献調査と聞き取り調査を行った。まず戸別配達網がどのような歴史的経緯で形成・拡大・再編されてきたのかを文献調査によっ

て明らかにした。続いて、既存の新聞研究における販売店機能の議論を踏まえ、流通機能のアプローチから販売店が担ってきた機能を再整理し、聞き取りなどによって、再編が進む背景と販売店の業態変容を捉えた。文献の収集および調査にあたっては、全国紙・地方紙の新聞社員（編集・販売）のほか販売店店主など15名の協力を得た。

得られた知見

販売店の流通機能は、発行本社から新聞を仕入れ（所有権機能）、在庫を管理し（危険負担機能）、定時に配達する（物流機能）ことに大別できる。新聞社が販売店制度を設けて戸別配達網を拡充してきた歴史的過程を見ると、そこには常に「競争」の要素があった。風呂勉は競争の目的が加わることで単なる販売経路がマーケティング・チャンネルに変化することを指摘しており、戸別配達システムの確立の背景には新聞社のチャンネル政策の狙いがあったと考えられ、新聞業界が訴える「民主主義を支える知的インフラ」としての戸別配達制度の機能と役割は、新聞社のマーケティング戦略の副産物としての側面もあったと考えられる。戸別配達網の維持は新聞社の社会的使命だが、維持できない転換点、つまり「生産者が流通から自らを隔離することがかれ自身の利得を意味していた」（風呂 1968: 48）時点から「販売の商人への全面的依存体制がもたらす弊害を個々の生産者が明確に意識するようになった」（風呂 1968: 48）段階で、新聞社は戸別配達網の維持が困難となり、販売店の統廃合および販売網の再編が起これると考えられる。

このプロセスは、店主の廃業や引退、あるいは改廃を通じて、販売店を廃店または隣接店と統合する形が一般的である。近年では改廃は極めて少なく、廃店に至る場合でも、新聞社（担当員）と販売店との継続的なコミュニケーションや調整を通じて慎重に行われていることが確認できた。他方で、販売店側も必ずしも一方的に統廃合を受け入れているわけではなく、購読部数の減少に耐えうる経営力を示すために、本業の配達や営業に加え、物販や大手通販サイトの配達代行などを通じて収入源の確保を図る動きが広がっていた。そこにはマネタイズの課題や、商品（新聞）の高い公器性を維持しながら市場競争を勝ち抜き再編に向き合わなければならない店主の模索や諦観があることがわかった。こうした再編は自店エリアの条件や新聞社の方針、全国紙や地方紙という違いによって異なる点もあり、地方紙の普及率が高い地域などでは都心部と比較して販売店の統廃合が緩やかな傾向も確認された。

1960年代韓国の日本文学ブームにおける「郷愁」の言説形成

金知ソク（北海道大学大学院・院生）

キーワード

ノスタルジア、モダニティ、ポストコロニアリズム

発表要旨

本発表の目的は、1960年代韓国の日本文学ブームにおいて、植民地朝鮮の「郷愁」がいかに言説化されていたのかを、ノスタルジーとモダニティの間の概念的な関係性を窓口にして確かめることである。

先行研究との差異

1960年代韓国における日本文学ブームは、主として日韓基本条約を前後して新たに越境して流入した日本大衆文化に対する韓国大衆の「好奇心」という側面から研究されてきた。なかでも、植民地朝鮮を記憶しておらず、1950年代の韓国における独裁政権を打倒した「四月革命」の主体でもあった「若者」世代の好奇心が、特に注目されてきたと言える。「若者」世代による日本文学ブームへの好奇心は、一方では質的側面から、植民地宗主国の文化ではなく、西欧世界の一員として越境してくる日本大衆文化の「文化的モダニティ」への関心として説明されてきた（권・천 2012）。他方では量的側面から、1950年代以降に密輸という形で流入していた日本商品と、それに対する検閲によって抑圧されてきた文化的関心が、一挙に噴出した現象として説明されてきた（金 2014）。

とりわけカンの研究（2012）は、1960年代韓国の「日本文学ブーム」に対する大衆の欲望を、植民地朝鮮を記憶しない世代の「好奇心」ととどまらず、植民地朝鮮を記憶する世代の「郷愁」へと拡張して捉えている。これにより、当時の「日本文学ブーム」そのものが、日本の「風俗」に対する郷愁と好奇心とが交差する地点に成立した、韓国社会の「欲望」によって支えられていたものであったと分析する。すなわち、1960年代の「日本文学ブーム」とは、外来の悪しき「風俗」が韓国の読者を汚染した結果ではなく、それ自体が大衆文化に対する韓国読者の固有の「風俗」が存在していたことを示す証左であると説明されている（강 2012）。

これらの研究は、1960年代の「日本文学ブーム」をめぐる韓国社会の欲望を、大衆文化の側面から多層的に分析した点において重要な意義を有している。本発表は、こうした先行研究の成果を継承しつつも、「日本文学ブーム」をめぐる「郷愁」の言説がいかに構築されてきたのかという点に、より焦点を当てたい。これまで「日本文学ブーム」に対する郷愁は、日本文化を記憶しうる世代の情緒として理解されてきたため、肯定的であれ否定的であれ、主として植民地朝鮮の経験に限定された「過去」の観念として解釈されてきた。しかし、後述するように、もはや立ち戻ることのできない特定の過去に対する郷愁、すなわち「ノスタルジア」は、「モダニティ」という進歩的時間に対する現在の観念と不可分の関係にある。

多元的主体を戦略的に生きる——中国人女性芸人・いぜんのメディア表象と実践

施欣淳（同志社大学大学院・院生）

キーワード

女性芸人、多元的主体、表象、実践

発表要旨

2025年1月、中国出身の女性お笑い芸人・いぜんがテレビ出演をきっかけに突如として注目を集めた。赤いチャイナドレスにお団子頭、中国的要素を取り入れたネタ——いかにもステレオタイプ的な「中華娘」をまとった彼女は、カタコト風の早口ツッコミで観客を笑わせ、一躍“バズる”存在となった。一方で、彼女のX(旧Twitter)投稿には、東京大学の大学院生として研究室で実験をする姿が映し出されている。さらに、自身のYouTubeチャンネルも運営している。一日のうちに、いぜんは異なる場と役割を横断し、まさに複数の「生」を同時に生きていると言える。

新世代の芸人であるいぜんは、「外国人」「女性」「東大理系大学院生」「お笑い芸人」といった複数の身分を帯びており、これらの身分はあらかじめ内在する属性というよりも、彼女がそれぞれ異なる環境や文脈と関わる過程の中で立ち現れるものである。すなわち、いぜんは場面ごとに異なる期待や規範に応答することを求められ、その都度異なる振る舞いや自己の在り方を選び取らざるをえない状況に置かれている。このような状況を「分人主義」という概念から捉えるならば、彼女の主体は単一のものとして統合されるのではなく、環境ごとに異なる形で立ち上がる多元的な主体として理解される。このような主体の在り方は、流動化する現代社会において見られるリアリティの一端を示している。

本研究は、いぜんのテレビ番組における出演内容と、彼女自身による語りを分析することを通じて、複数の身分を統合することなく生きる主体が、いかなる戦略的实践によって構築されるのかを明らかにする。彼女の主体は、単一の統合された「自己」として生成されるのではなく、異なる場面において切り替え、配分し、回避し、保留されることで維持される。本研究は、このような統合不可能な主体性という視点から、現代における女性主体のあり方を再考する。

先行研究との差異

日本のテレビ番組において、放送初期から「面白い外国人」という表象が形成されてきた。1970年代以降のテレビコマーシャルでは、外国人が「日本人」と「外国人」の境界を戯れるように侵犯する役柄として描かれ、かえって境界線が強調される構図が形成された(吉見1998)。1980年代以降の《ここがヘンだよ日本人》(TBS)では、「日本語が堪能で温かな外国人」だけが選ばれ、出演者は「外国人らしさ」を演じることを求められた(岩淵2007)。山本(2004)は、この番組における中国人表象を分析し、「独善的」「保守的」といった国民性

イメージが再生産されていたことを明らかにした。2010年代以降も、訪日外国人を扱う番組では約7割が欧米人であり、現実に多数を占めるアジア人が不可視化されている(米倉2015)。

これらの研究は、「外国人」内部の差異に触れつつも、依然として固定的なカテゴリーとして扱い、「表現する主体」として能動的に活動する外国人の実践については十分に検討されてこなかった。また、複数の身分が交差する場合、それらをいかに統合せずに生きるのか、その戦略的実践については未解明である。本研究は、この空白を埋めるものである。

研究の方法

本研究は質的研究方法を採用し、テレビ番組の内容分析と本人への半構造化インタビューを組み合わせる。まず、2025年1月以降にいぜんが出演した地上波テレビ番組の録画を整理し、外見的呈示(衣装・髪型・話し方)、テロップによる身分表記、番組タイプごとの属性の前景化、および発言内容を分析する。次に、2025~2026年に本人への半構造化インタビューを対面で2回実施した。番組分析とインタビュー結果を照合することで、多元的主体の生成過程とその表現実践との関係を明らかにする。

得られた知見

以上の分析を通じて、以下の三点が明らかになった。

第一に、いぜんの複数の属性は本質的に「持っている」ものではなく、外部からの本質化と本人による戦略的実践とのあいだで構築されてきた。日本社会、番組フォーマット、大学院などの場とのイントラアクションを通じて生成され、変化し続ける。これらの属性は、場面ごとに切り替え、配分され、時には保留される。

第二に、彼女の実践は制約と可能性を同時に体現している。ステレオタイプ的に消費されるという制約を抱えながらも、既存カテゴリーを揺さぶり、新たな表現を創出する可能性を示した。さらに、彼女のメディア出演を通じて、「中国人」「女性芸人」「理系東大生」といったカテゴリー自体のイメージがわずかながら変容する可能性も示唆された。

第三に、いぜんの実践は、現代社会における女性主体のあり方を照射している。複数の役割を同時並行的に遂行することが構造的に求められる状況において、彼女はそれらを統合するのではなく、戦略的に使い分けることで主体性を維持している。

K-POP 女性アイドルの「人格」はいかに構築されるか ——第 3 世代から第 4 世代におけるメディア主権の転換と編集技法の分析——

王思雨（慶應義塾大学大学院・院生）

キーワード

K-POP 韓国バラエティ番組 メディア表象 人格構築 自社制作コンテンツ

発表要旨

本研究は、K-POP 女性アイドルが出演する韓国のバラエティ番組において、いかなる編集・演出技法を通じて「人格的存在」や「親密性」が構築されているのかを、ジェンダーの視点から明らかにすることである。K-POP はグローバルなデジタル・ファンダムを基盤に拡大してきたが、既存研究では主に MV や SNS が分析対象とされてきた。しかし、ファンの受容実践において、アイドルの「信頼性」や「人間性」の根拠は、しばしばテレビ番組、とりわけバラエティ番組での振る舞いに求められる。本研究は、バラエティ番組を単なるプロモーションの場ではなく、アイドルの多層的な記号を「一貫した人格」へと統合し、視聴者とのパラソーシャルな親密性を補強する重要なメディア装置として再定位することを目的とする。

先行研究との差異

従来の K-POP 研究およびアイドル研究では、アイドルのメディア出演は主にオーディション番組やデビュー過程に注目され、競争や成長の物語を通じた正統性の分析が中心であった。一方、デビュー後に継続的に出演するバラエティ番組は、プロモーション的役割として位置づけられるにとどまり、その表象構造自体は十分に検討されてこなかった。

また、ジェンダー視点のメディア研究においては、女性アイドルの外見や役割、描写内容といった女性像の特徴が主な分析対象とされてきたが、それらの像がどのような編集実践を通じて維持・更新されているのかという制作過程への注目は限定的であった。さらに、パラソーシャル関係研究やファン研究においても、SNS やライブ配信といった即時的メディアが重視され、編集を前提とするテレビ番組が親密性や信頼感をいかに生成するのかは十分に論じられていない。本研究は、こうした先行研究の偏りを踏まえ、編集技法とメディア主権の変容が、ジェンダー規範と結びつきながらアイドルの人格的リアリティをいかに構築しているのかを明らかにする。

研究の方法

本研究では、2015 年から 2025 年までに放送・配信された K-POP 女性アイドル出演番組を対象に質的テキスト分析を行う。分析対象は、第 3 世代および第 4 世代の代表的な女性グループが出演する番組から、以下の三類型を抽出する。①放送局主導の番組：『週刊アイ

ドル』『知ってるお兄さん』等。外部の視点から定型的な「キャラ付け」を行う手法を分析する。②観察型リアリティ番組：『全知のお節介視点』『BLACKPINK HOUSE』等。日常の断片を提示し「生活者」としての側面を強調する手法を検討する。③自社制作コンテンツ：『TIME TO TWICE』『Leniverse』等。事務所自らがファンの期待に最適化した人格像を再生産する現代特有の装置を分析する。

これらからサンプリングを行い、テロップによる心理描写、BGMによる感情のラベリング、反復編集、リアクション挿入等の演出技法が、アイドルの人格的ラベルをいかに固定化・安定化しているかを分析する。

得られた知見

バラエティ番組は、アイドルを単なる「パフォーマー」から、感情や弱さ、対人関係を含む「人格的存在」へと再構成する機能を有していることが示された。とりわけ、日常的な言動や他者との相互作用が編集を通じて反復的に提示されることで、アイドルの振る舞いは偶発的な出来事ではなく、「一貫した人格特性」として意味づけられている。

第3世代においては、テレビ局主導の定型的な演出を通じて、親しみやすさやキャラクター性が比較的外部から付与される形で構築されていたのに対し、第4世代以降の自社制作コンテンツでは、制作側が視聴者の視点や感情の動きをあらかじめ織り込んだ精緻な編集が行われている点が特徴的である。そこでは、視聴者が編集の存在を了解した上で物語に参加することが前提とされ、ファンとのあいだに制作側の演出意図を共有した親密性が形成されている。

特に女性アイドルは、誠実さ、感情の安定、協調性といった規範的女性性が人格評価の基準として作用しやすい存在であり、失敗や困惑といった否定的要素でさえ、誠実さや努力、成長の物語へと回収されることで、人格的に信頼可能な存在として再構成されている。このような編集は、偶然性を装いながらも一貫した意味づけを行うことで、アイドルの人格的リアリティを安定的に維持する装置として機能している。

本報告は、編集技法の高度化とメディア主権の変容が、ジェンダー規範と結びつきながら、デジタル・ファンダムにおいてアイドルが「人格的に真正な存在」として知覚される条件をいかに形成しているのかを明らかにする。これは、アイドルの真正性を本質的属性としてではなく、メディアによって構築され、関係性のなかで持続的に管理される効果として捉え直す視点を提示するものである。

「地元」：再帰的共同体の誕生——NHK 朝ドラ『あまちゃん』（2013）を手がかりに

楊雨（東京大学大学院・院生）

キーワード

地元、朝ドラ、あまちゃん、共同体

発表要旨

本発表の目的は、NHK 連続テレビ小説『あまちゃん』（2013）において構成される「地元」というイメージに着目し、それがいかなる論理を有するものなのかを検討することで、ポスト成長社会において再帰的な共同体がどのように構成されているのかを明らかにすることにある。

先行研究との差異

本研究の特異性は、「地元」の意味論に関する先行研究と朝ドラ研究という二つの研究潮流を横断的に検討する点にある。

2000 年代以降、「少子高齢化に伴う地方の過疎化と人口流出の問題」（寺地 2017: 45）を背景として、「地元」という言説が若者と結びつくかたちで多く見られるようになり、とりわけ若者論や地域社会学において注目を集めてきた。「地元」という多義的な言葉がいかなる意味を有しているのかについての研究も、一定程度蓄積されている。例えば、地元を生まれ育った場所・地域という具体的なものとして捉え（阿部 2013）、その物理的範囲を定義しようとする立場がある一方で、寺地幹人（2017）が調査結果を用いて示したように、具体的な物理的範囲は必ずしも想定されておらず、形式にはバリエーションがあるとする見解もある。さらに鈴木謙介（2008）は、物理的水準ではなく「自分の帰属先」という抽象的なレベルに着目して「ジモト」を捉えている。

しかし、これらの研究はいずれも「地元」を若者と結びつけて捉える傾向が強く、2000 年代以降の「地元」ブームをより広い文脈で理解するためには、別の分析視点も必要であると考えられる。そこで「地元」という意味資源を貫いている、2013 年に社会現象までに発展した『あまちゃん』は重要な手がかりを与えてくれると考えられる。

他方で、朝ドラに関する先行研究において、朝ドラは「地方＝純粹、伝統、ノスタルジック」というイメージを通じて、ナショナル（全国的な）アイデンティティを描き出すメディア性質（E. Scherer・T. Thelen（2020a））や、近年、町おこしの側面が存在する（宇野常寛 2013）との指摘が存在するものの、具体的にどのようにそれが実現されてきたのか（あるいは実現されなかったのか）に関する考察が不足である。

そこで本研究は、『あまちゃん』において「地元」という再帰的な共同体像が提示されていることを明らかにすることで、上記の不足を補完することを目指す。

研究の方法

本発表では、テキスト分析を中心とする質的研究手法を用いる。具体的には、まず『あまちゃん』において「地元」をめぐるどのような物語が展開されているのかを整理し、その上で宮藤官九郎のインタビューおよび過去作品を参照し、彼の「地元」観を簡単に触れる。

これらの整理を経て、本研究は『あまちゃん』での地元アイドルグループ「GMT47」によるテーマソング『地元に戻ろう』の歌詞を主要な分析対象とし、そこに織り込まれた「故郷」イメージや、1970～80年代のアイドル歌謡曲への参照といった歌詞でみられる地元の参照軸を読み解くことで、仮構された「地元」の意味内容を明らかにする。

得られた知見

分析の結果、まず、「故郷」が参照され、「地元」は「故郷」という国民国家の誕生に密接な共同体概念との間には、連続と断絶が同時に存在していることが確認できる。具体的には、時間・歴史感覚から見ると、「故郷」の構築でよく使われている戦争や跡地などより広い歴史がなく、地元での時間感覚は単に学校における先輩後輩関係、あるいは個々人の人生史の中で体験され、縮小されたものである。そして空間・地理的感覚については、ファスト風土化の光景が描かれる。従来でよく故郷の喪失を嘆く際に使われるファスト風土化が、ここで逆に共同体概念構成の一部として持ち出されることがわかる。

さらに、「GMT47」という名称が示唆するように、「地元」には一方で47都道府県という行政区画の意味が含まれている一方、歌詞には「ブラジル」といった国境を越える要素が登場し、従来のネイション概念に再考を迫る構成となっている。

また、歌詞には1970～80年代のアイドル歌謡曲への引用がある一方で、「駅前コンビニ駐車場」といったファスト風土的な風景が描かれ、両者の対比を通して、過去へのノスタルジアと現状への承認意志がみられる。

最後に、複数の枠組みを参照しつつも、それらのいずれにも全面的には回収されないかたちで、「地元」というイメージは多重の自己反省・自己解体を内包し、極めて再帰性の高いものとして構成されている。

まとめると、「地元」は固定的な基盤に依拠する共同体ではなく、移動や断絶を前提とした上で選り取られる再帰的な共同体として構成されていることが明らかになった。この「地元」は、失われた過去への回帰を志向するのではなく、現状を肯定的に引き受けながら成立する点に特徴がある。

このように、本発表は、『あまちゃん』の「地元」概念を通じて、ポスト成長社会における共同性の新たな論理を提示するものである。

報道ビザがグローバル・ジャーナリストにもたらす制約：類型化と米中比較

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・ジャーナリスト、国民国家、報道の制約、体制比較

発表要旨

近代で発展したジャーナリズムはリベラリズムを基に、自由かつ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。しかしその一方で、ジャーナリストの身体的な移動は、依然として国民国家が発給する「報道ビザ」によって制約をもたらされている。

筆者が2024年11月時点で行った調査によれば、193の国連加盟国のうち38カ国が報道ビザ制度を有している。本研究は、マクロな統計的概観では捉えきれない、報道ビザが個々のジャーナリストにもたらす「制約の実態」を実証的に解明することを目的とする。具体的には、その制約を「原因別」および「権威主義／自由主義別」に検証し、国民国家が報道ビザを通じて、いかなる統制的意図を貫徹しようとしているのかを明らかにする。

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、越境ジャーナリズム（Cross-border journalism）はジャーナリズム研究において注目されている。研究の関心は国家を跨ぐジャーナリズム実践に加え、専門職ジャーナリストと市民、あるいはジャーナリズム以外の組織との間の協力にも向けられ、実践を理論化する試みもみられる（Heft et al. 2019; Berglez and Gearing 2018; Blacksin and Mitra 2024）。こうした研究は国際報道やグローバル・ジャーナリズムの分野で、地政学を含む政治的、文化的、専門性といった次元から議論されてきた（Berglez 2008; Zheng and Reese 2017）。

ジャーナリズム研究におけるもう一つの重要な関心は、ジャーナリストの「身体的な安全」に関するものである。この分野の研究は報道を抑圧する目的での殺害、投獄、あるいは女性などマイノリティのジャーナリストへの攻撃といった身体的暴力からもたらされる安全の問題に注目が集まっている（Laufer 2025; Waisbord 2022; Slavtcheva-Petkova et al. 2023）。

しかし、本研究が着目する「報道ビザ」は、ジャーナリズムの「越境性」と「身体性」の双方に深く関わる問題でありながら、管見の限りこれを主題とした研究は見当たらない。本研究は、報道ビザを通じて行われるジャーナリズムへの介入と排除の実態を明らかにすることで、既存研究の空白を埋める独創性を有している。

研究の方法

本研究では、質的な実態解明を目的として、半構造化インタビューを主たる調査手法に採

用する。インタビュー対象は、スノーボール式で選定した、国際報道において豊富な経験を持つ4カ国籍、計7名のジャーナリストである。対象者の活動地域は世界の主要地域を網羅しており、多様なコンテキストでの事例収集を可能にしている。また、歴史的事例や機微な事案については、報道記事、回顧録、国際会議の発言録等の資料調査を併用する。

そのうえで、比較ケーススタディとして、権威主義国家の中国と、自由主義国家のアメリカに焦点を当てる。両国の報道ビザに関する法制度、所管官庁の運用、および具体的な事例を比較分析することで、国民国家が報道ビザに込める統治的意図を分析する。

得られた知見

本研究は報道ビザによる制約の動機を以下の四類型に整理した。第一に、相互主義的な報復を含む国家間の「政治・イデオロギー対立」。第二に、潜在的移民を排除する国家間の「経済・政情不安」。第三に、国家間の「宗教対立」。そして第四に、不都合な真実を排除する政権批判の「特定の報道」。国民国家は、グローバル・ジャーナリストを「政治的な敵対者」「潜在的な移民」「宗教的な異端者」、あるいは「政権への脅威」と見なし、報道ビザを用いてコントロールを試みているのである。

ケーススタディにおいて、権威主義の中国はビザ申請から入国後の取材、更新、さらには後任者の申請に至る各段階で制約を加えている実態を明らかにした。中国の報道ビザが「国民」の囲い込みの機能と、専門職としてのグローバル・ジャーナリストに対する外交的・対外宣伝的期待、すなわちグローバル・ジャーナリズムと称した国家による宣伝工作への利用の意図が確認された。

対してアメリカという自由主義国家においても、とくに9.11以降に安全保障上の管理要素が強化されたことで、報道ビザを持たないジャーナリストの強制送還や、「スパイ候補」としての監視措置といった無視できない制約が存在する。管轄部門の変遷や具体的な政策変更案の分析を通じ、報道ビザが移民管理と国家統制の二重の機能を帯び、グローバル・ジャーナリズムを制約している実態を明らかにした。

日本の記者はどのようなイメージを持たれているのか

—— ウェブ調査に基づく量的分析から

日下部聡（大阪大学大学院・院生）

三浦麻子（大阪大学）

キーワード

記者のイメージ、メディア接触、記者との接触、量的分析、道徳観

発表要旨

本研究は主に次の二つを目的とした探索的かつ定量的な研究である。一つは、日本のオーディエンスが記者に対して抱いているイメージの傾向を把握すること、もう一つは、人々のメディア接触行動、記者との接触経験と記者イメージの関連を分析し、イメージの形成過程を探ることである。

世界的にメディアに対する信頼は低下傾向にあり、日本も例外ではない。「マスゴミ」というスラングに象徴されるように、報道機関や記者を非難する投稿がソーシャルメディア上で目立つようになって久しい。諸外国のように党派的な文脈での批判もある一方、日本において特徴的なのは災害や事件・事故の現場、記者会見などでの記者の振る舞いが対象になることである。「邪魔だ」「揚げ足取りばかりしている」といったコメントからは、ジャーナリズムへの評価というよりも道徳観の問題として認識されている可能性を読み取ることができる。

従来、個別の事例として語られがちであった記者に対する好悪の傾向と構造を、幅広い年代を対象としたウェブ調査に基づいて量的に分析することにより、メディアとオーディエンスの関係を俯瞰的に考察する一助としたい。

先行研究との差異

記者という職業への社会的な認識を定量的に分析した先行研究はイスラエルにおける研究（Panievsky, 2024）以外、管見の限り見当たらず、本研究は新規性を有すると考えられる。

職業に対する信頼度の比較調査は複数行われている。例えば調査会社 Ipsos が世界で実施している 21 の職業についての信頼度調査では、日本におけるジャーナリストの信頼度は 2024 年の調査で 17 位であった。2000～2025 年に 13 回にわたって実施された中央調査社による「議員、官僚、大企業、警察等の信頼感」調査では、10 の職業や組織のうち「マスコミ・報道機関」は一貫して 8～9 位であった。いずれの調査でも記者への低い信頼度が示されているが、その理由や認知的な背景にまでは踏み込んでいない。

研究の方法

2025年6月に日本国内在住の413名(18-79歳)を対象にウェブ調査を実施した。調査対象者は性別や年代の構成比が人口統計と一致するよう調整した。

記者のイメージは新聞、テレビ、週刊誌、ネットメディアの4媒体の記者について印象を「1:とても悪い」から「7:とても良い」までの7件法で回答を求めるリッカート尺度のほか、「記者は_____人たちだ」「記者を動物に例えると_____だ」との文の空欄を埋める記述式の質問を設けた。空欄補充式の設問は、回答の理由も記述させた。また、記者との接触の有無、メディアとの接触状況も測定した。メディア接触は、日常的にニュースを得ているメディアについて新聞、テレビ、オンラインニュースサイト、SNS、メッセージアプリ、動画共有プラットフォームなど10の選択肢を提示し、接触の頻度を3件法で測定した。

リッカート尺度で測定した記者イメージについては、記者と直接会うことや日常的なメディア利用の影響を調べるため、記者接触の有無、メディア接触度を独立変数とする重回帰分析を行った。さらに、記者のイメージを具体化するため、「記者は_____人たちだ」の回答を肯定的、中立的、否定的の3種類にコーディングした上で例えられた動物との対応分析を行った。

得られた知見

まず記述統計について記す。記者イメージの平均得点は、媒体を問わずすべて中点の4を有意に下回っていた。動物に例える記述式設問では「ハイエナ」が最多(23%)であった。ほとんどが執拗さや狡猾さ、群がるといった理由を挙げており、記者に道徳的な問題があるという認識が示唆された。記者と接触経験のある人は9%にとどまり、イメージとの間に有意な関連は見られなかった。

リッカート尺度で測定した記者イメージとメディア接触との関連は、民放テレビを見る人が多い人ほど肯定的なイメージを持つ傾向がある一方、動画プラットフォームやオンラインニュースとの接触は否定的なイメージと有意に関連していた。メッセージアプリとの接触は弱いながらも肯定的イメージと関連しており、単に「ネット接触=ネガティブ」とは言えない複雑さも示された。

「記者は_____人たちだ」の記述内容のコーディングの結果、否定的なイメージが43.2%、中立的36.4%、肯定的20.4%の順だった。

「記者を動物に例えると_____だ」との対応分析では、記者に肯定的な人は「チーター」「馬」など素早さや力強さを連想させる動物を、否定的な人はハイエナのほか「ゴキブリ」など害や不快さを連想させる動物を挙げる傾向が示された。

本研究を通じ、日本における記者のイメージは概してネガティブであることが示された。それが単なる信頼低下ではなく、道徳的な非難に基づいている可能性が示されたことは、メディアとオーディエンスの関係を考察する際の新たな視座となりうる。

「南インド」の社会変容に向けた報道の考察 ポスト COVID19 のジェンダーとカーストを 焦点にして

引地達也（フェリス女学院大学）

アルン・プラカシュ・デソーザ（上智大学）

キーワード

南インド、報道、メディア倫理、ジェンダー、新型コロナウイルス、SNS

発表要旨

世界最大の民主国家であるインドは人口増加と経済成長により世界的な影響力も増している。日本とも友好関係を続け、首脳相互訪問を重ね、日本に在住するインド人も増加していることで、都市部を中心にインド人は身近な存在となりつつある。しかしながら、多言語・多宗教国家のインドへの理解はステレオタイプのままで、特に政治の中心である北部インドに比べて南インド地域（カルナータカ州、アーンドラ・プラデーシュ州、タミル・ナードゥ州、ケーララ州）への認識は希薄である。独自の文化が発展し、経済的にもベンガルールを中心に IT の先進地として新しい発展の形を示し、日本企業の進出も活発化し経済交流が進む中で、新型コロナウイルスで多くの犠牲を出しながら、確実な社会変容した南インドに焦点を当てるのが本研究である。ポストコロナにおいて社会変化を示す報道に注目し、研究者へのインタビュー等により、インドの伝統的なカーストと女性及びジェンダーに関する位置づけの変化を分析し、その報道の変化を抽出し新しく的確なインドの理解を促進するのを目的とする。

先行研究との差異

インド研究の中でも南インドの文化特色に注目した研究を多いものの、新型コロナウイルス禍後の南インドのジェンダーを焦点化した研究を日本で紹介した事例は少ない。経済発展する南インドの社会変容についても社会学的な考察が積極的に行われており、その変化を国際社会に位置づける論文や学会発表は多く、アルン及び引地も前述の学会に出席し南インドに関する研究と接している。これら先行研究をベースにし、この変化のうちジェンダーやカースト等の現象に着目し、インド社会の捉え方を、報道を通じて認識し、研究者のインタビューやインド内での著作・論文を通じ、報道とインド社会、そして日本への伝わり方を含め検証するのが本研究の特色であり、先行研究との差異である。アルンと引地は 2020 年秋季研究発表での「アジア各国におけるメディア倫理の『普遍性』を考察する—意識調査により比較する『期待』『失望』の実態—」、「メディア倫理と「表現の自由」の普遍性日本とインドの成立と各綱領からの考察」でインドと日本のメディア倫理の相違を検討したことは、外観の整理であり、本研究ではジェンダーの視点を踏まえ、抽出される事象を質的分析するものと位置づけている。

研究の方法

本研究では、南インドの歴史と文化、政治状況を概観し、多言語・多宗教国家の中での社会の報じられ方を複数の新聞報道を整理した上で、南インドの女性研究者が示す新型コロナウイルスによる被害を受けての社会変容、とりわけジェンダーの役割や位置づけに注目し「在宅作業による女性の役割の変化」「新型コロナウイルス禍を克服するためのコミュニティの役割」「伝統的カーストに関する変化」のテーマに焦点を絞って、南インドの新聞報道や写真、加えて SNS の情報を分析対象として、質的調査する。同時に複数の研究者へのインタビュー及び研究論文により、変化を形容する言語を分析した。さらに、それらが日本の報道でどのように伝えられているかも検証した。

得られた知見

南インド 4 州は経済発展とともに都市化のパターンに違いを見せており、社会変容でも違いを示し、それは各地域の報道でも認識できるが、インド社会全体の自覚までには至っていない。特に経済発展による「農村から都市への移動」は人の社会的流動性と同時にカースト階層内に影響を与えているようで、インド憲法制定委員会の委員長だった B.R.アンベードカル博士が、都市はカーストによる不平等からの「解放の場」として機能すると示唆した通りに、居住地の分断（レジデンシャル・セグレーション）の検証はカースト階層の回復と適応性が示されている。これらは報道でも明らかであるが、日本での紹介例は少ない。同時に新型コロナウイルス禍によるロックダウンは、多くの組織の閉鎖につながり、家庭内外での女性の地位の変化を引き起こし、地域の社会構造のパターンに顕著な変化をもたらし、オンラインビジネスの急増、多くの女性が独自のオンライン起業ベンチャー（手芸品などの自家製製品のオンライン販売、仕立てや手料理の宅配サービス）を始めることを可能にするなどの例が挙がる。また SNS の活用も活発で、起業に関しては YouTube チャンネルの開設が展開された。働き方でも在宅勤務モデルへの変更を余儀なくされ、これは女性の視点からは恩恵との報道が際立った。しかしながら、研究者からはドメスティック・バイオレンス（DV）の増加も指摘され、職を失うことへの不安や一日中家にいることへのストレスが増加の理由として挙げられているが、報道が十分とはいえない状況である。DV 被害者への支援も不十分であり、この点も報道で共有ができていない状況を確認した。一方でコミュニティ主導のネットワーク、女性の自助グループ、宗教団体がコロナ禍後の回復とレジリエンス構築で重要な役割を果たしており、今後の社会変容を期待される報道内容も確認した。

「管理／監視社会」としてのコロナ政策のイデオロギー的特徴
——コロナ禍の計量テキスト分析における新聞記事データの重要性

明戸隆浩（大阪公立大学）

ハン・トンヒョン（日本映画大学）

曹慶鎬（武蔵大学）

キーワード

監視社会管理社会、コロナ禍、イデオロギー、計量テキスト分析、新聞記事データ

発表要旨

本研究の目的は、2020年から始まったコロナ禍において日本および韓国の政府が採用した新型コロナウイルス対策（以下「コロナ政策」）を、「管理社会（control society）」あるいは「監視社会（surveillance society）」の観点から、新聞記事データを用いて比較社会的に検討することにある。コロナ政策は、感染被害の縮小を目指す一方でその際に個人の自由に対する一定の制約を伴うが、本研究が注目するのは、こうしたコロナ政策のイデオロギー的特徴である。一般的な監視社会論では、右派が監視社会に対して肯定的、左派が否定的な態度をとることが知られているが、コロナ禍においては、当時の言説状況の中で「リベラルな知識人が監視社会を肯定した」という指摘が見られたように、こうした構図に変化が生じている可能性がある。こうしたことをふまえて本研究では、日韓の主要紙の社説を用いた計量テキスト分析を通じて、日韓両国のコロナ政策のイデオロギー的特徴を実証的に明らかにしたい。

先行研究との差異

コロナ政策に関する比較研究は多く存在するが、それを「管理／監視社会」の現れとして位置づけ、比較社会的な検討を行った研究は限定的である。次に、監視社会に対する態度と政治的イデオロギーの関連については、欧米では実証研究の一定の蓄積がある一方、日本における実証的な分析は乏しい。さらに、コロナ禍や政治的イデオロギーを対象とした計量テキスト分析はそれぞれ存在するが、イデオロギーや政治的立場との関連でコロナ政策について計量テキスト分析を行った研究は、管見の限り見当たらない。本研究は、日韓の主要紙の社説という、新聞社の政治的立場が反映されやすいテキストを大規模に分析することで、こうした先行研究の空白を埋めるものである。

研究の方法

本研究では、日韓の主要4紙の社説記事を対象とした計量テキスト分析（センチメント分析）を実施した。分析対象データは、日本については『読売新聞』（右派寄り）および『朝日新聞』（左派寄り）の2紙、韓国については『東亜日報』（右派寄り）および『ハンギョレ』

(左派寄り)の2紙、合わせて4紙である。対象期間は2020年1月から2022年12月までの3年間とし、合計9,231件(読売2,055件、朝日1,878件、東亜2,759件、ハンギョレ2,539件)の社説を抽出した。異なる言語間での比較研究となるため、韓国語記事については日本語に一括翻訳した上で形態素解析を実施した。論調の判定には、日本語の感情分析用に調整されたBERT(Transformerベースの学習モデル)を用い、各記事を「肯定」「中立」「否定」の3つのカテゴリーに分類した。その上で、「政府・政権」および「コロナ」に関するキーワードを用いて記事を分類し、政権別(日本について安倍・菅・岸田の3政権、韓国については文・尹の2政権)の肯定的記事の割合を算出・比較した。

得られた知見

分析の結果、日韓のコロナ政策は制度的内容とイデオロギー的特徴の両面において対照的であることが明らかになった。まず制度的内容については、日本のコロナ政策は強制力を伴わない「お願い」ベースの「消極的」なものであり、IT活用やデータ収集にも抑制的であった。これに対し韓国のコロナ政策(K防疫)は、個人情報やITインフラを強力に活用する「積極的」なものであった。またこうした政策のイデオロギー的特徴については、韓国では左派の文在寅政権が介入度の高い管理／監視政策を積極的に推進し、左派寄りの『ハンギョレ』がそれを明確に支持した。これに対して、日本では右派の自民党政権が監視政策の導入にむしろ消極的な態度をとり、右派寄りの『読売新聞』も左派寄りの『朝日新聞』もおおむねこれに批判的であったが、とくに後者において否定的な傾向が顕著であった。このように新聞記事は日韓いずれにおいてもコロナ政策の評価を測定する際の重要な指標として機能しており、とくにコロナ禍のような情報過多な状況における計量テキスト分析の実施において、新聞記事データが果たす役割の重要性があらためて浮かび上がった。

『週刊文春』トップ見出しの計量テキスト分析
—「スクープ」から「エビデンス」への戦略的変容

丁 偉偉（同志社大学）

小黒純（同志社大学）

キーワード

週刊文春、調査報道、アジェンダ設定、混合研究法、KH Coder

発表要旨

本研究の目的は、日本を代表する調査報道メディア『週刊文春』（以下、文春）の表紙見出し（右トップ・左トップ）を対象に、その構造的特徴と通時的変化を解明することである。具体的には、13年半に及ぶ見出しデータの分析を通じ、紙面構成における「硬軟の役割分担」を検証するとともに、デジタル化や訴訟リスクの増大といった環境変化に伴い、同誌が情報の訴求ポイントをどのように変化させてきたのかを明らかにする。あわせて、定性的なヒューマンコーディングと定量的な計量テキスト分析（KH Coder）を組み合わせた混合研究法のアプローチにより、メディアの編集戦略を客観的に評価する枠組みを提示する。

先行研究との差異

週刊誌に関する先行研究は、特定のジェンダー観や皇室報道などに着目した質的分析（辻 2001；茨木 2013 等）が主流であった。これに対し、本研究は以下の3点において独創性を有する。

第一に、分析の規模と網羅性である。2010年から2023年までの長期データを扱うことで、一過性の事象ではなく、社会環境の変化に応答した編集戦略のパラダイムシフトを実証する。

第二に、「外部への表象」に基づく客観的検証である。元編集長らによる「編集方針」に関する著作は多数存在するが、それらは当事者の主観的言説である。本研究は、実際の見出しという「結果」を計量的に分析することで、内部の論理を相対化・客観化する。

第三に、雑誌特有のレイアウト構造への着目である。右トップ（ハード）と左トップ（ソフト）という二項対立的な誌面構造を分析軸に据え、週刊誌が持つ多角的な報道機能を構造的に解明する。

研究の方法

2010年7月から2023年12月までの『週刊文春』663号より、計1,326件の左右トップ見出しを抽出し、データ化した。分析手順は以下の通りである。

1. ヒューマンコーディング：各見出しを「政治」「芸能」「皇室」「事件」など計11ジャンルに分類し、基礎的な属性を確定した。

2. 計量テキスト分析：KH Coder を用い、頻出語抽出、共起ネットワーク分析、対応分析を実施し、語彙間の構造的関係を抽出した。

3. コンセプト抽出：定性・定量を統合する試みとして、「スクープ」「エビデンス」「深掘り」等の6つの分析概念（コード）を設定した。これらがジャンルや掲載年とどのように相関するかを可視化し、編集戦略の変遷を追跡した。

得られた知見

分析の結果、同誌の編集戦略に関して主に以下の4点が明らかになった。

第一に、コンテンツの相補的構造である。全体では「娯楽・文化」(25%)と「政治」(24%)が拮抗しているが、右トップは政治・外交等の「ハードニュース」、左トップは芸能・皇室等の「ソフトニュース」と明確に機能分担されており、一冊の中で情報の硬軟を使い分ける戦略が確認された。

第二に、トピックの構造的連関である。対応分析の結果、見出し群は「皇室」「政治・宗教」「社会（全般）・芸能」の3層構造を示した。特筆すべきは「政治」と「宗教」の語彙レベルでの近接性であり、近年の旧統一教会報道に見られるように、同誌において両者が不可分な「スキャンダルの構図」として定着している実態が示唆された。

第三に、「一撃完結型」の訴求スタイルである。同誌の見出しは、読者に謎をかけるのではなく、圧倒的な証拠提示によって結論を突きつける攻撃的なスタイルが一貫している。

第四に、そして最も重要な知見として、「情報の希少性（スクープ）」から「情報の確実性（エビデンス）」への戦略的シフトが確認された。2010年代は「スクープ」「極秘」といった独自性の強調が顕著であったが、近年は「証拠」「写真」「LINE」といった客観的証拠（エビデンス）の明示へと有意に移行している。これは、フェイクニュース蔓延による読者の「裏付け」への希求に応える適応であると同時に、告発型ジャーナリズムに伴う訴訟リスクへの防御策として、編集部が「真実相当性」の担保を最優先課題へシフトさせたことを示唆している。

個人・共同研究発表
6月28日（日）午後

1934年の「日本ミッキーマウス・クラブ」発会式：関屋五十二による戦間期クロスメディア実践の諸相

北波英幸（羽衣国際大学）

キーワード

ミッキーマウス、ディズニー、軍人会館、関屋五十二、メディアミックス

発表要旨

本発表は第一次・第二次世界大戦に挟まれた戦間期、1930年代半ばの数年間に存在した「日本ミッキーマウスクラブ」をその対象とする。これらについて、「送り手」の実体と実践内容、さらに期待された「受け手」像を検討する。これにより、いかなる機能を仮託されたメディアであったのかについて明らかにする。

先行研究との差異

本発表は日本におけるW.ディズニー受容史研究の一端である。ミッキーマウスは『蒸気船ウィリー』（1928）のアメリカ本国公開から、ほぼ一世紀を経た2026年の現在に至るまで、ディズニーの象徴的なキャラクターである。ミッキーやW.ディズニーとそのプロダクションに関する研究は、本国はもちろん日本においても例に枚挙のいとまがない。しかし一方で、日本における黎明期の受容については有馬哲夫『ディズニーとは何か』（2001）の「戦前の日本人にとってディズニーとはアニメーション映画だった」（同：257）という一行のように、非常に限定的な言及にとどまる。同時代批評は別として、包括的な通史はほぼ存在しない。ミッキーの日本初公開は1929年でほぼ確定しているものの、デビュー作は何であったかすら未確定である。まして映画以外の受容実態に至っては忘却されているのが実情である。

研究の方法

広告の記述をもととし、同時期の周辺情報にかかわる書籍・雑誌・広告などの文献史料渉猟により、より俯瞰的にディズニー映画コンテンツの外にあったコミュニケーション実践に対する分析を施す。

1934年11月8日の読売新聞朝刊に「日本ミッキーマウス・クラブ」発会式をうたう児童向けイベントの全五段広告が掲載された。同月17日土曜日の午後二回公演でダンスや童話の語り、アニメーション映画上映などによって構成される。中心にはミッキーが笑顔で立つ。さらに「お嬢ちゃんお坊ちゃん方」3,000名という規模、すなわち1,500名の二回公演であることに驚かされる。これは「ミッキーの日本デビューからわずか5年で大人気となったから」と述べるだけでは、理由づけにならないであろう。

第一に出演者で目に付くのは司会の関屋五十二である。彼は東京放送局開局から第二次

世界大戦中に至るまで、日本放送協会の児童番組プロデューサーをつとめ、放送外においても童話創作や普及活動に勤しんだ。また「ラジオのおばさん」として親しまれた村岡花子の名前も見える。彼らの名は児童やその家族にアピールするものだったはずだ。その関屋は活動写真の説明者を務めた経歴や、ラジオと並行して童話作家のみならず口演劇団を主宰していたことは振り返られず、まとまった評伝もない。だが放送人以外の活動をみるなら関屋にとってこのイベントもまた、舞台をメディアとしたメッセージ伝達を行う場だったのである。

では舞台となる「軍人會館」自体はどういった場であったか。同館はこの年の3月に「昭和天皇御大礼」記念事業のひとつとして竣工したばかりであった。その建設経緯や二・二六事件の際に戒厳司令部が置かれたこと、予備役の訓練や慰労に供するコンセプトなどが強調され、軍国主義のシンボルとのみ捉えがちである。よってミッキーとの違和感を覚えがちであるが、思いのほか児童・家族向けの演劇や童謡歌唱イベントが開かれていることに気づく。

またこの会は企業タイアップによる「クラブ齒磨ご招待の會」だ。参加希望者は齒磨き粉外箱に住所・氏名を書き込み応募するよう明記される。当時、医師・歯科医師団体や製薬会社が衛生教育会を盛んに開いており、その際、アニメーション映画上映や童謡歌手出演が観客動員に用いられた。関屋は本時期に「ミッキーマウス劇団」を旗揚げし、こうしたイベントへの出演を行う。その構成員は講談師や活動写真の説明者の出身が多かったという。さらにこのイベントは1937年の第十五回までは確認でき、タイアップ先も飲料や菓子、製薬など複数社にわたる。軍人會館以外にも地方の劇場などへ広がる。そこで見逃せないのは、広告に使用されるミッキーの図版はW. ディズニー公式かそれに近いところからの提供と目せる点である。これについては同社が「黙認」したというより、使用許可するだけのメリットを認識していた可能性を示唆する。

得られた知見

この「日本ミッキーマウス・クラブ」を拙速に以後の系譜へ直接つなげることは慎むが、「戦後」に花開いたと考えられがちな、企業や組織の広告・広報における、キャラクターIPによるクロスメディア実践の先駆例とみなせうる。加えて「戦前／戦後」に分断され、産業史としてはいまだ未熟な日本におけるメディアミックス史再検討の起点とみなし、さらに調査を深化させるメルクマールとすることは可能であろう。

南博の初期テキストにおける「コミュニケーション」の概念分析

宮崎悠二（京都文教大学）

キーワード

コミュニケーション、思想の科学、概念分析

発表要旨

本研究は戦後日本において「コミュニケーション」概念がいかんして理解可能なものとされてきたのか、また「コミュニケーション」概念によってどのような理解が可能になってきたのかを明らかにすることを目的としている。とくに本報告では、「コミュニケーション」という言葉を戦後いち早く使用してきた「思想の科学研究会」のメンバーでもある南博の初期テキストに焦点を当て、概念分析の観点からテキスト分析を行う。

先行研究との差異

「思想の科学研究会」における「コミュニケーション」概念を検討した渡辺道子（2004）、田村紀雄（2025）では、「コミュニケーション」についての意味内容と学史的影響関係の整理が行われてきた。これに対し本報告では「コミュニケーション」という言葉の使用に着目し、その理解可能性を分析する。

また、南博のテキストにおける用語法を検討した篠木涼（2018）においては、南博による「communicator としての送り手、communicatee としての受け手」という用語の来歴が検討されたが、「送り手・受け手」という訳語の来歴を目的としており、「コミュニケーション」概念については中心的な検討対象としては扱われていない。「コミュニケーション」の言説史を検討した尾添侑太（2019）においても、1960年代以降の新聞記事をデータとして用いており、戦後に「コミュニケーション」が使われはじめる時期のテキストは検討されていない。これらの研究に対し本報告では「コミュニケーション」という言葉が使用される初期のテキストを検討することで、「コミュニケーション」という新奇な言葉の理解可能性がどのように提示されているのかを明らかにする。

研究の方法

テキスト資料を用いた概念分析の方法により、南博が「communication」、「コミュニケーション」という言葉を使用し始める、初期の論文についてのテキスト分析を行う。概念分析とは、ある行為や主体が理解される際に、ほかのいかなる概念が結びついているかに着目して解明する方法である（小宮友根 2017）。特に、テキストをほかの何かを読み解くための代理的リソースとして扱うのではなく、テキストそれ自体を実践として扱い、読み解くべきトピックとして捉える「テキストのエスノメソドロジー」を方法的視座とする（Rod Watson 2009; 岡沢亮 2022）。

得られた知見

『思想の科学』誌上ではじめて「コミュニケーション」概念が登場する 2 巻 2 号（1947 年 11 月 20 日印刷、同年 11 月 25 日発行）の南論文における「通信 communication」概念の分析を行った。当該論文における南の「通信 communication」概念は動物の個体間のシンボル行動が人間のそれとは異なる可能性に言及した直後に登場し、動物は手順に習熟した個体同士の閉じられた通信（communication）しか行うことができないのに対し、人間は習熟者と未熟者との開かれた通信（communication）が可能であることを主張する際に用いられた概念であり、南は「通信 communication」概念を知識の程度と結びつけることによって動物と人間の違いを理解可能なものにしていった。

以上の結果は、同じく『思想の科学』2 巻 2 号に掲載された鶴見俊輔、井口一郎による各論文での「コミュニケーション」概念とは異なる用いられ方である可能性を示すものであり、同時代的・通時代的に、異なる場における「コミュニケーション」概念の展開を比較していく必要があることを示唆するものである。

自衛隊による「国民の自衛隊」という自己イメージの形成：「防衛白書」のメディア史

塚原 真梨佳（立命館大学）

キーワード

防衛白書、自衛隊、メディア史、戦後日本社会の軍事観、自衛隊イメージ

発表要旨

本研究の目的は、戦後日本社会において自衛隊がいかなる自己イメージを構築し、社会に対して提示してきたかを明らかにすることである。自衛隊は1954年に発足したが、発足当時は必ずしも国民の支持と理解を十分に得ていたわけではなかった。軍国主義復活や憲法九条との相反が危惧されたのである。このような自衛隊に対する国民感情に対し、自衛隊は様々な広報活動を通じて自組織のイメージ向上に努めてきた。

その試みの一つに「防衛白書」の刊行がある。「防衛白書」は国民向けの防衛省・自衛隊に関する年次報告書である。国民の防衛問題に対する関心を高めることを目的に、1970年より刊行が開始された。刊行の背景には当時の国民の防衛問題に対する関心の低さ・忌避感があり、その払拭を目指して防衛白書は編まれたのである。したがって防衛白書では、自衛隊の存在意義や正当性、防衛の重要性が盛んに主張されている。ゆえにこれらの記述からは、自衛隊が自組織のイメージをいかに規定し、社会に提示しようとしてきたのかを析出することができる。

したがって本研究では、自衛隊が国民の支持と理解を得るために、防衛白書を通じていかなる自己イメージを構築し、社会に対して提示してきたのか、そしてそれらのイメージはいかなる社会的・政治的背景のもとで変容してきたのかを、防衛白書というメディアの分析を通じて解明することを目指す。

先行研究との差異

主だった先行研究群としては、自衛隊史・防衛政策史などの歴史研究や自衛隊広報に関する社会学的研究が挙げられる。

まず自衛隊や防衛政策に関する歴史研究においては、自衛隊という組織の成立からその後の展開、日本の防衛政策の変遷といった日本の安全保障体制の実態および変容のプロセスの解明が試みられてきた。これらの実態解明には一定の蓄積がある一方で、そういった実態に基づき自衛隊が自己のイメージをいかに構築してきたか、また、一般社会が自衛隊の自己イメージをいかに受容し、自衛隊に対する国民感情に結びついてきたかという「イメージの次元」については、ほとんど分析の対象になってこなかった。また、歴史研究において「防衛白書」は防衛政策や部隊の体制などを示す一次資料としてのみ取り扱われており、そのメディア的性質については問われてこなかった。よって本研究では「防衛白書」がいかなるメディアであり、自衛隊イメージ構築にどのように寄与してきたのかというメディア性にも注

目する。

他方で、自衛隊のイメージの次元に注目してきた先行研究群に、自衛隊広報に関する社会学的研究がある。例えば、自衛隊協力映画や自衛隊広報施設の分析(須藤 2024 : 2017)、自衛官募集ポスターにおけるジェンダー表象の分析(佐藤、2004)などが挙げられる。

これらの先行研究では、自衛隊がいかなるメディアを通じて広報活動を実施してきたか、いかなるジェンダー規範やナショナリズムとの結びつきのもとで自衛隊イメージが構築されてきたのか、そしてそれらの広報活動が自衛官募集や自衛隊イメージの向上にいかに関与してきたかといった点を実証的に研究されてきた。しかしこれらの先行研究では、自衛隊の広報戦略や手法それ自体、個別の広報活動から析出される自衛隊イメージがいかなる社会規範と結びついているかに力点が置かれ、自衛隊自身が自らの存在意義をいかに考え、正当化してきたか、その思想がいかに自衛隊の自己イメージに反映されてきたかといった点は未解決の課題として残されている。よって本研究では個々の広報活動の基底にある自衛隊自らが考える自己の存在意義や自己イメージがいかなるものであるかを「防衛白書」を通じて明らかにする。

研究の方法

本研究では、1970年から2025年までの「防衛白書」を分析対象とし、通時的整理および内容分析を実施した。またテキストの分析のみならず発行状況や誌面構成など形式の面の分析も実施している。これらの内容・形式の分析を通じて「防衛白書」において自衛隊の存在意義や自己イメージがいかに構築され、変容してきたか時代ごとの社会・政治的状况も踏まえて検討を行った。なお、本研究では「防衛白書」の中でも特に自衛隊の自己イメージに関わる「防衛政策・防衛計画」「国民生活と自衛隊」などの章を中心に分析を実施している。

得られた知見

分析から明らかになったことは、第一に、自衛隊は一貫して国連憲章が自衛権の行使を国家の固有の権利として前提としていることを根拠に、憲法九条は自衛権を否定するものではないとして、自己の正当性を主張してきたこと、第二に、自衛隊は「国民のもの」として、「国民の自衛隊」「愛される自衛隊」イメージの構築を図ってきたこと、第三に、自衛隊の存在意義として語られる内容は、冷戦からデカントの時代への移行、災害派遣活動における自衛隊のプレゼンスの向上などの社会背景に応じて変化してきたことなどである。

モブ化する善—チャリティ配信にみる小口・匿名寄付の動員と公共性の再配分—

新嶋良恵（十文字学園女子大学）

キーワード

オンライン寄付、ファン、メディア化、モブ化、公共性

発表要旨

本研究の目的は、オンライン寄付を、参加コストの圧縮によって入口を拡張する参加の民主化と、可視性・即時性・数値化可能性に適合する実践を優先して公共性の基準を組み替える規範の再配分が同時進行する参加様式として捉え、その経験的妥当性を検証する点にある。とりわけ、寄付が測定可能な善として制度化され、参加者が代替可能な動員単位へと編成されうる現象をモブ化として操作化し、嗜好と情動にもとづくファンの公共圏において、寄付を個人の動機ではなく公共的に見える行為として成立させる形式と媒介構造の側から分析する。これにより、オンライン寄付がどの条件で社会参加の入口として機能しつつ、同時に公共性の規範がいかにより再配分されるのかを明らかにする。具体的には、寄付への参加形態、匿名・小口寄付の比率、チャット欄および配信コメントの言説分析を組み合わせ、モブ化がいかなる条件のもとで生起するのかを検討する。

先行研究との差異

本研究は、モブ化を「逸脱や加害の心理」で説明し切るのではなく、「参加が組織される方式そのものの変化」として捉え直す。先行研究は、匿名的なオンライン行為を、情動的伝染、オンライン脱抑制、没個性化、集団極化といったネガティブな集団力学として主に把握し、ネット上のバッシングや私刑のように、不特定多数が代替可能な単位として連動し、熟慮や抑制が働きにくくなる条件を説明してきた。ここでは、問題は行為主体の心理や相互作用の病理に回収されやすく、モブ化がどのような参加設計のもとで生起し、どのような公共性の基準を生むのかは相対的に見えにくい。これに対して本研究は、モブ化をメディア化された参加環境における公共性の再編として位置づける。すなわち、可視化と集計にもとづく参加設計が、参加者を「数値として等価な単位」へと整列させ、短時間集中を促すことで、参加の成立条件そのものを作り替える過程を規範の再配分として捉える。そのうえで、チャリティという目的に即すると、匿名かつ小口の参加が総額の積み上げを支える実務的条件として機能するという積極的側面が見えてくる。同時に、寄付先の社会的意義への言及の希薄化、関与の短文化と定型化、持続的コミットメントへの接続困難といった負の含意が立ち現れるという両義性を、本研究の分析によって経験的に分節化して示す。

本研究は、寄付動員を、配信の企画設計と語りの配置、参加様式の意味づけの変化として記述することで、モブ化が「いつ、どのように」強まるのかを、個人心理ではなく実践連関として捉える。これにより、メディア化概念を、包括的で便利な説明語としてではなく、参

加形式と公共性の基準が変形する観察可能な過程として実証的に作動させる点に独自性がある。

研究の方法

対象は、YouTuber／ゲーマー lilsimsie による St. Jude チャリティ月間配信である。①寄付の参加形態を、寄付＝チャリティ活動支援、寄付＝YouTuber 本人への支援、寄付＝投票／対抗戦参加（即興的かつチャリティ内容とは無関係な企画への参加費）等として類型化する。②数量分析として、匿名寄付の参加割合・寄付額に占める割合を算出し、可能な範囲で寄付の集中度と時間的偏在（短時間への集中）を併せて推定し、モブ化を「多数・小口・匿名・短時間集中」としてその様相を可視化する。③チャット欄・寄付メッセージの言説分析により、定型句化／同質化、社会的意義への言及の有無、共同体への所属表明の形式（＜善い行為＞より＜場への参加＞が前景化する語り）を検討する。

得られた知見

第一に、オンライン寄付はチャリティ活動としての「支援」だけでなく、投票・対抗戦への参加費として組織され、公共的理由づけが薄いままでも参加が成立する回路が確認された。寄付先や社会的意義の理解よりも、その場の競争と同調が寄付を駆動する。第二に、匿名・小口寄付が「人数の積み上げ」として動員を支え、モブ化が総額の増大に貢献する局面が見出された。第三に、寄付メッセージやチャットは短文化・定型化しやすく、寄付の意味が「良いこと」より「場を盛り上げること」に回収される傾向がある。このときモブ化は、共同体における学習・熟慮・継続関与の回路を相対的に細らせうる。以上より、メディア化は「参加が増える」という量的変化にとどまらず、参加の正当化と評価の基準を再編し、民主化と規範の再配分を同一過程として同時に進めることが、オンライン寄付の具体的実践から示された。

放送法制定時における「通信官僚」の放送の公共性についての認識

立岩陽一郎（大阪芸術大学短期大学部）

キーワード

放送法、通信官僚、電波庁、放送の公共、NHK

発表要旨

本報告の目的は、放送の公共性がどのような経緯で放送の原則となったかを総務省が本研究者に公開した公文書から考察するものだ。

放送の公共性を口にしない放送関係者は、NHK、民間放送などの放送事業者、政府関係者を含めていない。また、放送の公共性の議論は様々なところで行われてきた。ただ、そうした議論は漠然とした概念論にとどまる印象が強い。

例えば、津金沢聡広は「放送の公共性の推移は、いわば概念の『いいかえ主義』の歴史である。たとえば中立性、不偏不党性、非官僚制、非低俗性、等々といったように、たいへん多義的ではあるが、いずれも単なる『いいかえ』であるにすぎない」と指摘している。加藤秀俊は『「公共性」という言葉は、放送、そしてマス・メディア一般について行われているさまざまな議論の中で使われている魔術的なことばである。それはあきらかに何かを意味しているようでもあるし、何ものをも意味していないようにもみえる」と指摘している。

放送の公共性を公共放送であるNHK論として検討しているものもある。これについては、奥平康弘が、「放送の公共性と言うことに関して“公共放送”というものは、いったい何なのかということが、どこからも議論として、きちんと踏まえられて出てこなかったということです。この点は、特にNHKの経営者にとってそうなのですが、NHKがすなわち公共放送の担い手なのだということが、全く何の検証もなしに前提となっていた」と指摘している。

なぜ放送の公共性とは、津金沢の言う「いいかえ」や加藤の言う「何かを意味しているようでもあるし、何ものをも意味していないようにもみえる」ものとなったのか。そして、奥平が指摘する「NHKがすなわち公共放送の担い手なのだということが、全く何の検証もなしに前提となっていた」状況が生じたのか。

放送の公共性が原則として確立されたのは1950年に放送法が制定された時だ。本研究は、その当時の放送の公共性をめぐる議論を公文書や放送事業者の記録などから紐解き、どのような議論がなされてきたかを検証することで、その答えを探る。

先行研究との差異

関連する主だった先行研究としては、内川芳美『マス・メディア法政策史研究』、有山輝雄『占領期メディア史研究—自由と統制・1945年—』、村上聖一『戦後日本の放送規制』、花田達朗『公共圏—市民社会再定義のために』、大石裕『メディアの公共性』などがある。また、当時の政府関係者の回顧録やジャーナリストが当時の関係者を取材して内容をまと

めたノンフィクション作品などがある。

ただ、放送法に「公共の福祉」という文言で入れられた放送の公共性について、条文を作成した当時の官僚がどのような認識が持っていたのかについては、先行研究でも明らかにされていない。本報告は応募者が総務省への情報開示請求によって得た政府の内部資料から当時の官僚の認識を考察するもの。こうした研究は管見の限り見られない。

研究の方法

本研究では、総務省が応募者に公開した「放送法関係質疑応答録」などの当時の政府の公文書及び国会の議事録などから当時の官僚の認識を実証的に考察した。

得られた知見

以上の調査データの分析から明らかになったことは、当時の官僚は民間放送に公共性があるとは考えておらず、戦前・戦中に政府の管理下で放送を独占的になってきた社団法人日本放送協会を特殊法人に改組した NHK による放送の事実上の独占に公共性を見出していたということだ。加えて、そこには、既に開設が決まっていた民間放送への強い不信感が垣間見られ、そこには戦前、戦中に放送行政を担った逓信官僚の認識の継続が見られた。

メディアとしての現代商品と貨幣の生成について—R. バルトの記号論から圏論へ—

大山智徳（放送大学・全科履修生）

キーワード

圏論、貨幣、現代商品、可換、価格

発表要旨

本研究の目的は消費社会論の基礎にある商品と貨幣、効用や価格、さらには現代商品を現代数学である圏論により生成的なメディアモデルとして脱構築することにある。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（可換図式）から構成される数学である。圏論による消費社会論はメディア論的消費社会論となる。

先行研究との差異

本研究の先行研究との差異は消費社会論の基礎にある諸概念の構文論を記号論から圏論へと翻訳＝mappingする点にある。これにより多義的な自然言語による消費社会論はより厳密な圏論という構文論を持つメディア論的消費社会論となる。これは自覚的に消費社会論の基礎概念を圏論によるメディアモデルとして提示した点が本研究と先行研究の差異である。この差異は大きく、数理社会学的な消費社会論への接近法である。

研究の方法

本研究の方法はR.バルトの『モードの体系』をベースとする。この記号論の原理を圏論に翻訳＝mappingする。この圏論が本報告の構文論である。さらに、意味論としての商品等の概念を構文論と合成させる。これらは相互に影響を与え合う関係にとらえられる。この方法により消費社会論の諸概念を自然言語による意味論、随伴と圏の合成を構文論とする随伴関係が成立する。この形式への消費社会論の諸概念の代入が本報告の方法である。

得られた知見

以上から明らかになった点は以下のものである。

[財の生成]

デノテーションの対象を現実のモノとする。次にメタ言語のシニフィアンを使用価値とし、デノテーションと合成する。すると使用価値を伴った効用が生成する。ただし、この合成射には交換価値があらわれていないのでとりあえずこれを原-財としておく。メタ言語は原-財である。次にコノテーションを考える。コノテーションのシニフィエを交換価値とし、効用と合成する。この合成では使用価値が現れていないので原-貨幣とする。コノテーションは原-貨幣である。

[貨幣の生成]

さて、財ではメタ言語のシニフィアンを使用価値としたがメタ言語のシニフィアンに交換価値を代入するという単純な記号操作を行ってみよう。そしてこの交換価値を交換価値 M とする。すると、交換価値 M を伴った効用が生成する。使用価値がなくて交換価値だけがある効用と言えば、貨幣が思い浮かぶ。コノテーションはシニフィエとしての交換価値、これを交換価値 C とし、デノテーションとしての効用との合成と考える。そして、このメタ言語とコノテーションを合成すると交換価値 C_効用_交換価値 M となり、レトリックの体系としての貨幣が生成する。

[商品の誕生—財と貨幣の合成]

これまで、圏論への翻訳 = mapping による財と貨幣を見てきた。ここで、これまでみてきた財と貨幣をデノテーションで合成する。すると財と貨幣は次の式で表現できる。

商品 = 交換価値_交換価値 M_貨幣_交換価値 C_使用価値

貨幣 = 交換価値 M — 1_交換価値 — 1_商品_使用価値 — 1_交換価値 C — 1

この式において財が貨幣と可換となり、価格を伴う商品へと生成するメカニズムを表現している。すなわち商品の誕生である。

[現代商品の生成]

さらに、現代商品にはデザインや CM など、効用の使用価値の取扱説明書ではない新たな価値が商品に加わる。デノテーションは同じでもこの新たな価値によって商品の交換価値は異なってくる。これらの新たな価値は差異を強調する。そこで、この新たな価値を差異価値と名付け、これをメタ言語のシニフィアンとして現代商品を考える。

ここで、現代商品と貨幣をシンプルに合成すると次の式が成り立つ。

現代商品 = 交換価値 2_交換価値 1_交換価値 M_貨幣_交換価値 C_使用価値_差異価値

貨幣 = 交換価値 M — 1_交換価値 1 — 1_交換価値 2 — 1_現代商品_差異価値 — 1_使用価値 — 1_交換価値 C — 1

さらに、現代商品と貨幣の可換性を示すこの式は現代商品の価格の生成を示している。

[まとめ]

貨幣はメタ言語のシニフィアンに交換価値を有すること、現代商品はメタ言語のシニフィアンに差異価値を有すること、価格は商品と貨幣が可換な時に生成すること、すなわち消費社会論の基礎概念は圏論で表現できることがわかった。ここまでの圏論的展開により消費社会の諸概念の圏論によるモデルができた。これにより本報告の目的が達成されたと言ってよい。(なお、圏論にとって不可欠な可換図式は当日公開とする。)

フェアユースは AI を救うのか—著作権侵害訴訟が相次ぐ米国の現在地

城所岩生（国際大学）

キーワード

フェアユース、AI、生成 AI、著作権侵害訴訟

発表要旨

生成 AI の登場以来、70 件以上の著作権訴訟が提起されている米国で 3 件の連邦地裁判決が出た。2025 年 2 月に出た 1 件はコンテンツを生成しない通常の AI に対する訴訟だったが、フェアユースが認められなかった。2025 年 6 月に出た 2 件の判決ではフェアユースが認められたが、1 件は原告が立証責任を果たせなかったという手続き的理由によるものだった。このようにフェアユースの判定は事実に依拠する部分が多くケースバイケースなので、70 件以上の訴訟の行方を占うのは難しい。

こうした中、議会著作権局は 2025 年 5 月、「著作権と人工知能」についての報告書を公開した。意見募集に寄せられた 10000 件以上の意見を反映した報告書で、生成 AI もフェアユースで対応可能とする結論の報告書だが、米生成 AI 企業を訴えた日米の新聞社が主張するコンテンツのただ乗り対策についても提言しているので、3 件の判決とともに紹介する。

先行研究との差異

2025 年 12 月 9 日、早稲田大学知的財産法制研究所 (RCLIP) ほか主催のジェーン・ギンズバーグ (コロンビア大学教授) による講演、「A I 学習とフェアユース」(AI Training and Fair Use) <https://www.rclip.jp/jp/events/ginsburg2025> を下記(3)によりアップデートした。

研究の方法

米国の法律情報検索サービスなどの文献調査による。

得られた知見

生成 AI の登場以降、70 件以上の著作権侵害訴訟が提起されてきた米国では、2025 年に入り 3 件の地裁判決が下された。本稿はこれらの判決を比較しつつ、フェアユース判断の不確実性と、今後の指針として注目される米議会著作権局報告書の内容を整理するものである。

最初の判決が Thomson Reuters v. Ross Intelligence 事件 (デラウェア連邦地裁) である。本件は、コンテンツを生成する生成 AI ではなく、法律検索用の非生成 AI が争点となった。Ross は Reuters の Westlaw と競合する AI 検索サービスを開発するため、Westlaw のヘッドノートを基に作成された「バルクメモ」を AI 学習に使用した。2023 年の中間判決では、AI 学習が変容的な中間的複製に当たるか、市場代替性があるかといった点について陪審の判

断に委ねるとされた。

しかし、2025年2月の第1審判決では、判事は略式判決によりフェアユースを否定した。判決は、①Rossの利用は商業的でReutersのサービスと直接競合し、変容的利用とはいえないこと（第1要素）、②Ross製品がWestlawの市場代替物となり、AI訓練用ライセンスという潜在市場を害すること（第4要素）が重視された。他方、第2要素と第3要素はフェアユースにやや有利とされたが、第4要素の重要性が決定的とされ、総合判断でフェアユースは否定された。判事は本件が非生成AIである点を明示し、生成AI一般への影響を限定する姿勢を示した。Rossはこの判決を不服として控訴している。

対照的に、2025年6月、カリフォルニア北連邦地裁では、生成AIによる書籍の学習利用について、フェアユースを認める判決が二件相次いで出された。Bartz v. Anthropic事件では、Anthropicが数百万冊の書籍（海賊版を含む）をLLM訓練に使用したことが争われた。Alsup判事は、LLM訓練は「本質的に変容的」であり、市場への影響もないとしてフェアユースを認めた。また、正規購入書籍のデジタル化も変容的利用として許容した。一方で、海賊版書籍のダウンロード・恒久保存についてはフェアユースを否定し、最終的にAnthropicは巨額の和解金支払いに応じた。

続くKadrey v. Meta事件では、Chhabria判事がMetaによる書籍ライブラリを用いたLLM訓練についてフェアユースを認めた。同判事は「ダウンロードと訓練」を一体の行為と捉え、使用目的は原著物の享受とは異なる高度に変容的利用であると評価した。全文複製も学習上合理的に必要とされ、第3要素もフェアユースに有利とされた。第4要素については、①原作品の再生産、②学習ライセンス市場の侵害、③市場の希釈化のいずれも立証不十分としてフェアユースを肯定した。ただし、生成AIが市場を希釈し得る危険性自体は明確に指摘され、証拠次第で結論が変わり得ることが示唆された。

このように、同じ地裁でも判事によって理由付けは大きく異なり、またデラウェア地裁では同一判事が中間判決と最終判決で結論を変えるなど、フェアユース判断が事実依存で予測困難であることが浮き彫りとなった。現在、Reuters事件とMeta事件はいずれも上訴中または上訴の可能性が高く、New York Times v. OpenAI事件など重要訴訟も控えており、法的枠組みは未確定である。

こうした中、米議会著作権局は2025年5月、「著作権と人工知能（第3部：生成AIの訓練）」報告書を公表した。1万件を超える意見募集を反映した同報告書は、生成AIによる著作物利用も原則として既存のフェアユース法理で対応可能と結論づけている。

報告書はフェアユース4要素を整理し、特に第4要素（市場への影響）を「最も重要」と位置づけた。市場への影響として、①販売機会の喪失、②ライセンス市場の喪失、③市場の希釈化という三類型を示し、とりわけ「市場の希釈化」は、出力が特定作品と類似しなくても同種市場で競合する場合に問題となり得る新たな理論として提示された。これは商標希釈化防止法の考え方を著作権に応用する提案であり、AIによるコンテンツ大量生成時代への対応策として注目される。

報告書は、現時点で包括的な法改正は時期尚早とし、フェアユースを基本としつつ、自主的ライセンス市場の発展を促すべきだと結論づける。必要に応じて拡大集中許諾制度などの代替策を検討する余地はあるが、柔軟なフェアユース規定こそが、米国が生成 AI にも既存法で対応可能とした最大の理由であると位置づけられている。

最後に、日本ではフェアユース規定がなく、2025年に初の生成 AI 訴訟が提起された。準拠法は日本法となる可能性が高く、米国型フェアユースが直接争点となる可能性は低い。ただし、AI による「コンテンツのただ乗り」や市場希釈への対応として、著作権局報告書が提唱する商標希釈化理論の著作権法への応用は、日本法にとっても重要な示唆を与えるものである。

現代アート市場における「所有」の正当化とジェンダー
—雑誌『月刊アートコレクターズ』を事例として—

陳海茵（東京工科大学）

キーワード

美術雑誌、市場装置、ジェンダー、アートコレクター

発表要旨

本研究の目的は、日本の現代アート市場における商業誌『月刊アートコレクターズ』を対象に、同誌がいかにして購買判断の不確実性を飼い慣らし、特定のジェンダー秩序に立脚したアートの所有を正当化しているのかを明らかにすることである。今日、グローバルなアート市場においては、女性や若年富裕層による購買額が男性を上回り（Art Basel & UBS, 2025）、コレクションを通じた女性作家の再評価やコレクションスタイルの多様化が進むなど、ジェンダー構造の劇的な転換が起きている。しかし、日本市場に関しては、依然として百貨店や画廊における対面販売が主流であり、独自の慣習が色濃く残る。

本研究は、こうした日本市場の特異性についてアート市場誌による積極的な編集と文化の構築の相互作用の観点から明らかにする。具体的には、ミシェル・カロンの提唱する「市場装置」の視座を援用し、雑誌メディアが情報の非対称性を解消する単なるガイドではなく、「何を・どこで・どのように買うべきか」という選好を計算可能なものへと変換し、その過程で「所有する主体=男性/所有される客体=女性」というジェンダー規範を遂行的に再生産しているのかを解明する。

先行研究との差異

これまで、アート市場を対象とした経済社会学研究として、価格や価値の正当化過程が検討されてきた。Velthuis（2005=2023）は、アートディーラーによる「価格の語り方」が美術品の価値を社会的に構成することを実証した。また、市場を支える制度的・文化的条件に着目する研究として、M. Callonら（2007）はカタログやランキング指標といった市場装置が、参加者の選好や判断基準を事前に構成する点を明らかにしてきた。しかし、アート市場研究においては、こうした装置や語り雑誌などのアートメディアの誌面構成や編集方針といかに関連づけられ、どのようなジェンダー秩序を内包しているのかは、まだ十分に検討されていない。

日本の現代美術業界に関する研究では、井上（2024）が作家（供給サイド）のキャリアにおける構造的なジェンダー不均衡を指摘する一方で、Wasano & Onishi（2024）によるアートコレクター（需要サイド）の計量分析では、性別による購買パターンに有意な差は観察されていないとの指摘も存在する。

本研究は、Velthuis が示した価格正当化のロジックを、対面取引の外部で形成されるメデ

ィア的条件へと考察を拡張し、市場装置論をジェンダーの観点から再検討する。これにより、日本のアート市場におけるコレクターの「性差の見えなさ」を平等の結果としてではなく、既存の男性的規範を標準として作られるコレクター像から考察する。

研究の方法

本研究では、以下の3つの観点から分析を行う。第一に、過去10年分の『月刊アートコレクターズ』（2014年～2024年）の「完売作家特集」「百貨店・画廊ガイド」「コレクターインタビュー」を対象とした誌面の分析をおこなう。ここでは、特に「完売」という語彙がどのような文脈で語られ、どのような作品ジャンル（女性像、写実画など）や購入ルート（百貨店、ギャラリーなど）と結びついているかを分析する。

第二に、誌面に登場する「模範的コレクター」の属性（性別・年齢・職業）と、彼らが語る「コレクションの動機と購入の基準」を分析する。第三に、これらの質的分析結果を、日本の現代アートコレクターに関する最新の定量的研究（Wasano & Onishi, 2024）およびグローバル市場調査（Art Basel & UBS 年間レポート）と対照させ、雑誌が描くコレクターの世界と、実際の市場データあるいはグローバルなコレクション傾向との間にどのような歪みが生じているかを考察する。

得られた知見

探索的な分析の結果、以下の3点が確認された。

① 「完売」の倫理化と所有の意味づけ

同誌の「完売作家特集」は、作品が市場から消えることを「作家への支援（パトロネージ）」として肯定的に語る傾向を持つ。とりわけ写実的な女性人物画がこの文脈で扱われる場合、作品の消失は審美的評価や支援の語彙を通じて意味づけられ、所有行為の社会的正当性が強調されている。

② 「百貨店」という安全装置と選好の安定化

同誌は主要な購買回路として百貨店美術画廊を反復的に紹介し、「安心」や「失敗しにくさ」を購買判断の基準として提示する。こうした編集方針は、初心者層やバランス型コレクターの選好を前衛的实践から距離のある領域へと安定化させ、結果として保守的な具象絵画が流通しやすい環境を形成している。

③ 女性コレクター表象の限定性

Wasano & Onishi (2024) が示すように、日本の女性コレクターは購買意欲の点で男性と大きな差はない。しかし『アートコレクターズ』誌面におけるコレクター像は主として男性によって代表されており、女性の市場参加は可視化されにくい。雑誌は、特定のコレクター像を反復的に提示することで、どのような主体が市場を担うのかについての暗黙の理解を形成している。

定型的司会発話と番組設計—年越し音楽番組にみる日中放送文化の比較—

吉松孝（九州共立大学）

キーワード

司会発話、番組設計、年越し音楽番組、日中比較

発表要旨

本発表の目的は、年越し音楽番組において反復的に用いられる、情報提供や実質的評価を伴わない定型的発話を「儀礼的埋め草コメント（Ritual Filler Commentary：RFC）」として概念化し、その発生条件を番組設計の比較分析から明らかにすることである。日本の年越し番組では、音楽や映像演出の完成度が高度化する一方、司会者の発話が「楽しみですね」「最高でした」といった内容的に空疎な表現へと収束する傾向が観察される。本研究は、これを司会者個人の能力の問題としてではなく、制度的に要請された発話様式として捉えることを目的とする。

先行研究との差異

放送研究においては、テレビを社会的儀礼として捉えるメディアイベント論やメディア・リチュアル論が蓄積されてきた。また、会話分析ではフィラーや相槌、ポライトネス表現が研究対象とされてきた。しかし、意味生成を停止したまま、制度を円滑に作動させるために反復される発話を、独立した分析概念として扱う枠組みは十分に整備されていない。本研究は、既存研究を踏まえつつ、司会発話を番組設計と制度条件の帰結として捉える点に新規性がある。

研究の方法

本研究では、日本の年越し音楽番組（NHK 紅白歌合戦）と、中国の年越し歌唱大会を比較対象とし、放送形態（生放送、収録）、司会者に課される役割、沈黙や間の扱い、編集可能性といった番組設計上の条件に着目した比較分析を行う。逐語的な文字起こしや発話頻度の計量分析を目的とするのではなく、司会発話がどのような制度的条件のもとで要請され、反復されるのかを理論的に検討する。

得られた知見

分析の結果、日本の年越し音楽番組において RFC が頻出するのは、文化的嗜好や司会者の資質によるものではなく、生放送を前提とした進行管理、沈黙回避、公共性維持といった制度的要請の帰結であることが示唆された。一方、中国の年越し番組では、収録・編集を前提とした番組設計と司会タスクの限定により、同様の発話が構造的に抑制されている。RFC は文化差ではなく、番組設計によって生成される言語行動であり、放送文化比較における有

効な分析概念であることを示す。

構成される「作品性」—テレビ CM テキストへの「鑑賞的／解釈的態度」と放送空間の相互
反映性 1970 年代以降を中心に—

大石真澄（名古屋市立大学）

キーワード

メディアテキスト分析、テレビ CM、テレビ番組、社会的行為

発表要旨

(1) 本発表は、テレビ CM という放送コンテンツの一形態がその歴史を通じて「作品性」をいかに変容させてきたかという点について、歴史的な経緯を踏まえながら、特に 1970 年代以降を中心に検討を行うものである。

テレビ CM は、「広告」の 1 つである。広告である以上「ものを売る」という定義や効果は第一に想像されるだろう。一方で、テレビ CM の大きな特徴である広告であるゆえに見ようとして見るという鑑賞的態度が基本的に想定されないことはメディア研究上のアジェンダとして十分に捉えられてきたとは言いがたい。本研究では、そうした原初的な性格を抱えながらもその制作物が「作品」として捉えられるようになる環境的な仕組みや制作物のテキストを参照しながら、実際の視聴行為がいかに組織・構成されて行くのかを記述することが目的である。

先行研究との差異

(2) テレビ CM の持つ鑑賞的態度については、高野光平（『テレビ CM のメディア史／文化資源学 初期テレビ放送における CM 概念』2008）が 1950～60 年代に関して番組との連続性という点からその姿を明らかにしている。また、難波功士（『広告のクロノロジー』2010）では、1960 年代頃に広告を文化として捉える動きの生起と 1970 年代におけるその成熟を論じている。加えて山田奨治（「CM 作家の場所--杉山登志の死と誕生」2004）は、著作権の観点からテレビ CM が映画と同じような「作品」として扱われる必要性の生起と、それにかかる作者概念の顕在化について論じている。

一方で、実際に視聴者が見るという行為を構成していく中で、テレビ CM が観賞性を持つ「作品」となっていく社会的行為生成のプロセスに照準した研究は存在しない。本研究は、メディアテキストに接する人の行為を理解社会的観点から記述するという点で先行する諸研究とは差異がある。

また、大石真澄（「映像内要素の構成・配列とその理解実践から見た 1970～80 年代日本のテレビ CM」2020）で明らかにされた、1970 年代中盤以降のテレビ CM 全体にかかる、視聴の社会的行為としての大きな変化を踏まえた研究という意味でも、本研究は先行研究とは区別されよう。

研究の方法

(3) 1970年代以降、1988年までのテレビCM制作物、およびそれがどこで流れていたかという情報（後述する）を基に、「作品性」があるとされるようなテレビCMがいかなる視聴空間で受容されていたのか明らかにする。ここで「「作品性」があるとされるようなテレビCM」とは、前述の先行研究すべてで「作品性を濃く持つ性質がある」と言及されているACC受賞制作物、およびやはり作品性を中心に選出されたJAC制作物を中心として考える。

1970年代以降の制作物の所蔵データの一部には、どの番組でいつ流れたのかという番組進行表が付帯しているケースがある（申請者の所蔵する35000件程度のうちの一部）。1970年代以降、家庭用録画機が普及して以降、その録画データを収集したもので所蔵制作物が構成されていることを十分に考慮に入れながら、番組とテレビCMの視聴空間を再現し、そこでの視聴行為の組織化を検討していく手法をとる。具体的には、この時代のテレビ番組としては非常に珍しい形態でありながら、高い視聴率を誇っていた「日曜洋画劇場」での放映分を主として分析対象とする。

分析に用いるデータの出所は、「20世紀のテレビCMデータベース」「日文研テレビコマーシャルデータベース」および申請者が個人で収集を行った1973～1988年までのテレビCM35000件とそこに付帯する放送情報とする。

得られた知見

(4) 以上の分析からわかるのは、次の2点である。

1点目に、テレビCMが作品性および鑑賞的態度を持つことには、当のテキストそのものを以下に理解していくかという実践が介在しているという点だ。これは、映画やドラマ、テレビ番組のようなテキストとは大きく異なっている点である。同時にこの実践は構成的なものであり、放送空間の配置が大きな作用をもたらしていることも重要である。

2点目に、テレビCMの作品性について考えようというときには、「作品性」と「鑑賞的態度」についての区別を行う必要があるという点だ。この2点は理念系として提示されるものであり、独立性を持たない。テレビCMはその性質ゆえに一本だけを切り出して視聴されるものでは本来的にはない。テレビ放送のシークエンスの中で受容されるのが通常の視聴の在り方だろう。その中でどの番組内で流れるのか、どのような持続時間を持つのかなどが複合的に絡み合っ、この2つの性質が生まれる。一方で1970年代以降のこの在り方は、1950～60年代までのテレビCMにおける番組との連続性を考慮したとき、これとは弁別される性質でもある。いわば1970年代以降はテレビCM視聴に「作品として取り扱う」態度が、視聴空間の環境性とその視聴行為の組織化の上で成立したことが重要である。

付帯的な点として、本研究は母集団の性質を異にする複数のデータ群を用いた研究としての新たな方法の提示という意義も持っている。

スポーツ実況中継における現場レポートの相互行為分析 ：公共的な行為としての「再特定化」

是永論（立教大学）

キーワード

スポーツ実況中継、相互行為分析、再特定化

発表要旨

本報告の目的は、実況者と解説者という役割にそって行われるスポーツ実況中継について、現場にいるリポーターとの相互行為を分析することを通じて、実況という行為を、当事者（メンバー）独自の方法によって産出される現象として記述することである。このような方法に根ざした行為の記述は、エスノメソドロジーの視点から「再特定化」と呼ばれる。

先行研究との差異

従来のメディア研究において、スポーツ実況が対象となる場合、実況を行為としてとらえようとするよりも、実況内容を一つの言説として、その文化的な背景における人種間やジェンダー間などの権力作用をとらえようとする傾向が見られた（森田 2009 など）。一方で、実況者の実践的な経験に即したものでは、一種の「話芸」として個人レベルでの表現技術に焦点が当てられることが多い（清野 2025 など）。これに対して近年では実況を社会的な行為としてとらえ、視聴者に向けた理解を共有する過程が、実況者と解説者の間で発話がなされる具体的な実践状況に即して、会話分析の手法を用いて明らかにされている（酒井 2024 など）。

報告者も理解の共有過程を焦点に、実践の分析を試みてきた（是永 2017 など）が、共有の対象となる第三者（視聴者）の立場は仮想的な前提とされ、結果として分析対象が実況者と解説者の二者間における相互行為に終始することで、かえって二者間の中で完結した言説としての構成を示すことに留まる可能性があった。

そこで本報告では、これまでの研究では対象とされることが少なかった、競技フィールドの周囲から試合に関する状況を、放送席の外部からのやりとりを通して伝える現地レポートに着目し、リポーターと実況者および解説者の相互行為を分析する。その分析を通して、これまで理論や仮想のレベルにおいて想定されていた実況の社会的行為としての特徴を、当事者の現象に根ざした形で記述（再特定化）する。

研究の方法

本報告では、2023年から2026年までの期間に、TBSの公式YouTubeアカウントにアップロードされた高校女子サッカー選手権決勝の動画（TBS系列で放送されたもの）のほか、NHKBSで放送された全日本女子サッカー選手権（皇后杯）およびJリーグ公式試合をデー

タに相互行為を分析した。分析は事例のコレクションよりも、実際には試合全体の状況を対象とした現地レポートについてのエスノグラフィックな（画面上の）観察に多くを依拠している。

得られた知見

サッカー競技の場合、レポートの内容は取材した選手や監督の状況など、それ自体は共通している場合が多く、また、その特徴だけからすると、実況（解説）者の発話を主として、その情報をリポーターが取材内容などから補足するような役割に位置づけられる。

しかし、試合における発話の全体的な状況をふまえた観察からすると、リポーターの発話がそうした従属的な役割に位置づけられることは少なく、実況場面の進行中にリポーター側の観察にもとづく独自の発話がなされ、実況者はそれを受ける形で、試合やプレー上のエピソードに合わせた形でレポート内容を競技の進行にリアルタイムな形で組み込む過程が見られた。このとき注目されるのが、レポートされたエピソードの対象になったプレーや選手の特徴を、実況者が実際に展開するプレーに適合させた形で組み込んだり、あるいは解説者が次にプレーがどのように展開するかという予期の手がかりとする方法である。その方法の中心となるのが「ここ」「その」という指示語であり、その使用によって画面上のボールやプレイヤーの動きが特定され、そして、その指示語の発話にともなう時間と空間の設定にしたがって、さらに解説者によりその動きを「形」として戦術的に組織化した理解が提示される過程が展開する。

このプロセスは通常の会話において、他者が語った発話を引用しながら、場面での理解を独自に再構成する方法と同様な形式で、発話の理解を多様な関連性について展開する方法（積層化、Goodwin）としてとらえられる。そして、同時にこのプロセスは、報道番組における現場中継映像に関する Marriott（2001）の考察などによって示されたような、（放送席での）対面的な相互行為によって共在的（co-present）な焦点をもって成立した理解に対して、外部からの俯瞰やリプレイなどのテクノロジーを交えた遍在的（omnipresent）な視点を、同時に（ライブで）組み込むような放送上の実践として位置づけることができる。

この意味で、リポーターと放送席間の遠隔での相互行為の分析は、参与者間における共通理解の延長として、視聴者に向けた理解の成立過程にも展開する。それは、画面上の行為の理解を公共的に共有する行為として、実況の位置づけを再特定化することにもつながる。

社会への不満とメディア接触が投票行動に与えた影響の研究—2025年参議院選挙における特徴的な政党について—

長濱憲（東京大学大学院・元院生）

キーワード

社会不満、メディア接触、参議院議員選挙、投票行動

発表要旨

本報告の目的は、有権者の社会不満及び情報源への接触が、国政選挙における投票行動に及ぼす影響を明らかにすることである。

先行研究との差異

2025年7月の参議院議員選挙において、自民党が13議席を減らす一方、参政党は14議席を増加させた。この選挙で、参政党は「日本人ファースト」と発信。賃金停滞に直面した不満を有する世代を取り込んだポピュリズム政党と評する報道が見られた（ブルームバーグ、2025）。

本研究では、このような背景を踏まえ、2025年の参院選について、ポピュリズム的な要因が、投票行動に影響えたのか分析を行った。

ポピュリズムの定義としては、「理念的アプローチ」と「政治戦略的アプローチ」が存在している。「理念的アプローチ」(Mudde, 2004)では、社会は「汚れなき人民」対「腐敗したエリート」という敵対する2つの均質な陣営に分かれると考える（反エリート主義、人民の均質性）。また、政治とは人民の一般意志の表現であるべきだと論じる、中心の薄いイデオロギーともみなされている（人民による統治）。

一方、「政治戦略的アプローチ」(Weyland, 2001)では、ポピュリズムを「個人的なリーダーが、ほぼ未組織のフォロワーの多数からの直接的で、媒介されない、非制度的な支持にもとづいて、政府権力を追求または行使する政治戦略」ととらえている。

従来、日本国内のポピュリズムの分析に際しては「理念的アプローチ」が中心に用いられてきたが、「東京都議選での都民ファーストの会への投票」「大阪維新の会・日本維新の会の橋下徹・松井一郎・吉村洋文に対する支持態度や感情温度」等の研究では、有権者のポピュリズム的態度との関連が認められなかった(Hieda et al. 2019、善教 2021)。その理由として、海外とは政治的な文脈が異なる日本において、「理念的アプローチ」による定義の援用が難しい可能性が考えられる。

本研究では、「政治戦略的アプローチ」を採用し、参院選において社会への不満を抱く層が、ソーシャルメディア等の直接的な情報源で政治リーダーと結び付き、特定の政党への投票が促進されたのか分析を行った。

研究の方法

2025年7月の参議院選挙において、開票後にインターネット調査を実施した(計1560サンプル)。調査では投票先の政党とともに、社会に対する不満や、選挙期間中の選挙に関する情報源への接触について質問した。

分析方法としては、「社会への不満」および「選挙関連情報の情報源」(「テレビ」「新聞」「ニュースサイト・ニュースアプリ」「インフルエンサーのソーシャルメディア」)を独立変数とし、「自民党」「参政党」への投票をそれぞれ従属変数とする二項ロジスティック回帰分析を行った(統制変数として性・年代・学歴を使用)。

本分析を通じて、ポピュリズム研究の「政治戦略的アプローチ」で示されるように、社会への不満を抱いた有権者が、従来型のメディアとは異なるソーシャルメディアで直接的に政治リーダーと結び付き、特定の政党への投票が促進されたのか検証を行った。

得られた知見

参議院議員選挙の比例代表の投票先の政党ごとに「社会への不満」の割合を見たところ、「参政党」(56.8%)の方が「自民党」(25.8%)より高かった。また、選挙期間中に「インフルエンサーのソーシャルメディア」を通じて選挙関連の情報に接触した割合も、「参政党」(39.6%)の方が、「自民党」(16.7%)より高かった。

次に、「自民党」「参政党」への投票をそれぞれ従属変数とし、「社会への不満」や選挙関連情報の情報源を独立変数とする二項ロジスティック回帰分析を行った。分析の結果、「自民党」への投票では、「社会への不満」(負の方向に0.1%水準)、「テレビ」(正の方向に1%水準)、「ニュースサイト・ニュースアプリ」(負の方向に0.1%水準)が有意だった。また、「参政党」への投票では、「社会への不満」(正の方向に0.1%水準)、「インフルエンサーのソーシャルメディア」(正の方向に1%水準)が有意だった。

このように「自民党」への投票には社会への「満足」と「テレビ」が正の影響を与え、「ニュースサイト・ニュースアプリ」が負の影響を与えていた。一方、「参政党」への投票には社会への「不満」と「インフルエンサーのソーシャルメディア」が正の影響を与えていた。

これらの結果から、ポピュリズム研究の「政治戦略的アプローチ」で示されるように、社会への不満を抱いた有権者が、ソーシャルメディアを通じて選挙関連の情報に接触し、特定の政党への投票行動が促された可能性が示された。特に、2025年の参議院選挙では政治リーダーに焦点を当てた投稿がソーシャルメディアで多くなされており、影響を与えた可能性が示唆される結果となった。