

# 関西学院大学 研究成果報告

2021年 4月 5日

関西学院大学 学長殿

所属： 社会学部  
職名： 教授  
氏名： 難波 功士

以下のとおり、報告いたします。

研究制度	<input checked="" type="checkbox"/> 特別研究期間 <input type="checkbox"/> 自由研究期間 <input type="checkbox"/> 大学共同研究 <input type="checkbox"/> 個人特別研究費 <input type="checkbox"/> 博士研究員 ※国際共同研究交通費補助については別様式にて作成してください。
研究課題	メディアと表象の文化社会学
研究実施場所	関西学院大学西宮上ヶ原キャンパス
研究期間	2020年4月1日 ～ 2021年3月31日（12ヶ月）

## ◆ 研究成果概要（2,500字程度）

上記研究課題に即して実施したことを具体的に記述してください。

2020年度中に公刊できた論文としては、単著「アイドルを声援することの系譜学：親衛隊からヲタ芸まで」（丹羽典生編『応援の人類学』青弓社、2020年12月刊所収）があり、また研究計画の中で挙げた「大宅壮一文庫収蔵資料にもとづく雑誌文化研究会の共同研究」については、単著論文「間テクスト的存在としての「スケバン」」（阪本博志・石川巧編『大宅壮一文庫解体新書』勉誠出版、近刊予定所収）として脱稿・校了済である。また、単著論文「南博：「社会心理史」という未完のプロジェクト(仮)」（奥村隆編『戦後日本の社会意識論(仮)』有斐閣、近刊予定所収）についても年度内に執筆済である。

その他年度内に、展覧会図録掲載の解説文である「「族」が消えた21世紀に、「族」について振り返る。」（『「ファッションインジャパン1945-2020：流行と社会」展図録』島根県立石見美術館・新国立美術館、2021年3月）、書評「竹内幸絵編『開封・戦後日本の印刷広告』」（2020年6月12日発行『週刊読書人』3343）・「福間良明『「勤労青年」の教養文化史』」：「青年」とは誰か、「教養」とは何か」（2021年2月25日発行『メディア史研究』49）、項目執筆「遊民」（落合教幸・阪本博志・藤井淑禎・渡辺憲司編『江戸川乱歩大事典』勉誠出版、2021年3月）などが公刊された。他に「このマンガもすごい！『日々我人間』」（2020年5月10日発行『中央公論』134-6（1639）2020年6月号）・「同『パパは漫才師』」（同8月10日発行『中央公論』134-9（1642）同9月号）・「同『東京トイボクシーズ』」（同11月10日発行『中央公論』134-12（1645）同12月号）といった連載も

執筆した。年度内の公刊ではないが、「内川芳美と広告史研究発達史：『日本広告発達史』をめぐって」という原稿も脱稿済で、2021年7月刊行予定の『メディア史研究』50に掲載が決定している。

学会・研究会への参加としては、いずれもzoom開催であったが、2020年7月18日のメディア史研究会「福間良明『勤労青年の教養文化史』書評会」に評者として参加し、2021年1月23日の日本マス・コミュニケーション学会メディア文化部会研究会「メディアから東京を考える、東京からメディアを考える」に応答者として登壇している。また、2021年6月5・6日に行われる日本マス・コミュニケーション学会春季大会ワークショップ「戦後日本におけるマス・コミュニケーション研究のはじまり：2020年代から再考する」にも登壇予定であり、本ワークショップの企画段階から参加している。

取材対応での研究成果の社会還元としては、2020年6月4日付『朝日新聞（デジタル版）』「「障がいの象徴」車いすで変わった 芸人・ホストを経て」、2020年7月23日付『東京新聞』「ノストラダムスの大予言 今振り返ると…：五島勉さん死去」、2021年2月13日付『神戸新聞（夕刊）』ほか（共同通信より配信）「1970「夢」のゆくえ：脱「モーレツ」時代映す」などがあつた。

研究計画には「表象分析」の方法論的検討と実際の分析への応用を考えるとし、とりわけ「アメリカ」や「広告（業界）」の表象について研究を進めると記した。その後、社会学の方法論的な議論を追っていく中で、言説分析・表象分析などと同様な学説史的な流れにあり、近年展開の進んだ「概念分析」という方法に興味をもつようになった。「概念分析」の具体的な事例研究への展開については、2021年度の社会学部「ポピュラーカルチャー論」や社会学研究科「先端社会学講義」などの講義計画を練る過程で、これまで自身が研究・分析してきた事例の再検討ならびに新たな研究対象の追加を試み始めている。その中に、「アメリカ」や「広告（業界）」といった研究対象も含まれている。

またこうした「概念分析」の試みは、学部・大学院教育への還元だけではなく、2021年度からウェブでの連載を想定している原稿にも反映され、継続的に考究されていく予定である。具体的には、「広告」論の展開を講談社の「現代ビジネス」というサイトで、また先述の「アイドルを声援することの系譜学：親衛隊からヲタ芸まで」からの展開を青弓社のサイト「Web青い弓」にて考えており、予定稿の執筆や編集者との打ち合わせも2021年初頭から続けてきている。

その他、研究プロジェクトとしては、大宅壮一文庫の維持・活性化を考える研究者グループには継続的に関わり続け、また関西圏でのマンガ研究を進展させる産学協同プロジェクトにも2020年度末から参画している。日本広告学会や、次の大会で学会名称の変更が予定されている日本マス・コミュニケーション学会の運営にも理事等として関わってきており、とくに両学会の将来構想の検討を通じて「mass」や「広告（advertising）」といった概念の、これまでの構築の経緯や今後の可能性について集中的に考え、議論したことは、自身の研究にとっても多くの気づきを得られた経験であった。

特別研究期間において、こうしたさまざまな原稿、学会報告、取材、プロジェクト参加、委員就任などの依頼にこたえる中で、2000年代から取り組んできた自身の研究（若者文化や広告などをテーマとした）を横断的にまとめ、さらには「昭和」「東京」「関西」「マス（大衆）」「アメリカ」といったキーワードをもとに、多種多様なメディア・コンテンツについての分析を進めていくべく準備を進めた一年間であった。これら諸概念がどのように社会的に構築され、普及していき、人々にどのように用いられ、またこれら概念が人々の意識や実践にどのように作用し、変容をもたらしてきたのか、そしてそうした変遷は何故生じたのであろうか。それらの問題を集中的に考え、残された在職期間の間に、最低2冊は単著書籍を上梓したいと考えている（紙の書籍ではなく、電子的な媒体の形をとることもありうるが）。そのための準備として、これまでの自身の研究を見つめなおし、今後を考える貴重な機会として、コロナ禍による資料調査の停滞はありつつも、特別研究期間を有効に活用することができたと考えている。

以上

提出期限：研究期間終了後2ヶ月以内

※個人特別研究費：研究費支給年度終了後2ヶ月以内 博士研究員：期間終了まで

報告用紙②

提出先：研究推進社会連携機構（NUC）

※特別研究期間、自由研究期間の報告は所属長、博士研究員は研究科委員長を経て提出してください。

◆研究成果概要は、大学ホームページにて公開します。研究遂行上大学ホームページでの公開に支障がある場合は研究推進社会連携機構までご連絡ください。