

なんば こうじ 難波 功士 教授

専門分野・キーワード

- 広告史・広告論
- メディア史
- ポピュラー・カルチャー論

／ 教育・研究内容

大学時代、日本近世史を専攻していました。1980年代の話なので、経済史中心のマルクス主義歴史学から社会史や民衆思想史へとトレンドは移っていた頃でしたが、南河内の農村文書を地道に読みながら、近世後期から幕末・維新时期にかけての村方騒動の変遷を追いつつ、わりとオーソドックスに階級闘争史的な研究をしていました。ただしその際注目したのは、闘争する側が自らをどのように呼称していたかの変化です。身分制の枠内にいた百姓たちの間で階級分化が進み、零細農民や小作・日雇層を中心とした勢力が台頭する中で、自らをどのように定義し、いかに名乗り、その自称をどのように文書に記して(記されて)いったのか。大学生の頃は、そんなことに興味を持っていました。

大学卒業の時点では、研究者をみざすのは非常にしんどい(とくに経済的に)と思い、広告代理店に入社しました。ですが、それもどうにも性にあわず、29歳から31歳にかけてマス・コミュニケーション研究を中心とした研究科に社会人入学し、修士課程を過ごしました。その頃からポツポツと広告史などに関する研究をはじめ、貯金が底をついたためいったん会社には戻りましたが、34歳の年に専任の職を得て大学教員へと転身できました。当時の問題意識は、それまでの広告史研究が、何が「広告」であるかを自明視してきたのに対し、その時々人々は何を指して「広告」と呼んだかも含めて広告史の記述はされるべきでは、というものです。広い意味での現象学的社会学や構築主義の影響をどこかで受けていたのかもしれませんが、また、大学時代にマルキシズムの洗礼を受けていたので、カルチュラル・スタディーズの流れも、比較的受け入れやすかったと思います。

そこからメディア史全般、さらにはメディアと文化の関わりといった問題群に関心を広げ、戦後日本の若者文化史をおっかけたりもしました。2022年現在の興味は、①あいかわらずの広告史・メディア史全般に加え、②広告マンないし広告業界の社会的イメージの変遷、③戦後の若者文化とアメリカナイゼーション(ないしはグローバリゼーション)、④関西のメディアと文化、⑤「ポピュラー・イマジネーション」研究の方法論といったあたりです。

大学院のゼミについては、修士課程の人にとっては修士論文を書き上げていくプロセスのサポート、修士論文を提出してさらにその先を考えている人には、博士論文等作成のサポートの場と考え、運営してきました。院生の研究領域や対象に関連する文献を講読したこともありますが、基本的には各自の研究の中間報告、論文の構想発表を中心にできてきました。参考までに、ここ10年ほどの間に指導を担当した修士論文の研究テーマ・対象としては「穿越小说」「雑誌『知日』」「網紅ブーム」「90後の結婚観」「名古屋の戦後都市計画」「痛バッグ」「アイドル育成番組」「2.5次元舞台のファンダム」、博士学位論文では「コミックス」のメディア史」「ライブ・エンタテインメントの社会学」などがありました。

／ 代表的な著書・論文等

- 難波功士・野上元・周東美材編 2023 『吉見俊哉論：社会学とメディア論の可能性』人文書院
- 難波功士 2023 「南博：『社会心理史』という未完のプロジェクト」奥村隆編『戦後日本の社会意識論』有斐閣
- 難波功士 2021 「間テクスト的存在としての「スケバン」」阪本博志編『大宅壮一文庫解体新書』勉誠出版
- 難波功士 2020 「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
- 難波功士 2018 『広告で社会学』弘文堂
- 竹内幸絵・難波功士編 2017 『広告の夜明け：大阪・万年社コレクション研究』思文閣出版
- 盛山和夫・金明秀・佐藤哲彦・難波功士編 2017 『社会学入門』ミネルヴァ書房
- 難波功士 2017 「在日コリアンの表象」山泰幸編『在日コリアンの離散と生の諸相』明石書店
- 難波功士 2015 「広告と社会学」水野由多加・妹尾俊之・伊吹勇亮編『広告コミュニケーション研究ハンドブック』有斐閣
- 難波功士 2014 『「就活」の社会学』祥伝社新書
- 難波功士編 2014 『米軍基地文化』新曜社
- 難波功士 2013 『社会学ウシジマくん』人文書院
- 難波功士 2012 『人はなぜ「上京」するのか』日本経済新聞出版
- 難波功士 2012 「関西発文化について」小谷敏・芳賀学・浅野智彦・土井隆義編『若者の現在2：文化』日本図書センター
- 難波功士 2011 『メディア論』人文書院
- 難波功士 2010 『広告のクロノロジー：マスメディアの世紀を超えて』世界思想社
- 高野光平・難波功士編 2010 『テレビ・コマーシャルの考古学：昭和30年代のメディアと文化』世界思想社
- 難波功士 2009 『創刊の社会学』ちくま新書
- 難波功士 2009 『ヤンキー進化論』光文社新書
- 難波功士 2007 『族の系譜学：ユース・サブカルチャーズの戦後史』青弓社

Professor Koji Namba

Areas of Expertise / Keywords

History of Advertising, Theory of Advertising

Media History

Popular Culture

When I was a university student, I majored in early modern Japanese history. Since the 1980s, the trend has shifted from Marxist history that focuses on economic history, to social history and history of popular thought. I conducted an orthodox research on the history of class struggle by steadily reading rural documents in the Minami-Kawachi area, following the riots in villages from the end of the Edo period to the Meiji Restoration period. What I focused on, however, was the change in the way struggling parties have called themselves (e.g., how they defined themselves and how they wrote down their self-identification in documents). As a university student, I am interested in these things.

When I graduated from university, I thought it would be very difficult, especially financially, to become a researcher, so I joined an advertising agency. However, this did not suit me well, and between the ages of 29 and 31, I entered graduate school focusing on mass communication research and spent my time in the master's program. At that time, I began to conduct research on the history of advertising, and once my savings ran out, I went back to work. However, at the age of 34, I was able to get a full-time job and become a university teacher. I was aware of the problem of historical research on advertising up to that point, and had assumed that what constituted an "advertisement" was obvious. However, I felt that the historical description of advertising should include what people referred to as "advertisements" at that time. In a broad sense, I may have been influenced by phenomenological sociology and constructivism. In addition, since I was baptized in Marxism when I was in college, I think it was relatively easy for me to accept the trend of cultural studies.

From there, I expanded my interest to include media history in general, as well as the relationship between media and culture, and even pursued the history of youth culture in postwar Japan. My current interests this 2022 include: (1) advertising history and media history in general; as well as (2) changes in the social image of the advertising industry; (3) postwar youth culture and Americanization (or globalization); (4) media and culture in Kansai; and (5) the methodology of "popular imagination" research.

As for graduate school seminars, I have operated them as a place to support the process of writing a master's thesis for those who are in the master's course, and support the preparation

of a doctoral thesis for those who have submitted their master's thesis and are thinking of going further. Although I have sometimes read literature related to graduate students' research fields and subjects, I have focused on the interim reports of the research and presentations of their dissertation plans. For your information, the research themes and subjects of the master's theses that I have supervised in the past ten years include “穿越” novels, “知日” magazine, “網虹” boom, views on marriage in the “90s 后,” postwar urban planning in Nagoya, “痛バッグ,” idol audition programs and “2.5 次元” fandom, while dissertations include “Media History of Comics” and “Sociology of Live Entertainment.”

Main Publications

- Namba, Koji 2007 “Genealogy of Zoku: Postwar History of Youth Subcultures”, Seikyusha
- Namba, Koji 2009 “Social History of the First Issue”, Chikuma
- Namba, Koji 2009 “Yankee Evolution”, Kobunsha
- Namba, Koji 2010 “Chronology of Advertising: Beyond the Century of Mass Media,” Sekaishissha
- Kono, Kohei and Namba, Koji (eds.) 2010 "Archaeology of TV Commercials: Media and Culture in the 1960s", Sekaishissha.
- Namba, Koji 2011 “Media Theory”, Jinbun Shoin
- Namba, Koji 2012 “Why did People Go to Tokyo?”, Nihon Keizai Shimbun Syuppan
- Namba, Koji 2012 “On Culture from Kansai” in Kotani, Satoshi, Haga, Manabu, Asano, Tomohiko, and Doi, Takayoshi (eds.) Youth Today 2: Culture, Nippon Tosyo Center
- Namba, Koji 2013 “Sociology by Ushijimaku”, Jinbunshiin
- Namba, Koji (ed.) 2014 “U.S. Military Base Culture”, Shinyosha
- Namba, Koji 2014 “Social History of Job Hunting”, Shodensha
- Namba, Koji 2015 “Advertising and Sociology” in Yutaka, Mizuno, Yutaka, Seno, Toshiyuki and Ibuki, Yusuke (eds.) Handbook of Advertising Communication Research, Yuhikaku
- Namba, Koji 2017 “Zainichi-Korean Representations” in Yama, Yasuyuki (ed.), Zainichi-Korean Dispersion and Aspects of Life, Akashi Shoten
- Takeuchi, Yukie and Namba, Koji (eds.) 2017 “The Dawn of Advertising: A Study of the Osaka Mannensya Collection”, Shibunkaku Syuppan
- Seiyama, Kazuo, Kim, Myung-Soo, Sato, Akihiko and Namba, Koji (eds.) 2017 “Introduction to Sociology,” Minerva Shobo
- Namba, Koji 2018 “Sociology Through Advertising”, Kobundo

Namba, Koji 2020 “Genealogy of Cheering for Idols: From Sineitai to Ota-gei” in Niwa, Norio (ed.) *Anthropology Concerning Support*, Seikyusya.

Namba, Koji 2021 “‘Sukeban’ as an Intertextual Existence” in Sakamoto, Hiroshi (ed.) *Oya-Bunko Kaitai-Shinsho, Bensei Syuppan*

Namba, Koji 2023 “Hiroshi Minami: ‘Shakai-Shinri-Shi’ as a Unfinished Project” in Takeshi, Okumura (ed.) *‘Shakai-Ishiki-Ron’ in postwar Japan*, Yuhikaku

Namba, Koji, Nogami, Gen and Shuutou, Yoshiki (eds.) 2023 “Essays on Shunya Yoshimi: The Potentiality of Sociology and Media Theory” *Jinbun Shoin*