

科学研究費助成事業 研究成果報告書

令和 2 年 6 月 9 日現在

機関番号：34315

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2016～2019

課題番号：16K17248

研究課題名（和文）メディア・イベント概念の理論的再構築 歴史社会学および比較文化学からのアプローチ

研究課題名（英文）The Theoretical Rebuilding of "Media Events" Concepts

研究代表者

飯田 豊 (Iida, Yutaka)

立命館大学・産業社会学部・准教授

研究者番号：90461285

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,200,000円

研究成果の概要（和文）：パブリック・ビューイングやライブ・ビューイングなど、日常生活の時間の流れから相対的に切断された次元に成立するメディア・イベントは、参加者のあいだに連帯の感情が共有されているかのような、一時的で、仮設的な体験である。本研究では、日本におけるメディア・イベント研究の全体像を整理でき、その理論的再構築の道筋をつけることができた。

また、1960～70年代がメディア・イベントの転換期に当たるといふ仮説のもと、1970年の大阪万博が、近代日本のメディア・イベントの臨界点である反面、マス・メディアとしての映画やテレビとは異なるスクリーン・メディアの実験場でもあったことを明らかにした。

研究成果の学術的意義や社会的意義

欧米における研究の進展に比べて、日本では、国際化と情報化にともなうメディア・イベントの今日の変容を同時代的に分析する研究は停滞していた。しかし、2020年に開催予定だった東京オリンピックに加え、研究期間中に2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）の開催が決まったことも踏まえ、日本で開催されたオリンピックや万国博覧会の変容、2000年代に定着したパブリック・ビューイングの分析などを通じて、現代におけるメディア・イベント研究の理論的枠組みを再構築できた。

研究成果の概要（英文）：Media events such as public and live viewings, which are established in a dimension relatively disconnected from the flow of time in everyday life, are temporary and ephemeral experiences, as if a feeling of solidarity is shared among the participants. This study organized the overall picture of media event studies in Japan and laid out a path for its theoretical reconstruction.

Based on the hypothesis that the 1960s and 1970s were a turning point for media events, this study also found that the 1970 Osaka World's Fair was a critical point for traditional media events, but it was also a testing ground for screen media that was different from the mass media of film and television.

研究分野：メディア論、メディア技術史、文化社会学

キーワード：メディア・イベント 大阪万博 パブリック・ビューイング ライブ・ビューイング スクリーン

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

スクリーンに媒介されたイベント「パブリック・ビューイング」や「ライブ・ビューイング」などの集団視聴、あるいは大規模なオンライン視聴をとともうイベントが人口に膾炙している。

パブリック・ビューイングの受容体験は、しばしばテレビ草創期における「街頭テレビ」の熱狂に喩えられる。ただし現在では、テレビ中継が会場の巨大スクリーンで視聴されるのみならず、手のひらのスマートフォンでも同時に情報が収集され、SNSなどを通じて声援や野次が拡散していく。

音楽や舞台などの公演中継を、映画館やライブハウスのスクリーンで鑑賞するライブ・ビューイングも、市場規模が急速に拡大している。2009年12月に映画『アバター (Avatar)』が公開され、映画館のデジタル化が一気に進んだことで、ライブ・ビューイングの拡大を促すための技術的要件が整った。高品質の映像・音響設備によって、会場の雰囲気が生々しく再現できるようになり、「非映画コンテンツ (Other Digital Stuff; ODS)」という業界用語も生まれた。宝塚歌劇団の公演は必ず満席になり、人気アイドルのコンサートも確実に動員が見込めることから、シネマコンプレックスにとって手堅い収益源になっている。コンサートの場合、アーティストは目の前の観客のみならず、遠隔地のスクリーンを介して鑑賞している観客にも呼びかけ、各地の会場を同時に盛り上げる。また、2016年になると、映画館で観客が大声を出すことを認める、いわゆる「応援上映」というイベントが定着した。

2012年から毎年4月、株式会社ドワンゴが開催している「ニコニコ超会議」のように、大規模なオンライン視聴を前提に始まったイベントもある。会場に遍在する無数のスクリーン、あるいは手元のPCやスマートフォンを介して、ネット視聴者とともにイベントを楽しむ。かたやネット上では、「弹幕」と呼ばれるコメントを通じて視聴者同士が盛り上がることから、その様子もまた「街頭テレビ」に喩えられることが多い。

また、スクリーンを用いないプロジェクション・マッピングも、今のところ技術の希少性が高いことから、「街頭テレビ」と比べられることがある。こうした新しい映像文化は、テレビ受像機が家庭に普及する過程で失われた集団視聴という現象を、擬似的に再生しているという一面がある。

こうした試みが、2020年の東京オリンピックに向けて、これまで以上に定着していくことは間違いない。本研究では、こうした文化現象の社会的機能を捉えるために、メディア・イベント概念を理論的かつ実証的に再構築することを目的とする。

ダニエル・ダヤーンとエリコ・カツは、通常のテレビ放送の編成が変更され、特別枠で伝えられるイベントに着目した (D. Dayan and E. Katz, *Media Events*, Harvard University Press, 1992.)。オリンピックやW杯などの中継は、典型的なメディア・イベントである。パブリック・ビューイングはその新しい受容形態として注目を集めているが、議論の余地を多分に残している。これまで前提とされていた家庭内視聴とは異なり、視聴者の能動的関与によって、メディア・イベントとしての放送が再イベント化されるためである。それに加えて、インターネットやモバイルメディアの普及にとともない、テレビの視聴者を取りまく情報環境が重層化している中で、メディア・イベントに変容が生じている。

吉見俊哉は、メディア・イベントの重層的意味を、新聞社や放送局などのマスメディア企業体によって企画・演出されるイベント、マスメディアによって大規模に中継・報道されるイベント、マスメディアによってイベント化された社会的出来事、と分節化している (『メディアのなかの祝祭』『情況』1993年7月号)。この整理は後続の研究で頻りに援用され、日本におけるメディア・イベント概念を決定付けた。

日本ではこれまで、の意味に重点を置いた実証研究に厚みがあった。明治以降の博覧会や展覧会、音楽会や講演会、スポーツ大会など、新聞社や放送局による文化事業活動に焦点を当ててきた従来のメディア・イベント研究は、近代日本のマスメディアが恒常的なシステムとして社会化していく過程をなぞってきたともいえる。それに対して、やの意味において、国際化と情報化にとともうメディア・イベントの今日的変容を同時代的に分析する研究は停滞している。

2. 研究の目的

(1) そこで本研究では、スクリーンに媒介された集団視聴が、さまざまな人びとの相互作用によって構成されていることに着想を得て、停滞しているメディア・イベント研究の枠組みを、メディア論やカルチュラル・スタディーズの知見と接ぎ木していく。

(2) 1960~70年代がメディア・イベントの転換期に当たるという仮説のもと、日本におけるメディア・イベント研究の到達点と課題を精査し、再解釈をおこなう。日本のメディア・イベント研究は、マス・メディア事業史の研究活動に依るところが大きかったが、その分析対象は (1964年の東京オリンピックを中心として) 60年代以前の事例が多くを占めている。そこで本研究では、メディア・イベント概念の変容を考察するうえで、1970年の日本万国博覧会 (大阪万博) の重要性を明らかにする。

(3) さらに、2020年に開催される予定だった東京オリンピックに向けて、新聞社や放送局、あるいは広告代理店などが主導するメディア・イベントの実践がどのように構築され、あるいはそ

れにまつわる学問的言説がいかなるものかを明らかにする。

3. 研究の方法

(1) まず、「新聞事業史研究会」などを母体として、1991年に始まった「マス・メディア事業史研究会」(その後、「メディア・イベント史研究会」に改称)の成果を再評価する。同研究会の三部作『近代日本のメディア・イベント』(1996年)、『戦時期日本のメディア・イベント』(1998年)、『戦後日本のメディア・イベント 1945-1960年』(2002年)などを踏まえ、一連の歴史研究が共有する議論の構図を明らかにした。それは翻って、2000年代なかば以降にメディア・イベント研究が停滞した要因(特に1960年代以降を対象とする事例研究が稀少である要因)を解明することにつながる。次に、パブリック・ビューイングの日独比較を手がかりとして、メディア・イベント研究の国際比較をおこなう。

(2) 「松下館」と「電気通信館」という二つのパビリオンの対比を通じて、大阪万博におけるメディア・イベントの多層性を検証した。企業パビリオンが果たした役割を補助線とすることで、「メディア」と「イベント」の結びつき方がどのように変わっていったのかを明らかにできることを、この事例研究を通じて実証した。

(3) 逐次刊行物の調査を中心に整理を進めた。とりわけ2018年度は、本務校の学外研究員制度を利用し、東京大学大学院情報学環の客員研究員として、オリンピックを2年後に控えた東京を拠点に研究活動をおこなった。国立国会図書館や国立公文書館、大宅壮一文庫などの所蔵資料を活用して、メディア・イベントの歴史社会学的研究を推進した。

4. 研究成果

(1) 日本におけるメディア・イベント研究の全体像を整理でき、その理論的再構築の道筋をつけることができた。

新聞社や放送局が主導するメディア・イベントが、読者や視聴者に働きかけて大衆動員を実現する手法、あるいはナショナリズムを高揚する手段として採用されたと断じる事例研究は枚挙に暇がない。メディア・イベントは、人びとに強烈な共有体験をもたらし、「われわれ」としての集合的記憶を強化するとともに、他者との境界を確認させる権力作用も繰り返し指摘されてきた。それに対して、受け手による抵抗の契機を積極的に見出そうとする視点もある。

だが、テレビ研究における「能動的な視聴者」論などが強調してきたように、受け手の主体性や能動性の度合いを実証的に考察し、メディア・イベントの重層的な構成を明らかにするような議論は乏しい。しかも、受け手の主体性や能動性の度合いをいかに精緻に読み解いても、結局は動員/抵抗という二項対立に回収されてしまう。

「たとえ、政治的セレモニーが社会を自己崇拜へと誘うことに注意せよ、とモッセが警告しているにしても」と前置きしたうえで、ダヤーンとカツはメディア・イベントに対して、ポストモダン状況における有機的結束の基盤となる、社会を映し出す機能を持つ、統一性だけでなく多元主義を賞揚するといった理由から、「無批判的ではないが、暗に擁護する立場」を示している(Dayan and Katz, *ibid*)。この微妙な立ち位置の含意を、われわれはいま一度、注意深く検討する必要があるのではないだろうか。というのも、ほかならぬカツこそ、ポール・ラザースフェルドとともに50年代、いわゆる「コミュニケーションの二段階の流れ」仮説を実証するために水平的な相互人格影響(=パーソナル・インフルエンス)に着目した人物であることに留意しておきたい。これが新聞やラジオの受容過程を踏まえた、いわゆる限定効果論であったのに対して、メディア・イベントは、テレビの影響力に裏打ちされた強力効果論の復活と捉えられる。

そこで本研究では、こうした視座の限界を批判的に考察したうえで、文化の仮設性(エフェメラリティ)に関する議論などを補助線として、メディア・イベントの社会的機能の豊穡さ、特に参加者の雑種性、複数性、流動性を捉え直した。パブリック・ビューイングやライブ・ビューイングは、インターネットの普及がなければ社会化しなかった文化現象である反面、ネットに媒介された日常的なつながりに参加経験が規定されるわけではなく、そこから切り離された、瞬間的な共同性や解放性が立ち上がることを示している。

日常生活の時間の流れから相対的に切断された次元に成立するメディア・イベントは、参加者のあいだに連帯の感情が共有されているかのような、一時的で、仮設的な体験である。多くの場合、国際化や情報化の影響を色濃く反映したトランスナショナルな文化現象でありながら、依然として、マスメディアや文化産業が重要な役割を果たしている。同じ場所で祝祭的な経験を共有していながら、われわれの意識はそうした局在性をやすやすと超えてしまう。

なお、フランスの哲学者ベルナール・スティグレルが、「プログラム産業」という言葉を用いて批判しているのも、メディア・イベント研究の問題関心と近接している。W杯の決勝は世界中で数億、数十億人によって視聴される。この大規模な時間的一致によって、視聴者の集团的意識と無意識が過度に「同期化」され、人びとの経験の「特異性」を均質化してしまう(B. Stiegler,

La Technique et le Temps: Tome 3, 2001. = 石田英敬監修、西兼志訳『技術と時間 3』法政大学出版局、2013年)。インターネットやモバイルメディアの普及にともない、コミュニケーションが個人の興味関心に最適化されているなかで、こうした議論の構図が有効性を失っているという反論もできる(J. Crary, 24/7, Verso, 2013. = 岡田温司監訳・石谷治寛訳『24/7』NTT出版、2015年)。ただし、人びとの意識の絶えざる流れを産業的資源として捕捉しようとする、いわゆるアテンション・エコノミーを支えるテクノロジーの進化という観点からみれば、むしろ両者は連続的に捉えられる(谷島貴太「ベルナル・スティグレールの「心権力」の概念」松本健太郎編『理論で読むメディア文化』新曜社、2016年)。

パーソナル・インフルエンスに着目し、後年にメディア・イベント概念を提唱したカッツは、ガブリエル・タルドをマス・コミュニケーション研究の始祖として高く評価していた。タルドは、1901年に著した『世論と群集』のなかで、新聞を読むという行為から生まれた新しい非組織的集合体として、「公衆」という概念を見出した。互いに知らない多くの読者の頭のなかに、情報や思想が複製され、似たような信念や感情が共有されるようになると、「世論」という大きなまとまりが形成されていく(G. Tarde, *L'opinion et la foule*, 1901. = 稲葉三千男訳『世論と群集』未来社、1964年)。社会学という学問が制度化されていく時代を生きたタルドは、社会が精神間および身体間の諸作用の集積であると捉え、さらに郵便、電信や電話、印刷技術などのように、精神間の作用を空間的かつ時間的に拡張させるネットワークに目を向けていた。

伊藤守によれば、われわれはたいいてい、「コミュニケーション」という現象をイメージするとき、暗黙に二項間の相互作用ないし相互行為を主題化するか、マスメディアを介した「送り手」と「受け手」という二つの項の関係を問題にしがちである。しかしタルドは、新聞と読者との垂直的な関係を主題的に取り上げるだけでなく、都市空間という私的領域とも公的領域ともいえない曖昧な境界領域において、新聞が伝える情報が読者どうしの会話や口論を通じて波及していく水平的な関係にも着目した(伊藤守『情動の権力』せりか書房、2013年)。

「送り手」と「受け手」が未分化で、「オーディエンス」や「コミュニケーション」という概念が十分に確立されていない当時の状況は、たとえばスクリーンに媒介された数々の出来事(イベント)によって、これらの自明性が再び揺らいでいる現代社会の相貌に通じている。

(2) 大阪万博は、近代日本のメディア・イベントの臨界点である反面、マス・メディアとしての映画やテレビとは異なるスクリーン・メディアの実験場でもあった。

そもそも万博における企業展示は当初、あくまで国家的な展示に対して補助的な役割を果たすものに過ぎなかったが、アメリカでは1930年代以降、万博が「国家」と「生産」の博覧会から、「企業」と「消費」の博覧会へと変容を遂げていた。その結果、万博において新しい技術を展示するための方法論は、技術開発者が担ってきた「公開実験」から、芸術家による「テクノロジー・アート」に大きく転回していく。その反面、60年代なかばの日本において、出展企業にとってはいまだ、万博との関わり方は大きな揺らぎをはらんでいて、賛否両論さまざまな言説が交錯していた。新聞社や放送局による事業活動に焦点を当ててきたメディア・イベント研究は、近代日本のマス・メディアが恒常的なシステムとして社会化していく過程を裏書きしていたともいえる。そして大阪万博は間違いなく、その臨界点のひとつだった。

一方の「松下館」は、新聞社の文化事業として構想されたタイム・カプセルが大きな人気を集めたのに対し、他方の「電気通信館」では、放送メディアではないテレビのあり方が模索されていた。メディア・イベントの範例と革新とでもいうべき、この両義性を補助線とすることによって、本研究では、ふたつの企業パビリオンのプランニング・プロセスを比較し、そのなかで複数の構想力がいかにせめぎあい、いったい何が実現し、何が実現しなかったのかを明らかにした。なお、「電気通信館」の企画委員を務めた今野勉氏(テレビマンユニオン最高顧問)に対しては、研究期間中に複数回のインタビューを実施した。

(3) 欧米における研究の進展に比べて、日本では、国際化と情報化にともなうメディア・イベントの今日的変容を同時代的に分析する研究は停滞していたが、研究期間中に2025年日本国際博覧会(大阪・関西万博)の開催が決まったことも踏まえ、日本で開催されたオリンピックや万国博覧会の変容、2000年代に定着したパブリック・ビューイングの日独比較などを通じて、現代におけるメディア・イベント研究の理論的枠組みを再構築できた。

NTT東日本からの委託で『Technology x Media Event』という小冊子の監修をおこない、長野五輪(1998年)開・閉会式の映像監督、リオ五輪(2016年)閉会式におけるフラッグハンドオーバーセレモニーのチーフテクニカルディレクターに対する聞き取り調査などを実施した。その結果、オリンピック中継のあり方がどのように変容しているのか、現場の視点を交えて明らかにすることができた。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計4件（うち査読付論文 0件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 2件）

1. 著者名 飯田豊	4. 巻 9
2. 論文標題 メディア・イベントの可能性 藤幡正樹《Light on the Net》を解説する	5. 発行年 2018年
3. 雑誌名 情報科学芸術大学院大学紀要	6. 最初と最後の頁 160～164
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 飯田豊	4. 巻 8
2. 論文標題 メディア・イベント概念の理論的再構築に向けて	5. 発行年 2017年
3. 雑誌名 情報科学芸術大学院大学紀要	6. 最初と最後の頁 112-121
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 飯田豊	4. 巻 124
2. 論文標題 拡張現実（AR）の現在地 渋谷から考える	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 CEL	6. 最初と最後の頁 20-25
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 飯田豊	4. 巻 48(3)
2. 論文標題 磯崎新のメディア論的思考 マクルーハン、環境芸術、大阪万博	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 現代思想	6. 最初と最後の頁 227-241
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計6件（うち招待講演 3件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 飯田豊
2. 発表標題 「ポストメディア」の可能態 「メディア研究 の終焉」を考える補助線として
3. 学会等名 カルチュラル・スタディーズ学会
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 飯田豊
2. 発表標題 オリンピックとメディア技術史
3. 学会等名 第3回JOAフォーラム「オリンピックで果たしてきたメディアの役割と影響」（招待講演）
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 飯田豊
2. 発表標題 Technology × Media Event
3. 学会等名 シンポジウム「通信技術と未来のメディア・イベントの発展」（招待講演）
4. 発表年 2018年

1. 発表者名 飯田豊
2. 発表標題 「ネットワーク社会」論の地層史 議論の補助線として
3. 学会等名 日本マス・コミュニケーション学会
4. 発表年 2017年

1. 発表者名 飯田豊
2. 発表標題 メディア・イベント概念の理論的再構築に向けて
3. 学会等名 シンポジウム「戦後日本におけるマス・メディア受容と現代芸術の文化学」
4. 発表年 2016年

1. 発表者名 飯田豊
2. 発表標題 メディア・イベントの来歴と未来 大阪万博から50年
3. 学会等名 日本未来学会（招待講演）
4. 発表年 2020年

〔図書〕 計3件

1. 著者名 光岡寿郎・大久保遼編：飯田豊	4. 発行年 2019年
2. 出版社 東京大学出版会	5. 総ページ数 416
3. 書名 スクリーン・スタディーズ デジタル時代の映像 / メディア経験	

1. 著者名 飯田豊・立石祥子・永井純一・加藤裕康・程遥・阿部純	4. 発行年 2017年
2. 出版社 勁草書房	5. 総ページ数 261
3. 書名 現代メディア・イベント論 パブリック・ビューイングからゲーム実況まで	

1. 著者名 飯田豊	4. 発行年 2020年
2. 出版社 勁草書房	5. 総ページ数 304
3. 書名 メディア論の地層 -1970大阪万博から2020東京五輪まで	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
--	---------------------------	-----------------------	----