

平成 26 年 6 月 16 日現在

機関番号：10101

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2011～2013

課題番号：23520452

研究課題名(和文) メディアの若者言説に対する批判的メタファー分析

研究課題名(英文) A Critical Metaphor Analysis of Youth Discourse in the Media

研究代表者

山田 義裕 (Yoshihiro, Yamada)

北海道大学・大学院メディア・コミュニケーション研究院・教授

研究者番号：40200761

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,300,000円、(間接経費) 690,000円

研究成果の概要(和文)：本研究の目的は、メディアの中の若者についての言説を批判的に分析し、現代社会が無意識のうちに抱いている若者イメージを探ることである。批判的言説分析の研究がこれまで明らかにしてきたように、メディアの言説は社会に内在する権力関係によって強く影響を受けている場合がある。本研究はメディアの若者言説によって作り出される若者イメージを明らかにし、そのイメージと彼らの意識と行動の実態の違いに着目し、メディアの批判的言説分析を行なった。この研究を進める上で、特に若者の「コミュニケーション/人間関係の希薄化」をめぐるメディアの言説に焦点を当て、メディアの若者言説と彼らの意識や行動様式の実態の比較を行なった。

研究成果の概要(英文)：The purpose of the present research is to find out collective unconscious thought and image of our society to the youth and youth culture by analyzing critically a wide range of media discourse of the mainstream media in Japan. The research is carried out based on the theoretical framework of the "critical metaphor analysis," which is a cognitive linguistic approach to critical discourse analysis. From an empirical point of view, we focus especially on the media discourse about "communication among young people" and compare the discourse with reality of the youth communication.

研究分野：人文学

科研費の分科・細目：言語学・言語学

キーワード：若者言説 概念メタファー 批判的言説分析

(1) 研究開始当初の背景

本研究は、Jacob Mey (2001) がマクロ語用論の中の一分野として言及している「批判的語用論」(あるいはMey (1993) の「社会制度的語用論」) の実践的試みの一つである。批判的語用論を具体的に展開していく上で、本研究ではTeun va Dijk らが中心に進めている批判的言説分析を研究の中心に据える。批判的言説分析は、社会的あるいは政治的な言説の分析を通じてその背後にある権力構造や覇権あるいはイデオロギーを暴き、それによって社会の不平等を是正することを狙っている。

批判的言説分析には統一的な理論的枠組があるわけではない。この点は経験科学として研究を進める上では弱みである。言説の分析が恣意的になることを避けるために、本研究では言説分析のための理論的枠組みとして概念メタファー理論を用いる。概念メタファーとは、ごく簡略化して言うと、ある抽象的概念をより単純で具体的概念との関係で理解する認知メカニズム(二つの概念領域間の写像) のことである。概念メタファーを用いた批判的言説分析の実践は、すでにGeorge Lakoff が湾岸戦争や9.11 後のアフガニスタン戦争等に関する政治言説を分析の対象として精力的に行っている。Jonathan Charteris-Black (2004) はこういったLakoff の実践を一步推し進め、コーパス分析を活用した概念メタファーに基づく批判的言説分析を理論化することを試みており、彼はこの分析手法を「批判的メタファー分析」と名づけている。

(2) 研究の目的

本研究の目的は、批判的メタファー分析の手法を用いてメディアの中の若者についての言説を批判的に分析することで、現代社会が若者に対して抱いている潜在意識を明らかにし、そういった意識がどういった政治的あるいは社会的文脈から生じたのかを考察することである。

本研究が研究の対象とする言説は、現代日本における若者についての言説である。若者言説を分析対象とする理由は大きく分けて二つある。一つ目の理由は、社会学分野ですでに、メディアに流布されている若者のネガティブイメージについての検証作業が始まっており、これらの若者の意識や生活の実態調査に関する先行研究が利用できるという点である。例えば「少年犯罪の凶悪化」や「若者の人間関係の希薄化」と言った一見もっともらしい言説に対しては、すでに実態を踏まえた上で反証が試みられている。こういった実態調査は、何故どのようにしてネガティブイメージが生まれるのかそのメカニズムを探る手掛かりを与えてくれる。

二つ目の理由は、社会変化の最先端で生きる若者に関する言説の中に、私たちが社会に対して抱いている問題意識が無意識のうちに投影されるケースがしばしばあるからである。若者言説は、それを批判的に分析することで今の社会が無意識的に抱いている覇権や差別をあぶりだすことができる可能性があるという点で、批判的言説分析の格好の対象であると考えられる。

(3) 研究の方法

本研究の若者言説に対する批判的メタファー分析は、Charteris-Black (2004) の議論に従い、基本的に、“identification”、“interpretation”そして“explanation”という三段階のプロセスを踏まえて行う。上記の段階に入る事前の準備として、若者についてのメディアの言説を集めてデータベースを構築した上で、上記プロセスを踏まえて批判的言説分析を行う。

また、実際の若者の行動やコミュニケーション様式の現状についての考察のために、社会学や情報メディア論などの研究分野における最新の若者研究を批判的に検証し、同時に国内外の若者文化のイベントなどでフィールド調査を行う。

(4) 研究成果

メディアの批判的言説分析

社会学者の見田宗介は、人類誕生以来の「情報/コミュニケーション革命」について、言語(第0次革命)、文字(第1次革命)の発生に続く第2次革命として、近代におけるマスメディアの誕生を挙げている。近代とともに誕生したマスメディアは、今日においても、私たちに世界を認識するための枠組みを与えてくれる。しかし、マスメディアの視点を無批判に受け入れ、それに無自覚である状態が続く場合には、私たちの世界認識に強いバイアスがかかってしまうこともある。戦時下でのプロパガンダがその典型的なケースであろう。よく挙げられるプロパガンダの事例としては、ナチス政権下の「国民ラジオ」やベルリンオリンピックの記録映画『オリンピア』がある。日本においても、大日本帝国の政府/軍部が満州事変から太平洋戦争へと突き進む中、戦争という時流にのった日本のマスメディアが、戦意高揚を目的とした広報・報道を繰り返していたことが当時の関係者の証言などから分かっている。

こういった戦時下でのプロパガンダの反省から、戦後の国際社会においては、マスメディアが政権や軍部から独立する必要性が唱えられてきた。現代社会に生きる私たちは、果たしてマスメディアの報道に対して十分批判的な眼を持つに至っているのだろうか。たとえ情報開示が進んだ社会に暮らす市民であっても、特に社会が危機的な状況におかれて強いストレスがかかる場合には、マスメディアの言説に容易に振り回されることがあることを、米国の2001年のテロ事件後の世論の変化や2011年の福島第一原発事故後の日本のメディアの報道と大衆の反応を例に考察した。

概念メタファー論の批判的言説分析への応用

本研究の成果の一部として、批判的言説分析に概念メタファー論を援用する場合の留意

点を二点明らかにした。一点目は、言説中のメタファーそのものの分析、言い換えると「メタファーの認知的側面」において「複合メタファー」「混合メタファー」をも視野に入れ複眼的に理解する必要があること。二点目は、概念メタファー論を批判的言説分析に援用する場合にメタファーの認知的側面の複眼的理解もさることながら、言説を創り出す側の意識的・無意識的な意図、いわば「メタファーの遂行的側面」が重要かつ決定的であるということである。

まず一点目について概説する。これまで概念メタファーに関しては、専ら概念メタファーのメカニズム、いわば「メタファーの認知的側面」に焦点を当てた研究が主流である。メカニズムの綺麗な解明が主たる関心となるあまり、実際の言説の中に現れる「複合メタファー」「混合メタファー」は例外的扱いを受けたり、考慮の対象外とされることもある。しかしながら、生のメディア言説を批判的に分析する本研究にあつては、それらのメタファーが実際に言説中に現れる以上無視することはできない。

そこで、Lonergan(2009)の研究に依拠し、混合メタファーの理解と批判的分析のためには、「価値中立写像時付加物(value neutral mapping adjunct)」と呼ばれる要素分析が重要であると結論づけた。「価値中立写像時付加物」とはBarnden & Lee (2001)の用語で、Lonergan (2009)が混合メタファーの理解に関する仮説の中で提示している、ソース領域内推論の中で複合体を形成する要素のことである。

次に二点目について概説する。野澤・柴谷(2007)の論考に代表されるように、「メタファーの認知的側面」の複眼的理解もさることながら「メタファーの遂行的側面」が批判的メタファー分析にとっては重要かつ決定的であることを主張した。メタファーの遂行的側面においては、中間段階で創発される「サブメ

タファー」が重要な役割を担う。どのような類のサブメタファーが創発されるのがメタファー表現の様々な効果に影響する。概念間写像時に付与される上述した「価値中立写像時付加物」を意識的・無意識的に操ることによって言説創出者はサブメタファーに文化情報的な価値判断や好悪の感情が塗り込めることができる。このことを前提に言説分析を行うことが重要であることを指摘した。

「コミュニケーション／人間関係の希薄化」をめぐるメディアの若者言説と若者の実態の比較

本研究はメディアの若者言説によって作り出される若者イメージを明らかにし、そのイメージと彼らの意識と行動の実態の違いに着目し、メディアの批判的言説分析を行なうことを目的としている。この研究を進める上で、一つの事例として、若者の「コミュニケーション／人間関係の希薄化」をめぐるメディアの言説に焦点を当て、メディアの若者言説と彼らの意識や行動様式の実態の比較を行なった。

新聞記事等のメディア言説の調査から、マスメディアにおける若者のコミュニケーションや人間関係の希薄化についての言及は、1990年代の後半から急速に増えていることが確かめられた。これと同様のことが、社会学者の浅野智彦が行ってきた若者研究においても観察されている(浅野 2013)。浅野は、メディア等における「オタク」に関する言説をよりどころに、若者を語る「話法」が、1980年代においては消費社会論的なものが基軸であったのが、1990年代においてコミュニケーション論へと移行し、そのプロセスで「コミュニケーション／人間関係の希薄化」という語りが優勢になったと分析する。さらに、この種の若者批判(「今時の若者は」論)はそれより前の時代にも見られるものであるが、1990年代以降のコミュニケーションの希薄化論は「肯定的な面への着目を欠いていた点で、

それ以前のものとは大きく異なっていた」(浅野 2013:145)ことをいくつかの事例をもとに主張している。つまり、若者の意識や行動の基盤に関して、現実には起きている変化は、「消費からコミュニケーションへの移行」であるにもかかわらず、メディアを通して社会に流通する過程で、「コミュニケーションへの移行」が「コミュニケーションの希薄化」と歪んだ形で読み替えられて流布されたと言うのが彼の仮説である。

さて、では若者の人間関係あるいはコミュニケーションの実態はどうなのであろうか。かれらの人間関係あるいはコミュニケーション様式は、1990年代以降どのように変化しているのだろうか。若者の実態はメディアの言説と具体的にはどのような点で異なっているのだろうか。

浅野は、若者のコミュニケーションや他者関係の実態について、現代の若者は見知らぬ他者には気遣の欠如が見られるものの、親しい間柄ではむしろ過剰なほどに気をつかいながら濃密なコミュニケーションを行っている」と分析している。本研究では、浅野の議論を踏まえながらも、それとは全く独立に、若者のコミュニケーション様式の変容は、コミュニケーションを媒介する「メディア」がテレビに代表されるマスメディア的なもの(マスコミュニケーション)から電話に代表されるパーソナルメディア的なもの(パーソナル／ソーシャルコミュニケーション)へと移行する中で変化してきたという仮説を立てて考察を行ってきた。その考察の一部は、「拡張現実の時代におけるコミュニケーションとツーリズムの新たな可能性」(『観光創造研究』Vol.9)としてまとめており、以下ではその議論の要点を述べることにする。

本研究では、日本におけるコミュニケーション様式の変容のきっかけは、1960年代から1970年代にかけてのメディアの変化、すなわち「テレビ」的なものから「電話」的なもの

への移行に見いだすことができる。テレビは、日本においては1960年代以降、強力な近代的マスコミュニケーションの仕掛けとして普及し、大衆に広く受容され、社会的な影響力の極めて強いメディアへと育っていった。一方の電話は、テレビから遅れること十年、1970年代に利用者が急増した。

電話は、テレビというマスメディアとは対照的に、本質的にパーソナル・コミュニケーションのためのメディアである。電話は最初、白物家電のような家財道具として家庭にもちこまれたが、そのパーソナルメディアとしての本質を見抜いた利用者、特に若者たちが、個人同士がおしゃべりをするためのツールとして使いこなしていく。その流れの一つが、現在の携帯電話につながるモバイル・コミュニケーションである。携帯電話は、パーソナルな「声」のメディアとして、私たちのコミュニケーションを「時と場」から解放し、「いつでも、どこでも」話ができる常時接続の「フルタイム・インティメット・コミュニティ」を出現させた。電話のもう一つの進化は、パソコン通信に始まるアノニマス・コミュニケーションの流れに見てとれる。電話は、パソコンと合体することで、パーソナルな「文字」の通信メディアへと進化し、さらにパソコン通信サービスを通じて、匿名の他者とのコミュニケーションという全く新しいコミュニケーション様式を生み出した。これによって、私たちのコミュニケーションは「時と関係」から解放され、「いつでも、だれとでも」通信が可能となり、その結果として匿名の他者たちからなるネット・コミュニティが誕生した。

このように、世紀の変わり目に向けて、電話メディアが二方向に進化を続ける中で、私たちのコミュニケーションは「テレビ的なもの」から「電話的なもの」あるいは「マス」から「パーソナル」へとその重点が移行してきている。1997年頃からのインターネットの

急速な大衆化は、この流れに一層拍車をかけた。新聞などの紙媒体のマスメディアは発行部数が激減して雑誌の廃刊も相次ぎ、特に若い人たちの間ではテレビ離れが決定的に進んでいる。かつてマスメディアが一括して提供していた情報は、インターネットの情報サイトやソーシャルメディアを通じて、個々人がその都度入手するという形へと変わりつつある。この時に利用されるのが、ケータイやスマートフォンのようなパーソナルなコミュニケーション・ツールである。こういったパーソナルなコミュニケーション・ツールの普及は、1990年代に始まるコミュニケーション様式の変容をさらに加速する方向で作用し、それが私たちのリアリティの感じ方にも影響を及ぼし始めている。

1990年以降進展しているコミュニケーション様式の変容の実態を、本研究ではコミュニケーションの「過剰」と「拡散」をキーワードにしてまとめた。

まず、「コミュニケーションの過剰」に焦点を当てる。コミュニケーションの過剰については、浅野（2011, 2013）が参考になる。浅野は、一連の若者研究で次の三点に注目し、若者の友だち関係は濃密化していると分析している。第一点目は友人関係の重要性の上昇、第二点目は友人関係の充実度の上昇、第三点目は友人関係の常時接続である。最近の若者の友だち関係に特徴的なのは、第三点目である。これには、ケータイやスマートフォンの急速な普及が大きく影響している。若者たちはこれらのモバイル・ツールを用いて、「いつでも、どこでも」連絡を取り合う「フルタイム・インティメット・コミュニティ」を築き、どこにいても常にお互いの関係を確認し合っている。こういった関係の濃密化は、彼らにとってプラスに働くこともあるが、逆にそれが「息苦しさ」と感じられることもある。土井（2008）が「優しい関係」とよぶ、学校内で常にお互いを気にし合う友人関係などは

その代表例であろう。コミュニケーションの場が現実空間からネット空間に移行して仲間同士の常時接続が可能になると、コミュニケーションが過剰となり、コミュニケーションが抑圧的にはたらく事態が生まれるのである。

一方、今世紀のコミュニケーション様式のもう一つの特徴である「コミュニケーションの拡散」は、パソコン通信に由来する「いつでも、だれとでも」のコミュニケーションが一般にも広まった結果生じている現象である。パソコン通信が始まった頃のパソコン保有率は一割くらいで、ネット空間における匿名の他者とのコミュニケーションというのはごく少数のパソコンマニアに限られた現象であった。ところが1990年代後半からインターネットの利用者が増え始めると、ネット上の電子掲示板を介した匿名の他者とのアノニマス・コミュニケーションが次第に世間の認知を受け始める。ネット空間でのコミュニケーションの敷居が低くなり、多くの人たちが匿名の他者とのコミュニケーションを楽しむ始めたことで、これまでなかった全く新しいタイプの他者関係が誕生した。富田(2009)が「インティメイト・ストレンジャー」とよぶ他者関係である。彼は、匿名性と親密性という二つのファクターを用いて他者関係を4タイプに分けた。4タイプの他者関係のうち、匿名性と親密性の両方をあわせ持つ他者関係を想定するのは、少なくとも対面コミュニケーションを念頭におく限り難しいであろう。ところがネット時代に入り、匿名の他者との親密なコミュニケーションという新しいタイプの関係性が芽生える。この関係性を、富田は「インティメイト・ストレンジャー」と名づけた。そして、この他者関係は新たな興味深い社会現象を誘発している。援助交際のための仕掛けとして「出会い系サイト」なるものが誕生し、見知らぬ他者がネットで誘い会って集団自殺を企てる「ネット心中」といった、ネッ

ト空間の誕生前には想像すらし得ななかった社会現象が生まれている。

世紀の変わり目を境にして、若者の人間関係/コミュニケーションが「過剰」となり「拡散」し始めている実態について論じてきたが、この時期からメディアにおいては、なぜか人間関係/コミュニケーションの希薄化についての言説が優勢となっている。本研究では、この要因についても考察を加えてきたが、現時点では的確な仮説を提示できるまでには至っていない。近代の所産であるマスメディアが、古典的近代から後期近代/ポストモダンへと時代が変化する中で、はたして時代精神や人々の世界観の変容について適切なスタンスをとることが可能か、というより大きな観点から考察を深めながら研究を継続する予定である。

(5) 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計3件)

山田義裕、拡張現実の時代のコミュニケーションとツーリズムの新たな可能性、観光創造研究、査読有、No.9、2013、pp.1-10

景山弘幸、批判的メタファー分析のための予備研究-複合メタファーと執行メタファー、札幌大学総合論叢、査読無、No.36、2013、pp.123-139

山田義裕、〈わたし〉は記憶でつくられる-自伝的記憶をめぐるはなし、*The Northern Review*、査読無、No.38、2012、pp.1-26

(6) 研究組織

(1) 研究代表者

山田 義裕 (YAMADA YOSHIHIRO)
北海道大学 大学院メディア・コミュニケーション研究院 教授
研究者番号：40200761

(2) 研究分担者

景山 弘幸 (KAGEYAMA HIROYUKI)
札幌大学女子短期大学部 教授
研究者番号：30258751