

恐怖の需要

— ホラー映画に求められるもの —

本研究は、ホラー作品の興行収入に関するデータの分析及びテキストマイニングを行うことによって、日本におけるホラー作品への需要とその変化を調査し、人々がホラー作品から負の感情といえる恐怖感情を得ることに対してどのような魅力を感じ惹かれるのかを検討することを目的とする。

まず、第1章では、本論文で扱うホラー作品の定義を示し、また、それらの作品がその内容によってどのように細分化することができるかを検討した。その結果としてホラー作品が「超自然的」作品、「現実的」作品、「非文化的」作品及び「文化的」作品という4つのカテゴリーに分類できることがわかった。

次に第2章では、第1章で分類したホラー作品に関して、興行収入を目安にした需要の経年的特徴と、日本とアメリカとでその経年的特徴に差が生まれるのかという点を検討した。その結果、アメリカに比べて日本ではまだホラー作品全体への人気は安定しておらず、視聴者のホラー作品に対する需要と供給とを模索している変化の途中であることが推察された。

第3章では、ホラー作品に対する人びとの恐怖の内実を分析することを目的に、第2章で取り上げたホラー作品のあらすじに関してテキストマイニングを行った。年代ごとの特徴を検討したところ、1980年代から現在にかけてそれぞれの年代で以下のような特徴が見られ、全体を通して日本におけるホラー作品はまだ変化の途上であることが読み取れた。

テキストマイニング結果まとめ

1980年代・1990年代	ホラー作品全体を示すようなクラスターは見受けられないが、謎・映画という語がクラスターを形成しており、ホラー作品に対するイメージが形成され始めた段階といえる。
2000年代	ホラー作品全体のイメージを表すクラスターが形成され、ホラー作品という概念が一般的なものとして浸透し、全体的なまとまりが生まれている段階の年代であると言える。
2010年代	動画・事件・ゲームといった共通した語を介して多種多様な作品が関連し合っており、作品自体が他ジャンルの影響を受け、様々な要素が混ざり合っていると考えられる。

最後に第4章では、第1章から第3章までの内容をもとに、ホラー作品への意識や興行収入が変化期であるという点や流行的な要素に人気が集まる現状から、日本においてホラー作品は文化的に受け入れられた伝統としての需要ではなく、流行的なエンタメとして消費する、つまり流行りものとしての需要が強いと結論付けた。

ディズニープリンセス作品の魅力の構造 —プロップの物語論より—

本論文の目的は、物語論の方法をディズニープリンセス作品に適用して、出現する機能と有効性を検討することによって作品の構造を明らかにし、それがディズニープリンセス作品の魅力とどのように関連しているかを示すことである。

まず、第1章では、ロシアの民俗学者であるウラジミール・プロップの物語論について説明した。プロップは、アフナーシェフによる『ロシア昔話集』の中から100話の魔法昔話を分析し、それらが共通するいくつかの機能を発見した。「機能」とは、その実行者である登場人物が誰でもかまわないような行動（「禁止」「問いかけ」「逃亡」といった実体詞で指示される行動）である。魔法昔話を分析していく中で、プロップは「31の機能」に限られることを見出した。

第2章では、本論文で研究対象とするディズニープリンセス13作品について、それぞれ「公開年」「原作」「魔法の有無」「作品のあらすじ」についてまとめた。

次に第3章では、ディズニープリンセス作品をプロップの31の機能に当てはめた表を作成した。この結果、作品によっては適用できなかった文が存在するものの、作品のほとんどはプロップの31の機能で構成されていることが分かった。また、魔法の有無よりも民話などに沿った物語であるか（昔話であるか）が適用の程度に影響しているということが示された。さらに、作品の製作順でみていくと、新しい作品ほど適用できなかった文が多かった。これは、新しい作品ほど、「王子様と出会って結婚する」という典型的なプリンセスストーリーで終わらず、友情や家族愛、自分の夢を叶えるといった新たな要素が、作品に加わっているからであると考えられる。

最後に第4章では、第3章で作成した表によって明らかになった構造から、ディズニープリンセス作品の魅力について「結婚・恋愛の有無」「プリンセスと敵の直接対決の有無」「その他友人などの要素」の三点から考察した。ディズニー作品は「王子様と出会って結婚する」という構造で視聴者に憧れを与えつつも、フェミニズムなどの時代の変化に合わせて、結婚しない選択や自分の夢を叶える希望も与えている。さらに、恋愛だけでなく家族愛や友情を取り入れることで、現代に合わせ作品が多様化していることも分かった。このような多様性が、ディズニープリンセス作品の魅力を生成し続けているのではないかと考えられる。

ヴィランとは誰か

—悪から共感へ—

本研究の目的は、ヴィラン（物語における悪役）の物語内での地位の変化と、ヴィランが人気を博すようになった理由を明らかにすることである。

まず第1章ではヴィランが持つ機能について、プロップやグレマス物語の研究をもとに明らかにした。物語の訴求力と登場人物とは密接な関係があり、登場人物の行為により物語は成立する。その中でもヴィランが担う「敵対者」という存在は、物語の起点となる存在であるとともに、物語をより効率的に、ドラマチックに演出することを可能にするものであることが明らかとなった。

第2章では、物語が普及した背景と、各時代の物語のヴィランを整理した。各年代の代表的なヴィランを列挙し、敵対者としての機能の有無を確認した。ほとんどのヴィランが加害行為を行っていることから、物語分析においてヴィランという存在は「敵対者」であることが明らかになった。また、ヴィランが登場する物語はアニメや漫画ではジャンルがバトルものや、ゲームであればRPGというジャンルが多いことがわかった。

第3章では、ヴィランのもつ魅力を探るため、3つのキャラクターを詳しく分析した。その結果、ヴィランは、旧来的な物語に変化をもたらすため、主人公とは全くタイプの違うキャラクターとしてその設定や行動の動機を詳細に描くことにより仕立て上げられていることがわかった。また、行動の動機や過去を詳細に描くことにより、消費者が感情移入しやすくなっている。そして、敵対者として主人公に加害行為を行う以外にも、時には主人公を助けてしまう補助者のような役割も担うこともキャラクターに厚み＝魅力をもたらしている。さらに、共感を得にくいようなヴィランは、消費者が自己に抱える悩みや問題を解決する手立てを持っていたり、自分がこうありたいと願う姿を投影させることができる特性を有していたりすることで、消費者に憧憬のような感情を生み出し、それにより人気を獲得していることがみてとれた。

最後に第4章では、以上を踏まえてヴィランの魅力の構造を考察した。物語における主人公は、よく仲間と協力し、努力をすることで大きな壁を乗り越え、思考も前向きである。これに対してヴィランは、物語の重要な起点となる行為を行うだけでなく、特定の機能や決まりきった設定にはまることのない、多様な個性を有している。ヴィランは、設定の自由度が大きい存在であるがゆえに、詳細に描かれて物語に魅力をもたらすことができるとともに、消費者が自分好みのヴィランを見つけ出しやすい。このような特性がヴィランの持つ魅力を構成すると考えられる。

BLはエンタメの夢を見るか

— コアジャンルのメジャー文化への転換 —

本研究の目的は、限られた人々の愛好の対象だったBLがどのようにして一般的なジャンルへと変化したのかを考察することである。

まず、第1章では、BLコミック史を4つの時期区分に分け、それぞれの区分ごとに男性同士の恋愛を描いた作品がどのような経緯を経て成立し、発展していったのかを述べた。第一期「創成期」(1976-1978)では、少女漫画誌『別冊少女コミック』において、初めて男性同士の恋愛を描いた『雪と星と天使と…』が連載され、「少年愛」という表現が生まれた。第二期「JUNE・同人誌拡大期」(1978-1990)では、「男性同士の愛」をテーマとした『JUNE』が創刊され、1980年代後半には、同人誌のブームにより「やおい」が流行した。第三期「BL期I」(1990-1999)では、女性向けの男性同性愛作品に特化した雑誌やレーベルが生み出され、「ボーイズラブ(BL)」という言葉が初めて使用された。第四期「BL期II」(2000-現在)では、インターネットの普及により、BL愛好者同士のコミュニケーションが気軽にできるようになった。それにより、「腐女子」のような言葉が生まれた。このような変遷を経たBLは、マンガや小説のような文学メディアから、アニメや映画・ドラマのような映像メディアへ進出するようになり、多メディア化することでエンタメ化の度合いを深めていった。

次に第2章では、エンタメ化したBLが世間的に見てどのような地位にあるのかを述べた。BLレーベルが増えていく一方で、BL雑誌以外で活躍する作家や一般誌で活躍する作家がBL作品を描くことも増えている。また、2019年に『百と卅』が文化庁メディア芸術祭マンガ部門優秀賞を受賞したことで、BLが特殊な趣味から「文化」として変化していると考えられる。さらに、『おっさんずラブ』や『きのう何食べた?』のような実写作品のヒットにより、BLがコアジャンルからメジャー文化へ転換しているとみなされるようになった。

以上をふまえ、第3章においては話題性を考慮し5つの実写作品を取り上げ、インターネット上から収集した感想レビューをテキストマイニングにより分析した。その結果、非BL要素を持ち、生々しいシーンのない『おっさんずラブ』、『きのう何食べた?』は、大きくまとまったクラスターとなった。一方で、『窮鼠はチーズの夢を見る』のような、性を感じさせる描写があり、BL要素を感じさせる作品は、いくつかのクラスターに分かれる結果となった。

最後に第4章では、第3章の結果や現在のBLの在り方を踏まえて、なぜBLが一般化しているのかを検討した。テキストマイニングや、BLレビューサイトでの調査の結果から、実写作品においてキャスティングや演技に注目していることがわかった。この結果から、元々演者のファンだった人が、新たにBLの魅力に気づくケースが考えられた。また、BLジャンル全体が一般化しているのではなく、『おっさんずラブ』のように、BL要素を含みつつも他の要素と合わさり埋没化している作品がBLのメジャー文化化に繋がっていると考えられる。

茶番としての就活

本研究の目的は、現在の日本の就職活動が、茶番のような不条理なシステムであることを示し、この現状を解消するための方策を見出すために、このシステムがどのようなものであるかを明らかにすることである。

まず、第1章では、新卒雇用の歴史について示した。新卒一括採用の始まりから現在に至るまでの背景を辿ることで、「就職活動」という概念がどのように誕生し、システムを形成していったのかを述べた。

次に、第2章では、主な就職情報サイトがどのような戦略をとってきたのか、どのような規範を生み出してきたかということを描いた。最初に、主な就職情報サイトの概要を示し、その歴史について概説した。続いて、就職情報サイトが学生に及ぼす影響について述べた。一つ目の影響は、近年の就職活動が全体的に早期化・短期化していることである。その理由として、(i) インターンシップの実施率の上昇 (ii) 即日内定イベントの増加が考えられる。さらに、服装や面接時の振る舞い方などの細かいマニュアルが用意されており、学生の間で規範が広がると考えられる。

第3章では、大学生の就職活動が時代ごとにどのように変化してきたか、就活生側の就職活動の実態を明らかにした。まずは1980年代以前、バブル期、1990年代、リーマンショック後という四つの時代区分に分けて各時期の特徴をまとめた。さらに、キャリア教育と就職活動の関係性についても検討した。

最後に第4章ではこれまでのデータを踏まえたうえで、なぜ日本の就職活動が茶番的であるかを明らかにした。問題点は以下の三つにまとめることができる。

- (i) 短期間の選考で、相手の人柄を判断する・されること。
- (ii) お互いに本音ではないと分かっているが、企業側と学生が良い風に見せ合うこと。
- (iii) 学生側が企業の指示通りの服装や振る舞い方(企業の求める人物像)をすることで、個性がなくなってしまうこと。企業側もそれを見抜いていること。

これらが生じる理由の一つは、企業も学生も効率を重視しなければならないためである。お互いにマッチングを担うポジションが必作りに上げられた就職情報サイトに依存し、現状は変わらないと考えられる。二つ目は、就職情報サイトにとって都合がいいからである。就職サイトに掲載されている企業は学生の間で知名度が上がる→新卒学生がほしい企業はマイナビリクナビに掲載して見つけてもらいたい(お金を支払って掲載してもらう・合説参加)→マイナビリクナビが儲ける→知名度が上がって学生の利用が増える…の循環が形成されていると考えられるのである。

ディズニープリンセスにおける女性像の変容

—共同性・作動性の観点から—

ジェンダーに関する問題、たとえば子どもの性役割の形成は、子どもが受容する文化に関係している。藤田(1996)は、子どもが接する絵本やテレビ、テレビゲームなどのメディアの中で、特に触れる機会が多いのはアニメ番組であり、「ごっこ遊び」にも登場することからもわかる通り、子どもにより影響を及ぼすと考えている。本研究の目的は、文化的商品として消費され、特に少女へ大きな影響を与えると考えられるディズニープリンセスのアニメ作品の女性像の変容を分析し、社会が求める女性像の変容を示すことである。

まず、第1章では、ディズニープリンセスの定義、歴史について述べた。

次に第2章では、ディズニープリンセスが登場するディズニー作品の概要を述べ、時代や特徴ごとに分類した。初期の3作品は、プリンセスが古典的な女性像として描かれており、結婚することでハッピーエンドを迎えるという共通点を持っていた。1990年代前半までの作品は主体性をもった女性像が描かれるものの、結婚することでハッピーエンドを迎える点は同じであった。1990年代後半の作品では、結婚の描写は消え、プリンスの援助を受けない自立的なプリンセスが描かれた。2009年、2010年に公開された2作品では、再び結婚の描写が現れたものの、結婚後のストーリーもまた描かれた。2016年までの3作品は、プリンスが登場しないというこれまでにはなかったタイプの作品だった。このような特徴によりディズニープリンセス作品を5つに分類した。

これらを踏まえ、第3章では、土肥(2004)が開発した、ジェンダー・ステレオタイプの内容や男女いずれかにより多く認められるという判断基準で選定した項目から傾向を測る共同性-作動性尺度を参考にし、ディズニープリンセス作品に描かれる女性像を共同性・作動性の観点から分析した。女性役割の性格特性である女性性の中核は共同性(communion)で、男性役割の性格特性である男性性の中核は作動性(agency)であり、作動性と共同性がつりあうことで否定的側面を打ち消すことができるとされている。分析結果から、初期の作品ほど共同性の側面が強く、より最近のものほど共同性と作動性の均衡が取れた女性像となっていることがわかった。

最後に第4章では、結論をまとめた。ディズニープリンセス作品は、社会が求める女性像を時代に合わせて反映させている。作品によっては、過去の女性のあり方をすべて否定するのではなく、肯定しつつも新しい女性像を提示しているといえる。

ジャニーズの衣装の法則性

本研究の目的は、ジャニーズの衣装をファッションの流行、また系統別に比較することで、ジャニーズの衣装の特徴を検討することである。

第1章では、アイドルという言葉が定着してきた、1970年代にデビューした郷ひろみから、2021年にデビューしたなにわ男子までのジャニーズの歴史について述べた。

第2章では、1970年代から2020年代まで、10年ごとにメンズファッションの流行を述べた。

第3章では、アイドルの衣装を比較した。この点におけるアイドルの衣装とは、デビュー会見やデビュー発表会での着用衣装とデビューシングルから3rdシングルまでのジャケット写真の4場面(デビュー会見の行っていないグループは3場面)を参考にした。

まず、アイドルの衣装とファッションの流行を比較することで、ジャニーズの衣装と一般人が取り入れるファッションの流行の相違点を見つけ、ジャニーズの衣装の特徴を探った。その結果、ファッションの流行とジャニーズの衣装が合致している点は数点しかなかった。そのため、ジャニーズの衣装が一般的なファッションの流行を取り入れているとは言い難く、ジャニーズ独自の路線があるのではないかと考えた。

次に、ジャニーズの衣装の特徴をグループごとに述べ、その次にジャニーズ同士の衣装の比較をし、前グループとの差異化があるのか、また、ジャニーズの衣装はどのような特徴を持つかを検討した。ジャニーズ同士の衣装の特徴を分かりやすくするため、メンズファッションの系統を、「その他」を含む9つに分け、表にまとめた。その結果、前グループとの差異化はあまり見られず、カジュアル系ファッションは時代を問わず、多くのグループで取り入れられていて、ストリート系、ノームコア系、トラッド系ファッションはほとんど着用されていなかった。きれいめ系ファッションは、1990年代以降に頻繁に着用されていること、バイカー系ファッションは、ほぼ定期的に着用されていることがわかった。

最後に、これまでのデータを参考に、考察した。ファッションの流行との合致点はほとんどなく、系統別に分けた際も「その他」に分類される衣装も多かったことから、ジャニーズの衣装には独自のファッションがあるのだと考えた。しかし、それだけではなく、カジュアル系ファッションやきれいめファッションなど大衆が着用するような系統も多かったことから、ジャニーズらしく一般人との差異化を図りつつも、親しみやすさも感じさせる衣装の特徴があるのではないかと結論付けた。