

「伝統回帰」志向からみえる
日本人の価値観の変化とライフスタイル
～ハイパー・メリトクラシー社会化の背景にあるものとは～

日本の古来の「和」の文化を尊び、伝統文化を消費することが、個性を示すものとしての“新しい消費”になっており、特に若い世代での「伝統回帰」志向が見受けられる。人々が現代の磨き上げられた科学技術によって機能性や実用性、合理性に優れたモノの大量消費を経験した後、再び日本的な伝統を消費している背景には、バブル崩壊や失われた10年などの経済的要因や、グローバル化がもたらした文化の均一化が指摘される。さらに、個人が社会的地位を獲得するために、従来から求められていた学力や知識量、標準性といった能力にプラス α として、個性やコミュニケーション能力が必要とされるような社会（ハイパー・メリトクラシー社会）の蔓延が個人の消費嗜好へ影響を与えている。

「もの」より「こころ」の豊かさを重視する現代の消費社会において、日本の文化の簡素で地縁的な要素が、つながりを求める人々にとって親和性を持つものとして消費されているのだ。「伝統回帰」志向とは、社会から個性を求められるようになった個人が「自分らしさ」や「心の豊かさ」を充足させるための消費行動の一部だと言えるのではないだろうか。

卒業論文

要約

テーマ：現代における同窓会の意義

10DE198R 田中麗史

今回の卒業論文では、オンラインコミュニケーションの多様化した現代社会におけるオフラインコミュニケーションの意義を、同窓会というものを軸に考えた。

1章では同窓会の歴史を考察し、2章では携帯電話の誕生からSNSやスマートフォンが普及した現代までの歴史を振り返った。3章では年齢別にインタビューを行い、4章でまとめた。

先行研究によりオンラインコミュニケーションでのつながりは、自分と同じような趣味・思考をもった同じような人がどうしても増えていくことがわかり、逆に同窓会というオフラインコミュニケーションの空間からどのようなことが得られるのか、インタビューにより得られた「友人」と「仲間」の違いから現代における同窓会の意義を示すことができたと考えている。

近年就職活動や職場、学校教育の場でよく耳にするようになった「コミュニケーション能力」とは何かを、背景として「ハイパー・メリトクラシー」化した現代においての人の位置づけの変化を中心に説明し、さらに就職活動という自分が経験した出来事の中でどのように運用されているかについて言及した。調査では、就職活動に際して選考過程や直接的に「コミュニケーション能力」とは何かをインタビュー形式で質問し、現在の就職活動において、「人格」の重視が大きくなってきていること、さらにそうした変化が新たな問題を生み出していることを結果として挙げた。

「消費社会における時間消費型空間の意味」

宮崎くるみ

ショッピングモール(以降 SM)などの大型複合商業施設である時間消費型空間が急速に増加し、私たちの生活に定着したのはなぜか。仮説として、私は「時間消費型空間の持つ沢山のイメージに魅力を感じ、人々は時間消費型空間を利用しているのではないか」と考えた。

上記の仮説を踏まえ、文献や新聞記事の講読、インタビュー調査を行った。その結果、仮説の通り人々は視覚的消費を求め SM を利用している傾向にあったが、それよりも友人や家族など誰かと出かける為の場として利用している傾向が顕著に表れた。この傾向は、人とのつながりを求める現在の消費動向と一致した。これから時間消費型空間に求められるものは、人とのつながりを促す役割であると考えられる。

- ※ SM などの大型複合商業施設は、利用者にとってただ買い物する為だけの施設ではなく、そこで時間を過ごす為の施設である。
そのことを踏まえ、論文では大型複合商業施設のことを「時間消費型空間」と表記した。

アイドルとスターの宗教性

—AKB48 と宝塚歌劇団の事例—

北川絢子

若者を中心に人気を集め、国民的アイドルとなった女性アイドルグループ AKB48。その公演を「神公演」、メンバーを「天使」と呼ぶなどをファンは AKB48 を「神」と崇めている。また、2014 年創立 100 周年を迎えた宝塚歌劇団のシステムを AKB48 は模倣している。両者の差異と共通点を調べることで二つのファンはアイドルとスターに何を見出し、宗教性を感じているかを考える。

AKB48 は握手会を開き、ファンとアイドルとの親密性を売りにしている。ファンはその親近感に魅力を感じている。一方宝塚歌劇団はすみれコードなどにより、虚構性を維持しており、ファンはスターの虚構性に魅力を感じている。両者に共通することとしては、組織の頂点に立つ者が必ず卒業し組織自体が生まれ変わるとともに卒業した者のファンが新たなアイドルや生徒のファンになることでファン自身も生まれ変わることができるという「死と再生のプロセス」がある。こうした差異と共通性があることがわかった。

日本のポピュラー音楽から考察するジェンダーの実態

本論では、「日本における男女間の社会的・文化的性差の減少はポピュラー音楽（ヒット曲）にも見出すことができるのか」というテーマの下で調査・考察を行っている。

第1章では、ジェンダーの概念について明確にした上で、戦後から現代に至るまでの日本のジェンダーの実態について触れていく。

第2章では、歌詞分析研究を中心に1970年代から2000年辺りまでにおけるポピュラー音楽中のジェンダーの実態について考察する。

第3章では、はじめにテキストマイニングによる調査の方法と結果を示し、調査の結果を踏まえた上で2000年中盤以降から現代までのポピュラー音楽中のジェンダーの実態について考察する。

最後に、終章では第1章で明らかにした日本のジェンダーの実態と第2章、第3章で考察したポピュラー音楽に表現されるジェンダーを比較し、本論文における結論をまとめている。

2014 年度卒業論文

「高齢者男性の『仕事人間』から『社会人間』への転換プロセス
—愛知県弥富市を例に—

社会学部メディア社会学科

11DE108F 渡辺修平

<要約>

団塊の世代を中心とする高齢者は仕事中心の生活を送ってきたが、退職により職場という「居場所」を失うことになった。しかし地域社会に新たな居場所をつくることで、劇的な生活の変化による衝撃は和らげることができる。この論文では職場から地域へのライフステージの移行の過程に注目し、調査を行った。また調査対象を郊外化が進む愛知県弥富市に限定した。

その結果、「仕事人間」から「社会人間」へのスムーズな移行をするためには、会社や家庭から「自立」することが重要であることがわかった。また郊外化は地域コミュニティを希薄化させるが、地域活動は「緩やかな連帯」によって運営がされており、それが男性の自立と地域参加を助けている。

日本語相談場面におけるジェンダー語のポライトネス的機能
テレフォン人生相談の談話分析を通して

11DE115A 山田沙耶

言葉には性差がある。いわゆる「女ことば・男ことば」と呼ばれるものだ。日本では「男性、女性はこう話すべき」といったジェンダー規範が存在し、なかでも女性は自由な言語行動が制約されていると今まで言われてきた。しかしながら現代において実際の言語運用は実に多様であることが先行研究からわかってきている。本論文では、女性はことばによる制圧から解放されつつあり人々はもっと自由に言語を選択しているという仮説のもと、私たちの中で無意識に使い分けられている言葉の選択には何の意味があるのか、ポライトネス・ストラテジーが多用されると言われる相談場面に焦点を当て語用論「ポライトネス」の概念を用いて考察していった。相談場面の会話分析の結果、ジェンダー表現は実際の言語使用においては性別を示すことよりも、一種の言語資源としてコミュニケーションにおける大きな役割を果たしていることが明らかになった。そして言語行動の多様性はそれらを「使わない」のではなく、ジェンダー語のもつイメージを発話の中で生かすことで可能になるとまとめた。今後の社会への展望として男女平等の土台の上で、より男女言葉を自在に使える成熟社会へと発展していく事を期待したい。

「登山」の意味づけの変化 —ブームの背景にはなにがあるのか—

「登山」という言葉は昔と変わらずに存在するが、その中身は時代を経るにつれ、様々な影響を受け変化をしてきた。その背景にある社会的要因を明らかにすることが、この論文の目的である。

調査内容は大きく二つに分けられる。一つ目は「登山」の何が変化したのか、二つ目は「登山」を何が変化させたのかである。「登山」には 3 つのブームが存在し、それぞれを詳しく見ていくことでどのような変化が起きたのかを明らかにした。「登山」を変化させたものの背景には、社会や消費者意識の変化が大きくかかわっていることが分かった。

現在、「登山」のスタイルは多様化しつつあり、今後も新しい「登山」のかたちが生み出されると考えられる。2016 年から国民の祝日として 8 月 11 日が「山の日」と制定され、日本人にとって山は欠かせない存在と再認識されるであろう。このことから今後の「登山」の変化に対しても注目していく必要がある。

現代人のマナー悪化が世論の対象とされている昨今だが、実際にはマナーが悪化しているのではなく、マナー悪化を感じやすくなっているだけではないのか。

本論文では、具体的な事例として車内化粧を取り上げ、マナー悪化を感じやすくさせている背景はどこにあるのか、またマナー問題はどのような言葉で語られているのかを探った。

マナー悪化を感じやすくしている背景としては、時代とともにマナーへの考え方が変化していることを指摘した。また車内化粧が迷惑行為と認知されている背景については、しつけの問題や「恥」を重んじる日本文化といった点から検討した。

最後に車内化粧に関連する記事のテキストマイニングを行い、その語られ方に注目した。「視線」や「人目」といった言葉が「実害」に関する言葉よりも多く使われていることから、車内化粧は人々の羞恥心を訴える機能を持つことが分かった。また「化粧に夢中になる女性」が「お年寄りや体の不自由な方に席を譲らない人」の象徴として記述されることで、思いやりの欠如を訴える機能を果たしていることが明らかになった。

卒業論文要約

11de1861 永倉航太郎

昨今、消極的な消費が注目されているが「雑貨」というカテゴリーにおいてはその勢いは止まらず、むしろ過熱状態にある。そして、雑貨は単なる流行に留まらず文化として形成されつつある。本論では、その「雑貨文化」とグローバル化との影響を考察し、それを担う主婦層の持つ力について論じた。特に、戦後の「主婦」と呼ばれる人を生まれた時代や社会的背景から分類し、具体的に消費への影響力を持つ人々について分析した。

日本の住環境再考
—現代日本社会を豊かに生きるための「住まい感」—

11DE205B 前山美佳

生活そのものである住環境は、その人の生き方を創るものである。この論文では、人生を豊かで快適に過ごすために、今後さらに長寿化するであろう将来を見据えた住環境を意識すべきであると主張する。

日本の世帯数は今増加傾向にあるが、少子化が終わったわけではなく、実は核家族世帯を超え、最小単位の単身世帯が急増しているために起こっている現象である。単身高齢者世帯が増えることにより、日本は孤独死の大国になりかねない。地域に空き家が増加する原因にもつながり、(自然的意味の) 環境被害と、犯罪被害が増える可能性も高い。

意識的に住まいを考える機会が増えていることによる住環境のニーズの変化もみられた。コミュニケーションやつながりを求めてシェアハウスやリノベーション住宅などに積極的に参加する人が増え、調査により、人生に対する考え方や選択肢の広がりが顕著に表れていることが分かった。

以上を踏まえ、住環境をその人なりに意識して人生をたどるほうが、社会環境へ適応する余力が生まれるとまとめている。

2014 年度卒業論文 要約

社会学部メディア社会学科 4 年

是永ゼミ

11DE210B 筒井雄太

「インターネットによる同性愛者のコミュニティ形成と、その変化」

この論文では日本の同性愛コミュニティがインターネットの登場によってどのように変化したのかを明らかにする。まず森山至貴の「ゲイコミュニティの社会学」を基に同性愛者のつながりが二種類あることを示す。そしてインターネット登場以前と以後で、そのつながりの形成がどのように行われてきたのかを見ていく。そのうえで森山の言う「総合的なつながり」が重要視されるようになってきたことと、伏見憲明らのゲイコミュニティについての議論を参考に、今後のゲイコミュニティの将来に関して考察する。

卒業論文「地域振興の中のゆるキャラとソーシャルメディア利用」要約

11DE236H 宮川 玲央

現在、日本全体の人口が減少へと転じる中で東京都の人口は増加を続けている。つまり、東京以外の地域では人口減、過疎化が起こっている。こうした地域の過疎化を防ぎ、外部からの来訪客を集める存在として近年は「ゆるキャラ」に大きな注目が集まる。さらに注目すべき点は、そのゆるキャラ達がインターネットを用いることだ。本論文では、実際にゆるキャラが地域活性化に貢献しているのかという問題意識のもと、ゆるキャラのインターネット利用やその他の活動を通じて、観光客数などのデータからどのようにゆるキャラが地域の PR に貢献してきたかを示すことを目的とした。結論では今後の地域によるキャラクター利用の可能性に関して言及する。

2010年ユーキャンの新語・流行語大賞トップ10に入った「イクメン」。自ら育児に積極的にかかわっていく男性を指すこの言葉の流行は、従来の「父親役割」に大きな変化をもたらし、「育児に積極的にかかわっていく男性＝良い旦那」という概念を世間一般に定着させたように思う。本論文はそうした背景をもとに、「父親役割」はどのように変化したのか、また「男性が育児に積極的にかかわることは本当に良いことなのか」ということについて分析した。

家族関係の変遷や、父親役割・母親役割の歴史、また育児休業体験記の分析などを通して、父親に求められる役割が増えたことにより従来の父親役割・母親役割という性別役割分業が崩れてきていること、また父親自身の意識として、育児に積極的にかかわることで「自分自身の成長」を実感し、「育児＝面倒なものではない」という認識が強まっているということを結論としてだした。

天皇へのまなざし

11DE250F 今別府香織

〈要約〉

天皇とは日本人にとってどのような存在なのだろうか。東日本大震災後の天皇皇后両陛下が慰問した際に、涙を流して感動する人を見、どのような存在かを改めて考えてみたいと考えた。

1章では、「象徴」天皇の「象徴」がどこまでの範囲を示しているのかが曖昧なため、憲法の条文が変わるとしても議論をするのも難しい現状を述べた。2章では、曖昧な「象徴」という言葉がどのようにでてきたのか。3章では、その曖昧な「象徴」天皇がどのように定着していったのか。4章では、世論調査から天皇への国民感情を読み取り、5章で東日本大震災とそれまでの慰問報道と比較しなぜ2013年の世論調査で天皇への尊敬が増加したのかを調査した。