

ディズニープリンスが映し出す男性像

<要旨>

ディズニーのプリンセス物語は時代を超えて世界中で親しまれており、その影響力の大きさから特定の女の子らしさを人々に刷り込んでしまっているとして、長年、プリンセスに関する研究が積極的になされてきた。対して、重要キャラクターの一人であるプリンスについての研究は非常に少なく、プリンセス作品の男性性の検討が不十分なのが現状である。そこで、本論文では、ディズニープリンスに着目し、「ディズニープリンスが発信し続けてきた男らしさとは、いったい何か」という問いのもと、彼らに投影された男性像について論じていく。

具体的には、プリンス像を似通った特徴ごとに4つに分けて分析を進める。歴代プリンスの共通項や変化を整理することで、順に、覇権的な男性性が投影された白人王子から、筋肉隆々なプリンスへ、そして内面的な強さからの解放に反して異性愛に縛られ続ける3.0期を経て、昨今プリンスが一時的な旅の仲間としてのみの役目を持ち、さらにはその役目さえ失いつつあるということを示す。これらの分析を通して、異性愛前提の人生や強さというものを、プリンスが長年に渡り男性へ求め続けてきたということを明らかにしていく。

<目次>

1. はじめに
2. プリンス 1.0 権力と結びついた白人王子
 - 2.1 名前のないプリンスたち
 - 2.2 覇権的な男性性
3. プリンス 2.0 多様化と新たな男性性の付与
 - 3.1 プリンスの多様化
 - 3.2 プリンスとヴィランの対比
 - 3.3 筋肉と男らしさ
4. プリンス 3.0 ダメ男の成長と異性愛中心主義
 - 4.1 人間味溢れるプリンス
 - 4.2 異性愛の掟
5. プリンス 4.0 とディズニープリンスのこれから
 - 5.1 プリンス 4.0 に向けて
 - 5.2 プリンス 4.0 最後のプリンス
 - 5.2.1 運命の人から仲間へ
 - 5.2.2 プリンス 4.0 の男性性
 - 5.3 プリンス不在の新たなプリンセス作品
6. おわりに

・論文のタイトル

現代日本社会における男性の規範的男性性からの解放の場としてのバーチャル空間
——アバターの性別選択の動機と異性アバターを用いることによる効果——

・要旨（500字以内）

本論文では、バーチャル空間におけるアバターの性別選択の動機や効果について研究する。バーチャル空間とは、オンライン上に構築された空間を表す。先行研究では、多くの男性がバーチャル空間で女性のアバターを用いていることが明らかになっている。また、浅井(2009)によるとその動機として男性性からの解放があげられている。しかし、女性アバターを用いることがどのように男性らしさから解放される手段となりうるのかの具体的な研究がされていない。本研究では男性が女性のアバターを使用して活動することがなぜ既存の性役割から解放される感覚を与えうるのかという問いに答えるためにバーチャル YouTuber を対象にコメント分析を行った。その結果、男性バーチャル YouTuber に対しては配信内容やトークに、女性バーチャル YouTuber に対してはビジュアルや声に言及するものが多く、女性のアバターを用いているが実際は男性であることを公言している「バ美肉」 YouTuber に対するコメントは女性バーチャル YouTuber と傾向が似ていることがわかった。これらの分析結果から、異性のアバターを用いることがいかに既存の性役割からの解放に繋がるのかを本論で考察する。

・目次

1. 現状と研究動機
2. 先行研究と問い
 - 2.1 先行研究
 - 2.1.1 「アバターの性別選択の動機」に関する先行研究
 - 2.1.2 「バーチャル YouTuber の性別選択」に関する先行研究
 - 2.2 問いと仮説
3. 分析
 - 3.1 男性バーチャル YouTuber、女性バーチャル YouTuber、バ美肉 YouTuber の配信アーカイブのコメント比較
 - 3.1.1 分析の目的
 - 3.1.2 分析方法
 - 3.1.3 分析対象とするバーチャル YouTuber と動画
 - 3.1.4 分析結果
 - 3.1.5 頻出語彙が用いられているコメントの分析
 - 3.2 バ美肉 YouTuber のコメントに関する追加分析
 - 3.2.1 分析の目的

3.2.2 分析方法・対象

3.2.3 分析結果

3.3 考察

4. 結論

サウジアラビアの新エネルギー戦略における展望

ーグリーン・トランスフォーメーションを中心にー

<要旨>

サウジアラビアは中東を代表する産油国であり、石油・天然ガスを国家の基幹産業としている。しかし、近年は「Saudi Vision2030」というプロジェクトの一つとして、再生可能エネルギーを中心とした新エネルギー戦略（GX 戦略）を始動させた。なぜ、莫大な利潤を獲得してきた石油産業から脱却し、新エネルギーでの経済発展を目指す方針に転換していくのか。

本稿では、世界的な産油国としてのサウジアラビアのエネルギー戦略を分析し、産油国がなぜ石油産業から再生可能エネルギーへと転換するのかその要因を考える。仮説として、サウジアラビアでの GX 戦略の意義は大きく 2 つあると推測する。1 つ目は国外からの外貨獲得や外資誘致という経済的要因である。2 つ目は今日世界的に脱炭素が重視され、石油産業の将来が先行き不透明となる中で、サウジアラビアが今後も経済的成長を継続し、現体制の統治の正統性を維持するためという政治的要因である。この 2 点について、先行研究での課題や GX 戦略の背景、主要国の GX 戦略の事例を踏まえながら考察する。そして、最新の情報である「Saudi Vision2030」での GX 戦略を分析し、新しい形での経済成長を目指すサウジアラビアの GX 戦略の実態を明らかにする。

<目次>

1. はじめに
 - 1.1 本論文の目的
 - 1.2 先行研究の課題と本稿の意義
 - 1.3 本文の構成

2. グリーン・トランスフォーメーション（GX）の現在
 - 2.1 GX の目的・意義
 - 2.2 GX が世界的に注目される背景
 - 2.3 主要国における GX 戦略の事例

3. サウジアラビアにおける新エネルギー戦略
 - 3.1 サウジアラビアの政治・経済の現状
 - 3.2 サウジアラビアの新エネルギー戦略における GX の位置づけ
 - 3.3 「サウジ・ビジョン 2030」とは何か
 - 3.4 サウジ・ビジョン 2030 における GX 戦略
 - 3.5 GX 戦略内におけるムハンマド皇太子主導の政策

4. 考察

- 4.1 サウジアラビア国内における政治的影響と課題
- 4.2 サウジアラビア国内における経済的影響と課題
- 4.3 国際関係へのインプリケーション

5. 結論—新しい姿を模索するサウジアラビア

参考文献

日本の若年男性における「男らしさ」の考察

—男性ファッション誌『FINEBOYS』を事例に—

<要旨>

本稿は、1986年創刊の男性ファッション誌『FINEBOYS』（日之出出版）を主資料に、日本の若者における「男らしさ」について考察することを目的としたものである。近年出版されている『FINEBOYS』の誌面において、「かわいい」や「エロい」など主に女性を形容する言葉が男性に使用されているのは興味深い事例である。このような女性性の表現を主なターゲットを男子大学生とする『FINEBOYS』が使用するのにはどのような背景があるのだろうか。これまで出版されてきた『FINEBOYS』をもとに、日本において流行した男性像など、時代背景を参照しながら検討していきたい。

これまで『MEN'S NON-NO』（集英社）や『POPEYE』（マガジンハウス）はある程度研究されてきた。『MEN'S NON-NO』は女性ファッション誌『non-no』の男性版として創刊され、男性ファッション誌の代表格の地位を確立している。1976年に創刊された『POPEYE』はファッションのみならずカルチャーや音楽など都市型の若者に焦点を絞り、情報を発信している。しかし、『MEN'S NON-NO』と同年に創刊され、男子大学生を中心に情報を発信してきた『FINEBOYS』の研究はほとんどされていない。したがって当誌を分析することで他男性ファッション誌とは異なる若者の男性像を明らかにできるだろう。

<目次>

1. はじめに
 - 1.1 本研究の概要
 - 1.2 本論の構成
2. ファッション誌とジェンダー
 - 2.1 『FINEBOYS』の概要
 - 2.2 ファッション誌研究の意義
 - 2.2.1 これまでのファッション誌研究
 - 2.2.2 出版不況におけるファッション誌研究の意義

2.3 本研究の問い

3. 変容する日本の「男らしさ」

3.1 時代に連動する「男らしさ」

3.2 新聞における男性性世論

4. 仮説

5. 分析

5.1 分析方法

5.2 ディスコース群

5.2.1 ヘテロセクシャルディスコース

5.2.2 好印象ディスコース

5.2.3 大人志向ディスコース

5.2.4 美容男子ディスコース

5.2.5 2022年以降の『FINEBOYS』

5.3 分析のまとめ

6. 考察

7. 総括

企業における暗黙知から形式知への転換

－ ナレッジマネジメントの取り組みと有用性 －

<要旨>

「ノウハウ」や「勘」といったものが存在する。このような言語化、図式化によって他人への伝達出来ない知識をマイケル・ポランニー（ポランニー1966）は暗黙知として定義している。そして、その反対に言語化、図式化によって他人への伝達が容易な知識を形式知としている。本論文においてはポランニーが定義するところの暗黙知を形式知へと転換していく方法について言及する。だが、この分野においては既に多くの先行研究がなされている。そんな中でも特に野中郁次郎らが発表した『知識創造企業』（野中・竹内・梅本 1996）の功績は大きいと言える。詳しくは後述するが、野中らは同書にて SECI モデルという手法を用いて暗黙知を形式知へと転換していくフレームワークを提唱した。そして、ナレッジマネジメントという知識経営の観点を取り入れた。

野中らの提唱した知識創造理論はエポックメイキングなものではあるが、その一方で曖昧な部分や不十分な箇所も存在している。本論文では野中らの知識創造理論と SECI モデルについて行われてきた批判や野中ら自身の指摘を分析し、SECI モデルの有用性について再検討し、その補完を行う。

<目次>

1. はじめに
 - 1.1 背景
 - 1.2 分析手法
2. 先行研究の展開
 - 2.1 暗黙知と形式知—マイケル・ポランニー—
 - 2.2 知識創造理論と SECI サイクル—野中郁次郎—
 - 2.3. 新しいSECI モデルについて—野中郁次郎—
3. SECI モデルへの批判
 - 3.1 ポランニーの暗黙知の観点から
 - 3.2. SECI モデルの構造的問題
 - 3.3. 野中ら自身による批判
4. 考察
 - 4.1 SECI モデルの問題点
 - 4.2 SECI モデルの逆回転の作用について
5. 結論

あだ名と社会的アイデンティティとの関連性について

—「性別」と「職業」から見るあだ名の付けられ方の差異—

<要旨>

「性別」と「職業」といった社会的アイデンティティの違いによって、あだ名の付けられ方に差異は生じるのだろうか。先行研究では、「(女性) アイドルのニックネームには繰り返しが多い」と述べられていた。しかし、該当研究において言及されている調査対象は女性アイドルのみであり、男性やアイドル以外の職種といった、女性アイドルと比較が可能であるあだ名は対象となっていない。そのため、他の性別や職種のあだ名と女性アイドルのあだ名を比較することでその結果に統計的な有意性が生じれば、社会的アイデンティティの違いによってあだ名の付けられ方には差異が生じるといえると考え。今研究においてはそのような仮説を検証するため、アイドルと Vtuber という 2 種類の職種のあだ名について、その付けられ方を 7 種類に分類し、その結果を「性別」と「職種」という二つの社会的アイデンティティを踏まえて比較・考察を行った。その結果、社会的アイデンティティの差異によって、それぞれ付けられやすいあだ名の種類が存在することが判明した。一部結果においては、今後モーラ数など別の側面からの調査と分析を行うことで、今回得た分析をより深めることができると考える。

<目次>

1. はじめに
2. あだ名の種類について
 - 2.1 モーラ
 - 2.2 障害音と共鳴音
 - 2.3 あだ名の種類
3. アイドルのあだ名に関する調査
 - 3.1 調査結果・考察 (アイドル)
 - 3.2 省略型の内訳についての考察 (アイドル)
4. Vtuber のあだ名に関する調査
 - 4.1 Vtuber について
 - 4.2 調査結果・考察 (Vtuber)
 - 4.3 省略型の内訳についての考察 (Vtuber)
5. 職種間比較
 - 5.1 職種間比較結果・考察
 - 5.2 職種間男女別比較結果・考察
 - 5.3 省略型の内訳についての考察 (職種間)

6. 結論

『フレッシュプリキュア！』におけるパフォーマティヴな行為と しての戦い

——敵からプリキュアになったせつなの戦いを追って——

<要旨>

本稿は、テレビアニメ『フレッシュプリキュア！』の作中で敵からプリキュアになった少女せつなに着目し、言語行為論やパフォーマティヴィティ論の観点から、せつなの戦いとアイデンティティの関係を分析するものである。「プリキュアシリーズ」の先行研究はジェンダー、フェミニズムの観点から作品を捉えるものが多い。本稿では従来の研究で後景化していた、登場人物のジェンダー以外のアイデンティティについて着目することで、本シリーズに関して先行研究で明らかにされていない視座を提唱できると考える。

論証の過程として、まず言語行為論を参照し、せつなの戦いは他のプリキュアの戦いと違って宣言を伴うものであり、戦いの中で宣言内容を実行する行為であることを明らかにする。次にパフォーマティヴィティ論を参照し、せつなの宣言を伴った戦いにせつなの求めるアイデンティティを構成する作用があることを論じる。

この結論から、考察としてまず「プリキュア」における主体性を持って戦うことに関する問題がフェミニズムの領域に留まらないこと、そして本作から解釈できるアイデンティティを構成する行為としての戦いは、現実を生きる我々も参考にできることが言える。

<目次>

1. はじめに
2. あらすじと先行研究
 - 2.1 『フレッシュプリキュア』のあらすじ・登場人物
 - 2.2 先行研究
3. 言語行為論とパフォーマティビティ論
 - 3.1 オースティンの言語行為論
 - 3.2 バトラーのパフォーマティビティ論
4. せつなの戦いと他のプリキュアの戦いの違い
 - 4.1 せつな以外のプリキュアの戦い

4.2 せつなの戦い

5. せつなにとって戦いとは

5.1 せつなの宣言内容について

5.2 せつなにとっての幸せとは

5.3 パフォーマンスティヴィティ論から見る戦いと身体

6. おわりに