

## 完了報告書（平成 24 年度）

提出者 ポンサピタックサンティ ピヤ

提出年月日 2013 年 1 月 31 日

### 【プロジェクト名】

和文 アジア広告の社会学

英文 Sociology of Advertising in Asia

### 【メンバー構成】

研究代表者 ポンサピタックサンティ ピヤ

幹事 ポンサピタックサンティ ピヤ

メンバー 木村晶彦、郝洪芳、周典芳、Pinitta Jongsuksomsakul、Cecilia Goh

### 【ねらいと目的】（600 字程度）

メディアに現れる「親密圏と公共圏の再編成」に関わるアジア諸国のテレビ広告におけるジェンダー役割・家族像・外国イメージの国際比較研究と題した本プロジェクトは、アジア諸社会のテレビ広告に現れる文化価値観の内容分析を中心とした国際比較を通じて、社会と広告の相互関係の解明をめざすものである。具体的には、日本・中国・韓国・台湾・シンガポール・タイのアジア 6 カ国のテレビ広告をとりあげる。こうした急速に変容する現在のアジア諸社会とメディアに現れる広告イメージという、一般市民にとってもきわめて身近なものである。したがって、多くの人にアジアのメディアにおける「親密圏と公共圏」を知ってもらうため、本申請の目標は、一般読者でも読めるような書籍『アジア広告の社会学』という新たな研究分野の書籍を出版することである。

### 【活動の記録】

研究会・ワークショップの場合は、開催年月日、報告者と報告題等

調査の場合は、調査年月日、調査者、調査地、調査目的等

その他の活動も含めて、研究期間中の活動について簡潔に記してください。

2012 年 5 月 3 日：受入教員との打合せ

2012 年 5 月 4 日：流通科学大学で開催された日本広告学会 2011 学会年度第 5 回関西支部会に参加し、研究発表（タイのテレビ広告におけるジェンダー役割の変容）や意見交換を行った。

2012 年 11 月 17 日～18 日：駒澤大学で開催された日本広告学会第 43 回全国大会に参加し、「アジアのテレビ広告におけるジェンダー役割の国際比較—日本・中国・台湾・韓国・タイ・シンガポール」の個人報告を発表した。また、出版に関するテーマの研究発表や意見交換を行った。

2012 年 22 日から 2013 年 1 月 7 日まで韓国の Incheon 大学とタイの Thammasat 大学で共同研究者と打合せし、広告サンプルのデータ収集を行った。

【成果の概要】（800 字程度）

本書のデータは、3つに分けられる。①次世代研究「アジアのテレビ広告における家族像」（2008 年の 2,423 本のテレビ広告のデータ）、②博士論文「テレビ広告における文化価値観」（2003 年から 2006 年の 1,737 本のテレビ広告のデータ&過去の日本とタイのデータ）、③科学研究費補助金（若手研究 B）「アジアのテレビ広告におけるジェンダー役割・家族像・外国イメージの国際比較研究」（2011 年・2012 年・2013 年の 6 カ国の広告のデータ&過去の中国の広告データ）である。

以上のように、新たな 2011 年・2012 年・2013 年のデータ分析・考察を踏まえ、今まで掲載された論文をまとめ、書籍を実現したいと考えている。

また、2012 年度において、日本広告学会 2011 学会年度第 5 回関西部会や日本広告学会第 43 回全国大会を参加し、出版に関するテーマの研究発表や意見交換を行った。そして、韓国の Incheon 大学とタイの Thammasat 大学で共同研究者と打合せし、広告サンプルのデータ収集を行った。

さらに、本研究の知見は、従来あまり検討されてこなかったアジア広告の社会学に関する比較研究に貢献する。そして、現代広告に現れる文化のあり方は社会や文化を反映しているため、アジアにおけるジェンダー・家族・外交などの政策の分野にも貢献できると考えられる。また、本研究では、すでに協力関係にある海外協力者との連携を一層強めることにより、〈アジア広告の社会学〉のネットワーク形成にも貢献できるだろう。

9:30 - 10:00	受付 (受付場所: 演習ホールB) 120周年アワード・レポート展示
	自由論題研究報告 会場: 120周年アワード・ホール
10:00 - 10:30	物語広告における感情反応の発生 下村 昌繁 (北海道大学)
10:30 - 11:00	アジアのテレビ広告におけるジェンダー役割 —日本・中国・台湾・韓国・タイ・シンガポールの国際比較研究— ドンヤビタックワンティ・ピヤ (暹羅国立大学)
11:00 - 11:10	休 息
11:10 - 11:40	新ブランドの市場導入におけるテレビCM効果 船本 大吾 (千葉商科大学) 大瀧 直 (東洋大学) 中野 昌徳 (駒澤大学) 亀井 和史 (早稲田大学) 仁科 政史 (早稲田大学)
11:40 - 12:10	テレビCMの表現タイプ別訴求力についての研究 渡田 忠昭 (大阪工業大学) 斎藤 真智 (北・北政経済大学) 石塚 直也 (大阪芸術大学) 本村 正彦 (スー・チー・エー) 西原 英 (奈良大学)
12:10 - 13:10	昼 食
13:10 - 13:40	ユーモア広告の表現—不調和に基づいた方法と分類— 森田 仁美 (早稲田大学)
13:40 - 14:10	期待の媒介変数としての有効性について —教育サービス業の広告コミュニケーション効果を例として— 加藤 利博 (高千穂大学大学院)
14:15 - 14:25	閉会挨拶 (会場: 120周年アワード・ホール) 閉会挨拶 日本広告学会代表者



写真 1：日本広告学会第 43 回全国大会の報告 写真 2：韓国の Incheon 大学の風景

【通信欄】

様式 2

最終成果報告書（ワーキングペーパー）のホームページ公開に関する許諾書

研究成果タイトル

アジア広告の社会学

---

グローバル COE プログラム「親密圏と公共圏の再編成をめざすアジア拠点」に提出する上記の最終研究成果報告書（ワーキングペーパー）の PDF ファイルを同プログラムのホームページに公開することについて、下記のように返答します。

2013 年 1 月 31 日

最終研究成果報告書（ワーキングペーパー）

の執筆者全員のお名前（自署捺印）

記

許諾する。

部分的に許諾する。

許諾する部分を具体的にご記入ください。

完了報告書

下記の理由により許諾しない。

調査対象者の個人情報保護のため

その他（具体的に理由をご記入ください）

将来の書籍出版するため