

アジアのテレビ広告における家族像

— 日本・中国・台湾・タイの国際比較研究 —

Pongsapitaksanti Piya ポンサピタックサンティ・ピヤ
(長崎県立大学シーボルト校 国際情報学部情報メディア学科 講師)

木村 晶彦

(同志社大学社会学部 嘱託講師)

大浦 冬樹

(朝日広告社)

穆 亜萍

(京都大学大学院文学研究科 修士課程)

張 岩

(大阪大学大学院人間科学研究科 博士前期課程)

鄭 詩恒

(台湾 NEC 営業代表)

Angsana Puangmalit プアンマリット・アンサナ

(Communication Director, Account Management Department, Ogilvy & Mather, Thailand)

2010年2月



京都大学グローバル COE

「親密圏と公共圏の再編成をめざすアジア拠点」

Global COE for Reconstruction of the Intimate and Public Spheres in 21st Century Asia

〒606-8501 京都市左京区吉田本町 京都大学大学院文学研究科

Email: intimacy@socio.kyoto-u.ac.jp URL: <http://www.gcoe-intimacy.jp/>

アブストラクト

本研究では、内容分析を中心とした従来の広告研究の立場とは異なり、社会学的・文化論的な観点から、アジア諸国のテレビ広告について国際比較研究を行う。具体的には、日本・中国・台湾・タイのテレビ広告の中で描かれる家族像の現れ方の類似点、あるいは相違点を考察することを課題とする。

本研究の2008年の日本・中国・台湾・タイのテレビ広告(2,423本)における家族像の国際比較結果から、テレビ広告における家族のイメージは、各社会の家族の現実と異なっており、「そうなりうる可能性のあった、ないし、今後も可能性を持ちうる魅力的な家族イメージ」が生成されていることが明らかになった。

キーワード：アジア、家族像、親密性、テレビ広告、メディア

2008 年度次世代研究「アジアのテレビ広告における家族像 ― 日本・中国・台湾・タイの国際比較研究 ―」（研究代表：ポンサピタックサンティ・ピヤ）による成果である。

【メンバー】（ ）内は 2008 年度プロジェクト時点

ポンサピタックサンティ・ピヤ（京都大学大学院文学研究科 博士後期課程）

木村晶彦（同志社大学大学院社会学研究科 博士後期課程）

大浦冬樹（関西学院大学大学院社会学研究科 博士前期課程）

穆亜萍（京都大学大学院文学研究科 修士課程）

張岩（大阪大学大学院人間科学研究科 研究生）

鄭詩恒（台湾 NEC）

プアンマリット・アンサナ（Communication Director, Account Management Department,
Ogilvy & Mather, Thailand）