

(別紙 2)

## 審査の結果の要旨

氏名 高野 光平

本論文は、「テレビCM (コマーシャル)」という視覚的・聴覚的な資料を、その生成の初期に焦点をあてて、文化資源学の立場から多面的に考察した労作である。テレビ放送開始からすでに半世紀、今日では当然に享受されている「CM (コマーシャル)」も、当初から短編映像作品の形で存在していたわけではなかった。この論文では、ほとんどが廃棄されてしまい、また組織的には研究されてこなかった初期 CM フィルム資料を発見し、そのデータベース化の作業に取り組みながら、CM を新たな文化研究の資源とするために、既存の諸概念を整理検討し、そこに作用している歴史的・社会的な構造を浮かびあがらせている。本論文が「文化資源学」と「メディア史」という、二つをタイトルに有するのは、以上のような問題意識にもとづくものである。

序論において、CM の生成期の資料に残る、画面内の「看板」や「生 CM」や「スーパーインポーズ」等に注目して、番組と CM との境界線の相対性を指摘し、メディア研究の諸概念を検討しつつ、「作品」の内容分析にとどまらない「場」の分析の重要性を引き出す。さらに現状での資料アーカイブが、「名作映像主義」に偏して、研究資源を発掘し共有する仕組みとして欠陥をもっていることを、映像制作プロダクションであった「日本テレビジョン株式会社 (TCJ)」保管の 9000 本を越えるフィルムの資料分析 (付編としての収録) を通じて明らかにし、CM を文化研究の資源とするために基礎的な理論枠組みと方法論を構築するという、本論文の課題を導きだしている。

本論においては、「CM 概念の成立過程」として、開局期のビジネス基盤、広告料金体系、CM 文化や作品批評の成立などを丹念に解明し、「番組の CM 性」では、一社提供という仕組みのなかで作られていった、初期 CM の技術と形態を分析している。そうした構造のなかで、「CM の番組性」では、フィルム CM というテクノロジーを背景に、しだいに「作品」として自立するプロセスに光をあて、また「CM と番組の分離過程」では、放送基準等々の整備の一方での、広告代理店主導の市場構造の生成が論じられている。作品性を保証する「CM 著作権」の概念が、しだいに形成されてくるなかで、コピーライターといった職種が 1980 年代にもはやされていく基盤を作っていたプロセスが、「作品」とそれを生み出した「場」から分析されている。

本論文は、時期的には「初期」に戦略的にしぼった考察であり、これに続く時代の CM の多様な展開の本格的な分析は、課題として残されている。しかしながら、CM という素材を、どのように文化資源として活かすかをめぐる、新たな想像力の構築という観点から見て、本研究はパイオニアとして意義深い論点を多く提出しており、著者自身を含め今後の研究の基礎となる優れた貢献である。本審査委員会は、形態資料学の領域において、博士 (文学) の学位を授与するにふさわしいものと判断した。