

環境保全と南北問題の相克

——熱帯雨林・生物多様性の映像受容にみる日本とインドネシアの差

香 坂 玲

本稿では熱帯雨林や生物多様性の保全をテーマとする同一の題材を、異なる南北のグループが視聴した場合、受容に違いはあるのかどうかを検討する。次に、日本人とインドネシア人の学生グループに、熱帯雨林と生物多様性を描いたコマーシャル・フィルム(CM)を視聴した後に、自分たちの視点からCMの改善点を提案するようにグループで議論してもらった。両グループの議論内容に基づき、どのようにCMを受容したかについての分析を行なった。日本人グループのケースでは、熱帯雨林と生物多様性が保全されることは自然なことであり、その賛否自体は議論されなかった。他方、インドネシア人グループからは、熱帯雨林で現在進行中である「負の側面」について注目した提言が相次いだ。また、CMの映像は、彼らにとってのリアリティを反映するものではないということが指摘された。CMが、グループ討論の題材としての可能性を示した。

キーワード：熱帯雨林、オーディエンス、コマーシャル・フィルム、日本、インドネシア

North-South Dimension of 'Reading' Commercial Films:
An international audience study using commercial films on conservation
of rainforests and biological diversity

Kohsaka, Ryo

The conservation of rainforests are contentious issue between the developed and developing countries. This collision or so-called "north-south problem" provides us with a unique opportunity to explore the different perceptions of the same environmental awareness raising material by different groups from north and south. First, the paper reviews the history of environmental politics and treaties, as general background. In the review, the shift in the dialogue arena is highlighted, moving from "east-west" dimension under the cold war to the "north-south" dimension. As an empirical enquiry, a set of Japanese and Indonesia students groups is asked to watch a commercial film (CM) describing rainforests and biodiversity. The group was then asked to give suggestions to improve the CM from their point of views. Both audience groups were asked to discuss within the group participants on the film and the topic. Based on content of the discussion, the perceptions of two

audience groups were examined. The CM was broadcasted in the 1990s as an environmental awareness-raising advertisement. This film from the 1990s is contained in the CM archives at the International Research Center for Japanese Studies. The results from the two groups indicated that the Japanese had perception that the conservation of the rainforests and biodiversity was natural and pros and cons were not discussed. Rather than discussing the contents, or north-south dimension, the discussion focused on experience of watching CM in the classroom. Alternatively, suggestions were made to include on-going negative events and threats to the rainforests from the Indonesian groups. It was implied that the CM did not reflect the "reality" from their perspectives. In conclusion, the perceptions of the CM reflected the political grounds of the two groups. Furthermore, it was demonstrated that the CM is useful material to stimulate group of people to initiate dialogues and discussions on political and culturally sensitive issues. The results indicate the potential of the CM for contributing to the explorations of audience in different cultural settings.

Key Words: Rainforests, Audience Study, Commercial Films, Japan, Indonesia

1. はじめに

熱帯雨林、湿地、河川、サンゴ礁などの環境保全をめぐる議論では、その破壊とあわせて、そこに生息している生物多様性の喪失も注目されるようになってきている。ただし、「生物多様性」という言葉

が含む範囲は、進化の過程でさまざまな形態・適用様式を示すようになった生物の間にもみられる変異性を示す概念であり、葉、食、アミノ酸などを通じて人類の生存基盤の重要な要素として認識されている。単に生き物の数、種類の多さのみならず、遺伝子レベルの多様性、生態系の中での食物連鎖や生殖などの複雑な相互作用にまで及ぶ。その包括性ゆえに、学术界の外では一般的な用語として十分に浸透していない。さらに、生物多様性が損なわれた場合の不利益や危険性が具体性を持つて伝わらないこと、先進国と発展途上国の利害対立が継続していることも普及の足かせとなっている。生物多様性が損なわれることで生じる不都合や、発展途上国が先進国に対して抱えている不満は、日本では一般的には認識されていない。日本を含む先進国では環境の保護が世界的に共有され、コンセンサスであるかのように語られる場合が多いが、実際の国際政治では大きく異なる。熱帯雨林や生物多様性は発展途上国に偏在しており、歴史的には発展途上国が自国の自然資源を開発することで豊かになる権利を主張する一方で、先進国がその保護を訴えてきた経緯がある。

このような先進国と発展途上国での言説の相違は、コマーシャル映像（CM）という映像表現をめぐる表象と受容のあり方にも影響を及ぼしているのであろうか。本稿では、インドネシアの熱帯雨林と生物多様性の保護をテーマとするCMを取り上げ、日本とインドネシアという異なる文脈での「読まれ方」の同一性と相違について考察する。両国は貿易や政府間援助で関係が深く、特に林業や森林

の保全の分野では顕著であり、森林は共通した関心事項ともいえるが、その保護をめぐる言説は異なる。本稿では両国の言説の相違を前提として、討論の内容の分析を通じてCMの受容の差異に注目する。その際に、特に動物の表象と受容の違いに本稿では着目していく。題材としたCMは、二〇〇四―二〇〇五年度の国際日本文化研究センターの共同研究「コマーシャル映像にみる物質文化と情報文化」(代表 山田奨治)のACC賞受賞作品のCMアーカイブスを活用した。ACC賞は、社団法人全日本シーエム放送連盟によって主催されている。CMフェスティバルにおいて、異なる関係団体から構成される委員会の視点から優れているとみなす作品を選考し、それを賞揚するとともに、日本の文化史として後世に残すことを目的としている。

まず本稿では、先進国と発展途上国の対立を軸としながら、熱帯雨林や生物多様性の保護に関する国際政治を概観していく。次に、その国際的な議論において動物の表象が果たした役割について取り上げる。その後、視覚的資料の分析に関する理論的な議論をレビューする。続いて、熱帯雨林・生物多様性の保全を訴えたCMを日本とインドネシアの学生にそれぞれ視聴してもらい、そのCMについてグループ討論をもらったデータをもとに、先進国と発展途上国での言説の相違がCMに対する受容のあり方に影響を及ぼしているのか、その検証を行なう。レビューでみるように、多くの学問オーディエンス・スタディの必要性が指摘されているが、同一の題材について発展途上国と先進国双方のオーディエンスを分析した事

例は、まだ希少である。同時に、両国民の反応の違いを試すという国際比較にとどまらず、理論的レビューや政治背景を踏まえ、環境や資源をめぐる言説や政治的な力学を分析していく。

2. 熱帯雨林及び生物多様性の保護に関する国際政治の概略

環境保全のために、なぜ国際協力や国際協調が必要となってくるのか。この疑問に答えるためには、環境が技術・科学の問題だけではなく、国際政治の流れを理解する必要がある。まず、環境をめぐる国際政治の動向の全体像を概観した後に、熱帯雨林と生物多様性の保護に関する議論をみていくこととする。

一九九〇年代以降に「南北問題」が国際的な環境条約や国際政治の場で登場する背景には、実は「東西対立」である冷戦の終結が関係している。冷戦下では、環境に関する国際交渉が、いわゆる西側諸国と共産主義を掲げる諸国との対話の場(少なくとも対話の努力を継続させる場)として、象徴的な役割を果たしていた面がある。軍事や人権などのトピックと比較して、環境は両陣営が歩み寄りやすいことが背景にあった。欧州における酸性雨の問題は、冷戦下での対話継続という政治的な動機と、実際に湖水や森林などに被害があった北欧諸国の利害が一致して国際的な条約が成立した経緯がある(香坂、二〇〇六)。非政府組織(NGO)などの市民レベルでの交流も、実態としては平和や人権に関わる運動であつても、建前

として環境という看板を活用するケースが多かった。例えば、冷戦の終結を招いた一九八〇年代のハンガリーにおける民主化運動の多くが、環境団体という名目で登録された団体によるものであり、体制変換を促す原動力となった。

冷戦の終結と同時に、環境に関わる国際的な環境条約や国際政治の場で、皮肉にも「南北問題」が顕在化する（宮田、二〇〇六）。冷戦という東西の政治的な綱引きのなかでは、地球規模での環境条約の交渉は複雑化した。また、相手方の陣営に組み込まれることを恐れ、発展途上国における圧政や汚職に対処を迫ることを躊躇する遠慮もあった。冷戦が終わると、地球規模での環境条約の交渉を行なう土壌が整い、さらに先進国は発展途上国に対して、「経済支援・援助の効果改善」、後には（汚職の削減や行政の説明責任の遂行などを迫る）「良いガバナンス」などを掲げて体質の改善を迫った。一方の発展途上国も「宗主権」「自ら開発する権利」を主張した。一九九二年のいわゆる「リオの地球サミット」は、正式の会議の名称が国連環境開発会議であることから分かるように、「環境」を単独で話し合うのではなく「環境と開発」が一つのセットとなつて政治的問題として国際的に認識されるに至ったことを端的に象徴している。

例えば、生物多様性の宝庫である熱帯雨林保全に関する議論では、先進国と発展途上国の貧富の格差と資源の分配の公平性など、いわゆる南北問題が一九八〇年代後半から現在までの焦点となつてきた。熱帯雨林の破壊に関しても、熱帯雨林消失の原因として、貧

困と人口圧力、地元住民による焼畑、企業による伐採、木材貿易による輸出入の是非などが日本の学術誌や新聞で議論の中心となつていた。貧富の格差や木材貿易など、南北問題の要素が論点となつていくことが分かる（Kohsaka, 2000）。より過激な例では、一九八〇年代は「熱帯雨林消失の原因は地元の焼畑文化」と主張する商社の漫画広告や、「日本は熱帯林から出て行け！」と書いた国際的 NGO の垂れ幕などもテレビで放映された。一九九〇年代以降も、発展途上国は、先進国はこれまでの歴史を踏まえ、より大きな負担を担うべきだとし、森林や生物多様性保護のためには、「共通だが差異ある責任」「自然資源の宗主権」「先進国からの技術移転」などを国際交渉の場で提唱してきた。一方の先進国は、「共通の責任」「地球規模での環境条約と保全」「技術や特許の知的財産権」などの重要性を強調してきた。結果として、国連環境開発会議で採択されるものが期待された世界森林条約は、法的拘束力のない声明に落ち着いた。また、採択に至つた生物多様性条約、気候変動枠組条約、砂漠化対処条約においても、南北対立によつて条約の内容は後退を余儀なくされた。

要約すると、「東西対立」のもとでは、その中立色ゆえに環境に関わるトピックや条約が政治的交渉の題材として選ばれたが、一九八〇年代後半にかけて、それは南北が対立する政治的な空間へと変質していった。東西対立では、政策担当者や政治家など比較限定された参加者が国連、経済協力開発機構などを舞台に交渉してきたことである。科学者との連携や、冷戦終結にかけての NGO

の活躍もあったが、全般的にはいわゆる政治的なエリートによる交渉であった。東西から南北対立へと焦点が移行すると、対立する政府が単純に入れ替わっただけではなく、意思決定に参加する層が広がった。環境保護団体などのNGOの台頭、漫画やデモンストレーションなどを通じた関係団体のメディア戦略の先鋭化などが特色となっている。「南北」といっても、先進国のNGOが発展途上国の政府と共闘するケースも多く存在し、単純に先進国と発展途上国の政府が対立しているわけではない。本稿のテレビCMも、このような南北問題が激化していく過程の時代に放映されたものであることに留意する必要がある。

3. 動物の表象の果たした役割

前節では、熱帯雨林や生物多様性の保護をめぐる交渉が南北問題と結合していく過程をみてきた。それは、テレビ、新聞、街頭でのキャンペーンなどで注目されるかどうか、交渉の方向性を決定する上で重要度を増してくるプロセスでもあった。「南北問題」「表象」に注目する理由が列挙されたが、なぜ動物なのかという疑問にも答えておく必要がある。本稿で、特に動物の表象と受容の違いに着目していく理由として、注目を集める道具的な存在として動物が利用されてきた経緯を指摘したい。この節では、特に熱帯雨林や生物多様性の保護という文脈で、なぜ動物の表象を取り上げる必要があるのかを議論する。

テレビCMを含め、映像、冊子、テキストのなかで、生物多様性の重要性を広く訴える手法として、保護すべき場所に動物を効果的に登場させることが一つの定石となりつつある。湿地であれば渡り鳥、サンゴ礁であれば熱帯魚など、保護すべき「場」の価値とその保護のための共感を呼び起こすアイコンとして決定的な役割を果たしている。短時間で明確なメッセージを伝えなければならないCMや、報道機関に注目されることが経済・政治的に重要となる国際機関やNGOのメッセージでは、尚更重要である。短時間で、なるべく広く共感を呼ぶため、微生物や昆虫よりも親しみがある哺乳類が多用される。哺乳類が昆虫よりも重視されるという点は、本稿が分析対象とするCMにおいても当てはまる。このように、動物、特に哺乳類は自然の一部として、その価値を集約して伝えるアイコンとして登場するケースが、生物多様性の議論では多い。

「人は国籍を問わず動物を愛し、その思いは共通である」という一般的な神話が心地よく響く。しかし、現実には動物の表象は、文化間の距離や差異を強調する道具的な役割も果たしてきた。動物の扱いをめぐる対立では、実は異なる人間の集団や社会の政治・宗教的対立が背景にあることが多い¹⁾。例えば本稿の焦点は、先進国としての日本と発展途上国としてのインドネシアの対立にあり、動物の表象を介して二種の人間社会の力学を分析対象としている。捕鯨実験動物、食事などが国際的な摩擦の種となってきたように、動物の表象が、国際と国内を問わず異なる集団の線引きのきつかけとして作用しうることを示す事例には事欠かない。例えば、英国では動

物実験をめぐる対立が激化し、日系企業を標的にしたポイコット運動なども生じた (Elliott, 2003)。

このように、動物の表現や表象は感情や文化的対立の要素をはらんでおり、分析者の視点や立場の中立性が問われる題材である。具体的にどのような領域を対象として、メディアの表現とその視聴者への影響を理解することが妥当であろうか。次節では、方法論について考察を行なう。

4. 方法論

熱帯雨林の保全と生物多様性の保全をめぐる議論では、南北の対立を背景に動物のメディアでの表象が焦点となる。そのメディアや広告における視覚的題材にアプローチするための方法論は、「画像」「生産」「視聴者」の三領域に大きく分類される (Rose, 2001)。定量・定性の対立ではなく、研究対象による領域である点に注意してほしい。

第一に「画像」の領域では、絵やイメージ自体を分析する。美術的な絵画構成の解釈論、広告への記号論、心理学によるアプローチなどが該当する。専門家だけが読み解けるとされていた絵画や広告を、段階的にステップを踏んで解釈していくことで科学的な議論へ結びつけた。ただし現実には、「どこでどのように発信されたものなのか」という文脈から独立して人々がメッセージに接することはほとんどない。同じ店の看板でも、美術館にある場合と街で見かけ

る場合では解釈が異なる。従って、同じ雑誌で過去二〇年間の表現がどのように変化してきたのかを調べるといったように、ある程度限定された仮説を検証するのに留まるパターンが多かった。

「生産」の領域では、マス・メディアなどで流される映像や広告の組織的な構造や力学の分析に焦点を絞っている。映像や図を商品とするならば、その流通過程に注目している。内容自体よりも、その内容を創り、流通させる構造が主題となっているために、行政や社会へと分析手法は及んでいく。また、環境広告を出稿している企業へのヒアリングなどもこの領域に含まれよう。トヨタ自動車、キリンビール、NTTドコモなど代表的企業による環境広告の特質、企業側の考える演出や社会心理に関する詳細な研究が発表されつつある (関谷, 二〇〇五)。

さて、「画像」も「生産」も焦点は専門家や生産する側を主に対象としてきたが、市民や消費者として世論や市場を形成する受け手の分析として「視聴者」も重要な分析対象であった。古くは、ある広告の効果を測る手法として、投票行動や消費者としての嗜好のデータ分析が存在してきた。特にドイツや日本で独裁体制を誕生させた、投票者や国民の行動などが注目された。しかし、最近では「単一で統一されたメッセージがある」という前提が批判され、読み手のなかに見出される多様性が注目されるようになってきた (山口, 二〇〇一)。米国のメディア学者 Thompson (1995) は、マス・メディアという言葉の裏にある、単一で均等な「マス」というのは学者の勝手な想定であると切り捨て、実際に解釈という行為は、人と話し、

笑いなどの感情を伴いながら繰り返し反芻して行なわれる、非常に能動的で活動性のある行為だと述べている。受動的で単一な集団から、意味をめぐる駆け引きを行なう集団へと「視聴者」の見方が転換したために、研究の方法にも変化が生じた。例えばスクリーンに映し出される映像や写真を使用して研究を行なう場合でも、グループ討論を行なうというように、対象者がより積極的に関与していく形態の調査がみられるようになった。環境行政でも、専門家主導のトップ・ダウンから住民の参加を配慮することが主流となってきた時期と重なり、方法論の議論に留まらない大局的な変化であった。

熱帯雨林破壊の議論を上記の三類型で分類すると、どの領域に注目が集まったのであろうか。焼畑を非難する商社の漫画も登場したし、国際的なNGOなどは、地元住民の脅かされる生活や熱帯雨林の動植物の美しさを強調する写真を多く用いた。破壊の原因に対する認識では全く対立する両者であるが、双方が自分たちの主張を象徴する「画像」を生産し、視覚的なシンボルの威力を利用していた点は共通している。当時の科学者によるメディアへの指摘の多くは、専門家の立場からの「画像」の解説や誤謬の指摘であった。当時の緊迫した空気の中からは、画像の流通した構造や力関係、視聴者の受容などへはあまり関心が払われなかった。視聴者という視点からは、熱帯雨林破壊の映像をどのように解釈し、どのような論点に共感や疑問を感じたのか。企業、NGO、科学者にとつて重要な情報であるにも関わらず、その反応を記録した資料は多くはない。

本稿では、データ収集の段階においてオーディエンスに注目する

以外に、分析の枠組として既存研究の分類を参考とした。既述のように、データ収集の段階では、研究者が題材の解釈を行なうのではなく、被験者であるオーディエンスが自身で題材についてのグループ議論をしてもらった。さらに、グループ議論の内容を分析する段階では、過去の動物を扱う広告やCMの経験に基づいた議論を踏まえ、その形式や区分を借りた。本稿では、既存研究としてテレビCMにおける動物の表象を分析対象としたフリットナー(二〇〇七)の議論を踏まえ、その枠組であった愛着、栄養、道具、自然の一部、シンボルという五カテゴリーの適用可能性を、日本とインドネシアで放映されたCMについて検証する。五類型はLernerとKalof(1999)をもとに、フリットナーが考案した形となっている。LernerとKalof(1999)及びフリットナー(二〇〇七)は、双方ともに「テレビにおける動物の表象を用いた広告」を対象としており、本稿で参考とするのに特化し、適している。ただし、本稿の対象とする広告は特定の企業ではなく、企業連合の広告であり、より公共広告に近い性質となっているという違いはある。また、欧米と日本(及びインドネシア)という放映された文化と地域の違いを前提とした上で、類型化の妥当性について検討する必要がある。

具体的には、LernerとKalof(1999)に基づいたフリットナー(二〇〇七)による枠組を説明すると、以下の類型となっている…

- 一 (ペットや心の交流がある) 愛着の対象として動物として。ペット食品の広告において顕著である。

二 対照的に（蚊などのように人間を邪魔する）迷惑な存在として。保護や予防などの広告で顕著だが、ユーモラスなケースも見かけられる。

三（動物を異なる目的の道具として。食品や家畜、レクリエーション、輸送など）さまざまな用途のための効用主義的な見方である。ウイスキーの宣伝にみる乗馬、乳製品、ミルクチョコレートの宣伝の牛など。

四 自然の一部として。車が登場する広告の背景として、熱帯雨林で飛ぶ絶滅危機種の鳥など。

五 シンボルやアレゴリーとして。特別の特性のシンボルとして、ブラックパンサーがタイヤのパワーやスピードを象徴するケースなどが相当する。また、プロや専門家として、ネズミがチーズを擬人的に買っているケースなど。

オーディエンスからのコメントを分類する際についても上記の類型を参考とする。本稿で密接に関連してくるのは、四の類型と容易に想像されるが、その他の類型についても念頭におきながら、異なる類型の相互作用についても考察する。特に注意を要するのは環境保護を訴える表現では、動物や森林の栄養源や道具としての側面は切り捨てられがちだということである。言い換えるならば、地元の地域社会の生活者としての視点や日常生活よりも、先進国の視聴者が想像する自然を表現し、満足させることを重視している。

5. 題材となるCMと日本とインドネシアのオーディエンス

具体的なインタビューでは、実際に両国で放映された「インドネシア森林共同体／インドネシアの森林保護」というCMを用い、両国の学生のグループ（インドネシアについては日本への留学生在が対象）にそれぞれCMについて自由討論を行なってもらった。その際、「自分が作り手であれば、どのようにCMを改善し、作り変えていくのか」という論点を提示した。議論を活性化させ、同時に方向性を持たせることと、CMを完成されたものではなく、自ら視点から改善点を出していくことが可能であるという問題意識を持つてもらう意図から、調査者の側から論点の提示を行なった。

題材について説明をしておく、視聴してもらったCMは一九九五年ACC賞受賞作品である。主体となっているインドネシア森林共同体は、現地の林業・製紙企業を中心とした団体である。関係者の話では、CM作製にはインドネシア政府の後押しもあったとのことである。日本では一九九四年にフジテレビによる森林伐採に関する番組の際に放映され、それぞれが三〇秒の三部構成となつている。番組の合間に、三パターンがそれぞれ一回のみ放映されるという「一回打ち切り型」の特殊なCMでもあった。一方、インドネシアでは、通常の番組で複数回放映された。

CMでは、色彩豊かな映像で熱帯雨林の動物・植物が二、三秒程度の頻度で切り替わりながら映し出される（図1）。映像の上に文

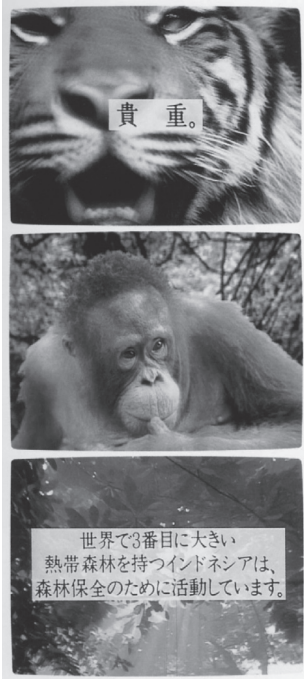


図-1：CM「インドネシア森林共同体/インドネシアの森林保護」

(出典：一九九五年 ACC CM 年鑑 全日本 CM 協議会 誠文堂新光社)

字が表われる形式で、肉声による朗読がない（二カ国での放映を容易にした要因ともいえる）。色鮮やかな映像とそれを盛り上げる音楽と鳥や動物の鳴き声の音響効果で始まり、終盤は静かに文字を読ませる構成となっている。台詞の内容は、まずは熱帯雨林の価値を、次にその危機を訴えている。直後でその危機が人間に及ぼす影響に言及し、インドネシアでは森林保全が行なわれている事実と、それが世界のためであるという訴えへと収斂していく。三部作の最後のバージョンのみ、「想像してください。森林のない世界を。」という始まりで、熱帯雨林の価値や危機を訴える部分を飛ばして、人間に及ぼす影響からスタートしている。その後は、植林などインドネシアでの森林保全活動について詳細に触れている。これは、既に前もって放映されている二つのバージョンで、熱帯雨林の価値が訴えられている効果を勘案していると考えられ、基本的には、「保護価値」、「危機」、「人間社会への影響」、「自国の保護活動のPR」、「世界のため」という順番と構図に三部作とも変化はない。

調しておきたい。
では、具体的にCM視聴後に観察された両国からの学生の反応を描写していく。CM映像（三篇各三十秒）を視聴後、「自分たちが製作者であればどのようにCMの映像、テキスト、音響を変えていくか」という題目で、三〇分程度を目安に議論してもらった。議論の方向性や

次に参加者について若干説明しておく。両方のグループの参加者は、東京大学の森林科学専攻の学生グループで、日本人は四年生、インドネシアの場合は大学院の留学生から構成されるものであった。森林保全というテーマに比較的馴染みがある層を対象としたのは、題材が分らないという理由で議論が拒否されたり、混乱したりすることを避ける意図があった。一方で、自主的に集まってもらう形式のため、日本人グループは九名、インドネシア人グループは四名という人数のばらつきが生じてしまった。また、言語についてもインドネシア人には、日本語のナレーションからの翻訳文を手渡した（ただし、三名のインドネシア人が母国語でCMを視聴したことが過去にあった）。各グループ一回限りの議論であること、専門分野の限定、人数のばらつきなどから、本研究の結果が両国の代表的な意見を反映するものとはなっていない（往々にして、社会は一枚岩のオーディエンスではなく、代表的な意見も存在しない）。しかし、このような限界を踏まえた上でも、二つの国で共通して放映された題材で、利害が対立しているテーマについて、

展開に影響を与えてしまわないよう、調査者の側からの指示は最小限に留めるよう、配慮した。日本人グループ、インドネシア人グループ共に、映像美、体験としての新鮮さなど、最初の反応は好意的であった。

日本人グループでは、特に「完成品」という言葉に認識されるように、受け手としての距離を取る態度が先行した。その後も、日本人グループの議論は、素人がCMを批判することの限界、プロの完成度は高すぎるといった、CM批判に対する「敷居の高さ」が主題となった。歴史的に、昔はメディア業界におけるCM製作者の地位が低かったことを考えると、CMの地位の変化が読み取れる(山田、二〇〇六)。他にも「観光業と環境保全のどちらが目的なのか不明」といった製作意図の不明確さ、CM製作者の情報不足など、比較的CMという題材に終始した議論となった。CMの製作の動機として、日本人向けの観光を意図しているのか、保全活動を呼びかけているのか、意図がよく分からないことが議論となった。方法論の三分野でいえば、「生産」の領域にやや偏った議論となった。全体としての感想では「他の学生と議論したことが新鮮であった」、「これまでは映像やCMに受動的であったことを自覚した」など、題材としてのCMに関するものが多かった。日本人のグループ議論の内容はCMという題材がテーマとなつてしまったので、方法論で提示した'LernerとKalof(1999)に基づいたフリットナー(二〇〇七)の枠組を適用するのは、困難を伴う。動物の表象についてのコメントはほとんど見受けられなかった。強いていえば、当初の映像美や

完成度の高さについての言及が相当すると思われる。

インドネシア人グループも、最初の感想は日本人と類似して映像美を称えるものがほとんどであった。インドネシア人の国民として熱帯林の映像を誇りに感じる、という意見も出た。また、日本人の反応について「きつと興奮し、熱帯林の重要性について認識するだろう」と推測する学生もいた。このような最初の感想の後は、CMの熱帯雨林の表象としての適切さ、代表性、自らの体験との比較など、熱帯雨林という内容に関して批判的な議論が行なわれた。

具体的には、最近の森林火災、破壊の進行速度、違法伐採の問題といった熱帯雨林の「負の側面」への言及の欠如が指摘された。ここでは「熱帯雨林の『本当』(real)の状態」という単語が繰り返し話題となった。「自分であれば森林破壊の映像をいれる」、「森林破壊が進んでいる進行の速度について、統計的な数字を挿入することで世界に危機を訴えたい」、「綺麗な動物だけではなく、絶滅の危機に瀕している動物の現状を伝える映像が必要だ」という具合に、CMの構成についてアイディアの交換が盛んに行なわれた。特に動物の表象をめぐるのは、一九九八年の森林火災の体験と、その火災後に熊が餌を求めて通常は食べない樹種を食べていた話など、非常に具体性に富むエピソードなども交えたものであった。追加される現状や実情として列挙されたトピックは、森林の劣化・破壊、絶滅に瀕する動物、熱帯雨林が世界にもたらす便益、森林資源に依存する人の数(六割が都市部以外の地域社会で生活している)となつていった。

フリットナー(二〇〇七)の枠組を適用すると、CMでは(四)の自然の一部としてのみ表象される動物が、実は地域の災害や社会に大いに影響されることを、参加者は指摘している。つまり動物の表象が自然の一部であるだけではなく、社会的な存在であることを強調している。また、熱帯雨林や野生動物の保全の負担をめぐっても、便益が世界的に共有されるものであるならば、世界的な支援を受けなければならない、南北問題の際の典型的な主張がなされた。世界に熱帯雨林便益を訴える際に、動物の表象の特別な役割についても参加者は認識しており、美しい映像だけではなく、絶滅や窮状を訴えるべきだという意見であった。

6. 結論

同じ映像とナレーションを視聴したにも関わらず、二つのグループでは、テーマ化するトピックは大きく異なっていた。南北の費用負担問題や価値観の衝突よりも、グループ内で議論されるトピックそのものが大きく異なっていた。ここでは一回の議論であったので、偶然であったのか、統計的に有意な現象なのかの検証はできない。このような限界を認識しつつも、グループ内での議論過程と方向性から、同じ題材の異なる側面をテーマ化させる力学について若干の考察を行なう。

日本のケースでは、熱帯林、生物多様性、動物などが、「背景」として意識され、議論の前面に出てくることはなかった。描写され

ている主題が議論されないという現象をどのように説明できるであろうか。学生同士で議論することの気恥ずかしさや、表明されたようにCM自体の目新しさもあつたのであろう。また結果で述べたように、参加者と研究者のCMやCMを批判することに対する敷居の高さや目線の違いも影響していたのであろう。ただし、議論されない事実を理解する上で見過ごしてならないのは、「熱帯雨林は美しく保全される対象」という前提を自明のものとして、その事実を訴えたCMの論理構成や内容は議論にならなかった可能性も高いということである。実際に、当初の完成度の高さは、CMの論理構成を是認する論調が高かった。前提や論理構成の批判や問いかけが行なわれず、題材(CM)そのものが議論されたという考え方ができる。

逆にインドネシアのケースでは、熱帯雨林の保護価値には同意しつつも、具体的な改善案が出された。CMで表象される美だけではなく、火災、違法伐採、動物の保護など、現実を伝えるべきであるというものである。CMが構築した熱帯雨林のなかの生物多様性の表象は、先進国の国民には「自然美」であっても、途上国の国民には現実の課題を反映していないもの、自然ではなくリアリティに欠けるものという「読みの南北問題」を生じてしまうことが示された。二グループの反応の差は、国際的な生物多様性や熱帯林をめぐる議論の縮図―先進国が保護価値を打ち出す一方で途上国が費用負担や開発の権利を訴えるという対立―にもなっている。同時に、その対立を理解しメッセージや映像に対してより自覚的になる、つま

り、自分にとっては自然で自明な表象であつても実は多様な読み方が可能であることを理解する手段として、CMを使ったグループ議論が有効となりうることを、今回の結果は示唆している。

愛着、栄養、道具、自然の一部、シンボルというフリットナー(二〇〇七)の枠組の動物に関する五カテゴリーのなかで、自然の一部というカテゴリーをすんなりと受け入れた日本人グループに対して、インドネシア人グループは批判的な意見が目立った。そこでは、自分たちにとつての「現実」と表現されている「自然」との乖離、また動物も火災や貧困などの要因に影響され、自然だけではなく社会の一部でもあることが指摘された。栄養や生活の場面の道具としての側面と、自然の一部としての描写の分離を危惧するものもある。もともと五類型は、数多くの異なる広告のなかの動物表現を分類する枠組であつたが、同じ作品のなかでの分離や連結などのカテゴリーの相関関係に関する研究も可能と思われる。表現されているCMの分類だけではなく、オーデイエンスの視点から批判的に、独自の改善点や不自然さなどを指摘することは、広告を成り立たせている前提や論理構成を再認識していく上で有効であろう。

方法論の側面では、グループ議論を通じたオーデイエンスの調査という方法論の側面では、インドネシア人グループでは想定した方向、つまり南北問題や熱帯雨林保全のアピールの仕方について議論が展開されたのに対して、日本人グループにとっては、題材としてのCMの敷居の高さが目立ってしまった。日本人の学生の感想では、他の人の意見や感想との違いなどを踏まえ、参加者がより自覚

してCMを見つめていきたいという、メディア・リテラシー的な効果はみられた。しかし、熱帯雨林地域における観光業の振興に言及はあつたものの、熱帯雨林や環境に関する踏み込んだ発言は少なかった。両国の学生間の知識の多寡、問題意識の違いもあるが、映像を用いた聞き取り調査やグループ議論が講義や日常生活で一般的ではない以上、日本人を対象とする場合は、全般的な発見や反省以上に踏み込んだ感想や議論を引き出す工夫が求められる。また、調査者が身近で親しみやすいものとして想定したCMという題材であつたが、実際の参加者には「完成品」でコメントがしづらいといった認識の差が生じた。さらに、森林科学を専攻していれば植林、南北問題、貧富の差と環境保全などについて知識があるものと想定していたが、少なくともグループ議論のなかで言及されることはほとんどなかつた。

オーデイエンスの領域が注目される背景について説明したが、本稿の結果はそのデータの取り扱いの難しさを示している。日本とインドネシアの議論の内容の非対称性などは、グループ議論という自由度の高い状況が生み出した結果である。また、調査者と参加者の題材に対する親近感や批判の容易さの違いなどの誤算もあつた。このように、オーデイエンスの反応と議論が想定外の方向にいったことも事実であるが、南北問題や自然保護など抽象的で倫理的な事象について、日常の言葉で活発な意見交換できた場面もあつた。このようにCMアーカイブスを活用することは、(コピーライター、会社情報など)CMの生産について記憶をとどめると同時に、生産

した時代の問題や社会的な事象を伝える役割も果たすことも可能であろう。オーディエンス・スタディの領域では、オーディエンスが分析されると同時に、オーディエンスが視聴や議論の体験を通じて、自らの視点や前提としていた事柄の再点検と相対化を行なう場ともなりうる。視覚的な題材の内容を分析することも大事だが、同一の題材を自分とは異なる集団のオーディエンスがみた場合の反応を知ること、自らの視点や文化と、対立する集団の視点への理解を深める機会ともなりうる可能性を秘めている。今後もCMアーカイブスを活用した、実験的なオーディエンス領域の研究が待たれる。

注釈

本稿では、主に動物の表象と国際的な受容の違いに注目したが、国内にも異なる集団の価値観の違いを内包するような動物の表象に関わる事例は存在する。ここでは、共同プロジェクトのアーカイブスにも登録されている二つのCM作品を紹介し、将来的な研究課題とアーカイブスの有効性を指摘しておく。

最初のCMは、一九九四年に八景島シーパラダイスの広告で使われた「シロイルカ こども」という作品である（一九九五年ACC賞受賞 アーカイブスのID199600082）。映像は、イルカが泳いでいる水槽をやや遠方の正面から捕らえている。水槽の下のほうに、比較的小さく子供が二人写っており、水槽の大きさを強調している。視聴者に背を向けたまま、子供は身動きせずにいることから、集中して見入っている様子が伝わってくる。イルカは腹と顔が

視聴者に向けながら、上下に泳ぎ回りつつ、飛んでいるかのような開放感を与える。ゆつくりとリラククスした成人男性の声で、「海がくれたおもちゃ箱」というナレーションが流れる。

もう一つの作品は、一九八七年に放映された公共広告機構の「ベツト公害」をテーマとした広告である（一九九八年 ACC賞受賞 アーカイブスのID198900086）。雨の降っている、薄暗いガードレール下のような光景が映し出され、ゆつくりとゴミ箱がクロージアアップされていく。テンポの遅い悲しげなバイオリンの音楽が流れる。ゴミ箱のなかから、子猫が顔を出し、成人男性の声でゆつくりと「最近、壊れたおもちゃのように猫を捨てていく人がいます」というナレーションが流れる。

二つのCMに共通して、動物の表象と「おもちゃ」という言葉が使われている。最初のCMにおいては、動物であるシロイルカが子供に喜びを与える存在として、おもちゃという言葉が連想的に用いられている。一方で、後者のCMでは、命をもたない物体として動物が取り扱われている状況を告発する言葉として「おもちゃ」という言葉が使用されている。動物が喜びや親近感をもたらす存在であるということを前提に、前者のCMでは水族館を訪れることを誘っており、後者ではペットの窮状を訴えている。

動物園や水族館という動物にとつては「不自然」な場が、子供にとつて楽しみをもたらす道具、おもちゃであるという表現は、視聴する集団や文脈によつては問題視される可能性がある。高い費用を負担してでもサルが上下の縦方向にも移動でき、サルのストレスが

軽減される檻を設計することが専門家の間で議論されている今般、子供の側のみの楽しみを追求している表象は、将来的には波乱含みであるともいえる。次にペット公害の事例は、動物の表象を介して日本社会内部で摩擦を顕在化させている。子猫の無垢さと困難な先行きを暗示し、「痛みを共有できる「我々」への連帯を呼びかけている。共感の呼びかけに終始している構成となっており、ペットを捨てることの法的な罰則や、ペットを捨ててしまう『彼ら』を描いていない点で、動物福祉団体のなかには批判的な見方もある。二つのCMでは、南北問題や環境保護の問題を取り扱っていないものの、日本という社会的な集団のなかにおいても、動物の表象を介して、異なる利害や嗜好が表面化しうることが分かる。

謝辞

本原稿は、二〇〇四―二〇〇五年度の国際日本文化研究センターの共同研究「コマージュナル映像にみる物質文化と情報文化」(代表山田奨治)の成果の一部である。特に同研究会におけるACC賞受賞作品のCMアーカイブスの活用が不可欠であった。

また本稿を書くに当たり、二〇一〇―二〇一一年度文部科学省特定領域研究公募研究「サンゴ礁学」『人とサンゴ礁の共生・共存系構築のためのパブリック・リレーションズ戦略の策定』(代表関谷直也)の助成をいただいた。

東京大学では、グループ議論に参加した学生からは貴重なコメントをいただいた。神崎護氏(京都大学)及び井上真氏(東京大学)

には、原稿の推敲や熱帯雨林に関する当時の議論についてご教示いただいた。

尚、本稿は日本熱帯生態学会ニューズレターに発表した成果(日本人学生へのインタビューの結果)を発展させたものである。

注

(1) 動物が自らを表現し、反論する手段が著しく限られており、究極の他者が「動物」であることを問題視する、デイープエコロジーなどの運動や学派も存在する。

引用文献

- Elliott, Valerie (2003) Japanese firms face animal protest violence, *Times*
 ニコヤエル・フリットナー (二〇〇七) 走る動物―従属と恐れの間 『文化としてのテレビ・コマージュナル』世界思想社：一八三―一九四
 Kohsaka, R (2000) Gift und Tabu. Bemerkungen zur japanischen Tropenwalddebate. In: Fichter, M. (ed.): *Der deutsche Tropenwald Bilder, Mythen, Politik*. Frankfurt a. M./New York (Campus): 214–223.
 香坂玲 (二〇〇五) メディアと熱帯雨林の表象：視聴者の受容についての試論、日本熱帯生態学会ニューズレター、一六：九―一三
 香坂玲 (二〇〇六) 政治化する酸性雨という物語：欧州諸国とドイツで、井上真・鷺谷いづみ『森林環境 二〇〇六』森林文化協会：四〇―四八
 Lemert, Jennifer E.; Kalof, Linda (1999) The Animal Text: Message and Meaning in Television Advertisements. *The sociological quarterly*, 40(4): 565–586
 宮田春夫 (二〇〇六年) 開発途上国と地球的「環境」条約：一九八〇年代末に大きく変わった地球的レベルの「環境」条約、望月克哉「国際環境レシームと発展途上国」アジア経済研究所：一一―三八
 Rose, Gillian (2001) *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation*

of Visual Materials, SAGE Publications

関谷直也 (二〇〇五) 『環境広告』の広告戦略、広報研究、九：五六―七一

Thompson, John (1995) *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Polity Press

Westcoat, I., Jaime (1998) "Right of Thirst" for Animals in Islamic Law:

A Comparative Approach, Wolch, Jennifer and Emel, Jody "Animal

Geographies: Place, Politics, and Identity in the Nature-Culture

Borderlands' Vega : 259-179

山田奨治 (二〇〇六) 『文化としてのテレビ・コマーシャル』世界思想社

山口誠 (二〇〇二) 第一章 メディア(オーディエンス)、吉見俊哉 「知の

教科書 カルチュラル・スタディーズ」講談社：五二―九二