慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	「特集」に寄せて
Sub Title	
Author	藤田, 結子(Fujita, Yuiko)
Publisher	慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所
Publication year	2008
Jtitle	メディア・コミュニケーション : 慶応義塾大学メディア・コミュニケーション研究所紀要 (Keio media communications research). No.58 (2008. 3) ,p.3- 3
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	特集 : トランスナショナル時代のコミュニケーション
Genre	Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AA1121824X-20080300-0003

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

「特集」に寄せて

慶應義塾大学メディア・コミュニケーション研究所
藤 田 結 子

90年代以降，「トランスナショナル（trans-nation-al）」という用語が，さまざまな研究分野でバズワードとなっている。アンソニー・ギデンズが指摘するように，グローバリゼーションは在来型の国民国家の縛りを緩める一方で，地域的ナショナリズムの台頭を誘う。そのため，「ネイション（nation）」という共同体の行方に対する関心が高まったといえるだろう。しかし，これまで多くの思想がそうであったように，「トランスナショナリズム」論は一過性の流行にすぎないという声もしばしば聞かれる。

思想潮流に関して言えば，その可能性は否めない。しかし，われわれは日常生活の中で，人，資本，イデオロギー，技術，あるいはメディアが国境を越えて流入していることを実感している。今後この傾向が衰える可能性は低いだろう。本特集は，このような社会状況の中，メディア・コミュニケーション研究で重要視されてきた２つの問いに取り組むことを目的とする。

まず，国境を越える人々は，メディアやパーソナル・コミュニケーションを通して，日本人としてのアイデンティティや，西洋という「他者」への認識を，どのように形成・再形成しているのだろうか。藤田論文は，今日多数の若者が欧米都市に移住している現象の分析を試みる。そして，テレビ番組や映画を通して構築される外国イメージが，若者の移住動機形成を促すことを明らかにする。近藤論文は，ロンドン駐在家庭の子供たちが日本発「グローバルメディア」を受容しつつ，「日本人」アイデンティティを発達させていく様子を報告する。望月論文は，「異文化間コミュニケーション」の批判的考察を行う。米国の日本人学校において高校生たちが位置取りのポリティクスを繰り広げながら，「日本人化」していく過程を分析する。

つぎに，国境を越えるローカルなメディアや大衆文化は，どのようにグローバル化していくのだろうか。岩本論文は，敗戦直後，新聞掲載されたアメリカ漫画『ブロンディ』の受容を取り上げ，日本で「夫の家事労働」が日常生活実践に取り込まれなかった理由を考察する。大山論文は，広告や化粧品ブランドを例に，「日本ブランド」の自明性が失われつつある現状を分析する。上記のうち４本は英米の大学に提出された（る）博士論文を発展させたものであり，いずれも現地での調査に基づいている。

以上のように，本特集は色々な意味で「トランスナショナル時代」を反映している。思想潮流においてこのことばがいつか色褪せるとしても，本特集が今日の社会状況を鮮明に描き出し，上記の問題の理解の一助となれば幸いである。