

論文審査要旨及び担当者

報告番号 甲 乙 第 号

氏名 北澤 茉奈

論文審査担当者

主査 慶應義塾大学文学部英米文学専攻教授

文学研究科委員

井上 逸兵

副査 杏林大学外国語学部教授・学部長

坂本ロビン

副査 成城大学文芸学部准教授

水澤祐美子

論文題目 Corporate Profiles as Public Narratives: Exploring Quantitative and Functional Inquiries to Critical Discourse Analysis (公的ナラティブとしての企業概要：批判的談話分析への定量的および機能的アプローチの探求)

本博士号請求論文は、企業の「企業概要 (Corporate Profiles)」を公的ナラティブと位置づけ、批判的談話分析 (CDA) と選択体系機能言語学 (SFL) を組み合わせた定量・混合分析を用いてその変遷を明らかにするものである。Fortune 500 企業の企業概要 (1998 年、2005 年、2021 年) を対象に、トピックモデリング、感情分析、リーダービリティ分析を実施し、企業の言語選択の変化を分析した。

従来なされなかった新規な分析手法で、ナラティブとしての企業概要におけるオー

ディエンス、読み手、ステイクホルダーとの関係構築のあり方、およびその現代における変遷を浮き彫りにした。企業ナラティブにおける、主体、行為、価値観、人格性を計量的な方法を加えた分析によってより高次に客観的なデータ検証を行い、複数の観点からそれらを論じている。

<論文概要>

本論文の構成は、次の通りである。

Chapter 1 Introduction

1.1. Theoretical Foundations and Research Context

1.2. Research Aims, Methodology, and Data Sources

1.3. Organization of the Dissertation

Chapter 2 Theoretical Foundations

2.1. Introduction

2.2. Systemic Functional Linguistics (SFL)

2.3. Critiques of SFL

2.4. Critical Discourse Analysis (CDA)

2.5. Language, Ideology, and Power

2.6. Summary

Chapter 3 Public Discourse

3.1. Introduction

3.2. Public Discourse

3.3. Public Discourse Studies and Key Concepts

3.4. Summary and Research Gap

Chapter 4 Corporate Discourse

4.1. Introduction

4.2. Corporate Discourse

4.3. Previous Studies of Corporate Discourse

4.4. Summary and Research Gap

Chapter 5 Data and Corporate Background

5.1. Data	
5.2. History of Company Relations with the Outside World	
5.3. Change in Corporate Communication	
5.4. Summary	
Chapter 6 Quantitative Analysis of Corporate Profiles	
6.1. Introduction	
6.2. Methodology	
6.3. Results	
6.4. Discussion	
6.5. Summary	
Chapter 7 Shaping Corporate Reality in Profiles	
7.1. Introduction	
7.2. Methodology	
7.3. Results	
7.4. Discussion	
7.5. Summary	
Chapter 8 Engagement Evolution in Corporate Profiles	
8.1. Introduction	
8.2. Methodology	
8.3. Results	
8.4. Discussion	
8.5. Summary	
Chapter 9 Discussion	
9.1. Synthesis of Findings from Studies 1, 2, and 3	
9.2. New Ways of Interpersonal Communication	
9.3. New Ideology in Public Discourse	
9.4. More Comprehensive Discourse Analysis	
9.5. Limitations	
9.6. Directions for Future Research	
Chapter 10 Conclusion	

References

本論文での主な論点は、企業概要ナラティブにおける肯定的な感情の強度の変化、リーダビリティの変化の計量的分析、企業のオーディエンス、ステイクホルダーとの関係構築である。また、主体の記述や、行為や価値観への傾斜、企業の「人格性」の描写の変遷にも議論が及んでいる。

この変化は、デジタル化の進展によるパブリック・ディスコースの変容と関係し、話し手と聞き手の境界が曖昧になり、企業がより広範なオーディエンスを意識するようになったことを反映している。さらに、従来の CDA や SFL の批判点（データ選択の恣意性や分析者の主観性）を克服するために、定量的・混合的アプローチが有効であることを示した。

企業概要（corporate profile）を題材に、デジタル化時代におけるパブリック・ディスコースの変容を包括的に分析したもので、批判的談話分析（CDA）と選択体系機能言語学（SFL）という二つの理論的枠組みを創造的に統合し、定量的手法と質的手法を組み合わせた新しい分析アプローチを確立している。現代社会において、企業のコミュニケーション環境は劇的に変化し、オーディエンスの多様化や不特定化が進んでいる。本研究は、この変化が企業の言語使用にどのような影響を与えているかを、Fortune 500 に選出された経験のある 23 社の企業概要を対象に、1998 年、2005 年、2021 年という 3 つの時点で比較分析することで明らかにしている。

本論文は全 10 章から構成され、理論的検討、データ分析、そして考察を体系的に展開している。

第 1 章では、研究目的と理論的背景を提示している。特に注目すべきは、従来のパブリック・ディスコース研究が前提としてきた、固定的かつ同質的な聞き手の存在という想定への批判的検討である。デジタル化によって、情報の発信と受信の構造は根本的に変化し、企業と社会の関係性も再定義を迫られている。この変化を捉えるためには、従来の分析枠組みを超えた新しいアプローチが必要であることを論じている。

第 2 章では、理論的基盤となる CDA と SFL について詳細な検討を行っている。SFL については、言語のメタ機能を観念構成的機能、対人的機能、テキスト形式的機能の 3 つに分類し、それぞれの選択可能性の体系化を論じている。特に、観念構

成的機能における6つの過程構成(transitivity)と、対人的機能におけるモダリティの分析枠組みについて詳述している。CDAについては、批判言語学から学際的アプローチへの発展過程を跡付け、イデオロギーや力関係の(再)生産に関する分析手法を整理している。ここで重要なのは、両理論が前提とする対人関係の二元的性質への批判的検討である。現代のパブリック・ディスコースでは、話し手と聞き手の境界が曖昧化し、より複雑な関係性が構築されている。本研究は、この点に着目し、両理論を統合的に活用することで、より包括的な分析を試みている。

第3章では、パブリック・ディスコースの歴史的変遷を丹念に追っている。18世紀のコーヒーハウスやサロンにおける対面的なコミュニケーションから、マスメディアの時代を経て、現代のデジタルプラットフォームに至るまでの変化を分析している。特に重要なのは、コミュニケーションの場の変容が、単なる媒体の変化ではなく、参加者の関係性や言説の性質自体を変容させているという指摘である。

第4章では、企業談話の特徴を様々な角度から検討している。企業談話は、株主、従業員、顧客、地域社会など、多様なステークホルダーに向けられる複合的なコミュニケーションである。本研究では特に、企業概要を分析対象として選択した理由として、その安定性と比較可能性を挙げている。多くの企業が提供する企業概要は、比較的中立的な文書であり、時代による変化を追跡しやすいという特徴を持つ。

第5章では、分析対象となる23社のデータについて詳細な説明を行っている。特筆すべきは、Fortune誌の企業ランキング名の変遷を通じて、社会が求める企業像の変化を読み解こうとする試みである。また、Web 2.0技術の導入による双方向的なコミュニケーションの可能性について、具体的な事例を挙げながら論じている。

第6章から第8章は、本研究の中核となる実証的分析である。第6章では、Latent Dirichlet Allocation (LDA) モデルを用いたトピック分析、感情分析、リーダービリティ分析という三つの定量的アプローチを採用している。分析の結果、以下のような重要な知見が得られた：

- ・トピックの変遷：「マネジメントとパフォーマンス」「財政状況」「リーダーシップとビジョン」といった伝統的なトピックに加え、時代とともに「サステナビリティと企業責任」といった新しいトピックが増加している。
- ・感情表現の変化：否定的および中立的な表現が減少し、肯定的な表現が増加する

傾向が顕著である。特に「サステナビリティと企業責任」に関する記述において、強い肯定的感情が表出されている。

- ・リーダビリティの向上：2021 年のテキストは、1998 年や 2005 年と比較して、明らかに読みやすさが向上している。

第 7 章では、SFL の観念構成的機能の枠組みを用いた質的分析を展開している。特に注目すべきは、企業による現実の切り取り方と言語化の変化である。例えば、"Merck & Co., Inc. is a global, research-driven pharmaceutical company" (1998 年) という説明的な記述から、"We want to unlock our full potential to take Merck to the next level by creating superior value for our patients, customers, colleagues, and society" (2021 年) というような、行為や心情を示す記述への変化が観察される。また、行為の主体 (Actor) の記述方法にも顕著な変化が見られる。企業名による明示的な主体から、「We」という包括的な主体への移行、さらには主体そのものを背景化する傾向が強まっている。感覚動詞の使用においても、1998 年には「see」や「focus」といった視覚的な表現が中心だったのに対し、2021 年には「prioritize」「value」といったより複雑な感情や判断を示す動詞の使用が増加している。

第 8 章では、対人的機能の分析として、モダリティ表現、評価語、人称の使用について詳細な検討を行っている。特筆すべき発見として、以下の点が挙げられる：

- ・モダリティ表現の使用は全年代を通じて 3 割以下にとどまり、企業概要において明示的なモダリティ表現を用いる傾向が低いことが判明した。

- ・評価の対象が、1998 年の顧客満足度や株主価値といった直接的なステークホルダーへの言及から、2021 年には環境や社会的責任といったより広範な対象へと拡大している。

- ・人称代名詞「we」の使用において、マネジメントのみを指す限定的な使用から、企業全体を指す包括的な使用、さらには企業外部も含めた全体的な使用へと変化している。

第 9 章では、これらの分析結果を統合し、より大きな社会的・理論的含意を導き出している。特に重要な指摘は、従来の CDA が前提としていた話し手と聞き手の力

関係に根本的な変化が生じているという点である。デジタル化によって話し手と聞き手の境界が曖昧になり、より広範なオーディエンスを意識した暗示的かつ間接的な言語選択が行われるようになっている。

第 10 章では、本研究の限界と展望について論じている。本研究は企業概要という限定的なデータセットに基づいており、得られた知見の一般化には慎重な姿勢が必要である。しかし、定量分析と質的分析を組み合わせた方法論的革新は、今後のパブリック・ディスコース研究に新たな可能性を開くものとして評価できる。

<審査要旨>

本論文の学術的貢献は、以下の三点において特に顕著である。

第一に、方法論的革新性が挙げられる。従来の CDA や SFL における主観性や偏りの問題を克服するため、定量分析と混合分析を組み合わせた新しい方法論を確立している。LDA によるトピック分析、感情分析、リーダビリティ分析という定量的アプローチと、SFL の枠組みに基づく質的コーディングの組み合わせは、より客観的かつ包括的な分析を可能にしている。

第二に、パブリック・ディスコースにおける新たなイデオロギーの出現可能性を実証的に示した点が重要である。企業概要の記述が間接的かつ包括的になる傾向は、情報量の減少を伴いながらも、親しみやすさによってそれを補完する現象として捉えられている。この発見は、現代のコミュニケーション研究に重要な示唆を与えるものである。

第三に、CDA と SFL の創造的な統合を通じて、両理論の新たな可能性を示した点が評価される。従来の二項関係的な対人関係の記述から、より複雑な関係性の分析への展開可能性を提示しており、理論的な発展に大きく寄与している。

しかしながら、本論文にはいくつかの課題も指摘された。まず、専門用語の使用における厳密性の問題がある。例えば、Interpersonal の説明における Actor と Subject の混同、意味層 (ideational、interpersonal 等) の説明不足、使用している用語やフレームワークの理論的補強の必要性などが指摘された。特に、SFL に関する用語の使用については、より正確な定義と説明が求められる。

また、データの提示方法についても改善の余地がある。図表のキャプション位置の不適切さ、データの長さに関する具体的な数値や根拠の明示不足、使用するデー

タの多様性や具体性の不足などが指摘された。さらに、SFL の理論的枠組みについて、より深い考察の可能性も残されている。例えば、文法的比喩や参与者役割の分析、テキスト形成的機能からの分析など、より多角的な視点からの検討が可能であったと考えられる。

コーパス言語学的アプローチについても、より積極的な活用の可能性が指摘された。特に、大規模コーパスを用いた定量的分析やパターン分析など、より精緻な分析手法の導入が検討できたと思われる。これらの手法を取り入れることで、分析の精度と客観性をさらに高められた可能性がある。

しかしながら、これらの課題は本研究の本質的な価値を損なうものではない。むしろ、これらの課題の指摘自体が、本研究が開拓した新しい研究領域の可能性を示すものとして捉えることができる。本論文はデジタル化時代における企業コミュニケーションの変容を、言語学的視点から実証的に分析した先駆的研究として高く評価できる。

また、本研究の成果は、学術的な価値のみならず、実務的な応用可能性も持っている。企業のコミュニケーション戦略への示唆や、効果的な企業概要の作成指針など、実践的な知見を提供するものである。特に、オーディエンスの多様化に対応した言語使用の変化に関する知見は、企業のコミュニケーション実務に直接的な示唆を与えるものである。

本研究の限界と課題を踏まえた上で、審査委員会は以下の結論に達した。本論文は、方法論的革新性、理論的貢献、実証的知見の独自性において、極めて高い学術的価値を有している。また、実務への応用可能性という点でも重要な示唆を含んでおり、学術と実践の架け橋となる研究として評価できる。

以上を総合的に判断し、査読者一同は、本論文は博士（文学）の学位を授与するに十分値するものと判断する。本研究で示された方法論的革新性と実証的な知見は、今後のパブリック・ディスコース研究に重要な貢献をなすものと期待される。また、本研究は言語学研究の新たな方向性を示すものとして、今後の研究発展の基盤となることが期待される。