

報告番号	甲 乙 第	号	氏 名	北澤 茉奈
主 論 文 題 名： 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）				
（内容の要旨） 本博士論文は、公共圏における言説及びその変遷を包括的に分析し、現代の公的談話（パブリック・ディスコース）の性質を社会・メディアとの関係を踏まえて明らかにするものである。従来のパブリック・ディスコースの分析に批判的談話分析（CDA）と選択体系機能言語学（SFL）の有効性を示してきた分析方法を基に、発信者が現実をどのように切り取り言語化するか、また言説を通じて対人関係をどのように構築するかについて定量分析（quantitative analysis）および混合分析（mixed-method analysis）を行った。この研究では、公的談話の中でも特に企業が公に発信するメッセージ、公的ナラティブに焦点を当てる。分析の対象は、Fortune 500 に選出された経験のある 23 企業の「企業概要」であり、1998 年、2005 年、2021 年の 3 時代にわたりデータを収集した。この 3 年代は、伝達様式のデジタル化とオーディエンスの増加を反映するものである。企業概要を選択した理由として、多くの企業が提供しており安定したデータの入手が見込めること、また、他の企業メッセージに比べ、含まれる情報に偏りがなく比較的中立的な文書であること、伝え方の変化に注目しやすいこと等が挙げられる。 本論文の分析は、CDA および SFL の理論に基づいており、これらの理論がこれまで受けてきた批判を改善する形で実施されている。公的談話に関する CDA の先行研究は、政治談話、メディア、ビジネス文書などにおける、話し手から聞き手への一方通行のやり取りを基本とし、言説に内包される社会構造、イデオロギー、話し手のスタンスを明らかにすることを目指し、批判的視点を支持する形での方法論やデータの選択が行われてきた。SFL は、言語は選択の結果であり、その選択は社会的意味を持つと捉える点で CDA と共通している。SFL では、言語のメタ機能を観念構成的機能、対人的機能、テキスト形成的機能の 3 つに分類し、それらがどのように表現され得るかについて、その選択可能性の体系化を試みている。この体系は、CDA において言語選択の背後にある意図図を分析する有効な手段とされてきた。しかし、両理論が前提とする対人関係は、話し手と聞き手の二元的関係であり、現代のパブリック・ディスコースの特性を完全には捉えられていない。さらに、SFL の体系化における節（clause）への偏りや、CDA における分析者のデータ選択や解釈による批判的視点の偏向が客観性の欠如をもたらしてい				

ると指摘されている。実際に、パブリック・ディスコースとそれに伴う聞き手（読み手）の性質は過去 20 年で著しく変化している。本論文では、パブリック・ディスコースの変遷を概観し、ステレオタイプの聞き手（読み手）の存在が予想され、話し手から聞き手への情報伝達が一方的であったマスメディアの時代から、誰もが参加可能な、プラットフォーム化されたコミュニケーションの時代へと変化している点に焦点を当てる。

本論文では、データ全体に対する客観的評価を行うため、定量分析を用いてトピックの同定 (topic modelling)、感情分析 (sentiment analysis)、リーダビリティ分析 (readability assessment) を実施した。この方法論を通じて、企業概要内に存在する典型的なテーマを明らかにすると共に、対人意識に基づく話し手の感情やリーダビリティの変化を定量的に把握することが可能となった。さらに、企業が現実をどのように捉え言語化するか（観念構成的機能）、および聞き手に対する意識に基づく企業の評価 (appraisal)（対人的機能）については、SFL の枠組みに基づいてデータ全体に対してコーディングを施し混合分析を行った。

最終的に、本論文は、不特定多数の聞き手（読み手）を対象とした新たな対人コミュニケーション形式と、大衆意識に基づくパブリック・ディスコースにおける新たなイデオロギーの出現を示唆する。さらに、従来の CDA および SFL への批判に挑むだけでなく、パブリック・ディスコース分析において定量分析と混合分析を組み合わせた総合的アプローチの有効性を明らかにし、談話分析における新たな方法論を提案する。

以降、本論文を構成する全 10 章の概要を述べる。

第 1 章では、パブリック・ディスコースが誰にでもアクセスや参加が可能となった現代の状況下において、その性質を明らかにする重要性について論じる。また、企業概要を分析対象とする根拠や、文脈や目的に応じた言語選択の分析において有効な CDA と SFL について、本論文における理論的・方法論的な基盤を概説する。

第 2 章では、CDA と SFL の理論的背景および分析で必要となる主要な概念について詳述する。SFL に関しては、第 7 章と第 8 章で分析対象となる言語の観念構成的機能と対人的機能、およびその選択体系と言語化に関して説明する。観念構成的機能については、話し手が現実をどのように切り取り言語化するのかを 6 つの過程構成 (transitivity) を用いて説明する。対人的機能では、話し手の聞き手に対する意識がどのように言語化され得るのか、モダリティ (modality) を通じて見えてくる話し手の聞き手に対する態度に焦点を当てて説明する。CDA については、批判言語学 (critical linguistics) から学際的アプローチへの変遷、理論的枠組み、イデオロギーや力関係の（再）生産に関する分析アプローチを概観する。最後に、SFL と CDA への批判、特にデータ選択や解釈

における主観性、定量的な分析や客観的指標の必要性について論じる。

第3章では、本論文が対象とするパブリック・ディスコースについて、公共の場の時代的変遷および言説の変化に関する先行研究を概観する。市民が実際に集まって議論していた18世紀のコーヒーハウスやサロンから、現代のオンライン上のコメント・フォーラムに至るまで、時代によって変化してきた公共の場の変遷について説明する。また、パブリック・ディスコースにおけるオーディエンスの概念に関して、多くの研究がまだ固定的かつ同質的な聞き手の存在を想定している点を指摘する。オーディエンスデザインやアコモデーション理論、メディアの大衆化に伴う言説の会話化・市場化についても触れる。この章では、メディアやオーディエンスの不特定性、話し手と聞き手の関係性の変化が言説に与える影響を正確に捉える重要性を論じる。

第4章では、パブリック・ディスコースの性質を理解するために選ばれた企業談話の性質、想定されるオーディエンスの特性、そして先行研究で明らかにされてきた言語的特徴を概観する。企業談話は、外部のステークホルダー（顧客や地域コミュニティ）だけでなく、内部のステークホルダー（従業員や株主）をも含む幅広いオーディエンスに向けられる。現代の企業では、オーディエンスの不特定性や情報伝達の範囲拡大を踏まえ、企業に関わるものにとどまらず、より広い社会を意識した内容を選択する傾向が見られることも指摘されている。しかし、企業談話を対象とする先行研究は、業績の良い企業のメッセージにおける構成要素の分析や、コーポレート・アイデンティティの構築に関する修辞学的分析が多く、聞き手の不特定性が言説に与える影響を考慮した研究や、その影響を明らかにした研究はほとんど確認されていない。

第5章では、本論文で分析するデータの概要と、分析対象となった1998年、2005年、2021年の3つの時代にわたる企業の外部関係性およびコミュニケーションの変化について説明する。対象となるデータは、Fortune 500に選出された経験のある23社の企業概要である。本章では、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と企業の外部との関わり方の変化を示す。また、企業のウェブサイト利用の広がりやWeb 2.0技術の導入により、顧客がコミュニケーションに積極的に参加するようになった変化についても考察する。

第6章では、定量的アプローチを用いて企業概要の変遷を客観的に分析する。まず、LDA (Latent Dirichlet Allocation) モデルを用いて企業概要に含まれるトピックを特定する。分析結果からは、「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」など、先行研究でも構成要素として指摘されてきた、企業概要に共通するトピックの存在が明らかになった。また、時代の変遷に伴い、内部意識を示す「文化とパートナーシップ」のトピックが減少し、代わりに外部意識を示す「サステイナビ

リティと企業責任」のトピックが増加していることも確認された。外部意識の増加については、続いての感情分析の結果においても確認され、「サステナビリティと企業責任」について企業の（肯定的）感情が他のトピックよりも顕著に現れていた。年度が進むにつれて、企業概要文書内の否定的および中立的な感情表出が減少し、肯定的な表現が増加している。また、リーダビリティ分析では、1998 年と 2005 年の間には大きな変化は見られなかったが、2021 年にはリーダビリティが高くなっていることが明らかになった。

第 7 章において、言語の観念構成的機能とその言語化の体系に基づき、企業概要において、企業がどのように現実を切り取り言語化しているのかを検討し、既存の体系分類に基づいて質的コーディングを行った。その結果、同一企業の取り組み紹介においても、説明的な記述（例 1 下線部）が減少し、行為や心情を示す記述（例 2 下線部）に焦点を当てる傾向が高まっていることが明らかになった。

例 1. Merck & Co., Inc.の企業概要（1998 年）の抜粋

Merck & Co., Inc. is a global, research-driven pharmaceutical company....

例 2. Merck & Co., Inc.の企業概要（2021 年）の抜粋

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.

また、行為の主体（Actor）について、その記述方法の変化にも注目し、行為者が背景化し明示化されなくなっていることや、明示的な場合には、「企業名」（例 1 太字）から「We」（例 2 太字）へと記述の変化が起きていることを指摘した。また、心情・感覚を表す動詞の頻度分析では、1998 年には、see や focus など視覚的な感覚に基づく動詞が使用されていたのに対し、2021 年にはより複雑な感情を示す **prioritize, value** などの動詞の使用が見られるようになってきていることも指摘した。

第 8 章において、言語の対人的機能を示唆するモダリティ表現や、よりコンテキスト依存的な評価語、対人意識を示す第一・二人称複数の使用について質的コーディングを行い年代間で比較した。その結果、命題に対するモダリティ表現の使用はどの年代も 3 割以下にとどまっており、企業概要において明示的にモダリティ表現を用いる傾向が低いことが分かった。どの年代にも共通して多く見られたのは志向性のモダリティ表現である（例 3 下線部）。1998 年は、他の年代と比べ確実性についてのモダリティ表現も多く確認されている（例 4 下線部）。

例 3. Dow の企業概要（2021 年）の抜粋

We want to become the most innovative, customer-centric, inclusive and sustainable materials science company in the world.

例 4. Cigna の企業概要（1998 年）の抜粋

Satisfying customers… will enable CIGNA to build on our reputation as a financially strong and highly respected company.

続いて、企業が聞き手に対して自身の態度を示す評価語の分析において、「社会的評価（societal judgment）」と「自己評価（self appraisal）」に関する分析を行った。社会的評価は、企業の独自性を問うものではなく、一般的に企業に求められる姿に対して取られる評価のことを指し、自己評価は企業固有の特質などに対して行われる評価を指す。1998 年においては、「社会的評価」が「自己評価」に比べて高く、両者の間の差が顕著であった。しかし、2005 年及び 2021 年を経て、その差は縮小し、どちらの評価も平等に企業が示すようになってきていることが明らかになった。「社会的評価」の詳細な分析では、その評価対象が年代によって大きく異なっていることが分かった。1998 年には、顧客満足度、従業員への福利厚生、株主価値などを評価し含めることが中心であり、自社のアピールを含める割合が低かった（例 5 下線部）。対照的に、2021 年には、企業独自の製品やサービスに対して評価を示す傾向が同程度に観察された（例 6 下線部）。

例 5. Cigna の企業概要（1998 年）の抜粋

Satisfying customers is the key to meeting employee needs and shareholder expectations, and will enable CIGNA to build on our reputation as a financially strong and highly respected company.

例 6. Cigna の企業概要（2021 年）の抜粋

Prioritizing health at all stages of life. Empowering generations of growth.

企業が評価を示す形式にも年代で変化が見られた。企業が提供者やクリエイターとして提供する製品に評価を付与する、あるいは自身の位置づけに評価を付与する場合、どの年代も名詞句で評価を提示する傾向が高かった（例 7 下線部）。これに加えて、2021 年には、動詞句を用いて評価を行為に埋め込む形で提示する傾向が確認された（例 8 下

線部)。

例 7. Ford Motor Company の企業概要 (1998 年) の抜粋

Ford Motor Company's vision for the future is to deliver superior shareholder returns and to become the world's leading consumer company that provides automotive products and services.

例 8. Cardinal Health の企業概要 (2021 年) の抜粋

we embrace differences to drive the best outcomes

対人的意識を反映するとされる人称に関しては、従業員を含めずマネジメント機関のみを指す「we」の使用 (management-exclusive we) が減少し (例 9 下線部)、企業外に対して企業内部全体を指す「we」 (exclusive we) の使用が増加している。さらに、企業外部も含めた包括的な「we」 (inclusive we) の使用も増えていることが明らかになった (例 10 下線部)。

例 9. Charter Communications Inc. の企業概要 (2004 年) の抜粋

We've implemented extensive training courses for our employees, and we've also given them the tools they need to succeed.

例 10. Massachusetts Mutual Life Insurance Company の企業概要 (2021 年) の抜粋
Living mutual has always been at the core of our human existence

第 9 章では、第 6 章から第 8 章における結果を統合し、企業概要の記述の変化をデジタル化に伴うパブリック・ディスコースの変遷と関連づけて議論する。従来の CDA や SFL が分析で前提としていた話し手 (書き手) と聞き手 (読み手) の二項関係に基づく対人関係の記述に対して、本論文はデジタル化によって話し手と聞き手の境界が曖昧になったことが、より積極的な関係構築を可能にしつつも、広範囲なオーディエンスを意識するために暗示的かつ間接的な言語選択が行われている可能性を指摘した。感情分析やリーダビリティ分析では、特に肯定的な感情の言及が増加し、その言説が読みやすくなっていることから、感情を持たない「機関」としての企業が、人間らしさを帯び、積極的に聞き手と関わろうとしている様子が窺える。観念構成的な観点からも、説明的な記述がより行動を重視する記述へと変化し、さらに行為の主体を示す記述が「会社名」

から人称代名詞「We」へと変化していることも、企業概要を通じて行われる聞き手との関係構築の方法が変化していることを示唆している。さらに、感覚動詞の使用の増加や複雑な感覚動詞の使用から、企業が感情を持つ存在として聞き手と関わるようになっていく可能性を指摘する。また、評価語の使用の変化に関する分析では、社会的評価の対象として、1998 年では、株主価値や顧客満足度など、企業が自身に関心を持つステークホルダーを中心に評価を表明していたと考えられる。しかし 2021 年においては、社会的評価が環境や企業責任などのより幅広いテーマに対して行われるようになり、それと並行して自企業の製品やサービスに対する評価も頻繁に含められるようになった。聞き手の存在が以前よりも曖昧になった結果、具体的に聞き手を想定しない（誰にでも該当する、もしくは自企業について語る）メッセージへと変化している可能性を指摘する。

本章では、対人関係の変化に伴い、従来の CDA における話し手と聞き手の力関係に変化が生じ、大衆を基盤とする新たなイデオロギーが出現している可能性について指摘する。これまでパブリック・ディスコースの発信者として挙げられるメディアやビジネスなどの公的機関は、公共性や立場、言説へのアクセシビリティの点で聞き手よりも優位に立っていた。CDA は、そのような存在によって言説に埋め込まれる社会構造やイデオロギーを明らかにすることを目的としている。本論文の分析では、1998 年から 2021 年にかけて企業概要の記述が間接的かつ包括的に変化していることが確認された。例えば、直接的な説明的表現から、行為を通して間接的に自身の位置づけを伝える方法へと変化していたり、行為の主体が背景化される、もしくは **we, everyone, people** などと包括的に記述されたりする傾向が高くなっていた。さらに、企業が自身の評価を示す手段も、動詞を通じて行為の中に間接的に示す形が増えている。間接的で包括的な言説は、企業概要を通して聞き手が得られる情報を減少させる可能性がある。しかし、全体的に肯定的な感情を帯び、読みやすさが向上していることは、言説に親しみやすさを与え、結果としてその情報量の減少を感じさせにくくしていると考えられる。この点について本章では、パブリック・ディスコースにおける大衆を基盤とした新たなイデオロギー出現の可能性を指摘している。パブリックであることや不特定の聞き手の存在が言語選択に制約を与え、その結果、聞き手による解釈の負担が増加したり、情報量の変化に気付かず聞き手が適切な情報を得られなかったりする危険性について指摘する。

また、本論文においては、定量分析および混合分析を用いたアプローチを通じて、従来の CDA や SFL が受けてきた批判（データ選択や例の偏り、分析者の主観や解釈の影響）を克服する可能性についても論じる。このアプローチにより、社会、メディア、オーディエンスなどの文脈的情報を考慮に入れた包括的な談話分析が実現可能であることを指摘する。

第 10 章では、第 9 章で触れた本論文のリミテーションと将来の研究展望を含めたまとめを述べる。本博士論文では、定量分析と混合分析を用いて企業概要の言説の変化を分析し、デジタル化及びそれに伴う聞き手との関係性の変化の影響について考察した。しかし、本博士論文の分析は企業概要という限定的なデータセットに依存しており、得られた結果の一般化には慎重な姿勢が必要である。社会、メディア、オーディエンスを含むパブリック・ディスコースの本質を深く理解するためには、将来的に多様なデータソースを活用して、本研究で得られた知見を検証し、比較することが求められる。

Thesis Abstract

No. 1

Registration Number	☐ “KOU” ☐ “OTSU” No.	*Office use only	Name	Mana Kitazawa
Thesis Title 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）				
Thesis Summary This dissertation embarks on a comprehensive exploration of the evolution of corporate narratives within the public sphere, transcending the methods of critical discourse analysis (CDA) through mixed-method analysis and quantitative methods. By examining corporate profiles from 23 Fortune 500 companies across three pivotal years—1998, 2005, and 2021—it unveils shifts in corporate communication in the face of technological advancements and changing societal expectations. Understanding the nature of public discourse is critical, given the predicted growth in public communication in the future. The dissertation is based on the underlying theories of systemic functional linguistics (SFL) and CDA, which together provide a sophisticated perspective for analyzing corporate profiles as narratives that shape and reflect societal values and expectations. SFL provides insights into language’s multifunctionality, allowing for a thorough and systematic evaluation of how companies construct and embody their surrounding environments, interact with their readers, and structure their messages. CDA, on the other hand, focuses on the power dynamics inherent in discourse, emphasizing the role of language in reflecting and shaping societal structures and ideologies. The literature review investigates the transformation of the public sphere from historical gatherings to modern online comment forums. It emphasizes the changing nature of audience engagement, the impact of contemporary media on public discourse, and the need for a comprehensive approach to understanding the multifaceted nature of audience dynamics. Corporate narratives, aimed at the public, such as annual reports and websites, are examined and revealed to be a critical part of corporate management because actual corporate efforts are invisible to outsiders, functioning as both a channel for strategic communication with stakeholders and even a reflection of society’s expectations. This dissertation focuses on how corporations have adapted their discourse strategies to engage with a larger, more empowered audience in a platformized media landscape, contributing to a better understanding of the nature of public discourse. The dissertation provides an established, data-driven foundation for the qualitative observations traditionally examined in CDA by employing quantitative methods such as Latent Dirichlet Allocation (LDA) for topic identification, sentiment analysis for emotional tone mapping, and readability assessments. This methodology not only uncovers the core themes but also unravels the narrative strategies within corporate discourse, highlighting how corporations craft their stories to navigate societal expectations. The findings reveal a shift in approach toward more positive and assertive messaging, reflecting				

Thesis Abstract

No. 2

broader corporate engagement with societal values and expectations. The analysis focusing on the ideational function of language, which examines how companies linguistically represent and engage with the real world around them, revealing that corporate discourse has become more humanized and intimately oriented, supported by a strategic emphasis on action, engagement, and societal alignment. In the analysis that focuses on the interpersonal function of language, this development indicates a shift away from purely informational communication for interested audiences and toward building relationships with a diverse and global audience, emphasizing the need for corporations to balance maintaining a unique identity with aligning with societal values.

The discussion synthesizes these findings, proposing a new paradigm of interpersonal communication that addresses an undefined public audience and suggests the emergence of a new ideology characterized by mass consciousness. This new approach to discourse analysis not only challenges traditional criticisms of CDA but also introduces a holistic approach that leverages quantitative methodologies and a mixed method approach for a deeper understanding of corporate communication strategies, and of public discourse in general.

However, this dissertation acknowledges its limitations, primarily its focus on corporate discourse, and it calls for future research to extend the understanding of public discourse dynamics across different contexts and mediums. It highlights the necessity of empirical research on audience interpretation and response, aiming to enrich the discourse analysis framework and contribute to the evolving field of language, power, and society studies.

To summarize, this dissertation illuminates how corporate narratives evolve within the public sphere, revealing shifts in how corporations craft their stories in response to technological advancements and societal expectations. It highlights shifts in social norms and offers insights into the emergence of new interpersonal relationships and ideologies.