

博報財団 第12回「国際日本研究フェローシップ」成果報告書

I. 研究成果概要

氏名	KHOMENKO Olga (ホメンコ オリガ)
在住国名	ウクライナ
所属・役職	キエフモヒーラアカデミー国立大学人文学部歴史学科准教授
招聘回(招聘研究期間)	第12回 (2018年3月1日～2018年8月31日)
受入機関	東京外国語大学国際日本研究センター
招聘研究テーマ	「幸せを求めて:戦後日本の婦人雑誌広告と女性」
研究目的	1948年から1979年の商品広告の分析によって戦後日本の幸福意識を探る
研究成果概要	
<p>1. どのように研究を進めたか(具体的に)</p> <p>①一次資料収集:ウクライナなど海外では一次資料が乏しい。例えば、『婦人公論』は図書館によってはあるが、『女性自身』はない。在日中は、東京都立図書館、東京大学本郷図書館、石川武美記念図書館などで資料収集。</p> <p>②二次資料収集:この10年間日本にいなかった間に出版された二次資料の収集も行った。東京外国語大学図書館、東京大学本郷図書館、電通広告図書館、博報堂図書館、CiNii、新聞データベースなどで書物や論文を探索した。また東京コピーライターズクラブ、アートディレクターズクラブの資料も参照した。</p> <p>③博報堂の生活定点調査によって、震災後の日本社会の意識変化を分析した。</p> <p>④博物館での資料収集(江戸東京博物館、タバコと塩博物館、伊勢半本店紅ミュージアム)。また、美術ギャラリー、コレクターに面談して資料収集を行った。</p> <p>⑤一次資料として重要な生活者への聞き取り調査も日本にいて可能になった。京都で70代の方々に家電、自動車、酒、化粧品の使用実態、意識などについてインタビューをした。</p> <p>⑥6ヶ月間の間に東京大学、早稲田大学、神戸大学、昭和女子大学、日本大学、東京外国語大学の学生に「幸せ」に対する考え方についてインタビュー調査をした。</p> <p>⑦メディアやメーカーの方々に「幸せ」概念のインタビューを行った。『婦人公論』『プレジデント・ウーマン』『クレア』の編集者、博報堂の雑誌広告担当の方、パナソニックOBなど。</p> <p>⑧共同研究や共同発表につながると思われる日本の研究者たちとネットワーク作りをした。</p>	
<p>2. 研究によりどのような知見が得られたか(具体的に)</p> <p>①理論的なフレームワークをより洗練させることができた。</p> <p>②1948年から1979年における女性像の変化が4つの段階で起きたことが判明した。</p> <p>③高度成長と共に物質主義的な「幸せ」モデルが形成されたことが確認できた。</p> <p>④1970年代後半から戦後の「幸せ」モデルが揺らいだことが明確になった。</p> <p>⑤戦後日本とソ連から独立後のウクライナの「幸せ」モデルに共通する点を発見できた。</p> <p>⑥2000年以降、とくに2011年の東日本大震災・福島原発事故以降の「幸せ」と「家族」の状況を理解することができた。また、日本の状況とチェルノブイリ事故以降のウクライナの現状とを比較検討することができた。</p> <p>⑦「幸せ」の概念は、時代、経済環境、自然被害などの影響を受けて、移ろいやすいことが確かめられた。</p>	
<p>3. 研究成果(予定を含む)</p> <p>○論文(題目, 掲載誌, 発行者, 掲載月, 内容の概略(200字以内))</p> <p>今回の在日中の成果も加えて、英文で研究書を出版する予定である。その元になる論文の執筆・翻訳作業を行った。</p>	

○口頭発表(題目, イベントの名称, 日・場所, 内容の概略(200字以内))

① 学会、研究会、ゼミ参加

「日本マーケティング学会」に出席(6月)、日本物流研究会に出席(6月)、また東京大学吉見俊哉ゼミに参加。

② 研究口頭発表

5月24日、東京外国語大学「文明、幸せと新しい自分を含めて:家電広告と女性」について講演をした。

6月6日、神戸大学国際文化学部で「女性をターゲットとした戦後日本の自動車広告:社会規範の変化の観点から」について講演をした。

6月12日、日本大学商学部で「戦後日本の化粧品広告と女性」について英語で講演をした。

7月13日、東京外国語大学で、「幸せを求めて:戦後日本の婦人雑誌広告と女性」について口頭発表をした。

○その他の活動

日本とウクライナの相互理解のためにウクライナの歴史、文化、文学について以下の各大学で特別講義をした。

7月5日、早稲田大学文学部ロシア語ロシア文学コースで「ウクライナの歴史と文化について」。

7月9日、東京外国語大学スラブ研究会で「独立後のウクライナ文学:その変化と願望」について。

7月28日、昭和女子大学で自分の戦後日本研究成果と比較しながら「独立後のウクライナ:社会、メディアと社会規範の変化」について。

4. 今後の活動予定

先述したように、今回の成果も交えて日本の消費文化についての専門書を出版する予定である。現在、ヨーロッパの出版社と交渉を進めている。