

メディア文化論V

6. フィルム(写真・映像)II

目次

- はじめに
- 技術の広がり方の段階
- 使い捨てカメラ
- ファッション
- 映画産業
- 80sサウンドトラック
- プロパガンダ
- まとめ

はじめに

スライド資料について



<https://sammyppr.github.io/>

資料はここに置いていきます。復習にご利用ください。

フィルム(写真・映像)II

シラバスで記載した時には

フィルム(写真・映像)

としていたのですが、量が多いから2回に分けました。
前回は、

- フィルムの歴史・仕組み

今回は

- 文化的な影響

とします...けど、文化的な影響多すぎて網羅なんてできません。自分が気になるところを紹介していきます。

技術の広がり方の段階

| 発明から普及へ

技術の広がり方

これは、あらゆる技術について言えると思うのですが、ここで一旦おさえておこうと思います。以下のような段階に分けて考えることができます。

1. 技術の誕生
2. 初期採用
3. 普及拡大
4. 成熟・飽和
5. 衰退と置き換え

技術の誕生

イノベーション(技術革新)段階と言え、高価なため、一部の専門家の間でのみ利用されます。

初期採用

価格が下がり始め、徐々に一部の富裕層や技術好きな人々に普及していきます。

普及拡大

一般の人に広く普及し始めます。

成熟・飽和

現像所・プリントサービスなど関連ビジネスも成長。
さらに手軽なサービスが増えていきます。

衰退と置き換え

別の技術に置き換えられ、ごく一部でしか利用されなくなっていくます。

使い捨てカメラ

成熟・飽和でのサービス例

「写ルンです」

1986年に1,380円で

レンズ付きフィルムで、簡単に写真が撮れるというコンセプトの「写ルンです」(24枚撮り)が発売されました。

半年で100万本、1か年で300万本を売り上げるヒット商品となりました。累計出荷本数は17億本。写真撮影のハードルを下げることに成功し、多くの人が写真を楽しめるようになりました。

当時の初心者用の入門機(ex ミノルタX-7 59,500円)の価格帯と比べると安いですね。ちなみに、初代チェキは1998年10000円でした。

リサイクルシステム

- 部品点数の徹底的な削減
- 複数の機種で使える部品設計
- リサイクルを前提としたネジや接着剤を使わない製品設計

など環境に配慮した設計になっていて、1990年にはリサイクルセンターも稼働していました。

- 資源循環の促進

「写ルンです」と社会の歩み

- 「写ルンです」と社会の歩み [webarchive](#)

フジフィルムCM

樹木希林さん岸本加世子さんのCMは非常に話題となりました。

- 富士写真フイルム 写ルンですHi
- 樹木希林さんを偲んで...「それなりに」はじめ、富士フィルムCM40年の名作を厳選 「樹木希林さん 2018年末特別」 篇

多くのCMシリーズも生み出されました。

- 「お正月を写そう」
- 「フジカラープリント」
- 「写るんです」
- 「PHOTO IS」

カラーフィルムの需要推移

- 【写ルンです】が大ヒット！市場規模1/10の危機を乗り越えた「富士フイルム」の歴史

「写ルンです」の現在

- 写ルンです シンプルエース
- 富士フイルム「写ルンです」も好調な模様 5割増の売れ行き

ファッション

ファッションとは

ある時代や集団において広く行われている、衣服や装飾、ヘアスタイル、メイクアップなど、身につけるものや装い全般を指す言葉

単なる流行ではなく、自己表現や文化、価値観の表れとしても捉えることができます。

写真とファッション

雑誌や広告に使われることで、写真はファッションの「拡散装置」となり、スタイルが国境を超えて広まる手段となります。

ファッションの進化

- 各年代の写真と共に振り返る、ファッションの進化の歴史

こうやってみると、写真が絵画の延長にあることがよくわかりますね。

ファッション誌(VOGUE)

1892年アメリカで創刊。写真がイラストに取って代わります。

現代においてVOGUEは、ヴォルテールの有名な言葉にある神についての考えのようなものだ。それが存在しないのならば創り出さなければならない。

編集の優秀さとビジュアルの堂々たる風格で尊敬されるこの雑誌は、ラグジュアリー・セレブリティ・スタイルを崇拝するすべての人のバイブルとして長い間機能してきた。この三位一体が今日の消費文化を支配しているのは当然のことと思われるが、それを高い地位へ押し上げたVOGUEの役割を過小評価することはできない。

ーキャロライン・ウェーバー, New York Times, 2006年12月3日号

ファッション誌の特徴

- この服をこう着ると言うビジュアルでのマニュアルになる
- 消費者は写真を見てスタイルを真似する-流行の同時発生・模倣が起きやすくなる

Vogue 表紙

VOGUE JAPANは1999年に創刊(初期はVOGUE NIPPON)

表紙をどこまでおえるか確認してみました。2006年までは遡ることができました。

- [VOGUE JAPAN Magazine](#)
- [page 21](#)

ファッション雑誌のタイアップ

ブランドは雑誌に普通に広告を打つだけでなく、
タイアップ広告をしています。

アパレルブランドがファッション雑誌に料金を支払った上で、自社の洋服のみをモデルに着用してもらい、編集ページのようなテイストで洋服をアピールするページを制作・掲載するというものがあります。

現在でも、YouTuberが案件といたりしています。

タイアップ広告を打つと、次の日には電話が鳴り止まない、なんてこともありました。

(脱線)雑誌広告

とあるファッション誌を手掛けていた時ですが、創刊から立ち上げメンバーとして参加していてびっくりしたことがあります。

雑誌としては、広告を含めたトータルのイメージを売っています。

そのため、創刊時には、無料で広告に出稿してください、なんてこともありました。

映画産業

ハリウッド

映画といえばハリウッドです。ちょっと長いですが歴史を見てみましょう。

- [The History of Hollywood\(00:30-19:49\)](#)

ハリウッドが世界に与えた影響

- 映画と映像表現のスタンダードの確立
 - 物語構造（ハリウッド三幕構成）：多くの映画やテレビドラマがこの構造を模倣し、世界的な物語の語り方に影響を与えました。
- 英語の普及とアメリカ文化の拡散
 - ハリウッド映画を通じて、**英語が国際的な共通語**として定着。
 - アメリカ的価値観（自由、個人主義、成功、恋愛など）が他国の文化やライフスタイルに影響を与える「アメリカナイゼーション」が進行。
 - ファッション、食文化、音楽、行動様式も影響。

ハリウッドが世界に与えた影響

- グローバルなスターシステム
 - ハリウッド俳優や監督が国境を越えてアイコンとなり、セレブ文化を生み出した。
 - スターのライフスタイルや発言が世界の社会問題・トレンドにも影響。
- 社会的メッセージのグローバル化
 - 人種問題、LGBTQ+の権利、ジェンダー平等、気候変動などの社会的テーマを取り上げ、世界的な議論を喚起。

80sサウンドトラック

映画音楽全体だと長くなるので、ピンポイントで...

映画音楽

映像をひきたてるのが映画音楽の役割であるため、主題歌以外はBGMが利用されることが多いのですが、80年代には不思議な現象が起こりました。

MTV

24時間ポピュラー音楽のビデオクリップを流し続ける音楽専門チャンネルとして1981年8月1日に開局します(アメリカ)。

これにより、MVが普及します。

日本ではMTVは1992年からで、他に「ベストヒットUSA(1981)」「SONY MUSIC TV(1983)」など、MV紹介する番組は続々と増えていきます。

MV(Music Video)?PV(Promotion Video)?

2000年代に入ってからどんどん映像を作ることが本格化していき、徐々に「PV」から「MV」という言葉を使うことが増えていきました。ほぼ完全に「MV」という呼び方に移行したのは、2013年頃にYouTubeが定着した頃から。

これ以前は、曲をプロモーションするビデオ、という意味でPVと呼んでいました。

- 参考：「PV」と「MV」って同じ？違う？映像のプロに聞いてみた、意外と知らないMVの歴史

映画の主題歌や挿入歌のヒットチャート入り

映画・音楽・MV

の相乗効果により、クロスオーバー的にヒットすることになります。

- 愛と青春の旅立ち(82)
- フラッシュダンス(83)
- フットルース(84)
- ネバーエンディングストーリー(85)
- 007/美しき獲物たち(85)
- トップガン(86)
- ボディガード(92)

MA-1

映画「トップガン」でトムクルーズの着ていたMA-1ジャケットが大流行します。

そして、MA-1ジャケットをセンセーショナルな存在として押し上げたのは、映画『トップガン(Top Gun)』の存在だ。1986年公開のアメリカ映画であるが、日本でも洋画配給収入1位を記録。トム・クルーズ演じる、アメリカ海軍の戦闘機パイロットの主人公ピート・ミッチェルの青春群像を描いた航空アクション映画は、今なお色褪せず多くのファンに支持されている名作。作品の中でトム・クルーズは、ワッペンのたくさんついたフライトジャケットを纏い、大振りのブラックサングラスをかけて登場している。

- 参考：MA-1ジャケットの歴史、アルファ インダストリーズでの誕生からミリタリー服のアイコンとなるまで

MA-1は空軍のジャケットなので、実はG-1,CWU36Pでないか、という話もあります。

プロパガンダ

ヒトラーの例

ヒトラーはプロパガンダ(特定の意見や信念を広めるために、情報を操作したり、感情に訴えかけたりする手法、活動)に映画を積極的に利用したことで有名です。

- 意志の勝利(1935)：ナチス党大会の記録映画
 - ヒトラーのカリスマ性を強調し、国民にナチス党の結束と団結をアピールする目的で製作
- オリンピア(1938)：ベルリン・オリンピックの記録映画
 - ドイツ民族のスポーツ能力を強調し、ナチスによる民族主義をアピールする目的で製作
- ユダヤ人ジューズ(1940)：反ユダヤ主義的なプロパガンダ映画
 - ユダヤ人を非難し、排斥するためのプロパガンダ映画として製作され、国民に反ユダヤ主義的な思想を浸透させた。

ゲッベルス～ヒトラーをプロデュースした男～

どのように、プロパガンダしたのかが映画になっています。

ヒトラーを英雄に仕立て上げ、大量虐殺に国民を加担させた、ナチの宣伝大臣ゲッベルス

プロパガンダの天才と呼ばれた驚愕の手法が今明かされる

- 『ゲッベルス ヒトラーをプロデュースした男』 予告(1:49)

興味ある人は実際に見てみましょう。

まとめ

フィルム(写真・映像)について、
その文化に与えた影響について、網羅的ではないですが、説明してきました。

小レポート

manabaより以下の内容で提出してください。

フィルムが文化に影響を与えた事例について、講義で取り上げた以外のトピックでも構わないので、1つ取り上げ、あなたの意見を述べよ。