

第2回BKASワークショップ

「日英を中心とした定期刊行物、雑誌、新聞広告の言説形成」

主催) 科研費「書籍宣伝広告」の歴史的言説形成—英日を対象とした
広告理論からのアプローチ」(課題番号 17K17679)

共催) 早稲田大学多元文化学会／早稲田大学文化構想学部多元文化論系／
早稲田大学総合人文科学研究センター「グローバル化社会における
多元文化学の構築」部門

パネリスト) デヴィッド・フィンケルシュタイン (英国エディンバラ大学教授) ほか
使用言語) 英語

日時) 2018年4月5日(木) 14:00~18:00

場所) 早稲田大学文学学術院(戸山キャンパス) 33号館16階 第10会議室

予約) 要

お問合せ) 渡辺 愛子 (aiko@waseda.jp) まで

Literary Advertising: Periodicals, Magazines, and Newspapers in the Japanese and Anglophone World

- (I) Book Advertising in 19th- and 20th-century Periodicals, Magazines and Newspapers
- (II) Advertising 19th- and 20th-century Periodicals, Magazines and Newspapers

Main Panellist: Prof. David Finkelstein, University of Edinburgh, UK

Chaired by Dr. Peter Robinson, Japan Women's University

**5 April 2018, 2pm – 6pm (Reservation Required)
@Meeting Room 10, Bldg. 33, Toyama Campus, Waseda University**

Language: English

Enquiries: Prof. Aiko Watanabe (aiko@waseda.jp)

BKAS URL: <http://www.bkas.org>

Hosted by: Association for Transcultural Studies; Transcultural Studies Section,
School of Culture, Media and Society, Waseda University;
Research Institute for Letters, Arts and Sciences (RILAS), Waseda

Sponsored by: the Japan Society for the Promotion of Sciences (JSPS) KAKEN-hi grant-in-aid
award no. 17K17679, and The Great Britain Sasakawa Foundation, Grant No. 5286.

Literary Advertising: Periodicals, Magazines, and Newspapers in the Japanese and Anglophone World

Expected contributors:

Peter Robinson (Associate Professor, Japan Women's University, Project Director)
David Finkelstein (Professor, Edinburgh University, Collaborator)
Roger Robins (Associate Professor, The University of Tokyo)
Peter O'Connor (Professor, Musashino University)
Hitomi Yoshio (Associate Professor, Waseda University)
Aiko Watanabe (Professor, Waseda University)

This three-year JSPS-funded research project, 'Book Advertising from the Eighteenth Century to the Digital Age: The English Language Press and the Japanese Book Trade' investigates historical, cross-cultural, and contemporary factors informing advertising approaches and strategies within the publishing and book-selling industries of the English language press and Japanese book trade. Wide-ranging in scope and period, it pursues two main strands of inquiry. Firstly, it problematises the 'commodity-status' of the book and reduction of readers to 'mere consumers'. Secondly, it explores the ways in which advertising has played an important role in creating powerful adjunct narratives to the texts they promote, shaping reader reception and reflecting the ideological and political sympathies of publishers.

Workshop participants are invited to present short, 15-minute presentations exploring either (I) how the nineteenth and twentieth century periodicals, magazines, or newspapers they are researching positioned themselves within the complex and competitive literary market place through both external and internal advertising, and (II) book advertising within these publications, including their content, form, frequency, and rhetoric. Presentations will include material on the image of Japanese women writers, advertising the English-language press of East Asia, advertising the *Christian Herald*, expatriate markets, seasonal book advertising in newspapers and periodicals, and the advertising behind the re-branding of *Blackwood's Magazine*.

第2回 BKAS ワークショップ

「日英を中心とした定期刊行物、雑誌、新聞広告の言説形成」

報告予定者)

ピーター・ロビンソン (日本女子大学准教授・本ワークショップ代表)

デヴィッド・フィンケルシュタイン (英国エディンバラ大学教授・本ワークショップ招聘講師)

ロジャー・ロビンズ (東京大学准教授)

ピーター・オコーノ (武蔵野大学教授)

由尾 瞳 (早稲田大学准教授)

渡辺 愛子 (早稲田大学教授)

本ワークショップは、科研費「書籍宣伝広告」の歴史的言説形成—英日を対象とした広告理論からのアプローチ—の一環として行われるものである。本研究課題は、様々な活字媒体における宣伝広告が18世紀からデジタル時代の現代にいたるまでに果たした役割や読者への影響などを、政治的、イデオロギー的な観点から理論的に再考することを目的としている。そしてその際、これまで地域別に分断される傾向にあった書物史、書籍文化、出版、広告理論の各分野の研究者たちによる学際的、文化横断的な思想交換の実践を目指すため、今回のワークショップでは、ジャーナリズムの発祥をもって活字文化がいち早く普及した英国だけでなく、ワークショップ代表自身が研究拠点とする日本の状況との比較検証を行うことで、新たな知見を見出したい。

報告者は、(I)19世紀・20世紀の定期刊行物、雑誌、新聞が、自己宣伝を通していかに出版市場における「主体」となっていたのか、あるいは、(II)そのような刊行物自体が当時の書籍広告の「媒体」としてどのような役割を果たしていたのか、といった論点を掲げ、英国や日本での事例を参照しながら議論する。