

修士論文（要旨）  
2021年1月

「ブランド化」するテロ  
—ISIS・アルカイダの事例を通じて—

指導 加藤 朗 教授

国際学研究科  
国際協力専攻  
219J1053  
鬼丸 悠暉

Master's Thesis(Abstract)  
January 2021

Branding Terrorism: The Case of ISIS and Al-Qaeda

Yuki Onimaru

219J1053

Master's Program in International Cooperation

Graduate School of International Studies

J. F. Oberlin University

Thesis Supervisor: Akira Kato

## 目次

序章.....	1
第1章 テロリズムの「ブランド化」 .....	3
1.1 ボードリヤールの「ブランド化」 .....	3
1.2 テロリズムの「ブランド化」 .....	5
1.3 「ブランド化」の背景.....	7
第2章 メディアにおけるテロリズム.....	9
2.1 マスメディアとテロ .....	9
2.2 ネット社会とテロ.....	11
2.3 メディア・リテラシーとテロ.....	14
第3章 アルカイーダと ISIS.....	16
3.1 アルカイーダのメディア戦略.....	16
3.2 ISIS のブランド戦術.....	18
3.3 アルカイーダと ISIS の差異.....	22
第4章 「ブランド化」するテロリズムとはなんであったか.....	25
4.1 これからのテロリズム.....	25
4.2 ブランド化とメディア・リテラシー .....	27
終章.....	31
参考文献.....	I

## 1 本論の目的

本論の目的は、「ブランド化」という概念を用いて、テロ対策の考察や予測ではなく、「ブランド化」するテロリズムという分析枠組みを通じて混乱した国際社会を理解する上での新たな分析視覚を提供することにある。

本論はなぜ近年のテロリズムが「ブランド化」するのか、社会学の「ブランド化」の概念を援用し、メディア研究で蓄積のある社会学の成果を用いて立証していく。テロリズムは警察力や軍事力では完全には対処できない。国家が武力行使に至ったとしても、それはテロ組織にとってプロパガンダの材料として利用され、むしろテロリズムを活発化させる可能性もある。「ブランド化」するテロリズムに対処するには、情報力が新たな力となると考える。

## 2 本論の構成

論文の構成は以下のとおりである。

序章では本論の目的、構成そして基本概念の定義を行う。

「第1章 テロリズムの「ブランド化」」では、「ボードリヤールの「ブランド化」」で、ボードリヤールの『消費社会との神話と構造』（ボードリヤール 2015）とジョナサン・マトゥシツの論文（マトゥシツ 2018）を先行研究に、「ブランド化」する現代テロリズムを考察する。また「「ブランド化」の背景」では、既存のテロリズムが「ブランド化」するに至ったのかを『テロの経済学』（クルーガー 2008）を参考に考察していく。

「第2章メディアにおけるテロリズム」では、「1 マスメディアとテロ」で、新聞やニュース報道といったオールドメディアとテロリズムの関係性を『メディアとテロリズム』（福田 2009）を先行研究として考察する。また、「2 ネット社会とテロ」では、インターネットの普及により、情報収集が容易になったと同時に、テロ組織、集団にとっても新しい情報発信の場を獲得したことからうまれる弊害を、メリッサ・J・モーガンズの論考（モーガンズ 2017）を取り上げて考察する。「3 メディア・リテラシーとテロ」で、メディアの発達によってグローバル化が加速する中でテロリズムが国際関係に与える影響を『メディア論』（マクルーハン 1987）をもとにして考察する。

「第3章アルカイダと ISIS」では、「1 アルカイダのメディア戦略」で、アグネス・ハンキスの論考（ハンキス 2019）をもとにアルカイダがどのような広報活動をしてきたのかを述べる。「2 ISIS のブランド戦略」では、ISIS の実態を述べている『イスラーム国』（アトワーン 2015）と ISIS のメディア戦略を取り上げたアスマ・シャキリ・ハワヤとアスマ・ハッサン・カーン共著の論考（2015）を基にして考察を行う。「3 アルカイダと ISIS の差異」では、前述の考察を基に、アルカイダと ISIS の比較から見えるテロリズムの変化と「ブランド化」する上で与える影響を考察する。

## 3 結論

アルカイダや ISIS といったテロ組織によるテロリズムの「ブランド化」は、国家や国際社会が展開するテロ対策を困難にするだけでなく、消費者である個人やコミュニティに対しても、差別や分断などを引き起こす要因となった。ISIS が壊滅した後も、インターネット上で ISIS は「ブランド」として残り、恐怖を拡散し続けている。

テロリズムが「ブランド化」する現代において、国家や国際社会が中心となってテロ対策を行うだけでは不十分であり、このようなテロリズムに対処するにはメディアやインターネットの消費者である個人の存在が必要となる。特に個人が「情報ネット力」を身に着けることが重要である。メディア・リテラシー以上に情報収集に責任を持つ力、「情報ネット力」は今後、インターネット社会が人々の生活に浸透していく中で重要なスキルであり、「ブランド化」するテロリズムに対処する手段として、提案できるのではないかと予測される。

## 参考文献

### 参考文献

#### (邦語文献)

- ・池内恵 (2015) 『イスラーム国の衝撃』文春新書。
- ・加藤朗 (2002) 『テロ 現代暴力論』中公新書。
- ・鶴木眞 (2013) 「マスメディアと国際テロリズムの危機管理」、『生田正輝先生追悼論文集』慶応義塾大学法学研究会。
- ・中山雅司 (2001) 「国際テロと国連安全保障システムの課題 米国による対アフガン報復攻撃と自衛権をめぐる議論を中心として」、『創大平和研究』第 22・23 号。
- ・広瀬佳一・宮坂直史編 (2010) 『対テロ国際協力の構図』ミネルヴァ書房、2010 年。
- ・福田充 (2009) 『メディアとテロリズム』新潮文庫。
- ・—— (2010) 『テロとインテリジェンス 覇権国家アメリカのジレンマ』慶応義塾大学出版会。
- ・—— (2015) 「テロリズムとメディア報道 英米におけるテロ報道に関する制度の考察」、『海外調査情報』第 11 号。
- ・宮坂直史 (2002) 『国際テロリズム論』芦書房。
- ・—— (2004) 『日本はテロを防げるか』ちくま新書。

#### (邦訳文献)

- ・アトワーン, アブドルバーリ著、春日雄宇訳・中田考監訳 (2015) 『イスラーム国』集英社インターナショナル。
- ・クラウセヴィッツ著、篠田英雄訳 (2018) 『戦争論 (上)』岩波文庫。
- ・ゲイロー, J=F、D・セナ著、私市正年訳 (2008) 『テロリズム 歴史・類型・対策法』白水社。
- ・タウンゼンド, チャールズ著、宮坂直史訳 (2003) 『1冊でわかる テロリズム』岩波書店。
- ・ボードリヤール, ジャン著、塚原史訳 (2003) 『パワー・インフェルノ グローバル・パワーとテロリズム』NTT 出版。
- ・——、塚原史訳 (2004) 『暴力とグローバリゼーション』NTT 出版。
- ・——、今村仁司・塚原史訳 (2015) 『消費社会の神話と構造』紀伊国屋書店。
- ・マクルーハン, M、著栗原裕・河本仲聖訳 (1987) 『メディア論』みすず書房。
- ・ユイグ, フランソワ=ベルナール著、加藤朗監修・遠藤ゆかり訳 (2013) 『テロリズムの歴史』創元社。

#### (英語参考文献)

- ・ Agnes Hankiss (2019) “Behind the Scenes of Al-Qa`ida’ s Media Strategy” *Journal of Strategic Security*; pp.60-76.
- ・ Asma, S.K. & Asma, H.K. (2016), "Media Strategy of ISIS: An Analysis", *Strategic Studies*, vol. 36, no. 2. pp.104-121
- ・ Jonathan Matusitz (2018) “Brand management in terrorism: the case of

Hezbollah” , Journal of Policing, Intelligence and Counter Terrorism, vol. 13, no.1, pp.1-16

• Melki, J. & Jabado, M. (2016), “Mediated Public Diplomacy of the Islamic State in Iraq and Syria: The Synergistic Use of Terrorism, Social Media and Branding” , Media and Communication, vol. 4, no. 2. pp.92-103

• Morgans, Melissa J. (2017): “Freedom of Speech, The War on Terror, and What's YouTube Got to Do with it: American Censorship During Times of Military Conflict” Federal Communications Law Journal; pp.145.

• Spencer, Alexander. (2012) “The social construction of terrorism: media, metaphors and policy implications” Journal of International Relations and Development; London: pp.393-419.

• Sultan, Khalid (2016) “The "ISIS" Online Media War: A Construction of Ideology through Terrorism” Pakistan Journal of Peace and Conflict Studies; Khyber Pakhtunkhwa: pp.1-14.

• Speckhard, Anne; Shajkovci, Ardian; Yayla, Ahmet S (2016) “Defeating ISIS on the Battle Ground as well as in the Online Battle Space: Considerations of the “New Normal” and Available Online Weapons in the Struggle Ahead” Journal of Strategic Security; pp.1-10.