

Title	アニメーション, ゲームファンと「聖地巡礼」: メディア・コミュニケーション論からのアプローチ
Sub Title	
Author	平井, 智尚(Hirai, Tomohisa)
Publisher	慶應義塾大学大学院社会学研究科
Publication year	2008
Jtitle	慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要: 社会学心理学教育学: 人間と社会の探究 (Studies in sociology, psychology and education : inquiries into humans and societies). No.66 (2008. ) ,p.109- 112
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	平成19年度[慶應義塾大学]大学院高度化推進研究費助成金報告
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN0006957X-00000066-0109">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN0006957X-00000066-0109</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

## 参考文献

- Eveland, Jr., W. P. (2004) The Effect of Political Discussion in Producing Informed Citizens : The Roles of Information, Motivation, and Elaboration, *Political Communication*, 21, 177-193.
- Gamson, W. A. (1992) *Talking Politics*, Cambridge University Press.
- Lenart, S. (1994) *Shaping Political Attitudes: The Impact of Interpersonal Communication and Mass Media*, Sage Publications.

---

\* 慶應義塾大学大学院社会学研究科研究生

## アニメーション、ゲームファンと「聖地巡礼」

——メディア・コミュニケーション論からのアプローチ——

平 井 智 尚\*

## はじめに

近年、「聖地巡礼」と呼ばれる現象が話題になっている。一般に聖地巡礼は宗教などで重要な場所とされる「聖地」を参拝し巡り歩くことを指す。ただ、昨今話題となっている聖地巡礼は、テレビアニメやゲームの作品の中で舞台になった場所にそれぞれのファンが行くことを指す。例えば、有名な「聖地」として、TVアニメ（漫画）『らき☆すた』の舞台となった埼玉県春日部市や鷲宮町、TVアニメ『涼宮ハルヒの憂鬱』の舞台となった兵庫県西宮市があげられる。

ここでいう「聖地巡礼」に類するような現象自体は新奇なものではない。テレビドラマの視聴者がロケ地を訪れるのも類似の現象である。実際にメディア・コミュニケーション研究の文脈では、TVドラマのセットが再現されたテーマパークへの訪問を「メディア巡礼」と定義し、理論的に興味深い議論が行われている (Couldry, 2000, 2003)。

メディア巡礼で考察されるのは、テレビ・オーディエンスがフィクション（テレビドラマ）の一部に参加することで得るリアリティ、あるいはオーディエンスのアイデンティティや記憶の問題、そして「メディア世界」と「普通の世界」の区分などである。本論もこのような既存研究の視座は継承する。しかし、本論で対象とする聖地巡礼を考察する上では十分ではない。なぜならば、昨今の聖地巡礼は、日本におけるアニメーション、ゲームファンの位置づけ、メディアとしてのインターネットの存在、ネット文化への言及が肝要であり、これらを踏まえながらの考察が必要だからである。

## 1. アニメーション、ゲームのファンの位置づけ

そもそも聖地などというものは存在しない。聖地は作られるものである。その聖地を作るのは「ファン」と呼ばれる人たちである。周知のとおり、ファンとは、主にマス・メディアが生産するテキストを愛好し、それを様々な形で消費しながら、時には自らが二次的な創作物を制作する人々を指す。その語源が「fanatic」（熱狂者・狂信者）にあるように (Thompson, 1995)、ファンは肯定的にとらえられてい

るとは言い切れない。日本でいえば、蔑称としての「オタク（おたく、ヲタ）」や「マニア」に近い意味を持つ。

ファンはステレオタイプ的にとらえられることが多い。すなわち、熱狂的なファンは現実生活の感覚が乏しく、社会的には不適合とみなされる。結果的に、ファンは「普通」の人と区別される、危険で逸脱した「他者」とみなされるのである。こうした表象は、マス・メディア文化の消費が高度化している国や地域では往々にして見られる。日本でいえば、1980年代以降の一連のオタク表象、ならびに90年代以降のオタクバッシングがそれに当てはまる。

こうしたステレオタイプ的な見方がある一方で、ファンは、メディア・テキストを積極的に読み解く存在、そして、フィクション、ファンアート、スクラッチビデオ、ウェブサイトの制作などを通じて文化的批判活動を行う存在としてとらえられる(Jenkins, 1992; Costello and Moore, 2007)。このような活動を行うファンは社会的に孤立した「他者」ではない。他のファンたちと交流し、すなわち、社会性を備え、さらには、文化的な生産活動を行う存在でもある。そして、本論で言及する聖地巡礼も一連のファン活動の系譜に位置づけることが可能である。

ファンたちはアニメーションあるいはゲームのテキストを読み解き、作中に登場する場所に対して意味付与を行う。そして、舞台になった場所を訪れることでフィクションにリアリティを与える。こうした過程は、アニメーションあるいはゲームのテキストをめぐる経験の質や価値を高める。さらに聖地巡礼が目ざされ、それがメディア・テキストとなることで、もともとの作品の新たなファンを獲得する可能性もある。ファンの存在とその主体性はこうした多岐にわたる過程の中心的な役割を担うのである。

## 2. インターネットの位置づけ

以上の議論はアニメーション、ゲームファンという主体に焦点を当てたものである。しかしすでに見てきたように、ファンはメディアと親和的な存在である。それゆえ、メディア、より絞り込むならば、媒体そのもの、ならびに媒体を介して構成された文化への言及を欠かすことはできない。既存研究では主にテレビに焦点が当てられてきた。ただ、時代的な背景を考慮に入れるならば、インターネットへの言及が欠かせない。本論で対象とする聖地巡礼では、実際にインターネットが主要な役割を果たしている。

### (1) メディアとしてのインターネット

ウェブは無限の空間、もしくは部分的に無秩序の空間を与えることでファンダム空間を変容させた。その空間は世界中に広がり、特定の興味・関心をめぐる情報、思想、イメージがやりとりされ、インターネットがないころには届かないような他者との交流をもたらした。ウェブはファンによる現場への「巡礼」に関する物語の増加を促進した(Couldry, 2003: 91)。

ウェブはアニメーションやゲームに関する各種情報などをやりとりするのに適している。ネット上ではアニメーションやゲームなどのファン同士の交流がよく見受けられる(玉川ほか, 2007)。また、情報発信が容易なことから、アニメーションやゲームに関する様々なウェブサイトが制作されている。ファンはウェブの性質を十分に活用している存在なのである。聖地巡礼が実際に認知されるようになったのは、ファンが巡礼紀行をまとめたウェブサイトを制作したことに起因する。聖地巡礼にかかわるウェブサイトを見ると、文字テキストや写真を組み合わせた情報(巡礼紀行)が掲載されており、それが聖地

巡礼への関心を喚起する役目を果たしているのはいうまでもない。

## (2) ネット文化

メディアとしてのインターネットの性質が聖地巡礼の中心的な役割を担う一方で、2000年代の日本社会で醸成されたネット文化も聖地巡礼に影響を及ぼしていたと考える。日本のネット文化を一つにくくすることはできないのは当然である。しかし、00年代に限れば、掲示板・2ちゃんねる、あるいは同掲示板の思想を共有するようなネットユーザーがネット文化を牽引してきたのは疑いようもない。このネット文化も一口で語ることは不可能であるが、注目すべき点を一つあげるとすれば、公共の場面では見られない、あるいはマス・メディアでは表象されないような相互行為をネット上で行っていることである。そして、このやりとりはネット上を越えて、実際の場所にも派生することがある。その際たる例は「オフ会」や「祭り」である。

例えば、掲示板・2ちゃんねるの書き込みに端を発した「吉野家祭り」は、ネットユーザーが牛丼店に訪れ、仲間内でしかわからないような注文をするというイベントであった。この吉野家祭りでは東京都新宿区の店舗が「聖地」とされ、同店には数百名の参加者が集まったとされる(伊藤, 2005)。

この「祭り」と呼ばれる現象は、本論で言及しているアニメーションやゲーム、さらには、マス・メディア文化とも直接は関係がない。しかし、不特定の人物が「場所」に集まるという点では共通しているし、実際に「聖地」という言葉も使われている。この点から00年代のネット文化への言及が重要であることがわかる。

## 3. 聖地巡礼から町おこしへ: 「らき☆すた」を事例として

TVアニメ『らき☆すた』は2007年4月から9月まで放映された。同番組に登場する町、学校、神社などは実際の場所(主に埼玉県各所)を参考にしている。例えば、埼玉県鷲宮町の鷲宮神社や東武線春日部駅などがあげられる。また、明示的ではない場所として、同県幸手市の農道などもあげられる。

アニメーションの放送に伴いファンたちは「聖地」を訪れるようになった。そして、アニメーション専門雑誌で『らき☆すた』の舞台が取り上げられたことで巡礼する人は増加した。しかしそれが広く知られるようになったのは、07年7月の後半に様々なウェブサイトで取り上げられたことによる。この時点における聖地巡礼に対するウェブサイトでの評価を見ると、必ずしも好意的とは言えない。そこにはオタクバッシングの変種も見受けられる。ただし、『らき☆すた』をめぐる巡礼現象が注目を集めたこと、ある意味ではネット上でのニュースバリューがあったことには変わりはない。そしてその後はネット上で『らき☆すた』にかかわる巡礼がたびたび話題に上るようになり、様々な展開を見せていく。その一つは町おこしである。

鷲宮町商工会ではキャラクターの絵馬付き携帯電話用ストラップを発売した。また、07年12月には同町で『らき☆すた』のランチ & 公式参拝 in 鷲宮が開催され、人口3万4千人の町に約3,500人のファンが詰めかけたとされる。さらに、08年4月には作品中に登場するキャラクターに鷲宮町が特別住民票を交付し、その交付式に4,000人のファンが訪れたという。それぞれのイベントはマスコミにも若干取り上げられた。しかし、イベントの詳細を紹介した主たるメディアはインターネットであり、インターネットを介してやりとりを行うファンがイベントの主体であった。

#### 4. おわりに

聖地が作られたのは、一方において、アニメーションやゲームファンの主体性にある。これはメディア、コミュニケーション、ファンを対象とした議論においてこれまでも指摘されてきたことの延長にある。ただ他方において、アニメーションやゲームのファンが置かれてきた歴史性、ならびに日本のメディア環境を踏まえなければ聖地巡礼への理解を進めることはできない。このような観点から、本論ではメディアとしてのインターネット、ならびにネット文化の位置づけに目を向けた。

事例分析の個所で若干言及したように、聖地巡礼は町おこしと連携することもある。『らき☆すた』に限らず、『びんちょうタン』（和歌山県みなべ町）や『true tears』（富山県南砺市）などの作品でも同様の傾向が見られた。これらの現象は必ずしも継続的な町おこしにつながるわけではない。アニメーションやゲームのファンが消費する主体である以上、聖地巡礼、それに付随する町おこしもまた消費される現象に過ぎないともいえる。ただし、その消費を従属的なものとして一面的にとらえては意味がない。聖地巡礼は、メディア・テキスト、ファンによるテキスト解釈、メディアとしてのインターネット、ならびにネット文化、地域社会などが相まって生じた現象である。それは、マス・メディアの中心性によって担保されるものでもなく、インターネットの中だけにとどまるものではない。それぞれのアクターが緩やかに結びつきながら構成されるものである。この「緩やかさ」、すなわち、一方の極に回収・還元されない部分に聖地巡礼という現象の意味があると筆者は考える。

#### 参考文献

- Costello, Victor and Moore, Barbara (2007) Cultural Outlaws: An Examination of Audience Activity and Online Television Fandom, *Television & New Media*, 8(2): 124-143, SAGE.
- Couldry, Nick (2000) *The Place of Media Power*, Routledge.
- (2003) *Media Rituals: A critical approach*, Routledge.
- 伊藤昌亮 (2005) 「ネットに媒介される儀礼的パフォーマンス——2ちゃんねる・吉野家祭りをめぐるメディア人類学的研究」『マス・コミュニケーション研究』66号
- Jenkins, Henry (1992) *Textual Poachers*, Routledge.
- 玉川博章, 名藤多香子, 小林義寛, 岡井崇之, 東 園子, 辻 泉 (2007) 『それぞれのファン研究——I am a fan!』風塵社
- Thomson, John B. (1995) *The Media and Modernity: A Social Theory Of The Media*, Cambridge: Polity Press.

\* 慶應義塾大学大学院社会学研究科博士課程3年

## 2 レバーオペラント事態における系列依存性制御条件の策定

八 賀 洋 介\*

行動レパトリー間の分布・分散に対する強化随伴性による制御の研究は、オペラント変動性と称され近年1つの研究領域を成している。この研究領域の目的の1つは複数の反応レパトリー間でランダムな行動を取らせる条件を把握することである<sup>1)</sup>。ランダム行動に関するヒトの実験は半世紀前から研究が行われているが、多くの研究結果ではヒトはランダムな系列を生成することも、ランダムな系列を