

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 20 日現在

機関番号：32678
研究種目：挑戦的萌芽研究
研究期間：2014～2015
課題番号：26540172
研究課題名(和文) 日米ファンコミュニティにおける「つくること」を通じた文化的実践のエスノグラフィ

研究課題名(英文) An Ethnographic Study

研究代表者
岡部 大介 (OKABE, DAISUKE)
東京都市大学・メディア学部・准教授

研究者番号：40345468
交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,600,000円

研究成果の概要(和文)：様々な履歴を持った人々がゆるやかにつながるファン・コミュニティにおいては、コンテンツの消費だけではなく、生産活動が重視される。本研究では、日米のファン文化を対象に、どのようなコミュニケーションを通して、創造活動が促進されるのかをエスノグラフィックに記述した。具体的には、情報ネットワーク化された社会に「足場掛け」られながら促進される学習と、様々な道具や知識、情報の「密猟」を介したものづくりについてフィールドワークとインタビューを行い、質的データ分析手法を用いて分析した。結果、つくることを通じたネットワークのありようや、インフォーマルな学習がどのように調整されるかを見ることができた。

研究成果の概要(英文)：This research analyzes the relationship between consumption and fabrication in fan community through ethnographic case studies of 15 informants aged 21-24 participating in common-based peer production community. Learning as fan fabrication is a new wave culture of mavens, who are devoted to an alternative to mass production. Digital creation in US and craftwork (especially, "Costume Play") in Japan is a valuable venue for observing about, for example, appropriation, poaching, scaffolding, and so on. My methodology is based on shadowing and participant observation. I group my findings in two different categories: (1) learning as networking through production, (2) fan agencies visualized through informal and collective learning.

研究分野：認知科学

キーワード：ファン文化 エスノグラフィ 学習 足場掛け

1. 研究開始当初の背景

インターネット上の動画共有サイトで日本のアニメを検索すると、英語など、日本語以外の字幕がつけられた映像を目にすることがある。例えば「Hulu(フールー)」のような動画配信サービスは、権利処理されたアニメをはじめとする様々な番組を提供している。日本のアニメ・マンガを海外でローカライズ(現地化)することに専門特化した企業による努力の結果、その著作権・コンテンツビジネスも加速している。このような日本のコンテンツのライセンス・イン/アウトおよびその行使、現地メーカーとの協働といった背景を受けて、コスプレ(コスチューム・プレイ)、ファン・アートや同人誌といったファン活動も、日本のみに特化したものではなくなってきた。

ただし、日本のアニメ・マンガに代表されるコンテンツのローカライゼーションが今日のように盛んになる以前から、それらは様々な言語に翻訳されていた。この翻訳作業を献身的に支えてきたのは、熱狂的な国内外のファンたちであった。米国では特に、彼らのコミュニティを「ファンダム(fandom)」と言い、字幕付けは「ファンサブ(fansub: fan subtitling)」と呼ばれる。彼らは単に、受動的にコンテンツを視聴するだけではない。最新のアニメにできるだけ正確な訳をつけ、私的に、または趣味縁で繋がるニッチなグループの間で流通させて楽しんできた。

Jenkins(2007)によれば、アニメファン・コミュニティにおける消費スタイルは、「プロシューマー」的であるという。彼らは、コンテンツを視聴する「消費者」でありながら、例えばその映像クリップから私的なアマチュア作品を「生産」する。国内における「コスプレイヤー」「同人誌愛好家」といったファンコミュニティもまた、プロシューマーとしての彼らの文化的実践の中に生きている。このような背景のもと、今日的な国内外のファン文化をエスノグラフィックに描写していくことを目的とした。

2. 研究の目的

ファンサブのようなアニメファンの活動とローカライゼーションに従事する企業を通して、従来日本国内でのみ消費されてきたコンテンツは、国境を越え、様々な地域で日常的に消費されるようになった。例えばファンサブを行う場合でも、色々な国の人々がオンラインでチームを組んで協働的に取り組んでいる。さらに近年では、コンテンツに対するファンによる非商業的な貢献と、企業による商業的なそれが境界を横断するハイブリッドな流通モデルも成功をおさめている。非商業的なコミュニティに金銭のような商業的なインセンティブを持ち込むことにより動機が抑制されるという指摘もある一方で、本研究で見ていくアニメコンテンツに関わるネットコミュニティでは「集合的な達

成」を目指す特有のコミュニケーションが展開されている。

エンゲストロームは、このような今日的なネットコミュニティを介した活動の広がりを「野火」(Engeström, 2009)という言葉を用いて捉えようとする。私たちがよく知る学校や企業のような制度化された組織の中での活動に加えて、分散的でローカルな活動やコミュニティが、野火のように同時多発的に色々なところで生じ、広がって、つながっていくような活動も分析対象としようとして試みている。このような野火のように広がる活動は、1990年代になって急速に日常化してきた。例えば、世界中のプログラマーが、興味に突き動かされて、できる範囲で貢献しながら作られたOS(オペレーションシステム)であるLinuxに見られるような「オープンソース」の文化や活動も、そのひとつだと考えられる。野火のようにコンテンツが流通している中で、ファンによる消費スタイルは生産を伴うものに変化してきたと指摘されてきている。先のJenkins(2007)にしたがえば、アニメファン・コミュニティにおける消費スタイルにおいて、ファンたちは「つくることを通した消費」を通して自己充足し、かつ、それがファンダムのコミュニティ全体の「学習」となっている。

本稿では、そのような消費スタイルを下支えする学習の共同体としてネットコミュニティを捉えていきたい。アニメファンのネットコミュニティを対象に、彼らがどのように経済資本ならぬ「ファン資本」(龐, 2010)を交換し、どのようなプロセスで創造的かつ集合的な学習を行っているのか、これらの点を紹介していきたい。

3. 研究の方法

本研究では、いわば「地下茎(リゾーム)」のようなつながりや活動を研究対象とするため、量的な調査方法を用いることが難しい。非商業的な現代のメディア消費の状況进行分析対象とする場合は、ネットワークのノードやハブとなるような調査対象者に焦点をあて、そこから多様なつながりや用いられているメディアを調査対象とする必要がある。

調査手法としては、以下に具体的に示すような、半構造化インタビュー、参与観察、同行調査を組み合わせたエスノグラフィックなものをを用いた。

(1) ファンコミュニティへの参与観察

本調査のようなオンラインエスノグラフィックの場合、直接的な観察による実践の記録は困難である。例えば「知識や技能の習得」や「社会関係の構築」といった学びに関係する実践は、主にインターネットを介して行われており、個々のファンはコンピュータと対峙している。そのため、オンラインネットワークの追尾も実施した。

(2) アニメファン・コミュニティへの半構造化インタビュー

大まかには「どのように知識や情報が交換されるのか」「何が評価対象となるのか」「何が熟達を示す指標となるのか」といった、学習に関する事柄について聞いた。ただし、これに限らず、調査協力者とのやりとりの中で柔軟に話題を拡張した。合計 15 名のファンサブ従事者とコスプレイヤーを調査対象者としてインタビューを行った。

4. 研究成果

本稿では、ファンコミュニティ文化に見られる製作を中心とした活動に着目し、フィールドワークとインタビューを行い、比較的容易に着手し得る質的データ分析手法である大谷 (2011) の SCAT (Steps for Coding and Theorization) を用いて分析した。その結果、人工物を通じた自己と他者のネットワークのありようや、道具の可視/不可視による主体性の変化を見ることができた。

具体的には「ファンコミュニティに見る足場掛け」と「ファンコミュニティにおける創造のプロセス」の 2 点に着目する。

(1) ファンコミュニティに見る足場掛け

本研究では、コスプレイヤーの衣装などの物質的なものであれ、ファンサブのようなデジタルなものであれ、「つくる行為」を伴うファンダムの消費と生産行動を対象とした。

この時、本稿で着目する概念のひとつが「スキャフォールディング (scaffolding)」(Wood, Bruner and Ross, 1976) である。建築中に足場を組んで建物を支える様子にならった概念で、教育学では「指導者から学習者への働きかけ」という意味で用いられている。有元・岡部 (2013) のまとめを使えば、「学習者単独ではできない課題を、親や先生、仲間など、より能力のある他者が援助し、実行可能にする工夫」という意味になる。この、独力でなしえることだけでなく、他者や道具といった足場がある状況の中でできることまでを含めて能力と捉える見方は、ファンダムの中には豊富に出現した。むしろファンダムのネットコミュニティは、あたかもそれが前提となっているかのようにすら見える。

ファンダムの中に見てとれる足場掛けは、学校の先生のような特定の「熟達者」が「初心者」を支援するという限定的な学習に留まらない。ファンサブやコスプレのような不特定多数からなる集合体では、SNS や P2P (ピアトゥーピア) のコミュニケーションメディアを通して、知識や情報を交換する。いわば、コミュニティ全体で集合的に足場掛けが展開されているように見える。

またファンダムにおいては、こなすべき課題であるとか、達成すべき目標のようなものがあらかじめ分かっている上で足場の構築がなされるわけではない。事前にゴールが見えている場合はむしろ少ない。どこまで何を

するか、どの程度徹底して作るか、といったことが所与ではないのである。ファンサブであれ、コスプレであれ、近年のものづくりを伴うファンダムの活動において興味深いことは、ネットコミュニティ上で共有されている知識や技術、他者のものづくりの「型」を参照しながら、個人の目的を達成しつつ、再びネットワークに自らの知識や技術、すなわちファン資本を還元し、不特定の人びとを (明確な教授意図を持たずに) 支援している点であろう。

(2) コミュニティの中での創造のプロセス

ネットワーク・コミュニティにおいて、「創造的生活者」とでも呼ぶべき、生産を伴う消費スタイルは、実際に、どのような過程で行われているかを検討した。

米国のファンサバーであれ、日本のコスプレイヤーであれ、その製作や貢献の動機は、特有の評判システムに依拠する。膨大な画像情報の中から、どのような素材を使い、どのような技法で製作・造型しているのかを読み取り、製作すると同時に、加工した自身のコスプレ画像をアップロードする。

このような大文字のクリエイション (創造) ではなく、アマチュアが日常的に行う微小な創造は、足場としての SNS から生じ、その結果、ネットコミュニティにおいて「個人のものづくりが集合的に達成」される。具体的なモノを加工、生産する日本のコスプレイヤーにおいて興味深かった点として、「加工対象となる『素材』として『商品』を捉える視点」があげられる。コスプレイヤーは、安価に質の高いモノを製作することを重視する。このコスプレイヤーの製作の欲求は、100 円均一ショップやホームセンターとともにあり、それらが創造の欲望をかき立てる「文化的装置」となっている。

米国におけるファンサバーへのインタビューデータからも、ファンサブのような行動に突き動かされる動機の源として「ファンダムの向上」と「ファンダムへの貢献」が異口同音に聞かれた。最初は他者によってファンサブされたコンテンツを消費しているだけかもしれない。しかしその中から、誰かのファンサブに動機づけられ、英訳を行なう「エディター」、または「翻訳チェッカー」、英訳を台詞にあわせて配置する「タイマー」など、自分ができる役割は何かを考え、何かしらの貢献ができるよう努めるようになる者が登場してくる。

米国のファンサブにおいても、熟達したファンサバーとネットコミュニティでつながることを通して、何らかのデジタル技術が習得されることを喜びとする。ファンサブ作品をつくることを通じた学習や技術習得を尊重し、そしてそれを下支えするオンライン・フォーラムでの情報交換がなされる足場掛けのシステムもまた重視されている。興味に突き動かされて、それが仲間の支援と接続す

ることで、何らかの学習が達成されるのである。

さらにこの足場掛けは、非商業的な活動に留まらない。米国でファンサブに従事する大学院生にインタビューすると「最近では、一緒にファンサブをやっていたメンバーが、商業的なファンサブを手がけるようになってきている」とのことである。従来、ファンダムの消費と生産は、非営利的なニッチなファンサブコミュニティで行なわれていた。1980年代半ばに始まったファンサブの実践は、初期、VHSテープとともに米国のアニメクラブ(大学を中心に形成されたクラブ)において流通していたのである。しかし近年では、もともとは非商業的なファンサブで活動していた人たちが、日本のアニメ・マンガコンテンツなどの著作権を得て配信を取り扱う企業において、最適な字幕をつける業務を請け負うようになるなど、商業と非商業の境界を横断しながら、消費と生産が展開されている。いわば、興味と仲間のつながりを経て達成された学習が、キャリアやアイデンティティ形成と接続していくのである。

このような、非商業的なゆるやかな関係性に加えて、商業的な活動という、商業と非商業のハイブリッドな生態系において、ファンどうしの知識や情報の交換が展開されている。多様な関心を持った人びとが集い「ひとりでは太刀打ちできないことを、お互いがお互いの足場となりながら、集合的に実現・学習していく場」が構築されている。日本のメディア・コンテンツが国境を越えてローカライズされていく背後には、足場掛けに満ちた学習の生態系とでも呼ぶべき状況のデザインがあったのではないだろうか。

意図的であれ、無意図的であれ、日米のファンコミュニティにおけるつくる行為を鑑みると、彼らは、ものづくりに関する技能習熟と、ものづくりのための環境を「同時に生成」(Holzman, 2009)しているようにも見える。重要なことは、この活動が、ソロではなく、少し背伸びした挑戦をし合うような「アンサンブル(ensemble)」において実現している点である。ファン文化においては、集合的な足場掛けという状況があれば、単独で事に向かうよりもはるかに多くのことが可能となる。アンサンブルとして人々のものづくりを捉えると、彼らは、自分たちが何者かになりつつあるよう動機づける舞台のようなものを自分たちで作っているように見える。自分自身、そして他のファンコミュニティが変化し成長する能力を持つ環境に寄与するアンサンブルである。

これまで見てきたアンサンブルとしてのファンコミュニティは、環境を作り続けていくことへの貢献に積極的であった。多様な挑戦に向かう人々が集まって集合的な足場を作る環境においてこそ、ファンコミュニティのコンテンツの消費と生産は拡張してきたのだろう。

[引用文献]

有元典文・岡部大介(2013). 『デザインドリ
アリティ[増補版] 集合的達成の心理学』.
東京: 北樹出版.

Engeström, Yrjö(2009). Wildfire
Activities: New Patterns of Mobility and
Learning. International Journal of
Mobile and Blended Learning, 1(2).

Holzman Lois (2009). Vygotsky at Play and
Work. United Kingdom: Routledge. (茂
呂雄二(訳)(2014). 『遊ぶヴィゴツキー
生成の心理学へ』. 新曜社.)

Jenkins, Henry(2007). The Future of Fandom.
In Fandom: Identities and Communities in
a Mediated World. J. Gray, C. Sandvoss,
and C.L. Harrington, eds. New York: NYU
Press.

龐惠潔(2010). 「ファン・コミュニティにお
けるヒエラルキーの考察 台湾における
ジャニーズファンを例に」 『東京大学大
学院情報学環紀要』78: 165-79.

佐伯胖(2014). そもそも「学ぶ」とはどうい
うことか: 正統的周辺参加論の前と後. 『組
織科学』, 48(2), 38-49.

Wood, D., Bruner, J. S., & Ross, G. (1976).
The role of tutoring in problem solving.
Journal of Child Psychology and
Psychiatry, 17, 89-100.

5. 主な発表論文等

(研究代表者, 研究分担者及び連携研究者に
は下線)

[雑誌論文](計 3 件)

岡部大介, 松浦李恵; 趣味的なものづくりを
通した学習のフィールドワーク: 大学におけ
るデジタル工作機械の利用に着目して, ヒュー
マンインタフェース学会論文誌, vol.18・
No.1, 2016年2月, pp19~26

岡部大介; 境界のデザイン ソーシャルファ
ブ리케이션の現場から, 質的心理学フォー
ラム, Vol.7, 2015年9月, p5~13

松浦李恵, 岡部大介・大石紗織; ものづくり
コミュニティへの参加を通した学習: ファブ
ラボ鎌倉のフィールドワークを通して, 日本
認知科学会誌, vol.22・2, 2015年6月,
p268~p281

[学会発表](計 6 件)

岡部大介, 岡部愛, 平井智仁, 大谷紀子, 岩
野公司; コスプレイヤーの協働的ポージング
構築場面にみる物理的特徴の分析, 日本情報
処理学会第78回総会, 慶應義塾大学(神奈川
県), 日本情報処理学会第78回総会人文科学
と情報分析(1), 2016年3月11日

Daisuke Okabe, Rie Matsuura, and Saori

Oishi ; Learning through participation in community of digital fabrication: from an ethnographic study in FabLab Kamakura , Fab Learn 2015 , Palo Alto(USA) , 2015 年 9 月 27 日 ,
(<http://fablearn.stanford.edu/2015/wp-content/uploads/2015/10/FL2015-Poster-0kabeMatsuuraOishi.pdf>)

岡部大介 , 中塚朋子 ; 「質的心理学フォーラム」編集委員会企画 : 「境界のデザイン」と質的研究 , 日本質的心理学会第 12 回大会 , 宮城教育大学(宮城県) , 2015 年 10 月 4 日

青山征彦 , 香川秀太 , 岡部大介 ; ゆるやかなネットワークをどうとらえるか コスプレ , アイドルファン , 社会運動から考える , 日本質的心理学会第 12 回大会 , 宮城教育大学(宮城県) , 2015 年 10 月 4 日

松浦李恵 , 岡部愛 , 岡部大介 ; ファン活動に見る集合的な学習と足場掛け : コスプレ文化のエスノグラフィを通して , ヒューマンインタフェースシンポジウム 2015 , 公立ほこだて未来大学(北海道) , 2015 年 9 月 3 日

Rie Matsuura , Daisuke Okabe , Learning through Participation in Communities of Digital Fabrication: From an Ethnographic Study in FabLab Kamakura. Digital Media and Learning Research Conference , Los Angeles(USA) , 2015 年 6 月 12 日 ,
(<http://dml2015.dmlhub.net/event/individual-talk-panel-ed-critical-perspectives-on-design-and-possibility/>)

〔図書〕(計 2 件)

水野大二郎 , 金森香 , 岡部大介 , 他 12 名 ; ファッションは更新できるのか? 会議 人と服と社会のプロセス・イノベーションを夢想する , フィルムアート社 , 2015 年 8 月 , p401-410

香川秀太 , 青山征彦 , 岡部大介 , 加藤文俊 , 木村健世 , 他 17 名 ; 越境する対話と学び 新曜社 , 2015 年 5 月 , p309-325 .

〔産業財産権〕

出願状況 (計 0 件)

名称 :
発明者 :
権利者 :
種類 :
番号 :
出願年月日 :
国内外の別 :

取得状況 (計 0 件)

名称 :

発明者 :
権利者 :
種類 :
番号 :
取得年月日 :
国内外の別 :

〔その他〕
ホームページ等

なし

6 . 研究組織

(1) 研究代表者

岡部 大介 (Daisuke Okabe) 東京都市大学・メディア情報学部・准教授

研究者番号 : 40345468