

## 科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 6 月 30 日現在

機関番号：32678

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2012～2013

課題番号：24650127

研究課題名(和文)日米のファンコミュニティにおける野火的なコンテンツ消費のエスノグラフィ

研究課題名(英文)An ethnographic study of fandom communities in Japan and US

## 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) 1,800,000円、(間接経費) 540,000円

研究成果の概要(和文)：90年代より、マンガ、アニメなどのメディアコンテンツが、様々な国家間、文化間で広く共有され、消費のみならず、コンテンツをもとに生産活動がなされている。彼らの活動の特徴のひとつは、「野火」のように広がる学習形態にある。野火的な活動とは「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、同時に至る所に形成され、ひろがり、相互につながって行くといったことを伴った活動」(上野, 2011)である。このような議論を背景に、本研究では日米の10代から20代のアニメファンの「野火的活動特有の学習」と「贈与と返礼による交換形態」に着目し、彼らの文化的実践をエスノグラフィックに素描した。

研究成果の概要(英文)：This study seeks to demystify one of a subculture of extreme Japanese and US fans and mavens known as Fandom who get really into digital contents from manga and anime. Japan is home to numerous amateur peer productive events. Fandom is a youth-dominated niche grounded in a DIY and anticommmercial ethic of digital creation. Although not characterized by formal forms of evaluation and hierarchy, fandom people, are highly conscious of quality standards for their productions. Fandom events and dedicated on line networks for fans are a valuable venue for exchanging information and learning from each other about consumption and production. In this study, I discuss various cultural practices characterizing the fandom community based on our interviews with Japanese and US fan people and fieldwork. I will discuss in detail the following aspects: (1)horizontal learning in fandom culture as wildfire activities (2)relationship of economic consumption and non-commercial exchange among fandom culture.

研究分野：情報学

科研費の分科・細目：図書館情報学・人文社会情報学・情報社会学

キーワード：ファンダム エスノグラフィ 学習 足場掛け

### 1. 研究開始当初の背景

2000年代以降のデジタルツールやソーシャルネットワーキングサービスなどの台頭により、さまざまなコンテンツが、国家間、文化間で広く共有されている。従来ローカルに、かつDIYとして行われてきた個人のコンテンツ制作は、ネットワーク化された社会において、国境を越え日常的に行われるようになってきた。このような「トランスナショナル」なデータ、コンテンツの交換や共有は、主に人類学において学術的に着目されてきているが(Appadurai, 1996)、これはアマチュアのファンにおける活動においても同様に見られる(Ito, et al, 2013)。

ファンなど、アマチュアにおける消費スタイルは「プロシューマー」的であると言われる。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。筆者はこれまで、国内外における「コスプレイヤー」「同人誌愛好家」「ファンサブ (fansub): 日本のアニメに英語の字幕をつける実践共同体」といったファンコミュニティを対象に、プロシューマーとしての彼らの「文化的実践」を詳細に記述してきた(松浦・岡部, 2014 など)。ただしこれらの一連の調査フィールドは、日本国内に偏っている。「トランスナショナルな文化のフロー」が学術的に注目されている今日、国内におけるフィールド研究を充実させるとともに、それを超えて記述していく必要があると考えられる。

### 2. 研究の目的

本研究では、日本国内、および米国を中心とした、アマチュアによるコンテンツ消費に関する文化的実践の生態系を記述する。今日、コンテンツやデータの知識・技術共有作業を献身的に行っているのは、アマチュアのアニメ・マンガファンたちである。彼らは受動的にデジタルコンテンツを利用するだけではなく、コンテンツをローカライズしたり、改変したりしながら、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る。それは生産を伴う消費スタイルであり、今日的な「つくること」を通じた繋がりを示す。本研究では、Engstrom(2009)の言う「野火」のように広がる活動に焦点をあてる。上野(2011)の指摘を援用すれば、野火的活動とは「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、同時に至る所に形成され、ひろがり、相互につながって行くことを伴った活動」である。また同様に、上野(2011)は、現代社会におけるこうした野火的な活動のひろがり、あらためて学習の捉え直しを迫っていると言う。例えば、ファンダムのようなフィールドにおいては、知識や情報が上流から下流へ、あるいは知識や情報を持つ者が、持たない者に与えるという「垂直的」な形で表現することはできない。むしろ、学習は、コミュニティ、人々、活動の間で「水平的」

あるいは、相互的に構成される現象である。このような背景があるものの、フィールドの曖昧さと入りにくさから、今日的な野火的活動における学習についての具体的事例の蓄積は少ない。よって、この領域のフィールド調査を押し進める必要があると考える。

このような背景のもと、本研究では、(1)日本および米国におけるファンダムを中心としたフィールドワークをもとに、今日的な野火的なコミュニティにみられる製作活動のありようを詳細に記述することを目的とする。加えて、(2)ソーシャルメディアを介した、彼ら特有の「足場掛け」に満ちた「学びのデザイン」と「社会的繋がり」について定性的に分析する。

### 3. 研究の方法

本研究では、ローカルなコミュニティどうしの、いわば「地下茎(リゾーム)」のようなつながりや活動を主な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。非商業的な側面も含む現代のコンテンツ消費の状況を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場所や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。そのため本研究では、国内でファン活動に従事する調査協力者と協働で研究を進めるとともに、米国で若者や子どものメディア利用に関するエスノグラフィを実施している研究者の協力を仰ぎ、実践コミュニティのネットワークへ参与する土壌を形成する。

なお調査手法としては、これまで申請者が「日本のコスプレコミュニティにおける調査」で用いてきたような、半構造化インタビュー、参与観察、シャドウイング(同行調査)を組み合わせたエスノグラフィックなものとなる。具体的には以下の2点からなる。

#### ・ファンコミュニティへの参与観察

本調査のようなフィールドワークの場合、ローカルな場面の直接的な観察による実践の記録に加え、オンラインでの活動にも焦点を当てる必要がある。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、個々人はコンピュータと対峙している。そのため、申請者自身がデジタルアプリケーションコミュニティのオンラインネットワークに参与することを通して、実践に従事しつつ、日常的にコミュニケーションをとっていく。

#### ・ファンコミュニティのメンバーへの半構造化インタビュー

事前に大まかな観点を決めた上で、インタビューを実施するが、それに限らず、調査協力者とのやりとりの中で柔軟に話題を拡張する。さらには、インタビューを重ねながら、

インタビュープロトコルの修正や重み付けの検討も同時並行で行なわれた。調査対象者は年齢、性別がなるべく異なるように配慮した。

本研究では、主に、日米の10代から20代のアニメファンに多くみられる、日本の商業アニメの映像断片を再編集/リミックスし、それに好みの音楽を重ね、非商業的に新たなコンテンツを生成するAMV [Anime Music Video]の実践と、ファンサブと呼ばれる字幕付けの活動、コスプレイヤーらに焦点をあてた。

フィールドワークの方法については、Clifford(1996)や藤田・北村(2013)を参考にする。参与観察の時の調査メモ、また、調査協力者とのメールのやりとりもデータに含めたデータセットを整え、分析方法は、大谷(2008)のSCAT(Steps for Coding and Theorization)を援用した。なお分析の際は、テキスト分析に有用なソフトウェアMAXQDAを用いた。

#### 4. 研究成果

SCATを用いて、インタビューデータ、観察メモなどのデータセットが、どのような概念として理解可能か、その大枠を理解するためのコーディングを行った。その上で本研究では、野火的活動としてのファンコミュニティにおける消費と学びの諸相について具体的に説明することを目的とし、分析から得られた概念とストーリー・ラインを中心に解釈や考察を加えていきたい。

ここでは、日米のファンダムにおける、野火的な活動における学習ということについて議論する。

Benkler(2006)は、コンピュータの処理能力が増し、アマチュアがネットワークに接続し、協働作業やファイルの公開ができるようになったことで、「製作」というもののあり方が変化したと述べる。この、非商業的で、協働的な製作活動に参加する動機は極めて多様である。参与する人々は、常に、与えられた知識や情報だけではなく、それらを自らが生成する動機に突き動かされている。オンライン上がネットワーク化されている現状と参加型の新しい文化が、それを可能にしている。

以下では、日米のフィールドワークを通して得られたデータを踏まえながら、オンラインでの(1)野火的活動における「足場掛け」による学習と(2)ファンダムにみる水平的な学び、(3)ファンダムにみるコンテンツ消費の規範の3点について考察する。

##### (1)野火的活動における足場掛けによる学習

ウェブの活用は、日米問わずファンダムに参加する人々にとって非常に重要である。全ての調査対象者が、専用のSNSやオンラインリレーチャットであるIRCを用いてコミュニケーションを図り、知識交換を行っていた。

彼らはデータをアーカイブしたり、情報の閲覧のみにウェブを利用しているわけではない。インタビューを通して、米国でファンサブに従事する者であれ、日本でコスプレ活動をする者であれ、そのコミュニティで得た技能をオンラインで広く他者にも示すことで、コミュニティに「貢献」しようとする人々の声が得られた。オンラインではあるものの、実際に他者の前で「やり方をみせること」を通して自らの技能を伝播していくことは、他のファンたちの参加や実践動機へとつながる。このような、いわば「skill model(技能の模範者)」として、技能をオンラインで交換していく形態は、日米いずれのファンダムにおいても確認された。

コスプレにしるファンサブにしる、高い技術を得て、ファンダムにおいて有名になると、他の人たちに教授するようになる。ただし、特に米国のファンダムにおいては、趣味的な活動に必要な事柄は自発的に学習されなければならないという規範が強いように思われる。米国においては、新参者は、まず「独習」が求められるが、それでも経験の長いファンたちは、オンラインでの議論の場である「フォーラム」に常駐し、技術的な質問にも丁寧に回答している。このことによって、具体的な「製作」を通して米国のファンダムに貢献しているわけではない「普通の」ファンもまた、「洗練されたメディア消費者」になっていく点は重要である。

さらに、ファンダム文化においては、インターネット上の情報を見て製作の参考にすることが一般的である。しかも、例えばファンダム文化に関連する「専用SNS」(例えば、日本コスプレで言えば「Cure」など)は、皆が閲覧し参考にすることを前提に、またそれを支援するためにつくられているように見える。つまり、情報をアップする人は、他者に自分のアップロードした情報を参考にしてもらうことを常に期待しているとも言えよう。このような支援目的であるSNSなどを媒介物とし、そこにアーカイブされている写真や「足場」として利用しながら、ファンダムに関与する人々はお互いにやり取りをし、「自分ひとりではできないこと」を達成している。人間の動機や能力が、独力で発揮されるものだけではなく、社会的に支援されて発揮されるという集合的達成の側面がよく分かる。

「足場」または「足場掛け」とは、「ひとりではできない課題を、仲間や先生など、より能力のある他者が援助し、実行可能にする工夫のこと」である(有元・岡部, 2013)。「足場掛け」の概念は、もともとは教室における明確な支援者(主には教師)と、被支援者(主には生徒)との関係性を示していた。しかし、例えば、専用のSNSにタグとともに集積された中の特定の画像から、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ろうとするコスプレイヤーなど

のファンの姿を見るに、明確な「教師」を特定することは難しい。ファンは、様々な先達の情報を読み解き、得られた情報から製作を開始する。その後、自身の製作物もアップロードすることを通して、ファンダムに貢献する欲求を具現化する。

このような連続性の中で、ファンサブやAMVであれ、コスプレや同人誌であれ、ネットワーク化の進展とともに、その質が日々高まっていく。もし、今ほどネットワーク化が進んでいなかった10年前のファンダムの活動の質が低く見えたとしたら、それは、ファンらの無能力としてではなく、特定の社会道具的な「足場掛け」による集合的達成の効果として把握されねばならない。膨大な情報の中から個人にとって関係する情報を検索したり、他のファンとの容易なコミュニケーションを下支えするような、相互的な支援を目的として利用するウェブサービスやオンラインアプリケーションの存在、こういった「足場掛け」がある状況、これとファンの主体性を切り離して考えることはできない。経験のあるファンの技術を参考にし、模倣したいという欲求、または、他のファンと同様またはそれ以上の水準で作品にしたいという欲求、そして自身の製作物をオンラインにアップロードすることによる貢献欲求、これらは、この「足場掛け」の中でしか生起しようがないと考える。

## (2)野火的活動としてのファンダムにみる水平的な学び

Lawrence(2013)も述べるように、ファンダムのフィールドには、ファン以外には分からない様々な知識と技術が集積されている。そこには細部まで繊細なこだわりがあり、製作のための特殊な技術が必要とされる。

先にも見たように、ポータルサイトやSNS、IRCなどの「足場掛け」の中で、ファンダムにおける製作が発生する。ファンたちは、誰か他者が製作したものを消費し、さらにそれに改変を加え、伝播させる。例えば日米のコスプレイベント会場では、ポーズングをとって遊ぶファンたちで満ちている。興味深い点は、その遊びの準備のために、集合的に知識交換しながら動機づけられていることにある。

このことは、ファンサブのようなグループで分担しながら取り組むファン活動においては、さらに明確である。ファンサバー(ファンサブを行なう人々)たちは、アニメ作品の翻訳や字幕付けに関わる個々の担当箇所のみ活動に従事しているわけではない。ファンサブの活動は、他のファンサバーの活動との関連の中で行なわれている。また、特権的な誰かが「垂直的に」ファンサブの質を評価するわけではない。インタビューにおいても、ファンサブを視聴する他のファンたちや、ファンサバーたちが残す視聴履歴やコメント

を通してファンサブのやり方を変えていくことが確認された。このように、垂直的な評価だけではなく、経験のある「玄人的な視点」による水平的な学習環境こそが、ファンサブ従事者にとって重要である。

ネットワーク化されたコミュニティにおいて水平的な学習を進めていく中で、ファンたちは、ファンダムの「誰かによる貢献に引っ張られる形で、製作や創作の動機が湧く」と異口同音に語る。高い評価の得られるAMVの製作、質の高いファンサブ、キャラクターを忠実に再現したコスプレ、といったような行為の「欲求」は多くのファンの発言に現れる。その「欲求」が「動機」化されるのは、集合的で水平的な知識交換をとともなう学習のネットワークが可視になることと同義である。ファンたちにインタビューすると、日米両国同様に、何かを製作する際、そのネットワークにおいて、製作に関わる「適切な」情報にアクセス可能であることこそが動機を生む。例えばインタビューした日本のコスプレイヤーは、難しい造型と加工を伴うコスプレの装飾品に対して、製作欲求を有していたが、技能が伴わず実現できていなかった。しかし、その造型が、全国展開する大手の100円均一ショップで販売されている玩具において実現可能だという「適切な」情報に(SNSを媒介して)アクセスできた瞬間、彼女の加工に向かう動機が可視になった。このように、集合的に課題解決されていくネットワーク化された公共圏において、コスプレイヤーの知覚する「加工可能性」に関する「見え」は変化する。ファンダムのような組織外における学習は、常に知識や情報を持つ者が、持たない者に与えるという「垂直的」な形で表現することはできない。むしろ、SNSのようなオンラインに集積された個々の「小さな貢献」によって、人々の間で「水平的」に構成される。

## (3)ファンダムにみるコンテンツ消費の規範

ここでは、日本発のコンテンツのトランスナショナルな消費の側面について考察する。コンテンツを視聴する「消費者」でありながら、私的な作品を「生産」というプロシューマータ的な消費スタイルをとるファンは、日米ともに観察された。以下では、彼らがどのような動機にもとづき、「消費」したものを「改変」し、新たな作品として「再生産」しているかについて述べた上で、主に米国において得られた「消費に関する規範」について論考する。

ファンダムの活動に関わる人々の言動には、ファンダムコミュニティの環境全体を向上させたいという考え方が見て取れる。

上述したように、知識や情報の交換により集合的に達成される製作という行為は、短時間・安価で効率的に作成することが可能となる。米国のAMV制作者も、日本のコスプレイヤーにしても、以前のような技術的・経済的

な障壁がなくなってきたおり、デジタルであれ、物理的なものであれ、それを「つくり出す手間が大きく省略された」とのことである。ネットワーク化された社会によって、技術的・経済的障壁を伴っていた時には「つくる気持ち」すら生じなかった状況を一変させた。ファンたちは、他者の創作活動に刺激を受け、その「模倣」や「改変」を繰り返すことによって成立するつくる行為を遂行する。このように、それまでの歴史的な営みを「専有 (appropriation)」し、そこに改変を加えるプロセスについて、Corsaro (1997) は、進化心理学の観点からごっこ遊びなどに興じる子どもたちの活動に着目し「解釈的再生産」(interpretive reproduction) という概念を提唱する。

過去の製作過程自体を参照しながら、ファンたちは、そこに自身の「解釈」を加え「貢献」する経験を楽しんでいる。みなで協働的に「標準化」し、そして新たな製作に向かうプロセスとも捉えられる。日米のファンたちは、このような貢献欲求を満たす「解釈的再生産」を消費しているとも捉えることができる。これは、資本制市場経済にみられる貨幣による交換の文脈とは異なる「交換形態」であり、「消費」であると捉えられよう。日米のファンカルチャーの活動に見られる交換形態は「贈与と返礼による互酬」(柄谷, 2010) を含む。彼らは、互いに、製作に必要な知識や技能、コミュニティへの貢献といった事柄を贈与し、同時にそれらを返礼として享受している。

日米両国のファンたちは、いずれも、自分たちの活動を非商業的な文脈として捉えている。両国において、質の高いコンテンツを製作すること、自己表現の欲求を満たすこと、他者からの評判や名声を得ること、こういった贈与と返礼による互酬に基づいた交換形態は、ファンたちがAMVやファンサブ、コスプレや同人誌などといった活動の動機となっていた。ただし、米国におけるインタビューにおいては、日本に比べて「ファンが、どのようにアニメ企業などのような商業的側面に返礼が可能か」といった倫理的規範を重視していることがうかがえた。米国では、非商業的实践を楽しむアマチュアのファンが、同時に、商業的文脈での「商品交換」も行なっているのである。例えば、初期のファンダムから活動を続けているファンサバーやAMV制作者たちは、原作や原作のファイルをオンラインで購入したり、DVDやBlue-rayディスクなどとして購入することが重要だと述べる。この規範は、古くからこの活動に携わるファンたちに特に顕著にみられた。また、単に無料視聴できるアニメのみに興じたりする「商業的な側面への金銭的貢献」が少ないファンたちに対してよい印象を持たない様子もうかがえた。具体的には、ファンサブやAMVの実践を中心にしたファンたちの中には、コスプレのみを楽しんだりしているファン

たちを快く思っていない人もいるようだ。そして、「商業的な側面への金銭的貢献」によって、国際的にアニメやマンガが発展していくことにも寄与するという声を、異口同音に聞くことができた。日本のインタビューでは、そのような発話に至ることがなかった点も興味深い。

主に米国のファンダムの消費において興味深いことは、商業的に貨幣による「商品交換」を行なう側面を重視しながら、その中で知識・技能や、評判・名声といった「贈与と返礼」にも参与している、このハイブリッド性にある。「贈与と返礼による互酬」と「貨幣による商品交換」とが共存するこのハイブリッドモデルは、今後のコンテンツ消費を考えていく上で重要であると考えられる。

米国のファンダムに見られる、アニメ・マンガ業界と、ファンダム全体への貢献を前提にした交換形態や倫理感は、新しい文化の萌芽となる可能性を含んでいるだろう。他のファンたちが満足するように、原作に忠実に、徹底した製作に向かうファンたちは、同時に、著作権についても意識しながら活動しており、インタビューにおいてそれを明言する(日本においても、ファンたちは著作権に対する意識を持っているが、その点とどのような姿勢で対峙しているかに関して、明確に言及するということはなかった)。このような背景は、プロフェッショナルとアマチュアの関心、また商業と非商業の関心の二項対立を乗り越えるハイブリッドな文化を考えていく上で、多くの示唆を含んでいるだろう。

#### (4) 今後の展望

ファンダムに見られる「創造」は、単なる新しい技術の開発や、一部の「創造的なエリート」による「社会的に大きな変化をもたらすような活動やアイデア」といった通念の再構成をせまる。ファンダムによる創造は、ピアベースの、極めて小規模ロットな範囲で行なわれる。彼らにとって創造的な活動とは、常に、同じファンダムの仲間や先人のつくりあげた構築物の上に、自分の「貢献」を少し付け足すことにある。ドミニク(2012)も述べるように、創造を行うということは、他者の創造に刺激を受け、その模倣や改変を繰り返すことによって成立する。

繰り返し述べてきたように、ファンどうしで知識や経験を共有するが、徹頭徹尾詳細に手順が共有されるわけではない。そこには、創造の動機がほどよく刺激されるよう、製作に関する「ハッキング可能性(hackability)」や「改変可能性」がうまく含められているように見える。先人の知に対して、自身の貢献を通じた改変のポテンシャルが見えること、そこにファンたちは「萌えて」いるようにも思われる。

また、米国において特徴的だった点として、日本のアニメ・マンガコンテンツの消費の形とそれに伴う倫理規定の側面があげられる。

アニメが発展して継続するための「アニメ・マンガ業界への返礼」としての倫理規範など、ファンダム内部でのみ通用する独自のルールや制約を構築していた。このような多様でハイブリッドなインセンティブに基づき、日米ファンダムは野火のように拡張を続けてきているのだろう。

#### 【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
- Benkler, Yochai, 2006, *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*, New Haven, CT: Yale University Press.
- ドミニク・チェン (2012) 『フリーカルチャーをつくるためのガイドブック: クリエイティブ・コモンズによる創造の循環』 フィルムアート社 .
- Ito, Mizuko, Daisuke Okabe, Izumi Tsuji, Eds. (2012) *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Ito, Mizuko, et al (2013) *Connected Learning: 2013, Connected Learning: An Agenda for Research and Design. a synthesis report of the Connected Learning Research Network*
- Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- 柄谷 行人 (2010). 『世界史の構造』 岩波書店.
- Lawrence eng (2013) *Anime and Manga Fandom as Networked Culture*, In Mizuko Ito, Daisuke Okabe and Izumi Tsuji (Eds)., *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*. Yale University Press.
- 岡部 大介 (2008). 腐女子のアイデンティティ・ゲーム: アイデンティティの可視/不可視をめぐる. 『認知科学』, 15(4), 671-681.
- 大谷 尚 (2011). SCAT: Steps for Coding and Theorization 明示的手続きで着手しやすく小規模データに適用可能な質的データ分析手法 . 『感性工学』, 10(3), 155-160.
- 上野 直樹 (2011) 「野火的活動におけるオブジェクト中心の社会性と交換形態」, 『発達心理学研究』, 22(4), 399-407.

#### 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1件)

松浦李恵・岡部大介. 2014. 「モノをつくることを通した主体の可視化: コスプレファンダムのフィールドワークを通して」 『認知科学』 21 巻1号, Pp141-154. 査読有 .

〔学会発表〕(計5件)

Daisuke Okabe. 2013. *Cosplay, Learning, and Perfoming. digital media and learning 2013*. Chicago, US.

松浦李恵・岡部大介. 2013. 「ステージ構築からみるコスプレ実践の学び」 日本認知科学会 . 玉川大学 .

松浦李恵・岡部大介. 2013. 「コスプレ・ファンダムにおけるものづくりを通した学び」 日本質的心理学会 . 立命館大学 .

松浦李恵・岡部大介. 2013. 「ファン活動における学びの風景を考える」 日本教育心理学会 . 法政大学 .

石田喜美・岡部大介. 2012. 「現代的なつながりを捉える: オタク・カルチャーのケース・スタディ」 日本質的心理学会第9回大会 . 東京都市大学 .

〔図書〕(計2件)

宮台真司監修 . 辻泉・岡部大介・伊藤瑞子編 . 2014. 『オタク的想像力のリミット』 筑摩書房 . 総ページ数 526 .

Ito, Mizuko, Daisuke Okabe, Izumi Tsuji., Eds, 2012. *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*. Yale University Press. 総ページ数 320 .

#### 6. 研究組織

##### (1) 研究代表者

岡部大介 (Okabe Daisuke)

東京都市大学・メディア情報学部・准教授  
研究者番号: 40345468

##### (2) 研究分担者

( )

研究者番号:

##### (3) 連携研究者

( )

研究者番号: