

飯田豊・立石祥子編著：
『現代メディア・イベント論：
パブリック・ビューイングからゲーム実況まで』：
(勁草書房, 2017年, 四六判, 261頁, 3000円+税)

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 大阪市立大学社会学研究会 公開日: 2018-08-08 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 招, 篠媛 メールアドレス: 所属: 大阪市立大学
URL	https://doi.org/10.24544/ocu.20180809-001

Title	飯田豊・立石祥子編著：『現代メディア・イベント論：パブリック・ビューイングからゲーム実況まで』（勁草書房, 2017 年, 四六判, 261 頁, 3000 円+税）
Author	招, 筱媛
Citation	市大社会学. 15 卷, p.76-81.
Issue Date	2018-03-31
ISSN	2432-9045
Type	Article
Textversion	Publisher
Publisher	大阪市立大学社会学研究会
Description	

Placed on: Osaka City University Repository

飯田豊・立石祥子 編著
『現代メディア・イベント論——パブリック・
ビューイングからゲーム実況まで』

(勁草書房, 2017年, 四六判, 261頁, 3000円+税)

招 筱媛

情報技術の発達とともに、われわれを取り巻くメディア環境はかつてない大きな変化が起こっている。街頭から電車の中までスクリーンが遍在するようになり、スマートフォン、タブレットの普及によって、もはや我々はラジオ、テレビの前に座らなくなり、掌の上でいつでもどこでも情報が手に入るようになった。こうした状況のなかで、「オーディエンス」という概念自体が曖昧になっている。

評者は、新たなメディア形式の1つである弹幕動画¹⁾のオーディエンスに興味を抱き、その研究を進めている。弹幕動画と現実空間のメディア・イベント、弹幕動画のオーディエンスとメディア・イベントの参加者、ネット社会のコミュニケーションと現実社会のコミュニケーション、そのような関係を対比的に考えながら、本書を読んだ。

本書はメディア研究の社会学理論を踏まえた上で、この数年間に流行した、あるいは今も流行するメディア・イベントの具体例を通して議論を展開している。テーマは音楽フェスからジン(zine)まで様々あるが、すべては「日常生活の時間の流れから相対的に切断された次元に成立するイベント」であり、「参加者のあいだに連帯の感情が共有されているかのような、一時的で、仮説的な体験」である。挙げられた事例は比較的新しく、学術的書類がほとんどないため、本書は社会学の理論で現代の事象を解説する斬新な視点を提示する貴重な一冊になるだろう。

本書の目次は、以下のとおりである。

第一章 ネット社会におけるメディア・イベント研究の地平——その仮設性=エフェメラリティを手がかりに(飯田豊・立石祥子)

第二章 パブリック・ビューイング——メディア・イベントの再イベント化(立石

祥子)

第三章 音楽フェス——インターネットが拡張するライブ体験 (永井純一)

第四章 ゲーム実況イベント——ゲームセンターにおける実況の成立を手がかりに (加藤祐康)

第五章 中国の「動漫イベント」におけるオタクの分層構造——日本製アニメのオンライン受容を経て (程遥)

第六章 ジン(zine)が媒介する場づくりの哲学 (阿部純)

終章 大阪万博以後——メディア・イベントの現代史に向けて (飯田豊)

本書は同じ場所で祝祭的な経験が共有できるメディア・イベントに焦点を当て、時空間の感覚が根本的に変容している現代社会において、「メディア」と「イベント」の新しい結びつき方をどのように捉えることができるのかを考察することを目指している。

第1章では、メディア・イベントに関する先行研究を整理し、理論の枠組みを提示している。日本におけるメディア・イベント研究の歴史を振り返してみると、新聞社や放送局を中心とするマスメディア事業活動に焦点を当てる分析が多い一方、グローバル化と情報化をとまなう今日の変容を議論するものは少ない。70年代にはすでに大阪万博、皇太子成婚パレード、東京五輪に関する事例研究が見られたが、それらは、いずれも大衆動員を試みる支配側の権力作用ばかりに注目し、動員/抵抗の二項対立図式に回収されてしまうことが指摘されている。この章では、「メディア・イベント」という概念の射程を再検討するために、2つの理論が手がかりとして援用されている。1つは文化人類学者である小田亮(2009)の「真正な社会」/「非真正な社会」という概念であり、イベント参加者の水平性に注視することの重要性に着目している。小田によれば、人間は、顔が見え具体的なつながりのある「真正な社会」と、「想像の共同体」のような人々の複雑性が縮減され直接的に結びつけられる「非真正な社会」において二重に生きており、アイデンティティの形成にも影響を及ぼすという(小田 2009)。もう1つは、「文化の仮設性=エフェメラルティ」という概念である。限られた時空間での受容が仮設性と非日常性に満ちているが、その儚さによってこそ、参加者同士の間には「自由」なコミュニケーションが生まれるという見方も提示されている。

このような理論の枠組みを踏まえたうえで、第2章以降は具体例を通して議論が展開されている。第2章では、立石は、メディア・イベントの典型例ともいえるサッカーワールドカップの「パブリック・ビューイング」を例として取り上げている。彼女は、フィールドワークでの聞き取り調査を詳しく記述し、2006年の「巧みなマー

ケティングによる成功が讃えられた」ドイツ大会とは異なり、2002年の日本では無邪気に国旗を振る若者へ批判が目立った、と結論づけた。

第3章から第6章ではそれぞれ「音楽フェス」「ゲーム実況」「日本アニメの海外受容」がテーマになっているが、いずれもその背後にあるインターネットの役割が着目されている。サッカーワールドカップと同じように、イベントの参加者がファンに限らず、ただその場を楽しむ人も多数存在するという現象が普遍化しているという。なかでも、ネット動画文化の代表ともいえる「ゲーム実況」が特に印象に残った。第4章では、学術的にほとんど取り上げられることがなかったゲーム実況文化を扱い、その歴史、発展、そして実況イベントそのものを詳細に記述している。加藤によれば、人々は、ゲーム実況という場の共有を通して、まるで友人と隣り合っ
て一緒に遊んでいるかのような感覚を味わうことができる。そして他人とのつながりを求めるという。それゆえゲーム実況はコミュニケーション特性を有すると強調されている。

第6章では、個人もしくは少人数で自主制作された出版物を意味する「ジン」が取り上げられている。阿部は、紙媒体が消えつつある時代になぜこのようなリバイバルが起こったのかを題材に、そこに「自分らしいライフスタイル」「自分の居場所づくり」を見出した。ジンという実践において、作り手と受け手の関係が一定ではなく、人々は常に他人との相互作用のなかで自分らしさの再確認を行っているという。

終章では、再び70年代の大阪万博に回帰し、飯田は「松下館」と「電気通信館」2つの企業パビリオンの企画段階と実際の施設とを対比しながら、大阪万博におけるメディア・イベントの多層性を解明し、斬新な視点を提示している。現代日本の「メディア・イベント」概念の浸透は大阪万博が原点ともいえるが、時代とともに、その機制自身の変容こそ問わなければならないと飯田は結論づけている。

このように、本書は現代に生きる我々の身近にある6つのメディア・イベントを具体的に解剖し、マクロ的かつミクロ的視点から掘り下げていく。冒頭の章で、著者は従来のマスコミ研究において多く使われていた「オーディエンス・エスノグラフィー」に言及し、その方法論がこれまでのメディア・イベント研究に十分に接続されていないと論じている。その応答として、各章ではエスノグラフィーやインタビューの手法が多数用いられ、その生き生きとした記述の背後に、現代メディア・イベントに参加する一人ひとりの様態、自己アイデンティティの探求や確認、他人とのつながりを求める心理活動が描き出されている。だからこそ、本書のいう「メディア・イベント」は「支配／抵抗」という二項対立的アプローチを超え、従来の大衆動員という観点ではなく、スクリーンに媒介された集団の雑種性、複数性を捉えることが重要視されているのである。

しかしながら、複合的メディア環境のなかで、「視聴者＝オーディエンス」という概念が自明性を失いつつある今、メディア・イベントに参加する一人ひとりのアイデンティティ形成、そして他人との相互作用をいかに捉えることができるのだろうか。個人が容易に情報発信できるようになった今、単なる「オーディエンス」という言葉を使うことはまだ適切なのか。従来のマスメディア研究に限界が現れつつある今、オーディエンス研究にも新たなアプローチが必要ではないかと評者は考えている。

これらの問題をめぐって、本書のテーマである「メディア・イベント」から検討してみたい。この言葉は「メディア」と「イベント」2つの言葉の組み合わせである。つまり、「メディア環境のなかでの祝祭」と言い換えても良いであろう。

まず、「祝祭」について考えたい。本書のメディア・イベントの仮設性＝エフェメラルリティについての議論では、祝祭的な性質が強調されている。祝祭に関する研究は18世紀のヨーロッパにおける知識人の民衆文化への関心においてすでに現れていたが、日本では本書が言及したように、70年代に盛んに行われていた。歴史的に見れば、祝祭とは本来、M・バフチンのいうように、人々の階層関係が一時廃止されるカーニヴァル的なものであるはずだったが、近世では政治的色彩を帯びるようになり、往々にして「対立」「権力」などのキーワードを内包する民衆の暴力として捉えられてきた。第1章で論じられた日本の先行研究においても、やはり国家的性格が見出せる。それと対照的に、本書で取り上げられたイベントでは、支配／抵抗のイデオロギーではなく、ポストモダン社会に生きる人々の多元性が重視され、むしろ現実社会の属性が剥ぎ取られたカーニヴァル的感觉に還元されているのではないかと考える。

次に、「メディア」についてはどうだろう。SNS利用の普遍化によって、祝祭は現実空間からインターネット空間へと移行し、参加者も二重に楽しむことができる。しかしながら、メディア環境の発達によって、第1章で言及された「真正な社会/非真正な社会」も以前より目立つようになってきた。評者は、この概念を目にした際に、G・ジンメルの「一般社会学／純粹社会学」理論を連想した。概念相互の関連性については分からないが、完全に関連がないわけでもないであろう。ジンメルは「社会化の現実的形式」よりも「社会化の純粹な形式」に注目している（Simmel 1917=2004）のだが、彼は、純粹社会学において「自由な相互作用」と「等価関係」を主張しており、この点において「非真正な社会」とある意味で共通している。今日のネット空間、特に匿名性のあるSNSでは、人々は社会的属性が除かれ、平等に対話できることによって、さらに「メディア・イベント」に新たな意味を付与しているのではないだろうか。

以下では、評者自身の研究対象である弾幕動画オーディエンスについて考えてみたい。ネット空間にある弾幕動画には、現実空間にあるメディア・イベントと多く

の共通点を見いだすことが出来る。メディア・イベントでは「限られた時空間」で「祝祭的」で「非日常的」な体験が共有できるのに対して、弾幕動画の場合では特殊なアーキテクチャによって、他のユーザーと視聴体験のシンクロを「自動的に」感受することができ、「まるでその様子は、スポーツ観戦やライブ・コンサート等の観客席において、観客たちが応援や野次や歓声を飛ばしながら、渾然一体になっているかのように見え」という（濱野 2008）。言い換えれば、弾幕動画では時空間的制限に関わらず、「いつでも祭り」という感覚を多くの人々と共有でき、メディア・イベントの延長線上にあるともいえよう。

ところが、現実空間にせよ、インターネット空間にせよ、その場にいる人々は「本当のコミュニケーション」を行っているのか、「本当の人とのつながり」を求めているのか。評者は、機会を得て本書の研究会に参加し、第4章を執筆した加藤と直接話すことができた。ゲーム実況に関する論述のなかで言及されている「人とのつながり」「コミュニケーション」について質問してみたが、その答えは「コミュニケーションというのは必ずしも誰かと会話することに限らないと思う。わざと他の人と関わろうとしていなくても、周りに人がいたり、自分のなかで実況プレイヤーと競争したり、なんとなく、人肌恋しいという感覚も、人とのつながりの一種ではないかと考える」とのことだった。

前述したように、メディア・イベントの参加者や弾幕動画の視聴者はもはや「オーディエンス」という概念だけでは捉えきれなくなった。特定の嗜好を共有する趣味集団に限らず、ただその場を楽しむために集まる人も多数存在する。人々は参加者であり、能動的な発信者であり、社交場の一員でもある。ジンメルによると、社交は遊戯のように、参加者同士は平等な関係を持ち、真の意味の「歓談」を行う（Simmel 1917=2004）。多くの場合、歓談においては話すことが自己目的であり、「客観的成果」とは無関係である。したがって、メディア・イベントや弾幕動画においても、その場でのコミュニケーションは最終的に内容よりもむしろ形式のほうが大きいのではなかろうか。

また、本書は「集合的アイデンティティ」に言及しているが、参加者あるいはオーディエンスを集合的に捉える視座はどれほど有効なのだろうか。たしかにメディア・イベントや弾幕動画では、国家やマスメディアによる大衆動員的な働きかけは以前より薄くなってきたようだが、そこに集まる人々の言動を観察してみると、まるでル・ボンがいう「群衆」と同じように見える。人間が集団になると、完全に新しい性質が備え、「衝動的、動揺しやすく、興奮しやすく」なり、「感情や観念が同一の方向に向けられる」ようになるという（Le Bon 1895=1993）。しかし、近年のオーディエンス研究では、池上賢（2014）により「オーディエンス・アイデンティティ」という概念が提出された。彼は、メディア環境が複雑になるとともに、オーディエンスという存在を特定の社会集団として捉えることが適切でなくなり、オーディエンス一人ひとりのアイデンティティにこそ注目すべきではないかと論じて

いる。つまり、集合的アイデンティティではなく、メディアとのかかわりのなかで個人的アイデンティティがいかに関形成されているのかに着目する視座の有効性を検証すべきだと、彼は主張しているのである。評者が実際に調査を行った際にも、動画視聴において現れる弾幕動画のユーザーの感情や行動は一見非常に一致しているのだが、個人生活について語るときは全くそれぞれ別人のように見えることに気づいた。池上はマンガの読者を対象として「オーディエンス・アイデンティティ」の研究をしているが、メディア・イベントや弾幕動画のような人が集まる場ではいかなる視座が有効なのか。二重社会におけるアイデンティティ形成は、いかにすればバランス良く捉えられるだろうか。

以上のような課題を抱え、筆者もこれからも研究を重ねて検討していくが、今まで出会った学術的文献のなかで、本書は一味違う斬新な視点を与えてくれた。本書は随所に理解に役立つ写真が加えられ、読みやすく編成されており、メディア論や文化社会学に関心がある者にお勧めしたい一冊である。

【注】

- 1) 画面上に書き込むことができるインターネット動画のこと（日本ではニコニコ動画が代表である）。

【文献】

- 池上賢, 2014, 「メディア経験とオーディエンス・アイデンティティ——語り・パフォーマンス・エスノメソドロジー」『マス・コミュニケーション研究』84, 109-27.
- 岡澤憲一郎, 2004, 『ゲオルク・ジンメル思索——社会学と哲学』文化書房博文社.
- 小田亮, 2009, 「『二重社会』という視点とネオリベラリズム——生存のための日常的実践」『文化人類学』74(2), 272.
- 濱野智史, 2008, 『アーキテクチャの生態系——情報環境はいかに設計されてきたか』NTT出版.
- 吉見俊哉, 1997, 「祝祭, 境界侵犯, 文化の政治学」せりか書房編『ミハイル・バフチンの時空』せりか書房, 36-51.
- Le Bon, Gustave, 1895, *Psychologie des foule*, Hachette Livre – Bnf. (=1993, 櫻井成夫訳『群衆心理』講談社.)
- Simmel, Georg, 1917, *Grundfragen der Soziologi*, de Gruyter. (=2004, 居安正訳『社会学の根本問題（個人と社会）』世界思想社.)

大阪市立大学文学研究科 前期博士課程 人間行動学専攻社会学専修
 しょう しょうえん
 kanonganbare@gmail.com