

メディア経験研究への視座 ——「送り手としてのオーディエンス」分析の可能性（2016） Perspectives about Studies of Media Experiences: Possibility of Analysis for “Audience as a Producers” (2016)

○池上 賢¹
Satoru IKEGAMI

¹立教大学 社会学部 Rikkyo University College of Sociology

要旨…本報告では、「送り手としてのオーディエンス」を分析する視座を検討する。初めに、オーディエンス研究、ファン研究を批判的に再検討する。その上で、筆者が行ったライフストーリーインタビューのデータから、送り手としての経験を持つ協力者のデータを分析し、メディア経験を研究対象とする必要性を示す。

キーワード メディア 経験 オーディエンス 送り手 ライフストーリー

1. 本報告の目的

本報告では、「メディアから情報を受信する“オーディエンス”であること」、および「不特定多数の人々に情報を発信したり表現活動を行ったりする“送り手”であること」、が同時並行的に日常的な経験となったメディア環境における、メディアとアイデンティティの関係性について分析視座を検討する。

筆者はこれまで、現代社会におけるメディアとアイデンティティの関係性について分析を行ってきた（池上 2011; 2014）。その結果、メディアに関わる経験は、オーディエンスの「語る」という行為の中で提示される、ナラティブ・アイデンティティのリソースになるということが明らかになった（池上 2011a; 2014）。ナラティブ・アイデンティティとは以下のようなものである。野口祐二はCzarniawskaの議論を参考として、ナラティブを「複数の出来事の連鎖、すなわち、複数の出来事を時間軸上に並べて順序関係を示すこと」であるとする。そして、ナラティブに、複数の出来事の関係を示す「プロット」（出来事Aが原因となりBが起こったなど）が加わったものが「ストーリー」である（野口 2009: 3）。本報告では、ストーリーを基盤としたアイデンティティをナラティブ・アイデンティティとして捉える。たとえば、筆者が行ったインタビュー調査では、飲食店を経営する男性による、「料理マンガを講読したことがモチベーションになった」という語りを具体例として取り上げた。

しかし、ここで紹介した理論的視座は、基本的にはメディア・コンテンツから情報や物語を受容することを前提としたものである。ところが、筆者が行ったライフストーリー・インタビュー調査では、複数の協力者が情報の受容だけでなく、情報の発信や表現活動も行っているということも明らかになった。この点を踏まえると、メディアとアイデンティティの関係性について明らかにするためには、新たな視座が必要ではないか。本報告では、筆者が行ったライフストーリーインタビューの中から、情報の発信や表現活動を行っていた協力者の事例を再検討する。

2. 研究の背景

(1) オーディエンスの定義

分析に入る前に、本報告で扱うオーディエンスや“送り手”などについて定義する。オーディエンスについて、Karen Ross と Virginia Nightingale は、①「いくつかの集まり (groups) または諸個人 (individual) である人びと (peoples) を語るもの」、②「より持続的な社会・文化的意味を帯びた絆で結びついている人びとのいくつかの集まり (groups of people)」、③「比較的小規模の、ローカルな集まりや集合」(Ross and Nightingale 2003=2007:5-6) であるとする。その上で、ある集合がオーディエンスとなるには「特定事象 (the event) の情報の次元にアクセスしたりそれを利用したりすることを左右する権力関係によって、その集合に加わることが構造化されていること」が必要 (Ross and Nightingale 2003=2007:6) であると主張する。つまり、オーディエンスと

いう概念は、人々がメディアの提示する情報へアクセスする局面を分析するために構成されるものであった。

しかし、Nightingaleらは、インターネット時代のオーディエンスに関する議論なども踏まえ「オーディエンスは、もはや『能動的な受容』というメディアに合わないほどに大きくなってしまった」（Ross and Nightingale 2003=2007:202）としたうえで、「（『受け手』と単純化されたかつての）オーディエンスは死んだ」（Ross and Nightingale 2003=2007:205）とまで主張している。

現代社会においてメディアとアイデンティティを分析する場合にも、Nightingaleらの主張するような「『受け手』と単純化された」オーディエンスではなく、情報の受容と同時に、発信も行うことが出来るオーディエンスを分析する必要がある。

そこで、筆者は現代社会における、オーディエンスであるとともに、情報の発信や表現活動も行う人々を暫定的に「送り手としてのオーディエンス」と呼称する。その上で、現代社会におけるメディアとアイデンティティとの関係について明らかにするためには、「送り手としてのオーディエンス」の活動が、人々のアイデンティティとどのように関与しているか明らかにしなければならないことを改めて主張する。

(2) オーディエンス研究における送り手の位置付け

それでは、「送り手としてのオーディエンス」はどのように分析されて来たのか。Nicholas Abercrombieらは、オーディエンス研究は、マス・コミュニケーションの効果研究などが含まれる行動主義、カルチュラル・スタディーズが含まれる受容/抵抗のパラダイムと発達してきたとする（Abercrombie and Longhurst 1998: 1-28）。しかし、「送り手としてのオーディエンス」に対する関心は、受容と抵抗のパラダイムにおいて、限定的にみられるのみで、分析の焦点にはなっていなかった。

(3) ファン研究の展開

オーディエンス研究から派生したファン研究では、オーディエンスによる情報の発信や表現活動も分析の対象となっている。ファン研究に含まれる研究は、アプローチは異なるが、ファン文化が形成するコミュニティ、ファン同士の関係性に注目している。ファンは、アマチュア広報組織やファンジン（同人誌）に根差したコミュニティなどにより組織化されているだけでなく、自省的で彼ら自身の行為を分析することが出来る（Busse and Gray 2011: 428）。重要なのが、これらの研究がファンによる活動にも焦点化している点である。Busse と Gray はファンは「ただ批判的にテキスト分析するだけでなく」、「能動的に読み返し、元のテキストにおいて彼らが発見したプロット、キャラクター、感情の欠如を埋める自身の物語を創造し、執筆する」（Busse and Gray 2011: 428）と主張する。ここで指摘される活動は、同人誌や二次創作として知られる新たなテキストの生産に着目したものである。つまり、ファン研究においては、ファンと呼ばれるオーディエンスの活動の1つとして、彼ら自身による創作活動が重要な分析対象の一つとなっている。また、このような議論は、日本でもオタク研究として展開している（例として、小林 1999: 182-215; 金田 2007: 164-190 など）。これらの枠組みは、「送り手としてのオーディエンス」として捉えることも可能な「ファン」を対象としている。さらに、ファンによる自分たちのためにコンテンツを制作するという活動の中が、彼ら自身にとってどのような意味を持つのかを示している。また、これらの知見から、ファンとして行う活動が、彼らのナラティブ・アイデンティティに持つ意味を分析できるかもしれない。

しかし、これらの研究にもカバーしきれない活動や曲面がある。たとえば、ファン研究が想定しているのは、あくまでもオーディエンスがファンとして行う実践である。しかし、「送り手としてのオーディエンス」に含まれるのはファンだけなのか。また、仮にファンであったとしてもその活動は、ファンとしてのアイデンティティに“のみ”結びつくものなのだろうか。

(4) 先行研究の成果と限界

ここまで見てきたように、ファン研究や日本のオタクに関する研究について見ると、彼らがファンとして行う二次創作活動が、当事者にとってどのような意味を持つのかを、明らかにしている。しかし、分析の対象としているのは、あくまでもファンとして行っている活動であり、研究の前提としてファン文化が置かれている。

一方で、本研究における問題意識の成立に当たっては、筆者自身が行った“人生におけるメディア経験”をテーマにしたインタビューにおいて、何人かの協力者が「送り手」としても活動を行っているということが前提にあった。ところで、ライフストーリー・インタビュー自体が、本来的にはメディアの受容経験のナラティブ・アイデンティティにおける位置づけのみを分析する方法ではない。そこで、本報告では、インタビューにおいて得られたインタビュー協力者の「送り手としてのオーディエンス」経験が、彼らのライフストーリーにおいてどのような意味を持つのか再検討する。

3. インタビューデータの分析

(1) データの概要

本報告で分析するデータは、筆者が2005年以降継続して行っている「人生におけるメディア経験」に関するライフストーリー

リーインタビューデータに含まれるものである。この調査では、事前に協力者の社会的属性を同定することがないように、機縁法を用いた調査を行っている。具体的には、筆者の知人・友人、ないし知人・友人から紹介してもらった人を対象にインタビューを行った。本インタビューは拙稿（池上 2011a）を執筆するために行われたものであるが、インタビュー自体は、その後も継続している。ただし、インタビューの時期により、重視して質問する内容が異なっているので、その都度記述する。

②Aさん

初めに、Aさん（男性・1974年生まれ）のデータを分析する。Aさんに対するインタビューは、2007年、2008年、2009年に行われた。また、本インタビューでは主にマンガに関する経験を聞いていた。Aさんはマンガ家柳沢きみおのファンであり、インタビュー実施当時、インターネット上にファンサイト（ホームページ）を作成し、同好の士と交流するなど積極的な情報の発信を行っていた。なお、Aさんにとって柳沢きみお作品に触れた経験が持つ意味については、すでに拙稿（池上 2011a；2011b）において分析済みであるため省略する。

一方で、送り手としての経験に着目すると、Aさんは幼少期から漠然と「柳沢きみお」の第一人者になりたいと考えていたというが、それを実現する場がなかったことを語っていた。しかし、25・6歳の時に、ノートパソコンを購入し、インターネットでホームページを運営するようになり、自身にとって非常に大きな出来事であったとしていた。つまり、ライフストーリーにおいて、インターネットの登場と、そこでの活動は、「新しい自己像の獲得やアイデンティティ形成に関わる過程であり、新しい意味体系を獲得した<転機>」であると捉えることが出来る（桜井 2005：168）。一方で、Aさんになぜ、インターネット上で活動を継続していたのかという点について質問したところ、Aさんは自分自身の幼少期に父親が不在がちであったため、柳沢きみおの作品に「救われた」と語っていた。以上のことから、Aさんの語る「送り手としてのオーディエンス」に関するナラティブは必ずしもファンとしてのアイデンティティに結び付くだけでなく、「父親がいない自分」というアイデンティティにも結び付くことが示された。

③Vさん

次に、筆者がインタビューしたVさん（女性・1983年生まれ）のデータを紹介したい。本データは、インターネット上における「送り手としてのオーディエンス」として活動していた人が「プロの送り手」になった事例として位置づけることが出来る。インタビューは2016年に行われたものであり、人生におけるメディア経験を中心に語ってもらったものである。

Vさんのインタビューでは、一貫して幼少期からの読書経験について語っていた点である。Vさんは自分が、遠視であることを述べたうえで、母親が「遠視の子には小さい本を読ませる」と聞きつけたため、意識して細かい字の本を渡されていたと語っていた。そのため、Vさんは幼少期から、本来であれば大人が講読するような書籍を読んでいたと語っていた。

その後、Vさんは小学校から中学時代にかけてライトノベルを講読するようになったという。そして、ある作家の作品について「ああいうのが書きたくて」「見よう見まねで書き始めた」と語っていた。その点についてより詳細に確認したところ、Vさんが小説を書き始めたのは高校2年の頃、授業でホームページ作成を学習したことを機に自分でもホームページを制作するようになり、そこに掲載するコンテンツとして、小説を書き始めたと言っていた。このようにVさんの語りは、オーディエンスとしての経験と、送り手としての経験が連続性を持ちうることを示しているといえる。また、Vさんの語りでは、自身が体調を崩しやすいことも文筆業を職業とする理由であると語っており、送り手としての経験が関連づけられるナラティブ・アイデンティティの多様性を示していた。

④Sさん

最後に、Sさん（男性・1948年生まれ）のライフストーリーを参照したい。Sさんは、筆者の知人であり、現在はクラシック音楽の比較的マイナーな作品をCD化する小さなレーベルを運営している。Sさんは元々クラシック音楽のファンであり、アマチュア・オーケストラなどにも参加していた。しかし、50代後半に会社が人事整理を行った際に、早期退職に応募し、CD販売店を始める。その後、CD販売店は閉店したが、CD制作を継続している。Sさんに対するインタビューは、2008年と2016年に行われた。なお、2016年のインタビューでは、本報告のことも踏まえて、CD制作について重点的に話を聞いている。

Sさんに対するインタビューは、当初Sさんのメディア経験について聞き取るために行った。Sさんがインタビューにおいて一貫して語っていたのが、自身のクラシック音楽に対する愛着であった。たとえば、Sさんは音楽に目覚めたきっかけとして、中学時代にブラスバンドに入っていたことを語っていた。また、印象に残るメディア経験として、高校時代に初めてLPレコードを聴いて、衝撃を受けたことなどを語っていた。

大学卒業後、Sさんはメーカーに就職し、バイイング、資材管理などを担当する。その会社には数十年勤めていたというが、会社で人員整理が行われた際に、希望退職し、CD販売店を開店する。なお、インタビューにおいてSさんに、CD制作を始め

るきっかけについて聞いたところ、「やっぱ日本の音楽を知ってから」と述べ、日本人の作品が知られていないのでそれを伝えたいことがきっかけであると語っていた。このように S さんは元々はクラシック音楽ファンとして活動していたが、後に CD 制作を行う「送り手」となったといえる。しかし、S さんの語るナラティブは、単に“クラシックファン”としてのナラティブではなく、日本人というナラティブにも関連付けられることがうかがえる。

4. まとめ

ここまで「送り手としてのオーディエンス」としての経験を持つ、3 人のライフストーリーを見てきた。それぞれ、全く異なる社会的属性を持つが、「送り手としてのオーディエンス」について分析する上で、以下のような知見を提示できる。

第 1 に、オーディエンスとしての経験と、送り手としての経験の不可分性である。今回の分析事例では、A さん、S さん、V さんいずれも、オーディエンスとしての経験と、送り手としての経験を厳密に区別しているようには語っていなかった。たとえば、S さんの音楽経験は、中学時代のブラスバンドに関する経験から始まっており、それに続いてレコードを購入したという事柄が語られた。また、V さんについても、ある作家のライトノベルを講読したという経験が、自身の作家としての「ああいうものを書きたいという」動機に関連づけられていた。翻って見ると、これまでのメディア研究は、オーディエンスや受け手を分析する際に、最初から「受容のみ行うオーディエンス」「発信のみ行う送り手」という二分法に囚われていたのではないだろうか。したがって、今後のオーディエンス研究を行う上で再考の余地があると思われる。

第 2 に、「送り手としてのオーディエンス」に関わる活動が、関連付けられるナラティブ・アイデンティティの多様性である。たとえば、A さんの事例では、A さんの活動は「柳沢きみおの第一人者」を目指す活動であるとともに、「父親がいなかった」自分を救ってくれた柳沢きみおへの恩返しとして位置づけられていた。つまり、A さんの送り手としての経験は、「父親がいなかった自分」というナラティブに関連づけられていた。また、S さんについては、自身の CD 制作について語る中で、邦人によるクラシック作品を残したいという希望が語られていた。これは、単なるクラシックファンというよりは、“日本人としてのクラシックファン”というナラティブに結び付いている。V さんについても、文筆業を選択した理由の一つは、文章を書くことが好きというよりは、自身の体調の不安定さに結びつけられていた。先述の通り、ファン研究などは「メディアの能動的な消費」としてのファン活動を分析対象としていたが、対象者はファンとしてのみ位置づけられていた。上記の結果は、「送り手としてのオーディエンス」を分析する際は、そのような前提を置かないことが必要であることを示すものである。

以上の結果を踏まえて、筆者はメディアとアイデンティティの関係性を分析するためには、従来からのオーディエンス、送り手などの分析枠組みを再考すべきではないかと主張したい。具体的には、人々のメディアに関する「情報の受容・消費」「情報の発信」が、彼ら自身にとってどのような意味を持つのか、幅広くとらえることが重要であると考え。つまり、人々の「メディア経験」を包括的に捉え、分析を行うべきであると考え。

参考文献

- Abercrombie, Nicholas, and Brian Longhurst, 1998, “Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination,” Sage.
- Busse, Kristina and Jonathan Gray, 2011, “Fan Cultures and Fan Communities,” Virginia.
- 池上賢, 2011a, 「マンガ経験の社会学——共有に伴う社会への接続とアイデンティティの構成」,立教大学大学院 社会学研究科 博士論文
- , 2011b, 「戦後マンガの経験史——経験の重層性と問い直し」『日本オーラル・ヒストリー研究』7,日本オーラル・ヒストリー学会.
- , 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・エスノメソロジー」『マス・コミュニケーション研究』84.
- 金田淳子, 2007, 「マンガ同人誌——解釈共同体のポリティクス」佐藤健二・吉見俊哉編『文化の社会学』有斐閣.
- 小林義寛, 1999, 「テレビ・アニメのメディア・ファンダム——魔女っ子アニメの世界」伊藤守・藤田真文編『テレビジョン・ポリフォニー——番組・視聴者分析の試み』世界思想社.
- Jenkins, Henry, 1992, “Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture,” Routledge, New York.
- , [1992]2013, “Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture: Updated Twentieth Anniversary Edition,” Routledge, New York.
- 野口祐二, 2009, 「ナラティブ・アプローチの展開」野口祐二編『ナラティブ・アプローチ』勁草書房：1-26.
- 桜井厚, 2005, 「インタビュー・テキストを解釈する」桜井厚・小林多寿子編『ライフストーリー・インタビュー——質的研究入門』せりか書房.
- Ross, Karen and Virginia Nightingale, 2003, Media and Audiences: New Perspectives, Open University Press (=2007, 児島和人・高橋利枝・阿部潔訳, 『メディアオーディエンスとは何か』新曜社)