



ファン研究における理論の紹介 : 文化産業と大衆社会への批判から、ファン文化におけるナルシシズムへの批判まで

Alvaro David Hernandez Hernandez

(Citation)

社会学雑誌, 35/36:226-247

(Issue Date)

2019-07-31

(Resource Type)

departmental bulletin paper

(Version)

Version of Record

(JaLCD0I)

<https://doi.org/10.24546/E0041991>

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/E0041991>



ファン研究における理論の紹介

—— 文化産業と大衆社会への批判から、ファン文化におけるナルシズムへの批判まで ——

はじめに

本稿では、英語圏のファン研究の理論展開、特に「*Jerkins*」が切り開いた研究の一派について考察する。文化産業や大衆社会への批判から生まれたファン研究から、二〇〇〇年代冒頭のファン文化におけるナルシズムへの批判まで、ファンと「ファンテクスト」と呼ばれているファンの嗜好対象（本、テレビ番組、音楽など）との間の関係性がどう議論されてきたのかを紹介する。

一 文化の産業化と文明の終末論者が論じる大衆文化

二〇世紀の冒頭における大規模な新聞企業の成立と二〇年代・三〇年代における映画とラジオの普及をきっかけ

Álvaro David Hernández Hernández

国際日本文化研究所・プロジェクト研究員

に〈大衆文化〉に対する意識が高まり、五〇年代・六〇年代から、特にスターリニズム、ナチズムとアメリカ社会における〈大衆〉の位置を考慮に入れながら、〈大衆文化〉や〈文明〉に関する議論が盛んになった。その例として、Roland Barthesは大衆文化に現れるブルジョワのイデオロギーを『神話作用』（一九五七）において批判している。Michel Foucaultの権力に関する議論は主に六〇年代から七〇年代において展開された。Pierre Bourdieuは一九六三年から一九六八年にかけて『ディスタンクシオン』を書き、一九七九年に出版した。Marshall McLuhanの有名な『人間拡張の原理—メディアの理解』は一九六四年に出版されている。また六〇年代にカルチュラル・スタディーズが生まれる。HorkheimerとAdornoの『啓蒙の弁証法』（一九四四、一九四七）は一九六九年頃から〈新左翼〉に影響を与えた。これを背景にUmberto Ecoは、

マス・メディアの分析方法を展開している『記号論入門』（一九六八）を公開する前、大衆文化の研究において現れる二つの〈対立的〉な基本視点について論じ、『Apocalitici e integrati』（一九六四）を公開している。

Alain Touraine（一九九二）を参考にすれば、この時代の議論は主に、モダンに失望を感じた知識階層によって成立したといえるが、少しずつ、新たな夢を見始めた知識人も現れてきた。本稿では、Eco（1968）の言葉を借りて前者を文明の〈終末論者〉、そして後者を〈統合論者〉と呼ぼう。

〈終末論者〉は大衆文化に文明の転落を見る、とEcoは述べている。一方、〈統合論者〉は資本主義市場の見栄えに魅了されており、新しい技術と社会形態との統合を求めるとする。ここで、文化の研究は、文明の〈終末論〉から出発すると言える。例えば、主にラジオと映画の産業を事例にして、AdornoとHorkheimerは啓蒙の批判の枠の中で、〈文化産業〉の議論を唱えている。簡単に言えば、〈文化産業〉という概念によってAdornoとHorkheimerは産業時代において、合理的にイデオロギーを押し付け、大衆の支配を獲得する資本主義の仕掛けを表現しようとする（Adorno & Horkheimer 1994）。

Strinati（1995）やThompson（1990）が指摘するように、〈文化産業〉という概念にはマルクス主義的な枠組みにおいて〈文化〉の役割を重視しようとする試みが見ら

れる。ところがMaxまたは初期のマルクス主義においては、〈文化〉の概念は体系化されておらず（Giménez 2005; Thompson 1990 など）、そして〈イデオロギー〉の概念も曖昧である。なぜなら上部構造に位置づけられている〈イデオロギー〉や〈文化〉は、どうしても経済的構造に対して従属的な役割しかないとされているからだ。だがそうした観点に反して、フランクフルト学派の〈文化産業〉の概念には経済的な決定論に対する批判が含まれているために（Strinati 1995; Thompson 1990）、後のファン研究の展開に強い影響力を持つ重要な概念であることをここでは強調したい。

しかし、Thompsonが指摘するように、この知識人たちが持つ〈文化〉の概念は二〇世紀の人類学的な〈自然〉対〈文化〉の区別上に成り立つ、広い意味の文化の概念ではなく、一九世紀のドイツの知識人における〈Kultur〉対〈Zivilisation〉の対立に由来する（Thompson 1990: 125）。この対立から提起されるヒエラルキー的な文化の概念の観点から、大衆の文化はサブカルチャーと呼ばれるようになった。

また単純化されたマルクス主義の観点から見れば、イデオロギーは人々の思考や世界観などを支配する道具として見なしでもいい。〈終末論〉においては、〈大衆〉は経済体系のなかで弱者の位置に置かれているため、現代社会にお

けるイデオロギーの役割が議論の中心になった。

Barthes は記号学の視点から似たような議論をあげる。彼によれば、大衆社会のテキスト（例えばメディアのメッセージ）によってブルジョワのイデオロギーが正当化されると主張する。要するに、テキストを通じて支配階級のイデオロギーが当然なものであるように見せかけられているということだ。テキストは「歴史を自然のように見せる」と主張され、この働きを「神話」と呼ぶ。つまり大衆文化の神話によってブルジョワのイデオロギーが正当化されるとする (Barthes 1956; Strinati 1995)。

しかし全ての「終末論」がイデオロギーと階級闘争の役割を重視したわけではない。「大衆社会論」= mass society の総称で括られる包括的な視点から見れば、大衆文化には確かに産業の影響があるものの、こうした文化は主に大衆の嗜好で作られた文化であるという観点が強い (Strinati 1995)。この議論において「大衆文化」の根本的な問題は、産業化と都市化から生まれた「大衆社会」自体にあるとされている。簡単に言えば「大衆社会」において、個人は孤立しており、人間関係には深い意味が欠けているということだ。大衆は伝統文化や共同体を失い、そしてエリート文化にも手が届かないため、「意味の欠落」を感じるとされている。その「意味の欠落」から生じる憂鬱や不満を癒やすのは産業しかなくなる。故に、大衆文化は、大衆がみる

夢や嗜好などによって構成されているが、産業によって単純化され、パターン化され、ゆがめられ、大量に生産され、商品になっている。また、大衆文化には理性が欠けているとされており、大衆の欲望や感情性が産業によって単純に満たされるとされており、「大衆社会論」の批判的観点から、このように生み出された文化は、どうしても伝統文化やエリート文化の浅薄な模倣であり、有意義的な人間関係の代替物にすぎないとされている (Strinati 1995; Morin 1979; Eco 1968)。

戦後の米国における商業主義と文化の大衆消費を厳しく批判した Dwight Macdonald はこの立場を代表する。例えば Macdonald にとって大衆文化 (mass culture) はハイカルチャーのパロディー (模倣) であり、それは単なる欲求を満たすために生産され、消費されるものであるもので「文化」と呼べない。そのため Macdonald は「mass culture」ではなく「masscult」と呼ぶ。さらに「masscult」の生産物であり、ハイカルチャーの見せかけであるものを「midcult」と呼ぶ。ハイカルチャーとして評価されながら大衆的に人気のある Hemingway の小説、『老人と海』がその例としてあげられる (Macdonald 1962)。ちなみに Eco はこの「midcult」の例を「Kitsch」を分析する「悪趣味の構造」という節で取り上げている (Eco 1964)。

二 下位文化の視点を採用し、大衆文化を弁護した〈統合論者〉

〈サブカルチャー〉という言葉に注目することによってファンが好むテキスト（映画、テレビ番組、音楽、雑誌、スポーツなど）がどんな社会的位置に置かれているのかを窺うことができる。ここまでに、大まかではあるが、前節では文明の〈終末論〉と呼んでいる立場の視点をいくつか紹介した。マルクス主義、フランクフルト学派、記号学、大衆社会論などは、それぞれ共通点と相違点があるが、それらの精神は〈サブカルチャー〉という批判的な言葉に反映されている。そして、異なる政治的・社会的な分脈において、この文明の〈終末論〉の影響は現代のファンに関する議論に色濃く残っている。これらはむしろ現代文化における無視できない矛盾や葛藤を鋭く表した議論である。さて、この議論に対して〈統合論者〉はどんな貢献したのかを少し見てみよう。

〈終末論〉と同様に〈統合論〉は特定の学派や理論のセツトではない。むしろ、Eco (1968) が示すように、〈popular culture〉を巡る言説の二つの主な傾向の一派を例える表現であるに過ぎない。例えば、ここで〈終末論〉と位置づけられる学派や理論家は常に悲観的な立場をとっている訳では無い。Adorno 等 [Minima Moralia: Reflections from Damaged

Life] に掲載されている小さなエッセイで、子供の遊びに着目する。Adorno によれば、遊びによって子供がモノの交換価値からのがれ、モノをそのモノ自体としてしかあつかわないとする。まだ墮落していない子供の純粹の遊びには何らかの目的がなく、それゆえ交換価値に従属していないモノの使用価値に出会うとする (Adorno 1951: 230)。大人はモノとモノの間に同等の価値を見出し、それゆえモノを他のモノと交換できるが、Adorno にとってこれは、モノのモノ自体の現実を隠蔽する合理的理性の幻であるといえる。これに対し、子供は目的のない純粹な遊びをすること、この偽りの世界から逃れられると Adorno はいう (ibid.)。Matt Hills が指摘したように、この考え方は Fiske や Jenkins が参考にする de Certeau の〈文化における抵抗〉の観点を先行する (Hills 2002: 33)。Barthes の『The Pleasure of the Text』も同じ路線で重視すべきなのである (Barthes 1975)。

しかし、〈終末論〉が主にモダニズムに失望した知識人層の思考を示す一方、初期の〈統合論〉は基本的に知識人層から生まれなかった。Eco によれば〈統合論者〉が理論を提唱することは稀であり、むしろ文化の現場において活動することが多いという (Eco 1968: 13)。ところが八〇年代には六〇年代と七〇年代のカウンターカルチャーやバーミンガム学派の文化研究の影響を受けて、大衆文化を肯定

的にみようとするとする学者が増えた。その中で、特に楽観的なスタンスとして評判された John Fiske はファン研究に大きく影響を与えたのである。

Fiske にとつては大衆文化はそれ自体が矛盾している (Fiske 2011: 4)。文明の〈終末論〉が近代文化における矛盾 (例えば文化の産業化) を厳しく批判したのに対し、〈統合論〉は最初からこうした矛盾を受け入れたと言えよう。なぜ矛盾を受け入れる必要があるかという点、〈統合論〉は〈終末論〉が記述した状況を徹底的に否定出来ないからであるだろう。かつ、〈統合論者〉は非対称的である政治的・経済的な力関係に左右されている近代文化の状況のなかで、どのように人々が生きていくのかを説明しようとする。結論からいえば、〈終末論〉では〈経済〉、〈イデオロギー〉、〈社会〉、〈国家〉、〈制度〉、〈産業〉など、〈構造〉の決定力が重視されていたのに対して、〈統合論〉は〈抵抗〉、〈解釈〉、〈遊び〉、〈愉快〉、〈パフォーマンス〉、〈現場性〉、〈奪用〉など、〈行為者〉の自由性に注目する。非対称的な状況において行為者の自由性を唱えるのなら、どうしても矛盾を受け入れる必要があるだろう。

それ故、Strinati が提起した次の問題が議論の中心になった。それは、①〈popular culture〉は〈上〉(つまり権力側) から押しつけられているのか、それとも人々によって作られているのか、という問題、②〈popular culture〉は産業

から生じているが故に〈文化の転落〉であるのか、それとも産業から生じているが故に〈文化の普及〉、つまり〈文化の民主化〉かつ文化の進歩に貢献したのか、という問題。そして最後に、③〈popular culture〉を通じて人々は支配階層の権力を維持するのか、それとも〈popular culture〉を通じて人々は支配階層の権力に挑戦するのか、という問題である (Strinati 1995: 34)。

〈統合論〉の立場からみれば〈終末論〉は、モダニズムの合理主義に基づいて人々の主観性を軽蔑し、〈感情性〉を理解しようとしえない。そして〈popular culture〉における多様性も軽視し、権力者対弱者の単純な対立に陥やすい。また〈終末論〉にはエリート主義の側面が強く、エリート文化の〈オリジナル性〉を前提にしており、失われた過去への郷愁を抱いていると〈統合論〉は批判する。つまり〈終末論〉の立場には社会的・文化的変動を理解する能力が足りない」と〈統合論〉は主張する (Strinati 1995)。

III Eco, Fiske ㄱ Jenkins がㄱ見たファン研究の誕生

では、ファン研究に着目する前に、第二次世界大戦後からファン研究が生まれた八〇年代後半の間にかけて、他の国々の文化産業に影響をもたらしたアメリカ社会の

〈popular culture〉における大きな変遷に少し目を向けよう。一言で表現すれば、これはカウンターカルチャーの誕生とその死から生まれた新たな〈サブカルチャー〉と〈ポップカルチャー〉の誕生に窺える変遷である。

冷戦とマッカーシズムの保守主義的背景のもとに、アメリカ社会から出発した五〇年代のマス・メディアの権力の急速な拡大と消費社会の成立の展望においては、エルヴィス・プレスリーやマリリン・モンローは戦前社会の世界観からの離脱を表象した。また六〇年代の保守主義に反発した当時の若者に牽引されていた大衆文化は、ビートルズやウッドストックなどのシンボルによって代表され、ヒッピー運動を生み出した。当時の大衆文化は、カウンターカルチャーの枠において、批判的な政治経済学と合流した。ところが七〇年代に大きな転換があった。すなわち、生産力が巨大な規模に達した消費社会のなかで、カウンターカルチャーは文化産業の主流に統合した (Coma 1978)。大衆文化の領域において起こった変貌に注目すれば、社会批判や政治学の論調に満ちていた六〇年代前後の大衆文化の代わりに、SFやファンタジーのジャンルが盛んになり、次第にカウンターカルチャーにおける〈終末論〉的な指向は、大衆文化の営利主義と統合する事になったといえる。

要するに大きく言えば〈ポップカルチャー〉には六〇年代頃のカウンターカルチャーの影響で生まれた世界観、美

学やファンタジー指向などが含まれているが、政治的な批判は薄まり、または削られ、あるいは顕在的ではなくなる。さらに反抗的な精神を引き継いだ新たな〈サブカルチャー〉は、その批判を指導する一貫したモデルを段々失い、政治的な葛藤の重視の代わりに、心理的な葛藤が段々と重視されるようになる。かくして、新たな〈サブカルチャー〉には反抗的な精神があるものの、何に對して、またどういう風に批判すればいいのかが明確ではない。この文脈は六〇年代から今までの絶え間ない社会の変遷を反映し、米国で生まれたファン研究の背景を成していることを強調したい。

以下、ファン研究を中心にして、Eco, Fiske, Jenkinsの基本的主張を順番に紹介する。そうする事によってファン研究の展開を窺うことができるだろう。おそらく、大衆文化に関して出版された論文においてコミックス、探偵やSF小説やテレビなどに対する自分の愛好を宣伝した最初の学者はEcoだろう。まとめるならば、Ecoの貢献は大衆文化のテクストの分析方法にあるといえる。この点に関して、確かにBarthesはこれに先行するし、ロシア・フォルマリズムも注目すべきである。しかし、フォルマリズムは大衆文化(産業の文化)ではなく、寓話や民話を対象にする。またBarthesの意図はテクストの神話を解体することであり、その批判である。ところが、Ecoはまず、産業社会が生み出した神話に魅力された大衆の立場に立つ。

Eco の観点は構造主義に位置付けられている (Strinati 1995)。Eco はテキスト (コミックや小説など) をメッセージと見なし、その構造の分析に留まらず、作品の普及方法とその作品が受け入れられる文化的文脈や政治的・社会的な背景などの検討も必要であるとする (Eco 1968: 78)。要するにメッセージの形態の分析を超え、メッセージを送る側と受け取る側双方の社会的・歴史的・文化的状況を調査する必要があると述べる (Eco 1968: 34)。Eco 自身はこうした調査を行っていないが、そのコミック、小説や「趣味」などの構造の分析では、なぜテキストに魅力があるのかの説明を試みており、そこでは常にメッセージの構造と、読者や消費者、作者などの置かれている文化的・社会的・階層的な位置付けとの関係が確かに意識されている。Eco は Peirce の記号論を参考に記号体系の分析方法において解釈過程を重視し、メッセージの作者に全く想定されていない解釈が生じる可能性なども説明している。つまり Eco は抽象的な一般読者像に還元しない。Eco の分析では確かに形態と構造の分析が重視されているが、決して構造の決定を主張する観点ではないのである。

Eco のコミック、小説などの分析は後のファン研究を多様な面で先行している。しかし、Hills や Sandvoss などは Eco の著作を部分的に参照しているにとどまり、ファン研究において Eco はそれほど注目されている論者ではない。

むしろファン研究と Eco の類似性は、両者とも似た観点から、似た理論的資源を扱っている点にあるといえる。

今日主流になっているファン研究の誕生と直接関係があるのは Fiske であるだろう。Fiske は楽観論者を自称する。一九八九年に出版された『Understanding Popular Culture』(Fiske 2011) において、Fiske はファン研究の土台になった様々な主張を組み上げた。この本において彼は『popular culture』の研究における「文化産業」による論点や「ヘゲモニー」による論点という二者択一に対して、『popular culture』を闘争の場として主張し、『popular culture』の研究における第三番目の立場を唱えたいと述べた (Fiske 2011: 18)。Fiske は『popular culture』を「進歩」的であると主張しようとするが、同時に「急進」的では無いと強調する。確かに Eco が述べたように「スーパーマンは革命を起こさなす」(Eco 1968) が、Fiske によれば『popular culture』の「闘争の場」には社会変動の可能性が窺うことができる。

Fiske は『終末論』の土台から自分の主張を出発させる。彼の言う「闘争」はプロレタリアとブルジョアジーの闘争を思い起こさせる。そして『popular culture』においてテキストは商品であり、商品は物質化されたイデオロギーであるとする (Fiske 2011: 10)。しかし、階級闘争の問題ではなく、彼が言う対立はより抽象的であり、経済システ

ムに対して成り立つ対立であるとされる。このシステムは特定の階級・階層を圧倒しようとするのではなく、自己の再生産を確保しようとする無意図的なシステムであるとする。⁽⁴⁾ところが消費者は確かにこのシステムに対して不利な立場を占め、権力をもたない。その文脈では〈popular culture〉は〈闘争の場〉になる。この場において人々は産業によって提供される資源を使って自分たちの日常生活を築くと Fiske は主張する。それ故、〈popular culture〉は〈文化産業〉が生み出した文化でありながら、人々の文化でもある。

この〈闘争の場〉に目を向けることで、Fiske は de Certeau を踏まえつつ、日常生活の実践におけるテキストの奪用 (appropriation) に注目する。そのため、テキストの解釈過程を重視することによって〈意味〉の実践の場、そして消費者の活動などに重点をおく。そして Saussure の〈parole〉と〈langue〉の区別に準拠し、〈langue〉より〈parole〉を重視するべきだとする。つまり Fiske は、構造より実践に目を配るのだ (Fiske 2011: 30, 87)。

また Fiske は、〈popular culture〉の魅力として〈闘争〉や〈抵抗〉に含まれている〈快楽〉にも注目する。これは非常に重要な点であるため、ここで簡単に紹介しよう。Fiske は快楽を二つに区別する。それは〈逃避〉の快楽と〈創造〉の快楽である。〈逃避〉の快楽は経験や身体に宿る快

楽であり、主に感情的で、構造と記号、つまり〈意味〉と対立する快楽である。言い換えれば構造と記号からの〈逃避〉である。Fiske が言う〈意味〉は記号による意味であり、かつ、それはどうしても社会的に構築されているので、こうした快楽はイデオロギーから脱出する手段になる。それ故、Fiske は〈逃避〉の快楽と名付ける (Fiske 2011: 41)。一方、〈創造〉の快楽は〈意味〉の創造に宿る快楽である (Fiske 2011: 46)。解釈過程をベースにして、テキストの意味の解釈から自ら新しいテキストを作るまでを含めて、Fiske はこれを〈創造〉の快楽であるとする。

この二つの快楽は〈popular culture〉におけるテキストの奪用を示していると Fiske は主張する。ここで Fiske は Eco と同様に、その奪用、解釈や快楽を可能にするテキスト自体 (そして媒体とメディア) の特徴にも注目して記述している。本稿でその議論を取り上げないが、ここで注意しておきたいのは、Fiske が唱えたファンの生産力 (創造力) (Fiske 1992) や Jenkins におけるファン活動の強調はこの〈popular culture〉における快楽の分析から生じるということである。

最後に Fiske は直接ファンに目を向ける。ファンの特徴としてこの創造力・生産力 (productivity) を挙げ、後の「The Cultural Economy of Fandom」(Fiske 1992) 論文で Bourdieu を批判しながら、ファン文化における〈闘争

の場」を「popular culture capital」として分析する⁽⁹⁾ (Fiske 1992)。コミュニティの観念を含めて、ファン研究における幾つかの基本前提はFiskeに出発点がある。さて、これから彼の思考を直接引き継いだ、Henri Jenkinsの研究を紹介しよう。

JenkinsはFiskeの〈popular culture〉の研究を〈ファン研究〉に置き換えた。JenkinsはFiskeの下で学んでおり、Fiske自身もJenkinsの論文を参照している。つまり幾つかの点に関してお互いに影響しあっている。しかし、Jenkins自身が述べるように、彼とFiskeの徹底的な相違はファンと〈popular culture〉の区別にある (Jenkins 2011:xxix)。Fiskeはファンを〈popular culture〉の延長として見なすのに対し、Jenkinsは〈fan culture〉に独自の文化を見出す⁽¹⁰⁾。

Jenkinsの主張は有名である。その最も知られている点は〈テキストの密猟者〉(textual poachers)としてのファンという定義、〈解釈の共同体〉としてのファンダムという定義、そして〈参加型文化〉(participatory culture)としてファン文化という定義である。〈テキストの密猟者〉の概念はde Certeauに基づいており、Fiskeが主張した〈創造〉の快楽と類似点が多い。上記したように、〈創造〉の快楽には解釈がその論理的な前提である。そして解釈自体は共同体の前提である。故に、Jenkinsの観点から見れば、

ファンダムは自然にファン活動から生成されるといえる。Jenkinsにおいてファンのテキストはファンによって制作されたテキストであり (ファンの消費対象であるテキストではなく)、そのテキストはファン自身の参考にしたテキストの解釈ではなく、特定の〈サブカルチュラル・コミュニティ〉の要求と期待を反映するとする (Jenkins 1992b: 214)。

以上のことを具体的に、Jenkinsは主にSFファン、特にスタートレックファンを例にして論じる。彼はスタートレックのファンが作る〈fanzines〉や〈filk〉⁽¹¹⁾などに注目して、そうした活動は単に個人の創造力が表されているのではなく、活動においてスタートレックのファン達が常に他のファンの活動を想定するのであると主張する。かくして〈fanzine〉はファン個人の生産物というよりも、ファンダムの集団的な生産物であるとされる。なぜなら〈fanzine〉の制作にはファン個人の解釈がみられるが、その解釈はスタートレックのファンの皆が共有しているテキストを前提にしておき、またその〈fanzine〉はファン達のために作られているからである。

このようにJenkinsによれば、ファンは活動によってコミュニティを築き、またこのコミュニティはファンにとって、ファンではない一般人の世俗的な世界よりもよいところであると述べる⁽¹²⁾ (Jenkins 1992b: 213)。具体的にファン

にとってこういうファンコミュニティは個人差を受け入れる社会構造を構築しようとしており、より民衆主義的なものである。そのため、「支配的な文化」の主流から外されたもの（例えば女性、黒人、同性愛者、低層中産階級労働者や身体障害者など）においてファンコミュニティは特に威力的であるとJenkinsは述べる (ibid)。

Jenkinsの最も典型的な主張に目を向ければ、彼は〈popular culture〉に〈ファン〉対〈非ファン〉の対立を導入し、〈終末論〉が描いた〈システムに支配されている消費者〉の像をひっくり返したといえる。あるいは、〈終末論〉の批判を一般人の大衆文化に当てて、そこからファンを切り離したと言える。¹³確かにElskeによれば消費者はシステムに抵抗するが、Jenkinsにおいては、抵抗だけではなく、新しく、更にはよりよいものである共同体まで作る。Jenkinsにとってファンは単に熱狂的で過剰な消費者ではない。ファンと一般消費者の間に質の差がある。少々極端に言えば、ファンは限られた領域の中ではあるが、〈意味〉、〈メディア〉や〈場〉などの支配者になる。こうしたファンの目から見れば、一般消費者はメディアや文化産業に振り回されているただの哀れな受信者である。ファンは消費社会の中心から生まれた新たなエリートである。

Jenkinsの観点はファン研究の最も楽観的な立場を代表している。彼の主張はファン研究には強い影響を与えてい

るが、同時に批判も集めている。ファン研究の立場から批判を行った研究者の一人にHillsがいる。また、メディア研究の立場からも、経済政治学の視点をを用いてソーシヤルメディアにおける権力に着目したChristian Fuchs (2014)が、Jenkins自身の姿勢と彼の〈参加型文化〉に見られる楽観主義へ批判を行っている。

四 象徴形態の媒体化、商品化と新たなオーディエンス形態

ファンが行うテキストの社会的な位置づけについての論点はサブカルチャーという一つの言葉で片付けられるかもしれない。しかし前節の要約からも窺えるように、Adornoの批判的な立場におけるサブカルチャーの意味合いかから、Jenkinsの観点におけるサブカルチャーの意味合いに至るまで、かなりの幅がある。要するに、ファンテキストはサブカルチャーという何かに属しているとされるだけで、その先には無視することのできない、長い、激しい議論が提起されているのだ。これまで取り上げた文脈において、社会生活におけるファンがテキストの位置付けを行う上での最も注意すべき特徴をファン研究の観点から簡単に見てみよう。

ファン研究においてテキストと呼ばれているものは

メディア発展とともに二〇世紀の生産物である。J.B. Thompson が指摘するように、現代社会の形成には象徴形態の媒体における変遷、特に象徴形態の伝播とその生産性が推進されたという変遷が非常に強い影響を与えた。また象徴形態の媒体産業の誕生とともに象徴形態が商品化され、二〇世紀冒頭に消費社会と呼ばれるようになった新しい社会形態が生まれた (Thompson 1990)。

コミュニケーションを象徴形態の交換 (生産・伝達・受信) として把握するならば (Thompson 1995: 10)、象徴形態の媒体化は新しいコミュニケーションの可能性を生み出した。媒体の諸産業は単に〈メディア〉と呼ばれており、こうしたメディアの制度はコミュニケーションの新しいあり方の核であり、コミュニケーションの商品化に中心的な役割を果たす。この状況においてメディアの権力は確実であり、また象徴形態自体を一旦除いても、その権力は、媒体自体の特徴、その生産性、またその分配性などにも基づいている。換言すれば、メディアの〈内容〉を問わず、コミュニケーション過程において表れたメディアの位置付けに宿る権力である。要するにその権力はイデオロギーによる権力ではなく、商品になった象徴形態の媒体と社会構造との紐帯に宿る権力であるといえる。

この観点から見れば、日本におけるアマチュア漫画の文化や欧米におけるアニメファン活動などは象徴形態の媒体

の変化がもたらす社会変動の事例と見なされる。アマチュア漫画文化にはオフセット印刷技術が、欧米におけるアニメファン活動にはVCRの普及が、それぞれファンダムの形成に決定的な影響力を与えたといえる。

Thompson によれば、媒体化されたコミュニケーションの特徴は次のようなものである。一) 象徴形態の固定、二) 象徴形態の生産性、三) 時間と空間の剥離、である。この特徴は Anderson が言う「想像の共同体」(1991) の成立を可能にしたと Thompson は述べる (1995: 35)。同じくそうした〈共同体〉を可能とする土台に、象徴形態の媒体化に応じる相互作用の媒体化も指摘するべきである。この〈媒体化された相互作用〉には、〈face-to-face interaction〉(例: 直接の会話)、〈mediated interaction〉(例: 電話の会話)、〈mediated quasi-interaction〉(例: 本やテレビなど、マスコミによるコミュニケーション) とし、三つの種類があると Thompson は述べる (Thompson 1995: 82-87)。オーディエンス論からみれば、Thompson の象徴形態と媒体の議論はファン研究において重要である。例えば、この理論を踏まえて Abercrombie & Longhurst (1998) が唱えた〈diffused audiences〉の概念がある。この概念は社会の形態変遷と象徴形態の媒体化と商品化を中心とするが、〈diffused audiences〉の概念に触れる前に、その社会の形態と変遷について少し述べておこう。

Thompson が述べた象徴形態の媒体化は近代における一つの原動力であるが、そうした媒体の絶え間ない変遷によって、近代以降（少なくとも二〇世紀冒頭の近代以降）、《情報社会》と呼ばれている新たな社会形態が引き起こされたといえる。Castells (1996) によれば情報社会は七〇年代前後に位置付けられる《情報革命》を皮切りに引き起り、その特徴はおおよそ次のようである。まず企業などの競争力や生産力、つまりは経済力が情報の生成技術、処理技術や適用技術の発展と合理化に直接依存するようになる。そしてこの情報技術による経済発展につれて、五〇年代の産業主義が徐々に衰退し、七〇年代から九〇年代にかけて脱工業化が進む。脱工業化につれて起こった様々な変化の中から、今注目しておきたいのは、サービス産業の急増や国家の権利の衰退である。六〇年代と異なつて、ファン研究がその対象として中心に据えた新たな観客 (audience) の誕生の土台には、サービス産業の増加と身近な関係をもつ《日常生活の商品化》¹⁹⁾と、国家の衰退による自己アイデンティティの危機が挙げられるだろう。かくして、九〇年代前後から生まれる《商品化された世界》には消費によってアイデンティティを構築する《diffused audiences》²⁰⁾という新たな観衆が誕生する。更に Gray, Sandvoss & Harrington (2007) が述べるように、九〇年代への移行には、《broadcasting》(放送)の時代から《narrowcasting》(ナローキャスティング)

時代への移行も見られる。その変化も《diffused audiences》の状態に表されているといえる。ここでは、九〇年代から増殖するファン研究がこうした観衆に注目して論じられているということに注意しておく。

五 社会生活—テキストの意味と社会構造

以上、主に媒体としてのファンのテキストについて簡単に述べた。ここからは、媒体ではなく、象徴形態自体と社会構造の間にある結び付きについて述べていくが、焦点をテキストではなく、社会構造との関係に当てる。要するにここでは、どのような人がテキストを解釈するのか、どのように解釈するのか、どのような意味を解釈するのか、などといった問題を考えていく。一言でいえば、ここではイデオロギーの論点を取り扱っていくことになる。

Thompson (1990) によればイデオロギーによって意味(象徴形態)は特定の力関係を維持する²¹⁾。Eco (1968) が記号論的にイデオロギーを定義した観点から見れば、イデオロギーによって特定のメッセージが本来に持っている多義性は制限される。そういった意味の制限は社会構造という条件のもとに行われるといえる。ひとまずイデオロギーは《意味》(象徴形態又はメッセージの解釈過程の果てにあるもの)と社会構造(構造化された非対称的な諸人間関係)

の関係を記述する概念であるといえよう。ではここからは、イデオロギーという広い意味をもつ概念の枠内で、社会生活においてファンのテキストはどのように扱われるか、という論点にアプローチしていく。

前に述べたように、マルクス主義、フランクフルト学派、Gramsci、Barthes などにおいては、イデオロギーの議論が中心だった。そして Fiske、Jenkins や初期のファン研究においては、〈抵抗〉、〈快楽〉、〈遊び〉などによって、人々がイデオロギーに抵抗するとされていると述べた。この二つの典型的な観点に加え、イデオロギーの問題をかなり相対化する、三番目の観点を挙げよう。その観点は、上述した〈diffused audiences〉のような、社会条件におけるナルシズムに着目してファン研究を発展させる Sandvoss (2005a) の研究にある。

大筋にはこうした三つの観点は次のように扱える。最初の二点は Abercrombie & Longhurst の議論を参考として、〈一〉テキストの決定性(テキストの意味が押しつけられる事)と、〈二〉観客の決定性(テキストの多義性における読者の主体性)によって特徴付けられる。また三番目の点に関して Sandvoss (2005a, 2005b) を参考とすると、〈三〉テキストの〈中性意義〉(テキストの意味がどうしても良くならない事)によって特徴付けられる。この三つの観点について少し述べよう。

五——テキストの決定論

初期のマルクス主義にはテキストにおける意味の論点を取り扱うための理論が不十分であると言える。意味の論点と深く関わる文化やイデオロギーをめぐる論説はその例である。上述したように Marx において〈文化〉の概念が体系化されておらず、初期のマルクス主義の観点ではイデオロギーという言葉は批判的な意味を持っており、これも分析のための概念として発展されていない。初期のマルクス主義の観点からみれば、テキストの意味、またその解釈は必然的に、下部構造の決定から逃れられず、また同時にこうした構造に影響を与えられないと言える。特定のテキストには構造的に決定されている特定の読みがあり、下部構造に対して逸脱的な解釈を生み出すのは困難なことである。この強力な経済決定主義に対して、テキストの意味(イデオロギー)はむしろ既存の社会形態の維持に必要であるため、逸脱的な解釈が生まれないように様々な強制が備えられているとする主張がある。フランクフルト学派や Antonio Gramsci が唱えた〈文化ヘゲモニー〉は社会構造においてイデオロギーの影響を認めるこうしたマルクス主義の例である。

この論点において Marx が唱えた商品フェティシズム論が無関係ではない。Marx の商品フェティシズムを参考にすれば、上述した Adorno の子供の遊びの議論と同様

に、テキストの〈使用価値〉が経済システムに従って働いている〈交換価値〉に従属しているか、或いは〈使用価値〉自体が完全に消滅しているかのどちらかと言える。例えば Adorno の指摘は文化商品において交換価値が使用価値の機能を果たすように見せかけるといふものである。Adorno は音楽の例でこれを説明する。人々はコンサートを聴きに行くとき、単に音楽を楽しんでいる（使用価値）と思っているが、実は音楽ではなく、彼らが楽しんでいる、あるいは評価しているのはコンサートのチケットに使ったお金である (Adorno 1938; Strinati 1995: 56)。少し単純化すると、このお金（モノ）に宿る魅力（音楽の楽しみ・使用価値の見せ掛け）は、実際にはそのモノにはない性質を見出す商品フェティズムだといえよう。

ゆえにいずれの場合でもテキストの決定論に従うと、テキストの読みは社会構造によって規定されており、テキストを受け取る側はその社会構造の条件に気がつかない限り、受動的な受信者にすぎない、ということになる。

五二二 観客の決定論

本稿では観客の決定論がテキストに対して持つている視点を抵抗パラダイムと呼ぼう。このパラダイムは Hall の〈encoding/decoding〉図式から非常に影響を受けている⁽²³⁾。しかし、Hall の著作も含めて、前述したように、de

Certeau をベースに、ファン研究においては日常生活上のテキストに対して抵抗的な使用行っていることを明確に記述したのは Fiske⁽²⁴⁾ である。テキストの決定論者が主張するように、イデオロギーが意味を制限するものだとすれば、日常生活において観客がテキストを様々な意図で利用することによって構築される多種多様な解釈自体は、抵抗的な行為になる。カウンターカルチャーの背景を連想させる形で、抵抗パラダイムにおいてはまず、テキストを受け取る人々が様々である（社会階層や文化などによる差異）という前提の上に、その人々がテキストを資源として各々の目的のために利用し、闘争によって人間関係を築いていく、ということが指摘される。また Fiske⁽²⁵⁾ によれば、その日常的な闘争の動機は快楽に見出される。要するに、上述したように、Fiske にとって、意味の構築である生産性 (productivity) による快楽は、直接的に社会生活における階層や文化的闘争と繋がっている。かくしてテキストの解釈、またテキストの生産はその闘争の中心に位置付けられている。

この Fiske が Bourdieu を参考にして唱えた「popular culture capital」⁽²⁶⁾ に言及しておく必要がある (Fiske 1992)。Fiske が言う生産性と「popular culture capital」の概念を用いて、SF ファンタムのファンジン (Jenkins 1992a; 1992b) や日本の同人誌 (Kinsella 1998: 299) などが説明

されている⁽³⁾。

Jenkins のコミュニティとしてのファンダムという見解は Fiske の理論と繋がっている。彼によればファンダムにおいてファン達はテクストの逸脱的な解釈に留まらず、新たなテクストを作る。また社会に抵抗するに留まらず、新たなコミュニティを築く。この文脈の中では、Jenkins が書いたように「Entering in to fandom means abandoning preexisting social status [...]」と云える (Jenkins 1992b: 213)。

ファン研究において、Hills (2002) はより中立的な観点をとる。Jenkins の研究には〈ファン〉対〈消費者〉の対立、或いは〈良い消費者〉(＝ファン)対〈悪い消費者〉(＝一般観衆)の対立が見られると批判する。そしてファンが抵抗的な活動家であるとするのなら、同時にファンは理想的な消費者でもあると指摘する (Hills 2002: 29)。そのため Hills はマルクス主義やフランクフルト学派を再評価し、テクストの使用価値と交換価値に改めて論点をおく。その議論についてはここで紹介できないが、ひとまず、Hills が市場とファンの相互関係にもう一度焦点を当てることによって、Jenkins 以降よく現れるようになった〈ファン＝良い〉対〈消費者＝悪い〉の単純な対立を超えようとしており、抵抗パラダイムを相対化していたということを述べしておく。Hills の批判は抵抗パラダイムが描く生産者と消

費者との間の権力対立の単純図式、そして商品市場の複雑さとイデオロギー問題の軽視に向けられていた。

かくして、本稿で対抗パラダイムと呼んでいる理論的な立場においては、テクストが多義的だとされており、受信者が能動的だとされている。そして強調したいのは、その多義性が、テクストの内在的な特徴ではなく、社会的な要素によって説明され得る、ということだ。またこの点は、Hills やこのパラダイムの他の批判者にも、確かに受け入れられている。要するに主なファン研究において、〈実践性〉(praxis)、『パフォーマンス』、『奪用』、『遊楽』、『快楽』、『創造性』などといった言葉の背景には抵抗パラダイム、あるいは Abercrombie & Longhurst (1998) が〈観客の決定性〉と呼んでいるものが内在している。

五―三 テクストの〈中性意義論〉

ここでは、本稿で「テクストの〈中性意義〉」と呼んでいる、三番目の観点を紹介しよう。この観点は、先に述べた二パターンの論のように、一貫する代表的なパラダイムを持たないが、Sandvoss (2005a) のいうように、理論的に(経験的ではなく)現代に見られる一つの傾向を指し示しているといえる。その傾向へのアプローチは Hills の批判から出発する。そしてこの批判とは、ファンダムや消費者が抵抗するのだとすれば、その抵抗行為がいったい何に対して

行われているのか、抵抗的な解釈とはいったいどんな解釈であるのか、またそうした抵抗が誰の権力を損なうのか、という問題が非常に曖昧になっているのではないか、というものである (Hills 2002, Abercrombie & Longhurst 1998: 35; Sandvoss 2005a: 15)。Abercrombie & Longhurst によれば、その状況を説明できるのは〈diffused audiences〉におけるナルシシスト的な主体であるとされる。

前述したように、〈日常生活の商品化〉によって〈diffused audiences〉は誕生したとされている。Abercrombie & Longhurst によれば〈diffused audiences〉は、世界の〈スペクタクル化〉と個人の〈ナルシシスト化〉といったプロセスから生まれる⁽³¹⁾。

Abercrombie & Longhurst は Debord を根拠として、スペクタクルの世界ではメディアとの接触が日常的で、消費と消費ではない行為の区別が曖昧であり、世界自体が商品によって成り立っている、と説明する⁽³²⁾。またこの世界において〈日常生活の美学化〉⁽³³⁾というプロセスも見られると述べる。Baudrillard に準拠して、このプロセスでは物と場から乖離している画像・映像 (images) が急増しており、その乖離ゆえにそうした像には命が宿っているように見えてくる、と彼らは述べる⁽³⁴⁾。

世界が常にスペクタクルであるとするならば、その世界では人生は常にパフォーマンスである⁽³⁵⁾。また個人は自分自

身がそのパフォーマンスの主役を常に意識的に演じるため、ナルシシズムとつながると著者たちは述べる。要するにナルシシスト的な主体のアイデンティティは Giddens (1991) が主張するように、再帰的であり、自己物語によって構成されると彼らは主張する (Abercrombie & Longhurst 1998: 95)。ここで興味深いのは、ナルシシスト的な主体、又はファンは、もはやテキストの解釈者、あるいは消費者ではなく、テキストの主人公だとされることだ。かくしてファンはテキストの一部分であり、世界はテキストであるといえることになる。この議論は、テキストによって構築されるファン、つまりファンのアイデンティティ形成の議論に当たるが、ここで Sandvoss (2005a: 2005b) が述べるように、このように語られるナルシシスト的な主体を特定の社会形態に位置付けるべきであることを強調したい。要するに、〈diffused audiences〉が重視した歴史と、場 (place) から乖離した日常というのは、ナルシシズムの条件を説明できるが、そうした仮説は社会現実と混合してはいけない。

ここで論じられているスペクタクルの世界において、テキストの意味はファンの解釈と等しいものであるといえるため、ファンとテキストの間の距離⁽³⁶⁾がゼロであると Sandvoss は述べる。以上を踏まえ、Sandvoss は本稿において「テキストの〈中性意義化〉」と呼んでいるものを唱

える。まさにこの〈中性意義性〉によって、先述した抵抗パラダイムの曖昧さの問題へのアプローチが可能であり、また Hills が指摘したファンにおけるイデオロギー闘争の矛盾といった論点も、少なくとも理論的に解決できると Sandvoss は主張する。

上述した観客の決定論に従うと、ファンとテキストとの距離が縮めば縮むほど、テキストの多義性が増大するといえる。しかし、スペクタクルの世界で見られるゼロ距離の場合、多くの解釈が可能になるだけではなく、どんな解釈でも可能になると Sandvoss は主張する (Sandvoss 2005a: 126, 138)。スペクタクルの世界では人々は世界の中心になつていてと感じており、又は別の言い方をすれば、この世界は主人公を中心にして構成されていることになる。そのため、ナルシストというファン像は非常に再帰的な人格を持つとされており、その性質は〈自己再帰的 = self-reflexive〉ではなく、〈自己反射的 = self-reflective〉である⁽³²⁾と Sandvoss が強調する。なぜなら、このナルシストは世界を見るたびに、〈外〉の世界ではなく、常に自分自身の鏡像しか見られないという。この条件下でテキストは、あるいは世界は、ナルシストの鏡であるというのは Sandvoss の主張である。それ故に Sandvoss はテキストの〈中性意義性〉を唱える (2005a: 2005b)。

この〈中性意義性〉はイデオロギーに対しても明確に深

刻な問題を提起している。要するに、テキストの意味がどうでもよくなっているならば、〈意味〉の操作によるイデオロギーは機能しなくなるとでも言えるのだ。かつ、この状況においても Thompson を踏まえて上述したように、社会の現状がテキストの意味ではなく、その形態(媒体)によって機械的に維持される事になる。換言すれば、イデオロギーの効果は意味ではなく、形態自体にあるということになる⁽³³⁾。この観点から見れば、今日よく議論される、ファン活動を支えるネット上のプラットフォームは、環境の管理を通して、〈抵抗論〉を無効化した徹底的な支配力を持つているということも出張できないことはないが、これはナルシストの主体を想定した場合のことである。

また Sandvoss によれば、テキスト(世界)においてナルシスト的なファンの自己投影は完璧である故に、他者との有意義な関係を成立することが不可能になる⁽³⁴⁾。それゆえ、このような人々の活動は現状を維持するばかりで、社会に変化をもたらすことはない⁽³⁵⁾と Sandvoss は述べる (Sandvoss 2005a: 149; 2005b: 835)。

この主体性の過剰化から生じる、イデオロギーの不可視で絶対的な権力に注目して Sandvoss は Marcuse の「One dimensional man」を参照しながら、〈一次元的ファン〉の可能性を唱える。Sandvoss によれば Marcuse が唱える一次元的社会においては、他者性の欠落につれて、現状維持

に抵抗しようとする全ての勢力が無力化され、社会変動が抑制されるとされる。この全体主義を果たすのは特定の階層や権力者ではなく、非暴力的―経済的―技術的システム⁽⁴⁾であるとする。Sandvoss によればファン研究では社会的抵抗の場として階層の消失が確認されており、〈一次的ファン〉の存在を示唆しているとされる⁽⁵⁾。この観点で見れば最終的に、Fiske や Jenkins が重視する〈ファンの生産力〉、〈ファン活動〉には抵抗的な性質、又は想像力(新しい物事を生み出せる能力)、がもはやないといえる(Sandvoss 2005b: 836)。ところが、こうした〈一次元的ファン〉、または完全なナルシシス的なファン像は社会現実を観察できる一つの傾向を説明できる便利な仮説だが、実存する人間に該当できない (Sandvoss 2005a, 2005b)。

終わり

本稿においてはファン研究を中心にして、主体を否定するイデオロギーの絶対的な権力を主張する理論から、主体性を認めた理論の〈抵抗パラダイム〉を経て、主体の激化から新たに生じるイデオロギーの絶対的な権力を得るまでに至る主張を見た。この議論を通して、ファン(主体)とファンテキスト(嗜好の対象であるメディア)との関係を重視しながら、ファン研究理論の展開の大まかな紹介を行った。

註

- (1) 本論文は二〇一二年に完成した修士論文の一部を加筆修正したものである。
- (2) "[To see] popular culture as a site of struggle" "This approach sees popular culture as potentially, and often actually, progressive (though not radical), and it is essentially optimistic, for it finds in the vigor and vitality of the people evidence both of the possibility of social change and of the motivation to drive it" (Fiske 2011: 17-18)
- (3) "[A] commodity is ideology made material" (Fiske 2011: 10)°
- (4) "[T] he economic system, which determines mass production and mass consumption, reproduces itself ideologically in its commodities." (ibid)
- (5) 1984, *The Practice of Everyday Life*. Berkeley, University of California Press.
- (6) "It is a study of enunciation, not of the language system" (Fiske 2011: 30) の点に関し、一九七六年に出版された P. Ricoeur の [Interpretation Theory: Discourse and the Surplus of Meaning] (Ricoeur 2006) の主張と同じである。しかし Fiske は Ricoeur には無『 de Certeau を参考にしている。
- (7) "The work of popular pleasure takes two main forms: evasion [...] and productivity" (Fiske 2011: 40)
- (8) しかし Fiske の Bourdieu の扱い方は荒べつ不適切であるといへば批判されていゝ。その批判の例として Hills (2002) が参照されている。

- (9) "[Bourdieu] underestimate the creativity of popular culture and its role in distinguishing between different social formations within the subordinated. He does not allow that there are forms of popular cultural capital produced outside and often against official culture capital" (Fiske 1992: 32)
- (10) "Fiske and I disagreed about whether fan practices differed in 'kind' or 'degree' from other forms of consumption. I stressed the cultural specificity of fan cultural production, seeing fan fiction not simply as traces of interpretation, but as representing a distinctive tradition with its own genre expectations and literacy practices. Fiske saw these fan texts as extending the interpretative and appropriative activities." (Jenkins 2011:xxix)。以下 Fiske が用いた語句 "Fan may differ from less excessive popular readers in degree but not in kind" (Fiske 2011: 116)
- (11) ファンが作る雑誌。特に特定の作品のレビューやサイドストーリーがその主たる内容である。
- (12) "Fan music-making" (Jenkins 1992b: 215)
- (13) "Fans view this community in conscious opposition to the 'mundane' world inhabited by non-fans" (Jenkins 1992b: 213)
- (14) 確か *Textual Poachers* (1992) にあつて、ファンと一般オーディエンスの間に連続性があると述べるが、その連続性よりむしろなる活動を支えるファン活動の制度（ファンの実践の制度化）に着目したと述べる (Jenkins 1992: 54)。
- (15) "I have characterized communication as a distinctive kind of social activity which involves the production, transmission and reception of symbolic forms" (Thompson 1995: 18)
- (16) 複製と fixtion, reproduction, space-time distanciation. (Thompson 1995: 19-23)
- (17) "Mediated interaction" (Thompson 1995: 81)
- (18) "I shall use the term 'mas communication' to refer to the institutionalized production and generalized diffusion of symbolic goods via the fixation and transmission of information or symbolic content" (Thompson 1995: 26)
- (19) Abercrombie & Longhurst が用いた "aestheticization of everyday life" (Abercrombie & Longhurst 1998: 85) はその表現が使われているが、その "aestheticization" は "commodities" から生じた "aestheticization" だとする (Abercrombie & Longhurst 1998: 82, 85-88, 96 を参照)。そのための (commodification of everyday life) のための Baudrillard 的な表現を使ふ。しかし Abercrombie & Longhurst がおこなう "aestheticization" と "commodification" は連続に行っているプロセスだが、同じプロセスではないと示唆している点に注意すべきである。
- (20) 映画館で上映されている映画の観客と異なつて、一つの text の集中的な観衆ではないから (diffused) と呼ばれる。論者によれば "The essential feature of this audience-experience is that, in contemporary society, everyone becomes an audience all the time" (Abercrombie & Longhurst 1998: 68)
- (21) "The analysis of ideology [...] is primarily concerned with the ways in which symbolic forms intersect with relations of power. It is concerned with the ways in which meaning is mobilized in the social world [...]" (Thompson 1990: 56)

- (22) Abercrombie & Longhurst の *「ドミナント・テキスト」* “Dominant Text position” の “Dominant Audience position” (1998: 18) の *「ドミナント」* (neutrosemy) “texts are *polysemic* to a degree that they become *neutrosenic*” (Sandvoss 2005a: 26)。
- (24) Althusser の *「Ideological State Apparatus」* の *「イデオロギカル・ステート・アパラトゥス」* (Srinati 1995 を参照)。
- (25) “If the commodity in general combines exchange value and use value, then the pure use value, whose illusion the cultural goods must preserve in a completely capitalist society, must be replaced by pure exchange value, which precisely in its capacity as exchange value deceptively takes over the function of use value.” (Adorno 1938: 38-9)
- (26) Abercrombie & Longhurst 1998: 16
- (27) “The everyday life is where the contradictory interest of capitalist societies are continually negotiated and contested” (Fiske 2011: 26)
- (28) “These antagonisms, theses clashes of social interest [...] are motivated primarily by pleasure: the pleasure of producing one’s own meaning of social experience and the pleasure of avoiding the social discipline of power-bloc.” (Fiske 2011: 39)
- (29) マルクス・フィスケの *「Bourdieu の解釈と『popular culture capital』の概念」* の *「批判的理論」* (Hills 2002; Sandvoss 2005 を参照)。
- (30) Kinsella は Fiske を参考にしており、そして Fiske の立場を明確に反映した議論のなかで、コミックマーケットの代表者であった米澤嘉博のアマチュア漫画に対しての意見を次のように説明
 - (31) “On the one hand, there is the construction of the world as spectacle and, on the other, the construction of individuals as narcissistic” (Abercrombie & Longhurst 1998: 75)
 - (32) “Contemporary society makes the world in to spectacle because it is organized by capitalism, which has commodified everything and has thereby colonized everyday life” (Abercrombie & Longhurst 1998: 82)
 - (33) (aestheticization of everyday life)
 - (34) “[images] come to have life of their own independent of the objects of which they are images” (Abercrombie & Longhurst 1998: 87)
 - (35) “Life is a constant performance; we are audience and performer at the same time; everybody is an audience all the time. Performance is not a discrete event” (Abercrombie & Longhurst 1998: 73)。彼らは Goffman の *「参加観客」* の *「パフォーマンスの議論」* を参照。
 - (36) Sandvoss の *「言葉と美的距離」* (aesthetic distance) (Sandvoss 2005a; 2005b; 2007)
 - (37) Sandvoss の *「言葉とファン」* “Fan texts, like all forms of communication,

参考文献

- are inherently ideological even, or particularly, if they have nothing to say in themselves" (2005a: 149)。
- (38) なんでも御座る身体で口は詮論の一種で頭がやごう、と言ふやうなべ。
- (39) "[fan] cannot account for [...] a meaningful engagement with otherness, and thus a premis of social change" (2005a: 149) なんでもさういふ関係でなく、"the absence of any ideological meaning and the appropriate dominance of the fan over the text, which reflects a lack of aesthetic distance, becomes themselves factors in maintaining the subsistence of the social status quo" (2005a: 155) 何か別の論文でそのさういふ関係でなく、"The profound social and cultural significance of popular texts, thus, derives not from encoded meanings but from their very absence" (2005b: 836)
- (40) "non-terroristic economical technical system" (2005a: 153)
- (41) "studies on fandom [...] corroborate the disappearance of class not as a category of social hierarchy, which still persist, but as a space of social resistance as outlined by Marcuse" (2005a: 156)
- Abercrombie, Nicholas; Longhurst Brian, 1998, *Audiences, A Social Theory of Performance and Imagination*, London, Sage.
- Adorno, Theodor, 1991 (1938), "On the Fetish Character in Music and the Regression of Listening", *The culture industry: Selected essays on mass culture*. London, Routledge.
- Adorno, Theodor, 2001 (1951), *Münina Moralia: Reflexiones desde la vida dañada*. Madrid, Taurus.
- Adorno, Theodor; Horkheimer, Max, 1994 (1969), *Dialectica de la Ilustración*, Madrid, Trotá.
- Anderson, Benedict, 1991, *Imagined Communities, Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, London, New York, Verso
- Barthes, Roland, 1956, *Mythologies*, México, Siglo XXI.
- Barthes, Roland, 1975, *The Pleasure of the Text*, New York, Hill and Wang.
- Barthes, Roland, 1977, *Image Music Text*, London, Fontana Press.
- Barthes, Roland, (et al), 2006, *Análisis estructural del relato*, México, Ediciones Coyoacán.
- Castells, Manuel, 1996, *La Era de la información, La sociedad red*, Vol 1-3, México, Siglo XXI
- Coma, Javier, 1978, *Los Comics. Un arte del Siglo XX*, Madrid, Editorial Labor de Certeau, 2000 (1980), *La Invencción de lo Cotidiano, I. Artes de Hacer*, México, Universidad Iberoamericana
- Eco, Umberto, 1968 (1964), *Apocalípticos e Integrados*, Barcelona, Editorial Lumen.

- Eco, Umberto, 2005 (1968), *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. México, Debollillo.
- Fiske, John, 1992, "The Cultural Economy of Fandom", Lewis, A Lisa (ed) *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, London, Routledge.
- Fiske, John, 2011 (1989), *Understanding Popular Culture*, London and New York, Routledge.
- Fuchs, Christian, 2014, *Social media: A critical introduction*, Sage.
- Giddens, Antony, 1991, *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Stanford university press.
- Giménez, Gilberto, 2005, *Teoría y Análisis de la Cultura*. Vol.1, México, CONACULTA Gray, J., Sandvoss, C. & Harrington, L. (eds), 2007, *Fandom, Identities and Communities in a Mediated World*, New York and London, New York University Press.
- Hills, Mat, 2002, *Fan Cultures*, London and New York, Routledge.
- Jenkins, Henry, 2011, "Why Fiske Still Matters", Fiske, John, *Understanding Popular Culture*, London and New York, Routledge.
- Jenkins, Henry, 1992a, *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, London, Routledge.
- Jenkins, Henry, 1992b, "Strangers No More, We Sing': Filking and the Social Construction of the Science Fiction Fan Community", Lewis, A Lisa (edit) *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, London, Routledge.
- Kinsella, Sharon, 1998, "Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement", *Journal of Japanese Studies*, 24: 2 289-316
- Kinsella, Sharon, 2000, *Adult Manga. Cultura and Power in Contemporary Japanese Society*. Honolulu: University of Hawaii, i Press.
- Lewis, A Lisa (ed), 1992, *The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media*, London, Routledge.
- Macdonald, Dwight, 1983 (1962), *Against the American grain. A Da Capo Paperback*.
- Morin, Edgar, 1979, *L'esprit du temps I : Névrose*
- Ricoeur, P, 2006, *Teoría de la Interpretación, Discurso y Excedente de Sentido*, México, Siglo XXI
- Ricoeur, P, 1981, *Hermeneutics and the Human Sciences. Essays on Language, Action and Interpretation*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Sandvoss, Cornel, 2007, "The Death of the Reader? Literary Theory and the Study of Texts in Popular Culture", Gray, Jonathan (ed), *Fandom, Identities and Communities in a Mediated World*, New York and London, New York University Press.
- Sandvoss, Cornel, 2005a, *Fans, The Mirror of Consumption*, UK-USA, Polity Press.
- Sandvoss, Cornel, 2005b, "One-Dimensional Fan, Toward an Aesthetic of Fan Texts" *American Behavioral Scientist*, Vol.48 No.7 822-839, Sage Publications.
- Sirriat, Dominic, 1995, *An Introduction to Theories of Popular Culture*, London and New York, Routledge.
- Thompson, John, 1990, *Ideology and Modern Culture, Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*, UK-USA, Polity Press.
- Thompson, John, 1995, *The Media and Modernity, A Social Theory of the Media*, UK-USA, Polity Press.
- Touraine, Alain, 2006 (1992), *Crítica de la modernidad*, México, Fondo de cultura económica.