

海外レポート

モノとしてのポピュラー文化を調査する —— 香港での展示イベントを中心に ——

松井 広志

1. はじめに：ポピュラー文化における「モノ」の展示

2012年3月9日から11日まで、大阪市立大学大学院文学研究科都市文化研究センターの支援による「2011年度ドクター研究員プロジェクト」として、香港での「C3日本動玩博覧会 HONG KONG 2012」というポピュラー文化の展示イベントにおいて調査を行った。本稿では、私のこれまで実施した調査経験をふまえて、今回の調査を行った背景と問題、その解決策について述べていく。

2. インタビュー：受け手と送り手をめぐって

私の研究は、「メディア文化によって形成された二次元のコンテンツ（キャラクター、メカニック、服飾、道具、情景など）を、物理的な質量を備えた三次元に置き換えたモノ」すなわち「モノとしてのポピュラー文化」をめぐる受容の論理を捉えることを目指すものである。その理論的枠組を提示した論文は本誌とほぼ同時期（2013年3月）に刊行の学会誌に掲載されるが、そこでの考察を築きあげるにあたっては、現場での観察が不可欠であった。しかし一方で、理論枠組がなければ調査で何を聞いてよいかかわからず、研究に有効な知見は得にくくなる。このような往還関係の重要性は社会学的な調査論でしばしば指摘されるが、ポピュラー文化の受容についての調査でも同様である。

また、「ポピュラー文化の受容者」への調査に特有の難点もある。それは、対象となる集団に接近することが困難であるということだ。先の定義による「モノとしてのポピュラー文化」の例としては、キャラクターグッズやフィギュア、模型などが挙げられる。これらは私たちにとってきわめて身近な存在ではあるが、かといって身の周りにいる人に闇雲に聞いて回ったとしても、その結果得られたデータは、対象者がもつさまざまな属性によるバイアスがかかることが予想され、なかなか学術的な知見のもととなるデータとはなりにくい。

その点に留意したうえで、私はキャラクターグッズをテーマとした展示イベントにおいて、聞き取りを含めた調査を行うこととした。というのも、展示会は「モノとしてのポピュラー文化」の受容について集中的かつ顕在的に観察できる場であって、その受容の論理を明らかにする研究目的に適合すると考えたからである。

ここで注意しなければならないのは、コンテンツの受け手が完全に自律的に意味を讀解しているわけではなく、送り手側のコードに規定されている部分もあるという点である。このような送り手側の表現と受け手の読解との相互循環に関する分析枠組は、少なくとも1970年代のカルチュラル・スタディーズ以降のメディア研究では多数展開されてきた。

そのため本調査でも、来場者という直接受容に関わる人々だけではなく、送り手側の官公庁や企業、非営利団体の関係者にも聞き取りを行った。そこでは、例えば、日本商品化権協会が行う「海賊版」撲滅キャンペーンの本展示会への関与や、横浜市やJTBが観光とセットで「日本のポップカルチャー」を売り込もうとする姿勢などの、予想していなかったアクターの意図を知ることができた。



ブース単位の展示

ここから、本展示会をより広い社会・経済的文脈から捉える視点も得られる。例えば、上記のアクターによる関与から、「日本のポップカルチャー」を諸外国、特に新興国に売り込む産業主義的戦略の一端を垣間見ることができる。「ポップカルチャー」をめぐる多くの他の商品や事業がそうであるように、グローバル化という大きな流れや従来の工業を中心とした産業の不振、少子化による人口の漸進的な減少、それらに伴う消費の新興国へのシフトといった大きな社会変動の力学のなかで、本展示会も成立していると考えられる。

しかし、そのような送り手側の戦略上の意図と受け手側の現場での実感は、相対的に独立していることを忘れ

てはならないだろう。コンテンツ産業による経済的利益のために「ポップカルチャー」を利用する姿勢と、海外、少なくとも本展示会の受容の様相は、ある程度は独立していることもまた、調査による知見から指摘できる。

以上の論点から、本展示イベントを考えるとどうだろうか。まず、本展示会の来場者の多くは香港在住の人であった。これは、私が3日間イベントに参加している間、聞こえてくる言語に広東語が多かったことから推定できる。香港でのイベントに（おそらく香港在住の人が多くと思われる）広東語話者が目立つことは、ある意味で当然といえることかもしれない。しかし、海外で「日本のポップカルチャーの人気」が叫ばれる場合、官公庁やマスメディアが主導の事業がしばしばあり、現地の人々に自然に受け入れられている場合だけではないだろう。実際、海外で日本のポップカルチャーが人気を博しているという情報は、客観的なデータが提示されていない場合が多いように感じる。だが本展示会では、私がふだん身近に接しているコンテンツが確かに香港の人々に受容されている現場をリアルに観察することができた。

また、これは聞き取りでわかった内容だが、他には中国大陆在住の人やシンガポールなど華僑圏の人もかなりいた。同展示会の案内や看板、パンフレットなどで用いられる言語が主に広東語や中国の普通話、英語の併記であることも関係していると思われる。正直言って、事前に予想していたより「日本から行っているファン」が少なかった。そして、話を聞いた限り、このイベントに来場した香港や中国大陆、シンガポールなどの人々は「日本のポップカルチャー」をある側面では「日本」のコンテンツであることを強く意識しつつ、別の側面ではその「日本」性をそれほど意識することなく受容していたことがわかった。

3. 行為の観察：モノの受容

しかし、以上のように送り手と受け手の権力関係に目配りしたとしても、そこでの来場者の自発的な心性は単にインタビューをしたからといってわかるわけではない。その理由としては、少なくとも二つの異なったレベルの理由があると思われる。

第一の理由は、海外での調査において生じる「言葉」の問題である。例えば、今回の調査においては英語が話せる人には私が英語でインタビューを行ったが、中国語に関しては通訳を他人に依頼した。この人は、普段は東京で中国からの観光客の案内や通訳を仕事にしている日本人なので、中国語の普通話に関してはほとんど問題なく運用することができ、広東語についてもある程度は聞き取りができる。一方、少しは勉強してから行ったとは

いえ、私は中国語に関しては素人なので、協力者を介して意味を理解する場面が多かった。ここでは、対象者と調査者の間に協力者が介在するため、人の解釈による意味の変換プロセスが一段階多く入り込んでしまう。これは、海外での質的な社会調査において、対象者の話す言語のネイティブか、あるいはそれに準じるほどの言語運用能力を有する人以外は必ず持ってしまう難点だろう。

しかし、第二の理由として、「言語」そのものに関わって指摘される問題がある。それは言語論的転回以降の研究潮流で問われてきたことと関わる。より限定するとしても、近年の社会学や人類学では、「言語情報に回収されない部分をどのように捉えるか」という問題がしばしば取り上げられてきている。

例えば、2000年代以降の人類学においては、モノを単に人という主体によって統御される従属的な客体としてではなく、モノと人とのかかわりようを包括的な時間・空間のなかで描くことを目指す「もの人類学」の試みが出てきている。そこで提起されている方法は、言語に意味を回収された後の「語り」だけではなく、人々に寄り添うかたちで「行為の観察」を行うというものである。本調査でも、そういった言語化された語りには表れにくい、しかし人とモノの結節点となる身体的な行為を注視した。その結果、例えば、実際のキャラクターグッズやフィギュアに「触れる」行為や、等身大のパネルとともに記念写真を撮る姿、さらに仲間とコスプレをして楽しむ姿が数多く観察された。



コスプレする来場者

以上のような行為は、自宅でアニメを観たり、マンガを読んだり、音楽を聴いたりするのは違った「モノが目の前にある展示会」という場において、はじめて可能になる。そして、その体験は、情報技術によってデジタル化されたコンテンツの受容とは異なる位相にあると考えられる。こういった種類のメディア受容の細部を知ることが、数量的データでは難しい。また質的データでも、

インタビューだけではポピュラー文化の受容をめぐる諸相の一部しか把握することができないだろう。

もちろん、本調査で行った「行為の観察」が十全な方法論であるということではないが、調査票や聞き取りに基づく調査では見逃してしまう、文化受容の現場の一側面を明らかにできる可能性を秘めているように思われる。

言語論的転回から数十年を経た「モノ」をめぐる研究潮流は、主体的な人間が客体的なモノを言語によって文節化するアプローチへの反省的な態度を重視している。そして、少なくとも本調査のように「ポピュラー文化」という一見あいまいとも思える領域を対象とする場合には、その受容の現場における「モノ」をめぐる人々の活動に注視することで、これまでとは違ったレベルでの有益な知見が得られると考えられる。

調査者である私が、人口に膾炙した「日本のポピュラーカルチャーの人気」以上のことをこの展示会から感じられたとすると、その理由は、インタビューだけではなく、ときには自らがイベントに参加しつつ、そこに集う人々による「行為の観察」を行っていたからではないだろうか。

4. おわりに

以上、当事者の「語り」を聞くインタビューと、受容の現場における「行為の観察」という二つの側面から調査について述べてきた。これらの論点は、ある意味ではどのような場所の調査であっても関係してくるものだが、今回の展示会での調査のように「海外」という日本語と異なる言語が日常的に話されている地域での調査ではとくに重視されるべきだろう。

さらに「ポピュラー文化」という外延を確定しづらい対象においては、例えば本調査における展示イベントのような「定点」となる具体的なフィールドを設定して、その現場での人々の行為を詳細に観察することもひとつの有効な方法となると思われる。このように、必ずしも言語化された「語り」に現れない意味やそこで受容される「価値」をとらえ損なわないことが、私が今回の調査で重視した姿勢である。

以上のような調査における課題、また言葉とモノと文化をめぐる問題については、今後も自分の研究を行ううえで常に念頭におきたいと考えている。