

攪乱される「創作」と「消費」

—ニュー・メディアを用いた女性の同人活動を事例に—

東京大学大学院 大尾侑子

1. 目的

〈紙〉から〈ネット〉への移行が創作/消費にもたらした影響は、すでに多く論じられてきた。例えばソーシャル・メディアにおけるユーザーのコンテンツ制作への参加や協働が「生産-消費者」という対立を挫折させ、従来の支配-抵抗という権力図式を機能不全に陥らせていることなどが指摘されている(大山 2014, Lush 2007 ほか)。こうしたニュー・メディア(Manovich 2001)の普及は戦前から続く〈紙〉を用いた同人活動にも影響を与えているが、それが積極的に論じられることは少なく〈紙〉の枠組みから演繹的に〈ネット〉の機能を論じるもの(“電子メディアは紙より低コスト”)に限定されがちである。これに対して、本研究は「キーボードと画面で書くという経験」を「テキストの生産様式の観察の中に繰り込み」み(佐藤 2009)、〈ネット〉の諸特性がいかなる固有の「創作/消費」実践を可能にしているのかを記述することで、「〈紙〉から〈ネット〉へ」の変遷が担い手の主観的経験やコミュニケーション作法に与えた影響について検討することを目的とする。

2. 方法

以上の目的に対して、本研究はネット上で“広義の”「同人活動」を行う 10 代から 30 代の女性を対象にした質的調査(2012 年から 2014 年現在まで行っているインタビュー、グループディスカッション等)を行う。先行研究のように“漫画やイラスト、小説をサイトにアップロードする”といった限定的な実践にのみ照準するのではなく、その周辺で独自に発展した営みにも射程を広げることで、〈紙〉の実践から演繹することなく〈ネット〉の実践を明らかにする。

3. 結果と結論

調査の結果、単に消費者がコンテンツ制作に参加、協働しているという指摘では捕捉できない次のような状況が観察された。①〈ネット〉固有のインターフェイスが「創作-消費」を接近させ、担い手の「創作/消費者」という意識を攪乱させる領域が増大していること、②ブラウジング、スクロールなどの身体経験が独自の記法やテキスト空間を生成していること、③局所的な同一性(ないし呼称)、優劣・敵対関係が意識化されていること、④同人活動における消費・所有感覚、創作スピード、コミュニケーションが変容していることである。例えば JavaScript や HTTP Cookie 等を用いた名前変換小説(=夢小説)は読者がテキストの一部を生成するインタラクティブな表現であり、原テキストは消費されると同時に創作される。また既存のプラットフォームに依存した「他者」への同化、演技実践(=なりきり)は、「消費/創作」の間のファジーな領域を生み出している。以上、こうした個別のカルチャーの分化、棲み分けは創作・流通・消費という〈紙〉の前提を演繹することでは捕捉できない水準の実践であり、所謂「オタク/やおい/BL」などと単純化された領域を細分化し、新たな帰属意識や規範を形成していた。

参考文献：大山真司, 2014, 「補論 メタミディアムの誕生」『アフター・テレビジョン・スタディーズ』せりか書房。▼Lash, S, 2007, “Power after Hegemony: Cultural studies in Mutation?” *Theory, Culture & Society* 24(3): 55-78. ▼Manovich, Lev, 2001, *The Language of New Media*, Cambridge, Mass.: The MIT Press. ▼佐藤健二, 2009, 「テキスト空間論の構想」『テキストと人文学 知の土台を解剖する』人文書院。