

論文内容の要旨

字幕組とは中国語の呼称であり、視聴者による映像コンテンツのテキスト翻訳・字幕をつける一連の作業を行うグループのことを指している。本論文では、日本アニメ及びその関連コンテンツの中国の字幕組を対象に、今日の複合メディア環境において視聴者自ら現地化したコンテンツ受容のされ方に注目した。視聴者のネットワーク化とメディア化がいかにコンテンツ受容に影響を与えてきたのか、とりわけコンテンツ受容の手段と形態がマスメディアにとらわれない状況に進んできており、その中視聴者が手がける一つまり「ファンサブ」のようなコンテンツ受容の並行の結果はいかに立ち現れ、どういう意味があるのか、の一端を明らかにしようとするのである。この目的を果たすために、中国における字幕コンテンツの利用者及び字幕組メンバーを対象とするオンライン・エスノグラフィを行った。

第一部である序章、1章では、本研究が依拠する先行研究を検討し、研究対象を捉えるための枠組み及び諸概念を提示した。特に字幕コンテンツを現在 UGC (user-generated contents) として注目されつつある一般の個人作り手のコンテンツと区別するため、UMC (user-modified contents) と定義することを試みた。

第二部である第2、3章では、今日の情報社会において、視聴者あるいは受容者がメディア化する手段と過程及び、コンテンツの愛好者の視点から行った意味解釈に注目した。具体的に、字幕コンテンツのファイル共有問題を考察し、ファイル共有はアップロードされる時からダウンロードされる時まで、利用する主体が変わるだけでなく、ファイルそのものは「改変され (modified)」、変質する可能性があるということを明らかにした。そして、字幕組は字幕付きファイルを共有するだけでなく、コンテンツに新たな意味を積極的に生産している。そうした過程を介して、コンテンツが蓄積され、ファンの棲み分けも進展していった。さらに、視聴者あるいはファンのコミュニティは単純なヒエラルキーを形成するのではなく、いくつか重要な土台を共有しながらも、変形・変質を経て、オンラインで生態系に類似するものを形成していることを考察した。

第三部では、以上の議論を踏まえて、オンライン・エスノグラフィの調査結果を記述・分析した。まずは第4章では、本論文の主な方法論について議論した。字幕組が活動拠点とするインターネット上で、コンテンツ受容をめぐるコミュニケーションが様々な立場の参加者の間で行われている。そうしたコミュニケーションから生まれる文化、そうした文化を共有する人間の相互作用の意味を洞察・記述するには、オンライン・エスノグラフィの方法は有効であると論じた。そして第5章では、オンライン・エスノグラフィのアンケート調査の結果と分析について記述した。オンライン・エスノグラフィは伝統的なエスノグラフィの手法と比べると、フィールドに没入する期間及び扱う観察対象の記述がより困難である。そのため、戦略的にフィールドを構築することが必要である。オンラインでの参与観察を経て、字幕コンテンツの利用者層が主に活動するウェブサイトあるいは利用するオンライン・サービスから、最も重複に利用されているウェイボーが浮上した。したがって、ウェイボーを介してアンケート調査を行った。また、利用者層の成長性を見込んで、記述式のアンケート調査も並行に実施した。調査の結果、字幕コンテンツの視聴者は流動的であり、字幕組コンテンツの受容を核心に視聴者あるいはファンは成長し、分層・棲み分けもしていく。最後に第6章では、字幕組メンバーへのインタビュー調査の結果及び分析を記述した。エスノグラフィック・インタビューから得られた「語り」そのものはファン・エスノグラフィの1つの成果であるが、さらにその語りのデータを対象とする質的分析を行っ

た。字幕組が扱うコンテンツの種類及び活動理念に注目すれば、大まかに「共有文化系」から「ファン文化系」までという尺度があることが分かった。扱うコンテンツの種類について、日本のテレビアニメなど一般作品から、その派生ないし2次・n次創作作品まで幅広く含まれている。字幕組の活動理念に関して言えば、基本的に、共有文化系は映像制作や翻訳における技術と知識を含めて共有する傾向にあり、コミュニティ間ないしグローバルなネットワークも構築する傾向がある。対して、ファン文化系は比較的閉鎖的で、コミュニティ内の内輪ルールが多い上、コミュニティ間の衝突も多い傾向がある。字幕組が行う活動には、視聴者が変化を図る動機、改変の試みそして、視聴者に受け入れた変化の結果の示唆が含まれていることを明らかにした。

視聴者あるいはアマチュアが行う映像の字幕付き活動及びその産物は商業活動のような規範的な基盤をもっていない。その活動の内実また集団の形態の自由度も高い。しかし、その自由度の高さはその活動に含むかねないコンテンツの無断利用などの脆弱性に成り立っていると言える。結局、今日情報社会における映像コンテンツのグローバルな受容について、コンテンツが持つ作品性と商品性を分けて考えれば、コンテンツ作りと受容の多様性のための新たな規則の構築に有意義かもしれない。それは具体的に、映像翻訳の役割をプロフェッショナル領域から解放し、コンテンツ流通をパッケージ商品の一種類だけから解放するという2つの意味が含まれている。

本研究の知見は、今日の情報技術基盤に対応した、特にコンテンツのグローバル的な展開をめぐる制作と受容のコミュニケーション研究に有意義であると考えられる。