

私はここに属さない
—グローバル化の時代の若者文化を考える—

Out of Place: Rethinking Youth Culture in the Age of Globalization

白石さや*
Saya Shiraishi

Abstract

The paper explores three concepts, globalization, youth, and culture. All three have undergone drastic changes in last decades and need to be redefined. Globalization stands for spatial-temporal processes which are carried mostly by the non-state actors including, among others, NGO, fandom, and individual. Globalization differs from Internationalization which refers to intensification of the border crossing activities mostly carried by the state actors. Youth, who was once the subject bitterly struggling to define oneself, has acquired the new role of revolutionary defining the new world. The young people with their digital literacy of today have been responsible in bringing about globalization.

Culture once was the sacred source of stable and homogeneous identities of people, but it is now a theoretically and politically contested field. The research on diffusion of post-war Japan's popular culture, Manga and Anime, to the young people in the world has inevitably prepared the ground for the new combination of three concepts because Manga and Anime now belong to the life-style of the young people who have been the engine of on-going global processes.

I. 世界を変えた若者達

1975年にマイクロソフト社を設立したビル・ゲイツ (William Henry Gates III 1955-) は当時まだ20歳であった。1976年にアップル・コンピュータ社を設立したスティーブ・ジョブズ (Steven Paul Jobs 1955-2011) は21歳、Yahoo (David Filo 1966- & Jerry Chih-Yuan 1968-) を1994年に創業したのはやはり当時20歳代であった二人の若者である。さらにラリー・ページ (Lawrence Edward Larry Page 1973-) は1998年に25歳でグーグル社を設立、映画にもなったマック・ザッカーバーグ (Mark Zuckerberg 1984-) がフェイスブックを全米の学生向けサービスとして開始したのは2004年で、20歳のときだった。そのフェイスブックの共同創設者でもあるクリス・ヒューズ (Chris Hughes 1983-) は「オバマを大統領にした小僧っ子 (The Kid Who Made Obama President)」と呼ばれたが、2008年のオバマ氏のキャンペーンにおいてソーシャルネットワークのコーディネーターを務めたとき、まだ25歳であった。

彼ら20歳代の若者達の胸のすくような創造的活動により、世界は大きく変化した。今日、人々

* 東京大学大学院教育学研究科教授、Professor, Graduate School of Education, The University of Tokyo
E-mail: s-shrsh@p.u-tokyo.ac.jp

が考え、発信し、情報を求め、相互にコミュニケーションをとり、映像を共有し、ネットワーク組織を形成して活動し、インターネットで物品を購入し、瞬時にグローバルにお金を動かすやり方は、40年前には想像もできないものだった。もはや国家や巨大企業だけでなく、数人規模のNPOや、個人が、小さなコストで、独自のアイデアを自由に発信し、時間と空間を超えて地球上各地の人々と意見を交換し、共に活動し、価値や、嗜好を創造共有することが可能となった。

こうした変化をもたらした情報コミュニケーション技術ICTは、世界各地での、大小の、多彩な、数々のイノベーションを次々に吸収し統合して、日々、この瞬間にも、目覚ましく進化を遂げている。この半世紀間、新しい情報コミュニケーション・リテラシーを学習し、自らも魔法のような道具やソフトを開発し、想像力豊かにその用途を押し広げていったのは、周知のとおり世界の若者達である。世界の各地で、若者達がほんの2～30年前には存在しなかった情報技術や道具を創り出し、そうした技術や道具のこれまでは夢想されることさえなかった利用方法を開発し、試行錯誤を経ながらビジネス・モデルを組み立て、人類の活動可能な領域を押し広げている。その傍らでは、数周遅れで必死に新しい情報リテラシーに追いつこうとする、またはそれさえもあきらめて全く取り残された古い世代がいる。こうした現代社会の姿は、いわば、のび太がドラえもんポケットから飛び出してくる新奇な道具の数々を使って、宇宙や、過去や、未来の世界を、友人たちと共に縦横に駆け回り、行く先々で新しい仲間と出会っている、その時に、一階の畳の間では、のび太の両親が、つくねんとお茶を飲んでいる、そういう状況であると言えよう。

II. 若者研究の変貌

こうした若者主導でめまぐるしく進化する現代のグローバル化の時代を理解しようとするとき、若者の研究、ないしは若者文化研究は重要な分野となる。それと同時に、若者文化研究の枠組みそのものが変化を求められている。従来、若者文化は子供から大人になる過程で一時的に通過するものであり、「もはや子どもではなく、まだ大人でもない」若者が、やがては大人になることで卒業していく「過度的な段階」であると捉えられていた。本稿では詳細には立ち入らないが、ファン・ヘネップによる通過儀礼理論（ヘネップ 2012）、およびそれをもとにリミナリティとコミュニタス理論を展開したヴィクター・ターナーの研究（Turner 1969; Turner 1970）が、今日に至る若者文化の位置づけの原型であると言えよう。これらの研究には「過渡期」や「過度的な状況」や「中途半端」という言葉がちりばめられている。リミナリティが「もう子供ではない、しかしまだ大人ではない」若者達の一時的な通過地点であってみれば、若者文化は、少々、日常生活の枠からはみ出している、社会的に寛容な扱いを受け、つまりは軽視されてきた。

文化人類学の現地調査においても、その多くのテーマが伝統的文化社会であってみれば、調査研究者にとって主要なインフォーマントとなるのは経験を積んだ長老であり、他方で、四六時中、あれこれと家事育児近所付き合いや雑事で動き回っていて「まとまった物語を語る時間がとれない」女性や、「何も知らない」若者は無視されがちであり、さらに子どもは特に育児や発達をテーマにした子ども研究という限定され囲い込まれた領域の調査研究対象になるほかは、全般的な文化・社会・政治・歴史・経済の領域に関する調査の対象となることはまずなかった。数少ない例外として、シャーロン・ステファンにより編纂された『Children and the Politics of Culture』（Stephens 1995）においては、社会、政治、および文化的軋轢はまず子ども達の日常

生活に影を落とすという視点を提供したという側面において画期的であり、子どもの日常をその社会のもつ諸問題の中に据えて論じた。それでも子どもや若者を社会的状況の中に受動的に、往々にして社会的政治的矛盾の犠牲者という位置づけにしているという限界を脱していない。さらには、古典的文化人類学研究の多くが、「歴史のない伝統社会とその文化」を対象にしていたことから生じた文化の予定調和論からは、若者の生み出す突出した、あるいは斬新でイノベティブな文化は、一時的現象であり「若者らしさ」であると見做されがちだった。彼らもやがて大人の自覚をもち、ネクタイを締めた責任ある社会の成員となって「戻って」くる。

そうした若者研究の原型を作った一人は、文化人類学の領域において若者子ども研究の著作の数々を著したマーガレット・ミードであった。ミードを有名にした『Coming of Age in Samoa』(Mead 2001a) や『Growing Up in New Guinea』(Mead 2001b) といった子どもや若者研究の前提にあったのは、「この子ども達が、このような若者になり、このような大人になって、この文化を維持していく」という、いわば当時の文化人類学に特有の「時間的に静止したものとしての未開社会研究」のアプローチに基くものであった。眼前にある所与の社会文化の、歴史的变化を想定しない研究である。しかし、このミード自身が、こうした静止社会における子ども若者研究モデルからの脱却を図ったことは、あまり知られていない。それはミードが55歳(1956年)のときに書いた『New Lives for Old: Cultural Transformation-Manus, 1928-1953』(Mead 1966) である。1928年に現地調査をしたマヌスを、ミードは25年後の1953年に再訪したのだが、そこで見たのは、かつて水上家屋に住んでいた人々が「陸に上がり」、林を切り開いて、アメリカ軍のバラックを模した家を建てて、まったく異なるライフスタイルの生活を築いていたことだった。ミードは、25年前に水上生活を維持する上でのノウハウを学んでいた子ども達が、結婚して親となり、第二次大戦を経て、自身の子どもの時代とはまるで異なる家族生活と文化を生きていたことを発見したばかりでなく、彼らがむしろ進んでそうした変化を望み、選択したのであって、決して受動的に外からの一方的な変化を受入れたのではなかったことを指摘している。

しかし、若者文化の研究者の眼差しは、近年になってIT技術やインターネットの登場に注目をした論考の場合においてさえも、依然として大人の教育者目線のものであることが多い。例えば、ジェイラン・モルティモア編の『The Changing Adolescent Experience: Social Trends and the Transition to Adulthood』(Mortimer and Larson 2002) を開いてみよう。この本は若者研究分野において早々に情報技術やインターネットとの関わりをテーマとして取り上げたものである。しかし、書かれているのは、「情報技術において、若者達がコンピューター・ウイルスを発信したり、情報網を妨害したりすることでもたらしうるダメージを限定するために、彼らが責任ある行為をとるように社会化(socialization)していくことが、重要な課題である」¹ といった叙述である。この情報技術やインターネットという機能や装置そのものが、20歳そこそこの若者たちによって世の中に送り出されてきたことは、どうやら完璧に忘却されているらしい。

しかしICT革命がグローバル・ネットワークの形成を可能で容易なものとし、若者がその情報技術の主要な設計者であり、担い手である現実において、状況は着実に変化している。現代のICT化し、グローバル化する社会や文化を論じる諸研究に著されているのはそうした若者達の姿である(Brooks 2001; Florida 2003; Florida 2007; フロリダ 2007; レヴィ 2007; タブスコット・ウィリアム 2007; タブスコット 2009)。かつては若者固有のカジュアルな服装であったチノパンやTシャツが、今日のICT産業分野においては、公式のイベントにおいても着用される服装となり、

¹ Anderson 2002: 176. Socializing youth in responsible behavior with technology is critical to society from the standpoint of reducing the potential damage that they can create by releasing computer viruses or by disrupting information systems in other ways.

もはや「ネクタイを締めて責任ある社会の成員となる」という儀礼は姿を消しつつある。若者たちは人と情報のダイナミックな交流を基盤にした新たなライフスタイルや、それに基づくアイデンティティを創造し、それがグローバルで多様な新しい社会と文化の設計図の基本となろうとしている。こうした社会や文化の変革の最前線にある人々のことを語ることで、若者文化研究は新たな研究分野を開拓することが求められている。

III. 孤独な若者の創造する新世界

実は政治学的領域において、若者が政治・社会・文化に大きな変化をもたらす重要な役割を果たしたことを議論した先駆者が、『想像の共同体』を著したベネディクト・アンダーソンであった。近代的国民国家論の古典となった同書において、アンダーソンは植民地アジアにおいて初めて近代的学校教育を受けた若者達に注目し、彼らのことを「孤独な二重言語のインテリゲンチア」(アンダーソン 2007: 219) と呼称した。

今からおおよそ100年位前、東南アジアの植民地ではナショナリズム運動が始まり、第二次大戦後、つまりナショナリズム運動が始まってからおおよそ半世紀の後には次々と新生国民国家が独立をした。そのナショナリズム運動の主要なリーダーたちは、植民地宗主国がもちこんだ近代的学校教育制度において教育を受けた若い人々であったことを、アンダーソンが明らかにしたのである。彼らは学校で宗主国の言語である英語やオランダ語やフランス語を身につけ、母語と併せて二重言語の知識人となった。さらにそうした言語によって、彼らは植民地学校の教室においてアメリカ合衆国のイギリスからの独立や、フランス革命、当時の世界史の事件であったロシア革命といった西欧社会の近代化の歴史と思想に触れることになった。それと同時に彼らは輝かしい近代の科学技術の発展を学び、その過程で自分の生まれ育った社会における伝統的生活様式を時代遅れの因習として見るようになった²。「私はここに属さない」という孤独な若者の登場であった。

しかし、近代的学校教育を受けた若者達がいくら「英国人にも劣らぬ英国人」になっても、人種主義的な植民地社会においては、彼らは白人と対等な地位を与えられることはなかった。ここにも、そしてあそこにも属することのできなくなった若者達は、新聞を読み、あるいは仲間と新聞を発行し、やがて自分たちが帰属することのできる未来共同体として「国民(ネーション)」を創造・想像し、彼らの知識や能力を必要とする近代的国民国家(ネーション・ステート)の独立を目指す指導者となっていった。

それから約一世紀を経て、現在、同じようなことが世界の各地で再び起こっていることを実感する。筆者は1990年代以来、日本のマンガやアニメのグローバルな広がりをリアルタイムで、世界の20余りの都市において、追ってきた。そこで出会ったのは、母語に加えて第二言語としてデジタル言語のリテラシーを身につけた、新しい二重言語のインテリゲンチア達である。ここで「デジタル・リテラシー」とは、今や古典となった著作『デジタル・リテラシー』におけるポール・ギルスターの定義によると、「ネットワークで繋がったコンピュータ関連の諸資源にアクセスをもち、それを活用できる能力(the ability to access networked computer resources and use them)」である。しかし、それは決してキーボード操作だけをさすものではなく、「コンピューター

² 土屋 1991、白石 近刊、等。最良の文献はインドネシアの国民文学作家ブラムディア・アナンタ・トゥールの四部作として知られる『ガラスの家』(2007)である。

によって得られる広範な情報源からの複数の情報を理解し、利用する能力」であって、それは「新しい認識の仕方」にかかわるものである（Gilster 1998: 1-4）。

このデジタル・リテラシーを獲得した若者同士の間では、日常的に新たなICT関連ガジェットや、アプリに関する紹介情報や、評価評論、議論が間断なく行き来している。しかし、そうした対話は入門程度のデジタル・リテラシーしか有しない人々にとっては呪文を聞くのと変わらない位、意味不明である。二重言語の若者達の目には、日々、デジタル言語によって切り開かれる時間と空間や、未来に向けての可能性が見えているのだが、そうでない人々にはそれは見えない。100年前に、近代的学校教育を受けた植民地の若者達が「自由」や「独立」を議論し始めた時にも、いまだ伝統的文化を遵奉して生活をしてきた人々にとってはそうした用語や概念は全く未知のものであったはずだ。アジアの植民地の学校で、若者達がアメリカ独立戦争や、フランス革命や、そしてロシア革命に胸を躍らせていたときに、彼らの家族にとってはそれは全くアクセスすることのできない知識体系であり世界認識のしかたであった³。

この100年前のナショナリスト達と、今日のICT領域における天才達——またはリチャード・フロリダの言葉を借りるならば「クリエイティブ・クラス」を構成するタレント（才人）達（2007: 7-11）——との共通項は、第一には新規のリテラシーを学ぶ柔軟な能力であり、これは往々にして若者が特権的にもつ能力である。その新規のリテラシーを用いて、彼らは近代的自由や独立の思想を学び、ジャーナリズムという新しい職業に就き、近代文学の創作を手掛け、それを仲間と共有した。100年前のナショナリスト達にとっての新しい文学は、文字通りの近代文学であるだけでなく、戦争や革命における英雄や、科学技術分野において偉大な発明発見を成し遂げた偉人の伝記の数々である。こうした近代文学は、国民英雄を描き出すことで、国民そのものを所与の枠組みとして創造し、新しい認識枠組みとして定着させていった。同じようにして、今日のデジタル言語による新しい文学は、時間と空間を超えた新世界システムを創造するコンピューター・プログラムの数々である。それはウィンドウズのOSであり、Amazonや楽天の通信販売システムであり、Googleの検索エンジンであり、YouTubeやニコニコ動画の動画サイトであり、MixiやFacebookに代表されるソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNA）である（タブスコット 2009）。

ふたつの時代の二重言語の若者達の第二の共通項は、彼らの登場を促し、同時に彼らによってさらなる進化をとげることになる情報コミュニケーション技術の画期的な飛躍の時代に遭遇したこと、この新メディアの社会的インフラ整備を背景として、その新しいメディアへのアクセス手段を特権的に所有していたことである。いわば彼らの基本モデルとも言えるのがアメリカ独立に腕を振るった合衆国建国の父の一人、ベンジャミン・フランクリンである。彼は、政治家であり、科学者であっただけではなく、印刷業者であり、新聞や書籍の出版業者であり、カタログ通信販売システムを創始し、郵便局長を務めた人物であった。後に続く植民地ナショナリスト達も、アメリカ合衆国の独立や、フランス革命、ロシア革命に関する書物を読み、自ら新聞や小説を印刷出版し、それを郵送し、通信販売を行った。当時の近代的国家を代表する建物が、鉄道の駅と郵便局であったことは周知のとおりである。近代的国民国家の基礎は人、物、情報の移動であった。100年余をへて、今また、その情報コミュニケーション技術の革新が世界規模で進行している。

今日、新しいデジタル・リテラシーを手に入れた若者達は、次々とその可能性——ほんの数年前までは予想もできなかったような可能性——を想像／創造し、実現し、現実のものとして

³ プラムディヤ・アナンタ・トゥールの四部作の主人公ミンケとその両親との関係はその見事な例である。

いる。世界中の相互に名前も顔も知らない若者達が、競い合い、補完し合って夢のようなプログラムを編み出している。そうした急激な変化が道德的社会的に望ましいのか否か、そういう議論そのものを無意味にしてしまう抗いようのない勢いで、情報コミュニケーション技術は進化している。もはやそれは若者が大人になるまでの一時的な遊びの時間や空間であるとだれも考えない。そしてその先に何が待っているのか、それは未だ不明である。100年前の孤独な若者達は、半世紀をかけて近代的国民（ネーション）を想像／創造したが、現在のデジタル・リテラシーに特権的アクセスを持つ若者達が、デジタル・メディア・ネットワークによってどのような人と人との繋がり方や協働モデルを構築していくのか、それは未だ定かな姿としては現れていない（松下2012）。

本稿で論じるグローバル化時代の若者文化を支えているのは、こうした若者達である。筆者がマンガやアニメを世界に追いかけたその先で出会ったのは、単なるマンガやアニメが好きなファンというだけではなかった。たしかにマンガやアニメは戦後の日本で独自の発展を遂げた日本発のポピュラーカルチャーであるが、それは世界の各地でグローバル化時代を生きる若者達に支持される「グローバル化時代のグローバルな若者文化」として変貌を遂げている。マンガやアニメのファンとなった人々を世界の各地に求めてまわり、数え切れない多くの若者の一人ひとりから話を聞くと、彼らは決して従来の生活の延長上にマンガやアニメを付け加えただけではないことがわかってくる。この間に彼らの生活自体が短期間の間に大きく変化を遂げていた。日常的にコンピュータを操作し、携帯電話を使い、ネットで検索をし、人と繋がり、情報取得や発信をするという生活様態の変化が起こり、こうしたデジタル・リテラシーを習得し習熟するその途次において、彼らはマンガやアニメと出会っている。グローバルに普及するマンガや特にアニメはその過程においてデジタル化し、いわば「コンピューターによって得られる広範な情報源からの複数の情報」の一部となり、それを理解し、利用する能力をもつ若者達が昨日とは異なる新たなライフスタイルを構成するときにその要素のひとつとなっている。彼らは新しい情報技術と共にマンガやアニメを受入れ、丸ごと生活の一部として愛好するようになった。グローバル世代の若者にとり、コンピューターとデジタル・リテラシーとデジタル・カルチャーとしてのマンガやアニメとはワン・セットの統合された生活を構成する不可分の構成要素となっている。

20世紀末から21世紀初頭にかけて、新たなデジタル・リテラシーを獲得した若者達が世界の各地に登場すると同時に、彼らの新しいライフスタイルに組み込まれた娯楽文化として、マンガやアニメが世界的基盤を広げていった。それを示す事例の一つが、マンガやアニメ関連商品の商品としての地位の確立にみられる。マンガやアニメは日本の外の世界においては当初は存在しない娯楽の様式であり消費財であった。だれがどこにこの新規な商品を陳列して売り出すのか、そこから話は始まる⁴。

筆者がマンガ・アニメ拡散普及の実態調査のためにアジア各地を訪れ始めた1990年代初頭には、香港、シンガポール、クアラルンプール、ジャカルタでは新興都市中間層の登場に合わせてピカピカの中高層ショッピングモールが建設されていた。そのモールの親子連れで賑わう1～4階と違い、往々にして上階のフロアの店舗は当初はまだガラ空きで、森閑としていることが多かった。そこに細々と開店していたのが、コンピューターやその周辺機器の小さな店であり、棚に並んだ商品数も少なく、がらんとした店内には学生風の若者達が数名、コンピューター作動に関する詳細を額を寄せ合って検討している姿がみられた。だれが店員でだれが客なのか一見

⁴ マンガ・アニメと関連グッズのアジアへの浸透の仕方に関しては、白石2007、他を参照。

区別のつかない、どことなくクラブ活動的な雰囲気か漂っていた。そうした店の隣に、薄暗いマンガ・アニメ関連グッズの店があった。こうしたフロアの店舗間の通路を歩いているのはほとんどがジーンズにTシャツの若者であり、中高年の人や家族連れは姿はなかった。

こうしたアジアの都市のショッピングモールを数年間隔で訪れると、度ごとに状況は変化していき、上階のフロアにも店舗数が増え、店内には商品が溢れるようになり、混雑した明るく賑やかな新世界へと変貌を遂げていった。さらに2000年を過ぎると、堂々としたコンピュータ機器や家電の店がモールの1～4階に開店し、ポピュラーカルチャー関連グッズも、子供用品店やおもちゃの店や広い面積をもつ明るい本屋に並べられるようになった。これはデジタル・リテラシーを有する若者達が社会的経済的な地位を獲得していく過程であり、彼らのライフスタイルを象徴するマンガやアニメやゲーム関連グッズもそれに伴ってモールの中に地位を得ていったことを著している。

世界の各都市を20年かけて訪れ、マンガやアニメの受容される形とその変遷とを見てくると、調査研究における基盤として、次のテーマが浮上する。すなわち、こうしてグローバル化し、若者に愛好されるポピュラーカルチャーのあり方を理解し把握し叙述するにあたって、研究者はどういう研究枠組みをもっているのだろうか、ということである。海外におけるマンガやアニメの受容の実態や文化産業の様態に関する紹介や論考はすでに他で展開しており、本稿ではこの現代の文化を捉えるための概念枠組みそのものを考察してみたい。

IV. 国際化とグローバル化

さて、ここで「グローバル化」を定義しておこう。グローバル化と国際化とは混同して使われることも多いが、この両者を明確に区別することで、現在進行中のさまざまな現象が説明しやすくなる。ここではピーター・カツェンスタイン (Peter J. Katzenstein) による『世界政治と地域主義——世界の上のアメリカ、ヨーロッパの中のドイツ、アジアの横の日本 (A World of Regions: Asia and Europe in the American Imperium)』においてなされた定義を基本として、筆者が若干の手直しを加えてまとめたものである (Katzenstein 2005 [カツェンスタイン 2012])。まず、「国際化 (inter-nationalization)」は、境界線を越えて行われる領域的活動であり、それは20世紀の国民国家システムの継続上にある。国際化においては、国民国家 (nation=state) がアクターとなり、国家間の関係性が引き続き重要性をもつ。国民国家の主権が擁護され、ナショナリズムが主要な集団的アイデンティティとして存続する。国家間の様々な相違は継続されることが多い。

「グローバル化」は、時間と空間を超えた、非領域的なグローバル・プロセスである。それは世界政治においては新たな変革であり、新たなアクターの登場によって特徴づけられる。個々のアクターとして、企業、銀行、NGO、NPO、ファン、個々人等々があげられ、それぞれの利益や関心を追求する活動として、または相互間の競争を衝動として、グローバル化を推し進める。その結果、国民国家間の相違は収斂し、同時に国家内のローカルな多様性はむしろ拡大することがある。グローバル化は実際的にはマクロというよりはミクロの現象として立ち現れ把握される。

この定義に拠れば、マンガ文化は、国際化して世界の各地に広がっていったのではなく、個々の作品や、個々のマンガ作家のファンや、各地の出版社や、ローカル・エージェントの活動として、すなわち非国家的アクターによるグローバル化の過程として進行してきたことが指摘で

きる。つまり初期においては日本のマンガやアニメを発見した海外のファンが中心的な担い手となってグローバル化のプロセスを進めたのであった。ところがやがてマンガやアニメが世界の各地で受容されている実態が知られるようになると、国家がアクターとして参入し、マンガやアニメは日本固有の国民的文化であるとするいわば文化の所有権を宣言し、それに伴って「日本のコンテンツ」、「日本のソフトパワー」、さらには「クールジャパン」であるとして、国際関係の枠組みに取り込み、馴致しようとしているとして理解できる。

V. グローバル化世代の若者文化としてのマンガ・アニメ

グローバル化の進行する状況下での国際社会の行く末に関しては政治学者の議論に譲り、本稿では、グローバル化の基盤となる情報技術革命をハードとソフトの両面において推進してきた才能ある若者達に目を向ける。彼らがこの半世紀足らずの間に成し遂げてきた情報技術革命は、これまでになかった情報技術の創造であるだけでなく、その開発過程において、必ずしも20世紀の多くの科学技術の開発にみられたような、潤沢な国家予算配分を受けて、幾多の研究者や研究機関が共同で研究開発を進めてきた、そういう形のものではなかった。米国の場合、典型的には一人二人の学生が、個人的な助成や融資を受けて、あるいはアルバイトで資金を捻出して、自宅や友人宅のガレージで自分たちのアイデアをプログラム化し、あるいは手作りによって機器を実体化し、失敗や改良の積み重ねの上に起業するというコースが定番化されている。そうして創出されたプログラムや機器によって仕事の進め方や社会の組織的繋がり方が大きく変えられてきた。昨日まで、一般の人々は夢想だにしなかったことが、今日はだれにもアクセス可能なサービスになっている。

昨日は無かった情報通信サービスが、一夜にして可能になるということは、さてそのサービスをだれが、どうやって利用するのか、どういう目的のために用いるのか、そのサービスからどうやって利益を上げることができるのか、どのようなビジネス・モデルを構築することができるのか、そういった実用化の方策そのものをも、創り出すことが求められるという状況である。まずニーズがあり、それを満たすために研究開発がなされ、その成果としてニーズを満たす、というのとは異なる。才能あふれる若者達が、新たな情報通信の方途を案出するや、それは瞬く間に世界の多くの若者たちによって共有され、間髪を入れずにさまざまな用途そのものが創出されていくのだ。若者達は各地で独自に、幾多の機器やプログラムを競争的に創造し、その成果はすぐさま共有され、共同で開発が進められ、さらにその用途が開拓されていく。ドン・タプスコットが『ウィキノミクス：マスコラボレーションによる開発・生産の世紀へ』（タプスコット・ウィリアムズ 2007）で展開したオープンで流動的でダイナミックなコミュニティによるマスコラボレーションの広がりである。それは「まず最初にメディアやエンターテインメント、ソフトウェアにあらわれた」（Ibid.: 59）と彼は指摘する。当然のことながら、この協働作業は研究教育用の巨大コンピュータを有する主要大学のコンピュータ・サイエンス専攻の学生達の間で最初に始まった。誰よりも早く、世界に先駆けて、彼らはインターネットでの情報伝達を経験し、じきに文字だけではなくコンピュータによる映像や音の創作と共有にも習熟した。彼らに続いて今日の世界的な情報通信技術の革命とそれに伴う社会や文化の様相を次々と変えていったのは、先に挙げた天才達だけではなく、その周辺にあってあるいは世界の各地に散在して、大小様々の多彩な創造活動を推し進めている数え切れない多数の若者達であった。彼らにとっての最初のコンピュータ上でのエンターテインメントとしてマンガやアニメやゲームは、彼

らを夢中にさせ、インスピレーションを提供した。

そうした多彩なクリエイティブで、あるいはイノベティブな活動のなかには、マンガやアニメの情報誌の発行もあった。同人誌的に個人やグループによって発行配布されていたアニメ情報誌は、1987年にMacintosh IIが発売されて、カラー映像処理の途が広く可能になったとき、「全米最初のアニメ情報の商業誌」としての『ANIMAG: The Magazine of Japanese Animation』⁶が刊行された。これは数人のカリフォルニア大学バークレー校の学生達が、共同で同機を購入し、共同で編集発行したものである。当時のコンピュータの性能は現今の物と比べようもないほど遥かに劣るから、この時のカラー写真を多用した雑誌の発行には膨大な時間と労力と情熱とが必要であった。彼らの多くは1年後に大学をドロップアウトするはめになり、他に先んじて習熟したコンピュータ・リテラシーを用いてマッキントッシュ・コンピュータのセールスなどをやり、やがてマイクロソフトに採用されたり、アメリカでのマンガ翻訳出版の大手となるVIZに就職した者もいた。コンピュータ販売においてもマンガやアニメの市場の新規開拓においても、その領域での情報を開拓的に他人に先だって有していた人々が必要とされるからである。

VI. 文化の諸概念とその変遷

「研究テーマを選ぶときには、最初の段階でさっと調べて40～50冊くらいの先行研究書があるくらいがよい。2～3冊しかなければ、テーマをもう少し広げたほうがいい。80～90冊をこえるようなら、もっとテーマを絞りなさい」と学生時代に指導を受けた記憶がある。ネット検索が可能になった現在では大きく状況が変化をしているが、それでも「マンガ」をテーマにすることは無謀と言えるだろう。マンガ単行本とマンガ雑誌の合計販売部数は2007年で12億3,512万冊（財団法人デジタルコンテンツ協会 2008: 90）という膨大なものであり、それにははるかに及ばないとはいえ、近年のマンガ論やマンガ・アニメ評論・分析、さらにはマンガ出版業界に関する多様な出版物の氾濫はすでに大方の周知のとおりである。

しかし本稿においては、あえて「今日のグローバル化する日本のマンガ・アニメ文化」に関して、それを捉えるにあたってどういう容器が準備されてきたのかという基本に戻って整理してみたいと思う。ここでの容器とはまず文化と言う概念の定義や用法である。

1. 国民文化

文化をどうとらえるか？これは実は文化人類学者にとって手強い仕事である。1952年に、A. L. クローバーとC. クルックホーンという当時のアメリカの文化人類学を代表する二人が、すでに「文化 (culture)」に関して150余りの定義を収集して報告をしているくらいである（Kroeber and Kluckhohn 1952: 83）。レイモンド・ウィリアムズにおいては「英語で一番ややこしい語を二つか三つ挙げるとすれば、cultureがそのひとつとして挙げられるだろう・・・おもな理由は、この語が現在いくつかの違った学問分野で、またいくつかの相容れない異なった思想体系において、重要な概念をさすようになってきているためである」（Williams 1983: 87）。と記している。ここでは本稿の議論に関係すると考えられる主要ないくつかを拾い上げて検討しておくにとどめよう。

⁶ Editor: Matthew Anacleto, Associate Editors: Michael Ebert, Calvin Wade, Assistant Editor: Jenny Boe, Grant West, Toshi Yoshida, James Christiansen, Derek Quintanar. 2000年7月サンフランシスコにてインタビュー。

従来、主要には(1)「a set of standard of perfection」を指していた文化(culture)の概念は、近代になって、文化人類学者によって(2)「a way of life」を指すものへと広げられ、それはさらにフランツ・ポアズ(1858-1942年)によって「cultures」という複数形で使用されるものとして定義された。ポアズが教鞭をとったコロンビア大学の文化人類学研究科では「ここでアメリカにおける最初の文化人類学が教授された」という言葉を掲げている。ポアズの弟子であったルース・ベネディクト(1887-1948年)は、こうして複数化した文化を前提に『文化の諸様式』を記し、文化相対主義を確立させた。この複数化した相対的文化の概念は、近代的植民地国家の経営において、社会を集団に分けて支配する上での格好の名分となり、現地の人々を「異なる文化をもつ民族」の名目で分割支配する上で広く採用された。

こうした近代的な文化概念は、国民国家システムが世界基準となり「国民を構成するということは、われわれの時代の政治生活における最も普遍的で正統的な価値となっている」(アンダーソン 2007: 20)とされた時代の到来と共に、そのまま国民という巨大な想像の共同体の(所有になる)文化として定着した。すなわち「人々が国民に統合されていく過程は、政治的であると同時に文化的であり、むしろ文化的統合が政治的統合の基盤でさえある。国民文化とよばれるものが姿を現すとともに、国民国家ができあがっていく」(平野 2000: 14)という現象を招来し、ここに各国の(3)「国民文化」という概念をもたらした。こうした歴史過程において、平野が述べるように国際関係においては「文化の境界は実在しないとしても・・・むしろ積極的に文化の境界を恣意的に引いて、文化間の関係を考察することに意義がある」という現象が生じて、政治的歴史的境界が文化的境界に重ねられてきた。「国民文化というものが姿を現すとともに、国民国家ができあがっていく」(Ibid.: 19)。現実には国民想像においては、生まれただけのマス・メディアが文化の発信共有に大きな役割を果たしたことを考えると、そのメディアがナショナル・マーケットを獲得していく過程と共に、国民想像が共有され、国民文化が創造されていったと考えてよいだろう。

2. ポピュラーカルチャーとマスカルチャー

ポピュラーカルチャー研究の先駆的研究者は、イギリスの文芸批評家であるクエリー・リーブス(Queenie Dorothy Leavis 1906-1981)であるとされる⁶。彼女は、大衆小説を研究の対象とした点において、および、その大衆小説という文化的生産物を読者およびマーケットとの関係において実地に調査し分析したという方法論の創始者として、このポピュラーカルチャー研究という新領域の開拓者である。彼女のそうした一連の独創的試みの基礎にあった考え方には、大衆小説は文学作品と呼ぶに値するものではなく、したがって従来の文学作品研究に用いられたような綿密なテキストの分析に基づく文芸批評の方法は妥当ではない、という姿勢があったとされる(Leavis 1979 [1932])。その結果、彼女は(粗野な未開社会研究の方法と考えられていた)文化人類学的方法を採用することとした。大衆小説の作家に質問票を送って彼らの文化的態度を調べるだけでなく、大衆小説が読まれたり購入されたりする現場であった移動文庫や新聞雑誌販売所を自ら訪れて(勇気のある行為であった)参与観察を行い、「粗野で、教養のない、安易な思考や感情」をもつものとしての大衆読者の特性を発見した。いわば文化人類学者が植民地において「未開人」と、必然的に、その未開性の根拠としての未開の文化を発見したと同様の過程である。しかしそれでも文化人類学が非西欧世界とその「文化」とを研究対象として発見していったように、ポピュラーカルチャーとその消費者である読者とが研究対象として発見

⁶ “Centre for Leavis Studies” 参照。http://mypages.surrey.ac.uk/eds1cj/qd-leavis-life-and-work.htm、2012年10月1日アクセス。

され、ポピュラーカルチャーをテキスト分析の枠から飛び出して流通と消費の現場における社会文化的関係性の文脈で把握するという視点が提供された。

次いで、テオドール・アドルノ (Theodor W. Adorno 1903-1969) は、ポピュラーカルチャーは文化産業によって大量生産されたものであり、同時代の大量生産の現場で働く疎外された大衆に安易な娯楽を提供することで、彼ら自身をも大量生産品と同じ個性を奪われた存在へと造形する効果をもたらすと批判した⁷。

画期的な変化はカルチャースタディーズ (文化研究) がイギリスに始まったときに起こった。ここで文化は新たに「日常生活におけるテキストであり実践である」と定義され、その代表的な研究対象としてポピュラーカルチャーが取り上げられて、その消費の現場は、政治的な同意 (consent) 形成と抵抗 (resistance) の舞台であると位置づけされた (Storey 1996)。ポピュラーカルチャーはもはや政治的社会的歴史的現実を単に一方的に「反映」するものではなく、文化産業と消費者の間で、政治的社会的歴史的「現実の創造」そのものが戦われるサイトであると認定されたからである。

こうした文化に関する政治的議論の流れの中で、文化人類学においても、文化とは人々が人生に意味を付与する場であるだけでなく、人々が日々新たな意味を生成し、実践し、同時にそれを具象化する現場であると考えようになった (Inda and Rosaldo 2002 他)。もはや文化は、故郷の山や川のような所与の自然環境のようなものではなく、また人々にとって逃れがたい宿命的なものであることもやめたのである。つまり権力や文化産業だけではなく、大衆の側からもまた、文化への働きかけや意味の創造が可能であることが認識されるようになった。文化は、遺伝子のように先祖から継承するだけのものではなく、現在の人々が主体的に設計し、コーディネイトし、教会堂と同じように絶えず手を加えて改修することのできるものとなった。

さらに一步進める形で、アメリカにおけるカルチャースタディーズを代表する研究『Selling culture』(Ohmann 1996) において、リチャード・オーマンは、文化産業によって生産される大衆文化をマスカルチャーと呼び、それはたしかに人々の日々の生存のための必須のものではなく、比較的少数のスペシャリストによって多数の消費者に向けて制作されるが、それが定期的に繰り返し提供されることで共通の嗜好と習慣性をもつ消費者を創出し、利益を生み出す過程であるとした。これはアンダーソンが『想像の共同体』のなかで展開した、毎朝新聞を読むというさりげない日常的なルーティーンから、同じく毎朝新聞を読んで、同じ情報を得ている不特定多数の読者たちを想像することが読者共同体としての国民を想像する第一歩であるという議論を想起すると、これは軽視できない事項である。

こうしてマスカルチャー研究がいわば文化の生産流通消費活動における上流域に注目するものであるのに対して、ポピュラーカルチャー研究は「ポピュラリティ (人気)」に注目し、それを主要な研究対象とする。つまりポピュラリティとは作品と読者との出会いの場における両者間の意味創造によって生じる価値であるとするならば、ポピュラーカルチャー商品は読者の嗜好によって選択されるマーケット・デモクラシーとでも言うべきものによって人気度と売れ行が左右されることになる。しかし、文化の生産流通消費活動における下流域である消費の現場に焦点をあわせるポピュラーカルチャー研究は、あくまでも文化産業によって与えられたものの中からしか選ぶことができないという根本的な制約下にあることを忘れてはいけない (Ohmann 1996: 11-38)。

ここまで国民文化研究からポピュラーカルチャー研究に至る研究史の流れの中で、徐々に確

⁷ この high-culture と popular-culture の評価とその変化に関しては、Easthope and McGowan 1992: 207-223 を参照。

立されてきたことは、文化がもはや宿命のかつ本質的に先祖から代々受け継がれてそこにあるといったものではなく、今や、生産され、競い合われ、マスコラボレーションにより改善され編集されて刻々と変化するものであるという認識枠組みの変遷である。

3. ファンとファンダム

ここで、ポピュラーカルチャーの消費者としての「ファン」をどう把握するのが重要な課題として浮上する。「fans」は特定の対象に対して強力な関係（very intensified relationships）をもつ人々であり、もはや何らかの働きかけを受けなくとも、すでに特定のスターや、テキストや、アイコンなどに献身的執着を有している。ところがこれもまた形成途上の概念である。Cheryl Harrisは、『Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity』（Harris 1998）のなかで「社会科学においては、fansと彼らを社会的文化的に包み込む環境としてのfandomとは未だ全く理論化されていない。何がfandomを生み出すのか、fandomは一体どういう特有の活動を行うのか、社会的文化的過程においてfansはどういう役割をはたしているのか、だれがfanになり、どうやってfanであり続けるのか、まだなにもわかっていない」と叙述している。そのうえで、彼女は共同体としてのfandomの形成においてはファン同士のさまざまな言説や表現の共有が重要であることを指摘する。それは例えばニュースレターの発行と送付、同人誌、二次創作等々である。また、そこではファン活動としての積極的な物質文化の創造と獲得活動も見られ、多くのファンが何らかの対象物の収集を行っており、そうした収集活動を開始することがfandomへの参加資格となり、また儀礼化したメンバーシップの継続の証しともなる。ここで強調しておくべきことは、Henry Jenkinsの言う「多くのファンは、独自のヴィジョンやファンタジーを表現するような文化的創造活動を行っているのだという感覚を楽しんでいる」ということであり、それが彼らの活発な諸活動の動力となっている。彼らはもはや単なる経済学的「消費者」ではなくなっている。

4. マンガ文化研究

マスカルチャー研究概念をマンガ研究に用いることにすれば、文化産業の制作出版流通の構造や販売のための戦略とその成果に目を向けることになる。そこでマンガ雑誌の刊行やテレビ、インターネットの機能の調査は必須となる。他方で、ポピュラーカルチャー研究概念からのアプローチであれば、マンガのもつ人気の性格や分布や深度を測り、その人気（あるいは不人気）の根拠をテキスト分析や個々の読者へのインタビューによって把握し理解しようと努めることになる。それはまた、ファンとしての活発な表現活動を追いかけ、彼らのコレクションを確認することをも伴う。マンガのグローバル化が決して単独で行われるのではなく、アニメやゲームやキャラクターグッズやフィギュア、同人誌制作と同人誌グループの形成、情報誌出版、ネットワーク化したクラブ活動、頻繁なコンベンションの開催、コスプレの広がり等々も、必然的に伴うこと、そのことの是認が「fan」と「fandom」の理解にかかってくる。

ここで新たな課題となるのが、今日のマンガ文化に見る文化的越境現象である。文化産業による国境を越えた活動は必ずしも新しい現象ではない。しかし前述の国民文化の枠を超えた「人気」の在り方をどう把握し記述し理解するのか。そのときに、例えばロラン・バルトによる「意味は読者（reader）という焦点において結ばれる」と言う知見はポピュラーカルチャー理解のための調査研究の方向性に大きく影響することになる（Barthes 1957）。『ドラえもん』を見るときの理解が、たとえ日本の子供たちとインドネシアの子供たちとで異なっているととしても、もはやそれはどちらか一方が正しく他方が「誤解」であるということにはならない。それぞれの視聴の現場においてそれぞれの視聴者という焦点において意味が結ばれ、意味が創造される。

しかし、現実においては意味の創造は完全に価値中立的な空間と文脈でおこなわれるのではない。ワルシャワの調査インタビューのときに、ポーランドの専門学校生徒であるファンが次のように語ってくれた。

子どもの頃マンガが好きになり、そしてやがてマンガが日本という遠い見知らぬ国の人々によって創作され、そこで多くの人々に愛されて育まれてきたと知った。それからは、マンガを日本の文化を背負ったものとして味わうようになり、ごく自然にマンガに表現されている日本の文化や言語に興味をもつようになった。それからは、マンガに登場するキャラクターの衣服を縫って身にまとい、そうする過程で細かいアイテムの構造や機能や意味を理解し、それらを自分の手元に入手し集めたくなった*。

ファンがその道に深くはまり込んでいく過程を簡潔に見事に表現していると言える。これに類似した過程を、世界の多くのマンガ・アニメ・ファンが歩んできている。最終段階ともいえるコスプレ大会出場においては、自分でキャラクターを選定し、衣装をデザインし、個々のアイテムを入手するそのひとつひとつのステップにおいて、個々のファンの拘りが埋め込まれており、豪華な衣装の中には数か月から一年かけて手縫いで縫製されたものもある。毎年ニューヨークで開催されるコスプレの主催者は、コスプレイヤーがステージ上でのパフォーマンスを終えて舞台裏に戻ってきたときに、最も気を配るという*。彼女はそこで暖かなホットチョコレートを準備して笑顔で待ち構える。1年間の想いをこめて壇上での数分のパフォーマンスを終えた後、彼や彼女らはあるいは興奮冷めやらず、あるいは打ちひしがれて泣き出してしまうことも珍しくない。コスプレは決して自分探しではない。むしろ自分をだれかに創りあげ、偽装する、そのスリルである。日常生活において自分が自分を演じるのは、実は自分でない存在を演じることもできるからである。その非自分を演じる能力は多くの場合には封印されている。その能力を解禁し思う存分に開花させるコスプレ。一度その味を覚えるとクセになる。その成否に注がれる努力は半端なものではない。こういう現象は、世界の各地のマンガ・アニメ・ファンの間で生じている。

さらにここで注意しておきたいことは、もはや文化が本質的なものではなく、長老から若者へ、親から子へと継承されるものでもなくなってみれば、ポーランドの若者が言及した「日本文化」さえも、それに関わる人々の手で間断なく読みかえられ編集されコーディネートされていくものである。今や日本文化は世界各地においてさまざまに生産され解釈され消費されていることになる。

5. コミックとマンガ

「コミック」と「マンガ」とを論じるにおいて、両者ともに定番と言え定義がないのに驚く。一般的に、日本国内においては、マンガとコミックとは全く同じものとして使用されており、「少女コミック」という言葉に見るように、どちらかと言えば「コミック」という言葉のほうが「漫画」よりは近代的で品がある、といった扱いがされている。また、マンガ雑誌に対して単行本のことを「コミック」と言う使い方も散見される。しかし、世界的には一般に日本の「manga」と各国各地の多様な「comics」とが用語的に使い分けられている現状がある。例えば、スペインにおいて、アメリカ・コミックや欧州のコミックを対象として続いてきたコミック・サロン (salon

* 2010年9月20日、ワルシャワにて。

* 2012年7月28日、ボルチモアにて。

del comic) から1994年にマンガ・サロン (salon del manga) が分離独立し、日本のマンガやアニメのファンのための祭典として特化したという事例にそれが顕著に表れている。海外でのマンガの状況を議論する本稿では、「comics, comic books」は世界各地のさまざまなスタイルのコミック一般を指し、「マンガ (manga、漫画)」は戦後の日本で特殊な発展を遂げた独自の様式のコミックを指すものとする。

その上で、世界の「コミック」の定義としてよく用いられるのが、スコット・マッククラウド (Scott McCloud) による定義で、彼はコミックとは「時間的継続性を有するアート (sequential art)」¹⁰ であり、コミックがコマによって時間的な進行を空間化した表現メディアであるとの認識を明示している。なお「graphic novel」という用語も最近では欧米各地で使用されるようになってきたが、まだ使い分けは確立していない。ヨーロッパでは、知識人の間で、「日本のマンガ一般に対してはまだ拒否感があるが、谷口ジローの作品ならば受容できる」と考える人々がこうした彼らにとっての「高尚な芸術性を持つマンガ」に対して「manga」に替わって「graphic novel」という呼称を好む傾向がある。

一方で、「マンガ、漫画、manga」の定義は、これは実は様々に試みられている。日本における近年の盛んなマンガ評論活動の成果であるとも言えよう。それぞれにマンガに関する潤沢な経験や知識と理解をもとに叙述されており説得力がある。しかし本稿では「マンガとは視覚的語りである。絵が中心的位置を占め、もはや文字による物語に「挿絵」や「装飾的役割」を果たすだけなのではなく、むしろ、絵だけで語ることができ、時には絵と文字情報とが相互に対立や矛盾したり、または文字が絵を「装飾」することもある¹¹。という定義を採用するものとする。世界のさまざまなコミックと比較するうえで、マンガにおける「絵によって物語る力」、それを可能とするためのマンガの文法や語彙にあたる共有された表現技法の発展が目覚ましいからである。

VII. まとめにかえて

世界が大きく急激に変化している。特にグローバル化と定義される、非国家主体を主要なアクターとする、時間と空間とを超越する非領域的なグローバル・プロセスにおいて、それは著しい。そしてそれを担っているのは新しいデジタル・リテラシーを習得し、さらに日々、そのハードとソフトの両面において進化を推し進めている世界各地の若者達である。かつて文化は共同体成員によって祖父や長老から継承され、共有されて、安定的で均質なアイデンティティを提供する共同体的価値の根源であった。しかし今日の人々の日常生活を形作っている文化は、断片化し、多元的で、理論的にも政治的にも恒常的に異議申し立てによって係争中の、流動的な、把握し難いものとなっている。その意味ではもはや高文化や生活文化、そしてポピュラーカルチャーの相互間の違いは消滅しつつあると言える。そうした今日の文化活動を主体的に統括しているのはだれだろうか？それは最も活発かつ創造的に文化の諸断片を創造し、収集し、選別し、意味づけをし、係争し、あるいは共有している若者達であり、もはや文化を定義する役割は長

¹⁰ McCloud 1993. "juxtaposed pictorial and other images in deliberate sequence, intended to convey information and/ or to produce an aesthetic response in the viewer"

¹¹ Shiraiishi 1997. Manga is visual narration. A new model of visual narrative. The picture has taken the central position. It no longer simply "illustrates" or "decorates" the voices that were the primary storytellers. Picture and voice may contradict each other, or voice and sound may "illustrate" the pictorial text that "tells" the story.

老から若者世代へと移行しつつある。日本に見るように、まだまだ古い世代が政治的・経済的支配力を保持している社会においてさえも、その日常的な仕事の進め方、組織や人とのコミュニケーションや連携のとり方という文化社会的基盤の部分において、確実に変化は進行している。デジタル・リテラシーをコアとする生活様式が徐々に形作られている。

そしてその過程で、マンガやアニメという日本発のポピュラーカルチャーが、時には彼らに新たな創造のためのインスピレーションをもたらし、時にはレジャータイムにおいて彼らが仲間と共有するエンターテインメントとして、さらには彼らデジタル・ネットワークの会員同士が出会う祭典としてのアニメ・コンベンションという場を提供することで、その若者世代のデジタル化したライフスタイルの象徴的な一部分として定着している。

参考文献

<日本語文献>

- アンダーソン、ベネディクト 2007年 『定本 想像の共同体——ナショナリズムの起源と流行』（白石隆・白石さや訳）、東京：書籍工房早山。
- カツェンスタイン、P・J 2012年 『世界政治と地域主義——世界の上のアメリカ、ヨーロッパの中のドイツ、アジアの横の日本』（光辻克馬・山影進訳）、東京：書籍工房早山。
- 財団法人デジタルコンテンツ協会編 2008年 『デジタルコンテンツ白書2008』（経済産業省商務情報政策局監修）。
- 白石さや 2007年 「東アジア大衆文化ネットワークと日韓文化交流」、濱下武志・崔章集共編『東アジアの中の日韓交流』、東京：慶應義塾大学出版会、第二章。
- 近刊 「アチェ語の教科書にみる〈読む〉こと——文化の喪失と創造」。
- タブスコット、ドン、アンソニー・D・ウィリアムズ 2007年 『ウィキノミクス——マスコラボレーションによる開発・生産の世紀へ』（井口耕二訳）、東京：日経BP社。
- タブスコット、ドン 2009年 『デジタルネイティブが世界を変える』（栗原潔訳）、東京：翔泳社。
- 土屋健治 1991年 『カルティニの風景』、東京：めこん。
- 平野健一郎 2000年 『国際文化論』、東京：東京大学出版会。
- ブラムディア・アナタ・トゥール 2007年 『ガラスの家』（押川典昭訳）、東京：めこん。
- フロリダ、リチャード 2007年 『クリエイティブ・クラスの世紀——新時代の国、都市、人材の条件』（井口典夫訳）、東京：ダイヤモンド社。
- ヘネップ、ファン 2012年 『通過儀礼』、東京：岩波書店。
- 松下慶太 2012年 『デジタル・ネイティブとソーシャル・メディア——若者が生み出す新たなコミュニケーション』、東京：教育評論社。
- レヴィ、スティーヴン 2007年 『iPodは何を変えたのか？』（上浦倫人訳）、東京：ソフトバンク・クリエイティブ。

<外国語文献>

- Anderson, Ronald E. 2002. "Youth and Information Technology", in Jeyson T. Mortimer and Reed W. Larson (eds.), *The Changing Adolescent Experience: Social Trends and the Transition to Adulthood*, Cambridge: Cambridge University Press, pp.175-207
- Barthes, Roland 1957. *Mythologies*, New York: Hill and Wang.

- Brooks, David 2001. *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There*, New York: Simon & Schuster.
- Easthope, Antony, and Kate McGowan (eds.) 1992. *A Critical and Cultural Theory Reader*, Toronto: University of Toronto Press.
- Florida, Richard 2003. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life*, New York: Basic Books.
- 2007. *The Flight of the Creative Class: The New Global Competition for Talent*, New York: HarperCollins.
- Gilster, Paul 1998. *Digital Literacy*, New York: John Wiley & Sons.
- Harris, Cheryl 1998. *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*, New York: Hampton Press.
- Inda, Jonathan Xavier, and Renato Rosaldo (eds.), 2002. *The Anthropology of Globalization: A Reader*, Malden, Mass.: Blackwell.
- Katzenstein, Peter J. 2005. *A World of Regions: Asia and Europe in the American Imperium*, Ithaca: Cornell University Press.
- Kroeber, A. L. and C. Kluckhohn 1952. "Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions", *Papers of the Peabody Museum of American Archaeology and Ethnology*, Vol.47, No.1.
- Leavis, Queenie Dorothy 1979 [first published by London: Chatto and Windus in 1932]. *Fiction and the Reading Public*, London: Peregrine/Penguin.
- McCloud, Scott 1993. *Understanding Comics: The Invisible Art*, Northampton, Mass.: Tundra Publishing.
- Mead, Margaret 1966. *New Lives for Old: Cultural Transformation – Manus, 1928-1953*, New York: Morrow.
- 2001a. *Coming of Age in Samoa: A Psychological Study of Primitive Youth for Civilisation*, New York: William Morrow.
- 2001b. *Growing Up in New Guinea: A Comparative Study of Primitive Education*, New York: HarperCollins.
- Mortimer, Jeylan T. and Reed W. Larson (eds.) 2002. *The Changing Adolescent Experience: Social Trends and the Transition to Adulthood*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Ohmann, Richard 1996. *Selling Culture*, London: Verso.
- Shiraishi, Saya S. 1997. "Japan's Soft Power: Doraemon Goes Overseas", in Peter J. Katzenstein and Takashi Shiraishi (eds.), *Network Power: Japan and Asia*, Ithaca: Cornell University Press, pp.234-272.
- Stephens, Sharon (ed.) 1995. *Children and the Politics of Culture*, Princeton: Princeton University Press.
- Storey, John 1996. *Cultural Studies and the Study of Popular-Culture*, Athens, Georgia: University of Georgia Press.
- Turner, Victor 1969. *The Ritual Process: Structure and Anti-Structure*, Ithaca: Cornell University Press.
- 1970. *The Forest of Symbols: Aspects of Ndembu Ritual*, Itaca: Cornell University Press.
- Williams, Raymond 1983. *Keywords*, London: Fontana.