

章立て

はじめに

第1章 二次創作の社会的背景-二次創作の二種類の特徴から-

第1節 キャラクターのデータベース消費

第2節 男性キャラクター同士の相関図消費

第2章 オンラインコミュニティにおける二次創作

第1節 インターネット上のコミュニティ形成

第2節 アプリゲーム・Twitter・二次創作の三乗効果

おわりに これからの二次創作

はじめに

本論文において二次創作とは、原典となる創作物(漫画・アニメ・小説・ゲームなど)のキャラクターや表現、世界観を基にしてつくられる二次的な派生作品のことを指す。言い換えれば、原作者ではない人々(主に作品のファン)が独自の解釈などに即して原作を独創的に発展させたものである。二次創作は、現在ではゲーム・アニメ・漫画といった様々なコンテンツにおいて盛んに展開され、一つの文化といっても過言では無いコンテンツの消費形式である。世界最大の同人誌即売会と言われるコミックマーケットは毎年多くの人を動員し、盛り上がりを見せている。近年のコミックマーケットでは、全体の6～7割という大きな割合を占めているのが二次創作サークルである。さらに近年では、同人誌によってだけでなくTwitterやPixivといったSNSを通じて二次創作の発信・共有が可能になっており、人々が頻繁に利用するSNSと結びつくことで二次創作はより日常に入り込んだものになってきている。こういった二次創作の広がり背景には、どういった社会的要因が関係しているのだろうか。この論文では、現代において二次創作がどのような社会的背景や要素によって展開されているのかを分析し、現代の二次創作の特徴を挙げた後で、今後の二次創作がどのような展開を見せていくのか考察していきたい。本論文においては、主に二次創作を行う人々に焦点を当てて論を展開している。

第1章では、二次創作の特徴をコミックマーケットで流通している同人誌の特徴から分析し、関連する論を参考にしつつ社会的背景や今後の展開について考察していく。第2章では、現代の二次創作文化がSNSを通じてどのように展開されているのかを考察していきたい。そしておわりにの章では、二次創作が盛んに行われているコンテンツの特徴などを踏まえた上で、今後変化してゆくメディアや社会と共に二次創作がどのように変化し、展開していくのかを自分なりに考察しつつ論文のまとめを行なっていきたい。

第1章 二次創作の社会的背景-二次創作の二種類の特徴から-

二次創作を行う人々の解釈などによって様々な作品が生まれるが、二次創作に見られる解釈には一定の傾向や特徴が存在している。この章では、現代多く流通している同人誌の特徴を二種類に分類した上で、それぞれに関わりが深いと思われる社会学の研究、論を挙げ、各論に関する自身の考察を行なっていきたい。

私がコミックマーケットなどで多く流通していると感じる同人誌の特徴は大きく2種類に分けられる。

1つ目は、創作物のキャラクターの性的魅力といった要素に焦点を当てたものである(画像①)。例として、女性キャラクターであれば可愛らしさを前面に押し出すような内容のものになっていたり、キャラクターの胸など、性的な魅力に焦点を当てた描かれ方をしているものなどがこれに当たる。このような同人誌の特徴として、ストーリー性といったものよりもキャラクターの持つ外見的魅力といった要素に焦点を当てる傾向が強いことが挙げられる。この特徴については、創作物のキャラクターの要素を一つのデータとして取り出して個人の好みのシチュエーションなどに置き換えて消費するという形態を述べた東浩紀の論を参考にしつつ、考察を行なっていきたい。

2つ目の同人誌の特徴として、創作物のキャラクター同士を恋愛的要素で結びつけたものが存在する。男女キャラクター同士のものも勿論存在するが、二次創作では男性キャラクター同士を恋愛的に結びつけ描いているものが多く見られる(画像②)。本論文ではキャラクター同士のボーイズラブを描く二次創作に焦点を当て、その消費のあり方について、東園子の相関図消費という論を参考にしつつ論じていきたい。



左,① 右②(画像,著者作成)

第1節 キャラクターのデータベース消費

第1項 データベース消費について

キャラクターの外見的魅力のみを取り出して好きなシチュエーションで描くような二次創作には、東浩紀が述べたデータベース消費論という論が関係している。これは、東が2001年の著作『動物化するポストモダン』において述べた、21世紀ごろのコンテンツの消費形態である(東 2001)。この消費の特徴は、消費者が作品の物語や世界観といった要素ではなく、作品に登場するキャラクターの外見的要素を取り出し、自身の好きなシチュエーションなどに置き換えて楽しむことに焦点が当たっていることである。個々の作品を情報の集まったデータベースとして捉え、登場するキャラクターの萌え要素といった魅力的な断片的情報(データ)を取り出して消費することから、データベース消費と名付けられている。

この消費形態と相反する消費のあり方に、大塚英志の物語消費論という論がある(大塚 1989)。これは、消費者が「小さな物語」(商品や作品)を通じて背後にある「大きな物語」(世界観・設定)を楽しんでいる

とする考えである。例としては、シルバニアファミリーやビックリマンシールなどが挙げられる。これらは、消費者がフィギュアやシールなどの商品を通じて、その商品に登場するキャラクターの背景にどういったストーリーや設定が存在しているのかを知り楽しむことができる商品と言える。このように個々の商品を購入する中で、その商品や作品の背後にある一貫した設定や世界観を消費者が味わい楽しむといった消費である。

一方、データベース消費においては作品の統一した世界観などはあまり重要視されない。例としては可愛らしいヒロインの外見を取り出し、原作の世界とは切り離して自分の好きなように消費するといった形態となる。この消費には、1990年代以降のインターネット環境の急速な整備といった社会的背景が関係している。インターネットの発達により利用者が好きな情報だけを労力をかけずに選択して取り出すことができるようになる中で、コンテンツの消費においても、好きな情報・要素のみを抜き出して消費するといった特徴が現れるようになったことからデータベース消費が広がっていったと述べられている。

キャラクターの個々の要素のみを取り出して欲望的に消費する二次創作には、キャラクターの背景ではなく、好みの外見的要素(データベース)を取り出し、好きなシチュエーションや描き方で消費が行われているという点で、上記のデータベース消費が大きく関わっていると言える。

第2項 考察

ここからは自身の考察を行なっていきたい。東のデータベース消費論は2001年に述べられたが、それ以降現代に至るまでに社会やコンテンツは様々な面で変化してきている。勿論現代のデータベース消費的な二次創作には東の論で述べられた要素が依然として深く関わっているが、変化するコンテンツや社会状況を通してそれとはまた異なった特徴も見られるようになってきているように感じる。ここではその特徴についての考察を述べていきたい。

・承認欲求に結びついた消費

現代ではSNSの発展により、TwitterやPixivといったサービスにおいて二次創作物の共有や評価が容易に可能になっている。こういったSNSにおいては、人々は人間関係や社会を気にすることなく自身の好みや考え、性癖などを発信し評価することができる。匿名性により人の目を気にする必要がなく、同じ趣味を共有する人同士を見つけやすいことから、SNSにおいては、性的な表現が描写されているものや一般に評価を得づらいような創作物なども評価がされやすい。その中で、好きな要素のみを取り出して描く二次創作は、データベース消費的要素だけでなく、創作を通して自身の好むシチュエーションや欲求・自身の画力・文章力などに共感してもらうことを意図した側面も出てきているように感じる。

・コンテンツ自体のデータベース消費化

東は2011年の著作で、2000年代以降台頭したライトノベルを「キャラクターのデータベースを環境として書かれる小説」と定義している(東 2011)。ライトノベルにおいては、登場人物の描写に大きな焦点が当てられることが多く、登場人物は一貫した人生を歩み1つの物語の中で描かれる人間というよりも、描写や行動によって創りあげられる性格や行動様式といったデータにより構成されるキャラクターとして記述され、作品の物語や状況と引き離されても成立するものであると述べられている。このよう

に、2000年代以降、キャラクターをデータベース的に扱うコンテンツのあり方が漫画やアニメなどを好む人々の間で広く受容されるようになったと考えられる。私は、近年でキャラクターをデータベースとして扱うコンテンツに、アプリゲームが挙げられるのではないかと考えている。特に男性向けのアプリゲームでは様々な外見や性格といった要素を持つ女性キャラクターが沢山存在しており、その性格はストーリーを通して形成されるものというよりも始めから設定として大まかに決められているものであり、ストーリーはそれを明らかにしていく内容のものになっている場合が多い。そしてアプリゲームは収益が得られる限り長い期間にわたって展開されるものであるため、ストーリーが進んだとしてもキャラクターは歳を取らない。このような、世界観や物語の内容とは一定の距離を置いて構成されたキャラクターが登場するアプリゲームは、消費者にキャラクターをデータとして好きに置き換えることを容易にしたのではないだろうか。こういったコンテンツの登場によって、データベース消費は、以前よりもより世界観やストーリーに縛られない、消費者の欲求や自由な構想に基づいたものになってきているように思う。

第2節 男性キャラクター同士の相関図消費

第1項 相関図消費について

東園子は、著書『宝塚・やおい、愛の読み替え 女性とポピュラーカルチャーの社会学』において、二次創作における男性キャラクター同士の恋愛について述べている(東 2015)。彼女が言及した二次創作で描かれるボーイズラブに見られる消費の形態を相関図消費という。

データベース消費がキャラクターを物語と完全に切り離したものであるのに対し、相関図消費においては物語におけるキャラクター同士の人間関係が重要視される。この消費の対象になるキャラクターは原作の創作物で何かしらの繋がりや関係性が描写されているキャラクターであり、データベース消費よりも作品のストーリーを重視した消費形態だと言える。

では、何故二次創作において男性キャラクター同士の恋愛を描くのだろうか。東はこの消費の担い手は主に女性であると述べている。彼女は女性が二次創作において男性同士の恋愛を描くという行為の背景に、異性恋愛から離れた女性同士の絆を形成したいという思いがあると述べている。日本社会ではいつの時代も異性同士の恋愛というスタンダードな形式が存在している。男性同士、女性同士が集まって話す話題は、気になる異性についてなどの「恋バナ」が多い。そして、自由恋愛による結婚がほぼ当たり前になった現代において、恋愛は結婚やそれ以降の家族生活、家事負担のイデオロギーなどと強く結びついたものになっており、恋愛をする際にはそういった様々な面を考えなければいけない。こういった社会的背景の中で、男キャラクター同士の恋愛という、基本的に男性が行うことの無いような解釈や妄想を共有することで、女同士の親密な絆を形成したいという思いが相関図消費には現れていると言われている。実際、相関図消費を行う女性同士はそれを通じた繋がりを重視する傾向があり、コミックマーケットでは同人誌の販売や購入だけでなく、同じ趣味や考えを持つ人々と会って語ることが大きな目的になっていることが多い。女性にとっての相関図消費のコミュニティというのは、現実の恋愛に関心を示す必要が無く、それぞれの好む感覚を共有し楽しむことができる場として大きな意味を持っていると言えるだろう。

第2項 考察

ここからは、相関図消費に関する自身の考察を2点挙げたい。

・相関図消費の広がり

現代では漫画、アニメ、ドラマなどにおいて男性同士の恋愛が取り上げられることが以前より多くなっている。そういった状況からも、以前よりも同性同士の恋愛やそれを妄想して楽しむ消費者(腐女子など)のあり方がコンテンツをきっかけとして社会で受容されやすくなってきているように思う(「おっさんずラブ」「きのう何食べた?」「ヲタクに恋は難しい」など)。ジェンダー差別などに対する問題意識が広がる中で、この傾向は今後もより一層広がっていくだろう。そのため今後の社会の中で、「同性同士の恋愛という妄想の共有を通じた同性同士の絆を形成する場」として機能する相関図消費のコミュニティは一層広がっていくと考えられる。また、従来物語を創作するという行為は発想が必要であったりストーリーの枠組みを作り出さなければいけないという点で容易に行えるものではなかったが、相関図消費は、特定の性格や外見を有する男キャラクター同士の恋愛という枠組みを用いることで、消費者の創作の可能性を広げていくことができるのではないだろうか。

一方で、相関図消費のようにボーイズラブを創作を通して扱う行為は、同性同士の恋愛を社会に広く発信する性質を持つ一方で、女性の性的ファンタジーや欲望が入り込んだ非現実的な面を持つことも考慮する必要があるだろう。

・「解釈」の広がり、データベース消費化

近年相関図消費が盛んに行われているコンテンツに、アプリゲームといったオンラインゲームが存在する。先ほども例に挙げたようにアプリゲームには多数のキャラクターが存在し、大まかなストーリーの枠組みや関係性が決まっていないものが多い。勿論ストーリー展開に力を入れているゲームも多く存在するが、それらもオンラインゲームという性質上深掘りは少しずつ行われていく。そのため、このようなコンテンツで行われる相関図消費は、漫画やアニメといったコンテンツよりも自由な解釈展開が可能になっている。特に近年では関係性が描写されていない男キャラクター同士を解釈を広げて結びつけたり、プレイヤー視点のキャラクターをカップリングに組み込んで自由に解釈を広げている二次創作が増えてきている。以前は原作の世界観を深く読み込み、描写の存在する登場人物の関係から解釈を展開するのが相関図消費に見られる特徴であったが、こういったコンテンツと結びついていくことで、消費者の欲望や好みに結びついた自由なものになっていく可能性がある。

第2章 オンラインコミュニティにおける二次創作

近年の二次創作は、同人誌などを作らずとも SNS で発信し、共有することが容易になった。Pixiv といった小説・イラスト・漫画投稿サイトは二次創作をより活発にし、現代では Twitter などでも二次創作のイラストや漫画などを投稿する人々が増え、二次創作コミュニティが広がっている。二次創作について考

える際、この SNS がもたらした影響を考える必要がある。この章では、SNS の持つコミュニティ形成、情報共有・発信の即時性といった特徴が現代の二次創作にどのような影響を与えているのか論じていきたい。

第1節 インターネット上のコミュニティ形成

社会における SNS といったインターネットサービスの普及は、距離の離れた知人などとコミュニケーションを容易に取れるようになっただけでなく、匿名的に面識のない人々と関係を構築することを可能にした。特に Twitter といった文字や画像を通して即時的な感情の共有を可能にするプラットフォームは、同じ考えを持つ人や共通の趣味を持つ人同士が繋がることを容易にしている。

SNS は社会学の議論においてその功罪が論じられることが多い。SNS を通して人と繋がり日常的に他人の様子を知ることが出来るため、孤独感の減少や楽しさに繋がるといった議論もあれば、比較により劣等感が生まれたり、つながりを過剰に重視するようになることで実際の対人関係におけるさらなる孤独感の助長に繋がるという議論も存在する。

私は今回の論文においては、SNS を二次創作を行う人同士が繋がりコミュニティを形成する大きなきっかけをつくり出したものとして論じていきたい。

1970 年代後半から 1990 年代半ばにおいて二次創作を行う人々が互いに出会い交流する場は、主にコミックマーケットといったイベントにおいてであった。互いがつながりを持つためにはイベントに参加しなければならず、それも住む場所などによって左右されていた。しかしインターネットサービスの普及後には、物理的距離を超えて不特定多数の人々と交流することが可能になり、二次創作が好きな人同士も容易に繋がれるようになった。特に Twitter は、その匿名性やタグ付けの機能により、人々が自身と好みや趣味の似た人々を見つけ、交流する場として機能した。日常の対人関係などとは無関係の純粋な楽しさを気の合う仲間と共有できる場として機能することで、個人で楽しむだけでなく共有するものとしての二次創作の可能性を広げていったと言える。SNS にはこういった趣味縁による繋がり可能性を広げる力があるのではないだろうか。

二次創作を通じた趣味縁というのは一見社会と関わりを持たないように思われるかもしれないが、実際は一つの社会関係資本とも捉えられる。浅野智彦は、趣味縁を社会関係資本の一つとして捉える見解を提示している(浅野、2011)。彼は書籍において、マンガを愛し創作する登場人物達を描いた作品を例に挙げ、趣味はそこで問われる技量を軸としたはっきりとした垂直の関係を構築すると述べている。趣味に対する愛を共に追求する関係の中には、コミュニティ内で生じる葛藤や仲間の技量に対する敬意や謙虚さが生まれているという内容である。私はこのことは二次創作を行う人達同士のコミュニティにも共通しているのではないかと考える。二次創作は、同じコンテンツを元にしたものでも行う人の画力、描写力、世界観によって様々に変化し形を変える。作品の共有を通して一つの物語の多様な解釈や描き方に触れることで、他者の世界や価値観に触れ、価値観の相違による葛藤や他者に対する敬意などを感じられるという点で、二次創作コミュニティは楽しさや親密性だけでなく、社会的な関係性において重要な感覚を得られるものになっていくと思われる。SNS と結びつくことで、二次創作は新たな繋がり可能性を得たのではないだろうか。

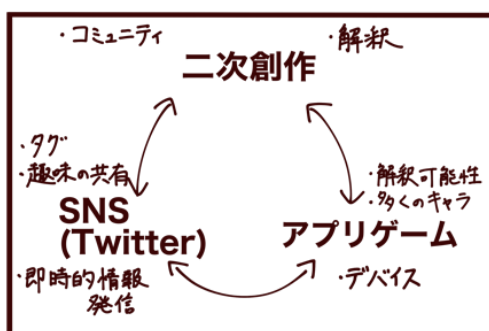
第2節 アプリゲーム・Twitter・二次創作の三乗効果

ここでは、二次創作と Twitter と関わりが強いアプリゲーム(オンラインゲーム)というコンテンツにも焦点を当てた上で、二次創作・Twitter・アプリゲームというコンテンツがそれぞれをより盛り上げているという考えを述べていきたい。

アプリゲームはスマートフォンなどの端末にダウンロードしてプレイするゲームであり、気軽に遊べるものとして普及したが近年では漫画やアニメなどと並んで盛り上がりを見せているコンテンツである。特徴としては、収益が得られる限り基本的に長期に渡って配信を続けていくため、ストーリーが第一部、第二部といったように少しずつ更新されていき、キャラクターの数もどんどん増えていくといった特徴がある。キャラクターは主にストーリーやゲームを進めていく中で手に入るか、ゲーム内通貨を購入し、ガチャというランダムにキャラクターやアイテムが手に入るシステムを利用することで手に入る。アプリゲームのキャラクターは基本的に外見と大まかな設定のみが実装され、後から少しずつ更新されるストーリーによって内面などの深掘りが行われる。

こういったアプリゲームの特徴は、二次創作におけるデータベース消費や相関図消費と相性が良いと考えられる。外見を重視したキャラクターが多く実装され、衣装といったオプションが増えていき、キャラクターとユーザーとの親愛関係を示すような描写も行われるという特徴はデータベース消費に向いており、多くのキャラクターの関係性が不明瞭な状態から少しずつ明らかになっていき、受け手の解釈を広げることができるといった特徴は相関図消費と相性が良いと考えられる。

また、第1節で述べたように、Twitter といった即時的な情報や画像の発信・共有が可能なサービスは、同じデバイスで遊ぶことができるアプリゲームとも二次創作のコミュニティとも相性が良い。Twitter というオンライン上のプラットフォームにおいてゲームの情報をユーザーが互いに共有し、それぞれの解釈を共有しつつ二次創作を行うというコンテンツ消費のパターンが広がることにより、アプリゲーム・Twitter・二次創作は今後も結びつきを深めていくと思われる。



おわりに これからの二次創作

この章では、今まで述べてきた現代の二次創作のあり方を踏まえた上で、今後の二次創作がどのような展開を見せていくのか、自身の考察を2つほど述べていきたい。

1つ目に、社会において二次創作がコミュニティや繋がりを形成し維持するための手段として行われる

ようになってきているのではないかという考えを述べたい。2章でも述べたように、二次創作は SNS などと結びつくことにより、様々なコミュニティや繋がりを生み出している。近年では、その関係性や繋がりを維持することを目的に二次創作を行なうという事例も増えているように思われる。私自身の経験を例に挙げたい。私はアプリゲームや漫画の二次創作を行なう Twitter アカウントを複数所持しているが、どのアカウントにおいても、「イラストや漫画を最近あげられてないからフォロワーが減る」「描いてあげないと人権が無くなる」というツイートを見ることが多い。こういった状況は主に二次創作を行なっている女性に多く見られる傾向だと思われる。こういった状況から、二次創作を行う人々、特に二次創作を行う仲間同士のコミュニティを重視する女性達にとって、二次創作が繋がりを保つ手段として機能する面が大きくなっていくのではないかと考えている。SNS はコミュニティ形成を容易にし人々の関係における多くの可能性を広げたが、その一方でフォロワー数やいいねといった評価システムなどにおける他人との比較を通した不満や劣等感、孤独感を生み出す可能性も存在する。SNS と二次創作の結びつきに関しては、功罪含め今後も考察していく必要があるだろう。

2つ目に、私はアプリゲームというコンテンツの登場により二次創作がより消費者の解釈に基づいたものになっていくと考えている。本論文で言及したように、アプリゲームは多くのキャラクターの外見のみを実装した後に少しずつストーリーを更新して世界観やキャラクターの掘り下げを行なっていく。男性向けゲームと女性向けゲームの分類によって重きを置いている点は異なるが、このコンテンツに共通することとして、漫画やアニメなどよりも、消費者の自由な解釈が可能だという特徴がある。キャラクターの外見的な魅力やユーザー(プレイヤー視点のキャラクター)に対する親愛・信頼を示す行動、そして少しずつ物語やキャラクターの背景を明らかにしていくストーリーといったアプリゲームの特徴は、二次創作の解釈に様々な可能性を生み出していくのではないだろうか。

今回参考にさせていただいた文献や論以外にも、二次創作について深く考察し論じられている方々は多くいらっしゃるため、本論文で述べたものはあくまで二次創作に興味を持つ個人の考えとして受け取っていただきたい。また、今回挙げることができなかったが、女性キャラクター同士の恋愛を描く二次創作などについても今後研究していきたいと考えている。二次創作は創作を行う人や時代、コンテンツのあり方によって様々な変化を遂げるものだと感じている。今回の論文作成によって、趣味を通して社会を分析するという貴重な経験をすることができた。

最後に今までご指導をしてくださった澤井先生、助言をしてくれたゼミの仲間に関心より感謝申し上げます。

[文献]

浅野智彦,2011,『若者の気分 趣味縁からはじまる社会参加』岩波書店.

ASCII,2019,「コミケ初の4日間開催 C96の二次創作人気を調査&pixivでC97サークル数予想」(2020年11月9日取得, <https://ascii.jp/elem/000/001/906/1906672/>).

ASCII,2019,「コミケ97の二次創作人気を調査&次回予想~VYuber、鬼滅他拡大」(2020年11月9日取得, <https://ascii.jp/elem/000/001/997/1997452/>).

東園子,2015,『宝塚・やおい、愛の読み替え 女性とポピュラーカルチャーの社会学』新曜社.

東浩紀,2001,『動物化するポストモダン オタクから見た日本社会』講談社.

- 東浩紀,2007,『ゲーム的リアリズムの誕生-動物化するポストモダン 2』講談社.
- 出口剛士,2019,『大学 4 年間の社会学が 10 時間でざっと学べる』KADOKAWA.
- 堀あきこ、守如子(編),2020,『BL の教科書』有斐閣.
- 北田暁大・解体研(編),2017,『社会にとって趣味とは何か-文化社会学の方法基準』河出書房新社.
- 松井広志・井口貴紀・大石真澄・秦美香子(編),2019,『多元化するゲーム文化と社会』合同会社ニュー
ゲームズオーダー.
- 見田宗介,2018,『現代社会はどこに向かうか-高原の見晴らしを切り開くこと』岩波新書.
- 大塚英志,1989,『物語消費論 「ビックリマン」の神話学』新曜社.