

没入、ソーシャルメディア、 そしてトランスメディアのストーリーテリング ——「包含」型受容

フィリップ・ゴーチエ博士 クイーンズ大学(カナダ)
翻訳 難波阿丹(聖徳大学准教授、学際情報学博士)

ソーシャルメディアと架フィクショナル空のキャラクターとの関係についての分析は、今までほとんどファン研究の視点から論じられてきた(Coppa (2006); Booth (2008); Wood & Baughman (2012); McClellan (2013); Bore & Hickman (2013); そして Lookadoo & Dickinson (2015))。これらの研究は、ファンお気に入りのキャラクターに捧げられたソーシャルメディアのアカウントを創作するおりに、ファンによって演じられる重要な役割をとりわけ強調する。架空のキャラクターのための「非公式な」ソーシャルメディアのアカウントは、ファンが、自分のお気に入りのキャラクターが属するフィクション(虚構)の世界とそのフィ

クションをめぐるファンコミュニティ両者の一部になることを可能にするのだ。しかし、架空のキャラクターのための「公式な」アカウント作成によって、ソーシャルメディアをトランスメディアのナラティブへと組み込むという、比較的最近の現象について、研究者はほとんど検討してこなかった。トランスメディアのナラティブにおけるソーシャルメディアの使用は、『ハロー・キークェット (Hello Geekette)』[2008-2011]、『ヌーブ (Noob)』[2008-]、『マーブル・ホーネット (Marble Hornets)』[2009-2014]、『そして』カーミラ (Carmilla) [2014]』と『独立系プロダクションによる制作物にもはや限定されていない

ない。それは現在、「マーベル・シネマティック・ユニバース (Marvel Cinematic Universe)」を含むハリウッドのメジャー・スタジオによるプロダクションにも見出される。

アンジェラ・ダリアニスは、彼女がナラティブの拡張形式と見なす、ソーシャルメディアを使った口コミ広告キャンペーンに関する研究で、この現象について言及している (Zdalianis, 2012: 163-193)。ダリアニスによれば、これらの広告キャンペーンは利用者のフィックションの世界への「没入」を重視するが、これは、謎解きをゴールにするソーシャルメディアを使った都市環境ナビゲーション等のオルタネイト・リアリティ・ゲーム (体験型推理ゲーム) から派生したインタラクティブな戦略を適用したものである (拡張現実ゲームとしても知られるオルタネイト・リアリティ・ゲームについての入門書として Palmer and Petroski (2016) を参照)。オルタネイト・リアリティ・ゲームの場合、参加者は、多様なプラットフォーム (ウェブサイト、Facebook、Twitter、アカウント、映画、テレビ番組等) 上で、都市の多様な場所に散らばっている情報を収集しなければならない。

本稿で、私は、架空のキャラクターの「公式」アカウント作成によってソーシャルメディアをトランスメディアのナラティブに組み込むという問題そのものについて議論を始めたい。私の目標は、架空のキャラクターのソーシャルメディア上の存在が、いかにそのフィクションと「インタラクター (interactor)」

との間に新しい関係性——モバイル・テクノロジーの使用によってさらに増強される関係性——を創出するかを、トランスメディアの物語「マーブル・ホーネット」[2009-2014年]をケーススタディとして論証することである。以下の議論で、私は、通常使われる「映画の」観客 (spectator) や「テレビ等の」「視聴者 (viewer)」といった用語ではなく、むしろ、「インタラクション (interaction)」と「行為者 (actor)」という二つの言葉を合成した「インタラクター」という用語を使用する。なぜなら、「観客」や「視聴者」は、本稿の議論にそぐわないように思えるためである。たとえ「観客」という用語が多かれ少なかれ受動的な「受容者 (receiver)」を指示するのではなく、あらゆる美学的な経験の基礎における十全な行為体でもあると認めるとしても、「インタラクター」という用語を使うことの長所のひとつは、それがまさに合成語であることから、私が注視したい現象の文脈化を可能にする点である。確かに、カトリーヌ・ゲノーは「ウェブ上において、私たちはもはや (同時に、あるいは別々に) 読者、観客、プレイヤー、リスナー、脚本家、そして時に (ウェブカメラの) 撮影者ではないだろうか」(Gutreau, 2006: 70) と正確に指摘している。「インタラクター」という用語の使用は、いくつかのトランスメディアのナラティブによって生産される美学経験の能動的・創造的性質に重点を置くものだ。さらに、私は、インタラクターとフィクションの世界との新しい関係性が、いかにして「没入 (immersion)」というコ

ンセプトの再検討を余儀なくさせるかについても議論したい。「没人」概念とは、より伝統的なメディアである小説、グラフィックノベル、テレビ、映画そしてビデオゲーム等によって創られたフィクションと現実との関係性のより深い理解を目指したコンセプトである。

「観客「視聴者」という概念の発見的不毛さを克服するべく、私はソーシャルメディアを、インタラクターの現実と、彼らが消費するフィクションの世界をつなぐ「インタールフェイス」と見なすことを提案する。私のアプローチの前提となる原則は、かなり単純である。(フィクションの世界の)キャラクターと(現実世界の)インタラクターとのインタラクションを可能にするることによって、ソーシャルメディアは、フィクションと現実との新しい関係性を作り出す主要な場所になったという前提である。

最初に、インタラクター自身は実際に架空のキャラクターとインタラクションしていると信じているわけではないと指摘しておきたい。彼らはソーシャルメディア上の「キャラクターの中」にある行為者・演者／書き手とインタラクションしていることを知っている。つまり、インタラクターは、キャラクターがフィクションであることを理解はしているものの、あえて彼らがフィクションではなくあたかも現実であるかのような関係を持つとする。これは、ファンによって作られた架空のキャラクターのプロフィールとインタラクションすることに非常に

似ている。にもかかわらず、フィクションと現実の間に境界線を引くことは、時としてより困難となる。映画『ブレアウィッチ・プロジェクト (The Blair Witch Project [1999])』の例を挙げよう。この映画に関するトランスメディアのオンライン上のマテリアルがあまりにリアルだったため、物語世界がフィクションか現実かを判断出来なくなったインタラクターもいた。

それゆえ、より正確に言うならば、ソーシャルメディアによってインタラクターの日常生活でフィクションの要素が現実になり、ソーシャルメディアが、インタラクターが架空のキャラクターと関係する新しい手段を作り出すインタールフェイスとして機能するという仮説を提起したい。インタールフェイスを分析的コンセプトとして使用することは、表象と現実の限界と境界について、また、どのようにフィクションの情報の情報が私たちの日常で物質化するかについて問うことを可能にする。過去数年にわたって、インタールフェイスは、仮想性と物質性、またはフィクションと現実のような二項対立を検討し、さらにその先の可能性を思考するための重要な概念的枠組みとなってきた。これは、多様なシステム、枠組み、あるいはさまざまな種類のソフトウェアを分割する境界に注目し、また、これらの境界が交差、あるいは逸脱する場合にありうる接触とコミュニケーション形式の焦点化を可能にするからだ(例えば、Manovich [2001]; Drucker [2011]; Seung-Hoon Jeong [2013])の研究を参照)。インタールフェイスというコンセプトによって、いかに多

様なシステム間の繋がりが可能であるかをめぐる問題を明らかにすることが出来る。最終的にインターフェイスは、多様なシステム間の接触と交渉の空間であるが、この問題は探究され続けなくてはならない。従って、ソーシャルメディアを、インタラクターの現実と彼らが消費するフィクションの世界間のインターフェイスとみなすことは、フィクションと現実との新しい関係性を強調する。これらの新しい関係性は、私が「没入」型受容と対比させて、「包含 (inclusive)」型受容と呼ぶ新しい受容様式の根底をなす。没入型受容の最終的な到達点が（たとえ現実的にはそれが達成されなくとも）インタラクターの現実を改め、彼らを全く異なるフィクションへと投入することによってひとつの現実をまた別の現実で代替することであるのに対し、包含型受容の主要な目的とは、（インタラクターの日常的現在と彼らが消費するフィクションの世界という）二つの世界の共在を同時に可能にし、ソーシャルメディアをインターフェイスとして使用することで、それらを接続することである。要するに、包含型受容では、フィクションがソーシャルメディアを通して、あたかも私たちの日常的現実の一部のようになるのだ。

ソーシャルメディア上の架空のキャラクター

ソーシャルメディアにおける架空のキャラクターの出現は、最近の現象ではない。My Space のようなサイトがソーシャル

メディアに登場して以降、ファンたちはお気に入りのキャラクターのための Web ページを作ってきた。今日、ファンは、自分が気に入ったフィクションの世界を生き、物語を継続する手段として、Facebook、Live Journal、Tumblr、そして Twitter 上の Web ページを管理し続けている。こうしたロールプレイは、このフィクションの世界とそれに接続するファンコミュニティの両者に参入する手段である (Coppa (2006); Booth (2008); Wood & Baughman (2012); McClellan (2013); Bore & Hickman (2013); ネット Lookadoo & Dickinson (2015) 等を参照)。これらの非公式な Web ページ（あるいはプロフィール）の背後にいる人々は、あたかもそのキャラクターがインターネット上で存在するかのようなふりをして、キャラクターの性格に一貫性を保たせることで、彼ら同士、あるいは世界を同じくする他のファンたちとインタラククションする。ソーシャルメディア上でユーザーラスな、もしくは風刺的な投稿^{ポスト}をする目的で、架空のキャラクターのアイデンティティを盗用する者もいる。J・K・ローリングの小説ハリー・ポッターシリーズに登場するキャラクター、ヴォルデモーターに基づいたファン作成の Twitter アカウン
ト @Lord_Voldemort7 は、おそらくもっとも人気のある例のひとつだが、このアカウントには約二万のフォロワーがいる。

ソーシャルメディア上には、クリエイターか、あるいは権利保有者によって管理されている「公式」と言える架空のキャラクターのプロフィールも存在する。このようなプロフィールは

たいがい、新商品（映画、漫画本、あるいはスピノフ商品等）の販促に使用される。今日、もっとも人気の高い漫画のキャラクターであるスーパーマンとアイアンマンの公式プロフィールを閲覧すれば、すぐ了解されるだろう。ソーシャルメディアのサイトの中には、他のユーザーにそのステータスを知らしめるために、サイト上でこれらのプロフィールの信頼性を確認することが出来るものもある。例えば、FacebookのブルーのチェックマークやTwitterのブルーバッジはこのような信頼性の証明を示す例だ。

ここ数年間、キャラクターのクリエイターたちの中には、キャラクターのプロフィールを大衆に紹介し、関連商品の販促に使用するだけでは満足しない者も出てきた。代わりに、彼らのキャラクターが生息するフィクションのナラティブを発展させるために、これらのプロフィールを利用するクリエイターも出現している。ソーシャルメディアでは、クリエイターは、従来とはまったく異なる仕方、インタラクティブなフィクションの世界とインタラクティブなフィクションの世界とのインタラクティブなフィクションは、インタラクティブなフィクションの読者、（映画やテレビ番組の）観者、あるいは（ビデオゲームの）プレイヤーである場合、成立させるのはより困難となる。観客／リスナーと架空のキャラクターとのインタラクティブなフィクションは、ソーシャルメディアの興隆以前にも存在したが、やりとりの程度は以前より低かった。テレビのソープオペラ、あるいは、それ以前のラジオの連続ドラマ

マにおいて、架空のキャラクターにファンレターが送られ、またその返事が書かれたといった交流を考えれば解りやすいだろう。他にも、子ども向けのテレビ番組や（「アメリカのスーパーマン」ファンクラブのためのクラーク・ケントのような）架空のキャラクターに署名されたメンバーシップ証明書を伴う漫画のファンクラブのケースも同様である。

ソーシャルメディアのキャラクター使用は、第一に、ストーリーラインにおける断片的な物語のギャップを埋めることで、消費者のより深い関与が可能になる。それらの断片は、ある特定のメディアウム（シリーズ化された映画、小説、漫画本）において連載という形式をとって分散される場合や、あるいは多様なプラットフォームを横断するトランスメディアのナラティブのような場合もある。ソーシャルメディア以前にも先駆的な事例は存在した。例えば、漫画家や漫画の編集者が、漫画本の投書欄において、物語の未解決の出来事に関して読者の質問に回答したことはよく知られている。

ソーシャルメディアに存在するキャラクターは、インタラクティブに、メディアとの新たな関係に参入する機会もまた提供する。数万の現実のユーザーと同じく、キャラクターたちも自分の個人的な生活について語ることで、インタラクティブなキャラクターの心の奥深くまで優先的にアクセス出来るようになる。さらに、彼らは、時事問題や同時代の文化現象にコメントする（例えば新作映画からお気に入りの引用を共有したり、話題の

レストランをオススメしたりする等)。架空のキャラクターがTwitterに代表されるミニブログ用ツールのようなソーシャルメディアを使用することで彼らに本物らしさを与えるが、それは、この使用が日頃からソーシャルメディア上に見いだされる社会的なインタラクティブな再生産するからである。

それゆえ、こうしたキャラクターの使用は、キャラクターの生活をインタラクティブの日常的現実内に位置づける。そしてまた、キャラクターがソーシャルメディアでインタラクティブのコメントに回答することが可能な限り、インタラクティブとキャラクターがリアルタイムでインタラクティブする（そしておそれくまた、彼らのストーリーラインに影響を与える）ことが可能になる。端的に言うならば、インタラクティブは、キャラクターが住むフィクションの世界のナラティブを追尾しながら彼らのプロフィールをフォローすることによって、キャラクターの生活についてより多くを知ることが出来るのである。

『マーブル・ホーネット [2009-2014]』

『マーブル・ホーネット』は、ソーシャルメディア上の架空のキャラクターの存在を受けて、ナラティブの形式が変化してきた道筋を示す好例である。『マーブル・ホーネット』は、二〇〇九年から二〇一四年の間に三つのメディア上で発展したトランスメディアの物語である。三つのメディアとは、①サイト

「Something Awful」(somethingawful.com)のフォーラム、②二つのYouTubeアカウントで配信されたウェブシリーズ、③「Twitterアカウントである。

『マーブル・ホーネット』は、ジェイという名の若い男性が、彼の友人アレックスが失踪した理由を見つけ出そうとする物語である。アレックスは「マーブル・ホーネット」と呼ばれる学生映画を撮影していたが、制作が始まって二か月後にやめてしまった。失踪前アレックスは、ジェイに彼のそれまで撮ったフィルムを託し、それに関して決して話題にしないよう頼んだ。このような事情にもかかわらず、ジェイはいくつかの動画の断片をYouTube上に投稿することを決断する。ネット公開してアレックスのストーリーを共有することで、ジェイはウェブサーファアールがアレックス失踪の謎を解き、最終的に彼が見つかるだろうという希望を抱いている。友人が残した映像を調べると、彼が撮影中に謎めいた人物の出現に脅かされていたとジェイは気づく。劇中のキャラクターたちは、この黒いスーツの人物を「オペレーター (the Operator)」と呼んでいるが、この人物は超自然的な架空のキャラクターであるスレンダーマンに触発されたようにも見える。オペレーターと撮影場所以外でも出会うようになったアレックスは、その後徐々にパラノイア状態に陥っていく。

こうして私たちは、YouTubeへの断片的な動画投稿が進行するにつれて、アレックスの映画制作と私生活が静かに崩れてい

く過程を目にする。ジェイが、アレックスの残したビデオ映像を精査するようになる。オペレーターが関与する出来事がジェイの生活にも影響を及ぼし始める。その後ジェイの私生活もこの謎めいた人物に乗っ取られ始め、アレックスの時と同様、彼自身を撮影するよう強いられるようになる。ジェイの生活とアレックスの生活とを交互に見せるYouTubeのビデオ映像は、オペレーターが彼らの生活に出現して以降、二人の同一性が類似し、連結している様子を強調する。

『マーブル・ホーネット』は、その発端からインタラクターターにトランスメディア経験として提示された。物語は二〇〇九年に、まずサイト『Something Awful』（六月十八日）、YouTube（六月十九日）、そしてTwitter（六月二十日）上で展開し始めた。それゆえ、公式には、ジェイが「ce gars」というニックネームでサイト『Something Awful』のフォーラムに投稿をした二〇〇九年六月十八日に開始したことになる。七五〇字の投稿で、ジェイはアレックスの物語から始め、この友人が残したビデオ映像を見る必要性を説明した。キャラクターとしてのジェイは、最初に、あるデイスカッションスレッドに登場した。そのスレッドでは、参加者が都市伝説と怪談を創るのだが、自らの主張に説得性を持たせ、ある種の証拠書類のようなもので裏付けることによって成り立っている。

『マーブル・ホーネット』とこの名のYouTubeのアカウントは、サイト『Something Awful』上のテキストが公開された翌日

二〇〇九年六月十九日に作成された。最初のビデオは「イントロダクション」と名付けられ、六月二十日にアップロードされた。このビデオで、ジェイはYouTube上でなぜアレックスのアーカイブ映像を共有するか簡潔に説明している。

続いて、『マーブル・ホーネット』のクリエイターたちは、最初のビデオを投稿した翌日六月二十一日にジェイのTwitterアカウントを作成した。最初のツイートの同日午後十一時四十分分に揭示され、TwitterアカウントとYouTubeサイトがリンク付けられた。[youtube:sig]チャンネルに興味をもっていたいたため、Twitterアカウントを作成しました。アップデータはここに揭示します。」

「totheark」と呼ばれる第二のYouTubeチャンネルが七月二十二日に開設された。このチャンネルで配信されたビデオは、大部分が『マーブル・ホーネット』のYouTubeチャンネル上で投稿されたビデオに対する不可解で脅迫的な応答であった。『マーブル・ホーネット』の物語中では、このチャンネル設定の背景にあるキャラクターのアイデンティティについていかなる情報も明らかにされなかったが、ファンの間では、それがアレックスの学生映画の撮影に関わっていた誰かであるとの共通認識があった。

全体として、ジェイは十九のコメントを「Something Awful」のフォーラムに公開し、『マーブル・ホーネット』のYouTubeチャンネル上に九十二のビデオをアップロードし、合計八十八

万回以上視聴された（この数値と以下の数値は、二〇一六年八月の時点による）。二（二）目の「totheark」チャンネルは、三十九のビデオが配信され、十万人弱の視聴となった。最終的に、ジェイは彼の「Writer」アカウント@matblehornsから五五五回ツイートし、そのアカウントには五万八千人のフォロワーがいた。

ジェイはツイートで、『マーブル・ホーネット』のYouTubeチャンネルに直接言及しながら、ビデオのアップデート情報や、時には技術的問題についても呟いた。いくつかのツイートは、YouTubeチャンネル上で公開中の多様なビデオ映像の断片を集めるに至るプロセスを説明していた。例えば、二〇〇九年六月二十一日のビデオ「エントリー#2」の投稿と、二〇〇九年六月二十三日のビデオ「エントリー#3」の間に、ジェイは以下の四つのツイートを送信している。

- ・二〇〇九年六月二十一日午後十時五十分：「ビデオを一日中見ていた。面白いものなし。今日はこれで終わり。」
- ・二〇〇九年六月二十二日午後一時四十分：「さらにビデオを見る。変わり映えなし。」
- ・同上午後九時十四分：「一日中食べていなかったと気づく。やっと休憩を取った。」
- ・二〇〇九年六月二十三日午前一時三十七分：「エントリー#3の編集作業で疲労困憊。明日投稿予定。」

例えばジェイは以下の三つのツイートで恐怖心や今後のプランについて述べているが、このように「Writer」アカウントを使うことで、『マーブル・ホーネット』のクリエイターは新しいコンテンツを付加し、ストーリーラインを発展させることが出来たのである。

- ・二〇一〇年二月十日午後四時十二分：「窓を板張りにしようかと考える。信じてたが危険だと感じる。」
- ・三日後、二〇一〇年二月十三日午前十時五十二分：「いくつかの監視動画を通して見ている。自分が何を見つけてるか分からない。何が起こったかも一度確かめなくては（ママ）。」
- ・そしてついに、最後の例、二〇一〇年二月二十五日午後四時十二分：「ずっと監視されている気がする。」

『マーブル・ホーネット』は、ソーシャルメディア上のファンから重要な反応を生み出した。インタラクティブは物語に対する自分の解釈を提示し、あるいは、特定のビデオへの反応を単純に示すために、いくつかのビデオを制作した。彼らはまた、ジェイの「Writer」アカウント上で彼とインタラクティブし、例えば、特に感情的なビデオをアップした後の気持ちはどうだったかとか、彼がこれからどうするつもりか等の質問をした。ジェイは、アレックスの学生映画に出演したひとりであるティム

を捜索中の二〇一二年一月十日午後五時四十九分に、捜索の範囲を広げるつもりだと、次のようにツイートした。「今度は下町以外も探してみる。まだロスウッド・パークが残っているが、僕はそこへ独りではいかない」。一人のインタラクタターが彼に「誰と一緒に行くのか。」と尋ねると、ジェイは返答した。「それが問題さ。僕は誰も信用しない」。

フィクションと現実の関係性…没入対包含

「没入」概念に従えば、私たちの現実とフィクションは排他的関係にある。ジャネット・マレー、マリー＝ロール・ライアン、そしてオリバー・グローの主張では、現実的には決して達成されないその絶対的な概念において、「没入」とは、私たちの環境とは異なる、完全に新しい環境に移^{トランスポート}入される感覚経験として記述される(Murray (1997); Ryan (2001); Grau (2003); Therrien (2013))。より正確に言うなら、インタラクタターを虚構世界へと「没入」させることを目的としたフィクションとは、インタラクタターに、彼や彼女自身の現実とは完全に異なり、彼らの全集中力を占有する現実に取り囲まれる錯覚を与えようとする仕掛けである。このように注意を吸い取られてしまう経験の一例として、感覚の没頭状態を要求する知覚的「没入」が挙げられる(Dixon and Lombard (1997))。あるいは、この種の心理的な関わりは、限られた時間での精神集中を伴

うビデオゲームのような活動にも認められる(Therrien, 2013: 42-45)。他には、私たちの現実世界での意識を想像上のナラティブへと差し向けることを伴う、想像的／物語「没入」も含まれるだろう(Ryan, 2001: 98)。

問題となる「没入」の形態にかかわらず、その究極の到達点とは、インタラクタターが別の現実「飛び込む」ために、彼あるいは彼女自身の日常の現実を離脱する印象を与えることである。とはいえ、インタラクタターは、ある程度その現実にも自らも関与しており、また、その仲介されたフィクションへの参加を可能にする外部条件も常に意識しているのではあるが。この新しい現実とは、空気が水とは異なっていると同様、私たち自身の現実とは異なるものとしてデザインされている。それゆえ、完全に水中に体を沈めるといふ身体的な経験に由来する「没入」の比喩的な言葉を使用するのだ。要は、「没入」は「現在」の感覚、リアルタイムの生活環境にあることを示す気持ちに依拠している(Grau, 2003: 7)。

ソーシャルメディア上でのキャラクターとのインタラクティブを可能にすることによって、『マープル・ホーネット』の背後にいる者たちのように、フィクションの世界と私たちの日常の現実との間に想定された伝統的な排他性について問いかけるクリエイターたちもいる。すでに指摘したが、多様な「没入」の戦略(特に、知覚的「没入」、心理的な関わりとしての「没入」、そして想像的／物語「没入」)の到達目標は、要約すれば、イ

インタラクターを彼や彼女の日常的現実からフィクションに移入することである。この関係は、そのインタラクターがある程度、彼や彼女の現実を意識的であつたとしても、別の仲介された現実を選んだことによる「日常の」現実からの一時的かつ自発的な分離である。

結果として、インタラクターの注意は「没入」している間ずっと二つの世界を行き来することになる。マリー＝ロール・ライアンは以下のように、水中のイメージを比喻に用いて優雅に説明している。「海中にあつて人は息が出来ない。浸水状態を生き延びるために、私たちは、海面で酸素を摂取し、現実との接点を保たなければならぬ」(Ryan, 2001: 97)。二つの世界がこのように常に行き来をしているにもかかわらず、インタラクターの現実とフィクションの世界は、二つの現実が同時に存在しえない限り、相互に排他的になつている。ソーシャルメディアを使用したトランスメディアの物語の例においては、インタラクターがフィクションに「没入」するのみならず、フィクションの要素もまた、ソーシャルメディアを通じて彼や彼女の現実に参入する。ソーシャルメディアにおけるインタラクターと架空のキャラクターとのインタラククションは、フィクションの世界を「現実の」世界から分離したものではなく、むしろインタラクターを、それを構成する一部として提示することに よつて、フィクションの世界の自律性を破る。ここで、「没入」という概念が発見的に不毛だと明らかにされる。インタラクタ

ターの別世界への(彼や彼女の日常的現実を完全に異質な世界に置き換えるような)没入と、日常的現実へのフィクションの世界の要素の導入との弁別を妨げてしまうからだ。

『マーブル・ホーネット』のようなトランスメディアのナラティブは、今日のクリエイターたちの一部が、インタラクターのフィクションへの「没入」とは異なる他の受容様式をいかに開発しているかを示すよい例である。『マーブル・ホーネット』のジェイのようなキャラクターがソーシャルメディアに存在することは、没入型受容とは対照的な、「包含」として私が記述している受容様式を促進する。繰り返しになるが、没入型受容は、インタラクターがフィクションの世界に飛び込むことによつて、もうひとつ別の現実に移入しているという感覚を与えるのに対して、包含型受容の場合は、フィクションの世界とインタラクターの日常的現実との共在が可能になる。ここで、ソーシャルメディアは、フィクションの世界とインタラクターの現実とのインターフェイスの役割を果たしている。キャラクター(フィクションの世界)とインタラクター(現実世界)のインタラククションが、ソーシャルメディア(インターフェイス)上で展開すると言いかえることも出来る。個人の現実的なアイデンティティと彼らのオンライン上のアイデンティティは、行動という点においてまったく同一になり得ないことは先行研究ですでに明らかにされてきたものの、私は前提として、インタラククション自体が、インタラクターが創り出したフィクション

のアイデンティティではなく、インタラクタターの現実のアイデンティティに基づいて遂行されていると考えている (Tinkle, 1995: 177-209 を参照)。

それゆえ、ソーシャルメディアはこの場合、フィクションと現実の関係のみならず、これらの関係が展開する空間をも再設計するインターフェイスと見なされなくてはならない。没入型受容とは異なり、包含型受容は、インタラクタターの空間をフィクションの世界の空間と置き換えることはない。二つの空間は同時に存在し、ソーシャルメディアの仲介性によって部分的に上書きされる。よって、フィクションをインタラクタターの現実の境界線上に限定し、余白に置くのではなく、むしろ、「包含」はフィクションを、フィクションの世界が存在する伝統的な環境を超えたところに置くのである。

モバイル・テクノロジー(携帯やタブレット等)が登場し、いつでも、どこでも架空のキャラクターのインタラクタターの現実世界への参入が可能になる時、現実とフィクションの世界との交流はよりいっそう流動的になる。自身の小説『ラウド進化 (Loud Evolution) [2013]』の主要なキャラクターであるトーマス・ラウドの Twitter プロフィールを作成した作家ゴラン・ラシックは次のように発言している。「全体として、現実の生活で展開していくストーリーを指している。」(Larson (2013) の引用)。モバイル・テクノロジーが私たちの時空間における個別の自律性を増強していることは、今では一般的に承認され

ている。というのも、モバイル・テクノロジーは、現実にいる場所から私たちを心理的に解放し、一か所に留まることなしに、一日のうちいつでもコミュニケーションを行うことを可能にするためである。(Castells, Fernandez-ardevol, Qiu & Sey, 2007: 247)。

同様に、架空のキャラクターによるソーシャルメディアの使用は、モバイル・テクノロジーを共に使用することで、フィクションの領域を特定の空間や正確な時間から解放する。包含型受容はそれゆえ、特定の時間と固定された場所にインタラクタターを限定しない。たとえその場所が、映画館、テレビ、コンピュータのスクリーン、あるいは、例えばイアホンを通して、ポッドキャストのストーリー配信を聴くおりに創出されたマイケル・ブルが呼ぶところの「私的な聴覚気泡 (privatized auditory bubble)」であったとしても (Bull, 2005: 344)。インタラクタターの空間とフィクションのそれとの境界は曖昧になり、ほぼ区別が不可能になってくる。例えば通勤途中に街路を歩いている時でも、架空のキャラクターとのインタラクタターを組み合わせる事が可能になるのだ。だから、「包含」は私たちの日常的な生活体験と交わる経験的実践として理解されなくてはならない。フィクションの世界の要素は、『マープル・ホーネット』の場合のようにツイートによって、インタラクタターの日課の一部になっている。例えば、インタラクタターは、個人的なツイートを友人に向けて書き、同時に架空のキャラクターか

らメッセージを受け取ることも出来るし、そうすることである個人の「Twitter入力の一部となり、かつて彼らが個人メッセージを送ったキャラクターとのインタラクティブな世界を誘発することもおそらく可能となるのだ。私たちは、今や、単に個人的なネットワークのみならず、潜在的にはいくつものフィクションの世界との「恒常的な接触」状態にある (Aakhus & Katz (2002))。

ソーシャルメディアにおける、架空のキャラクターとのこの楽しいインタラクティブな世界は、インタラクティブな日課の一部となる。それはたいのフィクションの世界の没入型受容と完全な対照をなしている。この世界では、インタラクティブな文化的生産物（小説であれ、漫画本であれ、映画であれ、テレビやウェブ番組、あるいはビデオゲームのエピソードであれ）を消費するためには、どうしても一定の時間を捧げる必要がある（たとえ、より多くの利用者が多様なメディアを「散逸した」手法で消費しているとしても、である） (Dawson (2007); Berman and Kesterson-Townes (2012); Hassoun (2014))。

すでに言及したように、架空のキャラクターが一般的、あるいは標準的な社会的インタラクティブな模倣する限りにおいて、これらのキャラクターによるソーシャルメディアの使用は、彼らに対してある種の親密さや親近感を生み出す。ソーシャルメディアが今や私たちの日常生活の一部であるという事実は、インタラクティブなことに、楽しみを増やす手段として、架空のキャ

クターを彼らの日常生活、つまり現実世界に、オンラインのディスカッション形式での参加を促している。従って、フィクションの世界とインタラクティブな日常生活間に距離があるという印象は、ソーシャルメディアのインタラクティブな架空のキャラクターとの関係性が生まれ、広がるにつれて大幅に減少するだろう。それは、あたかもフィクションの世界がインタラクティブな「現実の」世界の一部であるかのようであり、まるでフィクションの世界での行動が、インタラクティブな現実とキャラクターのフィクションの世界の両者に共有されている時間的枠組みの中で展開しているかのようなのである。

結論として、架空のキャラクターの「公的な」アカウンド創出を通して、ソーシャルメディアをトランスメディアのナラティブに編入するという比較的最近の現象が、徐々に、私たちがフィクションの世界とインタラクティブする手法にいくつもの重要な変化をもたらしている。それゆえ、トランスメディアのナラティブを含んだ作品のみを個別に検討するだけでは十分ではない。今日、私たちはもはや、『アイアンマン (the Iron Man) [2008-]』の映画シリーズや『エージェント・オブ・シールド (Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.) [2013-]』のテレビ番組だけではなく、『マーベル・シネマティック・ユニバース』についても語らなくてはならない。（『マーベル・シネマティック・ユニバース』とは、その世界が一度に、しかも同時に、映画、テレビ番組、グラフィックノベル、ウェブシリーズ、そし

て「Twitterアカウントにまで拡張するメディア・フランチャイズである）。同様に、『マーブル・ホーネット』というウェブシリーズだけに議論を集中すれば、「Twitterアカウントを通して、また、サイト「Something Awful」のフォーラムにおいて発展したこの世界の一部を捨象してしまうことになる。包含型受容の基礎を成すのは、こうした要素である。

包含型受容は、古典的なナラティブの「没入」とは異なり、ソーシャルメディアの台頭によって可能になった他の道筋が、現在、幾人かのクリエイターによって探究されつつあることを明らかにしている。これらの新しい形式は、ますます人気を博しているし、独立プロダクションのみに限定されてはいない。それらは今やメジャーなスタジオで製作された作品を含んでおり、新たなトレンドの出現を示唆している。このトレンドは、おそらくスコット・W・キャンベルとバク・ヨンジン（朴容震）が言うところの「個人的なコミュニケーション社会」の強化と共にさらに高まっていくだろう（Campbell & Park (2008)）。彼らは、社会が間個人的なコミュニケーションにますます向かっていくと仮定している。このようにして、社会におけるトレンドメディアのナラティブの観点から、包含型受容の普及を想像することが出来る。このような社会においては、個人がモバイル・コミュニケーションのプロセスの中心に置かれ、真に自律的なノードとなりうる。そして特定の場所の境界から解放され、（架空のキャラクターを含む）彼らの個人的なネットワ

ークにおいて、誰とでもコミュニケーションすることが可能になるのだ。

参考文献

- Aakhus, M. A. & Katz, J. E. (2002). *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Berman, S. J. and Kesterson-Townes, L. (2012). "Connecting with the Digital Customer of the Future". *Strategy & Leadership*, 40 (6), 29-35.
- Booth, P. (2008). "Rereading Fandom: MySpace Character Persons and Narrative Identification". *Critical Studies in Media Communication*, 25 (5), 514-536.
- Bore, I.-L. K. and Hickman, J. (2013). "Studying Fan Activities on Twitter: Reflections on Methodological Issues Emerging From a Case Study on 'The West Wing Fandom'". *First Monday*, 18 (9). <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4268>.
- Bull, M. (2005). "No Dead Air! The iPod and the Culture of Mobile Listening". *Leisure Studies*, 24 (4), 343-355.
- Campbell, S. W. and Park, Y. J. (2008). "Social Implications of Mobile Telephony: The Rise of Personal Communication Society". *Sociology Compass*, 2 (2), 371-387.
- Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Linchuan Qiu, J. and Sey,

- A. (2007). *Mobile Communication and Society*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Coppa, F. (2006). "Writing Bodies in Space: Media Fanfiction as Theatrical Performance". En Hellekson, K. & Busse, K. (eds), *Fanfiction Communities and the Age of the Internet* (pp. 225-244). Jefferson, North Carolina: McFarland & Company.
- Dawson, M. (2007). "Little Players, Big Shows. Format, Narration, and Style on Television's New Smaller Screens". *Convergence*, 13 (3), 231-250.
- Ditron, T. and Lombard, M. (1997). "At the Heart of It All: The Concept of Presence". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3 (2), <http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue2/Drucker, J.> (2011). "Humanities Approaches to Interface Theory?". *Culture Machine*, 12, 1-20.
- Grau, O. (2003). *Virtual Art: From Illusion to Immersion*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Gutierrez, C. (2006). "Du spectateur à l'interacteur?" *Médiamorphoses*, 18, 68-73.
- Hassoun, D. (2014). "Tracing Attention: Toward an Analysis of Simultaneous Media Use". *Television & New Media*, 15 (4), 271-288.
- Jeong, S.-H. (2013). *Cinematic Interfaces: Film Theory After New Media*. London and New York: Routledge.
- Larson, E. (2013). "This is the Future of Book Making". *Mashable* July 3. <http://mashable.com/2013/07/03/book-marketing-loud-evolution/>.
- Lookadoo, K. L. and Dickinson, T. M. (2015). "Who Killed @TheLauraPalmer? Twitter as a Performance Space for *Twin Peaks* Fan Fiction". En Slade, A. F., Narro, A. J. & Givens-Carroll, D. (eds), *Television, Social Media, and Fan Culture* (pp. 337-351). Lanham, Maryland: Lexington Books.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- McClellan, A. (2013). "A Case of Identity: Role Playing, Social Media and BBC Sherlock". *The Journal of Fandom Studies* 1 (2), 139-157.
- Murray, J. (1997). *Hamlet on the Holodeck: The Future of Narrative in Cyberspace*, New York: The Free Press.
- Ndalianis, A. (2012). *The Horror Sensorium: Media and the Senses*. Jefferson: McFarland & Company.
- Palmer, C. & Petroski, A. (2016). *Alternate Reality Games. Gamification for Performance*. Boca Raton: CRC Press.
- Ryan, M.-L. (2001). *Narrative as Virtual Reality: Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- Therrien, C. (2013). "Immersion". En Wolf, M. J. P. & Perron, B. (eds), *The Routledge Companion to Video Game Studies* (pp. 451-458). New York: Routledge.
- Turtle, S. (1995). *Life on Screen*. Cambridge: The MIT Press.
- Wood, M. M. and Baughman, L. (2012). "Glee Fandom and Twitter: Something New, or More of the Same Old Thing?". *Communication Studies* 63 (3), 328-344.