

~~~~~  
論 説  
~~~~~

国フェスの今日の特徴 エスノグラフィックなフィールド調査からの分析

猿 橋 順 子*

1. はじめに

外国名を冠したお祭り, 外国をテーマにしたフェスティバルは世界中で開催されている。

祭りというものは, 元来, 共同体の中で生まれ, 土着に育まれていくものである。それが人とコミュニティを結びつける上で, いかに大事なものであるかは, 外来の祭りが人の移動と共に持ち込まれることから窺える。たとえば, 日本に中国から人が移住し, 集住地域が形成されれば, その中で彼らの祭りが祝われるようになる (cf. 尾上, 1983; 張, 2003)。当初は中国出身者にとっての催しだったものが, 異国情緒に加え, 祭りが持つ開放感も手伝って, 徐々に近隣の人々も参加するようになる。かつて長崎新地中華街で中国人コミュニティによって祝われていた春節祭りは, 今は長崎ランタンフェスティバルとして県内外から多くの観光客を集めている (Wang, 2003)。このような実践では, 元々中国で培われた祝祭が, 別の土地に「移植」された時にどのような変容や維持が見られるのかという側面に加え, 祭りの場におけるホスト-ゲスト関係の逆転という現象が認められ興味深い。

通常, こうした祭りは, それぞれの地域で使われてきた祭りの名称がそのまま用いられる。春節祭 (中国), ソンクラーン (タイ), ダジャン (ミャンマー)

* 青山学院大学国際政治経済学部教授

などである。

一方、タイフェスティバルやアイルランドフェスティバルのように、国名を冠したお祭り（以下、国フェスと呼ぶ）は、移民コミュニティで培われてきた祭り（以下、移民の祭りと呼ぶ）とは異なる諸相を持つ。移民の祭りは、移民一世が中心になって彼らが経験として持っている実践を持ち込み、新しい土地で再現を試みたものである（飯田，2002）。一方で、国フェスは、「国家」を掲げ、そこに関連する事物を寄せ集める営みとなる¹⁾。結果的には、それぞれの土地に土着の祭り、あるいはその一部もそこで再現されたり、既存の移民の祭りが合流したり、融合したりすることもある²⁾。そのため国フェスと移民の祭りの境界が曖昧になっている事例も認められる（猿橋 2016）。しかし、両者の形成のプロセスは大別しうることを確認しておきたい。

移民の祭りについては移民コミュニティを対象とした研究に付随して調査研究が蓄積されてきた（cf. 飯田，2002；尾上，1983；張，2003）。対して、国フェスという催しは比較的新しい実践であるため、研究も端緒についたところである。後に詳述するが、国フェスには、ソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下、SNS とする）との連動をはじめ、いくつかの今日的な特徴が認められる。翻ると、今日の特徴が国フェスという営みを可能にしているとも言える。そこで、本論ではエスノグラフィックなフィールドワークを通して、国フェスを横断的に見た際に浮かび上がる、今日の特徴を検討することを目的とする。さらに、国フェスという実践、現象を通して、どのような研究課題への取り組み

1) 政府主導の国家ブランド化（nation branding, Anholt 2007; Aronczyk, 2008）やソフトパワー（Nye, 2004）との関連も密接である。国フェスの研究は、国家のソフトパワー戦略の観点から見ていくことも可能だが、現場の実践はソフトパワーの枠組みだけでは説明できない力動が認められる。本論では、こうした背景も確認した上で、フェス場で実際に起きている出来事に注目し、そこで生まれる相互作用に接近するというアプローチを採用する。フィールドワーク調査から得られた知見に基づき、考察および結論で、国家ブランド化との関連についても言及する。

2) たとえば、アイ・ラブ・アイルランド・フェスティバル（於：代々木公園）とセント・パトリックス・デイ・パレード（於：表参道）が同日開催で、両者が相互参照的に発展していく過程が見られる。また、世界各地の日本祭りに盆踊りが盛り込まれている。一例として、Melbourne Japanese Summer Festival (2018) などがある。

国フェスの今日的特徴

みが可能になるかを論じていくこととする。

2. 調査方法

首都圏で開催される国フェスでエスノグラフィックなフィールドワーク（佐藤，2006）を実施した。事前に国フェスの公式ホームページ，公式 SNS，プレスリリース，アーカイブ等を通読した。フィールドワークは実行委員会に，一般参加者に許されている範囲で写真・動画の撮影，非公式な聞き取り，観察，配布物の収集などを実施したいと申し出て行った。実行委員会からの要請で報道関係者が付帯するプレス証をつけての調査となることもあった。参与観察，聞き取り等で得られた情報はフィールドノーツにまとめた。

表 1: 調査地一覧

	フェスティバル名	開催日／調査日	場所
1	第 7 回日韓交流おまつり	2015 年 9 月 26 日， 27 日	日比谷公園
2	第 3 回ミャンマー祭り 第 4 回ミャンマー祭り	2015 年 11 月 28 日， 29 日 2016 年 11 月 26 日， 27 日	増上寺
3	第 2 回カンボジアフェスティバル 第 3 回カンボジアフェスティバル	2016 年 5 月 7 日， 8 日 2017 年 5 月 3 日， 4 日	代々木公園
4	第 8 回ベトナムフェスティバル 第 9 回ベトナムフェスティバル 第 10 回ベトナムフェスティバル	2016 年 6 月 11 日， 12 日 2017 年 6 月 10 日， 11 日 2018 年 5 月 19 日， 20 日	代々木公園
5	第 3 回コートジボワール日本友好 Day アフリカンフェスティバル	2016 年 6 月 25 日， 26 日	代々木公園
6	第 11 回ブラジルフェスティバル	2016 年 7 月 16 日， 17 日	代々木公園
7	(第 1 回) 台湾フェスティバル 第 2 回台湾フェスティバル	2016 年 7 月 30 日， 31 日 2017 年 7 月 29 日， 30 日	代々木公園
8	One Love Jamaica Festival (2004～)	2016 年 8 月 6 日， 7 日	日比谷公園
9	(第 1 回) アラビアンフェスティバル	2016 年 9 月 10 日， 11 日	代々木公園
10	第 24 回ナマステインディア	2016 年 9 月 24 日， 25 日	代々木公園
11	第 14 回ディワリインヨコハマ	2016 年 10 月 15 日， 16 日	山下公園

12	第2回ベトナムフェスタ in 神奈川	2016年10月29日, 30日	神奈川県庁
13	東京クリスマスマーケット2016(ドイツ)	2016年12月16日~25日 調査日: 12月23日	日比谷公園
14	アイラブアイルランドフェスティバル(2014~)	2017年3月18日, 19日 2018年3月17日, 18日	代々木公園
15	第7回ラオスフェスティバル	2017年5月27日, 28日	代々木公園
16	美味しいペルー	2017年7月29日, 30日	代々木公園

上記の一覧のとおり、調査は16種類の国フェスで22回にわたって実施した。このなかには、台湾フェスティバルやアフリカフェスティバルのように、国名ではなく一国内の地域や、国家を超えた広範な地域名を冠したフェスティバルも含まれている。国家との関連を論じる上では、これらの事例は区別すべきであると考えるが、本稿で抽出された特徴をめぐっては、これらの事例に特段の独自性は見出されなかった。そこで、本論では地域名を冠したフェスについても、国フェスに含めて議論を進めることとする。

3. 国フェスの今日の特徴

フィールド調査から、以下の点が導出された。第一に、国フェスは並列した同時進行の活動に分節化された構造を持っており、テーマ性を持った催しの総称としてまとめつつある広義のフェス文化の下位類型として分類可能なこと。第二に、そのような構造を支えるものとしてデジタルメディアの存在があること。第三に、デジタルメディアを駆使することで、個人は分節化されたフェス場に、各自でアレンジした自由な参加が可能となっていること、である。以下に、それぞれの特徴について、音楽フェスを対象とした研究からの知見なども参照しながら考察していくこととする。そして、デジタルメディアの存在によって調整される個別性と全体性の観点から、国フェスの構造を描出することを試みる。

3.1 グローバル・フェス文化の下位類型としての国フェス

代々木公園や日比谷公園といった、都心の大型公園の広場では、週末になると国名を冠したお祭りが開催される。それらの国名を列挙すると、アイルランド、インド、韓国、カンボジア、タイ、中国、ドイツ、ブラジル、ベトナム、ペルー、ラオスなどであり、必ずしも在日外国人比率や地理的な隣接関係と連動しているわけではないことが確認できる。これらのイベントに足を運ぶと、時期は違えども、同じ物理的空間を使用することも手伝って、互いによく似た実践という印象を抱く。

互いに似通った特徴として、① 舞台を活用した音楽、舞踊、トークショーのような実演があり、それらは事前に設計されたタイムテーブルに沿って行われること、② 緩やかに仕切られた空間に、飲食、物販、ゲームなどの出店があり、それぞれの領域はまとまりをもって配置されていること、③ イベント全体の調整を実行委員会が担っていること。ただし、彼らの存在は必ずしも顕著ではなく、裏方として円滑なイベントの実施を支えていること、などが挙げられる。

こうした特徴は、既存の縁日、文化祭、博覧会、競技会、市場などにも共通しているように思える。そのため、フェスの数が増えているように見えるのは、様々な場での各種の催しが「フェス」と称されることが多くなったからだとも考えられる。ロックフェスティバルを調査した永井(2016)は、かつての「野外コンサート、ホールやライブハウスでのコンサートやライブ」と音楽フェストを「分かつ最大のポイント」として、フェス空間が「いくつかのサブ空間(ステージやフードコートなど)に分節化されており、複数の出来事が同時に起こっている」ことにあるとしている(永井, 2016, p. 21)。このフェス場の描出は、国フェスのみならず、フードフェスティバル、ダンスフェスティバルなど、およそ「フェス」と称されるあらゆる営みに通じる特徴と言えるだろう。

こうして見ると、以前からあった公共空間を活用して行われる催しも含みながら、テーマ性が前景化されて拡張しているのが「フェス」と言えよう。ここでは、「フェス」という新しい括りや営みについての共通認識や行動規範というものが見えていく過程も見ることができる。この点において、フェスは縁

日、文化祭、祭りなどとは一線を画す。すなわち、フェスが従来からあるものとは別の文化的営為として共有されていく途上にあるということである。

このような傾向は、日本だけではなく、世界各地で同時に起こっており、グローバル文化の形成過程のひとつと言っても過言ではない (cf. Bennett, Taylor & Woodward, 2014)。地理的にも歴史的にも接点のない国フェス同士が、相互に類似して見えるのは、同じフェスとしてのフェス間の相互参照、トランスナショナルに広がる国家のブランド化 (Aronczyk & Craig, 2012) の相互参照³⁾が同時進行で行われ、模倣と差別化を繰り返しているからと考えられる。国フェスは、構築途上のグローバル・フェス文化のサブカテゴリー (下位類型) として、他のフェスおよび他国の国フェスとの共通点と独自性を模索する過程の中にあると言えよう。

3.2 デジタル・フェス場と物理的フェス場

空間が分節化されながら、ひとつの催しとしてのまとまりを維持できること、それも日常的な共同体がないままに特定の週末だけ突如として営みを凝集させることができる背景には、デジタルメディアの存在がある。本節では国フェスにおけるデジタルメディアの役割を、音楽フェス研究からの知見を参照しながら見ていきたい。

3.2.1 音楽フェスとデジタルメディア

日本において「フェス」と略称される音楽祭の流行は2000年前後から始まったという (永井, 2016)。伝統的な祭りの社会的機能が、共同体の確認や集団への帰属意識の滋養、成員間の結束の強化であったならば、昨今流行しているフェスティバルの有り様を見ることは、現在の共同体の有り様を見ることと同義となる。

3) 国際観光領域でも「辺境性」という価値の普遍化という現象が報告されている (Pietikainen & Kelly-Holmes, 2011)。全く違う土地の何の接点も持たない文化的産物が同じ価値付けで観光資源となる過程も、グローバルに共有される文化の一端と言えるだろう。

国フェスの今日の特徴

ロックフェスをはじめ、音楽フェスが若者を惹き付ける要因として、永井(2016)は、事前に提供されるプログラムに始まり、フェスが開催されている時間さえも SNS を介して、「個人がそれぞれに自分なりの仕方です『いま → ここ』を編み上げていく」(p. 29) ところにあるという。つまり、フェスに参加するといっても、参加者が同じものを見て、同じ音楽を聞くのではない。「自己決定のもと次々と、しかもかなりの頻度と速度でサブ空間とそこにいる小集団へのコミットと離脱を繰り返す」(永井, 2016, p. 23), 自由な参加の有り様が探究される。それでいて全体としてはフェスに参加したという緩やかな一体感が共有されるという。

3.2.2 国フェスとデジタルメディア

共同体とは切り離されたフェス場の形成、サブ空間への分節化という構造、それを可能にするデジタルメディアの活用は、国フェスにも共通している。特に国フェスは、地理的に遠く離れている国を、特定の週末に集約的に持ち込もうとする営みであるが故に、デジタルメディアの果たす役割は大きい。

多くの国フェスはインターネット上のプラットフォームとして、公式サイトと Twitter, Facebook 等の SNS を併用している。両者は連動しながら異なる役割を担っている。それぞれについて見ていく。

① 国フェス公式サイトへの運用

筆者が調査を実施したすべての国フェスが公式サイトを運用していた。公式サイトは次のフェス開催の決定、具体的には開催日程の決定をもって更新される。代表者や実行委員長による趣旨説明が掲示され、続いて出店者、出演者、ボランティア、協賛企業の公募が行われる。さらに、出店者・出演者の一覧、協賛企業のロゴ、マップ、ステージプログラムなどが順次掲載されていく。

こうしたフェス当日までの準備に加え、近年ではフェス当日にクライマックスやフィナーレを迎えるようなプログラムが組み込まれるようになっている。たとえば、写真コンテストやミスコンテスト、スピーチコンテストなどは公式

サイト上で募集要項が示され、応募、審査を経る。入選者には事前に連絡が行き、フェス当日には最終選考や表彰式が行われるといった具合である。このように、デジタルメディア上ですでにフェスティバルは始まっているのである。

デジタルメディア上で展開されるこれらのプログラムは、国フェスならではの特徴を帯びる。写真コンテストは、フェスが掲げる国が被写体として指定される。実行委員会には彼の地において撮影された写真が数多く寄せられることになる。それらの写真がフェス当日、会場の一角に写真展として飾られることで、その国を一時的に他国の一公園に凝集的に持ち込むという演出がなされる。入選した写真は、一段と目立つ場所に掲示されるため、来場者に広くその国のイメージを印象づけるという側面も忘れてはならない。

同様に、ミスコンテストでは民族衣装の着用が促される。予選通過者の写真は公式ホームページに掲載され、閲覧者は色とりどりの民族衣装を目にすることになる。優勝者の発表はフェス当日に設定されており、フェス場でも民族衣装を伝統的に、あるいは現代的に、代表的に、あるいは個性的に着飾った女性達の姿が際立つ⁴⁾。

スピーチコンテストでは、互いの言語を学んだ人々の視点から、異文化と自文化の発見が主題となる。日本で開催される国フェスでは、フェスが掲げる国の言語でのスピーチではなく、日本語を勉強しているその国の出身者による日本語でのスピーチに偏る傾向がある。表彰を受けて壇上から披露されるスピーチには、語り手がその国に生まれ育つなかで、いかに日本や日本文化と出会い、翻って母国をどう見ているかといった異文化の発見や、二国間親善、異文化交流の理想型などが含まれる。内容的には、その国の人から見た日本とは言え、日本がどういう国かという内容に偏る場合もある。同時に、別の言語を母語とする人の特有のアクセントを伴った日本語のスピーチが、異国情緒的な印象を聞き手に与えることも、こうしたスピーチコンテストによって表現されるもの(持ち込まれる外来性)の一部となっていると言えよう。

4) こうした実践についてはジェンダーバイアスの再生産の観点から批判的考察を行う余地があることを付記しておく。

国フェスの今日的特徴

このように、公式ホームページの存在は、実際のフェス場に先駆けて、補足的に存在しているというよりも、デジタルメディアの場ですでにフェスティバルは始まっていると言えよう。デジタル場での相互作用は、実際のフェス場にかなり文脈化されている。対象とする国の何が日本の一公園に持ち込まれるかは、この文脈化の過程の中で吟味され、調整されているのである。

フェス終了後、実際のフェス場で起きた出来事の記録は、出来事の描写や来客数などのデータ、そして主に画像や動画で記録され、公式ホームページに掲載される。そして冒頭のあいさつを述べた代表者や実行委員会の長による謝辞によって締めくくられる。冒頭のあいさつから、終了のあいさつまでの一連の記事は、その年の国フェスの記録としてアーカイブ化され⁵⁾、その一部が翌年の広報等に活用されることで、その国フェス文化としてのまとまりが形成されていく。

② SNS と国フェス

計画的、調整的に文脈化される公式ホームページに対して、個々のやりとりを基盤に柔軟に活用されるのが、Facebook や Twitter などの SNS である。入場者に制約がある音楽フェスと異なり、出入りが自由な都心の公園では、たまたま近くにいる人々を誘い入れる役割も期待される。ステージに立つ司会者や会場を巡回する運営者が、参加者に、SNS を介して当該の国フェスの存在を広く知らせるよう促す光景はよく見られる。

SNS には、情報を拡散する機能もあるが、相互に係わりのない参加を実現する上でも機能している。出演するアーティストや店舗が SNS を日常的に活用している場合、それらの誘致によって集まる人々もいる。そのような場合、も

5) 過去のフェス記録のアーカイブ化は、祭りが志向する「周期性」にもつながる(飯田, 2002; 猿橋, 2016)。アーカイブ化をしていない国フェスとして、ワン・ラブ・ジャマイカ・フェスティバルがあるが、このフェスはジャマイカの国に関連する食や工芸品も紹介しているが、レゲエ音楽の祭典という色彩が強い。過去の記録の蓄積にこだわらないという点は音楽フェスに共通して見られ、この点は音楽フェスと国フェスを分ける特徴でもあると言えそうである。

はやフェスティバルが掲げている国は、参加者にとってあまり意味を持たないということもある。ギネスビールを愛好する人がアイルランドを意識しているとは限らず、キックボクシングファンがタイに等しく愛着を持っているとは限らないからである。

その結果、国フェス全体が持つ趣旨や目的とは関係なく、特定のプログラムにだけ深く関与する人も出てくる。音楽フェスが、個々にカスタマイズされた参加をしながら、全体としてフェスに参加したという一体感を作り出すのに比べ、国フェスは、参加者ひとりひとりの関心に応じた、個人化された自由な参加は認められるものの、全体性への一体感は、緩やかなものであれ、いつも認められるとは限らない。こうした参加形態を可能にしているのが、デジタルメディアの中でも特に、SNSによるものと考えられる。

3.2.3 デジタル・フェス場の存在

国フェスにおけるデジタルメディアの活用は、以下の三点にまとめられる。第一に、他のフェス同様、国フェスにおいても、デジタルメディアが不可欠な役割を果たしているということである。デジタルメディアは国フェスの補足的な役割を担っているのではなく、デジタル・フェス場として実在しており、具体的なフェス場に密接に文脈化されている。デジタルメディアによって成立するという意味において国フェスは、フェス文化の下位領域に類するものであることが確認される。

第二に、デジタルメディアの特性と国フェスの特性が交錯するところに実践が生まれる。写真展やミスコンテストが定番のプログラムとして横断的に見られるのは、偶然の産物でも一時的な流行でもない。写真展については、物理的に離れた場所を対象とした祝祭であることが、写真という媒体を用いて彼の地を持ち込むことを可能にする。ミスコンテストは民族衣装への認知を高め、注

6) 移民の祭りからの事例であるが、Mitra (2016) は、アメリカにおけるインドの祭りを通して、在米インド人コミュニティにとって民族衣装の社会的意味付けに変化がもたらされていると指摘している。

目を集めることができる⁶⁾。デジタル・フェス場を通じて募集、審査された写真や人物が物理的なフェス場で表彰式等を通して称揚されることで、参加者はその国と、その国の文化的価値を強く印象づけられることになる。

第三に、デジタルメディアによって個人はそれぞれ独自にアレンジした参加のあり方を選択することができる。この点は、音楽フェスからの知見に合致する。しかし、個々の参加形態を作り上げることはしていても、それが全体的な参加意識につながっているかと言えば、後者については必ずしもそうとは言えなさそうである。特定の団体への帰属意識を持っているだけで、国フェスという共同体への参加は希薄なままに終えている人も決して少数派ではなさそうである。そもそも都会の公園で入退場が制限されていないこれらのフェスティバルは、通りすがりに参加する人も少なくない。そのため全体性という意味では、事前にチケットを購入して参加する音楽フェスとは事情が異なる。フェス場内での実践に深い関与をしてもフェスへの帰属意識を育まない人々の存在については、国フェスに見られる独自性のひとつとして、今後も引き続き見ていく必要があるだろう。

3.3 個別性と全体性

前節で、デジタルメディア、特に SNS により、国フェスに個人的で自由な参加が可能になっている様を確認した。これは国フェスに限らず、フェス文化全体に共通する諸相である。一方で、個々の参加が、特定のフェスに参加したという全体的な参加体験につながっているかについては、国フェスではそうした全体性への回収は弱い場合もあることも指摘した。たとえば、ある特定の料理、工芸、踊り、楽器に打ち込んでいたとしても、その文化を生み出した国や地域に対して愛着をもっているかは別問題である。ジャマイカに行ったことはないがレゲエ音楽が好きだという人はいるし、ベトナムへの愛着なしにベトナム刺繍の技術を求める人、アルゼンチンを知らずにタンゴに打ち込む人の存在は奇異ではない。

この、関連する「愛好家」を緩やかに集めるという国フェスの発想、試みこ

そが今日の特徴のひとつと言えそうである。従来の移民の祭りは、移民一世が持ち込み、二世以降が存続させてきたものである。そこではルーツが重要な意味を持っていた。参加者をウチとソト（内集団とよそ者）に分ける指標としてもルーツが問題とされた。一方で、都会の大型公園を会場に、実行委員会によって予め示される規約事項を逸脱しなければ、どのような人、団体、組織でも参加が促される国フェスでは、もはやルーツは必須事項ではない。フェスが掲げる対象（国）と直接、間接に係わっていれば、場合によっては中心的な参加も可能となる。

その係わり方は愛着や経験、交友関係と極めて広いものが含まれる。そして、個人は関連性の強弱を表明することで、フェスへの関与度もある程度自由に調整することが可能なのである。これはポジショニング理論（Harré & Moghadam, 2003）においてすでに指摘されていることの、具体的な社会的実践の一例と見ることができる。人は自分自身も含め、国や国に関連するあらゆる事物をディスコースとして位置づけていくことで、目の前のコミュニティへの帰属も離脱も調整と交渉が可能となるのである。場合によっては国フェスとの係わりを一切考慮せずに、自身が所属する小集団への帰属を根拠に、フェス場で活躍することさえも可能にさせるのである。

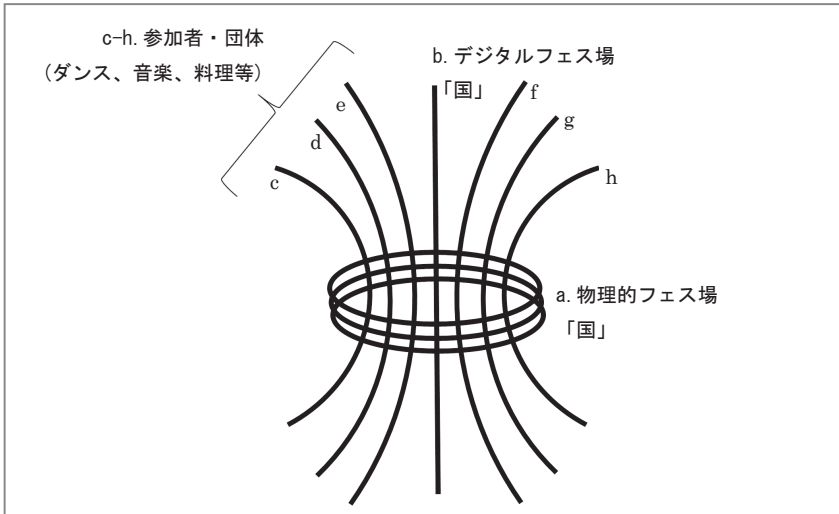
上記に述べた参加の構図を概念図化したものが図1である。

物理的なフェス場は水平方向の循環系で描かれる（図中 a）。その中に、フェスティバルが対象とする国に関連する様々な営みが集められる。それぞれの活動は縦の循環系で示した（図中 c-h）。こうした活動に携わる人々は、当該「国」との関係が見出されれば参加を申し込んだり、関係を見出されて参加を依頼されたりする。そうした交渉や調整を経て、物理的なフェス場に日常的には係わりのない諸活動を担う人々や団体が集約される。物理的なフェス場は週末の数日に限定されているが（図中 a）、国フェスも年間を通して活動を展開する。その一部がデジタル・フェス場ということになる（図中 b）。

図中には、b の循環系と c-h の循環系の交錯は描いていないが、デジタル・フェス場は日常的に、その国に関連する諸活動の情報プラットフォームとして

国フェスの今日的特徴

図 1: 国フェス参加の概念図



の機能も担いはじめる。それを主に担うのは公式ホームページよりも、Facebook などの SNS となる。過去に国フェスに参加した組織や団体、これから参加する予定のレストランなどについて情報を集約し、提供することで、物理的なフェス場に向けての文脈化を試みる。こうした相互作用が綿密となれば、物理的なフェス場の一体感や団結力は強まるし、希薄であればフェス場は開放的な空間となる。こうした濃淡や、どの活動との相互作用が密だったかといった比重が、当該の国フェスの文化として蓄積されていくと考えられる。こうした構造を支えているのが、デジタルメディアの存在と言えるだろう。

フェス場が一体感を帯びたものとなるか、誰もが帰属意識を持たずに自由に参加できる開放的なものとなるかはバランスの問題でもある。あまり結束力が高いと、新規参加者や通りすがりに参加した人にとっては疎外感を感じさせる場になる。あまり自由度が高くと、全く当該国と関係のない活動が展開される余地が増え、何の催しなのかが曖昧となる。

どのような活動との接点を強めていくのかといった課題も重要となる。国フェ

スにはその国から連想されるモノや発想、実演が持ち込まれる。持ち込まれるものは国家イメージに依存しているし、貢献もする。この点において、国家のブランド化戦略やソフトパワー戦略と直接・間接の影響を持つ（Anholt 2007; Aronczyk, 2008）。加えて、フェスティバルという場が持つ祝祭の含意が手伝って、持ち込まれるモノや発想には国家を代表するだけではなく、明るさや豊かさを内包したものに偏る傾向を持つ。美味しい食べ物や、精密な工芸品、洗練された服飾、人気のある楽曲、卓越した技能などである。

特定の国家について連想されるものは正のものばかりとは限らず、負のものもある。紛争や政治家の汚職、人権侵害、貧困、不衛生、災害、性差別や民族差別、格差の問題などである。これらはフェスティバルという文脈に沿わないため、通常、国フェスに持ち込まれにくいと考えられるが、一定のディスコース戦略を取ることで参加が可能になる。貧困や医療・衛生、教育の普及などについてはチャリティーという形を取ることでフェス場への持ち込みが可能になる。

NGOやNPOが集まるグローバル・フェスタや、性的少数者への理解を訴えるレインボープライドのような場では、国内外で社会問題に取り組む人々と諸団体が集う場所となる。しかし、国という共通項だけを掲げる国フェスでは、相矛盾する活動が同じ場所に持ち込まれることがあり得る。

たとえば、同じ国の中で、医療の届かない無医村への支援を訴える団体と、高級リゾート地への観光誘致を誘う企業とがブースの軒を連ねるといった事が起こり得る。もちろん、隣同士にならないような配慮はなされるかもしれないが、フェス場はそれぞれのディスコースが同一空間を行き交う場となる。言い換えれば、ハレとケのディスコースが共存する場となる（猿橋・岡部 2017）。同時に、この共存を可能にしているのも、図1に示した国フェスが持つ構造によって説明が可能となる。

同じ空間に共存しながら、決して相互作用しないディスコース。フェス場はそれを可能にする。しかし、共存は可視である。そのため、国フェスの実行委員会によって取り込まれたり、参照されたりするディスコースがどちらかに傾

国フェスの今日の特徴

いた場合、そこから除外されたディスコースの産出者は「場違い」であることを感じて撤退していく可能性がある。運営母体によるディスコース実践には、多様なディスコースに対して等しい距離を保ち続けることも、フェスの持続的発展に必要とされるのではない。

このように国フェスは、音楽フェスなどとフェス文化の装置を共有しながらも、帰属感や結束感という面では異なる力動が働いているであろうことを確認した。音楽フェスが若者の共同体帰属の有り様を映す鏡となるならば、国フェスは国家や二国間関係、移民コミュニティに対する若者の共同体意識の有り様を映すとも考えられる。その力動を同定していくためには、様々な参加のあり方と、その参加場面の回収のされ方をディスコース分析などの手法で、さらに丹念に見ていく必要がある。すなわち、個々人やグループ単位の参加にどのような広がりが見られるのかということと、こうした参加者のどの部分が注目されたり、捨象されたりして、主催者の記録に残されていくかといった点の綿密な調査である。

4. おわりに 国フェスの研究課題

本論では、エスノグラフィックなフィールドワークを通して、国フェスという、公共空間を活用したテーマ性を持った、愛好家に訴求する催しに見る今日の特徴を抽出することに取り組んだ。音楽フェスを対象とした研究の知見を参照しながら、以下の特徴が見出された。第一に、フェス場は分節化されており、複数の活動が同時並行に展開されている。第二に、デジタルメディアの存在によって、日常的な共同体が不在なままに、国フェスという凝集的な営みが可能となっている。公式ホームページや SNS によるデジタル・フェス場は、実際のフェスの補足的な役割ではなく、実在的なフェス場として機能している。第三に、これまで述べたような特徴を帯びる国フェスは、より広義のフェス文化、ひいてはグローバル・フェス文化の下位領域として位置づけられる。

国フェス特有と考えられる特徴も見出された。複数の出来事が同時進行で起こるフェスでは、個人はデジタルメディアを活用して、個人的で自由な参加の

あり方をアレンジすることができる。音楽フェスでは、そのような個人的な参加形態を持ちながらも全体として「フェスに参加した」という緩やかな共通体験の感覚を持つという。しかし、国フェスでは必ずしも、共通体験の感覚は共有されていない場面があることを指摘した。これは国フェスのテーマ性が「国」であることとの関連を考察した。この点が、今後の研究課題として更に探求すべき根拠を二つの観点から考察しておきたい。

第一に、ソフトパワーとの関連である。これまで、国フェスにつながるような国際的な催しの研究は、ソフトパワーや国家のブランド化の観点からも取り組まれてきた。ソフトパワーの社会的実践の具体例として国フェスを見る視座も可能である。しかし、本論では、そのようなアプローチは取らず、公園という空間において展開される国フェスの実践にエスノグラフィックに接近することを試みた。そこで見出された、「国」というテーマに必ずしも回収されない諸活動の存在は、翻ってソフトパワーや国家のブランド化にとってどのような意味を持つのかといった研究課題にも示唆を与えるところになるだろう。加えて、国家ブランド化はトランスナショナルに拡張しているとの指摘もあり、国フェスをグローバル・フェス文化の一部として見る場合、トランスナショナルな国家ブランド化 (Aronczyk & Craig, 2012) との関係は見逃すことができない。国フェスは、国フェス同士の相互参照と、グローバルに広がる国家ブランド化の相互参照をしながら、実践が蓄積されていくことが見込まれる。

第二に、都市文化の複雑系の研究に資する点である。これまで、場に注目した研究では、個々の営みのつながりに着目した手法が提案されてきた (cf. Scollon, 2001; Scollon & Scollon, 2004)。本論で見た事例には、同じ時空間に存在しながら、交わることのない営みやディスコースの存在を指摘した。複雑系の研究には、Scollon & Scollon (2004) をはじめ、記号論的な発想で、話し言葉と書き言葉、言語情報とデザインなど、異なるモードの関連を扱う研究法が様々に提案されている (e.g. Kress & Van Leeuwen, 2001)。移民の祭りでは、当該国の出身者およびその子孫であるというルーツが明白な参加の根拠となる。しかし、日常的な生活場から切り離された国フェスで参加の根拠となるのはルー

ッだけではない。愛着や経験、交友関係などを広く含んだ、テーマとの関連となる。個人は個々にアレンジした自由な参加が許されているが、参加の根拠や関与の強弱の指標となる語り（ディスコース）の産出も促される。国フェスの事例研究は、現代のグローバル社会におけるメッセージと行為の記号論的なつながりを探求する上でも、多くの示唆を与えるであろう事が予見される。

最後に、本論の限界を述べ、結びとする。本論で取り組んだ、エスノグラフィックなフィールドワークを用いて抽出した国フェスの特徴は、仮説として提案の範疇を出ない。フェス文化に共通している特徴として示した、同時進行で複数の催しが展開されているフェス場では、調査者も全容を把握することが不可能という限界と向き合わざるを得ない。調査中の「人々の自然な流れに乗る」という調査者自身の動きについても、その「自然な流れ」を作り出すものは何か、本当に「自然な流れ」と言ってよいものなのか、といった調査者自身の立ち位置、認識論を含めた省察が求められる。国フェスの研究には多くの可能性と課題があり、今後、継続的な事例研究の蓄積、精巧な実証研究を通して考察、検証していく余地が残されている。

【付記】本研究は JSPS 科研基盤 (C) の助成を受けた研究プロジェクト「多言語公共空間の形成とコミュニケーション秩序」(16K02698) の一部である。

引用文献

- Anholt, Simon (2007) *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Aronczyk, Melissa (2008) "Living the brand": Nationality, globality, and the identity strategies of nation branding consultants. *International Journal of Communication*, 2: 41-65.
- Aronczyk, Melissa & Ailsa Craig (2012) Introduction: cultures of circulation. *Poetics*, 40 (2): 93-100.
- Bennett, Andy, Jodie Taylor, & Ian Woodward (Eds.) (2014) *The Festivalization of Culture*. Oxon: Routledge.
- Harré Rom & Fathali Moghaddam (2003) *The Self and Others: Positioning Individuals and Groups in Personal, Political, and Cultural Contexts*. Westport, CT: Praeger Publishers.

- 飯田剛史 (2002) 『在日コリアンの宗教と祭り——民族と宗教の社会学——』世界思想社
- Kress, Gunther & Theo Van Leeuwen (2001) *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Hodder Education.
- Melbourne Japanese Summer Festival (2018) Bon Odori. Retrieved July 1, 2018 from <http://jajsm.org.au/fest/bon-odori/>
- Mitra, Semontee (2016) Merchandizing the sacred: Commodifying Hindu religion, gods/ goddesses, and festivals in the United States. *Journal of Media and Religion*. 15 (2): 113-121.
- 永井純一 (2016) 『ロックフェスの社会学——個人化社会における祝祭をめぐって——』ミネルヴァ書房.
- Nye, Joseph, S. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York, NY: Public Affairs.
- Pietikainen, Sari & Helen Kelly-Holmes (2011) The local political economy of languages in a sami tourism destination: Authenticity and mobility in the labelling of souvenirs. *Journal of Sociolinguistics*. 15(3): 323-346.
- 猿橋順子 (2016) 「移民コミュニティの祭りと「異国フェス」——聖なる対象としての民族・国家——」『青山国際政経論集』97: 59-78.
- 猿橋順子, 岡部大祐 (2017) 「国フェスに見るディスコースの共有と転換——ミャンマー祭りを事例として——」『多文化関係学』14: 3-21.
- 佐藤郁哉 (2006) 『フィールドワーク増訂版——書を持って街へ出よう——』新曜社
- Scollon, Ron (2001) *Mediated Discourse: The Nexus of Practice*. Oxon: Routledge.
- Scollon, Ron & Suzanne Wong Scollon (2004) *Nexus Analysis: Discourse and the Emerging Internet*. London: Routledge.
- 尾上兼英 (1983) 「日本の華僑社会における芸能の変容」山田信夫編『日本華僑と文化摩擦』pp. 369-398, 東京: 巖南堂書店.
- Wang, Wei. (2003) Revitalization of local community and ethnicity: Nagasaki's Lantern Festival among the immigrant Chinese. *International Journal of Japanese Sociology*. 12 (1): 17-32.
- 張玉玲 (2003) 「在日華僑の「中国文化」観と華僑文化の創出——横浜華僑による獅子舞の伝承形態から——」『国際開発研究フォーラム』23: 223-242.