

Sacred-Profane in Derivative Works of Anime-Manga-Games Characters: (1) Introduction

Djumali ALAM

This article is an introductory part of a religious studies analyzes “*kyarakatsu*” or “Characters Activities” (mean “derivative works of characters” or “series of actions toward the instantiation of characters”) in contemporary Japan.

The *kyarakatsu* (characters activities) can be defined as follows: The activities where the fans and audiences do not just enjoy watching, reading, playing or interacting passively with novels, stories, myths, films, *anime* (animations), *manga* (cartoons), games, dramas, live concerts, sports competitions, or cultural events, but more, some active efforts were conducted to construct closer relationship with the characters, it is resulting in some derivative characters that do not match the original characters.

In this introductory part, the following points regarding *kyarakatsu* are introduced with including visual descriptions.

- 1) The main genre of activities in *kyarakatsu*.
- 2) The general roots of the characters adopted in *kyarakatsu*.
- 3) Overview of *kyarakatsu* according to the above differences in roots.
- 4) Basic schemes and patterns of *kyarakatsu* when observing as religious phenomena (sacred-profane cycles).
- 5) Multi-layered structures of reality when observing the *kyarakatsu* as a medium (ritual) of the sacred-profane cycles (3D real world, 2.5D virtual world, 2D fictional world).
- 6) Representation of human nature when observing the *kyarakatsu* as a medium (ritual) of the sacred-profane cycles (person, persona, character).

Finally, as an anticipation of the theoretical part, which is planned as a sequel to this article, we will try to analyze the *kyarakatsu* hypothetically from the view of “idol” and “charisma”.

キャラクターの二次創作活動（キャラ活）の 宗教学的考察

～（1）概要編～

ジュマリ・アラム

1. キャラ活とは

「キャラクター(キャラ¹)」という概念をフィクションや物語の世界において用いられている一般的な意味、すなわち「人物像」または「人間性／人格のイメージ²」とした場合、キャラ活（「キャラクターの二次創作活動」または「キャラクターを実体化する活動」の略）とは、ひとまず次のように定義できる。「ファンやオーディエンス（アクター³）が、小説・物語・神話、映画、漫画、アニメ、ゲーム、演劇、ライブ・舞台、スポーツ大会・試合、文化的なイベントや催し等を、受動的に観たり読んだり遊んだり接したりして楽しむにとどまらず、登場人物・主人公・主役・担い手のキャラクター（元キャラ⁴）に対して抱く関心や憧れの延長線として、何らかの積極的な働きかけを行ない、その結果、元キャラとは一致しない何らかの二次的なキャラクター（実キャラ⁵）を生み出すこと」である。

キャラ活における積極的な働きかけは、次のようなジャンルに分けて見ることができる。

1. 接近／接触

・元キャラが登場する場（たとえばライブ・舞台、大会・試合、イベント、

¹ 「キャラ」は、本稿においては「キャラクター」の略語として用いており、個別的な意味やニュアンスを与えてはいない。

² この場合のイメージは、「モデル」「雛形／テンプレート」「図式／スキーマ」と言ってもよい。

³ アクター＝行為者、活動の主体／主人公。この場合はキャラ活を行う行為者のこと。宗教的行為全般では、儀礼に臨む／参加する／参列する人を指す。

⁴ 元キャラ＝キャラ活をはじめるときに、アクターが採用する既存のキャラクターのこと。キャラ活の中でアクターが扱うキャラクターのルーツとも言える。後述するように、こうしたキャラクターはフィクションの世界から生まれたものに限らず、実在する人間や社会的・文化的な役割・職業から発生する場合もある。

⁵ 実キャラ＝アクターが二次創作活動の中で独自に作り出すキャラクターのこと。キャラ活のプロダクトまたはアウトプットとも言える。

催し等)に積極的にアクセス・参加すること。この場合に結果として生み出される実キャラは、アクターが抱く独自のキャラクターのイメージをその場で元キャラに附与したものである。

- ・元キャラにまつわるシンボルや品々(グッズ)を収集したり身につけたり愛用したり身近に置いたりすること。この場合に結果として生み出される実キャラは、アクターが独自のキャラクターのイメージを附与したシンボルや品々である。

2. 実演／応用

- ・元キャラの外側と内側を実世界においてリアルに演じること。たとえば特別な儀礼やイベントの場で仮装やコスプレをすること。この場合に結果として生み出される実キャラは、仮装・コスプレ姿のアクター自身である。
- ・元キャラの外側と内側を実世界において自分なりに実践すること。たとえば日常生活において自分と元キャラをさり気なく重ね合わせる。この場合に結果として生み出される実キャラは、元キャラを自分なりに活かして演じるアクター自身である。

3. 創作／創造

- ・元キャラにまつわる言動や振る舞い、ストーリーやエピソード、視覚的・聴覚的なイメージを、独自の解釈・工夫を交えて構成し、諸媒体に公表すること。この場合に結果として生み出される実キャラは、諸媒体に登場するアクターの二次創作物である。
- ・元キャラにちなんだシンボルや品々(グッズ)を自作すること。この場合に結果として生み出される実キャラは、アクターが二次創作したシンボルや品々である。

ところでキャラ活における“原材料”である元キャラは、虚構の世界から現実の世界にまで及ぶ、多様な領域から提供されている。これを便宜上、以下三つの領域に分けて見ることにする。

A) フィクション

一般に普及している神話／物語／フィクション等における登場人物や主人公が元キャラとなる場合。小説・物語・神話、映画、漫画、アニメ、ゲームは、こうした元キャラになる可能性を大いに秘めている。

B) 社会文化

実世界における社会的・文化的制度の中で定着した役割や職業が元キャラとなる場合。ままごとによく登場する「お母さん」「お父さん」「お医者さん」「学校の先生」「警察官」などは、こうした元キャラの原型とも言える。

C) 個人

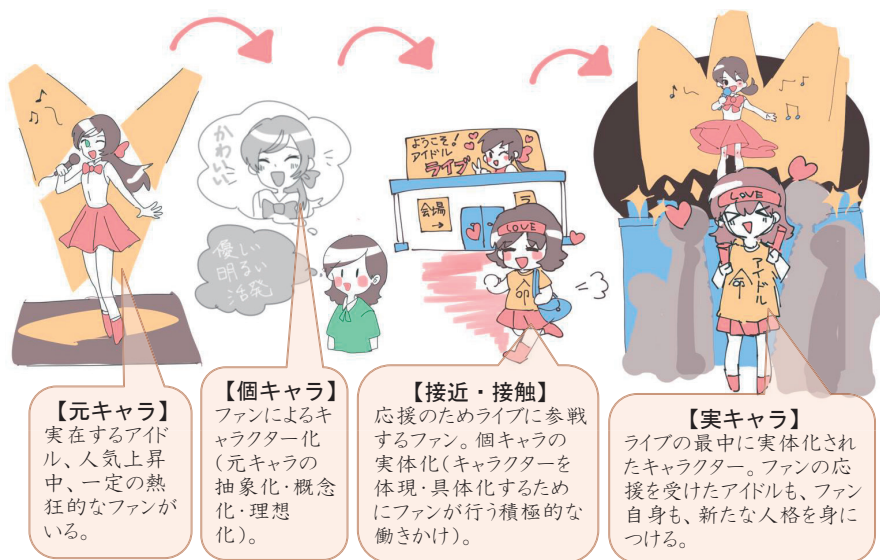
実在する特定の人間の人格的な特徴や個性が元キャラとなる場合。いわゆるヒーローやカリスマ的人物とされる、実在する人間の「人物像」または「人間性／人格のイメージ」のことを指す。たとえば古典芸能・ポップカルチャー・サブカルチャーの世界における役者／芸人／アーティスト／声優など、スポーツ界における選手、政界・財界における実力者・リーダーは、こうした元キャラに採用される可能性を大いに秘めている。

このように、元キャラ（ABC）に対して何らかの働きかけ（上記①②③）を行いながら、アクター自身の感性や趣向を盛り込んだ実キャラを二次創作的に生み出すことが、キャラ活である。しかしアクターは、元キャラ（ABC）に対する何らかの働きかけ（上記①②③）を行う前に、下準備的な操作を、必ずしも自覚的・意図的ではないにせよ、行うことになる。すなわち元キャラからキャラクター以外の要素を取り除き、キャラクター（人間性のモデル・雛形）の部分だけを抽出し、さらにアクター自らの感性や趣向を盛り込みやすくなるための、一連の操作である。いわば元キャラを抽象化・概念化・理想化する作業である。

元キャラが「C. 個人」（実在する特定の人間の人格的な特徴や個性）に由来する場合、キャラ活のアクターは、元の“所有者”である特定個人（生身の人間）からキャラクター（人間性のモデル・雛形）を切り離して抽象化・概念化・理想化する必要がある。そうすることによって同キャラクターは、特定個人の所有物・私物ではなくなり、また特定個人との独占的な結びつきも解体される。つまり、あたかも誰もが着用可能な仮面に一般化・公用化されるのである（図・1を参照）。たとえば現代日本の芸能界・タレントの世界において広く知られている「木村拓哉」（元キャラ）と「キムタク」（キャラクター）の関係が、おおよそこれに当たるものと見ることができる。こうした経緯によって図式化されるキャラクターのことを、本稿で「個キャラ」と呼ぶ（図・4を参照）。

次に、元キャラが「B. 社会文化」（社会的・文化的に定着した役割・職業）

《図・1》元キャラが「個人」の場合のキャラ活



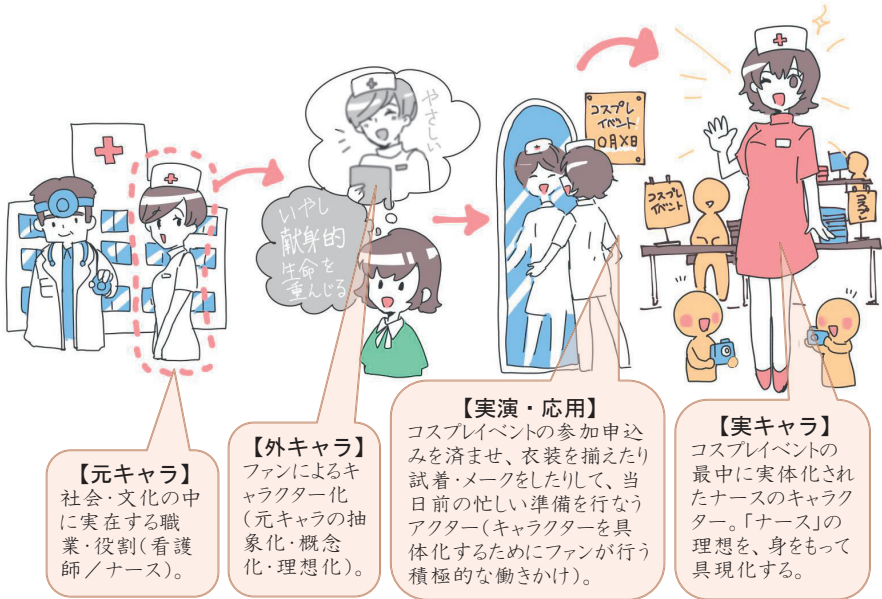
に由来する場合、キャラ活のアクターは、社会的・文化的な文脈（とりわけ現実世界において機能している価値観、環境、人間関係の体系）からキャラクター（人間性のモデル・雛形）を切り離して抽象化・概念化・理想化する必要がある。そうすることによって同キャラクターは、キャラ活のアクター自身も属する現実世界の規定性や人間関係・社会関係の束縛から解放され、既存の価値体系にとらわれない中立的な存在となり、ファンたちが同キャラクターに寄せたり見出したりするイメージが成立しやすくなるのである（図・2を参照）。ままと、仮装ごっこ、コスプレなどで、アクターが好んで泥棒や悪者に扮するとき、あるいはナース（看護師）を演じるとき、常にこうしたスピリチュアルな原理が背後で働いている。こうした経緯によって図式化されるキャラクターのことを、本稿で「外キャラ」と呼ぶ（図・4を参照）。

このように、元キャラが「個人」または「社会文化」の場合、アクターのキャラ活に共通することは、元キャラから「恣意的に際立った特徴を取捨選択する」という点であると言える。いわば良いとこ取りをすることが、この場合の主な下準備に当たる。

一方、元キャラが「A. フィクション」に由来する場合は、「B. 社会文化」または「C. 個人」の場合とは若干異なり、必ずしもキャラクターを元の担い

手や文脈から切りして抽象化・概念化・理想化することが求められるわけではない、と考えられるかもしれない。なぜならフィクションという世界が、多くの場合、すでに現実世界の文脈から切り離されたものであり、また登場人物もすでに抽象化・概念化・理想化されているからである。しかし実際はどうかというと、必ずしもそうではない。

《図・2》元キャラが「社会文化」の場合のキャラ活

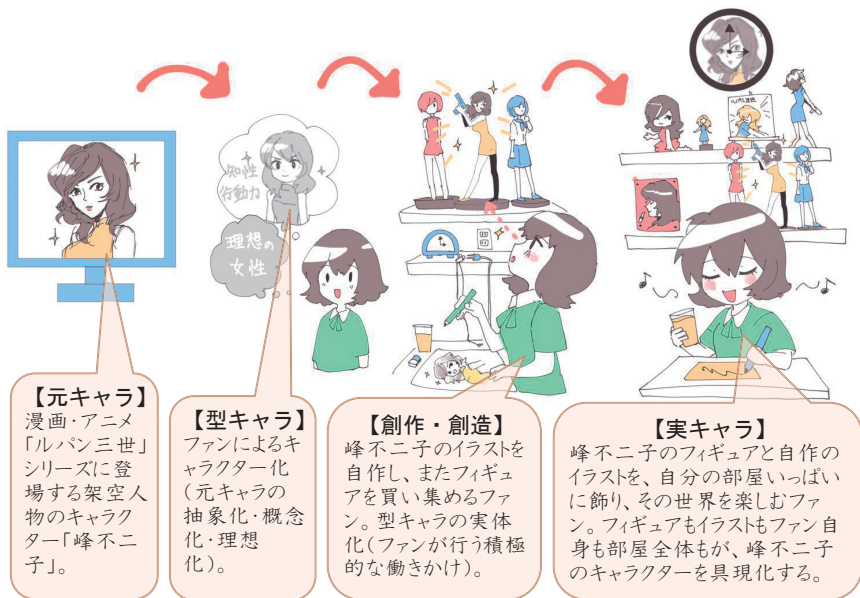


まず、フィクションが元キャラに採用されるというパターンは、現代日本の若者文化またはサブカルチャーの世界では、キャラ活の主流であると見てよいだろう。そしてこの場合の元キャラの媒体は、漫画・アニメ・ゲームの三大媒体である。注目すべきは、この三大媒体が世に送り出す諸キャラクターのうち、多くのファンに受容され、そしてキャラ活のアクターが元キャラとして採用するのは、「フラット(平面)キャラ⁶」寄りのものである。どうやらこの点に、キャ

⁶ 「フラットキャラ(平面キャラ)」と「ラウンドキャラ(立体キャラ)」については、Forster [1927:103-125] が称えた flat character と round character の概念と図式に基づく。フラットキャラ(平面キャラ)とは、人間性・人格(身体面and/or精神/感性/感情面)に関する、ごく限られた一面しか表していないキャラクターのこと。「人間性・人格の粹組みや雛形を表しているが、リアリティの乏しいキャラクター」というふうにも言え

ラ活のアクターが、元キャラの二次創作物を創り出す前に、下準備的な操作（抽象化・概念化・理想化）を行う、別の大きな理由が潜んでいるようだ。すなわちアクターが元キャラを元の居場所や文脈から引き抜きながら抽象化・概念化・理想化するのには、単に一般化・公用化したり中立化・価値自由化したりするためだけではない。元キャラがフラットキャラ寄りのフィクションの場合、もっと重要なことは、アクター自らの方法とコンテンツをもってキャラクターに個性を埋め込むための、あるいは生命（身体面と精神／感性／感情面）を吹き込んで実体化するための、準備作業である。すなわち、自分との相性の良さが確認でき、且つ自らの心・魂を部分的であれ注ぎ込むことができる、生命の器の探求と微調整をすることである。アクターは、三大媒体（漫画・アニメ・ゲーム）が提供する、膨大な数にのぼる元キャラから、自分にフィットする“仮面”（元キャラ）をあたかも試行錯誤で試着するかのよう探し当てようとするのだが、その過程がこの場合の下準備に当たる。この作業は、元キャラがフラットキャラ寄りだからこそできることである（図・3を参照）。

《図・3》元キャラが「フィクション」の場合キャラ活

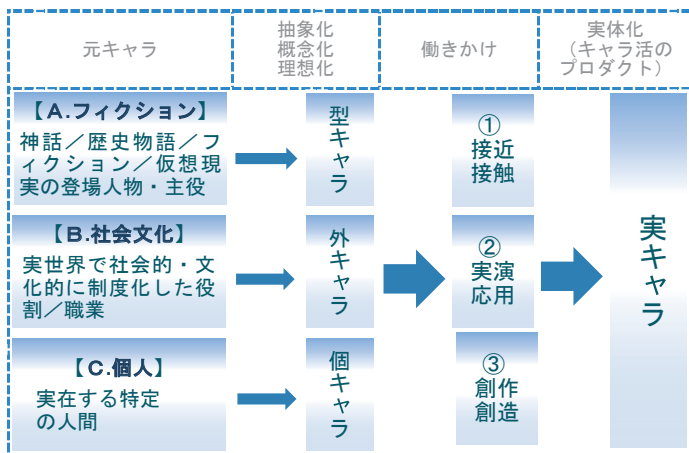


フィクションを手がかりにキャラ活を行うアクターは、元キャラが「個人」の場合のように、特定の人物（生身の人間）に魅せられるのではなく、また元キャラが「社会文化」の場合のように、特定の職業や役割に惹かれるのでもない。アクターの最大の関心事は自分自身が何者なのか（あるいは何者であるべきなのか）を知ることであり、フィクションから浮かび上がる元キャラがそうした切望を満たすための道標になる。こうした経緯によって図式化されるキャラクターのことを、本稿で「型キャラ」と呼ぶ（図・4を参照）。

なお、「自分にとって最適な人物像／人間性のイメージを見つけ出し、それをきっかけにして新たな自己（本当の自分）を表現したり人生を切り開いたりする」という意味で、キャラ活——特にフィクションを題材とするもの——は、「キャラ活」という略語の形態のみならず、その実体と原理も「就活」や「婚活」と相通ずるものがあると言えるのではないか。

ただし、フィクションから浮かび上がる元キャラは、ラウンドキャラ寄りのものも珍しくなく、「個人」や「社会文化」に由来する元キャラを題材とするキャラ

《図・4》キャラ活の過程



る。ラウンドキャラ（立体キャラ）とは、人間性・人格（身体面and/or精神／感性／感情面）に関する、十分詳細な内容（一人の人間が持つ多様な面、矛盾する面、一筋縄にはいかない面）を表しているキャラクターのこと。「人間性・人格の枠組み／雛形を表すだけでなく、ある程度リアリティを感じさせるキャラクター」というふうにも言える。一般的には、小説や演劇の場合、主人公はラウンドキャラ寄りに、脇役（引き立て役）はフラットキャラ寄りに描写されることが多い。

ラ活と、共通する原理がある。「個人」と共通するのは、束縛関係の解体である。すなわちキャラ活のアクターが元キャラを、生みの親である媒体（漫画・アニメ・ゲーム）の中の人物と切り離し、二次創作的に別人として活かすという場合である。「社会文化」と共通するのは、キャラ活のアクターが元キャラを、生みの親である媒体（漫画・アニメ・ゲーム）の世界／場／空気／価値体系／人間関係から切り離し、二次創作的に価値自由的・中立的な存在として活かすという場合である。

また、フィクションから展開するキャラ活は、元キャラがフラットキャラ寄りなのかラウンドキャラ寄りなのかによって、「キャラ活を行う満足感や達成感」にも、大きな違いがある。元キャラがフラットキャラ寄りの場合、アクターは比較的自由に表現力と想像力を活かして型キャラに個性を与えることで、あるいは生命（身体面と精神／感性／感情面）を吹き込んで育むことで、快感を覚える。つまり自らの手で平面的なキャラクターを立体的なキャラクターへと実体化することで感じる喜びである。一方、元キャラがラウンドキャラ寄りの場合、すでに完成品が目前に存在するので、アクターにしてみれば——物真似ではなくキャラ活をするのであれば——、別バージョンのラウンドキャラを創造するには大きなハードルがある。こうした視点から見ると、キャラ活をめぐる現代日本フィクションの三大媒体（漫画・アニメ・ゲーム）の登場人物に、フラットキャラ寄りが多いという点は、納得のいくものではないか。というのもキャラ活は、元キャラがフラットキャラ寄りであってこそ、アクターに、それを実体化する表現力・想像力を活かした活躍の場とチャンスが広く提供されるからである。したがってキャラ活という表現活動の観点から見れば、現代日本フィクションの世界は、キャラ活の温床になっていると言える。

2. 宗教とは

キャラ活の諸側面をさらに深く見る前に、そもそもキャラクターやキャラ活を宗教学的に考察するというのは、どんな風向きなのか、疑問視されるかもしれない。

宗教とは、「人間」と「存在の根源」（宇宙と生命の背後にある根源的な法則、力、秩序など）を結びつける、ひとまとまりの観念（多くは教義／信念として）と行為（多くは儀礼として）の体系である、とひとまず理解できる。宗教学的な用語に置き換えて言い直すと、「存在の根源」とは「聖なる次元」を指し、「人

間」とは「俗なる次元」を指す。したがって宗教とは、「聖と俗のつながり（または聖俗循環）に関するひとまとまりの教義と儀礼の体系」である、というふうに本稿では定義する。

宗教をこのような図式で捉えた場合の最大の難題は、そもそも「聖なるものとは何か」という点にある。一つの見方は、俗をわれわれの生活する「現実」だとするならば、聖は無論「現実」ではないが、「非現実」でもない。なぜなら、「現実にあらず」と言い切ると、それはつまり聖と俗のつながりを機軸とする宗教を最初から否定することになる。宗教の存在を認める立場をとるのであれば、聖というものを、俗とは異なるリアリティとして位置付ける必要がある。一つの捉え方は、「現実と重なる、または隣り合わせの関係にあるが、現実には属する人間には通常、直接触れることも認知することもできない、次元の異なるリアリティ」として、である。これに等しいものは、言葉で言い表すならば、「超現実」「異次元」「世俗外」「夢」「理想」「虚構」のリアリティなどである。宗教事象の理解に努めるということは、こうしたリアリティと人間との間に接点があり、且つ経験可能である、と仮定することからはじまる。

聖と俗のつながり（聖俗循環）には、「媒体」が存在する。おおよそすべての宗教の基本メカニズムとして、不可視の次元である「聖なるリアリティ」と連なるために、「儀礼」という実践的な行為／活動をはじめとする、媒介の機能を果たす何らかの媒体が存在する。つまり宗教という営みは常に、「俗界にいるアクター」と「聖界のリアリティ」の二者から成り立っており、何らかの媒体が両者を仲立ちする機能を果たす。こうした儀礼／媒体がうまく執り行われ、アクターが一定の聖なるリアリティを精神的にも身体的にも経験する（宗教経験／聖なる経験に達する）ことが、宗教または聖俗循環におけるその都度の晴れ舞台である。

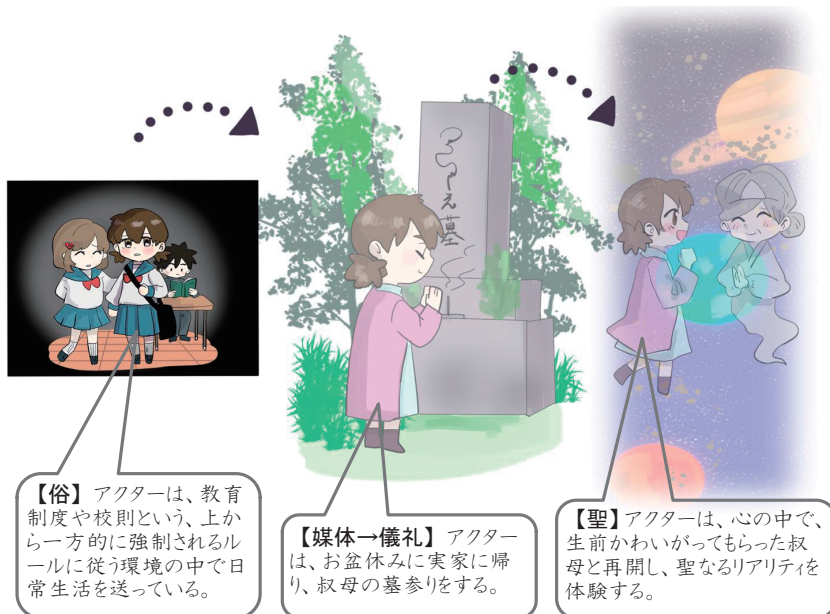
「媒体」にしても、その先にある「聖なるリアリティ」にしても、その形と性質は甚だ多様であるが、以下に示すように、三つの典型的なジャンルに分けて見ることができる。

1. 神霊界につながる回路

この場合の「聖なるリアリティ」は、個々の宗教において認知されている神、神々、宇宙の根源的な力や生命、精霊・天使・死者や祖先の霊などからなる、霊的存在であると見ることができる。「媒体」に関しては、個々の宗教（古典宗教⁷、民俗宗教⁸、新宗教⁹）の儀礼（実践や活動）が、これに当たる。

ここでは、そうした儀礼の一つに当たる「墓参り」を取り上げる（図・5を参照）。

《図・5》墓参り：神霊界につながる媒体の一例



2. 自然界につながる回路

この場合の「聖なるリアリティ」は、言葉で表すとしたら「普段はその現象が見られるだけで、本質は隠れている、自然の力・神秘」といった感じのものだ。「媒体」に関しては、おそらくもっとも有効なのは、「自然の見えざる本質を、人間が身をもって直接自分の肌で感じ取れるような活動」

⁷ キリスト教、イスラム教、ユダヤ教、ヒンドゥー教、仏教をはじめとする世界宗教のこと。「創唱宗教」とも呼ばれる。

⁸ 古典宗教のように制度化・確立化・組織化・体系化していないが、地域の伝統・文化・慣習・暮らしに根付いている聖俗循環のシステム。「民間信仰」「自然宗教」とも呼ばれる。日本は古くから、古典宗教よりも民俗宗教のほうが根付いて機能していると見られている。

⁹ 古典宗教のように、ある程度制度化・確立化・組織化・体系化しているが、誕生期が比較的新しい宗教のこと。日本では、目安として、明治以降に生まれた組織的宗教のことを指す。さらに時代を区切って、1990年代以降に生まれたものを「新々宗教」と呼ぶ場合もある。

ではないか。そうすることによって、「自然が隠れた正体をみせてくれる」というよりも、人間の側が真の自然を受け止める心の扉を開くのではないだろうか。ここでは、そうした儀礼の一つに当たる「登山」を取り上げる(図・6を参照)。

3. 心理界につながる回路

この場合の「聖なるリアリティ」は、個々の心の内面(無意識)に秘められた願望や欲望(欲動)であると見ることができる。「媒体」に関しては、とりわけ現代宗教¹⁰の儀礼(実践や活動)が、これに当たる。ここでは、そうした儀礼の一つに当たる「アイドル応援(ライブの参戦)」を取り上げる。(図・7を参照)。

《図・6》登山：自然界につながる媒体の一例



¹⁰ 現代において、古典宗教にも民俗宗教にも新宗教にも属さず、ただし明らかに一定の聖俗循環のシステムを備えてそうした機能を果たし、社会や人々の生活の中に定着している、特定の活動ジャンルのこと。たとえば現代日本においては、スポーツ、サブカルチャー、若者文化、古典芸能、大衆文化／ポップカルチャー、公営競技／ギャンブルなどが、これに当たると見られる。

《図・7》ライブ参戦：心理界につながる媒体の一例



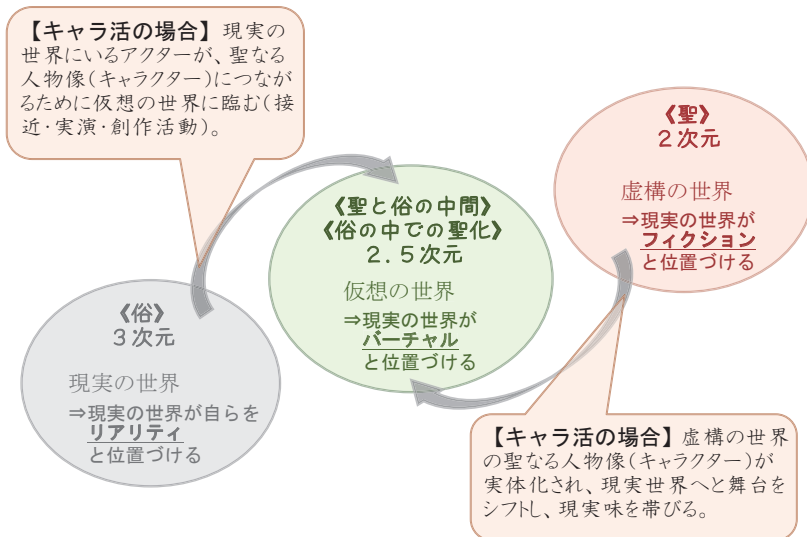
このように宗教を「聖と俗のつながり」（聖俗循環）の原理から図式的に捉えると、「キャラ活」が、心理界における聖を志向する典型的な宗教的活動であることがわかるはずである。というのもアクターの活動は、型キャラ・外キャラ・個キャラを手がかりに、心の内面（無意識）に秘められた願望や欲望（欲動）を、理想化したキャラクターに重ね合わせながら表現しようとしているからである。この場合の「元キャラ」「元キャラが抽象化されたキャラクター」「アクターの働きかけ」は儀礼としての「媒体」に当たり、「実キャラ」とその過程で心身が受ける衝撃は「聖」「聖性」および「宗教経験」「聖なる経験」（聖とつながる経験）に当たるものと言える。また、キャラ活の事例は、聖俗循環という、人間誰もが必要とする宗教的機能が、単に聖を追いかめるだけでなく、もう一つ重要な作用があることを赤裸々に物語っている。すなわち俗界の中で、アクターの欲動の発現を妨げたり抑制したりする社会・文化・言語の存在である。キャラ活を行うアクターにとってキャラクターという媒体とそうした活動の在り方は、自身が秘めている理想の（本命の）人格や人間性の器であると同時に、それをあまり許容または歓迎しない社会・文化・言語——とりわけ人々

の実生活を取り巻く人間関係や価値体系——の干渉を防ぐ防波堤の役割を果たしているのではないか。

3. 儀礼におけるリアリティの構造

前述したキャラ活の図式から見て取れるように、宗教的な儀礼の中でアクターがたどり着く聖なるリアリティおよびそうした経験は、儀礼に臨む前の状態と比べると、当然にして大きな精神的変化をもたらしている。儀礼がうまくはかどった場合、リアリティまたは存在的次元のシフトが生じるからでもある(図・8を参照)。

《図・8》 儀礼におけるリアリティの三層構造



キャラ活の場合、前述の事例における「キャラクターの実体化」と「実キャラ」(図・1：大盛況のアイドルライブにおけるファンの熱い応援、図・2：コスプレイベントにおけるアクターとキャラクターの一体化、図・3：フィギュアとイラストで飾った夢の空間)の活動の場(舞台)は、アクターの日常とは対照的な非日常の時空間であると言える。ただし、日常を「現実」の世界と見るならば、こうした非日常も現実の世界で起きていることなので、「非現実」と

は言えない。これは、聖俗循環の中でしばしば生じる「聖と俗の間」の世界であり、「仮想（バーチャル）」または「2.5次元」のリアリティであると位置づけるべきである。この場合の虚構（聖なる世界）は、アクターの心の中に存在する、抽象化・概念化・理想化されたキャラクター（「個キャラ」「外キャラ」「型キャラ」）にまつわる世界である。聖と俗の間世界（仮想／2.5次元）が果たす役割は、聖なる世界（虚構／2次元）を、俗なる世界（現実／3次元）にいる人間が、物理的・身体的に同じ次元にしながら、精神的にリアルに経験しうることである。

宗教的な儀礼は、常にこうした三つのリアリティにまたがって執り行われ、聖俗循環とは、この三つの次元を循環するものだとして理解できる（図・9を参照）。これに関してキャラ活は、三つの次元が客観的に見ても容易に捉えることができ、またそのシチュエーションも比較的把握しやすいという特徴をもっている。たとえばキャラ活で、元キャラがフィクションに由来する場合、そのフィクションの世界およびアクターがそれに没頭している場（漫画やアニメに夢中になっているとき）、さらにそこから構成される型キャラのイメージが、ほぼ虚構の世界に当たる。そして、そこから抽出される型キャラに対してアクターが接近・実演・創作の働きかけを行うことと、そうした働きかけが行われている場が、

《図・9》諸儀礼におけるリアリティの三層構造

儀礼	現実／俗 3次元	仮想／聖俗の間 2.5次元	虚構／聖 2次元
キャラ活全般	アクターが置かれている日常（たとえば本当の自分を発揮できない環境）	アクターによるキャラへの積極的な働きかけ（接近、実演、創作）が行われる場	「フィクション」に由来する元キャラのイメージ（型キャラ・外キャラ・個キャラ）
墓参り	アクターが置かれている日常（たとえば人間の心や精神、霊的なものがすべて隠蔽される環境）	墓参りが行われる場／時空	アクターが心の中で抱いたりかすかに感じたりする故人への思いやイメージ
自然や動植物と直接触れ合う活動	アクターが置かれている日常（たとえば自然や動植物との接触が乏しい都会の乾いた環境）	自然や動植物と直接触れ合う活動の場／時空	アクターが心の中で抱いたりかすかに感じたりする自然・動植物の神秘や生命力
古典宗教、民俗宗教、新宗教における礼拝・法要	アクターが置かれている日常（たとえば上記すべてのマイナス条件が重なった環境）	個々の宗教の儀礼（礼拝、法要など）が行われる場	個々の宗教の教義の中で語られている超自然的存在に関するストーリー／物語

ほぼ仮想の世界に当たる。この場合の現実として想定できるのは、虚構と仮想の世界に存在するような理想の人間像とは無縁の「日常／俗の世界」である。キャラ活そのものが、日常／俗による個々の理想の抑圧に対する反動である側面をもつからである。

また、キャラ活をはじめとする現代宗教には、古典宗教にはあまり見られない、リアリティの三層構造をめぐる特有のメカニズムが存在する。古典宗教は、誕生期がはるか遠い過去のことであることから、聖なる世界（およびその担い手）は、とっくに成立して抽象化・概念化・理想化されている。そして現代の人々が聖につながるために行う儀礼は、虚構を既知のものと仮定した上で、それとつながったり追体験したり関係を継続的に維持したりしようとするものである。つまり古典宗教においては「聖なるもの“ありき”」が聖俗循環の起点となっており、その過程は「《虚構》→《仮想》→《現実》」のかたちをとる、「虚構の現実化」を軸にしているのである。

一方、キャラ活をはじめとする現代宗教は、こうしたパターンに加え、逆のパターンの儀礼も見られる。たとえばキャラ活において、元キャラが「フィクション」または「個人」から発生した場合、すでに多くのファンに支持される一定の型キャラ／個キャラ（虚構の世界）が成立し、一連の儀礼（仮想の世界）も制度化・慣例化している状況と段階においては、聖俗循環の流れは「《虚構》→《仮想》→《現実》」（虚構の現実化）のパターンをとるであろう。しかし元キャラの発生源が「フィクション」か「個人」か「社会文化」にかかわらず、虚構の世界に君臨すべくキャラクター——ましてやそれとつながる儀礼——が、これからファンたちによって構成されるという状況と段階においては、聖俗循環の流れは、真逆の「《現実》→《仮想》→《虚構》」のパターンをとり、つまりこの場合の聖俗循環は「現実の虚構化」を軸に機能することになる。

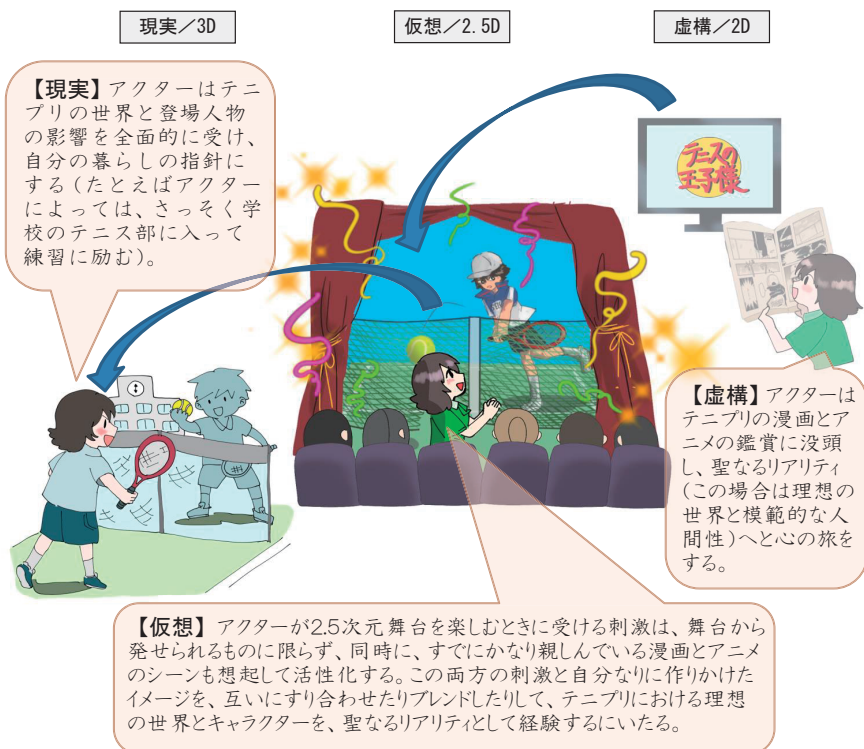
キャラ活における「《虚構》→《仮想》→《現実》」（虚構の現実化）のパターンについては、多様な具体例が挙げられるが、ここ15年ほど日本のサブカルチャーを賑わせている「漫画・アニメを舞台化したミュージカル」に、その典型の一つが見られる。元祖は、漫画『テニスの王子様』（通称・テニプリ）を舞台化した「ミュージカル『テニスの王子様』」（通称・テニミュ）である¹¹。ファ

¹¹ 許斐剛による中学校の部活動テニスを主題とした漫画。週刊少年ジャンプ（集英社刊）に2000年から2008年まで全42巻が連載された。漫画のみならず、これを原作とするアニメとミュージカルも、とりわけ10代から20代の女性の間で人気を博し、大きな反響を呼んだ。その後、虚構のストーリーとキャラクターを舞台化することを「2.5次元」と呼ぶようになったが、このこともテニミュのインパクトの大きさを物語っている。そしてこ

ンの経験的な視点から見ると、原作の漫画とそれを忠実に動画化したアニメが、2次元（虚構／聖）の世界に当たり、ミュージカルが行なわれる場／時空間が、2.5次元（仮想／聖と俗の間）の世界に当たる。このようなキャラ活では、原作の虚構が先に存在し、2.5次元舞台という儀礼は、それに向かうための手段である。あるいはファンから見れば、2.5次元舞台は、聖なるリアリティを経験するための格好な経路（媒体）となっている（図・10を参照）。

一方、キャラ活における「《現実》→《仮想》→《虚構》」（現実の虚構化）のパターンについても、サブカルチャーの世界で多様な具体例が挙げられるが、まずは前述したように、キャラクターが抽象化・概念化・理想化される過程そのものが、これに該当する。そのほか、近年の日本で勢いをつけている、現実

《図・10》 仮想の世界（2.5次元）としての「テニミュ」



うした成功に習ったかのように、数多くの人気漫画・アニメ作品がその後、舞台化／2.5次元化された。

を虚構化するサブカルチャーの傾向として、演出効果を駆使するライブが挙げられる。すなわちパフォーマンスの舞台上で、実在するアーティストがライブ中に自らをあえて虚構化するという演出である。経緯を世界規模で遡るならば、かつて1970年代から80年代にかけて活躍した英国の伝説的ロックバンドQUEENが、ライブ中に、光・映像・音によるさまざまな演出効果の技術を駆使し、ライブを、従来の「リアルな現実の舞台」から「リアルな虚構／超現実の舞台」に様変わりさせるという、画期的なパフォーマンススタイルで反響をよんだ。QUEENが当時手掛けたライブの虚構化は、音楽を演劇風に披露することからも感じられることができた。この時期は日本のパフォーマンスの世界でもすでに、イルミネーションやレーザー光線といった視覚効果を用いて夢（虚構）の雰囲気醸し出す演出が、種々の活動ジャンルで行なわれていた。そしてIT革命最中の21世紀に入って日本のサブカルチャーがさらに大きな発展を遂げてからは、音楽やミュージカルのライブにホログラフィーや3D映像を用いる演出スタイルが普及した。鑑賞するファンの心理からすると、通常のライブのように好きな（理想の）アーティストと音楽に、生のライブを通して、その創造過程に直接触れることができるだけでなく、さらに大きなインパクトは、その背後にある中心的な力（神秘／聖性）の存在にも、その場で、強い五感の刺激を通して認知し、つながりの経験を得ることができる。

これらのことは、現代日本サブカルチャーにおける「リアリティの三層構造」に、「聖なるものの発生過程」と「聖なるものとアクターとの関係」に関する一貫した原理が働いていることを示唆しており、そしてその原理は、おそらくサブカルチャーの世界に限らず、日本の民俗宗教・新宗教・現代宗教を含む、より大きな宗教的枠組みの中で培われて機能しているものであると仮定したほうがよい。これらの宗教は、大抵の古典宗教のように達人化しておらず、むしろ多くの場合大衆化している¹²。誰しものが聖なる虚構の世界（たとえばサブカルチャーにおける理想の人物像＝キャラクター）にアクセスすることができ、それを二次創作したり実体化したりすることもできる。さらに、誰しものが

¹² 宗教学的な文脈における「達人」と「大衆」は、マックス・ウェーバーがしばしば用いた概念である。達人とは、字義通り、「特別な人」「専門的に取り組んでいる人」「玄人」「それなりの訓練を受けた人」「生まれながら才能をもっている人」のことを意味する。一方の大衆は、その反対として「一般の人」「片手間で取り組んでいる人」「素人」「初心者／平均レベルの人」「突出した才能をもっていない人」のことを指す。ウェーバーの文脈では大抵、達人は預言者や祭司のことを指し、大衆は一般信者のことを指す。ウェーバー[1927:50-75]を参照。

聖なる虚構の世界を創ることも可能である。したがってサブカルチャーにおけるキャラクターの場合、聖なるものの「故郷」も「生みの親」も、その両方が大衆化している。

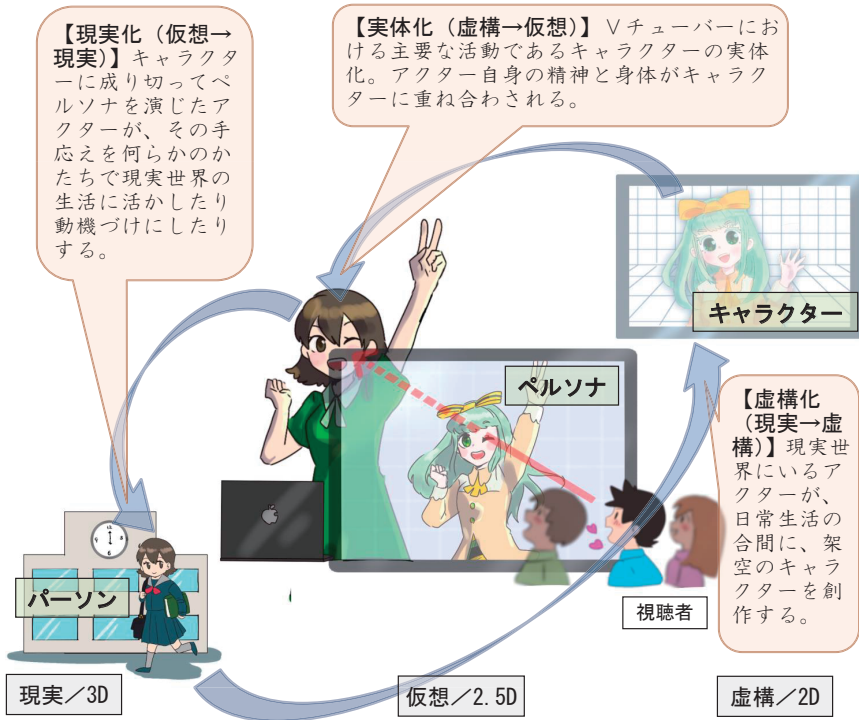
こうした原理が、キャラ活の場合には、前述したような聖俗循環の双方向的な流れ（「虚構の現実化」と「現実の虚構化」）として現れているものと思われる。「虚構の現実化」と「現実の虚構化」の中間に位置する聖俗循環として見ることもできる。アクターが虚構の人物像（キャラクター）を、現実の世界で現実的な方法を用いて創り出すということは、「現実の虚構化」に当たる。そして既知の存在となった同キャラクターが、別のアクターがモデルにして何らかの働きかけを行うことは「虚構の現実化」に当たる。

このような「《虚構》⇔《仮想》⇔《現実》」の中間的または双方向的な流れ（まさに循環）は、サブカルチャーの世界で近年流行している「Vチューバー」において、さらによく現れている。Vチューバー（バーチャルYouTuber）とは、利用者／ユーザーが発展させた、YouTube¹³の一つの利用形態である。YouTubeの通常の利用形態は、特定のユーザーが何らかのコンテンツ（主に動画）をアップロードして配信し、インターネットを利用する多くの人がそれを閲覧するというものである。頻繁に動画配信を行うユーザーのことをYouTuber（ユーチューバー）と呼ぶ。Vチューバーも、ユーチューバーであるには変わらないが、配信するコンテンツに際立った特徴が見られ、すなわち「ユーチューバー自らがキャラクターとして登場する」というかたちをとることで、あたかもユーチューバーが「代理」「分身」「アバター」を操って（あるいは命を吹き込んで）YouTubeの画面に登場するというものである。そのためアクター（Vチューバー）は事前に、代理／分身／アバターのキャラクターを用意（自作または外注）する必要がある。したがってVチューバーのアクターは、理想視した自分の分身となる人物像（2次元的なキャラクター）を自らの手で創作（虚構化）し、一定のかたちができただ段階で、今度は身を以て、一定のリアリティを感じさせる人物像（2.5次元）に実体化するのである。さらにアクターは、毎回のVチューバー企画の終了後、オンライン出演から得た手応えを何らかのかたちで日常生活に活かし、あるいは自分の本性や隠れた内面を現実世界において開花させるための動機付けを得ることができる。

こうして、虚構と現実の双方向的な関係が、同一のアクターの同一の時空間

¹³ 世界最大のインターネット関連サービス企業Googleが2005年から展開した、WWW上の動画配信（動画共有）サービス。

《図・11》Vチューバーにおけるリアリティの三層構造および人間性の表象形態



内に成立することになる (図・11を参照)。

Vチューバーに関しては、もう一つ興味深い事象が生じている。すなわち人物のリアリティが2次元または2.5次元に様変わり (変身) するに連れ、人間性の表象も変化し、異なる「人間性の表象形態」として人々に認知されるようになる。まずアクター (Vチューバー本人) の日常 (現実) は、「パーソン」として人間性を表象する (Vチューバーの視聴者から見た「中の人」)。次にアクターが用いる自分の分身となる虚構の人物像は、「キャラクター」として人間性を表象する。そしてこの場合のキャラ活の晴れ舞台である仮想の世界 (YouTubeへの発信および予行演習などの準備作業) は、「ペルソナ」として人間性を表象するのである¹⁴ (図・11を参照)。前述の「キャラ活の過程」と「聖

¹⁴ 「ペルソナ」は、この語の元々の意味、およびユング心理学で用いられている意味とほぼ同様、「仮面」 (特に個々が社会に適合するためにかぶる仮面) のことを指す。その

俗循環」に関連付けると、キャラクターに対するアクターの積極的な働きかけ（接近・実演・創作）は、ペルソナとして、あるいはペルソナを介して（ペルソナに変身して）行われるものであると見ることもできる。さらに、聖俗循環のメカニズムから見ると、ペルソナ（およびペルソナに変身して何らかのコンテンツを配信すること）は、俗を脱して聖なるリアリティに近づくための媒体／儀礼であると言える。

4. 終わりに——偶像とカリスマ

本稿は「キャラ活の宗教学的考察」という研究テーマの内の「概要編」に当たる。続編として「構想編」と「事例編」を予定しているが、今回の概要編の終わりに、理論的な構想編の導入部分に当たる「偶像とカリスマ」論を先取りするかたちで簡単に見てみたい。偶像とカリスマは、宗教研究の世界できわめて重要な意味をもつ。いずれも宗教の基本原理である聖俗循環の媒体であり、そのうちのもっとも重要な人型（ひとがた）媒体に当たる。「キャラクター」という概念と事象が宗教学の中でまだ直接的に取り扱われない现阶段においては、カリスマと偶像を手掛かりに宗教学的な理解と解釈の道筋をおさえておく必要がある。

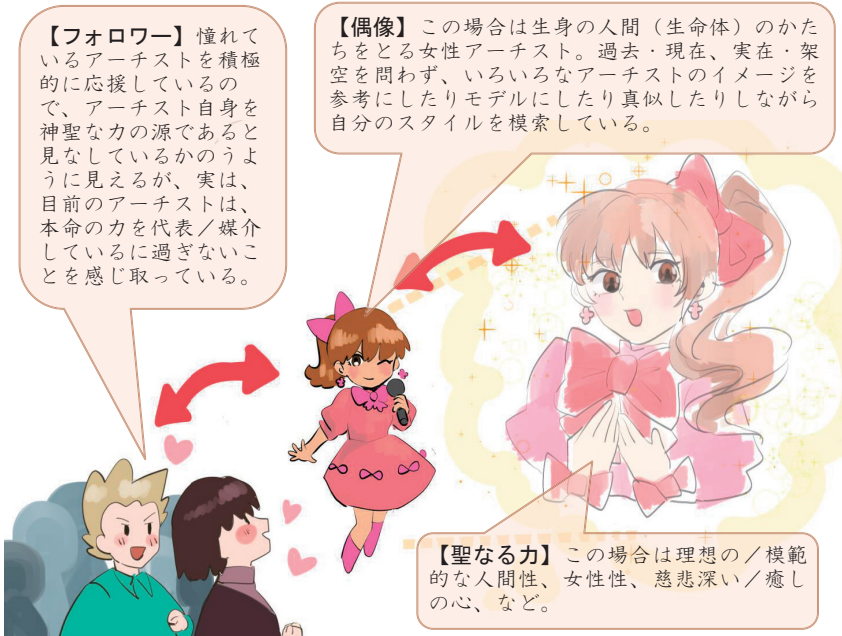
偶像 (idol)¹⁵とは、その純粋なかたち（純粋偶像）においては、フォロワーがおおよそ共有して認知する、聖なる力と連なる、擬人化したイメージ、モノ、生命体のことを指す（図・12を参照）。純粋偶像は、聖俗関係の純粋な媒体であり、人々が五感と言語能力を通して認知可能な、何らかの形象を有している。偶像には以下三つの形象が知られている。

① 【生身の生命体】 人間、動物、植物。

後Horton & Wohl [1956] によってこの概念は、テレビなどのスクリーンに登場する人物と視聴者の間に結ばれる疑似社会関係 (para-social relationship) の分析に用いられた（特にスクリーン側の人物がかぶる仮面として）。そして難波 [2018] は、この概念を「パーソン・ペルソナ・キャラクター」からなる「三つの身体」という三項図式の一環として、Vチューバーの分析に用いた。

¹⁵「偶像」はあらゆる宗教的な枠組みの中に必ず存在する、なかんずく重要な事象であるにもかかわらず、宗教学関連の全般的な解説書や事典では、ほとんどの場合、日本語の「偶像」（同じく英語の“idol”）に当たる個別の項目は掲載されていない。その理由の一つは、「偶像崇拜」(idolatriy) という客観性と中立性を欠いた、実践宗教的なレベルの概念と混同されてしまったからである。「偶像崇拜」に関してはFenn [2001]、Lints [2015]、Ries [1995]、ハルバータル [2007]、谷口 [2007] を参照。

《図・12》 偶像の一例（フォロワーの視点）



② 【人形】 立体的なもの。

③ 【像／イメージ】 平面的または言語的・概念的なもの。

純粹偶像の理解に関して重要なことは、フォロワーは、神聖な力が偶像に内在している（宿っている）ものと見なしておらず¹⁶、偶像という媒体を通して（偶像にあやかって）、別次元にあるオリジナルの聖なる力に接近／つながろうとするという点である。聖なる力を楽園に喩えて言うならば、偶像は、「楽園に入るために必要な通り道／ドア／鍵／案内人」である。

一方のカリスマ (charisma)¹⁷とは、その純粋なかたち（純粹カリスマ）にお

¹⁶ この点が、「偶像崇拜」という概念を否定する根拠となる。人々を魅了する偶像が存在する場合、人々を魅了しているものは、本質的には偶像そのものではなく、偶像を通してたどり着く、彼方先にある聖なる力である。偶像はたしかにときには崇拜対象になるが、それは媒体（手段）としての崇拜であり、人々の崇拜が実質的に向けられているものは、偶像によって導かれる本命／オリジナルの力である。

¹⁷ この定義は、カリスマ概念を学術的な世界に最初に導入したマックス・ウェーバーの定義におおよそ沿ったものであるが、ウェーバーはどちらかというカリスマを生身の人間（しかも男性）に限定するような記述を展開した。この点に関しては本稿続編の「構想編」で詳しく述べる。ウェーバー[1960,1962,1970,1972,1976]を参照。

《図・13》カリスマの一例（フォロワーの視点）

【フォロワー】憧れているアーティストを積極的に応援しているのは、アーティスト自身を神聖な力の源であると、情緒的に全身で感じ取るからである。何か大きな磁力に引き付けられたかのように、理性や冷静な意識を超えたところで、魅了されずにいられない気分になる。



【カリスマ＝聖なる力】何か特別優位な地位や血筋でもなければ、単なる学習努力でもなく、生まれながら身に付けている才能や超自然的・超人間的な力。

いては、フォロワーがおおよそ共有して認知する、特定の間人または擬人化したモノや生命体が有する聖なる力のことを指す（図・13を参照）。この場合の力は、特定の間人・生命体・モノに宿っているものだと捉えられ、且つきわめて非日常的で異常なものであるとみなされる。偶像と違い、聖なる力の在りかはカリスマの担い手に一体化・内在化している。

このように偶像とカリスマを定義することは可能だが、現実世界では、純粹偶像や純粹カリスマが存在することはあまりなく、むしろ両者の中間形態が多く存在する。さらに現実世界では、偶像とカリスマは相互に移行する。また各々は、希薄化（日常化）したり活性化（非日常化）したりもする。

次に、偶像とカリスマの図式から、キャラクターの位置づけについて整理してみる。この文脈から見ると、キャラクター（character）とは、その純粋な私たち（純粹キャラクター）においては、ファンがおおよそ共有して認知する、聖なる力と連なる可能性をもつ、擬人化したイメージやモノのことである。こ

の定義からもわかるように、キャラクターは偶像と密接な関係にある。キャラクターが偶像と異なるのは、小さな点で言えば、その形象が平面的・言語的なイメージまたは立体的なかたちに限る点である（偶像は、それに加えて生身の生命体のかたちも取りうる）。大きな点でいえば、宗教の基本原理である聖俗循環にかかわることであり、すなわちキャラクターは、偶像と異なり、聖なるものとのつながりをまだ確保しておらず、“可能性”を秘めているだけの状態のことである。

ファン／フォロワーの視点からシミュレーションしてみると、人型の平面的なイメージ（たとえば肖像画）¹⁸を目にしたとき、もしそれが純粹偶像ならば、ファン／フォロワーはそのイメージの“背後”・“先”・“向こう”にある¹⁹尊い理想的な人格・人間性を心の中で感じ取ったり思い起こしたりすることができるが、それが純粹キャラクターならば、ファンは何か人間の容姿や表情²⁰を思い浮かべることができるとしても、さらにその容姿や表情から尊い理想的な人格・人間性につなげることはできない。ソシュールの記号論的な図式から言うと、ファン／フォロワーは、キャラクターからも偶像からも同種のシニフィアンを受け取ることができるが、偶像のシニフィエには必ず聖なるもの（この場合は尊い理想的な人格・人間性）が含まれる。

しかしこうなると、より複雑なキャラクターと偶像の関係やダイナミズムが現実世界で起こっているのではないかと、想定できる。たとえば、「《偶像》＝《キャラクター》＋《聖性（聖なるものとのつながり）》」であるならば、キャラクターは、聖性を手に入れさえすれば（ファンに附与され認知されれば）、その時点で偶像に昇格することになるのではないか。逆に偶像も、聖性を失ってしまえば（フォロワーに否定されたり忘れ去られたりすれば）、その時点でキャラクターに降格することになるのではないか。

今回は理論的な構想編を先取りしているだけなので、こうした疑問に対する詳しい探究は控えておくが、答えは「その通り」である。キャラクターは偶像化するのである。さらにその後、カリスマ化することも可能である。そして、本研究が解明を試みている最大の課題は、「キャラ活の中で起きているもっとも大胆な聖俗循環は、キャラクターの偶像化とカリスマ化ではないか」というものである。

¹⁸ シニフィアン。

¹⁹ シニフィエ。

²⁰ こちらもシニフィエ。

参考文献

相原 博之

2007 『キャラ化するニッポン』 講談社。

アラム、ジュマリ

1994 「新宗教における『カリスマ的教祖』と『カリスマ的組織』：真如苑と創価学会を比較して」『何のための〈宗教〉か？：現代宗教の抑圧と自由』 島蘭進（編）、pp.154-203、青弓社。

2007 「アポリジニの神話的世界と社会体系に見る時間の聖化：聖なる時間をめぐる宗教学的考察」『時間学研究』 1:21-42。

2009 「動物をめぐる比較宗教学：『俗化する文化』と『聖化する自然』をつなぐもの」『動物観と表象』（ヒトと動物の関係学 第1巻） 奥野卓司、秋篠宮文仁（編）、pp.34-68、岩波書店。

2014 「キャラクターをめぐる諸活動」における精神構造の基本メカニズム（1）：現代日本サブカルチャーの宗教学考察として」『山口大学哲学研究』 21:1-24。

2015 「キャラクターをめぐる諸活動」における精神構造の基本メカニズム（2）：『生成儀礼』から見る『キャラクター』」『山口大学哲学研究』 22:1-29。

2019 「『キャラ活（キャラクターを巡る諸活動）』における『擬人化』：『カリスマ』と『偶像』の狭間で」『異文化研究』 13:31-56。

秋山 孝

2002 『キャラクター・コミュニケーション入門』 角川書店。

青木 貞茂

2014 『キャラクター・パワー：ゆるキャラから国家ブランディングまで』 NHK出版。

Atran, Scott

2002 *In Gods We Trust: The Evolutionary Landscape of Religion*. Oxford University Press.

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。

Barnes, Douglas F.

1978 Charisma and Religious Leadership: An Historical Analysis. *Journal for*

the Scientific Study of Religion 17 (1):1-17.

Barrett, Justin Barrett

2004 *Why Would Anyone Believe in God?* AltaMira Press.

ボードリヤール、ジャン

1979 『消費社会の神話と構造』今村仁司、塚原史訳、紀伊國屋書店。

1982 『象徴交換と死』今村仁司、塚原史訳、筑摩書房。

1984 『シミュラクルとシミュレーション』竹原あき子訳、放送大学出版局。

Bendix, Reinhard

1960 *Max Weber: An Intellectual Portrait*. University of California Press.

1971 Charismatic Leadership. In *Scholarship and Partisanship: Essays on Max Weber*. Reinhard Bendix and Guenther Roth (eds.), pp. 170-187, University of California Press.

Boyer, Pascal

2001 *Religion Explained: The Evolutionary Origins of Religious Thought*. Basic Books.

コンドリー、イアン

2014 『アニメの魂:協働する創造の現場』島内哲朗訳、エヌティティ出版。

デュルケーム、エミール

2014 『宗教生活の基本形態 (上):オーストラリアにおけるトーテム体系』山崎亮訳、筑摩書房。

Eco, Umberto

2009 On the Ontology of Fictional Characters: A Semiotic Approach. *Sign Systems Studies* 37 (1/2):82-98.

Eisenstadt, Shmuel N.

1968 *Max Weber: On Charisma and Institution Building*. University of Chicago Press.

エリアーデ、ミルチャ

1969 『聖と俗:宗教的なものの本質について』風間敏夫訳、放送大学出版局。

1986 『太陽と天空神:宗教学概論 I』(エリアーデ著作集 第一巻)久米博訳、せりか書房。

2013 『聖なるものをめぐる哲学』平田渡訳、関西大学出版部。

Fenn, Richard K.

2001 *Beyond Idols: The Shape of a Secular Society*. Oxford University Press.

Forster, Edward M.

1927 *Aspects of Novel*. Harcourt, Brace & Company.

Friedland, William H.

1964 For a Sociological Concept of Charisma. *Social Forces* 43 (1):18-26.

Friedrich, Carl J.

1961 Political Leadership and the Problem of the Charismatic Power. *Journal of Politics* 23 (1):3-24.

Geertz, Clifford

1983 Centers, Kings, and Charisma: Reflections on the Symbolics of Power. In *Local Knowledge: Further Essays in Interpretive Anthropology*. Clifford Geertz, pp.121-146, Basic Books.

Guthrie, Stewart

1993 *Faces in the Clouds: A New Theory of Religion*. Oxford University Press.

1997 Anthropomorphism: A Definition and a Theory. In *Anthropomorphism, Anecdotes, and Animals*. Robert W. Mitchell, Nicholas S. Thompson, and H. Lyn Miles (eds.), pp.50-58, State University of New York Press.

2002 Animal Animism: Evolutionary Roots of Religious Cognition. In *Current Approaches in the Cognitive Science of Religion*. Ilkka Pyysiäinen and Veikko Anttonen (eds.), pp.38-67, Continuum.

ハルバータル、モッシェ、他

2007 『偶像崇拜：その禁止のメカニズム』 大平章訳、法政大学出版局。

Horton, Donald and Richard Wohl

1972 Mass Communication and Para-social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry* 19:215-229.

伊藤 剛

2014 『テヅカ・イズ・デッド：ひらかれたマンガ表現論へ』 講談社。

Katz, Jack

1972 Deviance, Charisma, and Rule-Defined Behavior. *Social Problems* 20 (2):186-202.

クリプキ、ソール

1985 『名指しと必然性：様相の形而上学と心身問題』 八木沢敬、野家啓

一訳、産業図書。

暮沢 剛巳

2010 『キャラクター文化入門』 エヌティティ出版。

小池 一夫

2011 『小池一夫のキャラクター新論：ソーシャルメディアが動かすキャラクターの力』 小池書院。

Lawson, Thomas and Robert McCauley

1990 *Rethinking Religion: Connecting Cognition and Culture*. Cambridge University Press.

リンドホルム、チャールズ

1992 『カリスマ：出会いのエロティシズム』 森下伸也訳、新曜社。

Lints, Richard

2015 *Identyty and Idolatry: The Image of God and its inversion*. Inter Varsity Press.

Lipp, Wolfgang

1977 Charisma - Social Deviation, Leadership and Cultural Change: A Sociology of Deviance Approach. *The Annual Review of the Social Sciences of Religion* 1:59-77.

丸山 圭三郎

1981 『ソシユールの思想』 岩波書店。

McCauley, Robert and Thomas Lawson

2002 *Bringing Ritual to Mind: Psychological Foundations of Cultural Forms*. Cambridge University Press.

難波 優輝

2018 「バーチャルYouTuberの三つの身体：パーソン、ペルソナ、キャラクター」『ユリイカ』50 (9):117-125。

小田 秀夫

1980 『山下りん：信仰と聖像画に捧げた生涯』 筑波書林。

大下 智一

2004 『山下りん：明治を生きたアイコン画家』 北海道新聞社。

大塚 英志

2004 『物語消滅論：キャラクター化する「私」、イデオロギー化する「物語」』 角川書店。

Perinbanayagam, R.S.

1971 The Dialectics of Charisma. *Sociological Quarterly* 12 (3):387-402.

Pyysiäinen, Ilkka

2001 *How Religion Works: Towards a New Cognitive Science of Religion*. Brill.

Ries, Julien

1995 Idolatry. *The Encyclopedia of Religion*. Mircea Eliade (ed.), pp.72-82, Macmillan.

斎藤 環

2011 『キャラクター精神分析：マンガ・文学・日本人』 筑摩書房。

ソシュール、フェルディナン・ド

2006 『一般言語学第二回講義』相原奈津江、秋津伶訳、エディット・パルク。

2009 『一般言語学第三回講義（増補改訂版）』相原奈津江、秋津伶訳、エディット・パルク。

2016 『新訳 ソシュール 一般言語学講義』町田健訳、研究社。

Schweitzer, Arthur

1984 *The Age of Charisma*. Nelson-Hall.

Shils, Edward

1958 The Concentration and Dispersion of Charisma: Their Bearing on Economic Policy in Underdeveloped Countries. *World Politics* 11 (1):1-19.

1965 Charisma, Order, and Status. *American Sociological Review* 30 (2):200-213.

Smith, Murray

1995 *Engaging Characters: Fiction, Emotion, and the Cinema*. Oxford University Press.

Sørensen, Jesper

2007 *A Cognitive Theory of Magic*. AltaMira Press.

Spencer, Martin

1973 What is Charisma? *British Journal of Sociology* 24 (3):341-354.

須川 亜紀子

2015 「ファンタジーに遊ぶ：パフォーマンスとしての二・五次元文化領域とイメージーション」『ユリイカ』47 (5):41-47。

谷口 智子

2007 『新世界の悪魔：カトリック・ミッションとアンデス先住民宗教』
大学教育出版。

Thomasson, Amie L.

1999 *Fiction and Metaphysics*. Cambridge University Press.

2003 Fictional Characters and Literary Practices. *British Journal of Aesthetics*
43 (2):138-157.

Tremlin, Todd

2006 *Mind and Gods: The Cognitive Foundations of Religion*. Oxford
University Press.

Turner, Bryan S.

1974 *Weber and Islam: A Critical Study*. Routledge.

海猫沢 めろん

2018 「ヤンキーが加藤ローサにファンレターを出していたことに絶望し
たけど安心してください。Vチューバーなら大丈夫です。」『ユリイ
カ』50 (9):53-59。

ウェーバー、マックス

1960 『支配の社会学1』世良晃志郎訳、創文社。

1962 『支配の社会学2』世良晃志郎訳、創文社。

1970 『支配の諸類型』世良晃志郎訳、創文社。

1972 「世界宗教の経済倫理 中間考察：宗教的現世拒否の段階と方向に関
する理論」『宗教社会学論選』大塚久雄、生松敬三訳、みすず書房。

1976 『宗教社会学』武藤一雄・他訳、創文社。

Whitehouse, Harvey

2004 *Modes of Religiosity: A Cognitive Theory of Religious Transmission*.
AltaMira Press.

矢内 賢二

2015 「隈取のようなもの」『ユリイカ』47 (5):34-47。