

サブカルチャーと共同体

吉 光 正 絵

Subculture and Community

Masae YOSHIMITSU

1. 緒 言

(1) サブカルチャーと共同体

本論では、若者たちのあいだで突発的に流行する一見奇異な作品（ファッション、ポピュラー音楽、アニメやマンガ、小説など）とそれらへの愛好的行動の両者を含めてサブカルチャーと定義する。そして、そこにコミットする若者たちのあいだに生まれるある種の共同体的なものの創発過程を具体的な調査結果から得たデータの分析から明らかにすることを目的とする。

サブカルチャーによる共同体的なものの創発過程は、若者を語る文脈で活発に論じられてきた。とくに80年代以降の日本では、新奇な流行を引き起こすサブカルチャー、消費文化を語ることとあわせて、若者論自体の一大ブームがまきおこった。以下にその代表的な論を紹介する。

若者論ブームの仕掛け人的存在であるライズ・コーポレーション代表の岩間夏樹は、若者たちの「奇妙な行動」の遠因に第二次世界大戦敗戦を契機にした日本社会のオペレーション・システムの変化・消滅・作動不良による社会の不透明性の急上昇を置き、若者たちの奇妙な行動は自らの周りの不透明な環境を生きるための彼らなりの知恵なのだ指摘する【岩間：1995】。岩間のいうオペレーション・システムは、以下に引く社会学者の佐藤俊樹の「気持のわかりあい」という言葉に集約される。「肌と肌を接するような密着した関係の中で、相手の感情や感覚を自然に感じとる能力、他者の身体を自分の身体のように覚えてしまう感覚…中略…私たちの住む日本社会は、この『気持ちをわかりあう』という感覚のうえに、長く社会を営んできた」【佐藤：1998】。岩間は、戦後にいくつもブームをもたらしてきた「若者文化」は、日本が社会全体に適合可能となる大きな共感域を喪失し、自他のコミュニケーションが不可能になったことへの自然発生的適応形態として、世代によって共感域を「分割統治」せざるをえなくなったことから発生してきたとする【岩間：1995】。

岩間らと若者論の潮流を作り90年代後半には女子高校生を語ることで一躍マスコミの寵児となった宮台真司は現代社会におけるサブカルチャーの不可欠性を次のように語る。現代は『『成熟した近代』を迎えて、『過渡的な近代』に人為的に創られた家族共同体・学校共同体・企業共同体といった類が、軒並み用済みとなって縮小化・流動化し、かつてとは違って『所属による承認』が当てにできなくなってきた』社会である。この社会を生きぬくための処方遣は、共同体による全面的包括要求を放棄し都市の中で匿名化、断片化しながら「終わらない日常」で「将来にわたって輝くことのありえない自分」を抱えながら「まったり」生きることである。一方でこの社会は、幸せや不幸の原因は「外的制約」ではなくコミュニケーションの失敗＝「内的制約」に帰属させ、失敗の自己責任をとれない共同体的な日本人には「絶えざる不幸」をひたすら「内的」に

意識する世界として認識され、サブカルチャーと宗教は、これらの内的不幸を抱えた多くの者達を収容する装置として不可欠な存在となる。両者は「終わらない日常」での自由のかわりに、「終わらない日常」からの自由を夢想させる点で—いいかえれば「スキルなき自分をそのまま受け入れてくれる世界」を夢想させるとともに、かつての「世間」や「共同体」に代わって承認、地位、役割を付与する機能をもつからである【宮台：1998】。

オウム真理教の一連の事件以降、宗教の一般的求心性はやや喪失傾向にあるがその流れを吸収してか、サブカルチャーのもつ共同体の代替機能にはより一層の注目がなげかけられている。宮台らとともに80年代サブカルチャーを語ることで論壇デビューすると共に『多重人格サイコ』など500万部を超える大ヒット・マンガの原作者として現在も活躍する大塚英志は次のように語る。現代的な問題の原因をあらゆる共同体的なものの境界の不明明化に由来する現代社会での通過儀礼の困難さによる成熟の不可能にあり、それらの代替物として、大衆メディアが供給するビルディングス・ロマンの「枠」内での私的・個人的物語の創出による対症療法的成熟があげられる【大塚：2002】。通過儀礼とは、ある個人が所属する共同体の中で制度化された地位・役割を新しく得ることによってその個人が共同体に再統合されていくことと同義であるため、宮台と大塚は両者とも現代社会の不幸の原因を共同体の喪失に置き、不幸に耐えられない者には大衆メディアが供給する物語が構成するサブカルチャーが代替的機能を与えるという構造が想定されていると考えられる。また、宮台も近刊において共同体の代替機能をサブカルチャーに特化させて論じている【宮台：2002】。

宮台、大塚の論は90年代以降の子どもや若者のコミュニケーションの停滞・いきづまりと活動の不活性を扱う言説に家族や学校といった近代社会において子どもの社会化機能をになってきた共同体的なものの機能不全を指摘するものが多く、若者世代の活発なコミュニケーション活動を語る言説に、人道的批判や感覚的反撥を交えながらも大衆メディアが与える情報をコミュニケーション・ツールとして生まれ、旧来の共同体的なもの外に生まれたものが多いこととパラレルでもある。上記の岩間・宮台・大塚らの論から、現代日本の若者はかつては共同体的であった場所＝現在ではコミュニケーション基盤が崩壊しつつある無限地獄で日常生活を送りながらも、その内部にあるいはそれとは全く別のところに自分が心理的に所属する同じサブカルチャーを共有する者たちで構成される共同体的なものを置き心理的な満足感を得、退屈で陰惨な日常をやりすごすすがとしているという構造が想定される。

このような若者の文化と行動の傾向に危機をとらえる論者として戦後に出版された若者・若者文化に関する書籍を網羅検討した『若者論を読む』の編者の小谷敏がある。小谷は、上述の若者の生き方を、共同体内部での安定的な位置感覚とコミュニケーション基盤との欠乏に由来すると指摘した上でそれらの傾向は、「中央／地方の格差の縮小」と「同一世代内でのコミュニケーション世界の縮小」をひきおこしながら日本全土の若者に共有されていく一方で、『若者文化』の過度な細分化の進行による同一世代内・同一サブカルチャー内にもコミュニケーション基盤の崩壊をもたらしていると警告する【小谷：1995】。

若者たちのコミュニケーション世界の微分化と巨大化の同時進行という一見奇妙な現象は、若者たちを顧客とするポピュラー音楽産業におけるヒット・チャートのトップ争いが、500万枚規模で行なわれる点や、コンサートも東京ドームなどのスタジアム・ツアーで行なわれる点によく現れている。しかも、そのような巨大な売上をあげるアーティストは、グレイや浜崎あゆみといった日本のメジャー市場のアーティストだけではない。サマー・ソニックや富士ロック・フェスティバルなど毎年夏に内外のメジャー／インディーズのミュージシャンを集めて行なわれるロック・フェスティバルも、毎年同様の成功をおさめている。また、ポピュラー音楽とともに若

者の文化と行動を支えきたマンガ市場でも500万部のヒット作品が生まれるとともに、マンガ・ゲーム・アニメ・音楽・アイドルなどのファンらが自身のファン行動を披露し出会う場である同人誌即売会においても、一つの会場の参加者数は10万人から40万人にも上っている。若者文化の萌芽期の70年代にはアングラだったものが現在では巨大マーケットに成長しており、それぞれの市場は活況を呈し、それぞれのコミュニケーション圏内では活発な出会いが生まれているにもかかわらず、若者全体ひいては全国的な流行にはならないという現状がうかがえる。

以上のように、80年代以降一見奇異なブームをおこしメディアを騒がせてきた若者文化は、その都度さまざまな下位文化への微分化をくりかえしながらも、戦後から70年代にいたる高度経済成長期に崩壊した共同体の機能を補い、若者達のコミュニケーション基盤を支え、共同性獲得のための機能をはたしてきたということがわかる。本論では、若者たちに共有される文化がもつ上記の機能を、現在日本の10代から30代の女性を中心に流行中の「ゴシック・ロリータ」（通称ゴスロリ）というジャンルのサブカルチャーにコミットする女性達を具体的な調査対象としてとりあげる。

(2) 「Gothic & Lolita」の流行

「Gothic & Lolita」（通称ゴスロリ）は、2000年前後から服飾・音楽・出版業界で人気のジャンル名であるとともに作品の愛好者の呼称でもあり、現在流行中のサブカルチャーの一つとして若者達には広く認識されている。ゴスロリという名称は、彼女達の服飾コードの供給源たるカリスマラ（ミュージシャン、マンガ家、服飾デザイナー、人形作家など）が、自身の創造した少女像の根底にヴァンパイアや腐らない死体、聖と魔、毒などのゴス・イメージがあることや、自身の文化的出自をそれらのモチーフから成るポピュラー音楽や映画の影響に置くことに由来する【楠本:2000, 室伏:2001, 鈴木:2001, 永野:2002】。ゴス・イメージは、1980年代以降の欧米、日本の若者文化（ポピュラー音楽や映画、マンガやアニメ、ゲーム、ファッション）では人気不衰定番的なジャンルであるがその理由とメカニズムについては別項で詳述したい。

昨年には全フロアがゴスロリ・ショップ（本店の多くは京阪神にある）からなる巨大ファッション・ビルも新宿に完成するとともに専用雑誌もコンビニなどで売られ活況を呈している。また、全身をゴスロリ・ファッションに身を包んで昼間の時間帯に集まり紅茶を飲むという会を「お茶会」と呼び、全国各地で行われている。お茶会という名称は、彼女達の好きなアーティストの幾人らが「ノー・スモーキング、ノー・アルコール」を標榜している影響もあることが考えられるが、それまではロック・コンサートや同人誌即売会といった何らかの目的をもった集りとは違うという点を明瞭にしたものだと考えられる。お茶会の中にはゴスロリ・ファッションを提供している服飾メーカー主催の100人規模のものから、10人前後の私的な集まりまでさまざまなものがある。

筆者は2001年冬から福岡市・京阪神地区でゴスロリを対象としたフィールドワークをはじめたが、いずれの少女達も着心地の悪さやスタイル維持の難しさ（暑い、収納に困る、高価、品薄、動きにくい）他者の好奇の視線や実害（ストーカー被害、痴漢にあう）にもかかわらず上記のような恰好で活動している。特に、大阪市東心斎橋地区（通称アメリカ村）は、ゴスロリ・ファッションを提供している服飾メーカーの本店や直営店が集積しており、土日ともなれば着飾った彼女達の姿をあちこちでみかける。

2. 調査

実査は、2002年8月4日、JR 富山駅横のマリエというファッション・ビル内で行なわれた同ピ

ル内に店舗を持つ“whoopee’s”という服飾店の開店1周年記念イベント、「ゴシック&ロリータの祭典」で行なった。イベント当日の気温は36度以上あったが参加者たちはめいめい、頭には小さなシルクハットやリボンなどのヘッド・ドレス、身体にはウエストをきつく絞って裾を膨らませたヴィクトリア調のドレス、底が厚いストラップのついた靴を履き、ぬいぐるみや風船を持った者もいる。また、胸にはイベント参加時に登録したハンドル・ネーム（神威瑠美那、アンジュなど）の名札をつけ、イベント中はその名前呼び合う。イベントが行なわれたホールの前にはパスポート発券センターがあり、ホールとセンターのあいだには、ちょっとした休憩場所があるのだが、センターにきたであろう人達がそこに座って、ホールに集まる少女達を好奇心の混ざった目や呆然とした視線で眺めていた。

イベントの参加者はショップ・スタッフによると60名程度とのことであった。メニューは、ゴスロリ達に人気のヴィジュアル系バンドのプロモーション・ビデオの上映会、ショップが入荷する秋の新作を顧客から選んだモデルに着せて発表するミニ・ファッション・ショーなどである。また、先述したようにこの種の集いは通常「お茶会」と呼ばれており、この場合は喫茶店にて各自好きなオーダーをたのむという形式をとっている。

(1) オーナー兼店長インタビュー

イベントのあいまにオーナー兼店長にインタビューを試みた。以下はその回答である。

現在の店舗のオープンは2年前であるが、25年前から富山市内の路店で服屋を経営していた。1年前からゴスロリをターゲットにした品揃えに変更し、変更後は売上が安定した。顧客の総数は300人前後。年齢層は中高生が中心で上は30才前後のOLまで、登録住所は北陸全域、岐阜、名古屋、東京など。また、店舗販売と並行してHPでの通信販売も行なっている。富山でオープンしていることの利点・不利な点は、ずっと富山で服屋をやっているため、あまり感じないとのことだった。

「お茶会」について、はじめたきっかけは「せっかくお客さんに服を買ってもらっても、ライブくらいしか着ていくところがないという意見があったので着ていく場所をつくらうと思った。ライブに行かないお客さんもいるし」とのことだった。開催頻度は、毎月1回ずつ、同じビル内のサロン（小ホール）で小規模のお茶会を行い、大ホールを借り切ってやる大規模のものを毎年1回行うとのことであった。

(2) 参加者調査

質問紙は、イベント開始前後に、会場内部で直接配布・回収した。配布・回収の合間に、写真撮影の許可をもらった参加者の写真を撮影し、個別にインタビューを行なった。

本論文で分析に用いる質問項目を以下に記す。まず、各女性達の内面化している若者文化（ここではゴスロリを指す）の現状を明らかにする指標群で、各人の「好きなアーティスト」、「イベントへの参加経緯」、「ゴスロリとしての活動の原点」、「ゴスロリとしての活動暦」である。次に、文化の共有による共同性獲得の現状を明らかにする指標で「ゴスロリ活動によって獲得した友人の数」である。なお、調査対象者らの社会的な地位を把握するために、属性についての質問項目をアンケートの最後に付した。

また、回答は全て記述式とした。質問紙は44人に配布し回収できたのは39枚だった。回収率は、88%であったが、質問項目によっては無回答が多く含まれていた。今回の集計では、各項目ごとの特徴をより明確にとらえるために、無回答を除いて算出した。

3. 結 果

(1) 属 性

最初に属性の特徴を述べる。職業では学生が過半数 (N=16) を占め、フリーターが2割 (N=8)、会社員が1割強 (N=5) である。年齢は10代後半が過半数 (N=15) を占め、20代前半、後半がそれぞれ2割ずつ (N=7) である。住所は富山県内が全体の過半数 (N=24) を占め、金沢市 (N=3) や岐阜高山市 (N=2) などで、富山市から名古屋市に到るJR沿線の市町村がほぼ全数を占めていた。なお、性別は全員が女性である。

(2) 好きなアーティスト

具体的な質問文は「おすすめのアーティストを紹介してください」という文章である。この質問文への回答全体の約8割 (N=36) が、「ピエロ」(N=8)、マリス・ミゼル (N=8)、ディル・アン・グレイ (N=5) などヴィジュアル系にカテゴライズされる日本のミュージシャンであった。他はマンガ家の「楠本マキ」、恋月姫 (N=3) ら人形作家、ファンタジージャンルのゲームのキャラクター・デザインや小説の挿絵を手がけている画家の天野喜孝らだった。楠本マキは、80年代末期のバンド・ブーム周辺の日常的風景をメジャー流通の少女マンガ雑誌で描き爆発的なヒットとなったマンガの作者である。それ以降の日本のインディーズ・ロックを愛好する少女達のファッション、行動にある種の型を提供し、このマンガのヒロインは、90年代以降の若者をターゲットとしたロリータ・ファッションのお手本となっている。また、ヒロインの相手役の少年像は、80年代初頭にイギリス、日本で流行したゴスを歌詞やステージ・パフォーマンスに使うポジティブ・パンクというジャンルのミュージシャンをモデルにしているが、この少年像が同時に90年代以降のインディーズ・ロック・シーンに息を吐くミュージシャン達の一つの基本的な型となった【楠本:1988, 楠本:2000, 鈴木:2001, 永野:2002】。そして、私生活を描いたマンガには実際に活動している楠本に影響を受けたミュージシャン達との交流も描かれておりゴスロリ、あるいはゴシック、ロリータといった若者文化の一つの実体をもった核として位置付けられている【楠本:2000】。同様に、人形作家の恋月姫の製作する人形も、その原型を80年代に流行したゴス・モチーフを用いたロック・ミュージックに置き、人形の着ている服やたたずまいが現在のゴスロリ達の着こなしのモデルとなると共に、楠本同様多くのミュージシャンやマンガ家らとの交流も雑誌に掲載されている【室伏:2001, 鈴木:2001, 永野:2002】。

(3) お茶会への参加

お茶会への参加頻度は、初めて (N=8)、たまに (N=6)、常連 (N=8) のいずれもが同数程度である。参加経緯は、約4割 (N=15) が「店で直接ポスターを見て」あるいは「ショップ・スタッフに直接声をかけられて」で、主催店のダイレクト・メールやHP、メールといった間接的な通知によって3割 (N=10)、友人に誘われて1.5割 (N=6) である。ここから、8割程度の人が他人にたづいてきたのではなく、自分の積極的な意志で直接主催店と接触して参加しているということがわかる。

なお、お茶会の感想について回収できた実数は少数だったが以下にあげる。肯定的なものに、「かわいいひといっばいで楽しいです」(N=2)、「雰囲気が好き」、「いろいろな方にお会いできて最高です」、「幸せな気分になります」がある。また、否定的なものに「仲間うちで集まっているだけなのであまり意味がなかった」がある。

(4) 活動契機

ゴスロリとしての活動歴では、4年以上は2割強(N=9)ではほぼ8割弱(N=28)が3年未満だった。開始年齢は、高校卒業と同時に最も多く(N=5)、高校卒業以上の年齢で始めたもの(N=6)、それ以下の年齢ではじめたもの(N=9)がほぼ同数であった。ちなみに、開始最年少は13歳(N=2)、開始最高年齢は27歳(N=1)である。

ゴスロリをはじめたきっかけについては、「ライブ」(N=4)、「マリスのmana様」(N=4)など好きなミュージシャンやアーティストの影響をあげた者が最も多い(N=11)。また、「フーピーズ(イヴェント主催のお店)に立ち寄って」、「可愛い服を見て本能的に目覚めた」などお店で偶然に服を見て魅了されたという回答(N=5)と、ファッション雑誌の写真を見て(N=3)という回答をあわせて、ゴスロリ・ファッションの服自体に魅了された(N=8)という回答が次に多かった。そして、「いつのまにか自然に」、「自分にあっているから」など、「自分にとっては自然なことなのでいつからだったかわからない」といった答え(N=6)がその次に多かった。なお、「友人に誘われて」など他者からの影響(N=3)、特になし(N=2)は少数だった。

(5) 友人

ゴスロリとしての活動を通じて知り合った友だちの人数についての回答では、「100人以上で数えられない」や「数え切れないほどいっぱい」と答えた者が全体の3割(N=8)、「30人から50人」(N=1)、「10人以上」(N=4)、5-10人(N=6)、「2-4人」(N=4)、「ひとり」「あまりいない」(N=4)だった。

また、友人になった経緯は、「お茶会」(N=10)、「ライブ」や「コンサート」(N=8)、「イベント」(N=2)、「名刺交換」(N=1)といったゴスロリ達が集まるイヴェントでの対面接触上での直接的な出会い(N=22)が最も多かった。また、ゴスロリ達が集まるWeb上での文字を媒介とした間接的接触による出会いを彼女達の言葉で「文字見知り」と呼び、出会いの形式として一般化しているが、「ネット」(N=2)、「メール」(N=2)、「HP」(N=1)と一定数確認できた。また、町での対面接触上での出会いもあった(N=7)。内訳は、「ゴスロリ店」(N=4)、「町で声をかけられた」(N=2)、「薬局で意気とうごう」(N=1)などである。そして、関係の端緒をゴスロリ活動にもたない、もとの知り合いが占める割合は非常に低く、「学校のともだち」(N=2)、「もとのともだち」(N=4)というものだった。

4. 考察

以上の結果から富山市という地方都市で開催されたゴスロリという同じサブカルチャーにコミットする若者達の集いに参加する者の特徴として以下の点が指摘できる。まず活動の中核を担っているのは北陸地方の中学・高校に通う学生やフリーターである。彼女たちの多くは日本のヒット・チャートでヴィジュアル系と呼ばれるミュージシャンのファンであり、ゴスロリをはじめたきっかけも、それらのミュージシャンの影響を挙げたものが最も多かった。

ヴィジュアル系のミュージシャンにはGLAYのように500万枚程度アルバム・セールスを記録すると共に天皇の在位10周年記念祝賀イヴェントに出演するなど日本を代表するものからインディーズと呼ばれる自主制作レーベルからCDを出し100人から200人程度の小規模のライブハウスでコンサートを行い、販売店でファンらとの対面的接触を頻繁に行なうロック・バンドまで日本全土で何百あるかわからないほど多くのバンドが含まれ、毎日どこかのライブハウスで何かのコンサートが上演されている。これらのコンサートでは、オーディエンスのファンたちも、自分の好きなミュージシャンにならって、ミュージシャンらのステージ衣裳やグラビア、歌詞で表現

されたキャラクターをもとにした衣装を着用していくことが慣例となっている。コンサート前後の会場や周囲の公園・路上は、着飾った観客同士の撮影場所であるとともに社交の場となり、さまざまな出会いが生まれている。本論の調査結果でも、友人になった経緯に「ライブ」や「コンサート」と答えたものが多かったが、そうした回答は上記のファン行動の慣例を踏まえたものであるといえる。

また、ゴスロリをはじめたきっかけとして、服自体に魅力を感じたという回答も多かった。調査中も、自分達が金沢市のアートギャラリーで開催する「オリジナル・ブランド・ロリータ服・グッズ即売会『目覚めし時ヲ迎えた愛玩人形と少女達』」という手製のパンフレットを配る者や「金沢にケラショップ作りませんか?『きまっし金沢 k k project』」というDMを片手にゴシック、ロリータ、パンク系の服飾店誘致の署名運動を行う少女達の一団がいた。即売会のパンフレットには、参加者の募集要項とともに、スタッフや広告の募集要項、参加費振り込み用の口座番号なども記入してあり、本格的な活動である。彼女達は金沢市内在住の中高生が中心となったサークルで、お茶会やイベント、チャットなどでの出会いによって形成されたとのことである。そしてチャット・ルームなどで知り合う場合には、居住地にかかわらず知り合いになるため、全国各地に知り合いができる。そのせいで、各地のライブやイベントにも気軽に行くことができるため、高校生くらいから居住圏以外の場所でも気軽に活動しているとの事であった。

5. 結 語

本論の調査で、ファン行動には曲や映像から受けた感動への耽溺だけではなく、自作のマンガや洋服・小物への感動の昇華や、感動の共有を起点としたネットワーク形成、自作品販売網の整備やショップ誘致運動など文化生成活動の萌芽を観察しうるものまで含んでいるということがわかった。また、それらの活動は、同一のサブカルチャーにコミットした者だけで構成される活動専用の集団を主体として遂行されている。それらの集団はコンサートやイベント、街中やWeb上で形成・維持されるため、学校や勤務先など通常の日常生活を送る際に接する人間関係とは全く切り離されており、彼女たちの日常生活との相互浸透性がない。イベント参加の感想にみられるように、参加者たちはただ集まるだけで幸福感を感じているが、彼女たちの幸福感の原因は、日常生活とは隔絶された文化・人間関係によって構造化された世界を共有していることを肌と肌が触れ合う距離感の集いから実感できることに由来する。それらの場所で理想的な友人を数多く得ており、旧来は血縁・地縁・社縁といった共同体から得ていたのと同種の共同性の感覚を得ることが可能となっていると考えられる。

また、旧来的な共同体の解体とともに高度経済成長がもたらした地方都市の景観を画一化させ、街の独自性を喪失させたが移動性を増大させており、現代の若者たちにとっては景観の画一性を憂えるというよりは、活動のための障害をなくしたと認識されていると考えられる。そして、情報インフラの整備は、知識の獲得や情報アクセスの地域差とともに年齢差を廃し、自身の興味・関心の追求や表現活動、あるいは同じ興味・関心をもった者同士の共同性の確立に大きく貢献していることが考えられる。このような若年層から突化した個人的興味の追及や表現活動の一般化がどのように展開していくのかということについては、今後の研究の課題として残されたと考える。

(引用)

- ・ 岩間夏樹, 1995年, 『戦後若者文化の光芒』, 日本経済新聞
- ・ 小谷敏, 1998年, 『若者たちの変貌 - 世代をめぐる社会学的物語』, 世界思想社.

- 楠本まき,2000年,『耽美生活百科』,集英社.
- 楠本まき,1988,『Kiss××××①』,集英社.
- 宮台真司,1998年,『終わりなき日常を生きろ』,筑摩書房.
- 宮台真司,宮崎哲哉,2002年,『M2 我らの時代に』,筑摩書房.
- 室伏哲郎編集『プリンツ21,2001春』,「アトリエインタビュー 恋月姫 生と死と官能のリアリズム」株式会社プリンツ21.
- 永野由加里編,2001年,『ランキング大好き9月1日号増刊 Alice Doll Vol.1』,ぶんか社.
- 大塚英司,2002年,『人身御供論』,角川文庫.
- 佐藤俊樹,「解体する日本のコミュニケーション」,『ポップ・コミュニケーション全書』.
- 鈴木真理子編,2001年,『GOTHIC&LOLITAバイブル1』,バウハウス MOOK,バウハウス.

(謝辞)

本論の調査に協力して下さった“whoopie’s”のスタッフの皆さんならびに,“whoopie’s”を紹介して下さった富山大学の酒井陽子さん,調査に協力して下さった北陸在住のゴシック・ロリィタの皆様,常に新しい資料や情報を提供して下さっている皆様方に深い感謝の言葉を捧げたい。