HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	コンテンツツーリズム : メディアを横断するコンテンツと越境するファンダム
Author(s)	山村, 髙淑; シートン, フィリップ
Description	本書は北海道大学出版会から2021 年に紙媒体で出版したものを、紙媒体絶版を期に、出版社の許可を得て、北海道大学観光学高等研究センターが電子版としてオープンアクセス化したものです。 本書から引用を行う場合は、書誌情報を以下のようにご記載下さい。 山村高淑, フィリップ・シートン編著・監訳, [2021] 2024, 『コンテンツツーリズムーメディアを横断するコンテンツと越境するファンダム』, 北海道大学観光学高等研究センター.
Issue Date	2024-04-01
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/91559
Type	book
File Information	07_Chapter 3.pdf, 個別ファイル：第３章　『ウィッチャー』（The Witcher）　ー小説シリーズとゲームが誘発するポーランドへのツーリズム

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

本書から引用を行う場合は、書誌情報を以下のようにご記載下さい。

山村高淑，フィリップ・シートン 編著・監訳，［2021］2024，『コンテンツツーリズム――メディアを横断するコンテンツと越境するファンダム』，北海道大学観光学高等研究センター.

第３章

『ウィッチャー』(*The Witcher*)――小説シリーズとゲームが誘発するポーランドへのツーリズム

アレクサンドラ・ヤヴォロヴィチ-ジムニ

1. はじめに

2015年のプレミア公開からほどなくして，『ウィッチャー3 ワイルドハント』(*The Witcher 3: Wild Hunt*) は，ゲーム界で最も評価の高いコンピューター RPG(ロールプレイングゲーム)[1] の一つとなった。その結果，『ウィッチャー』(*The Witcher*) のゲームシリーズが開発されたポーランドに，多くのファンの目が向けられるようになった。ゲーム自体は，ポーランド人作家アンドレイ・サプコフスキ (Andrzej Sapkowski) の小説シリーズに基づいている。同小説シリーズでサプコフスキは，スラブの伝統，慣習，そして神話に深く根ざした，中世東ヨーロッパを彷彿とさせるファンタジーの物語世界を創り出した。このように同ゲームシリーズや小説シリーズはその原点をポーランドに持つため，熱心なファンの関心は自ずとポーランドに向くことになる。そしてポーランドの幅広い事象に興味を抱くようになったファンの中から，実際にポーランドへの旅へと向かう者も現れてくるのである。

本章では，『ウィッチャー』ファンによる，ポーランドでのツーリズム実践，特に3日間にわたるLARP(*The Witcher* Live Action Role-playing Game = ライブアクション・ロールプレイングゲーム) イベントへの国際的な参加者による実践に焦点を当てて議論を行なう。『ウィッチャー』は，特定の実在する場所が舞台となってはいない。このため，ポピュラーカルチャー作品で具体的に描かれたゆかりの地へと向かうファンによる巡礼と，当事例のように特定の舞台地を持たない作品群をきっかけとしたツーリズム実践とは，異な

るものとなる。プレイヤーの関心は，第一義的には『ウィッチャー』の物語とゲーム制作に直接関係する旅にあり，副次的には，ゲームのビジュアルや雰囲気に似たポーランドの場所を観光することにあるのだ。

映画のロケ地へのツーリズム（film location tourism）についてはこれまで数多くの研究が行なわれている。代表的なものに，映画『ロード・オブ・ザ・リング』（*The Lord of the Rings*）3部作上映後のニュージーランドへのツーリズムに関する研究（Buchmann 2010; Carl *et al*. 2007），北アイルランドの『ゲーム・オブ・スローンズ』（*Game of Thrones*）ツアーの人気についての研究（Tzanelli 2016），『ハリー・ポッター』（*Harry Potter*）に誘発されたイギリスへのツアーに関する研究（Lee 2012），等がある。

しかし，ビデオゲームに誘発されたツーリズム（videogame-induced tourism, 以下，ビデオゲーム・インデュースト・ツーリズム）については未だ研究が不十分であり，具体的なツーリズム様式についても明らかになっていない。Roesch（2009: 231）はかつて，フィルム・インデュースト・ツーリズムに関する著作の中で，「コンピューターゲームやビデオゲームも，今後ツーリズムの引き金になり得るだろうか」という問題提起を行なっている。今現在，その答えは，肯定的なものであろう。というのも，目下，例えばフィレンツェでは，ガイドが『アサシン クリード』（*Assassin's Creed*）（様々な時代，特にルネッサンス時代のイタリアが何度も舞台になっているアクション・アドベンチャー・ビデオゲーム・シリーズ）に基づいたツアーを提供しており，ツーリストをゲームに登場する歴史的な建物に案内している。一方，『キングダムカム・デリバランス』（*Kingdom Come: Deliverance*）という，中世ボヘミアが舞台の，史実に基づいたRPGのリリース以降，チェコ共和国のサーザヴァ修道院（Sázava Monastery）では若い訪問者の増加が観察されている（Oppelt 2018）。

こうした中，ビデオゲーム・インデュースト・ツーリズムについて，業界によるツーリズム振興への関与がより確立しているとみられる日本を引き合いに，広く議論が行なわれ始めているというのが現状である（Durango & Wei 2016; Salmond & Salmond 2016; Sugawa-Shimada 2015; Yamamura 2018）。

『ウィッチャー』を理由にポーランドを訪れるツーリストの大部分は，

ゲームプレイをきっかけに同作品の関連(派生)作品・関連商品を探し求めた経験を持つ。そのため，彼・彼女らは，こうした関連作品・関連商品が多様なメディア形式で存在し，そうした多様なメディアを横断する形で，主人公，物語，舞台地が登場してくる点もよく認識している。ファンは，メディア消費によって〈ウィッチャーの世界〉(The Witcher's World)に関する知識を深めるだけでなく，同人誌や二次創作といった，ファン自らが生み出す作品の中においても，積極的にコンテンツの拡張を図っているのだ。あるポーランド人のウィッチャーファンは，クラウドファンディングによって，〈ウィッチャーの世界〉を舞台にしつつも，ストーリーはビデオゲームや小説とは無関係の，商業目的ではない，長編二次創作映画まで創り出した(WitcherFanFilm 2019)。同様に，後述するウィッチャーLARP(*The Witcher* Live Action Role-playing Game)[2)]では，自身のオリジナルなキャラクターやストーリーを，その世界の中で創り出すことが可能だ。コンテンツとしての〈ウィッチャー〉は，様々な形式で存在するだけでなく，独自のルールや特徴を備えた，ファンによって絶えず拡張と再編が行なわれる，生きた世界になっているのだ。したがって，〈ウィッチャー〉に誘発されたツーリズムは，単なる〈ゲームに誘発されたツーリズム〉ではなく，〈コンテンツツーリズム〉の典型例なのである。

2.『ウィッチャー』現象

ウィッチャー(魔法剣士)であるキャラクター〈リヴィアのゲラルト〉(Witcher Geralt of Rivia)は，1986年に月刊誌*Fantastyka*で公表された，アンドレイ・サプコフスキによる短編小説*The Witcher*(ポーランド語で*Wiedźmin*)に初めて登場する。ゲラルトは雇われの，プロのモンスター・スレイヤー(怪物退治を生業とする剣士)である。魔法による変異と激しいトレーニングにより，彼は，高度な知覚と，優れたスピード，力，持久力等，超自然的な能力を獲得するとともに，能力を強化する魔法の呪文や霊薬も使用することができる。そして，エルフ，人間，ドワーフ等，異なる種族が暮らす地を旅す

る。彼は，生業のトレードマークである2本の剣（銀の剣はモンスターを殺すため，鋼の剣は人間を殺すため）を携えながら，社会・政情不安の時代において〈小さな悪＝必要悪〉を選択することの是非にもがき苦しむ。

最初の短編小説が発表されて以降，原作者は〈ウィッチャーの世界〉を矢継ぎ早に発展させてきた。短編集*The Witcher*（1990），*Sword of Destiny*（1992），*The Last Wish*（1993）には，リヴィアのゲラルトをめぐるストーリーが全部で14作品収められている。しかし，ウィッチャーの小説シリーズが，ポーランドの書籍市場において大ヒットを記録するのは，*The Witcher* 5部作（1994年から1999年にかけて出版）の発表以降のことだ。政治的内容が多いこの小説シリーズは，ゲラルトと，彼によって娘のように育てられた，ウィッチャー修行中の少女シリに焦点を当てたものである。同シリーズは，ヨーロッパのほぼ全ての公用語，そして中国語と日本語に翻訳されている。

大人気を博した当シリーズは，間もなく，他のメディア形式でも作品化（アダプテーション）されていく。ポーランドでは，コミック本シリーズ（1993–1995），実写映画（2001），テレビシリーズ（2002），テーブルトークRPG（2007），カードゲーム（2007），ビデオゲーム3作（2007–2015），ボードゲーム（2016），そしてミュージカル（2017）として展開する。2010年代半ば以降，こうしたウィッチャーのアダプテーションはポーランド以外でも行なわれるようになる。アメリカのコミック・マンガ本の出版社であるDark Horse Comicsは，2014年以来，ウィッチャーのコミック本シリーズを出版している。さらに2017年にはNetflixが，ウィッチャーの新たなテレビシリーズを2019年に公開することを発表し，世界中のファンの期待が高まっている。

サプコフスキが創り出した世界は，特にビデオゲームシリーズ『ウィッチャー』を通して，世界中からの人気が高まった。このビデオゲームシリーズの最初の作品『ウィッチャー1』（原題は*The Witcher*）は，当時小さなスタジオだったCD Projekt Redが開発し，2007年にリリースされたものである。続編の『ウィッチャー2 王の暗殺者』（*The Witcher 2: Assassins of Kings*）は2011年に発売された。いずれのゲームもPC向けのRPGで，プレイヤーがゲラルトとなって，小説5部作のストーリー後の出来事に関連するクエスト――小説シリーズの物語を繰り返すのではなく，それらを拡張したもの――に向か

う。第1作目は，舞台としてポーランドから着想を得た風景が描かれており，ポーランドの古典文学や伝説に深く根ざした作品となっていた。より複雑な筋書きで，キャラクター育成の選択肢も増えた2作目は，見た目には一般的なファンタジー世界が舞台だ。プレイヤーの選ぶ選択肢に応じてストーリーラインが変化し，ゲーム内の出来事やエンディングが変わる。この2作目が契機となって，CD Projekt Redはヨーロッパ以外の地域からも多くのファンを獲得した。この2作目のゲームは，ポーランドの文化的な象徴にまで成長し，2011年にバラク・オバマ大統領がポーランドを訪れた際，ドナルド・トゥスク首相がこの2作目のゲーム『ウィッチャー2』をプレゼントしたほどである(Schreier 2017)。

『ウィッチャー2』の世界的な成功の後，CD Projekt Redはさらに大きなプロジェクトを進める。次に計画していたゲームは，壮大なオープンワールドRPG[3)]で，クリアに要する一般的なプレイ時間が200時間——この当時の他の人気のオープンワールドRPGは，およそ46時間でクリアできた——というものだった(Gera 2015)。2015年5月に，PCとゲーム機(PlayStation 4とXbox)向けに同時にリリースされた『ウィッチャー3 ワイルドハント』は，2週間で400万本以上の売り上げを記録し(Crecente 2015)，世界中の評論家とゲーマー双方から称賛を受けた。第1作目のリリースから10年にわたり，当ゲームシリーズは世界累計で3,300万本以上を売り上げているが，その大部分はこの3作目によるものだという(Nelva 2018)。

3. ポーランド文化の産物としての『ウィッチャー3』

ゲーム『ウィッチャー』シリーズは，世界中の消費者を魅了することに成功したポーランド製品の数少ない例である。同ゲームシリーズは，ポーランドで開発されたというだけでなく，そこで描かれる世界の要素の多くがポーランドを想起させる。サプコフスキの小説には，スラブ神話やポーランドの古典文学への言及が数多く含まれている——ただしこうした話題に馴染みの無い読者からは見落とされる可能性があるのだが——。しかしその一方

で，舞台地に関しては読者の想像力に頼っている。〈ウィッチャーの世界〉の〈ポーランドらしさ〉(Polishness) をよりはっきりと表現したのは，ビジュアル・メディア，特にビデオゲーム『ウィッチャー3』である。本作は，サプコフスキの小説のアダプテーションの中でも，国際的に最も高い評価を得たものでもある。そこで以下，ゲーム『ウィッチャー3』とポーランドとのつながりに焦点を当て，議論を進めてみたい。

さて，『ウィッチャー3』のディレクターの1人であるKonrad Tomaszkiewiczは，PlayStation Polskaからインタビューを受け，次のように述べている。

> 我々はポーランド出身で，そのことに大きな誇りを持っています。当社の美術チームはポーランドにある実際の場所を参考にしました。絵のように美しい野原，中世の城や村といった場所です。当社のアーティストはこうした場所を撮影し，ゲームの中で可能な限りの忠実な再現を試みました。『ウィッチャー3』は西側に輸出しているポーランドの製品です。外国の方々は，ポーランド，あるいはより一般的には東ヨーロッパがどんなところなのかご存知ないでしょう。この意味では，当社は新しく，興味深いものを提供していると思います。(PlayStation Polska 2015)

Tomaszkiewiczが言うとおり，『ウィッチャー3』の背景画像の多くは，開発チームメンバーによって撮影された写真がモデルになっており（第4章の山村，第5章のバトラーが議論しているロケハンと同様のプロセス），その結果，ポーランド的な風景・建築・シンボル，といった要素がゲーム世界に現れることになる。

ゲーム内の主要な場所の一つであるヴェレン (Land of Velen) の風景は，ポーランドの田園風景，とりわけ北部湖水地方のマズーリの風景に酷似している。ゲーム内のヴェレンの美しい風景は，中世の農民の家を思わせる，藁葺き屋根の木造の小屋が並ぶ小さな村々によって構成される。さらに一部の小屋にはポーランドの伝統的な装飾がなされている。ゲーム内のもう一つの主要な場所である自由都市ノヴィグラド (the free city of Novigrad) は，ポーランド最大の港湾都市であるグダニスクと関連付けられる。実在するグダ

ニスクのシンボル，旧港のクレーン(口絵3)は，ゲーム内のノヴィグラド港にも存在し(図3.1)，グダニスクを訪れたことがある人や，写真を見たことがある人ならば，すぐその関連性に気付く。さらに〈ウィッチャーの世界〉における四王国(the Four Kingdoms)の一つであるレダニア(Redania)の紋章は，赤の背景に，冠をかぶり杖(笏)[4)]を持った白い鷲が描かれている。これはポーランドの国章に驚くほど似ているのだ。

こうしたビジュアル面での特性に加え，ポーランド的な(そしてより一般的にはスラブ的な)文化はゲーム中で，神話，慣習，伝説，そして文学を参照する形で表現されている。Zaborowski (2015)は，小説『ウィッチャー』シリーズにおけるスラブ神話の描かれ方について考察を行なったが，同研究で取り上げられた怪物たちは，ゲーム版ではより大きな役を担っている。ゲームでは，こうした怪物たちを倒すことがプレイヤーの主たるタスクであるからだ。プレイヤーはゲーム内で100以上もの怪物と遭遇するが，前掲のゲーム・ディレクター Tomaszkiewiczによると，そのうち90％以上がスラブ神話に登場する怪物だという(Culture.pl 2016)。さらにゲームには，スラブにおけるキリスト教以前の異教の伝統や，民話や古典文学に根差したストーリー展開が明確に含まれている。シニア・シナリオライターのJakub Szamałekによれば，クリエイターたちは複数の伝説や民話を取り上げ，それらをベースに，より残酷でシニカル，そしておとぎ話っぽさを削ぐ形で，『ウィッチャー』の持つ暗い世界に合うよう，ファン向けに再編集したという(Culture.pl 2016)。

ゲーム『ウィッチャー』シリーズにおけるポーランド文化は，単にスラブ的バックグラウンドを持ったプレイヤーが気付くといった要素であるだけでなく，インターネット上の様々なフォーラムの場でそうしたバックグラウンドを持たない人々によっても議論されるテーマである。ゲーム内でのポーランド民話や伝統の描かれ方に関する学術的研究(Majkowski 2018; Zaborowski 2015)から，ゲームのポータルサイトで公表された記事(Miszczyk 2015; Schreiber 2017)，さらにはネット上で人気の国際的な掲示板(特にreddit.com)における議論に至るまで，『ウィッチャー』のルーツをポーランドに求めるプレイヤーの欲求は非常に高い。

図 3.1　ノヴィグラド（**Novigrad**）の波止場にあるクレーン
出典：『ウィッチャー 3　ワイルドハント』（*The Witcher 3: Wild Hunt*）より。© CD PROJEKT RED

4. ポーランドにおける『ウィッチャー』観光と一般的な観光

ポーランドの社会調査統計局（Social Surveys Department of Statistics Poland）によると，2018年にレジャー目的で2日以上にわたりポーランドを訪れた外国人は約4,868,900人であり，2017年比で4.5%増加した（Główny Urząd Statystyczny 2018: 101）。ロンリープラネットの*Best Value Destinations 2019*でウッチ[5]が2位に輝いた（Lonely Planet 2018）ことと，ヴロツワフ[6]がThe European Best Destination 2018を受賞（Best European Destination 2018）したことにより，ヨーロッパの観光地図におけるポーランドの重要性は徐々に高まりつつある。しかし，2015年にポーランド国内で（国内および海外からの）訪問者が多かった観光地トップ12は，国立公園が5件，王宮や宮殿にある博物館3件，アウシュヴィッツ強制収容所（Auschwitz-Birkenau Memorial），ヴィエリチカ岩塩坑（Wieliczka Salt Mine），ヴロツワフ動物園（Wrocław Zoo），そしてワルシャワのコペルニクス科学センター（Copernicus Science Centre）だった（Polska Organizacja Turystyczna 2016: 19）。これらはいずれも，ポーランドの民俗・伝統文

化に直接的には関係しない場所である。

一方，『ウィッチャー』は，ポーランド国内にある，こうした人気目的地以外の様々な興味深い場所やイベント――とりわけ，今のところ旅行目的地としてその存在があまり知られていないような場――とファンを引き合わせる可能性を持っている。グダニスクやビスクピン，マウジツェ古民家博物館(Maurzyce open-air museums)のような，ゲームに投影された実在の場所は，熱心なゲーマーにとって最も興味深い場所である。さらに中世ポーランドの文化は，『ウィッチャー』に対し非常に大きな影響を与えている。中世に建てられた城等の歴史スポットにおいて演じられている，騎士の競技会や戦闘の再現劇は，ひとたび宣伝が行なわれれば，〈ウィッチャーの世界〉に魅了された人々を集めることができるだろう。そして，クラクフ民族学博物館(The Ethnographic Museum of Kraków)や，毎年6月後半にポーランド各地で行なわれるクパーラの夜(Kupala Night)[7]の祝祭のような，ポーランドの民話や昔話に触れることができる場所やイベントは，『ウィッチャー』の物語やキャラクターと深く関係している。このように，『ウィッチャー』関連商品は，ポーランドの中世文化や民俗文化に対する，観光面でのより広い関心を引き起こすポテンシャルを秘めていると言える。

ネット掲示板のreddit.comにおける『ウィッチャー』のセクションや，ネット上のCD Projekt Redフォーラムを閲覧すると，ポーランドで訪れるべき場所についてアドバイスを求める人々のスレッドをいくつも見つけることができる。そうしたスレッドでは，ポーランドを訪れようとしている潜在的ツーリストが，〈ウィッチャーの世界〉に似た，歴史的な，特に中世に関する場所や，テーマ性のあるパブ，イベント，店等，訪問すべき場所の情報を求めている(Deeshon 2017; shartweekondvd 2017)。多くのファンは10代から20代前半であるため，こうした旅を行なうに当たっては，金銭面の制約を抱えている。Plan Poland(顧客の予算・時間的制約，興味に合わせて，ポーランドへの旅をカスタマイズする，主としてオンラインで運営している小さな会社)のブログで最も人気のある投稿は，「『ウィッチャー3 ワイルドハント』に登場するポーランド文化と実在の場所」である(Plan Poland 2017)。このブログ記事では，同ゲームにインスピレーションを与えた，文学，慣習，そ

して実在の場所を紹介している。Plan Polandのツアーオーガナイザーであり，自身も『ウィッチャー』ファンであるJustyna Dzikによれば，当初，彼女は『ウィッチャー』に触発されたツアーが大きな関心を呼ぶと期待していたという。そこで，同社はこうしたツアーを，『ウィッチャー』関連のファンが集うフォーラムやソーシャルメディア上で宣伝した。しかし，一部の人々が一時的にポーランド訪問に関心を示したものの，ツアーに対する反応は多くなく，こうしたツアー企画の依頼は1件もなかったという。このように，ゲーマーは観光することに，大して興味があるようには見受けられない中で，Dzikは，今後Netflixによってリリースされる予定の『ウィッチャー』テレビシリーズのファンが，ポーランドへの旅に興味を持ってくれることを願っているとのことである。というのも，同テレビシリーズの撮影の一部がポーランドで実施されるからだ(Dzik 2018)。こうして見ると，たとえファンに，作品に関連するイベントやアトラクション，場所に対する興味があったとしても，より包括的な『ウィッチャー』ツーリズムを生み出す民間の取り組みは，まだまだ不十分であると言えよう。

〈場所のブランディング〉は，消費者と場所との関係性に影響を与える要素である(第2章を参照)。しかし，『ウィッチャー』を活用して場所やイベントを振興するという戦略は，2018年10月現在，ポーランドの地方自治体および中央政府いずれのレベルでも採られていない。確かにこれまで見てきたように，『ウィッチャー』関連商品群と，ポーランドの中世の遺産や民俗文化とのつながりには，ツーリズムに影響を与えるポテンシャルがある。しかし，目標を定めて，組織的なブランディングが行なわれなければ，そうしたポテンシャルは発揮されないままであろう。

5. CD Projekt Red オフィス――ラッキーな人々のための旅

インターネット上のCD Projekt Redの公式掲示板においては，何人ものファンが，ある非常に具体的な形の旅についての照会を行なっている。それはワルシャワにある，ゲーム『ウィッチャー』開発会社のオフィスへの訪問

についてである。具体的には，こうしたファンたちは，ゲームがどこで開発されたのかを知りたいということ，開発者たちと会ったり，ゲーム開発会社に併設されていると思っている公式『ウィッチャー』ショップで関連グッズを購入したりすることに関心があること，等をフォーラム上で表明している。しかし大変残念なことに，CD Projekt Redによって運営されている公式オンラインショップを除き，ポーランド国内に『ウィッチャー』専門の店舗は存在しない。また，テーマ別掲示板においても，オフィスの所在地，営業時間，オフィス見学ツアー，開発者への連絡方法に関する質問が見られる(Br0adsw0rd 2010; Vitalyaya 2016)。

オフィス見学ツアーに興味があっても，現在のところ，全ての希望者が参加できるわけではない。『ウィッチャー3』のリリース前，同社の知名度が今ほど高くはなかった頃，オフィス見学は現在ほど難しくはなかったようだ。あるファンは2014年に，同社のオフィスを訪問した際に写した写真と，短いレポートをネット上に投稿している。訪問の数日前に開発者にメールを送っただけで，オフィスへの入室が許されたとのことである(Cyph0n 2014)。しかし同社は，『ウィッチャー3』後に大きな成長を遂げたことから，ゲーム関連コミュニティにおいて，確立したポジション――人気ゲームポータルサイトのブロガー，ユーチューバー，ライター等――がなければ訪問は難しい状況となった。

同社の広報担当シニア・マネジャー, Radek Grabowskiによれば, 2018年現在, 同社訪問が許可されるのは，公式『ウィッチャー』掲示板のユーザー向け感謝イベントのような場への，ファン関連コミュニティの代表者たちの訪問くらいである(Grabowski 2018)。最もアクティブなユーザーは，こうした機会にスタジオに招かれ，その際に自由に見学したり，ゲーム制作に関する資料を見たり，CD Projekt Redのスタッフに質問を行なったりすることができるのだ(CD Projekt Red 2017)。なお，ゲーム界のセレブリティ向けのイベントやプロモーションツアーは，国際的なコミュニティをターゲットとして英語で開催されているが，掲示板ユーザーの懇親会は，ポーランド国内の，ポーランド語を話すコミュニティを対象に実施されている。

ただ，掲示板ユーザーの中で，同社訪問のためだけにポーランドを訪れた

いと表明している者は見当たらなかった。大多数は，別の目的でポーランドに滞在する際の，追加的な活動として同社訪問を挙げていたのだ。とはいうものの，制作会社は，多くのファンにとって，旅程に組み込みたい場所であることには間違いない。こうした，開発者とゲーマーのつながりが持つ可能性は，日本のゲームソフト開発会社，サイバーコネクトツーの例に見ることができる。同社では，テーマに即した展示会，ファン向けのセミナーや代表取締役社長とのミーティングを企画するだけでなく，事前に申し込みを行なった者は誰でも参加が可能な社内見学ツアーを提供している（CyberConnect2 n.d.）。オフィス訪問は，その業界への就職に興味がある者だけでなく，お気に入りの作品について直に情報を得ることが叶うファンにとっても，特別な価値を持つ。こうした事例は，映画におけるいわゆるオフ・ロケーション・ツーリズム（off-location tourism），すなわち，「撮影スタジオ見学や，技術体験といった，産業スタイルのツーリズム活動」（Beeton 2005: 28）と類似したツーリズム形態として捉えることが可能だ。『ウィッチャー』ファンは，ゲームの世界と完全に一致した実在の場所を訪れることはできないが，本物の制作現場や，普段はあまり知られることの無いゲーム制作の世界に惹かれるものなのである。

6. 世界中からファンを惹きつける『ウィッチャー』育成学校

2015年，世界中から『ウィッチャー』ファンがポーランドへ集まるイベントが開催された。『ウィッチャー』育成学校（The Witcher School）である。このイベントは，ポーランドのシレジア地方に拠点を持つ5 Żywiołówというグループによって企画された，3日間にわたるLARPだ。

LARPのルーツは，1970年代に登場した，「通常1名以上のゲームマスターの指導の下，1名以上のプレイヤーがインタラクティブなストーリーの中で役割を担う」（Tychsen *et al*. 2006: 252–253）テーブルトークRPGにたどることができる。テーブルトークRPGでは，参加者がゲームセッション中に，自身のキャラクターやアクションについて口頭（すなわちトーク＝言葉）で説明を

行なう。一方，LARPでは，「参加者は自身の物理的な身体にキャラクター（ロール＝役割）を宿すことが求められ，実体的・物質的な場とプレイヤーとの相互作用がゲームを定義する」(Regitzesdatter 2011: 74)。この場合，ゲーム世界での抽象度や仮想度のレベルにかかわらず，アクションはプレイヤー自身がその肉体で演じることになる(Stenros & Hakkarainen 2003: 59–61)。

『ウィッチャー』育成学校は，ポーランド南東部に位置する，12世紀に建造されたグロジェツ城(Grodziec Castle)，または17世紀建造のモシュナ城(Moszna Castle)のいずれかで開催される。イベント期間中は，プレイヤーが自身の役割に没入しやすいよう，会場周辺の現代的なテクノロジーは全て見えないよう配慮される。到着次第プレイヤーは衣装を渡され，ワークショップで安全規則やゲームの基本に関する説明を受ける。参加者の多くは『ウィッチャー』のファンであるが，LARPは彼・彼女らにとって全く新たな経験となる。参加者は，自身のキャラクターと基本シナリオに関する説明を事前に受け取る。LARPのシナリオには，関連作品の中で知られるマイナーなキャラクターがいくつか含まれるが，ストーリーライン自体は本やゲームとは無関係だ。そのため，『ウィッチャー』のコンテンツは，LARP参加者によって積極的に再編集され拡張されることになる。『ウィッチャー』の虚構の物語世界を彷彿させる，ポーランド的なランドスケープや建築といった要素を用いながら，プレイヤーは〈ウィッチャーの世界〉の王国で，独自のウィッチャー見習いのキャラクターを具象化していく。プレイヤーは，フェンシングのトレーニングのほか，アーチェリー，瞑想，錬金術のワークショップに参加する。時には深夜に起こされ，怪物と戦ったり，寒い森の中を走ったり，城を襲撃したりすることを求められる。

第1回目の『ウィッチャー』育成学校は，2015年にポーランド語で開催されたが，翌2016年3月には初のインターナショナル『ウィッチャー』育成学校が英語で開催され，39名のプレイヤーが集まった(Purchese 2016)。2018年にはポーランド語で3回，英語で3回，合計6回の育成学校が開催され，全ての回で満席を記録した。開催会場に応じて，参加定員は65名（グロジェツ城）か128名（モシュナ城）となる。2018年10月22日には，翌2019年春のイベント3回分のチケットがそれぞれ販売開始となった。1週間後の10月29日

時点では，ポーランド語回のチケット（価格は310ユーロで65枚発売）と，4月の英語回のチケット（価格は430ユーロで128枚発売）が完売し，3月の英語回のチケット（価格は430ユーロで128枚発売）も残りわずか20枚という売れ行きだった。『ウィッチャー』育成学校のプロモーションはインターネット上に限られているが，Facebookでの情報交換や，人気ゲームポータルサイト（Eurogamer.net等）上における過去の参加者によるブログ投稿が当イベントへの関心を高めている。

7. 過去の『ウィッチャー』育成学校参加者へのアンケート

『ウィッチャー』育成学校の特徴の一つは，イベント中に，参加者の間で強い社会的な結び付きが発生することだ。過去の参加者たちは，親密なコミュニティを創り，実生活とソーシャルメディアの両方で，その後もつながりを保っている。5 Żywiołówが管理する非公開のFacebookグループでは，200名以上の過去の参加者がつながっている。筆者はイベントに参加していないが，LARP企画者の協力と許可の下，これら過去の参加者に対し，ポーランド訪問の経験を尋ねるアンケート調査を実施した。その結果，27ヶ国，86名から回答を得ることができた。

回答者（女性31名，男性55名）は，主にヨーロッパ出身者が占めているが，アメリカ人，アジア人，アフリカ人も含まれていた（図3.2）。また回答者の大部分は20代で，最年少19歳から最年長46歳にわたる。回答者の大多数（86名中72名）にとっては，同学校への参加が初めてのポーランド旅行であり，84名は特にLARPに参加するためにポーランドを訪れたとのことである。

参加者の大部分は，主に『ウィッチャー』関連作品群への強い関心からイベントへの参加を決めているが，一部の参加者はLARPそのもののファンでもあった。具体的には，回答者の約30%が，LARPそのものへの興味が一番の参加動機だったと答えている。

また，『ウィッチャー』関連作品・商品の中では世界的にもゲームシリーズが圧倒的知名度と人気を誇るが，同学校参加者はゲーム以外の形式の作

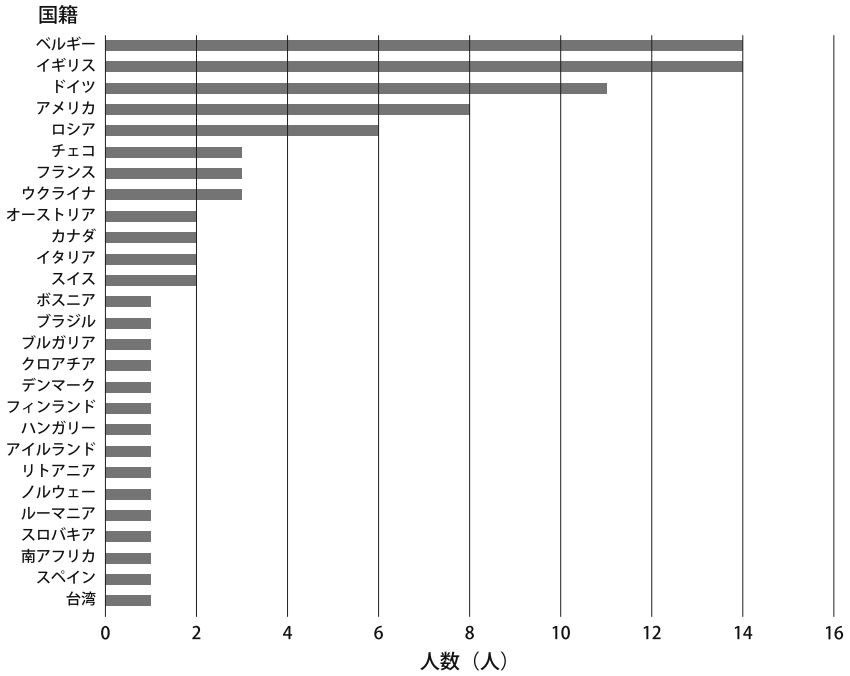

図 3.2　『ウィッチャー』育成学校参加者の国籍（*n*=86）

品・商品についても良く知っていた。このことから，熱心なファンは可能な限り多様な形式で，ウィッチャーという虚構の物語を消費しようとしていることが示唆される（図3.3）。

アンケートの目的の一つは，『ウィッチャー』のファンタジー世界とポーランド的風景（ランドスケープ）や文化の間で，ファンがどのような関連性を見出しているのかを把握することであった。さらに，実際のポーランド訪問が，こうした関連性の認識に影響を与えたかどうかを問う質問も行なった。「ポーランド訪問以前に，ポーランド的風景や文化と〈ウィッチャーの世界〉に類似性を見出していたかどうか」という質問については，アンケート回答者86名のうち80名から回答が得られた。またポーランド訪問後の印象を問う質問については，73名から回答が得られた。

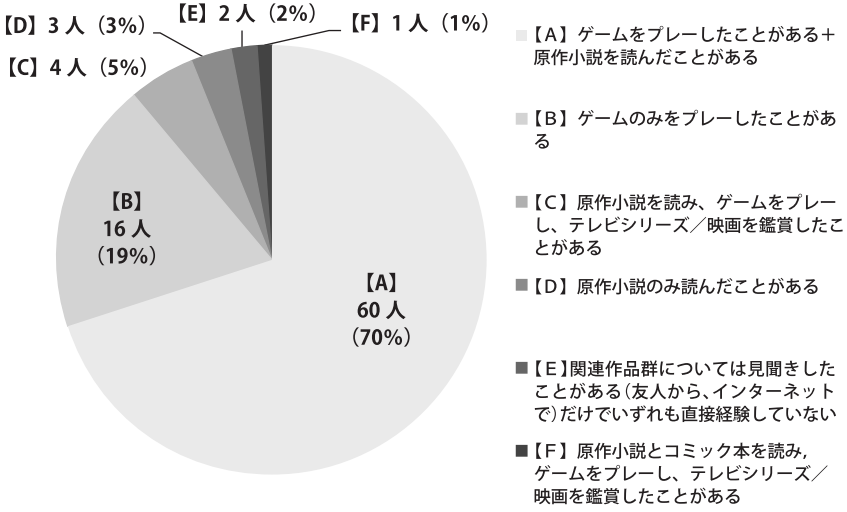

図 3.3　『ウィッチャー』育成学校参加者における『ウィッチャー』関連作品・商品（フランチャイズ）の認知度（***n*=86**）

その結果，訪問前については，39 名の参加者（同設問への回答者の 49%）は，ポーランドと〈ウィッチャーの世界〉の間に類似性を全く見出していなかった，あるいは思い当たらなかった，と回答した。一方ポーランド訪問後の印象については，訪問後も類似性を全く見出せない，思い当たらない，と答えた者は 17 名（同設問への回答者の 23%）まで減少した。このことから，一部のファンにとっては，ポーランドへの訪問が，それまで気が付かなかった『ウィッチャー』の中にあるポーランドのルーツを認識させるきっかけとなったことがわかる。

ポーランド来訪前から『ウィッチャー』とポーランドを結び付けて認識していた参加者の間で，最も多く挙げられた『ウィッチャー』とポーランドとの類似性・関連要素は，ポーランド（そしてスラブ）神話と民話であった。その他には，ポーランド的風景（8 人），中世の城や小さな村といった建築（7 人）といった回答や，衣装，キャラクターデザイン，そしてレダニアの紋章，という回答が見られた。さらに，ある参加者は『ウィッチャー』の世界にお

ける政治的対立を，第二次世界大戦の歴史とナチスドイツによるポーランド侵攻のメタファーとして見ていた。なお，こうしたゲームとポーランドとの関係性について具体的に調べたことがあると回答した者は少なかったが，多くの参加者にとって，『ウィッチャー』とポーランド文化を結び付けてゲームの背景説明をしているウェブ上の多くのサイトは非常に有益で，ポーランドの民俗文化と出会う機会を提供していることもわかった。このように見てくると，CD Projekt Redがゲーム『ウィッチャー』の制作に当たり，ポーランドの風景（ランドスケープ）から大きなインスピレーションを受けたにもかかわらず，プレイヤーのうち『ウィッチャー』に描かれている風景をポーランドのランドスケープと直結させている者は比較的少ないことがわかる。その一方で，ランドスケープ以外の多様な物語の要素がファンの間で広く議論され，スラブ民話に属するものと認識されている点が興味深い。

しかし回答者の一部は〈ウィッチャーの世界〉とポーランドのつながりについて懐疑的だ。何人かの回答者は，『ウィッチャー』の世界における中世的なリアリティと，21世紀のポーランドとの間に類似性を見出せない，あるいはポーランド的というよりスラブ的な文化である，と述べている。また，RPGは「誰もが，その出身地を問わず，恐らく故郷を思い起こさせる何かを見つけられる場所であり，誰もが故郷にいると感じられる場所である」ので，RPGの世界がどこか特定の国に「帰属する」という発想は好まないと答える者もいた（アンケート回答より）。それでも『ウィッチャー』育成学校への参加によって，回答者のうち19名は，それまで認識していなかった『ウィッチャー』のポーランドのルーツに気付き，3名はほんの少しだがその相互関係を見出すことができた，と答えている。

プレイヤーの注目を集めた要素は，主に風景（ランドスケープ）と中世の建築，特にモシュナ城とグロジェツ城だった。ある者は，〈ウィッチャーの世界〉との類似性は主に農村部で見出すことができ，現代的な大都市圏で見出すのは困難であると指摘した。また何名かは，グダニスク（ゲーム内のノヴィグラドのモデル）とクラクフ（中心部は中世の景観が良い状態で保存されている）への旅は『ウィッチャー』の雰囲気を彷彿させたと述べた。全体的にみると，ポーランド訪問後，全回答者86名中61名（71%）がポーランド

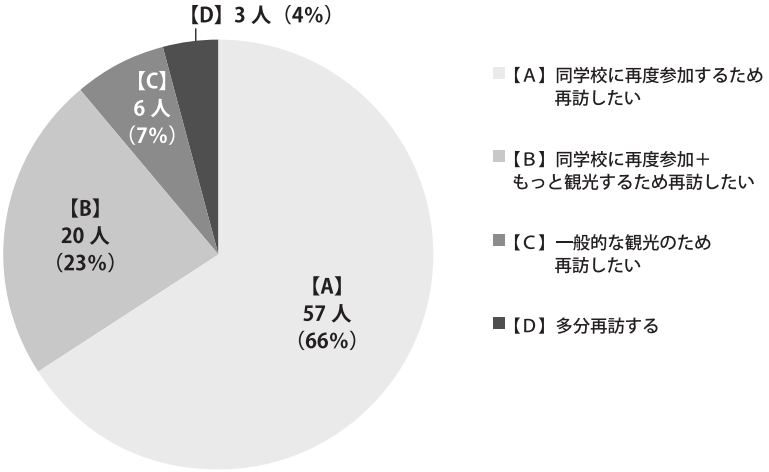

図 3.4　『ウィッチャー』育成学校参加者のポーランド再訪意向（***n*=86**）

の自然や文化[8]の様々な側面と『ウィッチャー』を何らかの形で関連付けていた。そして，その関連の度合いについては，「少し」というものから，「正に『ウィッチャー』の世界の中で歩き，トレーニングしたようだった！」というものまで，幅広い回答が見られた（アンケート回答より）。

『ウィッチャー』育成学校参加者の多くは長距離を旅してくることから，その機会を利用して，メインイベント期間（3日間）よりも長くポーランドに滞在する者も多い。今回の調査では回答者の半数以上が合計5日間まで滞在を延ばし，追加の2日間を周辺地域の観光に充てていた。LARP参加者にとって，LARP以外では，当該地方の中心都市であるヴロツワフ訪問が大きなアトラクションになっているようで，回答者のうち34名が同都市を訪れている。同市には有名な市営動物園や旧市街といった観光地があり，参加者が滞在延長期間を楽しむうえで人気の目的地となっているようだ。より長期間滞在した者は，ワルシャワ，クラクフ，アウシュヴィッツ，グダニスクといった著名な観光地のほか，それほど知名度の高くないポズナン，ニサ，プルドニクといった場所を訪れていた。育成学校参加者の全ては程度の差こそあれ

ポーランド再訪に関心を持っており，うち何人かは一般的な観光旅行のために再訪することを検討していた(図3.4)。

『ウィッチャー』育成学校は，参加者同士を強く結び付けると同時に，将来的な旅行計画にも影響を与える一種の〈アドベンチャー〉である。アンケート回答者の何人かは，友人訪問や新たな出会いを，将来のポーランド再訪の理由として挙げている。さらに，過去の学校参加者は『ウィッチャー』オフ会を企画している。同期の〈ウィッチャーたち〉をそれぞれの地元に招いて，再会や観光を楽しむのだ。このボトムアップ型の動きは，LARP主催者が企図したものでは一切ない。こうしたオフ会の旅の目的地は『ウィッチャー』とは何の関係もないが，しかし依然として物語が動機となった旅なのである。ファンコンベンション(特定のジャンルのファンが集まるイベント)とは異なり，こうした集まりには企画イベントや商業活動は含まれない。ここでは，〈ウィッチャーの世界〉の中で結びついた気の合う愛好家同士が，自分たちの経験を振り返り，ファンダムについて語り合い，育成学校参加がもたらした新たな生き方を育むのである。『ウィッチャー』育成学校のFacebookページには，非常に多くのプレイヤーが，次回のLARPイベントでより良いウィッチャーになれるよう，喫煙をやめ，トレーニングを開始し，減量したというコメントを記している。こうした〈人的要因〉とファン・ネットワークは，次の旅に向けた重要な動機となる。フィクションとしてのコンテンツが，場所やイベントに直接関係することで，こうした〈人的要因〉とファン・ネットワークが自然な形で発展してくるのである。

8. 結語

『ウィッチャー』は様々なメディアバージョンで展開しているが，いずれも，ポーランド文化，特に民話といった要素に深く根差した物語となっている。国際的なファンコミュニティにとってこうした複合的な物語世界への最も一般的な入口は，ビデオゲームシリーズ――ポーランドの国章，建築，風景に基づいたビジュアルを使用している――だった。物語の内容の多

くは，スラブの民俗文化にも由来しており，神話のストーリーやそこに登場する怪物が描かれる。ファンタジー世界であるにもかかわらず，多くのファンは『ウィッチャー』の世界がポーランドに根差すものであると認識している。その結果，インターネット上には，『ウィッチャー』の物語世界とポーランドとの類似性について，詳細な分析や探求を行なう投稿が数多く存在する。さらに『ウィッチャー』は，ポーランドで制作された商品として認識されており，同地のゲーム産業に対する関心をも喚起している。

多くのファンは，ポーランドと『ウィッチャー』の世界との間に，特に物語面における類似性を認識しているが，この事実自体は――特に若いファンの限られた予算を考慮すると――ポーランドへの旅を誘発するのに必ずしも十分なものではない。オンライン・ディスカッションの場では，ファンは『ウィッチャー』関連のアトラクション，イベント，グッズ，ゆかりの地に対し興味・関心を示しており，それらを通して自分たちが高く評価する『ウィッチャー』の物語に近づくことができると感じている。一方，ポーランドの中世の遺産は，『ウィッチャー』に関連して，ファンを惹きつける潜在的な力を持っているにもかかわらず，これらの場所はファンをターゲットとした体系的なプロモーションが欠如している。こうした結果，多くのファンは『ウィッチャー』の物語の延長と考えられる場所を知らないままとなり，それ故，ポーランドに向けた旅行動機もなかなか醸成されずにいるのが現状である。

2018年10月現在，世界中の『ウィッチャー』ファンをポーランドに最もはっきりと惹きつけているイベントは，依然としてLARP〈『ウィッチャー』育成学校〉である。このイベントでは，一連の『ウィッチャー』関連作品のファンが高く評価する物語世界を，〈ウィッチャーの世界〉でのアドベンチャーとして実体験することが可能である。プレイヤーは，特にビデオゲームシリーズのビジュアル表現で見たものと驚くほど似た物理的環境の中で，物語を再構築し拡張することが可能となる。LARPのプレイヤーは，ゲームゆかりの地を受動的に消費したり，関連商品を通して知られている物語を再創造したりするというより，『ウィッチャー』の設定下で，自分自身のストーリーを積極的に創り出しているのだ。『ウィッチャー』のビデオゲームで，プレイヤーがプロットを形作るのと同様に，『ウィッチャー』育成学校

での没入型の体験においても，プレイヤーがストーリーラインに影響を与えることが可能である。したがって，プレイヤーは消費者であるだけでなく物語の登場人物となることが可能であり，このことが参加者を夢中にさせるのだ。

同学校参加者は，ツーリストが少ない田舎のポーランドを知る機会に恵まれ，ゲーム『ウィッチャー』を通じて知っている風景とこうした田舎の風景を重ね合わせることが可能である。さらに，多くの参加者は学校参加後，慣習，伝説，言語といったポーランドの文化的要素を，〈ウィッチャーの世界〉に関連付け始める。同学校で得た経験が良好なものであった結果，参加者はポーランドを旅することに広く関心を抱くようになり，LARPへ再度参加するためだけでなく，一般的なツーリズム目的でも再びこの国を訪れる意向を抱く。同学校の人気の高まりは，ポーランドにおける『ウィッチャー』関連イベントのツーリズム面での潜在的可能性，さらにはその結果としての同国における一般的なツーリズム振興の展望について，貴重な示唆を与えてくれるのである。

最後に，同学校での経験の重要な要素の一つ，プレイヤー同士の結び付きについて触れておきたい。〈ウィッチャーの世界〉で冒険をともにした後は，プレイヤーは密接に連絡を取り合うようになる。今後開催される学校にともに申し込むだけでなく，世界各地に散らばる参加者それぞれの地元でのグループミーティングに，互いを招待し合うのだ。このように，〈ウィッチャー・コンテンツツーリズム〉の目的地は，ポーランド国内に限定されていない。物語世界への熱意を共有し，物語世界を祝福するとき，世界中のあらゆる場所が，ファンの旅の目的地となり得るのである。

注

1）編者補注：RPG とは，ロールプレイングゲーム（role-playing game）のことで，プレイヤーが特定のキャラクターを操作，育成しながらゲーム世界を探検するタイプのゲームである。

2）編者補注：LARP（ラープ，ライブ RPG とも）とはライブアクション・ロールプレイングゲームのこと。ロールプレイングゲームの一形式で，現実世界をフィールドとする。プレイヤーは，フィールドを歩き回りながら，身体的行動を通してゲームを進めていく。

3）編者補注：オープンワールド（open world）とは，プレイヤーが自由に舞台＝仮想世界を移動して探索が行なえるようにデザインされたコンピューターゲームを指す。オープンワールド RPG はこうした形式の RPG。

4）編者補注：冠と杖（笏）は王権の象徴。

5）編者補注：ウッチ（Łódź）はポーランド中央部の都市。

6）編者補注：ヴロツワフ（Wrocław）はポーランド西部にある都市。

7）夏至に関連するスラブの儀式。今日の祝祭においては，焚火，伝統舞踊，花輪の川流し，伝統工芸のショーやワークショップ等が行なわれる。

8）この質問に対しては，54 名が「ポーランド訪問後に類似性を見出した」と回答した。ポーランド訪問前から類似性を見出していた回答者のうち 7 名は，「訪問後」の質問には無回答だった。この 7 名については，訪問後に類似性を感じなくなったという趣旨の回答はしていないことから，ポーランド訪問の前後で認識に変化はないと判断し，訪問後に類似性を見出した者として計上した。

参考文献

Beeton, S. (2005) *Film-Induced Tourism*. Clevedon: Channel View Publications.

Best European Destination (2018) Best places to travel in Europe 2018. See https://www.europeanbestdestinations.com/european-best-destinations-2018/ (accessed October 2018).

Br0adsw0rd (2010) Visiting Poland. See https://forums.cdprojektred.com/forum/en/the-witcher-series/general-discussions/24847-visiting-poland (accessed May 2018).

Buchmann, A. (2010) Planning and development in film tourism: Insights into the experience of Lord of the Rings film guides. *Tourism and Hospitality Planning & Development* 7 (1), 77–84.

Carl, D., Kindon, S. and Smith, K. (2007) Tourists' experiences of film locations: New Zealand as 'Middle-Earth'. *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment* 9 (1), 49–63.

CD Projekt Red (2017) 10 lat serii gier o Wiedźminie - dziękujemy za spotkanie! See https://pl.cdprojektred.com/news/10-lat-serii-gier-o-wiedzminie-dziekujemy-za-spotkanie/ (accessed May 2018).

Crecente, B. (2015) The Witcher 3 sells 4 million copies in two weeks. See https://www.polygon.com/2015/6/9/8751113/the-witcher-3-sales (accessed May 2018).

Culture.pl (2016) Behind the scenes: The Witcher's Polish inspirations. See https://www.youtube.com/watch?v=xdhQnMNZqDw (accessed May 2018).

CyberConnect2 (n.d.)「会社見学」CyberConnect2 公式ホームページ(2018 年 9 月取得, http://www.cc2.co.jp/company/visit).

Cyph0n (2014) I visited CDP Red offices in Warsaw today! See https://www.reddit.com/r/witcher/comments/2dc9ey/i_visited_cdp_red_offices_in_warsaw_today/ (accessed May 2018).

Deeshon (2017) Big Witcher fan, what should I go looking for in Poland this summer? See https://www.reddit.com/r/witcher/comments/6a7u89/big_witcher_fan_what_should_i_go_looking_for_in/ (accessed May 2018).

Durango, B. and Wei, H. (2016) Games as travel guides: A look at meaningful downloadable content and its connection to locational context. *DiGRA Conference Proceedings* 13 (4), 1–9.

Dzik, J. (2018) Interview concerning prospects of The Witcher tourism (personal communication, April).

Gera, E. (2015) The Witcher 3 can take over 200 hours. See https://www.rockpapershotgun.com/2015/04/04/the-witcher-3-length/ (accessed May 2018).

Główny Urząd Statystyczny (2018) *Turystyka w 2017r*. Warszawa: Zakład Wydawnictw Statystycznych.

Grabowski, R. (2018) Interview concerning The Witcher tourism in the CD Projekt Red offices (personal communication, April).

Lee, C. (2012) 'Have magic, will travel': Tourism and Harry Potter's United (Magical) Kingdom. *Tourist Studies* 12 (1), 52–69.

Lonely Planet (2018) Best in travel 2019. Best value. See: https://www.lonelyplanet.com/best-in-travel/value (accessed October 2018).

Majkowski, T.Z. (2018) Geralt of Poland: The Witcher 3 between epistemic disobedience and imperial nostalgia. *Open Library of Humanities* 4 (1). See https://olh.openlibhums.org/articles/10.16995/olh.216/ (accessed May 2018).

Miszczyk, M. (2015) World games, diversity, outrage, and The Witcher 3. See http://nichegamer.com/2015/06/07/world-games-diversity-outrage-and-the-witcher-3/ (accessed May 2018).

Nelva, G. (2018) The Witcher series' sales pass 33 million units; PS4 vs Xbox One vs PC sales for the Witcher revealed. See https://www.dualshockers.com/witcher-sales-ps4-xbox-one-pc/ (accessed May 2018).

Oppelt, R. (2018) Herní hit Kingdom Come nastartoval v Sázavském klášteře turistiku. See https://cestovani.idnes.cz/sazava-klaster-kingdom-come-cirkevni-restituce-rataje-nad-sazavou-10a-/po-cesku.aspx?c=A180326_131116_po-cesku_hig (accessed May 2018).

Plan Poland (2017) Polish culture and real places in ‘The Witcher 3: Wild Hunt’. See http://planpoland.com/realplacesinthewitcher/ (accessed May 2018).

PlayStation Polska (2015) The Witcher 3 on PS4 | Behind the scenes. See https://www.youtube.com/watch?time_continue=231&v=di3Zzp5yR_0 (accessed May 2018).

Polska Organizacja Turystyczna (2016) *Frekwencja w atrakcjach turystycznych w latach 2011–2015*. Kraków-Warszawa: Polska Organizacja Turystyczna.

Purchese, R. (2016) My gruelling weekend at Witcher School. See https://www.eurogamer.net/articles/2016-04-08-my-gruelling-weekend-at-witcher-school (accessed May 2018).

Regitzesdatter, J. (2011) Doing gender at LARP. In T.D. Henriksen, C. Bierlich, H.K. Friis and V. Kølle (eds) *Think LARP. Academic Writings from KP2011* (pp. 70–85). Copenhagen: Rollespilsakademiet.

Roesch, S. (2009) *The Experiences of Film Location Tourists*. Bristol: Channel View Publication.

Salmond, M. and Salmond, J. (2016) The gamer as tourist. The simulated environments and impossible geographies of videogames. In P. Long and N.D. Morpeth (eds) *Tourism and the Creative Industries: Theories, Policies and Practice* (pp. 151–163). Abingdon: Routledge.

Schreiber, P. (2017) How the Witcher plays with Polish romanticism. See http://culture.pl/en/article/how-the-witcher-plays-with-polish-romanticism (accessed May 2018).

Schreier, J. (2017) *Blood, Sweat, and Pixels: The Triumphant, Turbulent Stories Behind How Video Games Are Made*. [e-Reader version]. See https://play.google.com/store/books/details/Blood_Sweat_and_Pixels_The_Triumphant_Turbulent_St?id=-bK-DQAAQBAJ&hl=en_US (accessed May 2018).

shartweekondvd (2017) Witcher events/sights in Poland? See https://www.reddit.com/r/poland/comments/7cfcay/witcher_eventssights_in_poland/ (accessed May 2018).

Stenros, J. and Hakkarainen, H. (2003) The Meilahti School: Thoughts on role-playing. In M. Gade, L. Thorup and M. Sander (eds) *When Larp Grows Up: Theory and Methods in Larp* (pp. 54–65). Copanhagen: Projektgruppen KP03.

Sugawa-Shimada, A. (2015) Rekijo, pilgrimage and ‘pop-spiritualism’: Pop-culture-induced heritage tourism of/for young women. *Japan Forum* 27 (1), 37–58.

Tychsen, A., Hitchens, M., Brolund, T. and Kavakli, M. (2006) Live action role-playing games: Control, communication, storytelling, and MMORPG similarities. *Games and Culture* 1 (3), 252–275.

Tzanelli, R. (2016) Game of Thrones to game of sites/sights. Framing events through cinematic transformations in Northern Ireland. In K. Hannam, M. Mostafanezhad and J. Rickly (eds) *Event Mobilities: Politics, Place and Performance* (pp. 52–67). Abingdon: Routledge.

Vitalyaya (2016) Visiting CDPR’s Studio in Warsaw (Question). See https://www.reddit.com/r/witcher/comments/4u4gwp/visiting_cdprs_studio_in_warsaw_question/ (accessed May 2018).

WitcherFanFilm (2019) Pół Wieku Poezji Później – Alzur’s Legacy. See https://www.facebook.

com/witcherfanfilm/ (accessed April 2019).

Yamamura, T. (2018) Pop culture contents and historical heritage: The case of heritage revitalization through 'contents tourism' in Shiroishi city. *Contemporary Japan* 30 (2), 144–163.

Zaborowski, P. (2015) Mitologia słowiańska w cyklu o wiedźminie. In R. Dudziński, A. Flamma, K. Kowalczyk and J. Płoszaj (eds) *Wiedźmin. Bohater masowej wyobraźni* (pp. 21–33). Wrocław: Stowarzyszenie Badaczy Popkultury i Edukacji Popkulturowej 'Trickster'.