

声援（応援）の社会学

～予備的な考察～

池田 太臣

(甲南女子大学人間科学部文化社会学科)

はじめに

本稿では、ファン・アイドル関係のなかにみられる相互作用の特定の質を強調し、考察したいと考えている。そして、その関係性の質が、アイドルなる実在の（肉体化した）存在で具体化されることの意味は何かについても考えてみたい。

今回は、そのファン・アイドル関係の特定の要素として、声援（より広く応援）する／される関係という部分に焦点を当ててみたい。つまり、声援（関係）の社会学を考えることが目的である。今回は、そのための予備的な考察というか、ラフなスケッチを描いておきたい。

1 問題設定～なぜアイドルに会いに行くのか？

Facebook、Twitter、Instagram のような SNS の登場は、われわれに何をもちたただろうか。この問いへの答えはさまざまであって、簡単に答えることはできない。しかし、想像される答えの一つに、「いいね」に代表される“他者からの（ポジティブな）フィードバックを求める／与える欲望を拡大したこと”が挙げられるのではないだろうか。

もちろん、他者からのフィードバックを求める心性は、誰もが持っている。またいつの時代も、そのときどきの枠組みのなかで、求められてきたものである。しかし、SNS の登場によって、フィードバックを集められる範囲は拡大し、またそのための方法も比較的簡単になったといえるだろう（といっても、まだまだ難しい面があるのだろうが）。フィードバックを集める方法が普及し、使いやすくなることでその欲求も拡大したと思われる。

こうした時代には、“SNS を使って自身のフォロワーやファンを増やしている人物”が、現代のひとつの“成功の象徴”になるだろう。たとえば、「インスタ映え」とそれを求める人物像は、SNS 時代のひとつの理想像である（それは、“われわれ”の潜在的な願望の表れでもあるかもしれない）。実際には、どれだけの人が SNS を活用してフィードバックの獲得に躍起になっているかはわからない。それはあくまでも“時代を象徴するひとつのイメージ”あるいは「集合表象」である。

さて、ファンとアイドルとの関係を考える際にも、ソーシャルメディアの影響を無視しえない。ファン・アイドルの関係も“マスメディアからソーシャルメディアへ”という視点から変化を指摘できるように思われる。というのも、マスメディアのみを介してファンとアイドルが関わる場合、関係はどうしても“一方向的”とならざるをえない。しかし、SNS であれば、仮に離れていても、ある程度の“双方向性”がある。また、アイドル側も“ステージ外で”自分の情報を発信することができる。こうしたやりとりが出現した現在、ファン・アイドルの関係を“一方向的”な関係ということはできないだろう。ファンたちは、離れていても、アイドルとやり取りできるようになったのである。

しかも、現在は、ファンとアイドルが直接に会う機会もある。握手会（しばしば“接触”と称されるが）などが典型例である。もちろん、握手会自体は以前から存在した。しかし、AKB48 のようにグループの規

模が大きくなると、非常に目立つようになってきたことも事実である。この握手会の場でも、ある程度の“双方向的”なコミュニケーションがみられる。

こう考えてくると、現在のファンアイドル関係は、もはや決して“一方向的”なものではない。限定的ながらも“双方向的”になりつつある¹。

しかし、本稿の関心は“一方向的な関係”が“双方向的な関係”に変わったという点、“マスメディア”から“ソーシャルメディア”へ、という点にはない。本稿の問題関心は、このような“出会い”の機会が増えたにもかかわらず、なぜアイドルに直接会いに行くのかである。それによって何をすることができると考えているのか、あるいはその行為にどのような意味付けを与えているのかである。

SNS (LINE LIVE や SHOWROOM などのライブ配信サービスも含めて) の登場は、離れていても、アイドルとの(限定的であるけれども)“双方向的な関係”を可能にした。また、ウェブをみれば、ある程度の情報も得られるし、グッズも(すべてではないにしても)買うことができるだろう。それでもなお、一定程度の人々は、“直接会いに行く”のである。

また、アイドルはもちろん演出された存在であり、役割演技のパターンのひとつでもある。そのような“虚像”に惹かれるとすれば、直接会って話さない方が、“幻滅”のリスクを避けられるとも思われる。それでもなお、“直接会う”理由はどこにあるのだろうか。

以上のような問題意識から、本稿では、SNS 時代のファンアイドル関係に焦点を当てる。しかし、テーマは上の SNS 上の関係にはない。“SNS があるにもかかわらず、なぜ会いに行くのか”にある²。その場合、ライブに行くことよりも、もっと“直接的な交流の場”に参加する行為をイメージしている。通常のライブであれば、参加するファンは、大勢にうちの一人でしかない。しかし、握手会では、わずかな時間であるものの、他者に紛れることなく、“自分だけ”をアイドルの前に提示するのである。したがって、この問いは、次のようにいいかえることができる。すなわち、“ファンがその肉体的存在をアイドルの前に顕現させる意味は何なのか”である。ファンたちが対面的な相互作用を求める理由も考えてみたい。

2 “接触”に関する規範意識の可視化

その前に、握手会に代表される、いわゆる“接触”に対して、人々はどのような意識を持っているのだろうか。そのことを明らかにするために、乃木坂 46 の生駒里奈の卒業に関する記事に寄せられたコメント(以後、ヤフコメと略す)を対象として、テキストマイニングを行ってみたい。そこから、“アイドルとは〇〇とあるべき”といったアイドルについての規範意識を抽出してみたい。

2.1 対象の説明

2018年2月2日に、『ORICON NEWS』のサイトに、「電撃卒業の生駒里奈から見る“接触商法”の功罪 アイドルの「働き方改革」が必要に？」³という記事が投稿された。

¹ これまで、特に定義することなく“一方向的”“双方向的”という言葉を使ってきた。しかし、このような区分自体が、あまり有効ではないのかもしれない。仮に、マスメディア上でしか活動しないアイドルがいたとしても、ファンレターもあるし、さらには視聴率、CDや写真集、グッズなどの売り上げという形で、ファンの“想い”はアイドル(ないし運営)に伝わる。こう考えると、いつの時代もファンアイドルの関係は“双方向的”なのである。むしろ、“両者の可視性”の度合いで区別する方が、より適切のように思われる。

² いうまでもないことだが、ソーシャルメディア上の関係と“直接会いに行く行為”とは、分ちがたく結びついていいる。ソーシャルメディア上のコミュニケーションがあるからこそ、“会ってみたい”と思うことも事実である。両者の関係も当然視野に入れた上で、本稿では、とりあえずこのような問題設定を行った。

³ <https://www.oricon.co.jp/special/50687/>, 最終アクセス 2018.02.07

この記事が、同じく2月2日に『Yahoo ニュース』に転載される⁴。今回分析の対象としたのは、この転載された記事につけられたコメント、すなわち「ヤフコメ」である。コメントは、2018年2月18日17時6分から20時00分のあいだに取得した。取得したヤフコメ数は、1143件（そのうち、非表示扱いになっているものが4件）である。

コメントが示されるヤフーのサイトでは、コメントとそれらへの返信とが別々に表示される。今回はコメントのみを対象とした。その理由は、同じ人物による連続投稿の影響を避けるためである。特定の人物が何回も投稿していれば、その人物（たち）の意見によって分析が左右される可能性がある。しかし、ヤフコメでは、「コメントは1記事に対し、1投稿まででき」とされており、一応、特定人物の連投はできない仕組みになっている⁵。他方で、「返信は何回でも可能」とされている。

2.2 記事の内容説明

まずは、元の記事の内容を簡単に紹介しておきたい。この記事の問題意識は、「いまなぜ、アイドルたちの休養・卒業が連鎖しているのか、その要因を考える」というものである。連鎖している卒業の例として、2018年にはいって卒業を発表した、ももいろクローバーZの有安杏果、乃木坂46の生駒里奈に加えて、2017年に脱退、休業が発表された3人の名も挙げられている。

その後、いわゆる「トップアイドル」と称される人々は、今も昔も忙しく、ストレスの多い仕事であることが述べられる。他方で、過去と現在とのアイドルの対比も示されている。過去のアイドルは、「選ばし者の代表」であり、「ファンにとって手の届かない存在であった」という。しかし、おニャン子クラブ以降は、アイドルは「一般人化」し、現在では「すぐに会える『親近感』が湧く存在」へと変化した。

この記事では、現在の日本には「地下アイドルを含めればアイドルグループの数は4000組以上」存在するとされている。こうした多数のアイドルたちがひしめき合う「アイドル戦国時代」を生き抜くために生み出されたのが、「接触商法」であるという。

「接触商法」とは、記事によれば、「アイドルと直接触れ合えることをウリにするイベントや商品のこと」を指す。代表例として、握手会や「ハイタッチ会」「ツーショットチェキ」などが挙げられている。AKB48のようなグループアイドルの場合、握手会では10万人が集まることもある。こうしたイベントは「運営側にとってもCDやグッズの売り上げを得るためのビジネスとして欠かすことができないイベント」となっている。

この記事は、こうした握手会をはじめとする“接触商法”がアイドル個人にとって大きな精神的負担になっているのではないかと指摘する。その理由として、①数千人の見ず知らずの相手と握手をしなければならないこと、②グループで行う握手会では、人気の差が如実にわかってしまいそれ自体がプレッシャーであること、③“説教をする”“罵声を浴びせる”などの、いわゆる「アンチ（ファン）」の存在を挙げている。

また、2014年5月に起きたAKBグループの握手会での切り付け事件、2017年6月の欅坂46の握手会での発煙筒が焚かれる騒ぎの2つの事件を挙げて、「10代や20代前半という人生で一番多感な時期の女性にとって、『握手会』を代表とする“接触商法”が与える心理的負担ははかりしれない」と述べている。

記事は続けて、このような懸念とは裏腹に、「接触商法」はさらにエスカレートしていることを指摘する。

⁴ <https://headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20180201-00000336-oric-ent>, 最終アクセス 2018.02.07

⁵ 「コメント機能について」『Yahoo!ニュースヘルプ』より。

https://www.yahoo-help.jp/app/answers/detail/a_id/44411/p/575, 最終アクセス 2018.02.26

先に挙げた「握手会」「ハイタッチ会」などはまだ序の口であり、アイドルとハグができる「ハグ会」や直接抱っこできる「抱っこ会」など、「より激しさを売りにしている“接触商法”もある」という。

「過激化する“接触商法”」については、アイドルファンの間でも議論になっていることを指摘し、「一連のアイドルたちの卒業・休業劇の増加はアイドルたちが自身の働き方について“限界”を示したサインと見ることもできる」としている。「過激化する“接触商法”や労働環境について、立ち止まって考えるべき良いタイミングなのではないだろうか」との疑問を投げかけて、この記事は終わっている。

2.3 コメントの分類

以上説明してきたように、記事内容は、“接触商法”の行き過ぎを懸念し、そうしたやり方にある依存せざるを得ないアイドル業界の現状に疑問を投げかけるものである。今回は、この記事につけられたコメント1143件を対象に、テキストマイニングを行ってみたい。そして、“接触”に対する意識、ひいてはアイドルという存在に対する意識を可視化したいと考えている。その際に、フリーの計量テキスト分析のソフトであるKHcoder⁶を使用する。

表 1 コメントの分類

クラスター01		クラスター02		クラスター03		クラスター04	
接触	.546	思う	.386	アイドル	.358	秋元	.698
商法	.411	アイドル	.283	今	.145	康	.373
風俗	.099	ファン	.233	人	.144	全て	.081
売れる	.083	握手	.224	グループ	.100	商法	.065
違う	.076	人	.165	昔	.076	罪	.063
アイドル	.074	言う	.164	卒業	.074	悪い	.062
キャバクラ	.068	自分	.144	仕事	.071	責任	.055
関係	.065	見る	.138	女の子	.068	言える	.053
女の子	.064	CD	.132	事務所	.063	大きい	.051
問題	.060	嫌	.093	知る	.063	元凶	.049

クラスター05		クラスター06		クラスター07	
握手	.289	風俗	.333	手	.112
ファン	.157	変わる	.200	言う	.103
メンバー	.126	嬢	.082	金	.089
CD	.119	キャバ	.077	悪い	.085
思う	.097	違法	.065	嫌	.082
精神	.092	ロリコン	.061	気持ち	.080
行く	.091	要するに	.061	運営	.072
グループ	.088	一緒	.053	オタク	.071
AKB	.088	まあ	.051	辞める	.068
売れる	.087	キャバクラ	.051	自分	.059

まずは、1143件のコメントの分類を行う⁷。KHcoderには、似通った語を含む文書をグループ分けする

⁶ KHcoderについては、開発者の樋口耕一による『社会調査のための計量テキスト分析—内容分析の継承と発展を目指して』（ナカニシヤ出版：2014）および以下のサイトをご参照いただきたい。このソフトは、このサイトにて無料でダウンロードできる。 <http://khc.sourceforge.net/>, 最終アクセス 2018.02.28

⁷ 今回の分析の対象となっている語は4,247であり、それらの語の平均出現度数は5.16であった。

機能がある（わけられたグループは、クラスターと呼ばれる）⁸。さらに各グループに特徴的な語をリストアップすることも可能である。そうすることによって、グループの内容の特徴をつかむことができる。今回は、これらの機能をつかって、1143件のコメントを以下の7つのグループに分類した（表1）。また、各グループの割合については、次ページの表2を参照してほしい。

表1では、各クラスターに特徴的な語が10語ずつピックアップされている。語の右に置かれた数値は、「0から1までの数値をとり、関連が強いほど1に近づく」ものである⁹。

ピックアップされている語を見比べると、クラスター02、03、05の3つのクラスターは似通っていて、あまり差がないように思われる。この3つを合計すると、コメント数は609であり、全体のほぼ半分を占める（53.3%）。

このことは、そもそもコメントの内容に大きな差がないことに起因すると思われる。加えて、カウントの仕方がコメント単位（つまり書き込んだアカウント単位）になっていることも原因として挙げられる。コメントは、短いものもあれば、長いものもある。長いコメントの場合、別々のクラスターに含まれるような表現が同時に含まれていることもある。それゆえ、相互のコメントの差が目立たなくなってしまっている。以上のことを前提にしたうえで、以下に各クラスターの説明をしておきたい。

クラスター01には、「接触」「商法」「風俗」「キャバクラ」「売れる」といった語がリストアップされている。ここから、このグループは、“接触商法”の「風俗」「キャバクラ」との類似性を指摘し、批判するコメント群と解釈できる。しかし、表2にあるように数的には多くない。

クラスター02は、もっとも特徴的でないコメント群といえる。というのも、今回のコメント全体の頻出語を見ると、多い順に「アイドル」、「握手」、「思う」、「ファン」、「接触」、「商法」、「人」、「言う」、「グループ」、「今」となっている。クラスター02の特徴語の上位6つが、これらと重なる。つまり頻度の高い言葉が多く含まれるコメント群である。そのため、特徴がつかみづらくなっている。

クラスター03も同様に、特徴をとらえがたい。上位4つが、全体の頻出語Top10と重なっている。しかし、「昔」という言葉に注目すると、アイドルという存在・職業の“過去と現在”に言及しているコメント群といえよう。全体の4分の1がここに含まれる。アイドルの「卒業」に関するコメント（それに否定的か理解を示しているかは別として）も、特徴的である。

クラスター04は、違いが際立っている。“接触商法”を始めたとされている人物への批判である。ただし、数的にはそれほど多くない。

クラスター05は、すでに述べた通り、02や03と近い。特徴としては、握手会でのアイドルの「精神」面に言及したコメントが含まれていることである。

クラスター06は、クラスター01と近いが、よりストレートな表現のコメントの群である。「風俗」「嬢」「キャバ」「キャバクラ」「違法」「ロリコン」といった言葉が並ぶ。クラスター01と同様、アイドルの現場の“キャバクラ化”を指摘し、批判するコメント群である。こちらも、数的には多くない。

表2 各グループのコメント数と割合

分類名	コメント数	割合
クラスター01	93	8.1%
クラスター02	171	15.0%
クラスター03	289	25.3%
クラスター04	60	5.2%
クラスター05	149	13.0%
クラスター06	30	2.6%
クラスター07	292	25.5%
分類不能	59	5.2%
合計	1143	100.0%

⁸ 樋口、前掲書、p.167

⁹ 樋口、前掲書、p.38-39

クラスター07は、「手」「気持ち」「悪い」「嫌」「オタク」という風に、握手という行為自体への嫌悪感が表現されたコメント群である。また、「金」「運営」という言葉があるが、握手を利用して金儲けをしている運営への批判もある。クラスター03と並んで、全体の4分の1を占める。

2.4 分析結果～規範意識の可視化

今回のコメントについて、全体的なことを語るのはなかなか難しい。非常に大まかに言うと“アイドル側が握手をはじめとした「接触」を売りにしていること”への批判が多いように思われる。つまり“接触”に依存するアイドル業界への批判である。そして、その背後にいる人々に嫌悪し、参加するファンへの目も厳しい。

こうした“接触するアイドル”への批判は、要するに、記事の内容の反復である。コメント内容は、記事への共感の証と解釈しうる。しかしながら、その共感の根底には、ある種の規範意識があることも事実だろう。つまり、“アイドルという存在は「接触」を売りにするべき存在ではない”という規範意識である。

アイドルは、「手の届かない」存在であるべきで、簡単に「接触」できるような存在であってはならないのである。ましてや、そのことを利用して、CDやグッズなどを売るなどというやり方は、許されないと考えられているのである。

加えて、今回の場合は、ファンとアイドルの関係のあいだに“性的な魅力が介在すると推定される”傾向にあり、そのことがまた批判を生んでいるように思われる。たとえ当のアイドル側に「同意」があったとしても、“露骨に性を商品化する”ことには抵抗があり、批判的にならざるを得ない。

今回の場合、「許されざる」「接触」の動機（つまり、握手したい理由）としては、「下心」が読み込まれる傾向にある（解釈枠として動員される）。このような「推定された下心」は、思うに、規範を破った“罰”の表現であるといえるのではないだろうか。「下心があるから批判される」のではなく、批判的にみられるがゆえに「下心ありのレッテルを貼られる」と考えることもできよう。

2.5 アイドルの変容

ファンとアイドルが出会う“接触”の場も、ひとつの“ステージ”である。“接触”させることの是非は別として¹⁰、アイドルには、対面的相互作用の“ステージ（1対1の場合もある）”が与えられており、そこでの自己演出力ないしコミュニケーション力が要求されている。アイドルに必要とされる能力も、そして“アイドルという存在”も変わりつつあるといえる。

先のコメンツの分析からも示唆されたように、“接触”には批判的な目が向けられやすい。しかし、では実際には、その場でどのようなやり取りが交わされているのかは、必ずしも明らかにされていない。“接触”において、ファンとアイドルが互いにどのような言葉を発し、相互にどのような自己呈示をしているのか、追求する必要もあるだろう。

3 「接触」「声援」の理由

ここで強調しておかなければならないが、これまで述べてきたことは、あくまでも一つの記事につけられた、1000件程度のコメントから考えられたことにすぎない。したがって、今述べた知見を一般化することはできない。しかし、“接触”への抵抗感が強いことも確認できたように思われる。

¹⁰ 今回、はっきりと区別して論じられなかったが、握手会には2つの区別すべき要素がある。ひとつは、対面的な相互作用の場という要素であり、もうひとつは、文字通り“接触”する場という要素である（この場合は、“手を握る”ということであるが）。ファンとアイドルの対面的な相互作用の場は、必ずしも、物理的“接触”を含むものではない。握手はせず、写真などにサインをしてもらうのみの場合もある。

さて、このように批判が多い（ように思われる）“接触”だが、人々はなぜそれを求めるのだろうか。さらにもっと広く考えて、人々はなぜ直接に自分の声を伝えたり、声援を送ったりするのだろうか。

こうした問いに答えるには、当然ながら、さまざまなデータが必要である。また、“接触”や声援にしても、何もアイドルの領域だけで起こることではない。対象とする現象は、かなり幅広いと考えられる。今回は、今考えられる限りで、ラフなスケッチを示しておきたい。

Stijn Reijnders らは、オランダ人歌手、マルコ・ボルサトのファンにインタビューをし、「交流会 meet-and-greets」に参加した経験を、ファンたちがどのように意味づけるかを明らかにしている¹¹。Reijnders らの問題意識は、「なぜファンたちは、メディアですでに知っている人々との直接的な、個人的コンタクトの可能性に関心をもつのか」である¹²。Reijnders らによれば、ボルサトとそのマネージメントは、定期的に、交流会を開いているという¹³。その交流会とは「ファンたちにアイドルと個人的に会う機会を提供する」ものである。その一例として、彼の大ファンである、病気を患っている女の子を、ボルサト自身が（マネージャーとともに）、見舞いに訪れる様子が紹介されている¹⁴。

このように、ファンとの交流の機会を設けるのは、ボルサトだけではないようである。Reijnders らは、「セレブとファンとの間の出会いの場は、オランダおよび他の国々で、ますます企画されるようになってきている」と述べている¹⁵。そして、「セレブにとって、それらの出会いの場は、公衆 [the public] との相互作用の通常の間になってきている」という。一つの論文だけで確たることは言えないが、ファンとその対象となる有名人が直接交流する場を設けることは、どうやら日本だけの現象ではないようである。

Reijnders らは、15 人のボルサトのファン（および、ボルサトのマネージャー）にインタビューをした結果、交流会での体験の意味付けにおいて、3 つの際立ったパターンを確認したという¹⁶。その 3 つとは、以下のとおりである。①マルコ・ボルサトの音楽の感情的な内容が、ファンによって、彼の人格も投影される。②ファンコミュニティのヒエラルキーにおいて、ボルサトとの接触 (contact) は、独占的な、そしてそれゆえに入手困難なステータス・シンボルになる。③特殊な事例においては、交流会は、ヒーリングパワーを割り振られる。

Reijnders らの取り上げる交流会と、アイドルの握手会をはじめとする“接触”とを同列に扱ってよいかは疑問の余地がある。しかしながら、Reijnders らが明らかにした知見は、日本のアイドルファンの“接触”に対する意味づけを考えるうえでも、非常に参考になると思われる。

“接触”の動機としては、これらに加えて、自分のことを知ってもらいたいという思いもあるだろう。“認知”と呼ばれるが、自分のことを覚えてもらうことは、ファンとしてのひとつの喜びである。こうした様々な効果や内的動機が考えられるが、ここからは私のアイディアを述べていきたいと思う。

3.1 感謝を伝える

人々はなぜ、声援を送るのだろうか。あるいは、なぜ握手会に行って“直接会う”ことをするのだろうか

¹¹ Stijn Reijnders, Marlies Spijkers, Johan Roeland, Balázs Boross, 2014, “Close encounters: Ritualizing proximity in the age of celebrity. An ethnographic analysis of meet-and-greets with Dutch singer Marco Borsato”, in: *European Journal of Cultural Studies*, 17(2), p.146-169.

¹² *ibid.*, p.149

¹³ *ibid.*, p.150

¹⁴ *ibid.*, p.150

¹⁵ *ibid.*, p.150

¹⁶ *ibid.*, p.154

か。テレビの前で、自分の部屋の中で、ひとりで、心の中で応援するだけでは満足できないのだろうか。この問いに対しては、かのアダム・スミスの以下のような指摘が参考になる。

とはいえ、何かは感謝または復讐心の適切な対象となるためには、快樂または苦痛をもたらすだけでなく、そのもの自体にも快苦を感じる能力がなければならない。そうでないと、感謝や復讐心を抱いたところでいっこうに満たされない。何かは快樂（または苦痛）をもたらし、それが感謝（または復讐心）をもたらしたのだから、その何かにも同じ感覚を味わわせることで、感謝（または復讐心）は満足する。だから、対象物が感受性を備えていないと意味がない。こうした次第で、無生物よりも動物の方が感謝や復讐心を向ける対象にふさわしい。¹⁷

このようなスミスの指摘を着想として、次のように考えることができる。人間はある人物の行為に感動した場合、それを単に表明するだけでは満足しない。“自分が感動したこと”を相手に伝えたいと思う。感動をだれかと共有したいだけでなく、その感動を与えてくれた当の人物と共有することを望むのである。だから、コンサートに行くのであり、握手会に行くのである。野球場で、サッカー場で、コンサート会場で声援を送るのである。つまり、ファンは「対象からポジティブな感情をもらったこと」を「相手にも伝えたい」と願うのである。それが、声援や応援、接触とつながると考えられないだろうか¹⁸。もちろん、それだけで行動を起こすこともないだろうが、ひとつの動機として、取り上げる価値はあるように思う。

このスミスの述べたことから、声援の1つの要素として“返礼”を指摘することができる。声援とは「自分が誰かの影響によって“ポジティブな何か”をもらったことを、当の人物にそのことを伝えようとする返礼的行為」といえる。

この“声援”欲求から、別の現象も説明できるように思われる。“声援”欲求は、「感謝を伝えることができる」対象を必要とする。それは、できれば「感受性を備えて」いる方が望ましい。そうであれば、仮に特定のアニメの人物に強い思い入れがある場合、そのキャラクターに“感謝”を伝えるためには、実在の人物によってそのキャラクターが体現される必要がある。感謝を伝えたいと思う気持ちは、2次元の平面のままにキャラクターを置いておくのではなく、“感謝の言葉を伝えられる相手”を要求する。この過程を「具人化」と呼んでおこう。この典型的な例が“2.5次元”と称されるマンガなどの舞台化である。さらに、声優やコスプレイヤーへの思い入れも、これに含めていいかもしれない。アニメのキャラクターが現実に人間によって演じられることの意義は、「感謝を伝えることができる」ことにある。この場合、ファンとキャラクターとの関係は“声援化”(=対象が感謝(声援)を伝えられるものへと物化すること)といってよいのではないだろうか。

実は、“感謝”の社会関係における重要性は、つとにゲオルク・ジンメルも指摘しているところである。ジンメルは『社会学』の中で以下のように述べている。

してみれば感謝は、外的な必要について語るものでなければ、まさに善行の返礼を内からひきおこす動機である。そして善行は、たんに人から人への事物の授与であるのみではない。さらにわれわれは、

¹⁷ アダム・スミス『道徳感情論』（日経 BP クラシックス：2014, p.241）。

¹⁸ 料理レシピ投稿・検索サービス『cookpad』に投稿される「つくれば」（みんなのつくりましたフォトレポート）なども、たぶんに感謝の意味が込められているように思われる。

<https://cookpad.com/>, 最終アクセス 2018.03.09

われわれを知りもしない芸術家や詩人にも感謝する。そしてこの事実は、同じ授与者へのそのように感謝する人々のあいだに、無数の観念的および具体的な、ゆるやかなあるいは強固な結合を作り出す。

19

ジンメルは、感謝の気持ちがある種の結合を作り出すことを指摘している。これは、ファンの共同体にも一定程度、あてはまるのではないだろうか。ある対象から何かポジティブなものを受け取った人は、そのことを“同じように受け取った人々”と共有し、そこから結合が生まれる。これは、ファンダム（＝ファン集団あるいはファン同士の人間関係）である。他方で、“何かポジティブなもの”を受け取った事実を、当の授与者に伝えに行きたいと考える者もいるだろう。ファンが対象に会いに行くのは、このような気持ちを伝えるためだと解釈することも可能である。

ジンメルが指摘するように、感謝は「決して授与が返礼されるということにおいて成り立つのではなく」、「それに返礼することができないという意識において成り立つ」²⁰。そのため「いかなる有限の謝意表明や活動によっても完全には汲みつくされることも実現もされることもできない関係の内的な無限性の予感」を抱かせる²¹。このことは、受けた側は「けっして決算することのできない義務」を負う²²。そして「けっして完全には解消できない内的な関係」が成立する²³。ここまでの義務感をファンが抱くかどうかはわからないが、ファンの熱心さも、この種の義務感に由来するとも説明できそうである。

もちろん、感謝の念やある種の尊敬の念をもちつつも、“お金を出して得るサービス”との印象も常に持ち続けている。“所詮は、お金の関係である”という冷めた目も保持され続けている。そのような、さまざまな感情が複雑に絡み合いながら結ばれて維持されていくのが、ファンとアイドルとの関係なのである。そして、その絡み合いが、何より興味深いのである。

あとの問題は“「ファンがアイドルから受け取るポジティブな何か」は具体的に何なのか”である。この点に関しては、実証的な研究が必要になると思われるので、今回は踏み入ることはできない²⁴。

3.2 それ自体が遊びでもある

他方、“声援を送る行為”は、それ自体が娯楽であり、遊戯である。これは、相手が感謝の意を感じ取れないとわかっている対象にも声援を送る行動から知ることができる。

後藤真孝は、初音ミクのライブコンサートを観察し、以下のような興味深い行動を報告している。

メインボーカルの歌手だけが歌声合成と3次元CGキャラクターで表現され、彼女以外のステージ上の楽器演奏者と観客は全員人間という特殊なコンサートであり、その様子を初めて観ると大きな衝撃を受ける。歌手の声と映像はコンサート前に静的に用意されているにもかかわらず、観客が大きな声援を送るのも興味深い。なぜ自分の声が相手（初音ミク）に届かないと分かっているにもかかわらず、それでも、人々は声援を送ったり初音ミクに呼びかけて叫んだりせずにはいられないのか。それは声を出す自己表現手段であると同時に、会場の聴衆間のコミュニケーション手段であるからである。ステージ上の

¹⁹ ゲオルク・ジンメル『社会学』（下巻）（白水社：1994, p.195）

²⁰ *ibid.*, p.198

²¹ *ibid.*, p.198

²² *ibid.*, p.199

²³ *ibid.*, p.199

²⁴ “何かポジティブなもの”が、具体的にいかに表象されるか、どのような言葉で表現されるかは、個人の問題でもあるし、ファン集団内の文化の問題でもある。

受け手の実在は声援行動に本質的でなかったことが、こうしたコンサートだと浮き彫りになる。むしろ、ほかの観客が周囲にいることが本質的なのであろう。²⁵

後藤の解釈は、非常に納得のいくものである。おそらく、“声を上げる行為”自体が、常に聴者を前提にしている。しかしながら、さらに次のような解釈も可能である。この場合は、通常のコンサートを模倣しているのではないか。“コンサートごっこ”ともいえるのである。

同じことは、いわゆる「応援上映」にも言えるかもしれない。応援上映とは、「映画館で観客がスクリーンに向かって声を張り上げ、会場全体で盛り上がる」という観賞のスタイルである²⁶。「応援上映」の広がりを経験した毎日新聞の記事では、以下のように「応援上映」の様子を紹介している。

観客が手にしたペンライトの色が、スクリーンに登場するキャラクターごとに変わる。観客の8割は女性。飛び交う声援はまるでアイドルのコンサート会場さながら。9月中旬に大阪・梅田で開かれた劇場アニメ「KING OF PRISM by PrettyRhythm (通称・キンプリ)」の応援上映で的一幕だ。〔中略〕人気の理由は、観客が「な～に～?」「そうだ、そうだ」など合いの手を入れたり、声を出して字幕を読む「生アフレコ」やライブシーンで盛り上がりたりできる点とみられる。同作を60回以上見ているという大阪市の30代女性会社員は「劇場に行くたびに反応が違うライブ感や、みんなの気持ちが一つになる一体感がたまらない」と話す。²⁷

『キンプリ』とは、映画『KING OF PRISM by PrettyRhythm』(2016年公開)の略称である。内容は「プリズム・ショー」という競技で活躍を目指す少年たちの活躍を描いた群像劇²⁸である。女兒向けのアーケードゲームが原作のアニメ『プリティーリズム・レインボーライブ』に登場する3人組ボーカルユニット「Over The Rainbow」の-spin-off劇場アニメでもある²⁹。

先に引用した記事によれば、この映画は、2016年1月の公開当初は「閑古鳥が鳴いていた」という。しかし、「3週目から応援上映を始めると、口コミで評判が広がり、異例のロングランを記録」した。この「応援上映」の魅力として、同記事には以下のようなコメントが紹介されている。

動画配信サービスなどが進み、スマホで容易に映画が見られるようになった今、新たな付加価値がないと、若者を映画館に呼び寄せることが難しくなっている。博報堂ブランドデザイン若者研究所の原田曜平さん(39)は「そうした中で若者の心をくすぐったのが、応援上映だ」と指摘する。「オタクがトレンドリーダーになり、アイドルのライブでの踊りやコールなどを映画館に持ち込んで、一般化させた。映画館でコスプレをして騒ぐのは海外でも見られる。映画館でしか味わえない価値として、

²⁵ 後藤真孝「CGMの現在と未来：初音ミク，ニコニコ動画，ピアプロの切り拓いた世界：1.初音ミク，ニコニコ動画，ピアプロが切り拓いたCGM現象」(『情報処理』53(5)：2012, p.468-69)

²⁶ 「応援上映：叫んで熱い、映画館 広がる新たな魅力 コスプレにペンライト、掛け声OK」『毎日新聞』2016.10.06 東京夕刊

²⁷ 「追跡2016：声出し・コスプレOK 躍る映画館「応援上映」 新たな魅力、一体感」『毎日新聞』2016.10.05 大阪夕刊

²⁸ 「応援上映：叫んで熱い、映画館 広がる新たな魅力 コスプレにペンライト、掛け声OK」『毎日新聞』2016.10.06 東京夕刊

²⁹ 「キーワードで見る！ 今月の注目アニメ」『日経エンタテインメント！』2016年07月号、p.104

応援上映は定着するだろう。製作サイドも今後、観客参加型のコンテンツを狙うようになるのでは」と話す。³⁰

上記のコメントの中に出てくるように、現代では、動画配信サービスなどの登場により、映画をわざわざ映画館でみる必要性は薄れた。そうした中で映画館に人を呼び寄せるための方策として、「応援上映」がある。その魅力は、やはり、ファン同士が一体となって楽しめることにある。このような現象を見ても、応援ないし声援を送る行為自体が、ひとつの“遊び”になっているといえるだろう。

加えて、アイドルのライブ会場でも、MIX や口上などの定型化された「掛け声」が発せられるが、こうした例もまた、声援自体が“遊び”となっている例といえる。こうした行為はしばしば、ファン同士のみならず、演者のアイドルたちとの一体感を演出し、ライブをより盛り上げるものにする側面がある³¹。

4 社会の脈拍を探る～不完全な“おわりに”

今回、主に対象とした“握手会”といった場や、声援を送るという行為は、社会全体から見れば、大して重要な現象ではないのかもしれない。しかし、それでも、社会を構成する人間関係の“糸”であるといえる³²。最後に、以下のジンメルの一節を挙げておきたい。

人間の社会関係は、絶えず結ばれては解け、解けては再び結ばれるもので、立派な組織体の地位に上ることがなくても、永遠の流動及び脈拍として多くの個人を結び合わせるものである。人間が見つめ合う、妬み合う、手紙のやり取りをする、午餐を共にする、これという利害がないのに同情や反感をもって触れ合う、親切への感謝から二度と解けぬ絆が結ばれる、誰かが誰かに道を尋ねる、互いに相手のことを考えて着飾ったり化粧したりする。——以上は、人間と人間との間に生ずる一時的或いは永続的な、意識的或いは無意識的な、仮初の或いは由々しい、数知れぬ関係の中から全く勝手に選んだものであるが、そういう関係が絶えず私たちを結び合わせているのである。³³

社会学は、国家や家族、教会などのような統一的構成物に客観化された関係のみを扱うのではない。それらほど客観化されず、まとまりをもたない関係も社会学は取り上げる。

社会学の対象は、ジンメルの言うところの「心的相互作用」といってよいだろう³⁴。もし声援とは“感謝の意を伝える行為”であるとするならば、まさにその関係は「心的相互作用」といえる。人は他者から影響を受ける。そして、そのことを伝え、知ってほしいと願う。こうした関係は、社会の中から聞こえてくる“社会の脈拍”である。国家や企業、コミュニティ、家族、恋人関係、友情関係などと並んで、社会学研究の対象としてふさわしいものなのである。

³⁰ 「追跡2016：声出し・コスプレOK 躍る映画館「応援上映」 新たな魅力、一体感」『毎日新聞』2016.10.05 大阪夕刊

³¹ もちろん、いかなる状況でもファンは一枚岩ではない。つねに“排除されたファン”の存在も忘れてはならない。「オタ芸」のせいで演奏を十分に楽しめなかったとして、観客のひとりが主催者側に損害賠償などを求めた訴訟などを見ると、そのことが明確になる。なお、この訴訟は、訴えた男性の敗訴で確定している（2017.10.18、最高裁第二小法廷）。

³² 仮に声援を“黄色”とするならば、声援関係の研究はまさに“黄色の研究”といえるだろう。

³³ ゲオルク・ジンメル『社会学の根本問題—個人と社会』（岩波書店：1979, p.21-23)

³⁴ *ibid.*, p.20

こうした「脈拍」を聞き取ることの中から、あらためて現代社会を考えていければと思う。たとえば、承認（あるいは親密性）から声援（応援）へ、あるいは従来の家族・地域共同体・友情関係を越えた関係性として、「応援—感謝」の関係の可能性を考えるなどである。現代に生きる“われわれ”にとって、ファン的な活動なり、“誰か／何かを応援する行動”なりは、常態化しているように思われる。そうした活動の諸領域は、他の「より重要な」家族生活や仕事などと直接的ないし間接的に結びついて、人々の生活を形作っていると想像される。場合によっては、“われわれ”の生活に彩りを与え、意味を与えることもあるかもしれない。

今回は、“接触”ということが中心の話題になってしまった。しかし、その現象にとどまらず、広く“声援”という言葉に着目して、こうした関係性について考えていきたい。

【参考文献】

- 後藤真孝、2012、「CGMの現在と未来：初音ミク、ニコニコ動画、ピアプロの切り拓いた世界：1.初音ミク、ニコニコ動画、ピアプロが切り拓いたCGM現象」、『情報処理』53(5)、466-471
- アダム・スミス、2014、『道徳感情論』日経BPクラシックス
- ゲオルク・ジンメル、1979、『社会学の根本問題—個人と社会』岩波書店（岩波文庫）
- ゲオルク・ジンメル、1994、『社会学』（下巻）、白水社
- 樋口耕一、2014、『社会調査のための計量テキスト分析—内容分析の継承と発展を目指して』ナカニシヤ出版
- Stijn Reijnders, Marlies Spijkers, Johan Roeland, Balázs Boross, 2014, “Close encounters: Ritualizing proximity in the age of celebrity. An ethnographic analysis of meet-and-greets with Dutch singer Marco Borsato”, in: *European Journal of Cultural Studies*, 17(2), p.146-169.