

サッカーWカップにおけるナショナルユニフォームの流行と集団心理についての研究

The fashion and the group psychology of the National uniform in the soccer World Cup

1K04B116-4

杉崎 智子

指導教員

主査 宮内孝知先生

副査 石井昌幸先生

目的

今から 5 年前、日韓共催で行われたサッカーワールドカップ時、日本はかつてないサッカー熱に包まれた。町では大型モニターがこぞって試合の様子を中継し、応援グッズのうちレプリカユニフォームは在庫切れが続出する程流行した。なぜそこまでして人々はサムライブルーを求めたのか、当時の流行は愛国心からくるナショナリズム的なものであったのか、それとも一過性のはやりと同じだったのか。その背景を社会学的に分析し、ナショナルユニフォームの流行と集団心理について研究したいと考えた。

方法・各章の構成

文献等によって考察する。

本論文は、まず2章で「流行」について定義付けし、3章で応援する主体としての身体とユニフォームの関係について論じた。そして4章で多くの議論がなされている香山リカの述べる「ぷちナショナリズムとレプリカユニフォームの関係」を通して、現代の日本人のアイデンティティ形成について考察する。5章では、ナショナルユニフォームが流行した背景をテーマごとに取りあげ、6章でスタジアム内の変化、すなわち「女性ファン」の出現による応援スタイルの変容について論じ、最後にファッション性とユニフォームの関係について考察した。

各章の要旨

第3章 サッカーを見る身体

まず 1 点目、彼らファンの身体にとってユニフォームはどのような意味があるか考えた。結果、観客にとってナショナルユニフォームは本来あるべきファンとプレイヤーの自他文節を身体レベルまで融合させる役割を果たしたと言える。選手と一体感を感じながら我を忘れて応援することが、非常に楽しく、一種の快楽と成り得たのも流行の一要因として考えられる。

第4章 ナショナリズム的観戦とお祭りの観戦

集団で同じユニフォームを着用し、日の丸を身体に取り入れることはナショナリズム的ではないかという問題について論じた。結論は否。同様の衣服でニッポンチームを応援するということが必ずしも国家を応援することではない。若者たちにとって日の丸は、自

分の所属する集団を示す目印としてのみ存在し、そこに排他的で特別な意味は有さなかった。レプリカユニフォームは社会的な孤独からの回避を担保してくれる唯一の手段であり、個々の社会的存在が複雑に絡み合った中で求められた産物だった。

第5章 流行の背後にある社会的要因

テーマごとにレプリカユニフォームを求めた心理を考えた。1 点目に「みんなが」に迎合してしまう多数決原理、2 点目に「自己表現、エネルギー発散の場」として「祭り」を求める若者の傾向。その他のトピックとして「ディズニーランド効果」等 6 つを挙げた。

第6章 新しいファンの出現～女性サッカーファン～

この章では新しく登場した女性のミーハー的なサッカーファンの存在について論じた。専門性の高い男性的なスポーツから、選手の中に性愛化された偶像としての魅力を見出すことで、サッカーは大衆化し、本来の枠組みとは異なった女性ファンを獲得した。ミーハーな女性ファンの出現もレプリカユニフォームの流行に大きく関係していると言える。

第7章 ファッション性とユニフォーム

スキーからスノーボードへの冬のトレンドスポーツの移行と衣服の関係から、ファッションとスポーツの流行の関わりについて論じた。ナショナルユニフォームのはやりもサッカーユニフォームの格好の良さや、ブランドロイヤリティも大いに関っていた。

考察

レプリカユニフォームの流行は一事象では証明できない複合的な要因が関連し合って起こったと考えられる。だが大きくいえることの一つに、孤独な現代人の「癒し」として作用したところに面白さがある。問題となっていたオープンマインドなナショナリズム(ぷちナショナリズム)はインターネットのオンライン、オフラインを使い分け、機能化、組織化して個人の利便性が増す一方で、地域的なつながりが薄れていった寂しさを癒す「コミュニティ」としても機能した。また、サッカーユニフォームの持つ独特のファッションナブルなイメージや、スポンサーのイメージ戦略も流行に拍車をかけたと考えられる。よく、社会学的に「スポーツは現代社会の縮図」といわれるが今ケースはまさしくその雛形と言える現象であった。