

「ライブ・エンタテインメントの社会学：イベントにおける『受け手』と『創り手』の関係に着目して」(要約)

本論文は、音楽・スポーツ・演劇・祭りなど、観るひととするひとが集う各種イベントを「ライブ・エンタテインメント」ととらえ、イベントのジャンルを横断しつつ、包括的な検討を加え、その社会的意義を明らかにしようとしたものである。

本研究でいう「ライブ・エンタテインメント」とは、「受け手(participants)」と「創り手(creators)」とが同期しているという点で「ライブ」なイベントであり、人々はそこでの時間を楽しく過ごすことを求めて、それに「するために参加」することもあれば(スポーツ競技会やダンスコンテストなど)、「観るために参加」することもある(音楽コンサートや演劇など)。

「するために参加」する人々と「観るために参加」する人々を研究対象とするにあたり、補助線にしたのは天野正子の「生活者」の概念である。天野によれば企業や行政主導型の生活文化を享受するのではなく、自ら価値や行動様式を模索できうる能力を有しているという人々の能動性に着目している。

そうしたライブ・エンタテインメントの現状を分析し、その社会的意義を明らかにしようとする本論文の構成は、次の通りである。序章において本研究の問題意識や意図などが述べられ、それを受けて第1章では先行研究の検討を通じてライブ・エンタテインメントを分析する際の基本的な視点や概念が導出され、本研究において検討されるべき課題が示されている。次いで第2章では、序章・第1章の議論をふまえて、4つのジャンルにわたる計10件のライブ・エンタテインメントについて具体的な分析がなされ、第3章では全体の総括がなされている。

序章「社会におけるライブ・エンタテインメント」では、「ライブ・エンタテインメント」に対する定義とともに、ライブ・エンタテインメントが、イベント産業などの側に収益をもたらすだけのものでも、またそれを消費する側に一過性の慰安をもたらすだけのものでもなく、より大きな社会的意義を有するのではないかという本研究の問題意識が述べられている。そして、ライブ・エンタテインメントの社会的意義を明らかにするために、本研究の課題として、「ライブ・エンタテインメントにおける『受け手』の能動性」に着目し、「非日常経験であるライブ・エンタテインメントの日常生活への連続性」を検討することがあげられている。

イベントは商業ないし消費活動的としての側面を有することが多い。したがって本論文では、①ライブ・エンタテインメントの現状、②ライブ・エンタテインメントにおける広告主、③共感に基づくコミュニケーション、④ライブ・エンタテインメントにおける社会貢献、⑤方法論としての広告コミュニケーション、を補論として展開させている。本論文において

は、その市場規模などに鑑み、音楽・スポーツ・演劇・祭りの4ジャンルのライブ・エンタテインメントを分析対象とし、研究方法としては「受け手」「創り手」双方へのインタビュー調査を中心におくことが示されている。

第1章「ライブ・エンタテインメントにおける「受け手」と「創り手」」は、3つの節からなり、第1節「ライブ・エンタテインメントにおける能動性／受動性」では、メディア研究や文化研究におけるオーディエンス論などを参照しながら、ライブ・エンタテインメントでの受け手の能動的な参加の重要性を指摘している。第2節「ライブ・エンタテインメントと日常生活との連続性」では、M. チクセントミハイの「フロー理論」に拠りつつ、能動的にライブ・エンタテインメントに参加することで、単なる一時的な気晴らしではない、日常生活の質向上へとつながりうる「楽しさ(enjoyment)」が得られる可能性を示している。そして、第3節「余暇・自由時間における『楽しさ(enjoyment)』と『快楽(pleasure)』」では、余暇・自由時間を創り手任せの消費の時間とするのではなく、ライブ・エンタテインメントに能動的に参加することによって、受け手たちは、その場限りの「快楽」ではなく、日常生活や自己のあり方に何らかの変容をもたらす「楽しさ」を経験しうるとの仮説が提示されている。

以上本章では、先行研究の検討を通じて、受け手の「能動性／受動性」、日常生活との「連続性／非連続性」、「楽しさ／快楽」など、ライブ・エンタテインメントについて具体的な分析を加えていく上での基本的な視点や概念が整理され、本研究において検証されるべき仮説「ライブ・エンタテインメントに能動的に参加することで、日常生活へとつながる『楽しさ』を経験しうる」が示されている。

第2章「ライブ・エンタテインメントの事例分析」では、①スポーツ②音楽③演劇④祭りの4分野、計10の事例について、そのイベントそれぞれを受け手の「能動性／受動性」、日常生活への「連続性／非連続性」、そこで得られる「楽しさ／快楽」といった比較軸を用いて検討を加えている(調査期間は2009年から2019年まで、計59名のインフォーマントへのインタビューを実施している)。

大規模な音楽イベントである「フェス」のように、営利事業として運営され、創り手／受け手がはっきりと分かれており、受け手(観客)にとってはその日常生活とは異なる「発散」「充電」の場と意味づけられるような事例や、演劇のように受け手が観劇のためのリテラシーを獲得・発揮するという点で能動的でありうる事例が検討される一方で、サーフィン競技会のように、創り手(サーフショップのオーナーなどが、ほぼ手弁当で運営を担う)と受け手(競技参加者など)との距離が近く、その双方がサーフィンを楽しむライフスタイルの一環に競技会を位置づけており、イベントと日常生活とのつながりが強い事例も検討されている。また、観客として参加していた者が運営を手伝う側に回ることもある高槻ジャズストリートや、ほとんど地域の関係者だけの参加によって成り立っている、神社を中心とした祭礼など、創り手と受け手とが相互に浸透し、融合しているDIY型ライブ・エンタテインメントも検討されるなど、イベントそれぞれの特質に即した、受け手(の経験)の多様なあり

方が分析・記述されている。

第3章「結語」では、第2章で検討した事例分析のまとめを行い、旧来の文化産業論や大衆社会論などが描き出してきた、娯楽の「創り手」たちによって誘導され、一過性の慰安を消費するだけの「受け手」像とは異なるライブ・エンタテインメントの参加者たちの姿を提示し、イベントのあり方やそれへの参加のあり方によっては「その場限りの『快樂』」だけでなく、日常生活や自己のありように何らかの変容をもたらす『楽しさ』を経験しうる」場として、ライブ・エンタテインメントの可能性を指摘している。また、「快樂」ではなく「楽しさ」を経験しうるためには、受け手がイベントの理念に賛同し、受け手と創り手との間に何らかの「連帯意識」が形成されることがポイントとなるという知見も示された。

今後の課題としては、より多くの事例について、イベントへの参加が日常生活の活性化や質の向上をもたらすといった場合の、その具体的な機制を明らかにすること、さらには本研究では物理的なある空間内に一定時間、人々が共在するタイプのイベントが前提とされているが、現在のメディア環境の急激な変化の中でその前提も再考されるべきことなどがあげられる。そして、それらの課題を検討していくための試論として、第3章の最後には付論「ライブ・エンタテインメントが求められる社会的背景」として、①生活者にとっての「豊かさ」、②ライブ・エンタテインメントと「自己認識の発展」、③ライブ・エンタテインメントにおける「リアル」と「一体感」、を展開させている。