

W杯サッカー大会への「集合的身体(Collective Body)」の記憶

—— 日本と韓国の比較を通して ——

黄 順 姫

1. はじめに

1995年6月、日本と韓国はW杯サッカー大会をそれぞれ自国で開催するために、激しい誘致合戦を繰り広げていた。そのとき、日本のある新聞の論説委員会で、次のような草案が出された。「これから両国が力をあわせることに意味がある。思いきって、02年のサッカー・ワールドカップの共催をめざしてみたらどうだろうか。実現性はほぼゼロでしょうけれど」と書かれていた。⁽¹⁾6月21日の新聞では、「日韓関係『晴れ時々曇り』がいい」という題で「サッカーの2002年ワールドカップでは『共同開催』をめざしたらどうか」の社説が掲載された。⁽²⁾そして9月、日本と韓国の学者、ジャーナリスト、政治家、経済人たちから構成される「日韓フォーラム」では、W杯共同開催の希望を声明のなかに組み込んでいた。

その後、2006年5月31日、国際サッカー連盟であるFIFAは、スイスでW杯共同開催を提案し、日本と韓国の誘致委員会はこれを受け入れた。これについて6月2日の日本の新聞の社説では、「決定を歓迎する。障害を乗り越えつつ大会を成功させ、日韓の絆を強めてこそ、共催を本当に喜べる。両国の未来につながる道はこれから始まる」とした。⁽³⁾一方、韓国の新聞も、「不振と葛藤でつづられた両国の歴史的、現実的關係で一度も経験することができない新して挑戦的な実験。その意味は大きい」と社説を掲載した。⁽⁴⁾

このような経過を経てW杯サッカー大会は、2002年5月31日に韓国のソウルで開催し、6月30日に日本の横浜で決勝戦を行い閉幕した。日本と韓国のメディアは、この共同開催の意味を大いに語ってきたし、共同開催のW杯サッカー大会について書物も多く出版された。⁽⁵⁾また、日本組織委員会の実行委員長も、日本と韓国の「『近くて遠い国』だった關係に、大きなプラスになった」と共同開催を評価した。⁽⁶⁾

では、2002年のW杯サッカー大会を開催したことが、日本と韓国のサッカーの発展に影響を及ぼしたのか。一方では、サッカーというスポーツについて、それぞれの社会の人々に興味・関心を引き起こしたのか。また、他方では、サッカー大会というメガイベントがスポーツの祭典として自国の人々に影響を及ぼしたのか。そして、2002年のW杯大会が、2006年のW杯サッカー大会へどのように繋が

り、日本と韓国の社会にどのような影響を及ぼしたのか。最後に、両国の人々が共同開催した02年大会、及びその後の06年大会というの二つのW杯大会を経験し、再構築した両国のスポーツ文化のなかに、W杯大会とサッカー観戦を巡る日本、韓国それぞれの理念型のモデルは存在するのか。本稿では、このような問題を設定し、分析していくことにする。

2. 研究の分析枠組み

上記の研究関心にしたがって次のように具体的な問題を設定し考察していく。すなわち、1) 2006年W杯大会後に回想・想起する2002年大会の「集合的身体」への表象・記憶、社会意識のあり方、2) 2002年、2006年のW杯サッカー大会でのパブリックビューイング観戦形態が形成、定着された社会的構造、3) 2002年、2006年W杯サッカー大会が競技、及び祭典として日本と韓国のそれぞれの社会に及ぼした影響、4) 2002年、2006年のW杯大会を経験し、構築・再構築された日本・韓国のスポーツ文化に見られる理念型のモデル、について考察し分析を行う。

以上の問題を分析するためには、研究の視点を新たにすることがある。第一は、W杯大会を「時間の連続性」の視点からみることである。2002年の大会、2006年の大会をそれぞれ短編的・区別的なものとしてみるのではなく、むしろ、これらの大会を結節的・連続的なものとしてみる視点にたつ。2002年共同開催の際に形成した社会構造と人々の実践は、その後の2006年に変容し・再構築していく。さらに、2002年のW杯サッカー大会の共同開催についての集合的表象・記憶は、2006年の大会で想起され、再構築されていく。このような「時間の連続性」の視点は、2002年の大会での経験が、2006年のそれの中に保持され、次の2010年の大会へと繋がるものとして持続可能性をもつようになる。第二に、日本人及び韓国人のW杯サッカー大会の観戦行為、及び集合的記憶・表象の比較を、マクロ、ミドル、ミクロのからなる「多角的分析枠組み」を道具的概念として使用することにする。W杯サッカー大会の観戦形態や集合的表象・記憶、社会意識の比較が、スポーツ観戦者の行動様式からなる単なる結果の比較のみにとどまらず、それと相互関連をもつ両国のスポーツ行政、制度・組織・システム、両方の社会のスポーツ文化とその意味付与の基盤、ひいては経済、政治の変動というさまざまな社会的枠組みが絡み合って形成されるため、多角的な分析枠組みの視点を採用することが必要である。日本や韓国の社会構成員である個人は、W杯サッカー大会観戦をめぐる考え方、価値観、社会規範、美意識、行動様式などからなる総体としての身体文化を、社会構造の多角的な枠組みの組み合わせから影響を受ける。そして、彼らのW杯サッカー観戦の身体文化は、4年後に再び開かれるW杯サッカー大会の観戦形態として構造化されていく。

第三に、W大会の観戦・応援を行なうことで独自に構築、再生していく「集合的身体 (Collective Body)」を道具概念にする。日本や韓国の人々が、W杯サッ

カー大会で自国の試合を何度も観戦し、ナショナルチーム・サポーターの応援スタイルにしたがって、他者とともに大声を出し、身振りでリズムを合わせ、応援を楽しみ感動を感じる。時には、勝利の嬉しい涙を流したり、悔しさに身体を震えたり、自らの感情を理解してくれる人を求めインターネットのなかに書き込みをしたりすることがある。彼らは他者とともに相互作用をしながら時間と空間のなかで観戦・応援し、多様な「観戦・応援の社会的世界」を経験・意味付与し、身体のなかに染み込まれる。なお、それは心的・身的性向として「生きられた身体 (Living Body)」のなかに保持し、観戦・応援の独自の身体性を構築している。

たとえば、2002年W杯サッカー大会で、日本の試合を他者と一緒に観戦・応援するごとに、何度もナショナルチーム・サポーターの応援スタイルに沿って楽しんだ経験をもつとする。サムライブルーのレプリカを着て、顔にボディーマインティングを施し、「ニッポン」と高らかに声をはりあげ、それに合わせ「チャチャチャ」と拍手をする。ゴールを入れたときには歓喜のあまり叫びだし、ゴールを外したときには落胆のため息をつく。試合の結果に、喜びや悲しみの涙を流す。ひいては、テレビ中継のアナウンサーが、ナショナルチームの善戦の映像を伝える高揚した音声聞き、それに共感し身体が震え、身体中に旋律が走った経験もする。同様のことは、韓国のナショナルチーム・サポーターの身体性にも当てはまる。レッド・デビルズの赤色を身にまとい、両手を広げ空に向けて「大～韓民国 (デーハンミングック)」と叫び、手を戻して「チャチャッ、チャッ、チャッ、チャッ」と拍手で音を出す。彼らも同じくW杯大会の試合ごとに、特別な身体性の経験を積んでいく。

そして、日本人や韓国人はどちらも、再びW杯サッカーの2006年大会、2010年大会でも、ナショナルチームの試合を観戦・応援しようとする、自然に身体そのものが、過去のそれを喚起し・再生する。ともに観戦・応援する他者を探したり、観戦・応援の思考・認識、評価図式を蘇らせたり、それにとどまらず、過去の感覚、表象、感情までも再生し、顕在化していく。まさにスポーツ観戦・応援で構築された生身の身体、すなわち「生きられた身体 (Living Body)」そのものを再生しているのである。そして再び、次の大会でナショナルチームの観戦・応援で味わう自らの身体性を予感・期待し、高揚していく。

しかも、この個人の観戦・応援の身体性は、単に個人のもののように思えるが、実は、一緒に観戦・応援をした集団の成員と共感する身体性である。たとえ一人で観戦・応援するとしても、ナショナルチームを応援する他の人々と同じ構成員として心かまえ、見方から試合をみていく。ひいては、全国や世界で観戦・応援する自国のナショナルチームのサポーターである構成員たちと、「想像の共同体」として共通・占有する身体性で試合観戦・応援に臨むことになる。このように、観戦・応援の際に、身体のなかに刻まれ、そのつど再生・再構築される身体を、「集合的身体 (Collective Body)」と称することにする。この「集合的身体」の

概念は、M.メルロ＝ポンティの「生きられた身体」、P.ブルディューの「ハビトゥス」、M.アルヴァックスの「集会的記憶」の概念と緩やかに繋がるものである。本稿では、この概念を使用して、観戦・応援する集会的身体が、日本と韓国でどのように異なり、いかに記憶・再生されているのかを分析する。

第四に、人々が過去のW杯サッカー大会を回顧し再構築する「記憶」を分析する。その際に、E.フッサール、A.シュッツ、M.アルヴァックス、P.ブルディューの概念を、相互排除しないままに、現状分析の道具概念として使用する。E.フッサールとA.シュッツの場合は、個人の「過去把握と想起」の概念を中心に、記憶が個人の意識のなかに保持され積み重ねられていくとする立場である。⁷⁾これに比べて、M.アルヴァックスは、個人の意識のなかに保持されないで、個人の外部で集会的に保持されるとする立場である。⁸⁾前者が記憶の「個人的・主観主義」であるとすれば、後者は記憶の「構造的・客観主義」とも考えられる。これらに対して、P.ブルディューのハビトゥス論では、個人が社会構造のなかで実践を行うことで身体に、半ば無意識の心身の性向体系、すなわちハビトゥスを編成するとする。さらに、個人のハビトゥスは社会構造の再構築を促すことになる。⁹⁾したがって、ブルディューのハビトゥス概念から記憶を考えると、個人と社会構造の折衷、主観主義と客観主義の折衷という「折衷主義」の立場に立つことになる。

このように本稿では、W杯サッカー観戦・応援の「集会的身体」を日本と韓国で比較分析をするために、M.アルヴァックスやP.ブルディューの「記憶」概念を主要にとりいれ、「時間の連続性」の視点で、「多角的分析枠組み」を道具概念として考察を行なう。

3) 調査の手続き

では、これらの問題設定と視点を取り入れて分析するために、どのような調査を実施し、手続きをとって分析を行ったのか。2002年W杯サッカー大会の前哨戦ともいわれている、2001年に実施された「大陸間カップサッカー大会(Confederations Cup)」から2006年W杯サッカー大会までを対象にして、文献調査、フィールドワーク調査を行った。そして質問紙調査を、在日韓国人、日本人大学生、韓国人大学生を対象に実施した。本稿では紙面の制約上、在日韓国人の調査結果を除いて、日本人と韓国人大学生の調査の結果を使用して分析することにする。

質問紙調査は、時間の経過に沿って、2006年6月から10月まで在日韓国人461名、2006年12月から2007年1月まで韓国の大学生334名、2007年5月から7月まで日本人大学生768名に実施した。

日本人と韓国人の大学生については、日韓比較を考えて、韓国ではソウルとその周辺にある大学、日本では東京とその周辺にある大学を対象にして調査を実施した。また、調査のデーターはSPSSによって統計処理し、有意度0.1以下のものだけを表に作成し、比較分析を行った。

調査対象である日本と韓国大学生の属性として、男性・女性の性比は次の表1の通りである。

表1. 日本人大学生，韓国人大学生の性別属性
調査対象者の属性

	男 性	女 性	
日本人大学生	54.2%	45.8%	100% (768人)
韓国人大学生	65.1%	34.9%	100% (332人)

3. 2006年W杯サッカー大会後に振り返る2002年大会の集会的身体

1) W杯サッカー2002年大会の集会的身体への表象・記憶

日本人および韓国人の人々は、2002年のW杯サッカー大会共同開催を経験した後、再び2006年ドイツで開催されたW杯サッカー大会でさまざまな試合を観戦することができた。彼らが2002年大会を振り返えてみたときに、どのような事柄が身体に刻まれ最も強く記憶に残っていたのか。日本や韓国の大学生たちが、2002年のW杯サッカー大会を経験してどのような集会的身体の記憶を有しているかは、次の表2の通りである。

表2 W杯サッカー2002年大会について集会的身体の最も強い記憶

2002年W杯サッカー大会について、最も強く記憶に残ったことは何ですか。

	日本・韓国共同開催	ストリート応援	自国代表チームの善戦	開催都市	キャンプ地	応援のファッション	その他	合計
日本人大学生	52.0%	4.2%	27.5%	2.5%	1.2%	3.3%	9.4%	100% (766人)
韓国人大学生	1.8%	62.6%	32.9%	0.6%	0.3%	1.5%	0.3%	100% (334人)

表2でわかるように、日本人の大学生たちは、W杯サッカー大会史上初めて行なわれた日本と韓国の共同開催が最も強く記憶に残ると答えた人の比率が52.0%に高い。次は日本のナショナルチームの善戦で27.5%になっている。日本はこの大会で、史上初めてW杯サッカー大会の本選に進出し、16強入りを果たしたのである。人々は勝ち続けていく試合を観戦・応援し、そのつど喜び、驚き、興奮、感動を身体で覚え、それが記憶に強く残っている。そして、ストリート応援を取り上げたのは3番目の順になっているが、4.2%で、上位の二つの項目に比較すると非常に低くなっている。

これに対して、韓国の大学生たちは、ストリート応援が最も強く記憶に残っていると考える人々の比率が62.6%で圧倒的に高く、次に、韓国のナショナルチー

ムの善戦を取り上げている場合が32.9%である。2002年の大会で、韓国が対戦した7試合でストリート応援を含む公共の場所でスクリーンを通して応援したパブリックビューイングの観戦者は、延べ2,240万人に上って、当時韓国の総人口が4,700万人であったことでもパブリックビューイングの熱狂ぶりが理解される。¹⁰⁰⁾このような実情を考えると、韓国では、ストリート応援が集合的身体の記憶として最も強く共有されていることが理解できる。そしてナショナルチームの善戦についても、これまで本選進出の経験はあるものの、この大会で史上初めて4強戦まで進むことができたことが、記憶に強く残っていることである。それに比べると、日本と韓国の共同開催を取り上げた人の比率は、1.8%に低くなっている。

これらを比較すると、2002年のW杯サッカー大会を、日本では共同開催、韓国ではストリート応援という集合的身体が最も強く残っていて、鮮やかに異なる記憶をそれぞれが共有していることがわかる。そしてそれぞれの国のナショナルチームが、これまでのW杯サッカー大会で得られた結果より、また、その後の2006年大会で残した成績よりも、2002年大会で優れた実績を上げたことが、両方の国でナショナルチームの善戦が集合的身体の記憶として強く残っていることになる。

そこには、アルヴァックスが述べたように、人は現在から過去の記憶を見直し、また現在の社会的枠組みが過去の記憶を判断して再構築する評価基準を与える¹⁰¹⁾、ということからも理解できる。日本も韓国も、2002年大会でのナショナルチームの高成績を2006年大会で越えられなかったという絶望と悔しさが、逆に2002年大会の善戦をより強く記憶することにつながったのである。

では、両方の国で、2002年のW杯サッカー大会について集合的身体の記憶を蘇らせたときに、2番目に記憶に残っていることは何であるのか。次の表3の結果からみることにする。

表3 W杯サッカー2002年大会について2番目に強い記憶

2002年W杯サッカー大会について、2番目に強く記憶に残ったことは何ですか。

	日本・韓国共同開催	ストリート応援	自国代表チームの善戦	開催都市	キャンプ地	応援のフアッション	その他	合計
日本人大学生	22.5%	10.0%	34.0%	7.4%	8.7%	9.4%	8.0%	100% (759人)
韓国人大学生	3.3%	33.8%	53.6%	1.2%	0.3%	7.8%	0.0%	100% (334人)

表3でわかるように、日本人の大学生は日本のナショナルチームの善戦を取り上げた人が34.0%で最も多く、次に、日本・韓国の共同開催を取り上げた人が22.5%の順で多い。そして、ストリート応援を記憶する人が、10.0%になっている。これに比較して、韓国の大学生は、韓国のナショナルチームの善戦を取り上

げた人が53.6%で最も多く、次に、ストリート応援を取り上げた人が33.8%に多くなっている。そして、試合観戦の応援ファッションを取り上げた人が7.8%の順になっている。

以上の結果からいえることは、日本と韓国で2002年共同開催をしたW杯サッカー大会を経験し、それぞれ自分の国のナショナルチームの活躍を強く記憶していることが共通であるが、日本では日本と韓国が共同開催をしたこと、韓国ではストリート応援の形態が定着したことが、それぞれ異なる集合的身体の記憶として強く残っていることが了解される。

2) 2002年, 2006年W杯サッカー大会の集合的体への社会意識

日本や韓国で人々は2002年W杯サッカー大会を開催することを通して、全国的に公共の場所や街頭に設置された大型スクリーンで試合を観戦するパブリックビューイングを初めて経験した。サッカーの試合が実際に行われていないサッカースタジアムでも、大型のスクリーンを通して試合をリアルタイムで中継し、観戦することになった。韓国の場合は、2002年のW杯サッカー大会期間中に、全国の1,868ヶ所で、累計2,021台の大型スクリーンが設置されていた。¹²⁾特に、ソウル市の「市庁前広場」,「光化門広場」はストリート応援のメッカと呼ばれ、韓国のナショナルチームの試合があるときには常にメディアに取り上げられた。その他にも、人々が集まる公共の場所に、企業の広告が書かれた大型トラックがスクリーンを設置して試合を中継し、多くの人々が競技を観戦する光景を、筆者はフィールドワークで観察したことがなんどもあった。また、初等・中等教育段階の学校においても、教室などで生徒と教師が、自国の試合をテレビで一緒に観戦する場合も大いにあった。

日本の場合も、多くのサッカースタジアムで大型スクリーンによるパブリックビューイングが大に行われた。人々はサムライブルーの応援のレプリカを着て、大型の応援の旗を観戦者たちの手によって移動させる。また、ナショナルチームの選手が卒業した小・中・高等学校の体育館や、選手が在籍する大学の講堂などにスクリーンを設置し、鳴り物を手に熱心に応援ことも大いにあった。

このような全国的な規模でのパブリックビューイングの観戦形態は2002年W杯大会で形成され、2006年のドイツで行われたW杯サッカー大会にも継承された。2006年大会では、日本や韓国のナショナルチームが予選で脱落することになり、その規模が縮小され、応援の熱も弱くなった。しかしながら、パブリックビューイングは、2006年度大会でも、観戦の一つの形態として、人々の実践に定着していた。上記の表3においても、ストリート応援、及び応援ファッションを強く記憶すると回答した人々の比率が、日本で19.4%、韓国で41.6%になっていることがこれを物語っている。

では、パブリックビューイング観戦形態が形成・定着された社会的構造はどのようなものであるのか。それは単なる観戦行為だけでなく、観戦をめぐる政治、

経済、文化からなるマクロの社会構造と、スポーツ観戦を楽しみたいと思う個人の実践との相互関連からなるのである。

まずは、2002年、2006年の大会で、日本と韓国の多くの人々はパブリックビューイングを実践したが、その理由はなぜなのかを考えてみる。次の表4を通してみることができる。

表4 パブリックビューイングでW杯サッカーの試合を観戦する理由

2002年ワールドカップと同様に、2006年のワールドカップでは多くの人々がパブリックビューイング（韓国ではストリート応援）に大勢が集合しました。その理由は何だと思いますか。

	メディアの宣伝に誘われて	企業の宣伝に誘われて	他の人々と一緒に応援することが楽しみで	声を出し身体を使って応援すること自体が楽しみ	世界的なイベントに参加することが好きで	広いところで応援するのが気持ちがいい	その他	合計
日本人大学生	20.1%	1.4%	45.5%	14.0%	11.7%	3.5%	3.8%	100% (763人)
韓国人大学生	8.2%	4.8%	41.7%	25.1%	14.2%	4.2%	1.8%	100% (331人)

表4でわかるように、パブリックビューイングの理由について、「他の人々と一緒に応援することが楽しいから」と回答した人々の比率が、日本と韓国でそれぞれ45.5%、41.7%で最も高い。次に、日本では、「メディアの宣伝に誘われて」が20.1%で高く、「声を出し、身体を使って応援すること自体が楽しいから」が14.3%の順になっている。これに比較して韓国では、「声を出し、身体を使って応援すること自体が楽しいから」が25.1%で次になり、「世界的なイベントに参加することが好きで」と回答した人が14.3%の順になっている。さらに「メディアの宣伝に誘われて」について、日本では2位の20.1%に対して、韓国では4位で8.2%と低くなっていることがわかる。

以上の結果から、日本と韓国両方において、主に自国のナショナルチームが戦う試合を、他の人々とともに応援し、勝つ喜びや負ける悲しみを分かち合うことが、パブリックビューイングする最も強い理由であることが了解される。それに加えて、日本ではメディアが繰り返し応援の様子を伝えそれを促すことで、宣伝に誘われて実践するようになったという。反面、韓国では両手を挙げてリズムに合わせて大声で応援する行為、それ自体の快楽を味わったことが、パブリックビューイングの観戦・応援の動機になったとあげている。

4. W杯サッカー大会における日本・韓国の理念型と集體的身体の差異化

1) W杯サッカー大会のパブリックビューイングが拡大・縮小される社会的構造

2002年、2006年のW杯サッカー大会で、自国の試合を公的な場所で他の人々と観戦、応援するパブリックビューイングは、前述したように個人がそれぞれの意識と動機によって参加し、快感を感じることで続けられた。このような観戦形態が可能になった背景には、日本と韓国のそれぞれの社会的構造が存在する。そして、社会構造を構成する要素間の関係によってパブリックビューイング規模やスタイルが異なっていた。では両方の国に共通する社会的構造をみることにする。次の図1はパブリックビューイングの社会的構造を表している。

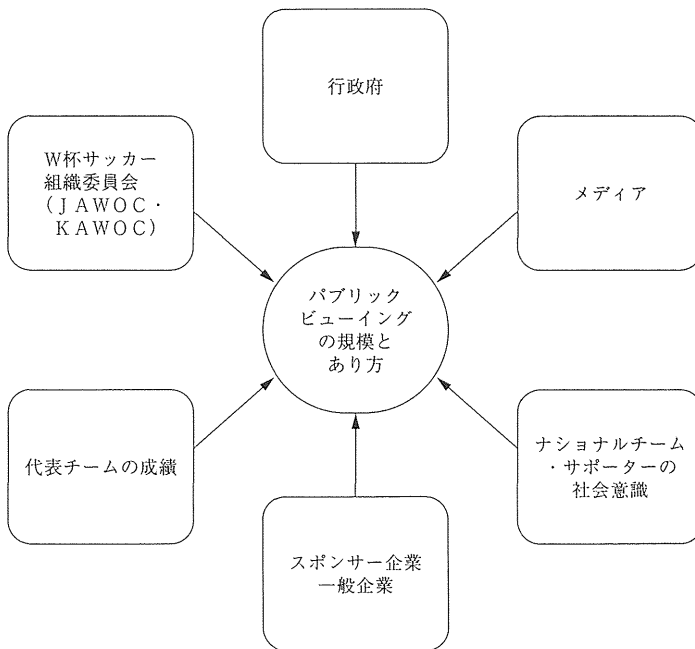


図1 W杯サッカー大会におけるパブリックビューイングの社会的構造

上記の図1でわかるように、パブリックビューイングの社会的構造を構成する要素を大きく6つに区分することができる。すなわち、1) 行政府、2) 国際サッカー連盟 (FIFA)、及びその傘下の日本、韓国のW杯組織委員会 (JAWOC, KOWOC)、3) ナショナルチームの対戦成績、4) スポンサー企業 (オフィシャルスポンサーやサプライヤー、及び一般企業)、5) ナショナルチーム・

サポーターの社会意識及び実践、6)メディアである。これらの要素が相互関連の作用によって、日本と韓国で試合を観戦する人々のパブリックビューイングのあり方が形成され、パブリックビューイングが拡大、あるいは縮小していくのである。パブリックビューイングの規模やあり方において、行政府やW杯サッカー組織委員会はマクロのハードウェア、メディアや企業はミドルのソフトウェア、そして、ナショナルチームの成績やサポーターの社会意識は、ミクロのコンテンツとしてモチベーションの直接の動因になる。その構造と機能の産物として、日本と韓国のパブリックビューイングが社会現象として現れる。

では、マクロのハードウェアの領域をみることにする。まず、社会的構成要素のなかでも、行政府の方針は非常に重要である。本来W杯サッカー大会のようなメガ・スポーツイベントの開催は、メディアイベント、スポーツイベント、祭典のイベントの性質を帯びている。そして、大会開催の際、重点がおかれる枠組みを基準に、「サッカーの競技大会」、「サッカー大会の祭り」の二つの理念型に区分することができる。それは開催国の行政府がW杯サッカー大会を、純然たるサッカー競技の大会として重きを置き、自国で行われている他のスポーツ競技大会を妨害しないように、可能な限りバランスをとりながら、サッカー大会を実施するかどうかである。還元すれば、W杯サッカー大会を、「サッカーの競技大会」として定義し意味付与するか、それを超えて、サッカーという競技を媒介にした大会の「祭り・フェスティバル」と見なし意味付与するかである。2002年の日本・韓国共催において、行政府の方針を比較すると、日本では「サッカー競技の大会」、韓国では「サッカー大会の祭り」の路線に重点がおかれていたことが容易に推察できる。

一般市民がストリートで試合を観戦するためには、平常時の交通を遮断し、人々が集まる空間をまず確保して大型スクリーンを設置し、電力を供給する。そして人々の移動を円滑にするために、地下鉄、公共のバスなどの交通機関の規制及び運行ダイヤの変更を行い、観戦空間での安全・安心を維持するための警察が投入される必要がある。また、人々の生理的問題解決のために、飲料水の確保や、簡易トイレの設置なども必要である。このような事柄は政府の方針に従って、政府の各機関が、試合が行われる時間に合わせて、緻密な計画たて、状況に応じてダイナミックに実施しなければならない。さらに、行政部の機関と開催国W杯サッカー組織委員会の傘下の各機関が連携して、国内の各地域で試合開催及びパブリックビューイングの基盤づくりをしていく。

たとえば、韓国の事例をあげると、韓国と対戦する2002年6月18日のイタリア戦、6月22日のスペイン戦、6月25日のドイツ戦へと、試合の対戦が上位を競い熾烈になるにつれて、パブリックビューイングの観戦者数も増加していた。韓国のメディアだけでなく、日本のメディアもその加熱ぶりを報道していた。22日のスペイン戦では「光化門広場」での観戦者が80万人⁽¹⁹⁾、25日のドイツ戦では「市庁前広場」から光化門交差点にかけて百数十万であったと、日本の新聞も伝え

た。⁴⁴⁾筆者は光化門広場をはじめ数箇所でストリート応援のフィールドワークを行ったが、応援が終わった数十万人の帰路のために、地下鉄のダイヤを大幅に変更し、移動の安全を確保するなど、ストリートの観戦者たちは交通、治安、福利などさまざまな面で、行政の積極的な取り組みを観察していた。その安全・安心、便利、快適さが、次のパブリックビューイングへ人々の観戦をリピートさせる要因となった。そしてストリートの観戦者も治安の面で社会的弱者とされる子ども、女性、高齢者にいたるまで拡大していた。さらに、ストリート応援において興奮した若者が逸脱行為を行っても、「サッカー大会の祭り」であるとみなすことによって、逸脱者としてのラベルを貼って批判せず、多くの場合彼らを包摂していた。

2) 韓国の「サッカー大会の祭り」の理念型と観戦・応援の集身的身体

これは韓国の政府やW杯サッカー組織委員会が、W杯サッカー大会を純粋にサッカーの競技大会ではなくそれ以上に、サッカー大会を楽しむ祭り・フェスティバルとして定義し、意味づけしたことの表れである。そして、韓国のメディアの視点、ナショナルチームサポーターであるレッドデビルズの社会意識、ひいてはストリートの観戦者個々人も、W杯サッカー大会を全国民が楽しむ「祭典」として位置づけていた。そのために、サッカーファンでない人々やサッカーのルールを知らない人々でさえ、ストリートをはじめとするパブリックビューイングを楽しむことになった。その結果、これまでは主に男性がサッカーファンであったが、女性もサッカーファンになり、サッカーを楽しむことに男女の差別はない、という新しい社会認識が生じてきた。さらに、「サッカー大会の祭り」であるために、サッカーの知識や情報が豊富な昔ながらのファンではない新参者でも、人々の心性構造の境界で区別ないし差別されることなく、ファンとして受容され、包摂されていた。このように、韓国で「サッカー大会の祭り」の理念型は、「サッカーファンの民主化」に影響を及ぼした。

次にメディアや企業のみドル領域をみることにする。韓国でパブリックビューイングのストリート観戦者が劇的に増加していたことには、ストリート応援を促進し仕掛ける側の要素が組み合わされ、複合的に相乗効果を及ぼしたからである。企業、メディア、ナショナルチームのサポーターとの連携関係である。では、具体的にその組み合わせの方法をみることにする。

第一に、ストリート応援を促進する側には、ナショナルチームのサポーターであるレッドデビルズとその活動をサポートしてくれるスポンサー企業との契約・連携がある。たとえば、現代自動車、SKテレコム、外換銀行カード、東亜製薬などがスポンサーとなり、ストリート応援の際のイベントで多くの商品、及び経費や後援金を提供した。⁴⁵⁾このように、ナショナルチーム・サポーターへの企業の援助活動は、ストリートで行なわれ、パブリックビューイング実践を促進した。

第二に、企業がサッカー観戦の応援の方法を、テレビや雑誌などの大衆メデ

ィアを使用して広告を掲載した。W杯サッカー大会で、企業の利権が最も大きいオフィシャル・スポンサー企業や、少しそれが制限されているオフィシャル・サプライヤーが存在する。さらにこれ以外の企業も、W杯サッカー大会のイメージを活用して「アンブッシュ・マーケティング」をする。これら三つの枠での企業が、利益を増大するためにメディアと連携することで、多数の人々の目につき、人々をストリート応援に向けて欲望を掻き立てる。

たとえば、2002年のW杯大会で、「アンブッシュ・マーケティング」を狙う携帯会社のSKテレコムが、レッドデビルズの応援方法をテレビの広告で教え、なお、ストリート応援の様子を再び広告に使用することで、強烈な印象と効果を及ぼした。⁶⁶⁾また、広告とともに、ストリートでの応援イベントを開催した。それによって、ライバル会社の韓国テレコム(KT)も、W杯サッカー大会のオフィシャル・スポンサー企業として公式の広告活動の競争関係をより増幅させることになる。その結果、競争関係の相乗効果は増幅され、人々のストリート応援の欲望と実践を拡大していた。

では、ナショナルチームの成績やナショナルチーム・サポーターの社会意識からなるマイクロ領域をみることにする。上述してきたように、韓国ではW杯サッカー大会におけるパブリックビューイングの社会的構造と、マクロ、ミドルの構成要素間のダイナミックな組み合わせが、人々のストリート応援を促進した。マイクロの局面をみると、人々はこのような社会的・文化的環境のなかで、ストリート応援の意味を積極的に受け取り、ナショナルチームを応援する国民という単なる「想像の共同体」から、自らが身近に応援するレッドデビルズの「リアルな共同体」に同化し身体で喜びを感じるようになった。また、彼らは世界的なイベントに参加し、ストリートで見知らぬ他のサポートたちと一緒に、声を出し身体を使って応援することに酔い痴れた。上述していた表4の結果からも容易に理解されよう。さらに、ストリート応援がメディアに放送させることで、それを確認・再認識する作業を行なうことになった。このような、パブリックビューイングを促進する側と、それを受け入れ積極的に展開する側の連携・共有関係が、韓国のW杯サッカー大会の理念型を、国民を巻き込んだ社会現象としての「祭り・フェスティバル」に顕在化させたのである。

3) 日本の「サッカーの競技大会」の理念型と観戦・応援の集体的身体

これに比較してみると、日本の行政府は、韓国のようなサッカー大会の祭りの意味付与よりも、「サッカー競技の大会」としての要素が強いと思われる。日本でも、パブリックビューイングが2002年W杯サッカー大会で大きな社会現象になり、注目を浴びてきた。それにしても、あくまで、サッカーという競技を楽しむ大会という枠組みのなかで、パブリックビューイングが楽しまれるとみなされた。韓国のようにストリートで観戦・応援空間を設置することなどはしなかった。たとえば、東京都の新宿や渋谷駅前の交差点などで、交通を遮断し、大型スクリー

ンを何台か設置して、ストリート応援の空間にすることも可能であったはずである。また、行政府とW杯サッカー組織委員会が連携すれば、全国の大会開催地でも、ストリート応援をさせることも想定できる。しかしながら、このような形態のパブリックビューイングは促進しなかった。その代わりに、試合が行なわれていないスタジアムにスクリーンを設置し、試合中継を行なって、それを観戦しながら応援をするというパブリックビューイングの形態を実施した。まさに「サッカー競技の大会」の理念型に沿ったパブリックビューイングの観戦形態である。

スタジアムでパブリックビューイングを行なう人々の身体は、スクリーンを通しての観戦・応援を除けば、実際試合が行なわれている他のスタジアムでのそれと、さほど大きな差異はない。ストリートでのパブリックビューイングと比較すると、観戦・応援の身体規律について、ストリーートのほうは自由奔放である反面、スタジアムのほうは規律による抑制が要求される。人々はこのように異なる形態のパブリックビューイングを繰り返すことによって、互いに異なる集合的身体を構築していく。前者が最低限の規律を守るサッカーの祭りのな身体感覚を新たに構築し、後者はスクリーンであるにもかかわらず、本物の試合と同様の身体規律を守る擬似的身体性を構築する。したがって、日本ではパブリックビューイングの観戦者が興奮のあまり逸脱行為を行った場合、サッカー競技の観戦者として相応しくない行為とみなすことになる。

たとえば、2002年の6月14日の日本対チュニジア戦のパブリックビューイングの一部が中止された。直接試合が行われていないスタジアムで、大型スクリーンの画面中継を通してパブリックビューイングを行ってきたが、「さいたま、愛知が画面中継中止」をした、と新聞は報じた⁽¹⁷⁾。その理由は、パブリックビューイングを行っていた日本対ロシア戦で、試合終了直後に、興奮した観戦者の一部がピッチに飛び降りたことである。一部の観戦者によってスタジアムの安全が確保できなかつたとみなした。そのため、次の日本対チュニジア戦でも、パブリックビューイングで再びこのような観戦者が現れない保障はなく、むしろ、現れる可能性が高いだろうから、画面中継を中止し、パブリックビューイング自体を閉鎖すると判断したのである。新聞は、チュニジア戦での中止の理由を「安全性が確保できない」からだと伝えた。

そして日本のメディアも、「興奮した若者が騒ぐ」とし、これに対して「警察が制止に乗り出す」とした⁽¹⁸⁾。パブリックビューイングのイメージが騒ぐ、危険、リスクへと変容し、これに対して、行政府は制止、制御、管理を行う必要があるとみなした。また、メディアは「ジャパニーズフーリガン」という新しいネーミングを生成し、「騒ぐ若者」にフーリガンのラベルを貼り、危険性を示した。⁽¹⁹⁾ その解決策として、パブリックビューイングそれ自体の中止が正当化されることになった。

このような現象の背景には、上述のようにW杯サッカー大会が「祭り・フェスティバル」であるよりも、「サッカー競技の大会」であったために、その競技観

戦に相応しい行動が要求され、それに適切でない場合は、逸脱者、フーリガンとしてみなすことになった。そのために行政は、ナショナルチームが試合で勝ち続けても、パブリックビューイングの危険要素を除去する方針を実施したことが理解される。さらに、メディアなども同様の視点で報道され、バラエティ番組でもコメントされていた。このような社会的環境のなかで、ナショナルチームのサポーターやサッカーファンの社会意識も、観戦・応援の身体規律を守らせる安全重視の対策を受け入れるようになった。結果的に、パブリックビューイングの社会的構成要素間で、相互制御が機能し、パブリックビューイングは縮小した。そして理念型であった「サッカー競技の大会」は、社会現象として顕在化していった。それにしても、2006年W杯サッカー大会、及びそれ以後の大会でも、制限はあるものの横浜国立競技場などのスタジアムでパブリックビューイングは継続されている。

注

- (1) 「論説の力を信じて——W杯日韓国共催の夢 95年に社説で——」朝日新聞、2009年1月23日、22面。
- (2) 同前。
- (3) 同前。
- (4) 同前。
- (5) 2002年W杯サッカー大会について韓国や日本では多くの書物が出版されただけでなく、学術・専門的な学会大会、及び学会誌でも、シンポジウムを開き、特集を組んで学術論文を掲載した。日本では、日本社会学会、日本スポーツ社会学会、日本体育学会など、韓国でも、韓国体育学会、韓国スポーツ社会学会、文化実践連帯などで様々な取り組みがあった。
- (6) 前掲新聞。
- (7) 浜日出夫「記憶と場所——近代的时间・空間の変容」日本社会学会『社会学評論』Vol.60.N4.,2010年、465-479頁。
- (8) 同前。
- (9) ハビトゥスについては、P.ブルデュー著、石井洋二郎訳『ディスタンクシオンⅠ』藤原書店、1989年。199-258頁。及び、P.ブルデュー著、今村仁司・港道隆訳『実践感覚Ⅰ』みすず書房、1988年、82-104頁。
また、「生きられた身体」については、M.モーリス・メルロ＝ポンティ著、竹内芳郎・小木貞孝訳『知覚の現象学Ⅰ』みすず書房、1991年。及び、大野道邦・油井清光・竹中克久著『身体の社会学』世界思想社、2005年。
- (10) 韓国の『世界日報』2002年7月2日に掲載、及び、黄順姫「国旗ファッションを巡る集合的記憶の再構築」黄順姫編『W杯サッカーの熱狂と遺産』世界思想社、2003年、144頁。
- (11) M.アルヴァックス著、小関藤一郎訳『集合的記憶』行路社、1989年、1-

44頁。

- (12) 前掲書『W杯サッカーの熱狂と遺産』, 144頁。
- (13) 朝日新聞, 2002年6月23日, 39頁, 及び黄順姫「ワールドカップサッカー 코리아・ジャパンに惹かれる身体——応援することの快樂——」, 青木保他編『アジア新世紀, (第4巻) 幸福』, 岩波書店, 2002年, 168頁。
- (14) 前掲新聞, 2002年6月26日, 39頁, 及び前掲書『アジア新世紀, (第4巻) 幸福』, 168頁。
- (15) 森津千尋「メディアイベントとしての街頭応援」牛木素吉太郎・黒田勇編『ワールドカップのメディア学』大修館書店, 2003年, 123-146頁。
- (16) 同前。また, 黄盛彬「W杯と日本の自画像, そして韓国という他者」有元健・小笠原博毅『サッカーの詩学と政治学』人文書院, 2005年, 194-195頁, 及び208-209頁。
- (17) 前掲朝日新聞, 2002年6月11日, 38頁, 及び前掲書『アジア新世紀, (第4巻) 幸福』, 170頁。
- (18) 前掲新聞。
- (19) 「ジャパニーズ・フーリガン」については, 杉本厚夫「漂白されたナショナリズム」前掲書『W杯サッカーの熱狂と遺産』, 66-82頁。また, メディアとフーリガンについては黒田勇「メディア・スペクタクルとしての『フーリガン』」前掲書『ワールドカップのメディア学』, 102-122頁。