

第1章 はじめに

本稿は、コミュニティの理想自己がどのように形成されているのかをインタビュー調査を通じて明らかにすることを目的とする。ある人がジャニーズファンになる。彼女は、そのジャニーズタレントを応援するために多様な消費行動を行う。ファン対象を応援するためにグッズを購入し、金銭的にファン対象を応援する。グッズの購入だけではない。ファン対象に見合う女性になるために積極的な消費行動を取る。消費行動を通じて、自身を変化させていくのである。学校や職場の人たちとのコミュニケーションの中で趣味の情報を伝達し共有し、個人の理想像を現実のコミュニティのメンバーでもある他者も共有していくようにする。まもなくコミュニティ自体が、コミュニティの理想像として「かわいいファンの私たち」を作り上げていく。

ファンのエネルギーというものは、凄まじいパワーを持つ。自分の周囲にあるコミュニティにも波及効果を及ぼすことになる。個人から集団へと理想とする自己が伝染していき、集団という単位で変身しようとしている。ファンになったことをきっかけに、自分自身の理想自己を作り上げるだけでなく、自身の所属する集団の構成員にも影響を与え、集団の理想自己を形成していく。そのメカニズムを解明することで消費者のコミュニティの理想自己形成を明確化させる。その一つの例としてファンという集団を取り上げ、集団としての理想自己の形成と実現の過程を検討していく。

リサーチ・クエスチョンは、ファンが所属している現実のコミュニティにおいて、どのような行動の結果、コミュニティメンバーがどのような理想自己を共有し、理想自己の実現を目指しているのだろうかである。

構成は次の通りである。第1章はどのように理想自己を形成されているのかを疑問と背景を示す。第2章既存文献を整理しプロポジションを導出する。第3章は方法論を説明する。第4章は記述である。第5章は発見物である。プロポジションでは提示されていなかった金銭的な支援をするという行動の上に、ファンとしての理想自己形成行動が成立する二層構造があることを確認する。第6章はインタビュー調査の結果至った二層構造の理想自己を説明し、理論上・実践的なインプリケーションを示し、今後の課題を述べる。

第2章 文献展望と仮説

コミュニティに関する概念を整理する。コミュニティの中でも消費購買行動の判断基準となる準拠集団についての研究を概観し、ファン研究の内容を検討する。その次に、ファン研究を通じた消費購買行動を経たことでファンとなった本人が、どのように自己概念を変化させているのかを既存研究を通じて整理していく。自己概念の変化である拡張自己についての研究を検討し、自己のなりた姿である理想自己と自分自身の評価した姿である現実自己についての既存研究を示す。

農村社会学・都市社会学・地域社会学の分野で培われてきた。コミュニティ概念の基礎となったのは、MacIver(1917)を中心に整理した。Park&Lessing(1977)によって、マーケティングの分野に活用され、発展してきた。

コミュニティの研究が進み、共通した趣味を持つ者同士の集まるファンコミュニティの研究でも進められている。ファンコミュニティの研究は、特定の分野に興味を持つファンの人々の研究が行われている。

個人の自己にアイデンティティをもたらす、消費購買行動を通じて自己のアイデンティティを拡大させている。拡張自己については、Belk(1988)によって中心的な研究がなされている。

以下は、既存研究の整理から導き出したプロポジションである。

プロポジション1：消費者は、消費行動によって自己拡張している。

プロポジション2：消費者は、現実のコミュニティの構成員とあこがれのコミュニティの理想像を共有する。

プロポジション3：消費者は、あこがれのコミュニティを参照しながら、知識を得て、現実のコミュニティを理想のコミュニティの姿に近づけようとする。

第3章 方法論

影響を受ける個人の拡張自己とその個人のコミュニティに対する意識をインタビュー調査する。

- プロポジション 1:ファンは、消費購買行動によってかっこいい彼らに見合う「かわいらしい自分たち」になる。
- プロポジション 2:ファンは、かわいくするために現実のコミュニティの構成員と共同でかわいらしい自分たちを作り上げる。
- プロポジション 3:ファンは、ジャニーズのあこがれのコミュニティを参照しながら現実のコミュニティをかわいらしいファンの自分たちという理想のコミュニティに近づける。

プロポジションの精緻化のために予備調査を実施した。目的は第 1 にファンコミュニティの存在を確認すること。第 2 にどのような種類の理想自己の姿を形成しているのかを考察するためである。予備調査用質問リストを活用しインタビュー調査を行う。

予備調査のインタビュー回答によれば、予備調査の段階では、現実のコミュニティで共有されていく理想自己に対して、ファンになった本人は、理想自己を目指しているという自覚はないが、ファン対象に遭遇する機会を自身が良く見えるように「変わらなくては」と強く意識をしていた。本調査では、異性としてのあこがれの対象となりうるジャニーズグループのファンを対象にさらなるインタビュー調査を実施した。

第 4 章 記述

インタビューの回答者からグッズの購買行動以外に自分自身がファン対象にふさわしい存在になろうとする行動が見受けられた。

第 5 章 発見物

インタビューからプロポジションで導出されなかった新しい発見物があった。金銭的な支援をする行動の上に、ファンとしての理想自己形成行動が成立する二層構造である。上層の理想自己形成の行動には、外見的な変化と内面的な変化を与える 2 つの行動パターンがある。ファンは単純な応援活動からファン対象に恋愛感情を抱き、その感情からファン対象に見合う自分自身を演出するために自分自身を磨く行動をしている。

インタビューを行った中で最も若い 10 代後半の回答者の回答には、「リア恋枠」という言葉が見られた。リア恋とは、自身がファン対象として応援しているアイドルや俳優などに対し、現実の異性として認識し、恋愛感情を抱いているという感情を表している。そして、現実の異性としてファン対象を捉え、異性としての彼に見合う自分自身になる。

現実の異性としてファン対象を捉え、異性としての彼に見合う自分自身になる。彼の好みを反映した理想自己を考察するために、ファンは、ファン対象の活動による雑誌記事のインタビューや、バラエティー番組の発言、事務所の公式サイトによる発信、SNSの様子から情報を得て、リサーチする。情報を基に彼に見合う自分自身の理想自己を描き実践しようとする。ファン達は自分自身が好きなファン対象を念頭に、彼に見合うであろう彼女像(理想自己)を想定し、その姿に近づこうと努力する。

第 6 章 おわりに

ファン活動は、ファン対象を応援するという行動が中心である。応援行動の基礎となっているのは、CD や DVD、グッズの購入行動である。グッズの購入をすることでファン対象の活動を保障している。ファン対象への感情について、リア恋感情というものが、ファンの理想自己形成においては、重要になっている。リア恋感情をファンが持つことで、ファン対象を現実の異性として認識し、その相手にふさわしい自分になるようにファン本人に対して働きかけている。外見的理想自己形成行動は、ファン本人の外見を理想自己に基づき変化させる行動である。ファン本人は、コンサートやイベントなどの機会、服装やヘアーをファン対象に見合う自分を想定し近づけようとしている。内面的理想自己形成行動は、ファン本人の内面的な変化を求める行動である。日常生活の態度の改善や学習意欲の向上があった。ファンは、リア恋感情からファン対象に見合う自分になるべく、理想自己を形成し、外見と内面を変化させるような理想自己を追及しているのである。

理論的インプリケーションでは、今まで社会学や心理学の分野で中心的に研究されてきた、理想自己や自己概念という研究を消費者であるファンから考察することができた。実践的インプリケーションは、商業的な観点からファンに対する新しい商品やサービスを提供する示唆につながると思われる。

本論文の執筆中であった 2020 年は、コロナウイルス感染拡大により、緊急事態宣言が発令され異例づくしの年であった。エンタテインメント産業は、目の前で体験することが難しいことではあったが、オンラインという手段で新しい提案が始まった。オンラインでの理想自己形成についても検討が必要であると思われる。そして、エンタテインメントの産業も変化を迫られている。ファン対象も休止や解散、引退など様々なケースが存在しているが、今まで培ってきたファンの理想自己がここから、どのようになるのか検討する余地があると思わ

れる。

(指導教員：木村純子)