

応援 の文化史

手 嶋 英 貴

(京都精華大学教育推進センター)

はじめに： 応援 という営みの不思議さ・複雑さ

応援 とは、考えてみると不思議な行為である。何かを達成しようと努力するのは常に他人であり、自分はいくまで、その人が目的を達成できるようにと声を掛けたり、手を貸したり、あるいは金銭・物資を与えたりする。「他者の頑張りのために頑張る」という、いくぶん屈折した構造を持つ行為なのである。さて、私たちはいったい何を求めて 応援 をするだろうか？ また 応援 という営みは、文化史においてどのような役割を果たしてきたのだろうか？ 今回の研究会では、のちに永井良和、瓜生吉則の両氏から、現代日本における応援の具体例を取り上げた報告がなされるので、ここではむしろ、その予備的作業となるような、一般的視点による 応援 の考察に重点を置く。まず東西の古典文献等によりながら 応援 の歴史を辿り、またそれを導線としつつ、 応援 概念の整理やその特質に関する考察を行う。この作業を通じて、上に挙げた問いへの答えを模索し、さらに現代日本における 応援 を相対化して捉える手がかりが得られればと考える。

なお、応援という語は、もともと他者を「助け救うこと。加勢。」(『広辞苑』第五版)を幅広く意味しうるものだが、一般的には「(競技などで)声援を送って、味方を元気づけること。」(同)を指すイメージが強い。しかし、本報告の末尾で言及するように、その用いられ方は近年多様化する傾向にあり、従来であれば、「支持」、「支援」、「助成」、「投資」などと表現されていた行為が、あえて「応援」と名づけられるケースが目立ってきている。ここでは、応援の概念が、特定の「行為形式」ではなく、行為に与えられた「意味」によって規定されている。実際、後で述べるように、応援という行為はある種の意味づけ、つまり「見なし」を本質とする営みであるとも考えられるのである。こうした理由から、本報告では応援の概念を、特定の行為形式に拘らず、そのように意味づけられた行為すべてを含むものとする。ただし、「応援」「スポーツの場での声援」という習慣的イメージとの混同を避けるため、上に述べた広範囲の概念を指す場合は、とくに 応援 と山カッコにいれて表記することとしたい。

1. 声援の東西文化史

世界最古級の文献である古代ギリシャおよびインドの古典をいくらか見渡したところ、 応援 と呼びうる行為を記述したものは極めて少ない。この時代には、口頭にせよ文字にせよ、後世に伝えるべきと判断された情報だけがテキスト化された。その結果、戦闘や競技の場面はあっても、関心はもっぱら英雄や偉人の所業に向けられ、それを取り巻く人々の様子はあまり描写されていない。それでも、ホメロスの叙事詩『イーリアス』(紀元前八世紀頃)第二十三歌には、英雄パトロクロスを葬送するための競技会で、競走に出場したオデュッセウスに対し、観客たちが元気づけの声援を送ったという記述がある(XXIII.738-783)。むろん、ホメロスの叙事詩は神話に近いものだが、古代ギリシャでは、有名なオリュンピア祭典をはじめ大

小の競技会がしばしば開催されていた。そこでは叙事詩の描写と似た光景が見られたことは容易に想像される。応援 はやがて多様な行為形式を持つようになるが、その原初型は、やはり競技等において身体的チャレンジを行う者への声援 (*cheering up*) であったと思われる。

しかし、そもそも「声援」とは一体何だろうか？ R・カイヨワが『遊びと人間』でしばしば言及しているように、スポーツの観戦者は、競技者に感情移入しながら、ある種の陶酔的遊戯にふけるという側面があることは事実だろう。そこで発せられる声（例えば競馬場やプロレス会場でよく聞かれるような）は、声援というより、野次や興奮による叫びとしか感じられない場合がある。では、それらと声援とを区別する指標は何かと言えば、それは声援を送る相手への愛着や憧憬といった共感的心情の有無、そして「相手のためになろう」という利他的な態度、あるいは少なくとも「決して自分本位ではない」という非利己的な態度を伴っているか否かではないだろうか。逆に、これらの徴表が欠けている場合、うわべは似ていても、その行為はやはり声援と認めがたくなるのである（この二つの徴表は、おそらく声援に限らず 応援行為一般に当てはまるだろう）。

古代ギリシャの場合、そうした共感的心情と非利己的態度は、主に二つの源泉から生まれていたと思われる。一つは競技者の優秀さ自体への憧れと尊敬であり、これは、身体能力を美德の重要な指標と考えたギリシャ人にとっては自然な感情であっただろう。もう一つは共同体への帰属意識である。ギリシャでは早くから都市国家が群立し、各種競技会も、ギリシャ全土のポリスから派遣された代表選手たちによって争われた。とくにオリュンピアで勝利した選手は故郷で英雄視されたという。スタディウムに集まった観客たちも、おそらく自らが帰属するポリスから派遣された選手に声援を送ったと想像される。

古代ギリシャでの声援を動機づけていたこうした感情は、現代のスポーツ応援にも多かれ少なかれ内在するものだが、必ずしも主要要素ではないかもしれない。むしろ、集団応援の一員となることで、周囲との一体感とそれに伴う高揚感を得ることが、現代的な応援の動機として重要になってきている。その点を比較すると、古代において、競技者に対する声援が集団的になされたという例は見あたらない。そもそも集団応援にマッチするような、長時間に及ぶ団体競技が存在していなかったことが一因としてあろう。しかしそれだけでなく、古代のスポーツ観衆は、自分たちの声援で競技に影響を与えようという意識をさほど強く持っていなかったかもしれない。

これはギリシャだけでなく、古代文明一般に見られることだが、誰かのチャレンジを成功させるために何かしたいと思えば、人はまず神的存在に「祈り」を捧げる。それだけ、人々は神的存在を身近に感じながら暮らしていたし、競技の結果も神々の意向によって左右されると信じられていた。ホメーロスの描く競技者たちは、きわどい勝負になるとしきりに女神アテナイエなどに愛顧を乞う。インドの『リグ・ヴェーダ』（紀元前十世紀以前）に記述された戦車競技の主人公・ムドガラも、インドラ神に支援を呼びかけて勝利している（X.102）。古代ローマの戦車競争祭典・エクウイリア祭の様子を『恋愛詩』で描いたオウィディウスは、やはり競技者の成功を守護神・ポリュデウケースに祈っている（III.2.43-57）。このような精神文化を持つ世界では、「祈り」もまた一つの 応援 である。現代の私たちにとって、「祈り」という 応援 行為は古風に見えるかもしれないが、超自然的力への漠然とした期待は、意外に根強く残っており、現代の応援風景の端々に顔を覗かせることがある。

2. 後援の東西文化史

さて、声援以外の 応援 に目を向けると、いわゆる後援 (*patronage*) の例が、特にローマ期以降、散見されるようになる。ここでいう後援とは、近親者だからという理由によらず、「ある人の才能を評価し、あるいは人徳・思想等に共鳴して、その活動を支えるために金銭や物資等を提供すること」と表現して不都合ないだろう。紀元前後に帝政ローマの初代皇帝・アウグストゥスの顧問であったマエケナスは、ウェルギリウスをはじめとする同時代の詩人を支援したことで知られる。インドでは、紀元二世紀にクシャーナ朝の王となったカニシカー世が、同時代の仏教僧で大詩人でもあったアシュヴァゴーシャを宮廷に迎え、手厚く庇護したと伝えられる。これらは、人類史における後援の最も早い事例であろう。

ところで、後援もまた、声援と同じく、共感的心情と利他的/非利己的態度を要請する概念だと言えることができる。例えば、カニシカ以前においても、インドの王侯は宮廷付きの詩人を持つことが珍しくなかったが、それは、王の武勇や祭式挙行の実績を賞賛する詩歌を作らせるための「雇用」であった。これと同類のことは、ルネッサンス期以降のヨーロッパにおける芸術パトロンの間にも見られた。この時代には、教皇や貴族だけでなく富裕な新興商人階級が芸術パトロンとなる例が増えるが、その動機には、多かれ少なかれ、自己の社会的ステータスを上昇させる意図が含まれていた。実際には、芸術家の才能に惚れ込んだ後の後援と言うより、自らの箔付けになる作品を求めての「注文」というべき場合も多かったようである。

ここでは、後援という行為が、いつでも注文や雇用へと移行していく可能性を孕んでいることに注目したい。初めは偉大な才能への称賛の気持ちから経済的援助を行っていたとしても、金を出すうちに口も出したくなるのが人情であり、パトロンと芸術家との関係がそこから破綻する例は古今東西を問わずよく見られる。このように、後援が、注文ないし雇用へと容易に移行するという事実は、 応援 概念の特質を端的に表しているように思われる。つまり、金銭・物資を供与するという外面的行為は同じであっても、 応援 する者がエゴ的な態度を持ちはじめたら、それはもはや 応援 ではないと見なされるのである。これは、 応援 の本質が「行為形式」ではなく、人々による「判断」の領域に属するというを示しているだろう。

3. 日本の 応援 文化史

日本における 応援 行為については、近世以前の具体像が分かる資料を見つけていない。何らかの声援行為が行われたことが想像される競技の例としては、江戸期から浜松（静岡県）や八日市（滋賀県）、白根（新潟県）など各地で行われてきた大凧合戦がある。そこで揚げられる大凧は、村落ごとに村人が総出で製作し、巨大なものは百畳以上になる。他の村落と凧の大きさを競い、同時に空中での勝負を行う。このような村落対抗の大がかりな競技では、当然、村の名誉をかけた、熱心な声援が送られたに違いない。

こうした共同体への帰属意識に基づく素朴な 応援 行為は、明治以降、近代社会の枠組みの中へ移設されていく。地域コミュニティーの場では、とりわけ小学校の運動会が、かつての祭礼や村落対抗競技に代わる役割を持つようになる。また、上級学校へ進んだ人々の間では、野球やボート競技などの学校対抗試合が大きな関心を集め、熱狂的な声援が送られた。大正期以降になると、各地の運動会や大学野球の観客席で応援が組織化され始める。この「集団応援」の発生と展開は、こののち、近現代日本のスポーツ応援に大きな影響を与えるものとなる（詳しくは、次の永井良和氏によるご報告に譲りたい）。

4. 応援 とは何か

以上のように、大雑把ではあるが 応援 の文化史を辿る中で、応援 の特質を探るための手がかりが幾つか見出されたように思う。本報告では、まず 応援 とは、「対象への愛着や憧憬といった共感的心情と、自分本位の考えを退けようとする利他的/非利己的態度を伴った行為」とであると特徴づけた。次いで、こうした感情や心的態度を徴表とすることから、応援 の本質は行為形式にではなく、むしろその行為をする人/見る人による「判断」の領域に属すると述べた。

ここでさらに、応援 という行為が常に孕まざるをえない現実的な問題を一つ指摘したい。それは、応援 をする当人とそれ以外の人々との間で、しばしば「判断のズレ」が生じる、ということである。そもそも、ある行為が「共感的心情」や「利他的態度」を伴っているかどうかを判断するのに、明確な基準といえるものは存在しない。多くの人は、自らの経験に則して、つまり「常識」の感覚に基づいて、その行為が 応援 といえるかどうかを判断する。だが、この「常識」自体が人ごとに微妙に(時に大きく)異なっているし、その「常識」の適用対象が自己か他者かによっても、しばしば判断のあり方が違って来る。むしろ私たちは、自分の行為については、自分に都合の良い解釈をする傾向を強く持つ。だから、私たちの 応援 は、他者の目に独善や自己満足として映るようなものへと、いつでも容易に「転落」しうるのである。

しかし、考えてみれば、いかに純粋な心持ちでなされた 応援 であっても、それをしたいという行為者の意志は、自我を根拠づけ、その安定を保とうとする欲求から生まれてくる。このように、自らの根源的欲求を満たすという意味で、応援 は、その深層において必ず利己的行為である。実際、私たちは誰かを 応援 している時、実はそうした矛盾的状态をどこかで認識している。その上でなお、自分の 応援 行為がなるべく「非利己的」なものであるよう希求する感覚を持っているように思われる。それは、おそらく人間社会に普遍的な「利他を尊ぶ」・「利己を卑しむ」という美徳観念と結びついているだろうし、その理想に向けて努力することは、例え完全な目標達成が有りえないとしても、精神的に自己を浄化・更生するといった意味あいを持つかもしれない。

もちろん 応援 という営みは、その主体ごとに動機のあり方は千差万別であろう。上に述べてきたことだけで、応援 という営みの内実が明らかにされたとは到底言えないし、そこには、さらに様々な動機が複雑に絡んでいるに違いない。ただ、ここまでの考察を通じて、少なくとも、応援 を単なる仮想的な遊戯、非日常性への耽溺と見るだけではその意味を十分に把握できない、という問題認識を共有することが出来れば、本報告の基本的な目標は達せられたと考える。

おわりに：現代日本に見る 応援 の諸相

最後に、過去の 応援 の歴史を踏まえながら、現代日本社会における 応援 の諸相を見渡し、それらが生まれてきた背景について簡単に私見を述べたい。まず、ここ十年ほどの間、かつての常識からすれば応援になっていないと感じられるようなものが、応援として認知されるようになってきた。

例えば、試合を行っていないスタジアムのスクリーンに遠隔地の試合を映して人々に見せる「パブリック・ビューイング(=PV)」という催しものがある。PV自体は、実際に観ること

のできない試合の中継放送を同好の人々と一緒に楽しむイベントとして、その存在意義を理解することはできる。しかし、日韓共催のFIFAワールドカップ(2002年)のあたりから、このイベントに集まった人々が、あたかも目の前で試合が行われているかのように手拍子を打ち、日本の国名を叫び、シュートを決めた選手の名をコールする、という現象が起り始めた。はたして、スクリーンに映る選手の耳には決して届かないはずの声援を、なぜ人々は送るのか。それは応援といえる行為なのか。

同様の疑問は、大きなスポーツ・イベントごとにテレビ局が募集し、それに応えて数百枚、数千枚と送られてくる「応援FAX」に対しても湧いてくる。あの膨大な量の紙は、放送が終わるとどうなるのか。おそらく、選手やチームに送り届けられることなく、何らかの形で廃棄される場合がほとんどだろう。応援FAXを送った人たちはそれでいいのか。せっかく書いて送ったメッセージが無駄になってしまうとは考えないのか。

さらには、特定の地域に関連する株式を投資先とする金融商品に「 県応援ファンド」などといった名前をつけることが流行っている。投資信託を購入するという行為は、従来の感覚で言えば決して「応援」とは言わない。北海道の公共林に出資する「北ぐにの森のオーナー制度」のように、社会的理念に賛同し、元本割れもありうるという覚悟で出資する場合は 応援 に含めて良いかもしれない。しかし資産運用の一環であるファンドの場合、応援ではなく「投資」なのではないだろうか。

ほかに、一部アイドルのコンサートで「ミキサマミキサマオシオキキボンヌ」といった声援とともに繰り広げられる「ヲタ芸」や、ウェブサイトの管理人に「応援の気持ち」を伝えるためのワンクリック・ボタン「Web拍手」等々、従来の感覚からすれば「応援」と呼ぶにはどこかズレていると感じられる事例は少なくない。これらは、過去の歴史と照らし合わせてみても、新しいタイプの 応援 現象であり、そこには、多かれ少なかれ、現代日本社会の状況が映し出されていると見るべきだろう。

1990年代以降、私たちの社会は様々な局面で変化の大波をかぶり続けている。その中で、かつての美德観念は多かれ少なかれ衰退したし、メディアの力に対する民衆の依頼心は一層増大したように見える。バブル景気崩壊に続く「失われた十年」が人々の精神に残した爪痕も決して小さくないだろう。社会において個人がかこつ無力感、PV会場のスタジアムで、あるいはヲタ芸同士の輪の中で、集団的な「盛り上がり」に参画することを通じて、一時的に埋め合わされているのかもしれない。

【参考文献】

- ・ベラ・オリボバ(VÈRA OLIVOVÀ)『古代のスポーツとゲーム』(原題 *Sports and Games in the Ancient World*) 阿部生雄・高橋幸一 共訳 岸野雄三 監修(ベースボール・マガジン社 1986) .
- ・桜井万里子・橋場弦 編『古代オリンピック』(岩波新書 2004) .
- ・ロジェ・カイヨワ(ROGER CAILLOIS)『遊びと人間』(原題 *Les Jeux et les Hommes*) 多田道太郎・塚崎幹夫 訳(講談社学術文庫 1990) .

- ・ ジョルジュ・デュメジル (GEORGES DUMÉZIL) 『ローマの祭り 夏と秋』(原題 *Fêtes Romaines: D'été et d'automne*) 大橋寿美子 訳 (法政大学出版局 叢書・ユニベルシタス 1994) .
- ・ ケンダール・ブランチャード&アリス・テイラー・チェスカ (KENDALL BLANCHARD and ALYCE TAYLOR CHESKA) 『スポーツ人類学入門』(原題 *The Anthropology of Sport: An Introduction*) 大林太良 監訳 寒川恒夫 訳 (大修館書店 1988) .
- ・ ピーター・パーク (PETER BURKE) 『イタリア・ルネッサンスの文化と社会』(原題 *The Italian Renaissance: Culture and Society in Italy*) 森田義之・柴野均 訳 (岩波書店 2000) .
- ・ 吉見俊哉・白幡洋三郎 他 『運動会と日本近代』(青弓社 1999) .
- ・ 八日市市大鳳会館ホームページ: <http://www.bcap.co.jp/yokaichi-kanko/ootakokaikan/> (2007年12月14日時点) .

応援の風俗

永井良和

(関西大学社会学部)

1990年代以降、社会では「支援」や「サポート」という言葉がよく用いられるようになった。言葉の種類が増えた分、「応援」という語は以前ほどのひろがりをもたなくなったかにみえる。「応援」は、スポーツファンの行動について使われることが多く、ほかには、たとえばスーパーマーケットの安売りセールで「生活応援」といった言い方がなされるていどだろうか。「応援」は、対象に寄り添い、あるいは密着した印象、すなわち対象との距離感の近さを示唆する言葉だが、同時に、対象にのめりこんでしまい、バランス感覚を見失った状態をも示している。自己コントロールを失った状態という認識は、その人の社会性が足りないという評価につながる。そして、スポーツ観戦においてときおり問題になるような、危険な集合行動につながる可能性を見こんで、人びとの応援行動そのものを規制するケースが少なくない。

「応援」という行動は、歌手や役者を鼻屑するなど芸能の分野にもみられるが、本報告ではスポーツファンの行動に注目したい。また、具体的にはプロ野球の応援行動を素材とし、比較対照として、必要に応じてサッカーの応援をとりあげる。

野球というスポーツは、当初はエリート学生の遊びとして楽しまれたが、やがてその遊びを見物する人びとが生まれた。舶来の新しい風俗、すなわち「野球という見世物」に集まったまとまりのない都市群衆が、「観客」であった。

特定のチームに対する「応援」行動が、いくつかのパターン化されたスタイルをつくっていった。いまからおよそ100年ほど前に、大学の対校戦のなかで「拍手」と「コール」によって応援するスタイルが確立したようだ。また、メガホンや小旗、応援団旗などの道具立ても導入される。当初の対校戦の応援では、相手チームに不利になるような妨害工作がみられた(箒でグラウンドを掃いて砂ぼこりをまきあげ、相手の守備を攪乱するなど)。「応援」は、文字通りの意味で「助太刀」だった。応援団どうしのあいだのトラブルも頻発し、暴動につながるとみなされ、規制が強化された時代である。

このころは、「フィールド」(スポーツをするための空間)と「スタンド」(スポーツを見る/応援するための空間)が未分化だった。校庭などをゲームの場とする以上、プレイヤーと観客のあいだの区別は曖昧にならざるを得ない。

スポーツのための空間に「スタンド」が付随した時点で、「応援」はスペクタクルの一部となった(「スタジアム」という建築物の成立)。と同時に、「フィールド」と「スタンド」とが切断され、プレイヤーと観客は切り分けられた。「応援」行動では、ゲームの結果に対して物理的な影響力を与えることがむずかしくなる(大きな声援で相手の指示を聞こえにくくするといったていどのことは可能だが)。

応援は、しだいに、応援そのものを目的とするような面が拡大し、スタイルも洗練されていく。たとえば、現在は一般的にみられるトランペット応援などがそうだ。これは、戦前期の職業野球において、阪急・阪神定期戦のなかで採用されたのが最初とみられる。ブラスバンドによる演奏は、親会社、関連会社の広告宣伝競争の副産物でもある。こういった演出性の高い応援は、関連企業の社員たちによるものだった。

敗戦後の復興期に、プロ野球各チームに応援団が誕生していった。球団や関連企業とは縁のない、一般観客のなかから、頼まれたわけでもなく、好きで観客をリードする役目をひきうける人たちが現われた。彼らは私設応援団という集団をつくり、ばあいによっては観客のあいだに起こるトラブルの処理までひきうけた。このようにして、ゲームの主催者や球場関係者などが直接関与するのではなく、別のインフォーマル組織によるコントロールがスタンドにひろがった。

私設応援団は、鳴り物（鉦や太鼓）・拍手（三三七拍子ほか）・声援（ヤジ）といったスタイルを発達させていく。政治的な問題が多かった時期には、球場が都市騒擾の場となることもあったが、警察の一時的な介入や、あるいは私設応援団による恒常的な統制がゆきわたり、スタンドは沈静化していく。

そのような応援行動が、現在のようなかたちに転換していく契機となったのは、高校野球の応援合戦がテレビを通じて中継されたことである。これにより、応援パフォーマンスは全国に波及していった。とくに早稲田大学の応援で採用されていたコンバットマーチを、早実が甲子園に持ちこんだインパクトは大きい。また、同じ時期、都市対校野球でも、派手な演出の応援が行われていた。アマチュア野球の応援のヒートアップこそが、プロ野球のスタンドの風俗に革新的な変化を与えた。

1975年ごろ、広島東洋の応援団がトランペットによる選手別の応援を定着させた。その後、甲子園球場の3塁側で、広島応援団がジェット風船を飛ばすなどのパフォーマンスを創出する。ヤクルトの雨傘応援など独自スタイルも生まれた。1985年の阪神のリーグ優勝で、いっきよに「熱狂的応援」が各球場にひろがっていった。

現在は、各球団の外野席で、選手別の曲をトランペットとドラムで演奏し、観客が歌をあわせるかたちが定着している。2000年ごろまでは、選手別応援歌による応援は、若い世代が多い外野席が中心で、内野には旧世代の応援が残されていた。

報告では、この2000年ごろからの状況の変化を、フィールドワークによって得られたデータにもとづいて説明する。経営難打開のためにパリーグ各球団が観客サービスを工夫した結果、さまざまな応援パフォーマンスが球場ごとにみられるようになった点。2004年の球界再編問題を受け、翌年から開始された交流戦の影響で、パリーグの応援のようすが変化した点などである。商業化や規制強化によって、多様だったスタンドの応援行動は、画一的、均質的なものへと流れている。このあたりの事情は、ビデオや写真などを参照しつつ、またサッカーの応援行動と比較しつつ、詳説したい。

「応援馬券」の誕生と「感動」のファシズム

瓜 生 吉 則

(明治学院大学教養教育センター)

彼らは何を買ったのか

JRA(日本中央競馬会)によれば、ディープインパクトの引退レースとなった2006年有馬記念の単勝の中馬券(配当は120円)のうち、全体の9.1%にあたる1億2000万円以上が払い戻されなかったという。予想的中した報酬を手にする事なく、ただの紙切れを後生大事に抱えている人が多かったという事実は、「馬券」の価値が以前とは大きく変容しつつあることを示唆している。

換金されなかった紙切れの中には、JRAが2006年10月から発売を開始した「応援馬券」なるものも多く含まれていたことだろう。1着を的中させる「単勝」と3着以内を的中させる「複勝」とをセットにしたこの新種の馬券は、従来から行われていた馬名の表示のみならず、「がんばれ!」というメッセージまで印刷されている。

(当該画像は下記のWebサイトを参照)

「応援馬券」の一例：<http://www.jra.go.jp/faq/faq02.html> より

1980年代後半から1990年代半ばあたりまでの右肩上がりの売上げ増から一転、年々減り続ける馬券売上げを上向かせる方策の一環として登場してきた「応援馬券」。それにしても、この「がんばれ!」というメッセージは、いったいどこに/何に向けられているのか。馬券の売上げが多かるうと少なかるうと、有馬記念の1着賞金(2006年は1億8000万円)が増減するわけではない。馬券中の報酬が目当てではない、あくまで「応援」をしたいのだ、というのなら、所属厩舎にリンゴでも差し入れをすればよかるう(たとえ食べてくれなくても)、パドックで横断幕を飾ってもよい(馬に文字は判読できなくても)、声を洩らして「ディープ!」と叫んでもよいはずだ(馬に人間の声が(以下略))。「応援」の形態は多種多様にあり得るはずなのに、わざわざ「馬券」などというモノ(疑似紙幣)を手にするというのは、やはりどこか奇妙である。「競馬ファンは馬券を買わない。/財布の底をはたいて『自分』を買っているのである」(寺山修司『馬敗れて草原あり』角川文庫 1979年 p.295)。では、「応援馬券」を手にした者たちは、本当は何を買ったのか。

「浪漫主義」を支える物語

現役の競走馬のみならず、その生い立ち（血統）や引退してからの余生（2世への期待）、を語り、競馬に関わる人間（騎手・調教師・厩務員、馬産地の労働者や競馬場に集う人々）について語る。寺山修司の競馬エッセイは、馬券を買いレースを見ることだけでなく、「競馬について語ること」それ自体が楽しい営みであることを示して見せた。1970年代後半からは杉本清が「杉本節」と後に称されることになる独特の実況スタイルで、馬がコースをぐるっとまわってくるだけの出来事を、「テレビの見世物」へと昇華していった。走破タイムと着順、馬券配当によって構成される「現実」の競馬とは別種の、「もうひとつの現実」をコトバにすること。寺山の次のような物言いは、「競馬浪漫主義宣言」とでも呼ぶべきものである。

レースを成り立たせているのは、ファンの魂の中の「エロスの現実」である。／それは、ファンの空想の中に、あらかじめ組み立てられた一つのレースと、現実原則によって規定されたホンモノのレースとのあいだに横たわる「時」の差である。／人は、その「時」の差に賭けるといってもいいだろう。／…私は現実原則によって支配される「確かな現実」「存在した現実」よりも、常にあいまいに空想されている「エロスの現実」「無意識的な現実」のほうに、競馬賭博のたのしみを見いだす。（前掲『馬敗れて草原あり』p. 103）

「浪漫主義」を誘発するもの。昭和期の競馬では、それはたとえば「地方／中央」という（仮想的）対立軸だった（その派生形態として「エリート／雑草」などもある）。“怪物”と称されたハイセイコーは、東京・大井競馬場でデビューから6連勝して「中央」入り。皐月賞を含む中央重賞も4連勝して圧倒的な一番人気でダービーに臨んだ。そのときの単勝支持率は66.7%という圧倒的なものだった（結果は3着）。主戦騎手の増沢末夫が歌う「さらばハイセイコー」も大ヒットした。

「地方から中央へ」の物語をハイセイコー以上にドラマチックに演じたのが、岐阜・笠松競馬から中央入りし、GI競走を4勝した“白い怪物”オグリキャップだった。「中央」入り後に重賞を連勝したもののクラシック登録がなかったためにダービーには出走できないという事情も、「中央」の「エリート」たちとオグリキャップとの対照性を際立たせることになった。「不運（「中央」入り後のオーナーは脱税で逮捕もされた）を乗り越えて懸命に走る芦毛のサラブレッド」。昭和最後の物語を纏いながら走るオグリキャップを「応援」したのが、1987年からJRAが大々的に展開したキャンペーン（俳優・小林薫を起用）に反応した若者たちだった。「3競（競馬・競輪・競艇）オート」に集うオヤジたちの聖域と、「浪漫主義」を支える物語のありようが、少しずつ変容していった。

1990年の二つの「コール」

1990年5月27日、アイネスフウジンがダービーに勝利し、ウィニングランをしながら東京競馬場のスタンド前に戻ってくるとき、「ナ・カ・ノ ナ・カ・ノ」という「中野コール」が起きた。減量に苦しみ、騎乗馬にも恵まれずに引退を考えていた中年ジョッキー・中野栄治に訪れた栄光の時を、十数万人の観客（当日の総入場者数は19万6571人）が祝福したのだ。同年末の有馬記念では、前走で惨敗を喫しながら引退レースを「劇的」な優勝で飾ったオグリキャップに対し、今度は「オ・グ・リ オ・グ・リ」の大コールが起こる。

観客が声を揃えて何らかのコトバを連呼する「コール」そのものは、バレーボールでの「ニッポン・チャチャチャ」やプロレスでの「猪木コール」など、それ以前から存在したし、サッカーなどでは（当時の日本では皆無だが）ファンにとって馴染みの深い行為である。しかし、それはあくまで個人やチームを鼓舞したり、相手を萎縮させたりといった効果を狙った「応援」である。しかし、「中野コール」「オグリコール」は、複数の勝利候補者のいる賭博の現場で特定の一人／一頭への「祝福や感謝」の声が揃ったという点で、「応援」とは別の何ものかであると言うべきだろう。このとき、競馬場は観客の勝ち負け（財布の中身の増減）に関わりなく競技の勝者を讃える場となっていた。隣り合う者が間接的に財布の中身を奪い合う「鉄火場」の殺伐さなど漂いようもない祝祭空間の誕生。

とはいえ、この二つの「コール」は「苦労人の栄光」「奇跡の復活」といった物語への、観客の「浪漫主義」的反応であるとも言える。しかしそれ以降、自然発生的だった「中野コール」とは対照的に、大レースでは「…コール」をすることが半ば「お約束」と化していく。また、あくまで一部の競馬場に限られてはいたが、競走馬がゴール地点を過ぎる瞬間に紙吹雪を巻くことが「お約束」化したのも1990年代である。競馬場は競走馬の（そして馬券を買う者自身の）勝敗を賭ける場から、「イベント会場」のような様相を呈するようになったのだ。この時期に馬券をコピーするサービスをJRAが始めたのも、馬券を「記念」に購入するファンの増加に対応してのことだろう。「応援馬券」の登場まで、あと一歩である。

「馬券を通じての応援（のようなもの）」は、昔からあったに違いない。ペーパー・オーナー・ゲームで指名した「自分の馬」であれば、負けると分かっているにもかかわらず単勝馬券を購入し、その馬の勝利を願う。競走馬の生産者も同様だろう。彼らにとっては午前10時発走の未勝利戦でも十分に「イベント」になり得るし、「応援」の声量とJRAの番組表上のグレードとは無関係である。レースでの人気の多寡もまた然り。彼らはそこで「（馬を生産した／選択した）自分を買っている」のであって、「イベント」に参加するために馬券を買うわけではない。無数の（語られることすらないかもしれない）物語が競馬場で、場外馬券売場で、テレビの前で、競走馬の故郷で生み出されては消えていく。「競馬浪漫主義」は、「希望」の儚さに賭ける「個人」のコトバであった。

そして、感動 のファシズムへ

2005年ダービーにおけるディーブインパクトの単勝支持率は、ハイセイコーをさらに越える73.4%を記録した。単勝馬券の実に4分の3が一頭のサラブレッドへの支持に集中するというのは、やはり異様である。シンボリルドルフに続く無敗の三冠制覇がかかった菊花賞では、その支持率は79%にまで上昇し、GI級競走では40年ぶりの単勝100円元返しとなった。

一銭たりとも儲けの出ない元返しの単勝馬券を買ってしまうこと。逆に、勝つ見込みが限りなく少ないハルウララ（デビューから113連敗のまま引退）のような競走馬の単勝馬券を買ってしまうこと。「無償の愛」と言えば聞こえはよいが、そこには馬券の中身の報酬として得られるお金とは別の、つまり「鉄火場」では得られないが、「イベント会場」であれば得られる何か求められている。

「応援馬券」に印字された「がんばれ！」という平仮名4文字とひとつの記号は、その紙切れが投票者の「予想」の表象ではなく、「応援」の表象であることを露骨に示している。選挙の投票用紙は投票箱の中に入ったら最後、二度と自分の手元には戻ってこないが、「応援馬券」

と名付けられた勝馬投票券は、手元にある限り「応援」の証拠となって残るし、「… コール」をあげ、「感動をありがとう」と叫ぶことで最高潮に達する「イベント」に参加するためのチケットともなる。

「応援馬券」は、ゆえに「換金」などという俗な行為とは接続されようはずがない。感動はプライスレスだからこそ貴いのだ。貴い 感動 を得られる貴い「イベント」。感動 に轟惑された者たちは新たな「イベント」を次々と求め、やがて 感動 は激しい/緊迫した勝負の結果として生じるのではなく、「イベント」参加者にあらかじめ期待されることになるだろう。20世紀末の日本に瀰漫しつつあった、感動 を脅迫/強迫的に求める世相を、稀代のコラムニストは敏感に嗅ぎ取っていた。

はたして「感動させてくれ」と叫ぶことが人目をはばかるべきことなのかという問題もあるが、私は“べきこと”だと思えてならない。(中略)ここ数年で、特にスポーツ絡みの「感動」はとてつもない快楽に直結することを学んでしまった上でのそのシュプレヒコールは「私をキモチよくさせて」という意味でしかないわけである。(ナンシー関『何が何だか』角川文庫 2002年 p.129)

勝つか負けるかは分からないが、少しでも勝利に近づいてもらいたいという思いが人に「応援馬券」を買わせる…のではない。ディーブインパクトへの「応援馬券」は、“勝つべきものが当たり前のように勝つ”ことを期待して手に入れられる(同馬はデビューから引退まで、フランス凱旋門賞も含めてすべてのレースで一番人気だった)。「お約束」の勝利が 感動 を約束する、という奇妙な循環構造が21世紀の「スポーツ・イベント」において確立しつつあることは、たとえば「勝利」後のパフォーマンスを事前に予告するプロボクサー(とそれを煽り立てるマスコミ)の存在によっても明らかだろう。ディーブインパクトが「まさか」の敗戦をした2005年有馬記念、中継番組の出演者たちは勝ったハーツクライ陣営への賛辞をしばし忘れて茫然自失の状態だった(この「まさか」という副詞がスポーツ紙の1面に踊ることが近年いかに多いかを想起されたい)。感動 の結末(によって締めくくられる予定稿)とは異なる展開は、放送事故にも近いアクシデントだったのだろう。そこで中継されていたのは、おそらく競馬ではなく、「競馬という名のシナリオ」だったのだ。

「浪漫主義」を下支えする物語は「敗北主義」的に成立している。寺山の言う「エロ的な現実」は、「確かな現実」に逆らっているように見えて、常に - すでに「確かな現実」に敗れることを宿命としている。賭博は「勝者」が常に少数であることが絶対的な成立条件であり、だからこそ「敗者」になること自体を希求するという倒錯した物語が要請されるのだ(寺山のエッセイには、「競馬必敗法」研究者として、若き日の山野浩一が登場する)。だが、他者によって悦楽と絶望とのあいだを往還させられてしまう受動性を甘んじて受け入れることが競馬(を含むスポーツ)を「見る」ことの醍醐味である、という「浪漫主義」は、どうやら前世紀の遺物であるようだ。「約束された勝利」によってもたらされる「約束された 感動」を渴望する者たちが「お約束」のコールを唱和する。そんな「お約束」空間にこそ「応援馬券」は相応しいのかもしれない。

予定調和の 感動 を脅迫/強迫的に要求する者たちが手にした紙切れには、どんな物語が綴られているのだろうか。