

MCバトルに熱中する理由 —日本の若者に着目して—

金澤 広武

MCバトルとはラッパーが交互に即興ラップを行い、観客の声援で勝敗を決める競技である。イアン(2009)によると、HIPHOPは大衆に向けたポピュラー志向の「パーティー・ラップ」と、自己表現を目的とする「アンダーグラウンド・ヒップホップ」の二つに大別される。MCバトルは後者の文脈で生まれたコンテンツである。本研究では若者がMCバトルを①どういう理由で試聴しているのかと、②視聴者がどのような人なのかをライフストーリーや価値意識に着目して調査することを目的とする。MCバトルに関する先行研究としてファンに関する研究は存在しない。また先行文献において佐々木(2000)はアンダーグラウンド・ヒップホップを、社会に疎外されていると感じ、自分の居場所を探し求めている「精神的マイノリティ」の受け皿となっていると述べた。

本研究では、アンダーグラウンド・ヒップホップの文脈において誕生したMCバトルのファンは精神的マイノリティに該当するのかどうかを探る。回答を詳しく掘り下げるため、半構造化インタビューによる質的調査を行った。調査対象者はMCバトルの視聴者16名で、調査期間は2020年7月~12月である。

目的①を調査した結果、MCバトルに熱中する過程には二つの段階が存在することがわかった。一段階目ではMCバトルの要素のうち、「即興でビートに合わせて韻を踏む」「相手の言っていることにうまく返す」などMCバトルを初めて観る人でも感覚的に楽しめるものに魅力を感じる。二段階目では、HIPHOPやラッパーに関する知識を得ることで、背景を含めた楽しみ方をするようになる。一段階目の視聴者は、背景知識の豊富な二段階目のファンが盛り上がるタイミングで「なぜ歓声をあげたのか」疑問を抱き、「同じ感覚を味わいたい」という意識から知識を深め、二段階目に移行する。

目的②を調査した結果、MCバトルのファンは精神的マイノリティに該当する者、該当しない者の両者が存在することがわかった。精神的マイノリティに該当するファンは、アンダーグラウンド・ヒップホップの楽曲に興味を持つ傾向があった。

以上の結果を受けた考察として、MCバトルに熱中する過程において、「既存の観客の歓声」は新規のファンに対する知識への誘導とコンテンツの魅了付けの役割を果たしていると考えられる。ファンをコンテンツの一部として利用するこの形はファン層拡大に有効なモデルを提示する。また、MCバトルファンには精神的マイノリティーに該当する者、該当しない者の両方が存在することから、MCバトルはアンダーグラウンド・ヒップホップの枠に収まらずに多様な人を惹きつけるコンテンツであると考えられる。

(指導教員 後藤嘉宏)