

ナイキCMにみるスポーツの遊戯性と recreate 効果

嵯峨 寿 (筑波大学)

本研究では、ナイキのテレビコマーシャル(以下CM)においてスポーツの遊戯性がいかに表現されているか、また、その効果としてどのような情緒が再現(recreate)されるかについて考察が試みられる。

1. 日常性との対比のもとに描かれたプレーが語りかけるもの

交通の激しい交差点に突如ネットを張るやアガシとサンプラスがラリーを始める《ゲリラテニス篇》や、ロナウドをはじめとするカナリヤ軍団が飛行場のロビーや滑走路で、華麗かつダイナミックなパスワークを展開する《エアポート 98 篇》などナイキのCMには鮮烈な印象をあたえる作品が少なくない。ここに紹介した二つのCMなどは、場所や施設の不足がスポーツ活動の阻害要因として指摘されるわが国の状況に対し、“その気”さえあればスポーツはどこでも楽しめる、という教訓を暗示していると解することもできなくはない。

スポーツはそもそも日常の社会生活とは異なる規則に秩序づけられた領域にあって、その意味において非日常的活動と行うことができる。サッカーにせよテニスにせよ各種目には、それ専用の競技空間の規格を定めたりプレーヤーの行為をコントロールする独自のルールが存在する。

ところが《ゲリラテニス篇》や《エアポート 98 篇》では、道路や空港といった、厳しい交通法規や警備・管理体制が敷かれた場でプレーが繰り広げられている。空港では、ロナウドたちは警備員に追いかけられ、アガシとサンプラスの楽しみも、バスによって遮断される。この《警備員》と、決められた時刻と経路を巡回する《路線バス》こそ、「日常世界を支配する規則」を象徴する記号であるとの解釈にもとづいて、二つのCMに共通するメッセージの読み解きを試みると、「スポーツとは日常への叛逆としての“あそび”である」という説論にも、あるいは、それとは逆に、「スポーツは日常性(世俗)によって侵食される脅威にさらされている」との警告にもとれる。

いずれにしても、こうしてスポーツと日常性とをあらためて対照的にみせられることによって、スポーツにおける遊戯精神の大切さばかりか、それが失われつつあることへのホイジンガの嘆き¹が想起される。

2. 規則から逸脱した状況設定と、それが生み出すスーパープレーの recreate 効果

マイケル・ジョーダンが登場する《100 フィートフープ篇》は、上に紹介した二つのCMとは異なり、プレーの場所はあくまで普通のアリーナである。けれども、リングの位置がルールに定められた高さを逸脱していて、CMタイトルが示すように100フィートの高さに据えられている。あまりに常識から離れているせいか、ジョーダンの視線の先にある物体がバスケット・リングであることを認知するまでには時間を少し要するが、何と彼は、そのリングめがけて宙を駆け上がり、ダンクシュートをたたき込んでしまうのである。

たとえこのCMがナイキ・シューズのすぐれた軽量性とクッション性を訴える隠喩であるとしても、誇大広告だとして訴えられることはまずないだろう。あまりに現実離れた設定ゆえにその嘘が明白だからというのがその理由ではない。それが信実を表現していると言えるからである。

生身の人間が飛べるはずなど、ない。が、全盛時のマイケル・ジョーダンの跳躍というのは、観衆の目にはまるで「飛躍」のように映った、という印象は否定しようがない。そこから「エア」の称号が与えられたのだし、ナイキの代表的サブ・ブランド「エア・ジョーダン Air Jordan」が誕生したわけである。

《100 フィートフープ篇》



さて、ジョーダンの衝撃的プレーを実際に目撃したオーディエンスの驚愕がどれほどのものだったのか、幸いにしてわれわれは《フローゼンモーメント篇》を通してうかがい知ることができる。「時間よとまれ、君は美しい」とばかりにこのCMではスローモーションが効果的に用いられ、ジョーダンのプレーと、それに魅入られた観客・テレビ視聴者のあいだを漂う陶酔した空気が見事なまでに可視化されている。

この《100 フィートフープ篇》は、ジョーダンのプレーを見たオーディエンスの目に映った視覚像を忠実に再現したものではない。視覚がもたらした陶酔において夢想された心象を再現した映像だと考えるべきだろう。強いて言葉に翻してみれば「ジョーダンは飛んでいる！」とでも言い表せそうなその心的観念とは、CMクリエイター自身がジョーダンのプレーをみて抱いたものかも知れないし、あるいは、オーディエンスが抱いたそれ(をクリエイターが代弁した)かも知れないのだが、いずれにせよ、ジョーダンのプレーをみた瞬間の心的イメージがCM映像という形に視覚化されたのである。そして、このCMをみる視聴者においては、このCMを契機として、いつか実際にみたジョーダンのプレーが鮮明に想起されたり、さらに、そのプレーをみた瞬間の感情がふたたび湧出するといったこともあるに違いない。《100 フィートフープ篇》は、観衆の心象をCM映像として視覚的に創造することによって、かれらの原体験(視覚的記憶とそれに伴う情緒的記憶)をrecreate²(再現・蘇生)しうる機能を秘めていると言ってよいだろう。

そしてこのrecreate 効果の原因を遡及してみると、そこには、ジョーダンの常識破りの飛躍を生み出した超規格のバスケットリングがある。100 フィートのリングと、それがもたらすジョーダンのプレーは、スポーツという非日常的なあそびの規則・常識からのさらなる逸脱・解放を暗示しており、しかしその逸脱とは決して日常世界への逆戻りでも、聖なる世界への移行を意味するわけでもない。むしろ、日常の現実にな常に脅かされているあそびにとってその本質とは何かを誇張的に示唆しているのではないか。つまり、常識を超えたジョーダンのまさしくスーパープレーは、「遊び(スポーツ)においてあそぶ(play)ことの大切さ」に気づかせてくれるのではないだろうか。

¹ ヨハン・ホイジンガ『ホモ・ルーデンス』(*Homo Ludens*, 1938)第12章「スポーツは次第に純粋な遊びの領域から離れ」「遊びの内容のうちの最良のもの失ってしまっている」(里見元一郎訳、河出書房新社)

² ジェーン・ハリソンは、『テミス』(*Themis: A Study of the Social Origin of Greek Religion*, 1912)、『古代芸術と祭式』(*Ancient Art and Ritual*, 1913)などで、情緒をrecreate(再現)することによってその幸を分かち合うことが祭式と芸術に共通する各々の起源であることを強調している。