

オーラルセッション — 要約

あの娘はなぜ YouTuber にハマってるの？

— 所属集団内社会階層に着目したパイロットスタディ —

慶應義塾大学 商学部 教授

小野 晃典

慶應義塾大学 商学研究科 前期博士課程

兪 嘉寧

キーワード

パラソーシャル・リレーションシップ, インフルエンサー, 有名人エンドーサー, eクチコミ, 推奨行動

近年におけるメディアの多様性, とりわけYouTubeやTikTokの興隆に伴って, コンテンツに登場する人物 (プロの芸能人や, アマチュア・パフォーマー) は, 益々, 一般市民にとって身近な存在となってきた。市民は, 彼ら自身のパフォーマンスやオススメ商品を消費するだけでなく, 画面の向こうの人物にメッセージを投げかけることができるようになった。しかし, ときにはインタラクティブな交流を楽しむことができるようになったとはいえ, 市民と彼ら有名人の関係は依然として「パラソーシャル関係」にすぎず, 日常生活における友人や恋人との社会関係を代替するには至っていない。それにもかかわらず, 一部の市民が, 有名人にハマってしまうのは何故だろうか。本論は, 市民が所属する集団内における彼らの社会的地位に着目し, 社会的上位市民と社会的下位市民がハマりがちで, 中間層はハマりにくいということを, 著者の知りうる限りおそらく世界で初めて実証する。