

平成21年度 宇都宮大学 卒業卒論

若者たちの人間関係のとりかたの変化と iPodの流行の関連について

宇都宮大学教育学部生涯教育課程地域社会教育コース
社会学研究室 061656X 伊藤 康二

目次

はじめに	2
第1章 若者たちのコミュニケーション様式の変化	3
第1節 「みんなぼっち」の世界とは	3
第2節 「みんなぼっち」を取り巻く背景	4
第3節 消費文化世界と現代の若者	6
第4節 1章のまとめと多重人格的な人間関係	7
第2章 iPod の仕組みと社会的背景	9
第1節 音楽のハードの技術の変遷	9
第2節 iPod の特徴	11
第3節 iPod は現代社会に馴染んだ	12
第4節 2章のまとめ	13
第3章 大学生と iPod、音楽に対する意識	14
第1節 インタビュー調査と今の若者像	14
第2節 若者のコミュニケーションと音楽についての傾向	22
おわりに	24
参考文献・注釈	25
参考資料	26

はじめに

今街中では、iPodなどで音楽を聴いている人を見ないことはない。iPodを代表とするデジタル音楽プレーヤーは、大容量化・小型化により何処にでも好きな音楽を大量に持ち運べるようになった。アップルの2007年4月9日のプレスリリースによると同年3月にはiPodの累計販売台数が1億台を突破した。私の周りでもほとんどの人がiPodなどの音楽プレーヤーを利用している。しかし、このように音楽プレーヤーが広まった昨今、自分たちのコミュニケーションの状況に対して疑問を抱くような場面に遭遇することがよくある。

私は電車で通学しているのだが、ある日車内にて高校生の2人組の光景を見て驚かされた。二人は隣同士に座りぼつぼつと話しはしているのだが、片方の高校生は音楽プレーヤーで音楽を聴いているのである（イヤホンをつけているだけかもしれないが）。「一緒にいるのに失礼ではないか」、「その高校生はどうかしている」などと頑固おやじなら言うだろう。実際に私もちょっとおかしいのではないのかと思った。しかし、このような場面はその高校生に限らず頻繁に目撃することがある。私が高校生の時に友達がそうしていたところに遭遇した。また、電車だけではなく、授業中にも音楽を聴いている学生もいた。このように、音楽プレーヤーをどんな状況でも使っている人が出てきた。しかし、音楽プレーヤーで音楽を聴いている人がいるのにもかかわらず、その場面のコミュニケーションは円滑に流れていく。そのような状況に違和感を持つ人は私だけではないし、当人たちも薄々感じているだろう。

そこで、携帯音楽プレーヤーがコミュニケーションの状況に影響を及ぼしたのではないのかと考えた。携帯音楽プレーヤーは、使用することによってどこでも音楽の世界につながるができる。さらに、大容量化・小型化・持続時間の長時間化により音楽の世界にどんどんつながりやすくなってきた。しかし、音楽の世界とつながるが故に現実世界とのつながりが希薄なものになっていく可能性がある。電車での高校生のように、iPodによって従来では考えられなかったコミュニケーションの場面に遭遇することが増えてきた。そこで、本論文ではiPodの普及によって私たちのコミュニケーションが変わってきたのではないのかということについて扱っていかうと思う。

iPod以外にも様々な音楽プレーヤーがあるが、本論文ではそれらのデジタル音楽プレーヤーのことを総称してiPodと呼ぶことにする。

第1章 若者たちのコミュニケーション様式の変化

実際に若者のコミュニケーションの状況は変化してきている。藤村正之は、1990年代以降にみられるようになった新しい形の人間関係を「みんなぼっち」と名付けた。簡単に説明すると若者のコミュニケーションの状況は変化していて以前よりも希薄なコミュニケーションの状況がみられるようになってきたらしい。しかし、それは一概に悪くなったとは言い切れない。変化をしたのだ。

まず、現代の若者を取り巻くコミュニケーションの状況を富田英典・藤村正之の「みんなぼっちの世界」（1999年 恒星社厚生閣）を参考に述べていく。

第1節 「みんなぼっち」の世界とは

90年代頃から若者たちのコミュニケーションの状況が従来のもので変わってきたと言われている。藤村正之はこの新しいコミュニケーションの状況を「みんなぼっち」と呼んだ。「みんなぼっち」とは、閉鎖的な外部との関係を持たないグループの中でのみコミュニケーションを取り、さらに、そのグループの中で一緒にいるのに内部のコミュニケーションも希薄なものとなっているような状況のことである。しかも、そのグループはどんどん狭いものになってきていて、グループの外とはうまくコミュニケーションをとることができず、またとろうともしない。そのような外部と希薄な関係ならば、それとは逆に内部とは濃密な関係なのだろうと思うが、内部とも希薄な関係でみんながみんな自分のなかに閉じこもっているのである。以後1992年～1994年に実施された藤村の調査で得られた「みんなぼっち」の特徴について触れていく。

藤村の調査のなかに次のような設問がある。「友達と一緒にいても、別々のことをしていることがある。」つまり、「みんなぼっち」をあらわすような行動である。この設問に対して、21,0%の若者が「そうだ」と回答した。全体の5分の1である。しかし、その後クラスター分析という手法を用いて1100人の回答者を4つのグループに分類したところ、そのうちのひとつ、全体の2割を占めたグループにおいては50,3%もの若者が「友達と一緒にいても、別々の行動」をしているということになった。このことから、このグループの若者はコミュニケーションをとるのが苦手な内向的な人なのだと想像ができる。ところが、このグループの人々は「多方面の友人といろいろ交流する」という項目に対しても最も比率が高いグループなのであった。対人的コミュニケーション場面での内向的性格と外向的性格は相互排他的な概念としてとらえられてきたが、このグループでは内向的性格でかつ外向的性格であるという従来なら存在し得ないような結果が出た。つまり、新しいコミュニケーションのとり方「みんなぼっち」を象徴するような人たちの誕生である。これは今若者として過ごしている私としては理解できるもので、私にもこのような内向的性格と外向的性格が同居しているだろう。

まとめると、現代社会には、多方面多数の小規模のグループの中に所属して、おのおの自分の好きなことをやっているような人々がいる。そのような人々の状況を「みんなぼっ

ち」と呼ぶ。そして、現代社会の若者に広がりだしているのである。

第2節 「みんなぼっち」の世界を取り巻く背景

では、どのような背景から「みんなぼっち」は生まれたのか。次に、「みんなぼっち」のようなコミュニケーションの状況に変化してきた要因と考えられるものについて、引き続き富田英典・藤村正之の「みんなぼっちの世界」を参考に述べていく。まず一つ目に、コミュニケーションの状況に変化が見られるようになった1990年代といえば、バブル崩壊後の不況、就職氷河期である。この時代の若者はロストジェネレーションと呼ばれ、たとえ良い大学を出たところで良い企業に就職できるとは限らなかった。今まで将来を保障してきた「学歴」は無意味な物となり将来は不透明なものとなった。このような状況の中で新たな人生を保障する支えとなったのが「自分らしさ」という考え方であった。

このころロックやポップスの歌詞、CM、雑誌などに「自分らしさ」「あなたらしさ」といったフレーズが頻繁に使われている。そのことからわかるように「自分らしさ」は現代青年文化のひとつのキーワードである。藤村の調査の結果、「自分には自分らしさというものがあるとおもう」という意見に賛成か反対かという問いに対し89.2%の人が賛成であった。さらに、生活満足度について満足と答えた人の比率が、自分らしさがあるという意見に賛成の人の方が多かった。このことから現代を生きる若者にとって「自分らしさ」は人生の支えになる重要なものだといえる。

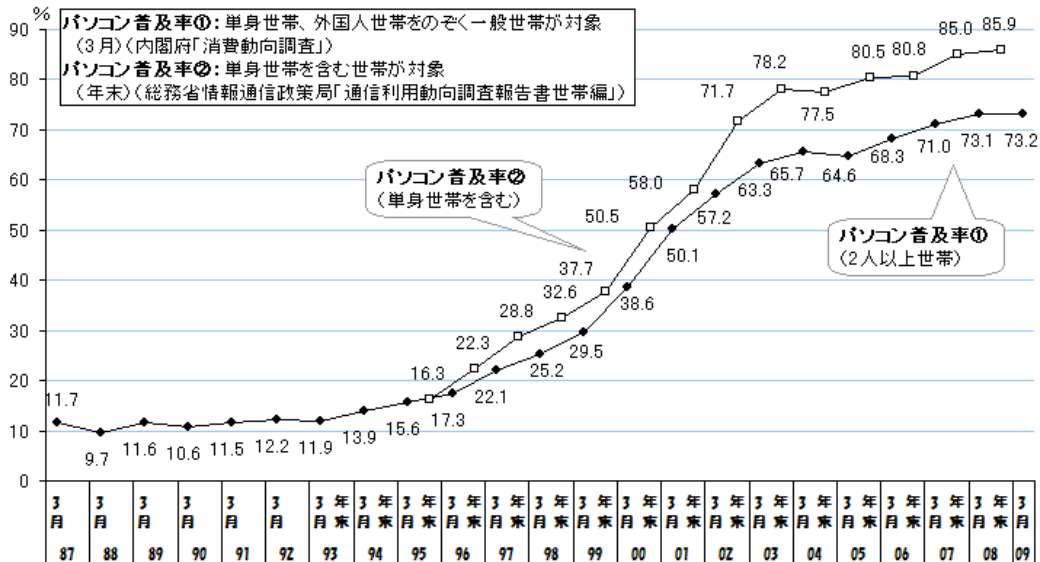
しかし、この自分らしさの追及が他人とのコミュニケーションを希薄化させることとなる。自分らしさを重視する若者たちは、他者のプライバシー（生き方に直接ふれるような部分）に介入したがる。個人の行き方は当人によってのみ決められるべきものであり、その責任も当人にしか取れないものであると考えるので、他者のプライバシーに介入しないことは当然のマナーである。お互いに傷つけられたり傷つけたりするのを恐れて親密になれないが、ちょうど良い距離を保っているのである。このことから腹を割って話せるような関係は生まれづらくなり、コミュニケーションは希薄化していくのだ。

二つ目に、インターネットの急激な発展があげられる。このように1990年代後半から2009年現在にかけてパソコンの普及率、インターネットの利用率は急激に増加した。ADSLや光回線の普及によりいつでもインターネットを利用できるようになった。これにより、現実世界での対人関係以外にもコミュニケーションの選択肢が増え、現実世界での希薄化を補う形でインターネットを利用する形態も生まれてきた。選択肢が増えることによって、選択的人間関係が可能になったといえる。

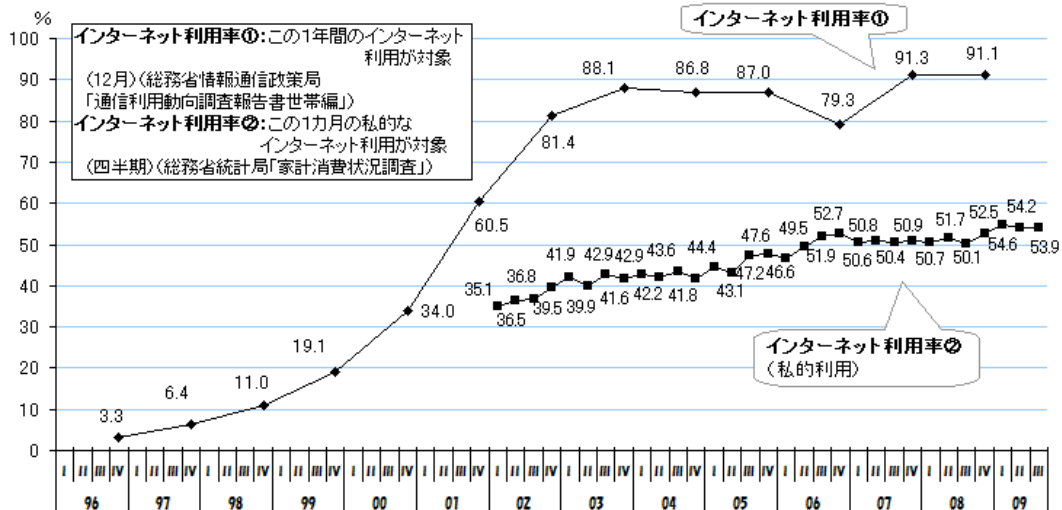
そもそも、多様な選択をとる流れはほかの分野でも共通の流れである。一つの製品の単一商品大量生産の時代から、形・色など様々の多品種少量生産の時代になってきた。テレビやラジオのチャンネルも増え、インターネットによって無限のチャンネルを得て、テレビやラジオから離れる人も増えてきた。新しい者が発明されるとまずそれを普及させることを目標に製品は生産される。そしてある程度普及してみんなが持っている段階になった

ら、それぞれの製品が差別化される段階になり、消費者はデザインやオリジナリティで製品を選ぶようになる。様々な物がある程度普及した日本では現在、自分で好きなものを選び、趣味が個別化していった。次に、車の業界のこのような変化を追っていき、音楽業界と比較しながら見ていく。

パソコン世帯普及率



インターネット世帯利用率の推移



(注) どちらの率も単身世帯を含む全世帯に占めるインターネットを利用した世帯員がいる世帯の比率であり、パソコンや携帯電話などインターネットの利用機種や利用場所を問わない。
 インターネット利用①の公私利用の限定は次の通り毎年やや異なる。96:自宅で利用、97-98:公私限定せず、99:自宅での使用(携帯電話単独利用を含まない)、00:自宅での利用、01-02:公私限定せず、03-個人的使用。またインターネット利用①について06年末は、05年末までと同様の設問がないため、『「自宅」で「パソコン」を使ってインターネットを利用したことがある人が少なくとも1人いる世帯にお尋ねします。』又は『インターネットを利用したことがある人が少なくとも1人いる世帯にお尋ねします。』と設問文において回答者を限定した設問(世帯全体用の問2、3、4及び6)に回答した世帯の割合。07年末は05年末までと同じ。質問方法等が異なっているため、06年末の数値には注意を要する。

『社会実情データ図録』 <http://www2.ttcn.ne.jp/~honkawa/6200.html>

第3節 成長における消費文化世界の影響

70年代以降から消費文化が子供の成長において重要なものとなってきたと中西新太郎は『若者たちに何が起きているのか』（花伝社 2004年）で述べている。消費文化は従来ではそこまで影響力を持たないものであったが、現在では子供社会にもっとも大きな影響力を持つものといっても過言ではない。そして、消費文化世界の台頭は若者のコミュニケーションに大きな影響を与えてきた。「みんなぼっち」のようなコミュニケーションとなったことの要因としても考えられるだろう。本節では中西新太郎『若者たちに何が起きているのか』を参考に、消費文化世界と若者のコミュニケーションへの影響について述べていく。

まず、マクドナルドの日本一号店出店、ジャンプなど少年誌の流行、インベーダーゲームなど、若者文化と密接に結びついた消費社会が誕生したのが1970年代だった。それまでの若者は家庭と学校の二つの柱の下で成長していくものだったが、1970年代からはそれに消費文化が加わった。そして、3つの中で消費文化の影響がどんどんと大きいものとなっていった。今ではもっと早くなっているかもしれないが、若者は小学5年生ごろになると、ファッションに気を使い出して、ファッション誌を読んで自分で洋服を選ぶようになる。これを「消費文化デビュー」と呼ぶ。若者たちの間には消費文化の共通教養があり、学校生活を送る中でその教養を持っていることが重要な意味を持つてくる。その教養がファッション、ジャンプ、ジャニーズの歌などの消費文化なのである。そして、ある程度教養を持ってないと学校生活からはじかれてしまうこともある。

このような若者の文化に対して大人は理解できないことが多い。なぜなら、消費文化の台頭により大人と若者の間の格差が激しくなってしまったからである。消費文化が台頭する以前の社会では老若男女に共通してわかる文化があった。「美空ひばり」や「お富さん」などなど。「ちびまる子ちゃん」の世界のようにひとつのちゃぶ台でみんなでそろってご飯を食べ、テレビを見ていれば、文化に対する共通の教養ができるだろう。しかし、消費文化を支えているのは企業社会であり、一家の主は朝から晩まで会社で働かなければならないようになった。また、子供は塾通いで自分の好きなものをコンビニで食べるといった生活をとるようになる。個食化である。このように、企業社会と消費社会の中では、家族が個体化していき、共通の教養なんてものは生まれない。さらにはインターネットの台頭によるテレビ離れにより、さらに世代間の、さらには個人間の差異は広がっていくだろう。

コンビニで自分の好きなものを買って食べるというのはとても合理的なことである。消費社会のこうした個体化への圧力はどんどんと押しよってくる。たとえば、携帯電話を例にすると、一家に1台固定電話があるよりも、家族一人に一台ずつ携帯電話があるほうがはるかに便利である。しかし、そうすることによって、親の管理から子は離れて、親の知らない人間関係をとることができるようになった。そうして、ますますと個体化が進んでいくのだ。

また、消費文化は共通教養があるが、その中でも自己による主体的な選択が尊重されて

いる。そのことが、「みんなぼっち」でキーワードとなってくる「自分らしさ」を大切にす
る風潮にも発展していく。その、個人の自由を一番に考えることが、「学校サボっても」、「先
生に反抗しても」、「外泊しても」個人の自由だ、という考え方につながっていくのだ。

そしてその反面、他人の自由も尊重しなくてはならないので、自己紹介のときに「こん
な自分でよければ仲良くしてください」などという、相手の自由を尊重するが、自分から
コミュニケーションをとろうとしない消極的な態度に現れるのだ。

さらに、最近では消費文化の共通教養も弱まってきて、それぞれの人が、マニアックな
サブカルチャーの世界に傾倒するようになってきた。だから、本当に趣味が合致しない限
り、たとえクラスメートであっても未知のものである。しかし、他人に自分のマニアック
な趣味を強要することは、相手の自由を侵害することになるので決してしない。だから、「み
んなぼっち」のようなよそよそしい世界が生まれてきたのかもしれない。

まとめると、消費文化世界により、あらゆることが便利になり自分で選択できるよう
になったが、一方、いたるところで個別化が進んでいきその影響から若者たちのコミュニケ
ーションのとり方は変化していったのである。

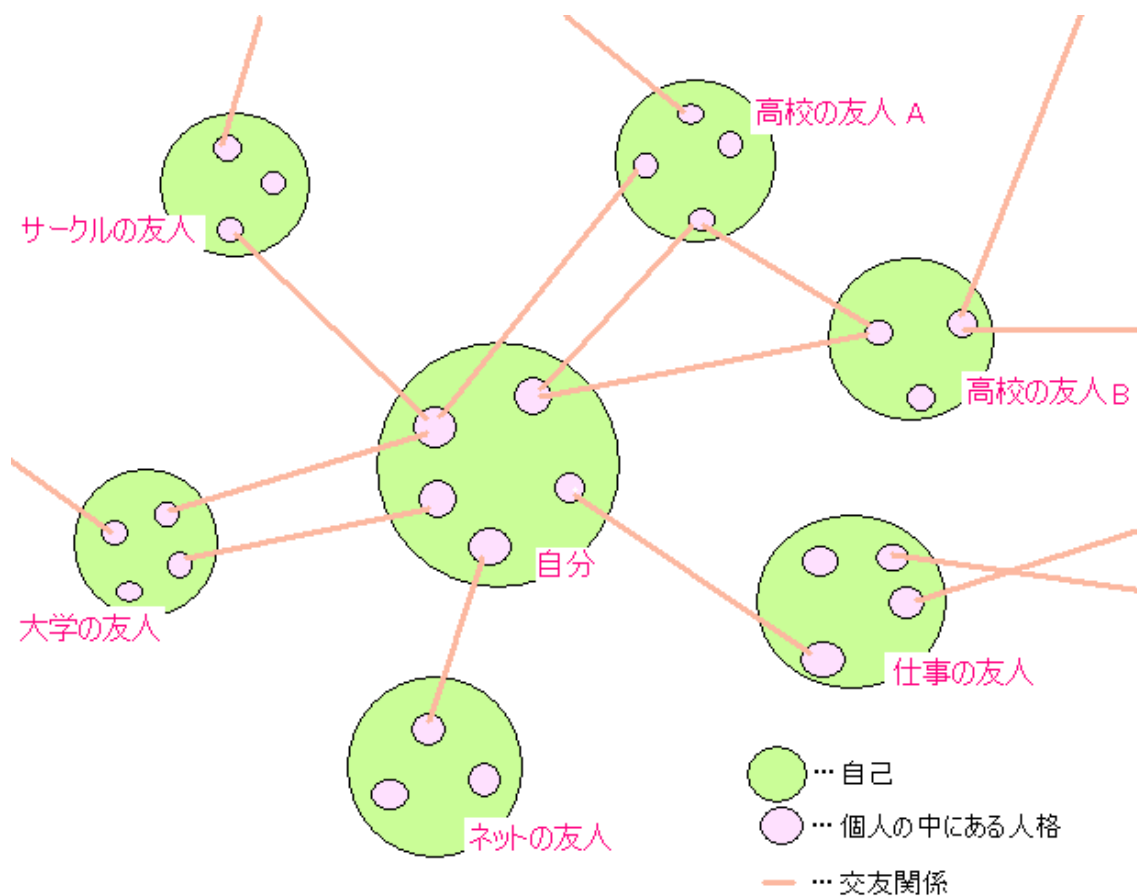
第4節 1章のまとめと多重人格的な人間関係

このように、90年代以降若者のコミュニケーションは変化してきた。バブル崩壊、自分
探し、消費文化の台頭、趣味の多様化などにより、お互いの自分らしさを尊重するが故の
希薄な「みんなぼっち」のような友人関係が広がってきた。「みんなぼっち」の中で人々は
自ら相手を選んでコミュニケーションをとれるようになってきた。そして、学校や地域だ
けでなく、もっと幅広い場所でたくさんのグループと交友関係を広げていくようになった。
様々なグループとコミュニケーションをとっているのを俯瞰すると、自己というものが一
貫していないで多重人格のように、場面場面で違った感じに接しているように見える。こ
の多重人格的な人間関係も「みんなぼっち」の特徴である。

元来の考え方であれば、一貫性を持った自分というものが大切であるとされ、一貫性の
ない人に対してはネガティブなイメージが持たれていた。しかし、だんだんと多重人格的
な人間関係の取り方をする人も増えてきた。藤村の調査によると、全体の三分の一が多重
人格的な傾向（そこでは状況志向因子と呼んでいる）にあった。

さらに、一貫性のない状況志向因子であるが、その中の人々は自己が多様でありながら
も、そのすべてが「自分らしさ」であると言っている。核とした自分がなくても、様々な
自分すべてが自分らしさだという考え方で、様々な人と様々な自分を出してコミュニケ
ーションをとっているのである。元来の考え方ではついていけないような変化が若者のコミ
ュニケーションには起きている。だから、私たちはその変化を否定するのではなく、理解
して受け入れていく必要がある。

図2、若者たちのコミュニケーションまとめ



- ①自己の中に様々な人格が存在している。
- ②多方面の人と様々な人格を出してコミュニケーションをとる。
- ③場面場面で自分というものが違うので否定されがちだが、いろんな自分をまとめた自分らしさというものはある。
- ④交友関係は自分の選択によって作っていく。
- ⑤つながっているのだけれどどこか希薄に感じるところもある。
- ⑥少人数のグループをたくさん形成する。排他的なグループで、他のグループとは接しないことが多い。
- ⑦それぞれの人が様々な人との交友関係を持っている。

このように従来の学校や地域での人間関係とは違った新しい人間関係が生まれてきたのが私たちが若者として生活している現在である。そのような現在で、iPod が爆発的な普及を果たした。私は iPod の普及には本章で述べた新しい人間関係の形との密接な関係があるような気がしてならない。そこで、第2章以降では iPod がどのように新しい人間関係の形と関係しているのかについて述べていきたい。

第2章 iPodの仕組みと社会的背景

1章では若者たちのコミュニケーションの変化について触れてきた。2章では、そのコミュニケーションの変化が音楽の聴き方にどのような影響を与えるかを考察していこうと思う。遠回りになってしまうが、まず、音楽の歴史についてみていくことにする。音楽の変遷を理解することにより、人間関係における音楽の意味合いの変遷について理解できるようにする。

第1節 音楽のハードの技術の変遷

iPodによっていつでもどこでも好きな曲を持ち運べるようになった。最新の iPod classic では最大4万曲を最長36時間聴くことができる。今では、多くの人が家や車や街中などでさまざまな音楽を聞いているが、音楽というものは何億年も前から人間の生活のなかにあった。もしかしたら猿の時代から音楽はあったかもしれない。音楽の意味は歴史の中でハード面・ソフト面の発達によってどんどんと変わってきた。集団をまとめる意味、宗教的な意味などいろいろな意味をもっていた。教会で、酒場で、貴族のためのコンサートホールなどでいろいろな場所で音楽は演奏されてきた。では、時代ごとに音楽の歴史を見ていこう。

・近代以前の音楽

音楽をコンサートホールで静かに集中して聴くという考え方は近代に生まれた考え方で、それより以前は、音楽は社交の場を盛り上げるというような考えで演奏されていた。貴族たちが開く演奏会では演奏を聴くことがメインではなく社交の場を楽しめればそれでよかった。一方、民衆の中でも酒場や祭りなどで場を盛り上げるために歌をみんなで歌っていた。このように、場を盛り上げるという意味合いで近代以前の音楽は親しまれてきた。

・近代的聴衆の誕生

ところが、19世紀の近代化に伴い富と権力を持った市民階級が演奏会を支えるようになってきた。そして、演奏会は社交の場から純粋に音楽を聴く場になった。そして、純粋に音楽を聴くために客席では音を立てず静かに聴くという聴き方が広まった。音楽を聴くこと自体が音楽の意味合いの中で強くなったのである。

そして、19世紀末、音楽の歴史の中で音楽の価値を大きく変えた出来事が起きた。エジソンの蓄音機の発明である。蓄音機の発明により、今までは生での1度限りの演奏を聴くことしかできなかったのに、何度も繰り返し同じ曲を聴けるようになった。当時は高価だったために誰もが所有することはできなかったが、コンサートホールだけでなく家の中でも音楽を聞くことが可能になった。しかし、家で音楽を聴けるようになっただけでなく、音楽の価値を変える大きな変化が起こったという考え方がある。ベンヤミンは、『複製技術時代の芸術作品』で複製技術によって芸術のアウラが消滅したと述べた。蓄音機はこのよ

うに、音楽の価値をも変えた音楽史上の重要な出来事である。

・1900年代前半の聴衆

そして、流行歌をラジオやテレビで聴くような様式が現代的な聴衆である。老若男女誰もが同じ歌を聴いている状況がそれである。ラジオで流れる美空ひばりにみんなで聴き入って、みんなで歌うといった姿はひと昔前の音楽の聴き方であろう。

・消費文化世界の聴衆

そして、レコードやカセットテープなどで音楽が親しまれる中、CDが発明された。デジタル音楽の誕生である。このことにより、音楽の複製は無制限に可能になった。大量の音楽情報を保存できるようになりまた、同等のものを複製することも可能になった。CDの発明だけでは音楽にそこまで影響をもたらさなかったのだが、コンピューター技術の発達や家庭への普及により事態は大きく変わった。そうして、今では個人でもCDの複製ができ、またデータだけを抜き取りインターネット上で交換することも可能になった。P2Pソフトを使った音楽の違法ダウンロードは、人々のCD離れを促した。しかし、合法的なダウンロードも可能になったことによって気軽に音楽を購入できるようにもなった。また、アーティスト側としてもデジタル音楽の普及により誰でも気軽に音楽を作り発信することが可能になった。このことが多品種少量生産の傾向とつながっていく。

そして、今現在の聴き方として、第1章の第4節でも触れたように80年代以降から生まれた消費文化世界によって、老若男女誰もが同じ曲を聴いている状況はなくなった。浜崎あゆみやEXILEなどのわりとみんなが知っているものもあるが（もちろんおじいちゃんおばあちゃんには知らないだろうが）、そのようなものとは別にアジカンや青山テルマなど好きな人は知っているがあまり知られていないようなマイナーな曲も聴かれるようになってきた。しかし、趣味が多様化することによって大ヒットが生まれにくくなったこともある。

そして、これらの技術開発と平行して誕生した重要な発明はウォークマンである。音楽をどこへでも好きな所へ持ち運ぶことができ、歩いている街並みを音楽で彩ることができるようになった。カーステレオも音楽を持ち運べることができるが、車は家の部屋の延長的な意味を持つので、意味合いはまったく違ってくる。どこへでも好きなところで好きな音楽を1人で聞ける時代が、ウォークマンの発明によって生まれた。そのことは、音楽の価値、意味にどのような影響を与えてくるのだろうか。社交的な意味合いの強かった音楽が、個人的なものへと変わっていったのである。その転機となったウォークマンの特徴について、次節では述べていく。

第2節 iPod の特徴

それでは、ウォークマンや iPod の特徴とはどのようなものがあるのだろうか。まず、ウォークマン、iPod に共通したものを挙げていく。

◎ウォークマン・iPod に共通する特徴

- ・好きな音楽をどこでも聴くことが出来る、街が自分のものとなる

カセットウォークマン、CDウォークマンを含めた iPod 等の携帯音楽プレーヤーの特徴としてまず挙げられるのはどこへでも好きな音楽を携帯できることである。コンサートなどでしか聴くことができなかった音楽が今では街を歩きながらでも聴けるようになった。携帯音楽プレーヤーが発明される以前もカーステレオによって音楽を外で聴くことは出来たが、車は家の延長線上という意味合いが強いので、まったく自分の領域ではない「外」で音楽を聴ける携帯音楽プレーヤーは画期的であった。そして、携帯音楽プレーヤーによって「外」までも自分の領域にすることが可能になった。

- ・自分の好きな音楽を一人で聞くことが出来る。

二つ目の特徴は、好きな音楽を一人で聞くことが出来ることである。イヤホンで聞くので、もちろん聴けるのは自分ひとりである。そして、iPod やウォークマンはもちろん自分が聞くためのものであるから、その中に入っている曲は自分の好きなものを選んでよいのである。

- ・iPod やウォークマンによる閉鎖性

しかし、どこでも音楽を聴くことができる特徴の裏返しとして、外界の音をシャットアウトしてしまうという特徴がある。さらに、iPod やウォークマンを聴いたままうつむいて町を歩いてしまえば、外界から自分に入り込むあらゆるものを排除することが出来る。街で音楽を聴くことによって、街を自分のものにして、さらにコミュニケーションの選択権を自分のものにすることができるようになる。例えばあまりあいたくない人が遠くからやってきた場合は、iPod やウォークマンを聞いてうつぶせて歩いてしまえばいいのだ。しかし、偶然の出会いというものを可能な限り排除してしまうので、より個別化してしまう傾向がある。

◎iPod 独自の特徴

- ・大容量

冒頭でも述べたように iPod では4万曲もの曲を持ち運べるようになった。このことにより、自分の好きな曲を4万曲という膨大な数持ち運べるようになっただけでなく、自分の気分により臨機応変に曲を選べるようになった。

- ・シャフル機能

ウォークマンにもシャッフル再生機能はあったが、iPod ではシャッフルされる曲の量がぜんぜん違う。4万曲の中から次々とランダムに曲が選ばれていくことに偶然性の面白みがあって面白いのだ。

- ・ネットダウンロード

iPod の特徴として最も大きなものはネットによるデジタル音楽のダウンロードが可能になったことだろう。これによって、CDを買いに行かなくてもネット上で音楽を手に入れることが出来るようになった。

以上のような特徴が iPod にはある。それではこのような特徴が、今現在の消費者にどのように受け入れられて爆発的なヒットに至ったのか。

第3節 iPod は現代社会に馴染んだ

1章で述べたように若者たちのコミュニケーションの形は変わってきた。その変化に iPod がどのように適応して行ったのだろうか。

- ・閉鎖的なグループと外部への無関心

まず、自分の所属するグループ以外への無関心、極力接触を避けようとする傾向は、iPod の閉鎖性と結びつく。iPod を使用することによって、外界の音を遮断することが出来て、自分が望まない出会いを避けることが可能となる。iPod を聴いて下を向いてしまえばもう外界から接触されることはほとんどない。現代の若者なら音楽を聴いている人に対して強引に話しかけようとするのはよほど仲の良い友達くらいだろう。こうやって、極力自分の予期しない接触を避けようという気持ちが少なからず iPod にはあるのではないか。

- ・大切にされる自分らしさと他人の自分らしさを侵害しないようにする

自分らしさを大切にすることと、他人の自分らしさを侵害しないようにするという風潮は、iPod の一人で好きな音楽を聴くという側面と関係してくる。自分の好きな歌を、他人に強要することなく一人で聴くことが出来るので、他人の自分らしさというものも守れる。もちろん自分は好きな歌を聴いているのだから、選曲に自分らしさというものを感じる事が出来るだろう。又これは、消費文化社会による個体化ということにも関係して、iPod によってさらに、人々は個別の行動するようになってくるだろう。また、閉鎖性とも関連して個体かのニーズを満たしているともいえる。

- ・趣味の多様化

iPod の利点として最も大きいのは容量だと考えられる。4万曲を入れることが出来るの

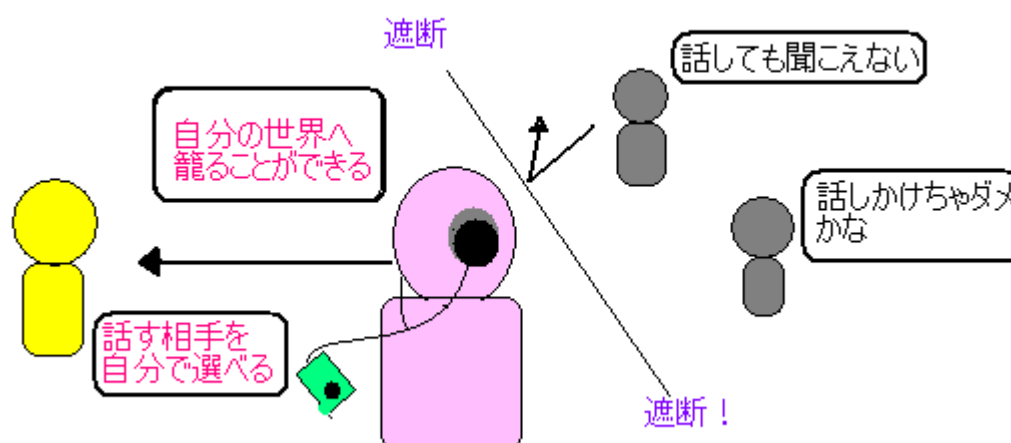
で、趣味の多様化によりマニアックな選曲をすべて収録することが出来るので、とても便利である。iPod の容量がある限りはさらに自分のマニアックな趣味を深く掘り下げていくことが出来る。また、入手しにくい音源はインターネットのほうが捜しやすいので、インターネットで入手した曲を再生することが出来るのも大きい。

第4節 2章のまとめ

社交の場を盛り上げる意味合いが強かった音楽であるが、だんだんと音楽を聴くこと自体に意味合いが変わってきた。さらに、みんなで楽しむものから、一人で楽しむものへと変わってきた。ウォークマン、iPod は一人で音楽を聴く機械だ。1人で好きな音楽を聴くことによって、外界を遮断することができる。「みんなぼっちの世界」では、交友関係を自分の選択によって操作するという傾向がある。そこで、iPod の外界を遮断するという特徴は、交友関係を操作するのに便利な道具として用いられるようになったのだろう。

もちろん、音楽を聴くこと自体にも意味はある。様々な人が、様々な理由で音楽を聴いている。テンションをあげたい、恋愛バラードに共感したい、心地よい旋律を楽しみたいなどなど。様々な理由で人々は iPod で音楽を聴こうとするのだが、その理由の一つに、聴いている本人たちは気付いていないかもしれないが、外界を遮断してコミュニケーションを操作しようという意図があるのは確かである。3章では、実際の若者の音楽への触れかたを見ていくことによって、iPod とコミュニケーションの変化の現状について理解していきたいと思う。

図3、iPodによるコミュニケーションの操作



第3章 若者と iPod、音楽に対する意識

本章では、卒論提出日が迫った1月の忙しい中、ちょうど私と予定があった友人に対して行った、アンケートを基にしたインタビュー調査をもとに、若者の音楽との接し方と、コミュニケーションのとり方の関係についての現状について分析していきたいと思う。

第1節 インタビュー調査と今の若者像

◎教育学部4年生 女性

一人目の彼女は人のことをすごく思いやることができるとも優しい女性である。高校時代は軽音楽部のマネージャーをしておりマイナーなものからメジャーなものまで音楽をよく聞く方である。そんな彼女に友達関係のことと音楽のことについてのアンケート調査表を元にインタビューを取ってみた。

まず、友達関係についてのことを見ていくと、「あなたは友達と一緒にいても別々のことをしていることがありますか」という問いに対して「あまりない」と答えている。また、「場面によって出てくる自分というものは違う方ですか」という問いに対して「あまりそうではない」と答えていた。つまり、彼女は「みんなぼっち」的な考え方ではないということになる。「場面によって出てくる自分というものは違いますか」という問いの答えについて特に話が聞けたのだが、気に入られなくちゃと媚を売ることが以前はあったが、無理しすぎられるのも意味ないし人にもきつと伝わるから、嫌われてもいいと思ったらしい。あと、気に入られるようにと振舞っていたときは心から笑えることがなかったそうだ。そんなときにくるりの『ワンダーフォーゲル』という歌に出会った。自分の疑問にぴったりで、無理することないんだと思うようになったそうだ。

そんな彼女の友達が多い方で、親友も、恋人もいる。自分らしさも「まあある」と答えている。では、このような彼女がどのように音楽と接しているのかを見ていこう。

Q、音楽は好きですか。

A、好きです。自分の家にいるときはほとんどいつも音楽を流しています。電車や街中でもウォークマンで音楽を聴きますね。長時間の移動や疲れや苦痛を感じる時によく聞きます。また、街に買い物などに行く際に自分の気分にあった曲を選んで聞いたりもします。そうすると楽しいときに聴く楽しい曲でも、悲しいときに聴く悲しい曲でも爽快感が得られますね。けど、教室の中ではさすがに聴かないですね。

音楽は CD を買うかレンタルショップで借りています。あと、高校時代は友達から借りることも多かったです。最近はインターネットの動画サイトの作業用 BGM をよく聞くようになりました。知らない人が曲を集めてきてくれているんですが、自分の趣味とピッチあうものもあって、そういうのに出会って何回も聴いてしまいますね。家にいて何かをするときはたいてい作業用 BGM を聴いています。というか、音楽が流れていないと

何をするにも腰が上がらなくて……。例えば洗濯をしようとしてもなかなか動けなくて、そんなときに音楽を流しておくで「よし、やるか」と動けるようになりますね。

このように、音楽をいつも聴いている彼女。家の中でも外でも多く音楽を聴いているようで、生活のBGMとして動く活力をもらったり、爽快感を得たりしているようだ。音楽はCDを買ったり借りたりしているそうだが、インターネット音楽にも手を出しているようで、無料の動画サイトで自分の好きそうな音楽を流しているようだ。ここから気に入ってCDを買うこともあるようだが、作業用BGMという知らない人が作ってくれたプレイリストというものがうまく出来ているのでそっちを聴く方が多いらしい。CDを買うときは本当に気に入った曲を買うと言っていた。

また、街を歩いているときに音楽を聴くことがあるけど、教室などでは聴こうとしないしその質問に対して「教室では聞かないでしょ」と疑問すら感じていた。このことは「みんなぼっち」とは対角線上にある彼女の性格とも関係するのかもしれない。

Q、人に好きな音楽を薦めますか。

A、あまりしないですね。もしも相手があまり好きなものではなかったら変に気を使わせてしまうしそれが嫌なのであまりしませんね。けど、相手の好みを伺いながら慎重に少しだけ会話に混ぜてみたり、カラオケで歌ってみて相手の反応をうかがったり、ブログに書いたりします。だけど、押し付けではなくって本当にさらっと書くだけです。例えば薦めてみて、「本当にすごくよかったよ」とか言われても嫌なのですよね。「絶対にそんなことおもってないだろ」って。自分もそういうこと言うときはそうですし。けど、ふとしたときに薦めた曲を気に入ってくれていることに気づかされると嬉しいですね。

彼女は人に気を使いすぎるくらい使う方で、音楽を進める際も相手に配慮して控えめに薦めるようだ。自分と趣味が合わないのならば薦めない方が安全という考えは今風である。

Q、カラオケは好きですか。また、どれ位利用しますか。

A、どちらかといえば嫌いですね。それにあまり行かないです。歌がうまい方ではないので苦手意識があつて。それよりも、カラオケに対してとても疑問があるんですよね。聞いてない人とかいるし、みんな平気で違うことやっているしそれが許せなくて楽しめないんですよね。あっちからしたら、こっちの方がわけ分からないのかもしれないんですが、どうしても心から楽しめなくて。あと、みんなが知らない曲に対しての扱いも嫌なんですよ。知らない曲でも「この曲すごくいいね」って喜んで聴き入ってくれる人はとても嬉しいです。そういう人となら行ってもいいな～って思うんですが、「なにこの曲、知らない」とかで流されるといらつてきますね。カラオケ行ってストレス解消にな

るってことも分からなくもないけど、私は逆にストレスたまっちゃいますね。聴くにも歌うにもずっと気をつけていますもん。

あと、歌がうまいって褒められている人とかはカラオケ誘われて渋い顔しませんよね。けど、下手な人って必ず渋い顔しますもん。

友人といってもそれぞれ違うことをやることはないという彼女だけに、そういう性格を持つカラオケはあまり好きではないようだ。あと、あまり歌がうまくないこともカラオケ嫌いの要因である。

Q、ほかのメディアの利用について教えてください。

A、パソコンは頻繁に利用しますね。日記もたまに書いてまいすテレビもたまに見ますね。読書はかなりしています。新書、小説、エッセーと何でも読みます。ラジオは是非聴きたいって思っているんですがほとんど利用しませんね。深夜のお笑いとかを聞きたいのですが。

携帯は、メールはあまり利用しませんが通話は良くしますね。後ネットは友達のプログを寝る前にチェックするくらいですかね。

まとめると、Aさんにとって音楽は必要不可欠なもので、活動する原動力や、生き方を教えてくれるものとなっている。1人でいるときはたいてい音楽を聴いていて、ニコニコ動画の作業用BGMなどを利用してタダで様々な音楽を聴いている。また、特に好きな音楽は購入しているので、彼女が本当に音楽を好きなことがわかる。インターネットによって大量の音楽と触れ合う機会が増え、さらにタダの音楽が増えてきた。彼女のようなインターネットを使った無料の音楽試聴で、幅広い音楽と触れ合っている人は多い。デビット・クセクが『デジタル音楽の行方』（翔泳社 2005年）で、音楽は将来的には公共料金を支払って聴き放題になると言っていた。Aさんのような音楽ファンが多ければこのような制度もきっと実現するだろう。

また、彼女は常にだれかと繋がっていたい、しかし、一緒にいてもちがうことをしているような、「みんなぼっち」的な性格には否定的で、カラオケのそういう面があまり好きではないらしい。カラオケの利用者数が減少傾向にあるらしいが、それも「みんなぼっち」が影響しているのかもしれない。「みんなぼっち」の希薄なコミュニケーションがAさんには耐えがたいのだろう。

◎国際学部2年生 女性

二人目は大学2年生のBさん。サークルの後輩のBさんは、沖縄出身で、独特のほんわかした雰囲気を持っていて、いつもにこにこしている子である。まず、彼女の人間関係についてのアンケートを見ていくと、「あなたは友達と一緒にいても別々のことをしているこ

とがありますか」という問いに対して「よくある」と答えた。また、「場面によって出てくる自分というものは違う方ですか」という問いに対して「まあそうである」と答えた。つまり、「みんなぼっち」タイプといえる。しかし、自分に自分らしさがあるかという問いに対しては、「あまりそう思わない」と答えていた。

大学の友達の人気は60と多く社交的ないまどきの女の子といった感じだ。また、多方面の友人といろいろ交流する方で、学校のほかバイトさき、はたまた行きつけのローソンのおじいさんと誰とでも仲良くしているようだ。

Q、音楽は好きですか。

A、好きですよ。自分の家とか車の中とか、1人でいるときはほとんど聴いていますね。たいてい好きな曲を1曲リピートで延々と聴いているか、3曲くらいのフォルダーを作ってそれをずっと聴いています。ランダムとかは絶対いやですね。結局そのときによって聴きたい曲ってありますもんね。だから聴きたい曲をずっとリピートです。好きなアーティストはBOAとかいきものがかりとかJ-POPですね。主にテレビで流れているような曲が好きです。逆に、盛り上がる曲はあまり好きじゃないですね。湘南ノ風とかRAD WIMPSとかカラオケで盛り上がるような曲は、一応カラオケでみんな歌っているから、知っておいたほうがいいので一応借りたりして聴くんですけど、すぐ聴かなくなりますね。1回聴いただけとか。音楽はレンタル屋さんや友達からと、借りる方が多いですね。CDを買うのは本当に好きな曲だけですね。最後に買ったのは安室ちゃんの一個前のアルバムでした。好きなのが同じなので兄弟が買っているだろうと思って買いませんね。

Q、カラオケは好きですか。

A、大好きです。まあ、頻度はたまに位なんですけど。あまり行き過ぎてもあれですしね。国文の仲良し組みと7~8人ぐらいで行ったり、2~3人で行ったりします。7~8人のときはみんなで踊ったりしてすごく盛り上がりますね。2~3人だと歌ったことないけど好きな曲を挑戦したりします。けど、20人とか学部全体で行くのは好きじゃないですね。仲が良い人と行くのがベストです。

Q、好きな人に音楽を薦めますか。

A、よく薦めますね。良かった曲はどんどん薦めます。少しだけ聴いて気に入った曲でも、どんどん薦めちゃいますね。CD持ってなくても(笑)。

Q、他のメディアの利用について教えてください。

A、私は完璧テレビっ子ですね。主にバラエティーを見ます。深夜番組とかロンハーとかが好きですね。ラジオはほとんど聴かないです。読書もあまりしません。日記・ブログはたまに書きますね。パソコンはニュース・mixi・You tubeを頻繁に見ますね。

携帯電話はメールも通話もよくします。最近は忙しいのでメールはあまりしないけど、暇なときには今度遊ぼうってメール打って、その後にだらだらと共通で好きな芸能人がテレビ出ているね～なんて事をメールしています。通話は主に家族ですね。だってただですもん。弟とすごく仲が良くって、いろんなことを話していますよ。

彼女の音楽の趣味は主に **J-POP** で、消費文化社会で言う共通教養の部分である。ここまです、**J-POP** を中心に聴いている人は僕の周りにはあまりいないので、少し驚かされた。もしかしたら、もはや、共通教養として存在していた **J-POP** は、共通教養ではなくサブカルチャーなのかもしれない。それほどに、趣味の多様化は進んでいるということだろう。

また、彼女はカラオケの楽しみ方、音楽をよく薦める方である、メール・電話を頻繁にするなど、「みんなぼっち」というより、とても社交的で大学生活を楽しんでいるように感じられた。カラオケの楽しみ方で、みんなで踊って楽しむというのは、カラオケのみんながばらばらなことをしているというような面とは逆に、一致団結して楽しんでいるように感じられる。音楽をよく薦めるのも、変に相手に気を使うことなく上手くコミュニケーションが取れているからだろう。

◎国際学部4年の男性

三人目のC君はサークルの友達で、国際学部の4年生である。家電が好きで一人暮らしの彼の部屋は、こだわり抜かれた家電が並んでいる。現実的でしっかりしているので、サークルでも会長の良きサポート役であった。人間関係のアンケートを見ていくと、「あなたは友達と一緒にいても、別々のことをしていることがありますか」という問いに対して「あまりない」と答えた。また、「場面によって出てくる自分というものは違う方ですか」という問いに対しては「まあそう思う」と答えた。そして、多方面の人と交流する方で、友達も多い方だ。つまり、人間関係のタイプは社交的な人ということになる。そんな彼の音楽との関わり方について見ていこう。

Q、音楽は好きですか。

A、まあ好きかな。主に洋楽だね。友達に進められた曲が多いね。あと、東方神起とか韓国のも聴くね。**KARA** っていう韓国のモーニング娘的なのになんてはまって、**YouTube** で卒論の息抜きによく見ているよ。可愛くて歌も良いから最高だね。**iPod** は持っているよ。家とか車で聴くね。けど、チャリとか近場だとあんまり聴かないね。面倒だからさ。**CD** は絶対買わないね。タダで聴けるものにお金かける意味ないでしょ。ほとんどレンタルショップとか友達に借りているよ。あと **YouTube** ね。とにかくお金はかけたくない。

Q、人に音楽を薦めますか

A、たまに薦めるよ。車の中でかかっている曲を、これ良いでしょって結構積極的に薦め

たりしますね。

Q、カラオケは好きですか

A、嫌いだし、ほとんど行かないね。自分へただからさ、絶対行きたくないよね。

Q、ほかのメディアの利用頻度について教えてください

A、テレビは本当によく見るね。テレビっ子だし。液晶のめっちゃいいやつでいつも見ているよ。パソコンはまあ頻繁に見るね。あとは、ラジオも読書も日記・ブログもほとんどないね。携帯はメールも通話もたまにするぐらいかな。

彼の音楽の趣味も POP よりだが、彼の場合韓国の POP や洋楽が好きらしい。そして、最も特徴的だったのが、音楽にはお金なんてかけないと言い張ったところだ。一人目の A さんもインターネットの無料の音楽を利用しているが、気に入った曲は CD で買うと言っていた。しかし C 君の場合は CD で買うことは絶対はないと言っていた。インターネットさえあれば、無料でほとんどの音楽が聴ける現在、1500～3000 円位する CD は高すぎるのかもしれない。そこで、少額を多くの国民から集めて音楽を聴き放題にするという考えは、高い CD に対抗する良い策だ。ただ、音楽を公共料金で賄うようになったら C 君は絶対に文句を言うだろう。C 君の中で音楽とは、ほんの娯楽にすぎないのだろう。それでも音楽は好きで、音楽を聴いて楽しんでいるのだろう。

このように、現実的で冷めた感じの彼であるが、音楽を人に薦めることはあるらしい。お互いの自分らしさを大切にする現代の人は、自分の趣味嗜好を他人に薦めることをためらう傾向にあるのだけれど、B さん同様 C 君も薦めると言っていた。二人とも独特の雰囲気をもった人なので、ただ単に社交性が強いというだけでは説明できないのかもしれない。

◎農学部 4 年 男性

4 人目の D 君もサークルの友達で、農学部の 4 年生である。趣味は写真撮影で良いデジタル一眼レフで風景を撮ったりしている。そしてカメラ屋に就職が決まって、その内定者でよく飲み会をしたりしている。D 君は幹事をしたりしてみんなのリーダー的な存在で人気者である。大切にしているものは「独特の感性」といつも言っていて、彼自身マイペースで独特（天然）である。自分らしさがあるかという問いに対しては「まあそうである」と答えていて、自分の価値観はとても大切にしているらしい。彼の人間関係に関するアンケートを見ると「あなたは友達と一緒にいても、別々のことをしていることがありますか」という質問に、人によってたまにあると答えた。一緒にいるんだけど何をするって分けではなく時間が過ぎていくような感じの時があるらしい。しかし、彼はそういう時間の使い方は嫌らしい。次に「場面によって出てくる自分というものは違う方ですか」という問

いにまあそうであると答えていた。ケースバイケースで相手との関係によるらしい。彼は多方面の人と交流する方で、傍から見ていてとてもいろんな人とアクティブに接しているという感じである。大学の友達も 101 人いるらしい。しかし、自称人見知りで、相手から離しかけてくれない人はうまく話せないらしい。彼からこそ「みんなぼっち」の傾向が見られる。

Q、音楽は好きですか。

A、大好きです。家でも電車でも街中でも学校でも聴いているよ。授業始まる直前まで聴いているし、下手したら……。勉強で集中しなきゃいけないとき以外はほとんど聴いているね。aiko と RAD がすごい好きだね。歌詞重視で歌詞に共感できる曲が好きだね。聴いていると自分の気持ちを倍にしてくれるんだよね。音楽はラジオで流れてるの聴いて気に入ったり、店で流れてるのが気になったりしてネットで調べてはまるってことが多いね。CD は本当にお気に入りのものしか買わないね。あとは友達に借りるくらいだね。

Q、人に好きな音楽を薦めますか。

A、あまり薦めないね。強要したくないからさ。自分ではめっちゃいい歌だと思ってるんだけど、理解されないから。だって、自分が誰かに薦められて CD 借りても結局興味ないし。

Q、カラオケは好きですか。

A、嫌いだね。ほとんど行かないし。音痴だから、なんで金出して恥じかかないといけないうって思うんだよね。まあ、みんなで行くんなら行くけど……。

Q、ほかのメディアの利用について教えてください。

A、パソコンは頻繁に利用するね。mixi とかパソコンにためた写真を見たりするね。テレビはたまに深夜番組見るくらいだね。バイトで結構帰るのが遅いし。ラジオはたまーに車で聴くね。高校のときは良く聴いていたけど。読書はジャンプ立ち読みするくらいだね。日記・ブログは友達のはよく見るけど、書くのはたまにだね。携帯はメールも電話もよくするけど、ほとんど用事のことだよ。

彼はアンケートをとった中で唯一教室でも音楽を聴いていると答えた。実は、アンケートを作る際に、教室で音楽を聴いているのであれば、「みんなぼっち」的な人なのではないかという仮説を立てていたのだ。彼は授業が始まる直前まで音楽を聴いているらしい。彼は自分らしさを大切にしている、特に時間の使い方は自分の思うようにしたいらしい。つまり、2章で述べた iPod の外界を遮断する機能と、それによってコミュニケーションをコントロールするという面が、D 君にうまく表れたということになる。それに、一緒にいて

もそれぞれ別のことをしていることもあり、そして、私が一緒にすごしているときにも物思いにふけているときが時々あるので彼は「みんなぼっち」的な人だと言えるだろう。

彼は aiko と RAD WIMPS が大好きでほとんどその二組の曲を聴いている。自分の趣味を持っていてそれを他人に強要することはない。それでも友人の数は 101 人と多く多方面の人と交流がある。まさに「みんなぼっち」的な人物である。

◎社会人 22歳 男性

最後に地元の友達で、高校を中退して今は病院で看護師としてがんばっている E 君にインタビューを試みた。彼とは良く遊ぶのだけれど、とても人間的に尊敬でき洞察力がありすごいやつである。彼とは以前楽器を一緒にやっていて、音楽も幅広いジャンルを好んで聴いている。iPhone ユーザーで、ラジオのアプリでランダムに曲を聴くのが最近の流行らしい。まず、彼の人間関係に関するアンケートを見てみると「あなたは友達と一緒にいても、別々のことをしていることがありますか」という問いに対して「良くある」と答えた。まあ、たいてい地元メンバーで遊ぶときは彼の家でだらだらとしているのである。次に「あなたは場面によってでてくる自分というものは違うほうですか」という問いに対して、「まあそうである」と答えた。場面によって変えていかないと職場とかでやっていけないでしょと言っていた。次に、自分らしさがあるかという問いに対しては「そう思う」と答えていた。その理由として「俺は俺しか信じないから」と答えていた。交友関係はあまり多方面ではないらしいが、友達はそこそこいるらしい。それでは、音楽についての質問を見ていくことにしよう。

Q、音楽は好きですか。

A、まあ好きだよ。曲調が言いただけとか、歌詞が言いただけとか言う曲はあんまり良くわからないんだよね。全部がそろっての名曲だからさ。最近の曲とかはあんまり好きじゃないね。どれも同じように聞こえて。ってか、みんな上手くもないのに出せばいいって言うスタンスが気に食わないね。カラオケの延長みたいなのばかりだよ。だから、80~90年代の歌が好きだね。音楽はそこで終わったよ。ヒット曲の数とか、一曲の重みがぜんぜん違うもん。スピッツとかどれも名曲でしょ。長淵の一曲に対する気持ちの入れようは半端ないしさ。とにかく、今の曲は嫌いだね。

けど、それとはまったく違う考え方でしゃれた曲とかも好きだよ。ジャジーヒップホップにはまっていて、しゃれてるよ〜。いつも、そういう曲を聴き流したり、iPhone のラジオを聴き流したりしてるかな。気持ちいいんだよね。一人でいるときはほとんど聴いてるね。場面場面で一人 PV してるみたいな。曲を街に投影して、音楽で自分に浸れて気持ちいいんだよね。

Q、音楽はどうやって手に入れますか。

A、ネットでダウンロードできるのはダウンロード(たぶん違法)、できないのはCD。ただで手に入れられるのにお金払うなんて馬鹿じゃん。

Q、人に音楽を薦めますか。

A、あまり薦めないね。趣味違うし。けど、車とかで流してて気に入ってもらえるとうれしいんだよね。

Q、カラオケは好きですか。

A、どちらかといえば嫌いだし、ほとんど行かないよ。歌うのは好きけどわざわざカラオケ行く必要はないっしょ。どこか行こうってなって、カラオケ行くことはあるけど、初めからカラオケ行きたいとはならないね。

Q、他のメディアの利用について教えてください。

A、パソコンはまあ頻繁に利用するよね。後テレビも。見ているわけじゃないけど流してるって言う。暴れん坊将軍は好きだよ。ラジオは最近あまり聴かないね。本なんて読んだことないし。(彼は本を読むようなキャラでは全くないので)馬鹿にしてるの?日記・ブログとかもまったく書かないね。書いてどうするのって。携帯は、通話を暇なときにめちやくちやるね。ソフトバンクだからただだし。メールはたまにだね。面倒臭いし。女落とすときくらいしかがんばらないよ。

彼は音楽業界のことがとてもよく分析できていると感心してしまった。80~90年代は大ヒットした曲がたくさんあるが、最近はヒット曲があまり見られなくなってきている。それは、最近の音楽が素人のカラオケの延長的なあまりうまくなくて、魂のこもっていないものだからじゃないかと言っていた。ヒット曲があまり生まれなくなった今、このように思う人も少なくないだろう。たしかに、趣味の多様化によって音楽の需要が分散したからだと言う意見もあるが、アーティストの力の低下もうなずけることである。レコード会社の考え方が即戦力で、ある程度売れるアーティストをたくさん集めるという考え方なので、アーティストの実力が育たない環境もある。社会の受容が、多様なマイナーアーティストである現在、レコード会社任せでは使い捨てられて、確かな力を持ったアーティストはあまり育たないだろう。

第2節 若者のコミュニケーションと音楽についての傾向

では、インタビューから分かる若者たちの傾向についてまとめてみる。

・音楽を薦めない傾向

J-POPのような共通教養的な音楽を好きな人は音楽を人に薦める傾向にあるのだが、共

通教養より少し外れたところにあるような趣味の人は、あまり薦めたがらない傾向にある。あまり薦めない人は、「相手に無理に押し付けたくない」「きっと自分とは違う趣味を持っているので」などの、他者の自己を尊重した考え方が見られる。これは、音楽の趣味がメインから外れた自分らしさを持ったものなので、余計に自分と他者の自分らしさを尊重しているのではないかと考えられる。つまり、藤村が述べたように、自分らしさがあるが故に他者とのコミュニケーションに積極的になれないのだと言える。

・どこまで自分のものとしたいか

iPod をどこまで使用しているか。人によって様々だが、驚くことに教室で授業が始まる寸前まで聴いている人がいた。2章で述べたが、iPod を使うことによって自分の周りの環境を自分のものにすることができる。つまり「みんなぼっち」のようにみんなの中にも、自分の世界の中にいるような感じである。友達といるときに別々のことをすることがあまりないと答えた人は、教室内、学校内で iPod を聴くことはためらう傾向にあった。このことから、どこまで iPod を利用しているかと言うことで、みんなぼっち的な傾向の強さがわかるといえる。

・CD は本当に気に入ったものしか買わない

CD は本当に気に入ったものしか買わないとほぼ全員が答えていた。インターネットが発達した今、少し探せば無料で音楽を聴くことができるような状況がある。実際にニコニコ動画や YouTube など、誰かが作ったプレイリストを家の BGM としてよく流していると言う意見が聞かれた。実際に私もそのようにしてちょっと気になる曲などは聴いている。デジタル音楽の普及とコンピューター技術の進歩により、お金をかけなくても CD とほぼ同等の曲を聴くことができるようになった今、CD は本当に良いものしか、消費者に本当に気に入られたものしか売れなくなっているようだ。

おわりに

消費文化社会の中で、若者たちのコミュニケーションのとり方は大きく変わってきた。コンビニ、携帯電話、そして iPod。便利な商品が登場してく一方で若者たちは個別化していき、家族や学校からはなれ、文化的に自立した自分らしさを持って生活している。彼らは多様化した趣味を持ち、みんなが共通して分かるようなものではない、マニアックなサブカルチャーに傾倒していく。そのせいで、学校であう友達と心のそこから分かり合えることは少なくなった。むしろ、お互いのわけの分からない趣味を尊重して、自分の趣味を押し付けないようにするので、どこか遠慮がちなコミュニケーションが生まれる。そこでは、腹を割って離せることよりも、ノリが重視されその集団が盛り上がるかが重視される。一方で、自分の心の奥底にある趣味を分かち合えるような友達を mixi などで見つけ語り合うのである。

このような市場にうまく溶け込んで大ヒットしたのが iPod である。iPod のおかげで自分の大好きな曲を一人でいつでもどこでも聴けるようになった。さらに、大容量が趣味の多様化における数多くのバンドを納めることができるようになった。自分のそのときの気分に合わせて好きな曲を選択することができる。これらは、「みんなぼっち」的な人に特徴的な性格のニーズをうまく満たしていた。しかし、iPod のような便利な機能はより人々を個別化させて、周りとのコミュニケーションを取る機会が少なくしていく。

それでも、個別化は悪いことばかりじゃない。個別化の中で、また新しい形の出会いはある。むしろ学校や家族だけでなく他のもっと広い出会いも生まれてくる。iPod によって、身近な人間関係がおろそかになるかもしれないが、従来の考え方にとらわれずに新しいコミュニケーションのとり方を模索していくのもいいのかもしれない。

参考文献：岩田考・羽瀨一代・菊池裕生・苫米地伸『若者たちのコミュニケーション・サイババル―親密さのゆくえ―』恒星社厚生閣 2006 年、落合真司『音楽は死なない』青弓社 2006 年、David Kusek, Gerd Leonhard『デジタル音楽の行方』翔泳社 2005 年、下川浩一『世界自動車産業』講談社現代新書 1992 年、富田英典・藤村正之『みんなぼっちの世界』恒星社厚生閣 1999 年、中西新太郎『若者たちに何が起きているのか』花伝社 2004 年、ヴァルター・ベンヤミン『複製技術時代の芸術作品』1939 年、細川周平『ウォークマンの修辞学』朝日出版 1981 年、南田勝也『ロックミュージックの社会学』青弓社 2005 年、宮入恭平『ライブハウス文化論』青弓社 2008 年

<若者たちのコミュニケーションと音楽についてのアンケート調査票>

問1、あなたは友達と一緒にいても、別々のことをしていることがありますか。

- (1. よくある 2. たまにある 3. あまりない 4. ほとんどない)

問2、あなたは多方面の友人といろいろ交流する方ですか。

- (1. そうである 2. まあそうである 3. あまりそうではない 4. そうではない)

問3、あなたは、自分には自分らしさというものがあると思いますか。

- (1. そう思う 2. まあそう思う 3. あまりそう思わない 4. そう思わない)

問4、あなたの身近な人間関係の状況を教えてください。

友人の数は・・・(1. 9人以下 2. 10人以上)

親友は・・・(1. いる 2. いない)

恋人は・・・(1. いる 2. いない)

大学の友達は・・・(_____ 人)

問5、場面によってでてくる自分というものは違う方ですか。

- (1. そうである 2. まあそうである 3. あまりそうではない 4. そうではない)

問6、音楽は好きですか。

- (1. そう思う 2. まあそう思う 3. あまりそう思わない 4. そう思わない)

問7、iPodなどの音楽プレーヤーを持っていますか。

- (1. 持っている 2. 持っていない 3. 携帯電話で音楽を聞いている 4. その他
_____)

問8、次のうち音楽を聴く場面で当てはまるものすべてにチェックしてください。

- (1. 自分家 2. 友達の家 3. 電車 4. 街中 5. 学校 6. 教室の中 7. 車
の中 8. ライブ・コンサート 9. その他_____)

問9、音楽はどうやって手に入れますか。

- (1. CDを買う 2. レンタルショップで借りる 3. 友達に借りる 4. ネットで合法的にダウンロードする 5. ネットで違法にダウンロードする 6. ネットでタダで聴く 7. その他_____)

問 10、人に好きな音楽を薦めますか。

- (1. よく薦める 2. たまに薦める 3. あまり薦めない 4. ほとんど薦めない)

問 11、どのような方法で薦めますか。

- (1. CDを貸す 2. 会話の中で薦める 3. ネットで友達に曲を渡す 4. 日記・ブログなどで紹介する 5. CDをコピーしてプレゼントする 6. 音楽プレーヤーで聞かせる 7. その他_____)

問 12、パソコン・インターネットをどのくらい利用しますか。

- (1. オタクの域 2. 頻繁に利用する 3. ときどき利用する 4. あまり利用しない)

問 13、次のメディアについて利用する頻度について教えてください。

テレビ (1. よく利用する 2. たまに利用する 3. あまり利用しない 4. ほとんど利用しない)

ラジオ (1. よく利用する 2. たまに利用する 3. あまり利用しない 4. ほとんど利用しない)

読書 (1. よくする 2. たまにする 3. あまりしない 4. ほとんどしない)

日記・ブログ (1. よく利用する 2. たまに利用する 3. あまり利用しない 4. ほとんど利用しない)

問 14、携帯電話の利用について教えてください。

メール (1. よく利用する 2. たまに利用する 3. あまり利用しない 4. ほとんど利用しない)

通話 (1. よく利用する 2. たまに利用する 3. あまり利用しない 4. ほとんど利用しない)

ネット (1. よく利用する 2. たまに利用する 3. あまり利用しない 4. ほとんど利用しない)

問 15、あなたはカラオケが好きですか。また、どのくらいの頻度で行きますか。

(1. とても好きだ 2. どちらかといえば好きな方だ 3. どちらかといえば嫌いな方だ 4. 嫌いだ)

- (1. よくいく 2. たまに行く 3. あまり行かない 4. ほとんど行かない)