

メディア文化論②若者はなぜポピュラー音楽が好きなのか？

—（その2）音楽産業面からの検証—

水野博介*

はじめに

この小論は、メディア文化論に関する一連の論考の2回目であり、前回に続いて「若者はなぜポピュラー音楽が好きなのか？」をテーマとし、前回提示した諸仮説の③について検証する。

仮説の再提示と検証方法

ここでは、便宜上、前回示した仮説のうち、本論考で検証する対象を再提示しておく。すなわち、

③音楽産業自体が、若者を主なターゲットにしている。
である。

この仮説は、専ら歴史的に検証される。ただし、常にメディアやテクノロジーの要因が関係する。特に1990年代以降は、メディアやテクノロジーとの関係が強まり、それまでにはない「新たな音楽産業」のあり方が現れる。それが、「Jポップ」の成立であるが、以下では、そこに至るまでの状況を歴史的にみていく。

「音楽産業」と言えば、それがもっとも早く成立した西洋における初期においては、「楽譜」の販売であったという。次いで、「蓄音機」から「レコード」「CD」「iPod」等に至る「記録—再生機器」と「コンテンツ」の販売が登場し、また、他方において、音楽雑誌やラジオ・テレ

ビにおける音楽放送番組がつくられ、流行音楽が生まれた。

これらの「音楽産業」の勃興がどの程度、「若者文化」と関連してきたかをたどる。

1 「印刷物」の時代

18世紀後半から19世紀にかけてのイギリスでは、ストリート・ミュージシャンたちが「バラード（歌詞が物語となっている曲種）の出版社に雇われ、街頭や公開イベントでその印刷物を販売していた。1861年のロンドンには、少なくとも700人近くのミュージシャンがこのバラードの歌詞販売で生計を立てていた」という（森，2008，5頁）。さらにそれ以前に、人を雇って作詞を事業化したジェレミー・キャットナッチという人も現れ、これが「体系化された大衆音楽産業の始まり」ともされる（同，6頁）。

また、中村とうようによれば、19世紀のステイブン・フォスターは、「歌を作るのを職業にしようとしたアメリカで最初の人だった」（中村，1999年，2頁）。ただ、レコードはまだ存在せず、「ようやく楽譜出版という商売が形を整えつつある段階」だったという（同）。白人が黒塗りして黒人の真似をして歌をうたうという minstrel・ショーの「舞台上で曲が歌われることに対する謝礼として上演印税というものがあるが、金額は微々たるものだった。フォスターが収入を増やし、職業的なソングライターとして生きてゆくためには、楽譜出版の会社に作品を売り込むしかなかった」というような状況だ

* みずの・ひろすけ
埼玉大学教養学部教授、メディア論

ったという(同, 9頁)。この段階では、若者と音楽産業とのつながりは、特には見られない。

2 「蓄音機」以降

「蓄音機(フォノグラフ)」が発明王エジソンによって発明され、特許が取得されたのは、1877(明治10)年であったが、日本には、その2年後に公開されたという(倉田, 3頁)。ただし、それは実際には、エジソンの発明についての新聞報道をもとに、あるイギリス人が製作した類似品であったが、その公開日に集まった人々がその装置に吹きこんだのは、イギリスの歌や「一つとせ節」などだったという(同, 5頁)。これはおそらく、エジソンが「蓄音機」に自ら「メリーさんの羊」を吹き込んだということから、それを真似たのと思われるが、特に「歌」や「音楽」限定の記録-再生装置として、この装置が紹介されたのではないだろうと思われる。その証拠に、当時、「フォノグラフ」の日本語訳についてはまだ定まっていなかったが、新聞での紹介では、「写話機械」(郵便報知新聞)や「蘇言機」あるいは「蘇音機」(以上、朝野新聞)というように、さまざまな訳語が与えられており、「歌」や「音楽」限定ではなかったことがわかる(同, 6頁)。

また、明治初期においては、「音楽」そのものの社会的な認知が乏しかった。ここで、「音楽」とは「西洋音楽」を指すが、「明治政府は唱歌の必要を認めはするが、楽器もなければ先生もいない。」という状況だったという(倉田, 11頁)。しかしながら、明治も末に至って、ようやく「洋楽レコード」が商品となり、西洋音楽が民衆の間に定着する状況が生まれてきたという(同, 13頁)。

エジソンも、自ら歌を吹き込んだりしているが、「フォノグラフ」の用途については、「[西洋]

音楽」だけではなく、「演説」や「朗読」といった内容を挙げているようであるし、この装置を設置した浅草の「花屋敷」では、これを「ひとりでものをいふきかい[言う機械]」と呼んで広告したという(同, 22-23頁)。ただし、この装置を「日本向きの声色や音曲」を吹き込むことで人気を博したことがあるようである(同, 24頁)。具体的には、三味線を伴奏とした「端唄(ハウタ)」や「広目屋[チンドン屋か]」の楽隊による「越後獅子」や「三番叟」などであったという(同, 25頁)。このような類の邦楽が、主に当時の若者に受けていたかどうかは不明である(おそらく、世代を超えて興味を喚起したことであろう)。

その後、円筒形のフォノグラフとは異なり、円盤型のいわゆる「レコード」が生み出される。これは、吹込みによる「録音」はできず、「再生」専用であり、コンテンツとしては専ら「音楽」となる。この「レコード」は、1920年代における「ラジオ」の本格的な放送の開始とあいまって、楽曲の「流行」現象を生むようになり、多数のコピーが販売されるようになる。この段階では、ある程度以上の豊かな階層がレコードを買ったり、ラジオ受信機を所有し、放送を日常的に聴くようになるが、リスナーは若者というよりは、中産階級に属する新しいもの好き(イノベーター)という属性によって特徴づけられるであろう。

3 ポピュラー音楽の誕生と音楽産業の成立

「ポピュラー音楽」とは何かという定義は、「音楽産業」の成立と深く関わるとされる。例えば、音楽評論家の中村とうようは、「商品として売するために作られた音楽がポピュラー音楽」だとしている(中村, 1999, 2頁)。しかし、この定義では、ポピュラー音楽の誕生と音楽産業

の成立が全くのイコールになってしまって、まずい。なぜなら、確かに、ポピュラー音楽の誕生と音楽産業の成立は同じ20世紀初頭ということになるだろうが、やはり、ポピュラー音楽が誕生した“結果”として音楽産業も確立した、という関係があるだろうからである。であるから、「商品」という要因を定義に入れるのはいけないであろう。

ポピュラー音楽の代表とも言える「ロック」について、中村は「ロックの歴史は商業主義との死闘の歴史」（中村、1999、170頁）だとしているが、これも、そもそもポピュラー音楽が商業主義の枠内で生まれた音楽だとすれば、自己矛盾となるであろう。

であるから、言葉の意味に素直にしたがって、ここでは、「ポピュラー音楽」とは「流行音楽」であり、言いかえれば「不特定多数の大衆の間に短期間で広く人気を呼ぶタイプの音楽」というふうに定義しておく。そのように「短期間で広く人気を呼ぶ」ためには、「マスメディア」によって広くかつ集中的に反復して大衆に提示されなくてはならない。したがって、まずラジオ、続いてテレビ、のような「放送メディア」が大きな役割を果たすし、放送メディアが登場するまでは、長期にわたって人気を呼ぶ歌、つまり「歌い継がれる」歌はあったが、ラジオ登場以降のように、短期的に流行し、その後はほとんど消えてしまう（歌い継がれない）タイプの歌はなかったと思われる。

ちなみに、今日においても、メディアを通じて広まるというよりは、口伝えに広まり、歌い継がれるタイプの歌はあり、そのような歌は「ポピュラー音楽」とは呼ばない。例えば、最近の中学校や高校の卒業式で最もよく歌われるとされる『旅立ちの日に』（平成3年＝1991年）という歌は、作詞・作曲時には、秩父市立影森中学校の校長と音楽教諭であった小嶋登と坂本浩美

という二人のアマチュアによって作られた曲である。このような歌は、ある意味で「人気」はあるが、その人気を支えているのは、基本的に学校関係者であって、不特定多数の一般大衆ではない。その証拠に、この曲は音楽企業である「オリコン」や「TSUTAYA」の卒業ソングのランキングには入っていない。

「短期間で広く人気を呼ぶタイプの音楽」である「ポピュラー音楽」は、それがレコードやCDにコピーされて販売される限りにおいて、「商品」として流通する。しかし、そのような「商品」が存在しなくても、人口に膾炙することがあり、「流行」することはある。良い例は、太平洋戦争敗戦後の日本で広く歌われた『リンゴの唄』（昭和20＝1945年）であろう。この歌は、もともとは戦時中に撮影され、戦後まもなく公開された『そよかぜ』（松竹）という映画の主題歌であり、ラジオで広く知られるようになったが、日本コロムビアからのレコードの発売は翌昭和21年1月だったというから、レコードという「商品」なしにメディアによって広く流行したのである。もっとも、映画に登場したことをもって、「商品」化と呼ぶならば別であるが、ここではそうは呼ばない。

しかしながら、多くの場合、「レコード」の販売とラジオやテレビなどの伝達メディアとが結びつく形でポピュラー音楽が生み出されてきたことは事実である。その嚆矢は、定説では「ジャズ」とされる。ジャズは、音楽的な直接要因としては「ブラス・バンド」「ラグタイム」および「ブルース」が土台だという（中村、18頁）。これらは、使用する楽器は異なる（ラグタイムはバンジョー、ブルースはギター）が、いずれも参加する音楽である。ブラス・バンドは葬列などで奏でる音楽であり、ラグタイムはダンス音楽であり、ブルースは弾き語りをする自己表現の手段であった。しかし、これらの要素が融

合して「ジャズ」が誕生したときから、次第に音楽的に高度になり、「演奏家」と「聴衆」に分化していき、演奏家は「商品」としての「レコード」を出し、聴衆はそれを買うという立場になっていく。

ジャズがレコードとして初めて商品化されたのは1917（大正6）年だという（中村、24頁）。また、初期のジャズのアドリブ感覚とテクニックの完成者だったというルイ・アームストロングは、1928年にはホット・ファイブというグループとして録音をしているという（中村、22頁）。この時点で、ラジオ局は全米にいくつもできていたはずであるから、自らは演奏したり、ダンスに興じたりはせず、専ら「聴く」だけのジャズの「聴衆」層も生まれていたはずである。実際、アメリカでは1927（昭和2）年には、レコードが総計で一億枚をかなり超えるほど売れたという（中村、104頁）。ただ、これらの「聴衆」の中に、どれほど「若者」がいたか、ということが問題になる。ちなみに、アメリカでのレコード販売数は、1929年の大恐慌を経た1932（昭和7）年には、わずかに六百万枚に激減したという（同）。大恐慌においては、若い世代の失業が目立ったと言われるが、このような数字は、レコード購買層の多くが若者であり、若者の購買力の低下がレコード販売数にダイレクトに反映しているとも読める。

ただ、中村は、初期のジャズレコードは「ダンス音楽として売られた」としている（25頁）。そして、次のように述べている。「二十世紀前半のほぼ五十年というもの、本当にジャズを理解し音楽として真面目な関心を寄せるのは、ミュージシャンとごくひとにぎりのエリート的なファンに限られていた。」（中村、24頁）このような状況で、少なくとも、ジャズをジャズとしての独自の音楽的価値をもつものとして、余裕のある生活のなかで享受できた若者の絶対数はご

くごく少なかったと推測できる。

邦画で最初の本格的トーキー映画として知られる『マダムと女房』（五所平之助監督、松竹蒲田、1931＝昭和6年）のなかでは、ジャズの生演奏を楽しむ有閑階級の人々が登場している。佐藤忠男は、この映画におけるジャズについて、「のびのびとリラックスした軽快な音楽として日本の市民生活にとけ込もうとしている」（佐藤、4頁）と述べている。しかし、当時は、若くして労働に従事していた人々が多かった時代であり、ヒマとある程度の金銭的余裕のある「若者」は一般に少なかったと思われる。この映画の登場人物を「若者」と言うにはやや年齢が高い気もする（20代後半から30代か？）。主人公は小説家であり、彼と同様に、隣に引っ越してきたマダムに誘われてやって来るその他の青年たちは、当時新しく生まれた「サラリーマン」のようであるから、登場人物はいずれもエリート的な知的な教養人ではあろうが、やはり「ジャズ」を「ダンス音楽」というふうに理解していたように見える。実際、マダムは「ジャズを演奏してダンスをはじめ」（佐藤、4頁）シーンがある。もっとも、当時の日本で「ダンス」を踊る楽しみを知っていたのは、数は少ないし、やや年齢は高いが、やはり「若者」ではあつたろう（西洋文化にかぶれた「モボ」「モガ」が話題になった時代である）。

1930年代のアメリカでは、ビッグバンドによる「スウィングジャズ」が流行する。しかし、これは、中村によれば「白人中流階級好みの洗練された社交ダンスのための音楽でしかなかった」し、「ジャズが業界の主流（メインストリーム）に取り込まれたということだ」（中村、104頁）という。黒人あるいは若者一般にアピールするような要素はなくなってしまった、ということである。スウィングジャズは、キャバレーやダンスホールなどでの生演奏が主な演奏形態

であっただろうし、その聴衆の多くは白人であっただろう。

黒人を対象としたレコードとしては、1920年に黒人女性歌手メイミー・スミスのブルース曲がヒットしたことをきっかけに、特に黒人向けの安あがり制作し安く売る一連の「レイス・レコード」というものがあつたという（中村、98頁）。これもポピュラー音楽の一分野でありうるが、黒人の人口はそれほど多くはないし、購買力も小さいから、大きなマーケットにはならなかったはずである。

他方、黒人音楽としては、黒人コミュニティの「伝統的な民俗音楽であるブルースやゴスペル」があつたが、それから変化した「リズム・アンド・ブルース」というジャンルが、1940年代には成立する。しかしながら、「ブルースやゴスペルの中心部分は、レコード業界の力によって商品として加工されることをまぬがれたまま、黒人コミュニティのなかで時代とともに自然な変化・発展を続けてきた」ものであつた（中村、108-109頁）。まさに、「コミュニティ」のなかに自然発生的に誕生し、歌い継がれてきたものであつた。それが、黒人も経済的に上向き始めた1940年代に、「都市黒人コミュニティが制作の足場となり購買者の基盤にもなつた」ような小さなレコード会社、すなわち「インディ（独立）・レーベル」によって、リズム・アンド・ブルースのレコードが販売されるに至る（中村、109-110頁）。しかし、ここにおいても、まだマーケットは小さいはずである。

この「黒人の音楽であるリズム・アンド・ブルースが白人の若者をも巻き込む動きとなり、さらにその白人版であるロックンロールが爆発」（中村、102頁）することになる。つまり、ロック（ロックンロール）の登場で、音楽シーンの主役にアメリカの白人の「若者」が踊り出る（後述）が、それに魅了された「聴衆」も主

体はアメリカの白人の「若者」であつた。しかし、それだけにとどまらず、テレビや映画の伝達力によってロックは国際化し、世界の若者を巻き込むことになる。ポピュラー音楽のマーケットとしても、巨大なものになっていく。

4 巨大音楽マーケットの成立

「音楽産業」が「大衆消費社会」において「巨大なマーケット」を成立させるのは、1960年代におけるビートルズの登場以降であるとされる（毛利、47頁）。これは、1950年頃に形成されるようになった「ロック（ロックンロール）」と総称される音楽ジャンルにおいて生じた現象であり、その「ロック」を熱烈に支持した「若者たち」、正確に言えば、「ベビーブーマー（日本では「団塊の世代」）である若者世代」という、巨大な消費者グループの存在なしには、生じえなかつたとも言えよう。

ただし、「消費者」としての「ベビーブーマー（団塊の世代）」の分析、というようなテーマは、政治的あるいは文化的な存在としてのこの世代の捉え方と比べると、歴史的な存在としては、あまりお目にかかることはないように思われる。もちろん、日本の「高度経済成長期」（1955～73年）を支えた世代というような捉え方もあるにはあるが、これは誤つた見方である。というのは、日本の団塊の世代（1947～49年度の誕生）が大学を卒業するのは1970（昭和45）年以降であるが、「高度成長期」は、その3年後には終焉を迎えるからである。中卒・高卒者はもう少し前から労働市場に参入していたが、「中堅」と呼べるような段階にも至らないうちに「高度成長期」は終わってしまうわけであるから、それを支えた世代とは言えない。「ベビーブーマー」は、あくまでも「若者」として、若者向け商品を生み出した文化あるいは産業を支えたというべき

であろう。そのような「若者向け商品」の典型こそ、「ポピュラー音楽」だった、ということ論証する必要がある。もちろん、ベビーブーームも歳をとれば、若者向けのマーケットから脱落するわけで、次の世代がまた新たにポピュラー音楽の消費者になっていく。

ポピュラー音楽が爆発的に普及する1950年代は、アメリカにおいて「大衆消費社会」が大規模なスケールで出現する時期でもある。1920年代にもいったん大衆消費社会は成立したし、実際、アメリカでは自動車や電話やさまざまな家庭電化製品が普及した。しかしながら、1929年の大恐慌以降の不景気、さらに1930年代末以降の大戦によって、経済的な発展は抑えられしまった。それが、第二次大戦終結後の冷戦下の繁栄という形で、1950年代に経済は大きく成長する。さらに、経済の成長のみならず、ベビーブームによって人口が増加し、高等教育の大衆化も起きる。結果として、ヒマとカネを持った「若者」層が拡大する。先行する世代の努力によって物質的に豊かになり、より自由を享受できるようになった「若者たち」であるが、その若者たちは、自由や革新を旨とする新しい価値観を身につけ、親の世代の生き方や考え方に“反抗”するに至る。つまりは、「豊かさ故の反抗」である。「反抗する若者世代」のシンボルとなったのは、24歳で若くして亡くなった映画俳優のジェームズ・ディーンであった。彼は、映画のなかで親に反抗する若者を自然な演技で見事に演じたが、実人生において幼い自分を捨てた実父に対する屈折した思いをそのままに演じたとも言われる。

「ポピュラー音楽」という文化の分野においても、若者による革新が起きた。そもそもポピュラー音楽というのは、すでに見てきたように、その主流においては、白人中流階層のものであり、ダンスの伴奏となるような類のものであっ

た。それが輸入された日本においても、やはり中流階層の趣味として位置づけられたと言えよう。アメリカには黒人音楽の根強い伝統もあったが、それは「コミュニティ」と結びつき、むしろ「サブカルチャー」とでも言うべき位置づけにあった。しかるに、1950年代には、そのような黒人音楽が白人の音楽と融合し、「ロック（ロックンロール）」という新しいジャンルが生まれると同時に、急速にメインストリームのカルチャーになり、経済的にも知的にも力を持つに至った若者が主たる担い手になり、巨大マーケットの形成へと至るのである。

この新しい「ロック（ロックンロール）」の旗手となったのは、貧しい白人の家庭に生まれ、アメリカ南部の黒人音楽（ゴスペルやブルース、およびそれらが結びついたリズム・アンド・ブルース）と白人の音楽（カントリー・ウェスタンあるいはヒルビリー・ミュージック）を聴いて育った、エルヴィス・アーロン・プレスリーである。彼は、風貌がジェームズ・ディーンに似ており、シャウトや振りをともなう激しく革新的な歌い方から、“反抗”する若者世代の典型と誤って認識されたが、この誤解は、大人世代と若者世代の両者によってなされたものと言えよう。

プレスリーを代表とする激しい音楽の事実上の日本版とも言えるのが1950年代の「ロカビリー」である。プレスリーのデビュー当時はアメリカ国内でのラジオやテレビの出演があっただけであるから、まだ日本では映画で見ることもなく、平尾昌晃や山下敬二郎やミッキー・カーチスらは、レコードジャケットの写真からプレスリーの振りを想像して歌った。特に何かに“反抗”するという思いもなく、思想もなく、ただ若さを発散させたにすぎないと思われる。この頃の日本では、「反抗する若者」は単なる「流行」や「風俗」の類であったろう。それに、これら

の言わば「アイドル」的な歌手を支えたファンは、戦後ようやく自由を享受し始めた若い独身女性たちであった。ただ、激しい振りを伴う、その新しい音楽は、まさに家庭メディアであった草創期のテレビからは敬遠される。

日本でポピュラー音楽が盛んになるのは、やはり、戦後のテレビの普及によるが、初期のテレビにおいては、「民謡」や今で言う「演歌」以外に、若者をマーケットとした「和製ポップス」や「ポップス歌謡」あるいは「青年歌謡」などが生み出される。先の平尾昌晃は、ロカビリー歌手から、この分野の作曲家に転向するが、第一人者は、宮川泰（ヒロシ）や中村八大などであろう。特に、中村は、「上を向いて歩こう」で世界的なヒットをものにす。

海外からの影響については、アメリカでの50年代終わりから60年代に起こった公民権運動やベトナム反戦運動などの高まりを反映した、若者を中心とした「反戦フォーク」等の影響があり、「日本のジョン・バエズ」と呼ばれた森山良子なども登場した。しかし、1960年の安保闘争に関して言えば、その頃の若者たちの虚無的な心情を代弁したのは、西田佐知子の「アカシヤの雨がやむとき」と言われ、これは歌謡曲であった。1960年代の後半には、ビートルズの日本公演（1966年）があり、その影響を受けたこともあったが、結局は、政治的なメッセージや社会的なメッセージを欠いた日本独自の音楽的発展が見られた。それが、「神田川」に代表される私小説的な「四畳半フォーク」ものや「カレッジフォーク」あるいは「グループサウンズ（GS）」などのブームである。

その前後には、御三家や新御三家、キャンディーズやピンクレディなどの男女の「アイドル」ブームもあったし、テレビドラマやテレビアニメの主題歌などの人気もあった。これらの多くは、若者向けのものであり、まさに「青春」を

歌うものであった（例えば「スポ根」もの）。しかし、他方で、大人向けの演歌や艶歌あるいはムード歌謡の流行音楽も人気があった。美空ひばりなどはこちらの方の代表であったろう。

5 CDの登場とJポップの成立

戦後日本の1950年代から80年代まで、半世紀近く、テレビやラジオを中心に、いわゆる洋楽よりも、洋風のテイストをもったさまざまな邦楽が作られ、聴かれてきた。それらは基本的に「歌謡曲」であり、そのなかに「フォーク」や「ニューミュージック」なども含めうると言えよう。しかるに、1990年前後から「Jポップ」という、新しい呼び方が登場し、それが定着したと言える。これは、かつてあった「ムード歌謡」なども含めて、大人向けのポピュラー音楽をほぼ一括して「演歌」とする（狭いジャンルに押しやる）、二大ジャンルへの統合と言えなくもない。

烏賀陽弘道によれば、1970年代後半から80年代前半に、レコードもステレオもラジカセも売れない「オーディオ不況」にあった音楽業界を救った技術的ブレイクスルーが「CD」の登場であり、1982年の10月から売り出され始めたCDは、あつという間に、それまでの主流であった「LPレコード」の生産金額・出荷額を抜きさり、1986（昭和61）年から87（昭和62）年にかけて音楽メディアの主役に踊り出たという（烏賀陽、2005、30-31頁）。

それまでのLPレコードの購買層は、主として成人男子だったという（同、42頁）。これは、クラシックあるいはジャズのような高級な音楽をやはり高級なオーディオ・プレイヤーで聴く層だった（同）。彼らは、高い装置を買う余裕があり、音質にうるさく、取り扱いにくいLPをあえて聴く人びとだった。つまり、人口の割合

からすれば総体として若者層の方が多いが、成人男子の方がLPなどの音楽にかかる支出額は総額で大きかったのであろう。

商品を購入して楽しむ音楽文化は、それまでは、貴重な音源をくり返し大事に聴く、という形が主流であったのが、ウォークマンの登場、さらにはCDの登場によって、もっと気軽に“消費的に”聴くものに変質し、「若者」を中心としたJポップの興隆に至ったと言えよう。

<文 献>

- 森正人『大衆音楽史 ジャズ、ロックからヒップ・ホップまで』中公新書，中央公論社，2008年
- 倉田喜弘『日本レコード文化史』岩波現代文庫，岩波書店，2006年
- 中村とうよう『ポピュラー音楽の世紀』岩波新書，岩波書店，1999年
- 毛利嘉孝『ポピュラー音楽と資本主義』せりか書房，2007年
- 佐藤忠男「トーキー時代 [日本映画史 3]」『講座日本の映画 3 トーキーの時代』岩波書店，1986年
- 烏賀陽弘道「Jポップとは何か——巨大化する音楽産業——」岩波新書，岩波書店，2005年