

# コミュニケーションメディアによる音楽消費の多様化と アウラの個人化に関する考察

——カラオケ・カバーソング・アイドル・SNSを対象にした分析——

玉 木 博 章

## 要 旨

本稿では W. ベンヤミンが言及した「アウラの消失」について音楽消費を対象として論じた。先行研究では、CD やテレビ、そして配信等を始めとするメディアや、DJ やクラブミュージックといった専門的な技術が必要な音楽消費における分析に留まっていた。しかしながら本稿では、万人に馴染みのあるメディアの登場によって、アウラの消失の様相が現在どのような状況にあるか実例を挙げながら分析していった。本稿では複製を造り出すためのカラオケという捉え方から始まり、アーティストによるカラオケでもあるカバーソングを分析し、そうした複製でもあるカバーソングを歌うアイドル、そしてその複製やアイドルを拡散する SNS について言及した。それらから「アウラのアップデート」という現象と個人化の様相について明らかにした。またそうしてアウラが個人の中でアップデートされることに関連した昨今の「推し」の現象についても分析し、それらを再魔術化の一種であると帰結した。

キーワード：アウラ，カラオケ，カバーソング，アイドル，SNS

## 1. はじめに

### 1-1 現在状況における音楽消費の様相

近年、メディアの多様化によって様々な媒体を通じて音楽を消費することが可能になった。かつてはテレビやラジオからラジカセ等でアナログ録音し、つい数年前まではCD からカセットテープやMD そしてCD-R に書き込んで聴いていた音楽は、現在ではスマートフォンやSNS の普及とサブスク（サブスクリプション）の大衆化によって、いつでもどこでも気軽に楽しめるようになった。ウォークマンやi-Pod という当時の画期的商品も、音楽がいつでもどこでもスマホに降ってくる現在では過去の遺物であり、音楽消費の様相はここ数年で大きく変わったと言える

う。そうした変化は音楽の作り手側にも影響し、デジタル配信やダウンロード及び無料視聴による作品の普及はCDの売上を低落傾向に至らしめた。例えば南田勝也は、こうした要素によってCDが売れなくなったことを指摘しながら、音楽を聴くために金銭的対価を支払い、CDを所有するという人々の行為が、新しいシステムの前で古びたものとなった（南田，2018，96）と指摘する。発売日を心待ちにして新譜を買いに行くという行為や、レンタルショップでCDを借りるといった行為も、今や一昔前の消費様相であり、もう数年後にはCDレンタルという概念が無くなり、CDコンボや車のオーディオも淘汰されてしまうのかもしれない。

加えて、サブスクで1曲単位の消費をされることによって、アルバム作品として数曲セットで聴かれるべき1つの完結した物語性も崩壊を迎えた。既に東浩紀はアニメや美少女ゲーム等のオタク文化を例に挙げて、作り手が提示する大きな物語の崩壊から生じた、消費者にとって都合の良い要素のデータベース化された消費様相について論じていた。そして作品の背後に隠された世界観を消費するのではなく、情報だけを必要とする消費対象を大きな非物語と称した（東，2001，61-62）。本稿は東によるこれらの分析を音楽消費に敷衍したものであるが、iPodの流行が始まった当時から、こうしたアルバム単位での物語消費は徐々に衰退を示し、ここ数年のサブスクの浸透によって楽曲の1曲単位でデータベース化消費が決定的となったと言えよう。例えばシングル作品ではなく、そのアルバムの流れの中で聴くことによって重要な役割を果たすようなアルバム曲も、そうした背景に配慮されず「いい曲だから」という理由だけで独り歩きし、聴かれることになる。若者の中には、その時の気分に応じて歌詞を検索し、じっくりきたものを聴くという層も存在するようだが、こうした層にとっては単に自分の現在の瞬間的な気分寄り添えばそれで良いとして楽曲を消費しているため、アルバム曲かシングル曲か、そしてもちろんその楽曲が作られた背景等は全く気に留めることはない。彼らにとってアルバムは物語ではなく、1曲1曲の情報の集合体、つまり大きな非物語に過ぎない。実際に南田も、音楽をアルバム単位で聴くこと、売上チャートを気にすること、プロフェッショナルの創作品が供給されるのをただ待つこと、こうした旧来のあり方は終焉し、もっと直接的な、それぞれの嗜好を持つ個人の下へ異なる1曲を届けるテクノロジーが既に現実化している（南田，2018，103）とさえ述べる。

こうした様相が影響してか、1つ1つの楽曲もリスナーを反射的で惹きつけてダウンロードへと促すため「なるべくキャッチーに」「インパクト重視で」とすぐにサビが来たり、イントロを短めにしたり、と製作者側もかつてのような自身の拘りを反映した楽曲制作が困難になってきているようにも看取される<sup>1</sup>。実際に小川博司も、①新しいメディアが現れると、新しいメディアに適合的な音楽が生まれる。ここで、適合的な音楽というのは、単に音楽伝達上の技術的特性のみならず、コミュニケーションの形態、メディアが存続・機能していくための経済的条件までも含む。②新しいメディアは、聴取のスタイルの選択肢を拡大する。③新しい聴取のスタイルが現れると、新しい聴取に適合的な音楽が現れる。④メディアや聴取の変容が起こると、芸術音楽内部では、「音楽」を再定義しようとする運動が起こる（小川，1988，21-23）と、かねてからメディアに起因する音楽の変容について4点を論じていた。今後も、メディアの変化による音楽そのも

の変化は不可避であると想定できよう。

他方で、そのように大量の音楽がデータベースとしてインターネット上に生成されていくという記録媒体の発達状況は、楽曲を並列化し、流行歌や最新曲といった概念を弱体化させているようにも感じられる。換言すれば、既述のようにいつでもどこでも音楽が聞けるようになっただけではなく、いつのものでも聞けるようになったことで、突発的に昔の楽曲ヘスポットが当たる反面、「今の」曲がそれほど今全体に浸透していかない恐れもある。かつてテレビが権威を誇っていた頃は、誰もが知る流行歌が存在し、その年の様相を彩っていた。もちろん現在がそうではないと断言はできないが、かつてに比べるとCD売上だけではなく配信や動画再生回数等々の様々な要素を鑑みて集計される多様な構成のヒットチャート上では、「話題曲」ではありつつも、その話題が多元化し、分断することも多くなったのではないだろうか。

そうした背景の1つにはTikTok等をはじめとするSNS上での楽曲消費もある。TikTokとは、15秒から1分弱の短い動画を作成して投稿し、閲覧することができるSNSであり、再生速度を上げて撮影をしたり、動画の特殊効果を使って演出したりすることで、独自の動画を気軽に制作できる。したがって他者が制作した多くの動画を楽しむことはもちろん、自らも製作者として投稿することができる。こうした音楽を聴く以外の消費方法として、以前から存在するメジャーなものとしてカラオケが想起できる。実際に烏賀陽弘道は、音楽を聴く人数より歌う人数が多い(烏賀陽, 2005, 112)ことを指摘しながら、カラオケがヒットチャートに影響し、楽曲の売上を左右する存在であったことを述べる(烏賀陽, 2005, 118-122)。特に、カラオケは日本人にとっては最大級の巨大な音楽マスメディア(烏賀陽, 2005, 111)であり、カラオケボックスは最も身近なポピュラー音楽流通のための店舗であり、その店舗そのものがJポップを消費者に届けるマスメディアと言っていいたい(烏賀陽, 2005, 118)とされる。小川も、カラオケは「新奇性」の支配するヒット曲の生産・消費システムの一部を担うと共に、スタンダードを選び出すフィルターとしての役割も果たしている(小川, 1988, 116)と指摘していた。そして烏賀陽は、その背景にはバンドブームと密接に関連する自己表現への過剰な高まりがあった(烏賀陽, 2005, 126-129)として、そうした自己表現ブームを自己表現の大衆化と換言し、人前で音楽を演奏するとは一部の限られた才能や技能の持ち主だけの独占物ではなく、誰もがやっという、やることが推奨される行為になった(烏賀陽, 2005, 131)と帰結している。同様に鍛冶博之も、生活者(特に若年層)のアイドルへの強い関心と憧れ、また彼らが歌唱したヒット曲への関心が高められたことがカラオケの普及を支える一要因となったと思われる。つまり生活者がアイドルを疑似体験できる装置の1つとしてカラオケが受容されたのではない(鍛冶, 2010, 2)と指摘する。

そして時を経て、それが現在ではスマホさえあれば誰もが気軽に自己表現や疑似体験が可能になり、そうした音楽を聴く以外の消費方法が、かつてのカラオケのように楽曲の流通や売上に影響を与えている。こうした状況を踏まえてTikTokでバズる<sup>2</sup>ことを意識した楽曲制作さえされているとも耳にする。既述したように、イントロが長過ぎると興味を失ってしまう若者が増えたのも、TikTokのように膨大に生成される短い音楽動画に慣れ親しんでいることから起因しよう。

更には、TikTok でバズったことがきっかけとなってデビューした事例も既に存在する。もちろんメディアの変容によってデビューの形態は現在多岐になっており、TikTok 同様にニコニコ動画等の他の動画投稿サイトがきっかけとなった例も多いが、最早 SNS や投稿サイトとの音楽の関係性は切り離せないことは明らかであろう。かつてカラオケが売上に影響していたことを鑑みると、現在の様相にもやはり小川の指摘通り、変容したメディアの音楽への影響が看取できる。したがって、こうして俯瞰してみれば、前述したように制作側も現在の多様な消費のされ方を意識せざるをえない状況へとますます傾いていると言えよう。

## 1-2, 問題の所在と本稿の趣旨

ただ、こうした状況は別の問題も喚起する。例えば W. ベンヤミンは複製技術の発達によって、どれほど精巧に作られた複製でも、それが「いま」「ここに」しかないという芸術作品特有の一回性は完全に失われてしまい、その失われていくオリジナリティの感覚をアウラという概念で定義している（ベンヤミン、1970、12-14）。実際に我々が現在何気なく使用しているスマホや CD、インターネット等も複製技術であり、複製技術が無ければ音楽を聴くことは不可能である。技術が無ければ、アーティストを眼前にしてしか音楽を享受することはできない。当然そうした状況でのみアウラを感じる事が可能となるが、メディアの発達した現代においてアウラとはどこに存在するのだろうか<sup>3</sup>。実際に玉木博章はベンヤミンの概念を用いて、記録やコミュニケーションのメディアが進化する現代では、聴取する順序により必ずしも本物を本物と認識できないことも起こりうる。そしてそのことで現代では本物に備わるアウラが必ずしも存在するとは限らず、聴いた人間にとっては、皮肉にも複製にこそアウラを感じてしまうこともある。そして、どのような歌われ方にアウラを感じるかは、個人化した人々の選択や人生経路に左右されてしまう（玉木、2012、3）と指摘した。つまりアウラの消滅ではなく、多元化した様相がわかるだろう。

このことと類似して南田は、かつて複製される文化作品はアウラの消滅したものとして現前していたが、今や複製作品にこそアウラが宿っているかのようであり、確かに複製作品に一回性や希少性は無いものの、それに接する私達の態度は礼拝的な価値を帯びていることに気づく（南田、2018、108-109）としている。そして更に、個人化された社会に生きる私達にとって、集団が承認するアウラに気を配ることはなく、個人個人がそこに「何か」が宿っている」と捉えれば、パッケージされた録音（録画や製本）品は作品の正当性が保証されたものになる（南田、2018、109）と述べる。そして、複製技術を基にしたポピュラー文化作品は、大規模なデジタル化を前にして、むしろアウラを有するものの位置にスライドしている（南田、2018、109）と帰結する。これらは実際にベンヤミンが、複製技術はこれまでの一回限りの作品の代わりに、同一の作品を大量に出現させるし、こうして造られた複製品をそれぞれ特殊な状況の下にある受け手の方に近づけることによって、一種のアクチュアリティを生み出している（ベンヤミン、1970、14）と述べたことを現代の状況に反映した解釈であろう。したがって現状におけるアウラの所在は、ベンヤミンの予見通り、個人の認識に委ねられていると言えよう。

ただ、南田が論じるアウラとベンヤミンの述べるアウラは既にまったくの別物であることにも配慮しなければならない。実際にベンヤミンはアウラについて、芸術作品が存在する限り、免れない作品の歴史は、まさしくこの存在の場と結びついた一回性において形作られてきたのである（ベンヤミン、1970、14）と指摘し、ここで失われていくものをアウラという概念で捉え、複製技術の進んだ時代の中で滅びてゆくものは作品の持つアウラである、と言い換えて良い（ベンヤミン、1970、14）、と述べている。

しかしながら我々は、こうしたアウラの所在に関する議論に加えて、既に複製技術を用いて時間と場所を問わず音楽を消費することが可能であり、今やTikTok等のSNSを使って自ら新たな複製を作り出すこともできる。そのため、こうした様相は南田がベンヤミンを解釈した次元を更に超えて、最早アウラの所在がどうといった拘りすら消滅しているようにさえ看取できる。南田の指摘は、個々人の認識にこそアウラが生じるとの旨である。しかし依然として個々人が好きなアーティストの楽曲に対しては南田（2018、109）が示すような、それぞれのアウラが存在する一方で、現在のSNS上の楽曲消費では、誰が元々歌っている曲なのか、どのような背景で製作された曲なのか、といった楽曲に備わるアウラや関連エピソード等を気にすることもない。それは耳触りさえよければ良い、話題になっているものであればそれでいい、動画に合えばいい、気分合えばいい、何となく雰囲気良ければいい、エモければいい、自分達で楽曲を好きなように消費することに意味があるのだという若者の主張にさえも映る。そこで本稿では、こうした楽曲を聞くこと以外の消費によるアウラの消滅について主にカラオケ、カバーソング、SNS、アイドルの4つに焦点化して、南田よりも詳細な検討に取り組みたい。

### 1-3、先行研究から得られる本稿の位置と構成

メディアの多様化が進む中で、敢えて本稿でこれら4つに収斂する理由としては、そもそも音楽、特にポピュラー音楽におけるアウラの議論に関しては、管見の限りではあるが、前述の南田の知見以外には、それほど近年では革新的なものが論じられていないという先行研究の状況が挙げられる。そもそも南田によれば、ベンヤミンが著述の対象にしていたのは映画等の視覚文化であったが、音楽等の聴覚文化を対象にしていたのは、そのベンヤミンの盟友であるT.アドルノであった。また、ベンヤミンが文化的デモクラシーの見地に立脚していたことに対して、アドルノは複製技術による作品の商品化を批判するエリートイズムの見地に立脚していた（南田、2018、107-108）。そうした起源もあり、南田以外では本稿同様に個別具体的なメディアを通じたアウラの議論に限定されてしまう。

例えば太田健二は、昨今のコロナ禍によるライブの中止に着目している。太田によれば、一挙に普及したライブ配信による音楽の享受は、バーチャルな方向での音楽の可能性を広げていこう。それはこれまでとは異なるアウラを生み出すかもしれない（太田、2021、83）と述べられており、本来現地に赴いてのみ得られるアウラのこれからの行方に着目している。また増田聡と谷口文和もオーディオやDJによる複製とアウラに関する議論を行っている。彼らは、録音・複



製を前提とした音楽がどのような美的体験をもたらしており、どのような形でアウラの消失が生じているのか（増田・谷口，2004，25）と問いかけながら、複製された音楽による美的体験が、専ら「生の音楽」と対比される形でしか、すなわち単に「アウラの喪失」という否定性の下でしか考えられてこなかったこと（増田・谷口，2004，25）を問題視し、録音・複製テクノロジーに基盤を置く既述の2つの音楽実践から、スピーカーを通じた聴取やクラブでのアウラ体験について論じている。そのため本稿は一見すると増田と谷口の分析と対象が異なるだけであり、そうした点で彼らの知見を踏まえた次世代の議論として位置づけられるかもしれない。ただ本稿は単に対象を別の4つに転換しただけではなく、あくまで複製の聴取に限られていた議論を、複製の製造にまで拡大した点、特にカラオケやSNSといった拘りや専門性を不要とする一般的な対象にした点に独自性が主張できる。実際に塚田健一は、電子機器の発達カラオケの広がりを生み、それまで抑えられ鬱積してきた日本人の歌唱衝動が、テクノロジーの発達によって一気に爆発した（塚田，2014，155）、と述べている。また鍛冶も、カラオケが生活者に本格的に普及する以前、人前（公の場）で一人で歌唱することを誰もが気軽に行うことはできなかった。それが可能だったのは、素人、プロのいずれにせよ、人並以上に歌唱力のある人だけであった。なぜなら、人前で歌唱するのは聴衆に自身の歌声を聴かせるためだからであり、ハレ舞台に立てたのは歌唱の上手な人に限定された。そうでない人（聴衆）は彼等の歌を聴き楽しむというのが一般的なスタイルだった（鍛冶，2011，167-168）と指摘している。そういった点で増田や谷口の著述対象は、カラオケに比べると汎用性が低い限定的なものであったと言える。もちろん増田は他にも音楽の著作権等、その楽曲の固有性や所持者に関する議論を多数行っている（増田，2005）が、その研究はクラブDJやリミックスに向いている。したがって、こうした点から本稿の議論での新規性が峻別できるだろう。

そうした現状から、本稿では既述の4つを対象にしてアウラの所在について議論をしてゆきたい。特に4つのうち、音楽との関係性からこれまでアイドルとカラオケの議論はなされてきたが、実際にはそれすら十分ではない。他方でカバーソングに関しては、昭和初期からアメリカのポピュラーソングを日本語に翻訳した楽曲を人々が歌っていた（佐藤，1999，80-83）という事例を照準に入れた場合には該当するため、その歴史は深いとは見なせる。だが本稿では、日本のポピュラーソングのカバーソング、特に平成以降についての議論を目的としており、こうした古い事例に関しては同列に扱えないため、考察の範囲から除外する。そのため、本稿では便宜上カラオケを端緒として議論を始め、アイドルやSNSで閉じていく構成を示すこととする。また本稿では、主に2000年代以降の男女グループアイドルを主な対象として論じていくこととする。

なお本稿は4節で構成される。第1節では、問題の所在を明らかにし、先行研究の現状から本稿の趣旨を明らかにした。第2節では、かねてより誰もが気軽に複製を製造することができたカラオケに焦点を当て、カラオケがメディアであることを明らかにしつつ、そこでの楽曲消費やアウラの様相について議論をする。続く第3節ではカラオケから派生し、カバーソングという複製に焦点を当て、カラオケによって作られた複製との違いや、そこでのアウラの所在について分

析をした後、それらを拡散する最新のメディアとしてのアイドルやSNSを通じた楽曲消費について論じていく。最後に第4節では、本稿のまとめを示しながら、現代における複製とメディアの関係性から派生する音楽文化における再魔術化について述べて帰結したい。

## 2, カラオケとは？

### 2-1 コミュニケーションメディアとしてのカラオケ

カラオケに関する先行研究は歌唱法，健康上の効果，機材や選曲システム，そして地域性，カラオケ空間の分析等々，多く存在する。中でも鍛冶（2010，2011）の歴史的で多面的なカラオケの分析は非常に評価できる。しかし小川が，カラオケは歌を特定の歌手から，あらゆる人へと解き放った（小川，1988，116）と述べていることや，吉井篤子が「当事者としての体験率」の高い行為である（吉井，1984，168）と述べていること，そしてそもそもカラオケという行為自体が音に合わせて歌唱することを意図していることを踏まえれば，「カラオケにおける人の行為」に絞ってまずは議論<sup>4</sup>を進めるべきだろう。

ただ実際に複数人でカラオケに参加した場合，常に歌唱している参加者はほぼゼロに等しい。もちろん近年では一人でカラオケに行く行為，いわゆるヒトカラというものも存在し，その効果についても論じられている（松本・多賀谷・北山，2015）が，そうした状況でなければ，誰もが歌唱以外の行為を経験する。そしてそうした状況を踏まえて，カラオケでのマナー等々負の側面も明らかにはなっている（鍛冶，2011，176-187）が，同時に鍛冶は，カラオケボックスは複数の生活者が狭小な空間に集合することで生活者間の人間関係を構築もしくは促進する機能がある点（鍛冶，2011，172）を指摘している。ただ，数家鉄治によれば，こうした効果は，スナックから始まったカラオケ文化においては，カラオケを楽しむという目的的结果に伴う随伴的结果（数家，2008，13）であるとされている。

中でも先行研究では，10代の若者を対象にした研究において「気の張る相手」とのカラオケと，「気の置けない仲間」とのカラオケが存在することが明らかになっている（中西・玉木，2015，256）。これは宮台・石原・大塚（2007，175）または小泉（1999，44-45）と，土井（2009，20）がそれぞれ主張する，カラオケで仲間と一緒に歌うことによる盛り上がりによって関係を形成するか，それとも各々が好きな楽曲を歌うことによって仲間と時間を過ごすことで関係を形成するか，といった先行研究のパラドックス（中西・玉木，2015，256）を解くものであった。分析において，カラオケでは「気の張る相手」とは一緒に歌って盛り上がることで連帯感を生み出し，「気の置けない仲間」とは各々が過ごす楽しい時間を仲間と共有することで関係形成をしているというように，参加者によって精緻な使い分けが行われていたが，参加者との関係形成のツールとして機能しているという点では両者は同様となる。また，カラオケは親子や家族での関係性をも構築する目的にも使われている（富田，1993，167-168）という知見も存在する。

では人間関係の構築もしくは円滑化のために機能しているカラオケは，その折どのように定義

づけられるのだろうか。J.ハーバーマスは、貨幣や権力といった人間にとって道具的価値を持つものをコミュニケーションメディアだと述べつつ、それらは言語に代わって社会的行為の調整の役割を果たす（ハーバーマス、1986、98）としている。一般的に「メディア」という単語からまず連想する事象は、テレビやラジオなどのマスメディアであるだろう。しかしながら渡辺潤は車を例に挙げながら（渡辺、1994、154）、メディアは人と人を結ぶための道具であり（渡辺1994、129）、鉛筆すらもコミュニケーションに使われる道具であるがためメディアだと見なされると述べている（渡辺、1994、247-248）。このことを敷衍すればメディアとはマスメディアに限定されたものではなく、言語のように人と人との結びつきを取り持つ媒介と捉えても差し障りないと言える。よって先行研究のようにカラオケが人間関係の円滑化等に貢献している場合、それはコミュニケーションメディアとして作用していると定義づけられる。

## 2-2 アウラの喪失の喪失とカラオケ

このように先行研究が馴致的に示してきた事実を再検討することで、カラオケは人と人をつなぐコミュニケーションメディアであると位置づけられる。だがあくまでこれらは「カラオケで歌唱する」という楽曲消費の範疇を超越しておらず、従来の研究と同水準に拘泥されている。むしろ本稿で着目したいのは、正反対に位置する「カラオケで聴く」という楽曲消費である。この「カラオケで聴く」という楽曲消費に着眼した場合、カラオケの機能は先述した範囲に留まらない。

実際に、本稿冒頭で述べたベンヤミンのアウラに関わる概念を応用してカラオケを分析してみると、カラオケで歌唱される楽曲はアーティスト本人が歌唱しているわけでもなく、演奏自体も電子機器による再現であるため、当然既にアウラを失っていることになる。そもそもカラオケはアーティスト本人になり代わって歌唱行為をする場所であるため、その出自から複製することを意図している行為であると言ってもいいだろう。

だがここで喚起されるのは、楽曲のアウラとはどこまで内在するのかという問いである。ベンヤミンの知見を踏まえれば、CDで聴く楽曲も既にアウラを喪失している。アウラとは1回性のものであり、本人が歌唱するライブ会場へ足を運ぶか、テレビやラジオ等を視聴しなければアウラを体感することはないだろう。だが北田暁大は、複製技術の発達により「アウラの喪失」という現象自体が含有する意味合いが変容していることを危惧する（北田、2004、31）。北田によれば、オリジナルとコピーの差異が明瞭化していた1800年代にはアウラの喪失はありえなかったが、複製できないものが複製されるようになった1900年代以降はオリジナルとコピーの区別が困難になり、「アウラの喪失の喪失」という現象が生じている（北田、2004、129-130）とされる。

例えばこれは、J.ボードリヤールのシュミラクル論を踏まえると理解しやすいかもしれない。ボードリヤールはシュミラクルの3段階として、自然のシュミラクル（復元やイミテーション）、生産的シュミラクル（機械による大量生産）、シミュレーションのシュミラクル（モデル、操作性に基づくハイパーリアル）を挙げている（ボードリヤール、1984、155）。このうち1点目と2点目のシュミラクルは、ベンヤミンが述べるところと同じく、技術によってアウラ



を消失した状態で複製されるもの、そしてそれらが機械によって溢れかえることを述べていると捉えられる。だが3点目のシュミラークルこそ、北田の述べる「アウラの喪失の喪失」と大きく関連する。ボードリヤールは地図と領土の例を挙げながら、実際は領土が存在することを前提として地図が作られるのだが、今後は地図が領土に先行して作られていくことをシュミラークルの先行（ボードリヤール、1984、1-2）と述べ、ありもしないコピーがあるからこそ、オリジナルが生まれることを説明する。そのような、オリジナルに先駆けて生じるものはハイパーリアルと呼ばれており、コピーでもなくオリジナルでもない。例えば東は、この概念を使ってオタクによるパロディと原作の同水準での享受を論じていた（東、2001、41または85）が、「アウラの喪失の喪失」とは、そのようにシュミラークルが生まれることによって、最早どれがオリジナルであり、どれがコピーかを差異化することが曖昧になり、アウラが喪失すること自体が消滅してしまう現象のことを指している。

よってこのようにアウラそのものの所在に対して懐疑的な知見も存在する現代では、アウラの所在を問うこと自体が愚問になりつつあるのかもしれない。実際に、本人が歌唱するライブ会場へ足を運ぶか、テレビやラジオ等を視聴するかしなければ、アウラを体感することはないと先述したが、そうした歌手本人への接見が可能でさえも、どの歌唱がアウラを感じるものなのかは個人によって異なる。なぜならばCDは複製であり、テレビでの放送も本人を眼前にしているとはいえ、経年によって歌い方が変わっていれば、その歌唱をオリジナルだと感じられない時もあるだろう。ただ本稿では、ベンヤミンの思想と現代の複製技術との中間を取り、アーティスト本人が歌唱しているものであれば、CDであろうとテレビであろうとオリジナルのものであると暫定的に定義して論を進めていくこととする。そしてそのようにアーティスト本人が歌唱した楽曲にアウラが宿っていると解釈した場合、当然カラオケで聴くことになる楽曲にはアウラは宿っていない。そこで聴かれるものは、依然として複製であることをまずは強調しておきたい。

### 2-3 カラオケで複製されるアウラ

このような解釈を踏まえれば、アウラを失わせ複製を作り出すカラオケにおいて、楽曲を聴くという行為は概ね以下の4つの状況に分類できると推察される。

- ①聴き手は歌唱される楽曲を知っているが、楽曲に備わるアウラを感じていない。
- ②聴き手は歌唱される楽曲を知っているが、楽曲ではなく、その空間にアウラを感じている。
- ③聴き手は歌唱される楽曲を知っており、楽曲に備わるアウラを感じている。
- ④聴き手は歌唱される楽曲を知らない。

順を追って説明していこう。まずは1点目の、聴き手側はその楽曲を知っていながらも、楽曲のアウラを感じてないケースである。この時、聴き手側は眼前で歌唱される複製を享受している。つまり参加者が歌唱している楽曲そのものに没入している。換言すれば複製を聴いていることを

意味する。そして当然ながら、聴き手は眼前の複製を享受しているので、楽曲のアウラを感じることは不可能となる。特にこのような現象は、カラオケランキングへの貢献度が高い、現代の若者のカラオケにおいて頻出すると考えられる（中西・玉木，2015，254）だろう。

例えば、カラオケ JOYSOUND の担当者は「みんなで盛り上がる曲」を今のミュージックシーンのキーワードだと位置づけ、その当時の AKB48 や EXILE、ゆずといった他のカラオケの参加者が掛け合って歌唱することで盛り上がる点を指摘していた（ふく，2013，88）。ただ、こうした特徴は昔から現在まで観察されることであり、カラオケにおいて数人で歌唱したり、仮に歌わずとも参加者全員で盛り上がりたりする場合、参加者は楽曲のアウラなど関係なく、眼前で歌唱される楽曲に没入し、複製を複製として享受するか、その状況を前にしてアウラがどうこうということに気にもしていないことも多いだろう。

関連してケース②の状況を考えてみたい。この場合、ケース①のように、楽曲にはアウラを感じてはいないものの、カラオケでのその楽曲の体験や、その空間が、後に個人に中でアウラとなることがある。これは本稿冒頭で既述したクラブでの音楽体験（増田・谷口，2004）と同様であろう。カラオケの参加者にとって、その空間で享受した楽曲の盛り上がりや、仲間や知人が歌った、そして彼らと歌ったその楽曲が印象的な体験となり、再び歌手本人がその楽曲を歌唱しているものを聞いたとしても、カラオケの参加者達にはアウラを感じないこともあろう。そしてそれは、カラオケで楽しい時間を共有したり、盛り上がりたりすることが多ければ、アウラは最早歌手本人の歌唱した楽曲ではなく、空間での体験や個人の記憶の中に宿るのかもしれない。実際に、ベンヤミンも、作られた複製品が、それぞれ特殊な状況の下にある受け手の方に近づくことによって、一種のアクチュアリティが生まれる（ベンヤミン，1970，14）と述べている。つまりケース②では、複製された楽曲の方に、アウラのような強い印象を感じていると言える。

他方で、ケース②の事象を喚起することが可能な楽曲、つまり数人で盛り上がる楽曲がカラオケランキングでは上位に位置している（ふく，2013，88）ことに着目したい。近年では AKB48 の『恋するフォーチュンクッキー』（2013）、星野源の『恋』（2016）、DA PUMP の『U.S.A.』（2018）、NiziU の『Make you happy』（2020）等、親しみやすい振付や歌いやすいメロディと曲調が話題となって SNS やカラオケで消費される楽曲も多くの人気曲の中には存在するが、このような楽曲はカラオケ等で歌唱されることを想定して意図的に制作した楽曲の実例としても考えられよう。芸術作品の複製が生じると、今度は予め複製されることを狙った作品が作られるようになる（ベンヤミン 1970，19）とも述べたベンヤミンの著述を踏まえれば、ケース①と②の事例は、カラオケという複製メディアの現代的な対照例として扱えよう。

では翻って、聴き手が歌唱される楽曲を知っており、その楽曲に備わるアウラを感じているというケース③を考えてみよう。まずここで疑問が生じるのは、そもそもアウラを失わせるはずのカラオケで「楽曲のアウラを感じる」とはどのような状態か、という点だろう。端的に説明すれば、参加者が歌唱する楽曲を聴き、その歌唱を通して、自分がかつて聴いた CD やライブのリアリティ、そしてそれに随伴する思い出を回想している状況がこれに該当する。特にこのケースは、

カラオケで聴き手側の好きな楽曲, 思い入れのある楽曲が参加者に歌唱される場合が考えられる。カラオケにおいて参加者に歌唱された楽曲は複製であり, 楽曲そのものが本来所有しているアウラは失われている。したがって, その場面で聴き手側がカラオケというメディアを通じて享受しているものは, 実は眼前で歌唱されている参加者の歌ではないという構図になる。

例えば小泉恭子は, 中高年を対象に聞き取り調査を行い, 歌声バスを例に出して, 世代共通の音楽であるコモン・ミュージック<sup>5</sup>がそれぞれの若き日を思い出させる浄化作用があったと, 中高年の音楽聴取とその楽曲に宿った記憶の関係について述べている (小泉, 2013, 28)。この小泉の知見は, 聴き手が聴いている楽曲に対して明らかに恣意的な解釈を加えている論拠となる。なぜなら, 聴き手が聴いているのは眼前の楽曲ではあるものの, 聴き手の意識は楽曲ではなく個人の記憶に焦点化しているからである。そうであれば, カラオケであっても好きな曲や思い入れのある曲を歌唱された場合には, 参加者の歌い方がどのようなものであれ, 聴き手側はカラオケの複製に解釈を加え, 記憶に眠るそれぞれのアウラを回想していることが想定される。よって「カラオケで聴く」という行為が, 聴き手側に解釈を喚起している場合には, 聴き手は参加者が歌唱している眼前の楽曲そのものに没入している訳ではない。そのように考えると, 中原 (2006) が論じたハワイにおいて「日本の歌」が懐メロ・ブームとなった事象も, カラオケを通じた個人の記憶に眠るアウラの複製の関与であったと解釈できるかもしれない。換言すればカラオケは聴き手にアウラを想起させるトリガーとしての複製を生成しており, その時カラオケは冷たいメディアであると捉えることができるだろう。

実際に M. マクルーハン<sup>6</sup>は, ラジオや映画のような「熱い (hot)」メディアと電話やテレビのような「冷たい (cool)」メディアという, メディアを区別する基本原理を提唱し, 熱いメディアとは単一感覚を「高精細度」(high definition) で拡張する, データを十分に満たされたメディア, 対して冷たいメディアをその逆だと説明している。つまり熱いメディアは受用者によって解釈される余地があまり無いため, 受用者による参与性が低く, 冷たいメディアは参与性あるいは補完性が高い。だからこそ, 当然のことであるが, ラジオは電話のような冷たいメディアと違った効果を利用者に与える。同様に写真は視覚的に「高精細度」であり, 漫画が「低精細度」の冷たいメディアであるとマクルーハン<sup>7</sup>は定義しているが, それは与えられる情報量が少なく, 聴き手が沢山補わなければならないからである (マクルーハン, 1987, 23)。もちろん現代においてもマクルーハンの列挙する例が合致するか, と問えばやや疑問符は打たれる。現代においては, 熱いメディアの代表例は映画や漫画であると考えられ, 冷たいメディアであるものはラジオやネットメディアであるだろう。また, テレビはドラマ等パッケージ性の高いものと, バラエティ番組や視聴者参加番組のようにパッケージ性の低いものが混在しており, 同じメディアでも一概に分類することは誤謬を孕む可能性がある。そして, ここまでの分析を踏まえれば, カラオケは状況によって熱いメディアにも冷たいメディアにもなり得ると表現できる。

したがってカラオケは近視眼的に見れば参加者が歌唱している眼前の楽曲を享受する熱いメディアではあるかもしれないが, 聴き手が聴いているものは, 参加者の歌唱を通じた楽曲のアウラ

ラや、自身の記憶である場合も存在する。つまりカラオケは、その場所に聴き手が体感した思い出や楽曲のアウラを複製し、記憶と人々とを繋ぐ冷たいメディアでもあるとも表現できよう。

#### 2-4 アウラを生成するカラオケ

最後にもう1つの状況は、聴き手側が歌唱される楽曲を知らないケースであった。その場合聴き手にとっては、聴いたことのない楽曲のアウラを、その瞬間に感じることになる。もちろん後にCD等の本人歌唱によるその楽曲を聴き、アウラを体感することもあるだろう。だが複製品が、それぞれ特殊な状況の下にある受け手の方に近づくことで、一種のアクチュアリティを生み出すと述べるベンヤミン（1970, 14）の著述を踏まえれば、初めて聴いたその場で感じたアクチュアリティを超える神秘的なアウラを、必ずしも本物が与えてくれるとは限らない。なぜならば複製の蔓延する現代においては、最早アウラの喪失すら喪失（北田, 2004, 129-132）してしまっており、アウラをアウラと感じられないこともあるだろう。

このような点に関連して本稿冒頭でも既述したように、玉木はベンヤミンの概念を用いて、記録やコミュニケーションのメディアが進化する現代では、聴取する順序により必ずしも本物を本物と認識できないことも起こり、そのことで現代では本物に備わるアウラが必ずしも存在するとは限らず、聴いた人間にとっては、皮肉にも複製にこそアウラを感じてしまうこともあるだろう（玉木, 2012, 3）と述べていた。そして、どのような歌われ方にアウラを感じるかは、個人化した人々の選択や人生経路に左右されてしまうと著述している点も、今回の事例に該当するだろう。仮にカラオケで生成された複製が聴き手によって印象深い場面や思い出になった場合、例えば結婚式や、自分が失恋した時に友人が歌ってくれた等々の場合には、アーティスト本人が歌唱したのではなく、そのカラオケで生成される複製にこそアウラを感じることもあろう。そうした点でケース④は、実物を知らないものの、ケース②と類似した状況であるとも捉えられる。実際に北田も「複製技術の存在こそが、複製されざるものを構築する」（北田, 2004, 126）と述べているように、カラオケの参加者によってその瞬間に創造された複製こそが、参加者にとってのアウラとなることもあり、参加者は眼前のそれを純粹に享受しているに過ぎない。これはケース②の場合にも該当するが、アウラは最早本人が決める時代になっていることを含意している。

したがって前節で述べた通り、聴取する人物の状況や聴取の順序によって、カラオケは複製を生み出す熱いメディアにも冷たいメディアにもなり得るが、このケースにおいて、そうした性質がいっそう顕著に生じていることがわかる。実際にマクルーハンによれば、熱いメディアはどれも冷たいメディアより人の参与を許さない（マクルーハン, 1987, 24）とされるが、メディアはメッセージ（マクルーハン, 1987, 7）であり、どんなメディアでもその「内容」は常に別のメディアである（マクルーハン, 1987, 8）とされている。つまり同じ楽曲でもカラオケで聴くか、それともCDで聴くかによっても、その享受のされ方が異なるのは必然であろう。

例えばH. ブルーマーは、シンボリック相互作用論という概念を用いて、人間は、物事が自分に対して持つ意味に則って、その物事に行為する。物事の意味は、個人がその仲間と一緒に参加

する社会的相互作用から導き出されて発生する。このような意味は個人が、自分が出会った物事に対処する中で、その個人が用いる解釈の過程によって扱われたり、修正されたりする（ブルーマー、1991、2）と述べる。このブルーマーの論理を踏まえれば、カラオケで聴く楽曲に限らず、現代における音楽の解釈は、個人によって多種多様であるということが再確認できるだろう。仮に聴き手がオリジナルの楽曲を知らなくても、カラオケで歌唱されることによって、その楽曲が前述した結婚式の例のように、聴き手の中で独特の意味を持って位置づけられることもある。そして、その楽曲に対するイメージが、他者と一致していなくても何ら不自由は無いだろう。実際に筆者は学生時代、失恋の悲しみから深夜にヒトカラに興じているという友人のカラオケルームへ乱入して「これ、いい曲だから」と所謂失恋ソングを歌ったことがあった。その楽曲を知らなかった友人は「CD 聞くよ」と言って、後日に歌手本人の歌唱している楽曲を聞いたものの「あなたが歌った曲の方が何かいい」と伝えに来た。個人的な経験例ではあるが、この事例は、聴取の順序はもちろん、10代という多感な時期の失恋の経験を慰め、時間を共有し、自らを励ましてくれたという事実によって、その楽曲のアウラが個人的に解釈された典型であると表現できよう。

加えて宮台真司も、みんなが同じものを同じように聴く相互浸透的な音楽コミュニケーションが、現実のコミュニケーションにおいてきわめて困難になったことに言及し、カラオケボックスの中で享受される音楽は、〈相互浸透〉に対する要求を免除されている（宮台、2007、175）と述べる。また人々は音楽を漫然と聴き流していると見えても、実は、自らの〈世界解釈〉の助けになるものを無自覚的にであれ厳密に選択している（宮台、2007、44）と述べる。つまり、最早音楽聴取において相互浸透をする必要性は無く、自分の世界での解釈を中心に聴取されていることを示している。同様に永井純一も、16歳から29歳までの若者に対する2002年と2012年の統計調査を比較しながら、「自分の音楽の好みを友人・知人に知ってもらいたい」の項目が40.1%から47.4%に増しつつも、「自分の気持ちを変えるために、曲を選んで聴く」という個人的なモチベーションが63.6%から80.2%に大幅上昇していることを挙げて、音楽を一人で聴く機会の増加を強調している。そして、音楽の個人化とコミュニケーション志向の高まりは、必ずしも相反するものではなく、同時に起こりうる現象なのだと言いつつ、「繋がらないための音楽」という知見をも導き出している（永井、2019、91）。したがってブルーマーの論理を踏まえれば、本稿で論じてきた「カラオケで聴く」という4つのケースは、アウラの所在が曖昧となった現代に生きる人々の、カラオケで楽曲を聴くことを通じた音楽の多様な消費形態であることが再確認できる。

## 2-5 楽曲消費を連鎖させるカラオケ

ここまで「カラオケで聴く」という行為の意味について検討してきたことによって、カラオケとは楽曲が有しているアウラを消失させながらも、ある意味で別のアウラのようなアクチュアリティを生み出すメディアであるということが確認できた。烏賀陽が、カラオケボックスは最も身近なポピュラー音楽流通のための店舗であり、その店舗そのものがJポップを消費者に届けるマスメディアと言っている（烏賀陽、2005、118）と指摘していたことを踏まえれば、カ



ラオケはポピュラー音楽を流通させる過程において、何らかの 아우ラ を人々に伝えていたと言える。ここでは前半の総括の意味を込めて、これらの知見をまた別の角度から整理してみたい。

例えば東はオタク文化を対象にして、二次創作という概念を説明している。東の述べる二次創作とは、コミックマーケットと呼ばれる会場で主に売買されている原作のマンガやアニメ、ゲームを対象にした性的読み替えを行った同人誌や同人ゲーム、同人フィギュアと呼ばれる商品を作ることである（東，2001，40）。つまり二次創作とは、鑑賞することが本来の目的であるオリジナルから、複製を創る行為であるのだ。この二次創作と定義される概念を本稿で用いるならば、カラオケという行為も、DJ文化（増田・谷口，2004）同様に楽曲の二次創作と見なせる行為であろう。もちろんカラオケという行為を創作であると称していいのかどうかは非常に厳しい判断ではあるが、少なくともカラオケとは、CDやライブで楽曲を聴くという第1次的な消費方法を越えた2次的消費であることは間違いないだろう。

加えて、この東の概念を発展させた濱野智史は、ニコニコ動画上の初音ミク現象から、不特定多数のユーザーがコンテンツの協働制作プロセスに関与することで、次第にコンテンツ（生産物）の質が改善されていき、その結果制作されたコンテンツがユーザーの間で共有され、他のコンテンツの素材（二次創作の対象）にもなっていくことを明らかにした（濱野，2008，248）。濱野はこのような、オリジナル作品の派生作品の、派生作品の、派生作品の…という具合に永久に続いていく創作の連鎖をn次創作と定義しており（濱野，2008，249-250）、ここに本稿を精緻に見通す鍵が存在する。カラオケで楽曲を歌唱することに対してn次創作の概念を楽曲の消費として敷衍すれば、本稿で論じてきた内容以下のように分類できるだろう。

- 1 次的楽曲消費…CDやテレビ、ライブで楽曲を聴くことで消費する。
- 2 次的楽曲消費…カラオケで歌唱することによって楽曲を消費する。
- 3 次的楽曲消費…カラオケで歌唱されている楽曲を聴くことで消費する。
- n 次的楽曲消費…カラオケで歌唱された楽曲を聴き、更に派生して楽曲を消費する。

このようにここまで議論してきたカラオケに関する行為は、歌唱そしてそれ以外の行為も含めて段階的に整理することができる。こうして可視化してみると、本稿冒頭でも確認した通り、カラオケに関する研究の多くは従来までは2次的楽曲消費に偏重していたことが際立つ。しかしながらここで示した、更に高次の楽曲消費に関する議論も今後の研究課題ではあるだろう。カラオケという行為は、本稿冒頭で述べた吉井の言葉を借りずとも「歌唱行為」にこそ目的があるとも言っていていいが、本稿を踏まえれば、楽曲を消費することを連鎖させることができる一種のファシリテーター、烏賀陽の言う店舗としての役割にも該当する。そのため、濱野が指摘したネット上でのコンテンツ等に限定されず、カラオケのような従来使用されてきたハードにも、そのような分析はなされるべきであろう。したがってカラオケでの歌唱を更に3次消費、n次消費してゆくためのネット上つまりSNS投稿にも言及する必要がある。具体的には「歌ってみた」等の投稿

があるニコニコ動画, YouTube, そして TikTok 等々での共有と動画編集及び加工が挙げられる。以降ではこれら SNS への投稿を分析するために、まずはカバーソングやアイドルによる楽曲歌唱といった事例にも触れながら、そこでのアウラの様相についての議論を展開していく。

### 3, SNS やアイドルによるカバーソング (アウラ) の拡散と個人化

#### 3-1 楽曲をカバーするという翻訳行為

ここまでカラオケで楽曲を消費することにおけるアウラの様相について論じてきた。ここからはそれらを踏まえながら SNS との関連について検討するため、まずは SNS で共有されるカバーソングやアイドルによる楽曲歌唱について分析して、アウラについて再検討してみたい。

昨今でも様々なアーティストによってカバーソングやそれらを収めたカバーアルバムが発表されている。しかしながらカバーソング自体は、そもそも既存の曲を原曲とは異なる歌手が歌唱しているものであり、非常に乱暴で無礼な捉え方をすれば「歌手によるカラオケ (複製)」とも表現できよう。例えば馬驥によれば、カバーソングとは「ある歌手が歌っていた歌を他の歌手がアレンジを加えて、もしくはアレンジ無しで原曲に忠実に唄った曲」と定義される (馬, 2000, 85)。もちろん、この「原曲」という捉え方も、日本のポピュラー音楽においては「最初にその楽曲を発表した歌手によるもの」が「一般大衆に届けられた形態」のことを示していることは考慮すべきではある。なぜならば制作側にとっては、そうではないデモ、つまりも仮歌の状態を「原曲」と称している場合もある。いずれにしても「一般大衆に届けられた形態」を原曲として認識している多くの聴き手は、カバーソングをカラオケにおけるケース①のようにアウラを感じることなく聞き流すか、ケース③のように記憶に眠る懐かしい実際の歌手の歌唱を思い出し、そこにアウラを感じることが想定される。

ただ、ケース②においては状況がやや異なる。「歌手によるカラオケ (複製)」と非常に乱暴で無礼な捉え方をしたが、卓越したカバーソングはそうした複製の領域を超越し、まるでその楽曲が元として認識されている歌手のものではなく、カバーしている歌手のオリジナル楽曲にも聞こえ、全く違う作品に生まれ変わることもありえよう。もちろん、そうした感じ方は個々人の捉え方次第ではあるものの、この事象について少し考察してみたい。

繰り返しになるが、カバーソングとは何かと問われれば「既存の楽曲をその歌手なりの解釈で別の作品として再生産すること」であると馬の提起を更に端的に表現できるだろう。そのため多くのカバーソングは、単なるカラオケのように歌唱のみ別の歌手が行うのではなく、楽曲の演奏もその歌手の歌い方を含めて、表現したい世界観を演出するために別のものに変える。どれほど変えるかは歌手や制作グループによってまちまちであろうが、楽曲のキーはもちろん原曲のイメージを残さないほどアレンジを変えてしまうカバーソングも当然存在する。ただそこには、カバーソングを歌唱する歌手や、その制作グループなりの意図によって原曲を解釈し、そしてその歌手や歌をより良く演出すためどのように変えるか思案していることだろう。

例えば、アウラに関する議論をしているベンヤミンは、文学作品等の別言語への翻訳についても言及している。ベンヤミンは、元の作品と翻訳された作品について、2つの世界は血縁関係をなしている（ベンヤミン、1975、266）としながらも、翻訳は原作を1つの言語領域に移植する（ベンヤミン、1975、270）ことだと述べている。また翻訳者の使命は、翻訳の言語への志向、翻訳の言語の中に原作の反響を目覚めさせるあの志向を発見することにある（ベンヤミン、1975、271）として、優れた翻訳者は詩人であり、薄才の詩人は拙劣な翻訳者である（ベンヤミン、1975、271）と表現していた。

このように、あくまでベンヤミンは文学作品の別言語への翻訳について論じているに過ぎない点は考慮すべきであるが、こうした知見をやや乱暴にカバーソングへ敷衍すると、カバーソングとは原曲に宿るアウラを新たな歌手や制作グループが、ベンヤミンが言うところの詩人としてどのように解釈して、どう別表現をするのかといった行為であるとも捉えられるだろう。

そのように仮定した場合、楽曲を「カバーする」という行為は、単なるカラオケではなく、アーティストとしての解釈や表現であり、原曲の世界観を活かして、血縁をなす別の作品に表現し直すことであると換言できよう。ただ、こうした解釈や、ベンヤミンが指摘する翻訳行為そのものは、究極的にはアウラが消滅することを喚起してしまう。なぜならば、既述したようにマクルーハンが「メディアはメッセージである」と述べたことを踏まえれば、言語というメディアが別の媒体になれば、そして歌手やアレンジが別のものになれば、当然原曲のオリジナリティを伝え切れていないことがわかる。実際に歌詞や物語の“I love you.”を「愛している」に変えただけでも享受するイメージは変化する。別の言語になってしまった、そして別のニュアンスになってしまった歌は既に別のオリジナリティを有しており、その楽曲や作品を知っていたとしても、また別の作品として、そのアウラを享受することになる。つまり、カラオケも含めてカバーソングのアウラは既に原曲のアウラではなく、原曲のアウラを享受しているとすれば、それは前節で示したケース③のように、記憶に宿るアウラだということになる。しかしながら、その記憶のアウラですら、人の記憶という曖昧なメディアを使っているため、純粹にオリジナルの楽曲に備わっているアウラを再現しているとは言い難いかもしれない。

例えば、ベンヤミンは翻訳について次のように後の変遷についても指摘している。彼によれば、翻訳はその窮極の本質として原作との類似を目指す限りは不可能であることが証明されているのである。なぜなら原作はその死後の生の中で変化するからであり、死後の生はもし生の変容と更新とを意味するのでないとなれば死後の生とは言えないからである。固定した言葉にすら後熟がある。ある作家の生前には彼の詩的言語の志向であったものが後には消滅してしまうかもしれない、内在的な志向が作品の中から新たに顕勢化するかもしれない。当時は新鮮であったものが後には陳腐になり、当時は慣用されたものが後には古めかしく響くこともあるであろう（ベンヤミン、1975、267）。これらを踏まえれば、時間の変化や解釈によって元の作品が影響を受けるように、楽曲においても個人の記憶や時代の流れの中で各々に解釈が加えられ、ある意味でアウラの捏造や乱立が起こるとも表現できよう。そうした点ではベンヤミンが、複製技術はこれまでの一

回限りの作品の代わりに同一の作品を大量に出現させるし、こうして造られた複製品をそれぞれ特殊な状況の下にある受け手の方に近づけることによって、一種のアクチュアリティを生み出している（ベンヤミン、1970、14）と論じた旨のみならず、複製技術の一般化と相成って、時間経過はもちろん人間の記憶や多様な解釈によっても、アウラはいっそう複雑化する事物であると言えよう。

### 3-2 アイドルや女優（俳優）によるカバーソングの生成と拡散

ただここで1つ問題が生じる。単なる文章の翻訳とは異なり、カバーソングには良いカバーと悪いカバーという区別がされづらい。もちろん善し悪しは最早聴き手側の感性や、それまでの音楽聴取の歴史に左右されてしまう。換言すれば、音楽においては、文章ほど原作至上主義にはなりづらいと言えよう。ベンヤミンは、真の翻訳とは原作を遮らない、透明なもの（ベンヤミン、1975、275）と定義しているが、ことカバーソングに関しては、そのような正解は無いと言える。もちろん、翻訳同様に原曲へ一定のリスペクトを示してカバーを行っているのではあろうが、全くの別物にするか、原曲のアウラを活かしながら、そのアウラ以上のアクチュアリティを感じられるようにアレンジするかはカバーする者に委ねられる。ただ、聴き手の原曲に対する思いが強過ぎれば、そのアクチュアリティは受け入れられず、その人物の中でのそのカバー楽曲は、あくまでレプリカやカラオケに墮することになる。そういった点で、カバーソングのアウラとは、歌唱はもちろんアレンジや聴き手の環境も含めた複雑な事象であると言えよう。

翻って前節でのケース④のように、聴き手が歌唱される楽曲を知らない場合は、カラオケ同様その聴き手にとって、そのカバー版にアウラを感じることになる。既に玉木がベンヤミンの概念を用いて、記録やコミュニケーションのメディアが進化する現代では、聴取する順序により必ずしも本物を本物と認識できないことも起こりうる。そのことで現代では本物に備わるアウラが必ずしも存在するとは限らず、聴いた人間にとっては、皮肉にも複製にこそアウラを感じてしまうこともあるだろう（玉木、2012、3）と述べていたが、それは「楽曲をカバーする」という行為を通じて起こりうることを確認できる。加えて、このようなカバーソングへの分析を踏まえると、テレビやネット上で様々な歌手が既存の曲を歌唱することが、新たなアウラのいっそうの生成と、その拡散現象であるように観察できる。

例えば、テレビでの音楽番組やバラエティでは、こうしたカバー行為が散見される。民謡、演歌、ポピュラーソングに限らず、名曲を歌い継ぐという名目をはじめ、様々な目論みで、年末年始を中心に頻繁に見受けられる。また近年定期的に放送されるFNS歌謡祭やMUSIC FAIR（フジテレビ系）等の音楽特番や、UTAGE等（TBS系）、うたコンやThe Covers（NHK）、かつてであれば夜もヒッパレ（日本テレビ系）が存在した。そしてそういった場面で、話題性も含めてアイドルや、それと同等に扱われる傾向のある若手の女優（俳優）が歌唱を担うことも多く見受けられる。そもそも他人の楽曲を歌唱するという行為自体は、演歌歌手やミュージカル歌手に比べると、ポピュラー音楽のトップアーティストであれば稀なことであるかもしれない。という

のも、ひと昔前のアーティストであるならばともかく、現在人気のあるトップアーティストならば、まず望まれるのはアウラを有した自身の楽曲の歌唱となろう。もちろん昨今ではアーティスト個人がYouTubeチャンネルを開設して、ニコニコ動画を模した「歌ってみた」のようにカラオケを気軽に投稿したり、インスタライブでカラオケをしたりといったことも増加しているものの、テレビ媒体となると、万が一にもそのアーティストのイメージを崩すことが懸念される。もしくは、アーティストの歌唱というある意味で表現力の高過ぎるカバーであるが故に、良くも悪くも楽曲が全く別物になってしまい、賛否が分かれる結果になってしまう可能性もある。カバーソングのCDを発売することすらあれ、ファンが中心となって閲覧するSNSと異なり、それらをテレビで歌唱するトップアーティストは少ないのではないのだろうか。対してアイドルは、その親しみやすさも加わって、アーティストに比べれば気軽に他者の楽曲をテレビ等で歌唱できよう。そして、アーティストの歌唱ほど個人の癖も出づらく、原曲のイメージを保ったカバー、更に言えば原曲に模したカバーに仕上がる可能性が高く、製作側の意向も、拘りを持ちやすいアーティストに比べると反映するのが容易であると推察される。そもそも昔のアイドルの歌を今のアイドルが歌うことはあっても、昔のアーティストの歌を今のアーティストが歌うことは、それに比して少ないと考えられよう。昔であれ今であれ、アーティストの楽曲は再現が困難であり、その強いアウラ故に、誰がカバーしても単なるカラオケに墮してしまう恐れもあり、歌唱した者の価値を下げかねない。そうしたことを鑑みても、アイドルであれば、仮に歌唱がイマイチな内容であっても、アーティストに比べればそれほど痛手にはならないと推察される。

他方でアイドルと同等の扱いをされる傾向にある若手の女優（俳優）であれば、アウラの再現以前に、歌唱するという事実それだけで話題になりやすく、歌が本業ではない分、歌唱が上手ければその賞賛も大きいものとなろう。更に、古い歌を、現在のアイドルや女優（俳優）が歌唱するとなると、その歌に興味の無い者や知らない者も興味を抱くかもしれない。もちろんそうした話題性はトップアーティストにも共通することではあるが、トップアーティストに比べて、アイドルや歌に自信のある若手女優（俳優）がそういった打診に対してNGを出すことは考えづらく、いわゆる音楽バラエティ番組の領域では、そうした気軽な歌唱もある意味楽しみの1つとして捉えられよう。むしろ歌に自信のある若手女優（俳優）であれば、そういった取り組みは自身の仕事の幅を広げ、イメージアップにも繋がる。CDデビューにも繋がるだろう。これまでもドラマや映画、CM等々の企画をきっかけとして、そうした事例は定期的に散見しうるし、実際に近年でも過去の名曲のカバーアルバムを発表したり、トリビュートアルバムに参加したりしている女優もいる。

したがってこうした状況であれば、その楽曲を知らない若い世代も、そのアイドルや女優（俳優）を通してその楽曲を知ることになり、聴き手にとってそのカバー楽曲の完成度が高いと感じられれば、その歌唱にアウラを感じることもなる。そうした点で、アイドルや女優（俳優）は楽曲を伝達するメディアになり、そしてテレビやその番組は、そうしたアウラを拡散する装置にもなりうる。もちろん、同様のことはトップアーティストがカバーを行った場合にも起こりうる



し、テレビだけではなくインスタやYouTubeの個人チャンネルへのアーティストの気軽な投稿にも散見される点にも、もちろん留意は必要であろう。

### 3-3 リキッドな時代の箱型アイドルとアウラ

ここで一旦カバーソングから離れて、2000年代以降の男女グループアイドルを例に挙げながら、アウラとの関係性について別角度から考察してみたい。例えば、個人単位で活躍しているアーティストとは違い、グループ単位で活動するバンドやユニットでは、メンバーチェンジが起こりうる。それはアイドルでも同様ではあるが、仮にそれがバンドやユニットのボーカル等、歌唱を担当するメンバーが変われば、グループの存続に大きく影響する恐れすらある。近年ではEXILEが、そうした契機を巧みに利用して飛躍した例として挙げられるが、歌唱を担当するメンバーが一人しかいないバンドにおいてボーカルが変われば、最早それは別のバンドであるとも表現できる。例えば、GACKTが抜けたMALICE MIZERは新たなボーカルを迎えたが、かつてほどの人気は得られなかった。上杉昇が抜けたWANDSは、その後もヒットチャートの上位に名を馳せることはあったものの、それほど長くは続かなかった。ただ、近年頻出する女性の箱形のアイドルグループは、最早そういったメンバーの入れ替わりも前提に設計されており、そうした変化すら楽しみの要素として構成されているようにも看取できる。

例えばZ.バウマンは、現代を「リキッドモダン」と称して「そこに生きる人々の行為が、一定の習慣やルーティンへと〔あたかも液体が固体へと〕凝固するよりも先に、その行為の条件の方が変わってしまうような社会」である（バウマン、2008a, 7）と描写し、それ以前の社会のことを「リキッドモダン」と対比させて堅固なもの、もしくは固体と表現し、「ソリッドモダン」<sup>6</sup>と捉えた（バウマン2001, 3-7）。そして永井はこうしたバウマンの知見をアイドル分析に援用し、1970年代の南沙織、小柳ミ子、天地真理ら「新三人娘」とテレビの普及を例に挙げて「ソリッドなスター」の時代を説明した（永井、2018, 60-61）。またテレビで日常的に接する存在には緊張感やアウラは必要なく、むしろ身近で親しみやすいことが求められる。つまり映画からテレビへと視覚メディアの潮流が変わり、高値の花で手が届かない存在であるスターは、より身近な「アイドル」へと最適化された（永井、2018, 62）として1980年代以降の「リキッドなアイドル」の時代への変化を論じた。永井は、このリキッドなアイドルの時代について、各局が同じような音楽番組を作り、様々なアイドルが生まれ、振り付け等のパフォーマンスも多様化したことを述べた（永井、2018, 62-64）が、ただこの分析にはやや曖昧な部分も散見している。

永井は、日本における視聴メディアの多様化を年代ごとに整理した表を用いて、それらが1980年代と2000年代に大きく盛り上がるアイドル人気の隆盛と同調しており、メディアの多様化や音楽の流動性の高まりとアイドル文化の趨勢には相関関係がありそうだと（永井、2018, 58-59）と指摘している。そして1980年代における映画からテレビへの潮流の変遷がソリッドなスターからリキッドなアイドルへという動きであることは明確に示してはあり、この捉え方に関しては、それほど異論は無い。ただ永井はアイドルと称しながらもソリッドな時代を通して女性アイドル

しか触れておらず、当時活躍していた郷ひろみ、野口五郎、西城秀樹らの新御三家、その後の人気を得た田原俊彦、野村義男、近藤真彦ら、たのきんトリオといった男性アイドルについては言及が無い。また2000年代以降のアイドルに関しては、何をもってリキッドなのかが明確に言及されておらず、バウマンの概念がやや乱雑に運用されたまま結びを迎えてしまったようにも看取できる。もしくは、そうした映画から各家庭のテレビへといった視聴メディアの変容を捉えて、リキッドなメディア様相においてはアイドルが人気を得ると単に論じているのかもしれない。ただ仮にそうであるとしても、バウマンの知見の援用が不十分であるため、永井の知見を補いながらリキッドなアイドルの様相について別角度から批判的に言及してみたい。

まずバウマンは次のように詳述している。ここで私が「リキッド・モダニティ」と呼んでいるのは現段階の近代の条件のことであり、他の著者が「後期近代」や「第二モダニティ」や「超モダニティ」と呼んでいるものである。モダニティを「リキッド」にするもの、したがってこの名称の選択を正当化するものが、その自己駆動型で自己増殖型の強迫的な「近代化」であり、その結果、連続する社会生活のいずれの側面も液体のように、長期間その形を維持することはできない。「あらゆる堅固なものの溶解」は当初から近代的な生活形態の持つ本来的で規定的な特徴であったが、今日のそれは、これまでと違って、溶解した形態が他のものに置き換えられることもなければ、他の堅固な形態のものよりも堅固で「恒久的」という意味で「改良された」と考えられ、溶解に抵抗する——と交替することもない。溶解し、永続的でない形態の場所に、同じように——よりいっそうというほどではないが——溶けやすくて、したがって、同じように永続的でない形態がおさまることになる（バウマン、2014、22）。こうしたバウマンによるリキッドへの変化の描写をアイドル分析に援用するのであれば、2000年代以降のアイドル現象は、メディアの多様化や、アイドルの単なる乱立または多様化という表現で片づけるのではなく、モーニング娘。やAKB48といったメンバーが入れ替わる女性箱型アイドルが一般化していった点でリキッドであったこと、その一方でジャニーズ等の男性アイドルは脱退こそ増えたという点でリキッドではあるものの、代替が効かないという点で依然としてソリッドな部分も残されていると表現できよう。すなわち全体的にはソリッドな形態も残りつつリキッドな形態へ変化している途中であり、その両方が乱立しているという点でリキッドなアイドルの時代であると表現できよう。換言すれば、まだ完全にリキッドであるとは言い切れないことがわかる。

既述のように、箱型アイドルは卒業や休業、そして追加という形でメンバーの入れ替わりがありつつも存続している。秋元康による48グループや坂道グループ、そしてつんくによるハロープロジェクトや、他の女性アイドルグループは今やそのようにメンバーが流動化するという意味でリキッドなアイドルの典型例として挙げられる。それに対して、ジャニーズ事務所が手掛ける男性アイドルは、現代においてもメンバーが固定されており、代替不可能という意味でソリッドなアイドルの典型例として挙げられる。もちろん脱退等が増えてメンバー構成が変化した点は既述のようにリキッドではあるものの、嵐はあの5人でなければ嵐ではない。実際、かつてのSMAPをはじめ、メンバーが減ったからといって追加されたことはジャニーズグループの歴

史においては無い。NEWSに至っては、9人が3人になり、歌唱部分のパートチェンジを毎回余儀なくされ、負担増加を無視できないものの活動している。つまりジャニーズはあくまでメンバー固定のグループと言えよう。ただNEWSやKAT-TUNに関しては、かつて5人になったSMAPが以前よりも人気を得ていったように、メンバーの度重なる脱退の折に、どのようにグループが変わっていくか、新しい形を模索した点では、別の形のリキッドなアイドルとも揶揄できるだろう<sup>7</sup>。もちろん、実際には女性か男性かという2分法では区別できず、ももいろクローバーZのようにソリッドな女性グループアイドルもいる一方、地下アイドルも含めれば箱型の男性グループアイドルも存在する。仮にEXILEをアイドルと見なすのであれば、箱型であると認定できるだろう。ただ永井の知見は、男性である永井の立場から捉えた女性のアイドルのみに限定されており、分析の対象が矮小化されている。現代日本においてアイドルを論じるのであれば、少なくとも男女両方に範囲拡大するべきであろうし、本稿では割愛するが、今や日本人も所属する韓流アイドルにさえ言及する必要があるだろう。実際に、日本のグループアイドルである程度実績を残したアイドルが韓国で再デビューする例もあり、国の枠組みに囚われないグローバルな活躍もリキッドな様相であると言えよう。したがって、バウマンの知見をアイドル分析に用いた点は非常に巧みではあったものの、紙幅の問題もあったのだろうが、男性である自身の目から見える女性アイドルだけを取り上げてリキッドであると述べたのはジェンダー的観点からすれば不十分であり、そのリキッドさの様相を捉えた視野もまた狭小的であったと言わざるをえないだろう。

では、そのような批判を経て、再度今日のリキッドなアイドル様相の一例としていくつかの女性グループアイドルをまずは捉えてみたい。80年代に秋元康がおニャン子クラブで始めた箱型アイドルは、つくしがモーニング娘。で再現を果たし、現在ではAKB48、乃木坂46等々ある程度成功を取めている。背景にはメンバーが多いため一人ひとりがグループ全体に波及させる影響が少ない点があり、そうしたグループは特にメンバーチェンジを経ても、それほど変わらずに存続することが多い。おニャン子クラブも、そもそも学業等他のスケジュールも影響して全員が揃うことは稀であり、そういった面で日によって参加メンバーが変わる部活動のような面白さがあり、本当の意味でクラブのようなリキッドさがあった。ただおニャン子クラブは存続することなく、箱型アイドルが一般化するのには90年代後半のモーニング娘。の登場を待つこととなる。2000年代以降はオリジナルメンバーが卒業後も楽曲が新しいメンバーに受け継がれたり、病欠の時には代役を立てて臨んだり、通常のバンドであれば活動が不可能になる状況を、リキッドと言うよりも柔軟な運営によって存続を可能にしていたと言えよう。

ただ、そのようなリキッドな箱型アイドルだとしても、かつてセンターポジションであった人物が去った後に、当該曲に別の人物をセンターとして据えて歌唱する折には、かつての様相を知るファンであればやはり多少の違和感はあるかもしれない。換言すれば、リキッドなはずの箱型アイドルに残るソリッドな部分であると表現できよう。こうした点で前述したように、リキッドに変化しつつもまだ完全にリキッド化していないことがわかる。特に「○○のいない××なんて××じゃない！」とグループのセンターポジションに位置していた人物の影響や印象が強け

れば、その人物無しで再現された楽曲はファンにとって複製に過ぎず、その強いアウラ故に、その楽曲に違和感を覚えるだろう。モーニング娘。が初期や中期の人気メンバーが脱退したことによって全盛期の勢いを失ったことや、AKB48も2020年代にはモーニング娘。と同様にかつての勢いを失ったことを踏まえれば、箱型アイドルであっても人気メンバーの影響は無視できない。そして、その中でもリキッドなアイドル時代に混在するソリッドなアイドルの典型例として挙げられるのが櫻坂46の平手友梨奈ではないだろうか。

デビュー曲から全てのシングル表題曲でセンターを務めてきた彼女の影響力や印象がグループ全体を左右したため、彼女が脱退したことでグループは存続が困難となり、櫻坂46はコンセプトを一新して櫻坂46と改めざるをえなかった。もちろんこの改名には、様々な理由から櫻坂46のイメージを一新せざるをえない課題の存在も影響しているであろうし、平手友梨奈の不在時には他のメンバーがこれまでも代役センターを務めてきたのだが、平手友梨奈が2度と帰ってこないとわかったまま『サイレントマジョリティー』や『不協和音』、『黒い羊』等を歌唱し続けるのは不可能だと考えられたのかもしれない。もちろんラストライブでは、平手友梨奈抜きでこれらの曲は再現されてはいるものの、平手友梨奈ありきの櫻坂46において、核を失った楽曲にはアウラが感じられなくなること、敷衍すれば楽曲にのみならずグループ自体の存在にアウラが消失することを危惧し、平手友梨奈の脱退を期に、イメージを一新したのかもしれない。ただ、こうした一連の出来事によって櫻坂46の素晴らしい楽曲の数々は短い期間で永遠に封印されることとなってしまった。実際にその後の櫻坂46で櫻坂46時代の楽曲は、櫻坂46に残存する櫻坂46時代からの1期生の卒業コンサート以外ではほぼ歌唱されることなく、櫻坂46時代からの1期生達も徐々に卒業し、良くも悪くも櫻坂46は櫻坂46ではない別のグループになっていっている。最早、櫻坂46に櫻坂46のアウラを求めることは不可能であるだろう。

### 3-4 箱型アイドルによるアウラのアップデートと伝達

だがこうした中で、後輩グループである日向坂46が2021年5月21日、テレビ番組「MUSIC BLOOD」で櫻坂46の『世界には愛しかない』を歌唱した。番組のMUSIC BLOOD自体が「自らの血となった音楽」というコンセプトで、アーティストに思い入れの強い楽曲や、影響を受けた楽曲、換言すれば自らの血肉やルーツになっている楽曲を語って歌唱する内容であった。そのため衣装も、当時のデザインそのままに色合いだけやリニューアルしての装いで披露し、映像からは日向坂46となった今でも当然生きているけやき坂46(ひらがなけやき)の頃の面影と印象、番組風に言えばルーツが看取できる。もちろんこの歌唱行為をどう解釈するかには賛否両論、千差万別存在するのかもしれない。実際に、デビューしてからの日向坂46のみしか知らない視聴者や櫻坂46のファンからすれば、何の感銘も受けないことは想定できる。しかしながら日向坂46の1期生と2期生は、かつて「けやき坂46(ひらがらなけやき)」として櫻坂46の2軍的位置づけをされており、特に1期生は日向坂46としてデビューする前には櫻坂46の数々の楽曲をライブで歌唱している。実際に、けやき坂46(ひらがなけやき)のアルバム『走り出す瞬間』には、

そうした櫻坂 46 の有名楽曲『世界には愛しくない』、『二人セゾン』、『サイレントマジョリティー』を歌唱した映像がコンパイルされている。換言すれば日向坂 46 は、櫻坂 46 が無くなって 1 期生が去っていく中で残された、唯一櫻坂 46 の楽曲を歌唱できる正当な後継者なのだと言表できる。つまり非常に個人的な番組の視聴様相ではあるが、櫻坂 46 が存続していれば本来受け継がれていくはずだったにも拘らず、もう 2 度とライブで観ることのできなくなってしまった『世界には愛しくない』が、今現在の正当な後継者の元で蘇ったように看取された。もちろんこれは、決して現在の櫻坂 46 の存在を批判するものではない。むしろ日向坂 46 の『世界には愛しくない』には、櫻坂 46 が歌唱する『世界には愛しくない』に宿っていたものとは少し異なるオリジナリティもあり、その歌唱を通じて櫻坂 46 が所有していたアウラを回顧することが出来ることに加えて、日向坂 46 などの解釈によって生まれた印象が、オリジナル以上のアウラを放っていたようにも看取された。少なくとも、その歌唱からは日向坂 46 などの櫻坂 46 やこの楽曲への敬意や並々ならぬ思い、そしてメンバー自身のこれまでの苦難の歴史と現在の対比が感じられ、カバーソングとしてのアウラを宿したようにも感じられた。ただ、あくまでこれは主観に過ぎず、このような視聴をした人々がいたとしても、それが全てではない。そういった点において、最早アウラの存在は南田が、個人化された社会に生きる私達にとって、集団が承認するアウラに気を配ることはなく、個人個人がそこに「何かが宿っている」と捉えれば、パッケージングされた録音（録画や製本）品は作品の正当性が保証されたものになる（南田, 2018, 109）と述べたように、現代では個人化していることが再確認できる。そしてその一例として、こうした箱型アイドルによる楽曲の継承という現象を挙げても説明することができるだろう。

例えばベンヤミンは、写真を対象にして、複製技術の向上によって写真が有していた礼拝的価値と展示価値が失われていくことを指摘し、遠く別れた人への思い出の中に、唯一写真の礼拝的価値が残っている（ベンヤミン, 1970, 21）ことを述べていた。つまり、かつて写真が貴重だった頃は、写真があることで写真に写る故人等、2 度と会えない人の姿を観ることができたことは非常に画期的であった。それはまさに写真を通した故人等への礼拝であり、複製技術の希少性が写真に礼拝的価値をもたらした。だからこそ昔の偉人であればその写真には展示的価値も生まれる。しかしながら写真の希少性が減少し、誰もが気軽に複製として写真を生成できる現在では、1 枚の写真にそうした展示的価値も礼拝的価値は生じ難い。ただ思い入れも強く、故人や生き別れた人物等、2 度と会うことのできない、許されない人物である場合には、その写真を通して閲覧者の記憶の中にあるアウラが刺激され、かつての姿が想起されるため、そうした意味では写真には最後の礼拝的価値が残されていると説明できる。

では、ここで「会えない人物の写真に最後の礼拝的価値が残されている」という点を応用的に解釈してみたい。確かに、その人物が既に亡くなった場合には、偉人と同じく写真自体に礼拝的価値があり、当時を回顧することができる。ただ、その人物がまだ生きており、単に会えないだけで、SNS か何かの拍子に現在の姿を見ることが出来る場合、その写真が想起させた記憶に宿るアウラと共に、もう手元や記憶の中にあるそれ以上は直接知ることが不可能だと思われていた



アウラに遭遇できるのではないだろうか。例えば、生き別れになった子どもや、青春を共に過ごした恋人と再会した時等々、もちろんかつてアウラを感じた当時の姿ではないものの、紛れもなくそれは本人であるため、アウラを感じたかつての姿の延長線上に存在しており、そこにはどれほど僅かであったとしても、かつてのアウラも感じられるのではないだろうか。換言すればそれはアウラのアップデートであり、その見たことの無い写真という複製を通して、時間を経た新しい本物に礼拝していると表現できよう。そこには過去のノスタルジーはもちろん今と未来も感じられる。写真に写る人物が亡くなってさえいなければ、こうしたアウラの更新は可能であろう。

そしてこのことは音楽にも当てはまるだろう。洗練された歌手であれば、年月と共に歌唱力は向上し、年齢を重ねてもなお、かつてよりも卓越した演奏を披露している。例としてはB'z、Mr.Children、小田和正、DREAMS COME TRUE等々が挙げられる。また安室奈美恵のように、そうした歌唱が肉体的に不可能となった場合、引退を迎えるという潔いケースもある。だが、引退しない限り基本的にはその歳月の中で歌は進化し、ファンであれば「確かに昔の姿ではないが、今は今で良い」という認識もしよう<sup>8</sup>。歌い方やアレンジが変わっても、粗削りで若々しくて懐かしい雰囲気は無くとも、その楽曲はかつてのアウラを宿しつつ、現在のアウラの形を示してくれる。そうしたアウラの変化もまた音楽の楽しみではあるのかもしれない。

これらのことを要約すれば、箱形のグループアイドルはグループが存続する限り、こうしたアウラの更新が可能であると主張できる。モーニング娘。しかり、AKB48しかり、乃木坂46しかり、日向坂46に宿る櫻坂46しかり、代替が効かない存在であったJポップにおけるアウラを正當に継承する現象が生じてきている。むしろオーディションの際には、そうした「そのグループらしさ」を継承できることが新メンバーの選考基準であるとも考えられよう<sup>9</sup>。少なくとも日向坂46による『世界には愛しくない』の歌唱は、箱型アイドルグループの新メンバーが、かつて存在したメンバーのセンター楽曲を歌うことで単に楽曲を継承することを更に超え、最早DVD等過去の映像でしか観ることが不可能であり、櫻坂46一期生が櫻坂46を卒業する時のコンサートを除いては更新されることのない櫻坂46のアウラが更新され、かつて感じたアウラと新たな櫻坂46の楽曲に礼拝が叶った瞬間だったと表現できる。そしてそのアウラはもちろん、その後も更新され続けている。かつて櫻坂46とけやき坂46（ひらがなけやき）の合同ライブであったW-KEYAKI FES. はそれぞれが櫻坂46と日向坂46となった後も開催されている。そしてここでは日向坂46によって、けやき坂46（ひらがなけやき）時代の楽曲はもちろん、櫻坂46の楽曲も披露されている。それはまるで日向坂46が、けやき坂46（ひらがなけやき）だった頃のアンセム的楽曲『ひらがなけやき』の歌詞の「一本の樺から色づいてくように」を体現するかのようになり、日向坂46になった現在でもルーツとしての櫻坂46を感じさせ、そして櫻坂46が持っていたアウラを自分達なりに解釈してアップデートを試みた事象であったように看取できる。

このように箱型アイドルは個人化したアウラをアップデートさせることができる。他にも、モーニング娘。は、アレンジも含めて『LOVEマシーン(update)』、『恋愛レボリューション21(update)』等のようにタイトルを加筆して、かつての楽曲のアップデートを図っている典型例として挙げら

れる。更には坂道グループ同様に、ハロープロジェクトという身内の枠組みで見れば、後輩グループが先輩グループの楽曲を歌唱するということもある。翻って箱型アイドルではないが、ジャニーズという広い枠組みを箱として捉えた場合には、カウントダウンコンサートや特番でのグループやメンバーをシャッフルした歌唱も同様の事例として挙げられよう。誰と誰が、どのような組み合わせで、どの楽曲を歌唱するかで、どのようにアウラがアップデートされるかも、視聴者の楽しみの1つとなる。そしてその中でも、KAT-TUN最大のヒット曲であり、デビュー曲でもある『Real Face』に少し着目してみたい。

現在の彼らが歌唱している『Real Face』は、かつての楽曲のラップを作詞して歌唱していた田中聖が脱退したこともあり、そのラップ部分のリアレンジを余儀なくされたため、最早かつての楽曲ではない。6人から3人になり、楽曲冒頭やCメロ等の重要なラップ部分を作って歌っていた人物がいなくなったことが、楽曲の歌詞や構造を変えるという自体を招いた。これは人物中心のソリッドなアイドルグループだからこそ、楽曲の方をリキッドに変えざるを得なかったという興味深い事例であったと言えよう。ただ、特番等で定期的に行われるグループをシャッフルした歌唱では、田中聖の弟である田中樹が所属するSixTONESがKAT-TUNの楽曲を歌唱することがあり、兄である田中聖がいた頃の『Real Face』が歌唱され、その兄によって作詞されたラップ部分を弟の田中樹が歌唱している。この事例も、兄弟という繋がりを加味すれば既述した日向坂46による櫻坂46の楽曲継承と同等の現象であると捉えられる。もちろんKAT-TUNは櫻坂46のように解散した訳ではないが、『Real Face』のアウラをSixTONESなりに再現し、アップデートしたと言えよう。実際に『Keep the Faith』等、他にもSixTONESがKAT-TUNの楽曲を歌唱することがあり、その折には弟、田中樹が兄、田中聖のラップを担当している。

### 3-5 SNSによる個人化したアウラの拡散

そして、こうしたアップデート後のアウラの認識と拡散を促進させるツールとしてSNSが挙げられる。かつて流行を作ることができたメディアはテレビ、雑誌、ラジオ等々であり、一部の人間しかそれらに携わることができなかった。しかし現代では、SNSを使うことで、誰もがインフルエンサーとしてかつてのメディアと同様に、情報や既述したようなアウラのアップデート等の感動を発信することができる。そして些細なことであっても他者が共感して共有及び拡散されれば、そうした感動は連鎖し、流行を作る。テレビ等に従事していた人物からすれば、かつては流行を統制できていたが、現代ではそれは不可能になった。発信が一部の人間の手を離れたことによって情報は過多となり、移り変わりもいっそう速度を増した。そういった点で永井（2018, 58-59）が論じたように、確かにメディアもリキッドな時代になったと言えよう。ただ、こういった状況では最早何が流行になるのか作り手にも予想が困難になっている。

かつてであればある程度ヒットは計算できた現象だっただろう。実際に烏賀陽は、80年代そして90年代においてCMやテレビとのタイアップの影響力によって爆発的に音楽産業が成長したことを論じている（烏賀陽, 2005, 68）。これは所謂、統制の効いたソリッドな時代だったと

表せよう。ただ、そのタイアップの周期が短期になったことでヒットチャートが目まぐるしく変わる（烏賀陽, 2005, 105-107）中で、徐々にテレビのタイアップが威力を失いCDが売れなくなった（烏賀陽, 2005, 194-196）。烏賀陽はその原因として、不況や若者人口の減少を挙げてもおり、その結果から上の層を狙ったリバイバルブームが訪れたのだと述べる（烏賀陽, 2005, 197-201）。また同時に、メジャーレコード会社ではなくインディーズレコード会社からヒットが生まれるようになった（烏賀陽, 2005, 208-213）。

こうして徐々にかつてヒットを仕掛ける側からヒットが離れていき、意図しない所からもヒット曲が生まれ、統制や予測が困難になったという点でも徐々にJポップはリキッド化していったと言えるだろう。もちろん現在でもタイアップは、話題性や露出という点である程度の効果は発揮しているため、そういったソリッドな時代の影響も未だに現存しているという点で、現代はリキッドな時代であると既述した。しかしながらデータベース化されて、サブスクによって配信される現在のJポップはかつてに比べると並列化、換言すればリキッド化し、最新曲のお勧めこそあれ、古い曲も新しい曲も同じように聞くことができる。ただその反面、冒頭で既述したように流行歌や最新曲といった概念を弱体化させているのではないだろうか。音楽がいつでもどこでもいつのものでも聞けるようになったことで、突発的に昔の楽曲へもスポットが当たる。そしてそれがオリジナルではなくカバーであることはもちろん、ちょっとしたインスタライブでのアーティストの気軽なカラオケや、TikTok等での振付動画がきっかけとなり、それがツイッター等でも拡散されて原曲にスポットが当たることもあろう。現在の流行曲が、かつての流行曲であったという現象もある。そうした点で、メディアが統制されて当時の流行曲を中心に享受していたソリッドな昔に比べて、現代では今発表されたばかりの最新楽曲の存在感が薄まっているようにも捉えられる。ただその背景では、CDセールスだけではなく配信や動画再生回数等々の様々な要素を鑑みて集計される多様なヒットチャートの影響も大きい。現代では世代の歌の創出が売上ではなく多様なSNS（再生回数）やサブスクの状況と関連して生まれる。テレビ等のメディアによって統制され、それを補完する形で最新売上ランキングがあり、人々は音楽を享受していたが、その両方がリキッドに多元化した現代では、流行が分断することも多くなったと言えよう。つまりジャンルが異なれば、ポピュラー音楽であっても全く聞いたことのないヒットソングが頻出する土壌が生まれ、友人間でも共有できないこともある<sup>10</sup>。実際に永井も、現代の音楽消費について、かつてのテレビなどのマスメディアを中心に広まったヒット曲のような、誰もが知っている曲や前日の歌番組の内容を確認し合うような行為ではない。主にスマートフォンやPC等のパーソナルメディアで聴かれる細分化した音楽の好みを前提とした他者との交渉であり、そこではそれぞれの聴いている音楽が違うことが前提となっている（永井, 2019, 92）と指摘している。

そして翻って、身内のみでローカルに共有されて楽しまれていた内輪ネタのようなものが拡散を繰り返した結果、突然SNS上でバズり、発信した当人も意図しないほどにグローバルに共有されて祭りとなるほど有名になる現象も生じている。もちろん、その内容如何ではあるものの、それがきっかけとなって、カバーやパロディであれば既述のように原曲へスポットが当たる。一

方でそれがオリジナルであれば、当人が脚光を浴びることとなる。もちろんその隆盛や継続具合は個々に異なるが、かつて宮台が流行の島宇宙（宮台，1994，246-247）と呼んだ文化や流行が分断されるローカル化現象が，SNSによってグローバルに共有される時代が到来した。

ただそこには前節で整理した，カラオケで歌唱されている楽曲を聴くことで消費するという3次の楽曲消費や，カラオケで歌唱された楽曲を聴き，更に派生して楽曲を消費するというn次の楽曲消費が関連している。SNSを通しても様々なカラオケやカバー，振付等々を楽しむことが可能であるという点で，3次の楽曲消費は最早いつでもどこでも可能となった。n次の楽曲消費の例としても，3次の楽曲消費によって遭遇した楽曲を更に拡散するために編集したり，加工したりして，再度共有することが挙げられる。そして常にそこでは何らかのアウラのアップデートがなされ，加工や編集が繰り返される度に新たなアクチュアリティが生じる。また「コレが好きならコレ！」というCDショップでお薦めされる数珠繋ぎ的聴取や，関連動画が表示されるYouTubeのシステムもn次の楽曲消費に該当し，最早その消費の連鎖例の枚挙には暇が無いだろう。

したがって先述した日向坂46の例も，深夜の音楽番組をリアルタイムでしか聴取できないかつてとは異なり，歌唱をSNSで拡散することができる現代であるからこそ，より多くの人の目にアウラのアップデートが目撃される3次の楽曲消費の1つとなる。加えて，同様の内容でも微妙に編集の異なる幾つかの動画が存在している点ではn次の楽曲消費でもあり，アウラのアップデートにSNSが関与していることがわかる。実際に「リアタイ」という若者言葉（リアルタイムの略語）があるように，リアルタイムでテレビ等を視聴することは現代の若者にとって特別な意味を持っている。既にドラマを始め，音楽番組でも録画機能や見逃し配信のみならず，SNS上の拡散によって自身の興味ある部分だけを切り取って視聴することも可能になった。音楽特番も，わざわざリアタイしたり全て録画したりせずとも，終了後にSNSで検索すれば，違法ではあるが，誰かが部分的にアップロードしている。もちろんリアタイしてこそアウラを感じられると考える者もいるであろうが，そもそもがテレビ等を通じての複製であるため，部分的なアップロードであっても「アウラを感じる」と本人が認識すれば，南田（2018，109）の指摘通り，それで問題は無い。そういった点で，現代人はテレビやラジオの放送予定という唯一のソリッドな枠組みに合わせてリアタイするしかなかった生活スケジュールの枠組みから解放され，SNSのおかげで好きな時に音楽番組を始め，様々なコンテンツを楽しむことができるリキッドな時代に生きている。それ故，後述するが，いっそう人々は自らのスケジューリングを自身で行う必要性もある，活動主体として自己が問われる点には留意しておきたい。

既にベンヤミンは，一般人の新聞の寄稿を通じた参加の様相を次のように表現していた。彼によれば，作家と大衆のあいだの区別も，その根本的な性格を喪失しつつある。それは，最早機能上の相違に過ぎず，ケース・バイ・ケースで異なった方向をとっているに過ぎない。読者は常に執筆者になりうるのである。良かれ悪しかれ極端に特殊化された労働過程の中では，誰も専門家に——それがごくつまらぬ役目であるにせよ——ならざるをえないのであるが，ここではとも

かく専門家として執筆する道が誰にでも拓けているのだ（ベンヤミン、1970、31）、とされる。こうした描写は、老若男女がスマホを所持し、SNSを使用する現代が「一億総評論家時代」とも表現される状況の予見であったとも看取できる。しかしながら、本稿での考察を踏まえれば、テレビに代わるメディアとしてのSNSと、カラオケを始めとするスマホアプリ等の電子機器の一般化によって、今や誰もが評論家ではなく、音楽作品の制作者になりつつある。そういった点で、DJ技術を持つ専門家のみ限定されていた音楽の二次創作（増田・谷口、2004）やアウラの創出が、カラオケがそうであった（烏賀陽、2005、131）ように万人の自己表現として解放され、更にそれを拡散及び流通させる力を万人が手に入れたと帰結できよう。

## 4、おわりに

### 4-1、アウラを活かす創作の時代へ

本稿では、歌唱行為に矮小化される傾向にあるカラオケを応用的に解釈し、隠れた側面に焦点を当ててきた。カラオケで楽曲を消費するという2次消費が、コミュニケーションメディアとして関係形成に作用したり、伝達メディアとして楽曲を認知したり、解釈したり、更に歌唱することで創作といった3次消費やn次消費を意味するカバーソングの分析を行った。またそうしたアウラを複製するカラオケの機能を活かしたカバーソングが、どのような効果を持つのか、そして複製をいっそう加速させ、拡散させるアイドルやSNSとの関係性について述べてきた。加えて箱型アイドルを例にして、現代のアウラの多様化や個人化及びアップデートについて説明をしてきた。ただ既述のように、その例は必ずしもアイドルのみに限定されない点にも留意しておきたい。

例えば、先述したWANDSはメンバー全員が入れ替わり、ボーカルが3人代替わりしている。しかしながら、2代目のボーカルも、3代目のボーカルも、初代ボーカルである上杉昇が作ったWANDSらしさを継承するような歌唱をしている。そしてそもそも、そういった歌唱のできる人物が選ばれているのかもしれない。そうであるならば、個人差こそあれ、そうして変化するWANDSの姿に箱型アイドル同様、アウラのアップデートを感じる聴き手も存在すると推察はできる。

他方で、アイドルがかつてのヒット曲を歌う番組は多く、実際には定期的にアイドルによるアウラの伝達と拡散が行われている。近年では乃木坂46の「乃木坂スター誕生」、ジャニーズの「少年倶楽部」が存在する。またそうしたCDとしてかつてのモーニング娘。の「FOLK SONGS」が挙げられる。その中でも少年倶楽部では、頻繁にジュニアが先輩の有名楽曲を歌唱する。もちろんアップデートには程遠く、カバーと言うにもまだまだ青臭いカラオケレベルの歌唱も散見する。ただ、こうした試みによって、ジュニアが過去の楽曲と現在の若い聴衆とを繋ぐメディアとなり、我々を楽しませてくれることも確かであろう。例えば、なにわ男子が歌唱した少年隊の『仮面舞踏会』、Kis-My-Ft2の歌唱した光GENJI楽曲は、本家とは異なるもののスタイリッシュな



印象があり、世代的に知ることはない過去の楽曲を、新たなアウラと共に現代の若者が知る機会にもなる。特に、ローラースケートのパフォーマンスを得意とする Kis-My-Ft2 によって歌唱された光 GENJI 楽曲は、既述のように若者が古い曲を知るだけではなく、光 GENJI 世代にも、かつてのアウラを感じながら Kis-My-Ft2 というグループを新たに知るができる機会であるのかもしれない。したがって、既述のようにジャニーズという枠全体で考えた場合には、カウントダウンコンサートや特番でのグループやメンバーをシャッフルした歌唱と同様の事例として捉えられよう。

ただそのように考えると、どこまでを継承やアップデートと表現して良いかという議論も喚起される。こうしたジャニーズの試みは、箱形アイドルではないながらも、ジャニーズという枠組み内での楽曲の歌い継ぎ、特に Kis-My-Ft2 による光 GENJI 楽曲の歌唱は、ローラースケートという共通点から継承とも表現でき、何らかの縁があるという点では本稿で示してきた榎坂 46 と日向坂 46 の例や、田中聖と田中樹の例に近似するとも解釈できるだろう。その反面、なにわ男子が歌唱した少年隊の『仮面舞踏会』という行為は、自身の楽曲としてその後も歌い続けるのであれば状況は変わるが、必ずしも同列とは見なせないのではないだろうか。同様に、ハロープロジェクトにおいても、『LOVE マシーン (update)』、『恋愛レボリューション 21 (update)』等のようにモーニング娘。としての継承であるならば、そこに正当性が生じるが、何らかの共通点が無い別グループによる歌唱、つまり単に後輩が先輩の楽曲を歌う程度では、アップデートとまでは表現できないという知見を示すことができよう。つまり継承してアップデートするためには、その両者に何らかの共通点や縁という一種の正当性が必要となるという結論が導き出される。ただもちろん既述のように、強引にその過去の楽曲を自身の楽曲として歌い続ければ持ち歌として将来的には換算されうるであろうし、そもそも本稿で論じてきた構図自体が、個人個人がそこに「何かがある宿っている」(南田, 2018, 109) という主観的な捉え方に依拠しているに過ぎない点にも考慮するべきであろう。つまり極論ではあるが、見ている者が「継承者だ」と見なせば、その個人の中では正当性が生じてくるのが現代の文化であることを留意しなければいけない。

他方で「乃木坂スター誕生」では、メンバーが過去のヒット曲を歌唱する折、そのオリジナル楽曲を歌唱していた歌手本人が番組に登場して共演することもあり、こちらも若い世代にとっては過去のアイドルや歌手を知る機会になる。このように考えると、現代ポピュラー音楽の、特にアイドルの世界ではそもそも歌い継ぎが頻出しており、歌舞伎や能といった日本の伝統芸能、そして宝塚のように今後成熟した音楽文化様相の中で、過去の作品のアウラを活かしたパフォーマンスも活発化していくのかもしれない。

発展的に考えれば、単なるカバーに限らず、平安時代における和歌の本歌取り等、いかに良いものを作るかではなく、いかに良かったものを取り入れて調理するかという二次創作がいつそう活発になっていくことも予見される。そこでは、二次創作の腕が問われると共に、何を二次創作するのかという選択におけるセンスも問われることとなる。既に、2000 年代前後のラップの流行と、そこにおけるサンプリング楽曲の隆盛等、増田 (2005) の言及した DJ 文化による二次創

作は日本音楽シーンでは一般化しているように感じられる。更にはゴールデンボンバーによるアルバム『イミテーション・ゴールド～金爆の名曲二番搾り～』のように、原曲を故意に模しながらも、しっかりと別作品を創作するオマージュもしくはパロディのような楽曲が増えていく可能性もある。それぞれ GACKT, サザンオールスターズ, CHAGE and ASKA, B'z, Aqua Timez を模した5曲はどれも秀逸であり、ある意味で原曲のアウラを感じながらも全くの新しい楽曲を聞くことができる。既に小川は、ボードリヤールの理論を応用して、ジャニーズやポスト〇〇とされているアイドルを例に出し、アイドルの世界はまさにシュミラクル（模造品）の世界であると述べている。そして、その模造品から脱皮する時にそのアイドルそのものの世界が展開されていくとしている<sup>11</sup>（小川, 1988, 140-142）が、作品単品においても最早パクリの領域もカバーソングも超えて、いかにシュミラクル<sup>12</sup>を作るかという音楽創作の新地平が公然と示されたと言えよう。このように考えると音楽の楽しみ方自体が変化していることもわかる。もちろん演奏レベルでは、洋楽のあるフレーズを自身の楽曲に活かすことで、原曲のファンが思わずニヤリとするといった部分的オマージュは B'z をはじめロックや、ヴィジュアル系の世界では既に見受けられている。しかしゴールデンボンバーの楽曲は、歌そのものにおいても全く新しいものを聞くのではなく、個人聴取の歴史の中で積み重ねられた音楽教養を活かして、別の音楽を聴くことで更に楽しさが増すという例であると言える。

他方で、このことを敷衍して考えてみると、文化が成熟して新しいものが生まれにくくなったり、新しいものもそれほど真新しく感じられなくなったりすると、自身への言及が生まれるのではないだろうかという知見が導き出せる。換言すれば、それは文化の自己再帰性として捉えられよう。U.ベックや A.ギデンズは共著や単著において、現代の特徴として自己再帰性を挙げている（ベック・ギデンズ・ラッシュ, 1997）。そして S.ラッシュは、行為作用が自らに対して影響を及ぼしていく《自己》再帰性がある。自己再帰性においては、自己モニタリングが、行為主体に対する他律的モニタリングにとって代わっていく（ラッシュ, 1997, 215）と述べている。これを端的に言えば、誰かに見られていたはずの自分であったが、いつしか自分で自分を見る状況になっている状況と表現できる。換言すれば、再帰性とは本来は自分とは別の方向を志向していたはずの動きが、いつの間にか自分に矛先を変えて自己言及する動きのことを示している。音楽制作において、これまでに無い別方向の新しい何かを作るのではなく、パターンの飽和によって製作が困難になってきたからこそ、積み重ねられた歴史に矛先が向き、その歴史を活かす方向に舵を切る。それはゴールデンボンバーの楽曲や他のオマージュのみならず、平安時代の本歌取りをも、自己再帰性の例として見なすことに繋がるだろう。他方でそれは、製作のみならずランキング作りにも該当する。現在の音楽番組では最新の売上ランキングに加えて、かつての「歌の大辞典」という番組のように過去と現在を対比したり、自分の生まれた日の曲をピックアップしたり、積み重ねられたランキングつまり過去の楽曲を対象にしたテーマ別ランキングが頻出している。こうしたランキングの増加も、文化の成熟による自己再帰性の1つとして挙げられるだろう。

#### 4-2, アウラの個人化と再魔術化するファン行動

以上、本稿ではアウラに関連する議論を行ってきたが、ベンヤミンによれば、アウラの消滅は、現今の社会生活において大衆の役割が増大しつつあることと切り離しえない2つの事情に基づいている。すなわち一方では、事物を空間的にも人間的にも知覚へ引きよせようとする現代の大衆の切実な要望があり、他方また、大衆が全て既存の物の複製を受け入れることによってその一回限りの性格を克服する傾向が存在する。手近にある物を描き、描写し、複製して所有しようという要求は、日常生活において避けることができない（ベンヤミン, 1970, 16）とされる。つまり、こうしたアウラの消滅や、本稿で論じた変容は、芸術作品を享受する大衆が望んだ結果だと換言できる。そして音楽に限ってではあるものの小泉が、メディアにより流通する音楽が場所から解き放たれることで、自在に時空間の次元で語ることが可能になった（小泉, 2013, 247）と述べる。そのことを踏まえれば、アウラの所在が曖昧となった現代においては、アウラとは特定のモノや場所に宿るものではなく、記憶や個人の認識にこそ宿るものであるという知見が示唆できるだろう。そしてそれはバウマンが、伝統や確固たる拠り所の無い現状では唯一アイデンティティが自らの人生を「自己」形成したり、社会の中での自らの場所を定義したりするものである（バウマン, 2007, 3）と述べたことを彷彿させる。つまりこのようにアウラの所在が記憶や個人の認識へと変化したことは、宗教や伝統といった絶対的枠組みが液状化し、自己の記憶や認識を拠り所にするしかないというリキッドな現代社会の悲観の様相との相関をも喚起させる。

既述のようにバウマンは、現代社会で生きることを不安定で、絶え間ない不確実性の中で生きるリキッドライフ（バウマン, 2008a, 8）であると現代社会での生活を憂慮していた。そしてその背景には「我々の生きる近代は、同じ近代でも、個人、私中心の近代であり、範型と形式をつくる重い任務は個人の双肩にかかり、つくるのに失敗した場合も、責任は個人だけに帰せられる」（バウマン, 2001, 11）とされる自己選択自己責任の様相がある。だがそうであるが故に、自身の立ち位置を定められない者、自身の行先を決められない者も存在している。土井隆義によれば、伝統離反が相当な程度進み、それに伴って生きる意味の空白化も進んできたからこそ、その反動としての伝統回帰が始まり、共同体への憧憬も強まっている（土井, 2019, 63）とされる。つまり、ルネサンスから啓蒙主義への流れによって、神という絶対的な存在、そして煩わしかった伝統や宗教といった、かつて人間を縛る非合理的な存在からの解放、脱魔術化がなされ、自由でリキッドな時代が訪れたにも拘わらず、そのリキッドさ故の苦悩から再びそれらを求めていることを含意している。実際に土井によれば、占いや宗教を信じる若者は多い（土井, 2019, 69-73）とされており、それは自らの運命を変えるための手段ではなく、その宿命を知るための手段（土井, 2019, 78-79）であり、自らの生の根拠探しをして、宿命の手助けをする変更不可能な運命（土井, 2019, 78）として魔術を求めている。橋迫瑞穂も同様に、このように安住の地の喪失を生きざるをえない若者達は、失われた安住の地の復活を求めて解決を希求する（橋迫, 2019, 48）と述べ、占いを始めとする非合理的なものへと逆行して必死にすがって現状の不安をやり過ごそうとする若者の様相を分析している。実際に牧野智和はギデنزを援用し、こうした行為を「自己の再帰

的プロジェクト」(牧野, 2012, 180)として捉え、自身の現状や人生の意味付けを試みるものであると述べている。そして土井は、こうした魔術への回帰傾向を絶対的なものへの希求と見なし、再魔術化と呼んでいる(土井 2019, 69-80)。

ここで、こうした傾向を音楽文化に敷衍して考えてみたい。例えばバウマンは、「文化」は興奮剤から精神安定剤へと変わり、近代の革命の武器から生産物の保管庫に変わっていた。「文化」は安定剤や定常装置やジャイロスコープ機能を果たすものとなったのだ(バウマン, 2014, 21)と論じているが、この今日的な典型例としてアイドルやバンド等に対する「推し活」や「推し事」が挙げられるのではないだろうか。ベックは、近代において人々は個人化して神的存在から切り離されたが故に逆に孤独を抱え、その神に代わる何かを自分で探さなければいけなくなったが、結局それは宗教とは異なる形で神の恩恵に該当するものを得ることだ(ベック, 1998, 162)と述べている。既に東は、空白となってしまった伝統や神によってかつては支えられていたアイデンティティを、現代ではサブカルチャーによって支えようとしているオタクの姿を述べている(東, 2001, 45)。そしてそこでは、虚構だとわかりつつも対象を求めてしまう、そして自らを支える故に求めるしかない状況を説明している(東, 2001, 55)。すなわち「推しがいることで頑張れる、生きられる」「推しのために働く」といった一部の熱心なファンの思考は、こうしたオタクの姿と同様であり、代替ではあるものの、かつて魔術的世界に存在した宗教の構造と何ら変わりはないことが峻別できる。そしてベックの指摘通り、推しを崇めることでかつての恩恵を埋めようとしている。人々は労働で蓄えた賃金をお布施のごとく自らの推しとされるアイドルやバンド、俳優等につき込む。布教活動のごとく友人や知人に自らの推しを押し売りし、SNSで専用アカウントを作り拡散する。お札やお守りを貼るようにポスターやグッズで部屋や車を装飾し、不安な毎日の生活の隅々を推しで満たすことによって御加護を受けているような安心を得ようとする。ただ、そうした行為によってファンつまり信者が得られるものは主観的な精神幸福であり、批判的に表現すれば自己満足に過ぎない。推しの地位向上を我が事のように喜ぶが、物理的な見返りは無く、信者の生活レベルはいっさい向上しない。果ては過度に傾倒して家財一式を投じてしまい、宗教同様に「推しに貢ぎ過ぎた、沼った」と実生活を見失って生活苦に陥る貧乏信者のようにも見受けられる。推しに関係することを何でも大袈裟かつ軽率に「神曲」「神動画」「神回」と神格化するファンの傾向も再魔術化の一種であると看取でき、そう崇めて興奮することで、何もない実生活を必死に満たそうとしているよう足掻いているようにも観察できる<sup>13</sup>。実際に『前田敦子はキリストを超えた』と著した濱野(2012)のAKB48への信仰は類似したものであっただろう。傍らから客観的に見れば、本当に幸せなのだろうかと問いたくなるような傾倒の様相も、「信じていれば救われる」という宗教と同じく、最早自己認識や積み重なった記憶でしか自身の幸福を決められないリキッドな現代生活の成れの果てなのかもしれない。バウマンは、興奮剤から精神安定剤へのこのような文化の地位喪失は、「ソリッド」モダニティの段階から「リキッド」モダニティの段階への近代の変容を構成する様々なプロセスの帰結である(バウマン, 2014, 21-22)と述べており、こうした安定剤やジャイロスコープとしての音楽文化等の様相は、

古い同様にリキッドな世界で生きざるをえない者達の、苦肉な再魔術化であるとして捉えられるだろう。

実際に大澤真幸は、カウンセリング等によって人生を意味づけし、物語化することで傷を何とか自身に内面化すること（大澤, 2011, 26-32）、つまり納得させることを挙げる<sup>14</sup>。大澤によれば、解釈するということは、そこに1つの物語を与えるということ（大澤, 2011, 31）であり、解釈を通じて、悲惨だった出来事が物語の中に統合される（大澤, 2011, 31）。そしてその解釈を可能してくれるのが、自身の崇める推しの存在となることもあるだろう。リキッドな現代において、困難なことが起きようとも「推しがこう言っているから」「推しが頑張っているから」「推しに会えるから」と苦境にいる自分を、先述したように再帰的に慰めて何をするべきか独りで決めていく、つまり孤独に自分で自分に言い聞かせる。推しに向いていたはずの志向はいつしか自身に向いており、推しとやり取りをしているようで実は自分をカウンセリングしている。批判的に言えば、自分を騙すように奮い立たせて困難に立ち向い、後の行動を決めていると表現できる。

例えば小川は、アイドルは言うなれば「擬似的仲間」なのであり「生けるキャラクター」なのである（小川, 1988, 121）と述べている。「擬似的仲間」は、時には喧嘩をすることもある仲間と異なり、いつも笑顔で微笑みかけてくれ、「絶交」を言い渡してくることもある仲間と異なり、決して「ノー」と言わない。ただし、それはあくまでもアイドルとファンという関係においてのことであり、絶対的な「ノー」を前提にした上での笑顔なのである（小川, 1988, 123）とアイドルと我々との関係性について説明する。したがってファンミーティングや握手会、ライブ等で推しと顔を合わせ、メンバーに自らの存在を認知されようが、そこでのやり取りは小川が述べるように絶対的「ノー」を前提にしたやり取りに過ぎない。もちろん「だからこそ推しは裏切らない」と述べる人々もいるが、推しも人間であるため、路線変更や引退そしてスキャンダル等によって裏切ることも起こる。そして何よりも問題なのは、絶対的な「ノー」が前提となる造られた関係性であるため、その関係性は自己再帰的つまり自身の認識に支えられている点であろう。それは既述のように、推しとやり取りをしているようで自分にとって都合の良いカウンセリングを自らしているに過ぎない。換言すれば、バウマンの述べる安定剤やジャイロスコープのように、推しという痛み止めを独りで使い続けることで神経を意図的に麻痺させて不安と苦悩を殺し、決められない人生の指針を推しの存在を中心に独りで設計する悲哀な構図だと描写できる。

#### 4-3. 本稿のまとめと今後の課題

このように、アウラの個人化や自己認識への移行と関連して再魔術化する人々の様相を考察してきたが、今後の文化享受のために批判を恐れずもう一步踏み込んだ言及を最後に行いたい。敢えて安定剤とジャイロスコープの例を挙げれば「辛いけど推しのあの言葉はきっと自分へのメッセージだ」というような自分に都合の良い妄信的誤解釈、そして「辛いけど推しに会えるその日までとりあえず今の仕事を頑張ろう」というその後のことは考えない断片的な生活様相が指摘できる。しかし、いずれも本質的には自らの現実生活から目を背けて根本解決を先送りにしてい



るに過ぎず、意図的に自らの感覚を麻痺させたり騙したりしなければ生きられない日常の困難さがシニカルに含意されている。ただそうであるからこそ推しとの時間に祝祭性を甘受でき、その恵まれたと思いつめる時間こそ自身が生きている感覚を享受できる。信者にとって、いわばハレの日のような認識になっているのだろう。同時に、本来生きるべき日常の価値は後景化し、それらが祝祭のための試練や、忌むべき穢れの日ようになり、実生活が荒んでいくことも推察される。もちろん推しとの祝祭を非日常として認識して、日常を励むためのハリとすることは悪いことではない。実際に藤井啓之は、文化活動には日常を異化する力があることに触れ、文化的行事には非日常の側から日常を眺め直し、日常への違和感を生み出すことで日常を作り替えていく力がある（藤井, 2012, 92）と述べている。しかしながら、今日にはそうした日常の眺め直しの結果、日常に価値を見出せなくなる者や、日常と非日常との適度なバランスを見失っているように看取される者も存在しているのではないだろうか。再魔術化されていることに気づかず信仰を続けている、続けざるをえない状況に追い込まれている者もいよう。ただ残念ながら、そうした指摘も全てが個人の認識に委ねられるリキッドな現代においては余計なお世話でしかないのだろう。

他方で土井は、若者が過剰な選択を迫られる現代を生きる不安を和らげるため、生得的な属性を共有する関係へと拘りがあり（土井, 2019, 65）、生得的なものが自分の生き方を導いてくれ、自由選択に伴う不安を解消する（土井 2019, 65-66）と述べる。そして「主観的な帰属意識に支えられた集団」に生得的な関係への拘りを広げる（土井 2019, 66）とも指摘していた。これらの知見を踏まえれば、ファンと推しとの関係性は生得的な関係ではないものの、その宗教のような傾倒ぶりは非常に主観的な帰属意識に支えられたものであると解釈できる。そのファンコミュニティは同じ推しを祀る同士であるがため盲目的に繋がりがあると錯覚<sup>15</sup>され、既述のように、日常の関係性ではなく、そこに自身の本当の居場所を見出そうとする者も出現している。そして推し側も「〇〇ふぁむ」、「〇〇家」、「〇〇族」、「〇〇組」、「〇〇 TRIBE」等々、集団の同一性が強調されるようなファンクラブやファンの総称<sup>16</sup>を用いることで、そうした帰属意識も売上向上のために活用している場合もある。例えば G. リッツァーは、ショッピングモールやディズニーランドなどを挙げ、壮観なスペクタクルの中で数珠繋ぎのように我々を消費に駆り立てる、いわば魔法にかかった様な消費の様相も再魔術化と捉えている（Ritzer, 2010, 96-98）。音楽文化における消費促進のシステムも、リッツァーが述べるようなスペクタクルと同等のものだと捉えられる。実際、帰属意識を求め、自らを意味づけたいという願望を抱いているファンにとって、ライブや推しとの対面や、お揃いのグッズや演出、そしてそうした時間の共有による周囲のファンとの一体感のスペクタクルは仮初の満足感どころか、まるで祝福を受けたような錯覚となる。それらによって信仰は高まり、いっそう消費というお布施に邁進することも容易に推察できよう。

しかしながら繰り返すように、こうしたスペクタクルは仮初に過ぎない。仮に、推しを通じて他のファンとの交流ができて、推し以外の話題は共有できない関係性ならば、それは推しという対象を介在した関係性であり、両者の繋がりは薄い。そこには本来関係性を築くために必要な人間性を問うような互いの省察はなく、推しのことが好きだという点だけで同質な人が集っただ

けの見せ掛けの、一時的な関係性に過ぎない。例えばこのような一時的な連帯感をバウマンは「祭り（カーニヴァル）のきずな」であって、それを形作るコミュニティは「祭り（カーニヴァル）コミュニティ」（バウマン、2008b, 101）だと称している。バウマンはこうした様々な一時的コミュニティのことを総称して、「美的コミュニティ」と呼んでおり、その別名を、非常に多くの人々が、個人的に経験し、また個人的に対処している心配事や関心事を、しばしばそこに掛け、間もなく外され、また別の所に掛けられるという様相から「ペグコミュニティ」（バウマン、2008b, 100-101）だとしている。更にバウマンは、怯える個人が不安を、たとえ一時的にしろ脱ぎ捨てて、引っ掛けておける個用「掛け釘（ペグ）」のついた、集団的コートスタンドを用意すること（バウマン、2001, 51）という形容表現によってペグコミュニティを説明しながら、芝居好きの人間が自分のコートを掛けるように、1つの部屋に自分の悩みを引っ掛けておく「クロークルームコミュニティ」（バウマン、2007, 61-62）とも称している。そして、これら美的コミュニティの例として、本稿で言及してきたような「ポップ・フェスティバル、サッカーの試合、流行に乗り、話題を集め、人々が押しかける展覧会」等々を挙げ、「やがて溶けるように消えてしまう」（バウマン、2008b, 100）とその存在を揶揄する。

実際にバウマンによれば、そうしたコミュニティは、中心に位置するものが何であれ、参加者の間に生まれる絆が一時的なものであるのみならず、表面的でいい加減な性質を持つということが挙げられ、脆く儂く、希望次第で断ち切れることが予め了解されて含意されているために、結ぶことで不都合が生じることはほとんどなく、懸念もほとんどもしくは全く生じないとされる。そのため、支持者の間に倫理的責任のネットワークを形成することは断じてない。したがって長期の関与を伴うネットワークがそこに形成されることもない。美的コミュニティの劇的に短い生命の間に結ばれる絆はどんなものであれ、本当の意味での拘束力を持っていない。それは事実上「結果に責任が伴わない絆」なのであり、人間の絆が本当に大事になる時、すなわち人間の絆によって個人の資質や能力の不足を埋め合わせる必要が生じる時には雲散霧消する（バウマン、2008b, 101）ということが述べられている。ペグコミュニティに関しても同様に、それぞれの場所において、「かけ釘」共同体、すなわち多くの孤独な個人達が孤独な個人であることによって生じる不安を引っかけるためのかけ釘の周りに一時的に集まったものでしかありえなくなってしまう（バウマン、2008c, 71）とその脆弱性を揶揄していた。更には、脆弱で短命な共同体でしかなく、そこではある目標から他の目標へと不規則に狙いを変えながら、安全な避難所を求めて永遠に終わることのない探求があるだけ（バウマン、2008c, 71）と際限の無さや所在の無さについても言及している。つまりどれだけ推しの誘導によってお揃いのグッズや総称の使用、感動の共有等々で帰属意識が芽生えようとも、それは推しを楽しむハレの関係性や状況的帰属感に過ぎず、自身の日常をも共有できる、穢れも含めた包括的關係性ではないと言える<sup>17</sup>。

バウマンによればカーニヴァルの絆は、テーマパークで提供されるアトラクションのように「経験」されるべきものであり、その場で経験されるべきものであって、家に持ち帰って、毎日の単調な日課の中で消費するべきものではない（バウマン、2008b, 101）とされる。すなわち結局

日常に戻ればその関係は持続せず「また会場で会おうね」の一言で解散し、「つながれた」という意識こそあれ、それまでと何ら変わらない日常を過ごし、ハレの日を迎えるための自転車操業を繰り返すしかない。ハレの日が輝けば輝くほど、日常が苦しければ苦しいほど、非日常のスペクタクルが恩恵に感じられれば感じられるほど、抜け出せなくなることは容易に想像できる。例えばギデンズは、こうした行動をある種の依存つまり嗜癖と呼び、ポスト伝統の状況では、我々は、どのように生き、どのように振る舞うのかを自分で決める以外他に選択の余地がない。こうした視点から見れば、嗜癖でさえも1つの選択である（ギデンズ、1997、141）と楽観的に述べてはいる。しかしながら金銭や精神が耐久する間は良いが、そうでなくなった時にはどうしたらよいのだろうか。その点が今後、こうした人々の消費様相の課題となろう。

ただ、本稿でバウマンの知見を挙げたのは、こうした推しによるつながりの脆弱性を述べるためだけではない。カーニヴァルの本質的意義に着目することで、こうした再魔術化の危険性から抜け出す方法を最後に少し検討してみたい。バウマンよりも早くカーニヴァルという用語を哲学的に用いた M. バフチンによれば、カーニヴァルの本来的な意味は、そういった盛り上がりだけではなく、道化が王になり戴冠と奪冠をする両義性（バフチン、1980、175-176）だと言い表すことができる。つまり祭りのような盛り上がりの後には、必ず空しさも訪れる。あくまでカーニヴァルは非日常なのであり、その後は必ず日常生活が待っているという一連の存在なのだ。したがって藤井（2012、92）が述べていたように、あくまでカーニヴァルという非日常は日常を見直すためのきっかけに過ぎず、カーニヴァルの盛り上がりのみが自身の日常であるという捉え方は誤りであり、重きを置くべき部分を見直す必要があるということが示唆できる。

ただそうは明示できても、現代においてそれは困難であり、強靱な精神力がなければ実現しないのかもしれない。自身の生きる目的や居場所が無い日常や教室空間を過ごしている子どもや若者について藤井は、子どもや若者は摩擦も葛藤もない代わりに何の手応えも根を下ろす大地も無い「終わりなき日常」を浮遊しているのではないかと、居場所のないホームレス状態に置かれているのではないかと（藤井、2018、10）と問題提起し、その欠乏感から「大きな物語」に引き寄せられていくのではないかと（藤井、2018、10）とも警鐘を鳴らしている。もちろん藤井の指摘はオウム真理教に走った当時の若者達を分析した宮台（1994）の知見に依拠しているが、推しのような、自分に意味を与えてくれる、大きいと錯覚している存在に没入する様相は当時からの必然だったのかもしれない。既述のように、人生設計における自己責任自己選択の苦悩だけではなく、今日の学校や周囲の友人に承認されることなく居場所を失くした子どもや若者は、手応えのないリキッドな日常を、自らが生きている現実だと認識することが困難になっている。そして本来与えられるべき承認や居場所を与えられなかった者達は、学校や職場とは異なる居場所や、一時的でも、幻でも良いからと自らを承認してくれる物語を求め、バンドやアイドル等を推したり、仮想空間、サブカルチャー、異性関係、時には犯罪集団等々に関与したりして自らの根を張っていくことになる<sup>18</sup>。そういった点で推しは数多くある再魔術化現象の一例に過ぎない。しかしそれは常に不安が随伴する現代において何かに支えられていたい、そして何かに依存していたい、一時

的なカーニヴァルでも良いから恩恵が欲しいという現代人の願望や、悲哀に満ちた行動の皮肉で自然な結果なのかもしれない。

ベンヤミンは、リアリティの照準を大衆に合わせ、逆にまた大衆をリアリティの照準に合わせる事が、思考面でも、視覚面でも、無限の射程距離を持つ動きとなっている（ベンヤミン、1970、17）と、かつてアウラを放ち、距離があったはずの文化が大衆にとって卑近になったことを歓迎しているが、こうした一連の再魔術化を踏まえれば、それが福音となるかどうかは、今後の人々の生き方の行方次第なのかもしれない。推しという痛み止めが効いている間は生きていられるが、それが効かなくなった後、もしくはそれが発売中止つまり推しの消滅、例えば解散や引退、スキャンダルや経年劣化等による魅力の低下が起こった時、我々はどうなるのだろうか。宗教や神を推すことから覚めるのだろうか。別に信仰する宗教や神を探すのだろうか。そして何を精神安定剤にして、何をジャイロスコープにして生きていくのだろうか。アウラの消滅と個人化は、リキッドモダンにおける生き方の次の段階の課題を導き出したように思える。

#### 参考文献一覧

- 東浩紀（2001）動物化するポストモダン オタクから見た日本社会。講談社現代新書。
- A. ギデンズ（1997）ポスト伝統社会に生きること。U. ベック、A. ギデンズ、S. ラッシュ著。松尾精文、小幡正敏、叶堂隆三訳。再帰的近代—近現代の社会秩序における政治、伝統、美的原理—。而立書房、106-206。
- 烏賀陽弘道（2005）J ポップとは何か—巨大化する音楽産業—。岩波新書。
- U. ベック（1998）東廉、伊藤美登里訳。危険社会 新しい近代への道。法政大学出版局。
- W. ベンヤミン（1970）高木久雄、高原宏平訳。複製技術時代の芸術。ヴァルター・ベンヤミン著作集2。晶文社。7-59。
- W. ベンヤミン（1975）円子修平訳。翻訳者の使命。ヴァルター・ベンヤミン著作集6。晶文社。261-279。
- 大澤真幸（2011）「正義」を考える 生きづらさと向き合う社会学。NHK 出版新書。
- 太田健二（2021）コロナ禍における音楽ベニュー：ローカルに定着するライブハウスから見る社会的な意味。四天王寺大学紀要、69。63-83。
- 小川博司（1988）音楽する社会。勁草書房。
- 鍛冶博之（2010）カラオケの商品史（1）。同志社大学人文科学研究所。社会科学、89。49-80。
- 鍛冶博之（2011）カラオケの商品史（2）。同志社大学人文科学研究所。社会科学、90。165-195。
- 数家鉄治（2008）カラオケの社会的基盤。大阪産業大学アミューズメント産業研究所紀要（カラオケ産業研究特集号）、0。1-27。
- 北田暁大（2004）“意味”への抗い—メディアエーションの文化政治学。せりか書房。
- 小泉恭子（1999）高校生とポピュラー音楽—教育の場におけるジェンダー分化のエスノグラフィー。北川純子編。鳴り響く〈性〉日本のポピュラー音楽とジェンダー。勁草書房。32-57。
- 小泉恭子（2013）メモリスケープ—「あの頃」を呼び起こす音楽。みすず書房。
- 佐藤良明（1999）J-POP 進化論「ヨサホイ節」から「Automatic」へ。平凡社
- Z. バウマン（2001）森田典正訳。リキッド・モダンティ—液化化する社会。大月書店。
- Z. バウマン（2007）伊藤茂訳。アイデンティティ。日本経済評論社。
- Z. バウマン（2008a）長谷川啓介訳。リキッドライフ—現代における生の諸相。大月書店。
- Z. バウマン（2008b）奥井智之訳。『コミュニティ 安全と自由の戦場』。筑摩書房。
- Z. バウマン（2008c）澤井敦、菅野博史、鈴木智之訳。『個人化社会』。青弓社。

- Z. バウマン (2011) 伊藤茂訳, コラテラル・ダメージ. 青土社.
- Z. バウマン (2014) 伊藤茂訳, リキッド化する世界の文化論. 青土社.
- J. ボードリヤール (1984) 竹原あき子訳. シュミラークルとシミュレーション. 法政大学出版局.
- George Ritzer (2010) ENCHANTING A DISENCHANTED WORLD Continuity and Change in the Cathedral of Consumption, PINE FORGE.
- S. ラッシュ (1997) 再帰性とその分身一構造, 美的原理, 共同体一. U. ベック, A. ギデンズ, S. ラッシュ著. 松尾精文, 小幡正敏, 叶堂隆三訳. 再帰の近代一近現代の社会秩序における政治, 伝統, 美的原理一. 而立書房. 207-316.
- 玉木博章 (2012) 中部地区研究会発表報告 三井徹「大正時代の大ヒット〈籠の鳥〉分析:三拍子をいまでも二拍子で歌う日本人」. 日本ポピュラー音楽学会ニューズレター, 94号. 2-3. <https://www.jaspm.jp/wp-content/uploads/2013/07/NL94.pdf> (2022年3月1日最終確認)
- 塚田健一 (2014) 文化人類学の冒険 人間・社会・音楽. 春秋社.
- 土井隆義 (2009) キャラ化する／される子どもたち一排除型社会における新たな人間像. 岩波書店.
- 土井隆義 (2019) 「宿命」を生きる若者たち 格差と幸福をつなぐもの. 岩波書店.
- 富田英典 (1993) 「キッズカラオケ」と「キッチュファミリー」. 情報化と大衆文化 ビデオゲームとカラオケ. 現代のエスプリ, 312. 156-169.
- 中西裕, 玉木博章 (2015) 行事によって形成される関係性をもたらす行動と心理的变化に関する試論一祭りの後の祭り「打ち上げ」の聞き取り調査を手がかりにして. 就実論叢, 44. 249-264.
- 中原ゆかり (2006) ハワイの「日本の歌」と懐メロ・ブーム:カラオケの時代と二世楽団への懐古. ポピュラー音楽研究, 10. 143-152.
- 永井純一 (2018) コンテンツ・メディアの来歴 ソリッドなスター／リキッドなアイドル. 辻泉, 南田勝也, 土橋臣吾編著. メディア社会学. 有斐閣ストゥディア, 55-72.
- 永井純一 (2019) Communication: 音楽を介した友人関係. 南田勝也, 木島由品, 永井純一, 小川博司編著. 音楽化社会の現在 統計データで読むポピュラー音楽. 新曜社. 89-107.
- H. ブルーマー (1991) 後藤将之訳. シンボリック相互作用論 パースペクティブと方法. 勁草書房.
- 橋迫瑞穂 (2019) 占いをまとう少女たち 雑誌「マイバースデイ」とスピリチュアリティ. 青弓社.
- 濱野智史 (2008) アーキテクチャの生態系. NTT 出版.
- 濱野智史 (2012) 前田敦子はキリストを超えた. ちくま新書.
- ふくりゅう (2013) カラオケ JOYSOUND に聞く, ボカロ文化最前線!なぜボーカロイド楽曲は人気なのか. 別冊カドカワ 総力特集ニコニコ動画 未来はユーザーの手の中. 角川マガジズ, 86-89.
- 藤井啓之 (2012) 学校の文化活動を捉え直す. 全国生活指導研究協議会. 生活指導, 699号. 明治図書. 88-93.
- 藤井啓之 (2018) ツルンとした世界のなかの「家なき子」子どもたちにホームをつくりだす. 教育科学研究会編集. 教育, 2018年, 9月号. かもがわ出版. 5-12.
- M. マクルーハン (1987) 栗原裕, 河本仲聖訳. メディア論一人間の拡張の諸相. みすず書房.
- 牧野智和 (2012) 自己啓発の時代一「自己」の文化社会学的探求. 勁草書房.
- 馬驊 (2000) アジアのトップDJに聞く J-POP カバー曲流行事情. 神部明世. ヒット曲で覚えるアジアのことば, vol.2, 北京語. 雷鳥社, 84-87.
- 増田聡, 谷口文和 (2004) 録音・複製テクノロジーと音楽聴取体験の多層化:オーディオ趣味とDJ文化を中心に. 鳴門教育大学研究紀要, 19. 25-35.
- 増田聡 (2005) その音楽の〈作者〉とは誰か リミックス・産業・著作権. みすず書房.
- 増田聡 (2006) 聴衆をつくる一音楽批評の解体文法. 青土社.
- 松本じゅん子, 多賀谷昭, 北山秋雄 (2015) カラオケとヒトカラによる心身への効果. 信州公衆衛生雑誌, 10 (1). 42-43.
- 南田勝也 (2018) デジタル・コンテンツの功罪 データ化した音楽作品とその価値. 辻泉, 南田勝也, 土



- 橋臣吾編著. メディア社会学. 有斐閣ストゥディア, 93-112.
- M. バフチン (1980) 川端香男里訳. フランソワ・ラブレールの作品と中世・ルネッサンスの民衆文化, せりか書房.
- 宮台真司 (1994) 制服少女たちの選択. 講談社.
- 宮台真司 (2007) 石原英樹, 大塚明子. 増補サブカルチャー神話解体——少女・音楽・マンガ・性の変容と現在. 筑摩書房.
- J. ハーバーマス (1986) 岩倉正博, 藤沢賢一郎, 徳永恂, 平野嘉彦, 山口節郎訳. コミュニケーションの行為の理論 (中). 未来社.
- 吉井篤子 (1984) 現代の音楽文化. 林進, 小川博司, 吉井篤子. 消費社会の広告と音楽. 有斐閣. 121-224.
- 渡辺潤 (1994) メディアの欲望 情報とモノの文化社会学. 新躍社.

## 注

- 1 イントロが長過ぎると聴かずに飛ばす若者も増えているとされることから起因する.
- 2 人気になり, 再生回数が増えること.
- 3 こうした状況を背景に, 音楽作品ではないものの NFT (Non Fungible Token) と呼ばれる代替可能な芸術作品が, インターネット上で生成されて取引されている.
- 4 なお鍛冶によれば, カラオケボックスの全国普及は, それまで主にナイト市場でのレジャーだったカラオケをいわゆるデイ市場に引き上げ, 従来からの中高年層だけでなく, 若年層の需要を一気に増加させるうえで大きく貢献した (鍛冶, 2010, 61) ことが指摘されている.
- 5 なお小泉は, 個人的な好みの楽曲をパーソナル・ミュージック, 世代共通の楽曲をコモン・ミュージック, 世代を超えた楽曲をスタンダード・ミュージックと定義している (小泉, 1999, 33).
- 6 バウマンが主要著作でソリッドモダンと記述する箇所は少ない. あくまでリキッドモダンとの比較によって, ソリッドモダンの特徴が伺える. 訳者の森田は前期近代をリキッドモダンと連続しているものとして「ソリッドモダン」と記しているが, この指摘も訳書全文を通して推察したものだと考えられる. 詳しくは森田典正「訳者あとがき」(バウマン 2001, 274), または伊藤茂「訳者あとがき」(バウマン 2007, 156) を参照.
- 7 多くのファンは脱退を望んでいなかっただろうが, そうした意味を込めて「擲掄」と表現した.
- 8 ただ, そうではなく残念ながら「劣化した」と擲掄される歌唱をするアーティストが存在することも事実ではある.
- 9 そのため乃木坂 46 の 5 期生騒動のように, それを継承できないと見なされるメンバーが加入した場合にはファンによるバッシングが起こることさえある.
- 10 こうした現象を, グローバルな状況における分断という意味を込めてグローバル化の一種であると見なすこともできる.
- 11 こういった点で, 本稿で論じてきた楽曲の継承も, その継承者らしさを示せた時に, 単なるカバーの領域を超越できることが示唆されている.
- 12 このことはグループの設計という点でも例が挙げられる. 乃木坂 46 は当初 AKB48 の公式ライバルとして売り出され, デビュー曲の CD には『会いたかったかもしれない』という AKB48 の代表曲『会いたかった』を模した楽曲も収録されている. この『会いたかったかもしれない』は歌詞や楽曲の展開そして PV 全てが『会いたかった』と同じであり, 曲調やメロディラインがマイナーな雰囲気に変更してあるのみとなっている. 換言すれば明確なパロディであろう. 実際に初期の乃木坂 46 は「AKB48 のシャドーキャビネット」として構想されており, 完全に AKB48 のシュミラークルとして設計されていたと言えるが, そうした状況を脱却した時, おそらく『君の名は希望』の発表後くらいから小川の言う, そのアイドルそのものの世界つまり「乃木坂 46 らしさ」が展開されていった. もちろんこうしたシュミラークルを用いた対立軸は AKB48 では SKE48, NMB48, HKT48, NGT48

等々を使って打ち出されてはいたが、AKB48として48グループ全体が活動する状況も影響して、徐々にその差別化が難しくなっていた。そこへ全くコンセプトの異なる乃木坂46が登場して成功を収めたことで、後にクールなイメージを打ち出した櫻坂46（後の櫻坂46）や、快活さや多幸感を打ち出した日向坂46の成功へと繋がった。そして2022年現在、乃木坂46の人气が存在するうちに今度は乃木坂46（坂道グループ）の公式ライバルとして第3極を誕生させる構想さえ存在していると言われる。

- 13 能力のある他者を自分と重ね合わせて自分に価値があるように思い込むことで、欲求を解消する「同一視」の一種であると見なすことができる。
- 14 本稿で取り上げている「推し事」ではないものの、「エモい」と自認する動画を制作して眺めたり、画像を投稿したりすること。また自身の思い出の動画や画像をインスタで編集しリールにすること。ツイッター等の「裏アカウント（通称裏垢）」で自身の感情を吐露すること等々、自身の存在を確認して物語化する、所謂セルフカウンセリングするための自己再帰的行為の例と看取される事象は他にも多く列挙できる。翻って大澤は、どうしても内面化できない不慮のリスク、つまり新しい傷の存在についても言及している（大澤, 2011, 34）。なおバウマンも類似して、意図しない、計画されていない、そしていわば誤って予期せぬ被害を与えてしまう効果のことを「コラテラル・ダメージ」と称している（バウマン, 2011, 13）。
- 15 ただ「同担拒否（同じ対象を押す他のファンに対する嫌悪感、換言すれば自分だけの崇拜すべき推しという感情）」等、一概に同じ対象を崇める者同士が繋がりを感じるとは言い難く、ファンコミュニティの内情は非常に複雑であるため、本稿では詳述を割愛する。
- 16 他にもヴィジュアル系バンドの追っかけとされる「バンギャ（バンドギャルの略称で最近ではギャと略されることもある）」や、かつての女性アイドルの熱烈なファンとして「親衛隊」、モーニング娘の熱烈なファンとして「モーヲタ」、日向坂46の「おひさま」、ももクロの「モノノフ」、King & Princeの「ティアラ」、NEWSの「パーナ」、嵐の「ARASHIC（アラシック）」等々、枚挙に暇がない。ただし、こうした総称はファン側が自主的に自身のアイデンティティとして使用し始めたケースも中にはあるため、「推し」側が恣意的に使用開始していないケースや、推し側がファンに後発的に乗ったケースがあることも留意すべきであろう。
- 17 関連して、永井は量的調査を基に「年に1回フェスに行く人」と「行かない人」とを比較し、「行く人」は交際経験（48.9%：35.3%）があり、現在交際相手がおり（86.2%：70.5%）、知り合い程度の友達が多く（109.3人：71.1人）、初対面の人とでもすぐ友達になり（60.6%：45.9%）、服装等のファッションを重視して友達を選んでおり（21.7%：12.6%）、遊ぶ内容によって一緒に遊ぶ友達を使い分けている（83.9%：68.9%）傾向から、これらの人物を「リア充」と称して、リア充の祭典としてのフェスについて論じている（永井, 2019, 104-105）。こうした存在は本稿で論じている熱心なファンの姿と異なるが、これは永井が研究対象としているフェスと、本稿で論じている推しのライブが異なる対象である点から起因する。フェスは複数のアーティストのライブを楽しむ音楽イベントであり、フェスに行くことと推しのライブに行くことは根本的に異なる。そのため本稿で論じている再魔術化する層と、永井が論じる層は別の存在となる。推し活に励んでいる層にとっての「友達」の定義は、フェスによく行く所謂リア充の述べる「友達」の定義とは全く異なるだろう。特に選択型の人間関係形成を心がけており、知り合い程度の友人が多いリア充のその様相はリキッド化する人間関係に馴染んでいる層の特徴であり、本稿で論じているリキッド化に伴う苦悩によって再魔術化する層とは対極な存在として位置づけられる。こうした点で永井の知見は興味深く、本稿を含めて若者を一概に扱うことは非常に危険であることを自戒する必要がある。永井が描いているのはある層の若者の特徴であり、極端に感じられても本稿が論じている層の若者も存在する。どちらも正であり、どちらが全てだということはない。したがって永井が論じている層と本稿で論じている層との2極化が生じている点、つまりアイドル論同様にリキッドな中に残るソリッドな部分もしくはソリッドを希求する層がいることにも配慮して、今後の議論は進められるべきであろう。また本稿はあくまで音楽消費を

対象に、そこに嗜癖しているかどうかを論じているが、永井の論じている層も男女関係等の音楽以外の何かには嗜癖しており、何らかの形態で再魔術化している可能性もあろう。本稿で論じている音楽消費はあくまで再魔術化の一種に過ぎない点には留意しておきたい。

- 18 例えば、最近では新宿歌舞伎町の「トー横キッズ」がこれに該当する。名古屋においては「ドン横」、大阪においては「グリ下」が挙げられる。かつてであれば暴走族の集会やゲームセンター等の溜まり場が挙げられるが、現在ではネット上や、推しのライブ等でのファンコミュニティであることも多い。