

ソーシャルメディア におけるポップ アイドル： 日米大学生の認識 比較研究

クリスティナ・ストライツ
カールトン・ワイスカー

関根繁子教授
ダスティン・ライト教授



概要

- 研究の重要性
- 研究質問
- 研究背景
- 研究方法
- 研究結果
- 結論
- 研究の限界点・将来の研究課題
- 参考文献
- 謝辞

研究の重要性

- 私達はコンサートやアニメやビデオなど、様々なメディアを通して流れてくるポピュラー音楽を愛しており、興味を持っている
- 中でもポピュラー音楽やアイドルをとりまくポピュラー音楽産業およびポピュラー音楽文化に強い興味を持った
- これまでCSUMBや留学先の大学で学んだ、様々な研究を通じて日米のアイドルとポピュラー音楽産業に対し大学生がどのような認識を持っているのか詳しく研究したいと思った

研究質問

1. ソーシャルメディアにおけるポップアイドルに対する認識又その使い方に関する意見とは何か。
2. ポピュラー音楽産業におけるソーシャルメディアを通じたプロモーションとそれに対する規制はどのように認識されているのか。

研究背景

- 日米のポップアイドルの発展
- ポップ音楽産業の機能と役割
- ポップアイドルの実例（日本とアメリカ）
- 社会とソーシャルメディアにおけるポップアイドルの役割
- ポップアイドルの活動

アメリカのポップアイドルの歴史

- 「ポピュラー音楽」というカテゴリーは、ここ数十年アイドルと深く関連付けられている。アメリカの音楽産業に明確な出発点はないが、現代の音楽産業は80年代や90年代で知られているトレンドと類似している。

(Glaser, 2017)

- 様々なポップ音楽が時代と共に行き来して来た。現在の傾向としてはR&B (Rhythm & Blues) とEDM (Electric Dance Music) に人気が集まっている。さらに、インターネットとソーシャルメディアを通じた世界の相互接続性によって、ポップミュージックは国境を越え始め、エンターテインメント業界の主要な原動力となった。

日本のポップアイドルの歴史

- 日本の20年代から50年代までのジャズにポップ音楽の形跡が見られる中、ポップ音楽の起源は歌謡曲だったと言える。第二次世界大戦後にアメリカの占領地となった日本ではアメリカのポップ音楽が紹介され日本語で歌われるようになり、新しい日本の音楽が生まれた。 (Nagaoka, 2017)
- そして、女性のアイドルが生み出され、のちに男性アイドルとグループなアイドルの産業へと発展した。このジャンルは数十億円産業に成長し、日本の文化的な象徴として海外に広められた。 (Fukuya, 2013)

ポップ音楽産業の機能と役割

アメリカ

• レーベル

- 様々なレーベルがあるが、大部分は大企業の子会社。
- 例：ワーナーブラザーズレコード、BGM、ソニーミュージック

• 契約

- 主に著作権使用料と創造性の所有権
- 条件と独占契約の法的拘束力がある
- 私生活の介入がない

• イメージ

- 通常アーティストは広報・宣伝係とマネージャーがいるが、普段はSNSを通して個人的な人間関係や自主的な対話が自分のイメージに似合うように作り上げている。

• ファンとの交流

- コンサートや商品についてSNSで対話する

ポップ音楽産業の機能と役割

日本

• レーベル

- 大企業のレーベルは市場で優位に立つが、独立系レーベルもある。
- 例：ワーナーミュージック日本、エーベックスエンターテイメントやエーベックスマーケットディング、JVCケンウッドヴィクタエンターテイメント、ソニーミュージックエンターテイメント日本、株式会社ジャニーズ

• 契約

- 著作権使用料と創造性の所有権
- レコード会社によって条件と独占契約の法的拘束力がある
- 私生活の介入がある（恋人やパートナーの規制）

• イメージ

- アイドルは不祥事を避け、清潔感があるイメージを持つ事が期待されている。アイドルはレーベル会社やマネージャーによってイメージに合ったプロモーションを計画してもらう。

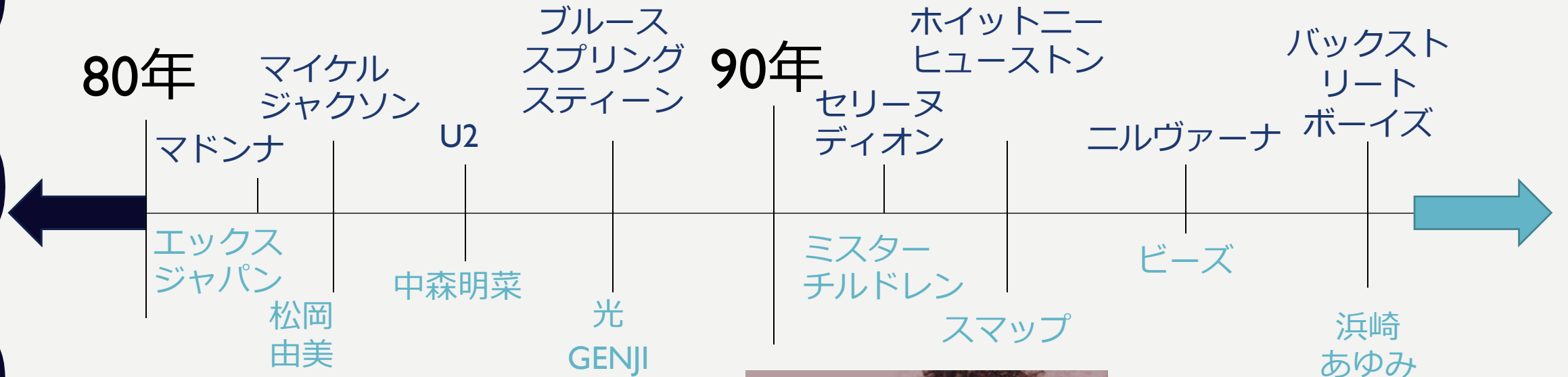
• ファンとの交流

- ファンとの交流は重要なイベントだが、歌のパフォーマンスやアイドルと会えるイベントやプロモーションのキャンペーンなど。

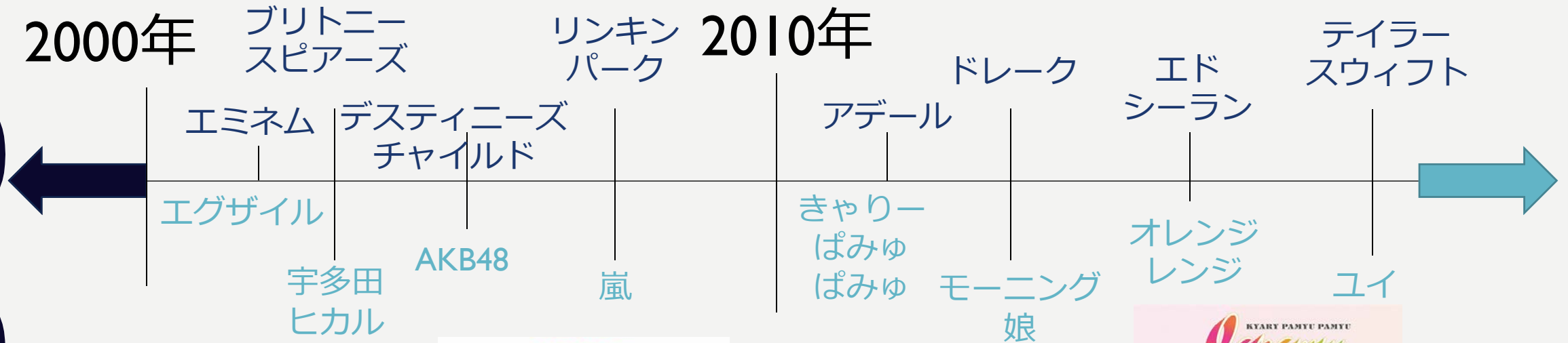
日米のポップアイドル（60年～70年代）



日米のポップアイドル（80年～90年代）



日米のポップアイドル（2000年代）



アメリカの女性アイドル



マドンナ

アメリカで売り上げ
ナンバー1の女性ソロ



デスティニーズチャイルド

アメリカで売り上げナンバー1の
女性グループ



テイラー
スウィフト

アメリカで最も賞を受けた
女性アーティスト

日本の女性アイドル



ももいろクローバーZ
日本で一番人気な女性
グループ



AKB48
日本で売り上げナンバー1の
女性グループ



宇多田ヒカル
日本で売り上げ
ナンバー1の女性ソロ

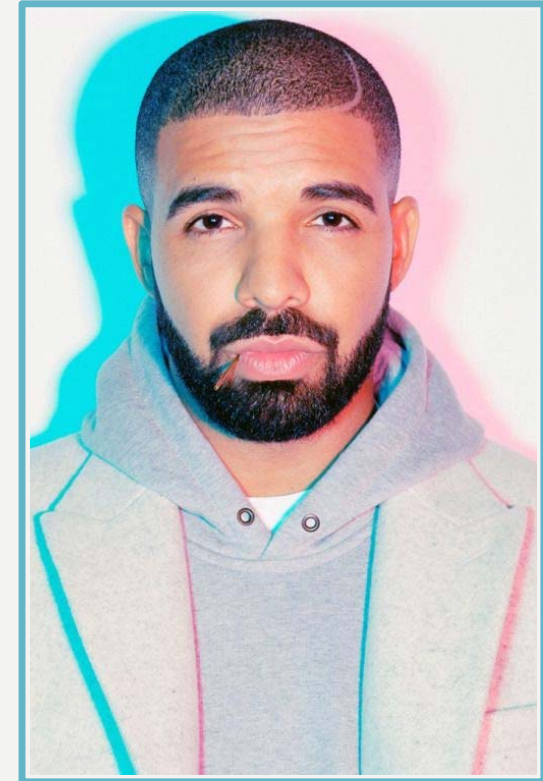
アメリカの男性アイドル



バックストリート
ボーイズ
ポップで売り上げナンバー
1の男性グループ



ジャスティン
ビーバー
ソーシャルなアーティスト賞
受賞 (2011-16年)



ドレーク
ベスト盤人気
ナンバー1の
男性ソロ

日本の男性アイドル



＋嵐

日本で一番人気がある
男性グループ

スマップ＋

アジアで売り上げ
ナンバー1の男性
グループ



＋ビーズ

売り上げナンバー1
の男性デュオ



社会とソーシャルメディアにおける ポップアイドルの役割

- 日本のポップグループに対する人々の反応に関する研究 (Izuma, 2017)
 - AKB48のメンバー達の写真を見せた
 - 10人のメンバーに対する見方とその実世界への影響を調査した
 - アイドルに対する先入観とfMRI*の結果において相関関係がある事が分かった。
- 「ファンツーリズムの基本的構造：アイドルファンへの聞き取り調査から (村上和夫教授退職記念号)」 (Dai, 2018)
 - 「ファンツーリズム」は、主要なスポーツイベントやチームを通してメディアと経済に好影響を生み出した
 - ファンツーリズムに参加した旅行者によって歳入が増えるだけでなく、その地域の評判も増す。

*機能的磁気共鳴画像

アメリカのポップアイドルの活動

- テイラー・スウィフトの政治的な意見 (McDermott, 2018)
 - 昨年、ある政治家候補を支持し、彼女の見解をInstagramに投稿した
 - また、AMA (American Music Awards) 受賞スピーチ中に選挙に行くように人々に勧めた
- 「政治的な影響力者」として広く認められているカルディB (Gontcharova, 2019)
 - 民主党の上院議員はカルディの最近の政治的なコメントをリツイートするかどうかを公然に議論した
 - カルディBのソーシャルメディアを介したコミュニケーションの方法が、人々により親近感をもたせた方法で問題を提示していると感じている
- 「ファイアーフェスティバル」：開催された事がない最大のパーティー (Smith, 2019)
 - ソーシャルメディアでその夏の最高の音楽祭となるように宣伝され、チケットの最低価格は500ドルだった
 - ファイアーフェスティバルは失敗に終わり、このイベントの来場者は島に残され、宿泊施設も無くチケットの返金も無かった。

日本のポップアイドルの活動

- 「ワイドナショー」で、元SMAPのメンバーの中居正広が公に新しい法案に反対した (Mizui, 2015)
 - 最近、様々な軍事兵器の分類に関係する最近の法律に関して5,000人の高校生が行った抗議の支持を全国テレビ番組（Wide Show）で表明した。
- AKB48レコードレーベルが作り上げた私生活 (Kiuchi, 2017)
 - レーベルはアイドルのイメージとそのスケジュールを維持するために行う。
 - 多くの場合、趣味や個人情報ファンに提供する事により、アイドルをより近くに感じて貰うことを目的として作成される。
- AKB48のメンバーの一人が謝罪として頭を剃った (BBC News, 2013)
 - 彼女は男性と親密な関係を持った事で契約を破ったために、2013年にソーシャルメディア上で公開謝罪ビデオを提供した。
- 男子アイドルグループがLGBTQテーマのミュージックビデオを公開した (Pride Site, 2017)
 - 2017年4月13日に「MeseMoa」という男子アイドルグループが男子同士でキスをするミュージックビデオを公開した。日本やアメリカのソーシャルメディア上でこのミュージックビデオに関して様々な議論があった。

研究方法

回答者計

- 62名の大学生
 - 31名の日本人大学生
 - 12名の男性
 - 19名の女性
 - 31名のアメリカ人大学生
 - 13名の男性
 - 17名の女性
 - 1名のその他

オンラインでのアンケート (Google フォーム)

- 日本語のアンケート
- 英語のアンケート

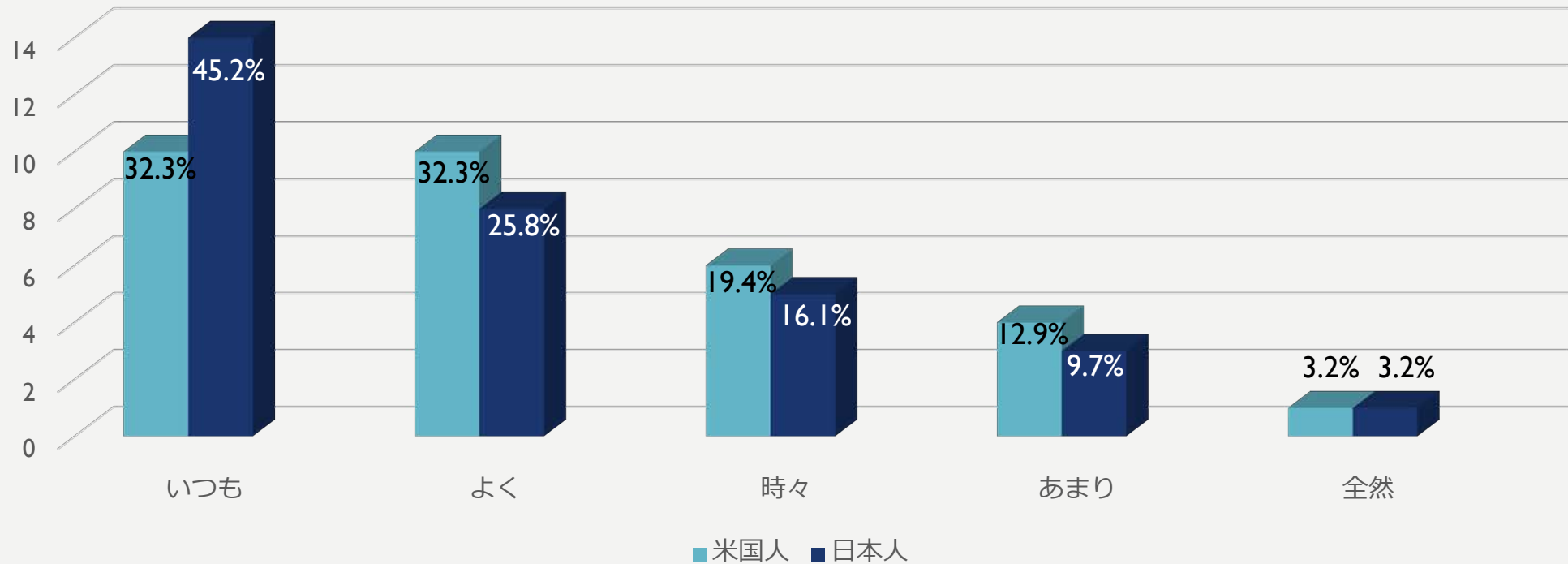


アンケート調査の結果

研究質問 1 :

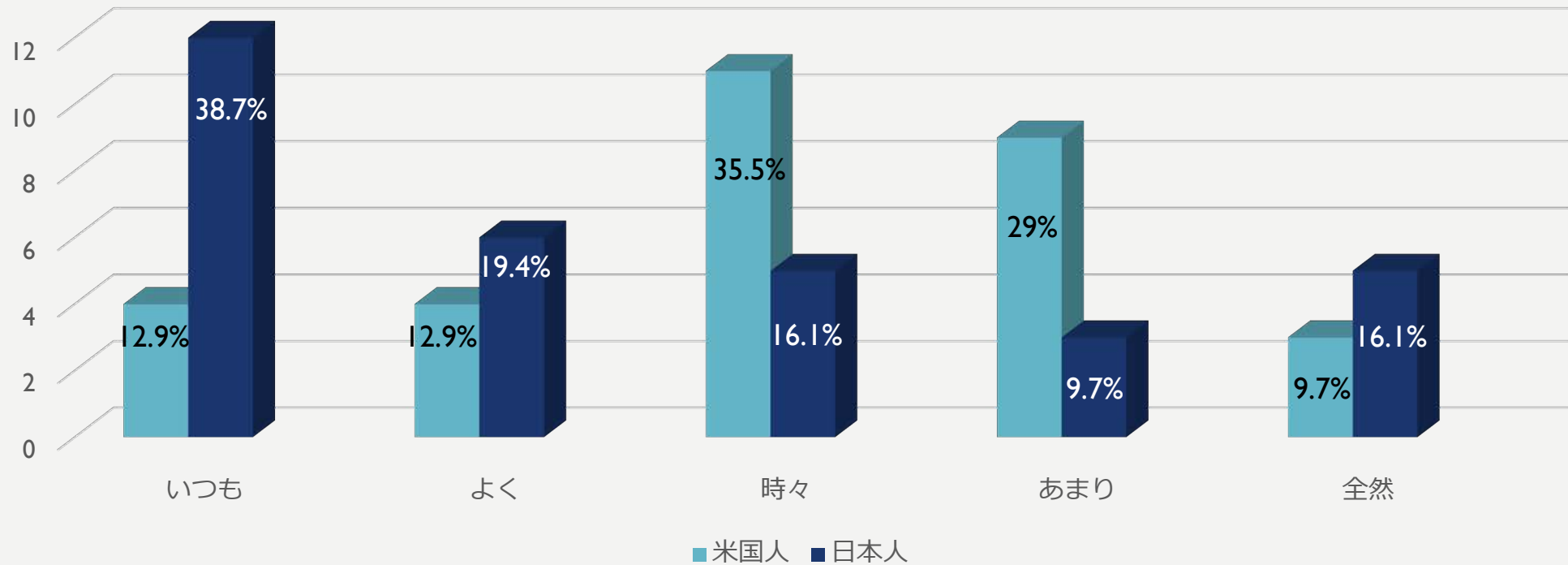
ソーシャルメディアにおけるポップアイドルに対する認識又その使い方に関する
意見とは何か。

よくポピュラー音楽を聞くか



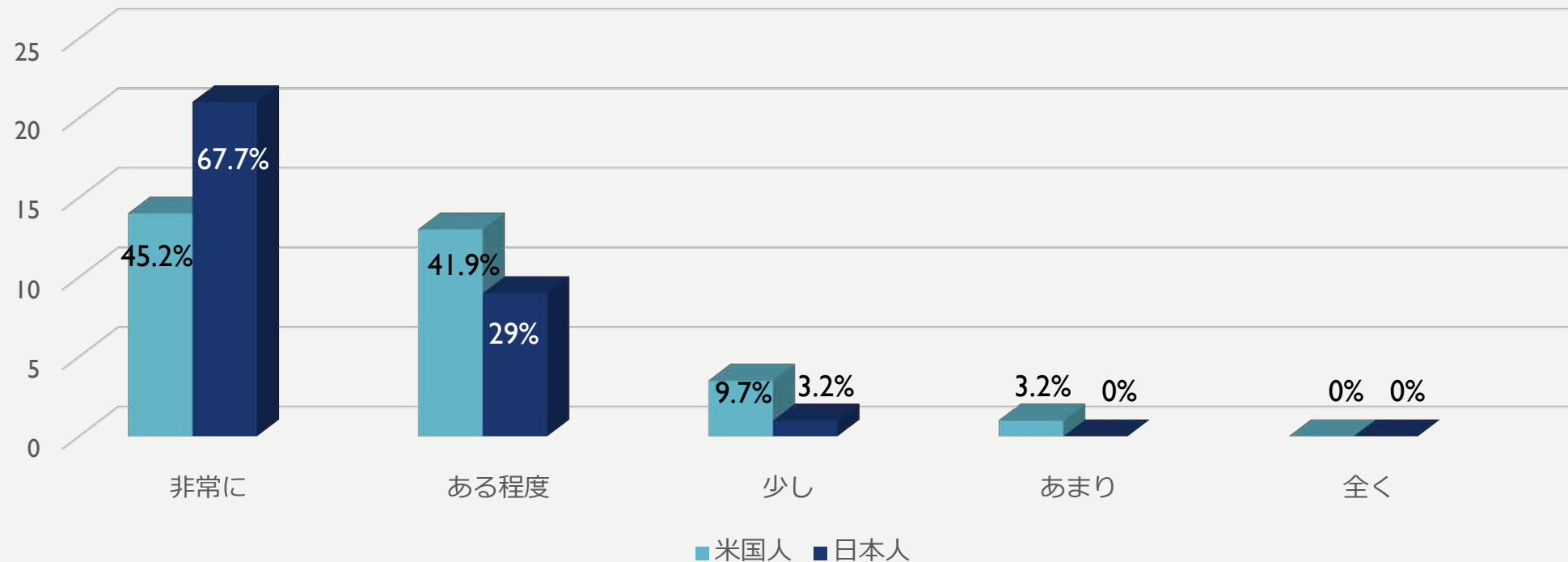
日米の大学生の大多数がポップ音楽を聞いている。

アーティストのSNSをよく見るか



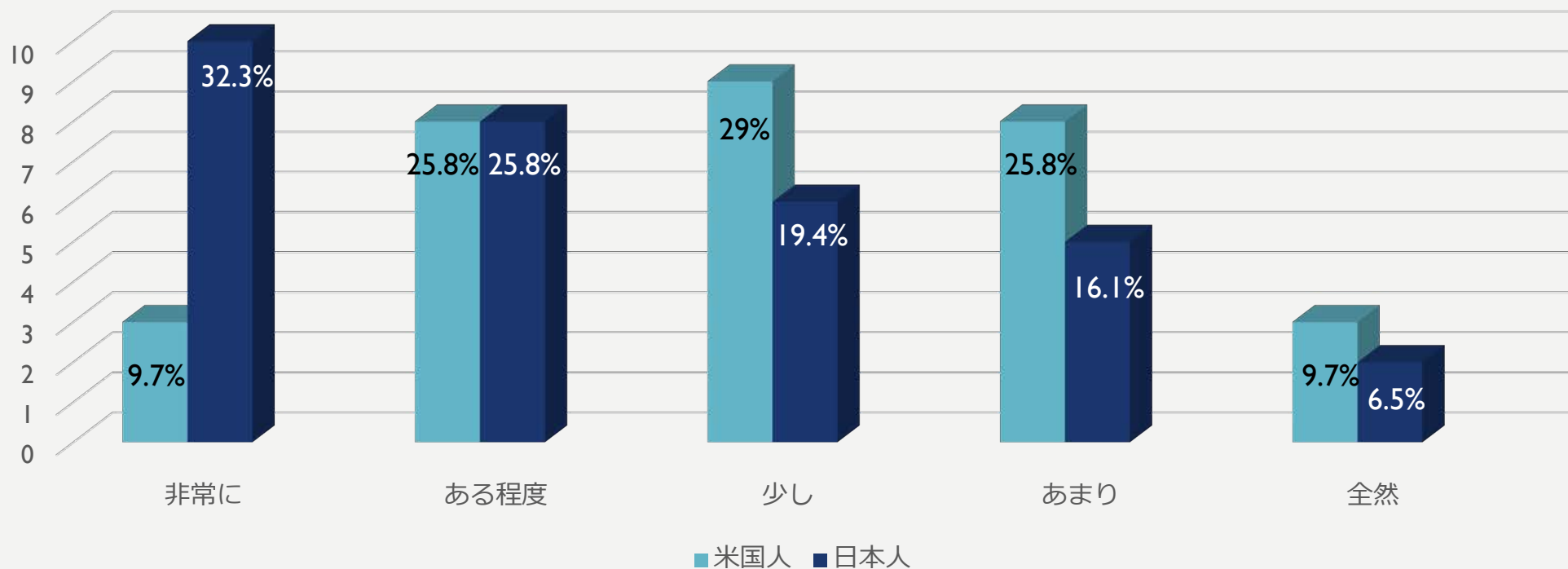
アメリカの回答者の25.8%、日本の回答者の58.1%がよく見ていると答えた。

SNSを通じ、アーティストはどのくらい 社会に影響力があると思うか



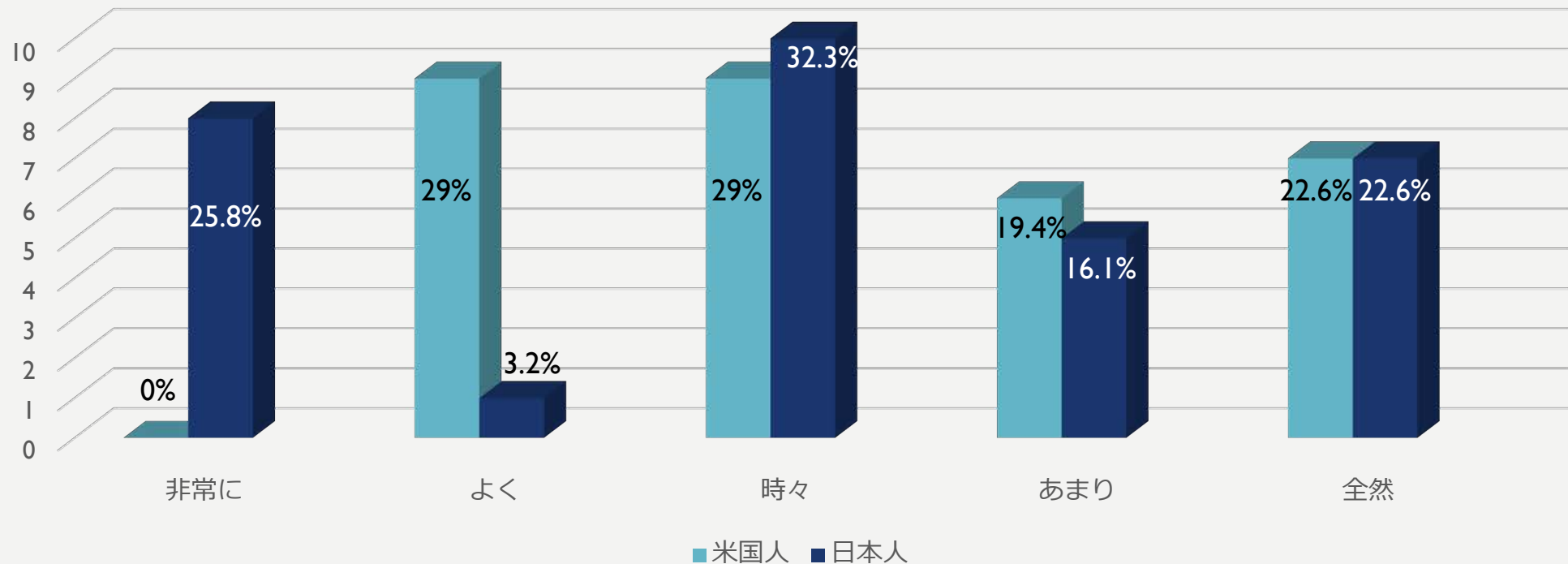
日米大学生共に、アーティストはソーシャルメディアを通じて大きな影響力を持っていると感じている。

SNSを通じて発信される好きな音楽アーティストの意見はあなたの意見にどのくらい影響があると思うか



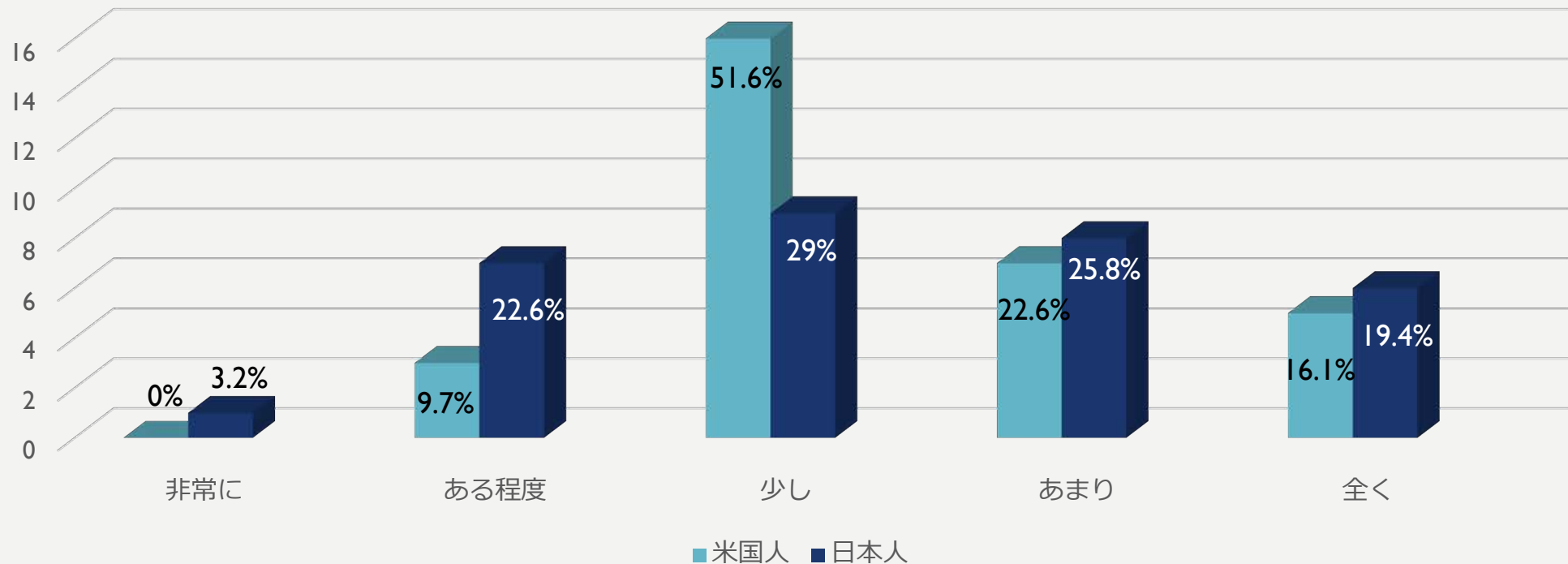
アメリカの回答者の9.7%、日本の回答者の32.3%が自分の意見に大きな影響を与えたと答えた。

SNSを通じて発信されるその歌手の考え方に共感するという理由でその音楽アーティストをフォローすることがあるか



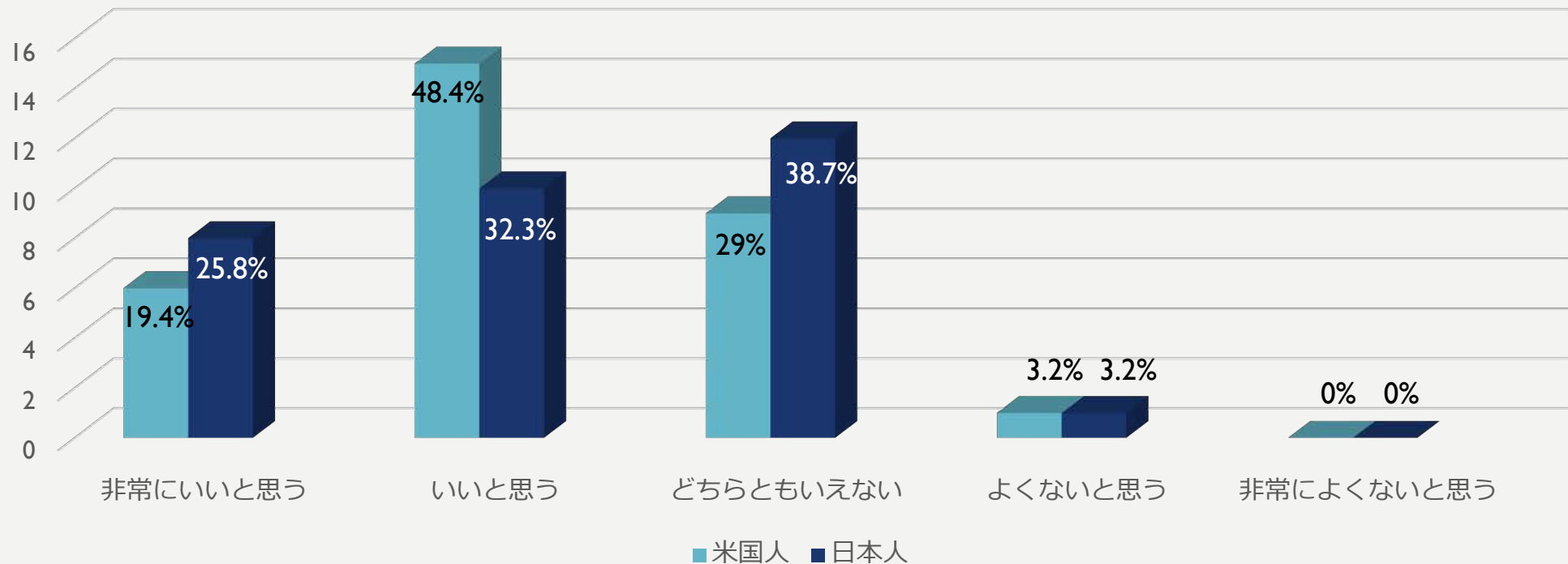
日米の大学生共に半数以上がフォローすると答えたが、日本人の回答者の方が強い意見を持っていることがわかった。

好きな音楽アーティストの意見を他の人の意見よりも支持することがよくあるか



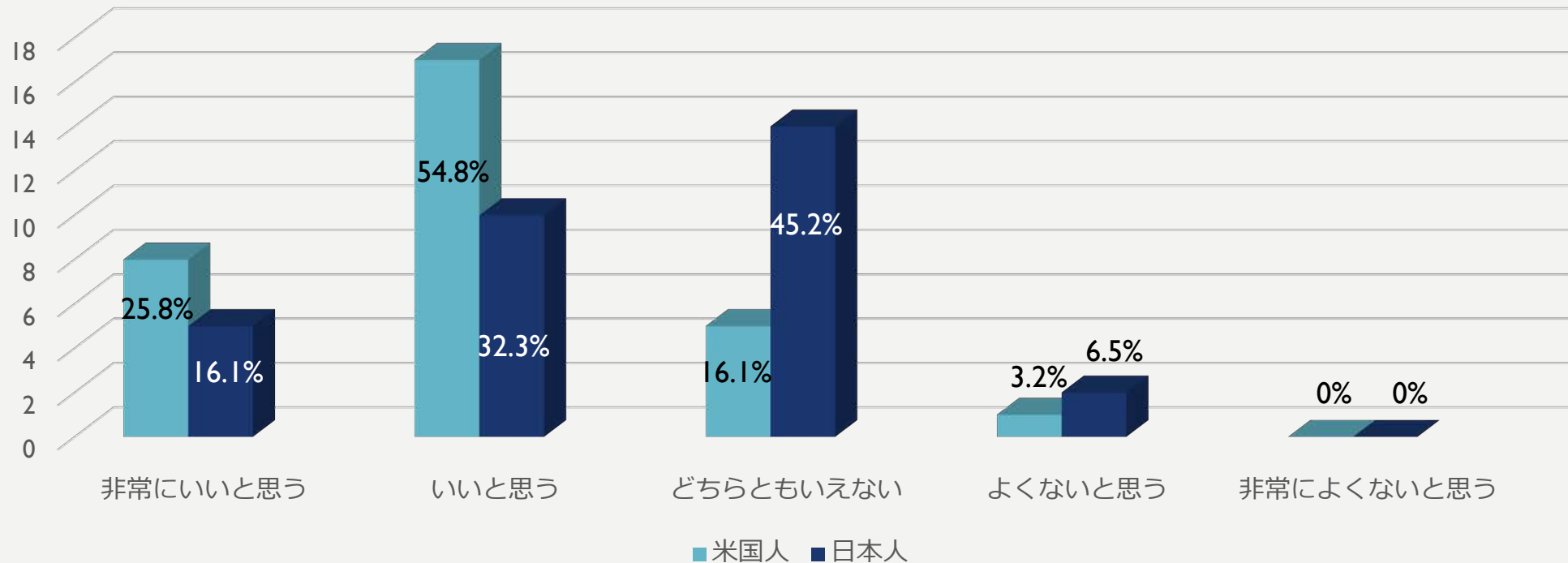
アメリカの大学生の61.3%と日本の大学生の54.8%が好きなアーティストの意見を支持することがわかったが、日本人の回答者の方が強く支持していることがわかった。

テイラー・スウィフトが政治的な意見を 公に発信しようとしたことについてどう 思うか



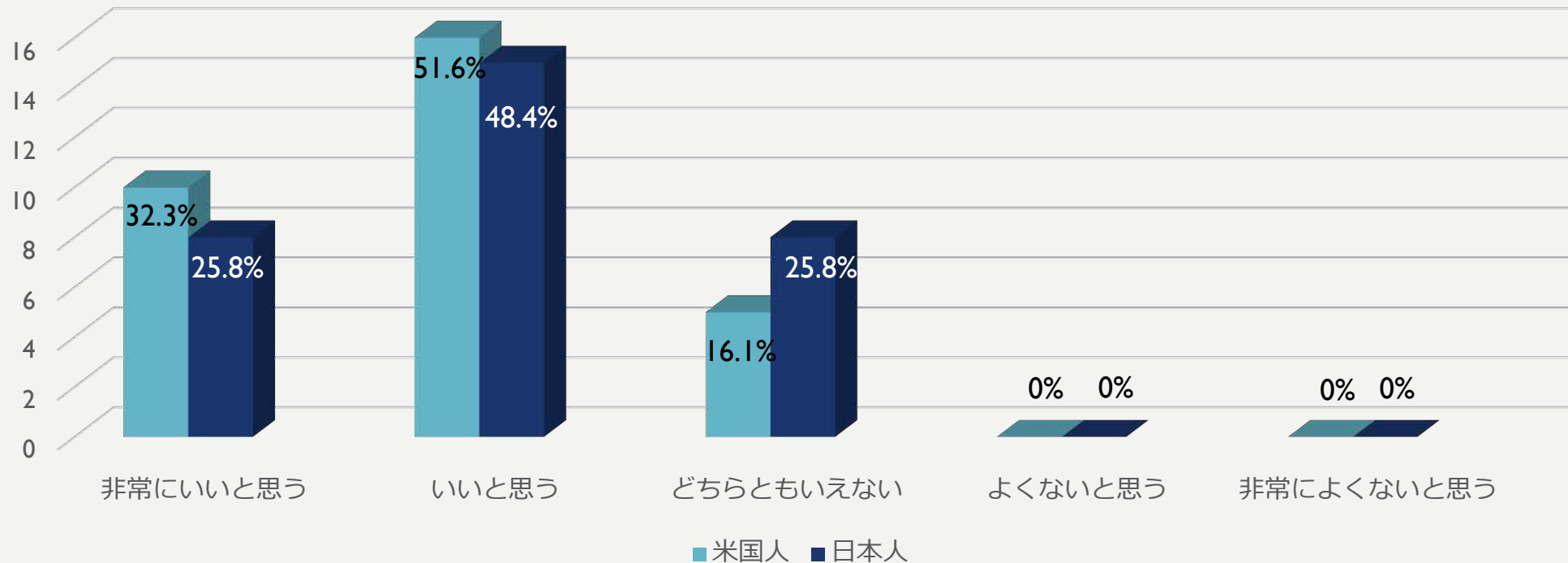
日米の大学生共に支持する学生が多かったが、日本の回答者はより曖昧であり、38.7%以上の回答が反対も同意もしなかった。

カルディBの政治的な発言に対してどう思うか



アメリカの回答者の80.6%が賛成または強く賛成しており、16.1%がどちらとも言えないと答えたが、日本の回答者の48.4%が肯定的で、45.2%がどちらとも言えないと答えた。

SMAPの中居正広が自分の意見を公けに 表明した事に対してどう思うか



両方のグループの回答者は比較的似通っていて、大多数が同意している。

研究質問1の結果のまとめ

- 日米の大学生共に、ソーシャルメディアを使用しているアーティストの影響は大きいと思っているが、日本人はより影響されやすい。
- アメリカ人は政治的な意見に関して、より強い意見を持っているが、日本人の意見は曖昧。しかし、日本人の回答者は、ソーシャルメディアでアーティストをフォローすることについて、より積極的である。
- 日米の大学生が、ソーシャルメディアを使うアーティストは概してポジティブに見ている。

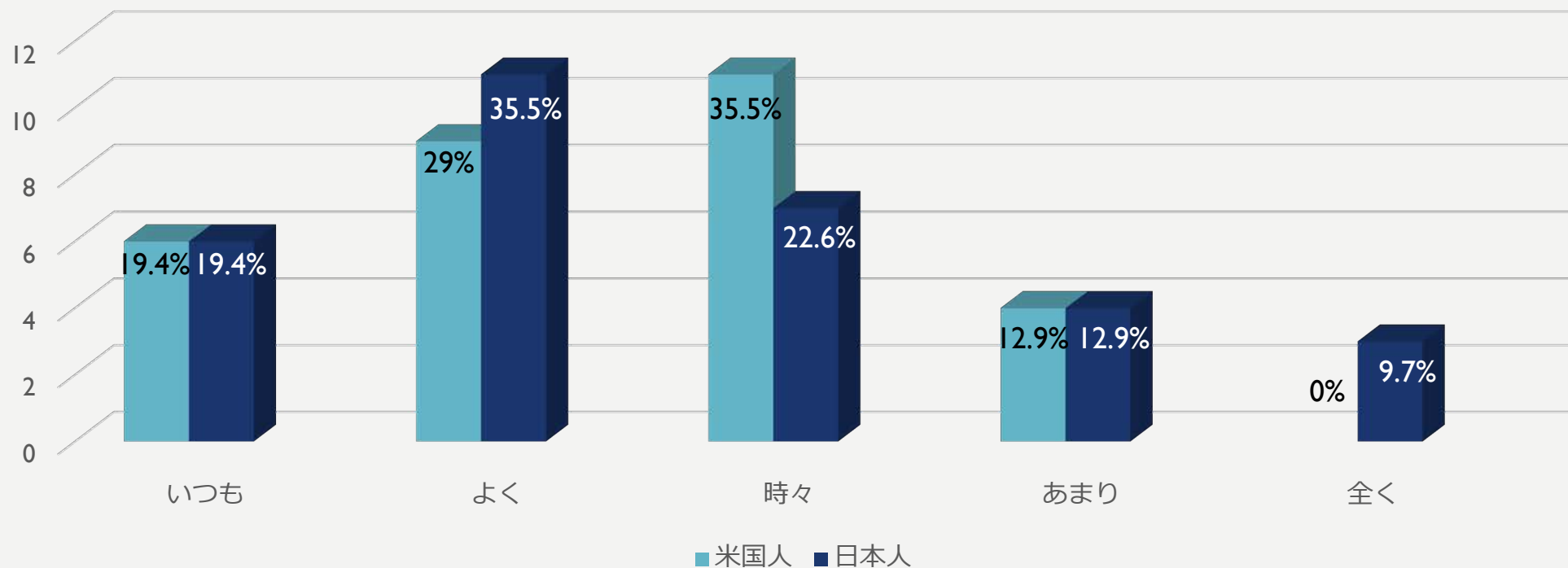


アンケート調査の結果

研究質問 2 :

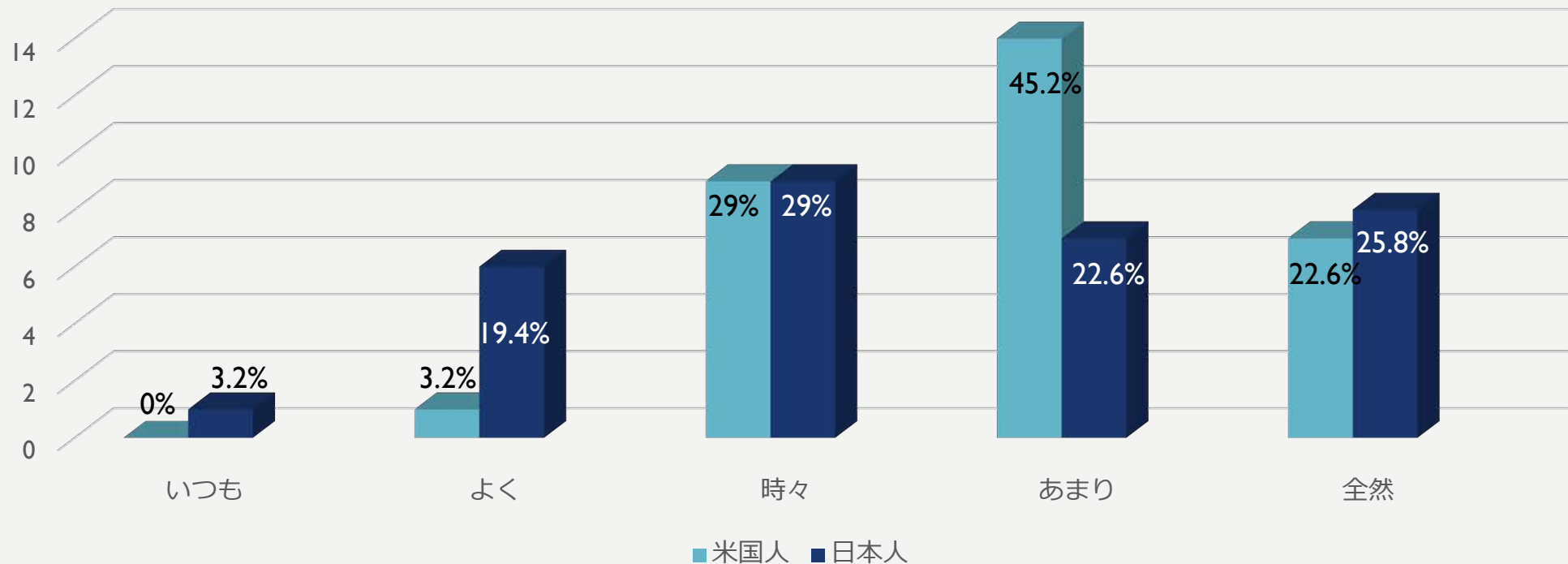
ポピュラー音楽産業におけるソーシャルメディアを通じたプロモーションとそれに対する規制はどのように認識されているのか。

あなたはどのくらいの頻度でSNSの広告にアーティストが出演しているのを見かけるか



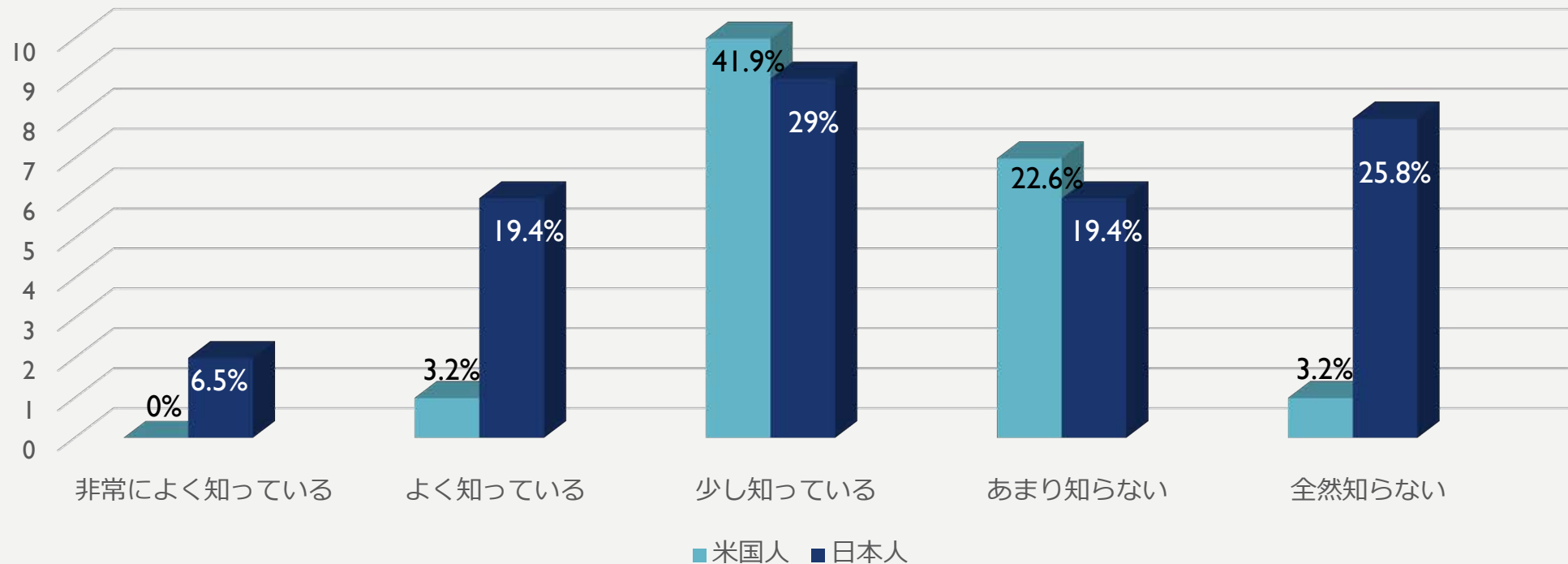
日米の回答者の大多数は、ソーシャルメディア上でアーティストが出演する広告を目にすることが多いが、見たことがないと回答した日本の回答者の方が多かった。

あなたはどのくらいの頻度で商品の購入を決定する際、アーティストがその商品を宣伝している、あるいは支持していることが理由の一つになることがあるか



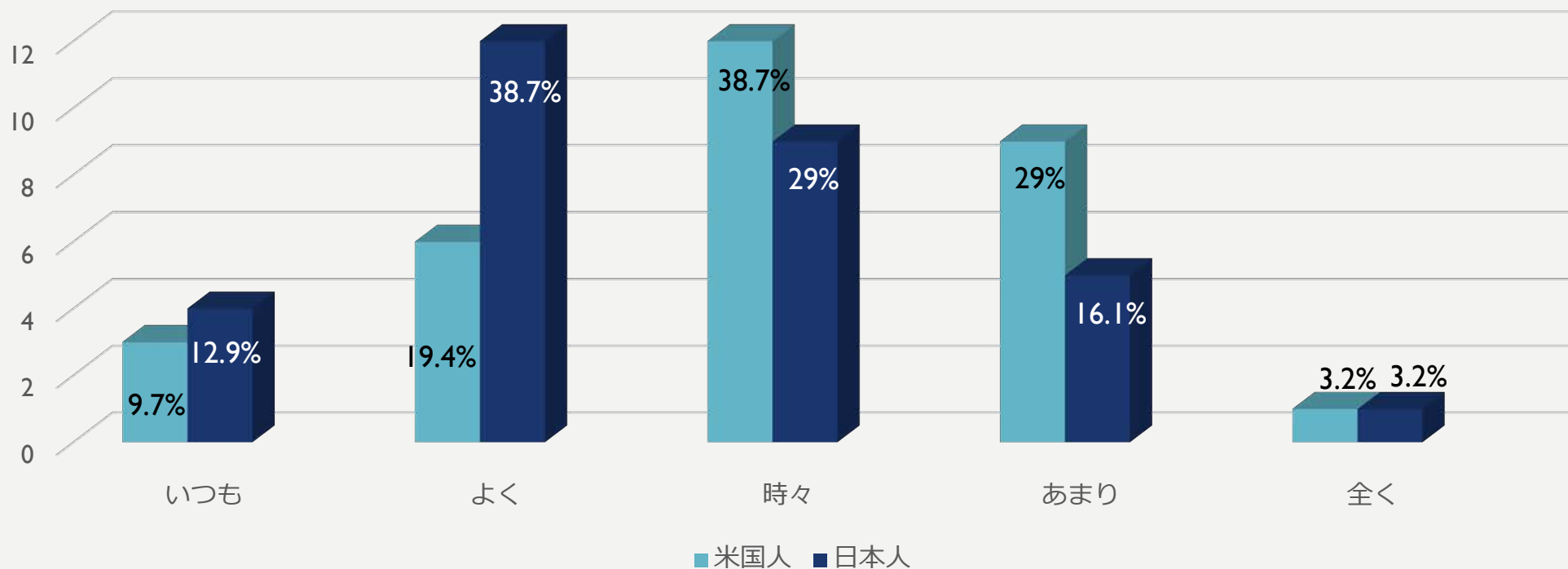
大多数のアメリカ人と約48%の日本人の回答者は、アーティストが影響していないと述べた。一方、日本の回答者の約52%が影響されていると答え、アメリカ人より多かった。

好きな音楽アーティストが所属しているレコード会社やプロダクションを知っているか



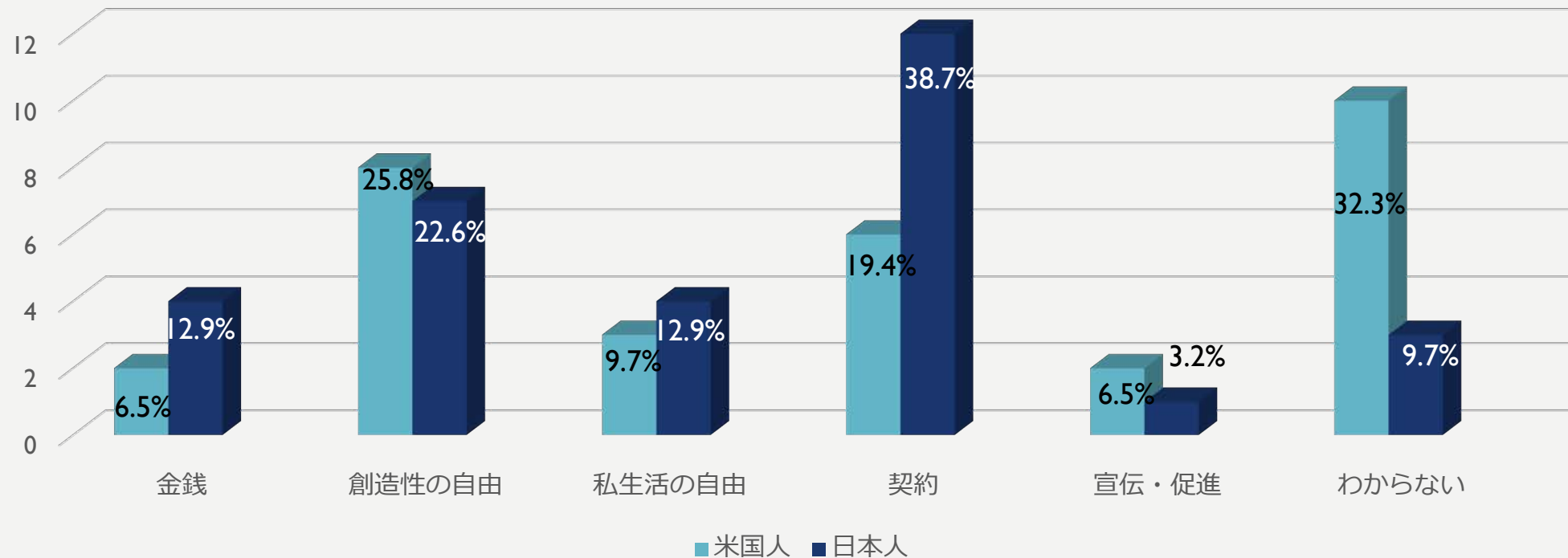
日本の回答者は自分の好きなアーティストが働いているレーベルを全体的により意識していた。

アーティストはどのくらいの頻度で所属するレコード会社と話し合っていると思うか



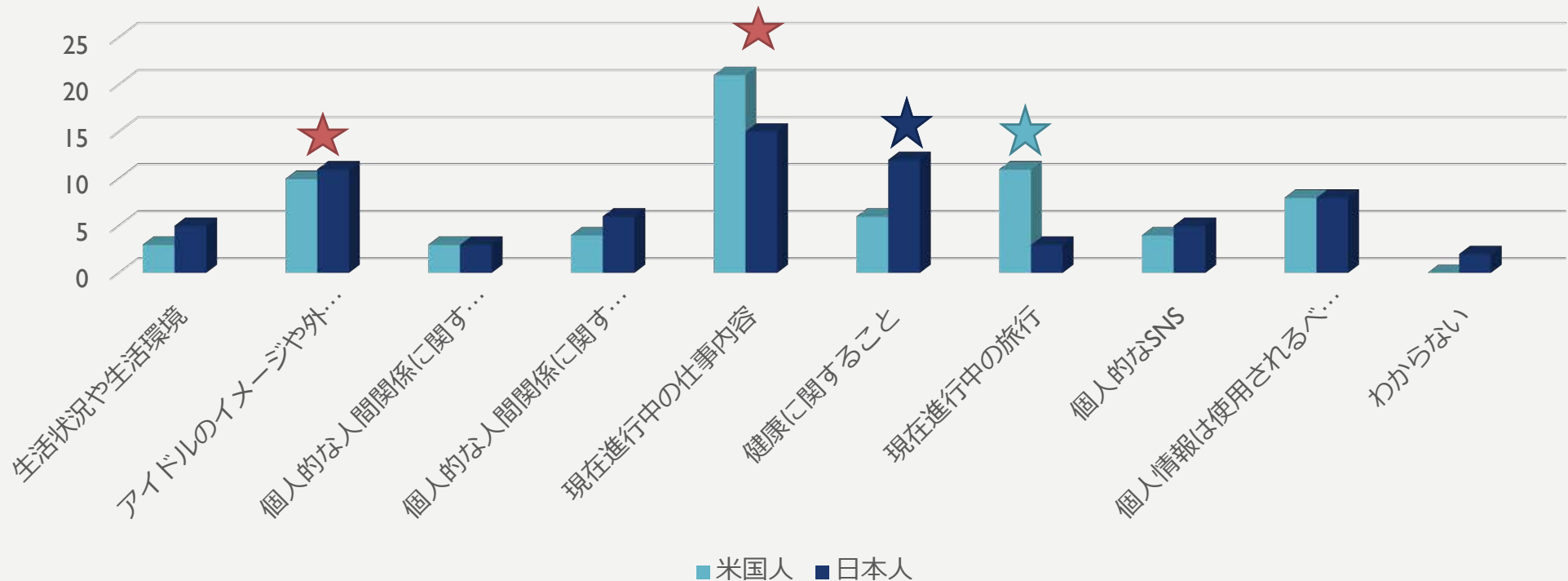
アメリカの回答者の29.1%と、日本人の51.6%がアーティストは自分のレコード会社とよく話し合うと感じている。

アーティストがレコード会社やプロダクションなどと争っている主な理由とは何だと思うか



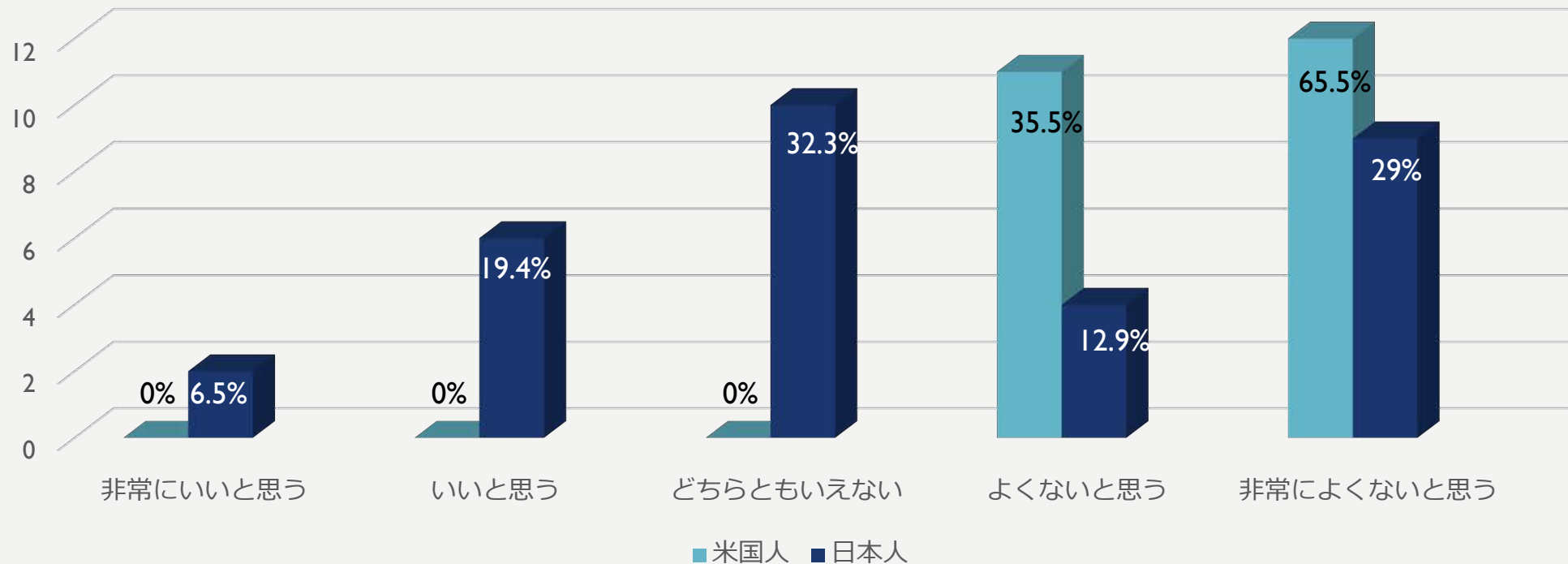
アメリカの回答者は32.3%がわからないと答えたが、両方のグループは「創造性の自由」と「契約」を最大のトピックとして選んだ。

AKB48のメンバー達の個人情報で プロダクションが使用しても良いと思うもの があるか



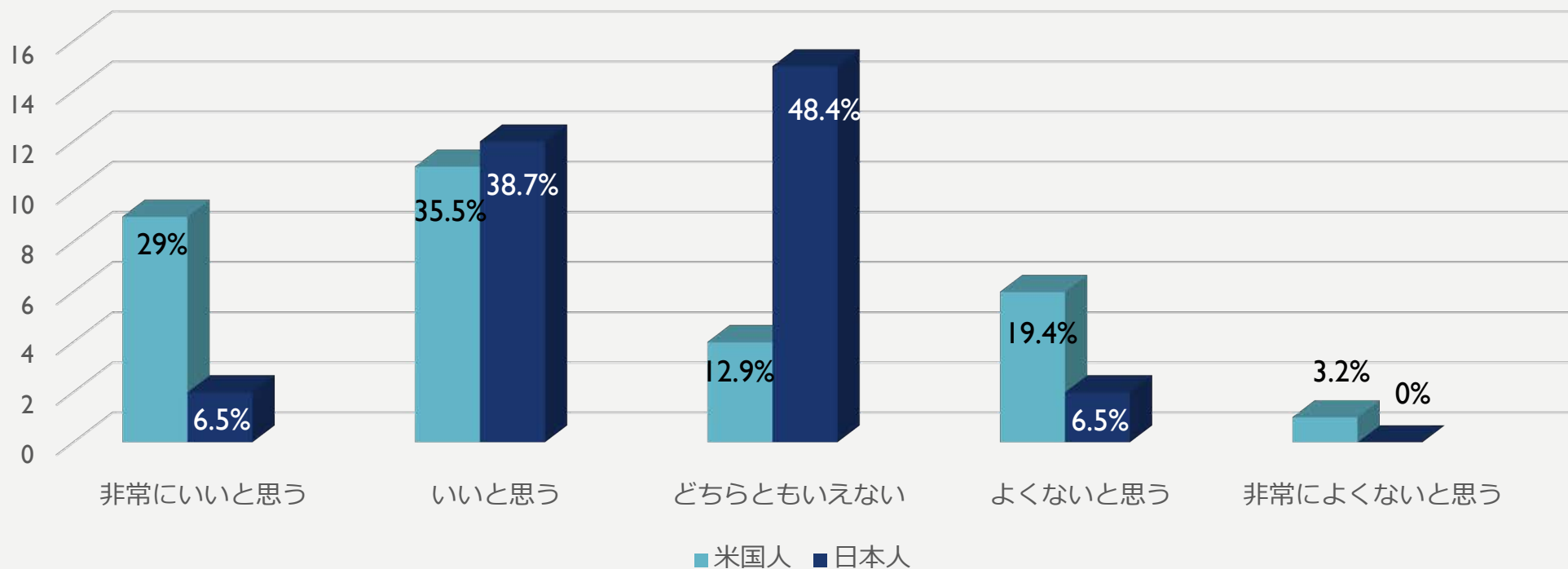
両方のグループが選んだ1位と2位は「現在進行中の仕事内容」と「アイドルのイメージや外見の変化」だが、日本の回答者の3位は「健康に関すること」で、アメリカ人の3位は「現在進行中の旅行」である。

AKB48のメンバーの一人の謝罪行為を どう思うか



アメリカの回答者は圧倒的に謝罪行為に反対したが、日本はもっと多様で、大部分は中立的な意見だった。しかし、日本人の25.9%が謝罪を支持し、アメリカ人でこれを支持する意見は一つもありませんでした。

SNSで広告宣伝をする場合、より厳しい規制があった方がいいと思うか



アメリカの回答者の大多数はこれに同意したが、日本の回答者の大多数はこの件に関して中立的だった。

研究質問2の結果のまとめ

- 日米の大学生共に、レーベルよりアーティストを知っていたが、日本ではアメリカよりもレーベルが話題になっている。
- 回答者は、レーベルはプロモーションのために「現在進行中の仕事内容」だけでなく、「健康」、「旅行」、「人間関係」といったものを使用する権利があると思っている。
- 日本の回答者は、契約を結ぶことで、会社はアーティストの人生をある程度はコントロールできると思っている。一方でアメリカ人はその考えに反対している。
- 両方のグループは、ソーシャルメディアでの広告により制限があるべきだと思っている。

結論と考察

- 日本とアメリカの大学生はポップアーティストによるソーシャルメディアを通じて異なる影響を受けている。日本の大学生はアーティストのソーシャルメディア自体により注意を払う傾向があるが、アメリカの大学生はアーティストによる政治的発言に注目する傾向がある。日本の大学生は政治に関する質問に「どちらとも言えない」と中立的な立場を取る。
- 日本の大学生はアーティストはファンやレーベルに属していると見なす傾向がありますが、アメリカの大学生はアーティストが自分のイメージを作成するためにより多くの自由を持つべきであると感じている。
- 日米の大学生共にソーシャルメディアを通じた広告には制限があるべきだという意見があるが、日本の大学生のほとんどがこの意見に同意した。これは、日本人が著名人の影響を受けやすいことを自覚しているためと言える。

研究の限界点・将来の研究課題

- オンラインアンケートでは参加者が少人数だったため調査結果を一般化することは難しかった。
- 日本のアーティストは公に発言する可能性が低いため、様々なケースについて考察する事も難しかった。
- 日本人の参加者を集めるのが難しかった。
- 高校生や中高年などのより広い年齢層を比べる為に大規模に調査してみたい。

参考文献

- Aoyagi, H. (2005). *Islands of eight million smiles: idol performance and symbolic production in contemporary Japan*. Cambridge, Mass.: Harvard University Asia Center : Distributed by Harvard University Press.
- Izuma, K., Shibata, K., Matsumoto, K., & Adolphs, R. (2017). Neural predictors of evaluative attitudes toward celebrities. *Social Cognitive & Affective Neuroscience*, *12*(3), 382-390. <https://doi.org/10.1093/scan/nsw135>
- Kiuchi, Y. (2017). Idols You Can Meet: AKB48 and a New Trend in Japan's Music Industry. *Journal of Popular Culture*, *50*(1), 30-49. <https://doi.org/10.1111/jpcu.12526>
- Lee, J. S. (2006). Crossing and crossers in East Asian pop music: Korea and Japan. *World Englishes*, *25*(2), 235-250. <https://doi.org/10.1111/j.0083-2919.2006.00462.x>

参考文献（続き）

Pop music - New World Encyclopedia. (2012). Retrieved December, 2018, from http://www.newworldencyclopedia.org/entry/Pop_music

Pride_site. (2017, April 18). This J-Pop Boy Band Just Took Queerbaiting to the Next Level. Retrieved April 13, 2019, from <https://www.pride.com/music/2017/4/18/j-pop-boy-band-just-took-queerbaiting-next-level>

Tokio member apologizes over incident with high school girl: The Asahi Shimbun. (2018, April 26). Retrieved from <http://www.asahi.com/ajw/articles/AJ201804260056.html>

(2019, January 18). Retrieved February 15, 2019, from <https://www.netflix.com/watch/81035279?trackId=13752289&tctx=0,0,208618a1548784de42df8839a58a89fb9c451374:ba2c9d1418c695299058f24f522190ea25cf5b78,,>

参考文献（続き）

世界を穿つ36のキス～差別のない世界へ：baphometのブロマガ. (n.d.). Retrieved February 26, 2019, from baphometのブロマガ：ブロマガ - ニコニコチャンネル website:
<https://ch.nicovideo.jp/latrixialonnaievivante/blomaga/ar1188217>

ファンツーリズムの基本的構造：アイドルファンへの聞き取り調査から (村上和夫教授退職記念号). (n.d.). Retrieved from <https://ci.nii.ac.jp/naid/120006455661>

日本の大衆が愛した音楽の歴史—明治時代から—世紀を辿る—. (n.d.). Retrieved from <https://ci.nii.ac.jp/naid/120006497603>

謝辞

関根教授

ライト教授

齋藤教授

小垣先生

ガス・レナード

国際交流オフィス

キャップストーンと同級生

アンケートの回答者

ご清聴ありがとうございました。
ございました。