

## 論文審査の結果の要旨

氏名：中 川 晃

博士の専攻分野の名称：博士（芸術学）

論文題名：若者の音楽消費における態度形成の背景

—ネットワーク社会における自己同一性を手がかりに—

審査委員：（主査） 教授 兼 高 聖 雄

（副査） 教授 星 野 裕 准教授 加 藤 亮 介

本論文執筆者の中川氏は本大学院入学時にすでに大学教員として研究も行っており、また空間デザインのアーティストとして、一級建築士としても活動を行っている。本論文における研究は、そのプレリミナルスタディともいえる研究者本人が事前に行ってきた実証的研究を受け、そこで提示された疑問・仮説からスタートしている。それは、音楽消費のありかたが、それまでのライブやパッケージ消費から、配信やコンテンツのデジタル化などインターネット・コミュニケーションの進展によって大きな変化をしている、というよく語られる通説に疑問を呈するもので、いわば技術決定論的な状況説明への、表現の分野からの疑義であるとも言える。

本論文は、以下のような構成からなっている。

序論・研究経緯

先行研究のレビューと研究仮説の構築・提示（第1、2章）

研究方法の提示 若者論と世代論の確認など（第3章）

実証研究1 音楽消費行動の意識に関する定量的研究と解析・解釈、定性的分析（第4章）

実証研究2 ネットワーク社会と行動に関する定量的研究と解析・解釈、定性的分析（第5章）

総合考察と展望（第6、7章）

音楽消費の主役である若年層を中心とした消費行動の構造的変化については、さまざまな領域から多くが語られている。教育学、心理学や社会学、あるいはマーケティング研究の諸分野から多くの議論がなされている。本論文では、まずこれらのうちで、音楽消費行動にかかわるものについての既存の多くの研究や言説などについて批判的検討を行いつつ、音楽消費の構造的変化が、技術決定論的な側面だけでは説明がつかないことを提示しつつ、またその検討の内容から本論文の骨格となる研究仮説を導出している。

特に音楽分野での多様な動向を調査・整理しつつ、やはり、音楽消費の主体である若者とその行動や心理特性が音楽市場の動向の変化を捉える上で重要であることなどを確認している。またその若者達を世代として捉え、他世代の特徴との比較を行うべきであることが主張される。世代論にはさまざまな批判もあるところだが、むしろ定時的分析ではそれが方法論的に有効であろうことも検討している。

続いて本論文では、こうした作業仮説を整理しながら、若者世代の共感性や音楽を通じた自己同一性の形成などに特徴があることが示唆される。そしてこれを検証・検討すべくかなりの規模の定量的な質問紙調査を行っている。

その調査結果のさまざまな統計学的分析を通じ、若者達の共感には、さらに承認に関する複合的な欲求や、他の世代とは異なった自己同一性のあり方が大きく影響しているだろうことが示唆される。本論文の

大きな特徴は、ここからである。解析によって得られた示唆を受けて心理学・社会学などの複合的な知見

を縦横に活用しながらさらに理論的検討をも加え、それをもとに調査と同一世代を対象としたグループインタビューや深層面接などの調査を行ってゆき、これを定性的に確認してゆくのである。単に定量的に仮説を検討するだけでなく、その解釈をより精緻に行うべく定性的な研究手法を組み合わせ、実証的な分析を深めていくという方法をとっている。

本論文では、この仮説の設定、定量的大規模調査による仮説検討、その統計的分析や多変量解析による発見的分析、その検討と定性的調査による解釈と吟味というステップを、まずは音楽消費行動を中心とする態度研究的な分析、そしてネットワーク社会への適応というテーマを見据えた分析と2度繰り返して、しっかりと主題である音楽消費の背景にある意識や態度という問題を深掘りしてゆく（本論文前のプレリミナルスタディを含めれば3回繰り返したことになる）。

その中でそれまでの多くの先行研究で、若者の消費行動の特徴といわれてきた「共感的消費」と呼ばれるものの背景に、音楽消費を通じた居場所の確保とでもいうべき状況が存在し、若者の主たる欲求が承認欲求であること、その欲求が「承認されること」と「拒否されない」ことの二側面をもつこと、拒否されない場所を探すために若者達はさまざまな場面や状況をスイッチしながら生きていること、その際に複合的・多元的な自己同一性を有していること、などが定量・定性分析を通じてみごとに実証的に導かれてゆく。

かつては、送り手が供給するアーティストに対し、ファンは一方的に与えられるものを享受し、提供される楽曲を受容していた。ファンとアーティストは擬似的な一対一の関係で、人々はファンであることを単一のアイデンティティの一部としてきていた。しかし現在は、アーティストや楽曲は、承認を得るための（つまりは居場所を得るための）ゲートに過ぎず、人々は居場所の一つとしてそのアーティストの、いうならば「界限」に所属していると考えた方が良い状態となっている。本論文ではそうした状況があることを、ステップを踏んで行った二つの研究で明瞭に導き出して見せている。このことにSNSなどにより形成される所謂ネットワーク社会が大きく関わり、特に若者達はそこに適応すべく、多元的な自己を形成する様子が本論文では描き出されている。

承認欲求の持つ2側面や、複合的・多元的な自己については心理学・教育学などの分野である程度実証されてはきているが、それらが音楽消費などの社会現象の中で実証的に見出されたことは意義深い。また多くの消費行動研究においては、行動そのものを扱うことが多く、構造的な心理状況を扱うものは意外に少ない。このように若者論としていわれていることを、音楽消費の現実の行動の場面の中で、印象論ではなくデータで実証したことは本論文の極めて大きな成果である。また、心理学や社会学、教育学の理論研究分野に対しても、こうした実証的研究の成果は大きなインパクトをあたえるであろうことは断言できる。

こうした若者達の変化が、どのようにもたらされたものなのか、それが社会構造の進化論的变化なのか、技術決定論的なものなのか、残念ながら本論文ではそこに応えるものではない。それはむしろ、この論文を受けての多くの分野での研究に依ることになる。

むしろ、音楽を含めた創造的な産業が、今後どのような受け手を対象としてゆくことになるのかについて本論文では十二分な示唆がなされていると言える。また音楽以外のエンタテインメント産業においても、本論文の分析は有効で、ポピュラー・カルチャーのみならず、芸術の受け手全般を考えることができる。

本論文には定性的分析での調査対象者たちの反応がたつぷりと収録され分析されているが、これらを読んでいだけでも現在起きていること、日頃我々が空気のように感じていることが眼前に言語化されてくる。令和5年という時間に若者が音楽とどう向き合っていたか、アーティストをどう考えていたかという記録としても優秀である。また当然ながら、昨今大きな話題の「推し活」とは本当は何なのか、を知り考えるための貴重な一助ともなる。本論文はきわめて時代の検証としても有効な論文である。

よって本論文は、博士（芸術学）の学位を授与されるに値するものと認められる。

以 上

令和6年1月29日