

中国における音楽メディアとコミュニケーションの融合

楊 駿 驍

序

中国の音楽メディアと音楽文化は二〇一〇年代に入ってから大きく変わった。その変化の一つに、サブスクリプション形式の音楽ストリーミングサービスが一般的になったことがある。その背後に Spotify や Apple Music などの欧米の音楽サービスの影響があるのは明らかであり、世界的な変化の流れの中にあると言える。しかしながら、中国の音楽メディアの変化はそれにとどまらず、インターネットや SNS によって代表されるコミュニケーション・メディアと深く融合することによって、Spotify と Apple Music に強い影響を受けながらも、あるいはそのポテンシャルをさらに推し進めることで、音楽に対するコミュニケーションの自律化、プレイリストの作成を通じての自己表現といった、まったく異なる音楽文化が生まれ、若者を中心に急速に発展している。

中国における音楽メディアとコミュニケーションの融合

若者を中心とする近年の文化の変容については、千野拓政による先行研究があり、中国、東アジアないし世界全体の文化そのものあり方が近代的な作品の鑑賞と読解から、コミュニケーションに移行しつつあることが指摘されている^①。

本稿は、千野による研究成果を踏まえ、二〇一〇年代以降の中国における音楽メディアとコミュニケーションの融合、およびそれによってもたらされた、若者を中心とする新たな音楽文化を中心とした研究の対象とする。具体的には、中国の代表的な音楽サービスを取り上げ、そのアーキテクチャおよびユーザーの具体的な使用形態に対する分析を通して、コミュニケーションが中国の音楽文化にいかなる影響を与え、両者がニューメディアという環境の中でどのように融合し、それがどのような文化的な意義を持っているのかを明らかにしようとするものである。

一、中国の音楽メディアの現状

中国の音楽メディアは一九九〇年代末から二〇一〇年代の初期まで、インターネットとP2P技術などを応用したファイルのダウンロードと共有によって、誰もが無料で音楽をダウンロードとシェアができていたため、CD産業がごく小さいものにとどまり、さまざまなデジタル音楽サービスが乱立していた。しかしながら、著作権管理の強化などによって、しだいに中国の音楽サービスはきちんと各レベルから楽曲のライセンスを購入し、規範化していった。そのため、サービスの運営コストが高くなり、競争も激しくなった結果、いくつかの大きなサービスのみ残るようになった。

現在中国では、おもな音楽サービスに「QQ音楽」、「酷狗音楽」、「酷我音楽」、「阿里星球」、「网易雲音楽」などがある。いずれもサブスクリプション形式の音楽サービスであり、そこにSpotifyやApple Musicなどの欧米の音楽サービスの影響を見て取れる。

そのうち世界最大のゲーム会社であり、中国最大のSNS運営会社でもあるテンセントの運営する「QQ音楽」はユーザー数、楽曲ライセンス保持数などいずれにおいても最大の音楽サービスの一つであり、二〇一六年に同じく最もユーザー数の多い音楽サービス「酷狗音楽」、「酷我音楽」を運営するCMC (China Music Corporation) と合併し、さらに巨大な音楽サービスに統合しつつある。

中国の電子商取引の最大手であるアリババ・グループ・ホールディングの運営する「阿里星球」は同じく「天天動聽」や「蝦米音楽」という人気音楽サービスを統合してできたものであるが、二〇一六年一月二三日に音楽サービスを全面的に停止すると発表している。巨大化する「QQ音楽」との競争に敗れたという見方もできるだろう。

「QQ音楽」の最大の特徴の一つは、圧倒的な量の正規なライセンスの楽曲を持っていることが挙げられる。そのため、ほかの音楽サービスに曲の使用権を貸与するなどのビジネスも展開している。また、人気アーティストのデジタルアルバム独占販売、社会現象にもなっているオーディション番組とのタイアップなど、マスメディア的なファン・カルチャーに基盤を置いていると言える。

しかし、「QQ音楽」の巨大化と独占的な位置にもかかわらず、独特なサービス展開によって若者に絶大な人気を誇り、ユーザー数を急速に伸ばしつつづけているサービスがある。すなわち、中国の大手IT企業「网易(ネットイース)」の運営する「网易雲音楽」(以下「雲音楽」)である。楽曲の量こそ「QQ音楽」と大きな差がある——実際QQ音楽の運営会社であるテンセントと使用権の貸与の契約を結んでいる——が、インディーズ・ミュージシャンの音楽に力を入れたり、大学生をターゲットとしたキャンパス・オーディションやコンサートを開催したりするなど、ほかの音楽サービスにはない特徴を多く持っており、「QQ音楽」のようなマス・メディア

アに基盤を置くファン・カルチャーとは異なった位置づけとなっている。

すなわち、その独特な位置づけによって、雲音楽はQQ音楽以上に若者の音楽文化に大きな影響と変化をもたらしているのである。同時に、欧米とも日本とも全く異なった（もしくはもっと進んだ）コミュニケーション化した音楽文化を育んだのである。以下では、網易雲音楽に焦点を当て、それに対する分析を通して、中国における音楽メディアとコミュニケーションが融合した音楽文化の形を明らかにしていく。

二、「網易雲音楽」というサービスの特徴

「網易雲音楽」（以下「雲音楽」というサービスは、二〇一三年にサービスを開始し、その後急速にユーザー数を伸ばしていき、二〇一五年七月にユーザー数が一億人を超え、二〇一六年前半にはすでに二億人のユーザーを抱え、さらにその後、一年も満たないうちに三億人にまで伸びた。そのユーザーの成長率は、QQ音楽が前年比で11%にとどまっているのに対して、44%となっており、その速さ(2)を目を見張るものがある。そして図1が示しているように、雲音楽の膨大なユーザー数の7割が一九九〇年以降に生まれた若者たちである。(3)さらに、図2が示しているように、QQ音楽と比べ、29歳以下の利用率が非常に高く、その半分を占めていることがわかる。(4)

中国における音楽メディアとコミュニケーションの融合

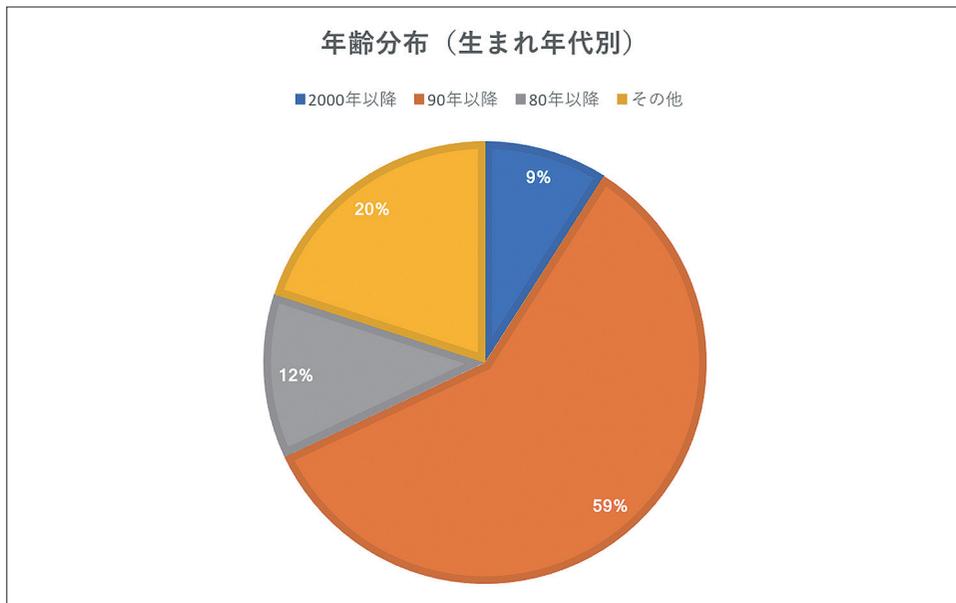


図1

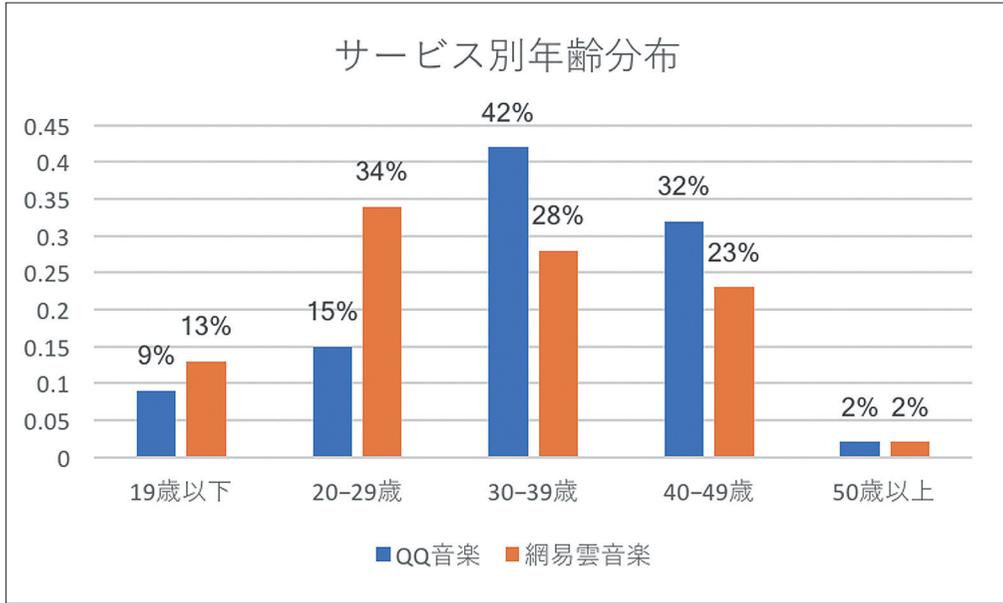


図2

筆者自身が二〇一六年に上海で何人かの高校生にインタビューした際にも、いずれも「雲音楽」を利用していると答えた。また、その利用は恣意的なものではなく、意図的な選択であると強調していた。すなわち、彼らにとって「雲音楽」はほかの音楽サービスにない特徴を持っており、その特徴が彼らのニーズに合っていたということである。

前述したように、「雲音楽」にはコメント機能とユーザー自身が作成した多くの良質なプレイリストがあり、それによって独特なコミュニケーション空間を形成していることが、その最大の特徴である。

筆者がインタビューした高校生たちもそうだが、図3のユーザーのコメントが示しているように、多くのユーザーにとって、コメント機能が「雲音楽」を選んだ最大の理由の一つである。それによって、多くのユーザーが音楽を聞くときに必ず「コメントを見る／する」という習慣を身につけたのである。(図4のコメントを参照)さらに、二〇一七年三月に「雲音楽」は杭州の地下鉄で大規模な宣伝を行なった。具体的には、「雲音楽」で投稿されたコメントを抜粋し、地面や天井も含めた、車内や駅のいたるところに貼り付けたのである。そして、多くの人はそれらのコメントを読んで感動したという。このことから、「雲音楽」においてコミュニケーションがいかに重要なものとなっているかがわかる。

また、「雲音楽」が公開したデータによれば、ユーザー作成のプ

レイリストの数は二〇一六年七月時点ですでに8000万を越えており、毎日平均42万のプレイリストが作成されている。⁽⁵⁾ また、「音楽人（ミュージシャン）」のセクションを設け、そこに多くのインディーズ・ミュージシャンにアカウントを開設させている。そこでユーザーはインディーズ・ミュージシャンをフォローしたり、コメントしたりできるようになっている。

このようにプレイリストなどのUGCの豊富さ、インディーズ・

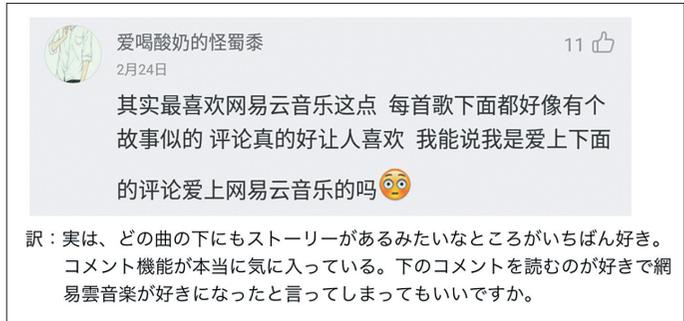


図3

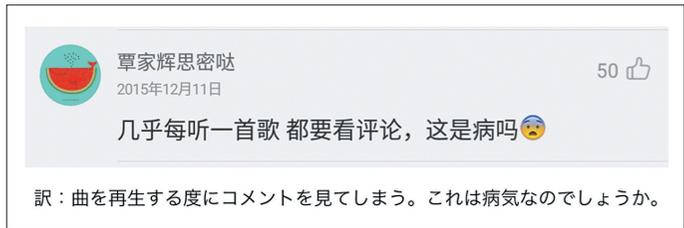


図4

ミュージックに力を入れていることなどからもわかるように、「雲音楽」はQQ音楽やほかのサービスと一線を画している。ランキング上のヒット曲、人気アーティストを追いかけるといったマスメディア的なファン・カルチャーではなく、自らミュージシャンと直に関わったり、ほかのユーザーたちと一緒に語り合ったりするというコミュニケーションの事実性を重視しているのである。すなわち、「雲音楽」が示しているのは、若者の音楽文化において、コミュニケーションはすでに音楽の聴取における不可欠の要素となっていることである。

三、コミュニケーションの環境化とその影響

雲音楽において、コミュニケーションが重要な要素となり得る理由の一つは、そのソフトウェアの設計もしくは構造にある。このような設計は「アーキテクチャ」と呼ばれ、ソフトウェアの配置や構造を変えることで、人々に意識される（内面化する）⁽⁶⁾ ことなしに人々の行動を誘導することができる。この節では雲音楽のアーキテクチャに対する具体的な分析を通して、その特徴を明らかにしていきたい。

図5に示すように、雲音楽では、コメント欄は個々の歌曲だけでなく、ミュージック・ビデオ、アルバム、プレイリスト、ラジオ番組のすべてに設けられている。言い換えれば、ここではすべてがコ

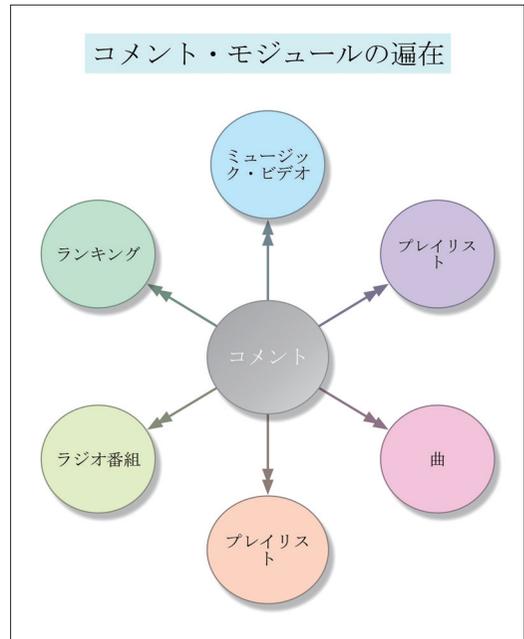


図5

コミュニケーションの対象となっており、そのような対象として見なすようにと、人々を誘導している。

コメント欄はあたかも一種の「環境」のようになっていいることがわかる。「環境」とは、それに囲まれ、どのような行動や意識もそれに規定されざるを得ない枠組のことである。すなわち、雲音楽においては、コメント欄が「環境」として聴取者の音楽経験とそれに対する意識の全体を規定し、コミュニケーションによるコミットの仕方を要求しているのである。

では環境化したコミュニケーションは実際に音楽の受容にどのような影響を及ぼしているのか。ここでは一つの具体例をあげたい。

The Rose 320k

1979/米 映画「ローズ」より

专辑: [I Love Cinemas - Pre...](#) 歌手: [手嶌葵](#)

That drowns the tender reed
浸潤了柔嫩的芦苇

Some say love it is a razor
有人说, 爱, 似利刀

That leaves your soul to bleed
丢下一个滴血的灵魂

Some say love it is a hunger
有人说, 爱, 是无尽的欲望

An endless aching need
煎熬无比, 却无法自拔

I say love it is a flower

図6

図6はベット・ミドラーの名曲“The Rose”の手嶌葵によるカバー版の再生画面である。⁽⁷⁾“The Rose”という曲はもとと一九七九年に公開されたアメリカの同名映画のサウンド・トラックである。映画は「愛」をメインテーマとしており、そのため楽曲の方も映画のテーマに適合するように製作され、映画のコンテックスの中で受容されることを期待されている。

その下のコメント欄では多くのコメントが書かれている。ここでは上位の2つのコメントを取り上げて具体的に論じてみたい。

① 小时候看西游记, 有一段写西凉女王初遇唐僧的, 说他师徒四人立在殿下, 那三人模糊, 她眼里唯见他。大红的袈裟金光闪闪,

掩不住它灼灼之华。很长一段时间里，都没有找到比这更美的
见钟情。

(訳…①小さい頃に『西遊記』を読んでいた。西涼女王がはじめて三蔵法師に出会った場面を描いたところだ。師徒四人が宮殿の下方に立っていたが、他の三人の姿がぼんやりとくすんでいて、彼女の目にはただ三蔵法師しか見えていなかった。真っ赤な袈裟の金色の輝きをもつても、彼の燃え盛るような華やかさを覆い隠すことができなかった。長い間、これより美しい一目惚れを見たことがなかった。)

②几年前听手寫葵的彼时，我正如此时一样，打着台灯，静静地读季羨林先生的心灵独白…如果她还留在人间的话，恐怕也将近古稀之年了。而今我已垂垂老矣。世界上还能想到她的人恐怕不会太多。等到我不能想到她的时候，世界上能想到她的人，恐怕就没有了。

(訳…②何年か前に手寫葵を聞いていた。今この時と同じように、テーブル・ライトをつけ、静かに季羨林先生の心の独白を読んでいた…もし彼女がまだ生きていたら、おそらく古稀の歳になっているだろう。わたしも今や老いぼれている。この世界でいまだに彼女のことを思い出せる人があまり多くない。わたしが彼女を思い出せないときは、この世界で彼女を思い出せる人はもう、いないだろう。)

コメント①では、小説『西遊記』における、三蔵法師と西涼女王がはじめて出会ったときの、四人の中で三蔵法師のみ輝いているように彼女の目に映る場面が、投稿者がそれまで見た中でもっとも美しい一目惚れだと書かれている。また、コメント②では、ユーザーはこの曲によって季羨林⁽⁸⁾が残した、愛する人に対する追憶の言葉を思い出している。いずれのコメントも映画や歌曲自体のテーマやコンテンツの中で受容しているわけではないことがわかる。むしろ、曲の調べ、アーティストの歌声、そして愛という漠然としたテーマを元に、自らの連想や感慨、思い出などの形を取っていると言ったほうがよい。

これらは数多くあるコメントの形の一つでしかなく、他にも笑いを誘うもの、感動させるものなどさまざまなタイプのコメントが投稿されている。すなわち、雲音楽のユーザーたちは曲とそのコンテンツそのものを中心的な対象として評論したり分析したりしているわけではない。むしろ、ユーザーたちはまったく別の分脈に曲を関連付けようとしているのだ。

これが意味しているのは、楽曲が分析や解釈されるべき「深さのある」作品というよりも、コミュニケーションを活性化する一つの契機として機能しているということである。また、コメント①⁽⁹⁾がもたらした「いいね！」の数が一万を超えていることからわかるように、多くの人びとに支持されている(「支持」というコミュニケーション

シヨンを受け取っている)。これがまた更なるコミュニケーションの継続の動機になる。

聴取者のある程度自律したコミュニケーションによって、音楽自体の意味や文脈が解体され、新たに想像されていることがわかる。

図7はその過程を図示したものである。どのコメントも独自の文脈の中で展開された一つの解釈であり、音楽自身の文脈とのずれや差異を持っている。そして、個々のコメントは曲の下に並べられ、それらの差異やずれはすべて聴取者たちに可視化される。すなわち、「コメント」というアーキテクチャの機能は、コメントの差異を累積し、そしてその累積を可視化し、さらにそれらの差異を孕んだコメントに対する人びとの反応（「いいね！」や返信）も可視化することにある。

このような差異の並列とコミュニケーションによる序列づけによって、音楽自身のテーマやコンテキストはもはや権威的で、唯一なものではなく、数多ある差異の中の一つに過ぎなくなる。コメントは作品を尊重し、それにフォーカスした適切な分析や解釈を行なっているかどうかではなく、コミュニケーションに適切しているかどうかでその価値が測られる。コメント欄などのコミュニケーション・ツールと作品の融合は、いわば作品を「脱文脈化」し、まったく異なる文脈の中に引き込む「再文脈化」の作用があるのだ。このような受容の仕方は、従来のような、受容者が作品の意図やコンテキストに沿って、その深層のメッセージや背景を読み取ろうとする

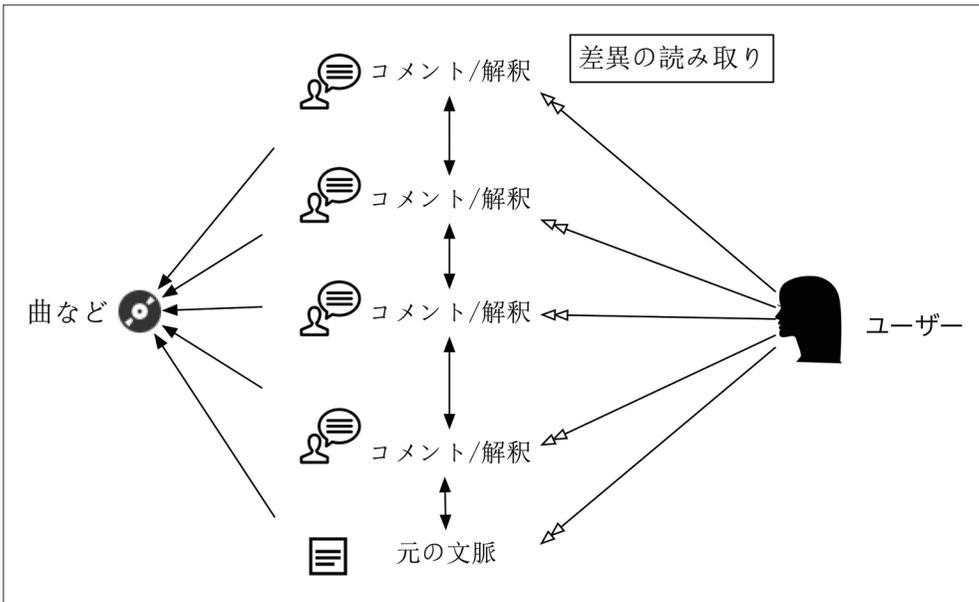


図7

る受容モデルと大きく異なっていることがわかる。

四、プレイリスト文化とその構造

実際のところ、先ほど述べた雲音楽のもう一つの特徴、すなわち大量の良質なプレイリストによって形成されたプレイリスト文化はコミュニケーションによる「脱文脈化」と「再文脈化」の作用と深く関わっている。この節では雲音楽におけるプレイリスト文化の特徴とその構造について具体的に見ていきたい。

近年、プレイリスト文化は世界的に広がる音楽受容の方法になっている。スウェーデンの音楽サービス「Spotify」では二〇一三年時点でプレイリストの数はすでにアルバム数の千倍以上となっていた。⁽⁹⁾また、二〇一六年の夏に元アメリカ大統領のオバマ氏の公開したプレイリストがSpotifyで世界一のプレイリストとなったことはニュースにもなった。⁽¹⁰⁾このことが象徴しているのは、アルバムという単位はすでに解体され、それまではミックス・テープやMDなどの形で散発的に行われていたプレイリストという実践が、ニューメディアではすでに支配的な音楽聴取の方法になっているという点である。

しかし、Apple Musicにおけるプレイリストの多くがキュレーター、レコード会社、またはアーティスト自身によるものである。つまり、ユーザーによるものではなく、ある種の楽曲のマーケティング

ングにもなっているのだ。それに対して、Spotifyでは作成者がユーザーであれ、アーティストであれ、プレイリストはすべて並列に扱われる。しかしSpotifyでは、「世界中のプレイリストと競合しており、極東の一リスナーが作ったプレイリストが発見される可能性は極めて低」く、「有名人でなければ、見ず知らずの人にプレイリストがFavoriteされるようなことはほとんど起こらない」ため、「自分でプレイリストを作って公開する喜びがほとんどない」のである。⁽¹¹⁾

総じて、欧米の音楽サービスにはコミュニケーションのアーキテクチャが搭載されておらず、外部のSNSに依存している。それらのSNSの多くは既存の人間関係をベースにしており、音楽を基盤にした関係性やコミュニケーションに依拠しているわけではないし、コミュニケーションによる一般的な聴取者に対するプレイリスト作成の動機づけが非常に弱い。それに対して、雲音楽はコメントを導入し、コミュニケーションを環境化させることで、より強いコメントメントを掻き立てるようなコミュニティの形成を促進した。さらに、ユーザーが楽曲を「お気に入り」、「ダウンロード」などを行う際に必ず既存のプレイリストに入れるか、新規のプレイリストを作成しなければならないという、プレイリストの作成を強く誘導するようなアーキテクチャを採用している。つまり、雲音楽において、楽曲を整理し、再生するためのもつとも基本的な単位にプレイリストを据えているのである。

そのため、雲音楽では日本や欧米と異なったプレイリスト文化が形成されている。具体例を挙げて論じていこう。

図8は上海市に在住しているある高校生が作成したプレイリストである。そのプレイリストは「SPACE」、つまり「宇宙空間」をメインテーマとして作成されている。カバー写真も宇宙に浮かぶ宇宙ステーションの写真を使っている。図9にあるその曲名を仔細に見ていくと、ある明確なストーリーが浮かび上がってくる。最初の二曲の“Moonlight”と“Sky High”は、出発前と宇宙船の発射時を示している。そして“Drift Away”つまり軌道からはずれてしまっ



図 8

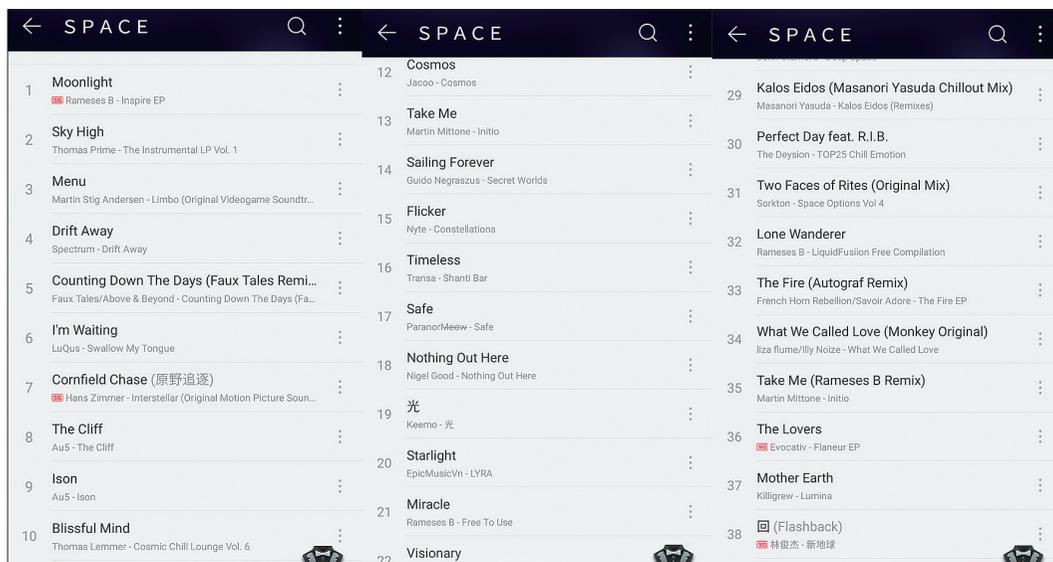


図 9

たことを意味する。「I'm Waiting」という曲は自分を待つ人がいて、それに対する思いを表していると思われる。そして宇宙の中で孤独にさまよったのち、遂に地球に帰還し、愛する人の元に戻ってくる。このプレイリストはおおよそそのようなストーリーを語っている。

そしてプレイリストに選ばれた楽曲はすべてそれぞれ異なる文脈を持つている。国別では中国、日本、イギリス、ドイツなどの国の曲がある。ジャンル別でも電子音楽、ポップ・ミュージック、前衛音楽などとさまざまである。つまり、プレイリストとは、アルバムやジャンルなど音楽の持つ独自の文脈と主題を解体し、ユーザーの想定した文脈に再編したものだと言える。その過程を図示すれば、図10のようになる。

図10では、作者や特定の主題にあるアルバムや曲といった作品が、コミュニケーションによってばらばらにされ、脱文脈化された後、同じくコミュニケーションによって再び別の文脈とテーマにそったプレイリストに再編される過程が示されている。さらに、そのプレイリストはコメントをつけられたり、シェアされたりして拡散する過程で、また別の文脈にそったプレイリストに編成されていく。つまり、雲音楽においては、コメントなどのコミュニケーションとプレイリストは相乗的に機能している。また、さきほど例に挙げたプレイリストが何回もの修正を経ていることからわかるように、一つのプレイリストは固定的なものではなく、流動的なコミュニケーション過程における一つの結節点として、絶えずバージョンを変え

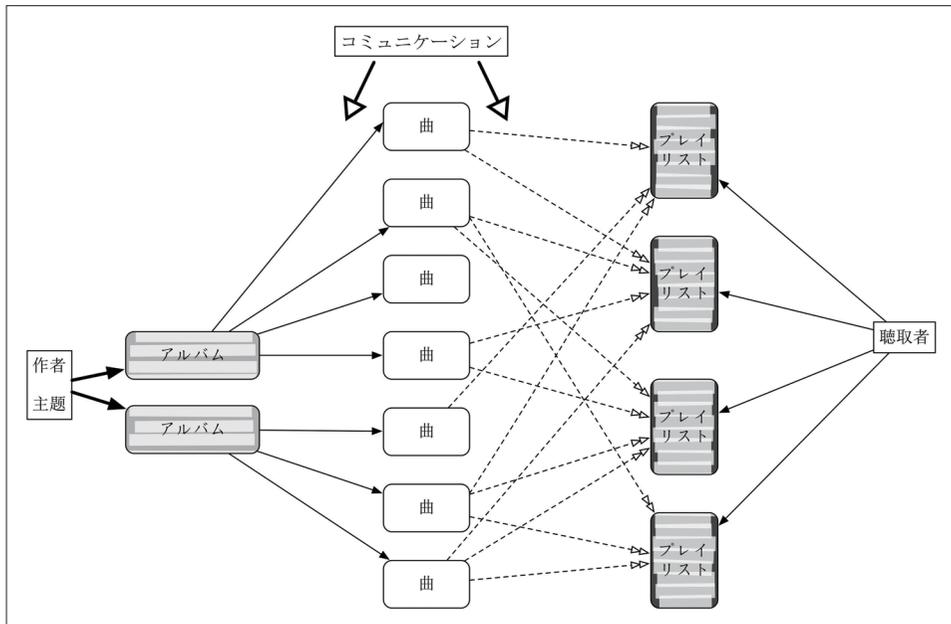


図10



図11

ていくものなのである。

さらに、プレイリストの作成は決して曲の選択のみにかかわるような単純なものではなく、図11にあるように、曲のプール、選択、紹介テキストの執筆と引用、カバー写真の選択という手順が必要である。このようなマルチメディアな操作によって、プレイリストという名の新たな文脈とストーリーが、ユーザー自身が作り出した価値のある「作品」として受け止められるようになったと言える。

中国のプレイリスト文化はこのように、雲音楽において、ほかのサービスのような、情報のキュレーションや楽曲のマーケティングとしてのプレイリストと異なり、アーキテクチャの次元においてコミュニケーションと強く融合し、若者たちのある種の自己表現の形式として機能しているのである。

五、「作者（アーティスト）」から「操作者（オペレーター）」へ

雲音楽におけるこのような、コミュニケーションと深く融合したプレイリスト作成の実践に対して、近代的なゼロから創作を行う全能的な「作者」とその思想の体現としての「作品」という概念、さらにその思想を読み取ろうとする受容者像を適用することはもはや不適切であり、それらの概念を更新する必要がある。この節では、それは具体的にどのようなものかについて考えてみたい。

ユーザーがプレイリストを作る時の最も基本的な操作は、選択 (selecting) と合成 (composing) という二つに還元することができる。つまり、音楽サービスのユーザーたちは、CDストアを遙かに上回る量の楽曲のデータベースから、コミュニケーションを通して、または各種のアルゴリズムを使って曲を選び出し、それらを組み合わせたりしてプレイリストとして組み立てていくのである。カバー写真や説明文も同じでいずれも検索エンジンなどのデータベースから選択し、プレイリストとして合成する。

この二つの操作は、ニューメディアにおける最も基本的な操作でもある。例えば、パソコンを使う時の「コピー（カット）・アンド・ペースト」という二つの操作を思い浮かべてもらえばわかりやすい。この二つの操作はテキストだけでなく、音楽、画像、映像などほと

んどすべての「情報化」されたメディア・オブジェクトに適用することができる。これはニューメディアが従来のメディアと大きく異なるところでもある。レフ・マノヴィッチによれば、ニューメディアにおける操作はオペレーションは、単なる操作よりも広範なアイデアにおける操作、または想像力として文化の生産全体を規定している。⁽¹²⁾ プレイリストを作る時の想像力と思考の様式は、ある意味で現在の文化全体の一つの主流な様式でもある。このような文化環境において「データベースやライブラリーから要素を取り出すことがデフォルトとなり、ゼロから要素を作り出すことが例外となる」⁽¹³⁾のだ。

そのため、プレイリストの作者は近代的な作者のようにゼロから創作するのではなく、出来合いのものをばらばらの素材、つまり「モジュール」として、コピー・アンド・ペーストやさまざまな操作を駆使する。モジュールとは、独立性や機能を保ったままほかのモジュールと自由に結合できたり、分離したりできるオブジェクトの単位のことであり、一つのモジュールが多くのより小さなモジュールからなっている場合もありうる。このような「モジュール性」もまたマノヴィッチによれば、ニューメディアのもっとも基本的な特徴の一つである。⁽¹⁴⁾

プレイリストのような「作品」の作成者を代表とする、モジュールを組み合わせたたりする文化的主体は、作者というより「操作者（オペレーター）」と呼ぶべきである。現在のようなニューメディア

が遍在している文化環境では、そのような文化的主体が普遍的なものになりつつある。これは逆に言えば、操作者の目から見れば、作品というものはまとまった一つの意味体系ではなく、分解し操作することのできるモジュールの集まりのように映るということの意味している。

例えば、マノヴィッチも新しい文化的主体の代表として引き合いに出している「DJ」にとって、一つの楽曲はさまざまな分解や操作可能な音やメロディーのモジュールで構成されている。それと同じように、プレイリストの作成者や受容者たちにとっては、アルバム、楽曲、歌詞のワンフレーズ、さらに写真、テキストなどもまたすべて操作可能なモジュールなのである。

六、プレイリスト文化と「データベース・モデル」

こうした素材としてのモジュールの集まりをニューメディアの概念に言い直すと、先の論述でも幾度も使っていた「データベース」となる。中国の音楽メディアとそこで生まれたプレイリスト文化はまさに「データベース」を中心的な基盤としている。そして、そこでは脱文脈化と再文脈化が行われているのだとすれば、プレイリスト文化は「二次創作」文化という文脈の中に位置づけることができる。アニメやマンガなどの受容においては、原作のストーリーやキャラクターを個々の要素に分解し、新たなストーリーあるいは

キャラクターに組み立てる「二次創作」が広く行われるようになってきていることは、周知の通りである。

東浩紀は「データベース」というキーワードを使って、そのような新たな主体について詳細に考察している。⁽¹⁵⁾ これからはその議論を参照しながら、プレイリスト文化の位置づけを考えていきたい。

東は日本のオタクを代表的なポストモダンの主体として取り上げて分析を行い、ポストモダンの到来と深化によって、作品の需要と消費の形式において大きな変化が起こったと指摘する。近代的な作品の消費において、受容者は「表層」のテキストから作者の意図、その背後の思想、イデオロギーまたは社会的な意義などの「深層」にある「大きな物語」を読み取ろうとしたため、受容者の主体性も「大きな物語」によって強く規定されていた。東はそのような近代的な受容モデルを「ツリー・モデル」として図式化している。しかしポストモダン以降、「ツリー・モデル」から「データベース・モデル」に変わった。「データベース・モデル」では作品の思想、意味、作者の意図などの深層がもはや機能せず、それに取って代わって、原作が個々の要素に分解されて大きなデータベースを形成する。主体はデータベースから必要な要素を読み取り、自ら組み合わせる。そのため、そこで表層を決定するのは深層ではなく、データベースとさらにそれを読み取る者である。すなわち、ポストモダンのデータベース・モデルでは表層は深層のみによって決定されないし、固定もされず、受容者の読み取り方によって変化するのである。

音楽もまた、カセットテープやCDなどのメディアから抜け出し、Napster、iTunesを経て、現在のSpotifyや雲音楽などのサブスクリプションサービスに至ると、実体のある所有物という身分から脱し、楽曲は文字通り巨大のデータベースに編入されて、その中の一要素になり、人びとはもはやそれを購入したり、ダウンロードしたりする必要がなくなり、ただデータベースを「参照」すればいいのである。⁽¹⁶⁾ そして、作品がこのように無差別に、そして機械的に並列されることによって、音楽は「高級」と「低級」、「ポップ」と「前衛」などのジャンル間のヒエラルキーをなくし、平等化する。⁽¹⁷⁾ それと同時に、もとの文脈から分離し、ばらばらの要素として貯蔵される。それによって、音楽背後にある作者、思想、文脈などの従来重要視されてきた概念が、どのような程度であるにせよ空洞化することを余儀なくされる。

そう考えれば、プレイリストの作成者たちはまさに「データベース・モデル」において提示された受容者の形を実践していることがわかる。図12はその実践の構造と過程を図示したものである。プレイリストの作成者⇨ユーザーたちはコミュニケーションの需要に応じる形で、データベースから楽曲を読み取り⇨選択し、合成、すなわち組み合わせることで、楽曲の元の時代や社会などの文脈と意義とは異なった独自の表層、すなわちプレイリストを形成するのである。

音楽に関する限り、このような文化実践は「ポストモダン」の帰

結というよりも、ニューメディアの影響がより明白である。ニューメディアにおいて「データベース」は伝統的な「アーカイブ」とは異なるものとなる。両者はともに対象を巨大な資料庫に編入し貯蔵する形態だが、メディアの制限によって、「アーカイブ」は読み取ることができず、変更、分解などの操作のできない読み取り専用の「静的」なメディアである。それに対して、デジタルな情報とデー

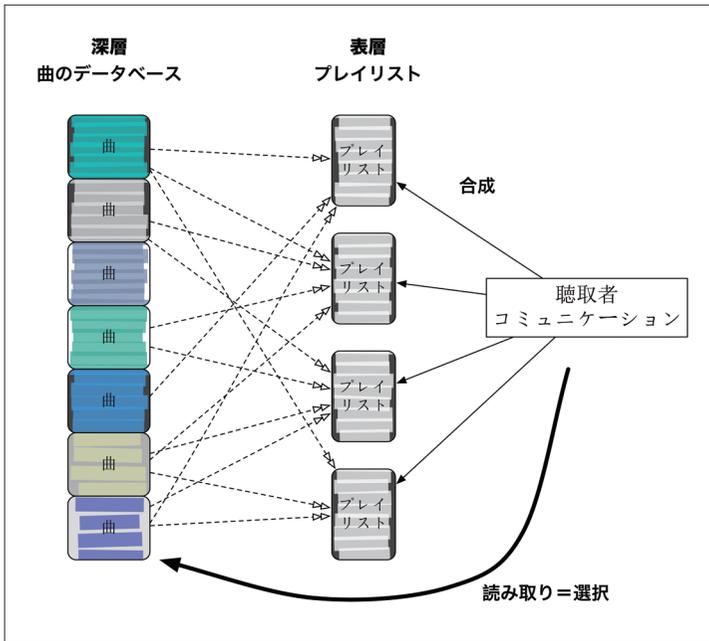


図12

中国における音楽メディアとコミュニケーションの融合

タを対象とするニューメディアにおいて、データベースは読み取りのみではなく、変更、分解、再組み合わせなどの操作を駆使することで活性化され、それによって「フィードバックと動的に一体化」できるのである。¹⁸ そういう意味で、「アーカイブ」は根本的には「過去」に関わるものだが、「データベース」は「現在性」にその焦点があると見える。¹⁹ それによって、現在の気持ちや考え、すなわちそれぞれの時点の文脈に応じて自己表現するための素材として利用できるのである。

しかしデータベースであるというだけで、素材が活性化されるわけではない。現在の日本や欧米の音楽メディアのいずれもプレイリストを搭載しているが、キュレーターや有名人のプレイリストが圧倒的なプレゼンスを誇り、一般のユーザーの作成したものは見向きもされず、広がっていない理由もまたそこにある。すなわち、データベースを利用して積極的な脱文脈化と再文脈化が実践されるには、動機としてのコミュニケーションが必要なのである。

データベース・モデルにおいて、音楽は完結した「作品」ではなく、コミュニケーションの契機、もしくは素材となる。コメントをし、プレイリストを作成するユーザーは、曲に新たな文脈を付与することによって、新しい価値を作り出す。そして、コミュニケーション化したメディア環境において、ユーザー同士のコミュニケーションの蓄積がその価値を承認し、位置づける。言い換えれば、中国のプレイリスト文化において、曲の価値はその文脈や作者の思想のよ

うな「深層」ではなく、データベースを基盤としたコミュニケーションによって決定されるということになる。すなわち、以前ではコミュニケーションは音楽をよりよく楽しむための付随的な「手段」だったのに対して、今ではコミュニケーションは音楽という手段を通して行われるような「目的」となったと言える。より正確にいうならば、こうした二つの作品との関わり方が、絶えず入れ替わり、互いに拮抗しながら、あるいは支え合いながら共存しているのである。

結び

本稿は中国の音楽メディアにおけるコミュニケーションとの融合、およびそれによって生まれた新しい文化的な主体を詳細に論じてきた。そして、それはニューメディアの普及する現在の文化環境における若者文化における大きな構造的な変化を示していることが明らかになった。

しかし実際には、音楽領域に限らず、中国のほぼすべての文化領域においてコミュニケーションとの融合という事態が起きている。例えば、日本の「ニコニコ動画」に端を発する「弹幕」という動画にコメントを貼り付ける機能は、中国でもいち早く取り入れられ、今やマンガ、アニメ、小説、写真、映画、ドラマ、ゲーム、カラオケ、オンデマンド授業などの標準的な機能となっており、ほぼすべて

ての領域においてコミュニケーションとの融合を果たしている。²⁰⁾

こうした現象は、中国の文化全体において無視できないほど大きな構造変動が起きていることを物語っている。それはもはや「二次創作」といった概念では語りきれないほどの複雑さと多様性を見せ始めており、事態はさらにその先に進みつつある。さらに、千野拓政の調査が明らかにしているように、東アジアないし世界全体の文化がそのような方向に進んでいる。そのため、本稿では音楽メディアという具体的な対象に焦点を当て、このような文化状況における音楽とコミュニケーションの融合およびその内実を論じたが、個々の領域だけでなく、全体的な視点からの統合的な研究も必要である。そうした分析の深化と視野の拡大を今後の課題としたい。

注

- (1) 千野拓政ほか『東アジアのサブカルチャーと若者のこころ』勉強出版、東京、二〇一二年
- (2) QuestMobile・QuestMobile 移动互联网二〇一七年Q2夏季报告：移动互联网全面崛起。制霸者属谁？。 http://www.questmobile.com.cn/blog_98.html
- (3) 界面新闻。网易云音乐用户大数据折射上半年音乐流行走向。二〇一六年八月二十四日。 <http://www.jiemian.com/article/815285yrdian.html>
- (4) QuestMobile・QuestMobile 移动互联网二〇一七年Q2夏季报告：移动互联网全面崛起。制霸者属谁？。 http://www.questmobile.com.cn/blog_98.html
- (5) 界面新闻。网易云音乐用户大数据折射上半年音乐流行走向。二〇一六

- 年八月二十四日。http://www.jiemian.com/article/815285yidian.html
- (6) アーキテクチャに関して以下を参照：濱田智史「アーキテクチャの生態系——情報環境はいかに設計されてきたか」、東京：NIT出版、二〇〇八年。ローレンス・レッシング著、山形浩生訳『CODE VERSION 20』東京：翔泳社、二〇〇七年。
- (7) 手寫葵『The Rose ~ Love Cinemas ~』、ヤン・ミュージック、二〇〇八年。ちなみに、外国語の歌詞の翻訳の多くが、ユーザー自身に行なわれるであり、コメント欄において歌詞翻訳の質や内容についての議論もなれることがある。
- (8) 季羨林（一九二一—二〇〇九）。中国の著名な文筆家、言語学者。
- (9) The Guardian. "Album spins closer towards its final track as a viable format". 二〇一四年七月二十九日。https://www.theguardian.com/music/2014/jul/29/album-music-format-streaming-playlists-extinction 21M。Musician-Net. Spotify シンパソンが語る。日本と世界の音楽についての15のデータ。二〇一四年七月一日。http://www.musician-net.com/business/37508.html
- (10) 羊城晚报。奥巴马歌单爆红 音乐服务商称：想签他。二〇一六年八月十七日。http://epycwb.com/epaper/ycwb/html/2016-08/17/content117451.htm#article
- (11) ザ・ハフィントン・ポスト・ジャパン、Apple/Spotify/AWA等。音楽ストリーミング主要6サービスを徹底比較（前編）一粉谷力。二〇一七年七月二十六日。http://www.huffnpost.jp/tsutomu-sogitani/music-streaming-apple-spotify-awa_b_17584862.html
- (12) レフ・マノヴィッチ『ニューメディアの言語——デジタル時代のアート、デザイン、映画』（東京：みすず書房、二〇一三年）、183頁。
- (13) レフ・マノヴィッチ（二〇一三）、198頁。
- (14) レフ・マノヴィッチ（二〇一三）、73頁。
- (15) 以下の議論は東浩紀『動物化するポストモダン：オタクから見た日本社会』（東京：講談社現代新書、二〇〇一年）を参照。
- (16) 井手口彰典「ネットワーク・ミュージッキング——「参照の時代」の音楽文化」東京：勁草書房、二〇〇九年
- (17) デイヴィッド・ダグラス『レコードは風景をだいなしにする』東京：フィルムアート社、二〇一五年、99頁。
- (18) Wolfgang Ernst. "Dis/continuities: Does the Archive Become Metaphorical in Cyberspace?" In Wendy Hui Kyong Chun and Thomas Keenan ed. *New Media, Old Media: A History on Theory Reader*. M. New York: Routledge, 2005: 110
- (19) デイヴィッド・ダグラス（二〇一五）、276頁。
- (20) 筆者は中国のさまざまな文化領域におけるコミュニケーション化を検討しており、詳しくは以下を参照：楊駿驍「彈幕、論——軟件结构的权力与模块化的文化」、『热风学术网刊』第一期、3—21頁、二〇一六年三月。楊駿驍「図文集と『写真コミュニケーション』」、『早稲田大学大学院文学研究科紀要』第2分冊、61号、19—36頁、二〇一六年二月。楊駿驍「微电影とは何か？」、『中国文学研究』41号、35—54頁、二〇一五年十二月。