

私はレジュメに大晦日の紅白とレコード大賞の話を書きました。レコード大賞の関係者は、私もその一人ではあるんですが、時々寄り集まって、今年はAとBとがものすごい争いをしているからさぞや放送の結果のレーティングが高かろうなどという話をしていると、全然低かったり、今年はどうもこれの独走だからきつとレーティングは高くないんじゃないかと言っていると、案外そうでなかったりする。高いといっても「紅白歌合戦」にはとても及ばない。結局、デッドヒートするなんていうのは私たちだけが考えていること、つまり審査員とレコード業界あるいはプロダクション業界、そういう間だけの、本当はコップの中の嵐みたいなことなんであって、視聴者には実際は何の関係もない話なんだろうと思うわけです。AとBとが激しく争っていると言われているときにしても、Aの好きな人、あるいはAのうたが好きな方は、当然Aのほうがいいというふうに決まっているわけであります。結果によって勝ち・負けというのが出てくるにしても、なにも必ずしも野球の勝ち・負けのように冷徹な結果として受け取っているわけじゃない。歌と聴き手というのはたぶんそういう位置関係にあるんじゃないかということのためにこういうレジュメを書いてみたわけです。つまり、ある歌が好き、うたい手が好きだということはどういうことなのかとしばらく考えてみましたけれど、その歌あるいはうたい手というものの対して自分自身が思い入れすることなんだろう、思いをかけると言ってもいいかもしれません。「コミュニケーションとしての歌」から考えるとそういうものではないのかと思います。歌詞の一句でもいいし、サウンドでも、あるいは全体のテーマでも、そういうものに自分自身を思い入れる、あるいは歌の持っている世界、歌の持っている心情というものにもたれかかっていることが、その歌が好きなんだということだろうと理解をしているわけです。またそれだけじゃなくて、反対に歌のほうから聴き手に攻めかかってくるという回路もあるんじゃないでしょうか。ひとつの時代の気分というものはつきり表現している歌があった場合に、その歌を聴くことによって聴いている側の中に内在していた、あるいは潜在していた共感というものを呼び起こすことだってあるんだらうと思うんです。つまり、歌イコール歌い手なんです、それと聴く側の関係というのは、そういうコミュニケーションの回路として成立をしている。だから大晦日の問題が出てくるんじゃないでしょうか。

大晦日というのは何だというと、日本人にとってやはり特別な日だろうと思います。例えば左遷されたとか、女にふられたとか、まだ借金が残っているとか、いろんな悩み事が、電算機のA/Cというキイを押すように、オール・クリアにしようことができるんじゃないかと思えます。オール・クリアにしておいて、今度は九時から十二時近くまでこたつに入って酒でも飲みながら歌を聴く。だから、何と何が争って何票差で勝ったとか負けたとかいうことは実際はどうでもよくなりまして、そんなことよりも自分のなじみのある歌い手、あるいは歌、その中にはレコードが今年売れていなかったってちょっとおかまわらないわけで、そういう人が非常に華やかにたくさん数で出てくる「紅白歌合戦」のほうが、つまりコミュニケーション回路を通じて、そこへ思い入れたり、またそれをフィード・バックしたりして、自分自身の一年に思いを返すことができる材料をたくさん提供してくれる。だからこそ「紅白……」というのは、七〇パーセント近い視聴率を得ているんじゃないでしょうか。歌をコミュニケーションとしてとらえると、こんな説明ができるかと思うのです。