

はじめに

私が「個性」について興味を持ったのは、自分の名前が一般的に読むことが難しくなかなかない珍しい名前であるからである。初めて会う人には必ずといっていいほど「個性的な名前だね」と言われる。

日本人は昔から礼儀正しいが自己主張や自己表現が苦手であり、しかしそれが奥ゆかしく美德であるとされてきた。しかし 2003 年に国民的アイドルグループ SMAP による『世界に一つだけの花』が発売され、「もともと特別な Only one」と歌った。このころからキラキラネームと呼ばれる読みにくい個性的な名前が増え、日本に名前だけではなく様々なシーンにおいて個性志向が高まり始めた。

そこで本論文では上記に述べたように、なぜ現代において個性志向が強まったのかを考察し、「個性」のありかたについて今一度自分なりの考えをまとめてみようと思ったので、今回このテーマをもとに卒業論文を作成することとした。

第 1 章では戦後から現代にかけての「個人」と「国家」の関係性の移り変わりを、デイビット・リースマンによる 3 つの性格構造に照らし合わせながら考察していく。

第 2 章では名前について昭和元年から平成 25 年までの男女別のランキングをもとに、時代ごとにどのような特徴があるのか、どうして最近ではキラキラネームが増えてきたのかを考察していく。

第 3 章では SNS の特性に触れながら、なぜ SNS を利用して自己主張をする若者が増えてきたのかを考察していく。

第 4 章では個性的なアーティストをあげ、なぜ彼らが支持されるのか、どのような点で他のアーティストと違うのかを考察していく。

第 5 章ではさまざまな「個性」のありかたを見てきた中で、「個性」について考えていく。

第1章 個性について

1-1 国家と個人

現代において日本人の集団に対する意識はどのように変わってきたのだろうか。

日本は戦後、極度に食料と日常生活品に不足していた。政府はこの状況を打破するためにインフレ対策として傾斜生産方式を決定し、石炭・鉄鋼生産に資金と資材を集中的に投入した。また 1948 年には GHQ による経済安定 9 原則の実行を指令するなどし、経済の安定を目指した。その後 1950 年に朝鮮戦争が始まり、日本は連合国の兵站基地（文需品、兵員などの補給基地）となり、兵器・車両の修理、建設などの特需が相次いだ。1950～1955 年の特需契約高は 16 億ドルを超え、急激な経済発展の契機となった。戦後の経済不況に落ち込んでいた日本経済は、活気を取り戻した。1950 年代には繊維工業・鉄鋼業・機械工業の生産は戦前の水準に回復し、さらに超えていった。

その勢いは 1960 年代も続く。1968 年には日本の国民総生産が資本主義国の中でアメリカに次ぎ、世界第 2 位になった。この事実は日本国民にとってもっとも明るい話題であり、目標を達成するために頑張って働き生きてきた日本人一人一人を勇気づけたはずである。戦後の食糧難、物不足を乗り越え、「戦後復興」の目的のために個人と国家が一つになった時代であった。

高度経済成長期は生活にもゆとりをもたらし、1953 年に放送が始まったテレビは急速に普及し、1959 年に皇太子明仁親王と正田美智子さんの結婚式の中継をきっかけにテレビブームが起き、マス・メディアも大きく発達した。1964 年にはオリンピックが東京で開催され、94 か国が参加した。1970 年には「人類の進歩と調和」をテーマとする日本万国博覧会が開催され、77 か国が参加し、6421 万人が入場した。これらは国家が全世界を相手に活躍する格好の見せ場であり、実感と共に目に見える形でその存在を表し、同時にそれを支えていたのは自分たちであるという意識が国民の中にあつたと考えられる。また「世界の中の日本」を感じられることができ、大戦の敗戦から立ち直り、「もはや戦後ではない」という認識が広がっていった。

しかし 1970 年代には時代を飾る華々しい祝祭や行事もなく、1973 年には第 1 次石油危機が起き、1974 年には経済成長が戦後初めてマイナスになる。1960 年代は最大限に国力を拡大することができたが、1970 年代はその反動で国家として華やかに活躍できる機会が少なくなってきたのである。つまり 1960 年代とは違い、日本国としての成長や活躍が目に見えて実感できる時代ではなくなり、経済成長が停滞し始め、ある程度の限界が見え始めた時、国民にとって日々の生活に刺激がなくなり、国家の存在は個人の人生を明るくするものではなくなってしまったのである。

1-2 小さくなる集団

1970 年代に入り、日本の経済成長が陰りを見せ始め、日本国民の関心が国家から離れ、より身近な生活環境である「地域」に移り変わってきた。1970 年代の末期に「地方の時代」

という言葉が流行語となった。「地方の時代」とは、日本において 1970 年代から見られる地域主義を主張するスローガンである。「地方の時代」は一時流行語となり、その背景としては戦後 30 年を迎え先進国の一員として科学技術に裏付けされた工業化社会がある程度達成されたものの、環境破壊、資源浪費、経済の行き詰まりなど様々な問題があったことが挙げられる。

具体的な現象としては「タウン・マガジン」と呼ばれる雑誌が誕生し、特定の地域を対象として住民に情報を提供する活動が流行した。この総数は一時、500 種類、400 万部を売り上げた。また、地方新聞もこの時期に順調に部数を伸ばし、地方を基盤とするラジオ番組が若い聴取者を増やしていた。このように少しずつ国民の集団への帰属意識が変化しはじめ、国家という漠然とした大きな対象でなく、地域に入り込み日常を生きる上でよりリアルに、集団に対して一定の距離を置くことができ、より多元的な帰属関係を作り上げることを求めるようになった。それは個人がこれまでよりもさらに個人的な姿勢で日常を生き、社会全体がより個人主義的な性格を強めるようになったということだと考えられる。1970 年代はこのほかにもいくつかの特徴的な現象が起こって、それらは個人をより個別化する方向へと働いたのである。

この「個別化」という傾向は 1980 年代に入ってからますます強くなる。ファッション雑誌は様々なジャンルにおいて発行部数を伸ばし、人々の教育・音楽・芸術などへの関心は高まる。各業界が協力して流行色や流行の服装、髪型に従ってブームを起こし、人々はそれを真似て、うまく方向づけされていく。しかしこの時代は、一大ブームが起きたとしてもそのスパンは短く、昨日の「好き」が日が変われば「嫌い」に転じるように、人々の趣向は変わりやすくなっていった。かつては「流行ってるから」「みんなそうしているから」という理由で多くの人はその流れに乗っていたが、この時代は「流行っていても自分には似合わないからいい」「今回の流行にはあまり興味がない」などという理由であえてその流れに乗らない人も多くいる。それは流行を意識するとともに、他人から見た自分を意識するようになったからなのではないかと考える。そしてそれは一人一人の様々な欲求にも対応できるような社会が構築され、戦後の敗戦のイメージは完全に消え去り、モノが溢れる豊かな社会になった証拠でもある。

先に述べた 1960 年代のように、「戦後復興」を掲げて産業が著しく発達し、物質的な富という価値観が国民の中に根付き、その成果が目に見えていた時代とは違い、1970 年代から現代にかけてはその中心価値が人々の中で揺らぎ始めた時、一人一人の内側の価値観を複数化し、その欲望を分散させることによって満足の機会を増やしてきたのではないかと考えることができる。

1-3 「人並み思考」の行方

人々の価値観、世間間の変化があったとはいえ、古くから日本人の心の中に育まれてきた「人並み」意識。一昔前は、人並み外れたことをすると、無言の圧力から村八分といっ

た実力行使まで伴う社会規範があった。今でも何かあると「世間様に申し訳ない」、「世間の目が」とか「人並みに〇〇です」といった言葉が日常会話の中で使われることが多い。個性化・多様化の時代の中で、日本人の行動原理、規範であった「人並み」志向は現在大きな移り変わりを見せている。社会的な価値観や経済活動、産業構造と人間のライフスタイルは密接に相関しているが、その社会・経済構造と性格構造の相関を『社会的性格』として理念化・類型化したのがアメリカの社会学者デイビット・リースマン (David Riesman, 1909-2002) である。D.リースマンは著書の『孤独な群衆』の中で『伝統指向型・内部指向型・他人指向型』の三つの性格構造を上げている。

『伝統指向型』とは、過去から長く続いてきた宗教・慣習・文化の規範的な伝統に同調して家族や血縁集団への依存度が高い安定的秩序を守ろうとする性格構造のことである。この社会の中での個人の活動が伝統に対する服従という方向に性格が決定されている。また、変化のスピードが相対的に低いことも「伝統指向型」の特徴の一つである。

『内部指向型』とは、伝統的な宗教ではなく、個人の内面や心理に意識を向けるようになり、両親や年長者、権威的な教育者から教えられた「内的な倫理・罪の意識」に従って判断しようとする性格構造である。両親や年長者から向けられる目標は、一般化された目標であり、宿命的に逃れられない目標なのである。

『他人指向型』とは、個人主義・自由主義・消費文明の発展を背景として「他者からの反応や評価」を意識し、マス・メディアの情報に従って判断しようとする性格構造である。20 世紀の脱工業社会における中間層の典型的な社会的性格とされ、他人の目や反応を気にして同調しながらも、他人と相互理解や協力関係を深めることが難しくなり、各個人はバラバラに分離して孤独な状況に置かれやすくなる。社会全体で共有される価値は希薄化してしまい、消費文明や経済社会により良く適応することが自己目的化して「自己愛と孤独感の間」で虚無的なジレンマに襲われやすくなる。

重化学工業化に成功しただけではなく、第三次産業も急速に発展した日本の現代社会では、自分が他人に「価値のある人間・人並みに幸せな人間」だと認められたいという自己愛に根ざした承認競争が激化していく。その結果として、絶えず周囲の他人の動向や反応を気にするようになり、マス・メディアやウェブが発信して形成する流行や話題にもアンテナを張り巡らされるようになるが「他者との相互理解・連帯感・協力性」を高めるような共同体的基盤が弱体化しているため、どうしても人々はバラバラな個人になって孤独感や寂しさを感じやすくなってしまっているのである。

心理的には癒され難い空虚化や孤立感を感じていながらも、表面的には仲間集団・企業活動の人間関係に無難な適応をしているため、「仲間とは異なる個性・価値観・生き方」を示して集団から疎外されることを恐れるという感覚が強まりやすくなる。自分と相手とが本音と本音でぶつかり合った結果として相互理解を深めるような人間関係は、現代の大人社会では珍しいものになっており、「仲間集団に所属しているという外見・とりあえずの話し相手がいるという状況」によって癒され難いこと区間を部分的に埋め合わせていること

が多い。つまり一人一人のとの付き合いはより表面上のものとなり、心から打ち解けられるような人間関係の構築が難しくなっているのである。

物質的な豊かさと文明・科学による恩恵、情報技術の発展によって私たちの生活は便利になり快適になったが、他人指向型の性格構造では『他者から承認されたいという欲求』は表層的・物質的なレベルに変化しやすくなり、『他者との連帯感・一体感を得たいという共同体的感情』は二の次で、自己愛・自己利益の下に抑圧されてしまい、恋愛や家族関係以外では得ることが難しくなった。他人指向型のパーソナリティでは、他人が自分をどう見ているのかが不安になって、絶えず他人の動向・反応に視線を向けているのだが、『他人そのものへの興味関心』を持つことがほとんどなくなり、“他人への関心・意識”が“自己愛・自己防衛”となり、再び孤独感に陥ってしまいやすいのである。

現代社会では伝統規範に従うことや内面的な倫理観を守ることよりも、商品・レジャー・娯楽・プレゼントなどの消費を通して『他者から認められること・他者とのつながりを感じる』の相対的価値が高まっている。学歴や雇用・所得といった実際的・経済価値というのは確かに重要だが、それゆえ『他者・社会からより価値を持つ人物と認められたいという欲求』や『他者との良好な関係性を得たいという欲求』が高まりつつあると考えるのが妥当ではないだろうか。

他者と共感的・協力的につながって安心したい、自分の存在を認められたいという本能的欲求が満たされにくくなり、『他者からどう見られているか・悪く思われていないかという不安』に影響された表層的な人間関係や消費動向が増えている中で、自分が他者とどのように関係を築きたいのかを自覚して実践していけるかどうか問われている。他人からより優れた存在として認められたいがために、競争的行動を起こす傾向が現代にはあるが、それらを過剰に意識してしまったために、「人並み」を逸脱することに抵抗がなくなり、後にも述べるように読みにくい名前や SNS を介しての問題行動、娯楽などにかけるものの価値観が大きく変化する時代になってしまったのではないだろうか。

1-3-1 変わるランドセルの色

変化する個性の中で特徴的な変化を示した一つの例がランドセルの色である。

かつては「男の子は黒、女の子は赤」というのが長年の定番であった。しかし男女の性差を解消しようとするジェンダーフリー教育が浸透しはじめ、ランドセルの色を性別で決めるのは間違いであると教えられている。その結果、今では赤や黒だけではなくとどまらず、男の子であれば青色や茶色、女の子であればピンクやオレンジなど様々である。さらにピンク色に豹柄やスパンコールなど、色だけではなく柄や飾りという見た目にもこだわった商品を購入する人が増えている。

イオンではランドセルのモデルとして機能性・デザイン性を重視しつつ、24 色のカラーの中からカスタマイズして自分だけのランドセルを作ることができる。カスタマイズの方法としてはまず「ハート」か「エンブレム」からデザインを選び、次に24 色の中からベースのカラーを選ぶ。次にかぶせとへりの色を24 色の中から選び、かぶせ鉸とキーホルダーを選ぶ。このような手順でカスタマイズしてオリジナルのランドセルができる。その組み合わせは19 万通り以上である。

少子化により個性が重視される時代に「みんなと同じ」から「人とは違う」デザインを選ぶ子どもが増えている。親がネイルや髪型、ファッションなどおしやれを楽しむようになり、子どもにも少なからず影響しているからではないだろうか。ランドセルは6 年間使うものであり、値段も安くはないため一度購入してしまえば簡単に買い替えることができない。ランドセル一つに対してもしっかりと子どもと話し合うことが自主性や物を大切にする心を育むことに繋がるのではないかと考える。

図1 ランドセル



出所：イオン HP

1-3-2 家の個性化

ランドセルの例に続き、当時は画一したものがそうでなくなってきたものの例として団地が挙げられる。

団地とは住宅・工場などが計画的に集合をなして立っている土地のことを指し、1950 年代半ばに日本住宅公団によって建設が始まった公団住宅は水洗トイレ、風呂、ベランダ、ダイニングキッチンなどを備え近代的なものとして憧れの住宅であった。かつて日本住宅公団最大の公団住宅であり、マンモス団地の走りとなしたひばりが丘団地では野球場・テニスコート・市役所出張所・緑地公園・名店街・学校・スーパーマーケットなどを団地敷地内に擁し、ひばりが丘団地の街づくりは、後に建設された公団住宅の手本となった。現在では公共交通機関が発展したこともあり、商業中心地から少し離れ比較的環境の良い場所へ建設が進められている。

しかし、画一化の象徴と言われていた団地も今はそうではなくなっている。公団によって限られた予算で大量に建設された団地は、一つ一つの建物に無駄な飾りや装飾をする予算などなかった。その中で団地に住む住人同士、同じ建物でありながら違いや個性を出すためにベランダのガーデニングにこだわったりおしやれを演出するようになった。

図2 ひばりが丘団地



出所：UR 都市機構 HP

これは団地に限ったことではなく、住宅が密集するところでも見られる。区画された分譲地では外壁にパステル調の色を取り入れたり、玄関先にディスプレイされたディズニーのキャラクターが置かれたりする住宅が増えている。また外観だけではなく、インテリアなどにこだわる人たちが増えてきているのは、住人の自己満足と言うこともできるが、誰かに見られていることを意識し、「他者の目」を気にしてのことだろう。家とは佇まいだけではなく、住人の雰囲気やどのような生活をしているのかを象徴するものでもある。「個性化」の風潮が住宅にも現れ始め、似たり寄ったりの住宅地の中でどんな生活をしていて、どんなところにこだわり、どのようなところが他と違うのかを差異化するものが上に挙げたようなインテリアだったり、外観へのこだわりだったりするのである。

さほど広くはなく区画された分譲地に色とりどりの可愛らしけれどもどこか似たり寄ったりの家は「ショートケーキハウス」と呼ばれていた。個性化を図ろうとするが場合によっては違うのは壁の色だけだったりする様子が、洋菓子店のショーケースの中のショートケーキのようであったからであろうか。本人は他人の目を気にし、デザインにこだわっているつもりでいても、見る人によっては同じように見えてしまうのもまた皮肉なことである。

第2章 読みにくい名前が増えたわけ

2-1 名前とは

私たちの身の回りにはモノが溢れ、それぞれに名前がついている。指示語で「あれ」「それ」「これ」と指し示すことができるが、それではなかなか話は通じない。自分一人だけで生きていくなら自分だけ分かっていればいいからモノに名前がなくてもさして問題はない。しかし現実はそのではなく、私たちは社会集団の中で生きている。たくさんの人たちに囲まれ、関わりながら生きている。そのうえでモノに名前がなければそれぞれを識別することができない。つまり、名前とはたくさんのモノの中からそれぞれを識別し、共有し合うためにできた一つの人間特有の文化であると考ええる。

それは人の名前についても同じことが言える。一人一人を識別し、人権を持ち独立した個人とした識別し、お互いにその存在を共有し合うためにある。「名は体を表す」ということわざがあるように、個人のアイデンティティを形成するのに生涯非常に重要な役割を果たす。

2-2 名前の定義

明治初期に一人一名制が確立され、現行の出生時の名を重視する慣行の基礎が築かれた。日本人の名前は法律上の原則として、「氏」と「名」との組み合わせからなる「氏名」で呼ばれ、戸籍上「氏」「名」で記録される。

現在、日本において新生児が生まれた時には14日以内（国外で出生があった場合は3か月以内）に届け出なければならないと戸籍法第49条で規定され、各市町村役場で受理される必要があり、事実上新生児の名前はこの出生届の時に定められる。皇族の場合は生後7日（御七夜）を迎えたときに命名の儀が行われ、命名される。名前を付ける権利は法律上、誰に権利があるとまでは規定されていない。命名にあたって常用漢字を使用することと定めた戸籍法（第50条）と命名権の乱用を防ぐために権利濫用の禁止（民法1条3項）があるに過ぎない。また、人名に使用できる漢字は法務省が掲げている常用漢字表と人名用漢字表の2997字であり、平仮名および片仮名からであれば子の名に使用することができ、漢字表記と読み仮名に全く関連のないものや当て字も許容される。例えば、「飛翼」と書いて「つばさ」、「宇宙」と書いて「そら」と読ませる当て字も可能である。また漢字には「名のり」といって、名だけに使われる読み方がある。例えば「愛」という漢字は、名のりとして「あき・さね・ちか・ちかし・なり・なる・のり・ひで・めぐむ・よし・より」と読むことができる。なお、文字数に法的な制限はなくミドルネームの決まりもない。しかしあまり長すぎる名前は子どもにとって将来負担となることが予想されるため、出生届の時を出す時に、戸籍係の人に受け付けてもらえない場合がある。同じ戸籍内にいる人物と同じ名前を付けることはできないが、同じ読みの名前を付けることができる。私的な話ではあるが、私の叔母の名前は「富士子（ふじこ）」であり、その叔母の子の名前は「藤子（ふじこ）」である。同じ名前を付けることができない例として「慶次（よしつぐ）」と「慶次

(けいじ)」などが挙げられる。

2-3 改名

一度つけられた名前は簡単に変えることができない。社会的な混乱を招く可能性があるからである。しかし、どうしても変えなければならない場合、戸籍法第 107 条の 2 では「正当な事由によって名を変更しようとする者は、家庭裁判所の許可を得て、その旨を届け出なければならない」とされている。「正当な事由」があるかどうかは家庭裁判所の裁判官が判断する。過去の判例で「正当な事由」が認められた具体例としては、「珍奇・難解など社会生活上、著しい支障がある」、「家族や近所に同姓同名の人がいる」、「性別を間違えられる」、「犯罪者に同姓同名の人がいる」、「神官や僧侶となった・神官や僧侶をやめた」、「商売上・伝統芸能などで襲名した」、「帰化して日本風の名前をつける」、「長い間、通称名として使ってきた」などがある。

なお、姓名判断、占い、画数が悪いからという理由の場合、「正当な事由」とは認められない。このようなケースでは、「長い間、通称名として使ってきた」という方法を使うことになる。この場合は、変更したいと思う名前を通称名として一定期間使用してきたという証明が必要になる。私の祖母も改名をしており、この「長い間、通称名として使ってきた」という方法を使ったとされる。「一定期間」というのは、社会的に広く認知されているというのが一つの基準になる。しかし個別の事情や裁判所の裁量により大きく左右されるため、一概に何年と決めることはできない。また、本人が手続きを行えるのは満 15 歳以上であり、15 歳未満については法定代理人（両親等）が行うことになる。

2-4 名前の機能

人類学の知見によれば、名前についての見解は民族ごとによって相当異なっている。北米やオーストラリアの先住民社会、アフリカなどは親族集団ごとに代々ストックされている一定数の名前が既に存在し、限られたそのなかから選ぶ社会が少なくない。ストックには当然限りがあり、同じ社会の中で同名は珍しくない。過去にも多く存在し、もちろんその後も多数出現することになるだろう。つまり、名前が個人を特定することができるが、個人を特定する名前というよりも名前を聞いただけでどの集団に所属している個人であるかが分かることになる。

こういった制度の中では、過去に同じ名前を名乗った人々の特性が多くの人々の記憶に残され、その名がストックされるにいたった最初の保持者についての神話が語られていることもしばしばあるようだ。こういった場合、新たに命名された人は過去に同じ名前を名乗っていた人と重ねて認識されることになる。周りからはその神話に基づく能力を期待され、名前を背負った人は個性を発揮するチャンスはおろか、過去に同じ名前を持つ人とのジレンマに悩まされながら生きていくことになると考えられる。このような社会では個人の能力を発揮するというよりは、名前自体が人格の象徴と考えられ生涯プレッシャーを感じな

がら生きていくことになる。

これは先に述べた地域に限っているわけではなく、日本においても同様の名前の継承体系がある。沖縄県の伝統的なワラビナー（童名）がそれにあたる。狭い地域社会としてはあるが、同じ苗字と血縁が多い沖縄県では、家の通称である屋号で各家庭を識別し、高齢者には「ワラビナー」という戸籍上本名とは別の名前を持つ人たちがいる。ワラビナーの種類には神名や干支名、先祖の名前、病弱児だった者の名などがある。新生児が誕生して、生後 10 日目の祝いを「十日シラ」といい、仏前に酒、おにぎりなどを供え、申請時に祖先の霊位を拝ませる。そしてこの日より名前が名付けられ、男児はワラビナーと本名があり、女児はワラビナーのまま家計図に記される。長男長女は父方の祖父母の、二男次女は母方の祖父母の、三男三女は父方の曾祖父母の、四男四女は母方の曾祖父母のワラビナーが名付けられる。これに従い、ワラビナーは法則性を持って永久に繰り返されることになる。近代になって大和風の個人名が小学校入学時につけられ、それが一般的に用いられるようになってワラビナーは徐々に衰えている。

このように名前の一部を継承したり共有することで、一族の絆を深めようとしている慣行もあることが分かる。能や歌舞伎の伝統芸能における芸名の襲名にも同じことが言える。名付けという行為を通して祖先や目上の人を敬う心の表れでもあると解釈することができる。

2-5 名前と世相

名前と時代の世相には関連性があるのか。付属資料は明治安田生命より抜粋した年代ごとの 5 位までの名前である。この結果から見える名前と世相の関連性を読み解いていこうと思う。

2-5-1 戦時中

「勇」、「清」、「実」、「武」、「勝利」、「進」などの戦争に関係する名前が毎年のようにランクインしている。これは言うまでもなく中国やアメリカと戦争を繰り返していた時代の前後である。日本と中国の軍事衝突は何度も行われていた。1928 年には張作霖爆殺事件（満州某重大事件）、1931 年には柳条湖事件（満州事変）、1937 年は盧溝橋事件により日中戦争が勃発した。またアメリカ相手には 1941 年に真珠湾攻撃を開始し太平洋戦争に突入した。日本軍によるこの真珠湾の奇襲はアメリカ太平洋艦隊に大きな損害を与え、日本国内は日本軍の勇ましい活躍に大いに沸く。しかし戦局はしだいに悪化しはじめ、1942 年にミッドウェー海戦に敗北し、1945 年には広島に原爆が投下され、硫黄島では日本守備隊が全滅し東京大空襲が起きる。ここで今一度付属資料に注目すると、日本軍の活躍が盛り上がりを見せていた 1930 年代よりも、戦局が悪化し、日本の敗北が色濃くなりだした 1940 年代のほうが「勇」、「勝」、「進」など戦いに関する名前が多くつけられていることが分かる。

もし名前が時代の雰囲気や特徴を表すと仮定するのなら、日本軍の戦局に勢いのあった

1930～1940 年に戦いや勝利を連想させる名前が多くなるはずである。しかしこのデータからはそういったことは見て取ることができない。確かに 1930～1940 年にかけては日本軍の活躍で国内にも勢いがあり、希望に満ちていた。それ故に潔さや清々しさを連想させる「清」や、世界にさらに羽ばたいていくことを連想させる「弘」などの名前がこの年代には多かったのではないかと考える。

一方 1940 年以降、大本営発表により国民が事実を知らされなかった側面があるものの、このころ日本が学徒出陣や慢性的な物資不足といった理由で緊迫的な状況下にいたことは想像に難くない。この時代に新生児に命名するときに名付け親の心理にあったのは、日本が負けても困難に立ち向かい、何もない中からでも少しの希望を見出し力強く生きてほしいという、敗戦を覚悟しながら子どもの将来を見越した親の願い、延いては次世代の日本を担う子どもたちに対しての国民の願いだったのではないだろうか。

2-5-2 戦後

さらに昭和史をたどっていくとある時期から「実」、「茂」、「稔」など作物の収穫を表すような名前が増えている。それは時期と言っても昭和の前半から戦後まもなくにかけてであり、かなり長い期間に及ぶ。戦争は長期化し労働力不足や肥料不足のため米の生産力は減退する中、いよいよ戦局が危うくなってくると「欲しがりません 勝つまでは」というスローガンが掲げられ国民は我慢の生活を強いられた。また、戦後の食糧不足は深刻で、供給米が少なく、遅配・欠配が続いた。そしてその時代にランクインしている男の子の名前から収穫をあらわす名前を拾い出せば、当時日本が深刻な食糧難であることがうかがえる。

日本人が食べ物の心配をせずに暮らせるようになってきたのは高度経済成長期と呼ばれる昭和 30 年代半ばに入ってからであり、その時期から収穫を表す名前は減っていくのである。今日のように食料に困ることはなく、飽食している時代に「稔」や「茂」という名前はほとんどつけられなくなっている。

食糧難のもとで子どもが生まれた時、自分の子どもは食べ物に困らず健康に育ってほしい、実りのある人生を送ってほしいという願いをかけていたと考えられ、それは皮肉にも食糧難に置かれている立場とは全く逆である。

2-5-3 女性としての立場

昭和の時代の女性の名前に注目してみると、「和子」、「幸子」、「節子」が圧倒的な割合を占める。この時代の女性の名前は男性のように時代の雰囲気の影響されやすいのとは違い、固定されやすいものであったのではないだろうか。

昭和期前半は道徳を表す字と「幸」の字を拾い出すと、昔の女の子には「貞節」、「節操」、そして「幸せ」が大きなキーワードであることが分かる。この時代は女性にとっては苦難の時代でもあった。進路や結婚相手などは自分で自由に決められることができず、戦時下

では女子挺身隊が結成され軍需工場で過酷な労働を強いられたり、男子が徴兵・徴用されているため労働力が不足し、女性が防空壕を作っていたりした。

このように女性にとって幸せを感じる事が難しく、国のために黙々と働き、節制や節度を要求される時代であったからこそ「節」や「幸」の字が多く使われていると考えることができる。しかし経済が成長し、各家庭に家電が普及したことで女性の家事労働における時間が減少しはじめた昭和 30 年以降は「節子」や「幸子」という名前はほとんどランクインしなくなり、今では「節制」や「貞操」などという言葉ももはや死語になっている。

2-5-4 名前にあらわれる世相

以上に見てきたように、名前にあらわれる世相とは「その時代に強く求められながらも、なかなか手に入れることができないもの」を指していると考えることができる。戦時下における勝利の兆し、食糧難を乗り越えるための食料、女性の幸せ…。今でこそ簡単に手入れることができるものでも、その時代には決して手に入れることができないものである。わが子にはこうなってほしいという名付け親の願いのほかに、日本人の渴望感、欠乏感などが名前に大きく反映されているとみることもできる。

では現代はどうか。平成の人々は何に渴望感や欠乏感を抱いているのか。

平成に入ってから人命に使われる人気の漢字にある傾向が見られる。男の子では「陸」、「空」、「翔」、「蓮」、「海」、「樹」が人気で、女の子は「桃」、「咲」、「葵」、「羽」、「菜」などの漢字が人気である。私はこの漢字から自然や季節をイメージした。都市化が進み、いたるところに高層ビルが立ち並び、人々が自然と触れ合う機会がどんどん少なくなってきている。つまり現代人は四季折々の豊かな自然を味わうことに欠乏し、またそれを渴望していると考えることができる。しかし今の状況を踏まえると、自然を渴望するような名前の流行はもうしばらく続くのではないかと考えられる。

2-6 「読めない名前」がなぜ増えてきたか

「読めない名前」は今に始まったことではない。遡れば明治・大正期の作家である森鷗外が子ども珍しい名前を付けたことで有名である。長男は於菟（オット）、長女は茉莉（マリ）、次女は杏奴（アンヌ）、次男は不律（フリッツ）、三男は類（ルイ）である。また於菟の子どももまた珍しい名前であり、長男が真章（マクス）、次男が富（トム）、三男が礼於（レオ）、樊須（ハンス）、常治（ジョウジ）である。これらの名前は海外への留学が多かった森鷗外が現地でも対応できるようにとつけた名前だと言われている。森鷗外の長男・於菟もその影響を受けたことが伺える。

現代において「読めない名前」が世間の注目を集め、新聞やテレビなどのメディアから幅広く取り上げられるようになったのは 2000 年前後であると考えられる。ゆとり教育により子どもたち一人一人の自主性や個性を尊重するべきであるというのは現代教育のある種の標語である。2003 年には国民的アイドルグループ SMAP が『世界に一つだけの花』とい

う曲をリリースし、200万枚を超える大ヒットになった。歌詞の中は「一人一人違う種を持つ その花を咲かせることだけに 一生懸命になればいい」「一つとして同じものはないから もともと特別な Only one」と見事に個性を尊重する時代の流れにマッチしたものになっている。この歌の人気は彼らのファンだけに留まらず、音楽の教科書に掲載されたり、世の中に広く認められた。実際に「世界に一つだけの花」がその年の名付けに影響を与えたとされる見解もある。明治安田生命による年代別の名前ランキングを参考にすると、2003年の女の子の名前のベスト10の中には「陽菜」、「さくら」、「美咲」、「彩花」など自然にちなんだ名前がランクインしている。これは前述のように現代人の自然への渴望感も大きく関連していることがうかがえる。

しかし、「個性的な名前」をつけるということがそのまま「読めない名前」を生み出すかというとそうではない。一定の配慮をすれば、読みにくさはある程度まで回避することができる。それなのになぜ難読化するのか。それは名付け親たちがそういった配慮を十分にしなかったからである。あれこれ考えを巡らせているうちに読みにくくなることはあるにしても、それでも、そこには故意的なものも存在し、読みにくくなることも承知でそうした名前に進んでいく。名付け親たちの意識のどこかに「ありきたりではないこと」が構成要件として存在していると考えることができる。

こうした名付け親たちへの批判は、難読の傾向が進むにつれて急速に強くなっている。その代表的な意見は、名前は個人の占有物ではなく、公共性とバランスにおいてなりたつものであるという主張である。つまり、親たちは、子どもが将来不特定多数の人々によって構成されている「公共空間」に生きるということに対する想像力が欠如しているか、あるいは軽視しているという批判である。会社で社員IDでお互いを呼び合ったりするわけではなく、名字や名前でお互いを呼び合う。公共性を有している個人の名前がないと距離感がつかみにくい。苗字だけで読めればよくて、名前が読めなくても差し支えはないということになってしまうと、その人たちが取り巻く「公共空間」はとても狭いものになってしまう。今一つ踏み切った関係になることができず、閉鎖的になってしまう可能性がある。人が社会で生きていくためにはこの「公共空間」の中に身を置くことは必須であり、たくさんの人と関わることで広がっていく。しかし読めないことを許容する「個性的な名前」の増加は「公共空間」が喪失し、ある意味「親密空間」の中で生きていくことになることを危惧している。

表 2-1 読みにくい名前の例

漢字	読み方
円久	マルク
万愛鈴	マーリン
道	ルウト
歩論	ぼろん
彗人	ジェット
新千絵	ニーチェ
百万石	ひゃくまんごく
妃来利	ひらり
央理遠	オリオン
美音楽	びおら

出所：筆者作成

2-7 名づけ親の自己顕示

現代の日本は少子化が進み、同時に核家族化が問題となっている。「親密空間」である家族にしばられ、「公共空間」が見えにくくなっているのではないだろうか。また、現代は女性の社会進出が進み、母親が家庭にかかる時間が減少している。同時に母親が自分の趣味や美容にこだわり、自己投資にも余念がなくなっている。「親密空間」であるはずの家族の在り方が時代と共に変化を見せ、子育ての在り方も少しずつ変化をなしている。

名付けに関しても、家族の在り方の変化に関しても、ここで重要なのは人々が抱える「無力感」「欠乏感」「孤独感」である。これらは一緒に感じる人が多いよく似た感情であるが、もともとすべての人が持っている大切な本能なのである。

しかし、無力感・欠乏感・孤独感を抱えきれなくなって無意識の中に封印してしまったとき、それが行動や発言となってでてくるのである。

無力感そのものは誰もが多少かれ少なかれ抱えているため、この感情自体にいい、悪いはないが、まさに立派なことから、はしたないことまで多岐にわたる。自己顕示欲はこれらの感情の裏返しだといっていいたいだろう。

たとえば、無力感を払しょくするために、「自分ならこういう力を持っている」と優越感を味わうための行動である。努力する、難関を突破する、何かを成し遂げる、お金をかせぐ名を上げるというようなことである。多くの人は、無力感を良い方向へ生かしているのである。

その一方で、他人が自らと同じような劣等的な感覚を味わうような行為をする、ということもある。他人を威嚇する・攻撃するといった人に迷惑をかけるような行為がそれにあたる。これにはいたずら程度のものから、犯罪に至るまで数えきれないほどある。

珍奇ネームもこのような劣等感の代償行為の一つなのである。珍奇ネームにこだわる人の心の中には、「自分はこうでありたかった」「自分にはこれがない」という無力感がわいてくる。その結果ことさら名付けの基本を無視して脱線し、「世の中の常識に左右されない」「自分の個性を発揮して名付けている」という逸脱した形を取ることになる。珍奇ネームを付け、自己顕示の喜びを覚えることで、無意識のうちに「他人の目」を意識しているのではないだろうか。

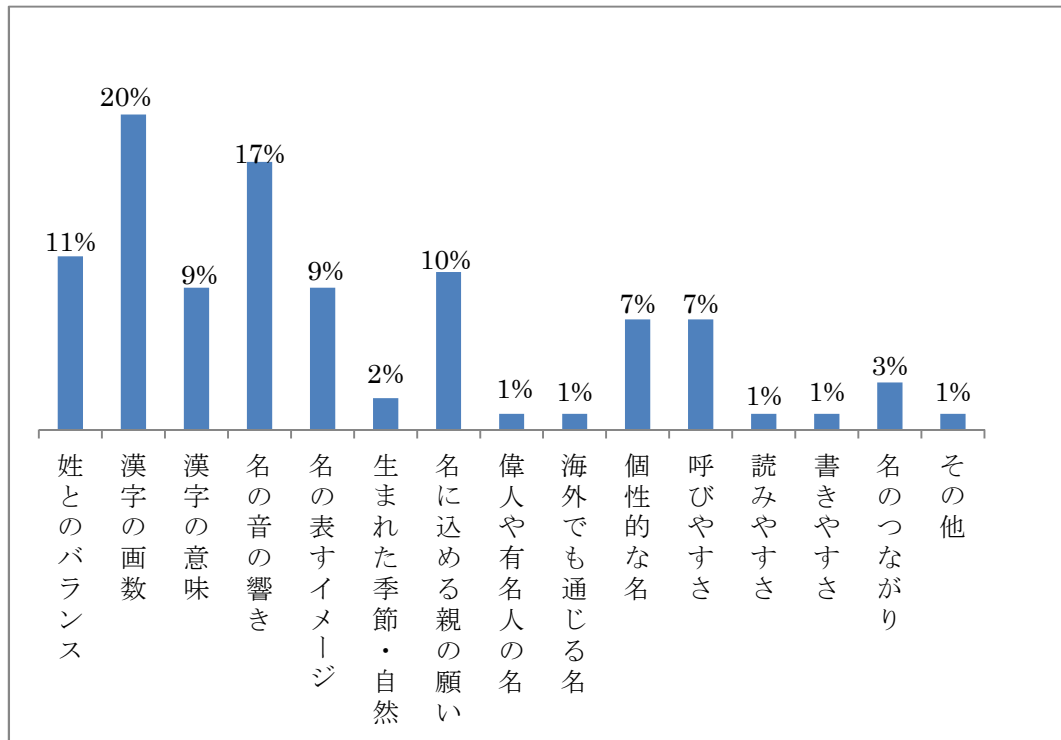
珍奇ネームを付けることは、親の個性の強さを象徴しているといったように思われることもあるが、本当の人間の個性とは、そんなものではない。

個性のある人と言うのは、しっかりと「自分」を持ち続けている人にこそあるべきものであり、人から強要されたり、指南されるものではないと考える。

「人のつけないような名前を」とこだわる人は、裏を返せばつねに「人」の目を気にしていることになる。そして、常識と違うことを成し遂げた、自分だけが思いついた、ということが現れた名前でない、自らの力を感じられないのだ。

名付けこそ名付け親が主導権を持って行った証であり、自分の心が満たされることにもつながる。だからそういう名前を「キラキラネーム」と呼びたくなるのではないだろうか。

表 2-2 名を考える際に特に重視したこと（2014 年）



出所：たまごクラブ最新版名づけ大百科

上の図はたまごクラブが 300 人の読者にとつたアンケートの結果である。ダントツで多いのが「漢字の画数」であり、もっとも多く用いられているのが「五格」という考え方である。「五格」とは、姓名の文字の画数を 5 つの部位ごとにまとめて出し、その数によって姓名診断をしていく考え方である。画数が変わってくると、同じ名でも運勢が異なってくることがあるため、慎重に流派を選ぶことが必要になる。

次に多いのが「名前の響き」であり、耳にしたときに感じるリズムや語感にこだわる傾向である。最近では語感に基づく脳科学の理論があり、そちらも合わせて重要視されている。言葉にはリラックスする言葉や頑張れる言葉があるが、名前も同じである。スポーツの試合などで極度の緊張状態にあるときに自分の名前を呼ばれると緊張がほぐれ、リラックスできることがある。名前は人生において大きなサポートとなるのだ。

2-7-1 悪魔くん事件

1993 年、「悪魔（あくま）」と命名した男児の出生届が東京都昭島市役所に提出された。「悪」も「魔」も常用漢字であったことから受付されたが、市の法務省民事局に本件の受理の可否に付き照会したところ、子どもの福祉を害する恐れがあるとして親権の乱用を理由に不受理となった。届出者は、東京家庭裁判所八王子支部に不服申し立てを行い、市役

所と争った結果、家庭裁判所は「命名権の乱用で戸籍法違反であるが、手続き論的立場から受理を認める」との判断を下したが、市側は東京高裁に即時抗告した。その後両親は男児が悪魔との名前に反応していることを理由に、他の漢字を用いて再度「あくま」の名で届け出ようとしたが、尺所はこれも不受理とした。両親は不服申し立てを取り下げ、市側もこれに同意したことから、即時抗告審は未決のまま終局となった。

この意見で、当初届け出ようとした名前の特異性から話題になり、マス・メディアに大きく報道され、届出者である両親はマス・メディアに多く出演してその名前の正当性を主張していた。「子どもにどんな名前を付けるかは親の自由だ」、「子どもに悪魔という名前をふけるなんてありえない」など世論も二分し、社会問題になった。

子どもの将来のことを考えると、「悪魔」という名前は適切ではない。つけられた本人が喜ぶはずのない名前、他の人が聞いて不審に思う名前をつけることは、自分が普通ではない、ある種の特異な存在であることを主張しているように思う。これは「個性」を大きく逸脱した行為である。子どもは親の所有物なのか。いくら後に改名ができるとしても、先に述べたように「長い間、通称名として使ってきた」という事実が必要になる。子どもが成長し少しずつ人格が形成され、学校という小さな社会の中に身を置いたとき、果たして「悪魔」という名前は受け入れられるだろうか。

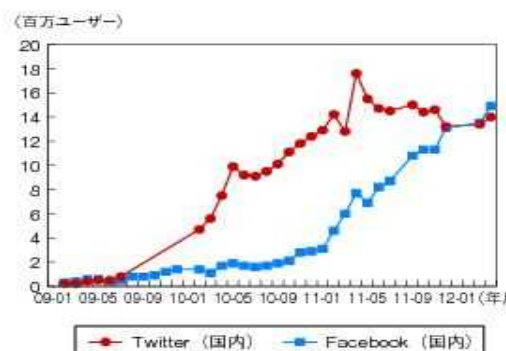
結果として「悪魔」という名前は却下され、「阿久」という名前で受理された。その3年後父親は覚せい剤取締法違反で逮捕され、2014年10月にも覚せい剤取締法違反と窃盗の容疑で逮捕されている。また両親は離婚している。

3 章 SNS の流行と個性

3-1 SNS について

総務省によると、SNS の利用者は、スマートフォン等の普及もあいまって、急速に増加しつつあるという。世界的に展開する最大の SNS サービスを提供している Facebook の利用者は、既に 9 億人に達しているといわれている。平成 23 年通信利用動向調査では、スマートフォン、タブレット端末の利用者は、ソーシャルメディア（マイクロブログ、SNS、動画投稿）の利用率がパソコンや携帯電話に比べて高くなる傾向にあることが示されている。身近にいつでもアクセスできるスマートフォン等がさらに普及すれば、ソーシャルメディア利用はさらに広がる可能性を秘めているといえよう。その中でこの章では 2 大 SNS と呼ばれる Twitter と Facebook について取り上げる。

図 3-1 日本におけるユーザーの推移



出所：総務省 HP より抜粋

3-1-1 Twitter とは

Twitter とはユーザー登録した利用者が 140 字以内の「ツイート」と呼ばれる短文を投稿できるサービスで、Twitter での発言を指す「ツイート」は「鳥のさえずり」の意味で、日本では「つぶやき」と意識され定着している Twitter には他のユーザーを友達のように登録する機能がある。他のユーザーをフォローすると、自分以外のユーザーの発言を自分のページに表示させることができ、Twitter は自由に フォローしたり、外れたりしてよいということになっているので、見知らぬ人でも比較的気軽にフォローすることができる。こうしたゆるやかなつながり、自然発生的なコミュニケーションが Twitter の魅力といえる。短い断片で必要な内容だけを比較的リアルタイムで相手に内容が伝えられるという点から、メールやメッセージよりも気軽なコミュニケーションツールとして活用されたり、企業のアカウントから発信される情報を得られることから情報収集ツールとしても活用できる。

若者の主な使い方としては、飲食店や娯楽施設に行ったりすると「〇〇なう」とつぶやき、自分が今どこで誰と何をしているのかを投稿したり、髪を切ったり化粧を変えたりすると自分一人の写真（自撮り）を公開し、発信している。

また、事件や事故が起きるといち早く情報を発信することができることから、新しいメディアとしての注目されている。

3-1-2 Facebook とは

Facebook とは世界最大の SNS であり、2012 年の時点では世界に 8 億人のユーザーがい

るとされている。Facebook が他の SNS と違うのは実名で登録しないといけないことである。先に紹介した Twitter は実名でなくても登録することができ、バーチャルな世界での交流ができる側面もあるが、Facebook は現実の世界の人間関係を基にして繋がることを軸としている。使い方としては Twitter と同様に写真を投稿したり、思っていることを投稿してユーザー同士で共有したりすることができるが、Facebook は 8 億人以上のユーザーがいるだけに政治にも大きな影響を与える。2010 年から 2011 年にかけてチュニジアで起こった民主化運動の「ジャスミン革命」などでも Facebook での呼びかけが大きな影響を与えたとされている。また、アメリカのオバマ大統領も Facebook で呼びかけを行ったり、政治活動に役立てている。企業も Facebook の影響力を利用して広告活動に利用している。日本ではローソンや無印良品、有名企業がページを持ち、顧客に対して商品の紹介やメッセージを送るなどしている。

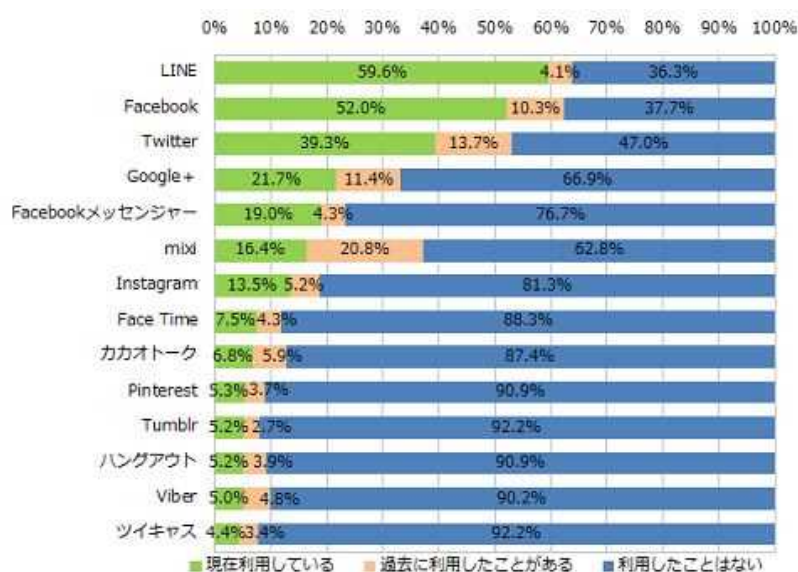
3-1-3 LINE とは

LINE はスマートフォン、タブレット、パソコンで利用できるアプリケーションである。利用者が相互に LINE をインストールしておけば、通信キャリアや端末を問わずに複数人のグループ通話を含む音声通話やチャットが可能である。

通話サービスは通常の音声電話と異なり、パケット通信を利用するインターネット電話で無制限に通話可能で、LINE は無料提供されており「無料通話」などと宣伝されている。

2013 年 1 月 18 日、サービス開始後 19 か月で登録者数が 1 億人を超え、同年 11 月 23 日に 3 億人を突破した。利用に当たり電話登録だけの単純さと、1 対 1 の閉鎖空間でのコミュニケーションなどが Facebook のようなオープン SNS に馴染めないユーザーを捉え利用者急増の大きな要因とされている。

図 3-2 日本における SNS 利用状況



出所：MMD 研究所

3-2 SNS がきっかけで起きた事件の例

SNS 利用者が増えている一方で、これらを利用し明らかに犯罪であったり、公序良俗を乱し、おもしろ半分で本人自ら不適切な文章とともに、その現場で撮った不適切な写真を投稿する事件が全国各地で増えている。このような行為を行う人たちのことを「バカッター」と呼び、社会からも公的に厳しい制裁を受けている。「バカッター」とは「バカ」と「ツイッター」を組み合わせた造語であり、2013 年は特に「バカッター」に該当する写真が SNS 上に多く投稿され、「ネット流行語大賞 2013」の第 4 位にランクインした。

表 3-1 SNS がきっかけで起きた事件の日時と概要

日時	事件の概要
2013 年 7 月 22 日	大学生 3 人がユニバーサル・スタジオ・ジャパンでわざとボートを転覆させて、同テーマパークの信用を傷つける内容の書き込みをツイッターに投稿した。事件発覚後に同テーマパークは被害届を提出し、奈良県の大学生が書類送検された。
2013 年 8 月 26 日	19 歳の少年が北海道警察のパトカーの屋根に上り、その様子を撮影してツイッターに投稿した。北海道警察は捜査に乗り出し、車両を傷つけた少年を器物損壊の疑いで逮捕した。
2013 年 9 月 4 日	19 歳の少年が大分県大分市にあるスーパーマーケット「マックスバリュ大在店」でアイスクースの中に入り込み、その様子を撮影してツイッターに投稿した。これを受けて大分県警大分東警察署は少年を書類送検した。また当該店舗を運営するマックスバリュ九州は、冷凍商品を全て撤去して該当アイスクースによる販売を中止した。これに加えて該当期間に購入された商品については、返金対応を行った。
2013 年 10 月 7 日	43 歳の主婦が衣料品店「しまむら」において購入したタオルケットに穴が開いていたとして店員に土下座を強要し、その様子を撮影してツイッターに投稿した。主婦が「土下座写真」をインターネット上で公開した直後、匿名掲示板では「店員を土下座させたクレーマーがいる」という噂が広がった。「炎上」の格好の標的となった彼女は、瞬く間に氏名や住所を暴かれ、自宅近くで娘と一緒にの写真まで撮られてしまう。しまむらは被害届を提出、主婦は逮捕された。
2014 年 7 月 4 日	高校生の少年 8 人が未成年飲酒をツイッターに投稿した。8 人のうちの 1 人は野球部部員だったことが発覚した。これを受けて高野連はこの生徒が通っている高校を厳重警告した。

3-3 SNS から見える個

先に挙げたのはほんの一例にすぎず、「バカッター」のために、店舗の閉鎖や商品の廃棄など企業にとって大きな損害となる「バカッター事件」が頻発している。中には巨額の損害額を請求されたり、逮捕者が出るまでに至るなど、もはや単に「軽率だった」「出来心で」「若者の悪ふざけ」では済まされないものも少なくない。

ではなぜこのような事件が起こるのか。

人間には、年齢や性別を問わず、内輪で盛り上がり、気持ちが高ぶっていると、周囲が見えなくなる習性がある。若者は特に勢いやノリで後先のことを考えず、目先の楽しさだけに没頭してしまう傾向がある。「バカッター」投稿者のように集団の中で、異質なことを行うことにより、集団における自分のポジションを確立しようとする。そして自己顕示欲の象徴として SNS に投稿することで、他の人がしないようなことを罪の意識もなく面白がってするようになるのだと考える。そのため集団は暴走し、社会的に見れば非常識極まりないことをしでかしているのである。問題は彼らにその意識はないことである。逮捕されたり、補導されたりされた人のほとんどは、「目立ちたかった」、「こんなに大ごとになるなんて思わなかった」、「出来心だった」、「友達同士で楽しいことができればいいと思っていた」と言う。例に挙げた大分県の 19 歳の少年がアイスクースの中に入り、その様子を Twitter に投稿した事件でも、その現場を見ていたほとんどの人間が友達であり、その面白さを共有できる関係にある。仲間内同士であれば、「笑い話」で済んでいたかもしれない。しかし、「笑い話」で済むだろうという感覚でツイートし、情報を拡散させてしまったことで、少年は書類送検されるまでに至ってしまった。

Twitter ではリツイートとお気に入りという機能があり、若者の間では一つのステータスになっている。このリツイートとお気に入りの数を増やすために目立つ行動が求められる。「こんなことができるんだ!」と発信し、自己顕示欲の方向が間違っていることに気がついていないからこそ起こる事件が前述したとおりである。

集団、友達の中での自分を確立するために、他の人がとらないような行動を起こすことで、その仲間内で自分をアピールしたかっただけではないだろうか。確かに Twitter の性質をよく理解していなかったことも、暴走してしまった原因として挙げられるが、その核となる部分は、集団の中で個性の光る自分を知ってほしいということだったのではないだろうか。しまむらの店員を土下座させた事件においても、わざわざ SNS に載せて主張したということは、「自分は店員に土下座をさせた」という行為を単にフォロワーに知ってほしかっただけであり、まさか恐喝容疑で逮捕されるなど夢にも思っていなかっただろう。

現代は通信や物が発達しすぎているといっても過言ではない。そして現代ほど自らの欲求について自由であるが故に不安であり、その方向と限度の適切さに自信を失っている時代はないのではないだろうか。どこまで行動を起こせば、周りに自分の存在を主張することができ、認めてもらえるのか。「個性」が求められ「自分らしさ」を探究するうちに見境がなくなり、自信がなくなる。そこで SNS を使用し、他者に見られる自分を前提に自分の

ことを書くことで、他者に見られる自分を演出しようとしていると考えることができる。つねに他者にどう思われているかを意識しすぎるあまり、「個性」や「自分らしさ」を探すどころか、それらの言葉に押しつぶされようとしているのが現実である。

3-4 個性とキャラ

過度な個性化が顕著に表れた結果として「キャラ」という言葉が生まれた。「キャラ」とは「キャラクター」の略語であり、よく仲間内でその人の役柄を示すのに使われる。「ツッコミ役」や「キレキャラ」、「かわいいキャラ」、「ゆるキャラ」と呼ばれるものがあり、そこから派生して「キャラが被る」、「キャラを立てる」といったように使う。この「キャラ」は自分が所属する集団ごとに代替可能であり、役割関係もその都度変化する。現代の若者にとって、SNS ではそういった「キャラ」を演じるのには格好の場だったのかもしれない。

ウェブ上に公開することで「今自分がどのように見られているのか」「今この場で自分に求められていることはなにか」など、「他人の目」を気にしながら利用しているように思うのである。果たしてそれが本当の意味で自分を表現していることに繋がるのであろうか。

SNS は二者間だけのコミュニケーションサービスではなく、不特定多数の人たちが投稿を閲覧することができ、サービスに登録している人たちは気軽にコメントすることができ、やり取りができる。SNS への投稿の中には「最近ついてなさすぎてマジで病む。」「やることない。暇な人遊ば〜！」「今日の夜ご飯はオムライスでした！（写真つき）」など様々なものがある。SNS で喜怒哀楽を訴えたり、面白い画像を見つけたりすると仲間と共有しようとする人もいる。これらに対するコメントもネット上であるため、相手に顔が見られることもなく、絵文字や顔文字を使いながら自由に対応することができる。ネット上という適度な距離を置きながらやり取りをすることは深くも浅くもない関係を作り出し、表面上の付き合いとなる。

また、mixi や個人ブログが流行っていた当時では閲覧数、Twitter ではフォロー・フォロワーの数、Facebook では友達の数がある種のステータスとなり得ることもある。あえて過激な記事を投稿したり、頻繁に記事を書くことで閲覧数を増やそうとする傾向もある。「〜なう」という言葉が一時流行したように、若者ユーザーの中では友人という時でさえもその状況を逐一投稿し、プライベートを公開している。本当に友人という時間が楽しければ、SNS に投稿することは二の次で、友人という時間を楽しむはずである。しかしそうではないということは、友人という時間よりも SNS に投稿し周りの反応を伺うことに、より楽しさを覚えてしまったと考えることができる。ただカウントされる数字に満足し、注目されることに酔ってしまっているように思える反面、SNS で常に誰かと繋がっていないと不安であることも更新数の多さなどから如実に反映されているように思える。これは 1 章でも紹介したように、自分の存在を相手に認めさせる承認競争の延長である。

このことから SNS を利用して自分がしていることを発信する目的よりは、他者と繋がることを目的として利用している人が多いように思われる。自分のアイデンティティや主張、

個性を相手に伝えるよりも、パソコンやスマートフォンの向こうにいる相手を意識しお互いに今何をしているのかを知ることで、相手をより身近に感じることが SNS を利用する大きな目的の一つになっているように思える。そしてこれはまた、先に述べた現代の日本人のある種の「閉塞感」の表れだといっても良いのではないだろうか。

4 章 音楽の変化

4-1 変化する日本の歌謡界

これまで人名、SNS における個性の主張について述べてきた。その他に個性を主張する例として音楽についてあげられる。「歌は世につれ、世は歌につれ」という言葉があるように、歌はその時代の人々の心情を代弁する。歌謡界はクラシックとは違い、短い周期の中で生まれては消えていく流行現象の一つである。日本の音楽界も時代と共に大きな変化がある。音楽はフォークソングやロック、演歌、後に生まれる J-POP など様々なジャンルに分類され、多様な表現の仕方がある。例えば J-POP とは日本で制作されたポピュラー音楽、ポップ・ミュージックを指す言葉であり、日本において 1980 年代にその語と概念が誕生した後、特に 1990 年代から次世代にかけて若者が視聴ないしは歌唱する曲のジャンルのひとつである。

4-1-1 様々なアーティストを例に

(1) 尾崎豊

尾崎豊は 1983 年にシングル「15 の夜」でデビューした。4 枚目のシングルである「卒業」が大ヒットし、世間の注目を集める。1980 年代から 1990 年代にかけての若者を中心に多くの人から共感を受け、カリスマ的な存在となる。しかし、1992 年 4 月 25 日、26 歳という若さでこの世を去り、当時社会的な大きな影響を与えた。死後 20 年以上が過ぎるが、尾崎豊を慕うファンは絶えず、その曲の数々は多くのアーティストにカバーされている。

尾崎豊の代表曲である『卒業』の歌詞の中には「行儀よく真面目なんて出来やしなかった 夜の校舎窓ガラス壊してまわった 逆らい続けあがき続けた 早く自由になりたかった」「先生あなたは弱き大人の代弁者なのか」「俺たちの怒り どこへ向かうべきなのか これからは何が俺を縛り付けるのだろう」「あと何度自分自身卒業すれば本当の自分にたどり着けるだろう」とある。また、同じく尾崎豊の曲である『15 の夜』の歌詞の中には「自分の存在が何なのかさえ解らず震えている」「退屈な授業が俺たちの全てならば なんてちっぽけで なんて意味のない なんて無力な 15 の夜」「誰にも縛られたくないと逃げ込んだこの夜に 自由になった気がした 15 の夜」とある。

この時代は高度成長期の末期であり、バブルを経て失われた 20 年に突入する時期であり、学校教育は詰め込み教育の真っ最中であり校内暴力も社会問題として取り上げられていた。そんな中、尾崎豊は一人の音楽の表現者として学校への不満や社会への不条理に立ち向かい、おうとする心の叫びをストレートに歌詞にのせ、破壊的で体当たりな今までにない独自の

図 4-1 尾崎豊



出所：Sony Music HP

音楽の世界観と圧倒的なライブパフォーマンスで多くの共感を呼び、日本の音楽界に大きな影響を与えた。

また、尾崎豊の曲に感化され、中学校の卒業式の日生徒が窓ガラスを割り器物損壊などの容疑で逮捕される事件も実際に起きている。

彼のライブ映像を見るとステージ上を所狭しと走り回り、演出ではなく、叫ぶように歌い、常に何かを訴え続け、社会に取り残されそうな孤独感と闘いながらも若さに輝いている姿は常に等身大でいることを求めているように思えた。確かに彼の曲の歌詞の中には窓ガラスを割ったり、盗んだバイクで走りだしたりと、反社会的なやや過激な表現もあるが、それとは裏腹に青春を謳歌し、誰よりも純粹で、縛り付けられるようなことはせず誰よりも自由でいたかった彼なりの主張・個性であったように思える。

(2) SEKAI NO OWARI

SEKAI NO OWARIは2010年にインディーズデビューし、2011年にメジャーデビューした4人組のバンドである。バンド名はメンバーの一人である Fukase が命名し、「色々上手くいかなくて、自分にとって世界が終わったような生活を送っていた頃に、残されていたのが音楽と今の仲間だったので、終わりから始めてみよう、という想いを込めて」というのが由来である。2011年に表記を「世界の終わり」からアルファベット表記に改めている。

独特な世界観を持つ歌詞や楽曲で、10代を中心とした若者たちを熱狂させる4人組ロックバンドがSEKAI NO OWARIである。いじめ、コンプレックス、高校中退、精神科への入院などメンバーの数々の苦い経験から誕生した楽曲は、現代の若者たちの心に深く響き、今ではリリースしたアルバムが約20万枚の売り上げを記録するほどだ。

その独特な世界観はまず歌詞の中で表現されている。楽曲の一つである『天使と悪魔』では「いじめは正義だから悪をこらしめているんだぞ そんな風に子どもに教えたのは僕らなんだよ」「正義を生み出した神様 聞こえてますか あんなものを生み出したから みんな争うんだよ」。また『世界平和』という曲では「猟奇的な一般の市民は世界中で血の雨を降らし セカイ中で一つになってこういうんだ『世界平和』」というフレーズがある。

また彼らの世界観はライブの演出にもこだわり、セルフプロデュースによる初の野外ワンマンフェスティバルで『炎と森のカーニバル』では3日間合わせて6万人の観客を集め、ステージセットや舞台演出はすべてSEKAI NO OWARIのメンバーが考案した。総製作費

図 4-2 SEKAI NO OWARI



出所：SEKAI NO OWARI 公式 Facebook

は 5 億円に及ぶ。彼らのライブはたとえ屋外でも日が暮れてしか行われなくても有名であり、凝った照明を生かし自分たちの世界観を存分に表現するのである。メンバーの一人である DJ LOVE もこの世界観を守るためにメディアには決して素顔を見せないことも徹底している。彼らの演出はショーと言ったほうが近いかもしれない。

SEKAI NO OWARI でしか表現できない世界観に現代の多くの若者が共感し、支持している。彼らの曲を聴いて感じたことは「ファンタジー」、「孤独・不安」、「希望・絶望」、「依存」、「人間の罪」、「創造と再生」である。少々重いテーマではあるが、これらをポップな音楽にのせ聞く人の心に届きやすくしている。また正義や悪、戦争などのテーマも独特な表現の仕方音楽にし、メッセージとしてうたえかけている曲も多くある。

昨今の J-POP では売れることばかりを意識して同じような曲ばかりになっているように思えるが、彼らはメンバーの様々な体験や発想力から他のアーティストには表現できない音楽を作り上げているのだろう。それは曲中の歌詞であったり、ライブにおける演出であったり随所に表れている。彼らの独特な個性・世界観が聴く人を魅了しその世界に誘っているように思えるのである。

(3) ゴールデンボンバー

ゴールデンボンバーは 2004 年にボーカル鬼龍院翔とギター喜矢武豊を中心に結成された。キャッチコピーは「鬼才・鬼龍院翔の創り出すクオリティーの高い楽曲で注目の究極のエアーバンド」である。エアーバンドという形式をとっているため、ボーカルの鬼龍院翔以外は当て振りであり、ライブでは他の 3 人はコントや楽曲に合わせた個性的な振り付けなどを担当している。

2012～2014 年にかけて 3 年連続で NHK 紅白歌合戦に出場しており、ゴールデンボンバーの代表曲である「女々しくて」を歌っている。

彼らの特徴は何と言っても奇想天外なライブパフォーマンスであり、2012 年の NHK 紅白歌合戦ではメンバーの一人である樽美酒研二のお面を観客と審査員合わせて約 2600 人が被り、会場が一体化する演出を披露した。また、2014 年の NHK 紅白歌合戦では同じく樽美酒研二が何百匹もの羊と一緒に走る映像が映し出され、曲の演奏途中に急に丸刈りになるというパフォーマンスを行い観衆の度肝を抜いた。

彼らがエアーバンドを行う理由は当時ボーカルである鬼龍院翔が交際をしていた彼女が耳が聞こえなかったため、耳が聞こえなくても音楽を伝わるためにはどうしたらよいか試行錯誤した末にエアーバンドを考案し、パフォーマンスを取り入れたという背景がある。

図 4-3 ゴールデンボンバー



出所：ゴールデンボンバー公式 HP

もちろんボーカルの鬼龍院翔はエアーではなく生歌であるが、残りの 3 人が楽曲に合わせた様々なパフォーマンスをするため、演奏だけではなく視覚的にも楽しめる日本の歌謡界に新しい風を吹き込んだグループである。

彼らの最大のヒット曲である「女々しくて」の他にも多数楽曲をリリースしており、15 枚目のシングルである『ローラの傷だらけ』では鬼龍院翔が自身のブログで「今 CD は特典のほうに需要が傾き、収録された音楽、歌がオマケとなってしまっている」という考えから「音楽だけを売る」という構想に特化した結果、今までのシングルとは違いジャケット・CD は真っ白で特典は一切ないという形でリリースした。また、彼らの曲は恋愛系が多く、歌も独特であり、『元カレ殺ス』など過激なものもあれば、『ローラの傷だらけ』の歌のように「二股してたミサキ お礼言わないハルカ 隠れメンヘラマナミ 財布出さないミホ 文句オンリーメグミ 遅刻が基本アヤカ プリクラ晒すナツミ」と世間的に「ダメ女」と評される人の特徴をストレートに表現しているものもある。

このように彼らはただのパフォーマンス集団ではなく「音楽」に対する考え方、価値観、概念を彼らなりに見出し、彼らなりの表現の仕方ですべて「音楽」を表現し、聞く人たちに新しい驚きや楽しさを与えてくれるのである。

(4) きゃりーぱみゅぱみゅ

きゃりーぱみゅぱみゅは高校を卒業した 2011 年夏にワーナーミュージックから中田ヤスタカプロデュースによるミニアルバム「もしもし原宿」でメジャーデビューした。同ミニアルバムは世界 23 か国で同時配信され世界デビューも果たし、各国で話題になった。きゃりーぱみゅぱみゅの本名は「きゃろらいんちゃんぷろっぷきゃりーぱみゅぱみゅ」であり、発音しづらくアナウンサー泣かせと言われている。

彼女は歌手としてだけではなく、「青文字系」を代表するモデルとしても活躍の場を広げ、日本の「カワイイ文化」のアイコン的存在とされ、ケイティ・ペリーやレディー・ガガなどの海外有名アーティストにも多くファンがいる。

きゃりーぱみゅぱみゅといえば、奇抜で人目を惹きつける衣装と曲である。まるでおとぎ国から抜け出してきたような独特な世界観に多くの人の興味を引き付けるのである。彼女自身も「自分の世界観は分かる人にはわかるけど、分からない人には一生わからない」とコメントしていて、万人受けを狙っているわけではなく、自分の世界観、延いては個性を大事にして

図 4-4 きゃりーぱみゅぱみゅ



出所：オフィシャルウェブサイト

いることが分かる。歌詞には意味性はないが一度聴いたら頭から離れないような中毒性もある。また、そんな世界観を壊さないためにミュージックビデオなどの美術は毎回同じ製作スタッフが担当しており、「カワイイ」演出に細かいところまでこだわっている。

さらにブログや Twitter などで使用される「デクシ！」や「オシャンティー」といった「きゃりー語」が若者の間で話題になり、彼女が紹介した化粧品やプロデュースした商品はすぐに人気商品となる。

J-POP という枠には収まらず、他のアーティストと被ることのないファッションや曲、圧倒的なセンスと個性が彼女の最大の魅力であり、世界にも通用する感性が新しい可能性を見出している。

4-2 小括

4-2-1 強要される個性

このように日本の歌謡界でも様々な個性・世界観を持つアーティストが存在する。これまでにあげたアーティスト以外にも AKB48、ももいろクローバーZ、モーニング娘。やご当地アイドルなど「アイドル戦国時代」と言われるように、たくさんのアイドルたちが乱立している。その一つの例としてお掃除ユニット「CLEAR'S」というグループがある。彼女たちは日本全国お掃除計画を目的に『街はみんなのごみ箱じゃない!!』をキャッチフレーズに結成された。現在では東京、名古屋、川越、熊本と活動を広げ、学校や商店街、野球場など、お掃除ボランティアと歌とダンスで街を明るく元気にしようと活動している業界初のアイドルユニットである。

昭和期の日本の代表的なアイドルといえば松田聖子や小泉今日子、中森明菜などの名前が挙げられ、顔や曲、声などの雰囲気が独特でそれぞれがソロで活動し、親しみやすいのに手が届かないような印象があった。他人の意見に左右されず、一貫したスタイルにファンは彼女たちのようなカリスマに意見は言えなかったのである。現代においてアイドルと呼ばれるのは大抵3人以上で構成され、「会いに行けるアイドル」と称し、握手会などを行うグループが多くある。もちろんその分ファンとの距離が近い。構成されている人数が多いと誰が歌っているか分からない状態である。40人を超えるメンバーがいる中で一人だけ個性的にパフォーマンスをするということは難しいだろう。グループとしての「個性」が帰属するメンバーの「個性」となり、それがファンや社会の中に認知され受け入れられているのが現代のアイドルの立ち位置となっている。しかし AKB48 のメンバーの中には演歌に挑戦したり、資格取得にチャレンジする人もいる。歌やダンスだけではなく、付加価値をつけた「セット販売」商法にしないと、音楽単体では売れない時代に突入しているのである。アイドルという存在の幅の広さや奥行きが周りにも浸透し、定着したことをきっかけにその数はどんどん増え続けている。これからのアイドルは多様化・個性化、延いては差異化が求められる時代になりつつあるのではないだろうか。

しかし 2014 年は CD (シングル) の売り上げベスト 10 は AKB 系列のアイドルグループ

かジャニーズである。誰もが共感できる似たような曲ばかりが立ち並び、AKB 系列や EXILE のように大所帯のアーティストがミリオンヒットを記録し、宇多田ヒカルや浜崎あゆみ、安室奈美恵のように一人で活動するアーティストがミリオンヒットを記録するのが難しい時代になってきているのである。

また、万人受けするヒット曲を出すことはアーティストの目標であるはずだが、そうではないのが先に例に上げた SEKAI NO OWARI やきゅりーぱみゅぱみゅである。彼らは万人受けを狙っているのではなく、自分たちの世界観を理解してくれる人たちを対象に向けて音楽を提供し、共有しようとしているのである。

4-2-2 入り込む個性

アーティストのライブに行けばライブ T シャツやタオル、フラッグなどを購入し、ライブに対する意識を高めてから参戦する人たちは珍しくはない。むしろ、おしやれをして行ったり女性であればヒールを履いて行ったりすると白い目で見られ、会場で浮いてしまうこともある。そうならないためにライブによって様々な暗黙のマナーが存在する。

それ以外にも特定の曲での振り付けや掛け声、ペンライトの使用などアーティストによっては特殊なルールが存在する。ファッションによってアーティストとの「繋がり」を求めようとする風潮がある。曲がヒットすると、そのアーティストの服装を真似する人が急増することがある。それが顕著に表れたのはビートルズであった。彼らが着ていたモッズファッションは日本にも大きく影響を与え、水玉やチェック柄など派手な柄でウエストを細くしたシャツに、股上の浅いジーンズはグループサウンズファッションとして開花することになる。また、パンクはパンク・ロックを中心に発生したサブカルチャーであり、パンクと言うサブカルチャーを体現する人たちをパンクスと呼ぶ。パンクを好む人は衣服や髪型にこだわり目立とうとする。例えばレザーやゴムや革製の服を着用することが多く、髪型もモヒカンと言う独特な髪型も発生した。

このようにより深くアーティストに入り込むために服装や髪形、アクセサリなどを真似たり、暗黙のルールに従うことがある。アーティストにはそれぞれその人にしかない魅力や個性があり、ファンが服装などを真似するのはその人たちに近づこうとする手段でもあるが、ライブなどに行ってアーティストのファンとしてふさわしくない異質な人とされないための予防線でもある。振り付けや合いの手が出来なかったり、ふさわしくない格好でファンと公言すると、「にわか」などと呼ばれ、その環境に入り込むためにしばしば個性を強要されるような場面も少なくないのである。

第5章 総括

さて、本論文ではさまざまな視点から“個性”について触れてきたが、ここで振り返ってみる。

第1章では、社会背景や時代によって“個性”が移り変わっていく様子をD.リースマンによる3つの社会的性格を紹介し、日本に当てはめながら考察した。日本人は昔から「空気を読む」という意識は存在し「人並み」の生活を望んだが、現代は空気を読んだ結果、それが“個性”という形で現れてきている事が分かった。矛盾しているように感じるが、個性化が一般化していく社会に置いていかれないように、行動を起こした結果であると考えられる。

第2章では、名付けの面から“個性”について考察した。戦時下では日本の男子には「勝」、「進」、「勇」など戦争に関する名前がつけられ、敵国に向かい打つ姿勢が伺って取れる。女子には「和子」、「幸子」などの名前が人気であり、制限の多かった日本の女性の「幸せ」を願った名前が多く付けられている事が分かった。最近では読みにくい名前（＝キラキラネーム）が増えはじめている。キラキラネームは名付け親の自己顕示欲の象徴であると考えられる事ができ、“個性的な”人のつけないような名前をつけて満足感を得なければ自分の力を感じる事ができないのである。それは裏を返せば自己顕示の喜びを感じることで、無意識のうちに「他人の目」を気にしている事にもつながる。名付けにおいても“個性化”が浸透していることがわかった。

第3章では、SNSの利用からみる“個性”の主張について論じた。いまやケータイやパソコンは連絡を取ったり、インターネットで調べ物をするだけのツールではなくなっている。ウェブ上でSNSを介して相手とつながり、そのつながりを実感するためのものでもある。この章ではSNSを利用した事件もいくつか紹介した。これらは個性化の延長で過度に自分を目立たせてしまった結果であると考えられる。また、「他人からどのように見られているか」を意識しすぎた結果、SNSに投稿する記事の量が多くなったり、友人といえる時間よりもSNSに投稿して相手の反応を気にする方に楽しさを見出してしまうのである。

第4章では主に3組のアーティストを紹介し、音楽から見る“個性”について考察した。1970年～1980年代では美空ひばりや松田聖子など絶対的な国民的なカリスマ歌手やアイドルが存在し、売り出した楽曲はロングヒットを記録する事になる。しかし現代ではCDの売り上げ数も年々落ち込み、カリスマや国民的アイドルと呼べるアーティストが存在しなくなっている。シングルヒットランキングでも1970年代ではさまざまな歌手が名を連ねていたが、2014年では上位5位は全てAKB48である。このことから、絶対的なカリスマがいなかったために、握手会の参加券や総選挙の投票権という付加価値がついたものにしか手を出さないようになり、ソロや少人数で活躍するアーティストが結果を残すのは難しい時代になってきているのである。また、この章では入り込む個性と強要される個性という側面から論じ、ファンとアーティスト側から“個性”について考察した。アーティストのライブなどにおいてファンには暗黙のルールが存在し、それらを守らなければ、浮いてし

もう現象が起きるのである。周りの目を過剰に気にしてしまい、集団から逸脱する事を過度に恐れる現代にとって、浮いてしまうことは最も避けたい事であり、その環境になじむためにしばしば個性を強要されるケースもある。

さっと振り返ったが、“個性”はさまざまなところに存在し、時代と共に変化してきた。それに伴いその時代に生きていた人達も時代が進むにつれて変化してきたのである。普通がどういうものなのかがぼやけてしまっている時代に突入したと言っても過言ではないのだ。本論文でさまざまなテーマを取り上げ、述べてきたように“個性”のあり方はひとそれぞれであり、人によって捉えかたは違う。個性であることが一般化し、個性的であることを求められる社会に生きにくさを感じる。何が自分の個性なのかを考える前に、自分のことやいいところを理解するほうがいいのかもかもしれない。だとすれば、私は自分の名前を書くたびに自分について考える事になる。

おわりに

これまで4章にわたって名前、SNSの利用、音楽とおおまかに3つの分野から「個性」について考察してきた。

第1章で社会学者であるデイビット・リースマンによる3つの社会的性格を用い、時代による日本の社会的性格を分類した。日本は戦時下で「戦争反対」を訴えれば軍人に弾圧されていた。国家によって思想が戦争一色にコントロールされていたということもあるが、できるだけ目立たず波風を立てないように生活していた。その後、敗戦から立ち上がり「戦後復興」という大きな目的のために国民は一致団結し、働いた。結果として著しい復興と経済成長を遂げ、日本は世界でもトップの経済大国へと発展した。この頃から日本の性格構造は「他人指向型」の特徴が色濃くなる。日々の生活に物が溢れ、マス・メディアの発達により、たくさんの情報を得ることができ、ある程度の満足感を得ると、D.リースマンが提唱したように「他者からの反応や評価」を気にするようになってしまったのである。

しかし日本人には常に「空気を読む」という潜在意識が存在し、自分の行動が集団の中から逸脱しないために他者の目を気にしながら生きてきた。個性が求められる社会へと転換していく社会の中で人々の間では誰が最初に行動を起こすか、相手の出方を伺いながらチキンレースが行われていた。そして現代に近づくとは自分は「価値のある人間であり、人並みに幸せな生活を営んでいること」を他人に認めさせようとする承認競争が行われるようになる。この承認競争は現代を生きる若者の「孤独感」の表れである。昨今の若者は常に他者を意識し、認められたいという欲求に強く駆られている。ここで他者と言うのは単純に第三者というわけではなく、自分を取り囲む親密圏に存在する人々のことである。社会学者の土井隆義は彼の著書『「個性を煽られる子どもたち—親密圏の変容を考える」』の中で、現代の10代の若者たちは異常なほどお互いに配慮し合わないと、関係の維持が困難と感じており、友達や家族などとの関係からなる親密圏に存在する人たちには関係維持のために高度に気を遣い、互いに「装った自分の表現」をし、公共圏に存在する人たちに対しては一方向的に「素の自分の表出」をしているのだという。

従来ならばこの親密圏にいる人たちに対し、気の許せる関係であり、演技は必要なくありのままの自分を受け入れてもらうために、その後関係が破たんするという恐れを気にすることなくしばしば相手と衝突することもあったはずだ。しかし現代ではそうはいかない。相手の顔色をうかがいながら発言に最新の注意を払い、演技し合いながらでないと友人関係が壊れてしまうのではないかという強迫観念と常に隣り合わせである。仲間集団も家族も「楽しさ」だけを共有する希薄な人間関係だけになったからこそ、この結びつきを維持するために躍起になるのである。親密圏にいる人間関係の維持だけに勢力をそそぎ、その外部にいる第三者に気を回すだけの余裕がなくなった結果、第3章で述べたような思いもよらないSNSの事件などへ発展してしまうのである。つまりSNSによる人とのつながりはお互いの関係を確認し合うためのものではなく、つながっていることを実感するた

めだけに時間を消費するツールとしてでしかなくなっているのである。一昔前は、思春期に差し掛かると親の視線をうっとうしく感じたり、大人たちに自分の行動を「見られているのかもしれない」という不安を抱いていた。しかし現代では、先に述べた SNS の利用の仕方や、人間関係の変化から推測するに、今若者が抱いている不安というのは大人や友達に「見てもらえなくなるかもしれない」ということであると考えられる。自分はこういう人間であるということを SNS などを介して広く主張しているように思えるが、実は親密圏という狭い集団に対するアピールであり、絶えず友達や家族と繋がっていないと、そして絶えず自分を見られているという何かしらの実感、自分の存在を肯定してくれる存在がないと不安で仕方なくなるのである。人々に認められるため、忘れられないために、あえて「個性的」であろうとし、代替可能なその場しのぎの「キャラ」を演出するのである。

さて、かつての日本では人の生き方にはバラエティがあった。中学校を出てから農家や漁師、商店をつぐ人、修行をして職人もいた。大学に進学する人は比較的少ない時代だった。「かわいい子には旅をさせよ」「若いうちの苦労は買ってでもせよ」ということわざがあるように、あえて厳しい道に進ませようとする社会や教育方針が基本であった。しかし現代では大学全入の時代と言われ、進学率は 6 割に達しようとしている。大学卒業は一般企業に就職してサラリーマンになったりと、似たようなパターンの中で生きる人が多くなっている。また、派遣社員の増加からも分かるように景気や企業の事情に振り回されながら、雇われたり失業したりする。「自分にしかできない仕事」という誇りを持つこともなく、常に代替可能で自分の良さを生かすこともなく、仕事にやりがいを見出すこともできず、ただ目の前の仕事を淡々とこなす毎日に、人々は疲弊しているのである。

今の私たちの生活にはモノが溢れ、進路や就職など様々なことが細かく準備された中で生きている。自分が辿る道にレールが敷かれ、うまく通るためのマニュアルがあると、逸脱した人生を歩むリスクは少なくなる。しかし、何もかもが準備され、与えられる社会は、自分という存在を実感しにくくなる社会であるようにも思われる。この社会の風潮は自分で物事を考えることをしなくなり、ものの考え方や価値観は他者に委ねてしまうという問題点がある。「自分が何をしたいのかわからない」、「ただ何となくやり過ごしている毎日は退屈だ」という空虚な感覚が生まれ、次第にそれが「自分にしかできないことをやってみたい」という欲求が生まれる。それが行動として現れたのが自分の名前に人々が読めないような名前を付けることであったり、問題行動を SNS で拡散したりするということに繋がってしまうのである。

このように現代の人たちは他者から「見られていたい」という欲求と「自分なりの生き方を見つけ、主体的に生きていたい」という二つの欲求を持って生きていることになる。この二つの相反する欲求を同時に満たすためには必ず「他者」が存在しなければならない。だとすれば、「個性」というのはその人が属する環境に影響されて作られるものになってしまう。昔は読みにくい珍奇ネームが多く存在したわけでもなく、SNS が発展していたわけでもない。しかしその中でも「個性的」である人は存在した。その人たちが広く受け入れ

られていたのは、人の視線や価値観に影響されることなく、自分が何者であることをしっかりと分かっており、「自分らしさ」や「自分にしかないかけがえのなさ」を大切にしていたからであると私は考える。

人は一人として同じ人がいないように、「個性」についても十人十色である。何を持ってその人の「個性」と捉えるかは様々であるが、「個性」とはさしあたり、客観的、社会的に比較され認められる「他者との違い」だとすれば「かけがえのなさ」については人と比べる必要がなく、代替不可能なもので固有性がある。確かに「個性的」な人に憧れることもある。私もその経験があり、芸能人や友達の真似をしたことがあった。しかしいくら趣味や仕草、口癖を真似てみてもその人と同じにはなれず、当然他人からもそうは見てもらえなかった。この時思ったのは、人には人のいいところがあり、自分には自分のいいところがある、ということだった。そしてそれを変えてまで「個性的」になる必要はないのだろうかと思ったのである。この時の自分の気持ちを肯定するわけではないが、前述のように「個性」というのは環境や取り巻く人間関係によって変化することがある。しかし併せ持った自分の「かけがえのなさ」を大切にしていれば自分の良さを知ることができるし、自分の人生に軸が持て堂々と生きていくことができるような気がする。

人間関係が希薄になり、より「個性的であること」を煽られる現代に生きづらさを覚える人は少なくないだろう。「個性」という言葉に惑わされすぎて、逆に「普通」とは何であるのかがぼやけてしまっている。「人並み」を意識し、牽制しあっていた時代とは違い、「どこが人と違うのか」が重視される社会へと移り変わっている。

この社会を生きていくうえで大切なのはしっかりと自分を理解し、主体的に生きていくことであると考え。人は生まれてから死ぬまでたくさんの人と出会い、様々な経験し選択をする。そこからいろんな刺激を受け、吸収し、成長していく。それは20歳を超え、大人になったからといって終わるものではない。個人のアイデンティティはゆっくりと変化していくものである。「自分らしさ」を見出し、相手の良さを受け入れる器があれば、「キャラ」を演じることなく「素の自分」で相手と関わっていくことができ、表面的な友情などではなく、心から解りあえる関係を築くことができるだろう。たとえ試行錯誤の末に自分が選んだ道や、自分の個性を生かしたことでもうまくいかないときがある。しかし、できる限り主体性を持ち、自らの個性を発揮して生きている人は、何かに失敗したとしてもそれはそれで納得のいく、悔いのない人生になるはずである。

人間の成長の礎を築くものが教育である以上、これからの学校現場では「個性を伸ばす」ことが必要になる。それゆえ教師に求められる役割は重いように思われるが、次世代を担う子どもたちが少しでも「個性豊かに」生きていけるように、現場の教師の活躍を願ってやまない。

参考文献

- ・ 若林幹夫, 2007, 『郊外の社会学—現代を生きる形』, ちくま新書
- ・ 博報堂生活総合研究所, 1985, 『「分衆」の誕生』, 日本経済新聞社
- ・ Dabid Riesman, 1964, 『孤独な群衆』, みすず書房
- ・ 濱口恵俊・公文俊平, 1982, 『日本的集団主義』, 有斐閣選書
- ・ 山崎正和, 1984, 『柔らかい個人主義の誕生—消費社会の美学』, 中央公論社
- ・ 小林康正, 2009, 『名づけの世相史「個性的な名前」をフィールドワーク』, 風響社
- ・ 牧野恭仁雄, 2012, 『子供の名前が危ない』, ベスト新書
- ・ 株式会社ベネッセコーポレーション, 2012, 『たまごくらぶ特別編集 最新版名づけ大百科』, 株式会社ベネッセコーポレーション

参照ホームページ

- ・ 総務省 HP <http://www.soumu.go.jp/>
- ・ MMD 研究所 HP <https://mmdlabo.jp/>
- ・ Sony MusicHP <http://www.sonymusic.co.jp/>
- ・ きゃりーぱみゅぱみゅ公式 HP <http://kyary.asobisystem.com/>
- ・ ゴールデンボンバー公式 HP http://sound.jp/g_b/
- ・ SEKAI NO OWARI 公式 HP <https://ja-jp.facebook.com/OfficialPageSEKAINOOWARI>