

アメリカ大統領選挙に見るキャンペーンソングとオーセンティシティ

慶應義塾大学法学部政治学科 4 年
大和田俊之研究会所属 31652258 大角信
2020/01/29

序論

アメリカにおける大統領選挙では、討論会や演説などを含む候補者同士による攻防が大統領選挙日の一年半前から繰り広げられる。アメリカの大統領選挙はその特徴から「マラソンレース」とも呼ばれ、各候補者のみならずそれを支援する多数の支持団体や政治コンサルタントが関わる。討論会や演説、そして近年ではSNSを駆使し、候補者を含む支持者団体は有権者に働きかけているが、本論文で着目するのは選挙活動において慣行的に使われているキャンペーンソングの存在だ。演説などの入場シーンなどで代表されるキャンペーンソングは候補者を連想する重要な媒体として機能してきた。今日では、討論会や演説でのアーティストによるライブ演奏やプロモーションビデオでの音楽など、有権者にとって馴染み深いものとなっているが、キャンペーンソングそれ自体の在り方やこれまで歴代の大統領選挙で果たしてきた役割は時間と共に変化している。近年では、キャンペーンソングが有権者に及ぼす影響が増大していると言え、それはネットワークの発展によりオンラインでの演説のライブ動画やミュージックアプリへの接し方が広範に、かつ高頻度になったことが一因としてあげられる。また、今年度2020年の11月には次の大統領選挙が控えている。2020年1月9日時点では、当初の20を超える候補者数からは減ったものの、共和党からはドナルド・トランプ、民主党からは異例の7名の候補者が立候補している。¹民主党内での候補者争いは熾烈を極めるのは明白で、本論文ではその中でのキャンペーンソングの展開のされ方を、過去の大統領選挙におけるその展開のされ方を比較検討する。

第I章では、歴代の大統領選挙におけるキャンペーンソングの在り方や代表的なキャンペーン戦略、キャンペーンを囲う外的変化を事例と共に解説する。それを踏まえて、第II章では、記憶に新しい2016年の大統領選挙について主に共和党候補ドナルド・トランプと民主党候補ヒラリー・クリントン陣営のキャンペーンソングの展開について歴代の変化を踏まえた上で双方を比較検討する。第III章では、2020年1月9日時点で支持率が民主党候補内でトップ3位に入っている候補者ジョー・バイデン、候補者バーニー・サンダース、候補者エリザベス・ウォーレンの3名の陣営のそれぞれのキャンペーンソングの選曲とターゲットにしている支持者層の分布を俯瞰し政治的嗜好を加味した上で紐解いていく。

¹ 岡野杏有子「アメリカ大統領選挙2020 トランプ再選なるか? | セレブとトランプ」

NHK News Web, 2020年01月03日 (最終閲覧日: 2020年1月8日)

https://www3.nhk.or.jp/news/special/presidential-election_2020/report/society/society_12.html.

第 I 章 キャンペーン戦略におけるキャンペーンソングの位置付けと歴史的変遷

本章では、キャンペーンソングの起源に加えて、事例を通じて代表的なキャンペーン戦略におけるキャンペーンソングの位置付けを見ていくと共に、2016年までのキャンペーンソングの展開のされ方の変容とその外部要因を俯瞰していく。また、なぜポピュラーミュージックがキャンペーンソングに代表されるのかについても先行研究を踏まえて言及していく。

1 キャンペーンソングの起源と現代における活用方法の変遷

アメリカ大統領選挙におけるキャンペーンソングには時代ごとにトレンドがある。アメリカ大統領選挙におけるキャンペーンソングの起源は1792年のジョージ・ワシントンにまで遡る。当初は既存の音楽をパロディー化したものが主流で、1960年代以降は選挙用に作曲したものや、また曲の一部の歌詞をアレンジしたものが主流だった。²1990年代から現在まで、既存のヒット曲を歌詞など曲の構成要素は変えずに原型のまま活用する手法が主流だ。

ジョージ・ワシントンに端を発し、1824年にはアンドリュー・ジャクソンが選挙戦や米英戦争での勝利の祝いのために“The Hunters of Kentucky”³を使用し、以降、大統領選挙でのキャンペーンソングの使用の慣習が定着した。20世紀初頭では、ラグタイムミュージックがアメリカ社会で一世を風靡する中、アル・ジョルソンなどの作曲家はその音楽的才能のみならず、その名声を活用し、1924年大統領選挙の民主党候補ジョン・ウィリアム・デイヴィスの政治キャンペーンに協力した。⁴1932年の民主党全国大会において当時候補者のフランクリン・ルーズベルトは、前職のアメリカ合衆国海軍次官としての経験をキャンペーンするため、海軍のアメリカ海軍の公式歌となっている“Anchors Away”⁵の使用に当初は強く興味を示したが、あえて元気で生き生きとした“Happy Days

² Irwin Silber, *Songs America Voted By: From George Washington to Richard Nixon—the Gutsy Story of Presidential Campaigning* (Harrisburg, PA: Stackpole Books, 1971), 21-27.

³ Samuel Woodworth. “The Hunters of Kentucky”. Label Unknown. 1824

⁴ Bruce J. Schulman, “Farewell to the ‘Smoke-Filled Room’: Parties, Inter-ests, Public Relations, and the Election of 1924,” in *America at the Ballot Box: Elections and Political History*, Gareth Davies and Julian E. Zelizer, eds. (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2015): 139-52, 147.

⁵ Charles A. Zimmermann. “Anchors Away”. Label Unknown. 1906.

Are Here Again”⁶を実際には使用した。⁷この選曲は彼のキャンペーンのテーマとも連動し、有権者にメッセージを届けること成功したが、ここで着目したいのが“Happy Days Are Here Again”は当時のヒット曲であり、フランクリンは歌詞など曲の構成要素は変えずに原型のまま活用した点だ。

1960年のジョン・ケネディーのキャンペーンにおいては、パロディーソングの再興と著名なアーティストとの協同が見られた。著名なアーティスト達がキャンペーンに主体的に参加する様は現在にも続く慣習だ。ジョン・ケネディーは当時、1959年のアカデミー賞を受賞した映画『A Hole in the Head』の主題歌ともなった Frank Sinatra の“High Hopes”⁸に、自身の名前「Kennedy」や自身の信条などを歌詞に盛り込んだ。⁹有権者にとって馴染み深い“High Hopes”を活用し、また Frank Sinatra 自身がキャンペーンでパフォーマンスを行うなど、現在にも続く選曲スタイルがこの1960年の大統領選挙にて定着した。1984年のロナルド・レーガンのキャンペーンにおいては、1960年のジョン・ケネディーのものと同様に、著名なアーティストを起用したが、歌詞などは変えず元の形のまま使用した。レーガンは、シンプルでかつ愛国的なメッセージを有権者に伝えようと、アメリカの代表的カントリーミュージシャンの Lee Greenwood の“God Bless the U.S.A.”¹⁰をキャンペーンソングに起用し、曲は当時10週連続で Billboard's Country Single に入選した。¹¹

そして、2008年のバラク・オバマとヒラリー・クリントンの民主党内での候補者争いでは、それまでのキャンペーンの媒体となっていたメディアに変化が現れた。テクノロジーの発展と共に、候補者はよりオンラインでの拡散やネット上での効果を意識し始めるようになった。例えば、ヒラリーは、オンラインで支持者にキャンペーンのテーマソングを選ぶよう人気調査を行い、結果 Celine Dion の“You and I”¹²に決定した。¹³

2 キャンペーンソングの効果

⁶ Milton Ager. “Happy Days Are Here Again”. EMI Robbins Catalog. 1929.

⁷ James F. Simon, *FDR and Chief Justice Hughes: The President, the Supreme Court, and the Epic Battle over the New Deal* (New York: Simon and Schuster, 2012), 213.

⁸ Frank Sinatra. “High Hopes”. Capitol. 1959.

⁹ David Haven Blake, *Liking Ike: Eisenhower, Advertising, and the Rise of Celebrity Politics* (New York: Oxford University Press, 2016).181-183.

¹⁰ Lee Greenwood. “God Bless the U.S.A. “.MCA Nashville. 1984.

¹¹ Joel Whitburn, *The Billboard Book of Top 40 Country Hits* (New York: Billboard Books, 2006), 144.

¹² Celine Dion. “You and I”. Columbia Epic. 2004.

¹³ Jennifer Parker, “Candidates’ Theme Songs Set Campaign Tone,” ABC News, February 1, 2008, <http://abcnews.go.com/Politics/Vote2008/story?id=4215545&page=1>.

音楽はその候補者についてや対立候補への批判といったメッセージを伝達する媒体として機能してきた点はその時代にも共通している。伝達する媒体がラジオ、テレビ、インターネットと時代と共に変化はしているが、音楽そのものが及ぼす効果は普遍的だ。音楽には現行の気持ちや状態を高める効果¹⁴や、人々を結束させる力¹⁵があると指摘されている。歴代の大統領選挙を振り返ると、候補者の演説や時代的要請に加えて、上記の2つの効果を最大限に発揮させた候補者が大統領選挙を勝ち抜いていると見ることもできる。

アメリカの大統領選挙では多くの場合に、キャンペーンソングに当時のポピュラーミュージックが積極的に採用される。それは音楽の効果を最大限に発揮するためだと結論付けることができる。音楽週刊誌ビルボードのレコードチャートには、ポピュラーミュージックが多く名を連ねる。その当時という限定的な時間軸においては、ポピュラーミュージックはコモディティー化されていると言える。コモディティー化されたポピュラーミュージックには予め存在する認知度と拡散力が担保され、それらを効果的に活用できた候補者は選挙戦を勝ち進めていく。この音楽の効果的な活用方法については、以下の第1章「3 代表的なキャンペーン戦略」で詳しく解説していく。

本章の第一節にて、既存の曲をパロディー化、つまり候補者に合わせて替え歌を挿入する事例と、そのままの形で使用する事例を挙げてきた。前者は、歌詞が意図的にアレンジされていることもあり、その具体化された曲を聴くことによって候補者を連想することが容易だが、違和感なく人々の意識にその曲が定着するまでには一定の壁があるだろう。しかし、一度、その曲が定着したとなれば、キャンペーンの「Anthem」と化し、支持者たちによってその曲がより歌われることによって、多様な支持者層の結束力を強める効果があると考えられる。一方、後者は、多様な曲にアクセスでき、音楽に対しての趣味嗜好が多様化している現代においては必然の現象だったと言える。前者よりは、連想の効果は低いものの、人々の意識に定着し易く、拡散力があると言える。しかし、パロディー化されていないが故に、その曲はセレブに帰属しているという意識が強く残

¹⁴ Suzanne Boothby, "Does Music Affect Your Mood," Health Line, April 13, 2017, <https://www.healthline.com/health-news/mental-listening-to-music-lifts-or-reinforces-mood-051713#1>.

¹⁵ Bronwyn Tarr, Jacques Launay, and Robin I. M. Dunbar, "Music and Social Bonding: 'Self-Other' Merging and Neurohormonal Mechanisms," *Frontiers in Psychology* 5 (2014), published online at <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2014.01096/full>; Diana Boer et al., "How Shared Preferences in Music Create Bonds Between People," *Personality and Social Psychology Bulletin* 37 (2011): 1159-71.

る。そのため、後者の場合に曲はより抽象化され、その曲と候補者との親和性や、第I章「3 代表的なキャンペーン戦略」で言及する「authenticity」への重要度が高まると考えられる。

3 代表的なキャンペーン戦略

2018年、Rider UniversityのNancy A. WiencekとJonathan MillenとDavid R. Dewberryによる共著"Political Music, Media Spectacle, and Organizational Communication Competence: What the Wrong Songs Suggest About Candidates and Their Campaigns"¹⁶ではキャンペーンにおける4つの重要な戦略を提唱している。

1つ目が一般的な広告戦略でも活用される「Celebrity Endorsement」だ。一般的にブランド品などに使われる広告戦略だが、政治キャンペーンにおけるCelebrity Endorsementにおいてはその著名人・セレブの政治的信条とも相まって候補者のサポートへの主体的な参画が顕著だと言える。世間からの注目はもちろん、一般市民からの支持獲得を促す効果は絶大だ。2007年の民主党候補者選挙で、Oprah Winfreyがオバマへの支持を表明した際には、およそ100万人に及ぶ有権者が新たに予備選挙においてオバマへと投票したとされている。¹⁷

2つ目が、支持者を動員し、浮動票投票者(swing voter)をいかにして自身の陣営に引き込むかだ。浮動票投票者を動員するには、既存の支持者がどういった人々でどこにいるか、何を支持しているかなどを明確にしなければならない。浮動票投票者の動員に最も成功したと言われるのが、フランクリン・ルーズベルトと2016年のバーニー・サンダースだ。ルーズベルトは1936年に、既存の労働組合と民主党支持者をうまく協同させ、またサンダースは、既存の急進左派や労働組合、またOccupy Wall Streetなどを実行したアクティビストなどを動員させ、連合させた。

3つ目が、候補者のメッセージと起用するキャンペーンソングの親和性だ。レーガンは自己の保守的な立場を当時の代表的カントリーミュージシャンLee Greenwoodの“God

¹⁶ Nancy A. Wiencek, Jonathan Millen, David R. Dewberry. (2018). "Political Music, Media Spectacle, and Organizational Communication Competence: What the Wrong Songs Suggest About Candidates and Their Campaigns" Chapter Four, You Shook Me All Campaign Long: Music in the 2016 Presidential Election and Beyond (Rider University).

¹⁷ Becker, "Star Power?"; Andrew Pease and Paul Brewer, "The Oprah Factor: The Effects of a Celebrity Endorsement in a Presidential Primary Campaign," The International Journal of Press/Politics 13 (2008): 386-400; Craig Garthwaite and Timothy Moore, "Can Celebrity Endorsements Affect Political Outcomes? Evidence from the 2008 US Democratic Presidential Primary," Journal of Law, Economics & Organization 29 (2013): 355-384.

Bless the U.S.A.”をキャンペーンソングに起用した。しかし、近年の傾向を見ると、この戦略の重要性については留意が必要だ。2016年の共和党候補者ドナルド・トランプが例外事例に当てはまる。これについては第II章で解説していく。

4つ目が、以上の中でも最も重要な候補者の「Authenticity」だ。つまり、世間一般で想起される人物像と候補者が描こうとしている人物像との乖離の有無だ。ビル・クリントンは不倫スキャンダルなどを背景に欠陥があると認知されたが、ビル・クリントン自身はそのイメージを反駁するために家族愛や道徳について語ることは一切なかった。また、ジョージW・ブッシュはその発言から知識不足が多くメディアで指摘されたが、ジョージW・ブッシュ自身は自ら知的に振舞おうとはせず、世間でイメージされた自身の信仰への率直さや直感で動く様をそのまま表現した。¹⁸

¹⁸ Danny Strong, “May the Most Authentic Man Win,” *Men’s Health*, October 14, 2008, accessed January 10, 2020, <http://www.menshealth.com/guy-wisdom/the-value-of-personal-authenticity>.

第 II 章 2016 年大統領選挙：ヒラリー・クリントンの失敗とトランプの躍進

第 II 章では、以上の歴代のキャンペーン戦略を踏まえた上で、2016 年大統領選挙戦の共和党候補者ドナルド・トランプと民主党候補者ヒラリー・クリントンの各キャンペーン戦略を見ていく。この章では 2016 年におけるキャンペーンの特徴に言及したうえで、ドナルド・トランプの躍進とヒラリー・クリントンのキャンペーン戦略の失敗の要因を解析していく。

1 選挙戦への関わり方の変化

人々の情報への関わり方に根本的な変化がここ 10 年で起こった。それは SNS の発達を背景に、フィルターバブルが促進されるなどの弊害を引き起こしたが、一方でキャンペーン戦略の中でより SNS を意識した拡散力が重視されるようになってきた。2016 年は歴代の大統領選挙と比較しても、非常に多くの、ビルボードに名を連ねる様なポピュラーミュージックが起用された年だ。また、社会の分断、あるいは個人の政治的信条が SNS でのフィルターバブルによって強化されたことなどを背景に、以前より有権者はアーティストに政治的な意思表示を求め、それに呼応する様にアーティストによる意思表示が相次いだ。トランプによる音楽の無断使用やそれに対してのアーティスト個人の反発が話題となったことも、上記が一因となっている。

また、SNS での発信、オンラインでのプロモーションビデオ、その他政治広告を含めたキャンペーン戦略全般に、歴代の大統領選挙と比較して、より多くの支持者団体や政治コンサルタントの活用が増加した。バーニー・サンダース陣営は 2016 年の民主党候補者争いの中、支持者集会やオンラインのキャンペーン広告でテクノミュージシャンの Diplo の音楽が起用された。バーニー・サンダースへの支持を表明したアーティストは多種多様だ。バーニー自身はクラシックを普段聞くと証言しているが、支持母体の若年層を意識した形で当時の人気 DJ の Diplo が採用された。また、2016 年は市民主体のキャンペーンと呼ばれている。それは、ユーチューブに代表される SNS で個人による非公式な形でのキャンペーン参画が多く見られた。

2 ヒラリー・クリントンの失敗

2016 年の大統領選挙においてヒラリー・クリントン陣営は、自身の「Authenticity」を担保できず、結果浮動票投票者の獲得に失敗し大統領選挙で負けを期した。当時の具体的なキャンペーンソングの選曲から、ヒラリー・クリントンの乖離した人物像が見て取

れる。ヒラリー・クリントン陣営のキャンペーンソングのプレイリスト¹⁹を見ると、強さや信念、自信といったことをテーマにした女性アーティストによるポピュラーミュージックが多く存在する。表1のヒラリー・クリントン陣営のキャンペーンソングのプレイリストを確認すると Katy Perry の“Roar”や Kelly Clarkson の“Stronger”、また Jennifer Lopez の“Let's Get Loud”などに代表されることが分かる。プレイリストや演説での内容を振り返るにあたり、ヒラリー・クリントンが女性からの票獲得を意図していたことは明白だ。しかし、以上に固執するあまり、ヒラリー・クリントン自身のそれまでの経歴の中で築き上げられた人物像とは合致しない選曲となった。

表 1 Spotify, The Official Hillary 2016 Playlist

Artist	Song Name	Label	Year released
American Author	Believer	Mercury/Island	2013
K'naan	Wavin' Flag	A&M Octone	2009
Gym Class Heroes	The Fighter	Fueled by Ramen	2008
Katy Perry	Roar	Capitol	2013
Kelly Clarkson	Stronger	RCA/19	2011
Juanes	Juntos (together)	Walt Disney	2015
Pharrell Williams	Happy	Back Lot Musici Am OtherColumbia	2013
Jennifer Lopez	Let's Get Loud	Columbia/Work	2000
The Gap Band	Outstanding	Total Experience	1982
NONONO	Pumping Blood	Warner Music	2013
John Legend and The Roots	Wake up Everybody (feat. Common & Melanie Fiona)	Columbia	2010
Demi Lovato	Confident	Hollywood/Island/Repub blic/Safehouse	2015
American Author	Best Day of my Life	Mercury/Island	2013
Jon Bon Jovi	Beautiful Day	Island	2015
Mary J. Blige	Real Love	Uptown	1992
Marc Anthony	Vivir Mi Vida	Sony Music Latin	2013
Sara Bareilles	Brave	Epic	2013
Pharrell Williams	Freedom	Columbia	2015
Jill Scott	Run Run Run	Blues Babe, Atlantic	2015
Demi Lovato, Jason	Together	Hollywood	2011

¹⁹ Spotify, The Official Hillary 2016 Playlist created by Hillary Clinton, June 13, 2015, accessed January 11, 2020, <https://open.spotify.com/playlist/43JJ50RsHoyUXj8e18FaPQ>

Derulo・Unbroken			
Kris Allen・Thank you Cameilla	Fighters	RCA/19	2012
Rachel Platten	Fight Song	Columbia	2015

(Spotify, The Official Hillary 2016 Playlist created by Hillary Clinton, June 13, 2015 を元に筆者作成)

ヒラリー・クリントンは政治人生の中でイラク戦争や銃規制に関して日和見主義的な立場を取っていた。ヒラリー・クリントンは当初銃規制に賛成的な立場を表明したが2000年に上院議員に当選後は銃規制に反対した。²⁰また、2003年のイラク戦争に関して、ヒラリー・クリントンは開戦について当時賛成票を投じていたが、2016年の時点ではその意思決定を後悔していると発言をしている。²¹当時の支持者の保守層を意識していたと上記のメディアでは指摘されているが、そういった一転する姿勢と2016年大統領選挙におけるヒラリー・クリントンのキャンペーンソングが表象する像の間に有権者が違和感を持つ余地があると考えられる。そしてこれがヒラリー・クリントンへの猜疑心に発展したということは否定できない。

一方、2016年のヒラリー・クリントンの敗因には、広がる格差を背景に富裕層であるヒラリー・クリントンやセレブへの中・低所得者層の抵抗だという議論も留保しておきたい。2016年の7月の第二回民主党全国大会では、ミュージカルコメディ映画『Pitch Perfect』の出演者兼プロデューサーのElizabeth Banksが選挙用にプロデュースしたRachel Plattenの“Fight Song”²²がキャンペーンソングに起用された。Youtubeの民主党全国大会公式アカウント(Democratic National Convention)にもアップされたこのElizabeth Banksがプロデュースした“Fight Song”の音楽ビデオには、ヒラリー・クリントンを支持する32名のセレブやアーティストが参加している。ヒラリー・クリントン自身に加えて、

²⁰ Eric Bradner, Where does Hillary Clinton stand on guns?, CNN, accessed January 11, 2020, <https://edition.cnn.com/2016/08/11/politics/hillary-clinton-gun-control-second-amendment/index.html>

²¹ Michael Kranish, Hillary Clinton regrets her Iraq vote. But Opening for Intervention was a pattern, Washington Post, accessed January 11, 2020, https://www.washingtonpost.com/politics/hillary-clinton-regrets-her-iraq-vote-but-opting-for-intervention-was-a-pattern/2016/09/15/760c23d0-6645-11e6-96c0-37533479f3f5_story.html

²² Elizabeth Banks, Bruce Cohen and Mike Thompkins/ Democratic National Convention. “Democratic National Convention - Our Fight Song.” Youtube. 2016/07/26. accessed January 11, 2020.

Julie Bowen や Connie Britton などの出演者たち、いわゆる富裕層に対して、アメリカ社会が生んだ不平等の犠牲者とも言える中・低所得者層が嫌悪感を抱くのは必然だ。2020年1月11日時点での Youtube にアップされているこの音楽ビデオの評価の半分は低評価であり、少なくとも嫌悪感が示された結果だと言える。無論、この背景には“Fight Song”が2016年時点においてアメリカ社会では非常に多くの場面で使用されていたことがある。企業やスポーツチームによる使用、また2015年に Rachel Platten 自身が当時7歳で癌を患っていた Jeremiah Succar を鼓舞するシーンは記憶に新しい。その陳腐化された曲の使用を、露骨で打算的だと感じたことにも嫌悪感示されたことの要因があると考えられる。

もう一点、ヒラリー・クリントンの敗因にはアメリカ社会に根強く残るミソジニーの存在も挙げられている。それは単に、男性側から見る女性への差別意識やヒップホップで度々議論となる女性の表現のみならず、宗教などを背景にした父権制的価値観が依然残っていることと、女性自身が女性であることに起因する劣等感や自己嫌悪に依然苛まれていることが、社会的な男女平等の実現の道の弊害となっている。あらゆるメディアにおける「女性性」や「masculinity」の描き方がアメリカの人々に意識の面でミソジニーを作り上げてきたのは明白で、それに加えて労働市場における機会の不平等が女性の活躍を阻害し、ミソジニーを裏付ける根拠となってしまった。アメリカ社会で根強く残るミソジニーが、ヒラリー・クリントンに対しての実力への猜疑心と嫌悪感に変化したことは否定できないだろう。そして、ヒラリー陣営のキャンペーンソングの選曲や“Fight Song”に代表されるような「強い女性」や「自立した女性」の表現と強調は、ミソジニーを価値観の根底と置く一定の層にとって、キャンペーンを扇動する女性セレブやアーティストを含めた人々に対しても嫌悪感を示す十分な素材となったと考えられる。

3 ドナルド・トランプの躍進

2016年の大統領選挙において、キャンペーンソングがそれまで以上に注目されたのは、ドナルド・トランプ陣営による音楽の無許可使用とそれに対して指摘をするアーティストたちの存在があった。2016年のトランプのキャンペーン戦略を振り返ると、トランプ自身の問題発言に加えて、音楽の無許可使用によって大手メディアの注目を政治的争点から逸らすことに成功したといえることができる。無論、トランプ陣営のキャンペーンソングの選曲を見るに、トランプ陣営の組織的な欠陥が露呈しているとも解釈できるが、実際の効力としてはアーティストの発言などに注目が集まったことが大きい。

ヒラリー・クリントンのキャンペーン戦略と比較して、ドナルド・トランプ陣営のそれは一転二転するトランプ自身のメッセージと曲の親和性は皆無だったが、トランプ陣営の選曲にはトランプ自身の社会がイメージをする像と共通する部分がある。それは、2016年までに形成された経営者としての像と「masculinity」、つまり男らしさを象徴す

る像だ。トランプは2016年の大統領選挙まで、不動産会社の経営者として、所有するホテルに自らの名前を全面に押し出し、ボクシングの世界タイトルマッチでの挨拶や、リアリティーショー『The Apprentice』に出演し経営者として判断を下してきた。メディアで流布するトランプのイメージは、断定的で、躊躇しない、決断力のある強いイメージで、古典的な男性像を象徴していたと言える。それは、Queenの“*We Are the Champions*”²³、Neil Youngの“*Rockin' in the Free World*”²⁴、また映画『Air Force One』のテーマソング、R.E.M.の“*It's the End of the World*”²⁵、そしてThe Rolling Stonesなどの音楽で、築き上げられたトランプ像を容易に連想できる。もちろん、上記の全てのアーティストがトランプのキャンペーンでの使用を好ましく思わず、また選挙中にビル・クリントンのように浮気などのスキャンダルが取り沙汰されたが、ヒラリー・クリントンにはなかった「*authenticity*」が担保されていたと考えることができる。それはつまり、トランプという人物の発言に対しても、言うことの是非はともかく、その言っている事の本心の部分に有権者からの疑念は少なかったと考えることが妥当だ。

大きな枠組みから見た際にトランプの躍進には、疲弊する自国の経済の原因を外部の人々や自由貿易に求め、グローバリズムを真っ向から否定すると共に、自らは支配階級にいるものの、セレブやヒラリー・クリントンなどの支配階級と搾取される国民という対立構図を演説で描いたことが背景にある。これによって特に東部から中西部に広がる「ラストベルト」の白人労働者階級の不満を駆り立て、浮動票投票者から得票を得ることができた。2016年大統領選挙におけるトランプ陣営のキャンペーンは総じて、セレブとの協同はなく、従来のキャンペーン戦略とは明確に異なっていたと言える。

²³ Queen. “*We Are the Champions*”. EMI (UK) / Elektra (US). 1977.

²⁴ Neil Young. “*Rockin' in the Free World*”. Reprise. 1989.

²⁵ R.E.M.. “*It's the End of the World*”. I.R.S.. 1987.

第 III 章 2020 年の大統領選挙に見る「Authenticity」

第 III 章は、2020 年大統領選挙における各候補者の最新の選曲を具体的に見ていく。主に、アメリカのオンライン学術サイト「Trax on the Trail」²⁶を参考に、2020 年 1 月 9 日時点で RealClearPolitics が発表している支持率トップ 3 位に入っている民主党候補者ジョー・バイデン、バーニー・サンダース、エリザベス・ウォーレンの 3 名の陣営のそれぞれのキャンペーンソングの選曲とターゲットにしている支持者層の分布を地域的・社会階層的に俯瞰し政治的嗜好を加味した上で紐解いていく。共和党候補者は 2020 年 1 月 9 日時点で現大統領ドナルド・トランプ候補者に一本化されているため、今回は混戦が見込まれる民主党候補者 3 名の 1 1 みに焦点を当てることとする。

1 三候補者のキャンペーンソングのジャンル別内訳

民主党候補者ジョー・バイデン、バーニー・サンダース、エリザベス・ウォーレンの 3 名のキャンペーンソングの選曲を見ていく。表 2 は 2018 年 12 月 31 日から 2020 年 1 月 10 日までにおける各候補者陣営の公式のキャンペーンソング（Campaign Rally, Campaign Launch, Advertisement, Convention, Fundraising を目的とした音楽が対象）のジャンル別内訳となっている。この 5 つの目的に限定したのは、Campaign Rally、Campaign Launch と Convention の 3 つは選挙戦において歴史的に重要でかつイベント規模が他のものより大きく、Advertisement と Fundraising はその陣営の選挙戦で重要となる認知の在り方や財源に関わるため効果が大きいと考えられるためだ。

表 2 で、各候補者の選曲のジャンル比率を見ると、ジョー・バイデン陣営の選曲の場合は Pop/Rock と R&B がそれぞれ 4 割以上をしめている。バーニー・サンダース陣営の選曲は Pop/Rock が半数以上で次点で Rap、3 位に R&B が入り、Country を除いたすべての音楽ジャンルが一回以上使用されている。エリザベス・ウォーレン陣営の選曲は、Country で 6 割を超え、次点で R&B、3 位に Pop/Rock が入っている。曲数を見ると、エリザベス・ウォーレン陣営が最も少ない 17 曲で、最も多いのが 46 曲のバーニー・サンダース陣営だ。

表 2 候補者陣営の公式のキャンペーンソングのジャンル別内訳※

Candidate	Joe Biden	Bernie Sanders	Elizabeth Warren
Pop/Rock	13	24	2

²⁶ Dana Gorzelany-Mostak. “Trax on the Trail: An Interactive Campaign Music Website for Educators, Scholars, and the Public.” Trax on the Trail. Georgia College. <http://www.traxonthetrail.com/>. accessed January 11, 2020.

#	40.6%	52.3%	11.8%
%			
R&B	15 46.9%	7 15.2%	3 17.6%
Country	2 6.3%	0 %	11 64.7%
Rap	0 0%	9 19.6%	0 0%
Folk	1 3.1%	3 6.5%	1 5.9%
Electronic	0 0%	2 4.3%	0 0%
Patriotic	1 3.1%	1 2.2%	0 0%
Total # of songs	32	46	17

(Trax on the Trail を元に筆者作成)

※2018年12/31から2020年1月10日における各候補者陣営の公式のキャンペーンソング（Campaign Rally, Campaign Launch, Advertisement, Convention, Fundraising を目的とした音楽が対象）のジャンル別内訳。

以上の数字を見ると、ジョー・バイデン陣営はPop/Rockなどのポピュラー・ミュージックを中心に展開し、一方のほぼ同等の割合を占めるR&Bに当てはまる曲はアフリカ系アメリカ人アーティストによるものがほとんどだ。²⁶ ジョー・バイデンはオバマ元大統領の副大統領として8年間務めてきた背景もあり、その支持者の母体はアフリカ系アメリカ人が多くを占める。また、民主党でありながらも、保守とも認識される現実主義的な姿勢を支持する有権者は、多くがアメリカ中西部の出身者で、Country音楽を好んで聴く傾向がある。それが、表2の6.3パーセントに反映されたと考えることができる。一方のバーニー・サンダース陣営はその選曲をよりバランスよく包括的に行い、かつ都市部や若い世代において流行となっているRapに意図的に比重を大きく置いていると言える。それは、現トランプ政権に対比させて、社会的包括への強い意志を選曲を通じて掲げるとともに、ストリートを起源とするRapがバーニー・サンダース自身が掲げる「草の根」や格差是正への意識を象徴していると言える。そして、3名の中でも特に顕著な傾向が見られたのがエリザベス・ウォーレン陣営だ。共和党支持者が根強く残る中西部や、オクラホマ州を意識したこと、自身が中・低所得者層からの出身であると言うことが、このCountry音楽への偏った選曲を促した要因となったと考えられる。

2 三候補者の Convention Song

民主党大会（Convention）で使用される各候補者のキャンペーンソングは、その候補者の選挙戦における「Anthem」となる場合が多いことは、これまでの歴史上の選挙戦から見ても明らかだ。そこで各候補者の民主党大会で使用されたキャンペーンソングを見ていく。

表3を見ると分かるように、ジョー・バイデンは Jackie Wilson の“Higher and Higher”を「Anthem」に置き、演説では中間層の賃金や医療制度についての議論を展開していることからメッセージの曲の親和性はあると考えられる。一方、バーニー・サンダースはそのメッセージを明確にキャンペーンソングに反映させていると言える。表4を見ると分かるように、John Lennon の“Power to the People”にはバーニー・サンダースの格差是正の思いや既得権益者への批判といった政治的信条が反映されていると考えることが妥当だ。また、この曲は1970以降抗議や抵抗のオードとなってきた背景もあり、Occupy Wall Street や草の根のデモ行進などを主導したバーニー・サンダース陣営がこの曲に着目したのは必然だと言える。そして、表5を見ると分かるように、エリザベス・ウォーレン陣営は Dolly Parton の“9 to 5”を「Anthem」に置いている。そのタイトルの「9時から5時まで」という意味からも分かるように、アメリカの典型的な労働者の日常を描いた歌詞は、そのエリザベス・ウォーレン自身のメッセージとは関係はないが、自らの背景を強調していると言える。

表3 Joe Biden : Convention と Fundraising 集会で使用された音楽※

Joe Biden			
Medium	South Carolina Democratic Party Convention	Iowa Democratic Wing Ding Event	New Hampshire Democratic Party Convention
Date	2019/06/22	2019/08/09	2019/09/07
Song name	Higher and Higher	We Take Care of Our Own	Higher and Higher
Artist/Performer	Jackie Wilson	Bruce Springsteen	Jackie Wilson
Genre	Rock	Rock	Rock

(Trax on the Trail を元に筆者作成)

※2018年12/31から2020年1月10日における Joe Biden 候補者の民主党大会（Convention）と Fundraising を目的とした集会での音楽

表4 Bernie Sanders : Convention と Fundraising 集会で使用された音楽※

Bernie Sanders			
----------------	--	--	--

Medium	California Democratic Party Convention	Iowa Democrat's Hall of Fame Dinner	South Carolina Democratic Party Convention	Iowa Democratic Wing Ding Event	DJ Tommie Sunshine - Bernie Sanders	New Hampshire Democratic Party Convention	Bernie Sanders Dancing with Supporters
Date	2019/06/01	2019/06/06	2019/06/22	2019/08/09	2019/09/03	2019/09/07	2019/11/03
Song name	Power to the People	Power to the People	Power to the People	Power to the People	Unidentified	Power to the People	The Way You Do the Things You Do
Artist/Performer	John Lennon	John Lennon	John Lennon	John Lennon	Tommie Sunshine	John Lennon	The Temptations
Genre	Rock	Rock	Rock	Rock	Unidentified	Rock	Reggae/Folk

(Trax on the Trail を元に筆者作成)

※2018年12/31から2020年1月10日におけるBernie Sanders候補者の民主党大会
(Convention)とFundraisingを目的とした集会での音楽

表5 Elizabeth Warren : ConventionとFundraising集会で使用された音楽※

Elizabeth Warren					
Medium	California Democratic Party Convention	Iowa Democrat's Hall of Fame Dinner	South Carolina Democratic Party Convention	Iowa Democratic Wing Ding Event	New Hampshire Democratic Party Convention
Date	2019/06/01	2019/06/06	2019/06/22	2019/08/09	2019/09/07
Song name	9 to 5	9 to 5	Respect	9 to 5	Respect
Artist/Performer	Dolly Parton	Dolly Parton	Aretha Franklin	Dolly Parton	Aretha Franklin
Genre	Country	Country	R&B	Country	R&B

(Trax on the Trail を元に筆者作成)

※2018年12/31から2020年1月10日におけるElizabeth Warren候補者の民主党大会
(Convention)とFundraisingを目的とした集会での音楽

3 三候補者の「Authenticity」

以上、三候補者それぞれのキャンペーンソングを見てきたが、その選曲はどれほどの「Authenticity」があったと言えるのか。ジョー・バイデン陣営は総合的に見て「Authenticity」は三候補者の中では最もないと言える。それは有権者に寄せるようにアーティストのエスニシティをコントロールしたことや「Anthem」である“Higher and Higher”はそもそも愛をテーマにした曲であったことに起因している。ジョー・バイデンは大統領選挙での敗戦、再婚、不慮の事故などのことから波瀾万丈の人生を送ってきたという印象がアメリカ社会では強く、一般庶民層の出身であり民主党中道派からの支持が従来厚い。しかし、2019年の4月時点で、民主党内部の女性やその他複数名からセクハラ行為の告発をされ²⁷、その後ジョー・バイデンはセクハラ問題について釈明に終わった²⁸。“Higher and Higher”の歌詞が伝える「愛」に関する内容とはむしろ正反対のことを示していると捉えることができる。“Higher and Higher”の内容としては、ある女性が落ち込んでいる中新たな出会いを果たし、高揚するというシンプルなストーリーで、「Disappointment was my closest friend. But then you came and it soon departed」や「I'm so glad, I finally found you Yes, that one in a million girl」からも、その女性視点であることと、愛や出会いをテーマにしていることがわかる。しかし、ジョー・バイデンはそもそも女性ではなく、また「出会い」という点でも、ジョー・バイデンでの政界での長期の経歴を見るに、新規性を感じることは難しい。一方、繰り返し歌われる「your love Keep on Lifting me Higher and higher」やバックで流れるコーラスは、楽しく、また聴衆を高揚させ、一体感を感じさせる。ゴスペルとしても歌われる“Higher and Higher”を選曲したのは、ジョー・バイデンのローマ・カトリックへの信仰とも通じている可能性は否定できない。総じて、ジョー・バイデン陣営のこの“Higher and Higher”の選曲の背景には、打算性はあまりないと言え、ジョー・バイデンに対しての社会のイメージする像とは乖離している。

バーニー・サンダースは総合的に見て、「Authenticity」という観点においては三候補者の中で次点に来る。それは、大企業や富裕層に対してのこれまでの一環した姿勢や社会民主主義を自認するサンダース自身の政治的信条と「Anthem」の“Power to the People”の訴える内容に乖離はないからだ。曲のはじめには、ピッチの高い声で8回連続も「Power to the People（人々に力を）」と歌われ、「Say you want a revolution（革命を起こすなら）We

²⁷ Dominique Mosbergen, 7 Women Have Now Said Joe Biden's Touches Made Them Uncomfortable, HuffPost.com, accessed January 25, 2020, https://www.huffpost.com/entry/joe-biden-3-more-women-uncomfortable-touching_n_5ca57f16e4b082d775e03566

²⁸ Chris Lefkow 「米民主党バイデン氏、セクハラ問題で釈明 個人的空間に「より配慮」」 AFP. 2019年04月04日. accessed January 25th 2020. <https://www.afpbb.com/articles/-/3219222>

better get on right away (今すぐ始めよう)」などや「Well you get on your feet and out on the street (なら立って表に出よう)」からは、実際にバーニーが扇動した Occupy Wallstreet を想起させる。また「A million workers working for nothing (こき使われてる大勢の労働者達) You better give them what they really own (労働に見合った報酬を払った方がいいぜ)」からは、バーニーの最低賃金に関する主張、格差是正への意思を感じることができる。ジョン・レノンという人物がどういった人物や信条を持っていたかについては多様な議論が展開されているが、平和を謳う音楽を展開している彼による音楽を選曲したことも、バーニーらしさが映し出されている。そして、LGBTQ や少数民族の権利保護を訴えている点も、その多様で包括的な選曲のジャンルにも反映されており、その主張や信条との乖離は少ないと言える。しかし、バーニー・サンダースはウォーレンに対してトランプ政権に対しては「女性では勝てない」²⁹と発言したことが報じられていることから、「Authenticity」が少し揺らいでいると考えることができる。

そして最も「Authenticity」があるとされるのがエリザベス・ウォーレン陣営だろう。それは医療保険適用や賃金に関する議論を選挙戦で展開しているのは、エリザベス・ウォーレンが中西部で最も顕著に表れている中流階級の没落を問題視しているからであり、Country 音楽や「9 to 5」はそういった人々の生活を表象しているからだと考えられる。キャンペーンの「Anthem」である「9 to 5」では、男女間格差を含め、労働において搾取される側の生々しい社会への思いが歌われている。それは歌詞の「Working 9 to 5, what a way to make a living (9時から5時まで働くなんて最低の生き方よ)」や「It's all taking and no giving (とにかくひたすらこき使われて、なのに全然見返りはなし)」などからも分かる。また、アメリカ社会における所得格差に対しても、曲の中では「It's a rich man's game, no matter what they call it (ヤツらがなんて呼んだって、そういう暮らしは金持ちの男だけのゲームなの)」や「And you spend your life putting money in his wallet (だからあくせく働いたって、ヤツの財布が厚くなるだけ)」と批判的な姿勢をとっている。この、「搾取」に対してのエリザベス・ウォーレンの問題意識は演説などの発言を通じても明らかだが、エリザベス・ウォーレンが10代の頃、父親が心筋梗塞で倒れ、家計の収入源の低下と嵩む医療費を背景にアルバイトに従事していたこと³⁰にも起因していると考えられる。有権者にとっては、エリザベ

²⁹ 朝日新聞、「米民主サンダース氏「女性では勝てない」と発言＝ウォーレン氏」、2020年1月14日、accessed January 22nd 2020.

<http://www.asahi.com/international/reuters/CRWKBN1ZD0ES.html>

³⁰ Elizabeth Warren, Elizabeth Warren: I could go to college on a waitress' salary. Americans can't do that anymore, CNN opinion, July 30 2019, accessed January 25 2020, <https://edition.cnn.com/2019/07/29/opinions/elizabeth-warren-2020-student-debt-free-college/index.html>.

ス・ウォーレンの主張には実体験が反映されていると見え、その主張することへの思いに疑念が少ないと捉えることが妥当だ。キャンペーンを俯瞰した際、エリザベス・ウォーレンはテクノクラートでありながらも社会全般に対して思慮深く、否定する有権者に対して不満をもらすことなく、冷静で計画的に選挙戦を闘っていると見て取れる。格差に関する議論では、階級闘争としてではなく、格差是正に向けて低・中間所得者層の経済基盤の安定を重視する姿勢などが例にあげられる。以上、エリザベス・ウォーレンには中流階級としての苦悩が多く含まれておりこの“9 to 5”の選曲はウォーレンの「Authenticity」をより強化していると言え、また有権者にとって、エリザベス・ウォーレンの政策や主張の思いへの信頼は厚いということができる。

結論

1 要約

以上、第 I 章では歴代の大統領選挙におけるキャンペーンソングの変遷やキャンペーン戦略を見ていき、それを踏まえて第 II 章で 2016 年の大統領選挙におけるヒラリー・クリントン陣営の失敗とドナルド・トランプの躍進の要因を議論した。そして第 III 章では 2020 年大統領選挙における民主党候補者の 3 名の陣営のそれぞれのキャンペーンソングの選曲とターゲットにしている支持者層の分布について考察してきた。

キャンペーンソングが使用されるようになった 1800 年から 1900 年初頭にかけては既存の音楽をパロディー化したものが主流で、1960 年代以降は選挙用に作曲したものや、また曲の一部の歌詞をアレンジしたものが主流で、1990 年代から現在までは既存のヒット曲を歌詞など曲の構成要素は変えずに原型のまま活用する手法が活用されている。今日において主流の原型のまま活用する手法は、その使用する曲自体が抽象化され、その曲と候補者との親和性や候補者との「authenticity」への重要度が高まると考えられる。

女性初の大統領が期待された 2016 年の大統領選挙では、ヒラリー・クリントン陣営は社会でイメージされる日和見主義的な姿勢と、選曲で描かれていた女性像には乖離が存在し、結果的にヒラリーに対しての猜疑心が有権者の中で生まれた。また、セレブの過度な活用は富裕層への嫌悪感として表れ、社会的に根強いミソジニーの存在がヒラリーへの支持から遠ざけた。一方、トランプが躍進したのは、トランプ自身の「masculinity」としてのイメージや経営者としてのイメージが、選曲のテストと合致して

「Authenticity」が結果担保された。また、躍進は議論を遠ざけることや、アメリカの後退の要因を外部に求めるなどしたポピュリズム的な選挙戦略が功を期した結果だと言える。

2020 年の民主党候補者選挙においては、ジョー・バイデン、バーニー・サンダース、エリザベス・ウォーレンの三候補者は共通して既存の支持者を意識した選曲を行なっていると言える。しかし、それのもたらず「authenticity」の度合いは異なると言え、ジョー・バイデンがその点では遅れを取っており、エリザベス・ウォーレンがその点ではリードしていると結論づけることができる。

2 結び

世界を左右する大国アメリカの大統領選挙を紐解く上で、キャンペーン戦略や有権者の投票行動に直接関わる「音楽」の存在が政治学という分野においては小さい。経済や統計といった観点で投票行動を分析している研究は多く存在するが、その特定の時代の人が何を意識し、何を考え、何を望んでいたのかについては、その人々の表現を通じて

でしか測ることはできない。それもそのはず、全ての表現は「政治的」であるからだ。その「政治的」な音楽が大統領選挙で活用されたことは必然の結果だったのかもしれない。音楽の作成者であるアーティストの信条、歌詞が伝えている内容、ムードやトーンが及ぼすリスナーへの影響、その曲の伝達される環境、そしてそれを使用する候補者。本当に多くのものが複雑に絡み合い有権者の意識の底に影響していく。その複雑性と相乗効果が大統領選挙におけるキャンペーンソングの本質であり、その効果の絶大さを裏付けているのではないだろうか。

参考文献一覽

【一次資料】

Celine Dion. "You and I". Columbia Epic. 2004.

Charles A. Zimmermann. "Anchors Away". Label Unknown. 1906.

Elizabeth Banks, Bruce Cohen and Mike Thompkins/ Democratic National Convention.

"Democratic National Convention - Our Fight Song." Youtube. 2016/07/26. accessed January 11, 2020.

Eric Bradner, Where does Hillary Clinton stand on guns?, CNN, accessed January 11, 2020,

<https://edition.cnn.com/2016/08/11/politics/hillary-clinton-gun-control-second-amendment/index.html>

Frank Sinatra. "High Hopes". Capitol. 1959.

Lee Greenwood. "God Bless the U.S.A.". MCA Nashville. 1984.

Milton Ager. "Happy Days Are Here Again". EMI Robbins Catalog. 1929.

Neil Young. "Rockin' in the Free World". Reprise. 1989.

Queen. "We Are the Champions". EMI (UK) / Elektra (US). 1977.

R.E.M.. "It's the End of the World". I.R.S.. 1987

Samuel Woodworth. "The Hunters of Kentucky". Label Unknown. 1824.

Spotify, The Official Hillary 2016 Playlist created by Hillary Clinton, June 13, 2015, accessed January 11, 2020, <https://open.spotify.com/playlist/43JJ50RsHoyUXj8eI8FaPQ>

【二次資料】

Andrew Hampp, "How Hillary Clinton Is Soundtracking Her 2016 Presidential Campaign,"

Billboard, June 12, 2015, <http://www.billboard.com/articles/business/6597839/hillary-clinton-presidential-campaign-music-marmoset>; Daniella Diaz, "Hillary Clinton Releases

Becker, "Star Power?"; Andrew Pease and Paul Brewer, "The Oprah Factor: The Effects of a

Celebrity Endorsement in a Presidential Primary Campaign,” *The International Journal of Press/Politics* 13 (2008): 386-400; Craig Garthwaite and Timothy Moore, “Can Celebrity Endorsements Affect Political Outcomes? Evidence from the 2008 US Democratic Presidential Primary,” *Journal of Law, Economics & Organization* 29 (2013): 355-384.

Bronwyn Tarr, Jacques Launay, and Robin I. M. Dunbar, “Music and Social Bonding: ‘Self-Other’ Merging and Neurohormonal Mechanisms,” *Frontiers in Psychology* 5 (2014), published online at <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2014.01096/full>; Diana Boer et al., “How Shared Preferences in Music Create Bonds Between People,” *Personality and Social Psychology Bulletin* 37 (2011): 1159-71.

Bruce J. Schulman, “Farewell to the ‘Smoke-Filled Room’: Parties, Interests, Public Relations, and the Election of 1924,” in *America at the Ballot Box: Elections and Political History*, Gareth Davies and Julian E. Zelizer, eds. (Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 2015): 139-52, 147.

Chris Lefkow 「米民主党バイデン氏、セクハラ問題で釈明 個人的空間に「より配慮」」
AFP. 2019年04月04日. accessed January 25th 2020.
<https://www.afpbb.com/articles/-/3219222>

Dana Gorzelany-Mostak. “Trax on the Trail: An Interactive Campaign Music Website for Educators, Scholars, and the Public.” *Trax on the Trail*. Georgia College.
<http://www.traxonthetrail.com/>. accessed January 11, 2020.

Danny Strong, “May the Most Authentic Man Win,” *Men’s Health*, October 14, 2008, accessed January 10, 2020, <http://www.menshealth.com/guy-wisdom/the-value-of-personal-authenticity>.

David Haven Blake, *Liking Ike: Eisenhower, Advertising, and the Rise of Celebrity Politics* (New York: Oxford University Press, 2016). 181-183.

Dominique Mosbergen, 7 Women Have Now Said Joe Biden’s Touches Made Them Uncomfortable, *HuffPost.com*, accessed January 25, 2020,
https://www.huffpost.com/entry/joe-biden-3-more-women-uncomfortable-touching_n_5ca57f16e4b082d775e03566

Elizabeth Warren, Elizabeth Warren: I could go to college on a waitress' salary. Americans can't

do that anymore, CNN opinion, July 30 2019, accessed January 25 2020,
<https://edition.cnn.com/2019/07/29/opinions/elizabeth-warren-2020-student-debt-free-college/index.html>.

Eric Bradner, Where does Hillary Clinton stand on guns?, CNN, accessed January 11, 2020,
<https://edition.cnn.com/2016/08/11/politics/hillary-clinton-gun-control-second-amendment/index.html>

Eric T.Kasper and Benjamin S. Schoening,“I Won’t Back Down,’or Will I?: The Law and Politics Surrounding Presidential Candidates’ Unau- thorized Use of Copyrighted Songs,” PS: Political Science and Politics 49 (2016): 53-58.

HunterSchwarz,“TheMarcoRubioGuidetoHip-Hop,”WashingtonPost, April 14, 2015,
https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2015/04/14/the-marco-rubio-guide-to-hip-hop/?utm_term=.9a95c5deffb6.

Irwin Silber, Songs America Voted By: From George Washington to Richard Nixon—the Gutsy Story of Presidential Campaigning (Harrisburg, PA: Stackpole Books, 1971), 21-27.

James F.Simon, FDR and Chief Justice Hughes: The President, the Supreme Court, and the Epic Battle over the New Deal (New York: Simon and Schus- ter, 2012), 213.

Jennifer Parker, “Candidates’ Theme Songs Set Campaign Tone,” ABC News, February 1, 2008,
<http://abcnews.go.com/Politics/Vote2008/story?id=4215545&page=1>.

Joel Whitburn, The Billboard Book of Top 40 Country Hits (New York: Billboard Books, 2006), 144.

Justin Patch. (2018). "This Is What Democracy Sounds Like: Reflections on Pop Songs in the 2016 Campaign" Chapter One, You Shook Me All Campaign Long: Music in the 2016 Presidential Election and Beyond (Vassar College)

Kasper, Eric T. (2018). You Shook Me All Campaign Long: Music in the 2016 Presidential Election and Beyond. Canada, University of North Texas Press.

Kate Zittlow Rogness. (2018). " This Is Our Fight Song: The Rhetorical (In)Visibility of Hillary Clinton Supporters" Chapter One, You Shook Me All Campaign Long: Music in the 2016 Presidential Election and Beyond (Hamline University)

Lynn Vavreck, "The Ad That Moved People the Most: Bernie Sanders's 'America,'" New York Times, December 30, 2016, <https://www.nytimes.com/2016/12/30/upshot/the-campaign-ads-that-moved-people-the-most.html>.

Michael Kranish, Hillary Clinton regrets her Iraq vote. But Opening for Intervention was a pattern, Washington Post, accessed January 11, 2020, https://www.washingtonpost.com/politics/hillary-clinton-regrets-her-iraq-vote-but-opening-for-intervention-was-a-pattern/2016/09/15/760c23d0-6645-11e6-96c0-37533479f3f5_story.html

Mike Carter, "Ted Cruz Settles Lawsuit Brought by Seattle Music-Licensing Firm," Seattle Times, November 13, 2016, <https://www.seattletimes.com/seattle-news/politics/ted-cruz-settles-lawsuit-brought-by-seattle-music-licensing-firm/>.

Nancy A. Wiencek, Jonathan Millen, David R. Dewberry. (2018). "Political Music, Media Spectacle, and Organizational Communication Competence: What the Wrong Songs Suggest About Candidates and Their Campaigns" Chapter Four, You Shook Me All Campaign Long: Music in the 2016 Presidential Election and Beyond (Rider University).

Jennifer L. Lambe, "Public Perceptions Regarding Authenticity of the 2012 Presidential Candidates," Presidential Studies Quarterly 44 (2014): 742-757.

Spotify, The Official Hillary 2016 Playlist created by Hillary Clinton, June 13, 2015, accessed January 11, 2020, <https://open.spotify.com/playlist/43JJ50RsHoyUXj8e18FaPQ>

Suzanne Boothby, "Does Music Affect Your Mood," Health Line, April 13, 2017, <https://www.healthline.com/health-news/mental-listening-to-music-lifts-or-reinforces-mood-051713#1>.

朝日新聞。「米民主サンダース氏「女性では勝てない」と発言＝ウオーレン氏」。2020年1月14日。accessed January 22nd 2020. <http://www.asahi.com/international/reuters/CRWKBN1ZD0ES.html>

岡野 杏有子「アメリカ大統領選挙 2020 トランプ再選なるか? | セレブとトランプ」NHK News Web, 2020年01月03日 (最終閲覧日: 2020年1月8日) <https://www3.nhk.or.jp/news/special/presidential->

election_2020/report/society/society_12.html

清原聖子『ソーシャルメディアの普及に伴うアメリカ選挙キャンペーンにおける変化
—2014年中間選挙を事例に—Changes of American Election Campaigns Using Social
Media : the 2014 Midterm Election』明治大学情報コミュニケーション学部.2016年.

朝日新聞. 「米民主サンダース氏「女性では勝てない」と発言＝ウォーレン氏」. 2020年
1月14日. accessed January 22nd 2020.

<http://www.asahi.com/international/reuters/CRWKBN1ZD0ES.html>

16437 文字+表 x5