

研究ノート

ポピュラーカルチャー実践の公共性：
ファン実践によるギャップの補填と攪乱陳 怡禎^{※1}

Publicness in popular culture: Fan practices as a tool of gap-filling and resistance

Chen Ichen^{※1}

ABSTRACT

This paper analyzes the publicness in the fan practices of the Korean idol group, BTS. 2 case studies of fan activities on social media and secondary sources from news articles were analyzed.

This paper focuses on the communications practiced by BTS's fans and the discovery that through online fan activities, fans achieve the assimilation of social divisions and demonstrated signs of resistance toward the establishment. Further analysis of fan practices in multi-method approaches will be the subject of future research.

キーワード : サブカルチャー アイドルファン ファン研究 ポピュラーカルチャー KPOP

1. はじめに

世界を震撼させたロシアによるウクライナへの軍事侵攻は、本稿を執筆している2023年2月時点で約1年が経った。いまだに侵攻の収束の兆しが見えるとは言い難い現状ではあるが、国レベルの政策や戦略から、組織や個人の日常的活動まで、様々な平和を願う取り組みがいまでも世界中で行われている。

ウクライナのゼレンスキー大統領はこの1年間、ロシアによる侵攻に対応しつつ、ソーシャルメディアを活用し、侵攻の状況を国内外に向けてリアルタイムで発信したり、諸国の支援や関心を集めたりし続けている。なかでも、ゼレンスキー大統領は、役者出身である経歴故か、特に流行音楽、映画をはじめとするポピュラーカルチャー領域での呼びかけに注力していると見られる。

例えば、ゼレンスキー大統領は、2022年4月3日に開催された世界が注目する音楽賞「第64回グ

ラミー賞」にビデオメッセージを寄せ、戦争や紛争の時代における音楽の力の重要性を強調し、ウクライナへの支援を呼びかけた¹。ゼレンスキー氏が演説中で発した「沈黙を音楽で満たしてください」という言葉を受けて、多くのミュージシャンやアーティストも、その後にロシア侵攻について自身の考えを表明したり、ソーシャルメディアを通して、同意見の人々との結束を強めたりしていた。ゼレンスキー大統領による演説が、“ロシア侵攻に対して関心を持つ層”の拡大へつながったことは確かだろう。

その一方で、ポピュラーカルチャーの創出側のみならず、それを消費する側の「ファン」も様々な行動を起こし、社会的紛争に対する沈黙やギャップをファン実践で満たそうとしている動きも観察された。

具体的には次章以降で事例として取り上げて説明するが、ポピュラーカルチャーのファンは、愛

※1 日本大学国際関係学部国際教養学科 助教 Assistant Professor, Department of International Liberal Arts, College of International Relations, Nihon University

好する対象（Fan Objects）によるウクライナ支援への呼び掛けの有無に関わらず、主体的に支援活動をおこなっていたことが事例として挙げられる。つまり、ファンコミュニティは、愛好対象への愛着に基づいた共同体だが、コミュニティに所属しているファンの眼差しは、時には、消費する愛好対象ではなく、ファン同士に向いているということだ。ファン実践を通してファン同士の間のコミュニケーションを達成しながら愛好対象への応援とは直接的な関係性のない活動（例えば、前述したウクライナ支援）に取り組んでいるのである。

本稿がこうしたファン実践の中でもとりわけ注目するのは、ポップカルチャーを愛好し消費する「ファン」たちは、ファンとしての活動実践を用い、いかに社会的分断を「補填」しているのか、また、いかに権威者が構築していた社会構造を「攪乱」しているのか、の2点である。具体的に、本稿では、韓国のアイドルグループ「BTS（防弾少年団）」のファンコミュニティ（ファンネームは「ARMY」、以下、「ARMY」）によって行われたファン実践に注目し、彼らは、いかに、“私的／個人的”快楽を獲得するために行うファン実践を通して“公的”社会に変革をもたらしたかについて考察していきたい。

2. ファンカルチャー実践の公共性

本章では、まず、ファン研究に関する先行研究の潮流を簡単に振り返り、これまでのファン研究の関心を明らかにしたうえで、本稿の問題意識を明らかにする。

2.1 これまでのファン研究の系譜

これまでのファン研究の研究関心は、大きく4つの潮流に分けることができる²。1980年代後半頃より、メディア・オーディエンス研究の一部として発展し始め、学術的分野で注目されるようになったファン研究は、ファンのテキストを解釈する行動に着目し、ファンを「アクティブなオーディエンス」³としてみなし、ファン実践に肯定的評価を与えていた⁴。こうしたファン実践の能動性に着目した第一波ファン研究の蓄積を踏まえ、1990年半ばから2000年代前期に行われた第二波のファ

ン研究では、ファン・コミュニティと社会的ヒエラルキーのあいだの関係性に焦点を当てた。第二波ファン研究を行う研究者たちは、よりファンコミュニティの構築やその内部での力関係に注目し、ファンは既存の経済的・社会的、そして文化的階級をファンコミュニティ内部に複製し、再現している側面もあると論じていた⁵。

ここまでで述べたように、第一波や第二波のファン研究は、ファンを1つの集団やコミュニティとして解釈し、「個人」としてのファンを看過してきた。それを問題点とした2000年以降の第三波のファン研究では、個々のファンの日常的文化実践に焦点を当て、「個人」としてのファンに注目した。すなわち、第一波と第二波のファン研究は、「集合体としてのファン」、また、第三波のファン研究は、「個人としてのファン」に重点を置いたと言える。

その一方で、2000年代後半以降には、欧米や東アジアのファン研究の研究者は、デジタル時代におけるファン実践に注目するようになった。中でも多く議論されているのは、インターネットの発達によって、ファンないしオーディエンスは、「受け手」としてマスメディアが生産したテキストを消費するだけではなく、「送り手」としてテキストを生産している（Bruns 2006; 池田 2013ほか）という特徴である⁶。

こうしたファン実践の生産性に関する議論を踏まえ、インターネット時代におけるファン文化を分析したポール・ブース（2016）は、「デジタル・ファンダム」がこれまでのファン研究、さらにメディア研究に、新しい枠組みを提示していると指摘している⁷。ブースは、デジタル・ファンダム研究は、単に「ファンが新しいテキストを生産する」ことに注目するのではなく、ファンがいかにその生産過程のなかで、遊び感覚で旧テキストに手を加え、再生産するのかという点にこそ注目すべきだと指摘している（Booth 2016: 29）。ブースが指摘している「遊び」感覚は、まさにデジタル・ファンダムの重要な特徴のひとつであり、次章以降に検討する「ARMY」によるファン実践にも観察される要素だと言える。

2.2 ファン実践の政治性

ここまで検討してきたように、共同体／コミュニティにせよ、個人としてのファンにせよ、これまでのファン研究は基本的に“愛好対象をめぐる”ファン実践への検討に重点を置いてきた。つまり、ファンによる諸実践は、“愛好対象ありき”という前提のもとで、限られている範囲のなかで行われているものと言える。

また、ファンスタディーズの理論の枠組を用いてインターネット上の政治的議論の分極化について考察しているRenee Barnes (2022)⁸が、これまでのファン研究は「ファン」を民主主義的な意味を持つ“大衆”(democratically meaningful publics)と異なる“他者”として見なす傾向があると指摘しているように、ファン実践は、ファンコミュニティか個人としてのファンの内面において完結されるものとして位置付けられ、公的言説とされる「政治」とは、距離のある存在として捉えられがちである。

しかしながら、近年では、ファンがいかに関心を実践を通して公的議題に参入しているかについて考察し、ファンカルチャーと政治との結節点を見出そうとする研究も増えてきた⁹。例えば、ヘンリー・ジェンキンス(2006=2011)は、『コンヴァージェンス・カルチャー』において、ポップカルチャーを消費する「ファン」は、主体的にコミュニティを結成し、集合的な知識を生み出すという“参加型文化”について様々な事例を挙げて議論を進めている。ジェンキンスは、こうしたファンによる“参加型文化”と民主主義との関係性を論じ、ファンによる「真面目な楽しみ」(Jenkins 2006=2021: 380)が企業や政治に変革を与えていると評価している。

前述したジェンキンスが提示した「真面目な楽しみ」も、前節で整理したブースが論じている「遊び」も、現代のファン実践に最も強調される特質のひとつだと言える。つまり、ファンたちは、愛好対象を消費し、再生産するのにとどまらず、「遊び」や「真面目な楽しみ」を包括するファン実践を通して、「ファンコミュニティ」という私的(とされる)領域を超えて、公的／政治的領域に参入しようとしているのだ。本稿はこうした知見を踏

まえ、以下の2点について考察していく。

まずは、ポピュラーカルチャーのファンたちは、いかにファン実践を通して、ファンの間のコミュニケーションを達成しながら、①社会的分断を「補填」したり②既成の社会規範を「攪乱」しているか、について考察する。

次に、ファンたちは、果たして“戦略”的にファン実践という手段を用いて公的／政治領域へ参入していたのか、それとも、彼らは、日常的な「遊び／真面目な楽しみ」を優先して価値を付与し、そのような「遊び／楽しみ」を“戦術”¹⁰的に公的領域に持ち込んで再現した結果、既成の社会構造に何か変化を与えていたのか、という点を明らかにしていきたい。

その手がかりとして、本稿は、韓国アイドルグループ「BTS (防弾少年団)」のファンコミュニティ (ARMY) によって行われたファン実践を事例として、「ARMY」によるファン実践の「公共性」を明らかにする。

3. 「ARMY」によるファン実践

BTSは、2013年にCDデビューを果たした韓国の男性アイドルグループであり、欧米をはじめとする世界市場を強く意識しながらKPOPブームを牽引している存在である。世界中で大成功を収めているBTSのファン層といえば、年齢、性別、国籍などの出自はもちろん、生活経験、政治的アイデンティティも異なるため、ひとつのファンコミュニティとして捉えることは難しいだろう。

出自やアイデンティティが全く異なる「ARMY」の間では、さまざまな“ギャップ”が存在しているはずだが、本稿は、事例研究として、「ARMY」によるファン実践を検討し、そしてそのような実践を通して達成した「補填」や「攪乱」の2つの社会変革効果を示す。また、本稿の位置付けは研究ノートのため、取り扱っている2つの事例は、本調査の前段階にある、という点をあらかじめ断っておきたい。

3.1 事例1：「#BTSARMYforUkraine」にみるギャップへの補填

まず、本節では、「ARMY」はいかにファン実践

を通して、社会的分断・ギャップを「補填」しているかを見ていく。

本稿の冒頭で事例としてあげたウクライナ侵攻では、政治家や著名人などの“公人”が、マスメディアやソーシャルメディアを通して情報を発信し、世界中からの関心を集めているのと同様に、ICT技術の進歩によって、普通の人々も日常的に利用しているソーシャルメディアを通して声を上げることが可能となっている。

中でも、本稿がとりわけ注目する、侵攻で不安な日々を送っているウクライナの「ARMY」たちが、これまで愛好対象である「BTS」への応援活動やファン同士の繋がりを作るために利用してきたソーシャルメディア上で、侵攻の現状や自らの苦悩や不安を発信するようになったことに注目したい。

たとえば、「btsukrprojects¹¹」という、ウクライナ現地の「ARMY」たちが応援活動を企画するために作ったソーシャルメディアのTwitterアカウントがあるが、このアカウントの紹介欄には、「Ukrainian BTS ARMY fanbase」と書かれているように、元々このソーシャルメディアのアカウントは、ウクライナにおける「BTS」に関連する情報を交換できる「ARMY」の交流の場であった。

このような愛好対象である「BTS」への愛着に基づいて構築された「ARMY」たちの属する空間に投稿された、2022年3月25日に発表されたウクライナ侵攻に関するある投稿¹²が、他国の「ARMY」の注目を集めていた。その投稿は、侵攻前に「ARMY」が自発的に企画して出した「BTS」メンバーの写真を使った地下鉄の駅広告の画像で、そこには「数週間前までは、(筆者注:「ARMY」たちが)、ここで写真を撮って笑い合っていたのに、今は生きるために人々がこの駅広告の前に避難しているのを見るのが辛い。今ウクライナでこんなことが起きているなんて信じられない。この戦争は悪夢だ。」と悲しみを綴っていた。

前述した投稿を含め、ウクライナの「ARMY」による侵攻を訴えた投稿は、即時に拡散され、世界中の「ARMY」の注目を集めた。多くの「ARMY」はソーシャルメディア上に「#BTSARMYforUkraine」という連帯を示すハッシュタグをつけて、ウクラ

イナへの支援や募金の呼びかけを行った。

彼らによる行動は、ファン同士の間の連帯感によって生み出されたものである。前章では、多くの著名人がウクライナ支援を呼びかけていたと述べていたが、このような場合は、著名人の呼びかけに反応したり、賛同したりするファン／受け手もいただろう。しかしながら、本節で検討する「#BTSARMYforUkraine」という支援活動は、ポピュラーカルチャーの送り手(BTS)が創出したものではなく、むしろファンコミュニティ内部の相互作用によって生成されたものである。さらに、「ARMY」たちが、支援活動に取り組むようになったのは、「民族や国家アイデンティティ」などの公的／政治的な理由というより、「同じファンコミュニティに所属するファン同士」のためだったと考えられる。

さらに、前述したソーシャルメディア上の投稿例を再度確認しよう。投稿主(ウクライナのファン)は、「数週間前までにBTSの広告の前に笑っていた」と嘆いた。その嘆きに反応し、世界中のファンが自発的に支援活動を行った。つまり、世界中の「ARMY」が支援を行おうとしていたのは、ウクライナ侵攻のせいで「ファンとしての日常を失った」ファン同士を守るためだったと考えられる。

その一方で、ここで注意すべきなのは、ARMYによる支援行動の根底にあるファン同士の連帯意識は、時に「愛好対象」とは無関連なものだ、という点である。すなわち、彼らはファンとしてのアイデンティティに基づき、様々なファン実践(例えば本稿で取り上げた「ファンへの支援活動や募金」)を行っているが、このような行動の原点となるのは、「政治的／戦略的」理由でもなく、「愛好対象への愛着」でもない。彼らは、単なる「ファン同士の連帯感」に駆られ、支援行動をおこなった。そして、彼らが国境や種族を越えた支援活動が結果として、社会的紛争や分断を補填することを達成したのである。

3.2 事例2:「#BlackLivesMatter」論争にみる「攪乱」

前節では、「ARMY」がファン同士の連帯感に駆動され、社会的分断を「補填」している事例を取

り上げた。本節では、同じくソーシャルメディアにおける「ARMY」たちの行動に着目し、彼らはいかにファン実践を通して、既成の権力が作り上げた社会構造を「攪乱」していたかについて見ていく。

2020年にアメリカで起こった、人種差別に反対する「BLM (Black Lives Matter)」運動¹³において、多くの著名人が運動に対する支持を表明していた中、メンバー全員がアジア出身の「BTS」も声を上げ、100万ドルを寄付した。「BTS」の寄付行動に賛同した世界中の「ARMY」からの募金も24時間以内に同額を集めることができた¹⁴ (『billboard Japan』2020.10.6)。

一方で、前述した「ARMY」が愛好対象である「BTS」に呼応して実践した行動だけではなく、彼らが主体的に行ったソーシャルメディア上の「攪乱」行動も注目に値する。

「BLM運動」に対抗する形で、「白人至上主義」を掲げた一部のネットユーザーが、ソーシャルメディア上で、「#WhiteLivesMatter」というハッシュタグをつけて、人種や民族の間の対立を起こそうとしたことも話題となったが、報道によればその際、「ARMY」を含む多くのK-POPファンが、自らの好きなKPOPアイドルの動画や画像などのコンテンツに、「#WhiteLivesMatter」というハッシュタグをつけて大量にTwitterに投稿する、という現象を起こしたのだ (『Rollingstone Japan』2020.6.7)。

こうした「ARMY」をはじめとするKPOPのファンたちによる、本来の意図とは全く異なる内容となった「#WhiteLivesMatter」というハッシュタグがつけられた投稿は、最終的には、新たな対立や紛争の火種になりかねない「#WhiteLivesMatter」というハッシュタグの乗っ取りへと遷移し、そのハッシュタグの本来の意味を解消して“異なる意味を持つ (または無意味な)”「遊びの記号」へと転換していった¹⁵と見られる。

「ARMY」をはじめとするKPOPファンは、ポピュラーカルチャーを消費する際に、日々ハッシュタグなどのコンテンツを生産することができたはずだ。にもかかわらず、彼らは、ポピュラーカルチャーに関連する記号を生産するのではなく、“あえて”既存の (紛争になりそうな) ハッシュタグ

を借用し、自らのお気に入りのアーティストに関連するコンテンツを貼り付けた。この意図は何だったのだろうか。

ファンたちは、このような記号転換の“遊び”を通して、以下の2重の快楽を獲得しようとしているのではないかと考えられる。

1つめは、①「お気に入りのアイドルの写真や動画を投稿し、誰かと共有する」ことによる「ファン」としての快楽である。彼らは、ソーシャルメディアを通して、日常的に写真や動画などのポピュラーカルチャーに関連するコンテンツを消費すると同時に、それを共有したり、再生産したりしている。彼らの最大の目的は、お気に入りのアイドルをネット上で宣伝し、さらに同好者をつなぐことだろう。彼らにとって、自らが消費しているポピュラーカルチャーの「可視化」 (例えば、好きなアイドルを知ってもらうこと) は重要である。その「可視化」の手段として、既存のハッシュタグを乗っ取ることが選ばれたと考えられる。

2つめは、②「人種差別運動の対抗対象である既存の権威者 (白人や白人至上主義論者) が『#WhiteLivesMatter』という言説を通して強固化しようとする権威構造を解体する」ことで「反逆者」として獲得する快楽である。具体的には、人種差別に異議申し立てた「#BlackLivesMatter」に対し、対抗される側としての白人や白人至上主義論者は、「#WhiteLivesMatter」という言説を創出し、彼らの本来の優位性を強調した。こうした相容れない両極端に位置する2つの言説が衝突しているなか、ポピュラーカルチャーのファンは、「#WhiteLivesMatter」という言説に真正面から対抗し、それを完全に消去しようとするのではなく、その言説が持つ本来の意味を「無意味化」する作業を繰り返している。つまり、「彼らは「ソーシャルメディア上で好きなコンテンツを共有する」という (彼らにとって) 日常的なファン実践を通して、既存の権威構造に対し、「攪乱」する機能を果たしたと言える。

4. ファン実践の公共性

本稿は、韓国出身のアイドルグループ「BTS」のファンコミュニティ「ARMY」が行った2つのファン実践に注目した。

まず、本稿は、「ARMY」たちが、ファン同士の「ファンとしての日常」を守るために支援し合うことについて考察した。

「趣味」を中心に結成するコミュニティは、血縁や社縁などのフォーマルなつながりと比べれば、より流動性の高い共同体だと捉えられている。しかしながら、彼らは、「ARMY」という共同体に対する強固な帰属感に駆動され、支援活動を行った。必ずしも愛好する対象に追随したり、同調したりするとは限らない、ファンコミュニティ内部におけるコミュニケーションによって生成したファン実践を通して、彼らは社会的分断を補填することを果たした。

また、本稿では、ソーシャルメディアにおける「ARMY」を含むKPOPファンが行った“遊び”を検討した。彼らは、日常的に楽しんでいるファン実践を用いて、社会的分断を引き起こし得る言説やそれが象徴する既成の社会構造を解体した。注意すべきなのは、彼らは、既成の権威に対し、真正面から「対抗」するのではなく、「遊び／楽しみ」の性質を内包する「攪乱」を行うという点である。

これまで検討してきたように、ファンたちは、自らの「ファンとしての日常」で得る“私的”快樂に高い価値を付与し、またそのような日常的ファン実践を用いて社会的分断を「補填」とすると同時に、既成の社会規範を「攪乱」していると言える。こうしたファンによる“私的／個人的”快樂を獲得するために行う実践が、いかに“公的”社会に変革をもたらし得るのか、今後重要な研究課題である。

※本稿は、科学研究費補助金（2020年度 若手研究・20K13706）の助成を受けたものである。

¹ また、同授賞式では、ウクライナ支援をコンセプトとする、アメリカの歌手やウクライナの詩人・パフォーマーによる特別パフォーマンスも行われた。

² グレイ、サンドヴォスとハリントン（2007）はそれまでの欧米圏で行われてきたファン研究を3つの潮流に区分しているが、本稿は、グレイ

らの整理に、デジタル時代におけるファン研究を加え、4つの潮流に区分している。グレイらの議論については、Gray, Jonathan, Sandvoss, Cornel. & Harrington, Lee, “Introduction: Why Study Fans?”, Gray, J., Sandvoss, C. & Harrington, L.eds., *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*, New York University Press, p.1-18, 2007.を参照。

³ 例えば、Lewisは、「ファン」を「よりビジブル、アクティブなオーディエンス」として定義している。Lewis, Lisa A., *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, Routledge, 1992.

⁴ 例えばジェンキンスは、『*Textual Poachers*』（1992）でファンの行動について分析した際に、ファン行動とは単なる何らかの行動にはとどまらず、実際に集合的戦略（collective strategy）であり解釈共同体（interpretive community）を作り出す行為であると指摘し、ファン実践の能動性に着目していた。詳しくはJenkins, Henry, *Textual Poachers*, Routledge, 1992.を参照。

⁵ このような第二波ファン研究の議論は、フランスの社会学者ピエール・ブルデューの学説によって発展させられた議論に基づいたものである。第二波ファン研究を行った研究者らでは、このようなブルデューの理論を用い、ファンたちは愛好対象を選好し、ファンコミュニティを構築する際に、実は自身のファンコミュニティ外部の資本（経済資本、社会関係資本や文化資本）に影響を受けていると論じている。

⁶ 詳しくは、池田太臣、「共同体、個人そしてプロデュセージ：英語圏におけるファン研究の動向について」『甲南女子大学研究紀要。人間科学編』49, p.107-119, 2013.そして、Bruns, Axel, “Toward Produsage : Futures for User-Led Content Production”, Ess, C, Sudweeks, F, & Hrachovec, H. Eds., *Proceeding of the 5th International Conference on Cultural Attitudes towards Technology and Communication*. School of Information Technology, p.275-284, 2006.を参照。

⁷ Booth, Paul, *Digital Fandom 2.0: New Media Studies*, Peter Lang Pub Inc, 2016.

⁸ Barnes Renee, *Fandom and Polarization in Online Political Discussion*, Palgrave Macmillan, 2022.

⁹ 例えば以下の文献がある：Jenkins Henry, *Conver-*

gence Culture: Where Old and New Media Collide, NYU Press, 2006 (渡部宏樹・北村紗衣・阿部康人訳, コンヴァージェンス・カルチャー: ファンとメディアがつくる参加型文化, 晶文社, 2021.)、Hinck Ashley, *Politics for the Love of Fandom: Fan-Based Citizenship in a Digital World*, LSU Press, 2019.、陳怡禎, 「社会運動空間における「女性の遊び」—台湾ひまわり運動を事例に」『女子学研究』10号, p.25-34, 2020.、Lim Sojin, *South Korean Popular Culture in the Global Context Beyond the Fandom*, Routledge, 2023.

¹⁰ 本稿は、セルトーが提示した「戦略」や「戦術」という2つの概念を援用する。詳しくは、de Certeau, Michel, *La Prise de parole: pour une nouvelle culture*, Desclée De Brouwer, 1968. (佐藤和生訳, 『パロールの奪取 新しい文化のために』法政大学出版局,

1998.) を参照。

¹¹ <https://twitter.com/btsukrprojects> (2023年2月25日取得)

¹² <https://twitter.com/btsukrprojects/status/1497095283640991748?s=20> (2023年2月25日取得)

¹³ 「BLM」運動の発端は、2020年5月に、アメリカにある黒人男性が白人警察官による不適切な拘束によって亡くなった事件であった。

¹⁴ また、ファンの募金活動について、「BTS」のメンバーも感謝の言葉を述べ、ファンの行動に対して肯定的態度を示していた。

¹⁵ また、前掲した報道の中では、「K-POPファンはこのハッシュタグを大好きなアイドルグループの宣伝としてのみならず、人種差別反対を掲げる団体のリンクやメッセージを貼り付けるのに活用した」との記載もあった。