

Title	ガールクラッシュなK-POP女性アイドルが女性ファンに与える影響： 若年中国人女性ファンへのインタビューを中心に
Sub Title	Influence of the girl crush K-POP female idols on female fans : based on interviews with young Chinese female fans
Author	王, 思雨(Wang, Siyu)
Publisher	慶應義塾大学大学院社会学研究科
Publication year	2023
Jtitle	慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要：社会学心理学教育学：人間と社会の探究 (Studies in sociology, psychology and education : inquiries into humans and societies). No.96 (2023.) ,p.[35]- 48
JaLC DOI	
Abstract	The purpose of this study is to examine the impact of the K-POP female idols on young female fans in China, particularly focusing on their evolving and diverse representations and the growing feminist consciousness within the Chinese society. On the basis of the interviews with young Chinese female fans, the study revealed that the K-POP female idols influence them not only through their feminist messages in their music videos and lyrics but also through their feminist perspectives, and consequently shape the fans' gender awareness. While some fans experienced a change in gender consciousness and took actions inspired by the idols' feminism, others felt hesitant or could not express themselves due to the fear of negative judgments and stereotypes imposed on them by others. Furthermore, while these images of women might include "femininity" as portrayed by men, they also express different features, while actively expressing their own personalities. Against the backdrop of the growing feminist movement in China and South Korea, Chinese female fans who seek female "freedom" prefer to support the female idols that match their own values rather than directly or actively participate in such social movements as feminism. Moreover, they are placed in a very complex environment. While they appreciate the experience of the independence and freedom of expression of the Korean female idols, the reception of the K-POP by young Chinese female fans entails complex considerations related to identity, which would combine a foreign culture fan and national identity. Additionally, the study emphasizes the importance of receiving the fan empowerment through participating in the social media activities and the creation of fan content. However, it is important to note that the research is limited to interviews with specific idol groups, and further research involving a wider range of the K-POP idols and fans is required to gain a more comprehensive understanding of the girl crush K-POP female idols' media culture.
Notes	論文
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN0006957X-00000096-0035

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

ガールクラッシュな K-POP 女性アイドルが女性ファンに与える影響

—若年中国人女性ファンへのインタビューを中心に—

Influence of the Girl Crush K-POP Female Idols on Female Fans: Based on Interviews with Young Chinese Female Fans

王 思 雨*
Siyu Wang

The purpose of this study is to examine the impact of the K-POP female idols on young female fans in China, particularly focusing on their evolving and diverse representations and the growing feminist consciousness within the Chinese society. On the basis of the interviews with young Chinese female fans, the study revealed that the K-POP female idols influence them not only through their feminist messages in their music videos and lyrics but also through their feminist perspectives, and consequently shape the fans' gender awareness. While some fans experienced a change in gender consciousness and took actions inspired by the idols' feminism, others felt hesitant or could not express themselves due to the fear of negative judgments and stereotypes imposed on them by others. Furthermore, while these images of women might include "femininity" as portrayed by men, they also express different features, while actively expressing their own personalities. Against the backdrop of the growing feminist movement in China and South Korea, Chinese female fans who seek female "freedom" prefer to support the female idols that match their own values rather than directly or actively participate in such social movements as feminism. Moreover, they are placed in a very complex environment. While they appreciate the experience of the independence and freedom of expression of the Korean female idols, the reception of the K-POP by young Chinese female fans entails complex considerations related to identity, which would combine a foreign culture fan and national identity. Additionally, the study emphasizes the importance of receiving the fan empowerment through participating in the social media activities and the creation of fan content. However, it is important to note that the research is limited to interviews with specific idol groups, and further research involving a wider range of the K-POP idols and fans is required to gain a more comprehensive understanding of the girl crush K-POP female idols' media culture.

Key words : K-POP, female idols, Chinese female fans, girl crush, gender

キーワード : K-POP, 女性アイドル, 中国の女性ファン, ガールクラッシュ, ジェンダー

* 慶應義塾大学大学院社会学研究科社会学専攻・後期博士課程3年

1. はじめに

近年、多様なソーシャルメディアの普及により、国内だけでなく、世界中で自発的なファンとのコミュニケーションが行われている（吉光，2015）。かつてはテレビ，コンサート，サイン会などでしか会えなかったアイドルが，SNS アカウントを通じてファンと触れ合う機会が大幅に増え，ファンとの距離感も縮まった。K-POP ファンのグローバル化の現象は，アジアだけでなく欧米諸国にも拡大している。また，韓国エンターテインメントの拡大とともに，K-POP アイドルグループも多様化している。特に女性アイドルグループにおいて著しい変化が見られ，男性ファンをターゲットとした「セクシー系」から，中性的なラップメンバーの加入を経て，最近では女性が憧れ，かっこいいと思う「ガールクラッシュ」な女性アイドルが人気を集めている。女性アイドルグループの活動は，意識的にせよ無意識的にせよ，ファンに大きな影響を与えているといえる（Chang，2020）。

ポップカルチャーやファン文化，SNS の発達，K-POP 女性アイドルの服装やメイク，言葉遣いの模倣だけでなく，アイデンティティやジェンダー意識の形成と再構築にも影響を与えている。K-POP 女性アイドルから影響を受けた女性ファンは，オンラインにおけるフェミニズム運動への参加や同調，ジェンダー意識に言及するコメントの投稿を通じて，エンパワーされている。

先行研究の多くは，主に男性アイドルの若年女性ファンを対象に，異性のファン対象とファンとの関係性や影響に着目している。例えば，韓国の男性アイドルグループ SUPER JUNIOR¹⁾ のファンカフェを運営している女性ファンに関する調査研究（吉光，2015），女性ファン自身のセクシュアリティを満たすための完璧な男性性の追求に関する研究（金，2017）などがある。しかし，近年，増加傾向にある K-POP 女性アイドルの中国の女性ファンに関する研究はほとんど行われていない。女性ファンの規模に関するデータはないが，中国の Sina の記事（2022 年 9 月 7 日）に，BLACKPINK²⁾ のメンバー JENNIE がファンミーティングで男性ファンと女性ファンに手を挙げてもらったところ，女性ファンの数が男性ファンの数を圧倒したことが紹介されている。

なぜ中国の女性ファンは，K-POP 女性アイドルに惹かれるのか。本研究では，その理由として，まず K-POP 女性アイドルがガールクラッシュという新しい女性像を表現しているからではないかという仮説を立てた。また，この現象の背景には，中国社会における近年のフェミニズム運動や能動的な女性ファン文化があると推測できる。本稿の目的は，韓国の女性アイドルグループの中国人女性ファンが増加していることを受け，ガールクラッシュという新しい女性像を表現している韓国女性アイドルやメディア文化から，若年中国人女性ファンがいかに影響されているのかをインタビュー調査を通して検証し，ジェンダーの視点から考察することである。

以下では，まず韓国社会のフェミニズム運動などを背景とした K-POP 女性アイドルの多様化について検討を行う。次に中国社会のフェミニズムと中国女性のファン文化の特徴について検討を行う。

2. 先行研究

2.1. 韓国社会のフェミニズムと K-POP 女性アイドルの多様化

K-POP は，高度にジェンダー化され，セクシュアライズされた産業であると批判されてきた。2000 年代には「理想的な K-POP ボディ」が確立され，K-POP の女性アイドルは，「若くて痩せていて，東アジア系で肌の色が薄く，人種や民族が曖昧で，顔が完璧に洗練されていて，トランスナショナルでエイ

ジレス、そしてコスモポリタン」と表象されるようになった (Oh, 2023: 56)。彼女らに関する表現は、常にかわいい、無邪気、セクシーなどの言葉と結びついてきた。Oh (2014) は、有名なアイドルグループである「少女時代」³⁾ のダンスボディを研究することによって、K-POP におけるジェンダー化された女性らしさを考察した。ミュージックビデオやステージでの彼女たちの体の動きや体の曲線の見せ場をたどりながら、Oh (2014) は、彼女たちのジェンダー化されたパフォーマンスを「パワフルで自立した女性らしいセクシーさという西洋化された概念よりも、従順さや純粋さ、かわいらしさを優先するハイパーガーリッシュ・フェミニティ」と表現した。

しかし、近年、韓国社会におけるジェンダー意識の変化やフェミニズム運動により、女性アイドルグループにも大きな変化が見られるようになった。様々なジャンルの韓流ドラマの分析からも、女性らしさから逸脱した女性像が指摘されている (長谷川, 2013)。2016 年 5 月に韓国で起きた女性殺人事件をきっかけに、フェミニズム運動が大きな社会運動となり、ショートカットの女性はフェミニストであるイメージが 20 代男性の間で共有され、女性アイドルに対しても「ショートカットのヘアスタイルの女性アイドルはフェミニスト」という認識が生まれた (東洋経済, 2022 年 2 月 22 日)。女性アイドルはコンサートやミュージックビデオ、歌詞の中で女性へのメッセージや社会問題に対する考え方を表現し、社会的な訴えを積極的に歌詞に取り入れる韓国語ラップが登場し、K-POP 音楽に欠かせない存在 (金, 2018) となった。Lee (2016) によれば、女性アイドルグループの中で、アクティブでスポーティなイメージで中性的に見える女性ラップメンバーの登場は、他の女性アイドルメンバーと鮮明な対比になり、独特な存在となった。その後、セクシーなラップメンバーも登場し、女性のラッパーであることをアピールする側面も見られ、力強いラップができる能力の高い女性ラッパーとして認識されるようになった。

また、セクシーでスポーティなイメージのガールクラッシュなアイドルファッションも多く登場し、K-POP 女性アイドルの多様化をアピールするようになった。Oh (2023) によれば、韓国のアイドルは、無垢な女子学生や男子学生、誘惑的で生意気な「ガールクラッシュ」、あるいは反抗的でパワフルなボーイズグループとなることでジェンダーのプロトタイプを設定している。「ガールクラッシュ」は「強そうに見え、自分の考えや感じたことを直接的かつ挑発的に表現する」女性アイドルを特徴づける概念である (Chang, 2020: 74)。Li (2022) は、「ガールクラッシュ」が K-POP の中でも比較的新しいジャンルであると指摘し、例えば、K-POP 女性アイドルグループ (G)I-DLE⁴⁾ の楽曲「Tomboy」は、女性アイドルはかわいくて従順であるというステレオタイプに挑戦している。「ガールクラッシュ」ジャンルのアイドルたちは挑発的な「ガールパワー」を示し、フェミニストのメッセージを作品の中に組み込むことで家父長制に挑戦していることを明らかにしている。

さらに、強い女性アイドル像を表現する、いわゆる Ssen-Unni (韓国語で「強い姉」という意味) も登場した。Ssen-Unni のミュージックビデオやコンサートの構成の分析により、Ssen-Unni は家父長制的な女性規範の外側に立ち、男性の視線を遠ざけ、若い女性の K-POP ファンにエンパワーメントの感覚を呼び起こす一方で、男性ファンを失うことを恐れ、男性の視線を再び集めるため、性的な意味合いを強調するという、Ssen-Unni の二重性、あるいは内在的矛盾を示唆した研究もある (Lee & Yi, 2020)。

韓国国内のアイドルファン研究において、フェミニストでありながらアイドルファンである女性ファンは、男性との異性愛関係の支配的な台本から女性のアイドルメンバーを外し、レズビアンファンタジーを展開したり、既存のジェンダーやセクシュアリティと同一視したりすることを拒否しているとい

う指摘もある (Ko, 2020)。つまり、女性アイドルと同性ファンとの間に疑似恋愛関係は存在せず、アイドルの恋愛関係においても異性が除外されているのである。また、前述した韓国の女性アイドルグループにおける女性らしい格好のラップメンバーの登場は、アイドルと女性ファンの間における関係性において、男性の存在をすべて排除しているようである。

2.2. 中国社会のフェミニズムと能動的な女性ファン

ここでは、まず、K-POP をはじめとする韓流が中国社会でどのように受け入れられているのかを紹介し、近年の中国社会におけるフェミニズムと女性による能動的なファン文化について検討する。

KOREA.net によれば、「韓流」という言葉が初めて使われたのは 1999 年 11 月の中国メディア『北京青年報』である。中国では 1990 年代から家族をテーマとした韓流ドラマが人気を集めていたが、2000 年代以降、中韓の歴史認識問題を題材とした時代劇ドラマの登場により、「反韓流」現象も見られた (松田, 2018)。

また、韓流は美意識や消費スタイルの面で中国のスター文化に影響を与え、K-POP アイドル文化は中国のアイドル文化の参照対象となり、養成系アイドル⁵⁾の登場により、中国のスター文化はより多様化した (李, 2021)。韓流ファンは、アイドルとの遠距離、言語の違い、文化のギャップが存在するため、アイドルについて詳しく把握する過程は韓国社会および文化の認識過程となる (黎, 2019)。劉 (2014) は、中国における韓流の拡大を分析し、韓流の拡大が中韓関係と相互に関連していることを示し、韓流の普及と発展における「嫌韓流」の現象は、単に中国と韓国のイデオロギー分野での対立の結果だけでなく、中国と韓国の経済的競争にも起因することを指摘している。また、任 (2016) は、中国政府が公式に認めたことはないが、2016 年以降、韓国の TV バラエティ番組やドラマ、韓国芸能人の中国での活動を制限する「限韓令」と呼ばれているものが存在し、韓流は単なる文化現象ではなく、経済および政治と密接に関連している国家戦略であると指摘している。このような状況から、国境を越えてアイドルを追いかける過程で、中国の「韓流」ファンはファンとしてのアイデンティティとナショナル・アイデンティティの間で葛藤を抱えることになる。梁 (2018) によれば、ファン・アイデンティティとナショナル・アイデンティティが衝突するとき、エンターテインメントの政治化に不満を抱き、韓国への不満が韓流ファンに影響すべきではないと主張するファンが存在する一方で、多くの韓流ファンは韓国文化を盲目的に崇拝したり、偏狭なナショナリズムを持ったりするのではなく、ファン・アイデンティティとナショナル・アイデンティティという 2 つのアイデンティティの間にバランスを維持していると指摘している。

次に、中国社会のフェミニズムと女性のファン文化について検討する。王 (2021) によれば、中国の SNS では #MeToo 運動のようなセクハラ告発が話題となり、世界中で流行しているオンライン上のフェミニズム運動が頻繁に実践されており、現在の中国人女性たちの間でフェミニズムへの関心が非常に高まっている。一方で、結婚という制度への反対や既婚女性への批判といった過激なフェミニズムの主張も見られ、一般人だけでなく、女性の権利を求める女性知識人や女性活動家からも嫌悪される現象もある (王, 2021)。海外のフェミニズムに関する発言や著作も注目されている。例えば、日本のジェンダー研究者の上野千鶴子は、2019 年度東京大学学部入学式で述べた祝辞がきっかけとなり、著書の中国での発行部数が 20 万部を超え、中国人女性の間でブームとなった (朝日新聞, 2023 年 3 月 7 日)。

女性ファンに関する研究においても、中国のフェミニズム運動やジェンダー意識の高まりに注目が集

まっている。中国国内の女性アイドルの女性ファンに関する研究では、中性的な女性アイドルなど、新しい女性像に関する研究が報告されている。新しい女性像の受容に関して、李宇春⁶⁾のファンの文化実践において、ファン活動は自分たちが作り上げたファンダムの空間で現実逃避の形で支配的な価値観への抵抗を示すだけでなく、より積極的な形で社会に介入し、社会の変革を求めるものであった(金, 2008)。

ファン・アクティビズムについて、吉光(2023: 45)は、エンターテインメント以外の社会問題と強く関わることにより、ファンであることの誇りが高まり、「ファン活動への参加は自分らしさを取り戻すための文化的抵抗や自己肯定感の獲得、エンパワメントとしてポジティブに読み解く」と述べている。このような活動において中国人女性ファンはより積極的で、応援活動の一環として、アイドルが関心を持つ社会問題に対し、アイドルの名前で寄付することもある。さらに、アイドルと関連する社会問題だけでなく、世界規模で起きている大きな社会問題に対しても、アイドルの名前で募金活動やボランティア活動を積極的に行うなど、「アイドルの代わり」として行っている活動もある。また、中国の男性アイドルの女性ファンに関する研究では、ファンはアイドルのパフォーマンスに惹かれるだけでなく、アイドルが頑張っている様子や真面目な姿に魅了され、自分たちが応援している男性アイドルを「共同で守る」という積極性が見られると指摘されている(吉光, 2016: 155)。

以上、K-POP 女性アイドルが表現している女性像の多様化、中国における韓国エンターテインメントの受容と中国女性ファンの特徴、フェミニズムなどが中国の女性ファンに与える影響を中心に検討した。これまでの研究では、韓国国内における K-POP 女性アイドルのガールクラッシュ、韓国における K-POP 女性アイドルの女性ファンとフェミニズムの関係などが検討されており、中国における K-POP 女性アイドルが表現している女性像の受容と影響に関する研究はほとんど行われていない。

中国社会と韓国社会におけるフェミニズムを踏まえ、本研究では、K-POP 女性アイドルの若年中国人女性ファンが、K-POP 女性アイドルが表現している女性像からどのような影響を受けているのかを、ジェンダー的な視点から検討する。

3. 研究方法

本研究では、2021年10月から2022年3月にかけて K-POP 女性アイドルの中国人女性ファンを対象に半構造化インタビューを行った(C1~C13)。新型コロナウイルスの影響により、すべての調査はオンライン会議ツールを用いてオンラインで実施した。その結果を踏まえ、中韓関係の悪化による中国人女性ファンへの影響をより詳細に検討するため、2023年3月から2023年4月にかけてオンラインで追加調査を行った(C14~C16)。インタビュー協力者はスノーボールサンプリング法でリクルートした。インタビュー協力者は、K-POP 女性アイドルの若年中国人女性ファン(インタビュー調査時点で大学生と大学卒業5年以内を対象、C15のみ留学で韓国に滞在)で、インタビュー所要時間は1時間から2時間程度であった。インタビュー協力者の詳細とファン対象のアイドルとファン歴は表1の通りである。インタビュー調査に際しては、研究倫理に配慮して対象者に対して利用目的を説明し、録音の了承を得て必要な範囲の個人情報に限りインタビュー調査を行った。調査時はすべて中国語を使用し、回答内容は日本語に翻訳したものである。

表 1. インタビュー協力者の概要

	年齢	職業	出身地域 居住地域	対象のアイドル (インタビュー協力者のファン歴)	調査時期
C1	20	大学生	浙江 浙江	MAMAMOO ⁷⁾ のファサ (2018 年から)	2021 年 10 月
C2	22	大学生	上海 上海	(G) I-DLE (2021 年から)	2021 年 12 月
C3	25	会社員	北京 上海	MAMAMOO のファサ (2019 年から)	2021 年 12 月
C4	25	会社員	湖南 四川	MAMAMOO のファサ (2018 年から)	2022 年 1 月
C5	25	会社員	雲南 上海	BLACKPINK (2018 年から)	2022 年 1 月
C6	24	フリーランサー	浙江 浙江	BLACKPINK (2018 年から)	2022 年 1 月
C7	25	会社員	湖北 上海	BLACKPINK (2018 年から)	2022 年 2 月
C8	23	大学院生	山東 北京	(G) I-DLE のソヨン (2021 年から)	2022 年 2 月
C9	20	大学生	四川 四川	MAMAMOO のファサ (2018 年から)	2022 年 2 月
C10	24	会社員	北京 北京	ヒョナ ⁸⁾ (2018 年から)	2022 年 3 月
C11	23	会社員	広州 浙江	BLACKPINK (2018 年から), (G)I-DLE (2021 年から)	2022 年 3 月
C12	22	大学生	河南 広州	MAMAMOO のファサ (2018 年から)	2022 年 3 月
C13	23	大学院生	河南 北京	BLACKPINK (2020 年から)	2022 年 3 月
C14	24	大学院生	吉林 北京	BLACKPINK (2022 年から)	2023 年 3 月
C15	25	大学院生	北京 韓国ソウル	BLACKPINK の JENNIE (2018 年から)	2023 年 3 月
C16	25	会社員	四川 四川	BLACKPINK の JENNIE (2018 年から)	2023 年 4 月

4. 結果

4.1. 中国女性ファンの SNS におけるファン活動

中国での女子学生のファン活動は、SNS などインターネットが中心である。中国では、学生と雇用契約を結ぶことができない。これは、学生は学業に専念すべきだという考えからであろう。したがって、中国では大学までアルバイトが許可されていないため、すべての収入源は親からとなる。また、子供の

趣味に対する支援は、学習と関連するものに限定される傾向がある。ほとんどの親はアイドルを追いかけても学業に役立たないという考えを持っているため、中国の女子学生のアイドルファンは、アイドルを模倣する経済的余裕がなく、SNS でのファン活動に対してより熱心である。そのため、次に示すインタビュー結果は、オンライン上で行われているファン活動と自己表現を中心として分析したものである。

また、SNS でのフェミニズム運動の浸透と発展により、中国の若年女性ファンは、よりジェンダー意識を高めているようである。以下に示すように、本研究のインタビューの発話内容では、中国の若年女性ファンは、K-POP 女性アイドルの外見やパフォーマンスだけではなく、アイドルのジェンダー意識にも注目していることが示された。アイドルのミュージックビデオ、歌詞、メディアによる取材やインタビューへの回答、TV バラエティ番組での発言、SNS での投稿において、ジェンダー意識やタブー視される女性性に対する認識が、中国の女性ファンに大きな影響を与えているのである。

4.2. K-POP 女性アイドルのガールクラッシュ的価値観と行動の影響

中国の若年女性ファンは、K-POP 女性アイドルの発言やメッセージを SNS で共有することで、アイドルのジェンダー観に共感し、自分自身のアイデンティティを表現している。インタビューの発話内容から、オンラインを中心とした K-POP 女性アイドルのガールクラッシュ的価値観と行動の影響は、従来の「女性らしさ」の規範の中で模索する自己と「女性らしさ」の規範への挑戦と自己の再構築の2つに大別できる。一方で、現実世界では、周囲の影響からオンライン上で行っているような表現や行動ができない葛藤を抱えるファンもいた。これを踏まえて、インタビュー結果を以下の3つに分け、検討する。

4.2.1. 「女性らしさ」の規範の中で模索する自己

第一に、女性アイドルが表現する「露出度の高いファッション」、「かわいい」、「セクシー」など、これまで指摘されてきた男性が期待するような「女性らしさ」の規範にある程度従いつつ、「自分らしさ」を表現するような影響が見られた。以下に述べるように、こうした服装や振る舞いを受け入れることは、「男性に見せる」ためではなく、自分の好きなことを積極的に表現し実践する手段であり、その過程で自己を再構築する機会であると捉えることができる。中国の若年女性ファンは、これらの内容を SNS で共有することで、アイドルのジェンダー観に共感し、自分自身のアイデンティティを表現している。

アイドルのパフォーマンスに影響され、コピーダンスをしたり、アイドルの露出度の高いファッションを真似したりしてきた C5 は、BLACKPINK のおかげで、人生が変わったとし、このように語っていた。

LISA (BLACKPINK のメンバー、タイ出身) のダンスに一目惚れして、ファンになりました。女性の私から見てもかっこよく、魅力的だと思いました。私は子供の頃から大学受験のために中国の民族ダンスを勉強していました。しかし、ダンスの中ではいつも柔らかさが強調され、服装も保守的で、ピンク色ばかりでした。正直、好きではなかったです。大学に入ってから、K-POP ダンスに興味を持ちました。セクシーで、力強さも感じられます。BLACKPINK のダンスを練習して、ファッションのスタイルも全部変えました。色々な服装を試して、今まで着たことのないような露

出度の高い服も、自信を持って着られます。男性に見せるのではなく、自分が本当に好きな服を着られること自体が幸せだと思います (C5・ファン歴 4 年⁹⁾)。

また、C8 は、(G)I-DLE のリーダーであるソヨンが出演したバラエティ番組¹⁰⁾を観て、プライベートでのアイドルはあまりにも舞台での演出と異なっていることに気づき、ノーメイクでテレビ番組に出演できるアイドルのかわよさに惚れていると語った。

かわこいい女性にすごく憧れます。(G)I-DLE のミュージックビデオを観ましたが、かわこよく、セクシーさとかかわいさを同時に兼ね備えた今の女性っていうイメージが好きです。リーダーのソヨンが大好きです。ほかのアイドルみたいなカラーを持たず、自分が好きなようにすることがかわこいいと思います (C8・ファン歴 1 年)。

4.2.2. 「女性らしさ」の規範への挑戦と自己の再構築

第二に、K-POP 女性アイドルが敢えて使う「汚い言葉」や「ノーメイク」など、男性が期待するような「女性らしさ」の規範に沿わないような行動や外見を通じて、「自分らしさ」を積極的に表現し、その過程でエンパワーされ、自己を形成し再構築するケースである。

歌詞にフェミニズムのメッセージを取り入れた女性アイドルグループ (G)I-DLE のファン C2 が、このように語っていた。

最初は女性アイドルの曲の歌詞に汚い言葉があることにびっくりしました。なぜ男性はそのような言葉を言ってもいいのに、女性は言ってはいけないのでしょうか。さらに、女性アイドルはもっとそういうことをしてはいけないのでしょうか。今までの女性アイドルの歌は、男性や男性からの愛を待っているような内容ばかりです。(G)I-DLE の「Tomboy」¹¹⁾ は女性も主導権があって、強くっていいというニュアンスを感じました。それからソヨン ((G)I-DLE のリーダー) 自らプロデュースした曲であることをバラエティ番組で知りました。若者、特に女性たちの本音が歌詞に盛り込まれていると思います。今回の新曲にもすごく大胆な歌詞があります。新時代の女性の代表だと思います (C2・ファン歴 1 年)。

曲やミュージックビデオなどの作品の内容以外に、アイドルの発言にエンパワーされるファンも多く存在している。例えば、MAMAMOO のメンバーであるファサのファン C3 は、以下のように語っていた。

推しの最新情報を常に収集し、フェミニズムに関する発言は必ず共有します。特にファサが過去のオーディション経歴をコンサートでファンと共有する動画¹²⁾を何回も見て、自分の SNS で共有しました。例えば「私がこの時代の美的基準に合わなかったら、私もう一つの基準になる」という発言にすごく励まされました。太っているから、黒色やオーバーサイズの服しか着ていなかったのですが、そのあと好きな服を着るようになりました (C3・ファン歴 3 年)。

また、ファンの応援行動として、アイドルのミュージックビデオや出演したバラエティ番組の動画を編集、共有しながら、C3と同様にファサの発言に注目したC4は、次のように語っていた。

韓国語を勉強したことはないですが、よく動画を編集して共有しています。もちろんアイドルの発言は興味深く、特にファンの間で多く共有されているのは歌やダンスだけでなく、ファンと会話している様子も多いです。例えばファサの「私が美の別の基準になる」は炎上しましたが、この動画で「基準」という言葉を覚えました。本当に自信のある女性だと思いました（C4・ファン歴4年）。

さらに、SNSでK-POP女性アイドル関連の投稿を共有したり、アイドルに関するネガティブな発言に対して反論を書き込んだりする行動も見られる。中国人の若年女性ファンたちは、女性アイドルの活動だけではなく、K-POPの女性アイドルが自分たちの実生活に与えるポジティブな影響についても積極的に発信している。MAMAMOOのファサのファンであるC9は、世間の女性アイドルの基準が一方的で、一般女性もその基準で判断されていることを批判し、K-POPの女性アイドルの影響について次のように語っていた。

ファサがサイバー暴力を受けた時に、応援メッセージをたくさん投稿しました。アイドルはなぜ肌が白く、細く、弱く見えないとサイバー暴力を受けるのかわからないです。しかもそれらのサイバー暴力をするのは太っている男性たちが多い。どのような基準で判断しているのでしょうか。女性アイドルは男性に消費されるものではないです。並々ならぬ努力をして自分の夢を自分で叶えた人たちが、私たちにポジティブな影響を与える存在、夢と自信を与える人たちです（C9・ファン歴4年）。

最初はK-POPに興味はなかったが、ある韓国のバラエティ番組で堂々としているファサの様子を見て、ファンになったというC1は、オンラインにおけるコメントへの反論に止まらず、現実生活にも影響を受けているとし、次のように語っていた。

最初は、韓国のバラエティ番組¹³⁾でファサのファンになりました。お笑い芸人かと思っていました。全然女性アイドルとは思えなかったです。ありのままの彼女が好きで、女性でもノーメイクで、他人の目線を気にせず一人で好きなホルモンを食べたり、露出度の高い服を着たりするなど、女性アイドルも人間なのだと初めて感じました。それからプライベートだけではなく、ミュージックビデオやコンサートなどの舞台でも（露出度の高い）一貫した服装で、セクシーなパフォーマンスをするのがすごいと思いました。女性である私もそのセクシーさに魅力を感じて、同じく肌黒の女性として、非常に自信が湧いてきました。美白効果のある化粧品を中心に使っていましたが、今はもう美白にこだわっていないです。白くする韓流メイクを真似するのをやめて、自分に合ったメイクをすることもあるし、ノーメイクでお出かけすることもあります。恥ずかしいとは思わなくなりました（C1・ファン歴4年）。

また、以下のC12のように、アイドル個人のフェミニスト的な考え方や行動により、自分のアイデン

ティティを再認識し、エンパワーされたとするインタビュー協力者も少なからずいた。

私は、昔から太っています。両親から太っているなら、就職できないし、結婚もできないと言われて、ずっと好きな食べ物を我慢して、ダイエットをしてきました。偶然、ファサが出演していたバラエティ番組¹⁴⁾を見て、アイドルがホルモンを食べていることにびっくりしました。それからファサの歌を聴いたり、ダンスを真似したりし始めました。太っていても、他の人みたいに、露出の多い服装でダンスする動画をアップする勇気まではないですが、ファサは私にとって、心強い存在です。ですから、ファサを攻撃するコメントや投稿を見たら、必ず反論をします (C12・ファン歴 4 年)。

4.2.3. 現実の制約がもたらす女性ファンの葛藤

第三に、前述したように、オンライン上では男性が期待するような「女性らしさ」の規範に部分的に従ったり、あるいは沿わないような行動をしたりすることで、「自分らしさ」を表現するような影響がある一方、現実世界ではオンラインと同様の行動ができないファンもいる。

オンラインでは匿名の発信に関わらず、個人が特定できる情報が流出することにより、自分だけでなく、家族に関する情報も検索することができる。いくらアイドルの影響を受けて意識が大きく変化したとしても、K-POP 女性アイドルのファンとしての自己表現や行動は、「不孝な行動」とみなされ、結局何もできなかったファンも存在している。C6 は、自撮りの写真や動画に対し、本人へのネガティブなコメントを家族に見せたくないため、アイドルの動画のみ公開し、自分の動画は隠していると語った。

自分はレズビアンではないですが、BLACKPINK に惚れています。自分の性別とか、セクシュアリティとかを考えたこともなく、BLACKPINK の動画を観るのが好きです。毎日動画を観たり、編集して TikTok にアップしたりしています。ある動画の再生回数が急に増えて、フォロワーも多くなったから、以前の自撮り動画を隠して、私だけに見えるような設定にしました。最初は、自分も BLACKPINK みたいな女性になりたいと思って、短いトップスを着て自撮りをしましたが、BLACKPINK の動画を見に来た人たちが、私の顔と BLACKPINK と比較して、ひどいコメントを書き込んだ例もありました。今は、現実世界でも短いトップスなどを着ますが、自撮りをネットにアップすることをやめました。自分が批判されているところを友人や家族に見せたくないからです (C6・ファン歴 4 年)。

同様に、K-POP 女性アイドルの影響を受けた大胆なファッションで自分のスタイルを変えるファンもいたが、C7 と C10 のように、家族や周囲を意識するケースも少なくなかった。

BLACKPINK が好きで、大学に入ってから、K-POP ダンスを習い始めましたが、家族には教えていないです。私が通っている大学は、実家からすごく遠いので、長期休暇の時だけ帰ります。それで、大学での私は誰から見ても K-POP ファンだとわかりますが、実家に帰る時は、おとなしくして、学生っぽい服装に変えていました。今は仕事をしていますが、実家に帰る時には、やはり控え

めな服装で帰ります (C7・ファン歴4年)。

(K-POP 女性アイドルは) セクシーで露出が多いイメージがあるんですが、中国には女性ファンも多いと思います。それより、女性はどうかあるべきでしょうか。なぜ露出の多い服を着たらダメなのでしょう。男性に見せるのはなぜダメなのでしょう。私もヒヨナのように、セクシーで、男性にモテそうなファッションをしたいですが、今の現実世界ではまた厳しいです。誰にどう思われてもいいですが、自分の親に迷惑をかけたくないので、控えめに自己アピールをしています (C10・ファン歴4年)。

以上のように、ファサの女性ファンたちは、アイドルのパフォーマンスだけでなく、アイドル個人のフェミニズム的な考え方や行動からもジェンダー意識に影響を受けていた。しかし、オンライン空間においては積極的な発言を行っているのに対し、親や家族など身近な人たちにネガティブな影響を及ぼす可能性があるため、実生活では K-POP 女性アイドルのファンとして見られることを避けたり、控えめに表現したりするファンも存在していた。

本研究のインタビュー結果から、中国の女性ファンは、ジェンダー意識の側面で K-POP 女性アイドルの影響を大きく受けていることが明らかになった。特に男性の目線から見た女性らしい行動、または女性らしくない行動にカテゴライズされたくないのが中国の女性ファンの特徴である。韓国や中国におけるフェミニズム運動の高まりを背景に、女性ファンたちは、新たな女性像を模索しながら、K-POP 女性アイドルを応援し、ファン行動を行っている。外見、パフォーマンスだけでなく、アイドルの発言を通して、彼女らが表現しているジェンダー意識にも大きな関心を寄せ、注目している。アイドルというのは職業であり、ガールクラッシュという女性性の肯定以外にファンたちが応援しているのは、仕事のために力を尽くし、女性アイドルであるキャリアに誇りを持っているキャリアウーマンの女性像である。さらに、現実世界では思う通りに行動できない若者の自由な表現の代弁者にもなっている。

5. おわりに

本稿では、近年の K-POP 女性アイドルの多様化、中国社会におけるフェミニズム意識の高まりを踏まえ、中国の若年女性ファンが K-POP 女性アイドルからどのような影響を受けているかについて検討を行った。

まず、若年女性ファンのインタビューを通じて、K-POP 女性アイドルのミュージックビデオや歌詞に取り入れられているフェミニズムのメッセージだけでなく、アイドル個人のフェミニストとしての考え方や行動もファンのジェンダー意識に大きな影響を与えていることが示された。女性アイドルの影響で、女性ファン自身のフェミニズム意識が変化し、アイドルの発言を SNS で共有したり、自ら発信するなど、実際に行動を起こすファンもいた。このようなオンライン空間を中心とした K-POP 女性アイドルのガールクラッシュ的な価値観や行動の影響には、女性ファンがこれまでの規範に部分的に適合しながら自己を表現し再構築する実践と、女性ファンがこれまでの女性像や規範に挑戦する自己表現と実践という、2つのタイプがあることが明らかになった。

これまでのファンダム研究では、ファンたちは、娯楽のためにメディアに操作される犠牲者であり、ファンが行う無限の無償労働への自発的参加と称される「ファン労働」などが否定的に取り上げられて

きた (Stanfill & Condis, 2014)。しかし、SNS でのファン活動への参加や参加型ファンコンテンツの創作を通じた女性のエンパワーメントなどの側面により注目していく必要がある。

一方で、現実には、周囲の影響を受けて、インターネット上で見られるような表現や行動を現実世界で実践できないファンもいた。他人の目線や評価を恐れ、行動することができない、あるいは場合によっては、ファンとしてのアイデンティティを表現することを躊躇うファンもいたのである。これは、フェミニズムに関連する言論や行動を行う結果として、K-POP 女性アイドルのファンに対してネガティブなステレオタイプを持つ親や家族に反対され、さらには、自分自身のことだけでなく、オンライン上で親や家族のことまで攻撃される恐れがあるためである。

総じて、中国の若年女性ファンは、K-POP 女性アイドルのパフォーマンスだけでなく、個々のアイドルのフェミニズム意識や行動からも影響を受けていることが示された。女性の社会進出が急激に増加し、女性の地位上昇により、K-POP 女性アイドルは過去の女性イメージとは異なり、女性性が強化され、堂々とした強いイメージのガールクラッシュに変わってきている (Lee, 2016)。つまり、韓国的女性アイドルが表現しているガールクラッシュは、ガールパワーを持ちつつ、タブー視されてきたことを自由に表現できる新しい女性像であり、ガールクラッシュは性的な感情を伴わない同性への強い好意で、自由奔放で主体的な女性がガールクラッシュな女性として評価されている (Lee, 2016)。

中国や韓国におけるフェミニズム運動の発展を背景に、女性の「自由」を求める中国人女性ファンたちは、フェミニズムなどの社会運動に直接あるいは積極的に参加するよりも、自分たちの価値観と一致する女性アイドルを応援し、その価値観や行動から自己を形成し、再構築していた。

最後に本研究の限界と今後の課題について述べる。本稿では中国の若年女性ファンを対象としたが、国によって K-POP 女性アイドルに惹かれる理由や、K-POP 女性アイドルのガールクラッシュ的な価値観や行動からの影響に違いが見られる可能性がある。今後は、同じアジア圏の日本人女性ファンによる K-POP 女性アイドルの受容についても検討していく必要がある。また、各国のフェミニズムや国家間の関係を踏まえた韓国女性ファンと海外女性ファンとの比較も今後の研究課題である。

また、多国籍グループメンバーの存在により、「K-POP」ファンではなく、「A-POP」¹⁵⁾ ファンと自称する中国人ファンも多く存在する。中韓関係の悪化により、「スティグマ化されるサブカルチャー」という側面も存在し、消費されているコンテンツの内容以外に、国家間における関係性の変化もファン行動に大きな影響を与える可能性がある (李・李, 2023)。中国の女性ファンは、韓国的女性アイドルから、自由に表現できる主体性の体験を享受しながら、外国文化を崇拜する韓流ファンという立場と中国人としての意識やアイデンティティとの間に、常にバランスを考慮しなければならないという、非常に複雑な環境に置かれている。これについても、今後検討していく必要がある。

最後に、本稿は、MAMAMOO, (G)I-DLE, ヒョナ, BLACKPINK の女性ファンのインタビューに限られており、より多様な K-POP 女性アイドルと女性ファンを対象にさらなる検討が必要である。

注

- 1) 2005 年にデビューした韓国の男性アイドルグループ。SM エンタテインメント所属。
- 2) 2016 年にデビューした韓国の 4 人組女性アイドルグループ。メンバーは JISOO (韓国), JENNIE (韓国), ROSÉ (ニュージーランド), LISA (タイ)。YG エンターテインメント所属。
- 3) 2007 年にデビューした韓国の女性アイドルグループ。SM エンタテインメント所属。

- 4) 2018年にデビューした韓国の5人組女性アイドルグループ。メンバーはソヨン(韓国), ミヨン(韓国), ウギ(中国), シュファ(中国台湾), ミンニ(タイ)。CUBEエンターテインメント所属。
- 5) 素人から徐々に成長し、能力を高めるという成長の過程をファンに見てもらい、支えてもらう。ファンは時間とお金をかけて好きなアイドルを応援する。
- 6) 中国の女性ポップス歌手
- 7) 2016年にデビューした韓国の4人組女性アイドルグループ。メンバーはソラ, ムンビョル, フィイン, ファサ。RBW所属。
- 8) 金汝雅, 2017年にデビューし、女性アイドルグループWonder Girlsと4minuteの元メンバーであり、恋愛公開後はソロアーティストとして活動している。
- 9) インタビュー調査時までのファン歴である。以下省略。
- 10) 韓国のバラエティ番組「私は1人で暮らす〜シングルのハッピーライフ〜」。芸能人の自宅にカメラを設置し、日常生活や休日の様子など、プライベートの姿を公開する内容である。
- 11) 「Tomboy」は、2022年3月14日に韓国の女性アイドルグループ(G)I-DLEがリリースした。歌詞の中に放送禁止用語が含まれ、テレビでの放送は「ピー」というモザイク音が被せられることによって放送可能になったが、CD版でのみ原曲を聞くことができる。
- 12) VOGUE JAPAN(2021年7月21日)によれば、「この時代がいう美しさの基準に自分が合わないのなら、私自身が違う基準をつくれればいい」という発言に至った経緯は、ファサがオーディションで言われた、「あなたは個性もあり、歌も上手い。でも、太っていてかわいくない」という言葉に傷つき、ファサは自分自身との対話を始めた。彼女が見つけた答えは、「人と比べない」というものであった。
- 13) 10)と同じ番組である。韓国のバラエティ番組「私は1人で暮らす〜シングルのハッピーライフ〜」。
- 14) 同13)
- 15) Asian pop, アジアンポップ

付記

本研究は、JST次世代研究者挑戦的研究プログラム、JPMJSP2123の助成を受けて実施した。研究にご協力、ご助言いただいた皆様に感謝申し上げたい。

文献リスト

- 朝日新聞(2023年3月7日). 中国で上野千鶴子ブーム、20万部超えの本も 自立を望む女性が共感 <https://www.asahi.com/articles/ASR365JJMR2XUCVL041.html> (アクセス日:2023年5月28日)
- Chang, J. (2020). New Gender Perspectives: Soft Creator and Strong Advocate in the New Korean Wave Era. *Asian Women*, 36(4), 67-84.
- 長谷川啓(2013). 韓流とフェミニズム 城西短期大学紀要, 30(1), 1-17.
- 金明華(2008). 中国における新女性像の受容をめぐって—李宇春ファンの活動を手がかりに— 人間文化創成科学論叢, 11, 41-50.
- 金慇智(2017). 「韓流」をめぐる女性たちの文化実践: 日本女性ファンのオーディエンス・エスノグラフィーを用いて 名古屋大学大学院国際言語文化研究科博士学位論文.
- 金成玫(2018). K-POP新感覚のメディア 岩波書店.
- Ko, Y. (2020). Women Fans of Women Idols, The Dynamics of The Gaze : Focusing on Women Homosexual Fanfics of Girls' Generation. *Feminism and Korean Literature*, 50, 49-78.
- KOREA.net. 文化-韓流 <https://chinese.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu> (アクセス日:2023年5月18日)
- Lee, J., & Yi, H. (2020). Ssen-Unni in K-Pop: The Makings of "Strong Sisters" in South Korea. *The Academy of Korean Studies Korea Journal*, 60(1), 17-39.
- 李光鎬・李津娥(2023). 韓国エンターテインメントの受容と批判 李津娥(編著)クリティカル・オーディエンス—メディア批判の社会心理学(pp.208-222). 新曜社.

- Lee, U. (2016). 현대 대중매체에 나타난 걸 크러쉬 패션·뷰티 디자인 개발-한국 여성 가수를 중심으로 [Development of Girl Crush Fashion·Beauty Design as Reflected in Contemporary Mass Media - Focused on Korea Female Singers] 디지털디자인학연구 (KDDA) [Journal of Digital Design], 16(3), 147-158.
- 梁亮 (2018). “韩流”粉丝身份生产的冲突与平衡 [「韓流」ファンのアイデンティティ形成における葛藤とバランス] 浙江工業大学修士學位論文.
- 黎博雅 (2019). 付出与隐忧: 中国韩流粉丝境况研究—以某韩国男子偶像团体的微博粉丝为例 [Cost and Apprehension: A Study of Chinese K-pop Fans' Situation] 深圳社会科学, 5, 100-157.
- 劉宝全 (2014). 韩流在中国的传播及其对中韩关系的影响 [中国における韓流の普及と中韓関係への影響] 当代韩国, 1, 67-81.
- Li, X. (2022). “Yea I’ maf” Tomboy”: “girl crush,” postfeminism, and the reimagining of K-pop femininity. *Social Semiotics*, 1-17.
- 李媛媛 (2021). “韩流”对中国当代明星文化的影响研究 [「韓流」が中国現代スター文化に与えた影響に関する研究] 西北師範大学修士學位論文.
- 松田春香 (2018). 中国における「韓流」放送コンテンツの変容と中韓関係の影響 大妻女子大学コミュニケーション文化学会 コミュニケーション文化論集, 16, 95-111.
- Oh, C. (2014). The Politics of the Dancing Body: Racialized and Gendered Femininity in Korean Pop. In Kuwahara, Y.(ed.). *The Korean Wave: Korean Popular Culture in Global Context* (pp.53-81). Palgrave Macmillan.
- Oh, C. (2023). *K-pop Dance: Fandoming Yourself on Social Media*. New York: Routledge.
- 任陞婵 (2016). 别管“限韩令”是不是真的 [「限韓令」が真実かどうかは気にしないでください] 視聽界, 9, 18-19.
- Sina (2022年9月7日). 女团盛世再临? [女性グループの繁栄?] [https://k.sina.com.cn/article_2076152237_7bbf91ad00100ztxx.html?from=ent\&subch=star\\\$\sharp/](https://k.sina.com.cn/article_2076152237_7bbf91ad00100ztxx.html?from=ent\&subch=star\$\sharp/) (アクセス日: 2023年5月28日)
- Stanfill, M. & Condis, M. (2014). Fandom and/as Labor [Editorial]. *Transformative Works and Cultures*, 15, 130-157.
- 東洋経済 (2022年2月21日). フェミニズムが一気に「爆発」した韓国特有の理由 <https://toyokeizai.net/articles-/511387> (アクセス日: 2023年5月28日)
- VOGUE JAPAN (2021年7月21日). MAMAMOO ファサにリモート取材。自分だけが信じる, “美しさの基準”がうまれた経緯 <https://www.vogue.co.jp/beauty/article/hwasa-beauty-interview> (アクセス日: 2023年5月28日)
- 王露園 (2021). 中国におけるマイクロブログ女権の「発声」を通してのインターネット上の政治参加—他者に開かれた主体の形成と可能性について 大阪大学大学院人間科学研究科博士学位論文
- 吉光正絵 (2015). 韓国のポピュラー音楽と女性ファン—K-POP アイドルのファンカフェのマスター調査から— 長崎県立大学研究紀要, 16, 173-183.
- 吉光正絵 (2016). 中国のポピュラー音楽と女性ファン—オンライン・ファンクラブの管理者の調査結果から— 長崎県立大学研究紀要, 1, 145-156.
- 吉光正絵 (2023). ファンダムとソーシャルメディア: K-POP にみる越境する日常世界 メディア研究, 102, 41-53.