

# ファン・コミュニティにおけるヒエラルキーの考察

—台湾におけるジャニーズファンを例に—

The divergence of hierarchy and power relations within fan community :  
A case study on Johnny's fans in Taiwan

龐 惠潔\* Hui-chien Pang

## 1. はじめに

これまでのファン研究では、ファンによる様々な活動は検証されてきたが、ファン同士の間のヒエラルキー (Hierarchy) に関する議論は不足している。このため、ファンがコミュニティで展開する行動、関係及びその意義について

でも不明瞭となっている。そこで、本稿では、ファン研究の整理を行い、筆者が2002年～2003年に台湾のジャニーズファンをインタビューした結果に基づき、ファン同士の間のヒエラルキーの形成とその影響を論じることとする。

## 2. 先行研究

以下では、ファン研究に関する先行研究を検討しながら、本稿の位置づけを確認する。ま

た、台湾におけるジャニーズファンを研究対象にした理由も説明する。

### 2.1 ファン研究の軌跡

「ファン」(fan) という言葉が、メディアで最初に使われたのは十九世紀頃である<sup>1</sup>。それ以来、「ファン」は「こだわりのある対象に、時間やお金を集中的に消費する人のこと」<sup>2</sup>という認識が一般化した。その「こだわりのある対象」は多くの場合、マスメディアに媒介されたポピュラーカルチャーである<sup>3</sup>。

アカデミック分野において、ファンに注目が

集まるようになってきたのは1980年代後半である。その背景には、消費社会の成熟とマスメディアの発展による、ファン活動の顕在化がある<sup>4</sup>。S.Hall、P.Bourdieu、M.de Certeauの理論を援用しながら、ファン研究 (fan studies) はオーディエンス研究の一つとして、欧米を中心に発展してきた。Gray、Sandvoss & Harrington (2007: 1-10) は、それまでのファ

\*東京大学大学院学際情報学府博士課程

キーワード：ファン、ファン・コミュニティ、ヒエラルキー、資本

ン研究を三つに大別する（表1）。そこから、研究者の関心が、ファンのテキスト解読から、ファン・コミュニティにおける活動、さらにファンの日常生活における実践行動へ移行する傾向が見られる。

しかしながら、これらの視点のいずれにおいても、ファン・コミュニティとファンの日常生活との相互作用——日常生活で累積した実資本を、ファンがどのようにファン・コミュニティで生かすのか、また、ファン・コミュニティで積み重ねたファン資本を、どのように日常生活に役立てるのか——の実践の過程については未だ論じられていない。従来の研究者たちは、ファンに対する、悪い印象・固定観念を変革したいと考える傾向がある。このため、ヒエラルキーの分析というマイナスイメージを増長させる危険のあるテーマを、研究対象からあえて、外すのである。加えて、ファン・コミュニティの研究は、実際にファン・コミュニティに加わ

らないとつかめない事象が多く、外部からの観察のみで掘り下げるのは容易ではない。これらが、ファン同士の間には存在するヒエラルキーの分析を回避する傾向が見られる<sup>5</sup>理由である。この結果、ファン・カルチャーの実態を十分に把握しきれてないのである。

一方、東アジアのファン研究は、1990年代半ば以降、花開いた。欧米からの借り物の理論を用いた研究が多いのが現在の状況であるが、グローバルテキストに対するファンのローカルの受容、ファンによる「アンチファン」（Anti-fan）の行動<sup>6</sup>など、多様な研究が数多く存在している。その背景には、東アジア内部における相互交流の拡大と、東アジア各国それぞれの独自の社会・文化的背景の影響がある。しかし、同一の対象に対する、違う国のファン同士を比較する形の研究は欠如したままである。

ここで一度整理を行う。欧米のファン研究に

表1 欧米で発展してきたファン研究

	第一波ファン研究	第二波ファン研究	第三波ファン研究
年代	80年代後半～90年代中頃	90年代中頃～2000年代前半	2000年以降
社会的言説	ファン＝病理学的な現象	ファン＝企業が無視できない、マーケティングのターゲット	ファンの拡散化
学者の関心	ファンのテキスト解読行動 ①能動性 ②支配階級への反対の力	ファンのハマっている対象 ①Tasteとファンの社会的、経済的、文化的ポジショとの関連性 ②ファンは、既存の支配関係の実行者（Agent）。	ファンの日常生活における実践
問題点	対抗意識の有無	ファンの悦楽、喜び、動機を無視	ファンの定義の細分化による曖昧性
代表的な学者	John Fiske, Henry Jenkins, Lawrence Grossberg	Sarah Thornton	Nicholas Abercrombie, Brian Longhurst

\*Gray, Sandvoss & Harrington (2007). 'Introduction: Why Study Fans?' in Gray, Sandvoss & Harrington (eds.) *Fandom*, New York: New York University Press, pp.1-16より筆者が作成

においてだけでなく、東アジアのファン研究においても、近年、とりわけ(1)ファン同士の間の関係、(2)ファンのファン・コミュニティにおける活動と日常生活における活動との関連性という二つの課

## 2.2 ファン・コミュニティ、ファン資本、そしてヒエラルキー

ファンは、コミュニティを結成する傾向がある<sup>7</sup>。ファン・コミュニティは、これまで社会学で取り上げられた、伝統的な地域 (Locality) としてのコミュニティとは違い、地理的な制限を受けない、共通のアイデンティティ、特徴、愛好、あるいは利益に基づく群集の一種である<sup>8</sup>。例えば、「TOKIO<sup>9</sup>ファン・コミュニティ」とは、ジャニーズアイドルグループの「TOKIO」を好きなファンの集いである。

ファン・コミュニティの成立には、ファン同士の感情投入及び相互行為 (Interaction) が不可欠である。ファン同士で繰り返す相互行為により、「ファン知識」<sup>10</sup>が補完され、コミュニティの秩序や、ファンのコミュニティに対するコミットメントも確立されるようになる。また、好きなメディア・テキストに近づくことが困難なファンにとっては、ファン・コミュニティ内の相互行為におけるコミュニティ内の反応自体が、ファンを継続する大きな原動力となっている<sup>11</sup>。

しかし、コミュニティ内の、全てのファンが平等というわけではない。MacDonald (1998: 136-138) によると、「ファン知識」、ファンのコミュニティへの参加状況により、ファン同士の間にヒエラルキーのような関係が形成される。また、Hills (2002: 46)

題に、研究者たちの関心が集まってきている。この二つの課題を明らかにするため、まずはファン・コミュニティを問う必要がある。

は、P. Bourdieu (1979) の「資本と文化的再生産」<sup>12</sup>、J. Fiske (1992) の「ファンの文化経済」、S. Thornton (1995) の「サブ文化資本」 (Sub-cultural capitals) に基づいて、「ファン資本」<sup>13</sup>という概念を提示し、ファンのコミュニティにおける地位は、ファンが所持する「ファン資本」 (Fan capitals) の影響を受けるとしている。

MacDonald (1998) とHills (2002) の見解は、それまでのファン研究では回避されていたファン同士の間のヒエラルキーの問題を提起した。しかしながら、ヒエラルキーの形態、そしてヒエラルキーの存在がファンの行動に与える影響については、MacDonald (1998) とHills (2002) の議論の射程には含まれていない。したがって、ファン同士の間に存在するヒエラルキーの意味も不明瞭となっている。

そこで、本稿は、台湾におけるジャニーズファン・コミュニティを研究対象として取り上げ、MacDonald (1998) とHills (2002) の見解を参照しながら、台湾のジャニーズファン・コミュニティでファン同士の間のヒエラルキーの形成の源泉及び形態を分析することにする。さらに、MacDonaldとHillsが論じなかった、ヒエラルキーの存在がファン同士の関係に与える影響を考察していく。

### 2.3 台湾のジャニーズファンを研究する意義

本稿が、台湾のジャニーズファンを研究対象にする理由は、以下の通りである。

一つは、ジャニーズファンが、台湾のファン・カルチャーの構造を変化させた点である。1980年代後半以降、ジャニーズアイドルの海外進出によって、「ジャニーズブーム」<sup>14</sup>が東アジアを席卷し、近隣諸国におけるポピュラーカルチャーの発展に大きな影響を与えた。「ジャニーズブーム」は、台湾のポピュラー音楽業界に新風を吹き込んだ<sup>15</sup>。また、台湾のジャニーズファンによる(1)自発的かつ集団的活動、(2)追っかけ行為、(3)メディア産業に対する批判行動は、オフィシャル・ファンクラブが主流であった台湾のファン・カルチャーの構造に変化をもたらした。これらの理由から、台湾のファン・カルチャーの発展を適切に理解するた

めには、ジャニーズファンを対象とする必要があるのである。

もう一つは、台湾のジャニーズファンを分析することを通じて、東アジアのジャニーズファン・カルチャーの比較研究の土台を築くことができる点である。メディアとファンが積極的に「ジャニーズブーム」について語っているのに対し<sup>16</sup>、アカデミック分野では、ジャニーズファンを対象にした研究はいくつか存在しているが<sup>17</sup>、決して多いとは言えない。また、既存研究においては、研究対象の拡大と、国際的比較研究の欠如という課題が残っている。

そこで、本稿では、ジャニーズの最初の海外拠点の一つである台湾のジャニーズファンを対象として取り上げ、ジャニーズファン・カルチャーの比較研究の土台を築くことを目指す。

## 3. 研究分析

本稿の研究課題は、次の通りである。(1)ジャニーズファン・コミュニティのヒエラルキーはどのような形態になっているのか。(2)ファン資本はヒエラルキー形成の過程にどのような影響を与えるのか。(3)ヒエラルキーの存在はファン同士の相互行為にどのような影響を与えるのか。

本稿では、定性的な研究方法 (Qualitative research method) を用い、参与観察の手法に加えて、14名のインフォーマント (表2) からのインタビュー (In-depth interview) を通じて資料を集めた。参与観察は、2002年9月

～2003年2月の間に行い、インタビューは、2002年12月～2003年1月の間で実施した。14名のインフォーマントは、CIA BBS<sup>18</sup>というSNS<sup>19</sup>にある一つのジャニーズファン・コミュニティ「TOKIO」<sup>20</sup>に所属している。以下の節では、まず、当該ファン・コミュニティの生態を紹介する。次に、ジャニーズファンの間におけるヒエラルキーの形成過程と、形成されたヒエラルキーがジャニーズファン同士の関係に与える影響を論じる。最後に、本稿の展望と問題点を提示する。

### 3.1 ファン・コミュニティの生態

観察対象となるジャニーズファン・コミュニティ「TOKIO」は2000年7月に結成され、280人を超える登録会員と3名の管理者によって構成されている。このファン・コミュニティでは、オンラインとオフラインの両方の形態で会員向けの集まりが開催され、CIA BBSの中で最も団結しているジャニーズファン・コミュニティとの評判を獲得していた。しかし、ファン・コミュニティの会員数の拡大に伴い、ファン同士の交流には変化が現れてきた。

一つは、ファン同士の間でのヒエラルキーの形成である。このヒエラルキーの形成の源泉、ヒ

エラルキーの形態、そしてヒエラルキーの存在がファン同士の行動に与える影響については、次の節で説明する。

もう一つは、ファン・コミュニティの分裂である。共通の「担当」<sup>21</sup>を持つファンの一部は、ファン・コミュニティへの参加を継続しながら、「サブ・コミュニティ (Sub-community)」を結成した<sup>22</sup>。そして、争いの原因となる可能性のある情報は、サブ・コミュニティ以外には流さないようになった。他のサブ・コミュニティに所属している他の「担当」との間の衝突を回避したいと考えたことがその背景にある。観察対象のファン・コミュニティには、少なくとも二つのサブ・コミュニティが存在していた<sup>23</sup>。この二つのサブ・コミュニティは、お互いにその存在を認識しており、相手のサブ・コミュニティの反応に気を配りながら、活動する傾向が見られた。

「いくら怒っていても、(コミュニティの掲示板に)書き込みをするときは、私は必ず自分の書き込みの内容に注意を払います。他のアイドルのファンたちも掲示板を見ているから、彼らの感情に対して配慮しなければ。だから、私はなるべく偏りのない立場から書き込みをします…でも、これはやっぱり面倒くさいから、結局書き込みをやめてしまったことも多いです。」(14、女性、20代後半)

この点から、「サイバースペースの拡張に対し、人々の言論や自由が狭まり、交流や対話を拒絶するコミュニティが次第に孤立の島になっ

表2 インフォーマントのプロフィール

番号 <sup>24</sup>	性別	年代別	職種
1	女性	20代後半	学生 (大学院生・人類学専攻)
2	女性	20代後半	無職 (国家資格試験受験中)
3	女性	20代前半	パート
4	女性	20代前半	教師
5	女性	50代後半	自営業
6	女性	10代後半	学生 (高校生)
7	女性	20代後半	会社員
8	男性	20代前半	学生 (大学院生・情報理工学専攻)
9	女性	20代前半	会社員
10	男性	20代前半	学生 (専門学校・理工学専攻)
11	女性	20代前半	教師
12	女性	20代前半	会社員
13	男性	20代前半	学生 (大学生・情報学専攻)
14	女性	20代後半	会社員

てしまう」<sup>25</sup>という状況は、インターネット上で結成されたジャニーズファン・コミュニティ

では既に起こっていたことがわかる。

### 3.2 ファン同士の間のヒエラルキーの形態

ジャニーズファン・コミュニティにおけるファン同士を、「コア・メンバー (Core member)」、「オーディナリー・メンバー (Ordinary member)」、「マージナル・メンバー (Marginal member)」という三つのレベルに分けることができる。この三つのレベルにより構成したヒエラルキーは、図1の通りである。

図1にある四角形、平行四辺形、楕円形は、それぞれ、筆者がインタビューしたTOKIOファン・コミュニティ、ファン・コミュニティにおけるサブ・コミュニティ (長瀬智也ファン)、ファン・コミュニティにおけるサブ・コミュニティ (松岡昌宏ファン) を代表している。実線の範囲にあるファンは、TOKIOファン・コミュニティで、ファン・コミュニティ、あるいはサブ・コミュニティに貢献の高い「コ

ア・メンバー」である。ファン・コミュニティの管理者であるインフォーマントの1、4、7と、FTPサイト<sup>26</sup>を立てたインフォーマントの8は、ここに該当する。これに対し、破線の範囲にあるファンは、「オーディナリー・メンバー」とされている人々である。彼らは書き込み、相互行為をしているが、実際にはコミュニティへの貢献が低い。また、実線・破線の外にいるファンは、コミュニティの活動には参加しておらず、コミュニティに認識されていないファンであり、「マージナル・メンバー」と呼ぶ。

ここで、二つの点に注意を払わなければならない。一つは、ファン同士の間のヒエラルキーは固定的ではない点である。なぜなら、ファン同士の間のヒエラルキーは、社会階級とは違い、生まれた時点から受け継がれるものではなく、ファン同士がお互いを評価する過程で形成されたものだからである。そして、ファンの評価の基準は、ファンが所属しているファン・コミュニティ、サブ・コミュニティのアイドルに対する見解によって変化する。

もう一つは、インターネット上で結成されたジャニーズファン・コミュニティは、オンライン・コミュニティであるため、参加と退出が従来のコミュニティと比べ容易であり、ヒエラルキーに様々な変形が出やすい点である。例えば、ファン歴が長く、経済力も高いインフォーマン

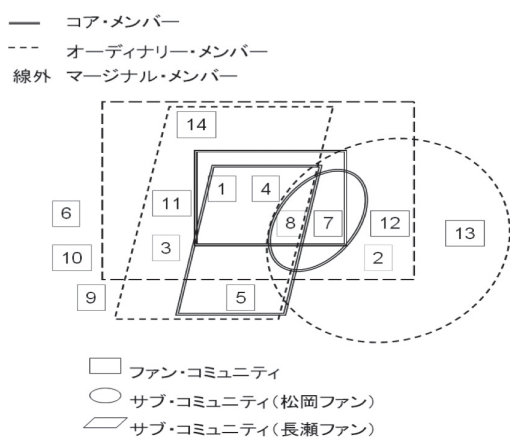


図1 ファン同士の間のヒエラルキー

ト5は、サブ・コミュニティでは「コア・メンバー」として活躍しているが、コミュニティの書き込みにはほとんど参加していないため、サブ・コミュニティに所属していないファ

ンにマージナル・メンバーと認識されていた。

これらの点から見ると、台湾におけるジャニーズファン同士の間のヒエラルキーは、多層かつ多様なものであることがわかる。

### 3.3 ファン同士の間のヒエラルキーの形成の源泉

次に、ファン同士の間のヒエラルキーの形成の源泉について検討する。ファン同士の間のヒエラルキーは、ファン同士がお互いを評価する過程で形成されたものである。このヒエラルキーの形成の源泉となるものは、ファンの文化資本及びファンの社会資本だと、Hills (2002) は指摘している。ファン・コミュニティで評価対象となるものは、ファンが所属しているファン・コミュニティ、サブ・コミュニティのアイドルに対する見解によって変化するのである。

台湾のジャニーズファン・コミュニティにおけるファンの文化資本・ファンの社会資本とヒエラルキーの形成の関係は、図2の通りである。アイドルに関連する情報に依存する傾向がある点が台湾のジャニーズファンの特徴である。

「いま、ここにいないジャニーズアイドル」をめぐる台湾のジャニーズファンが、アイドルへの思いを維持するには、大量のアイドルに関連する情報が不可欠であると、インフォーマントたちは述べている。その結果、ジャニーズファン・コミュニティにおいては、ファンが持つファン資本の多寡より、むしろ(1)ファンが所有するファン資本をどのようにアイドルに関連する情報の取得に生かすのかと、(2)ファンがどの程度の情報を、ファン・コミュニティに提供できるのか、という二つの側面が、ファンのファン・コミュニティにおける地位の向上と結びついている。

台湾のジャニーズファン・コミュニティで、最も高い評価を獲得した情報の例を二つ挙げる。一つは、アイドルに関連する映像である。もう一つは、「生」、すなわち、現場で見たアイドルやアイドルのイベントの情報である。これらの情報は、(1)即時性、(2)近距離、(3)ファンの目線からのもの、という特徴があるため、情報を通じてアイドルとの距離を縮める意欲を持つ台湾のジャニーズファンから好感を持たれたのである。例えば、インフォーマント13の証言には、この傾向が見られた。

「私が一番好きなのは、日本に住んでいる(台湾の)ファンのCさんが伝えてくれた、

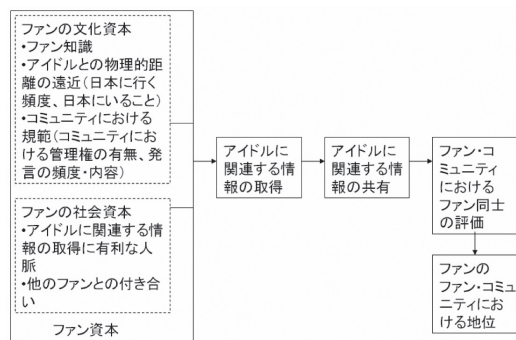


図2 ファン資本とヒエラルキーの形成

「生」の活動に参加する感想です。彼女との情報共有を通じて、アイドルとの距離が遠い私にも、現場の状況を想像することができ、彼女と一緒に興奮してしまいます。まるで、私も現場にいたみたいです（笑）。これは、テレビや雑誌からは感じられないものです。（中略）彼女の書き込みのおかげで、私は、『ファン』を続けることができます。」（13、女性、20代前半）

台湾のジャニーズファン・コミュニティにおいては、ファンによる情報の取得・提供能力が重視されているが、一方で、ファンのファン・コミュニティにおける態度、あるいは、ファン同士で接する際の態度<sup>27</sup>も、ファン・コミュニティにおけるファン同士の評価に影響を与えている。「マナーが悪い」、「理性を失う」というラベルが貼られてしまうと、ファンのファン・コミュニティにおける地位の向上には不利になる。

「私が苦手だなと思うファンは、アイドルの熱愛報道がでたら冷静でいられない人です。コミュニティの掲示板で、アイドルと付き合っている女性の悪口をネチネチと書き込みをするファンがとくに怖いです。理性が欠けているんじゃないですか。そういう人たちの書き込みは、読んだり近づいたりもしたくないです。」（2、女性、20代後半）

しかし、ファン・コミュニティにおいて、「理性」あるいは「マナー」の定義はファンによって異なる。例えば、インフォーマント2の意見に対し、もう一人のファンは、次のように反論している。

「自分のアイドルのことを擁護することは、どこが悪いのですか。私は、それが、理性が欠けている反応と思いません。

『TOKIO』のアイドルの全員を支えることは、『TOKIO』のファンがやるべきことでしょう。むしろ、それは、ファンとしての『マナー』と言ってもいいです。」（11、女性、20代前半）

続いて、これらのファン資本とファンの日常生活における資本との関連を見てみよう。自らのファンの文化資本及びファンの社会資本を生かし、情報提供能力を向上させるファンは、より高いファンの象徴資本を手に入れることができる。このファンの文化資本やファンの社会資本は、Bourdieuが述べている、ファンの日常生活における資本との間に、関連性が見られる。例えば、インフォーマント8は、この一例である。情報理工学を専攻している彼は、IT知識を生かし、コミュニティ内部の情報交流を促している。

「ファイル交換をしたい人が多くいたようですので、僕はFTPサイトを作り、『TOKIO』ファン・コミュニティに提供しました。そのFTPサイトで、皆さんがファイルを交換して、交流する姿を見て、僕もすごく楽しんでいました。パソコンの操作が苦手の人がいたら、僕は手を貸しました。ファイルをVCDに転換し、ファン・メンバーに回覧しました。」（8、男性、20代前半）

こうした彼に対し、他のファンが高い評価と好意を寄せた。



「FTPサイトがあって、助かりました。うちにはケーブルがなかったため、ほとんどの番組を見ることができませんでした。でも、今は8さんのおかげで、映像のファイルをダウンロードすることができ、コミュニティのディスカッションにも参加することもできるようになりました。本当に8さんに感謝しています。『TOKIO』ファン・コミュニティへの貢献度が一番高い人は、8さんと言ってもおかしくないと思います。彼がいないと、どうになってしまうのでしょうか。」（2、女性、20代後半）

これだけではなく、ファンの(1)ファンになった年歴、(2)経済力、(3)語学力、パソコン操作能力、音楽・美術の才能、(4)文章の表現力、(5)日

常生活で持つ人脈なども、ファン資本の構成に影響を与えている。これらの要件は、図3のように、全て、ファンの日常生活における資本——文化資本、経済資本、社会資本——と密接に関係している。つまり、実資本、ファン資本、ファン同士の間でのヒエラルキーの形成、この三者の間にはつながりがあると考えられる。ただし、実資本をファン資本として用いる際には、転換する工夫が必要である。例えば、実際の経済資本を利用し、高い値段でチケットを獲得し、コンサートに参加することなどは、その転換の手法の一例である。

これまで検討した、台湾におけるジャニーズファン・コミュニティにおける上下関係の形成とその実態を、図3にまとめてみよう。

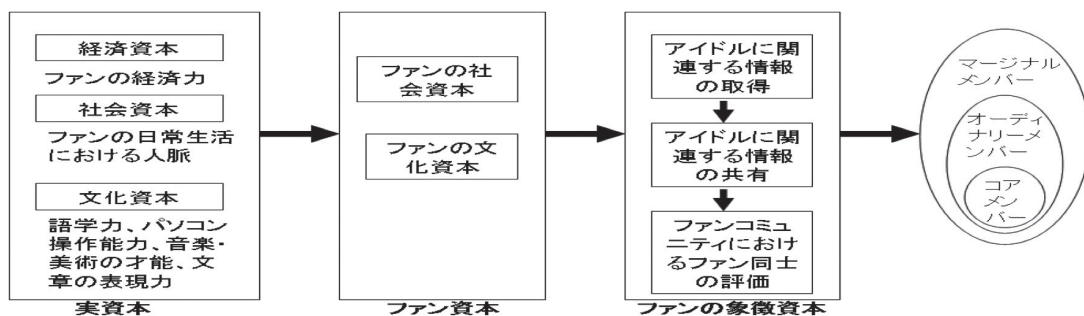


図3 実資本、ファン資本、ファン同士の間でのヒエラルキー

### 3.4 ファン同士の間でのヒエラルキーの形成が、ファン同士の行動に与える影響

ファン同士の間でのヒエラルキーの形成に伴い、権力関係が形成されている。Wrong (1956=1994) は、「権力」を、「人を自分の期待する方向に合わせる行動を喚起させる能力」

と定義しており、権力は様々な社会交換を通じて手に入れることができると指摘している (Wrong, 1956=1994)。ジャニーズファン・コミュニティにおけるファン同士の間でのヒエラ

ルキーの形成に伴い、権力の行使が起きている。この権力の行使は、主に(1)賞罰制度、(2)情報管制の二つの行動で表される。

賞罰制度は、ジャニーズファン・コミュニティの拠点となるCIA BBSの機能に基づき、管理者によって行われるものである。この制度によって、掲示板の秩序を維持することができる。

それに対し、情報管制は、管理権限の有無に関わらず、情報提供能力の高いファンが、情報能力の低いファンを裁く際によく用いる手法である。ファンは、自分が握る情報を共有しない、あるいは、一部のファンにしか情報を回さないという手法を通じて、特定のファンを排斥することにする。また、この情報管制の手法を通じ、ファンは自分の占める優位を確認し、そして、所属しているサブ・コミュニティのアイデンティティを固めることもできる。一方、コミュニティから排斥されたファンは、情報が回ってこないことを通じて、自分が除外されたことがわかる。アイドルに関連する情報に依存する傾向のある台湾のジャニーズファン・コミュニティでは、情報管制は、ファンがお互いを評価する基準となるだけでなく、権力の行使手段でもある。

ヒエラルキーの形成と権力行使の影響を受けたジャニーズファン・コミュニティには、(1)ファン同士の間での衝突の増加、(2)沈黙させる効果の生成、(3)サブ・コミュニティ活動の地下化、この三つの変化が見られた。

台湾におけるジャニーズファンは、ジャニーズアイドルと直接に接触できない環境で、より多くアイドルに関する情報を得るため、ファン・コミュニティに参加した。しかし、ファ

ン・コミュニティの会員数規模の拡大に伴い、ファン同士の間での衝突も増加した。このため、ファン・コミュニティの初期に作られた規約、共有の信念が崩れるようになり、ファン同士の間での相互行為も変わっていった。

「昔の書き込みを読むと、私たちジャニーズファンは、お互いに関心を持っていたなあと感じています。しかし、最近はだんだん変わりました。『私は、だれだれのファン』を言い張る人が出てきて、これを受け容れられない人と喧嘩することになります。コンサートの前後にある書き込みを読めば、すぐわかるでしょう。」

(1、女性、20代後半)

衝突の発生をきっかけに、ジャニーズファンは、自分と違う立場に立っているファンの存在を気にするようになった。そして、衝突場面を防ぐため、自らの言論を控える、あるいは、書き込みをあきらめる人さえ出た。

アイドルの情報を討論することが、そもそもファン・コミュニティが結成される要因である。しかし、ファン同士の間での衝突を防ぐため、ファンは自ら発言・書き込みを控える。このことにより、ファン・コミュニティにおける相互行為も変化する。「沈黙させる効果」(Chilling effect)の生成は、この一例と考えられる。また、サブ・コミュニティに所属しているファン同士は、サブ・コミュニティの活動を地下化させる傾向も見られるようになる。その結果、ファン・コミュニティは、ファン同士と感情を交流する場所から、単に情報を取得する場所に過ぎなくなる。そして、サブ・コミュ

ニティは、コミュニティに取り代わる、感情を

育てる新たな集まりとなる。

## 4. 結び

本稿では、台湾におけるジャニーズファン・コミュニティを研究対象として取り上げ、(1)ファン・コミュニティの生態、(2)ファン同士の間には存在するヒエラルキーの形態、(3)ヒエラルキー形成の源泉、(4)ヒエラルキーがファン同士の相互行為に与える影響を検討した。研究の結果は、以下の通りである。

(1)ファン・コミュニティの生態：ジャニーズファン・コミュニティの会員数の拡大に伴い、ファン同士の間にはヒエラルキーが形成され、ファン同士の分裂と再集結も現れた。ここで注意を払うべき点は、辻（2003、2004）が指摘した、日本のジャニーズファンの「同担回避」傾向と異なり、台湾のジャニーズファンは、共通の「担当」を持つファンがサブ・コミュニティに再集結した上で、「担当」の違うファンと対立する傾向が見られる点である。

(2)ファン同士の間には存在するヒエラルキーの形態：ジャニーズファン・コミュニティにおけるヒエラルキーは、「コア・メンバー」、「オーデイナリー・メンバー」、「マージナル・メンバー」という三つのレベルにより構成されている。ファン同士の間にはヒエラルキーは、ファン同士がお互いを評価する過程で形成されたものであり、参加と退出も従来のコミュニティと比べ容易であるため、様々な変形が出ている。

(3)ヒエラルキーの形成の源泉：台湾のジャニーズファン・コミュニティは、アイドルの

情報に依存する傾向があるため、ファンが持つ実資本のファン資本への転換方法、転換したファン資本を用いたアイドルに関連する情報の取得方法、さらに、取得したアイドルの情報のファン・コミュニティへの提供方法が、ファンのファン・コミュニティにおける地位の向上と結びついており、ヒエラルキーの形成の源泉となっている。

(4)ヒエラルキーがファン同士の相互行為に与える影響：ファン同士の間にはヒエラルキーの形成に伴い、権力の行使が起こっている。この権力関係は、主に（ア）賞罰制度、（イ）情報管制の二つの行動で表される。また、ヒエラルキーの形成と権力の行使の影響を受けたジャニーズファン・コミュニティには、（ア）ファン同士の間での衝突の増加、（イ）沈黙させる効果の生成、（ウ）サブ・コミュニティ活動の地下化、という三つの変化が見られる。

なお、ジャニーズファン・コミュニティで形成されたヒエラルキーは、スターとファンに関係にどのような影響を与えるのか、そして、ファン・コミュニティの「エリート」のファンたちは、どのようにして自分が累積してきたファンの象徴資本を用い、実社会における地位を向上させるのか。さらに、日本と台湾のファンの行動には、どのような共通点・相違点があるのか、などの現象の考察は、今後の課題である。

## 註

- <sup>1</sup> Jenkins 1992b : 12
- <sup>2</sup> 野村総合研究所 2005 : 2
- <sup>3</sup> Grossberg 1992
- <sup>4</sup> Fiske 1989 ; Abercrombie & Longhurst 1998 : 130-2
- <sup>5</sup> Thornton (1995)、MacDonald (1998)、Hills (2002) は、ファン資本は、ファン同士の間のヒエラルキーの形成に影響があるとしている。しかし、ヒエラルキーの形成の過程、そしてファン活動で累積したファン資本が実資本の累積にも貢献する現象については、論じられていない。
- <sup>6</sup> 辻 (2003) が調査したジャニーズファンの「怪文章」現象、張郁欣 (2005) による「アンチファン」の研究などがある。
- <sup>7</sup> Jenkins 1992a : 210-214
- <sup>8</sup> 社会学でよく取り上げられる「コミュニティ」とは、「領土」、「社会システム」、「帰属感」という三つの要件に満たしながら形成されたものを指す (Sarason 1997=2007 : 241 ; Jones 1995 ; Wilbur 2000) 。
- <sup>9</sup> ジャニーズ事務所所属の5人男性アイドルグループ。
- <sup>10</sup> 好きな人物、メディア・テキスト、物に関連する情報。(MacDonald 1998) 。
- <sup>11</sup> Jenkins 1992b : 281 ; Baym 1998 : 118-119 ; 辻 2004 : 27-33 ; Jenkins 2006 : 139
- <sup>12</sup> Bourdieu (1979) は、資本を「経済資本」、「社会資本」、「文化資本」、「象徴資本」に分け、この四つの資本がお互いに完全に取って代わることはできないが、一定の範囲では転換することができるという。また、個人の所持資本は、その個人の社会階級に依存するものであると、Bourdieuはする。
- <sup>13</sup> ファン・コミュニティで相互行為を行うための元手となるものと指す。Hills (2002) は、ファン資本をファンの文化資本とファンの社会資本を区別している。ファンの文化資本は、メディア・テキストの関連情報、メディア・テキストとの物理的距離、コミュニティにおける規範であるのに対し、ファンの社会資本は、ファンの社会的人脈と定義されている。
- <sup>14</sup> 広辞苑 (第五版) によると、「ブーム」とは、①にわかに需要が増大し、物価が暴騰すること、あるいは、②ある物事にわかに盛んになることをさす。本稿は②に従い、1980年代後半以降、ジャニーズ事務所に所属しているジャニーズアイドルが急に熱狂的な人気の対象となることを、「ジャニーズブーム」と称す。
- <sup>15</sup> ジャニーズアイドルの影響を受け、台湾のポピュラー音楽業界では、それまで存在しなかった「少年アイドルグループ」というジャンルが誕生し、「国産アイドル」のプロデュースブームが始まった。1989年にデビューし、絶大の人気を獲得した「小虎隊」は、少年隊を手本にした台湾初のアイドルグループである (楊 1998 ; 陳 2006 : 57) 。
- <sup>16</sup> マスメディアにおける報道のほか、近年は、ジャニーズファンが自らのファン経歴を本にまとめ、出版する行動が目立つ。例えば、日本には、松本美香 (2007) : 『ジャニヲタ 女のケモノ道』双葉社、竹内義和 (2008) : 『僕が、嵐を好きになった理由』メタモル出版、がある。台湾では、希小爾 (2007) : 『哈日追星大作战』墨刻出版股份有限公司、Mayu (2009) : 『東京小女行 ~ PS.男生可能不適用 (囧) ~』上旗文化が出版された。
- <sup>17</sup> 辻 2003, 2004, 2007
- <sup>18</sup> Bulletin board systemの略称。台湾のBBSはテキスト・ベースであり、とりわけ大学生・大学院生の間で市民権を獲得している無料インターネットサービスである。一つのBBSには、複数の掲示板が存在しており、登録手続きを済ませた使用者は自由に掲示板を見たり、書き込んだりすることができる。研究対象となるCIA BBSは、1996年に創立され、台湾初かつ唯一の芸能をテーマにしたBBSとして知られており、メディアからの評価も高い。また、台湾のジャニーズファンが多く集まっていたことも、CIA BBSの一つの特徴である。
- <sup>19</sup> Social networking site、人と人とのつながりを促進するコミュニティ型のウェブサイト。
- <sup>20</sup> 参与観察を実施した2001~2003年には、CIA BBSには、七つのジャニーズファン・コミュニティが存在していた。本稿は、ランダム・サンプリングの形で観察対象となるコミュニティを一つ抽出し、コミュニティの管理者の協力を得た上、スノーボール・サンプリングで、インフォーマントを決定した。
- <sup>21</sup> ジャニーズファン用語。「~担当」=「~ファン」。一人のファンは、一人の担当しか持たないことがジャニーズファンの間の暗黙のルールである。例えば、木村拓哉ファンは、自分を木村拓哉担当と呼ぶ。また、同じアイドルのファンのことを「同担」

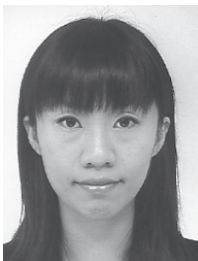
という。

- <sup>22</sup> アイドルの結婚や女性との付き合いに関する報道への見解の違いがサブ・コミュニティの結成の背景の一つである。
- <sup>23</sup> 一つは、長瀬智也というアイドルを支持するサブ・コミュニティである。もう一つは、松岡昌宏というアイドルを支持するサブ・コミュニティである。
- <sup>24</sup> 各インフォーマントの番号は、インタビューを行った順番で自動的に振られたものである。
- <sup>25</sup> 翟 2001
- <sup>26</sup> File transfer protocol, インターネットでファイルを転送するときに使われるプロトコルのこと。
- <sup>27</sup> 台湾のジャニーズファン・コミュニティにおいて、ファンのアイドルのスcoop報道に対する反応、ファンのコンサートにおける反応、そして、ファン・コミュニティの新規会員に接する態度は、「ファンとしてのマナー」、「理性の有無」の判断の基準となる。

## 参考文献

- Bourdieu, P. (1979) : *La Distinction: Critique Sociale du Jugement* (De Minuit) . [石井洋二郎 (1989) : 『ディスタンクシオン (社会的判断力批判I、II)』新評論]
- Cohen, A.P. (1985) : *The Symbolic Construction of Community* (Ellis Horwood Ltd) . [吉瀬雄一 (2005) : 『コミュニティは創られる』八千代出版株式会社]
- Delanty, G. (2003) : *Community* (Routledge) . [山之内靖、伊藤茂 (2006) : 『コミュニティ——グローバル化と社会理論の変容』NTT出版株式会社]
- Fiske, J. (1989) : *Reading the Popular* (Unwin Hyman) . [山本雄二訳 (2003) : 『抵抗の快楽——ポピュラーカルチャーの記号論』世界思想社]
- キム・ヒョンミ (2004) : 「韓国における日本大衆文化の受容と『ファン意識』の形成」毛利嘉孝編『日式韓流』せりか書房 pp.162-202
- 小川博司 (1991) : 「アイドル歌手の誕生と変容」藤井知昭、高橋昭弘編『現代と音楽』東京書籍株式会社 pp. 90-106
- 小泉恭子 (2003) : 「異性を装う少女たち——ヴィジュアル・ロックバンドコスプレファン」井上貴子、森川卓夫、室田尚子、小泉恭子編『ヴィジュアル系の時代——ロック・化粧・ジェンダー』青弓社。
- 小倉千加子 (1990) : 『アイドル時代の神話』朝日新聞社
- 毛利嘉孝 (2004) : 「『冬のソナタ』と能動的ファンの文化実践」毛利嘉孝編『日式韓流』せりか書房 pp.14-50
- 平田由紀江 (2004) : 「まなごすものとしての日本女性観光客——『冬のソナタ』ロケ地めぐりにみるトランスナショナルなテクスト読解」毛利嘉孝編『日式韓流』せりか書房 pp.51-82
- 辻泉 (2003) : 「ファンの快楽」東谷護編『ポピュラー音楽へのまなごし』勁草書房
- 辻泉 (2004) : 「ポピュラー文化の危機——ジャニーズファンは“遊んでいるのか”」宮台真司、鈴木弘輝編『21世紀の現実——社会学の挑戦』ミネルヴァ書房 pp. 2-52
- 辻泉 (2007) : 「関係性の楽園／地獄——ジャニーズ系アイドルをめぐるファンたちのコミュニケーション」玉川博章等編『それぞれのファン研究』風塵社 pp. 243-289
- 林香里 (2005) : 「『冬のソナタ』にハマった私たち：純愛、涙、マスコミ…そして韓国」文芸春秋
- 清水由紀子訳 (2008) : 『韓流の社会学——ファンダム、家族、異文化交流』岩波書店
- 野村総合研究所 (2005) : 『オタク市場の研究』東洋経済
- 野沢慎司訳 (2006) : 『リーディングス ネットワーク論：家族・コミュニティ・社会関係資本』勁草書房
- 新村出編 (1998) : 『広辞苑 (第五版)』岩波書店
- 稲増龍夫 (1989) : 『アイドル工学』筑摩書房
- Abercrombie, N. & Longhurst, B. (1998) : *Audiences* (SAGE) .
- Baym, N. (2000) : *Tune In, Log On* (Sage) .
- Fiske, J. (1987) : *Television Culture* (Methuen) .
- Fiske, J. (1992) : "The Cultural Economy of Fandom". In Lewis, L. (Ed.) *The Adoring Audience* (Routledge) . pp.30-49

- Gray, J., Sandvoss, C. and Harrington, L. (2007) : "Introduction: Why Study Fans?" In Gray, J., Sandvoss, C. and Harrington, L. (eds.) *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World* (New York University Press) , pp.1-18.
- Grossberg, L. (1992) : "Is There a Fan in the House?: The Affective Sensibility of Fandom". In Lewis, L. (Ed.) *The Adoring Audience* (Routledge) , pp.50-65
- Hills, M. (2002) : *Fan Cultures* (Routledge) .
- Hiroshi Aoyagi (2000) : "Pop Idols and the Asian Identity". In Craig, T. (Ed.) *Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture* (M.E.Sharpe, Inc.) .
- Jenkins, H. (1992a) : "Strangers No More, We Sing: Filking and the Social Construction of Science Fiction Fan Community". In Lewis, L. (Ed.) *The Adoring Audience* (Routledge) , pp.208-236
- Jenkins, H. (1992b) : *Textual Poachers* (Routledge) .
- Jenkins, H. (2006) : *Fans, Bloggers, and Gamers* (New York University Press) .
- Jensen, J. (1992) : "Fandom as Pathology: The Consequences of Characterization". In Lewis, L. (Ed.) *The Adoring Audience* (Routledge) , pp.9-21
- MacDonald, A. (1998) . Uncertain utopia: Science fiction media fandom and computer mediated communication. In Harris, C. & Alexander, A. (eds.) , *Theorizing fandom: Fans, subculture and identity* (Hampton Express) , pp.135-151.
- Seiter, E. et al. (1989) : "Introduction". In Seiter, E. et al. (eds.) *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power* (Routledge) , pp.1-15
- Siriyuvasak, U. & Shin, H. (2007) : "Asianizing K-pop: Production, consumption and identification patterns among Thai youth". In *Inter-Asia Cultural studies*, 8(1).
- Thornton, S. (1995) : *Club Culture* (Polity Press) .
- Tulloch, J. (2000) : *Watching Television Audience: Cultural Theories and Methods* (Arnold) .
- Blau, Peter (1964) : *Exchange and power in social life* (J.Wiley) . [孫非 (1999) : 『社會生活中的交換與權力』 桂冠]
- Wrong, D.H. (1956) : *Power, Its Forms, Bases, and Uses* (Harper and Row Publishers) . [高湘澤、高全余 (1994) : 『權力：它的形式、基礎和作用』 桂冠] .
- 張郁欣 (2005) : 『反偶像明星社群之初探』 國立政治大學國際貿易研究所碩士論文
- 陳坤賢 (2006) : 『蠶食勞動——從契約關係析論流行音樂歌手之勞動條件』 國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文
- 翟本瑞 (2001) : 「在天堂建立人間社會」 『南華大學網路社會學通訊期刊』 12期.
- 應奇 (1999) : 『社群主義』 揚智.
- 謝佳凌 (2001) : 『電視劇迷在虛擬社群中的交談意義』 政治大學廣播電視研究所碩士論文.



龐 惠潔 (ばん けいけつ)  
 1979年12月生まれ  
 [最終学歴] 政治大学大学院新聞研究所  
 [専攻領域] オーディエンス研究・ファン研究  
 [所属学会] 日本マス・コミュニケーション学会

# The Divergence of Hierarchy and Power Relations within Fan Community : A Case Study on Johnny's Fans in Taiwan

Hui-chien Pang\*

## Abstract

This study intends to explore the divergence of hierarchy and power relations within Johnny's fan community in Taiwan. Johnny's fans heavily rely on the use of CMC to make friends with other fans as well as to get information about Johnny's idols. Fans that make a good use of their fan social and fan cultural capitals to contribute to the community may win higher fan symbolic capitals and get a high standing within fan community as a reward. Fans in the high standing show their power on others by using rewards and punishments or controlling the circulation of idol information. The divergence of hierarchy and power relations within fan community often results in the chilling effect in community, and may finally accounts for the subversion of the community.

---

\*Graduate Institute of Interdisciplinary Information Studies, the University of Tokyo

Key Words : Fan, Fan community, Hierarchy, Capital.