

# 中国 Weibo におけるサブカルチャーに 対するガバナンス

——ファンダム・サブカルチャーの  
ナショナリズム運動を例として——

焦 贇

- 一 はじめに
  - (一) 中国 Weibo というインターネット空間の変容
  - (二) 問題の所在
- 二 本研究の位置づけ (先行研究の整理)
  - (一) ファンダムというサブカルチャー
  - (二) 文化的アイデンティティと「ポジショニング」
- 三 中国におけるファンダム・サブカルチャーの位置づけと研究事例の特定
- 四 「限韓令」と Weibo におけるファンダム・サブカルチャー
  - (一) ミサイル・システムによる中韓摩擦と「限韓令」
  - (二) 「限韓令」下の主流メディアとサブカルチャーの相互作用
- 五 Weibo におけるファンダム・サブカルチャーのナショナリズム運動
  - (一) 香港デモとファンダム・ナショナリズム
  - (二) ナショナリズム運動中の主流メディアとファンダム・サブカルチャーの相互作用
- 六 「清朗行動」と Weibo におけるファンダム・サブカルチャー
  - (一) ファンダム・サブカルチャーに対する「清朗行動」
  - (二) 「清朗行動」による主流メディアとファンダム・サブカルチャーの相互作用
- 七 おわりに

## 一 はじめに

(一) 中国 Weibo というインターネット空間の変容

インターネットとモバイル端末の普及により、ソーシャル・メディア

Weiboは中国の若者の日常生活に隅々まで浸透している<sup>1)</sup>。2010年ごろ、中国のインターネット掲示板やソーシャル・メディアの勃興により、「一般民衆の利益と訴求を代表できないエリートや専門家が世論をリードしきれない中、インターネット上の人々は自らより完全な情報を求め、(略)積極的に発言する」(章 2017: 67)ようになった。その結果、中国のネット・ユーザーによる政治・社会に関するさまざまな問題についての議論が活性化し、喚起されたネット世論を通じて、「孫志剛事件」<sup>2)</sup>のような実際の政策改善にも影響を与えることができるようになった。当時、中国のネット・ユーザーは政治や社会の争点に多大な関心を抱き、インターネットを一種の「公共圏」<sup>3)</sup>とみなし、そこでさまざまな討論を積極的に行っていた。また、インターネットにおける「公知」(「公共知識分子」という中

- 
- 1) 「2021年上半期 中国のインターネット利用状況 (第48回 中国インターネット発展状況統計)」によると、中国のインターネット利用者数は10.11億人に達し、インターネット普及率は71.6%にもなった。その中、SNSの利用者数は10.07億人であり、インターネット利用者全体に占める割合は99.6%に上った。その中、Weiboの利用者数アクティブ・ユーザーは5.11億人にも上り、35歳以下の若者利用者は全体の78%も占める。中国においてWeiboは若者が最も利用しているSNSの一つと考えられている。
  - 2) 2003年3月、広東省広州市の会社員(28歳)孫志剛氏が身分証明書の不携帯で警察に拘束され、収容所内で暴行を受け、三日後死亡した。この事件は「都市流浪物乞いの収容移送制度」を批判するネット世論を巻き起こし、制度の廃止を後押しした。(参照: 劉亜菲(2014)「中国ネット世論形成における伝統メディアとインターネットの共働についての考察」国際広報メディア・観光学ジャーナル18; pp 115-136)
  - 3) 「公共圏」はハーバーマスの思想に一貫する中心的概念であり、公衆が討論を通して社会的・政治的意思決定を行うために形成された回路と定義できる。アラブの春やジャスミン革命により、ソーシャル・メディアWeiboを通じて形成された「公共意識=世論」が公権力と折衝するようになり、政策決定や遂行過程に影響を及ぼす可能性が発見された。その結果、多くの実証研究で指摘されたように、中国のネット・ユーザーはWeiboを「公共圏」として積極的に利用してきた。(参照: 西本紫乃(2011)「公共圏としての中国のインターネット空間: 中国社会の文化的文脈とインターネット流行語からの考察」情報文化学会誌18(2); pp 45-52: 車愛順(2014)「中国社会におけるインターネット公共圏」社会システム研究17; pp 145-162)

国語の略語であり、公共のために提言する知識人を意味している) に対する支持も積極的に示されている。中国のネット・ユーザーは、インターネットにおいて公共のために中国政治や社会問題に対して批判する人を「公知」と位置づけ、彼らのインターネット投稿をフォローして熱心に支持する。一方で、「公知」の主張を批判して中国政府を応援するインターネット投稿は、中国政府が世論を操作するための投稿として中国のネット・ユーザーによって拒否されることがある。すなわち、当初 Weibo に代表される中国のインターネット空間は、中国政府への対抗的な言論空間として営まれていた。

しかしながら、2013年から Weibo 投書を規制する一連の政策が打ち出され、中国政府は Weibo をはじめとするネット・メディアでの言説に対して、厳しい制限を加えた。Weibo は、当初期待された「公共圏」としての機能を後退させ、Weibo の登場に伴う「民主化の夢」も破壊されることになった。Weibo も「政治」と一定の距離を置くようになり、「公共圏」的な言論空間からサブカルチャーの「居場所」へと変わってきた。もちろん、支配的イデオロギー・文化によって「周辺化」されたサブカルチャーは、依然として「抵抗」という姿を保っている。すなわち、中国のインターネットにおいて「政治的な」領域では言論の自由が厳しく規制されたが、「非政治的な」領域（例えば、ファンダムやジェンダー・サブカルチャーなど）では一定の自由が残されており、「公知」の中国政府・社会を批判する言論も中国インターネット文化として存在していた。

ところが、そうしたインターネット文化は近年になって大きく変容した。Weibo における中国若者の著しい「左傾化」が見られるようになった。厳しく言論規制を加えられている現状に対して「抵抗」や「反抗」をするより、むしろ「中国式統治のほうが優れている」と、党を支持する傾向が若者たちの言動によく表れている<sup>4)</sup>。2023年に実施された Weibo の若年層利用状況調査によると、彼らの投稿に付けられたハッシュタグとして「#中

---

4) NHK 2021年7月1日『『中国式統治』を支持 若者たちのリアル～中国共産党創立100年～』<https://www.nhk.or.jp/gendai/articles/4565/>

華血脈開始覚醒」が上位に入る<sup>5)</sup>。それは中国人としてのプライドを高く感じるようになることを意味しており、中国がもつ魅力的なソフトパワーおよび強大な経済力や軍事力をめぐる投稿に付けられることが多い。つまり、近年Weiboにおける若者は、前述したハッシュタグを通じて中国政府の統治を支持・応援する「左寄り」的な言論を積極的に発信している。そうした「左傾化」傾向はマス・メディアによって報道されてきた<sup>6)</sup>だけではなく、インターネット上でも「なぜ今日の若者がより左寄りとなってきたか」という問題について議論されている<sup>7)</sup>。

ここで「左傾化」とは、社会主義という中国の既存の社会体制に対して賛同・支持する「保守的な」言動が、インターネット空間で増えていく傾向を指す。実際の言動傾向は日本の「ネット右翼」と類似点が多いが、中国の共産主義や社会主義は、資本主義と比べてすでに「左寄り」的な存在と考えられている。そのため、中国の文脈においては、既存の社会体制に賛同・支持する言動は「右寄り」ではなく「左寄り」とであると定義されている。

若者の「左傾化」とともに、Weiboにおける中国の若者は「公知」に対する態度も一変させた。従来は「公知」を支持・賞賛していたが、「公知」は一定の政治的目的を達成するために、事実を意図的に歪曲して中国政府・中国社会を攻撃しているのではないかと疑問視するようになってきた。

---

5) 「2023年微博年輕用戶發展報告」<https://data.weibo.com/report/reportDetail?id=471>

6) 中国のマス・メディアは若者の「左寄り」的な言動を「愛國的」と意味づけ報道したが（参照：<http://opinion.people.com.cn/n1/2024/0922/c1003-40325313.html>；<https://cn.chinadaily.com.cn/a/202102/09/WS602279b2a3101e7ce973f6d6.html>）、海外のマス・メディアはそれを「左傾化」と指摘した（参照：<https://cn.nytimes.com/china/20130624/cc24lifan1/>）。

7) 「知乎」（日本の「Yahoo!知恵袋」のようなサイト）という中国でもっとも有名なQ&Aサイトで「なぜ今日の若者がより左寄りとなってきたか」という質問が繰り返し提出され、それに対するコメントやシェアの数は八万件に迫っている（参照：<https://www.zhihu.com/search?type=content&q=%E5%B9%B4%E8%BD%BB%E4%BA%BA%E8%B6%8A%E6%9D%A5%E8%B6%8A%E5%B7%A6>）。

例えば2020年Covid-19のパンデミック下において、方方氏は中国政府のロックダウン政策を批判する『武漢日記』をWeiboで投稿してきたが、中国ネット・ユーザーからは多くの批判が殺到した。特に、『武漢日記』の海外出版によって、Weiboにおけるさまざまなサブカルチャーが彼女のことを、「欧米が中国を攻撃するための弾を与えている」「裏切り者」として非難している<sup>8)</sup>。

要するに、2013年に規制されて以降「脱政治化」したWeiboというインターネット空間は、文化的実践においても、近年その「対抗性」を失いつつあるように見られる。Weiboの主要な利用者である中国の若者は、中国の支配的イデオロギーに対して、従来の「抵抗」から「左寄り」的な「自発的服従」とする傾向が著しい。

## (二) 問題の所在

従来のカルチュラル・スタディーズ研究やサブカルチャー研究は、サブカルチャーが対抗的自律性をもっているという考えを広く共有している(山田2004)。すなわち、サブカルチャーは支配的文化や他のサブカルチャーと差異化し、距離を置くことで、自律性を保っているとされている。しかし近年、すでにサブカルチャーの「居場所」となってきた中国Weiboでは、中国政府・中国共産党を熱心に支持する「左寄り」的な言動が著しく増加してきた。だが、Weiboにおけるさまざまなサブカルチャーが支配的イデオロギー・文化に対して自発的に服従する行為が、本当に「左傾化」してきたことを意味しているのだろうか？ その「左傾化」の傾向は、一体どのように形成されているのだろうか？ サブカルチャーと支配的イデオロギー・文化との関係が「抵抗」から「自発的服従」に変容してきた背後で、中国政府はいかなるガバナンスを行ったのか？ その一連の問題を解明するために、本研究では中国Weiboにおけるサブカルチャーと中国主流メディアに代表される支配的イデオロギー・文化との関係に注目し、

---

8) AFPBB News2020年5月4日「封鎖下の日々をつづった『武漢日記』、海外出版で中国人作家に国内から批判」<https://www.afpbb.com/articles/-/3280534>

図 1



左はアイドル応援のWeibo投稿であり、右は香港デモ時期ナショナリズム活動の中で中国を応援する投稿である。両者（ハイライト部分）ともファンダム・サブカルチャーのレトリックを利用している。

中国若者、特にサブカルチャーとしての若者がいかなる交渉プロセスを通じて左傾化してきたかを明らかにする。

本研究では、サブカルチャー集団の中でもファンダムに注目する。ファンダムとは本来はアイドルなどに対する熱心な活動やその担い手を指し示す概念であり、Weiboにおいて最も活発なサブカルチャー集団を形成する。ここで注意すべきは、これらのファンダムが蓄積してきた実践や文化が、中国政府を支持するために積極的に転用されている点である。例えば、2019年8月14日に中国Weiboのファンダム・サブカルチャーは団結し、攻撃的な言説を投稿した香港デモの参加者・支持者に反撃することを目的としてナショナリズム運動を展開した。中国のWeiboにとどまらず、FacebookやTwitterなどでも、ファンダム・サブカルチャーとして特有のレトリックを利用し、中国政府・政権を自分の「アイドル」として熱心に応援して支持するという内容を繰り返して投稿した（図1）。そうしたナ

シヨナリズム的な言動は、中国のファンダム・サブカルチャーが「党と国を共に愛すること」によって形成された「左寄り」的な活動と考えられる(劉 2022 : 41)。

以上を踏まえ、ここでは研究課題をWeiboにおけるファンダム・サブカルチャーに絞り、カルチュラル・スタディーズの視点から中国政府の支配的イデオロギー・文化の交渉プロセスを分析する。そして、Weiboにおける若者のサブカルチャーが、従来の支配的イデオロギー・文化への「抵抗」から今日のように「左傾化」した原因について考察する。

## 二 本研究の位置づけ (先行研究の整理)

### (一) ファンダムというサブカルチャー

ファン文化に関する先行研究では、「ファン」と「ファンダム」という言葉の使い方は研究間で一貫しておらず、しばしば重複している。サブカルチャーの「居場所」としてWeiboで現れた、支配的イデオロギー・文化に「自発的服従」する「左傾化」現象を研究するために、本研究では「ファンダム」を「共有された集団的なファン活動や創造的実践」(Jenkins 2006)と定義する。「ファンダム」は共通の興味をもつほかの「ファン」と関わり合ったり、コミュニケーションを取ったりするための場を提供する。

サブカルチャーとしてのファンダム研究は、1990年代フィスクのポピュラー文化研究に遡る。フィスク(1989=1998)は、マドンナに対するファンダムが男性社会への抵抗を反映していると指摘した。Ehrenreichら(1992)は、ザ・ビートルズの女性ファンについての分析を通じて、このファンダムには中産階級社会における性の抑圧への抵抗があると述べた。中国の場合もファンという存在そのものへの偏見が社会的に存在するため、中国におけるサブカルチャーとしてのファンダムには、そもそも支配的イデオロギー・文化への「抵抗」が存在する(金 2010)。つまり、ファンダムは主にファンが支配的イデオロギー・文化に「抵抗」する対抗的な空間

として理論化されている (Russ 1985; Bury 2005; Coppa 2008)。ところが、本研究の研究事例として取り上げた、中国 Weibo におけるナショナリズム運動というファンダム実践は、中国社会の支配的イデオロギー・文化に「抵抗」するというより、むしろ自発的に「合流」と指摘されている (劉 2022)。ここでは、Weibo におけるファンダム・サブカルチャーがいかに中国の支配的文化・支配的イデオロギーに自発的に服従してきたかについて、カルチュラル・スタディーズの視点から検討する必要があるだろう。

劉 (2017) はカルチュラル・スタディーズの視点からそうした「ファンダム・ナショナリズム」を分析することを試みた。彼によると、「ファンダム・ナショナリズム」は今日の中国若者が支配的文化・支配的イデオロギーに自発的に服従することを意味するというより、すでに一種のヘゲモニーとなった対抗文化としてのインターネット文化へ「抵抗」することを反映している。ところが、そういった仮説では「ファンダム・ナショナリズム」の事例として解釈しきれない部分もある。まず、対抗文化に対する「抵抗」は、支配的イデオロギー・文化への自発的服従を意味しない。また、「ファンダム・ナショナリズム」を「対抗文化」に対する「抵抗」とみなした場合、その新しいサブカルチャーは自律性をもって長く存在しているはずだが、「ファンダム・ナショナリズム」の事例は一時的に過ぎなかった。香港デモが終わった後、団結してきた Weibo のファンダムは、すぐにサブカルチャーとしての日常に戻った。つまり、「ファンダム・ナショナリズム」は対抗文化へ「抵抗」する新しいサブカルチャーというより、むしろ既存のファンダムの新しい実践と理解したほうが良い。以上を踏まえ、本研究では中国 Weibo におけるファンダム・サブカルチャーに注目し、それが従来からの支配的イデオロギー・文化への「抵抗」から、今の「左寄り」的な「自発的服従」に変容した原因を再び検討する。

ファンダム・サブカルチャーの変容を明らかにする際に、ファンとしての文化的アイデンティティは重要な切口と考えられる。文化的アイデンティティとは、「人々の間あるいは個人と集団との間の共通する文化の確認であり、民族、国家など文化共同体内のメンバーがその文化に対する理解・受け入れを実践する文化的心情・認識である」(蔡 2013: 120)。ここ

で文化的アイデンティティは、ファンダム・サブカルチャーのメンバーがもつ「自分はXXファンである」という認識を意味している。オイサーマン (2009) の「アイデンティティに基づく動機づけ」モデルによると、ファンダムという実践はすべてファンとしての文化的アイデンティティに基づいて展開していくともいえる (池田 2014:78)。Grossberg, et al. (2006) は、ファンになるためにはそれなりの投資が必要であると唱えた。その投資は、明確なファンとしてのアイデンティティを構築した上で展開するファンダム実践だろう。また、Groene & Hettinger (2016) はファン心理の実証研究を通じて、明白かつ肯定的なアイデンティティをもっているファンが、より積極的にファンダム実践に参加していくことを明らかにした。そのため、本研究ではWeiboにおけるファンダムのアイデンティティに焦点を絞って、ファンダム・サブカルチャーが従来の支配的イデオロギー・文化への「抵抗」から今の「左寄り」的な「自発的服従」へ変容した過程を分析する。

## (二) 文化的アイデンティティと「ポジショニング」

文化的アイデンティティに対しては、いくつかの異なる立場が存在している。ファンダム・サブカルチャーの文化的アイデンティティを分析するために、本研究では古典的な本質的アイデンティティ概念ではなく、スチュアート・ホールが提唱してきた文化的アイデンティティ概念を用いている。スチュアート・ホールによると、サブカルチャーを含む「文化は特定の場に現れることによって自らの存続を納得させる何かであるが、その場では必ず何らかの制度と、その制度と相互依存する言説と、それらによって支えられつつ、それらを具体的に個別化する主体が交差している」(富山 1998 : 171)。その場合、アイデンティティは『呼びかけ』ようとする試み、語りかける試み、特定の言説の社会的主体としてわれわれを場所に招き入れようとする試みをする言説・実践と、主体性を生産し、『語りかけられる』ことのできる主体性としてわれわれを構築するプロセスの出会いの点、〈縫合〉の点」(ホール 1996 = 2001 : 15) という意味である。その結果、人々の文化的アイデンティティは「決して単数ではなく、さまざま

まで、しばしば交差していて、対立する言説・実践・位置を横断して多様に構成される」(ホール 1996 = 2001 ; 12)。すなわち、文化的アイデンティティは「あるもの」というだけではなく、「なるもの」である。

この可変性に富む文化的アイデンティティの変容を把握するために、ここではカルチュラル・スタディーズの中で論じられてきた「ポジショニング」概念に注目し、主たる方法論として採用する。ポジショニング理論とは、役割理論から発展した言説分析の一つであり、言説の中で人々がどのように自他を位置付けるのかを検討する理論である。このポジショニング理論は、言説における位置取りがアイデンティティの維持や変容にどのように関わったのかに注目している (Ribeiro 2006)。Burr (1995 = 1997 ; 78) によると、「われわれが誰であり、したがって行えることが何で、行えないことは何か、行うのが正しくてふさわしいことは何か、行うのが間違っていてふさわしくないことは何か、これらの感覚はすべて言説内で主体が置かれている立場から出てくる」。そういった位置づけはその場面の参加者から双方向的に決められるものであり、相互作用적であり、また流動的である。言語による実践の中で人はお互いに位置づけ、また位置づけられ、その関係性の中からアイデンティティが生み出されるのだという。つまり、ポジショニング理論を通して、Weiboにおけるサブカルチャーと中国主流メディアに代表される支配的イデオロギー・文化との間の相互作用を明確にすると、それに伴うサブカルチャーのアイデンティティ変容も明らかにできる。それにより、Weiboにおけるサブカルチャーが支配的イデオロギー・文化に「自発的服従」してきたことが本当に中国の若者の「左傾化」を意味しているのかを考察できると同時に、そうした「自発的服従」の背後にいかなる戦略的意図が隠されているのかも明らかにできる。

### 三 中国におけるファンダム・サブカルチャーの位置づけと研究事例の特定

中国においては、ファンダムは常に「思春期の一時的な病理として問題視され、マス・メディアや大衆文化産業に翻弄された負のイメージとして

定着した」(金 2008:41)。その結果、ファンダム・サブカルチャーは多くの場合、支配的文化から疎外されていた。ファンダム・サブカルチャーに関する出来事から目をそらすことは、マス・メディア(あるいはそれに代表される支配的文化)の一貫した「態度」と考えられる。「69聖戦」という中国インターネット史上における大きな出来事(劉 2022:35)についても、中国主流メディアは報道することなく、インターネットにおけるファンダム・サブカルチャーに対して批判などの「態度」を表すこともない。「69聖戦」とは、インターネットにおけるオンライン・ゲームのファンダム・コミュニティが韓流アイドルのファンダム・コミュニティを攻撃して、200余の韓国サイトをアクセス不能とさせたことである。2010年5月30日、上海万博の韓国パビリオンで行われるSUPER JUNIORという韓流アイドル・グループの公演で、事前に無料のチケットが5,000枚配られると宣伝された。しかし実際には、チケットは500枚しか配られなかったため、チケットが取れずに怒りを抑えきれない韓流ファンたちが公演現場の外に集まり、雑踏事故や会場周辺の警備員への暴行事件などが発生した。その後ネット上では、オンライン・ゲームのファンダム・コミュニティが「すべての問題を引き起こしたのはSUPER JUNIORのファンだ」と、韓流アイドルやアイドルファンを大規模に批判する活動を企画し、6月9日に実施した(呂 2021:78)。その大きな出来事について、中国のマス・メディアは中国若者の愛国的な行為として肯定することも、穏やかなネット言論空間を破壊する行為として批判することもなかった。むしろ、サブカルチャーの間の紛争として扱い、完全に無視した。その「無視」の「態度」からすると、「69聖戦」という韓流文化に対する反発は、一見「左寄り」的な愛国実践だとしても、政府や主流メディアの統制や指導とは関係のない領域で生じたものと理解できる。むしろそれは、ファンダム・サブカルチャーが「抵抗文化」としての自由や自律性を有していることを示すものだといえる。

ところが、そうしたファンダム・サブカルチャーに対する一貫した態度は、近年劇的な変容を迎えた。2019年8月14日、Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーが団結し、香港デモに対して批判の意見を掲げて、

中国政府・中国共産党の政策を支持・応援する「左寄り」的なナショナリズム運動を積極的に展開してきた。その「左寄り」的なナショナリズム行動に対して、中国マス・メディアに代表される支配的文化がはじめて肯定、ないし賞賛の態度を『新聞联播』（2019年8月18日のライブ番組）の報道で明示した。そして、従来の「抵抗文化」としてのファンダム・サブカルチャーが、自発的に愛国的な支配的イデオロギーに「合流」していることを意味すると指摘した。ここでは、カルチュラル・スタディーズの視点からWeiboにおけるファンダム・サブカルチャーの言説の変容を考察する。特に、そういった言動変容に対してマス・メディアに代表される支配的文化が果たす役割を明確にするために、ここでは支配的文化によるファンダム・サブカルチャーに対する「態度」を示すものとして以下の三つの事例を検討する。まず、①2016年に韓国政府がミサイル・システムの配備を決定したことにより、中国政府が「限韓令」を発した。そこで初めて、マス・メディアは「韓流アイドル」に対するファンダム実践に反対する態度を暗示した。そして、②2019年の香港デモのときには、Weiboにおける「ファンダム・ナショナリズム」運動の展開は、中国主流メディアによって積極的に賞賛、報道された。これが、中国の支配的イデオロギー・文化が初めてファンダム・サブカルチャーに対して肯定的な態度を表したときである。③2021年には、中国政府がファンダム・サブカルチャーを対象とする「清朗行動」を展開し、ファンダムを社会問題とみなす態度を示したが、同時に具体的な規制も課した。これらの事例から、Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーが従来の「抵抗」言説から「自発的服従」言説へ変容した経緯と背景を明らかにする。

## 四 「限韓令」と Weibo における ファンダム・サブカルチャー

### (一) ミサイル・システムによる中韓摩擦と「限韓令」

2016年に韓国政府がミサイル・システムの配備決定を公表した。それ

に対して、中国政府が「強烈な不満と断固とした反対」を示し、韓国政府に「三つのノー」を要求した。すなわち、「アメリカのミサイル防衛システムに参加しない」、「ミサイルを追加配備しない」「韓米同盟を韓米日三国同盟にしない」ということである。

それをきっかけとして、中韓関係は急速に冷え込み、両国の摩擦はますます深刻化した。中国側は上述した「三つのノー」に関する合意を促進するために、「限韓令」とよばれる「韓流」文化への規制を設けた。その「限韓令」によって、人気の「韓流」ドラマやバラエティ番組の放送が中止となり、「韓流」アイドルのメディア露出も厳しく制限されている。また、「韓流」アイドルの大規模なコンサートや芸能活動も、延期されたりキャンセルされたりした。

その事態を鎮静化させるために、韓国の文在寅政権は中国政府に「三つのノー」を誓約したが、韓国国内では大きな反発を引き起こした。韓国国民は、文在寅政権に対して批判するだけでなく、「限韓令」を発した中国政府やそれを支持する中国国民に対しても不満をあらわにした。同時に、中国の若者も韓国や韓国国民に対して反感を抱くようになってきた。結局、ミサイル・システムをめぐる中韓政府間の摩擦は、国民レベルの対立にまで移行してきた。

## (二) 「限韓令」下の主流メディアとサブカルチャーの相互作用

### 1 主流メディアの「限韓令」をめぐる言説

ミサイル・システム設置をめぐる中韓摩擦により、人民日報に代表される中国主流メディアの韓国に関する報道には大きな変化が見られた。特に、「韓流ファン」というサブカルチャーに対して直接的に非難・批判することがないとはいえ、問題視している態度が主流メディアの報道には示唆されていると考えられる。従来、中国 Weibo におけるファンダム・サブカルチャーを疎外化させ、「69 聖戦」のような大きな出来事であってもほとんど報道しない人民日報は、韓国のミサイル・システム配備決定が公表された 2016 年 7 月前後、ファンダム・サブカルチャーに関する以下の言論を連発した。

「どのような時代でもファンダム・サブカルチャーが存在していることが分かったが、『顔戦』などの理由で『韓流アイドル』を『推す』より、中国の支配的価値観・文化を代表できるアイドルを応援することが望ましいだろう」<sup>9)</sup>。

「現在の文化産業において、アイドルはすでに一種の『商品』となってきた。ファンダム・サブカルチャーがアイドルを応援する際に、実はそのアイドルを構築してきたさまざまな文化的要素を消費している。そのため、誰を『アイドル』として応援すべきか、という選択は大切である」<sup>10)</sup>。

「アイドルはファンたちに多大な影響力をもっているため、ファンに消極的影響、ないし悪影響を与える恐れがあるアイドルに対しては警戒する必要がある」<sup>11)</sup>。

「韓国の青少年心理研究の専門家も、ファンダム・サブカルチャーが韓流アイドルを応援する際に、過剰に情動的になり、非理性的になる現象を社会問題として注目するべきだと呼びかけている」<sup>12)</sup>。

「(中国の『韓流』ファンたちが) ファンダム・サブカルチャーとして過剰に情動的になり、非理性的になることは警戒すべき」<sup>13)</sup>。

要するに、主流メディアは主に「指導者」というポジションから、ファンダム・サブカルチャーに対して何が正しくて、何が正しくないのか、明

---

9) 人民日報2016年6月2日「每個時代都需要文化偶像」<http://data.people.com.cn.kras.lib.keio.ac.jp/pd/rmrb/detail.html?id=c29e8774994a458ebe9dc7aaafd130bf>

10) 人民日報2017年2月23日「即使是娛樂『粉』什么也很重要」<http://data.people.com.cn.kras.lib.keio.ac.jp/pd/rmrb/detail.html?id=34e1388cd99f49df9aa3a5fc4a88ff2e>

11) 人民日報2016年6月28日「負面負『偶像』需要行業約束」<http://data.people.com.cn.kras.lib.keio.ac.jp/pd/rmrb/detail.html?id=20785fcf162c498488208f13ce5eba27>

12) 人民日報2016年8月5日「韓国 適度消費 理性追星」<http://data.people.com.cn.kras.lib.keio.ac.jp/pd/rmrb/detail.html?id=8388247cabd2422c8826273b80916be5>

13) 人民日報2016年10月20日「理智追星、勿当『腦殘粉』」<http://data.people.com.cn.kras.lib.keio.ac.jp/pd/rmrb/detail.html?id=7d5922bdc6854d4596070ff76db80510>

白な境界線を引いた。「韓流アイドル」に対するファンダムを「政治的な」領域に属する「限韓令」と結び付け、正しくない位置づける。それと同時に、それ以外のファンダムが正しくないわけではないため、ファンダム実践の自由を許している。要するに、中韓摩擦という背景のもとで、「韓流アイドル」への「推し活」は中国の「国益」を損害すると認識しているため、「限韓令」を通じて「韓流アイドル」の芸能活動を制限したが、ファンダム実践に制限をかけるわけではなかった。とはいえ、「韓流アイドル」の「推し活」を堂々と続けると、「政治的な」領域で規制・処罰の対象となる恐れがあると暗示し、Weiboにおける推し活を「自粛」させようとした。

## 2 「限韓令」言説に対する「韓流」ファンダムの反応

Weiboにおける「韓流」ファンダムの利用状況から考えると、そうした「限韓令」下の主流メディア言説の影響を受け、「韓流ファン」はWeiboなどの公の場で「韓流アイドル」への「推し活」を確かに控えるようになった。ここでは「韓流ファン」のWeibo言説が非常に乏しいため、BBCが実施した「限韓令」下の「韓流ファンダム」に対するインタビューを分析対象として取り上げる。中国の一般市民にとっては、BBCの中国報道のニュース・フレームには多少偏見が存在している<sup>14)</sup>。その結果、

---

14) 2008年ラサ暴動に関するCNNの報道は中国の学生たちを怒らせ、インターネット空間で大規模なAnti-CNN Movementを引き起こした。それをきっかけとして、中国のネット・ユーザーは、海外メディアの報道に中国に対する「偏向報道」が存在していることを発見した。その後、新型コロナウイルスや少数民族ウイグル族への迫害をめぐるBBCの中国関連の報道も、中国のネット・ユーザーによって「フェイク・ニュース」と認識された。また、BBCワールドニュースの中国報道について「ニュースは真実かつ公平でなくてはならない」などとする中国の放送ガイドラインに著しく違反したという理由で中国の放送規制当局は2021年2月11日、BBCワールドニュースの放送を国内で禁止した。結局、CNNやBBCなど海外メディアの中国報道に多大な「偏向性」があり、「偏向報道」としての「フェイク・ニュース」が多く存在しているというイメージは一般市民の間にいっそう強化されてきた。中国では、BBCなど海外メディアの影響力が低下しつつある。

BBCの中国報道に対する中国主流メディアの「審査」はそれほど厳しくない。そのようなインタビューでは、中国の「韓流ファン」の「本音」が反映されていると考えられる。

「限韓令」により、韓流アイドルは中国での芸能活動ができなくなった。コンサート現場で自分のアイドルを応援するために、この一年間はすでにマカオ、香港、韓国やタイまで行くことがあった。確かに以前より多くのお金がかかったが、「限韓令」に対して不満はなかった。「韓流」ファンダム・サブカルチャーとしても、韓国のミサイル・システムの配備決定は中国の「国益」を損ねると認識しているため、中国が発する「限韓令」を支持している。しかし、われわれが韓流アイドルを応援することは、中国の「国益」を損ねる韓国を応援することを意味しているわけではない。ほかの中国国民は納得してくれないが、「韓流」ファンダム・サブカルチャーとしての応援活動を続けていきたい。<sup>15)</sup>

すなわち、主流メディア言説の影響を受けた結果、韓流ファンダムにも確かな変容があった。そのインタビューにおいて、「韓流ファン」は主に依然として「ファン」としてのポジションから発話している。「政治的」領域で発した「限韓令」に対して、「韓流ファン」が「抵抗」することはない。とはいえ、「非政治的」領域においては、支配的文化に対する「対抗的な」アイデンティティは依然として保有し、私的な推し活は続けている。すなわち、ファンダム実践に変化をもたらされたが、ファンとしてのアイデンティティにはそれほどの変容が見られなかった。中国政府や主流メディアが韓流ファンダムを問題視した態度に基づく、Weiboの「韓流アイドル」に対する推し活の停止については、ファンダム・サブカルチャーが中国の支配的イデオロギー・文化に「同化」してきたというより、むしろ自分の「韓流ファン」というアイデンティティを「守る」ために、Weiboなど「公の場」で推し活をするというファンダム実践を戦略的に放棄したと理解したほうが良い。

---

15) BBC 2017年12月14日 <https://www.bbc.com/zhongwen/simp/chinese-news-42348274>

### 3 「限韓令」言説に対する Weibo におけるほかのファンダムの反応

「限韓令」言説は「韓流」ファンダムを正しくないと位置づけ、反対の態度を示すと同時に、それ以外のファンダムは許されるという意味も表明した。その結果、同時期のほかのファンダム・サブカルチャーは積極的に「推し活」を展開するだけでなく、「国家面前無偶像」（国家の利益を損害する恐れがある者はアイドルとして扱われる資格がないと訳すことができる）というスローガンをファンダム実践において強く意識している。自分のファンダムと支配的イデオロギー・文化によって問題視された韓流ファンダムとを、はっきり区別するために強調したと考えられる。自分のファンダムと韓流ファンダムとの競争に勝ったということを強調すると同時に、自分のより優れたアイドルをより多くの人々と共有しようとするために、「国家面前無偶像」というスローガンを意識して発信したのである。その結果、社会的偏見により疎外されていたファンダムは、自分の正当性を主張するために「左寄り」的な支配的イデオロギー・文化に「自発的服従」するような言動を発信したのである。

## 五 Weibo におけるファンダム・サブカルチャーのナショナリズム運動

### (一) 香港デモとファンダム・ナショナリズム

2019年2月、香港政府が香港と中国大陸の犯罪人受渡しが可能になる「逃亡犯条例改正案」を提出した。この改正案が成立した場合、香港市民が中国大陸当局の取り締まり対象になる可能性があるため、香港の自治を保障する「一国二制度」が揺らぐのではないかという恐れから、改正案に反対する香港デモが勃発した。

香港デモの発展に伴い、警察と参加者の間の対立関係もいっそう激しくなった。香港のインターネットでは、参加者に暴力を振るう警察に対して「中国政府・政権に服従する番犬」と非難し、警察に報復・攻撃するケースもたびたび発生した。それに対して、一部の有名人は中国 Weibo を通

じて香港警察を支持・応援する内容を投稿した。その結果、香港デモの支持者・参加者は、Weiboなどのソーシャル・メディアで香港警察を支持・応援する有名人に対して攻撃的なコメントを投稿し、個人情報（住所やスケジュールなど）を漏らすなどの脅迫行為まで行った。

そういった背景のもとで、2019年8月14日、Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーは自分のアイドルを庇うために団結して、Weiboをはじめとするソーシャル・メディアで香港秩序を維持する香港警察を応援する言説を投稿した。それを通じて、自分の「アイドル」に対する支持を示すと同時に、香港デモが民主化ではなく単なる中国政府・政権に反対する暴動にすぎないという主張を唱え、中国政府・政権を自分の一押し「アイドル」として応援するファンダム・ナショナリズム運動を展開した。

## (二) ナショナリズム運動中の主流メディアとファンダム・サブカルチャーの相互作用

### 1 主流メディアの報道言説

2019年のファンダム・ナショナリズム運動は、「人民日報」や「新聞聯播」を代表する中国主流メディアによって肯定的に報道された。「人民日報」の社説では、そのナショナリズムのことを「秩序をもち、愛国的な感情を理性的に伝える自発的な行動」<sup>16)</sup>と説明し、「新聞聯播」では「香港デモにおける暴力をやめようと呼びかけ、香港を守るという念願を代弁した」<sup>17)</sup>と報道している。

それらの報道言説は、ファンダム・ナショナリズム運動を正しい行為として位置づけ、それに積極的に参加してきたファンダムを賞賛すべき若者の典型として取り上げた。つまり、ファンダム・ナショナリズム運動を支持する意思を示した。そういった主流メディアの言説により、常に疎外されていたファンダムというサブカルチャーは初めて政府および主流文化か

---

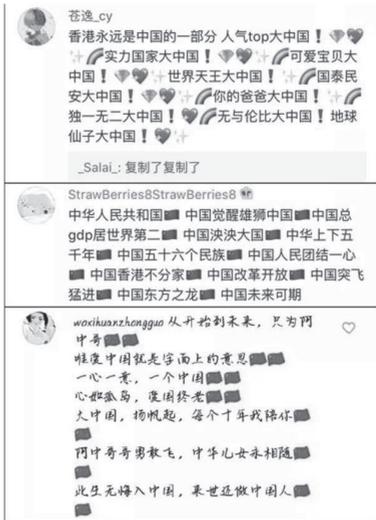
16) 人民日報2019年8月20日 <https://tech.sina.com.cn/i/2019-08-20/doc-ihytcitn0661637.shtml>

17) <https://tv.cctv.com/2019/08/18/VIDEKMEMmO68AOvfQzOYpVF3190818.shtml?spm=C31267.PFsKSaKh6QQC.S71105.14>

図2 ナショナリズム運動における投稿



図3 ナショナリズム運動における投稿



ら正当化された。

## 2 Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーの反応

その報道の影響を受け、8月17日、そうしたナショナリズムはいつそう拡大した。より多くのファンダム・サブカルチャー（アイドルファンだけでなく、スポーツファンやACGファンとしてのオタクなど）がそのナショナリズム運動に参加し、図2と図3で示すように、Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーは特有なレトリックを使って中国政府に対する応援を積極的に行ってきた。図の中における代表的な「応援」内容は以下のように翻訳できる。

「中国の歴史、特に近代史を概観すると、侵略され植民地とされた数多くの苦難を経験した。その中で、香港も他国によって奪われた。努力して経済発展

に力を入れた結果、今のような大国としての中国にまで成長してきた。経済発展により国際社会に認められたから、香港を植民地化された状態から解放したい。香港も同じ気持ちで母国に戻りたいと思うのに。傷つけられた中国にとっては、ファンとしてのわれわれしかそばにいないため、そんな中国を熱心に支持・応援するしかない。」

要するに、ファンダムが「アイドル」の「保護者」というポジションから発信している。懸命に努力してきた「アイドル」が他人に誤解され非難され、ないいいじめられる状況を伝えると同時に、われわれ「ファン」しか「アイドル」を庇うことができないため、ファンダム内の同志たちへ「アイドル」を応援しようと呼びかける。ここでは、従来の具体的な「アイドル」イメージは国家イメージにすり変わり、従来の「アイドル」の「保護者」というポジションも、「国」を守る「国民」というポジションに変化している。従来の支配的イデオロギー・文化やほかのファンダムに対するサブカルチャーとしての「対抗性」が、香港デモ参加者・支持者に対する「対抗性」に一時的に変容した。彼らとの敵対関係を構築することを通じて、「中国」の「ファン」というアイデンティティを構築したのである。

ところが、ファンダム・ナショナリズム運動のプロセスを振り返ると、今回の運動は14日から始まるとはいえ、早期の投稿内容(図2)は運動として組織化されていない(崔 2020)。組織化された大規模のファンダム・ナショナリズム運動(図3)は、中国主流メディアが「左寄り」的な愛国言論を発信したファンダム・サブカルチャーを肯定・賞賛した後、8月17日に本格的に展開された。前節で言及した「限韓令」に対するファンダム・サブカルチャーの反応を考えると、今回のナショナリズム運動では、ファンダム・サブカルチャーの以下のような意図も否定できないだろう。つまり、「国家優先」のイデオロギーが中国政府によって賞賛されたため、Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーは自由な推し活が確保できると分かり、戦略的にその「左寄り」的な言動を公の場に「表出」したのである。

## 六 「清朗行動」と Weibo におけるファンダム・サブカルチャー

### (一) ファンダム・サブカルチャーに対する「清朗行動」

ナショナリズム運動以降、Weibo におけるファンダム・サブカルチャーは元の状態に戻った。つまり、自分のアイドルのメディア露出を保つために、そのファン・コミュニティはほかのファン・コミュニティと競争しながら、自分のアイドルを応援する内容を繰り返し投稿する。特に2020年からオーディション番組が配信されるのに伴い、中国のWeiboではファンダムの「推し活」が盛んに行われている。オーディション番組では、それぞれの「アイドル」がデビューできることを目指してほかのアイドルと競争しているため、異なる「アイドル」を支持するファン・コミュニティが競争しながら「推し活」を展開していく。その競争で勝ち残るためには、ファンダム・サブカルチャーは「推し活」により多くの時間と労力、資金を投入することになってきた。

2021年5月4日、ファン・コミュニティが「推し活」のためにオーディション番組のスポンサー商品（飲食物）を大量に購入した結果、重大な食品ロス問題が発生した。それを契機に、ファンダム・サブカルチャーを対象とした「清朗行動」が展開され始めた。「清朗行動」は主にファンダム・サブカルチャーの「推し活」を全面的に廃止することを目指す当局および主流文化による統制だといえる。

### (二) 「清朗行動」による主流メディアとファンダム・サブカルチャーの相互作用

#### 1 主流メディアの報道言説

「清朗行動」の展開に伴い、主流メディアの報道によって、Weibo におけるファンダム・サブカルチャーは解決すべき社会問題として再度位置付けられた。2021年5月4日、新華社はファンダム・サブカルチャーに関

して以下のように報道した。

オーディション番組において、あるアイドルのファンダムはほかの参加者や彼らの支持者と競争し、自分のアイドルを優勝させるために「推し活」しないとイケない。その結果、番組スポンサーの広告商品を大量に購入しなければならない。広告商品の飲食品が個人で消費しきれない場合、食品ロスは避けられないだろう。それに対して、誰が責任を問うべきか。番組を企画する際にそうした結果を予測するはずなのに、なぜメディアは社会的責任を果たすためにその企画を変えようとししないのか。このように企画されたオーディション番組は、ファンダム・サブカルチャーに悪影響しか及ぼさないのでないだろうか。それを踏まえ、このようなオーディションを終了させ、「推し活」を当たり前と認識しているファンダム・サブカルチャーにも改善を促すべきだろう。

この中ではファンダムによる社会問題が提起され、その社会問題は解決すべき問題と位置付けられている。ナショナリズム運動によって正当化されたファンダム・サブカルチャー、特にそのナショナリズム運動に積極的に参加したファンたちに対して、非難・批判することはなく、むしろ彼らを文化産業によって支配された被害者と見なし、そこから救助しようと報道で呼びかけた。報道は、ファンダム・サブカルチャー実践に関して「正当」と「非正当」の間に明白に線引きしてきた。「非正当」なファンダム・サブカルチャーを社会問題として解決すべきとする一方で、「正当」なファンダム・サブカルチャーに対して彼らの「推し活」の自由を許している。上述したように「推し活」のために大きな食品ロスを促すファンダム実践は「非正当」な取り締まるべき存在と位置付けている。しかしながら、「非正当」なファンダム実践を規制すると同時に、「正当」なファンダム実践にも自由を与えた。

## 2 「清朗行動」に対するファンダム・サブカルチャーの反応

オーディション番組を禁じても、ファンダム・サブカルチャーは依然として自分のアイドルを応援するメッセージを投稿し続けたが、異なるアイ

図4 「清朗行動」下ファンダム・サブカルチャーの投稿



ドルのファン・コミュニティで互いに対立して「攻撃」するようなコミュニケーションは大幅に減少した。ファンダム・サブカルチャーのWeibo投稿は主に図4のようになってきた。

そこで注意してほしいのは、図4でハイライトをした部分である。ファンダム・サブカルチャーの応援メッセージでは、自分のアイドルが「正能量」(積極的影響)をもち、ファンダム・コミュニティに積極的に関わっていることを必ず唱えている。なぜなら、そういった時期のファンダム・サブカルチャーは、主に自分のアイドルが「清朗行動」で禁じる対象となるような「不良な」芸能人ではなく、自分の「推し活」は取り締まるべきものではないと強調したいからである。その結果、ファンダム・サブカルチャーのWeibo投稿には高い類似性が見られるようになった。Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーの多くは、「清朗行動」で禁じる対象となりうるほかの芸能人のファンダムと区別して、自分の「推し活」が支配的イデオロギー・文化によって承認された積極的影響(いわゆる「正能量」)を及ぼす側面を強調したのである。

Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーは、主流メディアによって規定された「不良な」芸能人を取り締まるために、ファンダムとの敵対関

係を構築した。それによって、中国の支配的イデオロギー・文化に順応し、不適切な「推し活」をまったく行わない「ファン」というアイデンティティをもち、積極的に公の場で提示していった。その目的は、限られた範囲の中で、ファンダム・サブカルチャーとしての「推し活」を非難・批判されることなく、自由に「推し活」を続けることではないだろうか。

結局、「清朗行動」の展開により、中国Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーは、自分のアイドルが中国の支配的イデオロギー・文化に順応し、自分の「推し活」が決して「清朗行動」によって規制・処罰されるものではないことを次々と発信している。それは中国の支配的イデオロギー・文化に「自発的服従」していただくだけでなく、「清朗行動」という自由を制限された政策に対して、「左寄り」的な意思を表明しているように見える。

## 七 おわりに

本研究では、Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーが従来の「抵抗」言説から「自発的服従」言説へ変容した経緯を整理し、主に以下のことが分かった。

中国政府は「限韓令」を通じて、韓流アイドルに対するファンダム実践が「国益」を損ねる恐れがあると位置づけ、韓流ファンダム・サブカルチャーを警戒すべきものとして主流メディア報道で暗示してきた。その影響を受けてファンダム・サブカルチャーは、自分の「推し活」が禁じられる対象にならないように、Weiboという公の場で中国政府に「対抗」したり、「韓流アイドル」を堂々と応援したりすることをやめた。

ファンダム・ナショナリズム運動の場合、中国のファンという「国民」と「ファン」のアイデンティティをもつ人々が偶然に重なり、中国を応援する「推し活」を展開した。そして、中国主流メディアによって賞賛され正当化された結果、今後の自分の「推し活」が自由に進められるように、Weiboなど公の場で「国家優先」の「愛国主義」的なイデオロギーを意図的に「表出」した。

「清朗行動」により、中国政府はWeiboにおけるファンダム・サブカルチャー、とりわけオーディション番組ファンの「推し活」の自由を大きく制限した。その結果、ファンダム・サブカルチャーは自分の「推し活」が中国の支配的イデオロギー・文化に順応したことを強調し、「清朗行動」のような自分の自由を規制した政策を支持した。

確かに、中国Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーが支配的イデオロギー・文化に「自発的服従」することはある。とはいえ、留意すべきは、その「自発的服従」はファンダム・サブカルチャーが支配的イデオロギー・文化への「同化」とは異なる、という点である。むしろファンダム・サブカルチャーが支配的イデオロギー・文化と「交渉」している中、「ファン」としてのアイデンティティを保ち、「推し活」の自由を確保するために、中国政府や主流メディアによって「非正当」と判断された一部のファンダム実践を戦略的に放棄してきたと考えられるのだ。また、ファンダム・ナショナリズム運動が反映している、Weiboにおける中国若者の「左寄り」的な言動は、中国の若者が単純に「左傾化」していることを意味しない。少なくとも今回のファンダム・サブカルチャーのケースにおいては、自分の「推し活」（支配的イデオロギー・文化に抵抗すること）を自由に展開するために、中国政府が許可した自由の範囲内で活動を行うようにしてきた。「左寄り」的な言動を繰り返してWeiboに発信した結果、中国政府の統治を支持しているとみなされた。すなわち、「自由のない」統治を支持するという「左寄り」的な言動は、限られた自由（中国政府に許可された範囲での自由）を確保するために意図的に「表出」されたものである。

また以上の分析を通して、Weiboにおけるサブカルチャーに対する中国政府のガバナンス戦略も明らかになった。厳しく言論制限を行うのではなく、Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーに限られた自由を与えることによって、結果的にSNSにおける言説・言論をコントロールした。要するに、政府の「喉舌」としての主流メディアは、どこまで自由が許されるのか、どこから自由が許されないのかという線引きを明確にする。そうした主流メディアの言説を受容したうえで、Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーは限られた「自由」を守るために、自分の言動が政府

の許可された自由の範囲内にあることを「表出」した。その結果、Weiboにおけるファンダム・サブカルチャーの言論は、支配的イデオロギー・文化に「迎合」し、「左傾化」しているように見えるのである。

**参考文献：**

**日本語文献**

- 章蓉 (2017) 『コレクティヴ・ジャーナリズム——中国に見るネットメディアの新たな可能性』新聞通信調査会
- 山田真茂留 (2004) 「サブカルチャーの対抗的自律性・再考——差異化との戯れの彼方に」早稲田大学大学院文学研究科紀要 第1分冊 50 : pp97-110
- フィスク (1989 = 1998) 『抵抗の快楽——ポピュラーカルチャーの記号論』山本雄二訳世界思想社
- 劉曼怡 (2022) 「『ファン女子』は愛国：中国のネット空間におけるアイドルファンの愛国活動」『日中社会学研究』29 : pp33-46
- 金明華 (2008) 「中国における女性ファンに関する一考察——李宇春ファン『玉米』を事例に」『Sociology today』18 : pp41-52
- 金明華 (2010) 「中国におけるアイドルファン——李宇春ファン『玉米』を手がかりに」『マス・コミュニケーション研究』No. 77 : pp187-204
- 池田太臣 (2014) 「アイデンティティとファン活動——ファンとは誰か？」甲南女子大学研究紀要第50号人間科学編 : pp73-81
- 蔡建 (2013) 「北東アジア文化アイデンティティの構築——困難な状況とその出口」『北東アジア研究』別冊第2号 : pp117-139
- 富山太佳夫 (1998) 「突出するホール」『現代思想』26(4) : pp168-171
- Hall, Stuart (1996) “Introduction: Who Needs ‘Identity?’” Hall, Stuart and Paul du Gay eds, Questions of Cultural Identity, Sage Publication, pp1-17 = 宇波彰訳 (2000) 「誰がアイデンティティを必要とするのか？」『カルチュラル・アイデンティティの諸問題——誰がアイデンティティを必要とするのか?——』大村書店 : pp5-35
- Hall, Stuart (1990) “Cultural Identity and Diaspora” Williams, P., L, Chrisman eds, Colonial Discourse and Post-colonial Theory, Columbia University Press, pp222-237 = 小笠原博毅訳 (1998) 「文化的アイデンティティとディアスポラ」『現代思想』42(5) : pp90-103

**英語文献**

- Burr, V. (1995) An introduction to social constructionism. London: Routledge. =

- 田中一彦 (1997) 『社会的構築主義への招待——言説分析とは何か』川島書店
- Bury, R (2005) *Cyberspaces of Their Own: Female Fandoms Online*. New York: Peter Lang.
- Coppa, Francesca (2008) “Women, Star Trek, and the Early Development of Fannish Vidding.” *Transformative Works and Cultures*, no. 1. Accessed by May 16, 2024. <https://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/44/64>
- Ehrenreich, Barbara, Elizabeth Hess & Gloria Jacobs (1992) “Beatlemania: Girls Just Want to Have Fun.” In *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, ed. Lisa Lewis, London: Routledge, pp84–106
- Groene, S. L., & Hettinger, V. E. (2016) “Are you ‘fan’ enough? The role of identity in media fandoms”. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(4), pp324–339
- Grossberg, L., Wartella, E., Whitney, D. C., Wise, J. M (2006) *Media Making: Mass Media in a Popular Culture*, 2nd ed. SAGE Publications
- Jenkins, Henry (2006) “When Fandom Goes Mainstream.” Accessed May 16, 2024. [http://henryjenkins.org/2006/11/when\\_fandom\\_goes\\_mainstream.html](http://henryjenkins.org/2006/11/when_fandom_goes_mainstream.html).
- Ribeiro, B. T. (2006) “Footing, positioning, voice. Are we talking about the same things?” In A de Fina, D Schiffrin & M Bamberg (eds). *Discourse and identity*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, pp48–82
- Russ, Joanna (1985) “Magic Mommas, Trembling Sisters, Puritans and Perverts: Feminist Essays.” In *Pornography by Women, for Women, with Love*, edited by Joanna Russ, Trumansburg, NY: Crossing, pp187–204

#### 中国語文献

- 呂婉琴 (2021) 「粉絲民族主義與中韓關係的嬗變——以中国 K-pop 粉絲群體的身份演變為主線」『外交評論 (外交學院學報)』38(01) : pp70–99
- 劉海龍 (2017) 「像愛護愛豆一樣愛國：新媒体与『粉丝民族主義』的誕生」『現代傳播 (中国传媒大学学报)』2017年4期 : pp27–36
- 崔凱 (2020) 「破圈：粉絲群體愛國主義網絡行動的擴散歷程——基于对新浪微博『飯圈女孩出征』的探討」『國際新聞界』42(12) : pp26–49

**焦 贇 (しょう いん)**

所属・現職 慶應義塾大学大学院法学研究科後期博士課程  
最終学歴 慶應義塾大学大学院法学研究科前期博士課程  
所属学会 日本メディア学会、三田社会学会  
専攻領域 政治コミュニケーション、カルチュラル・スタディーズ  
主要著作 「インターネット時代における中国主流メディアの影響力について——「女漢子」をめぐる意味闘争を中心に」『マス・コミュニケーション研究』99号 (2021年)