

ファンシップ／ファンダム

～ファン研究のプラットフォームの整備に向けて～

池田太臣

(甲南女子大学人間科学部)

はじめに

以前の論文で、筆者はファン研究の一般化された視点の必要性を主張した(池田 2014: 74-75)。さまざまな領域のファンの研究は進んでいると思われるが、各ファン領域のデータを統合し、比較を可能にし、知見を積み上げていくために、やはりある程度の一般化された枠組みが必要であると考え。

本稿では、その第一歩として、ファンシップ／ファンダムの区別を提案する。この2つの領域に着目してファンに関するデータを整理するのが、まずはやりやすいと考える。

いうまでもなく、筆者は“この領域にすべてを無理やりあてはめなければならない”であるとか“絶対にここからはじめなければならない”とかといたいのではない。研究を進めていくうちに、ファンシップ／ファンダムの区別の方法への疑問や、そこに収まらない領域の存在が発見されるだろう。そしてそれこそが、研究の出発点となる。

とりあえず、ファン現象をどう見るか、データをどういう点で整理していくかは、常に暫定的で一時的である。必要があれば増設し、また改変しなおすことが当然の前提となっている。そのため、「プラットフォーム」という言葉を使っている。ここでいうプラットフォームとは、“情報を整理するための大枠”という意味である。

ファンシップとファンダムとの対比を様々なファンの比較に使うという発想は、筆者のオリジナルではない。Stephen Reysen と Nyla Branscombe の論文ですでに提案されているものである(Reysen and Branscombe 2010)。

Reysen と Branscombe は、スポーツファン研究における「2つの理論的に異なった概念」を区別する(Reysen and Branscombe 2010: 177)。それが「ファンシップ／ファンダム」の区別である。Reysen と Branscombe によれば、ファンシップとは「あるスポーツチームとの個人のつながりの感覚」のことである。他方で、ファンダムとは「そのチームの他のファンとの個人のつながり」を指している。いいかえれば、ファンシップとは「対象それ自体との同一化」であり、ファンダムは「対象とのつながりをシェアしている他の人々との同一化」である。

本稿では、Reysen と Branscombe のファンシップとファンダムとの区別と提案を踏襲しつつ、ここではファンシップとファンダムを以下のように定義してみたい。筆者はファンシップを「ファンが自分自身と対象との関係をどのように体験しているのか」に関わるすべての現象と定義する。ファンシップには、対象との関係性への意味付け、動機付け、アイデンティティなども含まれる。

他方で、ファンダムとは「ファン同士の関係あるいは集団の様態、そしてそれらの関係をファン自身がどのように体験しているのか」に関わるすべての現象としておきたい。もちろん、ファンダム研究の場合、特定のファン集団がどのような人々から構成され、どのような集合的なアイデンティティを発達させているのか、どのような行動様式や表現の形式、ファッションスタイル、規範¹などを共有しているのかが中心的な問いとなる。

¹ 石田沙織は、ファン集団の規範の順守も逸脱も、同じように「ファンである」という自負から生じると指摘する(石田 2016: 3)。同語反復的で非常に興味深いのが、「ファンであること」の最高の行動規準は「ファンであること」だといえる。

両者の区別は、非常に簡潔に言えば、ファンと対象との関係性／ファン同士の関係性と言い換えられる。本稿では、この区別を、ファン研究の第一の普遍的な枠組みとして、そして研究の導入として利用しやすい枠組みとして提案する。

1. ファンシップ (FANSHIP)

先にファンシップは、「ファンが自分自身と対象との関係をどのように体験しているのか」とであると述べた。ファンシップのわかりやすい例としては、ある人物のファンがその人物に対して“恋愛感情”を持つ場合が挙げられる。ここは女子学研究の場であるので、女性がファン集団内で多数を占めると推測されるジャニーズファンの例を挙げておきたい。

みきーは、ジャニーズのタレントとは「半世紀も前から日本女性の心を揺さぶってきた、『恋のアイコン』」であると述べている(みきー 2014: 18)。ここで「恋のアイコン」という言葉づかいがされているので、みきー本人は、ジャニーズのタレントと個々のファンとの関係を“恋愛関係”になぞられて理解しようとしている。つまり、この場合のファンシップは“恋愛関係”である。

ファンの対象が(いわゆる“3次元”か“2次元”かを問わず)「人物」である場合、“恋愛関係”は説明として非常にわかりやすい。このような関係の状況は、しばしば「リア恋」と呼ばれることがある。

みきーは“恋愛感情”というファンシップを軸に、ジャニーズファンを2つのタイプに区別している。すなわち、「自担にリア恋の人」と「Not リア恋の人」という区別である(みきー 2014: 45)。「自担」(ないし「担当」)とは、「自分の応援するタレントのこと」を指す言葉である(みきー 2014: 31)。

「自担にリア恋」の場合は、「特定のジャニーズのタレントに本気の恋をしている」状況にある。他方で、「Not リア恋」の場合では、「実際の恋愛とは区別しているけど、ジャニーズが好き」という心的状況が表現されている。「リア恋」の場合、日常生活における恋愛と(主観的には)区別されないのが、恋人ができた場合、「罪悪感」を感じることになる。

恋愛感情とまではいかない(ように体験される)場合でも、一般に対象物に“親近感”を抱くことはあるだろう。“親近感”という言い方が適切でなければ、Rysen と Branscombe が使う“同一化”でもよい。対象との関係をどのように体験し、表現するかは、おそらくは数多くあり、これらもすべてファンシップの研究の対象となる。

2. ファンダム (FANDOM)

ファンダムは、もっとも簡潔に定義すれば、ファン同士の関係性のことを指す。集団を形成する場合は、その集団で共有されている行動様式、ファッションスタイル、用語、創作物の様式(二次創作など)などがすべて対象となる。

たとえば、先に取り上げたジャニーズファンの場合、次のようなものが挙げられる。コンサートで使用される“うちわ”(とくに、自作のうちわ)の様式²やそれを使った応援の仕方(みきー 2014: 156-63)、同じくコンサートの際の“担当のカラー”を取り入れた服装(みきー 2014: 165-68)などである。あるいは、カップリングゲームという楽しみ方(陳 2014: 137-53)、先に紹介した「自担」などの独特の用語なども含まれる。こうしたファンの共有する文化を記述し、必要があれば何らかの観点から説明するのが、ファンダム研究の視点といえる。この種の研究は、サブカルチャー研究の仕方と重なる。

² こうした表現が適切かどうかはわからないが、ファンは対象との“距離を縮めようとする存在”であるといえる。そのため、ファン活動を続けていく限り、対象に“近づき続ける”。しかしながら、決して“到達することはない”。対象との距離を縮めるために利用される道具が、アイドルのファンなどにみられる応援グッズである。応援グッズは、ファンシップの観点からもとらえることができる。

ファンの人間関係、あるいはファン集団への注目は、いわゆるファン研究の中心的な領域とっていいだろう。以前、筆者は、英語圏のファン研究を3つの時期に整理した(池田 2013)。ここで詳しくは説明しないが、その第1期と第3期は、「集合体としてのファン」に関心を持つ時期とまとめられる。第3期は、ファンダムとWeb 2.0とが結びついている点で、第1期とは大きく異なっている。しかし、どちらも「集合体としてのファン」(=ファンダム)への注目という点では、共通しているように思われる。

他方で、残る第2期は、「個人としてのファン」に注目する。ファン個人の動機や快楽、感情について説明しようとする研究が比較的目立つ。これらの諸研究は、先に掲げたファンシップの研究としてまとめることができよう。

ファンダムへの注目は、ファンシップの研究の場合と異なり、ファンを“対象物-ファン”という関係のみでとらえない。それらの観点とは別に、“個々のファンがファンダムそのものをどのように体験しているか”にも焦点を当てる。

Stephanie Orme は、アメリカのコミックファンの女性による「二重のスティグマ double stigma」の体験を紹介している(Orme 2016)。

彼女によれば、メディア上ではコミックファンダムは“男性的文化”として表象される傾向にあるという(Orme 2016: 403-404)。彼女の紹介するいくつかのデータでは、コミックファンダムの女性の実際の構成比は、決して小さくないにも関わらずである。こうした状況の下では、女性のコミックファンは、まず“価値の低い文化”であるコミックのファンであること、そして“女性であること”の2つの理由から「二重のスティグマ」を体験する可能性がある。

この「二重のスティグマ」の仮説のもとに、Orme は、大人の女性のコミックの読者(18~44歳)にインタビュー調査を行っている。彼女の報告から、女性のコミックファンの中には、コミックファンコミュニティの外の人々からスティグマ化³された経験を持っている者がいることがわかる(Orme 2016: 408-10)。加えて、多くの女性が、とりわけ男性のコミックファンによって、コミックファンの内部からスティグマ化された経験を持っていたこともわかる(Orme 2016: 411-12)。

この研究からわかるように、女性のコミックファンは、スティグマの恐怖を感じさせる場としてコミックファンダムを体験する場合がある。こうした知見は、まさにファンダムへの注目から獲得されるものである。

また、複数のファンダムに横断して所属する場合、両者のはざまで葛藤するという例もあるだろう。このファンとしてのアイデンティティのせめぎあいなども(社会学の用語でいう役割葛藤にならって、“ファンダム葛藤”といえる)、ファンダム研究のひとつになる。

3. 2つの領域の関連

もちろん、ファンシップ/ファンダムという二つの研究領域は、それほど截然と区別されるものではない。当然のことながら、現象は複雑で相互に絡み合っており、研究者の側から概念的に切り分けようとしても無理が生じる。しかしながら、複雑で多様な様相を見せる現象に対して、“見通しをよくするために、見方をデザインすること”が文化研究の仕事のひとつであると筆者は考えている。そのためには、やはり多少無理をしてでも、シンプルに区分することが必要である。もちろん、“デザイン”は数多くあった方がよい。そのため、どのデザインが絶対的だと決めつける必要はない。自分の関心にあったもの、使いやすいものを研究の出発点として活用すればよいだけである。

さて、このファンシップとファンダムは、別々の領域として取り出すことがある程度可能である。しか他方で、いったん切り分けておいてから結びつけることもできる。

³ 大尾侑子は、ヴィジュアル系ファンのアイデンティティの宣言に伴うジレンマ処理の仕方をパターン化している(大尾 2016)。対象となる領域は異なっているが、彼女の関心はOrmeと同じと考えられる。ファンのスティグマ化の問題も、領域横断的なテーマのひとつといえるだろう。

陳怡禎によれば、台湾のジャニーズファンは、対象となる男性アイドルを「脱性的」で自分たちと連続した存在として体験している（陳 2014: 158）。そのうえで、ジャニーズアイドル同士の友好的な関係性を求めるという（陳 2014: 158）。この場合の友好的な関係性は、特定のグループ内のものとジャニーズ事務所全体との二重の関係に適用されている。これらの知見は、台湾のジャニーズファンのファンシップに関する記述と分類できる。

他方で陳は、台湾のジャニーズファン同士の関係性の特徴を「同担集結」に求める（陳 2014: 164）。つまり、同じ「担当」の者が集まり、ファングループを形成するのである。これらは、しばしば「同担回避」の傾向が指摘される日本のジャニーズファンとは異なっている。しかしながら他方で、「台湾ジャニーズファン全体のいい関係性」も求められている。こちらも二重の構造になっているわけである。このようなファン集団の組織のされ方の指摘は、まさにファンシップに関するものといえるだろう。

そして、こうした台湾ジャニーズファンのファンシップとファンダムの在り方は、その構造上一致しているのである（陳 2014: 188）。その理由を陳は、以下のように説明する。

つまり女性ファンは「脱性的」なジャニーズアイドルから読み取っている二重の関係性の構図を、女性ファン同士の関係性と連続するものにとらえていて、ジャニーズアイドル同士の関係性に投影している理想像を、自らの親密圏の構築を通じて達成しようとする要望をもっていると推察されるのである（陳 2014: 188-89）。

台湾ジャニーズの研究で陳は、ファンシップとファンダムとを別々に取り出し、論の最後に結び付けている。ファンシップ／ファンダムの枠組みの有用さは、こうした現実の研究からはっきりと理解されるのである。

もうひとつ例を挙げておこう。徳田真帆（2010）は、ジャニーズファンのファンシップ（対象との関係性）を「同一化してしまう程非常に強い親近感」と表現する。そのファンシップを起点に、ジャニーズファンコミュニティの形成のされかたを説明する。

徳田によれば、ジャニーズファンが新たなファン仲間を求める際に、自分と「同担」か否か（＝同じアイドルのファンか否か）だけではなく、自分の親しい友人と「同担」か否かという点にも配慮するという（徳田 2010: 35）。つまり「なるべく自分や友人と『担当』が被らないよう気を配りながら」、その交友関係を広げているのである（徳田 2010: 36）。徳田は、その理由を以下のように説明している。

ファンにとって「担当」は、恋人のような存在であるといえよう。そうであるから、「同担」が存在するということが、すなわち、自分の恋人が他の女性の恋人でもあるという事態が許しがたいものとなるのである。友人の「同担」を極力遠ざけるといっても、友人の恋人が友人とは別の女性の恋人でもあるという状況を憎む、「女の友情」とみることができるのである。（徳田 2010: 36）

徳田の説明は、以下のようにになっている。まず、ファンシップを「恋愛関係」としてとらえる。そして、それによって“担当の被らない”ファンコミュニティの形成を説明している。徳田は、ファンシップ／ファンダムの区別に基づきつつ、ファンシップからファンダムの構成を説明している。こうした優れた先行研究にみられるように、ファン現象の研究には、（とりあえず）ファンシップ／ファンダムの区別が有用なのである。

おわりに

ファンシップとファンダムとの区別を簡潔に紹介してきた。何度も繰り返すように、この区別は、ファン現象に関わるデータを、とりあえず整理するためのプラットフォームである。これは暫定的なものであり、当然データを整理するプラットフォームは、他のものであってもよい。

さきに、女性のコミックファンの体験する「二重のスティグマ」を取り上げた。このことからわかるように、ファンシップ・ファンダムどちらの現象の考察も、ファンの領域の外の“世間”や職場、学校などのかかわりを無視することができない。その意味では、ファンシップ／ファンダム／社会というトライアングルの関係を見据える必要がある。しかし、とりあえず、ファンの行動をファンシップ／ファンダムという2つのベクトルに分解することを提案しておきたい（末尾の図も参照のこと）。

ここで付け加えておくと、ファンダム研究では、“純粋なファンの関係性”（つまり、ファンとして初めて出会い結ばれる関係性）のみがクローズアップされているように思われる。ただ、筆者の日常的な体験に基づけば、すでに友人であったり家族であったりといった関係性の中に、ファン関係の要素が入り込む例も多いと思われる。こうした場合は、おそらくは“純粋なファンの関係性”とはまた違ったファン行動なり、ファンシップなりが観察されると期待される。ファン集団と家族が重なるような場合、“家族内ファンダム”と呼んでおきたいが、この領域の研究は、管見の限りでは、わずかな例しかないように思われる。

同じ対象のファンでありながらも、ファンの集まりやファングループの行動に嫌悪感を持つファンも少なくない。あるいは、嫌悪感とまではいなくても、同じファンとの交流を全く望まないファンもある程度いるのではないだろうか。こうした同一ファン文化内の“アンチ・ファンダム”というテーマも指摘することができよう。筆者のわずかな知見と経験によれば、“アンチ・ファンダム”のファンの中には、既存の友人関係にすでにファンがいて、その交友関係の中で完結したファン活動を行っている場合がある。一口にファンダムといっても、多様でありまた多層的である。どこに着目して語っているかは、自覚しておく必要があるだろう。

ファンがファンの行動様式や感性を身に着けていく過程もトピックのひとつである。“ファンの社会化”の様式も、従来の一般的な社会化の議論と結びつけつつ、明らかにできるのではないだろうか。ここでは、ファン集団—個人—その他準拠集団の相互作用が絡み合ってなされると想像される。

最後に、現代の社会状況において、ファン現象ないしファンの人間関係がどのような位置におかれるのかも、重要なテーマである。とくに、社会学とファン研究との接点を考える場合は、このテーマは避けて通ることができないように思われる。すでに論じられているテーマであるが⁴、筆者もまた別の機会に論じたいと考えている。

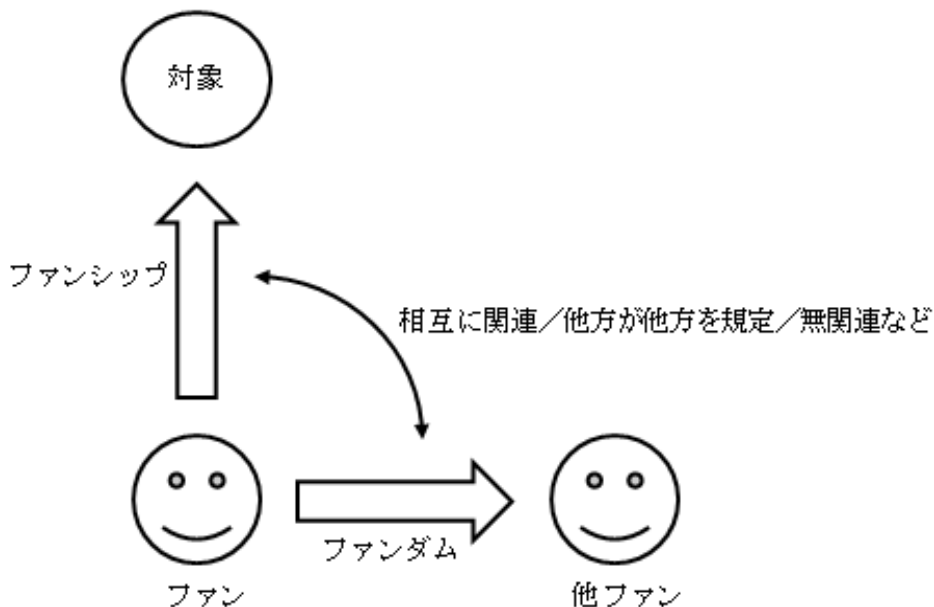


図 ファンシップ／ファンダムの関連図

⁴ たとえば、先に取り上げた陳の台湾ジャニーズファンの論考を参照のこと（陳 2014：175-180）

【参考文献】

- 陳怡禎、2014、『台湾ジャニーズファン研究』、青弓社
- 池田太臣、2013、「共同体、個人そしてプロデュセイジ：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』第49号、pp.107-119
- 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 人間科学編』第50号、pp.73-81
- 石田沙織、「ファンならば、ファンなれば、こそ 真冬真夜中午前二時、JF2016 徹夜組の外側から」、『女子学研究』Vol.6、pp.1-5
- みきーる、2014、『ひみつのジャニヲタ』青春出版社
- 大尾侑子、2016、「ファン・アイデンティティの宣言に伴うジレンマと処理のパターン——ヴィジュアル系ファンへの質的調査をもとに——」『ソシオロゴス』No.40、pp.111-132
- Orme, Stephanie, 2016, “Femininity and fandom: the dual-stigmatisation of female comic book fans”, in: *Journal of Graphic Novels and Comics*, Vol.7 (4), pp.403-416.
- Reysen, Stephen and Branscombe, Nyla, 2010, “Fanship and Fandom: Comparisons Between Sport and Non-Sport Fans”, *Journal of Sport Behavior*; Vol. 33 Issue 2, pp.176-193.
- 徳田真帆、2010、「ジャニーズファンの思考」『くにたち人類学研究』Vol.5、pp.21-46

【追記】

この原稿は、『女子学研究』第7号（2017年3月31日発行）に掲載された同名タイトルの文章の一部を修正したものである（2017.05.26にサイトにアップロード）。