

# BTS ファンダム (ARMY) がアメリカ政治に与える影響

法学部法律学科4年 上廣 悠美子

- I. 序論
- II. BTS とアメリカの ARMY の特徴
  - 1) BTS の特徴
  - 2) ARMY の特徴
  - 3) 政治活動集団としての ARMY
- III. 過去の政治運動と音楽ーベトナム戦争と反戦歌
  - 1) 歴史
  - 2) 反戦歌の特徴
  - 3) 反戦歌は反戦運動にどのような影響を与えたのか
    - a) ボブ・ディランの意図
    - b) ビートルズの意図
  - 4) ベトナム戦争の反戦運動と ARMY が起こす政治現象の相違点
- IV. 結論
- V. 参考文献

## I. 序論

---

2020年6月20日にトランプ大統領がオクラホマ州タルサで開催した集会では、同氏陣営はチケットに100万件以上の申し込みがあったとしていたが、実際は6500人以下の支持者しか集まらず、空席が目立った<sup>1</sup>。CNN<sup>2</sup>によると、その原因は、同氏陣営が同月11日に支持者に対して呼びかけた集会への無料参加登録に、欠席を前提として申し込むよう、アメリカのK-popファンがインターネット上で呼びかけたことだ。呼びかけはTikTokから始まり、ツイッターやインスタグラムにも見られた。投稿の手軽さから急速に情報が拡散された上、この動きをトランプ氏陣営に悟られないよう投稿を短期間で削除したことから、実際に空席が目立つ集会を実現できたとされている。また、同月2日から3日にかけて、ツイッター上で#BlackLivesMatterに対抗しようと#WhiteLivesMatterのハッシュタグが生まれた。その際、K-popファンはこの

---

<sup>1</sup> CNET JAPAN、「空席が目立ったトランプ氏集会、TikTokユーザーやK-POPファンが偽の大量予約か」、<https://japan.cnet.com/article/35155636/>（参照2021-1-15）

<sup>2</sup> CNN Politics, "TikTok users are trying to troll Trump's campaign by reserving tickets for Tulsa rally they'll never use," <https://edition.cnn.com/2020/06/16/politics/tiktok-trump-tulsa-rally-trnd/index.html>（参照2021-1-15）

ハッシュタグを形骸化させるため、応援するアーティストの画像や動画を添付し #WhiteLivesMatter のハッシュタグと共にツイートすることで、白人至上主義のツイートを埋もれさせ、このハッシュタグを弱体化させようとした<sup>3</sup>。

そもそも「K-pop」は韓国のポピュラー音楽を表すが、アメリカ音楽市場では、特にアイドル音楽を指すことが多い。2000年代初期に、若い韓国系アメリカ人もしくは移民によってアメリカに流入した K-pop は、他の移民や POC コミュニティなど、主要なエンターテインメントから軽んじられていた人々の、文化におけるシェルターのような役割を果たすようになり、今や K-pop ファンは韓国系や若者以外にも拡大した<sup>4</sup>。このように、K-pop は文化としてアメリカのポピュラー音楽市場で関心を得てきたものの、2020年には K-pop ファンの政治的な動きが目立ち、その勢いはすさまじく、もはやアメリカにおける政治運動として無視できない。

このような背景から、本研究では、なぜ文化的集団である K-pop ファンが政治化しているのか、アメリカ政治に K-pop ファンがどのような影響を及ぼしているのか、検討する。K-pop ファンはアーティストごとに「ファンダム」と呼ばれる、まるでサポーターのような熱狂的なファン層に支持されているのが特徴だ。そのため、K-pop ファンの中でも特に、現在アメリカのビルボードチャートで数々の新たな記録を打ち立て、アメリカ音楽市場でアジア人アーティストとして最も成功している BTS のファンダムである「ARMY」に焦点を当てたい。

まず第II章では BTS とアメリカの ARMY の特徴を分析し、なぜ ARMY が政治的な活動をす文化組織になりえたのか検討する。次に第III章では、これまで政治運動と音楽が密接に関わった例としてベトナム戦争と反戦歌を取り上げ、現在の ARMY が起こす政治現象と比較したい。

## II. BTS とアメリカの ARMY の特徴

---

BTS は、2013年にヒップホップグループとして韓国でデビューした7人組ボーイズグループで、メンバーはリーダーの RM、JIN、SUGA、J-Hope、JIMIN、V、JUNG KOOK である。

現在はポップグループとして、多様なジャンルの音楽を制作・パフォーマンスする。このグループのファンの集団、つまり文化的組織である ARMY が政治化したのは、BTS に備わっているアーティストとしての特徴と、ARMY という巨大集団が持つ特異性の相互作用の結果である。以下、政治的運動を誘発した特徴を検討する。

---

<sup>3</sup> Vox Media, "How K-pop fans are weaponizing the internet for Black Lives Matter," <https://www.vox.com/2020/6/8/21279262/k-pop-fans-black-lives-matter-fancams-youtubers-protest-support> (参照 2021-1-15)

<sup>4</sup> Vulture, "U.S. politics should've seen K-pop stans coming," <https://www.vulture.com/2020/06/k-pop-activism-politics-explainer.html> (参照 2021-1-15)

## (1) BTS の特徴

BTS がアメリカで成功した理由については、各メンバーの魅力と才能、音楽とパフォーマンスのクオリティ、メンバー全員が作詞・作曲を行うアーティスト性、SNS を効果的に用いたファンダムの運営、グローバル戦略などがあげられ、これらは既に多くのメディアや専門家によって議論されてきた<sup>5</sup>。しかし、アメリカにおける ARMY の政治的活動の要因としては、BTS が持つ以下の四つの特徴がある。

一点目に、BTS が持つアイデンティティと、それによるアメリカのファンからの信頼だ。BTS は、ヒップホップ・アイドルという革新的なアイデンティティでデビューしているが、ヒップホップとアイドルの組み合わせは、BTS 以前の K-pop にも見られた。しかし、アメリカ市場において他のグループとの差別化を図れたのは、ヒップホップと真摯に向き合う姿勢だ。

そもそも韓国におけるヒップホップは、1970 年代末にダンスホールやナイトクラブ、外国人が多く住む梨泰院などの地域で流行したことに始まる。80 年代にポピュラー音楽を形成したものの衰退したが、90 年代末からインターネットコミュニティで新たなトレンドとなり、2010 年代には、ダンスとの相性がいい「トラップ」をベースとしたサウンド、ファッションやライフスタイルといったカルチャーとして流行した。ヒップホップはアメリカの貧民地区から生まれた音楽だが、反体制的で、人種的なアイデンティティを表現することがルーツであり、強いメッセージ性にこだわりを持つ。そのため、人種や国境を越えて商業化された後も、それぞれのアーティストや曲が本物か偽物かどうか、厳しく判断されてきた。<sup>6</sup>

一方のアイドルは大衆的な音楽で、「トータル・パッケージ」、すなわち、ルックス、トレンドの音楽、華やかなパフォーマンスがベースとなる。よって、特に海外進出を狙う K-pop アイドルの事務所は、国のイメージを消したグローバルなパッケージを作るため、アイドルの国籍や個人のイメージを最小化させることが多かった。キム・ヨンデは、2010 年代初めのアメリカのマスコミは、その作られた音楽性を「ファクトリー・アイドル」と揶揄していた、と表現している。

BTS 以前にもアイドル音楽のフォーマットとヒップホップを接続したグループは存在したものの、ヒップホップは一過性のコンセプトにすぎなかった。しかし、韓国におけるヒップホップのブレイクスルー期に誕生した BTS は、ヒップホップグループというコンセプトが企画段階から貫かれており、プロデューサーのパン・シヒョクと Pdogg は、ラッパーを中心としてメン

---

<sup>5</sup> 全てを枚挙することはできないが、CNN, "How a boy band from South Korea became the biggest in the world," <https://edition.cnn.com/2019/06/01/asia/bts-kpop-us-intl/index.html>, BBC, "BTS: Who are they and how did they become so successful?," <https://www.bbc.co.uk/newsround/45721656>, Vox Media, "How K-pop became a global phenomenon," <https://www.vox.com/culture/2018/2/16/16915672/what-is-kpop-history-explained>、Vulture, "A Deeper Look at Why BTS Has Thrived in America," <https://www.vulture.com/2018/06/a-deeper-look-at-why-bts-has-thrived-in-america.html> などがある。

<sup>6</sup> キム・ヨンデ、桑畑優香（訳）、『BTS を読む—なぜ世界を夢中にさせるのか』、柏書房、2020 年、p.22

バーを集めた。アイドルとして音楽はプロデューサーへの依存度が高いものの、デビューミニアルバム『2 COOL 4 SKOOL』（2015）から、グループのラップメンバーである RM、SUGA、J-Hope は作詞作曲に関わり、メンバーの個性やアイデンティティを音楽に反映させている。また、メンバーはデビュー前からミックステープを公開しており、これも、アイドルという形態でありつつもヒップホップをアイデンティティとしていることの表れだ。ミックステープは非商業目的で制作、無料配布される音楽で、ヒップホップ界では重要な媒体である。2015年、SUGA は Mnet のインタビューに、「ミックステープは産業的な意図がないものだから、自分の好きなようにいろんなことができる。でも、アルバムに収録されるのはそうではないから、アルバムとしてリリースする曲となれば元々の形がなくなってしまう。」と答えている<sup>7</sup>。

このように、アイドルとしての大衆的な音楽発表と、ヒップホップ・アーティストとしての音楽づくりを両立させており、ヒップホップ・アイドルというアイデンティティを貫いてきたことがわかる。歌手にアイデンティティへの信頼性やオリジナリティを求めるアメリカ音楽市場で、「K-pop は作られた音楽である」という偏見を打ち砕いたのは BTS がもつアイデンティティであり、ストレートに自己開示をし、自己表現としての音楽を発表し続ける BTS は、「エキゾチックな見世物」<sup>8</sup>ではなく、アーティストとしてアメリカで熱狂されるようになった。BTS は、ヒップホップをアーティストとしての基本的な姿勢や音楽を構成する一要素に昇華させ、よりポップに近い音楽ジャンルに移行した 2015 年以降も、ヒップホップに欠かせない要素を含有していることに変わりはない。

一点目で挙げた自己開示とメッセージ性、そこから生まれるファンとの信頼関係が、二点目として論じる、メッセージやテーマの普遍性を強固なものにする。BTS は 2013 年に「防弾少年団」としてデビューしたが、このグループ名には「10 代・20 代に向けられる社会的偏見や抑圧を防ぎ、自分たちの音楽を守り抜く」というメッセージが込められている。2017 年に現在の「BTS」に改名したが、これは防弾少年団のローマ字表記である「Bangtan Boys」の略称であり、かつ、「Beyond The Scene：現実に安住することなく、夢に向かって絶えず成長していく青春」という由来がある。このような意味を含有したグループ名を持つ BTS は、歌詞と、彼らが発する言葉から、社会の不条理さとその中でも生き抜く姿勢、青春のきらめき、自己肯定、ペルソナと自分探し、コロナ禍における絶望と希望などのメッセージを提供する中で、リスナーに共感し、励ましと癒しを送り続ける。そしてこれらのメッセージは、BTS 自身のアイデンティティから生まれる本質的な自己開示であるからこそ、説得力を増し、人々の心を動かす。

BTS の提供するメッセージとして、三曲を例示したい。まず、2017 年の「Not Today」だ。この曲は挫折した若者への応援歌で、映画『ロード・オブ・ザ・リング 王の帰還』のセリフにインスパイアされ制作された。曲の冒頭にある RM の語り部分で、この曲のメッセージが端的にあらわされている。以下、その抜粋だ。

---

<sup>7</sup> Mnet、「インタビュー 防弾少年団が“音楽”について真剣に語る『最終的に僕たちが見せたいものは“音楽”』」、<https://mnetjp.com/news/detail/20150521142404/>（参照 2021-2-1）

<sup>8</sup> キム・ヨンデ、p.95

All the underdogs in the world

A day may come when we lose

But it is not today

Today we fight!

さらに本楽曲では、マーティン・ルーサー・キングの「If you can't fly then run, if you can't run then walk, if you can't walk then crawl」という名言が引用されている。加えて、

땀새들아 다 hands up (ダルマエナガ達よ 手を上げろ)

친구들아 다 hands up (友よ 手を上げろ)

나를 믿는다면 hands up (俺を信じる者は手を上げろ)

という歌詞では、現代の若者を、韓国のことわざで思うように歩みを進めることができない弱者に例えられる鳥「ダルマエナガ」に称し、不合理や偏見に直面しても負けを認めるなど訴える。BTSは小規模な事務所からデビューした上、ヒップホップ・アイドルという形態であることから音楽界で厳しい視線を注がれてきた。そもそも韓国社会で芸能人、特にアイドルを見下す風潮が未だに残っていることもあり、BTSは「負け犬」として地道な努力を続けてきた経験を本楽曲にメッセージとして込めている。

次に、2018年の「IDOL」だ。本楽曲では、

You can call me artist

You can call me idol

아님 어떤 다른 뭐라 해도 (それとも他の何と呼んだって)

I don't care

You can't stop me lovin' myself

など、BTSとしてのアイデンティティを再確認し、他人がどのように評価しようと自分たちのやりたいことをやっていく、という明確な意思を表明している。さらに、「얼썬 (オルス)」「지화자 (チファジャ)」「덩기덕 쿵더러러 (トンギドククンドロロ)」など、韓国の伝統芸能であるパンソリで使われる合いの手が歌詞として挿入され、サウンドでも韓国の伝統音楽を明確に意識しているだけでなく、パフォーマンスでの衣装も韓服をモチーフとしている。

キムがミュージックビデオについて、「韓国式家屋特有の八作屋根、虎、水墨画」が描かれていると指摘する通り<sup>9</sup>、本楽曲は韓国の伝統をメインテーマとした曲だ。その上で、歌詞の中に「ジョン・ウー」「Face off」という単語が組み込まれていることに注目したい。ジョン・ウーとはアメリカに進出した韓国人映画監督で、『Face off』は彼の出世作品である。さらに本楽

---

<sup>9</sup> キム・ヨンデ、桑畑優香（訳）、『BTSを読む—なぜ世界を夢中にさせるのか』、柏書房、2020年、p.249

曲はアメリカ人ラッパーのニッキー・ミナージュとコラボしたバージョンも公開されている。これらの事項から、2017年以降アメリカ音楽市場でも記録を収めてきた BTS が、アメリカでの「現地化」に走るのではなく自らのアイデンティティを再認識し、アメリカ市場にさらに挑戦していくことを宣言していると受け止めることができる。彼ら自身に向けられた批判や誹謗中傷を承知した上で、アイデンティティを主張し更なる高みを目指す本楽曲は、前を向こうとするリスナーに寄り添い、勇気づける。

最後に、2020年に発表された「Life Goes On」だ。本楽曲は社会に対し強いメッセージを送るのではなく、新型コロナウイルス感染症によって多くの人が苦しむ状況に贈ったヒーリングソングだ。一変した世界を

어느 날 세상이 멈췄어 (ある日世界が止まった)  
아무런 예고도 하나 없이 (何の予告もなしに)

と表現し、BTS 自身が直面した辛さ、無力感を赤裸々に綴った。その上で、

하루가 돌아오겠지 (日々はまた戻ってくるだろう)  
아무 일도 없던 듯이 (何事もなかったかのように)

と、いつか元のような日々をまた送ることができると諭す。明確な強いメッセージで励ますのではなく、メンバー達も苦しんでいる様子を明かしリスナーの共感を得ることで、励ましや癒しを与えた。本楽曲は、ビルボードのシングルチャート Hot 100 で、韓国語の曲として史上初の1位を獲得した。

BTS が発するメッセージの中でも特に印象深いのは、「love yourself」だ。BTS は複数のアルバムに通ずるテーマを設け、シリーズとして特定のメッセージを発信する。2017年9月に発売された『love yourself 承 'Her'』から始まり三作品で構成される「love yourself」シリーズは、彼ら自身のストーリーを赤裸々に綴り、「自分自身を愛すること」の大切さと難しさを語る。そして同年11月、韓国ユニセフ協会と BTS、所属事務所の Big Hit Entertainment 社は、ユニセフの #ENDviolence キャンペーンを支援するためのパートナーシップ協定を結び、「私への愛が本当の愛の始まり」というメッセージの「LOVE MYSELF」キャンペーンを展開した。これに基づき、本シリーズのワールドツアー『BTS World Tour 'Love Yourself'』(2018年)、『BTS World Tour 'Love Yourself' : Speak Yourself』(2019年)では、各会場にユニセフ広報ブースを設置し、そこで売り上げたキャンペーングッズの売り上げの全てを寄付した<sup>10</sup>。このキャンペーンは、ユニセフ本部が授与する 2020年ユニセフ・インスパイア・アワードの「統合キャンペーンとイベント部門」最優秀キャンペーンに選ばれた。

さらに、2018年9月24日にニューヨーク国連本部で行われた国連総会でスピーチをし、2020年9月23日には、国連総会のハイレベル・サイドイベントにおいて、新型コロナ危機における若者たちへ、連帯と希望のメッセージをオンライン配信した。全世界から本キャンペー

---

<sup>10</sup> “LOVE MYSELF - Journey of LOVE MYSELF,” <https://www.love-myself.org/eng/journey-of-love-myself/> (参照 2021-1-15)

ンに寄せられた寄付は2020年12月28日時点で300億円<sup>11</sup>を超えており、本メッセージが世界で高い支持と共鳴を得ていることが伺える。アメリカも例外ではないだろう。

三点目に、BTSメンバーによる社会貢献や人権へのサポートがあげられる。レベッカ・デービス<sup>12</sup>によると、SUGAは2020年のインタビューに、「私たちは政治的なグループではない」と語った。これまでの韓国アーティストたちが政治的な発言を控えてきたのと同様、BTSも政治的活動家ではなく、彼ら自身は政治的に関わろうとはせずに、自身の発言力や行動から派生しているかもしれないARMYの行動を尊重する。一方でRMは、同インタビューで、「私たちは政治家ではない。でもよく言われるように、何にでも最終的には政治に関わる。小さな石ころにだって政治が関わってくることはある。」と述べ、言葉ではなく行動を通じた、いわば非政治的な政治があり得ることを示唆する。しかし本質的には、BTSは音楽活動を通じ、社会や政治に声を上げる意図があったと考えられる。2017年のビルボード誌のインタビュー<sup>13</sup>において、SUGAは、「私たち若い世代は世界共通で社会的、政治的に同じ課題を抱えている。

..... BTSは曲で若い世代を応援し、BTSの想いと社会問題について語りたい。」と答えているし、RM（当時は改名前前でRap Monster）は、「社会問題は誰かによって語られる必要がある。誰かが話さなければならない。..... BTSが影響力を持つのは名誉あることであり、.....より大きな声をファンから得ることで、BTSの言葉もより力強くなる。」と述べている。これら二つのインタビューを比較すると、BTSの影響力が増す中で、直接的な政治的発言ととらえられかねないメッセージの発信は控えるようになったと推察するが、BTSの心中にある問題意識は、ARMYによって解釈され、具体的な活動へと発展している。

例えば2020年6月に、BTSと所属事務所のBig Hit Entertainmentは、BLM運動に100万ドルを寄付した。6月4日には、#BlackLivesMatterというハッシュタグと共に、以下のようなツイートをしている。「私たちは人種差別に反対しています。私たちは暴力を非難します。あなた、私、そして私たち全員がリスペクトされる権利を持っている。私たちは共に立ち上がろう」。メンバーのJINは、「これは政治の問題ではなく、人種差別の問題でした。私たちは、全ての人々が尊重される価値があると信じています。」と理由を明かしている<sup>14</sup>。するとすぐにARMYは同額の寄付を集める運動をスタートさせ、わずか25時間で目標を達成させた。この運動の発起人の一人であるエリカ・オバートンは、twitter上で、アメリカのARMYがBLM運動のことをよく知らない世界中のファンにこの運動の意義や目的を教える様子を目の当たりに

---

<sup>11</sup> “Adieu 2020! Let’s look forward to 2021 with more ways to LOVE MYSELF!,” <https://www.love-myself.org/post-eng/campaign-post-eng/lm2020wrapup/en/>（参照2021-1-15）

<sup>12</sup> レベッカ・デービス、「BTS（とARMY）が変えた世界」、『Newsweek日本版』、2020年12月1日、p.24

<sup>13</sup> Billboard, “Can conscious K-pop cross over? BTS & Big Hit Entertainment CEO ‘Hitman’ Bang on taking America,” <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/7752412/bts-bang-hitman-conscious-k-pop-cross-over-interview>（参照2021-2-1）

<sup>14</sup> Raisa Bruner, “Entertainer of the Year,” TIME, dec.21/dec.28.2020, p.105

した<sup>15</sup>。社会的正義を重視するファン層が、BTSが行う活動について学び、理解したいと思う感情の大きさや深さが社会を動かした。

四点目に、社会への問題提起だ。一点目に例示したような共感や癒しに帰結するメッセージを発信したり、二点目の社会貢献や人権へのサポートという形で彼らの考えを具現化させたりすることが多いが、より直接的に社会に問題提起することもある。TIME誌は、2020年12月10日、BTSをエンターテイナー・オブ・ザ・イヤーに選出し、

BTSは、彼らの活動と曲作りの両方において、反体制な一面を示していました。これは、変わりつつあるものの、K-POP界では珍しいことです。2013年のデビューシングル『No More Dream』では、学生への過度なプレッシャーなど、韓国の社会的圧力を批判しました。彼らはメンタルヘルスについてオープンに話し、LGBTQ+の権利向上へのサポートも公に表明しました。（韓国では同性結婚はまだ法的に認められていません）<sup>16</sup>

とBTSを評価する。BTSは異なる音楽ジャンルの曲をプロデュースし続けているが、全体的な潮流としてBTSの音楽的ルーツであるヒップホップからポップスへと移行していること、BTSメンバーの考え方が変化し続けていることもあり、前述の「love yourself」シリーズ以前の2017年頃までではあったものの、曲で直接的な問題提起をしている。例えば、出自によって学歴や仕事が決まってしまうがちな韓国社会を批判した「Silver Spoon / ペップセ」（2015）、新たな女性像を肯定する「21<sup>st</sup> Century Girl」（2016）、セウォル号事件を扱った「Spring Day」（2017）などだ。その後はインタビューなど言葉で社会に関する意見を発信することが多くなっており、例えばSUGAは、Esquire誌のインタビュー<sup>17</sup>において、マスキュリニティが男性像と結びついている文化に否定的で、人々がより身体と精神の健康に関心を向けるべきだと明かしている。実際にBTSは、化粧をして、ウイメンズのファッションアイテムを身に着けるなどソフトなイメージを与えつつ男性性も持ち合わせており、男性中心主義が生み出したジェンダー・バイアスとは一線を画す、新たな男性像を体現している。



ウイメンズ・ファッションに使われることが多いチュール生地を使用した衣装を着用する BTS<sup>18</sup>

<sup>15</sup> レベッカ・デービス、「BTS（と ARMY）が変えた世界」、『Newsweek 日本版』、2020年12月1日、p.24

<sup>16</sup> Raisa Bruner, "Entertainer of the Year," TIME, dec.21/dec.28.2020, p.102

<sup>17</sup> Dave Holmes, "7 MEN - BTS have transformed pop music and redefined fame. Who is behind this movement?," Esquire winter 2020/21, p.70

<sup>18</sup> BTS 公式ツイッター (@bts\_bighit)、2020年12月7日



## (2) ARMY の特徴

BTS のファン層は幅広く、韓国ギャラップが 2019 年に行った調査「韓国人が最も好きな歌手」<sup>19</sup>では、10 代男性、10 代女性、20 代男性、20 代女性、30 代男性、30 代女性のそれぞれの項目で 1 位を獲得し、40 代女性 3 位、50 代女性 5 位と、40 代以上の項目でランクインした唯一のアイドルになった。このように韓国では幅広い人気を得ており、ライブ映像を確認する限り、年齢や性別に関する特徴は、どの国でもさほど変わらないように見受けられた。

しかしアメリカの ARMY は、文化的組織でありながら、他国の ARMY とは一線を画すほど政治的行動をとるようになった。その理由になりうる特徴は、大きく 3 つある。

まず、最も大きな特徴は、ファンの大多数をマイノリティが占めていることだ。Vulture 誌は、「現在の K-pop のファンはもはやアジアからの移民、もしくは若年層というわけではなく、20 代と 30 代を中心としてそれ以上の世代が多く、特に黒人をメインにした幅広い人種である」と分析する<sup>20</sup>。TIME 誌 (2020.7.25) も、「多くの K-pop ファンは黒人、ラティーノ、LGBTQ をはじめとするマイノリティ出身者だ」とする、K-pop コンテンツをオンラインで配信するクリスタ・フェインドの言葉を紹介する<sup>21</sup>。アメリカにおけるマイノリティにとって、マイノリティの活躍そのものが大きな希望だ。BTS は韓国男性グループだが、アメリカにおけるアジア系男性へのステレオタイプは、弱い、男性らしくないなど、ネガティブなものだ。さらに、英語を流ちょうに話すメンバーはリーダーの RM のみ、英語のみで作詞された楽曲は、2020 年 8 月に発表された「Dynamite」のみと、保守的で白人至上主義の傾向が強いと言われるアメリカの音楽界においては決して有利な存在ではない。

しかし、このように弱い立場にありながら、その弱さを認め奮闘する姿勢は、同じようにアメリカの社会構造の中で苦しむマイノリティの支えになる。TIME 誌 (2021.12.21/28) は、28 歳のアジア系アメリカ人、ニコール・サンテロを紹介する<sup>22</sup>。BTS のファンダムに関する博士論文を書き、BTS に関するデータを分析・提供するツイッターアカウントを運営する彼女は、「メインストリームで私のような (アジア系の) 人々が活躍するのは見たことがなく」、BTS のアメリカでの成功はマイノリティを代表した勝利だと語る。さらに、BTS が発し続けるメッセージの根底には共感、癒し、励ましがあふれていることは前述した通りだ。「love myself」というメッセージは、社会で肩身の狭い思いをしているマイノリティにとって、自分の存在を認め、つらい感情を癒してくれる。Rolling Stone 誌は、BTS を自己受容の源でもあると指摘し、ボストンに住む 18 歳のメキシコ人エミリーを紹介した<sup>23</sup>。彼女はメキシコ人やメキシコ系

<sup>19</sup> Gallup, 「한국인이 좋아하는 40 가지 [사람편],」

<https://www.gallup.co.kr/gallupdb/fileDownload.asp?seqNo=1057&bType=8> (参照 2021-2-1)

<sup>20</sup> Vulture, 「U.S. politics should've seen K-pop stans coming,」

<https://www.vulture.com/2020/06/k-pop-activism-politics-explainer.html> (参照 2021-1-15)

<sup>21</sup> TIME, 「How K-pop fans actually work as a force for political activism in 2020,」

<https://time.com/5866955/k-pop-political/> (参照 2021-1-15)

<sup>22</sup> Raisa Bruner, 「Entertainer of the Year,」 TIME, dec.21/dec.28.2020, p.105

<sup>23</sup> エリアス・レイト、「BTS 全米ツアー最終日レポート、会場に集ったファンのリアルな『声』」、『Rolling Stone』、<https://rollingstonejapan.com/articles/detail/29161/2/1/1>

アメリカ人に対するトランプ大統領の攻撃的なスピーチを引き合いに出し、「メキシコ人だから、あのスピーチのせいで私自身がよく分からなくなったの。でも（BTSの）メッセージは素敵よ。きっと私も価値ある人間なんだって」と話す。

次に、SNSにおけるネットワークの強さだ。BTSが特徴的なSNS戦略を元にファンを増やし、ファンとつながってきたこと、海外ファンにとっては情報収集のツールとしてSNSが非常に重要な意味を持つことから、SNS上でのARMYというコミュニティは計り知れない力を持つ。SNSにおける圧倒的強さを裏付けるのが、ビルボード Social 50 の記録だ。これは、音楽分析会社ネクスト・ビッグ・サウンドが追跡したデータに基づき、

Facebook/Twitter/YouTube/Wikipedia で最も人気のあるアーティストをランク付けしたチャートで、週ごとのフレンド/ファン/フォロワー追加数と、ページ・アクセス数とエンゲージメント数から算出されている。BTSは、年間 Social 50 において、2016年までは圏外だったものの、2017年以降2020年まで毎年1位を獲得している。週別 Social 50 でも、2020年10月17日に本チャートのおよそ10年の歴史で初めて首位獲得数200週を達成したアーティストとなった。なおBTSは、2017年7月29日付チャート以降No.1を保持している。さらに、ビルボード・ミュージック・アワード（BBMAs）では、トップ・ソーシャル・アーティスト賞を2017年から4年連続受賞している。トップ・ソーシャル・アーティスト賞とは、本受賞式の中に2つあるファン投票が行われる賞のうちの一つで、楽曲のストリーミング数やソーシャルメディアでのエンゲージメントとファン投票を勘案して決定される。このように、ファンが日頃からSNSで情報収集し、ファン同士での交流や、YoutubeやSpotifyでの再生回数アップ・音楽チャートへの投票などを常に呼びかけ合っている環境があった。

他国の文化に熱狂できる時点で排他的ではないという点も挙げられる。韓国人ではないARMYにとって、BTSの提供するコンテンツに触れ、彼らを理解するためには、他国の言語や文化を理解しようとしなければならない。特にBTSの場合は、他のK-popグループとは異なり、初めから世界、特にアメリカへの進出を念頭に置いていたわけではない。BTS以前のK-popグループでは、世界進出のためには、現地化や外国人メンバーの投入、現地のエージェント・プロモーター・マスコミとの深い関係が必要だと考えられていた。例えば2007年にデビューした少女時代には2人の韓国系アメリカ人メンバーがいたし、2006年デビューのBIGBANGや2014年デビューのGOT7など、アメリカ市場に参画できたK-popグループのほとんどが、韓国の三大事務所であるSM、JYP、YGに所属し、資本力と長年培ってきたコネクションを土台にしていた。小規模な事務所からデビューしたBTSはこれらを持っていなかった上、先述のように、英語を流ちょうに話すメンバーはリーダーのRM一人しかいない。さらに、2017年にビルボード Hot 100 で1位獲得以降も、それまでK-popが目指してきたような「欧米風」のポップスに寄るのではなく、韓国人としてのアイデンティティを崩していない。このように、アーティストが欧米化するのではなく、ファンが他国のアーティストに関心を持つ、という構図を崩していない点で、ARMYは既存のアメリカ的な価値観に縛られない、社会政治学的とも捉えられる存在だ。

### (3) 政治活動集団としての ARMY

以上のように、人種上の特徴と SNS の活用を生かしているのが、ARMY というファンダムだ。トッド・キドリン (2001) は、現代社会において、「投資、通信、組織、移住、貿易がグローバル化の度合いを強める一方で、人々の経験する現実、人々に安心と所属意識を与えるものが以前よりもどうしようもなくローカルになっている」と指摘する<sup>24</sup>。人々はグローバリゼーションによって、自分が大衆の中に飲み込まれて自分を失う不安に駆られ、ただどこかの、支配的権力から身を守ってくれるゾーンに属していたいという欲望が生まれる。グローバリゼーションの象徴ともいえる SNS を駆使し、「社会の抑圧や偏見から若者を守る」という名分と共に共感を提供する BTS を中心とする組織「ARMY」への所属は安心感を与え、社会に根を下ろし、社会的尊厳を保てるプラットフォームになっている。

このような理由から、ARMY の帰属意識は強く、*Vulture* 誌は、「K-pop グループのファンであることは、例えばテイラー・スウィフトのファンであることとは異なる。むしろ、大学のアメフトチームを応援するようなものだ」と指摘する<sup>25</sup>。K-pop ファンは、応援するグループの曲を流してもらうようラジオ局にかけあったり、グループのイメージ向上のため、グループ名を付けて寄付やボランティア活動をする。しかもこれらの活動において強いリーダーシップやヒエラルキーは存在せず、ファンが自発的に、もしくは SNS という水平的な空間で自然発生的に起こる。つまり、これらの時間・費用・手間をかけてアーティストを応援する活動を通して、ファンはアーティストへの愛とファン同士の友情をはぐくみ、単に応援し、アーティストの成果物を受容するだけにとどまらない、ARMY という参加型の組織が生まれた。加えて、BTS がファンとの相互的な関係構築のために努力してきたことが、BTS と ARMY の連帯感を醸成し、ひいては ARMY としての帰属意識の高まりに貢献している。例えば JIN は、BTS も ARMY と同じように悩む人間だと明かし、「自分自身を愛せなかったが、ARMY のお陰で、こんなにたくさんの人に愛されている自分を少しずつでも愛せるようになった」と感謝の言葉を忘れない。RM は、「意図していたわけではないが、僕はみんなの存在のおかげで、自分を好きになれたような気がする」と述べている。

政治的集団行動において、人々を動員するためには、需要と供給が必要だ、とベート・克蘭デルマンズとジャケリン・ヴァン・ステ克蘭バーグ (2013) は論じる<sup>26</sup>。需要とは、人々が不満を抱いていること、その政治運動に効果があること、人々のアイデンティティと感情の共有、運動への没頭のことである。供給とは、特定のゴールへの構想が人々に与えられ、社会政治学的に運動の文脈が認知され、SNS によって人々が動員されることを指す。これまで述べた BTS と ARMY の特徴分析から、克蘭デルマンズとステ克蘭バーグによる政治的集団行

<sup>24</sup> トッド・キドリン、疋田三良・向井俊二 (訳)、『アメリカの文化戦争：たそがれゆく共通の夢』、彩流社 2001 年、p.262-263

<sup>25</sup> *Vulture*, "U.S. politics should've seen K-pop stans coming," <https://www.vulture.com/2020/06/k-pop-activism-politics-explainer.html> (参照 2021-1-15)

<sup>26</sup> Bert Klandermans and Jacquelin van Stekelenburg, "Social Movements and the Dynamics of Collective Action," 2013

動の要件を、ARMY は以下のように満たす。本稿冒頭で紹介した人種差別への反対運動を例にとりたい。需要において、人種差別をする白人至上主義者に対する不満を抱き、これまでのラジオ局への交渉や寄付等から、ARMY として集団活動することへの効果を感じており、マイノリティであるというアイデンティティやそれによる怒りを共有して、結びつきの強い ARMY として運動に没頭できる環境がある。供給においては、人種によって差別されないアメリカ社会というゴールがあり、社会政治学的にも人種差別への抗議活動の重要性は共有され、SNS によって ARMY が結びついていることから、動員は容易であった。

アメリカの ARMY の中で人種的に多くを占めるとされている黒人を例にとりたい。黒人の政治の世界において「脱人種」の政治が起こっていると述べる久保文明（2012）は、黒人社会が多元化し、黒人コミュニティ内での亀裂が鮮明になってきているとする<sup>27</sup>。すなわち、1950年代から70年代の白人と黒人には、生活水準や教育の差、生活環境における黒人差別があったことから、黒人は被害者意識を抱き、人種としての一体感を共有していたため、個人の運命と人種の運命を重ね合わせて考えることが一般的だった。しかし、1990年代から黒人移民の比率が急増し、黒人コミュニティとして社会問題を捉えるネイティブの黒人と、アメリカン・ドリームを夢見る黒人移民の間で社会的亀裂が顕在化した。このような潮流から、黒人意識に訴え、黒人としての「共通の運命」を感じない若者も増えている。しかし、多元化した黒人社会の中でも共通して感じられているのは、差別や偏見、社会からの抑圧に対する疲弊や苛立ちだろう。これらの一人一人では声にならない声を代弁し、共感と癒しを与えるのが BTS という存在である。そのもとに集まるのは黒人のみならず、同じように社会に疲弊し、不満を持つ者もいるだろう。

注意しておかなければならないのは、BTS の魅力はこれまで記述したポイントのみならず、例えばルックスやファッションセンスなど、社会性に直接結びつかない要素もある。そのため、全ての ARMY が政治に関心を持っていたり、社会に不満があったりするわけではなく、また、BTS を ARMY 自身の代弁者として解釈しているわけではない。しかし、ある程度同じ方向を向いた政治観を持つファンが多いため、これまで顕在化していなかった ARMY 内の現状に対する問題意識が、トランプ大統領の選挙運動、BLM 運動を機に噴出し、もともと政治的な素質を持っていたファンと、政治的集団行動への要件を満たすファンダムが、従来からのアセットを使用することで、一気に有力な政治組織としての側面を起動させたと言えるだろう。

---

<sup>27</sup> 久保文明、『マイノリティが変えるアメリカ政治：多民族社会の現状と将来』、NTT 出版、2012年、p.122-123

### Ⅲ. これまでの政治運動ーベトナム戦争と反戦歌

---

#### (1) 反戦歌の歴史

過去に音楽が政治を動かした例として、ベトナム戦争での反戦歌と政治運動があげられる。ベトナム戦争における反戦歌は、1960年代前半から生まれ、そのジャンルは主にフォーク・ミュージックである。大和田俊之(2011)は、フォーク・ミュージックについて以下のように指摘する。フォーク・ミュージックは1930年代に「国民文化」として承認された「アメリカ音楽」だが、その理由には、第一次世界大戦以降、国際的な地位が上昇したアメリカには文化的アイデンティティを確立したいという思惑があったこと、また、急進左派政権であった当時のルーズヴェルト政権の元では、民衆音楽やフォークソングは左派にとって重要な文化であったことがある。このような背景から左派的な政治性を有するフォーク・ミュージックは、反近代主義と反商業主義を掲げ、歌のメッセージや言葉の伝達を容易にする場の親密さを生み出す。この性質を基盤としつつ、1960年代になると大衆化し、一般の人が受け入れるようになっていったため、反体制的な思想の浸透や、当時人種分離政策に対するデモ行進が最高潮に盛り上がっていた公民権運動、ベトナム戦争の反戦運動拡大に貢献した。<sup>28</sup>

BBC ニュースによると、反戦運動は1960年代中盤になると反戦運動は勢いを増し、ポピュラー音楽のアーティストたちが反戦をテーマにした歌を次々と発表し、歌を通じた反戦運動が定着した<sup>29</sup>。これらの反戦歌はベトナム戦争に召集される可能性のある若者たちの感情を揺さぶった。1968年までに50万人の米軍兵がベトナムに送られると、学生運動は急速に盛り上がり、若者のカウンター・カルチャーや「花の力」、ウッドストック・フェスティバル、フォークに代わってロックが反戦運動の中心になった。

#### (2) 反戦歌の特徴

エリザベス・カイザー<sup>30</sup>は、ベトナム戦争の反戦歌は、「ディリバラティヴ」と「エピダイクティック」の二つのカテゴリーに分類することができるとする。カイザーはそれぞれ、以下のように定義する。「ディリバラティヴ」とは特定の変化を提案する意図を持った歌のことで、歌詞で直接的に戦争をやめよう、と訴える。一方の「エピダイクティック」は、単に現状を否定するだけで、変化することまでは求めない。この定義を使い、カーウィル・コクソン<sup>31</sup>は、1960年から1969年のビルボードチャート Hot 100 にランクインした曲を、歌詞に基づき分類した。その結果、全29曲中「ディリバラティヴ」9曲「エピダイクティック」20曲とな

---

<sup>28</sup>大和田俊之、「アメリカ音楽史ーミンストレル・ショウ、ブルースからヒップホップまで」、講談社、2011年、P.59-61, 184-186

<sup>29</sup> BBC NEWS, "Vietnam: the music of protest," <https://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/4498011.stm> (参照 2021-1-15)

<sup>30</sup> Elizabeth J. Kizer, "Protest song lyrics as rhetoric," 2008.

<sup>31</sup> Amanda Marie Carr-Wilcoxson, "Protest music of the Vietnam War: description and classification of various protest songs," 2010, p.56-57.

り、「エビダイクティック」、すなわち、現状の問題提起にとどまる曲の方が多かったことがわかる。では、それぞれのカテゴリーに属する歌は何を伝えたのか。

「ディリバラティヴ」に属する曲は、戦争教育、平和的な抗議運動、暴力による混乱、にテーマが分類された。アーティストはベトナム戦争を終わらせるため、3つの戦術を使った。すなわち、問題認識の必要性、平和のための団結の必要性、暴力的な方法を使ってでも戦争に対抗する必要性を訴えたのである。一方の「エビダイクティック」では、戦争は進退にも精神にも有害で破滅をもたらし、不必要で、道徳的でない、というメッセージが投げかけられた。このように、特定の変化を求めて具体的な行動を促さなかった代わりに、戦争が悪である理由をリスナーに伝えようとした。しかし、このカテゴリーに属する曲は目指すゴールを示さないがために、反戦を掲げるグループごとに異なる目標があることを浮き彫りにした。

### (3) 反戦歌は反戦運動にどのような影響を与えたのか

ベトナム戦争の反戦歌を発表したアーティストは多くいたが、その中でも特に影響力を持ち、今日でも代表的なアーティストとして知られるボブ・ディランとビートルズを例にとり、彼らがどのような意図で政治的な楽曲を発表したのか検討したい。

#### (a) ボブ・ディランの意図

ディランは1961年から音楽活動を本格化したが、左派の政治活動家でフォーク歌手のウディ・ガスリー、ハンク・ウィリアムズ、ピート・シーガー、ロバート・ジョンソンなどの影響を受け、核軍備競争、貧困、人種問題、好戦的爱国主义とベトナム戦争への恐怖を歌詞に綴った。政治的意図を持ち、機知にとんだ社会解釈を含有した曲が公民権運動や反戦運動に使われ、運動への支持拡大に貢献したことで、ディランは国際的なスターの地位を築き、それらの曲はのちに、ビートルズやザ・クラッシュのジョー・ストラマーなどに影響を与えた。しかしディラン自身は、1964年頃になるともはや政治に興味はなく、急進化する運動や、世間が抱く「時代の代弁者」としての自身のイメージに辟易していると明かし、音楽スタイルを変化させている。

#### (b) ビートルズの意図

イギリスの哲学者・社会批評家・政治活動家であったバートランド・ラッセルは、ベトナム戦争に反戦を表明する本を発表していた。トム・ガーナー<sup>32</sup>によると、ポール・マッカートニーはラッセルの考え方に感銘を受け、ラッセルが語るベトナム戦争の真実や、いかにベトナム戦争が悪であるかをビートルズのメンバー、特にジョン・レノンに伝えた。その後レノンも反戦の考えを強めるようになる。ラッセルに影響を受けたビートルズは、1960年代中頃から、歌詞においてラッセル風の自説を表明するようになる。ラッセルの表現は楽観的で、例えば、

---

<sup>32</sup> History answers, "Vietnam War songs: what happened when the Beatles met Bertrand Russell," <https://www.historyanswers.co.uk/history-of-war/vietnam-war-songs-what-happened-when-the-beatles-met-bertrand-russell/> (参照 2021-1-15)

「よい生活とは愛によって刺激を受け、知識によって導かれるものだ」と平和に言及した。ビートルズは初めての反戦歌である「All You Need Is Love」の歌詞で「何もできなくても、自分らしくいられる方法はそのうち学べるよ。簡単さ。愛こそ全てだ。」と綴ったが、これはラッセルの表現に通ずる。

以降、ビートルズのほとんどの曲の作詞をマッカートニーとレノンが担当すること、1966年にビートルズは反戦の意を示していること、ジョージ・ハリスンは「All You Need Is Love」のパフォーマンスについて、「当時はああいう雰囲気だったから、カナダで編み物をしている人やベネズエラでアイリッシュ・ダンスをしている人の合間にあの曲を演奏するのはすばらしいアイデアだと思えたんだ」<sup>33</sup>と語っていることから、ビートルズは明確な反戦の意図をもって曲を作り、発信していたことが伺える。

#### (4) ベトナム戦争の反戦運動と ARMY が起こす政治現象の相違点

ベトナム戦争における反戦運動では、フォーク・ミュージックという音楽ジャンルの特性を生かし、フォークが元来持つ反体制的な性質を反戦運動というリベラルな政治運動に持ち込んだといえる。曲によってあからさまに戦争に反対する意図を出すものと、平和や愛の尊さを説くことで間接的に戦争批判を表明するものとの歌詞の文脈は異なり、目指す明確なゴールを示すか否かは曲によって異なったものの、アーティストは明確な政治的意図をもって作詞した。たしかに曲を反戦歌として用いられたことを快く思わないディランのようなアーティストもいたが、政治における特定の問題について問題意識や価値観をある程度共有し、その考えを歌詞にしているという点では、当時のアーティストたちは共通している。

一方、冒頭に掲げたアメリカの ARMY の事例では、BTS の音楽は直接的にアメリカ大統領を攻撃し、人種差別への怒りを歌詞にして歌っているわけではない。彼ら自身が「政治的活動家ではない」と言い切るように、BTS の歌詞の特徴は、政治的な問題意識というよりむしろ、社会問題への意識、自身のアイデンティティから生まれる現代社会への問題提起、哲学とも言える普遍的な「自分」への自問自答など、等身大の彼らの反映だ。このような歌詞が、人種的マイノリティといった特定のアイデンティティを持つ人をまとめ上げ、アメリカ社会で抑圧されていると感じる人が抱える生きづらさを認め、歌で解放することで、元来個々のファンが持っていた政治意識が、ARMY というファンダム政治活動となって表出した。

すなわち、ベトナム戦争の反戦運動と ARMY が政治的な活動をしたことの最も大きな違いは、ベトナム戦争反戦運動の活動基盤がフォーク・ミュージックという音楽ジャンルだったことに対し、ARMY の場合は BTS というアーティストであることだ。ベトナム戦争の反戦歌は、アーティストが明確な政治的意見を曲に含有させ、それはフォーク・ミュージックの音楽的特徴でもある。しかし BTS は、政治的意見をストレートに述べるといっても、アーティストが現代社会で抱える不安や悩みを曲で吐露し、ファンがそれに共感することで、ファン内で特定

---

<sup>33</sup> u discover music jp、「ビートルズのシングル・ディスコグラフィー：世界を変えた 22 枚 (+2 枚) の全曲解説」、<https://www.udiscovermusic.jp/stories/the-beatles-singles> (参照 2021-1-15)

の政治的方向性に向かう運動の流れが生まれた。さらに音楽ジャンルから BTS を検討しても、BTS は「K-pop アーティスト」「アイドル」「ボーイズグループ」などと呼ばれ、特定の音楽領域に根付かないことがわかる。BTS がパフォーマンスをすればそれが BTS の音楽になるため、あらゆるジャンルの音楽でパフォーマンスをすることができる。よって、伝えたいメッセージによってジャンルを選択することもできるし、もしくは、やりたい音楽ジャンルによって伝えたいメッセージを選択することもできる。このように、これら二つの政治運動は、ジャンルに依拠するか、アーティストに依拠するかという点で大きく異なる。

加えて、曲の言語からも差異が明らかだ。ベトナム戦争の反戦運動では英語曲が使われていたが、アメリカにおける ARMY の政治的な活動は、韓国語曲が英語圏で支持された結果である。そのため、ベトナム戦争の反戦運動においては、ラジオやテレビといった媒体で反戦歌に触れることよりも、実際に大規模な集会やデモに赴き、現地で声をあげることに時間や手間がかかった。一方 ARMY の場合には、曲が韓国語であるため、メッセージを受け取ることのハードルが反戦歌に比べて高いと推測される。ARMY の中には、BTS の曲やインタビューが発表された直後に翻訳し、ツイッターなどで発信するファンもいるとはいえ、異言語で活動するアーティストに刺激され政治的な活動を行うことは、相当の熱量が必要だろう。しかし ARMY が行う政治活動は基本的に SNS 上で行われている。物理的な行動を伴った反戦運動と比較すると、SNS を駆使する若者が多い ARMY にとって、政治活動の意志があれば実行に移すことは難しくない。政治行動を、刺激を受ける、実際に行動に移す、という二段階に分けるとすれば、そのハードルが高いのはどちらのフェーズか、という観点でも、ベトナム戦争の反戦運動と ARMY による政治的な活動に違いがみられた。

#### IV. 結論——K-pop はアメリカ政治にどのような影響を与えていくか——

---

ARMY が政治運動をするようになった理由は、BTS の音楽において、共感や癒し・励ましというメッセージ性が根幹を成していること、それに共鳴しているファンが多いことと密接に関係している。BTS の発するメッセージだけでなく、もはや彼らの存在自体が ARMY のアイデンティティと結びつき、社会を変えようというエネルギーになっている。ベトナム戦争反戦運動のように明確なゴールを共有しているわけではなく、これまでの ARMY の活動は人種的マイノリティの権利保護であり、これは目標達成まで相当な時間がかかると見込まれることから、今後 ARMY が政治的な動きを見せる可能性は高いと思われる。ただし、バイデン政権になったことで人種的マイノリティへの配慮が一定程度なされたり、もしくはメンバーの兵役によって BTS の活動がこれまでよりも小規模なものになれば、ARMY による政治活動がこれ以上盛り上がりがない可能性もある。しかし、冒頭で示したような事例では、文化的組織が共通の価値観や SNS を武器に政治を動かせることが証明された。

本稿では BTS のファンである ARMY に焦点を当てて検討したが、近年は BTS の他にも、BLACK PINK、SEVENTEEN、NCT 等の K-pop グループがビルボードチャートの上位にラン



クインを果たしており、アメリカで K-pop が受け入れられる素地は整っている。さらに、韓国アイドル市場では、アーティスト自らが作詞作曲を手掛けることが増えており、BTS 以外にも、強いメッセージ性で共感を引き付けるアーティストがアメリカで巨大なファンダムを形成する可能性は十分にある。今後は ARMY だけではなく、ARMY と同じような価値観を持つと類推できる「K-pop のファン」という存在がアメリカ政治に与える影響を無視できなくなるだろう。

---

## V. 参考文献

---

### 【論文・書籍等】

- エリアス・レイト、「BTS 全米ツアー最終日レポート、会場に集ったファンのリアルな『声』」、『Rolling Stone』、  
<https://rollingstonejapan.com/articles/detail/29161/2/1/1>
- 大和田俊之、「アメリカ音楽史－ミンストレル・ショウ、ブルースからヒップホップまで」、講談社、2011年
- キム・ヨンデ、桑畑優香（訳）、『BTSを読む－なぜ世界を夢中にさせるのか』、柏書房、2020年
- 久保文明、『マイノリティが変えるアメリカ政治：多民族社会の現状と将来』、NTT出版、2012年
- トッド・キドリン、疋田三良・向井俊二（訳）、『アメリカの文化戦争：たそがれゆく共通の夢』、彩流社 2001年
- レベッカ・デービス、「BTS（と ARMY）が変えた世界」、『Newsweek 日本版』、2020年12月1日
- Amanda Marie Carr-Wilcoxson, "Protest music of the Vietnam War: description and classification of various protest songs," 2010
- Bert Klandermans and Jacquelin van Stekelenburg, "Social Movements and the Dynamics of Collective Action," 2013
- Dave Holmes, "7 MEN - BTS have transformed pop music and redefined fame. Who is behind this movement?," *Esquire winter 2020/21*
- Elizabeth. J. Kizer, "Protest song lyrics as rhetoric," 2008
- Raisa Bruner, "Entertainer of the Year," *TIME*, dec.21/dec.28.2020

### 【ウェブサイト】

- "Adieu 2020! Let's look forward to 2021 with more ways to LOVE MYSELF!,"  
[https://www.love-myself.org/post-eng/campaign-post-eng/lm2020wrapup\\_en/](https://www.love-myself.org/post-eng/campaign-post-eng/lm2020wrapup_en/)（参照 2021-1-15）
- BBC NEWS, "Vietnam: the music of protest,"  
<https://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/4498011.stm>（参照 2021-1-15）
- Billboard, "Can conscious K-pop cross over? BTS & Big Hit Entertainment CEO 'Hitman' Bang on taking America," <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/7752412/bts-bang-hitman-conscious-k-pop-cross-over-interview>（参照 2021-2-1）
- BTS 公式ツイッター (@bts\_bighit)、2020年12月7日
- CNET JAPAN、「空席が目立ったトランプ氏集会、TikTok ユーザーや K-POP ファンが偽の大量予約か」、<https://japan.cnet.com/article/35155636/>（参照 2021-1-15）

CNN Politics, "TikTok users are trying to troll Trump's campaign by reserving tickets for Tulsa rally they'll never use," <https://edition.cnn.com/2020/06/16/politics/tiktok-trump-tulsa-rally-trnd/index.html> (参照 2021-1-15)

Gallup, '한국인이 좋아하는 40 가지 [사람편],' <https://www.gallup.co.kr/gallupdb/fileDownload.asp?seqNo=1057&bType=8> (参照 2021-2-1)

History answers, "Vietnam War songs: what happened when the Beatles met Bertrand Russell," <https://www.historyanswers.co.uk/history-of-war/vietnam-war-songs-what-happened-when-the-beatles-met-bertrand-russell/> (参照 2021-1-15)

"LOVE MYSELF - Journey of LOVE MYSELF," <https://www.love-myself.org/eng/journey-of-love-myself/> (参照 2021-1-15)

Mnet, 「インタビュー 防弾少年団が“音楽”について真剣に語る...『最終的に僕たちが見せたものは“音楽”』」、<https://mnetjp.com/news/detail/20150521142404/> (参照 2021-2-1)

TIME, "How K-pop fans actually work as a force for political activism in 2020," <https://time.com/5866955/k-pop-political/> (参照 2021-1-15)

u discover music jp, 「ビートルズのシングル・ディスコグラフィー：世界を変えた 22 枚 (+2 枚) の全曲解説」、<https://www.udiscovermusic.jp/stories/the-beatles-singles> (参照 2021-1-15)

Vox Media, "How K-pop fans are weaponizing the internet for Black Lives Matter," <https://www.vox.com/2020/6/8/21279262/k-pop-fans-black-lives-matter-fancams-youtubers-protest-support> (参照 2021-1-15)

Vulture, "U.S. politics should've seen K-pop stans coming," <https://www.vulture.com/2020/06/k-pop-activism-politics-explainer.html> (参照 2021-1-15)