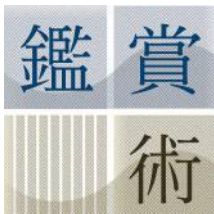


金 成玖

4人組女性アイドルグループBLACKPINKは、今世界で最も大きな影響力を持つアーティストである。YouTubeチャ

ンネルの登録者数は6230万人。2020年だけでも、レディー・ガガとの共演、米ブルームバーグによる「世界で最も影響力のあるポップスター」1位(11月)、ビルボード誌「2020年ベストアルバム50」の25位、ネットフリックスによるドキュメンタリー制作などで注目を集め続けた。

ティストには、このような影響力が求められるのだろうか。



「時代性」を獲得

社会的影響力は、K-POPがポップスとしての「時代性」を獲得した理由の一つでもある。まずK-POPの軌跡をまとめてみよう。①韓国のポップスとしての「K」が成り立つ過程(1980年代後半〜90年代前半)、②アジアを中心に韓国の外で発見される過程(90年代後半〜2000年代前半)、③Kが世界のポップス(POP)に入

入する過程(2000年代後半〜10年代前半)、④KとPOPが互いをつうじて拡張する過程(10年代後半〜現在)。

①から③までの間、韓国の音楽産業はK-POP、とりわけアイドル・ポップスを中心に再編された。そのなかでアーティストとファンは、事実上国家による

0年代前半)、③Kが世界のポップス(POP)に入

検閲だったレコード「事前審議制度」の廃止から、事務所とアーティストとの間の不公平な契約条件をめぐる法改正まで、音楽業界の制度的な変化を自らの力で勝ち取った。その変化は、音楽産業のみならず、社会の変化を表すものだった。③から④の時期に入ると、今度は海外のK-POPのファンたちが、それぞれの「社会」の文脈でその影響力を発揮していった。例えば、欧米のファンたちにとっては、白人中心で保守的な主流音楽市場で自分たちが支持するK-POPアーティストが音楽的に認められること自体、人種や地域などの差異からなる偏見に打ち勝った大きな社会的意味を持っていた。

ト社が2NE1の「I AM THE BEST」をアメリカ版のテレビ広告で使ったりと、欧米社会がK-POPに大きく開かれていく過程には、そういったファンからの影響力があった。

高まる存在感

そしてここ数年、K-POPの急速なグローバル化とともに、その影響力もさらに拡大している。20年にはブラック・ライヴズ・マター運動とタイの民主化運動で、K-POPファンタムの存在感が大きな話題を呼んだ。このような流れのうえでみると、BLACKPINKに求められている社会的影響力は、K-POPそのものに投影されている時代性であることがわかるだろう。

社会動かすファンの力

その影響力は、音楽以外のところにも及んでいる。今年11月にイギリスで開催される「COP26」(第26回国連気候変動枠組み条約締約国会議)がBLACKPINKを広報大使に任命したのはその一つ。彼女たちがファンクラブ「BLINK」に向かって「今でも遅くない、一緒に学ぼう」と呼びかけると、そのメッセージはファンを通じてさらに拡散した。このキャンペーンは、18年のBTSによる国連スピーチなどを思い出させる。なぜCOP26側はBLACKPINKを広報大使に選んだのだろうか。なぜK-POPのアー

地域などの差異からなる偏見に打ち勝った大きな社会的意味を持っていた。

振り返ると、11年ごろにBLACKPINKと同じ事務所の先輩であるBIGBANGと2NE1が発表した韓国語歌詞の曲を欧米市場で成功させたのは、韓国政府の政策や事務所の現地戦略などではなく、ソーシャルメディアを積極的に活用したファンタムの力だった。12年にオックスフォード英語辞典に「K-POP」という単語が登載されたり、14年にマイクロソフ

こいつといったK-POPの時代性は、日本からも鮮明に見えてくる。「史上最悪の日韓関係」といわれる状態が続くなかでK-POPのファンタムが拡張させているのは、国家のレベルではとらえられない、社会としてのもう一つの「日韓」に他ならないからだ。

(北海道大学准教授)

—この項おわり

来月は「山と溪谷」元編集長、節田重節氏の「山岳書の森を歩く」です。

BLACKPINK



BLACKPINKは「COP26」の広報大使に任命された—ゲッティイメージズ提供