

# インターネットにおけるファン公益活動に 関する研究

## —中国のアーティストファンの寄付行為を中心に—

LI Rujun

「推し活」といえば、何を思い浮かべるか。推しのグッズを購入することやライブ中に大声で応援すること、それとも SNS で推しの魅力をアピールすること。推し活は「推しを様々な形で応援する活動」を指し、地域や文化によって多様な表現形式が存在している。近年の中国社会では、産業化されたファン文化の発展及びインターネットの普及に伴い、推し活の種類もより豊富になった。その中で、ある特別な推し活が特に注目され、数多くの好評を受け取った。それはファンたちがアーティストの名のもとに、慈善事業の領域に属する公益活動に参加するという形の推し活で、中国社会では「ファン公益活動」と呼ばれる。

ファン公益活動は推し活の一種、さらに新しい社会現象として、中国の慈善事業の発展に新たな力を提供し、慈善領域の一部となっている傾向が見える。ファン文化の変遷に連れて、ファン公益活動も過去の個人的、盲目的な行動から、次第に組織性や秩序のある行動に変化していった。現在、多くのファンコミュニティは公益関連の財団法人や専門機関と連携する方式を採用し、より専門的、効率的にファン公益活動を行っている。先にある未知や挑戦に直面していても、ファンの動員力、行動力及び消費力とつながるファン公益活動は依然として可能性を持っていると考えられる。そして、今後のポジティブな側面の可能性を最大限に把握するためにも、この社会現象の誕生と発展に関する社会的文脈を明らかにすることが重要である。

そのため、本論文では社会学の視点から、文献調査、ケーススタディ及びインタビュー調査を通じて、ファン公益活動の誕生と発展に関する社会的文脈を考察する。

第一章ではファン公益活動の誕生と発展の条件をまとめた。ここでは文献調査を通じて中国の慈善事業とファン文化の発展の歴史的な文脈を整理、分類した。そして、得られた資料からファン公益活動の誕生と発展を促進するための条件を整理した。

第二章ではファン公益活動の分類と行動過程を説明した。まず、白波瀬が作成した「宗教 NPO

の分類」モデルを参考にし、「参加動員の有無」と「他の組織との連携の有無」を判断基準としてファン公益活動を四つの類型に分けた。次に、ジョン・フィスクのファンの生産力理論に基づいて、ケーススタディを通じてインターネットでのファン公益活動の動員、実施、宣伝の三段階の実態と特徴を説明した。

第三章は本研究で最も重要な部分である。インタビュー調査の方法を採用し、個人がファン公益活動に参加する動機を考察した。まず、先行研究を踏まえながら五つの仮説を立て、その仮説を検証するための質問を設けた。その後、協力者の五人を探し、それぞれの意思を尊重した上でインタビューを行い、整理した資料の分析を通じて、個人のファン公益活動に参加する動機を「情報の透明性に対するニーズ」、「熱狂化されたファン文化に対する抵抗」、「娯楽目的の達成」、「マイナス情緒からの解放と自我実現」にまとめた。最後に、これまでの調査と考察より、ファン公益活動が慈善文化の移行と「トラフィック主義」の隆盛という社会環境の下で発展してきた社会現象であると解釈した。

第四章ではファン公益活動が各分野に与える影響と将来の課題を検討した。前三章の内容と結論を参照し、ファン公益活動は慈善事業、ファンコミュニティ及び参加者の個人に対する影響をまとめた。また、今後の課題について、ファン公益活動に関わる公信力の問題と「トラフィック主義」に影響される問題を考えた。ただし、これは現段階での推測にすぎない。将来のファン公益活動はより多くの挑戦に直面する同時に、より多くの可能性も持っていることを信じている。

第五章ではファン公益活動の特質と中国社会に活躍する原因を分析した。論文のまとめでは前四章の内容を踏まえ、中国社会におけるファン公益活動は「インターネットに基づいて展開する」と「トラフィック主義の方向性と関連する」といった特質がある。そして、他の国と比べ、中国社会のファン公益活動の活発化は慈善文化やオンラインとオフラインのファン文化の発展の不均衡な状態によるトラフィック主義の過度な発展と関わることを論じた。