

第4回 「BTSについての一考察」 ～なぜ世界を夢中にさせるのか～

講師: 桑畑 優香 さん(ライター・翻訳家)

1. 記録を生むBTS現象

「Dy-na-na-na, na-na, na-na, ayy♪」

レトロなディスコポップに乗せたBTSの「Dynamite」。リリースから半年以上が過ぎても毎日のように耳にするこの曲は、日本の小学生やお父さん世代まで、幅広い層の心をとらえている。

「Dynamite」は、韓国アーティストとして初めてビルボードHot100で1位、第63回グラミー賞では最優秀ポップ・パフォーマンス賞(グループ/デュオ)にノミネート。もはや「BTS現象」とも呼ばれる彼らは、なぜ世界を夢中にさせるのか。理由をひも解くヒントのひとつが、リアルなストーリーを織り込んだ音楽だ。

2. グループの成長と重なる音楽

2013年にデビューしたBTSは、中小芸能事務所のBig Hitエンターテインメント(2021年3月にHYBEに社名を変更)所屬で全員が地方出身という、大手事務所が席卷する韓国芸能界では異色の布陣。日本デビュー直前に韓流エンタメ雑誌「haru*hana」(東京ニュース通信社)の裏表紙(!)を飾った時は、やんちゃな少年風だった。詰め込み式教育にたいする反抗などを歌う彼らのコンセプトは「ヒップホップアイドル」。だが、既存のヒップホップ界から強い反発を受けてしまう。2015年から始まるアルバムシリーズ『青春三部作』では一転し、メロディアスなボーカルとともに、青春時代の悩みや競争社会に焦点を当て、大衆によりアピールするように。さらに『LOVE YOURSELF』シリーズ(2017-2018)では、「自分を愛すること」というメッセージを前面に打ち出す。それはまるで、逡巡してきた自らの歩みにたいする答えのようにも見えた。2018年9月、国連総会でリーダーのRMが「LOVE MYSELF」を呼びかけたスピーチは、まさにBTSの曲の世界観と彼ら自身の成長物語が重なった瞬間といえるだろう。



「haru*hana」
(東京ニュース通信社)の裏表紙



UNICEFのTwitterより

3. 世界中のファンに与えた「衝撃」

BTSを世界の表舞台に押し上げたもうひとつの要素は熱烈的なファン、ARMYの存在だ。世界のARMYに取材すべく、2020年1月、ロンドンで開催されたBTS学会を訪れた。アメリカからの参加者は「欧米のスーパースターと違い、弱さをさらけ出す人間らしさが魅力的」と言い、メキシコからきた大学生は「髭がなく美しい男性像に衝撃を受けた」と明かす。南米や東欧では、日本のアニメやマンガファンがYouTubeの「おすすめ動画」でK-POPを偶然目にして、パワフルなダンスや音楽に惹かれていくパターンも多い(ハンガリーのK-POPファンの76.3%は日本のカルチャーのファンというデータも)という証言もあった。

4. 国境を越えて届くメッセージ

もうひとつ、世界のARMYの事例として紹介したいのが、サウジアラビアだ。2019年10月にBTSが公演を行ったキング・ファハド国際スタジアムは、2年前まで宗教的な慣習によって女子禁制となっていた。その場所で海外アーティストとして初の単独公演を行ったBTS。宗教も文化も異なる国の人がなぜファンになるのか。コンサートに参加した複数の人が口をそろえたのは「つらい時期に彼らの歌詞に救われた」ということだった。

21歳のサウジアラビアのファンがSNSで偶然BTSを知り、心奪われたのは2013年のことだった。BTSが韓国でデビューした年、日本で雑誌の裏表紙を飾る以前に、はるか遠い国のティーンエイジャーの心に、彼らのメッセージが届いていたというわけだ。

5. おわりに

BTSはデビューアルバム「2 COOL 4 SKOOL」の最初の曲で、こう歌う。「10代20代を代表し、気ままに僕らの話をしよう」。競争社会にたいする疑問やソフトな男性像、「自分を愛そう」というメッセージ。BTSはトレンドの音楽にのせて時代の最前線を体現することで、今を生きる人たちに共通する悩みや社会問題を可視化させる。拳を振り上げるわけでもなく、同調を呼びかけるわけでもなく、謙虚に、自然体で。そんな姿に人々は気づきを得て、強く共感するのだろう。

PROFILE

桑畑 優香
(くわはた ゆか)

早稲田大学第一文学部卒業。延世大学語学堂・ソウル大学政治学科で学ぶ。
「ニュースステーション」ディレクターを経てフリーに。
ドラマ・映画のレビューやK-POPアーティストへのインタビューを中心に寄稿・翻訳を手掛ける。訳書に『BTSを読む』(柏書房)『BTSとARMY わたしたちは連帯する』(イースト・プレス)などがある。