

金正恩グッズをめぐる政治学

—コミカルな独裁者—金正恩関連作品の図像学的研究—

斉藤穂高(神戸大学)

1. はじめに

今日、ここにいらっしゃる皆様は、「北朝鮮」やその指導者「金正恩氏」に対してどのような感情を抱いているのでしょうか。おそらく、日韓の国の違いや世代の差はあれども、歴史的、政治的にも個人に様々な意見や考えがあるように推察されます。それは、ぞんざいには扱うことのできない、「シリアスさ」というものが北朝鮮という存在にもたらされるイメージに内包されている、と言い換えることができるかもしれません。では、北朝鮮に内包する「シリアスさ」が昨今崩れ始めているとしたら、それは果たしてどのようなことが言えるのでしょうか。

そこで【写真1】をご覧ください。この写真は日本語のグーグルサイト上で“金正恩 Tシャツ”と検索をかけた結果をスクリーンショットしたものになります。ご覧の通り、金正恩氏がさまざまな表現方法で、半ば茶化しながらもキッチュなTシャツとして表現されていることが窺えます。

このような北朝鮮や金正恩氏を「シリアスさ」以外の側面で扱う社会の動きは韓国においても散見されます¹。例えば金正恩氏を茶化したステッカー【写真2】が例示できるでしょう。最近で言えば「愛の不時着」といったドラマ作品なども当てはまるかも知れません。

もう既にご存知の方も多いと推測される、上述のような金正恩をネタとして扱う現象は2018年以降、顕著に見られるようになりました²。もちろん、ターニングポイントは、文在寅元大統領やトランプ前大統領との一連の首脳会談です。金正恩氏の外交デビューとともに、北朝鮮に関する印象は肯定的に大きく変わり、金正恩氏に関する商品や作品が世の中に公に流通するきっかけとなりました。

しかし、よく考えてみてください。日韓両国とも「北朝鮮」というイメージには、単なる国名とは異なる、独特の違和感や感情、いわば「シリアスさ」を想起させるものであったはずですが、キューバ革命を成功させたチェ・ゲバラをモチーフにしたTシャツをファッションの一部として広く受け入れられているよう³に、北朝鮮の指導者をアイコンとしてコミカルに消費する大衆の動きは考え難い事実であるはずでした。そして関連する先行研究においても、金正恩の商品や作品をケースとして扱った研究⁴は管見の限り、検討されて来なかった新しい現象であると考えられます⁵。

¹ 「으니긔즈? 김정은 피규어-시계-초상화까지 사고판다」、『조선일보』、2018年11月20日、https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2018/11/20/2018112002255.html (最終確認 2022年1月14日)。

² 「韓国人の8割近くが北朝鮮の金正恩委員長を信頼—世論調査」、『ブルームバーグ』、2018年5月2日、<https://www.bloomberg.co.jp/news/articles/2018-05-02/P8387I6JTSEY01> (最終確認 2022年1月14日)。

³ 高山陽子「社会主義キッチュと観光土産」、『亜細亜大学国際関係紀要』第24巻、2015年、55ページ。

⁴ 本稿に近い研究として、高山陽子「英雄の表象—中国の烈士陵园を中心に—」、『地域研究』第14巻、43-58ページ、及び高山陽子「女子旅におけるアジアの表象—台北・上海・香港の事例から—」、『亜細亜大学国際関係紀要』第27巻、2018年、49-74ページが挙げられる。

そこで本研究の課題は、北朝鮮の政治的歴史や制度からではなく、風刺的であるもののコミカルな形で金正恩の意匠をモチーフにした商品や作品に注目したうえで、消費されている大衆社会の背景について検討するものです。そしてこの“金正恩の「コミカル」化”という特異な現象には、どのような意味があり、どう解釈できるのか。そうした考察を本研究は取り組むものです。なお、本研究を通じて、グッズや芸術といった作品から政治社会の実情を考えるという新たな学問的視座にも挑戦しようとしています。

2. 金正恩氏をモチーフにした作品にはどのようなものがあるか

では、実際に北朝鮮の金正恩氏をモチーフにした商品や作品はどのようなものがあるのでしょうか。代表的なものを、3点に便宜的に分類し、簡単な考察を加えたものが以下になります。

2.1 コラージュ画像

インターネット上に広く散見される金正恩氏を面白おかしく扱った作品として、コラージュ画像が代表的な例として挙げられます。インターネット上を見渡せば、日韓問わず、【写真3】のようなコラージュ画像は簡単に見つけることができます。このようなコラージュ画像は、不特定多数の作成者によってSNS 通じ拡散されています。

2.2 キッチュなおもちゃ

次に、実際の商品として存在した、もっと言えば流通している金正恩関連商品を外観して見ましょう。T シャツやステッカー、プラモデル、フィギュアやペーパークラフトなどがその代表例です。売り手も買い手も限られてはいますが、細々とインターネット通販で流通しており、韓国の ArtBox、日本であれば LOFT に代表される大手雑貨屋などで販売されています。

2.3 芸術作品

金正恩氏は、大衆文化の域を超え、芸術空間においても格好の題材として扱われています。ホアン・コルネラの作品やマイク・ヴィンケルマン（ビープル）の作品などがその代表例です。例えば【写真4】の金正恩作品“JONG v2.0”は、二つに分割された頭より下部は、武器を担ぐロボットとして表現されており、顔以外はほぼ金正恩の原型をとどめていないといっても過言ではないでしょう。芸術空間においては、核開発問題や人権問題など、本来考慮されうるべき北朝鮮の文脈を一切無視し、ただ金正恩の姿形を面白おかしく「コミカル」にそして「グロテスク」に扱っていることが顕著に現れています。

3. 象徴的な金正恩作品から見える大衆社会の現実

2018 年を期に爆発的に登場することになった金正恩氏を“茶化した”商品の中には、実際に販売したものの、政治レベルで批判を浴びた結果、即回収処分とされてしまった商品や、政治レベルで問題にならず、短期間であるがそのまま空港等の売店を通じ、流通してしまった商品が存在します。ここ

⁵ グッズ研究としては、韓敏(カン・ビン)の文化人類学的な一連の研究があげられよう。詳しくは、韓敏「近代中国における毛沢東崇拝の成り立ち」、『国立民族学博物館調査報告』127 巻、2015 年、35-60 ページ 及び 韓敏「儀礼と象徴：毛沢東生誕 110 周年の記念行事を中心に」、『革命の実践と表象：現代中国への人類学的アプローチ』（風景社）、2009 年、367-397 ページ を参照されたい。

では簡単にその作品について考えて見ましょう。

3.1 金正恩ペーパークラフト(金正恩-世界最年少国家元首)

【写真5】の作品は、韓国の公営放送「韓国教育放送公社」の子会社である「EBS メディア」が2018年10月に発売した『金正恩-世界最年少国家元首(김정은-세계 최연소 국가원수)』と銘打った、金正恩の肖像をモチーフにしたペーパークラフトです⁶。特筆すべき点は、実際に組み立てられた金正恩の意匠は写真のように、平壤で未完のランドマークである柳京ホテルの意匠とともに、可愛らしく優しい印象を与えている点です。しかしながら、この作品は韓国社会では生き残ることができず、即時回収、代表の辞任という悲劇的な顛末を辿ることとなりました⁷。

3.2 金正恩フィギュア(ザ・リーダーシットシリーズ スーパーキム)

2つ目の事例として、【写真6】の作品に焦点を当てて見ましょう。この作品は、香港の新興フィギュア作成グループとして小規模ながら活動していた「スティングレイズアートスタジオ(STINGRAYZ Art Studio)」が、2018年8月ごろに発売した『ザ・リーダーシットシリーズ スーパーキム(THE LEADER SHIT SERIES SUPER KIM)』と名乗る金正恩の意匠をしたフィギュアです⁸。本作品の特徴は、ミサイルを抱えている点や放射線物質マークのついたアメコミヒーロー姿である点ですが、より特筆すべきは、その「シット」の名の通り、ボタンを押すと金正恩の股から「大便のおもちゃ」が発射される機能がついていることです⁹。本作品は、本来の文脈から大きく切り離され、金正恩や北朝鮮を明らかに茶化しているにも関わらず、少ない生産数ながら市場に流通することとなりました。そして、中国本土で本作品の意匠だけを模倣し、それが金正恩とトランプのフィギュアセットとして生産され、現在までネットを通じて流通しています。

3.3 両作品から示唆されること

実際に制作され議論をもたらした2つの象徴的とも評価できる作品について示唆されることは、金正恩に関する作品は再現度が高く真面目なイメージでは否定され、大便をさせるような明らかに金正恩を茶化するような不真面目なイメージとしてならば、受け入れられやすく、作品として成立しやすいという点です。金正恩氏がコミカルであれば、どのように扱っても良いという典型的な事例ではないでしょうか。

⁶ 「EBS, 김정은 캐릭터 상품 내놓으며 “세계 최연소 국가원수”」 2018年11月26日、『조선일보』、
https://www.chosun.com/site/data/html_dir/2018/11/26/2018112600141.html
(最終確認 2021年12月16日)。

⁷ 「김정은 미화 퍼즐 논란, EBS 미디어 사장 사퇴」、『미디어오늘』、2018年11月30日、
<http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=145748>
(最終確認 2022年1月16日)。

⁸ スティングレイズアートスタジオ(STINGRAYZ Art Studio)は、現在ファイアールースタースタジオ(Fire Rooster Studio)に社名変更している。詳しくは本社ホームページを参照されたい。“Fire Rooster Studio”, <https://firerooster.studio>(最終確認 2021年12月22日)。
(最終確認 2021年12月22日)。

⁹ なお、旧社名時に使用していたフェイスブックページは以下である。ファイアールースタースタジオ「Fire Rooster Studio - Non Stingrayz」、
https://www.facebook.com/FireRoosterCollectiblefigure/?ref=page_internal
(最終確認 2021年12月22日)。

4. むすびに変えて

本発表では、金正恩の大衆での扱われ方を様々な作品や図像をもとに考えてきました。ここで明らかになったことは、「金正恩そのもの」が大衆にとってコミカルなものとしてのイメージが共有されているという事実です。軍事や政治的表象といった「北朝鮮風」なものには面白みを感じてさえないくなっている、ということなのかもしれません。

政治現象を真面目に捉えなくなっている大衆の動きは、インターネットの発展とともに加速化しているように見えます。最近の日本の参議院選挙でも、数多くの新興政党により不確かな情報や直接的な政治的課題を掲げずに当選するケースが増加していることが一例でしょう。

ただ面白ければ良い。こうした言説が支持され、拡散すれば、社会の諸問題の解決や議論が平行線を辿る危険性を孕んでいます。今回の発表のケースである金正恩氏の「コミカル」化は、北朝鮮との日韓が抱える問題解決が進まない要因の一つなのかもしれません。



図1：“金正恩 T シャツ”の検索結果



図3：夷隅屋直弼氏の
コラージュ作品



図5：金正恩ペーパークラフト



図2：金正恩ステッカー
(2019年6月筆者作成)

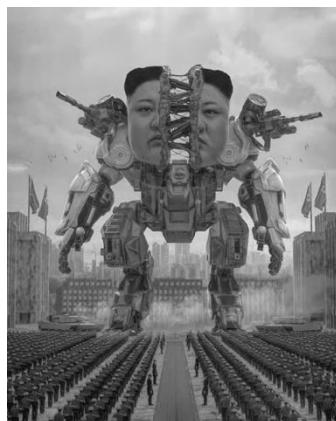


図4：JONG v2.0
ビープル作



図6：金正恩フィギュア

参考文献

- 高山陽子（2018）「英雄の表象-中国の烈士陵園を中心に-」地域研究第14巻.
高山陽子（2018）「女子旅におけるアジアの表象—台北・上海・香港の事例から」亜細亜大学国際関係紀要第27巻
高山陽子（2015）「社会主義キッチュと観光土産」亜細亜大学国際関係紀要第24巻.
韓敏（2015）「近代中国における毛沢東崇拜の成り立ち」国立民族学博物館調査報告127巻.
韓敏（2009）「革命の実践と表象：現代中国への人類学的アプローチ」風景社.

※Webページ、ニュースサイトについては紙幅の関係上、脚注にのみ列挙する。