

韓流の構造的歴史的認識および東アジア大衆文化の可能性

韓 性峰

目次

韓流 15 年の略史

韓流の構造的認識

韓流の歴史的社会的認識

韓流は事件か文化か

東アジア大衆文化の可能性

韓流 15 年の略史

韓流は一つの文化現象である。20 世紀初頭から始まった日帝強占期と朝鮮戦争による苦痛と貧困、そして、そのような国家的な瀕死状態から脱するための経済発展六十余年歳月の中、韓国において文化とは贅沢なことであった。わずかに、韓国に進駐していた米軍部隊によるアメリカ資本主義の大衆文化が一時期伝播されたこともあったが、まもなく登場した軍部独裁は政権維持という名目で文化に対する大々的な弾圧を行った。そして韓国社会は独裁政権打倒と民主主義実現のため、長期にわたる闘争を開始した。おどろくことなかれ、それは三十余年の歳月にわたるものであった。このような抵抗の精神によって、韓国の大衆文化は大学生を中心に一つの独特なジャンルを作り出していった。しかし、アメリカ資本主義は韓国大衆文化をほとんど掌握した。また、2004 年の日本文化全面開放に至る前までも、取り締まりの水面下で日本文化はおびただしい力として作用した。1972 年に設立されたジャパン・ファンデーション（独立行政法人国際交流基金）を母体とし、日本文化はアジア全域に対して、アメリカと同等の影響力を持つほどになったので、パックス・ジャポニカ（*pax japonica*）の流れは韓国でも例外ではなかった。また、70—80 年代の韓国では香港映画が高い人気を博していた。

それだけに、韓流は韓国にとって、一つの文化現象を超越したきわめて重要な事件である。一世紀の間、文化的輸入国に過ぎなかった韓国の大衆文化も、1997 年に韓国ドラマ「愛が何だって」が中国で旋風を巻き起こし人気が上昇すると、アイドルグループ HOT が中国青少年たちの髪を黄色く染めることになった。このとき、台湾と中国で

「韓流」という単語が初めて登場する。当時、韓国は IMF 経済危機を迎えたが、韓流ドラマと K-POP の分野は中国とヴェトナム等で大きな人気を博していた。1999 年には映画「シュリ」が日本で 125 万人の観客を動員し、2001 年の「秋の童話」は台湾で大成功を収めた。この頃、韓国の人気スターはほとんどアジアのスターになりはじめ、ペ・ヨンジュンの「冬のソナタ」が 2002 年に中国、2003 年に日本で放映され、韓流は絶頂に至る。引き続き「大長今」は 2005 年に中国、続いて 2006 年にイランで 86% の視聴率を記録し、韓流の人気は中東まで拡大した。しかし、2005 年に中国で放映された韓国ドラマは 64 編であったが、2006 年には 36 編、2007 年には 30 編と減少し、「寒流」という言葉が流布し、日本では「嫌韓流」という造語が誕生した。以後、中国と日本では K-POP を除いて人気は下降曲線を描いているが、最近の韓流は中東を越えて中央アジア、南米、アフリカとヨーロッパにまで勢力を伸ばしている。2010 年のドラマ輸出額は約 2400 億ウォンであった。そして K-POP を中心にドラマ、韓国料理、公演芸術等の多様なジャンルに広まっている。

このような現象をどのように見るべきだろうか。実際、韓国では、韓国が経済発展を一気に成した「漢江の奇跡」よりも、韓流はもっと衝撃的な出来事として受け止める研究者たちもいる。韓流 15 年間、新聞放送学関連の学者たちは敏感に反応し、2011 年まで約三百余篇の論文が発表された。私の発表もそのような学者たちの見解に基づき、特に康俊晩教授の先行研究の調査に負って、韓流の構造的分析和社会的歴史的脈絡を洞察することにする。

韓流の構造的認識

率直に言って、韓流が社会現象として著しい成長を遂げたことに比べ、研究者たちの研究成果と論文の質は不十分なものである。それらの研究成果さえも軍部独裁期に学習されてきたナショナリズム的観点からの韓国と韓国人に関する賛歌が中心であった。しかし、私たちに必要なことは韓流

の実態に近づくための客観的、実証的な問題意識である。

韓流に対する外部的要因としては、韓国の歴史上もっとも功績のある文化人であった金大中（キム・デジュン）大統領の影響が絶対的である。彼は文化産業の価値を認め、当時 IMF 経済危機にもかかわらず、映画と大衆音楽出版等に大きな支援を施した。彼の慧眼は、長い間卑下されてきた大衆文化人たちを励まし、また経済的支援を強化し、資本と人材が集中できるような環境を作った。「ストーリーと文化コンテンツ」開発を側面から支援し、また当時国民の 80% が反対した日本文化を電撃的に開放した。この無謀な行動と自信は、日本文化を世界文化の中で水平的に見ることができるようにした（日本文化開放の結果を象徴的に追跡してみよう。日本で大成功をおさめた「冬のソナタ」が日本で放映されたことについて、実際は政治的判断が作用していた。それは日本文化開放に対して肯定的に応答し、NHK が互惠的に放送したことであった。日本での成功とアジア地域における象徴性とを考えたら、日本文化開放の大きな恩恵であった）。それは同時に大衆文化の産業化が始まる時期であった。これまでいい加減に運営されてきた芸能界に、いわゆる企画会社等ができるようになった。日本のジャニーズ（ジャニーズ事務所、Johnny & Associates）をモデルに生まれた「SM 企画」等は、大衆芸能に企画育成管理のシステムを作って産業化を試みた。そして急速な成長のために残酷な訓練を行った。まるでわずか半世紀ぶりに経済発展を成した学習効果のように見えた。しかし、これは日本と中国の一部言論が指摘するように、政府主導ではなく民間次元の産業であり、市場の論理であった。この時期、韓国の大衆音楽市場はインターネットを通じる不法流通によってほとんど麻痺状態であった。したがって、韓国の大衆音楽市場は枯渇状態であったので外国に目を向けるしかなかった。そこで、当時アメリカ音楽の主流であり、グローバルな中毒性を持ったヒップ・ホップ（HIP-HOP）音楽を完璧に流用するようになった。幸いヒップ・ホップ音楽は、その象徴であるラップ（Rap）が韓国語と相性が良く、また、ダンスが好きだった韓国人の DNA にも適した音楽であった。これはグローバルな趨勢とと

もに、呼吸しながら他のアジア市場を狙う目的と、ロック（Rock）の伝統を固守する日本の大衆音楽との区別を試みたことであった。現在、世界を動かす大衆音楽がヒップ・ホップから変形されたことを考えると、ヒップ・ホップは K-POP の成功の鍵と見なせるだろう。

韓流の内部的要因としては、韓国人の DNA を取り上げられる場合が多い。これらのほとんどは、当時中国の大衆文化は低開発状態にあり、日本が静寂な文化であることに比べ、韓国は躍動性と創意性を持ち、文化産業に相応しい民族性という前提と、インターネットやモバイル等のすぐれた IT インフラの競争力にあることを指摘する。詩人・金芝河は韓国の葬式文化に言及し、「日本の葬式場は抑制したあまり、静かすぎだ。確かに人の死は悲しいが、過ぎると思うほど自分の悲しみを抑えて弔問客を迎える姿が衝撃的であった。極度に感情を抑制する力、これが日本のパワーであり、同時に最大の短所であった」と言って、日本人と異なる韓国人の感情発散気質と開放性等を韓流の原動力として数えた。予期することさえできなかった韓流の成功には韓国人もまだ分らなかった「韓流 DNA」が作用したということだ。すなわち、話好きで、他人にいつもおせっかいを焼きながら「速く速く」と叫ぶ気の短い韓国人の民族性が、ソフトウェア産業にとって短所ではなく長所になったということである。中国人民大学のマシエンウ（馬相武）教授は「韓国人たちが恥ずかしがり、世界的な笑い物であった「速く速く」の文化も、韓流の勢いにある程度作用したのではないかと思う。実は音楽やドラマ、映画等の速い展開は、韓流にハマった中国人たちを魅かせる要因でもある。「速く速く」という習性に起因するまめまめしさと果敢な投資も取り上げなければならない」と指摘している。

これは韓流を眺める視角の中で、いわゆる「文化決定論」と呼ばれる認識である。大体が保守主義者等の視角であり、ある現象に対する説明を窮極的には文化のみに求める視角である。ソウル大学の権肅寅は「この場合の文化は脈絡と歴史性が除去されたまま与えられたこととして提示される。文化的「原型」「真髄」「深層」「コード」等の表現がよく使われるのは、このような脱脈絡性に由来

する」と語っている。

「このように、本質化された (essentialized) 文化に対する説明は「閉じた論理構造」の内部において原点を繰り返すことである。“すなわち、韓国文化の特質はこれこれだ。なぜなら、韓国文化がそうだからだ”と説明することは、結局何も説明されないことになってしまう。ひいては歴史的であり、政治経済的に説明されなければならない部分を脱歴史化された文化として還元させてしまう誤謬を伴う」と力説する。

韓流の歴史的社会的認識

それなら韓流の歴史的、政治経済的、そして社会的脈絡の中の認識とは何なのか。大体が進歩主義の視角で「西欧の 跛行 された資本主義が韓国人の内側を通じて結果的に最先端の大衆文化として形成された文化」と見る立場である。このような立場の先駆をなす延世大学・趙韓恵貞は「踊りとリズムに強い韓国人の独特の情緒と創意力で作り出したことだ」という結論を下すより、韓国人が踊りとリズムに強くなった背景をもう少し考えてみることに立つでしょう。すなわち、現在の中国の青少年たちを熱狂させるようにするダンス音楽は、韓国の圧縮的近代化が作り出した、熱情的な踊りで日常を忘却したい欲望を持った大衆が作った、もっと正確に言えば、彼らを忘却の大衆になるのを「欲望」する巨大なシステムの作品という点を認識しなければならない」という。韓流に対する認識が表層構造より深層構造へ転換される意味深い指摘である。

韓流ドラマが日本においては、家族と純情を再発見する復古に対する熱気の対象として、中国と東南アジアでは、鮮やかに輝く背景と開放的な恋愛談等が代りに満足と同一視の対象になるという解釈も可能である。ところが、これもまた日本と中国、そして東南アジアの間で、近代化の中間段階を経ている韓国の状況がそれぞれ異なる次元で反響しているということが文化人類学的な説明である。

すなわち、韓流は「韓国的なことが世界的なことだ」という右翼の抽象的な声や、不器用に韓流の経済効果だけを計算する浅薄な経済的論理を去って、韓国大衆文化は一種のアメリカ文化の変種

として、植民地である輸出産業の延長線上で韓流熱風を把握しなければならないという主張である。聖公会大学のベク・ウォンダン「中国とヴェトナムの場合、社会主義解体以後の急速な資本化過程の中、文化的なアイデンティティを構成していく過渡期的代りを韓流が遂行しているとすれば、東南アジアの場合、ハリウッド・スターシステムが韓流という文化的近接性によって持分を譲歩した状況」と言いながら、世界システム次元の巨視的な分析を試みた。

これは、東アジア地域における韓国大衆文化は、どの国にとっても自分たちが経て来た過去に対する郷愁を刺激したり、ある国には自分たちが志向する未来を見せてくれることとして包摂されることであるとする。同時に韓国の大衆文化には、家族や儒教のような東アジア地域の伝統的文化要素が内在しているし、これを普遍的世界文化の価値に付け加えることで東アジアの人々がさらに西欧文化を抵抗感なしに受け入れることができるようにしたということである。

湖南大学リュウグゼも同様に「(日本を除いた)アジア圏内の人びとが韓流コンテンツのどのような点に熱くなるのかをよく考察しなければならない。これはアメリカやヨーロッパの大衆文化が適切に捕捉しにくい異質な近代化の思い出と、それによる独特の近代性、あるいは (後期) 植民地の共通の経験で成り立った想像された共同体 (Imagined Community) 意識の発現を通じて、親密であり、理解できることに対する楽しさが充足された結果」と述べながら以下のように指摘する。「同時に韓流は、完全に韓国的なコンテンツだけで満たされたものではなく、地域とアジア圏内の趣向に合うようにグローバルでありながら同時に地域的な、すなわちグローバルな要素を取り合わせて混ぜた異種交配、食べ物で比喻しようとするれば、ちゃんぽん、あるいはガーデン・サラダ的な要素を持っているために可能なことであることを理解しなければならない。グローバルな文化の時代に、文化の純粋性を強調する文化民族主義、あるいは文化戦争等の修辞はアナクロニズム的であり、他の文化に対する理解と情緒の共有等を可能にする疎通行為の時空間的な要求はもっと漸増している」と主張する。

韓流は事件か文化か

そうすると、韓流 15 年は一つの大衆文化として完全に定着したのか？ 結論から言えばまだ NO である。もちろん韓流は自ら変身しながら地域とジャンルを超えて拡散していくが、一方で冷めやすいハプニング的要素が強いからである。

これは韓流を「文化戦争」の時代に経済中心的立場から商業的利益や国家ブランド高揚の機会にしようとする視角や、韓国大衆文化とスター・システムの素晴らしさを過大に誇張しようとする視角がまだ健在しているからである。これらは小児的な文化優越主義であり、東アジアの多くの国々が文化的他者ではなく、消費対象や市場と見なされるからである。したがって、さらに刺激的な素材と方法を追い求めることになる。最近の韓国ドラマが食傷気味な理由は、お金、恋、不倫、三角関係、生まれの秘密、不治病、財閥二世等の素材で千篇一律的な刺激を満たそうとしたせいである。もちろん、韓流初期には派手な見どころ、面白い娯楽として機能した。しかし今はそうではない。韓流ドラマの人気に勢いがなくなっていることもこのせいである。また、美少年・美少女を合宿させながら中毒性ある音楽とダンスを型にはまったように作り出す K-POP もいつ那落に落ちるか知れない。こんな浅薄な大衆文化の流行を慶熙大学イテック館は「韓国大衆文化の最近の傾向には、新自由主義のイデオロギーの核心である冷笑主義が敷かれている」といい、「お前も私もどうせまったく同じ俗物なのに何を論ずるのか」と言う。

あるいはまた、今の韓国には約 20,000 店の日本料理屋がある。「ニッポン・フィール (Nippon Feel)」と「ガンジ (感じ)」、「オタク」も魅力的な言葉として韓国で使われる。だいたい日本の歌手たちのソウル公演のチケットはいつも売り切れであり、2010 年には 85 編の日本映画が上映された。日本を訪ねる韓国人は毎年 250 万ほどで、これは日本における外国人旅行者の 30% にのぼる。そしてその大部分は若者たちである。すでに韓国には日本文化がひそかに大きな席を占めている。このように内面に浸透するのが文化である。これと対比的に、「K-POP は、音楽を輸出可能な製造品と見なした企画会社が、肯定的、躍動的な国家イメージを売ろうとする韓国政府の支援によって少

年・少女たちを育成し作ったものである」というル・モンド (Le Monde) 紙の報道は、韓流の現状にあらためて再考を促そうとしている。

東アジア大衆文化の可能性

これまで韓流の構造的・歴史的・社会的問題を批判的に眺めてきた。それにもかかわらず、韓流は相変らず健在し、中東、南米を越え、ヨーロッパでも勢いを見せている。だとするなら、今の韓流を通じて他のものを眺めることも可能ではないのか？ いくら批判的に言っても、韓流の肯定的属性の一つは情報通信が加速化した超国家主義の時代相を反映し、それが大きな流れになったということである。「韓流」であっても、「韓国に関連した傍流」であっても、このすべては「東アジア地域の新世代たちが共有するデジタル文化コードの普遍性」に起因するというのが一般的である。特に大衆音楽の伝播は、インターネット上の新世代たちの水平的ネットワークである。一例として、ユーチューブ (youtube) に 2009 年にアップロードされた少女時代の「ジー (Gee)」は 7000 万回の再生を記録している。これは大衆文化の生産と消費に、一方的な流れはもうないという話である。すなわち、アメリカ主導の文化覇権モデルである「中心・集中的なダンホブ (mono-hub)」は消えて、水平的双方向的タルホブ (hub-bypass) ネットワーク時代なのである。韓流はこの流れを先駆的に利用し、長い間大衆文化の周辺部に位置していた東アジア地域にも平等な機会が来たことをよく示す例である。

もう一つは、たとえば韓流が西欧文化の韓国版シミュレーションであり、アメリカ文化の独占的領域にうまく便乗したもう一つのオリエンタリズムであるとしても、韓流を通じて東アジア地域の西欧志向性が大きく変化したという点である。韓流現象において、過去とは異なるアジアファンは、もう西洋のスターにだけひかれないということを確認した。韓国芸術総合学校の李同然は「西洋のライフスタイルを持ちながらも東洋的感受性と文化情緒を発散する歌手ビ (Rain) にアジアの人々がひかれる理由は、アジアファンの文化消費の中には西洋化したがる完全にはない新しい欲求が生成されていることを見せてくれる」と言う。

同時に、アジアを超えた韓流の新しい可能性は、ヨーロッパを含んだ、アジアを脱した地域での拡散である。すでに東アジアベルトは、政治経済的にグローバル・リーダーの面貌を取り揃えているほど文化的力量も大きく成長した。以前からパックス・ジャポニカが成したものなどを韓流が受け継いでいるが、これは力強い勢いで浮び上がった、大きいフレームとしての中国文化の力である。初期の韓流が大きくアピールした長所として指摘された韓国的情や家族的純愛、義理等は、広く言えば儒教文化の所産である。これを東アジア地域の人々が共感し、イランでは「大長今」が 86% の視聴率を記録した。同時にル・モンド紙が「北朝鮮の集団マスゲームを思い出す」と酷評した K-POP アイドルグループの集団ダンスもフランスで大成功をおさめた。これは逆に考えて見れば、集団群舞という東アジア地域の文化遺産を西欧が受け入れていると言っても過言ではない。これを「後期資本主義の果てしない人間性の没落を、東アジアの価値によって治癒したい流れ」とであると言ったら大袈裟であり、また早計であろうか？

したがって、これから韓流を含んだ東アジア地域の大衆文化は、より積極的に大衆文化のよりよい循環を模索する転換にある。前述したように、情報通信の超国家主義時代に生きているし、東アジア地域の大衆文化水準は飛躍的に高まっている。これは長い歴史における貴重な精神的・文化的土壌が豊かであるからである。

このためには相互補完と変容が切実である。それはすでに開放的であり、積極的な相互交流を意味し、当為性を離れた現実であるという意味である。世界の大衆文化の根幹であるハリウッドも、自給自足を越え、世界の多様な大衆文化に管をさしてリメイクするなど、文化商品を再生産し、逆に輸出をしている。韓国映画「シフエ」を含めたいくつかの作品がハリウッドでリメイクされ、このような例は日本、中国の場合でもあまた見られる。「花より男子」は台湾、日本、韓国で作られたし、「白い巨塔」は韓国で作られて大きいヒットを記録した。

したがって、20 世紀に活躍したアメリカ中心の大衆文化も再生産されている。大衆文化を作る技術的格差が非常に狭められたし、政治経済的能力

が大衆文化の能力に比例すると言うならば、すでに経済的にも世界的レベルである東アジア地域はその十分な能力がある。ひいては、悠久な歴史の東アジア地域における文化コンテンツの潜在力は限りない。これをある程度韓流が立証したし、その可能性を開いてきた。ただ、韓流から見えたさまざまな否定的な接近や方式を改善し、資本と製作流通の協力を模索すれば、アジア文化は 21 世紀のアメリカ大衆文化の対抗馬になることができる。アジア的感受性でアジア的なヒューマニティを取り込んで、イデオロギーと政治体制等がはやくも解体される 21 世紀において、大衆が中心になって多元的な関係網を作ったアジア大衆文化が、周辺部から中心部に移動するのを期待する。

(はん すんぼん・東アジア出版社)

韓性峰 (Han Sung-Bong)

東アジア出版社代表。1960 年、韓国・全羅南道益山生まれ。圓光大学校国語国文科卒業後、同大学院で博士号を取得。1986 年から 88 年にかけて日本の東京大学大学院、1997 年に京都大学大学院で学ぶ。1999 年に東アジア出版社を創立。人文科学、自然科学の分野の書籍を中心に、鄭載承『科学コンサート』のほか、山本義隆『科学の誕生』(原書：みすず書房)、中沢新一『カイエ・ソバージュ』全 5 巻(原書：講談社)、諸橋轍次『孔子・老子・釈迦』(原書：講談社)などを出版。韓国出版人会議読書振興委員長、同対外協力委員長、同副会長、ソウル文化フォーラム文化産業委員をつとめる。